证券代码:688157　　证券简称:松井股份　　公告编号:2026-024

松井新材料集团股份有限公司关于2025年年度报告信息披露监管问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性依法承担法律责任。

松井新材料集团股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到上海证券交易所科创板公司管理部下发的《关于松井新材料集团股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证科创公函【2026】0197号,以下简称“《问询函》”)。根据《问询函》的要求,公司与天健会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“年审会计师”)就《问询函》有关问题进行逐项核实,现就相关问题具体回复如下:

本回复公告中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异,这些差异是由四舍五入造成的。若无特别注明,本回复中所涉货币金额单位均为人民币万元,销售收入均为不含税金额。

问题一、关于经营业绩

报告期内,公司共实现营业收入72,213.48万元,同比下降3.14%;实现归母净利润2,016.17万元,同比下降76.66%。其中,高端消费电子领域实现营业收入49,134.07万元,同比减少19.09%,毛利率47.87%,同比减少3.32个百分点;乘用车领域业务实现营业收入21,569.20万元,同比增长68.68%,毛利率32.34%,同比减少4.92个百分点。公司称,乘用车领域业务目前仍处于成长期,毛利率受规模效应、产能爬坡等因素影响;高端消费电子领域部分高毛利项目收尾,新项目尚在导入阶段,毛利贡献暂受阶段性影响,导致公司综合毛利率同比下降。2026年一季报显示,公司营收同比下滑18.38%;归母净利润同比下降279.72%。业绩下滑主要系公司下游消费电子行业出货量下滑叠加供应链端原材料等阶段性成本压力导致。

请公司:(1)按业务板块分别列示,最近两年及2026年第一季度前五大直接客户及对应终端客户、是否存在关联关系、起始合作时间、销售模式、销售金额、收入确认方式及依据等情况,对于销售金额变化较大的,请说明原因;(2)列式高端消费电子领域高毛利项目收尾,新项目导入的具体内容及时间线;(3)按客户列示公司乘用车领域的项目定点及对应收入情况,结合现有产能及利用率情况、下游客户对公司产品的认证过程及周期情况以及可比公司毛利率情况,说明毛利率下滑的原因,并分析是否存在进一步下滑风险;(4)结合产品收入结构及毛利贡献、在手订单以及业务拓展、原材料成本波动等情况,进一步分析一季度业绩下滑原因,是否存在持续下滑风险。

请年审会计师对上述问题发表明确意见。

【回复】

(一)按业务板块分别列示,最近两年及2026年第一季度前五大直接客户及对应终端客户、是否存在关联关系、起始合作时间、销售模式、销售金额、收入确认方式及依据等情况,对于销售金额变化较大的,请说明原因

1、高端消费电子领域

(1)2026年第一季度前五大直接客户情况

序号	直接客户名称	对应终端客户	关联关系	起始合作时间	销售模式	销售金额			变化较大的原因
						2026年第一季度	2025年第一季度	同比变动(%)	
1	客户1	北美消费电子大客户等	无	2023年12月	直销	1,206.74	1,821.78	-33.82	注1
2	客户2	国内H大客户,荣耀等	无	2019年8月	直销	468.90	654.32	-28.34	注1
3	客户3	笔记本电脑终端	无	2020年10月	直销	397.85	437.54	-9.07	不适用
4	客户4	小米等	无	2022年11月	直销	303.69	393.62	-22.85	注1
5	客户5	北美消费电子大客户,Facebook,小米等	无	2015年9月	直销	259.00	203.67	27.17	注2

注1:受全球核心元器件与存储芯片成本持续上涨影响,手机等消费电子厂商制造成本压力加大,采取削减低端机型排产、上调终端售价等措施以缓解经营压力,整机出货量随之收缩。根据国际数据公司(IDC)最新发布的手机季度跟踪报告,2026年第一季度中国智能手机市场出货量约为6,904万台,同比下降3.3%,行业整体需求阶段性走弱。在上述双重压力下,消费电子客户普遍调低备货意愿、主动压缩渠道库存,采购节奏与采购量较上年同期明显下降。

注2:该客户系公司重要客户,同时是公司重要终端客户北美消费电子大客户、小米、Facebook等的供应商之一,承接油墨、涂料及AF产品相关业务。2026年第一季度,公司对该客户销售收入同比增长27.17%,主要原因为:报告期内,公司与该客户合作的项目陆续完成导入并实现量产,带动水性涂料、油墨产品销售规模扩大。

(2)最近两年前五大直接客户情况

序号	直接客户名称	对应终端客户	关联关系	起始合作时间	销售模式	销售金额			变化较大的原因
						2025年度	2024年度	同比变动(%)	
1	客户1	北美消费电子大客户等	无	2023年12月	直销	7,005.72	11,880.91	-41.02	注1
2	客户2	国内H大客户,荣耀等	无	2019年8月	直销	3,186.24	3,117.73	2.20	不适用
3	客户3	笔记本电脑终端	无	2020年10月	直销	2,211.41	2,430.84	-9.03	不适用
4	客户6	国内H大客户,小米,荣耀等	无	2024年3月	直销	1,975.08	2,328.98	-15.20	不适用
5	客户4	小米,国内H大客户等	无	2022年11月	直销	1,745.46	878.31	98.73	注2

注1:2025年度,公司与该客户的部分高端消费电子领域项目于报告期内陆续完成交付并进入收尾阶段,而接续的新项目仍处于导入与认证过程中,尚未形成规模化出货,导致本期销售金额较上年同期出现下滑。

注2:2025年度,公司对该客户的销售额同比增长98.73%。该客户系近年来新建投产的制造基地,其集团内部喷涂业务已逐步向该工厂集中转移,整体产能处于成长爬坡阶段。报告期内,该工厂承接了小米等终端品牌相关项目,小米等品牌亦系公司重要的终端客户。

2、乘用车领域

(1)2026年第一季度前五大直接客户情况

序号	直接客户名称	对应终端客户	关联关系	起始合作时间	销售模式	销售金额			变化较大的原因
						2026年第一季度	2025年第一季度	同比变动(%)	
1	客户7	比亚迪、北美T公司、吉利、上汽等	无	2018年1月	直销	654.78	153.76	325.85	注1
2	客户8	比亚迪等	无	2025年4月	直销	229.17	-	-	注2
3	客户9	比亚迪等	无	2025年4月	直销	194.46	-	-	注2
4	客户10	比亚迪、北美T公司、吉利、上汽等	无	2024年2月	直销	165.24	2.24	7,276.79	注1
5	客户11	比亚迪等	无	2024年11月	直销	149.67	40.77	267.11	注2

注1:2024年末,公司完成对厦门翰森达电子科技有限公司(于2025年7月9日更名为湖南松井电子油墨科技有限公司,以下简称翰森达)的收购,该公司专业从事高温烧结油墨、导电银浆的研发、生产及技术服务,产品对标福禄(Ferro)等国际知名品牌,在汽车玻璃领域具有较强的市场竞争力。依托收购协同效应,公司向该客户的销售金额同比实现大幅增长,并成功拓展客户。

注2:2026年第一季度,公司乘用汽车领域业务持续深化与比亚迪集团的合作。对客户11的销售收入实现大幅增长,产品涵盖外饰色漆、底漆、清漆及配套稀释剂等完整涂装体系,已形成稳定的规模化供货。同时,公司成功开发客户8作为新客户,2025年产品顺利完成导入并实现批量交付。此外,公司不断推进PVD涂料与工艺在汽车领域的运用,赋予汽车内饰和外观独特的美感,为客户12供应后灯装饰框等精密喷涂件产品。公司依托完整的汽车涂装解决方案能力,持续拓展比亚迪各生产基地的市场覆盖,公司在乘用车涂装材料领域的客户渗透能力进一步提升。

(2)最近两年前五大直接客户情况

序号	直接客户名称	对应终端客户	关联关系	起始合作时间	销售模式	销售金额			变化较大的原因
						2025年度	2024年度	同比变动(%)	
1	客户12	比亚迪等	无	2015年9月	直销	2,141.32	2,729.52	-21.55	注1
2	客户9	比亚迪等	无	2025年4月	直销	1,215.31	-	-	注2
3	客户11	比亚迪等	无	2024年11月	直销	1,153.64	35.96	3,108.12	注3
4	客户13	蔚氣、一汽等	无	2022年7月	直销	1,018.25	522.18	95.00	注4
5	客户7	比亚迪、北美T公司、吉利、上汽等	无	2018年1月	直销	686.77	17.99	3,717.51	注5

注1:该客户主要为比亚迪量产成熟车型配套,公司对其销售金额随相关车型出货量变动而自然波动。整体来看,2025年度及2024年度,公司对该客户均保持了较高的销售金额,整体合作稳定。

注2:该客户为公司2025年度新开拓了项目,通过产品认证后实现批量供货。

注3:该客户2024年度处于产品导入阶段,销售金额较小;2025年度随相关车型量产放量,公司供货规模大幅提升。

注4:该客户为蔚来等新能源整车厂配套的零部件供应商。报告期内,受下游整车客户相关车型销量增长带动,该客户采购需求同步扩大,公司对其销售金额相应实现大幅增长。

注5:2024年底,公司完成对翰森达的收购,其高温烧结油墨、导电银浆产品广泛应用于汽车玻璃领域,产品对标福禄(Ferro)等国际知名品牌。2025年度,依托收购带来的产品协同效应,公司向该客户的销售规模大幅提升。

3、收入确认方式及依据

公司的产品销售收入确认模式主要有两类,一类是公司将货物送至客户指定地点,按客户要求将产品交付客户,同时在约定期限内经客户对产品数量、质量与金额无异议确认后确认收入;另一类是公司将货物送至客户指定地点,按客户要求将产品交付客户,客户领用后,公司在取得客户确认的结算单时确认收入。

(二)列式高端消费电子领域高毛利项目收尾,新项目导入的具体内容及时间线

1、高端消费电子领域高毛利项目收尾情况

序号	项目名称	对应终端	应用领域	产品类别	立项时间	终端签板时间	模厂试样时间	转量产时间	量产完毕时间
1	项目00***9	荣耀	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2024年12月	2025年3月	2025年4月	2025年4月	量产中
2	项目00***2	国内H大客户	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2024年2月	2024年7月	2024年7月	2024年7月	2025年4月
3	项目00***0	荣耀	手机及配件	溶剂型外观涂料	2023年12月	2024年3月	2024年3月	2024年3月	2024年12月
4	项目00***3	国内H大客户	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2024年2月	2024年7月	2024年7月	2024年7月	2025年3月
5	项目00***0	罗技	笔电及配件	水性涂料	2020年7月	2020年8月	2020年10月	2020年10月	2025年3月
6	项目00***2	北美消费电子大客户	手机及配件	外观涂料	2018年2月	2019年4月	2019年4月	2019年4月	量产中
7	项目00***1	小米	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2023年8月	2023年9月	2023年9月	2023年9月	量产中
8	项目00***0	国内H大客户	手机及配件	溶剂型外观涂料	2024年3月	2024年7月	2024年7月	2024年8月	2025年4月
9	项目00***4	MOTO	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2022年9月	2023年11月	2023年11月	2023年11月	2025年4月
10	项目00***5	北美消费电子大客户	手机及配件	PVD涂料、溶剂型外观涂料	2018年11月	2019年2月	2019年4月	2019年4月	2025年9月

上述项目均为公司在高端消费电子领域承接的定制化涂层材料开发项目,覆盖北美消费电子大客户、国内H大客户、荣耀、小米、MOTO等主流终端品牌,产品以PVD涂料、溶剂型外观涂料为主。上述项目中,部分项目当前仍处于量产阶段,但已进入收尾减量阶段,订单量较峰值明显下降;其余项目已于2024年下半年至2025年间完成量产。2025年度,上述项目合计实现收入较2024年度减少5,612.94万元,占整体减少金额的48.41%。因此,随着上述项目陆续进入收尾减量阶段,相关收入贡献持续下降,是2025年度公司高端消费电子板块收入及毛利率承压的重要原因之一。

2、新项目导入的情况

序号	项目名称	对应终端	应用领域	产品类别	立项时间	终端签板时间	模厂试样时间	转量产时间	量产完毕时间
1	项目01***2	MOTO	手机及配件	油性UV(大类)	2025年6月	2025年8月	2026年1月	2026年2月	
2	项目00***4	Google	手机及配件	水性PU(大类)	2024年6月	2025年5月	2026年4月	2026年4月	
3	项目01***5	MOTO	手机及配件	油性UV(大类)	2025年8月	2025年10月	2026年4月	2026年4月	
4	项目01***9	小米	手机及配件	AF(大类)	2025年5月	不适用	2026年1月	2026年1月	
5	项目01***3	笔记本电脑终端	电电及配件	油性UV(大类)	2025年8月	不适用	2026年1月	2026年1月	
6	项目01***3	北美消费电子大客户	手机及配件	水性PU(大类)	2025年9月	2026年5月	2026年6月	2026年6月	
7	项目01***4	小米	手机及配件	油性UV(大类)	2026年2月	2026年4月	试样中		
8	项目01***4	国内H大客户	手机及配件	油性UV(大类)	2025年12月	2026年3月	试样中		
9	项目01***8	Nothing	手机及配件	油性UV(大类)	2025年12月	2026年1月	试样中		
10	项目01***9	MOTO	手机及配件	油性UV(大类)	2025年11月	2025年12月	试样中		

注:上表为公司目前已量产或在开发阶段的部分项目列示。

在部分项目收尾的同时,公司持续推进新项目导入工作。上表项目中,截至目前,部分项目已完成模厂试样,转入量产阶段,预计2026年内形成实质性收入贡献;其余项目当前处于模厂试样或开发阶段,有望于2026年下半年至2027年间陆续转量产。从客户结构看,新导入项目覆盖北美消费电子大客户、国内H大客户、小米、Google等国内外主流终端客户,应用领域由手机外观件向笔电配件延伸,产品品类亦涵盖水性PU、AF等高附加值品类,有助于公司在高端消费电子领域拓宽客户基础、优化产品结构。

(三)按客户列示公司乘用车领域的项目定点及对应收入情况,结合现有产能及利用率情况、下游客户对公司产品的认证过程及周期情况以及可比公司毛利率情况,说明毛利率下滑的原因,并分析是否存在进一步下滑风险

1、按客户列示公司乘用车领域的项目定点及对应收入情况

2025年度,公司乘用车领域前五大客户的项目定点及对应收入情况如下:

序号	客户名称	销售金额	项目定点情况
1	客户12	2,141.32	2015年导入,2025年定点20个项目,项目涵盖汽车车灯、装饰条等零部件及其涂料
2	客户9	1,215.31	2025年导入,2025年定点4个项目,项目涵盖汽车车灯、装饰条等零部件及其涂料
3	客户11	1,153.64	2024年导入,2025年定点4个项目,项目涵盖汽车车灯、装饰条等零部件及其涂料
4	客户13	1,018.25	2023年导入,2025年定点15个项目,项目涵盖汽车内饰中控零部件涂料
5	客户7	686.77	2018年导入,2025年定点2个项目,项目涵盖汽车后挡风钢化玻璃零部件及其涂料

2、现有产能及利用率情况、下游客户对公司产品的认证过程及周期情况以及可比公司毛利率情况

(1)现有产能及利用率情况

2025年公司乘用车涂层材料产品的设计产能为2,600吨,实际产量为1,533.47吨,产能利用率为58.98%。同期,公司乘用车领域业务实现营业收入21,569.20万元,同比增长68.68%。面对乘用车领域业务的快速增长态势,公司前瞻性地新建扩充了乘用车涂层材料产品产线。但产能释放与订单增长之间客观存在一定的时间错配,导致报告期内产能利用率偏低,厂房折旧、设备维护、人工等固定成本未能得到充分摊薄,在一定程度上抬高了单位产品的固定成本分摊。随着公司客户认证工作持续推进、项目陆续进入批量供货阶段,产能利用率预计将逐步提升,规模效应将得到更好释放。

(2)下游客户对公司产品的认证过程

公司的乘用车涂层材料产品处于汽车产业链中游,其附着力、耐候性、耐化学品性等核心功能指标直接影响下游整车厂及零部件供应商所生产的车身覆盖件、内外饰件等的外观品质、耐久性与防腐性。因此,在确定乘用车涂层材料供应商时,下游客户往往会进行非常严格的认证程序,对供应商质量管控体系、研发创新实力、技术支持能力和售后服务保障进行详尽的考察和认证,认证过程涵盖资质审核(含IATF 16949等体系认证核查)、现场考察(生产工艺、检测能力、研发实力等)、样品送检与实验室验证(附着力、耐盐雾、耐紫外老化等全项性能测试)、小批量涂装线试用验证,以及批量稳定供货评估等多个环节。整个供应链进入过程通常需1-4年,且在后续合作阶段,通常会持续对主要供应商进行考核,供应商需持续满足其相关认证要求。

(3)可比公司毛利率情况

可比公司	领域	证券代码	2025年毛利率(%)	2024年毛利率(%)
东来技术	汽车新车内外饰件、车身涂料	688129.SH	41.98	38.31
广信材料	功能涂层材料	300537.SZ	38.69	37.73
公司	乘用车领域	688157.SH	32.34	37.26

注:东来技术为其2025年年度报告中披露的“汽车新车内外饰件、车身涂料”数据,广信材料为其2025年年度报告中披露的“功能涂层材料”数据。

公司毛利率水平及变动幅度与同行业可比公司存在差异,系可比公司披露的产品分类口径与公司“乘用车领域业务”较为相近,但产品结构存在差异。

综上,公司乘用车领域业务目前仍处于成长期,产能释放与订单增长之间客观存在一定的时间错配,毛利率受规模效应、产能爬坡等因素影响,2025年毛利率有所下滑,具有合理性。随着公司客户认证工作持续推进、项目陆续进入批量供货阶段,产能利用率有望逐步提升,规模效应有望逐步显现。但毛利率的后续走势仍受下游需求、原材料价格及行业竞争等因素影响,公司已在2025年年度报告“第三节 管理层讨论与分析”之“四、风险因素”中进行了相关风险提示。

(四)结合产品收入结构及毛利贡献、在手订单以及业务拓展、原材料成本波动等情况,进一步分析一季度业绩下滑原因,是否存在持续下滑风险

1、产品收入结构及毛利贡献情况

报告期内,公司收入结构加速向乘用车领域迁移,高端消费电子领域产品出货量阶段性下滑叠加业务结构调整,对综合毛利率形成双重压制。公司产品收入结构及毛利贡献情况如下表:

项 目	2026年第一季度	2025年度	2024年度
高端消费电子领域	7,426.79	49,134.07	60,729.20
——收入占比(%)	59.62	68.04	81.46
——毛利率(%)	43.56	47.87	51.19
——毛利贡献率(%)	64.51	75.57	85.37
乘用车领域	4,957.48	21,569.20	12,787.41
——收入占比(%)	39.87	29.87	17.15
——毛利率(%)	34.79	32.34	37.26
——毛利贡献率(%)	34.39	22.41	13.08
营业收入	12,488.09	72,213.48	74,562.85
综合毛利率(%)	40.13	43.10	48.85

注:毛利贡献率=该领域毛利额/公司综合毛利额

高端消费电子领域,受下游终端品牌客户出货节奏影响,2026年第一季度该领域收入为7,426.79万元,收入占比由2025年年度的68.04%下降至本期的59.42%。尽管高端消费电子领域毛利率仍显著高于乘用车领域,且其毛利贡献率为64.51%,但绝对收入规模的下降直接导致毛利总额缩减,是本期营业利润下滑的首要原因。

乘用车领域,2026年第一季度收入4,957.48万元,同比大幅增长30.57%,收入占比由2024年的17.15%快速提升至39.67%,公司汽车战略推进成效显著。然而,受乘用车涂料应用领域与高端消费电子领域差异及规模效应、产能爬坡等因素影响,公司乘用车领域的当期毛利率为34.79%,较高端消费电子领域低约8.77个百分点,收入结构向乘用车加速倾斜对综合毛利率形成摊薄效应。

2、原材料成本波动情况

2026年第一季度,受国际地缘冲突推升国际原油价格、石化产业链成本自上而下传导,叠加国内部分化工装置集中检修减产、节后复工补库需求回升等多重因素影响,涂层材料产业链原材料价格迎来上涨行情。

公司主要原材料为树脂、溶剂、颜填料及助剂等,直接材料占主营业务成本比重超70%,采购价格与市场行情高度关联。2026年第一季度,公司原材料综合采购均价同比上涨5.16%,环比上涨22.96%。主要原材料采购品类中,银粉同比涨幅突出,色浆小幅上涨,整体采购均价承压。直接材料成本上升对一季度毛利率形成一定压制。

3、在手订单以及业务拓展情况

业务拓展方面,乘用车领域是公司第二增长曲线的核心战略,公司始终坚定推进,持续深化与比亚迪、蔚来、小米等汽车主机厂的合作。2026年第一季度,该领域实现营业收入4,957.48万元,同比大幅增长30.57%。在高端消费电子领域,随着北美消费电子大客户、MOTO、Google、小米、国内H大客户、荣耀等终端品牌项目陆续导入,公司在高端消费电子领域的量产项目数量持续增加,相关收入有望随项目落地进程回升。与此同时,公司持续通过研发投入提升产品竞争力。2026年第一季度,公司研发投入2,563.96万元,同比增长3.80%。

在手订单方面,公司采用小批量、多批次、定制化柔性生产模式,以直销模式开展业务,一般与下游客户签署固定期限框架合同约定合作权利义务,日常具体供货以即时订单为准。目前公司开发储备项目充足且梯队完备,二季度以来新增量产项目已显著提速,2026年4月公司在高端消费电子及乘用车领域共计新增量产项目57个,新增量产项目落地数量环比回升。截至2026年4月末,公司已立项在开发项目对应的预计项目总规模超过8.5亿元,但以上开发项目能否实现取决于宏观经济环境、市场情况、行业发展状况、客户项目节奏与公司业务团队的开发情况等多种因素,存在不确定性。

综上,2026年第一季度公司业绩下滑系高端消费电子领域收入阶段性下滑、产品结构调整处于过渡期以及原材料成本阶段性上涨三重因素叠加的结果,具有阶段性特征。目前公司在手储备项目充足,乘用车领域新增量产项目加速落地,高端消费电子领域客户项目持续导入,且已通过配方优化、战略采购备货、价格传导谈判等措施积极应对原材料成本压力。上述阶段性因素对经营业绩的影响有望随项目量产落地及成本压力缓解而逐步减弱,但相关改善进程仍受宏观经济环境、下游行业需求及原材料价格走势等因素影响,公司已在2025年年度报告“第三节 管理层讨论与分析”之“四、风险因素”中进行了相关风险提示。

(五)年审会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

(1)获取公司按业务板块列示的最近两年及2026年第一季度前五大直接客户及对应终端客户的销售明细;通过工商信息查询,核查公司是否与上述客户存在关联关系;查阅公司与主要客户签订的框架协议、销售合同,确认合作起始时间及销售模式;抽查大额客户的领用对账单、签收单、发票、回款记录等原始凭证;访谈公司管理层,了解主要客户销售额变动的原因;

(2)获取项目清单,核对项目名称、终端客户、产品类别、时间节点等信息的完整性;抽查重点项目的立项文件、客户签板确认记录、试样记录、转量产通知、量产完毕记录等原始资料;访谈业务负责人,了解项目收尾及新项目导入的具体时间线、交付节奏、收入确认情况,核实是否存在延迟或提前确认收入的情形;

(3)获取项目定点及收入清单,核对定点项目数量、客户名称、收入金额等;获取公司产能、实际产量数据,复核产能利用率的计算过程;从巨潮资讯上获取可比公司(东来技术、广信材料)公开披露的毛利率数据;

(4)获取公司2026年第一季度、2025年度、2024年度的分业务板块收入及毛利率数据,复核收入占比及毛利贡献计算过程;获取公司2026年第一季度主要原材料的采购明细,计算采购均价同比、环比变动,与市场行情对比;访谈公司管理层,了解在手订单及新增项目情况。

2、核查意见

经核查,年审会计师认为:

(1)公司已按业务板块列示最近两年及2026年第一季度前五大直接客户及对应终端客户;公司与上述客户不存在关联关系;公司上述客户销售金额变化较大的原因主要系下游行业需求波动、客户去库存、新老项目交替、收购协同效应及新客户量产放货等客观因素所致,与相关客户的合作关系未发生重大不利变化,不存在异常波动或潜在重大风险;

(2)公司乘用车领域2025年度毛利率下滑主要系该业务仍处于成长期,产能释放与订单增长之间存在时间错配,产能利用率偏低(58.98%),固定成本未能充分摊薄所致,具有合理性。与同行业可比公司相比,公司乘用车领域毛利率处于合理区间。随着客户认证持续推进、新项目逐步量产、产能利用率预期提升,规模效应将逐步显现,毛利率进一步大幅下滑的风险较小;

(3)公司一季度业绩下滑系高端消费电子收入阶段性下降、产品结构调整及原材料成本上涨所致,原因合理。公司在手项目储备充足,乘用车领域增长较快,已采取应对措施,业绩持续下滑风险相对较小。

问题二、关于应收账款

2023至2025年各期期末,公司应收账款余额分别为32,308.10万元、40,020.71万元、31,872.64万元,占当期营业收入的比例分别为54.78%、53.68%、44.14%,2025年,公司计提应收账款坏账准备2,629.77万元,其中单项计提坏账准备909.67万元,较去年同期151.27万元大幅增长。

请公司:(1)补充说明应收账款账面余额前五大客户的具体情况,包括余额、账龄、形成时间和事由、是否逾期、期后回款情况;(2)补充单项计提坏账准备的欠款形成背景、账龄、欠款方财务状况、公司采取的催款措施和效果,结合回款情况及客户支付能力等情况,说明形成客户应收账款的相关收入确认是否符合《企业会计准则》的相关规定。

请年审会计师对上述问题发表明确意见。

【回复】

(一)补充说明应收账款账面余额前五大客户的具体情况,包括余额、账龄、形成时间和事由、是否逾期、期后回款情况

序号	客户名称	账面余额	账龄	形成时间	形成事由	客户信用期	逾期金额[注1]	期后回款金额[注2]	回款比例(%)
1	客户1	2,629.28	1年以内	2025年9-12月	产品销售	票到90天	-	2,629.28	100.00
2	客户6	1,656.18	1年以内	2025年4-12月	产品销售	票到90天	1,100.75	1,636.23	92.76
3	客户2	1,596.22	1年以内	2025年9-12月	产品销售	票到120天	-	1,596.22	100.00
4	客户5	1,173.89	1年以内	2025年9-12月	产品销售	票到120天	-	1,173.89	100.00
5	客户4	1,054.43	1年以内	2025年6-12月	产品销售	票到90天	428.28	1,054.43	100.00
合计		8,110.00					1,529.03	7,990.06	98.52

注1:此处列示的逾期金额,系公司前五大客户截至2025年12月31日的应收账款中已逾期的款项。

注2:公司期后回款统计期间为2026年1月1日至2026年5月31日。截至2026年5月31日,公司上述期间内累计收回款项中,以商业承兑汇票形式回款的金额合计为2,590.67万元。

从上表可以看出,公司应收账款账面余额前五大客户截至2025年末应收账款的期后回款比例分别为100.00%、92.76%、100.00%、100.00%和100.00%,回款比例较高,回款情况较好。部分客户未在信用期内回款,主要受项目进展、客户资金安排、付款审批流程等影响,应收账款回款情况符合客户实际经营情况,总体上客户质量较好,具有较高的信用度。

(二)补充单项计提坏账准备的欠款形成背景、账龄、欠款方财务状况、公司采取的催款措施和效果,结合回款情况及客户支付能力等情况,说明形成客户应收账款的相关收入确认是否符合《企业会计准则》的相关规定

1、单项计提坏账准备的欠款形成背景、账龄、欠款方财务状况、公司采取的催款措施和效果

截至2025年12月31日,公司单项计提坏账准备的应收账款情况如下:

序号	客户名称	账面余额	账龄	形成背景
1	东莞市旺鑫精密工业有限公司	649.41	1-2年	产品销售
2	本特技术(盐城)有限公司	175.61	1-2年	产品销售
3	其他	84.68	3年以上	产品销售
合计		909.67		

(1)东莞市旺鑫精密工业有限公司

截至2025年末,公司对该客户的应收账款账龄为1-2年,逾期时间超过1年。公司对该客户的欠款持续与客户进行沟通协商,向其正式发送了履约催告函,并由专人负责催收,启动了法律程序。经了解,该客户已被列为经营异常名录,为被执行人。基于公司对其多次催收无果、报告期内无实际回款且无明确可行的还款计划,公司预计难以收回该项目款,故对其按单项计提的方式计提了100%的减值准备。

(2)本炜技术(盐城)有限公司

截至2025年末,公司对该客户的应收账款账龄为1-2年,逾期时间超过1年。公司对于该客户的欠款持续与客户进行沟通协商,向其正式发送履约催告函,并由专人负责催收,启动了法律程序。经了解,该客户已被列为失信被执行人。基于公司对其多次催收无果、报告期内无实际回款且无明确可行的还款计划,公司预计难以收回该项目款,故基于谨慎性原则对其按单项计提的方式计提了100%的减值准备。

2、形成客户应收账款的相关收入确认符合企业会计准则的相关规定

根据《企业会计准则第14号—收入》的相关规定,公司对上述客户的销售均属于在某一时点履行的履约义务。公司已在销售发生当期,依据销售送货回签单确认收入。对照销售当期的销售订单、销售发票、送货单签收回单、对账单等支持性文件,确认相关交易真实发生,客户已签收确认,即在客户签收货物时点已将商品控制权转移给客户。上述应收账款所对应的收入确认符合企业会计准则的相关规定。

(三)年审会计师核查程序及核查意见

1、核查程序

(1)获取公司应收账款明细表及账龄分析表,核查前五大客户的应收账款余额、账龄分布、形成时间及交易事由;获取相关销售合同、销售订单、送货单签收回单、销售发票及对账单,核实交易的真实性及收入确认时点的准确性;检查合同约定的信用期,结合应收账款账龄判断是否逾期;获取期后回款明细及银行回单,统计期后回款情况;通过公开渠道查询相关客户的工商信息、经营状况及信用记录,评估其资信状况及支付能力;

(2)针对单项计提坏账准备的客户,年审会计师还获取并审阅了《货款偿还协议》及法律催收文件,了解欠款形成背景、催款措施及法律诉讼进展,访谈管理层了解客户回款困难的具体原因,并复核了单项坏账准备计提的充分性。

2、核查意见

经核查,年审会计师认为:

(1)公司前五大客户应收账款余额形成事由均为正常销售业务,部分客户未在信用期内回款,主要受项目进展、客户资金安排、付款审批流程等影响,期后回款比例较高,回款情况较好;

(2)单项计提坏账准备的客户相关收入确认以销售送货回签单为依据,在客户签收时点控制权已转移,收入确认符合准则规定,后续出现的回款逾期及支付能力恶化属于信用风险事件的后续演变,不影响收入确认时点的判断。

问题三、关于存货

年报显示,报告期末,公司的存货账面余额为14,553.37万元,同比增长8.54%;计提存货跌价损失及合同履约成本减值损失1,383.91万元,较去年同期355.61万元大幅增长。其中发出商品账面余额4,317.26万元,计提存货减值损失1,008.14万元。

请公司:(1)按业务板块分别列示存货构成,结合产品的备货周期,在手订单情况,说明报告期内存货变动与营业收入变动不一致的原因;(2)列示发出商品明细,包括但不限于产品内容、客户名称、金额、发出时间、验收及收款安排、公司管理方式以及盘点情况,说明发出商品占比较高及计提减值损失大幅增长的原因及合理性;(3)补充说明库存商品对应终端产品具体情况,结合终端产品下游需求、在手订单覆盖情况,说明库存商品是否存在滞销风险,减值计提是否充分。

请年审会计师对上述问题发表明确意见。

【回复】

(一)按业务板块分别列示存货构成,结合产品的备货周期,在手订单情况,说明报告期内存货变动与营业收入变动不一致的原因

业务板块	存货金额		同比变动(%)	销售金额		同比变动(%)	变动不一致的原因
	2025年末	2024年末		2025年度	2024年度		
高端消费电子领域	8,042.91	8,542.32	-5.85	49,134.07	60,729.20	-19.09	不适用
乘用车领域	3,203.72	3,286.75	-2.53	21,569.20	12,787.41	68.68	注1
特种装备领域	3,306.73	1,579.43	109.36	106.31	2.75	3,765.82	注2
营业收入				72,213.48	74,562.85	-3.15	

注1:报告期内,公司乘用车领域业务保持快速增长态势,同比大幅增长68.68%,存货同比微降2.53%。主要原因在于:一方面,公司乘用车领域客户资源持续拓展,新客户及新项目加速放量,订单饱满带动销售收入大幅提升;另一方面,乘用车领域产品以客户订单驱动生产为主,计划性高,备货周期短、产销节拍紧密,收入的高速增长主要依靠产能利用率提升和出货效率提高实现,而非依赖库存消耗;此外,随着业务规模扩大,公司供应链协同能力不断增强,原材料采购与生产节拍匹配度持续提升,存货周转效率显著改善,在收入大幅增长的同时实现了库存的精益管控。综上,乘用车领域存货变动与收入变动不一致,系公司业务高速增长叠加库存管理效率提升的综合结果,存货结构正常,亦充分体现了公司在乘用车领域的良好发展前景。

注2:特种装备业务领域的存货主要由发出商品构成,具体情况详见本问询函回复三(二)之分析。

(二)列示发出商品明细,包括但不限于产品内容、客户名称、金额、发出时间、验收及收款安排、公司管理方式以及盘点情况,说明发出商品占比较高及计提减值损失大幅增长的原因及合理性

1、发出商品明细

本报告期末,公司发出商品账面分产品内容列示主要客户明细如下:

| 产品内容 | 金额 | 客户名称 | 发出时间 | 验收安排 | 收款安排 |