证券代码:603803　证券简称:瑞斯康达　公告编号:2026-019

瑞斯康达科技发展股份有限公司关于2025年年度报告信息披露监管问询函回复的公告

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

瑞斯康达科技发展股份有限公司(以下简称“瑞斯康达”或“公司”)于近日收到上海证券交易所《关于瑞斯康达科技发展股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函[2026]0902号,以下简称“问询函”)。公司收到问询函后高度重视,并立即组织相关人员与天健会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“年审会计师”)对问询函中需要说明的事项进行了逐项核查落实,现就有关事项回复如下:

问题一、关于营业收入

公司2025年实现营业收入12.32亿元,同比下降10.90%,已连续三年下滑。第四季度实现营业收入3.86亿元,占全年收入31.33%。细分产品方面,宽带网络类产品收入为2.39亿元,同比下滑38.88%;软件产品收入为1.95亿元、上升21.30%,但成本同比下滑66.93%,且根据前期信息披露,公司软件产品均与公司主要硬件产品共同销售并产生协同效应。地区分布方面,海外收入为2.08亿元,毛利率为49.62%。在收入确认方面,公司存在签收、客户实际投入使用等收入确认方式。

请公司补充披露:(1)结合运营商的固定资产开支、下游政企客户的需求变化、海外市场的拓展以及同行业可比公司收入波动等,分析公司收入持续下滑的原因、期末在手订单情况,以及相关应对措施;结合客户构成等,分析宽带网络产品收入大幅下滑的原因及趋势;(2)按照合并口径说明收入的前五大客户、近3年销售金额占比、应收账款及期后回款情况,销售的产品种类,并就相关收入变动进行具体分析;(3)结合前期季节性分布情况,分析第四季度收入占比本年度有所提高的原因,对应的主要客户、金额及占比、收入确认时点及方法,是否存在提前确认收入的情况;(4)软件产品收入波动与公司营业收入变化不匹配的原因,并结合软件搭载方式或者匹配关系进行针对性的分析;量化分析在收入上升的情况下,成本大幅下滑的合理性;(5)海外收入的主要客户、近3年的销售金额及占比、销售方式、开始合作的时间、毛利率、期末应收账款及期后回款,并就收入波动进行分析;(6)公司各类收入确认方式对应的收入金额及占比、对应的主要客户和确认金额,公司判断适用不同收入确认方法的具体依据及其执行的一致性。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)结合运营商的固定资产开支、下游政企客户的需求变化、海外市场的拓展以及同行业可比公司收入波动等,分析公司收入持续下滑的原因、期末在手订单情况,以及相关应对措施;结合客户构成等,分析宽带网络产品收入大幅下滑的原因及趋势。

1、近三年公司各细分市场营业收入变动情况

公司战略规划在市场拓展方面,坚持运营商市场、政企业务市场和国际业务市场三点支撑、协同发展的经营策略,近三年具体收入变动情况如下:

(1)近三年按细分业务市场划分收入变动情况:

单位:万元

细分业务市场	2025年收入	同比变动	2024年收入	同比变动	2023年收入
运营商业务市场	76,887.97	-14.64%	90,077.42	-27.53	124,291.68
政企业务市场	25,449.23	-9.13%	28,005.93	35.38	20,686.66
国际业务市场	20,821.77	3.35%	20,146.44	14.29	17,628.19
合 计	123,158.97	-10.90%	138,229.79	-14.99	162,606.52

(2)近三年运营商业务市场按产品类别划分收入变动情况:

单位:万元

产品类别	2025年收入	同比变动	2024年收入	同比变动	2023年收入
传输	39,068.83	6.78%	36,588.71	-23.33%	47,720.88
宽网	23,334.01	-38.83%	38,148.96	-36.71%	60,274.28
数通	6,732.14	0.40%	6,705.40	95.63%	3,427.63
其他	7,752.99	-10.21%	8,634.35	-32.91%	12,868.89
合 计	76,887.97	-14.64%	90,077.42	-27.53%	124,291.68

2、近三年国内三大运营商资本开支变动情况

公司名称	2025年	同比变动	2024年	同比变动	2023年
中国移动	1,509	-8%	1,640	-9%	1,803
中国电信	804	-14%	935	-5%	988
中国联通	542	-12%	614	-17%	739
合 计	2,855	-11%	3,189	-10%	3,530

单位:亿元

3、同行业可比公司近三年收入变动情况

单位:万元

公司名称	2025年		2024年		2023年	
	营业收入	同比变动	营业收入	同比变动	营业收入	同比变动
烽火通信	2,491,855.45	-12.72%	2,854,883.09	-8.29%	3,112,957.43	0.68%
中兴通讯	13,389,546.00	10.38%	12,129,875.20	-2.38%	12,425,087.80	1.05%
东土科技	98,009.79	-4.77%	102,913.75	-11.52%	116,306.86	5.28%
平治信息	100,841.96	-30.11%	144,294.73	-24.48%	191,058.40	-46.28%
天邑股份	122,610.66	-30.62%	176,731.38	-30.81%	255,442.85	-14.64%
行业平均		-13.57%		-15.49%		-10.78%
瑞斯康达	123,158.97	-10.90%	138,229.79	-14.99%	162,606.52	-24.57%

4、公司收入持续下滑的原因分析及相关应对措施

(1)由上表1可见,公司运营商市场收入特别是宽带网络相关的传统终端类产品收入大幅下滑,是导致营业总收入下滑的主要原因。虽然公司营业总收入持续下滑,但业务结构呈现显著分化。面对国内市场挑战,公司主动调整战略重心,集中资源大力拓展海外市场和政企业务市场,推动相关业务实现稳定增长,逐渐形成运营商业务与国际业务及政企业务协同支撑公司战略发展的局面。

(2)由于公司运营商市场的主要客户是以中国移动、中国电信及中国联通为主的国内通信运营商,因此公司的生产销售情况受其投资采购计划影响较大。由上表2可见,近年来三大运营商资本开支绝对金额持续压缩,投资重心结构性调整趋势明显,即将投资预算资源由传统的基础网络建设逐渐向算力网络、人工智能及网络安全等领域倾斜。随着5G网络建设已接近尾声,运营商政企业务的网络预部署阶段基本完成,其在固网接入、政企专网、移动回传等传统网络建设领域方面的投资预算收缩明显,相关传统通信设备产品及服务的市场需求出现阶段性收缩,使得公司相关产品在投资计划、集采规模、中标价格等方面受到直接冲击,进而导致公司在运营商市场的营业收入出现连续下滑的情况。

此外,公司在适配运营商“第二增长曲线”投资重心相关的数据中心交换机、DCI-BOX、量子OTN和FTTR等创新技术及产品,限于研发、测试及推广周期影响,报告期内尚未形成规模业绩贡献,未能有效对冲传统宽网终端业务收入的下滑。

(3)由上表3可见,以国内运营商市场业务为主的可比公司近三年营业收入均呈不同程度的下滑趋势,其中以宽带网络传统终端类产品业务为主的公司收入下降幅度更为明显。因此公司营业收入的变动情况与运营商的资本开支规模和结构变化趋势相一致,且与上述可比公司营业收入的变动均值不存在较大差异。

(4)在运营商传统业务放缓的背景下,为主动应对产业环境变化,顺应智算网络建设趋势,公司正加速从“连接”向“连接+智算”方向进行战略升级,期望利用公司在全光网和数通方向的技术融合优势,在运营商新基建、行业数字化和海外扩张中寻找新的增长点。

在产品研发方面,公司主动调减竞争激烈且盈利水平较低的宽带终端类产品投入,积极引入OSU、P2MP、LAP、量子等新技术因子,丰富入算锚点接入场景,响应城域毫秒用算专项行动新商机,满足运营商从“连接优先”向“算力优先”的演进需求。关注AIDC基础底座,巩固分组2.0及DCI-BOX核心技术领先地位,围绕“DCA+DCI+DCN”智算联网架构,推动算间大颗粒调度(DCI-BOX)及数据中心交换机等产品的试点应用,全力跟进运营商集采及规模应用。

在市场拓展方面,公司将通过技术创新、模式创新和生态合作等方式,积极引导和扩大运营商集团一采、省市二采等协议框架份额,在确保运营商市场传统业务稳步发展的基础上,着力拓展国际业务市场和政企业务市场以及运营商数字化等创新业务。通过三大市场的稳定健康协同发展,进而有效化解对单一客户及单一市场的过度依赖。

5、结合客户构成等,分析宽带网络产品收入大幅下滑的原因及趋势

客户分类	2025年	2024年	2023年
中国移动	13,932.22	20,555.06	31,379.51
中国电信	4,829.53	13,470.34	19,167.37
中国联通	3,518.31	2,827.50	3,719.44
广电	1,053.95	1,296.05	6,007.96
国际	558.28	947.15	3,091.58
其他	33.35	51.50	3,137.92
合 计	23,925.64	39,147.60	66,503.78

(1)宽带网络产品按客户分类的销售情况如下:

单位:万元

(2)可比公司收入变动情况:

单位:万元

公司名称	2025年		2024年		2023年	
	营业收入	变动比例	营业收入	变动比例	营业收入	变动比例
平治信息	100,841.96	-30.11%	144,294.73	-24.48%	191,058.40	-46.28%
天邑股份	122,610.66	-30.62%	176,731.38	-30.81%	255,442.85	-14.64%
行业平均		-30.37%		-27.64%		-30.46%
瑞斯康达(宽网收入)	23,925.64	-38.88%	39,147.60	-41.13%	66,503.78	-26.94%

(3)宽带网络产品收入大幅下滑的原因:

①疫情期间激增的远程办公、在线教育和居家生活需求,促使各运营商为快速抢占市场进行了大规模的“超额订购”,提前透支了大量终端设备的后续采购空间。随着疫情平稳用户需求迅速回落,行业不得不被迫面对前期过度备货压力,陷入漫长的“库存消化”与“接单递延”调整期,新增采购订单显著萎缩,进而造成了普遍性的行业收入下降。

②随着5G网络建设已接近尾声,近年来三大运营商资本开支绝对金额持续压缩,投资重心结构性调整趋势明显,即将投资预算资源由传统基础网络建设逐渐向算力网络、人工智能及网络安全等领域倾斜。随着5G网络建设已接近尾声,运营商政企业务的网络预部署阶段基本完成,其在固网接入、政企专网、移动回传等传统网络建设领域方面的投资预算收缩明显,相关传统通信设备产品及服务的市场需求出现阶段性收缩,使得公司相关产品在投资计划、集采规模、中标价格等方面受到直接冲击,进而导致公司在运营商市场的营业收入出现连续下滑的情况。

③近两年,随着存储芯片等核心元器件受AI及算力需求集中爆发,导致相关产能及供需关系严重失衡,进而采购成本大幅上涨。宽网终端类产品因单价低、批量大受冲击更为明显,甚至出现了普遍性的成本倒挂,公司的部分在手订单也被迫延后交付或者被动放弃。

④宽带终端设备正处于技术更新迭代的关键窗口期,其中千兆(10GPON)成为标配、FTTR全光网快速普及、WiFi 6/7变为主流、万兆(50GPON)开始试点。鉴于目前宽带终端产品尚处技术迭代的新旧交替期,技术的成熟度和应用的普遍性仍需验证和普及,因此运营商的集采规模目前尚未完全放量。

(二)按照合并口径说明收入的前五大客户、近3年销售金额占比、应收账款及期后回款情况,销售的产品种类,并就相关收入变动进行具体分析。

1、公司近三年前五大客户按销售产品类别的营业收入及占比情况

(1)2023年度公司前五大客户销售金额及占比情况:

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	收入占比
中国移动通信集团有限公司	传输	10,160.50	6.25%
	宽网	31,379.51	19.30%
	数通	107.92	0.07%
	其他	4,270.50	2.63%
小计		45,918.43	28.24%
中国电信集团有限公司	传输	20,402.11	12.55%
	宽网	19,167.37	11.79%
	数通	682.76	0.42%
	其他	4,213.15	2.59%
小计		44,465.39	27.35%
中国联合网络通信有限公司	传输	15,121.25	9.30%
	宽网	3,719.44	2.29%
	其他	622.32	0.38%
	数通	1,399.97	0.86%
小计		20,862.98	12.83%
北京新时代环球进出口有限公司	传输	2,535.39	1.56%
	宽网	0.17	0.00%
	其他	105.13	0.06%
小计		2,640.69	1.62%
A客户	传输	2,031.01	1.25%
	宽网	15.86	0.01%
	数通	279.17	0.17%
	其他	0.2	0.00%
小计		2,326.24	1.43%
合 计		116,213.73	71.47%

(2)2024年度公司前五大客户销售金额及占比情况:

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	收入占比
中国移动通信集团有限公司	传输	4,812.21	3.48%
	宽网	20,555.06	14.87%
	数通	589.21	0.43%
	其他	4,170.42	3.02%
小计		30,126.90	21.79%
中国电信集团有限公司	传输	13,648.34	9.87%
	宽网	13,470.34	9.74%
	数通	1,255.05	0.91%
	其他	1,639.15	1.19%
小计		30,012.88	21.71%
中国联合网络通信有限公司	传输	15,804.13	11.43%
	宽网	2,827.50	2.05%
	数通	2,296.81	1.65%
	其他	921.58	0.67%
小计		21,840.02	15.80%
客户三	传输	6,092.02	4.41%
	数通	664.74	0.48%
小计		6,756.76	4.89%
中国船舶集团有限公司系统工程研究院	其他	4,711.91	3.41%
小计		4,711.91	3.41%
合 计		93,448.47	67.60%

(3)2025年度公司前五大客户销售金额及占比情况:

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	收入占比
中国联合网络通信有限公司	传输	21,112.67	17.14%
	宽网	3,518.31	2.86%
	数通	3,045.83	2.47%
	其他	935.69	0.76%
小计		28,612.50	23.23%
中国移动通信集团有限公司	传输	7,193.71	5.84%
	宽网	13,932.22	11.31%
	数通	598.77	0.49%
	其他	3,890.61	3.16%
小计		25,615.31	20.80%
中国电信集团有限公司	传输	9,851.54	8.00%
	宽网	4,829.53	3.92%
	数通	727.68	0.59%
	其他	1,184.77	0.96%
小计		16,593.52	13.47%
客户三	传输	4,500.98	3.65%
	数通	1,090.92	0.89%
小计		5,591.90	4.54%
C客户	传输	3,566.38	2.90%
	数通	110.76	0.09%
	其他	0.78	0.00%
小计		3,677.92	2.99%
合 计		80,091.15	65.03%

2、应收账款及期后回款情况

单位:万元

客户	2025年末应收账款余额	2025年末应收总额占比	截至2026年6月末的期后回款金额	期后回款占比
中国联合网络通信有限公司	17,933.61	26.03%	8,084.40	45.08%
中国移动通信集团有限公司	9,763.95	14.17%	4,876.71	49.95%
中国电信集团有限公司	7,538.26	10.94%	3,880.73	51.48%
客户三	1,517.10	2.20%	1,250.99	82.46%
C客户	1,491.37	2.16%	1,491.37	100.00%
合 计	38,244.29	55.50%	19,584.20	51.21%

由上表可见,国内三大运营商长期稳居公司前三大客户,运营商市场自公司创立之初即为公司的核心目标市场。近年来,受运营商资本开支缩减及投资建设方向调整的影响,作为传统主力市场的运营商业务收入占比、特别是与传统宽带网络业务相关的终端类产品收入大幅下降,进而导致公司总体营收的持续下滑。面对传统通信市场进入存量周期的现实,公司提出全新战略引领:公司紧密跟随运营商投资方向的变化,积极切入行业数字化与智能化新赛道,持续创新合作模式,加速产品技术迭代升级。在巩固运营商市场份额的基础上,加快拓展政企业务和国际业务,加速构建“国内运营商市场、政企市场、海外市场”协同发展的业务格局。报告期内,在传统终端产品收入持续收缩的背景下,海外市场实现逆势增长且占比提升,为公司转型发展提供了有力支撑。

(三)结合前期季节性分布情况,分析第四季度收入占比本年度有所提高的原因,对应的主要客户、金额及占比、收入确认时点及方法,是否存在提前确认收入的情况。

1、公司及同行业可比公司近五年分季度收入情况

(1)公司近五年分季度收入情况:

单位:万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2021年收入金额	34,544.05	44,751.25	53,228.59	52,793.86
收入占比	18.64%	24.15%	28.72%	28.49%
2022年收入金额	43,021.27	53,559.36	49,126.16	69,873.10
收入占比	19.96%	24.84%	22.79%	32.41%
2023年收入金额	30,993.48	46,127.65	36,565.17	48,920.22
收入占比	19.06%	28.37%	22.49%	30.09%
2024年收入金额	38,441.72	34,372.91	30,202.23	35,212.93
收入占比	27.81%	24.87%	21.85%	25.47%
2025年收入金额	25,031.03	28,859.18	30,709.36	38,559.40
收入占比	20.32%	23.43%	24.93%	31.31%
收入占比均值	21.16%	25.13%	24.16%	29.55%

(2)可比上市公司近五年分季度收入及占比情况:

单位:万元

公司名称	近五年一季度收入占比均值	近五年二季度收入占比均值	近五年三季度收入占比均值	近五年四季度收入占比均值
烽火通信	16.01%	30.36%	24.65%	28.97%
中兴通讯	23.78%	25.98%	24.18%	26.05%
东土科技	13.99%	22.80%	17.96%	45.25%
平治股份	31.41%	25.08%	27.13%	16.38%
天邑股份	27.20%	25.98%	24.93%	21.88%
行业均值	22.48%	26.04%	23.77%	27.71%
瑞斯康达	21.16%	25.13%	24.16%	29.55%

综上可知,公司2025年第四季度收入占比与公司历史数据以及同行业可比公司的四季度收入占比均值数据相比,均不存在较大差异。

2、公司本年度第四季度收入占比有所提高的具体原因

2025年第四季度收入占比有所提高,主要受公司当年中标框架结构和订单交付时间的阶段性变化以及行业结算惯例等因素影响,具体如下:

(1)运营商中标框架结构变化,部分订单集中在第四季度落地执行

公司运营商业务主要依托集团一级采购框架开展合作,订单多在每年7-8月下达。但是近些年来一级集采的竞争格局也愈发激烈,为了缓解运营商集团一级采购框架不足的压力,公司持续引导多地省份办事处积极推动省市的二级和三级集采模式。2025年9月起,公司陆续与吉林联通、新疆移动、陕西电信等客户签订了多项大额二级采购框架协议,且相关订单均在10月及以后正式启动执行,进而对第四季度收入形成了一定贡献。

(2)受行业结算特征影响,年末集中开展项目验收工作

运营商客户的采购一般遵守较为严格的预算管理制度,通常在每年第一季度确定投资计划,后经严格的审批程序,年度资本开支主要集中在第三、四季度,且普遍选择在季度末、年末集中开展项目验收工作,因此相关供应商收入也具有一定的季节性。

(3)此外,结合季度收入同期对比数据来看,公司2025年度整体收入虽较上年有所下滑,但是自第二季度起各季度收入均呈现环比增长的趋势,这也与公司内部强化预算管理、过程控制、组织考核、责任到人等综合管理举措密切相关。

3、本年度四季度对应的主要客户、销售金额及占比、收入确认时点及方法

单位:万元

序号	客户名称	全年确认收入	四季度确认收入	占全年收入比重	占四季度收入比重	收入确认时点及方法
1	中国移动通信集团有限公司	25,615.31	7,082.70	5.75%	18.37%	产品及工程项目收入:验收与结算单孰晚,按时点确认收入; 服务收入:按履约进度,时段法确认收入
2	中国联合网络通信有限公司	28,612.50	6,850.96	5.56%	17.77%	产品及工程项目收入:验收与结算单孰晚,按时点确认收入; 服务收入:按履约进度,时段法确认收入
3	中国电信集团有限公司	16,593.52	5,145.79	4.18%	13.35%	产品及工程项目收入:验收与结算单孰晚,按时点确认收入; 服务收入:按履约进度,时段法确认收入
4	客户三	5,591.90	2,521.29	2.05%	6.54%	签收时间和双方正式签署结算合同(订单)的时间孰晚确认收入,按时点确认收入
5	B客户	2,714.89	1,892.35	1.54%	4.91%	办妥报关手续,时点法确认收入
合 计		79,128.12	23,493.09	19.08%	60.94%	

由上表可见,公司2025年第四季度的收入确认在适用会计政策、确认依据、实物流与账务匹配、订单与商业实质和跨期核查等各个方面均保持了一贯性,具体情况如下:

(1)会计政策保持一贯性。2025年第四季度收入的确认时点、判断标准、会计方法与当年及以前年度各季度完全一致,不存在人为调整收入确认政策和确认节点的情形。

(2)收入确认依据充分完整。2025年第四季度收入的确认,均对应完整的销售合同、发货单、物流单据、客户签收单及验收单、对账结算单等原始凭证,控制权转移依据充分,单据发生日期均在2025年第四季度区间内。

(3)实物流与账务匹配。对应商品及服务均在四季度完成交付、安装或验收,货物实物流、业务节点与账务确认期间匹配,不存在第四季度提前确认下一会计期间订单、未发货、未验收即做账的情形。

(4)订单与商业实质真实。第四季度新增及大额订单均具备正式合同、订单协议,系客户真实采购需求,采购规模、交付节奏符合双方约定及行业惯例,无虚构订单、人为调节入账期间的行为。

(5)跨期核查结论。公司对四季度未临近结账日的订单、发货、验收记录选取特定客户进行专项核查,不存在年末集中开票、提前确认收入的情形。

综上,公司2025年第四季度收入确认严格执行既定会计政策,依据充分、业务真实,不存在提前确认收入的情形。

(四)软件产品收入波动与公司营业收入变化不匹配的原因,并结合软件搭载方式或者匹配关系进行针对性的分析;量化分析在收入上升的情况下,成本大幅下滑的合理性。

1、按软件匹配关系统计软件收入情况

单位:万元

产品分类	2025年收入	其中软件收入	2024年收入	其中软件收入
传输	62,480.35	15,684.06	59,717.33	13,694.83
宽网	23,925.64		39,185.51	37.91
数通	23,269.49	2,871.51	20,415.35	1,977.41
无线	5,896.34	482.35	3,876.34	18.66
云网	502.81	502.81	380.37	380.37
其他	7,084.34		14,654.88	
合计	123,158.97	19,540.73	138,229.79	16,109.18

公司软件产品全部为自主研发,分为嵌入式软件和应用软件两大类。其中,嵌入式软件主要搭载在非终端类的接入层设备上;应用软件应用于客户端的网管平台,用于客户对所有设备进行统一管控。

2025年度,公司整体收入下滑主要源于传统终端产品收入的下降,而其他产品系列均处于增长状态。由于终端类设备通常不含嵌入式软件,其收入下滑并未直接拖累软件业务;相反,受益于接入层等非终端产品的增长,嵌入式软件收入随之提升,叠加应用软件的增长,公司软件产品整体实现同比增长,这一变化也与公司整体收入结构的变化趋势相匹配。

2、量化分析在收入上升的情况下,成本大幅下滑的合理性

近年来,运营商主导的自智网络架构从中心化向“云—边—端”三级协同转型,其核心竞争力也从硬件性能扩展到软件定义、开放接口与协同开发的能力,该转变要求设备厂商的角色逐渐从硬件供应商向解决方案提供商转变。为了快速响应客户需求,公司加大了对软件产品技术更新迭代的研发力度。同时公司也在通过优化供应链管理等综合方式降低采购成本,减少原材料价格上涨或产品价格下降带来的不利影响。

(1)2024年-2025年软件产品成本情况如下:

软件分类	2025年			2024年		
	直接材料	直接人工	制造费用	直接材料	直接人工	制造费用
嵌入式软件	116.01	153.06	47.93	650.92	92.38	17.53
应用软件	39.35			293.82		
总计	155.36	153.06	47.93	944.74	92.38	17.53

公司软件产品全部为自主研发的嵌入式软件及应用软件,软件研发过程产生的研发费用主要为研发人员的人工成本,此部分支出已在发生时直接记入当期费用。而在实际生产过程中,嵌入式软件成本主要为嵌入公司硬件产品协同销售时Flash芯片载体的成本;应用软件成本主要包含为了运行网管软件而配套提供的网管服务器成本。软件成本中,2025年同比2024年降幅较大的为直接材料成本,降幅达83.56%。成本差异具体情况如下:

①嵌入式软件直接材料成本差异原因:

单位:万台、万元

芯片	2025年			2024年	
	使用数量	材料成本	降幅	使用数量	材料成本
载体一	7.48	53.11	-43.80%	6.27	94.50
载体二	2.39	8.20	-48.67%	2.26	15.97
载体三	4.54	28.27	-91.91%	9.03	349.53
载体四	0.09	2.39	-98.17%	2.30	130.59
载体五	3.02	24.05	-60.14%	4.13	60.33
合计	17.53	116.01	-82.18%	23.99	650.92

嵌入式软件配套成本核心为承载软件的光器件等硬件载体物料,本期材料成本较上年同期减少534.91万元,主要原因为:

1)技术集成化升级,大幅节约光器件等原材料耗用

公司持续推进硬件研发优化与技术路线升级,采用SoC单芯片集成方案,将多类功能整合至单一芯片。一方面压缩产品开发及整体制造成本,另一方面依托高性能硬件释放算力,简化软件编程逻辑,直接减少嵌入式软件配套所需搭载的光器件、板卡、电子元器件用量。硬件集成度提升从根源降低单位产品原材料消耗,是本期直接材料大幅下降的核心内因。

2)全链路供应链精益管控,持续控制原材料采购单价、减少无效备货成本

公司打通营销、生产、计划、采购数据壁垒,搭建购产销实时联动预测体系,规避零散、紧急临时采购带来的溢价成本;建立核心战略供应商长期合作机制,锁定稳定供货资源;针对关键原材料推行比价+公开招标采购模式,动态考核筛选优化供应商结构,通过集中规模化采购提升议价权,有效对冲原材料价格波动和降低采购成本。

②应用软件直接材料成本差异原因:

单位:万元

产品名称	2024直接材料成本	2025年直接材料成本
软件一	92.92	
软件二	2.63	
软件三	173.39	32.18
软件四	24.90	7.17
合计	293.84	39.35

2025年公司调整产品市场推广与交付策略,弱化应用软件产品对自带配套硬件的强绑定,主推云部署、私有化部署、混合部署模式,缩减传统本地化服务器硬件配套销售方案,与本期应用软件直接材料成本大幅下降形成高度匹配,具体分析如下:

1)业务模式转型从源头控制硬件物料耗用

此前应用软件业务需配套大量CPU服务器等硬件物料,形成大额直接材料支出。2025年公司转变经营思路,弱化硬件捆绑销售,引导客户重点关注软件功能、配套服务与方案灵活度,减少本地化服务器成套交付,硬件配套出货规模显著收缩。推动本期应用软件直接材料成本同比减少254.49万。

2)多部署方案并行,持续压降整体销售与生产综合成本

公司通过清晰的分层技术路线及配套运维服务,可适配不同客户场景需求。云化、轻量化交付模式无需同步配套大量硬件物料生产、仓储及运输,减少原材料采购、生产加工环节投入,大幅压缩软件产品全链条销售成本;同时减少定制化硬件库存备货,规避呆滞物料减值风险,进一步优化成本结构。

综上所示,本期软件产品成本变动呈现原材料大幅压降、人工及制造费用小幅上行的特征。直接材料下降是公司技术集成升级降本、供应链集中管控控价及产品市场推广与交付策略共同作用的成果,体现产品核心竞争力持续提升;直接人工、制造费用小幅增长为新产品研发、生产工艺升级带来的合理配套投入,整体成本优化成效显著,单位产品综合生产成本较上年同期明显改善。

(五)海外收入的主要客户、近3年的销售金额及占比、销售方式、开始合作的时间、毛利率、期末应收账款及期后回款,并就收入波动进行分析。

1、2023年海外主要客户的销售金额及占比、销售方式、开始合作的时间、毛利率、期末应收账款及期后回款情况

单位:万元

客户名称	2023年收入	占境外收入比	毛利率	销售方式	开始合作时间	期末应收账款	截至2026年6月底回款
A客户	2,326.24	13.20%	55.38%	经销	2014年	279.13	279.13
B客户	2,136.08	12.12%	35.15%	经销	2011年	451.51	451.51
C客户	1,118.68	6.35%	64.25%	经销	2018年	678.96	678.96
D客户	737.09	4.18%	32.61%	经销	2015年		
E客户	715.13	4.06%	54.18%	经销	2015年	364.17	364.17
合计	7,033.22	39.91%	48.14%			1,773.77	1,773.77

2、2024年海外主要客户的销售金额及占比、销售方式、开始合作的时间、毛利率、期末应收账款及期后回款情况

单位:万元

客户名称	2024年收入	占境外收入比	毛利率	销售方式	开始合作时间	期末应收账款	截至2026年6月底回款
C客户	3,070.96	15.24%	61.13%	经销	2018年	2,299.09	2,299.09
A客户	2,642.24	13.12%	60.63%	经销	2014年	169.04	169.04
B客户	1,621.29	8.05%	25.70%	经销	2011年	499.58	499.58
F客户	1,221.76	6.06%	20.35%	经销	2015年		
E客户	768.19	3.81%	60.79%	经销	2015年	292.66	292.66
合计	9,324.44	46.28%	49.47%			3,260.37	3,260.37

3、2025年海外主要客户的销售金额及占比、销售方式、开始合作的时间、毛利率、期末应收账款及期后回款情况

单位:万元

客户名称	2025年收入	占境外收入比	毛利率	销售方式	开始合作时间	期末应收账款	截至2026年6月底回款
C客户	3,677.92	17.66%	60.06%	经销	2018年	1,491.37	1,491.37
B客户	2,714.87	13.04%	31.08%	经销	2011年	1,294.82	1,009.00
A客户	1,655.59	7.95%	61.19%	经销	2014年	233.49	233.49
G客户	885.65	4.25%	50.44%	经销	2005年	74.37	74.37
H客户	761.69	3.66%	81.01%	直销	2017年	226.80	150.31
合计	9,695.72	46.56%	52.91%			3,320.85	2,958.54

综上可知,海外市场作为公司收入重要的增长来源,经过多年的技术积淀和专项资源投入保障,即便在整体收入下滑的背景下,公司的海外收入仍然保持了持续稳定的增长。

公司以满足客户价值和差异化需求为己任,全面提升产品技术能力,紧抓全球运营商转型机遇,积极布局海外市场。公司长期合作的海外经销商伙伴在所属区域深耕多年,具有丰富的客户资源和成熟的市场团队,客户粘性较强,对公司的产品及综合解决方案有着深刻理解和高度信任,进而助力公司海外销售业绩的不断提升。同时国际市场是公司未来增长的重要引擎,公司不断加快形成重点区域、重点客户和重点产品的突破态势,锚定重点国家、大T客户和高价值产品,近两年不断突破增加新的客户资源。

(六)公司各类收入确认方式对应的收入金额及占比、对应的主要客户和确认金额,公司判断适用不同收入确认方法的具体依据及其执行的一致性。

1、公司各类收入确认方式对应的收入金额及占比

根据《企业会计准则第14号——收入》规定并结合公司具体的业务模式,公司收入确认方式分为四类。各类收入确认方式对应的金额及占比如下:

单位:万元

收入确认方式	2025年收入	收入占比	2024年收入	收入占比
内销标准设备产品	95,401.40	77.46%	111,451.05	80.63%
内销特定客户定制化设备产品	4,219.23	3.43%	6,123.21	4.43%
外销标准设备产品	19,866.07	16.13%	17,440.62	12.62%
技术服务	3,672.27	2.98%	3,214.91	2.33%
合 计	123,158.97	100.00%	138,229.79	100.00%

公司收入确认方式主要为以下四种方式:(1)内销标准设备产品:以双方正式签署结算订单(合同)、客户完成签收两者孰晚的时点确认收入;(2)内销特定客户定制化设备产品:因安装调试流程复杂,以取得客户出具的验收单据作为收入确认时点;(3)外销标准设备产品:货物发运并完成出口报关手续、取得出口报关单后确认收入;(4)技术服务类:按照履约进度分期确认收入。

2、各类收入确认方式对应的主要客户及确认金额

(1)内销标准设备产品收入的主要客户:

2025年度该类收入本期合计95,401.40万元,主要客户及对应金额如下:

单位:万元

客户名称	收入金额	占该类总收入比例
中国联合网络通信有限公司	27,857.88	29.20%
中国移动通信集团有限公司	24,877.46	26.08%
中国电