

证券代码: 688458 证券简称: 美芯晟 公告编号: 2026-033

美芯晟科技(北京)股份有限公司 关于 2025 年年度报告的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、准确性和完整性依法承担法律责任。

美芯晟科技(北京)股份有限公司(以下简称“美芯晟”、“上市公司”)于近日收到上海证券交易所下发的《关于美芯晟科技(北京)股份有限公司 2025 年度年度报告的信息披露监管问询函》(上证科创公函[2026]3072 号)(以下简称“《问询函》”),根据《问询函》要求,公司与注册会计师事务所(特称普华永道)(以下简称“会计师”)对《问询函》所列问题进行了认真核查,并作出了回复。

一、关于经营情况,年报显示,2023 年至 2025 年,公司分别实现营业收入 4.72 亿元、4.04 亿元、5.56 亿元,归母净利润 0.30 亿元、-0.67 亿元、-0.14 亿元。本年度,公司前五大客户的销售金额分别为 3.68 亿元,占比 66.25%。公司模拟电源芯片业务实现营业收入 1.77 亿元,同比下降 6.30%,毛利率 14.2%,同比上升 1.48 个百分点;充电管理芯片业务实现营业收入 2.31 亿元,同比增加 58.48%,毛利率 38.29%,同比上升 7.42 个百分点;智能传感器业务实现营业收入 1.47 亿元,同比增长 112.01%,毛利率 51.52%,同比上升 14.08 个百分点。公司境外及境内销售毛利率分别为 21.90%及 36.70%,直销及经销毛利率分别为 11.06%及 36.27%。

请公司:(1)列示近三年前五大客户销售情况,包括客户基本情况、合作历史、销售模式、主要销售产品、销售收入,是否存在关联关系,说明经销客户各期末采购情况、期末库存情况、主要销售产品、销售情况;经销客户向公司采购数量是否与其自身销售情况相匹配,是否存在向客户压货等情况;(2)说明近三年销售退回情况,包括退回可生时数及对应产品具体情况,退回期间及相关的会计处理,并说明销售退回是否作为事前合理估计事项,预估比例及估计值计提是否充分;公司的收入确认政策及执行情形,销售退回对财务报表的影响;(3)结合终端市场需求变化、直接客户及终端客户销售、产品溢价、产品结构、销售渠道对比分析公司同类产品销售情况,说明公司充电管理芯片及智能传感器收入及毛利率大幅增长的原因,模拟电源芯片业绩变动趋势与其他业务相性背离的原因;(4)结合产品结构、主要客户等情况说明公司境内外、直销毛利率差异较大的原因及合理性。

【回复】
(一)公司回复
(一)列示近三年前五大客户销售情况,包括客户基本情况、合作历史、销售模式、主要销售产品、销售收入,是否存在关联关系,说明经销客户各期末采购情况、期末库存情况、销售模式及客户情况,经销客户向公司采购数量是否与其自身销售情况相匹配,是否存在向客户压货等情况

客户名称	客户基本情况	主要销售产品	销售收入(万元)	是否存在关联关系
客户一	成立时间:2022-08-23 首次合作:2022 年	充电管理智能传感器	23,628.02	否
	注册资本:4,000 万元			
客户二	成立时间:2013-03-18 首次合作:2024 年	充电管理智能传感器	6,181.22	否
	注册资本:260 万元			
客户三	成立时间:2008-12-29 首次合作:2024 年	智能传感器	2,571.22	否
	注册资本:4,289,268 元			
客户四	成立时间:2017-12-08 首次合作:2018 年	模拟电源	2,277.38	否
	注册资本:160 万元			
客户五	成立时间:2013-07-18 首次合作:2011 年	模拟电源	2,016.74	否
	注册资本:200 万元			

客户名称	客户基本情况	主要销售产品	销售收入(万元)	是否存在关联关系
客户一	成立时间:2022-08-23 首次合作:2023 年	充电管理智能传感器	13,461.78	否
	注册资本:4,000 万元			
客户四	成立时间:2017-12-08 首次合作:2018 年	充电管理智能传感器	4,572.79	否
	注册资本:160 万元			
客户五	成立时间:2013-07-18 首次合作:2011 年	模拟电源	3,094.35	否
	注册资本:200 万元			
客户六(境外)	成立时间:2013-07-18 首次合作:2011 年	模拟电源	2,035.35	否
	注册资本:200 万元			
客户七	成立时间:2023-12-26 首次合作:2023 年	充电管理智能传感器	1,204.14	否
	注册资本:700 万元			

客户名称	客户基本情况	主要销售产品	销售收入(万元)	是否存在关联关系
客户七	成立时间:2023-12-26 首次合作:2023 年	充电管理智能传感器	9,130.75	否
	注册资本:700 万元			
客户一	成立时间:2022-08-23 首次合作:2023 年	充电管理智能传感器	8,310.94	否
	注册资本:4,000 万元			
客户四	成立时间:2017-12-08 首次合作:2018 年	模拟电源	5,889.85	否
	注册资本:160 万元			
客户五	成立时间:2013-07-18 首次合作:2011 年	模拟电源	4,496.35	否
	注册资本:200 万元			
客户八	成立时间:2018-06-11 首次合作:2022 年	模拟电源	2,829.49	否
	注册资本:160 万元			

以上客户均为买断式经销客户。
公司销售模式及客户情况:
公司与经销商之间的销售为买断式销售,公司不对经销商的库存进行管理。经销商自主安排下游销售情况,公司不参与,不承担经销商的库存管控,亦不掌握其销售库存的实时数据,经销商的期末库存数量为公司根据经销商业务需求与备货量及配货及终端销售情况;
公司的智能传感器和充电管理芯片主要终端客户为品牌 A、适配于品牌 A 的 M、P 等高端旗舰手机、多款手表、耳机、平板、穿戴设备品牌 A 智能终端产品出货量增加,智能传感器及充电管理芯片快速增长。2023 及 2024 年,公司主要面向客户 A 为品牌 A 供货,客户 B 为 2021-2022 年第一大经销商。但客户 A 资金有限,且单月订单过速,无法按订单及时快速发货;从 2023 年开始,陆续增加了客户一与客户二作为经销商。客户一、客户二一终端客户均为品牌 A。2025 年,客户一与客户的采购量分别为 5,715.17 万颗、1,629.80 万颗;2025 年 12 月 31 日,客户一与客户二的库存分别为 2,692.48 万颗和 825.60 万颗。
品牌 A 的智能手机中国市场出货量同比下降 5%;2025 年全年,其智能手机全球出货量同比增长 30%,稳居全球第一。客户二经销的美芯晟产品,和客户一经销的部分产品主要应用在品牌 A 的智能手表上,稳居全球第一大幅增长。
根据对经销商的访谈,2023 及 2024 年,公司向客户一、客户二销售的产品均当年实现向品牌 A 的最终销售;2025 年,芯片行业(尤其是存储芯片)价格上涨影响,品牌 A 整体成本承压,提货节奏受到影响,在此背景下,公司向客户一、客户二销售的产品,已于 2025 年 3 月 31 日前全部实现向品牌 A 的最终销售。
客户四和客户五的终端客户为山及周边的灯厂 B 商,规模较小,产品出货量相对较低且有行业特性。2025 年末,市场端模拟电源芯片将紧张,客户四和客户五基于此判断进行备采采购。2025 年,客户四和客户五客户主要出货数量为 23,964.26 万颗和 20,976.66 万颗;2025 年 12 月 31 日,客户四和客户五期末库存分别为 1,550.48 万颗和 3,702.97 万颗;截至 2025 年 3 月 31 日,期末库存中客户四已向终端客户销售 1,001.66 万颗;客户五已向终端客户销售 3,110.42 万颗。因此,不存在经销商期末大量囤货的情况。
客户三面向品牌 B、产品主要包括各类扫地机器人,目前全球出货量第一,需求与终端销售情况良好。2025 年客户三采购量为 696.60 万颗,2025 年 12 月 31 日,客户三库存为 0 颗。
(二)说明近三年采购情况,包括退回可生时数及对应产品具体情况,退回期间及相关的产品的后续处理方式,并说明销售退回是否作为事前合理估计事项,预估比例及估计值计提是否充分,公司的收入确认政策及执行情形,销售退回对财务报表的影响

公司在日常业务经营中,存在销售退货客户采购的退货情形,公司产品销售相对快速增长,产品质量稳定,符合客户系统,客户需求变更以及产品未满足供货需求。除上述常规退货情形外,公司还可在调查与经销商的特殊业务需求;调查系因客户临时需求而公司暂无库存产品已停止生产,为保障交付体验与品牌形象,公司将采购将产品调回后由公司一向客户出货的供应链渠道;换货针对已售产品,当客户同一型号产品版本更新需求时,公司将原产品调回并更换为指定版本后重新发货。上述退货、调货及换货场景均基于真实业务需求产生,公司已建立相关的内控制度与会计处理流程,确保相关事项符合《企业会计准则》及监管要求。现将具体情况列示如下:
1.公司产品的销售退货
公司产品销售退货原因主要为:质量原因、结束合作关系、客户需求变更、产品未满足供货需求(如批次不齐/规格差异/交货延迟/产品超出规格/产品超出规格/产品受损等)退货。
公司与经销商的退换货协议中约定了退换货的异议权,以保障产品品质符合法定标准,具有合理性及可行性,具体如下:
(1)经销商发现产品规格、丢失、数量不符,可在到货后 7 日内申请换货。
(2)经销商发现产品型号不符的,可在到货后 3 日内向公司申请换货。
(3)经销商发现产品质量问题的,可在到货后 14 日内,与公司协商换货。
(4)除以上 3 种场景外,公司无其他销售退回条款。
近三年销售退回情况列示如下:

	2025 年金额	2024 年金额	2023 年金额
退回-质量	76.87	3.41	32.35
退回-规格	26.92	66.19	86.98
其他	0.00	68.69	119.15

本公司在履行了合同约定的义务,即为客户提供相关商品或服务的前提下确认收入,因为退货属于偶发性事件,占收入比例较低,对公司业绩影响较小,公司未计提预计负债。
2.除销售退回以外,公司还存在以下场景:
(1)调货:因客户临时需求,而我司暂未库存产品已停产等特殊情况下,为保障客户交付体验,维持客户关系,公司需要按照经销商将公司产品调回,再由公司向该客户下一向客户出货的供应链渠道换货。
受 2021-2022 年行业性缺货及恐慌性采购影响,客户普遍出现库存高企与计划性采购意识弱化的双重困境。在此期间,客户出现“临产下单”的计划性需求,导致美芯晟自身产能无法及时响应。为保障客户生产连续性,公司不得不进行跨经销商库存调配,通过供应链协同方式满足客户紧急缺料问题。随着 2023-2024 年行业库存周期回归理性,客户已逐步呈现“预采-采购-生产-安全库存”的良性闭环,计划性采购需求大幅减弱。在此背景下,2025 年因基于计划性采购产生的退换货金额实现大幅下降。
公司于调货发生当月对当期营业收入予以冲减;后续重新发出商品且满足收入确认标准的,相应确认当期营业收入。
①近三年跨年度调货按照客户性质分类如下:

调出方向	调货来源	国内经销	国内直销	出口	跨年度调货金额
2023 年调货	国内经销	-496.72	-206.58	-616.49	-1,319.79
	国内直销	-711.33	-407.19	-285.27	-1,403.80
2024 年调货	国内经销	719.62	380	68.45	1,168.13
	国内直销	-143.76	-89.85	-88.96	-322.57
合计	-1,303.61	-7,903.01	-1,030.42	-3,179.27	

A 出口客户产品调货:
为保障公司国内销售,严格把控销售与物流,维持国内外销售渠道体系稳定,针对国外终端客户存在采购需求,但合作的国内经销商无法进行经营业务的原因,公司实施“跨境直采客户自营出口”的协同运作模式。

具体业务流程为:经公司审核确认业务真实性、合规性后,由原国内合作经销商将对应产品退回公司指定仓库备货,公司再以自营出口模式直接面向客户发出,该业务模式可规避计划内外销售业务,有效规避无货源走私出口的风险,同时保障海外终端客户供货的及时性,并提升海外客户服务质量。2024 年度境内转出口调货的产品,于 2025 年 2 月全部完成对外销售,对应销售金额 71.02 万元;除此批次产品外,公司所有换货产品基本于当月即可完成全部销售。

2025 年,为保障客户 A、客户 B、YOSUN 等海外核心客户的订单交付,公司从客户 B、客户五、客户四三家国内合作经销商处调回产品并重新发出,该业务安排的核心原因在于:公司当期自有库存存在阶段性短缺,无法直接满足海外终端客户的紧急采购需求,同时,上述三家国内经销商均不具备出口经营资质,无法按流程办理出口相关手续。因此,公司采取“调回自有库存+合规出口”的供应链协同模式,在解决国内销售资源限制与海外客户紧急需求交付的同时,确保了上下游业务的合规性与供应链连续性。

2024 年,为应对自有库存阶段性短缺及特定终端订单交付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 D 的 PAD;二是从国内经销客户二调回产品,再次出口至客户 B、SR 等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法直接满足海外终端客户采购需求,且客户 B 不具备出口经营资质,因此公司协调将货品调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,与供应商保持海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付。

2025 年度内销转出口调货业务化说明 2025 年,为应对自有库存阶段性短缺及特定终端订单交付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 D 的 PAD;二是从国内经销客户二调回产品,再次出口至客户 B、SR 等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法直接满足海外终端客户采购需求,且客户 B 不具备出口经营资质,因此公司协调将货品调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,与供应商保持海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付。

2025 年度内销转出口调货业务化说明 2025 年,为应对自有库存阶段性短缺及特定终端订单交付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 D 的 PAD;二是从国内经销客户二调回产品,再次出口至客户 B、SR 等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法直接满足海外终端客户采购需求,且客户 B 不具备出口经营资质,因此公司协调将货品调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,与供应商保持海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付。

2025 年度内销转出口调货业务化说明 2025 年,为应对自有库存阶段性短缺及特定终端订单交付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 D 的 PAD;二是从国内经销客户二调回产品,再次出口至客户 B、SR 等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法直接满足海外终端客户采购需求,且客户 B 不具备出口经营资质,因此公司协调将货品调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,与供应商保持海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付。

2025 年度内销转出口调货业务化说明 2025 年,为应对自有库存阶段性短缺及特定终端订单交付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 D 的 PAD;二是从国内经销客户二调回产品,再次出口至客户 B、SR 等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法直接满足海外终端客户采购需求,且客户 B 不具备出口经营资质,因此公司协调将货品调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,与供应商保持海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付。

付需求,公司实施了“两国内经销商调拨+合规出口”的供应链协同业务。具体而言:一是从国内经销客户一调回产品,最终出口至境外客户十,该批次产品调回客户一、终端需求为品牌 A 中低端芯片;二是从国内经销客户七、客户八调回产品,再次出口至客户 A、客户十等境外客户,该业务核心原因为公司当期自有库存短缺,无法按流程满足海外终端客户采购需求,因此公司协调将货品从经销商处调回,补足海外供货缺口并完成出口销售。该模式有效缓解了国内经销资源限制,自有库存短缺与海外客户紧急采购需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与终端订单的合规交付

3.国内经销客户产品调货:
为保障公司直销客户供货流程,保障销售渠道体系合规、稳定运行,针对国内直销客户存在产品采购需求的情况,公司实施“经销商调货、公司建立并执行“经销商调货、公司直销”的协同供货机制。经公司统一审核确认业务合规性、真实性后,短期内,拟期内合作经销商将对应产品退回公司指定仓库,公司再以直销模式调拨至终端直销客户完成出货。该业务模式可清晰厘清经销业务与直销业务的边界,有效避免不同销售渠道之间的业务冲突,保障直销客户供货的合规性、时效性及配套服务质量,契合公司渠道管理及合规经营要求。

2023 年至 2025 年,为应对充电管理芯片、模拟电源芯片等产品的阶段性缺货,保障终端客户供货连续性与正常采购需求,公司持续开展跨经销商调拨业务。具体而言:
2023 年,针对充电管理芯片缺货,公司从经销商客户二调回产品,直接供货至重庆元启芯、菲诺克等客户;针对模拟电源芯片缺货及 LED 终端客户采购需求,公司从经销商客户十、客户八调回产品,出货至客户十、客户八、莱廷芯等 LED 终端客户。
2024 年,针对充电管理芯片短缺,公司从经销商客户二调回产品,直接供货至客户十、菲诺克等客户;针对模拟电源芯片缺货及 LED 终端客户采购需求,公司从经销商客户十、客户八调回产品,出货至客户十、莱廷芯等 LED 终端客户。
2025 年,针对充电管理芯片短缺,公司从经销商客户一调回产品,直接供货至品牌 D;针对模拟电源芯片缺货及 LED 终端客户采购需求,公司从经销商客户四、客户七、祺宇调回产品,出货至依微智能、通士达、莱廷芯等 LED 终端客户。

该模式有效缓解了自有库存短缺与终端客户需求之间的矛盾,确保了供应链的连续性与客户满意度。C 国内跨经销商产品调货:
在电子消费品销售行业中,国内终端客户资源主要由各经销商独立开发与维护,对应的合作渠道具有高度的排他性与经营壁垒,是经销商的核心竞争力。由于经销商具有库存,但在公司对产品库存或库存不足的情况下,为尊重渠道权益,进一步优化终端客户服务体验,提升渠道整体服务效率,公司建立了跨经销商协同供货机制。该机制将模拟电源芯片实际采购需求与前端提效、核心流程为:当终端客户产生采购需求,但出自经销商库存与该终端客户合作关系时,公司作为渠道协调方,会与仍有对应库存的经销商协商,将产品调拨至与该终端客户已有合作关系的经销商,再由后者完成对终端的出货交付。这一流程既严格保障了渠道合作的合规性与经销商利益,又有效解决了终端客户的紧急需求,确保了供货时效与服务品质。

针对模拟电源芯片阶段性缺货、无法直接满足终端采购需求的情形,公司启动了跨经销商协同调拨机制。主要基于库存调出的经销商为客户四与客户五,公司协调其将持有的模拟电源芯片库存调回,并依据渠道匹配原则,调拨至客户六、次泰、峰诺芯等已与终端客户建立合作关系的经销商。通过该协同调拨,公司在履行了履约义务的前提下有效解决了合作渠道需求供货,规避了渠道冲突,又保障了终端客户日常正常生产与采购需求,实现了渠道资源的有效利用与终端服务体验的持续优化。
在充电管理芯片出货量快速增长、自有库存无法满足终端需求的情况下,公司将同样执行跨经销商协同调拨机制保障供货交付。主要基于库存调出的经销商为客户七,公司协调其将充电管理芯片库存调回,并调拨至客户十二等与终端客户存在稳定合作关系的经销商,由客户十二完成对终端的供货交付。该流程有效缓解了充电管理芯片缺货对终端客户的影响,在维护客户七渠道权益的同时,确保了客户十二对终端客户的供货时效,体现了跨经销商协同调拨机制在应对产品缺货、保障终端交付方面的灵活性与有效性。

D 关于调货来源中直销客户的说明:
调货来源来源的直销客户为客户十,该公司系为境外客户提供 LED 照明产品的方案商。客户十四根据下游客户的产品需求,定制 LED 照明产品规格方案,对产品外观、输入输出参数、过压保护功能、电路原理图、电路板布局等核心内容进行详细设计定义,并同步出具对应产品测试报告、整型生产物料清单等全套采购资料,统一交付至下游客户。

报告期内针对客户十的产品供货交付,主要系产品迭代及终端需求匹配所致:公司部分产品已停止生产,后续无法继续供货交付,但客户十终端客户对产品迭代有持续需求,客户十出于自身运营支持等考虑尚未对外销售的库存量存在,为有效满足终端客户合理需求,盘活现有库存资源,公司与客户十四协商一致,将其未售出的存量产品全部调回公司,再由公司统一向有对应需求的终端客户完成供货交付。
E. 同一经销商客户不同品牌产品的处理
在公司调拨业务中,存在一类由终端客户指定境外供货渠道引发的特殊调拨情形。此类调拨完全基于终端客户的明确指令与境外交付需求,旨在满足其特定的供应链布局。

具体而言,2024 年,终端客户客户十(八)终端应用品牌为品牌 A 的境外交付需求,公司从国内经销商客户七一调回产品并出口至境外客户客户九。客户九由客户九一国外经销商,且客户九一不具备出口资质,该调拨行为系渠道终端客户对境外外国渠道的进口需求。2025 年,终端客户品牌 B 的境外交付需求,公司将客户十调回产品并出口至境外客户客户十二。客户十二与客户二十一为同一类境外经销商的客户,客户二十一不具备出口资质,该调拨行为同样是由终端客户明确的渠道指定与境外交付需求。
上述两笔调拨行为,本质上是公司为配合终端客户全球化供应链管理,满足其境外渠道协同与合规交付要求而采取的定向履约举措,与因库存短缺、渠道匹配等常规原因引发的调货存在本质区别,故未计入调货统计口径。

近三年跨年度调货与首次销售期间对应关系如下:

	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年	跨年度调货金额
2025 年	2025	2025	2025	2025	2025	2025
2024 年	2024	2024	2024	2024	2024	2024
2023 年	2023	2023	2023	2023	2023	2023
2022 年	2022	2022	2022	2022	2022	2022
2021 年	2021	2021	2021	2021	2021	2021

注:以上数据不包含客户十九与客户九(客户十九由客户九一 100%控股),客户二十与客户客户二十一(关联方)之间的调货,近三年共涉及金额 287.87 万元。
公司跨年度调货业务主要基于两大核心背景展开:一是积极响应终端客户的明确指令与紧急需求,保障供应链连续性与合规交付;二是应对市场波动下经销商采购需求与实际需求的价格性错配。在部分产品采购期间,经销商基于当时市场信息对终端出货需求存在一定乐观预判,但后续受宏观环境、行业竞争及终端需求变化等因素影响,实际需求与市场预期出现偏差,导致渠道资源形成阶段性冗余,进而产生库存积压。客户十对产品迭代的需求,经销商客户七七相关产品生产计划进行升级改造,在调拨期间,客户十五终端客户对产品迭代需求,经技术评估,其产品主要应用于中低端客户,对参数要求不高,无需升级即可满足应用需求。为兼顾库存升级进度与终端供货需求,公司将每两调,将调回升级的产品优先供货至客户十五,既保障了客户十五的及时交付,也为后续产品升级预留了合理周期,实现了终端需求的精准响应。

2024 年,因品牌 D 出货量超预期提前提出紧急供货需求,公司协调经销商客户一调回库存产品,及时向品牌 D 完成出货交付。同年,客户 Skyson 急需公司某款充电管理芯片,但该产品暂时缺货,公司将协调经销商客户十一调回部分产品,及时向 Skyson 完成出货交付,该批次产品最终供货至品牌 A 中低端客户终端。上述调拨举措有效缓解了阶段性短缺对终端客户的影响,在保障核心客户交付的同时,实现了渠道资源的高效协同与终端需求的精准匹配。
B 模拟电源业务跨年度调货说明如下:
2021 年至 2022 年,受美国制裁导致境内供应短缺及市场需求相对旺盛的双重影响,公司与经销商对客户销售策略发生显著变化,经销商据此提前进行了备货并加大推广力度,然而,受行业波动影响,随着市场环境变化及产能逐步加速,上游产能集中释放,供应端迅速释放库存,与此同时,国内供应链产能快速释放,LED 芯片需求下降,参加行业竞争加剧,新品迭代加速,终端客户对产品价格的采购需求已大幅下降,渠道库存周转压力显著增加。进入 2023 年,尽管经销商对客户 B 部分客产仍存在结构性采购需求,但公司基于谨慎性原则未再发生生产,转而从其经销商处调拨库存产品,以维持终端客户关系并保障供货连续性。
LED 照明模组芯片(模拟电源芯片)具有型号繁杂、迭代周期短(约 2 年)的显著特征。2022 年,公司模拟电源芯片型号超 700 款,随着具备竞争力的新品陆续投放,客户产品市场需求总量有所回落,但仍稳定应用于中端灯具场景,具备持续的市场价值。与此同时,受限于国内供应链产能不具备出口经营资质,当海外客户产生采购需求且公司有库存可供应时,我们会向国内经销商将产品调回,再由公司出口至海外客户,以此保障海外供应链的连续性与合规性。

在 2022 年首次实现调拨的情形中,模拟电源芯片调拨金额为 1,180.61 万元,占当年模拟电源芯片总收入 0.70%。当年经销商采购产品数量增加,叠加公司产品型号众多,部分型号产品在采购当年未能完全消化使用。经销商,相关调拨金额仅相当于模拟电源芯片平均约 4 个月的库存量,属于正常的渠道库存周转与供需匹配行为。
(2)换货:对于已售出产品,部分客户对同一型号产品更新版本需求,公司会将产品退回,更换版本后再次发货。
近三年跨年度调货与首次销售期间对应关系如下:

	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年	跨年度调货金额
2025 年	2025	2025	2025	2025	2025
2024 年	2024	2024	2024	2024	2024
2023 年	2023	2023	2023	2023	2023
2022 年	2022	2022	2022	2022	2022
2021 年	2021	2021	2021	2021	2021

关于产品退换货与销售退回的依据
《企业会计准则第 14 号——收入》规定,公司应当评估质量保证条款是否属于向客户提供销售商品约定标准外提供了一项单独的服务。如属于单独的服务,应当作为单项履约义务,按照前述规定进行会计处理,否则该质量保证应当按照《企业会计准则第 13 号——或有事项》规定进行会计处理。
4.公司会计处理
公司依据自身质量管理体系及与买方商定的技术标准交付产品,不单独提供质量保证服务,公司经评估认为公司对质量保证条款不构成单项履约义务,因此公司未将质量保证作为单独履约义务。公司计提质量保证准备金,计提金额与产品质量缺陷发生率、质量问题的退换货数量及金额也较少,相关金额不可量化计算,因此公司未计提与质量缺陷相关的预计负债。

公司应确保订单要素、综合成本与生产排期、成本、最低产能、交货及时性等因素,选择从库存经销商调货,以定向满足其他客户紧急需求,该类非主营业务产生的调拨,调货来源及再次对外销售出库,一定在期间内完成,对当期财务报表的影响金额较小。协议中无附销售退回条款的约定,且调拨业务因终端客户需求产生,具有偶发性,公司事前无法合理预计或进行相应处理。

公司依据企业会计准则及客户收入确认政策,在客户取得相关商品控制权时确认收入,发生退货或调货事项时在退回商品时冲减当期主营业务收入及成本,并在调拨再次出库时确认相应主营业务收入及成本。
公司针对产品研发和生产服务流程制定了《质量手册》,其中包括《设计与开发过程控制程序》、《采购与供方控制程序》、《生产和服务提供控制程序》、《不合格品控制程序》、《产品放行控制程序》、《客户满意度调查程序》等相关流程制度,明确各层级人员的质量管理职责与权限,从源头提升产品质量体系持续有效性,最终降低质量风险。报告期内公司因质量问题退换货率极低,且随着公司持续的研发投入,技术积累及更加完善的质量管理体系逐年下降。

(3)结合终端市场需求变化、直接客户及终端客户销售、产品溢价、产品结构、同行业公司可比同类产品情况等,说明公司充电管理芯片及智能传感器收入及毛利率大幅增长的原因,模拟电源芯片业绩变动趋势与其他业务相性背离的原因。
1.不同产品类型销售收入、销量、平均价格、单位成本、毛利率数据及同比变化情况

	2025 年	2024 年	同比变化(%)
收入(万元)	14,057.94	6,913.89	112.01
毛利率(%)	51.52	37.44	14.08
销量(万颗)	23,127.29	14,484.56	60.48
单位成本(元)	30.29	30.97	7.42
模拟电源芯片	2025 年	2024 年	同比变化(%)
收入(万元)	17,740.68	18,897.33	-6.30
毛利率(%)	14.20	12.72	1.48

2.平均价格、平均成本变动分析
(1)公司平均单位性能指标及数据融合芯片的技术驱动型企业,核心业务覆盖智能传感器、充电管理芯片、模拟电源芯片等领域。2025 年,品牌 A 的智能手表全球出货量同比增长 30%;公司表面芯片(智能传感器)得益于技术创新,连续多年保持全球出货量 A 品牌 A 的领先地位;公司品牌 B 表面芯片出货量持续提升,品牌 B 终端客户对产品迭代需求,推动公司产能利用率持续提升,因此公司智能传感器出货量同比增长 163.93%,收入同比增长 112.01%。充电管理芯片出货量同比增长 62.54%,收入同比增长 58.48%。其中,充电管理客户一主要经销品牌品牌 A 的多款充电管理芯片及智能手表等具有光学表征芯片,其销售额在 2025 年为 23,628.02 万元,同比增长 10,166.24 万元。客户二经销品牌品牌 A

手表使用的充电管理芯片,2025 年销售额分别为 6181.22 万元,同比增长 4,988.93 万元。客户三主要经销品牌品牌 B 等扫地机器人用的激光测距芯片,2025 年销售额为 2571.22 万元,同比增长 2664.65 万元。

虽然原料采购价格较低,模拟电源芯片(LED 驱动芯片)业绩受到一定影响,但公司依旧通过拓展渠道资源,优化价格管理等方式提升市场竞争力。2025 年,最高模拟电源芯片受市场供需竞争影响持续低迷,导致收入同比下降 6.30%,但公司产品出货量同比增长 28.92%。
(2)智能传感器系统收入同比增长 112.01%,毛利率 51.52%,同比提升 14.08 个百分点,毛利率的显著改善,主要得益于高毛利表面新品在 2025 年实现大规模出货。该产品收入同比增长 7,216.12 万元,有效带动了整体盈利水平的提升。公司以智能感知为核心发展方向,产品体系涵盖光学传感器、激光测距传感器