

## **深圳市明微电子股份有限公司**

### **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、准确性和完整性依法承担法律责任。

深圳市明微电子股份有限公司（以下简称“公司”、“明微电子”）于近日收到上海证券交易所科创板公司管理部下发的《关于深圳市明微电子股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证科创公函【2026】0348 号）（以下简称“《问询函》”）。根据《问询函》的要求，公司会同相关中介机构就《问询函》中所提问题逐项进行了认真核查落实，现将相关问题回复如下：

在本问询函相关问题的回复中，合计数与各分项数值相加之和可能存在尾数差异，均为四舍五入所致。如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《深圳市明微电子股份有限公司 2025 年年度报告》一致。

鉴于公司回复内容中披露的部分信息涉及商业秘密和商业敏感信息，根据相关法律法规、规范性文件，对本次问询函回复中相关内容进行豁免披露处理。

#### **问题一、关于经营情况**

年报显示，（1）2025 年度公司营业收入 6.65 亿元，同比增长 9.48%，归母净利润-0.46 亿元，同比下降 755.32%，综合毛利率为 21.40%，同比下降 2.95 个百分点，其中，其他类业务收入 0.3 亿元，同比增长 188.3%，毛利率-22.36%。

（2）2025 年度经销业务收入 4.01 亿元，同比增长 6.72%，毛利率 27.12%，同比上升 1.42 个百分点，直销业务收入 2.41 亿元，同比增长 13.54%，毛利率 13.83%，同比下降 10.27 个百分点。（3）2025 年度境外业务收入 556.44 万元，同比增长 604.51%，毛利率 18.97%，同比下降 65.28 个百分点。公司各季度的收入分别为 1.10 亿元、1.75 亿元、1.77 亿元、2.03 亿元，归母净利润分别为-0.33

亿元、-0.02 亿元、0.09 亿元、-0.19 亿元

请公司：（1）结合成本、费用及其他因素变动情况，量化说明公司收入增长的情况下净利润大幅下降的原因，相关因素是否具有持续性影响；（2）说明其他类业务的详细情况、主要客户及历史合作情况、所处生产环节，毛利率为负仍继续开展相关业务的原因及合理性，后续规划；（3）结合不同销售模式下的产品类型、应用领域、定价策略、信用政策，说明直销与经销毛利率差异较大的原因及合理性，经销业务的终端销售、期后回款情况，是否存在为公司专设的经销商，直销业务收入增加而毛利率大幅下滑的原因；（4）说明公司业务是否具有季节性特征，结合第四季度主要销售产品和客户、订单签订时间、交付时间及期后退货情况，说明是否存在放宽信用期、提供额外返利以促进销售等行为，结合成本费用的发生时点说明季度间净利润波动较大的原因；（5）说明境外业务主要客户的成立时间、合作历史、实际控制人、主营业务及终端客户情况，境外业务收入增长而毛利率下滑的原因；（6）请年审会计师说明对公司经销客户采取的审计程序，函证、走访、细节测试比例，并对经销业务收入确认的准确性发表明确意见，说明对公司收入的截止性测试情况及比例并发表明确意见。

#### **【公司回复】**

一、结合成本、费用及其他因素变动情况，量化说明公司收入增长的情况下净利润大幅下降的原因，相关因素是否具有持续性影响

2025 年，公司实现营业收入 66,497.54 万元，同比增长 9.48%，而净利润同比大幅下降主要受毛利率下降、期间费用增长、存货跌价计提增加、当期收到政府补助减少等影响。量化各因素对净利润下降的影响，具体情况如下：

##### **（一）受公司业务结构及单项产品毛利率变动影响，毛利额同比下降**

2025 年，公司营业收入增加 5,757.27 万元，毛利同比减少 562.25 万元，主要受公司业务结构及单项产品毛利率变动影响。

2024 年度和 2025 年度，公司主要产品类别收入、毛利率情况如下：

单位：万元

| 产品类别   | 2025 年度   |          |        | 2024 年度   |          |        | 同比变动    |        | 毛利率变动          |                       |                          |
|--------|-----------|----------|--------|-----------|----------|--------|---------|--------|----------------|-----------------------|--------------------------|
|        | 营业收入      | 占营收比例（%） | 毛利率（%） | 营业收入      | 占营收比例（%） | 毛利率（%） | 营业收入（%） | 毛利率（%） | 对整体毛利率变动的影响（%） | 其中：营收占比变动对毛利率变动的影响（%） | 其中：单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响（%） |
| 显示驱动   | 44,794.99 | 67.36    | 23.63  | 39,721.43 | 65.40    | 25.46  | 1.97    | -1.83  | -1.21          | 0.02                  | -1.23                    |
| 其中：显示屏 | 29,026.28 | 43.65    | 12.92  | 24,735.33 | 40.72    | 16.53  | 2.93    | -3.61  | -1.80          | -0.23                 | -1.58                    |
| 线性电源   | 14,993.30 | 22.55    | 24.77  | 16,515.17 | 27.19    | 26.02  | -4.64   | -1.25  | -0.36          | -0.08                 | -0.28                    |
| 电源管理   | 1,340.00  | 2.02     | 42.11  | 1,455.05  | 2.40     | 40.57  | -0.38   | 1.53   | -0.03          | -0.06                 | 0.03                     |
| 其他     | 2,995.64  | 4.50     | -22.36 | 1,039.07  | 1.71     | -23.64 | 2.79    | 1.28   | -1.28          | -1.34                 | 0.06                     |
| 其他业务收入 | 2,373.61  | 3.57     | 1.64   | 2,009.54  | 3.31     | 1.95   | 0.26    | -0.31  | -0.07          | -0.06                 | -0.01                    |
| 合计     | 66,497.54 | 100.00   | 21.40  | 60,740.27 | 100.00   | 24.36  | 0.00    | -2.95  | -2.95          | -1.52                 | -1.44                    |

注：营收占比变动对毛利率变动的影响（%）=（本期占营收比例-上期占营收比例）\*（上期该类产品毛利率-上期整体毛利率）；单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响（%）=本期占营收比例\*（本期该类产品毛利率-上期该类产品毛利率）；对整体毛利率变动的影响（%）=营收占比变动对毛利率变动的影响+单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响。

受显示屏类芯片毛利下降、其他类业务收入占比上升等因素主要影响，公司综合毛利率同比下降，毛利额同比下降 562.25 万元。

1、显示驱动芯片毛利率下降主要系，为稳固提升市场份额采取以量议价策略，以及为清理老产品优化库存结构，公司主动下调部分产品售价，同时受贵金属涨价影响导致封测成本增加，以显示屏类产品为例，该类产品收入增长 17.35%，毛利率从 16.53%下降至 12.92%。显示屏类整体售价同比增长主要系细分产品型号变动影响，2025 年度，公司显示屏类单一产品售价呈现下调趋势，导致公司毛利率下降。此外，显示屏类芯片收入占比从 40.72%上升至 43.65%，进一步影响整体毛利率。

2、其他类业务占比上升，主要为对外提供封测服务，该类毛利率为负主要是对外封测服务仅作为主要排产计划的补充，且各批次数量较低，生产设备参数设置等辅助工时占比较高，导致单位成本较高，该类收入占比从 1.71% 上升至 4.50%，进一步拉低整体毛利率。

**（二）受产品价格下调影响，存货跌价准备计提增加**

2024 年度和 2025 年度，公司存货跌价损失变化情况如下：

单位：万元

| 项目     | 2025 年度  | 2024 年度  | 变动金额   |
|--------|----------|----------|--------|
| 存货跌价损失 | 4,495.29 | 3,685.98 | 809.30 |
| 合计     | 4,495.29 | 3,685.98 | 809.30 |

2025 年，公司资产减值损失同比增加 809.30 万元，主要原因系：

- 1、公司为稳固提升市场份额，采取以量议价策略，部分产品售价下降，导致其预估可变现净值低于成本；
- 2、为优化存货结构，公司对部分老产品采取降价清理库存策略，对应产品可变现净值较低；
- 3、超库龄存货计提减值，主要受显示驱动产品线中超库龄存货增加影响，部分产品因市场变化、产品迭代等因素导致需求减少，存货库龄超过 2 年，出现呆滞情况，虽相关产品仍可能实现销售，公司出于谨慎性原则，对该部分存货全额计提减值。

**（三）随着公司业务扩张需要，期间费用增加**

2025 年，公司销售费用、管理费用、研发费用合计同比增长 18.52%，高于收入增幅，主要系：面对行业竞争加剧、下游需求阶段性波动，公司以技术深度迭代与客户需求响应为双引擎，稳步优化业务结构，以团队建设作为核心战略，持续加大研发投入，新设北京研发中心，重点补充驱动 IC 设计、ASIC 数字前端与验证、嵌入式软件开发等方向的专业人才，进一步强化了公司在 LED 驱动 IC 领域的技术研发实力与资源储备，为“驱动+控制”全链路芯片方案的落地提供坚实的人才支撑；同时加大品牌宣传和知识产权布局等投入。

2024 年度和 2025 年度，公司期间费用变化情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2025 年度   | 2024 年度   | 变动金额     | 变动比例 (%) |
|------|-----------|-----------|----------|----------|
| 销售费用 | 1,500.46  | 915.54    | 584.92   | 63.89    |
| 管理费用 | 4,006.77  | 3,424.01  | 582.76   | 17.02    |
| 研发费用 | 12,518.83 | 10,870.15 | 1,648.68 | 15.17    |
| 合计   | 18,026.06 | 15,209.70 | 2,816.36 | 18.52    |

1、2024 年度和 2025 年度，公司销售费用变化情况如下：

单位：万元

| 项目         | 2025 年度  | 2024 年度 | 变动金额   |
|------------|----------|---------|--------|
| 职工薪酬       | 871.07   | 612.50  | 258.58 |
| 业务宣传费      | 153.43   | 4.92    | 148.51 |
| 办公及差旅费     | 120.16   | 72.26   | 47.91  |
| 业务招待费      | 70.44    | 85.48   | -15.04 |
| 租金水电、折旧及摊销 | 274.72   | 139.75  | 134.97 |
| 其他         | 10.63    | 0.63    | 10.00  |
| 合计         | 1,500.46 | 915.54  | 584.92 |

2025 年，销售费用同比增加 584.92 万元，其中销售人员薪酬增加 258.58 万元，业务宣传费增加 148.51 万元。

2024 年度和 2025 年度，公司销售人员薪酬变化情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2025 年度 | 2024 年度 | 变动比例 (%) |
|----------|---------|---------|----------|
| 销售人员平均人数 | 30.00   | 24.00   | 25.00    |
| 销售人员薪酬   | 871.07  | 612.50  | 42.22    |
| 平均薪酬     | 29.04   | 25.52   | 13.77    |

注：平均人数=（上期期末人员数量+本期期末人员数量）/2,下同。

销售人员薪酬同比增长 42.22%，主要系公司加大市场推广力度，销售活动增加，销售人员规模同比增长 25.00%；同时，随着 2025 年营业收入、销售回款规模的增加，销售人员平均薪酬同比增长 13.77%，与营业收入变动比例较为接近。

业务宣传费同比增加 148.51 万元，公司通过参加行业展会，媒体宣传等方式加大市场推广力度。

2、2024 年度和 2025 年度，公司管理费用变化情况如下：

单位：万元

| 项目         | 2025 年度  | 2024 年度  | 变动金额   |
|------------|----------|----------|--------|
| 职工薪酬       | 1,787.62 | 1,598.69 | 188.93 |
| 办公及差旅费     | 406.47   | 442.64   | -36.17 |
| 租金水电及物业管理费 | 549.66   | 458.82   | 90.84  |
| 业务招待费      | 101.61   | 188.41   | -86.81 |
| 折旧及摊销费     | 691.54   | 330.92   | 360.63 |
| 中介咨询服务费    | 433.66   | 311.10   | 122.57 |
| 其他         | 36.20    | 93.43    | -57.22 |
| 合计         | 4,006.77 | 3,424.01 | 582.76 |

2025 年，管理费用同比增加 582.76 万元，其中折旧及摊销费增加 360.63 万元，管理人员薪酬增加 188.93 万元。

折旧及摊销费增加主要系公司基于业务需求，新增较多专利、布图、软件著作权，对应资产摊销同步增加。

2024 年度和 2025 年度，公司管理人员薪酬变化情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2025 年度  | 2024 年度  | 同比变动（%） |
|----------|----------|----------|---------|
| 管理人员平均人数 | 100      | 92       | 8.70    |
| 管理人员薪酬   | 1,787.62 | 1,598.69 | 11.82   |
| 平均薪酬     | 17.88    | 17.38    | 2.87    |

管理人员薪酬同比增长 11.82%，系随着公司业务增长，职能管理人员需求增加，人数有所增加所致。

3、2024 年度和 2025 年度，公司研发费用变化情况如下：

单位：万元

| 项目           | 2025 年度   | 2024 年度   | 变动金额     |
|--------------|-----------|-----------|----------|
| 职工薪酬         | 7,624.38  | 6,044.38  | 1,579.99 |
| 测试开发费        | 997.58    | 1,186.99  | -189.40  |
| 材料费          | 2,536.74  | 2,364.08  | 172.66   |
| 租金水电、折旧费及摊销费 | 1,294.30  | 1,240.83  | 53.47    |
| 其他           | 65.83     | 33.88     | 31.96    |
| 合计           | 12,518.83 | 10,870.15 | 1,648.68 |

2025 年，研发费用同比增加 1,648.68 万元，其中研发人员薪酬增加 1,579.99

万元。

2024 年度和 2025 年度，公司研发人员薪酬变化情况如下：

单位：万元

| 项目       | 2025 年度  | 2024 年度  | 同比变动（%） |
|----------|----------|----------|---------|
| 研发人员平均人数 | 303      | 267      | 13.48   |
| 研发人员薪酬   | 7,624.38 | 6,044.38 | 26.14   |
| 平均薪酬     | 25.16    | 22.64    | 11.15   |

2024 年度和 2025 年度，公司研发人员学历构成情况如下：

单位：人

| 学历构成  | 2025 年度 |        | 2024 年度 |        |
|-------|---------|--------|---------|--------|
|       | 平均人数    | 占比（%）  | 平均人数    | 占比（%）  |
| 硕士及以上 | 53      | 17.43  | 37      | 13.81  |
| 本科    | 138     | 45.39  | 117     | 43.66  |
| 专科及其他 | 113     | 37.17  | 114     | 42.54  |
| 合计    | 304     | 100.00 | 268     | 100.00 |

注：合计平均人数较前表存在差异系细分类型人员平均数取整合计产生的尾差。

研发人员薪酬同比增长 26.14%，主要系公司研发需求增加，本期研发团队规模增长 13.48%。另随着高学历人员占比进一步提升，部分研发新产品成功实现销售，对应计提奖金等，研发人员平均薪酬同比增长 11.15%。

（四）2025 年新增政府补助减少

2025 年，其他收益同比减少 416.95 万元，主要系新增政府补助项目同比有所减少。

（五）相关因素是否具有持续性影响

1、毛利率及存货跌价准备计提

2024 年度、2025 年度和 2026 年第一季度，公司综合毛利率分别为 24.36%、21.40%和 23.69%，2026 年第一季度毛利率较 2025 年度有所回升，主要得益于行业景气度回暖，市场供需关系改善，产品产销两旺，设备折旧等单位固定成本下降且销售单价企稳回升。伴随毛利率回升，部分存货的可变现净值亦有所恢复，2026 年第一季度存货跌价准备计提金额明显减少。此前导致 2025 年利润下滑的毛利率走低及存货跌价损失增加等因素，未对公司后续业绩形成持续性负面影响。

2、期间费用

2026 年第一季度，公司期间费用同比变动情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2026 年第一季度  | 2025 年第一季度  | 变动比例 (%) |
|------|-------------|-------------|----------|
| 营业收入 | 21, 531. 34 | 11, 046. 91 | 94. 91   |
| 期间费用 | 4, 046. 54  | 4, 067. 47  | -0. 51   |

注：上述期间费用包含管理费用、销售费用、研发费用。

2026 年第一季度，公司期间费用与上年同期基本持平。2026 年 5 月，公司实施了股权激励，相关费用在服务期内将分摊计入公司成本费用，预计公司后续人员薪酬费用总额将进一步增长。专利、布图等资产的折旧摊销亦将在预计使用寿命内摊销计入公司成本费用。同时，随着市场对驱动芯片的适用场景和性能要求逐步提升，公司持续研发投入以巩固公司在相关赛道的技术优势。综上，各项费用仍将持续增长。

上述费用增长主要系基于公司业务发展的需要发生的合理支出，且上述费用支出将为公司带来正向效益，预计公司营业收入及毛利率增长，毛利额的增长能对冲相关费用增长对利润产生的不利影响。

二、说明其他类业务的详细情况、主要客户及历史合作情况、所处生产环节，毛利率为负仍继续开展相关业务的原因及合理性，后续规划

（一）其他类业务的详细情况

其他类业务包含对外提供封测服务及少量贸易业务；2024 年度和 2025 年度，公司其他类业务销售情况如下：

单位：万元

| 项目            | 2025 年度    | 2024 年度    |
|---------------|------------|------------|
| 其他类业务收入       | 2, 995. 64 | 1, 039. 07 |
| 其中：对外提供封测服务收入 | 2, 884. 13 | 947. 11    |
| 贸易业务收入        | 111. 52    | 91. 96     |

（二）其他类业务主要客户及历史合作情况、所处生产环节，毛利率为负仍继续开展相关业务的原因及合理性，后续规划

2024 年度和 2025 年度，公司其他类业务主要客户及历史合作情况、所处生产环节情况如下：

单位：万元

| 客户名称         | 合作起始时间 | 账期      | 关联关系 | 所处生产环节 | 2025 年度<br>销售额 | 2024 年度<br>销售额 |
|--------------|--------|---------|------|--------|----------------|----------------|
| 其他类业务<br>客户一 | 2024 年 | 月结 45 天 | 非关联方 | 封测编    | 937.05         | 481.92         |
| 其他类业务<br>客户二 | 2024 年 | 月结 30 天 | 非关联方 | 封测编    | 539.32         | 50.06          |
| 其他类业务<br>客户三 | 2024 年 | 月结 30 天 | 非关联方 | 封测编    | 279.28         | 67.08          |
| 其他类业务<br>客户四 | 2025 年 | 月结 30 天 | 非关联方 | 封测编    | 228.48         | /              |
| 其他类业务<br>客户五 | 2024 年 | 月结 30 天 | 非关联方 | 封测编    | 149.39         | 47.83          |
| 合计           |        |         |      |        | 2,133.52       | 646.89         |

公司封测产能主要为母公司提供，对外封测服务整体占比较小（低于 10%），仅作为主要排产计划的补充。对外封测业务因各批次数量较低，产线切换使得参数调试等辅助工时占比较高，导致单位成本较高，故此业务毛利率为负，但执行此业务边际贡献为正，能够有效覆盖变动成本并摊薄设备折旧等固定成本，有利于提高公司综合经营效率，因此毛利率为负仍继续开展该项业务具有合理性。2026 年，随着整体产能利用率提升及价格调整，公司对外封测服务毛利率已逐步由负转正。

三、结合不同销售模式下的产品类型、应用领域、定价策略、信用政策，说明直销与经销毛利率差异较大的原因及合理性，经销业务的终端销售、期后回款情况，是否存在为公司专设的经销商，直销业务收入增加而毛利率大幅下滑的原因

（一）结合不同销售模式下的产品类型、应用领域、定价策略、信用政策，说明直销与经销毛利率差异较大的原因及合理性

### 1、产品类型

2025 年，公司不同模式下分产品类型销售情况如下：

单位：万元

| 产品类型    | 经销客户      |             |            | 直销客户      |             |            |
|---------|-----------|-------------|------------|-----------|-------------|------------|
|         | 营业收入      | 销售占比<br>(%) | 毛利率<br>(%) | 营业收入      | 销售占比<br>(%) | 毛利率<br>(%) |
| 显示驱动    | 25,861.19 | 64.56       | 28.98      | 18,933.80 | 78.68       | 16.32      |
| 其中：显示屏类 | 13,893.10 | 34.68       | 15.74      | 15,133.18 | 62.89       | 10.33      |

|       |           |        |       |           |        |        |
|-------|-----------|--------|-------|-----------|--------|--------|
| 智能景观类 | 11,968.09 | 29.88  | 44.36 | 3,800.62  | 15.79  | 40.16  |
| 线性电源  | 13,148.97 | 32.82  | 22.66 | 1,844.33  | 7.66   | 39.85  |
| 电源管理  | 910.50    | 2.27   | 41.66 | 429.49    | 1.78   | 43.06  |
| 其他类   | 139.41    | 0.35   | 7.95  | 2,856.24  | 11.87  | -23.84 |
| 合计    | 40,060.07 | 100.00 | 27.12 | 24,063.86 | 100.00 | 13.83  |

(1) 公司经销模式与直销模式的毛利率差异，主要是销售的产品类型差异所导致

因销售的主要产品类型存在差异，经销模式、直销模式毛利率差异较大。其中，公司经销模式下智能景观类、线性电源等高毛利产品销售占比较高，而公司直销模式下主要集中在较为传统的显示屏类产品。

按经销模式产品类型比例模拟计算直销客户毛利率情况如下：

| 产品类型    | 经销模式销售占比(%) | 直销模式毛利率(%) | 模拟按经销客户销售占比计算直销模式毛利率(%) |
|---------|-------------|------------|-------------------------|
| 显示驱动    | 64.56       | 16.32      | 10.53                   |
| 其中：显示屏类 | 34.68       | 10.33      | 3.58                    |
| 智能景观类   | 29.88       | 40.16      | 12.00                   |
| 线性电源    | 32.82       | 39.85      | 13.08                   |
| 电源管理    | 2.27        | 43.06      | 0.98                    |
| 其他类     | 0.35        | -23.84     | -0.08                   |
| 合计      | 100.00      | 13.83      | 24.51                   |

注：模拟按经销客户销售占比计算直销模式毛利率合计=Σ各产品类型直销模式毛利率(%) \*经销模式销售占比(%)。

按经销模式产品结构比例模拟计算直销客户毛利率为 24.51%，经销客户毛利率为 27.12%，直销毛利率低于经销毛利率 2.61 个百分点，主要系部分直销客户交易规模较大，行业影响力较高，具备标杆作用，有助于提升公司产销规模及产品进一步推广，故在产品定价上存在一定价格优惠。

2025 年度相关主要直销客户情况如下：

| 客户名称 | 主营业务                 | 行业地位                                                           | 关联关系 |
|------|----------------------|----------------------------------------------------------------|------|
| 客户五  | LED 显示产品的研发、制造、销售和服务 | 连续三年全球 LED 显示屏销量第一，产品远销 130 多个国家和地区，在 LED 显示领域具有显著的技术积累和市场影响力。 | 非关联方 |
| 客户七  | LED 显示产品的研发、生产和销     | 专注于 LED 室外全彩显示屏，通过持续的技术创新和渠道建设，在行业内建立了稳定的市场                    | 非关联方 |

|      |                             |                                                                       |      |
|------|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------|
|      | 售                           | 地位。                                                                   |      |
| 客户九  | LED 显示产品的研发、生产和销售           | 连续多年蝉联全国“十佳 LED 显示屏应用品牌”；海外业务覆盖 70 多个国家和地区，产品广受国际市场认可。                | 非关联方 |
| 客户十一 | LED 外延芯片和特种封装及集成电路的研发、生产和销售 | 国内 LED 芯片龙头企业，实现全产业链覆盖；全球 LED 芯片市占率超 20%，国内市占率排名第一；MiniLED 芯片出货量全球领先。 | 非关联方 |

## （2）负毛利的封测业务为直销模式，拖累了直销模式的整体毛利率

随着子公司铜陵基明封测产线逐步投产，产能逐步上升，直销模式下的受托封测服务收入同比增长，占直销模式销售比重 11.87%。封测产能主要为母公司提供服务，公司对外封测服务整体占比较小（低于 10%），仅作为主要排产计划的补充，且各批次数量较低，参数设置等辅助工时占比较高，导致单位成本较高，故此部分业务毛利率为负，导致直销业务毛利率低于经销业务。

## 2、应用领域

公司主要产品应用领域不受销售渠道影响，同类产品不同渠道下应用领域一致。公司各类型产品的应用领域如下：

| 产品类型    | 应用领域                                                                                                                                                  |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 显示驱动    | /                                                                                                                                                     |
| 其中：显示屏类 | 公司显示屏类芯片作为 LED 显示屏系统的核心控制器件，承担着将图像数据转化为精确电流时序控制的关键职能，直接决定了显示终端的亮度一致性、色彩还原度、刷新率及功耗水平；广泛被应用于户内外大屏显示、安防应急显示、交通枢纽显示、会议中心、电影院等场景以及直显大屏、智能穿戴、智慧座舱、笔记本电脑等领域。 |
| 智能景观类   | 公司智能景观类驱动芯片可以实现景观工程的智能化、情景化，控制景观显示的艺术效果，被广泛应用于城市景观、景区景观、舞台背景等领域；近年，逐步向智能家居、商业装饰、汽车氛围、电竞氛围、专业舞台灯光等领域拓展，随着智能家居普及、电竞产业爆发、汽车氛围等需求逐步上升，RGB 幻彩灯市场持续扩张。      |
| 线性电源    | 公司线性电源产品方案结构简洁、体积小、超薄、可灵活搭配并、串结合方式，实现产品的高可靠性和高性价比，广泛应用于家居照明、办公照明、商业照明、市政照明等照明领域。                                                                      |
| 电源管理    | 电源管理芯片是在电子设备系统中负责电能变换、分配、检测和电能管理的集成电路；广泛应用于白色家电、黑色家电、小型家电、移动终端等产品中。                                                                                   |

## 3、定价策略

公司结合市场供求关系、产品技术溢价、制造工艺的复杂程度、制造成本和

交易规模等因素，与客户协商确定产品价格。此外，对于直销大客户及拟切入的重要潜在客户，公司在产品定价上给予一定价格优惠。

#### 4、信用政策

公司直销、经销前五大客户信用政策如下：

| 模式 | 客户名称 | 信用期     |
|----|------|---------|
| 经销 | 客户一  | 月结 30 天 |
|    | 客户二  | 月结 30 天 |
|    | 客户三  | 月结 30 天 |
|    | 客户四  | 月结 30 天 |
|    | 客户六  | 月结 30 天 |
| 直销 | 客户五  | 月结 95 天 |
|    | 客户七  | 月结 60 天 |
|    | 客户九  | 月结 60 天 |
|    | 客户十一 | 月结 90 天 |
|    | 客户十二 | 月结 60 天 |

公司主要经销客户信用政策为月结 30 天，主要直销客户信用政策为 60~95 天，公司根据下游客户的资金实力、年度采购金额、历史回款情况等制定信用期，部分直销客户须按对方评定的信用期执行，经销客户信用政策相较直销客户更为严格。

综上，公司经销、直销模式毛利率差异主要受产品类型差异，及年度交易规模影响，公司综合考虑客户情况制定客户信用政策，对经销客户信用政策整体较直销更为严格。

#### （二）经销业务的终端销售、期后回款情况，是否存在为公司专设的经销商

##### 1、前五大经销客户的下游客户构成

| 经销商 | 序号 | 下游客户名称    | 所属行业    | 是否公司关联方 |
|-----|----|-----------|---------|---------|
| 客户一 | 1  | 客户一之第一大客户 | 光学光电子制造 | 否       |
|     | 2  | 客户一之第二大客户 | 照明器具制造  | 否       |
|     | 3  | 客户一之第三大客户 | 照明器具制造  | 否       |
|     | 4  | 客户一之第四大客户 | 光学光电子制造 | 否       |
|     | 5  | 客户一之第五大客户 | 照明器具制造  | 否       |

|     |   |           |         |   |
|-----|---|-----------|---------|---|
| 客户二 | 1 | 客户二之第一大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 2 | 客户二之第二大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 3 | 客户二之第三大客户 | 电子元件制造  | 否 |
|     | 4 | 客户二之第四大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 5 | 客户二之第五大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
| 客户三 | 1 | 客户三之第一大客户 | 照明器具制造  | 否 |
|     | 2 | 客户三之第二大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 3 | 客户三之第三大客户 | 照明器具制造  | 否 |
|     | 4 | 客户三之第四大客户 | 照明器具制造  | 否 |
|     | 5 | 客户三之第五大客户 | 电子元件制造  | 否 |
| 客户四 | 1 | 客户四之第一大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 2 | 客户四之第二大客户 | 电子产品批发  | 否 |
|     | 3 | 客户四之第三大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 4 | 客户四之第四大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 5 | 客户四之第五大客户 | 电子产品批发  | 否 |
| 客户六 | 1 | 客户六之第一大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 2 | 客户六之第二大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 3 | 客户六之第三大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 4 | 客户六之第四大客户 | 光学光电子制造 | 否 |
|     | 5 | 客户六之第五大客户 | 光学光电子制造 | 否 |

注：上述主要下游客户系各经销商的前五大客户，按销售收入金额排序。

公司主要经销商客户中不存在为公司专设的经销商。经销客户下游客户主要由照明器具制造、光学光电子制造企业构成，下游客户与公司不存在关联关系。截至 2026 年 5 月末，2025 年 12 月 31 日的经销客户应收账款已全部收回，不存在尚未收回的经销商应收账款。

## 2、前五大经销商期末库存情况

单位：万元、片、万颗

| 客户名称 | 产品类型 | 采购数量      | 销售数量      | 期末库存数量   | 库存金额   | 库存数量占本期采购数量的比例（%） | 库存金额占本期采购金额的比例（%） |
|------|------|-----------|-----------|----------|--------|-------------------|-------------------|
| 客户一  | 芯片   | 86,227.21 | 84,712.92 | 4,679.05 | 429.73 | 5.43              | 5.35              |
|      | 晶圆   | 3,887.88  | 4,715.27  | 15.61    | 7.21   | 0.40              | 0.97              |

|     |    |           |           |          |        |       |       |
|-----|----|-----------|-----------|----------|--------|-------|-------|
|     | 合计 | /         | /         | /        | 436.94 | /     | 4.98  |
| 客户二 | 芯片 | 41,258.64 | 46,662.62 | 5,254.65 | 687.40 | 12.74 | 13.60 |
|     | 晶圆 | 9.00      | 9.00      | -        | -      | -     | -     |
|     | 合计 | /         | /         | /        | 687.40 | /     | 13.56 |
| 客户三 | 芯片 | 75,009.50 | 76,639.15 | 895.54   | 94.09  | 1.19  | 1.94  |
| 客户四 | 芯片 | 39,543.99 | 45,566.81 | 5,477.45 | 693.88 | 13.85 | 16.81 |
| 客户六 | 芯片 | 32,968.13 | 37,145.89 | 4,520.00 | 580.95 | 13.71 | 15.86 |

### 3、前五大经销客户的期后回款、采购占比情况

单位：万元

| 序号 | 客户名称 | 2025 年销售收入 | 占经销收入比例 (%) | 应收账款余额   | 2026 年 1-5 月回款 | 2025 年自明微电子采购金额占总采购比例 (%) | 是否为公司专设 |
|----|------|------------|-------------|----------|----------------|---------------------------|---------|
| 1  | 客户一  | 8,776.73   | 21.91       | 1,392.65 | 已全部回款          | 68.13                     | 否       |
| 2  | 客户二  | 5,069.41   | 12.65       | 1,187.45 | 已全部回款          | 83.04                     | 否       |
| 3  | 客户三  | 4,848.53   | 12.10       | 671.91   | 已全部回款          | 88.36                     | 否       |
| 4  | 客户四  | 4,127.11   | 10.30       | 732.20   | 已全部回款          | 90.12                     | 否       |
| 5  | 客户六  | 3,663.79   | 9.15        | 800.13   | 已全部回款          | 71.34                     | 否       |
| 合计 |      | 26,485.57  | 66.11       | 4,784.34 |                | —                         | —       |

公司前五大经销商客户的期末应收账款于期后已全部回款。前五大经销商自明微电子采购金额占总采购金额介于 68%~91%之间，不存在为公司专设的情形。

（三）直销业务收入增加而毛利率大幅下滑的原因

直销模式营业收入同比增加 2,870.17 万元，同比增长 13.54%，毛利率同比下降 10.27 个百分点。

直销模式分产品类型情况同比变动如下：

单位：万元

| 产品类别    | 2025 年度   |         |        | 2024 年度   |         |        | 同比变动    |        | 毛利率变动            |                       |                          |
|---------|-----------|---------|--------|-----------|---------|--------|---------|--------|------------------|-----------------------|--------------------------|
|         | 营业收入      | 销售占比（%） | 毛利率（%） | 营业收入      | 销售占比（%） | 毛利率（%） | 销售占比（%） | 毛利率（%） | 对直销模式毛利率变动的影响（%） | 其中：销售占比变动对毛利率变动的影响（%） | 其中：单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响（%） |
| 显示驱动    | 18,933.80 | 78.68   | 16.32  | 17,541.14 | 82.77   | 25.24  | -4.08   | -8.92  | -7.07            | -0.05                 | -7.02                    |
| 其中：显示屏类 | 15,133.18 | 62.89   | 10.33  | 11,133.19 | 52.53   | 17.79  | 10.36   | -7.47  | -5.35            | -0.65                 | -4.69                    |
| 智能景观类   | 3,800.62  | 15.79   | 40.16  | 6,407.95  | 30.24   | 38.17  | -14.44  | 1.99   | -1.72            | -2.03                 | 0.31                     |
| 线性电源    | 1,844.33  | 7.66    | 39.85  | 2,173.85  | 10.26   | 33.61  | -2.59   | 6.23   | 0.23             | -0.25                 | 0.48                     |
| 电源管理    | 429.49    | 1.78    | 43.06  | 565.92    | 2.67    | 35.45  | -0.89   | 7.61   | 0.04             | -0.10                 | 0.14                     |
| 其他类     | 2,856.24  | 11.87   | -23.84 | 912.78    | 4.31    | -27.53 | 7.56    | 3.69   | -3.47            | -3.90                 | 0.44                     |
| 合计      | 24,063.86 | 100.00  | 13.83  | 21,193.69 | 100.00  | 24.10  | 0.00    | -10.27 | -10.27           | -4.30                 | -5.97                    |

注：销售占比变动对毛利率变动的影响（%）=（本期销售占比-上期销售占比）\*（上期该类产品毛利率-上期直销模式毛利率）；单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响（%）=本期销售占比\*（本期该类产品毛利率-上期该类产品毛利率）；对直销模式毛利率变动的影响（%）=销售占比变动对毛利率变动的影响+单类产品毛利率变化对毛利率变动的影响。

2025 年度，公司直销业务毛利率出现明显下滑，主要受到核心产品利润空间收窄及低毛利率产品结构占比提升的双重影响。

1、显示屏类产品毛利率下滑，是导致直销业务毛利率水平下滑的主要原因。公司显示屏类产品毛利率由 2024 年的 17.79%下滑至 2025 年的 10.33%，下降 7.46 个百分点。一方面，由于行业竞争激烈，致使销售单价整体走低；另一方面，公司为扩大市场份额，以

价格优惠策略导入直销客户客户十一，销售收入从 2024 年的 56.11 万元快速增长至 2025 年的 2,071.12 万元，增收的同时也摊薄了该类产品的平均毛利率。

2、产品结构变动，低毛利率及负毛利率产品占比上升，进一步拉低直接业务毛利率。毛利率较低的显示屏类产品收入占比由 52.53% 上升至 62.89%，同比上升 10.36 个百分点；毛利率为负的其他类产品销售占比由 4.31% 上升至 11.87%，同比上升 7.56 个百分点。上述两类低毛利率产品占比上升，对直销业务综合毛利率构成了进一步的不利影响。

四、说明公司业务是否具有季节性特征，结合第四季度主要销售产品和客户、订单签订时间、交付时间及期后退货情况，说明是否存在放宽信用期、提供额外返利以促进销售等行为，结合成本费用的发生时点说明季度间净利润波动较大的原因

（一）说明公司业务是否具有季节性特征

单位：万元

| 期间   | 2025 年度   |        | 2024 年度   |        |
|------|-----------|--------|-----------|--------|
|      | 营业收入      | 占比（%）  | 营业收入      | 占比（%）  |
| 第一季度 | 11,046.91 | 16.61  | 12,518.81 | 20.61  |
| 第二季度 | 17,534.42 | 26.37  | 16,540.38 | 27.23  |
| 第三季度 | 17,655.40 | 26.55  | 15,225.69 | 25.07  |
| 第四季度 | 20,260.80 | 30.47  | 16,455.38 | 27.09  |
| 合计   | 66,497.54 | 100.00 | 60,740.27 | 100.00 |

第一季度受下游 LED 生产企业春节放假影响，第一季度营收规模及占比较低，2025 年第四季度，营业收入环比增长 14.75%，主要受下游行业整体景气度回升所致。

同行业公司 2025 年四季度营收环比变动情况如下：

单位：万元

| 公司   | 2025 年第四季度 | 2025 年第三季度 | 环比增长（%） |
|------|------------|------------|---------|
| 富满微  | 26,085.01  | 20,877.38  | 24.94   |
| 晶丰明源 | 45,270.64  | 38,561.72  | 17.40   |
| 平均值  | 35,677.83  | 29,719.55  | 20.05   |
| 明微电子 | 20,260.80  | 17,655.40  | 14.76   |

综上，除第一季度受春节假期影响，营收规模相对较低之外，不存在其他显著的季节性特征。

（二）结合第四季度主要销售产品和客户、订单签订时间、交付时间及期后退货情况，说明是否存在放宽信用期、提供额外返利以促进销售等行为

1、主要销售产品情况

公司 2025 年第四季度及 2025 年度主营业务收入分产品类型构成如下：

单位：万元

| 产品类型    | 2025 年第四季度 |        | 2025 年度   |        |
|---------|------------|--------|-----------|--------|
|         | 主营业务收入     | 占比 (%) | 主营业务收入    | 占比 (%) |
| 显示驱动    | 13,571.86  | 69.71  | 44,794.99 | 69.86  |
| 其中：显示屏类 | 9,681.82   | 49.73  | 29,026.28 | 45.27  |
| 智能景观类   | 3,890.04   | 19.98  | 15,768.71 | 24.59  |
| 线性电源    | 4,556.51   | 23.40  | 14,993.30 | 23.38  |
| 电源管理    | 413.26     | 2.12   | 1,340.00  | 2.09   |
| 其他类     | 927.50     | 4.76   | 2,995.64  | 4.67   |
| 合计      | 19,469.12  | 100.00 | 64,123.93 | 100.00 |

公司 2025 年第四季度，显示驱动-显示屏类销售额占比上升 4.46 个百分点，智能景观类销售占比降低 4.61 个百分点。

2、主要客户及其信用期、返利政策情况

2025 年第四季度，公司前十大客户信用期及返利政策情况如下：

| 客户名称 | 客户类型 | 2025 年信用期 | 2024 年信用期 | 是否调整信用期 | 促销政策及执行时间 |
|------|------|-----------|-----------|---------|-----------|
| 客户一  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户二  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户三  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户六  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户五  | 直销客户 | 月结 95 天   | 月结 95 天   | 否       | 以量议价/第二季度 |
| 客户四  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户十一 | 直销客户 | 月结 90 天   | 月结 90 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户十  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户八  | 经销客户 | 月结 30 天   | 月结 30 天   | 否       | 以量议价/全年   |
| 客户七  | 直销客户 | 月结 60 天   | 月结 60 天   | 否       | 以量议价/全年   |

公司主要客户信用期保持稳定，2025 年度实施以量议价促销政策，该政策各季度均执行，第四季度不存在临时放宽信用期、提供额外返利以促进销售等行为。

3、公司订单签订时间、交付时间及期后退货情况

2025 年第四季度，公司发货产品对应的订单签订时间、收入确认时间具体如下：

| 项目                       | 时间间隔    | 签订-发货订单数量 | 发货-签收订单数量 |
|--------------------------|---------|-----------|-----------|
| 2025 年第四季度发货并<br>签收      | 0-3 天   | 5482      | 7512      |
|                          | 4-7 天   | 495       | 367       |
|                          | 8-14 天  | 546       | 2         |
|                          | 15-30 天 | 595       | 0         |
|                          | 30 天以上  | 763       | 0         |
| 小计                       |         | 7881      | 7881      |
| 2025 年第四季度发货<br>2026 年签收 | 0-3 天   | 75        | 69        |
|                          | 4-7 天   | 33        | 55        |
|                          | 8-14 天  | 14        | 20        |
|                          | 15-30 天 | 12        | 4         |
|                          | 30 天以上  | 14        | 0         |
| 小计                       |         | 148       | 148       |

公司销售模式主要为境内销售，发货至收入确认间隔时间集中在 7 天以内，少量在 15 天及以上的主要为出口业务，符合公司一贯的实际情况。

截至 2026 年 5 月 31 日，公司四季度销售期后退回金额 0.28 万元，占第四季度销售收入比例极小，不存在期后大额退货情况。

### （三）结合成本费用的发生时点说明季度间净利润波动较大的原因

2025 年，公司各季度主要财务数据变动情况如下：

单位：万元

| 项目   | 期间   | 金额        | 环比变动额     |
|------|------|-----------|-----------|
| 净利润  | 第一季度 | -3,328.16 | ——        |
|      | 第二季度 | -207.44   | 3,120.72  |
|      | 第三季度 | 884.10    | 1,091.54  |
|      | 第四季度 | -1,994.01 | -2,878.11 |
| 营业收入 | 第一季度 | 11,046.91 | ——        |
|      | 第二季度 | 17,534.42 | 6,487.51  |
|      | 第三季度 | 17,655.40 | 120.98    |
|      | 第四季度 | 20,260.80 | 2,605.40  |
| 毛利额  | 第一季度 | 2,561.28  | ——        |
|      | 第二季度 | 4,541.55  | 1,980.26  |
|      | 第三季度 | 4,563.94  | 22.40     |

|        |      |           |           |
|--------|------|-----------|-----------|
|        | 第四季度 | 2,565.43  | -1,998.51 |
| 期间费用   | 第一季度 | 4,111.33  | ——        |
|        | 第二季度 | 4,482.75  | 371.42    |
|        | 第三季度 | 4,643.93  | 161.18    |
|        | 第四季度 | 5,036.29  | 392.36    |
|        |      |           |           |
| 资产减值损失 | 第一季度 | -3,345.32 | ——        |
|        | 第二季度 | -1,196.19 | 2,149.13  |
|        | 第三季度 | -246.63   | 949.55    |
|        | 第四季度 | 292.85    | 539.48    |
|        |      |           |           |

注：毛利额=营业收入-营业成本；期间费用=销售费用+管理费用+研发费用+财务费用。

公司第一至第四季度净利润分别为-3,328.16万元、-207.44万元、884.10万元及-1,994.01万元，季度间利润波动较大，主要原因如下：

### 1、资产减值损失-存货跌价损失

各资产负债表日，公司按照存货跌价计提政策，合理估计存货可变现净值，存货成本高于其可变现净值时，按差额计提存货跌价准备，计入当期损益。

2025年第一季度，受春节假期影响，公司整体产量较低，单位固定成本较高，且受下游市场竞争激烈的影响，公司产品价格承压，部分产品单价下降，导致产品库存成本与销售价格形成倒挂，2025年第一季度计提存货减值损失金额较大。

### 2、毛利额

公司按照不同业务模式的收入确认政策，在不同业务模式下的客户取得商品控制权节点确认收入，同步结转相关产品成本、履约成本等，保证收入和成本的配比。

2025年第二季度，毛利额环比增加1,980.26万元，第一季度受春节假期影响，整体产销量均较其他季度低，第二季度恢复正常，体现营收规模环比增长较大，毛利额同步增长。

2025年第四季度，毛利额环比减少1,998.51万元，主要受显示驱动产品细分产品结构季度间波动影响，第四季度高毛利的智能景观类产品较第三季度销售规模有所下降，毛利较低的显示屏类产品销售规模有所上升。

### 3、期间费用波动

公司按权责发生制原则归集核算各项期间费用，归集核算方法全年保持一致。

2025 年第一季度受假期影响，业务活动较其他季度相对偏少，费用金额较低。2025 年第二季度、第三季度，期间费用相对稳定。2025 年第四季度，营业收入环比增长，且年度终了，基于全年最新的业绩情况对年终奖等事项的最佳估计数进行暂估计提，期间费用环比增长。

五、说明境外业务主要客户的成立时间、合作历史、实际控制人、主营业务及终端客户情况，境外业务收入增长而毛利率下滑的原因

（一）说明境外业务主要客户的成立时间、合作历史、实际控制人、主营业务及终端客户情况

公司境外业务主要客户销售情况如下：

单位：万元

| 客户名称    | 2025 年度 |       | 2024 年度 |       |
|---------|---------|-------|---------|-------|
|         | 主营业务收入  | 占比（%） | 主营业务收入  | 占比（%） |
| 境外业务客户一 | 496.14  | 89.16 | -       | -     |
| 境外业务客户二 | 38.93   | 7.00  | -       | -     |
| 境外业务客户三 | 20.80   | 3.74  | 71.50   | 90.53 |
| 合计      | 555.87  | 99.90 | 71.50   | 90.53 |

公司境外业务规模较小，主要客户相对集中，相关客户的成立时间、合作历史、实际控制人、主营业务及终端客户情况如下：

| 客户名称    | 成立时间            | 合作起始时间 | 实际控制人         | 主营业务                                                                              | 终端客户         |
|---------|-----------------|--------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| 境外业务客户一 | 2013 年 7 月 12 日 | 2025 年 | 境外业务客户一之实际控制人 | 半导体元器件分销                                                                          | 境外业务客户一之终端客户 |
| 境外业务客户二 | 2024 年 1 月 22 日 | 2025 年 | 境外业务客户二之实际控制人 | LED 显示屏                                                                           | 境外业务客户二      |
| 境外业务客户三 | 1989 年 6 月 27 日 | 2023 年 | 境外业务客户三之实际控制人 | 研发生产 LED 元件及 LED 应用产品之专业企业，致力于 LED、SMD、InvisibleLED、LEDdisplay、SmartLED 等相关产品研发制造 | 境外业务客户三      |

2025 年，公司境外收入增长较多主要系开拓了新客户境外业务客户一，该

客户主营半导体元器件分销，与国内多家知名半导体企业合作，公司对其销售产品的下游终端客户为下游应用产品的生产制造商。

(二) 境外业务收入增长而毛利率下滑的原因

单位：万元

| 客户名称    | 主要销售产品类型  | 主要销售产品型号     | 2025 年度 |         | 2024 年度 |         |
|---------|-----------|--------------|---------|---------|---------|---------|
|         |           |              | 主营业务收入  | 毛利率 (%) | 主营业务收入  | 毛利率 (%) |
| 境外业务客户一 | 显示驱动-显示屏  | 产品 48        | 496.14  | 14.63   | -       | -       |
| 境外业务客户二 | 显示驱动-显示屏  | 产品 47、产品 3 等 | 38.93   | 40.77   | -       | -       |
| 境外业务客户三 | 显示驱动-智能景观 | 产品 49        | 20.80   | 80.59   | 71.50   | 85.14   |
| 合计      |           |              | 555.87  | 18.93   | 71.50   | 85.14   |

2025 年，公司境外收入增长而毛利率下滑主要受客户结构及产品结构变化影响。2024 年，公司境外客户主要为境外业务客户三，主要销售智能景观类产品，产品单价及毛利较高。2025 年，主要境外销售客户新增境外业务客户一、境外业务客户二，主要销售显示屏类产品，产品毛利率较低。

六、请年审会计师说明对公司经销客户采取的审计程序，函证、走访、细节测试比例，并对经销业务收入确认的准确性发表明确意见，说明对公司收入的截止性测试情况及比例并发表明确意见。

年审会计师对公司经销客户采取的各项审计程序核查比例如下：

1、函证

单位：万元

| 项目     | 金额        |
|--------|-----------|
| 发函金额   | 39,884.32 |
| 经销收入金额 | 40,060.07 |
| 发函比例   | 99.56%    |
| 回函确认金额 | 39,884.32 |
| 回函比例   | 99.56%    |

2、走访

单位：万元

| 项目        | 金额        |
|-----------|-----------|
| 经销收入金额    | 40,060.07 |
| 走访经销商收入金额 | 31,386.53 |
| 走访比例      | 78.35%    |

### 3、细节测试

单位：万元

| 项目     | 金额        |
|--------|-----------|
| 经销收入金额 | 40,060.07 |
| 细节测试金额 | 21,250.09 |
| 测试比例   | 53.05%    |

年审会计师对经销客户实施函证程序，函证经销商收入金额 39,884.32 万元，占经销收入比例为 99.56%，上述函证均已取得经销客户的回函确认。年审会计师对公司主要经销客户实施现场走访程序，走访经销商收入金额 31,386.53 万元，占经销收入比例为 78.35%。年审会计师对公司当期经销业务收入确认原始单据进行细节测试检查，核查金额 21,250.09 万元，占经销收入比例为 53.05%。

经核查，公司经销业务收入确认真实、准确。

年审会计师对资产负债表日前后一个月收入实施截止测试，具体核查比例如下：

单位：万元

| 项目                    | 金额       |
|-----------------------|----------|
| 截止性测试 2025 年 12 月检查金额 | 4,129.25 |
| 2025 年 12 月收入金额       | 8,317.95 |
| 2025 年 12 月测试比例       | 49.64%   |
| 截止性测试 2026 年 1 月检查金额  | 4,475.60 |
| 2026 年 1 月收入金额        | 8,785.81 |
| 2026 年 1 月测试比例        | 50.94%   |

经核查，公司收入确认未见跨期，收入确认真实、准确。

## 【会计师核查程序及核查意见】

### （一）核查程序

1、取得公司 2025 年各季度及年度财务报表，对 2025 年季度间、2025 年度

间导致净利润波动的项目进行量化分析，并结合公司期后业绩情况、所处行业发展情况，同行业可比公司公开资料，分析公司净利润大幅波动的原因及合理性；

2、取得公司收入明细表，确认其他类业务具体构成、客户情况等，访谈公司管理层，了解公司相关业务的业务背景、后续规划等，以分析相关业务的商业合理性；

3、访谈公司管理层，了解直销与经销业务主要的产品类型、应用领域、定价策略、信用政策是否存在差异；

4、对主要经销客户实施细节测试、函证程序、并检查经销商客户的期后回款，以确认公司经销收入的真实性；

5、对主要经销客户进行实地访谈，并取得其销售及库存明细，对经销客户的终端销售情况、库存情况进行核查分析；

6、取得公司收入成本明细表，结合直销客户构成、产品结构等因素，分析直销业务收入增加而毛利率大幅下滑的原因；

7、取得公司全年发货明细，重点关注四季度发货及销售记录对应的订单签订时间、产品发出时间、签收时间与收入确认时间的合理性；对比分析公司四季度主要客户的信用政策、返利政策情况，并对四季度销售业务的期后退货情况进行检查；

8、访谈公司管理层，了解公司境外客户的基本情况 & 终端客户构成，并对公司境外收入变动情况进行分析；

9、对公司资产负债表日前后 1 个月收入执行截止性测试，以确认公司收入是否存在跨期。

## **（二）核查意见**

1、公司营业收入增长而净利润大幅下降主要受公司业务结构变化、部分产品价格下调，毛利额下降、存货跌价计提增加，且随着公司业务发展的需要，期间费用增加所致。随着行业景气度的回升，市场供需关系的变化，公司期后营业收入及毛利率增长，毛利额的增长能对冲前述因素对公司利润产生的不利影响。

2、其他类业务主要为对外提供封测服务业务，该类毛利率为负主要是对外封测服务仅作为主要排产计划的补充，各批次数量较低，参数设置等辅助工时占比较高，导致单位成本较高，执行此业务可摊薄设备折旧等固定成本，边际贡献为正，且有助于丰富公司封装形式及工艺，积累封测技术，提升封测能力，有利

于提高公司综合经营效率，具有合理性。

3、公司经销与直销毛利率差异较大主要受产品类型差异影响，直销业务收入增加而毛利率大幅下滑主要受直销业务内部产品结构变化影响；公司经销商期后回款情况良好，终端销售客户为下游 LED 领域生产、销售企业，与公司不存在关联关系，不存在为公司专设的经销商。

4、除一季度受春节假期影响外，营业收入规模相对其他季度较低外，公司业务不存在其他显著的季节性特征。公司第四季度主要产品、客户情况与其他季度不存在显著差异，订单签订、发货、交付时间间隔符合公司实际一贯的业务情况，期后退货金额极小，不存在放宽信用期、提供额外返利以促进销售等行为。

5、公司按照权责发生制合理归集核算各项成本费用，各季度间利润波动较大主要受季度间价格变化、管理层基于季度间业绩变化情况做出的最佳会计估计变化影响，符合公司的实际情况。

6、境外业务收入增长而毛利率下降主要受客户及产品结构变化影响，境外业务主要终端客户均为下游应用产品的生产制造商，与公司不存在关联关系，公司境外业务收入真实。

7、经核查，公司收入确认真实、准确，未有跨期。

## 问题二、关于主要客户

年报显示，公司 2025 年度经销业务收入占比 65.25%。2025 年度前五名客户销售额 2.67 亿元，占年度销售总额的 41.71%，其中第一大客户销售额 0.88 亿元，占年度销售总额的 13.69%，较上年对第一大客户销售额 0.72 亿元增长 22.22%，与公司对其他主要客户销售变动幅度差异较大。公司对部分客户采取 VMI 销售模式。

请公司：（1）说明不同主要客户之间收入变动趋势不一致的原因及合理性；（2）列示公司与第一大客户的订单签订时间、收入确认时点及依据、销售产品的量价情况、期末应收账款及期后回款情况，并说明产品价格、信用政策等是否与其他客户存在较大差异；（3）说明公司与员工/前员工、主要股东/前主要股东及其持股/历史持股或控制的公司是否发生业务及资金往来，往来的金额、内容、原因，是否符合商业逻辑，是否存在隐性关联关系；（4）结合采用 VMI 销售模式的销售内容、对应客户、年度及分季度的销售金额变动、定价及结算

方式、结算周期以及收入确认依据，说明相关内部控制制度及实际执行情况，采用该模式的商业逻辑，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定；（5）请年审会计师说明对本期第一大客户履行的审计程序及核查比例，说明对 VMI 模式收入确认时点的审计程序、取得的相关证据及覆盖比例。

**【公司回复】**

**一、说明不同主要客户之间收入变动趋势不一致的原因及合理性**

2025 年，公司前十大客户情况如下：

单位：万元

| 客户名称 | 2025 年    | 2024 年    | 变动比例（%） |
|------|-----------|-----------|---------|
| 客户一  | 8,776.73  | 7,167.84  | 22.45   |
| 客户二  | 5,069.41  | 5,251.28  | -3.46   |
| 客户三  | 4,848.53  | 4,748.84  | 2.10    |
| 客户四  | 4,127.11  | 4,298.75  | -3.99   |
| 客户五  | 3,926.58  | 3,719.31  | 5.57    |
| 客户六  | 3,663.79  | 4,000.54  | -8.42   |
| 客户七  | 2,832.06  | 2,666.30  | 6.22    |
| 客户八  | 2,693.67  | 2,449.28  | 9.98    |
| 客户九  | 2,266.16  | 996.91    | 127.32  |
| 客户十  | 2,207.28  | 1,935.26  | 14.06   |
| 合计   | 40,411.34 | 37,234.30 | 8.53    |

2025 年度，前十大客户中 7 家收入较上年增长，3 家略有下降，销售收入上涨的客户家数占多数。

2025 年，公司对第一大客户客户一实现销售收入 8,776.73 万元，同比增长 22.45%，主要系其下游核心客户客户一之第一大客户大幅扩产，带动采购需求显著增加。其中，客户一对客户一之第一大客户的销售收入由 2024 年的 814.41 万元增至 2025 年的 2,768.79 万元，净增 1,954.38 万元。

客户一之第一大客户创业板招股说明书显示，客户一之第一大客户主营自有品牌智能氛围照明及智能小家电，2025 年其在北美智能氛围照明市场占有率排名第一，全球排名第二。2023 至 2025 年客户一之第一大客户营业收入分别为 265,345.95 万元、390,224.78 万元和 470,489.71 万元，连续两年实现大幅快速增长。受此影响，2025 年客户一之第一大客户为扩大产销规模，带动上游客户

一对公司芯片产品的采购同步提升，推动公司对客户一收入较快增长。

同期，公司其他主要客户因下游终端行业需求波动，收入变动方向各异，整体变化符合下游行业及客户实际经营情况，具有合理性。

二、列示公司与第一大客户的订单签订时间、收入确认时点及依据、销售产品的量价情况、期末应收账款及期后回款情况，并说明产品价格、信用政策等是否与其他客户存在较大差异

1、订单签订时间、收入确认时点及依据

公司经销模式销售产品主要通过自送或快递公司进行承运，客户在收到货物时对货物名称、规格、数量及装箱等情况进行验收，公司根据物流信息显示被签收或收到客户回签的送货单，视为验收合格，商品所有权上的主要风险和报酬随之转移，据此确认收入。

公司对经销商采取买断式销售模式，经销商在签收商品后即获得商品的所有权和控制权。自公司上市以来，对经销商销售模式及相应的收入确认政策始终保持一致，未发生变化，公司对经销模式相关收入确认符合会计准则要求。

2025 年，公司与客户一的订单的签订时间、发货时间、收入确认时点情况如下：

| 项目                | 时间间隔    | 签订-发货订单数量 | 发货-签收订单数量 |
|-------------------|---------|-----------|-----------|
| 2025 年发货并签收       | 0-3 天   | 4, 229    | 5, 048    |
|                   | 4-7 天   | 233       | 493       |
|                   | 8-14 天  | 216       | 28        |
|                   | 15-30 天 | 383       | 0         |
|                   | 30 天以上  | 508       | 0         |
| 小计                |         | 5, 569    | 5, 569    |
| 2025 年发货 2026 年签收 | 0-3 天   | 3         | 5         |
|                   | 4-7 天   | 4         | 11        |
|                   | 8-14 天  | 0         | 0         |
|                   | 15-30 天 | 2         | 0         |
|                   | 30 天以上  | 7         | 0         |
| 小计                |         | 16        | 16        |

公司对客户一的订单签订至发货确认间隔时间集中在 1 个月以内，发货至签收确认收入集中在 7 天以内，与其他客户不存在显著差异。

2、销售产品的量价情况及终端销售情况

2025 年，公司对客户一销售产品的量价情况如下：

单位：万元、万颗、元/颗、万元/片

| 芯片/<br>晶圆 | 产品类型 | 2025 年度  |           |        | 2024 年度  |           |        | 变动比例 (%) |        |        |
|-----------|------|----------|-----------|--------|----------|-----------|--------|----------|--------|--------|
|           |      | 收入       | 数量        | 单价     | 收入       | 数量        | 单价     | 收入       | 数量     | 单价     |
| 芯片        | 线性电源 | 4,478.60 | 54,421.81 | 0.0823 | 4,671.98 | 53,707.22 | 0.0870 | -4.14    | 1.33   | -5.40  |
|           | 显示驱动 | 3,444.48 | 31,461.18 | 0.1095 | 1,593.94 | 17,253.03 | 0.0924 | 116.10   | 82.35  | 18.51  |
|           | 电源管理 | 99.92    | 261.21    | 0.3825 | 67.55    | 180.64    | 0.3739 | 47.92    | 44.60  | 2.30   |
|           | 其他   | 7.09     | 83.01     | 0.0855 | 5.83     | 154.35    | 0.0378 | 21.71    | -46.22 | 126.31 |
|           | 小计   | 8,030.09 | 86,227.21 | 0.0931 | 6,339.30 | 71,295.24 | 0.0889 | 26.67    | 20.94  | 4.74   |
| 晶圆        | /    | 746.64   | 3,887.88  | 0.1920 | 828.54   | 4,316.09  | 0.1920 | -9.88    | -9.92  | 0.04   |
| 合计        |      | 8,776.73 | /         | /      | 7,167.84 | /         | /      | /        |        |        |

2025 年销售收入增长主要来自显示驱动芯片，该产品收入从 1,593.94 万元增至 3,444.48 万元，增长 116.10%，系客户一终端客户客户一之第一大客户对显示驱动芯片需求增加。显示驱动芯片单价上涨 18.51%，系因 2025 年销售的高单价型号占比提升；电源管理芯片单价略有上涨亦因产品结构变化。

2025 年，客户一自公司采购产品的对外销售和库存情况如下：

单位：万元、片、万颗

| 产品类型 | 期初库存数量   | 采购数量      | 销售数量      | 期末库存数量   | 库存金额   | 库存数量占本期采购数量的比例 (%) | 库存金额占本期采购金额的比例 (%) |
|------|----------|-----------|-----------|----------|--------|--------------------|--------------------|
| 芯片   | 3,164.76 | 86,227.21 | 84,712.92 | 4,679.05 | 429.73 | 5.43               | 5.35               |
| 晶圆   | 843.00   | 3,887.88  | 4,715.27  | 15.61    | 7.21   | 0.40               | 0.97               |
| 合计   | /        | /         | /         | /        | 436.94 | /                  | 4.98               |

报告期内，客户一依托公司订单系统，通常将采购订单细化至以“天”或“次”为单位，维持日均多次下单的频次，签订大额长期订单情况较少。

从销售端来看，客户一自公司采购规模与对外销售情况相匹配，存货规模始终保持在合理水平，期末库存金额占本期采购金额的比例为 4.98%，期末库存为 1 个月左右的合理周转需求，公司不存在向客户一压货的情形。截至本问询回复日，客户一期后退货金额为 1.34 万元，不存在期后大额退回情形。

3、期末应收账款及期后回款情况

截至 2025 年 12 月 31 日，公司对客户一的应收账款余额为 1,392.65 万元，截至本问询回复日已全部收回，无逾期。

#### 4、产品价格、信用政策等与其他客户不存在较大差异

2025 年，公司对客户一的销售价格与其他客户对比如下：

单位：万元，元/颗、万元/片

| 芯片/<br>晶圆 | 产品类型 | 客户一      |        |        | 其他客户      |        |        | 单价差<br>异 (%) |
|-----------|------|----------|--------|--------|-----------|--------|--------|--------------|
|           |      | 收入       | 占比 (%) | 单价     | 收入        | 占比 (%) | 单价     |              |
| 芯片        | 线性电源 | 4,478.60 | 51.07  | 0.0823 | 10,335.49 | 19.74  | 0.0823 | -0.04        |
|           | 显示驱动 | 3,444.48 | 39.28  | 0.1095 | 34,578.97 | 66.04  | 0.1093 | 0.17         |
|           | 电源管理 | 99.92    | 1.14   | 0.3825 | 1,234.85  | 2.36   | 0.3243 | 17.95        |
|           | 小计   | 8,023.00 | 91.49  | /      | 46,149.31 | 88.14  | /      | /            |
| 晶圆        | /    | 746.64   | 8.51   | 0.1920 | 6,209.34  | 11.86  | 0.2040 | -5.85        |
| 合计        |      | 8,769.64 | 100.00 | /      | 52,358.65 | 100.00 | /      | /            |

2025 年，公司销售客户一的主要产品为线性电源芯片、显示驱动芯片，分别占其销售收入的 51.07%、39.28%，与公司对其他客户的平均销售单价较为接近、不存在显著差异。电源管理芯片及晶圆因销售的具体产品型号差异，单价存在合理波动，差异幅度在正常商业范畴内。

2025 年，公司前五名经销商客户信用政策对比如下：

单位：万元

| 客户名称 | 信用政策    | 收入金额      | 占经销收入比例 (%) |
|------|---------|-----------|-------------|
| 客户一  | 月结 30 天 | 8,776.73  | 21.91       |
| 客户二  | 月结 30 天 | 5,069.41  | 12.65       |
| 客户三  | 月结 30 天 | 4,848.53  | 12.10       |
| 客户四  | 月结 30 天 | 4,127.11  | 10.30       |
| 客户六  | 月结 30 天 | 3,663.79  | 9.15        |
| 合计   |         | 26,485.57 | 66.11       |

公司前五名经销商收入合计占经销业务收入 66.11%，前五名经销商的信用政策均为月结 30 天，公司对客户一的信用政策与其他主要经销商不存在差异。

三、说明公司与员工/前员工、主要股东/前主要股东及其持股/历史持股或控制的公司是否发生业务及资金往来，往来的金额、内容、原因，是否符合商业逻辑，是否存在隐性关联关系

### 1、基本情况

公司与员工/前员工、主要股东/前主要股东及其持股/历史持股或控制的以下公司存在业务往来：

| 公司名称                | 关系                        | 交易内容                 | 是否为关联方 |
|---------------------|---------------------------|----------------------|--------|
| 客户一                 | 公司员工/前员工王海英持股的公司，不构成控制关系。 | 销售产品                 | 否      |
| 客户十三                | 公司前员工赵春波控制的公司。            | 销售产品                 | 否      |
| 深圳数字电视国家工程实验室股份有限公司 | 持股 5%以上的股东黄学良先生控制的公司。     | 房屋租赁、物业管理及水电费、停车场使用费 | 是      |

(1) 公司员工/前员工王海英任职经历、任职变化发生背景和发生原因，以及与公司往来情况：

①王海英自 2004 年 11 月入职公司，先后担任业务员、销售经理、销售总监和子公司山东贞明总经理，2016 年 4 月从公司离职；2016 年 4 月至 2017 年 10 月，王海英在深圳市壹卡科技有限公司任职；任职变化背景原因主要为其个人职业发展规划；

②2017 年 10 月至 2023 年 4 月，王海英在客户一任职，负责日常经营管理工作，主要背景原因为客户一收购合并壹卡科技，王海英成为客户一股东之一。

③2023 年 6 月至 2023 年 12 月，王海英在深圳市易炜科技有限公司短暂任职，主要背景原因为王海英不再参与客户一日常经营管理工作。

④2024 年 1 月至今，王海英返回公司任职，主要背景原因为其具备多年的行业销售经验，其个人能力较强并具备较深厚的人脉积累，熟悉公司产品的特性并认同公司企业文化。

王海英上述任职经历中，仅在其于公司任职期间与公司发生资金往来，主要为发放工资及奖金、费用报销。

(2) 公司前员工赵春波任职经历、任职变化发生背景和发生原因，以及与公司往来情况

赵春波于 2008 年 4 月入职公司，先后担任研发工程师、市场部经理，2016 年 9 月从公司离职；2016 年 10 月至今，赵春波创立客户十三并担任执行董事、总经理；离职背景原因主要为其个人职业发展规划。

赵春波上述任职经历中，仅在其于公司任职期间与公司发生资金往来，主要

为发放工资及奖金、费用报销。

(3)关于公司与上述员工/前员工王海英和赵春波持股或控制的公司发生交易往来的商业合理性，该部分已在招股说明书中详细论述。

2、交易及往来情况

(1) 交易情况

报告期内公司与上述公司业务情况如下：

单位：万元

| 客户名称                | 2025 年度  | 2024 年度  | 交易内容                   |
|---------------------|----------|----------|------------------------|
| 客户一                 | 8,776.73 | 7,167.84 | 销售产品，主要销售线性电源芯片、显示驱动芯片 |
| 客户十三                | 503.11   | 715.88   | 销售产品，主要销售线性电源芯片        |
| 深圳数字电视国家工程实验室股份有限公司 | 200.21   | 105.94   | 物业水电费                  |
|                     | 667.98   | 350.69   | 房屋租金                   |
|                     | 14.70    | 7.48     | 停车场使用费                 |

2、往来情况

报告期内公司与上述公司的往来余额及现金流如下：

单位：万元

| 公司名称                | 科目名称        | 2024 年 12 月 31 日 | 2025 年度支付/收到的现金流 | 2025 年 12 月 31 日 | 交易内容         |
|---------------------|-------------|------------------|------------------|------------------|--------------|
| 深圳数字电视国家工程实验室股份有限公司 | 预付款项        | 2.52             | 14.70            | 2.66             | 停车场使用费       |
|                     | 其他应收款       | 72.81            | 不适用              | 72.81            | 房屋押金及物业管理费押金 |
|                     | 其他应付款       | 3.25             | 199.73           | 4.50             | 物业水电费        |
|                     | 租赁负债        | 1,915.32         | 667.98           | 1,323.90         | 房屋租金         |
|                     | 一年内到期的非流动负债 | 564.60           |                  | 591.42           |              |
| 客户一                 | 应收账款        | 1,272.74         | 9,797.71         | 1,392.65         | 货款           |
| 客户十三                | 应收账款        | 95.10            | 564.42           | 99.01            | 货款           |

公司与数字电视实验室的往来款项除支付租金及押金、物业费、水电费之外，不存在其他资金往来。公司与客户一、客户十三的往来款均为销售产品相关的货款，不存在其他资金往来。

根据《企业会计准则第 36 号——关联方披露》及《上市公司信息披露管理

办法》，深圳数字电视国家工程实验室股份有限公司实际控制人与公司存在关联，公司已在年报及本回复中披露，并按照关联交易履行了相关审议及披露程序。公司与客户一、客户十三不构成关联方关系、不存在隐性关联关系，相关交易价格公允，不存在利益输送或损害公司利益的情形。

综上，报告期内公司与员工/前员工、主要股东/前主要股东及其持股/历史持股或控制的公司发生业务及资金往来均为日常经营业务相关的产品销售、物业租赁，资金往来与交易内容相匹配，不存在其他业务及资金往来；对涉及关联方关系及关联交易已在定期年报中进行披露。

四、结合采用 VMI 销售模式的销售内容、对应客户、年度及分季度的销售金额变动、定价及结算方式、结算周期以及收入确认依据，说明相关内部控制制度及实际执行情况，采用该模式的商业逻辑，收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定

（一）VMI模式基本情况

2025年度，公司客户仅客户五采用VMI销售模式，主要销售内容为显示驱动类芯片，2024年度和2025年度销售情况如下：

单位：万元

| 客户  | 销售内容   | 季度  | 2025 年度  | 2024 年度  | 定价方式    | 收入确认依据                                                                                   | 结算方式     | 结算周期    |
|-----|--------|-----|----------|----------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|
| 客户五 | 显示驱动芯片 | 一季度 | 604.34   | 334.28   | 市场化协商定价 | 根据客户发货通知将相关产品送至客户 VMI 仓库，客户根据实际情况领用产品后，公司按月与客户对账，确认客户领用数量、金额及 VMI 仓库库存，取得客户确认的对账单，据此确认收入 | 银行承兑汇票为主 | 月结 95 天 |
|     |        | 二季度 | 806.44   | 1,284.58 |         |                                                                                          |          |         |
|     |        | 三季度 | 1,309.55 | 1,166.63 |         |                                                                                          |          |         |
|     |        | 四季度 | 1,206.26 | 933.82   |         |                                                                                          |          |         |
|     |        | 合计  | 3,926.59 | 3,719.31 |         |                                                                                          |          |         |

（二）采用 VMI 模式的商业逻辑

客户五及其实际控制人，与明微电子均不存在关联方关系。

在销售中采用 VMI 模式，客户能够缩短备货周期，提升生产端响应效率，同时降低备货库存资金占用，且客户长期采用 VMI 模式进行原材料采购及库存管理。对于公司而言，VMI 模式下存货整体销售周期短，销售情况良好，有助于增强客户黏性。因此采用 VMI 模式具有商业合理性。

（三）内部控制制度及执行情况

公司制定了《仓库管理规范》《仓库出货管理规范》《财务管理制度》等相关内控制度，对存货发出、库存管理、对账结算及收入确认等关键环节作出规定，确保相关业务流程可控。

公司严格执行上述管理制度，以把控公司产品的进销存情况。具体情况如下：

（1）发货：根据客户发货通知，公司将产品送达客户指定 VMI 仓库，核对数量后办理入库手续，客户将入库数据录入其 VMI 系统，公司将发至 VMI 仓库存货纳入发出商品管理；（2）领用：客户将领用情况录入其 VMI 系统；（3）对账：公司通过客户物料库存数据查询系统（网页版），查询及邮件确认领用情况，形成经双方确认的对账单；（4）收入确认审核：财务人员依据经确认的对账单，核对产品单价及金额后确认销售收入；（5）期末存货管理：公司严格控制 VMI 仓库存余额，无特殊情况，库存量不超过月度销售数量，每月末查阅 VMI 仓存货结存数据并与客户核对。

上述制度在报告期内得到有效执行，未发生重大偏差。

**（四）收入确认时点符合《企业会计准则》**

根据《企业会计准则第 14 号—收入》规定：企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。VMI 模式下，当客户根据需求实际领用产品后，商品控制权才转移至客户，公司依据经客户确认后的实际领用情况确认收入，控制权转移时点清晰，符合《企业会计准则》中确认收入的相关规定。

**五、请年审会计师说明对本期第一大客户履行的审计程序及核查比例，说明对 VMI 模式收入确认时点的审计程序、取得的相关证据及覆盖比例**

**（一）对本期第一大客户履行的审计程序及核查比例**

报告期内我们对本期第一大客户履行的审计程序及核查比例如下：

| 序号 | 审计程序      | 核查比例/具体内容                                                             |
|----|-----------|-----------------------------------------------------------------------|
| 1  | 细节测试      | 抽取客户一 2025 年度销售订单进行细节测试，确认销售收入真实性，核查比例 76.54%（按金额）。                   |
| 2  | 函证        | 对客户一 2025 年度交易金额及期末往来余额进行独立发函，回函比例 100%，回函金额与账面记录一致。                  |
| 3  | 实地走访及终端核查 | 实地走访客户一经营场所，访谈其负责人，获取其 2025 年度销售明细及库存明细，分析其终端销售的真实性及库存周转情况，核查比例 100%。 |
| 4  | 截止性测试     | 对 2025 年 12 月及 2026 年 1 月销售收入的截止性进行测试，抽                               |

|    |              |                                                                                    |
|----|--------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|    |              | 取 2025 年 12 月全部销售记录（金额占比 100%）及 2026 年 1 月销售记录（金额占比 52.05%），检查签收日期与入账日期是否匹配，未发现跨期。 |
| 5  | 期后回款检查       | 检查客户一期后回款情况，确认 2025 年末 1,392.65 万元应收账款已全部收回，与信用政策（月结 30 天）一致，检查比例 100%。            |
| 6  | 经营分析         | 获取并分析客户一 2024-2025 年度财务报表，关注其收入规模、存货周转率、净利润等指标，与公司对其销售增长趋势进行匹配，未见异常。               |
| 7  | 期后退货检查       | 获取客户一 2026 年 1-3 月退货明细，未发现大额或异常退货。                                                 |
| 8  | 月度销售变动分析     | 取得公司对客户一 2025 年销售明细，分析月度收入波动，关注年末是否存在突击确认收入，分析结果合理。                                |
| 9  | 信用政策对比       | 对比公司对前五大经销商客户的信用政策，均为月结 30 天，无差异。                                                  |
| 10 | 员工/前员工关联关系核查 | 访谈王海英，取得其历史任职证明、股权转让协议、最近三年个人银行流水、客户一对其分红凭证等，确认交易背景真实，不存在异常资金往来。                   |

经过核查，我们认为公司对客户一的销售收入是真实准确的。

## （二）对 VMI 模式收入确认时点的审计程序、取得的相关证据及覆盖比例

报告期内我们对 VMI 模式收入确认时点的审计程序、取得的相关证据及覆盖比例如下：

| 序号 | 审计程序           | 程序描述                                                      | 取得的证据 | 覆盖比例                                                   |
|----|----------------|-----------------------------------------------------------|-------|--------------------------------------------------------|
| 1  | 对 VMI 销售进行穿行测试 | 选取一笔完整 VMI 业务，追踪业务全流程，验证 VMI 收入确认相关内控设计的有效性               | 穿行资料  | 不适用                                                    |
| 2  | 检查 VMI 合同      | 获取 VMI 框架销售合同，核对合同关键条款，判断公司 VMI 收入确认时点是否符合准则要求            | 销售合同  | 不适用                                                    |
| 3  | 检查对账单          | 获取 VMI 领用对账单，检查对账单领用数量、单价与账面确认收入明细，复核收入计算准确性              | 对账单   | 100%                                                   |
| 4  | 截止性测试          | 选取资产负债表日前后 1 个月的 VMI 销售业务对账单，检查是否存在跨期                     | 对账单   | 抽取 2025 年 12 月对账单（金额占比 100%）及 2026 年 1 月对账单（金额占比 100%） |
| 5  | 函证             | 向 VMI 客户函证，同时函证期末应收账款余额、交易发生额、期末寄存未领用 VMI 存货数量            | 询证函回函 | 100%                                                   |
| 6  | 期后回款检查         | 检查 VMI 收入对应的期后银行收款流水，核对回款客户、回款金额，验证 VMI 收入真实发生、收入确认时点的准确性 | 回款资料  | 100%                                                   |

经过核查，我们认为公司 VMI 模式收入确认时点是准确的、收入确认金额是准确的。

## **【会计师核查程序及核查意见】**

### **（一）核查程序**

针对问题二第 1 至 4 问，年审会计师执行了以下核查程序：

1、访谈公司管理层及销售负责人，了解各主要客户的合作背景、销售模式、收入变动原因，重点关注第一大客户客户一收入增长及不同客户收入变动趋势不一致的合理性；了解 VMI 销售模式的商业逻辑、定价政策、结算方式及内部控制流程。

2、取得公司 2025 年度及 2024 年度前十大客户收入明细表，复核收入金额及变动幅度的准确性，分析不同客户收入变动趋势不一致的原因；取得公司对客户一 2025 年度分产品类型的销售数量、单价明细表，复核量价变动情况，并与 2024 年度对比分析；取得公司对客户一 2025 年分月销售明细，分析月度收入波动，关注是否存在年末突击确认收入。

3、对收入执行细节测试，核实收入的真实性、准确性；对收入、应收账款、发出商品执行函证程序，核实收入及应收账款的真实性、准确性，核实发出商品的真实性及准确性。

4、对主要经销商进行实地走访，访谈其负责人。访谈王海英，取得其与客户一相关的股权转让协议及股权代持协议、最近三年个人银行流水及客户一分红凭证，确认交易背景真实，核实是否存在异常资金往来。

5、关联关系核查程序：将公司员工名册及历史员工名单、主要股东/前主要股东名单与主要客户工商信息进行交叉比对，识别是否存在持股或控制的客户，并查阅相关客户股东背景，核实相关持股比例情况；分析公司对相关客户的销售价格是否公允；查阅公司定期报告及关联交易审议披露文件。

6、查阅公司对前五大经销客户的信用政策，对比分析客户一与其他客户的信用期差异情况；获取公司对客户一及其他客户的销售价格情况，分产品类型对比分析同类型产品的单价差异及合理性。

7、取得公司 VMI 销售收入明细表；获取 VMI 框架销售合同，检查控制权转

移时点约定，判断收入确认时点是否符合准则要求；获取并检查 2025 年度各月度 VMI 客户领用对账单；对 VMI 收入执行截止性测试。

8、检查客户一期后回款情况，确认期后回款是否与约定的信用政策相匹配；获取客户一 2026 年 1-3 月退货明细，检查是否存在大额或异常退货。

9、取得公司 2023 年至 2025 年银行流水，检查公司与王海英、赵春波是否存在异常资金往来。

## （二）核查意见

经核查：

1、主要客户收入变动趋势不一致具有商业合理性，第一大客户增长系下游客户一之第一大客户采购需求拉动，其他客户变动与各自终端需求波动相符。

2、第一大客户交易真实、准确，收入确认符合买断式经销模式准则，量价变动具有合理原因，应收账款期后全部收回，信用政策及销售价格与其他客户无显著差异。

3、与员工/前员工、主要股东/前主要股东持股公司的交易均为正常产品销售业务，定价公允，不存在隐性关联关系或利益输送；关联租赁及物业交易已在年报中披露并履行审议程序，定价公允。

4、VMI 模式收入确认时点清晰，符合《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，内控制度有效执行，不存在跨期确认情形，具有合理商业逻辑，不存在隐性关联关系。

5、2023 年至 2025 年期间，公司与王海英之间的资金往来均属向其支付的工资、奖金及费用报销款项，除此之外无其他资金往来；同期，公司与赵春波不存在任何资金往来。

综上，公司对主要客户的销售收入真实、准确，交易合规，收入确认符合会计准则规定。

## 问题三、关于存货

年报显示，2025 年末公司存货账面余额为 2.10 亿元，同比下降 23.29%，计提跌价准备 0.35 亿元，较上期末计提 0.54 亿元有所下降，本期新增计提 0.45 亿元，转回或转销 0.64 亿元。

请公司：（1）分产品列示存货的类型、库龄、存货对应产品实现收入、产

销量及毛利率，并结合相关产品的市场情况与价格走势、同行业可比公司同类产品情况，说明可变现净值的确认方法、公司连续数年计提大额存货跌价损失的原因，相关存货的真实性；（2）列示 VMI 模式下存放在客户处的存货规模、库龄及同比变动情况，说明存货所有权的确认方式，如何避免混同，存货规模与发出总量及客户领用情况是否匹配，存货跌价准备的计提方式、关键假设较其他存货是否存在较大差异；（3）请年审会计师说明对公司存货尤其是存放在 VMI 仓库中存货分别采取的审计程序、公司的盘点比例与会计师的监盘比例，并对存货的真实性、账面价值的准确性发表明确意见。

【公司回复】

一、分产品列示存货的类型、库龄、存货对应产品实现收入、产销量及毛利率，并结合相关产品的市场情况与价格走势、同行业可比公司同类产品情况，说明可变现净值的确认方法、公司连续数年计提大额存货跌价损失的原因，相关存货的真实性

（一）公司存货的类型、库龄、存货对应产品实现收入、产销量及毛利率情况

1、公司存货的类型、库龄情况

分产品列示存货的类型、库龄如下：

单位：万元

| 产品类别 | 存货类型   | 2025-12-31 库龄 |        |        | 2024-12-31 库龄 |        |          |
|------|--------|---------------|--------|--------|---------------|--------|----------|
|      |        | 1 年以内         | 1-2 年  | 2 年以上  | 1 年以内         | 1-2 年  | 2 年以上    |
| 显示驱动 | 发出商品   | 659.36        | -      | -      | 383.35        | -      | -        |
| 显示驱动 | 库存商品   | 3,685.79      | 264.63 | 522.93 | 4,430.97      | 278.92 | 1,412.29 |
| 显示驱动 | 委托加工物资 | 617.00        | -      | -      | 193.03        | -      | -        |
| 显示驱动 | 原材料    | 1,986.02      | 410.40 | 839.35 | 2,409.21      | 828.06 | 983.27   |
| 显示驱动 | 在产品    | 3,037.10      | 91.71  | 12.42  | 6,030.03      | 12.94  | 1.48     |
| 线性电源 | 发出商品   | 22.52         | -      | -      | 88.39         | -      | -        |
| 线性电源 | 库存商品   | 1,034.74      | 134.43 | 69.48  | 1,474.54      | 41.00  | 388.22   |
| 线性电源 | 委托加工物资 | 73.99         | 1.74   | -      | 79.95         | -      | -        |
| 线性电源 | 原材料    | 309.76        | 339.15 | 216.85 | 1,781.69      | 189.44 | 436.38   |
| 线性电源 | 在产品    | 1,368.35      | 63.08  | 0.34   | 2,538.52      | 0.34   | -        |
| 电源管理 | 发出商品   | 0.08          | -      | -      | 4.17          | -      | -        |
| 电源管理 | 库存商品   | 141.03        | 12.99  | 52.40  | 158.21        | 1.48   | 90.70    |

| 产品类别 | 存货类型   | 2025-12-31 库龄 |          |          | 2024-12-31 库龄 |          |          |
|------|--------|---------------|----------|----------|---------------|----------|----------|
|      |        | 1 年以内         | 1-2 年    | 2 年以上    | 1 年以内         | 1-2 年    | 2 年以上    |
| 电源管理 | 委托加工物资 | 60.11         | 0.13     | -        | 38.86         | 2.57     | -        |
| 电源管理 | 原材料    | 89.30         | 65.34    | 122.86   | 125.44        | 89.05    | 345.94   |
| 电源管理 | 在产品    | 89.13         | 46.14    | -        | 194.08        | -        | -        |
| 其他   | 发出商品   | 63.87         | -        | -        | 33.79         | -        | -        |
| 其他   | 库存商品   | 601.01        | 6.58     | -        | 709.78        | -        | -        |
| 其他   | 原材料    | 2,638.48      | 97.95    | 23.39    | 1,349.76      | 26.50    | 28.99    |
| 其他   | 在产品    | 1,151.23      | 20.29    | -        | 914.61        | 152.47   | 13.10    |
| 合计   |        | 17,628.87     | 1,554.56 | 1,860.02 | 22,938.38     | 1,622.77 | 3,700.37 |

截至 2025 年 12 月 31 日，公司账龄在 1 年以内、1-2 年及 2 年以上的存货余额分别为 17,628.87 万元、1,554.56 万元和 1,860.02 万元，而上年同期对应金额为 22,938.38 万元、1,622.77 万元及 3,700.37 万元。通过积极去库存，公司有效降低了存货总体规模，并优化了库龄结构。

### 2、公司产品收入、产销量、毛利率情况

分产品列示产销量及毛利率如下：

单位：万元、万颗

| 产品类别 | 2025 年度   |        |            |            |           | 2024 年度   |        |            |            |           |
|------|-----------|--------|------------|------------|-----------|-----------|--------|------------|------------|-----------|
|      | 营业收入      | 毛利率(%) | 生产量        | 销售量        | 库存量       | 营业收入      | 毛利率(%) | 生产量        | 销售量        | 库存量       |
| 显示驱动 | 44,794.99 | 23.63  | 339,060.13 | 347,823.93 | 49,930.92 | 39,721.43 | 25.46  | 273,618.47 | 293,885.94 | 66,741.69 |
| 线性电源 | 14,993.30 | 24.77  | 170,536.13 | 178,913.12 | 18,668.36 | 16,515.17 | 26.02  | 190,724.82 | 179,775.21 | 29,241.26 |
| 电源管理 | 1,340.00  | 42.11  | 3,940.83   | 4,015.13   | 963.85    | 1,455.05  | 40.57  | 4,463.29   | 4,204.92   | 1,207.60  |
| 其他   | 2,995.64  | 22.36  | 不适用        | 不适用        | 不适用       | 1,039.07  | 23.64  | 不适用        | 不适用        | 不适用       |
| 合计   | 64,123.93 | 22.13  | 513,537.09 | 530,752.18 | 69,563.13 | 58,730.72 | 25.12  | 468,806.58 | 477,866.07 | 97,190.55 |

### （二）市场情况及价格走势

据 TrendForce 集邦咨询数据显示，2025 年全球 LED 芯片市场规模约 28.40 亿美元，预计 2030 年市场规模达 37.34 亿元，复合增长率为 5.63%。受行业竞争加剧、下游需求阶段性波动等因素影响，LED 驱动 IC 产品价格下滑，大部分驱动 IC 厂商营收呈现下滑态势。

与同行业可比公司同类产品情况如下：

| 公司名称 | 产品                 | 2025 年度 | 2024 年度 | 同比变动  |
|------|--------------------|---------|---------|-------|
|      |                    | 毛利率 (%) | 毛利率 (%) |       |
| 富满微  | LED 灯、LED 控制及驱动类芯片 | 3.51    | -3.39   | 6.90  |
| 公司   | 显示驱动               | 23.63   | 25.46   | -1.83 |

公司显示驱动产品的毛利率与可比公司富满微类似产品 LED 灯、LED 控制及驱动类芯片的毛利率有所差异，主要系①披露口径存在差异，富满微披露的产品分类与公司存在一定差异；②应用领域存在差异，富满微 LED 控制及驱动类芯片主要应用于 LED 显示屏领域，公司显示驱动芯片产品除了用于 LED 显示屏领域外，还用于 LED 智能景观领域。

### （三）存货可变现净值的确认方法

#### 1、存货可变现净值的确认方法

公司在资产负债表日，对存货采用成本与可变现净值孰低的原则计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。于资产负债表日，公司对长库龄的存货全额计提减值准备。其中长库龄是指库龄超过两年的晶圆、委托加工物资（晶圆部分）；库龄超过一年的库存商品、委托加工物资（芯片部分）和在产品及半成品。

确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素，具体判断如下：

①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，以合同价格作为其可变现净值的计量基础；如果持有存货的数量多于销售合同订购数量，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等，以市场价格作为其可变现净值的计量基础。

②需要经过加工的材料存货，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

### （四）连续数年计提大额存货跌价损失的原因

公司连续计提大额存货跌价损失，其根本原因具有一贯性，以下从 2023 年

至 2025 年对原因进行分析。

1、2023 年存货跌价计提金额较高产品的跌价变动情况

单位：万元

| 项目      | 类别   | 期初跌价     | 本期计提跌价   |              |          | 转回     | 转销       | 期末跌价     |
|---------|------|----------|----------|--------------|----------|--------|----------|----------|
|         |      |          | 长库龄      | 成本-可<br>变现净值 | 小计       |        |          |          |
| 库存商品    |      | 4,191.48 | 1,143.61 | 3,140.43     | 4,284.04 | 180.60 | 4,102.68 | 4,192.24 |
| 前十大产品小计 |      | 1,125.45 | 490.38   | 2,429.14     | 2,919.52 | 42.89  | 2,799.53 | 1,202.55 |
| 产品 1    | 显示屏  | 116.31   | 0.36     | 597.10       | 597.47   | -      | 656.80   | 56.98    |
| 产品 2    | 显示屏  | 176.91   | -        | 417.80       | 417.80   | 2.94   | 552.80   | 38.96    |
| 产品 3    | 显示屏  | 203.19   | -        | 406.91       | 406.91   | 11.51  | 561.71   | 36.87    |
| 产品 4    | 显示屏  | 144.99   | -        | 291.34       | 291.34   | 0.08   | 436.07   | 0.18     |
| 产品 5    | 显示屏  | 59.96    | -        | 218.93       | 218.93   | 19.31  | 222.37   | 37.22    |
| 产品 6    | 显示屏  | 5.12     | -        | 133.37       | 133.37   | 0.24   | 60.38    | 77.87    |
| 产品 7    | 显示屏  | 343.94   | 24.11    | 111.75       | 135.86   | -      | 111.75   | 368.05   |
| 产品 8    | 显示屏  | 0.03     | 455.53   | 87.99        | 543.52   | 0.00   | 65.90    | 477.65   |
| 产品 9    | 线性电源 | 74.97    | 10.36    | 85.70        | 96.06    | 8.80   | 53.67    | 108.56   |
| 产品 10   | 显示屏  | 0.03     | 0.01     | 78.25        | 78.26    | -      | 78.09    | 0.20     |
| 原材料     |      | 1,116.28 | 894.60   | 2,900.38     | 3,794.97 | 95.73  | 2,346.06 | 2,469.46 |
| 前十大产品小计 |      | 330.81   | 269.43   | 2,302.19     | 2,571.62 | -      | 1,868.84 | 1,033.59 |
| 产品 11   | 显示屏  | 273.03   | -        | 656.63       | 656.63   | -      | 379.76   | 549.90   |
| 产品 12   | 显示屏  | -        | -        | 359.65       | 359.65   | -      | 359.65   | -        |
| 产品 13   | 线性电源 | -        | -        | 324.85       | 324.85   | -      | 226.33   | 98.52    |
| 产品 14   | 线性电源 | -        | -        | 229.95       | 229.95   | -      | 132.90   | 97.05    |
| 产品 15   | 景观   | -        | 4.18     | 192.18       | 196.36   | -      | 192.18   | 4.18     |
| 产品 16   | 显示屏  | -        | -        | 193.76       | 193.76   | -      | 176.23   | 17.53    |
| 产品 17   | 显示屏  | 57.78    | -        | 182.82       | 182.82   | -      | 240.60   | -        |
| 产品 18   | 景观   | -        | 165.84   | 10.14        | 175.98   | -      | 10.14    | 165.84   |
| 产品 19   | 景观   | -        | 0.41     | 151.06       | 151.46   | -      | 151.06   | 0.41     |
| 产品 20   | 显示屏  | -        | 99.00    | 1.16         | 100.16   | -      | -        | 100.16   |
| 在产品及半成品 |      | 187.45   | 55.79    | 2,387.30     | 2,443.09 | 0.93   | 2,083.06 | 546.56   |
| 前十大产品小计 |      | 113.60   | -        | 1,847.90     | 1,847.90 | -      | 1,685.16 | 276.33   |
| 产品 12   | 显示屏  | -        | -        | 386.47       | 386.47   | -      | 386.47   | -        |
| 产品 11   | 显示屏  | 12.92    | -        | 289.04       | 289.04   | -      | 200.13   | 101.83   |

|        |      |          |          |          |           |        |          |          |
|--------|------|----------|----------|----------|-----------|--------|----------|----------|
| 产品 17  | 显示屏  | 36.08    | -        | 254.59   | 254.59    | -      | 290.67   | -        |
| 产品 21  | 显示屏  | 42.65    | -        | 214.73   | 214.73    | -      | 250.32   | 7.05     |
| 产品 16  | 显示屏  | -        | -        | 179.90   | 179.90    | -      | 115.34   | 64.56    |
| 产品 13  | 线性电源 | -        | -        | 159.23   | 159.23    | -      | 123.44   | 35.79    |
| 产品 2   | 显示屏  | 21.96    | -        | 130.09   | 130.09    | -      | 152.05   | -        |
| 产品 22  | 线性电源 | -        | -        | 121.09   | 121.09    | -      | 103.11   | 17.97    |
| 产品 14  | 线性电源 | -        | -        | 59.15    | 59.15     | -      | 35.32    | 23.83    |
| 产品 23  | 显示屏  | -        | -        | 53.60    | 53.60     | -      | 28.31    | 25.29    |
| 委托加工物资 |      | -        | -        | 151.20   | 151.20    | -      | 144.31   | 6.89     |
| 发出商品   |      | 345.81   | -        | 139.71   | 139.71    | -      | 345.81   | 139.71   |
| 合计     |      | 5,841.03 | 2,094.00 | 8,719.02 | 10,813.02 | 277.26 | 9,021.93 | 7,354.86 |

注：转回金额为以前年度计提本年度转回，下同。

2023 年度，对公司存货跌价准备变动影响较大的主要有库存商品、原材料和半成品。其中：库存商品因可变现净值低于成本计提 3,140.43 万元、长库龄计提 1,143.61 万元；原材料因可变现净值低于成本计提 2,900.38 万元、长库龄计提 894.60 万元；在产品因可变现净值低于成本计提 2,387.30 万元、长库龄计提 55.79 万元。影响跌价金额前 10 大产品主要为显示屏类产品，主要原因系 2023 年度显示屏细分领域竞争非常激烈，公司为了消化前期备货库存，巩固市场份额，主动采取降价去库存策略，导致显示屏销售单价大幅下降；且显示屏是公司第一类产品线，前期备货库存数量较多，因此显示屏类产品、显示屏类产品对应型号的原材料和半成品，因可变现净值的下降，计提存货跌价准备金额较大。

2、2024 年存货跌价计提金额较高产品的跌价变动情况如下：

单位：万元

| 项目      | 类别   | 期初跌价       | 本期计提跌价  |              |            | 转回     | 转销         | 期末跌价       |
|---------|------|------------|---------|--------------|------------|--------|------------|------------|
|         |      |            | 长库龄     | 成本-可<br>变现净值 | 小计         |        |            |            |
| 库存商品    |      | 4, 192. 24 | 253. 94 | 856. 61      | 1, 110. 55 | 41. 57 | 2, 797. 80 | 2, 463. 43 |
| 前十大产品小计 |      | 392. 74    | 192. 15 | 714. 97      | 907. 12    | 9. 12  | 809. 77    | 480. 98    |
| 产品 2    | 显示屏  | 38. 96     | 74. 06  | 97. 18       | 171. 24    | 0. 00  | 115. 86    | 94. 34     |
| 产品 9    | 线性电源 | 108. 56    | -       | 148. 50      | 148. 50    | 7. 82  | 184. 56    | 64. 68     |
| 产品 3    | 显示屏  | 36. 87     | -       | 142. 17      | 142. 17    | -      | 132. 94    | 46. 10     |
| 产品 1    | 显示屏  | 56. 98     | 75. 60  | 54. 28       | 129. 88    | 0. 03  | 62. 53     | 124. 31    |

|         |      |          |          |          |          |        |          |          |
|---------|------|----------|----------|----------|----------|--------|----------|----------|
| 产品 24   | 景观   | 42.29    | 14.93    | 111.80   | 126.73   | 0.26   | 100.92   | 67.84    |
| 产品 6    | 显示屏  | 77.87    | -        | 71.42    | 71.42    | -      | 141.80   | 7.49     |
| 产品 25   | 线性电源 | 21.44    | 1.86     | 38.40    | 40.27    | -      | 43.78    | 17.93    |
| 产品 26   | 显示屏  | -        | -        | 31.64    | 31.64    | -      | 6.32     | 25.32    |
| 产品 27   | 景观   | 0.05     | 25.70    | 0.16     | 25.86    | -      | 0.16     | 25.75    |
| 产品 28   | 显示屏  | 9.71     | -        | 19.42    | 19.42    | 1.00   | 20.90    | 7.23     |
| 原材料     |      | 2,469.46 | 806.29   | 690.54   | 1,496.83 | 60.70  | 1,562.89 | 2,342.70 |
| 前十大产品小计 |      | 284.42   | 451.64   | 446.39   | 898.03   | 1.36   | 418.44   | 762.65   |
| 产品 29   | 显示屏  | 13.68    | 258.88   | -        | 258.88   | -      | 0.03     | 272.53   |
| 产品 13   | 线性电源 | 98.52    | 0.51     | 140.47   | 140.98   | 0.01   | 187.58   | 51.91    |
| 产品 30   | 线性电源 | -        | 80.02    | -        | 80.02    | -      | -        | 80.02    |
| 产品 31   | 景观   | 3.93     | -        | 73.51    | 73.51    | -      | 26.16    | 51.28    |
| 产品 32   | 景观   | 63.75    | -        | 69.65    | 69.65    | 0.17   | 84.74    | 48.49    |
| 产品 33   | 景观   | 7.49     | 55.28    | 4.02     | 59.30    | -      | 4.98     | 61.82    |
| 产品 34   | 显示屏  | -        | 56.65    | -        | 56.65    | -      | -        | 56.65    |
| 产品 22   | 线性电源 | -        | -        | 55.34    | 55.34    | -      | 25.51    | 29.83    |
| 产品 35   | 显示屏  | -        | -        | 54.11    | 54.11    | -      | -        | 54.11    |
| 产品 14   | 线性电源 | 97.05    | 0.29     | 49.29    | 49.58    | 1.17   | 89.45    | 56.00    |
| 在产品及半成品 |      | 546.56   | 1.48     | 864.93   | 866.41   | 1.72   | 860.80   | 550.45   |
| 前十大产品小计 |      | 246.42   | -        | 793.71   | 793.71   | -      | 666.92   | 373.22   |
| 产品 13   | 线性电源 | 35.79    | -        | 190.64   | 190.64   | -      | 198.54   | 27.89    |
| 产品 11   | 显示屏  | 101.83   | -        | 136.47   | 136.47   | -      | 165.10   | 73.21    |
| 产品 36   | 显示屏  | 42.80    | -        | 86.04    | 86.04    | -      | 128.84   | -        |
| 产品 1    | 显示屏  | 24.19    | -        | 81.15    | 81.15    | -      | 36.06    | 69.28    |
| 产品 22   | 线性电源 | 17.97    | -        | 71.07    | 71.07    | -      | 80.07    | 8.98     |
| 产品 4    | 显示屏  | 0.00     | -        | 54.74    | 54.74    | -      | 0.00     | 54.74    |
| 产品 14   | 线性电源 | 23.83    | -        | 46.22    | 46.22    | -      | 58.04    | 12.01    |
| 产品 3    | 显示屏  | -        | -        | 44.81    | 44.81    | -      | 0.27     | 44.54    |
| 产品 35   | 显示屏  | -        | -        | 41.60    | 41.60    | -      | -        | 41.60    |
| 产品 26   | 显示屏  | -        | -        | 40.97    | 40.97    | -      | -        | 40.97    |
| 委托加工物资  |      | 6.89     | -        | 67.63    | 67.63    | -      | 11.85    | 62.67    |
| 发出商品    |      | 139.71   | -        | 248.56   | 248.56   | -      | 364.49   | 23.77    |
| 合计      |      | 7,354.86 | 1,061.71 | 2,728.26 | 3,789.97 | 103.99 | 5,597.82 | 5,443.02 |

2024 年度，对公司存货跌价准备变动影响较大的主要有库存商品、原材料

和半成品。其中：库存商品因可变现净值低于成本计提 856.61 万元、长库龄计提 253.94 万元；原材料因可变现净值低于成本计提 690.54 万元、长库龄计提 806.29 万元；在产品因可变现净值低于成本计提 864.93 万元、长库龄计提 1.48 万元。影响跌价金额较大的产品为显示驱动-显示屏及线性电源产品，主要原因系部分型号价格持续降低，且相应原材料可变现净值降低计提跌价，以及部分原材料长库龄库存上升计提跌价。

3、2025 年存货跌价计提金额较高产品的跌价变动情况如下：

单位：万元

| 项目      | 类别   | 期初跌价       | 本期计提跌价  |              |            | 转回     | 转销         | 期末跌价       |
|---------|------|------------|---------|--------------|------------|--------|------------|------------|
|         |      |            | 长库龄     | 成本-可<br>变现净值 | 小计         |        |            |            |
| 库存商品    |      | 2, 463. 43 | 304. 58 | 1, 839. 87   | 2, 144. 45 | 4. 32  | 3, 375. 13 | 1, 228. 43 |
| 前十大产品小计 |      | 456. 16    | 160. 94 | 1, 710. 53   | 1, 871. 47 | 0. 81  | 1, 832. 64 | 494. 18    |
| 产品 1    | 显示屏  | 124. 31    | 44. 11  | 490. 06      | 534. 17    | 0. 47  | 537. 94    | 120. 07    |
| 产品 9    | 线性电源 | 64. 68     | 5. 77   | 405. 13      | 410. 90    | -      | 392. 05    | 83. 53     |
| 产品 2    | 显示屏  | 94. 34     | -       | 293. 89      | 293. 89    | 0. 00  | 314. 54    | 73. 68     |
| 产品 24   | 景观   | 67. 84     | -       | 223. 81      | 223. 81    | -      | 259. 47    | 32. 18     |
| 产品 3    | 显示屏  | 46. 10     | -       | 121. 14      | 121. 14    | -      | 165. 21    | 2. 03      |
| 产品 37   | 显示屏  | -          | 86. 24  | 6. 88        | 93. 12     | -      | 6. 88      | 86. 24     |
| 产品 38   | 显示屏  | -          | -       | 59. 63       | 59. 63     | -      | -          | 59. 63     |
| 产品 26   | 显示屏  | 25. 32     | -       | 58. 87       | 58. 87     | -      | 84. 19     | -          |
| 产品 25   | 线性电源 | 17. 93     | 10. 39  | 34. 81       | 45. 21     | -      | 47. 41     | 15. 72     |
| 产品 39   | 显示屏  | 15. 64     | 14. 43  | 16. 30       | 30. 73     | 0. 34  | 24. 94     | 21. 09     |
| 原材料     |      | 2, 342. 70 | 494. 45 | 557. 94      | 1, 052. 39 | 23. 63 | 1, 795. 17 | 1, 576. 29 |
| 前十大产品小计 |      | 385. 16    | 485. 45 | 531. 68      | 1, 017. 13 | 0. 00  | 554. 32    | 847. 97    |
| 产品 11   | 显示屏  | 178. 59    | 268. 59 | -            | 268. 59    | -      | 82. 50     | 364. 69    |
| 产品 31   | 景观   | 51. 28     | 0. 12   | 211. 72      | 211. 84    | -      | 198. 64    | 64. 48     |
| 产品 22   | 线性电源 | 29. 83     | -       | 167. 60      | 167. 60    | -      | 122. 51    | 74. 92     |
| 产品 40   | 景观   | 1. 29      | 109. 40 | 6. 54        | 115. 95    | 0. 00  | 6. 54      | 110. 69    |
| 产品 13   | 线性电源 | 51. 91     | -       | 70. 63       | 70. 63     | -      | 95. 43     | 27. 12     |
| 产品 41   | 显示屏  | -          | -       | 68. 04       | 68. 04     | -      | 0. 02      | 68. 03     |
| 产品 14   | 线性电源 | 56. 00     | 41. 79  | 7. 01        | 48. 80     | -      | 48. 56     | 56. 24     |
| 产品 42   | 电源管理 | 16. 26     | 33. 01  | 0. 14        | 33. 15     | -      | 0. 14      | 49. 27     |

|         |      |          |        |          |          |       |          |          |
|---------|------|----------|--------|----------|----------|-------|----------|----------|
| 产品 43   | 景观   | -        | 19.47  | -        | 19.47    | -     | -        | 19.47    |
| 产品 44   | 景观   | -        | 13.07  | -        | 13.07    | -     | -        | 13.07    |
| 在产品及半成品 |      | 550.45   | 14.41  | 1,097.77 | 1,112.18 | 6.55  | 966.94   | 689.15   |
| 前十大产品小计 |      | 163.51   | 4.96   | 930.93   | 935.90   | -     | 604.97   | 494.44   |
| 产品 29   | 显示屏  | -        | -      | 198.09   | 198.09   | -     | -        | 198.09   |
| 产品 22   | 线性电源 | 8.98     | -      | 142.91   | 142.91   | -     | 45.83    | 106.07   |
| 产品 1    | 显示屏  | 69.28    | -      | 133.18   | 133.18   | -     | 202.45   | -        |
| 产品 9    | 线性电源 | 15.96    | -      | 107.04   | 107.04   | -     | 97.01    | 25.99    |
| 产品 31   | 景观   | 10.17    | -      | 98.18    | 98.18    | -     | 60.96    | 47.39    |
| 产品 24   | 景观   | 19.22    | -      | 80.02    | 80.02    | -     | 96.36    | 2.87     |
| 产品 13   | 线性电源 | 27.89    | -      | 58.40    | 58.40    | -     | 59.81    | 26.48    |
| 产品 14   | 线性电源 | 12.01    | -      | 43.79    | 43.79    | -     | 24.09    | 31.71    |
| 产品 45   | 显示屏  | -        | 4.96   | 33.03    | 37.99    | -     | -        | 37.99    |
| 产品 46   | 显示屏  | -        | -      | 36.31    | 36.31    | -     | 18.46    | 17.86    |
| 委托加工物资  |      | 62.67    | -      | 44.58    | 44.58    | -     | 81.20    | 26.05    |
| 发出商品    |      | 23.77    | -      | 176.18   | 176.18   | -     | 181.35   | 18.61    |
| 合计      |      | 5,443.02 | 813.45 | 3,716.34 | 4,529.78 | 34.49 | 6,399.78 | 3,538.53 |

2025 年度，对公司存货跌价准备变动影响较大的同样集中在库存商品、原材料和半成品。2025 年库存商品因成本高于可变现净值新计提 1,839.87 万元，因长库龄计提 304.58 万元；原材料因可变现净值低于成本计提 557.94 万元，因长库龄计提 494.45 万元；在产品及半成品因可变现净值低于成本计提 1,097.77 万元。影响跌价金额较大的产品仍以显示驱动-显示屏及线性电源产品为主，主要原因系相关产品市场竞争持续，产品价格仍处于低位，导致可变现净值低于成本，其中部分型号因库龄增加，长库龄减值计提增加。

#### 4、对比分析近三年公司与同行业可比公司存货跌价损失计提情况

2023 年至 2025 年，同行业可比公司存货跌价损失计提金额如下：

单位：万元

| 公司   | 2025 年度  | 2024 年度  | 2023 年度   |
|------|----------|----------|-----------|
| 晶丰明源 | 1,492.47 | -585.31  | -470.95   |
| 富满微  | 6,745.13 | 5,917.34 | 13,411.00 |
| 明微电子 | 4,495.29 | 3,685.98 | 10,535.76 |

2023 年至 2025 年，公司存货跌价损失计提金额分别为 10,535.76 万元、

3,685.98 万元、4,495.29 万元，同期，可比公司富满微的计提金额分别为 13,411.00 万元、5,917.34 万元、6,745.13 万元。晶丰明源的产品结构与公司差异较大，可比性较弱；公司的存货跌价损失计提金额及变动趋势，与富满微可比。

#### 5、连续数年计提大额存货跌价损失的原因

##### （1）受宏观行业环境拖累，产品价格与毛利率持续承压

自 2022 年以来，受宏观经济增速放缓及集成电路行业周期性调整的双重影响，LED 显示屏及驱动芯片市场整体需求持续低迷，行业竞争激烈。在存量博弈格局下，各厂商为争夺份额频繁采取价格战，致使终端产品销售价格不断下探，行业整体毛利率明显收窄。下游客户预算收紧，市场呈现“增量不增收”特征——销量虽有增长，但收入因价格下跌而持平甚至下滑。在此背景下，公司产品毛利率长期处于低位，显示驱动类核心产品盈利空间被显著压缩，构成存货跌价准备计提的重要宏观诱因。

##### （2）经营策略主动调整，部分产品出现减值迹象

为应对严峻市场环境、巩固市场份额并消化前期积累的高成本库存，公司对部分产品主动实施降价促销策略。该策略一方面有效加速了长库龄存货的出清，优化了库龄结构，助力公司稳定并抢占部分市场需求；但另一方面，由于销售单价大幅下调，而前期高价采购的原材料及相关产成品成本难以同步压缩，致使部分产品可变现净值低于账面成本，依据企业会计准则需计提相应存货跌价准备。

综上所述，公司存货可变现净值的确定依据合理，相关计提规模及变动趋势与同行业可比公司基本一致，跌价准备计提充分、恰当，符合企业会计准则的规定及公司实际经营状况。

**二、列示 VMI 模式下存放在客户处的存货规模、库龄及同比变动情况，说明存货所有权的确认方式，如何避免混同，存货规模与发出总量及客户领用情况是否匹配，存货跌价准备的计提方式、关键假设较其他存货是否存在较大差异**

公司 VMI 模式下存放的存货均为 1 年以内库龄，不存在 1 年以上库龄的 VMI 存货。公司 VMI 模式下存放在客户处的存货规模、库龄及同比变动情况如下：

单位：万元、万颗

| 库龄    | 2025-12-31 |        | 2024-12-31 |        | 同比变动     |        |
|-------|------------|--------|------------|--------|----------|--------|
|       | 库存数量       | 账面余额   | 库存数量       | 账面余额   | 库存数量     | 账面余额   |
| 1 年以内 | 3,015.98   | 343.75 | 1,954.51   | 212.92 | 1,061.47 | 130.83 |
| 1-2 年 | -          | -      | -          | -      | -        | -      |
| 2 年以上 | -          | -      | -          | -      | -        | -      |

公司根据客户需求将货物运送至客户指定仓库，客户领用之前的货物仍归公司所有，客户对公司存货标记明确并单独存放，客户根据实际领用情况与公司进行结算，公司以取得双方核对确认后的客户领用明细作为控制权转移时点。

存货规模与发出总量及客户领用情况如下：

单位：万颗

| 年份     | 期初数量     | 发出总量      | 销售数量      | 库存数量     | 存货规模占发出总量的比例 | 客户领用数量占发出数量的比例 |
|--------|----------|-----------|-----------|----------|--------------|----------------|
| 2024 年 | 7,548.48 | 29,217.55 | 34,811.52 | 1,954.51 | 6.69%        | 119.15%        |
| 2025 年 | 1,954.51 | 38,579.62 | 37,518.15 | 3,015.98 | 7.82%        | 97.25%         |

注：存货规模占发出总量的比例为库存数量/发出总量，客户领用数量占发出数量的比例为销售数量/发出总量

由上表可知，存货规模占发出总量的比例分别为 6.69%和 7.82%，大致相当于 1 个月的发出数量。2025 年期末库存数量相较于上期处于上升趋势，与发出总量较为匹配。客户领用数量占发货数量的比例分别为 119.15%和 97.25%，发出总量与客户领用数量较为接近，发出总量及客户领用情况相匹配。

公司在资产负债表日，对存货采用成本与可变现净值孰低的原则计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。VMI 存货的跌价准备计提方式、关键假设较其他存货不存在差异。

三、请年审会计师说明对公司存货尤其是存放在 VMI 仓库中存货分别采取的审计程序、公司的盘点比例与会计师的监盘比例，并对存货的真实性、账面价值的准确性发表明确意见

#### （一）对公司存货采取的审计程序及结论

1、了解与存货相关的内部控制制度，评价控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制制度的运行有效性；

2、获取公司本期及上期的期末存货明细及库龄表，分析不同业务存货的构

成、库龄，对比分析期末存货金额变化情况，分析期末主要存货变动的原因及合理性；

3、对公司存货执行监盘和函证程序，验证存货的存在、完整性，核实存货数量准确性，对 VMI 仓库库存执行函证程序，验证其品种和数量；

公司自盘情况如下：

| 项目         | 存放地点           | 盘点日期                                | 盘点比例（%） |
|------------|----------------|-------------------------------------|---------|
| 原材料        | 深圳明微、山东贞明、铜陵碁明 | 2025 年 12 月 31 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 100.00  |
| 在产品、委托加工物资 | 山东贞明、铜陵碁明、供应商  | 2025 年 12 月 31 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 88.65   |
| 库存商品       | 深圳明微、山东贞明、铜陵碁明 | 2025 年 12 月 31 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 100.00  |
| 发出商品       | 客户             |                                     | 0.00    |
| 合计         |                |                                     | 92.88   |

会计师监盘情况如下：

| 项目         | 存放地点           | 盘点日期                              | 盘点比例（%） |
|------------|----------------|-----------------------------------|---------|
| 原材料        | 深圳明微、山东贞明、铜陵碁明 | 2026 年 1 月 1 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 92.08   |
| 在产品、委托加工物资 | 山东贞明、铜陵碁明、供应商  | 2026 年 1 月 1 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 8.54    |
| 库存商品       | 深圳明微、山东贞明、铜陵碁明 | 2026 年 1 月 1 日至<br>2026 年 1 月 2 日 | 89.41   |
| 发出商品       | 客户             | 函证                                | 81.50   |
| 其中：VMI     | 客户             | 函证                                | 100.00  |
| 合计         |                |                                   | 64.54   |

4、了解存货跌价准备的计提政策，复核管理层对存货跌价准备计提、转回或转销的方法是否合理，评价公司存货跌价准备计提、转回、转销的相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；获取公司存货跌价准备计算表，并复核跌价计提、转回及转销的计算过程，评估其进行测试时所使用的假设和数据合理性，分析公司是否存在通过存货跌价准备计提与转回调节业绩的情形；

5、查阅同行业可比公司公开披露资料，获取其存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提金额，将公司存货跌价准备计提情况与同行业可比公司进行对比，分析差异原因及其合理性；

6、获取并检查公司存货收发存明细，对存货实施计价测试，检查期末存货结存数量、金额的准确性；

7、获取并检查发出商品销售订单、发货单，检查期后签收单据，确认发出商品的真实性；

除上述程序外，对 VMI 存货还执行了以下程序：

1、向销售人员、财务人员了解 VMI 销售模式及 VMI 仓库存货管理方式、相关内部控制措施；

2、查阅 VMI 客户合同及 VMI 客户对账单，验证对账单信息是否与客户系统一致。

## **（二）对存货的核查结论**

经核查，公司关于存货的账面记录真实、金额准确。

## **【会计师核查程序及核查意见】**

针对问题三第 1 至 2 问，年审会计师执行了以下核查程序：

### **（一）核查程序**

1、了解与存货相关的内部控制制度，评价控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制制度的运行有效性；

2、了解存货跌价准备的计提政策，复核管理层对存货跌价准备计提的方法是否合理；获取公司存货跌价准备计算表，并复核计提跌价准备的计算过程，评估其进行测试时所使用的假设和数据合理性；

3、查阅同行业可比公司公开披露资料，获取其存货跌价准备计提政策、存货跌价准备计提比例，将公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司进行对比，分析差异原因及其合理性；

4、对公司存货执行监盘和函证程序，验证存货的存在、完整性，核实存货数量准确性，对 VMI 仓库库存执行函证程序，验证其品种和数量；

5、获取并检查公司存货收发存明细，对存货实施计价测试，检查期末存货结存数量、金额的准确性；

6、获取并检查发出商品销售订单、发货单，检查期后验收单据，确认发出商品的真实性；

7、向销售人员、财务人员了解 VMI 销售模式及 VMI 仓库存货管理方式、相关内部控制措施；

8、查阅 VMI 客户合同及 VMI 客户对账单，验证对账单信息是否与客户系统

一致。

## （二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

1、公司存货可变现净值确认方法符合会计准则规定，各期执行一贯；连续计提大额跌价损失主要系市场竞争及库龄因素所致，与同行业可比公司变动趋势总体可比，不存在调节业绩的情形；存货真实存在，账面记录准确。

2、VMI 模式下客户领用前存货所有权归公司，单独存放且标记明确，不存在混同风险；存货规模与发出总量及客户领用情况匹配，跌价准备计提方式及关键假设与其他存货一致，不存在差异。

综上，公司存货真实存在、账面价值准确，跌价准备计提充分合理，VMI 存货管理规范，相关会计处理符合会计准则规定。

## 问题四、关于经营活动现金流

年报显示，2025 年公司经营活动产生的现金流量净额为 1.12 亿元，上年同期为-0.59 亿元，与公司近两年净利润差异较大。销售商品、提供劳务收到的现金 4.93 亿元，同比增加 60.6%，与收入变动趋势相差较大，购买商品、接受劳务支付的现金 1.81 亿元，同比下降 4.23%，与营业成本变动趋势相差较大。各季度经营活动产生的现金流量净额分别为-0.57 亿元、0.7 亿元、0.06 亿元、0.42 亿元，与当季度净利润差异较大。

请公司：（1）结合相关指标的勾稽关系，说明全年及分季度经营活动产生的现金流量净额变动与净利润不匹配的原因及合理性；（2）结合结算模式及结算周期，说明销售商品、提供劳务收到的现金与购买商品、接受劳务支付的现金与收入、成本金额及变动趋势差异较大的原因及合理性。

### 【公司回复】

一、结合相关指标的勾稽关系，说明全年及分季度经营活动产生的现金流量净额变动与净利润不匹配的原因及合理性

#### （一）全年及分季度经营活动产生的现金流量净额变动情况

公司 2025 年全年及分季度经营活动产生的现金流量净额变动情况如下：

单位：万元

| 项目                  | 一季度       | 二季度       | 三季度       | 四季度       | 2025 年度   |
|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 销售商品、提供劳务收到的现金      | 5,599.55  | 16,679.37 | 11,934.73 | 15,080.32 | 49,293.98 |
| 收到的税费返还             |           | 706.38    | 3.26      | 5.90      | 715.54    |
| 收到其他与经营活动有关的现金      | 64.47     | 34.36     | 687.22    | 277.15    | 1,063.20  |
| 经营活动现金流入小计          | 5,664.02  | 17,420.11 | 12,625.21 | 15,363.38 | 51,072.72 |
| 购买商品、接受劳务支付的现金      | 2,465.20  | 3,520.96  | 6,158.91  | 5,956.29  | 18,101.37 |
| 支付给职工以及为职工支付的现金     | 3,371.29  | 3,822.07  | 3,945.84  | 4,280.57  | 15,419.76 |
| 支付的各项税费             | 126.75    | 289.22    | 190.12    | 180.67    | 786.75    |
| 支付其他与经营活动有关的现金      | 275.63    | 2,778.92  | 1,729.53  | 795.02    | 5,579.08  |
| 经营活动现金流出小计          | 6,238.86  | 10,411.17 | 12,024.40 | 11,212.54 | 39,886.97 |
| 经营活动产生的现金流量净额       | -574.84   | 7,008.94  | 600.81    | 4,150.84  | 11,185.75 |
| 净利润                 | -3,328.16 | -207.44   | 884.10    | -1,994.01 | -4,645.51 |
| 经营活动产生的现金流量净额与净利润差异 | 2,753.32  | 7,216.38  | -283.28   | 6,144.85  | 15,831.26 |

## （二）全年及分季度经营活动产生的现金流量净额变动与净利润不匹配的原因分析

1、一季度经营活动现金流量净额与净利润差异 2,753.32 万元，主要系：① 一季度应收账款及应收票据余额较年初分别减少 1,137.19 万元、858.87 万元，销售回款增加，相关经营活动现金流入增加；② 一季度以消耗前期库存备货为主，采购规模相对较小，存货余额较年初减少 500.23 万元，相关经营现金流出减少。

2、二季度经营活动现金流量净额与净利润差异 7,216.38 万元，主要系：① 公司将未到期的信用等级较高银行承兑汇票贴现 6,022.60 万元，回款增加；② 公司收到退回留抵增值税 512.81 万元及退回的企业所得税 193.57 万元。

3、三季度经营活动现金流量净额与净利润差异较小。

4、四季度经营活动现金流量净额与净利润差异 6,144.85 万元，主要系：① 存货周转效率提升，存货余额较三季度末减少 4,800.84 万元，相关经营活动现金支出减少；② 公司将未到期的信用等级较高银行承兑汇票贴现 3,699.76 万元，回款增加。

5、年度经营活动现金流量净额与净利润差异 15,831.26 万元，主要系：①

公司加强存货库存管理，提高存货周转效率，2025 年末存货余额较年初减少 7,218.07 万元，采购原材料相关经营现金流出减少；②贴现规模增加，年末未到期的信用等级较高银行承兑汇票贴现 6,331.50 万元，相关经营现金流入增加；③公司收到退回留抵增值税 512.81 万元及退回企业所得税 193.57 万元。

综上，存货库存管理、票据结算及贴现、营收规模、税费缴纳及退回等因素，共同影响公司全年及各季度经营活动现金流量净额，导致与同期净利润之间存在差异，具有合理性，经营现金流状况与经营业绩相匹配。

二、结合结算模式及结算周期，说明销售商品、提供劳务收到的现金与购买商品、接受劳务支付的现金与收入、成本金额及变动趋势差异较大的原因及合理性

（一）公司主要客户和供应商的结算模式和结算周期

2024 年度和 2025 年度，公司主要客户和供应商结算模式和结算周期未发生重大变化。

前五大客户的结算模式和结算周期情况如下：

| 客户名称 | 2025 年度 | 2024 年度 | 结算方式   |
|------|---------|---------|--------|
| 客户一  | 月结 30 天 | 月结 30 天 | 银行承兑为主 |
| 客户二  | 月结 30 天 | 月结 30 天 | 银行承兑为主 |
| 客户三  | 月结 30 天 | 月结 30 天 | 银行承兑为主 |
| 客户四  | 月结 30 天 | 月结 30 天 | 银行承兑为主 |
| 客户五  | 月结 95 天 | 月结 95 天 | 银行承兑为主 |
| 客户六  | 月结 30 天 | 月结 30 天 | 银行承兑为主 |

前五大供应商的结算模式和结算周期情况如下：

| 供应商名称 | 2025 年度       | 2024 年度       | 结算方式      |
|-------|---------------|---------------|-----------|
| 供应商一  | 月结 30 天       | 月结 30 天       | 银行承兑/现金转账 |
| 供应商二  | 月结 60 天       | 月结 60 天       | 银行承兑/现金转账 |
| 供应商三  | 月结 30 天       | 月结 30 天       | 银行承兑/现金转账 |
| 供应商四  | 月结 30 天       | 月结 30 天       | 现金转账      |
| 供应商五  | 预付货款          | 预付货款          | 银行承兑/现金转账 |
| 供应商六  | 预付保证金，月结 30 天 | 预付保证金，月结 30 天 | 银行承兑/现金转账 |

（二）销售商品、提供劳务收到的现金与收入变动趋势差异分析

单位：万元

| 项目                          | 2025 年度    | 2024 年度    | 变动金额       | 变动比例<br>(%) |
|-----------------------------|------------|------------|------------|-------------|
| 等于：营业收入发生额                  | 66,497.54  | 60,740.27  | 5,757.27   | 9.48        |
| 加：当期收到的销项税                  | 8,534.17   | 7,834.62   | 699.55     | 8.93        |
| 加：应收账款、应收票据、应收款项融资及预收账款变动金额 | -2,916.03  | -3,286.21  | 370.18     | -11.26      |
| 减：应收票据背书                    | 22,638.65  | 34,528.23  | -11,889.58 | -34.43      |
| 减：其他                        | 183.04     | 38.31      | 144.73     | 377.80      |
| 销售商品、提供劳务收到的现金              | 49,293.98  | 30,722.14  | 18,571.84  | 60.45       |
| 销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入的差异      | -17,203.56 | -30,018.13 | 12,814.57  | -42.69      |

公司销售商品、提供劳务收到的现金小于营业收入，主要原因为：①公司收到客户转让的银行承兑汇票，并背书支付供应商款项，2025 年度及 2024 年度该部分银行承兑汇票结算分别为 22,638.65 万元，34,528.23 万元，减少了销售商品、提供劳务收到的现金；②公司根据实际经营需要对部分应收票据进行贴现，对应取得的现金流量分类为筹资活动现金流入-取得借款收到的现金，减少到期兑付现金金额，即减少经营活动现金流入-销售商品、提供劳务收到的现金金额。

公司 2025 年度销售商品、提供劳务收到的现金同比增加 18,571.84 万元，同比增长 60.45%，主要系：①银行承兑汇票背书同比减少 11,889.58 万元；②营业收入同比增加 5,757.27 万元，营收规模上升带动销售回款金额上升。

### （三）购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本变动趋势差异分析

单位：万元

| 项目                     | 2025 年度   | 2024 年度   | 变动金额      | 变动比例<br>(%) |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| 等于：当期营业成本              | 52,265.33 | 45,945.49 | 6,319.83  | 13.76       |
| 加：当期支付的进项税             | 5,190.23  | 5,904.87  | -714.64   | -12.10      |
| 加：转销的存货跌价准备            | 6,399.78  | 5,597.82  | 801.96    | 14.33       |
| 加：存货变动金额               | -7,218.07 | 2,101.63  | -9,319.70 | -443.45     |
| 加：应付账款、应付票据、预付账款变动金额   | -5,754.64 | 1,059.13  | -6,813.78 | -643.33     |
| 减：银行承兑汇票背书             | 17,970.46 | 27,371.39 | -9,400.93 | -34.35      |
| 减：当期生产成本和制造费用中的薪资费用    | 6,520.88  | 5,104.01  | 1,416.87  | 27.76       |
| 减：当期生产成本和制造费用中的折旧、摊销费用 | 8,296.86  | 9,234.83  | -937.97   | -10.16      |
| 加：其他                   | 6.94      | 42.51     | -35.56    | -83.66      |

| 项目                     | 2025 年度    | 2024 年度    | 变动金额      | 变动比例<br>(%) |
|------------------------|------------|------------|-----------|-------------|
| 购买商品、接受劳务支付的现金         | 18,101.37  | 18,941.23  | -839.86   | -4.43       |
| 购买商品、接受劳务支付的现金与营业成本的差异 | -34,163.96 | -27,004.26 | -7,159.70 | 26.51       |

公司购买商品、接受劳务支付的现金小于营业成本，主要原因为：①公司较多使用银行承兑汇票背书支付供应商货款，现金流出减少；②生产成本和制造费用中的薪资费用在存货完成销售后，相应结转为主营业务成本，但此部分薪酬在现金流量表中归类为支付给职工以及为职工支付的现金；③生产成本和制造费用中的折旧、摊销费用，在存货完成销售后，相应结转为主营业务成本，但不产生现金流量。

购买商品、接受劳务支付的现金同比减少 839.86 万元，同比下降 4.43%，主要系：①公司 2025 年度使用票据背书支付供应商款项金额 17,970.46 万元，同比减少 9,400.93 万元；②公司加强存货库存管理，提高存货周转效率，2025 年末存货余额同比减少 7,218.07 万元，采购原材料相关经营现金流出减少；③营业成本中薪酬支出，在现金流量表中列示为支付给职工以及为职工支付的现金 6,520.88 万元，折旧摊销等非付现金额 8,296.86 万元，同比减少 478.90 万元。

综上，银行承兑汇票结算及贴现规模，存货库存变动，不同客户及不同供应商对应账期、当期交易金额和结算方式存在差异，多种因素共同影响公司经营性现金流量净额，与同期营业收入及营业成本存在差异具有合理性。

## 【会计师核查程序及核查意见】

### （一）核查程序

1、获取并复核全年及分季度现金流量表编制底稿，验证主表与补充资料的勾稽关系，检查净利润调节至经营活动现金流净额的各项调整项目是否完整、准确。

2、获取应收票据备查簿、贴现合同，核查银行承兑汇票背书转让、贴现的金额与时点，确认贴现现金流入分类是否恰当，评估票据结算对经营活动现金流的影响。

3、复核存货进销存明细，分析年末存货减少的构成及原因；检查营业成本中薪酬、折旧摊销等非付现成本的计算与现金流分类，验证其与购买商品付现的

匹配性。

4、取得主要往来科目期初期末余额变动表，分析其与收入、采购的勾稽关系；抽样检查主要客户/供应商合同及结算单据，核实结算模式。

5、对销售收款、采购付款循环执行穿行测试和控制测试，确认关键内控有效运行。

## （二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

1、受存货余额变动、银行承兑汇票贴现、税费退回及其他经营性应收应付变动影响，公司全年及分季度经营活动现金流与净利润存在一定差异。相关调整在间接法补充资料中正确列示，季度波动与公司实际业务相符，差异原因具有合理性。

2、关于销售商品、提供劳务收到的现金与收入变动趋势差异，主要因 2025 年银行承兑汇票背书金额较上年大幅减少约 1.19 亿元，使更多回款体现为实际现金流入，叠加营业收入增长带动基础回款增加。该差异与公司以银行承兑为主的结算模式及稳定账期相匹配，未见异常。

3、关于购买商品、接受劳务支付的现金与成本变动趋势差异，购买付现小于营业成本且同比微降，而成本同比上升，主要因：存货库存管理加强致年末存货大幅减少，减少了当期采购付现；营业成本中包含较大金额的职工薪酬和折旧摊销，其在现金流中分别列示于“支付给职工”及“不产生现金流”项目。公司主要供应商结算模式未发生重大变化，差异系正常经营安排所致，具有合理性。

综上，公司经营活动现金流量的列报在所有重大方面符合企业会计准则。

## 问题五、关于应收票据

年报显示，2025 年末公司应收票据账面余额为 1.43 亿元，同比增加 42.51%，目前已贴现/背书未到期的票据金额 1.12 亿元，为质押状态，同比增长 761.54%。

请公司：（1）列示应收票据涉及的主要开票方及前手名称、交易内容、交易金额、合作历史、是否存在关联关系、已贴现或背书票据期后兑付情况、相关票据处于质押状态的原因，说明票据结算是否具有真实的交易背景、坏账准备计提是否充分；（2）说明应收票据金额大幅增长的原因，与收入变动趋势形成差异的合理性。

## 【公司回复】

一、列示应收票据涉及的主要开票方及前手名称、交易内容、交易金额、合作历史、是否存在关联关系、已贴现或背书票据期后兑付情况、相关票据处于质押状态的原因，说明票据结算是否具有真实的交易背景、坏账准备计提是否充分

### （一）应收票据基本情况及交易背景

2025 年末，公司持有的应收票据均为银行承兑汇票，主要情况如下：

单位：万元

| 前手名称 | 主要开票方                       | 交易内容             | 持有票据金额   | 2025 年度销售额 | 合作起始时间 | 关联关系 | 已贴现或背书票据期后兑付情况     |
|------|-----------------------------|------------------|----------|------------|--------|------|--------------------|
| 客户四  | 客户四之第一大客户、客户四之第四大客户、开票方公司一等 | 显示驱动、电源管理        | 2,456.40 | 4,127.11   | 2011 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 客户二  | 客户二之第一大客户、开票方公司二、开票方公司三等    | 显示驱动、线性电源、电源管理芯片 | 1,615.58 | 5,069.41   | 2019 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 客户七  | 客户七                         | 显示驱动芯片           | 1,421.27 | 2,832.06   | 2021 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 客户一  | 开票方公司四、开票方公司五、客户一之第四大客户等    | 显示驱动、线性电源、电源管理芯片 | 1,359.01 | 8,776.73   | 2009 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 客户九  | 客户九、开票方公司六、开票方公司七等          | 显示驱动芯片           | 1,069.46 | 2,266.16   | 2015 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 客户十二 | 客户十二                        | 显示驱动芯片           | 1,059.27 | 1,884.81   | 2015 年 | 非关联方 | 出票人到期兑付，不存在逾期追索等情形 |
| 合计   |                             |                  | 8,980.99 | 24,956.28  |        |      |                    |

注：上表按持有票据金额大于 1,000 万元的单位列示。

公司所持有的票据，来源于：①与公司签订经济合同的往来客户出票后交付给公司，出票方即公司客户；②另一部分是客户取得其他企业开具的票据后，背书转让给公司。公司票据结算均有相应订单，发货物流信息，发票及对账单据支

撑，均具有真实交易背景。

## （二）相关票据处于质押状态的原因

2025 年末，公司已贴现或背书但未到期的票据金额为 1.12 亿元，处于质押状态，主要是：根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的规定，企业转移了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，应当终止确认该金融资产；若企业保留了金融资产所有权上几乎所有风险和报酬的，则不应当终止确认该金融资产。公司已贴现或背书未到期票据 1.12 亿元处于质押状态，系因相关票据的承兑人主要为“6+9”银行之外的中小银行，考虑到其相对风险较高，背书或贴现不影响追索权，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，公司继续确认应收票据并相应确认短期借款等负债。该等票据到期兑付后，质押状态将相应解除，相关负债随之终止确认。

## （三）坏账准备计提充分性

对于应收票据，公司按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。具体方法如下：

对于划分为组合的应收票据，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。公司将应收票据划分为银行承兑汇票组合和商业承兑汇票。

2025 年末，公司持有的应收票据，均为银行承兑汇票。公司对应收票据-银行承兑汇票组合按整个存续期预期信用损失计量损失准备，具体分析如下：（1）公司持有的银行承兑汇票未曾发生过到期无法兑付的情形，历史损失率为零；（2）结合当前宏观经济环境及票据市场运行情况，未发现可能导致银行承兑汇票信用风险显著上升的因素；（3）截至 2026 年 6 月 30 日，2025 年末持有的应收票据均已正常兑付，未发生逾期或拒付情形。

综上，公司按照预期信用损失模型对银行承兑汇票组合计提坏账准备，坏账准备计提政策合理，计提金额充分。

## 二、说明应收票据金额大幅增长的原因，与收入变动趋势形成差异的合理性

2025 年度和 2024 年度，公司应收票据及营业收入变动情况如下：

单位：万元

| 项目                 | 2025 年末/<br>2025 年度 | 2024 年末/<br>2024 年度 | 变动金额     |
|--------------------|---------------------|---------------------|----------|
| 应收票据               | 14,252.70           | 10,001.31           | 4,251.39 |
| 其中：已背书或贴现尚未到期的应收票据 | 11,246.92           | 6,005.52            | 5,241.40 |
| 营业收入               | 66,497.54           | 60,740.27           | 5,757.27 |

应收票据增加主要原因：不满足终止确认条件的，已背书未到期或已贴现未到期票据不予终止确认。

公司所收应收票据均为银行承兑汇票，其合同现金流量特征与基本借贷安排相一致；同时公司对应收票据的日常管理既有对外背书转让又兼有到期承兑收取合同现金流量特征。根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7 号）第十八条之规定金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：（一）企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。（二）该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

按照上述新金融工具准则的相关规定公司将“6+9”银行承兑的票据分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，记入“应收款项融资”。对于除“6+9”银行之外的中小银行承兑的票据，公司在对外背书转让时，考虑到其相对风险较高，因背书或贴现不影响追索权，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，故未终止确认，财务账面上继续作为应收票据管理；对于该部分票据，公司管理该金融资产的业务模式符合以收取合同现金流量为目标，故分类为以摊余成本计量的金融资产。

根据《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的相关规定，企业应当在转移日将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，应当终止确认该金融资产；企业保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不应当终止确认该金融资产。

按照上述规定，公司已背书未到期或已贴现未到期的银行承兑汇票，尚未满足终止确认条件的，其所有权上的主要风险和报酬未完全转移，仍需计入期末“应收票据”余额。

**【会计师核查程序及核查意见】**

### （一）核查程序

1、获取应收票据备查簿，将其与账面余额、已背书或贴现未到期票据明细进行核对，确认期末余额的准确性。

2、结合公司的销售情况对应收票据回款进行检查，核实票据结算是否基于真实销售交易；通过企查查等工具核查前手及开票方与公司是否存在关联关系。

3、获取应收票据备查簿，逐一识别承兑人是否属于“6+9”银行范畴；复核公司对已背书或贴现未到期票据是否满足终止确认条件的判断依据，检查相关会计处理是否符合《企业会计准则第23号——金融资产转移》的规定。

4、检查截至2026年6月30日票据的到期兑付情况，确认是否存在逾期或拒付情形；核查质押票据对应的短期借款等负债的入账及后续解除记录。

5、评价公司应收票据坏账准备计提政策的合理性，复核预期信用损失模型的计算过程，结合历史损失率及期后兑付情况判断计提金额是否充分。

6、对主要客户及票据前手执行函证程序，确认期末应收票据余额及交易额。

7、结合营业收入构成、客户结算模式及票据管理政策，分析应收票据增速高于收入增速的具体原因及其合理性。

### （二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

1、公司期末应收票据均基于真实销售交易产生，主要前手及开票方与公司不存在关联关系。

2、期末1.12亿元已贴现或背书未到期票据因承兑行非“6+9”银行，未予终止确认，会计处理符合准则；截至期后兑付日，均已正常兑付，无逾期或拒付。

3、应收票据均为银行承兑汇票，历史损失率为零，期后全部兑付，坏账准备按预期信用损失模型计提，政策合理且金额充分。

4、应收票据增幅高于收入，主要系不满足终止确认条件的已背书/贴现未到期票据同比增加所致，系公司按“6+9”标准重新识别承兑行后严格执行准则的结果，而非客户结算模式或信用政策发生实质变化，差异具备合理性。

综上，公司应收票据的确认、计量及列报在所有重大方面符合企业会计准则的规定。

### 问题六、关于无形资产与使用权资产

年报显示,2025 年末公司无形资产账面余额为 0.24 亿元,同比增加 310.22%,主要为新购置专利权及非专利技术及软件著作权;2025 年末公司使用权资产金额为 1.11 亿元,同比增加 263.19%,租赁负债金额 0.97 亿元,同比增加 340.44%,主要系新增租赁厂房所致。

请公司:(1)结合本期新增的主要无形资产的具体内容、采购来源,说明购入上述专利及软件著作权的具体背景、商业目的;(2)说明对于外购的专利及软件著作权,初始入账成本的确定依据、评估方法及关键参数(如预期产生经济利益的期限、折现率等),并分析公允性;(3)说明对各类无形资产使用寿命的估计依据及具体年限,摊销方法与同类资产及行业惯例是否一致;(4)列示新增租赁厂房的具体内容、年限及用途、与公司生产经营的关系、出租方的具体情况、租金及定价公允性,说明使用权资产对收入增长的贡献程度、与公司现有产能利用情况的匹配性;(5)说明公司使用权资产初始计量的依据、折旧年限的确认方式及合理性、使用权资产与租赁负债的计算方式与勾稽关系。

### **【公司回复】**

**一、结合本期新增的主要无形资产的具体内容、采购来源,说明购入上述专利及软件著作权的具体背景、商业目的**

2025 年度公司新增的主要无形资产销售方为交易对手公司一,其主营业务为集成电路设计及销售。新增无形资产主要内容为 LED 显示屏控制系统 ASIC 芯片相关的 6 项发明专利、2 项集成电路布图设计专有权以及 15 项计算机软件著作权。公司通过购置知识产权资产,布局 LED 显示屏控制系统 ASIC 芯片领域,引入标准以太网接口输入显示数据、无需开发代码智能化参数重配、应用灵活、快速启动、维护成本更低且代表行业未来发展趋势的 ASIC 芯片产品,聚焦 LED 显示系统集成化与成本优化,以进一步丰富公司产品品类,扩大公司产销规模,提升公司综合竞争力与市场占有率。

**二、说明对于外购的专利及软件著作权,初始入账成本的确定依据、评估方法及关键参数(如预期产生经济利益的期限、折现率等),并分析公允性**

#### **(一)外购的专利及软件著作权初始入账成本的确定依据**

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》,无形资产应当按照成本进行初始计量,外购无形资产的成本,包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。公司外购专利及软件著作权初始入账价值

依据为购买该无形资产支付的价款、直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

## （二）外购的专利及软件著作权评估方法及关键参数

根据《评估报告》（深中企华评报字(2025)第 023 号）及深圳中企华土地房地产资产评估有限公司出具的说明，本次评估的评估方法及关键参数如下：

### 1、评估方法

本次评估依据评估目的、评估对象、价值类型、资料收集情况等，以及三种评估基本方法的适用条件，最终采用成本法。

未采用收益法，主要系：由于产权持有单位在评估基准日已经停业，纳入评估范围内无形资产截至评估基准日未能投入企业经营生产实现收益，其未来产生的收入无法可靠预计。

未采用市场法，主要系：纳入本次评估范围的无形资产是交易对手公司一自主研发和关联方无偿转让取得，具有独特性和不可复制性，缺乏充分发育、活跃的交易市场，难以从市场中选择参照物，故不适用市场法。

采用成本法，主要系：纳入本次评估范围的无形资产在研发及申请注册过程中发生的成本费用归集完整，故适用成本法评估。

### 2、关键参数

采用成本法的关键公式如下：评估值(不含税)=重置成本 x (1-贬值率)

评估值(含税)=评估值(不含税)x(1+销项增值税率)

#### （1）重置成本的确定

重置成本=人工成本+材料成本+其他费用+创作间接费用+利润

#### （2）贬值率的确定

对于集成电路布图设计专有权法定保护年限自申请日起 10 年，该类设计专有权的预计使用寿命年与法定保护相符，因此对于集成电路布图设计专有权经济寿命年限自申请日开始计算取 10 年。发明专利的法律保护年限为自专利申请之日起算 20 年，该类专利的更新换代较快，使用期 10 年，因此，本次对于专利权(专有权)经济寿命年限自专利申请之日起取 10 年；对于软件著作权，法定保护期为 50 年，但该类软件著作权的更新换代较快，使用期 10 年，则软件著作权经济寿命年限自首次发布日期开始计算取 10 年。无形资产的贬值率计算如下：

贬值率=已使用年限/(已使用年限+尚可使用年限)x100%

基于上述评估方法及关键参数选择，得出与 LED 显示屏控制系统 ASIC 芯片相关的 6 项发明专利、2 项集成电路布图设计专有权以及 15 项计算机软件著作权价值在 2025 年 2 月 28 日的评估结果为 2,370 万元（含税），此价格即为成交价。

公司与交易对手公司一，非关联方，不存在股权、业务或人员上的关联关系。该交易为独立的商业采购行为，交易价格遵循市场化协商定价，除正常购销合同所载权利义务外，公司与交易对手方不存在其他特殊交易安排，外购无形资产价格公允。外购无形资产已通过深圳中企华土地房地产资产评估有限公司出具《深中企华评报字(2025)第 023 号资产评估报告》，年末减值测试亦未发生减值。

三、说明对各类无形资产使用寿命的估计依据及具体年限，摊销方法与同类资产及行业惯例是否一致

对于无形资产，公司参考能为公司带来经济利益的期限确定使用寿命并按直线法摊销。无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产；对于使用寿命不确定的无形资产，公司在每年年度终了对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果重新复核后仍为不确定的，于资产负债表日进行减值测试。

公司无形资产摊销年限及摊销政策与同行业可比公司对比如下：

| 项目        | 公司     | 富满微    | 晶丰明源   |
|-----------|--------|--------|--------|
| 专利权及非专利技术 | 5 年    | 10 年   | 5-10 年 |
| 计算机软件     | 3-5 年  | 10 年   | 3-10 年 |
| 软件著作权     | 5 年    | 不适用    | 不适用    |
| 摊销政策      | 按直线法摊销 | 按直线法摊销 | 按直线法摊销 |

上表可见，公司各类无形资产摊销年限、摊销方法符合行业惯例，与同行业可比公司同类资产不存在明显差异。

四、列示新增租赁厂房的具体内容、年限及用途、与公司生产经营的关系、出租方的具体情况、租金及定价公允性，说明使用权资产对收入增长的贡献程度、与公司现有产能利用情况的匹配性

（一）新增租赁厂房具体情况

| 项目      | 说明                                                              |
|---------|-----------------------------------------------------------------|
| 出租人     | 铜陵市至诚招商服务有限公司                                                   |
| 出租人主营业务 | 提供招商委托、咨询、代理服务，代理进区企业办理设立、注册、登记等相关手续，负责受托资产管理、维护、运营，商务咨询服务，农贸市场 |

| 项目         | 说明                                          |
|------------|---------------------------------------------|
|            | 场管理，车辆租赁                                    |
| 租赁资产       | 集成电路封测项目二期厂房                                |
| 关联关系       | 非关联方                                        |
| 用途         | 生产及办公                                       |
| 租赁面积       | 34,000 平方米                                  |
| 租赁期限       | 2025-12-1 至 2031-02-28 <sup>【注】</sup>       |
| 与公司生产经营的关系 | 属于公司主营业务相关的生产经营场所，用于集成电路封装测试业务的产能扩张及日常运营    |
| 租赁标准及付款约定  | 10 元/平方米/月，自资产交付使用之日起每满一年收取一次，不足一年按实际使用时间收取 |

注：由于该使用权资产为先租后买，考虑租金及后续购买情况，导致当期使用权资产原值增加 8,387.20 万元，该使用权资产折旧年限较长为 30 年，年折旧金额为 279.57 万元。

## （二）租赁房屋周围租金情况

经检索铜陵市公共资源交易中心网站网络竞价平台公告及资料，可比租赁信息如下：

| 公司名称<br>(承租方) | 房屋位置                           | 租赁<br>期限 | 面积<br>(m²) | 成交总价           | 租金<br>(元/<br>m²·月) |
|---------------|--------------------------------|----------|------------|----------------|--------------------|
| 李鹏            | 铜陵市铜官区北斗星城 3-C6、C7 栋 214 号商业用房 | 5 年      | 1,336.50   | 120.30 万元/5 年  | 15.00              |
| 郭黎明           | 铜陵市铜官区北京路西路 690 号一至五层          | 10 年     | 1,727.65   | 207.40 万元/10 年 | 10.00              |
| 铜陵凤程酒店管理有限公司  | 铜陵市铜官区长江中路 398 号二至六层房产         | 5 年      | 2,549.90   | 175 万元/5 年     | 11.44              |
| 林海            | 铜陵市义安区五松镇联盟村（天洋纺织）2 栋厂房        | 3 年      | 11,786.53  | 377.64 万元/3 年  | 8.90               |
| 平均值           |                                |          |            |                | 11.34              |
| 明微电子          | 铜陵市铜陵经济技术开发区西湖一路 1588 号        | 5 年 3 个月 | 34,000.00  | 408.00 万元/年    | 10.00              |

公司新增租赁资产租金价格与周边同类标的价格不存在明显差异，价格公允。

## （三）使用权资产对收入增长的贡献程度、与公司现有产能利用情况的匹配性

公司主营业务为集成电路研发设计、封装测试和销售。本期新增使用权资产

为租赁用于封装测试的生产厂房。剔除 2026 年 2 月受春节假期影响导致的短期波动，自 2025 年 12 月新厂房投入使用后，公司月度实际封测编数量呈递增趋势，产能利用率同步提升。

新增前后各用途租赁面积变化情况：

| 项目                    | 新增前       | 新增        | 其中：尚未<br>装修完毕 | 减少       | 实际使用面<br>积 | 变动幅度<br>(%) |
|-----------------------|-----------|-----------|---------------|----------|------------|-------------|
| 车间面积（m <sup>2</sup> ） | 22,727.32 | 21,600.00 | 10,800.00     | 2,555.04 | 30,972.28  | 36.28       |
| 仓库面积（m <sup>2</sup> ） | 6,399.67  | 7,200.00  |               | 869.96   | 12,729.71  | 98.91       |
| 办公面积（m <sup>2</sup> ） | 13,640.70 | 3,900.00  |               |          | 17,540.70  | 28.59       |
| 展厅面积（m <sup>2</sup> ） |           | 1,300.00  |               |          | 1,300.00   | 不适用         |
| 合计                    | 42,767.69 | 34,000.00 | 10,800.00     | 3,425.00 | 62,542.69  | 46.24       |

公司本次使用权资产投入，主要系扩充车间规模，并新增仓储及办公配套区域。车间面积净增加 19,044.96 平方米，系本次使用权资产投入的核心部分，剔除已交付但尚未装修完毕的 10,800.00 平方米，已投入使用的新增车间面积增长 36.28%，其中 4,644.96 平方米用于测试编带车间生产扩容，3,600 平方米用于封装车间生产扩容。通过扩充生产场地，解决原有场地空间不足的问题，提升封装-测试-编带等产量，新增场地产能释放效果与车间面积增长相匹配。

仓库面积较新增前增长 98.91%，主要系新增租赁前，公司待测仓存货主要存放于车间走道等临时空间，缺乏独立的仓储区域，且成品仓位于主厂区外。新增仓库位于主厂区内，提高了入库效率，待测半成品可按分类，分区存放于仓库，有效改善了存货仓储条件，减少车间占用空间，进一步释放了生产区域的有效作业面积，间接提升了车间使用效率。

## 五、说明公司使用权资产初始计量的依据、折旧年限的确认方式及合理性、使用权资产与租赁负债的计算方式与勾稽关系

### （一）使用权资产初始计量的依据

截至 2025 年末，公司使用权资产账面价值为 11,123.49 万元。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 21 号——租赁》，在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：

- （1）租赁负债的初始计量金额；
- （2）在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；

(3) 本公司发生的初始直接费用；

(4) 本公司为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本，但不包括属于为生产存货而发生的成本。

## (二) 使用权计提折旧的年限及确认方式

根据《企业会计准则应用指南》、《企业会计准则第 21 号——租赁》规定，承租人应当参照《企业会计准则第 4 号——固定资产》有关折旧规定，对使用权资产计提折旧。折旧年限的确定原则如下：对于能合理确定租赁期满时将会取得租赁资产所有权，应当在租赁资产预计剩余使用寿命内计提折旧；否则应当在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

公司按照上述方法对租赁合同进行判断，具体计提折旧年限情况如下：

| 使用权资产项目      | 租赁期届满预计是否取得所有权 | 折旧年限       | 判断依据                        |
|--------------|----------------|------------|-----------------------------|
| 集成电路封测项目二期厂房 | 是              | 租赁资产剩余使用寿命 | 资产正式交付 3 个月之后起计算回购期，回购期 5 年 |
| 除二期厂房外的租赁资产  | 否              | 租赁期        | 租赁合同未约定购买选择权                |

折旧方法上，公司采用直线法计提折旧，自租赁期开始日起按月计提，折旧金额根据使用权资产的各项用途使用面积分摊计入成本费用。上述折旧年限及方法符合会计准则规定，且与同行业公司晶丰明源处理方式一致，具有合理性。

## (三) 使用权资产与租赁负债的计算方式与勾稽关系

### 1、使用权资产初始计量

使用权资产=租赁负债的初始计量金额（按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值计算）+在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额（存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励金额）+初始直接费用

### 2、租赁负债的初始计量

按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额的现值进行初始计量。租赁付款额包括：①固定付款额及实质固定付款额；②取决于指数或比率的可变租赁付款额，包括与消费者价格指数挂钩的款项、与基准利率挂钩的款项和为反映市场租金费率变化而变动的款项等，在初始计量时根据租赁期开始日的指数或比率确定；除了取决于指数或比率的可变租赁付款额之外，其他可变租赁付款额均不纳入租赁

负债的初始计量中；③购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；④行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；⑤根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。

公司不存在取决于指数或比率的可变租赁付款额、担保余值，因此按各期固定租赁付款额进行折现，其他可变租赁付款额不纳入租赁负债的初始计量。

折现率的确定原则为：公司使用增量借款利率即同期中国人民银行贷款基准利率作为折现率。

### 3、勾稽关系

2025 年末，公司租赁业务涉及使用权资产与租赁负债的勾稽关系如下：

单元：万元

| 项目                | 初始计量      | 2025 年末   |
|-------------------|-----------|-----------|
| 使用权资产原值           | 13,038.37 | 13,038.37 |
| 使用权资产累计折旧         | 不适用       | 1,914.88  |
| 租赁负债（含一年内到期的租赁负债） | 12,393.31 | 10,730.91 |
| 预付租金+初始直接费用       | 645.06    | 不适用       |

使用权资产原值 13,038.37 万元=租赁负债初始计量金额 12,393.31 万元+预付租金及初始直接费用 645.06 万元，验证了两者初始计量的勾稽一致性。

租赁负债为尚未支付的租赁付款额的现值。随着租赁期推进，公司支付租金、摊销未确认融资费用，租赁负债余额相应减少。

使用权资产累计折旧反映的是使用权资产在使用期间内的价值消耗，与租赁负债的摊销相互独立但均源于同一租赁合同，两者共同影响租赁期内的损益。

综上，公司使用权资产的初始计量与后续计量依据《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定执行，计量要素完整，金额计算准确，使用权资产与租赁负债之间具有清晰的勾稽关系，相关会计处理真实、准确、完整。

### 【会计师核查程序及核查意见】

#### （一）核查程序

1、获取并查阅公司本期新增无形资产的相关采购合同、发票、付款凭证及资产评估报告，核实采购来源、交易对手方背景、采购金额及支付情况，了解购入专利及软件著作权的具体背景及商业目的。

2、复核外购无形资产的初始入账成本确定依据，检查评估报告中采用的评估方法、关键参数及计算过程，评估方法选择的合理性及关键参数的合理性，分析其定价公允性。

3、查阅公司无形资产摊销政策及各类无形资产的具体摊销年限，与同行业可比公司的摊销政策进行对比，分析公司摊销方法与行业惯例是否一致。

4、获取并查阅新增租赁厂房的租赁合同、出租方工商资料，核实租赁面积、租赁期限、租金标准及付款约定；检索周边同类物业租赁价格信息，对比分析租金定价的公允性。

5、获取公司产能利用率及封测编数据，分析新增租赁厂房投入使用后产能利用率变化趋势；获取公司租赁面积明细表，分析新增租赁面积与生产、办公、仓储等用途的匹配性。

6、复核使用权资产与租赁负债的初始计量过程，检查租赁负债的折现率选取依据、租赁付款额的构成及现值计算过程；验证使用权资产原值、累计折旧、租赁负债余额之间的勾稽关系；检查公司与租赁相关的会计处理是否符合《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，包括使用权资产的初始确认、折旧计提、租赁负债的后续计量等。

7、获取并查阅公司关于无形资产减值测试的相关资料，复核其减值测试过程及结论。

## **（二）核查结论**

经核查：

1、公司本期新增无形资产系为布局 LED 显示屏控制系统 ASIC 芯片领域而购置，采购背景及商业目的明确，交易具有合理性。

2、外购无形资产初始入账成本以购买价款及税费为依据，经具备资质的评估机构评估，评估方法及关键参数选择合理，成交价与评估价基本一致，定价公允。

3、公司各类无形资产采用直线法摊销，摊销年限与同行业可比公司不存在明显差异，符合行业惯例。

4、新增租赁厂房与公司主营业务直接相关，租金单价与周边可比物业租金水平相比处于合理区间，定价公允；公司产能产量变化情况与新增厂房投产情况相匹配。

5、使用权资产初始计量、折旧年限确认、折现率选取及租赁负债计算均符合《企业会计准则第 21 号——租赁》的规定，使用权资产原值与租赁负债初始计量金额、预付租金及初始直接费用之间勾稽关系清晰。

**问题七、关于期间费用**

年报显示，公司 2025 年度研发费用 1.25 亿元，同比增加 15.17%，主要系研发材料投入增加，以及研发人员增加导致相应薪酬增加所致。公司 2025 年度销售费用 0.15 亿元，同比增加 63.89%。

请公司：（1）结合研发材料的具体内容，用途及与生产用料的划分标准及执行情况，说明是否存在共用产线情况，成本费用归集是否存在混同；（2）结合研发人员构成、变动的具体情况，说明研发人员认定的准确性，是否存在其他员工兼职研发人员情形，相关背景、学历资质等与项目需求是否匹配；（3）结合销售团队规模上升的具体情况，新增人员主要服务的业务模式或产品线，说明销售费用大幅增加的原因。

**【公司回复】**

一、结合研发材料的具体内容，用途及与生产用料的划分标准及执行情况，说明是否存在共用产线情况，成本费用归集是否存在混同

**（一）研发材料的具体内容及用途**

2024 年度和 2025 年度，公司研发材料投入情况如下：

单位：万元

| 项目   | 2025 年度  | 2024 年度  | 用途                     |
|------|----------|----------|------------------------|
| 掩膜版  | 1,289.25 | 1,476.64 | 集成电路晶圆制造过程中用于光刻工序的图形母版 |
| 封测材料 | 789.52   | 746.68   | 封装工艺开发、样品试制及可靠性验证      |
| 晶圆费  | 406.26   | 104.82   | 新产品的工程批流片及工艺验证         |
| 辅助材料 | 51.71    | 35.94    | 研发过程中消耗的各类辅助性耗材        |
| 合计   | 2,536.74 | 2,364.08 |                        |

**（二）研发用料与生产用料的划分标准及执行情况**

公司研发项目包含芯片设计研发和封装测试工艺研发。其中：芯片设计研发项目遵循“研发立项→设计→制版→投片→封测→验证分析→验收”流程；封装测试工艺研发项目遵循“研发立项→封装工艺开发→测试方案设计→验证分析→

验收”流程。各环节涉及的材料投入及相应单据情况如下：

| 项目          | 涉及材料费用    | 相应单据                        |
|-------------|-----------|-----------------------------|
| 立项          | 封测材料      | 项目可行性报告                     |
| 制版          | 掩膜版       | 投片审批单或项目设计变更通知单、制版订单、研发收领料单 |
| 投片          | 晶圆费       | 投片审批单、工程批订单、研发收领料单          |
| 封测          | 封测材料      | 工程批订单、研发收领料单、对账单            |
| 封装工艺开发及验证分析 | 封测材料      | 研发领料单                       |
| 验证分析        | 封测材料、辅助材料 | 测试验证合同、测试验证验收单、订单、研发收领料单    |

公司对研发领料和生产领料实行差异化管理，通过 ERP 系统在原始单据、审批流程上均实现有效区分，具体执行情况如下：

(1) 单据区分：芯片设计研发项目在 ERP 设立研发、生产两类订单，后续材料入库、领料均按照订单属性确认，从订单源头划分用料属性；工艺研发项目在 ERP 设立研发、生产两类独立领料单据，分别绑定研发项目、生产工单，领用用途分类备注，从源头划分领料属性。

(2) 流程区分：生产领料执行车间领料/出仓申请，由生产人员提交；研发领料执行研发人员领料申请。审批权限与管控标准在 ERP 差异化设置。

(3) 出库区分：仓库按单据类型分区拣料出库，生产领料核算制造成本，研发领料归集对应项目研发费用。

(4) 每月由财务、研发、生产联合核对领料数据，实现研发与生产领料全流程清晰划分、规范管控。

因此研发用料和生产用料在原始单据、审批流程、系统归集上均相互独立，不存在混同情形。

### (三) 产线共用情况及成本费用分摊

公司研发设备涉及研发专用设备和产研共用设备。研发专用设备包括光发射显微镜、科学级面阵式亮色度仪、仿真服务器等，仅供研发活动使用。产研共用设备如固晶机、全自动焊线机、划片机等关键工艺设备，同时服务于产品量产与工艺研发试验，由研发部、生产部交叉共用。为保障量产交付进度与研发试验需求，公司对产研共用设备实行分时使用管理制度，划定研发专属使用时段，错峰安排研发上机试验，避免与生产线正常生产任务冲突。财务核算层面，以设备实

际使用时长为分摊依据，按月统计研发设备占用工时，按照工时占比对共用设备计提折旧进行拆分核算，分别归集计入研发费用与产品生产成本，实现设备折旧成本准确划分，确保研发、生产成本核算真实、准确。2025 年度，公司产研共用设备年度折旧总额为 112.44 万元，其中分摊至研发费用 98.75 万元，分摊至生产成本 13.69 万元。

综上，公司对研发材料与生产用料在单据、流程、归集均实现有效区分，划分标准清晰；公司对产研共用设备已建立使用时长记录及折旧分摊机制，成本费用归集准确、完整。公司不存在成本费用归集混同的情形，相关核算符合《企业会计准则》及公司内部控制制度的规定。

**二、结合研发人员构成、变动的具体情况，说明研发人员认定的准确性，是否存在其他员工兼职研发人员情形，相关背景、学历资质等与项目需求是否匹配**

公司研发人员具体构成情况如下：

单位：人

| 人员构成      | 2025 年末 | 2024 年末 | 同比变动（%） |
|-----------|---------|---------|---------|
| 博士研究生     | 1       | 1       | -       |
| 硕士研究生     | 58      | 45      | 13.00   |
| 本科        | 150     | 125     | 25.00   |
| 专科        | 66      | 42      | 24.00   |
| 高中及以下     | 45      | 72      | -27.00  |
| 研发人员数量    | 320     | 285     | 35.00   |
| 研发人员占比（%） | 32.79   | 33.06   | -0.27   |

公司研发人员的认定依据系根据《《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（国家税务总局公告 2017 年第 40 号）的规定，企业直接从事研发活动人员包括研究人员、技术人员、辅助人员。公司研究人员是指主要从事研究开发项目的专业人员；技术人员是指具有工程技术领域的技术知识和经验，在研究人员指导下参与项目开发工作的人员；辅助人员是指参与研究开发活动的技工。

公司依据员工所属的部门及具体承担的职责和工作来进行研发人员认定。公司将同时符合以下条件的员工认定为研发人员：①所属部门为研发中心，直接从事研发活动的人员；②当期研发工时占比超过 50%的。

因此，公司研发人员认定符合相关法律法规的规定。

兼职研发人员的具体情况：

| 姓名  | 工作年限 | 职位  | 学历 | 职称        | 研发参与工作内容                       |
|-----|------|-----|----|-----------|--------------------------------|
| 王乐康 | 32   | 董事长 | 本科 | 电子技术高级工程师 | 负责公司整体研发战略规划，确保公司研发方向与业务战略高度协同 |

**三、结合销售团队规模上升的具体情况，新增人员主要服务的业务模式或产品线，说明销售费用大幅增加的原因**

2024 年度和 2025 年度，公司主要销售费用情况如下：

单位：万元

| 项目     | 2025 年度 | 2024 年度 | 变动金额   | 变动比例（%）  |
|--------|---------|---------|--------|----------|
| 职工薪酬   | 871.07  | 612.50  | 258.58 | 42.22    |
| 业务宣传费  | 153.43  | 4.92    | 148.51 | 3,017.82 |
| 办公及差旅费 | 120.16  | 72.26   | 47.91  | 66.30    |

公司 2025 年度销售人员较上年度增加 6 人，同比增长 25.00%。新增人员主要服务于以下业务：（1）显示驱动产品线：新增 5 人，主要为巩固客户关系，提升技术支持与客户响应效率，并拓展产品应用场景及新客户；（2）市场及品牌推广业务：新增 1 人，主要用于公司品牌建设及市场推广活动策划执行，强化公司在目标市场的品牌影响力，销售团队规模上升与公司扩大规模的发展战略相匹配。

2025 年度，销售费用同比大幅增加，主要系：（1）销售团队规模上升，职工薪酬相应增加；（2）2025 年度公司加大市场推广力度，业务宣传费及差旅费等相关业务费用较大增长。公司通过参加 ISLE 等行业展会、技术研讨会等多种形式强化品牌建设，提升公司行业知名度。

**【会计师核查程序及核查意见】**

**（一）核查程序**

1、访谈研发、生产及财务负责人，了解并测试研发领料与生产领料的内控流程，查阅 ERP 单据类型、审批流；抽样检查领料单、工程批订单、对账单等原始凭证，验证材料投入与研发项目环节的对应关系。实地观察研发与生产场所，获取研发专用及产研共用设备清单，复核共用设备折旧按工时占比分摊的计算过程，确认折旧费用在研发费用和生产成本间的划分准确性。

2、获取员工花名册、研发人员清单，对照国家税务总局公告 2017 年第 40 号规定，复核研发人员认定标准的执行情况。针对兼职研发人员，检查学历、职称等资质材料，评估与项目需求的匹配性。

3、访谈销售及财务负责人，了解销售团队扩张背景及新增人员职责，获取花名册和工资明细表，核查人员变动情况。对职工薪酬、业务宣传费、差旅费进行细节测试，核实费用真实性和归属期间。

4、对研发费用和销售费用执行截止性测试，确认费用计入正确会计期间。

## **（二）核查意见**

经核查，年审会计师认为：

1、公司研发与生产领料在 ERP 系统、原始单据及审批流程上有效区分，研发材料投入与具体研发项目对应，生产领料与工单匹配；产研共用设备已建立工时记录及折旧分摊机制，分摊方法合理。相关内控制度健全有效，不存在成本费用混同情形。

2、公司研发人员认定依据合规，存在个别兼职研发人员，其研发工时占比及参与工作内容符合认定标准，学历及行业资质与研发战略规划需求匹配，认定准确。

3、2025 年度销售费用增长主要系销售人员增加致职工薪酬上升，以及加大市场推广力度致业务宣传费和差旅费增加，与公司业务规模扩张及新产品推广策略相符，费用变动具有合理性。

特此公告。

深圳市明微电子股份有限公司董事会

2026 年 7 月 27 日