

青岛中科英泰商用系统股份有限公司

Qingdao Wintec System Co., Ltd.

(山东省青岛市高新区新业路 28 号英泰产业园)

WINTEC 英泰

关于青岛中科英泰商用系统股份有限公司

年报问询函的回复

二〇二四年七月

全国股份转让系统挂牌公司管理一部：

青岛中科英泰商用系统股份有限公司（以下简称“公司”或“中科英泰”）于 2024 年 6 月 20 日收到全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部发出的《关于对青岛中科英泰商用系统股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 094 号）（以下简称“《问询函》”）。收到《问询函》后，公司高度重视，积极组织相关部门对《问询函》中涉及的问题进行逐项落实，现将《问询函》内有关事项回复如下：

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词的释义与《青岛中科英泰商用系统股份有限公司 2023 年年度报告》中相同。本回复的字体代表以下含义：

黑体（不加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复

现就《问询函》中提及的问题逐项说明如下：

2024年6月20日

1、关于业绩

你公司近三年营业收入分别为 412,976,960.09 元、255,054,098.83 元、280,933,128.84 元，毛利率分别为 31.43%、38.70%、41.66%。

根据 2023 年年度报告，按产品分类来看，本期智能交易终端营业收入 146,735,107.04 元，较上期减少 7.62%，毛利率 41.08%；自助交易终端营业收入 59,790,897.34 元，较上期增加 53.25%，毛利率 41.86%；其他类产品营业收入 24,142,567.38 元，较上期增加 59.14%，毛利率 66.68%。按地区分类来看，本期国内营业收入 177,896,571.43 元，毛利率 39.01%；国外营业收入 102,440,656.90 元，毛利率 46.38%。

请你公司：

（1）结合主营业务的商业模式、销售渠道的稳定性、市场竞争现状等，说明近三年营业收入波动较大的原因及合理性；

（2）说明智能交易终端、自助交易终端的区分标准、应用场景、客户分布等，并结合营销策略、未来产业发展规划等，说明自助交易终端本期营业收入增长较快的原因及合理性；

（3）列示其他类产品的具体内容，并说明其毛利率远高于其他产品且增长较快的原因及合理性；

（4）说明国外销售的主要区域、获客渠道、产品及主要运用场景，并说明国内外毛利率差异较大的原因及合理性。

【回复】

（一）结合主营业务的商业模式、销售渠道的稳定性、市场竞争现状等，说明近三年营业收入波动较大的原因及合理性；

公司主营业务为智能终端的研发、生产、销售与服务。公司凭借在智能商用终端领域深厚的技术积累和服务经验，研发了智能交易终端、自助交易终端、智能秤系列产品，同时开发了 SaaS 零售管理系统、农产品批发追溯系统等智慧流通解决方案，面向基层组织及集团化企业印章风险管理需求，公司研发了智能印章机系列产品及智能印章管理系统。

1、商业模式及销售渠道的稳定性

公司立足于商业信息化和政企印控管理领域，凭借多年的研发、生产、销售和服务经验，根据不同细分行业的特点和客户需求，提供定制化的智能终端软硬件产品及整体解决方案，满足不同行业客户的需求。报告期内，公司营业收入和利润主要来源于智能终端相关产品的研发、生产和销售。公司已建立独立完整的采购、生产、销售与研发体系，形成了稳定的商业模式。

2021 年度-2023 年度，公司营业收入分别为 41,297.70 万元、25,505.41 万元和 28,093.31 万元，主营业务收入分别为 41,205.67 万元、25,238.64 万元和 28,033.72 万元，占比分别为 99.78%、98.95%和 99.79%，公司主营业务收入突出。报告期内，公司销售模式为经销、直销和 ODM，报告期各期公司主营业务收入按销售模式分类的情况如下：

单位：万元，%

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
经销	15,613.31	55.69	12,286.17	48.68	21,249.82	51.57
直销	8,209.83	29.29	8,291.97	32.85	16,586.87	40.25
ODM	4,210.58	15.02	4,660.50	18.47	3,368.97	8.18
合计	28,033.72	100.00	25,238.64	100.00	41,205.67	100.00

公司经销模式属于买断式销售，收入确认方式与直销客户相同。报告期内，公司实现经销收入为 21,249.82 万元、12,286.17 万元和 15,613.31 万元，分别占各期主营业务收入的比例为 51.57%、48.68%和 55.69%，占比较为稳定。

报告期内，公司直销收入金额分别为 16,586.87 万元、8,291.97 万元和 8,209.83 万元，占比为 40.25%、32.85%和 29.29%，收入规模和占比呈下降趋势。近几年，公司不断加大与直销客户的合作，通过商务谈判、招投标等方式，先后获得了支付宝、腾讯、京东、中石化以及多家大型商业银行的智能商用终端采购业务，产品质量获得市场的广泛认可。由于公司主要产品为智能商用终端，直销客户受其业务扩张、市场布局进度等影响，向本公司的采购具有不稳定、间断性、一次性采购等特征，导致公司向单个直销客户的销售额波动较大。2022 年及 2023 年，受宏观经济以及公共卫生事件影响，线下零售开店不及预期，中石化和蚂蚁等直销客户采购量减少，导致直销收入减少。

报告期内，公司 ODM 收入金额为 3,368.97 万元、4,660.50 万元和 4,210.58 万元，占比为 8.18%、18.47%和 15.02%。报告期内，公司主要为浙江橙智信息科技有限公司、泰国 TD Tawandang、意大利 ITALRETAIL SRL、德国 ITMEDIACONSULT AG 等公司提供 ODM 产品及服务。

2、市场竞争现状

(1) 全球竞争现状

目前，全球智能商用终端行业，美日品牌占据市场绝大部分份额，厂商集中度较高，主要有美国惠普（HP）、NCR、迪堡（Diebold Nixdorf），日本的东芝（Toshiba）等。大中华地区厂商数量众多，但普遍规模较小。

根据 RBR 报告数据显示，在智能交易终端市场，惠普、NCR、东芝位列全球市场前三，市场份额分别为 16%、13%、10%，中国品牌凭借技术创新和较高性价比的优势开始进入国际市场，中科英泰位列全球市场第七，市场份额为 4%；在自助交易终端市场，NCR、东芝、迪堡位列全球市场前三，市场份额分别为 33%、14%、11%；中科英泰位列全球市场第六，市场份额为 5%。

(2) 国内竞争现状

从国内市场来看，智能商用终端行业处于市场竞争的初级阶段，市场集中度较低，行业内具备一定品牌知名度的企业主要包括：振桦电子、海石商用、中科英泰、深圳桑达、商米科技、中崎股份、易捷通等。其中振桦电子、海石商用、中科英泰、深圳桑达的主要目标客户群是国内零售百强企业和区域零售龙头企业。从长远来看，智能商用终端制造企业中产品研发能力弱、资金实力不足、运营效率低、管理不规范的企业将面临淘汰，行业内兼并重组速度加快，行业集中度将会提升，智能商用终端企业将从早期单一的设备供应商逐渐发展成为硬件设备制造和软件开发、运维服务等于一体的整体解决方案服务商。

(3) 可比公司情况

报告期内，公司与可比公司主营业务收入对比如下：

单位：万元，%

公司名称	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	主营业务收入	变动比例	主营业务收入	变动比例	主营业务收入
易捷通	14,082.80	-22.86	18,256.91	-27.78	25,278.86
中崎股份	24,037.47	15.79	20,759.71	-12.43	23,706.90

公司名称	2023 年度		2022 年度		2021 年度
	主营业务收入	变动比例	主营业务收入	变动比例	主营业务收入
平均数	19,060.14	-2.30	19,508.31	-20.35	24,492.88
中科英泰	28,033.72	11.07	25,238.64	-38.75	41,205.67

数据来源：同行业公司年度报告。

由上表可以看出，2022 年，受到公共卫生事件的影响，同行业公司的收入均呈现不同程度的下降，其中中科英泰受到国内直销大客户订单执行不及预期的影响收入下降幅度最大；2023 年，随着宏观经济恢复，下游市场需求逐步增加，为行业内公司收入增长提供了保障，但受到各公司竞争策略、产品结构、客户定位等因素的影响，各公司实际的经营状况变化趋势存在一定差异，其中中科英泰和中崎股份 2023 年收入分别同比增长 11.07%和 15.79%，而易捷通受到市场竞争及部分业务剥离的影响 2023 年收入同比下降 22.86%。

（二）说明智能交易终端、自主交易终端的区分标准、应用场景、客户分布等，并结合营销策略、未来产业发展规划等，说明自助交易终端本期营业收入增长较快的原因及合理性

公司产品智能交易终端和自助交易终端的对比如下：

产品名称	区分标准	应用场景	客户分布
智能交易终端	有专职收银员，支持现金支付，屏幕尺寸大多在 17 寸以下，且为了满足收银员和顾客的核对需求，多数设备配备双屏	零售、餐饮、购物中心、便利店、精品店、专卖店等中高端小柜台店面客户	广泛应用于国内外市场
自助交易终端	顾客自助收银，基本不支持现金支付，屏幕尺寸大多在 20 寸以上，多数为单屏	便利店、商超、卖场、连锁餐饮等具备自助收银条件的客户	海外发达国家，境内大中城市及东部沿海市场

自助交易终端是基于计算机、物联网、移动支付、人工智能等技术，集成触控、打印、人脸识别、图像识别等功能的智能商用终端，实现消费者自助下单、自助结账。自助交易终端不仅能够有效提升购物效率、提升消费者体验，同时能够降低人工成本、整合收银数据，助力零售企业提供个性化服务。自助交易终端产品符合未来产业发展趋势，能够满足客户提升收银效率和降低人工成本的需求，同时，公司也积极提高自身技术水平以满足下游新零售、新消费等领域客户的应用场景，并采用积极的营销策略推动了自助交易终端产品的生产、销售。

2022 年和 2023 年，公司自助交易终端分别实现收入 39,015,896.83 元和 59,790,897.34 元，收入增长比例为 53.25%，2023 年公司自助交易终端营业收入增长较快符合行业及公司经营状况，具有合理性。公司自助交易终端业务能够实现快速增长采用的营销策略及未来产业发展规划情况具体如下：

1、营销策略

公司积极响应行业的技术更新应用以及下游客户的需求，结合客户的业务范围和客户画像，为具备自助收银条件的客户积极推荐自助交易终端产品，实现提升客户收银效率和降低人工成本的需求。根据不同的客户群，成立了有针对性的销售团队，包括销售一部、二部、三部、生态与创新部等，为客户提供量身定做的解决方案。

公司成立了市场营销中心，加速数字平台的构建，实现数据的集成分析和运用，以数据驱动的决策去优化产品梳理和市场策略，从而提升市场响应速度和服务质量；通过深入分析客户大数据，大力推进个性化营销，旨在构建更加精准有效的客户互动模式，提供更具吸引力的产品和服务解决方案；围绕企业核心价值观，对品牌形象进行包装和重塑，以更具吸引力的品牌故事与消费者建立情感链接，增强品牌忠诚度和影响力；积极寻求与其他行业领导者的合作机会，通过资源的共享和互补，引进新的顾客群体，开拓更广阔的市场前景；将可持续性贯穿于产品的生命周期中，不仅增加企业竞争力，也展示企业的社会责任。

2、未来产业发展规划

智能商用终端出现之前，传统 POS 机可满足人们刷卡需求。而现在，智能商用终端系统不仅仅是收银设备，更是商家开展 O2O 闭环营销服务的入口，也是商家与顾客沟通的工具。客人可以自助结账下单、便捷支付、兑换积分和礼品等，在不同的消费场景中，智能商用终端将结合行业应用以不同的形态呈现。未来智能商用终端行业将呈现以下发展态势：

（1）智能终端支持多种支付方式

智能终端作为交易结算的关键设备，行业内企业需要不断顺应市场发展趋势，持续进行产品研发创新。随着移动支付技术日益成熟，移动支付逐渐成为主流支付方式，涌现出扫码支付、NFC 支付、刷脸支付等多样化的移动支付手段。此外，移动支付方式成为主流也并不意味着现金支付、刷卡支付等其他支付方式的消失。

因此，可以预见未来支付将步入多元化的时代，多种支付方式长期共存，智能商用终端将支持多种支付方式，满足多样化的顾客支付需求。

（2）自助交易终端迅速发展

随着移动支付的迅猛发展和新零售的兴起，自助交易终端作为零售企业的新型交易结算设备，能够提升商户的运营管理效率、节省人工成本和提高消费者购物体验，被越来越多的应用了超市、便利店、商场、餐饮店等日常消费场景。

（3）物联网、大数据分析、人工智能等技术广泛应用

随着 5G 通讯、物联网、大数据分析、人工智能技术的发展，消费者的购物行为成为多元化的基础数据，智能商用终端产品将使店家便利性、处理效率得到整体提高，例如，通过摄像头进行消费者动线分析可以指导店面商品陈列，设定消费者动线，提升消费者体验的同时，带动店面销售；通过电子价签应用实现价格的实时更新，减少用户纠纷；通过动作识别实现自助消费防损功能。

（4）人工智能技术初步应用

近几年人工智能技术发展迅猛，应用领域不断扩大。在商业信息化行业人工智能的应用刚刚兴起，智能商用终端行业部分企业开始尝试摸索。公司依托自主研发的智能终端开发平台，把智能商用终端作为智能机器，利用语音识别、图像识别、人脸识别，创造出全新的应用场景。

（5）行业下游应用领域不断扩大

智能商用终端下游行业主要为零售业，随着零售业市场的不断细分，智能商用终端制造企业为满足不同客户的个性化需求，呈现出多样化的发展态势。同时，面对日益激烈的市场竞争，智能商用终端制造企业在充分理解潜在应用行业的特点、差异及市场需求的前提下，积极进行产品的创新开发和更新换代拓展应用领域，为智能商用终端行业创造新的市场需求和发展空间。

（6）增值服务能力成为竞争力的重要因素

零售企业的不断细分和服务需求的多样性，基于智能终端的增值服务不断提升，同时单纯的智能商用终端硬件制造竞争激烈，因此智能商用终端制造企业纷纷提高增值服务能力，增强企业竞争力。在充分理解客户业务需求的基础上，通过自主开发或整合第三方应用软件，提供智慧门店的系统解决方案，为客户带来全新的体验和更高的价值，将成为智能商用终端行业未来发展的方向。

(三) 列示其他类产品的具体内容, 并说明其毛利率远高于其他产品且增长较快的原因及合理性

2021 年度-2023 年度, 公司其他类产品主要为软件、技术服务和外围设备等, 具体情况如下:

单位: 万元, %

项目	2023 年度			2022 年度			2021 年度		
	主营业务收入	占比	毛利率	主营业务收入	占比	毛利率	主营业务收入	占比	毛利率
软件	561.17	23.24	96.90	188.16	12.40	74.51	72.49	5.03	50.71
技术服务	1,084.24	44.91	65.62	593.72	39.14	88.78	626.66	43.44	93.91
外围设备	676.17	28.01	38.78	656.50	43.27	21.20	676.78	46.92	28.64
其他	92.68	3.84	99.59	78.72	5.19	97.42	66.64	4.62	99.27
合计	2,414.26	100.00	66.68	1,517.09	100.00	58.21	1,442.57	100.00	61.36

报告期各期, 其他类产品毛利率分别为 61.36%、58.21%和 66.68%, 整体处于稳定水平。其他类产品毛利率远高于公司其他产品主要系其他类产品中软件和技术服务主营业务成本较低, 毛利率较高所致。2023 年度, 公司软件收入较上年度增加 373.01 万元, 主要系公司分别向客户百合友路和开鸿物联销售 CPM 软件和人脸识别软件所致; 公司技术服务费收入较上年度增加 490.52 万元, 主要系公司与蚂蚁科技集团技术协作费收入增加所致。

(四) 说明国外销售的主要区域、获客渠道、产品及主要运用场景, 并说明国内外毛利率差异较大的原因及合理性

1、说明国外销售的主要区域、获客渠道、产品及主要运用场景

报告期内, 公司按销售区域分类的主营业务收入情况如下:

单位: 万元, %

项目	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
内销	17,789.66	63.46	15,240.92	60.39	30,947.00	75.10
欧洲	4,416.29	15.75	3,386.60	13.42	3,314.44	8.04
亚洲	3,784.14	13.50	4,825.17	19.12	4,806.89	11.67
非洲	1,120.44	4.00	1,169.55	4.63	1,513.18	3.67
南美洲	506.48	1.81	208.24	0.83	227.96	0.55

北美洲	383.79	1.37	380.13	1.51	348.25	0.85
大洋洲	32.93	0.12	28.03	0.11	47.95	0.12
合计	28,033.72	100.00	25,238.64	100.00	41,205.67	100.00

注：亚洲收入为不包括内销的境外销售收入。

报告期各期，公司来自外销的主营业务收入金额为 10,258.66 万元、9,997.72 万元和 10,244.07 万元，分别占各期主营业务收入的比例为 24.90%、39.61%和 36.54%，销售金额较为稳定。公司国外销售区域涵盖欧洲、亚洲、非洲、南美洲、北美洲和大洋洲，主要集中在欧洲和亚洲。公司境外销售的获客渠道包括不限于参与纽约 NRF 展会、德国 Euroshop 展会及中国零售业博览会等国内外知名展会认识潜在国外客户，并通过线下拜访、商业洽谈达成合作。

报告期内，公司外销收入按产品分类如下：

单位：万元，%

产品类别	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
智能交易终端	7,152.51	69.82	8,146.61	81.48	8,668.78	84.50
自助交易终端	2,313.31	22.58	1,297.89	12.98	1,008.68	9.83
智能秤	328.09	3.20	323.01	3.23	384.82	3.75
其他	450.15	4.39	230.22	2.30	196.38	1.91
合计	10,244.07	100.00	9,997.72	100.00	10,258.66	100.00

公司销售给外销客户的产品包括智能交易终端、自助交易终端、智能秤和其他，国外销售的应用场景主要是各大品牌的中大型商超、连锁便利店、酒店以及餐饮等。

2、说明国内外毛利率差异较大的原因及合理性

报告期内，公司同类产品在内销与外销模式下的毛利率情况如下：

产品类别	2023 年度		2022 年度		2021 年度	
	内销	外销	内销	外销	内销	外销
智能交易终端	35.07%	47.40%	36.90%	40.11%	28.60%	34.71%
自助交易终端	40.51%	44.00%	39.23%	37.02%	25.74%	31.41%
智能秤	28.18%	43.39%	27.25%	34.99%	30.05%	32.27%
智能印章机	50.27%	-	48.26%	-	44.74%	-

报告期内，公司国内产品价格以市场定价为基础，并根据市场需求等情况综合确定产品价格。国外产品定价主要根据每个国家或区域的当地市场价格协商确

定，并综合考虑市场竞争态势、品牌定位、当地人力成本及法律法规等因素。报告期内，内销客户和外销客户毛利率存在一定差异，外销毛利率整体高于内销毛利率，主要系受不同的业务背景、商业谈判情况导致定价不同以及产品定制化程度（产品型号、配置等）不同所致，差异处于合理水平。

2、关于存货

你公司本期期末存货 59,538,767.62 元，上年期末 87,146,234.19 元，同比下降 31.68%。你公司解释原因为本期加强存货管理，使得存货余额减少所致。

请你公司说明存货储备情况与营业收入的增长不匹配的原因及合理性；结合公司存货管理制度或模式的变化，分项说明存货变动的原因及合理性；结合存货跌价准备的测算依据及过程，说明是否计提充分。

【回复】

（一）说明存货储备情况与营业收入的增长不匹配的原因及合理性

2022-2023 年，公司存货余额和营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日/2023 年度		2022 年 12 月 31 日/2022 年度	
	金额	变动比例	金额	变动比例
存货余额	6,668.18	-30.61%	9,610.04	-12.09%
营业收入	28,093.31	10.15%	25,505.41	-38.24%

2023 年末，公司存货余额为 6,668.18 万元，较 2022 年末下降 30.61%，2023 年度公司营业收入较 2022 年度增长 10.15%，存货余额变动趋势与营业收入变动趋势不匹配主要原因系公司加强存货管理，根据产品现有订单、销售预测以及原材料价格波动情况安排采购，优化库存管理，适当减少了原材料和库存商品备货。

公司存货中原材料占比最高，2023 年末原材料账面余额为 4,102.51 万元，占期末存货账面余额的比例为 61.52%，2022 年末原材料账面余额为 5,772.80 万元，占期末存货账面余额的比例为 60.07%，原材料占比较为稳定，原材料账面余额有所下降，主要原因系主要原材料板卡、显示设备、电子模组等采购价格较上年度均有一定程度下降，同时公司当年减少了原材料备货采购规模，导致原材料期末账面余额较 2022 年末下降 28.93%，进而导致存货余额较 2022 年末下降。

（二）结合公司存货管理制度或模式的变化，分项说明存货变动的原因及合理性

公司采用自主生产和委托生产相结合模式，根据计划部门下达的生产计划以及相应的交货时间组织加工生产，公司的原材料采购模式及存货管理制度如下：

公司原材料采购按照“以产定购”的原则，根据产品生产的需求情况进行供应商的开发、选择和后续采购。对于在用原材料，直接从合格供应商名单中选取供应商；对新导入原材料，公司先通过技术中心测试验证，然后寻找备选供应商，经过公司评审认定为合格供应商。

采购部根据产品中心下发的采购计划与合格供应商拟订购销合同或采购订单，经审批后签署订单，并跟踪落实采购实施进度以保证按期到货。原材料到货后，采购人员报检，品管部检验合格后入库。公司采购结算有月结、现款及预付款方式，按照合同约定的付款时间和付款方式，经审批后支付货款。

2023 年末，公司存货结构情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	账面余额	变动比例	账面余额
原材料	4,102.51	-28.93%	5,772.80
在产品	226.56	-66.68%	679.97
库存商品	1,983.87	-20.47%	2,494.56
发出商品	355.24	-46.40%	662.71
合计	6,668.18	-30.61%	9,610.04

2023 年末，公司存货主要由原材料和库存商品构成，账面余额合计占比为 91.27%，在产品、发出商品占比较低。

2022 年末和 2023 年末，原材料账面余额分别为 5,772.80 万元和 4,102.51 万元，占比分别为 60.07%和 61.52%，占比较稳定，公司结存原材料主要包括板卡、存储设备、显示设备及其他外设等。公司通常根据产品现有订单、销售预测以及原材料价格波动情况安排采购，优化库存管理，减少原材料对公司资金的占用，同时保证一定数量的原材料储备。2023 年末，公司原材料账面余额相比上期末减少 28.93%，主要原因系：（1）2022 年度受公共卫生事件和国际局势影响，板卡和液晶屏等主要原材料涨价，采购成本上升以及供应紧张，公司对主要原材料适当进行战略性备货，导致 2022 年末存货余额较高，2023 年公司主要原材料供应链恢复正常状态，公司 2023 年末存货规模有所下降；（2）公司不断加强对库存管理，适当减少了原材料备货。

2022 年末和 2023 年末，公司库存商品账面余额分别为 2,494.56 万元和 1,983.87 万元，占比分别为 25.96%和 29.75%，库存商品占比相对稳定。公司采用按单生产、适量库存的生产模式，既能较好的满足客户的订单需求，又能通过合理的库存调节生产节奏，保证及时满足客户需求。2023 年末，公司库存商品规模有所下降，主要系公司加强库龄较长的库存商品的管理，加快库存商品周转，合理控制了备货库存所致，库存商品期末结存保持在合理水平。

2022 年末和 2023 年末，在产品账面余额分别为 679.97 万元和 226.56 万元，占比分别为 7.08%和 3.40%，金额和占比有所下降，主要系公司根据在手订单以及预测的销售情况合理制定生产计划，在产品规模随着在手订单执行情况有所变动。

2022 年末和 2023 年末，发出商品账面余额分别为 662.71 万元和 355.24 万元，占比分别为 6.90%和 5.33%，占比较为稳定，发出商品主要由已发货但尚未经客户确认的产成品以及公司已发货至港口但尚未装船的货物构成，2023 年末发出商品有所下降主要系根据销售订单发货数量略有下降所致，公司发出商品一般周期较短，变动处于合理区间。

综上所述，报告期内公司原材料采购模式及存货管理制度均未发生变化，2023 年末存货余额变动主要系受市场情况变动而进行经营策略调整的结果，与行业状况及企业经营情况相符，具有合理性。

（三）结合存货跌价准备的测算依据及过程，说明是否计提充分

在资产负债表日，公司对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项等因素的影响。其中：

（1）产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中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；

（2）需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中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；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或者类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

公司结合所处行业周期特点、期末存货盘点情况，综合分析评判存货的库龄、品质、订单、是否淘汰过时等因素，采取谨慎的政策，按单个存货项目测试其可变现净值并考虑库龄等实际情况，据以确定是否需要计提跌价准备或计提跌价准备的金额。对于长期呆滞的产成品，由于已基本被公司新推出的产品所替代，老旧设备已不再对外销售，公司对该部分产品全额计提减值准备。对于库龄较长的原材料，对于因产品停产且无法在其他产品中使用的非通用型原材料，公司已全额计提减值准备；对于可在其他产品中使用但结存单价较高的原材料，公司参照近期采购类似原材料的市场价格作为可变现净值的确定依据计提减值准备。

报告期内，公司存货跌价准备计提具体比例如下：

存货状态	0-1 年		1-2 年		2-3 年		3 年以上	
	通用	专用	通用	专用	通用	专用	通用	专用
正常使用	0%	0%	0%	20%	50%	80%	100%	100%
备货	0%	0%	20%	50%	80%	100%	100%	100%
滞销	50%	80%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
停产	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

2023 年末，公司计提存货跌价准备明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	本期增加金额		本期减少金额		2023 年 12 月 31 日
		计提	其他	转回或转销	其他	
原材料	802.73	453.21	-	695.94	-	559.99
库存商品	92.69	62.09	-	10.05	-	144.74
发出商品	-	9.57	-	-	-	9.57
合计	895.42	524.87	-	705.99	-	714.30

2023 年末，公司存货跌价准备余额为 714.30 万元，其中原材料存货跌价准备 559.99 万元，当期计提发出商品存货跌价准备 9.57 万元主要系少量订单发出

商品成本高于可变现净值，公司对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

2022 年末和 2023 年末，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司对比情况如下：

公司名称	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
中崎股份	6.39%	7.00%
易捷通	9.30%	7.57%
平均值	7.85%	7.29%
中科英泰	10.71%	9.32%

注：数据来源于年度报告。

如上表所示，公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司。2022 年-2023 年，受公共卫生事件影响，同行业公司存货跌价准备呈上升趋势，公司跌价准备的变动趋势与同行业可比公司平均值变动趋势一致，公司存货减值计提准备处于合理区间。

综上所述，公司报告期内的存货跌价准备计提依据符合企业会计准则的规定，存货跌价准备计提情况充分、合理，符合公司的实际经营情况及行业特征。

3、关于应收账款

你公司应收账款本期期末 70,657,881.86 元，占流动资产的比重为 22.57%，上期期末 58,328,615.18 元，同比增长 21.14%。账龄在半年以内应收账款 61,091,772.36 元，占比为 86.46%。

请你公司结合半年以内应收账款增长情况、客户资信、合同履行进展、期后回款情况等，说明是否采用放宽信用政策等手段刺激收入增长。

【回复】

2022 年末和 2023 年末，公司的应收账款余额情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内	7,192.93	4,941.75
其中：半年以内	6,430.71	4,719.43
半年至 1 年	762.22	222.32
1 至 2 年	338.27	1,542.39

2 年以上	1,301.72	874.41
合计	8,832.92	7,358.55

2023 年末,公司半年内应收账款余额为6,430.71 万元,较上年末增长 1,711.28 万元,增长比例为 36.26%,主要原因系:(1)2023 年度公司营业收入为 28,093.31 万元,较上年度增长 10.15%,导致应收账款余额同比增加;(2)公司营业收入呈现一定的季节性特征,通常第四季度属于传统销售旺季,下游商超通常集中在国庆前后和春节前开张,导致第四季度发货量相对较大,2023 年第四季度公司共实现收入 10,158.16 万元,而第四季度实现销售的客户对应的应收账款截至年末大部分尚在信用期内,从而导致 2023 年末半年内应收账款余额增加。

截至 2023 年末,半年以内应收账款余额增长前五名的客户情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	营业收入	1-180 天 应收账款 余额	2023 年度信用 政策	2022 年度信用 政策	截至 2024 年 6 月 30 日期后回款
1	第一名	1,025.40	993.57	发货后 12 个月 内付清全部货款	-	627.17
2	第二名	2,785.09	759.46	中科英泰提供 50 万 RMB 信用 额度,超出部分 客户现款支付, 每月最后一个星 期五支付所有当 月发生的货款	中科英泰提供 50 万 RMB 信 用额度,超出 部分客户现款 支付,每月最 后一个星期五 支付所有当月 发生的货款	316.56
3	第三名	773.77	429.57	智能商用终端产 品:发出订单的 同时支付本订单 货款或现款提 货; 软件产品:验收 15 日 内 支 付 50%,运行 3 个 月 内 支 付 45%, 1 年后支付 5%质 保金	智能商用终端 产品:发出订 单的同时支付 本订单货款或 现款提货	38.84
4	第四名	2,209.72	380.76	SMB 订单:预付 10%,货到后付 10%,80%尾款, 月结,20 号为	SMB 订单:预 付 10%,货到 后付 10%,80% 尾款,月结,20	380.76

序号	客户名称	营业收入	1-180 天 应收账款 余额	2023 年度信用 政策	2022 年度信用 政策	截至 2024 年 6 月 30 日期后回款
				界, 当月 25 号前付款所有记账款; Superpharm 预付 10%, 20 号为界, 25 号付钱记账款, 90%尾款 7 号为界, 25 号前付清所有记账款 (3 个月的账期); Verifone 和自助订单预付 10%, 货好 20%, 月结, 20 号为界, 当月 25 号前付清, 尾款 70% 以 7 号发货时间为界, 第三个月底 25 号前付清	号为界, 当月 25 号前付款所有记账款; Superpharm 预付 10%, 20 号为界, 25 号付钱记账款, 90%尾款 7 号为界, 25 号前付清所有记账款 (3 个月的账期); Verifone 和自助订单预付 10%, 货好 20%, 月结, 20 号为界, 当月 25 号前付清, 尾款 70% 以 7 号发货时间为界, 第三个月底 25 号前付清	
5	第五名	657.71	285.51	收到增值税专用发票 30 日内, 支付合同总额的 100%	收到增值税专用发票 30 日内, 支付合同总额的 100%	49.46
合计		7,451.69	2,848.87	-	-	1,412.78

如上表所示, 公司主要客户稳定, 半年以内应收账款增长的前五名客户中除第一名外, 均系公司老客户, 主要客户均与企业合作时间较长, 客户资信情况良好, 历史上未发生过纠纷或者诉讼, 也未发生过坏账损失, 部分客户如第二名、第三名和第五名的回款未按照合同约定的履约方式进行, 主要系受到客户内部付款审批流程、客户自身资金周转等情况的影响, 目前仍在正常回款过程中。

截至 2024 年 6 月 30 日, 公司 2023 年末应收账款对应的期后回款为 4,775.22 万元, 期后回款占期末应收账款余额比例为 54.06%; 其中半年以内应收账款对应的期后回款为 4,002.58 万元, 占半年内的应收账款期末余额比例为 62.24%, 客户回款情况良好。

综上可知，公司对主要客户的信用政策未发生变化，客户资信及合同履行正常，期后回款情况良好，不存在采用放宽信用政策等手段刺激收入增长的情形。

（以下无正文）

(本页无正文，为《关于青岛中科英泰商用系统股份有限公司年报问询函的回复》之签章页)

青岛中科英泰商用系统股份有限公司

2024年7月2日

