

证券代码：873339

证券简称：恒太照明

公告编号：2025-028

江苏恒太照明股份有限公司

关于对北京证券交易所2024年年报问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

北京证券交易所上市公司管理部：

江苏恒太照明股份有限公司（以下简称“公司”）及中喜会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”、“年审会计师”）于2025年6月11日收到贵所发来的《关于对江苏恒太照明股份有限公司的年报问询函》（年报问询函【2025】第007号）（以下简称“问询函”），根据要求，公司会同年审会计师对问询函所提问题进行了逐项落实、核查，现回复如下，请予以审核。

说明：

如无特殊说明，本回复中涉及货币单位均为人民币元，本说明中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

问题1：关于经营业绩与境外经营

公司本期收入 7.18 亿元，同比增加 26.85%；归属于上市公司股东的净利润为 6,639.39 万元，同比下降 9.28%；本期综合毛利率 18.65%，2023 年毛利率为 25.79%，2022 年毛利率为 28.89%。公司本期境外收入 6.94 亿元，同比增加 30.28%，占比 96.64%。

根据年报披露信息，公司控股子公司恒太照明（越南）有限公司（以下简称越南子公司）于报告期内正式投产，但上半年交付能力不足、跨国供应链合作不畅，为满足客户需求，部分越南工厂的订单转由南通工厂出货，客户需承担的额外关税成本由公司通过降低价格的方式给予折让。截止报告期末，越南子公司净资产 1.8 亿元，报告期内取得营业收入 3.2 亿元，净利润 4,078.5 万元。

根据年报披露信息，报告期内公司部分型号灯具由于质量问题导致客诉增加，公司给予客户价格折让。

请你公司：

（1）结合市场需求、销售订单、销售单价、成本构成、客户来源等情况，分产品类别说明本期收入变动的原因。

（2）结合对问题（1）的回复，说明公司在营业收入上升的情况下毛利率连续下降的原因及合理性，并说明毛利率变动趋势与同行业可比公司是否一致，毛利率持续下降的趋势是否将延续，是否将对公司经营产生不利影响。

（3）说明主要外销客户的合作期限、主要合同条款、销售金额、毛利率、回款等情况，结合外部环境变化、行业情况、供应链情况、越南子公司目前生产、销售进展等，说明外销收入的稳定性，是否存在收入大幅降低的风险，以及公司的应对措施。

（4）说明内销产品和外销产品的收入确认时点和方法是否存在差异，是否符合企业会计准则的规定；结合境外资产和境外业务相关财务内部控制的制度及执行情况，说明其与境内业务内控的区别，能否对越南子公司形成有效控制及理由。

（5）说明报告期内产品被投诉的具体情况，包括涉及产品、金额、占比，公司给予价格折让的政策，产品质量是否存在重大缺陷，以及公司对相关问题的解决方式。

请年审会计师说明对营业收入、营业成本、成本费用归集执行的审计程序和审计结论，以及对境外资产及业务所执行的主要审计程序及所识别的审计风险。

公司回复：

一、结合市场需求、销售订单、销售单价、成本构成、客户来源等情况，分产品类别说明本期收入变动的原因。

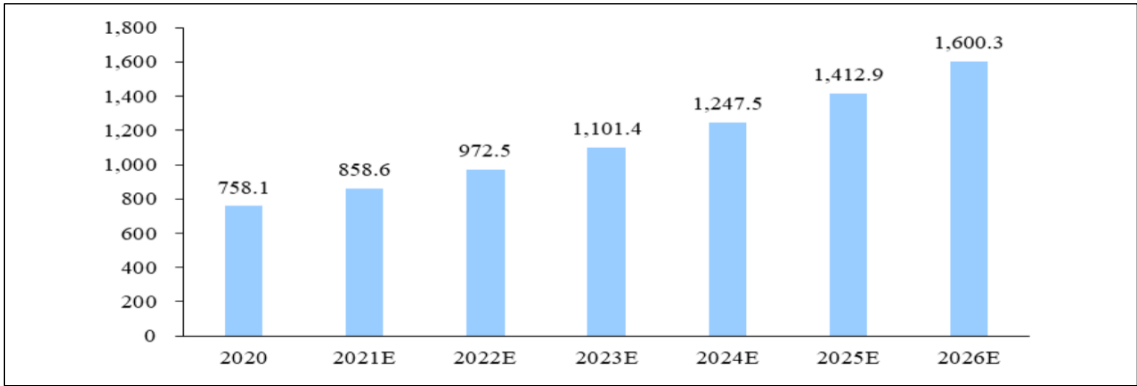
（一）行业及市场需求情况

2024 年，面临外需减弱，贸易保护主义及地缘政治冲突加剧等一系列不利因素，照明行业承压前行，但仍展现出良好的适应能力和发展韧性。中国照明电器协会发布的数据显示，2024 年，我国照明产品出口 561 亿美元，同比微降 0.3%，出口总额基本保持历史高位。

1、行业的基本情况

STATISTA 数据显示，2023 年度全球 LED 照明市场规模将达到 1,101.4 亿美元，产业广泛分布于北美、欧洲、亚洲三大地区，预计 2026 年全球市场规模将达到 1,600.3 亿美元，长期来看呈明显上升趋势。

2020年-2026年全球LED照明市场规模及预期（单位：亿美元）



数据来源：Statista

中国照明电器协会报告显示，我国 LED 照明产品出口额逐年增加，从 2010 年约 50 亿美元增长至 2023 年的 563 亿美元；LED 照明产品占照明电器行业出口额比重由 2010 年不足 30% 增加至 2023 年超 60% 左右，已成为照明产品外销主力军。中国已成为全球第一大 LED 照明产品生产和出口国。

北美地区照明产业历史悠久，具备众多知名品牌商，在 LED 照明产业链上主要侧重于研发、渠道建设、品牌运营，具备领先优势。根据 MARKNTEL ADVISORS 数据显示，2022 年美国 LED 照明市场规模预计达到 161.90 亿美元，预计 2025 年将达到 218.21

亿美元，LED 照明市场发展空间广阔。

LED 照明按产品类型主要分为 LED 光源、LED 灯具和 LED 灯用电器附件及其他照明器三大类，其中 LED 灯具按应用领域具体分为通用照明和特殊照明。公司主要从事通用照明灯具业务，产品主要是应用于商业照明和工业照明两大领域。

（1）商业照明

商业照明是指营造商业场所光影环境，用以满足照亮、产品展示及氛围渲染、品牌提升等需求的照明系统，应用主要场景有商场、超市、酒店、办公区间、展馆及家居等，应用广泛。商业照明的发展特点如下：更加注重产品质量和使用寿命；根据不同应用场景还需要提供差异化产品服务实现不同照明效果，以满足商业客户视觉体验要求；具有专业化和差异化特点，市场销售更加分散；个性化、差异化产品需求更加突出，其市场也初具规模，未来具有较大提升潜力。

商业领域已成为全球 LED 照明最大的应用市场，据 FROST SULLIVAN 发布的《2020 ANNUAL UPDATE OF GLOBAL LEDLIGHTING MARKET》报告显示，2019 年办公领域占全球 LED 照明市场的比重约为 16.03%，零售行业占全球 LED 照明市场的比重约为 11.30%，酒店行业占全球 LED 照明市场的比重约为 5.58%，商业照明的三个主要应用场景占比合计达到了 32.91%。根据 FROST SULLIVAN 数据显示，2019 年全球 LED 照明市场规模为 677.15 亿美元，以此测算 2019 年 LED 商业照明的市场规模约为 222.85 亿美元。随着节能效益及性价比优势日渐凸显 LED 商业照明渗透率将进一步提高，未来仍有较大发展空间。

（2）工业照明

工业照明主要应用于工业厂区、大型仓储、大型车间、道路、机场码头及矿井设施等场景的照明。工业照明发展特点如下：需要满足工业领域对易爆、强冲击、强震动、强腐蚀、高低温、高压、电磁干扰、宽电压输入、雷击浪涌等特殊环境要求；工业照明成为门槛较高的细分行业；下游场景更复杂，定制化、差异化要求较高，市场竞争高度分散，企业多采用差异化策略赢得客户；LED 工业照明渗透率相对较低，存量替换空间广阔；较低的能源损耗是工业照明的迫切需求，LED 照明节能显著等，工业照明市场广阔。根据 MORDOR INTELLIGENCE 数据，2020 年全球工业照明市场规模达到

61.76 亿美元，预计到 2026 年市场规模将达到 81.68 亿美元（约合人民币 600 亿元）。

2、行业发展趋势

在全球节能环保意识不断增强以及技术持续革新的大背景下，LED 照明行业凭借自身节能、环保、寿命长等显著优势，已然成为照明领域的中流砥柱。在智能化控制、光品质提升、人因照明技术突破的驱动下，通过与 5G 通信、物联网（IOT）、人工智能（AI）等前沿技术的深度融合，LED 照明行业正呈现多维度的创新发展趋势。

（1）市场空间：持续扩张，集中度提升

在政策驱动、技术迭代及需求升级的多重因素推动下，LED 照明市场规模持续扩大，TREND FORCE 集邦咨询预估 2025 年全球 LED 照明市场规模将恢复正向成长至 566.26 亿美金。新兴市场如东南亚、非洲等地区的基础设施建设加速，叠加发达国家传统照明替代需求的深化及二次替换需求的来临，将成为增长的重要引擎。根据 TREND FORCE 集邦咨询研究，早期使用的 LED 灯具于 2023 年起陆续达到寿命极限，二次替换需求占比将逐年升高。预估 2024 年将有约 58 亿只 LED 光源及灯具陆续达到使用寿命的极限而退役，从而带来相当可观的二次替换的需求；到 2025 年，二次替换需求将超过一次替换与新装需求，开始成为支撑 LED 照明市场的关键动能，带动整体 LED 照明需求；到 2028 年，大约 78% 的 LED 照明需求会来自二次替换。

随着市场竞争日益激烈、行业技术迭代的加快、下游需求趋向复杂多样、定制化及个性化，以及行业规模扩张等，技术、资金实力、客户资源以及成本控制等因素成为企业制胜的关键。中小厂商易因缺乏产能、技术资金资源等而被加速淘汰，具备较大的生产规模、出色的研发技术以及完善的销售网络等优势头部企业将更为受益，从而引领未来市场并占据更多份额，行业集中度将进一步提升。

（2）技术创新：多点突破，智能化成主流

在 LED 照明市场规模持续扩张、行业集中度不断提升的同时，技术创新正成为推动行业发展的核心驱动力，呈现出多点突破、智能化为主流的显著趋势。随着材料科学、光学设计及半导体技术的持续进步，LED 产品将在光效、寿命及显色性等核心性能上实现跨越式提升。与此同时，智能化正加速重构行业生态，物联网（IOT）、人工智能（AI）和 5G 技术推动照明系统向感知、决策、交互三位一体演进。照明系统不再仅仅

是提供光亮的工具，而是成为一个智能感知和交互的平台。通过内置各类传感器，如人体红外传感器、环境光传感器、声音传感器等，照明系统能够实时感知周围环境的变化和人员活动情况。基于 AI 算法的智能决策模块，能够根据这些感知数据自动调整照明参数，实现智能化的照明控制，打造个性化的照明场景。未来，LED 照明行业将更加依赖于技术创新和智能化发展，照明行业将迎来更加广阔的发展空间，为用户带来更加舒适、便捷、智能的照明体验。

（3）应用领域：传统领域深度渗透，新兴领域崛起

在技术创新的强力驱动下，LED 照明的应用领域不断拓展，呈现出在传统领域深度渗透、新兴领域迅速崛起的态势。

家居照明、工业照明、户外照明、商业照明等是 LED 照明的主要应用场景，其中家居照明、商业照明等较小功率的产品替换环境适应简易，因此较早迎来大规模升级换代的市场需求，产业成熟度较高；户外、工业照明主要应用于市政道路、工业车间等大型应用场所，功率普遍较大，平衡重量体积与散热、光效、稳定性等问题成为业内技术难点。相较于家居照明、商业照明等产品，其技术应用和替换进程较晚，市场渗透率水平更低，目前呈现快速增长的趋势。

LED 照明技术与农业、体育、石油化工等行业的深度融合，推动了植物照明、体育照明和防爆照明等特种照明领域发展。植物照明能人为创造适宜植物生长不同阶段的理想光照，具有良好的应用前景；而随着体育基础设施建设工程不断开展，体育场馆、体育赛事及运动人口呈逐年上升趋势，体育照明也迎来快速发展；此外，随着工业化的持续推进和石油、化工、天然气、煤炭等下游领域对安全技术体系的重视，防爆照明刚性需求不断释放。由于特种照明产品技术难度大，成本相对较高，特种领域 LED 照明仍处于培育阶段，未来市场发展潜力巨大。

2024 年，我国照明产品出口总额达到 561 亿美元，尽管同比微降 0.3%，但仍保持在历史高位，并连续八年占据机电产品出口总额的 3%。欧美两大市场作为我国照明产品的重点出口地，表现稳定，出口额约为 272 亿美元，同比增长 0.2%，占出口总额的 48%。从具体出口目的地来看，美国、德国、马来西亚等排名前十的市场出口额整体稳定，约占我国照明出口额的 50%，显示出我国照明产品在全球市场的稳固地位。

然而，在出口额保持稳定的同时，我国照明产品的出口均价却出现下降。在 59 个税号的照明产品中，约 83%的产品出口均价降幅在 1%-93%之间，这些产品的出口额占我国照明产品出口总额的 99%。其中，固定式灯具、可移式灯具等主要灯具产品的出口均价降幅尤为显著，介于 5%-17%之间。这表明，在全球经济复苏乏力、市场需求低迷的背景下，我国照明产品面临着价格竞争的压力。

随着 LED 照明技术的逐渐成熟及受国际节能减排观念的影响，LED 照明应用市场具备较大的增量和替换空间，市场需求呈现快速上涨的趋势，整体而言周期性不明显。

（二）公司主要客户来源及销售订单情况

报告期内公司主要销售区域为北美市场，境外销售占比达 95%以上。公司深耕北美市场多年，凭借对北美 LED 工、商业照明市场和经销体系的深刻认识，严格的产品性能管控、不断提升的技术工艺水平、良好的企业信誉、健全的客户服务体系，在经营过程中积累了丰富的客户资源。公司的客户主要系灯具品牌商和销售商、工程商，公司外销客户主要集中在北美，且外销主要客户大多是存续时间在 30 年以上的大中型企业，具有较强的可持续经营能力。公司产品的定价主要基于市场公允价格，企业管理层也会定期前往北美进行考察，就产品定价问题与客户进行磋商。得益于公司产品的良好品质以及较高的性价比，公司与客户已经建立起良好的长期合作关系。

公司的客户拓展方式主要以参展宣传、客户推介以及与潜在客户沟通等方式进行。在取得客户的需求后，公司会结合产品类别的市场调研信息，向客户推荐相关技术和产品方案。随后，公司会试制并向客户提供相关硬件样品，经充分沟通产品功能、性能、款式等细节后确定最终的方案。客户按照自身采购需求向公司下达采购订单，公司组织生产并按照约定的交货方式和地点安排物流运输，完成相应的出口报关流程（外销业务）。

考虑到贸易摩擦、地缘政治等不确定因素影响公司积极布局海外生产基地，随着越南生产基地的建成，扩充海外产能，可以有效保障海外主要客户供应稳定的需求并持续扩大海外业务，降低国际贸易风险，同时，可一定程度上享受税收优惠，有助于降低公司出口产品成本，提高产品国际竞争力。随着越南子公司的建立，公司主要客户考虑关税成本降低的影响，加大向公司的采购量，2023 年度公司订单总额

89,736,559.78 美元，2024 年度公司订单总额 108,428,861.39 美元，订单总额同比增加 20.83%，与公司营业收入增长幅度一致。

2024 年度主要客户订单情况如下：

单位：美元

客户名称	2024年度	2023年度	同比变动
第一名	12,779,373.72	10,529,315.88	21.37%
第二名	11,396,246.38	10,842,183.72	5.11%
第三名	11,162,024.27	8,340,337.31	33.83%
第四名	7,154,825.89	4,528,870.60	57.98%
第五名	5,970,927.92	5,922,780.29	0.81%
合计	48,463,398.18	40,163,487.80	20.67%

如上表所示，公司主要客户订单均呈增长趋势，客户需求情况与公司营业收入变动情况一致。

（三）公司主要产品销售情况、销售单价及成本构成

公司主要产品为高天棚灯、室内灯盘灯和室内线条灯，报告期，公司主要产品销售收入按类别列示情况如下：

单位：人民币元

产品类别	2024年度		2023年度		同比变动
	金额	占比	金额	占比	
高天棚灯	143,606,468.94	20.11%	132,795,464.42	23.67%	8.14%
室内灯盘灯	271,572,187.13	38.03%	210,908,237.51	37.59%	28.76%
室内线条灯	254,231,744.69	35.60%	198,695,530.08	35.42%	27.95%
总计	669,410,400.76	93.74%	542,399,232.01	96.68%	23.42%

如上表如示，公司主要产品销售收入增长 23.42%，各类产品销售收入均呈增长趋势，主要原因为公司下游客户需求增加，公司主要产品销量增加，同时公司新产品系列市场反馈较好，新产品附加值较高，售价有所提升，销量和单价的增加，销售收入同比增加。

高天棚销售收入同比增加 8.14%，变动较小，主要系高天棚灯原为公司主要产品，通常销售收入占比约为 40%，主要产品中生产工艺相对复杂，毛利率相对较高。近几年，市场上同类产品的竞争者增加，产品竞争较大，销售价格下降，公司减少相关产品的订单，在销量增加的同时，销售收入未能同比增加。同时，公司因高天棚灯质量问题给予客户价格折让，导致本年度销售收入下降。室内灯盘灯销售收入同比增长 28.76%，主要系下游客户需求增加，本期销量增加的影响。室内线条灯销售收入同比增长 27.95%，主要系公司新产品系列市场反馈较好，新产品附加值较高，售价有所提升，销量增加，销售收入同比提升。

报告期内，各类主要产品销售单价变动情况如下：

产品类别	销售单价（元/个）		
	2024年度	2023年度	变动比例
高天棚灯	185.53	251.43	-26.21%
室内灯盘灯	130.99	135.77	-3.52%
室内线条灯	124.61	129.77	-3.98%

如上表如示，公司主要产品高天棚灯单位售价同呈下降趋势，主要原因系（1）市场上大量灯具制造商进入高天棚灯具细分市场，导致市场竞争加剧，公司为保证订单采用降价策略销售；（2）公司销售的高天棚灯规格型号发生变动，单价较低的产品系列销售额增加；（3）公司高天棚灯个别系列产品出现质量问题，给予客户销售质量扣款，影响销售单价降低。

室内灯盘灯和室内线条灯售价略有降低，变动较小，主要产品类别中不同规格型号产品销售占比变化影响，同时由于越南工厂交付能力不足，为满足客户订单需求，原先客户下单给越南工厂的订单部分转由南通工厂出货，客户需承担的额外关税成本由公司通过降低销售价格的方式给予折让，导致销售价格略有下降。

公司产品成本构成情况如下：

单元：人民币元

成本类别	2024年度		2023年度		变动情况
直接材料	462,227,213.77	79.33%	340,075,528.80	81.44%	35.92%

成本类别	2024年度		2023年度		变动情况
直接人工	51,473,494.32	8.84%	37,604,862.43	9.01%	36.88%
制造费用	54,615,567.64	9.38%	29,563,173.39	7.08%	84.74%
合同履约成本	14,247,982.88	2.45%	10,307,590.09	2.47%	38.23%
合计	582,564,258.60	100.00%	417,551,154.71	100.00%	39.52%

如上表所示，公司营业成本同比增长 39.52%，高于营业收入的增长比例，主要系营业成本中制造费用占比增加比例较大的影响，主要系（1）2024 年公司上半年越南工厂与南通工厂协作能力不足，跨国供应链磨合不顺畅，导致运营费用增加；（2）越南子公司生产基地投入使用，固定资产新增金额较大，越南子公司尚未形成最佳规模效应，导致公司单位产品承担的折旧费用有所增加。公司营业成本的变动情况与公司实际生产经营情况一致。

综上所述，随着客户及市场需求的变化，公司 2024 年度订单增加，同时随着越南子公司产能提升，2024 年度出货量增加，各类产品销量提升，营业收入同比呈增长趋势；公司开发了新产品，增加新功能，新产品售价提升，销售收入同比增加，营业收入增加与市场需求和公司生产经营情况较为一致。

二、结合对问题（1）的回复，说明公司在营业收入上升的情况下毛利率连续下降的原因及合理性，并说明毛利率变动趋势与同行业可比公司是否一致，毛利率持续下降的趋势是否将延续，是否将对公司经营产生不利影响。

（一）毛利率变动分析

2024 年度公司实现营业收入 717,961,065.95 元，较去年同期增长 26.85%；2024 年度毛利率为 18.65%，同比下降 7.14 个百分点。公司毛利率下降主要受单位成本增幅高于单位售价的影响，具体原因：（1）照明行业竞争加剧，公司产品价格有所降低，越南生产基地的投产，供应链成本增加，导致公司主要产品毛利率有所下降；（2）2024 年度公司新产品投入市场，反馈较好，产品的定价和销量同时增加，同时受公司运营成本增加，导致单位产品成本同比增长较快，毛利率下滑；（3）公司主要产品受质量扣款的影响，单位售价降低，毛利率下滑。

2023 年度公司实现营业收入 565,992,468.63 元，毛利率为 25.79%，毛利率下降

3. 10 个百分点。毛利率下降主要原因：（1）公司主要产品高天棚灯毛利率下降的影响，2023 年度大量国内灯具制造商进入高天棚灯具细分市场，导致市场竞争加剧，公司为保证订单采用降价策略销售；（2）主要原材料价格下降，公司同时调整产品销售价格，销售价格下降幅度略高于产品成本下降幅度，导致毛利率略有变动。

报告期内，公司主要产品毛利率变动情况如下：

单位：人民币元

产品类别	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率	销售收入	毛利率
高天棚灯	143,606,468.94	6.11%	132,795,464.42	23.04%	222,238,936.04	30.77%
室内灯盘灯	271,572,187.13	22.39%	210,908,237.51	26.77%	165,237,808.60	27.55%
室内线条灯	254,231,744.69	20.60%	198,695,530.08	25.68%	228,475,245.60	28.44%

如上表所示，近两年公司主要产品毛利率同比均呈下降趋势，具体分析如下：

1、高天棚灯毛利率变动情况

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	数额	变动比例	数额	变动比例	数额
毛利率[注]	6.11%	下降16.93个百分点	23.04%	下降7.73个百分点	30.77%
销售单价（元/个）	185.53	-26.21%	251.43	-10.33%	280.41
单位成本（元/个）	174.19	-9.98%	193.51	-0.31%	194.12

注：毛利率变动比例=本期毛利率-上期毛利率，下同。

如上表所示，2024 年度高天棚灯毛利率同比下降 16.93 个百分点，主要原因为系列内产品结构调整，销售单价降幅高于销售成本的影响。单位售价降幅较高主要系：（1）该类产品原占据中国出口美国市场同类产品四分之一的份额，毛利率较高，目前大量国内灯具制造商进入高天棚灯具细分市场，导致市场竞争加剧，公司为保证订单采用降价策略销售；（2）越南工厂交付能力不足，为满足客户订单需求，原先客户下单给越南工厂的订单部分转由南通工厂出货，客户需承担的额外关税成本由公司通过降低销售价格的方式给予折让，导致销售价格下降；（3）高天棚灯个别系列产品出现销售质量问题，产品质量扣款，影响销售单价下降。2024 年度高天棚灯产品线增加了铝压铸的版本，灯体成本略有提升。

2023 年度高天棚灯毛利率比下降 7.73 个百分点，主要系销售单价下降的影响，主要原因为，2023 年度大量国内灯具制造商进入高天棚灯具细分市场，导致市场竞争加剧，公司为保证订单采用降价策略销售，同时降低盈利较低的产品销售数量。

2、室内灯盘灯毛利率变动情况

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	数额	变动比例	数额	变动比例	数额
毛利率	22.39%	下降4.38个百分点	26.77%	下降0.78个百分点	27.55%
销售单价（元/个）	130.99	-3.52%	135.77	-9.20%	149.52
单位成本（元/个）	101.66	2.24%	99.43	-8.22%	108.33

如上表所示，2024 年度室内灯盘灯毛利率同比下降 4.38 个百分点，主要系销售单价略有降低，成本呈增长趋势，成本增加的原因：（1）该系列产品主要由越南公司生产加工，原材料跨国运输，供应链成本增加，增加单位成本；（2）越南工厂前期投产，工人操作不熟悉，材料损耗略高，单位成本增加；（3）越南子公司生产基地建立，固定资产新增金额较大，2024 年上半年南通工厂和越南工厂未能形成有效协同，未形成最佳规模效应，导致公司单位产品承担的折旧费用有所增加。销售价格略有降低主要系越南工厂交付能力不足，为满足客户订单需求，原先客户下单给越南工厂的订单部分转由南通工厂出货，客户需承担的额外关税成本由公司通过降低销售价格的方式给予折让，导致销售价格略有下降。

2023 年度室内灯盘灯毛利率同比下降 0.78 个百分点，销售价格和单位成本均呈下降趋势，主要系 2023 年度主要原材料价格下跌，公司系列内主要产品销售价格和成本同时降低，导致毛利率略有下降。

3、室内线条灯毛利率变动情况

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	数额	变动比例	数额	变动比例	数额
毛利率	20.60%	下降5.08个百分点	25.68%	下降2.76个百分点	28.44%
销售单价（元/个）	124.61	-3.98%	129.77	-6.16%	138.29
单位成本（元/个）	98.94	2.59%	96.44	-2.55%	98.96

如上表所示，2024 年度室内线条灯毛利率同比下降 5.08 个百分点，主要系销售价格下降的同时，成本略有上升。单位成本增加的主要原因系：（1）该系列产品部分由越南子公司组装出口，半成品跨国运输，供应链成本增加，单位成本上升；（2）本期产品功能升级，新产品前期投入生产，工艺流程复杂且操作不熟悉，投入较多人工及材料损耗略高，单位成本增加；（3）越南子公司新增固定资产金额较大，导致单位产品承担的固定成本较高。销售价格略有降低主要系越南工厂交付能力不足，为满足客户订单需求，原先客户下单给越南工厂的订单部分转由南通工厂出货，客户需承担的额外关税成本由公司通过降低销售价格的方式给予折让，导致销售价格略有下降。

2024 年度室内线条灯毛利率同比下降 2.76 个百分点，主要系单价降幅高于销售成本的下降比例，2024 年度主要原材料价格下降，产品销售价格下降，同时部分产品由越南子公司组装出口，半成品跨国运输，供应链成本增加，单位成本上升。

（二）同行业可比公司毛利率对比情况

选取同行业可比公司照明产品类毛利率对比情况如下：

公司名称	2024年度	2023年度	变动情况
三雄极光	34.50%	35.21%	-0.71%
立达信	29.57%	32.65%	-3.08%
佛山照明	22.45%	22.78%	-0.33%
得邦照明	19.05%	19.23%	-0.18%
阳光照明	33.34%	34.37%	-1.03%
民爆光电	30.18%	32.90%	-2.72%
联域股份	20.74%	25.15%	-4.41%
恒太照明	18.65%	25.79%	-7.14%

如上表所示，同行业可比公司照明产品相关类毛利率均呈下降趋势，公司产品毛利率变动趋势与同行业可比公司一致。

随着境内与境外公司供应链整合顺利，越南子公司生产经营步入正轨，产量增加，越南子公司产品规模化效应的整体提升，公司 2025 年 1-5 月未经审计的毛利率为 21.49%，毛利率同比呈上升趋势。越南子公司的有效投产，进一步提升公司产能，并

依托南通工厂的技术和管理经验支持，公司更能在国际市场中灵活应对各种挑战，增强公司抵御风险的能力，以更具竞争力的成本和产品，全面提升产品竞争力，进一步提升公司的盈利能力。公司近几年经营状况良好，毛利率变动不会对公司生产经营产生不利影响。

三、说明主要外销客户的合作期限、主要合同条款、销售金额、毛利率、回款等情况，结合外部环境变化、行业情况、供应链情况、越南子公司目前生产、销售进展等，说明外销收入的稳定性，是否存在收入大幅降低的风险，以及公司的应对措施。

（一）说明主要外销客户的合作期限、主要合同条款、销售金额、毛利率、回款等情况。

1、报告期内，公司主要外销客户销售及回款情况

单位：人民币元

客户名称	营业收入	毛利率	期末应收账款	截止6月20日回款情况	回款比例
第一名	94,686,238.46	18.30%	33,234,373.65	33,234,373.65	100.00%
第二名	70,012,817.82	33.24%	29,239,436.82	25,634,678.00	87.67%
第三名	63,148,950.38	17.97%	19,212,512.13	19,212,512.13	100.00%
第四名	62,631,652.23	5.59%	25,974,765.39	25,974,765.39	100.00%
第五名	61,777,195.07	19.82%	25,907,978.40	25,907,978.4	100.00%
合计	352,256,853.96	19.22%	133,569,066.39	129,964,307.57	97.30%

报告期内，公司前五大客户销售额占比为 49.06%，均为境外客户，截至 2025 年 6 月 20 日，前五大客户回款比例达 97.30%，回款情况较好。

2、公司主要外销客户的合作期限、主要合同条款

客户名称	开始合作时间	主要合同条款
客户一	2015年	1、框架协议主要内容：（1）约定订单的发送形式，明确订单的法律效力；（2）质保条款；（3）约定双方权利义务。 2、具体订单或报价单约定：（1）产品种类、数量及金额；（2）交货方式；（3）交期及逾期交货处罚条款；(4) 汇率约定及结算方式等。
客户二	2015年	1、框架协议主要内容：（1）约定订单的发送形式，明确订单的法律效力；（2）交货方式；（3）质保条款；（4）约定双方权利义务。 具体订单及报价单约定：（1）产品种类、数量及金额；（2）账

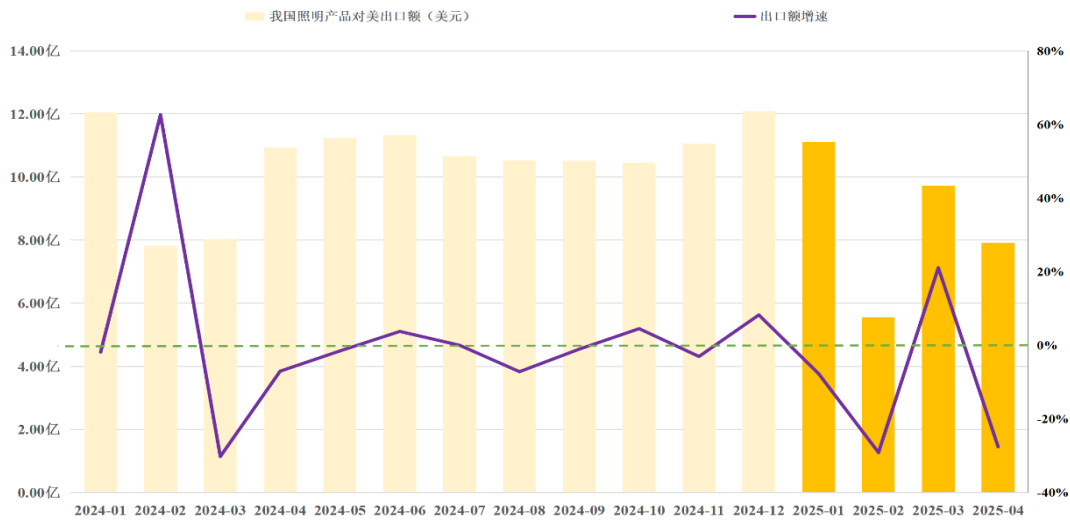
客户名称	开始合作时间	主要合同条款
		期；（2）交货方式；（4）结算方式等。
客户三	2016年	1、框架协议主要内容：（1）约定订单的发送形式，明确订单的法律效力；（2）交货方式；（3）质保条款；（4）约定双方权利义务。 2、具体订单及报价单主要内容：（1）产品种类、数量及金额；（2）账期；（3）贸易模式；（4）交货期限。
客户四	2017年	1、框架协议主要内容：（1）约定订单的发送形式，明确订单的法律效力；（2）交货方式；（3）质保条款；（4）约定双方权利义务。 2、具体订单及报价单主要内容（1）产品种类、数量及金额；（2）账期；（3）贸易模式；（4）交货期限。
客户五	2016年	1、产品规格型号、数量以及金额；（2）质保期；（3）质量要求；（4）交货及运输；（5）产品验收及质量保证；（6）结算方式。

公司的客户主要系灯具品牌商和销售商、工程商，公司外销客户主要集中在北美，且外销主要客户大多是存续时间在 30 年以上的大中型企业，与公司保持多年的合作关系，客户合作稳定性较高，公司主要客户与本公司不存在关联关系。公司通过不断提升技术实力、产品质量和服务态度，赢得了客户的支持，形成了稳定的客户结构及用户粘性，客户合作稳定性较高。

（二）结合外部环境变化、行业情况、供应链情况、越南子公司目前生产、销售进展等，说明外销收入的稳定性，是否存在收入大幅降低的风险，以及公司的应对措施。

1、外部环境变化、行业情况

前 4 月我国照明产品对美出口情况：据中国照明电器协会数据显示，据海关数据，2025 年前 4 月，我国照明产品出口总额约 163 亿美元，同比下降约 7%，较一季度收窄 1 个百分点，约占机电产品出口额比重 2.3%。其中，对美出口额约 34 亿美元，同比下降 12%。4 月当月我国照明产品出口额约 45 亿美元，同比下降约 3%。其中，当月对美出口额约 8 亿美元，比去年 4 月下降 28%。



美国是我国照明产品第一大出口市场。前 4 月，受美对我国产品关税升级等不利因素影响，我国输美照明产品出口额约 34 亿美元，同比下降约 12%，较前 3 月扩大 7 个百分点；约占我国出口总额 21%，较去年同期下降 1 个百分点。分月看，2025 年以来，除 3 月因抢出口、春节出货滞后、去年同期低基数等原因对美出口有所增长外，前 4 月我国对美出口总体处于下行区间。

分产品看，输美灯具产品出口额约 25 亿美元，同比下降约 12%；占对美出口额 73%，与去年同期基本持平。电光源产品下滑最多，出口额约 3.9 亿美元，同比下降约 16%；占对美出口额 11%，较去年同期下降 1 个百分点。非主要照明产品出口额约 5 亿美元，同比下降 4%；占对美出口额 16%，较去年同期上升 1 个百分点。虽然我国照明产品对美出口承压明显，但部分照明产品对美出口单价有不同程度的上升。其中，设计为仅使用发光二极管（LED）光源的枝形吊灯及天花板或墙壁上的其他电气照明装置出口均价同比提升 21%，光伏的且设计为仅使用发光二极管（LED）光源的其他电灯及照明装置同比增长 8%，非光伏的且设计为仅使用发光二极管（LED）光源的探照灯和聚光灯同比提升 18%。从一个侧面反映了美国对我国照明产品的刚性需求。

从整体出口产品看：2025 年前 4 月，我国输北美市场出口额约 38 亿美元，同比下降 11%，较前 3 月扩大 5 个百分点；输欧洲市场出口额约 40 亿美元，同比增长 1%，较前 3 月提升 3 个百分点。我国照明产品对“一带一路”沿线国家出口额约 79 亿美元，同比下降 5%，较前 3 月收窄 4 个百分点。从单一出口目的地来看，1-4 月我国照明产

品出口额排名前十的市场分别是：美国、德国、马来西亚、越南、英国、新加坡、日本、泰国、荷兰和加拿大，出口额约 82 亿美元，同比下降 4%，约占我国照明出口额 50%。从出口额增速来看，对美国、马来西亚、英国、泰国等市场出口额同比增速均处下行区间，降幅在 2%-12%之间；对德国、越南、新加坡、日本等市场出口额同比增速处于上升区间，增幅在 1%-13%之间。

根据中国轻工业联合会数据，4 月，规上照明企业利润景气指数在过冷区持续下滑，较去年同期下降约 15 个百分点。中轻景气指数、营业收入景气指数均在渐冷区徘徊，与去年同期相比，分别下降 6.4%、0.9%。受美国关税对全球贸易秩序的影响，出口景气指数下降 9%，近一年来首次降至渐冷区。

2、越南子公司目前生产、销售情况

越南作为公司重要生产加工基地，原材料主要由母公司供应，产品由香港子公司销售给最终客户并负责收款。越南子司于 2023 年 11 月投产，目前越南子公司生产运营已步入正轨，并作为公司主要生产基地，2024 年度越南子公司营业收入 32,021.47 万元,2025 年 1-5 月越南子公司未经审计的营业收入 18,108.69 万元,同比呈增长趋势。

公司 2025 年 1-5 月销售收入 24,475.45 万元，2024 年度 1-5 月销售 21,633.69 万元，同比增长 13.14%, 公司 2025 年 1-5 月收入占比构成情况如下：

单位：人民币元

项目	2025年1-5月		2024年度	
	金额	比重	金额	比重
营业收入	244,754,459.16	100.00%	717,961,065.95	100.00%
其中：境内	3916220.64	1.60%	24,100,439.02	3.36%
境外	240,838,238.52	98.40%	693,860,626.93	96.64%

2025 年 1-5 月公司外销收入占比达 98.40%，外销收入占比与以前年度相比不存在明显差异。

2025 年 1-5 月公司新增订单总额 31,320,736.07 美元，新增订单稳定。截止 2025 年 5 月末在手订单 21,547,033 美元，约人民币 154,811,122.70 元,2024 年末公司在

手订单 181,953,640.68 元，在手订单同比下滑 14.91%。2025 年 1-4 月营业收入呈同比增加趋势，外销收入稳定。但受外部环境因素影响和北美市场整体需求减弱的影响，公司仍面临下半年订单空缺等不利因素，公司预计 2025 年度销售收入同比会略有降低，不存在收入大幅降低的风险。

2025 年，公司将根据外部环境的变化，致力于稳扎稳打，深耕 LED 工商业照明灯具细分市场，深化现有客户关系，积极开拓新市场、新产品，优化供应链管理，提升产品质量保障和技术含量。重点加大越南制造工序投资，构建越南恒太本土化服务能力等措施，将围绕提质、降本开展一系列战略布局与经营举措，确保生产规模和效率得以提升，通过提供更具创新性、更高性价比的产品来进一步开拓市场，满足客户的需要，全面推动公司稳步健康发展。

四、说明内销产品和外销产品的收入确认时点和方法是否存在差异，是否符合企业会计准则的规定；结合境外资产和境外业务相关财务内部控制的制度及执行情况，说明其与境内业务内控的区别，能否对越南子公司形成有效控制及理由。

（一）说明内销产品和外销产品的收入确认时点和方法是否存在差异，是否符合企业会计准则的规定公司收入确认的具体方法。

公司收入确认具体方法：公司转移货物所有权凭证或交付实物给购货方，收入金额能够可靠计量，并已收讫货款或预计可收回货款，成本能够可靠计量。境外销售：以商品最终向客户报关的提单日期为收入确认时点；境内销售：以商品提货发出时为收入的确认时点。内销产品和外销产品的收入确认时点存在差异。

1、公司外销收入确认收入情况

公司产品销售收入以外销为主，外销销售收入占比达 95%以上，公司产品出口主要以 FOB 贸易方式出口，在 FOB 模式下，公司根据合同或订单约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的控制权已转移，具体确认时点以商品报关出口的提单日期为依据。

据国际贸易术语解释通则的解释，FOB，也称“船上交货价”，是国际贸易中常用

的贸易术语之一。FOB 贸易模式按离岸价进行的交易，买方负责派船接运货物，卖方应在合同规定的装运港和规定的期限内将货物装上买方指定的船只，并及时通知买方。

根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》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。FOB 贸易模式下，货物在装运港被装上指定船时，风险即由卖方转移至买方。这里所说的风险包括标的物毁损、灭失风险、标的货物的公允价值变动风险等，同时，接运船由买方派出（买方必须自付费用订立从指定的装运港运输货物的合同），因此，可以判断在货物越过船舷后，即卖方将货物交付给买方后，买方已经能够主导货物的使用，并从中获得几乎全部经济利益。因此在 FOB 贸易条款下，在货物于装运港越过船舷之时，其控制权已经转移给了客户，此时应确认收入的实现。公司在货物报关出口取得提单时根据报关单及发票金额确认销售收入的实现符合《企业会计准则》的规定。

公司出口货物发出后由销售部门负责跟进报关及装船信息，货物报关完成后关务可以及时在海关电子口岸获取报关信息，货物装船后由运输厂商返回提单给销售人员，月末关务人员根据报关信息与销售人员核对提单信息后进行汇总提交给财务人员，财务人员依据 ERP 系统获取发货记录，结合销售订单，销售发票、报关单、提单等信息进行复核，根据提单日期确认销售收入。

综上，公司外销产品收入确认的具体方法已满足相应贸易术语下的控制权转移条件，收入确认时点符合《企业会计准则》规定；公司出口产品销售收入确认时点、依据在报告期内具有一致性。外销产品公司依据报关单、销售发票金额确认收入，会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2、公司内销收入确认收入情况

公司内销产品销售收入占比为 4%左右，公司内销产品主要采取上门提货，由客户指定承运人上门提货签收并负责运输，公司根据约定将货物交付给承运人签收后即确认销售收入的实现。

根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》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。内销业务由客户指定

承运人上门提货，货物在交付给承运后，风险即由卖方转移至买方。这里所说的风险包括标的物毁损、灭失风险、标的货物的公允价值变动风险等，同时，承运人由买方派出，因此，可以判断在货物交付给承运人，即卖方将货物交付给买方后，买方已经能够主导货物的使用，并从中获得几乎全部经济利益。因此内销客户上门提货，在货物交付承运人后，其控制权已经转移给了客户，此时应确认收入的实现。公司内销货物根据公司与客户签订的合同相关约定，由客户指定承运人上门提货签收并负责运输，公司在商品交付签收后确认收入符合《企业会计准则》的规定。

综上，公司针对内销产品和外销产品的收入确认时点存在差异，外销产品：以商品最终向第三方客户报关的提单日期为收入确认时点；内销产品：以商品提货发出时为收入的确认时点。收入确认方法符合《企业会计准则》的规定。

（二）结合境外资产和境外业务相关财务内部控制的制度及执行情况，说明其与境内业务内控的区别，能否对越南子公司形成有效控制及理由。

公司目前境外子公司主要有三家，本公司持股比例均为 100%，从股权状况上，公司对各子公司处于绝对控制地位。基于公司对子公司的绝对控制，能够决定子公司的重大经营决策，包括执行董事和高级管理人员的选任，能够通过行使股东权利对子公司进行有效管理，使子公司经营决策等重大事项与母公司保持一致，并根据子公司业务的特点，制定适合子公司的发展战略，满足子公司业务发展需要。子公司根据章程规定的重大事项均须向公司报告并由公司决定，公司能够在宏观上掌控子公司的经营方针和策略。

三家境外公司具体情况如下：（1）香港子公司为销售公司，主要负责订单的接受和收款，货物一般由母公司、越南子公司和马来西亚子公司发出，香港恒太主要资产为应收账款。香港子公司的财务核算由母公司财务部门负责，客户维护、销售订单的接受和货款的催收主要由母公司销售部门负责；（2）越南恒太主要负责灯具生产加工和销售，为灯具的全流程加工业务，该公司主要管理人员由母公司委派，采用与母公司一致的供应连管理系统，在业务流程上与母公司一致；（3）马来西亚子公司主要业务为灯具加工，采购和销售均来自于合并范围内各公司，2024 年 8 月后该公司已无实际业务经营。

为加强子公司有效管理，公司建立了完善的财务内控制度，境外子公司均参照执行，同时公司董事会、管理层不定期派遣本部财务、业务部门等相关人员对越南子公司的经营情况进行现场检查，定期委派公司审计机构对子公司进行审计，全面调查子公司内控控制各项制度的执行情况，包括子公司销售与收款、采购及付款、存货管理、固定资产管理、资金管理等事项。具体财务内控执行情况如下：

1、会计核算与报告

要求境外子公司，采用 IFRS（国际财务报告准则）编制财务报告，与母公司会计准则基本趋同。月度、季度、年度财务报表需在规定时限内报送母公司，重要子公司并接受合并审计。

2、资金管理

银行账户的开立由子公司提出申请，经母公司财务部门审批后，由境外子公司财务人员负责办理；境外子公司资金支付由子公司业务部门审批后交由母公司财务部门按权限进行审批，并安排出纳通过网银汇款，网银权限管理设置双人操作。在资金管理方面，在资金管理关键环节，实行统一适配，降低资金成本，防范资金风险，确保公司整体战略目标实现。

3、销售与收款业务

销售客户的洽谈、订单审批、信用管理、收款管理均由母公司销售部门负责联系和处理；发货与交付方面，由销售部门下达发货通知，子公司根据发货通知的要求进行备货，同时通知关务部门进行报关并安排运输，并在系统中生成发货单。子公司财务部门根据发货单、报关单及提单信息进行收入确认并记录应收账款。

4、采购与付款业务

境外子公司的原材料采购主要由母公司负责，主要供应商的选择、采购订单的审批、结算周期的选择由母公司采购部门负责。母公司计划部根据销售订单和库存情况下达生产计划，同时生成采购计划，由采购部门负责安排采购，并由仓储部门负责验收。货款到期内由采购部门提出申请并按规定权限审批后，财务部门审核付款。零星采购由境外子公司相关业务部门提出申请后，报部门负责人审核后由境外子公司负责人审批后，由子公司采购部门负责在当地进行采购，仓储部门负责验收并办理货物入

库。

5、生产与仓储业务

越南子公司生产部门负责人为母公司委派，负责管理和技术指导。生产计划的下达由母公司计划部负责，子公司生产部门根据系统下达的生产计划申请领料，由系统自动核对 BOM 用量，超出标准用量需说明原因，经生产主管审批。成品的出库根据销售部门下达的发货通知安排发货。生产部门实时记录工时、产量、废品率，作为成本核算依据。生产完成的成品由质检部门按标准抽检，合格后方可入库。仓库核对入库单信息办理产品及原材料的入库管理，并分区存放，每月循环盘点，半年度、年度全面盘点，财务监盘。

6、固定资产管理

固定资产采购预算及审批由母公司相关部门按权限进行审批，到货后由采购、使用部门、财务联合验收。财务部门建立固定资产卡片账，由使用部门负责保管，每半年度、年度安排盘点，财务部门监盘。报废处置，由使用部门提出申请，经子公司负责人审批后进行报废处置，超过规定限额的固定资产报废需报经母公司进行审批。

综上所述，，子公司的内控管理根据企业实际经营情况，参照执行母公司的内控管理制度，采取业务、资产、财务、人员和机构等方面保持统一执行，母子公司采用统一的供应链管理系统，业务流程方面与母公司保持一致，销售和采购业务均由母公司负责管理，通过系统固化权限，实现流程自动控制，降低内控风险，“制度适配、权责清晰、风险可控、监督有力”为核心，在执行中要注重动态调整，持续跟进，实现风险防范和价值创造双重目标。资金管理由母公司财务部门实行统一适配。越南子公司负责人及主要部门管理人员均由母公司委派，公司在人员、财务、业务等方面可以对越南子公司形成有效控制。

五、说明报告期内产品被投诉的具体情况，包括涉及产品、金额、占比，公司给予价格折让的政策，产品质量是否存在重大缺陷，以及公司对相关问题的解决方式。

公司产品质量问题通常处理情况如下：收到客户投诉时，由销售部门汇总客诉的问题点向质量部门反馈，由质量部门审查原因，如因技术或设计问题导致，找工程部协调，向客户进行质量扣款赔偿、补发配件或维护修复等。如确认存在质量异常，根

据客户提供产品质量损失情况明细，按照造成损失的不同程度进行商务谈判、协商一定的赔偿比例，由销售部门发起质量扣款申请流程，开具质量扣款单，对外销客户销售进行质量扣款，财务部门根据系统单据复核，并进行账务处理。

质量扣款会计处理：冲减当期营业收入。

退货的相关会计处理：冲减当期营业收入及营业成本；

换货的会计处理：冲减当期营业收入及营业成本，并在新换产品达到收入确认条件后，重新确认营业收入并结转营业成本。

历年来，公司发生的退换货和质量扣款金额较小，且发生退货的相关因素属于偶发事项，不能准确预计由于公司因产品质量问题引起的退货、补货、质量扣款等情形，相关义务发生的概率及金额均无法可靠预计和计量，故不满足确认预计负债的条件。综合考虑发生退换货和质量扣款的可能性和比重之后，公司根据重要性原则认为，该可变对价无需确认，于发生时冲减当期营业收入。

2024 年度集中出现多起涉及部分批次产品的客诉，主要问题集中为公司在 2021 年度生产的部分批次产品因部分原材料 IC 短缺导致元器件存在质量问题，公司产品销往北美市场产品认证明确质量保证期为 5 年，在收到投诉时，公司与客户积极协商，并共同承担相应的责任，根据损失认定情况，在本期销售货款中予以扣除。公司本年度承担的质量扣款涉及到的主要产品、金额及情况具体如下：

单位：人民币元

产品类别	扣款金额	占扣款总额的比例	占当期营业收入的比例
高天棚灯	31,491,776.16	88.26%	4.39%
其他产品	4,187,445.70	11.74%	0.58%
合计	35,679,221.86	100.00%	4.97%

上述产品质量扣款事项主要涉及产品批次为 2021 年期间生产的产品所有客户投诉质量扣款汇总金额。公司于 2022 年度在原材料供求关系缓解后，已对产品相关问题做了相应的技术变更，同时从 2022 年 1 月 1 日起，公司对产品质量责任购买了覆盖全球主要国家和地区的产品责任险 (PRODUCT RELIABILITY INSURANCE)，保额为最高 400

万美金，自 2022 年 1 月 1 起公司生产的产品会有保险覆盖重大质量风险。

问题2、关于存货

公司存货期末余额为 1.62 亿元，较期初增加 45.05%，公司称主要原因为本期境内外工厂同时运营，考虑订单增加以及国内原物料、半成品运输至越南工厂海运周期因素，公司根据订单需要生产备货，受海运资源紧张影响，发货较慢导致库存商品及发出商品同比增加。公司存货跌价准备期末余额为 1,189.96 万元。

请你公司：

（1）结合越南子公司生产、销售、运输情况、原材料采购、备货周期、存货周转率等，说明公司采购及存货管理制度执行是否有效，存货是否存在滞销情形，存货期末余额大幅增加的原因及合理性，存货周转率、周转天数与同行业可比公司变动情况是否一致。

（2）结合存货库龄、原材料市场价格、存货跌价准备的计提方法和计算过程等，分存货类别说明存货跌价准备是否计提充分。

请年审会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

公司回复：

一、结合越南子公司生产、销售、运输情况、原材料采购、备货周期、存货周转率等，说明公司采购及存货管理制度执行是否有效，存货是否存在滞销情形，存货期末余额大幅增加的原因及合理性，存货周转率、周转天数与同行业可比公司变动情况是否一致。

（一）存货余额变动情况分析

公司 2024 年 12 月 31 日存货余额变动情况如下：

单位：人民币元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日
	期末余额	变动比例	期末余额
原材料	89,443,326.69	45.55%	61,452,258.81
在产品	5,065,765.02	-24.87%	6,742,529.92
库存商品	35,375,761.17	42.95%	24,747,793.53

项目	2024年12月31日		2023年12月31日
	期末余额	变动比例	期末余额
发出商品	14,583,160.02	75.06%	8,330,355.87
委托加工物资	962,416.75	-38.60%	1,567,530.66
合同履约成本	318,873.42	76.73%	180,429.30
半成品	16,643,807.76	86.23%	8,937,008.02
合计	162,393,110.83	45.05%	111,957,906.11

2024 年末存货余额同比增加 45.05%，主要系原材料、库存商品、发出商品及半成品期末库存增加较多影响。

2024 年末原材料及半成品增加主要原因系（1）受益于 LED 照明灯具海外市场回暖补库存影响及越南工厂的投产等影响，公司新接订单同比增加，公司根据订单需求进行原材料采购及半成品生产备库，导致期末原材料库存增加；（2）越南工厂冲制设备较少，工艺流程不完整，钣金制造能力低于国内工厂，灯体钣金件主要由南通工厂生产，加工完成后运送至越南工厂完成喷涂、组装等后续工艺流程，最终实现销售。存货从国内运输至越南工厂，通常需要 15-20 天，供应链延长导致物流时间延长，需要更长的交货期，且加上生产和组装的过程，成品的制造周期相应延长，公司为了保持越南生产的稳定性和连续性，根据订单需求情况增加了越南工厂原材料及半成品库存增加所致。

2024 年末库存商品及发出商品增加较多主要原因系（1）越南子公司本期投产，产量增加，期末已按订单生产完成尚未提货的库存增加；（2）主要系本期境内外工厂同时运营，越南工厂生产运营步入正轨，越南子公司发往海关尚未装船的发出商品余额增加；（3）公司根据订单需要生产备货，2024 年末受海运资源紧张影响，发货较慢导致库存商品及发出商品同比增加所致。

（二）越南子公司生产、销售、运输等生产经营情况

公司 LED 照明产品销售受到贸易摩擦加征关税和反倾销政策影响，主要是我国与美国之间的贸易摩擦，自 2018 年我国与美国发生贸易摩擦以来，公司的照明灯具产品就被列入美国 301 关税清单中。2023 年度，因公司战略发展及业务实际需要，提高募

集资金投资效率，加快募集资金投资项目的尽快实施，公司将“年产 500 万套 LED 灯具项目”实施主体变更为恒太照明（越南）有限公司，公司在越南建立生产基地，作为国内公司产能的补充，主要产品、主要客户与国内公司不存在差异。

报告期内，越南子公司实施“以销定产”的生产模式，即依据销售合同订单安排采购和组织生产。按照“以产订购”的方式进行原材料采购，原材料备货政策为依据销售订单下达生产计划单，根据生产计划单安排原材料采购，越南子公司原材料采购、销售及生产计划的下达由母公司负责。原材料备货政策为依据销售订单下达生产计划单，根据生产计划单安排原材料采购。越南当地供应链配套不完善，原材料的采购成本通常较高，加上越南工厂冲制设备较少，工艺流程不完整，灯体钣金件主要由南通工厂生产，其所需的主要原材料通常由母公司在国内采购，母公司根据生产计划进行冲制完成后形成半成品发往越南子公司或直接将原材料发行越南子公司，由越南子公司加工完成后发货，最终形成销售。对于生产用辅料，公司会根据预测需求量进行采购。

公司与客户合作关系稳定，客户会根据自身需求下达采购订单，公司根据实际客户的具体订单情况安排采购及生产。存货从国内运输至越南工厂，通常需要 15-20 天，供应链延长导致物流时间延长，需要更长的交货期，且加上生产和组装的过程，成品的制造周期相应延长，在国内工厂从原材料投产到灯具完成组装及包装通常需要 3-7 天，从原材料采购到加工成半成品运输至越南工厂完成灯具的组装与包装，生产制造周期通常需要 20-25 天左右，公司根据订单需求周期及生产周期安排增加越南子公司原材料及半成品备库，以保证生产运营的稳定性和客户交货周期的及时性。越南子公司生产部门负责根据母公司下达的生产计划安排生产，并对生产流程实施动态管理。越南子公司生产部综合考虑公司产品库存、设备产能、人员时间安排等因素，制定具体的生产计划；生产车间根据生产计划，组织人员上线进行生产；质量部对关键质量控制和工艺控制点进行监督检查，同时实施对原材料、半成品、产成品的质量监督及品质检验工作。

越南子公司产品加工完成后由越南子公司报关后直接发往最终客户，公司货物通常采用海运方式，越南子公司发行最终客户运输周期通常需要 30-40 天。产品销售订单通常由香港子公司接受，产品装运发货完成后由香港子公司收款。客户管理、销售

发货通知及货款催收工作由母公司销售部门负责。

越南子公司采用与母公司统一的供应链系统，公司针对存货生产、入库、管理和出库流程建立了完善的制度及操作流程，公司及子公司作业人员、采购部、仓库管理人员及财务部门严格按照公司制定的存货管理制度执行，并严格按照采购、生产和销售计划进行存货管理。同时，公司定期对存货进行盘点，以确保存货数量的准确，存货管理规范。报告期内，公司存货相关管理制度得到了有效执行，存货管理未出现重大异常，公司存货管理的相关内控健全有效。

公司制定并有效执行了《采购管理制度》、《供应商管理程序》等采购内控制度，规范供应商管理体系，有效提高采购管理水平、节约成本。公司销售订单签订后，由研发部对销售订单进行拆解生成 BOM 清单，采购计划在 ERP 系统自动生成。采购部向供应商发出采购单。供应商交货后，由质量部进行检验。经质量检验合格后的物料，由仓库接收并清点交货数量后办理入库。采购的物料运送至公司仓库后，公司会严格按照质量管控制度对进料进行检验，对合格批次物料执行入库操作。在物料验收合格入库后，公司将及时与供应商进行对账，在履行内部审批流程后根据双方合同约定的付款期向供应商支付货款。报告期内，公司采购与付款相关管理制度得到了有效执行，采购与付款内控管理未出现重大异常，公司采购与付款管理的相关内控健全有效。

越南子公司 2024 年度存货周转率为 4.34，与公司整体存货周转率 4.26 不存在重大差异，存货周转情况较好。越南子公司期末存货余额及库龄情况如下：

单位：人民币元

存货类别	1年以内	1-2年
原材料	59,298,374.68	524,328.48
半成品	5,307,513.33	408,711.40
库存商品	16,638,004.48	141,800.06
发出商品	10,926,323.21	
在产品	2,374,692.81	
合计	94,544,908.51	1,074,839.94

注：上述表格数据为越南子公司单体报表数据，未考虑内部未实现的交易抵销影响。

如上表所示，越南子公司存货库龄主要为 1 年以内，占比达 98.88%，存货库龄结构较好。

为了应对市场需求波动和供应链中可能出现的不确定性，公司调整了库存水平，增加了原材料和半成品的储备量，公司确保在订单增长的情况下能够有效应对供应链的延迟和市场需求的变化，保持生产和交付的稳定性。

公司将继续优化供应链管理，提升物流效率，减少跨国运输时间，降低库存持有成本。通过精细化的生产计划和库存管理，确保材料和半成品库存的合理控制，提高生产和交付的效率。

综上，为了保持生产连续性，避免供货延迟和库存不足，公司需要在制造周期内准备充足的原材料和半成品，以确保能够按时完成订单，公司存货期末余额受越南子公司投产备货和生产订单增长的影响，库存余额大幅度增长具有合理性。

（三）存货周转率、周转天数与同行业可比公司的对比情况

公司名称	存货周转率			存货周转天数		
	2024年度	2023年度	变动情况	2024年度	2023年度	变动情况
三雄极光	3.24	3.39	-0.15	111	106	5
立达信	5.14	4.77	0.37	70	75	-5
佛山照明	3.39	3.39	0.00	106	106	0
得邦照明	6.07	5.60	0.47	59	64	-5
阳光照明	3.43	2.93	0.50	105	123	-18
民爆光电	3.97	3.98	-0.01	91	91	0
联域光电	4.4	5.45	-1.05	82	66	16
可比公司平均值	4.23	4.22	0.01	89	90	-1
恒太照明	4.26	4.37	-0.11	85	82	3

如上表所示，报告期内公司存货周转率及周转天数较为稳定，变动较小。同行业可比公司存货周转率及周转天数变动较小，公司存货与周转天数与同行业可比公司不存在差异。

综上，公司确保在订单增长的情况下能够有效应对供应链的延长和市场需求的变化，保持生产和交付的稳定性，保持合理的存货余额，符合公司实际生产经营情况，期末存货余额增加，具有合理性，公司存货周转率、周转天数与同行业可比公司不存在差异。

二、结合存货库龄、原材料市场价格、存货跌价准备的计提方法和计算过程等，分存货类别说明存货跌价准备是否计提充分。

（一）存货库龄情况分析

报告期内，公司各期末存货库龄结构如下：

单位：人民币元

项目	2024年12月31日		2023年12月31日	
	期末余额	占比	期末余额	占比
1年以内	150,298,142.26	92.55%	100,882,307.98	90.11%
1-2年	4,878,598.85	3.00%	4,964,145.76	4.43%
2-3年	2,312,263.43	1.42%	3,058,017.30	2.73%
3年以上	4,904,106.29	3.02%	3,053,435.07	2.73%
合计	162,393,110.83	100.00%	111,957,906.11	100.00%

报告期内各期末，公司存货库龄主要为1年以内，占比超过90%，库龄结构良好。公司存货库龄结构合理，与公司生产经营情况和备货政策相匹配，不存在大额库龄较长或滞销等情形。

（二）主要原材料采购价格变动情况

公司的主要原材料为驱动器、LED灯珠、灯罩、镀锌板材/卷料等的生产制造，相关行业发展平稳，市场供给充足，公司的采购需求较大，为保证原材料供应充足稳定，优化采购价格，公司对主要原材料进行采购时会选择多家价格相近，符合质量要求的供应商进行采购以分散采购风险。公司也主动积极寻求新的供应商合作机会，从原材料价格、产品质量、准时交货率、配合度、管理制度情况等方面对供应商进行综合评估。避免向供应商集中采购形成原材料供给依赖的情形。公司同类产品的供应商之间的价格差异较小，对供应商具有一定的议价能力。公司的产品定价策略中会将相关原材料的成本纳入考虑，以应对成本变动的影响。

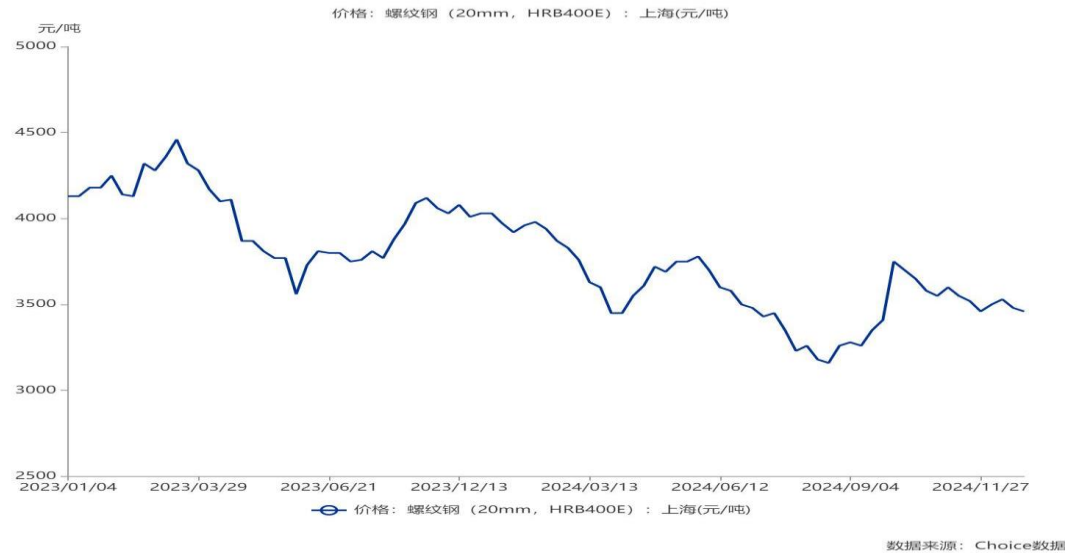
2024 年度公司主要原材料采购价格同比变动情况如下：

项目	2024年度	2023年度	变动金额	变动比例（%）
驱动器（元/个）	35.73	33.26	2.47	7.43%
镀锌板材/镀锌卷料（元/kg）	4.56	4.56		
PCB板（元/片）	2.04	1.66	0.38	22.89%
芯片（元/片）	0.03	0.03		
灯罩（元/个）	9.06	8.77	0.29	3.31%

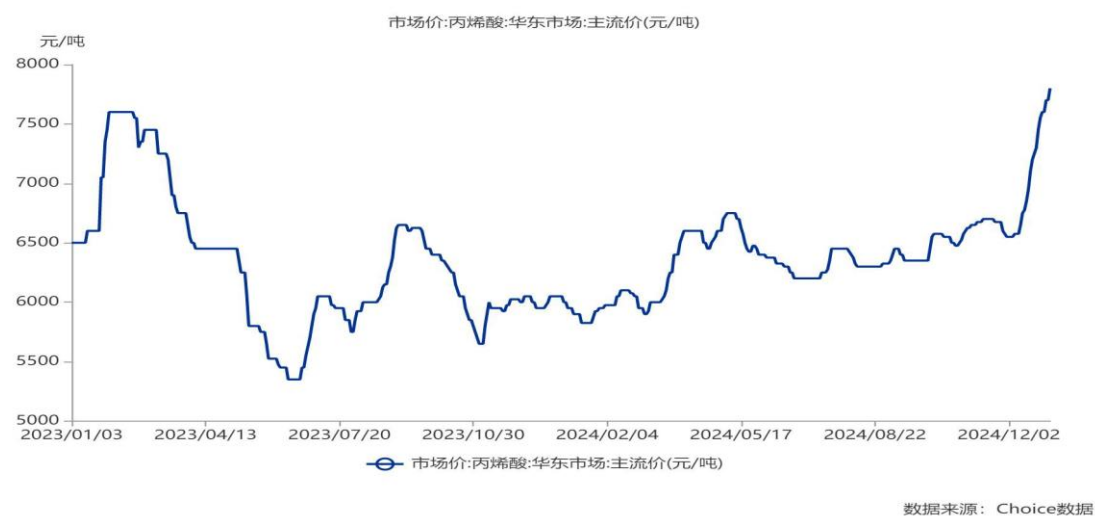
如上表所示，2024 年度公司主要原材料采购价格变动较小。其中驱动器采购价格同比增长 7.43%，主要系公司产品采用定制化生产，各产品系列中规格型号较多，本年度公司新产品系列型号较多，功率大的驱动器采购单价较高，2024 年度大功率的采购量增加，导致平均采购价格略有变动。PCB 板采购均价同比增加 22.89%，主要原因系公司产品系列变动，功能升级，公司对 PCB 进行了升级，如增加板材厚度、增加铜箔厚度等，同时 2024 年单价较高的 PCB 板采购额占比提高。灯罩价格略有上升主要原因为灯罩产品所用的主要原材料亚克力在 2024 年度价格上浮。

公司主要原材料中的驱动器、LED 灯珠均不属于大宗交易商品，难以获取公开的市场价格。

镀锌板材、镀锌卷料的采购价格变动趋势与大宗商品螺纹钢的市场价格趋势基本一致，具体如下：



灯罩的采购价格的变动趋势与大宗商品亚克力的市场价格趋势基本一致，具体如下：



(三) 存货跌价准备计提情况

公司的存货减值准备计提方法是结合主要存货的库龄情况及存货状态，根据产品的生产和供货周期，对周转速度较慢，库龄时间较长，发生减值风险较高的存货进行分类，并进行减值测试和计提减值准备。具体情况如下：

1、原材料库龄及减值准备计提情况

单位：人民币元

原材料	2024年12月31日			2023年12月31日		
	期末余额	占比	跌价准备	期末余额	占比	跌价准备
1年以内	78,698,944.55	87.99%	1,591,267.40	51,845,787.16	84.37%	161,890.03
1-2年	4,612,871.28	5.16%	2,811,362.27	4,115,383.82	6.70%	199.12
2-3年	1,701,786.45	1.90%	1,701,786.45	2,764,195.98	4.50%	2,764,195.98
3年以上	4,429,724.41	4.95%	4,429,724.41	2,726,891.85	4.44%	2,726,891.85
合计	89,443,326.69	100.00%	10,534,140.53	61,452,258.81	100.00%	5,653,176.98

公司原材料主要包括驱动器、芯片、镀锌材料等，公司生产模式为“以销定产”，原材料采购采用“以产定需”的模式，依据销售合同订单进行备货，主要原材料库龄主要为1年以内。

公司所持有原材料的目的为继续生产，公司产品成本构成中原材料占比达 80%左右，产品销售定价采用成本加成的方法，销售定价已预估材料成本的影响，所产生毛利足以覆盖相关销售费用及税费。因此，原材料及半成品的跌价取决于能否被领用及生产的终端产品是否存在跌价，而不是采购价格的涨跌，以其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。原材料减值测试情况如下：（1）1 年以内及 1-2 年的原材料主要为生产订单所需采购或加工入库，周转较快，公司产品定价已考虑材料成本的影响，保留一定的利润，经测试后，原材料减值的可能性较小，对该部分存货主要关注期末质量状况，对期末一年以内原材料中残次品全额计提存货跌价准备；（2）库龄超过 2 年的原材料，考虑到其被领用的可能性不高，基于谨慎性原则，对其全额计提跌价准备。

2、库存商品库龄及减值准备计提情况

单位：人民币元

库存商品	2024年12月31日			2023年12月31日		
	期末余额	占比	跌价准备	期末余额	占比	跌价准备
1年以内	34,891,542.97	98.63%	484,218.20	24,238,561.15	97.94%	
1-2年				501,121.96	2.02%	501,121.96
2-3年	476,107.78	1.35%	476,107.78	8,110.42	0.03%	8,110.42
3年以上	8,110.42	0.02%	8,110.42			
合计	35,375,761.17	100.00%	484,218.20	24,747,793.53	100.00%	509,232.38

库存商品是否跌价取决于产品的盈利情况，并综合考虑产品估计售价、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等存货可变现净值的各项因素，各期末，公司以合同售价减去估计的销售费用及税金后的金额确定其可变现净值，若账面余额高于可变现净值则计提跌价准备。对于一年以上库龄的库存商品，考虑到无法实现直接销售的可能性较大，基于谨慎性原则，全额计提存货跌价准备。根据上述存货跌价准备测算方法，公司对部分发生减值的库存商品计提了存货跌价准备。

3、半成品库龄及减值准备计提情况

单位：人民币元

半成品	2024年12月31日			2023年12月31日		
	期末余额	占比	跌价准备	期末余额	占比	跌价准备
1年以内	15,777,439.53	94.79%		7,977,113.92	89.26%	49,238.93
1-2年	265,727.57	1.60%	265,727.57	347,639.98	3.89%	347,639.98
2-3年	134,369.19	0.81%	134,369.19	285,710.90	3.20%	285,710.90
3年以上	466,271.47	2.80%	466,271.47	326,543.22	3.65%	326,543.22
合计	16,643,807.76	100.00%	866,368.23	8,937,008.02	100.00%	1,009,133.03

半成品减值测试情况如下：（1）1年以内的半成品主要为生产订单所需加工入库，周转较快，公司产品定价已考虑材料成本的影响，保留一定的利润，经测试后，减值的可能性较小，对该部分半成品主要关注期末质量状况，对半成品1年以内库龄中的残次品全额计提存货跌价准备；（2）超过1年库龄的半成品，考虑到其被领用的可能性不高，基于谨慎性原则，全额计提跌价准备。

4、其他各类存货库龄及减值准备计提情况

单位：人民币元

项目	2024年12月31日			2023年12月31日		
	期末余额	占比	跌价准备	期末余额	占比	跌价准备
发出商品						
1年以内	14,583,160.02	100.00%		8,330,355.87	100.00%	
在产品						
1年以内	5,065,765.02	100.00%		6,742,529.92	100.00%	
合同履约成本						
1年以内	318,873.42	100.00%		180,429.30	100.00%	
委托加工物资						
1年以内	962,416.75	100.00%	14,871.66	1,567,530.66	100.00%	

其他存货项目库龄全部为1年以内，发出商品是处于销售过程中的产品，均不存在明显的减值迹象，未计提跌价准备；在产品和委托加工物资的库存周期较短，主要为根据订单需要投产或发出，主要对期末余额中的不良品计提跌价准备。

综上所述，公司采取以销定产的生产模式，即按订单组织研发及生产，公司存货周转速度较快，基本不存在存货滞销的情况，公司已对呆滞存货计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

会计师回复：

问题3、关于无形资产

公司无形资产期末账面价值为 3,010.01 万元，较期初增加 57.2%。公司称主要原因为本期越南子公司办理权证时，在合同中明确约定固定资产及土地使用权价格并重新开具发票，固定资产和无形资产重分类。

请你公司：

列示越南子公司购置固定资产/无形资产的具体项目、金额及时间；上期将土地使用权计入固定资产的原因，是否符合企业会计准则的规定；本期对土地使用权重分类的依据是否充分，是否符合企业会计准则的规定。

请年审会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

公司回复：

一、列示越南子公司购置固定资产/无形资产的具体项目、金额及时间；上期将土地使用权计入固定资产的原因，是否符合企业会计准则的规定；本期对土地使用权重分类的依据是否充分，是否符合企业会计准则的规定。

恒太照明全资子公司恒太照明（越南）有限公司于 2023 年 5 月 30 日成立，注册资本 472,620,000,000 越南盾（20,000,000 美元）。2023 年 6 月 9 日越南恒太与 CITY FOCUS LIGHTING 有限责任公司签订《土地使用权、厂房和地上附着物转让合同》，约定转让价款 327,6000,000,000 越南盾，相当于 14,000,000 美元（不含增值税）。CITY FOCUS LIGHTING 有限责任公司于 2023 年 12 月 29 日开具发票，发票金额 327,6000,000,000 越南盾，越南恒太根据 CITY FOCUS LIGHTING 有限责任公司提供的合同项下资产档案资料及发票入账并计提折旧摊销。

2023 年度越南子公司购置固定资产/无形资产的具体项目、金额及时间：

单位：人民币元

资产类别	资产项目	原值	时间	资产确认依据
固定资产	房屋及建筑物	96,770,240.60	2023年7月	合同、资产交接手续、发票
	专用设备	15,057,417.70	2023年7月	合同、资产交接手续、发票
	通用设备	3,488,579.91	2023年7月	合同、资产交接手续、发票
	运输设备	1,412,539.06	2023年7月	合同、资产交接手续、发票
无形资产	土地使用权	3,819,885.96	2023年7月	合同、资产交接手续、发票
合计		120,548,663.23		

2023 年公司根据交易合同、资产交接手续、发票以及对方公司提供的资产明细金额作为资产的入账价值，符合当时的实际情况。根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》及其应用指南的规定，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。经了解确认，CITY FOCUS LIGHTING 有限责任公司在购买土地使用权时已支付土地价格和相关的费用，公司再次交易不需要缴纳相关费用，公司根据对方提供的资产明细做为入账依据，符合《企业会计准则》的相关规定。

2024 年度公司在越南当地办理相关产权证明时，经越南当地经办机构及政府相关提示，原来发票开具未明确土地使用权价值，可能会产生法律风险，导致公司将来需要缴纳土地使用权对应的基础设施费用。经越南恒太与 CITY FOCUS LIGHTING 有限责任公司协商，并经越南同奈省资源与环境厅、工业园区等多方确认后，双方重新签订《土地使用权、厂房和地上附着物转让合同》，明确土地使用权及固定资产价值，土地使用权价值为：60,515,352,818 越南盾，土地上的建筑物价值为：267,084,647,182 越南盾，并根据此合同对原有发票土地价值进红冲，并重新开具土地使用权价值发票。

越南子公司根据新的合同、发票对土地使用权及固定资产入账价格进行调整，按新的价格计提折旧。此事项对 2023 年度财务报表影响如下：

单位：人民币元

报表项目	调整前	调整后	调整金额
固定资产	171,808,104.05	157,810,238.23	13,997,865.82
无形资产	19,148,212.45	33,371,839.32	-14,223,626.87
资产总额	768,695,118.68	768,920,879.73	-225,761.05

报表项目	调整前	调整后	调整金额
归母净资产	565,339,392.13	565,565,153.18	-225,761.05
营业成本	420,023,998.12	420,049,942.39	-25,944.27
管理费用	30,655,055.82	30,404,634.51	250,421.31

公司土地使用权入账价值调整事项对此事项对公司 2023 年度资产总额的影响为-0.03%，净资产的影响为-0.04%，影响较小。

根据《监管规则适用指引——会计类第 1 号》之“1-24 区分会计估计变更和差错更正”：“企业不应简单将会计估计与实际结果对比认定存在差错。如果企业前期作出会计估计时，未能合理使用报表编报时已经存在且能够取得的可靠信息，导致前期会计估计结果未恰当反映当时情况，则应属于前期差错，应当适用前期差错更正的会计处理方法；反之，如果企业前期的会计估计是以当时存在且预期能够取得的可靠信息为基础作出的，随后因资产和负债的当前状况及预期经济利益和义务发生了变化而变更会计估计的，则属于会计估计变更，应当适用会计估计变更的会计处理方法。”。公司重新签署合同并对资产价值重新确认，可以减少公司法律风险，有利于维护股东利益，公司根据新的合同、发票入账系基于新的证据，且此事项发生在 2024 年 12 月份，在前期财务报告批准报出时不能够获取相关信息，在当期财务报表中对相关事项进行调整符合《企业会计准则》的规定。

问题4、关于应收账款

公司应收账款期末账面余额为 2.66 亿元，较期初增加 34.45%，坏账准备期末余额为 1,626.25 万元。

请你公司：

(1) 结合行业情况、业务开展情况说明期末应收账款大幅增加的原因、与收入规模、收入变动情况是否匹配，是否存在延长信用期限扩大销售的情况。

(2) 列示重要应收账款期后回款情况，说明相关款项是否存在回款风险，以及公司对应收账款的回款风险采取的措施及执行情况。

(3) 结合公司的坏账政策，同行业可比公司情况，说明公司的坏账政策是否合理，应收账款坏账准备计提是否充分。

请年审会计师说明对应收账款所执行的审计程序和获取的审计证据，包括函证比例、回函比例、对函证的控制等，并说明相关审计证据是否充分适当。

公司回复：

一、结合行业情况、业务开展情况说明期末应收账款大幅增加的原因、与收入规模、收入变动情况是否匹配，是否存在延长信用期限扩大销售的情况。

（一）应收账款账龄构成

单位：人民币元

账龄	2024年12月31日		2023年12月31日	
	期末余额	占比	期初余额	占比
1年以内	265,203,928.24	99.75%	188,709,507.73	95.44%
1~2年	657,315.08	0.25%	6,498,919.48	3.29%
2~3年				
3~4年				
4~5年			2,526,904.79	1.28%
5年以上				
合计	265,861,243.32	100.00%	197,735,332.00	100.00%

如上表所示，公司应收账款主要为一年以内的，占比超过 95%，账龄结构较好，一年以上账龄的应收账款较少。

（二）应收账款变动分析

2024 年度公司营业收入 717,961,065.95 元，同比增加 26.85%，主要原因为：（1）受益于 LED 照明灯具海外市场回暖补库存影响及越南工厂的建成投产，2024 年新接订单同比增加；（2）公司根据市场需求情况开发新产品，新产品市场反馈较好，客户增加订单。（3）海外工厂正式投入运营，2024 年下半年越南恒太产能得以有效释放，产品交付周期缩短，出货量快速提升。上述因素综合影响，公司营业收入较上年同期增长。

应收账款期末余额 265,861,243.32 元，同比增加 34.45%，公司应收账款余额变动趋势与营业收入变动趋势一致，略高于应收账款变动幅度。主要原因系越南子公司 2024

年下半年生产运营步入正轨，产量增加，销量增长。2024 年第四季度营业收入 181,389,261.76 元，同比增加 46.22%，公司主要客户应收账款信用期通常在 120 天，期末主要客户应收账款尚未到付款期，导致期末应收账款余额较大。

公司主要客户账期、应收账款余额及销售收入情况如下：

单位：人民币元

客户名称	账期	应收账款余额	销售金额	应收账款占当期销售额的比例
第一名	120	33,234,373.65	94,686,238.46	35.10%
第二名	90	29,239,436.82	70,012,817.82	41.76%
第三名	120	19,212,512.13	63,148,950.38	30.42%
第四名	120	25,974,765.39	62,631,652.23	41.47%
第五名	90	25,907,978.40	61,777,195.07	41.94%
合计		133,569,066.39	352,256,853.96	37.92%

从上表可以看出，公司 2024 年末主要应收账款期末余额全部为当期销售收入形成，与当期客户订单执行情况、账期情况基本匹配。第二名客户和第五名客户期末应收账款余额占当期销售收入的比例略高于账期，主要系四季度销售收入较高影响。

公司给予客户的信用政策及信用期基于双方合作历史、合作情况、资信状况、采购规模等因素商业谈判决定，报告期内公司主要客户信用期一般为 90-120 天，公司下游客户回款情况较好，应收账款逾期的情况较少。2024 年度公司主要客户近两年信用政策变动情况如下：

客户名称	2024信用政策	2023年信用政策
第一名	Net 120 days	Net 110 days
第二名	Net 60 days、Net 90 days	Net 60 days
第三名	Net 120 days	Net 120 days
第四名	Net 120 days	Net 120 days
第五名	90天	90天

如上表所示，公司主要客户信用政策变动较小，公司不存在通过延长信用期扩大销售的情况。第一名客户由 2023 年的 110 调到到 120 天，主要系该客户本年销售业务

增加，客户向公司协商延长账期，公司考虑到与公司合作以来付款情况较好，且调整后的账期在中国信用保险有限公司核定账期区间，为了保持稳定的合作，同意增加 10 天信用期。第二名客户从 2024 年 11 月起账期调整到 90 天，主要系该客户 2024 年度订单增加，客户备库资金压力较大，与公司协商调整账期，同中国信用保险有限公司为公司核定的账期为 90 天，保持客户合作的稳定，同意将账期调整为 90 天。公司通过中国出口信用保险公司为主要出口客户的应收账款购买了出口信用保险，应收账款的回收较有保障。

二、列示重要应收账款期后回款情况，说明相关款项是否存在回款风险，以及公司对应收账款的回款风险采取的措施及执行情况。

公司报告期后应收账款回款较好，截止 2025 年 6 月 20 日，公司主要客户应收账款已基本收回，回款比例达 96.71%，回款情况较好，主要客户回款情况如下：

单位：人民币元

客户名称	2024年12月31日余额	期后回款	回款比例
第一名	33,234,373.65	33,234,373.65	100.00%
第二名	29,239,436.82	25,634,678.00	87.67%
第三名	25,974,765.39	25,974,765.39	100.00%
第四名	25,907,978.40	25,907,978.40	100.00%
第五名	19,212,512.13	19,212,512.13	100.00%
合计	133,569,066.39	129,964,307.57	97.30%

如上表所示，截至 2025 年 6 月 20 日公司 2024 年末前五大应收账款客户回款比例为 97.30%，回款情况较好。第二名客户回款进度较慢，主要系客户 2024 年度采购额较大，公司资金压力较大，与公司协商延迟付款导致进度相对较慢，目前已逐渐恢复正常，陆续回款中，该客户经营状况较好。

公司通过中国出口信用保险公司为主要出口客户的应收账款购买了出口信用保险，应收账款的回收比较有保障。公司销售部门定期对应收账款进行催收，关注客户经营情况，若因客户经营状况出现问题导致回款困难的情况，会及时向中信保公司申请理赔，款项回收不存在重大风险。

三、结合公司的坏账政策，同行业可比公司情况，说明公司的坏账政策是否合理，应收账款坏账准备计提是否充分。

报告期内，公司应收账款的坏账政策具体如下：

逾期账龄组合	对于划分为组合的应收账款，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，编制应收账款逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。 应收账款逾期账龄计算方法：公司应自销售款项约定的客户付款日开始计算应收账款逾期账龄，每满12个月为1年，不足1年仍按1年计算。
按单项计提坏账准备的应收账款	全额计提坏账准备。

公司应收账款坏账准备具体计提情况如下：

单位：人民币元

逾期账龄	期末余额			期初余额		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
未逾期	232,174,540.40	11,608,726.97	5.00	174,825,299.38	8,717,061.80	4.99
逾期1个月以内	25,732,636.51	1,543,958.20	6.00	8,547,943.74	512,876.62	6.00
逾期1-2个月	5,208,877.47	364,621.43	7.00	3,423,910.40	239,673.73	7.00
逾期2个月以上	2,745,188.94	2,745,188.94	100.00	8,411,273.69	8,411,273.69	100.00
合计	265,861,243.32	16,262,495.54	6.12	195,208,427.21	17,880,885.84	9.16

如上表示，公司按照应收账款逾期情况计提坏账准备，对期末应收账款余额逾期两个月以上的应收账款全额计提坏账准备。

同行业可比公司 2024 年末应收账款坏账准备计提情况如下：

公司名称	1年以内(%)	1-2年(%)	2-3年(%)	3-4年(%)	4-5年(%)	5年以上(%)
三雄极光	1.78	11.44	23.51	41.62	58.14	100.00
立达信	5.00	10.00	30.00	100.00	100.00	100.00
佛山照明	3.00	10.00	30.00	50.00	80.00	100.00
得邦照明	5.00	10.00	15.00	100.00	100.00	100.00
阳光照明	5.00	25.00	60.00	80.00	100.00	100.00
民爆光电	5.00	10.00	20.00	50.00	80.00	100.00

公司名称	1年以内（%）	1-2年（%）	2-3年（%）	3-4年（%）	4-5年（%）	5年以上（%）
联域光电	5.00	10.00	30.00	50.00	80.00	100.00

公司对于逾期 2 个月以上的应收账款已全额计提坏账，坏账计提比例情况与同行业可比公司相比更为严谨，目前所制定的坏账准备计提政策能够合理反映应收账款坏账风险。

2024 年末公司按组合计提坏账准备的应收账款如下：

单位：人民币元

名称	期末余额		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
逾期账龄组合	265,861,243.32	16,262,495.54	6.12
合计	265,861,243.32	16,262,495.54	6.12

如上表所示，公司应收账款主要集中在一年以内，应收账款坏账计提比例为 6.12%，高于同行业可比公司应收账款龄一年以内的坏账计提比例最高 5%，公司应收账款坏账准备计提充分。

公司营业收入与经营性活动现金流入的关系：

单位：人民币元

项目	2024年度	2023年度
销售商品、提供劳务收到的现金	691,196,977.62	598,489,624.89
营业收入	717,961,065.95	565,992,468.63
销售商品、提供劳务收到的现金/营业收入	96.27%	105.74%

报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金占营业收入的比例为 96.27%和 105.74%，占比较高，公司销售收入回款情况较好。2024 年度略有下滑，主要系 2024 年度营业收入同比增加 26.85%，公司下半度销售收入占比略高，部分客户应收账款尚未到信用期，款项未支付影响。

综上，公司应收账款坏账准备计提政策与对行业可比公司相比更为谨慎，报告期内公司应收账款回款情况较好，坏账准备计提充分。

问题5、关于货币类资产

公司货币资金期末余额为 1.87 亿元，占总资产的 23.24%；交易性金融资产期末余额为 132.39 万元。

请你公司：

（1）列表说明公司货币资金存放地点、存放类型、利率水平，并说明是否存在受限情况。

（2）结合报告期内购买各类理财内容、金额、期末存储状况，说明货币类资产规模与利息收入等投资收益的匹配性。

（3）结合公司在手资金、经营状况和投资计划，说明期末持有货币类资产金额较大的原因及合理性。

请年审会计师说明对货币资金所执行的审计程序，包括监盘、函证、分析性程序等，并说明审计证据是否充分。

公司回复：

一、列表说明公司货币资金存放地点、存放类型、利率水平，并说明是否存在受限情况。

2024 年度公司货币资金中现金主要存放在各子公司财务保险柜中，银行存款主要以定期存期、七天通知存款、活期存款等形式存放于银行机构，存放在各银行的活期存款年化利率在 0%-0.65%之间。公司销售收入主要来源于境外，以美元结算，美元活期存款利率略高，公司货币资金主要以美元定期或活期形式存放于各银行，2024 年 12 月 31 日公司货币资金存放情况如下：

单位：人民币元

货币资金项目	期末余额	持有公司	存放地点	存放类型	利率水平
库存现金	7,507.30	江苏恒太照明股份有限公司	江苏恒太照明股份有限公司现金储藏柜中（由出纳保管）	人民币	不适用
银行存款	1,026,384.47	江苏恒太	中国建设银行股份有限公司南通星湖支行	人民币活期存款	利率 0.1%
银行存款	3,358,010.09	江苏恒太	中国建设银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	美元活期存款	利率 0.05%
银行存款	197,330.90	江苏恒太	江苏银行股份有限公司南通港闸支行	人民币活期存款	利率 0.1%
银行存款	18,188,813.34	江苏恒太	江苏银行股份有限公司南通港闸支行	美元活期存款	协定利率 4.30%

货币资金项目	期末余额	持有公司	存放地点	存放类型	利率水平
银 行 存 款	80.81	江苏恒太	江苏银行股份有限公司南通港闸支行	人民币活期存款	利率 0.1%
银 行 存 款	70,213.72	江苏恒太	江苏银行股份有限公司南通港闸支行	人民币活期存款	利率 0.1%
银 行 存 款	72,484.96	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币活期存款	协定利率 0.65%
银 行 存 款	25,323,167.14	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	美元活期存款	协定利率 4.30%
银 行 存 款	4.96	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	美元活期存款	利率0.05%
银 行 存 款	3,539,690.51	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币活期存款	协 定 利 率 0.65%
银 行 存 款	426.20	江苏恒太	招商银行股份有限公司南通开发区支行	人民币活期存款	利率0.1%
银 行 存 款	79.86	江苏恒太	招商银行股份有限公司南通开发区支行	美元活期存款	利率0.05%
银 行 存 款	1,704,809.10	江苏恒太	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	人民币活期存款	利率0.1%
银 行 存 款	0.93	江苏恒太	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	美元活期存款	利率0.05%
银 行 存 款	2,316,425.02	江苏恒太	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	人民币活期存款	利率0.1%
银 行 存 款	1,746.62	江苏恒太	中信银行股份有限公司南通经济技术开发区	人民币活期存款	利率0.1%
银 行 存 款	21.13	江苏恒太	中信银行股份有限公司南通经济技术开发区	人民币活期存款	利率0.05%
其 他 货 币 资 金	28,753,600.00	江苏恒太	招商银行股份有限公司南通开发区支行	美金定期	利 率 4.26932%
其 他 货 币 资 金	14,376,800.00	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	美金定期	利率4.35%
其 他 货 币 资 金	28,753,600.00	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	美金定期	利率4.27%
其 他 货 币 资 金	2,010,988.67	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币定期	利率1.85%
其 他 货 币 资 金	3,918,254.10	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币定期	利率1.85%
其 他 货 币 资 金	2,461,406.87	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币定期	利率1.75%
其 他 货 币 资 金	2,200,734.80	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币定期	利率1.75%
其 他 货 币 资 金	1,324,792.18	江苏恒太	兴业银行股份有限公司南通分行	人民币定期	利率1.55%
其 他 非 流 动 资 产	10,000,000.00	江苏恒太	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	大额存单	利率3.1%
其 他 货 币 资 金	3,500,000.00	江苏恒太	江苏银行股份有限公司南通港闸支行	通知存款	利率1.55%

货币资金项目	期末余额	持有公司	存放地点	存放类型	利率水平
其他货币资金	5,000,000.00	江苏恒太	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	通知存款	利率0.45%
银行存款	17,275,306.16	香港恒太	香港上海汇丰银行有限公司	美元活期	利率0.375%
银行存款	14,821.70	香港恒太	香港上海汇丰银行有限公司	港币活期	利率0.25%
银行存款	323,095.30	香港恒太	香港上海汇丰银行有限公司	港币活期	利率0.25%
银行存款	17,187.36	安明投资	建设银行股份有限公司	人民币活期存款	利率0.1%
库存现金	739.04	越南恒太	越南恒太子公司财务部	越南盾	不适用
银行存款	440,209.49	越南恒太	越南银行	越南盾活期存款	利率0.5%
银行存款	1,232.88	越南恒太	交通银行越南胡志明市分行	越南盾活期存款	利率0.2%
银行存款	1.96	越南恒太	交通银行越南胡志明市分行	越南盾活期存款	利率0.2%
银行存款	4.63	越南恒太	越南银行	越南盾活期存款	利率0.5%
银行存款	14,439,855.02	越南恒太	越南银行	美元活期存款	利率0%
库存现金	2,946.02	马来恒太	马来西亚恒太财务服务机构	林吉特币	不适用
银行存款	5,751,400.02	马来恒太	中国银行马来西亚分行	美元活期存款	零利率
银行存款	2,596.59	马来恒太	中国银行马来西亚分行	美元活期存款	零利率
银行存款	1,061,114.82	马来恒太	中国银行马来西亚分行	林吉特币活期存款	零利率
银行存款	7,461.77	马来恒太	中国银行马来西亚分行	林吉特币活期存款	零利率
合计	197,445,346.44				

公司货币资金受限情况如下：

单位：人民币元

货币资金项目	期末余额	存放地点	权利限制情况
银行存款	1,704,809.10	交通银行股份有限公司南通经济技术开发区支行	诉讼冻结
其他货币资金	2,010,988.67	兴业银行股份有限公司南通分行	票据保证金
其他货币资金	3,918,254.10	兴业银行股份有限公司南通分行	票据保证金
其他货币资金	2,461,406.87	兴业银行股份有限公司南通分行	票据保证金
其他货币资金	2,200,734.80	兴业银行股份有限公司南通分行	票据保证金

货币资金项目	期末余额	存放地点	权利限制情况
其他货币资金	1,324,792.18	兴业银行股份有限公司南通分行	票据保证金
合计	13,620,985.72		

二、结合报告期内购买各类理财内容、金额、期末存储状况，说明货币类资产规模与利息收入等投资收益的匹配性。

1、2024 年度公司购买各类理财情况

2024 年度公司投资收益金额 1,512,364.93 元，其中银行各类型理财及结构性存款投资收益 857,214.93 元，银行远期合约收益 655,150.00 元。

2024 年度公司对外投资主要系结构性存款及银行理财产品，具体情况如下：

单位：人民币元

项目	本金变动情况				本期投资收益
	期初	本期投资	本期收回	期末	
理财产品	4,141,556.75	10,100,000.00	13,001,556.75	1,240,000.00	250,002.50
结构性存款	60,000,000.00	108,000,000.00	168,000,000.00		607,212.43
小计	64,141,556.75	118,100,000.00	181,001,556.75	1,240,000.00	857,214.93

如上表所示，公司银行理财产品收回投资收益率为 1.92%，银行结构性存款收回投资收益公司投资收益率 0.36%，投资收益与银行各类型理财产品规模相匹配。

2、银行存款利息收入情况

公司银行存款及其他货币资金月平均余额情况如下：

单位：人民币元

2024年度	平均余额
1月平均余额	189,023,342.25
2月平均余额	165,264,020.54
3月平均余额	161,518,620.85
4月平均余额	170,306,361.54
5月平均余额	183,268,701.12

2024年度	平均余额
6月平均余额	171,501,611.72
7月平均余额	128,789,747.66
8月平均余额	107,906,633.76
9月平均余额	102,835,773.09
10月平均余额	110,170,160.45
11月平均余额	135,037,330.04
12月平均余额	163,780,194.42
全年平均余额	149,116,874.79

公司 2024 年度利息收入合计 3,864,955.62 万元，公司 2024 年度银行存款及其他货币资金平均余额 149,116,874.79 元，当期利息收入平均利率为 2.59%。2024 年度，公司货币资金利率主要包括活期利率、通知存款利率、定期利率以及大额存单利率，公司主要账户利率在 0.05%至 4.35%之间，当期利息收入平均利率处于合理区间，利息收入与货币资金规模匹配。

三、结合公司在手资金、经营状况和投资计划，说明期末持有货币类资产金额较大的原因及合理性。

公司 2024 年末公司持有不受限的货币资金余额 175,529,169.82 元，较 2023 年末增加 3.56%，变动较小，主要系票据保证金额减少。公司流动负债余额为 213,877,697.70 元，大于公司货币资金期末余额。

2024 年度公司营业收入 717,961,065.95 元，同比增加 26.85%。公司采用以销定产的生产模式，随着销售收入的增加，公司原材料采购和支付的工人工资同比增加，2024 年度公司经营活动产生的现金流量净额-19,130,333.68 元，同比减少 111,852,009.81 元，主要系公司主要客户应收账款账期通常为 120 天，公司主要原材料钢材的采购采用款到发货，其他主要供应商账期通常为 60-90 天，为了保证公司的流动性，公司需要根据业务规模发展情况持有一定数量的货币资金。

越南子公司于 2023 年度成立，投资规模约为 2000 万美元，2025 年度公司将重点加大越南制造工序投资，构建越南恒太本土化服务能力等措施，通过提供更具创新性、

更高性价比的产品来进一步开拓市场，满足客户的需要，尽力给广大股东创造更加优秀的业绩回报。2025 年 3 月 9 日，越南子公司二期厂房开工建设，二期厂房规划了组装和仓库两大功能区。组装区域将引进先进的生产设备和技术，以满足日益增长的订单需求，并进一步提升产品的组装质量和效率。而仓库区域则将为公司的原材料和成品的存储提供更为广阔的空间，优化库存管理，缩短供应链响应时间。公司也将积极与当地政府和合作伙伴沟通协调，争取在政策支持和资源配置上获得更多的便利和优惠。越南工厂二期厂房的建设是公司全球化战略的重要一环。未来，公司将继续推动产业链的上下游整合，提升公司在全球市场的竞争力。同时，公司也将继续秉承“质量第一、客户至上”的经营理念，为客户提供更优质的产品和服务。

公司销售收入主要来源于境外，主要采用美元结算，美元定期存款利率高于人民币存款利率，相对于银行理财产品来说，收益比较稳定，2024 年度公司主要将银行存款用于各类定期存款和七天通知存款类，保证稳定的收益。

综上，公司为了满足日常经常需要、投资需要和保持稳定的收益，期末持有大额货币类资产具有合理性。

问题6、关于资产处置收益

公司本期资产处置损失为 105.9 万元，同比下降 1271.89%。公司称系马来西亚工厂处置固定资产较多所致。

请你公司：

结合马来西亚工厂的经营、业绩情况，说明本期处置相关固定资产的原因、具体类别、金额，以及公司对马来西亚工厂未来的经营规划和安排。

公司回复：

一、结合马来西亚工厂的经营、业绩情况，说明本期处置相关固定资产的原因、具体类别、金额，以及公司对马来西亚工厂未来的经营规划和安排。

1、马来西亚工厂报告期内的经营、业绩情况（合并抵销前）

单位：人民币元

子公司	营业收入	净利润
-----	------	-----

	2024年度	2023年度	变动比例	2024年度	2023年度	变动比例
Evertie Lighting (M) Sdn. Bhd.	4,432,040.71	184,344,843.93	-97.60%	-926,369.40	8,261,911.37	-111.21%

公司全资子公司恒太照明（马来西亚）有限公司 2024 年营业收入及净利润出现较大降幅，主营业务收入从 2023 年的 18,434.48 万元下降至 443.20 万元；净利润从 2023 年的 826.19 万元下降至-92.63 万元，主要系公司子公司越南恒太正式运营后，公司主要海外制造基地从马来西亚工厂转移至越南工厂，马来西亚恒太逐步缩小相关业务并停止相关经营业务所致。

2、资产处置收益构成情况

2024 年度资产处置收益构成情况如下：（1）母公司设备更新升级，处置闲置固定资产形成资产处置收益-805,751.46 元；（2）马来西亚子公司业务停止，处置固定资产及使用权资产形成资产处置收益-275,244.54 元；（3）母公司因募投项目变更退还土地使用权形成资产处置收益 21,952.56 元。

2023 年度资产处置收益构成情况如下：（1）处置闲置固定资产形成资产处置收益 -68,357.92 元；（2）马来西亚子公司业务规模缩水，原来租赁房屋退租，使用权处置收益 158,728.76 元。

本期资产处置收益减少主要受母公司设备更新改造，处置闲置固定资产以及马来西亚子公司处置固定资产影响。

3、马来西亚子公司资产处置收益

随着公司海外制造基地转移到越南工厂后，马来西亚恒太业务规模逐步缩小并与 2024 年度下半年起停止相关经营业务，公司将账上的固定资产进行处置，具体情况如下：

单位：人民币元

类别	2024年度	2023年度
专用设备	-734,774.50	
运输设备	271,047.92	
通用设备	-98,326.86	
使用权资产	286,808.90	158,728.76

合计	-275,244.54	158,728.76
----	-------------	------------

如上表所示，公司本期固定资产处置收益-563,810.35 元，同比变动较大。

4、 公司对马来西亚工厂未来的经营规划和安排

越南子公司设立并投产后，公司海外生产制造基地转移到越南，随着公司海外制造基地转移到越南工厂，公司现有产能已能满足公司目前业务需要，交付效率提升，公司已将马来西亚恒太租赁房屋退租，并处置完所有固定资产，马来西亚公司目前正在根据当地要求正在准备进入税务清算流程，公司未来计划关停马来西亚子公司。

江苏恒太照明股份有限公司

二〇二五年六月二十五日