关于成都德芯数字科技股份有限公司

公开发行股票并在北交所上市

申请文件的审核问询函的回复

信会师函字[2026]第 ZG020 号

关于成都德芯数字科技股份有限公司
公开发行股票并在北交所上市申请文件的
审核问询函的回复

信会师函字[2026]第 ZG020 号

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 7 月 26 日出具的《关于成都德芯数字科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”）已收悉。立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）对《审核问询函》所列问题进行了逐项落实，现回复如下（以下简称“本回复”、“本问询回复”），请予审核。

除另有说明外，本回复中的简称或名词的释义与《成都德芯数字科技股份有限公司招股说明书（申报稿）》（以下简称“招股说明书”）中的含义相同。

审核问询函所列问题	**黑体（加粗）**
对审核问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	**楷体（加粗）**

本问询回复中若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入造成。

目 录

问题 2.业绩增长稳定性.....3

问题 4.集成商销售真实性.....58

问题 5.系统集成服务收入确认准确性.....166

问题 6.销售采购相关内控瑕疵整改情况.....210

问题 7.长账龄应收账款可回收性.....235

问题 8.采购公允性及成本核算准确性.....249

问题 9.其他财务问题.....325

问题 2.业绩增长稳定性

根据申请文件，（1）报告期内公司分别实现营业收入 26,313.00 万元、33,462.92 万元和 41,102.30 万元，各期扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为 8,082.26 万元、9,970.42 万元和 12,555.83 万元，呈增长趋势。（2）2024 年 1-3 月，公司实现营业收入 3,375.08 万元，较上年同期下降 47.81%，归属于母公司所有者的净利润为 1,086.96 万元，较上年同期下降 40.74%，归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润为 1,068.71 万元，较上年同期下降 41.26%。（3）截至 2024 年 5 月 31 日，公司在手订单约 1.49 亿元，相关在手订单将在项目实施完毕并通过客户验收后陆续转化为公司收入。

（1）公司报告期内数字电视业务可持续性。根据申请文件，公司数字电视业务各期收入分别为 10,880.87 万元、12,132.74 万元、22,396.48 万元，其中单一大客户广电总局的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”2022 年、2023 年收入为 3,308.85 万元、14,011.87 万元，该项目已经执行完毕。扣除上述项目影响后，公司报告期内数字电视业务收入整体下滑。请发行人：①说明产业政策、投资需求、竞争格局等对发行人报告期内及期后销售收入及利润的影响，发行人境内外数字电视业务拓客、订单签订及可实现收入情况、主要项目储备情况及项目具体进展、产品更新换代周期，公司是否存在期后数字业务收入或利润大幅下滑风险。②“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续；说明该项目实施及回款情况，是否存在超信用期未收回情形，是否存在坏账迹象，坏账准备计提是否充分。

（2）应急广播产品销售收入下降原因。报告期内，公司应急广播产品销售收入分别为 11,604.38 万元、16,299.32 万元和 13,105.85 万元，销售占比分别为 44.10%、48.71%和 31.89%，2023 年公司应急广播收入相比 2022 年有所下滑。根据广电总局等部门发布的政策文件，2025 年国家应急广播建设阶段性完成。请发行人：说明中央及各地政府出台的具体政策支持文件及相关财政预算情况、应急广播业务的主要策略及进展情况，说明应急广播业务领域是否存在市场空间有限、市场竞争加剧、收入进一步下滑的风险。

请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见。

【回复】

【发行人说明】

2-1 公司报告期内数字电视业务可持续性

一、说明产业政策、投资需求、竞争格局等对发行人报告期内及期后销售收入及利润的影响，发行人境内外数字电视业务拓客、订单签订及可实现收入情况、主要项目储备情况及项目具体进展、产品更新换代周期，公司是否存在期后数字业务收入或利润大幅下滑风险

（一）产业政策、投资需求、竞争格局等对发行人报告期内及期后销售收入及利润的影响

1、产业政策、投资需求、竞争格局等情况

（1）数字电视相关产业政策情况

数字电视具有典型的意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性，党和国家高度重视数字电视领域建设情况，近年出台多项产业政策支持行业发展，相关简要情况如下表所示：

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
1	2026 年 3 月	第十四届全国人民代表大会第四次会议	中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要	提升公共文化服务水平：实施公共文化服务提质增效行动，促进优质文化资源直达基层。加强新型广电网络建设，提升超高清内容制播能力。 建立基本公共服务均等化制度体系：推动更多公共服务向基层下沉、向农村覆盖、向边远地区和生活困难群众倾斜。加强县域基本公共服务供给统筹，完善投入保障长效机制。
2	2026 年 1 月	广电总局	2026 年全国广播电视工作会议	深化超高清发展，实施广电视听服务和体验“双提升”工程。推动超高清发展扩面提质。加快普及一个遥控器“一键看电视”，全面提升电视操作体验。全面清理虚假宣传医药广告。扩大“双治理”成果惠及面，强化公共服务保障。

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
3	2025 年 8 月	广电总局	《进一步丰富电视大屏内容 促进广电视听内容供给的若干举措》	实施“内容焕新计划”，加强内容创新；改进电视剧集数和季播剧播出间隔时长等管理政策；改进电视剧内容审查工作，优化机制、提高效率；**加强超高清节目制作播出宣传推介**；加强纪录片、动画片精品创作；鼓励支持优秀微短剧进入电视播出；推动优秀境外节目引进播出等
4	2024 年 11 月	工业和信息化部、广电总局等十二部委	《**5G** 规模化应用“扬帆”行动升级方案》	加快超高清、沉浸式等高新视听内容智能生产、云上制播、快捷分发、大小屏联动以及车载音视频、应急广播等场景 **5G** 规模应用，支持视频平台加大高清视频和 **4K/8K** 超高清视频内容供给。创新 **5G** 广播服务，强化媒体资源协同，加快推进智慧广电及新型广电网络建设，打造一批 **5G+**广电视听创新应用。推进 **5G NR** 广播技术验证与试点示范，推动产业端到端支持 **5G NR** 广播功能。
5	2024 年 5 月	国家发改委、住建设部、文旅部、广电总局等六部委	《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》	提升超高清频道制播和传输覆盖能力，推动部分有条件的省份和副省级城市开办 **4K** 超高清频道并争取全国覆盖，建设 **4K** 超高清采集拍摄系统、后期制作系统、媒资系统、播出系统、传输分发系统等；加快内容制播传输发射设备升级，加快淘汰超期服役老旧设备设施。
6	2023 年 12 月	国家发改委	《产业结构调整指导目录（**2024** 年本）》	将下列行业列为鼓励类产业：“新一代通信网络基础设施：卫星数字电视广播系统建设、应急广播电视系统建设；促进信息技术深度融合应用：音视频编解码设备，音视频、广播发射设备、数字电视系统设备、数字电视广播电频网设备；核技术应用：同位素、加速器及辐照应用技术开发；乏燃料及核废物处理处置：乏燃料后处理，核设施退役及放射性废物治理；”
7	2023 年 12 月	工业和信息化部、教育部、商务部等七部委	《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》	提升 **4K/8K** 超高清视频制播技术能力，推动前端制播成套系统在广播电视领域应用，发展轻量化、智能化超高清音视频网络直播系统，提升网络直播机、全景摄像机、导播台、编解码器等产品性能，在网络直播和新媒体领域应用推广。

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
8	2023 年 8 月	广电总局、工信部、市场监管总局	《关于进一步加强车载音视频管理的通知》	加大无线广播接收终端普及力度，积极引导推动在国内市场生产、销售的所有国产汽车和进口汽车的车载终端设备配置无线广播接收模块。加快推进无线数字广播覆盖网建设。鼓励各地无线广播发射台站建设数字调幅广播（**DRM**）、调频数字音频广播（**CDR**）等无线数字广播发射系统，构建技术先进、传输快捷、覆盖广泛、安全可靠的无线数字广播覆盖网，提升公共服务节目的传输发射数量和信号质量
9	2022 年 12 月	财政部	《中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金管理办法》	补助资金用于支持收听广播和观看电视服务补助；广播电视节目覆盖，包括纳入中央广播电视节目无线覆盖范围的发射机、附属系统购置及运行维护等。
10	2026 年 3 月	第十四届全国人民代表大会第四次会议	中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要	实施公共文化服务提质增效行动，促进优质文化资源直达基层。加强新型广电网络建设，提升超高清内容制播能力。
11	2026 年 1 月	国务院办公厅	《加快培育服务消费新增长点工作方案》	健全支持政策体系，促进**超高清视频**、微短剧等网络视听服务市场有序竞争、创新发展，强化网络视听生态治理，**丰富优质内容供给。支持超高清关键核心技术攻关和产业化应用、制播能力提升、网络升级改造及终端更新升级，推进超高清端到端全链条贯通**。
12	2022 年 7 月	住房和城乡建设部、国家发展改革委	《“十四五”全国城市基础设施建设规划》	开展智能化城市基础设施建设和更新改造，推进城市应急广播体系建设，构建新型城市基础设施智能化建设标准体系。加快建设智慧广电网络，建设新型媒体融合传播网、应急广播网等，建立 **5G** 广播电视网络，推进应急广播体系建设，推进应急通信保障服务向社区延伸。

数字电视在我国一直是政治工程、民生工程，一直受到党和国家高度重视和支持，相关领域随着技术迭代和进步将不断提高建设标准，预计会持续不断出台相关产业政策支持行业发展，有利于公司保障公司未来持续获取数字电视业务订单。

（2）数字电视相关投资需求情况

数字电视行业基于特殊的行业属性，未来将随着新技术不断普及、技术应用

范围不断拓展、境外市场发展而持续存在较大规模的投资需求，相关情况具体如下：

①高清及超高清、5G 广播电视、数字广播等新技术的普及将带来大量新的市场需求

A.全面高清及超高清化的进程加速，使原来大量仅支持标清格式的产品迎来新一轮技术迭代更新，市场空间较大

高清及超高清是广播电视提质升级的重要方向，对推动广播电视高质量发展具有重要意义。实施高清超高清设备更新提升行动，将全面加快高清电视普及，推动超高清电视端到端全链条发展，有力推动高清超高清技术创新和产品应用，提振电子产品等大宗消费，对扩大内需、促进文化产业和数字经济发展具有重大意义。党和国家也以满足人民群众对美好生活新需求为导向，不断丰富超高清视频、高新视听内容供给，打造更加清晰传神的画面、更加丰富绚烂的色彩、更加真实震撼的声音效果，不断提升服务人民美好视听生活的能力和水平。

当前，视频技术正经历从标清向高清及超高清技术的演进，高清、超高清节目不断增加，给数字电视行业带来较大的增量市场需求。我国高清化率的提升也进入深化发展阶段，超高清建设将大大提速，广播电视节目播出方式的变化将会给行业带来较大变化，使原来大量仅支持标清、高清格式的数字电视产品完成新一轮技术迭代更新，市场空间较大。

2023 年 12 月，工业和信息化部等七部门印发《关于加快推进视听电子产业高质量发展的指导意见》，提出“实施 4K/8K 超高清入户行动，加快推进 4K/8K 超高清技术成熟落地，鼓励 4K/8K 电视机、投影机、激光电视、高品质音响、虚拟现实终端、裸眼 3D 显示终端等产品入户。”

2024 年 5 月，国家发展和改革委员会、住房和城乡建设部、文化和旅游部、国家电影局、国家广播电视总局、国家文物局联合印发《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，明确将“实施高清超高清设备更新提升行动”作为八大重点任务之一，提出两方面具体要求：一是提升超高清频道制播和传输覆盖能力。推动部分有条件的省份和副省级城市开办 4K 超高清频道并争取全国覆盖，建设 4K

超高清采集拍摄系统、后期制作系统、媒资系统、播出系统、传输分发系统等，快速形成超高清频道的规模化服务供给效应，带动内容生产、设备制造、网络传输覆盖和终端呈现等超高清全产业链优化升级贯通，促进相关设备应用推广。鼓励加快高清超高清电视机、电视机顶盒推广普及和智能化更新迭代。二是加快内容制播传输发射设备升级。加快淘汰超期服役老旧设备设施，妥善化解安全播出风险，提高安全播出保障能力。鼓励电视台、广播电视制作播出传输机构、网络视听平台等，加快制播传输发射设备设施更新换代和系统升级改造，提升优质视听内容供给和传输覆盖能力。

综上，视频技术正经历从标清向高清及超高清技术的演进，高清、超高清节目将不断增加，将给高清及超高清相关数字电视设备带来较大的增量市场需求，市场空间较大。

B.5G 广播电视受到国家政策大力支持，仅国家级市场规模便可达到 21 亿元

5G 广播电视是一种基于 5G 移动通信技术的广播方式，广播（Broadcast）是指内容的分发、传输方式。5G 广播电视技术可以将新型交互化视频广播服务和融合信息广播服务以“广播”的方式发送至各类智能终端，是我国拓展广播电视发展方式、构建主流媒体新型传播格局的重要支撑，是最终实现广播电视“人人通、终端通、移动通”的重要技术途径。

5G 广播技术可以将电视直播节目、互联网内容、社交媒体、互动游戏、数字音频、应急广播、物联网及车联网终端软硬件的批量升级等内容通过 5G 广播技术以“广播”的方式发送至各类用户终端。借助于 5G 广播技术，用户能够随时随地观看广播电视节目或推送数据服务，可以不消耗数据通信流量，节约电能损耗，用户亦不再受网络流量的限制，在诸如大阅兵、大型体育赛事、大型演唱会、大型展览会等场景中优势明显，市场应用潜力较大。目前中国、印度、法国、德国、韩国、英国、哥伦比亚等国家均在大力推进和试验 5G 广播电视网络，带来新的增量市场需求。

广电总局发布的《广播电视和网络视听“十四五”发展规划》指出我国将“积极推动国际 5G 广播标准制定，开展技术实验，逐步推广建设全国 5G 广播电视网络和业务平台，推动有线无线、广播通信、大屏小屏协同发展。推进应急广播、

地面数字电视、5G 广播电视等新技术应用成果走向世界。”根据住建部及国家发改委发布的《“十四五”全国城市基础设施建设规划》，其明确提出：“建立 5G 广播电视网络，实现广播电视人人通、终端通、移动通。”

5G 广播目前总体技术进展良好，在技术标准、网络部署、智能终端、应用场景等方面均已取得巨大进步，初步预计在 2025 年开始启动商业化运营，具体情况如下表所示：

项目	具体进展
技术标准	2024 年 6 月 18 日，3GPP Release 18 标准正式冻结，为兼具“广播”基因属性及移动通信技术相融的 5G NR 广播应用打好技术标准基础，特别是基于 3GPP 国际标准组织的影响下，也能为中国广电 5G NR 广播技术推广提供更好的权威支持。而在 ITU 国际无线移动电视标准中，中国广电的 5G NR 广播标准也获得采纳成为国际标准。
网络部署	2025 年 4 月，中国移动和中国广电联合产业率先在海南完成 5G NR 广播示范网规模化验证，标志着 5G NR 广播技术从标准制定、技术验证迈向落地应用部署阶段，为信息传播方式带来新突破。
智能终端	终端产业链方面已逐步打通，主流设备、芯片、终端厂商已全面支持，网络设备厂商像华为、中兴等已完成了商用版本测试，主流型号终端则也支持 5G NR 广播功能。2025 年 11 月 1 日起，3500 元及以上的新入网 5G 手机必选支持 n79 频段，这将为 5G NR 广播提供更好的硬件基础。
应用场景	中国广电联合相关厂家完成了端到端的 5G NR 广播技术实验验证，也在北京、上海、南京等地的电视发射塔上进行了实地 5G NR 广播测试，完成全球首次基于广播电视塔及移动蜂窝基站的融合方案的验证及多轮的测试。2025 年 3 月，博鳌亚洲论坛期间，中国移动和中国广电通过 5G NR 广播基站实现海南东屿岛区域全覆盖，参会嘉宾可实时接收央视和海南广电的高清节目及应急广播，为重大会议保障树立新标杆。

根据广电总局指导发布的《5G 广播电视系统技术与规划》对 5G 广播电视建设投资的估算，如果全国范围商用化普及顺利，仅国家级市场规模便可达到 21 亿元，前端系统的市场需求便达到 73.60 亿元，5G 大塔所含发射机和激励器等传输设备的市场需求达到 80.36 亿元。

C.国家持续推动地面数字电视技术更新升级，长期投资规模仍较大

根据广电总局发布的《国家广播电视总局关于进一步加快推进高清超高清电视发展的意见》“各级广播电视部门要加快落实《全国地面数字电视广播频率规划》，积极稳妥推进地面无线电视高清化。”

短期来看，随着“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”实施基本完成，全国

各省正在逐步推进各省省级节目的地面数字电视覆盖，该等项目预计将在未来数年持续不断呈现投资需求。从中长期看，目前我国地面数字电视大部分仍仅支持标清节目，与部分发达国家存在较大差距。例如法国持续推进超高清电视业务传输部署，其已有超过 3500 万人可以收看超高清数字地面电视节目，占法国总人口的 52%，与我国已经拉开近 2 个代差，我国地面数字电视技术更新升级空间仍非常巨大。未来几年，为让城乡居民享有更高质量的视听体验和更高水平的公共服务，国家将继续稳妥推进地面电视高清化，推动地面数字电视采用更加先进的编码和调制技术，与 IP 协议传输、流媒体网络封装、5G 通信、OTT 等技术融合发展，探索开展地面数字电视节目跨屏、跨终端应用。

由上可知，我国地面数字电视技术仍主要处于标清阶段，将沿着高清、超高清的技术发展路径持续升级，长期投资规模仍较大。

D.调频广播数字化程度及覆盖范围进一步扩大，带来新增市场

根据《广播电视无线电频谱发展规划（2023-2035 年）》，国家将在未来持续优化调频广播频率资源配置，制订全国调频频段数字音频广播频率规划方案，在现有数字音频广播发射台站的基础上，进一步扩大全国调频频段数字广播覆盖。国家将结合各地调频广播覆盖需求，推动中央和地方广播节目增加调频同步广播发射站点数量，构建调频同步广播覆盖网络。上述规划措施，预计将进一步增加调频广播数字化程度和覆盖范围，增加相关领域的投资。

2023 年 8 月，广电总局、工信部、国家市场监督管理局三部委联合印发《关于进一步加强车载音视频管理的通知》，在终端方面要求“推动车企配置数字调幅广播（DRM）、调频数字音频广播（CDR）等数字无线广播接收模块，加大技术研发力度，丰富无线数字广播产品形态，提高产品质量，提升车载广播收视体验”，在覆盖网建设方面要求“加快推进无线数字广播覆盖网建设，鼓励各地无线广播发射台站建设数字调幅广播（DRM）、调频数字音频广播（CDR）等无线数字广播发射系统……逐步推进扩大数字广播覆盖范围，实现模拟广播覆盖网向数字广播覆盖网的转型。”

由上可知，目前国内无线音频特别是车载音频仍然是以模拟音频为主，随着相关政策的颁布，未来调频频段数字广播市场数字化改造市场空间较大。

②数字电视业务属于国家重要的基本公共文化服务内容，未来将跟随技术进步不断产生新的应用范围和市场需求

数字电视属于国家推进基本公共文化服务标准化、均等化的重要建设内容之一。市场不断追求更好的视听体验是行业发展的源动力，行业投资需求将因技术迭代不止持续存在。未来随着 5G、超高清视频等新技术在视听领域的应用不断拓展，推动行业进一步升级和融合发展。**广播电视技术向广阔的专业领域渗透、延伸，将进一步拓宽数字电视产品的应用范围，市场应用范围也将向医疗健康、安防监控、智能交通、工业制造领域等持续拓展，市场需求前景广阔。**

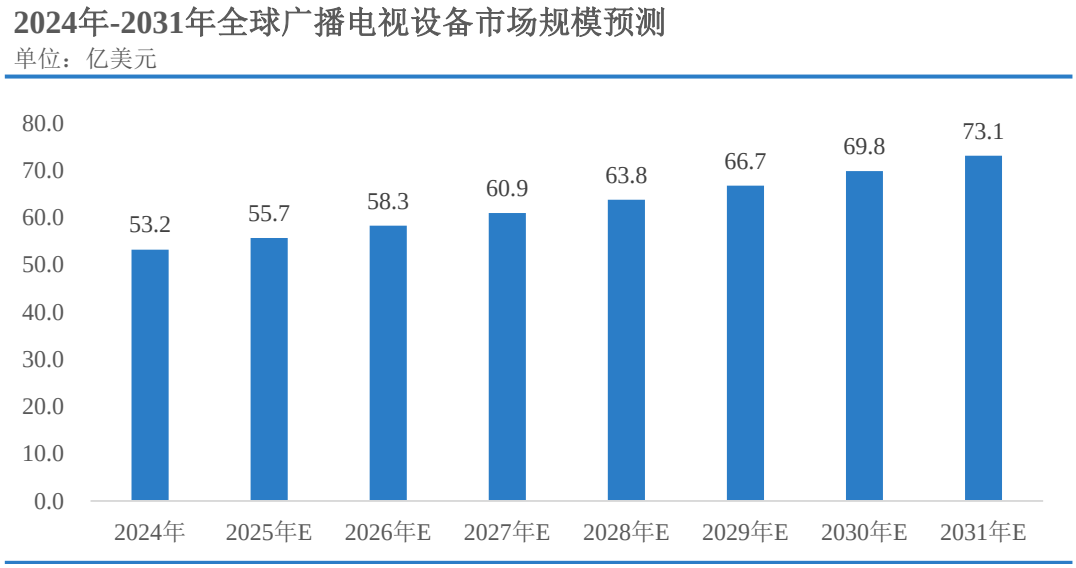
公司 2025 年中标湖南省广播电视局“HNCORS+调频广播”北斗高精度定位公共服务试验网项目，正是这一转型趋势的典型实践。该项目依托“北斗基准站网+调频广播覆盖网”融合架构，破解了传统北斗高精度定位依赖移动通信网络、在山区/隧道/偏远地区覆盖不足的行业痛点，实现“空地一体全覆盖、大容量、高安全、泛在无感”的高精度定位服务，具备全国推广普及的良好前景。

这一案例印证，传统广电频率的应用边界拥有较广阔的拓展空间，其商业价值与公共服务价值持续释放，可深度适配应急管理、智能驾驶、低空经济等重点领域核心需求，如地质灾害位移监测、L2+级智能驾驶辅助、低空飞行器厘米级定位规划等。公司作为相关频谱资源利用核心设备供应商，凭借先发的项目实施经验、成熟的多技术融合能力，将在全国调频广播升级改造、跨领域场景应用落地中构筑核心优势，迎来新的业务发展空间。

③境外广播电视业务发展存在显著的不均衡、不充分情形，市场潜力较大

广播电视的发展历来受到全球各国政府的高度重视和不断投入，经济较发达的国家和地区目前已基本完成数字化转换，发展中国家受经济、政治、体制、技术、文化等各方面因素影响，其产业发展较为薄弱，数字化转换仍未完成，仍需要较大的投入方能完成数字电视的全面普及，南亚市场、非洲市场、东盟市场、拉丁美洲市场均存在较大的市场空间和业务机会。同时，由于海外市场数字电视网络多由市场私营企业投资建设，许多国家和地区受民族众多、语言复杂、生活习惯等影响，其运营商数量规模十分庞大，个性化需求明显，基于市场化竞争的重复性投资也较为普遍，市场规模较大。

根据 Persistence Market Research 数据，得益于全球广播电视模拟信号转数字信号以及高清电视的普及，2024 年全球广播电视设备（主要为视频服务器、编码器、发射机和中继器、调制器等）市场规模为 53.20 亿美元，预计到 2031 年市场规模预计达到 73.10 亿美元。



数据来源：**Persistence Market Research**

综上，数字电视行业由于其特殊的行业属性，未来将随着新技术不断普及、技术应用范围不断拓展、境外市场发展而持续存在较大规模的投资需求，能够保障公司未来数字电视业务收入持续保持稳健增长的态势。

（3）数字电视业务市场竞争格局

①境内市场竞争格局

由于数字电视产品是确保广播电视节目的稳定、顺利播出的重要基础，在上一轮模数转换的技术迭代之后，国内厂商技术水平已达到国际先进水平，国外厂商已基本被挤出国内市场，终端客户如各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台等主要呈现分布范围广、市场需求零散、个性化需求特征较为显著、对产品稳定性要求高等特点，行业企业主要基于自身的技术储备、产品布局、客户资源等以满足其存量设备维修、升级、备份等需求，行业进入壁垒总体较高。

同行业竞争对手目前主要为成立时间较长、具备数字电视技术积累的企业，如数码视讯、凯腾四方及伟乐科技。数码视讯与伟乐科技主要在数字电视前端领

域与公司存在竞争；凯腾四方主要在数字电视无线传输发射领域与公司竞争，可以看出上述公司的数字电视业务与公司不完全可比，相关竞争对手仅能熟练掌握数字或模拟处理信号处理技术中的一种，而公司对数字及模拟信号处理技术均拥有丰富技术积累，因而发展出了更丰富的产品线，使公司能够在数字电视产业政策支持下的投资需求中获取更多订单，并具备更强的抗风险能力。例如在“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”中，前述竞争对手由于不具备发射机产品研发及生产能力或能力较弱，导致无法参与该项目或仅能中标少量份额。

报告期内，数字电视业务相关订单主要来源于各地实施地面传输覆盖补点项目及各省、市、县级广电机构或部门对存量设备更换、技术升级或备机建设等，相关订单来源较为分散。随着 5G、超高清等新技术不断迭代，并产生新的应用范围和市场需求，可能将会出现更多如“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目的全国性重大项目，进而吸引新的竞争者进入，但是相关项目未来可能将主要由中国广电集团相关主体进行统一集中招标和实施，其对中标企业的品牌实力要求较高。

因此，随着数字电视技术的持续迭代和市场竞争格局的变化，市场份额未来将向持续创新能力强、技术储备厚、整体经营规模及履约能力强、品牌影响力大的企业集中，公司凭借出色的历史业绩、较高的经营业绩、较好的技术水平、良好的市场口碑等优势有望在后续的市场竞争中获取更多市场份额。

②境外市场竞争格局

境外各个国家和地区的数字电视技术水平参差不齐、技术标准多种多样，存在较显著的不均衡、不充分的情况。由于数字电视境外终端客户主要为广播电视私营运营商等，存在分布范围广、市场需求零散、个性化需求特征显著等特点，市场份额较为分散，爱立信、哈雷、Team Cast 等境外竞争对手等来自欧美国家的厂商具备多年的行业经验，技术水平高、产品类型多、渠道覆盖广，在大中型运营商市场占有率相对较高，公司则主要聚焦中小型运营商，产品性价比较高，因此行业内企业主要根据自身技术水平聚焦于不同层次的目标市场与客户群体。

③公司拥有行业领先的市场地位

公司在数字电视领域积累了十年以上的研发和生产经验，拥有丰富的产品线、较强自主创新能力，参与了多项行业标准的制定，已获得诸多荣誉称号，并参与了多个具有较强影响力的组织和项目。**根据中国广播电视设备工业协会的证明文件：“在数字电视市场，德芯科技是行业内最早掌握 4K 超高清技术、取得广播电视入网认定许可最多的企业之一，产品在所处细分领域的市场占有率稳居国内企业前 3 名。”**

公司入选“2023 年四川省新经济企业 100 强榜单”，是国家级**重点**专精特新“小巨人”企业、国家级高新技术企业、“四川省建设创新型企业——培育企业”“**四川省**企业技术中心”、成都市知识产权优势单位。公司是中国广播电视设备工业协会理事成员、广电总局无线交互广播电视工作组成员单位、世界超高清视频产业联盟会员单位。2019 年及 2021 年，公司均荣获中国广播电视设备工业协会、国家科学技术奖励办公室颁发的“科技创新企业奖”，公司的“调频频段数字音频广播一体机”及“调频广播同步传输技术”则分别获得“科技创新奖”。凭借较强的技术研发实力和较稳定的产品质量，公司与国家广播电视总局广播电视规划院、国家广播电视总局广播电视科学研究院等行业权威建立了良好合作关系。

在数字电视领域，公司已参与完成国内 1 项行业标准及 3 项团体标准的制定及发布，并正在参与《5G 广播数据广播业务数据封装与传输技术要求》等 7 项 5G 广播电视技术标准的制定，占据行业先发优势。公司数字电视前端产品已覆盖全国主要省、市、自治区并出口全球 150 余个国家和地区；在数字电视无线传输发射设备方面，公司先后直接承接了广电总局“中央广播电视节目无线数字化覆盖工程项目”和“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”等全国性重大或典型系统集成项目并占据较高市场份额。

综上，公司在数字电视领域内拥有领先的市场地位，有利于公司持续获取业务订单。

2、对发行人报告期内及期后销售收入及利润的影响情况

（1）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目具有特殊性，剔除该项目影响后，对公司经营业绩形成短期扰动

2022 年开始实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目是广电领域内筹划多年的大型项目，投资规模较大，属于近年来少见的数字电视领域全国重大项目招标，也是公司历史上中标金额最大的项目，该项目对公司 2022 年、2023 年数字电视业务收入形成的短期扰动较大，以下进行具体分析：

考虑到该项目的特殊性，剔除该项目影响后公司报告期内各年度数字电视业务仍然整体保持稳健态势，剔除该项目后，公司数字电视业务收入模拟测算变化情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数字电视业务收入	**3,903.73**	7,578.41	22,396.48
地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目相关营业收入	-	--	14,011.87
剔除 700 兆赫频率迁移项目影响后相关营业收入	**3,903.73**	7,578.41	8,384.61
其中：境内收入	**2,609.57**	5,935.34	5,178.53
境外收入	**1,294.16**	1,643.07	3,206.08

如上表所示，剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”影响后，公司各年度数字电视业务收入有所下降，主要原因系：

①境内收入方面，**公司营业收入从 2023 年的 5,178.53 万元先是增长至 2024 年的 5,935.34 万元再下降至 2025 年的 2,609.57 万元，整体呈现出较大的波动性**，相关订单主要来源于各地实施地面传输覆盖补点项目及各省、市、县级广电机构或部门对存量设备更换、技术升级或备机建设等，相关订单来源较为分散。**2025 年，公司境内数字电视业务营业收入下滑较多主要受两方面因素影响：首先，2024 年以来地方财政资金紧张致使各地方广电部门、机构减少或减缓了对数字电视系统更新升级、补点建设方面的实际资金投入，部分项目未实际实施或延后，使公司 2025 年数字电视系统集成项目验收确认收入大幅减少约 1,700 万元；另一方面，高清超高清、5G 广播、数字音频广播等技术迭代需求在公司所处细分领域仍处于较早期阶段，使数字电视业务市场出现阶段性下滑。预计后续随着各级财政资金支持恢复及新兴技术普及加速，相关市场需求将逐渐释放，公司境内数字电视业务收入将恢复稳健的发展态势。**

②境外收入方面，近年来全球突发公共卫生事件、国际经济政治局势波动、国际贸易摩擦不断、全球贸易保护主义加剧等因素，造成公司境外销售受到冲击和影响，公司亦将业务发展重心聚焦在国内业务及微波能量应用新业务，相应降低了数字电视境外业务的市场拓展力度及新产品开发力度，致使公司近年数字电视业务境外收入持续下滑，**但下滑速度在 2025 年已经开始显著放缓。**

长期以来，公司数字电视业务相关订单主要来源于各地实施地面传输覆盖补点项目及各省、市、县级广电机构或部门对存量设备更换、技术升级或备机建设等，相关订单来源较为分散，公司数字电视业务收入亦较为稳定。随着“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目实施完毕，未来公司数字电视业务订单将恢复常态，即仍以长期性的分散订单为主要来源，公司境内数字电视业务收入仍保持稳健发展态势。在此基础上，公司凭借在相关重大项目中的突出业绩和良好表现，为后续获取 5G 广播等全国性重大项目较高市场份额奠定了良好基础。

（2）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目对公司报告期内及期后经营业绩造成较大短期扰动，公司整体仍拥有较强持续盈利能力

截至 2023 年末，“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目已经执行完毕，公司已确认全部营业收入。考虑所得税、应收账款坏账准备、税金附加及管理、销售、财务费用等因素影响，模拟测算剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目形成对公司 2022 年至 2025 年及期后营业收入及净利润影响情况，具体如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润
剔除前	**22,423.00**	**6,852.51**	27,047.96	7,870.01
剔除后	**22,423.00**	**6,852.51**	27,047.96	7,870.01
影响额	-	-	-	-

（续表）

项目	2023 年度		2022 年度	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润
剔除前	41,102.30	12,826.06	33,462.92	10,160.41

项目	2023 年度		2022 年度	
剔除后	27,090.43	7,807.38	30,154.07	8,079.21
影响额	14,011.87	5,018.68	3,308.85	2,081.20

注：公司截至 2023 年末已确认全部营业收入，对公司期后营业收入不构成影响。

如上表所示，该项目具有一定特殊性，2022 年及 2023 年为公司实现营业收入金额合计为 17,320.72 万元，约占公司中标前一年全年营业收入的 65.83%；加之该项目对产品质量、交付进度均有严格要求，占用公司生产经营资源，对其他业务拓展亦造成一定影响。剔除该项目影响后，**2022** 年至 **2025** 年公司营业收入分别为 30,154.07 万元、27,090.43 万元、27,047.96 万元**、22,423.00 万元**，净利润分别为 8,079.21 万元、7,807.38 万元、7,870.01 万元**及 6,852.51 万元，公司经营业绩虽呈小幅波动情形但总体稳定**。

随着该项目实施完成，2024 年后不再产生相关收入，且未有同等规模的大型项目验收，导致经营业绩同期对比有所下降，公司 2024 年归属于母公司的净利润同比下降 38.64%，剔除该项目影响，该指标则同比上升 0.80%。

综上，该项目对公司期后业绩影响是短期的，公司整体仍拥有较强的持续盈利能力。

（二）发行人境内外数字电视业务拓客、订单签订及可实现收入情况、主要项目储备情况及项目具体进展、产品更新换代周期

1、公司境内外数字电视业务拓客情况良好，拥有丰富的客户资源储备

报告期内，公司数字电视业务主要通过集成商销售实现收入。公司拥有数量庞大的集成商规模，已累计与千余家集成商建立了业务往来，数量众多的集成商可以帮助更好地拓展业务触达范围、提升客户体验、提高市场占有率、扩大行业影响力，更全面地满足全球数字电视市场需求，为公司持续获取全球范围内业务订单奠定了良好基础。

公司客户拓展重点亦主要为增加集成商覆盖面。公司主要通过技术培训、行业展会、技术交流会议、线上交互等多种渠道与数字电视业务集成商便捷的沟通交流，了解集成商及其终端客户的产品需求及服务评价，提升集成商对公司的认同程度。例如，公司积极参加行业展会，在展会期间举办合作伙伴交流会，提升

公司品牌形象，展示公司新产品、新技术，吸引和保持集成商与公司的合作。公司定期参加的展会包括：中国业内最大的中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN）、亚洲最大的新加坡亚洲通讯展览会（Broadcast Asia）等。

2、公司拥有较丰富的在手订单储备，相关订单可保障公司数字电视业务收入保持稳健发展态势

截至 2025 年 **12 月 31 日**，相关业务在手订单储备合计金额 **1,985.70 万元（含税）**，该等订单正逐步转化为公司营业收入，可保障公司数字电视业务收入保持稳健发展态势。

3、主要项目储备情况及项目具体进展

“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”属于近年少见的全国性重大招标项目，上一个与之类似的高强度投资项目发生在 2015 年，截至本回复出具日，在公司数字电视业务领域内暂无正在实施的全国性重大招标项目。

广电系统及相关部门对数字电视领域的工作具有长周期、广地域、分散化等特点，报告期内，除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目外，公司数字电视业务相关订单还主要来源于各地实施地面传输覆盖补点项目及各省、市、县级广电机构或部门对存量设备更换、技术升级或备机建设，属于前述推进“加强广播电视公共服务体系建设”及“推进全国高清、超高清电视能力建设”重要组成部分，相关订单均不属于全国性重大招标项目，但政府部门每年均会编制相关预算持续推进相关领域投入。

截至 2025 年 **12 月 31 日**，公司数字电视在手订单金额为 **1,985.70 万元（含税）**。随着广电系统改革工作的深入，未来订单还将来源于“加快具有广电特色的 5G 网络发展”及“加快推动全国有线电视网络整合”将衍生形成 5G 广播等新的订单需求，预计未来几年会启动 5G 广播的全国性重大项目招标，对此公司已做好技术、产品、标准方面的储备工作，争取获得较高市场份额。

4、产品更新换代周期加快带来源源不断的技术升级市场需求

数字电视产品主要应用于相关数字电视系统之中，其产品更新换代周期一般由大的行业技术迭代周期决定，从模拟到数字、从标清到高清再到超高清，每一

次技术迭代，都带动数字电视行业终端客户对产品进行技术升级。根据历史经验，相关产品更新换代周期一般为 8-10 年。对终端客户而言，其对产品技术更新周期则同时受其系统使用时间、最新政策要求及资金预算情况影响，因此不同领域、不同地域的终端客户对产品进行更新换代周期亦存在较大差异。

从国内市场看，我国高清化率的提升也进入深化发展阶段，超高清建设将大大提速。从国际市场看，发达国家和地区的超高清视频技术已经进入产业化阶段，对于超高清视频技术的视听技术产品需求正在逐渐显现。全球范围内广播电视节目播出方式的变化将会给行业带来较大变化，导致原来大量仅支持标清、高清格式的数字电视产品整体完成新一轮技术迭代更新，市场空间较大。

根据国家发改委、住建设部、文旅部、广电总局等六部委在 2024 年 5 月发布的《推动文化和旅游领域设备更新实施方案》，其强调“提升超高清频道制播和传输覆盖能力，推动部分有条件的省份和副省级城市开办 4K 超高清频道并争取全国覆盖，建设 4K 超高清采集拍摄系统、后期制作系统、媒资系统、播出系统、传输分发系统等；加快内容制播传输发射设备升级，加快淘汰超期服役老旧设备设施。”**根据广电总局发布的《2024 年全国广播电视行业统计公报》数据，截至 2024 年底，全国开展广播电视和网络视听业务的机构近 6 万家，其中，广播电台、电视台、广播电视台等播出机构 2,518 家，广播电视节目制作经营机构超过 4.9 万家，持证及备案的网络视听机构 3,180 家**。

综上，庞大的存量设备更新需求为行业的稳定发展提供坚实的基础，预计该等政策预计将促使国内数字电视终端客户加快产品技术更新换代周期，对公司持续不断贡献新的市场需求。

（三）公司是否存在期后数字电视业务收入或利润大幅下滑风险

从短期看，受“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目作为全国性重大项目具有特殊性影响，其在 2023 年确认收入并贡献较高利润并形成高业绩基数，对经营业绩造成短期扰动，使得 2024 年数字电视业务收入和利润因项目实施完成而出现大幅下滑的风险。但是，公司数字电视业务收入长期主要来源于分散的软硬件一体设备销售订单，数字电视系统集成项目形成的收入通常占比较低。2018 年至 2024 年数字电视系统集成项目形成的营业收入及相关占比情况：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年	2018 年
数字电视系统集成项目相关营业收入①	**212.45**	1,874.38	15,178.11	1,367.88	1,371.79	-	1,762.05	-
数字电视业务收入②	**3,903.73**	7,578.41	22,396.48	12,132.74	10,880.87	7,796.42	10,978.38	11,527.79
公司主营业务收入③	**22,423.00**	27,021.25	41,101.75	33,462.92	26,313.00	27,094.57	23,999.23	22,947.42
数字电视系统集成项目占数字电视业务收入比例①/②	**5.44%**	24.73%	67.77%	11.27%	12.61%	-	16.05%	-
数字电视系统集成项目占公司主营业务收入比例①/③	**0.95%**	6.94%	36.93%	4.09%	5.21%	-	7.34%	-

由上可知，该等数字电视系统集成项目形成的营业收入长期占公司数字电视业务收入比例在15%左右，占公司主营业务收入比例亦主要在5%左右，2018年、2020年及2025年**仅少量**数字电视系统集成项目，主要原因系数字电视系统集成项目受各地财政预算投入、项目建设安排等因素影响存在一定波动，但长期需求始终存在。受“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目中标金额较大影响，使2023年数字电视系统集成项目收入较上年数据增长超过10倍，营收占比亦快速提升，进而导致公司2024年业绩出现大幅下降的风险，但该等下降属于短期波动，不代表公司数字电视业务收入进入持续下降趋势。考虑前述特殊性，合理考虑剔除其贡献的收入或利润，2024年公司数字电视业务收入则较2023年总体保持稳定。

2025 年，公司数字电视境内营业收入下滑较多主要受两方面因素影响：首先，2024 年以来地方财政资金紧张致使各地方广电部门、机构减少或减缓了对数字电视系统更新升级、补点建设方面的实际资金投入，部分项目未实际实施或延后，使公司2025年数字电视系统集成项目验收确认收入**大幅减少**；另一方面，高清超高清、5G 广播等技术迭代需求在公司所处细分领域仍处于较早期阶段，使数字电视业务市场出现阶段性下滑。预计后续随着各级财政资金支持恢复及新兴技术普及加速，相关市场需求将逐渐释放，公司境内数字电视业务收入将恢复

稳健的发展态势。

公司期后数字电视业务营业收入预计将出现**回升**，主要原因系 2025 年 **7 月起，**数字电视业务订单情况已**有所**转好，**使 2025 年末在手订单同比 2024 年末大幅增加，截至 2025 年末在手订单金额已达到 1,985.70 万元（含税），已达到 2025 年全年营业收入的约一半，为 2026 年公司数字电视业务业绩恢复增长，奠定了良好的基础，预计 2026 年数字电视业务收入同比将恢复增长态势。**

从中长期看，国家近年来密集出台多项产业政策，对数字电视领域的发展形成重要保障，数字电视领域由此形成了多方面投资需求支撑，主要包括：高清、超高清、5G 广播电视、数字广播等新技术的普及将带来大量新的市场需求、数字电视业务作为国家重要的基本公共文化服务内容将跟随技术进步不断产生新的应用范围和市场需求、境外广播电视业务发展因此显著的不均衡、不充分情形，形成较大的市场潜力，该等需求均是长期性、持续性的，同时公司在数字电视领域亦形成行业领先市场地位，上述因素均有利于保障公司获取数字电视订单的持续性。

综上，公司期后数字电视业务收入或利润预计将出现**回升**，从中长期看整体具有可持续性。

二、“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续；说明该项目实施及回款情况，是否存在超信用期未收回情形，是否存在坏账迹象，坏账准备计提是否充分

（一）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续

1、“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况

“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方为国家广播电视总局、中国广播电视网络集团有限公司及中广电广播电影电视设计研究院有限公司，其中国家广播电视总局是项目的整体领导者和协调者，中国广播电视网络集团有限公司为项目业主方及资金提供方，中广电广播电影电视设计研究院有限公司为项目招标方。上述单位或企业的基本情况如下：

（1）国家广播电视总局

项目	基本情况
名称	国家广播电视总局
设立时间	1949 年 6 月（2018 年 3 月，党的十九届三中全会审议通过其作为国务院直属机构的机构改革方案，名称从“国家新闻出版广电总局”变更为“国家广播电视总局”）
主要职责	（一）贯彻党的宣传方针政策，拟订广播电视、网络视听节目服务管理的政策措施，加强广播电视阵地管理，把握正确的舆论导向和创作导向。 （二）负责起草广播电视、网络视听节目服务管理的法律法规草案，制定部门规章、行业标准并组织实施和监督检查，指导、推进广播电视领域的体制机制改革。 （三）负责制定广播电视领域事业发展政策和规划，组织实施公共服务重大公益工程和公益活动，指导、监督广播电视重点基础设施建设，扶助老少边贫地区广播电视建设和发展。 （四）指导、协调、推动广播电视领域产业发展，制定发展规划、产业政策并组织实施。 （五）负责对各类广播电视机构进行业务指导和行业监管，会同有关部门对网络视听节目服务机构进行管理。实施依法设定的行政许可，组织查处重大违法违规行为。 （六）指导电视剧行业发展和电视剧创作生产。监督管理、审查广播电视节目、网络视听节目的内容和质量。指导、监管广播电视广告播放。 （七）指导、协调广播电视全国性重大宣传活动，指导实施广播电视节目评价工作。 （八）负责推进广播电视与新媒体新技术新业态融合发展，推进广电网与电信网、互联网三网融合。 （九）组织制定广播电视科技发展规划、政策和行业技术标准并组织实施和监督检查。负责对广播电视节目传输覆盖、监测和安全播出进行监管，指导、推进国家应急广播体系建设。指导、协调广播电视系统安全和保卫工作。 （十）开展广播电视国际交流与合作，协调推动广播电视领域走出去工作，负责广播电视节目的进口、收录和管理。 （十一）指导广播电视、网络视听行业人才队伍建设。 （十二）完成党中央、国务院交办的其他任务。

（2）中国广播电视网络集团有限公司

项目	基本情况
名称	中国广播电视网络集团有限公司
设立时间	2014 年 4 月 17 日
注册地址	北京市西城区灵境胡同 42 号
法定代表人	宋起柱
注册资本	598,040 万元

项目	基本情况
股权结构	中华人民共和国国务院持股 100%（由广电总局负责组建和代管，由财政部代表国务院履行出资人职责）
经营范围	许可项目：广播电视节目传送；广播电视节目制作经营；广播电视视频点播业务；信息网络传播视听节目；基础电信业务；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；广播电视传输设备制造；互联网信息服务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：通讯设备销售；5G 通信技术服务；移动通信设备销售；移动终端设备销售；计算机软硬件及辅助设备零售；广播电视设备制造（不含广播电视传输设备）；广播影视设备销售；广播电视传输设备销售；广告制作；广告发布；广告设计、代理；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；会议及展览服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立背景	根据党的十七届六中全会“整合有线电视网络，组建国家级广播电视网络公司”精神，经国务院批复，由中央财政出资，于 2014 年 5 月 28 日正式挂牌成立的中央文化企业
主要职责	推进实施全国有线电视网络整合和广电 5G 建设一体化发展战略： 1、2020 年 10 月成立中国广电网络股份有限公司，基本完成全国一网整合； 2、2022 年 9 月广电 5G 网络在全国 31 个省区市启动网络服务，基本形成“有线+5G”融合传播格局； 3、2023 年 6 月开通上线“全国固定语音业务网”“全国互联网骨干网（CBNET）”“全国内容集成播控平台”等三大全国性基础业务网，基本形成广电网络行业“1+4”运营管理格局。

（3）中广电广播电影电视设计研究院有限公司

项目	基本情况
名称	中广电广播电影电视设计研究院有限公司
设立时间	1988 年 10 月 4 日
注册地址	北京市西城区南礼士路 13 号
法定代表人	李戈
注册资本	17,953.58 万元
股权结构	中国广播电视网络集团有限公司持股 100%

项目	基本情况
经营范围	承包与其实力、规模、业绩相适应的国外工程项目，对外派遣实施上述境外工程所需的劳务人员。建筑工程项目的设计、咨询、勘察、监理、承包、服务；进出口业务；承担国内环境影响评价；广播电影电视通信专用设备和建设工程设备、材料的研制、开发、组织生产、服务、销售、维修、检测（国家有专项专营规定的除外）；会议服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
成立背景	以科研创新引领，设计咨询为龙头，提供前期咨询、规划、环境与节能评价、设计、项目管理、工程监理、工程承包、工程检测评定等工程建设全过程集成式服务
主要职责	广播影视行业、国家文化产业基础设施建设和广电总局科研、标准工作制定
经营情况及业务开展情况	参与重点项目主要包括国新办新闻发布厅音视频系统集成及运维保障服务；总局直属所有中、短波发射台、卫星地球站和地方大部分发射台站设计；全国各级有线电视网络设计；以中央电视塔为代表的全国大部分广播电视发射塔设计。 围绕“智慧广电发展战略”，积极推进 700 兆赫频率迁移工程的实施，开展广电 5G 核心网、承载网、IMS、业务系统、网络安全系统设计咨询，全力支撑智慧广电和广电 5G 建设。 参与发射台站、监测台、全国地面无线数字化覆盖等广播电视覆盖工程建设；完成全国多个省、市广播电视监测监管平台建设和升级改造；全国十多个省级融媒体技术平台和几十个市、县级融媒体中心的设计、工程总承包任务；完成国家级和多个省级应急广播系统设计咨询；开展智慧广电固边工程等。

2、订单获取方式、合作背景

（1）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”的基本情况

“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”是指自 2022 年开始实施的频率迁移工程，其主要内容系将用于地面发射系统及移动电视发射系统的 702-798MHz 频段（700 兆赫频率）进行清理，具体工作系将全国 32 个省、自治区、直辖市的约 7,000 座发射台站中的发射机、多工器等设备进行更新或改造，使其工作频率不再支持 700 兆赫频率，从而符合新的全国地面数字电视广播频率规划的相关要求。

（2）无线电频率资源具有有限性，700 兆赫频率被规划用于移动通信网络

任何一种通信方式的实现，本质都需要依靠介质传递信息。在有线通信中，

信号可以通过线缆进行传输，在无线通信中，则依靠电磁波作为介质。无线电频率是一种宝贵的通信资源，是无线通信技术不可或缺的基础媒介，构成了信息传输的桥梁。由于无线电频率资源的有限性，合理分配和管理这些频率对于确保不同通信技术的有效运行至关重要。从军事通信到电视广播通信，从 5G 移动通信到 Wi-Fi，从航空通信到卫星通信，每一种通信国家都有相应的频率范围，否则会发生信号的相互干扰，具体可参见《中华人民共和国无线电频率划分规定》（2023 年 7 月版）及下图所示无线电不同频段用途：

频段划分	频率 f	波长 λ	主要用途
极低频（ELF） 超低频（SLF）	3 Hz-30 kHz	10km~100km	军事通信和潜艇通信
低频（LF）	30 kHz-300 kHz	1km~10km	海上、水下和地下通信与导航
中频（MF）	300 kHz-3 MHz	100m~1km	中波广播，如 AM 广播
高频（HF）	3 MHz-30 MHz	10m~100m	远距离通信和国际定点通信
甚高频（VHF）	30 MHz-300 MHz	1m~10m	电视广播、FM 广播、陆地移动通信（如对讲机）、航空通信和航海通信
特高频（UHF）	300 MHz-3 GHz	0.1m~1m	电视的更高频道、移动通信（如 4G/5G）、卫星通信、无线麦克风、无线视频传输等
超高频（SHF）	3 GHz-30 GHz	0.01m~0.1m	Wi-Fi、卫星通信、雷达、微波链路等
极高频（EHF）	30 GHz-300 GHz	0.001m~0.01m	卫星通信、雷达、高速无线局域网、毫米波 5G、实验室和医疗应用等

由于波有长短之分，而长波更具穿透性，加上电磁波的频率与波长成反比，随着技术的不断进步，频段的用途也会根据国家规划进行调整。700MHz 频段属于公认的“黄金”频率资源，其具有信号传播损耗低、覆盖广、穿透力强、组网成本低等优势，所需基站数量少，可大大减轻基站建设成本，且 700MHz 频段绕射能力强，信号传输损耗小，运营能耗低，十分适合 5G 网络及物联网部署。由于历史原因，我国 700MHz 频段此前已被地面发射系统及移动电视发射系统占用，若要将 700MHz 频段让渡给 5G 网络专用，则需要对原占用该频率的设备进行清理，同时也需满足地面数字电视信号本身的覆盖需求。因此，广电总局于 2020 年 1 月印发《全国地面数字电视广播频率规划》，将原用于广播电视业务的

702-798MHz 频段频率使用规划调整用于移动通信系统。

（3）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”是我国实施“广电 5G 建设一体化发展”的重要前序环节

2019 年 6 月，中国广电集团与三家基础通信运营商企业获得工业及信息化部颁发的 5G 商用牌照，中国广电集团正式成为国家第四大电信运营商企业，其业务也由传统广播电视迈入了与移动通信领域的融合。中国广电在 5G 建设运营方面的优势，主要在于其拥有 700 兆赫频率资源，中国广电集团在推进广电 5G 建设的首要工作便是清理上述频谱资源。因此，“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”是我国实施“广电 5G 建设一体化发展”的重要前序环节。

（4）“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”订单获取方式

公司获取该订单方式为招投标，全国“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”的相关合作方系广电系统改革中的主要主体，具体如下：

党和国家对于广播电视事业高度重视，为了加强重要舆论阵地的集中建设和管理，增强广播电视媒体整体实力和竞争力，加快国际传播能力建设出台了一系列改革措施：2018 年，党的十九届三中全会审议通过组建广电总局作为国务院直属机构的机构改革方案；2019 年，中国广电集团成功获得 5G 商用牌照，成为中国第四家 5G 通讯运营商；2020 年，中央宣传部等九部委联合印发《全国有线电视网络整合发展实施方案》，中国广电集团设立中国广电网络，开始加速整合全国有线电视网络为“全国一网”；2022 年，中国广电集团正式控股中广电设计院并设立中广电移动，成功将地面数字电视 700 兆赫频率迁移至广电 5G 网络并开通 5G 商用；2023 年，党的二十届二中全会审议通过新的《党和国家机构改革方案》，广电总局继续作为国务院直属机构履行行业主管部门职责。

3、公司在广电 5G 一体化发展中与相关方存在持续的合作机会

“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”系全国性重大招标项目，行业主流厂商基本均参与了投标，公司取得位居行业前 3 的中标市场份额，且在实施阶段充分展现了包括产品质量稳定、售后服务良好、产品交付及时等综合竞争优势，充分体现了公司整体竞争实力。该项目系广电总局、中国广电集团、中广电研究

设计院等合作方实施“广电 5G 建设一体化发展”的重要前序环节，预计未来几年还会产生 5G 广播等相关合作机会，但是具体合作方可能会有变化，项目招标落地具体时间及公司最终中标份额仍具有不确定性，亦需以最终实际结果为准。

（二）说明该项目实施及回款情况，是否存在超信用期未收回情形，是否存在坏账迹象，坏账准备计提是否充分

1、项目实施及回款情况

公司与中广电设计研究院签订合同后，严格按照合同约定履行义务，在 2022 年 3 月至 2023 年 9 月期间陆续完成设备供货、安装调试工作并最终通过项目验收。截至本回复出具之日，**除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**。

2、不存在严重超出信用期的情形

根据与中广电设计研究院合同约定的结算条款，公司于设备安装调试全部终验（标包终验）合格（包括调配数量和增加数量）后应累计收取的合同款项为调整后合同价款的 95%，**实际回款周期较长**，主要原因系该项目规模较大，供应商数量较多，中广电设计研究院基于各供应商项目实施进度、验收时点先后等因素结合其资金预算及支付计划陆续安排回款，故回款有所延后。

中广电设计研究院系中国广播电视网络集团有限公司全资子公司，资信状况较好，属于公司重要、优质客户。**截至 2025 年 12 月 31 日，除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**。

3、不存在坏账迹象，坏账准备计提充分

报告期内，不存在客观证据表明公司与中广电设计研究院相关的应收款项已经发生信用减值，故公司依据信用风险特征将相关应收款项划分为账龄组合，在组合基础上确定预期信用损失，坏账准备计提充分。**截至 2025 年 12 月 31 日，除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**。

2-2 应急广播产品销售收入下降原因

一、说明中央及各地政府出台的具体政策支持文件及相关财政预算情况、应急广播业务的主要策略及进展情况，说明应急广播业务领域是否存在市场空间有限、市场竞争加剧、收入进一步下滑的风险

（一）中央及各地政府出台的具体政策支持文件及相关财政预算情况

1、中央及各地政府出台的具体政策支持文件

（1）中央及相关部委出台的应急广播政策支持文件

党中央及领导人多次就推进我国应急管理体系作出明确的重要指示，要求充分发挥我国应急管理体系特色和优势积极推进我国应急管理体系和能力现代化，在多次中央一号文件要求加快推进农村应急广播主动发布终端建设。为贯彻党中央指示，国务院及多个部委近年在多个领域多次发布针对应急广播建设支持政策及法律保障，具体如下表所示：

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
1	2026 年 3 月	第十四届全国人民代表大会第四次会议	中华人民共和国国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要	完善应急管理体系：加强灾害监测预报预警，提升全天候实时监测预警能力。合理提高重要城市和灾害多发地区关键基础设施设防标准，推进城市平急两用公共基础设施建设。深化应急管理改革，完善大安全大应急框架下应急指挥机制。
2	2026 年 2 月	中共中央、国务院	关于锚定农业农村现代化 扎实推进乡村全面振兴的意见	强化农业防灾减灾体系建设……加强气象、水文、地质灾害监测预报预警，提高应对极端天气能力……加强北方地区防洪排涝体系建设，适度提高工程建设标准。加强抗旱应急水源工程和农田排涝设施建设，健全救灾机具配置和应急调用机制。
3	2026 年 1 月	广电总局	2026 年全国广播电视工作会议	2026 年广播电视和网络视听重点工作：构建高水平安全保障体系。完善安全保障制度机制。完善应急广播体系。

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
4	2025 年 10 月	中国共产党第二十届中央委员会第四次全体会议	中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议	强化国家安全重点领域和重要专项协调机制，**提高应急应变效能**……完善公共安全体系，推动公共安全治理模式向事前预防转型。**加强气象、水文、地质灾害监测预报预警，提高防灾减灾救灾和重大突发公共事件处置保障能力，加强应急指挥**、安全生产、食品药品安全等工作。**提升重要基础设施本质安全水平**，有效遏制重特大事故。
5	2025年9月	国务院新闻办公室	【高质量完成“十四五”规划系列主题新闻发布会】介绍“十四五”时期广播电视和网络视听高质量发展成就图文实录	安全重于泰山，**做好应急广播工作是广电行业的一项重要责任**。针对今年我国北方地区雨情、汛情变化的新特点，还有我们在应急广播建设中存在的不均衡等问题，**我们正在加紧完善建设方案，积极谋划“十五五”期间继续加快国家应急广播体系建设，让应急广播在应急情况下及时响、播得准、用得上，真正成为守护人民生命安全的“平安哨”。**
6	2025年8月	中共中央、国务院	关于推动城市高质量发展的意见	增强城市综合防灾减灾救灾能力。构建城市安全风险谱系，健全常态化风险隐患监测预警、排查整治机制……**加强“平急两用”公共基础设施建设**，构建总量充足、布局合理的应急避难场所体系科学制定巨灾应急预案……**加强应急指挥、处置和救援体系建设**，推进应急抢险救灾装备及物资前置储备。
7	2025年3月	广电总局	2025 年全国广播电视安全传输保障工作会议	加快建设国家应急广播体系，推动建设监测监管一张网，推进传输覆盖网提质增效，全面提升安全保障能力。
8	2025年2月	中共中央、国务院	国家突发事件总体应急预案	综合运用突发事件预警信息发布系统、应急服务平台、**应急广播**、短信微信等手段，扩大预警覆盖面；工业和信息化部、广电总局等有关部门建立健全应急通信网络、应急广播体系，提升公众通信网络防灾抗毁能力和应急服务能力，推进应急指挥通信体系建设，**强化极端条件下现场应急通信保障。**
9	2024年9月	中共中央办公厅、国务院办公厅	关于进一步提升基层应急管理能力的意见	强调强化智能监测预警，综合运用应急广播等手段，及时传达到户到人……**将基层应急管理工作经费纳入地方政府财政预算，完善多元经费保障。**

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
10	2024年7月	党的二十届三中全会	中共中央关于进一步全面深化改革 推进中国式现代化的决定	健全重大突发公共事件处置保障体系，完善舆论引导机制和舆情应对协同机制，完善大安全大应急框架下应急指挥机制，强化基层应急基础和力量，提高防灾减灾救灾能力。
11	2024年6月	全国人大常委会	中华人民共和国突发事件应对法	国家建立健全应急广播保障体系，加强应急广播系统建设，确保突发事件应对工作的广播安全畅通。
12	2023年9月	工信部、国家发改委、科技部、财政部、应急管理部	《安全应急装备重点领域发展行动计划（2023-2025年）》	力争到2025年，安全应急装备产业规模、产品质量、应用深度和广度显著提升，对防灾减灾救灾和重大突发公共事件处置保障的支撑作用明显增强。安全应急装备重点领域产业规模超过1万亿元。
13	2022年12月	财政部	《中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金管理办法》	补助资金用于支持收听广播和观看电视服务补助，包括：县级应急广播体系建设，包括应急广播服务平台建设及设备购置等；广播电视节目覆盖，包括纳入中央广播电视节目无线覆盖范围的发射机、附属系统购置及运行维护等。
14	2022年7月	住房和城乡建设部、国家发展改革委	《“十四五”全国城市基础设施建设规划》	开展智能化城市基础设施建设和更新改造，推进城市应急广播体系建设，构建新型城市基础设施智能化建设标准体系。加快建设智慧广电网络，建设新型媒体融合传播网、应急广播网等，建立5G广播电视网络，推进应急广播体系建设，推进应急通信保障服务向社区延伸。
15	2022年5月	中共中央办公厅、国务院办公厅	《乡村建设行动实施方案》	实施数字乡村建设发展工程。加强农村信息基础设施建设，深化农村光纤网络、移动通信网络、数字电视和下一代互联网覆盖，进一步提升农村通信网络质量和覆盖水平。加快推进完善革命老区、民族地区、边疆地区、欠发达地区基层应急广播体系。
16	2022年5月	广电总局	《全国应急广播体系建设“十四五”发展规划》	2025年县级以上应急广播平台建设覆盖率要达到65%，行政村应急广播主动发布终端覆盖率达到70%以上；扩大覆盖规模持续完善应急广播体系、强化安全管理规范应急广播运行维护、加强宣传引导及时传达党和政府声音、优化应用布局提高应急广播服务质量、加快创新发展提升应急广播现代化水平。

序号	时间	颁布机构	文件名称	主要内容
17	2022年2月	国务院	《“十四五”国家应急体系规划》	推进应急广播系统建设，开展农村应急广播使用人员培训和信息发布演练。安全应急产品和服务发展重点内容包括新型应急指挥通信和信息感知产品：应急管理与指挥调度平台、应急通信产品、应急广播系统、灾害现场信息获取产品等。

（2）各地政府出台的具体政策支持文件

在国家层面将应急广播建设法制化及多项政策支持推进的同时，各省市自治区政府也将本地区应急广播建设要求作出明确的统筹规划，具体如下表所示：

时间	省份	数据来源	主要内容
2022年1月	广东省	省广播电视局《关于加快广东省应急广播系统建设的实施意见》	按照国家应急广播标准规范要求，到2024年建成与新时代实践文明中心、各级融媒体中心等平台共建共享，具备可管可控、双向传输、综合覆盖平战结合、安全可靠的五级贯通的省应急广播系统。 强调加快建设省、市、县三级应急广播平台，配套建设乡镇（街道）、村（社区）分控平台，融合多种应急广播传输渠道，完善应急广播传输覆盖，部署应急广播终端。 要求各级政府和广电等部门要充分认识应急广播系统建设的重要意义，切实加强组织领导，加强经费保障，加强规范建设，加强系统管理。
2022年1月	云南省	云南省人民政府办公厅关于《加快推进全省应急广播体系建设的意见》	建成全省应急广播体系。统筹利用广播电视资源，2025年底前，完成省、州市、县三级应急广播平台建设，20户以上自然村应急广播主动发布终端全覆盖，实现全省应急广播体系一张网运行、一体化管理，与国家应急广播平台有效对接，更好服务政策宣传、应急管理、社会治理、公共服务等工作。
2022年3月	河北省	《河北省“十四五”应急管理体系规划》	制定救援队伍硬件配备标准，加大相关装备硬件投入力度，推广应用应急管理智慧终端。推进农村多灾易灾地区应急广播系统建设，强化“村村响”防灾减灾救灾实际应用，开展农村应急广播使用人员培训和信息发布演练。

时间	省份	数据来源	主要内容
2022年4月	黑龙江省	黑龙江省人民政府关于印发《黑龙江省“十四五”应急体系建设规划》	推动全省应急广播系统建设，以灾害事故风险区域为重点加快推进村屯“大喇叭”建设，建立健全应急信息发布机制，加强应急广播使用人员培训和信息发布演练。开展应急救护知识普及，提升居民自救互救能力。 拓展信息发布渠道，充分发挥主流媒体作用，推动应急广播与“智慧广电”、新媒体平台等有机融合，巩固和发展应急广播和省应急信息联盟工作成果，扩大受众面和影响力。做好应急状态下的舆论引导，主动回应社会关切。
2022年5月	浙江省	浙江省广播电视局关于印发《浙江省广播电视和网络视听发展三年行动计划（2022—2024年）》	完善应急广播标准规范，落实移动优先战略，全面对接相关涉灾部门信息系统，建成上下贯通、内容多样、综合覆盖、平战结合、安全可靠的新型应急广播体系，面向全省人民提供应急广播服务。编制全省应急广播体系建设发展纲要，探索建设全国城乡一体化智慧应急广播示范省。到2024年，基本建成省、市、县、乡、村、户6级联动的应急广播体系，并与国家应急广播平台实现互联互通；力争全省各级应急广播终端数量达30万、家庭覆盖数达300万、城市公共大屏覆盖数达240块。
2022年5月	甘肃省	甘肃省广播电视局 甘肃省财政厅关于印发《全省县级应急广播体系建设项目实施方案》	1.建设县级应急广播平台。主要配备服务器、存储设备、显示设备、网络设备、安全设备、签名验签设备、不间断电源、应急广播适配器、信号接收设备、音视频处理设备、平台软件等软硬件设备，承担本县（市、区）应急广播信息发布及调度控制任务，对接上级应急广播平台、本级政府电子政务外网以及当地气象、地震、应急、水务、交通、消防等部门应急信息发布平台。 2.传输覆盖网适配设备购置。主要配备应急广播适配器、音频切换器、调制器、复用器、网络设备、信号接收设备以及监控软件等软硬件设备，承担上级应急广播平台和本县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）应急广播信息传送任务。 3.部署安装专用终端。主要配备前端设备、信号接收设备、音柱、音箱、收扩机、大喇叭、高分贝抗毁喇叭（高分贝、广覆盖、具备防灾抗毁能力）、不间断电源、线缆等，对接县级应急广播平台，发布本乡镇（街道）、行政村（社区）应急广播信息，综合运用大喇叭、音柱、收音机、电视机、户外大屏等多种专用终端，实现应急信息即时发布、精准传送、分区域响应和多区域响应。

时间	省份	数据来源	主要内容
2022年6月	山西省	山西省广播电视局关于《山西省2022年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设工程实施方案》	2022年，国家广播电视总局安排我省大同市浑源县（16个乡镇、224个行政村/社区），忻州市五台县（14个乡镇、258个行政村/社区）、繁峙县（11个乡镇、254个行政村/社区），吕梁市中阳县（6个乡镇、89个行政村/社区）等4个脱贫县实施老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设工程。目标是建设应急广播平台，部署应急广播终端，健全传输覆盖网络，进一步提升基层应急广播文化宣传、公共服务、社会治理、应急处置能力水平，更好满足政府需要、社会需要和群众需要。
2022年8月	广西壮族自治区	《促进广西应急广播体系高质量发展的实施意见》	明确建设全网统一的技术标准规范，按照中央统筹、自治区负总责、市县落实的管理体制，由自治区、市、县三级分别建设本级应急广播系统。 严格落实意识形态工作责任及应急广播主管主办责任，强化网络安全、信号传输覆盖安全，完善内容审核机制和安全播出机制。 积极培育新应用场景，统筹资源开展应急信息发布、政策法规宣讲、科教文化传播等服务；创新运行模式，促进信息共享和要素流通。 加强与应急、气象等部门沟通，建立应急广播协作联动机制；加强应急广播与智慧广电、新媒体平台等有机融合，提高信息传播实效。
2023年4月	广西壮族自治区	《广西加快推进应急广播“建、管、用、融”》	2023年，广西计划建设19个县（市）的县级应急广播体系，2024年计划建设24个城区的县级应急广播体系，同时推进应急广播进景区、进林场、进城市社区。拓展应急广播服务和应用创新。进一步健全有线、无线、卫星应急广播传输网络，完善基层应急广播运维网络，建立健全应急广播长效运行维护体系。加强与应急、公安、气象等部门联动，建立应急信息快速播发机制。利用中国—东盟博览会、中国—东盟商务与投资峰会、中国—东盟视听周等平台，推动应急广播标准、技术、设备和服务走进东盟国家。
2023年5月	浙江省	《关于深化全省应急广播体系建设的通知》	2023年底前实现省市县三级互联互通，应急广播双向化公共终端部署覆盖率农村达到60%、城市达到40%，部署家庭终端300万台以上。

时间	省份	数据来源	主要内容
2023年8月	湖南省	《湖南省市、县两级应急广播建设三年行动计划（ 2023—2025年）》《湖南省市县两级应急广播建设工作实施方案》	2023-2025年，采取“以奖代补”方式，完成14个市州应急广播平台建设和未享受中央财政补助的82个县市区应急广播体系建设。通过建设应急广播平台、健全传输覆盖网络，部署应急广播终端，进一步提升基层应急广播政策宣传、应急管理、社会治理、公共服务的能力水平，丰富基层群众精神文化生活，助力乡村振兴。
2023年9月	湖北省	《湖北局加快推动全省农村应急广播主动发布终端建设》	到2025年底，全省80%以上的行政村、20户以上自然村分别部署2套以上、1套以上应急广播主动发布终端；灾害事故多发易发地区和乡村治理重点地区行政村主动发布终端覆盖率达到100%。成立由广电部门牵头，乡村振兴、公安等多部门组成的应急广播主动发布终端建设工作专班，明确工作责任，将发布终端纳入乡村治理资源建设范畴，推动应急广播服务到村到户到人。
2023 年 10 月	宁夏回族自治区	《宁夏回族自治区全区应急广播体系建设实施方案》	2025年，进一步完善传输覆盖网络、增补应急广播接收终端，有效扩大应急广播覆盖面。完成自治区、市、县（区）、乡（镇、街道）、村（社区）五级应急广播平台（前端）互联互通，并与国家应急广播平台完成对接，初步建成全区应急广播体系。健全全区应急广播运行维护长效保障机制。
2023 年 12 月	北京市	《关于加快推动北京市应急广播建设的实施意见（2023 年-2025年）》	2024年，启动城乡应急广播试点建设。上半年，启动房山、门头沟、昌平作为灾后重建地区的试点建设；下半年，结合试点建设初步评估情况，启动石景山作为城市地区，平谷、延庆作为灾害多发区的试点建设。在城市地区探索在人员密集社区、下凹式立交桥、涵洞、避难场所、能源管线沿线等重点部位建设终端；在农村地区开展各区级应急广播平台和发布终端建设，改造现有终端设备并纳入各区应急广播系统，完善区级传输覆盖网络，贯通国家、市、区、乡镇、村各级应急广播发布系统，全市应急广播系统基本建成。
2023 年 12 月	陕西省	《陕西局发挥广电优势助力乡村振兴》	加力广播电视公共服务。全年争取中央、省级财政资金1.3亿元，推进46个区县应急广播体系建设；实施省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目；加快陕西广电网络数字乡村大数据云平台、融媒体“爱系列”客户端和“秦岭云”终端建设，年底67个县区的206个村启动智慧广电数字乡村建设。

时间	省份	数据来源	主要内容
2024年4月	湖南省	《湖南省市县两级应急广播建设奖补办法》	一是确定奖补范围。奖补办法适用于《湖南省2024年“市县两级应急广播建设工程”项目实施方案》覆盖的市州和县市区，2024-2026年每年安排奖补资金对验收合格的市县两级应急广播建设进行奖补。二是明确奖补条件和奖补标准。按照市县两级建设任务和工作进度情况，分别对市、县两级应急广播体系建设进行奖补。三是加强资金管理与使用。奖补资金可用于市县级应急广播平台、传输覆盖网适配设备、专用终端和符合相关建设标准要求的其他相关设施设备的购置和验收。四是做好组织实施。根据“建成一个、测试一个、验收一个”的原则，经省级终验合格后，分批次进行奖补。
2024年6月	湖北省	《湖北省进一步加快全省应急广播体系建设的通知》	推动应急广播平台与各级融媒体中心技术平台的集约化建设，实现应急广播平台与融媒体制播系统的数据整合。有广播电视播出机构的市（州）、县（市、区）力争实现应急广播平台建设全覆盖。加强重点区域终端覆盖，在灾害易发区、人口密集区、救灾避难场所、客流集散地、社区广场、重要目标及毗邻区、防空地下室、高速公路隧道等重点区域部署户外大屏或音柱（大喇叭）终端。
2024年6月	重庆市	《重庆市自然灾害救助应急预案》	健全全市应急广播体系，实现灾情预警预报和减灾救灾信息全面立体覆盖。通过市突发事件预警信息发布系统，及时向群众发布灾害预警信息，确保直达基层一线。
2024年12月	黑龙江省	《关于进一步提升基层应急管理能力的实施意见》	《实施意见》强调，坚持党政同责、一岗双责、齐抓共管、失职追责，进一步明确了县级党委政府、党政领导、应急和消防部门、乡镇（街道）的应急管理责任，提出完善各领域应急管理责任链条，全面压实相关部门监管责任、生产经营单位主体责任和个人责任，严格落实党政领导干部安全生产“两个清单”，加强考核巡查。 2025年底前灾害事故多发易发地区行政村应急广播主动发布终端覆盖率100%。
2025年7月	河南省	《河南省应急广播运行管理暂行办法》	2025年将“加强应急广播建设”作为重点工作任务写入省政府工作报告，2025年6月省政府再次召开全省推进会，高位推动应急广播体系建设。推动应急广播运行维护经费纳入各级财政基本公共服务保障范围，保障技术系统运行维护、更新改造和安全防护等所需经费。

综上，近年中央各部委及各地方政府均发布出台了多项应急广播支持政策，具有多轮次、高要求、强保障等特点，充分体现了党和国家对应急广播行业的重

视程度。

2、应急广播相关财政预算情况

目前，全国应急广播技术系统由国家、省、市、县四级组成，全国应急广播总体建设投入情况公开信息有限，主要包括中央财政补助资金及地方政府财政资金，中央补助资金主要系为覆盖老少边穷地区和自然灾害多发易发频发地区，同时撬动地方政府加大应急广播投入力度，不断扩大覆盖范围。此外，还有部分资金预算来源于应急管理、水利系统等其他横向部门。

从中央财政补助看，中央财政对应急广播体系建设投入不断提高。其中，2018-2020 年中央财政共计安排专项资金 18 亿元，对全国 443 个县的应急广播体系建设给予支持。2021 年 6 月，国家广电总局及财政部下发通知，拟于 2021-2025 年建设 701 个老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目，中央财政原则上按照每县平均 450 万元的标准进行投资，总规模达到 31.55 亿元。

根据财政部自 2021 年至今发布的历年《中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金预算表》《中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金整体绩效目标表》，如果按照中央财政对老少边穷地区和自然灾害多发易发频发地区基层应急广播系统建设 450 万补助计算，2020 年至 2024 年仅中央财政对于应急广播建设投资规模情况具体如下：

单位：亿元

项目	2024 年	2023 年	2022 年	2021 年
中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金应急广播绩效目标	≥140 个县	--	≥130 个县	134 个县
对应的应急广播建设投资额	6.30	--	5.85	6.03

注：2023 年未披露《中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金整体绩效目标表》及其中应急广播建设绩效指标，预计应不低于 130 个县。

除上述中央财政补助资金外，各省地方政府也会根据应急广播建设总体安排，实际积极统筹安排自身财力，保障本地区应急广播建设和运行维护，提高基层应急广播覆盖面和适用性，相关资金投入信息未完全公开。根据同行业挂牌公司图南电子披露及各地政府发布的资讯（官方媒体等）公开信息，检索到了四川、山东、贵州、湖南、云南和西藏等省、自治区的应急广播建设在不同时间累计投入

金额，具体情况如下表所示：

省/自治区	已投入金额（亿元）
四川	＞16.00
山东	＞7.30
贵州	＞8.39
湖南	＞6.70
云南	≥8.66
西藏	＞3.09
广西	＞3.30

注：以上各省/自治区已投入金额发布时间相比真实投入有一定滞后。

中央及地方均将应急广播系统建设视作政治工程、民生工程重点投入，应急广播建设覆盖面将逐步扩大、终端渗透将进一步下沉、早期建设的应急广播系统逐步进入技术更新周期、应用场景不断扩大及城市应急广播亟需启动投入等积极因素影响，应急广播市场未来资金投入仍然较大。

（二）公司应急广播业务的主要策略及进展情况

应急广播行业受到政策的大力支持，其建设具有较强持续性，市场空间较为充足，具体详见本回复之“问题 2”之“2-2 应急广播产品销售收入下降原因”之“一、（三）、1、应急广播业务领域仍有较充足的市场空间”。公司目前应急广播营收规模已稳居行业前 3，产品目前已直接或间接覆盖全国超过 500 个市、县级应急广播系统，市场覆盖份额居行业前列。凭借较完整的应急广播产品线、较强技术创新实力、丰富的应急广播产品研发经验、良好的品牌形象及丰富的客户资源和渠道资源在市场竞争中占据优势，由于市场资金流动性较差，公司在 2025 年主动收缩了应急广播业务规模，2026 年计划通过加强与集成商合作、提高产品研发能力、加大城市应急广播等新应用领域拓展力度、加强营销网络建设等措施保障未来持续发展。

1、适时根据政策和市场情况调整经营策略，加强与集成商合作，持续扩大业务订单来源

随着应急广播“十五五”建设资金预算将在 2026 年逐步落地和国家高度重视解决民营企业欠款拖欠问题，公司将根据前述政策和市场情况的积极变化适

时调整经营策略，加大应急广播业务的投入，并重点承接“高可靠终端”相关业务。公司目前已提前对接全国各省级广电局及集成商客户，锁定中央财政专项资金支持的重点建设项目，待配套预算全面落地后即可快速实现订单转化。

报告期内，公司应急广播业务收入主要来源于集成商销售。由于全国不同地区应急广播建设进度及技术要求不尽相同，公司计划加强与应急广播类集成商合作，特别是越来越多参与项目招投标且具有较强本地化服务优势及资金实力的国有中大型集成商，该等合作有利于进一步提高公司对应急广播建设最新信息的把握、加深对终端客户需求理解、扩大覆盖的销售区域，进而持续扩大相关业务订单来源。

2、提高产品研发能力，利用先发在位优势积极获取应急广播技术更新升级相关订单

公司在应急广播领域已拥有一定的技术实力和技术储备，将进一步提高产品研发能力。公司在应急广播业务方面，公司已参与了 10 项应急广播系统行业标准的制定及发布，是相关行业标准主要制定者之一。**公司是业内最早一批开展应急广播“高可靠终端”、北斗卫星适配研发测试的企业，拥有较丰富的技术储备，参与行业标准前期讨论制定，支撑未来获取较高市场份额。**公司将在此基础上持续加大研发投入，完善研发体系，提高研发能力。目前，公司正在对基于 DRM 调制的中波应急广播技术等应急广播新技术进行研发，且已取得良好进展，上述研发项目的推进将使公司在技术水平方面维持一定优势，并通过研发创新引领客户需求。

同时，基于系统兼容性、适配性考虑，应急广播领域相关客户在进行升级或更新时更加青睐原始供应商，而公司进入应急广播领域较早，已通过直接或间接方式累计参与全国数百个项目建设，形成了较高的市场占有率，占据明显的先发优势。公司未来将充分利用先发在位优势积极获取应急广播技术更新升级相关订单。

3、加大城市应急广播及华北地区应急广播市场拓展力度

我国目前约 65%人口居住在城镇地区，城市的安全防控和突发事件快速响应

处理能力变得至关重要，城市地区应急广播建设未来市场空间较大，浙江、北京等部分地区已开始对城市应急广播体系建设作出初步规划，预计未来几年还会进一步加大城市应急广播政策和支持力度，公司将加大城市应急广播等新应用领域拓展力度，扩大应急广播收入来源。近年来我国北方地区雨情、汛情变化的新特点，充分暴露了我国应急广播建设中存在的不均衡等问题，针对该市场较突出的未被满足的市场需求，公司将进一步针对加强华北地区应急广播市场拓展力度。

4、加强营销网络建设，进一步增强公司品牌形象

公司将进一步完善西南、华北、华南、华东、华中、西北等国内重点区域市场的营销服务网络，通过派驻专人对公司已有优势区域市场进行深耕细作及对空白市场的积极引导和培育，拓展营销渠道，提高公司产品市场覆盖的深度及广度，使得销售和售后服务更加贴近客户，提高服务效率，积极响应国家政策，促进应急广播体系建设。公司目前已直接或间接覆盖全国超过 500 个市、县级应急广播系统，市场覆盖份额居行业前列，负责建设的云南省屏边县、彝良县应急广播项目成功连续入选 2024 年、2025 年全国应急广播服务防汛救灾专项行动十佳案例：2024 年 6 月，云南屏边县遭遇强降雨天气过程，屏边县各级各部门协调联动，第一时间通过应急广播将预警信息精准播报到暴雨落区，及时组织高风险区域 95 户 322 名群众转移避险，有效保障了人民群众生命财产安全，被云南省委办公厅、省政府办公厅作为四个典型案例之一在全省通报表扬，具有较显著的品牌效应；2025 年 7 月，彝良县应急广播对强降雨落区播发暴雨、地质灾害等预警信息，在暴雨来临前助力紧急转移 263 户 869 人，实现“精准预警、快速响应、安全转移”，成功保障了人民群众生命安全。

应急广播系统作为全国性的重要基础设施，其建设包括各省、市、县级应急广播系统，还包括各地方政府水利、气象、应急等部门根据当地灾害情况和需求产生的项目。发行人通过进一步升级完善营销服务网络，实施本土化发展策略，使营销人员更为准确地把握当地市场情况，了解当地政府的发展规划和投资计划，利用信息优势，加速拓展地方政府主导项目，以此开拓地方市场，提升公司市场份额。由于营销网络建设投入金额较大，公司暂不具备相关条件，预计将在本次发行募集资金后开始实施。

（三）说明应急广播业务领域是否存在市场空间有限、市场竞争加剧、收入进一步下滑的风险

1、应急广播业务领域仍有较充足的市场空间

应急广播业务具有典型的意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性和应急属性，在达成我国新阶段历史任务目标过程中作用突出。根据我国应急广播的建设进度，未来应急广播建设投资主要分为四个方面；省、市、县级应急广播系统覆盖面持续扩大、已建成省、市、县级应急广播系统更新升级、应急广播终端渗透将进一步下沉、城市应急广播建设需求、应急广播应用场景不断扩大等带来的市场需求。

（1）应急广播业务具有典型的“意识形态、公共服务、技术产业、应急属性”，在我国“应急管理体系和能力现代化”和“乡村振兴”进程中作用突出，是“推进国家安全体系和治理能力现代化”的重要手段，发展前景广阔

我国幅员辽阔，自然环境相对复杂，自然灾害发生的频率相对较高、灾害种类相对较多，根据国家应急管理部统计数据，最近几年，我国多地受到地震、洪涝、雪灾、干旱、森林火灾、台风等自然灾害侵扰，造成人民群众较大经济损失，具体数据如下：

单位：亿元

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
洪涝灾害导致直接经济损失	2,445.70	1,289.00	2,458.90
地震导致直接经济损失	146.12	224.50	106.50
自然灾害导致直接经济损失	3,454.50	2,386.50	3,340.20

2019 年 11 月，中共中央政治局就我国应急管理体系和能力建设进行集体学习，领导人强调要积极推进我国应急管理体系和能力现代化，基本国情决定了我国的应急管理体系建设是一件既紧迫又长期的任务，并对应急管理建设提出了高质量、高标准、大范围等要求。

应急广播是重要的应急通信指挥系统，在四川“4.20”芦山地震、“6.17”长宁地震、雅安洪涝灾害、郑州“7.20”特大暴雨等重大灾害事件中均发挥了紧急疏散群众和提前预警的重要作用。2024 年，全国洪涝灾害发生频率显著增加。

面对全国多地洪涝灾害的发生，各地、各级政府利用应急广播实现“灾前预警、灾中救援、灾后安抚”的关键作用。2024 年 6 月汛期期间，浙江丽水市应急广播调控平台播发防汛应急信息 363 条，播发紧水滩水库泄洪信息 4 条，滩坑水库泄洪信息 5 条助力全市实现“不死人、少伤人、少损失”的目标，成为丽水防汛救灾的“利器”。2024 年入汛以来，湖南省应急广播累计发布防灾预警信息 2,200 余条、15,000 余次，6 月 16 日至 18 日，湖南省邵阳绥宁县各乡镇利用应急广播发布预警提醒，提前转移 1,799 人。2024 年 7 月，受强降雨影响，四川达州市各河流水位持续上涨，当地政府通过应急广播对沿河商户、住户片区循环播放转移消息，及时撤离转移群众 561 人，转移车辆 266 辆。2024 年 7 月，安康市 8 县 1 区应急广播体系在雨情、汛情、地质灾害发生前应“汛”而动，发布雨情、汛情、地质灾害提示等应急信息 1,900 余条，仅石泉、宁陕两县转移群众近 7,000 人。

此外，各地政府还积极利用应急广播系统开展“乡村振兴”“脱贫攻坚”专项宣传，向农村地区播发现代农业知识、防病治虫知识，助力农户增强增收致富能力，为凝聚乡村振兴力量发挥了重要作用。2021 年至 2023 年，中央一号文件均为落实乡村振兴及农业农村现代化相关重点工作，重点要求包括加强农村应急管理基础能力建设、提高农村应急处置能力、加快推进农村应急广播主动发布终端建设等工作。《国家基本公共服务标准（2023 年版）》已经将“面向城乡居民提供突发事件应急广播服务”纳入国家基本公共服务体系。2024 年 7 月，党的二十届三中全会审议通过的《中共中央关于进一步全面深化改革、推进中国式现代化的决定》对“推进国家安全体系和能力现代化”作出系统部署，强调“健全重大突发公共事件处置保障体系，完善大安全大应急框架下应急指挥机制，强化基层应急基础和力量，提高防灾减灾救灾能力”，应急广播在其中将发挥重要作用。2024 年 9 月，中共中央办公厅、国务院办公厅发布《关于进一步提升基层应急管理能力的意见》，强调“强化智能监测预警，综合运用应急广播等手段，及时传达到户到人……将基层应急管理工作经费纳入地方政府财政预算，完善多元经费保障。”

由上可以看出，应急广播系统在灾害预警、乡村振兴等的实践证明，应急广播作为一种传输距离远、覆盖范围广、被动性接收、时效性强、受众精准、平战结合的应急通信系统，在突发公共事件时，对于发布政令信息、稳定社会秩序、

组织动员社会力量应对突发事件等方面发挥着不可替代的作用，是响应“应急管理体系和能力现代化”和“乡村振兴”的重要组成部分，“推进国家安全体系和治理能力现代化”的重要手段，发展前景十分广阔。

（2）省、市、县级应急广播系统覆盖面持续扩大带来的新建市场需求规模

目前我国应急广播体系建设主要分为国家、省、市及县级应急广播系统建设，按照现有的覆盖标准，应急广播系统由国家、省、州（市）、县各级应急广播平台，乡镇级、行政村级前端，各类终端等组成，其终端下沉主要依赖县级应急广播系统。县级应急广播系统通常包含县级应急广播平台及其下属乡镇、行政村及少数自然村终端建设，点位数量较多，因此县级应急广播系统建设投资是各级应急广播系统中最主要部分。

目前我国应急广播体系建设仍处于骨干搭建阶段，随着应急广播系统建设的覆盖面持续扩大，该部分新建投资需求规模较大。

根据广电总局发布信息显示，截至 2020 年底，全国建成省级应急广播平台 6 个、市级应急广播平台 81 个、县级应急广播平台 1,302 个；截至 2024 年 11 月，全国建成省级平台 22 个、市级平台 149 个、县级平台 1,825 个。根据国家行政级别划分，除港澳台之外大陆地区省、地（市）、县（区）级行政单位分别为 31 个、333 个、2,843 个。由上可知，2020 年至 2024 年，平均每年建设进度为省级应急广播平台 4 个、市级应急广播平台 18 个，县级应急广播系统 130 个。截至 2024 年 11 月，尚需建设的省、市级应急广播平台及县级应急广播系统（管理平台及村镇级终端）分别为 9 个、184 个、1,018 个。

根据近期中国政府采购网、千里马招标网公布的招投标信息统计相关投资规模平均值并向下取值，谨慎测算省级平台建设投资额单价约 2,000 万元、市级应急广播平台约 400 万元、县级应急广播系统（含平台及村镇覆盖）约 500 万元，未来全部建成所需投资额总计约 60 亿元。

综上，根据 2021 年至 2024 年国内应急广播体系建设进度，考虑到县级应急广播系统是主要建设部分，预计覆盖全国各省的应急广播系统骨干建设完成至少需 6-7 年时间，应急广播系统覆盖面扩大所需时间仍然较长，相应总投资金额约 60 亿元，未来五年年度平均投资额约 10 亿元左右，2025 年仅为按照十四

五规划设定的一个任务节点，后续应急广播系统建设空间仍然较大。

（3）已建成省、市、县级应急广播系统更新升级市场需求规模

由于应急广播系统最重要功能是保证应急信息的及时传达，因此对其稳定性要求较高，而早期建设的应急广播平台都已逐步进入平台、设备更换升级周期。应急广播终端设备由于长期于室外使用，寿命相对较短，约为 3-5 年，同时，省市级应急广播平台软硬件系统和相关技术的迭代也会带来管理平台的更新需求。应急广播系统的不断技术升级将持续为应急广播行业提供新的市场空间。

特别是第十四届全国人民代表大会常务委员会第十次会议于 2024 年 6 月 28 日通过《中华人民共和国突发事件应对法》修订，强调“增加应急广播保障体系建设，有效保证应急广播系统更换升级的及时性”，从法制层面强化保障应急广播的建设、应急广播保障、应急广播安全畅通。

目前已建成的应急广播系统已逐步进入更新迭代期，根据广电总局发布信息，截至 2024 年 11 月，全国建成省级平台 22 个、市级平台 149 个、县级应急广播系统 1,825 个。基于谨慎性考虑，**假设上述更新迭代周期总体约 8 年，基于前述各级应急广播平台投资单价，则已建成省、市、县级应急广播系统更新升级市场需求规模测算总体规模约 100 亿元，结合更新升级投资逐年增加进行综合测算，未来五年年度平均投资额约 12 亿元左右。随着相关设备更新升级，早期建设的应急广播系统同时也会进入新一轮的更新迭代。**

（4）应急广播终端渗透将进一步下沉，大幅增加覆盖需求

未来，应急广播建设仍需要进一步提高同等覆盖率下的铺设密度，市场容量进一步扩大。

行政村是政府为了便于管理而确定的乡下一级的管理机构所管辖的区域，自然村是由村民经过长时间聚居而自然形成的村落，一个行政村通常管辖多个自然村，根据民政部数据统计 2021 年我国行政村数量约 50 万个，自然村数量则达到约 376 万个，远远大于行政村。**2022 年 10 月，广电总局、国家乡村振兴局、公安部、财政部、应急管理部联合印发《关于加快推动农村应急广播主动发布终端建设的通知》，要求到 2025 年底，全国 70%以上的行政村部署 2 套以上应急**

广播主动发布终端、20 户以上自然村部署 1 套以上应急广播主动发布终端。前述政策仍主要可满足行政村及少数 20 户以上自然村覆盖要求，且覆盖强度仍然较低，政府将通过多轮建设不断提高覆盖密度。

以浙江省应急广播建设发展方向为例，在浙江省 2006 年第一轮应急广播建设《浙江省新一轮广播电视村村通工程建设实施办法》中，对铺设密度要求为“重点推进尚未通有线电视的乡镇（不含海岛乡镇）及 95%行政村实现有线电视联网，争取 20 户以上自然村有线电视联网率达到 50%以上；基本实现各行政村建有广播室，有线广播农户收听覆盖率达到 80%左右”，至 2022 年《浙江省人民政府办公厅关于深化全省应急广播体系建设的通知》中对铺设密度要求提高为“实现行政村、20 户以上自然村、灾害事故多发易发区域（点）双向化终端全覆盖”。浙江省广播电视局办公室于 2023 年 3 月印发的《深化全省应急广播体系建设工作实施方案》中，在“主要任务”下的“扩大终端部署范围”进一步作出如下指示：“巩固农村区域部署……鼓励按需提高部署密度；拓展家庭有效部署”。对提高应急广播系统铺设密度，进一步拓展家庭部署，从而巩固应急广播建设做出了具体要求。该等政策反映了对我国对加强应急广播渗透率及入户部署的进一步要求，未来基本要达到按需部署、家庭部署。

可见，应急广播体系在阶段性目标完成后，仍有纵向深度渗透覆盖的需求，覆盖深度和广度的提高对终端设备点位的覆盖密度提出了更高的要求，使用场景也更加多样，为应急广播系统提供更广阔的市场空间。

（5）未来城市应急广播建设带来大量新增市场需求

城镇化是我国现代化的必由之路，是解决农业、农村、农民问题的重要途径，是推动区域协调发展的有力支撑，是扩大内需和促进产业升级的重要抓手。我国常住人口城镇化率从 2012 年的 53.1%提高至 2023 年的 66.16%，近 10 年累计 1.65 亿农业转移人口在城镇落户。2024 年 7 月，国务院关于印发《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》，计划通过五年时间常住人口城镇化率提升至接近 70%。

智慧城市是城市应急广播系统多网融合应用的新领域，与主要通过音频播发的传统应急广播系统不同，智慧城市的应用场景下，信息呈现的方式和场合更加

多样，可于房屋楼宇、公共交通等场景应用，实现应急广播系统入楼入户，公共交通内多媒体设备同步播报应急信息，覆盖面更加广泛，同时应急广播系统也可与视频监控系统进行融合，实现视播一体、远程操控等功能，丰富紧急事件发生时的干预处理手段。

随着我国城镇化率的不断提高，针对城市突发事件、自然灾害的城市应急被列为城市治理及保证城市化进程的重要组成部分。应急广播体系是城市应急治理的重要基础设施，是打通应急信息发布“最后一公里”、实现精准动员的重要渠道。2020 年，广电总局、应急管理部联合发布《关于进一步发挥应急广播在应急管理中作用的意见》，广电总局和应急管理部共同选择具备条件的若干地区开展应急广播应用试点，探索应急广播在城市应急管理的应用。2022 年 7 月，国家发展改革委印发《“十四五”新型城镇化实施方案》，要求加强公共安全保障，优化应急管理体系，建设智慧广电平台和融媒体中心，完善应急广播体系；住房和城乡建设部、国家发展改革委联合印发《“十四五”全国城市基础设施建设规划》，其中多次提起城市应急广播建设，要求构建新型城市基础设施智能化建设标准体系，加快建设应急广播网，开展城市应急广播体系建设。2024 年 5 月，国家发展改革委、国家数据局、财政部、自然资源部等部门发布《关于深化智慧城市发展推进城市全域数字化转型的指导意见》，要求提升城市安全韧性水平，强化应急广播等城市安全风险预警信息发布手段。2024 年 7 月，国务院关于印发《深入实施以人为本的新型城镇化战略五年行动计划》，强调健全重大灾害和公共事件联防联控机制，加强应急救援协同保障。**2025 年 8 月，中共中央、国务院发布《关于推动城市高质量发展的意见》，强调：“增强城市综合防灾减灾救灾能力。构建城市安全风险谱系，健全常态化风险隐患监测预警、排查整治机制……加强“平急两用”公共基础设施建设，构建总量充足、布局合理的应急避难场所体系科学制定巨灾应急预案……加强应急指挥、处置和救援体系建设，推进应急抢险救灾装备及物资前置储备。**

除以上国家层面对于城市应急广播的建设规划政策之外，全国多地政府也针对本地城市应急广播建设作出明确规划。2021 年，江苏省人民政府发布《江苏省“十四五”公共服务规划》，“十四五”期间推进城市应急广播终端建设，进一步完善全省应急广播体系；2022 年，广电总局已联合公安部等部门在济南市进

行城市应急广播建设试点，结合城区特点、交通状况，模拟了应急广播在城市的十个典型应用场景，通过系统对接和信息导入、推广部署智慧屏，把应急广播管控单元下沉到社区，为基层社区治理提供定制化服务；2024 年，湖北省发布《关于进一步加快全省应急广播体系建设的通知》，探索形成城市应急广播发展新格局，完善商圈、地铁、学校、医院、广场等重点人员密集区广播、显示大屏等载体的应急信息播发功能。加强城市灾害事故多发易发频发地区应急广播系统建设，提升城市居民防范应对灾害事故的意识和能力。

除以上省份，浙江、云南、广西等省份也开始对城市应急广播体系建设作出初步规划，探索采取部署对接适配器等方式，实现商场、校园、医院、机场、汽（火）车站、地铁站、热点景区等人员密集区域的公共广播系统与应急广播系统对接。截至 2023 年底，我国商场、校园、医院、机场、汽（火）车站、地铁站、热点景区数量如下：

部分城市应急广播终端待部署场景	数量
全国社区数量（个）	66.3 万
全国学校数量（所）	50 万
全国旅游景区数量（个）	≥3 万
全国医院数量（个）	3.7 万

以上城市待建设场景数量均较为庞大，目前大部分已具备较基础的广播或者视频终端，未来至少需在其前端加设专用城市应急广播适配器才能接入应急广播管理体系，建设市场空间较大。

（6）随着技术迭代及跨部门协同融合，应急广播应用场景不断扩大带来的新增市场需求

近年来，各类极端自然灾害多发频发，对我国防灾减灾救灾能力提出了更高要求。根据我国应急管理部数据，2023 年，我国自然灾害以洪涝、台风、地震和地质灾害为主，全年各种自然灾害共造成 9,544.4 万人次不同程度受灾，因灾死亡失踪 691 人，紧急转移安置 334.4 万人次，直接经济损失 3,454.50 亿元，与近 5 年均值相比，直接经济损失上升 12.6%。2023 年 10 月，十四届全国人大常委会第六次会议表决通过了《全国人民代表大会常务委员会关于批准国务院增发国债和 2023 年中央预算调整方案的决议》，明确中央财政增发国债 1 万亿元，增

发国债全部通过转移支付方式安排给地方，集中力量支持灾后恢复重建和弥补防灾减灾救灾短板，整体提升我国抵御自然灾害的能力。

应急广播体系是一项“硬件+软件”“平台+系统”“终端+服务”的综合性、系统性、联动性工程。目前各地应急广播多数基于传统广播电视覆盖网搭建，终端依赖于大喇叭、收音机等终端系统传递信息，存在信号传输模式单一、稳定性低、传输覆盖范围有限、标准不够统一、传输通道尚需完善的问题，无法与农业、气象、公安、卫生、文化、科技等部门实时互通互联，在推进防范气象灾害、农村经济发展、文化传播、治安治理等重点工作方面仍存在短板。

根据相关政策要求，我国现有省、市、县、乡镇、行政村应急广播系统需要对制作播发平台、调度控制平台、传输覆盖网、应急广播终端实施升级，实现与上级平台对接，形成“统一指挥、专常兼备、反应灵敏、上下联动”的协调体制；同时需要接入本地地震、气象等应急预警系统，以及本地农业、公安、文化、卫生等部门，进一步提高在应对自然灾害、事故灾难、公共卫生事件和社会安全工作中的协同能力，以及乡村文化振兴功能。

例如四川省防汛抗旱指挥部办公室在《协同推进应急广播体系建设 提高水旱灾害防范能力工作方案》明确要求：依托新型广电网络，统筹水旱灾害防御需求，完善“沿江沿河低洼聚居区”“山洪灾害危险区”“江心岛”“河心村”及行洪河道、穿堤建筑物（构筑物）、工地营地、涉水野游网红打卡地、水库水电站、城市易淹易涝点等水旱灾害易发地区应急广播主动发布终端建设。基层水利部门提出终端部署具体点位，广电部门编制实施方案，水利、广电部门共同落实建设资金和后续运行维护经费。

因此，随着技术迭代及跨部门协同融合，应急广播应用场景也在不断扩大，也会带动如应急管理体系、水利体系等其他部门增加应急广播建设及维护资金。

（7）未来五年应急广播总体市场空间测算

发行人在测算市场空间过程中，采用的基础数据主要由行业权威主管部门广电总局出具，测算不同级别平台投资规模则是基于中国政府采购网、千里马招标网公布的招投标信息近期同等平台市场投资规模平均值向下取值。此外，基于谨慎性考虑，暂不测算未来城市应急广播建设新增市场需求及应急广播应用场景不

断扩大带来的新增市场需求，仅考虑现有标准下省、市、县应急广播体系覆盖面扩大、已建成应急广播系统更新周期（8 年），结合更新升级投资逐年增加等进行综合测算，预计未来五年我国应急广播年度平均投资金额约 22 亿元左右。

综上，应急广播业务具有典型的意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性和应急属性，在我国新阶段发展中作用突出，公司应急广播业务市场空间较大，相关业务因技术迭代、覆盖扩大及应用场景扩大而持续存在，不存在阶段性任务完成后无后续业务接续、市场空间有限的情形，公司应急广播业务具有较好的持续性。

2、应急广播市场存在行业竞争加剧的情形，公司凭借行业领先市场定位，预计仍将获取较充足的业务订单

（1）应急广播市场竞争格局加剧对以公司为代表的技术型厂商影响相对可控

应急广播终端客户主要为各地广电部门、融媒体中心、宣传部等，其主要通过招投标选择供应商。随着国家对应急广播高度重视和大力投资，越来越多的企业开始进入应急广播行业，目前参与投标的企业主要可分为两类，第一类为掌握专业级音视频信号处理核心技术的技术型厂商，包括自成立起便主营公共广播或应急广播业务的企业（如康通电子、图南电子）以及凭借数字电视技术积累切入的企业（如公司、数码视讯、伟乐科技等）；第二类则是具备一定市场资源、资金实力或本地化服务优势的集成商，早期主要以中小型民营集成商为主，随着近年来行业的快速发展，当地广播电视运营商、移动运营商等大中型国有集成商也开始越来越多参与投标。该等集成商由于普遍不具备专业级音视频信号处理能力，其在中标后会向第一类技术型厂商采购核心设备。

应急广播系统的建设需要综合考虑当地的技术标准、人文地理环境、传输覆盖网、语言特点等因素，国家对应急广播适配器等核心设备实施严格的入网认定，行业存在较高进入壁垒，因此终端客户或集成商在选择核心设备厂商时更倾向于选择产品线丰富、项目案例丰富、知名度较高的厂商。同时，由于市场对于应急广播设备的技术标准要求也在提高，技术积累较浅的企业将因难以适应新的技术要求和缺乏综合服务经验而遭市场淘汰。

总体而言，应急广播核心设备的市场格局将进一步向自主创新能力强、产品更新迭代快、市场地位高的技术型厂商集中。**公司作为市场覆盖率排名行业第 1 的技术类厂商，拥有丰富产品线及丰厚现金流，核心技术迭代空间大，有望在后续规划的应急广播建设中获取更多市场份额**。

（2）公司在应急广播市场拥有领先的市场地位，预计在市场竞争中仍将获取较充足的业务订单

根据图南电子公开披露信息，其取得中国广播电视设备工业协会出具的证明，应急广播产品销售额国内排名前三的公司分别为图南电子、德芯科技和康通电子。2020 年至 2024 年，各公司应急广播收入情况如下表所示：

单位：万元

公司简称	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
康通电子	15,634.90	12,280.62	14,037.12	13,275.31	12,311.51
图南电子	13,394.80	19,153.08	17,845.93	18,076.98	19,350.17
德芯科技	11,378.56	13,105.85	16,299.32	11,604.38	14,759.77

注：康通电子同类业务营业收入为其定期报告披露的相关数据，其包含了部分公共广播类业务；图南电子同类业务营业收入为其定期报告披露的相关数据。

由上可知，近年来，公司应急广播收入与同行业可比公司总体接近，排名行业前 3。根据中国广播电视设备工业协会的证明文件：“根据我协会产销统计资料，在应急广播市场，德芯科技是行业内最早突破应急广播技术的企业之一，市场先导和技术引领相互成就，截至 2024 年末，德芯科技的应急广播核心设备覆盖超过全国 500 个市(县)，覆盖占有率位居行业第 1 名。”

在应急广播业务方面，公司已参与了 10 项应急广播系统行业标准的制定及发布，同时还参与四川、广西、河南、湖南等多项省级标准的制定，是业内参与制定标准数量较多的企业之一。从市场覆盖角度，公司已直接累计中标全国上百个应急广播项目，并通过集成商供货合计覆盖超过 500 个应急广播项目，业务规模位居市场前列。

公司的主要竞争优势在于拥有较完整的应急广播产品线、较强技术创新实力、丰富的应急广播产品研发经验、良好的品牌形象及丰富的客户资源和渠道资源，具体如下：

①公司是业内少数拥有较完整应急广播产品线的企业

应急广播系统主要由管理平台、传输覆盖网、接收终端、安全监测等部分组成，公司是少数能够自主研发、制造应急广播系统中大部分产品，涉及应急广播管理平台、传输覆盖网及接收终端全流程的企业：其中管理平台主要由业务管理、流媒体分发、调度及运维三个子系统等组成，其中涉及的软硬件一体产品包括适配器、短信语音网关、IP 话筒、调制器、激励器等，可以实现各种应急信息的接入、处理、播发及控制，实现多种个性化功能及参数要求；传输覆盖网主要包括有线电视网（DVB-C）、地面数字电视网络（DTMB）、调频网络（FM）、互联网（IP）、移动通信网络（4G）等，传输方式越丰富则传输质量的稳定性和安全性更能得到保障，公司产品可以实现多种形式的传输覆盖；接收终端主要由多模音柱、多模收扩机、城市应急终端、移动应急终端等产品组成，可实现应急广播信息的播发，适应多种人文地理环境、传输覆盖网情况及语言特点。

应急广播建设具有系统性，公司是业内少数拥有完整应急广播产品线、能够提供整体技术解决方案的企业之一。

②公司拥有较强的技术创新实力，取得众多技术研发成果

基于应急广播通信的系统性，公司自主研发了高并发服务器技术、高效率低延时音频编解码技术、高效率的区域寻址技术、数字信息加密及验证技术、高效率数字音频功放技术、高性能广播指令接收技术、中波应急广播接收解调技术、CDR 应急广播技术等一系列核心技术，涉及应急广播管理平台、传输覆盖网及接收终端全流程。

2019 年及 2021 年，发行人的“调频频段数字音频广播一体机”及“调频广播同步传输技术”均荣获中国广播电视设备工业协会、国家科学技术奖励办公室颁发的“科技创新奖”。依托数字电视领域的技术积累，发行人是业内少数开发出基于数字音频广播（CDR）技术的应急广播产品的企业，可使相关产品具备所需发射功率小、传输覆盖好、干扰小、广播音质好等优点，填补了该领域的空白，可为客户提供更丰富优质的应急广播服务。同时，公司也是业内率先将数字电视领域的 TS 流技术引入应急广播领域的企业之一，可以更高效便捷地通过广播电视网传输应急信息，丰富了应急广播的传输模式，并在该领域内形成了较丰富的技术

积累。

③公司拥有丰富的应急广播产品研发经验，响应客户需求能力较强

应急广播产品研发要求行业企业拥有丰富的行业经验。公司目前在应急广播应用中的物联网控制、复杂工作场景应用、数据高并发（大量应急广播终端同时与服务器连接时的数据处理及分发）、负载均衡（多台服务器并行工作的资源协调和调度）、大数据处理（大量回传状态数据的存储、提取、分析及展示）等方面均积累了大量的技术经验，形成了一套成熟的、易于扩展的系统结构，使发行人响应客户需求的能力较强。

④公司在应急广播领域拥有较好的品牌形象，拥有市场先发优势

公司目前已参与制定了 10 项应急广播行业标准，是广电总局“应急广播技术研究实验室”成员单位，同时还是四川省应急广播产业发展联盟副理事长单位。四川省是全国率先试点完成省级平台建设的省份，建设覆盖面也较广，建设成效得到中央高度肯定，相关经验做法获得中央高度认可，成功推动中央在四川经验基础上出台全国应急广播体系建设总体规划。公司负责建设的云南省屏边县、**彝良县**应急广播项目成功**连续**入选 **2024 年、2025 年**全国应急广播服务防汛救灾专项行动十佳案例：2024 年 6 月，云南屏边县遭遇强降雨天气过程，屏边县各级各部门协调联动，第一时间通过应急广播将预警信息精准播报到暴雨落区，及时组织高风险区域95户322名群众转移避险，有效保障了人民群众生命财产安全，被云南省委办公厅、省政府办公厅作为四个典型案例之一在全省通报表扬，具有较显著的品牌效应；**2025 年 7 月，彝良县应急广播对强降雨落区播发暴雨、地质灾害等预警信息，在暴雨来临前助力紧急转移 263 户 869 人，实现“精准预警、快速响应、安全转移”，成功保障了人民群众生命安全**。

公司已拥有较突出的行业地位，使公司在参与应急广播项目拓展时具备较好的品牌效应。公司近年参与了多个代表性应急广播项目，目前已直接或间接覆盖全国超过 500 个市、县级应急广播系统，市场覆盖份额居行业前列。基于系统兼容性、适配性考虑，相关客户在进行升级或更新时更加青睐原始供应商，而公司在应急广播领域较早，且持续保持稳健增长及技术创新，参与多项行业标准制定，已树立了较高的品牌知名度和市场占有率，公司未来有望凭借较明显的品牌优势及先

发在位优势在未来技术迭代过程中持续稳固市场份额。

⑤公司拥有丰富的客户资源和渠道资源

公司的应急广播系列产品在陕西、云南、青海、河南、广西、辽宁、贵州等省级广电机构、数百个市、县级广电机构以及通信运营商等得到应用。公司拥有丰富的集成商资源，数量众多的集成商可以帮助发行人更好地拓展应急广播业务、提高市场占有率及扩大行业影响力。

公司当前已构建起较完善的营销服务组织架构，覆盖从售前客户需求收集分析到营销推广方案制定执行之间的各环节的工作。同时，公司高度重视售后服务体系的建设，具有专业的售后服务团队，取得商品售后服务体系五星级证书及相关资质，采取 7×24 小时技术支持服务，着力提升安装、调试、培训、维护以及后续开发的服务质量，快速为客户进行故障解决及提供全面的技术咨询支持，持续为客户提供优质技术支持和增值服务，不断提升客户体验。

综上，公司在应急广播市场拥有领先的市场地位，凭借相关竞争优势预计在市场竞争中仍将获取较充足的业务订单。

3、公司应急广播收入下降的风险分析

（1）应急广播收入存在波动的原因

2021 年至 **2025 年**，公司应急广播产品销售收入分别为 11,604.38 万元、16,299.32 万元、13,105.85 万元、11,378.56 万元及 **4,814.37 万元**，呈现较大波动特征，主要受以下因素影响所致：

①公司应急广播收入构成中系统集成项目占比较高，系统集成项目受各地财政预算投入、项目建设安排等较多因素影响，项目数量及规模存在一定波动性

公司应急广播系统集成项目的主要客户为各地广电部门、宣传部、融媒体中心等政府部门、事业单位，公司通过招投标方式从上述终端客户获取项目订单。系统集成项目通常个性化程度较高，不同项目的资金预算差异较大，项目数量受各地财政预算投入、项目建设安排等因素的影响，同时项目周期除项目规模外还受基础条件、作业范围、安装难度、项目需求变更、客户验收进度安排等较多因

素影响，因此报告期内公司提供的应急广播系统集成的项目数量和项目规模变动较大，导致各期应急广播业务收入存在一定波动。

②受下游终端客户招标进度及全球突发公共卫生事件影响，2022 年形成应急广播业务短期高点

2021 年为“十四五”规划开局之年，相关政策、财政预算和招标安排逐步落地，广电部门、宣传部、融媒体中心等终端客户逐步启动应急广播设备采购，加之受突发公共卫生事件的影响，导致部分应急广播订单延迟至 2022 年实施，且由于昌都市应急广播体系建设项目在当年验收确认收入，致使公司 2022 年应急广播收入达到短期内高点。2023 年，伴随上述影响因素减弱，应急广播业务收入较 2022 年有所回落，当年收入与 2021 年及 2022 年的平均数接近。公司 2024 年应急广播收入相比 2023 年下降 13.18%，与 2021 年收入相近，主要受下游客户对应急广播项目的投资建设节奏变化、项目资金到位情况、项目款项支付结算变化等因素影响。**2025 年，**受政府预算管理及执行政府采购流程影响，资金预算充足的项目大幅减少，公司严格控制经营风险，与客户合作时重点评估回款风险，公司应急广播业务收入受下游客户资金到位情况、款项支付结算变化、投资建设节奏变化等因素影响而存在较大幅度下降。

③受“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”及开拓新业务影响，公司在应急广播业务倾斜的资源相对有限

2022 年，公司中标并实施“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”，该项目是广电领域内筹划多年的大型项目，投资规模较大，也是公司历史上中标金额最大的项目，该项目对产品质量、交付进度均有严格要求，占用公司生产经营资源，对其他业务拓展亦造成一定影响，间接导致应急广播业务收入有所波动。同时，公司近年来重点开展微波能量应用业务，该业务技术壁垒高、市场空间大、成长速度快且毛利率相对较高，亦因此减少了应急广播业务投入。

综上，报告期内公司应急广播收入出现波动的原因主要为应急广播业务系统集成项目占比较高，受各地财政预算投入、项目建设安排等较多因素影响，项目数量及规模存在一定波动性；其次，受下游终端客户招标进度及全球突发公共卫生事件影响，2022 年形成应急广播业务短期高点；另外，受“地面数字电视 700

兆赫频率迁移项目”及开拓新业务影响，对公司应急广播业务拓展亦造成一定影响。

（2）公司应急广播市场空间较为充足，未来应急广播收入主要受政策支持、资金预算、竞争格局等多方面因素影响

在市场空间方面，受省、市、县级应急广播系统覆盖面持续扩大、已建成省、市、县级应急广播系统更新升级、应急广播终端渗透将进一步下沉、城市应急广播建设需求、应急广播应用场景不断扩大等多种因素带来的市场需求支撑，应急广播业务市场空间较为充足。基于谨慎性考虑，在仅考虑现有标准下省、市、县应急广播体系覆盖面扩大、已建成应急广播系统更新周期（8 年），结合更新升级投资逐年增加进行综合测算，预计未来五年我国应急广播年度平均投资金额约 22 亿元左右。

在政策支持及资金预算方面，应急广播具有典型的意识形态属性、公共服务属性、技术产业属性和应急属性，在我国“应急管理体系和能力现代化”和“乡村振兴”进程中作用突出，是“推进国家安全体系和治理能力现代化”的重要手段，中央及各地政府密集出台多项政策持续支持并将继续支持应急广播行业的发展，同时也充分利用中央支持地方公共文化服务体系建设补助资金及地方政府财政预算充分保障了应急广播建设的资金需求。目前应急广播的建设规划主要系在国家广电领域“十四五”规划下衍生形成，随着“十五五”规划开始编制，预计相关部门仍会持续出台相关产业政策和预算安排支持数字电视及应急广播领域的建设。

在竞争格局方面，伴随应急广播行业近年来的快速发展，也吸引了各地越来越多的广电运营商、移动通信运营商等大中型国有企业参与投标。该等集成商经营规模较大，且在当地拥有本地化服务和销售渠道优势，其直接参与投标成功率较高，由此致使公司直接中标的项目数量有所减少。尽管存在上述行业竞争格局变化的情形，但是前述中大型国有集成商不具备应急广播核心设备的生产能力，其作为系统集成商仍需向核心技术类厂商进行采购，对以公司为代表的技术型厂商影响相对可控。目前公司在应急广播业务领域内排名行业前 3，占据市场领先地位，参与多项行业标准的制定，拥有出色的技术实力，未来有望凭借较明显的

品牌优势及先发在位优势在未来技术迭代过程中持续稳固市场份额，预计在市场竞争中仍将获取较充足的业务订单。

综上，公司应急广播市场空间较为充足，未来应急广播收入主要受政策支持、资金预算、竞争格局等多方面因素影响。

（3）应急广播市场策略及进展情况

公司目前正通过加强与集成商合作、提高产品研发能力、加大城市应急广播等新应用领域拓展力度、加强营销网络建设等措施，相关进展情况总体良好，具体详见本回复“问题 2”之“2-2 应急广播产品销售收入下降原因”之“一、（二）公司应急广播业务的主要策略及进展情况”。

综上，公司未来应急广播营业收入情况受到政策支持、资金预算、竞争格局等多种因素影响，面临市场竞争加剧、收入进一步下滑的风险，但是鉴于应急广播市场仍有较充足的市场空间、公司拥有行业领先市场定位及多方面竞争优势，公司已制定加强与集成商合作、提高产品研发能力、加大城市应急广播等新应用领域拓展力度、加强营销网络建设等措施，公司未来预计仍将积极获取较为充足的订单。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、查阅发行人公开转让说明书、历年年度报告，获取发行人销售收入明细表、销售合同、中标信息等资料，查阅发行人在手订单明细表，了解发行人数字电视及应急广播业务营业收入发生变动的原因；

2、查阅行业研究报告、行业统计数据、行业技术标准等资料，查询权威部门及中国广电集团官方网站，查阅同行业可比公司官方网站、定期报告、招股说明书、公开转让说明书、技术检测报告等信息，了解数字电视及应急广播等行业细分领域的产业政策、投资需求、财政预算、竞争格局、发展现状、发展规划等情况，了解发行人与竞争对手的差异情况、各自竞争优劣势情况、发行人市场策略及进展，分析发行人数字电视及应急广播业务的可持续性；

3、查阅“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”相关招标信息、合同、回

款以及坏账计提情况，查询权威部门及中国广电集团等相关合作方官方网站，访谈发行人高级管理人员，了解合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续、是否存在超信用期未收回的情形、是否存在坏账迹象，结合发行人坏账准备计提政策分析坏账计提是否充分。

二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已说明产业政策、投资需求、竞争格局等对发行人报告期内及期后销售收入及利润的影响、发行人境内外数字电视业务拓客、订单签订及可实现收入情况、主要项目储备情况及项目具体进展、产品更新换代周期，相关情况与核查程序了解情况一致；“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目对发行人报告期内及经营业绩造成较大短期扰动，该项目形成的高基数导致 2024 年期后数字电视业务利润出现短期大幅下降，若合理考虑剔除其贡献的收入或利润，则 2024 年发行人数字电视业务收入或利润较 2023 年保持稳定，2025 年发行人受终端客户财政资金预算、招标采购安排等因素影响，系统集成项目收入减少，根据在手订单情况初步预计期后数字电视业务将出现回升，整体具有可持续性。

2、发行人已说明“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景，相关情况与核查程序了解情况一致，发行人在后续广电 5G 一体化发展中与相关方仍存在持续的合作机会，但相关项目招标落地具体时间及发行人最终中标份额仍具有不确定性，需以最终实际结果为准。

3、虽然“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目回款受客户资金预算及支付计划安排影响有所延后，导致超出合同约定的信用期限，但**截至 2025 年末，除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**，不存在严重超出信用期的情形；报告期内，不存在客观证据表明发行人与中广电设计研究院相关的应收款项已经发生信用减值，故发行人依据信用风险特征将相关应收款项划分为账龄组合，在组合基础上确定预期信用损失，坏账准备计提充分。

4、发行人说明的中央及各地政府出台的具体政策支持文件及相关财政预算情况、应急广播业务的主要策略及进展情况与核查程序了解情况一致；发行人应急广播业务领域市场空间较为充足，未来应急广播收入主要受政策支持、资金预算、竞争格局等多方面因素影响，尽管面临市场竞争加剧、收入进一步下滑的风险，发行人已制定相关应对措施，预计凭借领先的市场地位及竞争优势仍将积极获取较充足的业务订单。

问题 4.集成商销售真实性

根据申请文件，（1）发行人销售模式主要包括直接销售、集成商销售、经销商销售。其中，报告期各期集成商销售收入分别为 17,923.88 万元、25,164.67 万元和 35,196.85 万元，收入占比分别为 68.12%、75.20%和 85.63%，直接销售模式收入分别为 8,146.86 万元、8,040.69 万元和 5,744.62 万元，销售占比分别为 30.96%、24.03%和 13.98%。（2）公司报告期各期集成商数量约为 800 家，剔除地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目的相关影响后，客均收入金额约 20 万元，单个合同的平均金额 5 万元左右，每年度均为 20 万元左右。（3）公司境内销售的终端客户为各地、各级的广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商以及数量众多的非广电领域酒店类客户。（4）报告期内公司境外销售收入分别为 6,100.58 万元、6,348.90 万元和 5,834.80 万元，收入占比分别为 23.18%、18.97%和 14.20%。（5）报告期各期，保荐机构直接核查对象对应的集成商与发行人的交易额占集成商收入总额的比例分别为 46.34%、57.24%和 66.92%，各期实施了穿透核查程序的集成商的收入占比分别为 65.74%、68.24%和 74.05%。

（1）直销和集成商销售模式及集成商终端客户情况。请发行人：①按终端下游客户类型披露报告期内主营业务收入构成；按直销、集成商、经销商说明报告期内前五大客户名称、销售内容、销售金额、集成商客户的终端客户；主要产品的前五大客户名称、销售内容、销售金额，如为集成商和经销商客户，说明其终端客户情况。②按直销、集成商、经销商分别说明报告期内客户数量变化情况、销售金额及占比；发行人向各类客户的销售定价机制、协议签署周期、验收方式、结算方式、物流方式等；发行人与不同客户的合作模式，发行人协助集成商投标的具体情况，发行人保持与集成商稳定合作关系的具体措施，充分揭示集成商变化可能对发行人业务的风险。③说明报告期内通过公开招投标取得的主要客户、相应的收入金额及其占比，投标过程是否合法合规。④说明报告期内发行人客户与供应商重叠所涉金额及定价的公允性，是否符合行业惯例；发行人客户是否存在指定采购产品的情况，如有，请说明指定采购涉及的产品名称、采购金额、指定原因、采购价格的公允性，客户与供应商重叠相关业务收入确认方式是否符合企业会计准则的相关规定。⑤说明报告期内外销

中直销和集成商客户数量及其销售额占比；结合报告期各期均有合作的外销客户销售额占比、终止合作客户数量、新增客户数量及其销售额，分析外销客户的稳定性。

（2）集成商销售收入真实性。请发行人：①发行人单独投标、集成商单独投标、发行人委托集成商投标等各类合作模式的销售金额比例，收入确认政策和时点是否准确；集成商对发行人产品的验收是否以集成商向终端客户销售产品的最终验收为前提，集成商模式下销售收入确认时点是否符合企业会计准则的相关规定。②说明发行人通过集成商销售的必要性，集成商销售收入占比大幅提高的背景及合理性是否符合行业惯例，可比公司集成商销售额占比；按国有企业、民营企业等类型说明集成商客户数量及销售额占比、各类客户付款方式是否存在差异、集成商客户与终端客户是否存在关联关系。③说明集成商客户中是否存在成立时间较短即与发行人合作的情况；发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方、发行人员工（含已离职）是否在集成商中持股或担任董监高的情形。④结合报告期各期均有交易的集成商用户销售收入，分析集成商客户的稳定性；说明同类产品直销和集成商销售价格是否存在差异。⑤集成商毛利率高于直销客户的原因及合理性，是否同业可比。

（3）收入确认政策准确性。根据申请文件，①发行人国内销售业务以货物发出并经客户签收或以安装完成取得客户验收报告后确认收入，出口销售业务以取得报关单，按报关出口完成日期确认收入的实现。②报告期各期末，公司发出商品账面余额分别为 3,236.88 万元、8,776.32 万元和 3,467.37 万元，占比分别为 30.38%、50.72%和 33.30%。请发行人：①说明报告期内退换货情况，相关会计处理方式准确性。②结合行业惯例、可比公司收入确认方法、销售合同条款约定和实际执行情况，说明各类产品服务类型下商品发出、验收、签收、领用的业务流程、平均时长，对比可比公司说明发出商品至最终确认收入的平均时长是否合理，是否存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定。③说明直销客户主要项目的平均生命周期、是否存在分阶段确认收入的情形、发行人是否存在提前确认收入的情形、直销客户合作是否具有可持续性。④说明报告期内有安装义务的销售收入与发出商品的匹配性，是否存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形，如有，请说

明具体情形。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查并发表明确意见，说明对主要客户和营业收入真实性、准确性、完整性，内销、外销的具体核查程序、核查过程、核查证据和核查结论。（2）详细说明发行人集成商的最终销售、真实销售，集成商对外销售回款的核查情况。请保荐机构提供内部控制、销售收款、采购付款、生产存货、货币资金等财务核查工作底稿。

【回复】

【发行人说明】

4-1 直销和集成商销售模式及集成商终端客户情况

一、按终端下游客户类型披露报告期内主营业务收入构成；按直销、集成商、经销商说明报告期内前五大客户名称、销售内容、销售金额、集成商客户的终端客户；主要产品的前五大客户名称、销售内容、销售金额，如为集成商和经销商客户，说明其终端客户情况

（一）按终端下游客户类型披露报告期内主营业务收入构成

由于公司较难准确及完整地获取集成商客户的下游终端客户，导致公司难以按照终端客户的各个具体类型披露报告期内主营业务收入构成。公司主营业务产品分为微波能量应用、专业视听、数字电视及应急广播产品，其中：（1）微波能量应用产品在科研领域、工业领域（如光伏镀膜、平板显示镀膜等）、医疗领域（如质子重离子治癌、硼中子俘获治癌（BNCT）、同位素药物、肿瘤微波消融等）、先进能源领域等均拥有较大的发展潜力，其终端用户以科研类、医疗类、工业类行业客户为主；（2）专业视听产品主要应用于酒店用户的商用显示前端系统，以实现各类外接节目、视频图文广告宣传等在酒店等商用显示场景内的传输覆盖，其终端用户以酒店类行业客户为主；（3）数字电视产品包括前端设备及无线传输发射设备，主要应用于数字电视系统，应急广播产品包括应急广播管理平台、适配器、智能发布终端等，主要用于构建应急广播通信系统，上述两类产品的境内终端用户均包括各级广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等，上述用户均可能交叉采购数字电视与应急广播产品。因此，按以上终端

客户大类划分的主营业务收入情况如下：

单位：万元

终端下游客户类型		产品类型	2025 年	2024 年	2023 年
境内终端客户	以科研类、医疗类、工业类行业客户为主	微波能量应用	**7,719.34**	2,081.62	**59.33**
	以酒店类行业客户为主	专业视听	**3,490.66**	3,116.92	2,970.70
	以广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等政府部门、事业单位及国有企业为主	应急广播	**4,814.37**	11,378.56	13,105.85
		数字电视	**2,609.57**	5,935.34	**19,131.07**
		小计	**7,423.94**	17,313.90	**32,236.92**
	合计		**18,633.93**	**22,512.44**	**35,266.95**
境外终端客户	以酒店类行业客户为主	专业视听	**2,494.91**	2,865.74	2,628.72
	以境外各个国家、地区的当地广播电视台、广播电视运营商为主	数字电视	**1,294.16**	1,643.07	3,206.08
		应急广播	**-**	-	-
		小计	**1,294.16**	1,643.07	3,206.08
	合计		**3,789.07**	**4,508.81**	**5,834.80**
总计			**22,423.00**	**27,021.25**	**41,101.75**

如上表所示，报告期内，公司主要的境内终端客户类型**已逐步由以**广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等政府部门、事业单位及国有企业**为主的广电业务客户转化为以科研类、医疗类、工业类行业客户以及酒店类行业客户为主的非广电业务客户。非广电业务客户采购的公司产品类型为微波能量应用产品、专业视听产品，其中，微波能量应用产品各期收入金额分别为 59.33 万元、2,081.62 万元和 7,719.34 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.14%、7.70%和 34.43%，收入及占比均大幅增长，主要原因为公司集中资源发展高毛利、高增长潜力的微波能量应用业务，逐步取代受政策影响较大、回款周期较长的广电类业务成为核心收入来源，推动公司收入结构与盈利质量持续优化；专业视听产品客户需求受宏观经济波动影响较小，具有较强的稳定性，各期收入及占比均保持稳步增长。广电业务客户**采购的公司产品类型为应急广播及数字电视产品，各期收入金额分别为 **32,236.92** 万元、17,312.78 万元和

7,423.94 万元，占主营业务收入的比例分别为 **78.43%**、64.07%和 **33.11%**，2023 年-2024 年收入金额及占比较高，**2025 年度受业务结构调整及行业政策影响，收入金额及占比均有所降低**。公司的境外终端客户包括各个国家、地区的酒店、当地广播电视台、广播电视运营商等，采购的产品类型主要为专业视听和数字电视产品，各期收入受全球突发公共卫生事件、国际经济政治局势变化、**国际贸易摩擦不断、全球贸易保护主义加剧、公司经营战略调整**等因素影响**有所下滑**。

公司已于招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”之“2.主营业务收入按产品或服务分类”部分补充披露如下：

“2.主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
微波能量应用产品	**7,719.34**	**34.43**	2,081.62	7.70	**59.33**	**0.14**
专业视听	**5,985.57**	**26.69**	5,982.66	22.14	5,599.42	13.62
数字电视	**3,903.73**	**17.41**	7,578.41	28.05	**22,337.15**	**54.35**
应急广播	**4,814.37**	**21.47**	11,378.56	42.11	13,105.85	31.89
合计	**22,423.00**	**100.00**	**27,021.25**	**100.00**	**41,101.75**	**100.00**

报告期内公司营业收入主要来源于微波能量应用、专业视听、数字电视及应急广播四大产品板块，整体呈现 “非广电业务快速增长、广电业务阶段性有序收缩” 的结构性优化特征。报告期内，公司主营业务收入金额分别为 41,101.75 万元、27,021.25 万元及 22,423.00 万元，2024 年较 2023 年下降 34.26%，2025 年较 2024 年下降 17.02%。主营业务收入变动的主要原因为业务结构战略性调整：高毛利、高增长潜力的微波能量应用业务快速崛起，逐步取代受政策影响较大的广电类业务成为核心收入来源，推动公司收入结构与盈利质量持续优化。”

（二）按直销、集成商、经销商说明报告期内前五大客户名称、销售内容、销售金额、集成商客户的终端客户

1、前五大直销客户销售名称、销售内容、销售金额

公司直接销售模式系向产品的终端客户直接进行销售，终端客户主要为各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等或大型科研院所、医疗及工业制造领域设备商。

报告期各期，前五大直销客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占直销收入比例
2025 年度				
1	**中国科学院近代物理研究所**	**微波能量应用**	**4,455.52**	**47.65%**
2	**国科离子**	**微波能量应用**	**1,305.93**	**13.97%**
3	**麻城市文化和旅游局**	**应急广播**	**706.02**	**7.55%**
4	**中国科学院高能物理研究所**	**微波能量应用**	**506.01**	**5.41%**
5	**临江市文化广播电视和旅游局**	**应急广播**	**399.28**	**4.27%**
合计			**7,372.75**	**78.85%**
2024 年度				
1	新疆维吾尔自治区广播电视局	应急广播	1,751.93	17.47%
2	广西广播电视技术中心	数字电视	1,364.99	13.61%
3	国科离子	微波能量应用	926.46	9.24%
4	中国共产党广南县委员会宣传部	应急广播	774.46	7.72%
5	陕西省广播电视局	数字电视	692.90	6.91%
合计			**5,510.74**	**54.95%**
2023 年度				
1	辽宁省广播电视局	数字电视	725.22	12.62%
2	兴安县文化广电体育和旅游局	应急广播	464.74	8.09%
3	和龙市文化广播电视和旅游局	应急广播	412.58	7.18%
4	安图县文化广播电视和旅游局	应急广播	392.14	6.83%
5	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	应急广播	391.48	6.81%
合计			**2,386.15**	**41.54%**

注 1：上表中中国科学院近代物理研究所包含同一控制下的科近泰基新技术有限公司，下同；

注 2：上表中国科离子包含同一控制下的国科离子（杭州）医疗科技有限公司、兰州泰基离子技术有限公司，下同。

2、前五大集成商客户销售名称、销售内容、销售金额及终端客户

公司集成商销售模式系与具有一定集成服务能力的集成商开展合作，通常情况下，集成商在获得终端客户的（意向）订单后向公司采购，与其他配套件组合后以系统集成方式向终端客户进行交付，或直接向终端客户销售软硬件一体设备用于其存量设备的维修、升级、备份等。部分集成商除直接向终端客户进行销售外，也存在向下游客户进行销售的情形，由下游客户向终端客户提供系统集成或设备销售。

报告期各期，前五大集成商客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占集成商收入比例	主要终端或下游客户
2025 年度					
1	吉视传媒信息服务有限责任公司	应急广播	691.34	5.32%	前郭尔罗斯蒙古族自治县文化广播电视和旅游局、长白朝鲜族自治县文化广播电视和旅游局
2	杭州浩讯科技有限公司	专业视听及数字电视	629.45	4.84%	SERVICIOS INTERCABLE EIRL、TECNESYA SAS、CL oudext INC、BIT Solution Co., Ltd 、Condista
3	Thor Fiber and Broadcast	专业视听	401.19	3.09%	PLANET FITNESS、HANAT HOTEL、BBC、ABC
4	AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	数字电视	400.26	3.08%	GTPL Hathway Limited 、DBN Networks Limited 、Siti Networks Limited 、Hathway Digital
5	陕西美林电子有限公司	应急广播及数字电视	350.56	2.70%	富县融媒体中心、甘泉县融媒体中心、黄陵县融媒体中心、泾阳县融媒体中心、子长市融媒体中心
合计			2,472.80	19.03%	
2024 年度					
1	杭州浩讯科技有限公司	数字电视及专业视听	784.02	4.65%	Adam Niescierowicz、Swox Telecom、Bs Service Ltd、Ikario

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占集成商收入比例	主要终端或下游客户
					Richling、Sammuel Lehane
2	浪潮集团有限公司	应急广播	718.06	4.26%	内蒙古自治区广播电视局、金乡县文化和旅游局
3	中国广电集团	应急广播	581.82	3.45%	永州市零陵区文化旅游体育局、江永县文化旅游广电体育局、溆河市融媒体中心、泸县文化广播电视和旅游局
4	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	应急广播	448.72	2.66%	息烽县文体广电旅游局、都匀市文化广电和旅游局
5	成都克雷博科技有限公司	应急广播	434.37	2.58%	宁晋县文化广电体育和旅游局、临西县融媒体中心、中国共产党昌都市卡若区委员会宣传部
合计			**2,967.00**	**17.60%**	
2023 年度					
1	中国广电集团	数字电视及应急广播	14,871.48	42.25%	河南省广播电视局、湖南省广播电视局、广西壮族自治区广播电视局、陕西省广播电视局、广东省广播电视局
2	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	应急广播	992.85	2.82%	独山县文化广电和旅游局、荔波县文化广电和旅游局、平塘县文化广电和旅游局、贵定县文化广电和旅游局、惠水县文化广电和旅游局、瓮安县文化广电和旅游局、毕节市七星关区文体广电旅游局、大方县文体广电旅游局
3	Thor Fiber and Broadcast	专业视听及数字电视	912.43	2.59%	Time Warner Cable、Comcast Corporation、Spectrum Cable、Fox News、Los Angeles Community Hospital、Cedars-Sinai Medical Center、Fontainebleau Miami Beach
4	陕西美林电子有限公司	应急广播	827.28	2.35%	蒲城县委宣传部、彬州市广播电视台、西安市长安区文化和旅游体育局、澄城县融媒体中心、永寿县融媒体中心、白水县融媒体中心、淳化县融媒体中心、吴堡县文化和旅游文物广电局
5	兰州慧通网	应急广播	696.44	1.98%	榆中县文体广电和旅游局、华池

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占集成商收入比例	主要终端或下游客户
	络技术有限公司				县文体广电和旅游局、金塔县融媒体中心、民乐县文体广电和旅游局、金川区文体广电和旅游局、临泽县文体广电和旅游局
合计			**18,300.48**	**51.99%**	

注 1：上表中 2023 年中国广电集团包含同一控制下的中广电广播电影电视设计研究院有限公司、中国广电四川网络股份有限公司、中国广电新疆网络股份有限公司、中国广电广州网络股份有限公司等公司；2024 年中国广电集团包含同一控制下的湖南有线江永网络有限公司、湖南有线永州网络有限公司、黑龙江广电网络科技有限公司等公司；

注 2：上表中浪潮集团有限公司包含同一控制下的山东浪潮超高清视频产业有限公司和浪潮软件科技有限公司；

注 3：DIGI GROUP LLC 已于 2025 年更名为 Thor Fiber and Broadcast，下同。

3、前五大经销商客户销售名称、销售内容、销售金额

公司经销商销售模式系向经销商销售带有“德芯”品牌的产品，由经销商买断后直接对外销售，经销商通常不具备系统集成服务能力。

报告期各期，前五大经销商客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占经销商收入比例
2025 年度				
1	**SC"DIGIMAX" S.R.L.**	**专业视听**	**9.89**	**12.33%**
2	**MENS TECHNOLOGIES LTD**	**专业视听及数字电视**	**8.23**	**10.26%**
3	**福州星网通电子科技有限公司**	**专业视听**	**6.91**	**8.61%**
4	**成都春科尔数字设备有限公司**	**数字电视**	**6.66**	**8.31%**
5	**云南锐速科技有限公司**	**数字电视**	**6.18**	**7.70%**
合计			**37.87**	**47.20%**
2024 年度				
1	TVB Traid Co. Ltd	数字电视	35.38	26.23%
2	池州市西美通讯工程有限公司	应急广播	31.91	23.65%
3	河南盛视祥通电子科技有限公司	数字电视	10.92	8.09%
4	PETRIKO OOD	专业视听	9.95	7.38%
5	MENS TECHNOLOGIES LTD	专业视听	8.30	6.15%
合计			**96.47**	**71.50%**

序号	客户名称	主要销售内容	销售金额	占经销商收入比例
2023 年度				
1	TVB Traid Co. Ltd	数字电视	51.44	32.09%
2	MENS TECHNOLOGIES LTD	专业视听及数字电视	27.82	17.36%
3	SC"DIGIMAX" S.R.L.	数字电视	17.16	10.71%
4	PETRIKO OOD	数字电视	16.55	10.33%
5	I.C.S MOLDROMSAT GROUP S.R.L	专业视听	8.76	5.47%
合计			**121.74**	**75.95%**

（三）主要产品的前五大客户名称、销售内容、销售金额，如为集成商和经销商客户，说明其终端客户情况

报告期内，公司主要产品分为微波能量应用、专业视听、数字电视及应急广播产品，收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
微波能量应用产品	**7,719.34**	**34.43%**	2,081.62	7.70%	**59.33**	**0.14%**
专业视听	**5,985.57**	**26.69%**	5,982.66	22.14%	5,599.42	13.62%
数字电视	**3,903.73**	**17.41%**	7,578.41	28.05%	**22,337.15**	**54.35%**
应急广播	**4,814.37**	**21.47%**	11,378.56	42.11%	13,105.85	31.89%
合计	**22,423.00**	**100.00%**	**27,021.25**	**100.00%**	**41,101.75**	**100.00%**

如上表所示，**报告期内，公司主营业务收入金额分别为 41,101.75 万元、27,021.25 万元及 22,423.00 万元，2024 年较 2023 年下降 34.26%，2025 年较 2024 年下降 17.02%。主营业务收入变动的主要原因为业务结构战略性调整：高毛利、高增长潜力的微波能量应用业务快速崛起，逐步取代受政策影响较大、回款周期较长的广电类业务成为核心收入来源，推动公司收入结构与盈利质量持续优化**。

报告期各期，公司微波能量应用、专业视听、数字电视及应急广播产品的前五大客户情况如下：

1、微波能量应用产品

单位：万元

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占微波能量应用收入比例	主要终端或下游客户
2025 年度						
1	中国科学院近代物理研究所	直销客户	软硬件一体设备	4,455.52	57.72%	不适用
2	国科离子	直销客户	软硬件一体设备	1,305.93	16.92%	不适用
3	中国科学院高能物理研究所	直销客户	软硬件一体设备	506.01	6.56%	不适用
4	先进能源科学与技术广东省实验室	直销客户	软硬件一体设备	277.83	3.60%	不适用
5	中国原子能科学研究院	直销客户	软硬件一体设备	249.47	3.23%	不适用
合计				6,794.75	88.02%	
2024 年度						
1	国科离子	直销客户	软硬件一体设备	926.46	44.51%	不适用
2	中国科学院近代物理研究所	直销客户	软硬件一体设备	546.69	26.26%	不适用
3	中国科学院大连化学物理研究所	直销客户	软硬件一体设备	295.61	14.20%	不适用
4	先进能源科学与技术广东省实验室	直销客户	软硬件一体设备	140.73	6.76%	不适用
5	东莞一点微能智能技术有限公司	直销客户	软硬件一体设备	48.67	2.34%	不适用
合计				1,958.17	94.07%	
2023 年度						
1	中国科学院近代物理研究所	直销客户	软硬件一体设备	34.07	57.43%	不适用
2	中国科学院	直销	软硬件一	5.96	10.05%	不适用

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占微波能量应用收入比例	主要终端或下游客户
	大连化学物理研究所	客户	体设备			
3	先进能源科学与技术广东省实验室	直销客户	软硬件一体设备	7.96	13.42%	不适用
4	国科中子医疗科技有限公司	直销客户	软硬件一体设备	3.36	5.67%	不适用
5	中国科学技术大学	直销客户	软硬件一体设备	7.96	13.42%	不适用
合计				59.33	100.00%	

2、专业视听产品

单位：万元

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占专业视听收入比例	主要终端或下游客户
2025 年度						
1	杭州浩讯科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	543.50	9.08%	SERVICIOS INTERCABLE EIRL、TECNESYA SAS、CLoudext INC、BIT Solution Co., Ltd、Condista
2	Thor Fiber and Broadcast	集成商	软硬件一体设备	401.19	6.70%	PLANET FITNESS、HANAT HOTEL、BBC、ABC
3	深圳市沃克网络产品有限公司	集成商	软硬件一体设备	254.88	4.26%	拒绝提供 2025 年度终端客户信息
4	苏州市欧视优网络信息科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	217.63	3.64%	酒店类客户
5	杭州洪滔光电科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	215.03	3.59%	YBERTEL TECNOLOGIA、JOSE BONIFACIO、TECNETWORK
合计				1,632.23	27.27%	
2024 年度						
1	Thor Fiber and Broadcast	集成商	软硬件一体设备	329.65	5.51%	Time Warner Cable、Comcast Corporation、

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占专业视听收入比例	主要终端或下游客户
						Spectrum Cable、hotel
2	杭州洪滔光电科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	263.85	4.41%	该客户主要出口境外，未具体提供 2024 年度终端客户信息
3	深圳市沃克网络产品有限公司	集成商	软硬件一体设备	237.13	3.96%	该客户主要出口境外，未具体提供 2024 年度终端客户信息
4	杭州索菲特光电设备有限公司	集成商	软硬件一体设备	207.99	3.48%	该客户主要出口境外，未具体提供 2024 年度终端客户信息
5	杭州浩讯科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	182.30	3.05%	ADAM NIESCIEROWICZ、SWOX TELECOM、BS SERVICE LTD、IKARIO RICHLING、SAMMUEL LEHANE
合计				**1,220.91**	**20.41%**	
2023 年度						
1	Thor Fiber and Broadcast	集成商	软硬件一体设备	691.71	12.35%	Los Angeles Community Hospital、Cedars-Sinai Medical Center、Fontainebleau Miami Beach
2	杭州浩讯科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	385.24	6.88%	Ts Eletronic Do Brasil、Nasatronic、Alexander Abad、Cable And Satellite Consultancy Ltd、Apintie Nv
3	杭州润州光电技术有限公司	集成商	软硬件一体设备	323.81	5.78%	Teleimagen Por Cable S De Rl De Cv、Cable Sur, S.A. De Cv、Soticom Sas、Punt Ored Telecomunicaciones Sas
4	苏州益坚信息科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	295.36	5.27%	苏州正视行智能科技有限公司、广州完全网络有限公司、广东省广播电视网络股份有限公司珠海分公司、青岛恒星大酒店有限公司、武汉宁莹酒店管理有限公司、荆州万力酒店

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占专业视听收入比例	主要终端或下游客户
						管理有限公司万达嘉华酒店、上海蛟龙酒店管理有限公司
5	Datos S DE RL	集成商	软硬件一体设备	275.95	4.93%	该客户为境外集成商客户，未具体提供 2023 年度终端客户信息
合计				**1,972.07**	**35.22%**	

注：受专业视听产品应用领域特性影响，单个终端或下游客户平均交易额较小、相对分散，故上表中列示的主要终端或下游客户对应集成商交易金额占比不高。

3、数字电视产品

单位：万元

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占数字电视收入比例	主要终端或下游客户
2025 年度						
1	AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	集成商	软硬件一体设备及其他	400.26	10.25%	GTPL Hathway Limited、DBN Networks Limited、Siti Networks Limited、Hathway Digital
2	Broadband Fibers&Supplies Inc	集成商	软硬件一体设备	160.94	4.12%	Telecom SA、 Wire Tech SA
3	Beyond Horizons Co	集成商	软硬件一体设备及其他	92.67	2.37%	Sharq Aljazearu 、Family Box
4	Toner Cable Equipment Inc.	集成商	软硬件一体设备	87.37	2.24%	拒绝提供 2025 年度终端客户信息
5	杭州浩讯科技有限公司	集成商	软硬件一体设备	85.96	2.20%	SERVICIOS INTERCABLE EIRL、TECNESYA SAS、CLoudext INC、BIT Solution Co., Ltd、Condista
合计				827.20	21.19%	
2024 年度						
1	广西广播电视技术中心	直销客户	系统集成及软硬件一体设备	1,364.99	18.01%	不适用
2	陕西省广播	直销	系统集成	692.42	9.14%	不适用

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占数字电视收入比例	主要终端或下游客户
	电视局	客户				
3	杭州浩讯科技有限公司	集成商	软硬件一体设备及其他	601.72	7.94%	ADAM NIESCIEROWICZ、SWOX TELECOM、BS SERVICE LTD、IKARIO RICHLING、SAMMUEL LEHANE
4	AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	集成商	软硬件一体设备及其他	402.85	5.32%	GTPL Hathway Limited、DEN Networks Limited、Siti Networks Limited
5	南宁科茂电子科技有限责任公司	集成商	软硬件一体设备及其他	359.96	4.75%	来宾市兴宾区文化广电和旅游局、贺州市文化广电和旅游局、忻城县文化广电和旅游局
合计				**3,421.94**	**45.15%**	
2023 年度						
1	中国广电集团	集成商	系统集成	14,014.09	**62. 74%**	河南省广播电视局、湖南省广播电视局、广西壮族自治区广播电视局、陕西省广播电视局、广东省广播电视局
2	辽宁省广播电视局	直销客户	系统集成	725.22	3.25%	不适用
3	AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	集成商	软硬件一体设备	649.43	2.91%	Gtpl Hathway Limited、Den Networks Limited、Siti Networks Limited
4	广西广播电视技术中心	直销客户	系统集成及软硬件一体设备	351.63	1.57%	不适用
5	Thor Fiber and Broadcast	集成商	软硬件一体设备	220.72	0.99%	Time Warner Cable、Comcast Corporation、Spectrum Cable、Fox News
合计				**15,961.10**	**71.46%**	

注 1：上表中 2023 年中国广电集团为同一控制下的中广电广播电影电视设计研究院有限公司；

注 2：报告期内，公司主要与 AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED 开展交

易，该公司与 AKTEL 属于同一控制下关联公司，故上表中 2024 年 AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED 销售情况包含 AKTEL，下同。

4、应急广播产品

单位：万元

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占应急广播收入比例	主要终端或下游客户
2025 年度						
1	**麻城市文化和旅游局**	**直销客户**	**系统集成**	**706.02**	**14.66%**	**不适用**
2	**吉视传媒信息服务有限责任公司**	**集成商**	**系统集成**	**691.34**	**14.36%**	**前郭尔罗斯蒙古族自治县文化广播电视和旅游局、长白朝鲜族自治县文化广播电视和旅游局**
3	**临江市文化广播电视和旅游局**	**集成商**	**系统集成**	**399.28**	**8.29%**	**不适用**
4	**陕西美林电子有限公司**	**集成商**	**软硬件一体设备**	**348.67**	**7.24%**	**富县融媒体中心、甘泉县融媒体中心、黄陵县融媒体中心、泾阳县融媒体中心、子长市融媒体中心**
5	**辽宁省广播电视局**	**集成商**	**系统集成**	**211.13**	**4.39%**	**不适用**
合计				**2,356.44**	**48.95%**	
2024 年度						
1	新疆维吾尔自治区广播电视局	直销客户	系统集成	1,751.93	15.40%	不适用
2	中国共产党广南县委员会宣传部	直销客户	系统集成	774.46	6.81%	不适用
3	浪潮集团有限公司	集成商	系统集成	718.06	6.31%	内蒙古自治区广播电视局、金乡县文化和旅游局
4	中国广电集团	集成商	软硬件一体设备	565.65	4.97%	永州市零陵区文化旅游体育局、江永县文化旅游广电体育局、漠河市融媒体中心、泸县文化广播电视及旅游局
5	中国共产党凤庆县委员会宣传部	直销客户	系统集成	561.70	4.94%	不适用

序号	客户名称	客户类型	主要销售内容	销售金额	占应急广播收入比例	主要终端或下游客户
合计				**4,371.80**	**38.43%**	
2023 年度						
1	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	集成商	系统集成及软硬件一体设备	992.85	7.58%	独山县文化广电和旅游局、荔波县文化广电和旅游局、平塘县文化广电和旅游局、贵定县文化广电和旅游局、惠水县文化广电和旅游局、瓮安县文化广电和旅游局、毕节市七星关区文体广电旅游局、大方县文体广电旅游局
2	中国广电集团	集成商	系统集成及软硬件一体设备	857.32	6.54%	南江县文化广播电视和旅游局、丹棱县文化广播电视和旅游局、北川差族自治县文化广播电视和旅游局、哈密市融媒集团有限公司
3	陕西美林电子有限公司	集成商	软硬件一体设备	825.60	6.30%	蒲城县委宣传部、永寿县融媒体中心、彬州市广播电视台、西安市长安区文化和旅游体育局、澄城县融媒体中心、淳化县融媒体中心、白水县融媒体中心、吴堡县文化和旅游文物广电局
4	兰州慧通网络技术有限公司	集成商	软硬件一体设备	693.34	5.29%	民乐县文体广电和旅游局、榆中县文体广电和旅游局、兰州市七里河区文化体育和旅游局、华池县文体广电和旅游局、金川区文体广电和旅游局、临泽县文体广电和旅游局、金塔县融媒体中心
5	兴安县文化广电体育和旅游局	直销客户	系统集成	464.74	3.55%	不适用
合计				**3,833.84**	**29.25%**	

注 1：上表中 2023 年中国广电集团包含同一控制下的中国广电四川网络股份有限公司、中国广电新疆网络股份有限公司、中国广电广州网络股份有限公司等公司；2024 年中国广电集团包含同一控制下的湖南有线江永网络有限公司、湖南有线永州网络有限公司、黑龙江

广电网络科技有限公司等公司；

注 2：上表中浪潮集团有限公司包含同一控制下的山东浪潮超高清视频产业有限公司和浪潮软件科技有限公司。

二、按直销、集成商、经销商分别说明报告期内客户数量变化情况、销售金额及占比；发行人向各类客户的销售定价机制、协议签署周期、验收方式、结算方式、物流方式等；发行人与不同客户的合作模式，发行人协助集成商投标的具体情况，发行人保持与集成商稳定合作关系的具体措施，充分揭示集成商变化可能对发行人业务的风险

（一）按直销、集成商、经销商分别说明报告期内客户数量变化情况、销售金额及占比

报告期内，公司各类销售模式下客户数量变化情况、销售金额及占比如下：

单位：万元

销售模式	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
直销	销售额	**9,350.43**	10,028.47	5,744.62
	销售额占比	**41.70%**	37.11%	13.98%
	客户数量（个）	**119**	79	74
	客户数量占比	**14.18%**	9.22%	8.79%
集成商	销售额	**12,992.34**	16,857.87	35,196.85
	销售额占比	**57.94%**	62.39%	85.63%
	客户数量（个）	**700**	755	749
	客户数量占比	**83.43%**	88.10%	88.95%
经销商	销售额	**80.24**	134.91	160.28
	销售额占比	**0.36%**	0.50%	0.39%
	客户数量（个）	**20**	23	18
	客户数量占比	**2.38%**	2.68%	2.26%
销售金额合计		**22,423.00**	**27,021.25**	**41,101.75**
客户数量合计		**839**	**857**	**841**

2024 年度，受益于前期实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”带来的品牌影响力，公司进一步加大市场拓展、新产品研发，各类销售模式下客户数量相较于 2023 年度均有所上升，且公司微波能量应用业务主要采用直销模式，随着相关业务收入的大幅增长，公司直销客户收入金额亦呈现大幅上升趋势。

2025 年度，公司销售模式呈现 “集成商销售占比继续下降、直接销售占比持续上升” 的核心特征，直销客户数量大幅上升、集成商客户数量小幅下降，符合公司业务战略转型方向，具体如下：

1、与产品结构转型高度匹配：高毛利、高技术含量的微波能量应用业务以直接销售模式为主，快速增长，带动直接销售占比提升；低毛利的传统广电业务（集成商销售模式为主）阶段性有序收缩，导致集成商销售占比下降，销售模式结构随产品结构同步优化；

2、适应客户结构变化：公司客户结构从“以集成商为主”向“终端客户+集成商”转型，科研院所、工业企业等终端客户占比提升，直接销售模式更能满足其定制化、高技术需求；

3、符合行业发展规律：微波能量应用等新兴业务处于快速发展期，终端客户直接采购需求旺盛，推动直接销售模式增长；

报告期内，公司积极承接国家级、省、市、县级的重大或典型项目，通过打造标杆项目、示范性项目等成功案例树立良好的品牌形象和市场口碑，与更多优质客户开展合作。在客户数量方面，**2023 年-2025 年**整体客户数量较为稳定；在销售收入方面，由于公司实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目整体业务规模较大，且对产品质量、交付进度均有较为严格的要求，占用较多生产经营资源，对公司其他业务的拓展亦造成一定影响，具有一定的特殊性，故在模拟剔除该项目相关收入影响后，**2023 年-2025 年**公司主营业务收入分别为 27,089.88 万元、27,021.25 万元及 **22,423.00 万元**，整体收入金额变动**与公司业务结构战略性调整相匹配**。

（二）发行人向各类客户的销售定价机制、协议签署周期、验收方式、结算方式、物流方式等

报告期内，公司主要客户类型包括集成商客户和直接销售客户，公司与两类主要客户的交易方式如下：

项目	集成商客户	直接销售客户
销售定价机制	公司一般通过商务谈判方式获取集成商订单，主要参考产品成本加合理毛利进行定价，并综合考虑集成商合作情况、市场竞争程度、产品技术、付款条件等因素	公司一般通过招投标方式获取直接销售客户订单，主要参考产品成本加合理毛利进行定价，并综合考虑项目的示范效应、项目整体毛利规模、付款条件等因素
协议签署周期	集成商通常在获得其下游客户的订单后向公司采购，因此协议签署周期根据集成商获取下游订单情况而定，由于下游客户类型多样、区域分布广泛、市场集中度较低，使得集成商的订单数量众多且来源分散，与公司签署协议的周期较短、频率较高、平均规模较小	协议签署周期根据公司中标情况而定，一般间隔期较长，单笔金额相对较大
验收方式	公司对集成商客户的销售以软硬件一体设备为主，到货后由集成商对产品的品种、数量、质量进行验收，若不符合规定，一般在一周之内提出书面异议，如集成商未按规定期限提出书面异议的，视为公司所交付产品符合要求	**对于数字电视及应急广播业务，公司对直接客户主要销售系统集成项目，在设备安装调试完毕后由客户组织对系统集成项目整体验收；对于微波能量应用及专业视听业务，公司对直接客户主要销售软硬件一体设备，直接客户收到货后对设备进行验收**
结算方式	原则上主要采用先款后货，对于少数优质客户，公司按合同约定分阶段收款结算，给予一定信用账期及额度	一般按照招投标文件及相应合同的约定分阶段收款结算，仅少数零星销售采用先款后货方式
物流方式	采取第三方物流的方式运至客户指定地点，一般由公司承担物流费用	主要采取第三方物流的方式运至客户指定地点，一般由公司承担物流费用

此外，公司还存在少量经销商客户，其各期销售占比分别为 0.39%、0.50%和 0.36%，销售规模和占比较小，其与公司的交易方式和集成商客户基本一致。

（三）发行人与不同客户的合作模式，发行人协助集成商投标的具体情况，发行人保持与集成商稳定合作关系的具体措施，充分揭示集成商变化可能对发行人业务的风险

1、发行人与不同客户的合作模式

（1）集成商客户

公司的集成商客户通常是具备一定集成服务能力的企业，其终端客户包括各地、各级的广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商以及

数量众多的酒店类等非广电领域客户。

公司对集成商的销售以软硬件一体设备为主。集成商一般在获得终端客户的（意向）订单后向公司采购，将公司软硬件一体设备产品组合其他厂商或自身的产品，并经安装调试等服务后向终端客户进行交付，或直接向终端客户销售公司的软硬件一体设备用于其存量设备的维修、升级、备份等。部分集成商除直接向终端客户进行销售外，也存在向其下游客户进行销售的情形，再由下游客户向终端客户提供系统集成或设备销售。

公司与集成商基于订单开展合作，并向其供应相关产品。公司不参与集成商的日常经营管理，不会与集成商在销售任务、折扣返利、市场推广等方面进行约定。

（2）直接销售客户

公司的直接销售客户主要为各地省、市、县广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等广电领域的终端客户以及大型科研院所、医疗及工业制造领域设备商。

对于数字电视及应急广播业务的直接客户，产品销售以系统集成项目为主，公司将自产的软硬件一体设备与项目所需的配套件运抵项目现场并完成安装、调试等工作，使客户使用相关系统时能够安全稳定运行。此外，公司亦向部分终端客户直接销售少量的软硬件一体设备，以满足其存量设备维修、升级、备份等需求。**对于微波能量应用业务及专业视听的直接客户，产品销售以软硬件一体设备为主**。

公司一般通过招投标方式获取终端客户订单，在中标后与终端客户签订商务合同，并基于合同条款的约定进行款项支付、设备安装、完工或交付验收等。

2、发行人协助集成商投标的具体情况

报告期内，公司不存在协助集成商进行投标的情况。

集成商部分订单来源于招投标。终端客户通常将整个应急广播或数字电视项目的设备采购及技术服务进行整体招标，集成商需要将系统集成项目涉及的各类

产品和服务进行整合后参与投标。为保障项目质量，终端客户一般会要求集成商在投标时提供核心产品的资质认证和功能参数证明文件。公司作为行业主流的技术厂商，拥有出色的历史业绩，是行业标准的主要参与制定者之一，产品具有质量好、品种全、性能指标优、市场口碑好、资质认证齐备等优势。集成商采用公司产品进行投标，有利于提高中标成功率，其在投标前向公司申请授权许可，由公司向其提供制造商授权书和售后服务承诺，授权集成商可使用公司产品参与投标，在集成商中标后，集成商与公司签署采购合同，按照中标文件及双方合同约定向公司采购相关产品。

在集成商投标过程中，公司仅作为产品制造商向其提供授权书，主要内容包括制造商（即公司）的名称与地址、被授权公司（即集成商）的名称与地址、投标授权（公司授权被授权公司为公司合法集成商参与项目投标活动）、售后服务承诺（对产品质量承担相应的质量保证服务）等，但不会参与或干涉集成商竞标过程，不存在协助集成商进行投标的情况。

3、发行人保持与集成商稳定合作关系的具体措施

日常经营中，公司高度重视集成商客户关系维护，为了保持与集成商客户稳定合作关系，公司采取了如下措施：

（1）向集成商提供授权

在招投标类系统集成项目中，终端客户通常要求投标企业提供核心产品的资质证明文件和功能参数情况等，集成商为提高竞标时的竞争力，会积极寻找产品质量好、产品线齐全、性能指标优、市场口碑好、资质认证齐备的行业主流厂商进行合作，并取得其授权许可。公司通过持续向集成商提供各种产品的授权许可，与集成商保持稳定的合作关系。

（2）丰富产品线和技术创新

公司拥有丰富的数字电视、应急广播及专业视听产品线，能够生产符合境内外多种技术标准或具备多种认证的产品，能够基本满足市场上终端客户多样化的产品需求。同时，公司具备较强技术创新实力，是行业标准的主要制定者之一，积极开展产品研发，不断丰富产品种类型号，持续提高产品先进程度，为集成商

提供完整细致的产品方案和具备行业先进性的产品，使得集成商有意愿与公司建立长期、稳定的合作关系。

（3）提升产品质量和稳定性

由于公司所在行业和终端客户类型相对特殊，集成商的终端客户对产品质量和稳定性以及资质认证的要求较高。公司拥有较完善的境内外资质认证及众多行业荣誉，拥有较好的品牌形象和市场口碑，对研发、生产、销售等流程进行全过程质量控制，不断完善资质认证情况，能充分保证产品质量的稳定性和可靠性，增强终端客户的信任程度，从而提高公司与集成商的合作稳定性。

（4）提供良好的售后服务

公司在业务的开拓过程中，高度重视对集成商的售后服务体系的建设，提供全流程、高质量的售后服务。公司具有专业的售后服务团队，取得了商品售后服务体系五星级证书及相关资质，采取 7×24 小时售后技术服务，快速为集成商进行故障解决及提供全面的技术咨询支持。公司为客户持续提供优质技术支持和增值服务，良好的维护了与集成商的稳定合作关系。

（5）构建便捷多元的沟通渠道

公司通过技术培训、行业展会、技术交流会议、线上交互等多种渠道可与集成商进行便捷的沟通交流，了解集成商产品需求及服务评价，提升集成商对公司的认同程度。例如，公司积极参加行业展会，在展会期间举办合作伙伴交流会，提升公司品牌形象，展示公司新产品、新技术，吸引和保持集成商与公司的合作。公司定期参加的展会包括：中国业内最大的中国国际广播电视信息网络展览会（CCBN）、亚洲最大的新加坡亚洲通讯展览会（Broadcast Asia）等。

4、充分揭示集成商变化可能对发行人业务的风险

公司已于招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”之“（四）集成商销售模式风险”对集成商变化可能对公司业务的风险进行充分揭示，具体披露如下：

“报告期内公司销售模式为“集成商销售为主，直接销售为辅”，通过集成

商销售收入分别为 35,196.85 万元、16,857.87 万元和 **12,992.34 万元**，收入占比分别为 85.63%、62.39%和 **57.94%**。公司集成商模式虽然能够有效提升市场占有率和品牌影响力，但由于集成商是独立经营主体，公司无法直接对其实施有效的控制和管理，若其产品集成和售后服务能力无法满足终端客户或其出现产品质量问题、管理混乱、违规经营以及自身经营不善等情形，将对公司在当地市场拓展、品牌声誉等构成不利影响。同时，随着近年来行业的快速发展，地方广播电视运营商、移动运营商等大中型国有集成商开始越来越多参与项目投标，若公司不能保持与集成商的稳定合作关系，可能导致公司产品在当地市场的销售出现下滑，从而对公司经营业绩造成不利影响。”

三、说明报告期内通过公开招投标取得的主要客户、相应的收入金额及其占比，投标过程是否合法合规

（一）报告期内通过公开招投标取得的主要客户、相应的收入金额及其占比

报告期内，公司通过公开招标取得的前十大客户、相应的收入金额及其占比情况如下：

1、2025 年

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占公司营业收入比例
1	中国科学院近代物理研究所	3,207.52	14.27%
2	麻城市文化和旅游局	706.02	3.14%
3	中国科学院高能物理研究所	502.65	2.24%
4	临江市文化广播电视和旅游局	399.28	1.78%
5	先进能源科学与技术广东省实验室	260.18	1.16%
6	辽宁省广播电视局	211.13	0.94%
7	贵州省广播电视信息网络股份有限公司贵阳市分公司	194.05	0.86%
8	深圳先进光源研究院	107.08	0.48%
9	丽江市广播电视局	71.42	0.32%
10	核工业西南物理研究院	56.19	0.25%
合计		5,715.52	25.44%

注：①上表中部分客户通过公开招标实现的业务收入金额略低于公司对该客户当年的全部销售收入金额，主要系少部分业务收入由其他招标方式或商务谈判方式获取。下同。②上表中公开招标客户当年收入包括该公开招标项目项下的合同、补充合同或变更后的合同相应收入。下同。

2、2024 年

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占公司营业收入比例
1	新疆维吾尔自治区广播电视局	1,751.93	6.48%
2	广西广播电视技术中心	1,243.94	4.60%
3	中国共产党广南县委员会宣传部	774.46	2.86%
4	陕西省广播电视局	692.90	2.56%
5	中国共产党凤庆县委员会宣传部	561.70	2.08%
6	中国共产党永德县委员会宣传部	472.26	1.75%
7	丘北县融媒体中心	440.02	1.63%
8	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	432.64	1.60%
9	中国科学院近代物理研究所	391.86	1.45%
10	中国共产党云县委员会宣传部	367.36	1.36%
合计		**7,129.07**	**26.37%**

3、2023 年

单位：万元

序号	客户名称	收入金额	占公司营业收入比例
1	中广电设计研究院	14,011.87	34.09%
2	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	992.85	2.42%
3	辽宁省广播电视局	725.22	1.76%
4	兴安县文化广电体育和旅游局	464.74	1.13%
5	和龙市文化广播电视和旅游局	412.58	1.00%
6	安图县文化广播电视和旅游局	392.14	0.95%
7	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	387.58	0.94%
8	互助土族自治县广播电视局	384.42	0.94%
9	红安县融媒体中心	383.10	0.93%
10	宜章县融媒体中心	352.24	0.86%
合计		**18,506.74**	**45.03%**

（二）投标过程合法合规

公司制定了与招投标相关的内部控制制度，确定各部门职责以及招投标作业流程，明确了业务开展的相关合规性要求，并在业务开展中严格执行相关制度规范，不存在因投标程序不规范而导致合同终止或产生其他纠纷的情形。

报告期内，公司根据有关项目采购公告和采购文件参与投标，相关人员在投标过程中严格遵守招标要求和流程，招投标项目均履行了招投标相关法律法规规定的招投标程序，投标过程合法合规，具体情况详见本回复之“问题 9”之“9-2 销售费用及订单获取合规性”之“二、（二）是否存在报告期内未履行招投标程序或其他程序瑕疵的招标合同，如有，说明具体情况、程序瑕疵原因、业务流程、相关款项回收期和回收情况”。

四、说明报告期内发行人客户与供应商重叠所涉金额及定价的公允性，是否符合行业惯例；发行人客户是否存在指定采购产品的情况，如有，请说明指定采购涉及的产品名称、采购金额、指定原因、采购价格的公允性，客户与供应商重叠相关业务收入确认方式是否符合企业会计准则的相关规定

（一）说明报告期内发行人客户与供应商重叠所涉金额及定价的公允性，是否符合行业惯例

1、客户与供应商重叠所涉金额

报告期各期，公司客户与供应商重叠所涉金额情况如下：

（1）2025 年度

单位：万元

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
1	成都安勤科技有限公司	17.22	软硬件一体设备、其他	597.24	配套件	否
2	成都雅斯达网络设备有限公司	7.35	软硬件一体设备	62.43	配套件、结构件、连接器、其他、劳务	否
3	云南誉金科技有限公司	69.04	软硬件一体设备	8.97	配套件	否

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
4	天津德力仪器设备有限公司	8.14	软硬件一体设备	6.46	配套件	否
5	重庆洪深现代视声技术有限公司	0.74	软硬件一体设备	2.92	配套件	否
6	沈阳安联网络器材有限公司	20.93	软硬件一体设备、其他	45.70	配套件、劳务	否
7	深圳市安特无线设备有限公司	11.11	软硬件一体设备	2.78	配套件	否
8	四川墨塬科技有限责任公司	14.78	软硬件一体设备	1.68	结构件	否
9	南宁科茂电子科技有限责任公司	21.57	软硬件一体设备、其他	0.53	配套件	否
10	北京数码视讯软件技术发展有限公司	1.40	软硬件一体设备	0.48	模块	否
11	南京英锐德电子有限公司	62.86	软硬件一体设备、其他	0.16	配套件	否
12	东莞一点微能智能技术有限公司	26.90	软硬件一体设备	0.05	结构件	否
13	青海创飞电子科技有限公司	9.07	软硬件一体设备、其他	1.30	劳务	否
合计		271.11	——	730.71	——	——

注：主要销售内容中的“其他”产品主要为数字电视产品相关的软件、零配件和半成品；主要采购内容中的“其他”产品主要为生产辅材、包装材料、振荡器、高频头、风机、滤波器、耦合器、电位器、继电器等类型原材料。下同。

（2）2024 年度

单位：万元

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
1	南宁科茂电子科技有限责任公司	359.96	软硬件一体设备、其他	0.53	配套件	否
2	成都安勤科技有限公司	223.11	软硬件一体设备	12.39	配套件	否
3	昆明发定通商贸有限公司	120.08	软硬件一体设备、其他	71.64	劳务	否
4	新疆华艺信息工程有限公司	92.52	软硬件一体设备、其他	13.94	劳务	否
5	南京英锐德电子有限公司	72.44	软硬件一体设备、其他	1.00	配套件	否

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
6	福建新初致信息服务有限公司	71.80	软硬件一体设备、其他	4.06	配套件	否
7	长沙创新威特数码技术有限公司	53.15	软硬件一体设备	0.46	配套件	否
8	辽宁普天数码股份有限公司	51.97	软硬件一体设备、其他	2.11	配套件	否
9	沈阳安联网络器材有限公司	34.22	软硬件一体设备、其他	23.40	劳务	否
10	北京数码视讯软件技术发展有限公司	12.48	软硬件一体设备、其他	8.79	模块	否
11	成都康惠通讯技术有限公司	9.91	软硬件一体设备	189.38	芯片、模块	否
12	深圳市安特无线设备有限公司	6.66	软硬件一体设备	26.06	结构件、配套件、其他	否
13	昭通精讯科技有限公司	3.25	软硬件一体设备、其他	101.59	劳务	否
14	长沙同辉电子科技有限公司	3.19	其他	1.77	配套件	否
15	云南誉金科技有限公司	1.58	软硬件一体设备	41.14	配套件	否
合计		**1,116.31**	——	**498.25**	——	——

（3）2023 年度

单位：万元

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
1	南京英锐德电子有限公司	97.66	软硬件一体设备、其他	0.69	配套件	否
2	四川湖山电器股份有限公司	70.48	软硬件一体设备	0.28	结构件	否
3	云南誉金科技有限公司	61.12	软硬件一体设备	78.25	配套件	否
4	南宁科茂电子科技有限责任公司	43.81	软硬件一体设备、其他	72.08	配套件	否
5	深圳市安特无线设备有限公司	27.54	软硬件一体设备	74.88	结构件、配套件、其他	否
6	北京崇远信达科技有限公司	24.24	软硬件一体设备、其他	3.36	配套件	否
7	辽宁普天数码股份	22.27	软硬件一体	44.05	配套件	否

序号	重叠公司名称	销售金额	主要销售内容	采购金额	主要采购内容	购销内容是否相同
	有限公司		设备、其他			
8	国家广播电视总局广播电视规划院	14.42	软硬件一体设备	16.26	劳务	否
9	沈阳安联网络器材有限公司	9.10	软硬件一体设备、其他	81.07	劳务	否
10	深圳市迅源微科技有限公司	2.12	其他	39.29	芯片	否
11	成都康惠通讯技术有限公司	0.77	其他	137.34	芯片、模块	否
12	北京裕宽科技有限公司	0.68	软硬件一体设备	7.63	配套件	否
13	深圳市芯海实业有限公司	0.19	其他	73.73	芯片	否
14	北京市博汇科技股份有限公司	0.11	其他	23.27	配套件	否
15	昭通精讯科技有限公司	0.05	其他	95.34	劳务	否
16	杭州杭淳广播电视设备有限公司	0.04	其他	176.14	劳务	否
合计		**374.59**	——	**923.66**	——	——

如上表所示，公司客户与供应商重叠的情形中，多为单向交易金额较大、销售与采购业务重叠金额较小的公司，发生客户与供应商重叠的主要原因如下：

在销售方面，公司向存在重叠的客户销售的主要为软硬件一体设备。公司深耕数字处理技术及模拟处理技术多年，拥有较强的研发及生产能力，行业知名度较高、市场竞争力较强，且公司自主研发、生产的软硬件一体设备属于系统集成项目中的核心产品，下游集成商客户获取订单后会根据需求向公司进行采购。

在采购方面，公司向存在重叠的供应商采购的主要为劳务及配套件。由于系统集成项目通常是向终端客户提供整体技术解决方案，公司在实施系统集成项目时，除向客户提供自主研发、生产的系统集成核心产品外，还需要根据项目的具体需求，向第三方采购部分非自产配套设备或安装、调试服务，从而达到实现整体项目功能的目的，重叠的供应商具备集成服务能力，能够提供配套件及安装调试服务。

综上所述，在集成化行业背景下，公司与集成商之间相互采购了各自的产品或服务，形成了优势互补、合作共赢的关系，从而发生客户与供应商重叠的情形。报告期内，公司向重叠客户销售的主要为软硬件一体设备，向重叠供应商采购的主要为劳务及配套件，不存在向同一公司销售和采购内容相同的情形。同时，公司向重叠供应商采购的劳务及配套件最终将与公司自产软硬件一体设备组合并以系统集成项目的形式向客户进行交付，而不会用于向重叠客户进行销售，即公司向重叠供应商采购的劳务及配套件不会以任何产品或服务形式进行回售。因此，公司的客户和供应商重叠具有合理性，相关销售、采购业务相互独立。

2、客户与供应商重叠定价的公允性

（1）销售定价公允性

报告期内，公司向客户与供应商重叠公司（以下简称“重叠对象”）销售的产品包括软硬件一体设备及其他产品，具体情况如下：

单位：万元

产品交付形式	产品类别	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		收入	占比	收入	占比	收入	占比
软硬件一体设备	数字电视	**86.18**	**31.79%**	489.87	43.88%	131.00	34.97%
	应急广播	**85.56**	**31.56%**	501.03	44.88%	145.51	38.85%
	专业视听	**55.13**	**20.34%**	76.05	6.81%	91.28	24.37%
	微波能量应用	**41.68**	**15.37%**				
其他	数字电视	**2.55**	**0.94%**	49.37	4.42%	6.79	1.81%
合计		**271.11**	**100.00%**	**1,116.31**	**100.00%**	**374.59**	**100.00%**

注：“其他”主要为数字电视产品相关的软件、零配件和半成品。

如上表所示，报告期内，公司向重叠对象销售的软硬件一体设备收入金额占交易总额的 98.19%、95.58%、**99.06%**，占比较高，而其他产品中主要为软件、零配件和半成品，由于产品类别多样、计量单位不同且收入占比较低，故公司主要针对软硬件一体设备平均售价及毛利率情况在重叠对象与非重叠对象间进行对比。

首先，销售定价政策方面，公司在对客户进行销售定价时不会考虑是否同时向客户进行采购，销售与采购分别独立定价，且公司向重叠对象与非重叠对象的

定价政策无明显区别。

其次，销售均价表现方面，由于公司向重叠对象的销售规模较小，报告期内平均销售占比不足 5%，其产品类别、规格型号、销售模式、区域分布等与公司整体销售情况相比均存在一定区别，使得公司向重叠对象和非重叠对象的销售内容和平均价格可比性不强，从而导致两者的销售均价有所差异。

报告期内各期，公司向重叠对象与非重叠对象销售各类别产品的平均售价对比情况如下：

单位：万元、元/台

产品类别	2025 年度						
	重叠对象			非重叠对象			价格差异率
	销售收入	同类产品销售占比	重叠对象平均售价	销售收入	同类产品销售占比	非重叠对象平均售价	
数字电视	86.18	2.49%	4,419.24	3,374.93	97.51%	6,353.41	-30.44%
应急广播	85.56	3.27%	868.64	2,526.99	96.73%	976.77	-11.07%
专业视听	55.13	0.92%	3,012.72	5,930.43	99.08%	6,661.16	-54.77%
微波能量应用	41.68	0.57%	18,946.10	7,220.55	99.43%	62,787.37	-69.82%
产品类别	2024 年度						
	重叠对象			非重叠对象			价格差异率
	销售收入	同类产品销售占比	重叠对象平均售价	销售收入	同类产品销售占比	非重叠对象平均售价	
数字电视	489.87	9.34%	9,402.44	4,755.78	90.66%	8,355.20	12.53%
应急广播	501.03	10.37%	862.35	4,332.40	89.63%	1,085.16	-20.53%
专业视听	76.05	1.27%	3,394.99	5,906.61	98.73%	6,474.42	-47.56%
产品类别	2023 年度						
	重叠对象			非重叠对象			价格差异率
	销售收入	同类产品销售占比	重叠对象平均售价	销售收入	同类产品销售占比	非重叠对象平均售价	
数字电视	131.00	1.93%	10,826.81	6,665.28	98.07%	9,068.40	19.39%
应急广播	145.51	2.01%	803.93	7,080.42	97.99%	911.02	-11.75%
专业视听	91.28	1.63%	3,073.45	5,508.14	98.37%	6,358.97	-51.67%

如上文所述及上表所示，报告期内各期，由于公司向重叠对象和非重叠对象的产品类别、规格型号、销售模式、区域分布等存在一定区别，两者可比性不强，导致公司向重叠对象和非重叠对象的销售均价有所差异。其中，各年度平均售价对比差异率大于 10%的主要原因如下：

①在数字电视软硬件一体设备方面，2023 年度、2024 年度公司对重叠对象的平均售价高于非重叠对象，差异率分别为 19.39%、12.53%，主要原因系当年公司向重叠对象销售的地面数字电视广播发射机系列产品收入占公司向重叠对象销售收入比例分别为 32.01%、77.25%，由于地面数字电视广播发射机系列产品生产工艺复杂、技术标准高、体积较大，销售单价通常较高，故拉高了当年公司对重叠对象的销售均价。**2025 年度**公司对重叠对象的平均售价低于非重叠对象，差异率为 **30.44%，**主要原因系当期公司向重叠对象销售的产品以功率较小的地面数字电视广播发射机系列产品及相关零配件为主，销售单价相对较低。

②在应急广播软硬件一体设备方面，2023 年度、2024 年度公司对重叠对象的平均售价低于非重叠对象，差异率分别为-11.75%、-20.53%，主要原因系公司当年向重叠对象销售的售价相对较低的收扩机、音柱等应急广播专用终端系列产品数量占重叠对象整体销量比例均超过 85%，导致重叠对象当年平均售价低于非重叠对象。**2025 年度**公司对重叠对象的平均售价**低于**非重叠对象，差异率为 **11.07%，主要原因系当期公司向重叠对象销售的产品以收扩机、IP 话筒为主，相较于适配器系列产品而言销售价格较低，向重叠对象销售的适配器系列产品收入仅占重叠对象应急广播软硬件一体收入的 10.23%，远低于非重叠对象相关系列产品收入占比，**故**拉低**了当期公司对重叠对象的销售均价**。**

③在专业视听软硬件一体设备方面，重叠对象与非重叠对象平均售价差异较大，主要原因系：一方面，重叠对象均为境内集成商，而非重叠对象中境外集成商销售占比约为 50%，境外销售由于技术要求、竞争环境、税收政策等因素不同，通常销售定价较高，导致非重叠对象的销售均价高于重叠对象；另一方面，公司向重叠对象销售的专业视听软硬件一体设备主要以复用调制、编码调制以及编转码等系列产品为主，各年度平均售价区间约为 3,000-6,000 元/台，而公司向非重叠对象销售的专业视听软硬件一体设备中包含调制系列产品，该类产品通常具有

较高的技术溢价，各年度平均售价区间约为 9,000-13,000 元/台。报告期内，公司向重叠对象与非重叠对象销售调制系列产品收入金额分别占专业视听软硬件一体设备收入金额比例情况如下：

单位：万元

公司类别	专业视听收入	2025 年度	2024 年度	2023 年度
重叠对象	调制系列产品	**0.97**	0.97	5.84
	软硬件一体设备	**55.13**	76.05	91.28
	占比	**1.77%**	**1.28%**	**6.40%**
非重叠对象	调制系列产品	**2,056.02**	1,780.96	1,925.92
	软硬件一体设备	**5,985.57**	5,906.61	5,508.14
	占比	**34.35%**	**30.15%**	**34.97%**

如上表所示，受平均售价区间较高的调制系列产品收入占比影响，报告期内，公司向重叠对象销售的专业视听软硬件一体设备平均售价与非重叠对象差异较大，具有合理性。

④在微波能量应用软硬件一体设备方面，**2025 年度**公司对重叠对象的平均售价低于非重叠对象，差异率为 **69.82%**，主要原因系当期公司向重叠对象销售的微波能量应用产品为射频电源系列产品，该系列产品相较于固态功率源系列产品而言销售价格较低。

综上所述，公司软硬件一体设备受不同类型客户个性化需求影响细分种类及规格型号较多，公司各期向重叠对象的销售占比较低，不同年度间向重叠对象与非重叠对象销售产品的规格型号不同，客户结构和区域分布亦有区别，导致平均售价存在一定差异。报告期内，公司以成本加合理毛利的定价策略为基础，综合考虑各类产品的功能、材质、技术要求以及与客户的合作情况、市场竞争程度、付款条件要求等因素制定相应的产品售价，向重叠对象与非重叠对象的销售定价政策无明显区别，对重叠对象销售定价不存在重大异常，具有公允性。

（2）采购定价公允性

报告期内，公司与重叠对象发生的采购类型包括芯片、配套件、结构件、连接器、模块等原材料以及委托加工、劳务等，具体情况如下：

单位：万元

采购类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
芯片	-	-	176.91	35.51%	244.12	26.43%
配套件	658.69	90.14%	63.60	12.77%	159.16	17.23%
结构件	7.80	1.07%	10.72	2.15%	10.68	1.16%
模块	0.48	0.07%	21.26	4.27%	6.24	0.68%
连接器	5.00	0.68%	-	0.00%		
其他	13.75	1.88%	9.22	1.85%	58.22	6.30%
加工费	0.10	0.01%	5.97	1.20%	5.92	0.64%
劳务	44.89	6.14%	210.57	42.26%	439.32	47.56%
合计	730.71	100.00%	498.25	100.00%	923.66	100.00%

注：“其他”主要为生产辅材、包装材料、振荡器、高频头、风机、滤波器、耦合器、电位器、继电器等类型原材料。

如上表所示，公司与重叠对象发生的采购业务集中于芯片、劳务及配套件，其余类型采购业务金额及占比较小，均系基于业务需要发生的零星采购，且不存在向重叠对象采购与公司销售产品类型相同的情形，故公司主要针对与重叠对象发生的芯片、劳务及配套件采购定价公允性进行分析，具体情况如下：

① 芯片采购

报告期内，公司重叠对象中包括成都康惠通讯技术有限公司、深圳市芯海实业有限公司、深圳市迅源微科技有限公司三家芯片供应商，2023 年-2024 年发生的芯片采购金额分别为 244.12 万元、176.91 万元，销售金额分别为 3.08 万元、9.91 万元，购销业务重叠金额较小，均系与相关芯片供应商的零星销售业务导致。

公司对于芯片采购遵循比质比价的原则，当有备货需求时，坚持货比多家，并综合考虑采购规模、采购时点各供应商的报价和产品交期情况，择优选择供应商进行采购。公司与重叠对象中的芯片供应商均保持着长期合作关系，采购价格较为稳定，对于相关重叠对象芯片采购的定价原则和依据与其他非重叠供应商相比不存在差异。

②劳务采购

对于系统集成项目，公司从运营效率整体管控角度出发，通常会优先选择熟

悉项目当地情况、能够快速响应客户需求的供应商或在项目当地设有机构的劳务供应商进行合作，由其实施系统集成项目中的基础作业、设备安装、售后响应及巡检等部分工作。

报告期内，公司出于服务质量、效率和成本方面考虑，针对劳务采购会由采购部门向多家供应商进行询价、比价，并综合考虑两方面因素，一方面系基于供应商报价、团队规模、过往项目经验、行业口碑等因素考虑外部报价合理性，另一方面系结合劳务采购需求、当地自然环境、建设难度、预计工作量及当地劳务用工成本等因素考虑内部项目预算成本，最终经双方协商一致后确定交易价格。由于劳务采购定价影响因素较多，导致不同项目劳务采购金额存在一定差异，但公司对重叠对象与其他非重叠供应商均保持了一贯的劳务采购定价策略，对重叠对象发生的劳务采购价格不存在重大异常情况。

公司劳务采购主要内容、发生的原因及合理性、劳务采购真实性及核算准确性等情况详见本回复之“问题 8”之“8-1 关于劳务供应商和成本核算”相关回复内容。

③配套件采购

报告期内，公司向重叠对象采购的配套件主要包括 IT 设备、播控设备、显示屏幕、扩音设备、发射配套器材、UPS 电源及安装辅材等，均与系统集成项目直接相关，重叠对象配套件采购金额及规格型号种类占比情况如下：

单位：万元、种

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	型号	金额	型号	金额	型号
重叠对象配套件采购	**658.69**	**244**	67.50	36	159.16	100
整体配套件采购	**1,330.49**	**663**	1,713.63	482	2,476.77	1,286
占比	**49.51%**	**36.80%**	**3.94%**	**7.47%**	**6.43%**	**7.78%**

如上表所示，**2023 年-2024 年**，公司向重叠对象采购的配套件金额及规格型号种类占比较低；**2025 年度，公司基于前郭、临江、长白县等地的应急广播系统集成项目需要向成都安勤科技有限公司采购的配套件金额为 597.24 万元，主要为 UPS 电源、播控设备、IT 设备等，占公司向重叠对象采购配套件总额的 90.67%，而公司向其销售的应急广播音柱、适配器等产品合计收入仅为 17.22**

万元，故导致公司向重叠对象采购的配套件金额占比相对较高。

由于公司配套件采购规格型号繁杂，不同规格型号的配套件计量单位存在差异，且受不同项目客户需求、所处区域自然环境等因素影响差异较大，如高原、高寒地区项目所需的配套件相较于其他地区而言在材质、结构、可实现功能等方面需求不同，故导致配套件具有项目个性化特征，采购价格存在一定差异，可比性不强。

公司针对配套件采购制定了较为严格的定价策略，综合考虑客户需求、系统集成项目实施方案、项目预算成本等方面因素确定配套件品牌、功能及规格型号，并经过比质比价选定产品性价比突出、物流及售后服务较好的配套件供应商。报告期内，公司对重叠对象配套件采购定价策略与非重叠对象不存在差异，相关采购均与系统集成项目直接相关，定价合理，不存在配套件采购价格异常的情形。

综上所述，报告期内公司不存在向重叠对象销售和采购相同内容的情形，向重叠对象采购的劳务及配套件亦不会以任何产品或服务形式进行回售，公司客户与供应商重叠情形下的交易价格系基于公司制定的定价策略结合实际业务情况确定，定价策略与其他客户或供应商不存在重大差异，虽然劳务、配套件采购价格受系统集成项目个性化特征影响存在一定差异，但均具有合理的商业背景，相关定价具有公允性。

3、客户与供应商重叠符合行业惯例

同行业可比公司图南电子同样存在客户与供应商重叠的情形，其在审核问询回复中披露如下：

“应急广播系统集成服务中，发行人除提供产品外，也视客户需要承担安装等劳务。发行人应急广播系统集成项目覆盖区域多，范围广，涉及多级行政单位，且多数项目位置偏僻，工程量较大，以现有业务工程人员难以高效、优质地完成服务。因此，发行人将以上劳务外包给具有较强本地服务能力、拥有同类业务交付经验的供应商。

劳务供应商具备提供安装等劳务的能力，但缺乏应急广播设备生产能力，相应的，发行人具有应急广播设备生产能力但难以兼顾全国各地项目的安装、调试

等劳务需求。

同样的，配套件供应商提供发行人集成项目所需配套产品，但缺少应急广播核心产品。因此，各方基于互补共赢的目的合作，既是对方的客户，也是对方的供应商。

综上，发行人存在客户供应商重叠的情形具有合理性，不存在向同一合作方采购和销售内容相同的情况。”

公司与同行业可比公司图南电子情况基本一致，客户与供应商重叠情形符合行业惯例。

（二）发行人客户是否存在指定采购产品的情况，如有，请说明指定采购涉及的产品名称、采购金额、指定原因、采购价格的公允性

报告期内，公司各类产品的交付形式主要包括软硬件一体设备和系统集成项目，其中：

软硬件一体设备是指公司销售软硬件一体化设备，如编转码系列、复用系列、调制系列、编码调制系列、复用调制系列、地面数字电视广播发射机、应急广播适配器、智能发布终端、固态功率源、低电平射频前端及射频电源等产品，销售对象主要为集成商客户。公司销售的软硬件一体设备对技术水平要求较高，产品附加值较高，均系基于客户需求进行原材料采购、生产并最终向客户交付的自产产品，不存在客户指定采购产品的情况。

系统集成项目是指公司根据客户需求，将自产的软硬件一体设备与项目所需的配套件一并运抵项目现场并完成安装、调试等工作，使客户使用相关系统时能够安全稳定运行，销售对象主要为各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等类型客户，一般通过招投标的方式获取系统集成项目订单。根据《中华人民共和国政府采购法实施条例》第二十条的相关规定，采购人或者采购代理机构的采购需求中的技术、服务等要求指向特定供应商、特定产品，或限定或者指定特定的专利、商标、品牌或者供应商的，属于以不合理的条件对供应商实行差别待遇或者歧视待遇。

客户在进行项目招标前，一般会开展较长时间的调研工作，结合调研分析结

论及行业标准，于招投标文件中对产品的技术标准、使用场景等提出个性化需求，公司根据客户发布的招标文件确定项目实施方案、产品构成等内容进行投标，最终根据中标结果与客户签订正式合同，并根据投标文件相关内容在合同中进一步明确该系统集成项目中各类产品的技术标准及规格型号，不存在终端客户指定采购产品的情况。

综上所述，报告期内，公司客户不存在客户指定采购产品的情况。

（三）客户与供应商重叠相关业务收入确认方式是否符合企业会计准则的相关规定

报告期内，公司针对客户与供应商重叠相关业务收入均系按照总额法确认，收入确认方式与公司其他类型业务一致。

在合同订立方面，公司与重叠对象签订的合同均系独立的购销合同。对于采购合同，公司根据业务需求向重叠对象采购产品或服务，采购价格系通过与重叠对象就其对相关产品或服务的自主报价进行商务谈判确定，采购合同的签署不以销售合同的内容和签订为前提；对于销售合同，公司根据重叠对象对于产品需求进行采购、生产及交付，产品的销售价格、结算方式均系公司根据自身产品的定价策略、对不同类型客户的销售模式自主决定，销售合同的执行亦不以采购合同的内容和签订为前提。

在合同履约方面，合同双方均系独立履行约定的权利与义务，各自作为主要责任人就其合同履约的过程及成果向对方承担责任，且不存在相关购销业务合同履约内容相同或高度相似的情形。同时，公司向重叠对象采购的劳务及配套件最终将与公司自产软硬件一体设备以系统集成项目的形式向客户进行整体交付，而不会用于生产向重叠对象销售的软硬件一体设备，即公司向重叠对象采购的劳务及配套件不会以任何产品或服务形式进行回售。

综上所述，客户与供应商重叠相关业务均系独立的购销业务，收入确认方式符合《企业会计准则》的相关规定。

五、说明报告期内外销中直销和集成商客户数量及其销售额占比；结合报告期各期均有合作的外销客户销售额占比、终止合作客户数量、新增客户数量及其销售额，分析外销客户的稳定性

（一）说明报告期内外销中直销和集成商客户数量及其销售额占比

报告期内，公司外销收入中以集成商客户为主，直销和集成商客户数量变化情况、销售金额及占比如下：

单位：万元

销售模式	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
直销	销售金额	**11.48**	35.06	216.72
	占境外收入比例	**0.30%**	0.78%	3.71%
	客户数量（个）	**5**	7	17
集成商	销售金额	**3,745.81**	4,418.20	5,493.84
	占境外收入比例	**98.86%**	97.97%	94.16%
	客户数量（个）	**236**	262	273

如上表所示，报告期内，公司境外集成商销售金额占境外收入的比例分别为94.16%、97.97%、**98.86%**，占比较高。对于海外市场，受境外市场广泛、分散的需求特点影响，公司自有销售团队难以有效覆盖，而遍布全球的境外集成商拥有丰富的客户资源和销售渠道，且具备本地化技术服务能力和资金实力，能够帮助公司实现销售网络的全球覆盖，截至目前公司产品已累计出口超过 150 个国家及地区。

（二）结合报告期各期均有合作的外销客户销售额占比、终止合作客户数量、新增客户数量及其销售额，分析外销客户的稳定性

报告期内，公司外销收入中均有合作的外销客户销售额占比、终止合作客户数量、新增客户数量及其销售额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
外销客户销售额	**3,789.07**	4,509.93	5,834.80
均有合作的客户销售额	**2,784.17**	**3,280.31**	**4,208.70**
均有合作客户销售额占比（%）	**73.48**	**72.74**	**72.13**

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
均有合作的客户数量（个）			102
当年新增客户销售额	287.66	600.29	721.87
当年新增客户销售额占比（%）	7.59	13.31	12.37
当年新增客户数量（个）	78	88	125
当年终止客户数量（个）	130	115	104

注：新增客户系当期实现销售收入而以前期间未实现销售的客户；终止客户系上年确认收入，但从当年至2026年1月31日仍无销售额的客户，此类客户并未与公司终结合作关系，其未来出现采购需求时仍可能向公司采购。

如上表所示，报告期各期公司外销客户新增数量合计291个，终止数量合计349个，整体外销客户数量有所下降，主要系受近年来全球突发公共卫生事件、国际经济政治局势波动、国际贸易摩擦不断、全球贸易保护主义加剧、公司经营战略调整等因素影响所致。

虽然公司外销客户整体数量有所减少，但公司积极参加中国国际广播电视信息网络展览会、美国微波技术展、亚洲光电博览会、中国国际光电博览会等行业展会，不断提高品牌知名度和市场影响力，报告期各期均有新增外销客户；同时，报告期内公司均有合作的外销客户销售额占各期外销收入总额的比例分别为72.13%、72.74%、73.48%，占比较高且相对稳定。综上所述，公司外销客户具有稳定性。

4-2 集成商销售收入真实性

一、发行人单独投标、集成商单独投标、发行人委托集成商投标等各类合作模式的销售金额比例，收入确认政策和时点是否准确；集成商对发行人产品的验收是否以集成商向终端客户销售产品的最终验收为前提，集成商模式下销售收入确认时点是否符合企业会计准则的相关规定

（一）发行人单独投标、集成商单独投标、发行人委托集成商投标等各类合作模式的销售金额比例，收入确认政策和时点是否准确

1、发行人单独投标、集成商单独投标等各类合作模式的销售金额比例

报告期内，公司不存在委托集成商投标的情形，公司与客户的合作模式包括公司单独投标、集成商单独投标以及商务谈判。

由于公司专业视听产品所应用的商用显示前端系统一般属于酒店等终端用户投资或翻新弱电、安防等工程的一小部分，单笔订单金额相对较小，客户对于专业视听产品的采购通常情况下无需履行招标程序，故公司针对专业视听产品客户主要采用商务谈判的合作模式。

除专业视听产品外，公司微波能量应用、数字电视及应急广播产品单独投标、集成商单独投标、商务谈判对应的具体销售金额及比例情况如下：

单位：万元

合作模式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司单独投标	7,315.42	44.50%	9,507.51	45.19%	20,372.08	57.38%
集成商单独投标	1,102.25	6.71%	2,684.31	12.76%	1,902.51	5.36%
商务谈判	8,019.76	48.79%	8,846.76	42.05%	13,227.74	37.26%
合计	16,437.43	100.00%	21,038.59	100.00%	35,502.33	100.00%

如上表所示，报告期内，公司各类合作模式金额及占比存在一定波动，主要原因系受终端客户财政预算、招标频率、项目规模等因素影响所致。

在公司单独投标模式下，2023 年-2024 年产品交付形式主要以**数字电视、应急广播**系统集成项目为主，**2025 年产品交付形式则新增较多微波能量应用相关的软硬件一体设备**，客户主要为各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、**科研院所、工业企业等终端客户**，由于**相关**项目通常单次采购规模较大，故根据相关规定需履行投标程序。

在集成商单独投标模式下，集成商根据自身渠道资源、系统集成经验等优势单独进行投标，在中标下游或终端客户系统集成项目后，会根据项目需求向公司采购与系统集成相关的核心设备，并搭载自身或外购的配套产品向下游或终端客户提供系统集成。

在商务谈判模式下，虽然产品交付形式主要系软硬件一体设备，但与集成商单独投标模式以系统集成项目建设的采购需求不同，商务谈判模式下集成商向公司采购的产品主要以其下游或终端客户的设备补点、更新迭代等需求为主，通常情况下具有单笔订单金额较小、销售区域分布较广的特点，故公司主要采用商务谈判模式与客户开展合作。

2、收入确认政策和时点准确

报告期内，在公司与客户的各类合作模式下，收入确认政策主要与产品销售区域以及是否需要根据合同约定履行安装、调试义务相关，收入确认时点主要与合同履约义务完成并经客户签收、验收或报关离港取得报关单相关，与采用公司单独投标、集成商单独投标或商务谈判等销售实现方式无直接关联。

公司收入确认的具体原则如下：

国内销售业务：客户取得商品控制权的时点，通常为根据合同或协议约定，销售不需要安装的货物时，以货物发出并经客户签收后确认收入；销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户验收报告后确认收入。

出口销售业务：客户取得商品控制权的时点，通常为根据合同约定将产品报关、离港，取得报关单，以报关出口完成日期确认收入的实现。

综上所述，公司已根据《企业会计准则》的相关规定，结合合同约定与业务开展情况制定了较为谨慎的收入确认政策，并在报告期内得到一贯执行，收入确认政策和时点准确。

（二）集成商对发行人产品的验收是否以集成商向终端客户销售产品的最终验收为前提，集成商模式下销售收入确认时点是否符合企业会计准则的相关规定

通常情况下，集成商对公司产品直接进行验收，不以集成商向终端客户销售产品的最终验收为前提，具体原因如下：

1、合同签订主体为公司和集成商，根据合同约定，公司向集成商承担履约义务，当集成商对公司交付的产品进行签收或验收后，公司与合同相关的履约义务已经完成，货物的控制权和所有权已由集成商拥有并实施控制及管理；

2、公司与集成商签订的合同条款中一般未约定集成商对公司产品的验收需以其终端客户对产品或项目最终验收为前提，即相关权利和义务的实现并不受终端客户是否完成最终验收影响；

3、就终端客户而言，产品交付、安装调试、价款结算、开具发票、质量保

证等义务均系与集成商之间的合同约定，公司并不对集成商的终端客户负有前述义务，公司并不直接参与到对集成商的终端客户的产品销售及安装调试服务过程中；

4、集成商的终端客户一般不会对公司单独出具验收报告，公司并不对集成商的终端客户提供项目实施服务，并不把控项目进度，终端客户亦不能要求公司为其直接服务。集成商购买公司产品后再销售给终端客户时，一般需要再配套其他产品及提供安装调试服务，公司产品仅占其销售成本中的一部分甚至是一小部分，公司对集成商及终端客户的影响力有限。

综上所述，报告期内，公司已结合合同约定对集成商模式下销售收入确认时点进行了分析与判断，公司根据集成商提供的验收单据确认收入，具有合理性，集成商模式下销售收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。

二、说明发行人通过集成商销售的必要性，集成商销售收入占比大幅提高的背景及合理性是否符合行业惯例，可比公司集成商销售额占比；按国有企业、民营企业等类型说明集成商客户数量及销售额占比、各类客户付款方式是否存在差异、集成商客户与终端客户是否存在关联关系

（一）说明发行人通过集成商销售的必要性，集成商销售收入占比大幅提高的背景及合理性是否符合行业惯例，可比公司集成商销售额占比

1、发行人通过集成商销售的必要性

报告期内，公司主营业务包括数字电视、应急广播与专业视听业务，销售区域包括境内与境外市场，公司各类别业务及各市场区域的销售均有采用集成商销售模式，系由市场需求特点、终端客户分布和自身资源禀赋等因素决定，具有商业合理性及必要性。

（1）境内数字电视业务方面，公司的终端客户为分散在全国省、市、县各级的数量众多的广电部门、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等，相关业务主体全国数量达数千个，区域分布亦十分广泛、分散。同时，受数字电视行业大型集中招标项目数量相对较少、设备迭代周期较长因素影响，一个单一终端客户的采购需求存在周期性波动，可能在某些年份不进行采购，或由于采购金额

较小，达不到招投标采购的标准，导致较大部分采购需求并未在市场以招投标方式公开。而部分集成商深耕当地市场，销售触角更加深入，在快速响应客户需求方面更具优势。公司在人力资源有限的情况下，无法做到也没有必要与所有终端客户长期保持接触，而是由各地集成商拓展与维护本地终端客户，及时发现并响应其不定期采购需求。此外，从公司发展历史看，公司成立之初的主要产品即为数字电视产品，自当时起便主要依靠集成商覆盖市场需求，并由此建立起了较好的集成商合作关系。因此，公司数字电视业务采用集成商销售为主的销售模式具有合理性。

（2）境内应急广播业务方面，受近年产业政策大力推动，各省均在推进应急广播系统在当地的覆盖建设，主要终端客户为各省、市、县级的广电部门、宣传部、融媒体中心等。由于应急广播系统尚处于新建阶段且覆盖面较广，单一终端客户的采购需求在较长时间内主要体现为一次性采购（少部分为技术更新升级的二次采购）。上述终端客户均为政府部门、事业单位或国有企业，在采购时通常采取公开招标方式，公司无法保证在每个招标项目中均能成功中标，而部分集成商具有当地客户资源丰富、精准把握客户需求、本地化服务能力较强等优势，在部分招标项目中具有相对优势而更易中标。因此，公司在人力资源有限的情况下，无法兼顾全国范围内应急广播项目的直接投标。同时，公司凭借较早进入应急广播市场并通过大量中标建立起行业口碑，已经成为行业排名前列的技术型厂商，而大部分集成商缺乏生产应急广播适配器及智能发布终端等核心设备的技术能力，双方天然存在合作空间。在此种合作模式下，公司能扩大应急广播收入规模，同时还能凭借技术厂商的优势争取更好的回款条件，而集成商也能提高其产品竞争力，扩大其整体营收规模。因此，公司应急广播业务与集成商开展业务合作具有商业合理性。

（3）境内专业视听业务方面，该等产品最早起源便是由集成商向公司反馈酒店等终端客户存在构建商用显示系统的市场需求研发而成，可主要用于在酒店等使用场景下构建商用显示系统，此类系统一般只属于酒店弱电、安防或网络工程等的一小部分，通常都是由集成商在为酒店类客户提供弱电、安防或网络工程安装时一并提供。同时该类产品的境内终端客户主要为数量众多的酒店、监狱、体育场馆等，与应急广播和数字电视产品相比，客户分布更加广泛，订单数量多

且分散，而且单个订单金额较小、频率较高。由于公司本身主营业务不包括上述弱电、安防或网络工程所涉及的其他产品和服务，公司无法直接面向也无需面向所有终端客户进行销售，选择集成商进行合作是非常有必要的。因此，公司专业视听业务与集成商开展业务合作具有商业合理性。

（4）境外销售方面，公司的终端客户主要为全球各个国家、地区的当地广播电视台、广播电视运营商、酒店等，截至目前已出口至亚洲、欧洲、北美洲、南美洲、非洲、大洋洲，超过 150 个国家和地区。与境内终端客户相比，境外客户更是分布广泛、需求分散，单个客户订单金额也较小，公司难以直接覆盖遍布全球的终端客户，利用境外集成商丰富的客户资源和销售渠道及其本地化技术服务能力以实现销售网络的全球覆盖成为公司拓展境外市场的最优选择。因此，公司在境外销售与集成商开展业务合作具有商业合理性。

由上述各类业务开展模式可知，公司产品的终端客户具有数量众多、类型多样、分布广泛、订单分散、集中度低等特点，使得公司在自身资源条件有限的情况下，难以全面覆盖全国乃至全球的终端客户。公司直接面向所有终端客户进行销售，既不现实也不经济。

因此，基于优势互补、合作共赢的市场化原则，公司与集成商开展业务合作，在自身资源条件有限的情况下，充分发挥集成商在向终端客户销售时所具有的开展业务便利、贴近客户需求、本地化服务能力等优势，有效扩大公司的销售网络和覆盖面，及时响应分布广泛且数量庞大的各级广电领域终端客户和非广电领域酒店类终端客户的需求，实现公司产品的加速推广。截至目前，公司已累计与千余家集成商建立了业务往来，构建了覆盖全国和全球多个国家的市场销售网络。此外，同行业可比公司图南电子亦主要采用集成商模式进行销售。

综上所述，公司报告期内采用集成商销售为主的销售模式，符合公司自身的资源禀赋、业务特征及行业特点，具有商业合理性和必要性。

2、集成商销售收入占比大幅提高的背景及合理性是否符合行业惯例，可比公司集成商销售额占比

（1）集成商销售收入占比提升的背景及合理性

报告期内，公司按销售模式分类的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元、%

项目		2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例
剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目前	集成商销售	**12,992.34**	**57.94**	16,857.87	62.39	35,196.85	85.63
	直接销售	**9,350.43**	**41.70**	10,028.47	37.11	5,744.62	13.98
	经销商销售	**80.24**	**0.36**	134.91	0.50	160.28	0.39
	合计	**22,423.00**	**100.00**	**27,021.25**	**100.00**	**41,101.75**	**100.00**
剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目后	集成商销售	**12,992.34**	**57.94**	16,857.87	62.39	21,184.98	78.20
	直接销售	**9,350.43**	**41.70**	10,028.47	37.11	5,744.62	21.21
	经销商销售	**80.24**	**0.36**	134.91	0.50	160.28	0.59
	合计	**22,423.00**	**100.00**	**27,021.25**	**100.00**	**27,089.88**	**100.00**

如上表所示，报告期内公司集成商销售收入占比分别为 85.63%、62.39%**和 57.94%，**2023 年集成商销售收入占比**较高，相比以前年度大幅提升**，主要原因为公司因“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目向集成商销售收入金额较大，剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目的短期扰动后，集成商销售占比分别为 78.20%、62.39%**和 57.94%。除上述原因外，**2023 年集成商占比较高的其他原因系：随着行业稳步较快发展及国家政策大力支持，近年来地方广播电视运营商、移动运营商等大中型国有集成商也开始越来越多的参与系统集成项目的投标，但由于其音视频信号处理能力不具相对优势，其在中标后一般会向公司等掌握专业级音视频信号处理核心技术的技术型厂商采购核心设备，形成集成商模式下的销售收入。**上述**市场格局的变动，使得公司客户结构相应发生变化，从而导致集成商销售占比**相对较高**。

2024 年**及 2025 年**集成商销售占比有所下降，主要系公司近年来重点研发的微波能量应用产品已于当年形成较大的营收规模，该类产品主要向科研院所、医疗和工业等领域的行业客户直接进行销售，同时公司在当年直接中标并完成的系统集成项目数量和金额同比增加，使得直接销售占比上升所致。

综上，公司集成商销售收入占比变化具有商业合理性，与市场格局、业务结构的变动趋势一致。

（2）集成商销售模式符合行业惯例，及对可比公司集成商销售额占比情况的对比说明

报告期内，公司与同行业可比公司销售模式的对比情况如下：

公司简称	销售模式
数码视讯	1、传媒科技行业相关业务经营模式：公司的产品与技术服务主要采用两种经营模式，产品与设备类采用设计+生产+销售型经营模式，软件技术服务类采用信息服务类型的经营模式，此外应急广播方案两种模式均有涉及。2、信息服务行业相关业务经营模式：主要以直销或合作运营的方式向通信运营商提供产品和技术服务。直销方式采用提供软硬件产品或技术服务获得盈利。合作运营方式采用技术合作、产品合作等多种方式参与相关业务运营，从相关业务运营的收入中获得盈利。 3、公共安全行业相关业务经营模式：产品与设备类采用设计+生产+销售型经营模式，安全软件技术服务类采用信息服务型、项目打包结算型、按终端授权许可收费型的经营模式。
康通电子	未明确披露销售模式的具体情况。
图南电子	公司目前主要采用以向终端客户和集成商销售为主，向贸易商销售为辅的方式来组织产品销售。
德芯科技	公司采用“集成商销售为主、直接销售为辅”的销售模式，经销商销售占比极小。

注：数码视讯销售模式的相关信息取自其公开披露的定期报告；图南电子相关信息取自其招股说明书；康通电子未明确披露销售模式的具体情况。

如上表所示，数码视讯的业务类别、产品构成、运营方式、下游客户群体等较为多样，因此其销售模式种类较多；康通电子未披露分销售模式的具体收入构成；图南电子的销售模式与公司基本一致，均包括集成商销售、直接销售/终端客户销售、经销商销售/贸易商销售等模式，具有较强可比性。

因此，重点对报告期内公司和图南电子在集成商模式下的销售收入及占比情况进行对比：

单位：万元

公司简称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
图南电子-集成商销售	/	/	/	/	3,711.30	57.60%
德芯科技-集成商销售	12,992.34	57.94%	16,857.87	62.39%	35,196.85	85.63%
德芯科技-集成商销售-应急广播	3,429.69	26.40%	5,809.89	34.46%	8,925.70	25.36%

注 1：图南电子相关数据取自其招股说明书，由于截至本回复出具之日图南电子尚未披

露 2023 年度和 2024 年度分销售模式的收入构成，因此上表中图南电子 2023 年度金额及占比为其已披露的 2023 年半年度数据，2024 年度**及 2025 年度**数据留空；

注 2：“德芯科技**-集成商销售-**应急广播”销售收入系**集成商模式下**应急广播业务收入，占比系集成商模式下应急广播业务收入**占集成商销售收入的占比。**

如上表所示，报告期内，公司与图南电子的集成商销售额的平均占比均超过 50%（图南电子虽未披露 2023 年度及以后年度分销售模式的收入构成，但其在 2023 年度报告中披露“集成商客户收入占比增加”；在 2024 年度报告中披露“收入构成无变动”），销售模式均以集成商销售为主。同时，由于图南电子的主营业务为应急广播，而公司的主营业务类型除应急广播外还包括数字电视和专业视听，因此将公司应急广播业务下的集成商模式销售情况进行单独列示和对比，与图南电子的相关数据表现更具可比性。

综上，公司销售模式及各模式占比与公司的经营策略、产品结构、客户群体等存在紧密关系，不同公司间存在差异，同行业公司采用集成商模式等间接销售的方式较为普遍，公司销售模式符合行业惯例。

（二）按国有企业、民营企业等类型说明集成商客户数量及销售额占比、各类客户付款方式是否存在差异、集成商客户与终端客户是否存在关联关系

1、按国有企业、民营企业等类型说明集成商客户数量及销售额占比

报告期内，公司按国有企业、民营企业划分的集成商客户数量及销售额占比情况如下：

单位：万元、个、万元/个

客户类型	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
国有企业	销售额	**1,294.85**	2,257.41	16,677.13
	销售额占比	**9.97%**	13.39%	47.38%
	客户数量	**19**	24	39
	客户数量占比	**2.71%**	3.18%	5.21%
民营企业	销售额	**11,697.48**	14,600.47	18,519.72
	销售额占比	**90.03%**	86.61%	52.62%
	客户数量	**681**	731	710
	客户数量占比	**97.29%**	96.82%	94.79%
集成商销售额合计		**12,992.34**	**16,857.87**	**35,196.85**
集成商客户数量合计		**700**	**755**	**749**

客户类型	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
集成商平均销售额		18.56	22.33	46.99

2023 年公司国有企业集成商客户的销售额、销售占比**均较高**，主要系公司当年主要倾注人力、物力等业务资源至国有企业客户中广电设计研究院的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”引发的短期扰动所致。若剔除该项目的短期扰动影响，**报告期内，**公司国有企业集成商客户的销售额及占比分别为 2,665.26 万元、2,257.41 万元、**1,294.85 万元**和 12.58%、13.39%、**9.97%，其占比略有波动，但整体仍保持相对稳定**。

2、各类客户付款方式是否存在差异

报告期内，公司对各类集成商客户的销售收入按付款方式统计情况如下：

单位：万元

客户类型	结算方式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
国有企业	按合同分期收款	1,234.64	1,819.90	16,211.75
	先款后货	60.22	437.50	465.38
	小计	1,294.85	2,257.41	16,677.13
民营企业	按合同分期收款	1,789.83	2,374.43	1,462.56
	先款后货	9,907.65	12,226.04	17,057.17
	小计	11,697.48	14,600.47	18,519.72
集成商销售额合计		12,992.34	16,857.87	35,196.85

注：2023 年度向国有集成商按合同分期收款金额较大的原因为国有企业中广电设计研究院的销售额较大并采用分期收款所致。

如上表所示，公司不同类别的集成商客户的付款方式存在一定差异，具体情况如下：

（1）国有企业客户

公司的国有企业客户，主要包括各地广播电视运营商、移动运营商等，其信用风险较小、资金实力雄厚，主要向公司采购应急广播和数字电视系统集成项目，采购规模较大，通常以招标方式进行采购，公司一般按照招投标文件或合同条款的约定分阶段收款，仅少数零星销售采用先款后货方式结算。

（2）民营企业客户

公司的民营企业客户，主要为具有一定系统集成服务能力的民企集成商，主要向公司采购软硬件一体设备，通过商务谈判方式与公司达成业务合作，单笔订单规模通常较小，原则上采用先款后货的结算方式，仅少数资信状况良好的客户，公司会给予一定信用账期及额度，按合同约定分阶段收款。

综上，公司针对不同类别的集成商客户的付款方式存在一定差异，与客户特征和交易特点相符，具有商业合理性。

3、集成商客户与终端客户是否存在关联关系

公司在与集成商交易过程中，全部为买断式销售，与集成商的终端客户之间不存在商业关系及权利义务关系，一般不与其终端客户直接接触。同时，集成商与公司在一定程度上是既合作又竞争的关系，而终端客户信息为集成商开展经营活动的核心商业机密，集成商出于保守商业机密的考虑通常不会向公司透露其全部终端客户。因此，公司较难准确、完整的掌握集成商的终端客户信息并识别其关联关系情况。

对于公司的数字电视产品和应急广播产品，其终端客户主要为国家、省、市及县各级广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等，其单位性质为政府部门、事业单位或由地方政府直接控制的国有企业，因此对于公司民营企业集成商客户而言，其与终端客户通常不存在关联关系；对于国有企业集成商客户而言，存在部分地方国企作为集成商客户向公司采购产品后，用于当地数字电视或应急广播集成项目的建设或存量设备的维修升级，集成商与终端客户可能同受地方政府管理，此种情形并不会对公司销售收入的真实性以及终端销售的实现情况产生影响。

对于公司的专业视听产品，此类产品主要用于在酒店等使用场景下构建商用显示系统，此类系统一般属于酒店弱电、安防或网络工程等的一小部分，市场需求较为分散，单笔订单规模仅为 2-3 万元，集成商类型通常为具备一定集成服务能力的民营企业，其下游终端客户主要为数量众多的酒店类客户，终端客户与集成商之间通常不存在关联关系。

此外，公司通过与集成商进行沟通、了解，获取报告期内各期公司前五大集

成商客户的主要终端客户信息，并通过公开信息查询的方式确认集成商与终端客户的关联关系，具体情况如下：

单位：万元

期间	集成商名称	销售收入	占集成商收入比例	主要终端客户名称	是否集成商关联方
2025年	吉视传媒信息服务有限责任公司	691.34	5.32%	前郭尔罗斯蒙古族自治县文化广播电视和旅游局、长白朝鲜族自治县文化广播电视和旅游局	否
	杭州浩讯科技有限公司	629.45	4.84%	SERVICIOS INTERCABLE EIRL、TECNESYA SAS、CL oudext INC、BIT Solution Co.，Ltd、Condista	否
	Thor Fiber and Broadcast	401.19	3.09%	PLANET FITNESS、HANAT HOTEL、BBC、ABC	否
	AVTRANS TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	400.26	3.08%	GTPL Hathway Limited、DBN Networks Limited、Siti Networks Limited、Hathway Digital	否
	陕西美林电子有限公司	350.56	2.70%	富县融媒体中心、甘泉县融媒体中心、黄陵县融媒体中心、泾阳县融媒体中心、子长市融媒体中心	否
	合计	2,472.80	19.03%	—	—
2024年	杭州浩讯科技有限公司	784.02	4.65%	Adam Niescierowicz、Swox Telecom、Bs Service Ltd、Ikario Richling、Sammuel Lehane	否
	浪潮集团有限公司	718.06	4.26%	内蒙古自治区广播电视局、金乡县文化和旅游局	否
	中国广电集团	581.82	3.45%	永州市零陵区文化旅游体育局、江永县文化旅游广电体育局、漠河市融媒体中心、泸县文化广播电视及旅游局	否
	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	448.72	2.66%	息烽县文体广电旅游局、都匀市文化广电和旅游局	否
	成都克雷博科技有限公司	434.37	2.58%	宁晋县文化广电体育和旅游局、临西县融媒体中心、中国共产党昌都市卡若区委员会宣传部	否
	合计	2,967.00	17.60%	—	—

期间	集成商名称	销售收入	占集成商收入比例	主要终端客户名称	是否集成商关联方
2023年	中国广电集团	14,871.48	42.25%	河南省广播电视局、湖南省广播电视局、广西壮族自治区广播电视局、陕西省广播电视局、广东省广播电视局	否
	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	992.85	2.82%	独山县文化广电和旅游局、荔波县文化广电和旅游局、平塘县文化广电和旅游局、贵定县文化广电和旅游局、惠水县文化广电和旅游局、瓮安县文化广电和旅游局、毕节市七星关区文体广电旅游局、大方县文体广电旅游局	否
	Thor Fiber and Broadcast	912.43	2.59%	Time Warner Cable、Comcast Corporation、Spectrum Cable、Fox News、Los Angeles Community Hospital、Cedars-Sinai Medical Center、Fontainebleau Miami Beach	否
	陕西美林电子有限公司	827.28	2.35%	蒲城县委宣传部、彬州市广播电视台、西安市长安区文化和旅游体育局、澄城县融媒体中心、永寿县融媒体中心、白水县融媒体中心、淳化县融媒体中心、吴堡县文化和旅游文物广电局	否
	兰州慧通网络技术有限公司	696.44	1.98%	榆中县文体广电和旅游局、华池县文体广电和旅游局、金塔县融媒体中心、民乐县文体广电和旅游局、金川区文体广电和旅游局、临泽县文体广电和旅游局	否
	合计	**18,300.48**	**51.99%**	—	—

注 1：上表中 2023 年中国广电集团包含同一控制下的中广电广播电影电视设计研究院有限公司、中国广电四川网络股份有限公司、中国广电新疆网络股份有限公司、中国广电广州网络股份有限公司等公司；2024 年中国广电集团包含同一控制下的湖南有线江永网络有限公司、湖南有线永州网络有限公司、黑龙江广电网络科技有限公司等公司。

注 2：上表中浪潮集团有限公司包含同一控制下的山东浪潮超高清视频产业有限公司和浪潮软件科技有限公司。

三、说明集成商客户中是否存在成立时间较短即与发行人合作的情况；发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方、发行人员工（含已离职）是否在集成商中持股或担任董监高的情形

（一）说明集成商客户中是否存在成立时间较短即与发行人合作的情况

报告期内，公司存在与成立时间较短的集成商进行交易的情况，但交易金额较小，具体情况如下：

单位：万元

项目	集成商数量（个）	公司向集成商销售金额	占主营业务收入比例
集成商 2025 年成立当期即向公司采购	**17**	**108.16**	**0.48%**
集成商 2024 年成立当期即向公司采购	16	166.79	0.62%
集成商 2023 年成立当年即向公司采购	14	118.59	0.29%

从上表可见，报告期内，集成商成立当年即向公司采购的金额较小，占主营业务收入的比例较低。

公司及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与成立当年即与公司产生交易的集成商之间不存在关联关系，公司与集成商之间的合作均为自主商业决策，具备商业合理性。

（二）说明发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方、发行人员工（含已离职）是否在集成商中持股或担任董监高的情形

公司通过公开信息查询以及向离职员工进行了解的方式，确认公司控股股东、实际控制人、董监高及其关联方、在职员工均不存在持有集成商股权或担任董监高的情形，仅有极少部分员工离职后加入集成商，仍从事相关行业的工作，目前在集成商中持股或担任董监高。公司员工离职后加入同一产业链内的其他公司属于行业正常现象，具有商业合理性。

公司离职员工在集成商中持股和任职情况以及公司与相关集成商的交易情况如下：

单位：万元

姓名	人员类型	离职前任职	离职日期	持股或入职集成商名称	持股或任职情况	公司与该集成商交易额		
						2025 年度	2024 年	2023 年
何昊	离职员工	销售人员	2019/2/27	四川蕴华视讯科技有限公司	担任监事	**0.54**	-	0.11
姜荣	离职员工	销售人员	2018/2/8	四川辰微电子科技有限公司	担任监事	-	86.58	36.61
				四川盘宇星辉科技有限公司	持有100%股权并担任执行董事兼总经理	-	-	3.19
陈波	离职员工	销售人员	2018/2/5	河北启德信息科技有限公司	持有30%股权并担任监事	-	-	1.15
交易额合计						**0.54**	**86.58**	**41.05**
占主营业务收入之比						**0.002%**	**0.32%**	**0.10%**

注：公司离职员工的核查范围为报告期内及报告期前三年内离职的员工。

如上表所示，报告期内各期，公司与离职员工持股或担任董监高的集成商之间的交易额分别为41.05万元、86.58万元**和0.54万元**，占公司主营业务收入之比分别为0.10%、0.32%**和0.002%**，交易金额及收入占比极小，相关交易定价公允，不存在利益输送等异常情况。

四、结合报告期各期均有交易的集成商用户销售收入，分析集成商客户的稳定性；说明同类产品直销和集成商销售价格是否存在差异

（一）结合报告期各期均有交易的集成商用户销售收入，分析集成商客户的稳定性

报告期内各期，公司均有交易的集成商客户情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
集成商收入总额	**12,992.34**	16,857.87	35,196.85
均有交易的集成商收入金额	**8,709.33**	**12,130.90**	**31,590.61**
占集成商收入比例	**67.03%**	**71.96%**	**89.75%**

从上表可知，报告期均有交易的集成商收入金额占集成商收入总额的比例分别为**89.75%、71.96%和67.03%**，各期存在一定波动，**但各年稳定性均相对较高**。**其中，2023年均有交易的集成商收入金额占比较高**，主要系“地面数字电视700兆赫频率迁移项目”于当年完成安装并通过验收，公司对持续合作的客户中国广电集团（包含其子公司中广电设计研究院及各地方广电网络公司）的销售收入大幅增长所致，若剔除该项目的影响，2023年的比例为**82.98%**。

集成商一般在获得终端客户的（意向）订单后向公司采购，其向公司的采购情况取决于其获取下游订单的情况。由于数字电视和应急广播系统项目的建设周期和存量设备的更新周期相对较长，一个单一终端客户的采购需求存在周期性波动，同时部分集成商的业务覆盖范围相对较小，使得其可能在某一年减少采购甚至暂停采购，导致报告期内各期均有交易的集成商的收入占比发生波动。但基于长期业务发展考虑，上述集成商仍与公司保持良好的合作关系，待获取终端客户订单后，仍会向公司进行采购。

（二）说明同类产品直销和集成商销售价格是否存在差异

报告期内，公司产品种类、具体规格型号较多，且各类产品在不同交付形式、销售模式下收入金额及数量不同，导致各大类产品平均销售价格存在一定差异，直销模式和集成商模式下的销售价格情况如下：

单位：万元、个、万元/个

交付形式	产品类别	销售模式	2025年度			2024年度			2023年度		
			收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
软硬件一体设备	应急广播	集成商销售	**2,544.29**	**34,364.07**	**0.07**	4,628.47	44,505	0.10	7,045.54	78,454	0.09
		直接销售	**68.26**	**1,356.09**	**0.05**	170.89	672	0.25	177.71	1,051	0.17
	数字电视	集成商销售	**3,267.17**	**5,871.00**	**0.56**	4,668.04	5,768	0.81	6,223.21	7,142	0.87
		直接销售	**152.61**	**148.00**	**1.03**	512.55	378	1.36	396.49	193	2.05
	专业视听	集成商销售	**5,947.15**	**16,674.00**	**0.36**	5,949.55	9,304	0.64	5,563.27	8,922	0.62
		直接销售	**-**	**-**	**-**	-	-	-	-	-	-
	微波能量应用	集成商销售	**-**	**-**	**-**	-	-	-	-	-	-
		直接销售	**7,719.34**	**3,462.00**	**2.23**	2,081.62	765.00	2.72	59.33	2	29.67
系统集成	应急广播	集成商销售	**885.40**	**3.00**	**295.13**	1,181.42	3	393.81	1,880.16	7	268.59
		直接销售	**1,316.42**	**3.00**	**438.81**	5,363.71	11	487.61	3,999.76	12	333.31

交付形式	产品类别	销售模式	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
项目			收入	数量	单价	收入	数量	单价	收入	数量	单价
	数字电视	集成商销售	141.04	1.00	141.04	-	-	-	14,129.70	6	2,354.95
		直接销售	71.42	1.00	71.42	1,874.38	6	312.40	1,048.41	2	524.20
其他	数字电视	集成商销售	207.29	-	-	430.39	-	-	354.97	-	
		直接销售	22.38	-	-	25.32	-	-	62.93	-	

注：数字电视的“其他”产品包括软件、零配件和半成品，由于其计量单位不同、价格差异较大、销售占比较低，因此未列示其销售数量和单价。

1、软硬件一体设备

报告期内，公司向集成商和直销客户同步销售应急广播与数字电视的软硬件一体设备。公司各期向直销客户销售应急广播和数字电视软硬件一体设备的价格整体上高于向集成商销售的价格。

报告期内，公司的软硬件一体设备主要向集成商进行销售，其销售规模及占比远大于直销客户，主要系公司的软硬件一体设备销售给集成商后，集成商既用于与其他厂商或自身产品进行组合安装后向终端客户完整交付集成系统，也直接向终端客户销售用于其存量设备的维修、升级和备份，其产品需求既来自应急广播及数字电视等系统集成项目的新建需求，亦来自存量设备的维修、升级、备份等更新需求，采购需求量较大；而公司销售给直销客户的软硬件一体设备，主要用于满足其存量设备的维修、升级、备份等需求，由于存量设备的更新周期相对较长，且通常仅涉及少量部件的更换维修，因此其采购频率较低、采购规模较小。

上述商业背景使得公司向集成商和直销客户销售软硬件一体设备的定价逻辑存在较大差异，最终导致向直销客户的销售价格高于集成商：

（1）定价机制方面，公司向集成商销售定价时需考虑集成商向终端客户销售的利润空间，而向直销客户销售时主要参考终端市场价格；

（2）销售规模方面，集成商的采购规模较大、采购频率较高，而直销客户通常为偶发小额的零星采购，公司对直销客户销售毛利率的要求更高；

（3）议价能力方面，向公司采购软硬件一体设备的直销客户，通常都已于早期完成了应急广播及数字电视等系统集成项目的建设并且使用了公司的产品，

基于系统兼容性、适配性考虑，直销客户在进行升级或更新时一般都会选择原始供应商，在此情形下公司的议价能力更强；

（4）设备安装方面，公司向直销客户销售软硬件一体设备时通常需要为其提供安装调试，销售定价除考虑产品成本和目标利润外，还需覆盖人工及安装成本，因此销售定价较高；而公司销售给集成商的产品，由集成商在销售给终端客户时进行安装调试并承担成本，因此定价较低。

综上，报告期内各期公司向直销客户销售软硬件一体设备的价格高于向集成商销售的价格，系受定价机制、销售规模、议价能力、设备安装等因素的共同影响所致，具有合理的商业背景，不存在重大异常。

2、系统集成项目

报告期内，公司**存在**向集成商和直销客户**分别**销售应急广播和数字电视的系统集成项目，**相关情况如下：**

数字电视方面，公司在 2023 年向集成商提供数字电视系统集成项目，主要为向中广电设计研究院提供的五个省份的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”，该项目规模大、作业范围广、供货数量多，因此单个项目的平均销售收入较高，远高于报告期内主要向直销客户提供的发射机类数字电视系统集成项目。

应急广播方面，公司各期向直销客户销售应急广播系统集成项目的价格分别为 333.31 万元/个、487.61 万元/个、**438.81 万元/个**，向集成商销售的价格分别为 268.59 万元/个、393.81 万元/个、**295.13 万元/个**。各期直销客户和集成商的销售价格均存在一定波动，主要系系统集成项目通常个性化程度较高，且不同系统集成项目在项目规模、财政预算、基础条件、气候环境、实施难度、作业范围等方面均有一定差异所致。另外，公司各期向直销客户的销售价格普遍高于集成商，主要系：

（1）公司向集成商销售定价时还需考虑集成商向终端客户销售的利润空间；

（2）单个项目销售收入受上述项目规模、财政预算等**多种**因素影响，当项目数量较少时，**单个项目**销售价格的波动**对该类型平均销售价格的影响会更为明显，也更具偶然性**；

（3）2025 年公司直销客户销售价格高于集成商销售价格的比例高于其他年度，主要原因系公司为麻城市文化和旅游局实施的县级应急广播平台项目实施规模大、合同总金额较高所致。

五、集成商毛利率高于直销客户的原因及合理性，是否同业可比

（一）集成商毛利率高于直销客户的原因及合理性

如上所述，虽然在相同交付形式和相同产品类型下，报告期内公司对直销客户的销售价格高于集成商客户，但由于上述两类客户销售结构存在差异；集成商客户的销售以数字电视及专业视听为主、交付形式以软硬件一体设备为主；直销客户的销售则以应急广播和微波能量应用产品为主、交付形式涵盖系统集成项目与软硬件一体设备。同时，两者在销售区域分布及销售策略上也存在一定差别，因此受产品结构、交付形式、区域分布及销售策略等因素的影响，公司向集成商客户销售的综合毛利率高于直销客户，具体情况如下：

1、产品结构不同

产品结构的差异，导致集成商毛利率较高。报告期内，公司集成商模式和直销模式下的产品构成及毛利率情况如下：

单位：%

销售模式	产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
集成商销售	数字电视	58.09	27.83	60.86	30.24	57.50	58.83
	应急广播	36.30	26.40	38.43	34.46	39.30	25.36
	专业视听	63.43	45.77	65.65	35.29	65.96	15.81
	小计	54.78	100.00	54.82	100.00	54.22	100.00
直接销售	数字电视	79.90	2.64	37.44	24.05	39.57	26.46
	应急广播	33.73	14.81	36.09	55.19	41.40	72.72
	微波能量应用产品	58.77	82.56	61.74	20.76	83.56	0.82%
	小计	55.62	100.00	41.74	100.00	41.31	100.00

如上表所示，公司集成商模式下以高毛利率的数字电视及专业视听产品销售为主，其毛利率高于应急广播产品约 20 个百分点；而 2023 年、2024 年直接销

售模式下以毛利率较低的应急广播产品销售为主；2025 年，随着公司微波能量应用产品销售规模增长，直接销售模式下以毛利率较高的微波能量应用产品销售为主，导致 2025 年直销模式综合毛利率大幅增长。

2、交付形式不同

交付形式的差异，导致集成商毛利率较高。报告期内，公司集成商模式和直销模式下的交付形式及毛利率情况如下：

单位：%

销售模式	交付形式	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
集成商销售	系统集成项目	38.17	7.90	46.21	7.01	51.88	45.49
	软硬件一体设备	56.28	90.50	55.41	90.44	56.16	53.50
	其他	52.28	1.60	57.60	2.55	57.03	1.01
	小计	54.78	100.00	54.82	100.00	54.22	100.00
直接销售	系统集成项目	32.89	14.84	34.88	72.18	39.27	87.88
	软硬件一体设备	59.64	84.92	59.50	27.57	56.59	11.03
	其他	38.39	0.24	62.00	0.25	51.12	1.10
	小计	55.62	100.00	41.74	100.00	41.31	100.00

如上所示，公司集成商模式下以软硬件一体设备销售为主，若剔除 2023 年“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目的相关影响，各期软硬件一体设备的销售占比均超过 85%。而 2023 年-2024 年公司直接销售模式则正好相反，以系统集成项目销售为主，各年度销售占比均超过 70%。2025 年，随着公司微波能量应用产品销售规模增长，公司直接销售模式下主要以软硬件一体设备销售为主，销售占比超过 80%。

由于系统集成项目通常合同金额和销售毛利额较高、行业示范性和市场影响力较强，市场竞争程度较为激烈，同时系统集成项目一般需要集成其他外购配套设备并提供安装调试，该等外购设备及服务并非公司核心产品，附加值较低，综合导致系统集成项目与单独销售软硬件一体设备相比毛利率较低。

3、区域分布不同

区域分布的差异，导致集成商毛利率较高。报告期内，公司集成商模式和直销模式下的区域分布及毛利率情况如下：

单位：%

销售模式	销售区域	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
		毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
集成商销售	境内	**50.43**	**71.17**	50.70	73.79	51.75	84.39
	境外	**65.52**	**28.83**	66.64	26.21	67.57	15.61
	小计	**54.78**	**100.00**	**54.82**	**100.00**	**54.22**	**100.00**
直接销售	境内	**55.60**	**99.88**	41.52	99.65	40.27	96.23
	境外	**71.83**	**0.12**	76.34	0.35	67.41	3.77
	小计	**55.62**	**100.00**	**41.74**	**100.00**	**41.31**	**100.00**

如上所示，公司直接销售模式下境外销售占比极小，各期占比均不足 5%，而集成商模式下的境外销售占比相对较高。

公司境外销售的毛利率受以下因素影响通常高于境内销售，进而导致集成商毛利率较高：（1）技术要求不同，公司境外客户涉及国家较多，各个国家的标准制式存在较大差异，产品一般需要个性化研发及小批量生产，同时境外客户一般对音视频信号处理产品的技术要求较高，具有更高的技术溢价；（2）竞争环境不同，公司大部分境外客户本土缺乏大型音视频信号处理产品的生产商，主要依赖进口，而国内生产商数量较多，竞争较为激烈；（3）税收政策不同，公司出口境外的产品能够享受增值税免税政策，具有更大的定价空间。

4、销售策略不同

报告期内，公司采用直接销售模式主要为了与行业内重点区域、重要客户建立合作，积极承接国家级、省、市、县级的重大或典型项目，通过打造标杆项目、示范性项目等成功案例树立良好的品牌形象和市场口碑，提升并维持行业影响力和品牌认可度，并以此为抓手不断拓展行业新客户。在直接销售模式下，公司更加看重行业示范性和市场影响力，加之此类销售通常毛利绝对额较大，因此公司对毛利率的要求相对较低。

而公司采用集成商模式，主要是在自身资源条件有限的情况下，充分发挥集成商开展业务便利、贴近客户需求、本地化服务能力等优势，扩大公司的销售网

络和覆盖面，实现产品加速推广。在集成商模式下，客户数量众多且区域分布广泛，集成商的采购需求具有小批量、多批次的特点，单笔订单规模较小，因此公司对毛利率的要求相应提高。

综上，公司集成商模式和直销模式下的产品结构、交付形式、区域分布和销售策略等存在一定差异，综合导致了集成商毛利率高于直销客户，具有合理性。

（二）集成商毛利率高于直销客户是否同业可比

报告期内，同行业可比公司中仅有图南电子披露了其集成商和直销客户的毛利率情况，对比分析如下：

单位：%

公司简称	销售模式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
德芯科技	集成商销售	**54.78**	54.82	54.22
	直接销售	**55.62**	41.74	41.31
图南电子	集成商销售	—	-	52.34
	直接销售	—	-	44.48

注：图南电子相关数据取自其招股说明书，由于截至本回复提交之日图南电子未披露 2023 年度和 2024 年度收入构成，**因此上表中图南电子 2023 年度金额及占比为其已披露的 2022 年年度数据**。

如上所示，图南电子向集成商销售的毛利率高于直销客户，与公司情况一致，具有可比性。

4-3 收入确认政策准确性

一、说明报告期内退换货情况，相关会计处理方式准确性

（一）说明报告期内退换货情况

报告期内，公司因客户需求变更、产品升级换代等原因存在少量退换货的情形，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
退货金额	**28.06**	35.19	35.03
换货金额	**126.19**	93.33	155.88
合计	**154.25**	128.52	190.91

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
占主营业务收入比例	**0.69%**	0.48%	0.46%

如上表所示，公司报告期各期退换货金额分别 190.91 万元、128.52 万元、**154.25** 万元，占主营业务收入的比例分别为 0.46%、0.48%、**0.69%**，主要以换货为主，整体退换货金额较小且占比较低。

（二）相关会计处理方式准确性

报告期内，公司对于客户退换货的会计处理方式具体如下：

项目	会计处理方式
货物退回	借：主营业务收入 　　应交税费-应交增值税（销项税） 　贷：应收账款 借：库存商品 　贷：主营业务成本
换货发出	借：发出商品 　贷：库存商品
货物签收	借：应收账款 　贷：主营业务收入 　　应交税费-应交增值税（销项税） 借：主营业务成本 　贷：发出商品

由于公司发生退换货的主要原因系客户需求变更、产品升级换代等，整体金额较小，且该类情形具有偶发性，发生概率较低，公司历史期间亦不存在因产品质量问题发生大规模销售退回的情形，不属于《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）中规定的可以预计发生销售退回或换货退回的情形，因此公司在退换货发生之时冲减当期主营业务收入，相关会计处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

二、结合行业惯例、可比公司收入确认方法、销售合同条款约定和实际执行情况，说明各类产品服务类型下商品发出、验收、签收、领用的业务流程、平均时长，对比可比公司说明发出商品至最终确认收入的平均时长是否合理，是否存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定

（一）结合行业惯例、可比公司收入确认方法、销售合同条款约定和实际执行情况，说明各类产品服务类型下商品发出、验收、签收、领用的业务流程、平均时长

1、行业惯例、可比公司收入确认方法

根据公开信息查询，同行业可比公司收入确认方法具体如下：

可比公司	收入确认方法
数码视讯	（1）产品销售 公司在货物发出并经对方签收或验收，客户取得商品相关控制权，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款权凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠计量后确认收入。 （2）境外销售 公司根据合同约定将产品发出，取得报关单，客户取得相关商品控制权，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款权凭证且相关经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量。 （3）支付业务收入 公司根据合同约定条款向客户提供服务，履行了合同中的履约义务而预期有权收取的对价金额，以交易数据为基础确认收入。
康通电子	对于不需要安装的以产品交付并经购货方签收后确认收入，需要安装的以产品安装调试完成并经购货方验收合格后确认收入。
图南电子	对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得商品控制权时确认收入。通常为根据合同或协议约定，销售不需要安装的货物时，以货物发出并经客户签收后确认收入；销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户验收报告后确认收入。 对于在某一时段内履行的履约义务，本公司在该段时间内按照履约进度确认收入。
德芯科技	国内销售业务：客户取得商品控制权的时点，通常为根据合同或协议约定，销售不需要安装的货物时，以货物发出并经客户签收后确认收入；销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户验收报告后确认收入。 出口销售业务：客户取得商品控制权的时点，通常为根据合同约定将产品报关、离港，取得报关单，以报关出口完成日期确认收入的实现。

如上表所示，公司与同行业可比公司收入确认方法基本一致，收入确认方式符合行业惯例，对于境内销售业务，销售不需要安装的货物时，以货物发出并经客户签收后确认收入；销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户验收报告后确认收入；对于境外销售业务，以货物报关、离港、取得报关单后以报关出口完成日期确认收入。

2、销售合同条款约定和实际执行情况

报告期内，公司各类产品的交付形式主要以软硬件一体设备及系统集成项目为主，各期实现销售的主要软硬件一体设备及系统集成项目销售合同的条款约定和实际执行情况如下：

（1）软硬件一体设备

单位：万元

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
2025年度	兰州泰基离子技术有限公司	872.57	交货时间为合同签订后6个月内，甲方收到货后1个月内验收。	按合同约定执行
	中国科学院近代物理研究所	628.27	合同签订之日起180日历天内最终到货验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	中国科学院近代物理研究所	606.19	合同签订210天内完成交货验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	中国科学院近代物理研究所	553.10	最终到货验收期限为合同签订之日起270个日历天内。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	中国科学院近代物理研究所	357.52	合同签订之日起80日历天内最终到货验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
	合计	**3,017.65**		
2024年度	中国科学院近代物理研究所	391.86	合同履行期限为评审后365个日历天。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	国科离子（杭州）医疗科技有限公司	389.38	合同签订后三个月内交货，到货后一个月内完成验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	国科离子（杭州）医疗科技有限公司	366.37	合同签订后三个月内交货，到货后一个月内完成验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	广西广播电视技术中心	244.47	合同签订生效之日起60个日历日交付使用，甲方应在到货（安装、调试完）后凭乙方验收申请函在七个工作日内进行验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	中国科学院大连化学物理研究所	195.93	签订合同150天内交货，所有货物在乙方送按合同约到交货地点且甲方确认收货后 20天内，由甲乙双方对货物的包装、外观、数量、商标、型号、规格及性能等进行验收，签暑检验报告。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	合计	**1,588.01**		
2023年度	成都锐比科技发展有限公司	162.49	款到后30个工作日发货。到货后甲方如发现产品的品种、质量不符规定，在一周内向乙方提出书面异议。如甲方未按规定期限提出书面异议的，视为乙方所交付产品验收合格。	按合同约定执行
	北京中视精创科技有限公司	161.05	款到后30个工作日发货。到货后甲方如发现产品的品种、质量不符规定，在一周内向乙方提出书面异议。如甲方未按规定期限提出书面异议的，视为乙方所交付产品验收合格。	按合同约定执行
	河南中视数码科技有限公司	151.50	款到后20个工作日内发货，签订合同后支付合同金额的80%，所有货物发货完成移交甲方后2个月内支付20%。到货后甲方如发现产品的品种、质量不符规定，在一周内向乙方提出书面异议。如甲方未按规定期限提出	按合同约定执行

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
			书面异议的，视为乙方所交付产品验收合格。	
	河南百事德电子设备有限公司	142.78	款到后 40 个工作日内发货，到货后甲方如发现产品的品种、质量不符规定，在一周内向乙方提出书面异议。如甲方未按规定期限提出书面异议的，视为乙方所交付产品验收合格。	按合同约定执行
	山东擎岳智造网络科技有限责任公司	140.92	签订合同后 35 日内到货，合同物资运达甲方指定地点后，由甲方使用部门进行验收，验收合格后由甲方在送货清单签字确认合格验收。	按合同约定执行
	合计	**758.74**		

如上表所示，部分软硬件一体设备销售合同条款约定和实际执行情况存在一定差异，主要原因系受客户需求变化、客户付款滞后、客户基础设施未完成、客户进度安排、设备研发生成周期长等因素影响导致周期较长，但均具有合理原因，该类业务主要集中于技术壁垒高、试样周期长的微波能量应用产品，不存在因实际执行情况与销售条款约定不一致导致与客户发生合同纠纷的情形。

根据公开信息查询，公司**应急广播**软硬件一体设备销售合同条款约定和实际执行情况与同行业可比公司图南电子披露内容基本一致，符合行业惯例。

（2）系统集成项目

单位：万元

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
2025 年度	**麻城市文化和旅游局**	**706.02**	**建设工期为合同签订后 90 个日历日。**	**按合同约定执行，实际验收时间存在差异**
	临江市文化广播电视和旅游局	**399.28**	**乙方最迟应当在 2025 年 11 月 17 日前将设备生产完毕。**	**按合同约定执行**
	吉视传媒信息服务有限责任公司	**363.03**	**建设周期为 45 个自然日。**	**按合同约定执行**

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
	吉视传媒信息服务有限责任公司	**328.32**	**厂验：合同签订并且乙方收到预付款 30 个自然日后，甲方组织第三方专业机构对设备进行检测，第三方出具检测报告。 交货期：乙方收到设备预付款之日起，乙方应在 10 个工作日内把货物运到指定地点。货到 10 个工作日内甲方组织验收。 平台试点安装：到货后 4 天内完成安装县级平台、一个镇级平台、一个村级平台及一个终端，进行试点安装调试。 项目整体实施安装：经甲方验收确认试点安装达标后 30 天内完成项目整体建设。 设备试运行：设备安装完成后试运行 30 天，接收《等保测试》、《密评测试》。 终验测试：试运行期满接收甲方组织第三方专业机构终验测试，测试通过出具终验检测报告。**	**按合同约定执行**
	辽宁省广播电视局	**211.13**	**合同签订后 45 日内交货。供方完全履行合同义务后，需方或需方的最终用户按照上述政府采购合同文件列明的标准进行验收，**	**按合同约定执行**
	合计	**2,007.76**		
2024 年度	新疆维吾尔自治区广播电视局	1,751.93	2023 年 12 月 30 日前卖方将所有货物运抵买方指定地点。2024 年 6 月 30 日前完工并竣工验收合格。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	中国共产党广南县委员会宣传部	774.46	合同签订 200 日历天内完成供货、安装和初验合格，2024 年 5 月底以前完成全部安装调试，2024 年 6 月初进行县级初验。	按合同约定执行
	陕西省广播电视局	692.42	合同签订后 90 日历日全部货物完成安装调试且完成验收。	按合同约定执行，实际验收时间存在差异
	浪潮软件科技有限公司	675.34	合同签订后 20 天内完成交货。于 2024 年 11 月 10 日前完成软硬件设备的安装、调试，完成与外部系统的联合调试等全部工作，并完成自验。	按合同约定执行
	中国共产党凤庆县委员会宣传部	561.70	签订合同并生效后 50 个日历天内完成供货、安装调试及初验合格。	按合同约定执行

所属年度	客户名称	合同金额（不含税）	合同条款约定	实际执行情况
	合计	**4,455.84**		
2023年度	中广电设计研究院	14,011.87	此项下包含公司与中广电设计研究院签订的5个项目合同，其中：广西壮族自治区、湖南省、陕西省、河南省4个合同约定2022年5月15日前现场安装调试并初验完成的台站数量达到70%，2022年8月15日前全部现场安装调试并初验；广东省合同约定2022年7月10日前开始发货，2022年7月20日前完成发货，2022年7月30日前完成台站安装。	按合同约定执行
	辽宁省广播电视局	725.22	合同签订后60日内发货。按照《关于印发辽宁省省本级政府采购合同履约验收管理办法的通知》规定执行。	按合同约定执行
	和龙市文化广播电视和旅游局	412.58	合同签订之日起2个月内完成安装调试。	按合同约定执行
	安图县文化广播电视和旅游局	392.14	乙方接受甲方和第三方验收公司（第三方公司甲方按照法律确定）到厂验收所有产品后，接到甲方交货通知后，乙方应在10个工作日内把货物运到指定地点。	按合同约定执行
	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	387.58	签订合同并生效后60日历天内完成供货、安装调试、初验合格并交付使用甲方应当在到货（安装、调试完）后7个工作日内进行验收，逾期不验收的，乙方可视为验收合格。	按合同约定执行
	合计	**15,929.39**		

如上表所示，部分系统集成项目销售合同条款约定和实际执行情况存在一定差异，主要原因系受项目需求变化、客户对项目进度调整、客户验收进度安排、项目基础条件具备与否、项目规模、作业范围、安装难度等因素影响导致部分项目实施周期较长，但均具有合理原因。报告期内，公司不存在因系统集成项目实际执行情况与销售条款约定不一致导致与客户发生合同纠纷的情形。

根据公开信息查询，公司系统集成项目销售合同条款约定和实际执行情况与同行业可比公司图南电子披露内容基本一致，符合行业惯例。

3、各类产品服务类型下商品发出、验收、签收、领用的业务流程

报告期内，公司不存在领用业务流程，各类产品服务类型下商品发出业务流

程不存在差异，验收、签收业务流程存在一定差异，主要取决于相关项目是否需要提供安装、调试义务或合同中是否约定验收条款，具体业务流程如下：

项目	业务流程概述
商品发出	（1）销售部内勤人员在接到发货通知后于 ERP 系统中生成发货单交由财务部审核； （2）财务部根据销售内勤提供的发货单并结合账载记录审核相关业务是否满足合同约定的发货条件，并对满足发货条件的发货单在 ERP 系统中予以审核； （3）销售内勤打印发货单并经部门领导审核后，交由品质部组织产品检测，检测完成后由仓储科包装组对已检测确认的设备进行包装； （4）仓储科根据已审核的发货单生成销售出库单与包装后的产品一同交给销售内勤； （5）销售内勤按照销售出库单清点产品，确认数量和规格等无误后签字确认，并在 ERP 系统中审核销售出库单； （6）销售内勤填写物资出门条，并由部门领导、仓储科、财务部签字确认； （7）销售内勤将待发设备交由德邦物流、顺丰速运、中通快递等第三方物流公司发运； （8）保安检查物资出门条并清点数量确认无误后放行。
签收流程	（1）产品送达客户后，第三方物流公司与客户接收人员办理货物交接手续，并将物流发运状态变更为已接收； （2）客户根据自身检验流程，结合合同约定的产品数量、规格型号、技术标准等内容进行到货检验，检验无误后予以签收，出具到货验收单； （3）公司销售人员每日跟踪相关产品的签收状态并对客户回传的到货验收单进行整理，财务部根据产品签收情况及时确认收入。
验收流程	（1）产品送达客户后，第三方物流公司与客户接收人员办理货物交接手续，并将物流发运状态变更为已接收； （2）公司根据合同约定，对相关产品进行安装、调试，并当产品达到合同约定的验收条件时，向客户申请验收； （3）客户根据自身验收流程，结合合同约定对产品的安装、调试及试运行情况进行验收，验收合格后，出具验收意见； （4）公司销售人员实时跟进项目实施进度及验收情况，财务部根据项目验收情况及时确认收入。

4、各类产品服务类型下商品发出至签收、验收的平均时长

报告期内，公司各类产品服务类型主要以销售软硬件一体设备以及系统集成项目为主，公司销售软硬件一体设备或实施系统集成项目时通常以产品交付并经客户签收、产品报关出口完成或产品交付后履行安装调试义务并经客户验收作为客户取得商品控制权的时点。

报告期内，公司各类产品服务类型下商品发出至签收、验收或报关出口完成的平均时长相对稳定。软硬件一体设备平均时长普遍在 1 个月以内，系统集成项目由于通常项目规模大、供货数量多、安装调试及验收流程相对较长，故自商品发出至项目验收平均时长主要在 1 年以内。

（二）对比可比公司说明发出商品至最终确认收入的平均时长是否合理，是否存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点是否符合企业会计准则相关规定

1、对比可比公司说明发出商品至最终确认收入的平均时长是否合理

根据公开信息查询，同行业可比公司图南电子于公开信息中披露了其对于发出商品至最终确认收入的平均时长与公司的可比性分析，具体内容如下：

“德芯科技所披露设备销售平均时长与发行人接近，差异主要是运输地点不同导致的运输时间差异，主要系德芯科技海外市场业务拉长了设备销售确认收入的平均时长。其系统集成服务未披露平均时长，但情况与发行人类似，不同项目间受其项目规模、基础条件等因素影响，工程周期差异较大，周期相对设备销售较长。”

除上述披露内容外，公司与图南电子发出商品至最终确认收入的平均时长对比如下：

单位：次、天

公司简称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
图南电子	发出商品周转率		4.36	4.55
	发出商品周转天数		83.77	80.27
德芯科技	发出商品周转率	**19.06**	6.94	3.19
	发出商品周转天数	**19.15**	52.63	114.43
	发出商品周转率（扣除 700 兆赫频率迁移项目影响）	**19.06**	**6.94**	**5.41**
	发出商品周转天数（扣除 700 兆赫频率迁移项目影响）	**19.15**	**52.63**	**67.49**

注 1：发出商品周转率=主营业务成本/发出商品平均余额，发出商品周转天数=报告期内天数/发出商品周转率；

注 2：同行业可比公司图南电子数据来源于公开披露的定期报告。

2023 年、2024 年，公司发出商品至最终确认收入的平均时长短与同行业可比公司，周转率较高。公司 2023 年发出商品周转率受数字电视业务 700 兆赫频率迁移项目影响较大，扣除该项目影响，公司发出商品周转率明显高于图南电子。

2025 年度受公司业务结构战略性调整影响导致发出商品周转率大幅提升、周转天数大幅减少。2025 年度发出商品周转率及周转天数变动较大的原因主要系公司业务结构战略性调整成效显著，本年度公司销售收入以微波能量应用业务、专业视听业务为主，两项业务收入金额占当期主营业务收入比例高达 61.12%，产品交付类型均系软硬件一体设备，自产品发出至签收或验收周期较短，导致 2025 年度发出商品周转率大幅提升、周转天数大幅减少。

2、不存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点符合企业会计准则相关规定

报告期内，公司不存在提前或延后确认收入的情形，具体原因如下：

在收入确认方法方面，公司制定了谨慎、恰当的收入确认政策，严格以销售的商品经客户签收、验收或报关出口完成时点作为商品控制权转移时点，且收入确认方法与同行业可比公司基本一致，符合行业惯例。

在销售合同条款约定与实际执行情况方面，公司软硬件一体设备、系统集成项目销售合同条款约定和实际执行情况与同行业可比公司图南电子披露内容基本一致，符合行业惯例。报告期内，公司严格按照合同约定执行，受项目规模、作业范围、安装难度、项目需求变更、客户验收进度安排等因素影响导致部分项目实施周期较长，但均具有合理原因，且不存在因系统集成项目实际执行情况与销售条款约定不一致导致与客户发生合同纠纷的情形，公司以相关项目经客户验收作为收入确认时点，不存在提前或延后确认收入的情形。

在发出商品至最终确认收入的平均时长方面，公司平均时长明显短于可比公司图南电子，2025 年度，受公司业务结构战略性调整影响导致发出商品周转率大幅提升、周转天数大幅减少，具有合理性。

综上所述，公司在收入确认方法、销售合同条款约定与实际执行情况、发出商品至最终确认收入的平均时长方面均符合行业惯例，不存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。

三、说明直销客户主要项目的平均生命周期、是否存在分阶段确认收入的情形、发行人是否存在提前确认收入的情形、直销客户合作是否具有可持续性

（一）直销客户主要项目的平均生命周期

报告期内，公司直销客户前十大项目收入分别占当年直销收入总额的70.44%、63.08%、**14.84%，2025年度占比较低，**主要原因**系公司战略资源向微波能量应用业务倾斜，参与中标实施的应急广播及数字电视系统集成项目减少导致。**公司以合同签署日到项目验收日作为直销客户项目的生命周期，报告期各期，公司直销客户前十大项目平均生命周期情况如下：

单位：万元

年度	项目名称	客户名称	合同日期	验收日期	收入金额	生命周期（月）
2025年度	**湖北省麻城市应急广播体系建设项目**	**麻城市文化和旅游局**	**2024年11月**	**2025年6月**	**706.02**	**7**
	临江市应急广播系统建设项目	**临江市文化广播电视和旅游局**	**2025年10月**	**2025年12月**	**399.28**	**3**
	2025年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	**辽宁省广播电视局**	**2025年9月**	**2025年12月**	**211.13**	**3**
	云南丽江市广播电视无线发射骨干台站地方广播电视节目技术系统标准化升级改造项目	**丽江市广播电视局**	**2025年8月**	**2025年10月**	**71.42**	**2**
	直销客户前十大项目收入合计				**1,387.84**	
	直销客户前十大项目收入总额/当年直销收入总额				**14.84%**	
	直销客户前十大项目平均生命周期（月）				**3.75**	
2024年度	2023年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	新疆维吾尔自治区广播电视局	2023年11月	2024年12月	1,751.93	13

年度	项目名称	客户名称	合同日期	验收日期	收入金额	生命周期（月）
	广南县自然村应急广播建设项目	中国共产党广南县委员会宣传部	2023 年 10 月	2024 年 4 月	774.46	7
	省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目	陕西省广播电视局	2023 年 9 月	2024 年 5 月	692.42	9
	凤庆县应急广播体系建设项目	中国共产党凤庆县委员会宣传部	2023 年 8 月	2024 年 12 月	561.70	17
	永德县应急广播体系建设项目	中国共产党永德县委员会宣传部	2023 年 8 月	2024 年 12 月	472.26	17
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2023 年二期工程）	广西广播电视技术中心	2023 年 8 月	2024 年 12 月	460.27	16
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）	广西广播电视技术中心	2022 年 10 月	2024 年 12 月	449.66	26
	丘北县应急广播体系建设	丘北县融媒体中心	2023 年 10 月	2024 年 6 月	434.09	9
	云县应急广播系统建设项目	中国共产党云县委员会宣传部	2023 年 6 月	2024 年 12 月	367.36	19
	砚山县应急广播体系建设项目	砚山县融媒体中心	2023 年 8 月	2024 年 12 月	361.62	16
	直销客户前十大项目收入合计					**6,325.76**
	直销客户前十大项目收入总额/当年直销收入总额					**63.08%**
	直销客户前十大项目平均生命周期（月）					**14.90**
2023 年度	应急广播省级平台建设及运维项目	辽宁省广播电视局	2023 年 8 月	2023 年 11 月	725.22	4
	和龙市应急广播体系建设设备采购项目	和龙市文化广播电视和旅游局	2022 年 10 月	2023 年 9 月	412.58	12
	安图县应急广播体系建设设备采购	安图县文化广播电视和旅游局	2022 年 1 月	2023 年 2 月	392.14	13
	金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	2023 年 9 月	2023 年 11 月	387.58	3
	青海省互助县应急广播系统建设项目	互助土族自治县广播电视局	2022 年 1 月	2023 年 1 月	384.42	12
	湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二	红安县融媒体中心	2022 年 11 月	2023 年 5 月	383.10	7

年度	项目名称	客户名称	合同日期	验收日期	收入金额	生命周期（月）
	次）					
	湖南省 2023 年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	宜章县融媒体中心	2023 年 6 月	2023 年 11 月	352.24	5
	2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目	兴安县文化广电体育和旅游局	2023 年 5 月	2023 年 8 月	347.21	3
	富川瑶族自治县应急广播系统建设项目（1 分标）	富川瑶族自治县文体广电和旅游局	2022 年 9 月	2023 年 2 月	338.91	5
	数字电视发射机备机采购	广西广播电视技术中心	2018 年 11 月	2023 年 9 月	323.19	58
	直销客户前十大项目收入合计					**4,046.58**
	直销客户前十大项目收入总额/当年直销收入总额					**70.44%**
	直销客户前十大项目平均生命周期（月）					**12.20**

如上表所示，报告期各期直销客户前十大项目平均生命周期分别为 12.20 个月、14.90 个月、**3.75 个月，2023 年-2024 年相关项目**平均生命周期较长，主要原因系部分系统集成项目受项目规模较大、实施难度高、作业范围广、客户更改项目需求或技术标准以及终端客户验收进度安排等因素影响，导致项目生命周期有所延长。公司部分系统集成项目生命周期较长，具体原因详见本回复之“问题 5”之“一、（二）、5、主要系统集成项目执行周期及验收周期、完工时间与预计时间存在差异的原因及合理性”相关回复内容。

（二）是否存在分阶段确认收入的情形、发行人是否存在提前确认收入的情形

报告期内，公司系统集成项目通常附有安装义务，根据公司收入确认政策，当公司销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户提供的验收报告后确认收入。若客户合同约定同时存在初验和终验条款，则公司结合新收入准则的相关规定严格按照控制权转移时点以终验作为收入确认时点，若合同未区分初验和终验，则公司以客户验收作为收入确认时点，收入确认时点较为谨慎，不存在提前确认收入的情形。

根据新收入准则的相关规定，满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务。具体条件如下：

（1）客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益；

（2）客户能够控制企业履约过程中在建的商品；

（3）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于公司实施的系统集成项目，客户只有在公司交付产品并完成安装、调试义务后才可取得公司履约所带来的经济利益；客户无法控制公司尚未履约完成的系统集成项目；虽然公司在履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，但根据合同约定，在整个合同期间内公司无权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

综上所述，公司实施的系统集成项目不满足在某一时段内履行履约义务的三个条件，属于在某一时点履行的履约义务。公司以实际向客户交付产品并完成安装、调试义务，经客户验收作为相关商品控制权转移的时点，收入确认时点谨慎、恰当。

报告期内，公司严格执行收入确认政策，对于系统集成项目以客户提供验收报告作为收入确认时点，不存在分阶段确认收入以及提前确认收入的情形。

（三）直销客户合作是否具有可持续性

1、公司直销客户类型与主要产品领域的终端客户类型一致，主要产品销售金额及占比较高

在直销模式下，公司客户主要为各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、**科研院所、工业企业等终端客户**，与公司报告期内主要产品微波能量应用、数字电视、应急广播所处应用领域的终端客户类型一致。

报告期内，公司微波能量应用、数字电视及应急广播产品收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
微波能量应用	**7,719.34**	2,081.62	**59.33**
数字电视	**3,903.73**	7,578.41	**22,337.15**

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应急广播	**4,814.37**	11,378.56	13,105.85
合计	**16,437.44**	**21,038.59**	**35,502.33**
占主营业务收入比例	**73.31%**	77.86%	86.38%

如上表所示，**2023 年度**，公司主要产品数字电视及应急广播收入合计金额35,443.00 万元，在行业内已具有较高的品牌知名度和影响力。2024 年-**2025 年**，受终端客户财政预算、招标采购安排、不同地区系统集成项目实施进度等因素影响导致数字电视、应急广播收入金额有所下滑，但公司微波能量应用业务呈现快速发展趋势，**业务结构战略性调整成效显著**，该类产品销售单价较高且拥有较为广阔的市场空间，系公司布局的未来战略性业务之一。

2、公司具有较强的市场竞争力，能够为直销客户提供更好的产品及服务

公司在行业内积累了十年以上的研发和生产经验，拥有丰富的产品线、较强自主创新能力，参与了多项行业标准的制定，已获得诸多荣誉称号，并参与了多个具有较强影响力的组织和项目，能够为直销客户提供更好的产品及服务。

3、公司现有销售模式可以有效扩大市场影响力，持续通过直接或间接方式与终端客户开展稳定合作

从公司销售模式及经营策略方面来看，公司通过直接销售模式与行业内重点区域、重要客户建立合作，积极承接国家级、省、市、县级的重大或典型项目，通过打造标杆项目、示范性项目等成功案例树立良好的品牌形象和市场口碑，并凭借直接销售模式形成的示范效应，与境内具有集成服务能力的集成商客户达成合作，实现广泛深入覆盖、及时响应分散在全国省、市、县数量庞大的各级广电领域终端客户和非广电领域**科研院所、工业企业、**酒店类终端客户的需求，有效扩大市场影响力，持续通过直接或间接方式与终端客户开展稳定合作。

4、公司与直销客户合作不存在纠纷，为未来合作奠定了基础

报告期内，公司与各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、**科研院所、工业企业等终端客户**不存在诉讼、纠纷的情形，公司的产品及服务得到了直销客户的认可，为未来合作奠定了基础。

5、公司微波能量应用业务以直销客户为主，发展潜力较大

报告期内，公司微波能量应用产品收入分别为 59.33 万元、2,081.62 万元及 7,719.34 万元，2024 年、2025 年同比增长率分别为 3,408.55%、270.83%，呈现爆发式增长态势，相关收入占主营业务收入比例快速提升至 2025 年的 34.43%，成为公司第一大收入来源。

微波能量应用属于公司近年来重点发展的业务，相关产品在科研领域、工业领域（如**光伏镀膜、平板显示镀膜**等）、医疗领域（如**质子重离子治癌、硼中子俘获治癌（BNCT）**、同位素药物、肿瘤微波消融等）、先进能源领域等均拥有较大的发展潜力。公司微波能量应用业务**已与中国科学院近代物理研究所、中国科学院高能物理研究所、中国科学院大连化学物理研究所、中国工程物理研究院等国家战略科技力量建立了紧密的合作关系，相关客户**均属于公司直销客户，该业务呈现快速发展趋势，发展潜力较大，随着公司不断加大微波能量应用产品的研发力度，开拓市场份额，公司将与直销客户建立更为紧密的合作关系。

综上所述，公司与直销客户合作具有可持续性。

四、说明报告期内有安装义务的销售收入与发出商品的匹配性，是否存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形，如有，请说明具体情形

（一）说明报告期内有安装义务的销售收入与发出商品的匹配性

报告期内，公司负有安装义务的销售收入与发出商品的主要客户为各地广电部门、宣传部、融媒体中心等政府部门、事业单位。公司根据客户采购需求将库存商品发出，若截至期末时该商品尚未完成安装验收，则形成期末发出商品余额，并在期后满足收入确认条件时结转营业成本并确认销售收入。由于当期期末的发出商品余额通常在下期满足收入确认条件，因此将各期期末负有安装义务的发出商品余额与下期负有安装义务的销售收入进行对比如下：

单位：万元

项目	2025.12.31 2025 年度	2024.12.31 2024 年度	2023.12.31 2023 年度
负有安装义务的发出商品余额（当期）	**263.26**	139.65	2,903.02
负有安装义务的销售收入（下期）	——	**2,414.27**	9,295.89

项目	2025.12.31 2025 年度	2024.12.31 2024 年度	2023.12.31 2023 年度
发出商品余额/销售收入金额	——	**5.78%**	31.23%

如上表所示，当期负有安装义务的发出商品余额占下期负有安装义务的销售收入比例分别为 31.23%、**5.78%，下降幅度较大，主要原因系公司业务结构战略性调整成效显著，2025 年度公司销售收入以微波能量应用业务、专业视听业务为主，两项业务收入金额占当期主营业务收入比例高达 61.12%，产品交付类型均系软硬件一体设备，自产品发出至签收或验收周期较短，且通常不负有安装义务，故导致 2024 年末负有安装义务的发出商品余额占 2025 年度负有安装义务的销售收入比例较低，与公司业务结构调整情况相匹配。**

综上所述，报告期内，公司有安装义务的销售收入与发出商品具有匹配性。

（二）是否存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形，如有，请说明具体情形

报告期内，公司不负有安装义务的发出商品余额分别为 564.35 万元、288.86 万元、**362.75 万元**，各期末余额相对较小。公司一般通过德邦物流、顺丰速运、中通快递等第三方物流公司将货物发往客户指定地点，客户收到货物并按照合同约定的产品数量、规格型号及技术标准等确认无误后出具签收单，从货物发出到客户签收时间通常不会超过一个月。

报告期内，公司不存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形。

【申报会计师核查意见】

一、核查并发表明确意见，说明对主要客户和营业收入真实性、准确性、完整性，内销、外销的具体核查程序、核查过程、核查证据和核查结论

（一）核查程序

1、获取发行人销售收入明细表，核实发行人按照终端下游客户类型划分的主营业务收入构成、不同销售模式及主要产品前五大客户名称、销售内容、销售金额以及不同销售模式下的客户数量变化情况、销售金额及占比，并向发行人了解前五大客户中集成商、经销商的下游或终端客户情况以及不同销售模式、不同

企业类型客户数量及销售额变化的具体原因；

2、查阅发行人主要销售合同，访谈发行人销售业务负责人及财务总监，了解发行人与不同客户的合作模式、销售定价机制、协议签署周期、验收方式、结算方式、物流方式、是否存在协助或委托集成商投标的情形、通过集成商销售的必要性、与集成商客户保持稳定合作的具体措施以及集成商对发行人产品的验收是否以集成商向终端客户销售产品的最终验收为前提等事项，并通过公开信息查询的方式核实发行人集成商销售模式是否符合行业惯例以及可比公司的集成商销售额及占比情况；

3、获取并核查了报告期内主要客户中标公告/公示，复核发行人统计的报告期内通过公开招投标取得的主要客户、相应的收入金额及其占比情况，并针对投标过程的合法合规性执行了以下核查程序：

（1）查阅发行人费用管理及招投标相关内控制度，核查制度中是否明确费用支出及业务开展的相关合规性要求；

（2）通过登录国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等网站进行查询，核查发行人及其董事、监事、高级管理人员报告期内是否存在因商业贿赂、不正当竞争而发生的重大诉讼、仲裁、行政处罚或被追究刑事责任的情形；

（3）对报告期内主要客户进行访谈，核实相关招标流程是否符合招投标以及政府采购等相关国家法律、法规、规章以及规范性文件的要求；

（4）获取发行人及其董事、监事和高级管理人员声明，确认报告期内发行人在经营过程中是否存在任何形式的商业贿赂行为，获取业务的方式和行为是否符合相关法律法规的规定，是否存在通过非法途径获取业务的情形；

4、访谈发行人财务总监、销售业务负责人、采购业务负责人，了解客户与供应商重叠的具体原因、交易内容及定价策略，获取销售和采购明细表并通过匹配确定重叠对象名称、所涉金额、交易明细，与非重叠对象交易内容进行对比分析，核实客户与供应商重叠对应的相关交易定价的公允性，并通过公开信息查询的方式确认相关事项是否符合行业惯例；

5、检查发行人各类销售模式下主要客户销售合同，核实是否存在客户指定

采购产品的情况，结合收入确认的五步法模型识别与判断履约义务构成及控制权转移时点，评价发行人收入确认政策和时点的准确性以及客户与供应商重叠相关业务的收入确认方式、集成商模式下销售收入确认时点是否符合《企业会计准则》的相关规定；

6、根据报告期内外销中直销和集成商销售明细向发行人了解客户数量及销售额的变动原因，并结合均有合作的外销客户销售额占比、终止合作客户数量、新增客户数量及其销售额情况分析外销客户的稳定性；

7、通过查询公开信息及查验发行人招投标相关资料，对发行人单独投标及集成商单独投标情况进行统计，确定各类合作模式的销售金额及比例，并结合企业会计准则判断收入确认时点是否准确；

8、通过访谈、函证、集成商销售资料及物流地址核查等方式获取集成商下游终端客户信息，并通过公开信息查询的方式进一步了解下游终端客户工商信息，检查下游终端客户是否与集成商或发行人存在关联关系；

9、通过天眼查、企查查查询以及获取中国出口信用保险机构出具的资信报告等方式了解集成商的注册成立信息、股东、董监高等信息，检查报告期内集成商客户中是否存在成立时间较短即与发行人合作的情况；

10、获取发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管对外投资及任职情况调查表，并获取在职员工出具的关于与客户不存在关联关系的承诺函，确认在发行人客户中未持有股权或担任董监高；

11、利用天眼查、企查查等工商信息查询工具，对发行人报告期内各期销售额在 5 万元以上的所有境内集成商客户进行穿透查询，对间接持股比例在 3%以上的股东进行三层穿透，记录其各层级的股东名称、历史股东名称、主要人员、历史主要人员等信息，同时利用中信保海外资信报告查询，获取主要境外集成商客户的法人、股东、高管等信息，将查询到的上述人员信息与发行人在职员工、报告期外三年内离职员工、关联自然人、关联法人各层级自然人股东及主要人员（含历史自然人股东及历史主要人员）名单进行对比，分析是否存在人员重合的情况，并通过员工及集成商访谈、集成商函证、获取员工声明函、工商信息查验、

分析性程序等核查程序，对重名人员是否为同一人进行验证。报告期内各期，对境内集成商核查比例超过 95%，对境外集成商核查比例超过 70%；

12、对报告期各期均有交易的集成商客户销售收入进行统计，结合均有交易的集成商客户数量、销售收入金额及占比情况分析集成商客户稳定性；

13、获取发行人按直销、集成商客户分类的产品销售价格、毛利率明细表，核实同类产品直销和集成商销售价格是否存在差异，分析销售价格差异以及集成商毛利率高于直销客户的原因及合理性，并结合公开信息查询分析发行人集成商毛利率高于直销客户是否与同行业公司具有可比性；

14、获取发行人报告期内退换货明细表，检查报告期内发行人客户是否存在大额异常退换货的情形，并结合《企业会计准则》的相关规定核实发行人与退换货相关的会计处理方式的准确性；

15、通过公开信息查询的方式获取同行业可比公司年度报告、招股说明书以及审核问询回复，了解可比公司收入确认方法、发出商品至最终确认收入的平均时长，结合行业惯例分析发行人销售合同条款约定和实际执行情况以及各类产品服务类型下商品发出、验收、签收的业务流程、平均时长是否合理，核实收入确认时点是否符合《企业会计准则》的相关规定；

16、获取报告期内发行人直销客户主要项目平均生命周期统计明细，检查是否存在异常情形，向发行人销售业务负责人了解直销客户合作是否具有可持续性，并对发行人收入执行细节测试及截止性测试，核实是否存在分阶段确认收入、提前或延后确认收入的情形；

17、获取发行人统计的报告期内有安装义务的收入明细表、发出商品明细表，分析有安装义务的销售收入与发出商品是否具有匹配性；

18、复核发行人销售出库及货物签收记录，核实是否存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形；

19、针对主要客户和营业收入真实性、准确性、完整性，内销、外销的具体核查程序、核查过程及核查证据如下：

（1）了解、评价和测试管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行情况；

（2）了解发行人对各类业务的收入确认采用的会计政策及具体方法，包括收入确认的依据及时点，选取样本检查销售合同（订单），结合收入确认的五步法模型识别与判断履约义务构成及控制权转移时点，进而评估发行人采用的收入确认政策是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（3）通过公开信息查询的方式，了解同行业可比公司的收入确认政策，对比、分析发行人收入确认政策与同行业可比公司是否存在差异；

（4）对发行人报告期内收入、成本及毛利率情况执行月度波动分析、同期对比分析、同行业对比分析等分析性程序，分析变动原因及其合理性；

（5）根据账户重要性、交易金额、重要性水平等因素对发行人内销收入及外销收入分别选取样本执行收入细节测试，检查与收入确认相关的销售合同（订单）、发票、出库单、第三方物流单、签收单、验收单、出口报关单等支持性证据，以评价收入确认的真实性和准确性。报告期内，对内销收入、外销收入执行细节测试覆盖金额及比例情况如下：

单位：万元

销售区域	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境内	内销收入总额	**18,633.93**	22,511.32	35,266.95
	收入细节测试金额	**16,580.54**	19,864.05	28,547.70
	收入细节测试比例	**88.98%**	**88.24%**	**80.95%**
境外	外销收入总额	**3,789.07**	4,509.93	5,834.80
	收入细节测试金额	**2,911.31**	3,241.13	4,242.25
	收入细节测试比例	**76.83%**	**71.87%**	**72.71%**
合计	主营业务收入总额	**22,423.00**	27,021.25	41,101.75
	收入细节测试金额	**19,491.85**	23,105.17	32,789.95
	收入细节测试比例	**86.93%**	**85.51%**	**79.78%**

（6）结合收入细节测试检查报告期各期主要客户的销售合同（订单）条款及其实际执行情况，并对重要客户执行期后回款测试，检查客户的期后回款情况，分析销售收入确认时点的合理性；

（7）结合发行人资金流水核查程序、收入细节测试程序对内销客户、外销客户销售回款进行测试，核查发行人资金流、实物流与合同约定是否一致，是否具有真实的商业背景，是否存在第三方回款的情形；

（8）根据发行人提供的收入明细表、往来款项余额表和发出商品余额表结合重要性水平运用大额+随机的选样方式分别选取内销客户、外销客户执行函证程序，函证报告期各期相关客户的销售收入、应收账款余额、合同负债余额和发出商品情况，以评价收入确认的真实性、完整性，并在函证过程中始终保持了恰当的函证控制。报告期内，对内销收入、外销收入执行函证程序覆盖金额及比例情况如下：

单位：万元

销售区域	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境内	内销收入总额	**18,633.93**	22,511.32	35,266.95
	发函金额	**16,805.71**	20,793.75	29,993.32
	回函金额	**16,572.16**	19,300.61	28,187.49
	回函占审定金额比例	**88.94%**	85.74%	79.93%
	调节&替代测试金额	**233.55**	1,493.14	1,805.83
	函证程序覆盖比例	**90.19%**	**92.37%**	**85.05%**
境外	外销收入总额	**3,789.07**	4,509.93	5,834.80
	发函金额	**3,156.87**	3,386.94	4,362.62
	回函金额	**2,367.04**	2,788.54	3,636.57
	回函占审定金额比例	**62.47%**	61.83%	62.33%
	调节&替代测试金额	**789.83**	598.40	726.05
	函证程序覆盖比例	**83.32%**	**75.10%**	**74.77%**
合计	主营业务收入总额	**22,423.00**	27,021.25	41,101.75
	发函金额	**19,962.58**	24,180.69	34,355.94
	回函金额	**18,939.20**	22,089.15	31,824.07
	回函占审定金额比例	**84.46%**	81.75%	77.43%
	调节&替代测试金额	**1,023.38**	2,091.53	2,531.88
	函证程序覆盖比例	**89.03%**	**89.49%**	**83.59%**

客户回函不符的主要原因为双方会计处理口径不同导致的时间性差异，部分客户仅针对已收到发票部分进行核对，而发行人收入金额包括已符合收入确认条

件但尚未开票的部分。针对回函不符或未回函的情形，已执行的替代程序具体如下：

①对于回函不符的情形，询问发行人财务人员，了解回函存在差异的具体原因并分析合理性，获取发行人编制的回函差异调节表，核对调节后金额与发行人账面金额是否一致，复核差异调节表的准确性；

②对于回函不符或未回函的情形，获取相关客户与收入确认相关的销售合同（订单）、发票、出库单、第三方物流单、签收单、验收单、出口报关单、回款记录等支持性证据，以核实发行人收入确认的真实性和准确性；

（9）根据发行人提供的收入明细表基于重要性水平运用大额+随机的选样方式分别选取内销客户、外销客户执行访谈程序，了解被访谈单位与发行人的业务合作背景、交易内容、定价方式、货物运输及签收验收情况、货款结算情况、对发行人产品及服务的评价、未来合作意向以及与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益安排、交易过程的合法合规性等信息，以核实发行人销售收入的真实性。报告期内，对内销客户、外销客户执行访谈程序覆盖金额及比例情况如下：

单位：万元

销售区域	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
境内	内销收入总额	**18,633.93**	22,511.32	35,266.95
	访谈对应客户收入金额	**14,729.80**	**18,566.69**	**28,978.72**
	访谈程序覆盖比例	**79.05%**	**82.48%**	**82.17%**
境外	外销收入总额	**3,789.07**	4,509.93	5,834.80
	访谈对应客户收入金额	**2,301.83**	**2,546.46**	**3,355.38**
	访谈程序覆盖比例	**60.75%**	**56.46%**	**57.51%**
合计	主营业务收入总额	**22,423.00**	27,021.25	41,101.75
	访谈对应客户收入金额	**17,031.63**	**21,113.14**	**32,334.10**
	访谈程序覆盖比例	**75.96%**	**78.14%**	**78.67%**

（10）针对境外收入，取得海关数据、电子口岸及利用第三方软件“关单助手”调取海关出口数据，将其与境外销售收入进行核对匹配，分析差异形成原因及其合理性。经核对，发行人账面记录数据与海关出口数据不存在重大差异；

（11）获取发行人报告期内退换货明细表，了解客户退换货的具体原因，核

查相关会计处理方式是否准确，检查报告期内发行人客户是否存在大额异常退货的情形；

（12）对资产负债表日前后记录的销售业务选取样本执行截止性测试，查验销售合同（订单）、发票、出库单、签收或验收单、出口报关单等支持性证据，以评价相关收入是否记录于恰当的会计期间；

（13）报告期内，发行人采用“集成商销售为主、直接销售为辅”的销售模式，客户数量较多且平均交易金额较低，各期前二十大客户收入金额占主营业务收入比例分别为 57.39%、44.80%、**52.87%**，系发行人主要客户。申报会计师对发行人主要客户执行了包括收入细节测试、函证、访谈等在内的核查程序，主要核查程序覆盖金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
前二十大客户收入金额	**11,854.58**	12,104.19	23,587.14
收入细节测试金额	**11,759.95**	11,834.03	22,427.69
收入细节测试比例	**99.20%**	**97.77%**	**95.08%**
回函金额	**11,651.47**	11,542.85	22,519.67
调节&替代测试金额	**203.11**	561.35	1,067.47
函证程序可确认金额	**11,854.58**	12,104.19	23,587.14
函证程序覆盖比例	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
访谈对应客户收入金额	**11,434.05**	11,163.12	23,204.04
访谈程序覆盖比例	**96.45%**	**92.23%**	**98.38%**
不同核查程序去重后整体核查比例	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：上表中前二十大客户收入金额及主要核查程序执行情况系按照单一法人主体或分支机构口径统计，未按照同一控制下的合并口径披露。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人不存在协助集成商投标的情况。发行人保持与集成商稳定合作关系的具体措施包括向集成商提供产品授权、丰富产品线和技术创新、提升产品质量和稳定性、提供良好的售后服务以及构建便捷多元的沟通渠道，发行人已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、经营风险”对集成商变化可

能对发行人业务的风险进行充分揭示。

2、发行人制定了招投标相关内控制度，确定各部门职责以及招投标作业流程，明确了业务开展的相关合规性要求。报告期内，发行人根据有关项目采购公告通知和采购文件参与投标，相关人员在投标过程中严格遵守招标要求和流程，投标过程合法合规。

3、发行人客户与供应商重叠情形下的交易价格系基于发行人制定的定价策略结合实际业务情况确定，定价策略与其他客户或供应商不存在重大差异，虽然劳务、配套件采购价格受系统集成项目个性化特征影响存在一定差异，但均具有合理的商业背景，相关定价具有公允性，且符合行业惯例。报告期内，发行人不存在客户指定采购产品的情况，客户与供应商重叠相关业务均系独立的购销业务，收入确认方式符合《企业会计准则》的相关规定。

4、发行人境外销售客户以集成商为主，报告期内，与发行人均有合作的外销客户以及新增外销客户整体收入贡献度较高且占比基本保持稳定，发行人外销客户具有稳定性。

5、发行人各类合作模式下收入确认政策和时点准确，不存在委托集成商投标的合作模式。报告期内，发行人针对集成商收入确认严格按照合同约定执行，若合同约定发行人交付的产品或实施的系统集成项目的验收需以集成商的终端客户进行最终验收为前提的，则发行人以通过最终验收时点确认收入，若合同未约定相关条款，则发行人根据合同约定以产品或系统集成项目经集成商签收或验收作为收入确认时点，集成商模式下销售收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。

6、发行人采用集成商销售为主的销售模式，符合发行人自身的资源禀赋、业务特征及行业特点，具有商业合理性和必要性，且发行人集成商销售模式符合行业惯例。发行人针对不同类别集成商的付款方式存在一定差异，但具有商业合理性。报告期内，发行人的主要集成商与其终端客户不存在关联关系。

7、报告期内，发行人少部分集成商成立当年即向发行人采购产品，相关采购金额较小。发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方、发行人在职员

工不存在持有集成商股权或担任董监高的情形，极少部分离职员工在集成商中持股或担任董监高，发行人与此部分集成商之间交易金额及收入占比极小。

8、报告期内，发行人均有交易额的集成商收入金额较大，占发行人向集成商销售收入比例存在一定波动。同类产品直销和集成商销售价格存在差异，主要受定价机制、销售规模、议价能力等因素的共同影响所致，具有合理性。

9、发行人集成商模式和直销模式下的产品结构、交付形式、区域分布和销售策略等存在一定差异，综合导致了集成商销售毛利率高于直销客户，具有合理性，且与同行业可比公司图南电子公开信息披露情况一致。

10、报告期内，发行人因客户需求变更、产品升级换代等原因存在少量退换货的情形，相关会计处理准确，符合《企业会计准则》的相关规定。

11、发行人在收入确认方法、销售合同条款约定与实际执行情况、发出商品至最终确认收入的平均时长方面均符合行业惯例，不存在提前或延后确认收入的情形，收入确认时点符合《企业会计准则》的相关规定。

12、发行人报告期各期直销客户前十大项目中部分项目的平均生命周期较长，具有合理性；发行人对于系统集成项目以客户验收作为收入确认时点，不存在分阶段确认收入以及提前确认收入的情形。发行人与直销客户合作具有可持续性。

13、报告期内，发行人有安装义务的销售收入与发出商品具有匹配性，不存在无需安装但货物发出后客户签收时间较长的情形。

14、报告期内，发行人主要客户和营业收入真实、准确、完整，内销、外销收入确认真实、金额核算准确，相关交易均已记录在恰当的会计期间。

二、详细说明发行人集成商的最终销售、真实销售，集成商对外销售回款的核查情况。请保荐机构提供内部控制、销售收款、采购付款、生产存货、货币资金等财务核查工作底稿

（一）集成商最终销售、真实销售的核查情况

1、发行人向集成商销售的主要特征

发行人境内销售的终端客户为各地、各级的广电部门、宣传部、融媒体中心、

广播电视台、广播电视运营商、数量众多的非广电领域酒店类客户以及科研院所、医疗及工业制造领域设备商，客户区域分布广泛，订单数量多且分散，市场集中度较低，境外客户更是分布广泛、需求分散，使得发行人难以全面覆盖全国乃至全球的终端客户。

为充分拓展市场占有率，尽可能覆盖终端市场需求，发行人建立了集成商销售为主的销售模式，已累计与千余家集成商建立了业务往来，构建了覆盖全球的市场销售网络，在自身资源条件有限的情况下，充分发挥集成商开展业务便利、贴近客户需求、本地化服务能力等优势，实现发行人产品的加速推广。

报告期内，发行人向集成商销售具有以下主要特征：

（1）集成商数量众多、集中度低、分布广泛、平均交易金额较小

报告期内，发行人各年度集成商**平均**数量为 **735 家**，数量众多且较为分散，平均交易规模较小，单个客户年均交易金额约为 20-30 万元，其中约 80%数量的集成商年均交易额在 20 万元以下，年均交易额在 50 万元以上的集成商仅占 10%左右。

（2）集成商单笔订单金额较低，订单频次较高且在全年分布相对平均

报告期内，发行人各年度订单数量约为 3,000-4,000 个，单笔订单金额普遍在 5 万元以下，订单频次较高且在全年分布相对平均，发行人对集成商销售金额各个季度波动性较小，集成商不存在年底突击采购囤货的情形。

（3）集成商与下游或终端客户的交易具有一定波动性

集成商向发行人的采购时点及金额主要取决于下游或终端客户需求。最终用户采购发行人产品后一般作为固定资产使用，采购周期较长，采购频率较低，导致集成商与终端客户或下游客户之间的交易具有一定的波动性。

（4）集成商与公司原则上采用先款后货的方式结算

报告期内，在集成商销售模式下，发行人采用较为谨慎的信用政策，原则上以先款后货的结算方式，仅对少数经营实力较强、资信状况良好、合作时间较长的优质客户，给予一定的信用账期及信用额度。报告期各期末，发行人合同负债

维持在较高水平，同时应收账款金额较小，占营业收入的比重较低，且期后回款情况良好，不存在期末收到的销售款项在期后不正常流出的情形。

综上，发行人集成商数量众多、集中度低，平均交易额和单笔订单金额较小，一般采用先款后货的结算方式，同时发行人产品的专业化、个性化特征明显且用途相对单一，期后退换货情况较少。

2、集成商最终销售、真实销售总体核查情况

（1）穿透核查总体情况

①直接核查程序

申报会计师对于集成商终端销售主要采取以下三种直接核查方式：（1）对集成商下游或终端客户进行访谈或查看发行人产品使用情况；（2）获取并核查集成商向下游或终端客户销售资料；（3）根据发行人向集成商下游或终端客户发货物流信息进行核查，具体核查结果如下：

单位：万元

期间	核查方式	访谈主要集成商下游或终端客户或查看发行人产品使用情况（程序 1）	获取并核查集成商向下游或终端客户销售的资料（程序 2）	检查向集成商下游或终端客户发货的物流信息（程序 3）	程序（1）（2）（3）汇总
2023 年度	核查金额	10,585.96	19,076.88	14,197.99	**23,554.92**
	核查比例	30.08%	54.20%	40.34%	**66.92%**
2024 年度	核查金额	2,496.92	4,870.47	5,567.93	**7,528.42**
	核查比例	14.81%	28.89%	33.03%	**44.66%**
2025 年度	**核查金额**	**2,094.78**	**2,086.81**	**2,119.01**	**4,258.47**
	核查比例	**16.12%**	**16.06%**	**16.31%**	**32.78%**

注：上表程序（1）（2）（3）的核查金额均为具体核查对象对应的集成商与发行人的交易额。

前述三种核查方式均明确对应了具体的集成商下游或终端客户，均取得了直接、外部的相关证据并可交叉验证。报告期各期直接核查对象对应的集成商与发行人的交易额占集成商收入总额的比例分别为 66.92%、44.66%**和 32.78%**，各期实施了穿透核查程序的集成商的收入占比分别为 74.05%、58.72%**和 57.65%**。**2025 年穿透核查比例相对较低，主要原因如下：一方面，穿透核查难度较低的应急**

广播业务收入占比仅为 26.40%，占比较小；另一方面，2025 年集成商交易额普遍较小，客户平均交易额为十余万元，单笔合同平均交易额均仅为 3 万元左右，集成商数量众多并且分散，集成商的配合度较低。

②其他核查程序

申报会计师还采取了其他终端核查程序：①检查集成商期末库存情况；②主要股东及董监高个人流水核查，经核查未发现与客户及其下游或终端客户存在大额资金往来；③取得发行人企业信用报告及股东与董监高的个人征信报告，检查是否存在为集成商提供担保等情形；④查询发行人主要集成商客户的期后回款情况并关注是否存在交易纠纷导致的超期应收款项；⑤核查发行人报告期内退货情况。

（2）真实销售总体核查情况

集成商穿透核查和真实销售的核查存在相互交叉印证的关系，结合发行人业务模式特点，申报会计师通过对集成商收入真实性的核查，进一步确认了最终销售情况。具体核查金额及比例情况汇总如下：

单位：万元

核查方法	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
集成商细节测试	核查金额	**7,750.59**	13,101.37	31,533.53
	核查比例	**82.08%**	77.72%	89.59%
集成商函证	回函确认金额	**10,095.43**	12,552.28	27,563.82
	回函比例	**77.70%**	74.46%	78.31%
集成商访谈	访谈金额	**8,346.16**	**11,362.47**	**27,378.24**
	访谈金额比例	**64.24%**	**67.40%**	**77.79%**
客户回款检查	抽查回款金额	**24,855.92**	29,473.96	31,074.07
	抽查比例	**93.48%**	98.88%	92.52%

注：客户回款检查是对发行人所有类型客户的销售回款进行核查的情况。

申报会计师对集成商进行了细节测试、函证、访谈、销售回款检查等直接核查程序，整体核查比例较高，能够合理确认集成商销售收入真实性。除上述直接核查程序外，申报会计师还执行了出口数据匹配、关联关系核查、收入截止性测试、经营范围核查、信用政策核查等其他核查程序，进一步验证了集成商收入真

实性。

（3）总体核查结论

通过对集成商及其下游或终端客户执行的上述核查手段、核查方式、核查范围与对应的核查金额、核查比例及覆盖率等，在所有重大方面确认了发行人集成商客户的最终销售和真实销售情况。

3、集成商真实销售及穿透核查过程

（1）访谈主要集成商客户及其下游或终端客户

①集成商客户访谈情况

申报会计师基于样本选取的重要性原则，采用金额重大加随机选样的方式选择访谈样本，访谈样本对应交易额超过报告期各期交易额的 60%。通过访谈了解集成商基本情况、业务合作情况、产品继续销售情况、期末存货情况、关联关系及利益安排、纠纷及诉讼情况等事项。具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
向集成商访谈覆盖的收入金额	**8,346.16**	**11,362.47**	**27,378.24**
发行人向集成商销售收入金额	**12,992.34**	16,857.87	35,196.85
核查比例	**64.24%**	**67.40%**	**77.79%**

注：向集成商访谈覆盖的收入金额为实施了访谈程序的集成商与发行人的全部交易额。

②集成商下游或终端客户访谈或查看发行人产品使用情况

申报会计师基于重要性原则选取了进入报告期各期主要的集成商客户进行访谈，了解发行人产品在最终用户的使用情况，并向其提出访谈其下游终端客户的要求。集成商综合考虑商业机密、机房管控、后期合作交易情况、与下游终端客户的联系紧密程度等原因决定是否配合穿透核查，对于配合的集成商，项目组对其主要下游终端客户进行了访谈或查看发行人产品使用现场情况，了解其与发行人集成商客户的交易真实性情况。

同时，由于部分集成商基于对运输成本及效率的考虑，要求发行人直接发货至其下游、终端客户处或其项目所在地，因此申报会计师根据此类物流信息对集

成商终端或下游客户的收件人进行电话访谈，了解对发行人产品在质量及功能等方面以及在使用过程中是否满意、被访谈对象所在的单位名称、收件地址对应的单位、下游或终端客户名称及类型等事项。

对主要集成商下游或终端客户进行访谈或查看发行人产品使用现场的核查情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
核查覆盖的集成商与发行人的全部收入	**4,750.67**	5,711.53	22,104.67
核查覆盖集成商收入占比	**36.57%**	33.88%	62.80%
核查金额折算成发行人与集成商的交易金额	**2,094.78**	2,496.92	10,585.96
折算金额占集成商收入比例	**16.12%**	14.81%	30.08%

注 1：实施核查程序的集成商与发行人的全部交易额为实施了相应核查程序的集成商与发行人的全部交易额；

注 2：具体核查对象对应的集成商与发行人的交易额=集成商与发行人的全部交易额×已核查对象占集成商对外销售发行人产品的比例。

（2）获取并核查集成商向下游或终端客户销售资料

根据上述集成商客户主要下游或终端客户明细，对照检查集成商客户提供的与下游或终端客户的销售合同、中标资料（同时网上再次查询中标资料真伪）、销售发票（金税三期发票列表或销售发票）、报关资料等，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
核查覆盖的集成商与发行人的全部收入	**5,396.13**	5,799.00	20,354.74
核查覆盖集成商收入占比	**41.53%**	34.40%	57.83%
核查金额折算成发行人与集成商的交易金额	**2,086.81**	4,870.47	19,076.88
折算金额占集成商收入比例	**16.06%**	28.89%	54.20%

注 1：实施核查程序的集成商与发行人的全部交易额为实施了相应核查程序的集成商与发行人的全部交易额；

注 2：具体核查对象对应的集成商与发行人的交易额=集成商与发行人的全部交易额×已核查对象占集成商对外销售发行人产品的比例。

（3）由公司直接发货至集成商的下游或终端客户的核查情况

由于部分集成商基于对运输成本及效率的考虑，在采购发行人产品后，要求

发行人直接发货至其下游或终端客户处或其项目所在地，而非集成商注册地址或经营办公场所，因此项目组根据发行人直接发往集成商下游或终端客户的物流明细进行核查：

①根据物流信息对下游或终端客户单位名称和主营业务范围进行查验

根据发行人直接发往集成商下游或终端客户的物流信息，通过天眼查、企查查、百度地图、谷歌地图、终端或下游客户官网、电话访谈等方式查验收件人、收件电话、收件地址所对应的下游或终端客户的单位名称，了解终端或下游客户主营业务范围等信息，判断终端或下游客户采购（直接或间接）发行人产品的合理性，从而进一步核实集成商的最终销售情况。

报告期内，集成商采购发行人产品后要求发行人直接发货至下游或终端客户的收入及占比如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发货至下游或终端客户的收入	**2,119.01**	5,567.93	14,197.99
集成商收入	**12,992.34**	16,857.87	35,196.85
占比	**16.31%**	33.03%	40.34%

注：发货至下游或终端客户的收入为集成商采购发行人产品后要求发行人直接发货至下游或终端客户对应的发行人向集成商销售的收入。

②整体检查销售发货的物流收件信息是否存在发行人及其关联方的联系方式

将报告期内发行人向境内集成商销售发货的纸质物流底单上的收件人、电话、收件地址录入汇总，并与发行人及其关联方、发行人员工的联系方式进行匹配，经匹配不存在重合的情形。

（4）核查集成商客户期末库存情况及是否存在囤货情况

发行人集成商销售模式与经销商模式不同，发行人并不主动跟踪或直接掌握集成商的具体终端销售情况，也不对集成商的期末库存做管理要求。申报会计师通过对主要集成商访谈时实地查看仓储库房，观察、询问发行人产品库存情况，发函调查期末库存及囤货情况等方式进行核查，了解集成商采购的发行人产品库

存周转情况、集成商最终客户类型、各期末库存情况、集成商采购的发行人产品最终销售实现情况等。

经核查，发行人集成商通常根据订单或客户明确需求向发行人采购，其销售周期短、周转快，通常未单独建立仓库；并且发行人产品具有专业化特征且采取先款后货的结算模式，部分产品直接由发行人发送至集成商终端客户或下游客户地址，不存在集成商积压囤货的情形，集成商期末基本无库存。

（5）获取集成商客户提供的下游或终端销售明细

申报会计师获取了部分集成商提供的主要下游或终端客户明细清单，以核查发行人产品经由主要集成商后的销售流向。另有部分集成商因商业机密、与发行人交易占其整体交易额比例较低、交易具有波动性、已终止与发行人的业务合作等原因未配合提供其销售客户清单。

（6）向主要集成商发送往来函证

对报告期内集成商发送函证，函证内容包括各年度交易发生额以及各期末应收账款余额、预收账款余额等往来科目余额。函证样本通过金额重大及随机两种方式选取，至少选择年度交易额及往来余额的 80%以上的比例。

申报会计师选取函证样本独立收发函，并对回函不符及未发函的函证编制调节表或实施替代程序，检查销售合同、出库单、签收单、验收报告、报关单、运单等原始单据。

报告期内，向集成商函证确认收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
向集成商函证收入金额	**11,059.47**	14,348.20	28,984.48
集成商回函收入金额	**10,095.43**	12,552.28	27,563.82
发行人向集成商销售收入金额	**12,992.34**	16,857.87	35,196.85
回函比例	**77.70%**	74.46%	78.31%

注：向集成商函证收入金额为通过函证确认公司向集成商的销售金额。

（7）对集成商收入细节测试情况

检查与收入确认相关的合同或订单、出库单、签收单、验收报告、报关单、物流运单等凭据，确认发行人与集成商的收入是否有依据支撑。根据重要性原则，采用金额较大与随机方式选择样本。

报告期各期，销售细节测试覆盖的销售明细样本各年度均在上千笔以上，细节测试覆盖报告期内集成商收入比例达到 70%以上。

经核查，集成商收入的真实性具有相关依据支持。

（8）核查集成商销售回款情况

核查报告期各期主要集成商的销售回款情况，获取销售回款的银行回单，并与账面回款记录进行核对，检查回款单位与销售合同订单中的客户名称是否一致，回款金额及回款时间是否与发行人记录相符，核查集成商客户回款的真实性和回款金额的准确性。

检查集成商销售回款的比例在报告期内超过 90%，各年度涉及的回款记录抽查样本数量在 4,000 条左右。

（9）核对境外收入与发行人海关数据、申报表免抵退出口销售额

针对境外收入的海关数据核查，取得海关数据、电子口岸及利用第三方软件“关单助手”调取海关出口数据，将其与海外销售收入进行核对匹配，分析差异形成原因及其合理性。经核对，发行人账面记录数据与海关出口数据不存在重大差异。最终核查比例覆盖报告期各期全部外销收入。报告期内，公司海关出口数据与发行人外销收入差异较小，差异主要系海关统计出口数据时间与发行人报关单时间存在差异、软件收入不报关等原因所致，具有合理性。

报告期内，公司外销收入金额与申报表免抵退出口销售额对比，由于公司境内主体出口退税手续一般在提单日后一个月左右办妥，受退税手续与收入确认的时间差影响，免抵退出口货物劳务销售额占外销收入比例存在一定波动，但波动较小，具备合理性。

（10）核查集成商与发行人及关联方是否存在关联关系

①企查查以及中国出口信用保险机构出具的资信报告信息查询情况

通过企查查以及中国出口信用保险机构出具的资信报告信息查询集成商的注册成立信息、注册资本、注册地址、股东、董监高、经营范围等信息，核查公司报告期内集成商客户是否与发行人及其关联方、员工存在关联关系，核查集成商经营范围是否与发行人业务相关。

通过企查查核查国内集成商覆盖报告期内境内集成商收入的比例接近 100%，通过核查资信报告核查的境外集成商覆盖的报告期内境外集成商收入的比例为70%以上。

经核查，发行人主要集成商及其股东和主要人员不存在与发行人及其关联方、员工存在关联关系，集成商经营范围与发行人业务具有相关性。

②通过访谈和函证核查情况

申报会计师对集成商进行访谈或发函调查，向集成商确认与发行人及其关联方是否存在关联关系、利益安排、交易过程合法合规性等，核查的集成商收入比例达到 70%以上。

同时审阅发行人的全体董事、监事及高级管理人员填写的调查问卷并经在天眼查查询，取得并核查发行人及其实际控制人、非独立董事、监事、高级管理人员、主要销售人员、财务主管和出纳等关键岗位人员的银行流水。

经核查，发行人主要集成商及其股东和主要人员，与发行人及主要股东，董事、监事及高级管理人员、关键岗位人员、（前）员工均不存在关联关系或异常利益往来。

（11）核查集成商下游或终端客户的基本情况、主营范围及与发行人关联关系

根据集成商提供的主要下游或终端客户明细、销售发货的物流信息查询的下游或终端客户单位名称、收件地址、收件人和收件电话等信息，通过工商信息查询、与发行人及其关联方对外投资调查表、员工花名册以及资金流水核查等资料进行对比等方式，核查集成商的下游或终端客户是否与发行人及主要股东，董事、监事及高级管理人员、（前）员工是否存在关联关系。

根据获取的明细资料，发行人主要集成商的下游或终端客户及其股东和主要人员，与发行人及主要股东，董事、监事及高级管理人员、关键岗位人员、（前）员工均不存在关联关系或异常利益往来，该等客户经营范围与发行人业务具有相关性，不存在异常情况。

（12）收入截止性测试

执行收入截止性测试，就临近资产负债表日前后确认的收入，选取样本，查验销售合同、发票、出库单、签收或验收单、报关单等，以评价相关收入是否记录于恰当的会计期间。

经核查，未发现发行人销售收入跨期的情况。

（13）了解发行人信用政策，查阅应收账款情况

访谈发行人财务负责人和销售负责人，查阅应收账款明细表。发行人对于集成商主要采用先款后货的信用政策。结合发行人与集成商主要结算方式以及各期末应收集成商款项的明细，分析各期末集成商是否存在大额囤货的情形。

公司与集成商主要采用先款后货的结算方式，少部分优质集成商客户（如国有企业、上市公司）会存在一定信用额度。经核查，发行人各期末应收账款主要为应收国有企业、上市公司等优质客户款项，应收账款余额较低，发行人应收账款账龄主要为 1 年以内，发行人应收账款的账龄较短，回款情况较好。

（14）核查发行人报告期内退货情况

查阅发行人报告期各期的退货明细表，报告期各期退货金额分别为 35.03 万元、35.19 万元和 **28.06 万元**，占当期营业收入的比例分别为 0.09%、0.13%和 **0.12%**，占比极低。

综上，结合发行人业务模式特点，申报会计师针对集成商销售真实性和终端销售实现情况执行多种核查程序进行双向、交叉核查，能够合理支持发行人主要集成商终端销售真实性的结论。

（二）集成商对外销售回款的核查情况

1、发行人与集成商交易特点

根据集成商与发行人的交易特点，将发行人集成商包括境内数字电视集成商、境内应急广播集成商、境内专业视听集成商、境外集成商，报告期内，各类集成商收入情况如下：

单位：万元、%

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
境内数字电视集成商	**2,339.78**	**18.01**	3,527.57	20.93	17,811.79	50.61
境内应急广播集成商	**3,429.69**	**26.40**	5,808.78	34.46	8,925.70	25.36
境内专业视听集成商	**3,477.06**	**26.76**	3,103.31	18.41	2,965.51	8.43
境外集成商	**3,745.81**	**28.83**	4,418.20	26.21	5,493.84	15.61
合计	**12,992.34**	**100.00**	**16,857.87**	**100.00**	**35,196.85**	**100.00**

（1）境内数字电视集成商

发行人数字电视产品分为数字电视前端设备及无线传输发射设备两类，数字电视前端涵盖编转码系列、复用系列、调制系列、编码调制系列、复用调制系列及解调解扰解码系列等设备，单台设备价格较低，主要集中在 0.5 万元-**1 万元**；无线传输发射设备主要包括地面数字电视广播发射机系列，单台设备价格较高，主要集中在 2 万元-**6 万元**。目前境内数字电视终端客户采购数字电视设备主要用于其原有设备更换、升级、备份等用途，主要属于数字电视的存量更新，采购数字电视前端设备的订单金额普遍较小，一般为数万元以内，而采购发射设备的相关合同金额一般较大，一般在数十万元甚至上百万元。

报告期内，发行人向境内集成商销售数字电视产品的收入分别为 17,811.79 万元、3,527.57 万元和 **2,339.78 万元**，其中 2023 年销售金额较大的主要原因为：2023 年集成商中广电广播电影电视设计研究院有限公司对公司中标的地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目进行验收，确认收入 14,011.87 万元。剔除上述 700 兆赫频率迁移项目影响，发行人向境内数字电视集成商销售收入报告期内分别为 3,799.92 万元、3,527.57 万元和 **2,339.78 万元**。

全国地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目系近年来国家实施优化无线频谱资源、推进广电 5G 建设，为优先满足 5G 建设部署而实施了 700 兆赫频段的腾让，筹划多年的全国性重大项目，整体投资规模大，发行人从事此项目对应的客

户集中，并且单笔合同金额较大。**截至 2025 年 12 月 31 日，除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的应收账款已全额收回**。

剔除上述 700 兆赫频率迁移项目影响后，发行人向境内集成商销售数字电视的客户数量较为分散，且年度平均交易金额较小，报告期各期客户平均交易额分别为 11.51 万元、11.13 万元、**7.16 万元**，并且年度交易额在 30 万元以下的集成商占有较高比例，报告期内分别占比为 45.46%、46.49%、**74.88%**。同时，发行人向境内集成商销售数字电视产品的单笔订单金额普遍较小，报告期内单笔合同平均金额为 3.16 万元、3.45 万元、**2.27 万元**，绝大部分签订的合同金额在 30 万元以下。具体情况如下：

单位：个、万元/个、万元

分类		2025 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	-	-	-	-
	30 万-100 万	12	48.99	587.86	25.12%
	30 万以下	316	5.54	1,751.92	74.88%
	小计	328	7.13	2,339.78	100.00%
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	1	141.04	141.04	6.03%
	30 万-100 万	1	50.00	50.00	2.14%
	30 万以下	1030	2.09	2,148.75	91.84%
	小计	1,032	2.27	2,339.78	100.00%

（续表）

分类		2024 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	3	366.73	1,100.20	31.19%
	30 万-100 万	15	52.49	787.35	22.32%
	30 万以下	299	5.49	1,640.02	46.49%
	小计	**317**	**11.13**	**3,527.57**	**100.00%**
按单笔合	项目	合同数量	平均合同金	收入金额	收入占比

分类		2024 年度			
同金额			额		
	100 万以上	2	105.75	211.50	6.00%
	30 万-100 万	19	49.03	931.62	26.41%
	30 万以下	1001	2.38	2,384.45	67.59%
	小计	**1022**	**3.45**	**3,527.57**	**100.00%**

（续表）

分类		2023 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	6	125.17	751.05	19.76%
	30 万-100 万	29	45.56	1,321.28	34.77%
	30 万以下	295	5.86	1,727.59	45.46%
	小计	**330**	**11.51**	**3,799.92**	**100.00%**
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	1	117.83	117.83	3.10%
	30 万-100 万	13	56.06	728.72	19.18%
	30 万以下	1190	2.48	2,953.38	77.72%
	小计	**1204**	**3.16**	**3,799.92**	**100.00%**

由于上述集成商的单笔合同采购额普遍较小，集成商亦较为分散，加之发行人产品的专业性特点，发行人对于此类集成商基本采取先款后货的结算方式。

（2）境内应急广播集成商

应急广播属于近年来国家重点鼓励扶持的业务，报告期内发行人的应急广播产品基本用于各地方新建的应急广播项目，相比数字电视业务的存量更新替换，应急广播的新建项目普遍存在投资额较大、单笔合同金额较大等特点。

集成商向发行人采购应急广播产品相比数字电视具有以下特点：①客户集中度相对较高，各年度**平均**客户数量**超过** 100 多家，且年度交易额超过 100 万元的集成商明显增加，报告期内金额占比分别为 77.54%、64.62%、**65.32%**；②单笔合同金额的平均数远超数字电视，报告期内单笔合同金额超过 100 万元的比例分别为 32.35%、34.50%、**44.13%**，单笔合同金额在 30 万元-100 万元的比例分别为

51.76%、48.45%、**30.08%**。具体销售情况如下：

单位：个、万元/个、万元

分类		2025 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	11	203.66	2,240.29	65.32%
	30 万-100 万	13	55.77	725.06	21.14%
	30 万以下	74	6.27	464.34	13.54%
	小计	98	35.00	3,429.69	100.00%
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	8	189.21	1,513.66	44.13%
	30 万-100 万	18	57.31	1,031.57	30.08%
	30 万以下	269	3.28	884.45	25.79%
	小计	295	11.63	3,429.69	100.00%

（续表）

分类		2024 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	17	220.81	3,753.77	64.62%
	30 万-100 万	28	56.90	1,593.18	27.43%
	30 万以下	86	5.37	461.83	7.95%
	小计	**131**	**44.34**	**5,808.78**	**100.00%**
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	9	222.67	2,004.03	34.50%
	30 万-100 万	47	59.88	2,814.24	48.45%
	30 万以下	313	3.16	990.51	17.05%
	小计	**369**	**15.74**	**5,808.78**	**100.00%**

（续表）

分类		2023 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	25	276.84	6,921.09	77.54%
	30 万-100 万	23	68.37	1,572.56	17.62%
	30 万以下	76	5.68	432.05	4.84%
	小计	**124**	**71.98**	**8,925.70**	**100.00%**

	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
按单笔合同金额	100 万以上	18	160.4	2,887.28	32.35%
	30 万-100 万	77	60.00	4,620.12	51.76%
	30 万以下	364	3.90	1,418.30	15.89%
	小计	**459**	**19.45**	**8,925.70**	**100.00%**

发行人与应急广播集成商大部分采取先款后货的结算方式，少部分交易额较大且预计未来将进一步合作、评估具备回款能力的集成商则适当给予一定信用期。

（3）境内专业视听集成商

专业视听产品在酒店、医院、学校等典型使用场景下该类设备通常属于弱电工程、安防工程等其中一部分，可视作广电数字电视系统的微缩版，所需专业视听设备数量较少，一般 2-5 台，对应设备价值一般为 1-5 万元。

发行人专业视听集成商分布广泛，订单数量多且分散，专业视听集成商与公司签订的合同金额也较小，报告期内发行人与此类集成商签订合同的平均金额分别为 2.46 万元、2.02 万元、**2.23 万元**。具体销售情况如下：

单位：个、万元/个、万元

分类		2025 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	9	235.09	2,115.82	60.85%
	30 万-100 万	15	58.59	878.80	25.27%
	30 万以下	105	4.59	482.44	13.87%
	小计	129	26.95	3,477.06	100.00%
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	3	126.86	380.57	10.95%
	30 万-100 万	3	39.86	119.57	3.44%
	30 万以下	1,552	1.92	2,976.92	85.62%
	小计	1,558	2.23	3,477.06	100.00%

（续表）

分类		2024 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	10	176.35	1,763.47	56.83%

分类		2024 年度			
	30 万-100 万	13	63.49	825.39	26.60%
	30 万以下	167	3.08	514.46	16.58%
	小计	**190**	**16.33**	**3,103.31**	**100.00%**
按单笔合同金额	**项目**	**合同数量**	**平均合同金额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	1	144.96	144.96	4.67%
	30 万-100 万	-	-	-	-
	30 万以下	1536	1.93	2,958.36	95.33%
	小计	**1537**	**2.02**	**3,103.31**	**100.00%**

（续表）

分类		2023 年度			
按客户交易额	**项目**	**客户数量**	**平均客户收入额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	8	251.69	2,013.49	67.90%
	30 万-100 万	8	54.33	434.61	14.66%
	30 万以下	107	4.84	517.41	17.45%
	小计	**123**	**24.11**	**2,965.51**	**100.00%**
按单笔合同金额	**项目**	**合同数量**	**平均合同金额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	1	105.63	105.63	3.56%
	30 万-100 万	5	55.13	275.66	9.30%
	30 万以下	1198	2.16	2,584.22	87.14%
	小计	**1204**	**2.46**	**2,965.51**	**100.00%**

专业视听设备单台价值较低，平均约为 0.6 万元/台，一般此类集成商单笔合同采购的设备数量较少，发行人对于此类集成商基本采取先款后货的结算方式。

（4）境外集成商

报告期内，发行人向境外集成商主要销售数字电视及专业视听：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数字电视	**1,275.71**	1,570.86	2,896.09
专业视听	**2,470.10**	2,846.23	2,597.76
合计	**3,745.81**	**4,417.09**	**5,493.84**

发行人通过境外集成商销售产品的终端客户主要为全球各个国家、地区的当

地广播电视台、广播电视运营商、酒店等。

发行人向境外集成商销售数字电视最终客户为全球各个国家、地区的当地广播电视台、广播电视运营商，境外集成商向发行人采购的设备主要为编码设备、调制设备、复用设备、转码设备、解调解扰设备等数字电视设备，不包含单价较高的发射机，采购的单台设备价格主要集中在 0.5 万元-2.00 万元/台，设备价格较低。境外集成商采购的数字电视设备因所在国家数字电视发展阶段差异，用于数字电视系统新建或原有设备更新、升级或备份。

发行人向境外集成商销售的专业视听设备主要用于酒店，应用场景及投资金额与国内酒店类似。

发行人境外集成商较多且分散，报告期内境外集成商数量分别为 273 个、263 个、**237 个**，境外集成商平均交易额分别为 20.12 万元、16.80 万元、**15.81 万元**。发行人与境外集成商日常交易订单金额较小，报告期内分别为 6.56 万元、5.61 万元、**5.06 万元**。具体情况如下：

单位：个、万元/个、万元

分类		2025 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	7	222.65	1,558.53	41.61%
	30 万-100 万	22	53.15	1,169.26	31.22%
	30 万以下	208	4.89	1,018.01	27.18%
	小计	237	15.81	3,745.81	100.00%
按单笔合同金额	项目	合同数量	平均合同金额	收入金额	收入占比
	100 万以上	2	143.38	286.76	7.66%
	30 万-100 万	20	41.61	832.25	22.22%
	30 万以下	719	3.65	2,626.80	70.13%
	小计	741	5.06	3,745.81	100.00%

（续表）

分类		2024 年度			
按客户交易额	项目	客户数量	平均客户收入额	收入金额	收入占比
	100 万以上	8	200.69	1,605.51	36.34%
	30 万-100 万	27	51.83	1,399.37	31.67%

分类		2024 年度			
	30 万以下	228	6.20	1,412.21	31.99%
	小计	**263**	**16.80**	**4,417.09**	**100.00%**
按单笔合同金额	**项目**	**合同数量**	**平均合同金额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	-	-	-	-
	30 万-100 万	19	47.09	894.69	20.25%
	30 万以下	769	4.58	3,522.40	79.75%
	小计	**788**	**5.61**	**4,417.09**	**100.00%**

（续表）

分类		2023 年度			
按客户交易额	**项目**	**客户数量**	**平均客户收入额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	10	272.94	2,729.35	49.68%
	30 万-100 万	25	47.36	1,183.93	21.55%
	30 万以下	238	6.64	1,580.56	28.77%
	小计	**273**	**20.12**	**5,493.84**	**100.00%**
按单笔合同金额	**项目**	**合同数量**	**平均合同金额**	**收入金额**	**收入占比**
	100 万以上	2	182.41	364.81	6.64%
	30 万-100 万	31	45.70	1,416.67	25.79%
	30 万以下	805	4.61	3,712.36	67.57%
	小计	**838**	**6.56**	**5,493.84**	**100.00%**

如上表，发行人境外集成商较为分散，交易额较大的客户相对较少，并且占比不高。发行人与境外集成商的订单金额普遍在**5.5 万元**左右，金额较小，这与境外集成商向发行人采购的设备单价较低相符。

由于发行人产品的专业性特点及境外集成商单笔采购额较小，为控制境外回款风险，发行人与境外集成商合作采取先款后货的结算方式。

2、集成商对外销售回款情况

（1）境内数字电视集成商对外销售回款情况

报告期内，与全国地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目相关的集成商对外销售回款情况如下：根据发行人与中广电广播电影电视设计研究院有限公司签订的合同约定，中广电广播电影电视设计研究院有限公司收到中国广播电视网络集团

有限公司支付的款项后再向发行人支付款项，截至本回复出具之日，**除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**。

除上述特殊项目外，发行人向境内数字电视集成商销售收入报告期内分别为3,799.92 万元、3,527.57 万元和 **2,339.78 万元**，其中销售的单台价值较高的地面数字电视广播发射机收入金额为 1,314.13 万元、1,116.52 万元和 **763.97 万元**。发行人向境内集成商销售数字电视产品的单笔订单金额普遍较小，报告期内单笔合同平均金额为 3.16 万元、3.45 万元和 **2.27 万元**。

境内数字电视集成商向发行人采购单台价值较高（2 万元-**6 万元**/台）的地面数字电视广播发射机相关产品时可能会存在垫资，根据境内数字电视集成商回复其对外销售回款情况，垫资金额集中在 50 万元以内，垫资周期一般在 6 个月以内。境内数字电视集成商向发行人采购地面数字电视广播发射机以外的其他数字电视产品，由于设备价值较低（0.5 万元-**1 万元**/台）且单笔合同金额较小，境内数字电视集成商一般在收到下游客户支付的全部款项或部分款项后发货给下游客户，垫资金额普遍较小且短时间内能收到全款。

（2）境内应急广播集成商对外销售回款情况

境内应急广播集成商较多从事县一级的应急广播建设项目，与下游客户签订的合同金额相比较数字电视明显偏大。与发行人直接从事应急广播项目类似，境内应急广播集成商与下游客户签订的合同一般为分阶段收款。为实施应急广播项目，境内应急广播集成商在项目某阶段可能需要部分垫资。

应急广播集成商为管控垫资引发的经营风险，会综合考虑按照项目实施进度分阶段分批次采购、下游客户已回款（或预计近期回款）金额覆盖支出情况、项目毛利率、资金成本等因素决定向发行人采购的时点与金额。根据应急广播集成商回复其对外销售回款情况，应急广播集成商向发行人采购的垫资金额大部分在50 万元以内，垫资周期一般在 1 年以内。

境内应急广播集成商的最终客户主要为政府事业单位及国有企业，普遍资质较好，具有较好的付款能力，境内应急广播集成商的回款风险较低。广电局、广

播电视台、融媒体中心等终端客户有较大部分建设资金来源于已下拨的财政专项资金，此类资金属于专款专用。在招标时终端客户一般即会明确付款进度，回款情况受到国家长效机制保障，部分集成商在与终端客户签订合同后即可收到进度款。因此，集成商回款不确定性较小、回款周期可控，其资金周转压力较小。

（3）境内专业视听集成商对外销售回款情况

境内专业视听集成商的下游客户主要为从事酒店的弱电或安防工程的单位，发行人设备仅在其工程项目中占据较小的一部分，设备价值较低，仅数万元，境内专业视听集成商与下游客户交易主要采用先款后货的结算方式，对外销售回款较好，较少存在垫资的情形。根据向境内专业视听集成商调查其对外销售回款情况，调查显示普遍已回款。

（4）境外集成商对外销售回款情况

境外集成商一般在收到其下游客户订单或意向订单时向发行人进行采购，境外集成商向发行人下单金额普遍较小，普遍在**5.5万元**左右，发行人采取先款后货的结算方式向境外集成商销售。

境外集成商向其下游客户销售时根据合同金额大小、当地普遍商业合作结算方式、下游客户是否优质等因素决定采取先款后货或按合同进度收款。根据境外集成商回复其对外销售回款情况，境外集成商在向发行人支付的款项除来源于其下游客户付款外，境外集成商使用自有资金垫资的金额普遍在5万美元以内，一般垫资期在3个月以内，不存在大额垫资的情形，境外集成商向下游客户销售普遍回款较好。

3、核查情况

申报会计师主要实施了以下核查程序：

（1）对发行人与集成商的交易特点进行分析，通过分析集成商单笔合同金额、采购频率、集成商数量、集成商付款方式等特点，评估集成商垫资的商业合理性逻辑；

（2）向主要集成商发函调查其向下游客户销售发行人产品的回款情况，包

括：获取下游订单的方式；向发行人下单采购产品的时点；集成商销售发行人产品给下游客户的主要结算方式；在与发行人签订合同后向发行人支付款项时收到的下游客户款项情形；支付发行人采购款的资金来源；在与发行人签订合同后向发行人支付款项时，一般需要垫资的金额、比例及垫资时间；向下游客户销售发行人产品未回款金额；通过何种方式保障销售回款等事项；

（3）对发行人的资金流水进行核查，查看除集成商向发行人付款外，是否存在发行人向集成商及其主要关联人员（或单位）支付款项的情形；

（4）通过对发行人主要股东、董监高、关键员工等个人银行流水核查，查看是否与集成商及其主要关联人员（或单位）存在资金往来；

（5）对主要集成商进行访谈，了解是否：与发行人存在纠纷、利益安排；存在利益交换以实现收入、盈利的增长；由第三方向集成商划入任何款项或集成商向第三方划出任何款项；存在日常交易以外的资金往来；存在通过发行人以外的账户向集成商收付款项；

（6）对主要集成商进行函证，确认发行人与集成商交易额的真实性、准确性。

经核查，申报会计师认为：

发行人集成商与下游客户的合同交易金额较大且合同履行期较长时，款项一般按进度分阶段收款，发行人集成商可能存在一定金额的垫资，垫资周期受合同履行期长短、下游客户对合同进度安排、下游客户资金紧缺度及审批流程等因素影响，除此之外，发行人集成商与下游客户交易额较小时，销售回款较好。

问题 5.系统集成服务收入确认准确性

根据申请文件，（1）报告期内，公司各类产品的交付形式主要包括软硬件一体设备和系统集成项目,系统集成项目是指公司根据客户的个性化需求，提供设备安装、调试服务，将自产的软硬件一体设备和外购的配套件组成安全稳定的系统后交付客户使用。一般通过招投标的方式获取系统集成项目订单，通常单个项目规模较大。（2）公司的合同履约成本主要为履行系统集成项目合同而已发生的安装工程费，待项目验收合格后结转至营业成本。报告期各期末，公司合同履约成本余额分别为 1,625.09 万元、1,661.92 万元和 678.53 万元。

请发行人：（1）说明报告期各期间各类产品系统集成业务收入金额及占比，说明各类项目具体情况，包括并不限于项目及客户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况等，并说明相关项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间等是否存在异常，是否涉及合同重大变更情形。（2）按产品类型分别说明报告期内系统集成服务中发行人外购第三方设备及配套服务内容、主要用途、采购方式、金额、占比、主要第三方名称、成立时间、合作背景、是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在实质关联关系。（3）分析说明各系统集成服务项目毛利差异原因及合理性，是否与可比公司存在显著差异。（4）说明发行人在系统集成服务中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率是否存在差异，收入确认方式及时点是否符合企业会计准则的相关规定。（5）以具体项目为例，说明软硬件一体设备销售和系统集成业务的本质区别。（6）说明报告期各期 1 月和 12 月的收入金额、占比及合理性；结合第四季度确认收入具体项目的实施周期、验收情况、毛利率情况等，分析是否存在收入跨期的情形。请保荐机构、申报会计师补充核查并发表明确意见。

【回复】

【发行人说明】

一、说明报告期各期间各类产品系统集成业务收入金额及占比，说明各类项目具体情况，包括并不限于项目及客户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况等，并说明相关项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间等是否存在异常，是否涉及合同重大变更情形

（一）说明报告期各期间各类产品系统集成业务收入金额及占比

报告期内，公司系统集成项目分为数字电视及应急广播两大类业务，收入金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
应急广播	**2,201.82**	**91.20%**	6,545.13	77.74%	5,879.92	27.92%
数字电视	**212.45**	**8.80%**	1,874.38	22.26%	15,178.11	72.08%
合计	**2,414.27**	**100.00%**	8,419.50	100.00%	21,058.03	100.00%

如上表所示，**报告期内公司系统集成项目收入金额呈持续下降趋势，一方面原因系** 2023 年度受“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”结转收入影响，导致公司整体系统集成项目收入规模、数字电视系统集成项目收入规模及占比均较高；**另一方面原因系 2024 年-2025 年公司战略资源向微波能量应用业务倾斜，同时系统集成项目受国家及地方政府政策、资金预算、投资建设进度、资产更新升级计划、资产使用情况等因素影响较大，加之近两年其下游终端客户回款较慢，故公司主动参与中标实施的应急广播及数字电视系统集成项目减少导致系统集成项目收入有所下滑**。

（二）说明各类项目具体情况，包括并不限于项目及客户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况等，并说明相关项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间等是否存在异常，是否涉及合同重大变更情形

由于公司向中广电设计研究院提供的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目相关情况已于本回复之“问题 2”之“2-1 公司报告期内数字电视业务可持续性”之“二、“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续；说明该项目实施及回款情况，是否存在超信用期未收回情形，是否存在坏账迹象，坏账准备计提是否充分”进行披露，故在不考虑“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目的影响下，报告期各期，公司前十大系统集成项目收入金额占剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”项目影响后的系统集成项目收入比例分别为 57.43%、78.86%、**100.00%**，系公司主要项目，具体情况如下：

1、各类项目及客户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式

项目名称	项目类别	客户名称	项目总分包或联合体情况	项目内容及功能概述	业务获取方式
2025 年度					
湖北省麻城市应急广播体系建设项目	应急广播	麻城市文化和旅游局	项目总包	利用现有广播电视资源，搭建应急广播县级平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署社区紧急避险点应急广播终端、地质灾害监测点终端、村级大喇叭终端、景区一体化应急终端、森林防火一体化应急终端等。	公开招标
临江市应急广播系统建设项目	应急广播	临江市文化广播电视和旅游局	项目总包	项目旨在构建覆盖全市的应急信息播发体系，以提升自然灾害等突发事件的预警与响应能力。该系统的核心功能是为全民提供突发事件应	公开招标

项目名称	项目类别	客户名称	项目总分包或联合体情况	项目内容及功能概述	业务获取方式
				急广播服务，并完善城乡应急广播体系覆盖，保障应急广播运行维护。	
长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目	应急广播	吉视传媒信息服务有限责任公司	项目总包	该项目主要包含统一指挥与信息播发、多级传输与覆盖、终端接收与现场响应、平台管理与监测四部分核心功能，由县应急管理局、气象局等单位通过前端系统发布预警，通过有线、无线、调频、中波等多条链路传输信号覆盖全县，县级平台能实时监控所有终端状态，还能接入国家和省级平台，实现信息联动。	询价采购
前郭县应急广播建设项目	应急广播	吉视传媒信息服务有限责任公司	项目总包	利用现有广播电视资源，搭建应急广播县级平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署社区紧急避险点应急广播终端、地质灾害监测点终端、村级大喇叭终端、景区一体化应急终端、森林防火一体化应急终端等。	商务洽谈
2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	应急广播	辽宁省广播电视局	项目总包	项目核心系通过为本溪县建设应急广播系统，覆盖全县，用于发布预警和重要信息，实现应急信息的快速发布、分级分区域广播和终端状态监控，确保预警信息“第一时间”直达群众，提升基层应急能力。	公开招标
修文县应急广播建设项目	应急广播	贵州省广播电视信息网络股份有限公司贵阳市分公司	项目总包	修文县的应急广播系统功能集预警、指挥、调度于一体，核心功能包括日常事务管理及宣传教育、灾前预警信息发布、灾中疏导指挥及搜救指引、灾后安置、维稳工作辅助。此外，系统还具备应急节目制作播发、资源管理、分区控制、一键报警对讲以及手机 APP 远程管控等高级功能，并通过 IP、4G/5G、调频 RDS 等多网络传输，确保信息发布的安全性和可靠性。	公开招标
省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	数字电视	中广电广播电影电视设计研究院有限公司	项目总包	本项目是辽宁省广播电视局为提升全省无线覆盖质量建设的重要工程，核心系为发射台站升级设备并保障运维，提升辽宁广播电视无线覆盖的覆盖面、信号质量和节目稳定性，是重要的民生工程和文化基础设施建设。	公开招标

项目名称	项目类别	客户名称	项目总分包或联合体情况	项目内容及功能概述	业务获取方式
云南丽江市广播电视无线发射骨干台站地方广播电视节目技术系统标准化升级改造项目	**数字电视**	**丽江市广播电视局**	**项目总包**	**主要为丽江市广播电视无线发射骨干台站建设主备自动化倒备系统，实现发射机自动或手动切换、故障自动检测等功能，确保播出安全。**	**公开招标**
2024 年度					
2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	应急广播	新疆维吾尔自治区广播电视局	项目总包	主要完成多个地区共计 2782 套应急广播终端设备的供货与安装。并实现与自治区农村智能大喇叭平台的对接，接收区平台发布的日常广播和应急广播消息。	公开招标
广南县自然村应急广播建设项目	应急广播	中国共产党广南县委员会宣传部	项目总包	在全县 2325 个自然村灾害事故多发点、乡村治理重点区域建设应急广播主动发布终端 2325 套，实现县、乡、行政村、自然村四级应急广播系统互联互通和多级联动。	公开招标
省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目	数字电视	陕西省广播电视局	项目总包	完善省级节目的无线数字化覆盖，建设内容包含发射系统、天馈系统、省前端信源对接、配电改造、设备管理监测系统等 5 部分。	公开招标
中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购（标段一）-应急广播及机房相关设备采购项目	应急广播	浪潮软件科技有限公司	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，提高旗县应对各类突发事件中的应急信息发布能力，预留与今后建设的市州级应急广播平台对接接口。	竞争性磋商
凤庆县应急广播体系建设项目	应急广播	中国共产党凤庆县委员会宣传部	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，提高凤庆县应对各类突发事件的应急信息发布能力，并实现与上级应急广播平台对接。	公开招标
永德县应急广播体系建设项目	应急广播	中国共产党永德县委员会宣传部	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，提高永德县应对各类突发事件的应急信息发布能力，并实现与上级应急广播平台对接。	公开招标
广西本地节目地面数字电视覆盖	数字	广西广播电视技	项目总包	完成广西壮族自治区广播电视技术中心下辖南宁、北海、防城港等各	公开

项目名称	项目类别	客户名称	项目总分包或联合体情况	项目内容及功能概述	业务获取方式
网建设项目（2023 年二期工程）	电视	术中心		分中心发射台、转播台，区本地广播电视节目无线发射系统的 1+1 主备系统建设和进一步完善提升本地节目的覆盖质量。	招标
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）	数字电视	广西广播电视技术中心	项目总包	完成广西壮族自治区级本地广播电视节目的无线数字覆盖建设，提升本地节目的覆盖质量。设备主要部署在柳州、桂林、梧州等分中心下辖的广播电视发射台、转播台。	公开招标
丘北县应急广播体系建设	应急广播	丘北县融媒体中心	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，提高丘北县应对各类突发事件的应急信息发布能力，并实现与上级应急广播平台对接。	公开招标
云县应急广播系统建设项目	应急广播	中国共产党云县委员会宣传部	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，提高云县应对各类突发事件的应急信息发布能力，并实现与上级应急广播平台对接。	公开招标
2023 年度					
应急广播省级平台建设及运维项目	数字电视	辽宁省广播电视局	项目总包	采用调频同步广播技术，构建同步前端，建设 97.5MHz 应急广播频率同步系统，改造现有在播 11 座无线发射台站、新建 30 座无线发射台站的应急广播调频同步发射系统。	公开招标
和龙市应急广播体系建设设备采购项目	应急广播	和龙市文化广播电视和旅游局	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，预留与今后建设的延边朝鲜族自治州应急广播平台对接接口。	公开招标
安图县应急广播体系建设设备采购	应急广播	安图县文化广播电视和旅游局	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，并实现与上级应急广播平台对接接口。	公开招标
金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	应急广播	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	项目总包	搭建以县为单位的县级应急广播系统，建设县、乡、村三级应急信息发布系统与气象局、应急局等横向应急信息发布平台。	公开招标

项目名称	项目类别	客户名称	项目总分包或联合体情况	项目内容及功能概述	业务获取方式
青海省互助县应急广播系统建设项目	应急广播	互助土族自治县广播电视局	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，并预留与今后建设的青海省、海东市应急广播平台对接接口。	公开招标
湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）	应急广播	红安县融媒体中心	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，并预留与上级应急广播平台对接接口。	公开招标
湖南省 2023 年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	应急广播	宜章县融媒体中心	项目总包	搭建应急广播平台，完善应急广播传输覆盖网络，部署应急广播终端，并实现与上级应急广播平台对接。	公开招标
2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目	应急广播	兴安县文化广电体育和旅游局	项目总包	主要是在前期建设的应急广播系统的基础上新增补点建设 1500 个自然村接收终端设备及配套安装件的建设，实现应急广播信息在兴安县的全域覆盖。	公开招标
富川瑶族自治县应急广播系统建设项目（1 分标）	应急广播	富川瑶族自治县文体广电和旅游局	项目总包	完成 1 套县级平台、12 套乡镇平台、160 套村级终端、572 套景区、广场、自然村终端的安装建设，可实现向全县居民提供灾害预警应急广播和政务信息发布、政策宣讲服务等功能。	公开招标
数字电视发射机备机采购	数字电视	广西广播电视技术中心	项目总包	项目包括为 11 个台站供货安装 22 部 1KW 发射机备机、14 个台站供货安装 28 部 300W 发射机备机。	公开招标

如上表所示，报告期内，公司各类主要系统集成项目业务获取方式以公开招标方式为主，并以项目总包方式开展业务，不存在分包或联合体的情形。

2、各类项目合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据

项目名称	合同签订时间	开工时间	完工时间	验收时间	收入确认依据
2025 年度					

项目名称	合同签订时间	开工时间	完工时间	验收时间	收入确认依据
湖北省麻城市应急广播体系建设项目	**2024 年 11 月**	**2024 年 11 月**	**2025 年 6 月**	**2025 年 6 月**	**验收单**
临江市应急广播系统建设项目	**2025 年 10 月**	**2025 年 11 月**	**2025 年 12 月**	**2025 年 12 月**	**终验报告**
长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目	**2025 年 9 月**	**2025 年 10 月**	**2025 年 12 月**	**2025 年 12 月**	**验收报告**
前郭县应急广播建设项目	**2024 年 9 月**	**2024 年 10 月**	**2025 年 3 月**	**2025 年 5 月**	**验收报告**
2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	**2025 年 9 月**	**2025 年 10 月**	**2025 年 12 月**	**2025 年 12 月**	**合同履约意见书**
修文县应急广播建设项目	**2025 年 3 月**	**2025 年 3 月**	**2025 年 12 月**	**2025 年 12 月**	**验收报告**
省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	**2025 年 7 月**	**2025 年 9 月**	**2025 年 12 月**	**2025 年 12 月**	**验收报告**
云南丽江市广播电视无线发射骨干台站地方广播电视节目技术系统标准化升级改造项目	**2025 年 8 月**	**2025 年 8 月**	**2025 年 10 月**	**2025 年 10 月**	**验收报告**
2024 年度					
2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	2023 年 11 月	2023 年 12 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	竣工验收报告
广南县自然村应急广播建设项目	2023 年 10 月	2023 年 10 月	2024 年 4 月	2024 年 4 月	县级验收报告
省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目	2023 年 9 月	2023 年 10 月	2024 年 5 月	2024 年 5 月	工程验收报告
中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购（标段一）-应急广播及机房相关设备采购项目	2024 年 9 月	2024 年 9 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	验收单
凤庆县应急广播体系建设项目	2023 年 8 月	2023 年 8 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	省级验收评审结果的通报
永德县应急广播体系建设项目	2023 年 8 月	2023 年 8 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	省级验收评审结果的通报
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2023 年二期工程）	2023 年 8 月	2023 年 8 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	项目合同验收书

项目名称	合同签订时间	开工时间	完工时间	验收时间	收入确认依据
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）	2022 年 10 月	2022 年 11 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	项目合同验收书
丘北县应急广播体系建设	2023 年 10 月	2023 年 11 月	2024 年 6 月	2024 年 6 月	省级验收评审结果的通报
云县应急广播系统建设项目	2023 年 6 月	2023 年 6 月	2024 年 12 月	2024 年 12 月	省级验收评审结果的通报
2023 年度					
应急广播省级平台建设及运维项目	2023 年 8 月	2023 年 8 月	2023 年 11 月	2023 年 11 月	履约验收意见书
和龙市应急广播体系建设设备采购项目	2022 年 10 月	2022 年 10 月	2023 年 9 月	2023 年 9 月	项目验收报告
安图县应急广播体系建设设备采购	2022 年 1 月	2022 年 1 月	2023 年 2 月	2023 年 2 月	采购验收报告单
金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	2023 年 9 月	2023 年 9 月	2023 年 11 月	2023 年 11 月	验收情况的报告
青海省互助县应急广播系统建设项目	2022 年 1 月	2022 年 2 月	2023 年 1 月	2023 年 1 月	竣工终验报告
湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）	2022 年 11 月	2022 年 11 月	2023 年 5 月	2023 年 5 月	终验报告
湖南省 2023 年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	2023 年 6 月	2023 年 6 月	2023 年 11 月	2023 年 11 月	验收报告
2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目	2023 年 5 月	2023 年 5 月	2023 年 8 月	2023 年 8 月	验收书
富川瑶族自治县应急广播系统建设项目（1 分标）	2022 年 9 月	2022 年 9 月	2023 年 2 月	2023 年 2 月	验收报告
数字电视发射机备机采购	2018 年 11 月	2018 年 11 月	2023 年 9 月	2023 年 9 月	验收书

如上表所示，报告期内，公司各类主要系统集成项目不存在合同签订时间晚于开工时间、完工时间晚于验收时间的情形，相关项目收入确认依据充分。由于系统集成项目在整体验收前，即使公司已基本完成合同约定的设备供货、安装、调试等义务，但仍然可能

发生客户提出设备运行、安装施工等方面瑕疵要求公司整改、客户初步预计的设备采购数量不足要求公司补充供货或客户对于设备技术标准、可实现功能等方面需求变更的情形，故通常情况下，系统集成项目的完工时间与验收时间基本一致。

3、各类项目实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况

报告期内，公司通常根据系统集成项目整体规模，安排一名或多名销售业务员或销售工程师等专业人员跟进项目实施过程、对接客户需求以及进行现场技术指导等工作，并将实施基础作业、设备安装、售后响应及巡检等不涉及关键工序或技术的基础性劳务工作向相关劳务供应商进行采购。公司与劳务供应商的合同中通常仅会就项目实施要求、安装范围、点位数量及整体劳务外采价格等进行约定，不会具体约定实施人员数量，故下表中仅列示各类项目成本及毛利、项目款项回收情况：

单位：万元

项目名称	项目收入	项目成本	毛利率	回款比例
2025 年度				
湖北省麻城市应急广播体系建设项目	706.02	454.13	35.68%	75.73%
临江市应急广播系统建设项目	399.28	275.18	31.08%	75.00%
长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目	363.03	206.87	43.02%	68.12%
前郭县应急广播建设项目	328.32	227.25	30.78%	70.00%
2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	211.13	175.45	16.90%	100.00%
修文县应急广播建设项目	194.05	98.80	49.08%	0.00%
省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	141.04	101.71	27.88%	100.00%
云南丽江市广播电视无线发射骨干台站地方广播电视节目技术系统标准化升级改造项目	71.42	26.55	62.82%	100.00%

项目名称	项目收入	项目成本	毛利率	回款比例
2024 年度				
2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	1,751.93	1,299.11	25.85%	100.00%
广南县自然村应急广播建设项目	774.46	403.87	47.85%	**12.86%**
省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目	692.42	503.93	27.22%	100.00%
中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购（标段一）-应急广播及机房相关设备采购项目	675.34	372.76	44.80%	**100.00%**
凤庆县应急广播体系建设项目	561.70	312.56	44.35%	82.99%
永德县应急广播体系建设项目	472.26	341.26	27.74%	79.02%
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2023 年二期工程）	460.27	303.13	34.14%	100.00%
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）	449.66	308.51	31.39%	100.00%
丘北县应急广播体系建设	434.09	283.08	34.79%	100.00%
云县应急广播系统建设项目	367.36	222.06	39.55%	**43.23%**
2023 年度				
应急广播省级平台建设及运维项目	725.22	471.92	34.93%	100.00%
和龙市应急广播体系建设设备采购项目	412.58	323.02	21.71%	100.00%
安图县应急广播体系建设设备采购	392.14	303.64	22.57%	100.00%
金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	387.58	164.36	57.59%	100.00%
青海省互助县应急广播系统建设项目	384.42	205.12	46.64%	100.00%
湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）	383.10	310.01	19.08%	100.00%

项目名称	项目收入	项目成本	毛利率	回款比例
湖南省 2023 年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	352.24	162.56	53.85%	100.00%
2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目	347.21	127.36	63.32%	23.37%
富川瑶族自治县应急广播系统建设项目（1 分标）	338.91	122.07	63.98%	100.00%
数字电视发射机备机采购	323.19	274.77	14.98%	100.00%

注：上表中回款比例系截至 **2025 年 12 月 31 日**相关项目的回款金额占合同金额比例。

如上表所示，报告期内，公司各类主要系统集成项目受项目规模、客户需求、当地自然环境、基础条件、实施难度、所处地区项目经验以及市场竞争情况等因素影响，部分项目毛利率存在一定差异。

截至 **2025 年 12 月 31 日，“修文县应急广播建设项目”、**“广南县自然村应急广播建设项目”、“云县应急广播系统建设项目”、“2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目”受终端客户资金预算及支付计划安排影响回款率较低，但相关客户资信背景良好，信用违约风险较低；**“湖北省麻城市应急广播体系建设项目”、“临江市应急广播系统建设项目”、“长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目”、**“前郭县应急广播建设项目”、“凤庆县应急广播体系建设项目”、“永德县应急广播体系建设项目”已收回大部分合同款项，根据合同约定剩余部分款项将在项目验收完毕一定期间内或质保期到期后陆续收回。除上述情形外，其余主要系统集成项目合同款项均已全部收回。

4、主要系统集成项目毛利率存在差异的原因及合理性

报告期内，公司数字电视系统集成项目毛利率分别为 51.53%、32.80%、**39.63%**，应急广播系统集成项目毛利率分别为 41.96%、37.52%、**34.70%**，公司各类主要系统集成项目毛利率与同类业务平均毛利率偏差较大的具体项目情况如下：

单位：万元

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	项目毛利	毛利率	差异原因
2025年度	2025年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	应急广播	辽宁省广播电视局	35.68	16.90%	该项目在招标阶段整体项目预算较低，同时项目内容包括1个县（区）级应急广播平台、12个乡镇及122个村级（社区）平台、670套应急广播终端设备，所涉及的平台及点位数量较多，且根据项目实施的具体要求，发生的配套件成本较高，故导致整体毛利率相对较低。
	修文县应急广播建设项目	应急广播	贵州省广播电视信息网络股份有限公司贵阳市分公司	95.25	49.08%	该项目地处贵州省贵阳市，由于公司深耕贵州省应急广播项目多年，产品及售后服务已得到客户的高度认可，市场竞争相对较小，项目中标价格较高，故导致整体毛利率相对较高。
	省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	数字电视	中广电广播电影电视设计研究院有限公司	39.32	27.88%	该项目整体预算较低，且根据项目实施的具体要求，需集成较多配套件以实现系统功能，且因终端客户地处东北地区，发生的基础作业及设备安装等成本较高，导致整体毛利率相对较低。
	云南丽江市广播电视无线发射骨干台站地方广播电视节目技术系	数字电视	丽江市广播电视局	44.86	62.82%	该项目地处云南省丽江市，主要为4个骨干台站发射机进行升级改造，项目供货量、实施范围均相对较小，同时项目内容以公司自产产品为主，所需的配套件较少，导致整体毛利率较高。

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	项目毛利	毛利率	差异原因
	统标准化升级改造项目					
2024年度	2023年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	应急广播	新疆维吾尔自治区广播电视局	452.81	25.85%	该项目地处新疆维吾尔自治区，整体项目实施范围涉及伊犁州、阿克苏地区、和田地区、巴州等地共计13个县，覆盖面积大，设备分布范围广，加之项目发生的基础作业及设备安装等成本较高，导致该项目毛利率仅为25.85%，但项目整体规模较大，绝对利润高达452.81万元，且具有较强的品牌示范效应。
	广南县自然村应急广播建设项目	应急广播	中国共产党广南县委员会宣传部	370.59	47.85%	该项目地处云南省文山壮族苗族自治州，项目主要预期建设2325个自然村终端。由于该项目资金来源为县级自筹，由中标方垫资建设；加之公司深耕云南省系统集成项目多年，当地施工经验及渠道资源较为丰富，产品及售后服务得到客户高度认可，故项目中标价格较高，且项目配套件、基础作业及设备安装等成本较低，导致毛利率相对较高。
	永德县应急广播体系建设项目	应急广播	中国共产党永德县委员会宣传部	131.00	27.74%	该项目地处云南省临沧市，项目范围除县级平台、乡镇级前端及终端、村（社区）前端及终端外，还包括900套终端及对应安装辅材等，安装范围较广、施工难度较大，涉及的基础作业及设备安装等成本较高，导致项目毛利率相对较低，但项目整体毛利水平较高。
2023年度	应急广播省级平台建设及运维项目	数字电视	辽宁省广播电视局	253.30	34.93%	该项目同步网调试难度大，设备安装站点距离较远导致基础作业及设备安装成本较高，导致毛利率相对较低，但项目整体毛利水平较高。
	数字电视	数字	广西广播	48.41	14.98%	该项目市场竞争较为激烈，中

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	项目毛利	毛利率	差异原因
	发射机备机采购	电视	电视技术中心			标价格相对较低，且因合同约定的主要发射机频率与国家后期规划的 5G 频率相冲突，公司基于客户需求多次对相关发射机频率进行调整，产品成本较高导致毛利率相对较低。
	和龙市应急广播体系建设设备采购项目	应急广播	和龙市文化广播电视和旅游局	89.55	21.71%	该项目地处吉林省延边朝鲜族自治州，安装范围较广、实施难度较大、合同约定的配套产品较多、市场竞争大，除县级、乡镇级平台、终端设备供货及安装调试外，还主要包括 102 套村前端网络、622 套终端接入及回传网络、76 个行政村前端及终端设备、26 个社区前端及终端设备、428 个自然屯终端设备及 50 个城区公共场所终端设备等建设工作，整体项目配套件、基础作业及设备安装等成本较高，导致毛利率较低。
	安图县应急广播体系建设设备采购	应急广播	安图县文化广播电视和旅游局	88.51	22.57%	该项目地处吉林省延边朝鲜族自治州西南部，安装范围较广、实施难度较大、合同约定的配套产品较多、市场竞争大，除县级、乡镇级平台设备供货及安装调试外，还主要包括 180 个行政村前端设备、70 个自然屯终端设备、192 台手持扩音器、配套网络、20 根新建桅杆等建设工作，整体项目配套件、基础作业及设备安装等成本较高，导致毛利率较低。
	金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	应急广播	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	223.22	57.59%	项目范围涉及景区、林场、气象局、应急局等多个部门，整体项目中标价格相对较高，且公司在当地已有较为丰富的项目经验，故发生的基础作业及设备安装成本较低，导致项目毛利率较高。

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	项目毛利	毛利率	差异原因
	湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）	应急广播	红安县融媒体中心	73.08	19.08%	该项目地处湖北省黄冈市，系应急广播县级平台建设二次招标项目，整体市场竞争激烈，中标价格较低，且该项目除县级平台等设备供货及安装调试外，还包括 490 套补充大喇叭终端、通信与用电等合同义务，故发生的项目配套件、基础作业及设备安装等成本较高，导致毛利率较低。
	湖南省 2023 年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	应急广播	宜章县融媒体中心	189.68	53.85%	该项目地处湖南省郴州市，气候条件相对较好，项目范围包括 1 套县级平台、1 套传输覆盖网、19 套乡镇前端、258 套村（社区）前端、750 套终端及网络，涉及的项目配套件较少且发生的基础作业及设备安装相对较低，故导致毛利率较高。
	2023 年兴安县应急广播 1500 个（自然村）终端建设项目	应急广播	兴安县文化广电体育和旅游局	219.85	63.32%	该项目地处广西壮族自治区桂林市兴安县，覆盖 1500 个自然村终端，主要以公司自产产品为主，由于公司深耕广西地区项目多年，技术成熟稳定，产品及售后服务质量得到省局高度认可，市场竞争力较强，故项目中标价格相对较高，虽然涉及的安装范围较广、终端点位较多，但发生的项目配套件成本较低，故导致毛利率较高。
	富川瑶族自治县应急广播系统建设项目（1 分标）	应急广播	富川瑶族自治县文体广电和旅游局	216.85	63.98%	该项目实施范围包括 1 套县级平台、12 套乡镇平台、160 套村级终端、572 套景区、广场、自然村终端，多为公司自产产品，由于公司深耕广西地区项目多年，技术成熟稳定，产品及售后服务质量得到省局高度认可，市场竞争力较强，故项目中标价格相对较高，且项目配套件、基础作业及设备安装等成本较低，导致

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	项目毛利	毛利率	差异原因
						毛利率较高。

如上表所示，报告期内，受项目规模、客户需求、当地自然环境、基础条件、实施难度、所处地区项目经验以及市场竞争情况等因素影响导致不同系统集成项目毛利率存在一定差异，具有合理性。

5、主要系统集成项目执行周期及验收周期、完工时间与预计时间存在差异的原因及合理性

报告期内，公司系统集成项目自合同签订、开工后至项目验收前均属于执行阶段。在项目验收前可能发生客户提出设备运行、安装建设等方面瑕疵要求公司整改、客户初步预计的设备采购数量不足要求公司补充供货或客户对于设备技术标准、可实现功能等方面需求变更的情形，公司需完成相关整改或需求后才可通过项目验收，即执行周期贯穿项目始终，项目完工时间即验收时间，不存在单独的验收周期。

公司主要系统集成项目合同中仅有个别合同约定项目验收时点，部分合同通常仅会就供货、安装调试、初验等业务环节约定具体实施周期，且通常情况下不会超过 12 个月，故当合同未明确约定项目验收时点时，公司以 12 个月作为项目预计生命周期，即自合同签订之日起 12 月为项目预计完成时间。

报告期各期，公司各类主要系统集成项目中实施周期按照合同约定严重超期或超过 12 个月的具体项目情况如下：

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	实施周期(月)	差异原因
2024 年度	2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	应急广播	新疆维吾尔自治区广播电视局	13	该项目地处新疆维吾尔自治区，涉及 13 个县终端的基础作业和安装，覆盖面积大，设备分布范围广，加之该项目系全省统一招标采购，受各地区项目实施、客户调测及验收进度等因素影响，导致项目实施周期较长。
	凤庆县应急广播体系建设项目	应急广播	中国共产党凤庆县委员会宣	17	项目范围包括县级平台、乡镇级、村（社区）前端及终端设备的供货、安装及调试，其中终端设备共计 1205 套，基础

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	实施周期(月)	差异原因
			传部		作业及安装调试工作量较大，同时在设备安装、调试完毕后，受客户整体验收进度安排影响导致该项目整体实施周期较长。
	永德县应急广播体系建设项目	应急广播	中国共产党永德县委员会宣传部	17	项目范围包括县级平台、乡镇级、村（社区）前端及终端设备的供货、安装及调试，其中终端设备共计 1026 套，基础作业及安装调试工作量较大，同时在设备安装、调试完毕后，受客户整体验收进度安排影响导致该项目整体实施周期较长。
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2023 年二期工程）	数字电视	广西广播电视技术中心	16	该项目共涉及 184 台发射机及配套设备的安装及调试，安装范围涉及南宁、柳州、桂林、梧州、北海等十余个地区，同时受客户对于项目验收进度安排影响导致该项目实施周期较长。
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）	数字电视	广西广播电视技术中心	26	该项目共涉及 300 余台不同波段的地面数字发射机及滤波器等设备，项目整体安装、调试范围较广、设备数量较多，且项目实施过程中受公共卫生事件影响较大，导致实施周期较长。
	云县应急广播系统建设项目	应急广播	中国共产党云县委员会宣传部	19	项目范围包括县级平台、乡镇级、村（社区）前端及终端设备的供货、安装及调试，其中终端设备共计 544 套，基础作业及安装调试工作量较大，同时在设备安装、调试完毕后，受客户整体验收进度安排影响导致该项目整体实施周期较长。
2023 年度	和龙市应急广播体系建设设备采购项目	应急广播	和龙市文化广播电视和旅游局	12	项目整体安装范围广，且项目所处吉林省延边朝鲜族自治州，开工时点临近冬季，建设难度较大，故项目实施周期较长。
	安图县应急广播体系建设设备采购	应急广播	安图县文化广播电视和旅游局	13	项目整体安装范围广，且项目所处吉林省延边朝鲜族自治州，开工时点临近冬季，建设难度较大，故项目实施周期较长。
	青海省互助县应急广播系统建设项	应急广播	互助土族自治县广播电视局	12	项目整体安装范围广，且项目所处青海高原地带，建设难度较大，故项目实施周期较长。

所属年度	项目名称	产品类别	客户名称	实施周期(月)	差异原因
	目				
	数字电视发射机备机采购	数字电视	广西广播电视技术中心	58	因合同约定的主要发射机频率与国家后期规划的 5G 频率相冲突，公司基于客户需求多次对相关发射机频率进行调整，故项目实施周期较长。

如上表所示，报告期内，受项目当地自然环境、基础条件、实施难度等因素影响导致部分系统集成项目实施周期较长，具有合理性。

6、各类项目不涉及合同重大变更情形

报告期内，公司各类系统集成项目存在因客户需求变化导致合同变更的情形，整体合同变更幅度相对较小，且基本以设备增补为主，不存在业务纠纷。

二、按产品类型分别说明报告期内系统集成服务中发行人外购第三方设备及配套服务内容、主要用途、采购方式、金额、占比、主要第三方名称、成立时间、合作背景、是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在实质关联关系

（一）按照产品类型分别说明报告期内系统集成服务中发行人外购第三方设备及配套服务内容、主要用途、采购方式、金额、占比

1、外购第三方设备及配套服务内容及主要用途

公司外购第三方设备及配套服务的内容主要包括项目配套件及劳务，具体功能及用途如下：

（1）项目配套件

公司在向客户提供系统集成服务时，为辅助项目部分功能的实现，需要向第三方采购部分成品作为项目配套件，并在公司自主生产的产品基础上进行安装、联调。

应急广播系统集成项目的配套件一般包括 IT 设备、播控设备、显示屏幕、UPS 电源及安装辅材等。数字电视系统集成项目的配套件一般包括天线和多工器、

发射机倒备控制器、同轴开关等。

（2）劳务

公司系统集成项目地域分布广、项目规模较大，为保证整体项目服务质量、快速响应客户需求、降低运营成本，公司将部分实施基础作业、设备安装、售后响应及巡检等不涉及关键工序或技术的基础性劳务工作向相关劳务供应商进行采购。公司与劳务供应商的合作模式一般为：供应商根据项目的具体情况，自行组织人员开展产品的装卸、运输、安装、维护等工作，相关工作所需的工具、耗材、辅材等由供应商自行购买或由公司提供。

2、第三方设备及配套服务的采购方式

公司建立了完善的采购管理制度并设供应链管理部负责采购生产所需的原材料，主要负责原材料的询价、采购、到货跟踪以及供应商开发管理等工作，其中重要原材料的采购需遵循比质比价的原则，坚持货比多家，并广开采购渠道，根据项目需要进行适时适量采购。根据公司《采购业务内部控制制度》规定，公司对第三方设备及配套服务的采购方式为市场询价采购或集中采购。

3、外购第三方设备及配套服务的金额及占比

报告期内，公司系统集成项目营业成本中外购第三方设备及配套服务的成本金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
数字电视系统集成项目营业成本	**128.27**	**-**	1,259.63	-	7,357.07	-
其中：项目配套件成本	**56.09**	**43.73%**	410.85	32.62%	1,568.30	21.32%
劳务采购成本	**31.18**	**24.31%**	186.43	14.80%	1,483.24	20.16%
应急广播系统集成项目营业成本	**1,437.69**	**-**	4,089.20	-	3,412.49	-
其中：项目配套件成本	**878.86**	**61.13%**	2,110.42	51.61%	1,776.98	52.07%
劳务采购成本	**243.23**	**16.92%**	1,106.73	27.06%	555.33	16.27%

如上表所示，报告期内，受不同系统集成项目具体需求及项目实施的影响，各类产品系统集成项目配套件成本及劳务采购成本金额及占比存在一定差异。

（二）系统集成服务中主要外购第三方设备及配套服务供应商名称、成立时间、合作背景、是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在实质关联关系

报告期内，公司已实施的系统集成项目中外购第三方设备及配套服务的主要供应商情况如下：

1、2025 年度

单位：万元

第三方名称	类别	结转成本金额	成立时间	合作背景	是否存在关联关系
成都安勤科技有限公司	配套件	479.41	2003 年	该供应商成立 20 余年，专业从事通信、弱电、电子设备等产品的销售，行业经验丰富、服务能力较强，在东北地区具备一定的通信设备及通信工程的渠道资源,公司主要向其购买扩音器、高音喇叭、UPS 电源、IT 设备等配套件用于系统集成项目。	否
武汉和瑞凯科技有限公司	配套件	193.87	2019 年	该供应商主要从事通讯设备及器材、机电设备、机械设备、电子产品、计算机软硬件及耗材等产品的批发兼零售，在武汉地区具有一定的通信设备及通信工程的渠道资源，公司主要向其购买扩音设备、播控设备、IT 设备等配套件用于系统集成项目。	否
四川砺剑拓展训练服务有限公司	劳务	100.91	2017 年	该供应商在通信、安防、弱电、智能化等工程方面具有一定施工服务经验，公司基于项目所在地的地理环境、距离、价格及对方在当地的渠道资源等因素与其合作。	否
云上柏易科技有限公司	劳务	98.02	2021 年	该供应商主要从事建设工程施工、建筑智能化系统设计、建筑劳务分包、建设工程设计等业务，公司基于项目所在地的地理环境、距离及对方在当地的渠道资源等与其开展合作。	否
武汉众禾鑫科技有限公司	配套件	60.03	2017 年	公司与该供应商已合作多年，其提供的配套件在价格、交期、质量以及售后服务等方面均具有一定的优势。	否
合计		932.24			

2、2024 年度

单位：万元

第三方名称		类别	结转成本金额	成立时间	合作背景	是否存在关联关系
新疆盛中宇电子科技有限公司		项目配套件	533.40	2014 年	该供应商成立 10 余年，在新疆维吾尔自治区具有丰富的项目实施经验，可按照项目需求组织、配备足够的人员及机械设备进行施工作业，能够满足项目对于配套件供给、安装施工的时效性要求，故公司基于项目所在地距离、价格及对方在当地的渠道资源等因素与其开展合作。	否
		劳务	400.23			
		小计	**933.63**			
江苏申光电子科技有限公司		项目配套件	267.53	2015 年	公司与该供应商已合作多年，其提供的配套件在价格、交期、质量以及售后服务等方面具有一定优势。	否
中国移动	中国移动通信集团云南有限公司文山分公司	项目配套件	157.25	2004 年	对方系国内三大电信运营商之一，在行业内具有极高的市场影响力，故公司基于其品牌知名度及市场影响力向其采购物联网卡、网络专线及数据流量等项目配套件。	否
	中国移动通信集团云南有限公司临沧分公司	项目配套件	99.80	2004 年		
	中国移动通信集团云南有限公司文山分公司	劳务	0.78	2004 年		
	-	**小计**	**257.83**	-		
上海松丰电源设备有限公司		项目配套件	230.09	1998 年	对方系国内知名的低压供配电系列产品的制造商，长期从事低压供配电系列产品的制造与销售，在产品的电路设计、制造工艺，出厂检验，开通调试等方面具有丰富的经验，公司基于其行业知名度、产品可靠性等方面因素向其采购 UPS 电源用于系统集成项目。	否
昭通精讯科技有限公司		劳务	195.54	2021 年	基于项目所在地的地理环境、距离、价格及对方在当地的渠道资源等因素与其合作。	否

第三方名称	类别	结转成本金额	成立时间	合作背景	是否存在关联关系
合计		**1,884.62**			

3、2023 年度

单位：万元

第三方名称	采购内容	结转成本金额	成立时间	合作背景	是否存在关联关系
江苏德是和通信科技有限公司	项目配套件	1,227.53	2017 年	该供应商专业从事广播电视射频无源器件的研发、设计、生产和销售并提供完整的射频无源器件系统解决方案，从 2019 年起中标吉林省、内蒙古自治区、湖北省等地多个系统集成项目，故公司基于其丰富的广电行业项目经验采购项目所需的多工器等配套件。	否
南宁科茂电子科技有限责任公司	劳务	569.46	2014 年	对方系华南地区具有丰富的广电设备器材系统集成经验的集成商，曾中标并实施多个广西地区系统集成项目，公司基于项目所在地的地理环境、距离、价格及对方在当地的渠道资源、建设经验等因素与其合作。	否
成都安勤科技有限公司	项目配套件	327.69	2003 年	该供应商成立 20 余年，专业从事通信、弱电、电子设备等产品的销售，行业经验丰富、服务能力较强，在东北地区具备一定的通信设备及通信工程的渠道资源，公司主要向其购买扩音器、高音喇叭、UPS 电源等配套件用于系统集成项目。	否
	劳务	45.82			
	小计	**373.51**			
湖南华广科技有限公司	劳务	192.88	2019 年	对方系华中地区具有丰富的广电设备器材系统集成经验的集成商，曾中标并实施多个湖南地区系统集成项目，公司基于对方在当地的渠道资源、建设经验等因素与其开展合作。	否
	项目配套件	11.36			
	小计	**204.24**			

第三方名称	采购内容	结转成本金额	成立时间	合作背景	是否存在关联关系
杭州杭淳广播电视设备有限公司	劳务	176.14	1998 年	对方系国内外知名的从事广播电视传输发射设备的研制及提供数字广播电视覆盖、系统集成解决方案的先进公司，公司基于其项目经验向其采购发射台站所需的设备调试测试服务。	否
合计		**2,550.87**			

如上表所示，报告期内，公司已实施的系统集成项目中外购第三方设备及配套服务的主要供应商均具有一定的系统集成项目实施经验或在行业内具有较强的品牌知名度及市场影响力，公司基于相关供应商的品牌优势或项目所在地的地理环境、距离、价格及对方在当地的渠道资源、建设经验等因素与其开展合作，具有合理性。

根据公开信息查询情况，上述供应商与公司控股股东、实际控制人、董监高及其关联方不存在实质关联关系。

三、分析说明各系统集成服务项目毛利差异原因及合理性，是否与可比公司存在显著差异

（一）各系统集成服务项目毛利差异原因及合理性

公司系统集成项目分为数字电视及应急广播两大类业务，在国内终端客户上存在趋同，以广电部门、宣传部、融媒体中心等政府部门、事业单位为主，但各系统集成项目核心产品种类、技术标准以及可实现功能等方面存在一定差异。报告期内，各系统集成项目毛利率情况如下：

系统集成项目类别	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数字电视	**39.63%**	32.80%	51.53%
应急广播	**34.70%**	37.52%	41.96%

1、数字电视系统集成项目毛利率波动原因

报告期内，公司数字电视系统集成项目毛利率分别为 51.53%、32.80%及**39.63%**，2023 年度毛利率存在一定波动，具体原因如下：

2023 年度，公司实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”完成验收确认收入，导致数字电视系统集成项目毛利率较高。该项目系广电领域内筹划多年的大型项目，其投资规模是近十年同领域内规模之最，整体频率迁移项目规模大、台站多、实施难度高，对产品质量、交付进度有较为严苛的要求，故公司在投标时基于上述因素考虑整体报价相对较高，最终公司直接中标金额 14,093.14 万元，中标市场份额占比为 12.77%，位居行业前三，项目毛利率达到 53.29%。若不考虑上述项目的影响，2023 年度数字电视系统集成项目毛利率为 30.40%。

综上所述，报告期内，数字电视系统集成项目毛利率受部分系统集成项目规模、产品技术标准、实施难度、客户需求变更等因素影响存在一定波动，在扣除相关项目影响后，数字电视系统集成项目毛利率保持在 30%-**40%**之间，具有合理性。

2、应急广播系统集成项目毛利率波动原因

报告期内，公司应急广播系统集成项目毛利率分别为 41.96%、37.52%、**34.70%，存在一定波动，主要原因系受不同系统集成项目规模、客户需求、当**

地自然环境、基础条件、实施难度、所处地区项目经验以及市场竞争情况等因素影响所致。

（二）系统集成服务项目毛利是否与可比公司存在显著差异

根据公开披露信息查询，报告期内，同行业可比公司均未单独披露系统集成项目的毛利率情况，故公司难以进行比较。公司将数字电视、应急广播业务综合毛利率与同行业可比公司进行比较，具体情况如下：

产品类型	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
应急广播	图南电子	-	45.99%	48.97%
	康通电子	-	43.55%	44.37%
	平均数	-	44.77%	46.67%
	德芯科技	**35.56%**	37.29%	39.97%
数字电视	数码视讯	-	58.13%	63.81%
	德芯科技	**59.49%**	53.48%	56.43%
综合毛利率	同行业可比公司平均数	-	49.22%	52.38%
	德芯科技	**55.17%**	50.00%	52.49%

注：同行业可比公司数据来源于公开披露的定期报告。图南电子及康通电子的毛利率系综合毛利率，数码视讯的毛利率系其视频技术产品及服务的毛利率。

如上表所示，报告期内，公司各类产品综合毛利率与同行业可比公司存在一定差异，具体原因如下：

公司应急广播产品综合毛利率低于同行业可比公司图南电子及康通电子，主要系受销售定价策略、客户区域分布、不同交付形式下收入占比、不同系统集成项目个性化需求等因素影响所致，不存在显著差异。

公司数字电视产品综合毛利率略低于数码视讯的视频技术产品及服务的毛利率，主要原因系数码视讯在行业里具有较高的品牌知名度、完整的产品服务流程以及高效的管理体系，其产品主要定位为高端市场，价格较高，整体销售模式、产品应用领域与公司数字电视产品存在一定差异，故公司数字电视产品综合毛利率虽然略低于其视频技术产品及服务毛利率，但不存在显著差异，具有合理性。

综上所述，报告期内，公司各类产品综合毛利率受定价策略、客户区域分布、产品结构、销售模式等因素影响与同行业可比公司虽然存在一定差异，但整体差

异较小，具有合理性，且公司整体综合毛利率与同行业可比公司平均综合毛利率不存在显著差异。

四、说明发行人在系统集成服务中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率是否存在差异，收入确认方式及时点是否符合企业会计准则的相关规定

（一）说明发行人在系统集成服务中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率是否存在差异

报告期内，公司数字电视及应急广播系统集成项目中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率对比如下：

产品类别	交付形式	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数字电视	单独销售产品	**42.10%**	50.93%	58.30%
	系统集成项目中的产品	**72.88%**	51.02%	67.65%
	其中：扣除特殊项目影响后	**72.88%**	62.95%	68.98%
应急广播	单独销售产品	**37.72%**	39.13%	41.92%
	系统集成项目中的产品	**68.00%**	69.20%	64.25%

注 1：由于公司系统集成项目系整体交付并经客户验收后确认收入，其中的软硬件一体设备不存在单独的收入金额，故上表中系统集成项目中的产品毛利率系基于销售合同中对应产品分项报价不含税金额及产品成本计算得出；

注 2：上表中各类产品不同交付形式下毛利率计算所采用的成本金额均未考虑与安装、调试等相关成本的影响；

注 3：由于公司数字电视系统集成项目主要以地面数字电视广播发射机、立体声调频广播发射机系列产品为主，故上表中单独销售数字电视产品毛利率系发射机产品综合毛利率。

如上表所示，公司系统集成项目中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率存在一定差异，具体原因如下：

1、数字电视系统集成项目中特殊项目对产品毛利率的影响

报告期内，公司实施的部分数字电视系统集成项目受产品具体规格型号、技术标准以及实施地域等因素影响毛利率相较于其他项目而言较低，拉低了数字电视系统集成项目中提供的产品毛利率，具体情况如下：

单位：万元

所属年度	项目名称	客户名称	主要项目内容	确认收入金额	项目毛利率
2024	广西本地节目地面	广西广播电	交付 184 台不同频段的发	460.27	34.14%

所属年度	项目名称	客户名称	主要项目内容	确认收入金额	项目毛利率
年度	数字电视覆盖网建设项目（2023 年二期工程）	视技术中心	射机及配套设备，并于南宁、柳州、桂林、梧州、北海等十余个地区完成安装调试。		
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2022 年第一批）		交付 300 余台不同波段的地面数字发射机及滤波器等设备，并于柳州、桂林、梧州等地广播电视发射台、转播台完成安装调试。	449.66	31.39%
	小计			909.93	32.78%
2023 年度	数字电视发射机备机采购	广西广播电视技术中心	交付 1KW 数字电视发射机 22 台、300W 数字电视发射机 28 台并完成安装调试。	323.19	14.98%

如上表所示，由于数字电视系统集成项目通常招标频率较低、数量较少，故市场竞争较为激烈，受客户招标预算、市场竞争等因素影响，公司为了能够顺利达成合作，会基于相关项目合同金额较大、绝对利润较高、品牌示范效应较强以及利于公司后期在项目所处区域的业务拓展等特点适当调整系统集成项目报价，故导致部分系统集成项目中标价格较低、毛利率不高。

在扣除上述特殊项目影响后，报告期内，数字电视系统集成项目中提供的产品毛利率均明显高于单独销售产品毛利率。

2、系统集成项目中提供的产品毛利率高于单独销售产品毛利率的原因

报告期内，公司在扣除数字电视系统集成项目中特殊项目的影响后，数字电视及应急广播系统集成项目中提供的产品毛利率均高于单独销售产品毛利率，主要系受不同交付形式下的产品定价影响，具体原因如下：

（1）公司在系统集成项目投标报价时会考虑项目的竞争情况、技术难度、项目整体毛利、安装条件、安装难度等情况，对于系统集成项目中的产品通常定价较高，以保证整体系统集成项目保持在合理的毛利范围内。

（2）由于公司提供的系统集成项目需以整体项目为单位进行个性化交付，公司从客户需求讨论、方案制定到产品交付、项目实施等环节均提供了高附加值

的技术和服务，故相较于单独销售产品而言，系统集成项目中提供的产品定价相对较高。

（3）公司单独销售产品所面对的客户多为集成商客户，虽然公司主要以成本加合理毛利的定价策略为基础，并综合考虑各方面因素制定相应的产品售价，但在单独销售产品时集成商客户通常会与公司进行议价，尽可能压低相关产品的交易价格，以保证其向下游终端客户提供产品时的利润空间。

综上所述，报告期内，数字电视及应急广播系统集成项目中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率虽存在一定差异，但具有合理性。

（二）收入确认方式及时点符合《企业会计准则》规定

报告期内，由于公司实施的系统集成项目通常附有安装义务，故根据公司收入确认的具体原则，销售附有安装义务的货物时，以安装完成取得客户验收报告后确认收入。

根据公司主要系统集成项目合同约定，公司在向客户交付产品并实施系统集成后，客户才能够从中获得几乎全部的经济利益，且系统集成项目需要根据客户需求，将自产的软硬件一体设备与项目所需的配套件一并运抵项目现场并完成安装、调试等工作，使客户使用相关系统时能够安全稳定运行，构成单项履约义务，故根据新收入准则的相关规定，对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入，即系统集成项目应在公司交付产品、安装完成取得客户验收报告时确认收入。

综上所述，公司系统集成项目收入确认方式及时点符合《企业会计准则》的相关规定。

五、以具体项目为例，说明软硬件一体设备销售和系统集成业务的本质区别

（一）软硬件一体设备销售和系统集成业务的具体开展模式及本质区别

公司已在招股说明书“第五节 业务和技术”之“一、发行人主营业务、主要产品或服务情况”之“（二）主要经营模式”之“1、盈利模式及业务开展模式”

补充披露各类细分业务中软硬件一体设备和系统集成项目的具体开展模式，具体情况如下：

“公司主要产品或服务交付形式主要为软硬件一体设备和系统集成项目，相关交付形式的主要区别在于软硬件一体设备系公司单独对外销售的产品，一般不附安装义务；系统集成项目则为客户提供整体技术解决方案，一般以公司自主研发的软硬件一体设备为主，配套外购第三方设备及服务，相关外购配套件的主要内容因业务类型的不同而有所差异，提供的技术服务则主要为安装调试服务。

（1）数字电视

公司数字电视业务交付形式主要为软硬件一体设备及系统集成项目，其中软硬件一体产品主要为数字电视前端设备，应用场景主要为数字电视系统存量设备的替换、升级或备份，单个订单金额小，因此销售主要面向小型集成商；系统集成项目则是以无线传输发射设备为主，为客户提供整体解决方案，应用场景主要为各地地面数字电视发射补点建设或备机，单个订单金额相对较大，因此销售主要面向终端客户及少量中大型国有集成商（如中广电设计研究院）。

公司数字电视软硬件一体设备及系统集成项目开展模式的具体对比情况如下：

项目	软硬件一体设备	系统集成项目
公司产品或服务内容	主要为数字电视前端设备，包括编转码系列、复用调制系列、调制系列、适配系列、地面数字电视广播发射机等	主要以公司自主研发的无线传输发射设备（发射机）为主，配套外购第三方设备（主要为多工器）及服务（主要为安装调试义务）
已实施项目典型案例	基于市场中存在数字电视系统中存量设备的维修、升级、备份等需求，公司主要向客户销售自产核心设备，相关订单金额一般较小（平均约 2-3 万元）且不涉及配套件及安装义务，不属于系统集成项目	地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目、四川乡城县州县广播电视节目全覆盖工程建设项目、广西数字电视发射机备机采购项目、广西 2020 年乡镇台站数字电视发射机备机采购项目、湖南省级广播电视节目无线数字化覆盖工程（2019 年度）发射系统项目
主要客户类型	主要为集成商，少量为终端客户	主要为终端客户（如广电局等），少量为集成商（如中广电设计研究院）
主要用途及具体应用场景	应用于数字电视系统机房中，发挥数字信号前端处理作用，以提升相关信号的传输及呈现质量，扩大信号覆盖范围	应用于各地地面数字信号传输覆盖网系统建设，为当地提供信号传输服务
主要供应商及	主要为原材料类供应商，公司向其	1、原材料供应商：公司向其采购芯

项目	软硬件一体设备	系统集成项目
采购内容	采购芯片、结构件、电阻电容电感、印制板等	片、结构件、电阻电容电感、印制板等 2、配套件供应商：公司向其采购多工器等需外购的配套件 3、劳务供应商：向其采购项目现场安装施工服务
公司在研发、生产、部署实施各环节所起的作用	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产相关设备，使产品满足客户需求，一般无安装义务	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产相关设备，并提供相关服务（主要为安装），在部署环节公司按照项目建设目标协调组织项目整体实施，确保按期、按质、安全交付
开展该业务的核心竞争要素	产品技术先进性、产品质量稳定性、产品性价比、市场口碑形象、销售渠道覆盖范围、产品交付速度	过往成功项目经验、项目综合报价情况、整体经营规模及履约能力、市场口碑形象、生产能力及交付安排、产品技术先进性、施工组织设计方案、产品质量稳定性、售后服务体验
发行人核心技术应用情况	数字视频及码流处理技术平台、发射机技术平台、数字调制技术平台	与软硬件一体设备一致，原因系公司自产设备即为系统集成项目中的核心设备
订单获取方式	一般为商业谈判	一般为招投标
定价方式	一般为成本加成	一般结合最高招标限价、竞争对手情况及外购件（服务）成本等合理确定应标价格
结算方式	一般为先款后货	一般为按合同进度付款

（2）专业视听

公司专业视听业务均以软硬件一体设备形式交付，终端客户利用数台相关产品并集成播控设备、线缆等即可构建一个小型商用显示前端系统，商用显示前端系统则属于酒店等终端用户投资或翻新弱电、安防或网络系统等的一小部分，因此公司专业视听产品订单金额普遍较小且分散。

专业视听软硬件一体设备业务具体开展模式如下表所示：

项目	软硬件一体设备
公司产品或服务内容	主要为调制系列、编码调制系列、复用调制系列等数字信号处理设备
主要客户类型	小型集成商（主要以从事弱电、安防或网络工程集成为主，一般均为民营企业），相关订单金额一般较小（平均约 2-3 万元）
用途及具体应用场景	主要应用于酒店用户的商用显示前端系统机柜中，并可以延伸至医院、学校、船舶、社区、体育场馆、酒吧、商场、机场、高铁站、地铁等各类场景使用，支持视频图文广告

项目	软硬件一体设备
	宣传、紧急广播、智能引导及查询等功能
主要供应商及采购内容	主要为原材料类供应商，向其采购芯片、结构件、电阻电容电感、印制板等
公司在研发、生产、部署实施各环节所起的作用	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产，使产品满足酒店等专业领域客户多样化的需求，一般无安装义务
开展该业务的核心竞争要素	产品性价比、销售渠道覆盖范围、产品质量稳定性、市场口碑、产品技术先进性
发行人核心技术应用情况	数字视频及码流处理技术平台、IPTV 技术平台、数字调制技术平台
订单获取方式	商业谈判
定价方式	一般为成本加成
结算方式	一般为先款后货

（3）应急广播

公司应急广播交付形式主要为软硬件一体设备及系统集成项目，其中软硬件一体设备主要为应急广播适配器、应急广播智能发布终端，其应用场景主要为应急广播集成商中标应急广播系统集成项目后因不具备相关产品生产能力等因素而向公司采购相关核心设备并应用于相关系统机房及室外，公司一般无安装义务；系统集成项目应用场景则主要为公司自主参与中标的县级应急广播系统建设，以提供自产核心设备为主，并配套外购第三方设备器材及服务（主要为安装）等。

公司应急广播软硬件一体设备及系统集成项目开展模式的具体对比情况如下：

项目	软硬件一体设备	系统集成项目
主要公司产品或服务内容	适配器系列、智能发布终端等	以公司自主研发制造的应急广播管理适配器、智能发布终端为主，并配套外购第三方辅助设备器材（如播控设备、显示屏、服务器、UPS 电源、立杆等）及服务（主要为安装调试），为客户提供整体技术解决方案
已实施项目典型案例	一般为客户中标或取得应急广播系统建设项目订单后向公司采购适配器等核心设备，相关订单金额一般相对较大（平均约 20 万元）且不涉及配套件及安装义务，不属于系统集成项目	西藏昌都市深度贫困县应急广播体系建设工程设备采购项目、和龙市应急广播体系建设设备采购项目、广南县自然村应急广播建设项目、安图县应急广播体系建设设备采购、金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目、湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）
主要客户类型	主要为集成商，少部分为终端客户	主要为终端客户（如广电局、文旅局、宣传部等），少部分为集成商（如广电运营商）
主要用途及具体应用场	适配器应用于终端客户的系统机房中处理信号，智能发	应用于建设全国各省、市、县级应急广播系统，为当地提供应急信息制作、传输、播发、

项目	软硬件一体设备	系统集成项目
景	布终端主要安装于室外播放音频，通过发挥数字信号处理作用，以提升音频传输及呈现质量，提高响应速度	监测等功能
主要供应商及采购内容	主要为原材料类供应商，向其采购芯片、结构件、电阻电容电感、印制板等	1、原材料供应商：公司向其采购芯片、结构件、电阻电容电感、印制板等 2、配套件供应商：公司向其采购服务器、显示器等第三方配套件 3、劳务供应商：向其采购项目现场安装施工服务，如多达成百上千个点位线路布置及终端安装调试服务
公司在研发、生产、部署实施各环节所起的作用	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产相关设备，使产品满足客户需求，一般无安装义务	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产相关设备，并提供相关服务（主要为安装），在部署环节公司按照项目建设目标协调组织项目整体实施，确保按期、按质、安全交付
开展该业务的核心竞争要素	产品技术先进性、产品质量稳定性、产品性价比、市场口碑形象、销售渠道覆盖范围、产品交付速度	过往成功项目经验、项目综合报价情况、整体经营规模及履约能力、市场口碑形象、生产能力及交付安排、产品技术先进性、施工组织设计方案、产品质量稳定性、售后服务体验
发行人核心技术应用情况	应急广播系统技术平台	以应急广播系统技术平台为主，此外，由于系统中部分还涉及数字电视前端及无线传输发射产品应用，因此应用的核心技术还包括数字视频及码流处理技术平台、数字调制技术平台及发射机技术平台
订单获取方式	一般为商业谈判	一般为招投标
定价方式	一般为成本加成	一般结合最高招标限价、竞争对手情况及外购件（服务）成本等合理确定应标价格
结算方式	一般为先款后货	一般为按合同进度付款

（4）微波能量应用

公司微波能量应用业务均以软硬件一体设备形式交付，构成科研、医疗、工业等下游客户中大型成套设备中的关键组成部分。

微波能量应用设备业务具体开展模式如下表所示：

项目	软硬件一体设备
公司产品或服务内容	主要为固态功率源系列、低电平射频前端系列、射频电源系列
主要客户类型	终端客户，其中固态功率源及低电平射频前端主要客户为大型科研院所及质子重离子医疗设备商，射频电源主要客户为光伏、平板显示、半导体、真空等精密制造领域设备商

项目	软硬件一体设备
用途及具体应用场景	固态功率源是一种高频功率放大器，主要应用于粒子加速器中用于对粒子束进行精准加速，低电平射频前端主要用于为粒子加速器实施信号初始激励、精确控制及反馈调节，而粒子加速器广泛应用于科研、医疗及工业等场景。射频电源则是一种高频电源，工业及医疗领域通常利用其高频特性实现精密制造及精准医疗过程中的高速信号控制，特别是在半导体前道工艺（如干法清洗、刻蚀、薄膜沉积、注入）、光伏镀膜(PECVD)、平板镀膜（PVD）、肿瘤微波消融等。
主要供应商及采购内容	主要为原材料类供应商，向其采购芯片、结构件、电阻电容电感、印制板等
公司在研发、生产、部署实施各环节所起的作用	公司利用自身研发方面技术积淀组织生产，使产品满足科研、医疗、工业领域客户多样化的需求，一般无安装义务
开展该业务的核心竞争要素	产品性价比、销售渠道覆盖范围、产品质量稳定性、市场口碑、产品技术先进性
发行人核心技术应用情况	固态功率源技术平台、低电平射频前端技术平台、射频电源技术平台
订单获取方式	招投标及商业谈判
定价方式	一般为成本加成
结算方式	一般为按合同进度分期收款

（二）以具体项目为例，说明软硬件一体设备为系统集成项目的核心部件

公司系统集成项目主要以公司自主研发的软硬件一体设备为主，配套外购第三方设备及服务为客户提供整体技术解决方案，其构成按照相关产品及来源可以分为 2 个部分：软硬件设备（含公司自主生产核心设备、外购配套件）及配套服务（主要为安装调试）。报告期内，公司仅数字电视业务及应急广播业务涉及系统集成项目，从技术原理、价值分布等方面均可以体现出公司自主生产的软硬件一体设备属于相关系统集成项目中的核心部件。

1、数字电视系统集成项目情况

（1）数字电视系统集成项目具体构成

公司数字电视系统集成项目主要为地面数字电视传输发射类业务，相关项目的具体构成包含 2 个部分：①各类自主生产核心设备及配套件：主要包括发射机、多工器及配件辅材，其中发射机为公司自主生产并在传输覆盖网中发挥主要作用，多工器及配件辅材为外购配套件；②配套服务：使签署设备在整个地面数字电视

传输覆盖网中正常运行所必要的相关技术服务，主要包括原设备拆除、新设备运输、安装、系统调试、技术巡检等，还包括对发射台站或机房等相关人员实施技术指导、协助、培训等服务。

（2）公司自主生产的发射机等属于数字电视系统集成项目中的核心设备

以公司报告期内实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”（广西标包）为例，该项目的合同价值分布构成如下表所示：

提供方	设备（服务）名称	金额（万元）	金额占比
公司	发射机更新（含运杂费及服务费）	5,747.00	90.91%
	发射机改造（含服务费）	19.00	0.30%
	小计	**5,766.00**	**91.21%**
公司对外定制采购	多工器（含运杂费及服务费）	555.98	8.79%
	小计	**555.98**	**8.79%**
总计		**6,321.98**	**100.00%**

从技术原理看，公司自主生产的发射机产品在其中起到将数字信号转换为适合传输的模拟信号（射频信号）后，对其进行合成、放大、滤波等处理，并从小功率信号变成大功率信号，以满足无线传输覆盖范围大的要求，该项目涉及分布于广西的约 600 个发射台站，相关发射台站均系围绕发射机设备进行地面数字电视信号的处理及发射，相关产品需取得无线电核准证书等资质，是实现节目覆盖的主要核心设备。

从价值分布看，该项目总金额为 6,321.98 万元，公司自产产品发射机价值为 5,766.00 万元，占该合同价值的比例为 91.21%。

综上，结合上述典型项目案例，从上述技术原理及合同价值分布可以看出，公司自主生产的发射机等属于数字电视系统集成项目中的核心设备。

2、应急广播系统集成项目情况

（1）应急广播系统集成项目具体构成

公司应急广播系统集成项目的具体构成主要包含 2 个部分：

①自主生产核心设备及配套件

按照所处应用场景环节的不同，应急广播系统相关设备及配套件具体如下表所示：

应用场景	主要内容
应急广播管理平台	核心设备：应急广播适配器、信号接收设备、管理平台软件等； 配套件：服务器、存储设备、显示设备、网络设备、安全设备、签名验签设备、UPS 电源等
传输覆盖网适配	核心设备：应急广播适配器、音频切换器、调制器、复用器等 配套件：网络设备等
终端发布	核心设备：IP 话筒、授时器、音柱、收扩机 配套件：高音喇叭、UPS 电源、线缆、喇叭立杆、播控桌等

②配套服务：主要包括公司根据中标点位进行现场勘察及设备的运输、安装、调试、联网等，还包括对设备使用人员的技术指导、协助、培训等。

（2）公司自主生产的适配器、智能发布终端等属于应急广播系统集成项目中的核心设备

县级应急广播系统是全国应急广播体系中最主要建设内容，以公司实施的“永德县应急广播体系建设项目”为例，该项目的合同价值分布构成如下表所示：

来源	设备（服务）名称	金额（万元）	金额占比
公司自主生产	智能发布终端（收扩机、音柱等）	174.42	32.91%
	应急广播适配器	35.50	6.70%
	其他 1（主要包括平台软件、授时器、发射机等）	8.04	1.52%
	小计	**217.96**	**41.13%**
公司对外定制采购	设备安装调试及辅材	60.79	11.47%
	喇叭立杆	37.05	6.99%
	高音喇叭	30.48	5.75%
	播控桌	17.74	3.35%
	其他 2（主要包括数据库软件、平台对接、机房适应性调整等）	4.60	0.87%
	小计	**150.66**	**28.43%**
公司向供应商采购产成品	网络链路	95.45	18.01%
	UPS 电源	19.08	3.60%
	服务器	9.00	1.70%
	其他 3（主要包括日志审计系统、防火墙等）	37.81	7.13%
	小计	**161.34**	**30.44%**

来源	设备（服务）名称	金额（万元）	金额占比
总计		529.96	100.00%

从技术原理看，公司自主生产的应急广播适配器属于应急广播系统中最重要前端信号处理设备，其集接收、编码和播放控制管理功能于一体，支持 IP、4G/5G、FM、DVB-C、DTMB、中波、北斗等多种传输覆盖网中广播数据的接收和发送，能灵活地将广播数据适配到不同的传输网络；智能发布终端则属于最重要的接收终端设备，其功能为主要用于接收上级下发的音频广播信号，根据指令进行播出，支持本地音量调节、远程升级和在线升级等功能，具有 DVB-C、DTMB、FM、IP、4G、中波、北斗等多种接收通道。上述核心设备均需取得广播电视入网认定许可证书，属于应急广播系统中的核心设备。此外，应急广播系统中还会少量配套公司的调频广播发射机及地面数字电视广播发射机等产品，该等产品主要用于传输覆盖网建设，其功能主要为提供 FM、DTMB 等传输通道。

从价值分布看，该项目合同总金额为 529.96 万元，公司自产软硬件一体设备价值为 217.96 万元，占该项目合同价值的比例为 41.13%，在合同价值中排名首位，其余价值较高的部分主要为安装费用、网络链路及其他配套件等，相关供应商占比均较为分散，相对属于辅助性内容。

相比数字电视系统集成项目，应急广播系统中自主研发的软硬件一体设备的价值占比相对较低，主要系两类系统集成项目具体构成存在较大差异，应急广播系统建设的配套件种类较多、安装点位较为分散，相关的成本相对较高。

综上，结合上述典型项目案例，从上述技术原理及合同价值分布可以看出，公司自主研发生产的应急广播适配器、智能发布终端等属于应急广播系统集成项目中的核心设备。

六、说明报告期各期 1 月和 12 月的收入金额、占比及合理性；结合第四季度确认收入具体项目的实施周期、验收情况、毛利率情况等，分析是否存在收入跨期的情形。

（一）说明报告期各期 1 月和 12 月的收入金额、占比及合理性

报告期内，公司 1 月和 12 月收入金额、占比情况如下：

单位：万元

月份	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	**939.74**	**4.19%**	1,709.47	6.33%	1,820.93	4.43%
12 月	**5,249.65**	**23.41%**	8,394.38	31.07%	1,968.32	4.79%

注：上表中占比系相关月份收入金额占主营业务收入比例。

如上表所示，公司 1 月和 12 月收入金额及占比存在一定波动，主要受系统集成项目验收时点影响较大。公司 2024 年 12 月收入金额较高的主要原因系经广电部门、宣传部、融媒体中心等政府事业单位验收的数字电视、应急广播系统集成项目较多。2023 年度 1 月和 12 月收入占比较低的原因主要系公司实施的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”于年中完成验收，相关项目收入金额较大，进而拉低了其余月份收入占比。

报告期各期，由于系统集成项目验收情况对公司 1 月和 12 月收入金额及占比影响较大，故在扣除相关系统集成项目收入金额影响后，具体情况如下：

单位：万元

月份	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 月	**939.74**	**4.19%**	1,629.05	6.03%	1,318.99	3.21%
12 月	**3,941.14**	**17.58%**	2,955.39	10.94%	1,968.32	4.79%

注：上表中占比系在扣除相关系统集成项目收入金额影响后的 1 月和 12 月收入金额占主营业务收入比例。

如上表所示，在不考虑 1 月和 12 月系统集成项目的收入金额影响下，**报告期各期 1 月**收入金额及占比波动较小，12 月份收入金额及占比均高于 1 月份，**且 2024 年 12 月、2025 年 12 月收入金额及占比呈逐年上升趋势，主要原因系公司 2024 年-2025 年微波能量应用业务呈现爆发式增长态势，相关业务终端客户以科研院所及工业企业为主，受部分客户验收进度安排影响，2024 年 12 月、2025 年 12 月公司分别根据项目验收完成时点确认微波能量应用业务收入 955.81 万元、2,454.77 万元，故导致 2024 年 12 月、2025 年 12 月相较于 2023 年 12 月而言收入金额及占比相对较高**。

综上所述，公司各类产品不同交付形式下的收入确认时点主要受政府采购时点、项目实施进度、客户验收流程等因素综合影响，报告期各期 1 月和 12 月的

收入金额、占比具有合理性。

（二）结合第四季度确认收入具体项目的实施周期、验收情况、毛利率情况等，分析是否存在收入跨期的情形

报告期内，公司系统集成项目需根据客户需求，将自产的软硬件一体设备与项目所需的配套件一并运抵项目现场并完成安装、调试等工作，使客户使用相关系统时能够安全稳定运行，且受项目规模、实施进度、客户验收安排等因素影响，通常情况下实施及验收周期较长，公司以系统集成项目经客户验收后确认收入。

公司系统集成项目的客户主要为广电局、融媒体中心、宣传部等政府事业单位，项目实施节奏及验收安排主要由客户主导，公司按要求予以配合。公司与政府事业单位签订的系统集成合同不存在视同验收条款，公司在系统集成项目验收前均需按照客户要求实施项目。

报告期内，公司第四季度确认收入的系统集成项目的验收日期均在第四季度，不存在跨年应调整财务数据的情形。公司第四季度确认收入的主要系统集成项目的实施周期、验收情况、毛利率情况如下：

单位：万元

所属年度	项目名称	公司名称	收入金额	占第四季度系统集成收入比例	毛利率	实施周期(月)	验收时点
2025年度	临江市应急广播系统建设项目	临江市文化广播电视和旅游局	399.28	30.51%	31.08%	3	2025年12月
	长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目	吉视传媒信息服务有限责任公司	363.03	27.74%	43.02%	4	2025年12月
	2025年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	辽宁省广播电视局	211.13	16.13%	16.90%	3	2025年12月
	修文县应急广播建设项目	贵州省广播电视信息网络股份有限	194.05	14.83%	49.08%	9	2025年12月

所属年度	项目名称	公司名称	收入金额	占第四季度系统集成收入比例	毛利率	实施周期(月)	验收时点
		公司贵阳市分公司					
	省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	**中广电广播电影电视设计研究院有限公司**	**141.04**	**10.78%**	**27.88%**	**5**	**2025年12月**
	合计		**1,308.52**	**100.00%**			
2024年度	2023年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	新疆维吾尔自治区广播电视局	1,751.93	31.67%	25.85%	13	2024年12月
	中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购（标段一）-应急广播及机房相关设备采购项目	浪潮软件科技有限公司	675.34	12.21%	44.80%	4	2024年12月
	凤庆县应急广播体系建设项目	中国共产党凤庆县委员会宣传部（凤庆县广播电视局）	561.70	10.15%	44.35%	17	2024年12月
	永德县应急广播体系建设项目	中国共产党永德县委员会宣传部	472.26	8.54%	27.74%	17	2024年12月
	广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（2023年二期工程）	广西广播电视技术中心	460.27	8.32%	34.14%	16	2024年12月
	合计		**3,921.48**	**70.90%**			
2023年度	应急广播省级平台建设及运维项目	辽宁省广播电视局	725.22	41.94%	34.93%	4	2023年11月
	金秀瑶族自治县2023年应急广播体系建设	金秀瑶族自治县文化广电和旅游局	387.58	22.41%	57.59%	3	2023年11月

所属年度	项目名称	公司名称	收入金额	占第四季度系统集成收入比例	毛利率	实施周期(月)	验收时点
	项目						
	湖南省2023年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	宜章县融媒体中心	352.24	20.37%	53.85%	5	2023年11月
	湖南省2023年老少边及欠发达地区县级应急广播体系建设项目	桂东县融媒体中心	264.10	15.27%	49.41%	5	2023年11月
	合计		**1,729.13**	**100.00%**			

注：上表中实施周期系自合同签订日至项目验收日。

如上表所示，报告期各期，第四季度确认收入的前五大系统集成项目中部分项目毛利率低于平均毛利率，主要原因系受项目投标时市场竞争激烈、系统集成实施地区相对偏远、建设及调试难度较大以及客户个性化需求较多等因素影响，项目中标价格较低、外购第三方设备及配套服务成本较高，导致第四季度确认的部分系统集成项目中毛利率相对较低。第四季度确认收入的前五大系统集成项目实施周期受不同系统集成项目安装范围、验收进度安排等因素影响有所不同，但均系按照合同约定及客户需求履行，且最终经客户验收通过，未发生合同纠纷。

综上所述，第四季度确认收入的主要系统集成项目实施周期、验收情况、毛利率情况不存在重大异常。报告期内，公司严格执行收入确认政策，以客户取得相关商品控制权时点确认收入，不存在收入跨期的情形。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、获取发行人各类产品系统集成项目明细表，查阅报告期各期前十大系统集成项目业务资料，包括项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况、执行周期等信息；访谈发行人财务总监、销售业务负责人，

了解主要系统集成项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间是否存在异常及具体原因，是否涉及合同重大变更情形；

2、获取发行人报告期内系统集成服务中外购第三方设备及配套服务明细，通过访谈及天眼查查询了解主要第三方注册信息、股东及董监高、与发行人合作情况等，检查相关第三方是否与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方存在关联关系；

3、获取报告期各期系统集成项目收入成本明细表，结合对财务总监的访谈综合分析毛利率差异原因及合理性；获取同行业可比公司定期报告，分析发行人各系统集成项目毛利率与同行业可比公司是否存在显著差异；

4、访谈发行人财务总监，了解发行人在系统集成项目中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率存在差异的原因以及发行人主要系统集成项目的合同约定，分析发行人系统集成项目相关的收入确认方式及时点是否符合《企业会计准则》的相关规定；

5、访谈发行人高级管理人员、核心技术人员，并分别查阅发行人软硬件一体设备及系统集成项目的主要合同以及相关产品手册，了解发行人软硬件一体设备销售和系统集成业务的本质区别；

6、获取发行人收入成本明细表，分析报告期各期 1 月与 12 月收入金额及占比的合理性；执行收入截止性测试，就临近资产负债表日前后确认的收入，选取样本查验销售合同、发票、出库单、物流单、签收或验收单、报关单等，并结合对第四季度确认收入具体项目的实施周期、验收情况、毛利率情况等分析是否存在收入跨期的情形。

二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、根据发行人各类项目具体情况，存在个别项目毛利率相对较低、部分项目执行周期与验收周期、完工时间与预计时间存在一定差异的情形，但均符合项目实际情况且具合理性，不涉及合同重大变更情形。

2、报告期内，发行人系统集成项目中主要外购第三方设备及配套服务供应商与发行人控股股东、实际控制人、董监高及其关联方不存在实质关联关系。

3、发行人各系统集成项目中部分项目毛利存在一定差异，具有合理性，与同行业可比公司不存在显著差异。

4、发行人在系统集成项目中提供的产品毛利率与单独销售产品毛利率虽存在一定差异，但具有合理性；发行人系统集成项目的收入确认方式及时点符合《企业会计准则》的相关规定。

5、发行人已结合合同约定及已实施项目案例情况，说明软硬件一体设备销售、系统集成业务的本质区别。

6、发行人以货物发出经客户签收、验收或产品报关出口完成作为收入确认时点，具体月份的收入确认金额受客户发货需求、项目实施进度、验收计划安排等因素影响较大，报告期各期 1 月和 12 月的收入金额及占比波动情况符合项目实际情况，具有合理性；发行人第四季度确认收入的具体项目实施周期、验收情况、毛利率情况不存在重大异常，不存在收入跨期的情形。

问题 6.销售采购相关内控瑕疵整改情况

根据申请文件，发行人对集成商销售内控主要存在以下问题：（1）部分销售合同、验收单据为复印件或扫描件，未见原件。（2）公司存在第三方回款情况，公司仅获取客户确认第三方回款的书面材料，未获取第三方提供的代付证明。（3）部分销售的物流单据留存不足，外购配套产品由供应商直接发货给客户，公司未收集相关物流信息，未编制模拟出入库单据。

请发行人说明报告期内发行人与销售、采购相关的内部控制不规范情况产生原因、具体影响及整改措施，是否仍然属于前次申报所涉内控不规范问题，对发行人财务相关内部控制建立健全及内控不规范情形整改有效性是否构成不利影响。

请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见，并结合对资金流水核查的具体核查情况和核查结论，对报告期内内控不规范事项的整改情况、相关财务内部控制措施的有效性进行补充说明。

【回复】

【发行人说明】

一、请发行人说明报告期内发行人与销售、采购相关的内部控制不规范情况产生原因、具体影响及整改措施

发行人存在部分销售合同及验收单据为复印件或扫描件、未获取第三方提供的代付证明、部分销售的物流单据留存不足、未收集配套件供应商发货的物流信息等内控瑕疵，但不属于销售及采购业务循环中的财务内控重大缺陷。

（一）部分销售合同、验收单据为复印件或扫描件

1、基本情况

（1）公司存在采用扫描件互传形式完成合同签章，公司留存的合同为打印的扫描件

对于金额较小的销售合同，主要由公司提供合同样式并在完成签章后以扫描件形式发送给客户进行签章，客户在签章完成后再以扫描件形式回传给公司，即

以扫描件互传形式完成签章，公司采用先款后货的结算政策，不存在大额应收账款，公司在收到货款后再发货，有效控制了经营风险。采用扫描件形式完成合同签订的客户主要为小额且零星交易的客户，其中年度交易额在 5 万元以下的相关客户数量占比约 70%，年度交易次数在 2 次及以下的客户数量占比约 78%，涉及客户及合同数量较多，并且分布在全年各个期间。

对于报告期内的扫描件合同，公司积极与客户沟通争取获取客户出具的确认函、补充提供原盖章合同原件以及在扫描件单据再次盖章予以确认。其中确认函内容包括：出具文件内容系客户真实意思表示，该等文件是真实、准确、完整的，具有与原件同等的法律效力，客户予以认可，客户未与公司因上述文件的形式发生过（潜在）争议或纠纷。通过以上确认后，公司剩余未获取客户确认资料的扫描件合同对应金额 2021 年-2023 年分别为 1,440.22 万元、1,596.04 万元、882.34 万元，占含税销售额的比例分别为 5.00%、4.32%、1.93%。

（2）公司存在验收单据为扫描件或复印件的情形

公司客户主要为集成商及直接终端客户，公司在向广电局、融媒体中心、电视台、宣传部等直接终端客户销售时，一般需要提供安装服务；在向集成商销售产品时，一般无需提供安装服务，公司原则上采用先款后货的结算方式。

公司在对附有安装义务的货物确认收入时，验收单据是公司收入确认的重要依据。公司销售附有安装义务货物的客户主要为广电局、融媒体中心、电视台、宣传部等企业事业单位，为公司的直接终端客户，公司与上述单位合作时，双方签订的合同模板主要由企事业单位确定，双方签订的合同一般会约定验收条款，但验收后是否需向公司出具正式的纸质验收报告则不做约定。部分验收报告为一式一份，企业事业单位一般将原件用于内部申请支付货款时使用，致使公司获取的部分验收单据为复印件或扫描件。为进一步完善验收报告形式，公司积极与客户沟通争取获取验收报告原件或请求客户在验收报告复印件上加盖鲜章，或取得客户出具扫描件法律效力等同原件的确认。通过以上确认后，公司验收报告仅为复印件或扫描件对应的收入金额 2021 年-2023 年分别为 668.80 万元、199.91 万元、148.50 万元，占收入的比例分别为 2.54%、0.60%、0.36%。上述验收报告或验收单为复印件或扫描件对应销售的应收账款余额极小，2021 年-2023 年上述验

收单据对应的应收账款余额截至 2023 年末分别为 0 万元、0 万元、13.50 万元。

公司对于国内销售不附有安装义务的货物收入确认时点为客户签收时，公司根据物流发货及到货情况、合同无异议条款、客户到货验收情况综合判定控制权是否转移并达到收入确认条件，到货验收单为货物已经客户签收确认的重要形式证据。公司销售不附有安装义务货物的客户主要为集成商客户。公司为提高经营及财务核算效率，及时准确核算销售收入，公司在收到部分客户提供的扫描件到货验收单据时确认收入。上述情形对应的客户主要为小额且零星交易的客户，其中年度交易额在 5 万元以下的相关客户数量占比约 70%，年度提供到货验收单据次数在 2 次及以下的客户数量占比约 70%，单笔验收单据金额约 2 万元，涉及客户数量较多，并且分布在全年各个期间，遍布全国各地，不存在大额应收款项。

对于报告期内的扫描件到货验收单据，公司积极与客户沟通争取获取客户出具的确认函、补充提供到货验收单据原件以及在扫描件单据再次盖章予以确认。其中确认函内容包括：出具文件内容系客户真实意思表示，该等文件是真实、准确、完整的，具有与原件同等的法律效力，客户予以认可，客户未与公司因上述文件形式发生过（潜在）争议或纠纷。通过以上确认后，公司剩余未获取客户确认资料的扫描件到货验收单据对应的金额 2021 年-2023 年分别为 1,785.12 万元、1,500.06 万元、785.67 万元，占收入比例分别为 6.78%、4.48%、1.91%。

2、前述情况产生的原因及合理性

（1）关于部分销售合同为扫描件

采用扫描件形式对应的交易小额零星，且多为异地客户远程发生交易，由于合同双方签章纸质合同并邮递往来耗时较长，与合同金额的重要性水平不匹配，客户配合意愿较低；扫描件形式便捷性强，更能满足客户对于产品交付及时性要求。因此该类小额零星交易习惯决定了前述存在部分交易以扫描件互传形式完成合同签章的情形，扫描件形式提高了经营效率。公司对于该类交易执行先款后货的信用政策，双方合同义务已实际履行且对方予以接受，该等方式不影响合同有效性。

（2）关于部分验收单据为扫描件或复印件

公司到货验收单据为扫描件形式的产品销售，交易结算方式为先款后货，从合同签订到发货签收的交易流程较短，合同中约定了视同验收条款，即客户收到货后未在规定期限内提出异议，则视为验收合格。公司基于谨慎性原则，除根据物流信息及视同验收外，仍要求客户提供到货验收单进行确认。验收单据为扫描件形式对应的交易小额零星、涉及的发货批次多、到货验收单数量众多。由于客户邮寄到货验收单原件较为耗时及配合度欠佳等因素影响，造成部分验收单据以扫描件形式传递、留存，该等形式亦避免原件单据传递滞后影响公司财务核算的及时性。

除此之外，公司与部分政府事业单位合作时，双方签订的合同模板主要由政府事业单位确定，双方签订的合同会约定验收条款，但验收后是否需向公司出具正式的纸质验收报告则不做约定，部分验收报告为一式一份，政府事业单位一般将原件用于内部申请支付货款时使用，致使公司获取的该部分验收单据为复印件或扫描件。

3、具体影响

（1）前述情形对内控制度有效性不构成重大不利影响

公司该类小额零星交易留存复印件或扫描件合同及验收单据形式不构成重大内控缺陷，结算方式要求为先款后货，不存在大额应收账款。公司成立至今，未出现过因复印件或扫描件合同及验收单据导致产生法律纠纷或损失的情形。前述签订形式符合前述交易特征、交易习惯和公司实际经营情况，未对公司经营产生风险。扫描件形式传递单据能提高公司经营效率和效果，有利于企业日常业务开展。前述情形能够合理保证公司经营运行的效率、具有合法合规性以及能够使财务核算及时准确，保证财务报告的可靠性。前述情形对公司内控制度有效性不构成重大不利影响。

（2）合同为复印件或扫描件形式不影响其法律有效性，不构成违法违规

《民法典》第四百六十九条规定：“当事人订立合同，可以采用书面形式、口头形式或者其他形式”。并且，《民法典》基于鼓励交易原则，并未强制要求所有合同必须为要式，只要一方履行义务且对方予以接受的，合同仍然成立并生效。

前述涉及的合同，双方合同义务已实际履行且对方予以接受，以扫描件或复印件留存的合同，其合同双方的法律关系与原件合同一致，符合《民法典》关于合同形式的规定，不影响合同的法律有效性。合同为复印件或扫描件形式不构成违法违规，不存在被处罚情形或风险。报告期内，公司未因合同为复印件或扫描件而与客户发生任何纠纷或潜在纠纷。

（3）验收单据为扫描件或复印件形式不影响验收单据有效性，不构成违法违规

公司与客户签订的合同中约定了视同验收条款，即客户收到货后未在规定期限内提出异议，则视为验收合格。公司基于谨慎性原则，除根据物流信息及视同验收外，仍然要求客户提供到货验收单进行确认。客户基于其便利性向公司提供扫描件形式的验收单据，该验收单据的形式不构成违法违规，不存在被处罚情形或风险。公司严格按照《企业会计准则》的相关规定确认收入，相关监管指引、应用指南均未对验收单据的形式作出强制性约定。报告期内，公司未因验收单据为复印件或扫描件而与客户发生任何纠纷或潜在纠纷。

（4）销售合同及验收单据为复印件或扫描件形式对应的销售回款正常，不存在资金循环的情形

上述合同及验收单据对应的销售回款正常，不存在通过第三方回款的情形，也不存在大额应收账款，结算方式采用先款后货的结算方式。公司除收到上述客户支付的销售款项外，不存在向相关客户及其关联方支付款项的情形。同时公司的关联公司及关联个人也不存在与上述客户存在交易或资金往来的情形。上述合同及验收单据对应的客户与公司单笔交易额普遍为数千或数万元，交易额较低且分散，公司收到客户支付的货款后发货。

4、整改措施

公司持续关注《民法典》《企业内部控制基本规范》《企业会计准则》等相关法规最新变化，对公司日常经营所面临的风险加强内部控制。在不影响公司日常经营的前提下，减少扫描件合同及验收单据。公司已于 2024 年 1 月 1 日起采取以下措施进一步加强管理要求：

（1）提高扫描件形式签订合同的标准，公司通过扫描件形式签订合同的金额普遍在 30 万元以下，公司调整前述标准至 5 万以上的合同不得采取扫描件形式签订；同时对于采取扫描件形式签订的合同金额在 5 万元以下的合同，公司与客户沟通争取客户回寄盖章原件。

（2）公司加强验收单原件的管理，尤其是对于交易金额超过 5 万元的客户，原则上公司定期要求客户将验收单原件回寄给公司，公司保留原件验收单。

（3）公司在其提供的格式合同相关条款中进一步明确扫描件形式的单据的法律效力，明确扫描件与原件具有同等法律效力。

（4）公司加强对业务人员的培训与管理，要求业务人员催收合同及验收单据原件。

（二）关于未获取第三方提供的代付证明

1、公司第三方回款的基本情况

报告期内公司存在包括境内及境外销售导致的第三方回款，金额合计为 2,309.92 万元、2,799.43 万元和 **553.33 万元**，占营业收入比例较低，具体情形如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
第三方回款总金额	**553.33**	**2,799.43**	**2,309.92**
1.境内第三方回款金额	**85.08**	2,055.73	1,569.42
2.境外第三方回款金额	**468.26**	743.70	740.51
第三方回款总额占营业收入比例	**2.46%**	10.35%	5.62%
境内第三方回款占营业收入比例	**0.38%**	**7.60%**	**3.82%**
境外第三方回款占营业收入比例	**2.08%**	**2.75%**	**1.80%**

（1）境内第三方回款

发行人境内销售产生的第三方回款金额在报告期内分别为 1,569.42 万元、2,055.73 万元和 **85.08 万元**，占营业收入比例分别为 3.82%、7.60%和 **0.38%**。境内销售产生第三方回款主要原因为公司部分客户为政府事业单位，政府事业单位的付款方式通常为地方财政支付中心统一拨付，具有商业合理性。另外，2023

年和 2024 年，发行人境内第三方回款金额较大，主要系当年部分金额较大的系统集成项目由地方财政统一支付所致。

（2）境外第三方回款

①基本情况

境外销售产生的第三方回款金额在报告期内分别为 740.51 万元、743.70 万元和 **468.26 万元**，占营业收入比例分别为 1.80%、2.75%和 **2.08%**，比例整体呈现下降趋势，总体规模较小，且未发生因第三方回款导致纠纷的情形。报告期内，境外销售第三方回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
存在第三方回款的境外客户数量（个）	**54**	51	52
境外第三方回款金额	**468.26**	743.70	740.51
境外第三方回款平均金额	**8.67**	14.58	14.24

境外第三方回款涉及的客户数量报告期内分别为 52 个、51 个和 **54 个**，客户数量较为分散，境外第三方回款平均金额分别为 14.24 万元、14.58 万元和 **8.67 万元**，金额较小。

②境外第三方回款合理性

发行人的外销客户数量众多、分布广泛，除了美国、欧洲等发达国家或地区外，还包括伊拉克、巴基斯坦、孟加拉国等经济欠发达的国家或地区，这些国家或地区的部分客户出于外汇管制及外汇储备不足、汇款出境手续繁琐、时间长、手续费高等原因，通过委托其他商业合作伙伴代为支付美元可提高结算的便利性，因此采取通过关联方或指定其他第三方付款的方式向公司支付货款。另外，部分外销客户出于资金安排、交易习惯、支付便捷等因素考虑，也存在通过其关联公司、股东、员工等控制的账户向公司支付货款的情况。

报告期内，按境外第三方回款对应客户所在国家统计如下：

单位：万元

境外国家	2025 年度	2024 年度	2023 年度
伊拉克	**108.28**	247.38	167.32

境外国家	2025 年度	2024 年度	2023 年度
巴基斯坦	**64.00**	144.62	59.4
印度尼西亚	**22.38**	23.92	22.88
孟加拉国	**20.16**	8.61	61.43
黎巴嫩	**7.68**	15.15	4.74
利比亚	**17.61**	**35.71**	**28.98**
以色列	**16.06**	**22.98**	**19.85**
巴勒斯坦	**15.80**	25.08	34.71
印度	**-**	-	32.43
缅甸	**9.26**	28.84	86.22
巴拉圭	**-**	-	62.14
阿根廷	**36.51**	47.55	21.05
土耳其	**14.86**	28.64	1.76
小计	**332.60**	**628.48**	**602.91**
境外第三方回款金额	**468.26**	743.70	740.51
占比	**71.03%**	**84.51%**	**81.42%**

根据中国商务部编制的《对外投资合作国别（地区）指南》文件以及中国外汇管理局编制的《“一带一路”国家外汇管理政策概览（2018）》文件显示以上主要国家的外汇管理如下：

国家	相关说明
伊拉克	伊拉克政府明确表示，只要持有有效文件或证件，对现钞和资本交易没有任何限制。但这并不意味着货币可以完全自由兑换，在实际操作中尚存在许多未知数。
巴基斯坦	法定货币为巴基斯坦卢比，境内交易均以卢比结算。目前不可自由兑换。巴基斯坦实行浮动汇率制度，巴基斯坦国家银行不设置汇率目标和路径，为积累外汇储备、确保外汇市场顺利运行，巴基斯坦国家银行会对外汇市场进行干预。
印度尼西亚	印尼实行相对自由的外汇管理制度。印尼盾可自由兑换，资本可自由转移。印尼货币实行自由浮动汇率政策，印尼银行采取一揽子货币汇率定价法，根据印尼主要贸易伙伴的货币汇率的特别提款权的汇率变化来确定印尼盾的对外比价，每日公布其汇率。
孟加拉国	企业日常汇出外汇需逐笔申报，但无需缴纳特别税金。由于孟加拉国银行效率低下，部分企业面临在孟加拉国经营收入无法及时汇出的困难。
黎巴嫩	自 2019 年下半年起，黎巴嫩发生流动性危机，外汇储备骤降，银行业自 11 月起严格限制美元流出，除必需支出外，不得向境外转账美元，每个账户每周取现额度不超过 1000 美元。
以色列	存在出于安全因素考虑而制定的汇兑政策。《防范恐怖主义条例规定：任何组织机构或个人持有的货币及其他资产不得用于为恐怖主义组织谋利。同时，根据《禁

国家	相关说明
	止恐怖融资法》规定，禁止一切以恐怖主义为目的的产权交易以及恐怖主义者持有的财产交易。
利比亚	利比亚实行一定的外汇管制。自 2016 年 1 月 7 日起，利比亚中央银行要求商业银行开具进口信用证时收取不低于 130%的保证金。
巴勒斯坦	巴勒斯坦无主权货币，结算货币以以色列新谢克尔为主，同时使用欧元、美元和约旦第纳尔。银行办理有线、电子、电话传输等方式的外汇交易，应核实交易对方名称、账号、地址、身份证明以及其他合法批准文件。外汇付款信息必须根据相关条款准确、完整填写。
印度	根据相关法规，印度政府放开了外汇管制，经常账户下的卢比可以自由兑换。非居民的资本账户也几乎可以完全兑换卢比。但在实际操作中，政府对资本流动有较多具体的规定和限制。
缅甸	法定货币为缅甸缅元，仍存在汇兑管制。目前，缅元和人民币尚不可直接结算。缅甸实行有管理的浮动汇率制。
土耳其	土耳其的主权货币为土耳其里拉，土耳其实行自由浮动汇率制。土耳其汇率波动主要取决于外汇市场的供求变化，当市场受到冲击时，土耳其中央银行会直接或间接对汇率进行干预，并直接以银行报价的方式进行外汇买卖。

综上，报告期内，公司外销业务产生的第三方回款情况符合国际业务结算的特征，国际结算相比国内结算程序更加复杂、面临的管制更多、风险更高，因此，出于外汇管制、由集团统一协调或出于支付结算便利等因素的考虑，外销客户选择通过第三方来支付货款的情形比较常见，符合企业经营特点。上述相关客户及第三方付款方与公司及其关联方均不存在关联关系。

2、关于未获取第三方提供的代付证明的原因及合理性

（1）境内第三方回款

境内销售产生第三方回款主要原因为公司存在部分政府事业单位客户，其付款方式通常为地方财政支付中心统一拨付。虽然地方财政支付中心在向公司代付款时通常会备注相关交易信息，但是不会单独向公司出具代付证明。前述付款情况符合政府事业单位财务管理相关规定，具有必要性及商业合理性。公司亦采取严格内控措施保障第三方回款涉及交易的财务核算真实、准确，该等第三方回款具有可验证性，所对应的资金流、实物流与合同约定及商业实质一致，从而保证销售循环内部控制有效性。公司亦不存在第三方回款导致的货物或货款归属等纠纷。

境内第三方付款及发行人内控措施具体情况如下：

①合同签订主体（政府事业单位客户），在通过地方财政支付中心或上级主管部门付款前，通常需要公司提出付款申请，政府事业单位客户的付款审批流程审批完毕后向公司付款，相关付款与公司实际发生的业务相匹配。

②付款方（地方财政支付中心）在付款时通常会备注具体的项目名称，该项目名称与相关销售合同即合同签订主体相对应，同时付款金额及付款进度与相关合同及业务开展情况相匹配。

③如前所述，由于合同签订主体（政府事业单位客户）及付款方（地方财政支付中心）均按事业单位管理要求向公司付款，付款流程合法合规。公司难以向地方财政支付中心获取代付证明，但公司将付款单位、付款备注、付款金额、付款进度、以及公司与政府事业单位客户的付款沟通、销售合同等信息进行交叉核对，以确认地方财政支付中心代付事宜准确性和真实性，该等第三方回款具有可验证性。

综上，公司难以要求地方财政支付中心向公司出具代付证明。

（2）境外第三方回款

境外销售产生第三方回款主要原因为境外客户出于外汇管制或付款便利等考虑。公司对于境外客户第三方付款情形亦制定了严格的内控措施并有效执行，该等第三方回款具有可验证性，从而保证销售循环内部控制有效性。境外客户如通过第三方付款，则要求其向公司提供第三方付款给公司的银行回单以及第三方付款声明确认函。前述银行回单详细列明相关付款信息，声明确认函内容涵盖付款方、付款金额、付款时间、客户与付款方的关系、通过第三方付款的原因及第三方代付行为真实有效性，不存在争议和纠纷或潜在的争议和纠纷等内容。

第三方付款方由客户指定，与公司不存在任何关联关系，公司亦未与第三方付款方发生交易，付款方在付款时不会也无需与公司沟通，公司无付款方的联系方式，难以要求付款方向公司出具代付证明。公司境外销售信用政策原则为先款后货，公司根据内控制度严格验证、核实境外客户提供的付款银行回单及声明确认函信息，确认无误后发货，公司亦不存在第三方回款导致的货物或货款归属等纠纷。

境外第三方付款及发行人内控措施具体情况如下：

①境外客户如通过第三方付款，则要求其向公司提供第三方付款给公司的银行回单。

银行回单上详细列示付款日期、付款方及账户信息、收款方及账户信息、付款金额、备注信息等。公司销售人员根据客户提供的银行回单向财务部门确认是否收到款项，并对该款项进行认领归集到相关客户回款。客户提供的第三方付款后的银行回单，并确认该笔付款为其对应合同的付款，该情形已事实验证客户通过第三方向公司支付款项真实性。

②同时公司要求客户提供第三方付款的声明确认函。

公司境外客户在声明确认函中确认付款方、付款金额、付款日期、第三方付款原因、与付款方的关系以及第三方代付行为真实有效，委托付款是公司客户与第三方付款方的真实意思表现，不存在争议和纠纷或潜在的争议和纠纷，公司客户及第三方付款方与公司之间不存在任何关联关系或其他利益安排。

③公司境外销售信用政策原则为先款后货，未曾发生因第三方回款导致纠纷的情形。

公司境外销售信用政策原则为先款后货，公司境外客户付款给公司并经公司确认无误后发货。公司经营外贸业务多年，不存在第三方付款方要求公司履行发货义务的情形，未曾发生因第三方回款导致纠纷的情形。

综上，第三方付款给公司的银行回单及第三方付款声明确认函可作为第三方代付的证明资料。第三方付款方与客户为资金往来关系，第三方付款完成后给予客户银行回单，第三方付款方与公司不存在任何权利义务关系，公司难以要求第三方付款方向公司出具其他代付证明资料。

3、具体影响

（1）公司已制定了关于第三方回款的内控措施并有效执行，该等第三方回款具有可验证性，不影响销售循环内部控制有效性的认定，对内控制度有效性不存在重大不利影响。

境内地方财政支付中心代政府事业单位付款时一般会备注具体的项目名称，公司收款的银行回单上会显示该备注的项目名称信息，该项目名称可与公司的销售合同进行对应，同时付款金额及付款进度可与相关合同进行匹配。同时，公司在收款前会向客户申请付款，收款后会与客户进行确认。

境外第三方付款方向公司付款后，将付款的银行回单给境外客户，境外客户再将此银行回单发给公司业务员，公司业务员据此到财务认领款项，同时境外客户向公司提供第三方付款声明确认函，确认付款事项。第三方付款方的银行回单以及第三方付款声明确认函可有效确认代付关系。

公司目前关于第三方代付事实的控制措施能够保证公司运行效率、合法合规性和财务报告的可靠性，公司相关内部控制有效。

（2）未取得第三方提供的代付证明不违反法律法规强制性、禁止性规定及买卖双方约定，不构成违法违规，不存在被处罚的情形或风险

《民法典》第五百二十三条规定:“当事人约定由第三人向债权人履行债务，第三人不履行债务或者履行债务不符合约定的，债务人应当向债权人承担违约责任”，根据上述规定，合同双方可以约定由第三人向债权人履行债务，当第三人不履行债务或者履行债务不符合约定情形发生时，债务人则应当向债权人承担违约责任；

《民法典》第四百六十五条规定，“依法成立的合同，仅对当事人具有法律约束力”，第九百一十九条规定，“委托合同是委托人和受托人约定，由受托人处理委托人事务的合同”，根据上述规定，公司与客户之间成立买卖合同关系，双方约定由第三方代付合同价款的，第三方并未加入买卖合同，并未成为买卖合同当事人；代付第三方与价款支付义务方成立委托合同法律关系，收款方/债权人亦并非委托合同当事人。买卖合同双方货款交易无需取得第三方确认。

基于上述法律规定，公司该类交易系基于双方真实意思表示，该等情形不违反法律法规强制性、禁止性规定及双方约定，不构成违法违规，不存在被处罚情形或风险，不存在被处罚的情形或风险。

（3）公司与第三方付款方未发生过纠纷

公司与第三方付款方不直接沟通交流，无相关联系方式，也未发生过交易，公司既往发生的第三方付款，不存在第三方付款向公司提出发货要求的情形，也未发生过向第三方付款方退还资金的情形，且未发生过相关纠纷。

（4）公司部分客户通过第三方向公司支付款项具有商业合理性，公司不存在体外资金循环的情形

公司部分客户因地方财政结算要求、外汇管制或付款便利等原因通过第三方向公司支付款项，此情形在政府事业单位交易以及境外贸易中较为普遍，具有商业合理性。公司不存在向第三方付款方支付货款情形，亦未与第三方付款方产生任何交易，同时公司的关联单位及关联个人也不存在与第三方付款方存在任何资金往来或交易。公司与第三方付款方不存在任何关联关系及利益安排。

4、整改措施

公司加强与客户日常沟通，通过客户提供第三方付款声明确认函、客户提供的第三方付款的银行回单、第三方付款的银行单据上备注的交易信息（如项目名称、PI 信息、代客户付款等）、业务人员与客户的沟通记录、向客户申请付款的单据、相关合同的结算金额匹配情况、第三方付款方是否与公司进行沟通等多维度保存资料，证明客户通过第三方付款给公司的事实，避免出现因第三方付款产生纠纷的情形。

（三）部分销售的物流单据留存不足，外购配套产品由供应商直接发货给客户，公司未收集相关物流信息，未编制模拟出入库单据

1、基本情况

（1）关于部分销售的物流单据留存不足

根据内部管理要求，公司委托物流服务商提供物流运输时，需收集物流凭据并准确登记物流信息。2021 年-2023 年度销售物流凭据缺失涉及的收入金额分别为 32.49 万元、20.49 万元、3.49 万元，占收入的比例分别为 0.12%、0.06%、0.01%。因物流单据档案保管不完整或归档不及时无物流记录匹配的销售收入均无大额应收账款，并采用先款后货的结算方式，公司已收取销售货款。

（2）关于外购配套产品由供应商直接发货给客户，公司未收集相关物流信

息的相关情况

通常情况下，公司为了保证系统集成项目实施周期满足合同约定或客户需求以及减少外购配套产品先发货至公司再转运至项目现场期间内多次货物流转存在的运输风险，会要求配套件供应商将外购配套产品直接发往系统集成项目现场。配套件供应商供应的配套件作为系统集成项目的组成部分，公司按照系统集成项目整体经过客户验收后确认收入，而非配套件供应商把货物交接给客户后即确认收入。

对于此类情形，为了确保配套件供应商能够基于公司指令发货，且货物运抵项目现场后能够满足合同约定及系统集成项目的需求，目前公司设置了相应的内部控制流程，具体如下：①公司向配套件供应商提出发货指令要求，配套件供应商按照公司提供的收件信息完成发货；②公司负责该系统集成项目的人员对配套件供应商送货的到货情况进行确认；③公司与客户对项目现场进度情况实时跟踪；④客户对项目进度予以确认后按进度支付款项；⑤客户在对项目进行整体验收时包含对配套件验收。

报告期内，公司严格按照上述内部控制流程执行，未发生与外购配套产品相关的合同或业务纠纷。2021 年-2023 年度公司已确认到货情况但未收集到配套件供应商直发项目现场的物流单据所对应的合同分项报价不含税金额分别为 1,852.71 万元、1,670.21 万元、1,144.32 万元，占收入的比例分别为 7.04%、4.99%、2.78%。

（3）关于外购配套产品出入库单据编制等财务核算情况

报告期内，公司在客户收到配套件供应商直发项目现场的配套件后在 ERP 财务系统进行材料入库处理，并编制入库单，并根据入库单归集相应的存货-原材料及应付账款，同时基于货物到货情况在系统进行出库处理，并编制出库单，根据出库情况增加存货-发出商品，减少存货-原材料。公司外购配套产品在财务系统中已编制了相应的出入库单据用于财务核算。

配套件供应商将配套件运往项目现场后经项目现场实施人员确认后公司再办理配套件的入库及出库，而非在向配套件供应商下达发货指令时办理入库，可

有效避免配套件供应商货物不满足要求但公司已办理出入库虚增存货及应付账款的情形。报告期内，公司在与配套件供应商签订的合同中约定货物运输及相关运输费用的结算均由供方承担，公司在配套件供应商完成合同交付义务并经现场人员确认后办理配套件出入库的方式符合合同约定及实际情况，财务核算能够如实反映公司的配套件采购及发货情况。

2、相关事项原因

（1）关于少部分销售的物流单据留存不足的原因

报告期内，由于公司产品规格型号种类繁多，产品出库频繁，因员工个人失误及工作重视程度不足出现少部分物流单据档案保管不完整或归档不及时进而导致物流凭据缺失的情形，公司已实际完成出库并向物流服务商支付了物流费。

（2）关于外购配套产品由供应商直接发货给客户，公司未收集相关物流信息的相关情况的原因

公司配套件供应商作为供应商，根据公司指令发货到项目现场，配套件供应商送货目的地由公司确定，公司内部控制管控重点为货物的实际交割及验收环节，而非配套件供应商发货到现场的物流信息。配套件在运输过程中以及运达项目现场并完成交接前，毁损灭失风险均由配套件供应商承担。配套件供应商直发项目的物流单据为物流服务商与配套件供应商的运费结算及财务记账单据，而非公司与配套件供应商或物流服务商的业务单据。

如同其他供应商采购管理，公司设置了内部控制流程，公司及客户的项目实施人员确认配套件供应商的货物送达情况及实施跟踪项目进展情况。

配套件供应商发货的物流信息不属于采购环节的重点风险管控点，且根据与配套件供应商的采购合同，通常约定货物运输及相关运输费用的结算均由供方承担，公司在配套件供应商完成合同交付义务并经现场人员确认后办理配套件出入库的方式符合合同约定及实际情况，未额外收集配套件供应商的发货物流信息不影响配套件的财务核算，亦不影响公司的采购及销售核算。

3、相关事项的具体影响

（1）上述情形对内控制度有效性不构成重大不利影响

报告期内，公司按规定应留存的物流凭据缺失所涉及的收入金额进一步降低，占营业收入比例极低，且相关业务均已履约完成并收回合同款项，不会对公司经营管理及财务报表产生重大影响，对公司内控制度有效性不构成重大不利影响。

公司以实际收到的配套件供应商货物情况办理入库登记，未收集配套件供应商的发货物流信息，不影响配套件的采购入库核算。配套件供应商供应的配套件作为系统集成项目的组成部分，系统集成项目的客户主要为政府事业单位，系统集成项目客户对项目整体进行验收，包含了配套件，故未收集配套件供应商的发货物流信息，不影响配套件对应的系统集成项目销售核算。前述情形不会对公司经营管理及财务报表产生重大影响，对公司内控制度有效性不构成重大不利影响。

（2）上述情形不构成重大违法违规，不存在被处罚情形或风险

少部分销售物流单据未留存不违反法律法规，属于公司内部管理问题，不存在被外部单位处罚情形或风险。

配套件供应商发货的物流单据属于供应商的核算单据，配套件供应商负责送货，公司签收配套件供应商产品后风险转移至公司。公司未获取配套件供应商的送货物流单据未违反法律法规，不存在被外部单位处罚情形或风险。

（3）上述情形对应的采购付款正常，不存在体外资金循环的情形

少部分销售物流单据未留存对应的销售收入均无大额应收账款，并采用先款后货的结算方式。公司除收到上述客户支付的销售款项外，不存在向相关客户及其关联方支付款项的情形。同时公司的关联公司及关联个人也不存在与上述客户存在交易或资金往来的情形。

配套件供应商发货到系统集成项目现场，对应的公司客户为广电局、融媒体中心、宣传部等政府事业单位，政府事业单位在系统集成项目完工后对整体进行验收，包含配套件供应商的产品。上述政府事业单位客户回款正常，公司通过公司银行账户向配套件供应商支付款项，支付采购款正常。公司除向上述配套件供应商支付采购款项外，不存在向配套件供应商及其关联方收支其他款项的情形。同时公司的关联公司及关联个人也不存在与上述配套件供应商存在交易或资金

往来的情形。

4、相关整改措施

公司加强对业务人员的培训与管理，要求业务人员及时登记物流信息并归档物流运输单据，同时加强复核工作。

虽然公司基于内部控制制度相关规定、配套件采购合同约定等情况已完整核算配套件的出入库情况，但为了进一步加强对直发项目现场的配套件的管理，公司于 2024 年 1 月 1 日起要求供应商配合提供与配套件运输相关的物流单据，并及时登记相关物流信息。

二、是否仍然属于前次申报所涉内控不规范问题，对发行人财务相关内部控制建立健全及内控不规范情形整改有效性是否构成不利影响。

前述内控瑕疵不属于前次申报所涉内控不规范问题，前述内控瑕疵对发行人财务相关内部控制建立健全及内控不规范情形整改有效性不构成重大不利影响。

前述内控瑕疵不影响公司运行效率、合法合规性和财务报告可靠性，不构成销售、采购等重要业务循环中的财务内控重大缺陷。前述内控瑕疵产生均有合理原因，与公司实际业务相匹配，公司实际控制住了内控风险。内部控制的目标为合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实完整，提高经营效率和效果、促进企业实现发展战略。

公司建立的内部控制制度与公司实际情况相匹配，设立内部控制的目的是预防及管控公司实际经营过程中的相关风险。公司按照《企业内部控制基本规范》原则建立内控制度，根据《企业内部控制基本规范》第四条规定企业建立与实施内部控制，应当遵循下列原则：

（1）全面性原则：内部控制应当贯穿决策、执行和监督全过程，覆盖企业及其所属单位的各种业务和事项。

（2）重要性原则：内部控制应当在全面控制的基础上，关注重要业务事项和高风险领域。

（3）制衡性原则：内部控制应当在治理结构、机构设置及权责分配、业务

流程等方面形成相互制约、相互监督，同时兼顾运营效率。

（4）适应性原则：内部控制应当与企业经营规模、业务范围、竞争状况和风险水平等相适应，并随着情况的变化及时加以调整。

（5）成本效益原则：内部控制应当权衡实施成本与预期效益，以适当的成本实现有效控制。

前述内控瑕疵未影响公司财务核算的真实性、完整性，且未对公司相关业务循环内部控制运行有效性产生重大影响，未导致公司内部控制偏离控制目标。采用上述合同及验收单据形式能够使公司内部控制制度合理保证公司运行效率，降低经营成本，提升客户满意度，提高经营效率和效果。

【申报会计师核查意见】

一、请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见

（一）关于部分销售合同、验收单据为复印件或扫描件

1、核查程序

（1）检查发行人整改前的销售合同及验收单据为复印件或扫描件的明细，查看相关客户是否集中、合同签订日期及收入确认日期是否异常、合同金额及收入确认金额是否异常、收入确认是否集中；

（2）检查上述销售合同及验收单据对应的销售收入明细，检查销售的产品是否为发行人日常销售的产品、销售单价是否明显异常；

（3）检查上述销售合同及验收单据对应的客户是否与发行人及其关联方存在关联关系；

（4）通过对发行人主要股东、董监高、关键员工的流水核查，查看是否存在与上述合同及验收单据对应客户及其主要人员存在资金往来；

（5）检查上述合同及验收单据对应的销售回款情况，是否存在大额应收账款，是否存在第三方回款，回款是否真实；

（6）对上述销售合同及验收单据对应的交易核实物流信息，检查实际发货

情况，对提供物流服务的单位进行函证，确认相关物流是否真实发生，是否已实际完成交货；

（7）对上述销售合同对应的主要客户与发行人的交易往来进行函证，确认交易金额的真实性及准确性；

（8）对上述销售合同对应的主要客户进行访谈，访谈了解业务往来情况、关联关系及利益安排、纠纷诉讼等。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人存在部分销售合同为扫描件或复印件的情形，合同双方已实际履行合同义务且对方予以接受，相关合同具有法律效力，签订形式符合发行人实际经营情况，且已通过先款后货的结算方式控制交易风险，相关交易真实发生。发行人获取的部分验收单据为扫描件形式具有合理性，发行人与相关客户交易真实发生，不存在大额应收账款。

上述情形对发行人内控制度有效性不构成重大不利影响，未违反法律法规，不存在被处罚的情形，亦不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩。发行人已积极进一步完善相关内部控制制度并在日常交易过程中要求客户提供盖章原件。

（二）关于第三方回款代付证明

1、核查程序

（1）将发行人销售回款明细与银行回单、银行对账单进行对比，整理出第三方回款明细，并与发行人提供的第三方回款明细进行核对，核查第三方回款统计的完整性以及销售回款的真实性；针对境内第三方回款，重点查看其实际回款方的名称、性质，确认主要为地方财政支付中心统一拨付。

（2）检查境外第三方付款的委托付款声明函，核实第三方回款的交易背景、形成原因等。

（3）检查涉及第三方回款的相关客户向发行人提供的第三方付款的银行回

单以及发行人收到第三方付款的银行回单。

（4）检查日常交易沟通记录。通过检查发行人业务员与客户的日常沟通记录可有效证明收入的真实性，申报会计师核查了发行人与涉及第三方回款的客户下单沟通记录。

（5）对主要境外第三方回款进行函证，函证第三方回款金额、关系及原因以及确认相关客户及第三方付款方与发行人不存在关联关系及不存在纠纷。

（6）对主要第三方回款相关客户进行访谈，了解第三方回款产生的原因以及交易的真实性，是否存在关联关系及其他利益安排，是否存在因第三方回款导致的货款归属纠纷的情形。

（7）关联关系核查：①向中国出口信用保险公司获取主要第三方回款对应的客户及第三方付款方的资信报告，了解其基本信息、股东及主要人员信息、成立时间、注册资本、等信息，进一步核实其是否与发行人及其关联方存在关联关系；②将报告期内所有涉及第三方回款的客户、付款方、资信报告上列示的股东及其他人员、日常交易主要联系人员与发行人的关联方清单、董监高关联关系调查表、员工花名册进行逐一核对，查看是否存在关联关系；③取得主要客户出具无关联关系确认声明。

（8）检查发行人及其主要股东、董事、监事及高级管理人员等主要人员的银行账户资金流水。经核查，发行人及其主要股东、董监高等人员与境外客户及第三方付款方不存在资金往来。

（9）检查境外开立账户情形。通过核查发行人及其主要股东、董事、监事及高级管理人员等出具的银行账户开立情况承诺、银行账户资金流水明细、银行账户清单，发行人及其主要股东、董事、监事及高级管理人员不存在境外开立账户的情形。

（10）查阅国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、天眼查、百度、发行人住所地的相关政府部门网站等公开信息网站等，报告期内不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人未获取第三方提供的代付证明原因具有合理性，该等第三方回款具有可验证性，发行人根据客户提供的第三方付款声明确认函、第三方付款的银行回单、发行人与客户就付款的沟通确认、付款金额及进度与相关合同的匹配等情形可以确认第三方代付行为。该情形对发行人内控制度有效性不构成重大不利影响，未违反法律法规，不存在被处罚的情形，亦不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩。

（三）关于部分销售的物流单据留存不足，外购配套产品由供应商直接发货给客户，公司未收集相关物流信息，未编制模拟出入库单据

1、核查程序

（1）对物流单据留存不足的销售收入执行收入细节测试，获取合同或订单、出库单、到货验收单、发票等原始凭据，核查收入确认依据的充分性、完整性；

（2）对物流单据留存不足的销售收入所涉及的销售回款情况进行核查，与账面回款记录进行核对，检查回款单位与客户单位名称是否一致，回款金额及回款时间是否与发行人记录相符，核查客户回款的真实性和回款金额的准确性；

（3）检查物流单据留存不足的销售收入对应的应收账款，确认不存在大额应收账款；

（4）对配套件直发项目现场对应的主要客户及配套件供应商实施函证程序，函证交易额及往来余额，验证交易的真实性及准确性；

（5）对配套件直发项目现场涉及的主要客户及配套件供应商进行访谈，了解客户基本情况、业务合作情况、产品使用情况、关联关系及利益安排、纠纷及诉讼情况等事项，确认交易的真实性；

（6）对配套件直发项目现场涉及的主要客户抽样执行收入细节测试，检查核查与收入确认相关的合同或订单、出库单、到货单、验收报告、验收单等凭据，确认收入是否有依据支撑确认依据的充分性、完整性；

（7）对配套件直发项目现场涉及的主要客户核查销售回款情况，获取销售回款的银行回单，并与账面回款记录进行核对，检查回款单位与销售合同订单中的客户名称是否一致，回款金额及回款时间是否与发行人记录相符，核查客户回

款的真实性和回款金额的准确性；

（8）配套件直发项目现场涉及的客户主要为广电局、宣传部、融媒体中心等政府事业单位，检查应收账款回款无异常；

（9）检查配套件直发项目现场的入库单明细表及出库单明细表；

（10）检查发行人及其主要股东、董事、监事及高级管理人员等主要人员的银行账户资金流水，查看发行人及其主要股东、董监高等人员是否向上述情形对应供应商、客户存在异常付款的情形。

2、核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，物流凭据缺失所涉及的收入金额进一步降低，占营业收入比例极低，且相关业务均已履约完成并收回合同款项，不会对发行人经营管理及财务报表产生重大影响。

发行人以配套件实际到货情况办理入库及出库登记，并编制出入库单据，未收集配套件供应商的发货物流信息不影响配套件采购入库的及时性及财务核算的准确性。

上述情形对发行人内控制度有效性不构成重大不利影响，未违反法律法规，不存在被处罚的情形，亦不存在通过体外资金循环粉饰业绩或虚构业绩。发行人已积极整改，加强对物流凭据的管理以及要求配套件供应商提供发货物流单据。

二、结合对资金流水核查的具体核查情况和核查结论，对报告期内内控不规范事项的整改情况、相关财务内部控制措施的有效性进行补充说明

（一）对资金流水核查的具体核查情况和核查结论

详见本回复之“问题 9”之“9-4 现金分红及资金流水核查情况”。发行人不存在转贷、与关联方或第三方的资金拆借行为、通过关联方或第三方收付款项、个人账户、出借公司账户、大额现金收支、挪用资金、关联方资金占用等资金管理内控缺陷的情形。

（二）对报告期内内控不规范事项的整改情况、相关财务内部控制措施的有效性进行补充说明

1、关于发行人销售与采购业务循环中存在的内控瑕疵。针对发行人存在的少部分合同签字人签字日期缺失、部分单据的制单人和审核人为同一人等销售与采购内控瑕疵，发行人已于 2022 年 3 月进行了相关整改，严格规范合同签订要求以及完善内部流程及 ERP 系统单据审批流程，相关整改已到位并有效执行。针对部分销售合同及验收单据为复印件或扫描件、销售物流单据少部分缺失、未收集配套件供应商物流信息等内控瑕疵，发行人已于 2024 年 1 月 1 日起加强管理：日常销售要求客户提供销售合同及验收单据原件；妥善保管物流单据并及时登记物流信息及要求配套件供应商提供物流信息等。上述内控瑕疵对发行人不存在后续影响，不存在重大风险隐患，亦不影响发行人合法合规性和财务报告的可靠性。

发行人存在少部分合同签字人签字日期缺失、制单人和审核人为同一人、部分销售合同及验收单据为复印件或扫描件、销售物流单据少部分缺失等内控瑕疵，上述内控瑕疵未对关键业务环节内部控制运行有效性产生重大影响，发行人与财务报告相关的内部控制在所有重大方面设计及运行有效，发行人不存在因上述内部控制瑕疵调整财务数据的情形，不会导致财务报表发生重大错报，不属于财务内控重大缺陷。

2、关于发行人曾存在使用未备案公章情形，涉及 2021 年销售合同金额 52.60 万元，金额较小并收取货款履行完毕，发行人已于 2022 年 3 月对使用未备案公章情形进行了彻底整改规范。发行人使用未备案公章不违反现行有效的法律或行政法规的禁止性规定，不存在因使用未备案公章而受到行政处罚等法律风险；发行人已确认相关业务合同的真实性及有效性，相关合同均已履行完毕并收回相关销售款项。发行人未因使用未备案公章而受到过公安机关的行政处罚的情形，亦不存在因使用未备案公章而导致与相关客户、供应商等产生（潜在）争议、纠纷以及诉讼、仲裁的情形。成都市公安局武侯区分局于 2023 年 5 月 6 日出具了《关于成都德芯数字科技股份有限公司使用未备案公章的意见》：成都德芯数字科技股份有限公司刻制本公司印章的行为在六个月内未被公安机关发现，目前也未发

现因违规刻制印章引发的刑事、行政案件。发行人违规刻制印章行为，情节轻微，公安机关依法不再对其处罚。

3、根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》“2-10 财务内控不规范情形”相关规定对发行人财务内控规范性进行梳理：

序号	指引规定的财务内控不规范情形	发行人是否存在相关情形
1	无真实业务支持情况下，通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道	发行人报告期内不存在银行借款，不存在转贷行为
2	向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现获取银行融资	发行人报告期内不存在开具商业票据的情形
3	与关联方或第三方直接进行资金拆借	经核查发行人的单位及个人的往来余额表，发行人报告期内不存在与关联方或第三方存在资金拆借的情形。
4	频繁通过关联方或第三方收付款项，金额较大且缺乏商业合理性	发行人报告期内收付款均通过发行人银行账户予以收支，不存在通过发行人的关联方或第三方收付款项的情形。
5	利用个人账户对外收付款项	发行人报告期内不存在通过个人账户收付款项的情形，发行人的收付款均需通过发行人账户予以收支。
6	出借公司账户为他人收付款项	发行人账户均为发行人专用，不存在出借公司账户的情形。
7	违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金收支、挪用资金	发行人报告期内对外支付大额款项主要为向供应商支付货款的情形，不存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项的情形。发行人报告期内不存在大额现金收支的情形，报告期内大额收支均通过银行转账。发行人报告期内不存在挪用资金的情形。
8	被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金	报告期内发行人不存在被关联方以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用资金的情形。
9	票据与印章管理不规范	发行人对收到的票据建立台账管理，票据保管及使用严格，管理规范。发行人印章保管和使用管理规范，发行人印章使用需履行严格审批流程。发行人曾存在前述使用未备案公章情形，已进行整改规范。
10	会计账簿及凭证管理不规范，存在账外账	发行人报告期内不存在账外账的情形，会计账簿及凭证管理规范。
11	在销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中存在财务内控重大	发行人报告期内销售、采购、研发、存货管理等重要业务循环中不存在财务内控重大缺陷。

序号	指引规定的财务内控不规范情形	发行人是否存在相关情形
	缺陷	

综上所述，发行人已按照《企业内部控制基本规范》的相关规定建立并保持了健全、有效的内部控制，于 **2025 年 12 月 31 日**在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

问题 7.长账龄应收账款可回收性

根据申请文件，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 2,081.92 万元、1,836.62 万元和 9,290.76 万元，占当期期末流动资产的比例分别为 6.26%、3.81%和 16.99%，其中 2023 年末应收账款账面余额明显增加主要为公司向中广电设计研究院提供的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目产生的应收账款。报告期内单独进行减值测试的应收款项减值准备转回 53.55 万元。

请发行人：（1）说明合作方广电研究院股权结构、经营情况、业务开展情况、与发行人合作背景，并说明地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目销售回款是否正常。（2）说明单项计提坏账的应收账款的背景，结合各类客户销售政策、结算周期、经营财务状况是否恶化等因素进一步分析长账龄应收账款及长期应收款的可回收性及回收计划，是否存在其他应单项计提减值准备的情况，报告期内应收账款减值准备计提是否充分。（3）提供长账龄应收账款及长期应收款的交易对方名称、交易内容、账龄、减值准备计提情况及是否为关联交易。

请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见，说明对发行人应收账款坏账计提充分性的具体核查方法、核查过程、核查证据和核查结论。

【回复】

【发行人说明】

一、说明合作方广电研究院股权结构、经营情况、业务开展情况、与发行人合作背景，并说明地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目销售回款是否正常

（一）说明合作方广电研究院股权结构、经营情况、业务开展情况、与发行人合作背景

关于合作方广电研究院股权结构、经营情况、业务开展情况、与发行人合作背景详见本回复之“问题 2”之“2-1 公司报告期内数字电视业务可持续性”之“二、（一）‘地面数字电视 700 兆赫频率迁移’系统集成项目的合作方基本情况、订单获取方式、合作背景及合作是否可持续”相关回复内容。

（二）说明地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目销售回款是否正常

关于地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目销售回款是否正常情况详见本回复之“问题 2”之“2-1 公司报告期内数字电视业务可持续性”之“二、（二）说明该项目实施及回款情况，是否存在超信用期未收回情形，是否存在坏账迹象，坏账准备计提是否充分”相关回复内容。

二、说明单项计提坏账的应收账款的背景，结合各类客户销售政策、结算周期、经营财务状况是否恶化等因素进一步分析长账龄应收账款及长期应收款的可回收性及回收计划，是否存在其他应单项计提减值准备的情况，报告期内应收账款减值准备计提是否充分

（一）说明单项计提坏账的应收账款的背景

报告期各期末，公司单项计提坏账准备的应收账款未发生变化，具体如下：

单位：万元

名称	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	计提理由
商河广电传媒有限公司	62.00	62.00	100.00	预计无法收回
陕西科信达建设工程有限公司	2.80	2.80	100.00	预计无法收回
中国广电四川网络股份有限公司三台县分公司	1.00	1.00	100.00	预计无法收回
珙县文化广播电视和旅游局	0.06	0.06	100.00	预计无法收回
合计	**65.86**	**65.86**	**100.00**	——

上述单项计提坏账准备的应收账款主要形成于报告期外，系历史遗留应收合同款项，2011 年-2012 年期间，公司与相关单位的交易主要以实施数字电视系统项目以及销售数字电视软硬件一体设备为主，公司于 2015 年末判断相关应收账款预计无法收回，全额计提坏账准备。

（二）结合各类客户销售政策、结算周期、经营财务状况是否恶化等因素进一步分析长账龄应收账款及长期应收款的可回收性及回收计划，是否存在其他应单项计提减值准备的情况

1、公司各类客户销售政策

报告期内，在集成商销售模式下，公司主要采用先款后货的结算方式，对于

少数优质客户，公司会给予一定的信用期及信用额度；在直接销售模式下，公司客户主要为各地广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等政府部门、事业单位及国有企业或大型科研院所、医疗及工业制造领域设备商，公司主要通过招投标方式获取订单并按照招投标文件及相应合同的约定分阶段收款结算，仅少数零星销售采用先款后货的方式结算。因此，公司应收账款余额主要来自政府部门、事业单位、国有企业或其他优质客户，其信用状况良好，由此产生坏账的风险较低。

2、长账龄应收账款情况

报告期内，公司不存在长期应收款，虽然公司会给予少数优质客户一定的信用账期、与部分客户合同约定为分阶段收款结算，但信用账期及合同约定的结算周期通常不会超过 1 年，故公司将 1 年以上的应收账款认定为长账龄应收账款。

报告期各期末，公司长账龄应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**3,953.32**	**47.96%**	3,776.92	43.99%	9,242.29	90.82%
1 年以上小计	**4,290.41**	**52.04%**	**4,809.47**	**56.01%**	**934.68**	**9.18%**
其中：1-2 年	**2,215.84**	**26.88%**	4,151.03	48.34%	307.97	3.03%
2-3 年	**1,459.33**	**17.70%**	95.70	1.11%	168.90	1.66%
3-4 年	**94.01**	**1.14%**	175.94	2.05%	126.68	1.24%
4-5 年	**165.94**	**2.01%**	117.40	1.37%	174.73	1.72%
5 年以上	**355.29**	**4.31%**	269.41	3.14%	156.39	1.54%
合计	**8,243.74**	**100.00%**	**8,586.39**	**100.00%**	**10,176.97**	**100.00%**

如上表所示，报告期各期末，公司长账龄应收账款占比分别为 9.18%、56.01%、**52.04%**，呈波动趋势，2024 年末账龄 1 年以上的应收账款占比较高主要系受中广电设计研究院尚未支付项目尾款所致，**相关应收账款已于 2025 年收回**。

报告期内，公司账龄 1 年以上的应收账款主要集中于政府部门、事业单位、国有企业等类型客户，主要系部分客户受资金预算及支付计划安排、下游或终端客户回款情况等因素影响，支付进度较为缓慢。

3、结合各类客户销售政策、结算周期、经营财务状况是否恶化等因素进一步分析长账龄应收账款及长期应收款的可回收性及回收计划

截至 **2025 年 12 月 31 日**，公司不存在长期应收款，长账龄应收账款前五大客户销售政策、结算周期、经营财务状况等情况如下：

单位：万元

客户名称	应收账款账龄 1 年以上金额	占账龄 1 年以上应收账款总额比例	销售政策	主要合同结算周期	经营财务状况	可收回性及回收计划
贵州省广播电视信息网络股份有限公司	**1,095.23**	**25.53%**	按合同约定分阶段收款	1、初验合格 2 个月后 10 个工作日内支付 30%； 2、终验合格 3 个月后 10 个工作日内支付 40%； 3、终验合格 12 个月后 10 个工作日内支付 25%； 4、质保期 36 个月满后 10 个工作日内支付 5%	正常经营	**正常催收回款，2025 年度及期后均收回部分款项**
中国共产党广南县委员会宣传部	**754.93**	**17.60%**	按合同约定分阶段收款	本项目合同总价为人民币 866.2950 万元,根据广政复(2023)301 号文件批复，资金来源为县级自筹。由第三方(中标公司)垫支的形式开展建设，项目竣工验收合格后,甲方分四个年度支付乙方工程款,支付方式为:2024 年支付 210 万元；2025 支付 210 万元；2026 支付 210 万元；2027 支付 236.295 万元。	正常经营	**正常催收回款，2025 年度已收回部分款项**
兴安县文化广电体育和旅游局	298.40	**6.96%**	按合同约定分阶段收款	设备安装调试完毕，经采购人验收合格后 15 个工作日内，采购人向中标人支付合同总金额的 95%，余下的 5%待质保期满后 15 个工作日内，采购人向中标人支付至合同总金额的 100%。	正常经营	**正常催收回款，2025 年度已收回部分款项**

客户名称	应收账款账龄1年以上金额	占账龄1年以上应收账款总额比例	销售政策	主要合同结算周期	经营财务状况	可收回性及回收计划
中国共产党云县委员会宣传部	**217.15**	**5.06%**	**按合同约定分阶段收款**	**1、本合同签订后，甲方在十五日内向乙方支付合同总金额的30%人民币，作为项目的施工启动资金； 2、工程项目进度达到60%，甲方在十五日内向乙方支付合同总金额的30%人民币，作为项目的施工进度款； 3、乙方按照合同内容完成项目安装、调试正常运行，项目经省广播电视局验收合格，并出具工程项目验收报告单、发票等，甲方向乙方支付剩余合同金额。**	**正常经营**	**正常催收回款，2025年度已收回部分款项**
昆明发定通商贸有限公司	**206.04**	**4.80%**	给予一定的信用期	款到发货。	正常经营	**正常催收回款，2025年度及期后均收回部分款项**
合计	**2,571.74**	**59.94%**	——	——	——	——

注1：上表中结算周期为相关客户应收账款主要合同结算条款；

注2：期后回款情况截至**2026年1月31日。**

如上表所示，截至**2025年12月31日**，长账龄应收账款前五大客户均正常经营，其中昆明发定通商贸有限公司系公司优质集成商客户，已与公司合作多年，历史期间回款情况良好，但由于其2023年下半年起分别中标砚山县、孟连县、江城县、云县、澜沧县等云南多个地区的应急广播系统集成项目，项目规模较大，受终端客户回款周期影响，若按照公司与其合同约定的结算周期款到发货执行，则资金支付压力较大，且可能存在未足额支付合同款项导致不能及时发货，进而造成其系统集成项目实施进度受到影响的情形，故其与公司友好协商对相关合同款项进行分阶段结算，公司经综合考虑后在销售政策方面给予昆明发定通商贸有限公司一定的信用期限，**2025年度公司已收到其支付的货款154.63万元**，截至本回复出具日，相关款项正在陆续收回。

除昆明发定通商贸有限公司外，长账龄应收账款前五大客户中其余客户的销售政策及结算周期均为分阶段付款。虽然回款进度受客户资金预算及支付计划安排、下游或终端客户回款情况等因素影响相对缓慢，形成账龄 1 年以上的应收账款，但相关款项均正在陆续收回，不存在合同纠纷。

报告期内，公司已制定《往来款项管理办法》，并按照“责任到人”的基本原则严格落实应收款项的催收和清理责任，持续跟进长账龄应收账款客户的回款情况，对于个别预计无法收回的应收账款已单项计提应收账款坏账准备，长账龄应收账款具有可收回性。

4、不存在其他应单项计提减值准备的情况

报告期内，公司应收账款主要集中于政府部门、事业单位、国有企业等类型客户，客户信用状况良好，应收账款发生坏账的风险较低。对于长账龄应收账款，公司持续关注客户经营状况并积极催收欠款，当存在明显迹象表明债务人预计无法履行还款义务时，公司会对相关应收账款单项计提坏账准备。

综上所述，公司严格执行坏账准备计提政策，不存在其他应单项计提减值准备的情况。

（三）报告期内应收账款减值准备计提是否充分

1、应收账款减值准备计提政策

报告期内，公司根据《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的相关规定，对应收账款采用简化模型计提坏账准备，按照整个存续期预期信用损失的金额计量应收账款损失准备。对于存在客观证据表明存在减值以及其他适用于单项评估的应收账款单独进行减值测试，确认预期信用损失，单项计提减值准备；对于不存在明显减值迹象的应收账款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征将应收账款划分为组合，在组合基础上计算预期信用损失。

公司严格执行上述坏账准备计提政策，如有证据表明某项应收账款的信用风险较大，预计无法收回，本公司对其单独进行测试，以预期信用损失为基础单独计提其坏账准备，具体判断依据包括客户公司破产、回款能力不足、双方产生诉讼等情形。对于划分为组合的应收账款，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，确定不同账龄的坏账计提比例。

报告期内，公司与同行业可比公司按照账龄组合计提坏账准备的应收账款各账龄段计提比例对比如下：

单位：%

账龄	数码视讯	康通电子	图南电子	恒运昌	英杰电气	德芯科技
1 年以内	5.00	5.00	7.13	**5.00%**	**5.00%**	5.00
1-2 年	10.00	10.00	16.57	**15.00%**	**15.00%**	10.00

账龄	数码视讯	康通电子	图南电子	恒运昌	英杰电气	德芯科技
2-3 年	20.00	20.00	29.00	**30.00%**	**30.00%**	20.00
3-4 年	50.00	50.00	52.50	**50.00%**	**50.00%**	50.00
4-5 年	50.00	50.00	84.00	**80.00%**	**80.00%**	80.00
5 年以上	100.00	100.00	100.00	**100.00%**	**100.00%**	100.00

注 1：**上表中图南电子坏账计提比例系**根据其公开披露数据对其各账龄区间的平均坏账计提比例进行计算并列示;

注 2：由于同行业可比公司尚未披露其 2025 年年度报告，故上表中坏账计提比例均取自其 2025 年半年度报告。

如上表所示，公司按照组合计提坏账准备的应收账款计提比例与同行业可比公司基本一致，坏账准备计提比例恰当、合理。

2、应收账款减值准备计提充分

报告期内，公司严格执行坏账准备计提政策，足额计提应收账款坏账准备，与同行业可比公司应收账款整体坏账准备计提比例对比情况列示如下：

单位：%

公司简称	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
数码视讯	-	26.64	27.05
康通电子	-	12.43	13.75
图南电子	-	19.85	13.82
恒运昌		**5.41**	**5.09**
英杰电气		**10.14**	**8.89**
平均数	**-**	**14.89**	**13.72**
德芯科技	**15.12**	**12.51**	**8.71**

注：截至本回复出具日，同行业可比公司尚未披露其**2025 年年度报告**。

如上表，公司 2023 年末应收账款坏账准备整体计提比例较低的原因系公司于2023年度确认向中广电设计研究院提供的“地面数字电视700兆赫频率迁移”系统集成项目收入产生较大金额的应收账款，**相关款项已于 2025 年末全部收回**，剔除上述应收账款及坏账准备影响后，公司 2023 年末应收账款坏账准备整体计提比例为 14.15%，与同行业可比公司康通电子、图南电子基本一致。2024 年末同行业可比公司数码视讯、图南电子应收账款坏账准备计提比例较高，主要系受其客户回款周期影响，账龄较长的应收账款占比较高。

综上所述，报告期内，公司制定了恰当、合理的坏账准备计提政策，应收账款坏账准备整体计提比例与同行业公司具有可比性，应收账款减值准备计提充分。

三、提供长账龄应收账款及长期应收款的交易对方名称、交易内容、账龄、减值准备计提情况及是否为关联交易

报告期各期末，公司长账龄应收账款主要集中于政府部门、事业单位、国有企业等类型客户，不存在长期应收款，主要长账龄应收账款情况如下：

单位：万元

年度	客户名称	客户类型	账龄1年以上金额	占账龄1年以上总额比例（%）	交易内容	坏账金额	坏账计提比例（%）	是否为关联交易
2025.12.31	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	国有企业	1,095.23	25.53	应急广播及数字电视	331.83	25.23	否
	中国共产党广南县委员会宣传部	机关单位	754.93	17.60	应急广播	75.49	10.00	否
	兴安县文化广电体育和旅游局	事业单位	298.40	6.96	应急广播	59.68	20.00	否
	中国共产党云县委员会宣传部	机关单位	217.15	5.06	应急广播	23.16	9.41	否
	昆明发定通商贸有限公司	民营企业	206.04	4.80	应急广播	29.43	12.17	否
	中国广电四川网络股份有限公司南江县分公司	国有企业	197.07	4.59	应急广播	39.41	20.00	否
	湖南有线江永网络有限公司	国有企业	195.50	4.56	应急广播	19.55	10.00	否
	湖南有线永州网络有限公司	国有企业	162.15	3.78	应急广播	16.22	10.00	否
	单县融媒体中心	事业单位	139.98	3.26	应急广播	28.00	20.00	否
	中国共产党永德县委员会宣传部	机关单位	111.18	2.59	应急广播	11.12	10.00	否
	合计	——	3,377.63	78.73	——	633.89	17.31	——
2024.	中广电广播电影电视设计研究院有限公司	国有企业	2,304.87	47.92	数字电视	230.49	10.00	否

年度	客户名称	客户类型	账龄 1 年以上金额	占账龄 1 年以上总额比例（%）	交易内容	坏账金额	坏账计提比例（%）	是否为关联交易
12.31	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	国有企业	938.17	19.51	应急广播及数字电视	193.91	17.30	否
	兴安县文化广电体育和旅游局	事业单位	313.40	6.52	应急广播	31.34	10.00	否
	昆明发定通商贸有限公司	民营企业	224.98	4.68	应急广播	29.28	8.12	否
	中国广电四川网络股份有限公司南江县分公司	国有企业	197.07	4.10	应急广播	19.71	10.00	否
	单县融媒体中心	事业单位	189.98	3.95	应急广播	19.00	10.00	否
	桂东县融媒体中心	事业单位	117.01	2.43	应急广播	11.70	10.00	否
	平邑县融媒体中心	事业单位	90.07	1.87	数字电视	90.07	100.00	否
	商河广电传媒有限公司	国有企业	62.00	1.29	数字电视	62.00	100.00	否
	鹿邑县融媒体中心	事业单位	56.87	1.18	应急广播	11.37	19.99	否
	合计	——	**4,494.42**	**93.45**	——	**698.87**	**14.52**	——
2023.12.31	贵州省广播电视信息网络股份有限公司	国有企业	201.12	21.52	应急广播及数字电视	52.78	26.24	否
	中共师宗县委宣传部	机关单位	116.05	12.42	应急广播	11.61	10.00	否
	平邑县融媒体中心	事业单位	92.07	9.85	数字电视	73.66	80.00	否
	鹿邑县融媒体中心	事业单位	76.90	8.23	应急广播	7.69	10.00	否
	商河广电传媒有限公司	国有企业	62.00	6.63	数字电视	62.00	100.00	否
	北京牡丹电子集团有限责任公司	国有企业	59.56	6.37	应急广播及数字电视	47.65	80.00	否
	安徽智融景和科技有限公司	民营企业	48.17	5.15	应急广播	23.03	47.80	否

年度	客户名称	客户类型	账龄 1 年以上金额	占账龄 1 年以上总额比例（%）	交易内容	坏账金额	坏账计提比例（%）	是否为关联交易
	云南岗林科技有限公司	民营企业	28.93	3.10	应急广播	4.41	7.44	否
	广西广播电视信息网络股份有限公司柳江分公司	国有企业	28.61	3.06	应急广播	2.86	10.00	否
	中睿信数字技术有限公司	国有企业	28.40	3.04	应急广播	2.84	10.00	否
	合计	——	**741.81**	**79.37**	——	**288.52**	**37.37**	——

注：上表中坏账金额及坏账计提比例系公司针对各资产负债表日相关客户应收款项计提坏账准备的整体金额及相关金额占整体应收账款余额比例。

报告期内，公司严格按照坏账计提政策对长账龄应收账款充分计提了坏账准备，不存在因关联交易产生的长账龄应收账款。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、访谈发行人内贸销售部总监及中广电设计研究院，了解其合作背景、业务开展情况及项目回款情况，并通过公开信息查询中广电设计研究院股权结构、经营情况；

2、获取发行人向中广电设计研究院提供的“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目相关的业务资料，结合合同结算条款、期后回款情况分析该项目销售回款是否正常；

3、访谈发行人财务总监、销售部门相关人员，了解发行人各类客户销售政策以及单项计提坏账的应收账款的业务背景；

4、通过访谈发行人销售人员及公开信息查询等途径，了解主要长账龄应收账款客户经营及资信情况、应收账款回收计划，结合相关客户销售政策、结算周期分析长账龄应收账款的可回收性；

5、对发行人应收账款坏账计提充分性的具体核查方法、核查过程、核查证据具体如下：

（1）了解与应收账款日常管理、销售回款相关的关键内部控制，评价并测试相关内部控制设计的合理性、执行的有效性；

（2）获取发行人销售收入明细表、应收账款账龄明细表、回款情况统计表，复核发行人应收账款账龄划分的准确性；

（3）结合发行人应收账款坏账准备计提政策，评价其是否符合《企业会计准则》的相关规定；

（4）对于管理层以单项为基础计量预期信用损失的应收账款，复核管理层计算预期信用损失的依据，包括基于客户的资信情况、历史还款记录以及对未来经济状况的预测等；

（5）对于管理层按照信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款，结合信用风险特征及账龄分析，评价管理层坏账准备计提的合理性，并结合发行人坏账

准备计提政策复核应收账款坏账准备计提的准确性；

（6）结合发行人长账龄应收账款的可收回性及回收计划，分析相关应收账款坏账准备计提是否充分，是否存在其他应单项计提坏账准备的应收账款；

（7）检查应收账款的期后回款情况，分析管理层计提应收账款坏账准备的合理性及充分性；

（8）通过公开信息查询同行业可比公司应收账款坏账准备计提政策、应收账款坏账准备计提情况，对比分析发行人应收账款坏账准备计提是否充分。

6、通过查询长账龄应收账款客户公开信息，核查与发行人及其关联方是否存在关联关系，是否存在因关联交易产生的长账龄应收账款。

二、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人“地面数字电视 700 兆赫频率迁移”系统集成项目回款受客户资金预算及支付计划安排影响有所延后，但**截至 2025 年末，除尚未到期的合同质保金外，与中广电设计研究院根据合同及补充协议约定的剩余应收账款已全额收回**。

2、发行人应收账款坏账准备计提政策符合《企业会计准则》的相关规定，报告期各期末，发行人单项计提坏账的应收账款具有合理背景；发行人长账龄应收账款具有可回收性，不存在其他应单项计提减值准备的情况，报告期内应收账款减值准备计提充分。

3、报告期内，发行人不存在因关联交易产生的长账龄应收账款。

问题 8.采购公允性及成本核算准确性

根据申请文件，（1）报告期内，公司主要原材料包括芯片、配套件、结构件等，直接材料占主营业务成本的比重分别为 76.68%、74.66%和 74.88%，占比较高。（2）报告期内，公司劳务费用金额分别为 1,037.16 万元、1,997.45 万元和 2,135.56 万元，占主营业务成本的比例分别为 8.71%、12.71%和 11.10%。

（1）关于劳务供应商和成本核算。请发行人说明：①按产品/服务类型列示报告期劳务外包合同的主要内容、劳务人员数量、劳务外包人员与发行人员工的平均工资、社保公积金等全部用工成本，进一步说明发行人是否存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形。②上述供应商为发行人提供劳务服务的原因及合理性，是否与劳务供应商的从业背景、人员规模匹配，该等外采劳务是否真实，核算是否准确。③不同项目的外采劳务内容、外采劳务成本占比、外采劳务的单价存在较大差异的原因及合理性，是否同业可比。④是否存在客户指定劳务外包供应商的情形，各期采购金额占比、涉及具体项目、采购定价及公允性，是否符合行业惯例及可比公司平均采购价格。⑤用工实质是否为劳务派遣，劳务用工的合法合规性。

（2）原材料采购价格波动和毛利率合理性。报告期内，芯片、配套件、结构件、模块、印制板等各类原材料采购均价大幅波动。请发行人：①区分原材料说明主要供应商基本情况（名称、成立时间、注册资本、股权结构、主营业务）及采购金额变动的原因；采购定价依据及公允性、数量、金额，市场报价及不同渠道采购单价，原材料采购价格是否公允，是否与同行业一致；以及是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。②结合适当型号、标准将各类产品进行分类，说明细分产品的销售数量、收入、单价、毛利率等情况，结合产品结构、销售单价、销售成本的变动情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变动的原因及合理性。③结合不同项目产品差异、定价机制，说明不同项目之间毛利率差异较大的原因及合理性，结合发行人成本的归集、结转方法，核查说明不同项目的成本核算是否准确、完整。④对于毛利率差异较大的项目，请结合发行人的中标阶段所编制的预算成本及收入，确认其合理性。

请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见。请发行人律师对劳务外包的合法合规性补充核查并发表明确核查意见。

【回复】

【发行人说明】

8-1 关于劳务供应商和成本核算

一、按产品/服务类型列示报告期劳务外包合同的主要内容、劳务人员数量、劳务外包人员与发行人员工的平均工资、社保公积金等全部用工成本，进一步说明发行人是否存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形

（一）按产品/服务类型列示报告期劳务外包合同的主要内容

报告期内，公司劳务外采服务对应的主要产品为系统集成项目，主要的服务类型包括实施基础作业、设备安装和调试等工作等不涉及关键工序或关键技术的部分基础性工作。

公司与劳务供应商签署的劳务服务合同一般涵盖项目实施过程中所需全部劳务服务，未按照不同的劳务类型单独签署劳务合同。

参考公司签署的主要劳务合同，公司劳务外采合同的主要内容如下：

1、应急广播系统集成项目

项目	主要合同内容
服务内容	应急广播系统终端设备的采点、安装、调试、验收等劳务施工项目。
公司（甲方）主要的权利义务	提供项目所需的设备、产品； 负责将货物运至项目现场或项目所在区； 提供技术指导，以协助乙方顺利施工； 对乙方工程实施及验收工作提供必要的协助。
供应商（乙方）主要的权利义务	对工程范围内的工程质量向甲方负责，组织具有经验及能力的熟练工人投入工作； 接受甲方随时检查其设备材料保管、使用情况； 负责收货并转运或搬运至各个乡镇和村施工地点并安装完成； 乙方负责工程安装验收工作，如因乙方施工原因造成不能正常验收，则乙方负责按甲方要求整改，直至验收通过； 乙方负责本工程施工过程中的人员安全及甲方设备安全，乙方应严格注意人员在施工及路途中的安全工作，安全类事故甲方不承担相关责任，由乙方全部负

项目	主要合同内容
	责； 乙方按照甲方设备施工要求正确施工，因乙方不按甲方设备安装施工要求造成甲方设备损坏，则乙方承担设备维修费用；乙方工期约定内完成施工，遵守协议各条款，否则造成的一切经济损失由乙方负责； 乙方必须按照甲方要求规范安装各个点位，每个点位安装完成后完善相关资料； 乙方承担安装过程中的乙方人员差旅费、保险费以及设备二次搬运/转运费等相关费用。

2、数字电视系统集成项目

项目	主要合同内容
服务内容	数字电视覆盖网建设项目的工程施工服务，包括发射机的安装调试工作、相关设备的二次转（搬）运工作、新发射机安装调试等。
公司（甲方）主要的权利义务	对乙方的工程施工进行抽查复核； 甲方应向乙方提供相关的培训； 甲方负责施工过程中相应的配套辅材； 甲方负责运输发射机、滤波器及相关辅材至项目所在地内的各个发射台，项目所在地内的二次转（搬）运由乙方负责。
供应商（乙方）主要的权利义务	乙方应指派足以满足工程施工进度所需的人员参加甲方组织的培训，确保提交的成果符合本协议约定的质量要求； 乙方应自行配备确保工程施工服务工作顺利进行所需的人员、设备、器具、仪器、车辆等； 乙方按协议约定派出能胜任本服务工作需要的相关技术人员，向甲方报送其主要成员名单、工作安排计划等，保质保量按时完成协议约定的工程范围内的业务。在履行协议义务期间，应当按协议约定定期向甲方报告工作进度及完成情况； 乙方负责服务过程中所有工伤及安全类工作，工伤及安全类事故甲方不承担任何责任； 乙方应当认真、勤奋、诚信的提供工程施工服务，对工程施工的质量负责，走线合理美观，安装完成后测试发射效果，相关单据应真实可靠； 乙方应接受甲方的抽查、监督，工程质量有问题需要整改的，负责免费按期整改到位，直至满足要求。

（二）劳务人员数量、劳务外包人员与发行人员工的平均工资、社保公积金等全部用工成本，进一步说明发行人是否存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形

报告期内，公司主要项目的劳务人员的数量和平均日工资与公司员工平均日工资对比如下：

1、2025 年

序号	项目名称	劳务采购总金额（万元）	提供劳务服务的主要供应商名称	劳务人员数量（人）	劳务采购金额（万元）	劳务人员平均日工资（元）	主要项目平均劳务人员日工资（元）	公司员工平均日工资（元）
1	麻城市应急广播体系建设项目	98.02	云上柏易科技有限公司	16	98.02	600	424.00	301.55
2	前郭县应急广播建设项目	44.40	四川砺剑拓展训练服务有限公司	16	44.40	340		
3	**2025 年省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目**	**31.07**	**沈阳文兆网络工程有限公司**	**6**	**31.07**	**380**		
4	**2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程项目**	**43.48**	**沈阳安联网络器材有限公司**	**28**	**42.82**	**400**		
5	**临江市应急广播系统建设项目**	**35.94**	**四川砺剑拓展训练服务有限公司**	**30**	**35.94**	**400**		
合计 a		**252.91**						
主营业务成本中劳务费用总额 b		**318.57**						
占比（a/b）		**79.39%**						

注 1：上表列示为获取到了劳务供应商出具的从事该项目的劳务人员情况说明的主要项目明细，下同；

注 2：主要项目平均劳务人员日工资=已获取的劳务人员平均日工资*劳务人员数量/劳务人员数量之和，下同；

注 3：上表公司员工平均日工资采用的是公司生产部门员工的平均工资、社保公积金等全部用工成本，由于公司未聘用负责项目整体安装调试的员工，考虑到生产工人的人员素质、工作要求、工作强度等方面与劳务人员具有一定的相似性，故选择与公司生产部门员工工资进行比较，下同。

2、2024 年

序号	项目名称	劳务采购总金额(万元)	提供劳务服务的主要供应商名称	劳务人员数量（人）	劳务采购金额（万元）	劳务人员平均日工资（元）	主要项目平均劳务人员日工资（元）	公司员工平均日工资（元）
1	1KW 地面数字广播发射机改频	14.00	新疆华艺信息工程有限公司	8	13.94	400	370.00	289.98
2	广南县自然村应急广播建设项目	111.89	文山盛航建筑工程有限公司	16	19.29	400		
3	济南市槐荫区应急广播系统项目	11.39	山东诚明电子商务有限公司	10	11.39	400		
4	临翔区应急广播项目	28.12	昆明发定通商贸有限公司	25	2.47	400		
5	丘北县应急广播体系建设项目	86.74	昆明发定通商贸有限公司	25	11.46	400		
			文山盛航建筑工程有限公司	30	64.82	400		
6	息烽县应急广播设备采购项目	10.70	贵阳凯诺协诚建筑工程劳务有限公司	6	10.26	300		
7	2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目	403.53	新疆盛中宇电子科技有限公司	120	403.53	345		
合计 a		**666.37**						
主营业务成本中劳务费用总额 b		**1,485.25**						
占比（a/b）		**44.87%**						

3、2023 年

序号	项目名称	劳务采购总金额（万元）	提供劳务服务的主要供应商名称	劳务人员数量（人）	劳务采购金额（万元）	劳务人员平均日工资（元）	主要项目平均劳务人员日工资（元）	公司员工平均日工资（元）
1	安图县应急广播体系建设设备采购项目	45.82	成都安勤科技有限公司	12	45.82	500.00	355.06	280.66
2	丹棱县应急广播系统建设项目	15.50	四川辰鸿电力安装工程有限公司	6	15.50	300.00		
3	富川瑶族自治县应急广播系统采购项目	36.96	广西移联金服科技有限公司	8	23.63	500.00		
4	广东地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目	82.24	南宁科茂电子科技有限责任公司	50	68.82	300.00		
5	广西地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目	689.48	南宁科茂电子科技有限责任公司	36	456.07	300.00		
6	和龙市应急广播体系建设设备采购项目	89.84	四川砺剑拓展训练服务有限公司	10	28.12	500.00		
			四川奇达森科技有限公司	10	32.78	500.00		
7	金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	44.83	南宁科茂电子科技有限责任公司	50	44.56	300.00		
8	青海省互助县应急广播系统建设项目	65.34	青海正盈信息工程有限公司	35	44.67	400.00		
9	陕西地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目	145.14	陕西美林电子有限公司	10	17.28	540.00		
			陕西鑫诺星网电子有限公司	12	57.77	330.00		
10	宜章县应急广播体系项目	25.80	湖南有线宜章网络有限公司	20	24.66	400.00		
11	应急广播省级平台建设及运维项目	82.24	沈阳安联网络器材有限公司	10	81.07	300.00		
12	永新县全域智慧文旅综合指挥系统（应	50.89	福建闽森腾电子科技有限公司	9	17.06	390.00		

序号	项目名称	劳务采购总金额（万元）	提供劳务服务的主要供应商名称	劳务人员数量（人）	劳务采购金额（万元）	劳务人员平均日工资（元）	主要项目平均劳务人员日工资（元）	公司员工平均日工资（元）
	急广播）建设项目（一期）							
13	2023 年兴安县应急广播项目	41.58	广西创雷通信工程有限公司	32	41.58	300.00		
合计 a		**1,415.66**						
主营业务成本中劳务费用总额 b		**2,428.08**						
占比（a/b）		**58.30%**						

公司生产人员员工平均工资低于劳务人员平均工资，主要系项目所在地区一般较为偏远，建设条件相对复杂、工作内容相对艰苦、需求一般临时且存在阶段性，临时性用工日均成本相对公司生产人员较高。**2025 年，**麻城市应急广播体系建设项目的劳务人员平均日工资较高，主要系该项目所有终端设备以及太阳能设备均需现场按要求立杆，加之该项目终端点位较多但施工工期较短，故劳务成本较高。

公司以劳务外采的模式为客户提供服务，主要原因系：（1）考虑到其业务分布范围广，且劳务用工是临时性、阶段性用工，而非持续稳定需求，外采模式能够更加及时响应客户需求；（2）公司实际运营过程中，难以储备足以及时响应各地项目的员工资源，且随项目周期变化，必然会出现人力资源闲置的情况，为避免资源浪费，因此选择劳务外采的模式。

综上所述，公司以劳务外采的模式为客户提供对应劳务，具备合理商业合理性，其用工成本考虑到全国各地工资水平差异和用工成本结构影响，相对劳务成本差异在合理范围内，因此，发行人不存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形。

二、上述供应商为发行人提供劳务服务的原因及合理性，是否与劳务供应商的从业背景、人员规模匹配，该等外采劳务是否真实，核算是否准确

（一）上述供应商为发行人提供劳务服务的原因及合理性

公司系统集成项目地域分布广、项目规模较大，为保证整体项目服务质量、快速响应客户需求、降低运营成本，部分实施基础作业、设备安装、售后响应及巡检等不涉及关键工序或关键技术的部分基础性工作向劳务供应商外采。公司与劳务供应商的合作模式一般为：劳务供应商根据项目的具体情况，自行组织人员开展产品的装卸、运输、安装、维护等工作，相关工作所需的工具、耗材、辅材等由劳务供应商自行购买或由发行人提供。劳务供应商按照约定的时间和质量完成相关工作，公司向劳务供应商支付费用。

不同项目因项目实施具体情况差异服务有所不同，选择公司典型项目，其主要服务内容具体如下：

（1）昌都市深度贫困县应急广播体系建设工程设备采购项目

对于县级平台，建设人员完成服务器、交换机、监控电视墙等设备的组装并进行软件安装与整体功能调试；对于乡镇及村级点位，各建设小组将公司产品及配套件由县库房领出后，运输至各乡镇、村落，与当地村委会等组织沟通协调后，完成适配器、话筒、音柱、喇叭等设备的安装与调试，其中，适配器和话筒等前端设备安装在室内，而音柱和喇叭等终端设备需安装在屋顶、信号塔或其他指定位置，部分村落需完成小型基座、立杆的安装。

（2）地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目

劳务供应商为公司提供发射台站所需的工程建设服务，负责按公司要求对项目中的发射机（每台含两台激励器、一台授时器）、多工器的安装调试工作，包括相关设备的二次转（搬）运输、台站及广播电视局相关部门协调沟通、台站旧发射机与多工器（如有）拆除、信号源接入、新发射机与多工器的安装调试，并负责至指定时间的设备维护工作（设备故障除外）。

此外，劳务外采是行业内正常现象，根据同行业可比公司图南电子的披露：“报告期内，发行人外采劳务的采购额分别为 3,099.26 万元、2,891.31 万元和 2,389.24 万元，占采购额的比例分别为 29.07%、35.92%和 31.28%，占各期主营业务成本的比例分别为 30.52%、31.56%、28.70%。”

（二）所提供劳务服务是否与劳务供应商的从业背景、人员规模匹配

1、公司对劳务供应商的选择标准

公司《采购业务内部控制制度》中对供应商选择主要考虑如下因素：“（一）供应商经营资格；（二）产品检验和质量认证情况；（三）价格水平；（四）供货能力及货物交期状况；（五）供应商的质量保证能力；（六）供应商售后服务能力和水平。”

报告期内，公司采购金额较大的劳务服务时，采购部门向多家供应商询价并进行比价，公司根据供应商报价并结合供应商实施能力、团队规模、过往经验、口碑等因素，选择最为合适的供应商。

2、主要供应商从业背景、人员规模与所提供业务匹配性

报告期内，公司主要项目的主要劳务供应商的主要情况如下：

序号	劳务供应商名称	人员规模	行业相关业务经验
1	新疆华艺信息工程有限公司	18	成立于 2015 年，经营范围包括网络综合布线、工程勘察设计、有线电视器材及广播电视器材等。先后中标了奎屯市融媒体中心乡村振兴电商助农直播间建设相关设备采购项目、塔里木大学新校区（东扩区）二期研究生教学楼教室设备采购项目（第一包）、阜康市融媒体中心电视高清同步播出制作系统改造项目第一包：高标清同播部分、上载设备部分、巴里坤县融媒体中心译制中心整体装修项目、巩留县融媒体中心提升改造项目等多个项目。
2	文山盛航建筑工程有限公司	30	成立于 2022 年，主要从事云南省文山壮族苗族自治州业务，经营范围包括建设工程施工；建设工程监理；建筑劳务分包；公路工程监理；水利工程建设监理等。参与过文山州智慧广电固边工程、应急广播项目等建设。
3	山东诚明电子商务有限公司	10	成立于 2018 年，经营范围包括信息系统集成服务、通信传输设备专业修理、通信设备销售、工程管理服务、建筑工程机械与设备租赁等。先后中标济南市槐荫区应急管理局计算机和办公设备维护服务项目、济南市南部山区管理委员会综合管理执法局安防监控工程项目等。
4	昆明发定通商贸有限公司	18	成立于 2010 年，经营范围包括广播影视设备销售、广播电视传输设备销售、劳务服务等。先后中标了河口县南溪镇广播电视无线发射台站机房位置迁移及“三化”美丽台站建设项目、澜沧县 20 户以上自然村应急广播主动发布终端建设项目、云县应急广播体系项目建设（二期）、江城县农村应急广播主动发布终端建设项目、普洱市孟连县应急广播 20 户以上自然村全覆盖建设、砚山县应急广播体系建设项目（二）、富宁县归朝、者桑电视转播台“规范化、标准化、智慧化”美丽台站建设项目、临翔区应急广播系统建设增补项目、维西傈僳族自治县融媒体中心维西县 2023 年广播电视三化美丽台站建设及设备采购项目、盐津县应急广播体系补点建设工程、中国共产党彝良县委员会宣传部应急广播体系建设工程终端设备购置单一来源采购项目等多个项目。
5	贵阳凯诺协诚建筑工程劳务有限公司	12	成立于 2019 年，经营范围包括建筑工程劳务分包、通信工程等。主要是进行广电、电信工程项目施工，特别含土建施工项目。
6	新疆盛中宇电子科技有限公司	32	成立于 2014 年，经营范围包括广播电视传输设备销售、广播电视设备专业修理等。先后中标了新疆维吾尔医学专科学校新校区教学机房建设项目（二次）、新疆维吾尔自治区广播电视局六九四台机房控制台更换升级项目、新疆维吾尔自治区广播电视局 652 台监测机房监控系统更新改造项目。
7	成都安勤科技有限公司	16	成立于 2003 年，经营范围包括计算机网络工程、通信工程、安防工程等，先后中标了四川六建云克药业核药生产基地项目施工工程安全防护设施采购、联通数字科技

序号	劳务供应商名称	人员规模	行业相关业务经验
			有限公司吉林省分公司创新业务合作伙伴、四川六建运行倒班楼 630KVA 室外箱变采购等。
8	四川辰鸿电力安装工程有限公司	8	成立于 2021 年，经营范围包括建筑劳务分包、建设工程施工等。主要是进行电力、电信、移动、广电的线路施工，以及链路设备安装及技术服务。
9	广西移联金服科技有限公司	12	成立于 2018 年，经营范围包括信息技术咨询服务、技术服务等。先后中标了宁明县文化旅游和体育广电局宁明县广播电视设备采购及安装项目、浦北县卫生健康局《家庭医生签约服务卡》印刷服务采购、大新县卫生健康局大新县卫生健康局防艾宣传品（毛巾、水杯、围裙）采购、天等县应急管理局等县应急指挥中心平台建设项目。
10	南宁科茂电子科技有限责任公司	100	成立于 2014 年，经营范围包括广播电视传输设备销售、广播电视设备专业修理、广播影视设备销售、普通机械设备安装服务等。先后中标了广西本地节目地面数字电视覆盖网防城港市本级建设项目、广西广播电视技术中心柳州分中心地面数字电视设备、2024 年贺州市本地节目地面数字电视覆盖网建设项目、广西本地节目地面数字电视备品备件采购项目、来宾市兴宾区文化广电和旅游局地面数字电视覆盖网项目、广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目（忻城县）等多个项目。
11	四川砺剑拓展训练服务有限公司	25	成立于 2017 年，经营范围包括通信工程、安防工程、弱电工程、智能化工程等。参与了西昌、巴中、吉林省通化等地区数字电视、应急广播项目。
12	四川奇达森科技有限公司	30	成立于 2013 年，经营范围包括通信设备的设计、安装等。先后中标了中国人民解放军某部队通指装备维修设备和器材采购、四川省第六建筑有限公司四川六建云克药业核药生产基地项目施工工程智慧系统。
13	青海正盈信息工程有限公司	20	成立于 2020 年，主要从事青海地区的通信工程、卫星广播系统工程、建筑劳务分包等；参与了大柴旦、互助县、平安区、海晏县、达日县等地应急广播安装及维保服务、参与了贵南县、门源县、天峻县应急广播安装工程。
14	陕西美林电子有限公司	13	成立于 2009 年，经营范围包括广播电视传输设备销售、普通机械设备安装服务、信息系统集成服务、信息系统运行维护服务、广播电视设备专业修理等。先后中标了安康电视台关于安康电视台北迁 MMDS 前端设备项目、渭南市临渭区广播电视局临渭区数字 IP 应急广播“村村响”播出控制机房及维护备用设备采购单一来源采购、西安市周至县广播电视台关于陕西省广播电视台连片扶贫开发县区广播电视户户通建设项目的采购、柞水县文化和旅游局关于柞水县文化和旅游局 2019 中央补助地方公共文化服务体系建设（县级应急广播网）二期工程项目的采购、凤县文化和旅游局（凤县文物局）关于凤县应急广播体系建设采购项目的采购、中国电信股份有限公司延安分公司融媒体中心应急广播体系建设项目、西安市长安区水务局沣河、滻河、高冠河、滈河、小峪河等河道安全能力提升项目（工程）。
15	陕西鑫诺星网电子有限公司	21	成立于 2006 年，经营范围包括信息系统集成服务、信息系统运行维护服务、数字视频监控系统销售、广播电视

序号	劳务供应商名称	人员规模	行业相关业务经验
			设备专业修理等。公司拥有一支高素质的专业技术队伍，他们具有多年电子行业系统研发、工程和技术管理经验，可随时为用户提供最需要的技术支持和完善的售后服务。先后中标了翁牛特旗融媒体中心无线覆盖台站备用信号源设备采购项目、榆林市广播电视中心发射台备用发射机配置货物采购项目、固原市新闻传媒中心高山台站监测系统及发射机备品备件采购项目（二次）、核工业西南物理研究院 RF 负离子源功率源等多个项目。
16	湖南有线宜章网络有限公司	45	成立于 2009 年，经营范围包括建设工程施工、建筑劳务分包、施工专业作业等。近年来中标了宜章县第四中学理化生实验室及功能室设备采购、宜章县第八中学关于文化、体育用品和器材专门零售服务的网上超市采购项目、郴州市北湖区住房和城乡建设局骆仙社区、燕南社区、涌泉社区老旧小区改造广播电视和通信设施设备改造等。
17	沈阳安联网络器材有限公司	15	成立于 2002 年，经营范围包括计算机系统集成、有线电视工程安装等。先后中标了凌源市应急广播 2021 年补点工程项目、西丰县应急广播 2021 年补点工程项目、2020 年辽宁省深度贫困县应急广播示范系统建设工程、辽宁本溪广播电视台室外型光接收机项目、辽宁营口市鲅鱼圈区广播电视台熊岳工作站光接收机项目等多个项目。
18	福建闽森腾电子科技有限公司	12	成立于 2017 年，经营范围包括建设工程施工等。中标了福建广电网络集团股份有限公司福建广电网络集团股份有限公司 2019 年海西直播平台应急信息插播系统扩容项目。
19	广西创雷通信工程有限公司	17	成立于 2018 年，经营范围包括通信工程施工总承包、广播电视设备的研发、生产、销售、安装及维护等。公司成立以来，一直致力于应急广播系统安装工程，施工经验丰富。参与过广西柳州市、贺州市、百色市应急广播项目建设。
20	沈阳文兆网络工程有限公司	15	成立于 2008 年，经营范围包括有线电视网络工程设计、施工；通讯器材、有线电视器材、计算机及软硬件、电子产品零售。参与了中国广电辽宁盘锦省干工程、网改工程、抢修工程，沈阳市分公司的网改工程、阜新网改工程、苏家屯住宅项目有线电视广播及 IP 宽带网络施工工程、广播发射机更新改造工程、平安城市四期维保、星河湾 4 号公寓有线电视施工及并网工程。
21	云上柏易科技有限公司	15	成立于 2021 年，经营范围包括了建设工程施工、建筑智能化系统设计、建筑劳务分包等，先后中标了红莲湖大数据云计算产业园智慧园区新基建（智能配套）工程弱电智能化工程项目、中国地质大学（武汉）教学科研用房维修（二期）-艺术传媒楼、国重楼及纳米楼维修施工项目舞台灯光系统采购及安装项目、湖北省数字产业发展集团有限公司智慧校园-智能化设备采购项目。

注：此处人员规模统计不包含项目工程服务临时用工人员。

综上所述，上述外采劳务供应商的从业背景、人员规模与其所提供劳务业务

匹配。

（三）该等外采劳务是否真实，核算是否准确

公司劳务外采的主要原因系：公司系统集成项目地域分布广、项目规模较大，为保证整体项目服务质量、快速响应客户需求、降低运营成本，部分实施基础作业、设备安装、售后响应及巡检等不涉及关键工序或关键技术的部分基础性工作向劳务供应商采购。公司劳务外采基于真实的业务需求，具有商业合理性，在同行业公司中也较为普遍，公司的劳务外采真实。

公司根据企业会计准则，明确了外采劳务服务通过公司验收后，公司按照外采劳务服务结算金额，计入外采劳务服务对应的实施项目下的“存货-合同履约成本”。公司在相关项目符合收入确认条件、结转收入的同时将该项目下归集的合同履约成本结转至主营业务成本。报告期内，公司严格执行上述成本归集、结转方法，相关方法符合公司的实际生产经营情况以及《企业会计准则》的相关规定，外采劳务核算准确、完整。

三、不同项目的外采劳务内容、外采劳务成本占比、外采劳务的单价存在较大差异的原因及合理性，是否同业可比

（一）不同项目的外采劳务内容、外采劳务成本占比，是否同业可比

1、不同项目的外采劳务内容、外采劳务成本占比

外采劳务内容主要包括设备安装和调试、实施基础作业。不同项目具体的外采劳务内容存在差异，比如是否提供辅材辅料、是否包括项目安装基础建设、终端设备安装样式要求不同等。

报告期内，公司前五大存在外采劳务的系统集成项目的统计情况如下：

（1）**2025 年度**

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
麻城市应急广播体系建设项目	负责麻城市应急广播项目社区紧急避险点应急广播终端 5 套、地质灾害监测点终端 5 套（含太阳能接收模块及固定支架）、452 个行政村大喇叭终端 904 套（含太阳能接收模块及固定支架）、19 个乡镇太阳能接收终端 57 套	98.02	454.13	21.58%

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
	（含太阳能接收模块及固定支架）、多模接收终端 5 套（含太阳能接收模块及固定支架）、景区一体化应急终端 5 套（含太阳能接收模块及固定支架）、森林防火一体化应急终端 5 套（含太阳能接收模块及固定支架）的安装调试			
前郭县应急广播建设项目	负责前郭县应急广播项目县平台 1 套、横向平台 4 套、乡镇（街道）前端 25 套、乡镇终端 50 套、行政村平台 263 套、户外终端 293 套前端及终端安装调试	44.40	227.25	19.54%
2025 年省广播电视无线覆盖改造及运维经费设备项目	**负责 12 台发射机及前端设备、6 台双工器、2 套卫星天线、1 套配电柜、5 套天馈的安装、调试与维护工作**	**31.07**	**101.71**	**30.55%**
2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程项目	**负责 1 套县级应急广播平台、12 套乡镇平台、122 套村级平台及社区平台、670 套终端设备的安装工作**	**43.48**	**175.45**	**24.78%**
临江市应急广播系统建设项目	**负责与上级平台对接联调、电子政务外网本地节点对接、线缆辅材接插件及安装、台站适配改造、前端适配改造等工作**	**35.94**	**275.18**	**13.06%**

（2）2024 年度

单位：万元

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目	钢制杆（水泥杆）及智能终端设备安装费、钢制杆（水泥杆）基坑施工、钢制杆及水泥杆结构深化设计	403.53	1,299.11	31.06%
广西本地节目地面数字电视覆盖网建设项目	负责 362 台发射机及配套件安装调试、国家广播电视总局广播电视规划院出厂验收测试	107.93	667.65	16.17%
广南县自然村应急广播建设项目	安装自然村终端设备（收扩机 2 米立杆）2325 套	111.89	403.87	27.70%
省级地面数字电视覆盖工程（一期）	提供陕西省内省前端及各市分前端辅材、省前端及各市分前端安装调试配置技术服务、15 个发射台站所需的工程施	49.50	503.93	9.82%

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
项目	工服务			
中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购项目	29 套街道前端、171 套保温箱、247 套社区前端及终端安装调试；东河区卓铭安防设备经销部负责县平台、12 套街道前端、84 套社区前端及终端安装调试	89.47	372.76	24.00%

注：2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目包括位于阿克苏、伊犁州、和田地区和巴州的项目。

（3）2023 年度

单位：万元

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目[注]	负责发射机、多工器安装调试工作，相关设备的二次转搬运输、台站及省广播电视局相关部门协调沟通、台站旧发射机与多功器改造及单频网调试等；试运行至终验阶段巡检。包括广西 589 个发射台站、陕西 97 个发射台站、湖南 147 个发射台站、河南 82 个发射台站及广东 39 个发射台站的发射机安装	1,399.20	6,545.40	21.38%
应急广播省级平台建设及运维项目	无线传输设备及接收天线的二次转运、安装、调试、配合客户验收、高频头维修等劳务建设项目，完成调频发射机 35 套、卫星接收及授时系统 41 套安装	81.07	471.92	17.18%
和龙市应急广播体系建设设备采购项目	应急广播系统平台及终端设备的二次转运、安装、调试、配合客户验收等劳务项目，包含县级平台施工 2 项、台站适配改造 3 项、乡镇施工 11 项、信息发布系统施工 6 项、行政村施工 76 项、社区施工 26 项、自然村终端施工 386 项、太阳能终端施工 50 项	89.84	323.02	27.81%
安图县应急广播体系建设设备采购项目	应急广播系统平台及终端设备的二次转运、安装、调试、配合客户验收等劳务项目，包含终端工程费及线缆辅材 477 套、村前端工程费及线缆辅材 180 套、镇前端工程费及线缆辅材 12 项、镇终端工程费及线缆辅材 48 套、新建桅杆安装 20 套	45.82	303.64	15.09%
金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体	应急广播系统平台及终端设备的二次转运、安装、调试、立杆、配合客户验收等劳务项目，包含行政村 82 套、新建自	44.83	164.36	27.27%

项目名称	外采劳务内容	外采劳务成本	项目成本	劳务成本/总体成本
系建设项目	然村终端 256 套、新建自然村太阳能终端 180 套、新建景区终端 83 套设备安装			

注：地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目包括位于广西、湖南、河南、陕西、广东子项目。

公司外采劳务占项目成本比例差异较大，主要系各个系统集成项目由于安装条件、作业难度、项目周期、当地用工成本、劳务范围等存在差异，使得不同项目投入的劳务费用不同，同时各项目所安装的设备类型、个性化程度、单位成本等亦有差异，使得各项目发生的设备成本有所不同，综合导致各个系统集成项目的成本构成中劳务费用的金额及占比差异较大。

2、可比公司劳务内容及占比情况

（1）外采劳务内容及占比

根据同行业可比公司图南电子反馈公开信息，图南电子劳务费用根据不同项目需求，外采劳务内容主要包括安装、网络服务、点位勘探和接地。

报告期内，公司劳务外采金额及占同期主营业务成本的比重如下：

单位：万元

公司简称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
德芯科技	**318.57**	**3.17%**	1,485.25	10.99%	2,428.08	12.43%

由上述表格可知，报告期内，公司劳务外采费用金额分别为 2,428.08 万元、1,485.25 万元和 **318.57 万元**，占主营业务成本的比例分别为 12.43%、10.99%和 **3.17%**。

根据图南电子披露的招股说明书（注册稿），2022 年，图南电子劳务外采费用占同期主营业务成本的比重为 28.70%，与图南电子相比，公司的劳务外采金额占比较小，主要系双方主营业务收入构成的影响。图南电子的主营业务包括提供应急广播系统集成服务，以及相关的软硬件一体化设备销售等。图南电子主营业务收入按照产品或服务类别划分如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-6 月		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
应急广播系统集成服务	5,973.54	92.70%	13,566.89	76.44%
软硬件一体化设备	291.37	4.52%	3,700.20	20.85%
零配件及半成品	178.71	2.77%	481.56	2.71%
合计	**6,443.62**	**100.00%**	**17,748.65**	**100.00%**

（续表）

项目	2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比
应急广播系统集成服务	14,998.64	82.97%	15,357.96	79.37%
软硬件一体化设备	2,691.42	14.89%	3,618.56	18.70%
零配件及半成品	386.93	2.14%	373.65	1.93%
合计	**18,076.98**	**100.00%**	**19,350.17**	**100.00%**

报告期内，公司系统集成项目收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占收入比例	金额	占收入比例	金额	占收入比例
系统集成项目-应急广播	**2,201.82**	**9.80%**	6,545.13	24.22%	5,879.92	14.31%
系统集成项目-数字电视	**212.45**	**0.95%**	1,874.38	6.94%	15,178.11	36.93%
系统集成项目-合计	**2,414.27**	**10.74%**	8,419.50	31.16%	21,058.03	51.23%

由上述表格可知，图南电子应急广播系统集成服务占比较高，2020 年度至 2023 年 1-6 月，图南电子应急广播系统集成服务的收入占比分别为 79.37%、82.97%、76.44%和 92.70%。报告期内，公司应急广播系统集成服务的收入占比分别为 14.31%、24.22%和 **9.80%**，公司应急广播系统集成服务的收入占比显著低于图南电子。由于应急广播系统集成项目大多项目位置偏僻，部分项目点位间距离较远，工程量较大，为了更好更快速的满足客户需求，高效、优质地完成服务，同行业公司大多会选择将具有较强本地服务能力、拥有同类业务交付经验的劳务供应商提供部分劳务服务。

由于图南电子的应急广播系统集成项目的占收入比重较大，整体而言劳务外

采占成本的比例高于公司。此外，不同项目间受到项目所在地区的人力成本、项目需求、建设环境和季节等各个方面因素的影响，不同项目外采劳务的内容、定价和工作量有所差异，导致不同项目外采劳务占比亦存在差异。

综上，公司与同行业可比公司劳务外采内容以及占比情况不存在重大异常。

（二）外采劳务的单价存在较大差异的原因及合理性，是否同业可比

1、外采劳务定价以及存在较大差异的原因及合理性

不同项目的外采劳务内容不同影响外采劳务单价可比性，比如包括是否提供辅材辅料、是否包括项目安装基础建设、终端设备安装样式要求不同等，除此之外，外采劳务单价还受到项目所在地的人文及自然环境、当地劳动资源紧缺程度、当地普遍人力成本、项目艰苦程度、交通便利性、项目实施时期、项目工期要求、公司当地项目经验等因素影响。

以下以典型项目举例说明：公司与宣威项目工程服务供应商签署的村级安装调试单价为 295 元/套至 426 元/套，乡镇设备安装调试单价为 2,100 元/套至 2,200 元/套，而昌都项目中的村级安装调试单价为 3,900 元/套，乡镇点位安装调试单价为 6,200 元/套。

西藏自治区昌都市在我国地级市中国土面积排名第七，约 11 万平方公里，与江苏省面积相当，并且自然条件相对较差，而宣威市系云南省曲靖市的下辖县级市，国土面积约 0.61 万平方公里，自然条件相对较好。昌都市总面积约是宣威市的 20 倍，昌都市下辖一区十县，各县平均面积约 1 万平方公里，单个县面积即相当于宣威市全市面积的 1.5 倍，并且两者在自然气候条件、地理环境、地质条件、交通道路状况、人文、民族和经济发达程度等方面显著不同，导致两个项目在建设难度、建设条件、建设时间、单点安装调试时间、人工成本、运输距离、运输方式和运输费用等方面均存在重大差异，从而使得两者的安装调试单价不具有可比性，昌都项目工程费占比较高。

（1）昌都的自然条件较差，可建设周期比较短，建设难度较大，工程服务供应商在单个建设点位需要人工费用较多

西藏昌都市和云南宣威市的自然条件对比情况如下：

项目	云南省宣威市 （曲靖市所辖县级市）	西藏自治区昌都市（地级市）
地区面积	0.61 万平方公里	11 万平方公里
地质地貌	地处云南高原东北部，为云南高原向贵州高原过渡的斜坡地带	位于西藏自治区东部、澜沧江上游，西北部高，东南部低，平均海拔 3,500 米以上，三条大江与三列山脉相间分布，平行骈走
气候条件	低纬高原季风气候，冬无严寒，夏无酷暑，年温差小，日温差大，四季不分明，年平均气温 13.4℃	高原亚温带亚湿润气候，以寒冷为基本特点，山高谷深，地形复杂，气候垂直变化大，日温差大，年平均气温 7.6℃
交通状况	距省会昆明市 240 千米；铁路运输：宣威站系云南省第三大火车站，进入云南的最主要铁路经停站。公路交通：形成“三纵三横、九大通道”的，以国省道为骨架、县乡道为脉络的交通网络，共有通车公路 2,463 条，里程 8,339.4 公里	距拉萨市约 1,000 千米；无铁路运输；公路交通：国道 6 条、省道 10 条，形成了“四纵三横三联”公路网，全市公路通车里程达到 1.89 万公里
地区常住人口数量	约 154.93 万人，汉族人口占比 90%以上	约 76.10 万人，少数民族人口占比约 93.88%
地区生产总值	2020 年约 406.13 亿元	2020 年约 252.89 亿元

由上表可知，昌都地区面积大但常住人口较少，其平均海拔在 3,500 米以上，空气稀薄、含氧量较低，地区平均气温低、建设环境较为恶劣，每年仅可在 4 月-10 月进行施工，可施工周期较短。此外，由于部分地区经济较为落后，存在未通电、未通网的情况，进一步加大了建设难度。同时，根据第七次全国人口普查，昌都少数民族人口 71.44 万人，占地区常驻人口的 93.88%，当地风俗习惯也与发行人主要业务所在地有所不同。根据博汇科技（688004.SH）审核问询回复函披露，“西藏地区室外施工环境较为恶劣，而其他供应商的基础作业、接收设备、天馈系统、发射机等均属于室外作业，可施工周期比较短，尤其是阿里地区，每年室外基础作业的时长不超过 6 个月，大大延长了整体项目的施工进度。”宣威市位处云南省东北部，地区经济较昌都地区发达，气候和交通条件较好。

（2）昌都项目点位较多，分布范围较广，工程服务供应商将应急广播产品及配套件运往各个点位所需运输费用较多

昌都项目涉及昌都地区贡觉县、察雅县、左贡县、八宿县、江达县、芒康县和洛隆县等 7 个县，项目包括县应急广播平台、县频率频道播出系统的建设以及 88 个乡和 653 个村前端和终端设备的安装，覆盖面积约 7.18 万平方公里，设备

分布范围广、各个县乡村间交通距离较长。宣威项目涉及 1 个县、28 个乡和 346 个村，相较于昌都地区，宣威项目覆盖范围较小。

（3）公司在云南的系统集成经验较为丰富，而昌都项目是公司在西藏地区中标的第一个系统集成项目，为保证整体项目的服务质量，提高公司在西藏地区的影响力，公司合理接受较高的安装费用

公司在云南的系统集成经验较为丰富，完成了红河哈尼族彝族自治州广播电视局“红河州村村响及应急广播设备采购”和“红河州贫困地区民族自治县、边境县村综合文化服务中心覆盖工程广播项目”以及云南省广播电视局“云南省百县万村示范工程（第二批）广播器材配置建设项目”等多个项目。而昌都项目是公司在西藏地区中标的第一个系统集成项目，公司对新地区业务整体环境尚不熟悉，为保证整体项目的服务质量，提高公司在西藏地区的影响力，公司合理接受较高的安装费用。

（4）提供劳务的内容存在差异，昌都项目要求更高

宣威及昌都应急广播项目在劳务服务内容方面存在差异。因宣威应急广播项目所在地基础设施相对完善，项目实施中的劳务内容主要对产品设备进行安装调试；而昌都应急广播项目实施过程中，除包含产品设备安装调试外，由于项目所在地基础设施落后，还需建设满足设备及配套件的安装的基础条件，如立杆、基础建设、协助通电通网等。

2、可比公司情况

（1）图南电子：安装施工服务单价难以进行交叉比对，难以对比单项价格，各项目间安装劳务单价通常存在差异

根据图南电子相关反馈意见之回复：“安装劳务采购价格系双方洽谈决定，大多安装合同中，未按工程明细约定金额，而是分阶段或者直接以整体项目口径约定工程价格，同时基于与安装服务供应商的业务模式，尤其是供应商为个人独资、个体自然人、小规模企业等情况下，与其签订合同费用明细相对粗略，因此，安装施工服务单价难以进行交叉比对。

安装合同大多以总包金额形式签订合同，难以对比单项价格。从业务性质角

度判断，基于项目所在地环境如海拔、气候、季节等影响，以及当地人力资源和劳务市场价格区间差异，各项目间安装劳务单价通常存在差异。”

（2）众诚科技：无同行业可比公司披露信息或公开市场价格

众诚科技在其公开披露信息中说明：“公司采购的外包劳务内容主要为基础施工、开槽、布线、立杆等项目实施过程中的非核心劳务作业，劳务分包商根据不同项目的劳务内容难易程度进而预估工作量并进行报价，此类劳务作业不存在销售数量，且无同行业可比公司披露信息或公开市场价格。公司劳务分包商的选择主要是根据公司项目实施地点、时间要求、施工安装的难易程度等因素综合考虑，按照市场化方式确定项目的劳务分包整体金额。公司根据工程结算的相关规定、市场化的定价原则及询价程序，结合其实施能力、团队规模、过往经验等选择合适的劳务分包商，定价符合市场化定价原则，定价公允。”

综上，可比公司外采劳务的单价也存在较大差异。

四、是否存在客户指定劳务外包供应商的情形，各期采购金额占比、涉及具体项目、采购定价及公允性，是否符合行业惯例及可比公司平均采购价格

报告期内，发行人不存在客户指定劳务外包供应商的情形。

报告期内，公司劳务采购金额分别为 2,428.08 万元、1,485.25 万元和 **318.57 万元**，占主营业务成本的比例分别为 12.43%、10.99%和 **3.17%**。公司劳务采购涉及具体项目的情况详见本回复之“问题 8”之“8-1 关于劳务供应商和成本核算”之“一、按产品/服务类型列示报告期劳务外包合同的主要内容、劳务人员数量、劳务外包人员与发行人员工的平均工资、社保公积金等全部用工成本，进一步说明发行人是否存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形”相关回复内容。

公司劳务采购定价及可比公司采购价格分析详见本回复之“问题 8”之“8-1 关于劳务供应商和成本核算”之“三、不同项目的外采劳务内容、外采劳务成本占比、外采劳务的单价存在较大差异的原因及合理性，是否同业可比”相关回复内容。

五、用工实质不属于劳务派遣，劳务用工具有合法合规性

（一）劳务派遣与对外采购劳务的区别

根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》（人力资源和社会保障部第 22 号令）等法律法规规定，劳务派遣是由劳务派遣单位与被派遣劳动者签订劳动合同，然后向用工单位派出员工，使其在用工单位的工作场所内劳动，接受用工单位的指挥、监督，以完成劳动力和生产资料的结合的一种特殊用工方式。因此，劳务派遣属于劳动用工的一种形式，劳动者与劳务派遣单位之间存在劳动关系，受《劳动法》及《劳动合同法》等法律法规规制。劳务派遣作为劳动合同用工的补充，通常在临时性、辅助性或者替代性工作岗位上实施，而在我国现行法律体系中，采购劳务并非劳动用工的一种形式，其系劳务采购方和劳务供应方依据真实意思表示订立合同，由劳务供应方组织劳务服务人员向劳务采购方提供劳务服务并收取一定服务费用，劳务采购方和劳务供应方构成合同法律关系，受《民法典》及相关法律法规规制。

除法律关系不同外，二者还存在以下主要区别：

区分事项	劳务派遣	劳务外采
合同形式	劳务派遣公司与用工单位签订劳务派遣协议，构成合同法律关系；劳动者和劳务派遣公司签订劳动合同，构成劳动法律关系。	劳务采购方与劳务供应方签订劳务采购相关协议，构成合同法律关系；提供劳务服务人员与劳务供应方签订劳动合同或劳务服务协议，二者相应构成劳动关系或合同法律关系。
用工管理	由用工单位直接管理。	由劳务供应商直接管理。
用工风险	用工单位承担用工风险，用工单位给被派遣劳动者造成损害的，劳务派遣公司与实际用工单位承担连带责任。	除特殊约定外，劳务采购单位通常不承担用工风险，劳务供应商承担用工风险。
报酬或费用结算依据	通常按照人数计算，结算依据为人员的劳动力。	通常按照服务成果结算，结算依据为工作量。
报酬或费用支付方式	由用工单位负担劳动者工资薪酬，支付形式可由用工单位直接支付或由劳务公司代收代付；用工单位还需向劳务派遣公司支付派遣费用。	劳务采购单位向劳务供应商支付劳务费用，除此之外通常无其他费用； 劳务供应商向劳动者支付报酬。
社保缴纳	由劳务派遣单位为劳动者缴纳社保。	劳务采购方通常不负担劳务服务人员社保费用及缴纳义务。

（二）发行人与劳务供应商合作模式不属于劳务派遣

1、发行人与劳务供应商合作原因及合作模式

发行人系统集成项目地域分布广、项目规模较大，为保证整体项目服务质量、快速响应客户需求、降低运营成本，对于部分基础作业、设备安装、售后巡检等不涉及关键工序或关键技术的基础性工作，发行人通常通过对外采购劳务的形式完成。

发行人对外采购劳务的合作模式一般为：劳务供应商根据项目的具体情况，自行组织人员开展产品的装卸、运输、安装、维护等工作，相关工作所需的工具、耗材、辅材等由劳务供应商自行购买或由发行人提供。劳务供应商按照约定的时间和质量完成相关工作，发行人向劳务供应商支付费用。

2、发行人与劳务供应商签订的合作协议

报告期内，发行人与劳务供应商主要就产品装卸、设备运输、安装、售后维护服务等内容签订协议，该等协议下，发行人除支付服务费用外，不再另行支付其他费用，不直接管理劳务服务人员或承担用工风险。发行人与劳务供应商签订的合作协议主要条款如下：

内容	合同主要内容	
合同	施工服务协议或设备调试/测试服务协议	售后维护/设备维修合同
用工形式或用工风险	1.乙方（劳务供应商，下同）应具备工程施工/设备调试（测试）所要求的施工技术、仪器仪表、工具、人员、车辆等，保证完成施工服务工作。 2.甲方（发行人，下同）不对乙方人员进行管理，不承担乙方人员用工风险。 乙方负责服务过程中所有工伤及安全类工作，工伤及安全类事故甲方不承担任何责任。	1.甲方（发行人，下同）委托乙方（劳务供应商，下同），并由乙方派出技术人员对甲方在业主方所在地区提供设备维护工作。 2.乙方负责服务过程中所有工伤及安全类工作，工伤及安全类事故甲方不承担任何责任。
发行人主要权利及义务	1.有权派出质量监督小组，对乙方的施工进行抽查复核。 2.按协议约定向乙方支付相应价款。 3.提出工作要求及任务，以保证乙方顺利完成协议约定的服务工作。 4.提供标准的签收单及验收单等相关资料的格式文档及相关施工要求。	1.提供维护技术方案。 2.向乙方及乙方工作人员提出工作要求及任务，以保证乙方顺利完成协议约定的服务工作。
劳务	1.指派足以满足施工进度所需的人员参加甲方组	1.自觉接受甲方及业主方的管

内容	合同主要内容	
合同	施工服务协议或设备调试/测试服务协议	售后维护/设备维修合同
供应方的主要权利及义务	织的培训，确保提交的成果符合本协议约定的质量要求。 2.自行配备确保施工服务工作顺利进行所需的人员、设备、器具、仪器以及车辆等。 3.按协议约定派出能胜任本服务工作需要的相关技术人员，并指定项目负责人向甲方报送成员名单、工作安排计划、工作进度及完成情况等。 4.确保参加本项目的人员已与乙方建立正式的劳动关系或劳务关系，遵守安全管理相关规定。 5.接受甲方、此项目业主方及监理单位的抽查、监督，工程质量有问题需要整改的，负责免费按期整改到位，直至满足要求。 6.对甲方转交乙方的相关文件、资料或乙方直接或间接从甲方获知的任何技术、经营信息均应予以保密。	理、监督和检查；接受甲方及业主方随时检查维护设备状态、维护材料质量等；与现场其他单位协调配合。 2.乙方承担维护过程中的乙方人员差旅费、保险费以及设备拆卸、安装、搬运等相关费用。 3.乙方人员在维护过程中要严格按照甲方技术要求操作。
费用结算依据	甲方委托乙方在协议约定地区进行相关设备安装服务，并约定安装数量及验收标准，根据实际完成情况结算价款。	验收标准：乙方提供现场施工照片、设备正常工作的照片及业主方签字确认的维修记录表等。
费用结算方式	1.协议生效后支付预付款； 2.乙方施工量超过约定总量的一定比例，并经过发行人验收的，支付一定比例费用； 3.完成全部工程并经发行人验收的，支付尾款。	1.协议生效后，甲方支付一定比例预付款； 2.乙方完成首次维护/特定设备维修完成后，甲方支付剩余比例费用。

综上，根据上述合同主要条款的约定，发行人与劳务供应商之间应构成合同法律关系，不属于劳务派遣。

（三）对外采购劳务所涉及用工的合法合规性

发行人采购劳务服务主要系公司系统集成服务项目部分基础作业、设备安装、售后响应及巡检等工作需要，具体服务内容为将发行人产品如音柱、发射机等设备安装在屋顶、发射塔或其他指定位置以及安装完成后对产品进行调试和维护等。

根据成都市人力资源和社会保障局出具的证明、**信用中国（四川成都）平台出具的专项信用报告以及四川省大数据中心出具的《经营主体专项信用报告》**，发行人在成都市行政区域内，无违反劳动保障法律法规政策相关记录，未受到行政处罚。

报告期内，发行人及主要劳务供应商不存在因违反法律法规的相关规定受到

税务、劳动保障、市场监督管理等主管部门行政处罚的情形；发行人不存在因对外采购劳务与其他方之间发生纠纷或存在潜在纠纷的情况。

综上所述，发行人通过对外采购劳务实施基础作业、设备安装、售后响应及巡检等不涉及关键工序或关键技术的部分基础性工作，符合发行人实际业务开展需求，该等劳务服务无需取得特殊资质、劳务服务提供方式符合相关法律法规规定。

8-2 原材料采购价格波动和毛利率合理性

一、区分原材料说明主要供应商基本情况（名称、成立时间、注册资本、股权结构、主营业务）及采购金额变动的原因；采购定价依据及公允性、数量、金额，市场报价及不同渠道采购单价，原材料采购价格是否公允，是否与同行业一致；以及是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形

（一）区分原材料说明主要供应商基本情况（名称、成立时间、注册资本、股权结构、主营业务）及采购金额变动的原因

报告期内，公司采购的原材料主要为芯片、配套件、结构件等，品类繁多，其中芯片、配套件、结构件采购金额较大，合计采购金额占采购总额比例分别为69.99%、68.82%、**59.47%**，占比较高。报告期各期，按芯片、配套件、结构件分类的采购金额前五大供应商基本情况及采购金额变动原因具体如下：

1、主要芯片供应商基本情况及采购金额变动情况

（1）报告期内，公司主要芯片供应商基本情况如下：

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
中电港	深圳中电港技术股份有限公司	2014/9/28	75,990.0097万人民币	**中国中电国际信息服务有限公司持股31.34%；共青城亿科合融投资管理合伙企业（有限合伙）持股6.97%;中电坤润一期（天津）股权投资合伙企**	电子元器件、集成电路、光电产品、半导体等产品技术开发与销售

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
				业（有限合伙）持股 5.9193%；国家集成电路产业投资基金股份有限公司 持股 5.0%；中国国有资本风险投资基金股份有限公司 4.55%；中国电子信息产业集团有限公司持股 4.31%;北京中电发展股权投资基金合伙企业（有限合伙）持股 2.0803%；大联大商贸有限公司持股 1.86%；香港中央结算有限公司持股 0.99%；南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金持股 0.37%；剩余股东合计持股 38.4704%	
	中国电子器材国际有限公司	2009/8/21	100 万港币、987.10 万美元	深圳中电港技术股份有限公司持股 100%	TRADING 贸易
	深圳市思尼克技术有限公司	2020/11/17	5,000 万元人民币	深圳中电港技术股份有限公司持股 100%	电子元器件批发及零售；计算机软硬件及辅助设备零售；集成电路芯片及产品销售；集成电路芯片设计及服务等
安富利	晨兴安富利有限公司	2001/3/9	6,208.80 万港币	AVNET ASIA PTE. LTD.持股 100%	ELECTRONICS COMPONENTS 电子元件
	安富利科技香港有限公司	2000/2/2	255,794.12 万港币		DISTRIBUTOR& WHOLESALE OF ELECTRONICS

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
					COMPUTING COMPONENT 电子计算元件的分销商与批发
三顾公司	三顾有限公司	1998/8/5	4,600 万港币	MTI HOLDING CO.,LTD.持股 100%	电子零组件销售
骏龙科技	深圳市骏龙电子有限公司	2000/9/27	500 万人民币	骏龙科技有限公司持股 100%	电子产品技术开发、电子元器件批发等
艾睿电子	艾睿电子中国有限公司	1991/4/4	4,500 万港币	Components Agent（Cayman）Limited 持股 99.20%	AGENT&DISTRIBUTOR OF ELECTRONICS COMPONENTS 电子元器件代理商
博雅慧视	北京博雅慧视技术有限公司	2011/3/31	5,291.0188 万人民币	杭州博雅鸿图视频技术有限公司持股 50.1041%；北京赛德兴创科技有限公司持股 37.7999%；北京算通科技发展股份有限公司持股 12.0960%	集成电路设计、制造及销售等
联芯邦	深圳市联芯邦科技有限公司	2017/1/6	**100 万人民币**	**深圳市明芯杰科技有限公司持股 99%、连敏蓉持股 1%**	电子元器件等技术开发与销售，国内贸易；货物及技术进出口等
常芯胤	上海常芯胤电子科技有限公司	2023/7/18	500 万人民币	余婷婷 80%、邱美玲 20%	集成电路销售等

（2）报告期内，公司主要芯片供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

供应商简称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
中电港	**451.50**	**18.24%**	324.22	11.74%	471.30	15.76%
安富利	-	-	28.98	1.05%	452.64	15.14%
三顾公司	**198.35**	**8.01%**	213.00	7.71%	290.59	9.72%

供应商简称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
骏龙科技	6.52	0.26%	243.22	8.81%	190.80	6.38%
艾睿电子	247.66	10.00%	198.08	7.17%	161.72	5.41%
博雅慧视	-	-	280.09	10.14%	26.28	0.88%
联芯邦	263.24	10.63%	206.74	7.49%	11.59	0.39%
常芯胤	175.22	7.08%	-	-	-	-
合计	1,342.49	54.23%	1,494.33	54.11%	1,604.92	53.67%

注：上表中占比系主要芯片供应商采购金额占当年芯片采购总额比例。

如上表所示，报告期内，公司主要芯片供应商采购金额占芯片采购总额比例分别为 53.67%、54.11%、54.23%，芯片采购较为集中。2024 年-2025 年公司芯片采购金额有所下降，主要系芯片市场供应正常，且公司生产所需的各类芯片尚有一定的安全库存，2024 年-2025 年公司结合生产需要、安全库存情况、市场情况等多方面因素考虑进行芯片采购，**故报告期内芯片采购金额有所下降**。

报告期内，除上述原因外，公司与安富利、博雅慧视、联芯邦、常芯胤发生的芯片采购金额波动较大，具体原因如下：

安富利为芯片代理商，主要为公司提供数字电视及专业视听产品生产所需芯片，近年来，受中美贸易摩擦加剧等因素影响，相关产品境内外销售均受到一定冲击和影响，但销售额仍保持了一定的规模，公司结合市场行情、芯片供货周期、销售预测等因素考虑，2023 年加大了相关芯片的采购量以保证一定的安全库存。**公司基于市场行情变化以及采购价格等因素考虑，选择了更具有优势的芯片贸易商进行备货**，故 2024 年度开始采购金额有所下降。

博雅慧视主要为公司提供数字电视产品 AVS+编转码器生产所需芯片，且为该型号芯片在国内的主要生产厂商，博雅慧视基于公司的采购需求进行生产并于 2024 年上半年陆续交付相关芯片，故导致 2024 年度采购金额有所增加。

联芯邦为芯片贸易商，主要为公司提供数字电视及专业视听产品生产所需的 DAC/ADC IC、FPGA 等型号的芯片。公司计划为多款数字产品更换芯片以降低成本，同时受中美贸易摩擦加剧、芯片市场价格波动等因素影响，公司在综合考虑相关芯片不同渠道的现货市场价格、批量采购经济性以及未来预计耗用量，对原

材料进行了一定数量的储备，由于联芯邦产品价格及交期更符合公司要求，故2024年度**-2025年度**向其采购金额较大。

常芯胤为芯片贸易商，主要为公司提供数字电视及专业视听、应急广播类产品生产所需的**FPGA**芯片。该芯片使用广泛，公司综合考虑了该芯片的预计耗用情况，且受中美贸易摩擦、芯片市场价格波动等因素影响，考虑该芯片不同渠道的现货市场价格、批量采购经济性，对该芯片进行了一定数量的储备，由于常芯胤产品价格及交期更符合公司要求，故**2025年度**向其的采购金额较大。

综上所述，报告期内，公司主要芯片供应商采购金额变动具有合理性。

2、主要配套件供应商基本情况及采购金额变动情况

（1）报告期内，公司主要配套件供应商基本情况如下：

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
申光电子	江苏申光电子科技有限公司	2015/11/30	3,000万人民币	**张晨阳持股90%；张少兴持股9%；泰兴市申光电讯有限公司持股1%**	扬声器、扩音机、发射机等制造销售
松丰电源	上海松丰电源设备有限公司	1998/12/11	**508万人民币**	付云龙持股60%；金雪萍持股40%	电源设备等开发生产销售
安勤科技	成都安勤科技有限公司	2003/4/14	500万人民币	赵小芬持股56%；赵玉持股44%	计算机软硬件及辅助设备、通信器材、通信设备、电子设备及数码设备销售、通信工程等
中国移动	中国移动通信集团云南有限公司文山分公司	2004/12/6	-	中国移动通信有限公司持股100%	**基础电信业务；第一类增值电信业务；第二类增值电信业务；建设工程施工等**
	中国移动通信集团云南有限公司临沧分公司	2004/12/6	-		
	中国移动通信集团云南有限公司昭通分公司	2004/12/26	-		

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
	中国移动通信集团云南有限公司曲靖分公司	2004/12/6	-		
武汉智显	武汉智显科技有限公司	2016/7/11	500 万人民币	郭红毅持股 70%；陈强持股 30%	LED 电子显示屏的研发、安装、技术咨询及批发兼零售，电子设备的批发兼零售等
合-德是和	江苏德是和通信科技有限公司	2017/7/6	1,000 万元人民币	北京德是和科技有限公司持股 100%	通信及广播电视多工器（多频道合成器）、滤波器、天线、功分器、合路器（功率合成器）、耦合器和其他射频连接器件、大功率微波无源器件的生产
	成都德是和通信科技有限公司	2021/9/29	100 万元人民币	王轶冬持股 40%、隋强持股 35%、王典进持股 10%、张明金持股 8%、徐芳持股 7%	仪器仪表、电子产品等生产销售
太极股份	太极计算机股份有限公司	1987/10/10	62,323.1286 万人民币	**中电太极（集团）有限公司持股 28.8723%；华北计算技术研究所（中国电子科技集团公司第十五研究所）持股 7.24%；中电金投控股有限公司持股 4.6423%；香港中央结算有限公司持股 1.42%；中国人寿保险股份有限公司-传统-普通保险产品-005L-CT001 沪持股 1.34%；中国人寿保险股份有限公司-分红-个**	电子计算机及外部设备、集成电路、软件及通信设备化技术开发、设计、制造、销售、维护等

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
				人分红-005L-FH002 沪持股 1.2%；姜晓丹持股 1.05%;李萍持股 0.83%;招商银行股份有限公司-南方中证 1000 交易型开放式指数证券投资基金持股 0.64%;中国人寿保险股份有限公司-万能-国寿瑞安持股 0.56%;剩余股东合计持股 52.2054%	
思创恒兴	成都思创恒兴智能科技有限公司	2018/10/8	500 万元	赵圆柱持股 100%	工业控制系统设备、计算机软硬件的研发及销售等
盛中宇	新疆盛中宇电子科技有限公司	2014/12/9	200 万元	刘俊业持股 95%、刘平持股 5%	电力工程，综合布线，广播电视传输设备销售和维修
众禾鑫	武汉众禾鑫科技有限公司	2017/5/16	800 万元	李军 55%、黄争荣 45%	计算机软硬件技术开发；通讯设备及器材等批发兼零售；电子与智能化工程、消防工程的设计、施工及运行维护
雅斯达	**成都雅斯达网络设备有限公司**	**2005/11/29**	**50 万人民币**	**项顺利持股 60%、姚华峰持股 40%**	**销售计算机软件及辅助设备、通讯设备、电线电缆等**
和瑞凯	武汉和瑞凯科技有限公司	2019/12/2	300 万元	刘萍 100%	计算机软硬件技术开发；通讯设备及器材（不含卫星电视广播地面接收设施）、机电设备、电子产品、计算机软硬件及耗材等

（2）报告期内，公司主要配套件供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

供应商简称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
申光电子	18.46	1.39%	140.57	8.20%	235.99	9.53%
松丰电源	-	-	-	-	230.09	9.29%
安勤科技	597.24	44.89%	12.39	0.72%	189.88	7.67%
中国移动	-	-	143.66	8.38%	138.61	5.60%
武汉智显	-	-	-	-	136.43	5.51%
德是和	51.54	3.87%	63.00	3.68%	8.51	0.34%
太极股份	22.64	1.70%	113.21	6.61%	-	-
思创恒兴	28.17	2.12%	95.38	5.57%	-	-
盛中宇	-	-	533.40	31.13%	-	-
众禾鑫	60.03	4.51%	-	-	-	-
雅斯达	36.84	2.77%	-	-	-	-
和瑞凯	193.87	14.57%	-	-	-	-
合计	1,008.79	75.82%	1,101.61	64.29%	1,004.84	40.57%

注：上表中占比系主要配套件供应商采购金额占当年配套件采购总额比例。

如上表所示，报告期内，公司主要配套件供应商采购金额占配套件采购总额比例分别为 **40.57%、64.29%、75.82%**，采购金额及占比呈波动趋势。公司采购的配套件主要为系统集成项目所需，包括 IT 设备、播控设备、显示屏幕、扩音设备、发射配套器材、水泥杆、钢制杆、钢制杆混凝土基座等，种类及规格型号繁多，具有规格型号较多、个性化特征明显、不同项目配套件价格差异较大的特点，公司会根据客户对于系统集成项目的具体需求和功能配置进行采购，故导致主要配套件供应商及采购金额变动较大。

报告期各期，公司与主要配套件供应商均有交易的包括申光电子、中国移动、**德是和、安勤科技、太极股份、思创恒兴**，采购金额存在一定波动，具体原因如下：

申光电子主要为公司提供高音喇叭、方形喇叭等配套件，主要应用于公司实施的应急广播系统集成项目，**公司 2023 年应急广播业务保持良好，申光电子对于相关配套件整体报价具有一定优势，故导致 2023 年公司对申光电子的配套件**

采购金额较大。公司 2024 年应急广播业务开始有所减少，故 2024 年-2025 年申光电子的配套件采购金额逐年减少。

中国移动主要为公司提供物联网卡及相关电信服务，当客户对于应急广播系统集成项目需要建设传输覆盖网络、实现与上级应急广播平台对接接口等网络建设工作时，公司通常会向中国移动当地分公司采购物联网卡及相关电信服务，受公司各年度不同系统集成项目需求、项目数量等因素影响，公司对中国移动的配套件采购金额呈现波动趋势。

德是和主要为公司提供合成器、双工器等配套件应用于公司发射机和功率源产品，由于发射机和功率源产品主要系根据客户的个性化需求进行生产，公司通常根据在手订单情况进行采购，故公司与德是和的配套件采购金额存在一定波动。

安勤科技主要为公司提供应用于应急广播系统集成项目的配套件，2023 年度和 2025 年度采购金额较大主要系基于公司实施的和龙市“应急广播体系建设设备采购项目”、“临江市应急广播系统建设项目”等多个项目需要以及安勤科技在采购价格及供货能力方面的优势，故向其采购大喇叭村前端 IP 网络、操作电脑 UPS 电源等配套产品。

太极股份主要为公司提供 NDS3621 应急广播产品所需的调度软件，由于该产品具有个性化需求的特点，公司通常根据在手订单情况进行采购，故与太极股份的采购金额有所波动。

思创恒兴主要为公司提供应急广播项目所需配套产品，公司系根据在手订单情况进行采购，该供应商 2024 年的价格具有一定优势，故 2024 年与思创恒兴的采购金额较高。

除上述均有交易的主要配套件供应商外，公司与其他主要配套件供应商发生的配套件采购均系基于相关系统集成项目需要，如 2024 年度与盛中宇发生 533.40 万元配套件采购业务，主要系基于公司实施的“2023 年自治区农村智能大喇叭建设项目”需要以及盛中宇在采购价格及供货能力方面的优势，故向其购买智能大喇叭配套所需的钢制杆、水泥杆及钢制杆混凝土基座等产品，导致 2024

年产生较大的采购金额；如众禾鑫发生 60.03 万元配套件采购业务，和瑞凯发生 193.87 万元配套件采购业务，均系基于公司实施的“湖北省麻城市应急广播体系建设项目”需要而购买的应急广播相关的定制化配套产品，由于上述供应商在采购价格、供货能力以及地域方面具有一定优势，故与其在 **2025 年度**产生较大采购金额。

综上所述，报告期内，公司主要配套件供应商采购金额变动具有合理性。

3、主要结构件供应商基本情况及采购金额变动情况

（1）报告期内，公司主要结构件供应商基本情况如下：

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
源力机械	成都源力机械有限公司	2011/5/25	50 万人民币	夏利平持股 50%；庄琳持股 50%	机械零部件加工及设备修理；金属结构制造、销售等
阳光铝制品	成都阳光铝制品有限公司	1999/8/23	**10,000 万人民币**	廖健持股 77.71%；廖弟林持股 11.145%；王世文持股 11.145%	**有色金属压延加工、销售，金属结构制造和销售等**
一方橡塑	成都一方橡塑科技有限公司	2008/9/12	500 万人民币	鄢建浩持股 60%；曾化持股 40%	橡胶制品制造；塑料制品制造；塑料制品销售；模具制造；模具销售；塑胶表面处理；喷涂加工；橡胶制品销售
鸿琨电子	成都鸿琨电子机械有限公司	2007/5/29	500 万人民币	夏坤持股 98%；鞠波持股 2%	电子机械的生产、销售等
鑫金丰	成都鑫金丰科技有限公司	2017/8/1	50 万人民币	胡先和持股 57%；汪吉英持股 40%；胡先玉持股 2%；周万红持股 1%	通信设备、模具等制造销售
	成都金丰鑫佳科技有限公司	2014/4/30	100 万人民币	汪吉英持股 50%；胡先和持股 50%	通讯设备、机械设备及备件等加工及销售
鼎格机电	成都鼎格机电有限公司	2007/9/30	10 万人民币	谢洋持股 80%；蒋世蓉持股 20%	机械加工
鸿帮科技	成都鸿帮科技有限公司	2021/6/4	200 万元	蒋宗瑞 90%、张兴美 10%	电子产品销售；电子元器件与机电

简称	供应商名称	成立时间	注册资本	股权结构	主营业务
					组件设备销售；五金产品零售；塑料制品销售等
启宏机械	成都启宏机械有限责任公司	2006/11/16	200 万人民币	傅宏 90.41%、肖启成 9.59%	机械零部件加工及销售等

（2）报告期内，公司主要结构件供应商采购金额及占比情况如下：

单位：万元

供应商名称	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
源力机械	**319.71**	**26.03%**	338.29	39.02%	449.17	42.90%
一方橡塑	**34.03**	**2.77%**	45.09	5.20%	85.71	8.19%
阳光铝制品	**36.29**	**2.95%**	46.59	5.37%	137.34	13.12%
鸿琨电子	**46.00**	**3.75%**	52.12	6.01%	75.63	7.22%
鑫金丰	**127.07**	**10.35%**	81.69	9.42%	57.55	5.50%
鼎格机电	**77.50**	**6.31%**	49.52	5.71%	30.10	2.88%
鸿帮科技	**120.39**	**9.80%**	-	-	-	-
启宏机械	**64.59**	**5.26%**	9.36	1.08%	17.15	1.64%
合计	**825.58**	**67.21%**	**622.66**	**71.82%**	**852.65**	**81.44%**

注：上表中占比系主要结构件供应商采购金额占当年结构件采购总额比例。

如上表所示，报告期内，公司主要结构件供应商采购金额占结构件采购总额比例分别为 **81.44%、71.82%、67.21%**，采购集中度较高。公司采购的结构件主要系根据各类产品生产装配的差异化需求，将设计方案交由结构件供应商进行制造，采购内容主要为挂钩、装饰板、上盖、底板、侧板、前面板等结构件，可以组装成公司产品生产所需的机壳、机箱、机柜。

公司的结构件供应商均具有成熟的生产、制造能力，其生产与制造均采用标准化工艺，按照协议或订单列明的产品规格参数进行生产。公司与主要结构件供应商建立了长期稳定的合作关系，确保符合各类产品的差异化需求。2023 年公司中标了多个应急广播建设项目，生产所需的结构件数量较大，故公司 2023 年度与上述主要结构件供应商发生的采购金额较大。

综上所述，报告期内，公司主要结构件供应商采购金额变动具有合理性。

（二）采购定价依据及公允性、数量、金额，市场报价及不同渠道采购单价，原材料采购价格是否公允，是否与同行业一致；以及是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形

1、采购定价依据及公允性

公司设置供应链管理部负责生产所需芯片、配套件、结构件等原材料的询价、采购、到货跟踪以及供应商开发管理等工作，对于重要原材料的采购均遵循比质比价的原则，坚持货比多家，广开采购渠道，适时适量采购。对于用量较大、周期较长的芯片等电子元器件，实施滚动备货、分产品、分批次的采购。

在供应商选择及日常管理方面，公司供应链管理部通过资信资料备案、样品认证、批量认证等手续严格把关，并定期审查供应商清单，对供应商实行严格的考评制度，及时淘汰不合格供应商。采购业务人员则以保证进料品质稳定、交货数量及交货期符合要求以及价格适当的基本原则为前提，在合格供应商清单中选择并通知至少两家供应商报送报价清单。

在采购定价方面，公司制定了较为严格的议价审批流程，具体如下：

（1）采购业务人员通过收集市场价格信息，并结合不同供应商报价情况，开展议价工作后报送采购经理审批；

（2）采购经理检查初步议价结果与历史交易记录进行比较，确定是否需要对新的供应商进行询价议价，在确定价格达到预期后报送议价小组审批；

（3）由议价小组对审核后的采购价格开展进一步议价，可以选择新增供应商进行比价或要求现有供应商继续降价，议价小组完成最后审议后，将最新的价格填入采购合同报送公司总经理或副总经理审批；

（4）总经理或副总经理审核同意后，即按合同执行采购；若总经理或副总经理判定采购价格未达到目标价，则采购部门和议价小组将再次开展议价工作，直到总经理或副总经理签署合同为止。

综上所述，报告期内，公司建立了与采购业务相关的内部控制制度以及有关职责分工的政策和程序，对物资需求计划、请购、选择供应商、比价、签订合同、

质检、验收、货款结算等环节实施相应的内部控制措施，对采购业务及财务核算进行了严格的管理和控制，采购定价依据充分且具有公允性。

2、市场报价及不同渠道采购单价不存在显著差异，原材料采购价格具有公允性

（1）市场报价对比情况

由于公司芯片、配套件、结构件规格型号众多，且不同时期采购价格受产品规格型号、技术标准、市场行情、项目需求、采购数量、交付周期等因素影响差异较大，采购数量亦受不同产品生产需求影响存在较大变动，公司难以直接获取芯片、配套件、结构件的市场公开价格或价格指数进行比较。

故公司将向报告期各期前五大供应商采购的主要规格型号芯片、配套件、结构件的平均单价与供应商对外销售的平均单价进行对比，具体情况如下：

①芯片

A、向中电港采购的主要芯片 1

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	未交易	22.60	24.26
供应商对外销售均价（美元/块）	-	3.00	3.50
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	-	21.37	24.66

注：折算后供应商对外销售均价（人民币元）金额系根据当年美元兑换人民币汇率计算出平均汇率，折算出供应商对外销售均价的人民币金额，下同。

向中电港采购的主要芯片 2

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	234.07	228.71	218.87
供应商对外销售均价（美元/块）	33.00	32.00	30.00
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	235.72	227.89	211.40

向中电港采购的主要芯片 3

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	15.44	15.12	15.35
供应商对外销售均价（美元/块）	**2.20**	2.20	2.20
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	**15.71**	15.67	15.50

向中电港采购的主要芯片 4

项目	**2025 年度**	**2024 年度**	**2023 年度**
公司采购均价（人民币元/块）	**8.81**	**8.68**	**8.60**
供应商对外销售均价（美元/块）	**1.20**	**1.20**	**1.20**
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	**8.57**	**8.55**	**8.46**

B、向安富利采购的主要芯片

项目	**2025 年度**	**2024 年度**	**2023 年度**
公司采购均价（人民币元/块）	**未交易**	**99.66**	**99.01**
供应商对外销售均价（美元/块）	**-**	**未提供**	**未提供**
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	**-**	**-**	**-**

因涉及商业秘密，安富利未能提供其相关芯片的对外销售均价。报告期内，公司向安富利采购的定价机制与其他供应商不存在重大差异，且安富利系全球知名电子元器件、计算机产品和嵌入技术代理商，行业内知名度较高、规模较大，公司与安富利的交易均符合市场定价原则。

C、向三顾公司采购的主要芯片

项目	**2025 年度**	**2024 年度**	**2023 年度**
公司采购均价（人民币元/块）	**688.70**	683.12	672.65
供应商对外销售价格区间（美元/块）	**100~125**	110~120	100~120
折算后供应商对外销售价格区间（人民币元/块）	**714.29~892.86**	783.39~854.60	704.67~845.60

D、向骏龙科技采购的主要芯片

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	未交易	805.71	775.11
供应商对外销售均价（美元/块）	-	127.78	112.00
供应商对外销售均价（人民币元/块）	-	805.31	792.92

注：上述供应商对外销售均价美元金额系骏龙科技有限公司提供，人民币金额系深圳市骏龙电子有限公司提供。

E、向艾睿电子采购的主要芯片 1

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	83.57	83.55	82.81
供应商对外销售均价（美元/块）	11.62	11.78	12.77
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	83.00	83.89	89.99

向艾睿电子采购的主要芯片 2

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	11.11	11.65	12.46
供应商对外销售均价（美元/块）	1.58	1.68	1.73
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	11.29	11.96	12.19

向艾睿电子采购的主要芯片 3

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	27.79	27.89	25.82
供应商对外销售均价（美元/块）	3.85	3.00	2.97
折算后供应商对外销售均价（人民币元/块）	27.50	21.37	20.93

F、向博雅慧视采购的主要芯片

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	未交易	2,146.27	2,654.87

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
供应商对外销售均价（人民币元/块）	-	2,146.27	2,654.87

G、向联芯邦采购的主要芯片 1

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	**380.53**	389.38	778.76
供应商对外销售均价（人民币元/块）	**445.13**	398.23	522.12

向联芯邦采购的主要芯片 2

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	**256.64**	**257.52**	**未交易**
供应商对外销售均价（人民币元/块）	**278.76**	**267.26**	**-**

H、向常芯胤采购的主要芯片

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
公司采购均价（人民币元/块）	**87.61**	未交易	未交易
供应商对外销售均价（人民币元/块）	**97.35~106.19**	-	-

综上所述，报告期内，公司向各期前五大芯片供应商采购的主要芯片均价与供应商对外销售均价不存在重大差异，芯片采购价格具有公允性。

②配套件

A、向申光电子采购的主要配套件

单位：元/个，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
高音喇叭 1	**46.66**	**55.00**	46.13	46.02	43.69	53.40
高音喇叭 2	**92.92**	**96.00**	**70.12**	**70.00**	**82.47**	**82.00**
音柱	**101.77**	**120.00**	84.07	88.50	未交易	-

注：当同一表格中出现采购大类名称相同但具体规格型号不同的材料或产品时，则按相

关材料或产品列示的先后顺序进行标号，下同。

B、向中国移动采购的主要配套件

由于公司通常基于系统集成项目需求以项目为单位向中国移动采购物联网卡及相关电信服务，且功能配置存在一定差异，故无法比较平均价格，但中国移动属于通信行业龙头企业，公司向其采购物联网卡及相关电信服务均系参考采购时点不同配置功能的标准资费，议价空间较小，与其对外销售价格不存在显著差异，采购定价相对公允。

C、向松丰电源采购的主要配套件

单位：万元/个，万元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
智能一体化电源	**未交易**	**-**	未交易	-	20.92	21.42

D、向安勤科技采购的主要配套件

单位：元/个，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
大喇叭村前端 IP 网络	**未交易**	**-**	未交易	-	5,660.38	6,195.03
应急指挥便携平台	**未交易**	**-**	88,495.58	80,530.97	未交易	-
UPS1	1,946.90	**1,910.10**	未交易	-	未交易	-
UPS2	**1,504.42**	**1,654.87**	**未交易**	**-**	**未交易**	**-**
操作电脑	4,867.26	**4,915.20**	未交易	-	未交易	-
单联播控桌	530.97	**542.00**	未交易	-	未交易	-

E、向武汉智显采购的主要配套件

单位：万元/个，万元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
数据库软件	未交易	-	未交易	-	30.97	30.04
终端网络	未交易	-	未交易	-	0.04	0.03
大屏可视化系统	未交易	-	未交易	-	15.93	15.60

F、向德是和采购的主要配套件

报告期内，公司基于数字电视和微波能量业务所需向德是和采购双工器、直波导线、功率合成器以及配件等产品，相关产品具有一定的个性化特征，故德是和未能向公司提供类似产品的对外销售均价。德是和主要从事广播电视射频无源器件的研发、设计、生产和销售，且中标了多个省份的系统集成项目，故公司基于其丰富的广电行业项目经验采购项目所需的双工器等配套件。

G、向太极股份采购的主要配套件

报告期内，公司基于系统集成项目需求向太极股份采购应急广播调度控制机、县级调度控制一体机及太极县级应急广播调度软件等产品，相关产品具有一定的个性化特征，故太极股份未能向公司提供类似产品的对外销售均价。太极股份系中国电子科技集团有限公司下属子公司，是国内电子政务、智慧城市和关键行业信息化的领先企业，公司向其采购的产品均系参考市场定价，采购价格相对公允。

H、向思创恒兴采购的主要配套件

单位：万元/台，万元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
综合日志审计系统 1	未交易	-	3.62	3.37	未交易	-
防火墙	未交易	-	2.91	2.80	未交易	-
综合日志审计系统 2	2.81	3.00	2.81	3.06	未交易	-
堡垒机	3.78	4.10	3.78	4.20	未交易	-

I、向盛中宇采购的主要配套件

单位：元/台，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
钢制杆混凝土基座	未交易	-	398.23	442.48	未交易	-
钢制杆	未交易	-	1,415.93	1,486.73	未交易	-
水泥杆	未交易	-	700.84	796.46	未交易	-

公司基于实施“2023 年自治区农村智能大喇叭建设项目”所需，向盛中宇采购了钢制杆、水泥杆及钢制杆混凝土基座等智能大喇叭配套的产品。该供应商成立 10 余年，在当地具有丰富的项目经验，且能够满足该项目时效性要求，公司基于项目所在地的距离、价格及对方在当地的渠道资源等方面的综合考虑与其达成合作。

J、向众禾鑫的主要配套件

单位：元/台，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
4G 餐费（年）	358.49	358.49	未交易	-	未交易	-

K、向和瑞凯的主要配套件

单位：元/台，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
150W 太阳能接收模块及固定支架	477.88	495.58	未交易	-	未交易	-
12V/24AH 蓄电池及充放电控制和升压系统	477.88	495.58	未交易	-	未交易	-
立杆	252.21	278.76	未交易	-	未交易	-
乡镇村交换机	504.42	513.27	未交易	-	未交易	-

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
服务器	50,000.00	50,159.29	未交易	-	未交易	-

E、向雅斯达采购的主要配套件

单位：元/个，元/套等

采购内容	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价	采购均价	供应商对外销售均价
双工器	34,283.19	43,000.00	未交易	-	未交易	-

综上所述，报告期内，公司向各期前五大配套件供应商采购的主要配套件均价与供应商对外销售均价不存在重大差异，配套件采购价格具有公允性。

③结构件

由于结构件通常具有较强的定制化特性，故公司主要将向报告期各期前五大结构件供应商采购的主要结构件平均单价变动趋势与供应商对外销售的类似材质和加工工艺的其他产品销售均价变动趋势进行比较。

A、向源力机械采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	前装饰板 1	6.04	6.04	6.04	保持一致
	空白前面板 1	31.13	31.13	30.83	基本稳定
	机底（短机壳）	42.74	42.74	42.74	保持一致
供应商对外销售均价	百叶窗装饰板	7.97	9.30	-	下降趋势
	前面板	-	34.51	34.51	保持一致
	小机壳	29.70	-	-	-

该供应商提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，基于多年友好合作，公司向源力机械采购量较大且价格基本稳定，与源力机械对外销售均价变动趋势基本一致，交易价格均符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

B、向阳光铝制品采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	音柱侧板 1	**112.00**	113.76	103.98	先升后降
	音柱侧板 2	**102.97**	105.27	95.24	先升后降
供应商对外销售均价	粉末喷涂	**-**	26.50 元/kg	25.50 元/kg	上升趋势
	封条型材	**28 元/kg**	**-**	**-**	**-**

注：该供应商的对外报价为按重量报价。

由于该音柱侧板为公司向该供应商定制的产品，因此该供应商列举了和该产品类似材质和加工工艺的原料及其对外销售均价，公司的采购均价与阳光铝制品对外销售均价变动趋势基本一致，交易价格均符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

C、向鸿焜电子采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	空白机柜	**2,876.10**	2,876.11	2,876.11	**基本稳定**
	监控单元机箱	**169.91**	159.29	159.29	**上升趋势**
	电源机箱钣金配件	**207.96**	**207.96**	**207.96**	**保持一致**
	机壳	**495.58**	**475.25**	**428.73**	**上升趋势**
	地面 50W/300W 空白机柜	**926.55**	**926.55**	**926.55**	**保持一致**
供应商对外销售均价	**机柜 2**	**-**	**2,300.88**	**2,300.88**	**上升趋势**
	机柜 3	**3,407.08**	-	-	**-**
	机箱 1	**163.72**	163.72	163.72	**保持一致**
	机箱 2	**309.73**	**309.73**	**309.73**	**保持一致**
	机箱 3	**464.60**	**455.75**	**438.05**	**上升趋势**
	机柜 1	**1,106.19**	**1,106.19**	**1,106.19**	**保持一致**

该供应商提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，公司的采购均价与鸿焜电子对外销售均价变动趋势基本一致，交易价格均符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

D、向一方橡塑采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	音柱上盖	5.31	5.31	5.40	基本稳定
	音柱底板	6.46	6.46	6.64	基本稳定
	塑料喇叭安装板	11.33	11.33	11.33	基本稳定
供应商对外销售均价	主控器盒盖	3.00	3.00	2.90	基本稳定
	上遮挡板	11.00	11.00	10.50	基本稳定
	下遮挡板	11.00	11.00	10.50	基本稳定
	遮挡板	1.30	1.30	1.05	基本稳定

该供应商提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，基于多年友好合作，公司向一方橡塑采购价格基本稳定，并与一方橡塑对外销售均价变动趋势一致。

E、向鼎格机电采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	散热器-下	7.08	7.08	7.08	保持一致
	散热器-上	12.39	12.39	12.39	保持一致
	腔体-上	27.43	33.63	33.63	下降趋势
	腔体-下	27.43	33.63	33.63	下降趋势
供应商对外销售均价	功分器	19.47	19.47	19.47	保持一致
	盒体	29.20	29.20	29.20	保持一致
	腔体	36.28	36.28	37.17	下降趋势

该供应商提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，公司的采购均价与鼎格机电对外销售均价变动趋势基本一致，交易价格均符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

F、向鑫金丰采购的主要结构件

单位：元/件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	电桥腔体	283.19	304.66	318.58	下降趋势
	四合一腔体	153.39	169.91	172.84	下降趋势
	6652M 垫块	81.42	78.66	57.06	上升趋势
	垫块	53.10	53.10	54.69	基本稳定
	把手	21.24	21.24	21.24	保持一致
供应商对外销售均价	结构件 1	323.01	323.01	340.71	下降趋势
	结构件 2	230.09	225.66	230.09	基本稳定
	铜垫块 1	70.80	69.03	60.62	上升趋势
	铜垫块 2	-	49.56	51.33	先降后升
	铜垫块 3	66.37	-	-	-
	把手	39.82	37.17	35.40	上升趋势

该供应商提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，公司的采购均价与鑫金丰对外销售均价变动趋势基本一致，交易价格均符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

G、向鸿帮科技采购的主要结构件

项目	采购内容及供应商类似产品	2025 年度	2024 年度	2023 年度	变动趋势
公司采购均价	功放垫块	154.87	无交易	无交易	-
	采集腔体	128.32	无交易	无交易	-
供应商对外销售均价	功放小后垫块	175.70	-	-	-
	腔体	139.50	-	-	-

向该供应商采购的主要产品为公司应用于功率源产品的新型号结构件，其提供的同类规格材质结构件与公司具体规格型号存在一定差异，公司通过询价比价的方式确定原材料供应商，在存在可比供应商报价的情况下，公司选定的原材料采购价格多低于其他供应商报价，不存在采购价格明显高于可比报价的情形，公司材料采购价格符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

H、向启宏机械采购的主要结构件

公司向启宏机械采购的机柜产品为高度定制化结构件，因不同客户提供的设计图纸、原材料规格、产品结构及配套零部件等均存在较大差异，供应商向其他客户提供的同类机柜与公司具体采购内容不具备直接可比性。公司通过询价比价的方式确定原材料供应商，在存在可比供应商报价的情况下，公司选定的原材料采购价格多低于其他供应商报价，不存在采购价格明显高于可比报价的情形，公司材料采购价格符合市场定价原则，采购定价具有公允性。

综上所述，报告期内，公司向各期前五大供应商采购的主要结构件均价变动趋势与供应商类似产品对外销售均价变动趋势不存在重大差异，定制化程度较高的产品，亦通过询价比价的方式确定供应商，不存在采购价格明显高于可比报价的情形，采购价格具有公允性。

（2）不同渠道采购单价对比情况

报告期内，公司建立了合格供应商清单，在日常采购过程中，供应链管理部会基于采购需求在合格供应商清单中选取供应商进行询价，若相关报价未能达到预期，则通过阿里巴巴、京东等专业网站查询以及其他厂家推介等不同渠道寻找合格供应商达成交易。

由于芯片、配套件、结构件规格型号众多、价格范围分布较广，故公司选取报告期各期存在可比供应商的前五大规格型号芯片、配套件、结构件采购单价进行比较，具体如下：

①芯片

A、2025 年度

单位：万元、元/块

芯片简称	供应商名称	供应商类型	采购金额	平均单价	单价差异说明
芯片14	联芯邦	芯片贸易商	205.49	380.53	**公司采购时点及采购量不同，导致贸易商现货价格不同，不存在显著差异。**
	大通中芯（深圳）科技有限公司	芯片贸易商	25.39	376.11	
芯片18	北京永阳微波科技有限公司	芯片贸易商	30.05	1,465.79	**贸易商采购渠道不同，公司采购时点不同，且现货价格较期货价格差异较大。**
	深圳市越深芯电子科技有限公司	芯片贸易商	**58.98**	**662.72**	

芯片19	深圳市至一科技有限公司	芯片贸易商	7.43	371.68	**公司采购时点及采购量不同，导致采购价格存在一定差异。**
	华云高芯（深圳）电子有限公司	芯片贸易商	**24.17**	**355.49**	
	深圳市胜新创科技有限公司	芯片贸易商	**4.11**	**342.18**	
芯片20	**艾睿电子**	**芯片代理商**	**16.64**	**332.72**	**该芯片此前通过贸易商渠道采购，价格相对较低，但基于材料质量、交期等市场化竞争因素，公司变更为代理商进行采购，故采购价格存在一定差异。**
	深圳市联创杰科技有限公司	芯片贸易商	7.33	190.27	
	联芯邦	**芯片贸易商**	**1.93**	**168.14**	
	深圳市中利创电子有限公司	芯片贸易商	1.86	185.84	
芯片21	**恒智科技股份有限公司**	**芯片贸易商**	**20.82**	**15.09**	**公司采购时点及采购量不同，导致采购价格存在一定差异。**
	深圳市迅源微科技有限公司	**芯片贸易商**	**4.28**	**26.55**	
	中电港	**芯片代理商**	**4.17**	**15.44**	

B、2024 年度

单位：万元、元/块

芯片简称	供应商名称	供应商类型	采购金额	平均单价	单价差异说明
芯片14	联芯邦	芯片贸易商	157.70	389.38	公司为降低成本变更供应商，2024 年向深圳市胜新创科技有限公司购买该型号芯片，仅购买 2 片试样故供应商报价较高，导致与另外两家供应商单价差异较大；公司向联芯邦和大通中芯（深圳）科技有限公司的采购时点不同，导致贸易商现货价格不同，不存在显著差异。
	大通中芯（深圳）科技有限公司	芯片贸易商	59.40	397.31	
	深圳市胜新创科技有限公司	芯片贸易商	0.15	752.21	
芯片 4	骏龙科技	芯片代理商	101.84	805.71	贸易商采购渠道不同，且现货价格受采购时点影响较大，故价格与代理商存在差异。
	大通中芯（深圳）科技有限公司	芯片贸易商	66.07	611.80	
	深圳市至一科技有限公司	芯片贸易商	19.88	690.27	
	深圳市企诺德电子	芯片代理商	14.68	619.25	

芯片简称	供应商名称	供应商类型	采购金额	平均单价	单价差异说明
	有限公司				
芯片15	骏龙科技	芯片代理商	127.43	42.48	公司采购时点不同，采购价格不存在显著差异。
	安富利	芯片代理商	14.25	47.49	
芯片16	创芯时代（深圳）科技有限公司	芯片贸易商	79.65	796.46	公司采购时点不同，导致贸易商现货价格不同，不存在显著差异。
	大通中芯（深圳）科技有限公司	芯片贸易商	44.34	738.94	
芯片17	深圳市海宇科电子科技有限公司	芯片贸易商	71.14	34.07	公司采购时点不同，导致贸易商现货价格不同，不存在显著差异。
	中电港	芯片代理商	42.30	20.20	

C、2023 年度

单位：万元、元/块

芯片简称	供应商名称	供应商类型	采购金额	平均单价	单价差异说明
芯片 1	云汉芯城	芯片贸易商	119.47	79.65	公司采购时点不同，导致贸易商现货价格不同，不存在显著差异。
	深圳市中利创电子有限公司	芯片贸易商	58.28	86.73	
	深圳市冠富科技有限公司	芯片贸易商	54.64	86.73	
	深圳市佰誉科技有限公司	芯片贸易商	6.69	79.65	
芯片 2	深圳市芯海实业有限公司	芯片贸易商	73.73	184.34	不存在显著差异。
	北京永阳微波科技有限公司	芯片贸易商	44.96	187.32	
芯片 3	麒麟视讯（天津）科技有限公司	芯片贸易商	104.05	11.77	不存在显著差异。
	晏阳科技国际贸易（上海）有限公司深圳分公司	芯片代理商	9.53	12.21	
芯片 4	骏龙科技	芯片代理商	87.43	775.11	贸易商采购渠道不同，且现货价格受采购时点影响较大，故价格与代理商存在差异。
	深圳市至一科技有限公司	芯片贸易商	14.32	712.39	
芯片 5	艾睿电子	芯片代理商	29.90	12.46	公司采购时点、采购量以及代理商渠道不同，导致采购价格存在一定差异。
	德州仪器（上海）有限公司	芯片代理商	21.49	15.35	
	深圳市博信恒业科	芯片贸易商	3.66	18.58	

芯片简称	供应商名称	供应商类型	采购金额	平均单价	单价差异说明
	技有限公司				

如上表所示，公司向不同类型供应商采购的主要芯片整体价格差异较小，具有公允性，个别规格型号芯片采购价格存在差异较大的情形，主要原因系芯片代理商的销售价格受芯片品牌厂家指导价格约束，不能随意变更；而芯片贸易商则根据其采购芯片的成本、市场供应紧缺情况及现货市场行情确定其销售价格，具有合理性。

②配套件

A、2025 年度

单位：万元、元/个、元/套

配套件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
IPTV 盒子	深圳市艾尚科电子有限公司	17.07	87.10	不存在显著差异。
	深圳市艾科维达科技有限公司	0.53	87.61	
双工器	成都雅斯达网络设备有限公司	13.71	34,283.19	受项目安装环境等因素影响价格存在差异。
	江苏德是和通信科技有限公司	3.16	31,646.02	

注：本期相同规格型号配套件存在可比供应商数量较少且金额较小，故仅列示采购金额较大的配套件。

B、2024 年度

单位：万元、元/个、元/套

配套件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
高音喇叭	泰兴市荣华电声器材有限公司	11.07	49.56	受不同系统集成项目发货数量大小、距离远近等因素影响价格存在差异。
	民声电子	1.03	51.33	
喇叭安装架	昆明瑞东商贸有限公司	6.17	246.90	不存在显著差异。
	云南百然科技有限公司	4.96	247.79	
电源线	四川省新都美河线缆厂	3.27	2.52	不存在显著差异。
	眉山三电线缆有限公司	1.17	2.35	
高清方形喇	申光电子	1.90	163.72	受不同系统集成项

叭	民声电子	0.50	168.14	目发货数量大小、距离远近等因素影响价格存在差异。
调频接收天线	任丘市永兴电子有限公司	0.76	42.24	该配套件为定制化产品，受不同系统集成项目发货数量大小、距离远近等因素影响价格存在差异。
	泉州佳信天线有限公司	0.03	141.59	

C、2023 年度

单位：万元、元/个、元/套

配套件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
高音喇叭	申光电子	189.63	43.69	受不同系统集成项目发货数量、运输距离等因素影响价格存在差异。
	民声电子	6.75	47.11	
喇叭安装架 1	昆明瑞东商贸有限公司	25.96	144.21	受不同系统集成项目发货数量、运输距离等因素影响价格存在差异。
	云南百然科技有限公司	12.51	181.33	
喇叭安装架 2	云南百然科技有限公司	28.48	299.12	不存在显著差异。
	昆明瑞东商贸有限公司	5.93	296.46	
区级应急广播安全专用设备	信格科技	17.17	34,336.28	不存在显著差异。
	广州博维网络信息有限公司	6.64	33,185.85	
USB 密码器	信格科技	10.92	3,412.61	不存在显著差异。
	广州博维网络信息有限公司	3.22	3,221.24	

如上表所示，公司向不同供应商采购的主要配套件的采购单价整体价格差异较小，具有公允性，价格差异主要系受不同系统集成项目采购数量、运输距离等因素影响所致，个别配套件价格差异较大，主要原因系同类产品具体规格型号、参数等存在一定差异，具有合理性。

③结构件

A、2025 年度

单位：万元、元/个、元/件

结构件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明

结构件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
功放垫块	鸿帮科技	**6.77**	154.87	受采购数量不同、阶梯价格且供应商管理成本不同影响，价格存在一定差异。
	鑫金丰	0.51	212.39	
馈管 2	德是和	**9.82**	884.96	该产品的原材料价格上涨，供应商管理成本不同，价格存在一定差异。
	雅斯达	0.44	734.51	
水冷板 1	**东莞市源阳热能科技有限公司**	**17.65**	**539.82**	**采购量不同，导致采购价格存在一定差异。**
	成都精瑞祥科技有限公司	**0.61**	**866.37**	
水冷板 2	**东莞市源阳热能科技有限公司**	**10.69**	**539.82**	**采购量不同，导致采购价格存在一定差异。**
	成都精瑞祥科技有限公司	**0.43**	**866.37**	
水冷板 3	**成都海莱特微波技术有限公司**	**5.06**	**180.78**	**采购量不同，以及各供应商管理成本、运输成本、材料成本不同导致采购价格存在一定差异。**
	成都市雷宇机械零部件制造有限公司	**2.60**	**158.54**	
	鑫金丰	**0.16**	**200.00**	

B、2024 年度

单位：万元、元/个、元/件

结构件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
馈管 1	成都雅斯达网络设备有限公司	6.30	393.81	该产品的原材料价格上涨，供应商货源、采购时间不同，导致存在一定差异。
	德是和	3.12	389.38	
水冷板	广东文轩热能科技股份有限公司	2.12	2,123.89	公司与广东文轩热能科技股份有限公司首次合作，价格偏高，为了降低成本变更为价格较低的供应商。
	深圳市力同科技有限公司	1.68	884.96	
馈管 2	成都雅斯达网络设备有限公司	1.59	722.45	该产品的原材料价格上涨，供应商货源、采购时间不同，导致存在一定差异。
	德是和	1.29	858.41	

结构件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
匹配器单路机箱	成都百源机械有限公司	1.39	309.73	受供应商生产工艺、材料成本不同以及公司采购量、交付周期等因素影响，价格存在一定差异。
	源力机械	0.21	296.46	
四路合成器上盖	成都海莱特微波技术有限公司	0.74	1,238.94	公司与成都海莱特微波技术有限公司首次合作，价格偏高，为了降低成本变更为价格较低的供应商。
	成都腾宁精密电子机械有限公司	0.68	849.56	

C、2023 年度

单位：万元、元/个、元/件

结构件简称	供应商名称	采购金额	采购单价	差异说明
挂钩	源力机械	27.77	2.21	不存在差异。
	成都志千里电子设备有限公司	5.75	2.21	
空白上盖	成都百源机械有限公司	3.63	36.28	受供应商生产工艺、材料成本不同以及公司采购量、交付周期等因素影响，价格存在一定差异。
	源力机械	3.01	30.09	
	成都兴拓越科技有限公司	0.83	35.40	
机底	源力机械	2.21	22.12	供应商管理成本、运输成本、材料成本不同。
	成都百源机械有限公司	1.73	23.01	
	成都兴拓越科技有限公司	0.53	22.12	
电源水冷板	深圳市力同科技有限公司	2.99	1,150.44	该结构件系公司采购的试样材料，价格主要受供应商生产工艺、开模成本、试制数量等因素影响差异较大。
	东莞市源阳热能科技有限公司	1.19	1,486.73	
	武汉金鼎兴科技有限公司	0.20	2,035.39	
主功放双路水冷板	东莞市源阳热能科技有限公司	1.52	761.06	不存在差异。
	深圳市力同科技有限公司	1.52	761.06	

3、原材料价格难以与同行业可比公司进行比较

报告期内，公司采购的芯片和模块品类众多（具体规格型号多达 1700 余种）、

功能各异，各类芯片价格差异较大；同时，根据公司生产需求情况，报告期各期对具体型号芯片和模块的采购量变动也较大。配套件、结构件、印制板等材料主要系根据客户需求以及系统集成项目功能配置进行差异化采购，品类和规格型号众多。由于同行业可比公司未公开披露芯片、结构件、配套件的具体规格型号和采购价格情况，因此无法与同行业可比公司的采购价格进行对比分析。

4、不存在为公司承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形

报告期内，发行人为降低采购成本并保证采购价格的公允性，制定并严格执行了采购相关的内部控制制度，不存在各类原材料主要供应商为公司承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

二、结合适当型号、标准将各类产品进行分类，说明细分产品的销售数量、收入、单价、毛利率等情况，结合产品结构、销售单价、销售成本的变动情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变动的原因及合理性

（一）结合适当型号、标准将各类产品进行分类，说明细分产品的销售数量、收入、单价、毛利率等情况

1、软硬件一体设备

由于公司各类产品软硬件一体设备规格型号众多，报告期内公司软硬件一体设备按照具体产品规格型号划分的存货编码数量为 2700 余项，故公司按照产品的主要功能、应用场景将软硬件一体设备划分为产品系列，各类产品中主要产品系列销量、收入金额、占比、单价及毛利率情况如下：

（1）各类产品中主要产品系列销量、收入金额及占比情况

单位：台、万元

主要产品系列	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销量	收入金额	收入占比	销量	收入金额	收入占比	销量	收入金额	收入占比
数字电视									
地面数字电视广播发射机	**102.00**	**551.55**	**15.94%**	629.00	1,586.18	30.24%	234.00	1,454.40	21.40%
编转码系列	**425.00**	**373.92**	**10.80%**	561.00	526.93	10.04%	1,185.00	1,196.88	17.61%
复用调制系列	**791.00**	**534.34**	**15.44%**	696.00	538.93	10.27%	1,372.00	1,171.02	17.23%
调制系列	**566.00**	**558.45**	**16.13%**	1,230.00	1,166.93	22.25%	966.00	1,034.64	15.22%
适配系列	**548.00**	**286.86**	**8.29%**	441.00	186.42	3.55%	1,126.00	598.08	8.80%
小计	**2,432.00**	**2,305.12**	**66.60%**	3,557.00	4,005.39	76.36%	4,883.00	5,455.01	80.26%
应急广播									
收扩机系列	**14,106.00**	**846.37**	**32.40%**	27,341.00	1,752.91	36.27%	47,721.00	2,821.04	39.04%
适配器系列	**3,667.00**	**762.75**	**29.20%**	6,304.00	1,499.32	31.02%	9,105.00	2,139.83	29.61%
音柱系列	**7,543.00**	**528.64**	**20.23%**	9,038.00	601.09	12.44%	17,157.00	1,200.90	16.62%
小计	**25,316.00**	**2,137.77**	**81.83%**	42,683.00	3,853.32	79.72%	73,983.00	6,161.78	85.27%
专业视听									
调制系列	**1,763.00**	**2,057.00**	**34.37%**	1,441.00	1,781.93	29.78%	1,532.00	1,931.76	34.50%
编码调制系列	**1,432.00**	**883.87**	**14.77%**	1,880.00	1,013.52	16.94%	2,051.00	1,215.54	21.71%

主要产品系列	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	销量	收入金额	收入占比	销量	收入金额	收入占比	销量	收入金额	收入占比
复用调制系列	3,086.00	1,577.89	26.36%	3,282.00	1,776.49	29.69%	3,103.00	1,544.03	27.57%
小计	6,281.00	4,518.75	75.49%	6,603.00	4,571.94	76.42%	6,686.00	4,691.34	83.78%
微波能量应用									
射频电源	324.00	457.11	5.92%	98.00	113.26	5.44%			
固态功率源	47.00	5,213.05	67.53%	23.00	1,504.72	72.29%			
低电平射频前端	1,125.00	2,049.18	26.55%	100.00	463.64	22.27%			
小计	1,496.00	7,719.34	100.00%	221.00	2,081.62	100.00%			

注 1：上表中的收入占比系各类产品中主要产品系列收入金额分别占相应产品软硬件一体设备整体收入金额比例；

注 2：2023 年公司存在少量微波能量应用产品销售，收入金额为 59.33 万元，由于金额较小**且相关产品处于试样阶段，可比性不强，故未单独披露**。

如上表所示，**报告期内，**公司各类产品中主要产品系列收入占比较高，其中微波能量应用系 2024 年新增放量产品，以功率源系列产品为主，**2025 年度微波能量应用产品收入呈现爆发式增长态势，固态功率源、低电平射频前端及射频电源系列产品销量及收入规模均增幅较大，已形成较为丰富的产品线和下游客户储备**；数字电视、应急广播主要产品系列**销量及**收入金额**均受行业环境变化、境内广电业务需求阶段性波动、公司业务结构战略性调整等因素**影响**呈下降趋势，其中数字电视产品中的地面数字电视广播发射机、调制系列产品以及应急广播产品中的收扩机系列、适配器系列产品下滑幅度较大；专业视听主要产品系列收入金额均较为稳定。**

上述变动符合公司聚焦高毛利、高潜力业务的发展战略，有效降低了对政策依赖性较强的广电业务的依赖，提升了收入的稳定性与可持续性，收入结构更趋合理，抗风险能力大幅提升。

（2）各类产品中主要系列产品单价、单位成本及毛利率情况

单位：元/台

主要产品系列	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
数字电视						
地面数字电视广播发射机	**54,073.10**	**43.82%**	25,217.50	51.30%	62,154.05	58.37%
编转码系列	**8,798.20**	**64.52%**	9,392.60	59.74%	10,100.22	63.39%
复用调制系列	**6,755.27**	**71.20%**	7,743.22	67.18%	8,535.10	72.64%
调制系列	**9,866.57**	**71.28%**	9,487.22	71.90%	10,710.53	78.62%
适配系列	**5,234.74**	**58.92%**	4,227.30	64.38%	5,311.54	68.63%
应急广播						
收扩机系列	**600.01**	**25.81%**	641.13	31.77%	591.15	32.00%
适配器系列	**2,080.05**	**46.47%**	2,378.37	47.99%	2,350.17	51.99%
音柱系列	**700.84**	**33.48%**	665.06	34.22%	699.95	35.91%
专业视听						
调制系列	**11,667.59**	**69.73%**	12,365.94	74.71%	12,609.43	73.96%
编码调制系列	**6,172.24**	**59.80%**	5,391.06	63.38%	5,926.58	61.93%
复用调制系列	**5,113.06**	**62.79%**	5,412.82	65.89%	4,975.94	66.28%
微波能量应用						

主要产品系列	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率	销售单价	毛利率
射频电源	**14,108.30**	**43.64%**	11,556.80	36.45%		
固态功率源	**1,109,159.12**	**52.80%**	654,227.59	58.24%		
低电平射频前端	**18,214.94**	**77.36%**	46,363.72	79.29%		

如上表所示，由于各主要产品系列中具体产品规格型号较多，不同产品销售价格、成本存在一定差异，故软硬件一体设备各主要产品系列销售单价及毛利率存在一定波动。公司在数字电视、应急广播、专业视听等领域均具备较强的技术创新实力，相关产品能够满足客户对于稳定性、可靠性、兼容性及经济性等方面的较高要求。报告期内，公司不断提升产品性能、优化产品结构，产品系列销售单价受具体规格型号产品销量差异影响存在波动。

2024 年-2025 年公司分别实现微波能量应用业务收入 2,081.62 万元、**7,719.34 万元**，系公司布局的未来战略性业务之一，**该业务具有毛利率高、市场容量大、行业门槛高与技术经验积累要求高等特点，终端客户集中于科研、医疗、工业等优质领域**，对提升国家基础科研实力、发展新质生产力具有重要作用，且该类产品销售单价相对较高，相关业务基本不受广电产品政策影响，**公司产品在技术、性能及质量等方面均获得了越来越多行业主流客户的认可，目前在手订单增长趋势明确**。

报告期内，地面数字电视广播发射机系列产品销售单价存在较大波动，主要原因系该系列产品具体规格型号较多，通常情况下，输出功率越高的发射机产品技术标准更高、生产工艺更为复杂，相应的销售价格亦相对较高。报告期内，公司按照地面数字电视广播发射机系列产品输出功率（不考虑其他技术指标影响）划分的销售数量及销售单价情况如下：

单位：台、元/台

输出功率	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	销售单价	数量	销售单价	数量	销售单价
1000W 及以上	**45.00**	**84,064.99**	51.00	97,311.97	111.00	87,729.39
1000W 以下	**57.00**	**30,395.28**	578.00	18,856.23	123.00	39,073.87

如上表所示，公司于 2024 年度销售的输出功率在 1000W 以下的发射机产品数量较多，且包含 500 余台输出功率为 50W 的地面数字广播发射机，故导致 2024 年度相关系列产品平均销售单价相对较低。

2、系统集成项目

报告期内，公司实施的各系统集成项目收入金额主要集中在 100 万元以上，占报告期各期系统集成项目收入总额比例分别为 98.66%、97.82%、**97.04%**，具体情况如下：

数量单位：个

项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	项目数量	收入占比	毛利率	项目数量	收入占比	毛利率	项目数量	收入占比	毛利率
数字电视									
300 万元以上	-			3	85.49%	30.38%	7	99.22%	51.57%
100-300 万元	1	66.38%	27.88%	-	-	-	1	0.78%	53.26%
小计	1	66.38%	27.88%	3	85.49%	30.38%	8	100.00%	51.59%
应急广播									
300 万元以上	4	81.60%	35.24%	8	82.49%	36.05%	11	73.12%	43.78%
100-300 万元	2	18.40%	32.31%	4	15.34%	47.70%	7	25.55%	41.81%
小计	6	100.00%	34.70%	12	97.82%	37.87%	18	98.66%	43.27%

如上表所示，报告期内，公司系统集成项目收入金额在 100 万元以上的项目较多，由于部分系统集成项目受项目规模、客户需求、当地自然环境、基础条件、实施难度、所处地区项目经验以及市场竞争情况等因素影响毛利率相对较低，导致 2024 年度数字电视 300 万元以上的系统集成项目毛利率仅为 30.38%、**2025 年度数字电视 100-300 万元的系统集成项目毛利率仅为 27.88%以及**应急广播**100-300 万元**的系统集成项目毛利率仅为 **32.31%**，进而导致报告期各期系统集成项目整体毛利率存在一定波动，但相关项目绝对利润较高，且具有品牌示范效应较强以及利于公司后期在项目所处区域的业务拓展等特点。

3、软件、零配件和半成品

报告期内，公司软件、零配件和半成品收入金额占主营业务收入比例分别为1.03%、1.70%、**1.03%**，占比相对较低，由于软件、零配件和半成品计量单位不同、种类较为繁杂、价格差异较大，故销售数量、单价、毛利率等可比性较低。

（二）结合产品结构、销售单价、销售成本的变动情况，量化分析报告期内各类产品毛利率变动的原因及合理性

1、软硬件一体设备

报告期内，公司各类产品软硬件一体设备收入占比及毛利率变动情况如下：

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率
数字电视	**17.50%**	**61.27%**	28.91%	60.47%	34.64%	67.39%
应急广播	**13.21%**	**36.29%**	26.64%	36.98%	36.83%	38.35%
专业视听	**30.26%**	**63.47%**	32.97%	65.69%	28.54%	66.02%
微波能量应用	**39.03%**	**58.77%**	11.47%	61.74%		

如上表所示，报告期内，受不同类型客户需求、**公司业务结构战略性调整等因素**影响，公司各类产品软硬件一体设备收入占比存在一定波动，毛利率变动原因主要系受具体规格型号产品结构、销售单价及单位成本变动影响所致。

（1）数字电视

报告期内，公司数字电视软硬件一体设备中主要产品系列收入占比分别为80.26%、76.36%、**66.60%**，占比较高，其产品结构、销售单价、销售成本变动对数字电视软硬件一体设备整体毛利率影响情况如下：

所属年度	产品系列	产品结构变动影响	产品毛利率变动影响			对整体毛利率影响
			销售单价变动影响	单位成本变动影响	小计	
2025 年度	地面数字电视广播发射机	**-7.34%**	**4.14%**	**-5.33%**	**-1.19%**	**-8.53%**
	编转码系列	**0.45%**	**-0.29%**	**0.81%**	**0.52%**	**0.97%**
	复用调制系列	**3.47%**	**-0.74%**	**1.36%**	**0.62%**	**4.09%**
	调制系列	**-4.39%**	**0.17%**	**-0.28%**	**-0.10%**	**-4.50%**

所属年度	产品系列	产品结构变动影响	产品毛利率变动影响			对整体毛利率影响
			销售单价变动影响	单位成本变动影响	小计	
	适配系列	**3.05%**	**0.57%**	**-1.02%**	**-0.45%**	**2.60%**
	合计	**-4.76%**	**3.85%**	**-4.46%**	**-0.61%**	**-5.37%**
2024年度	地面数字电视广播发射机	5.16%	-18.44%	16.30%	-2.14%	3.02%
	编转码系列	-4.80%	-0.28%	-0.09%	-0.37%	-5.16%
	复用调制系列	-5.05%	-0.29%	-0.27%	-0.56%	-5.61%
	调制系列	5.52%	-0.61%	-0.88%	-1.49%	4.03%
	适配系列	-3.60%	-0.29%	0.13%	-0.15%	-3.75%
	合计	**-2.77%**	**-19.90%**	**15.19%**	**-4.71%**	**-7.48%**
2023年度	地面数字电视广播发射机	7.38%	0.90%	-1.09%	-0.19%	7.18%
	编转码系列	3.78%	-0.28%	-0.26%	-0.54%	3.24%
	复用调制系列	0.87%	-0.43%	0.51%	0.08%	0.95%
	调制系列	-18.74%	1.52%	-0.46%	1.07%	-17.67%
	适配系列	2.83%	0.18%	-0.24%	-0.06%	2.77%
	合计	**-3.88%**	**1.89%**	**-1.54%**	**0.35%**	**-3.53%**

注 1：产品结构变动影响=上期毛利率*（本期收入占比-上期收入占比），该数值反映了假设各产品系列上期毛利率不变的情况下，收入占比变动对本期数字电视软硬件一体设备整体毛利率的影响；

注 2：产品毛利率变动影响=（本期毛利率-上期毛利率）*本期收入占比，该数值反映了假设本期收入占比不变的情况下，各类产品系列毛利率变动对本期数字电视软硬件一体设备整体毛利率的影响；

注 3：销售单价变动影响=本期收入占比*上期单位成本*（本期销售单价-上期销售单价）/（本期销售单价*上期销售单价），该数值反映了假设本期收入占比、上期单位成本不变的情况下，各类产品系列销售单价变动对本期数字电视软硬件一体设备整体毛利率的影响；

注 4：单位成本变动影响=本期收入占比*（上期单位成本-本期单位成本）/本期销售单价，该数值反映了假设本期收入占比、销售单价不变的情况下，各类产品系列单位成本变动对本期数字电视软硬件一体设备整体毛利率的影响。下同。

如上表所示，报告期内，公司数字电视软硬件一体设备主要产品系列中产品结构、销售单价、单位成本变动对毛利率的影响分别为-3.53%、-7.48%、**-5.37%**，其中调制系列产品结构变动对 2023 年度毛利率影响较大，主要原因系公司 2023 年未与北广科技发生交易，故导致调制系列产品结构变化较大，进而对数字电视软硬件一体设备整体毛利率影响较大；**地面数字电视广播发射机系列产品结构变动对 2025 年度毛利率影响较大，主要原因系受客户需求、财政资金预算、广播**

电视相关基础设施建设进度等因素影响，2025 年度公司销售的输出功率在 1000W 以下的地面数字广播发射机相较于 2024 年度而言减少 521 台，故导致相关系列产品收入金额下降幅度较大、产品结构变动较大，进而对数字电视软硬件一体设备整体毛利率影响较大。

（2）应急广播

报告期内，公司应急广播软硬件一体设备中主要产品系列收入占比分别为 85.27%、79.72%、**81.83%**，占比较高，其产品结构、销售单价、销售成本变动对应急广播软硬件一体设备整体毛利率影响情况如下：

所属年度	产品系列	产品结构变动影响	产品毛利率变动影响			对整体毛利率影响
			销售单价变动影响	单位成本变动影响	小计	
2025 年度	收扩机系列	**-1.23%**	**-1.51%**	**-0.42%**	**-1.93%**	**-3.16%**
	适配器系列	**-0.88%**	**-2.18%**	**1.73%**	**-0.44%**	**-1.32%**
	音柱系列	**2.67%**	**0.68%**	**-0.83%**	**-0.15%**	**2.52%**
	合计	**0.56%**	**-3.01%**	**0.49%**	**-2.52%**	**-1.96%**
2024 年度	收扩机系列	-0.89%	1.92%	-2.00%	-0.08%	-0.97%
	适配器系列	0.73%	0.18%	-1.42%	-1.24%	-0.51%
	音柱系列	-1.50%	-0.42%	0.21%	-0.21%	-1.71%
	合计	**-1.66%**	**1.68%**	**-3.21%**	**-1.53%**	**-3.19%**
2023 年度	收扩机系列	1.95%	-1.38%	-1.29%	-2.68%	-0.73%
	适配器系列	-1.09%	-1.96%	0.68%	-1.28%	-2.37%
	音柱系列	0.24%	1.46%	-1.62%	-0.16%	0.08%
	合计	**1.11%**	**-1.88%**	**-2.24%**	**-4.12%**	**-3.01%**

如上表所示，报告期内，公司应急广播软硬件一体设备主要产品系列中产品结构、销售单价、单位成本变动对毛利率的影响分别为-3.01%、-3.19%、**-1.96%**，其中销售单价及单位成本变动对 2023 年度**及 2025 年度**毛利率影响较大，主要原因如下：

2023 年度，受市场竞争较为激烈、原材料价格上涨以及各主要产品系列中具体规格型号产品结构变化等因素影响，公司收扩机系列、适配器系列及音柱系列产品均出现销售价格下降、单位成本增加的情形，故导致 2023 年度应急广播

软硬件一体设备毛利率有所减少。

2025 年度，受国家及地方政府政策、资金预算、投资建设进度、资产更新升级计划等外部因素影响，终端客户需求有所变化，进而导致下游市场竞争较为激烈，公司收扩机系列、适配器系列产品均出现销售价格下降的情形，故对 2025 年度应急广播软硬件一体设备毛利率影响较大。

（3）专业视听

报告期内，公司专业视听软硬件一体设备中主要产品系列收入占比分别为 83.78%、76.42%、**75.49%**，占比较高，其产品结构、销售单价、销售成本变动对专业视听软硬件一体设备整体毛利率影响情况如下：

所属年度	产品系列	产品结构变动影响	产品毛利率变动影响			对整体毛利率影响
			销售单价变动影响	单位成本变动影响	小计	
2025 年度	调制系列	**3.42%**	**-0.52%**	**-1.19%**	**-1.71%**	**1.71%**
	编码调制系列	**-1.38%**	**0.68%**	**-1.21%**	**-0.53%**	**-1.91%**
	复用调制系列	**-2.20%**	**-0.53%**	**-0.29%**	**-0.82%**	**-3.01%**
	合计	**-0.15%**	**-0.36%**	**-2.70%**	**-3.06%**	**-3.21%**
2024 年度	调制系列	-3.49%	-0.15%	0.38%	0.23%	-3.26%
	编码调制系列	-2.95%	-0.64%	0.89%	0.24%	-2.71%
	复用调制系列	1.40%	0.81%	-0.92%	-0.11%	1.29%
	合计	**-5.03%**	**0.01%**	**0.34%**	**0.36%**	**-4.68%**
2023 年度	调制系列	0.48%	0.30%	-0.97%	-0.68%	-0.20%
	编码调制系列	-2.19%	1.49%	-1.38%	0.11%	-2.08%
	复用调制系列	2.41%	1.09%	-0.72%	0.36%	2.78%
	合计	**0.71%**	**2.87%**	**-3.08%**	**-0.20%**	**0.50%**

如上表所示，报告期内，公司专业视听软硬件一体设备主要产品系列中产品结构、销售单价、单位成本变动对毛利率的影响分别为 0.50%、-4.68%、**-3.21%，**2023 年呈上升趋势，主要原因系下游酒店类行业客户受以前年度突发公共卫生事件的影响较大，消费需求缩减，报告期内，随着公共卫生事件的影响减弱，旅游、展会、赛事等市场活动逐步复苏，相关领域投资得以恢复，专业视听各主要产品系列产品结构、销售单价均有所回升。2024 年度，受下游客户需求变化影

响，调制系列、编码调制系列产品结构发生变动，收入占比下降对专业视听主要产品系列整体毛利率产生一定影响。**2025 年度，受芯片、模块等原材料价格上涨影响，调制系列、编码调制系列单位成本有所上升，故导致对专业视听主要产品系列整体毛利率产生一定影响。**

（4）微波能量应用

报告期内，公司微波能量应用软硬件一体设备产品结构、销售单价、销售成本变动对整体毛利率影响情况如下：

所属年度	产品系列	产品结构变动影响	产品毛利率变动影响			对整体毛利率影响
			销售单价变动影响	单位成本变动影响	小计	
2025 年度	射频电源	0.18%	0.68%	-0.25%	0.43%	0.60%
	固态功率源	-2.77%	11.57%	-15.24%	-3.67%	-6.44%
	低电平射频前端	3.39%	-8.50%	7.98%	-0.51%	2.88%
	合计	0.79%	3.75%	-7.51%	-3.76%	-2.97%

如上表所示，2025 年度微波能量应用产品中固态功率源产品销售单价及单位成本变动对其产品毛利率影响较大，主要系公司当期销售的固态功率源产品频率及功率较大、技术标准及规格较高，同时受芯片、模块等原材料价格上涨影响，相关产品生产所耗费的材料成本、人工成本及制造费用增长幅度大于销售单价变动，导致固态功率源产品毛利率有所下降；低电平射频前端产品结构变动对整体毛利率影响较大，主要原因系报告期内相关产品毛利率相对较高，均在 70%以上，2025 年度受客户需求影响收入金额及占比均有所上升，故对微波能量应用整体毛利率产生一定影响。

2、系统集成项目

由于公司系统集成项目均系根据客户需求以整体项目进行个性化交付，故受不同系统集成项目客户需求、配置功能、实施区域、安装范围、基础条件等因素影响，无法按照销售单价及单位成本对毛利率进行量化分析。

报告期内，公司主要系统集成项目毛利率存在差异的原因及合理性详见本回复之“问题 5”之“一、（二）说明各类项目具体情况，包括并不限于项目及客

户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况等，并说明相关项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间等是否存在异常，是否涉及合同重大变更情形”相关回复内容。

三、结合不同项目产品差异、定价机制，说明不同项目之间毛利率差异较大的原因及合理性，结合发行人成本的归集、结转方法，核查说明不同项目的成本核算是否准确、完整

（一）结合不同项目产品差异、定价机制，说明不同项目之间毛利率差异较大的原因及合理性

1、不同项目定价机制

报告期内，公司不同系统集成项目的定价机制不存在重大差异。公司系统集成项目的订单来源以招投标为主，在投标报价时会综合考虑项目的示范效应、项目整体毛利、付款条件等因素，而最终中标价格受招标方项目预算、项目竞争程度等客观因素影响较大。

2、不同项目产品差异

公司各类系统集成项目主要由软硬件一体设备、配套设备及辅材以及安装、调试等配套服务构成，其中公司自主研发、生产的软硬件一体设备属于系统集成项目核心设备。受客户需求、项目配置功能影响，不同系统集成项目中的产品差异主要体现在核心设备、配套设备及辅材的占比方面。报告期各期，公司前五大系统集成项目毛利率、自有产品成本占比、自有产品毛利率情况如下：

单位：万元

项目名称	项目类别	收入金额	毛利率	自有产品成本占比	自有产品毛利率
2025 年度					
湖北省麻城市应急广播体系建设项目	应急广播	706.02	35.68%	21.81%	74.74%
临江市应急广播系统建设项目	应急广播	399.28	31.08%	18.74%	55.88%

项目名称	项目类别	收入金额	毛利率	自有产品成本占比	自有产品毛利率
长白朝鲜族自治县应急广播体系建设项目	**应急广播**	**363.03**	**43.02%**	**20.97%**	**65.15%**
前郭县应急广播建设项目	**应急广播**	**328.32**	**30.78%**	**14.94%**	**78.76%**
2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购	**应急广播**	**211.13**	**16.90%**	**28.78%**	**47.86%**
小计		**2,007.78**			
2024 年度					
2023 年自治区农村智能大喇叭建设智能终端购置项目（第五包）	应急广播	1,751.93	25.85%	13.72%	67.53%
广南县自然村应急广播建设项目	应急广播	774.46	47.85%	23.94%	68.67%
省级地面数字电视覆盖工程（一期）项目	数字电视	692.42	27.22%	18.20%	65.10%
中国广电内蒙古网络有限公司广播电视设备采购（标段一）-应急广播及机房相关设备采购项目	应急广播	675.34	44.80%	25.66%	71.74%
凤庆县应急广播体系建设项目	应急广播	561.70	44.35%	26.43%	65.72%
小计		**4,455.85**			
2023 年度					
地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目	数字电视	14,011.87	53.29%	57.52%	67.74%
应急广播省级平台建设及运维项目	数字电视	725.22	34.93%	21.17%	74.85%
和龙市应急广播体系建设设备采购项目	应急广播	412.58	21.71%	11.44%	58.37%
安图县应急广播体系建设设备采购	应急广播	392.14	22.57%	13.81%	66.62%
金秀瑶族自治县 2023 年应急广播体系建设项目	应急广播	387.58	57.59%	20.91%	71.13%
小计		**15,929.39**			

注：由于公司系统集成项目系整体交付并经客户验收后确认收入，其中的公司自有产品不存在单独的收入金额，故上表中自有产品毛利率系基于销售合同中对应产品分项报价不含税金额及产品成本计算得出。

如上表所示，虽然不同系统集成项目受招标方项目预算、项目竞争程度等因素影响中标价格存在一定差异，导致个别系统集成项目中自有产品毛利率相对较低，但绝大部分项目中的自有产品毛利率区间在 45%-80%之间，故通常情况下，

同类产品系统集成项目自有产品成本占比与该系统集成项目毛利率呈正相关关系。公司系统集成项目主要以公司自主研发及生产的软硬件一体设备为主，并配套外购第三方设备及服务为客户提供整体技术解决方案，而自主研发及生产的软硬件一体设备属于相关系统集成项目中的核心部件，价值相对较高。

报告期各期主要系统集成项目毛利率存在一定差异的具体原因详见本回复“问题 5”之“一、（二）说明各类项目具体情况，包括并不限于项目及客户名称、项目总分包或联合体情况、项目内容及功能、业务获取方式、合同签订时间、开工时间、完工时间、验收时间、收入确认依据、实施人员数量、项目成本及毛利、项目款项回收情况等，并说明相关项目毛利率、执行周期及验收周期、完工时间与预计时间等是否存在异常，是否涉及合同重大变更情形”相关回复内容。

综上所述，不同系统集成项目受市场竞争情况、招标预算以及客户需求、配置功能等因素影响中标价格、产品结构存在一定差异，但通常情况下，系统集成项目中自产产品毛利率较高，其数量及金额占比与系统集成项目毛利率呈正相关关系，不同系统集成项目毛利率存在差异的主要原因系受项目规模、客户需求、当地自然环境、基础条件、实施难度、所处地区项目经验以及市场竞争情况等因素影响所致，但均具有相对较高的项目利润，具有商业合理性。

3、可比公司对比情况

同行业可比公司图南电子在其公开信息中披露了报告期内应急广播系统集成服务项目的毛利率区间，具体情况如下：

产品类别	所属期间	毛利率区间
应急广播系统集成服务	2023 年 1-6 月	[17.45%,77.06%]
	2022 年度	[19.07%,93.90%]
	2021 年度	[15.11%,70.50%]
	2020 年度	[24.23%,72.88%]

如上表所示，报告期内，公司不同应急广播系统集成项目毛利率存在一定差异且区间范围较大的情况与同行业可比公司图南电子情况基本一致，具有合理性。

（二）结合发行人成本的归集、结转方法，核查说明不同项目的成本核算是否准确、完整

报告期内，公司各类别产品的营业成本主要包括直接材料、直接人工、制造费用、安装成本和物流费，具体归集、结转方法如下：

1、直接材料的归集与分配

直接材料包括生产过程中直接用于产品生产的主要材料以及有助于产品形成的辅助材料等，原材料购进时采用实际成本法。直接材料依据生产计划、产品物料清单（BOM）领用材料并通过生产订单进行归集分配，生产部门按照 ERP 系统中经审批的领料单安排领料，ERP 系统按照移动加权平均法核算领用的直接材料成本。

2、直接人工的归集与分配

直接人工包括公司向直接从事产品生产人员支付的各项职工薪酬，主要为车间人员的工资、奖金、社保、住房公积金、福利等，根据实际发生额进行归集。直接人工以实际发生额为基础在半成品和完工产品之间按完工入库数量比例进行分配。

3、制造费用的归集与分配

制造费用主要核算生产过程中发生的间接费用，包括房屋及机器设备的折旧费、车间的水电费、修理费、低值易耗品等，根据实际发生额进行归集。制造费用以实际发生额为基础在半成品和完工产品之间按完工入库数量比例进行分配。

4、产品成本结转方法

公司产品成本结转方法是以产品为成本核算对象，采用逐步结转分步法计算产品成本，将生产经营过程中实际消耗的直接材料、直接人工和制造费用计入产品成本，以自然月为一个成本计算期间，按月计算产品入库成本，产品发出时，按移动加权平均法计价。

5、合同履约成本结转方法

公司合同履约成本以具体项目为成本核算对象，分项目归集与合同履约直接

相关的劳务成本及物流费等，其中劳务成本主要系根据合同约定向客户提供的设备安装、调试等配套服务产生的合理费用。公司在相关项目符合收入确认条件、结转收入的同时将该项目下归集的合同履约成本结转至主营业务成本。

综上所述，报告期内，公司严格执行上述成本归集、结转方法，相关方法符合公司的实际生产经营情况以及《企业会计准则》的相关规定，各类产品及不同项目的成本核算准确、完整。

四、对于毛利率差异较大的项目，请结合发行人的中标阶段所编制的预算成本及收入，确认其合理性

报告期内，公司系统集成项目中毛利率在 20%以下或 70%以上的主要项目预算情况具体如下：

单位：万元

所属年度	项目名称	项目收入	毛利率	预算成本	实际成本/预算成本
2025 年度	**2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购**	**211.13**	**16.90%**	**179.12**	**97.95%**
2023 年度	湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）	383.10	19.08%	310.93	99.71%
	数字电视发射机备机采购	323.19	14.98%	279.13	98.44%
	兴安县文化广电体育和旅游局县级应急广播采购项目	117.52	78.33%	25.77	98.82%

注：公司中标阶段所编制的预算收入即该项目最终中标金额，故其不含税金额与上表中项目收入金额一致。

如上表所示，相关项目虽然毛利率存在一定差异，但实际发生成本均未超过预算成本，且预算成本完成率较高。报告期内，公司不同系统集成项目间预算成本完成率存在一定差异的主要原因系受产品原材料价格波动、外购第三方设备及服务比价询价过程、项目实施周期及实施过程中发生的特殊情况等因素影响所致。

2023 年度验收确认收入的“湖北省应急广播体系建设红安县县级平台建设项目（二次）”主要以提供县级应急广播平台、传输覆盖网络、补充应急广播接收端及配套设备等产品为主，整体项目实施所需的配套件以及劳务成本较高，公司在最初进行项目方案规划、编制预算成本时即已考虑相关因素，故虽然项目毛

利率相对较低，但仍保持了相对合理的合同利润，且实际成本与预算成本不存在重大差异。

2023 年度验收确认收入的“数字电视发射机备机采购”毛利率相对较低的原因主要为市场竞争较为激烈，公司在中标阶段编制项目预算时已充分考虑相关因素，为了保证顺利中标，公司投标报价相对较低，仅为项目方的招标预算价格的 78.45%，但该项目整体合同金额较大，且具有品牌示范效应较强以及利于公司后期在广西区域的业务拓展等特点。虽然该项目实施周期较长，但由于项目受外部因素影响较小，故实际成本与预算成本不存在重大差异。

2023 年度验收确认收入的“兴安县文化广电体育和旅游局县级应急广播采购项目”主要以县（区）级及乡镇应急广播平台、行政村应急广播终端设备为主，所需的项目配套件及其他硬件设备需求较少，自有产品较多，且合同中包含县（区）级应急广播平台系统与调试，相关软件产品定价较高、利润较大，系依托于公司已有的专利技术进行系统集成，无需进一步实施研发，公司在中标阶段编制项目预算时已充分考虑相关因素，对于软件成本的预算仅以软件烧录、系统调试成本为主，故上述系统集成项目整体毛利率相对较高，实际发生的项目成本与预算成本不存在重大差异。

2025 年度验收确认收入的“2025 年辽宁省少数民族及边境地区县级应急广播体系建设工程-本溪县应急广播系统设备采购”项目在招标阶段整体项目预算较低，同时项目内容包括 1 个县（区）级应急广播平台、12 个乡镇及 122 个村级（社区）平台、670 套应急广播终端设备，所涉及的平台及点位数量较多，且根据项目实施的具体要求，发生的配套件成本较高，故导致整体毛利率相对较低，实际发生的项目成本与预算成本不存在重大差异。

综上所述，公司在中标阶段已根据项目初步实施方案、市场竞争情况、设备配备清单及客户需求等方面因素结合历史项目经验、相关内部控制流程编制恰当、合理的项目预算。报告期内，公司系统集成项目成本核算完整、准确，毛利率差异较大的主要项目实际情况与中标阶段所编制的项目预算不存在重大差异，相关项目毛利率差异均具有合理原因。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、访谈发行人财务总监、采购业务负责人，了解发行人采购与付款相关的内部控制，评价和测试管理层与采购确认相关的关键内部控制的设计和运行情况；

2、对发行人财务总监、采购业务负责人进行访谈，了解劳务外包及原材料采购的定价机制、供应商选择标准、对外采购劳务的业务背景及采购内容、原材料供应商及采购金额变动的具体原因等情况，并结合发行人主要劳务供应商询价、比价相关资料，分析劳务外包服务采购定价公允性；

3、获取发行人合同履约成本及原材料采购明细表，选取样本检查主要劳务供应商、原材料供应商大额采购合同或采购订单、进度确认函、采购入库单、发票、记账凭证、银行回单等原始单据，确认劳务用工性质、劳务采购真实性以及核算准确性；

4、获取发行人主要劳务供应商对其从业背景、人员规模、服务类型、劳务用工等情况的专项说明，结合发行人员工工资表比对用工成本，确认发行人是否存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形，并核实劳务供应商为发行人提供的劳务服务是否与其从业背景、人员规模匹配，外采劳务是否真实、合理；

5、通过公开信息查询发行人主要劳务供应商、原材料供应商的成立时间、注册资本、股权结构、主营业务等信息，检查发行人与主要劳务供应商、原材料供应商的交易内容是否与其主营业务相匹配，核实发行人主要劳务供应商、原材料供应商是否与发行人及其关联方存在关联关系；

6、对发行人主要劳务供应商、原材料供应商选取样本执行函证程序，确认交易金额的真实性、完整性；

7、对主要劳务供应商、原材料供应商进行访谈，了解其与发行人合作背景、人员及业务规模，确认其是否存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形；

8、对发行人财务总监、销售业务负责人进行访谈，了解报告期内各类产品

毛利率变动的主要原因，结合细分产品的销售数量、收入、单价、毛利率等情况以及发行人成本归集、结转方法，分析各类产品毛利率变动的合理性、核查成本结转是否完整、准确；

9、对比报告期内发行人存在可比供应商的主要芯片、结构件和配套件的采购价格，了解同类型原材料不同渠道的采购单价是否存在显著差异，报告期内采购单价波动是否存在异常；

10、向报告期内存在可比规格型号的芯片、结构件和配套件的主要供应商发送询证函，了解发行人报告期内芯片、结构件和配套件的采购价格与主要供应商市场报价变动趋势是否一致；

11、查询发行人同行业可比公司的年度报告等公开资料，了解对外采购劳务相关情况是否为行业内常规现象、同行业可比公司采购定价政策及披露的采购价格情况，核实发行人劳务采购相关情况以及原材料采购价格变动是否与同行业可比公司一致；

12、结合对发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员报告期内的资金流水核查情况，确认发行人与主要供应商是否存在大额异常资金往来；

13、查阅与劳务供应商相关合同等业务合作资料；对发行人财务总监、销售业务负责人、采购业务负责人进行访谈，了解发行人中标阶段预算编制流程以及主要项目实际执行与预算编制差异的具体原因，获取主要项目预算编制文件，结合预算编制情况分析个别项目毛利率差异较大的合理性；

14、查阅成都市市场监督管理部门出具的相关证明文件以及信用中国（四川成都）平台出具的专项信用报告以及四川省大数据中心出具的《经营主体专项信用报告》；

15、查询报告期内发行人及主要劳务供应商所在地税务、劳动保障、市场监督管理、住建等主管部门网站，以及企查查、信用中国、裁判文书网、人民法院公告网、中国执行信息公开网等公开信息，核查发行人及主要劳务供应商是否存在因违反法律法规的相关规定受到税务、劳动保障等主管部门行政处罚的情形，

发行人是否存在因对外采购劳务与其他方之间发生纠纷等情形。

二、核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人不存在依靠劳务外包压缩人工成本或费用的情形。

2、劳务供应商为发行人提供劳务服务的原因合理，劳务供应商的从业背景、人员规模与其向发行人所提供的劳务服务内容相匹配，外采劳务真实，财务核算准确。

3、不同项目外采劳务金额和服务内容受项目规模、实施难度、基础条件、当地用工成本、劳务外包范围等因素影响存在一定差异，同时外采劳务占比受项目所需的产品类型、个性化程度、产品单位成本等影响亦存在一定差异，差异原因具有合理性，与同行业可比公司基本一致。

4、发行人不存在客户指定供应商情形，发行人严格执行与劳务供应商的选择和定价相关的内部控制制度，劳务供应商的选择及定价策略符合行业惯例，采购定价公允。

5、发行人通过对外采购劳务实施的部分基础作业、设备安装、售后响应及巡检等工作，不涉及关键工序或关键技术，该等形式不属于劳务派遣，发行人的前述用工形式合法合规。

6、发行人各类原材料主要供应商采购金额变动原因具有合理性，采购定价依据充分、合理；由于发行人原材料采购规格型号众多，不存在标准化产品的大宗交易市场，缺乏公开市场数据，且同行业可比公司未公开披露芯片、结构件、配套件的具体规格型号和采购价格情况，因此无法与市场价格变动趋势及同行业可比公司情况进行对比分析，但发行人同类原材料采购价格与供应商提供的对外销售均价情况不存在重大差异，具有公允性；不存在为发行人承担成本费用、利益输送或其他利益安排等情形。

7、报告期内，发行人各类产品毛利率变动与产品结构、细分项目成本结构等直接相关，变动原因具有合理性。

8、不同项目受客户需求、产品结构、项目规模、安装范围、实施难度等因素影响导致毛利率存在一定差异，但均保持了较为合理的毛利水平，具有合理性；报告期内，发行人制定了恰当、合理的成本归集、结转方法，不同项目的成本核算准确、完整。

9、发行人毛利率差异较大的主要项目实际情况与中标阶段所编制的项目预算不存在重大差异，相关项目毛利率差异均具有合理原因。

问题 9.其他财务问题

（1）存货核算及存货跌价准备计提是否谨慎。根据申请文件，报告期各期末，公司存货账面价值分别为 10,444.24 万元、17,030.10 万元和 10,111.11 万元，占流动资产比例分别为 31.42%、35.35%和 18.48%，公司存货金额较大且占流动资产的比例较高。报告期各期末，公司存货跌价准备分别为 211.42 万元、274.56 万元和 300.25 万元。公司存货中发出商品、原材料、半成品的金额和占比较大。请发行人：①说明各类存货库龄，各类存货和销售合同、订单匹配情况，1 年以上库龄存货形成原因、是否存在纠纷、跌价准备计提是否充分。②说明报告期内对存货跌价准备计提的测算过程，并说明存货跌价准备计提是否充分。③说明合同负债变动与存货中相关项目的变动是否匹配，合同负债确认的时点、账龄、期后结转收入的情况与合同条款是否一致、与收入确认时点是否匹配。请保荐机构、申报会计师发表明确意见，并详细说明对存货监盘、函证的记录情况，认为对存货跌价准备计提充分的依据是否充分。

（2）销售费用及订单获取合规性。报告期内，公司的销售费用率分别为 7.00%、5.78%和 5.22%，与同行业可比公司相比，公司的销售费用率相对较低。请发行人：①结合获客方式、客户数量变化等说明销售费用变化是否与业务规模相匹配，是否存在不当利益安排，是否能够有效防范贿赂风险，相关内部控制是否健全有效。②说明报告期内招投标获取订单金额比例；是否存在报告期内未履行招投标程序或其他程序瑕疵的招标合同，如有，说明具体情况、程序瑕疵原因、业务流程、相关款项回收期和回收情况；相关合同是否存在法律纠纷或潜在纠纷，是否有被认定为无效会被撤销的法律风险。请保荐机构及申报会计师补充核查并发表明确核查意见。请发行人律师核查问题②并发表明确核查意见。

（3）管理费用率显著低于行业均值的合理性。报告期内，公司的管理费用率分别为 5.13%、5.75%和 4.69%，显著低于行业均值。请发行人说明：管理人员薪酬合理性，是否同行业同地区可比，是否存在体外费用支出。请保荐机构及申报会计师发表明确意见。

（4）现金分红及资金流水核查情况。根据申请文件，发行人 2023 年现金

分红 6,000 万。请发行人说明：2023 年现金分红款的具体用途，与发行人主要客户、供应商及其主要经办人员是否存在资金往来，是否存在为发行人承担成本费用的情形，是否存在体外资金循环。请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见，并说明：①列示发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员报告期内资金流水来源及去向，是否与发行人客户、供应商及其关联方之间存在直接或间接资金往来；相关人员资金流水是否存在大额取现，或者有规律但无合理解释的其他取现等异常行为。②说明资金流水的具体核查范围，重大、异常的判断标准，核查过程中发现的资金管理内部控制缺陷、异常情形及后续整改情况，并对发行人是否存在利用资金体外循环进行销售回款、代垫成本费用的情形，资金管理内控制度的建立健全情况及执行的有效性发表明确意见。③说明报告期内销售推广、资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷。

【回复】

9-1 存货核算及存货跌价准备计提是否谨慎

【发行人说明】

一、说明各类存货库龄，各类存货和销售合同、订单匹配情况，1 年以上库龄存货形成原因、是否存在纠纷、跌价准备计提是否充分

（一）说明各类存货库龄，各类存货和销售合同、订单匹配情况

1、各类存货库龄情况

报告期各期末，公司存货包括原材料、半成品、库存商品、发出商品及合同履约成本，各类存货库龄情况如下：

单位：万元

所属期间	类别	一年以内		一年以上		合计
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	
2025.12.31	原材料	2,958.77	62.33	1,788.36	37.67	4,747.13
	半成品	1,622.37	81.70	363.30	18.30	1,985.67
	库存商品	336.32	96.78	11.21	3.22	347.52
	发出商品	617.25	98.60	8.77	1.40	626.02
	合同履约成本	51.48	99.75	0.13	0.25	51.60

所属期间	类别	一年以内		一年以上		合计
		金额	占比（%）	金额	占比（%）	
	合计	**5,586.17**	**72.01**	**2,171.77**	**27.99**	**7,757.94**
2024.12.31	原材料	2,906.98	64.23	1,618.62	35.77	4,525.59
	半成品	1,678.16	81.37	384.34	18.63	2,062.50
	库存商品	227.95	95.99	9.53	4.01	237.48
	发出商品	325.92	76.06	102.59	23.94	428.51
	合同履约成本	3.65	72.21	1.41	27.79	5.06
	合计	**5,142.66**	**70.84**	**2,116.49**	**29.16**	**7,259.15**
2023.12.31	原材料	3,036.60	71.44	1,213.72	28.56	4,250.32
	半成品	1,708.13	88.87	213.88	11.13	1,922.01
	库存商品	65.88	70.74	27.25	29.26	93.13
	发出商品	2,812.00	81.10	655.37	18.90	3,467.37
	合同履约成本	578.74	85.29	99.79	14.71	678.53
	合计	**8,201.35**	**78.77**	**2,210.01**	**21.23**	**10,411.36**

注：上表中占比为各类存货一年以内、一年以上对应金额占各类存货年末余额比例。

如上表所示，报告期各期末，公司存货库龄在一年以内的占比分别为 78.77%、70.84%和 **72.01%**，库龄结构良好。

2、各类存货和销售合同、订单匹配情况

报告期各期末，公司各类存货和销售合同、订单匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
原材料余额	**4,747.13**	4,525.59	4,250.32
销售合同、订单金额	——	——	——
订单覆盖率	——	——	——
半成品余额	**1,985.67**	2,062.50	1,922.01
销售合同、订单金额	**1,565.80**	1,681.29	1,511.61
订单覆盖率	**78.85%**	**81.52%**	**78.65%**
库存商品余额	**347.52**	237.48	93.13
销售合同、订单金额	**221.04**	132.76	59.38
订单覆盖率	**63.60%**	**55.90%**	**63.76%**
发出商品余额	**626.02**	428.51	3,467.37

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
销售合同、订单金额	626.02	428.51	3,467.37
订单覆盖率	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**
合同履约成本余额	51.60	5.06	678.53
销售合同、订单金额	51.60	5.06	678.53
订单覆盖率	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：上表中销售合同、订单包括在手订单及意向订单，统计金额按照期末销售合同、订单对应各类存货的结存成本确定。

如上表所示，报告期内，由于公司原材料品类较多，且通常情况下具有一定的通用性，故难以匹配相应的销售合同、订单；半成品、库存商品订单覆盖率较高，主要原因系公司基于不同客户对于产品的不同需求采用“以销定产”及“备货生产”的生产模式，即根据销售部门提供的在手或意向订单安排生产，同时结合销售预测、市场行情提前生产一定量的具有通用性的半成品组件或销量较好、技术规格相对标准的产成品，以保证当获取销售订单时，可以减少生产环节，积极响应客户在个性化、供货时间方面的需求；发出商品、合同履约成本均有对应的销售合同、订单。

（二）1 年以上库龄存货形成原因、是否存在纠纷、跌价准备计提是否充分

1、1 年以上库龄存货形成原因

报告期各期末，公司 1 年以上库龄存货占比分别为 21.23%、29.16%、**27.99%**，整体库龄结构良好，各类存货库龄超过 1 年的原因如下：

（1）原材料

报告期各期末，库龄 1 年以上的原材料金额分别为 1,213.72 万元、1,618.62 万元、**1,788.36 万元**，涉及的原材料种类及规格型号较多，库龄较长的主要原因为：①公司主要采用“以销定产”及“备货生产”的生产模式，除根据在手或意向订单安排生产外，还会结合销售预测、市场行情提前采购一定数量、不同规格型号的原材料用于备货生产，以保证能够及时响应不同客户的个性化需求以及交货期限较短的临时订单；②受下游市场需求、芯片市场价格波动等因素影响，部分规格型号芯片出现供货周期较长或因厂家停产导致市场货源较为紧张的情形，公司为了规避可能发生的因原材料供应不足导致客户合同违约的风险，综合

考虑相关芯片现货市场价格、批量采购经济性以及未来预计耗用量后进行一定数量的战略储备，致使报告期内库龄 1 年以上的原材料金额较多；③由于 2024 年度、**2025 年度**相较于 2023 年度而言整体业务量有所下滑，故对于备货采购的原材料消耗相对较少，但相关原材料均可用于在售产品生产，且在同类产品中具有一定的通用性，公司已结合原材料库龄情况适时调整了备货量，库龄 1 年以上的原材料金额**将于未来期间**持续生产过程中有所减少。

（2）半成品

报告期各期末，库龄 1 年以上的半成品金额分别为 213.88 万元、384.34 万元、**363.30 万元**，占存货余额比例较低，主要为具有一定通用性的半成品组件，系根据销售部门提供的在手或意向订单结合销售预测、市场行情提前排产，虽然部分半成品受市场需求影响周转缓慢导致库龄较长，但仍在持续领用、消耗，未发生库龄 1 年以上的半成品余额逐年大额持续增长的情形。

（3）库存商品

报告期各期末，库龄 1 年以上的库存商品金额为 27.25 万元、9.53 万元、**11.21 万元**，整体金额较小，受不同客户需求影响个别规格型号库存商品虽然销量较少，出现库龄较长的情形，但相关库存商品仍具有一定的市场需求，且与其可实现功能相近的同类产品亦保持了良好的销量以及相对较高的销售毛利率。

（4）发出商品及合同履约成本

报告期各期末，库龄 1 年以上的发出商品及合同履约成本合计金额占存货余额比例分别为 7.25%、1.43%、**0.11%**，受项目类型、实施地域、客户具体需求、验收进度安排等因素影响，部分项目实施或验收周期较长、时间跨度较大，导致此类项目对应的发出商品及合同履约成本库龄在一年以上，但相关项目合同均正常履行，不存在合同纠纷或项目终止的情形。

综上所述，报告期内，公司 1 年以上库龄存货均具有合理的形成原因，符合公司实际生产经营情况。

2、1 年以上库龄存货不存在纠纷

报告期各期末，公司 1 年以上库龄存货主要集中于原材料、发出商品及合同履约成本，均具有形成原因。公司严格按照合同约定履行相关义务，并与客户、供应商保持了良好的合作关系，截至本回复出具之日，公司 1 年以上库龄存货不存在纠纷。

3、1 年以上库龄存货跌价准备计提充分

报告期内，公司严格执行存货跌价准备计提政策，基于谨慎性对各类存货进行减值测试，1 年以上库龄存货跌价准备计提情况如下：

（1）原材料、半成品

报告期各期末，公司已充分考虑 1 年以上库龄原材料、半成品形成的具体原因，并结合在手订单或意向订单情况对相关原材料、半成品状态进行审慎判断，基于谨慎性原则对 1 年以上库龄原材料、半成品计提存货跌价准备，具体如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
1 年以上库龄原材料余额	**1,788.36**	1,618.62	1,213.72
1 年以上库龄原材料跌价准备余额	**226.73**	197.26	204.24
1 年以上库龄原材料跌价计提比例	**12.68%**	**12.19%**	**16.83%**
1 年以上库龄半成品余额	**363.30**	384.34	213.88
1 年以上库龄半成品跌价准备余额	**93.05**	81.71	96.01
1 年以上库龄半成品跌价计提比例	**25.61%**	**21.26%**	**44.89%**

如上表所示，**报告期各期末，公司针对 1 年以上库龄原材料、半成品计提跌价准备余额、计提比例均呈先降后升趋势，主要原因如下：**

2023 年度，公司将主要精力用于实施“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”，该项目整体规模较大，消耗较多具有通用性的库存原材料、半成品，导致 1 年以上库龄原材料、半成品余额相对较小，故跌价计提比例相对较高。

2024 年度，公司逐步将精力聚焦于高毛利、高潜力的微波能量应用业务，相关业务收入逐步放量、在手订单金额大幅增长，故导致部分数字电视、应急广播业务相关原材料、半成品库龄较长，但当年公司整体经营业绩与 2023 年度模拟剔除“地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目”影响后的业绩情况基本一致，

且大部分 1 年以上库龄原材料、半成品均存在生产领用及流转，可满足数字电视、应急广播产品生产需要，当年跌价准备转销金额大于计提金额，导致 1 年以上库龄原材料、半成品跌价准备余额有所下降。

2025 年度，公司基于业务结构战略性调整、客户需求及行业政策变化等因素考虑，对虽然具有一定通用性但主要应用于数字电视、应急广播业务的长库龄原材料、半成品充分考虑是否存在减值迹象后足额计提跌价准备，导致 2025 年末 1 年以上库龄原材料、半成品跌价准备计提余额及比例相较于 2024 年末均有所上涨，与公司业绩波动趋势相匹配。

（2）库存商品

由于报告期各期末 1 年以上库龄库存商品金额较小，且仍具有一定的市场需求，可实现功能相近的产品对外销售毛利率较高，预计可变现净值高于存货成本，不存在减值的情形，故公司基于存货跌价准备计提政策未对 1 年以上库龄库存商品计提跌价准备，具有合理性。

（3）发出商品、合同履约成本

报告期各期末，公司 1 年以上库龄发出商品、合同履约成本均有对应的销售合同、订单，不存在亏损合同，相关项目正常实施，公司与客户不存在纠纷，相关发出商品、合同履约成本不存在减值的情形，且同行业可比公司图南电子、康通电子亦未对其发出商品、合同履约成本计提存货跌价准备，故公司未对 1 年以上库龄发出商品、合同履约成本计提跌价准备，具有合理性。

综上所述，公司 1 年以上库龄存货跌价准备计提充分，计提金额及比例符合公司实际经营情况。

二、说明报告期内对存货跌价准备计提的测算过程，并说明存货跌价准备计提是否充分

（一）说明报告期内对存货跌价准备计提的测算过程

1、原材料及半成品

公司的原材料、半成品均为生产产品而持有，报告期各期末，对于该类别存

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。

报告期内，公司产成品销售情况良好，毛利率较高，公司根据订单需求生产产品，在对应产成品未发生减值的情况下，原材料、半成品可变现净值高于账面成本，不存在减值的情形，无需计提跌价准备。公司存在部分生成特定产品的非通用型原材料，若该产品不再生产会导致相应原材料呆滞，各期末公司品管部会同生产部共同对原材料、半成品状态进行判断，若无使用价值，则对其全额计提跌价准备。公司在对原材料、半成品状态进行判断时，通常综合考虑以下因素：

（1）是否存在长库龄且长期未被投入使用的情形；

（2）是否具有通用性，可同时应用于多种产品或作为替代料使用；

（3）若为生成特定产品的非通用性原材料或半成品，该特定产品是否仍具有销售市场；

（4）在盘点过程中是否存在残次、毁损的情形。

报告期内，公司存在部分无明确的使用计划或无后续使用价值的长库龄原材料及半成品，已基于谨慎性原则全额计提存货跌价准备。

2、库存商品

公司库存商品为直接用于出售的产品，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。

公司各类产品销售过程中一般采用成本加成的定价策略，报告期内各类别产品销售毛利率较高，结合公司以销定产的生产经营模式，库存商品无长期积压和呆滞现象，不存在减值的情形。

报告期各期末，公司库存商品按产品类别汇总的减值测算过程如下：

单位：万元

会计期间	产品类别	账面余额	预计销售金额	预计费用及税金	预计可变现净值	存货跌价准备	是否存在减值
2025.1	数字电视	15.38	46.20	7.89	38.31	-	否

2.31	应急广播	**24.93**	**62.49**	**10.67**	**51.82**	**-**	**否**
	专业视听	**9.19**	**28.54**	**4.87**	**23.66**	**-**	**否**
	微波能量应用	**298.03**	**929.38**	**158.63**	**770.75**		**否**
2024.12.31	数字电视	24.86	60.69	9.93	50.76	-	否
	应急广播	51.49	108.99	18.28	90.71	-	否
	专业视听	12.84	39.97	3.98	35.98	-	否
	微波能量应用	148.29	427.25	71.66	355.59	-	否
2023.12.31	数字电视	42.03	212.55	34.91	177.64	-	否
	应急广播	37.84	101.12	16.61	84.52	-	否
	专业视听	13.26	77.19	12.68	64.51	-	否

3、发出商品和合同履约成本

公司发出商品属于“为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货”，合同履约成本属于公司在销售商品的同时为履行合同而发生的成本，在进行减值测试时，将单个项目的项目成本作为一个整体，以项目合同价格为可变现净值计算的基础。报告期各期末发出商品（含合同履约成本）均有销售订单支持，且可变现净值高于账面成本，不存在减值的情形。

报告期各期末，公司发出商品及合同履约成本按产品类别汇总的减值测算过程如下：

单位：万元

会计期间	产品类别	账面余额	预计销售金额	预计成本费用及税金	预计可变现净值	存货跌价准备	是否存在减值
2025.12.31	**数字电视**	**259.11**	**558.73**	**36.45**	**522.27**	**-**	**否**
	应急广播	**210.87**	**440.60**	**70.57**	**370.02**	**-**	**否**
	专业视听	**25.06**	**82.26**	**1.73**	**80.52**	**-**	**否**
	微波能量应用	**182.58**	**678.15**	**78.02**	**600.13**		**否**
2024.12.31	数字电视	126.89	353.75	18.94	334.81	-	否
	应急广播	373.15	1,734.54	604.94	1,129.60	-	否
	专业视听	7.21	26.39	2.71	23.69	-	否
	微波能量应用	66.55	584.19	93.81	490.39	-	否

会计期间	产品类别	账面余额	预计销售金额	预计成本费用及税金	预计可变现净值	存货跌价准备	是否存在减值
2025.12.31	**数字电视**	**259.11**	**558.73**	**36.45**	**522.27**	**-**	**否**
	应急广播	**210.87**	**440.60**	**70.57**	**370.02**	**-**	**否**
	专业视听	**25.06**	**82.26**	**1.73**	**80.52**	**-**	**否**
	微波能量应用	**182.58**	**678.15**	**78.02**	**600.13**		**否**
2023.12.31	数字电视	1,772.68	3,412.25	506.87	2,905.39	-	否
	应急广播	2,342.75	4,437.56	685.91	3,751.65	-	否
	专业视听	30.47	97.05	7.30	89.75	-	否

（二）说明存货跌价准备计提是否充分

报告期各期末，公司存货跌价准备计提具有充分性，主要原因如下：

1、公司各类产品的盈利情况较好

报告期内，公司各类产品毛利率情况如下：

单位：%

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
微波能量应用	**58.77**	61.74	83.56
专业视听	**63.47**	65.69	66.02
数字电视	**59.49**	53.48	56.36
应急广播	**35.56**	37.29	39.97
主营业务毛利率	**55.17**	**50.00**	**52.49**

如上表所示，报告期内，公司各类业务毛利率整体保持稳定，且主营业务毛利率均在 50%以上，盈利情况较好，公司各类原材料、半成品以生产领用为主，极少对外单独销售，故在各类产品毛利率较高的情形下，持续耗用且具有一定通用性的原材料、半成品不存在减值迹象。

2、半成品、库存商品在手或意向订单覆盖率较高

报告期内，公司各类存货中除原材料因品类较多，且通常情况下具有一定的通用性，难以匹配销售合同、订单，以及发出商品、合同履约成本均有对应的销售合同、订单外，半成品、库存商品亦具有较高的在手或意向订单覆盖率，具体

情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
半成品余额	**1,985.67**	2,062.50	1,922.01
销售合同、订单金额	**1,565.80**	1,681.29	1,511.61
订单覆盖率	**78.85%**	**81.52%**	**78.65%**
库存商品余额	**347.52**	237.48	93.13
销售合同、订单金额	**221.04**	132.76	59.38
订单覆盖率	**63.60%**	**55.90%**	**63.76%**

注：上表中销售合同、订单包括在手订单及意向订单，统计金额按照期末销售合同、订单对应各类存货的结存成本确定。

如上表所示，报告期各期末半成品、库存商品在手或意向订单覆盖比例较高，且整体呈上升趋势。报告期内，随着公司的品牌影响力及产品知名度的提升，以及在经营过程中进一步加强生产管理，贯彻落实“以销定产”的生产经营模式，更为合理地结合销售预测及市场行情准备一定的安全库存，半成品、库存商品在手或意向订单覆盖率保持在较高水平。

3、公司存货跌价准备计提情况与同行业公司具有可比性

报告期各期末，公司与同行业可比公司存货跌价准备计提金额占存货余额比例对比情况如下：

单位：%

公司简称	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
数码视讯	/	7.03	9.80
康通电子	/	0.51	0.56
图南电子	/	2.85	1.26
恒运昌	/	**8.51**	**2.32**
英杰电气	/	**3.13**	**0.17**
平均值	/	**4.41**	**2.82**
德芯科技	**4.12**	**3.89**	**2.88**

注 1：上表中数码视讯存货跌价准备占比未考虑其存货类别中影视剧本对应的金额；

注 2：同行业可比公司均尚未披露其 2025 年年度报告。

如上表所示，公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司存货跌价准备计提比例平均水平接近，**且呈逐年上涨趋势，与公司业务结构战略转型期间业绩波**

动情况具有匹配性。公司存货跌价准备计提比例略低于数码视讯的主要原因系数码视讯整体业务模式较为复杂，未单独披露与公司可比的数字电视产品及应急广播产品存货跌价准备计提情况。

综上所述，公司存货减值测试过程及方法合理，符合《企业会计准则》的相关规定，存货跌价准备计提充分。

三、说明合同负债变动与存货中相关项目的变动是否匹配，合同负债确认的时点、账龄、期后结转收入的情况与合同条款是否一致、与收入确认时点是否匹配

（一）说明合同负债变动与存货中相关项目的变动是否匹配

报告期内，公司在与客户订立销售合同后，会基于先款后货或按照合同约定分期收款的结算方式收取全额或一定比例的合同款项，并将相关款项在产品控制权转移给客户前核算为合同负债，同时将已经发出但尚未经客户签收、验收的产品成本核算至存货中的发出商品科目。

报告期各期末，公司合同负债余额与发出商品余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
合同负债余额	**5,167.12**	3,584.93	5,498.69
变动比例	**44.13%**	-34.80%	-46.28%
发出商品余额	**626.02**	428.51	3,467.37
变动比例	**46.09%**	-87.64%	-60.49%

注：上表中变动比例系当年年末合同负债、发出商品余额相较于上年末变动比例。

如上表所示，**2023 年末-2025 年末**，公司合同负债与发出商品余额的变动趋势一致，主要原因如下：

2024 年度，广西广播电视技术中心、中国科学院近代物理研究所、陕西省广播电视局等客户先后完成对公司前期已实施的系统集成项目或发出产品的验收，公司确认收入、结转成本导致 2024 年末合同负债、发出商品相较于 2023 年末进一步下降。另外，公司合同负债与发出商品余额的变动幅度略有不同，主要系受客户资金预算安排、公司生产及发货节奏、项目进展、客户付款进度等因

素影响，收款时点与货物发出时点存在一定差异所致。

2025 年度，公司业务结构战略性调整成效显著，微波能量应用业务呈现爆发式增长态势，逐步取代受政策影响较大的广电类业务成为核心收入来源，推动公司收入结构与盈利质量持续优化。第四季度，公司中标多个微波能量应用业务，相关合同金额较大，公司根据合同约定收到客户预付的合同款项导致 2025 年末合同负债余额相较于 2024 年末有所增长；同时，公司其他业务年末亦存在已发货尚未完成验收、出口报关的产品，进而导致 2025 年末发出商品余额相较于 2024 年末亦有所增长。

综上，公司合同负债余额与发出商品余额的变动均符合公司实际经营情况，具有匹配性。报告期各期末，公司发出商品余额均小于合同负债余额，公司合同负债能够覆盖发出商品。

（二）合同负债确认的时点、账龄、期后结转收入的情况与合同条款是否一致、与收入确认时点是否匹配

1、合同负债确认的时点

公司在与客户订立销售合同后、产品控制权转移给客户前，将实际收到客户支付的合同款项时点作为合同负债确认的时点。由于合同负债的确认需同时满足两项条件，一是已收到客户根据合同约定的结算条款支付的合同款项，相关结算方式均系先款后货或按照合同约定分期收款，故合同负债的确认时点与合同条款约定的结算方式一致；二是合同尚未达到收入确认条件，公司会于合同达到收入确认条件后将合同负债结转收入，故合同负债确认的时点必定早于收入确认时点，具有匹配性。

2、合同负债账龄情况

单位：万元

账龄	2025.12.31		2024.12.31		2023.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	**4,331.96**	**83.84%**	2,980.81	83.15%	3,725.57	67.75%
1 年以上	**835.16**	**16.16%**	604.12	16.85%	1,773.12	32.25%
合计	**5,167.12**	**100.00%**	**3,584.93**	**100.00%**	**5,498.69**	**100.00%**

报告期各期末，公司账龄1年以上合同负债金额占比分别为32.25%、16.85%、**16.16%**，整体呈下降趋势，**变动趋势与公司业务结构战略性调整相匹配，部分合同负债账龄较长的**主要原因系受系统集成项目规模、安装条件、建设难度等因素影响，部分项目实施周期较长，由于在项目达到收入确认条件前公司通常已根据合同约定收取一定金额的合同进度款，故形成了账龄1年以上的合同负债余额。

3、合同负债期后结转收入情况

单位：万元

项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
合同负债余额	**5,167.12**	3,584.93	5,498.69
期后结转收入金额	**353.62**	**2,713.12**	**5,442.53**
期后结转比例	**6.84%**	**75.68%**	**98.98%**

注：上表中期后结转截止日为**2026年1月31日**。

如上表所示，报告期各期末，公司合同负债期后结转收入金额占合同负债余额比例分别为**98.98%、75.68%、6.84%**，除**2025年末**合同负债受期后结转截止日至资产负债表日间隔较短影响导致期后结转金额及比例较低外，**2023年末-2024年末**期后结转比例均较高，公司合同负债期后结转的收入均系根据合同约定在客户取得商品控制权时点确认，即交付的产品经客户签收、验收或报关完成时确认收入，与相关合同条款约定一致，且符合公司收入确认政策，与收入确认时点相匹配。

4、合同负债确认的时点、账龄、期后结转收入与合同条款、收入确认时点匹配情况

报告期各期末，公司前五大客户合同负债期末余额存在对应一个或多个合同的情形，相关合同负债确认时点、账龄、主要合同结算条款、期后结转收入情况如下：

单位：万元

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
截至 2025 年 12 月 31 日								
中国科学院近代物理研究所	2,281.75	1 年以内、1-2 年	2024 年 9 月；2025 年 7 月、9-12 月	主要合同结算条款 1：合同签订后甲方预付总价款的 30%；乙方将产品运送至甲方现场完成安装调试并经甲方验收合格后支付 60%；甲方验收合格之日起 12 个月且无质量问题甲方支付合同价款的 10%。 主要合同结算条款 2：甲方在合同签订后 7 日内，支付合同总价款的 60%；乙方将样机运达甲方指定地点并经甲方测试验收合格后，20 日内，甲方支付合同总价款的 20%；乙方将全部产品运达甲方指定地点并经甲方最终测试验收合格后，20 日内，甲方支付合同总价款的 20%；乙方在不晚于甲方支付第二笔合同款前向甲方支付合同总价款 10%的履约保证金，履约保证金在所有产品经甲方最终测试验收合格之日起转为质保金，甲方在质保期满 12 个月且无质量问题后 20 日内向乙方无息全额退回。 主要合同结算条款 3：合同签订后 7 日内支付 40%；将样机送	未确认收入	不适用	不适用	不适用

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
				达甲方指定地点，并经甲方验收合格后 20 日内，支付 30%；乙方将全部产品送达甲方指定点完成安装，并通过甲方最终验收合格后 20 天内，支付 30%；乙方在不晚于甲方支付第二笔合同款前向甲方支付合同金额 10%的履约保证金，验收合格后转为质保金，质保期 12 个月届满后 20 日内无息支付给乙方。				
中国科学院高能物理研究所	1,376.28	1 年以内	2025 年 12 月	第一次:合同生效后 15 个工作日内，甲方支付合同总价的 60%: 第二次:完成出厂验收合格后 15 个工作日内，甲方支付合同总价的 25%: 第三次:完成最终验收合格后 15 个工作日内，甲方支付合同总价的 10%: 第四次:最终验收完成 1 年后的 15 个工作日内，甲方支付合同总价的 5%。	未确认收入	不适用	不适用	不适用
中国工程物理研究院应用电子学研究所	450.10	1 年以内	2025 年 10-11 月	第一期款项占合同总金额 30%，支付前提：合同签订完成； 第二期款项占合同总金额 30%，支付前提：完成全固态微波功率源设计方案及评审，提供设计报告； 第三期款项占合同总金额 20%，支付前提：完成全固态微波功率源出厂测试方案及评审，提供测试方案报告；完成出厂测试，提供出厂测试报告； 第四期款项占合同总金额 20%，支付前提：完成绵阳安装、调试和验收测试。	未确认收入	不适用	不适用	不适用

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
吉视传媒信息服务有限责任公司	241.34	1年以内	2025年2月、4-6月	（1）设备预付款：合同签订后，在甲方收到建设单位的第一笔款项（合同额的40%）后15日内，甲方向乙方支付合同总金额的40%。 （2）设备验收款：乙方设备生产完毕后，在15个工作日内，建设单位组织第三方验收单位（第三方验收单位由建设单位依法确定）进行到厂检测，并出具“第三方检测报告”，第三方检测报告需明确列出检测依据、合格标准及具体检测数据，否则甲方有权拒绝认可。在全部设备检测合格后，在甲方收到建设单位的第二笔款项（合同额的30%）后15日内，甲方凭据乙方开具的增值税专用发票，向乙方支付合同总金额的30%，作为设备验收合格发货款。 （3）项目验收款：项目安装调试完毕后，乙方提出申请对该项目系统进行验收。一是建设单位组织第三方单位进行项目整体终验测试（第三方验收单位由建设单位依法确定），并出具“第三方检测报告”；二是建设单位组织对该项目完成情况进行初验并出具验收报告。在甲方收到建设单位的第三笔款项（合同额的30%）后，甲方凭乙方开具的增值税专用发票，在15日内，甲方向乙方支付合同总金额的30%。 （4）质量保证金支付方式：乙方在收到甲方支付的合同总价款70%款项后，向甲方支付总合同金额的3%作为质保金（采取保函或者现金转账方式，采取方式应与甲方返还给建设单位的质保金方式保持一致）。质保金时间为1年，质保期从建	未确认收入	不适用	不适用	不适用

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
				设单位初验结束运行之日起计算，满 1 年后如无异议，甲方在 15 个工作日内无息退还给乙方。				
兰州泰基离子技术有限公司	**163.61**	**1 年以内**	**2025 年 9 月**	**1、合同签订后，甲方向乙方支付合同总价款的 30%。 2、货物送达甲方指定地点并经甲方验收合格后，甲方向乙方支付合同总价款的 60%。 3、设备验收合格满 1 年后，甲方向乙方支付合同总价款的 10%。**	**未确认收入**	**不适用**	**不适用**	**不适用**
合计	**4,513.07**							
占合同负债期末余额比例	**87.34%**							
截至 2024 年 12 月 31 日								
中国科学院近代物理研究所	1,866.21	1 年以内、1-2 年	2023 年 12 月；2024 年 9 月、11-12 月	主要合同结算条款 1：合同签订后甲方预付总价款的 30%；乙方将产品运送至甲方现场完成安装调试并经甲方验收合格后支付 60%；甲方验收合格之日起 12 个月且无质量问题甲方支付合同价款的 10%。 主要合同结算条款 2：甲方在合同签订后 7 日内，支付合同总价款的 60%；乙方将样机运达甲方指定地点并经甲方测试验收合格后，20 日内，甲方支付合同总价款的 20%；乙方将全部产品运达甲方指定地点并经甲方最终测试验收合格后，20 日内，甲方支付合同总价款的 20%；乙方在不晚于甲方支付第二笔合同款前向甲方支付合同总价款 10%的履约保证金，	**1,065.93**	**2025 年 3 月、5-6 月、9 月、11-12 月**	是	是

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
				履约保证金在所有产品经甲方最终测试验收合格之日起转为质保金，甲方在质保期满 12 个月且无质量问题后 20 日内向乙方无息全额退回。 主要合同结算条款 3：合同签订后 7 日内支付 40%；将样机送达甲方指定地点，并经甲方验收合格后 20 日内，支付 30%；乙方将全部产品送达甲方指定点完成安装，并通过甲方最终验收合格后 20 天内，支付 30%；乙方在不晚于甲方支付第二笔合同款前向甲方支付合同金额 10%的履约保证金，验收合格后转为质保金，质保期 12 个月届满后 20 日内无息支付给乙方。				
麻城市文化和旅游局	309.73	1 年以内	2024 年 12 月	签订合同后 10 日内甲方须支付中标人（乙方）合同总金额的 40%；县级应急广播平台搭建完成，在机房测试终端正常播音后 10 日内，甲方须支付合同总金额的 35%；项目验收合格后 10 日内支付合同总金额的 22%；剩余 3%款项自验收合格之日起一年内确认无质量问题后付清。	309.73	2025 年 6 月	是	是
中国科学院高能物理研究所	254.68	1 年以内、2-3 年	2022 年 12 月；2024 年 8 月	合同生效 15 个工作日内支付 50%；出厂验收 15 个工作日内支付 35%；终验后 15 个工作日内支付 10%；终验 1 年后 15 个工作日内支付 5%。	254.68	2025 年 3 月、6 月、9 月	是	是
吉视传媒信息服务有限责任	229.82	1 年以内	2024 年 10 月、12	合同签订后甲方收到财政拨付项目款 15 日内向乙方支付合同金额的 40%款项。设备生产完毕后,在 15 个工作日内,全部设	229.82	2025 年 4 月	是	是

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
公司			月	备检测合格甲方收到财政拨付项目款后 15 个工作日内向乙方支付合同总额的 30%款项。项目安装调试完毕后，乙方提出申请对该项目系统进行验收。所有验收合格后收到财政拨款后 15 个工作日内，向乙方支付合同总额的 30%。乙方在收到甲方合同总价款 70%款项后，向支付甲方总货款的 3%作为质保金，质保金采取现金或银行保函，质保金期限为一年，质保期（项目初验运行之日起 1 年）满后如无异议 15 个工作日内甲方退还乙方。				
先进能源科学与技术广东省实验室	169.12	1-2 年、2-3 年	2022 年 12 月；2023 年 9 月	签订合同后支付 65%；实物测试并合格后支付 30%；测试合格后支付 5%。	169.12	2025 年 3 月	是	是
合计	**2,829.57**				**2, 029. 28**			
占合同负债期末余额比例	**78.93%**							
截至 2023 年 12 月 31 日								
广西广播电视技术中心	1,364.99	1 年以内、1-2 年、	2020 年 6 月；2022 年 11-12 月；2023 年 7 月、	主要合同结算条款 1：合同签订后乙方向甲方提交国内银行出具的有效期 18 个月相当于合同金额 100%的无条件预付款银行保函正本或向甲方提交合同金额 100%的转款证明作为合同付款支付担保凭证，甲方支付 100%的合同货款作为预付款；货物全部送达指定交货地点安装调试运行正常，经甲方	1,364.99	2024 年 10 月、12 月	是	是

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
		3-4年	9月、11-12月	签署设备试运行单后解除合同金额90%银行保函或退付90%的合同担保金额；设备正常试运行满6个月后经验收合格后解除剩余合同金额10%银行保函或退付10%的合同担保金额。 主要合同结算条款2：合同签订后采购人凭中标人提交的付款申请书和国内银行出具的相当于合同金额的80%的预付款保函支付合同金额的80%，到货验收合格后支付10%，安装调试合格后签署验收报告并支付10%；终验合格后履约保证金自动转为质量保证金，质保期满后无息支付。				
中国科学院近代物理研究所	915.28	1年以内、1-2年、2-3年	2021年12月；2022年6月、9月；2023年4-10月、12月	主要合同结算条款1：合同签订后甲方预付总价款的30%；乙方将产品运送至甲方现场完成安装调试并经甲方验收合格后支付60%；甲方验收合格之日起12个月且无质量问题甲方支付合同价款的10%。 主要合同结算条款2：合同签订后乙方向甲方支付相当于本合同总价款50%的履约保证金，甲方收到乙方履约保证金后向乙方支付合同总价款的40%；乙方完成方案设计和质量计划，经甲方确认后，甲方向乙方支付合同总价款的50%；乙方将全部产品运达甲方指定地点并经甲方测试验收合格后，甲方返还乙方支付的履约保证金；合同总价款的10%作为质保金，甲方应在所有产品验收合格之日起满12个月且无质量问题后乙方支付。	915.28	2024年6月、11-12月、2025年3月、5-6月	是	是
陕西省广播电视局	304.58	1年以内	2023年10月	合同签订后甲方支付乙方合同总价50%；全部产品安装、调试完毕，经验收合格后甲方支付乙方合同总价50%。	304.58	2024年5月	是	是

客户名称	合同负债余额	账龄	合同负债确认时点	主要合同结算条款	期后结转收入金额	期后结转收入时点	是否与收入确认时点一致	是否与合同条款一致
先进能源科学与技术广东省实验室	281.63	1年以内、1-2年	2022年12月；2023年9月	签订合同后支付65%；实物测试并合格后支付30%；测试合格后支付5%。	281.63	2024年6月、12、2025年3月	是	是
贵州省广播电视信息网络股份有限公司	262.78	1-2年	2022年12月	安装调试完毕终验合格后付至合同总价的95%，剩余5%作为质保金，该质保金在质保期结束后无任何质量问题将全额无息返还。	262.78	2024年6月	是	是
合计	**3,129.26**				**3,129.26**			
占合同负债期末余额比例	**56.91%**							

注：上表中期后结转截止日为**2026年1月31日**。

报告期内，公司主要合同负债确认的时点、账龄与合同结算条款基本一致，部分客户受财政资金预算、支付计划安排等因素影响提前或延缓支付款项。公司严格执行收入确认政策，在履行合同义务并经客户签收、验收或报关完成时点结转收入，符合合同关于控制权转移时点的相关约定，期后结转收入情况与合同条款一致、与收入确认时点匹配。

【申报会计师说明】

一、请保荐机构、申报会计师发表明确意见，并详细说明对存货监盘、函证的记录情况，认为对存货跌价准备计提充分的依据是否充分

（一）说明存货监盘的记录情况

报告期各期末，申报会计师针对发行人存货执行的具体监盘程序如下：

1、存货监盘准备阶段

（1）了解发行人与存货盘点相关的内部控制，评价相关内部控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行有效性；

（2）获取发行人盘点计划，了解盘点范围、盘点安排、盘点数据汇总、盘点差异查找等信息，评价盘点计划编制的合理性、恰当性；

（3）编制监盘计划，根据存货的构成、存放地点、重要程度等确定监盘范围；明确监盘人员的分工安排、需进行复盘的存货的抽取方式及抽取比例；

（4）监盘开始前，观察存货是否已停止流转、存货是否已按型号、规格排放整齐、标识是否清晰，若盘点日当天存在出库，观察货物是否已单独存放，确保相关存货只被盘点一次。

2、存货监盘实施阶段

（1）获取存货盘点表后，全程跟随发行人的盘点进程，并观察盘点进程是否按原盘点计划予以实施；

（2）从盘点表中选取项目追查至存货实物，以测试盘点表的准确性，并将复盘结果记录于存货盘点表中。从存货实物中选取项目追查至盘点表，以测试盘点表的完整性。对以包装箱封存的存货，随机要求盘点人员开箱进行检查；

（3）关注存货移动情况，防止错漏或重复盘点；现场观察存货状态，是否存在毁损、陈旧、过时、残次的存货，并形成记录；

（4）现场观察发行人对于盘点差异是否适当处理。对于抽盘产生的差异，要求发行人当场核实，并提供经签字的出入库单据、领用单据等支持性文件。

3、存货监盘完成阶段

（1）再次观察现场并检查盘点表，以确定所有应纳入盘点范围的存货是否均已完成盘点；

（2）与盘点人共同完成对存货盘点表的签字确认；

（3）获取发行人全部的存货盘点资料（不仅包括参与监盘部分），以便与账面进行核对；

（4）获取发行人盘点日至资产负债表日存货收发存明细，将盘点结果正推/倒推至资产负债表日；

（5）编制监盘总结，记录监盘实际执行过程、抽盘结果、抽盘比例、和账面核对结果等信息。

4、存货监盘的替代核查程序

对于部分未能到现场进行监盘的发出商品采取抽样的方式对相关存货的期末结存数量执行函证程序，回函结果与发函数量存在差异的，取得发行人提供的函证差异调节表，获取被函证方的结存明细，检查函证差异调节表中的差异构成以及差异原因，分析差异的真实性和合理性。

除函证程序以外，针对期末大额发出商品相关的客户执行发出商品访谈程序，通过向客户访谈确认发出商品状态、主要存放或安装地点、是否存在毁损或质量性能不达标及无法使用的情形、是否已按照合同约定发货及安装、是否存在合同纠纷等信息，以核实发出商品真实性及长库龄发出商品的合理性。

由于发行人合同履约成本均系与合同履约义务相关、尚未结转的外包劳务成本、物流费等，无法实施监盘，故针对合同履约成本选取样本向供应商函证合同履约成本相关服务内容、业务执行情况，如已安装点位数量、完工进度等信息，以核实相关合同履约成本真实性、余额准确性。

5、存货监盘的整体情况

报告期各期末，申报会计师存货监盘情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
监盘时间	**2025. 12. 31**	2025.1.2	2023.12.30
监盘范围	原材料、半成品、库存商品、发出商品	原材料、半成品、库存商品、发出商品	原材料、半成品、库存商品、发出商品
监盘地点	发行人仓库、客户现场	发行人仓库、客户现场	发行人仓库、客户现场
监盘人员	发行人财务人员、保荐机构及申报会计师项目组成员	发行人财务人员、保荐机构及申报会计师项目组成员	发行人财务人员、保荐机构及申报会计师项目组成员
监盘金额	**6, 558. 11**	5,815.88	7,292.02
发出商品函证程序对应金额	**453. 77**	369.45	3,215.33
合同履约成本函证程序对应金额	**43. 93**	-	528.65
发出商品访谈程序对应金额	**10. 36**	234.47	2,520.85
小计（剔除不同方式重复核查金额后）	**7, 055. 81**	5,950.85	8,525.46
存货账面余额	**7, 757. 94**	7,259.15	10,411.36
整体核查比例	**90. 95%**	**81.98%**	**81.89%**
监盘/函证结论	**账实相符**	**账实相符**	**账实相符**

（二）说明存货函证的记录情况

基于谨慎性原则，在已实施的监盘程序金额比例较高的情况下仍针对未实施监盘的发出商品以及实施了监盘但金额重要的发出商品补充实施了函证程序，对于报告期各期末合同履约成本余额向供应商函证相关服务内容及业务执行情况，具体函证程序执行情况如下：

1、函证准备阶段

（1）获取发行人报告期各期末的发出商品、合同履约成本余额表，基于重要性水平以单个客户、供应商为基础运用大额+随机的选样方式选取被询证者；

（2）根据发出商品、合同履约成本余额表制作询证函，并将发出商品的存货品名、规格型号等信息与销售合同进行核对，将合同履约成本相关的服务内容、业务执行情况与采购合同、进度确认函进行核对，以保证函证信息的准确性；

（3）向发行人获取被询证单位的函证地址、函证联系人及联系方式，采用公开信息查询等方式核查询证地址、联系人及联系方式的真实性及有效性。

2、函证实施阶段

（1）由申报会计师的函证中心独立向被询证单位寄发询证函；

（2）全程对询证函物流信息予以关注，核查是否存在收件地址变更、拒收、无法与收件人取得联系等物流信息异常的情形；

（3）全程关注询证函签收后的回寄动态，针对长期未回寄的情形，及时与被询证单位函证联系人取得联系，核实询证函未被及时处理、回寄的原因。

3、函证完成阶段

（1）检查收回的经被询证者确认的询证函是否为原件，回函是否由被询证者直接寄回至函证中心，并保留回寄询证函的物流底单；

（2）核对获取的纸质回函中函证内容是否与发函内容一致，回函是否存在涂改的痕迹等异常情况，检查被询证者加盖在询证函上的印章以及签名中显示的被询证者名称是否与询证函中记载的被询证者名称一致，加盖的印章以及签名是否清晰可辨认；

（3）确认回函寄件时间是否晚于发函快递的签收时间，确认回函的寄件人姓名、地址是否与发函时的收件人姓名、地址一致，是否存在多封回函同时或自同一地址发出的情况；

（4）根据回函情况及时跟进函证事项，回函存在不符的，及时核实不符的原因，获取必要的证据，并将核实过程及结论记录于工作底稿，包括但不限于编制不符事项调节表、替代测试等；对未回函的，核实未回函原因，确认是否重新执行函证程序，或替代程序。

4、函证整体情况

报告期各期末，申报会计师针对存货相关科目执行函证程序的具体情况如下：

单位：万元

函证科目	项目	2025.12.31	2024.12.31	2023.12.31
发出商品	发出商品余额	**626.02**	428.51	3,467.37
	发函金额	**514.55**	383.58	3,215.33
	发函比例	**82.19%**	89.51%	92.73%
	发函客户数量（个）	**17**	30	37
	回函金额	**453.77**	369.45	2,996.77
	回函占期末余额比例	**72.49%**	**86.22%**	**86.43%**
合同履约成本	合同履约成本余额	**51.60**	5.06	678.53
	发函金额	**43.93**	-	528.65
	发函比例	**85.13%**	-	77.91%
	发函供应商数量（个）	**2**	13	31
	回函金额	**43.93**	-	503.04
	回函金额占期末余额比例	**85.13%**	-	**74.14%**

注：上表中合同履约成本发函供应商数量包含当期有发生额但无期末余额的供应商。

如上表所示，整体函证程序直接回函确认金额占期末余额比例较高，报告期各期末发出商品回函金额占期末余额比例分别为 86.43%、86.22%、**72.49%**；2023 年末、**2025 年末**合同履约成本回函金额占期末余额比例分别为 74.14%、**85.13%**，2024 年末合同履约成本余额较小，且以项目执行过程中发生的物流成本为主，共涉及 13 家已询证合同履约成本发生额的供应商相关项目均于当期完成验收，合同履约成本无余额，但相关供应商合同履约成本发生额回函金额分别为 748.17 万元，占 2024 年度不含物流成本的合同履约成本发生额比例为 90.85%，回函比例较高。针对未回函部分，申报会计师执行了相应的替代测试。

（三）说明认为对存货跌价准备计提充分的依据是否充分

针对发行人存货跌价准备计提充分性申报会计师执行了以下核查程序：

1、了解、评价并测试生产与仓储相关的内部控制设计和运行的有效性；

2、了解发行人存货跌价准备计提政策和减值测试方法，获取发行人存货跌价准备的测算过程，评价存货跌价准备计提所依据的假设和方法，检查发行人存货跌价准备所依据的销售合同、在手订单或意向订单明细表、库龄明细表、盘点表及盘点报告、存货减值会签表等资料，分析发行人存货跌价计提方法的合理性；

3、获取发行人报告期各期末存货库龄明细表，分析复核存货库龄划分的准确性，核查长库龄存货的形成原因；

4、通过公开信息查询同行业可比公司存货跌价准备计提比例并与发行人进行对比，分析差异及合理性；

5、获取发行人在手或意向订单明细表，分析发行人报告期各期末在手订单或意向订单与半成品、库存商品、发出商品、合同履约成本余额的匹配性，结合在手或意向订单的具体情况，分析各类存货跌价准备计提是否充分；

6、获取发行人的合同履约成本明细表，并抽查项目对应相关合同、发票、进度确认函，分析合同履约成本归集核算是否完整，通过函证的方式确认合同履约成本的真实性、准确性；

7、查阅发行人有关存货盘点管理制度、盘点计划、盘点表、盘点报告等资料，评价其合理性；对发行人报告期各期末存货实施监盘、抽盘程序，检查存货的数量、有无呆滞、毁损、陈旧、过时、残次等状况；

8、通过函证、实地监盘、访谈客户的方式核查发出商品的真实性和实际状态，以核实发出商品不存在毁损、灭失或因合同纠纷产生的减值；

9、通过抽样的方式选取了客户、供应商进行实地访谈，确认发行人与客户之间的交易真实发生，合同正常履行，不存在亏损合同以及任何合同执行方面的纠纷。

通过执行上述程序，获取并核查与存货跌价准备计提相关的资料，申报会计师认为发行人存货减值测试过程符合《企业会计准则》的相关规定，存货跌价准备计提具有充分性。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、获取发行人存货库龄明细表、在手或意向订单明细表，复核发行人存货库龄划分的准确性以及分析报告期各期末各类存货与销售合同、订单的匹配性；

2、了解、评价并测试生产与仓储相关的内部控制设计和运行的有效性，并

通过询问、实地查看等方式了解 1 年以上库龄存货形成的具体原因；

3、了解发行人存货跌价准备计提政策和减值测试方法，获取存货跌价准备测算过程，复核存货跌价准备测算过程是否准确；

4、结合发行人各类存货库龄结构、各类产品盈利情况、在手或意向订单情况分析发行人存货跌价准备计提充分性；

5、通过公开信息查询同行业可比公司存货跌价准备计提比例并与发行人进行对比，分析差异及合理性；

6、查阅发行人有关存货盘点管理制度、盘点计划、盘点表、盘点报告等资料，评价其合理性；对发行人报告期各期末存货实施监盘、抽盘程序，检查存货的数量、有无呆滞、毁损、陈旧、过时、残次等状况；

7、对发行人报告期各期末发出商品、合同履约成本抽取样本进行函证，核实相关存货项目的真实性、完整性；

8、通过抽样的方式选取了客户、供应商进行实地访谈，确认发行人与客户、供应商之间的交易系真实发生，合同正常履行，不存在亏损合同以及业务纠纷；

9、获取发行人合同负债明细表，了解合同负债与存货中相关项目的匹配关系，分析合同负债变动与存货中相关项目变动的匹配性；

10、了解发行人合同负债确认的时点，获取发行人合同负债账龄明细表、收入明细表、大额合同负债对应的销售合同，对比合同负债确认时点、账龄与销售合同约定是否一致，并检查期后结转情况，分析发行人合同负债期后结转收入的情况与收入确认时点匹配性，确认发行人不存在调节收入的情形。

二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期期末，发行人各类存货库龄结构良好，除原材料因品类较多且通常情况下具有一定的通用性故难以匹配相应的销售合同、订单外，其余各类存货订单覆盖率较高。

2、发行人 1 年以上库龄存货均具有合理的形成原因，符合发行人实际生产经营情况，不存在业务纠纷。

3、发行人已经按照《企业会计准则》的相关规定，对存货进行减值测试，存货减值测试过程准确，存货跌价准备计提充分。

4、报告期各期末，合同负债变动与存货中相关项目的变动具有匹配性，合同负债确认的时点、账龄、期后结转收入的情况与合同条款基本一致、与收入确认时点相匹配。

9-2 销售费用及订单获取合规性

【发行人说明】

一、结合获客方式、客户数量变化等说明销售费用变化是否与业务规模相匹配，是否存在不当利益安排，是否能够有效防范贿赂风险，相关内部控制是否健全有效

（一）结合获客方式、客户数量变化等说明销售费用变化是否与业务规模相匹配

1、销售费用总体变动情况

报告期内，公司销售费用及营业收入总体变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售费用	**1,347.64**	1,525.11	1,851.05
营业收入	**22,469.99**	27,047.96	41,102.30
销售费用占营业收入的比例	**6.00%**	5.64%	4.50%

报告期内，公司销售费用分别为 1,851.05 万元、1,525.11 万元和 **1,347.64 万元**，报告期内销售费用与营业收入变动方向相匹配。

报告期内，公司的销售费用率分别为 4.50%、5.64%和 **6.00%**，其中 2023 年的销售费用率较低，主要原因为受地面数字电视 700 兆赫频率迁移项目影响，2023 年收入增长较大，规模效应明显。整体上看，公司销售费用变动额较小，销售费用率变化受不同期间大额项目确认收入金额影响较大。

综上，报告期内公司销售费用变动趋势与收入规模变动相匹配，各期销售费用率虽存在一定波动，但不存在重大异常。

2、销售费用具体变动情况

报告期内，公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
职工薪酬	711.07	52.76	877.44	57.53	1,085.95	58.67
服务费	123.87	9.19	122.42	8.03	159.50	8.62
差旅费	182.74	13.56	213.03	13.97	213.95	11.56
业务招待费	63.21	4.69	66.10	4.33	129.07	6.97
招投标费	67.17	4.98	39.82	2.61	101.63	5.49
快递物流费	57.20	4.24	56.65	3.71	68.95	3.73
会议及展览费	93.87	6.97	76.52	5.02	46.85	2.53
咨询及顾问费	9.51	0.71	10.27	0.67	13.30	0.72
办公费	21.85	1.62	28.00	1.84	12.25	0.66
折旧及摊销费	8.28	0.61	8.97	0.59	11.47	0.62
广告宣传费	8.87	0.66	25.88	1.70	8.14	0.44
合计	**1,347.64**	**100.00**	**1,525.11**	**100.00**	**1,851.05**	**100.00**

报告期内，公司销售费用的主要由职工薪酬、服务费、差旅费、业务招待费和招投标费构成，上述费用占销售费用总额的比例均超过 80%，公司销售费用的波动亦主要与上述费用变动情况有关，其中：

（1）职工薪酬

公司销售人员薪酬总额受销售人员数量和人均薪酬的共同影响，其中销售人员数量受到公司获客方式、客户数量、销售业绩目标、人力资源规划等较多因素影响，人均薪酬则主要受当地用工成本及公司业绩表现的影响。

报告期内，各期公司的客户数量分别为 841 个、857 个和 853 个，客户数量总体保持稳定。公司销售人员数量基本保持稳定，职工薪酬的变动主要受人均薪酬的影响。

（2）服务费、差旅费、业务招待费

报告期内公司服务费主要包括检测认证费和专利及特许使用权费等，费用支出不具有固定性，且进行检测认证或授权后一般具备一定时间的有效期，因此各期服务费具有一定波动性。**公司差旅费变动较小，相对较为稳定，2025 年小幅下滑，与营业收入的变动趋势一致。公司业务招待费与公司营业收入变动趋势基本一致。**

（3）招投标费

报告期内，公司主要通过招投标和商务谈判获取客户订单，其中招投标的获客方式直接影响招投标费用的大小。公司各期招投标费用以及公司通过投标方式取得的订单金额情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售费用-招投标费	**67.17**	39.82	101.63
公司通过投标取得订单金额	**9,797.86**	6,124.37	11,883.92
招投标费用率	**0.69%**	0.65%	0.86%

注：公司通过投标取得订单金额指当期中标成交金额。

如上表所示，报告期内各期公司发生的招投标费用与投标取得订单金额的变动方向一致，而招投标费用率存在一定波动，主要系：公司招投标费的主要构成为中标服务费、标书费等，通常中标项目数量越多、订单金额越大，招投标费用的绝对值越大，同时中标服务费一般采用阶梯累进制，中标金额越大时平均服务费率越低，因此公司招投标费用率受当期参与招投标项目获客数量、单项目中标金额等因素影响有所差异。

综上，公司在招投标的获客方式下，招投标费用变化与相关业务规模相匹配。

3、销售费用率与同行业对比情况

报告期内，公司的销售费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

单位：%

公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数码视讯	-	14.77	15.58
康通电子	-	12.59	13.47

公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
图南电子	-	14.67	9.60
恒运昌	-	**1.48**	**2.01**
英杰电气	-	**4.63**	**3.64**
平均数	-	**9.63**	**8.86**
德芯科技	**6.00**	**5.64**	**4.50**

与同行业可比公司中数码视讯、图南电子及康通电子相比，公司的销售费用率相对较低，主要原因为：

（1）销售人员薪酬及数量差异

报告期内，公司与同行业可比公司的销售人员平均薪酬的对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数码视讯	-	45.22	44.48
康通电子	-	37.46	24.32
图南电子	-	18.89	20.83
德芯科技	**18.27**	23.09	28.58

注 1：销售人员平均薪酬=销售费用中职工薪酬/销售人员数量；

注 2：德芯科技销售人员数量=当年各月人数加总/月份数；同行业可比公司销售人员数量=（期初人数+期末人数）/2。

报告期内，公司与可比公司的销售人员数量、薪酬、营业收入对比情况如下：

项目	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
销售人员期末数量（人）	数码视讯	-	96	115
	康通电子	-	28	38
	图南电子	-	24	32
	德芯科技	**39**	38	38
销售人员薪酬（万元）	数码视讯	-	4,770.87	5,270.95
	康通电子	-	1,236.24	1,046.56
	图南电子	-	528.88	635.42
	德芯科技	**711.07**	877.44	1,085.95
营业收入（万元）	数码视讯	-	66,894.43	70,516.60
	康通电子	-	15,634.90	12,280.62
	图南电子	-	13,394.80	19,153.08

项目	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	德芯科技	**22,469.99**	27,047.96	41,102.30
销售人员薪酬/营业收入	数码视讯	-	7.13%	7.47%
	康通电子	-	7.91%	8.52%
	图南电子	-	3.95%	3.32%
	德芯科技	**3.16%**	3.24%	2.64%

由上表可知，报告期内，公司销售人员平均薪酬显著低于数码视讯，与康通电子、图南电子差异较小，主要系数码视讯的经营场所位于北京市加之其业务构成不同，用工成本较高。

此外，公司以集成商销售为主的销售模式以及应急广播和数字电视产品用户群体相同的业务协同特点，直接销售模式以承接合同金额较大的系统集成项目为主，共同决定了公司销售人员数量较少，导致与人员数量直接挂钩的职工薪酬、差旅费、业务招待费及办公费等占收入之比较低。报告期内，公司销售人员薪酬占营业收入的比例分别为 2.64%、3.24%和 **3.16%**，显著低于同行业可比公司的平均水平。

（2）销售模式特点

报告期内，公司采用以集成商销售为主的销售模式，在此模式下公司无需直接面向所有终端客户进行销售，对销售人员数量的要求较低，销售效率更高。另外，公司的直接销售模式以承接合同金额较大的系统集成项目为主，单个客户收入规模较大，销售费用投入率较低，进一步摊薄了销售费用率。

（3）业务协同与交叉销售

由于数字电视和应急广播两类产品的终端用户群体均主要为各级广电部门、宣传部、融媒体中心、广播电视台、广播电视运营商等，且产品所需的安装调试、维修保护等服务内容基本相通，因此公司应急广播和数字电视产品的用户群体存在较大程度重叠，使得公司销售人员可面对相同客户群体进行不同产品的交叉销售，实现相同业务规模所需的销售人员数量较少，导致与人员数量直接挂钩的职工薪酬、差旅费、业务招待费及办公费等占收入之比较低。

（4）销售规模效应

康通电子和图南电子主要为应急广播业务，与公司相比销售规模较小，营业收入约为公司规模的一半，未形成足够的规模效应，导致其销售费用率较高。

（5）业务与地区差异

数码视讯的产品构成、业务类型、运营方式、下游客户群体与可比公司存在较大差异，导致费用可比性低；并且其经营场所位于北京市加之其业务构成不同，用工成本较高，销售人员人均薪酬显著高于可比公司。

综上，公司销售费用率相比同行业可比公司较低，主要受销售人员薪酬及数量差异、销售模式特点、业务协同与交叉销售、销售规模效应、业务与地区差异等因素影响，具有商业合理性。

（二）是否存在不当利益安排，是否能够有效防范贿赂风险，相关内部控制是否健全有效

1、不存在不当利益安排

公司主要通过参与项目投标、参加行业展会、组织技术交流会、客户口碑推荐、电子商务平台等方式获取客户订单，其涉及的招投标费、会议及展览费等均存在真实交易背景的相关业务活动支持，相关费用主要系公司业务发展、开拓业务、树立企业品牌形象等合理需要产生，费用支出合法合规，不存在不当利益安排。

公司与主要客户均按照合同约定收取款项，不存在向客户提供合同以外的利益，也不存在以利益交换方式实现收入、盈利的增长的情形。

2、防范商业贿赂风险的措施

（1）制定《反商业行贿管理制度》

公司制定了《反商业行贿管理制度》，明确规定在公司范围内从事物料采购、委外加工、在建工程、业务销售、设备采购和维护、质量监督等经济活动的人员均需遵守。公司人员禁止任何形式的商业贿赂，并自觉接受预防商业贿赂监督小组的管理。对与公司经营活动往来的供应商或人员违反《反商业行贿管理制度》规定的，坚决取消其供应商资格，构成商业贿赂（行贿）犯罪的交由司法机关追

究刑事责任。

（2）加强内部控制

公司已通过《会计基础工作规范》《货币资金管理制度》《销售与收款业务管控制度》《业务招投标管理制度》等相关内部管理制度对公司日常销售环节包括合同签订、销售收款、费用报销、资金支付、招投标等进行管理，以防范商业贿赂。

（3）出具相关声明及承诺

公司、控股股东、实际控制人及董事、监事、高级管理人员出具《关于不存在商业贿赂等事项的声明》，确认 2021 年 1 月 1 日至今公司经营过程中不存在任何形式的商业贿赂行为，公司获取业务的方式和行为均符合相关法律法规的规定，不存在通过非法途径获取业务的情形。

公司销售部门员工出具《承诺函》，保证不存在为了获取业务，向客户主要人员或其关联方支付或承诺与交易不相关的费用。

（4）其他

报告期内，公司及控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在因商业贿赂行为而导致的诉讼、仲裁等纠纷，不存在被检察机关提起刑事诉讼或被相关监管机关行政处罚的情形。

根据公司主要客户的访谈记录及其签署无关联关系声明函，公司主要客户已确认其与公司及其关联方不存在日常交易以外的资金往来，也不存在其他商业往来或代垫成本费用情形。

3、建立了完善的防范商业贿赂风险的内控制度

公司制定了完整的内部控制体系，并在日常经营中得到了严格的执行。公司为确保产品销售环节的合法合规，制定了费用管理、资金管理及招投标相关的内部控制管理制度，明确了费用支出、资金支付及业务开展的相关合规性要求以防范商业贿赂，相关制度在日常经营中得以严格执行。

二、说明报告期内招投标获取订单金额比例；是否存在报告期内未履行招

投标程序或其他程序瑕疵的招标合同，如有，说明具体情况、程序瑕疵原因、业务流程、相关款项回收期和回收情况；相关合同是否存在法律纠纷或潜在纠纷，是否有被认定为无效会被撤销的法律风险

（一）报告期内招投标获取订单金额比例

报告期内，公司通过招投标获取订单金额比例情况如下：

单位：万元、%

项目来源	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	订单金额	占比	订单金额	占比	订单金额	占比
招投标	**7,315.42**	**32.56**	9,507.51	35.19	20,372.08	49.56

注：上表中招投标订单金额为当年通过招投标方式获取的业务收入金额，占比计算公式为：占比=当年招投标获取的业务收入金额/当年主营业务收入。

（二）是否存在报告期内未履行招投标程序或其他程序瑕疵的招标合同，如有，说明具体情况、程序瑕疵原因、业务流程、相关款项回收期和回收情况

1、招投标相关法律法规汇总

序号	法律法规	时效性	条款	条文具体内容
1	《中华人民共和国招标投标法》	现行有效	第三条	在中华人民共和国境内进行下列工程建设项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标： （一）大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目； （二）全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目； （三）使用国际组织或者外国政府贷款、援助资金的项目。 前款所列项目的具体范围和规模标准，由国务院发展计划部门会同国务院有关部门制订，报国务院批准。 法律或者国务院对必须进行招标的其他项目的范围有规定的，依照其规定。
2	《中华人民共和国招标投标法实施条例》	现行有效	第二条	招标投标法第三条所称工程建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。 前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。
			第八	国有资金占控股或者主导地位的依法必须进行招标的项目，应当公开招标；但有下列情形之一的，可以邀请招标：

序号	法律法规	时效性	条款	条文具体内容
			条	（一）技术复杂、有特殊要求或者受自然环境限制，只有少量潜在投标人可供选择； （二）采用公开招标方式的费用占项目合同金额的比例过大。 有前款第二项所列情形，属于本条例第七条规定的项目，由项目审批、核准部门在审批、核准项目时作出认定；其他项目由招标人申请有关行政监督部门作出认定。
			第九条	除招标投标法第六十六条规定的可以不进行招标的特殊情况外，有下列情形之一的，可以不进行招标： （一）需要采用不可替代的专利或者专有技术； （二）采购人依法能够自行建设、生产或者提供； （三）已通过招标方式选定的特许经营项目投资人依法能够自行建设、生产或者提供； （四）需要向原中标人采购工程、货物或者服务，否则将影响施工或者功能配套要求； （五）国家规定的其他特殊情形。 招标人为适用前款规定弄虚作假的，属于招标投标法第四条规定的规避招标。
3	《必须招标的工程项目规定》	现行有效	第二条	全部或者部分使用国有资金投资或者国家融资的项目包括： （一）使用预算资金 200 万元人民币以上，并且该资金占投资额 10%以上的项目； （二）使用国有企业事业单位资金，并且该资金占控股或者主导地位的项目。
			第四条	不属于本规定第二条、第三条规定情形的大型基础设施、公用事业等关系社会公共利益、公众安全的项目，必须招标的具体范围由国务院发展改革部门会同国务院有关部门按照确有必要、严格限定的原则制订，报国务院批准。
			第五条	本规定第二条至第四条规定范围内的项目，其勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购达到下列标准之一的，必须招标： （一）施工单项合同估算价在 400 万元人民币以上； （二）重要设备、材料等货物的采购，单项合同估算价在 200 万元人民币以上； （三）勘察、设计、监理等服务的采购，单项合同估算价在 100 万元人民币以上。 同一项目中可以合并进行的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，合同估算价合计达到前款规定标准的，必须招标。
4	《中华人民共和国政府采购法》	现行有效	第二条	在中华人民共和国境内进行的政府采购适用本法。 本法所称政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。 政府集中采购目录和采购限额标准依照本法规定的权限制

序号	法律法规	时效性	条款	条文具体内容
				定。 本法所称采购，是指以合同方式有偿取得货物、工程和服务的行为，包括购买、租赁、委托、雇用等。 本法所称货物，是指各种形态和种类的物品，包括原材料、燃料、设备、产品等。 本法所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建、装修、拆除、修缮等。 本法所称服务，是指除货物和工程以外的其他政府采购对象。
			第二十六条	政府采购采用以下方式： （一）公开招标； （二）邀请招标； （三）竞争性谈判； （四）单一来源采购； （五）询价； （六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。 公开招标应作为政府采购的主要采购方式。
			第二十九条	符合下列情形之一的货物或者服务，可以依照本法采用邀请招标方式采购： （一）具有特殊性，只能从有限范围的供应商处采购的； （二）采用公开招标方式的费用占政府采购项目总价值的比例过大的。
			第三十条	符合下列情形之一的货物或者服务，可以依照本法采用竞争性谈判方式采购： （一）招标后没有供应商投标或者没有合格标的或者重新招标未能成立的； （二）技术复杂或者性质特殊，不能确定详细规格或者具体要求的； （三）采用招标所需时间不能满足用户紧急需要的； （四）不能事先计算出价格总额的。
			第三十一条	符合下列情形之一的货物或者服务，可以依照本法采用单一来源方式采购： （一）只能从唯一供应商处采购的； （二）发生了不可预见的紧急情况不能从其他供应商处采购的； （三）必须保证原有采购项目一致性或者服务配套的要求，需要继续从原供应商处添购，且添购资金总额不超过原合同采购金额百分之十的。
5	《政府采购货物和服务招标投标管	现行有效	第二条	本办法适用于在中华人民共和国境内开展政府采购货物和服务（以下简称货物服务）招标投标活动。
			第三	货物服务招标分为公开招标和邀请招标。 公开招标，是指采购人依法以招标公告的方式邀请非特定的

序号	法律法规	时效性	条款	条文具体内容
	理办法》		条	供应商参加投标的采购方式。 邀请招标，是指采购人依法从符合相应资格条件的供应商中随机抽取 3 家以上供应商，并以投标邀请书的方式邀请其参加投标的采购方式。
6	《中华人民共和国政府采购法实施条例》	现行有效	第七条	政府采购工程以及与工程建设有关的货物、服务，采用招标方式采购的，适用《中华人民共和国招标投标法》及其实施条例；采用其他方式采购的，适用政府采购法及本条例。 前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。 政府采购工程以及与工程建设有关的货物、服务，应当执行政府采购政策。

2、公司通过招投标承接项目的具体适用情况

根据上述法律法规，结合公司的主营业务以及下游行业项目特点，公司承接的项目中应当履行招标程序的情形可以划分如下：

（1）承接的项目中涉及与工程建设有关的货物、服务的采购，如所涉建设项目在合同金额、项目性质等方面达到《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《必须招标的工程项目规定》等法律法规的标准，则公司通过履行招投标程序承接项目；

（2）针对客户为国家机关、事业单位和团体组织，且系使用财政性资金采购集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的情形，公司按照《中华人民共和国政府采购法》及配套法规履行招投标程序承接项目。

报告期内，公司不存在未履行招投标程序或其他程序瑕疵的招标合同。

（三）相关合同是否存在法律纠纷或潜在纠纷，是否有被认定为无效会被撤销的法律风险

报告期内，根据相关法律法规应当通过履行招标程序承接的项目，公司均具备参与相关项目的投标资格，并根据招标文件的要求编制投标文件和参加投标，且按照相关法律法规及合同相对方的要求履行了必要的招投标程序。报告期内，

公司未通过履行招投标程序承接的项目，均系根据相关法律法规规定无须通过履行招标程序且客户未主动要求采用招标程序遴选供应商的项目。

根据**成都市市场监督管理部门出具的相关证明文件以及信用中国（四川成都）平台出具的专项信用报告以及四川省大数据中心出具的《经营主体专项信用报告》**，确认报告期内公司未受到该单位的行政处罚。经网络公开查询，报告期内公司不存在被市场监管部门行政处罚、列入经营异常名录、列入市场监管严重违法失信名单的情形，亦不存在相关合同涉及法律纠纷情形。

综上，报告期内，对于公司应当通过履行招投标程序承接的项目，公司承接该等项目所履行的招投标程序完备，订单获取合法、有效，相关合同不存在法律纠纷或潜在纠纷，不存在被认定为无效会被撤销的法律风险。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、获取发行人销售费用明细，了解销售费用结构，结合获客方式、客户数量变化等分析发行人销售费用与营业收入变化的关系、销售费用变动的原因、与同行业可比公司的差异等；查阅发行人《反商业行贿管理制度》，了解发行人反商业行贿制度以及相应内控体系建设情况；

2、访谈发行人财务总监、销售部门负责人，了解发行人主要获客方式、客户数量变化情况，分析报告期各期销售费用率变动情况的原因和合理性；

3、取得**成都市市场监督管理部门出具的相关证明文件以及信用中国（四川成都）平台出具的专项信用报告以及四川省大数据中心出具的《经营主体专项信用报告》（有无违法违规证明版）（主体名称：成都德芯数字科技股份有限公司）**和公安机关出具的公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员的无犯罪记录证明，确认发行人是否存在不正当竞争等违法违规行为；

4、检索中国裁判文书网等网站关于发行人及其董事、监事、高级管理人员报告期内是否存在因商业贿赂、不正当竞争而发生的重大诉讼、仲裁、行政处罚或被追究刑事责任的情形；登录信用中国、人民法院公告网、国家市场监督管理总局等公开信息查询网站，核查发行人是否存在相关合同纠纷或相关违法违规情

况或处罚；

5、取得发行人、控股股东、实际控制人及其董事、监事和高级管理人员声明，确认报告期期初以来发行人在经营过程中不存在任何形式的商业贿赂行为，获取业务的方式和行为均符合相关法律法规的规定，不存在通过非法途径获取业务的情形；获取发行人出具的书面说明，确认发行人已承诺其履行了必要的招投标程序；

6、取得发行人销售部门员工出具的《承诺函》，保证不存在为了获取业务，向客户主要人员或其关联方支付或承诺与交易不相关的费用；

7、查阅了报告期内发行人通过招投标获取业务的相关客户收入明细，并查阅招标文件、中标文件和销售合同；对报告期内主要客户进行访谈，了解相关业务是否符合招投标以及政府采购等相关国家法律、法规、规章以及规范性文件的要求；

8、获取发行人出具的相关说明，了解发行人与主要客户的合作方式、项目获取方式，核查发行人是否已按相关规定履行了必要的招投标程序。

二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人销售费用变动与收入规模变动方向一致，受重大项目影响，各期销售费用率存在一定波动，但不存在重大异常；发行人不存在不当利益安排，能够有效防范贿赂风险，相关内部控制健全有效。

2、报告期内，发行人已按照相关规定履行了必要的招投标程序，相关业务均正常履行，不存在合同纠纷。

9-3 管理费用率显著低于行业均值的合理性

【发行人说明】

一、管理费用构成及同行业情况

（一）管理费用构成情况

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
职工薪酬	**490.93**	**42.28**	774.56	50.99	987.45	51.20
咨询及招聘费	**133.01**	**11.46**	148.58	9.78	197.68	10.25
折旧及摊销费	**275.52**	**23.73**	274.94	18.10	256.18	13.28
办公费	**175.72**	**15.13**	195.81	12.89	352.63	18.29
招待费	**55.90**	**4.81**	103.05	6.78	107.33	5.57
董事会费	**14.40**	**1.24**	13.79	0.91	12.06	0.63
其他	**15.61**	**1.34**	8.27	0.54	15.16	0.79
合计	**1,161.09**	**100.00**	**1,519.00**	**100.00**	**1,928.48**	**100.00**

（二）与可比公司比较情况

报告期内，公司与可比公司的管理费用率对比情况如下：

公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数码视讯（%）	-	28.81	30.13
康通电子（%）	-	11.63	13.56
图南电子（%）	-	11.90	8.21
恒运昌（%）	**-**	**8.38**	**8.41**
英杰电气（%）	**-**	**3.31**	**2.99**
平均数（%）	-	**12.81**	**12.66**
德芯科技（%）	**5.17**	5.62	4.69

与同行业可比公司中数码视讯、康通电子及图南电子相比，公司的管理费用率相对较低，主要原因为：

（1）管理人员薪酬

报告期内，公司与可比公司的管理人员数量、薪酬、营业收入对比情况如下：

项目	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
管理人员期末数量（人）	数码视讯	-	137	126
	康通电子	-	35	42
	图南电子	-	17	27
	德芯科技	**24**	24	25
管理人员薪酬（万元）	数码视讯	-	7,659.98	8,998.98
	康通电子	-	963.29	830.29
	图南电子	-	690.03	764.45
	德芯科技	**490.93**	774.56	987.45
营业收入（万元）	数码视讯	-	66,894.43	70,516.60
	康通电子	-	15,634.90	12,280.62
	图南电子	-	13,394.80	19,153.08
	德芯科技	**22,469.99**	27,047.96	41,102.30
管理人员薪酬/营业收入	数码视讯	-	11.45%	12.76%
	康通电子	-	6.16%	6.76%
	图南电子	-	5.15%	3.99%
	德芯科技	**2.18%**	2.86%	2.40%

公司无控股和参股公司，组织架构简单，管理架构较为扁平，所需管理人员数量较少，导致公司职工薪酬占收入的比例较低。而可比公司均设有多家子公司，员工人数较多，导致职工薪酬支出较大，同时数码视讯经营场所位于北京市，用工成本较高，管理人员人均薪酬显著高于可比公司。如上表所示，报告期内，公司管理人员薪酬占营业收入的比例分别为 2.40%、2.86%和 **2.18%**，显著低于同行业可比公司。

（2）折旧摊销规模等因素

报告期内，公司与可比公司的管理费用中折旧摊销金额的对比情况如下：

项目	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
管理费用-折旧摊销金额（万元）	数码视讯	-	7,706.72	8,189.67
	康通电子	-	195.40	209.12
	图南电子	-	275.93	305.50
	德芯科技	**275.52**	274.94	256.18
管理费用-折	数码视讯	-	39.99%	38.55%

项目	公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
旧摊销金额/管理费用	康通电子	-	10.75%	12.55%
	图南电子	-	17.31%	19.42%
	德芯科技	**23.73%**	18.10%	13.28%
管理费用-折旧摊销金额/营业收入	数码视讯	-	11.52%	11.61%
	康通电子	-	1.25%	1.70%
	图南电子	-	2.06%	1.60%
	德芯科技	**1.23%**	1.02%	0.62%

数码视讯资产规模较大，尤其通过研发支出资本化已形成了较大的无形资产-非专利技术余额，其各期管理费用中折旧摊销的比重均超过三分之一，导致其折旧摊销占收入的比例远高于可比公司。报告期内，数码视讯管理费用中折旧摊销的比重**接近 40%**，远超过公司的管理费用中折旧摊销的比重。

康通电子和图南电子报告期内折旧摊销等占收入的比例亦较高。报告期内，公司管理费用-折旧摊销金额占营业收入的比重，显著低于同行业可比公司。公司资产折旧和摊销金额较低，是公司管理费用率较同行业公司低的重要原因之一。

二、管理人员薪酬合理性，是否同行业同地区可比，是否存在体外费用支出

公司管理费用中的职工薪酬主要为管理人员的工资、奖金、社保费用和公积金等。**报告期内**，公司管理费用中的职工薪酬分别为 987.45 万元、774.56 万元和 **490.93 万元**。**报告期内**，公司管理费用中的职工薪酬**有所**下降，与公司经营业绩变动情况一致。

公司管理人员平均薪酬与同行业同地区的对比情况如下：

单位：万元

公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
数码视讯	-	58.25	68.69
康通电子	-	25.02	20.76
图南电子	-	31.37	28.85
可比公司平均数	-	38.21	39.43
当地工资水平	-	-	10.06
德芯科技	**20.46**	31.61	35.27

注 1：管理人员平均薪酬=管理费用中职工薪酬/管理人员数量；德芯科技管理人员数量=当年各月人数加总/月份数；同行业可比公司管理人员数量=（期初人数+期末人数）/2；

注 2：为保持可比性，同行业可比公司管理人员统计口径包括行政管理人员和财务人员；

注 3：当地工资水平为成都市城镇全部单位就业人员平均工资，未公布 2024 年度及 **2025 年度**数据。

由上表所示，报告期内，公司管理人员平均薪酬高于康通电子，与图南电子基本相当，低于数码视讯；与同行业可比公司管理人员的平均薪酬基本相当，远高于公司所在地的平均工资水平。报告期内，公司管理人员薪酬水平合理。

报告期内，公司管理费用率均低于同行业可比公司主要系各公司职工薪酬费用率、折旧及摊销费用率有所差异，以及管理规模、经营策略等不同导致各公司的管理费用结构存在差异所致，具有合理性。报告期内，公司按照权责发生制原则进行期间费用核算，相关费用的发生真实、准确、完整，不存在体外费用支出的情况。

【申报会计师核查意见】

一、核查程序

1、通过公开信息查询同行业可比公司报告期各期管理费用明细，计算对应职工薪酬、管理人员人均薪酬情况，获取并查阅报告期各期发行人财务报表明细及员工花名册，了解发行人管理费用明细、对应职工薪酬及管理人员人均薪酬情况；

2、检查发行人管理费用的具体构成以及分析各期变动的具体原因；

3、选择重要或异常的管理费用，检查费用的开支标准是否符合有关规定，计算是否正确，原始凭证是否齐全，会计处理是否正确；

4、检查发行人及其主要股东、董事、监事及高级管理人员等主要人员的银行账户资金流水，查看是否存在体外费用支出的情形。

二、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人管理费用率均低于同行业可比公司主要系各公司职工

薪酬费用率或折旧及摊销费率存在差异，以及管理规模、经营策略等不同导致各公司的管理费用结构有所差异所致，具有合理性。

2、报告期内，发行人管理人员薪酬合理，与同行业可比公司管理人员的平均薪酬基本相当，远高于发行人所在地的平均工资水平，不存在体外费用支出。

9-4 现金分红及资金流水核查情况

【发行人说明】

一、2023 年现金分红款的具体用途，与发行人主要客户、供应商及其主要经办人员是否存在资金往来，是否存在为发行人承担成本费用的情形，是否存在体外资金循环。

2023 年 12 月 22 日，公司召开 2023 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于<2023 年半年度利润分配方案>的议案》，公司以总股本 60,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.00 元（含税），共计派发现金股利人民币 60,000,000 元。本次利润分配于 2024 年 1 月 5 日执行完毕，公司股东取得的分红金额如下：

序号	股东姓名/名称	担任职务	持股数量（万股）	股权比例（%）	获取的分红金额（万元）
1	孙宇	董事长、总经理	2,053.8045	34.2300	2,053.82
2	王德华	董事、副总经理	1,319.9985	22.0000	1,320.00
3	孙健	董事	599.9985	10.0000	600.00
4	孙歆庚	采购人员	599.9985	10.0000	600.00
5	李俊	董事、研发总监	540.0000	9.0000	540.00
6	德致美传	-	117.7000	1.9620	117.72
7	芯远力创	-	67.2000	1.1200	67.20
8	武发产业	-	55.0000	0.9170	55.02
9	宁波梅山保税港区君润科智股权投资合伙企业（有限合伙）	-	51.3000	0.8550	51.30
10	朱双全	-	50.0000	0.8330	49.98
11	现有其他股东	-	545.0000	9.0830	544.98
合计		-	**6,000.00**	**100**	**6,000.00**

公司主要股东在获得上述分红款后，主要资金流向为银行储蓄存款，具体用途如下：

单位：万元

姓名	直接持股比例	提取分红款日期	分红款金额	主要具体用途
孙宇	34.23%	2024/1/5	2,053.82	1、用于 5 年期整存整取存款 1,300 万元； 2、母亲遗产分割转账给兄长孙健、孙朴各 108.92 万元； 3、借款给朋友尹某某 200 万元及员工熊某 300 万元拟用于购买房产及其资金周转。
王德华	22%	2024/1/5	1,320.00	1、用于购买 5 年期个人大额存单 600 万元； 2、转账给配偶辜钰婷 610 万元。
李俊	9%	2024/1/5	540.00	均用于购买 5 年期个人大额存单。
孙健	10%	2024/2/5	600.00	1、购买泸州银行存益宝储蓄存款 451 万元； 2、购买人寿保险 149 万元。
孙歆庾	10%	2024/1/5	600.00	1、购买渣打银行美元债券基金及外汇 300 万元； 2、购买汇丰银行集合资金信托计划 300 万元。

1、孙宇分红款具体用途说明

（1）孙宇收到分红款 2,053.82 万元，主要用于购买 5 年期整存整取存款，具体如下：

单位：万元

银行名称	日期	存款名称	金额	风险	是否质押受限
贵阳银行	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否

银行名称	日期	存款名称	金额	风险	是否质押受限
	2024/1/5	5 年期整存整取存款	100.00	低	否
	小计		**1,300.00**		

（2）转账给兄长孙健、孙朴：

因母亲去世后遗产分割，孙宇继承资产较多故分别转账给兄长孙健、孙朴 108.92 万元，孙健与孙朴收到款项后主要用于银行存款和理财。除此笔分红款孙宇存在转账给孙健及孙朴的情形外，其他分红款未转账给孙健及孙朴，经孙宇、孙健及孙朴确认，不存在股权代持的情形。

2、王德华分红款具体用途说明

王德华于 2024 年 1 月 5 日收到分红款 1320 万元后，其中 600 万元用于购买 5 年期个人大额存单，610 万元转账给配偶用于偿还保单借款，具体如下：

单位：万元

名称	日期	银行存款	金额	风险	是否质押受限
贵阳银行	2024/1/5	5 年期大额存单	200.00	低	否
	2024/1/5	5 年期大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期大额存单	100.00	低	否
中国人寿保险股份有限公司四川省分公司	2024/1/15	不适用	542.83	不适用	不适用
	小计		**1,142.83**		

注：王德华配偶收到 610 万元款项后其中 542.83 万元用于偿还中国人寿保险股份有限公司四川省分公司的保单借款，剩余款项作为银行活期存款及个人日常开支。辜钰婷购买了中国人寿的国寿鑫福年年年金保险、国寿鑫福年年养老年金保险、国寿福禄鑫尊两全保险（分红型）、国寿鸿福至尊年金保险（分红型）、国寿鑫耀一生年金保险（分红型）、国寿鑫享金生年金保险（A 款）等储蓄型保险，累计形成保单金额较高，相关保单现金价值可利用质押借款进行盘活，审批流程方便快捷且资金使用相对灵活，且可随借随还，亦不影响相关保单的保障及分红权益。因王德华的存款主要为 5 年期大额定期存款，定期转活期需损失利息收益，定期存单质押的银行审批流程相对较长且繁琐，为盘活保险资金使用效率，辜钰婷日常存在较大金额资金需求时使用保单质押借款。

3、李俊分红款具体用途说明

李俊于 2024 年 1 月 5 日收到分红款 540 万元后均用于购买 5 年期个人大额

存单，具体如下：

单位：万元

银行名称	日期	银行存款	金额	风险	是否质押受限
贵阳银行	2024/1/5	5 年期个人大额存单	350.00	低	否
	2024/1/5	5 年期个人大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期个人大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期个人大额存单	100.00	低	否
	2024/1/5	5 年期个人大额存单	100.00	低	否
	小计		**750.00**		

注：李俊将其自有资金 210 万元和分红款 540 万元一并存入 5 年期个人大额存单。

4、孙健分红款具体用途说明

孙健于 2024 年 1 月 5 日收到分红款 600 万元后转账给其配偶魏蓉，魏蓉将该款项用于购买保险产品及银行储蓄存款，具体如下：

单位：万元

名称	购买日期	产品名称	金额	产品类型	风险	是否质押受限
中国人民人寿保险股份有限公司	2024/2/5	金生相伴终身寿险	29.00	人寿保险	低	否
	2024/3/27		120.00			
泸州银行	2024/3/28	存益宝储蓄存款	300.00	存款	低	否
	2024/3/28	存益宝储蓄存款	300.00	存款	低	否
	小计		**749.00**			

注：孙健将其中 149 万元分红款购买保险产品后，剩余 451 万元分红款合并其自有资金共购买 600 万元银行储蓄存款。

5、孙歆庚分红款具体用途说明

孙歆庚于 2024 年 1 月 5 日收到分红款 600 万元后，分别用于在渣打银行购买美元债券基金及外汇合计 300 万元，在汇丰银行购买集合资金信托计划 300 万元，具体如下：

单位：万元

银行名称	购买日期	产品名称	投资金额	产品类型	产品主要投资方向	是否质押受限
渣打银行	2024/1/5	QDUR162CNY 富达基金-美元债券基金	110.00	美元债券基金	主要投资于美元计价的政府	否

银行名称	购买日期	产品名称	投资金额	产品类型	产品主要投资方向	是否质押受限
		（开放式、公募）			及投资级别企业债券	
	2024/1/10	QDBD1701 全球债券系列理财产品（开放式、公募）	143.76	美元债券基金	主要投资企业债券	否
	2024/1/12	外汇	35.97	外汇	-	否
	2024/2/21	QDUR162CNY 富达基金-美元债券基金（开放式、公募）	110.00	美元债券基金	主要投资于美元计价的政府及投资级别企业债券	否
汇丰银行	2024/1/19	华润海外票据系列 1 号	600.00	集合资金信托计划	境外金融机构发行的境外结构性票据	否
	小计		**999.73**			

注：购买华润海外票据系列 1 号 600 万元中包含本次现金分红款 300 万元及原自有资金 300 万元。

综上，公司主要股东、董监高等获得的分红款不存在与公司主要客户、供应商及其主要经办人员存在资金往来或者为公司承担成本费用的情形，不存在体外资金循环。

【申报会计师核查意见】

一、列示发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员报告期内资金流水来源及去向，是否与发行人客户、供应商及其关联方之间存在直接或间接资金往来；相关人员资金流水是否存在大额取现，或者有规律但无合理解释的其他取现等异常行为。

（一）列示发行人主要关联方、董监高、关键岗位人员报告期内资金流水来源及去向，是否与发行人客户、供应商及其关联方之间存在直接或间接资金往来

发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、持股 5%以上股东等个人账户大额资金（银行流水单笔收支≥5 万元）主要为银行定期存款的申购及赎回、买卖房产及相关开支，相关银行定期存款主要为五年期定期，具体情况如下：

1、控股股东、实际控制人及其近亲属

（1）孙宇（董事长、总经理、控股股东）

孙宇与林蕾为夫妻关系，孙宇及林蕾在报告期内的大额资金收付主要为银行定期存款申购与赎回、房产购置及装修、国债投资及公司分红。孙宇在报告期内大额的资金收付明细如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	**89.11**	162.08	127.14	从发行人处领的工资奖金
	分红款	**-**	2,053.82	-	发行人分红款
	银行产品	**3,227.45**	5,680.86	5,438.68	主要为个人定期存款
	银证转账	**810.00**	605.00	-	银证转账买卖上市公司股票、买卖国债
	朋友还款	**40.00**	160.29	-	朋友谢某某、**王某**还款
	其他	**34.00**	470.00	-	参与法拍保证金退还、转账失败退回等
	配偶间转账	**40.10**	54.57	54.54	与配偶林蕾的往来款
流水去向	银行产品	**-**	2,500.00	4,760.00	主要为个人定期存款
	房屋支出	**100.00**	1,371.06	518.78	购买住房、商铺及房屋装修
	银证转账	**3,389.00**	3,495.00	-	银证转账买卖上市公司股票及国债
	亲属间转账	**119.00**	85.00	-	向岳母雷某某、儿子孙某某等亲属转账
	员工借款	**450.00**	300.00	240.00	借款给员工张振兴、杜慧、熊某
	朋友借款	**-**	360.00	30.00	借款给牛某某、谢某某、尹某某
	转账给兄弟	**-**	217.84	-	母亲去世后遗产分割转账给兄长孙健、孙朴
	车辆购置	**-**	39.10	-	购车款
	其他家庭消费	**-**	-	97.50	家庭旅游、母亲生病治疗及护理费用与后事料理费用
	其他	**5.00**	511.83	-	参与房屋法拍支付保证金（已退还）、缴纳税费、个人消费

	配偶间转账	-	140.00	315.00	与配偶林蕾的往来款

报告期内，孙宇的大额存款或银行产品投资如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
贵阳银行	5 年期定期存款	定期存款	低	5,760.00	58	99.31
贵阳银行	5 年期大额存单	定期存款	低	1,200.00	12	100.00
工商银行	7 天通知存款	定期存款	低	300.00	1	300.00

（2）林蕾（董事、孙宇配偶）

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	40.17	54.57	54.54	从发行人处领的工资奖金
	银行存款类产品	817.61	862.86	440.85	主要为定期存款
	亲属间转账	-	233.00	-	与母亲雷某某款项转入
	配偶间转账	-	140.00	315.00	与配偶孙宇的转账
流水去向	银行存款类产品	820.00	1,190.00	530.00	主要为定期存款
	其他家庭消费	-	15.00	-	家庭开支
	配偶间转账	40.10	54.57	54.54	与配偶孙宇的转账

报告期内，林蕾的大额存款情况如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
长城华西银行	5 年期存本取息	定期存款	低	300.00	3	100.00
泸州银行	1 个月大额存单整存整取/6 个月大额存单整存整取	定期存款	低	2,240.00	16	140.00

2、发行人董事、监事、高级管理人员

（1）孙健（董事，持股 10%的股东）及其近亲属

孙健与魏蓉为夫妻关系，孙健为发行人主要股东、董事，魏蓉未在发行人处

任职，也未持有发行人股权。孙健及魏蓉在报告期内的大额资金收付主要为银行定期存款、银行标准理财产品和房产购置。孙健除向其配偶存在较大金额的转账外，未向其他近亲属进行较大金额转账。孙健、魏蓉在报告期内大额的资金收付明细如下：

单位：万元

人员	资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
孙健	流水来源	分红款提取	-	600.00	-	从银证账户提取发行人的分红款
		银行产品	140.46	-	1,059.81	主要为银行定期存款
		亲属间转账及还款	-	108.92	-	兄弟孙宇
	流水去向	银行产品	140.00	140.00	780.94	主要为银行定期存款
		其他家庭消费开支	-	5.00	5.00	家庭开支
		配偶间转账	-	600.00	-	与配偶魏蓉转账
魏蓉	流水来源	银行产品	1,103.93	649.66	1,689.71	主要为银行定期存款
		亲属间转账及还款	50.00	-	30.00	妹妹魏某
		朋友还款	-	-	60.00	朋友覃某、张某
		配偶间转账	-	600.00	-	与配偶孙健转账
	流水去向	银行存款类产品及贵金属	500.00	900.00	1,327.40	主要为银行定期存款
		亲属间转账及借款	116.00	10.00	50.00	妹妹魏某、女儿孙某
		房屋支出	-	551.30	12.72	购买成都、攀枝花及贵州房产及房屋装修款
		保险	360.00	204.00	90.00	购买人寿保险

报告期内，孙健及魏蓉的大额存款或银行产品投资如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
贵阳银行	3 年期定期存款	定期存款	低	500.94	1	500.94
	5 年期定期存款	定期存款	低	1,310.00	3	436.67
泸州银	3 年期存益宝定期储蓄存	定期存款	低	900.00	3	300.00

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
行	款					
	3 年心愿宝储蓄存款	定期存款	低	250.00	1	250.00
	3 年大额存单整存整取	定期存款	低	250.00	1	250.00
中国工商银行	定期存款	定期存款	低	280.00	1	280.00
	如意积存	储蓄性保险	低	8.76	1	8.76
中国建设银行	贵金属购买	贵金属	低	8.64	1	8.64
中信银行	定期存款	定期存款	低	280.00	2	140.00

（2）李俊（董事，持股 9%的股东，研发总监）及其近亲属

李俊与陈岚为夫妻关系，李俊为发行人主要股东、董事、研发总监，陈岚未在发行人处任职，也未持有发行人股权。李俊及陈岚在报告期内的大额资金收付主要为银行定期存款到期及办理。李俊、陈岚在报告期内大额的资金收付明细如下：

单位：万元

人员	资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
李俊	流水来源	工资、奖金及报销	**89.05**	120.02	120.08	从发行人领取工资奖金
		分红款	-	568.96	-	提取发行人分红款
		银行存款类产品	**856.55**	1,274.10	4,413.95	银行定期存款、7 天通知存款等
		银证转账	-	40.00	-	银证转账投资
	流水去向	银行存款类产品	-	1,410.00	4,794.18	银行定期存款、7 天通知存款、5 年月月红储蓄存款、5 年期爽月利存款、5 年期大额存单等
		银证转账	**900.00**	60.00	-	银证转账投资
		亲属间转账及借款	**12.00**	12.00	6.00	与父亲李某某、堂姐夫梁某往来
		配偶间转账	**405.80**	82.00	61.00	与配偶陈岚往来款
陈岚	流水来源	配偶间转账	**405.80**	82.00	61.00	与配偶李俊往来款
	流水去	其他消费	**12.00**	5.00	-	家庭个人消费

	向	购房支出	**365.65**	-	-	购房支出

报告期内，李俊的大额银行存款情况如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
中国工商银行股份有限公司成都智远支行	七天到期通知存款	通知存款	低	4,314.18	37	116.60
	定期存款	定期存款	低	610.00	3	203.33
长城华西银行股份有限公司成都分行营业部	5 年期大额存单	定期存款	低	330.00	2	165.00
贵阳银行股份有限公司成都武侯支行	5 年期定期存款	定期存款	低	550.00	2	275.00
	5 年期大额存单	定期存款	低	400.00	4	100.00

（3）王德华（董事、副总经理、持股 22%的股东）及其近亲属

王德华为发行人主要股东、董事、副总经理。王德华配偶辜钰婷未在发行人处任职，也未持有发行人股权。王德华及配偶辜钰婷在报告期内的大额资金收付主要为定期存款到期及办理、房产买卖及装修、证券保险投资。报告期内相关人员大额的资金收付明细如下：

单位：万元

人员	资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
王德华	流水来源	工资、奖金及报销	**49.12**	120.40	120.61	从发行人领取的工资奖金
		分红款	**-**	1,359.28	-	提取发行人分红款
		银行产品	**911.59**	1,809.81	5,796.68	主要为 5 年期定期存款
		银证转账	**1,945.91**	1,025.60	205.28	银证转账投资
		房租收入	**32.78**	43.90	18.40	个人房屋租赁收入
		朋友还款	**30.00**	8.00	-	**朋友李某某、张某某还款**
		配偶间转账	**300.00**	-	-	配偶辜钰婷转账
	流水去向	银行产品	**191.00**	859.00	4,900.00	主要为银行定期存款及现金管理产品
		银证转账	**1,787.10**	1,428.50	435.65	银证转账投资

		房屋支出	**324.54**	207.21	-	购房及装修
		亲属间转账及借款	**37.60**	18.78	-	儿子王耀、侄儿李某某
		朋友借款	**-**	38.00	20.00	朋友李某某、魏某、张某某等借款
		其他支出	**-**	63.19	-	其他家庭消费支出，含医疗费、缴税、购车等
		配偶间转账	**894.00**	1,085.00	1,005.00	配偶辜钰婷转账
辜钰婷	流水来源	银行产品	**502.07**	-	-	银行理财到期
		银证转账	**1,282.40**	559.00	433.00	银证转账投资
		保险	**600.00**	606.00	800.00	保险分红返还及保单借款
		卖房收入	**75.00**	-	1,676.00	个人卖房收入
		房租收入	-	-	5.00	个人房屋租赁收入
		存现及微信支付宝提现	**5.00**	5.00	5.00	存现及微信支付宝提现
		亲属间转账及借款	**-**	-	30.00	妹妹辜某某
		朋友还款	**-**	-	440.00	朋友李某某、魏某、应某某、徐某某还款
		配偶间转账	**894.00**	1,085.00	1,005.00	与配偶王德华往来
	流水去向	银证转账	**1,575.00**	1,104.00	916.00	银证转账投资
		保险	**639.17**	854.77	858.93	支付保费及偿还保单借款
		房屋支出	**840.87**	127.42	782.90	购房及装修支出
		亲属间转账及借款	**-**	-	100.00	妹妹辜某某、表弟向某某、侄子辜某某借款
		朋友借款	**-**	-	340.00	朋友李某某、魏某借款
		其他消费支出	**26.06**	39.00	8.00	家庭个人消费开支、税款支出等
		与儿子转账	**-**	-	1,250.00	与儿子王耀之间转账
		配偶间转账	**300.00**	-	-	与配偶王德华往来
王耀	流水来源	父母转账	**29.40**	8.78	1,250.00	父母转账往来
		朋友还款	**124.00**	5.50	273.30	朋友喻某某、魏某某、郭某某、李某某、韩某某、华某、

						江某、陈某某、喻某某、陈某还款
		银证转账	**371.00**	57.83	758.55	提取证券账户资金
		投资返还	-	122.40	-	深圳市蓝鲸贰号投资合伙企业退还投资款
		理财赎回	-	108.81		基金理财赎回
		其他	-	5.00		微信支付提现
	流水去向	朋友借款	**397.00**	187.50	109.40	朋友魏某某、郭某某、华某、李某某、江某、黄某某、陈某某、余某、喻某某、谢某某借款
		银证转账	**81.00**	110.50	1,089.00	转账到证券账户
		买房	-	-	840.33	个人买房支出
		股权投资	-	-	122.40	向深圳市蓝鲸贰号投资合伙企业出资

报告期内，王德华的大额存款或银行产品投资如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
长城华西银行	7 天通知存款	现金类管理产品	低	191.00	3	63.67
	5 年期整存整取定期存款、5 年期存本取息定期存款、可转让大额存单	定期存款	低	4,800.00	15	320.00
贵阳银行	大额存单	定期存款	低	600.00	5	120.00
成都银行	芙蓉锦程开放式净值型人民币理财产品等	现金类管理产品	低	**259.00**	**5**	**51.80**
工商银行	7 天通知存款	现金类管理产品	低	100.00	1	100.00

（4）孙歆庾（持股 10%的股东）及其近亲属

孙歆庾在报告期内的大额资金收付主要为与银行定期存款到期及办理、银行理财产品申购与赎回。**孙歆庾父母孙朴及王晓佳均未在发行人处任职，其报告期内的大额资金收付主要为理财的购买与赎回、购房、亲属与朋友往来等。**孙歆庾**及其近亲属**报告期内大额资金收付明细如下：

单位：万元

人员	资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
孙歆庾	流水来源	工资、奖金及报销	-	-	14.02	从发行人处领取的工资奖金
		分红款	-	600.00	-	提取发行人分红款
		银行理财及存款产品	2,610.39	2,242.23	932.21	汇丰银行、中信银行、泸州银行、渣打银行等银行的大额存单及基金
		亲属间往来借款	-	-	19.00	舅舅王某某借款往来
		父母转账	8.50	-	-	收到母亲王晓佳转账
		银行借款	498.00	-	-	因购房的银行借款
		卖房收入	222.00	-	-	卖房所得
	流水去向	银行理财及存款产品	2,143.88	2,479.90	1,303.35	汇丰银行、中信银行、泸州银行、渣打银行等银行的大额存单及基金
		保险	50.00	50.00	50.00	购买保险
		其他	21.12	-	-	购买外汇等
		房贷还款	200.12	-	-	房贷还款
		银证转账	60.00	-	-	银证转账投资
		父母转账	384.00	-	-	向母亲王晓佳转账，母亲收款款项后用于买房
		亲属间转账及借款	-	-	11.00	与舅舅王某某借款往来
		购房支出	686.13	-	-	购房支出
孙朴	流水来源	理财、股票基金	782.73	546.83	1,110.52	赎回汇丰银行、渣打银行等银行的大额存单和理财产品以及转出长城证券的股票账户资金
		配偶间互转	16.00	-	-	向配偶王晓佳转账
		朋友往来	180.00	-	-	朋友李某某还款
		亲属间往来	15.00	108.92	-	亲属孙某、王某某转账
		存现	-	10.00	-	存入建设银行
		卖房收入	29.00	-	-	个人卖房收入
	流水去向	理财、股票基金	857.00	593.00	1,125.73	购买汇丰银行、渣打银行等银行的大额存单和理财产品以及转入长城证券的股票账户

		配偶间互转	36.40	18.00	-	向配偶王晓佳转账
		亲属往来	-	14.53	5.50	向亲属杨某某、罗某、王某某转账
		朋友往来	-	-	7.38	向朋友李某某借款
王晓佳	流水来源	理财、股票基金	578.15	779.27	365.35	赎回汇丰银行、渣打银行中国银行、中信银行等银行的大额存单
		配偶间互转	36.40	18.00	-	向丈夫孙朴转账
		朋友往来	222.00	-	-	朋友李某某还款、朋友刘某某转账
		子女往来	384.00	-	-	子女孙歆庚转账
		银行贷款	356.00	-	-	从银行借贷买房
		房租收入	5.00	-	-	房屋出租收入
	流水去向	购房	674.82	-	-	购买房产
		归还贷款	156.10	-	-	偿还房贷
		理财、股票基金	467.41	746.00	312.32	购买汇丰银行、渣打银行、中国银行、中信银行等银行的大额存单和理财产品
		朋友往来	210.00	-	-	朋友李某某借款
		亲属互转	44.50	71.60	-	向子女孙歆庚、侄女转账
		消费开支	-	14.45	14.00	家庭消费

报告期内，孙歆庚的大额存款或银行产品投资如下表所示：

单位：万元

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
汇丰银行	大额存单	定期存款	低	929.53	17	54.68
	华润海外票据系列1号/CR Trust QDSN No.1(资产管理计划）	集合资金信托计划	高	600.00	1	600.00
	摩根基金—美国基金（IPFD2343）	境外上市公司股票基金（开放式、公募）	中	55.00	1	55.00
	贝莱德基金系列－世界健康科学基金（IPFD2341）	境外上市公司股票基金（开放式、公募）	高	100.00	1	100.00
	贝莱德全球基金-环球企业债券基金（IPFD2102）	海外债券基金（开放式、公募）	中	250.00	2	125.00

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
	摩根基金-环球企业债券基金（IPFD2327）	海外债券基金（开放式、公募）	中	250.00	5	50.00
	五矿黑石私募债券 202 号	海外债券基金，如海外优先有担保债务等	中	370.00	1	370.00
	施罗德环球基金系列-环球企业债券（IPFD2144）	海外债券基金（开放式、公募）	中	100.00	3	33.33
	华润汇享尚摩美股对冲 1 号/CR Trust JPM US Hedged Equity	资产管理计划（美股股票对冲）	高	200.00	1	200.00
	摩根天添盈货币 E 类（000857）	货币市场基金	低	34.20	1	34.20
	贝莱德智慧数据环球股票高息基金 IPFD2116	美元股票基金（开放式、公募）	中高	50	1	50
	平安理财 7 天成长	现金管理类产品（开放式、公募）	中低	**574.70**	**5**	**114.94**
	五矿黑石私募权益策略 101 号（HS0101）	私募权益类产品	高	200	1	200
	OIP-环球企业债券（IPFD2103）	海外债券基金（开放式、公募）	中	**250**	**2**	**125**
渣打银行	1 年期定期存款	定期存款	低	55.00	2	27.50
	贝莱德智慧数据环球股票高息基金	美元股票基金（开放式、公募）	中高	592.90	5	118.58
	富达基金-美元债券基金	美元债券基金（开放式、公募）	中低	356.80	4	89.20
	外汇	外汇	低	41.24	2	20.62
	QDBD1701 全球债券系列理财产品	美元债券基金（开放式、公募）	中低	143.76	1	143.76
	PNDU 摩根太平洋科技基金	美元主动管理基金（开放式、公募）	高	100.00	1	100.00
	平安理财 7 天成长	现金管理类产品（开放式、公募）	中低	249.00	3	83.00
中信	三年期大额存单	定期存款	低	93.00	1	93.00

银行名称	存款/产品名称	产品类型	风险度	投资额	交易笔数	单笔平均投资金额
银行	安盈象固收稳利日开 9 号 A	现金管理类产品（开放式、公募）	中低	60.00	1	60.00
	慧赢自在投 91B+	现金管理类产品（开放式、公募）	中低	150.00	1	150.00
	日盈象天天利 45 号(精选 12 号)	现金管理类产品（开放式、公募）	低	42.00	1	42.00
	农银理财农银安心灵珑同业存单及存款增强	现金管理类产品（开放式、公募）	中低	80.00	1	80.00

（5）张振兴（监事、内贸销售总监）

张振兴在报告期内的大额资金收付主要为买卖房产、个人借还款、领取工资奖金，明细如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	89.35	131.96	122.38	从发行人领取薪酬
	分红款	-	9.6	-	发行人分红款
	银行存款类产品	-	50.12	-	长城华西银行的长城理财之季增利 98 天开放式净值型理财产品（开放式、公募）、定期存款
	个人借款	450.00	20	-	向朋友罗某某借款、股东孙宇借款
	银行借款	150.00	-	-	**银行借款**
流水去向	银行存款类产品	-	20	-	长城华西银行的长城理财之季增利 98 天开放式净值型理财产品（开放式、公募）等
	银证转账	-	-	9.99	银证转账投资
	亲属间转账及借款	175.00	144	70	向配偶杨某转账用于房产购置装修及家庭开支
	房屋支出	418.00	15	-	购买房产**及装修**

（6）刘丽颖（监事、内贸销售部内勤经理）

刘丽颖在报告期内的大额资金收付主要为工资奖金及银行定期存款，明细如

下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	13.63	13.96	15.8	从发行人处领取的工资奖金
	银行存款类产品	-	18.29	-	理财到账
流水去向	银行存款类产品	10.00	45	28	定期存款

（7）冷平履（监事、行政人员）

冷平履在报告期内的大额资金收付主要为买卖银行标准理财产品，明细如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	银行存款类产品	91.86	21.81	19.6	成都银行的芙蓉锦程开放式净值型人民币理财产品（开放式、公募）
流水去向	银行存款类产品	90.00	21	26.05	成都银行的芙蓉锦程开放式净值型人民币理财产品（开放式、公募）

（8）杜慧（董事会秘书、财务总监）

杜慧在报告期内的大额资金收付主要为购买房产、银行标准理财产品购买及赎回、二级市场股票投资、个人借款。杜慧在报告期内大额的资金收付明细如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	71.91	97.32	103.67	从发行人处领取工资奖金
	分红款	-	8.00	-	领取发行人分红款
	银行存款类产品	12.05	-	240.08	兴银理财添利日日新 3 号净值型理财产品（开放式、公募）
	银证转账	56.00	70.60	284.67	银证转账赎回
	亲属间转账	25.00	20.00	24.00	与妹妹杜某等往来款
	房产相关	-	231.00		房产售卖及相关贷款、公

					积金提取
	朋友借款	-	-	240.00	向股东孙宇借款
	银行借款	20.00	-	-	中国银行借款
流水去向	银行存款类产品	-	-	240.00	兴银理财添利日日新 3 号净值型理财产品（开放式、公募）
	银证转账	92.50	140.00	305.00	银证转账投资
	亲属间转账	40.00	-	37.00	侄儿杜某某、妹妹杜某
	与配偶间转账	25.00	130.83	10.00	与配偶黄某某往来
	房屋支出	-	130.00	260.00	买房支出
	偿还借款	20.13	-	21.29	公积金贷款偿还、中国银行还款

3、关键岗位人员

（1）蹇继湘（财务经理）

蹇继湘在报告期内的大额资金收付主要为领取工资奖金，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销（含备用金）	22.09	26.28	21.8	从发行人处领取工资奖金
流水去向	亲属间转账	22.00	15.00	10.00	与配偶樊某转账往来

（2）钟馨（出纳）

钟馨在报告期内的大额资金收付主要为银行标准产品赎回，具体明细如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	银行存款类产品	9.30	-	-	泸州银行定期存款
流水去向	银行存款类产品	10.02	-	8.80	泸州银行定期存款

（3）王小月（内审人员、王德华妹妹）

王小月在报告期内的大额资金收付主要为买卖房产、偿还银行贷款、银行标准现金类产品申购与赎回及证券投资，明细如下：

单位：万元

资金	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容

流向					
流水来源	银行存款类产品	-	20.27	-	贵阳银行爽得宝活期现金类产品、长城华西活期产品
	银证转账	10.00	-	-	银证转账投资
	亲属间转账	-	6.00	-	与亲属张某某往来
流水去向	银证转账	6.00	21.00	-	银证转账投资
	房屋支出	-	-	12.50	购买眉山房产及房屋装修

（4）白贵英（外贸部销售经理）

白贵英在报告期内大额资金收付主要为定期存款办理、银行标准产品申报与赎回、领取工资奖金，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	19.96	27.15	31.57	从发行人处领取工资奖金
	银行存款类产品	35.00	77.51	15.24	泸州银行 5 年期整存整取定期储蓄存款及金桂花 360 天 2 号周期开放式净值型理财产品（开放式、公募）、长城华西定期存款等
流水去向	银行存款类产品	25.00	114.2	25	泸州银行整存整取定期储蓄存款及金桂花 360 天 2 号周期开放式净值型理财产品（开放式、公募）、长城华西定期存款等

（5）高云（主要销售人员）

高云在报告期内大额资金收付主要为领取工资奖金，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	15.97	22.09	29.14	从发行人处领取工资奖金及报销款
	朋友还款	-	-	5	朋友张某还款
流水去向	支付宝	-	15	5	转账到支付宝

（6）何岳钒（主要销售人员）

何岳钒在报告期内大额资金收付主要为领取工资奖金、定期存款办理，具体

如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	**28.82**	54.36	40.11	从发行人处领取工资奖金及报销款
	亲属间转账	**16.04**	-	10	收到亲属何某某款项
	朋友转账	**10.00**			**收到朋友宋某某款项**
流水去向	银行存款	**-**	100		三年期定期存款

（7）王涛（主要销售人员）

王涛在报告期内大额资金收付主要为领取工资奖金，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	**11.49**	14.25	30.54	从发行人处领取工资奖金及报销款
	存现	-	9.8	-	存现
	银行理财	-	6.75	-	银行理财
流水去向	房贷还款	-	29.25	-	贷款还款

（8）王小英（外贸部销售副经理）

王小英在报告期内大额资金收付主要为领取工资奖金及房产买卖，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	**24.38**	21.4	30.52	从发行人处领取工资奖金
	卖房	**-**	106	-	个人房产向刘某某卖出所得
	配偶间转账	**-**	15	-	配偶李某转账
流水去向	配偶间转账	**-**	52.9	9.5	转账给配偶李某
	购置房产	**-**	47.78	-	购置房产
	归还贷款	**-**	26.56	-	归还贷款

（9）李学均（生产部副经理）

李学均在报告期内大额资金收付主要为偿还银行贷款，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	出售房产	-	91.50	-	出售房产价款
	配偶转账	-	-	16.20	配偶高某往来
流水去向	配偶转账	-	92.00	-	配偶高某往来
	偿还银行贷款	-	-	25.09	偿还房贷

（10）聂诚意（供应链部经理）

聂诚意在报告期内大额资金收付主要为偿还银行贷款，具体如下：

单位：万元

资金流向	类型	2025 年	2024 年	2023 年	主要交易内容
流水来源	工资、奖金及报销	10.24	11.13	11.31	从发行人处领取工资奖金
	亲属间转账	-	18.00	25.00	收到亲属聂某某、陈某某款项
流水去向	亲属间转账	-	-	5.00	转账给亲属聂某某
	银证投资	-	9.30	-	证券投资
	偿还银行贷款	-	15.09	32.00	偿还个人房贷

（11）唐勇（供应链部副经理）

报告期内无大额银行存款往来发生额。

（二）相关人员资金流水是否存在大额取现，或者有规律但无合理解释的其他取现等异常行为。

报告期内，控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、持股 5%以上股东等个人账户的大额资金取现（银行流水单笔收支≥5 万元）情形如下：

单位：万元

人员	职务或关系	具体事项	2025 年	2024 年	2023 年	说明
孙健	董事	日常生活消费	-	-	5.00	

如上表，上述主要人员取现主要用于家庭消费开支，均具有合理解释，不存在有规律但无合理解释的其他取现等异常行为。

二、说明资金流水的具体核查范围，重大、异常的判断标准，核查过程中发现的资金管理内部控制缺陷、异常情形及后续整改情况，并对发行人是否存在利用资金体外循环进行销售回款、代垫成本费用的情形，资金管理内控制度的建立健全情况及执行的有效性发表明确意见。

（一）资金流水的具体核查范围

发行人、发行人控股股东、实际控制人、发行人主要关联方、董事、监事、高级管理人员以及关键岗位人员等资金流水核查的范围如下：

序号	姓名	职务/身份	核查账户数量	核查期间
1	发行人	本公司	26	2023 年-2025 年
2	孙宇	发行人实际控制人、控股股东、董事长、总经理	14	2023 年-2025 年
3	王德华	董事、副总经理	14	2023 年-2025 年
4	孙健	董事	7	2023 年-2025 年
5	李俊	董事、研发总监	16	2023 年-2025 年
6	林蕾	董事、供应链管理部副经理	7	2023 年-2025 年
7	孙歆庾	持股 5%以上股东	16	2023 年-2025 年
8	张振兴	监事、内贸销售部总监	8	2023 年-2025 年
9	刘丽颖	监事、内贸销售部内勤经理	6	2023 年-2025 年
10	冷平履	职工监事、行政人员	7	2023 年-2025 年
11	杜慧	财务总监、董事会秘书	12	2023 年-2025 年
12	钟馨	出纳	9	2023 年-2025 年
13	王小月	内审人员、董事王德华之妹	13	2023 年-2025 年
14	蹇继湘	财务经理	4	2023 年-2025 年
15	白贵英	外贸部销售经理	10	2023 年-2025 年
16	高云	主要销售人员	5	2023 年-2025 年
17	何岳钒	主要销售人员	10	2023 年-2025 年
18	王涛	主要销售人员	5	2023 年-2025 年
19	王小英	外贸部销售副经理	5	2023 年-2025 年
20	李学均	生产部副经理	6	2023 年-2025 年
21	聂诚意	供应链管理部经理	5	2023 年-2025 年
22	唐勇	供应链管理部副经理	2	2023 年-2025 年
23	辜钰婷	主要股东、董事、副总经理	13	2023 年-2025 年

序号	姓名	职务/身份	核查账户数量	核查期间
		王德华的配偶		
24	魏蓉	主要股东、董事孙健的配偶	11	**2023 年-2025 年**
25	陈岚	主要股东、董事李俊的配偶	6	**2023 年-2025 年**
26	孙朴	孙歆庾父亲	8	**2023 年-2025 年**
27	王晓佳	孙歆庾母亲	8	**2023 年-2025 年**

（二）重大、异常的判断标准

1、核查重要性水平的确定

（1）发行人：综合考虑财务报表信息重要性水平、公司的经营模式以及内部控制的有效性等因素，选取发行人单笔超过 1 万元或等值外币的交易作为资金流水的核查标准；

（2）控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、持股 5%以上股东、相关董监高近亲属，选取单笔超过 1 万元或等值外币作为资金流水核查的标准。

2、异常流水的认定标准

（1）发行人是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在个人卡的情形；

（2）发行人大额资金收支是否存在与经营活动不匹配的异常情形；

（3）发行人与控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在除分红、领薪等合理原因之外的异常大额资金往来；

（4）发行人、控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在无合理解释的大额取现或大额收付的情形；

（5）控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员、持股 5%以上股东、相关董监高近亲属等的资金流水是否与发行人客户、供应商及其主要股东、董事、监事、高管和法定代表人等存在资金往来。

若存在上述情形，申报会计师核查资金流水的发生背景及其合理性、相关账户的实际归属以及真实的资金来源。

（三）核查过程中发现的资金管理内部控制缺陷、异常情形及后续整改情况

申报会计师查阅了发行人的《资金管理制度》《对外担保管理制度》《关联交易管理制度》等内部管理制度；访谈了发行人财务人员，了解发行人货币资金的支付、审批、保管、日常清查等情况。选择样本执行穿行测试及控制测试，评价资金管理内部控制的设计合理性及执行的有效性，核查过程中未发现发行人存在转贷、开具无真实交易背景的商业票据、与关联方或第三方的资金拆借行为、通过关联方或第三方收付款项、个人账户、出借公司账户、大额现金收支、挪用资金、关联方资金占用等资金管理内部控制缺陷及其他异常情形。

（四）对发行人是否存在利用资金体外循环进行销售回款、代垫成本费用的情形，资金管理内控制度的建立健全情况及执行的有效性发表明确意见。

申报会计师逐条对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 2 号》“2-18 资金流水核查”相关规定的核查意见如下：

1、核查发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

申报会计师查阅了发行人《货币资金管理制度》等内部控制制度；访谈了发行人财务负责人，了解发行人银行账户的用途及人员权责划分情况；对发行人资金管理执行穿行测试，确认发行人现行资金管理相关内部控制制度健全。

综上，截至本回复出具之日，发行人与资金管理相关的内部控制制度不存在重大缺陷。

2、核查是否存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，是否存在发行人银行开户数量等与业务需要不符的情况

申报会计师取得了报告期内发行人全部账户的银行流水，并通过已开立银行结算账户清单、企业信用报告等文件，全面核查、追踪各银行账户之间发生的交易流水，进一步确认所提供银行账户的完整性。

申报会计师对发行人开立的银行账户执行了函证程序，分析发行人货币资金余额和交易的合理性，了解发行人银行账户是否全部受发行人控制且在财务核算中得到了全面反映；结合发行人所在的地理位置以及业务规模，分析报告期内发行人银行开户数量及地理分布是否合理，银行账户的实际用途是否真实。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人不存在银行账户不受发行人控制或未在发行人财务核算中全面反映的情况，不存在发行人银行开户数量等与业务需要明显不符的情况。

3、核查发行人大额资金往来是否存在重大异常，是否与发行人经营活动、资产购置、对外投资等不相匹配

申报会计师核对了发行人账户银行流水的大额流入、流出记录与发行人账面记录及支持性文件的一致性、真实性，关注交易对手、金额、交易内容等，核查银行流水以及银行日记账的一致性及相关交易与发行人经营活动、资产购置、对外投资等业务性质和规模的匹配性。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人大额资金往来不存在重大异常，与发行人经营活动、资产购置、对外投资等活动相匹配。

4、核查发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在异常大额资金往来

申报会计师对获取的发行人银行账户的银行流水和发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等关联自然人银行账户的银行流水，依据前述核查重要性水平，进行多方核对、相互验证，核查发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等是否存在资金往来。对于核查重要性水平以上的交易，确认交易性质、交易对方背景，并取得相关人员的确认说明文件或其他主要支持性文件。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人与控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来。

5、核查发行人是否存在大额或频繁取现的情形，是否无合理解释；发行人同一账户或不同账户之间，是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情

形，是否无合理解释

申报会计师对获取的发行人银行账户的银行流水，结合发行人现金日记账，核查是否存在大额或频繁取现的情形，并依据前述核查重要性水平，抽取发行人各期大额资金往来，核查是否存在金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人不存在大额或频繁取现的情形；发行人不存在同一账户或不同账户之间金额、日期相近的异常大额资金进出的情形。

6、核查发行人是否存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形，如存在，相关交易的商业合理性是否存在疑问

申报会计师对获取的发行人银行账户的银行流水，依据前述核查重要性水平核查了发行人银行流水中的大额交易，同时获取了发行人大额采购合同、无形资产清单及相关费用科目明细。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人不存在大额购买无实物形态资产或服务（如商标、专利技术、咨询服务等）的情形。

7、核查发行人实际控制人个人账户大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形

申报会计师获取了发行人实际控制人银行账户的银行流水，对于核查重要性水平以上的交易，确认交易性质、交易对方背景，并取得相关人员的确认说明或其他主要支持性文件。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现的情形。

8、核查控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员是否从发行人获得大额现金分红款、薪酬或资产转让款、转让发行人股权获得大额股权转让款，主要资金流向或用途存在重大异常

（1）大额现金分红情况

申报会计师对发行人账务处理进行核查，对发行人控股股东、实际控制人、

董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，核查其报告期内是否从发行人处取得大额现金分红。报告期内，发行人共派发了 1 次现金红利，具体情况如下：

权益分配方式	权益分派方案	审议决策程序	权益分派日	合计派发金额（万元）
现金分红	以公司总股本 60,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 10.00 元（含税），共计派发现金股利人民币 6,000.00 万元	2023 年 12 月 22 日，公司召开 2023 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于<2023 年半年度利润分配方案>的议案》	2024 年 1 月 5 日	6,000.00

经实施上述核查程序，我们认为，发行人控股股东、实际控制人、持股董监高及其他持股关键岗位人员取得的上述分红款主要用于银行定期存款，主要资金流向或用途不存在重大异常的情形。

（2）薪酬发放情况

申报会计师对发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，核查其从发行人领取的薪酬情况及其资金流向。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员从发行人领取薪酬用途合理，不存在重大异常的情形。

（3）资产转让款情况

申报会计师对发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，核查其从发行人获得资产转让款的情况。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在从发行人获得大额资产转让款的情形。

（4）转让发行人股权获得大额股权转让款情况

申报会计师对发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，并查阅发行人工商档案。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员不存在转让发行人股权获得大额股权转让款的情形。

9、控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

申报会计师对发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，并与发行人关联方、客户、供应商清单进行比对。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高管、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来。

10、是否存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形

申报会计师对发行人控股股东、实际控制人、实际控制人控制的企业、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的资金流水进行了核查，并与发行人客户、供应商清单进行比对。

经实施上述核查程序，我们认为，报告期内，发行人不存在通过上述资金往来实施关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，结合上述资金流水核查标准、核查范围及核查结果，申报会计师认为：发行人与资金管理相关的内部控制不存在重大缺陷，在所有重大方面，不存在利用体外资金循环形成销售回款、承担成本费用的情形。

三、说明报告期内销售推广、资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷

根据发行人于本回复之“问题 9”之“9-2 销售费用及订单获取合规性”的回复内容，报告期内，发行人主要通过自有员工完成销售推广，不存在聘请推广

服务商、居间服务商等情形，发行人主要通过参与项目投标、参加行业展会、组织技术交流会、客户口碑推荐、通过现场拜访及电话邮件等进行主动推介联系及百度等网络宣传推广等方式获取客户。

发行人销售推广的主要费用包括招投标费、会议及展览费、业务接待费、销售人员差旅费等，均存在真实交易背景的相关业务活动支持，相关费用主要系发行人业务发展、开拓业务、树立企业品牌形象等合理需要产生，费用支出合法合规。

通过对发行人与销售推广、资金管理相关的内部控制制度进行了解与测试，我们认为，发行人已按照《企业内部控制基本规范》的相关规定建立了健全的内部控制制度，与销售推广、资金管理相关的内部控制制度不存在重大缺陷。

其他重要事项

除上述问题外，请发行人、保荐机构、申报会计师、发行人律师对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等规定，如存在涉及股票公开发行并在北交所上市要求、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项，请予以补充说明。

【回复】

发行人、申报会计师已对照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 46 号——北京证券交易所公司招股说明书》《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 47 号——向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请文件》《北京证券交易所股票上市规则》等规定进行审慎核查，发行人不存在涉及股票公开发行并在北交所上市条件、信息披露要求以及影响投资者判断决策的其他重要事项。

（本页无正文，为《关于成都德芯数字科技股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函的回复》之盖章页）

立信会计师事务所（特殊普通合伙） **中国注册会计师：**

中国注册会计师
王首一
420003200837

中国•上海 **中国注册会计师：**

中国注册会计师
李　强
310000061674

2026 年 3 月 28 日