（上接B014版）

货量为7,600万台，占据23%的市场份额。

近年来，苹果、三星等头部手机品牌，相继取消原本随手机赠送的有线耳机，推动耳机行业的变革，开启耳机真无线时代。随着市场对TWS耳机的接受度不断提高，行业进入爆发式成长的阶段。结合国际调研机构的最新估计，预计到2025年，全球智能音频设备出货量将超过5亿台，持续保持增长。

中国作为全球最大的可穿戴腕带设备市场，出货量占全球30%，同比增长20%，中国及新兴市场的强劲需求成为主要增长动力，弥补了美国、印度等成熟市场的下滑。根据市场研究机构Canalys最新发布的相关数据，2024年可穿戴腕带设备出货量达1.93亿部，正在进入稳定复苏状态。

总体来看，未来全球可穿戴设备市场迎来反弹，核心动力来自新兴市场扩张和中低价位产品普及，增长点为中国/中东需求爆发、健康功能升级、智能戒指等新形态，风险点在于苹果高端市场萎缩、技术同质化、平均销售价格持续下滑。

②AI、AR/VR等创新技术助力可穿戴设备扩大市场规模

AI技术的发展为可穿戴设备开辟了新的发展路径，终端厂商不断探索AI技术与产品结合的路径，使得可穿戴设备从基础数据采集迈向新领域。AR/VR产品推动微型显示技术的蓬勃发展，以Micro LED和Micro OLED为代表的可穿戴新产品在AR/VR产品上得以实现商业化。2024年，Meta公司陆续推出Quest3/Pro系列产品，在延迟控制和续航方面进一步提升性能，同时联合Ray-Ban推出Gen3系列产品，集成多模AI助手，新增骨传导音频技术，与人工智能技术的结合，给可穿戴设备行业带来了更高的关注度和更多的发展空间。

③欧立通具有良好的客户资源，经营业绩存在进一步增长空间

得益于在行业中的长期积累，欧立通拥有较为广泛的客户基础，2023年、2024年欧立通前5名客户情况如下表所示：

单位：万元

序号	2023年前五名客户名称	2023年营业收入	占2023年营业收入比例	2024年营业收入	占2024年营业收入比例	营业收入变动幅度
1	客户一	13,505.92	59.27%	14,977.06	62.66%	10.89%
2	客户二	4,336.41	19.03%	1,313.99	5.50%	-69.70%
3	客户三	2,247.97	9.86%	3,449.99	14.43%	53.47%
4	客户四	937.35	4.11%	326.00	1.36%	-65.22%
5	客户五	344.11	1.51%	0.54	0.00%	-99.84%
合计		21,371.76	93.79%	20,067.58	83.95%	-6.10%
序号	2024年前五名客户名称	2024年营业收入	占2024年营业收入比例	2023年营业收入	占2023年营业收入比例	营业收入变动幅度
1	客户一	14,977.06	62.66%	13,505.92	59.27%	10.89%
2	客户二	3,449.99	14.43%	2,247.97	9.86%	53.47%
3	客户三	1,419.56	5.94%	-	-	-
4	客户四	1,313.99	5.50%	4,336.41	19.03%	-69.70%
5	客户五	829.92	3.47%	-	-	-
合计		21,990.52	92.00%	20,090.30	88.16%	9.46%

苹果公司对供应商的管理采取多供应商的策略，对同一部件引入不同的供应商，保持连续稳定的供应，从而平衡成本，对其供应链有较强的管控能力。2024年欧立通前五大客户和2023年同期相比变动较大，一方面系欧立通销售额受到上游客户承接苹果订单量的影响较大，2024年苹果公司耳机及可穿戴设备出货量降低，故以耳机及可穿戴设备业务为主的客户二本期销售额下降较大。但与此同时，欧立通与客户一的业务规模同比实现增长，主要系当年通过客户一承接苹果手表类设备订单金额有所提升；此外，欧立通2024年也积极开拓新客户，例如瑞声科技、尼得科等，主要向其销售马达等零部件的组装设备，既有业务的恢复和新兴业务的拓展为后续业绩增长奠定基础。

④2025年初欧立通在手订单情况

截至2025年初，欧立通可确认在手订单为2.03亿，较2024年初的1.93亿在手订单略有增加。

虽然市场发展前景广阔，但伴随着行业竞争日趋激烈，欧立通仍需要一定的时间进一步开拓市场和客户，技术上不断沉淀和突破，以实现可持续发展。基于目前的经济环境及市场状况，公司预计未来年度营业收入逐步回升，增速较前期预测有所放缓。

（2）营业成本的预测

欧立通的营业成本由直接材料、职工薪酬、折旧费、机物料消耗、委外加工费、水电费及其他制造费用等组成。2024年度欧立通综合毛利率50.07%，较2023年度综合毛利率68.25%下降明显，主要原因系2024年度消费电子行业景气度处于低位回升阶段，市场需求呈现阶段性波动，同时还存在行业竞争加剧、制造费用增加、原材料成本上涨、人工成本增加等因素，导致欧立通营业成本提高。

营业成本中，折旧费根据已有固定资产，结合未来资本性支出计划按折旧政策进行预测；职工薪酬按照预测的未来人员数量并结合职工薪酬的增长比例等预测；其他成本如材料费、机物料消耗等根据历史年度各项费用占营业收入的比例、变动规律等因素，对各项费用进行预测。

公司预测欧立通将积极采取与供应商议价，降低主要外采件价格，优化人员结构（减少自有人员，在生产旺季采用外协加工和劳务派遣的形式灵活用工）等降本措施，并且预计将逐步实现产量提升以体现规模效益、降低单位制造费用，从而提高整体毛利率水平。

基于上述分析，公司形成营业成本和毛利率预测如下表：

单位：万元

项目/预测年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续期
直接材料	6,503.20	7,803.70	8,896.16	9,643.41	10,048.37	10,048.37
直接人工	1,453.59	1,511.73	1,572.20	1,635.09	1,700.49	1,700.49
制造费用	4,359.67	5,121.37	5,834.50	6,441.94	6,792.09	6,792.09
其中：折旧	923.00	934.00	936.00	950.00	842.00	842.00
摊销	5.00	5.00	5.00	4.00	1.00	1.00
职工薪酬	515.91	536.55	558.01	580.33	603.55	603.55
机物料消耗	452.43	542.90	618.90	670.89	699.06	699.06
水电气	222.09	266.50	303.81	329.33	343.16	343.16
模具费	267.18	320.61	365.49	396.19	412.83	412.83
委外加工	1,749.78	2,246.68	2,740.48	3,178.62	3,543.95	3,543.95
其他	224.28	269.13	306.81	332.58	346.54	346.54
营业成本合计	12,316.45	14,436.81	16,302.86	17,720.44	18,540.95	18,540.95
毛利率	57.77%	58.75%	59.13%	59.02%	58.85%	58.85%

（4）期间费用预测

欧立通期间费用主要包括销售费用、管理费用和研发费用。公司通过分析历史年度各项费用结构，结合过往各项费用占营业收入的比例、变动规律等因素，以及欧立通对人员结构调整、费用优化控制等措施，对各项期间费用进行预测，预计未来年度欧立通整体期间费用率将随着营业收入的增长呈下降趋势，最终逐步恢复至历史年度平均水平，具体预测结果如下：

单位：万元

项目/预测年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	永续期
销售费用	2,904.00	3,206.00	3,486.00	3,704.00	3,875.00	3,875.00
销售费用率	9.96%	9.16%	8.74%	8.57%	8.60%	8.60%
管理费用	2,568.88	2,734.88	2,889.92	3,003.92	2,944.97	2,944.97
管理费用率	8.81%	7.82%	7.24%	6.95%	6.54%	6.54%
研发费用	5,204.00	5,866.00	6,456.00	6,921.00	7,183.00	7,183.00
研发费用率	17.84%	16.76%	16.18%	16.00%	15.94%	15.94%
期间费用金额合计	10,676.88	11,806.88	12,831.92	13,628.92	14,002.97	14,002.97
期间费用率	36.61%	33.74%	32.17%	31.52%	31.08%	31.08%

2024年各项期间费用中，销售费用主要由职工薪酬、折旧费、业务招待费、差旅费、售后维护费、租赁及物业费及其他等组成；管理费用主要由职工薪酬、折旧、摊销、中介服务费、办公差旅费、业务招待费、房租及装修费及其他等组成；研发费用主要由职工薪酬、材料费、折旧摊销、咨询服务费及其他等组成。2024年商誉减值测试时对期间费用进行预测，主要考虑了如下因素：

①职工薪酬系指欧立通支付各部门职工所支出的工资、福利费、社会保险费、住房公积金等薪酬支出，按照企业预测的未来各部门人员数量、结合职工薪酬的增长比例等预测。

②固定资产折旧及无形资产摊销根据已有固定资产及无形资产，结合未来资本性支出计划按企业的折旧、摊销政策进行预测。

③房租及装修费以历史年度发生额为基础，未来考虑一定增长预测。

④业务量增长有关的办公差旅费、业务招待费、材料费及其他预测依据业务量的增加，本着节约开支，提高效率的原则加以控制，结合收入的增长幅度进行预测。

根据上表预测结果，2025年至2029年欧立通销售费用、管理费用、研发费用金额预计均呈现增长趋势，但销售费用率呈上升趋势，管理费用率、研发费用率呈下降趋势，主要原因系：

①欧立通销售费用中职工薪酬占比较高，职工薪酬则主要根据预计未来销售部门人员数量、预计薪酬增长比例等情况预测。考虑到欧立通所处行业竞争程度较为激烈，随着未来欧立通营业收入规模不断扩大，实现相同收入增长金额所需投入的营销资源将更多（即边际效用递减），因此公司需要通过加强对销售团队激励水平以实现收入持续增长，预计未来销售费用中职工薪酬增幅高于营业收入，最终体现为2025年至2029年预计销售费用率逐年上升。

②在未来收入规模持续增长的前提下，欧立通预计管理费用、研发费用中的固定部分（例如固定资产折旧、无形资产摊销等）将保持相对稳定，反映了收入增长带来的规模效应，最终体现为2025年至2029年预计管理费用率、研发费用率逐年下降。

③与欧立通可比公司2022年至2024年期间费用率情况相比，由于各可比公司面临的实际经营情况有所不同，因此期间费用率变动也存在一定差异，但整体来看对欧立通未来期间费用率的预测与可比公司不存在显著差异。

可比公司	销售费用率			管理费用率			研发费用率		
	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
赛腾股份	9.60%	9.72%	9.94%	19.08%	16.94%	15.40%	10.26%	8.74%	10.07%
矩子科技	2.91%	2.92%	3.03%	14.77%	17.66%	16.53%	9.74%	11.20%	10.51%
天准科技	11.04%	10.23%	10.36%	19.89%	18.97%	21.82%	15.22%	13.99%	15.57%
科瑞技术	4.89%	5.74%	5.36%	16.24%	18.65%	18.02%	12.38%	12.96%	11.88%

（5）商誉减值迹象分析

结合《会计监管风险提示第8号——商誉减值》《中国注册会计师审计准则问题解答第17号——商誉减值的审计》等规定，对于2024年度欧立通是否出现商誉减值迹象进行分析如下：

序号	商誉减值迹象类型	欧立通情况分析	是否存在商誉减值迹象
1	现金流或经营利润持续恶化或明显低于形成商誉时的预期，特别是被收购方未实现承诺的业绩	（1）2024年欧立通实现营业收入2.39亿元，低于形成商誉时预测数4.58亿元；实现净利润0.42亿元，低于形成商誉时预测数1.55亿元。2024年欧立通营业收入、净利润低于收购时预期，主要原因是在2023年业绩下滑基础上，欧立通的主要客户苹果公司2024年可穿戴设备、家居和配件业务营收和市场份额有所下降，对欧立通该部分业务对应的产品需求减少并降低了产品价格，导致欧立通2024年业绩低于被收购时预期。 （2）2024年度，欧立通经营活动现金流净额为-0.45亿元，较2023年1.22亿元下滑明显，且近年来首次出现经营活动现金流净流出，也远低于形成商誉时预测数1.16亿元，主要原因系2024年度应收账款回款有所下降；欧立通综合毛利率50.07%，较2023年68.25%下降明显，也低于形成商誉时预测数53.76%。 （3）随着2023年起欧立通“新建智能自动化设备、精密检测设备生产项目”的一期和二期陆续投产，上述新增产能项目提升了欧立通的资产规模，也导致2024年及未来几年折旧摊销金额较以前年度增加，阶段性影响了欧立通的盈利能力。同时，从业务结构来看，2024年度欧立通承接订单中高毛利项目占比有所降低，这是导致欧立通毛利率下滑较多的主要原因。 （4）结合上述主要业绩指标变化情况并考虑新增折旧摊销的阶段性影响，尽管下游消费电子行业逐步回暖，终端产品迭代、出货量提升等业绩增长驱动因素向好，欧立通也积极通过开拓新客户新业务应对日趋激烈的竞争，但毛利率明显下滑且低于收购时预测值，仍对欧立通预计未来经营利润及现金流情况均造成了一定影响，可能会导致商誉减值情况产生。 （5）欧立通未对2024年度业绩作出承诺。	是
2	所处行业产能过剩，相关产业政策、产品与服务的市场状况或市场竞争程度发生明显不利变化	欧立通所生产的自动化智能装备产品主要应用于消费电子领域，2024年度消费电子行业持续回暖，主要终端客户苹果公司业绩继续增长但部分终端产品出货量有所降低。整体而言，2024年度未出现欧立通所处行业产能过剩的情况，产业政策、市场状况或竞争程度未发生明显不利情况	否
3	相关业务技术壁垒较低或技术进步较快，产品与服务易被模仿或已升级换代，盈利现状难以维持	欧立通主要从事消费电子领域自动化智能组装、检测设备的研发、生产及销售，2024年度未出现技术壁垒较低等情况	否
4	核心团队发生明显不利的变化，且短期内难以恢复	2024年度欧立通总经理由李齐花变更为钱晓斌，该项变化系公司在集团层面进行的人事调整，同时李齐花仍作为欧立通董事参与重大经营决策，因此虽然核心团队发生变化但不属于明显不利且短期内难以恢复的变化	否
5	与特定行政许可、特许经营资格、特定合同项目等资质存在密切关联的商誉，相关资质的市场情况已发生变化，如放开经营资质的行政许可、特许经营或特定合同到期无法接续等	欧立通主要服务于苹果公司产业链相关企业，2024年度欧立通不存在失去主要客户的合格供应商认证，或无法服务苹果公司产业链客户的情况	否
6	客观环境的变化导致市场投资报酬率在当期已经明显提高，且没有证据表明短期内会下降	2024年度商誉减值测试采用的无风险收益率、市场风险溢价分别为2.97%、6.42%，较上期采用的无风险收益率、市场风险溢价35.2%、6.66%有所下降，不涉及客观环境变化导致市场投资报酬率明显提高的情况	否
7	经营所处国家或地区的风险突出，如面临外汇管制、恶性通货膨胀、宏观经济恶化等	欧立通生产经营场所位于国内，2024年度未面临外汇管制、恶性通货膨胀、宏观经济恶化等情况	否
8	与商誉相关的资产组或资产组组合的市场价值或被投资上市公司股价显著下滑等	2024年度，欧立通相关资产/股权未在公开市场交易，亦未按市场法进行评估，不涉及该情况；2024年度，欧立通母公司华兴源创、欧立通可比公司赛腾股份、矩子科技、天准科技、科瑞技术等上市公司未普遍出现股价显著下滑情况	否

综上分析，2024年度商誉减值测试涉及的折现率计算方法、口径与2023年度一致。无风险收益率、市场风险溢价均较2023年度有所降低，与市场利率处在下行阶段趋同。折现率上升是由于β系数及资本结构的变动所致，测算结果具有合理性。2024年度商誉减值测试涉及的营业收入、毛利率、期间费用率等其他指标，符合当前市场环境、公司经营和业务发展情况等，具有合理性。经过商誉减值测试，欧立通包含商誉的资产组可收回金额低于其账面价值，因此2024年度公司计提商誉减值31,046.19万元，商誉减值测试结果与商誉减值迹象一致。

（三）结合欧立通2025年一季度收入、净利润等关键指标，说明2024年计提商誉减值金额的合理性、准确性

2025年一季度，欧立通实现营业收入2,196.12万元，较2024年一季度营业收入1,796.57万元增加399.55万元，增长22.24%；实现净利润-742.52万元，较2024年一季度净利润-708.54万元基本一致。由于消费电子行业的新品发布、产线架设以及客户设备采购计划存在一定季节性差异，第一季度并非销售高峰，欧立通当年9月至次年3月为产品设计、打样、试产阶段，每年4月至8月为大批量出货阶段。由于季节性影响，2025年一季度经营情况不能全面反映欧立通2025年经营预测状况。

截至2025年5月，欧立通实现营业收入约为7,133.43万元，在手订单约26,898.94万元，合计为34,032.37万元。结合欧立通的生产经营特点、交货周期等因素，目前实际经营情况与2024年度商誉减值测试时预测2025年营业收入29,163.00万元相比，暂未出现较大偏差。

综上所述，结合欧立通2025年已实现业绩及在手订单情况等因素，2024年度计提商誉减值金额具有合理性、准确性。

二、中介机构核查情况

（一）核查程序

中介机构执行了以下核查程序：

1、获取欧立通2023年及2024年商誉的资产评估报告，复核商誉减值测试过程中所使用的方法、关键假设、关键参数、预测收入及折现率等的合理性，复核发行人商誉减值测试的计算过程；

2、获取欧立通2024年初、2025年初在手订单情况以及2025年一季度收入、净利润等关键指标，关注市场变化、订单变化、资产等情况，商誉减值测试的依据和相关假设是否合理。

（二）核查意见

经核查，中介机构认为：

1、虽然欧立通2023年度营业收入较2022年度出现了大幅下滑，但公司及欧立通管理层基于过往的经营情况、财务数据及未来年度的经营战略，在预测时点对市场环境进行分析判断做出2024年及未来年度的经营预测，并运用现金流折现模型对财务报表日商誉进行了减值测试，测试方法符合相关准则，根据测试结果未计提商誉减值，具有合理性；

2、2024年度商誉减值测试涉及的折现率计算方法、口径与2023年度一致。无风险收益率、市场风险溢价较2023年度有所降低，与市场利率处在下行阶段趋同。折现率上升是由于β系数及资本结构的变动所致，测算结果具有合理性，公司2023年、2024年商誉减值测试涉及的营业收入、毛利率、期间费用率等其他指标，符合当前市场环境、公司经营和业务发展情况等，关键参数的选取具有合理性；

3、华兴欧立通2025年一季度收入、净利润等关键指标以及截至5月底经营情况符合预期，2024年计提商誉减值金额具有合理性、准确性。

4.关于应收账款。年报显示，营业收入同比减少2.07%，应收账款账面余额16.04亿元，同比增长31.01%，其中，1年以内应收账款账面余额11.51亿元，同比增长26.00%，2-3年内应收账款账面余额1.37亿元，同比增长355.64%。请公司：（1）分产品类别列示公司销售政策、信用政策及结算方式，并说明其与以前年度是否存在差异，若存在差异，结合同行业可比公司情况，说明相关变化的合理性；（2）分产品类别列示1年以内应收账款余额前五名的对象、金额、是否为关联方、近三年与公司的业务往来情况（包括销售政策、信用政策及结算方式）、历史还款情况，并说明在收入下滑的情况下，1年以内应收账款不降反增的合理性；（3）列示2-3年内应收账款余额前五名的对象、金额是否为关联方、形成原因、近3年与公司的业务往来情况，结合客户的经营状况、信用评级，说明坏账计提是否充分。

一、公司回复

（一）分产品类别列示公司销售政策、信用政策及结算方式，并说明其与以前年度是否存在差异，若存在差异，结合同行业可比公司情况，说明相关变化的合理性

1、分产品类别公司销售政策、信用政策及结算方式

产品类别	销售政策	信用政策	结算方式
检测设备	直销	不同客户及具体检测设备对应的信用政策存在一定差异，代表性信用政策列举如下： （1）预付30%，预验收30%，终验收30%，质保结束10%； （2）预付30%，货到60%，验收合格10%； （3）货到70%，验收25%，质保结束5%； （4）货到80%，验收10%，质保结束10%	电汇、银行承兑汇票、迪链票据
组装设备	直销	取得与客户确认后的结算单，对账开票后90天-180天支付货款	
治具及配件	直销	取得与客户确认后的结算单，对账开票后90-210天支付货款	
其他	直销	取得与客户确认后的结算单，对账开票后30-180天支付货款	

公司产品销售分为由公司负责安装、调试的产品销售和不需安装的产品销售。对于由公司负责安装、调试的产品销售，以产品发运至客户现场、安装调试完毕，经客户确认验收作为收入确认时点。

对于不需安装的产品销售，又可按国内销售和出口销售进行划分。国内销售以客户收到产品并完成产品验收作为收入确认时点，在取得经客户签收的送货单后确认收入；出口销售以产品完成报关出口离岸作为收入确认时点，在取得经海关审验的产品出口报关单和货代公司出具的货运提单后确认收入。

公司根据客户年度销售额、客户规模、信用情况及客户影响力等多项综合指标对客户资信进行评估，根据评估结果给予客户不同的账期。2024年公司信用政策与以前年度不存在重大变化。

2、同行业可比公司情况

同行业公司	销售政策	信用政策	结算方式
精测电子	直销	未披露	未披露
精智达	直销	代表性信用政策列举如下： （1）到货70%，验收20%，质保10%； （2）到货60%，验收30%，质保10%	未披露
深科达	直销为主，核心零部件业务方面辅以经销	代表性信用政策列举如下： （1）80%到货款，验收合格后付20%； （2）初验70%，终验25%，质保5%； （3）预付40%，验收合格7日内30%，验收3月内30%； （4）验收合格90%，质保10%； （5）预付30%，发货前30%，验收30%，质保10%	未披露
凌云光	直销为主，经销为辅	未披露	主要为银行转账

由上表可知，公司检测设备信用政策与同行业公司精智达、深科达等较为接近，不存在明显差异。

（二）分产品类别列示1年以内应收账款余额前五名的对象、金额、是否为关联方、近三年与公司的业务往来情况（包括销售政策、信用政策及结算方式）、历史还款情况，并说明在收入下滑的情况下，1年以内应收账款不降反增的合理性

1、一年以内应收账款余额前五名情况

公司业务模式以定制化解决方案和多品类集成供应为主，客户采购呈现多元化、复合化特征。在实际经营过程中，客户通常基于整体项目需求进行采购，一笔订单往往涵盖多个产品类别及配套服务，且公司主要以项目制与客户结算，应收账款难以按照单一产品类别进行拆分归集。同时，客户付款习惯多以项目验收节点或框架协议约定为准，而非基于产品类别单独结算。

基于上述业务实际情况，公司目前无法按照产品类别列示1年以内应收账款余额前五名的情况。故以下列示1年以内应收账款余额前五名的对象、金额、是否为关联方、近三年与公司的业务往来情况（包括销售政策、信用政策及结算方式）、历史还款情况。

单位：万元

客户名称	1年以内金额	应收账款占营业收入比重	是否为关联方	销售政策
客户一	31,311.07	84.15%	否	直销
客户二	19,467.25	89.43%	否	
客户三	9,586.85	70.68%	否	
客户四	8,812.56	82.68%	否	
客户五	4,067.24	79.67%	否	
合计	73,244.98	82.94%	—	—

近三年，应收账款余额前五名与公司的业务往来情况如下：

（1）信用政策

客户名称	2024年	2023年	2022年
客户一	备品备件月结90天；设备类货到80%，验收10%，质保结束10%		
客户二	月结90-180天		
客户三	月结30-210天	月结30-150天	月结45-120天
客户四	备品备件月结90天；设备类到货70%，验收25%，质保5%		
客户五	月结90-150天		

（2）结算方式

客户名称	2024年	2023年	2022年
客户一	电汇、银行承兑汇票		电汇
客户二	电汇		
客户三	电汇		
客户四	电汇		
客户五	电汇		

（3）历史还款情况

单位：万元

客户名称	2024年度		2023年度		
	营业收入	1年内还款占比	营业收入	1年内还款占比	1-2年内还款占比
客户一	37,210.77	20.37%	50,224.86	29.87%	59.86%
客户二	21,768.98	17.69%	18,944.91	12.04%	36.34%
客户三	13,564.18	39.12%	16,079.72	44.62%	17.88%
客户四	10,658.37	32.15%	1,588.71	21.35%	11.81%
客户五	5,105.00	34.66%	655.76	26.98%	75.68%

（续上表）

客户名称	2022年度			
	营业收入	1年内还款占比	1-2年内还款占比	2-3年内还款占比
客户一	35,005.59	61.62%	32.04%	1.34%
客户二	34,285.19	12.24%	31.16%	—
客户三	19,516.85	40.84%	55.27%	3.64%
客户四	9,150.98	47.25%	30.96%	18.31%
客户五	—	—	—	—

2、2024年公司在收入下滑的情况下，1年以内应收账款不降反增的合理性

2024年公司在收入下滑的情况下，1年以内应收账款不降反增的合理性分析如下：

（1）穿戴设备业务本期下半年营业收入同比增加，相应应收账款增加

2024年末和2023年末，华兴源创业务板块对应应收账款账龄结构情况如下：

单位：万元

业务板块	2024/12/31		2023/12/31		应收账款变动幅度	1年以内应收账款变动幅度
	应收账款余额	1年以内应收账款	应收账款余额	1年以内应收账款		
平板显示业务	118,610.63	77,213.12	104,240.13	75,561.43	13.79%	2.19%
汽车电子业务	10,617.61	9,857.69	7,275.03	6,182.45	45.95%	59.45%
半导体业务	3,790.11	1,080.57	3,707.87	3,047.62	2.22%	-64.54%
穿戴设备业务	27,412.00	26,945.94	7,235.54	6,557.82	278.85%	310.90%
合计	160,430.35	115,097.33	122,458.57	91,349.32	31.01%	26.00%

由上表可知，公司一年内应收账款较上期增加主要由于穿戴设备业务板块应收账款增加导致。2024年度，穿戴设备业务对应营业收入、期末应收账款余额和1年以内的应收账款余额变动情况如下：

单位：万元

项目	2024年度/2024/12/31	2023年度/2023/12/31	变动金额	变动率
营业收入	23,903.52	22,787.45	1,116.07	4.90%
其中：下半年营业收入	13,812.79	4,709.08	9,103.71	193.32%
下半年营业收入占比	57.79%	20.67%	—	—
应收账款余额	27,412.00	7,235.54	20,176.46	278.85%

2024年末穿戴设备业务主要客户的应收账款余额、期后回款及增长情况如下：

单位：万元

序号	主要客户	2024年应收账款	2023年应收账款	增加额	2024年应收账款期后回款	信用政策
1	客户一	6,574.70	2,278.57	4,296.14	1,218.38	月结180天
2	客户二	3,605.57	1,666.69	1,938.88	1,050.23	月结180天
3	客户三	2,499.70	—	2,499.70	2,499.70	月结90天
4	客户四	2,466.86	520.46	1,946.40	1,989.45	月结150天
5	客户五	2,271.65	589.58	1,682.06	1,794.44	月结180天
6	客户六	1,397.33	—	1,397.33	—	月结90天
7	客户七	1,332.76	—	1,332.76	1,331.46	月结180天
8	客户八	1,306.50	—	1,306.50	324.89	月结90天
9	客户九	1,010.42	—	1,010.42	—	月结90天
10	客户十	937.81	—	937.81	—	月结365天
合计		23,403.29	5,055.30	18,347.99	10,208.55	

注：回款统计截至2025年6月15日。

由上述表格可知，2024年度穿戴设备业务营业收入增加1,116.07万元，增长幅度为4.90%，1年以内应收账款增加20,388.12万元，增长幅度为310.90%，主要系公司基于多年技术积累及客户服务经验，当年新切入马达（Motor）等消费电子核心零部件的供应链环节，为瑞声科技、尼得科等新增客户提供相关设备，相关产品主要于下半年交付并确认收入，因此2024下半年营业收入增加9,103.71万元，增长幅度为193.32%，下半年营业收入占比2024年营业收入57.79%，同时客户付款周期较长，导致1年以内应收账款余额期末有所增加。

（2）从行业整体来看，公司所处的工业自动化测试设备行业客户多为大型制造企业，其付款流程繁琐、决策链条长。在经济环境波动或行业竞争加剧时，客户会更加谨慎安排资金支出，付款周期普遍拉长。同时，公司基于自身信用评估体系，对于信用良好的客户，并未因短期收入下滑而收紧信用政策，以维持长期合作关系。

综上，2024年公司在收入下滑的情况下，1年以内应收账款不降反增，具有合理性。

（三）列示2-3年内应收账款余额前五名的对象、金额是否为关联方、形成原因、近3年与公司的业务往来情况，结合客户的经营状况、信用评级，说明坏账计提是否充分

1、2-3年内应收账款余额前五名的对象、金额是否为关联方、形成原因

单位：万元

客户名称	应收账款余额	应收账款占当年营业收入比重	是否为关联方	销售政策	形成原因
客户一	7,788.36	22.25%	否	直销	货款
客户二	2,862.47	31.28%	否		货款
客户三	1,352.69	6.93%	否		货款
客户四	936.37	56.10%	否		货款
客户五	221.96	56.14%	否		货款
合计	13,160.85	18.92%			

2、近三年，应收账款余额前五名与公司的业务往来情况

（1）信用政策

客户名称	2024年	2023年	2022年
客户一	备品备件月结90天；设备类货到80%，验收10%，质保结束10%		
客户二	备品备件月结90天；设备类到货70%，验收25%，质保5%		
客户三	月结30-210天	月结30-150天	月结45-120天
客户四	设备类验收合格月结180天；预付30%，货到60%，验收合格10%		
客户五	月结90天		

（2）结算方式

客户名称	2024年	2023年	2022年
客户一	电汇、银行承兑汇票		电汇
客户二	电汇		
客户三	电汇		
客户四	电汇、银行承兑汇票		电汇
客户五	电汇		

（3）历史回款情况

单位：万元

客户名称	2024年度		2023年度		
	营业收入	1年内还款占比	营业收入	1年内还款占比	1-2年内还款占比
客户一	37,210.77	20.37%	50,224.86	29.87%	59.86%
客户二	10,658.37	32.15%	1,588.71	21.35%	11.81%
客户三	13,564.18	39.12%	16,079.72	44.62%	17.88%
客户四	2,466.86	520.46	1,946.40	1,989.45	月结150天
客户五	2,271.65	589.58	1,682.06	1,794.44	月结180天
客户六	1,397.33	—	1,397.33	—	月结90天
客户七	1,332.76	—	1,332.76	1,331.46	月结180天
客户八	1,306.50	—	1,306.50	324.89	月结90天
客户九	1,010.42	—	1,010.42	—	月结90天
客户十	937.81	—	937.81	—	月结365天
合计	23,403.29	5,055.30	18,347.99	10,208.55	

（续上表）

客户名称	2022年度			
	营业收入	1年内还款占比	1-2年内还款占比	2-3年内还款占比
客户一	35,005.59	61.62%	32.04%	1.34%
客户二	34,285.19	12.24%	31.16%	—
客户三	19,516.85	40.84%	55.27%	3.64%
客户四	9,150.98	47.25%	30.96%	18.31%
客户五	1,667.38	—	37.65%	6.00%
客户六	395.34	21.32%	15.12%	8.42%

客户二收入变动主要由于2022年新增设备投入，2023年设备投入需求减少，而2024年对设备进行升级改造，故收入呈波动状态。客户一2023年为客户需求高峰期，2024年客户投产领域结构性调整，重心转移，公司收入呈现回落态势。由于客户五逐步退出苹果手表业务，故公司组装设备对应客户五收入逐年下降。

3、客户的经营状况、信用评级

客户名称	注册资本	成立时间	近一年营业收入	公司信用评级
客户一	2,600,000万元	2017/7/20	京东方科技集团2024年营业收入19,838,060.57万元	企查查信用表现卓越
客户二	2,500,000万元	2007/9/29		企查查信用表现卓越
客户三	2,600,000万元	2016/12/20		企查查信用表现卓越
客户四	150,000万元	2021/8/26		企查查信用表现卓越
客户五	1,628,000万元	2008/11/17	母公司天马微电子股份2024年营业收入3,349,429.58万元	企查查信用表现卓越
客户六	2,700,000万元	2020/1/8	2024年年报营业收入523,395.40万元	企查查信用表现卓越
客户七	1,621.99208万元	2015/10/9	未披露	企查查信用表现优秀
客户八	12,810万美元	2000/12/7	广达集团（Quanta Computer Inc.）2024年合并营业收入为1.41兆元新台币（约合470亿美元）	企查查信用表现卓越
客户九	5,000万美元	2017/5/23		企查查信用表现优秀
客户十	—	1977/1/3	2024财年（2023年7月1日至2024年6月30日）营业收入3,910.35亿美元	—

4、公司坏账计提比例与同行业对比情况

| 账龄 | 同行业可比公司2024年12月31日应收账款预期信用损失率 | |