证券代码:603803 证券简称:瑞斯康达 公告编号:2025-018

瑞斯康达科技发展股份有限公司关于2024年年度报告信息披露监管问询函回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

瑞斯康达科技发展股份有限公司(以下简称“瑞斯康达”或“公司”)于近日收到上海证券交易所《关于瑞斯康达科技发展股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函[2025]0679号,以下简称“问询函”),公司收到问询函后高度重视,并立即组织相关人员与天健会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“年审会计师”)对问询函中需要说明的事项进行了逐项核查落实,现就有关事项回复如下:

问题一、关于营业收入及利润

2024年年报显示,公司实现营业收入13.82亿元,同比下降14.99%,连续2年下滑;实现净利润约-1.22亿元,连续两年亏损超过1亿元。分产品来看,主要产品有输类设备、宽带网络类设备的收入分别下降17.54%、41.13%,毛利率分别减少9.07个百分点、5.91个百分点;软件产品实现收入1.61亿元,毛利率达93.31%;其他产品实现收入3.53亿元,毛利率增加11.76个百分点。从销售地区来看,公司在境外实现营业收入2.01亿元,同比增长14.29%,占总收入的比例近15%,毛利率为51.17%,大幅高于境内的37.82%。

请公司补充披露:(1)其他产品的主要构成,难以明确为某一具体产品类别的主要原因;(2)软件产品毛利率处于较高水平的主要原因,与公司主要产品是否存在共同销售的情况或者产生协同效应;(3)按照主要应用领域,补充披露各产品的单价、产销量、收入、成本、毛利率情况,并说明变动原因,与可比公司变动是否一致;(4)过去三年境内前五大客户的名称、销售产品及金额、是否为关联方或新增客户,说明主要客户是否稳定;(5)公司主要产品在境外销售的具体情况,以及前五大客户的名称、销售产品及金额、是否为关联方或新增客户,说明主要客户是否稳定;(6)公司主要产品在境外销售的具体情况,以及前五大客户的情况,并结合国内外业务模式差异,说明境外销售毛利率显著高于境内的原因合理性。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)其他产品的主要构成,难以明确为某一具体产品类别的主要原因。

公司其他产品的主要构成情况如下:

单位:万元、%

其他产品分类	2024年度			2023年度		
	营业收入	营业成本	占总收入比重	营业收入	营业成本	占总收入比重
专用网络	9,461.53	4,557.96	6.84	7,499.88	3,655.76	4.61
数科产品	9,285.64	5,417.28	6.72	8,212.05	5,638.38	5.05
数通产品	9,152.30	5,560.32	6.62	2,979.54	2,012.50	1.83
云网产品	1,258.61	951.52	0.91	1,932.10	518.82	1.19
其他	6,147.99	5,105.04	4.45	5,408.66	5,471.31	3.33
合计	35,306.07	21,592.12	25.54	26,032.23	17,296.77	16.01

公司综合考虑了产品的功能技术特性、生产工艺流程、行业通用标准、管理架构设置与绩效考核需求、收入的稳定性和成长性以及便于投资者理解等因素,将分部收入中按照商品类型划分为传输类设备、宽带网络类设备、软件产品及其他四类。

“其他产品分类”中,数科产品为全资子公司北京瑞斯康达数字科技有限公司的自主研发产品,主要应用场景包括能源、交通、政府、金融、教育、医疗等垂直行业的工业互联、智算中心及车路协同等业务领域,涉及产品种类较多难以单独归集;专用网络和云网产品为公司传统研发管线,专用网络产品主要包括为政府与公共安全和公用事业的应急通信、指挥调度、日常工作提供无线网络通信服务。云网产品主要基于运营商的云、安、算、网融合需求,提供以平台软件产品为核心的系统化解决方案。由于近年来客户的采购模式、投资需求和结算依据的变化,云网和专网收入的稳定性和成长性尚未达到预期,因此未予单独归类列示;数通产品系公司2023年新成立的研发管线,主要包括园区/城域网接入/汇聚/核心交换机以及数据中心交换机产品与相应场景解决方案,以及支持多种PON技术的OLT局端产品和各类PON终端产品。数通产品广泛应用于电信运营商和各行业的城域网、综合宽带接入网、园区网以及数据中心网络建设,属于公司未来重要的战略投入方向且成长速度较快,待收入规模进一步提升后题同可单独列示。

(二)软件产品毛利率处于较高水平的主要原因,与公司主要产品是否存在共同销售的情况或者产生协同效应。

公司2023-2024年软件产品按照与产品系列协同分类如下:

单位:万元、%

软件按与产品匹配度分类	2024年度			2023年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
传输产品	13,694.83	792.73	94.21	9,614.08	132.29	98.62
数科产品	1,135.89	198.90	82.49	1,564.93	65.67	95.80
数通产品	841.52	77.83	90.75	422.34	11.30	97.32
云网产品	380.37	6.97	98.17	126.97	1.57	98.77
宽网产品	37.91	1.21	96.81	485.70	20.62	95.75
专用网络	18.66	0.05	99.73	62.13	0.00	100.00
合计	16,109.18	1,077.69	93.31	12,276.15	231.45	98.11

公司软件产品全部为目主研发的嵌入式软件及应用软件,软件研发过程产生的研发费用主要为研发人员的人工成本,此部分支出已在发生时直接记入当期费用。而在实际生产过程中,软件成本主要为嵌入公司硬件产品协同销售时Flash芯片载体的成本,价值较低,所以软件产品在销售时可保持较高的毛利率水平。

嵌入式软件产品是根据性能不同嵌入到硬件产品中,让公司的产品在满足客户应用需求的同时更具竞争力。应用软件是与设备硬件配套使用的网管系统软件,与硬件设备共同组成功能更加完善的高效网络管理系统。因此,公司所有软件产品均与公司主要硬件产品共同销售并产生协同效应。

(三)按照主要应用领域,补充披露各产品的单价、产销量、收入、成本、毛利率情况,并说明变动原因,与可比公司变动是否一致。

1.报告期内,按主要应用领域公司各产品的销售情况如下:

单位:万台、万元、%

产品分类	主要应用领域	销量	收入	成本	毛利率	销量同比变动	收入同比变动	成本同比变动	毛利率同比变动
传输产品	运营商市场	63.50	36,588.71	16,883.16	53.86	-47.28	-23.33	-22.82	-0.30
	境外市场	13.35	13,653.81	5,883.40	56.91	0.85	-8.23	-5.61	-1.20
	政企行业市场	4.63	9,474.81	6,041.89	36.23	15.54	236.29	543.80	-30.56
	小计	81.48	59,717.33	28,808.45	51.76	-40.82	-8.72	-0.82	-3.84
宽网产品	运营商市场	387.68	38,148.96	30,790.01	19.29	-2.26	-36.71	-32.34	-5.21
	境外市场	7.21	949.39	714.37	24.75	-53.99	-79.66	-74.04	-16.29
	政企行业市场	0.92	87.16	55.72	36.07	-73.93	-95.74	-96.13	6.47
	小计	396.82	39,185.51	31,560.10	19.46	-4.82	-41.50	-36.50	-6.35
数科产品	政企行业市场	14.03	7,899.59	4,570.01	42.15	-12.16	-0.86	-5.42	2.79
	运营商市场	2.83	1,909.50	871.46	54.36	25.09	63.96	32.94	10.65
	境外市场	0.70	612.44	174.71	71.47	-1.83	-4.93	-19.32	5.08
	小计	17.56	10,421.53	5,616.18	46.11	-7.32	6.59	-1.54	4.45
数通产品	运营商市场	10.36	4,795.90	2,268.60	52.70	-38.15	111.92	67.65	12.50
	境外市场	7.93	3,415.80	2,142.96	37.26	537.95	247.87	267.47	-3.35
	政企行业市场	2.08	1,782.12	1,226.59	31.17	1,807.35	1,035.67	1,303.08	-13.12
	小计	20.37	9,993.82	5,638.15	43.58	12.49	193.77	178.59	3.07
专用网络	政企行业市场	0.30	5,546.81	2,662.13	52.01	-36.15	695.71	354.91	35.96
	运营商市场	1.07	3,933.38	1,895.88	51.80	-59.37	-42.70	-38.26	-3.47
	小计	1.37	9,480.19	4,558.01	51.92	-55.84	25.37	24.68	0.26
云网产品	运营商市场	1.08	1,638.98	958.49	41.52	-65.19	-20.40	84.19	-33.21
其他	小计	87.42	6,147.99	5,105.05	16.96	58.86	13.67	-6.69	18.12
合计		605.10	136,585.35	82,244.43	39.79	-7.17	-14.97	-14.44	-0.37

注:此表中已将协同销售的软件产品数据归集至对应的硬件产品数据合并统计列示。

2.报告期内,公司与同行业可比公司营业收入变动情况如下:

单位:万元、%

公司名称	收入来源	2023年度	2024年度	变动率
东土科技	境内	97,915.35	86,087.35	-12.08
	境外	18,391.51	16,826.40	-8.51
	合计	116,306.86	102,913.75	-11.52
震有科技	境内	54,956.17	59,869.83	8.94
	境外	32,293.07	34,321.62	6.28
	合计	87,249.24	94,191.45	7.96
锐捷网络	境内	1,031,754.01	982,944.01	-4.73
	境外	122,402.97	186,932.46	52.72
	合计	1,154,156.99	1,169,876.47	1.36
中兴通讯	境内	8,648,540.00	8,200,570.00	-5.18
	境外	3,776,553.80	3,929,307.80	4.04
	合计	12,425,093.80	12,129,877.80	-2.38
烽火科技	境内	2,093,038.00	2,015,579.78	-3.70
	境外	981,866.37	800,063.02	-18.52
	合计	3,074,904.37	2,815,642.80	-8.43
行业均值	境内	-	-	-2.79
	境外	-	-	6.00
	合计	-	-	-2.17
瑞斯康达	境内	142,995.33	116,438.90	-18.57
	境外	17,628.19	20,146.44	14.29
	合计	160,623.52	136,585.35	-14.97

3.报告期内,公司与同行业可比公司毛利率变动情况如下:

单位:%

公司名称	2023年度	2024年度
东土科技	39.22	47.06
震有科技	40.95	45.88
锐捷网络	38.94	38.62
中兴通讯	41.53	37.91
烽火通信	20.73	21.43
行业平均	36.27	38.18
瑞斯康达	40.16	39.79

4.产品销售数据变动原因及对比分析

境内收入方面,国内通信行业整体建设放缓,产业升级和技术演进导致市场格局重新分配,以及运营商响应国家“提速降费”战略,在提升网络性能的同时严控成本,相关通信设备价格下滑和恶性竞争的环境日趋严峻,主要可比公司的境内收入均出现不同程度的下降。报告期内,公司加大新一代传输产品和数通产品的研发和市场投入,主动调减竞争激烈且盈利水平较低的宽带终端类产品投入。由于新产品研发与市场推广的周期需要一定时间,因此报告期内尚未形成规模收入贡献。因此,虽然政企行业市场收入实现大幅增长,但未能弥补国内运营商市场收入的降幅缺口,进而导致境内收入同比下降幅度高于可比公司平均水平。

境外收入方面,由于国际市场贸易壁垒、汇率波动、地缘政治冲突加剧和国内企业应对“内卷式竞争”加大出海力度等综合因素影响,可比公司境外收入出现分化趋势。公司为主动应对产业环境变化,明确了“向上生长、向外发展”的全新愿景,即由聚焦接入网提升至承载网,实现向上突破;同时着眼全球,积极开拓海外市场,形成国际业务与运营商业务及政企业务并行支撑公司战略发展的局面,实现向外发展。在公司全新的战略引领及海外产品结构不断优化的基础上,公司海外业务实现逆势增长且高于可比公司的平均水平,海外市场将成为公司未来业绩提升的核心驱动。

毛利率方面,由于公司坚定研发创新投入强度,积极推动核心元器件的国产替代,全面实施供应链管理的数字化建设,主动优化调整产品结构,深耕国内外政企行业客户,公司核心产品的综合毛利率保持稳定,且与同行业可比公司毛利率的平均水平不存在显著差异。

(四)过去三年境内前五大客户的名称、销售产品及金额、是否为关联方或新增客户,说明主要客户是否稳定。

1.过去三年公司境内前五大客户情况如下:

(1)2024年公司境内前五大客户情况

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	是否关联方	是否新增客户
中国移动通信集团终端有限公司	宽网产品	14,365.00	否	否
	其他	147.73		
小计		14,512.73		
客户二	传输产品	5,911.33	否	是
	数通产品	664.74		
	其他	180.69		
小计		6,756.76		
中国船舶集团有限公司系统工程研究院	专用网络	3,911.97	否	否
	其他	799.94		
小计		4,711.91		
北京神州数码有限公司	数科产品	1,760.30	否	否
	传输产品	418.80		
	数通产品	343.58		
	其他	68.64		
小计		2,591.32		
中国电信股份有限公司上海分公司	宽网产品	1,640.87	否	否
	传输产品	748.30		
	其他	185.77		
小计		2,574.94		
合计		31,147.66		

(2)2023年公司境内前五大客户情况

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	是否关联方	是否新增客户
中国移动通信集团终端有限公司	宽网产品	20,798.66	否	否
小计		20,798.66		
中国移动通信集团浙江有限公司	宽网产品	4,393.36	否	否
	传输产品	487.72		
	云网产品	208.89		
小计		5,089.97		
中国电信股份有限公司上海分公司	宽网产品	3,510.47	否	否
	传输产品	1,202.88		
小计		4,713.35		
中国移动通信集团上海有限公司	传输产品	1,836.88	否	否
	宽网产品	1,813.19		
	数通产品	938.28		
小计		4,588.35		
中国电信股份有限公司江苏分公司	宽网产品	2,352.21	否	否
	传输产品	2,067.50		
	其他	130.86		
小计		4,550.57		
合计		39,740.90		

(3)2022年公司境内前五大客户情况

单位:万元

客户名称	产品类别	营业收入	是否关联方	是否新增客户
中国移动通信集团终端有限公司	宽网产品	27,841.81	否	否
小计		27,841.81		
中国移动通信集团上海有限公司	宽网产品	5,702.70	否	否
	传输产品	1,812.76		
	其他	108.82		
小计		7,624.28		
中国电信股份有限公司上海分公司	宽网产品	5,328.74	否	否
	传输产品	1,855.89		
小计		7,184.63		
中国电信股份有限公司四川分公司	宽网产品	6,608.56	否	否
小计		6,608.56		
中国移动通信集团浙江有限公司	宽网产品	4,379.92	否	否
	传输产品	971.16		
小计		5,351.08		
合计		54,610.36		

2.公司与主要客户合作的稳定性:

(1)核心运营商客户合作历史较长

由上表可知,经过多年行业深耕,公司已与中国移动、中国电信及中国联通等运营商总部和省市公司形成长期稳定的合作关系,多年被主要客户评选为长期战略合作伙伴和优秀供应商,客户对公司的产品质量、供货能力、服务态度及快速响应能力高度认可。

2022年度,公司荣获中国电信首批“A级产品供应商”和“供应保障突出贡献奖”以及天翼云首批“技术生态合作伙伴”,荣获中国移动“2022年度质量奖”及“优秀产品奖”,2023年度,公司入围中国电信集团“战略供应商”和“集团级优秀供应商”名单。2024年度,公司荣获中国移动通信集团终端公司颁发的“产品创新奖”和“卓越支撑奖”。

针对不同区域和不同运营商客户网络建设的差异化需求,公司据此进行定制化的版本系列研究开发、工艺设计和生产制造,公司的相关产品均已取得工信部入网许可,部分产品已通过CE、ROHS、KEMA、UL等国际认证,完全符合国内电信运营商客户通信设备采购的技术标准和准入条件。

(3)创新市场快速发展、业务体量不断提升

报告期内,随着公司发展战略的持续优化,不断深耕拓展海外市场与政企行业市场,对应传输产品、数通产品和专用网络产品的收入实现同步快速增长,叠加运营商整体市场及宽带终端类产品的收入同比减少,因此政企市场的部分核心终端客户和渠道代理商的收入比重也得到快速提升。

综上可知,公司与主要运营商客户间的合作历史较长,合作关系较为稳定,具有可持续性。同时,随着公司海外市场与政企行业市场协同发展战略不断强化,相关市场的核心终端客户和渠道代理商也将持续成为公司未来的重要合作伙伴。

(五)公司主要产品在境外销售的具体情况,以及前五大客户的情况,并结合国内外业务模式差异,说明境外销售毛利率显著高于境内的原因合理性。

1.2024年公司主要产品在境外销售的具体情况:

单位:万元、%

产品分类	营业收入	营业成本	毛利润	毛利率	销售占比
传输产品	13,653.81	5,883.40	7,770.41	56.91	67.77
数通产品	3,415.80	2,142.96	1,272.84	37.26	16.96
宽带产品	949.39	714.37	235.02	24.75	4.71
数科产品	612.44	174.71	437.73	71.47	3.04
其他	1,515.00	922.26	592.74	39.12	7.52
总计	20,146.44	9,837.70	10,308.74	51.17	100.00

2.2024年公司境外前五大客户销售具体情况:

单位:万元、%

客户名称	产品分类	营业收入	营业收入占比	截至2024年12月31日应收账款余额	截至2025年5月末期后回款情况	业务模式
A客户	传输产品	3,070.96	100.00	2,299.09	2,299.09	经销
小计		3,070.96	100.00			
B客户	传输产品	1,969.30	74.53	173.31	173.31	经销
	数通产品	370.12	14.01			
	其他	302.82	11.46			
小计		2,642.24	100.00			
C客户	传输产品	1,110.29	68.48	499.58	499.58	经销
	数通产品	312.24	19.26			
	宽网产品	198.76	12.26			
小计		1,621.29	100.00			
D客户	数通产品	944.00	77.27	0.00	0.00	经销
	传输产品	164.84	13.49			
	宽网产品	112.92	9.24			
小计		1,221.76	100.00			
E客户	传输产品	592.92	77.18	300.05	300.05	经销
	数通产品	108.23	14.09			
	其他	67.04	8.73			
小计		768.19	100.00			
合计		9,324.44	-	3,272.03	3,272.03	

3.境外销售毛利率显著高于境内的原因

(1)销售模式的差异

公司境内销售以直销模式为主,主要通过参与运营商招投标的方式进行销售。国内通信运营业竞争充分,呈现鲜明的垄断竞争格局。作为公司主要客户的三大运营商具有较强的市场主导权与控制权,而公司作为实力的通信设备制造商在市场议价中处于明显的劣势。近年来,随着国内运营商的招标采购规则导向变化,通信设备市场同质化竞争环境日益严峻,公司原有差异化、定制化的产品及服务优势被比较分发挥,导致公司国内运营商市场份额受限,相关产品毛利率下降。

公司境外销售以经销模式为主,客户的信用政策和回款的及时性均优于国内市场。不同于国内通信行业市场竞争环境,境外电信通信市场开放程度较高,行业细分领域众多,差异化竞争特点明显,一定程度减少了行业同质化竞争,公司传统积淀的差异化和定制化的产品系列及综合解决方案优势得以充分发挥。此外,公司长期合作的海外经销商伙伴在所属区域深耕多年,具有丰富的客户资源和成熟的市场团队,对公司的产品及综合解决方案有着深刻理解和高度信任,进而助力公司海外销售业绩的不断提升。

(2)产品销售结构的差异

公司国内外市场销售的主要产品结构存在较大差异,其中技术含量高、毛利水平好的传输类产品的海外收入占比为68%,高于国内市场收入占比达29个百分点。公司外销产品具有高端化、定制化、专业化的特点,且该类产品具有较高的市场准入门槛,竞争激烈程度相对较低。此外,公司依托国内研发生产人员的成本和效率优势,叠加国内产业聚集形成了稳定的供应链核心能力,为公司在海外市场的业务拓展和充分竞争积累了明显的成本优势。

(3)海外品牌效应的价值贡献

公司自2005年起开始开拓海外市场,“出海”时间较早。经过近20年的海外市场建设,已在各大洲建立起较为完整的本地化销售服务体系和合作伙伴生态。同时,凭借良好的口碑与持续高效的服务支撑,在各区域主流电信运营商树立起瑞斯康达品牌效应,这使得公司在境外的市场份额持续扩大。此外,公司通过产品技术、成本、质量及服务优势,叠加中国政府“一带一路”战略及政策导向支持,可持续获得海外客户的信任与项目订单。

(六)会计师核查程序及核查结论

1、会计师核查程序

(1)访谈公司相关人员,了解其他产品的主要构成,以及难以明确为某一具体产品类别的主要原因;了解软件产品毛利率处于较高水平的主要原因,与公司主要产品是否存在共同销售的情况或者产生协同效应,并对软件产品进行分析;

(2)访谈公司销售人员,了解主要产品下游应用领域及市场情况、主要客户需求情况等,以及对公司各类收入及毛利率变动的影响;

(3)获取其他产品的构成明细,分析其他分类的依据是否合理,是否与实际情况相符;

(4)获取公司收入成本明细表,分析各类产品构成,分析产品毛利变动情况、单位成本及销售单价变动等;获取查看可比公司的年度报告,分析对比与可比公司变动是否一致;

(5)获取公司最近三年销售清单,复核每年前五大客户的销售情况及占比;分析前五大客户变动原因,针对变动较大客户进行专项检查;通过公开网站查询前五大客户基本情况,与公司是否存在关联关系等;

(6)访谈公司管理层,了解公司与主要境外客户的合作情况及背景,境外销售毛利较高的原因及合理性;获取公司境外销售区域分布明细表,分析主要销售产品情况表及前五大客户的销售情况。

2、会计师核查结论

经核查,我们认为:

(1)根据其他产品的主要构成,难以明确为某一具体产品类别的原因是合理的;

(2)通过了解分析软件产品工艺流程、特性及功能,软件产品与公司主要产品共同销售发挥协同作用;

(3)通过对比分析,公司产品毛利率与同行业公司毛利率水平不存在显著差异;

(4)公司与主要客户具有较长的合作历史,合作关系较为稳定,具有可持续性;

(5)通过对比分析,境外销售毛利率显著高于境内的原因具有合理性。请年审会计师发表意见。

问题二、关于存货

年报显示,公司存货期末账面价值为6.65亿元,占总资产比例为24.81%,其中原材料2.76亿元,库存商品1.27亿元,发出商品2.29亿元。减值方面,存货跌价准备期末余额为0.64亿元,其中原材料0.38亿元,库存商品0.12亿元,发出商品0.15亿元。

请公司补充披露:(1)结合公司的业务模式、采购及生产周期,说明储备大额原材料的原因,与同行业是否存在较大差异;(2)库存商品的具体构成、市场价格、对应订单情况、库龄结构、期后销售情况、减值测算过程,结合存货周转率说明是否存在因技术迭代而积压的产品,说明相关存货跌价准备计提是否充分;(3)与商品控制权转移条件相关的合同条款,说明发出商品金额较大的原因,并结合产品成本、合同价格、交付周期等,说明对发出商品计提存货跌价准备的原因,是否存在亏损合同。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)结合公司的业务模式、采购及生产周期,说明储备大额原材料的原因,与同行业是否存在较大差异。

1、公司原材料结构情况如下:

单位:万元、%

原材料类型	金额	占比
主芯片	17,133.23	54.57
半成品	7,900.52	25.17
定制件	1,790.44	5.70
其他材料	4,571.69	14.56
合计	31,395.88	100.00

2、与同行业可比公司原材料占比情况对比如下:

单位:%

公司名称	原材料占存货比例	原材料占总资产比例
东土科技	26.90	2.64
震有科技	28.04	9.93
锐捷网络	57.04	20.80
中兴通讯	57.01	12.81
烽火通信	40.86	9.27
行业平均	41.97	11.09
瑞斯康达	43.05	11.73

3、公司原材料储备策略及考量因素

(1)基于安全库存以及降本增效的考量

公司依据年度销售预测和历史销售经验并结合在手订单情况制定产品计划,确定各类产品的预计产量;再结合每类产品的预计产量、BOM构成确定相关原材料的需求量,并根据交货周期确定生产订单的下达的时间。同时,为应对客户紧急订单需求,一般情况下公司会保障适当的安全库存。为了应对市场变化,公司每月还会定期召开调度会议调整计划及安全库存。

公司原材料中大额储备的主要为核心元器件主芯片。近年来,受国际贸易壁垒趋严、汇率波动加剧、物流成本不断攀升等综合因素影响,全球芯片供应极度紧张,价格普遍上涨,交货期大幅延长,故公司基于市场需求判断加大核心元器件的战略储备,符合公司实际业务情况。

(2)基于因时响应、快速满足客户需求的考量

公司持续打造完整的产品结构和解决方案核心竞争能力,目前已衍生超过3000余种产品方案和应用场景来满足不同客户的差异化需求,能够灵活提供定制化、个性化的产品和完整的解决方案,确保公司在日益激烈的市场环境中,始终具备持续的竞争力。

鉴于以上差异化竞争策略需要,公司定制化开发产品及解决方案的版本数量众多,进而导致生产所需物料种类较多,一般性通用物料到货周期为4-8周,芯片和定制件等专用物料的到货周期更长,较长的采购周期及加工周期使得公司需根据市场预期需求提前备货,以便实现订单的及时交付。

(3)基于产品特性以及售后维保的考量

公司产品主要为电信级、工业级的综合通信系统设备,按照行业惯例和采购合同条款约定,设备供应商在产品交付后,需根据项目性质提供不等周期的维保服务。因此,公司需保证一定的备品备件库存,以预防供应商因产品更新换代或产能调整而导致相应的元器件及配件减产或停产,进而导致无法及时满足项目正常的维修更换需求或者客户突发紧急故障的应急服务。

综上可知,公司进行一定额度的原材料储备符合业务需要和行业惯例,且公司原材料占存货及总资产的比例均与同行业可比公司不存在较大差异。

(二)库存商品的具体构成、市场价格、对应订单情况、库龄结构、期后销售情况、减值测算过程,结合存货周转率说明是否存在因技术迭代而积压的产品,说明相关存货跌价准备计提是否充分。

1、库存商品的具体构成及库龄情况

2024年末,公司库存商品余额13,930.40万元,对应存货跌价准备余额1,223.75万元。库存商品构成及跌价准备情况如下表:

单位:万元、%

库存商品类别	账面余额					跌价准备	存货计提比例
	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	合计		
传输产品	5,869.26	889.88	419.38	681.20	7,859.72	819.44	10.43
数通产品	1,261.10	60.61	11.12	68.57	1,401.40	49.74	3.55
数科产品	1,021.90	95.88	36.10	86.60	1,240.48	73.31	5.91
宽网产品	1,451.38	147.83	65.06	80.88	1,745.15	89.53	5.13
专用网络	1,149.07	81.77	76.50	172.14	1,479.48	169.38	11.45
云网产品	106.79	44.20	0.00	15.93	166.92	16.80	10.06
其他	20.44	8.64	1.32	6.85	37.25	5.55	14.90
合计	10,879.94	1,328.81	609.48	1,112.17	13,930.40	1,223.75	8.78

2、按应用领域的期后销售情况

单位:万元

应用领域	库存商品余额	截至2025年5月末的期后销售情况
传输产品	7,859.72	6,624.09
宽网产品	1,745.15	1,519.27
数通产品	1,401.40	981.66
数科产品	1,240.48	1,023.48
专用网络	1,479.48	1,169.73
云网产品	166.92	162.25
其他	37.25	35.83
合计	13,930.40	11,516.31

如上表所示,2024年末库存商品的余额为13,930.40万元,截至期后实现销售结转成本的金额为11,516.30万元,期后实现销售的比例为82.67%,公司库存商品的在手订单保障和匹配程度较高,周转速度较快,整体销售情况良好。

3、存货的减值测试过程

本公司产格遵循《企业会计准则第1号—一存货》及相关监管要求,对报告期末存货实施系统性减值测试,具体程序如下:

(1)测试范围与基准日确认:以资产负债表日为基准日,明确库存商品跌价准备测试范围涵盖所有在库产品。

(2)数据采集与验证:从SAP系统中导出库存商品明细表,并通过实物盘点验证,确保账面数量与成本金额的准确性;收集近期市场交易数据、供应商报价单及销售合同等外部证据;分析存货库龄结构、周转率等运营指标,识别滞销及陈旧风险。

(3)估值方法选择与适用:库存商品以在正常生产经营过程中该库存商品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。因公司业务涉及多种产品系列,各系列下包含众多不同规格、型号的产品,使得公司库存商品数量繁多、品类复杂。同时,同一规格型号产品因客户需求、使用场景、客户预算等情况导致价格各异。除此之外,受销售策略的影响,公司产品中标价是按照成套产品确认价格,单个型号的价格无法获取,受上述情形所致,单独获取单个产品的可变现净值并逐一比较工作量极为庞大,且有可能出现数据准确性失真的情形。基于上述存货特点情况,考虑到公司库存商品周转率、公司产品性能与时间的关系,结合存货盘点及监盘,参考库存商品的库龄作为可变现净值的参考依据。

(4)减值测试执行:对库龄1年以内的库存商品经评估无减值迹象,不计提存货跌价准备;对库龄2年以上的经评估有减值迹象的库存商品,公司按照其库龄结合市场价格计算跌价准备,从而确定其可变现价值;同时抽样选取销售频率较高、重要库存商品,结合已签订合同以及近期销售价格,交叉测试库存商品跌价准备计提的准确性。

公司按库龄计提表如下:

单位:%

库龄	跌价计提比例
1年以内	0.00
1-2年	20.00
2-3年	30.00
3年以上	50.00

(5)会计处理与披露:对可变现净值低于成本的差额计提存货跌价准备,在财务报表附注中详细披露测试方法及计提金额,已计提准备的存货实现销售时同步转销相应减值准备。

上述库存商品跌价准备计提政策依据公司多年历史经验并结合谨慎性原则制定而成,符合公司实际经营情况及市场基本情况,具有合理性。

4.结合存货周转率说明是否存在因技术迭代而积压的产品,说明相关存货跌价准备计提是否充分

报告期内,公司与同行业可比公司存货周转率及跌价计提情况如下:

单位:次、%

公司名称	存货周转率		库存商品计提跌价准备率	
	2024年度	2023年度	2024年度	2023年度
东土科技	2.62	2.73	13.92	15.64
震有科技	1.36	1.55	11.55	7.64
锐捷网络	3.65	3.79	5.47	4.31
中兴通讯	2.62	2.59	10.15	10.67
烽火通信	2.73	2.37	9.57	6.51
行业平均	2.60	2.61	10.13	8.95
瑞斯康达	1.78	1.87	8.78	7.99

如上表所示,公司的存货周转率为1.78次、1.87次,公司的存货周转率低于行业平均数,但高于震有科技的存货周转率,处于行业中间水平,且公司两年的存货周转率未有较大变动。

公司库存商品跌价准备计提比例分别为8.78%、7.99%,略低于行业平均水平,但高于锐捷网络和烽火通信,处于行业中间水平。

公司主要客户运营商项目通常需求较为紧急,因此公司采用备货式生产模式,每半年及每月初均与营销侧沟通半年度及月度供货需求,提前进行采购生产,有效保证客户需求以及安全稳定的库存水平。同时公司库存商品库龄较短,主要为一年以内,期后销售状况良好,存货滞销风险较小;一年以上的库存商品金额相对较小,已结合在库时间、技术性能、市场需求、保管状态等因素计提了相应的跌价准备。

综上所述,存货跌价准备计提政策依据公司多年历史经验并结合谨慎性原则制定,符合公司实际经营情况及市场基本情况。2024年末,公司库存商品跌价准备计提比例8.78%,与同行业不存在显著差异。除此之外,公司在手订单充足,且与库存商品高度匹配,期后销售情况良好、库存商品周转率良好,已结合库龄、产品性能等因素计提了跌价准备,相应存货跌价准备计提较为充分。

(三)与商品控制权转移条件相关的合同条款,说明发出商品金额较大的原因,并结合产品成本、合同价格、交付周期等,说明对发出商品计提存货跌价准备的原因,是否存在亏损合同。

1、与商品控制权转移