

(上接B066版)

公司	序号	交易对方名称	交易内容	一季度		二季度		三季度		四季度		2025年合计		
				数量(万片)	金额(万元)	数量(万片)	金额(万元)	数量(万片)	金额(万元)	数量(万片)	金额(万元)			
蔚来汽车配套产品	1	客户一	松芯股份	0.94	615.02	1.42	738.26	0.88	460.36	1.07	543.68	2,347.31		
			其他	0.06	33.34	1.50	560.24	1.08	40.44	2.36	64.60	159.64		
	2	客户二	松芯股份	1.09	0.34	387.55	0.43	43.934	0.28	37.33	865.30			
			其他	0.31	227.08	0.2	167.9	0.23	172.46	0.22	210.89	768.00		
	3	客户三	松芯股份	0.06	38.15	0.1	88.75	0.09	70.32	0.1	71.58	264.80		
			其他	0.1	83.84	0.03	23.28	0.04	26.04	0.13	102.19	28.36		
	4	客户四	松芯股份	0.03	2.11	0.01	0.86	0.01	0.49	0.03	25.7	6.04		
			其他	0.01	426.88	1.7	575.02	1.94	694.96	10.82	4	836.00		
	5	客户五	松芯股份	0.03	2.11	0.01	0.86	0.01	0.49	0.03	25.7	6.04		
			其他	0.01	426.88	1.7	575.02	1.94	694.96	10.82	4	836.00		
奥动汽车配套产品	1	客户六	中研安控控制	5.47	1	496.08	1.7	575.02	1.94	694.96	10.82	4	836.00	
			其他	0.01	0.22							0.22		
	2	客户七	光尊特律	219.13	305.16	264.76	1.36	370.91	1	288.00	334.42	1	406.59	
			松芯股份及技术研发	0.62	3.72	2.54	15.24	6	76.57		3.25	97.77		
	3	客户八	松芯股份及技术研发									288.00	288.00	
			边希路	1.09	0.36	2.58	14.11	2.1	14.72	3.01	21.04	55.31		
	4	客户九	安捷斯	0.34	1.29	0.94	2.57	0.64	2.7	1.3	3.74	10.03		
			集成电路	0.1	2.46	0.41	5.54	0.51	11.26	0.51	9.67	25.21		
	5	客户十(注3)	其他	0.47	0.62	2	1.67	1.64	2.06	1.98	2.38	6.61		

商用车配件产品主要情况:

(1) 单价变动主要受产品结构变化影响。

(2) 客户一受下半年前装配套产品价格低, 销售比重增加, 影响下半年产品收入较上半年减少。

(3) 客户二和客户五受出口订单影响, 订单在个别季度较高。

(4) 客户三受交叉系统担保投入影响, 四季度收入较高。

2. 各业务板块前五大客户合作期限、信用政策、关联关系及期后回款等情况

公司	客户	合作期限	信用政策	关联关系	截至2026年6月30日回款比例	回款比例
商用车配件产品	客户一	2020年至今	信用期30天	非关联方	2,794.63	97.26%
	客户二	2020年至今	信用期30天	非关联方	977.79	100%
商用车配件产品	客户三	2020年至今	信用期30天	非关联方	670.74	100%
	客户四	2020年至今	信用期30天	非关联方	270.25	90.24%
商用车配件产品	客户五	2020年至今	信用期30天	非关联方	250.40	91.00%
	客户六	2020年至今	信用期30天	非关联方	8,516.42	100%
商用车配件产品	客户七	2020年至今	信用期30天	非关联方	5,682.19	100%
	客户八	2020年至今	信用期30天	非关联方	322.06	100%
商用车配件产品	客户九	2020年至今	信用期30天	非关联方	63.20	100%
	客户十	2020年至今	信用期30天	非关联方	418.08	100%

注1: 客户十收入为净额法确认的收入。

浙江威客与客户七为市场化自主购销合作模式, 双方于2024年12月27日签订合同, 公司主要向客户七销售自产光电导器件, 采用以销定产模式, 具体交易模式为: 客户七通过供应链平台下达订单, 公司按照订单数量组织自主生产并发货, 依据订单数量进行交付。经双方协商一致, 浙江威客作为产品验收方, 系业务主要责任人, 公司应完成采购, 生产和销售, 承担生产经营及对外支付并承担货款支付、交付、验收、退换货、售后等服务责任。公司作为供货方, 客户七作为采购方, 浙江威客与客户七的合作属于市场化交易模式, 非委托(采购)加工。浙江威客与客户七, 浙江威客享有经营收益, 符合自主经营主要责任人认定, 交易公允, 流程规范, 风险与收益匹配, 具备商业实质。

三、结合销售结构、成本费用结构、定价策略等因素, 说明四季度非净利润远高于前三季度的具体原因;

公司各季度收入、成本费用、净利润、扣非净利润如下:

分产品	项目	2025年一季度	二季度	三季度	四季度
商用车配件产品	营业收入	13,411.88	2,476.20	1,886.37	2,346.04
	营业成本	11,896.16	2,283.58	1,716.01	1,986.84
商用车配件产品	期间费用	963.24	109.50	393.90	251.47
	净利润	336.88	15.13	-83.19	59.60
商用车配件产品	归母净利润	500.74	30.02	-140.21	119.16
	营业收入	5,343.34	1,340.72	1,694.11	1,569.59
商用车配件产品	营业成本	4,392.34	863.65	861.22	863.65
	期间费用	1,098.73	364.96	481.03	326.34
商用车配件产品	净利润	-79.47	40.94	-135.6	-10.31
	归母净利润	-128.87	56.6	-8.08	-121.40

公司各季度期间费用以固定费用为主, 各季度的业务开展力度较大, 故费用基本保持稳定, 扣非净利润波动主要系系统期间差异导致收入变动, 致使第四季度毛利大幅增加。营业收入的变动主要是公司前法前三季度受客户组织架构调整影响在第四季度营业收入增加, 第四季度收入大幅增加, 导致扣非净利润增加。

四、结合合同签订、订单下达、货物交付、收入确认等时间节点, 说明四季度营收大幅增长但一季度环比回落的原因及合理性, 是否存在突击确认收入和利润的情形。

(一) 四季度营收大幅增长但一季度环比回落的原因

1. 公司各主体的分季度营业收入实现情况

项目	2025年一季度	2025年二季度	2025年三季度	2025年四季度	2026年一季度
商用车配件产品	1,340.72	1,694.11	1,280.51	1,569.59	894.58
其他	2,476.20	1,886.37	2,346.04	6,706.27	2,212.11
合计	3,816.92	3,579.48	3,626.55	8,346.86	3,127.79

如上所示, 公司第二季度乘用车配件产品营业收入减少是阿法法主车型停产所致。四季度营收大幅增长主要是乘用车前期交付在第四季度结算所致。

威客股份乘用车产品第三季度收入下降主要受大中型客车市场萎缩、小型公路客车市场增加的影响, 而公司的主要目标市场是中大型客车, 其相关公路客车需求减少。第四季度乘用车产品主要来源于前在订单的集中交付, 故当期收入仍维持在较高水平。进入2026年一季度, 相较于2025年及之前的销售情况, 2026年起乘用车产品需求下降, 同时新能源乘用车进一步提速, 预计部分2025年度提前交付在2026年一季度交付。此外2026年一季度政策调整影响, 消费者观望情绪浓厚, 主机厂采购意愿持续偏低, 新客交付及交付量同步走低, 收入随之下降。此外商用车受国际战争局势的影响, 2026年一季度出口订单减少; 再加之2026年6月30日交付时间较往年推迟, 公司订单交付时间在二季度, 因此影响2026年一季度收入减少。

2026年二季度, 公司主要乘用车产品前期处于交付阶段, 后续逐步提高, 进入2026年一季度, 受消费者对于2026年新能源补贴政策的观望影响, 2026年一季度乘用车行业整体下行较大。

阿法法第三季度受供应链客户组织架构调整未及时结算, 在第四季度营业收入增加, 导致公司乘用车配件产品第四季度收入大幅增长。

2. 子公司阿法法销售情况

阿法法每年与主要客户签署框架协议签订年度框架协议采购合同, 具体订单根据框架协议的生产进度随时下单。阿法法2025年度及2026年一季度订单获取、货物交付、收入确认情况如下:

项目	2025年一季度	2025年二季度	2025年三季度	2025年四季度	2026年一季度
订单获取	1,584.49	1,227.85	4,464.46	2,232.42	1,587.11
货物交付	1,603.00	1,100.32	2,863.72	3,101.40	1,451.53
收入确认	1,479.00	562.73	830.74	4,926.88	1,281.46

注1: 上述数据系阿法法与奇瑞集团订单, 货物交付及收入确认金额, 金额均为不含税金额。

奇瑞集团在阿法法销售占比100%以上, 阿法法的销售完全依赖于奇瑞集团。

从订单角度来看, 阿法法2025年下半年销售订单较上半年大幅增长, 主要原因为: ①“金九银十”行业惯例, 整车厂第三季度、第四季度产量, 销量提升; ②客户上半年内部组织结构调整, 阿法法配套一款新车2025年一季度产量明显下降, 二季度恢复, 6月换牌更名新订单, 换牌、产品线变更对2025年上半年订单量影响较大。

从货物交付来看, 阿法法2025年第三季度承接大量订单后根据客户的需求安排生产和发货, 故第三季度、第四季度的发货量大幅提高。

从收入确认来看, 奇瑞集团每月向阿法法提供未来一段时间的预计装车滚动计划, 作为阿法法原材料采购、生产和发货计划的参考, 阿法法依据奇瑞集团提供的预计装车数据, 一周左右的安全库存, 阿法法根据奇瑞集团每月下达的实时看板发货, 正常情况下, 奇瑞集团每月生产情况随订单情况, 每月向阿法法提供奇瑞集团管理平台导出的对客户、经销商等所需资料(即上个月的消耗品)进行结算。但2026年度奇瑞集团内部组织调整, 阿法法主要供货车型前三季度订单量受限, 第三季度发出产品也未收到奇瑞集团的结算, 对于第四季度完成结算并确认收入, 导致2025年第四季度收入高。该事项属于特定的突发情况, 2024年度未出现该情形, 总体收入稳定, 但仍符合汽车行业惯例四季度的收入总体占比高。

(二) 可比公司情况

1. 商用车配件产品可比公司情况

可比公司各季度收入情况如下:

公司	2025年一季度	2025年二季度	2025年三季度	2025年四季度	2026年一季度
松芝股份	121,303.21	127,090.16	127,090.16	175,818.70	119,540.22
通用电气	18,499.01	23,645.36	26,074.30	34,134.39	20,944.46
新泉股份	5,146.35	3,401.77	2,130.50	7,240.13	1,544.11
元征股份	47,546.39	54,862.33	72,400.74	47,266.27	-
可比公司营业收入	21,022	22,231	24,24	31,33	-34.59
威客股份-商用车配件产品	1,340.72	1,694.11	1,280.51	1,569.59	894.58
威客股份-商用车配件产品各季度占比	22.63	28.59	21.78	27	-43.36

注: 2026年一季度“可比公司各季度占比”及“威客股份-商用车配件产品各季度占比”两个指标为2026年一季度至2026年四季度的增减变动情况。

公司的产品主要服务于大中型客车, 大中型客车的主要应用场景是公路客运、城市公交、校车、出口车。主要需求来自国内城市公交, 采购周期短于财政补贴, 招投标环节较少。一般在下半年, 具有较明显的季节性特征, 该变动趋势与商用车配件销售走势一致, 属于行业惯例。

2. 乘用车配件产品可比公司情况

可比公司各季度收入情况如下:

公司	2025年一季度	2025年二季度	2025年三季度	2025年四季度	2026年一季度
德赛西威	679,196.20	758,238.37	760,222.51	1,022,092.70	649,518.22
通用电气	1,467,096.74	1,577,110.53	1,549,714.76	1,523,819.85	1,331,523.09
新泉股份	381,892.42	304,026.37	396,415.62	411,090.76	383,912.26
平均	829,561.60	918,767.42	904,766.63	988,903.77	798,317.86
可比公司营业收入	22.78	26.23	24.84	22.15	-10.28
威客股份-乘用车配件产品	2,476.20	1,886.37	2,346.04	6,706.27	2,212.11
威客股份-乘用车配件产品各季度占比	18.46	14.06	17.40	49.89	-66.72

注: 2026年一季度“可比公司各季度占比”及“威客股份-乘用车配件产品各季度占比”两个指标为2026年一季度至2026年四季度的增减变动情况。

公司乘用车配件产品季度间存在在第四季度增长而2026年一季度大幅回落的情况, 与同行业变动趋势一致。汽车零部件的产销通常与整车厂的排产计划高度同步。一般来说, 第三季度和第四季度因国内“金九银十”消费旺季及车企年终冲量, 迎来需求高峰, 整车厂产能提升, 四季度产量, 并带动汽车零部件产销同步增长。而2026年第一季度受春节假期影响, 整车厂放假时间较长, 叠加消费者对于2026年新能源汽车补贴政策的观望, 2026年一季度汽车行业整体下行较多。对比同行业公司, 公司2026年一季度订单回落幅度较大, 主要由于子公司阿法法受客户组织架构调整影响, 2025年第四季度实际结算的收入较高所致, 剔除此影响, 公司2026年一季度营业收入受市场影响呈现回落。

综上所述, 公司四季度营业收入大幅增长主要是受确认了子公司阿法法结算时点的影响, 剔除此因素, 公司营业收入变动与行业趋势保持一致, 不存在突击确认收入的情形。

会计师核查程序和核查意见:

一、主要核查程序:

1. 通过查阅相关文件、执行穿行测试等方式, 了解被审计单位的业务流及内部控制制度, 对销售与收款业务流程的风险进行评估, 对销售与收款业务流程相关的内部控制制度的有效性进行了测试;

2. 获取威客股份与客户订单的销售合同, 对合同条款进行核对;

3. 对确认的销售收入毛利率进行分析, 与历史和同行业进行对比, 结合威客股份实际经营情况, 判断毛利率的合理性, 以证实收入的真实性;

4. 对威客股份的主要客户进行函证, 函证威客股份与客户之间的交易金额及往来账款情况;

5. 通过查看工商登记信息等确认威客股份是否存在关联方;

6. 根据函证评估和内部测试情况, 结合收入确认原则, 以销售明细为起点, 选择样本, 检查销售合同、客户结算单(或签收单、验收单、出口报关单、提单)、销售发票、出库单、销售收款等支持性文件进行相互核对, 以证实销售收入的真实性、准确性;

7. 检查客户回款记录, 以证实收入的真实性;

8. 对重大关联交易, 检查其真实性、交易价格的公允性进行检查;

9. 执行截止性测试, 将资产负债表日前确认的产品销售收入与资产负债表日的销售合同、销售单、销售发票、验收单等支持性文件进行核对, 以确认销售收入是否在正确的期间确认。

10. 针对重大客户收入, 2026年第一季度收入波动情况, 分析其变动趋势是否异常, 是否符合季节性、周期性的经营规律。

二、核查意见:

经核查, 我们认为:

1. 公司第四季度扣非净利润高于前三季度主要乘用车产品四季度收入增加所致;

2. 公司第四季度营收大幅增长但一季度环比回落的主要原因是阿法法主车型调整第三季度发货未能及时结算, 不存在突击确认收入和利润的情形。

三、核查意见:

经核查, 我们认为:

1. 公司第四季度营业收入增加, 本期营业收入销售费用511.17万元, 占营收的比重为2.64%, 同比下降3.71个百分点, 其中2025年第四季度销售费用占营收的比重1.45%, 系全年最低, 2026年一季度回升至4.20%, 季度间波动。

2. 公司第四季度业务开展及可比公司等, 说明四季度销售费用率大幅下降, 四季度期间费用波动较大。

的原因及合理性, 是否存在关联方代垫或跨期归集成本费用情形。年审会计师发表意见。

公司回复:

一、公司合并范围内销售费用使用情况如下:

公司各季度销售费用占营业收入比例情况如下:

主体	项目	2025年1季度	2025年2季度	2025年3季度	2025年4季度	合计	2025年1季度
商用车配件产品	销售费用	103.11	103.22	119.54	102.96	427.82	99.19
	占比	1.3407%	1.6941%	1.2805%	1.5696%	5.9243%	89.58
乘用车配件产品	销售费用	22.04	14.47	23.07	17.76	83.35	34.84
	占比	2.4762%	1.8863%	2.3460%	6.7062%	13.4118%	2,212.11
合计	销售费用	124.15	117.69	148.61	120.72	511.17	134.03
	占比	3.8169%	3.5794%	3.6365%	8.3048%	19.3361%	3,127.79

如上表所示, 公司的销售费用各季度波动不大, 主要原因是销售费用中固定销售费用(主要包含职工薪酬、折旧摊销费用、短期租赁费)2025年度发生金额为397.05万元, 占销售费用总额的77.67%, 占比较高。同时, 各业务主体, 销售费用主要发生于威客股份, 各季度金额较为均衡, 阿法法和浙江威客客户较为单一, 发生的销售费用较少, 所以各季度的销售费用金额变化不大, 销售费用率变动主要是由各季度收入波动引起的。四季度受阿法法收入结算影响, 营业收入较高, 销售费用率降低。

二、可比公司情况

可比公司各季度销售费用占营业收入比例

主体	项目	2025年1季度	2025年2季度	2025年3季度	2025年4季度	2025年1季度
松芝股份	销售费用	2,791.50	3,979.07	4,341.60	4,941.51	3,336.96
	营业收入	121,303.21	127,090.16	127,090.16	175,818.70	119,540.22
通用电气	销售费用	2,230.31	2,111.11	2,111.11	2,111.11	2,111.11
	营业收入	1,340.72	1,694.11	1,280.51	1,569.59	894.58
新泉股份	销售费用	2,130.50	2,130.50	2,130.50	2,130.50	2,130.50
	营业收入	5,146.35	3,401.77	2,130.50	7,240.13	1,544.11
元征股份	销售费用	47,266.27	47,266.27	47,266.27	47,266.27	47,266.27
	营业收入	1,340.72	1,694.11	1,280.51	1,569.59	894.58
商用车配件产品	销售费用	1,340.72	1,694.11	1,280.51	1,569.59	894.58
	占比	2.4762%	1.8863%	2.3460%	6.7062%	13.4118%
乘用车配件产品	销售费用	22.04	14.47	23.07	17.76	83.35
	占比	2.4762%	1.8863%	2.3460%	6.7062%	13.4118%
合计	销售费用	124.15	117.69	148.61	120.72	511.17
	占比	3.8169%	3.5794%	3.6365%	8.3048%	19.3361%

总体来看, 本公司与可比公司销售费用率均呈现2025年第四季度占比低而2026年占比提高较多的情况, 同行业可比公司, 商用车销售费用率和乘用车销售费用率均与公司不存在重大差异。

会计师核查程序和核查意见:

一、主要核查程序:

1. 了解并评估与销售费用相关的内部控制, 了解和测试管理层关于费用申请、付款审批等方面设计和执行的有效性;

2. 取得公司2025年度及2026年一季度各季度销售费用明细账, 按费用性质(职工薪酬、差旅费)进行分类分析, 识别销售费用季度间波动的具体原因及驱动因素;

3. 抽查本期发生额较大的销售费用, 追查至合同、发票、银行回单等, 核查费用是否记录于恰当的会计期间;

4. 执行穿行测试以验证费用计提, 并计算并复核2025年各季度销售费用率及年度期间波动趋势, 识别差异并评估费用率波动对行业合理性;

5. 执行费用截止性测试。

二、核查意见:

经核查, 我们认为:

公司各季度销售费用率波动不大, 销售费用率变动主要是收入波动引起, 不存在关联方代垫或跨期归集成本费用的情形。

问题5: 关于存货资产。年报显示, 截至2025年底, 公司存货账面余额为1.17亿元, 存货跌价准备余额0.15亿元, 跌价计提比例为12.69%, 其中, 库存商品跌价计提比例为23.08%, 同比下降9.40个百分点。关注到, 本期公司销售毛利率为15.86%, 同比下降0.07个百分点。

请公司:(1) 结合库存商品跌价准备余额、跌价准备金额, 以及本期跌价准备计提、转回或转销的具体情况, 结合行业公允价值变动, 分析存货跌价准备计提、转回或转销的合理性; 说明跌价准备计提、转回或转销的合理性; (2) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (3) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (4) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (5) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (6) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (7) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (8) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (9) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (10) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (11) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (12) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (13) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (14) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (15) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (16) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (17) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (18) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (19) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (20) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转回或转销的合理性; (21) 结合各类型产品的跌价准备, 分析跌价准备计提、转