

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
关于深圳证券交易所
《关于深圳市亿道信息股份有限公司发行股份及支付现金购买资产
并募集配套资金申请的审核问询函》
回复之核查意见

索引	页码
反馈回复意见	1-258



信永中和会计师事务所

ShineWing
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街
8号富华大厦A座9层

9/F, Block A, Fu Hua Mansion,
No.8, Chaoyangmen Beidajie,
Dongcheng District, Beijing,
100027, P.R.China

联系电话: +86 (010) 6554 2288
telephone: +86 (010) 6554 2288

传真: +86 (010) 6554 7190
facsimile: +86 (010) 6554 7190

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

关于深圳证券交易所

《关于深圳市亿道信息股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金申请的审核问询函》

回复之核查意见

XYZH/2026SZAA5F0049

深圳市亿道信息股份有限公司

深圳证券交易所：

深圳证券交易所于 2026 年 3 月 19 日下发的《关于深圳市亿道信息股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金申请的审核问询函》（审核函〔2026〕130006 号）（以下简称“问询函”）已收悉，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“信永中和”或“会计师”）作为深圳市亿道信息股份有限公司（以下简称“亿道信息”、“上市公司”或“公司”）发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的会计师，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对问询函所提出的问题进行了逐项落实，并逐项进行了回复说明。请予以审核。

说明：

除非文义另有所指，本核查意见中的简称或名词释义与《重组报告书》具有相同含义。在本核查意见中，若合计数与各分项数值相加之和在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。本核查意见中所引用的财务数据和财务指标，如无特殊说明，指合并报表口径的财务数据和根据该类财务数据计算的财务指标。

本核查意见报告的字体代表以下含义：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
审核问询函所列问题的回复、对重组报告书的引用	宋体
对重组报告书的修改、补充	楷体（加粗）

问题二、关于标的资产的经营业绩及中介机构核查的充分性

申请文件显示：（1）按区域划分，标的资产报告期各期境外销售收入占主营业务收入的的比例分别为 51.42%、61.10%和 64.93%。按销售模式划分，标的资产报告期各期经销模式销售收入占主营业务收入的的比例分别为 36.81%、33.56%和 40.76%。（2）标的资产于印度设立全资子公司，该子公司近一年及一期业绩及利润率存在波动。2025 年起，标的资产将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品。（3）标的资产存在供应商与客户重叠的情形。（4）2025 年 1-9 月，E Headway Media 成为标的资产第一大客户。该客户成立于 2019 年 7 月，自 2019 年 9 月开始与标的资产合作，存在专门销售标的资产产品的情形。标的资产 2025 年 1-9 月对其收入上升系部分直销客户转由该经销商服务并提供产品所致。（5）2023 年度境外经销模式毛利率偏低，主要系俄罗斯 KONSTANTA Limited Liability Company 采购规模较大定价让利所致。（6）报告期各期，标的资产直销模式主要客户类型包括集成客户、OEM/ODM 客户、普通客户及贸易商客户。（7）报告期各期，标的资产主营业务收入分别为 3.81 亿元、3.35 亿元和 2.36 亿元。报告期内标的资产主要产品销售数量总体呈下降趋势，系标的资产拓展境外市场、主动调整客户及产品结构所致。2025 年 1-9 月因产品客户结构及市场竞争等因素变化，产品均价变动-4.87%。2025 年 1-9 月，标的资产产销率下降，期末库存数量较期初增加约 143.33%。（8）近一年及一期，标的资产主要产品的单位成本分别变动 4.73%和-4.42%。报告期各期，标的资产采购的主要原材料（如 RCBA、扫描头等模组、芯片等）价格存在波动。

请上市公司补充披露：（1）结合标的资产行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司情况等补充披露标的资产销售区域分布、各销售模式收入分布的合理性，境内外、不同销售模式毛利率差异的具体原因及合理性，与行业基本情况、可比公司情况是否存在差异。（2）详细列示并对照分析标的资产外销收入与经销收入的具体收入确认原则、销售返利的具体计量原则等同可比公司是否存在明显差异，是否符合《企业会计准则》的相关规定。（3）

按照《26号格式准则》第三十三条等相关要求，对经销模式、境外销售进行针对性分析，并披露终端销售情况。（4）对于新增客户，详细补充披露标的资产与客户新增交易的原因及订单的连续性与持续性。（5）基于主要经销商的基本情况等信息补充披露主要经销商向标的资产采购是否与其经营范围、业务规模相符。（6）结合相关进销存、期末库存、经销商采购频率及单次采购量等情况详细分析披露经销商的备货周期与其销存情况是否匹配，经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配，标的资产是否存在向经销商压货的情形。（7）报告期内及期后经销商的具体回款情况，回款金额及比例，是否存在逾期回款的情形，是否存在第三方回款的经销商，标的资产对各经销商的信用政策是否发生变动，如是，详细补充披露具体情况及合理性，标的资产对相关经销商的销售收入是否真实。（8）外销客户的基本情况，是否为标的资产关联方，境外客户为经销商的，补充披露主要最终客户的情况。（9）标的资产海关出口数据、出口退税金额等情况与境外销售收入是否匹配。（10）标的资产对涉及供应商与客户重叠情形的销售公允性。（11）标的资产同 E Headway Media 合作的具体情况，包括但不限于历年销售金额、细分销售产品、价格及毛利率、销售公允性、回款情况、信用及返利政策与其他经销商是否存在差异、主要销售地域、历史期销售退回情况等，标的资产对其历年销售规模变动的具体原因，标的资产在其成立两个月即与其展开合作、由其专门销售标的资产产品、并于 2025 年将部分直销客户转由该经销商服务并提供产品的商业逻辑及合理性，该经销商是否完成相关产品的最终销售，转移前后产品单价、销量、毛利率等指标是否存在变化，E Headway Media 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，标的资产对其销售收入是否真实、准确。（12）结合标的资产印度市场收入毛利的占比等补充披露标的资产在印度设立子公司的原因及商业合理性，与同行业公司、标的资产在其余地区的生产经营模式是否存在差异，如是，补充披露存在差异的原因及合理性。（13）标的资产 2025 年将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的具体情况，包括但不限于细分产品、涉及客户及经销商名称、同

标的资产是否存在关联关系或其他利益关系，销售模式转换对标的资产产品销售数量、价格、毛利率、收入利润等的影响情况，并结合印度市场的实际情况补充披露直销转经销的商业逻辑及合理性，与同行业公司在该地区的生产经营模式是否存在差异，相关经销商是否完成对相关产品的最终销售，是否存在向经销商压货的情形，标的资产相关收入是否真实、准确。（14）2023 年度 KONSTANTA Limited Liability Company 采购的具体情况，包括但不限于细分产品、价格与毛利率、销售公允性、回款情况、是否完成最终销售，2023 年采购规模较大的原因及合理性，KONSTANTA Limited Liability Company 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，相关销售是否真实、准确。（15）直销模式下客户类型划分的依据，直销模式下贸易商客户同经销商客户的具体差异。（16）各细分产品的单价、销售数量波动情况及波动原因，产品及客户结构调整的具体情况，产销率下降及期末库存增加的原因，主要产品销售数量及 2025 年 1-9 月均价下降的具体原因，是否符合行业及可比公司情况，下降趋势是否持续，标的资产的产品销售是否受到不利因素影响，对标的资产持续经营是否存在不利影响。（17）结合成本具体构成、主要原材料的价格波动等补充披露报告期内标的资产营业成本及单位成本变动的的原因，与主要原材料的价格变动是否匹配，标的资产成本归集及核算是否准确、完整，原材料采购价格波动对标的资产经营业绩是否存在重大不利影响。（18）基于前述事项，结合标的资产所在行业的发展趋势、市场空间、竞争格局、标的资产的核心竞争力、外销及经销收入的真实性、外销及经销比例的合理性、销售数量及单价的下降原因及是否持续、成本波动原因等，补充披露标的资产的持续经营能力是否存在不确定性，本次交易是否有利于增强上市公司持续经营能力，是否符合《重组办法》第四十四条的规定。

请独立财务顾问和会计师：（1）对上述事项核查并发表明确意见；（2）详细说明对收入实施检查等核查程序的具体情况，并单独说明对经销商收入、海外收入的核查程序，包括但不限于对销售合同/订单、出库单、物流单、签收单、

发票、记账凭证、银行回单等的检查金额及比例，函证的相关情况，对经销商终端销售、期末库存的开展的具体核查工作、核查金额及比例，对 E Headway Media 等主要海外经销商收入及终端销售的核查情况，细节测试等相关核查程序是否充分、核查的覆盖比例与获取的核查证据是否足以支撑发表核查意见；（3）说明对成本实施检查等核查程序的具体情况，包括但不限于核查方法、核查金额及比例、核查证据，相关核查程序是否充分、获取的核查证据是否支撑其发表核查意见；（4）结合对上述事项的核查工作，对标的资产销售收入及成本的真实性、准确性与完整性发表明确意见。

请律师对（11）（13）（14）（18）核查并发表明确意见。

回复：

一、结合标的资产行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司情况等补充披露标的资产销售区域分布、各销售模式收入分布的合理性，境内外、不同销售模式毛利率差异的具体原因及合理性，与行业基本情况、可比公司情况是否存在差异

（一）结合标的资产行业特点、产品特性、发展历程、下游客户分布、同行业可比公司情况等补充披露标的资产销售区域分布、各销售模式收入分布的合理性

1、标的资产行业特点

标的公司所处的行业为自动识别与数据采集行业，具体聚焦于 RFID 领域。该行业下游应用广泛，涵盖物流、零售、制造、医疗、交通等诸多领域，市场需求具有全球化、分散化的特点。行业技术迭代较快，产品需与不同行业的业务流程深度融合，因此对供应商的技术理解能力、产品定制化能力及客户服务响应速度均有较高要求。行业内企业普遍采用直销与经销相结合的销售模式以覆盖不同区域、不同类型的客户。

2、产品特性

标的公司的主要产品为智能数据采集终端、超高频 RFID 模块及组件等。产品广泛应用于工业生产环境当中，需具备高可靠性、环境适应性与稳定性，并常常需根据下游客户的具体应用场景（如仓储盘点、门店管理、生产巡检等）在硬件选配、软件功能及外设接口等方面进行定制化开发。产品单价较高，采购决策相对审慎，客户尤其注重产品的性能指标、技术支持和长期服务的可靠性。

3、发展历程

标的公司是国内较早布局且聚焦 RFID 的物联网行业数字化解决方案提供商。在国内 RFID 产业方兴未艾的 2012 年前后，标的公司已成为较早一批布局该技术并具备与全球厂商竞争能力的中国本土企业。标的公司发展历程体现了从技术积累、产品系列化到市场国际化的演进路径。在发展初期，标的公司便积极开拓亚洲等海外市场，早期即通过与英频杰等行业领先企业的深度合作，在技术、产品与市场上积累了先发优势，为其后续构建全球销售网络、在国际竞争中凭借性能与价格优势实现对部分海外厂商的替代奠定了坚实基础。通过持续的研发投入和市场开拓，标的公司逐步建立了以 RFID 为核心技术，覆盖手持式、固定式、车载式等多形态的产品矩阵，并积累了服务于不同国家、不同行业客户的经验。

4、下游客户分布

标的公司下游客户分布广泛且分散，主要分布于物流、零售、智能制造等诸多领域。报告期内，前五大客户销售占比未超过 40%，不存在对单一客户的重大依赖。客户类型多样，包括终端用户、系统集成商、贸易商及经销商等。境内客户分布与我国经济活跃区域吻合，华东、华南地区占比较高；境外客户则遍布欧洲、北美、亚洲等多个国家和地区。这种分散的客户结构是自动识别与数据采集行业应用的典型特征，反映了标的公司产品适用场景的多样性以及市场开拓的广度。

5、同行业可比公司情况

同行业可比公司，如国内的新大陆、优博讯、远望谷，以及国际知名的斑马技术、霍尼韦尔，其业务均具有全球化特征。公开信息显示，这些公司普遍在国

内外市场均有布局，销售网络覆盖多个大洲。在销售模式上，可比公司均采用了直销与经销/代理相结合的方式。直销模式主要用于对接大型项目或战略客户，以提供产品定制与服务；经销模式则用于快速覆盖更广泛区域和细分市场，提升产品渗透率与市场份额。标的公司的销售策略与行业惯例保持一致。

6、销售区域分布、各销售模式收入分布的合理性

报告期内，标的公司境外销售收入占比持续超过 50%，并呈现上升趋势，主要销售区域为欧洲、亚洲（不含中国）及北美洲。这一分布格局与全球物联网及 RFID 市场的需求热度区域相匹配。欧洲和北美作为发达市场，对自动化、数字化工具需求旺盛，是高端设备的主要市场；亚洲及其他新兴市场则处于信息化建设快速期，市场需求增长潜力大。标的公司自设立初期即开展国际化布局，建立本地化的客户支持与服务体系，从而有效开拓并维护海外市场。境内销售则主要集中于经济发达、产业集聚度高的华东、华南地区，这与国内区域经济发展水平和产业链分布相符。标的公司的销售区域分布具有合理性。

标的公司采用以直销为主、经销为辅的销售模式。报告期内，直销模式收入占比约 60%，主要客户为大型系统集成商、行业终端客户及 OEM/ODM 客户。采用直销模式有利于标的公司深度理解前端需求，直接提供技术解决方案，保障项目实施质量，并维护核心客户关系。经销模式收入占比约 40%，标的公司通过遴选各地具有行业背景和渠道资源的经销商，能够快速扩大市场覆盖面，以开拓全球多应用领域的客户。这种直销与经销并重的结构，既保证了标的公司对重点行业和核心客户的把控力与服务深度，又实现了销售网络的广度与灵活性。该模式是标的公司基于行业特征以及自身特点所做的合理选择，符合同行业惯例。上述销售模式收入分布亦具有合理性。

综上所述，标的公司销售区域分布、各销售模式收入分布具有合理性。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“5、主营业务收入按销售模式分析”补充披露。

（二）境内外、不同销售模式毛利率差异的具体原因及合理性，与行业基本情况、可比公司情况是否存在差异

1、境内外毛利率差异的具体原因及合理性

报告期内，标的公司内外销毛利率情况如下：

类别	2025年1-9月	2024年度	2023年度
内销	37.15%	35.42%	29.42%
外销	45.79%	47.41%	43.81%

报告期内，标的公司境外销售毛利率高于境内销售毛利率，主要系市场结构与客户结构不同所致。境外市场，特别是欧美等发达地区，客户对产品品牌、技术性能、可靠性及后续服务的重视程度通常高于对价格的敏感度，更为看重技术和服务附加值，因此标的公司产品定价空间相对更优。境内市场竞争更为充分且激烈，价格成为重要竞争因素，导致毛利率水平相对较低。

2、不同销售模式毛利率差异的具体原因及合理性

报告期内，标的公司不同销售模式毛利率情况如下：

类别	2025年1-9月	2024年度	2023年度
一、直销模式	43.51%	43.22%	36.19%
集成客户	40.36%	41.41%	39.62%
普通客户	54.45%	54.29%	49.79%
ODM/OEM 客户	37.83%	34.34%	27.48%
贸易商	40.11%	40.52%	43.02%
二、经销模式	41.66%	41.81%	37.90%

报告期内，标的公司直销模式毛利率接近或略高于经销模式毛利率，但整体差异不大。毛利率的差异并非由于销售模式的不同所主导，而主要归因于不同模式所服务的客户类型及其业务特性的差异。具体而言，在直销模式下，客户可进一步分为集成客户、普通客户、ODM/OEM 客户及贸易商，各类客户毛利率存在差异。其中，ODM/OEM 模式的毛利率相对较低，主要系标的公司在报告期

早期为引入重点领域的重点客户、拓展市场份额并巩固行业地位，对此部分境内大客户给予了具有竞争力的报价，导致了该部分业务毛利率偏低。另一方面，普通客户毛利率较高，主要得益于该类客户集中于毛利率水平较高的智能车载业务，从而拉高了该模式下的平均毛利率。

因此，直销与经销模式间的毛利率差异，本质上是不同销售模式所对应的客户结构差异的结果，并非模式本身导致的毛利率差异。直销模式中包含了毛利率较低的 ODM/OEM 客户和毛利率较高的普通客户等。两种模式毛利率的差异，反映了标的公司通过差异化的定价与服务策略，在不同销售渠道实现了与客户价值相匹配的盈利水平，该等差异具备合理的商业逻辑。

3、与行业基本情况、可比公司情况是否存在差异

综合上述分析，标的公司境内外毛利率、不同销售模式毛利率存在的差异，是其根据不同市场的竞争环境、客户特性、渠道策略所采取的差异化经营策略的合理结果，符合商业逻辑。从行业基本情况看，自动识别与数据采集行业下游应用的客户分散，全球不同区域经济发展水平、市场竞争格局存在差异，行业内企业针对不同区域采取差异化的定价与毛利策略是普遍现象。同时，直销与经销模式因价值链分工不同而导致毛利率差异，亦是自动识别与数据采集行业的通行特点。

从可比公司情况来看，公开资料中较少直接披露分区域、分模式的详细毛利率数据，但显示同行业上市公司如优博讯、新大陆、斑马技术等均采用直销与经销相结合的销售模式，且业务均遍布全球主要市场。同行业公司不同市场和不同销售渠道间亦会存在毛利率的结构差异，标的公司不同区域、不同模式下的毛利率差异与行业相符。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（三）毛利及毛利率分析”补充披露。

二、详细列示并对照分析标的资产外销收入与经销收入的具体收入确认原则、销售返利的具体计量原则等同可比公司是否存在明显差异，是否符合《企

业会计准则》的相关规定

（一）外销收入与经销收入的具体收入确认原则，与可比公司是否存在明显差异，是否符合《企业会计准则》的相关规定

1、境外销售收入

对于境外销售，标的公司根据《国际贸易术语解释通则》中关于控制权转移的时点的规定，对不同贸易条款适用不同的收入确认依据，具体情况如下：

贸易方式	收入确认时点	收入确认依据
FOB	公司在办理完出口报关手续后取得海关报关单等凭证，已收取货款或取得了收款的权利且相关的经济利益很可能流入，公司根据报关单上记载的出口日期作为确认商品销售收入的时点。	报关单
EX-WORK	客户或其指定的物流公司在公司工厂提货后，公司已收取货款或取得了收款的权利且相关的经济利益很可能流入，公司依据货运交接单确认收入。	货运交接单
CFR/CIF/CPT	公司在办理完出口报关手续后并取得海关报关单等凭证，根据合同订单约定将产品交付至客户指定地点后，确认收入。	物流签收单

可比公司的出口收入确认政策如下：

可比公司	收入原则
优博讯	根据合同中相关权利和义务的约定，订单货物已经报关离岸时确认销售收入的实现。
新大陆	外销产品收入确认需满足以下条件：公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。
远望谷	出口销售：本公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入商品所有权上的主要风险和报酬已转移，商品的法定所有权已转移。

标的公司与可比公司均以商品控制确认转移，相关经济利益很可能流入作为外销收入确认的原则，标的公司与可比公司外销收入确认不存在明显差异，符合企业会计准则的规定。

2、经销收入

标的公司对经销商实行买断式销售。即公司向经销商销售产品，商品的控制权即转移至经销商。标的公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务的控制权，是指能够主导该商品的使用或该服务的提供并从中获得几乎全部的经济利益。具体原则为：

境内销售：根据与客户签订的合同或协议，按照客户要求发货，在客户收货并取得签收单后确认收入。

境外销售：依照不同的境外销售出口模式，从货物发出并办妥报关出口手续或经客户指定的货代签收后/物流签收后确认收入。

可比公司的经销商收入确认政策如下：

可比公司	收入原则
优博讯	与经销商之间采取买断式的经销方式，收入的具体确认时点如下：国内销售收入：根据与客户签订的合同或协议，按照客户要求发货，在客户收货并取得相关签收凭证后确认收入；出口销售收入：根据与客户签订的合同或协议约定将产品报关，并取得出口报关单和承运人签发的货运提单后确认收入。
新大陆	未单独披露
远望谷	未单独披露

可比公司中，新大陆以及远望谷未披露经销收入确认原则。标的公司与可比公司优博讯对经销商均采用买断式经销模式，收入确认政策不存在明显差异，符合企业会计准则的规定。

（二）销售返利的具体计量原则，与可比公司是否存在明显差异，是否符合《企业会计准则》的相关规定

报告期内，标的公司与部分经销商签订销售返利协议，返利类型包括季度返利、年度返利以及超额完成任务返利。当经销商完成考核期销售目标时，标的公司按照返利政策确认给与经销商返利，用于抵扣未来采购货款。

标的公司对经销商销售返利的会计处理如下：

经销商达到合同约定的返利条件时，根据对经销商的销售情况计提销售返利：

借：主营业务收入

贷：合同负债

实际兑付返利时，根据兑现金额冲减返利余额，确认销售收入

借：合同负债

贷：主营业务收入

标的公司与经销商约定的以销售额计算的经销返利，用于抵扣未来采购货款，属于额外的购买选择权。根据标的公司实际结算情况，客户仅在达到返利协议约定的各项标准后，方可取得该额外购买权，且行使时无需支付额外价款。出于谨慎考虑，标的公司认定该选择权向客户提供了一项重大权利，并将其作为单项履约义务，按照交易价格分摊的相关原则，将交易价格分摊至该履约义务。报告期内，标的公司按当年客户销售情况计算返利计提金额，按所属期间冲减当期营业收入以及确认合同负债，后续结算时冲减其合同负债并确认相关营业收入。

标的公司同行业可比公司优博讯、新大陆以及远望谷未披露销售返利的会计处理。其他公司披露的返利政策具体如下：

可比公司	计提返利	兑付返利
睿健医疗	借：主营业务收入 贷：合同负债	借：合同负债 贷：主营业务收入
德硕科技	借：主营业务收入 应交税费-销项税额 贷：合同负债	借：合同负债 贷：主营业务收入
青岛双星	根据双方约定的折扣政策计提折扣，公司按抵减折扣后的净额确认收入，同时将已承诺未兑现的折扣计入负债。	客户可在提货时要求将计提的折扣抵减本次提货款，公司将客户兑现的折扣冲减负债

综上所述，标的公司外销收入与经销收入的具体收入确认原则、销售返利的具体计量原则同可比公司相比不存在明显差异，符合企业会计准则的规定。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”补充披露。

三、按照《26号格式准则》第三十三条等相关要求，对经销模式、境外销售进行针对性分析，并披露终端销售情况

根据《26号格式准则》第三十三条：“.....如交易标的存在经销模式、线上销售、境外销售等特殊情形的，应当进行针对性分析，并说明终端销售情况。”

（一）标的公司产品以境外销售为主、境内销售为辅

报告期内，成为信息产品以境外销售为主、境内销售为辅，境内外主要销售区域分布如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月		2024年度		2023年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、境内销售	8,273.40	35.07%	13,045.79	38.90%	18,515.94	48.58%
华东地区	2,306.35	9.78%	4,382.30	13.07%	8,609.90	22.59%
华南地区	3,143.05	13.32%	5,235.60	15.61%	5,829.90	15.30%
西南地区	1,216.46	5.16%	1,762.26	5.26%	1,093.34	2.87%
华北地区	801.67	3.40%	667.68	1.99%	1,975.46	5.18%
西北、华中及东北地区	805.87	3.42%	997.95	2.98%	1,007.34	2.64%
二、境外销售	15,315.10	64.93%	20,488.50	61.10%	19,594.59	51.42%
欧洲	3,165.47	13.42%	5,795.46	17.28%	9,191.63	24.12%
亚洲	8,171.49	34.64%	8,806.52	26.26%	6,021.42	15.80%
北美洲	2,362.95	10.02%	3,688.04	11.00%	2,842.17	7.46%
其他	1,615.19	6.85%	2,198.49	6.56%	1,539.37	4.04%
合计	23,588.50	100.00%	33,534.29	100.00%	38,110.54	100.00%

报告期内，成为信息形成了境内外销售并重、境外销售为主的收入结构；报告期各期，成为信息境外销售收入分别为 19,594.59 万元、20,488.50 万元及 15,315.10 万元，占比分别为 51.42%、61.10%及 64.93%，主要销售区域为欧洲、亚洲及北美洲，主要原因为相关区域经济规模较大、制造业及服务业发达，对智能数据采集终端需求较为旺盛。报告期各期，成为信息境内销售收入分别为 18,515.94 万元、13,045.79 万元及 8,273.40 万元，占比分别为 48.58%、38.90%

及 35.07%，在华东、华南地区的销售占比较高，与国内区域经济发展形势、成为信息所处区域基本匹配。

成为信息境外销售的终端客户主要系所属销售区域内的物流、零售、交通、智能制造、金融、资产管理等行业用户，其境外销售对应的终端客户分散，与智能数据采集终端应用范围广泛的特点相匹配。

（二）标的公司产品以直销为主、经销为辅

单位：万元

项目	2025年1-9月		2024年度		2023年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、直销模式	13,974.75	59.24%	22,279.04	66.44%	24,083.76	63.19%
集成客户	5,352.13	22.69%	7,317.95	21.82%	5,778.20	15.16%
普通客户	3,899.26	16.53%	7,129.00	21.26%	5,741.49	15.07%
OEM/ODM	4,263.24	18.07%	7,191.91	21.45%	11,815.51	31.00%
贸易商	460.12	1.95%	640.18	1.91%	748.55	1.96%
二、经销模式	9,613.75	40.76%	11,255.25	33.56%	14,026.78	36.81%
合计	23,588.50	100.00%	33,534.29	100.00%	38,110.54	100.00%

报告期内，成为信息以直销为主、经销为辅，报告期各期直销模式销售收入占比分别为 63.19%、66.44% 及 59.24%，主要客户类型包括集成客户、OEM/ODM 客户、普通客户及贸易商客户；报告期各期经销模式销售收入占比分别为 36.81%、33.56% 及 40.76%，均为对经销商的销售收入。

成为信息对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，且其经销商对应的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点，与智能数据采集终端应用范围广泛的特点相匹配。

成为信息产品的终端客户应用场景主要为智慧物流、零售连锁、仓储、交通、医疗、金融、电力、畜牧等行业的数据采集与管理，这些行业对智能数据采集终端的需求较大但较为分散。报告期内，多数经销商当期采购成为信息产品在 1 个月左右即可实现最终销售，当期实现终端销售比例较高，期末库存较低，不存

在向经销商压货的情形。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按区域构成分析”及“5、主营业务收入按销售模式分析”补充披露。

四、对于新增客户，详细补充披露标的资产与客户新增交易的原因及订单的连续性与持续性

标的公司作为拥有自有品牌的智能数据采集终端厂商，以直销与经销相结合的模式对外销售产品，该等模式下终端应用场景的多元化，使得其客户群体广泛而分散，客户集中度较低。报告期内，标的公司新增客户数量（以首次下单时间统计）分别为 596 家、532 家和 298 家，其中当期收入金额在 100 万以上的新增客户数量分别为 4 家、1 家和 1 家。该等主要新增客户的新增交易金额及原因如下：

新增客户年份	新增客户名称	当期销售收入（万元）	新增交易原因
2025 年 1-9 月	深圳市拓必特科技有限公司	274.78	系集成商客户，在获取下游品牌零售终端的物资管理项目订单后，向公司进行采购并进一步集成
2024 年度	深圳市优瑞克科技有限公司	108.72	该客户此前采购同行业其他品牌的手持终端，因各种因素终止合作后，选择向标的公司采购产品
2023 年度	中国铁塔股份有限公司	308.19	因其设备和各站点的数字化管理需求，向标的公司采购产品
	深圳顺丰泰森控股（集团）有限公司	211.73	系顺丰控股股份有限公司的子公司，采购标的公司产品用于物资管理
	宁德新中远电子科技有限公司	140.57	系集成商客户，采购标的公司产品并进一步集成，用于下游终端客户的电池生产管理
	北海卓豪信息科技有限公司	101.56	系标的公司智能车载业务代理商，根据交通行业政策驾校需要安装驾培计时系统，客户获得该项目在北海地区的运营，进而向

新增客户年份	新增客户名称	当期销售收入（万元）	新增交易原因
			公司采购产品

报告期内，标的公司新增客户订单的连续性与持续性，通过多元化的客户结构、差异化的订单类型以及相应的客户维系策略得到体现。

一是，对于以大型终端客户为主的项目制直销订单，其持续性体现在项目周期内的确定性和项目结束后的延伸需求上。例如，2023 年度新增客户中国铁塔股份有限公司和深圳顺丰泰森控股（集团）有限公司，其采购源于明确的数字化管理或物资管理项目需求。此类订单在项目执行期间具有较为确定的采购量，而在主要产品交付完成后，通常会转化为持续的配件更换、维护及技术服务等长期需求，从而形成持续的业务关系。

二是，对于经销渠道订单，其持续性主要依赖于经销商对区域市场和目标客群的开拓能力。标的公司遴选优质经销商，并通过技术、政策和资源支持等一系列措施，助力经销商实现销售收入的增长，从而间接保障了来自该渠道订单的持续性与增长潜力。

此外，对于其他类型的客户，如各类集成商、OEM/ODM 客户，订单的持续性则更多地依赖于标的公司自身的核心竞争力。通过持续的产品创新迭代、产品质量保障、技术支持和售后服务的及时有效，标的公司能够满足客户不断变化的需求，从而维系长期合作关系，促使订单具有较高的持续性。

综上所述，标的公司新增客户的订单并非一次性交易，而是基于项目生命周期、渠道伙伴成长以及自身综合服务能力等多种因素，形成了具有连续性与持续性的业务模式。标的公司通过针对不同客户类型采取相应的销售与服务策略，有效地维系了客户关系，支撑了业务的稳定发展。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”补充披露。

五、基于主要经销商的基本情况等信息补充披露主要经销商向标的资产采

购是否与其经营范围、业务规模相符

（一）报告期前五大经销商情况

报告期各期，成为信息前五大经销商的销售情况如下：

单位：万元

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额	占主营业务收入比例	占经销收入比例
2025年 1-9月	1	E Headway Media	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,981.40	8.40%	20.61%
	2	Enterprise Data Resources, Inc.	智能数据采集终端及相关配件、组件	983.29	4.17%	10.23%
	3	Interway	智能数据采集终端及相关配件、组件	946.51	4.01%	9.85%
	4	深圳市伊卡王科技有限公司	智能数据采集终端及相关配件、组件	439.55	1.86%	4.57%
	5	Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	智能数据采集终端及相关配件、组件	370.99	1.57%	3.86%
	合计			4,721.75	20.02%	49.11%
2024年度	1	Enterprise Data Resources, Inc.	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,727.86	5.15%	15.35%
	2	Interway	智能数据采集终端及相关配件、组件	995.71	2.97%	8.85%
	3	KONSTANTA Limited Liability Company	智能数据采集终端及相关配件、组件	964.02	2.87%	8.57%
	4	深圳市伊卡王科技有限公司	智能数据采集终端及相关配件、组件	496.20	1.48%	4.41%
	5	Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	智能数据采集终端及相关配件、组件	395.66	1.18%	3.52%
	合计			4,579.44	13.66%	40.69%
2023年度	1	KONSTANTA Limited Liability Company	智能数据采集终端及相关配件、组件	4,463.71	11.71%	31.82%
	2	Interway	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,204.47	3.16%	8.59%
	3	Enterprise Data Resources, Inc.	智能数据采集终端及相关配件、组件	878.79	2.31%	6.27%
	4	深圳市伊卡王科技有限公司	智能数据采集终端及相关配件、组件	749.93	1.97%	5.35%
	5	Dangot	智能数据采集终端及	360.10	0.94%	2.57%

年度	序号	客户名称	主要销售产品	销售金额	占主营业务收入比例	占经销收入比例
			相关配件、组件			
	合计			7,657.00	20.09%	54.59%

注：成为信息对受同一法人/自然人控制的客户的销售，按照合并口径计算披露。

报告期各期，成为信息前五大经销商销售收入占比分别为 20.09%、13.66% 及 20.02%，占经销收入比例分别为 54.59%、40.69%、49.11%，经销商较为分散；报告期内，以上经销商依据其自身客户需求、项目需求向成为信息采购产品，因此各期采购规模存在一定波动，但均为持续合作的主要经销商，且总体保持稳定，不存在当期新增合作经销商客户进入前五大的情况。报告期内，成为信息主要经销商与成为信息不存在实质或潜在的关联关系。

（二）基于各期前五大主要经销商的基本情况，包括但不限于：注册资本、注册地址、成立时间、经营范围、股东、核心管理人员、员工人数、与标的资产合作历史等，补充披露主要经销商向标的资产采购是否与其经营范围、业务规模相符

1、各期前五大主要经销商的基本情况

报告期内，标的公司各期前五大经销商共计 7 家，其主要基本情况如下：

经销商名称	注册资本	注册地址	成立时间	经营范围	股东	核心管理人员	员工人数	合作起始时间
Enterprise Data Resources, Inc.	不适用	985 Woodlawn Drive, Marietta, GA 30068 C/O: MICHAEL SAUL-301 WASHINGTON AVENUE, MARIETTA GEORGIA 30060 UNITED STATES	1995	条码和 RFID 设备分销	Louis Fruchtmann, Lidia Dewberry	Don Powers	42	2019
Interway	HKD 1	UNIT 2A, 17/F, GLENEALY TOWER, NO.1	2021	自动连接设备, 包括条码打印机、RFID 设备、	AIDC TECNOLOGIA LTDA	Mauricio Cervenka	其股东 AIDC 约 250 人	2019

经销商名称	注册资本	注册地址	成立时间	经营范围	股东	核心管理人员	员工人数	合作起始时间
		GLENEALY, CENTRAL HONG KONG		移动手持终端、 POS 机、路由 器等	100%			
深圳市伊卡 王科技有限 公司	5.2 万元人 民币	深圳市南山区南山街 道登良路23号汉京国 际 12D	2016	RFID 行业及周 边产品的销售	王 昭 97.50%, 严 丽娟 2.50%	王昭、李亚 静	10	2017
Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	ZAR. 100000	24 HERBERT BAKER STREET 0181,GROENKLOO FPRETORIA.0181.G AUTENG PROVINCE SOUTH AFRICA	1993	条码解决方案 、射频识别解 决方案 、坚固 耐用型工业设 备 、数据采集	DU PLESSIS INVESTME NT TRUST 100%	MR .SARE L STEFANU S DU PLESSIS MR.GERT RUIDA DU PLESSIS	22	2016
KONSTANT A Limited Liability Company	10000 roubles	DEMONSTRATION S ST, HOUSE №27, BUILDING 1, OFFICE 19, TULA REGION, TULA 300034, Russian Federation	2015	提供法律咨询、 承建以及销售 建筑与开发项 目	Andrey Skvortsov 100%	Andrey Skvortsov	35	2018
Dangot	NIS 10,000	14 Yad Harutzim Street TEL AVIV 6770007 ISRAEL	1989	办公硬件设备 及条码解决方 案及设备、信息 终端设备	OMNIQ TECHNOL OGIES LTD 100%	Haim Dangot, Shai Lustgarten, Netanel Arnon, Ram Lustgarten	130	2018
E Headway Media	不适用	301, Virendra villas, Behind S.P office, City Center, Gwalior, Gwalior, Madhya Pradesh, 474001	2019	RFID 系统、条 码扫描器、移动 计算机	Anubhuti Rai& Varchas Dev	Anubhuti Rai& Varchas Dev	30	2019

注：Interway 由 AIDC TECNOLOGIA LTDA100%持股，最终隶属于巴西本土跨国集团 Grupo Ártico，Interway 系该集团在香港的采购子公司，履行采购职能，Interway 采购成为信息产品后，于香港报关后，直接销售给其巴西母公司 AIDC TECNOLOGIA LTDA，后续在巴西进行销售。Interway 包括 Interway Asia Limited 及 Interway Corp，其中 Interway Corp 与标的公司于 2019 年即开展了合作。

2、主要经销商向标的资产采购是否与其经营范围、业务规模相符

报告期内，标的公司各期前五大经销商的采购与其自身的经营范围、业务规模匹配性分析如下：

单位：万元

客户名称	2025年1-9月销售额	2024年度销售额	2023年度销售额	采购与其经营范围匹配性分析	采购与其业务规模匹配性分析
Enterprise Data Resources, Inc.	983.29	1,727.86	878.79	该公司凭借超过 20 年行业经验，在美国国内市场建立了其独特的市场定位，是美国条码设备市场中重要的服务商与合作伙伴，尤其在终端市场和特定行业客户中拥有稳固的地位，因此采购与其经营范围相符。	（1）根据访谈提纲，2023 年、2024 年、2025 年（预计）其销售规模处于 1,400 万美元-4,200 万美元之间，故该客户整体销售规模位于 1 亿人民币-3 亿人民币之间。 （2）2025 年受贸易摩擦及关税影响相应采购金额降幅较大，根据访谈提纲，其向标的公司采购的产品占其采购同类产品的比例在 20%、30%、30%左右，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。
Interway	946.51	995.71	1,204.47	该公司隶属巴西本土跨国集团 Grupo Ártico，20 多年来一直是巴西规模最大的 AIDC 和企业移动化增值分销商，在圣保罗等 4 州设有配送中心，通过渠道网络向零售、物流、制造、金融等行业提供多个知名品牌的扫码终端、RFID 与移动打印方案，并率先引入中国高性价比设备降低部署门槛，以渠道覆盖广、技术响应快和租赁模式占据巴西自动识别市场的领先地位，因此采购与其经营范围相符。	（1）根据访谈提纲，2023 年、2024 年其销售规模在 700 万美元以内，2025 年（预计）销售规模在 700 万美元-1,400 万美元之间。 （2）Interway 系标的公司在巴西的独家经销商，同时也代理斑马等其他品牌产品，其向标的公司采购的产品占其采购同类产品的比例在 25%左右，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。

客户名称	2025年1-9月销售额	2024年度销售额	2023年度销售额	采购与其经营范围匹配性分析	采购与其业务规模匹配性分析
深圳市伊卡王科技有限公司	439.55	496.20	749.93	主要从事 RFID 行业及周边产品的销售，采购与其经营范围相符。	<p>(1) 根据访谈提纲，伊卡王各年的销售规模在 1,000 万元-2,000 万元之间。</p> <p>(2) 针对同类产品，伊卡王只经销标的公司产品，系标的公司在法国的独家经销商，但还有比如标签、无人机代理销售等业务；2024 年起因其下游法国客户项目结束，使得采购金额有所下降，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。</p>
Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	370.99	395.66	262.01	经营范围涵盖条码解决方案、射频识别解决方案、坚固耐用型工业设备、数据采集等，采购与其经营范围相符。	<p>(1) 根据访谈提纲，Osiris 各年的销售规模在 700 万美元以内。</p> <p>(2) 报告期内，因其销售服务团队及覆盖范围有所增长使得采购金额有所增加。其向标的公司采购的产品占其采购同类产品的比例分别在 60%-70%、70%-75%、80%-90%之间，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。</p>
KONSTANT A Limited Liability Company	319.46	964.02	4,463.71	<p>(1) KONSTANTA 经营范围为提供法律咨询、承建以及销售建筑与开发项目，KONSTANTA 与标的公司 2018 年开始合作，系标的公司在俄罗斯的独家经销商，KONSTANTA 向标的公司采购智能数据采集终端后，全部销售给俄罗斯 OCTRON LLC。</p> <p>(2) OCTRON LLC 系俄罗斯销售条码自动识别设备、RFID 设备</p>	<p>(1) 根据访谈提纲，KONSTANTA 各年的销售规模分别处于 1,400 万美元-4,200 万美元之间、700 万美元-1,400 万美元、700 万美元-1,400 万美元之间；OCTRON LLC 各年的销售规模分别为 1,300 万美元-1700 万美元、350 万美元-450 万美元、350 万美元-450 万美元之间。</p> <p>(2) 俄罗斯市场上中国厂家竞争加剧，此外 2024 年开始受战争及下游客户需求波动影响，使得采购金额明显下降。其系标的公司在俄罗斯的独家经销商，同时 KONSTANTA 亦为 OCTRON LLC 代理 POSTEK 博思得等品牌</p>

客户名称	2025年1-9月销售额	2024年度销售额	2023年度销售额	采购与其经营范围匹配性分析	采购与其业务规模匹配性分析
				<p>的专业分销商，2018年 OCTRON LLC 与标的公司欲就俄罗斯市场开始合作，考虑到结算的便利性、稳定性，便商议由 KONSTANTA 作为采购主体向标的公司采购，并直接向标的公司支付相关货款，然后再销售给 OCTRON LLC。</p>	<p>产品，其向标的公司采购的产品占其采购同类产品的比例在 20%-50%之间，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。</p>
Dangot	171.67	372.15	360.10	<p>经营范围涵盖办公硬件设备及条码解决方案及设备、信息终端设备等，采购与其经营范围相符。</p>	<p>(1) Dangot 为纳斯达克上市公司 OMNIQ Corp.的全资子公司，经营地址在以色列，根据年报数据，OMNIQ 2023 年、2024 年的销售收入分别为 8,119 万美元、7,357 万美元，Dangot 2023 年、2024 年的销售收入分别为 4,480 万美元、3,050 万美元。</p> <p>(2) 受巴以冲突影响，使得采购金额有所下降，整体看来，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。</p>
E Headway Media	1,981.40	290.86	180.34	<p>E Headway 深耕印度 AIDC 市场，服务于当地工业、物流、零售、仓储、车队管理、电子商务等各行业客户，在印度当地拥有完善的本地化服务体系，采购与其经营范围相符。</p>	<p>(1) 根据访谈提纲，E Headway Media 各年的销售规模在 700 万美元以下。</p> <p>(2) E Headway Media 2025 年 1-9 月采购金额明显上升，一方面系因为 2025 年标的公司将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由 E Headway Media 服务并提供产品，Scootsy 和 Safexpress 为印度即时零售、物流等领域的领军企业，其所处领域处于高速发展阶段，对标的公司的产品需求较大；另一方面系因为</p>

客户名称	2025年1-9月销售额	2024年度销售额	2023年度销售额	采购与其经营范围匹配性分析	采购与其业务规模匹配性分析
					E Headway Media 印度本地的其他物流、零售终端客户的需求及采购总量亦有所增加，且均已实现最终销售。其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“七、主营业务发展情况”之“（五）主要产品的生产和销售情况”之“4、报告期前五大经销商情况”补充披露。

六、结合相关进销存、期末库存、经销商采购频率及单次采购量等情况详细分析披露经销商的备货周期与其销存情况是否匹配，经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配，标的资产是否存在向经销商压货的情形。

报告期内，成为信息以直销为主、经销为辅，报告期各期经销模式销售收入占比分别为 36.81%、33.56%及 40.76%。成为信息对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，且成为信息产品的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点。成为信息经销模式产品主要为标准化产品，交货周期较短，一般为一周至一个月之间，经销商一般按需采购，无明确备货周期，仅保留少量的安全库存。

（一）结合主要经销商的相关进销存、期末库存情况，分析经销商的备货周期与其销存情况是否匹配

根据主要经销商关于标的公司产品的进销存明细表，主要经销商的进销存、期末库存情况如下：

单位：台数

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
取得进销存的经销商家数	30		

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
取得进销存的经销商销售收入（万元）	7,428.29	8,425.33	11,047.01
占标的公司经销收入比例	77.27%	74.86%	78.76%
经销商期初库存数量①	6,832	5,272	2,764
经销商当期向发行人采购数量②	43,181	47,709	66,712
经销商当期实现最终销售数量③	44,489	46,149	64,204
经销商期末库存数量④	5,524	6,832	5,272
经销商平均对终端客户日销售量⑤=③/360	164.77	128.19	178.34
期末库存平均周转天数（天）⑥=④/⑤	33.52	53.30	29.56

注 1：上述经销商的进销存数据统计依据为已获取的主要经销商进销存明细资料；

注 2：2025年1-9月的经销商平均对终端客户日销售量已年化处理，即2025年1-9月经销商平均对终端客户日销售量⑤=③/270。

根据主要经销商提供的进销存数据进行测算，经销商期末库存平均周转天数主要为29.56天、53.30天、33.52天，与经销商一般按需采购，无明确备货周期，仅保留少量的安全库存相匹配。由于俄罗斯市场竞争激烈且2024年受战争、下游客户需求波动影响，该区域经销商在2024年的采购数量和销售数量均明显下降，使得经销商平均对终端客户日销售量下降，进而使得2024年期末库存平均周转天数增加。

（二）结合经销商采购频率及单次采购量，分析经销商的备货周期与其销存情况是否匹配

报告期内，标的公司经销商在各期的采购频率、单次采购量的具体情况如下：

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
经销商收入金额（万元）	8,740.42	10,197.01	12,330.42
经销商数量（家）	111	121	120
采购订单数量（次）	2,193	2,628	2,273
年均采购频率（次/年/家）	19.76	21.72	18.94
月均采购频率（次/月/家）	2.20	1.81	1.58
平均订单金额（万元/次）	3.99	3.88	5.42

注 1：经销商收入金额为对应的便携式数据采集终端、固定式数据采集终端、智能车载终端等整机形态的收入金额，采购订单数量为经销商对应的便携式数据采集终端、固定式数据采集终端、智能车载终端等整机形态的订单数量。

注 2：年均采购频率=采购订单数量/（12*全年有整机交易的经销商家数），月均采购频率=年均采购频率/12，2025 年 1-9 月的月均采购频率=年均采购频率/9。

注 3：平均订单金额=经销商收入金额/采购订单数量。

报告期内，标的公司单家经销商月均采购频率分别为 1.58 次、1.81 次、2.20 次，标的公司经销商平均单次采购金额分别为 5.42 万元、3.88 万元、3.99 万元。采购频率相对稳定，2024 年平均单次采购金额呈下降趋势，主要系由于俄罗斯市场竞争激烈且 2024 年受战争、下游客户需求波动影响，使得采购金额明显下降所致。

标的公司经销商一般按需采购，无明确备货周期，仅保留少量的安全库存，这与月均采购频率和平均单次采购金额相匹配，与标的公司经销商的销存情况相匹配。

（三）经销商采购频率及单次采购量分布是否合理，与期后销售周期是否匹配，标的资产是否存在向经销商压货的情形

标的公司对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，且其经销商对应的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点。经销商月均 2 次左右的采购频率及平均单次 3-5 万元的采购金额具有合理性，与期后销售周期相匹配。

报告期内，多数经销商当期采购成为信息产品在 1 个月左右即可实现最终销售，当期实现终端销售比例较高，期末库存较低，不存在向经销商压货的情形。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按区域构成分析”及“5、主营业务收入按销售模式分析”补充披露。

七、报告期内及期后经销商的具体回款情况，回款金额及比例，是否存在逾期回款的情形，是否存在第三方回款的经销商，标的资产对各经销商的信用

政策是否发生变动，如是，详细补充披露具体情况及合理性，标的资产对相关经销商的销售收入是否真实

（一）报告期内及期后经销商回款情况，回款金额及比例

1、报告期内经销商回款情况

报告期内，标的公司对经销商的销售回款情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
经销商销售收入（含税）	9,896.89	11,685.76	14,481.07
当期回款金额	10,014.73	11,591.56	14,495.53
当期回款比例	101.19%	99.19%	100.10%

2、期后经销商回款情况

截至本回复出具之日，2025年9月末经销商应收账款在期后的回款情况如下：

单位：万元

2025年9月末应收余额	期后回款金额	期后回款比例	尚未回款金额
1,239.98	1,168.15	94.21%	71.82

注：期后尚未回款金额主要是：南京鑫虹悦电子科技有限公司期后未回款，金额约71.82万，双方存在诉讼，已100%计提坏账准备。2023年末和2024年末经销商的应收账款余额，除南京鑫虹悦电子科技有限公司外，期后均已收回款项。

整体来看，标的公司经销商客户回款情况良好，不存在大额未回款情况。

（二）是否存在逾期回款的情形

报告期内，标的公司经销商客户存在少量逾期回款情形，除南京鑫虹悦电子科技有限公司因诉讼导致尚未回款外，其余经销商客户的逾期回款主要系未及时对账催付、境外银行汇款延迟、遇节假日等临时性因素所致，逾期天数较少，且该等款项均已收回。

（三）经销商第三方回款情况

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
第三方回款金额	187.54	279.10	296.62
经销商营业收入	9,896.89	11,685.76	14,481.07
第三方回款占收入比例	1.89%	2.39%	2.05%

报告期内，经销商第三方回款金额分别为 296.62 万元、279.10 万元和 187.54 万元，占经销商营业收入的比例分别为 2.05%、2.39%和 1.89%，主要系境外客户出于外汇支付便利性考虑，委托具有跨境外汇支付能力的第三方金融机构支付货款所致。第三方回款金额及占经销商营业收入的比例均较小，标的公司与第三方回款方不存在关联关系。

（四）标的资产对各经销商的信用政策是否发生变动，如是，详细补充披露具体情况及合理性

报告期内，主要经销商信用政策变动情况及合理性如下：

经销商	信用政策	政策是否变动	变动时间	变动前信用政策	合理性分析
Interway	出货后 30 天账期	是	2025 年	款到发货	巴西当地独家经销商，合作年限久，资信状况良好，故给予一定账期
Enterprise Data Resources, Inc.	① 款到发货（主要）； ② 预收定金 70%，尾款发货后 30 天收款	否	/	/	/
深圳市伊卡王科技有限公司	款到发货	否	/	/	/
Dangot	款到发货	否	/	/	/
KONSTANTALimited Liability Company	下单时付合同金额的 30%，	否	/	/	/

经销商	信用政策	政策是否变动	变动时间	变动前信用政策	合理性分析
	发货前付合同金额的 40%，发货后 60 天内付清剩余 30%的尾款。				
E Headway Media	① 票后 30 天付款（主要）； ② 100% 预付款； ③ 交货后 35 天内付款	是	2025 年	① 100% 预付款（主要）； ② 票后 30 天内付款	印度当地经销商，资信和信用良好，合作规模增加较快，故适当追加账期
Osiris Technical Systems (Pty) Ltd.	款到发货	否	/	/	/

标的公司在报告期内对经销商信用政策的调整，主要基于两方面的考量：一方面，针对合作年限较长、历史回款记录良好的经销商，标的公司会适度给予一定的信用账期，以增强经销商粘性并稳定销售渠道；另一方面，对于出现回款逾期或经营状况异常的经销商，则及时收紧信用政策，以有效控制回款风险。所有相关政策变动均履行了标的公司内部审批程序，标的公司不存在通过放宽信用政策刺激销售或虚增收入的情形。

（五）标的资产对相关经销商的销售收入是否真实

报告期内，标的公司对相关经销商的销售收入是真实的，具有良好的回款支撑，存在少量临时性的逾期情形；存在第三方回款情形但占比较少，且回款方与标的公司不存在关联关系；对部分经销商客户的信用政策调整具有合理性。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“5、主营业务收入按销售模式分析”补充披露。

八、外销客户的基本情况，是否为标的资产关联方，境外客户为经销商的，补充披露主要最终客户的情况

（一）外销客户较为分散，均非标的公司关联方

报告期内，标的公司的外销客户较为分散，外销区域较为广泛，涵盖了欧洲、亚洲及北美洲等多个国家和地区。标的公司向境外客户主要销售内容为智能数据采集终端，主要系标的公司通过展会、主动洽谈等方式取得合作，相关外销客户均非标的公司关联方。

（二）外销客户的基本情况，境外客户为经销商的，补充披露主要最终客户的情况

1、报告期各期外销前五大客户

报告期内，标的公司境外营业收入占营业收入比重分别 51.42%、61.10%及 64.93%，境外销售占比超过 50%。报告期各期，标的公司境外前五名客户的具体销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例
2025 年 1-9 月	1	E Headway Media	1,981.40	12.94%
	2	Denso Wave Europe GMBH	1,078.81	7.04%
	3	Enterprise Data Resources, Inc.	983.29	6.42%
	4	Interway	946.51	6.18%
	5	Infotek	754.75	4.93%
	合计		5,744.76	37.51%
2024 年度	1	Scotsy Logistics Pvt Ltd	1,808.09	8.82%
	2	Enterprise Data Resources, Inc.	1,727.86	8.43%
	3	Infotek	1,374.11	6.71%
	4	Denso Wave Europe GMBH	1,138.99	5.56%
	5	Interway	995.71	4.86%
	合计		7,044.76	34.38%
2023 年度	1	KONSTANTA Limited Liability Company	4,463.71	22.78%
	2	Bridgestone Mobility Solutions B.V.	1,924.37	9.82%
	3	Interway	1,204.47	6.15%

期间	序号	客户名称	销售收入	占外销收入比例
	4	Enterprise Data Resources, Inc.	878.79	4.48%
	5	Bitai-International Co.,Ltd	562.76	2.87%
	合计		9,034.09	46.11%

注：对受同一法人/自然人控制的客户的销售，按照合并口径计算披露。

2、外销客户的基本情况，其中为经销商的，补充披露主要最终客户的情况

标的公司各期外销的前五大客户中，有 4 家境外经销商，分别为 KONSTANTA Limited Liability Company、Interway、Enterprise Data Resources, Inc.、E Headway Media。成为信息对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，成为信息产品的终端客户应用场景主要为智慧物流、零售连锁、仓储、交通、医疗、金融、电力、畜牧等行业的数据采集与管理，这些行业对智能数据采集终端的需求较大但较为分散，因此经销商对应的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点，与智能数据采集终端应用范围广泛的特点相匹配。

报告期内，外销前五大客户的成立时间、行业地位、是否经销商等基本情况如下，结合经销商下游终端客户亦较为分散的特点，选取部分具有代表性的终端客户进行列示：

外销客户	成立时间	行业地位	是否经销商	经销商部分最终客户
E Headway Media	2019 年	E Headway 深耕印度 AIDC 市场，服务于当地工业、物流、零售、仓储、车队管理、电子商务等各行业客户，在印度当地拥有完善的本地化服务体系。	是	（1）Scootsy Logistics Pvt Ltd：印度区域即时零售领域的领军企业，是印度 Swiggy 集团（2024 年上市的快速商务巨头）核心子公司。 （2）Safe Express Pvt Ltd：印度领先的综合性物流与供应链解决方案提供商。
Denso Wave Europe GMBH	2019 年	该公司是日本电装（DENSO Corporation）于 2019	否	-

外销客户	成立时间	行业地位	是否经销商	经销商部分最终客户
		年在德国杜塞尔多夫成立的欧洲子公司，该公司在欧洲自动识别与数据采集(AIDC)领域处于领先地位。		
Enterprise Data Resources, Inc.	1993 年	该公司凭借超过 20 年行业经验，在美国国内市场建立了其独特的市场定位，是美国条码设备市场中重要的服务商与合作伙伴，尤其在终端市场和特定行业客户中拥有稳固的地位。	是	主要采用亚马逊和独立站销售标的公司产品，线下销售为辅，客户较为分散，包括货运物流提供商、RFID 终端品牌商、汽车零售供应链的技术服务商。
Interway	2021 年	该公司隶属巴西本土跨国集团 Grupo Ártico, 20 多年来一直是巴西规模最大的 AIDC 和企业移动化增值分销商，在圣保罗等 4 州设有配送中心，通过渠道网络向零售、物流、制造、金融等行业提供多个知名品牌的扫码终端、RFID 与移动打印方案，并率先引入中国高性价比设备降低部署门槛，以渠道覆盖广、技术响应快和租赁模式占据巴西自动识别市场的领先地位。	是	(1) Yep Solutions: 拉丁美洲规模最大的技术设备租赁企业之一。 (2) FLOGISTICS BRASIL LOGISTICA E TRANSPORTE LTDA: 巴西核心的综合物流与运输企业之一。
Infotek	2000 年	Infotek 是领先的 RFID (射频识别) 及无线物联网(Wireless IoT) 解决方案提供商。二十多年来，i-TEK 在制造业、交通出行、物流、零售、	否	-

外销客户	成立时间	行业地位	是否经销商	经销商部分最终客户
		矿业、石油天然气、能源及公用事业等领域积累了众多成功案例。		
Scootsy Logistics Pvt Ltd	2014 年	该公司自 2018 年被印度外卖巨头 Swiggy 收购成为其子公司后，该公司进入快速增长阶段，作为 Swiggy 生态系统中的关键物流支柱，Scootsy 在印度在线食品配送和即时物流领域占据重要地位	否	-
Bridgestone	2014 年	作为普利司通集团（ Bridgestone EMIA ）的关键子公司， Bridgestone Mobility Solutions B.V. 专注于数据驱动的移动解决方案，核心业务包括车队管理平台（Webfleet）、连接车辆数据服务及 AI 应用（如安全与损坏检测）。凭借强大的数据处理能力与普利司通的轮胎及移动生态资源，该公司已成为全球车队管理与可持续移动解决方案领域的领先者，在全球轮胎及移动服务市场中占据重要份额。	否	-
KONSTANT A Limited Liability Company	2015 年	公司在俄罗斯的独家经销商，在当地市场拥有广泛的渠道和客户资源。	是	（1）Ateuco：俄罗斯领先的仓储自动化与自动识别设备供应商。 （2）Scanport ID：俄罗斯领先的 IT 系统集成商与自动识别软件开发商。

外销客户	成立时间	行业地位	是否经销商	经销商部分最终客户
Bitai-International Co., Ltd	2020年	是一家以加固型工业终端为主、兼顾ODM/OEM制造的公司，团队拥有多年的工业电脑、条码扫描与智能手持终端研发及产销经验；该公司自主品牌涵盖加固手持终端、工业平板、固定式/手持式UHF RFID读写器，并配套自研BitaiMDM移动设备管理平台。	否	-

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按区域构成分析”补充披露。

九、标的资产海关出口数据、出口退税金额等情况与境外销售收入是否匹配

标的公司出口的业务根据《国际贸易术语解释通则》中关于控制权转移的时点的规定，对不同贸易条款适用不同的收入确认依据。

（一）海关出口数据与外销收入匹配情况

标的公司海关出口数据与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
海关出口数据（A）	14,575.62	18,636.38	18,905.56
加境外公司的收入（B）	4,036.99	4,418.21	2,053.18
减境内公司销售给境外子公司的收入（C）	3,366.79	2,787.29	1,099.69
加无需报关的软件维修收入等（D）	330.58	135.54	234.04
减本期已出口但未确认收入的金额（E）	84.42	0.87	350.02
加本期已确认收入但在上期出口的金额（F）	0.87	350.02	91.29

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
减公司代付的报关运保费（G）	219.83	231.93	194.09
在海关出口数据基础上勾稽调节后的境外销售收入（H=A+B-C+D-E+F-G）	15,273.01	20,520.07	19,640.27
境外销售收入 I	15,315.10	20,488.50	19,594.59
差异金额 J=H-I	-42.09	31.56	45.68
差异率 k=J/I	-0.27%	0.15%	0.23%

报告期内，标的公司经调整后的海关报关数据与外销收入金额差异较小，标的公司整体外销收入与海关报关数据匹配。

（二）出口退税与外销收入匹配情况

报告期内，标的公司出口退税数据与境外销售收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
申报出口退税金额（A）	14,264.03	18,468.34	16,402.53
减本期未确认收入，本期申报出口退税金额（B）	6,108.83	5,889.55	3,823.21
加本期确认收入，以后期申报出口退税金额（C）	6,287.95	6,108.83	5,889.55
加境外公司的收入（D）	4,036.99	4,418.21	2,053.18
减境内公司销售给境外子公司的收入（E）	3,366.79	2,787.29	1,099.69
加无需报关的软件维修收入等（F）	330.58	135.54	234.04
在申报出口退税销售额基础上勾稽调节后的境外销售收入（G=A-B+C+D-E+F）	15,443.92	20,454.08	19,656.41
境外销售收入 H	15,315.10	20,488.50	19,594.59
差异金额 I=G-H	128.82	-34.42	61.82
差异率 J=I/H	0.84%	-0.17%	0.32%

报告期内，标的公司经调整后的出口退税数据与外销收入金额差异较小，标的公司整体外销收入与出口退税数据匹配。

综上所述，标的公司的海关出口数据、出口退税金额等情况与境外销售收入匹配。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按区域构成分析”补充披露。

十、标的资产对涉及供应商与客户重叠情形的销售公允性

（一）供应商与客户重叠的具体情况

报告期内，标的公司存在客户与供应商重叠的情况，具体情况如下：

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
重叠家数	15	16	10
涉及销售金额（万元）	29.02	32.84	416.33
占总收入的比例	0.12%	0.10%	1.09%
涉及采购金额（万元）	3,976.08	2,661.67	167.92
占采购总额的比例	29.07%	15.61%	0.75%

报告期内，销售与采购的重叠金额占比极少，销售和采购金额均大于1万元的主体分别为4家、4家和4家，具体情况如下：

名称	销售金额 (万元)	销售占比	销售内容	采购金额 (万元)	采购占比	采购内容
2025年1-9月						
深圳市维尼利亚科技有限公司	7.61	0.03%	配件	5.69	0.04%	芯片
深圳市迅远科技有限公司	3.88	0.02%	便携式数据采集终端	16.11	0.12%	模块
深圳市蓝芯特科技有限公司	2.56	0.01%	配件	2,480.47	18.14%	PCBA、加工费
北京芯宝物联科技有限公司	1.52	0.01%	配件	4.07	0.03%	声音器件
合计	15.57	0.07%		2,506.35	18.33%	
2024年度						
深圳市迅远科技有限公司	11.97	0.04%	便携式数据采集终端	3.65	0.02%	模块

名称	销售金额 (万元)	销售占比	销售内容	采购金额 (万元)	采购占比	采购内容
深圳市博纬智能识别科技有限公司	4.22	0.01%	便携式数据采集终端	26.54	0.16%	天线、加工费
云汉芯城（上海）电子科技有限公司	2.09	0.01%	配件	2.23	0.01%	芯片
深圳市渴品优智能电子有限公司	1.25	<0.01%	配件	57.82	0.34%	夹具、加工费
合计	19.53	0.06%		90.24	0.53%	
2023 年度						
广东康利达物联科技有限公司	35.17	0.09%	便携式数据采集终端	22.44	0.10%	模块
深圳市博纬智能识别科技有限公司	6.59	0.02%	便携式数据采集终端	63.71	0.28%	天线、加工费
武汉捷文科技有限公司	2.22	0.01%	配件	68.13	0.30%	芯片
云汉芯城（上海）电子科技有限公司	1.57	<0.01%	配件	11.13	0.05%	芯片
合计	45.55	0.12%		165.41	0.74%	

报告期内，标的公司供应商与客户重叠产生的原因包括：其一，部分委外加工供应商在生产过程中，因实际耗用超出约定损耗（即“超损”），需向标的公司临时采购少量材料，该等采购具有零星性；其二、部分供应商本身也是电子元器件或模块的贸易商或生产商，标的公司因研发测试、新产品小批量试产或初期用量较少等原因，会向其采购所需的芯片、IC、模块等物料；反之，这些供应商也可能因自身业务需要，向标的公司零星采购终端产品或配件用于其自身方案集成或测试。此类双向交易是基于具体的、临时性的业务需求产生，具有其合理性与必要性。

报告期内，相关销售金额占营业收入的比例始终极低。在采购端，2024 年及 2025 年 1-9 月相关采购占比相对较高，主要是由于在此期间，标的公司的主要供应商（如加工服务商）存在向标的公司进行零星采购的行为，导致其与标的公司的全部采购额被纳入统计，从而推高了整体占比，属于“单高”情形，即相

关主体仅为公司的重要供应商，而非重要客户，报告期内，标的公司不存在同一主体同时构成大额采购和大额销售的“双高”情形。

（二）销售公允性分析

综上所述，标的公司与部分合作方之间的供应商与客户角色重叠，系基于实际生产经营中产生的特定、零星的双向需求。相关交易金额及占比微小，遵循市场化定价原则，且标的公司与重叠方之间不存在关联关系。该等重叠情形具有合理的商业实质，符合行业惯例，相关交易定价公允。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”补充披露。

十一、标的资产同 **E Headway Media** 合作的具体情况，包括但不限于历年销售金额、细分销售产品、价格及毛利率、销售公允性、回款情况、信用及返利政策与其他经销商是否存在差异、主要销售地域、历史期销售退回情况等，标的资产对其历年销售规模变动的具体原因，标的资产在其成立两个月即与其展开合作、由其专门销售标的资产产品、并于 **2025** 年将部分直销客户转由该经销商服务并提供产品的商业逻辑及合理性，该经销商是否完成相关产品的最终销售，转移前后产品单价、销量、毛利率等指标是否存在变化，**E Headway Media** 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，标的资产对其销售收入是否真实、准确。

（一）标的资产同 **E Headway Media** 合作的具体情况，包括但不限于历年销售金额、细分销售产品、价格及毛利率、销售公允性、回款情况、信用及返利政策与其他经销商是否存在差异、主要销售地域、历史期销售退回情况等，标的资产对其历年销售规模变动的具体原因

1、标的资产同 **E Headway Media** 合作的历年销售金额、主要细分销售产品、价格及毛利率、销售公允性

（1）标的资产同 **E Headway Media** 合作的基本情况

报告期内，标的公司向 E Headway Media 的销售金额分别是 180.34 万元、290.86 万元、1,981.40 万元，涉及多款智能数据采集终端、部分配件及少量维保服务，其中 C66、MC95、C72、C61 是主要销售机型。主要细分销售产品、销售收入、销售数量、价格、毛利率情况如下：

年度	细分产品型号	销售收入 (万元)	细分产品收入 销售占比	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	毛利率
2025 年 1-9 月	C66	833.32	42.06%	5,299	1,572.60	35.30%
	MC95	518.22	26.15%	3,435	1,508.63	46.21%
	C72	309.20	15.61%	1,195	2,587.45	51.31%
	C61	151.75	7.66%	652	2,327.39	48.54%
	其他非主要机型、配件等	168.92	8.53%	-	-	-
	合计	1,981.40	100.00%	-	-	43.38%
2024 年 度	C66	18.04	6.20%	78	2,312.67	52.35%
	C72	155.03	53.30%	672	2,306.94	48.74%
	C61	50.05	17.21%	225	2,224.32	46.26%
	其他非主要机型、配件等	67.75	23.29%	-	-	-
	合计	290.86	100.00%	-	-	50.06%
2023 年 度	C66	3.27	1.81%	15	2,178.93	43.70%
	C72	124.70	69.15%	488	2,555.24	43.16%
	C61	23.01	12.76%	78	2,949.68	52.89%
	其他非主要机型、配件等	29.37	16.28%	-	-	-
	合计	180.34	100.00%	-	-	44.87%

(2) 销售公允性分析

报告期各期，标的公司向除 E Headway Media 之外的其他客户，销售上述机型的销售数量、平均销售单价如下：

细分产品 型号	2025 年 1-9 月		2024 年度		2023 年度	
	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)	销售数量 (台)	销售单价 (元/台)

C66	36,122	1,545.10	55,445	1,729.22	47,536	1,688.38
MC95	4,416	1,412.56	2,840	1,224.55	2,275	1,089.25
C72	13,339	2,124.46	23,186	2,181.70	27,795	2,163.18
C61	4,488	2,114.21	7,593	2,326.90	27,927	1,541.05

报告期内，标的公司主要采用成本加成的方式进行报价，参考材料成本、制造成本和合理利润等因素，结合市场竞争环境、客户合作关系、订单规模等因素，采取相应的销售策略进行产品报价，最终通过与客户协商确定销售价格。一般而言，标的公司同类智能数据采集终端产品在境外销售毛利率和单价方面均高于境内销售。

E Headway Media 2023 年采购的 C61 机型数量较少，故单价较高，报告期内其采购的 C61 机型单价随着采购量的增加，已有所下降，和标的公司向其他客户的平均销售单价接近。

E Headway Media 采购的 C72 机型单价在报告期内呈先降后升，整体差异不大，其 C72 机型单价比标的资产向其他客户的平均销售单价略高，但处于 C72 售价的合理区间。

E Headway Media 于 2025 年开始，向标的公司采购 MC95 机型，采购单价和标的公司向其他客户的平均销售单价接近。

E Headway Media 2023 年、2024 年采购的 C66 机型数量较少，故单价较高，2025 年随着采购量的大幅增加，其采购单价和标的公司向其他客户的平均销售单价接近。

综上，标的资产对 E Headway Media 的销售价格是公允的。

2、标的资产同 E Headway Media 合作的回款情况、信用及返利政策与其他经销商是否存在差异

(1) 标的资产对 E Headway Media 的应收账款以及期后回款情况

单位：万元

项目	2025年9月末	2024年末	2023年末
销售金额	1,981.40	290.86	180.34
应收账款余额	628.59	27.41	20.46
期后回款金额	628.59	27.41	20.46
回款比例	100%	100%	100%

报告期各期，标的公司对经销商 E Headway Media 的销售收入分别为 180.34、290.86 万元、1,981.40 万元，逐年增加。考虑到 2025 年 E Headway Media 的订单金额较多，其自身资金周转压力较大，为进一步与经销商构建长期、稳定、互惠的合作，支持经销客户的业务拓展及其下游客户的维护，标的公司适当给予其合理账期，使得在 2025 年 9 月末对 E Headway Media 存在较大额的应收账款，具有合理性。截至本回复出具之日，E Headway Media 期后回款比例达到 100%。

(2) 信用政策与其他经销商是否存在差异

标的公司一般基于经销商的背景、合作历史、采购规模、销售业绩、阶段性资金周转安排需求等因素，在保障应收账款风险可控的前提下，对经销商采用款到发货、预收款、月结 30-60 天以及组合方式支付的信用政策。

标的公司与 E Headway Media 之间的信用政策及变化情况如下：

项目	2023 年度	2024 年度	2025 年 1-9 月
信用政策	主要是 100% 预付款、少部分票后 30 天内付款	主要是 100% 预付款、少部分票后 30 天内付款	主要是票后 30 天付款、少部分 100% 预付款、少部分交货后 35 天内付款
订单特点	订单数量较少且基本每笔订单 10 台以下	订单数量较少且基本每笔订单 10 台以下	E Headway Media 在 2025 年向成为信息的采购金额和数量提升，存在较多采购数量较多的订单，比如单笔订单采购 1000 台、500 台，考虑到 E Headway Media 自身的资金周转压力、双方合作稳定，针对单笔采购量较大的订单，经协商，成为信息适当给予了合理账期

标的公司 2025 年调整对 E Headway Media 信用政策的背景：1) E Headway

Media 在 2025 年向标的公司的采购金额和数量提升，存在较多采购数量较多的订单；2）成为信息为聚焦印度区域新市场、新客户的拓展，通过经销商 E Headway Media 向已有的主要印度客户 Scootsy Logistics Pvt Ltd、Safexpress Pvt Ltd 提供产品销售、日常支持等服务，Scootsy（印度区域即时零售领域的领军企业）、Safexpress（印度领先的综合性物流与供应链解决方案提供商）对供应商账期存在一定要求，且订单数量较大，此外 E Headway Media 自行拓展的印度当地其他大客户亦对供应商账期存在一定要求，其自身资金周转压力较大；3）考虑到双方合作稳定，E Headway Media 的主要下游客户 Scootsy、Safexpress 亦和标的公司多年保持着紧密合作，合作以来信用良好，系印度当地物流、零售的领军企业。

因此标的公司在综合考虑合作历史、采购规模、销售业绩、阶段性资金周转安排需求、原直接客户背景及信用情况等因素对 E Headway Media 的信用政策做出合理调整，信用政策和其他经销商不存在重大差异。

（3）返利政策与其他经销商是否存在差异

为维护客户关系、开拓市场，标的公司给予部分经销商一定的销售返利。返利经销商主要为经营资质良好且具有长期合作意愿的经销商，标的公司结合经销商的合作历史、业务能力、所在区域市场空间及潜力、下游客户合作情况等因素综合考虑，与部分境内外经销商协商销售目标并实施了返利政策。

销售目标是鼓励经销商实现年度销售目标进行返利的标准，如未达成该目标，不予返利，该返利政策主要目的是激励经销商促进销售，是一种奖励性质的政策，并不对经销商有其他约束性或构成限制性条件。相应返利在下一年度经销商采购时直接抵扣货款，报告期各期实际返利金额及占经销收入的比例较小不足 1%。

标的公司与部分境内外主要经销商的返利政策约定如下：

经销商	返利政策
巴西经销商 Interway	完成规定年度目标量则按装运设备的总价，不含实际交易过程中产生的费用（包括但不限于运费、报关费、保险费、银行费用等）支付 5%佣金；未完成规定年度目标

	量但完成其 80%，则按装运设备的总价，不含实际交易过程中产生的费用（包括但不限于运费、报关费、保险费、银行费用等）支付 3%佣金
印度经销商 E Headway Media	2024-2025 财政年度（2024 年 4 月 1 日-2025 年 3 月 31 日）达成八千万卢比的销量目标，则提供总账单金额 6.88%的返利
深圳市速广联技术有限公司	1、每季度结束时候，完成该季度任务量 100%以上，按照该季度提货额 2%给予奖励； 2、连续四个协议季度结束时，100%完成年度任务量则按照该年度总提货额的 2%给予奖励； 3、连续四个季度完成量超过连续四个季度任务量的 30%，则按照连续四个季度提货额的 1%给予超额完成奖励； 4、若本年度内总体提货量、季度完成率及其他方面配合表现优异则给予一定金额的优秀代理商年度奖励，具体金额由成为信息制定
杭州力码科技有限公司	1、每季度结束时候，完成该季度任务量 100%以上，按照该季度提货额 2%给予奖励； 2、连续四个协议季度结束时，100%完成年度任务量则按照该年度总提货额的 2%给予奖励； 3、本年度任务完成量超过该年度任务量则按照超额部分的 3%给予奖励； 4、本年度内总体提货量及其他各项均表现优异则给予一定金额的优秀代理商年度奖励，具体金额由成为信息制定

境外经销商的返利比例一般比境内经销商要高，实际经营过程中，部分经销商由于采购量较大，合作时间较长、合作潜力较大等客观情况，亦会制定不同的返利比例，因此标的公司对 E Headway Media 的返利政策与其他经销商不存在重大差异。报告期内，标的公司对 E Headway Media 的返利金额为 45.49 万元，返利计提合理、充分，不存在调节收入、利润或成本费用，以及利益输送的情形。

3、主要销售地域、历史期销售退回情况等

E Headway Media 采购标的公司产品全部在印度当地销售。报告期内，向 E Headway Media 的销售退回情况如下：

退货年度	产品	数量（台）	金额（万元）	占当期对 E Headway 营业收入比例
------	----	-------	--------	-----------------------

2023 年度	-	-	-	-
2024 年度	-	-	-	-
2025 年 1-9 月	MC95	1,520	228.90	11.61%
	C66	3	0.78	
	C5	1	0.28	

2023 年、2024 年，E Headway Media 不存在销售退回的情况，2025 年销售退回主要系对 MC95 产品的换货处理，主要系因为该批次 MC95 产品原计划供应给 Scootsy，由于使用场景不适配，经标的公司与客户友好协商，将该订单产品替换为更适配的 C66 产品。该批次退换货不涉及跨期，且该批次 MC95 不涉及质量瑕疵，已及时销售给印度区域其他客户，对标的公司经营不构成重大影响。

4、标的资产对 E Headway Media 历年销售规模变动的具体原因

报告期各期，标的公司对经销商 E Headway Media 的销售收入分别为 180.34 万元、290.86 万元、1,981.40 万元，逐年增加。2025 年，成为信息对其销售规模增长较多，一方面系因为 2025 年标的公司将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由 E Headway Media 服务并提供产品，Scootsy 和 Safexpress 为印度即时零售、物流等领域的领军企业，其所处领域处于高速发展阶段，对标的公司的产品需求较大；另一方面系因为 E Headway Media 印度本地的其他物流、零售终端客户的需求及采购总量亦有所增加。

（二）标的资产在其成立两个月即与其展开合作、由其专门销售标的资产产品、并于 2025 年将部分直销客户转由该经销商服务并提供产品的商业逻辑及合理性，该经销商是否完成相关产品的最终销售，转移前后产品单价、销量、毛利率等指标是否存在变化

1、标的资产在其成立两个月即与其展开合作、由其专门销售标的资产产品的合理性

（1）E Headway Media 成立于 2019 年 7 月，标的资产在 2019 年 9 月即

与其展开合作的背景

E Headway Media 创始人 Varchas Dev 曾就职于印度 PayU（印度头部数字支付及金融科技服务提供商）以及 Jabong 电商平台、Myntra 电商平台（均为印度头部时尚电商平台），具备多年金融科技及电商工作经验，Varchas Dev 深刻理解且看好印度的物流、零售、电商等行业的发展及对 AIDC 产品的巨大市场需求。

Varchas Dev 早年多次参加成为信息等类似 AIDC 行业公司在印度的展会，经过系统的市场考察以及对公司产品和服务理念的理解，Varchas Dev 充分认可成为信息的品牌、产品品质以及技术服务能力，看好成为信息产品在印度市场的未来增长潜力，而印度成为基于市场特性也需要具备经验的经销商来拓展市场和服务客户。

因此，虽然 E Headway Media 成立时间较短，但成为信息已与其创始人 Varchas Dev 多次接触，且其创始人对印度的物流、零售、电商、AIDC 行业有较深解，所以在 E Headway Media 成立不久后双方即展开合作。

（2）E Headway Media 专门销售标的资产产品的原因

E Headway Media 设立之前，其创始人对成为信息产品、品牌已有较为深入的了解，E Headway Media 设立至今，一直深耕印度 AIDC 市场。依托于成为信息品牌知名度以及与印度成为的高效合作，E Headway 在物流、仓储、零售、冷链、珠宝等多个领域有了较为成功的行业应用经验。

E Headway Media 搭建了一支由技术人员、市场营销人员、售后服务人员组成的市场和服务团队，逐渐培育了与成为信息要求相匹配的市场执行与服务落地能力。合作期内，双方沟通、合作高效，通过专门销售的方式深度绑定建立了稳定、可信的合作关系，E Headway Media 拓展的客户以及订单数量亦逐年上升，实现了业务的持续稳健增长。

因此，E Headway Media 在报告期内专门销售标的公司的产品具有合理性。

2、标的公司于 2025 年将部分直销客户转由该经销商服务并提供产品的商业逻辑及合理性

标的公司于 2025 年将印度区域的直销客户 **Scootsy**、**Safexpress** 转由经销商 **E Headway Media** 服务并提供产品的商业逻辑及合理性分析如下：

（1）印度直销客户的服务需求升级，调整服务模式适配市场发展需求

客户 **Scootsy** 系印度即时零售领域企业 **Swiggy** 集团旗下的在线送货服务公司，承担 **Swiggy** 集团“即时性、高频次、多品类”的送货上门服务、仓库管理、仓内处理等物流服务。客户 **Safexpress** 是印度领先的综合性物流与供应链解决方案提供商，主营业务覆盖快递配送、第三方物流、仓储管理等全链路服务，客户涵盖零售、制造、电商等高增长行业。

一方面，上述客户群体具有网点布局多而分散、设备高频作业、应用环境复杂等特点，基于对标的公司可靠的产品品质、全周期服务保障和高效交付能力的认可，上述客户与标的公司的合作规模不断提升，同时客户对即时响应、高频次服务、本地化技术支持（调试、运维、刷机、故障排查等）提出了持续的高标准要求。另一方面，印度成为团队的核心职能在于定义本地的核心目标客户与重点应用行业、主导解决方案设计、管理合作伙伴体系与质量、把控关键大客户战略方向等。在业务规模扩大和服务场景增多的情况下，印度成为的团队人力相对有限，难以全面满足上述要求，而本地经销商则可实现更高效的支撑。因此，为集中优势资源聚焦高价值核心业务如新场景拓展、新客户开发以及经营效率提升，印度成为调整服务模式适配市场发展需求，把提升市场覆盖与服务效率的相关职能交由更具优势的本地经销商承接具有合理性。

（2）E Headway Media 具备良好的市场执行与服务落地能力

自 2019 年合作以来，印度成为与 **E Headway Media** 合作稳定，**E Headway Media** 的业务持续稳健增长，其市场执行与服务落地能力得到长期验证，其资质符合 **Scootsy** 和 **Safexpress** 关于供应商的认证标准。

在与 **Scootsy** 和 **Safexpress** 正式合作之前，**E Headway Media** 即已为标的

公司拓展了部分物流、即时零售领域的客户，积累了丰富的智能数据采集终端行业的服务经验；E Headway Media 的创始人 Varchas Dev 对印度电商行业的智能数据采集终端设备的市场需求和设备运维要求有较深的理解，并且熟悉当地的语言、文化和商业习惯，能快速地响应客户需求；E Headway Media 组织团队多次参与标的公司对经销商的系统性培训，掌握标准的销售及售后服务流程，能够依托本地优势承担销售触达、合同承接、项目交付、物流履约、售后巡检、快速响应等执行工作，有效保障了对客户的持续高标准的服务质量。

（3）利用经销商服务大客户符合印度市场的行业惯例

印度智能数据采集终端的市场处于高速发展阶段，应用场景丰富、需求多元且分散，行业普遍采用本地经销商服务核心大客户的合作模式，如国际巨头斑马和霍尼韦尔均依托本地经销商承担订单管理、日常服务与市场拓展的工作。

标的公司调整服务模式，采用和经销商合作的形式共同开拓市场、服务本地客户，符合印度智能数据采集终端的行业特征及惯例。

综上所述，标的公司为适配印度市场快速发展、客户需求升级与业务规模化扩张需求，基于本地市场特征、行业惯例与经营效率考量，于 2025 年将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由经销商 E Headway Media 承接服务与产品供应具有商业合理性。

3、该经销商是否完成相关产品的最终销售，转移前后产品单价、销量、毛利率等指标是否存在变化

经销商 E Headway Media 向标的公司采购的相关产品均已实现最终销售，且均已向标的公司回款。

2025 年，标的公司将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由经销商 E Headway Media 服务并提供产品，涉及转移的客户仅涉及 Scootsy、Safexpress，涉及的产品机型为 C66、C72、MC95。

转移前标的公司对 Scootsy、Safexpress 销售前述 C66、C72 机型，转移

后标的公司对 E Headway Media 销售 C66、C72、MC95 三款机型，相关产品收入、单价、销量、销售毛利、毛利率等指标情况如下：

年度	细分产品型号	销售收入(万元)	销售数量(台)	销售单价(元/台)	毛利(万元)	毛利率
2025 年 1-9 月 (转移后)	C66	760.59	4,550	1,671.62	295.50	38.85%
	C72	131.84	520	2,535.40	63.61	48.25%
	MC95	513.70	3,400	1,510.89	237.86	46.30%
2025 年 1-3 月 (转移前)	MC95	357.31	2,000	1,786.54	193.91	54.27%
合计	-	1,763.44	10,470	-	790.88	-
2024 年度 (转移前)	C66	1,829.94	8,498	2,153.38	933.27	51.00%
	C72	60.70	208	2,918.49	33.28	54.82%
合计	-	1,890.64	8,706	-	966.55	-
2023 年度 (转移前)	C66	583.19	2,450	2,380.36	290.02	49.73%
	C72	183.14	608	3,012.21	92.94	50.75%
合计	-	766.33	3,058	-	382.96	-

注 1：2025 年 1-3 月，标的公司对 Scoosty 仍存在直接销售的情形，主要系 E Headway Meida 当时尚处于 Scoosty 的供应商认证过程中，且涉及到新合作的机型 MC95，因此在 E Headway Meida 通过 Scoosty 的供应商认证前，仍由标的公司直接供货。

注 2：以上转移后的相关数据仅为标的公司通过 E Headway Meida 销售给 Scoosty、Safexpress 的销售数据，E Headway Meida 除了和标的公司共同服务 Scoosty、Safexpress 外，自身亦拓展了印度当地其他物流、零售领域的客户。

（1）转移前后对销售收入、销量的影响

报告期内，标的公司通过直接以及间接方式对客户 Scoosty、Safexpress 的总销量分别为 3,058 台、8,706 台和 10,470 台，呈快速增长态势；对应销售收入分别为 766.33 万元、1,890.64 万元和 1,763.44 万元，销售收入规模不断提升。上述变化与 Scoosty、Safexpress 所处的印度区域即时零售及物流行业的快速增长及增量需求相匹配。标的公司转换服务模式，与 E Headway Meida 共同服务于大客户具有良好的持续性，促进印度区域的营收保持增长。

（2）转移前后对产品单价、毛利率的影响

当前，印度的即时零售与电商市场呈现出高速增长的行业趋势，与此同时本土初创企业与全球电商巨头也形成了激烈竞争的局面。作为本土的头部即时零售领域企业，**Scoosty** 面临以更低成本实现快速覆盖以取得市场增长的业务需要，因此在扩大合作规模的基础上，对上游供应商会存在一定的降本需求，相应变动趋势亦适用于物流领先企业 **Safexpress**。总体来看，标的公司直接和间接方式对 **Scoosty**、**Safexpress** 实现销售的产品单价、毛利率按照产品性能、适用场景的差异有不同程度的下降，但各年度的毛利额总体呈上升趋势。

针对产品单价和毛利率的具体分析如下：

C66 机型主要适用于仓库、室内等常规作业环境，具备运行稳定、软硬件兼容性强，使用体验性好的特点，适配上述客户“使用网点多、高频作业”的工作场景，因此对该机型的采购量不断加大。转移前，随着合作规模的扩大，标的公司对 **Scoosty**、**Safexpress** 销售的 **C66** 产品的单价即有下降情形；转移后，上述客户对这一成熟应用的产品具有降本需求，综合考虑未来采购预期以及 **E Headway Media** 服务大客户所需获取的合理收益因素，标的公司销售该产品的单价和毛利率进一步下降。

C72 机型系一款高性能智能手持终端产品，该机型采用高端系列扫描头模组，性能上数据读取范围广、距离长且电池续航能力强，能够适配 **Safexpress** 物流业务的高强度数据采集应用需求。转移前，该产品的单价和毛利率均较高，转移后综合考量该机型产品应用的普及、客户自身降本需求以及经销商合理收益等因素，标的公司销售该产品的单价和毛利率小幅下降，但由于出货量较小且总体稳定，该产品总体维持在较高毛利率水平。

MC95 机型具备高等级防尘防水特点，主要应用于户外场景，可耐受雨天、潮湿等复杂环境，因此适配 **Scoosty** 零售在线配送的业务需求，相比 **C72** 机型，使用的芯片成本略低、功能相对固定，因此定价较低。该产品在 2025 年开始出货，转移前后，由于出货量的增多，其单价和毛利率小幅下降，同时汇率的变动

也对单价的下降造成了一定的影响。

（三）E Headway Media 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，标的资产对其销售收入是否真实、准确。

E Headway Media 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等不存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来的情况。

E Headway Media 作为标的公司印度区域的经销商，其向标的公司采购的相关产品均已实现最终销售，且均已向标的公司回款，标的公司对其销售收入真实、准确。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“七、主营业务发展情况”之“（五）主要产品的生产和销售情况”之“4、报告期前五大经销商情况”补充披露。

十二、结合标的资产印度市场收入毛利的占比等补充披露标的资产在印度设立子公司的原因及商业合理性，与同行业公司、标的资产在其余地区的生产经营模式是否存在差异，如是，补充披露存在差异的原因及合理性

（一）结合标的资产印度市场收入毛利的占比等补充披露标的资产在印度设立子公司的原因及商业合理性

1、标的资产印度市场收入毛利及占比

报告期各期，标的公司印度市场收入毛利及占比的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
印度市场收入	4,554.57	4,728.83	2,163.96
标的公司营业收入总额	23,588.82	33,534.29	38,126.02

印度市场收入占比	19.31%	14.10%	5.68%
印度市场毛利	2,067.48	2,520.44	1,097.04
标的公司毛利总额	10,086.06	14,335.32	14,043.58
印度市场毛利占比	20.50%	17.58%	7.81%

2、标的资产在印度设立子公司的原因及商业合理性

标的公司于 2015 年在印度设立了全资子公司印度成为，主要系标的公司看好印度 AIDC 市场的增长潜力，为更好的响应印度 AIDC 市场客户的需求，组建本地化团队服务印度的终端市场，故设立印度成为在本地展业。具体而言：

（1）依托于庞大的市场潜力与人口红利，印度市场为寻求增长的中国企业提供了较大的增量空间。根据国际货币基金组织的数据，印度 GDP 由 2015 年的 2.1 万亿美元增长至 2025 年的 4.2 万亿美元，印度 GDP 在过去十年（2015-2025 年）几乎实现了翻倍，是全球增长最快的主要经济体之一。

（2）印度的数字化转型尤其 AIDC 技术逐渐渗透至国民经济主要行业领域中，形成了以零售电商、仓储物流、智能制造及医疗保健为核心的应用领域。根据新德里经济智库国家应用经济研究委员会（NCAER）的估算，2023-2024 年印度物流成本占 GDP 的 7.97%，物流支出对国民经济运行和企业经营成本具有重要影响，印度物流、仓储及运输体系具备较大的市场规模和持续优化空间。过去十年，印度的电子商务市场增速迅猛，市场空间较大，根据 GlobalData 预测，印度电子商务市场预计将在 2024 年增长 23.8%，达到 1,473 亿美元，并在 2028 年前以 18.7% 的复合年增长率增长至 2,923 亿美元。

（3）印度的 AIDC 市场处于高速增长阶段，标的公司 2015 年在印度成立子公司，组建、培养一支具有品牌营销、技术服务能力的本地化团队，能够为成为品牌在印度市场的增长构建核心差异化优势，相比国内同行业公司，具有先发优势。印度成为的专业团队熟悉当地的商业习惯，掌握印度市场前沿的增长点，更能深入客户现场，第一时间收集到印度客户对产品的使用反馈、改进建议以及未被满足的需求，从而提供定制化的产品方案以及快速的服务响应，为标的公司在印度市场的增长构建可靠的技术壁垒和品牌信任。

报告期内，标的公司在印度市场的收入和毛利金额逐年上升，与印度 AIDC 市场的增长相匹配，故标的公司在印度设立子公司具有商业合理性。

（二）与同行业公司、标的资产在其余地区的生产经营模式是否存在差异，如是，补充披露存在差异的原因及合理性

1、同行业公司亦有在印度设立子公司，标的公司设立印度子公司与同行业公司不存在差异

标的公司的同行业公司 Zebra 设立了印度子公司 Zebra Technologies India Private Ltd, Symbol Technologies India Pvt Ltd；同行业公司 Honeywell 设立了印度子公司 Honeywell International India Private Limited、Honeywell Technology Solutions Lab Pvt Ltd、Honeywell Automation India Limited；同行业公司新大陆设立了印度子公司 Newland AIDC India Service Pvt Ltd。具体情况如下。

同行业公司	印度子公司	设立时间	注册地址
Zebra	Zebra Technologies India Private Ltd	2011	201 Prestige Sigma, second floor No.3 Vittal Mallya Road Bangalore Bangalore KA IN 560001.
	Symbol Technologies India Pvt Ltd	2000	
Honeywell	Honeywell International India Private Limited	1995	1120-21, 11th Floor, Tower A, DLF Tower, Jasola, Jasola District Centre, New Delhi-110025, India
	Honeywell Technology Solutions Lab Pvt Ltd	1994	Survey#96&97 Boganahalli Village, Survey#72/2&72/5 Doddakananahalli Village Varthur Hobli Bengaluru-E Bengaluru Bangalore KA IN 560103.
	Honeywell Automation India Limited	1984	56 & 57 Hadapsar Industrial Estate Hadapsar, Pune – 122002, Maharashtra
新大陆	Newland AIDC India Service Pvt Ltd	2022	B-309, 310 & 311, Third Floor, Tower B, Noida One, Plot No. 8, Block B Sector-62 Noida, Distt. Gautam Budh Nagar Noida Sector 62 Gautam

2、标的资产在非印度的其他境外区域，未设立子公司，主要系由标的公司直接销售及通过经销商进行，相应的原因及合理性

标的公司除了销售子公司印度成为之外，未设立其他境外子公司，主要系考虑到境外其他区域设立子公司的各项成本较高，且标的公司已在境外拥有较为完善的经销商体系。

标的公司在印度的销售主要系通过印度成为及经销商，标的公司其他境外区域的销售主要系由标的公司直接销售及通过经销商进行。主要系由于下游应用领域较多，客户较为分散，同行业企业大多采用直销、经销相结合的方式，以服务更多细分行业和区域的客户，满足客户多元化的需求。综上，标的公司在印度设立子公司与同行业公司不存在差异，标的资产在非印度的其他境外区域，未设立子公司，主要通过标的公司直接销售及通过经销商进行，具有合理性。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“四、控股及参股子公司情况”之“（三）结合标的资产印度市场收入毛利.....”补充披露。

十三、标的资产 2025 年将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的具体情况，包括但不限于细分产品、涉及客户及经销商名称、同标的资产是否存在关联关系或其他利益关系，销售模式转换对标的资产产品销售数量、价格、毛利率、收入利润等的影响情况，并结合印度市场的实际情况补充披露直销转经销的商业逻辑及合理性，与同行业公司在该地区的生产经营模式是否存在差异，相关经销商是否完成对相关产品的最终销售，是否存在向经销商压货的情形，标的资产相关收入是否真实、准确。

（一）标的资产 2025 年将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的具体情况，包括但不限于细分产品、涉及客户及经销商名称、同标的资产是否存在关联关系或其他利益关系

标的资产 2025 年将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的情形仅涉及 Scootsy、Safexpress、E Headway Media，且只涉及 C66、MC95、

C72 三种机型，不存在其他类似情形，具体情况如下：

细分产品	涉及客户	涉及经销商	涉及客户及经销商同标的资产是否存在关联关系或其他利益关系
C66	Scootsy	E Headway Media	否
	Safexpress		
MC95	Scootsy		
C72	Safexpress		

（二）销售模式转换对标的资产产品销售数量、价格、毛利率、收入利润等的影响情况

销售模式转换对标的公司产品销售数量、价格、毛利率、收入利润等的影响情况参见本题回复之“十一”之“(一)”之“1”部分。

（三）结合印度市场的实际情况补充披露直销转经销的商业逻辑及合理性，与同行业公司在该地区的生产经营模式是否存在差异，相关经销商是否完成对相关产品的最终销售，是否存在向经销商压货的情形，标的资产相关收入是否真实、准确

1、结合印度市场的实际情况补充披露直销转经销的商业逻辑及合理性，与同行业公司在该地区的生产经营模式是否存在差异

标的公司于 2025 年将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由经销商 E Headway Media 服务并提供产品的商业逻辑及合理性分析参见本题回复之“十一”之“(二)”之“2”部分，与同行业公司斑马、霍尼韦尔在该地区的生产经营模式不存在明显差异。

2、相关经销商是否完成对相关产品的最终销售，是否存在向经销商压货的情形，标的资产相关收入是否真实、准确

经核查，经销商 E Headway Media 向标的公司采购的相关产品均已实现最终销售，且均已向标的公司回款，标的公司不存在向经销商压货的情形，标的资产相关收入真实、准确。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“七、主营业务发展情况”之“(五) 主要产品的生产和销售情况”之“4、报告期前五大经销商情况”补充披露。

十四、2023 年度 KONSTANTA Limited Liability Company 采购的具体情况，包括但不限于细分产品、价格与毛利率、销售公允性、回款情况、是否完成最终销售，2023 年采购规模较大的原因及合理性，KONSTANTA Limited Liability Company 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，相关销售是否真实、准确

(一) 2023 年度 KONSTANTA Limited Liability Company 采购的具体情况，包括但不限于细分产品、价格与毛利率、销售公允性、回款情况、是否完成最终销售，2023 年采购规模较大的原因及合理性

1、2023 年度 KONSTANTA Limited Liability Company 采购的具体情况

KONSTANTA 是标的公司在俄罗斯的独家经销商，在当地市场拥有广泛的渠道和客户资源。2023 年度，公司向 KONSTANTA 销售产品金额合计为 4,463.71 万元，占公司当期营业总收入的比例为 11.73%，主要系便携式数据采集终端及有关配件等，具体产品、价格与毛利率情况如下：

机型	销售数量（万台、万件）	销售成本（万元）	销售收入（万元）	占比	平均单价（元/件）	毛利率
C61	2.17	2,089.91	2,752.29	61.66%	1,269.98	24.07%
配件	167.66	426.56	794.02	17.79%	4.74	46.28%
C66	0.33	303.63	525.84	11.78%	1,580.53	42.26%
合计			4,072.15	91.23%	—	—

2023 年度，标的公司向 KONSTANTA 销售的主要整机型号为 C61，占对该客户销售收入的 61.66%。其毛利率 24.07%，毛利率较低主要系该产品出货量较大，加之该地区行业竞争激烈，标的公司给予该客户一定的价格优惠所致。

2、相关销售公允性

以 C61 机型为样本，标的公司对当年度该款机型的毛利以及单价进行对比分析如下：

机型	单价 (元/台)	毛利率	当年度公司同类产品经销商 平均单价 (元/台)	当年度公司同类产品经销商 毛利率	单价差异率	毛利率差异
C61	1,269.98	24.07%	1,297.47	26.27%	2.12%	2.20%

经分析，标的公司向 KONSTANTA 销售的产品价格和毛利率，与向其他方客户较为接近，毛利率略低主要系向 KONSTANTA 出货量较大，给予一定的价格所致。因此，相关销售定价公允，符合市场化交易原则。

3、回款情况

2023 年度，KONSTANTA 的销售回款情况如下：

单位：万元

2023 年度销售额	2023 年度回款金额	回款比例
4,463.71	4,384.78	98.23%

由上表，该客户在 2023 年度的回款覆盖率为 98.23%，回款情况良好，不存在逾期情形，未覆盖 100% 主要系收入时点与回款时点不在同一期间所致。

4、是否完成最终销售

标的公司向 KONSTANTA 销售的产品已按照合同约定交付，同时相关产品已完成最终销售，不存在产品积压的情形。产品最终客户涵盖俄罗斯本地仓储自动化与自动识别设备供应商、IT 基础架构解决方案提供商、自动识别软件开发商等多个细分领域客户。

5、2023 年采购规模较大的原因及合理性

2023 年度，标的公司向 KONSTANTA 的交易规模较大，主要原因是，受终端客户需求驱动，2023 年出货量显著增加，后续随着项目陆续结束，终端客户

需求减少，出货量相应回落。因此，标的公司 2023 年向 KONSTANTA 销售规模较大具有合理性。

（二）KONSTANTA Limited Liability Company 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等是否存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来，相关销售是否真实、准确

经确认，KONSTANTA Limited Liability Company 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等不存在关联关系、其他利益安排、特殊关系。除标的公司与 KONSTANTA Limited Liability Company 开展的上述交易及其回款外，KONSTANTA Limited Liability Company 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员不存在业务合作、资金往来，相关销售真实、准确。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“七、主营业务发展情况”之“（五）主要产品的生产和销售情况”之“4、报告期前五大经销商情况”补充披露。

十五、直销模式下客户类型划分的依据，直销模式下贸易商客户同经销商客户的具体差异

（一）直销模式下客户类型划分的依据

标的公司将销售模式划分为直销与经销两类，直销模式下客户类别包括集成客户、普通客户、OEM/ODM、贸易商，客户类型划分依据如下：

销售模式	具体业务模式划分依据
普通客户	直接终端客户，自行使用
集成客户	成为信息主要产品为智能数据采集终端，主要发挥数据识别与读写功能，还需要配套被读写对象如条码、标签，以及相关系统方能发挥作用。因此直销模式下，其产品除直接销售给终端客户由其自行使用外，还存在销售给集成商的情形。集成商往往具备丰富集成经验与客户资源，能高效推动项目落地，通常由成为信息负责产品的设计、研发、生产，集成

	商采购产品并整合自身软硬件或系统或随其他产品一同整合交付。
OEM/ODM	成为信息根据国内外品牌运营商的产品规划和订单需求，按客户提供的设计方案进行生产，或自主进行产品前期设计和开发，形成产品设计开发方案并经客户认可后，按照双方约定的方案进行模具开发和生产制造，成为信息负责提供符合方案要求的样品，通过客户确认后组织批量生产，最终以客户自身的品牌再对外销售给终端客户。
贸易商	采购标的公司产品后不进一步加工或自用，直接对外销售，主要赚取买卖差价，但未与成为信息签订经销协议，不受相关管理体系约束。

（二）直销模式下贸易商客户同经销商客户的具体差异

标的公司经销商客户主要为与标的公司签订了经销代理协议，并约定了授权区域、授权行业、授权产品、销售目标、返利政策、报备管理、合作市场拓展、是否独家代理、是否可代理其他品牌等部分或者全部条款，受标的公司经销商管理体系约束的企业。贸易商客户主要为采购标的公司产品后不进一步加工或自用，直接对外销售，主要赚取买卖差价的企业，其对外销售区域、客户和定价由贸易商自主决定，不受公司经销商管理体系约束。

贸易商客户同经销商客户的具体差异主要体现在管理体系、合作模式、市场推广及品牌管理、销售激励等方面，具体情况如下：

项目	贸易商	经销商
管理体系	标的公司按照常规业务风险进行客户评估确认是否进行业务合作；贸易商系根据自身业务需求完全独立开展业务，标的公司无法对其经营进行干预或管理	标的公司根据自身产品特点和当地市场情况甄别和选择合作的经销商，主要考察经销商规模及实力、市场地位、业务团队、推广操作、渠道网络、合作情况及售后服务等方面的综合水平，并建立了完善的经销商管理体系，标的公司按照经销商管理制度等内部制度进行经销商的管理
合作模式	贸易商根据自身业务需求向公司采购并自行销售，销售模式为买断式销售	经标的公司选取、审批后成为经销商并纳入经销商管理体系进行管理，通过授权或协议约定经销品牌及经销区域等，销售模式亦为买断式销售
市场推广及品牌管理	贸易商客户通常不以销售公司产品为主，不会主动对标的公司产品进行市场推广和品牌宣传	标的公司授权经销商使用标的公司产品、商标进行宣传推广，标的公司也会和部分经销商共同制定并开展市场推广计划。

项目	贸易商	经销商
销售激励政策	不享受销售激励政策，不存在销售返利	部分经销商根据标的公司销售激励政策或协议约定享受销售返利等激励政策
定价模式	标的公司向贸易商销售的产品按照市场价格定价，贸易商自主决定其向下游客户的定价	标的公司结合各区域市场竞争情况、公司品牌在该市场的竞争地位等，按照成本加成一定利润比例确定该区域的经销商渠道价格区间，一般情况下由销售人员在此基础上与经销商客户协商确定价格表，约定各产品销售数量及对应的销售价格，后续销售按该价格表售价执行。此外，若经销商单个项目采购量较大，经审批后，可单独就该订单申请更多销售折扣。
售后管理	贸易商根据其自身业务需求进行产品采购，其销售区域、终端客户、销售定价以及销售存货等信息等均为其商业秘密，标的公司无法了解相关信息	1、为最大限度地开发和利用客户资源，避免撞单，标的公司制定项目、客户报备制度，部分经销商在开发新的大型项目或者客户时会进行适当报备，鉴于经销商下游客户较为分散，采购量较少的下游客户，经销商不会进行报备。 2、货物所有权转移后，标的公司不承担经销商库存管理的相关权利或义务，除经销商主动报备的大型项目或者客户外，针对分散客户，标的公司无法了解其相关信息。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”之“3、主营业务收入按区域构成分析”及“5、主营业务收入按销售模式分析”补充披露。

十六、各细分产品的单价、销售数量波动情况及波动原因，产品及客户结构调整的具体情况，产销率下降及期末库存增加的原因，主要产品销售数量及**2025年1-9月**均价下降的具体原因，是否符合行业及可比公司情况，下降趋势是否持续，标的资产的产品销售是否受到不利因素影响，对标的资产持续经营是否存在不利影响

（一）各细分产品的单价、销售数量波动情况及波动原因，主要产品销售数量及 2025 年 1-9 月均价下降的具体原因

报告期内，标的公司主营业务收入分别为 38,110.54 万元、33,534.29 万元及 23,588.50 万元，主营业务收入主要来源于智能数据采集终端业务，各期收入占比约 85%，整体较为稳定，其单价和数量的变动受不同细分产品型号结构影响较大，主要的细分产品型号的销售单价、销售数量情况如下：

单位：台、台/元

产品型号	2025 年 1-9 月		2024 年度		2023 年度	
	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价	销售数量	平均单价
C66	41,421	1,548.62	55,523	1,730.04	47,551	1,688.53
C72	14,534	2,161.67	23,858	2,180.20	28,283	2,159.95
C61	5,140	2,141.25	7,818	2,323.95	28,005	1,544.97
MC50	7,063	2,248.81	5,924	2,309.86	13,218	1,448.08
HCE600	10,223	661.40	17,199	676.84	42,949	699.80

C66 产品是标的公司推出的一款大屏、高可拓展性工业级智能手持终端。C66 能够适应物流快递、仓储盘点、生产制造、零售、电力巡检、资产管理等众多行业的应用，助力客户显著提升运营及管理水平。2024 年度，C66 型号产品销售单价较 2023 年度略有上涨，主要系受销售结构变动的影响，C66 产品境内销售单价略低于境外销售单价，当年度 C66 产品境外销售占比增加，带动该产品的平均单价上涨。2025 年 1-9 月，C66 产品销售单价下降，主要系受市场竞争加剧，销售单价略有下降。报告期各期，C66 产品 2024 年度较 2023 年度销售量上涨，主要系 2024 年度在印度市场的销量增加带动。2025 年 1-9 月整体销量较为平稳。

C72 产品是标的公司研发升级的一款高性能超高频智能手持终端，集成了强大的 UHF RFID 功能，广泛适用于资产管理、服装盘点、车辆管理、高速收费、仓储管理、金融管理等领域。报告期各期，C72 型号产品销售单价较为稳定，销售数量有所下滑，主要系受国内市场销售量下滑的影响，国内市场销量下滑主要系 C72 部分销售对象为项目制客户，对其销量受项目需求变动影响。

C61 产品是标的公司推出的一款带键盘的高性能工业级智能手持终端,适用于物流内场、仓储盘点、生产制造、零售管理、资产管理等各行业的应用,让繁杂的数据采集工作得以提升效率。2024 年度, C61 产品销量大幅下降, 同时销售单价大幅上涨, 主要因为俄罗斯客户 KONSTANTA Limited Liability Company 在 2023 年度的采购量大, 标的公司给予了其优惠价格, 随着当地市场竞争加剧以及战事影响, 2024 年度标的公司向该客户销售该型号产品数量下降较快, 均价有所回升。2025 年 1-9 月, C61 产品销售单价下降, 主要系对部分美国客户销售产品单价下降影响所致。

MC50 产品是标的公司最新推出的 5G 高性能超高频手持终端,可广泛应用于零售、物流、仓储等各个行业。2024 年度, MC50 产品销量大幅下降, 销售单价大幅上涨, 主要受客户杭州海康威视科技有限公司采购的影响所致。该公司在 2023 年度因下游项目需求使得采购量较大, 标的公司给予了其优惠价格, 随着项目在后期进入尾声, 相关产品的出货量随之下降, 均价逐步回升。2025 年 1-9 月, MC50 产品销售单价整体较为平稳, 销售量呈快速上升趋势, 主要系标的公司与客户 Denso Wave Europe GMBH 在 2023 年初步合作测试样机, 2024 年起收入放量, 并在 2025 年 1-9 月持续增长所致。

HCE600 是标的公司为上海华测导航技术股份有限公司开发的工程测绘工具产品。该产品系深度定制化产品, 标的公司与客户进行商谈后, 综合整体采购量、前期投入等因素, 产品定价较低, 毛利率较低。报告期内, HCE600 销售单价略有下降, 销售数量大幅下降, 主要系标的公司为提高内部资源配置效率, 聚焦高盈利性客户和订单, 主动调整对其出货量所致。

（二）产品及客户结构调整的具体情况

1、产品结构调整的具体情况

报告期内, 智能数据采集终端业务是标的公司最主要业务, 各期收入占比分别为 84.93%、84.39%和 85.15%, 整体较为稳定; 智能车载业务是报告期内公司第二大业务板块, 各期收入占比分别为 5.40%、7.83%和 7.51%, 收入占比提

升主要系下游驾培市场需求增长，以及标的公司主动进行市场拓展，使得收入同比增长所致。配件、模块及组件是标的公司第三大业务板块，各期收入占比分别为 8.17%、6.18%和 6.26%，占比下降主要系受上述智能车载业务收入占比提升影响所致。维修等服务主要面向客户的售后需求，报告期各期收入占比较小，占比波动主要受到其他业务规模变动的影响所致。

细分具体型号来看，智能数据采集终端业务主要细分型号收入结构变化如下：

单位：万元

产品	2025年1-9月		2024年		2023年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
C66	6,414.54	31.94%	9,605.71	33.94%	8,029.15	24.81%
C72	3,141.77	15.64%	5,201.52	18.38%	6,108.98	18.87%
C61	1,100.60	5.48%	1,816.86	6.42%	4,326.69	13.37%
MC50	1,588.34	7.91%	1,368.36	4.84%	1,914.08	5.91%
HCE600	676.15	3.37%	1,164.10	4.11%	3,005.56	9.29%
合计	12,921.40	64.34%	19,156.55	67.69%	23,384.46	72.25%

报告期内，标的公司智能数据采集终端业务主要细分型号总体销售金额及占比呈下降趋势，一方面，部分客户的下游客户为项目制客户，其采购需求受项目进度的影响，导致收入呈现阶段性波动；另一方面，标的公司持续优化客户结构，聚焦高盈利性客户和订单，主动减少了与部分毛利率较低客户的合作所致。此外，标的公司对同型号产品的升级迭代以及不同期间营销重点的不同亦会导致细分产品结构发生变化。

2、客户结构调整的具体情况

报告期各期，标的公司前五大客户结构具体调整情况及原因如下：

单位：万元

客户名称	2025年1-9月	2024年度	2023年度	变化原因
E Headway Media	1,981.40	290.86	180.34	主要系标的公司为更高效开拓市场，将印度区域的重要直销客户转为由其服务，加

客户名称	2025年 1-9月	2024年度	2023年度	变化原因
				之该经销商自身终端客户需求增长共同所致
Denso Wave Europe GMBH	1,078.81	1,138.99	151.46	2023年初步合作测试样机，2024年起收入放量
Enterprise Data Resources, Inc.	983.29	1,727.86	878.79	2025年受贸易摩擦及关税影响相应采购金额降幅较大
Interway	946.51	995.71	1,205.91	产品在巴西的独家经销商，受当地市场需求及营销拓展等影响，销售规模存在一定波动，但整体无重大变化
时易中	850.40	1,283.31	1,400.17	主营线上贸易，受终端客户需求影响，销售规模存在一定波动，但整体无重大变化
上海华测	765.21	1,387.23	4,148.41	产品毛利率较低，标的公司为提高内部资源配置效率，聚焦高盈利性客户和订单，主动调整对其出货量
Infotek	754.75	1,374.11	233.58	2024年拓展至集团内其他主体，2025年受竞争加剧影响销售规模下降
SCOOTSY LOGISTICS PVT LTD	397.63	1,808.09	357.89	2025年转为向经销商 E Headway Media 采购
Bridgestone Mobility Solutions B.V.	64.85	985.06	1,925.02	ODM 客户，其前期客户项目已陆续履约完毕
KONSTANTA Limited Liability Company	319.46	964.02	4,463.71	俄罗斯市场厂家竞争加剧，客户获取订单能力下降，进而影响标的公司对其的销售，此外 2024 年亦受战事及下游客户需求波动影响交易规模下降
海康威视	76.85	208.13	1,898.55	2023 年度其中标的下游终端客户项目供货基本完成，后续出货量陆续减少

报告期各期，标的公司前五大客户整体较为稳定，部分客户出现变动，主要系区域市场需求和竞争情况变化、项目周期变动、标的公司主动发掘以及调整所致。

（三）产销率下降及期末库存增加的原因

报告期内，标的公司产销率分别为 99.37%、100.00%和 93.34%，2023 年度和 2024 年度的产销率相对稳定，2025 年 1-9 月略有下降，系受产成品备货的影响所致。报告期各期末，标的公司主要产品智能数据采集终端的期末库存情况分别为 0.96 万台、0.60 万台和 1.46 万台，2025 年 9 月末上升较快，使得产销率有所下降。

报告期各期末，标的公司存货账面余额分别为 10,387.64 万元、9,487.59 万元和 10,423.36 万元，呈先降后升趋势，2024 年度下降主要系当年度销量下降，整体备货量减少所致；随着在手订单的回升以及对部分核心原材料的策略性备货，2025 年 9 月末存货账面余额有所提升。

（四）是否符合行业及可比公司情况

报告期各期，同行业可比公司的收入和毛利率具体情况如下：

单位：万元

产品	2025 年 1-9 月		2024 年		2023 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
优博讯	117,621.04	26.13%	122,119.00	24.16%	126,774.00	27.48%
新大陆	598,697.15	38.39%	726,849.40	40.41%	761,056.04	40.26%
远望谷	41,770.39	40.61%	54,568.05	43.62%	60,128.66	41.93%
成为信息	23,588.82	42.76%	33,534.29	42.75%	38,126.02	36.83%

数据来源：各公司年度报告、季度报告

2024 年度，同行业可比公司收入均出现不同程度的下降，毛利率除优博讯略有下降外，其余公司均有所提升，相关变动趋势与标的公司一致。2025 年 1-9 月，同行业可比公司毛利率整体维持稳定，未出现大幅波动，与标的公司总体趋势一致。

报告期各期末，同行业可比公司的存货账面金额具体情况如下：

单位：万元

类别	2025年9月30日	2024年12月31日	2023年12月31日
优博讯	32,834.20	35,565.86	29,891.04
新大陆	108,946.56	95,801.17	88,260.39
远望谷	16,124.80	14,912.97	17,597.65
标的公司	8,060.71	7,040.84	8,509.03

数据来源：各公司年度报告、季度报告

2024年末，同行业可比公司中，远望谷的存货账面金额同比下降，与标的公司变动趋势一致；2025年9月末，远望谷和新大陆存货账面金额较上年末上升，与标的公司变动趋势一致。部分可比公司在部分期末时点的存货账面金额变动趋势与标的公司有所差异，主要受到各可比公司期末的订单及交付情况、备货策略影响所致。

（五）下降趋势是否持续，标的资产的产品销售是否受到不利因素影响，对标的资产持续经营是否存在不利影响

综合上述分析，报告期内，标的公司主要产品销售数量及单价的波动，是其进行主动调整与应对正常市场波动的结果，并不构成长期趋势性下滑，亦未对其持续经营能力构成重大不利影响。例如，标的公司为优化内部资源配置，提升整体盈利水平，主动减少了对毛利率较低的产品销售；同时，部分项目制客户因其自身项目周期进入尾声，采购需求出现阶段性下降，此类波动具有项目制业务的典型特征。此外，在主动优化结构的同时，标的公司亦在新客户与市场的开拓上取得了积极成效，与多家行业知名企业的合作逐步深化并开始放量，发展战略由规模优先转换为质量优先、服务优先、效益优先，业务增长动能正在有序转换。

标的公司所处的自动识别与数据采集行业竞争格局呈现全球化与多层次的特点。高端市场由国际知名厂商主导，而国内上市公司及专业厂商则在主流及细分市场凭借快速响应和成本优势展开竞争。当前行业竞争已超越单纯的价格比拼，延伸至技术生态整合、解决方案深度与全程服务品质的较量。标的公司凭借在RFID领域长期的技术积累、高效的定制化开发和响应能力以及早期建立的国际

化销售服务网络，形成了差异化的核心竞争力。报告期内，标的公司毛利率保持稳定且处于行业较好水平，体现盈利能力的韧性。

综上所述，标的公司的销量和单价不存在显著且长期的下降趋势，标的资产的产品销售未受到重大不利因素影响，标的资产持续经营不存在重大不利影响。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（一）营业收入分析”补充披露。

十七、结合成本具体构成、主要原材料的价格波动等补充披露报告期内标的资产营业成本及单位成本变动的的原因，与主要原材料的价格变动是否匹配，标的资产成本归集及核算是否准确、完整，原材料采购价格波动对标的资产经营业绩是否存在重大不利影响

（一）结合成本具体构成、主要原材料的价格波动等补充披露报告期内标的资产营业成本及单位成本变动的的原因

报告期内，标的公司主营业务成本具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月		2024年度		2023年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
材料费用	10,921.27	80.88%	15,461.79	80.53%	19,960.79	82.90%
直接人工	601.55	4.46%	817.16	4.26%	816.13	3.39%
制造费用	1,018.42	7.54%	1,417.28	7.38%	1,399.62	5.81%
加工费	763.77	5.66%	1,140.20	5.94%	1,656.39	6.88%
运费及其他	197.74	1.46%	362.54	1.89%	244.82	1.02%
合计	13,502.76	100%	19,198.97	100%	24,077.75	100%

报告期内，标的公司主营业务成本构成比例较为稳定，由生产所需材料费用、职工薪酬、制造费用及委外加工费构成，其中材料费用占比较高，报告期各期分别占主营业务成本的82.90%、80.53%及80.88%。报告期内，直接人工及制造费用占比略有提升，材料费用及加工费占比略有下降，主要原因系销量下降导致直接相关的材料费用、加工费规模下降，而直接人工及制造费用规模相对刚性所

致。

报告期内，智能数据采集终端是标的公司最主要的产品类型，该类产品的营业成本分别占主营业务成本的 89.67%、88.35%和 89.44%，占比较为稳定，其变动是驱动公司整体营业成本变动的主要因素。

报告期内，智能数据采集终端业务的成本构成情况如下：

单位：万元、元/台

项目	2025年1-9月		2024年度		2023年度	
	金额	单位成本	金额	单位成本	金额	单位成本
材料费用	10,042.05	780.33	13,998.20	811.45	18,101.88	787.02
直接人工	495.14	38.48	677.74	39.29	741.91	32.26
制造费用	654.26	50.84	937.28	54.33	1,036.51	45.06
加工费	698.42	54.27	1,013.39	58.74	1,477.13	64.22
运费及其他	187.03	14.53	337.24	19.55	232.18	10.09
合计	12,076.90	938.45	16,963.86	983.37	21,589.61	938.65

报告期内，智能数据采集终端的销售成本分别为 21,589.61 万元、16,963.86 万元和 12,076.90 万元，2024 年度同比下降 21.43%，除运费及其他外，其余成本细分项目均出现不同程度下降，主要系销量下降所致。运费及其他在 2024 年度增长较快，主要原因包括：1、DHL 等主要物流商的境外运输费用上涨；2、当年度境外发货批次较多，使得包裹数量较多，虽然单包裹的产品数量下降，但由于基础起运费较高，整体上提高了总运费。

单位成本方面，报告期内，智能数据采集终端的单位成本分别为 938.65 元/台、983.37 元/台和 938.45 元/台，2024 年度同比小幅提升，总体较为稳定。具体分析如下：

报告期内，智能数据采集终端的单位材料费用分别为 787.02 元/台、811.45 元/台和 780.33 元/台，呈先升后降趋势，但总体变动不大，变动主要与不同年度主要客户订单产品选型不同有关。标的公司的产品定制化组合类型较多，不同客户对产品的功能、软件、配件组合等方面存在差异化需求，相同基础型号产品

由于差异化需求的存在（如 UHF 或条码读写方案），使得最终的材料成本有所差异。此外，标的公司还为客户提供深度定制化产品，这类产品在 BOM 上存在显著的定制化特征，亦会导致材料成本的差异。2023 年度，标的公司向当年度主要客户上海华测销售的定制化产品单位材料成本较低，随着相关产品在 2024 年度的出货量减少，以及境外客户出货量的增加（相关产品成本较高），共同使得 2024 年度单位材料成本有所提升。2025 年 1-9 月，随着下游客户结构以及对不同产品型号采购数量的变化，单位材料成本有所回落。

报告期内，智能数据采集终端的单位直接人工费用分别为 32.26 元/台、39.29 元/台和 38.48 元/台，2024 年度有所增加，2025 年 1-9 月总体保持平稳。2024 年度增加主要系当年度产量下降较多的同时，直接人工费用随之出现下降，但其降幅小于产量的降幅，进而导致单位直接人工的上升。2025 年 1-9 月的生产整体工作负荷与 2024 年差异不大，故单位直接人工费用较为稳定。

报告期内，智能数据采集终端的单位制造费用分别为 45.06 元/台、54.33 元/台和 50.84 元/台，呈先升后降趋势，与单位直接人工费用变动趋势一致，2024 年度上升主要系产销量下降所致。

报告期内，智能数据采集终端的单位加工费用分别为 64.22 元/台、58.74 元/台和 54.27 元/台，呈下降趋势，主要系单位加工费用下降所致；单位运费及其他分别为 10.09 元/台、19.55 元/台和 14.53 元/台，2024 年度有所上升，一方面系当年度境内发货量下降，境外发货量占比提升，使得单位产品运费提升；另一方面系当年度境外发货批次较多，但由于基础起运费用的存在（且该费用亦有所上涨），导致单位产品的运输费用增加。

（二）与主要原材料的价格变动是否匹配

报告期内，标的公司主要原材料包括 PCBA 和扫描头模组，二者合计占智能数据终端直接材料成本比重分别为 65.30%、63.12%和 62.84%。此类原材料在智能数据采集终端的单位成本变动与采购价格变动情况如下：

单位：元/片、元/个

项目	单位成本			采购入库均价		
	2025年 1-9月	2024年度	2023年度	2025年 1-9月	2024年度	2023年度
PCBA	311.42	318.88	330.92	296.60	295.66	321.89
扫描头模组	178.93	193.31	183.03	181.29	189.66	186.75

报告期内，PCBA 的单位成本分别为 330.92 元/片、318.88 元/片和 311.42 元/片，同期采购入库均价分别为 321.89 元/片、295.66 元/片和 295.66 元/片。二者均在 2024 年度呈现小幅下降；2025 年 1-9 月，单位成本小幅下降而采购入库均价整体平稳，主要系当期采购的规格型号与所销售的产品中 PCBA 规格型号存在结构性和时间性差异所致，具有合理性。

报告期内，扫描头模组的单位成本分别为 183.03 元/个、193.31 元/个和 178.93 元/个，同期采购入库均价分别为 186.75 元/个、189.66 元/个和 181.29 元/个，均呈现先增后降趋势。

此外，在价格差异上，采购入库的 PCBA 仅为直接向供应商采购的主板，不包括通过委外模式生产的副板，但最终产品的 PCBA 二者均包含在内，因此单位 PCBA 成本较同期采购入库单价高。

综上所述，主要原材料的单位成本与同期采购入库平均价格变动匹配。

（三）标的资产成本归集及核算是否准确、完整

标的公司成本归集及核算符合《企业会计准则》及相关规定，具体如下：

1、成本核算制度

标的公司制定了《成本核算管理办法》，明确划分了生产成本与期间费用的界限；材料成本归集依据生产任务单的成本对象下推生产投料单（BOM 清单），并进一步下推生产领料单；直接人工和制造费用归集依据当月录入的所有直接人工和制费，然后根据每个完工入库的产成品应分配的标准工时占比分摊。

2、归集路径的准确性

标的公司材料成本归集以实际生产领料单为依据，各工单的实际领料均按照领料单的明细记录逐笔归集至对应成本对象。领料单作为原始凭证，记录了领料日期、物料名称、数量、领用工单及成本对象等关键信息，能够确保材料成本的归集有据可查、数据准确。每月末，同一成本对象下各工单（包括普通工单及返工工单）的实际领料金额汇总计算后，作为当月入库该产品材料成本的构成部分，该归集方式以原始凭证为基础，保证了成本信息的可追溯性和准确性。

3、完整性与勾稽关系

营业成本与营业收入、产成品存货的变动勾稽一致。经对比，报告期内“购买商品、接受劳务支付的现金”与“营业成本+存货变动”相匹配。会计师对标的公司进行了成本倒轧测试，未发现重大差异，成本结转完整。

（四）原材料采购价格波动对标的资产经营业绩是否存在重大不利影响

报告期内，标的公司采用“以产定购与需求预测”相结合的采购模式，通过对供应链的有效管理，主要原材料的采购价格在报告期内保持相对稳定。同时，从成本构成来看，主要产品的单位材料费用及整体单位成本在报告期内变动幅度较小，总体保持稳定。此外，报告期内，标的公司主要产品毛利率维持在较高水平，显示出较强的盈利韧性。

综上所述，原材料采购价格波动对标的资产经营业绩不存在重大不利影响。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（二）营业成本分析”补充披露。

十八、基于前述事项，结合标的资产所在行业的发展趋势、市场空间、竞争格局、标的资产的核心竞争力、外销及经销收入的真实性、外销及经销比例的合理性、销售数量及单价的下降原因及是否持续、成本波动原因等，补充披露标的资产的持续经营能力是否存在不确定性，本次交易是否有利于增强上市公司持续经营能力，是否符合《重组办法》第四十四条的规定

1、标的资产所在行业的发展趋势、市场空间

行业发展态势呈现积极态势。自动识别与数据采集行业，特别是射频识别技术领域，下游应用场景持续拓宽，涵盖物流、零售、制造、医疗、交通等诸多行业，全球范围内的数字化、自动化转型趋势为行业提供了持续增长动力。技术迭代较快，与业务流程的深度融合要求企业具备快速响应和定制化能力。

全球市场空间广阔且结构多元。欧美等发达经济体对工业级智能数据采集终端等高端设备具有稳定需求，更注重产品性能与服务。以印度、东南亚等为代表的新兴市场正处于信息化建设快速期，市场需求增长潜力显著。标的公司境外销售收入占比持续超过 50%并呈上升趋势，与全球市场需求热点区域相匹配。

2、标的资产所在行业的竞争格局

行业竞争格局呈现全球化、多层次与差异化的特点。在高端市场，以斑马技术、霍尼韦尔等为代表的国际知名厂商凭借深厚的技术积累、完整的产品生态和全球化的品牌渠道，在大型跨国企业与复杂应用场景中占据主导地位，其竞争核心在于提供高可靠性的技术解决方案与全球化的服务网络。在主流及细分市场，则以新大陆、优博讯等国内上市公司及众多专业厂商为代表，它们凭借对本土及新兴市场需求的快速响应、更具竞争力的产品性价比以及灵活深入的本地化服务，形成了强有力的竞争。当前，行业的竞争焦点已从单一的产品性能与价格，深化为以技术生态整合能力、行业解决方案深度及全程服务品质为核心的综合较量。企业普遍采取直销与经销相结合的模式，以直销深度绑定行业大客户与集成商，以经销高效覆盖分散的中小客户与区域市场。在此格局下，单纯的价格战难以持续，领先企业正通过构建更紧密的技术生态合作、提供更高附加值的定制化解决方案以及建立快速响应的本地化技术支持体系，来实现差异化竞争与价值突破。

3、标的资产的核心竞争力

标的公司具备以深度技术积累和快速定制能力为核心的综合竞争优势。作为国内较早聚焦 RFID 领域的公司，其拥有从核心模块、天线到整机的自主研发能力，构建了完整的产品矩阵，并能根据客户需求进行高效的软硬件定制开发。依托早期国际化布局，标的公司建立了覆盖多区域的海外销售与服务体系，产品已

在海外市场取得认可。同时，标的公司与核心芯片供应商保持稳定合作，具备高效的供应链管理能力和保障各类订单的稳定交付。这些优势共同构成了标的公司应对多样化市场需求、实现持续发展的坚实基础。

4、外销及经销收入的真实性、外销及经销比例的合理性、销售数量及单价的下降原因及是否持续、成本波动原因

外销及经销收入具有真实性。报告期内，标的公司外销收入与海关出口数据、出口退税金额勾稽匹配。对主要经销商的核查显示其进销存情况合理，终端销售实现情况良好，回款正常。与重要经销商的合作背景、定价公允性、货物流转及资金流转均有真实业务单据及合理商业逻辑支撑。

外销及经销比例具有内在合理性。境外销售占比高与标的公司早期国际化布局及全球市场需求分布相符。以直销为主、经销为辅的模式，既有利于深度服务大型行业客户与集成商，又能借助经销商渠道高效覆盖分散的中小客户及区域性市场，此结构与同行业惯例一致，是标的公司在当前发展阶段的合理选择。

销售数量及单价的波动主要系标的公司主动优化客户与产品结构、聚焦高盈利业务，以及受特定区域市场竞争加剧、部分项目制客户采购波动、与个别大客户的阶段性定价策略等多重因素综合影响。该等变动是标的公司基于局部市场环境及经营策略主动调整的结果，而非长期趋势性下滑，因而不具有可持续性。

标的公司主营业务成本结构稳定，原材料占主导地位。报告期内的成本波动，主要系销量下降导致与产量直接相关的材料及加工费规模减少，而相对刚性的人工与制造费用占比被动提升所致。该等波动是销售规模变化下变动成本与固定成本的正常结构性反映，符合企业经营规律，未对经营业绩构成重大不利影响。

5、标的资产的持续经营能力是否存在不确定性，本次交易是否有利于增强上市公司持续经营能力，是否符合《重组办法》第四十四条的规定

综上所述，标的资产的持续经营能力不存在不确定性，本次交易有利于增强上市公司持续经营能力，符合《重组办法》第四十四条的规定。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“五、标的公司的盈利能力及未来趋势分析”之“（五）盈利能力的驱动要素及其可持续性分析”补充披露。

十九、会计师核查过程及核查意见

（一）核查程序

针对(1)(2)(4)(7)(9)(10)(14)(16)(17)(18)，会计师主要实施了以下核查程序：

1、获取了标的公司关于自动识别与数据采集（AIDC）行业的研究报告、市场分析资料，访谈了其管理层，了解其行业特点、产品特性、发展历程、全球化战略及下游客户分布。获取了同行业可比公司（如新大陆、优博讯、远望谷）的年度报告，对比分析其销售区域与模式分布；

2、获取了标的公司报告期内的销售明细、成本明细及分区域、分模式、分客户类型的收入成本明细表。复核了其境内外、直销与经销模式下的毛利率计算过程，访谈了销售及财务负责人，了解毛利率差异的具体原因及商业合理性，并与可比公司公开信息进行比对分析；

3、了解标的公司收入确认会计政策、各类销售合同样本（特别是外销与经销合同），核查了其针对不同贸易条款（如 FOB 等）及不同销售模式下的具体收入确认原则、时点及依据（如报关单、物流签收单）。将其收入确认政策、销售返利的会计计量原则与《企业会计准则》相关规定及可比公司公开披露政策进行比对，评估其合规性与一致性；

4、对标的公司报告期内的新增客户，特别是当期交易额超过 100 万元的新增客户，获取了其销售合同、订单、出库及签收记录。访谈了销售负责人，了解客户开发背景、新增交易的具体原因，并检查了期后订单情况，以评估交易连续性与持续性。通过企查查等公开渠道核查了新增客户的基本工商信息；

5、获取了标的公司报告期内经销商的销售收入明细、应收账款账龄表、银行回款流水及对账单。计算了各期及期后回款比例，核查了逾期回款明细及原因。

对存在第三方回款的经销商，获取了委托付款协议等支持性文件，并核查回款方与标的公司的关联关系。获取了标的公司对主要经销商的信用政策及变动审批记录，访谈了销售负责人了解变动原因；

6、获取了标的公司报告期内的海关出口报关单汇总数据、出口退税申报明细表及境外子公司财务报表。将海关出口数据、出口退税数据与境外销售收入明细进行交叉核对与勾稽，复核了标的公司提供的调节过程，分析差异原因及合理性；

7、获取了标的公司报告期内存在供应商与客户重叠情形的明细表及相关主体的采购、销售合同/订单及银行流水。核查了重叠交易的背景、内容、金额及定价，访谈了采购与销售负责人了解业务实质。通过公开渠道查询了重叠方的基本信息，确认其与标的公司及其关联方不存在关联关系；

8、针对 2023 年度第一大客户 KONSTANTA Limited Liability Company，获取了其销售合同、订单、出运单据、回款记录及毛利分析表。将主要销售产品（如 C61）的单价、毛利率与同期其他经销商进行对比分析。通过公开网络检索、获取客户确认函及中介机构走访记录等方式，核实其最终销售情况、关联关系及是否存在其他资金往来。

9、获取了标的公司报告期内分产品型号的销售明细、成本明细、产销存报表及存货明细。分析各主要产品单价、销售数量的波动原因，访谈了管理层了解产品与客户结构调整的具体策略。将产销率、存货变动趋势与同行业可比公司进行对比。获取了行业市场空间（如 QY Research 数据）及发展趋势资料，评估标的公司经营变动的行业背景；

10、获取了标的公司主营业务成本构成明细、BOM 清单、生产工单及领料记录。分析了直接材料、人工、制造费用等变动原因。获取了主要原材料（如 PCBA、扫描头模组）的采购价格清单，将单位产品成本中的材料成本与同期采购均价进行匹配性分析。复核了标的公司的成本核算制度、归集路径，并检查了成本倒轧表，评估其成本核算的准确性与完整性。

针对(3)(5)(6)(8)(11)(12)(13)(15)，会计师主要实施了以下核查程序：

1、查阅《26号格式准则》第三十三条规定，访谈标的公司总经理，了解经销商及终端客户分布特点。

2、访谈主要经销商，了解经销商向标的公司采购的主要产品及金额、采购金额变动及原因、合作历史、是否持续合作、与标的公司是否存在关联关系、注册资本、注册地址、股东、核心管理人员、员工人数、经营范围、业务规模、采购标的公司产品金额占其采购同类产品的比例等基本信息。

3、公开查询主要经销商的工商信息、网站等信息，取得境外主要经销商的中信保资料，查阅中信保中经销商的业务规模数据，并与访谈所获取资料比对。

4、访谈主要经销商，获取主要经销商的进销存明细，并将其采购数量与标的公司向其销售的数量进行比对；查看其关于标的公司产品的库存系统界面或库存明细，盘点或检查其仓库中标的公司产品，确认是否存在压货情形；了解其采购逻辑、采购频次、单次采购量、备货周期、成为信息产品交货周期等。

5、访谈标的公司主要外销客户，了解其是否为经销商，取得主要境外经销商的销售明细表，针对其销售明细表中所提供的下游客户，公开检索其下游客户的官网、实力、背景等，并选取其中 1-4 个下游客户进行访谈确认。

6、（1）访谈 E Headway Media 创始人，了解标的公司与其合作的具体情况，包括其向标的公司的历年采购金额、采购产品类型、回款情况、信用及返利政策、其主要销售地域、销售退回等情况，了解 E Headway Media 创始人的从业背景、与标的公司开展合作的背景及合作稳定性，2025 年标的公司向其销售规模增长较大的原因。（2）访谈标的公司总经理，了解标的公司对 E Headway Media 的信用政策及变化原因，了解经销商返利政策制定依据，了解标的公司对 E Headway Media 历年销售规模变动的具体原因，了解标的公司和 E Headway Media 开展合作的背景及合作稳定性，了解 2025 年将 Scootsy、Safexpress 这两家直销客户转由 E Headway Media 服务并提供产品的商业逻辑及合理性。根据标的公司收入成本大表，分析 E Headway Media 不同年度的采购订单数量及

特点，取得标的公司主要境内外经销商的经销代理协议。（3）取得标的公司报告期内收入成本明细大表，分析 2025 年将 Scootsy、Safexpress 这两家直销客户转由 E Headway Media 服务并提供产品前后，标的公司对 Scootsy、Safexpress、E Headway Media 销售的主要产品销售收入、销售数量、价格、毛利率变动及其合理性，并与标的公司向其他客户销售同款机型的销售单价进行比对，分析标的公司对 E Headway Media 销售的公允性。（4）访谈标的公司总经理，并结合已获取的主要经销商的销售明细表，核实将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的情况，除了涉及 Scootsy、Safexpress、E Headway Media 外，是否存在其他类似情况。（5）访谈标的公司印度成为总经理，了解印度 AIDC 市场的特点，了解/公开检索同行业公司在印度的生产经营模式。（6）取得 E Headway Media 在报告期内的采购明细表和 sales 明细表，并将其采购数量与标的公司向其销售的数量进行比对；实地走访 E Headway Media 的 2025 年的主要下游客户 Scootsy、Safexpress 及 1 家其他下游客户；对 E Headway 各期对外销售成为信息产品、实现最终销售所对应的订单、物流单、签收单、银行回单等资料进行细节测试，核实最终销售的实现情况，细节测试情况参见本题回复之“二十”之“（三）”之“2”部分。

7、向 E Headway Media 等主要经销商发函，核实标的公司报告期内对其的销售金额及应收账款，取得 E Headway Media 的期后回款银行流水。

8、取得标的公司股东、董监高、关键岗位人员报告期内的银行流水，印度现场查看印度成为的关键人员的工资卡银行流水，核实是否存在和 E Headway Media 及其关键人员，是否存在和外销客户及其关键人员的流水往来。

9、访谈标的公司总经理，了解设立印度子公司的背景，了解标的公司在印度及其他境外区域的经营模式，了解/公开检索同行业在印度设立子公司的情况。

10、访谈标的公司财务负责人，了解各类型客户的划分依据，了解经销商贸易商客户的具体差异，取得标的公司销售管理制度、经销商管理相关制度。

（二）核查意见

针对(1)(2)(4)(7)(9)(10)(14)(16)(17)(18)，经核查，会计师认为：

1、标的公司销售区域以境外为主、销售模式以直销为主，符合其所在的自动识别与数据采集行业全球化、分散化的特点，与其早期国际化布局、产品特性及客户结构相匹配，与同行业可比公司实践一致，具有合理性。境内外毛利率差异主要因不同市场竞争环境和客户价格敏感度不同导致；不同销售模式毛利率差异主要由所服务客户类型导致，而非模式本身，相关差异符合商业逻辑，与行业情况不存在显著差异；

2、标的公司外销收入与经销收入的具体确认原则符合《企业会计准则》规定，与同行业可比公司的披露政策不存在明显差异。其对经销商的销售返利作为单项履约义务，在满足条件时冲减当期收入，后续结算时确认收入的会计处理符合《企业会计准则》规定，与市场案例处理方式相符；

3、报告期内新增客户的订单具有连续性与持续性；

4、报告期内及期后，标的公司经销商回款情况良好，各期回款比例接近或超过 100%，期后回款比例高。逾期回款主要系临时性因素所致且均已收回，仅个别涉诉客户款项未回并已全额计提坏账。第三方回款占比低，且具有合理原因。对部分经销商的信用政策调整基于合作历史、资信状况及交易规模变化，履行了内部程序，具有商业合理性，不存在通过放宽信用刺激销售的情形。标的公司对经销商的销售收入真实；

5、报告期内，标的公司境外销售收入与海关出口数据、出口退税申报金额在考虑境外子公司毛利、收入确认与报关时点差异、代付运保费等因素调节后，差异金额及比例微小，匹配关系合理；

6、报告期内的供应商与客户重叠主要源于“委外加工超损采购”和“与贸易商或生产商之间的零星双向交易”两类特定、临时的业务需求，具有合理的商业实质。相关销售金额占营业收入的比例始终极低，且不存在同一主体同时构成

大额采购和大额销售的“双高”情形。相关交易遵循市场化定价原则，且交易双方无关联关系，该等情形符合其行业经营特点，交易定价公允；

7、2023 年度，标的公司对 KONSTANTA Limited Liability Company 的销售规模较大，主要系其下游终端项目需求驱动，具有合理性。销售定价与毛利率与其他经销商相比不存在重大差异，定价公允。货款回款情况良好。经核查，相关产品已完成最终销售。KONSTANTA 及其关联方与标的资产及其关联方不存在关联关系、其他利益安排或资金往来，相关销售真实、准确；

8、报告期内，标的公司主要产品销售单价和数量波动主要受标的公司主动优化客户与产品结构、聚焦高盈利业务，以及受特定区域市场竞争加剧、部分项目制客户采购波动、与个别大客户的阶段性定价策略等多重因素综合影响，具有结构性、阶段性特征，并非趋势性下滑。产销率下降及库存增加主要与备货策略及在手订单情况相关。相关变动趋势与同行业相比基本一致。标的公司产品销售未受到重大不利因素影响，未对其持续经营能力产生重大不利影响；

9、报告期内，标的公司营业成本及单位成本变动主要受销量波动、产品结构变化、原材料采购价格波动、直接人工与制造费用的刚性支出等因素综合影响。主要原材料的单位成本与同期采购均价变动趋势基本匹配。标的公司成本归集与核算制度健全，执行有效，成本结转完整、准确。原材料价格波动在报告期内未对其经营业绩构成重大不利影响；

10、综合来看，标的资产所在行业发展前景良好，其具备核心技术积累与国际化布局的核心竞争力。其外销及经销收入真实、比例合理。报告期内的业绩波动具有合理性。标的资产持续经营能力不存在重大不确定性。本次交易有利于上市公司与标的资产在产品、技术、市场、供应链等方面形成协同，增强上市公司持续经营能力，符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十三条的规定。

针对(3)(5)(6)(8)(11)(12)(13)(15)，经核查，会计师认为：

- 1、主要经销商向标的公司的采购与经销商的经营范围、业务规模相符。
- 2、成为信息经销模式产品主要为标准化产品，交货周期较短，一般为一周

至一个月之间，经销商一般按需采购，无明确备货周期，仅保留少量的安全库存。经销商的备货周期与销存情况匹配；经销商月均 2 次左右的采购频率及平均单次 3-5 万元的采购金额具有合理性，与期后销售周期相匹配，标的公司不存在向经销商压货的情形。

3、标的公司外销客户均非标的公司关联方，境外经销商对应的终端客户主要系所属销售区域内的物流、零售、交通、智能制造、金融、资产管理等行业用户。

4、（1）标的公司同 E Headway Media 合作稳定，销售价格公允，回款情况良好，信用政策及返利政策和其他经销商不存在重大差异；（2）E Headway Media 采购标的公司产品全部在印度当地销售，仅在 2025 年因使用场景不适配存在退换货情况，退货不涉及跨期，对标的公司经营不构成重大影响；（3）标的公司对 E Headway Media 历年销售规模变动具有合理原因；（4）标的资产在其成立两个月即与其展开合作、由其专门销售标的资产产品，具有合理背景；

（5）标的公司于 2025 年将印度区域的直销客户 Scootsy、Safexpress 转由经销商 E Headway Media 服务并提供产品，符合印度 AIDC 的行业特征及惯例，具有商业逻辑及合理性，与同行业公司在该地区的生产经营模式不存在差异；

（6）E Headway Media 已完成相关产品的最终销售，转移前后相关产品单价、销量、毛利率存在一定变化，主要系因为采购数量的变化、E Headway Media 服务大客户所需获取的合理收益等影响，具有合理性；（7）E Headway Media 及其股东、董监高、关键岗位人员等同标的资产及控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员等不存在关联关系、其他利益安排、特殊关系或业务合作、资金往来的情况；（8）标的公司 2025 年将部分印度直销客户转换为由印度经销商提供服务及产品的情形仅涉及 Scootsy、Safexpress、E Headway Media，且只涉及 C66、MC95、C72 三种机型，不存在其他类似情形；（9）标的公司不存在向经销商压货的情形，相关收入真实、准确。

5、标的公司在印度设立子公司主要系因为看好印度 AIDC 市场的发展，具有合理性，标的公司在印度设立子公司与同行业公司不存在差异，标的资产在

非印度的其他境外区域，未设立子公司，主要通过标的公司直接销售及通过经销商进行，具有合理性。

6、标的公司将销售模式划分为直销与经销两类，直销模式下客户类别包括集成客户、普通客户、OEM/ODM、贸易商，划分依据合理。经销商、贸易商客户在销售模式、管理模式、权利与义务等方面存在差异。

二十、详细说明对收入实施检查等核查程序的具体情况，并单独说明对经销商收入、海外收入的核查程序，包括但不限于对销售合同/订单、出库单、物流单、签收单、发票、记账凭证、银行回单等的检查金额及比例，函证的相关情况，对经销商终端销售、期末库存的开展的具体核查工作、核查金额及比例，对 **E Headway Media** 等主要海外经销商收入及终端销售的核查情况，细节测试等相关核查程序是否充分、核查的覆盖比例与获取的核查证据是否足以支撑发表核查意见；说明对成本实施检查等核查程序的具体情况，包括但不限于核查方法、核查金额及比例、核查证据，相关核查程序是否充分、获取的核查证据是否支撑其发表核查意见；结合对上述事项的核查工作，对标的资产销售收入及成本的真实性、准确性与完整性发表明确意见。

（一）详细说明对收入实施检查等核查程序的具体情况，并单独说明对经销商收入、海外收入的核查程序，包括但不限于对销售合同/订单、出库单、物流单、签收单、发票、记账凭证、银行回单等的检查金额及比例，函证的相关情况

1、对收入实施检查等核查程序的具体情况

（1）访谈标的公司总经理，了解标的公司销售模式、销售区域分布、主要客户情况、下游客户特点、主要产品的销量、单价和收入等情况。标的公司销售模式包括直销、经销，经核查，标的公司销售模式与同行业可比公司不存在差异。

（2）访谈标的公司财务负责人，了解标的公司的境内外销售及经销收入确认原则，并与同行业公司及会计准则的规定进行对比，经核查，标的公司收入确认原则与同行业公司不存在差异，符合会计准则。

(3) 取得标的公司报告期内收入成本明细大表，分年份、地区、产品类别、销售模式（直销、经销）、客户等实施收入的实质性分析程序，具体包括分析不同地区、不同产品类别、不同销售模式、不同客户等维度的收入变动及其原因，分析其单价变动和销量变动，识别是否存在重大或异常波动，核实背后的合理性。经核查，标的公司不同地区、不同产品类别、不同销售模式、不同客户等维度的收入、单价及销量变动具有合理性，无重大异常波动。

(4) 查询同行业可比公司（优博讯、新大陆、远望谷、芯联创展、斑马技术、霍尼韦尔）公开披露的各项财务数据，分析标的公司收入及其与成本、费用等财务数据之间的配比关系是否合理，具体包括营业收入、毛利率、销售费用率、管理费用率、财务费用率等指标，分析标的公司与同行业可比公司的差异情况。经核查，标的公司收入及其与成本、费用等财务数据之间的配比关系具有合理性，与同行业可比公司的差异具有合理性。

(5) 分析标的公司境内外、不同销售模式毛利率差异的具体原因及合理性，分析是否与行业基本情况、可比公司情况存在重大差异。经核查，标的公司境内外毛利率、不同销售模式毛利率存在的差异，是其根据不同市场的竞争环境、客户特性、渠道策略所采取的差异化经营策略的合理结果，符合商业逻辑。

(6) 通过公开渠道（同行业公司年度报告及研究报告等）查询智能数据采集终端行业近年来市场规模及销量情况，同时取得 QY Research 出具的《2026 年全球 RFID 智能手持终端行业总体规模、主要企业国内外市场占有率及排名》报告，查阅标的公司销售排名及市场份额，与标的公司销售收入进行验算。经核查，标的公司销售收入与市场地位或者份额不存在重大差异。

(7) 获取主要客户的销售合同，检查合同中涉及的履约义务、控制权转移时点等关键条款，查看并分析交易的实质与合同条款约定的安排是否相匹配，经核查，未发现存在实质性差异，相关经济业务真实、合理，会计处理符合企业会计准则要求。

(8) 对主要客户均实地走访

对主要客户均进行了实地走访，现场查看其经营场所，了解其基本情况、与标的公司具体业务流程、采购模式、结算模式以及与标的公司的关联关系等情况，访谈具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
访谈覆盖营业收入金额	16,118.24	23,114.51	25,688.44
营业收入金额	23,588.82	33,534.29	38,126.02
访谈覆盖营业收入比例	68.33%	68.93%	67.38%

（9）对标的公司报告期各期收入执行函证程序

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
营业收入金额	23,588.82	33,534.29	38,126.02
发函交易金额	19,217.99	27,464.68	32,563.54
发函比例	81.47%	81.90%	85.41%
回函金额	18,151.39	24,622.70	30,494.17
其中：回函相符金额	13,834.98	20,350.37	26,192.64
回函占发函比例	94.45%	89.65%	93.65%
回函占营业收入比例	76.95%	73.43%	79.98%

注：针对回函不符函证，已通过获取差异调节表、订单明细、报关单明细、货运提单、签收单等资料进行补充核查，核查了回函差异原因，相关差异均具有合理性。

（10）执行函证程序的客户，部分客户未回函，针对未回函的客户，会计师及独立财务顾问抽样检查了相关销售合同/订单列表、签收单或银行回单等支持性证据；核查金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
涉及抽样未回函客户对应收入查验金额	1,066.60	2,841.97	2,069.37
未回函客户收入	1,066.60	2,841.97	2,069.37
涉及抽样未回函客户对应收入金额占未回函客户收入比重	100.00%	100.00%	100.00%

（10）选取样本分别对标的公司报告期内各资产负债表日（含报告期期初）前后的收入随机抽取多笔，对标的公司收入执行截止性测试，检查相关收入确认单据（依据不同客户具体情况，包括签收单、报关单等）以确认收入是否确认在正确的期间。经核查，标的公司收入确认准确，无重大异常。

（11）了解和评价与收入确认相关的内部控制的设计和执行情况，通过选取大额样本及随机样本的方式对标的公司收入执行穿行测试/细节测试程序，检查收入确认相关的支持性文件，包括销售合同/订单、物流单、签收单、发票、记账凭证、银行回单等。例如，通过检查是否与客户签订了真实有效的销售合同，订单信息、发票信息是否相匹配，收入确认时点是否准确等，核查收入确认的真实性与准确性，检查金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
涉及抽样客户对应收入金额	13,622.04	19,541.09	24,472.23
主营业务收入金额	23,588.82	33,534.29	38,126.02
涉及抽样客户对应收入金额占比	57.75%	58.27%	64.19%
其中：测试无异常的样本客户对应收入金额占比	57.75%	58.27%	64.19%

2、对经销商收入实施的核查程序情况

（1）获取标的公司经销商的销售收入明细，分析报告期内标的公司经销商销售数量、单价、收入的变动情况，了解相关收入变动原因及合理性，核查新增及退出经销商收入增减变动情况；经核查，报告期内标的公司经销商相关数据变动具有合理性，新增及退出经销商收入增减变动无明显异常情形。

（2）对标的公司境内外主要经销商进行实地走访：1）查看其经营场所，在走访及访谈过程中，核验受访人身份信息、名片等，经销商营业执照、商业登记证等，访谈结束后合影；2）访谈时了解经销商向标的公司采购的主要产品及金额、采购金额变动及原因、合作历史、是否持续合作、与标的公司是否存在关联关系、注册资本、注册地址、股东、核心管理人员、员工人数、经营范围、业务

规模、采购标的公司产品金额占其采购同类产品的比例等基本信息，了解其采购逻辑、采购频次、单次采购量、备货周期、成为信息产品交货周期等。3）现场查看经销商关于成为信息产品的库存系统或者库存管理台账，并现场进行盘点、拍照留存，确认现场无存货积压。4）获得主要经销商关于成为信息产品报告期内的进销存明细表，并与成为信息各期对其的销售数量进行对比，核实是否存在较大差异。5）获得主要经销商关于成为信息产品的报告期内终端客户销售明细表，列示了该经销商报告期内的主要下游客户名称、产品类别/型号、销售数量，除此之外，针对部分经销商获取了关于成为信息产品的亚马逊以及淘宝等电商平台销售明细；查询了境内外主要经销商的官网（如有）、电商销售平台（如有）关于成为信息产品的销售界面及店铺是否销售其他同行业产品，并利用第三方工具查询了相关在线平台的流量或销售产品的排名统计。6）公开查询主要经销商的工商信息、网站等信息，取得境外主要经销商的中信保资料，查阅中信保中经销商的业务规模数据，并与访谈所获取资料比对。

（3）对标的公司境内外主要经销商的终端销售走访：获取主要经销商关于成为信息产品的终端客户销售明细表后，考虑到经销商的下游客户更为分散，从中选取其 1-4 家经销商下游客户进行实地走访或者视频访谈，访谈时，核验受访人身份信息、名片等，终端客户营业执照、商业登记证等，确认通过经销商采购成为信息产品数量、金额及用途，现场/视频查看成为信息产品库存及使用情况。

（4）获取经销商终端销售的细节测试资料：获取经销商和其部分终端客户之间各年度的部分合同、订单、物流单、发票、银行回单等销售原始单据执行细节性测试，检查对应的产品型号是否与成为信息的产品相符，同时公开检索其终端客户的主营业务、行业地位、网站等基本情况，以进一步佐证经销商提供的下游客户的真实性；在执行细节性测试时，重点关注标的公司主要境外经销商的终端销售细节测试，针对标的公司主要境外经销商执行较高收入比例的细节测试，主要境外经销商的终端销售细节测试比例参见本题回复之“二十”之“（三）”之“2”部分。

前述经销商的走访情况、经销商进销存明细获取情况、经销商销售明细获取情况、经销商终端客户的走访情况及获取经销商终端销售细节测试资料的情况参见本题回复之“二十”之“（二）”之“2”部分。

（5）对报告期各期主要经销商进行函证，确认报告期内主要经销商的销售金额、期末应收账款余额等，对双方交易的具体金额及期末往来款项等进行核查。报告期各期，函证经销商客户收入占标的公司经销收入的比例分别为 90.83%、89.31%及 89.70%：

单位：万元

项目	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
经销商对应收入金额	9,613.75	11,255.25	14,026.78
发函交易金额	8,742.27	10,175.13	13,112.67
发函比例	90.94%	90.40%	93.48%
回函金额	8,623.24	10,051.57	12,740.11
其中：回函相符金额	6,564.69	9,630.42	12,446.02
回函占发函比例	98.64%	98.79%	97.16%
回函占营业收入比例	89.70%	89.31%	90.83%

注：针对回函不符函证，已通过获取差异调节表、订单明细、报关单明细、货运提单、签收单等资料进行补充核查，核查了回函差异原因，相关差异均具有合理性。针对未回函的经销商客户，会计师及独立财务顾问检查了相关销售合同/订单、报关单、货运提单、签收单或银行回单等支持性证据。

（6）选取样本对标的公司经销商收入执行截止性测试，获取订单明细、收入确认依据等对各期期末前后的收入真实性及准确性进行核查，检查收入是否确认在正确的期间；经核查，相关经销商收入真实、准确，收入已确认在正确期间。

（7）由于标的公司经销商数量较多且分散，通过选取大额样本及随机样本对标的公司经销商收入执行穿行测试/细节测试程序，检查收入确认相关的支持性文件，包括销售合同/订单、物流单、签收单、发票、记账凭证、银行回单等。例如，通过检查是否与客户签订了真实有效的销售合同，订单信息、发票信息是否相匹配，收入确认时点是否准确等，核查收入确认的真实性与准确性，检查金额及比例情况如下：

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
涉及抽样经销商客户对应收入金额	5,564.87	6,347.61	9,475.18
经销商对应收入金额	9,613.75	11,255.25	14,026.78
涉及抽样经销商客户对应收入占比	57.88%	56.40%	67.55%
其中：测试无异常的样本客户对应收入占比	57.88%	56.40%	67.55%

3、对海外收入实施的核查程序情况

(1) 了解标的公司海外销售模式、主要海外客户基本情况及主要合同条款等信息，对标的公司海外收入的基本情况、客户分布等情况进行了解。经核查，标的公司海外销售模式及收入情况、主要海外客户、主要合同、客户分布等无重大异常。

(2) 获取标的公司收入成本明细大表，计算海外客户销售金额及占比，并通过公开信息渠道、中信保报告等形式查询重要海外客户的基本情况、经营状况等信息，核查外销客户与标的公司是否存在关联关系。经核查，标的公司海外客户无重大异常，与标的公司不存在未披露的关联关系。

(3) 计算并对比标的公司境内外产品毛利率，结合标的公司在境内外的产品定价、境内外市场竞争差异情况、同行业可比公司公开披露的数据等因素，了解标的公司境内外产品毛利率差异及其原因、与同行业可比公司之间是否存在显著不同，分析境内外产品毛利率差异的合理性。经核查，标的公司境内外产品毛利率差异具备合理性。

(4) 对主要海外客户进行实地访谈，实地前往印度、俄罗斯、美国、南非、荷兰、德国、意大利等国家和地区访谈相关海外客户，对标的公司与海外客户的合作历史、背景、商业条款、定价方式、销售内容、销售金额等进行核查，报告期各期，海外客户具体访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
访谈覆盖海外营业收入金额	10,334.08	13,490.60	13,436.69
海外营业收入金额	15,315.10	20,488.50	19,594.59
访谈覆盖海外营业收入比例	67.48%	65.84%	68.57%

(5) 对报告期各期主要海外客户进行函证，确认报告期内主要海外客户的销售金额、期末应收账款余额等，对双方交易的具体金额及期末往来款项等进行核查。报告期各期，函证海外客户收入占标的公司海外收入的比例分别为 79.46%、70.15%及 78.12%：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
海外营业收入金额	15,315.10	20,488.50	19,594.59
发函交易金额	12,799.83	17,055.60	16,982.56
发函比例	83.58%	83.24%	86.67%
回函金额	11,963.70	14,372.05	15,569.10
其中：回函相符金额	8,380.03	11,770.42	14,010.70
回函占发函比例	93.47%	84.27%	91.68%
回函占营业收入比例	78.12%	70.15%	79.46%

注：针对回函不符函证，已通过获取差异调节表、订单明细、报关单明细、货运提单、签收单等资料进行补充核查，核查了回函差异原因，相关差异均具有合理性。针对未回函的经销商客户，会计师及独立财务顾问检查了相关销售合同/订单、报关单、货运提单、签收单或银行回单等支持性证据。

(6) 取得标的公司海关出口数据、出口退税申报收入数据，检查与标的公司海外销售收入的匹配性，对申报收入与标的公司账面收入是否存在差异、相关差异的形成原因及合理性等进行核查。经核查，标的公司有关出口数据与海外销售收入具有匹配性，相关差异具有合理性。

(7) 核查标的公司海外销售模式和占比与同行业可比公司是否存在显著差异，是否符合行业特征。经核查，标的公司海外销售模式与同行业可比公司不存在显著差异，符合行业特征。

（8）通过公开信息渠道查询标的公司外销主要国家或地区的贸易政策，分析贸易政策变化情况，结合贸易政策变化情况对标的公司在各区域的销售收入情况进行分析性复核；通过公开信息渠道查询标的公司出口主要结算货币的汇率变动情况。经了解，标的公司主要外销国家的贸易政策及汇率波动未对标的公司在各区域的销售收入造成重大不利影响，标的公司相关收入所涉及的汇率折算金额准确。

（9）选取样本对标的公司海外客户的收入执行截止性测试，检查收入是否确认在正确的期间，收入确认金额是否准确、完整。经核查，标的公司海外客户的收入确认真实、准确、完整。

（10）选取样本对标的公司海外收入进行穿行测试/细节测试，检查收入确认相关的支持性文件，包括销售合同/订单、物流单、签收单、发票、记账凭证、银行回单等；通过检查是否与客户签订了真实有效的销售合同，订单信息、发票信息等是否相匹配，收入确认时点是否准确等，核查收入确认的真实性与准确性，检查金额及比例情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
涉及抽样海外客户对应收入金额	8,020.61	11,719.68	12,457.47
海外收入金额	15,315.10	20,488.50	19,594.59
涉及抽样海外客户对应收入金额占比	52.37%	57.20%	63.58%
其中：测试无异常的样本客户对应收入金额占比	52.37%	57.20%	63.58%

（二）对经销商终端销售、期末库存的开展的具体核查工作、核查金额及比例

1、对经销商终端销售、期末库存的开展的具体核查工作

标的公司对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，且其经销商对应的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点。根据以上特点，中介机构对成为信息经销商终端销售、期末库存开展的具体核查工作如下：

（1）对成为信息境内外主要经销商进行实地走访，查看其经营场所，在走访及访谈过程中，核验受访人身份信息、名片等，经销商营业执照、商业登记证等，访谈结束后合影；访谈时了解经销商向标的公司采购的主要产品及金额、采购金额变动及原因、合作历史、是否持续合作、与标的公司是否存在关联关系、注册资本、注册地址、股东、核心管理人员、员工人数、经营范围、业务规模、采购标的公司产品金额占其采购同类产品的比例等基本信息，了解其采购逻辑、采购频次、单次采购量、备货周期、成为信息产品交货周期等。

（2）现场查看经销商关于成为信息产品的库存系统或者库存管理台账，并现场进行盘点、拍照留存，确认现场无存货积压。

（3）获得主要经销商关于成为信息产品报告期内的进销存明细表，并与成为信息各期对其的销售数量进行对比，核实是否存在较大差异。

（4）获得主要经销商关于成为信息产品的报告期内终端客户销售明细表，列示了该经销商报告期内的主要下游客户名称、产品类别/型号、销售数量，除此之外，针对部分经销商获取了关于成为信息产品的亚马逊以及淘宝等电商平台销售明细；查询了境内外主要经销商的官网（如有）、电商销售平台（如有）关于成为信息产品的销售界面及店铺是否销售其他同行业产品，并利用第三方工具查询了相关在线平台的流量或销售产品的排名统计。

（5）获取经销商和其部分终端客户之间各年度的部分合同、订单、物流单、发票、银行回单等等销售原始单据执行细节性测试，检查对应的产品型号是否属于成为信息，同时公开检索其终端客户的主营业务、行业地位、网站等基本情况，以进一步佐证经销商提供的下游客户的真实性；在执行细节性测试时，重点关注标的公司主要境外经销商的终端销售细节测试，针对标的公司主要境外经销商执

行较高比例的细节测试，主要境外经销商的终端销售细节测试比例参见本题回复之“二十”之“（三）”之“2”部分。

（6）获取主要经销商关于成为信息产品的终端客户销售明细表后，考虑到经销商的下游客户更为分散，从中选取其 1-4 家经销商下游客户进行实地走访或者视频访谈，访谈时，核验受访人身份信息、名片等，终端客户营业执照、商业登记证等，确认通过经销商采购成为信息产品数量、金额及用途，现场/视频查看成为信息产品库存及使用情况。

2、对经销商终端销售、期末库存的具体核查金额及比例

中介机构对成为信息经销商终端销售、期末库存的核查金额及比例情况如下：

单位：万元

具体核查金额及比例	2025年1-9月	2024年度	2023年度
已走访经销商的销售收入金额	7,509.80	8,441.87	11,048.09
已走访经销商的销售金额占当期营业收入比例	31.84%	25.17%	28.98%
已走访经销商的销售金额占当期公司经销收入比例	78.12%	75.00%	78.76%
获取进销存明细的经销商销售收入金额	7,428.29	8,425.33	11,047.01
获取进销存明细的经销商销售收入金额占当期公司经销收入比例	77.27%	74.86%	78.76%
获取销售明细的经销商销售收入金额	7,136.84	7,946.00	10,674.67
获取销售明细的经销商销售金额占当期公司经销收入比例	74.24%	70.60%	76.10%
走访了其下游客户的经销商销售收入金额	6,967.06	7,752.08	10,486.12
走访了其下游客户的经销商销售收入金额占当期经销收入比例	72.47%	68.88%	74.76%
对经销商与其下游客户之间的交易，执行了细节测试的经销商销售收入金额	6,756.33	7,102.48	10,033.77
对经销商与其下游客户之间的交易，执行了细节测试的经销商销售收入金额占当期经销收入比例	70.28%	63.10%	71.53%

（三）对 E Headway Media 等主要海外经销商收入及终端销售的核查情况，细节测试等相关核查程序是否充分、核查的覆盖比例与获取的核查证据是否足以支撑发表核查意见

1、对 E Headway Media 等主要海外经销商收入及终端销售的核查情况

报告期各期，按照累计销售金额排序，标的公司前五大海外经销商分别为 KONSTANTA Limited Liability Company、Enterprise Data Resources, Inc.、Interway、E Headway Media、Osiris Technical Systems (Pty) Ltd，该五大海外经销商占报告期内标的公司各期海外经销收入比例分别为 67.53%、55.04%、63.60%，该五大经销商累计经销收入占标的公司报告期内累计海外经销收入的比例为 62.53%。其终端客户主要系所属销售区域内的物流、零售、交通、智能制造、金融、资产管理等行业用户，考虑到标的公司对经销商客户均是买断式销售，经销商相对分散，集中度较低，且其经销商对应的终端客户呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点，针对主要海外经销商收入及终端销售的核查，中介机构采取了以下核查工作：

（1）俄罗斯实地走访 KONSTANTA，美国实地走访 Enterprise Data、印度实地走访 E Headway Media，香港实地走访 Interway，南非实地走访 Osiris；在走访及访谈过程中，查看其经营场所，核验受访人身份信息、名片等，经销商营业执照、商业登记证等，访谈结束后合影。

（2）实地走访时，现场查看 KONSTANTA、Enterprise Data、E Headway Media、Osiris 关于成为信息产品的库存系统或者库存管理台账，并现场进行盘点，询问确认是否有存货大量积压情形；考虑到 Interway 系成为信息在巴西的独家经销商，其采购后全部销往巴西，仓库亦位于巴西，中介机构通过视频查看了 Interway 在巴西的仓库，并询问确认是否有存货积压大量情形。

（3）获得前述经销商关于成为信息产品报告期内的进销存明细表，并与成为信息各期对其的销售数量进行对比，核实是否存在较大差异。

（4）获得 E Headway Media、Interway 在报告期内销售成为信息销售明细表，涵盖了各期产品的具体型号、数量、最终下游客户，并将其销售数量和向成为信息采购的数量比对，进一步确认最终的销售情况；获得 KONSTANTA、Osiris、Enterprise Data 在报告期内销售成为信息销售明细表，涵盖了各期产品类别、数量、最终下游客户，并将其销售数量和向成为信息采购的数量比对，进一步确认最终的销售情况；获得 Enterprise Data 亚马逊、独立站的线上销售明细。

（5）实地走访 KONSTANTA 的 3 家下游客户（比如 INTER ID）；实地走访 E Headway Media 的 3 家下游客户（比如 Scootsy、Safexpress）；实地走访 Osiris 的 3 家下游客户（比如 Korridor）；视频访谈 Interway 的 2 家下游客户（比如 Yep Solutions），视频访谈 Enterprise Data 的 4 家下游客户（比如 Saffire LLC、LITS LLC）；访谈时，核验受访人身份信息、名片等，终端客户营业执照、商业登记证等，确认通过经销商采购成为信息产品数量、金额及用途，现场/视频查看成为信息产品库存及使用情况。

（6）向前述经销商发函，确认成为信息向其的销售金额及应收账款情况，其中 E Headway Media 回函存在微小差异，主要是由于部分年底签收的货物客户在下月开票时入账，其余均相符。

（7）获取成为信息与前述经销商之间销售的细节测试资料，包括合同/订单/invoice、物流单/签收单、银行回单/银行流水等销售原始单据，细节测试比例参见本题回复之“二十”之“（三）”之“2”部分。

（8）获取前述经销商和其终端客户之间各年度的合同/订单/invoice、物流单/签收单、银行回单/银行流水等销售原始单据执行细节性测试，终端销售的细节测试比例参见本题回复之“二十”之“（三）”之“2”部分，检查对应的产品型号是否属于成为信息，相应终端客户是否回款；同时公开检索其终端客户的主营业务、行业地位、网站等基本情况，以进一步佐证经销商提供的下游客户的真实性。

（9）对成为信息与前述经销商之间的交易，抽取报告期内各年资产负债表日前后一定期间的样本执行截止性测试，以确认收入在各期确认的准确性。

（10）获取标的公司的收入成本明细大表，对前述经销商营业收入、单价、采购数量、毛利率、产品型号变化等实施分析程序，识别是否存在重大或异常的波动，了解波动原因和背景，未发现重大异常。

2、细节测试等相关核查程序是否充分、核查的覆盖比例与获取的核查证据是否足以支撑发表核查意见

（1）成为信息和前述经销商之间交易的细节测试

客户名称	2025年 1-9月收入	2024年 收入	2023年 收入	收入合计	执行细节测试收入金额	细节测试比例
KONSTANTA	319.46	964.02	4,463.71	5,747.18	4,880.57	84.92%
Enterprise Data	983.29	1,727.86	878.79	3,589.94	2,917.86	81.28%
Interway	946.51	995.71	1,204.47	3,146.69	2,636.52	83.79%
E Headway Media	1,981.40	290.86	180.34	2,452.60	1,965.26	80.13%
Osiris	370.99	395.66	262.01	1,028.66	833.62	81.04%

（2）前述经销商实现终端销售的细节测试

报告期内，标的公司对前述主要海外经销商销售的整机数量如下：

单位：台

客户名称	2025年1-9 月销量	2024年 销量	2023年 销量	报告期内 销量合计	执行终端销售 细节测试的数量占比
KONSTANTA	1,554	5,745	27,007	34,306	81.81%
Enterprise Data	4,951	7,813	3,656	16,420	72.51%
Interway	6,842	7,080	6,916	20,838	67.53%
E Headway Media	11,021	1,264	716	13,001	75.16%
Osiris	1,818	1,893	1,247	4,958	66.40%

为有效验证前述主要海外经销商采购标的公司产品最终实现销售的真实性，针对前述主要海外经销商的终端销售执行细节测试程序，检查其终端销售收入确认相关的支持性文件，包括合同/订单/invoice、物流单/签收单、银行回单/银行流水等销售原始单据，检查是否与终端客户签订了真实有效的销售合同，订单信息、发票信息、收款信息等是否相匹配，是否收到对应终端客户回款及回款方是否异常等，核查经销商终端收入确认的真实性与准确性。具体情况如下：

客户名称	细节测试依据/论述	核查经销商对外销售数量	核查经销商对外销售的回款
KONSTANTA	1、中介机构获取了 Invoice 订单，显示了发票号、订单时间、终端客户、产品代码和规格（与成为信息产品进行比对，查阅是否异常）、销售数量、销售金额等信息； 2、获取了 KONSTANTA 的银行回单，显示了收款日期、付款人、收款银行。	检查了 2023 年、2024 年、2025 年该经销商销售标的公司整机产品的 Invoice 订单，涉及台数合计 28,065 台，标的公司报告期内向 KONSTANTA 销售的整机总数量为 34,306 台，Invoice 订单核查比例达到 81.81%。	1、标的公司报告期内对 KONSTANTA 的销售金额分别为 4,463.71 万元、964.02 万元、319.46 万元； 2、KONSTANTA 提供的终端客户银行回单总金额已可以覆盖标的公司报告期内向 KONSTANTA 销售的总金额。
Enterprise Data	1、中介机构现场走访时，获取了其部分线下客户的 Invoice 订单，显示了发票号、订单时间、终端客户、产品代码和规格（与成为信息产品进行比对，查阅是否异常）、销售数量、销售金额等信息； 2、中介机构现场走访时，现场导出了其部分亚马逊平台的销售明细（包括产品规格、数量），后续进一步获取了其亚马逊及独立站的线上销售明细表，检查其订单日期、订单数量、订单金额、线上客户名称、物流记录、订单完成情况等关键信息。	检查了 2023 年、2024 年、2025 年该经销商线下销售标的公司整机产品的销售明细表及部分 Invoice 订单，涉及台数合计 6,515 台；检查其亚马逊、独立站等线上销售明细表，涉及台数合计 9,327 台，线上线下销售检查的总台数为 11,906 台，标的公司报告期内向 Enterprise Data 销售的整机总数量为 16,420 台，Invoice 订单及线上销售核查比例合计达到 72.51%。	针对其亚马逊及独立站的线上销售，检查其订单发货及回款完成情况；补充其线上销售网站（亚马逊和独立站）的销售流程检查、网站排名及流量情况检查。
Interway	1、中介机构获取了 Invoice 订单，显示了发票号、订单时间、终端客	检查了 2023 年、2024 年、2025 年该经销商销售标的公	1、标的公司报告期内对 Interway 的销售金

	<p>户、产品代码和规格（与成为信息产品进行比对，查阅是否异常）、销售数量、销售金额等信息；</p> <p>2、获取了 Interway 的银行回单，显示了收款日期、付款人、收款银行，并与 Invoice 中的终端客户进行匹配</p>	<p>司整机产品的 Invoice 订单，涉及台数合计 14,072 台，标的公司报告期内向 interway 销售的整机总数量为 20,838 台，Invoice 订单核查比例达到 67.53%。</p>	<p>额分别为 1,204.47 万元、995.71 万元、946.51 万元；</p> <p>2、Interway 提供的终端客户回单总金额已可以覆盖标的公司报告期内向 interway 销售的总金额。</p>
E Headway Media	<p>1、中介机构获取了 Invoice 订单、物流签收单，显示了订单时间/物流签收时间、终端客户、产品代码和规格（与成为信息产品进行比对，查阅是否异常）、销售数量、销售金额等信息；</p> <p>2、获取了 E Headway Media 的银行回单/银行流水，显示了收款日期、付款人、收款银行，并与 Invoice 订单/物流单中的终端客户进行匹配</p>	<p>检查了 2023 年、2024 年、2025 年该经销商销售标的公司整机产品的 Invoice 订单，涉及台数合计 9,772 台，标的公司报告期内向 Interway 销售的整机总数量为 13,001 台，Invoice 订单核查比例 75.16%。</p>	<p>1、标的公司报告期内对 E Headway Media 的销售金额分别为 180.34 万元、290.86 万元、1,981.40 万元；</p> <p>2、E Headway Media 提供的终端客户回单总金额已可以覆盖标的公司报告期内向 E Headway Media 销售的总金额。</p>
Osiris	<p>1、中介机构获取了 Invoice 订单、物流单，显示了订单时间/物流签收时间、终端客户、产品代码和规格（与成为信息产品进行比对，查阅是否异常）、销售数量、销售金额等信息；</p> <p>2、获取了 Osiris 的银行回单/银行流水，显示了收款日期、付款人、收款银行，并与 Invoice 订单/物流单中的终端客户进行匹配</p>	<p>检查了 2023 年、2024 年、2025 年该经销商销售标的公司整机产品的 Invoice 订单或者物流签收单，涉及台数合计 3,292 台，标的公司报告期内向 Osiris 销售的整机总数量为 4,958 台，Invoice 订单核查比例达到 66.40%。</p>	<p>1、标的公司报告期内对 Osiris 的销售金额分别为 262.01 万元、395.66 万元、370.99 万元；</p> <p>2、Osiris 提供的终端客户回单总金额已可以覆盖标的公司报告期内向 Osiris 销售的总金额。</p>

综上，经过执行经销商访谈、下游穿透终端访谈、函证、截止性测试、标的公司与经销商之间的细节测试及经销商实现终端销售的细节测试、实质性分析程序等核查程序，会计师认为相关核查程序充分，获取的核查证据可以支撑所发表的核查意见。

（四）说明对成本实施检查等核查程序的具体情况，包括但不限于核查方法、核查金额及比例、核查证据，相关核查程序是否充分、获取的核查证据是

否支撑其发表核查意见。

1、对成本实施检查等核查程序的具体情况

（1）访谈程序

针对标的公司主要采购负责人、财务负责人、生产负责人实施访谈程序，了解标的公司生产、采购、成本归集及结转等情况，评价是否符合会计准则的规定。对访谈内容形成书面记录，交叉验证访谈信息与财务数据、其他核查证据的一致性，识别可能存在的异常或不一致情况。

（2）内部控制有效性核查

了解和评价原材料采购、存货生产及成本结转的内部控制的设计和运行有效性，并测试关键控制设计和运行的有效性。

（3）存货与生产管理核查

核查事项	核查方法	核查证据、金额和比例
存货借贷方发生额及成本结转完整性	实施各存货科目借贷方发生额的变动分析，复核成本结转逻辑，对成本计算单与总账、明细账进行勾稽核对	存货科目明细账、总账及成本计算表；经勾稽核对的相关底稿；成本归集与分配测试表；验证成本结转完整性的分析记录
主要产品单位成本变动情况	选取报告期内主要产品，对比分析本年与上年单位成本的构成项目及变动幅度，结合原材料采购价格、人工成本、制造费用等变动因素进行量化分析	1) 主要产品单位成本构成明细表；原材料采购价格变动分析表；人工成本及制造费用明细变动分析表；单位成本差异分析底稿 2) 选取 100 万元以上的产成品进行分析，占总完工入库成本比例达 70%
主要产品工单成本合理性	抽取主要产品不同期间的生产工单，对比分析工单间的单位成本差异，重点关注投入产出异常、工单长期未关闭、单位成本显著偏离标准成本等情况	主要产品生产工单明细清单及成本计算表；工单单位成本对比分析表

核查事项	核查方法	核查证据、金额和比例
委外加工费真实性与完整性	选取主要委外厂商，获取并审阅加工合同，了解结算模式，结合加工数量、单价及加工费支付情况进行测算验证，检查期后结算凭证	1) 主要委外厂商加工合同及结算协议；委外加工明细表；委外加工费与采购量及加工费率同期对比表 2) 核查前五名委托加工商发生的加工费，核查比例达到 90%
在制品结存及结转情况	了解主要产品生产周期，获取各期末在制品盘点记录及期后完工入库明细，分析在制品余额合理性及期后结转及时性	1) 各期末在制品工单明细；期后在制品完工入库明细 2) 截止 2025 年 9 月末的在制品核查期后结转情况，核查比例达到 90%
发出商品收入确认情况	核查各期末发出商品明细及期后结转情况，获取期后发货签收记录及收入确认凭证	各期末发出商品明细表及库龄分析；发出商品期后签收单及收入确认凭证抽样记录；发出商品结转收入核对表
原材料及产成品计价测试	选取主要原材料及产成品，对存货计价方法（加权平均法等）的一贯性与准确性进行测试	存货计价方法说明及一贯性验证底稿；原材料、产成品发出计价测试表；存货进销存与财务账面核对记录
主要产品产销率	统计主要产品产量、销量数据，计算产销率，结合市场环境、公司销售策略、期末库存变动等因素进行分析	1) 主要产品产量、销量统计表；产销率计算底稿及变动原因分析说明 2) 当期以产品代码为单位销售金额大于 40 万元定义为主要产品，核查比例均达到 60% 以上
关键耗材投入产出	选取主要产品，获取关键耗材领用记录及产品产出记录，测算单位产品耗用量，与标准单耗、历史单耗进行对比分析	1) 主要产品关键耗材领用明细表；产品产出统计表；单位产品耗用量测算底稿；与标准单耗、历史单耗对比分析记录 2) 产成品全量核查配套单耗，核查比例 100%；半成品选取前 6 名核查配套单耗，核查比例约 85%

(4) 存货采购管理核查

核查事项	核查方法	核查证据
主要材料采购价格波动	选取主要原材料，对本期与上期采购单价、采购数量进行对比分析，结合市场价格走势、采购策略调整、供应商结构变化等因素说明变动原因	主要原材料采购明细表（报告期内）；采购单价、采购数量对比分析表

核查事项	核查方法	核查证据
采购入库截止性	核查资产负债表日前后的采购入库记录、供应商送货单据及相关凭证，检查采购入库时点归属是否正确	资产负债表日前后采购入库明细及截止性测试底稿；供应商送货单、入库单、发票凭证抽查记录
采购流程规范性	了解并评价采购与付款循环的内部控制设计及执行情况，选取采购样本执行细节测试，检查采购申请、合同、入库单、发票、付款审批等关键控制点	采购与付款循环内部控制流程图及评价底稿；采购细节测试样本清单；对应的采购申请、合同、入库单、发票、付款回单
采购业务真实性	选取重要供应商实施函证，对未回函及回函不符事项执行替代测试	重要供应商函证控制记录；未回函及回函不符事项的替代测试底稿
主要供应商背景情况	通过国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开渠道查询主要供应商工商信息，了解主要供应商基本情况、股东结构、实际控制人信息；通过相关网站及其他披露信息核查供应商的展业情况	主要供应商工商登记信息查询记录
新增主要供应商管理	关注本期新增的重大材料及外协供应商，了解新增供应商的业务背景、选择标准及合作流程，通过查询工商信息、实地访谈或背景调查等方式核查供应商资质及关联关系	本期新增主要材料及外协供应商清单；新增供应商背景调查资料
供应商信用政策及应付账款管理	核查重大供应商信用政策变动情况，检查期末余额较大应付账款是否存在逾期情形，了解长账龄应付账款长期挂账原因	重大供应商信用政策变动记录及原因说明；应付账款明细表及账龄分析表；长账龄应付账款挂账原因说明及相关支持性文件
应付账款期后支付情况	核查主要应付账款期后付款记录，确认应付账款是否在信用期内得到及时支付	主要应付账款期后付款明细及银行回单抽查记录
大额预付账款合理性	获取大额预付账款对应的采购合同及订单，对比分析预付金额与合同约定的一致性，检查期后到货及入库情况	大额预付账款明细表；对应的采购合同、订单；预付账款期后到货及入库凭证抽查记录

采用货币单元抽样方式选取样本并检查与采购相关的支持性文件，包括采购合同/订单、入库单、发票、记账凭证、银行回单等，核查采购的真实性、准确性。细节测试具体核查金额和比例如下：

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
抽样涉及供应商对应采购金额（万元）	9,490.28	10,310.02	13,970.52
采购总额（万元）	13,676.91	17,049.04	22,498.80
抽样覆盖比例	69.39%	60.47%	62.09%

（5）供应商实地走访

根据采购金额、供应商重要性等因素，选取主要供应商作为走访对象。走访现场，观察供应商实际经营场所、生产经营状况；访谈供应商相关负责人，了解双方合作背景、交易内容、结算方式等；核实供应商与标的公司是否存在关联关系；了解交易的商业理由及定价公允性。

核查证据：经签字盖章的供应商访谈纪要和无关联关系声明函，访谈人身份信息验证文件，供应商营业执照，经营场所照片及合影等。

走访覆盖的供应商采购额和比例如下：

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
走访覆盖采购金额（万元）	11,560.42	13,680.79	18,606.15
采购金额（万元）	13,676.91	17,049.04	22,498.80
访谈覆盖采购金额比例	79.29%	75.98%	79.06%

（6）函证程序

结合采购金额和分布、往来款项余额以及对象特征等，选取发函对象，保持发函和回函全过程独立性。对未回函事项执行替代测试，对回函不符事项进行差异分析。

核查证据：函证控制记录，供应商及应付账款余额函证（含相关收发记录）；替代测试资料包括采购订单、入库单、发票、记账凭证等支持性文件；对回函不符事项的差异原因说明及相关证据，编制差异调节表。

函证的金额和比例如下：

1) 采购金额函证

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
采购总额（万元）	13,676.91	17,049.04	22,498.80
发函交易金额（万元）	13,249.23	16,065.57	21,216.09
发函比例	96.87%	94.23%	94.30%
回函金额（万元）	13,100.86	15,665.97	20,540.23
其中：回函相符金额（万元）	10,425.02	12,459.67	16,853.49
回函占发函比例	98.88%	97.51%	96.81%
回函占采购总额比例	95.79%	91.89%	91.29%
其中：回函相符占采购总额比例	76.22%	73.08%	74.91%

2) 应付账款余额函证

项目	2025年 9月30日	2024年 12月31日	2023年 12月31日
应付账款余额（万元）	1,044.06	1,498.25	1,363.40
发函余额（万元）	934.82	1,375.96	1,221.82
发函比例	89.54%	91.84%	89.62%
回函金额（万元）	908.15	1,347.58	1,193.42
其中：回函相符金额（万元）	743.44	848.73	763.01
回函占发函比例	97.15%	97.94%	97.68%
回函占应付账款比例	86.98%	89.94%	87.53%
其中：回函相符占应付账款比例	71.21%	56.65%	55.96%

(7) 存货监盘程序

会计师和独立财务顾问执行了2025年9月30日存货的监盘工作。根据标的公司存货构成、存放地点、期末余额等因素制定监盘计划，确定监盘范围、重

点及时间安排后实施监盘，具体包括观察标的公司的盘点过程评价盘点方法合理性，对存货执行抽盘并将盘点结果与存货明细账核对，关注存货状况、品质及是否存在滞销、毁损、过期等情形。针对标的公司的印度子公司，综合考虑其期末存货规模等情况，采用视频监盘方式进行。

核查证据：存货监盘计划及总结；存货盘点表及抽盘记录；监盘过程照片；盘点差异情况说明及相关支持性证据；视频监盘影像资料。

2025年9月末，监盘覆盖存货余额比例占存货总额的73.61%，具体如下：

单位：万元

存货类别	存货余额	监盘金额	监盘比例
原材料	2,769.11	1,894.67	68%
半成品	5,624.68	5,030.99	89%
库存商品	1,040.13	665.55	64%
委托加工物资	219.08	35.99	16%
在制品	173.1	45.81	26%
发出商品	597.26	-	-
合计	10,423.36	7,673.00	73.61%

针对发出商品，会计师和独立财务顾问执行了函证及发出商品所属客户的走访程序，核查比例占各期发出商品期末余额的70.04%、74.44%和66.98%。

2、相关核查程序是否充分、获取的核查证据是否支撑其发表核查意见

经核查，会计师和独立财务顾问对成本核算相关业务执行了访谈程序、内部控制有效性核查、实质性程序、供应商实地走访、函证程序、存货监盘程序等核查程序。上述核查程序覆盖了成本核算的关键环节与主要风险点，涵盖采购、生产、仓储、成本归集与结转等全业务流程，核查金额及比例符合相关核查准则要求，核查证据已整理归档并相互印证。综上，相关核查程序充分，获取的核查证据可以支撑所发表的核查意见。

（五）结合对上述事项的核查工作，对标的资产销售收入及成本的真实性、准确性与完整性发表明确意见

经核查，会计师认为，标的资产销售收入及成本真实、准确、完整。

问题三、关于标的资产的财务数据

申请文件显示：（1）标的资产采用“以销定产与适量备货相结合”的生产模式、采取“以产定购与需求预测”相结合的采购模式。报告期末，标的资产存货账面余额 1.04 亿元，跌价计提比例约为 22.67%，计提比例高于可比公司，其中原材料账面余额 0.28 亿元，跌价计提比例约为 23%，半成品账面余额 0.56 亿元，跌价计提比例约为 20.23%，发出商品 0.06 亿元，跌价计提比例约为 66.98%。标的资产对主板、模组等单价较高或需委外加工的物料归入半成品管理。（2）报告期各期末，标的资产应交税费中个人所得税金额分别为 58.39 万元、58.19 万元及 1041.29 万元。

请上市公司：（1）补充披露标的资产存货规模尤其是原材料、半成品的规模的合理性，同标的资产的采购与生产模式是否匹配，并结合原材料及半成品的具体构成、库龄、材料使用寿命、采购价格波动情况，对应最终产品的销售情况及毛利率，发出商品情况等补充披露报告期各期末存货各细分项跌价准备计提的合理性与充分性，与可比公司是否存在差异。（2）补充说明将主板、模组等物料列为半成品的合理性与准确性。（3）补充说明 2025 年 9 月末标的资产应交税费中个人所得税增长的原因及合理性。

请独立财务顾问、会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、补充披露标的资产存货规模尤其是原材料、半成品的规模的合理性，同标的资产的采购与生产模式是否匹配，并结合原材料及半成品的具体构成、库龄、材料使用寿命、采购价格波动情况，对应最终产品的销售情况及毛利率，发出商品情况等补充披露报告期各期末存货各细分项跌价准备计提的合理性与充分性，与可比公司是否存在差异

（一）存货规模尤其是原材料、半成品规模的合理性

报告期各期末，标的公司存货账面价值及占总资产比例具体如下：

类别	2025年9月30日		2024年12月31日		2023年12月31日	
	账面价值 (万元)	占总资产 比例	账面价值 (万元)	占总资产 比例	账面价值 (万元)	占总资产 比例
原材料	2,132.30	6.62%	1,599.46	4.59%	2,806.47	9.03%
半成品	4,486.95	13.93%	4,531.55	13.01%	4,904.16	15.79%
产成品	852.07	2.65%	301.2	0.86%	171.89	0.55%
委托加工物资	219.08	0.68%	213.35	0.61%	30.08	0.10%
在产品	173.1	0.54%	257.97	0.74%	316.68	1.02%
发出商品	197.2	0.61%	137.33	0.39%	279.75	0.90%
合计	8,060.71	25.03%	7,040.84	20.21%	8,509.03	27.39%

报告期各期末，标的公司存货账面价值分别为 8,509.03 万元、7,040.84 万元及 8,060.71 万元，占总资产的比例分别为 27.39%、20.21%及 25.03%。其中，原材料和半成品账面价值合计分别为 7,710.63 万元、6,131.01 万元和 6,619.25 万元，占总资产的比例分别为 24.82%、17.60%和 20.56%，占比较高。

报告期内，标的公司存货占总资产比重相对较高，主要系为了及时满足客户需求、提高客户黏性、保障快速交付、规避原材料短期波动所致，与其业务模式、行业经营特性及业务开展实际情况相匹配，具备商业合理性，具体原因如下：

一是，原材料储备规模较大主要基于供应链管理与生产准备的需要。标的公司采用“以产定购与需求预测”相结合的采购模式。对于芯片等供应周期较长、市场波动较大的关键原材料，为确保生产连续性与订单交付的稳定性，标的公司需进行策略性提前备货。这部分采购行为不完全取决于在手订单，而是基于对未来需求的预测及供应链风险的管理，因此会形成并维持一定规模的原材料库存。同时，针对已获取的大客户订单，标的公司仍需按照原材料备货、半成品生产、产成品完工的全流程生产路径提前储备对应原材料，保障订单按期交付。上述两方面因素共同形成报告期内较高的原材料账面余额，与标的公司现行生产采购模式相适配。

二是，半成品规模较大是标的公司“以销定产与适量备货相结合”生产模式与产品定制化特性的共同结果。标的公司所处行业应用场景分散，下游客户覆盖范围广，除中大型客户外，存在大量中小型客户的长尾市场需求，该类客户订单普遍呈现小批量、高频次的特征，但又对产品的功能、软件、配件组合等方面存在差异化需求，定制化组合类型较多。为满足此类客户需求，并实现快速交付，标的公司会对热门产品型号或关键部件进行适度的半成品备货。当接收到客户订单后，标的公司可在这些半成品的基础上，高效完成软件安装、功能模块配置及最终测试等定制化工序，从而显著缩短交货周期，敏捷响应市场需求；加之此类半成品本身包含便携式数据处理器、主板、UHF 模块等单位价值较高的物料，因此标的公司在各期末时点上的半成品结存金额较大。

综上所述，标的公司存货规模尤其是原材料、半成品规模具备合理性。

（二）同标的资产的采购与生产模式是否匹配

标的公司生产模式和采购模式均以客户订单为基础，同时通过合理备货应对行业特性与下游需求，标的公司存货规模尤其是原材料、半成品的规模，与其既定的采购及生产模式具备匹配性，具体分析如下：

从产销率来看，报告期内，标的公司智能数据采集终端产销率分别为 99.37%、100.00%、93.34%，整体维持较高水平，期末存货规模与当期生产、销售规模相适配，未出现与订单执行脱节的大规模存货积压。

从备货需求来看，原材料与半成品的高占比，契合标的公司采购、生产模式中的备货需求。采购方面，标的公司核心原材料包括 PCBA、芯片、扫描头等，其中芯片等核心元器件存在较长采购周期，需要实施提前备货以确保供应，其余关键物料根据预测的年度生产计划、月度滚动生产计划以及客户订单制定相应的采购计划并组织实施。生产方面，标的公司下游客户存在定制化需求，不同客户对产品的系统适配、功能模块、软件嵌入存在差异化要求，其半成品主要为已完成硬件组装便携式数据处理器及工业平板、委外加工的 PCBA 等，可在出库前根据客户具体需求完成最终定制化环节，大幅缩短产品交付周期，该备货安排完

全适配适量备货的生产模式，是应对下游多元化、快交付需求的必要生产安排。

从存货运营效率来看，报告期内，标的公司存货周转率分别为 2.25 次、1.93 次、1.81 次，与同行业可比公司处于相近区间，符合智能数据采集终端行业的运营特性，未出现与生产、采购模式背离的异常周转情况。

（三）结合原材料及半成品的具体构成、库龄、材料使用寿命、采购价格波动情况，对应最终产品的销售情况及毛利率，发出商品情况等补充披露报告期各期末存货各细分项跌价准备计提的合理性与充分性，与可比公司是否存在差异

1、原材料及半成品的具体构成、库龄

报告期各期末，标的公司原材料及半成品的具体构成、库龄情况如下：

单位：万元

项目	账面余额					
	0.5 年内	0.5-1 年	1-2 年	2 年-3 年	3 年以上	合计
2025 年 9 月 30 日						
半成品	3,514.56	665.37	450.35	281.68	712.72	5,624.68
其中：PCBA	1,476.30	261.68	69.27	144.18	369.04	2,320.47
数据处理器	1,018.34	192.86	229.40	46.05	289.52	1,776.17
原材料	1,811.94	218.94	105.57	129.99	502.66	2,769.11
其中：芯片	764.92	8.22	9.57	18.63	205.56	1,006.90
扫描头等模组	297.86	55.70	27.88	27.38	101.03	509.84
液晶屏	225.54	71.39	5.74	11.51	45.32	359.50
合计	5,326.51	884.31	555.92	411.66	1,215.38	8,393.78
2024 年 12 月 31 日						
半成品	3,728.60	438.69	524.46	793.79	263.32	5,748.86
其中：PCBA	1,212.84	102.48	156.19	408.84	197.14	2,077.50
数据处理器	1,652.63	137.76	209.56	349.24	16.30	2,365.49
原材料	1,296.15	135.73	199.08	417.75	198.53	2,247.24
其中：芯片	171.42	3.32	64.47	162.72	68.93	470.86

项目	账面余额					
	0.5 年内	0.5-1 年	1-2 年	2 年-3 年	3 年以上	合计
扫描头等模组	445.80	22.67	37.21	83.32	31.05	620.06
液晶屏	204.22	65.87	10.19	43.80	23.16	347.24
合计	5,024.76	574.42	723.54	1,211.54	461.85	7,996.10
2023 年 12 月 31 日						
半成品	3,985.89	301.56	1,146.13	281.07	80.37	5,795.01
其中：PCBA	1,454.28	119.62	616.28	213.95	52.57	2,456.70
数据处理器	1,437.80	101.07	395.73	16.65	5.40	1,956.66
原材料	2,006.87	271.44	585.19	174.31	91.79	3,129.59
其中：芯片	349.84	221.04	218.34	58.34	30.41	877.98
扫描头等模组	806.55	20.22	114.63	30.82	28.84	1,001.06
液晶屏	216.10	0.78	49.73	27.53	-	294.13
合计	5,992.76	573.00	1,731.31	455.37	172.15	8,924.59

报告期各期末，原材料主要由芯片、扫描头等模组、液晶屏等构成，半成品主要由 PCBA、便携式数据处理器等构成，各类物料库龄整体集中在 1 年以内，成新度较高。

2、材料使用寿命

标的公司生产所用各类电子物料的存储寿命，受物料自身核心材质、生产加工工艺、元器件集成度等内在属性影响存在显著差异，同时与物料是否拆封、实际存储环境的温湿度、防静电、抗氧化防护等外部条件密切相关。在原厂未拆封密封包装、存储条件符合厂商规范及行业通用合规要求的前提下，基于电子信息行业通行的判定标准，各类物料在不显著改变出厂标称核心性能、参数指标前提下的通用存储寿命情况如下：

物料类别	标的公司对应物料范围	通常存储寿命	说明
芯片类物料	impinj 等射频频芯片、电源芯片等各类集成电路芯片	2 年至 5 年	半导体芯片核心结构稳定，寿命主要受外部封装材料、引脚镀层及潮湿敏感等级限制。在原厂未拆封包装下，通常可保存较长时间

物料类别	标的公司对应物料范围	通常存储寿命	说明
PCBA 板	包括主板 PCBA、sim 卡/typeC 接口副板等已完成元器件贴装的印制电路板组件	1 年至 3 年	存储寿命受多种因素制约，包括元器件本身的寿命、焊锡膏活性、板材吸潮、连接器镀层氧化等。未拆封且在低湿环境中保存，可减缓性能劣化。超过一定时间后，可能导致焊接不良或电气参数漂移
便携式数据处理器（整机基础半成品）	已集成 PCBA、液晶屏、扫描头、摄像头、壳料、内置电池的整机基础半成品	1 年至 2 年	作为包含电池、显示屏、摄像头等多组件的整机，其核心性能限制因素为内置锂电池的日历老化，锂离子电池在长期存储中存在自放电与容量衰减问题，其他部件如塑胶壳料、密封材料也可能随时间缓慢老化
扫描头模组	条码扫描头、RFID 读取模组、超高频扫描模组等光电类功能模组	2 年至 3 年	内部包含精密光学元件、传感器及机械部件。存储风险主要来自光学表面洁净度、机械结构润滑性变化，以及部分敏感光电元件的性能缓慢漂移，良好包装可有效延长存储时间
液晶屏模组	数据采集终端配套的液晶显示屏、触控显示一体化模组	1 年至 3 年	主要风险来自液晶材料本身特性可能随时间发生缓慢变化，以及偏光片、背光模组中光学膜材与光源的老化，在避光、适宜温湿度下存储，有助于维持其显示性能

3、采购价格波动情况

报告期内，标的公司采购的主要物料类型包括 PCBA、扫描头等模组、液晶屏、外购整机等。具体细分型号、采购金额、平均单价如下：

单位：万元、元/库存单位

物料类型/细分型号	平均采购单价					采购金额		
	2025 年 1-9 月	变动	2024 年度	变动	2023 年度	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
PCBA	296.60	0.32%	295.66	-8.15%	321.89	3,700.19	4,819.41	7,586.33
其中：C66	353.17	-1.60%	358.93	-5.90%	381.42	1,405.45	2,059.64	1,920.35
HCE600	271.91	-8.56%	297.37	2.90%	288.99	434.03	497.20	1,767.39

物料类型/细分型号	平均采购单价					采购金额		
	2025年 1-9月	变动	2024 年度	变动	2023 年度	2025年 1-9月	2024 年度	2023 年度
C7X-MT6765	307.07	2.90%	298.41	-1.87%	304.10	496.29	820.34	1,247.81
MC50	693.88	-4.75%	728.47	0.32%	726.16	540.67	472.92	895.36
C61	382.29	-3.67%	396.84	-1.16%	401.49	228.99	241.68	1,244.75
扫描头等模组	99.66	-6.61%	106.71	26.27%	84.51	1,695.11	2,862.65	3,100.90
其中：扫描头模组	181.29	-4.41%	189.66	1.56%	186.75	1,450.84	2,242.43	2,348.08
芯片	7.73	60.69%	4.81	-15.17%	5.67	1,696.93	1,483.22	1,753.37
其中：IPJ-E710	198.54	1.08%	196.42	1.09%	194.31	1,011.39	808.47	771.22
液晶屏	85.25	-0.94%	86.06	-7.32%	92.86	1,032.91	1,577.92	2,231.37
外购整机	766.41	-7.45%	828.09	14.84%	721.09	1,455.11	825.85	531.95
其中：MC95_2D	774.11	-2.25%	791.90	-2.49%	812.14	910.44	426.36	240.80

由上表，从物料大类来看，扫描头等模组、芯片、外购整机的平均采购单价在报告期内存在一定程度波动，主要系不同采购单价的细分型号占比波动所致。

具体来看，主要细分型号物料的平均采购单价在报告期内总体较为平稳，整体变动的绝对金额较小，此类物料采购成本未出现持续、大幅下行的情形，不存在因采购价格大幅下跌导致期末存货账面成本显著高于当前市场公允采购价格所带来的显著减值风险。

另一方面，前述主要细分型号物料与标的公司最终产品的数量配比均为 1:1，其采购单价的小幅波动对最终产品单位成本的影响程度有限，不会对最终产品的成本结构与整体盈利水平产生实质性影响。报告期内，标的公司主要产品型号均保持正向毛利率，且整体毛利率水平保持相对稳定，上述物料采购单价的小幅波动无法突破最终产品的盈利安全垫，不会出现最终产品单位生产成本高于销售价格的情形。基于此，标的公司期末库存产成品以历史及当期实际销售价格为基础测算的可变现净值，高于对应账面成本，不存在显著减值风险。

4、对应最终产品的销售情况及毛利率

报告期各期末，标的公司主要物料类型对应的下游最终产品较为集中，故选

取报告期内收入、销量规模靠前的主要销售机型作为分析样本，具体情况如下：

单位：万元

序号	产品机型	类型	2025年 1-9月	2024年 12月31日	2023年 12月31日	是否存在 负毛利
1	C66	收入	6,414.54	9,605.71	8,029.16	否
		毛利率	39.39%	44.11%	42.47%	
2	C72	收入	3,141.77	5,201.52	6,108.98	否
		毛利率	42.26%	41.78%	39.76%	
3	C61	收入	1,100.60	1,816.86	4,326.69	否
		毛利率	42.72%	40.95%	30.50%	
4	HCE600	收入	676.15	1,164.10	3,005.56	否
		毛利率	10.17%	5.72%	9.23%	
5	MC50	收入	1,588.34	1,368.36	1,914.08	否
		毛利率	38.25%	36.89%	21.52%	

报告期内，前述主要销售机型合计实现主营业务收入占标的公司当期智能数据采集终端收入总额的比例分别为 72.24%、67.69%和 64.34%，能够代表标的公司终端产品的整体销售情况、盈利水平及物料耗用结构。该等主要销售机型生产所需耗用的半成品、原材料品类，已覆盖各期末库存中大部分原材料与半成品。

由上表，报告期内，标的公司主要产品的销售情况正常，毛利率维持在较高水平且保持稳定，各主要型号产品均未出现负毛利率情形。这进一步表明，以历史及当前产品的预计售价为基础，扣除至完工时估计将要发生的成本、销售费用及相关税费后，确定的存货可变现净值整体高于对应存货账面成本，存货整体减值风险较低，存货跌价计提较为充分。

5、发出商品情况

报告期各期末，标的公司发出商品账面余额分别为 756.94 万元、537.39 万元和 597.26 万元，存货跌价准备余额分别为 477.18 万元、400.06 万元和 400.06 万元，存货跌价计提比例为 63.04%、74.45%和 66.98%。

针对发出商品，标的公司根据销售订单毛利率、期后收入确认情况及回款情

况等判断其可回收金额，并据此确认相关跌价准备。报告期各期末，标的公司发出商品的跌价准备均系对客户深圳大湾物联科技有限公司的发出商品计提所致。标的公司与该客户约定了背对背结算条款，相关存货虽已送达客户指定地点，但在客户完成对外销售前尚未满足结算条件。鉴于在该模式下，标的公司无法合理判断相关发出商品的可收回金额，且相关产品库龄较长，基于会计谨慎性原则，对该部分发出商品采用个别计价法匹配具体结存物料及成本，100%计提跌价准备。

6、报告期各期末存货各细分项跌价准备计提的合理性与充分性

从原材料及半成品的具体构成、库龄来看，报告期各期末，标的公司原材料主要由芯片、扫描头等模组、液晶屏等生产核心物料构成，半成品主要由PCBA、便携式数据处理器等最终产品核心中间件构成。报告期各期末，原材料及半成品库龄整体集中在1年以内，成新度较高，仅少量长库龄存货存在呆滞风险，标的公司已针对该部分存货开展减值测试并足额计提跌价准备。

从材料使用寿命来看，报告期各期末，标的公司大部分存货库龄处于对应物料的常规存储寿命范围内，因存储超期导致核心性能衰减、参数指标漂移，进而引起普遍性减值的风险较低；针对库龄超出常规存储寿命、存在性能衰减风险的存货，标的公司在实务中采取加强抽检等措施确保良品率，同时已充分考虑其库龄情况，按审慎原则计提相应跌价准备，已确保充分覆盖相关减值风险。

从采购价格波动来看，报告期内，标的公司主要细分型号物料的平均采购单价总体平稳，未出现持续、大幅下行的情形，不存在因采购价格大幅下跌导致期末存货账面成本显著高于市场公允价格的显著减值风险，且采购单价的小幅波动对最终产品单位成本影响有限，标的公司在存货减值测试过程中已充分覆盖采购价格波动的潜在影响，跌价计提与采购价格波动对应的减值风险适配。

从对应最终产品的销售情况及毛利率来看，报告期内，标的公司主要销售机型均保持正向毛利率，且整体毛利率水平保持相对稳定，以终端产品实际销售价格为基础测算的存货可变现净值，扣除至完工时估计将要发生的成本、销售费用

及相关税费后，整体高于对应存货账面成本，存货整体减值风险可控。

从发出商品情况来看，报告期各期末，对个别无法合理判断可收回金额的发出商品 100%计提跌价准备，其余发出商品根据其销售订单毛利率、期后收入确认情况及回款情况确认无需计提跌价准备。

综上所述，报告期各期末，标的公司遵循企业会计准则中成本与可变现净值孰低的计量原则，综合考量存货构成、库龄、材料使用寿命、采购价格波动、终端产品销售及盈利水平、发出商品情况等因素，对所有可识别的存在减值风险的各项存货足额计提跌价准备，具有合理性与充分性。

7、与可比公司是否存在差异

报告期各期末，标的公司存货跌价准备计提比例与同行业可比公司比较情况如下：

公司名称	存货跌价计提比例		
	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
优博讯	7.16%	6.92%	6.17%
新大陆	8.71%	10.40%	9.25%
远望谷	15.65%	16.35%	14.24%
芯联创展	未披露	0.00%	0.00%
标的公司	22.67%	25.79%	18.08%

注：2025 年 9 月 30 日可比公司数据为 2025 年 6 月末数据。斑马技术和霍尼韦尔未披露相关指标。

由上表，报告期各期末，同行业可比公司的存货跌价计提比例呈现差异化特征，其中优博讯、新大陆等公司计提比例集中在 6%-11%区间，远望谷计提比例维持在 14%-16%区间，芯联创展未计提存货跌价准备，行业内各公司计提比例区间分布差异较为明显，该差异与各公司在经营活动过程中的产品结构与下游客户结构、备货策略与供应链管理模式的、存货周转效率与滞销风险管控情况直接相关。

报告期各期末，标的公司存货跌价整体计提比例高于同行业可比公司，与远

望谷较为接近，系自身实际经营情况与存货风险状态决定。报告期内，受部分产品市场拓展缓慢、下游客户需求发生变化等因素影响，标的公司存在部分库龄较长、市场适配性下降的滞销、呆滞存货。针对该部分存货，标的公司遵循企业会计准则中成本与可变现净值孰低的计量原则，基于审慎性原则开展减值测试，对可变现净值低于账面成本的部分足额计提了存货跌价准备，未通过放宽减值测试标准、少计提跌价准备的方式调节经营业绩。

综上所述，标的公司存货跌价准备的计提政策，包括减值迹象的判断标准、可变现净值的测算方法等核心原则，与同行业可比公司相比不存在重大差异。计提比例的具体数值差异，主要源于各可比公司报告期末特定存货资产的状况及其所处的具体经营环境不同所致。

上述内容已在重组报告书“第九节 管理层讨论与分析”之“四、标的公司的财务状况分析”之“（一）资产构成分析”之“8、存货”补充披露。

二、补充说明将主板、模组等物料列为半成品的合理性与准确性

半成品指经过一定生产过程并已检验合格交付半成品仓库保管，尚未制造完工成为产成品，仍需进一步加工的中间产品。标的公司账面核算的半成品，主要包括完成硬件组装的便携式数据处理器、经委外加工入库的 PCBA（以 sim 卡、typeC 等功能类副板为主，少量主板）、UHF 模组，以及外购的 PCBA 主板。其中，除直接外购的 PCBA 主板外，其余物料均由标的公司领用对应原材料，通过自产或委外加工方式完成特定生产工序，经检验合格后入库管理，后续仍需经过软件烧录、整机装配、性能调试等工序方可形成最终产成品，符合会计准则中半成品的定义，核算分类准确。具体如下生产流程如下：

主要领用/外发委外物料	工序环节①	半成品①	工序环节②	半成品②	工序环节③	下游产成品
电容、电阻、芯片、PCB板等	结构件辅材贴装、电子元器件贴片工序	PCBA 副板	软件烧录、装配、紧固、性能调试、测试等	便携式数据处理器	软件烧录、装配、性能调试、品质检测等	各型号数据采集终端、智能车载终端及其配件
不涉及	不涉及	外购				

主要领用/外发委外物料	工序环节①	半成品①	工序环节②	半成品②	工序环节③	下游产成品
		PCBA 主板				
芯片、PCB板、耦合器、滤波器、散热片、屏蔽罩、电容、电阻等元器件等	贴片、装配、测试	UHF 模组	不涉及	UHF 模组		

针对直接外购的 PCBA 主板，标的公司将其列为半成品核算具备合理性。标的公司早期主板 PCBA 系通过客供原材料委外加工的方式取得，该类委外加工收回的物料一贯核算为半成品。后续为优化生产管理流程，简化物资管控环节，标的公司将主板 PCBA 的获取方式调整为以外购为主、少量委外加工为辅的方式。该类物料的核心用途未发生变化，均作为整机产品的核心零部件使用，不对外直接销售，后续仍需经过进一步加工装配方可形成产成品，其经济实质与委外加工取得的 PCBA 完全一致。标的公司将其核算为半成品，保持了物料核算口径的一贯性，避免财务核算流程的频繁切换，未违反企业会计准则的相关规定。此外，该类外购 PCBA 主板无论核算为原材料还是半成品，标的公司均严格按照企业会计准则中关于存货减值的相关规定执行减值测试，针对存在减值风险的部分足额计提存货跌价准备，两种核算方式下的存货跌价计提结果不存在重大差异，不会对公司财务报表的公允性产生影响。

综上所述，标的公司将主板、模组等相关物料列为半成品，符合企业会计准则的相关规定，与标的公司经营实际、物料生产流转流程及财务核算原则相匹配，具有合理性与准确性。报告期内，标的公司存货分类标准保持一贯性，不存在通过分类调整调节存货结构或成本核算的情形。

三、补充说明 2025 年 9 月末标的资产应交税费中个人所得税增长的原因及合理性

报告期各期末，标的公司应交个人所得税金额分别为 58.39 万元、58.19 万元及 1,041.29 万元，2025 年 9 月末较 2024 年末大幅增加，主要因标的公司于

2025年9月进行了分红，该事项产生了代扣个人所得税974.74万元，对于分红产生的代扣个人所得税，标的公司已于2025年10月进行了缴纳。

四、会计师核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对前述事项，会计师主要实施了以下核查程序：

1、获取了标的公司报告期内的存货明细表、库龄分析表及存货跌价准备计算表，访谈了标的公司生产、采购及财务负责人，了解其“以销定产与适量备货相结合”的生产模式和“以产定购与需求预测”相结合的采购模式的具体内涵，分析存货规模、结构与业务模式的匹配性；

2、获取了标的公司报告期内的销售成本明细、进销存明细及期末库存明细，计算了主要产品的产销率及存货周转率，并与同行业可比公司进行比较，分析存货运营效率的合理性。

3、对标的公司存货进行了监盘，核实存货的真实性及存在性。获取了主要原材料、半成品的采购合同、订单、入库单及生产工单，核查了其采购、领用及生产流转记录。

4、访谈了标的公司存货管理负责人员，了解芯片、PCBA、扫描头模组、液晶屏等各类电子物料在标准存储条件下的通用使用寿命，并与存货库龄进行对比分析；

5、获取了标的公司报告期内的采购明细及价格清单，分析了主要物料类型及细分型号的采购单价波动情况。获取了主要产品的销售价格、成本及毛利率明细，分析了产品盈利水平对存货可变现净值的影响；

6、复核了标的公司存货跌价准备的计提政策，评估其与《企业会计准则》规定及同行业惯例的一致性。抽样检查了标的公司对库龄较长、型号老旧等存在减值迹象存货的减值测试过程，包括可变现净值的确定方法、关键假设的合理性；

7、对发出商品执行了函证及期后测试程序，检查了相关销售合同、发货单据及期后签收或结算记录。针对对深圳大湾物联科技有限公司的发出商品，检查了相关背对背结算条款的合同，并评估了其 100%计提跌价准备的合理性；

8、选取了优博讯、新大陆、远望谷等同行业可比公司，查阅其年度报告、审计报告等公开信息，对比分析了存货跌价准备计提比例的差异及原因；

9、获取了标的公司的生产流程图、物料清单（BOM）及成本核算制度，访谈了生产及财务负责人，了解将外购 PCBA 主板、委外加工 PCBA 副板、便携式数据处理器等物料列为“半成品”核算的具体依据、生产流转环节及会计核算的一贯性；

10、获取了标的公司报告期内的应交税费明细账、个人所得税计算表及纳税申报表。获取了标的公司于 2025 年 9 月作出利润分配的股东会决议、记账凭证及银行付款回单，核实了因分红产生的代扣代缴个人所得税金额及期后缴纳情况。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、标的公司存货规模，尤其是原材料和半成品规模较大，是其在“以产定购与需求预测”采购模式下为保障关键物料供应、应对供应链波动，以及在“以销定产与适量备货”生产模式下为满足下游客户多样化、快交付需求而进行的策略性备货所致，与其业务模式、行业特性及实际经营情况相符，具备商业合理性。较高的产销率及与行业相近的存货周转率表明其存货规模与采购、生产模式相匹配，未出现异常积压。

2、标的公司存货跌价准备计提具有合理性与充分性。其计提政策符合《企业会计准则》规定。标的公司已结合存货的具体构成、库龄、物料使用寿命、采购价格波动、对应产品的销售情况及毛利率等多重因素进行减值测试。对库龄较长、型号陈旧的滞销物料，以及对采用背对背结算模式、回款存在不确定性的发

出商品，均已足额计提跌价准备。与同行业可比公司的计提比例差异，主要源于各公司产品结构、客户结构、备货策略及期末特定存货状况不同所致，具有合理性。

3、标的公司将已完成特定生产工序、仍需进一步加工方能形成产成品的物料分类为“半成品”符合《企业会计准则》定义。将用途与经济实质相同的“外购 PCBA 主板”一并列为半成品核算，保持了会计核算口径的一贯性，符合其实际生产流程，分类准确、合理，不存在通过分类调节存货结构或成本的情形。

4、标的公司 2025 年 9 月末应交税费中个人所得税较 2024 年末大幅增长，主要系当期进行利润分配产生代扣代缴义务所致，原因合理。该笔税款已于 2025 年 10 月缴纳，相关会计处理及时、准确。

问题四、关于资产评估

申请文件显示：（1）本次交易对标的资产采用收益法和资产基础法进行评估，并选取收益法评估结果作为最终评估结论，收益法评估结果为 8.05 亿元，增值率为 198.90%，基于减资后的相关数据测算，标的资产的增值率约为 298.73%。（2）收益法评估中，依据对各业务板块产品收入、收入增长率以及毛利率的判断及分析，对标的资产各业务板块的收入成本毛利进行预测。（3）收益法评估中，预测标的资产 2026 年-2030 年的收入增速约 5%。2024 年标的资产收入下降约 12%，基于 2025 年 10-12 月的预测数据测算，标的资产 2025 年收入下降约 5.39%。（4）收益法评估中，预计标的资产 2025 年 10-12 月销售费用率为 6.19%，低于报告期各期及其他预测期间的费用率，预测期内标的资产的管理费用率低于报告期水平。（5）收益法评估中，预计标的资产 2025 年 10-12 月营运资本增加额为-163.75 万元，其余预测期间该项为正值。（6）基于 2025 年 10-12 月的预测数据测算，标的资产 2025 年净利润同比下降约 14.12%，同时，收益法评估中预测 2026-2030 年标的资产净利润增速约 6%。

请上市公司：（1）详细补充披露预测期各期各产品销售单价与销售数量、成本、毛利率等重要评估参数的具体预测情况、测算过程、测算依据及其合理性。（2）结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式的价格波动情况、波动原因、历史期内产品及客户结构变动情况、可比产品售价水平及波动情况、市场竞争程度、各产品所处生命周期、主要原材料价格波动情况、历史期间的成本转嫁能力等补充披露对标的资产预测期各期各产品销售单价的预测是否谨慎、合理。（3）结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式销量波动情况、波动原因、产品及客户结构调整情况、各主要产品市场容量发展情况、下游及终端产品市场波动情况、标的资产的行业地位或市占率、客户及在手订单情况、现有产能及规划情况等补充披露对标的资产销售数量的预测同其产能是否匹配，是否存在相关订单及合同支撑，预测期内销量预测是否谨慎、合理，在 2024 年、2025 年收入下降的情况下，预测标的资产 2026 年至 2030 年收入持续增长的合理性、谨慎性与可实现性。（4）结合 PCBA、芯片等主要原材料

采购价格的波动情况，行业政策，市场环境，标的资产产品结构的变动等补充披露对标的资产成本的预测是否充分考虑原材料价格波动，对成本的预测是否谨慎、合理。（5）补充披露预测期各细分产品、境内外、直销与经销销售的毛利率预测情况，较历史期间、同行业可比公司是否存在差异，如是，详细披露原因及合理性。（6）补充说明对销售费用、管理费用的具体预测过程，相关参数的选取依据与合理性，较报告期内存在差异的原因及合理性。（7）补充说明对营运资本增加额的具体预测过程，相关参数选取的依据与合理性。（8）基于前述内容，结合盈利预测的详细过程，补充披露在标的资产在 2024 年、2025 年收入及利润下降的情况下，预测标的资产 2026 年至 2030 年收入及利润持续增长的合理性、谨慎性与可实现性，并结合截至回函日标的资产的实际经营情况与期后业绩，行业政策、市场环境对标的资产经营业绩及估值的影响等补充披露本次收益法评估相关参数选取是否谨慎、合理，预测过程是否准确、客观，本次交易定价是否公允，是否符合《重组办法》第十一条的规定。

请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

回复：

一、详细补充披露预测期各期各产品销售单价与销售数量、成本、毛利率等重要评估参数的具体预测情况、测算过程、测算依据及其合理性

（一）各业务具体预测情况和预测过程

标的公司主要业务领域可分为智能数据采集终端业务、智能车载业务、配件模块及组件的销售和服务收入四类业务。其中，智能数据采集终端业务包括便携式数据采集终端、固定式数据采集终端；智能车载业务包括智能车载终端、驾培服务；配件模块及组件的销售包括超高频模块及组件、配件；服务收入包括技术咨询、维修服务。

本次收入预测对于主要大类产品采用销售数量乘以预计不含税单价方法进行测算，即产品销售收入=销售量×不含税单价。其中，预测销售量结合企业历史销售情况、行业发展前景等方面进行预测，不含税单价在历史单价的基础上结

合企业历史年度单价变化趋势、未来年度市场开拓策略、行业发展情况、未来竞争程度等因素考虑适当变化。对于配件、模组及服务收入采用收入增长率方法进行测算，即配件、模组及服务收入=上年度收入×（1+收入增长率）。其中，收入增长率结合企业历史收入规模、业务结构、下游市场需求及未来业务拓展规划等因素综合确定。

1、智能数据采集终端业务预测情况和预测过程

标的公司智能数据采集终端是基于高通/MTK 平台及 Android 系统研发的智能数据采集设备，可根据客户需求集成超高频 RFID 读写、条码识别、NFC、摄像头、蓝牙、生物识别、GPS 等功能。按照使用方式的不同可划分为便携式数据采集终端和固定式数据采集终端。

标的公司依托成熟的产品方案与稳定的供货能力，能够满足不同区域、不同场景下的终端应用需求。从市场分布来看，智能数据采集终端以境外市场为主、境内市场为辅，海外市场覆盖范围较广。从客户结构来看，境内外客户群体分布相对均衡，客户以经销商及终端应用客户为主，客户集中度较低，不存在对单一客户或单一区域市场的重大依赖，整体客户结构稳定。

（1）便携式数据采集终端

报告期内，受境内市场竞争加剧因素影响，标的公司基于资源配置效率考虑，对境内低毛利率及纯价格导向竞争采取了主动收缩策略，导致境内收入阶段性下降。预测期境内业务收入增长，已充分考虑行业竞争压力，销量增长主要依托境内优质客户的开拓、高附加值细分场景业务的实现，增速低于行业整体水平。

境外市场作为标的公司核心主营业务市场，较境内市场而言客户结构更为稳定、标的公司议价能力更强，同质化竞争程度较低。预测期境外业务收入增长，主要基于标的公司产品在境外市场具备品牌、品质及交付优势，市场地位稳固。境外市场需求稳健，客户合作粘性较强，具备持续拓展空间。预测增速与行业增速、标的公司历史境外增长水平相匹配，未偏离行业合理区间。

销售单价预测方面，标的公司 2025 年第四季度销售单价参照 2025 年前三

季度平均销售单价确定。综合考虑境内市场行业竞争日趋激烈等因素，预测期产品销售价格整体呈平缓下行趋势。同时，鉴于境外市场竞争格局相对更优，其价格下行幅度应低于境内市场。

销售数量预测方面，标的公司结合境内外市场环境、在手订单、行业发展态势，对境内、境外市场销售数量分别进行预测。境内市场受行业竞争加剧、标的公司主动优化业务结构，以及内存等主要原材料价格上涨带动产品售价提升等因素影响，预测期 2025 年销量较 2024 年有所下降，未来标的公司将聚焦境内优质客户与存量核心业务，销量预计实现稳健恢复性增长。境外市场业务布局成熟、客户合作稳定，预测期 2025 年销量保持小幅增长。考虑到整体市场需求平稳，未来销量将保持合理增速，与行业趋势及标的公司业务拓展能力相匹配。

成本预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨影响，成本出现短期冲高，2026 年及未来年度采用 2025 年全年平均成本进行预测并保持稳定，2025 年全年平均单位成本综合反映了全年各季度成本水平，剔除了价格波动的异常影响。同时，标的公司具备相应的成本转嫁能力，可将原材料价格波动影响逐步向下游客户转嫁，因此相关成本变动不会对标的公司整体盈利水平构成不利影响。

毛利率预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨，毛利率有所下降，2026 年及未来年度毛利率依据单价和单位成本预测情况计算得出。随着未来年度单价小幅下降，单位成本围绕长期合理水平保持稳定，毛利率呈现符合市场竞争环境的合理变动趋势。

（2）固定式数据采集终端

报告期内，标的公司固定式数据采集终端业务客户结构稳定、议价能力较强。预测期固定式数据采集终端业务收入增长，主要基于标的公司具备品牌、品质及交付优势，市场地位稳固。预测增速与行业增速、标的公司历史增长水平相匹配，未偏离行业合理区间，预测具备谨慎性与可实现性。

标的公司固定式数据采集终端业务以境外市场为主，2024 年境外收入增长 24.40%，境外收入占比 64.69%；2025 年 1-9 月境外收入占比已提升至 78.10%，

境内市场保持平稳运行态势。由于固定式数据采集终端业务历史经营数据已充分体现境内外变动趋势，整体预测能够公允反映业务整体价值，本次评估未对固定式数据采集终端业务境内外业务单独区分。

销售单价预测方面，标的公司 2025 年 10-12 月销售单价参照 2025 年 1-9 月平均销售单价确定。综合考虑行业竞争日趋激烈等因素，预测期产品销售价格整体呈平缓下行趋势。

销售数量方面，标的公司 2025 年 10-12 月销量已超 2024 年全年水平，结合公司现有经营规划及商务洽谈情况，预计 2025 年销量较上年实现较大增长。综合考虑行业发展趋势、市场环境及下游需求空间等因素，预计 2026 年度及以后年度销量增速放缓。

成本预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨影响，成本出现短期冲高，2026 年及未来年度采用 2025 年全年平均成本进行预测并保持稳定，2025 年全年平均单位成本综合反映了全年各季度成本水平，剔除了短期价格波动的异常影响。同时，标的公司具有稳定的客户基础与成熟的定价机制，具备较强的成本转嫁与价格传导能力，可通过合理调整产品价格、优化产品结构等方式将原材料价格上涨压力有序向下游传导。

毛利率预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨，毛利率有所下降，2026 年及未来年度毛利率依据单价和单位成本预测情况计算得出。随着未来年度单价小幅下降，单位成本围绕长期合理水平保持稳定，毛利率呈现符合市场竞争环境的合理变动趋势。

智能数据采集终端业务预测情况如下：

单位：万元、台、元/台

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023年	2024年	2025年 1-9月	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
便携式数据采集终端	收入	31,340.14	27,117.95	18,965.16	7,078.65	27,552.49	29,153.90	30,853.95	32,658.95	34,575.61
	收入增长率		-13.47%	-3.96%		5.79%	5.81%	5.83%	5.85%	5.87%
	成本	20,955.37	16,292.88	11,402.81	4,332.46	16,689.55	17,695.28	18,764.91	19,902.64	21,112.99
	毛利率	33.14%	39.92%	39.87%	38.80%	39.43%	39.30%	39.18%	39.06%	38.94%
境内	收入	15,055.47	9,211.53	5,674.47	1,540.02	7,465.55	7,725.35	7,994.19	8,272.39	8,560.27
	收入增长率		-38.82%	-21.68%		3.48%	3.48%	3.48%	3.48%	3.48%
	成本	11,466.25	6,712.24	4,059.28	1,146.46	5,418.06	5,634.78	5,860.18	6,094.58	6,338.37
	销量	129,531	72,620	44,941	12,197	59,423	61,800	64,272	66,843	69,517
	单位价格	1,162.31	1,268.46	1,262.65	1,262.62	1,256.34	1,250.06	1,243.81	1,237.59	1,231.39
	单位成本	884.78	923.44	904.12	939.97	911.78	911.78	911.78	911.78	911.78
	毛利率	23.84%	27.13%	28.46%	25.56%	27.43%	27.06%	26.69%	26.33%	25.96%
境外	收入	16,284.67	17,906.42	13,290.69	5,538.64	20,086.94	21,428.55	22,859.76	24,386.56	26,015.34
	收入增长率		9.96%	5.15%		6.68%	6.68%	6.68%	6.68%	6.68%
	成本	9,489.13	9,580.64	7,343.53	3,186.00	11,271.49	12,060.50	12,904.73	13,808.06	14,774.63
	销量	92,243	90,722	72,943	30,398	110,574	118,315	126,597	135,458	144,941

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023 年	2024 年	2025 年 1-9 月	2025 年 10-12 月	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
	单位价格	1,765.41	1,973.77	1,822.07	1,822.04	1,816.61	1,811.14	1,805.71	1,800.30	1,794.89
	单位成本	1,028.27	1,055.33	1,007.38	1,048.11	1,019.36	1,019.36	1,019.36	1,019.36	1,019.36
	毛利率	41.73%	46.50%	44.75%	42.48%	43.89%	43.72%	43.55%	43.38%	43.21%
固定式数 据采集终 端	收入	1,028.42	1,182.70	1,119.28	18.76	1,166.32	1,195.30	1,225.00	1,255.45	1,286.64
	收入增长率		15.00%	-3.78%		2.49%	2.49%	2.48%	2.49%	2.48%
	成本	634.23	670.98	674.09	12.06	707.65	728.88	750.75	773.27	796.47
	销量	8,232	9,166	10,806	181	11,317	11,656	12,006	12,366	12,737
	单位价格	1,249.30	1,290.31	1,035.79	1,036.58	1,030.59	1,025.48	1,020.33	1,015.24	1,010.16
	单位成本	769.97	731.21	624.63	665.75	625.31	625.31	625.31	625.31	625.31
	毛利率	38.33%	43.27%	39.77%	35.73%	39.33%	39.02%	38.71%	38.41%	38.10%

2、智能车载业务预测情况和预测过程

智能车载业务按照产品类型不同可划分为智能车载终端和驾培服务。标的公司基于安卓平台打造系列智能车载终端，可实现汽车 OBD（车载自动诊断系统）信息采集、指纹识别、条码采集、视频及图片采集等多类功能，用于驾驶培训车、校车、出租车、公交车、货车等商业用车的全过程管理。驾培服务主要为学员卡及相关服务。智能车载终端和驾培服务两者可以配套使用。

销售单价预测方面，标的公司 2025 年 10-12 月销售单价参照 2025 年 1-9 月平均销售单价确定。综合考虑行业竞争日趋激烈等因素，预测期产品销售价格整体呈平缓下行趋势。

销售数量方面，标的公司结合行业发展趋势、公司经营规划及市场环境等因素影响，预计 2025 年销量较上年实现小幅增长。综合考虑行业发展趋势、市场环境及下游需求空间等因素，预计 2026 年度及以后年度销量增速放缓。

成本预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨影响，成本出现短期冲高，2026 年及未来年度采用 2025 年全年平均成本进行预测并保持稳定，2025 年全年平均单位成本综合反映了全年各季度成本水平，剔除了短期价格波动的异常影响。同时，标的公司具有稳定的客户基础与成熟的定价机制，具备较强的成本转嫁与价格传导能力，可通过合理调整产品价格、优化产品结构等方式将原材料价格上涨压力有序向下游传导。

毛利率预测方面，2025 年 10-12 月受上游内存价格上涨，毛利率有所下降，2026 年及未来年度毛利率依据单价和单位成本预测情况计算得出。随着未来年度单价小幅下降，单位成本围绕长期合理水平保持稳定，毛利率呈现符合市场竞争环境的合理变动趋势。

智能车载业务预测情况如下：

核查意见（续）

单位：万元、台、次、元/台、元/次

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023年	2024年	2025年 1-9月	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
智能 车载 业务	收入	2,057.78	2,624.96	1,771.77	860.54	2,776.29	2,928.16	3,088.33	3,257.26	3,435.43
	收入增长率		27.56%	0.28%		5.47%	5.47%	5.47%	5.47%	5.47%
	成本	688.25	889.31	604.46	392.79	1,057.09	1,120.51	1,187.74	1,259.01	1,334.55
	毛利率	66.55%	66.12%	65.88%	54.36%	61.92%	61.73%	61.54%	61.35%	61.15%
智能 车载 终端	收入	593.88	762.20	489.87	392.91	931.07	982.00	1,035.71	1,092.36	1,152.12
	收入增长率		28.34%	15.82%		5.47%	5.47%	5.47%	5.47%	5.47%
	成本	391.06	482.62	275.15	237.91	543.85	576.48	611.07	647.73	686.60
	销量	5,821	7,813	5,000	4,010	9,551	10,124	10,731	11,375	12,058
	单位价格	1,020.24	975.55	979.75	979.82	974.84	969.97	965.16	960.32	955.48
	单位成本	671.81	617.72	550.31	593.25	569.42	569.42	569.42	569.42	569.42
	毛利率	34.15%	36.68%	43.83%	39.45%	41.59%	41.30%	41.00%	40.70%	40.41%
驾培 服务	收入	1,463.90	1,862.76	1,281.89	467.63	1,845.23	1,946.16	2,052.62	2,164.90	2,283.31
	收入增长率		27.25%	-6.08%		5.47%	5.47%	5.47%	5.47%	5.47%
	成本	297.19	406.69	329.30	154.88	513.24	544.03	576.67	611.27	647.95
	销量	1,226,193	1,847,204	1,394,066	508,554	2,016,777	2,137,784	2,266,051	2,402,014	2,546,135

核查意见（续）

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023年	2024年	2025年 1-9月	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
	单位价格	11.94	10.08	9.20	9.20	9.20	9.15	9.10	9.06	9.01
	单位成本	2.42	2.20	2.36	3.05	2.54	2.54	2.54	2.54	2.54
	毛利率	79.70%	78.17%	74.31%	66.88%	72.19%	72.05%	71.91%	71.76%	71.62%

3、配件模块及组件业务、服务收入预测情况和预测过程

配件模块及组件业务主要包括超高频模块及组件和配件产品。超高频模块及组件主要为标的公司独立自研的超高频 RFID 模组，具备低功耗、读写效率高、监测性能稳定等特点，产品具有较高的技术含量。超高频模块一般情况下不能独立使用，客户需要配套其他模块、组件形成完整产品后使用，主要系为满足客户产品功能集成、升级等需求。配件产品主要配套智能终端产品销售，如配套的适配器、电池、底座、支架、标签以及维修备件等。

服务收入包括技术咨询服务、维修保障服务。技术咨询服务主要为检测技术服务，为客户提供在线升级等服务。维修保障服务主要为根据客户的需求，向客户提供售后维修或延保的服务。

配件模块及组件业务和服务收入业务结构相对简单，且受上游供应链、下游行业需求等因素共同影响，单独拆分预测销售单价、销量及成本存在较多不确定性，故采用收入增长率及毛利率进行整体预测，更贴合标的公司该项业务的经营特点。

配件模块及组件业务报告期内收入呈下降趋势，主要系标的公司战略重心逐步聚焦终端产品，优先将模组资源用于自有便携式数据采集终端生产，对外模组销售规模相应收缩。服务收入报告期内收入呈下降趋势，则主要因标的公司优化服务渠道，将部分本地化服务业务交由地方经销商承接。综合上述因素，预测 2025 年相关业务收入较 2024 年度有所下降；2026 年及以后年度，随着业务结构趋于稳定、市场需求逐步平稳，收入规模保持小幅增长。毛利率方面，综合参考历史年度毛利率水平及未来成本、价格变动趋势，预测期配件模块及组件业务和服务收入毛利率维持在历史合理区间，未来年度保持相对稳定。

配件模块及组件业务、服务收入预测情况如下：

单位：万元

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023年	2024年	2025年 1-9月	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
配件、模块及组件	收入	3,113.55	2,071.87	1,476.38	60.90	1,568.35	1,599.72	1,631.71	1,664.35	1,697.63
	收入增长率		-33.46%	-25.80%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	1,560.93	1,026.12	680.12	36.86	885.87	903.59	921.66	940.09	958.89
	毛利率	49.87%	50.47%	53.93%	39.47%	43.52%	43.52%	43.52%	43.52%	43.52%
超高频模块及组件	收入	316.38	326.00	194.51	33.69	232.77	237.42	242.17	247.01	251.95
	收入增长率		3.04%	-30.00%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	210.03	198.15	121.07	21.90	151.30	154.32	157.41	160.56	163.77
	毛利率	33.61%	39.22%	37.75%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%
配件	收入	2,797.18	1,745.87	1,281.87	27.21	1,335.59	1,362.30	1,389.54	1,417.34	1,445.68
	收入增长率		-37.93%	-25.00%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	1,350.90	827.96	559.05	14.96	734.57	749.26	764.25	779.53	795.13
	毛利率	51.71%	52.58%	56.39%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%
服务收入	收入	570.64	536.82	255.91	119.86	383.29	390.95	398.77	406.75	414.88
	收入增长率		-5.93%	-30.00%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	238.97	319.68	141.27	77.53	245.85	250.77	255.78	260.90	266.12

核查意见（续）

项目名称		历史期间			预测期间					
		2023年	2024年	2025年 1-9月	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
	毛利率	58.12%	40.45%	44.80%	35.31%	35.86%	35.86%	35.86%	35.86%	35.86%
技术咨询 服务	收入	101.67	46.02	28.45	3.77	32.86	33.52	34.19	34.87	35.57
	收入增长率		-54.73%	-30.00%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	14.23	23.95	3.54	2.07	18.07	18.43	18.80	19.18	19.56
	毛利率	86.00%	47.96%	87.56%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%
维修保障 服务	收入	468.98	490.80	227.46	116.09	350.43	357.44	364.59	371.88	379.32
	收入增长率		4.65%	-30.00%		2.00%	2.00%	2.00%	2.00%	2.00%
	成本	224.74	295.73	137.73	75.46	227.78	232.33	236.98	241.72	246.56
	毛利率	52.08%	39.74%	39.45%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%

（二）各业务的预测依据及合理性分析

1、智能数据采集终端业务预测依据及合理性分析

本次预测，基于宏观经济数据、行业发展趋势、标的公司历史经营数据、在手订单及客户需求等客观依据，既充分考虑了行业发展红利带来的增长潜力，也兼顾了标的公司业务拓展能力与市场竞争格局，合理预判相关业务发展态势。随着市场竞争的持续演进，产品价格将呈现小幅下降趋势，同时依托自身核心竞争优势，能够有效对冲价格下降带来的盈利影响，因此毛利率将维持小幅下降态势，整体变动符合市场发展规律及企业经营实际，能够客观反映业务发展预期。

政策方面，《“十四五”数字经济发展规划》支持市场主体依法合规开展数据采集，加快推动各领域通信协议兼容统一，打破技术和协议壁垒，形成完整贯通的数据链；提高物联网在各领域覆盖水平，增强固移融合、宽窄结合的物联接入能力，提升核心电子元器件等关键硬件产业水平。同时，《“数据要素×”三年行动计划（2024—2026年）》实施与关键核心技术自主创新政策推进，有效带动各行业智能数据采集终端采购需求。

行业发展趋势方面，智能数据采集终端正广泛渗透至制造、物流、零售等多个领域，在单品级库存可视化、快速盘点、补货复核、履约拣选与资产识别等场景发挥着重要作用。行业已经进入稳健扩张阶段，根据QYResearch预测，2025年全球RFID智能手持终端行业销售额约为6.68亿美元，预计到2032年达到10.95亿美元，2026年至2032年复合增速约6.59%。

标的公司长期深耕智能数据采集终端领域，具备成熟的研发、生产及销售体系，历史经营期间已积累了稳定的客户群体与丰富的项目经验，能够满足下游行业对终端设备智能化、高精度的需求，产品竞争力持续提升。客户资源方面，标的公司凭借稳定的产品质量与完善的售后服务，积累了长期合作的优质客户，客户粘性较强，未来采购需求具备持续性。行业2026年至2032年复合增长率约6.59%，标的公司智能数据采集终端预测期（2026年至2030年）复合增长率为5.71%，增长幅度处于合理区间，与标的公司研发实力、客户资源、供应链优势

等核心竞争力相匹配，同时充分考虑了市场竞争、技术迭代等潜在风险。

2、智能车载业务预测依据及合理性分析

当前我国驾驶培训行业正加速向智能化、规范化转型，政策推动与行业升级双轮驱动，为面向驾驶培训车的智能车载业务提供了广阔的市场空间。根据交通运输部发布的《机动车驾驶员培训管理规定》及中国交通运输协会发布的《智慧型驾校通用技术要求》，推动驾培行业数字化、智能化升级，实现培训过程全程可追溯、学员信息可核查已成为行业趋势。同时多地出台驾培智能化改造相关政策，要求新增及存量教练车逐步加装具备多维度数据采集功能的智能终端，为业务规模化发展扫清障碍。

标的公司长期深耕驾驶培训车智能车载领域，聚焦驾培专用智能车载终端的研发、生产与销售，产品可实现汽车 OBD（车载自动诊断系统）信息采集、指纹识别、条码采集、RFID、视频及图片采集等多类功能，精准适配驾驶培训场景需求，具备成熟的研发、生产及销售体系，历史经营期间已积累了稳定的客户群体与丰富的项目落地经验，为未来收入增长奠定了坚实基础。研发方面，标的公司紧跟驾培行业监管政策与技术演进趋势，聚焦多维度数据采集、数据传输稳定性、学员身份核验精准度等核心技术研发，优化终端功能适配性，产品能够满足下游驾培机构对培训合规、效率提升的核心需求。

据公安部统计，2025 年全国新注册登记机动车 3,535 万辆，新领证驾驶人 2,051 万人。我国机动车保有量与驾驶人持续保持增长态势，驾驶培训需求基数庞大、市场空间充足，行业整体仍具备广阔的发展前景。标的公司 2025 年学员卡激活数量约 38 万张，当前业务规模在全国市场中占比较低，未来仍有较大的市场拓展与业务提升空间。同时，标的公司现有核心客户合作关系稳定，存量业务具备良好的持续性，未来业务增量主要来源于标的公司在驾培领域长期积累的技术延伸、产品迭代升级以及成熟的应用实践经验，能够持续提升产品竞争力与市场覆盖能力，进一步支撑业务规模稳步增长。

3、配件模块及组件业务、服务收入预测依据及合理性分析

标的公司配件模块及组件业务主要面向企业客户销售模组、配件等产品，在AIDC行业的蓬勃发展环境下仍有较高的发展空间。配件模块及组件业务随着标的公司业务结构趋于稳定，随着自有终端产品需求逐步提升，未来将优先保障自有产品供应，适度减少对外销售规模。标的公司服务收入将依托自身核心技术优势，优化与各地经销商的合作分工模式，未来逐步由经销商承接部分服务业务。受业务分工调整及服务规模结构变化影响，预计服务收入在2025年将出现一定幅度下降，后续随着业务模式体系稳定，收入水平将趋于平稳。

二、结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式的价格波动情况、波动原因、历史期内产品及客户结构变动情况、可比产品售价水平及波动情况、市场竞争程度、各产品所处生命周期、主要原材料价格波动情况、历史期间的成本转嫁能力等补充披露对标的资产预测期各期各产品销售单价的预测是否谨慎、合理

（一）各产品历史期不同地域及不同销售模式的价格波动情况、波动原因

1、各产品历史期价格波动情况、波动原因

报告期内，标的公司智能数据采集终端业务销售单价情况如下：

单位：元/台

类型	明细	2025年1-9月	2024年	2023年
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	1,608.80	1,660.19	1,413.16
	固定式数据采集终端	1,035.79	1,290.31	1,249.30

便携式数据采集终端单价整体呈上升并趋于稳定态势，2023年平均单价相对较低主要系向上海华测销售的产品定价较低，对整体平均单价形成了较为明显的拉低影响所致。2024年平均单价上升，主要系便携式数据采集终端产品境外销售单价高于境内销售单价，随着便携式数据采集终端境外销售占比增加，带动便携式数据采集终端平均单价的上涨。2025年1-9月平均单价较2024年平均单价有轻微回落，主要系为了深化与核心大客户的合作关系，保障长期稳定的业务合作，标的公司对大额采购订单给予相应价格优惠，进而导致整体平均单价略有下降。

固定式数据采集终端单价整体趋于稳定，2025年1-9月平均单价较2024年有所下降主要系印度客户 Infotek 在 2025 年大批量采购，标的公司给予了其优惠价格，导致平均单价下降。

报告期内，标的公司智能车载业务销售单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类型	明细	2025年1-9月	2024年	2023年
智能车载业务	智能车载终端	979.75	975.55	1,020.24
	驾培服务	9.20	10.08	11.94

注：智能车载终端单价的单位为元/台；驾培服务单价的单位为元/次。

报告期内，智能车载终端及驾培服务单价略有下降，主要系标的公司随行业竞争与市场拓展策略需要小幅下调单价，整体定价具备合理性。

2、各产品不同地域的价格波动情况、波动原因

（1）智能数据采集终端业务

标的公司历史期内智能数据采集终端业务的境内外销售单价情况如下：

单位：元/台

类别	区域	2025年1-9月	2024年	2023年
便携式数据采集终端	境内	1,262.65	1,268.46	1,162.31
	境外	1,822.07	1,973.77	1,765.41
固定式数据采集终端	境内	1,078.17	1,032.00	895.62
	境外	1,024.51	1,494.53	1,700.79

报告期内，标的公司便携式数据采集终端业务和固定式数据采集终端业务的境内平均单价保持小幅上升趋势，主要系标的公司持续优化客户与业务结构，主动放弃部分低毛利业务及客户。

便携式数据采集终端业务的境外平均单价呈上升后回落趋势，主要系境外市场中客户对产品品牌、技术性能、可靠性及后续服务的重视程度通常高于对价格的敏感度，更为看重技术附加值，因此标的公司产品定价空间相对更优；2025

年 1-9 月平均单价有所回落主要是由于境外大客户的大批量采购，标的公司给予了其优惠价格，导致平均单价下降。

固定式数据采集终端业务的境外平均单价呈下降趋势，主要系下游行业市场竞争较为充分，标的公司为巩固市场地位、保障订单规模，结合市场环境适度调整产品定价。2025 年 1-9 月平均单价有所回落主要是由于印度客户 Infotek 在 2025 年大批量采购，标的公司给予了其优惠价格，导致平均单价下降。

（2）智能车载业务

标的公司历史期内智能车载终端业务不同区域销售单价情况如下：

单位：元/台

区域	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
东北地区	1,017.70	1,017.70	726.99
华北地区	918.67	1,001.22	959.22
华东地区	888.10	884.96	1,061.95
华南地区	968.42	1,052.97	1,087.77
华中地区	955.75	955.75	1,012.55
西北地区	950.41	907.93	915.91
西南地区	1,133.98	1,164.52	1,121.85
境外	894.18	-	1,382.00
总计	979.75	975.55	1,020.24

报告期内，标的公司智能车载终端各区域平均单价呈现差异化特征，主要系各区域不同配置产品的销售结构有所不同。

标的公司历史期内驾培服务的不同区域销售单价情况如下：

单位：元/次

区域	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
东北地区	12.84	13.55	50.48
华北地区	3.25	3.42	21.14
华东地区	4.72	4.72	-
华南地区	4.71	6.05	15.23

区域	2025年1-9月	2024年	2023年
华中地区	4.42	4.42	4.42
西北地区	4.53	5.44	5.80
西南地区	13.84	13.76	10.35
总计	9.20	10.08	11.94

标的公司驾培服务业务的主要成本为设备折旧费用。在设备投放运营初期，基于折旧成本较高的因素，驾培服务定价水平相对偏高；待设备逐步实现投资成本回收后，将相应下调服务价格，定价策略与成本回收阶段相匹配。

3、各产品不同销售模式的价格波动情况、波动原因

报告期内，标的公司智能数据采集终端业务及智能车载业务不同销售模式单位价格情况如下：

单位：元/台、元/次

类别	模式	2025年1-9月	2024年度	2023年度
便携式数据采集终端	直销模式	1,605.42	1,650.75	1,324.10
	经销模式	1,613.25	1,678.04	1,592.97
固定式数据采集终端	直销模式	942.80	1,324.81	1,302.89
	经销模式	1,328.98	1,243.01	1,168.15
智能车载终端	直销模式	987.18	992.59	1,028.62
	经销模式	971.31	940.32	1,009.80
驾培服务	直销模式	10.74	11.62	13.78
	经销模式	5.06	5.73	7.43

报告期内，标的公司各业务类别在直销和经销模式下的产品单价总体差异不大，主要系平均单价的差异并非由于销售模式的不同所主导，而主要与产品的型号、配置、客户和订单类型等差异有关。

报告期内，同一业务类别下的单价波动原因参见上述“1、各产品历史期价格波动情况、波动原因”。

（二）历史期内产品及客户结构变动情况

1、产品结构调整的具体情况

报告期内，智能数据采集终端业务是标的公司最主要业务，各期收入占比分别为 84.93%、84.39%和 85.15%，整体较为稳定；智能车载业务是报告期内公司第二大业务板块，各期收入占比分别为 5.40%、7.83%和 7.51%，收入占比提升主要系下游驾培市场需求增长，以及标的公司主动进行市场拓展，使得收入同比增长所致。配件、模块及组件是标的公司第三大业务板块，各期收入占比分别为 8.17%、6.18%和 6.26%，占比下降主要系受上述智能车载业务收入占比提升影响所致。维修等服务主要面向客户的售后需求，报告期各期收入占比较小，占比波动主要受到其他业务规模变动的的影响所致。

2、客户结构调整的具体情况

报告期各期，标的公司前五大客户结构具体调整情况及原因如下：

单位：万元

客户名称	2025年 1-9月	2024年度	2023年度	变化原因
E Headway Media	1,981.40	290.86	180.34	主要系标的公司为更高效开拓市场，将印度区域的重要直销客户转为由其服务，加之该经销商自身终端客户需求增长共同所致
Denso Wave Europe GMBH	1,078.81	1,138.99	151.46	2023年初步合作测试样机，2024年起收入放量
Enterprise Data Resources, Inc.	983.29	1,727.86	878.79	2025年受贸易摩擦及关税影响相应采购金额降幅较大
Interway	946.51	995.71	1,205.91	产品在巴西的独家经销商，受当地市场需求及营销拓展等影响，销售规模存在一定波动，但整体无重大变化
时易中	850.40	1,283.31	1,400.17	主营线上贸易，受终端客户需求影响，销售规模存在一定波动，但整体无重

客户名称	2025年 1-9月	2024年度	2023年度	变化原因
				大变化
上海华测	765.21	1,387.23	4,148.41	产品毛利率较低，标的公司为提高内部资源配置效率，聚焦高盈利性客户和订单，主动调整对其出货量
Infotek	754.75	1,374.11	233.58	2024年拓展至集团内其他主体，2025年受竞争加剧影响销售规模下降
SCOOTSY LOGISTICS PVT LTD	397.63	1,808.09	357.89	2025年转为向经销商 E Headway Media 采购
Bridgestone Mobility Solutions B.V.	64.85	985.06	1,925.02	ODM 客户，其前期客户项目已陆续履约完毕
KONSTANTA Limited Liability Company	319.46	964.02	4,463.71	俄罗斯市场厂家竞争加剧，客户获取订单能力下降，进而影响标的公司对其的销售，此外 2024 年亦受战事及下游客户需求波动影响交易规模下降
海康威视	76.85	208.13	1,898.55	2023 年度其中标的的下游终端客户项目供货基本完成，后续出货量陆续减少

报告期各期，标的公司前五大客户整体较为稳定，部分客户出现变动，主要系区域市场需求和竞争情况变化、项目周期变动、标的公司主动发掘以及调整所致。

（三）可比产品售价水平及波动情况

受行业信息披露惯例影响，可比上市公司在信息披露中通常不涉及具体产品的销售价格，公开渠道较难获取同一配置及规格型号产品的价格数据及变化趋势。由于标的公司产品配置和规格型号众多，不同配置和规格型号可能导致产品售价差异巨大，公开渠道难以查询同一配置及规格型号的服务器产品价格水平及变化趋势，因此难以直接对比标的公司与可比公司产品在同一规格型号及配置下的售价水平及变化趋势。

本次重组报告书中披露的三家可比上市公司近三年历史年度报告中，新大陆在年报中未披露销量，无法获取售价水平的相关信息；优博讯和远望谷分别披露了销量，因此根据相关行业业务收入，可以计算各年产品的平均销售价格。

可比公司的收入、销量以及平均销售单价如下表：

单位：万元、台、元/台

公司名称	项目	2024 年	2023 年	2022 年
优博讯	收入	81,480.68	80,793.48	93,361.51
	销量	997,208	906,964	950,443
	平均单价	817.09	890.81	982.29
远望谷	收入	52,180.39	57,258.14	45,538.09
	销量	291,898,600	330,389,200	254,624,500
	平均单价	1.79	1.73	1.79

数据来源：可比公司 2022 年、2023 年、2024 年年报。

优博讯销量披露口径为智能终端设备，包括智能数据终端和智能支付终端，销售市场主要以境内市场为主，由于国内市场竞争激烈导致优博讯产品价格和毛利率呈下降趋势。

远望谷销量披露口径为物联网行业相关产品，包括物联网解决方案和物联网应用产品，产品平均单价较为稳定，在国内市场竞争激烈的情况下，积极拓展国际市场，保持了产品价格的稳定。由于销量披露口径问题，导致远望谷与标的公司产品单价存在较大差异。

（四）市场竞争程度

自动标识与数据采集（AIDC）行业已形成由国际龙头和中国本土厂商共同参与的多层次竞争结构。主要企业包括斑马技术、霍尼韦尔、优博讯、DENSO WAVE、成为信息等，市场具备一定集中度，但尚未形成绝对寡头垄断。国际厂商通常在全球渠道、品牌影响力、平台化产品体系和长期大客户覆盖方面占优，而中国厂商则在本地项目响应、细分场景理解、性价比与定制化交付方面更具灵活性。未来竞争主要是围绕射频性能、群读速度、复杂环境识读稳定性、软件生

态、行业解决方案能力及售后服务体系展开综合竞争。

从全球竞争格局来看，AIDC 市场呈现中高寡占型结构，第一梯队由斑马技术、霍尼韦尔两家国际巨头构成，在高端工业、物流、医疗等领域具备显著优势。第二梯队主要包括优博讯、DENSO WAVE、成为信息等细分领域龙头企业，在工业视觉、机器视觉、条码打印等细分环节形成较强竞争力。第三梯队则以精联电子、新大陆、远望谷厂商为主，凭借成本优势与本地化服务在中低端及细分场景实现突破。

国内主要厂商依托差异化技术路线形成各自竞争优势。新大陆聚焦二维影像解码、AI视觉及RFID技术，实现全品类覆盖与行业方案整合；远望谷则以UHF RFID为核心，在资产管理、图书管理等领域形成特色方案。

标的公司是 AIDC 领域的重要参与者，以 UHF RFID 核心技术为基础，融合条码识别、无线通信等多类技术，产品覆盖手持终端、固定式读写器、超高频模块及工业级智能终端，广泛应用于物流、制造、零售、医疗及交通等领域。凭借自主研发的射频技术、高集成度硬件设计以及稳定可靠的产品性能，成为信息在国内 RFID 及数据采集终端市场具备较强竞争力，同时依托全球化渠道布局，在境外市场亦形成一定品牌影响力。

（五）各产品所处生命周期

1、智能数据采集终端

标的公司智能数据采集终端业务的核心技术路线成熟稳定，产品性能与可靠性达到工业级标准，能够全面适配物流、制造、零售、医疗、交通等多行业的数字化与自动化需求。依托自主研发的射频技术、高集成度硬件设计及稳定可靠的解码算法，标的公司产品在数据采集终端市场已形成较强竞争力，并通过全球化渠道布局，在境外市场逐步建立品牌影响力，市场覆盖广度与深度持续拓展。

从行业生命周期维度看，行业正处于高速成长期，全球市场规模持续扩大，年复合增长率保持在 6% 以上，为标的公司产品提供了广阔的增长空间。在此背景下，成为信息的产品凭借性价比优势、快速响应能力与定制化服务能力，市场

份额稳步提升，产品迭代节奏与行业技术演进高度同步，不断强化产品竞争力与场景适配能力。

标的公司智能数据采集终端产品整体均处于产品生命周期的成熟期，2025年至2026年产品升级以系统版本更新、硬件配置优化、功能模块增强为主，无重大颠覆性技术迭代，更新迭代周期约5-10年，整体迭代节奏平稳可控。标的公司采用的高通、联发科平台芯片生命周期较长，能够充分保障产品在预测期内持续销售、持续迭代，不存在短期内被快速淘汰的风险。从应用场景看，标的公司产品主要面向物流、制造、零售等领域，下游需求稳定、设备替换周期明确，具备较强的生命周期韧性。

2、智能车载业务

标的公司智能车载业务是基于安卓平台打造系列智能车载终端，可实现汽车OBD（车载自动诊断系统）信息采集、指纹识别、条码采集、视频及图片采集等多类功能，可用于驾驶培训车、校车、出租车、公交车、货车等商业用车的全过程管理。

我国驾培领域处于成熟期阶段，整体市场需求旺盛、发展空间广阔。全国机动车驾驶人数量持续增长，公安部数据显示2025年新领证驾驶人规模达2,051万人，为驾培设备提供了坚实的下需求基础。基于上述行业发展背景，标的公司产品处于快速成长阶段。预计未来市场容量还将不断扩大。同时，标的公司凭借多年的行业经验，依托已经发展起来且较为广泛的客户网络、良好口碑和品牌影响力，以及与相关行业头部企业、建立的良好合作关系，预计在未来下游客户群体和业务规模将逐步扩大。

标的公司智能车载业务产品经长期市场检验，并历经多次技术更迭，能稳定应用于驾培学时管理领域，产品使用周期为5-10年，生命周期成熟稳定，可保障产品持续销售与迭代，不存在被快速淘汰的风险。

（六）主要原材料价格波动情况

本次选取PCBA和扫描头模组两类核心物料，主要系上述两类原材料在标

的公司产品成本结构中占比最高，对产品单位成本影响最为显著及。其他原材料占比相对较低，价格波动对总成本影响有限。

标的公司报告期内主要原材料的采购单价情况如下所示：

单位：元/片、元/个

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
PCBA	296.60	295.66	321.89
扫描头模组	181.29	189.66	186.75

报告期内，PCBA的采购入库均价分别为321.89元/片、295.66元/片和295.66元/片，在2024年度呈现小幅下降，2025年1-9月采购入库均价整体平稳，主要系当期采购的规格型号与所销售的产品中PCBA规格型号存在结构性和时间性差异所致，具有合理性。

报告期内，扫描头模组采购入库均价分别为186.75元/个、189.66元/个和181.29元/个，均呈现先增后降趋势。

综上所述，主要原材料采购入库平均价格平稳，主要原材料采购价格未发生大幅波动情形。

（七）历史期间的成本转嫁能力

历史期内，标的公司主要原材料采购价格未发生大幅波动，产品销售价格亦保持相对稳定，未出现集中、大幅调整售价的情形。

2025年第四季度，受内存等核心电子元器件价格上涨影响，标的公司主要产品生产成本有所上升。为应对上游成本上涨压力、维持合理盈利水平，对部分产品价格进行了适度调整。标的公司向主要客户发出《关于CHAINWAY产品价格调整的重要通知》，可依照商务条款向终端客户传导原材料变动压力。但由于价格传导机制存在滞后性，尚不能完全规避原材料价格波动带来的影响，可能会对标的公司成本转嫁能力有一些限制。

上游核心原材料涨价为行业普遍性情况，叠加供应偏紧的市场环境，行业整体呈现成本推动型的价格调整趋势，下游客户需面对行业整体涨价、供应量受限

的客观情况。在此环境下，标的公司凭借供应链灵活度的优势，可有效保障原材料稳定供应，并且能够提供合理的价格和有竞争力的商务条件，在行业整体涨价的环境下具有相对竞争优势。

综上所述，标的公司凭借长期供应链的合作优势、核心部件保供能力、深度定制化设计能力，在成本管控与价格传导方面具备行业领先优势，可以通过产品结构优化、定价机制调整等方式将成本压力合理向下游传导，未来盈利水平和毛利空间具备较强支撑。

（八）标的资产预测期各期各产品销售单价的预测具有谨慎性、合理性

受益于下游行业高速发展和广阔市场前景，标的公司产品价格具备较强支撑基础，报告期内整体价格较为稳定。标的公司产品与可比公司产品价格变动趋势基本一致，且标的公司具备一定成本转嫁能力；基于标的公司行业地位、竞争优势，同时综合考虑境内外市场行业竞争日趋激烈等因素，预测期标的公司各期各产品销售单价的预测具有谨慎性、合理性。

三、结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式销量波动情况、波动原因、产品及客户结构调整情况、各主要产品市场容量发展情况、下游及终端产品市场波动情况、标的资产的行业地位或市占率、客户及在手订单情况、现有产能及规划情况等补充披露对标的资产销售数量的预测同其产能是否匹配，是否存在相关订单及合同支撑，预测期内销量预测是否谨慎、合理，在 2024 年、2025 年收入下降的情况下，预测标的资产 2026 年至 2030 年收入持续增长的合理性、谨慎性与可实现性

（一）各产品历史期不同地域及不同销售模式销量波动情况、波动原因

1、各产品历史期销量波动情况及波动原因

本次预测对于主要产品，即智能数据采集终端业务、智能车载业务采用销售数量乘以预计不含税单价方法进行测算。报告期内智能数据采集终端业务及智能车载业务销售情况如下：

单位：台、次

类型	明细	2025年1-9月	2024年	2023年
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	117,884	163,342	221,774
	固定式数据采集终端	10,806	9,166	8,232
智能车载业务	智能车载终端	5,000	7,813	5,821
	驾培服务	1,394,066	1,847,204	1,226,193

便携式数据采集终端业务的销量呈现下降趋势，主要是由于标的公司优化业务结构，逐步收缩低毛利业务规模，销量变动是标的公司主动经营策略调整的结果，而非市场需求或行业竞争力下滑导致。

固定式数据采集终端业务的销量呈现稳定增长趋势，主要系该领域的市场格局相对稳定。标的公司作为行业内具有较高知名度的生产厂商，依托自身品牌影响力与市场地位，相关产品销量随下游行业整体需求增长而稳步提升。

智能车载终端和驾培服务销量呈现稳定增长趋势，主要系我国每年新增驾照人数基本保持稳定，驾培行业整体需求稳健，且智能车载终端与驾培服务在计时培训、学时管理等场景中配套使用、相辅相成，历史期实现平稳增长。

2、各产品不同地域的销量波动情况及波动原因

（1）智能数据采集终端业务

标的公司历史期智能数据采集终端业务的境内外销量情况如下：

单位：台

类别	区域	2025年1-9月	2024年	2023年
便携式数据采集终端	境内	44,941	72,620	129,531
	境外	72,943	90,722	92,243
固定式数据采集终端	境内	2,271	4,047	4,616
	境外	8,535	5,119	3,616

便携式数据采集终端业务的境内销量呈下降趋势，主要系标的公司主动优化产品结构，收缩低毛利、低效益业务，短期对整体出货量造成一定影响。2025年1-9月境内销量占2024年境内销量的61.89%，符合年度交付节奏，未出现异常

下滑。便携式数据采集终端业务的境外销量在2024年有所回落，主要系标的公司2023年度境外销量较高，俄罗斯客户KONSTANTA Limited Liability Company在2023年度对公司产品进行了大额采购，该客户当年采购金额合计4,463.71万元，其中采购C61型号产品2.17万台、C66型号产品0.33万台，大额集中采购直接带动标的公司2023年度境外销量显著高于其他期间。标的公司2025年1-9月境外销量占2024年境外销量的80.40%，显著优于常规年度交付节奏，主要系标的公司产品在境外市场的定价空间更优，因此标的公司整体经营策略上重点聚焦境外市场的持续开拓与渠道拓展，推动境外销量稳步提升。

固定式数据采集终端业务在历史期内的境内销量呈下降趋势，主要系标的公司主动优化业务机构，优先保障境外订单的交付与拓展，对境内低毛利订单的承接形成一定挤出效应，进而对境内整体出货量造成一定影响。境外销量呈平稳增长趋势，主要系标的公司产品在境外市场的定价空间更优，因此标的公司整体经营策略上重点聚焦境外市场的持续开拓与渠道拓展，推动境外销量稳步提升。2025年1-9月标的公司境外销量占2024年度境外销量的166.73%，显著优于常规年度交付节奏，充分彰显了标的公司境内外市场拓展成效显著、客户订单需求旺盛。

（2）智能车载业务

标的公司历史期智能车载终端不同区域销量情况如下：

单位：台

区域	2025年1-9月	2024年	2023年
东北地区	50	208	221
华北地区	336	239	523
华东地区	338	2,270	110
华南地区	1,108	1,797	2,269
华中地区	50	180	430
西北地区	2,272	2,082	1,401

区域	2025年1-9月	2024年	2023年
西南地区	844	1,037	866
境外	2	-	1
总计	5,000	7,813	5,821

报告期内，标的公司智能车载终端业务的各区域销量呈现差异化特征：西北地区销量持续高速增长，2025年1-9月销量已超2024年全年，成为核心增长引擎；华南、华北、西南地区作为传统优势市场，销量保持稳定规模；华东地区受2024年大额订单高基数影响阶段性回落，东北、华中地区销量下滑系标的公司业务结构阶段性调整。2025年1-9月累计销量为2024年全年的64.0%，符合年度交付节奏，整体业务市场稳固，销量变动具备充分合理性。

标的公司历史期驾培服务的不同区域销量情况如下：

单位：张

区域	2025年1-9月	2024年	2023年
东北地区	84,069	88,207	48,531
华北地区	214,901	278,050	115,592
华东地区	11,776	7,657	-
华南地区	138,461	172,668	59,360
华中地区	1,200	1,800	2,600
西北地区	293,128	298,160	333,955
西南地区	650,531	1,000,662	666,155
总计	1,394,066	1,847,204	1,226,193

报告期内，标的公司驾培服务业务区域销量呈现差异化特征：西南、西北地区作为核心优势市场，销量保持高位平稳；华北、华南、东北地区实现高速增长，贡献度持续提升；华东地区作为新增市场实现快速突破，成为新的增长点；华中地区规模缩减，系标的公司业务结构阶段性调整。2025年1-9月累计销量为2024年全年的75.47%，符合年度交付节奏，整体业务市场稳固，销量变动具备合理性。

3、各产品不同销售模式的销量波动情况及波动原因

标的公司历史期智能数据采集终端业务及智能车载业务的不同销售模式销量情况如下：

单位：台、次

类别	模式	2025年1-9月	2024年度	2023年度
便携式数据采集终端	直销模式	67,059	106,802	148,317
	经销模式	50,825	56,540	73,457
固定式数据采集终端	直销模式	8,204	5,301	4,958
	经销模式	2,602	3,865	3,274
智能车载终端	直销模式	2,658	5,266	3,227
	经销模式	2,342	2,547	2,594
驾培服务	直销模式	1,015,441	1,366,638	871,061
	经销模式	378,625	480,566	355,132

标的公司便携式数据采集终端业务直销模式和经销模式的销量在2024年均呈现一定下降，与标的公司主动优化业务结构有关。2025年1-9月直销和经销模式的销量分别占2024年的62.79%和89.89%，得益于巴西、印度等新兴区域经销商的市场拓展，经销模式交付节奏较快。

标的公司固定式数据采集终端业务直销模式和经销模式的销量在2024年均有所上升，系该品类市场需求和标的公司持续业务拓展的结果。2025年1-9月，直销模式销量占2024年的154.76%，上升较快得益于直销客户Infotek的大规模采购所致。

智能车载终端业务直销模式下的销量在2024年度上升，经销模式则整体保持平稳。2025年1-9月直销、经销模式下的销量分别占2024年全年的50.47%和91.95%，整体符合公司经营策略方向，销量变动具备合理性。驾培服务业务直销、经销模式下的销量均实现较快增长，2025年1-9月直销、经销模式下的销量分别为2024年全年的74.30%、78.79%，符合年度交付节奏，直销始终为核心渠道，经销稳步拓宽市场覆盖，销量变动具备合理性。

（二）产品及客户结构变动情况

具体可参见“问题四、关于资产评估”之“（二）结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式的价格波动情况、波动原因、历史期内产品及客户结构变动情况、可比产品售价水平及波动情况、市场竞争程度、各产品所处生命周期、主要原材料价格波动情况、历史期间的成本转嫁能力等补充披露对标的资产预测期各期各产品销售单价的预测是否谨慎、合理。”之“（二）历史期内产品及客户结构变动情况”回复。

报告期内，标的公司核心产品的品类及主要客户群体均保持相对稳定。在此基础上，依托行业需求的增长、自身市场拓展及核心竞争力提升，标的公司的产品销量实现稳步增长，整体呈现向好发展态势。

（三）各主要产品市场容量发展情况、下游及终端产品市场波动情况

1、AIDC 市场发展情况

数字化浪潮影响下，物联网产业作为战略性新兴产业的关键组成部分，关乎国家经济的高质量发展与社会的智能化转型。2021年国务院发布《“十四五”数字经济发展规划》，明确将物联网纳入国家战略性新兴产业发展规划，2024年3月，市场监管总局、国家发展改革委等18部门联合印发推出《贯彻实施〈国家标准化发展纲要〉行动计划（2024—2025年）》，提出推动物联网等新兴产业和传统产业的融合并加快标准制定进程。国务院于2024年11月颁布《关于数字贸易改革创新发展的意见》，明确未来将持续加强物联网行业支持力度。此外国家先后印发了《物联网新型基础设施建设三年行动计划（2021-2023年）》《新产业标准化领航工程实施方案（2023—2035年）》《物联网标准体系建设指南（2024版）》等产业建设指导性文件，也为物联网及AIDC行业注入了强劲的发展动能。

物联网行业作为数字经济的核心基础设施，正呈现出较快增长态势。根据Statista数据，全球物联网市场规模2025年预计为4,198亿美元，预计2034年将增至超过9,080亿美元，年复合增长率达8.95%，行业整体市场空间持续扩容。在技术迭代与成本优化的双重驱动下，RFID市场正朝着深度集成方向发展。根

据QYResearch，2025年全球RFID智能手持终端市场销售额达到6.68亿美元，预计2032年将达到10.95亿美元，年复合增长率（CAGR）为6.59%。同期中国市场2025年约为2.31亿美元，占全球34.58%，2032年预计提升至3.84亿美元，全球占比35.13%。

2、下游及终端产品市场情况

（1）制造行业

工业 4.0 背景下，制造企业需实现生产过程的实时数据采集与质量追溯。成为信息 P100 工业平板搭载 AI 算法，可适配生产线设备巡检、物料管理等场景，已应用于宁德时代等制造企业的车间管理。智能制造作为国家战略的核心支柱，正在彻底改变传统工厂的生产方式与管理模式。据头豹研究院数据显示，中国智能制造行业市场规模预计 2025 年将突破 4 万亿元大关。

（2）物流行业

电商与跨境物流的快速发展推动仓储、分拣、配送环节的数字化升级。成为信息 C66 高拓展手持终端可实现包裹信息实时上传、智能分拣调度，适配顺丰、京东物流等企业的自动化仓储需求。据观知海内信咨询数据，2024 年智慧物流市场规模 8,546.00 亿元，2025 年预计将达到 9,498.00 亿元；据中商产业研究院数据，2024 年中国智能物流装备的市场规模 1,041.00 亿元，2025 年预计将达到 1,261 亿元。

（3）零售行业

AIDC 设备在零售领域主要用于商品收货验收、门店与后仓快速盘点、缺码缺色查找、补货与调拨复核、退换货核验、防损巡检以及全渠道订单拣选，核心价值是以单品级识别提升库存可视性、作业效率和履约准确性。该领域的发展趋势正从“阶段性盘点工具”走向“全链路数字化节点”，表现为源头贴标常态化、门店高频循环盘点、与 WMS/OMS/ERP 实时联动、RFID 与条码/视觉融合，以及由硬件部署进一步转向软件分析、实时决策和智能补货。

（四）标的资产的行业地位或市占率

自动标识与数据采集（AIDC）行业整体呈现全球寡头主导、国内品牌快速崛起的竞争格局，行业技术路线多元分化，市场集中度较高，核心竞争已从单一硬件销售逐步转向软硬一体化方案、行业应用适配及综合服务能力的竞争。全球范围内，行业竞争格局相对稳定，头部企业凭借技术专利、品牌壁垒、全球渠道及生态体系占据主导地位，新进入者面临较高的技术与市场壁垒。

根据 QYResearch 数据，标的公司为全球智能数据采集终端领域核心厂商，在全球 RFID 终端细分市场中稳居前列。全球市场呈现国际龙头引领、梯队分明的特征，斑马技术、霍尼韦尔等国际厂商与优博讯、标的公司等国内本土头部厂商，合计市占率超 50%，行业集中度整体稳定。标的公司的市占率稳定在 5%。标的公司凭借完善的产品矩阵、成熟的技术研发实力、稳定的客户资源及全球化渠道布局，在物流、制造、零售等核心应用领域具备深厚的行业积累与差异化竞争优势，产品经长期市场检验，技术路线清晰、迭代节奏平稳，能够持续满足下游客户的数字化升级需求。

（五）现有产能及规划情况

报告期内，标的公司主要产品的产量、销量、产销率如下：

单位：万台

产品	项目	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
智能数据采集终端	产量	13.79	17.25	23.15
	销量	12.87	17.25	23.00
	产销率	93.34%	100.00%	99.37%

注：成为信息主要从事智能数据采集终端的研发、设计、生产及销售，产品型号众多，且生产过程中，成为信息主要负责组装（包括装配、调试、检测测试、更新系统/软件等），因此无法统计产能。

报告期内，标的公司成为信息采取以销定产、适当备货的模式组织生产，报告期内产销率整体维持较高水平，报告期各期末主要产品库存规模较小。标的公司生产不涉及大规模的机器设备投入和更新，主要是场地租赁和人员的投入，因

此标的公司可根据下游订单数量，灵活调配生产资源，快速扩大产能。同时，标的公司还采用了成熟的委外加工模式，可选择的委外加工供应商资源充足，整体生产供应保障能力较强，能够充分满足未来业务发展的生产需求。未来销售数量预测与标的公司产能规模相匹配，能够充分满足业务发展的生产需求。

（六）相关订单及合同支撑，预测期内销量预测谨慎性、合理性

经销模式下，经销商通常在有较为明确的下游意向订单后向标的公司采购，且交付周期较短，因此不会提前大规模备货，相关明确的订单金额整体较小。直销模式下，标的公司面向行业垂直领域大型客户，该类客户一般呈现采用招标或者项目制特征，因此导致在手订单少或者不同时期波动较大。

标的公司直销模式面向行业垂直领域大型客户，该类客户需求具有项目制特征，直接客户及终端客户的前瞻性需求相对明确。经销商通常在收到下游意向订单后向标的公司采购，客户下单以即时需求为主，订单周期普遍较短，因此整体备货规模较少。上述特征使得标的公司在手订单未形成大额集中结余。配件模块及组件、服务收入主要面向客户零散化、即时性需求，业务发生具有随机性，未形成批量及计划性订单，因此无法统计在手订单。

截至 2026 年 3 月末，标的公司的在手订单情况如下：

单位：台、万元

型号	待发数量	金额
C72	5,774	1,215.67
C66	6,173	985.28
MC50	2,114	552.63
P80	1,475	454.33
HCE600	5,176	338.53
MC51S	1,500	186.30
C5	955	184.99
URA4	637	167.98
C5F	1,027	120.65
其他	56,453	947.11

型号	待发数量	金额
合计	81,284	5,153.48

截至 2026 年 3 月末，标的公司的在手订单不含税金额约为 5,153.48 万元，覆盖 2026 年全年预测收入的 15.41%。

标的公司截至 2026 年 3 月末，标的公司的储备订单情况如下：

单位：万元

客户名称	预计签单金额	预计签约时间
Relliance	5,000.00	2026 年 9 月
海康威视	1,800.00	2026 年 5 月
TBW	1,500.00	2026 年 8 月
Magnit	1,200.00	2026 年 7 月
Indomarco	750.00	2026 年 7 月
阿根廷邮政项目	600.00	2026 年 11 月
Sportsmuster	400.00	2026 年 5 月
墨西哥交通部	300.00	2026 年 11 月
华住会	1,850.00	分批签约
Zepto	1,400.00	分批签约
Flipkart	1,200.00	分批签约
远望谷	1,200.00	分批签约
Denso	1,000.00	分批签约
Swiggy	800.00	分批签约
合计	19,000.00	

截至 2026 年 3 月末，标的公司的储备订单不含税金额约为 19,000.00 万元，覆盖 2026 年全年预测收入的 56.81%。

预测期内公司销量预测系结合历史销售情况、核心客户需求、行业发展趋势及自身产能规划综合测算确定，预测过程充分考虑了市场竞争、产品价格波动等风险因素。综上，本次销量预测依据充分、考虑全面，具备谨慎性与合理性。

（七）在 2024 年、2025 年收入下降的情况下，标的资产 2026 年至 2030 年收入持续增长的合理性、谨慎性与可实现性

标的公司所处行业整体处于数字化升级趋势中，市场需求具备持续性和刚性，为收入增长提供了行业基础。报告期内，标的公司优化产品和客户结构，逐步收缩低毛利业务，使得收入呈现阶段性先下降；未来，随着标的公司盈利能力的持续改善，产品和客户结构不断优化，市场拓展成效良好，标的公司收入和利润增长能够得到保障和支撑。

本次预测过程中已综合考虑行业竞争加剧、产品价格波动、大客户订单变化、原材料价格上涨等风险因素，收入增速、产品单价、毛利率及费用率等核心假设均基于历史实际经营情况审慎确定，同时结合公司下游项目制需求特征，经销商备货较少、终端客户前瞻性需求明确的业务特点，对未来销量及收入增长进行稳健测算，充分预留了风险缓冲空间。

预测期标的公司收入情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年 10-12 月	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
收入	8,138.71	33,446.74	35,268.03	37,197.77	39,242.76	41,410.21
收入增长率	—	5.42%	5.45%	5.47%	5.50%	5.52%

预测期标的公司营业收入持续上涨，主要来源于行业增长和标的公司自身优势共同推动。

1、行业增长情况

标的公司智能数据采集终端是基于高通/MTK平台及Android系统研发的智能数据采集设备，可根据客户需求集成超高频RFID读写、条码识别、NFC、摄像头、蓝牙、生物识别、GPS等功能。广泛应用于物流管理、零售连锁、智慧医疗、仓储管理、驾培管理等多个领域。根据QYResearch数据，RFID智能手持终端行业已经进入稳健扩张阶段。2025 年全球市场销售额约为6.68亿美元，预

计到2032年达到10.95亿美元，2026—2032年复合增速约6.59%。本次预测中，标的公司未来2026-2030年营业收入年复合增长率为5.48%，低于行业平均增速，具有谨慎性和可实现性。

智能车载终端业务方面，据公安部统计，2025年全国新注册登记机动车3,535.00万辆，新领证驾驶人2,051.00万人。我国机动车保有量与驾驶人群体持续保持增长态势，驾驶培训需求基数庞大、市场空间充足，行业整体仍具备广阔的发展前景。标的公司2025年学员卡激活数量约38万张，当前业务规模在全国市场中占比较低，未来仍有较大的市场拓展与业务提升空间。

2、标的公司自身优势

（1）品牌优势

标的公司深耕自动识别与数据采集领域多年，在行业内积累了较高的品牌知名度与良好市场口碑。凭借稳定的交付能力、可靠的产品质量及规范的服务体系，获得了下游客户广泛认可，品牌公信力持续提升，在渠道合作及市场拓展中具备较强的品牌溢价与信任优势，为持续获取优质业务资源奠定了良好基础。

（2）渠道优势

标的公司已构建直销与经销相结合、覆盖境内外主要区域的立体化销售渠道体系。直销渠道聚焦核心大客户、重点项目与高价值场景，能够深度对接客户需求、提供定制化解决方案，保障核心业务稳定贡献；经销渠道布局广泛、下沉充分，具备较强的市场渗透能力与快速响应能力，可高效开拓新兴市场、挖掘零散需求，实现规模化业务覆盖。双渠道协同互补、高效联动，既保障了核心客户粘性，又持续拓宽市场边界，形成较强的渠道壁垒。

（3）产品技术优势

标的公司长期围绕自动识别与数据采集技术持续研发，形成了标签动态Q值自适应参数调整技术、RSSI加权过滤处理防串读技术、阶梯性节能盘点技术、多通道智能切换技术、基于多天线读取的归位定位技术、快速静态Q值跳频抗干

扰技术等多项核心技术，目前在超高频RFID模组、RFID天线以及底层应用软件等方面均具备自主研发能力。

（4）标杆项目示范优势

标的公司依托成熟的产品与服务能力，成功落地多项具有行业代表性与区域影响力的标杆项目，如宁德时代智能化生产管理、法国ELIS洗涤管理等项目，目前标的公司积极推进苹果零售店库存管理项目。在重点区域、核心客户群体中形成了良好示范效应。标杆项目的成功实施，有效验证了公司产品性能、方案成熟度与综合服务能力，显著提升市场认可度，并通过口碑传播与案例复制，持续带动同类项目拓展与新客户开发，为业务持续增长提供强劲推力。

（3）期后业绩实现情况

从实际经营情况来看，根据标的公司2025年末审数据，营业收入约31,699.88万元，较全年预测收入实现约99.91%，基本实现了全年收入预期；净利润5,374.89万元，较全年预测净利润实现约101.78%。截至2026年3月末，标的公司在手订单合计不含税金额约5,153.48万元，占2026年全年预测收入比例的15.41%；储备订单合计不含税金额约19,000万元，占2026年全年预测收入比例的56.81%。预测期收入可实现性较强。

综上，2024年、2025年收入下降为阶段性、暂时性因素。2026年至2030年收入持续增长的预测，符合行业发展趋势、标的公司经营实力及核心支撑条件，具备充分的合理性、谨慎性与可实现性。

四、结合PCBA、芯片等主要原材料采购价格的波动情况，行业政策，市场环境，标的资产产品结构的变动等补充披露对标的资产成本的预测是否充分考虑原材料价格波动，对成本的预测是否谨慎、合理

（一）报告期内PCBA、芯片等主要原材料采购价格的波动情况

报告期内，标的公司主要原材料采购入库平均价格平稳，主要原材料采购价格未发生大幅波动情形。2025年第四季度，虽受内存价格上涨影响带来阶段性

成本压力，但标的公司具备较强的成本转嫁能力，可通过合理调整产品价格、优化订单结构等方式将成本压力向下游传导，不会对标的公司整体盈利水平产生实质性不利影响。

（二）行业政策及市场环境对标的公司成本的影响

行业政策方面，受《新时期促进集成电路产业和高质量发展若干政策》《电子信息制造业数字化转型实施方案》以及信息技术应用创新等产业政策支持，芯片、射频器件等核心元器件国产化供给持续提升，行业参与者的规模化效应逐步显现，采购价格趋于平稳并具备下行空间，供应链稳定性显著增强。物联网终端普及等行业政策进一步带动产品规模化生产，有效摊薄单位原材料成本。整体来看，行业政策推动标的公司所处行业的上游供应链成熟、供给充足、价格稳定。

市场环境方面，报告期内，上游行业整体竞争较为充分，有效促进了标的公司原材料采购成本的优化与议价能力提升，多数成熟品类采购成本呈平稳或下降趋势；尽管内存价格上涨带来一定成本压力，但标的公司已逐步通过产品售价同步调整实现成本有效转嫁，整体影响可控，未对经营稳定性构成明显冲击。

具体而言，标的公司的同类型物料存在多个供应商，标的公司在核心元器件上已具备多供应商的实际切换与整合能力，不存在对相关供应商或具体原材料的重大依赖。报告期内主要原材料的价格不存在大幅波动，对标的公司成本的影响不大。

对于超高频RFID读写芯片，标的公司主要使用impinj品牌芯片。impinj是全球超高频RFID芯片领域的领军企业，在零售、物流等领域占据重要市场份额，并长期占据高端市场主导地位，是全球RFID产业生态的关键推动者。impinj原厂根据其授权分销体系，指定标的公司向其代理商伟仕佳杰（重庆）科技有限公司进行采购，因此对于impinj品牌芯片而言，标的公司存在单一采购渠道。此情形系由上游核心技术原厂的授权代理商业模式所决定，是电子元器件行业，尤其是芯片行业的常见业态。除impinj品牌芯片外，标的公司近年来已逐步开发并适配了其他品牌的超高频RFID芯片方案，形成了相应的技术、方案和产品储备。

针对其他芯片及电子元器件，标的公司所采购的以通用型标准化物料为主，相关物料品类拥有众多供应商，来源地覆盖多个国家和地区，亦不存在对相关供应商或具体原材料的重大依赖。

（三）标的公司产品结构变动对成本的影响

报告期内，标的公司产品结构保持相对稳定，且结合行业需求特点及公司经营规划，预计未来年度的产品结构仍将延续平稳态势。鉴于公司不同产品的成本构成及生产工艺已相对成熟和稳定，在产品结构稳定的情况下，整体加权平均单位成本不会因结构变动出现显著波动，因此产品结构因素对本次成本预测不构成重大影响。

（四）标的公司成本预测具有合理性及谨慎性

标的公司成本预测已充分结合材料价格波动情况、行业政策及市场环境、产品结构变动情况对成本预测的影响。对2025年10-12月成本按内存等原材料涨价后的实际水平进行测算，客观反映了当期成本压力。对于2026年及未来年度成本，在基准日现有市场信息及行业趋势判断基础上，综合考虑行业供需格局以及标的公司具备的成本转嫁能力，按照2025年全年成本水平进行预测。

综上，受益于下游行业稳定需求与标的公司精细化运营，标的公司通过对产品结构优化及通过成本转嫁给客户，毛利率及净利率保持在较优水平。结合历史经营数据及预测期现金流规划，标的公司成本预测充分考虑了各项成本变动因素，假设审慎、依据充分，具备合理性和谨慎性。

五、补充披露预测期各细分产品、境内外、直销与经销销售的毛利率预测情况，较历史期间、同行业可比公司是否存在差异，如是，详细披露原因及合理性

（一）各业务毛利率预测情况

1、智能数据采集终端业务

（1）便携式数据采集终端

2023年、2024年以及2025年1-9月，标的公司便携式数据采集终端业务的毛利率分别为33.14%、39.92%和39.87%。2023年至2024年，便携式数据采集终端毛利率明显上升，主要系标的公司持续优化产品结构，收缩低毛利业务，推动毛利率提升至较高水平。同时，高毛利的境外销售收入占比持续提高，进一步带动便携式数据采集终端整体毛利率上行。2025年1-9月毛利率与2024年基本持平，保持稳定态势，主要因标的公司产品结构、定价策略及成本控制措施延续，未发生重大不利变化，毛利率在较高水平保持平稳，整体具备合理性与可持续性。

标的公司预测期便携式数据采集终端业务的毛利率预测如下：

单位：万元

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
便携式数据采集终端	收入	7,078.65	27,552.49	29,153.90	30,853.95	32,658.95	34,575.61
	成本	4,332.46	16,689.55	17,695.28	18,764.91	19,902.64	21,112.99
	毛利率	38.80%	39.43%	39.30%	39.18%	39.06%	38.94%

未来预测期内便携式数据采集终端业务综合毛利率水平保持在38.80%-39.43%，低于2024年、2025年1-9月该业务毛利率39.92%、39.87%。预测期2025年10-12月毛利率较历史期有所下降，主要系内存等元器件价格上涨导致产品成本上升导致；2026年及未来年度毛利率较历史期有所下降，主要系充分考虑未来市场竞争因素影响导致产品单价下降导致。

（2）固定式数据采集终端

2023年、2024年以及2025年1-9月，标的公司固定式数据采集终端业务的毛利率分别为38.33%、43.27%和39.77%，整体呈现上升趋势。2025年1-9月毛利率较小幅回落，主要系核心客户的大批量采购，标的公司给予了其优惠价格，导致毛利率有所下降。

标的公司预测期固定式数据采集终端业务毛利率预测如下：

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
固定式 数据采 集终端	收入	18.76	1,166.32	1,195.30	1,225.00	1,255.45	1,286.64
	成本	12.06	707.65	728.88	750.75	773.27	796.47
	毛利率	35.73%	39.33%	39.02%	38.71%	38.41%	38.10%

未来预测期内固定式数据采集终端业务综合毛利率水平保持在35.73%-39.33%，低于2024年、2025年1-9月该业务毛利率43.27%、39.77%。预测期毛利率较历史期有所下降，主要系充分考虑未来市场竞争因素，对盈利预测进行审慎测算所致。

2、智能车载业务

智能车载业务主要包括智能车载终端业务和驾培服务。2023年、2024年以及2025年1-9月，标的公司智能车载业务的毛利率分别为66.55%、66.12%和65.88%；其中，智能车载终端的毛利率分别为34.15%、36.68%和43.83%；驾培服务的毛利率分别为79.70%、78.17%和74.31%。

智能车载业务的毛利率整体保持在较高水平且基本稳定，主要系业务结构中高毛利的驾培服务占比较高，拉高整体毛利率。智能车载终端业务毛利率呈现持续稳步上升趋势，主要系随着出货量增加形成规模效应，单位生产成本下降。驾培服务毛利率整体维持在极高水平，受市场竞争等影响呈现小幅回落趋势。

标的公司预测期智能车载业务的毛利率预测如下：

单位：万元

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
智能车载 业务	收入	860.54	2,776.29	2,928.16	3,088.33	3,257.26	3,435.43
	成本	392.79	1,057.09	1,120.51	1,187.74	1,259.01	1,334.55
	毛利率	54.36%	61.92%	61.73%	61.54%	61.35%	61.15%
智能车载	收入	392.91	931.07	982.00	1,035.71	1,092.36	1,152.12

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
终端	成本	237.91	543.85	576.48	611.07	647.73	686.60
	毛利率	39.45%	41.59%	41.30%	41.00%	40.70%	40.41%
驾培服务	收入	467.63	1,845.23	1,946.16	2,052.62	2,164.90	2,283.31
	成本	154.88	513.24	544.03	576.67	611.27	647.95
	毛利率	66.88%	72.19%	72.05%	71.91%	71.76%	71.62%

未来预测期内智能车载业务综合毛利率水平保持在 54.36%-61.92%，低于 2024 年、2025 年 1-9 月该业务毛利率 66.12%和 65.88%。预测期毛利率较历史期有所下降，主要系充分考虑未来市场竞争因素，对盈利预测进行审慎测算所致。

3、配件、模块及组件业务

配件、模块及组件业务主要包括超高频模块及组件和配件。2023年、2024 年以及2025年1-9月，标的公司配件、模块及组件业务的毛利率分别为49.87%、50.47%和53.93%；其中，超高频模块及组件的毛利率分别为33.61%、39.22%和37.75%；配件的毛利率分别为51.71%、52.58%和56.39%。

配件、模块及组件综合毛利率整体呈持续稳步上升态势，盈利水平持续优化。主要系公司不断优化销售结构，高毛利的配件业务占比有所提升，同时核心元器件采购成本管控有效，规模效应逐步体现，带动综合毛利率逐年提高。超高频模块及组件毛利率整体处于中高水平且相对稳定。配件毛利率呈现持续上升且增幅较为明显的趋势。

标的公司预测期配件、模块及组件业务的毛利率预测如下：

单位：万元

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
配件、模块	收入	60.90	1,568.35	1,599.72	1,631.71	1,664.35	1,697.63

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
及组件	成本	36.86	885.87	903.59	921.66	940.09	958.89
	毛利率	39.47%	43.52%	43.52%	43.52%	43.52%	43.52%
超高频模块 及组件	收入	33.69	232.77	237.42	242.17	247.01	251.95
	成本	21.90	151.30	154.32	157.41	160.56	163.77
	毛利率	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%
配件	收入	27.21	1,335.59	1,362.30	1,389.54	1,417.34	1,445.68
	成本	14.96	734.57	749.26	764.25	779.53	795.13
	毛利率	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%

未来预测期内配件、模块及组件业务综合毛利率水平保持在39.47%-43.52%，低于2024年、2025年1-9月该业务毛利率50.47%和53.94%。预测期毛利率较历史期有所下降，主要系充分考虑未来市场竞争因素，对盈利预测进行审慎测算所致。

4、服务收入

服务收入主要包括技术咨询服务和维修保障服务。2023年、2024年以及2025年1-9月，标的公司服务收入的毛利率分别为58.12%、40.45%和44.80%；其中，技术咨询服务的毛利率分别为86.00%、47.96%和87.56%；维修保障服务的毛利率分别为52.08%、39.74%和39.45%。

服务收入毛利率呈现较大波动，主要原因是高毛利的技术服务收入占比波动较大。技术服务毛利率波动显著，主要系承接的技术服务项目结构变化，部分项目交付周期拉长，成本占比上升；维修保障服务毛利率呈现趋于平稳的态势。

标的公司预测期服务收入的毛利率预测如下：

单位：万元

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
服务收入	收入	119.86	383.29	390.95	398.77	406.75	414.88
	成本	77.53	245.85	250.77	255.78	260.90	266.12
	毛利率	35.31%	35.86%	35.86%	35.86%	35.86%	35.86%
技术咨询 服务	收入	3.77	32.86	33.52	34.19	34.87	35.57
	成本	2.07	18.07	18.43	18.80	19.18	19.56
	毛利率	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%
维修保养 服务	收入	116.09	350.43	357.44	364.59	371.88	379.32
	成本	75.46	227.78	232.33	236.98	241.72	246.56
	毛利率	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%	35.00%

未来预测期内服务收入综合毛利率水平保持在 35.31%-35.86%，低于 2024 年、2025 年 1-9 月该业务毛利率 40.45%和 44.80%。预测期服务收入毛利率趋于稳定，主要系公司相关服务的定价机制、人工及备件成本构成相对固定，规模效应逐步体现，未来盈利水平预计保持平稳。

（二）境内外毛利率预测情况

标的公司预测期便携式数据采集终端业务的境内外毛利率预测如下：

单位：万元

项目名称		预测期间					
		2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
境内	收入	1,540.02	7,465.55	7,725.35	7,994.19	8,272.39	8,560.27
	成本	1,146.46	5,418.06	5,634.78	5,860.18	6,094.58	6,338.37
	毛利率	25.56%	27.43%	27.06%	26.69%	26.33%	25.96%
境外	收入	5,538.64	20,086.94	21,428.55	22,859.76	24,386.56	26,015.34
	成本	3,186.00	11,271.49	12,060.50	12,904.73	13,808.06	14,774.63
	毛利率	42.48%	43.89%	43.72%	43.55%	43.38%	43.21%

未来预测期内便携式数据采集终端业务境内毛利率水平保持在

25.56%-27.43%，低于 2024 年、2025 年 1-9 月该业务毛利率 27.13%、28.46%；便携式数据采集终端业务境外毛利率水平保持在 42.48%-43.89%，低于 2024 年、2025 年 1-9 月该业务毛利率 46.50%、44.75%。预测期毛利率较历史期有所下降，主要系内存等核心元器件价格上涨导致产品成本上升，以及充分考虑未来市场竞争因素，对盈利预测进行审慎测算所致。

（三）直销与经销销售毛利率情况

标的公司历史期直销与经销模式毛利率情况如下：

类别	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
直销模式	43.51%	43.22%	36.19%
经销模式	41.66%	41.81%	37.90%

具体可参见“问题四、关于资产评估”之“（二）结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式的价格波动情况、波动原因、历史期内产品及客户结构变动情况、可比产品售价水平及波动情况、市场竞争程度、各产品所处生命周期、主要原材料价格波动情况、历史期间的成本转嫁能力等补充披露对标的资产预测期各期各产品销售单价的预测是否谨慎、合理。”部分的回复。

直销与经销模式间的毛利率差异，本质上是不同销售模式所对应的客户结构差异的结果。直销模式中包含了毛利率较低的 ODM/OEM 客户和毛利率较高的普通客户等。两种模式毛利率的差异，反映了标的公司通过差异化的定价与服务策略，在不同销售渠道实现了与客户价值相匹配的盈利水平，该等差异具备合理的商业逻辑。因此本次预测未区分直销与经销收入口径。

（四）同行业可比公司毛利率情况

报告期各期，标的公司毛利率与同行业对比情况如下：

项目	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
优博讯	26.13%	24.16%	27.48%
新大陆	38.39%	40.41%	40.26%
远望谷	40.61%	43.62%	41.93%

项目	2025年1-9月	2024年度	2023年度
斑马技术	48.33%	48.44%	46.31%
霍尼韦尔	37.13%	38.09%	37.28%
同行业公司均值	38.12%	36.89%	37.46%
标的公司	42.76%	42.75%	36.82%

整体来看，标的公司的毛利率高于同行业平均水平，主要系业务结构差异和业务布局方向不同所致。

上述同行业公司中，优博讯以标准化智能数据采集终端及硬件为主营业务，产品同质化程度较高、竞争较为激烈，2023年至2025年1-9月毛利率在24%-27%区间，整体低于标的公司水平；新大陆、远望谷聚焦物联网识别与RFID解决方案领域，产品定制化与服务属性较强，2023年至2025年1-9月毛利率分别稳定在38%-41%、41%-44%区间，与标的公司毛利率水平及变化趋势较为接近；斑马技术凭借全球技术优势与品牌溢价，毛利率长期维持在46%-49%的高位水平，霍尼韦尔物联网业务毛利率稳定在37%-38%区间，与同行业均值基本一致，二者代表了行业内高端综合型企业的盈利水平。

从整体趋势来看，报告期内同行业公司毛利率平均水平整体维持稳定且呈现波动上涨态势，与标的公司报告期内毛利率水平趋势基本一致，标的公司凭借成熟稳定的产品技术、丰富的项目实施经验及核心客户资源等优势，同时考虑潜在行业竞争等因素，预测期内毛利率水平低于历史期实际水平，预测相对审慎具备合理性。

六、补充说明对销售费用、管理费用的具体预测过程，相关参数的选取依据与合理性，较报告期内存在差异的原因及合理性

（一）销售费用、管理费用的具体预测过程，相关参数的选取依据与合理性

1、销售费用

本次评估预测期内2025年至2030年销售费用率在8.72%-9.11%区间平稳

下降。预测期内销售费用率下降主要系营业收入持续扩大形成规模效应及优化销售渠道结构导致。具体分析如下：

报告期内，标的公司的销售费用分别为 3,087.25 万元、3,269.59 万元和 2,379.63 万元，占各期营业收入比例分别为 8.10%、9.75%和 10.09%。未来随着收入规模恢复增长、规模效应逐步体现，未来销售费用率预计将逐步趋于稳定并合理回落，预测具有合理性。

预测期内销售费用预测如下：

单位：万元

项目	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
职工薪酬	283.07	2,053.18	2,164.98	2,283.44	2,408.98	2,542.03
业务招待费	12.89	36.77	38.78	40.90	43.15	45.53
差旅费	11.07	115.08	121.34	127.98	135.02	142.48
广告宣传费	150.00	616.44	641.09	653.91	660.45	667.06
租金及管理费	0.44	1.38	1.41	1.44	1.46	1.49
办公费	3.89	14.48	14.77	15.06	15.37	15.67
水电费	1.90	5.47	5.58	5.69	5.81	5.92
其他	15.00	59.51	60.70	61.92	63.16	64.42
折旧与摊销	1.80	7.21	7.25	7.25	7.25	7.25
租赁费	24.00	100.42	105.06	109.93	115.03	120.37
合计	504.04	3,009.94	3,160.97	3,307.52	3,455.66	3,612.22
销售费用率	6.19%	9.00%	8.96%	8.89%	8.81%	8.72%

销售费用包括职工薪酬、业务招待费、差旅费、广告宣传费、租金及管理费、办公费、水电费、其他、折旧与摊销、租赁费等，分别根据费用的实际情况对各项费用进行测算：

（1）职工薪酬、业务招待费和差旅费，与销售收入密切相关，基于历史费用率水平与未来业务规模审慎测算，整体随收入规模稳步增长，根据销售收入的规模来预测。

（2）广告宣传费、租金及管理费、办公费、水电费及其他销售费用，根据历史的发生额考虑小幅增长，费用增幅与业务扩张节奏相适应。

（3）折旧与摊销，依据标的公司现有资产折旧摊销政策，根据固定资产、无形资产计提折旧摊销的方式，按资产原值、折旧率来预测未来年度折旧摊销费用。

（4）租赁费主要为办公楼及各地办公室的租赁支出。预测期租赁费结合当前租赁协议与实际使用情况确定。

报告期内，公司销售费用率逐年上升，主要系标的公司营业收入有所下降同时股份支付费用增加等因素导致；随着收入规模扩大，规模效应将显现，未来销售费用率预计稳步回落，预测合理。

2、管理费用

本次评估预测期内 2025 年至 2030 年管理费用率在 4.47%-6.05% 区间平稳下降，预测期内管理费用率下降主要系收入规模持续增长带来规模效应及内部管理流程优化导致。具体分析如下：

报告期内，标的公司管理费用分别为 1,660.46 万元、1,804.09 万元和 1,366.21 万元，占各期营业收入比例分别为 4.36%、5.38% 和 5.79%。预测期内，管理费用绝对金额随业务扩张持续增加，但管理费用率将呈现平稳下降趋势，主要系规模效应逐步显现所致。

预测期内管理费用预测如下：

单位：万元

项目	2025 年 10-12 月	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
职工薪酬	434.80	1,267.61	1,305.64	1,344.81	1,385.16	1,426.71
租金及管理费	5.25	32.77	33.43	34.10	34.78	35.47
中介机构费	5.00	38.79	39.57	40.36	41.17	41.99
办公费	18.18	39.72	40.52	41.33	42.15	43.00
业务招待费	3.75	7.28	7.43	7.58	7.73	7.88

项目	2025年 10-12月	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年
交通费	21.28	35.18	35.89	36.61	37.34	38.08
差旅费	2.21	3.60	3.67	3.74	3.82	3.89
水电费	1.20	6.48	6.60	6.74	6.87	7.01
通讯费	2.34	7.52	7.67	7.82	7.98	8.14
其他	10.00	15.84	16.16	16.48	16.81	17.15
折旧与摊销	20.63	82.53	82.97	82.97	82.97	82.97
租赁费	27.56	115.35	120.68	126.27	132.13	138.26
合计	552.18	1,652.68	1,700.22	1,748.80	1,798.90	1,850.56
管理费用率	6.78%	4.94%	4.82%	4.70%	4.58%	4.47%

管理费用包括职工薪酬、租金及管理费、中介机构费、办公费、业务招待费、交通费、差旅费、水电费、通讯费、折旧与摊销费、租赁费及其他管理费用等，分别根据费用的实际情况对各项费用进行测算：

（1）职工薪酬，根据企业的工资发放标准预测。

（2）租金及管理费、中介机构费、办公费、业务招待费、交通费、差旅费、水电费、通讯费及其他费用，根据历史的发生额考虑小幅增长，费用增幅与业务扩张节奏相适应。

（3）折旧与摊销，依据标的公司现有资产折旧摊销政策，根据固定资产、无形资产计提折旧摊销的方式，按资产原值、折旧率来预测未来年度折旧摊销费用。

（4）租赁费主要为办公楼及各地办公室的租赁支出。预测期租赁费结合当前租赁协议与实际使用情况确定。

报告期内公司管理费用率逐年上升，主要系标的公司筹备 IPO 期间所支出的中介机构费用及股份支付费用所致；预测期随着业务规模增长，管理费用率将平稳下降，预测合理。

（二）较报告期内存在差异的原因及合理性

1、销售费用

标的公司 2023 年、2024 年及 2025 年 1-9 月的销售费用率分别为 8.10%、9.75% 和 10.09%，预测期销售费用率介于 8.72%-9.11% 区间。其中，2024 年销售费用率较高，主要系标的公司营业收入有所下降同时股份支付费用增加等因素导致。随着优质客户的持续开拓，预计标的公司收入规模将实现较快增长，收入增长幅度将高于销售费用的增长幅度，从而带动销售费用率逐步回落至合理区间，二者差异符合公司业务发展趋势，预测具备合理性。

本次评估预测期的销售费用率保持在 8.72%-9.11% 区间，与 2024 年度销售费用率水平接近，略低于 2025 年 1-9 月销售费用率，且差异率较小，位于合理区间。预测期的销售费用率水平足以支撑公司市场拓展与业务发展需求，具有合理性。

2、管理费用

标的公司 2023 年、2024 年及 2025 年 1-9 月的管理费用率分别为 4.36%、5.38% 和 5.79%，预测期管理费用率介于 4.47%-6.05% 区间。

其中 2024 年度及 2025 年 1-9 月管理费用率较高，主要是由于资本运作事项进程中发生的中介机构费用，以及实施股权激励形成的股份支付费用等因素共同影响，上述费用具有阶段性特征。未来标的公司收入增长幅度将高于管理费用的增长幅度，从而带动管理费用率逐步回落至合理区间，二者差异符合公司业务发展趋势，预测具备合理性。

本次评估预测期的管理费用率水平位于合理区间，预测期的管理费用率水平足以支撑公司内部运营、管理提升及持续发展需求，具有合理性。

七、补充说明对营运资本增加额的具体预测过程，相关参数选取的依据与合理性

（一）营运资本增加额的具体预测过程

营运资金增加额指企业在不改变当前主营业务条件下，为维持正常经营而需新增投入的营运性资金，即为保持企业持续经营能力所需的新增资金，如正常经营所需保持的现金、产品存货购置、代客户垫付购货款（应收款项）等所需的基本资金以及应付的款项等。营运资金的增加是指随着企业经营活动的变化，获取他人的商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金、存货等；同时，在经济活动中，提供商业信用，相应可以减少现金的即时支付。通常其他应收款和其他应付款核算内容绝大多数为关联方的或非经营性的往来；应交税金和应付工资等多为经营中发生，且周转相对较快，拖欠时间相对较短、金额相对较小。

估算营运资金的增加原则上只需考虑正常经营所需保持的现金（最低现金保有量）、存货、应收款项和应付款项等主要因素。本次评估所定义的营运资金增加额为：

$$\text{营运资金增加额} = \text{当期营运资金} - \text{上期营运资金}$$

其中：

$$\text{营运资金} = \text{最低现金保有量} + \text{存货} + \text{应收款项} - \text{应付款项}$$

$$\text{最低现金保有量} = \text{年付现成本总额} / \text{现金周转率}$$

$$\text{年付现成本总额} = \text{销售成本总额} + \text{期间费用总额} - \text{非付现成本总额}$$

应收款项主要包括应收账款、应收票据、预付账款以及与经营业务相关的其他应收账款等诸项。

应付款项主要包括应付账款、应付票据、预收账款以及与经营业务相关的其他应付账款等诸项。

标的公司报告期营运资金情况具体如下：

单位：万元

项目/年度	2025年1-9月	2024年	2023年
最低现金保有量	2,080.42	2,182.42	2,582.74

项目/年度	2025年1-9月	2024年	2023年
存货	8,060.71	7,040.84	8,509.03
应收款项	1,564.15	2,517.43	2,226.16
应付款项	2,415.42	2,471.37	2,120.11
营运资本	9,289.86	9,269.32	11,197.83

标的公司预测期营运资金增加额情况具体如下：

单位：万元

项目/年度	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	2031年 及以后年度
营运资金	9,126.11	9,620.62	10,144.50	10,699.57	11,287.79	11,911.23	11,911.23
营业收入	31,727.53	33,446.74	35,268.03	37,197.77	39,242.76	41,410.21	41,410.21
营运资金占 收入比例	28.76%	28.76%	28.76%	28.76%	28.76%	28.76%	28.76%
营运资金增 加额	-163.75	494.51	523.88	555.07	588.22	623.45	-

本次评估对于未来年度营运资金按照占收入比例的 28.76% 进行测算，主要基于以下考虑：标的公司历史年度重视项目回款及现金流管理，营运资金所需较少。经测算，标的公司 2023 年营运资金 11,197.83 万元，占当年收入比例约为 29.37%；2024 年营运资金 9,269.32 万元，占当年收入比例约为 27.64%；2025 年 1-9 月营运资金 9,289.86 万元，占当年收入比例约为 29.28%。标的公司业务相对成熟，历史年度营运资金占收入比例波动较小，故采用历史期营运资金占收入比例平均数 28.76% 进行测算。由于永续期企业经营相对稳定，营运资金不再发生变动，故确定永续期企业的营运资金增加额为 0。

（二）相关参数选取的依据与合理性

1、参数选取依据

项目/年度	2025年1-9月	2024年	2023年
最低现金保有量	2,080.42	2,182.42	2,582.74
存货	8,060.71	7,040.84	8,509.03
应收款项	1,564.15	2,517.43	2,226.16

项目/年度	2025年1-9月	2024年	2023年
应付款项	2,415.42	2,471.37	2,120.11

报告期内，标的公司最低现金保有量分别为 2,582.74 万元、2,182.42 万元和 2,080.42 万元。标的公司最低现金保有量整体呈逐年下降趋势，主要是由于标的公司持续优化资金管理策略、提升资金使用效率，同时业务结构逐步优化，经营性资金占用有所下降所致。标的公司最低现金保有量变动与公司经营管理、资金运营情况相匹配，能够满足日常生产经营的基本资金需求。

报告期内，标的公司存货账面价值分别为 8,509.03 万元、7,040.84 万元和 8,060.71 万元。2024 年存货账面价值有所下降，主要是由于标的公司产销量下降、优化库存管理、合理控制备货规模所致，存货周转率略有回落但整体保持相对稳定，与当期经营规模及业务周转节奏相匹配。2025 年 9 月末存货账面价值有所回升，主要为满足后续市场需求及保障交付进行的合理备货，存货周转率相应有所放缓，符合行业季节性备货及生产经营特点。标的公司存货规模与业务经营、采购备货策略相适应，存货管理水平总体稳健，相关指标具有合理性。

报告期内，标的公司应收款项账面价值分别为 2,226.16 万元、2,517.43 万元，和 1,564.15 万元。2024 年末应收款项账面价值略有增长，应收款项周转率有所回落，主要系业务规模扩大及客户结算周期阶段性变化所致，整体回款情况仍保持良好。2025 年 9 月末应收款项账面价值明显下降，主要是由于公司持续加强客户信用管理与应收款项催收，资金回笼效率进一步改善，回款能力有所增强。整体来看，标的公司应收款项规模变动与业务经营及资金管理措施相匹配，应收款项质量良好，相关指标具备合理性。

报告期内，标的公司应付款项账面价值分别为 2,120.11 万元、2,471.37 万元和 2,415.42 万元。应付款项账面价值相对稳定，整体处于平稳态势，与公司采购规模及供应商信用政策相匹配。标的公司应付款项规模与采购业务及资金统筹安排相适应，对上游供应商资金占用情况合理，相关指标具有合理性。

2、相关参数选取合理性

营运资本增加额测算所选取的相关指标，均结合标的公司历史经营数据、行业惯例及未来业务发展趋势审慎确定，相关指标贴合公司实际运营模式，测算依据充分、参数选取合理，能够客观反映未来各期营运资本变动情况，具备合理性。

八、基于前述内容，结合盈利预测的详细过程，补充披露在标的资产在**2024年、2025年**收入及利润下降的情况下，预测标的资产**2026年至2030年**收入及利润持续增长合理性、谨慎性与可实现性，并结合截至回函日标的资产的实际经营情况与期后业绩，行业政策、市场环境对标的资产经营业绩及估值的影响等补充披露本次收益法评估相关参数选取是否谨慎、合理，预测过程是否准确、客观，本次交易定价是否公允，是否符合《重组办法》第十一条的规定。

（一）标的资产在2024年、2025年收入及利润下降的情况下，预测标的资产2026年至2030年收入及利润持续增长的合理性、谨慎性与可实现性

具体可参见“问题四、关于资产评估”之“三、结合标的资产各产品历史期不同地域及不同销售模式销量波动情况、波动原因、产品及客户结构调整情况、各主要产品市场容量发展情况、下游及终端产品市场波动情况、标的资产的行业地位或市占率、客户及在手订单情况、现有产能及规划情况等补充披露对标的资产销售数量的预测同其产能是否匹配，是否存在相关订单及合同支撑，预测期内销量预测是否谨慎、合理，在**2024年、2025年收入**下降的情况下，预测标的资产**2026年至2030年收入**持续增长的合理性、谨慎性与可实现性。”之“（七）在**2024年、2025年收入**下降的情况下，标的资产**2026年至2030年收入**持续增长的合理性、谨慎性与可实现性”部分的回复。

（二）标的资产的实际经营情况和期后业绩情况

根据标的公司未审报表，**2025年**全年标的公司实现营业收入约**31,699.86**万元，归母净利润约**5,394.41**万元。标的公司的期后业绩实现情况较基准日时点预测情况对比如下：

单位：万元

项目	2025 年度未审数据	2025 年度预测数	实现比例
营业收入	31,699.88	31,727.53	99.91%
归属于母公司所有者的净利润	5,374.89	5,281.09	101.78%

标的公司整体经营状况较好，2025年全年实际销售收入完成率约为99.91%，营业收入基本实现，2025年全年未经审计的归母净利润预计超过2025年全年预测水平。从期后业绩来看，标的公司预测期后业绩与本次评估收益法预测数据较为接近，预测数据基本合理。

标的公司的期后业绩实现情况较基准日时点预测情况对比如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月未审数据	2026 年度预测数	实现比例
营业收入	8,483.93	33,446.74	25.37%
归属于母公司所有者的净利润	1,393.73	5,669.98	24.58%

标的公司2026年1-3月收入8,483.93万元，占2026年全年预测收入的25.37%；2026年1-3月净利润1,393.73万元，占2026年全年预测净利润的24.58%；从期后业绩来看，标的公司预测期后业绩与本次评估收益法预测数据较为接近，预测数据基本合理。

（三）行业政策、市场环境变化对标的资产经营业绩及估值的影响

本次交易选用收益法作为评估结论，评估机构在评估过程中已严格遵循相关法规及执业准则，履行了勤勉尽责的评估义务。2025年预测毛利率为42.12%，未审数据毛利率为41.96%，接近于预期水平，主要是由于部分原材料价格上涨及市场竞争变化导致，致使标的公司期后采购的部分原材料价格相较报告期内有所上涨，但未对标的公司生产经营活动造成重大不利影响。

预测期内随着行业政策的整体利好、内存供应及价格波动问题的逐渐缓解，以及行业整体发展态势较好的市场环境显现，预测期内毛利率可实现性较高，标的公司的经营业绩和估值具备良好的可实现性。

（四）本次收益法评估相关参数选取具备合理性、谨慎性

1、营业收入增长率的合理性及谨慎性

标的公司2024年智能数据采集终端业务收入增长率-12.57%，2024年收入负增长，主要系由于标的公司主动缩减境内低毛利业务导致境内收入下降导致。预测期内对标的公司智能数据采集终端业务进行谨慎、合理预测后，2026年-2030年复合增长率为5.71%，低于QYResearch预计行业年复合增长率6.59%，预测增速相对谨慎、稳健。预测期营业收入的可实现性较高，具备合理性、谨慎性。

标的公司2024年智能车载业务收入增长率27.56%，预测期内对标的公司智能车载业务进行谨慎、合理预测后，2026年-2030年复合增长率为5.47%。2024年我国新注册登记机动车3,583.00万辆，新领证驾驶人2,226.00万人，标的公司2025年学员卡激活数量约38万张，当前业务规模在全国市场中占比较低。我国机动车保有量与驾驶人持续保持增长态势，驾驶培训需求基数庞大、市场空间充足，行业整体仍具备广阔的发展前景，预测增速相对谨慎、稳健。预测期营业收入的可实现性较高，具备合理性、谨慎性。

标的公司2024年配件、模块及组件业务收入增长率-33.46%，主要系标的公司战略重心逐步聚焦终端产品，优先将模组资源用于自有便携式数据采集终端生产，对外模组销售规模相应收缩。预测期内对标的公司配件、模块及组件业务进行谨慎、合理预测后，2026年-2030年复合增长率为2.00%，预测增速相对谨慎、稳健。预测期营业收入的可实现性较高，具备合理性、谨慎性。

标的公司2024年服务业务收入增长率分别为-5.93%，主要系标的公司优化与各地经销商的合作分工模式，逐步由经销商承接部分服务业务，服务收入规模相应收缩。预测期内对标的公司服务收入业务进行谨慎、合理预测后，2026年-2030年复合增长率为2.00%，预测增速相对谨慎、稳健。预测期营业收入的可实现性较高，具备合理性、谨慎性。

2、毛利率的合理性和谨慎性

报告期内，标的公司智能数据采集业务毛利率分别为 33.30%、40.06% 和 39.87%，预测期各年度毛利率介于 38.79%-39.42% 之间，低于报告期 2024 年和 2025 年 1-9 月水平，预测期毛利率较为谨慎，具备合理性、谨慎性。

报告期内，标的公司智能车载业务毛利率分别为 66.55%、66.12%、65.88%，预测期各年度毛利率介于 54.36%-61.92% 区间，低于报告期 2024 年和 2025 年 1-9 月水平，预测期毛利率较为谨慎，具备合理性、谨慎性。

报告期内，标的公司配件、模块及组件业务毛利率分别为 49.87%、50.47%、53.93%，预测期各年度毛利率介于 39.47%-43.52% 区间，低于报告期 2024 年和 2025 年 1-9 月水平，预测期毛利率较为谨慎，具备合理性、谨慎性。

报告期内，标的公司服务收入毛利率分别为 58.12%、40.45%、44.80%，预测期各年度毛利率介于 35.31%-35.86% 区间，低于报告期 2024 年和 2025 年 1-9 月水平，预测期毛利率较为谨慎，具备合理性、谨慎性。

3、期间费用预测的合理性和谨慎性

预测期各项期间费用的预测与行业发展特征以及标的公司自身实际经营情况相符，期间费用的预测具有合理性和谨慎性。

4、折现率预测的合理性和谨慎性

根据《监管规则适用指引——评估类第 1 号》的要求，在确定贝塔系数时应当遵循以下要求：一是应当综合考虑可比公司与被评估企业在业务类型、企业规模、盈利能力、成长性、行业竞争力、企业发展阶段等多方面的可比性，合理确定关键可比指标，选取恰当的可比公司，并应当充分考虑可比公司数量与可比性的平衡；二是应当结合可比公司数量、可比性、上市年限等因素，选取合理时间跨度的贝塔数据；三是应当在资产评估报告中充分披露可比公司的选取标准及公司情况、贝塔系数的确定过程及结果、数据来源等。

本次收益法评估折现率确定过程中，以申银万国行业类的其他计算机设备、其他电子III、消费电子零部件及组装行业的上市公司为基础，剔除了存在退市风险警示或其他风险警示的上市公司、北交所、首发上市日期距离评估基准日短于

五年的上市公司以及主营业务与标的公司关联度较低的上市公司。

以上证综指为标的指数，以评估基准日前 250 周至评估基准日的市场价格进行测算，并结合各可比公司资本结构进行调整，计算得到标的公司预期无财务杠杆风险系数的估计 β_u 。随后，按照标的公司预测期内资本结构进行计算，得到标的公司权益资本的预期市场风险系数 β_e 。标的公司权益资本的预期市场风险系数 $\beta_e=1.0764$ 。

本次评估在确定折现率时需考虑标的公司与上市公司在公司规模、企业发展阶段、核心竞争力、对大客户和关键供应商的依赖、企业融资能力及融资成本、盈利预测的稳健程度等方面的差异，确定特性风险系数。在评估过程中，评估人员对企业与可比上市公司进行了比较分析，得出特性风险系数 $\epsilon=1.50\%$ 。

本次评估所采用的折现率为 10.86%。对比 2023-2025 年 99 单采用收益法进行评估的案例所选取的折现率水平，本次折现率处于平均水平，且高于 2025 年平均折现率选取水平。本次折现率预测相对审慎，具备合理性。2023-2025 年度交易案例平均折现率水平如下：

年度	平均折现率水平
2023	10.16%
2024	10.99%
2025	9.40%
平均值	10.19%
标的公司	10.86%

折现率相关参数反映了标的资产所处行业的特定风险及自身风险水平，关键参数确定思路较为合理，本次评估整体折现率取值具备合理性和谨慎性。

（五）本次交易定价公允，符合《重组办法》第十一条规定

综合前述截至回函日标的资产的实际经营情况与期后业绩，行业政策、市场环境，本次收益法评估结论与标的公司盈利特征及行业逻辑相匹配。同时，期后业绩实现情况显示评估结论具有谨慎性与合理性。据此，本次收益法评估结果用

于交易定价参考公允、合理，依据充分。

从维护上市公司及中小股东合法权益角度看，本次交易标的资产交易价格以评估机构出具的评估报告所确定的评估值为依据，经各方协商一致确定，定价遵循公开、公平、公正原则，不存在损害上市公司及其股东利益的情形；同时，公司已制定填补即期回报的相关措施，控股股东、实际控制人及全体董事、高级管理人员已就相关措施出具承诺，有利于保护中小股东权益。据此，本次交易符合《重组办法》第十一条的相关规定。

上述第一、二、三、四、五、八小问的回复内容已在重组报告书“第六节 标的资产评估及定价情况”之“二、标的资产具体评估情况”之“（二）收益法评估情况”补充披露。

九、会计师核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对前述事项，会计师主要实施了以下核查程序：

1、收集标的公司营业执照、经营许可证、公司章程、资产权属文件等资料，了解标的公司经营基本情况、历史沿革、股权架构、主营业务及主营产品情况。

2、了解标的公司业务开展情况、行业地位、行业发展趋势、市场竞争格局等情况，分析标的公司核心竞争力。

3、查阅标的公司报告期内生产、销售、管理、研发等经营相关资料，查阅其报告期内财务报表及业务经营数据，了解企业各项会计政策，核验历史期经营数据的真实性、分析历史期财务数据波动的相关原因。

4、审阅标的公司填报的资产申报表，并将其与资产清单、财务账套、财务报表及其他业务经营数据进行核对校验。

5、审阅标的公司填报的盈利预测申报表、收集管理层提供的业务开展预测资料，了解其经营计划、发展规划等支撑资料，结合相关法律法规、行业现状、资产特点及资产使用期限、企业所处生命周期及其经营情况等，分析盈利预测期

限的合理性。

6、审阅标的公司基准日在手订单、框架协议、意向合同及相关重要商机信息，了解基准日在执行合同的履约进度及项目回款进度，审阅客户合同条款及了解历史回款情况等，分析期后销售收入预测的合理性。

7、分析标的公司经营模式及盈利模式、关注报告期内产品或服务的销售单价及数量，分析收入增长趋势，了解报告期内行业发展水平、市场环境变化情况、主要客户的稳定性等因素，以及了解行业未来发展趋势，分析预测期各业务收入增长率的合理性。

8、了解标的公司报告期内各项业务的成本构成情况，核查成本发生的真实性，分析预测期营业成本预测的合理性；结合标的公司各项业务收入成本波动变化，分析标的公司各项业务毛利率预测的合理性。

9、了解报告期内标的公司各项期间费用数据，分析各项期间费用波动的原因，结合标的公司业务经营模式和管理层经营规划，分析预测期内各项期间费用预测的合理性。

10、了解并分析报告期内标的公司营运资金规模和周转情况，分析预测期营运资金规模和预测的合理性。

11、审阅标的公司基准日后的财务报表、业务经营数据、最新订单签订及执行情况，分析期后实际经营成果与评估预测的匹配性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、关于重要评估参数的具体预测情况，标的公司已结合其业务板块的历史经营数据、行业发展趋势、市场竞争格局、客户及在手订单情况，对预测期各期的销售单价、销售数量、成本及毛利率等核心参数进行了分产品、分区域的预测。相关预测过程清晰，依据充分，考虑了产品生命周期、价格下行趋势、成本波动及规模效应等因素，预测具有合理性。

2、关于销售单价的预测，标的公司结合了历史期不同地域及销售模式下的价格波动情况及原因、产品与客户结构的主动调整、可比公司价格趋势、行业竞争程度、主要原材料价格的历史平稳表现以及其具备的成本转嫁能力等进行分析。预测期内各主要产品单价呈平缓下行趋势，该预测已充分考虑市场竞争加剧的影响，具有谨慎性和合理性。

3、关于销售数量及收入持续增长的预测，标的公司已结合历史销量波动原因、产品与客户结构调整、行业市场容、下游需求、自身行业地位与市占率、截至2026年3月末的在手订单与储备订单情况等进行了分析。在2024年、2025年收入因主动战略调整而下降的背景下，预测2026年至2030年收入恢复增长，主要基于行业稳健增长预期、标的公司品牌、渠道、技术等核心竞争力，以及期后业绩的良好实现。该预测与产能匹配，具备订单支撑，增长幅度低于行业预测增速，具有合理性、谨慎性和可实现性。

4、关于成本的预测，标的公司已充分考虑主要原材料的历史采购价格波动情况、行业政策环境、市场供求以及产品结构稳定性。对2025年10-12月成本按内存涨价后的实际水平测算，对2026年及以后年度采用2025年全年平均成本并保持稳定，该预测方法已考虑短期波动并基于长期稳定假设，同时标的公司具备一定的成本转嫁能力，因此成本预测谨慎、合理。

5、关于毛利率的预测，标的公司结合预测期各细分产品、境内外业务的毛利率情况进行分析。预测期各业务毛利率普遍低于历史期间水平，主要系考虑了未来市场竞争加剧及产品单价下行因素。与同行业可比公司相比，标的公司历史及预测毛利率处于合理区间，差异主要源于业务结构、产品定位与客户群体的不同，具有合理性。

6、关于销售费用和管理费用的预测，标的公司已说明具体预测过程及各费用项目的参数选取依据。预测期销售费用率和管理费用率较报告期内存在差异，主要因报告期费用率受收入规模波动、股份支付及中介费用等阶段性因素影响而较高。预测期费用率随收入增长呈现规模效应而逐步下降，费用绝对额随业务扩张稳步增长，相关预测具有合理性。

7、关于营运资本增加额的预测，标的公司说明了具体计算过程。预测基于历史营运资金占营业收入比例的平均值进行测算，该比例历史期波动较小，相关参数（如现金周转率、应收应付周期等）的选取符合公司实际经营情况，预测依据充分、合理。

8、关于评估结论的整体公允性，基于前述对收入、成本、费用、毛利率、营运资本等关键参数预测的核查，并结合标的公司2025年全年及2026年一季度后业绩良好达成预测、行业政策支持、市场环境等综合判断，本次收益法评估的相关参数选取谨慎、合理，预测过程准确、客观。标的资产交易定价以评估结果为依据，遵循了市场化原则，不存在损害上市公司及股东利益的情形，符合《上市公司重大资产重组管理办法》第十一条的规定。

问题五、关于上市公司的生产经营及财务数据

申请文件显示：（1）上市公司于 2023 年 2 月在主板上市，2023 年至 2025 年 1-9 月，上市公司营业收入整体呈上升趋势，归属于上市公司股东的净利润分别同比下降 34.67%、73.54%和 66.76%。（2）报告期各期末，上市公司短期借款余额分别为 0.14 亿元、1.54 亿元和 4.31 亿元，应付账款余额分别为 3.87 亿元、3.96 亿元和 7.95 亿元，同时，各期末货币资金余额分别为 13.58 亿元、12.96 亿元和 11.33 亿元。（3）报告期各期末，上市公司应收账款账面价值分别为 1.70 亿元、2.95 亿元和 5.97 亿元，预付款项账面价值分别为 0.33 亿元、0.39 亿元和 1.09 亿元。（4）报告期各期末，上市公司递延所得税资产的账面价值分别为 0.39 亿元、0.74 亿元和 1.00 亿元，主要系可抵扣亏损等可抵扣暂时性差异增加所致，上市公司各期净利润分别为 12881.22 万元、3408.3 万元和 698.22 万元。

请上市公司补充说明：（1）结合上市公司行业的发展趋势、市场空间、竞争情况，上市公司竞争力、业务获取及开展情况，产品销量、价格及成本变化等补充说明报告期内上市公司营业收入及利润波动的原因，是否存在持续下滑风险，上市公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否一致，如否，说明原因及合理性。（2）结合上市公司的货币资金规模补充说明上市公司短期借款及应付账款增加的原因及商业合理性，上市公司货币资金是否真实、准确，是否存在其他权利受限的情形。（3）上市公司应收账款增长的原因及合理性，是否与行业可比公司一致，上市公司信用政策是否发生变动，并结合应收账款期后回款情况、逾期金额及比例、欠款方资信情况等补充说明坏账计提是否充分。（4）上市公司预付账款增长的原因及合理性，收款方基本情况，与上市公司是否存在关联关系，账龄，对应交易内容，预付款项是否具有交易实质。（5）上市公司可抵扣亏损增加的具体情况及合理性。

请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合上市公司行业的发展趋势、市场空间、竞争情况，上市公司竞争力、业务获取及开展情况，产品销量、价格及成本变化等补充说明报告期内上市公司营业收入及利润波动的原因，是否存在持续下滑风险，上市公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否一致，如否，说明原因及合理性

（一）上市公司行业的发展趋势、市场空间、竞争情况

1、行业发展趋势

报告期内，全球消费电子市场进入温和复苏通道，核心驱动来自主要经济体经济回暖、国内“以旧换新”政策落地、产业链库存优化与 AI 技术在终端应用的创新突破。政策层面，2024 年 7 月至 2025 年 3 月，国家层面持续出台加力扩围的“以旧换新”相关措施，将消费电子正式纳入补贴范围，直接催生终端产品换机需求。Windows10 支持于 2025 年 10 月终止，进一步强化了 PC 产品的替换周期刚性。技术层面，AI 大模型技术成熟度持续提升，推动端侧应用商业化进程加快，AIPC 成为消费电子硬件落地的先行场景，其融合深度学习、自然语言处理等技术重塑人机交互模式，对终端软硬件技术规格提出更高要求，推动行业产品结构升级，行业发展进入技术迭代带动需求释放的新阶段。平板电脑市场则受益于头部厂商产品迭代、“以旧换新”政策拉动及库存结构改善，呈现稳健复苏的发展特征。

数字中国战略持续推进，国内数字经济规模持续扩大，占 GDP 比重稳步提升，传统行业数字化转型进程加快，直接带动加固智能行业终端的应用场景持续拓展。物流快递、生产制造、零售、医疗卫生、公用事业等领域的数字化改造，推动加固便携式智能终端、加固手持智能终端的市场需求持续释放。工业领域是该类产品的核心应用场景，新型工业化与工业 4.0 战略的推进，工业自动化、数字化、智能化水平的提升，成为加固智能行业终端市场规模扩张的核心长期驱动力。该领域产品定制化特征显著，不同应用场景对产品性能、外观的需求差异较大，定制化程度的提升将进一步增强下游客户的合作黏性，具备研发技术积累与快速响应能力的企业将获得更显著的发展优势。

XR 行业在传统 B 端 AR 眼镜需求增长缓慢，C 端市场尚未形成规模突破，

但 AI 技术与穿戴设备的融合，推动 AI 眼镜成为行业新的核心投入方向。AI 眼镜具备解放双手、第一视角信息输入输出的天然优势，更适配大模型端侧应用的落地需求，随着硬件迭代升级与 AI 应用场景的持续拓宽，消费级 AI 眼镜有望在未来二至三年实现技术与市场的双重突破，成为 XR 行业新的增长极。AIoT 领域，AI 大模型技术的发展，尤其是开源轻量化模型的出现，显著降低了端侧 AI 的部署门槛，加速了 AI 普惠化进程，推动 AI 与物联网技术的深度融合。全球物联网设备数量持续增长，下游应用场景从智能家居、智慧零售向工业、医疗、交通等多领域持续拓展，端侧 AI 的部署将持续提升物联网设备的智能化水平，催生更多差异化、定制化的产品需求，行业整体具备长期增长潜力。

2、市场空间

据 IDC 和 Canalys 统计数据及预测，全球 PC 市场 2024 年出货量总计 2.627 亿台，同比增长 1%，其中 AIPC 出货量约 4,800 万台，占同期 PC 出货总量的 18%。2025 年第二季度全球 PC 市场出货量为 6,760 万台，同比上升 7.4%。2025 年全球支持 AI 的 PC 出货量预计将超过 1 亿台，占有所有 PC 出货量的 40%，到 2028 年全球 AIPC 出货量将达到 2.05 亿台至 2.1 亿台，占同期 PC 出货总量的 70%，2024 年至 2028 年复合年增长率可达 43.8%，具备广阔的市场增长空间。平板电脑市场 2024 年全球出货量达到 1.476 亿台，同比增长 9.2%，行业复苏态势明确，后续随着“以旧换新”政策的持续落地与教育、商务等场景需求的释放，市场规模将保持稳定扩张。

加固智能行业终端领域，根据 Business Research Insights 数据，2024 年全球加固便携式智能终端市场规模为 23.2 亿美元，预计 2032 年将增长至 33.2 亿美元，年复合增速为 4.6%；2024 年全球加固手持智能终端市场规模为 34.5 亿美元，预计 2032 年将增长至 47.2 亿美元，年复合增速为 3.5%。国内市场方面，工业数字化转型进程加快，机械工业数字化转型实施方案明确了 2030 年行业数字化改造的具体目标，工业自动化、智能制造等领域的需求释放，将推动国内加固智能行业终端市场增速高于全球平均水平，为行业内企业提供持续的市场增量。

XR 及 AIoT 领域，AI 智能眼镜成为核心增长赛道，根据 WellsennXR 的调研和跟踪统计，2025 年全球 AI 智能眼镜销量 746 万台，预计 2026 年销量将达到 1,600 万台，较 2025 年实现翻倍以上增长。传统 VR、AR 产品市场虽短期承压，但长期来看，AI 与空间计算技术的融合，将持续拓宽 XR 产品的应用场景，行业仍具备长期增长潜力。AIoT 领域，据智次方研究院数据显示，2024 年我国 AIoT 产业市场规模达到 1.7 万亿元，同比增速 17%；根据 Statista 数据，全球物联网市场规模 2025 年预计为 4,198 亿美元，预计 2034 年将增至超过 9,080 亿美元，年复合增长率达 8.95%，行业整体市场空间持续扩容。

3、竞争情况

消费电子行业整体市场化程度较高，市场参与者数量众多，行业竞争较为充分。PC 与平板电脑市场呈现头部品牌占据主要市场份额，方案商与制造服务商分层竞争的格局。行业内企业的竞争核心围绕研发设计能力、供应链整合能力、规模化交付能力与客户资源储备展开。具备全链条产品研发设计体系、与上游核心器件及系统原厂保持深度合作的企业，能够更快响应技术迭代与客户定制化需求，在市场竞争中占据优势地位。AIPC 的技术迭代，推动行业竞争焦点从传统的硬件参数比拼，向 AI 技术融合、端侧大模型部署、人机交互体验优化等方向延伸，具备前瞻性技术布局与持续研发投入的企业，将在新一轮行业竞争中获得先发优势。国内“以旧换新”政策的落地，推动市场需求向具备稳定供应链、高性价比产品与完善售后服务能力的企业集中，行业马太效应有所显现。

加固智能行业终端市场具备显著的定制化特征，下游应用场景分散，不同行业客户的需求差异较大，行业整体市场集中度相对较低，尚未形成绝对头部的市场参与者。行业竞争的核心在于垂直行业场景的深耕能力、定制化产品研发能力与稳定的产品交付能力。具备丰富行业项目经验、能够快速响应客户差异化需求、完成产品定制化开发与适配的企业，能够与下游客户形成稳定的合作关系，建立较高的客户黏性。随着工业数字化转型的深入，下游客户对产品的智能化、算力水平、环境适配能力提出了更高要求，AI 技术与加固终端产品的融合，成为行业竞争的新方向，具备端侧 AI 部署能力与行业解决方案提供能力的企业，将进

进一步扩大自身的竞争优势。

XR 行业处于技术快速迭代与市场培育阶段，行业参与者主要分为头部品牌厂商与专业方案服务商两类，市场竞争围绕核心技术研发、产品量产交付能力与场景化解决方案落地能力展开。AI 眼镜作为新兴赛道，行业尚处于发展初期，市场参与者数量快速增加，竞争焦点集中在硬件小型化设计、端侧 AI 大模型适配、光学显示技术优化等核心技术领域，具备全栈软硬件研发能力、与上游核心芯片厂商深度合作的方案商，能够更快完成技术迭代与产品落地，在市场竞争中占据有利位置。AIoT 领域下游应用场景高度分散，行业市场化程度高，市场参与者众多，竞争核心在于对下游细分场景需求的把握能力、产品定制化研发能力与大客户拓展能力。具备端侧 AI 技术部署能力、能够为细分行业提供完整智能化解决方案的企业，能够在细分赛道建立竞争壁垒，实现市场份额的快速提升。

（二）上市公司竞争力、业务获取及开展情况

1、上市公司竞争力

上市公司的核心竞争力体现在研发、生产制造、客户资源等多个方面。

在研发方面，上市公司构建了覆盖工业设计、结构、硬件及软件的全方位产品开发体系，与英特尔、AMD、高通、微软等核心上游厂商保持深度协同合作，参与其应用系统原型开发，形成了平台型研发优势，能够快速响应定制化需求。2024 年初成立的企业级研究院，专注于人工智能、感知技术等前沿领域，旨在构建长期技术储备。在生产制造方面，上市公司采用自有工厂与外协工厂动态互补的模式，2024 年投产的数字化智能工厂实现了全流程数据集成与 AI 品控，形成了柔性化生产制造能力。在客户资源方面，上市公司凭借多年的研发投入、稳定的供应链管理和质量管控，赢得了包括 Medion、TCL、视源股份、传音在内的知名客户认可，产品销往 80 多个国家和地区。此外，上市公司拥有稳定的创始及核心技术团队，研发人员占比高，且硕博学历人员数量增长显著，为持续创新提供了人才支撑。

2、业务开展情况

报告期内，上市公司整体营业收入实现增长，但各业务线发展态势不一。上市公司 2024 年实现营业收入 31.80 亿元，同比增长 22.60%；2025 年上半年营业收入 15.20 亿元，同比增长 19.24%；2025 年前三季度营业收入 28.50 亿元，同比增长 24.23%。

具体而言，智能硬件产品系上市公司的主要收入来源板块，2024 年收入占比 75.04%，同比增长 16.64%；2025 年前三季度该业务收入继续同比增长 21.73%，增长主要得益于全球消费电子市场温和复苏及上市公司推行 AI+ 战略，发力 AIPC 等产品。加固智能行业终端业务 2024 年收入增长 5.38%，2025 年前三季度同比增长 29.04%，增长主要源于工业数字化需求释放、自有品牌 ONERugged 的推广以及在新兴应用场景（如智慧零售、车载）的客户导入。XR 及 AIoT 业务呈现高增长但波动性大的特点，2024 年收入同比大幅增长 246.73%，主要得益于 XR 教育产品和 AIoT 大客户拓展；2025 年前三季度，XR 业务因市场需求阶段性调整而短期承压，但 AIoT 业务仍实现 16.64% 的同比增长，显示上市公司在智能健康、智能中控等新场景的拓展取得进展。

3、业务获取情况

上市公司的业务获取主要依赖于研发创新能力、供应链整合能力以及对客户需求的快速响应。客户集中度处于合理水平，2024 年前五名客户销售额合计占比为 39.87%，其中包括广州视源电子科技有限公司等知名企业。上市公司通过直销模式（收入占比超 91%）紧密服务客户。在市场开拓方面，一是深耕境内市场，2024 年境内收入同比增长 63.84%，占比提升至 72.52%，充分受益于国内“以旧换新”、数字中国等政策；二是持续拓展全球市场，产品已覆盖众多国家和地区。上市公司通过参加行业联盟、与产业链伙伴战略合作等方式，整合资源，共同开拓市场。

（三）产品销量、价格及成本变化

报告期内，上市公司产品销量、价格、毛利率及成本变化情况如下：

项目	产品类别	2025年 1-9月	2024年度	2024年度 同比增减	2023年度
单位售价 (元/台)	智能硬件产品	689.84	648.30	4.45%	620.71
	加固智能行业终端	2,355.70	2,399.47	-10.71%	2,686.76
	XR及AIoT产品	503.99	575.82	-0.90%	581.06
单位成本 (元/台)	智能硬件产品	618.00	568.31	6.13%	535.46
	加固智能行业终端	1,418.81	1,456.97	-9.06%	1,601.73
	XR及AIoT产品	438.08	490.65	23.25%	398.08
毛利率	智能硬件产品	10.41%	12.34%	-1.39%	13.73%
	加固智能行业终端	39.77%	39.28%	-1.10%	40.38%
	XR及AIoT产品	13.08%	14.79%	-16.70%	31.49%
销量 (万台)	智能硬件产品	301.70	368.05	11.68%	329.56
	加固智能行业终端	11.48	12.44	18.03%	10.54
	XR及AIoT产品	59.73	63.96	249.89%	18.28

注：2025年1-9月财务数据未经审计和审阅。

2024年度，智能硬件产品（包括消费类笔记本电脑及平板电脑）销量同比增长11.68%，主要得益于全球消费电子市场温和复苏，以及国内“以旧换新”补贴、Windows10支持终止催生的换机需求等政策拉动。单位售价同比上升4.45%，单位成本同比上升6.13%，总体变动不大，主要系不同细分产品收入结构变动，以及受市场竞争加剧行业、整体处于去库存周期所致。

2024年度，加固智能行业终端销量同比增长18.03%，主要因全球工业数字化、物流自动化等需求释放，以及公司自有品牌“ONERugged”推广和渠道拓展所致。单位售价同比下降10.71%，单位成本同比下降9.06%，主要系对部分主力机型进行了价格调整，同时进行供应链优化所致。

2024年度，XR及AIoT产品销量同比大幅增长249.89%，是收入增长最快的板块。增长动力主要来自两方面：一是在XR领域，教育类产品（如XR教育产品）和近眼显示类产品收入增长明显；二是在AIoT领域，上市公司坚定推行“AI+”战略，在重点领域率先推动行业信息化与AI的融合，并持续加大研发投入和行业市场拓展力度，大客户拓展方面取得重要进展。单位售价同比下降

0.90%的同时单位成本同比上升 23.25%，使得毛利率同比下降 16.70 个百分点。该业务尚处于快速发展与客户导入期，在细分产品收入结构、客户结构等方面均存在一定变化，使得单位售价和单位成本呈现波动；同时，为获取战略客户订单及市场份额，部分产品毛利率较低，叠加在新产品研发、量产的前期投入较大，综合使得毛利率出现下降。

2025 年 1-9 月，加固智能行业终端的单位售价和单位成本相对平稳，受产品收入结构变动、上下游市场竞争及供需关系变化等因素综合影响，智能硬件产品和 XR 及 AIoT 产品的单位售价和成本有所波动，使得毛利率出现小幅下降。

（四）报告期内上市公司营业收入及利润波动的原因，是否存在持续下滑风险

1、上市公司营业收入及利润波动的原因

报告期内，上市公司营业收入分别为 259,354.55 万元、317,961.63 万元和 285,049.27 万元，2024 年度和 2025 年 1-9 月同比增长 22.60%和 24.23%。上市公司营业收入持续增长，一方面系消费电子行业市场复苏回暖、加固智能行业应用场景的不断渗透，以及 XR 及 AIoT 产品在特定行业应用中的需求集中释放，使得外部市场需求总体提升所致；另一方面，报告期内，上市公司聚焦重点领域和重点客户，持续进行产品研发创新投入，坚定推行“AI+”战略，致力于为客户提供更具附加值的产品和服务，从而有效把握了市场机遇，推动了销售规模的扩大。

报告期内，归属于上市公司股东的净利润分别为 12,881.22 万元、3,408.30 万元和 698.22 万元，2024 年度和 2025 年 1-9 月同比下降 73.54%和 66.76%。

2024 年度，全球宏观经济波动、地缘政治扰动和高通胀冲击依然持续，全球消费电子市场仍处于平稳复苏阶段。面对外部挑战，上市公司深耕主业，大力布局研发能力并加强营销拓展能力建设，在实现营业收入同比增长 22.60%的情况下，研发费用同比增长 36.16%，销售费用同比增长 24.49%，导致公司业绩阶段性下降。

2025年1-9月，受上游供应链供需波动影响以及上市公司销售规模的逐步扩大，为保障库存安全以及产品交付，上市公司进行了策略性备货，使得存货期末余额上升较快，上市公司根据相关会计政策的规定计提的资产减值损失4,958.38万元，同比增加3,596.07万元，使得本期净利润同比下降。

需要说明的是，尽管2024年度及2025年1-9月上市公司综合毛利率分别同比下降2.13个百分点和2.34个百分点，但营业收入分别同比增长22.60%和24.23%，因此收入增长带来的毛利增加有效填补了毛利率下降的不利影响，故整体而言对公司业绩增长具有促进作用。进一步而言，上市公司产品价格及成本的变化并未对业绩造成显著不利影响。

2、是否存在持续下滑风险

报告期内，上市公司业绩下滑主要源于为把握市场机遇、构建长期竞争力而主动进行的战略性投入，以及遵循会计政策计提的资产减值损失。随着前期在“AI+”战略、新产品研发及市场拓展方面的持续投入，其成效正逐步显现，相关业务已逐步进入收获期，因此当前的业绩下滑具有阶段性特征。

根据上市公司发布的2025年度业绩预告（公告编号：2026-006），预计全年营业收入将实现较快增长，扣除非经常性损益后的净利润预计同比增长194.34%至279.96%，业绩下滑趋势已得到有效遏制。

综上所述，上市公司业绩不存在持续下滑风险。

（五）上市公司业绩变动趋势与同行业可比公司是否一致，如否，说明原因及合理性

上市公司是一家以产品定义、研发设计为核心的智能电子产品及方案提供商，围绕笔记本电脑、平板电脑、加固智能行业终端、XR及AIoT等多类型智能硬件产品构筑一系列覆盖消费类及工业类使用场景的整体解决方案，广泛应用于人们的生活娱乐、智能办公、智慧教育、智能制造、智慧零售等多元化场景。

从产品形态、供应链、商业模式、下游应用场景及客户来看，同行业上市公司中，华勤技术、龙旗科技、闻泰科技和智微智能的部分业务板块与公司现有业

务较为可比，该等上市公司在行业内占据较高市场份额，具有较高的代表性，故进行选取比较。具体如下：

可比公司	可比业务板块	可比性说明
华勤技术 (603296.SH)	高性能计算	包括个人电脑业务、平板电脑业务及数据产品业务，与公司的笔记本电脑和平板电脑可比
	AIOT 及其他	包括智能家居、XR、游戏产品等新兴智能硬件产品，与公司 XR 及其他消费类智能硬件产品可比
龙旗科技 (603341.SH)	平板电脑	与公司的平板电脑可比
	AIoT 产品	包括智能手表/手环、TWS 耳机和智能眼镜等，与公司的 XR 及其他消费类智能硬件产品可比
闻泰科技 ¹ (600745.SH)	智能终端/产品集成业务	采用 ODM 模式，主要从事各类电子产品的研发设计和生产制造，业务涵盖手机、平板、笔电、IoT、家电、汽车电子等众多领域，与公司在多种形态产品上可比
智微智能 (001339.SZ)	行业终端	包括 PC、OPS、云终端、商显终端等，包含信创整机、品牌机、PC 主板及显卡、AIOT 等多种形态，覆盖家庭、企业办公、网吧网咖、游戏等应用场景，在产品形态和应用场景上均具有可比性

注 1：闻泰科技于 2024 年 12 月 30 日与立讯有限公司签署了《出售意向协议》，拟出售产品集成业务相关资产，2024 年末/2024 年度财务报表仍包含该业务板块数据，2025 年 9 月末/2025 年 1-9 月不再纳入可比公司范围。

2024 年度，上述可比公司的可比业务板块营业收入毛利率，以及可比公司整体扣非归母净利润情况如下：

可比公司	可比业务板块	2024 年度营业收入 (万元)	营业收入 同比增减	2024 年度 毛利率	毛利率同 比增减	2024 年度扣非 归母净利润 (万元)	扣非归母 净利润同 比增减
华勤技术	高性能计算	6,322,039.04	28.79%	7.77%	-1.64%	234,534.08	8.43%
	AIOT 及其他	467,207.58	187.93%	15.29%	-4.90%		
龙旗科技	平板电脑	369,631.33	47.32%	8.62%	-1.34%	38,414.62	-26.92%
	AIoT 产品	557,313.77	121.99%	11.28%	-9.80%		
闻泰科技	智能终端/产 品集成业务	5,827,023.33	31.74%	2.49%	-5.74%	-324,191.97	-387.69%

可比公司	可比业务板块	2024年度营业收入（万元）	营业收入同比增减	2024年度毛利率	毛利率同比增减	2024年度扣非归母净利润（万元）	扣非归母净利润同比增减
智微智能	行业终端	259,725.49	3.65%	10.25%	-1.49%	10,751.15	309.68%
上市公司	—	317,961.63	22.60%	15.28%	-2.13%	1,868.61	-81.46%

随着软硬件更新换代、消费刺激、应用场景的持续拓展及 AI 浪潮的加速演进，行业逐步进入了平稳复苏阶段，下游市场需求正稳步提升，受益于此，2024年度和 2025 年 1-9 月同行业可比公司的可比板块营业收入均实现了不同程度的增长。另一方面，行业处于高度竞争的市场格局，行业参与者在产品技术创新、供应链、销售价格、渠道等多个维度展开竞争，尽管市场总体需求企稳回升，但仍处于行业周期低位，加之受到技术创新、市场需求、宏观经济等多种因素的综合影响，2023 至 2024 年产业整体处于去库存阶段，使得竞争呈现加剧态势。因此，2024 年度同行业可比公司的可比板块产品毛利率均出现不同程度的下降，降幅从 1.34 个百分点至 9.80 个百分点不等。

2024 年度，公司营业收入同比增加 22.60%，毛利率同比下降 2.13 个百分点，与同行业可比公司的变动方向一致，变动程度处于行业平均水平，差异较小。

扣非归母净利润方面，同行业可比公司差异较大，这与各可比公司所处的特定经营环境密切相关，不同的经营策略和财务政策均对业绩产生重要影响，因此可比性较弱。于公司而言，持续进行研发投入及产品创新始终是公司重要战略之一，公司着眼于通过技术创新构建长期可持续的竞争力，因此研发投入大幅增长，对公司的业绩造成了一定程度的影响，具有合理性。

2025 年 1-9 月，上述可比公司的可比业务板块营业收入毛利率，以及可比公司整体扣非归母净利润情况如下：

可比公司	2025年1-9月营业收入（万元）	营业收入同比增减	2025年1-9月毛利率	毛利率同比增减	2025年1-9月扣非归母净利润（万元）	扣非归母净利润同比增减
华勤技术	12,888,188.74	69.56%	7.84%	-1.88%	247,927.58	46.32%
龙旗科技	3,133,160.33	-10.28%	8.59%	3.00%	27,075.30	-18.35%

可比公司	2025年1-9月营业收入（万元）	营业收入同比增减	2025年1-9月毛利率	毛利率同比增减	2025年1-9月扣非归母净利润（万元）	扣非归母净利润同比增减
智微智能	297,295.97	6.89%	22.32%	4.66%	10,814.04	54.28%
上市公司	285,049.27	24.23%	12.72%	-2.34%	578.17	-47.47%

注1：上述财务数据未经审计和审阅。

注2：同行业可比公司未披露三季度细分业务板块财务数据。

2025年1-9月，同行业可比公司业绩变动趋势分化程度较高，其中华勤技术和智微智能的营业收入和扣非归母净利润均实现双增长，前者主要系其主营业务规模大幅扩张，AI服务器、汽车电子等高景气赛道业务增长较快，对业绩的带动提升作用显著所致；后者主要系其“AI+”新兴业务（特别是智算业务）订单增长及运营效率提升所致。另一方面，龙旗科技营业收入和扣非归母净利润均出现下滑，主要系其占比较高的智能手机业务需求疲软，收入显著下滑所致，尽管AIoT等新业务增长，但尚未能完全抵消核心业务下滑的影响。

本期内，上市公司在取得营业收入同比增长的同时，扣非归母净利润下降，主要系自身因策略性备货，使得存货期末余额上升较快，进而资产减值损失同比增加所致，尽管同行业可比公司期末存货余额均存在不同程度增长，但上市公司与可比公司在核心业务赛道布局、产品盈利结构、营收规模带来的成本摊薄效应、战略投入节奏等方面存在较大差异，叠加各公司所处行业细分赛道发展周期、市场需求景气度不同，因此业绩变动趋势并未完全一致具有合理性。

二、结合上市公司的货币资金规模补充说明上市公司短期借款及应付账款增加的原因及商业合理性，上市公司货币资金是否真实、准确，是否存在其他权利受限的情形

报告期内，上市公司各期末货币资金、短期借款以及应付账款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年9月末	2024年末	2023年末
货币资金	113,281.56	129,558.20	135,830.99

项目	2025年9月末	2024年末	2023年末
其中：定期存款理财	60,000.00	75,000.00	
短期借款	43,118.56	15,359.14	1,386.71
其中：票据贴现形成的短期借款金额	42,178.56	15,259.14	1,386.71
应付账款	79,486.34	39,574.59	38,667.74

报告期各期末，上市公司货币资金余额分别为 135,830.99 万元、129,558.20 万元和 113,281.56 万元，规模保持较高水平。同期，短期借款余额分别为 1,386.71 万元、15,359.14 万元和 43,118.56 万元，应付账款余额分别为 38,667.74 万元、39,574.59 万元和 79,486.34 万元，二者在报告期内均呈现增长趋势。

短期借款的增加，主要系由票据贴现业务形成。报告期内，上市公司营业收入持续增长，销售规模扩大，在业务结算中收到的票据相应增加。为加速资金回笼，提高整体资金使用效率，公司对部分票据进行了贴现，从而形成了贴现借款。同时，上市公司为提高资金使用效率，对部分闲置资金进行了定期存款或理财产品管理。上市公司统筹安排融资与资金管理活动，目的在于保障运营资金需求的同时，优化财务成本，该做法具有商业合理性。

应付账款的增加，主要与上市公司经营规模的扩张密切相关。2024 年末应付账款较 2023 年末增长平缓。2025 年 9 月末，应付账款较 2024 年末增加 39,911.75 万元，增幅 100.85%，主要系 2025 年以来上市公司业务规模持续扩大，营业收入同比增长，相应的原材料采购需求增加；同时，为应对上游供应链波动、保障对下游客户订单的交付稳定性，上市公司对部分核心物料进行了策略性备货，从而导致采购付款金额上升，应付供应商货款相应增加。上述应付账款增长与公司业务发展及供应链管理策略相匹配，具有合理性。

综上所述，上述变动与上市公司业务发展情况及资金管理策略相符，具有商业合理性。上市公司货币资金真实、准确，除已披露的受限用途外，不存在其他权利受限情形。

三、上市公司应收账款增长的原因及合理性，是否与行业可比公司一致，上市公司信用政策是否发生变动，并结合应收账款期后回款情况、逾期金额及比例、欠款方资信情况等补充说明坏账计提是否充分

（一）应收账款增长的原因及合理性

报告期各期末，上市公司应收账款具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年9月30日 /2025年1-9月	2024年12月31日/ 2024年度	2023年12月31日 /2023年度
营业收入	285,049.27	317,961.63	259,354.55
应收账款余额	63,626.08	31,971.47	18,051.17
应收账款余额占营业收入比重	22.32%	10.06%	6.96%

由上表，报告期各期末，上市公司应收账款余额分别为 18,051.17 万元、31,971.47 万元和 63,626.08 万元，占营业收入比例分别为 6.96%、10.06%和 22.32%，余额和占比呈上升趋势。主要原因：近年来，上市公司业务结构发生一定程度变化。2023 年以前上市公司以海外市场为主，授信客户较少，账期较短。2023 年上市公司开始加大国内市场的开拓，逐步导入国内知名大客户，如紫光计算机科技有限公司、深圳传音控股股份有限公司、智通国际信息技术有限公司（“机械革命品牌”品牌运营方）、联想集团有限公司等，此类客户账期为 60-90 天，随着业务合作规模快速增长，应收账款累计余额也呈正向比例增长。

（二）与行业可比公司对比情况

公司名称	应收账款/营业收入			应收账款周转率（次）		
	2025年 1-9月	2024年度	2023年度	2025年 1-9月	2024年度	2023年度
华勤技术	28.48%	23.17%	17.01%	4.15	5.50	6.41
龙旗科技	35.16%	25.10%	33.18%	2.77	4.49	4.03
智微智能	17.69%	23.05%	24.03%	4.09	4.46	29.95
行业平均	27.11%	23.77%	24.74%	3.67	4.91	13.47
亿道信息	22.32%	10.06%	6.96%	5.96	12.71	15.79

注：由于可比公司第三季度未披露应收账款余额，故选取应收账款净额数据。

由上表，应收账款占比低于同行业可比公司平均水平，应收账款周转率高于同行业可比公司平均水平，主要系上市公司与同行业可比公司客户结构差异所致。同行业可比公司，如华勤技术、龙旗科技，以行业品牌头部客户为主，交易规模大，回款周期长。相比于这类客户，上市公司客户规模相对较小，账期相对较短。此外，上市公司还有较多海外市场客户，这类客户通常账期较短，回款速度较快。

（三）上市公司信用政策变动情况

上市公司已建立并实施《销售与收款管理制度》，覆盖客户信用评级、信用期审批、回款动态跟踪等关键环节，形成闭环管理机制。报告期内，上市公司对主要客户的信用政策未发生重大变化。上市公司严格履行信用政策审批程序，且在 2025 年还引入了第三方客户信息动态评估，以严谨评估客户信用状况，谨慎授予客户信用，不存在“以放松信用换取短期销售增长”的行为，体现上市公司坚持质量优先、可持续发展的经营导向。

（四）应收账款期后回款、逾期情况及欠款方资信情况

1、期后回款情况

报告期各期末，上市公司前五大应收客户回款情况如下：

客户	期末余额（万元）	期末占比	期后回款情况
2025 年 9 月 30 日			
联想集团有限公司	20,103.94	31.60%	已 100%回款
智通国际信息技术有限公司	12,949.83	20.35%	已 100%回款
广州视源电子科技股份有限公司	8,299.24	13.04%	已 100%回款
紫光计算机科技有限公司	2,311.82	3.63%	已 100%回款
深圳市蓝晨科技股份有限公司	1,946.93	3.06%	已 100%回款
合计	45,611.77	71.69%	
2024 年 12 月 31 日			
深圳传音控股股份有限公司	6,817.06	21.32%	已 100%回款
紫光计算机科技有限公司	4,653.43	14.55%	已 100%回款

客户	期末余额（万元）	期末占比	期后回款情况
广州视源电子科技股份有限公司	3,642.80	11.39%	已 100%回款
MEDION AG	2,503.96	7.83%	已 100%回款
河源市皓勤电子有限公司	1,892.81	5.92%	已 100%回款
合计	19,510.06	61.02%	
2023 年 12 月 31 日			
紫光计算机科技有限公司	2,708.18	15.00%	已 100%回款
深圳市蓝晨科技股份有限公司	1,526.93	8.46%	已 100%回款
深圳传音控股股份有限公司	1,449.20	8.03%	已 100%回款
MEDION AG	1,426.62	7.90%	已 100%回款
北京点石经纬科技有限公司	1,347.79	7.47%	回款 37.18%
合计	8,458.72	46.86%	

由上表，除北京点石经纬科技有限公司外，上市公司期后回款情况良好，前五大应收款大部分期后均已回款。上市公司已对北京点石经纬科技有限公司在 2023 年末的应收账款全额计提坏账准备。

2、逾期回款情况

报告期内，上市公司按欠款方归集的期末余额前五名逾期回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 9 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
期末余额前五名合计	63,626.08	31,971.47	18,051.17
逾期应收账款金额	537.47	2,389.41	1,347.79
逾期应收账款比例	0.84%	7.47%	7.47%

报告期各期末，上市公司按欠款方归集的期末余额前五名逾期比例分别为 7.47%、7.47%和 0.84%，逾期款项的产生主要系客户根据其内部资金管理计划调整支付节奏，导致部分款项延迟支付所致，未出现因重大经营困难或资信状况显著恶化导致的逾期情形。

3、欠款方资信情况

上市公司应收账款期后回款情况良好，除北京点石经纬科技有限公司被列为

失信被执行人外，其他主要欠款方未发生重大经营不善或破产等信用恶化情形，资信状况良好。

（五）坏账准备计提的充分性分析

报告期各期末，上市公司应收账款余额及占营业收入比例上升，主要系 2023 年起加大国内市场开拓，引入知名客户，账期较长所致。与同行业可比公司相比，上市公司应收账款占营业收入比重低于行业平均水平，应收账款周转率高于行业平均水平，且变动趋势与行业一致，差异主要源于客户结构不同，具有合理性。报告期内，上市公司对主要客户的信用政策未发生重大变化，且已通过第三方动态评估客户信用状况，不存在以放松信用政策换取短期销售增长的情形。

从期后回款情况看，报告期各期末的前五大应收账款客户中，除北京点石经纬科技有限公司外，其余客户期后均已实现 100%回款。针对北京点石经纬科技有限公司，上市公司对其应收账款全额计提坏账准备。逾期回款方面，报告期各期末存在少量逾期情形，主要系客户内部资金支付节奏调整所致，未出现客户重大经营困难或资信恶化情形。除北京点石经纬科技有限公司被列为失信被执行人外，其他主要欠款方资信状况良好，未发生经营不善或破产等信用恶化情形。

综上所述，上市公司应收账款增长具备业务实质及合理性，与行业趋势一致，信用政策稳定，期后回款整体良好，逾期金额及比例较低且非资信恶化所致，对个别资信恶化的客户已全额计提坏账准备。因此，上市公司坏账准备计提充分。

四、上市公司预付账款增长的原因及合理性，收款方基本情况，与上市公司是否存在关联关系，账龄，对应交易内容，预付款项是否具有交易实质

（一）预付账款增长的原因及合理性

报告期各期末，上市公司预付账款分别为 3,347.42 万元、3,890.23 万元和 10,862.09 万元，呈增长趋势。具体原因如下：

1、业务规模扩大，采购需求增加：报告期内，上市公司在手订单逐渐增加，为满足订单的及时交付，上市公司相应增加了原材料的采购备货，导致预付款项相应增长。预付账款增长率与收入增长率基本匹配，具有合理性。

2、核心物料策略性备货：2025 年第二季度开始，部分关键物料采购价格上涨，为保证大客户订单的交付，及时锁定产品成本，第三季度上市公司根据市场变化情况，提前预付货款以锁定核心物料货源与价格，该等行为符合上市公司生产经营需要，具有合理性。

（二）收款方基本情况，与上市公司是否存在关联关系

报告期各期末，上市公司预付账款前五名收款方的基本情况及关联关系情况如下（剔除重复对象）：

序号	名称	成立时间	注册资本	主营业务	实际控制人	是否存在关联关系
1	深圳传音控股股份有限公司	2013/8/21	115,118.4545 万元人民币	电子产品的批发、进出口及相关配套业务	竺兆江	否
2	深圳市晶存科技股份有限公司	2016/12/22	10,216 万元人民币	电子产品及其他电子器件的技术开发与销售	文建伟	否
3	深圳智成创科电子有限公司	2021/8/3	1,000 万元人民币	电子产品销售	颜小东	否
4	广州华星光电半导体显示技术有限公司	2020/12/9	1,750,000 万元人民币	显示器件制造;显示器件销售	张海涛	否
5	QUALCOMM CDMA Technologies Asia Pacific Pte. Ltd	2004 年	/	芯片生产	/	否
6	上海天奕达电子科技有限公司	2016/2/3	7,000 万元人民币	手机研发、生产、销售	孙幼龙	否
7	比亚迪精密制造有限公司	2003/1/10	14,500 万美元	终端计量设备销售，移动终端设备销售。	王传福	否
8	Coresystem Technology Limited	2004/5/19	/	MTK（联发科）的代理商	/	否
9	上海立可芯半导体科技有限公司	2017/3/27	59,124.0442 万元人民币	计算机科技、通信科技领域内的技术开发	许淑英	否
10	Reddot Imaging Philippines Inc.	2011 年	/	计算机与电子制造	/	否
11	WELLROAD IMPORT AND	2022/5/17	/	进出口贸易	/	否

序号	名称	成立时间	注册资本	主营业务	实际控制人	是否存在关联关系
	EXPORT LTD					
12	上海龙旗科技股份有限公司	2004/10/27	47,033.1544 万元人民币	移动通讯技术及相关产品的技术研究、开发	杜军红	否

（三）账龄，对应交易内容，是否具有交易实质

报告期各期末，上市公司前五名预付款项对应的交易内容、账龄以及交易实质如下：

序号	名称	预付金额 (万元)	占比	账龄	交易内容	是否具有交易实质
2025年9月30日						
1	深圳传音控股股份有限公司	1,577.04	14.52%	1年以内	预付传音客供料	是
2	深圳市晶存科技股份有限公司	1,527.25	14.06%	1年以内	SSD、DDR	是
3	深圳智成创科电子有限公司	1,247.79	11.49%	1年以内	DDR	是
4	广州华星光电半导体显示技术有限公司	1,143.50	10.53%	1年以内	显示屏、模具	是
5	QUALCOMM CDMA Technologies Asia Pacific Pte. Ltd	825.44	7.60%	1年以内	未抵消完货款的芯片返利款	是
合计		6,321.02	58.19%			
2024年12月31日						
1	深圳传音控股股份有限公司	1,046.97	26.91%	1年以内	预付传音客供料	是
2	QUALCOMM CDMA Technologies Asia Pacific Pte. Ltd	642.33	16.51%	1年以内	未抵消完货款的芯片返利款	是
3	上海天奕达电子科技有限公司	406.57	10.45%	1年以内	主板	是
4	比亚迪精密制造有限公司	185.59	4.77%	1年以内	笔记本	是
5	Coresystem Technology Limited	159.32	4.10%	1年以内、1-2年	CPU、功能IC等	是
合计		2,440.78	62.74%			
2023年12月31日						

序号	名称	预付金额 (万元)	占比	账龄	交易内容	是否具有 交易实质
1	上海立可芯半导体科技有限公司	744.4	22.24%	1年以内、 1-2年	主板 PCBA	是
2	QUALCOMM CDMA Technologies Asia Pacific Pte. Ltd	541.79	16.19%	1年以内、 1-2年	未抵消完 贷款的芯 片返利款	是
3	Reddot Imaging Philippines Inc.	384.45	11.48%	1年以内	CPU	是
4	WELLROAD IMPORT AND EXPORT LTD	212.91	6.36%	1年以内	CPU	是
5	上海龙旗科技股份有限公司	126.43	3.78%	1年以内	CPU	是
合计		2,009.97	60.05%			

五、上市公司可抵扣亏损增加的具体情况及其合理性

报告期各期末，上市公司可抵扣亏损的具体情况如下：

单位：万元

主体	2025年9月底 可弥补亏损	2025年9月 末可弥补亏 损较2024 年末增加	2024年末可 弥补亏损	2024年末可弥 补亏损较2023 年末增加	2023年末可 弥补亏损
上市公司可抵扣亏损 A	42,509.37	12,806.87	29,702.51	15,868.72	13,833.79
其中：深圳市亿道数码技术 有限公司（以下简称“亿 道数码”） B	34,167.40	10,434.07	23,733.33	14,589.8	9,143.53
占比 C=B/A	80.38%	81.47%	79.90%	91.94%	66.10%

上市公司可抵扣亏损及可抵扣亏损的增加，主要系其子公司亿道数码产生的可抵扣亏损所致。2024年末、2025年9月末，亿道数码可抵扣亏损大幅增加，具体原因如下：

单位：万元

目	2025年1-9月	2024年度
会计利润	-2,058.88	-1,462.16
纳税调整	-8,375.20	-13,120.74
其中：研发加计导致的纳税调整	-11,406.96	-16,335.24
应纳税所得税	-10,434.07	-14,582.89

2024 年末、2025 年 9 月末，亿道数码可抵扣亏损主要原因如下：一方面是由于公司受市场竞争加剧等因素影响出现亏损；另一方面是由于研发加计扣除形成可弥补亏损。

亿道数码主要负责公司消费类笔记本、平板等电子产品的研发、生产及销售，于 2024 年通过了高新技术企业复核审核，取得编号为 GR202444202268 的高新技术企业证书，其企业所得税率为 15%。根据国家税务总局公告 2018 年第 45 号文的规定，高新技术企业可弥补亏损的年限为 10 年，因此，亿道数码可弥补亏损的期限为 10 年。

亿道数码基于其自身的经营业绩及预算，同时结合预测期的市场需要、销售计划、生产计划及其他相关资料，谨慎编制盈利预测表。根据盈利预测表，预计亿道数码于 2030 年可弥补完 2025 年 9 月末的可弥补亏损。

综上，上市公司可抵扣亏损增加主要因研发加计扣除金额大同时受市场竞争加剧出现亏损所致，与其经营情况相符，具有合理性。

六、会计师核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对前述事项，会计师主要实施了以下核查程序：

1、就上市公司行业发展趋势、市场空间、竞争情况，查询了 IDC、Canalys、Business Research Insights、WellsennXR、智次方研究院、Statista 等第三方研究机构的市场分析报告节选及公开数据，并与上市公司管理层进行访谈，以分析相关描述的客观性及合理性；

2、获取了上市公司报告期内的销售和成本明细，访谈了上市公司管理层及业务负责人，了解了其核心竞争力、业务获取与开展模式、客户结构及变动原因，并结合宏观政策、行业技术发展、市场竞争态势等因素，对报告期内营业收入增长但净利润波动的原因进行了分析。查阅了上市公司 2025 年度业绩预告公告，以评估其未来业绩趋势；

3、选取了华勤技术、龙旗科技、闻泰科技、智微智能作为同行业可比公司，获取了其年度报告、季度报告等公开披露信息，对比分析了其营业收入、毛利率、扣非归母净利润等关键财务指标的变动趋势，并与上市公司进行了对比分析，以评估业绩变动趋势的合理性；

4、获取了上市公司报告期内的银行流水、货币资金明细、银行函证、定期存款及理财产品合同，核查了货币资金的真实性与准确性。查阅了上市公司短期借款合同、票据贴现协议及应付账款明细账，访谈了财务负责人，了解了短期借款及应付账款增长的具体原因，并对其商业合理性进行分析；

5、获取了上市公司报告期各期末的应收账款明细表、账龄分析表、销售合同、主要客户信用政策文件，访谈了销售及财务负责人，了解应收账款增长的原因及信用政策执行情况。对上市公司主要客户执行函证程序的回函，并检查了期后回款记录。通过公开渠道查询了主要欠款方的经营与资信状况。获取了坏账准备计提政策及计算表，评估其计提方法的恰当性与充分性；

6、获取了上市公司报告期各期末的预付账款明细表、相关采购合同及付款凭证，访谈了采购及财务负责人，了解预付账款增长的原因。对上市公司主要预付供应商执行函证程序的回函，并检查了期后到货入库情况。核查了主要收款方的基本工商信息，以确认其与上市公司是否存在关联关系。检查了主要预付款项的账龄、对应交易内容及入库记录，以评估其交易实质；

7、获取了上市公司及其子公司亿道数码的报告期所得税纳税申报表、可弥补亏损明细表、研发费用加计扣除备案及税务认定文件，复核了可抵扣亏损的计算过程。访谈了财务负责人，了解可抵扣亏损形成及增加的具体原因，并结合子公司未来盈利预测，评估了递延所得税资产确认的合理性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、上市公司业绩波动主要源于为把握市场机遇、构建长期竞争力而进行的战略性研发与市场投入，以及因策略性备货计提的资产减值损失。根据上市公司

已发布的业绩预告，其业绩下滑趋势已得到遏制，不存在持续下滑风险。上市公司营业收入与毛利率的变动趋势与同行业可比公司基本一致，扣非归母净利润的变动差异主要源于各公司战略投入节奏、细分赛道及产品结构不同，具有合理性；

2、上市公司短期借款的增加主要系随着销售规模增长，收取的票据相应增加，为加快资金周转，上市公司开展了票据贴现业务。该融资安排结合了上市公司经营现金流与当期金融市场条件，有利于提高资金使用效率。应付账款的增加主要系上市公司业务规模扩大，采购需求上升，且为保障产品交付的稳定性而对部分核心物料进行了策略性备货。经核查，上市公司货币资金真实、准确，除已披露的用于票据保证金等用途的受限资金外，不存在其他权利受限的情形；

3、上市公司应收账款增长主要系业务结构变化，自 2023 年起大力开拓国内市场并引入账期较长的知名大客户所致，具有商业合理性。其应收账款占营业收入比例低于行业平均水平，周转率高于行业平均水平，变动趋势与行业一致。报告期内，上市公司对主要客户的信用政策未发生重大变化。应收账款期后回款情况良好，逾期金额占比低且主要系客户支付节奏调整，非因资信恶化。上市公司已对个别资信恶化客户的应收账款全额计提坏账准备，整体坏账计提充分；

4、上市公司预付账款增长主要系业务规模扩大导致采购需求增加，以及为锁定关键物料货源与价格而进行的策略性备货所致，与收入增长趋势匹配，具有合理性。主要收款方为知名的芯片供应商、显示面板厂商及电子元器件供应商等，与上市公司不存在关联关系。预付款项账龄集中在 1 年以内，对应交易内容为采购芯片、存储器、显示屏等原材料，相关采购合同、付款凭证及后续入库记录齐全，具有真实的交易背景和商业实质；

5、上市公司可抵扣亏损增加主要集中于子公司亿道数码，原因包括受市场竞争影响出现会计亏损，以及因享受研发费用加计扣除政策产生的纳税调整所致，与亿道数码的经营情况相符，具有合理性。亿道数码作为高新技术企业，可弥补亏损年限为 10 年，根据其盈利预测，预计可在税法规定年限内弥补完毕，相关递延所得税资产的确认依据充分。

问题六、关于标的资产的境外购销

申请文件显示：（1）报告期各期，标的资产境外销售收入占主营业务收入的比例分别为 51.42%、61.10%及 64.93%，主要销售区域为欧洲、亚洲及北美洲，其中北美洲区域占比分别为 7.46%、11%和 10.02%。（2）标的资产所生产的产品中原材料成本占产品成本比重较高，产品生产所需的主要原材料包括主板（PCBA）、芯片、电子元器件等。

请上市公司、独立财务顾问、律师和会计师针对以下问题进行核查，并通过发行上市审核系统向本所报送专项核查报告：（1）结合相关关税政策、标的资产境外各地域销售金额及占比等补充说明关税政策对标的资产生产经营是否存在不利影响，标的资产拟采取的应对措施及有效性，标的资产的持续经营能力是否存在不确定性。（2）标的资产原材料的采购情况，是否存在境外采购，如是，补充说明境外采购的具体情况，包括但不限于采购内容、供应商、应用的细分产品等，截至目前标的资产采购芯片、电子元器件等是否受到关税及贸易政策的影响，相关供应商是否为唯一供应商，标的资产对相关供应商或具体原材料是否存在依赖，标的资产拟采取的应对措施及有效性，标的资产的持续经营能力是否存在不确定性。同时，请上市公司根据回复内容针对性补充披露相关风险提示。

回复：

一、请上市公司、独立财务顾问、律师和会计师针对以下问题进行核查，并通过发行上市审核系统向本所报送专项核查报告

会计师已按要求对上述问题进行核查，出具和报送了专项核查报告。

二、请上市公司根据回复内容针对性补充披露相关风险提示

上市公司已经在重组报告书之“重大风险提示”之“二、交易标的相关风险”之“（二）国际贸易摩擦风险”以及“第十二节 风险因素”之“二、交易标的相关风险”之“（二）国际贸易摩擦风险”中重新修订并提示如下：

“近年来，随着国际贸易摩擦和争端加剧，各种贸易壁垒不断涌现，部分国家采用包括但不限于提高关税、限制进出口、列入“实体清单”等多种方式或者制裁措施实行贸易保护主义。成为信息外销占比较高，主要销售区域包括美国、欧盟、印度等，其中美国对华关税政策已发生多次调整，且未来仍存在进一步变化的风险。此外，成为信息核心原材料如超高频 RFID 读写芯片存在向特定品牌采购的情形，其供应链可能受到贸易政策变化的潜在影响。若未来国际争端或制裁持续升级，相关国家或地区进出口关税大幅提升，经济环境持续恶化，可能导致成为信息产品的市场需求发生重大变化，部分区域业务受限，甚至导致终止合作的风险，进而对成为信息经营业绩造成不利影响。”

问题七、关于交易对方

申请文件显示：（1）交易对方中，深圳市成为科技合伙企业（有限合伙）（以下简称成为科技）系标的资产的持股平台，深圳市成为一号投资合伙企业（有限合伙）（以下简称成为一号）、深圳市成为二号投资合伙企业（有限合伙）、深圳市成为三号投资合伙企业（有限合伙）系标的资产的员工持股平台，上述主体均无实际业务经营，仅持有标的资产的股权，除标的资产外无其他对外投资。4 家持股平台在历史期内数次发生合伙人及份额变动。（2）标的资产通过 4 家持股平台进行员工股权激励。员工在不同时间获得股权激励时，股权激励对应成为信息整体估值均为 3 亿元，股份支付核算时所参考的公允价格为成为科技外部合伙人的入股价格，外部合伙人均系标的资产实际控制人汪涛的朋友。（3）刘森林系成为信息前董事会秘书兼财务总监，已于 2025 年 1 月离职，其未将取得的合伙份额转让予成为信息实际控制人汪涛。（4）2025 年 9 月，标的资产通过成为一号对吴晓文进行股权激励，汪涛以 150 万元的价格向吴晓文转让成为一号 150 万元的出资额。（5）2024 年 2 月 18 日，成为科技执行事务合伙人由汪涛变更为黄秀清，出资额由 500 万元变更为 330 万元，各合伙人的出资额同比例减少。

请上市公司：（1）结合成为科技等 4 家合伙企业无实际业务经营、除标的资产外无其他对外投资的情况，补充披露相关交易对方是否专为本次交易设立，

如是，补充披露其相关股份锁定期安排是否合规，交易完成后合伙企业对离职员工所持合伙份额的处理安排及股权激励安排，相关锁定期安排是否具有可执行性及可实现性。（2）补充披露穿透计算后交易对方总人数是否符合《证券法》发行对象不超过 200 名的相关规定，标的资产是否符合《非上市公司监管指引第 4 号—股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》等相关规定。（3）补充披露成为科技等 4 家持股平台的成立背景及合规性、合伙协议安排、合伙人的确认方式，合伙人认缴出资与实缴出资的情况，是否存在代持或其他协议安排。（4）补充说明成为科技等 4 家持股平台对离职员工所持合伙份额的处理方式，刘森林离职后未转让其合伙份额是否符合当时合伙协议的有关约定，是否履行必要的内部审议程序，刘森林是否为合法的合伙人及份额持有人，未转让其合伙份额是否存在利益输送等情况。（5）补充说明标的资产在上市公司董事会就本次交易申请停牌前 6 个月内对吴晓文实施股权激励的原因及商业合理性，是否存在利益输送。（6）补充说明成为科技变更执行事务合伙人、减少出资额的背景、原因、程序合规性及税务合规性，是否存在纠纷或潜在纠纷。（7）补充披露标的资产的控股股东、实际控制人或相关利益主体对交易各方或相关利益主体是否有回购安排、承诺投资收益或者其他相关利益安排等约定。（8）结合历次股权激励时期标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期，同行业估值水平等，补充说明将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格的合理性和准确性。（9）补充说明标的资产实控人实施份额回购、再授予时点的具体会计处理，实控人回购份额是否构成对其的股份支付；标的资产相关员工持股平台的权益变动情况及相应股份支付费用的确认具体过程，历次股权激励中等待期的确定方式及具体情况，并说明股份支付费用的确认计提是否充分、准确，费用归集是否准确。

请独立财务顾问核查并发表明确意见，请律师核查（2）-（7）并发表明确意见，请会计师核查（8）（9）并发表明确意见。

回复：

一、结合历次股权激励时期标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期，同行业估值水平等，补充说明将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格的合理性和准确性

（一）将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格所涉及的 4 次股权激励

标的公司以成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格所涉及的 4 次股权激励情况如下：

序号	事项	员工股权激励授予日	成为科技外部合伙人入股时点	成为科技外部合伙人入股价格（元/股）	确定公允价值的依据
1	2021年8月，设立员工持股平台成为一号、成为二号、成为三号，以实施股权激励	2021年8月	2021年9月	13.33	2021年9月6日，成为科技外部合伙人薛镔峰、郁丁与外部投资者郭万里、郑国华、陈诗腾协商定价，基于市场化原则，向其转让成为科技合伙份额，对应成为信息的价格为13.33元/股，自此全部退出，成为信息整体公允价值为4亿元。
2	2022年4月，实际控制人将成为一号、成为三号中回购的股份，通过成为一号再授予员工梁俊鹏、雷力，通过成为三号再授予员工黄文兵进行股权激励	2022年4月	2021年12月	13.33	2021年12月28日，经协商，标的公司实际控制人汪涛进一步向陈诗腾、郑国华、张冬、邱华英等七位外部投资者转让成为科技合伙份额，对应成为信息的价格为13.33元/股，成为信息整体公允价值为4亿元。
3	2022年7月，通过成为科技对前员工刘森林、员工黄秀清、李世杰、方家定、马晴、刘迪斯、蔡宪智、黄	2022年7月	2021年12月	13.33	

序号	事项	员工股权激励授予日	成为科技外部 合伙人入股 时点	成为科技外部 合伙人入股价 格（元/股）	确定公允价值的依据
	启凤进行股权激励				
4	2023年1月，实际控制人将成为一号、成为二号、成为三号中回购的股份，通过成为一号、成为二号、成为三号再授予员工刘森林进行股权激励	2023年1月	2023年7月	16.67	2023年7月17日，基于Pre-IPO融资规划，标的公司实际控制人汪涛向深圳市保用通实业有限公司、张冬、周红梅转让成为科技合伙份额，对应成为信息的价格为16.67元/股，成为信息整体公允价值为5亿元

（二）结合历次股权激励时期标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期，同行业估值水平等，补充说明将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格的合理性和准确性

根据《监管规则适用指引——发行类第5号》“5-1”，确定股份支付公允价值时应综合考虑以下因素：（1）入股时期，业绩基础与变动预期，市场环境变化；（2）行业特点，同行业并购重组市盈率、市净率水平；（3）股份支付实施或发生当年市盈率、市净率等指标；（4）熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格，如近期合理的外部投资者入股价，但要避免采用难以证明公允性的外部投资者入股价；（5）采用恰当的估值技术确定公允价值，但要避免采取有争议的、结果显失公平的估值技术或公允价值确定方法，如明显增长预期下按照成本法评估的净资产或账面净资产。判断价格是否公允应考虑与某次交易价格是否一致，是否处于股权公允价值的合理区间范围内。

1、历次股权激励时期标的资产的财务数据

标的公司前述4次股权激励的时间分别在2021年8月、2022年4月、2022年7月、2023年1月，根据标的公司审计报告/财务数据，标的公司2020年、2021年、2022年的营业收入、净利润、期末净资产及股份支付核算时参考的公

允价值所对应的市盈率、市净率情况如下：

股权激励时间	整体估值 (万元)	财务 数据 年度	营业收入 (万元)	净利润 (万元)	期末净资产 (万元)	市盈率 (倍)	市净率 (倍)
2021年 8月	40,000.00	2020 年度	21,824.05	2,958.52	14,828.11	13.52	2.70
2022年 4月、 2022年 7月	40,000.00	2021 年度	32,563.67	4,679.78	21,468.84	8.55	1.86
2023年 1月	50,000.00	2022 年度	33,998.86	3,817.42	24,533.93	13.10	2.04

标的公司进行前述 4 次股权激励时，营业收入和利润整体呈增长态势，与 AIDC 行业的发展态势相契合。

2、业绩基础与变动预期

前述 4 次股权激励中，前 3 次股权激励对应的标的公司整体估值均为 4 亿元，第 4 次股权激励对应的标的公司整体估值为 5 亿元，标的公司所处行业的经营环境在前述股权激励实施期间未发生明显变化，经营状况和企业价值未发生重大变化，标的公司估值在合理范围内有所提升，与标的公司业绩呈现增长态势相匹配。

3、同行业估值水平

考虑到标的公司前述 4 次股权激励发生在近几年（2021 年至 2023 年），在对比同行业估值水平时，选用近几年并购案例进行比较。经检索，由于 A 股市场上的并购案例中不存在与标的公司主营业务、所处行业以及应用领域完全一致的并购标的，因此在查询可比交易时，扩大选取范围至：（1）标的公司所处行业为计算机、通信和其他电子设备制造业；（2）主要产品包括电子整机设备、模块产品；（3）交易已完成的相关案例。具体案例情况如下：

收购方	标的资产	标的资产主营业务/产品	评估基准日	100%股权评估价值（万元）	静态市盈率（倍）	市净率（倍）
-----	------	-------------	-------	----------------	----------	--------

烽火电子	长岭科技 98.3950% 股权	雷达及配套部 件的研发、生 产及销售	2023/9/30	122,514.97	20.17	1.46
广和通	锐凌无线 51%股权	车载无线通信 模块	2021/3/31	51,764.00	7.50	1.17
纳思达	奔图电子 100%股 权	打印机芯片及 整机	2020/12/31	660,300.00	23.33	6.41
平均值					17.00	3.01

注 1：静态市盈率=100%股权评估价值÷评估基准日最近一年归属于母公司所有者净利润；

注 2：市净率=100%股权评估价值÷评估基准日归母净资产。

根据上述可比案例，标的公司历次股权激励所对应的公允价值对应的市盈率、市净率与同时期并购案例估值相比处于合理期间，不存在重大差异。

4、历次股权激励时期，将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格具有合理性和准确性

综上，历次股权激励时期，标的公司营业收入和利润整体呈增长态势；所处行业的经营环境在历次股权激励实施期间未发生明显变化，经营状况和企业价值未发生重大变化，标的公司估值在合理范围内有所提升，与标的公司业绩呈现增长态势相匹配；历次股权激励所对应的公允价值对应的市盈率、市净率与同时期并购案例估值相比处于合理期间，不存在重大差异。

此外，成为科技中的外部合伙人与标的公司及其股东不存在关联关系或其他利益安排，其入股价格系在熟悉标的公司情况的前提下，基于标的公司当时的财务状况、行业地位及未来预期，通过市场化谈判自愿达成的。该价格为股权激励实施近期可获取的、最具有参考价值的公平交易价格，符合“熟悉情况并按公平原则自愿交易的各方最近达成的入股价格或股权转让价格”这一参考标准。

因此，历次股权激励时期，将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格具有合理性和准确性。

二、补充说明标的资产实控人实施份额回购、再授予时点的具体会计处理，实控人回购份额是否构成对其的股份支付；标的资产相关员工持股平台的权益变动情况及相应股份支付费用的确认具体过程，历次股权激励中等待期的确定方式及具体情况，并说明股份支付费用的确认计提是否充分、准确，费用归集是否准确

（一）补充说明标的资产实控人实施份额回购、再授予时点的具体会计处理，实控人回购份额是否构成对其的股份支付

1、实控人份额回购与再授予的背景

实施股权激励后，部分激励对象因离职及个人资金需求等原因退伙，标的公司实控人汪涛根据合伙协议约定，按员工实缴的合伙企业份额 $X(1 + \text{银行同期3年期存款利率})$ 对退出的份额实施了回购，之后实际控制人将回购的部分份额重新授予给了其他激励对象。

2、实控人回购份额的会计处理及是否构成对其股份支付的判断

（1）实控人回购份额不构成股份支付

在实际控制人回购份额环节，回购主体为实际控制人个人，授予员工的股权均系来自于实际控制人，因此实际控制人回购份额未构成股份支付，实际控制人回购份额无需按照股份支付进行会计处理，具体论述如下：

1) 根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定：“股份支付，是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易”。标的公司员工退出相应持股平台时将所持出资份额转回给实际控制人，属于根据合伙协议的约定而做出的安排，该安排的目的并非为了获取实际控制人向标的公司提供的服务，不属于股权激励，不涉及股份支付。

2) 实际控制人并未受益。根据财政部 2021 年 5 月公布的《股份支付准则应用案例——实际控制人受让股份是否构成新的股份支付》，实际控制人从其他员工处受让公司股份，是否构成股份支付判断关键为实际控制人从受让股份中是否获益。实际控制人回购的这些股份来源于实际控制人的低价存量转让，激励对

象获得的利益来自于实际控制人对利益的让渡，实际控制人是股权激励费用的实际承担者，员工将所持股份转让给实际控制人实质上为实际控制人收回之前支付的成本，实际控制人并未从本次交易中获得收益，因此不构成股份支付。

（2）模拟测算确认股份支付对各期净利润的影响情况

模拟测算，报告期内标的公司实控人回购合伙企业份额时，确认股份支付进行会计处理，对报告期各期净利润的影响分别为 54.55 万元、192.61 万元、175.03 万元，占标的公司各年度净利润的比例分别为 0.96%、3.11%、4.31%，对标的公司经营业绩影响较小。具体情况如下：

单位：万股、元/注册资本、万元

员工平台	变动时间	出让方	对应公司股数 (A)	对应公司股份转让价格 (B)	参考近期外部公允价格 (C)	测算股份支付金额 (D=A*(C-B))
成为科技	2023 年 6 月	刘迪斯	0.86	10.25	16.67	5.52
成为科技	2024 年 5 月	方家定	1.00	10.49	16.67	6.18
成为一号	2023 年 4 月	李容	0.70	10.45	16.67	4.32
成为一号	2024 年 8 月	雷力	1.00	10.62	16.67	6.04
成为一号	2024 年 8 月	韩游建、郑纲等 12 位员工	12.44	10.81	16.67	72.88
成为一号	2024 年 12 月	刘光骐、万聪	1.76	10.89	16.67	10.14
成为一号	2024 年 12 月	蔡素	1.33	10.88	16.67	7.69
成为一号	2025 年 5 月	詹锦华、徐彩云等 5 位员工	6.80	11.01	16.67	38.44
成为二号	2023 年 3 月	张胜、李成博、唐菊	3.01	10.41	16.67	18.84
成为二号	2023 年 4 月	邓树海	0.71	10.44	16.67	4.42
成为二号	2024 年 8 月	李哲、邓木荣等 5 位员工	9.64	10.81	16.67	56.46
成为二号	2024 年 12 月	凌远彬	0.53	10.88	16.67	3.06
成为二号	2025 年 1 月	刘奇峰	1.27	10.94	16.67	7.26

员工平台	变动时间	出让方	对应公司股数 (A)	对应公司股份转让价格 (B)	参考近期外部公允价格 (C)	测算股份支付金额 (D=A*(C-B))
成为二号	2025年5月	詹利斌、姚瑞权等8位员工	22.75	11.01	16.67	128.62
成为三号	2023年1月	张联正	2.00	10.37	16.67	12.59
成为三号	2023年3月	欧阳成光、杨敏	0.33	10.42	16.67	2.07
成为三号	2023年6月	郭林洪	0.27	10.42	16.67	1.68
成为三号	2023年6月	刘玲	0.40	10.49	16.67	2.50
成为三号	2023年11月	唐长源	0.43	10.59	16.67	2.61
成为三号	2024年8月	黄文兵、俞双杰	2.90	10.75	16.67	17.14
成为三号	2024年8月	蔡树飞、付旋等5位员工	1.83	10.81	16.67	10.74
成为三号	2024年11月	杨世专	0.39	10.88	16.67	2.28
成为三号	2025年5月	莫和建	0.13	11.01	16.67	0.71
合计			72.48	-	-	422.19

3、再授予环节的会计处理与判断

实际控制人将回购的份额再授予给新的激励对象时，虽然形式上是实际控制人转让，但该行为实质上是标的公司为获取激励对象服务而进行的股权激励，因此标的公司需在再授予日确认股份支付。标的公司以再授予日标的公司股权的公允价值与激励对象实际出资价格之间的差额，作为股份支付费用的总额，并在等待期内分期摊销确认损益。

（二）标的资产相关员工持股平台的权益变动情况及相应股份支付费用的确认具体过程

标的公司相关持股平台的权益变动主要分为以下几类：

（1）新增授予：通过设立员工持股平台成为一号、成为二号、成为三号，以及通过成为科技对员工实施股权激励。

（2）离职退伙：员工因离职退伙，未达到合伙协议约定的行权条件，实际控制人按约定回购其持有的份额，冲回前期已确认股份支付，确认的股份支付费用总额为0。

（3）未离职但退伙：员工未离职，因个人资金需要等原因要求退伙，实际控制人按约定回购其持有的份额，视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回。

（4）回购股份再授予：实际控制人将回购的份额转让给其他激励对象，按等待期分摊或一次性确认股份支付费用。

（5）外部转让：持股平台外部合伙人之间、或者实际控制人向外部合伙人转让合伙份额，不涉及股份支付。

（6）激励对象放弃认购：由于出资存在困难或其他原因，激励对象在认购合伙份额后即刻放弃认购，未按协议履行出资义务，股权激励份额未实际授予，不涉及股份支付。

1、员工持股平台权益变动情况

(1) 成为科技

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2021年10月	外部转让	薛锷峰、郁丁	郭万里、郑国华、陈诗腾	外部合伙人之间的市场化定价转让，不涉及股份支付	58.18	38.40	13.33	511.98	不适用
2022年1月	转让给外部合伙人	汪涛	陈诗腾、郑国华、张冬、邱华英、林榕、袁新功、马明	市场化定价转让给外部合伙人，不涉及股份支付	97.73	64.50	13.33	860.00	不适用
2022年7月	新增授予	汪涛	刘森林、黄秀清等8位员工	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用	16.34	10.78	10.00	107.85	35.95
2022年7月	新增授予，未实际执行	汪涛	VijayKumar Sharma、刘经玖、DeekshaBansal、AjeyAditya、	授予时未实际出资，后放弃认购，不构成股份支付	10.61	7.00	10.00	70.00	不适用

核查意见（续）

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
			ArunKumar Singh						
2023年4月		VijayKumar Sharma、Deeksha Bansal、AjeyAditya、ArunKumar Singh、刘经玖	汪涛		10.61	7.00	10.00	70.00	不适用
2023年6月	离职退出	刘迪斯	汪涛	不满足行权条件,股份支付费用总额为0	1.30	0.86	10.25	8.82	-2.87
2023年7月	转让给外部合伙人	汪涛	深圳市保用通实业有限公司、张冬、周红梅	市场化定价转让给外部合伙人,不涉及股份支付	109.09	72.00	16.67	1,200.00	不适用
2024年3月	增资		全体合伙人	合伙人同比例增资,不涉及股份支付					不适用
2024年5月	离职退出	方家定	汪涛	不满足行权条件,股份支付费用总额为0	1.00	1.00	10.49	10.48	-3.33

核查意见（续）

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
合计									29.75

（2）成为一号

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2021年8月	新增授予	汪涛	吴晓文、张团会等41名员工	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用	819.72	81.97	10.00	819.72	273.24
2021年10月	新增授予，未实际执行	黄秀清、李炳成	汪涛	授予时未实际出资，后放弃认购，不构成股份支付	25.40	2.54	0.00	0.00	-8.47
2021年10月	离职退出	曹贺	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	5.05	0.51	10.06	5.08	-1.68
2022年4月	回购股份再授予	汪涛	梁俊鹏、雷力	构成股份支付，服务期内	26.68	2.67	10.00	26.68	8.89

核查意见（续）

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
				分摊确认股份支付费用					
2023年1月	回购股份再授予	汪涛	刘森林	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用，离职时未退股，加速行权	3.78	0.38	10.00	3.78	2.52
2023年4月	离职退出	李容	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	6.95	0.70	10.45	7.26	-2.32
2024年8月	离职退出	雷力	汪涛		10.00	1.00	10.62	10.62	-3.33
	个人原因退伙	韩游建、郑纲等12位员工	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	124.40	12.44	10.81	134.44	
2024年12月	离职退出	刘光骐、万聪	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	17.55	1.76	10.89	19.11	-5.85

核查意见（续）

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
	个人原因退伙	蔡素	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	13.28	1.33	10.88	14.44	
2025年5月	个人原因退伙	詹锦华、徐彩云、王俊、崔少亮、沈成普	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	68.00	6.80	11.01	74.89	
2025年9月	回购股份再授予	汪涛	吴晓文	构成股份支付，无服务期，授予时一次性确认股份支付费用	150.00	15.00	10.00	150.00	252.50
合计									515.50

（3）成为二号

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2021年8月	新增授予	汪涛	李玉惠、詹利斌等44名员工	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用	991.39	99.14	10.00	991.39	330.46
2022年5月	离职退出	颜营国	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	3.04	0.30	10.20	3.10	-1.01
2022年6月	离职退出	李珣	汪涛		2.98	0.30	10.22	3.04	-0.99
2022年8月	离职退出	朱伟华等5位员工	汪涛		38.33	3.83	10.26	39.32	-12.77
2022年11月	离职退出	蒋中林	汪涛		17.10	1.71	10.29	17.59	-5.70
2022年12月	个人原因退伙	贺江	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	15.00	1.50	10.36	15.53	
2023年1月	回购股份再授予	汪涛	刘森林	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用，离职时未退股，加速行权	76.45	7.64	10.00	76.45	50.96

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2023年3月	离职退出	张胜、李成博、唐菊	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	30.10	3.01	10.41	31.32	-10.03
2023年4月	离职退出	邓树海	汪涛		7.10	0.71	10.44	7.41	-2.37
2024年8月	个人原因退伙	李哲等5位员工	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	96.36	9.64	10.81	104.14	
2024年12月	个人原因退伙	凌远彬	汪涛		5.29	0.53	10.88	5.76	
2025年1月	离职退出	刘奇峰	汪涛	不满足行权条件，股份支付费用总额为0	12.68	1.27	10.94	13.86	-4.23
2025年5月	个人原因退伙	詹利斌等8位员工	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	227.51	22.75	11.01	250.56	
合计									344.32

(3) 成为三号

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2021年8月	新增授予	汪涛	张联正、屠治宁等44名员工	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用	520.40	52.04	520.40	520.40	173.47
2021年10月	放弃认购	黄小琴	汪涛	授予时未实际出资，不构成股份支付，确认的股份支付费用总额为0	4.17	0.42	0.00	0.00	-1.39
2022年4月	离职退出	孙邈	汪涛	不满足行权条件，确认的股份支付费用总额为0	1.11	0.11	10.15	1.13	-0.37
2022年4月	回购股份再授予	汪涛	黄文兵	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用	5.28	0.53	10.00	5.28	1.76
2023年1月	个人原因退伙	张联正	汪涛	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	20.00	2.00	10.37	20.74	

核查意见（续）

变动时间	变更事项	转让人/退出人	受让人/出资人	股份支付处理情况	转让/受让的持股平台出资额（万元）	对应的标的公司股份数（万股）	对应的标的公司每股价格（元/股）	转让价款（万元）	股份支付总费用/冲回股份支付费用（万元）
2023年1月	回购股份再授予	汪涛	刘森林	构成股份支付，服务期内分摊确认股份支付费用，离职时未退股，加速行权	20.00	2.00	10.00	20.00	13.33
2023年3月	离职退出	欧阳成光、杨敏	汪涛	不满足行权条件，确认的股份支付费用总额为0	3.31	0.33	10.42	3.44	-1.10
2023年6月	离职退出	郭林洪	汪涛		2.69	0.27	10.42	2.81	-0.90
2023年6月	离职退出	刘玲	汪涛		4.04	0.40	10.49	4.24	-1.35
2023年11月	离职退出	唐长源	汪涛		4.29	0.43	10.59	4.54	-1.43
2024年8月	离职退出	黄文兵、俞双杰	汪涛		28.99	2.90	10.75	31.17	-9.66
	个人原因退伙	蔡树飞等5位员工	汪涛	18.33	1.83	10.81	19.81		
2024年11月	个人原因退伙	杨世专	汪涛	3.94	0.39	10.88	4.28		
2025年5月	个人原因退伙	莫和建	汪涛	1.25	0.13	11.01	1.38		
合计									172.36

2、股份支付费用确认的具体过程

就员工持股平台发生的股份支付事项标的公司相应会计处理情况如下：

序号	类别	会计处理	具体判断依据
1	授予对象未离职，正常持有股份	<p>①授予对象存在等待期的：在每个资产负债表日，计算累计应确认的股份支付费用 =（授予日公允价值-员工入股价格）*预计可行权数量/总摊销月份*累计应摊销月份；</p> <p>当期应确认的股份支付费用=累计应确认的股份支付费用-上期末已累计确认的股份支付费用</p> <p>②授予对象无服务期的：将其应确认的股份支付费用一次性计入授予当期。</p>	<p>①根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第 4 条，以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。根据《企业会计准则第 11-股份支付》第 6 条，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。</p> <p>②根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》确认股份支付费用时，对增资或受让的股份立即授予或转让完成且没有明确约定服务期等限制条件的，原则上应当一次性计入发生当期，并作为偶发事项计入非经常性损益。</p>
2	授予对象离职（实控人回购）	变更当期冲减授予对象之前已确认股份支付费用	根据《企业会计准则第 11 号-股份支付》第 6 条，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。员工因在等待期内离职或个人原因主动要求而退伙属于不满足可行权条件而被取消授

序号	类别	会计处理	具体判断依据
			予的权益工具，在等待期内的最近一个资产负债表日，公司修正预计可行权数量，再减去前期累计已确认金额，作为当期应确认的成本费用金额。
3	个人原因要求退伙（实控人回购）	合伙协议约定不能退伙，但从谨慎角度出发，退伙时，视为权益工具取消，加速行权，将授予对象尚未确认完的股份支付费用一次性确认在当期	根据《企业会计准则解释第3号》规定：在等待期内如果取消了授予的权益工具，企业应当对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，企业应当将其作为授予权益工具的取消处理。”
3	回购的股份再授予	新授予对象按照授予时点新公允价值计算股份支付费用	同1
4	授予对象离职，但与标的公司协商一致，未转让所授予股权的	在离职时，视为加速行权，将授予对象尚未确认完的股份支付费用一次性确认在当期	根据《企业会计准则第11号——股份支付》及其应用指南，对于可行权条件的修改，如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，或有利于职工，企业应确认修改的影响。

（三）历次股权激励中等待期的确定方式及具体情况，并说明股份支付费用的确认计提是否充分、准确，费用归集是否准确

1、历次股权激励中等待期的确定方式及具体情况

历次股权激励中，等待期的确定严格依据股权激励协议、持股平台《合伙协议》及补充协议中的具体条款。具体分类如下：

序号	事项	合伙协议/财产份额转让协议相关约定	等待期确定
1	2021年8月，设立员工持股平台成为一号、成为二号、成为三号，以实施股权激励	(1) 2021年8月的协议约定：公司上市交易日前及服务期届满之日前，如普通合伙人因为任何原因从公司或其控股子公司离职和被辞退，普通合伙人应将其持有的合伙企业的份额全部转让予公司董事会决议指定的人士，新的普通合伙人由公司董事会决议指定的人士担任，其他合伙人应书面同意接纳该等人	(1) 2025年9月30日之前：服务期届满和预计上市交易日（2025年12月31日）孰晚。
2	2022年4月，实际控制人将成为一号、成为三号中回购的股份，通过成为一号再授予员工梁		(2) 2025年9月30日：标的

序号	事项	合伙协议/财产份额转让协议相关约定	等待期确定
3	俊鹏、雷力，通过成为三号再授予员工黄文兵进行股权激励	士担任合伙企业的新普通合伙人，并任命其为合伙企业的执行合伙人。其持有的合伙企业份额的转让总价为：其实缴的合伙企业份额×（1+银行同期3年期存款利率）。 （2）2025年9月30日补充协议约定：自2025年9月30日起，合伙人可将所持有的合伙份额转让给其他合伙人或普通合伙人指定的公司员工（在普通合伙人转让的情况下，为公司董事会新任命的执行合伙人），具体转让价格由转让方和受让方自行协商确定。但法律法规及监管部门另有要求的除外。	公司通过补充协议修改了可行权条件，将2025年9月30日作为可行权日，则等待期为授予日至2025年9月30日。
	2022年7月，通过成为科技对前员工刘森林、员工黄秀清、李世杰、方家定、马晴、刘迪斯、蔡宪智、黄启凤进行股权激励		
4	2023年1月，实际控制人将成为一号、成为二号、成为三号中回购的股份，通过成为一号、成为二号、成为三号再授予员工刘森林进行股权激励		
5	2025年9月，实际控制人将回购的股份，通过成为一号、再授予吴晓文进行股权激励	未约定服务期，且无其他限制或安排。	可立即行权，无服务期。

2、股份支付费用的确认计提是否充分、准确，费用归集是否准确

（1）确认计提的充分性与准确性

标的公司股份支付费用的确认计提是充分、准确的，具体情况如下：

完整性：公司已对报告期内所有构成股份支付的情形进行了全面梳理。不存在隐匿或遗漏股份支付的情形。

公允价值公允性：授予日公允价值的确定依据充分，系根据成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格。

等待期判断合理性：等待期的划分严格依据协议条款，不存在人为缩短或延长摊销期限以调节利润的情形。

计提金额准确性：公司已按照“总费用÷总月数×当期摊销月数”的公式进行复核，计提金额准确。

（2）费用归集的准确性

标的公司严格按照“谁受益，谁承担”的原则进行股份支付费用的归集：

销售人员确认的股份支付费用计入销售费用，研发人员确认的股份支付费用计入研发费用，管理人员（含财务、行政、IT、董监高）确认的股份支付费用计入管理费用，生产人员确认的股份支付费用计入主营业务成本。

三、会计师核查过程及核查意见

（一）核查程序

针对前述事项，会计师主要实施了以下核查程序：

1、取得标的公司 2020 年、2021 年、2022 年的财务数据，访谈标的公司总经理，了解业绩基础及变动预期，公开查询同行业并购案例估值。

2、查阅 4 个合伙企业的工商档案、合伙协议及补充协议，梳理实控人份额回购及再授予的明细，查阅有关等待期的约定，取得标的公司股份支付计算明细表，确认其股份支付费用的计提充分性、准确性，费用归集科目的准确性。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、历次股权激励时期，将成为科技中的外部合伙人入股价格作为股份支付核算时参考的公允价格具有合理性和准确性。

2、标的资产实际控制人回购份额环节不构成对其的股份支付，标的公司未进行会计处理符合会计准则要求；再授予环节基于获取新激励对象服务的目的，标的公司已根据授予日公允价值与出资价的差额确认股份支付，会计处理恰当。

3、标的资产员工持股平台权益变动清晰，股份支付费用的确认过程（公允价值的确定、总费用的计算、等待期的划分及分期摊销）符合《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定。历次股权激励中等待期的确定依据充分，与协议条款一致。标的公司股份支付费用的计提充分、准确，费用归集准确。

问题八、关于标的资产的历史沿革及经营合规性

申请文件显示：（1）2016年11月，杨海波、张虎向标的资产增资，标的资产新增注册资本75.3440万元。（2）2016年11月，汪涛、蒋松林、深圳市成为软件有限公司（以下简称成为软件）分别以1元/注册资本的价格将标的资产6.8512%、2.2907%、1.8581%的股权转让给成为科技。（3）2025年11月，标的资产全体股东同比例减少注册资本2952.37万元，减资对价为9000万元。（4）报告期内，成为信息不存在重大违法违规而受到行政处罚或存在刑事处罚的情形。（5）标的资产部分产品的无线电发射设备型号核准证已到期正在申请续期，在售的C61/V600系列产品正在办理无线电发射设备型号核准。（6）标的资产共有2起尚未了结的金额在50万元以上的诉讼案件。

请上市公司：（1）结合标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期，同行业估值水平等，补充说明杨海波、张虎增资价格的公允性，其增资入股是否构成股份支付，如是，说明股份支付费用计提是否准确。（2）补充说明成为软件的历史沿革，股东背景及其在标的资产的任职情况、与成为科技及其合伙人之间的关系，并结合上述情况，说明2016年11月标的资产股权转让的背景及原因，是否履行必要的审议和批准程序，股权转让价格的公允性，是否构成股份支付。（3）补充说明标的资产减资的背景及原因，减资的程序合规性及税务合规性，是否已按照相关法律法规及公司章程的规定履行内部决策程序及通知债权人等外部程序，是否存在纠纷或潜在纠纷；减资价格的确认方式及其合理性、公允性，减资款的支付安排及截至回函日的实际支付情况，减资及支付减资款及对标的资产生产经营、现金流以及本次交易评估作价、增值率的影响。（4）报告期内标的资产是否受到行政处罚或者刑事处罚，如是，补充披露具体情况，并结合《证券期货法律适用意见第18号》的有关规定披露是否构成重大违法违规。（5）结合有关法律法规，详细梳理并补充披露标的资产是否取得从事生产经营活动所必需的境内外全部经营资质、境外销售地当地监管机构相关认证，各类产品型号是否满足相应境内外产品认证资质、标准规范、产品核准等要求，目前所拥有资质及认证是否存在续期风险；其中尚未取得或尚未完成续期的手

续办理进展及预期办毕时间、是否存在实质障碍及相应资质无法取得对持续经营的影响，对应产品销售情况、是否存在产品质量等纠纷，并结合有关法律法規披露标的资产在未取得全部资质的情况下销售产品的法律后果，是否存在被处罚的风险，是否可能构成重大违法违规，相关事项对标的资产的持续经营及本次交易评估作价的影响。（6）补充说明两起诉讼案件的发生背景及原因、截至回函日的最新进展情况，相关应收账款、预付账款等资产的金额及减值计提情况，减值准备计提是否合理、充分，对本次交易评估作价的影响。

请独立财务顾问核查并发表明确意见，请律师核查（2）-（6）并发表明确意见，请会计师核查（1）（2）（3）（5）（6）并发表明确意见，请评估师核查（3）（5）（6）并发表明确意见。

回复：

一、结合标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期，同行业估值水平等，补充说明杨海波、张虎增资价格的公允性，其增资入股是否构成股份支付，如是，说明股份支付费用计提是否准确。

2016年11月2日，成为有限召开股东会作出决议，同意公司的注册资本由1,001万元增加至1,076.344万元，新增注册资本由杨海波认购53.8172万元、张虎认购21.5268万元，增资价格为1元/股，其增资入股构成股份支付。

1、结合标的资产的财务数据、业绩基础与变动预期情况，说明杨海波、张虎增资价格的公允性

根据标的公司2014年-2017年的财务报表，标的公司营业收入分别为1.15亿元、1.24亿元、0.81亿元、1.01亿元，净利润分别为3,330.21万元、3,372.70万元、842.11万元、452.51万元，标的公司当时业绩规模较小且不稳定，整体业务规模和利润处于下滑趋势，所处的AIDC行业在当时市场规模亦相对较小。根据QY Research调研数据显示，2017我国AIDC市场规模仅69.05亿元。

标的公司2016年因战略发展需要，引进核心管理人员杨海波，并对当时核心员工张虎进行股权激励，具体形式为由杨海波、张虎对标的公司直接增资。杨

海波、张虎于 2016 年 11 月增资时，鉴于无外部投资者投资对应的公允价值，成为信息结合当时的业务规模、所处行业发展情况，按照 2016 年度预计扣非净利润*8 倍市盈率作为公允价值，对应公允价值为 4.61 元/股，对应标的公司整体估值为 4,958.56 万元。由于无明确服务期等限制条件，标的公司将相应股份支付费用 271.76 万元一次性确认计入当期，不影响报告期内相关费用。

综上，标的公司结合当时的业务规模、所处行业发展情况等因素，按照 2016 年度预计扣非净利润*8 倍市盈率作为公允价值的确认，相对合理、公允。

2、结合同行业估值水平说明杨海波、张虎增资价格的公允性

标的公司同行业可比公司中，新大陆、远望谷、优博讯同期已上市，采用同行业可比公司 2016 年末市值、2016 年净利润，测算市盈率情况如下：

同行业可比公司	上市时间	2016年12月31日可比公司市值（亿元）	2016年12月31日可比公司净利润（万元）	PE（市值/净利润）
新大陆	2000-08	182.33	48,638.66	37.49
远望谷	2007-08	85.29	3,802.46	224.31
优博讯	2016-08	116.24	6,756.54	172.04

综上，杨海波、张虎增资时，标的公司确认股份支付所参考的公允价格与同期可比公司估值相比整体较低，主要因标的公司当时经营业绩较小且不稳定，且为非上市公司，2022 年 5 月才完成股改，而可比公司已上市，流动性溢价较高。因此标的公司与同期可比公司整体估值的差异具有合理性。

3、其增资入股构成股份支付，股份支付费用计提准确

新增注册资本由杨海波认购 53.8172 万元、张虎认购 21.5268 万元，增资价格为 1 元/股，其增资入股构成股份支付，按照前述公允价值 4.61 元/股，由于无明确服务期等限制条件，标的公司将相应股份支付费用 271.76 万元一次性确认计入当期，股份支付费用计提准确。

二、补充说明成为软件的历史沿革，股东背景及其在标的资产的任职情况、与成为科技及其合伙人之间的关系，并结合上述情况，说明 2016 年 11 月标的

资产股权转让的背景及原因，是否履行必要的审议和批准程序，股权转让价格的公允性，是否构成股份支付。

（一）补充说明成为软件的历史沿革，股东背景及其在标的资产的任职情况、与成为科技及其合伙人之间的关系

1、成为软件的历史沿革

（1）2002年11月，成为软件设立

2002年10月21日，张秉芬、谢彤、周建如签署《深圳市成为软件有限公司章程》，约定共同出资100万元设立成为软件。其中，张秉芬认缴出资36万元，谢彤认缴出资36万元，周建如认缴出资28万元。

2002年11月24日，成为软件经深圳市工商行政管理局核准设立。

成为软件设立时的注册资本为100万元，股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	张秉芬	36	36
2	谢彤	36	36
3	周建如	28	28
合计		100	100

（2）2005年2月，成为软件第一次股权转让

2005年1月13日，成为软件召开股东会作出决议，同意张秉芬将其持有的成为软件36%的股权以1元的价格转让给汪涛；谢彤将其持有的成为软件36%的股权以1元的价格转让给薛锬峰；周建如将其持有的成为软件28%的股权以1元的价格转给郁丁，其他股东均放弃优先购买权。

2004年12月6日，周建如与郁丁签署《股权转让协议书》，张秉芬与汪涛签署《股权转让协议书》，谢彤与薛锬峰签署《股权转让协议书》。

2005年2月1日，成为软件就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

张秉芬系汪涛母亲，谢彤系薛锬峰配偶，周建如系郁丁配偶，本次股权转让

完成后，成为软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	汪涛	36	36
2	薛锬峰	36	36
3	郁丁	28	28
合计		100	100

（3）2009年9月，成为软件第一次增资

2009年8月28日，成为软件召开股东会作出决议，同意将注册资本由100万元增加至200万元，新增注册资本由汪涛认购36万元、薛锬峰认购36万元、郁丁认购28万元。

2009年8月28日，成为软件全体股东签署《深圳市成为软件有限公司章程》。

2009年9月21日，成为软件就本次增资办理完成了工商变更登记。

本次增资完成后，成为有限的注册资本为200万元，股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	汪涛	72	36
2	薛锬峰	72	36
3	郁丁	56	28
合计		200	100

（4）2021年6月，成为软件第二次股权转让

2021年6月16日，成为软件召开股东会作出决议，同意汪涛将其持有的成为软件20.25%的股权以1元的价格转让给薛锬峰，汪涛将其持有的成为软件20.25%的股权以1元的价格转让给郁丁，其他股东均放弃优先购买权。

2021年6月16日，汪涛与薛锬峰、郁丁签署《股权转让协议书》。

2021年6月25日，成为软件就本次股权转让办理完成了工商变更登记。

本次股权转让完成后，成为软件的股权结构如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	持股比例（%）
1	薛锬峰	112.5	56.25
2	郁丁	87.5	43.75
合计		200	100

（5）成为软件注销

2021年10月15日，成为软件经核准登记注销。

2、成为软件的股东背景、及其在标的资产的任职情况、与成为科技及其合伙人之间的关系

成为软件历史存续期内，先后共涉及张秉芬、谢彤、周建如、汪涛、薛锬峰、郁丁等6位自然人股东，除了标的公司实际控制人汪涛外，成为软件的其他股东背景、及其在标的资产的任职情况、与成为科技及其合伙人之间的关系如下：

股东姓名	背景	是否在标的公司的任职	是否与成为科技及其合伙人存在关系
张秉芬	汪涛母亲	无	无
谢彤	薛锬峰配偶	无	无
周建如	郁丁配偶	无	无
薛锬峰	男，1967年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2006年2月至今担任深圳市成为智能交通系统有限公司的董事。	薛锬峰于2005年12月20日至2021年8月25日在标的公司担任董事，离任后，未在标的公司担任过其他职务	无
郁丁	男，1967年10月出生，中国国籍，无境外永久居留权。2006年2月至今担任深圳市成为智能交通系统有限公司的董事。	无	无

（二）结合上述情况，说明 2016 年 11 月标的资产股权转让的背景及原因，是否履行必要的审议和批准程序，股权转让价格的公允性，是否构成股份支付

1、2016 年 11 月标的资产股权转让的情况

2016 年 11 月 3 日，成为有限召开股东会作出决议，同意汪涛将其持有的成为有限 6.8512%的股权（对应标的公司认缴注册资本 73.7419 万元）以 73.7419 万元的价格转让给成为科技；蒋松林将其持有的成为有限 2.2907%的股权（对应标的公司认缴注册资本 24.6559 万元）以 24.6559 万元的价格转让给成为科技；成为软件将其持有的成为有限 1.8581%的股权（对应标的公司认缴注册资本 20 万元）以 20 万元的价格转给成为科技。

2、2016 年 11 月标的资产股权转让的背景及原因，已履行了必要的审议和批准程序

深圳市成为软件有限公司在标的公司 2005 年设立时，即为标的公司股东之一，在 2016 年 11 月股权转让时，成为软件的股东为汪涛、薛锬峰、郁丁三人。由于成为软件的组织形式为有限责任公司，出于企业管理便利性等因素，汪涛、薛锬峰、郁丁三人协商一致，将成为软件的全体股东按原持股比例平移至新设的合伙企业成为科技，因此将成为软件持有标的公司的股权转让给成为科技。

在本次股权转让同时，标的公司的实际控制人汪涛拟对杨海波和张虎以增资形式实施股权激励，并就增资及股权转让分次办理了工商变更登记程序。本次的增资及转让完成后，标的公司的实际控制人汪涛因对杨海波和张虎实施股权激励，其持有的标的公司的股权比例有所下降；其他通过成为软件间接持股的股东薛锬峰、郁丁通过成为软件这一有限责任公司主体和通过合伙企业成为科技持有标的公司的股权比例保持不变。

2016 年 11 月标的资产股权转让完成后，成为科技仅作为持有标的公司股权的主体存续，不从事任何其他经营业务，也不进行其他投资活动。前述股权转让已履行了必要的审议和批准程序，不存在纠纷及潜在纠纷。

3、股权转让价格的公允性，是否构成股份支付

2016年11月标的公司股权转让，系持股主体的组织形式转换，在股权转让及同步实施的增资完成后，标的公司的实际控制人汪涛因对杨海波和张虎实施股权激励，其持有的标的公司的股权比例有所下降，其他通过成为软件间接持股的股东薛锴峰、郁丁通过成为软件这一有限责任公司主体和通过合伙企业成为科技持有标的公司的股权比例保持不变。同步实施的增资作为股权激励，已确认股份支付费用。本次股权转让仅为持股主体的组织形式转换，股权转让价格公允，不构成股份支付。

三、补充说明标的资产减资的背景及原因，减资的程序合规性及税务合规性，是否已按照相关法律法规及公司章程的规定履行内部决策程序及通知债权人等外部程序，是否存在纠纷或潜在纠纷；减资价格的确认方式及其合理性、公允性，减资款的支付安排及截至回函日的实际支付情况，减资及支付减资款及对标的资产生产经营、现金流以及本次交易评估作价、增值率的影响。

（一）补充说明标的资产减资的背景及原因，减资的程序合规性及税务合规性，是否已按照相关法律法规及公司章程的规定履行内部决策程序及通知债权人等外部程序，是否存在纠纷或潜在纠纷

1、标的资产减资的背景及原因

2025年9月16日，成为信息召开股东会并作出决议，审议并通过了《关于减资的议案》《关于修改<公司章程>的议案》，拟由全体股东同比例减少注册资本2,952.37万元，减资对价为9,000万元（其中注册资本减少2,952.37万元，资本公积减少6,047.63元），减资完成后，成为信息的注册资本变更为3,000万元，和其2022年5月股改前保持一致。

本次减资系成为信息综合考虑自身经营情况及延续分红而做出的决策。一方面成为信息属于轻资产运营，营运资金压力相对较小，报告期各期末，成为信息货币资金余额分别为10,969.73万元、18,475.64万元、17,159.42万元，占总资产比例为35.31%、53.04%、53.29%，成为信息货币资金充足。另一方面成为信息为有效激励员工、提高其股东回报，已连续每年分红，成为信息2023年4月召开股东会决议分红5,000万元、2024年8月召开股东会决议分红3,000

万元，2025年8月召开股东会决议分红6,000万元，此次减资实则系延续分红政策，进一步提高成为信息股东回报、提高员工激励。

2、减资的程序合规性及税务合规性，是否已按照相关法律法规及公司章程的规定履行内部决策程序及通知债权人等外部程序，是否存在纠纷或潜在纠纷

（1）减资的程序合规，已履行了内部决策程序及通知债权人等外部程序

《公司法》第六十六规定：“……股东会作出修改公司章程、增加或者减少注册资本的决议，以及公司合并、分立、解散或者变更公司形式的决议，应当经代表三分之二以上表决权的股东通过”；《公司法》第二百二十四条规定：“公司减少注册资本，应当编制资产负债表及财产清单。公司应当自股东会作出减少注册资本决议之日起十日内通知债权人，并于三十日内在报纸上或者国家企业信用信息公示系统公告。债权人自接到通知之日起三十日内，未接到通知的自公告之日起四十五日内，有权要求公司清偿债务或者提供相应的担保。公司减少注册资本，应当按照股东出资或者持有股份的比例相应减少出资额或者股份，法律另有规定、有限责任公司全体股东另有约定或者股份有限公司章程另有规定的除外”。

《中华人民共和国市场主体登记管理条例实施细则》第三十六条规定：“公司减少注册资本，可以通过国家企业信用信息公示系统公告，公告期45日，应当于公告期届满后申请变更登记。”

标的公司本次减资过程履行了法律法规及公司章程规定的减资程序，具体情况如下：

1) 2025年9月16日，标的公司召开股东会并作出决议，审议并通过了《关于减资的议案》《关于修改<公司章程>的议案》。股东会通过《章程修正案》同意修改公司注册资本为人民币3,000万元，股份总数为30,000,000股。

2) 2025年9月23日，标的公司在国家企业信用信息公示系统发布《减资公告》，公告期限为2025年9月23日至2025年11月6日。同时，标的公司向主要债权人发送了《深圳市成为信息股份有限公司关于减少注册资本的通知》。

3) 2025年11月6日，标的公司出具了《债务清偿及债务担保情况说明》，

确认没有债权人对本次减资提出异议。

4) 2025 年 11 月 10 日，深圳市市场监管局核准了本次减资的变更登记。

因此，标的公司已按照相关法律法规及公司章程的规定履行了内部决策程序及通知债权人等外部程序，减资的程序合法合规。

（2）减资的税务合规

成为信息此次全体股东同比例减少注册资本 2,952.37 万元，减资对价为 9,000 万元，其中注册资本减少 2,952.37 万元，资本公积减少 6,047.63 万元，减资完成后，成为信息的注册资本变更为 3,000 万元，和其 2022 年 5 月股改前保持一致。2022 年 5 月股改时，成为信息以成为有限截至 2022 年 2 月 28 日经立信会计师事务所（特殊普通合伙）所确认的账面净资产折股为 59,523,700 股，成为信息的注册资本由 3,000 万元变更为 5,952.37 万元，新增 2,952.37 万元注册资本，该部分成为信息全体股东均已完税。因此此次减资 9,000 万元中，减少的注册资本 2,952.37 万元在股改时已进行完税，涉及需要缴税的为减少的资本公积部分即 6,047.63 万元。

针对减少的资本公积 6,047.63 万元，标的公司已于 2026 年 4 月向所有股东支付相应减资款，标的公司向个人股东支付时已代扣其应缴纳个税，并将于次月及时缴纳；标的公司向成为一号、成为二号、成为三号、成为科技已足额支付相应减资金额，由相应持股平台在依法代扣代缴后将余额支付给有关合伙人，相应税款亦将于次月及时缴纳。

（3）减资不存在纠纷或潜在纠纷

针对此次减资，标的公司已按照相关法律法规及公司章程的规定履行了内部决策程序及通知债权人等外部程序，不存在债权人就本次减资事宜要求公司或其股东清偿债务或者提供相应的担保、提出诉讼或仲裁。标的公司本次减资不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）减资价格的确认方式及其合理性、公允性，减资款的支付安排及截至回函日的实际支付情况，减资及支付减资款及对标的资产生产经营、现金流以及本次交易评估作价、增值率的影响

1、减资价格的确认方式及其合理性、公允性

本次减资系成为信息综合考虑自身经营情况及延续分红而做出的决策，由全体股东同比例减少注册资本 2,952.37 万元，减资对价为 9,000 万元（其中注册资本减少 2,952.37 万元，资本公积减少 6,047.63 元），减资价格为 3.05 元/股。由于本次减资是全体股东同比例减资，因此减资价格具有合理性、公允性。

2、减资款的支付安排及截至回函日的实际支付情况，减资及支付减资款及对标的资产生产经营、现金流以及本次交易评估作价、增值率的影响

（1）减资款的支付安排及截至回函日的实际支付情况

截至回函日，标的公司减资款已全部支付完毕，具体情况如下：

单位：万元

股东	持股比例	减少注册资金 金额	减少资本 公积	减少资本公积 涉及个税	代扣个税后 实发金额
汪涛	37.4980%	1,107.08	2,267.74	453.55	2,921.27
张红梅	29.7303%	877.75	1,797.98	359.60	2,316.13
成为科技	11.0000%	324.76	665.24	-	990.00
蒋松林	7.0000%	206.67	423.33	84.67	545.33
杨海波	5.0000%	147.62	302.38	60.48	389.52
成为二号	3.3046%	97.56	199.85	-	297.41
成为一号	2.7324%	80.67	165.25	-	245.92
张虎	2.0000%	59.05	120.95	24.19	155.81
成为三号	1.7347%	51.21	104.91	-	156.12
合计	100.0000%	2,952.37	6,047.63	982.48	8,017.52

（2）减资及支付减资款及对标的资产生产经营、现金流以及本次交易评估作价、增值率的影响

根据评估报告，以 2025 年 9 月 30 日为基准日，成为信息 100% 股权收益

法评估值为80,500万元。考虑到前述减资事项,经交易双方协商,成为信息100%股权交易作价71,500万元。该定价系在收益法评估结果基础上,充分考虑基准日后减资行为导致的权益减少因素确定,定价公允合理,减资事项仅对交易定价水平产生影响,不影响标的资产持续经营能力及本次评估增值率的合理性。

本次减资仅影响标的公司净资产及货币资金规模,未对其业务体系、核心资产、经营能力及未来盈利预期产生不利影响,亦未改变收益法下未来现金流量测算基础。

四、结合有关法律法规,详细梳理并补充披露标的资产是否取得从事生产经营活动所必需的境内外全部经营资质、境外销售地当地监管机构相关认证,各类产品型号是否满足相应境内外产品认证资质、标准规范、产品核准等要求,目前所拥有资质及认证是否存在续期风险;其中尚未取得或尚未完成续期的手续办理进展及预期办毕时间、是否存在实质障碍及相应资质无法取得对持续经营的影响,对应产品销售情况、是否存在产品质量等纠纷,并结合有关法律法规披露标的资产在未取得全部资质的情况下销售产品的法律后果,是否存在被处罚的风险,是否可能构成重大违法违规,相关事项对标的资产的持续经营及本次交易评估作价的影响。

（一）标的资产是否取得从事生产经营活动所必需的境内外全部经营资质、境外销售地当地监管机构相关认证

1、标的公司生产经营活动所必须的境内外经营资质

标的公司及其子公司印度成为已取得的生产经营资质情况、管理体系认证等情况如下:

序号	主体	证书名称	证书编号	核发/备案单位	有效期
1	成为信息	《高新技术企业证书》	GR2023442067 92	深圳市财政局、国家税务总局深圳市税务局、深圳市科技创新委员会	2023.11.15-2026.11.14
2	成为信息	对外贸易经营者备案登记表	04996615	对外贸易经营者备案登记机关	-

序号	主体	证书名称	证书编号	核发/备案单位	有效期
3	成为信息	报关单位注册登记证书	443065069	中华人民共和国深圳海关	长期
4	成为信息	质量管理体系认证证书	21425Q0133R1M	深圳国衡认证有限公司	2025.06.20-2028.06.19
5	成为信息	环境管理体系认证证书	21425E0051R1M	深圳国衡认证有限公司	2025.06.20-2028.06.19
6	成为信息	职业健康安全管理体系认证证书	21425S00341M	深圳国衡认证有限公司	2025.06.20-2028.06.19
7	成为信息	固定污染源排污登记回执	91440300783921139K001W	/	2024.01.17-2029.01.16
8	印度成为	商品与服务税注册证	06AAGCC0207N1ZU	State Tax Officer (Delhi)	2017.07.01-长期
9	印度成为	进口商、出口商代码	0515021113	Directorate General of Foreign Trade, Ministry of Commerce	2015.06.19-长期

根据印度 Adlegus Law Consultants LLP 出具的《法律意见书》，通过 Adlegus Law Consultants LLP 对印度成为当前业务运营相关的注册文件和许可证的审查，印度成为已取得的注册文件足以支持公司的业务开展。

综上，标的公司已取得从事生产经营活动所必需的境内外全部经营资质。

2、境外销售地当地监管机构相关认证

标的公司/标的公司客户已取得境外销售地当地监管机构相关认证。参见本题回复之“（二）各类产品型号是否满足相应境内外产品认证资质、标准规范、产品核准等要求，目前所拥有资质及认证是否存在续期风险”之“2”部分。

（二）各类产品型号是否满足相应境内外产品认证资质、标准规范、产品核准等要求，目前所拥有资质及认证是否存在续期风险

1、境内主要产品认证资质、标准规范、产品核准等情况

根据《强制性产品认证目录》及《强制性产品认证目录描述与界定表（2023年修订）》，标的公司生产的产品中，属于移动用户终端（1606）（GSM/GPRS 用户终端设备、CDMA、CDMA1X、CDMA2000 用户终端设备、TD-SCDMA 用

户终端设备、WCDMA 用户终端设备、TD-LTE 用户终端设备等，以及使用以上制式的其它终端设备（包括车载、固定台、通信模块、无线数据终端、可穿戴式设备等）范围的，在境内销售时需取得强制性产品认证（CCC 认证）；根据《900MHz 频段射频识别（RFID）设备无线电管理规定》，标的公司生产的射频识别（RFID）无线电发射设备在境内销售时需向国家无线电管理机构申请无线电发射设备型号核准；根据《电信设备进网管理办法》，标的公司生产的产品中，属于无线电通信设备范围的，在境内销售时需获得工业和信息化部颁发的进网许可证。

标的公司报告期内在境内销售的产品取得的强制性产品认证（CCC 认证）、无线电发射设备型号核准证及进网许可证情况如下：

（1）强制性产品认证（CCC 认证）

序号	公司名称	证书编号	产品名称	证书到期日期
1	成为信息	2025011606818544	固定式 RFID 读写器(带 4G 通讯功能)	2030.10.15
2	成为信息	2025011606757185	多功能平板终端（带 4G 通讯功能）	2030.02.25
3	成为信息	2025011606805810	便携式数据处理器(带 2G,3G,4G 通讯功能)	2030.08.24
4	成为信息	2025011606805811	便携式数据处理器（带 2,3,4,5G 通讯功能）	2030.08.24
5	成为信息	2020011606321844	便携式数据处理器（移动/联通/电信 2G 3G 4G）	2030.08.06
6	成为信息	2022010904504466	热转印标签打印机、热转印条码打印机	2030.04.24
7	成为信息	2024011606669572	多功能平板终端（带 2G\3G\4G\5G 通讯功能）	2029.08.01
8	成为信息	2025011606759283	智能车载终端（带 4G 通讯功能）	2030.03.05
9	成为信息	2024011606731407	多功能数据采集终端（带 2G\3G\4G 通讯功能）	2029.11.28
10	成为信息	2023011606537268	便携式数据处理器（2/3/4/5G 功能）	2028.04.16
11	成为信息	2024011606711854	便携式数据处理器（带 4G 通讯功能）	2029.10.23

序号	公司名称	证书编号	产品名称	证书到期日期
12	成为信息	2024011606691036	便携式数据处理器（带 4G 通讯功能）	2029.09.09
13	成为信息	2022011606494619	便携式数据处理器（移动、联通、电信 2G 3G 4G）	2027.08.31
14	成为信息	2022011606492676	便携式数据处理器（移动、联通、电信 2G 3G 4G）	2027.08.24
15	成为信息	2021011606368144	便携式数据处理器（移动、联通、电信 2G 3G 4G）	2031.01.26
16	成为信息	2023011606555557	便携式数据处理器（带 2/3/4G 通讯功能）	2028.07.05
17	成为信息	2024010915683466	锂离子电池组	2029.05.17
18	成为信息	2022011606490333	便携式数据处理器（移动、联通、电信 2G 3G 4G）	2027.08.22
19	成为信息	2022011606460178	便携式数据处理器（移动、联通、电信 2G、3G、4G）	2027.04.05
20	成为信息	2024010915664993	锂离子电芯	2029.05.22
21	成为信息	2024010915664992	锂离子电芯	2029.05.23
22	成为信息	2022010904480869	条码打印机、标签打印机、热转印条码打印机、热转印标签打印机	2026.08.12
23	成为信息	2024010915609206	锂离子电池组	2029.01.11
24	成为信息	2023011606530217	便携式数据处理器（带 2/3/4G 通讯功能）	2028.03.15
25	成为信息	2017011606958763	智能车载终端（含双 4G）	2027.05.24
26	成为信息	2023010915589940	锂离子电池组	2028.10.10
27	成为信息	2023011606591738	便携式数据处理器（4G 通讯功能）	2028.11.29
28	成为信息	2022011606504840	便携式数据处理器（2/3/4G 通讯功能）	2027.11.27
29	成为信息	2022011606497423	便携式数据处理器（带 2/3/4G 通讯功能）	2027.09.14

(2) 无线电发射设备型号核准证

序号	公司名称	核准代码	设备名称	设备型号	有效期限	发证日期
1	成为信息	24C44P8EK 650	WCDMA/TD-LT E/LTE	V600S	5 年	2024.06.14

序号	公司名称	核准代码	设备名称	设备型号	有效期限	发证日期
			FDD/WLAN/蓝牙终端			
2	成为信息	24C44P8ED 974	GSM/WCDMA/ TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端	C6000	5年	2024.10.14
3	成为信息	26C44P8BU 404	TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端	C71	5年	2026.03.06
4	成为信息	2022CP0741	GSM/TD-SCDMA/WCDMA/cdma2000/TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端 /900MHz 频段 射频识别（RFID）设备	C72	2025.12.31	2022.08.16
5	成为信息	2021CP1157 2	GSM/TD-SCDMA/WCDMA/cdma2000/TD-LTE/LTE FDD/WLAN（WAPI）/蓝牙终端	CHAINW AYC90	2026.08.27	2022.08.16
6	成为信息	2023CP6671	GSM/WCDMA/ TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端/900MHz 频段射频识别（RFID）设备	CHAINW AYC5	2028.04.28	2025.04.30
7	成为信息	2023CP2949	GSM/WCDMA/ TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端	MC95	2028.12.31	2026.01.22
8	成为信息	2023CP9653	GSM/TD-SCDMA/WCDMA/TD-LTE/LTE FDD/WLAN （WAPI）/蓝牙终端	MC62	2028.12.31	2026.02.11

序号	公司名称	核准代码	设备名称	设备型号	有效期限	发证日期
9	成为信息	24C44P8E85 81	TD-LTE/LTE FDD/5G/WLAN/ 蓝牙终端	CHAINW AYP100	2028.08. 27	2025.08.15
10	成为信息	24C44P8EF 749	TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝 牙终端	CHAINW AYP100S	5 年	2025.01.27
11	成为信息	24C44P8EE 512	GSM/WCDMA/ TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝 牙终端	CHAINW AYP80	5 年	2024.06.11
12	成为信息	25C44P8EJ9 76	GSM/TD-SCDM A/WCDMA/cdm a2000/TD-LTE/L TE FDD/WLAN (WAPI)/蓝牙终 端	C66	5 年	2025.08.29
13	成为信息	2023CP1273 5	GSM/WCDMA/ TD-LTE/LTE FDD/5G/WLAN/ 蓝牙终端	MC50	2028.08. 11	2025.08.11
14	成为信息	2022DP1763 9	900MHz 射频识 别 (RFID) 设备	SR160	5 年	2022.11.07
15	成为信息	24F44P8E76 92	900MHz 频段射 频识别 (RFID) 无线电发射设备	CHAINW AYR1	2028.11. 25	2025.11.14
16	成为信息	24F44P8EN 233	900MHz 频段射 频识别 (RFID) /蓝牙设备	CHAINW AYR2	5 年	2024.08.12
17	成为信息	24F44P8E30 92	900MHz 频段射 频识别 (RFID) /蓝牙设备	CHAINW AYR3	5 年	2024.09.14
18	成为信息	24F44P8EH 196	蓝牙/900MHz 频 段射频识别 (RFID) 设备	R5	2028.05. 17	2025.05.30
19	成为信息	26F44P8E51 13	900MHz 频段射 频识别 (RFID) 无线电发射/蓝牙 设备	R6	5 年	2026.03.13
20	成为信息	25C44P8E00	TD-LTE/LTEFD	C63	5 年	2025.10.31

序号	公司名称	核准代码	设备名称	设备型号	有效期限	发证日期
		58	D/WLAN/蓝牙终端			
21	成为信息	24F44P8E90 73	蓝牙/900MHz 频段射频识别（RFID）无线电发射设备	CHAINW AY MR20	2028.11. 25	2025.11.14
22	成为信息	25C44P8E10 60	TD-LTE/LTEFDD/5G/WLAN/蓝牙终端	MC51	5 年	2025.10.21
23	成为信息	25F44P8ET1 32	900MHz 频段射频识别（RFID）无线电发射设备	CHAINW AY UR4	5 年	2025.05.16
24	成为信息	24F44P8EB8 80	900MHz 频段射频识别（RFID）无线电发射/蓝牙设备	URA4	2028.06. 24	2025.06.27
25	成为信息	24F44P8E58 81	2.4GHz 无线局域网/蓝牙/900MHz 频段射频识别（RFID）设备	CHAINW AY U300	5 年	2024.09.14
26	成为信息	25C44P8EG 087	TD-LTE/LTE FDD/WLAN/蓝牙终端	C61	5 年	2026.02.03

注：上述第 4 项证书已到期，标的公司正在申请续期。

（3）进网许可证

序号	公司名称	证书编号	设备型号	有效期限	发证日期
1	成为信息	17-D138-242327	V600S	2027.07.29	2024.07.29
2	成为信息	17-D138-242275	C6000	2027.07.12	2024.07.12
3	成为信息	17-D138-253042	C71	2028.09.16	2025.09.16
4	成为信息	17-D138-215016	C72	2028.01.10	2025.01.10
5	成为信息	17-D138-243224	C90	2027.09.25	2024.09.25
6	成为信息	17-D138-231791	C5	2026.06.12	2023.06.12
7	成为信息	17-D138-230734	MC95	2026.03.23	2023.03.23

8	成为信息	17-D138-232545	MC62	2026.08.07	2023.08.07
9	成为信息	17-D138-244078	P100	2027.12.19	2024.12.19
10	成为信息	17-D138-244171	P100S	2027.12.30	2024.12.30
11	成为信息	17-D138-241507	P80	2027.05.20	2024.05.20
12	成为信息	17-D138-254166	C63	2028.12.30	2025.12.30
13	成为信息	17-D138-241201	C66	2027.04.28	2024.04.28
14	成为信息	00-D138-239002	MC50	2028.09.16	2025.09.16
15	成为信息	17-D138-252953	MC51	2028.09.10	2025.09.10
16	成为信息	17-D138-260958	V600	2029.04.14	2026.04.14

注：上述第 7 项证书已到期，标的公司正在申请续期。

报告期内，除在售的 C61 正在补办进网许可证、V600 系列产品正在补办无线电发射设备型号核准、MC95 正在申请进网许可证续期、C72 正在申请无线电发射设备型号核准续期外，标的公司在境内销售的其他产品全部满足相应产品认证资质、标准规范、产品核准等要求，目前所拥有资质及认证不存在续期风险。

2、境外主要产品认证资质、标准规范、产品核准等情况

标的公司除在印度设立子公司开展印度当地销售外，在境外其他国家/地区不存在通过设立境外子公司、境外分支机构或办事机构等经营机构开展境外销售的行为；除印度外，标的公司在开展境外销售时，将产品以中国境内交货（EXW 或 FOB）的方式交付给境外客户。基于该等销售模式及标的公司对重点销售区域的资质管控安排，除印度、欧盟及美国由标的公司办理相关产品所需要的产品认证外，其他国家/地区由客户自行办理本国/本地区所需要的产品认证，在客户办理产品认证过程中，标的公司将提供必要的技术支持和配合。

报告期内，标的公司境外销售的主要销售国家/地区为：印度、欧盟、美国、俄罗斯、中国香港、南非、中国台湾、韩国及巴拿马（报告期内各期，标的公司销往前述国家和地区的销售收入占当期外销收入均在 80% 以上），标的公司的主要产品在主要外销区域销售所需取得/满足的资质、认证、标准规范等要求如下，标的公司/标的公司客户已取得境外销售地当地监管机构相关认证。

序号	国家或地区	法定资质、认证、标准规范等要求
1	印度	BIS 认证
2	欧盟	CE 认证、RoHS 认证
3	美国	FCC 认证
4	俄罗斯	EAC 认证
5	中国香港	无特殊认证要求
6	南非	ICASA 认证
7	中国台湾	NCC 认证、BSMI 认证
8	韩国	KC 认证
9	巴拿马	ASEP 认证

标的公司在印度、欧盟、美国销售的产品已由标的公司自行申请并取得所需要的认证；报告期内，标的公司在前述区域不存在因未办理相关产品资格认证而受到处罚的情况，标的公司与当地客户不存在质量纠纷，也未发生与产品质量、合同履行等相关的诉讼、仲裁。标的公司自行申请并取得的主要产品的境外认证如下：

序号	权利人	证书/报告类型	注册证号/报告编码	产品型号	发证日期/报告出具日期	有效期
1	成为信息	CE	21-21 1244	C66	2021.10.22	2026.10.21
2	成为信息	FCC	2AC6AC66P		2021.10.18	长期
3	成为信息	RoHS	SZ21040091R01		2021.05.12	/
4	成为信息	BIS	R-4114196		2025.08.12	2027.10.23
5	成为信息	CE	22-210499-22-220499	C72	2022.04.28	2027.04.27
6	成为信息	FCC	2AC6AC72P		2022.04.27	长期
7	成为信息	RoHS	SZ21090285R01		2022.04.20	/
8	成为信息	BIS	R-41033545		2026.02.18	2029.02.17
9	成为信息	CE	1177-200226	C61	2020.08.25	/
10	成为信息	FCC	2AC6AC61		2020.08.18	/
11	成为信息	RoHS	SET2020-05255		2020.07.21	/
12	成为信息	BIS	R-4114196		2025.08.12	2027.10.23
13	成为信息	CE	23-210875-23-220875	MC50	2023.11.17	2028.11.16

序号	权利人	证书/报告类型	注册证号/报告编码	产品型号	发证日期/报告出具日期	有效期
14	成为信息	RoHS	SZ23030320R01		2023.04.12	/
15	成为信息	CE	23-210606-23-220606	C5	2023.08.02	2028.08.01
16	成为信息	FCC	2AC6ACSP		2023.06.08	/
17	成为信息	RoHS	SZ22120014R01		2023.03.01	/
18	成为信息	CE	24-210068-24-220068	P80	2024.02.06	2029.02.05
19	成为信息	FCC	2AC6AP80P		2023.07.12	/
20	成为信息	RoHS	SZ23070066R01		2023.08.28	/
21	成为信息	BIS	R-41134210		2025.08.08	2027.07.08
22	成为信息	CE	23-210341-23-220341	MC95	2023.04.24	2028.04.23
23	成为信息	FCC	2AC6AMC95		2023.04.28	/
24	成为信息	RoHS	SZ22110261R01		2023.01.05	/
25	成为信息	BIS	R-4114196		2025.08.12	2027.10.23
26	成为信息	CE	22-210374-22-220374	C71	2022.03.31	2027.03.30
27	成为信息	FCC	2AC6AC71P		2022.04.14	/
28	成为信息	RoHS	SZ21090284R01		2022.04.12	/
29	成为信息	BIS	R-41033545		2026.02.18	2029.02.17
30	成为信息	CE	GUANO3-EU/17 Feb 2022 / Rev B	URA4	2022.02.17	/
31	成为信息	FCC	2AC6AURA4		2022.02.25	/
32	成为信息	RoHS	SET2021-17242		2021.12.20	/
33	成为信息	FCC	2AC6AC6000B	C6000	2021.01.28	/
34	成为信息	RoHS	SZ20110291R01		2020.12.11	/
35	成为信息	BIS	R-41033545		2026.02.18	2029.02.17
36	成为信息	CE	25-210058-25-220058	R6	2025.01.22	2030.01.21
37	成为信息	FCC	2AC6AR6P		2025.1.24	/
38	成为信息	RoHS	SZ19050189R01		2019.10.18	/

标的公司在俄罗斯、中国香港、南非、中国台湾、韩国及巴拿马销售的产品由当地客户自行申请并取得所需要的认证（如需要）；报告期内，标的公司在前述区域不存在因未办理相关产品资格认证而受到处罚的情况，标的公司与当地客户不存在质量纠纷，也未发生与产品质量、合同履行等相关的诉讼、仲裁。

（三）尚未取得或尚未完成续期的手续办理进展及预期办毕时间、是否存在实质障碍及相应资质无法取得对持续经营的影响，对应产品销售情况、是否存在产品质量等纠纷，并结合有关法律法规披露标的资产在未取得全部资质的情况下销售产品的法律后果，是否存在被处罚的风险，是否可能构成重大违法违规，相关事项对标的资产的持续经营及本次交易评估作价的影响。

1、尚未取得或尚未完成续期的手续办理进展及预期办毕时间、是否存在实质障碍及相应资质无法取得对持续经营的影响

根据前述分析，尚未取得或尚未完成续期的手续仅涉及境内资质，所涉及到的产品及资质情况如下：

产品	涉及补办/续期的资质	进展情况及预期办毕时间
C61	补办进网许可证	标的公司 C61 产品已在工业和信息化部政务服务平台系统提交电信设备进网许可，同时委托国务院产品质量监督部门认可的电信设备检测机构重重庆信息通信研究院进行检测。经标的公司确认，并查阅工业和信息化部政务服务平台系统公示的“办事指南”，标的公司补办进网许可证不存在实质障碍，预计 2026 年 4 月 30 日前可以取得证照。
V600	补办无线电发射设备型号核准	V600 产品已在工业和信息化部政务服务平台系统提交无线电发射设备型号核准申请，且已经工业和信息化部电子第五研究所检测完毕。经标的公司确认，并查阅工业和信息化部政务服务平台系统公示的“办事指南”，标的公司补办无线电发射设备型号核准不存在实质障碍，预计 2026 年 4 月 30 日前可以取得证照。
C72	无线电发射设备型号核准正在办理续期	C72 产品正在经国家无线电监测中心检测，经标的公司确认，并查阅工业和信息化部政务服务平台系统公示的“办事指南”，标的公司 C72 产品申请无线电发射设备型号核准续期不存在实质障碍，预计 2026 年 4 月 30 日前可以取得证照。
MC95	进网许可证正在办理续期	MC95 产品已在工业和信息化部政务服务平台系统提交电信设备进网许可，同时委托国务院产品质量监督部门认可的电信设备检测机构——重庆信息通信研究院进行检测；经标的公司确认，并查阅工业和信息化部政务服务平台系统公示的“办事指南”，标的公司 MC95 产品申请进网许可证续期不存在实

产品	涉及补办/续期的资质	进展情况及预期办毕时间
		质障碍，预计 2026 年 5 月 31 日前可以取得证照。

上述产品对应的资质的补办/续期不存在实质障碍，相应资质无法取得对标的公司持续经营无重大影响。

2、对应产品销售情况、是否存在产品质量等纠纷

报告期各期，C72、MC95 仅涉及资质续期，不存在实质性障碍；报告期内，涉及到补办资质的 C61、V600 的境内合计销售金额分别为 424.48 万元、806.19 万元、804.80 万元，收入占比较小，分别为 1.11%、2.40%、3.41%。报告期内，C61、V600、C72、MC95 的境内销售金额如下。

单位：万元

产品/销售金额	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
C61	478.55	486.26	258.10
V600	326.25	319.93	166.38
涉及补办证书的产品销售合计	804.80	806.19	424.48
C72	3,627.82	2,393.61	1,265.80
MC95	174.42	136.72	112.23
涉及资质续期的产品销售合计	3,802.24	2,530.33	1,378.03

标的公司未因在境内销售 C61、V600、C72、MC95 系列产品与客户或第三方发生质量纠纷。

3、结合有关法律法规披露标的资产在未取得全部资质的情况下销售产品的法律后果，是否存在被处罚的风险，是否可能构成重大违法违规

根据《中华人民共和国电信条例》第七十五条“违反本条例的规定，有下列行为之一的，由省、自治区、直辖市电信管理机构责令改正，处 1 万元以上 10 万元以下的罚款：（一）销售未取得进网许可的电信终端设备的；……”之规定，标的公司销售未取得进网许可证的 C61 及 V600 系列产品，存在被电信管理机构责令改正并处 1 万元以上 10 万元以下的罚款的风险。

根据《中华人民共和国无线电管理条例》第七十八条“销售依照本条例第四

十四条的规定应当取得型号核准而未取得型号核准的无线电发射设备的，由无线电管理机构责令改正，没收违法销售的无线电发射设备和违法所得，可以并处违法销售的设备货值 10% 以下的罚款；拒不改正的，并处违法销售的设备货值 10% 以上 30% 以下的罚款。”之规定，标的公司销售未取得型号核准的 C61 及 V600 系列产品，存在被无线电管理机构责令改正、没收违法销售的无线电发射设备和违法所得、并处违法销售的设备货值 10% 以下的罚款的风险。

根据标的公司取得的《公共信用信息报告》（无违法违规证明版），报告期内，标的公司在工业和信息化领域不存在受到处罚的记录。同时，根据《深圳市工业和信息化局行政处罚裁量权实施办法》第八条“有下列情形之一的，不予行政处罚：（一）违法行为轻微并及时纠正，没有造成危害后果的；……”、第九条“有下列情形之一的，依法从轻或减轻处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；……”之规定，鉴于标的公司已积极进行了整改，相关资质正逐步取得中，标的公司的违法行为符合不予行政处罚或从轻或减轻处罚的规定。

基于前述，标的公司未取得全部资质的情况下销售产品虽然有被行政处罚的风险，但该等违法行为不属于导致严重环境污染、重大人员伤亡或者社会影响恶劣的情形，且相关处罚依据未认定该行为属于情节严重的情形，根据《证券期货法律适用意见第 18 号》之规定，标的公司该等行为不属于重大违法行为，不构成重大违法违规。

4、相关事项对标的资产的持续经营及本次交易评估作价的影响。

标的公司已取得从事生产经营活动所必需的全部境内经营资质，主要产品均满足境内强制性标准、产品核准及认证要求；境外销售相关认证已由标的公司/标的公司客户按销售目的地监管要求取得。

报告期内标的公司产品销售未发生过产品质量纠纷、行政处罚或重大违法违规情形，标的公司不存在尚未取得或续期存在实质障碍的核心经营资质与产品认证，因此相关事项不会对标的公司持续经营构成重大影响，相关事项不会对本次交易评估作价产生重大影响。

上述内容已在重组报告书“第四节 交易标的基本情况”之“七、主营业务发展情况”之“(十二) 生产经营资质”补充披露。

五、补充说明两起诉讼案件的发生背景及原因、截至回函日的最新进展情况，相关应收账款、预付账款等资产的金额及减值计提情况，减值准备计提是否合理、充分，对本次交易评估作价的影响。

（一）补充说明两起诉讼案件的发生背景及原因、截至回函日的最新进展情况，相关应收账款、预付账款等资产的金额及减值计提情况，减值准备计提是否合理、充分

标的公司两起诉讼的具体情况如下：

第一起诉讼	
原告	成为信息
被告	南京鑫虹悦电子科技有限责任公司、刘玲、董怀永
诉讼发生背景及原因	原告成为信息与被告鑫虹悦在 2022 年 12 月 1 日签订《华东区核心包销代理商协议》，约定被告向原告采购手持移动数据采集器，固定式读写器，超高频模块，穿式读写器，多功能工业平板，扫描枪等产品在华东地区内经销，被告承诺在 2022 年 12 月 1 日起至 2023 年 12 月 31 日期间采购总货值为 1700 万元。签订协议后，被告没有完成月度、年度提货任务，仅提货 2,326,305 元，构成持续根本违约，根据“月结”的约定，被告在提货后拖欠货款 718,230 元未在 2023 年 4 月 30 日前付清，多次催告无果，应当向原告支付逾期付款的违约金。
截至回函日的最新进展情况	案件尚在一审审理过程中，2026 年 3 月 16 日，收到法院保全结果通知：冻结鑫虹悦在南京银行存款 861,876 元，目前处于法院调解阶段。
相关应收账款金额及减值计提情况	截至 2025 年 9 月 30 日，标的公司对其应收账款 71.82 万元，已 100% 单项计提坏账准备。
减值准备计提是否合理、充分	考虑到标的公司对其应收账款账龄为 2-3 年，且处于诉讼中，故已 100% 单项计提坏账准备，计提合理、充分。
第二起诉讼	
原告	成为信息
被告	广东中城智联科技有限公司
诉讼发生背景及原因	原告与被告分别于 2025 年 12 月 1 日、12 月 3 日签订 2 份《采购订单》（编号分别为：PO20251201022PO20251203001），约定由原告向被告采购 SAMSUNG 牌、型号为 KMDP6001DA-B425 的内存产品，数量分别为 6,000 个、8,000 个。在交易过程中，被告多次承诺

	所供货物为“全新原装正品”却始终拒绝签署书面质量保证协议，亦未能提供任何合法有效的产品来源证明或原厂质量检测报告。原告委托具备资质的第三方检测机构对部分样品进行专业鉴定，经鉴定，所交付的内存产品均为二手翻新，严重不符合合同约定的“全新原装正品”质量标准。
截至回函日的最新进展情况	案件尚在一审审理过程中，已缴纳诉讼费和保全费，等待法院保全程序。
相关预付账款金额及减值计提情况	已支付的货款金额合计 311.82 万元；该诉讼系发生在报告期基准日 2025 年 9 月 30 日之后，不影响报告期内财务数据。
减值准备计提是否合理、充分	不影响报告期内财务数据。

（二）对本次交易评估作价的影响

本次交易评估采用收益法评估，评估作价基于企业未来持续经营前提下的预期收益进行测算。上述诉讼事项系历史债权追偿事宜，不影响标的公司未来正常生产经营活动，亦不产生未来经营现金流入或流出，相关应收账款及预付账款的减值已充分计提、确认，不会对未来经营业绩及现金流构成额外影响。因此，该两起诉讼案件对本次交易评估作价无实质性影响。

六、会计师核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对前述事项，会计师主要实施了以下核查程序：

1、取得标的公司 2014 年-2017 年的财务报表，访谈标的公司总经理，了解业绩基础与变动预期，公开查询、分析同行业公司的估值情况；访谈标的公司财务主管，了解确认股份支付的依据及会计处理。

2、取得成为软件设立至注销的工商档案，访谈标的公司董事长，取得薛锴峰的调查问卷，了解成为软件原股东的背景及在标的公司的任职情况，确认其是否与成为科技及合伙人存在关联关系，了解 2016 年 11 月，成为软件将标的公司股权转让给成为科技的背景及原因，确认是否存在纠纷或潜在纠纷；测算转让

前后薛锷峰、郁丁持有标的公司的股权比例；取得成为软件将标的公司股权转让给成为科技，对应的标的公司程序性文件。

3、访谈标的公司董事长，了解标的公司减资的合理性，减资的程序合规性及税务合规性，是否存在纠纷或潜在纠纷，了解减资款的支付安排，了解减资对标的公司经营的影响；取得内外部程序性文件，确认是否同比例减资；取得标的公司本次交易的评估报告，确认对本次交易评估作价、增值率的影响。

4、访谈标的公司总经理，了解其境内外生产所需的资质情况，了解尚未取得或尚未完成续期的手续办理进展及预期办毕时间、是否存在实质障碍及相应资质无法取得对持续经营的影响、是否存在产品质量等纠纷，了解境外销售产品认证的责任主体，了解对本次交易评估作价的影响；公开检索标的公司境外销售当地相关认证的要求；获取标的公司境内外资质证书及资质汇总明细表；结合标的公司收入成本明细大表，分析处于续期手续及补办证手续的产品对应的销售情况；查阅相关法律法规，了解标的公司在未取得全部资质的情况下销售产品的法律后果。

5、取得两起诉讼案件的相关文件，访谈标的公司总经理，了解诉讼最新进展情况、对本次交易评估作价的影响，查阅标的公司账务上的会计处理方式。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、杨海波、张虎 2016 年增资入股构成股份支付，股份支付费用计提准确。

2、成为软件 2002 年设立，2021 年注销；成为软件注销前的股东中（除标的公司实控人汪涛外），未在标的公司任职，与成为科技及其合伙人不存在关联关系。

3、成为软件 2016 年 11 月将标的公司股权转让给成为科技具有合理性，已履行了相应程序，仅系持股主体的组织形式转换，转让前后相关人员间接持有标的公司的股权比例并无变动，股权转让价格公允，不构成股份支付。

4、标的公司减资具有合理性，减资的程序及税务合规，已履行内外部的程序，不存在纠纷或潜在纠纷。减资系各股东同比例减资，减资款均已支付，减资仅影响标的公司净资产及货币资金规模，本次交易定价系在收益法评估结果基础上，充分考虑基准日后减资行为导致的权益减少因素确定，定价公允合理，减资事项仅对交易定价水平产生影响，不影响标的资产持续经营能力及本次评估增值率的合理性。

5、标的公司已取得从事生产经营活动所必需的境内外全部经营资质，已取得境外销售地当地监管机构相关认证；具体到境外销售的各类产品，标的公司/标的公司客户已取得境外销售地当地监管机构相关认证；具体到境内销售的各类产品，标的公司境内销售的 C61 机型、V600 机型涉及补办证书，C72 机型、MC95 机型涉及续期，目前所拥有资质及认证不存在续期风险；前述 C61 等证书补办/续期不存在实质性障碍，且销售收入占比较小，对标的公司持续经营无重大影响；报告期内，标的公司对应产品销售，不存在产品质量等纠纷；标的公司未取得全部资质的情况下销售产品虽然有被行政处罚的风险，但不构成重大违法违规；相关事项不会对本次交易评估作价产生重大影响。

（以下无正文）

（本页无正文，为《信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）关于深圳证券交易所〈关于深圳市亿道信息股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金申请的审核问询函〉回复之核查意见》之签字盖章页）

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）



中国注册会计师：

王



中国注册会计师：

孙



中国 北京

二〇二六年四月十六日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

5

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

6

51 登德盛致平
notaryship of Inverness & Inuma A

单一机构转接，转合德盛致平证书
single way (continuous) will transfer of certificate
Inverness & Inuma A

日期 年 月 日

EP6G3000001E 黑王

10101005

10

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

7

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

8

注册税务师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

日期 年 月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

日期 年 月 日

11

注册税务师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

日期 年 月 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

日期 年 月 日

12

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

姓名 王熙
Full name

性别 女
Sex

出生日期 1983-08-05
Date of birth

工作单位 立信会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
Working unit

身份证号码 430526198308050029
Identity card No.

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after

证书编号: 310000000945
No. of Certificate

批准注册协会: 深圳注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2015 年 08 月 15 日
Date of Issuance

姓名: 王熙
证书编号: 310000000943

2015年7月30日
年度注册

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after

证书编号: 310000000945
No. of Certificate

批准注册协会: 深圳注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2015 年 08 月 15 日
Date of Issuance

姓名: 王熙
证书编号: 310000000943

2015年7月30日
年度注册



姓名 孙玉巧
 Full name _____
 性别 女
 Sex _____
 出生日期 1991-11-04
 Date of birth _____
 工作单位 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)深圳分所
 Working unit _____
 身份证号码 430522199111641427
 Identity card No. _____

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



年 /y
 月 /m
 日 /d

110101360909
 孙玉巧
 深圳市注册会计师协会

110101360909

证书编号:
 No. of Certificate

批准注册协会:
 Authorized Institute of CPAs

2021

发证日期:
 Date of Issuance

年 /y
 月 /m
 日 /d



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



姓名: 孙玉巧
 证书编号: 110101360909

年 /y
 月 /m
 日 /d

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



孙玉巧 110101360909

年 /y
 月 /m
 日 /d

证书序号: 0014624

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书



名称: 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)
 首席合伙人: 谭小青
 主任会计师:
 经营场所: 北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦A座8层

组织形式: 特殊普通合伙
 执业证书编号: 11010136
 批准执业文号: 京财会许可[2011]0056号
 批准执业日期: 2011年07月07日



营业执照

(副本)(3-1)

统一社会信用代码

91110101592354581W



扫描市场主体身份码
了解更多登记、备案、
许可、监管信息，体
验更多应用服务。

名称 信永中和会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 李晓英、宋朝学、谭永青

出资额 6000 万元

成立日期 2012年03月02日

主要经营场所 北京市东城区朝阳门北大街8号富华大厦
A座8层



经营范围

许可项目：注册会计师业务；代理记账。（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：企业管理咨询；
税务服务；破产清算服务；业务培训（不含教育培训、职业技
能培训等需取得许可的培训）；信息咨询服务业（不含许可类信
息咨询服务）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、
技术转让、技术推广；软件开发；软件销售；信息系统集成服
务；信息技术咨询服务；网络与信息安全软件开发；信息系统
运行维护服务；数据处理服务；计算机软硬件及辅助设备零售。
（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。）



登记机关

2025年09月22日