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 1-377

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/2026SZAA5F0126

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。

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、产品特性及应用领域

标的公司**按主营业务收入类别划分，**主要产品**和业务包括**智能数据采集终端、

配件、模块及组件、智能车载业务等。产品广泛应用在工业生产环境当中，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**适配**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。**具体细分产品特性、应用领域及销售分布特征如下：**

（1）便携式数据采集终端的产品特性、应用领域及销售分布特征

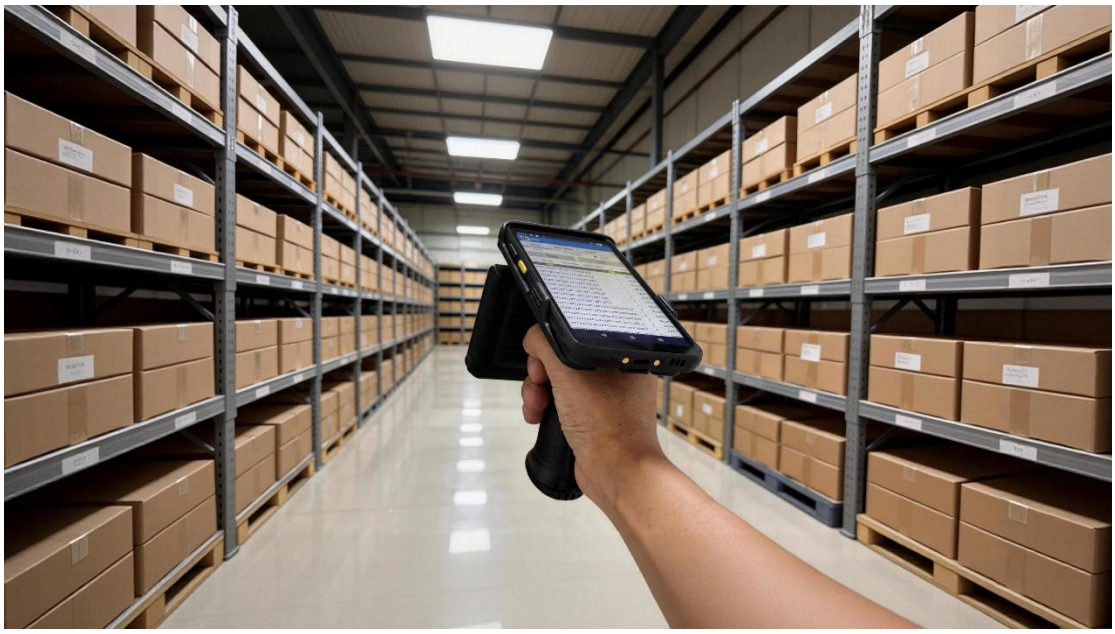
便携式数据采集终端，包括各类手持终端、穿戴式设备及工业平板等可移动的智能硬件产品。其核心特征“便携性”主要体现在设备的物理形态上，即具备体积小、重量轻、可手持或随身携带的特点，并内置电池以实现长时间离线工作，从而允许使用人员将其方便地携带至不同工作点位进行操作，摆脱了固定电源与有线网络的物理束缚，实现了数据采集与处理的移动化。

该类终端主要用于在移动工作场景下，快速、准确地完成信息识别、采集、处理与实时回传。其核心功能是通过集成条码扫描、RFID 读写、图像采集、数据存储、无线通信等多种技术模块，将物理世界的物品、位置、状态等信息转化为数字化数据，并实时或准实时地与后台管理系统进行交互，实现业务流程的现场闭环管理。

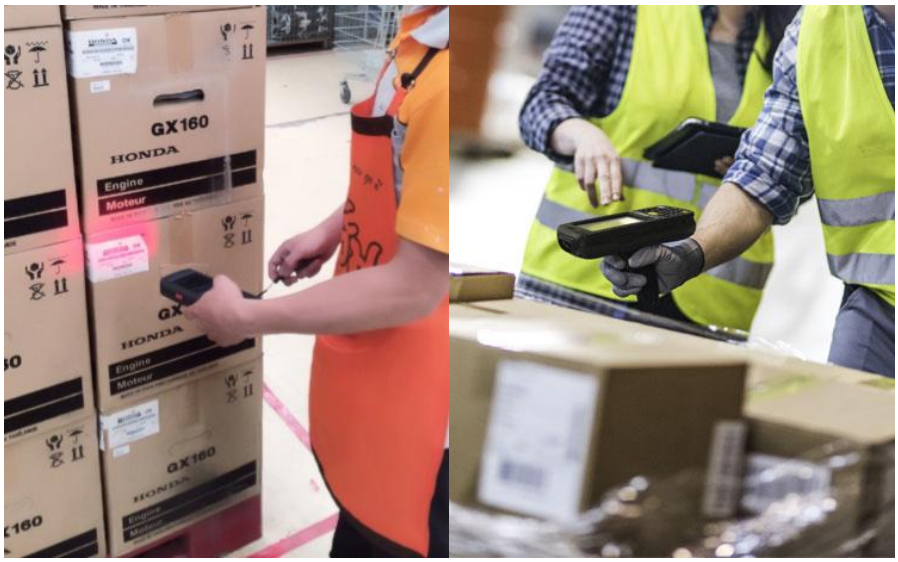
其应用场景广泛，具体业务环节包括但不限于：在物流仓储领域，操作人员可手持终端在仓库内移动，完成数十至数百米范围内的货物入库清点、货架间穿梭拣选、出库复核等环节；在零售门店中，员工可使用终端在卖场各处进行商品盘点、价格查询或移动收银，活动范围覆盖整个门店；在设备巡检与维护现场，技术人员可携带终端前往各类设备安装点（如工厂车间、通信基站等），在设备旁完成状态检查、故障诊断与维修记录等工作。这些场景均体现了终端随人移动、在作业现场直接进行数据交互的核心价值。

便携式数据采集终端应用场景示意图（RFID 读写）





便携式数据采集终端应用场景示意图（扫码读写）



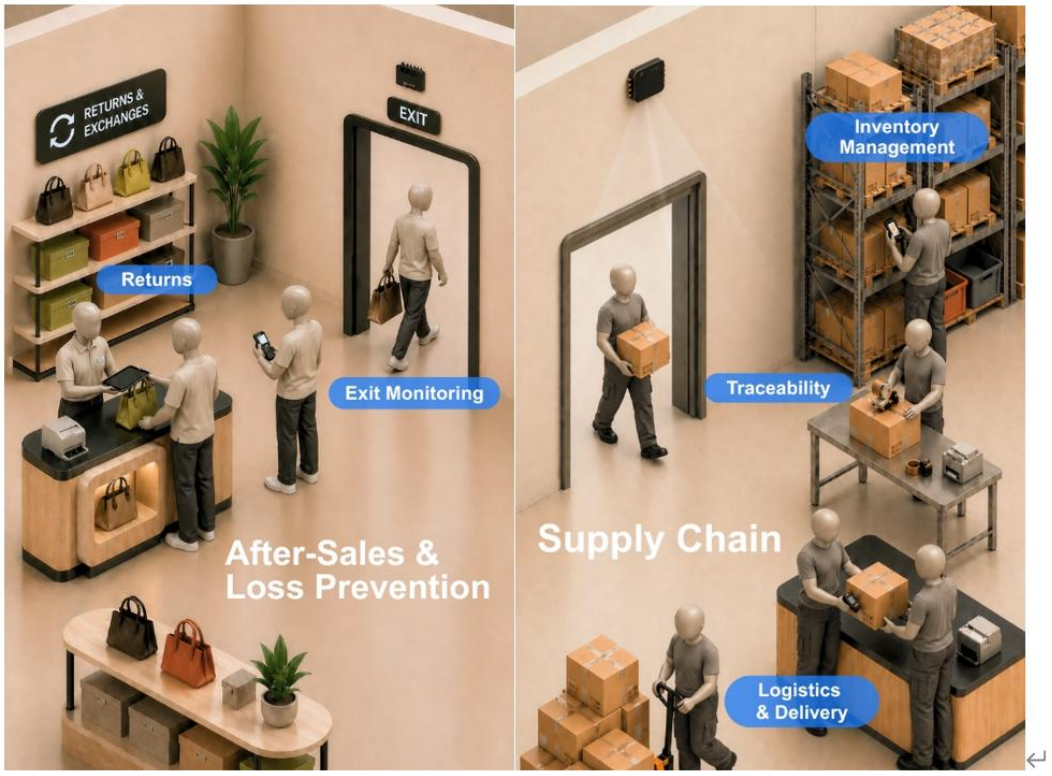
基于上述产品特性和应用场景，便携式数据采集终端客户群体不仅数量庞大，而且分散程度高，单点采购规模可能从十几台到上千台不等。面对这种市场需求碎片化、单点服务成本高的特征，纯粹的直销模式难以实现经济、高效的全面覆盖。因此，标的公司需要借助经销网络的力量，利用经销商广泛的本地化渠道与客户资源，快速触达并服务海量的中小型客户。与此同时，对于部分大型物流企业、全国性零售连锁集团等客户，其采购量大、定制化要求高且需要深度、长期的技术支持，需要由标的公司的直销团队直接对接，以确保服务的专业性与响应速度。这种市场需求的特征，直接导致了便携式产品线直销与经销并存的收入分布格局，两者相辅相成，共同支撑了该产品线的市场渗透与收入规模。

（2）固定式数据采集终端的产品特性、应用领域及销售分布特征

固定式数据采集终端，主要包括各类需固定部署的超高频 RFID 读写器、通道门式读写设备及集成化一体机等。其核心特点在于“固定式”安装与自动化运行，通常被部署于业务流程中的关键节点位置，如仓库或厂区的出入口、生产线工位、传送带侧方、零售门店入口等，并接入电源与网络，实现 7x24 小时不间断工作。与便携式终端相比，其优势并非移动性，而在于稳定、大流量、无人化的自动数据采集能力。

该类终端的主要用途，是在既定的物理节点上，自动、批量、远距离地识别附着在物品、托盘或车辆上的 RFID 标签，实现物品的自动进出库记录、流水线工序追踪、实时库存盘点、防盗窃或防窜货管理等。其工作过程无需人工干预，采集到的数据实时上传至客户的仓库管理系统、制造执行系统或零售管理平台，成为客户自动化流程中不可或缺的感知与控制环节。

固定式数据采集终端应用场景示意图（门口上方）



在具体应用场景中，其部署与作业具有明确的定位性。例如，在智能仓储中，通道门设备通常安装在仓库收货月台或发货口，对进出卡车的整托盘货物进行米级距离的批量盘点；在生产线上，固定读写器被集成在装配工位，对流水线上移动的产品进行近距离的工序绑定与状态记录；在零售门店，集成于出口的设备可在消费者携带商品经过时，于特定区域内完成商品的自动识别与核对。因此，固定式产品的销售以直销模式为主导，由标的公司的销售与技术团队对接终端客户或系统集成商，以确保产品的顺利交付与稳定运行。

从销售区域看，智能数据采集终端在全球工业信息化进程中存在普适性需求。境外市场，尤其是欧美地区，对产品品质、品牌及认证体系要求较为严苛，竞争集中在少数国际头部品牌之间，这为标的公司凭借高性价比与定制能力切入并获取相对较优的定价提供了空间。境内市场需求同样旺盛，但竞争更为多元，价格敏感度相对较高。标的公司在早期便注重国际化战略，使其得以提前完成技术、认证与渠道的海外布局，从而能够持续获取境外订单。报告期内境外收入占比的进一步提升，系标的公司主动强化质量与效益导向、积极拓展境外市场的结果。

（3）配件、模块及组件的产品特性、应用领域及销售分布特征

配件、模块及组件收入类别包括超高频 RFID 模块及组件、配件。超高频 RFID 模块作为数据采集系统的核心处理单元，其技术集成度较高，通常需要根据客户的主设备规格、读写协议及软件平台进行适配，因此主要由标的公司直接销售，经销模式在此类产品销售中占比较低。从销售区域分布看，超高频 RFID 模块的销售目前以境内市场为主，这主要系境内工业自动化、智慧物流等领域的企业在推进数字化改造时，往往对设备的定制化、集成响应速度及本地化技术支持有更快速、更迫切的要求，公司通过直销模式能够更直接、高效地响应这些需求，从而在境内市场形成了较强的粘性与竞争力。

与之相对，相关配件（如专用支架、背壳等）则属于相对标准化的配套产品，客户在采购标的公司智能数据采集终端整机的同时额外采购配件，或在后续使用中会产生对配件的持续性消耗、补充或替换需求。这类采购决策相对简单，注重供应的及时性与便捷性，对深度技术服务的依赖较低。因此，无论是通过直销还是经销，都会产生对配件的复购需求，进而使得该类产品直销和经销收入均较多。从销售区域分布看，配件产品销售以境外为主，主要系配件需求高度依赖于其配套的主设备（智能数据采集终端）的存量与增量市场区域分布。如前所述，标的公司智能数据采集终端的销售收入以境外市场为主导，其已售出的终端设备在境外市场形成了庞大的保有量，由此衍生出了对配件持续、稳定的更换与补充需求。

（4）智能车载业务的产品特性、应用领域及销售分布特征

智能车载业务主要根植于国内驾驶培训的学时管理政策，需求限定于境内市场。其服务对象主要为各地行业主管部门及驾培机构，标的公司提供符合特定监管规范的数据采集、管理与传输服务。因此，该类业务整体呈现以直销、境内销售为主的特征。

3、发展历程

在 2005 年成立伊始，标的公司主要从事交通智能软件、智能驾培等智能车载业务，在业内积累了较为丰富的客户和项目资源。彼时标的公司收入集中在境内，且以直销模式为主。2015 年前后，随着 RFID 和自动识别与数据采集产业在国内的兴起，标的公司瞄准这一蓝海市场，通过组建研发团队快速切入，成为较早一批布局该领域并具备与全球厂商竞争能力的中国本土企业。2016 年，标的公司在该业务板块实现数千万元收入并盈利。此后，标的公司进入快速发展阶段，至 2019 年营业收入规模已稳定在 3 亿元以上，且持续盈利，经营情况未发生重大不利变化。

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。

在经营模式层面，自聚焦自动识别与数据采集业务以来，标的公司的整体经营方式保持稳定。其业务模式建立在自主研发与核心产品力的基础之上，并长期依托与经销商所建立的紧密合作关系进行市场开拓。这使得标的公司能够高效覆盖广泛客户群体，尤其擅长服务通过渠道伙伴触达的项目与客户。与此同时，对于部分对产品定制、技术对接或服务响应有深度要求的行业头部客户

及大型项目，标的公司亦建立了直接的销售与技术支持团队。因此，当前报告期中呈现的直销与经销相结合的销售结构，是标的公司在长期经营实践中，针对不同客户类型、项目复杂度及服务需求所形成的，具有显著的延续性与稳定性。

在销售区域分布上，标的公司的境内外业务发展呈现出较为明显的战略驱动特征。标的公司自动识别与数据采集业务境内与境外市场在早期同步发展，收入份额大致相当。其国际化布局起步较早，例如 2015 年即在印度设立子公司。报告期内，标的公司进一步明确了面向高端市场、追求高毛利业务的经营战略，并将海外市场的高价值客户作为重点拓展目标，从而使得境外业务收入占比持续提升，并在近年达到较高比例。境内业务的收入波动主要受境内市场竞争加剧、特定客户项目周期及预算调整等因素的影响。因此，标的公司销售区域分布经历了从相对均衡到境外为主导的演变，是其基于全球市场机遇与自身比较优势所做出的战略选择，具有充分的商业合理性。

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、市场情况

全球物联网及自动识别与数据采集市场持续扩容，为行业参与者提供了广阔的增长空间，发展态势明确。根据 Statista 数据，全球物联网市场规模预计将从 2025 年的 4,198 亿美元增长至 2034 年的超过 9,080 亿美元，年复合增长率约为 8.95%。在细分领域，根据 QYResearch 数据，全球 RFID 智能手持终端市

场销售额预计将从2025年的6.68亿美元增至2032年的10.95亿美元。其中，中国市场预计将从2025年的2.31亿美元增长至2032年的3.84亿美元，占全球市场份额稳定在约35%。因此，规模更大、增速可观的境外市场（占据全球约65%份额）为业内企业的业务拓展提供了核心外部驱动力。标的公司境外销售收入占比较高且呈增长趋势，符合全球行业发展趋势。

此外，由于境外市场（尤其是欧美等发达地区）的自动识别与数据采集市场空间广阔且发展成熟，下游客户层级分布广泛，使得标的公司在境外市场呈现出直销与经销并存的格局。一方面，存在众多对产品性能、可靠性和长期技术服务有深度要求的大型企业及系统集成商，需要标的公司通过直销进行直接、紧密的技术对接与定制化开发。另一方面，市场中也存在着大量分布广泛、需求标准化的中小型客户，通过本地化的经销网络进行覆盖，能够更高效地实现市场渗透并提供快速的本地服务。因此，境外市场的直销与经销并存，是公司为全面应对境外市场不同层级客户需求而采取的策略。

另一方面，在境内市场，自动识别与数据采集设备与RFID解决方案通常被视为企业进行数字化、智能化升级的重要工具，其采购往往与客户的整体生产或管理系统改造项目相关联。因此，需求较多地集中在预算相对充足、采购规模较大的行业头部大型企业中。这些客户在采购时，通常不仅关注产品本身，也对前期的定制化适配、中后期的系统集成与售后有比较高的要求，因此更倾向于与设备厂商直接对接，以确保需求准确落实和服务响应效率。同时，这类项目多采用招投标方式采购，这也促使标的公司以直销主体身份直接参与。因此，标的公司境内销售以直销为主导，符合行业及市场情况。

6、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。

7、销售区域分布、各销售模式收入分布的合理性

标的资产行业特点方面，标的公司所处的自动识别与数据采集行业下游应用广泛且分散，定制化和差异化特征显著。行业特性决定了企业需建立能够同时满足深度服务与广度覆盖的销售网络，采用直销与经销相结合的模式是业内应对市场分散化、需求多样化的普遍且合理的选择。

产品特性及应用领域方面，不同细分产品类型所具有的不同特性，使得其在销售模式、境内外收入分布上存在一定差异。其中，便携式数据采集终端因应用场景分散、客户多元，采用了直销与经销相结合的模式，境外销售占比高于境内；固定式数据采集终端因与场景的集成度较高，则以直销模式为主，以境外市场为主。超高频RFID模块因技术集成度高，存在适配需求，销售以直销为主并集中于境内；配件类产品标准化相对较高，其销售兼容直销与经销，并因配套整机存量市场分布而以境外为主。智能车载业务则因显著的政策性和地域性，表现为直销为主、境内销售的特征。

发展历程方面，标的公司自切入自动识别业务以来，经营模式保持稳定。发展早期即进行国际化布局，为境外市场拓展奠定基础。报告期内，标的公司明确向高端市场倾斜的战略，直接推动了境外收入占比的持续提升。

下游客户分布方面，呈现客户分布广泛、集中度低的行业典型特征。面对不同层级客户的需求差异：大型行业客户、系统集成商的项目通常需要直销团队直接服务；数量众多、分布广泛的中小型客户，则依赖经销网络进行触达与服务；除上述主要分布特点外，为匹配海外区域市场的行业客户的多样化服务需求，标的公司亦会选择与本土服务经验丰富的经销商合作，共同服务大型行业客户。标的公司现有的销售模式结构，有效匹配了上述客户分布特征。

市场情况方面，全球物联网及AIDC市场空间持续扩容，且境外市场规模占据主导，因此为标的公司境外收入实现较大规模且占比较高提供了外部基础。同时，境内外市场客户结构存在差异：境内需求更多集中于大型项目，助推了

直销主导的模式；境外市场客户层级更为丰富，使得直销与经销相结合的策略在该区域更为适用。标的公司收入分布与全球市场趋势及区域特点相符。

同行业可比公司情况方面，国内外主要可比公司普遍采用直销与经销/代理相结合的全球化销售网络。直销用于服务关键客户与复杂项目，经销用于拓展市场份额。标的公司的销售策略与行业惯例保持一致，其模式选择具备普遍性与合理性。

综上所述，**报告期内，标的公司主要采用直销与经销相结合的销售模式，以境外销售为主，境内销售为辅。**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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
内销	**39.12%**	**37.53%**	35.42%
外销	**40.26%**	**45.01%**	47.41%

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。**2026 年 1-3 月，内销毛利率进一步上升，外销毛利率进一步下降，使得二者较为接近，主要原因：**

一是内销业务毛利来源主要包括便携式数据采集终端和智能车载业务，其中便携式数据采集终端因不同毛利率客户的收入结构变动导致毛利率上升，而基本发生于境内的智能车载业务其整体毛利率达60%以上，对内销毛利率起到较好的支撑作用，共同使得本期内销毛利率较2025年度有所提升；二是外销业务毛利主要来源于便携式数据采集终端，受到采购量增长较快的境外主要客户的降本需求、外币对人民币汇率下降，以及部分主要原材料价格上涨等因素共同影响，外销毛利率整体下降。

报告期内，标的公司智能车载业务基本为内销收入，除智能车载业务外其他主要产品的内外销毛利率及收入占比情况如下：

项目	2026年1-3月		2025年度		2024年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
便携式数据采集终端	37.03%	79.99%	39.01%	79.32%	39.92%	80.87%
其中：内销	32.37%	19.75%	28.43%	24.29%	27.13%	27.47%
外销	38.56%	60.24%	43.68%	55.02%	46.50%	53.40%
固定式数据采集终端	41.63%	5.44%	41.47%	5.26%	43.27%	3.53%
其中：内销	31.26%	1.22%	36.93%	1.13%	35.20%	1.25%
外销	44.63%	4.22%	42.71%	4.13%	47.67%	2.28%
配件、模块及组件	42.38%	6.72%	53.29%	6.60%	50.47%	6.18%
其中：内销	10.61%	2.59%	33.29%	2.12%	31.52%	1.77%
外销	62.25%	4.14%	62.74%	4.48%	58.06%	4.41%

（1）便携式数据采集终端境内外毛利率差异说明

报告期内，便携式数据采集终端外销收入占比分别为53.40%、55.02%和60.24%，内销收入占比分别为27.47%、24.29%和19.75%，外销占比高于内销。便携式数据采集终端外销毛利率分别为46.50%、43.68%和38.56%；内销则为27.13%、28.43%和32.37%，外销毛利率高于内销毛利率，且内销毛利率持续在上升。便携式数据采集终端是标的公司重点布局和投入的领域，也是核心优势产品类别，定价自主权更大。标的公司在该领域拥有深厚的研发积累与市场经验，凭借产品的高可靠性、定制化能力及稳定的客户服务，并经过长期的国际

市场耕耘，标的公司已在以欧美为代表的成熟市场建立起一定的品牌价值、客户关系和渠道资源网络。同时，加之境外客户尤其是行业大型头部企业更倾向于为高附加值的可靠产品和深度服务支付溢价，因此产品的外销毛利率显著高于内销毛利率。

2026 年 1-3 月，内销毛利率上升较快，主要系不同毛利率客户的收入结构变动所致：一方面，2025 年度内销第一大客户时易中收入占比在 2026 年 1-3 月继续提升，同时其毛利率高于内销平均水平，带动 2026 年 1-3 月内销毛利率的提升，时易中毛利率较高，主要系因为其通过亚马逊等跨境电商平台向欧美地区销售标的公司产品，其境外渠道布局及下游客户结构与其他内销客户存在一定差异所致；另一方面，2025 年度部分毛利率较低的主要境内客户在 2026 年 1-3 月基本未出货，因此使得 2026 年 1-3 月的平均毛利率上升。同时，外销毛利率下降较快，主要系采购量增长较快的境外主要客户的降本需求、外币对人民币汇率下降，以及部分主要原材料价格上涨等因素共同影响所致。

更进一步分析，报告期各期，标的公司对时易中销售的便携式数据采集终端收入分别为 1,263.25 万元、1,096.63 万元和 310.97 万元，占同期便携式数据采集终端内销收入的比例分别为 13.71%、14.21%和 18.74%，呈持续提升态势。一方面，时易中主要通过亚马逊等跨境电商销售，2025 年度受终端客户需求影响销售规模有所回落，2026 年 1-3 月随终端需求恢复，对其销售相应回升，按年化口径较 2025 年度增长约 13%；另一方面，2026 年 1-3 月便携式数据采集终端内销整体收入按年化口径较 2025 年度下降约 14%。分子回升与分母下降共同导致其收入占比由 14.21%升至 18.74%。由于其毛利率高于该业务内销平均水平，该占比提升相应拉高了内销综合毛利率，经测算，时易中对便携式数据采集终端内销综合毛利率的贡献由 2025 年度的 5.44 个百分点升至 2026 年 1-3 月的 7.10 个百分点，即贡献内销毛利率升幅 3.94 个百分点中的约 1.66 个百分点。

（2）固定式数据采集终端境内外毛利率差异说明

报告期内，固定式数据采集终端外销收入占比分别为 2.28%、4.13%和 4.22%，内销收入占比分别为 1.25%、1.13%和 1.22%，外销占比高于内销。固定式数据采集终端外销毛利率分别为 47.67%、42.71%和 44.63%；内销则为 35.20%、36.93%和 31.26%，外销毛利率高于内销毛利率。该产品需集成于客户自动化产线、仓储系统等关键流程节点，标的公司在此领域依托自主研发的超高频 RFID 核心算法与模块技术，能够针对特定应用场景提供高精度识别、多标签防冲撞及复杂环境自适应等功能及开发选项。境外市场，特别是对生产连续性、数据采集可靠性有较高要求的欧美高端制造与物流企业，对此类集成解决方案存在刚性需求，进而对供应商的技术底蕴、项目经验及全生命周期服务能力更为看重，定价考量侧重于项目的整体价值释放与长期稳定性，这为具备成熟解决方案交付能力的标的公司提供了获取合理技术溢价的空间。因此，该产品的外销毛利率较高。

2025 年度，外销毛利率下降较快，使得内外销毛利率差异进一步收窄，主要系 infotek 在当期大批量采购该类产品（前一年度无采购），成为该品类在境外市场的第一大客户，标的公司对此给予了一定的价格优惠，产品毛利率较低，进而拉低整体外销毛利率所致。

（3）配件、模块及组件产品境内外毛利率差异说明

报告期内，配件、模块及组件外销收入占比分别为 4.41%、4.48%和 4.14%，内销收入占比分别为 1.77%、2.12%和 2.59%，外销占比高于内销。配件、模块及组件外销毛利率分别为 58.06%、62.74%和 62.25%，内销毛利率分别为 31.52%、33.29%和 10.61%，外销毛利率远高于内销毛利率。

2026 年 1-3 月内销毛利率较低，主要系当期销售占比较为集中，标的公司对部分呆滞物料进行了低价处置，拉低了整体品类毛利率所致，该等处置系临时和偶发行为，不具有长期持续性。配件等作为标的公司自有终端产品的专用配套品、消耗品和维护件，其采购需求衍生于标的公司终端整机的存量与增量市场，因此在内外销毛利率差异特征及原因上与智能数据采集终端产品保持一致。境外客户，出于确保设备系统整体兼容性、运行可靠性及维护效率的考虑，

对原厂配件拥有较为显著的采购偏好，价格敏感度相对更低，使得外销毛利率较高。而境内市场的可选面较广，功能样式较多，客户比价议价较为充分，故内销毛利率较低。

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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
一、直销模式	**42.79%**	**43.32%**	**43.22%**
集成客户	**43.20%**	**40.13%**	41.41%
普通客户	**47.37%**	**54.29%**	54.29%
ODM/OEM 客户	**38.02%**	**36.72%**	34.34%
贸易商	**43.54%**	**39.87%**	40.52%
二、经销模式	**37.21%**	**41.06%**	**41.81%**

报告期内，标的公司直销模式毛利率高于经销模式毛利率。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。

报告期内，标的公司主要产品的经销和直销的毛利率及收入占比情况如下：

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
智能数据采集终端	37.32%	85.43%	39.16%	84.58%	40.06%	84.39%
其中：经销	34.66%	46.69%	38.68%	38.27%	39.57%	29.72%
直销	40.53%	38.73%	39.55%	46.31%	40.32%	54.67%

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
智能车载业务	73.02%	6.51%	68.12%	7.49%	66.12%	7.83%
其中：经销	68.29%	1.68%	67.64%	1.61%	68.47%	1.53%
直销	74.66%	4.83%	68.25%	5.89%	65.55%	6.29%
配件、模块及组件	42.38%	6.72%	53.29%	6.60%	50.47%	6.18%
其中：经销	61.20%	3.06%	56.78%	3.06%	54.67%	2.08%
直销	26.67%	3.66%	50.26%	3.53%	48.34%	4.10%

由上表，从 2024 年和 2025 年两个完整年度来看，标的公司同一产品类别的经销和直销毛利率整体较为接近，差异较小。再具体到核心产品智能数据采集终端，报告期各期智能数据采集终端的直销毛利率保持在 40%左右，较为稳定。2026 年一季度智能数据采集终端经销毛利率比直销毛利率低 5.87%，主要系因为：（1）标的公司对部分采购量较大的境外经销客户（比如 Venura Enterprises、Interway）给予一定合理的价格调整；（2）境外经销收入占比有所提升，报告期各期境外经销商收入占外销收入的比例分别为 38.79%、51.61%及 59.39%，受外币对人民币汇率下降影响，亦使得标的公司智能数据采集终端经销毛利率有所下降。

该等差异并非由不同销售模式导致，本质上是不同销售模式下所对应的客户结构差异的结果。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条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。同行业公司在不同市场和不同销售渠道间亦会存在毛利率的结构性差异，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予经销商返利，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	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、境内销售	**2,554.24**	**30.40%**	**11,304.08**	**35.58%**	**13,045.79**	**38.90%**
华东地区	**649.05**	**7.72%**	**3,148.86**	**9.91%**	4,382.30	13.07%
华南地区	**1,097.51**	**13.06%**	**4,212.50**	**13.26%**	5,235.60	15.61%
西南地区	**403.57**	**4.80%**	**1,798.38**	**5.66%**	1,762.26	5.26%
华北地区	**157.08**	**1.87%**	**1,082.40**	**3.41%**	667.68	1.99%

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
西北、华中及东北地区	247.04	2.94%	1,061.94	3.34%	997.95	2.98%
二、境外销售	5,848.76	69.60%	20,463.84	64.42%	20,488.50	61.10%
欧洲	1,218.53	14.50%	4,285.49	13.49%	5,795.46	17.28%
亚洲	2,780.80	33.09%	10,743.59	33.82%	8,806.52	26.26%
北美洲	1,011.93	12.04%	3,171.82	9.98%	3,688.04	11.00%
其他	837.50	9.97%	2,262.94	7.12%	2,198.49	6.56%
合计	8,403.00	100%	31,767.92	100%	33,534.29	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 20,488.50 万元、**20,463.84 万元及 5,848.76 万元**，占**主营业务收入比例**分别为 61.10%、**64.42%及 69.60%**，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 13,045.79 万元、**11,304.40 万元及 2,554.24 万元**，占比分别为 38.90%、**35.38%及 30.40%**，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。

2024 年、2025 年及 2026 年一季度，标的公司外销客户数量分别为 700 余家、700 余家、300 余家，各期外销客户合计 1,100 余家，内销客户数量分别为 1,100 余家、1,000 余家、400 余家，各期内销客户合计 1,500 余家，标的公司客户整体呈分散程度较高、小客户较多的特点。成为信息境外销售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。

成为信息境外直接销售的代表性客户包括：Denso Wave Europe GMBH 及 DENSO EUROPE BV（均系日本电装集团的欧洲子公司）、Bridgestone Mobility Solutions B.V（日本普利司通集团的欧洲子公司）、Infotek（印度领先的 RFID 及无线物联网解决方案提供商）等。

成为信息境内直接销售的代表性客户包括：上海华测（国内北斗高精度卫星导航领域领先企业之一）、时易中（户外出行、汽摩配与办公电子领域最具影响力的品牌集团之一）、信达物联（国内领先的物联网应用整体解决方案提供商）、海康威视（领先的视频产品和内容服务提供商，面向全球提供领先的视频产品、专业的行业解决方案与内容服务）等。

成为信息境外通过经销商销售的代表性终端客户包括：Scootsy（印度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）、Zepto(印度即时零售领域的领军企业)、Shadowfax（印度第三方物流的领军企业）、Yep Solutions（拉丁美洲规模最大的技术设备租赁企业之一）、FLOGISTICS BRASIL LOGISTICA E TRANSPORTE LTDA（巴西核心的综合物流与运输企业之一）、Scanport ID（俄罗斯领先的 IT 系统集成商与自动识别软件开发商）、Korridor（南非及非洲地区领先的物流+金融科技平台）、Nimbus Solutions（南非领先的物流与安防流程数字化解决方案提供商）及美国某货运物流提供商、RFID 终端品牌商、汽车零售供应链的技术服务商等。

成为信息境内通过经销商销售的代表性终端客户包括：顺丰、京东、美团等物流电商领域的头部企业，宁德时代、富士康、中石化、中海油、国家电网、中国电信、中国联通、中国移动等世界 500 强企业或大型央企/国企，工商银行、建设银行、招商银行、交通银行、北京银行、阳光保险等大型金融机构以及众多知名的二甲、三甲等医院。

（二）标的公司产品主要采用直销与经销相结合的销售模式

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
一、直销模式	4,073.86	48.48%	18,081.06	56.92%	22,279.04	66.44%
集成客户	1,361.90	16.21%	6,963.31	21.92%	7,317.95	21.82%
普通客户	1,253.20	14.91%	5,333.04	16.79%	7,129.00	21.26%
OEM/ODM	1,342.21	15.97%	5,161.87	16.25%	7,191.91	21.45%
贸易商	116.54	1.39%	622.84	1.96%	640.18	1.91%

项目	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
二、经销模式	4,329.14	51.52%	13,687.17	43.08%	11,255.25	33.56%
合计	8,403.00	100.00%	31,768.24	100.00%	33,534.29	100.00%

报告期内，成为信息**主要采用直销与经销相结合的销售模式**，报告期各期直销模式销售收入占比分别为 66.44%、**56.92%及 48.48%**，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 33.56%、**43.08%及 51.52%。**

报告期内，成为信息同时注重对直销客户和经销客户的开拓；从收入结果来看，报告期初期成为信息以直销模式为主，经销模式比重不断上升，并在 2026 年一季度超过直销模式，主要系印度等区域市场需求持续旺盛带动所致。

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。

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。根据主要经销商提供的进销存数据进行测算，报告期内，经销商期末库存平均周转天数分别为 53.30 天、**26.23 天、19.24 天**，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532家、**842家和133家**，其中当期收入金额在100万元以上（**2026年1-3月为25万以上**）的新增客户数量分别为1家、**4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
2026年1-3月	深圳市远望谷信息技术股份有限公司	65.80	品牌客户，认可标的公司产品竞争力，与标的公司开展合作，采购后进一步向下游客户交付
2025年度	Venura Enterprises	737.93	印度市场经销商，客户基于其对标的公司产品性能与竞争力的长期认可，以及自身在印度物流与供应链领域的行业资源积累，与标的公司开展合作
	深圳市拓必特科技有限公司	274.78	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
	Kaynes Electronics Manufacturing Pvt Ltd	113.77	印度本地系统集成商，基于下游新增客户向标的公司采购
	LINEADATASCAN S.A	103.56	哥伦比亚经销商，该客户此前采购斑马产品，后引入标的公司品牌以丰富其产品供给，提升本土竞争力
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

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。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

1、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
2026 年 1-3 月	1	Venura Enterprises	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,027.17	12.22%	23.73%
	2	Interway	智能数据采集终端及相关配件、组件	492.40	5.86%	11.37%
	3	Enterprise Data Resources, Inc.	智能数据采集终端及相关配件、组件	393.42	4.68%	9.09%
	4	Osiris Technical Systems （Pty） Ltd	智能数据采集终端及相关配件、组件	251.17	2.99%	5.80%
	5	E Headway Media	智能数据采集终端及相关配件、组件	200.07	2.38%	4.62%
	合计			2,364.23	28.14%	54.61%
2025 年度	1	E Headway Media	智能数据采集终端及相关配件、组件	2,141.17	6.74%	15.64%
	2	Enterprise Data Resources, Inc.	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,423.00	4.48%	10.40%
	3	Interway	智能数据采集终端及相关配件、组件	1,264.74	3.98%	9.24%
	4	Venura Enterprises	智能数据采集终端及相关配件、组件	737.93	2.32%	5.39%
	5	KONSTANTA Limited Liability Company	智能数据采集终端及相关配件、组件	607.31	1.91%	4.44%
	合计			6,174.15	19.43%	45.11%
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%

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 13.66%、19.43%及 28.14%，占经销收入比例分别为 40.69%、45.11%及 54.61%，不存在对单一

经销商依赖；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，合作稳定。除了 Venura Enterprises 外，不存在其他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。

2、报告期内新增前五大经销商 Venura Enterprises

2025 年标的公司新增前五大经销商 Venura Enterprises，2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司对 Venura Enterprises 的销售金额分别为 737.93 万元、1,027.17 万元，Venura Enterprises 系标的公司 2025 年的第四大经销商，系 2026 年 1-3 月的第一大经销商及第一大客户。以下就其基本情况及与标的公司的交易情况进行分析。

（1）Venura Enterprises 的基本情况

Venura Enterprises 设立于 2025 年 9 月 2 日，主要销售产品包括 RFID 读写设备、条码扫描仪、打印机等，服务于印度当地即时零售、物流、仓储、工业自动化、基础设施建设等各行业客户。根据访谈提纲，2025 年、2026 年（预计）其销售规模约为 1,000 万元、3,200 万元。针对智能数据采集终端产品，Venura Enterprises 只代理标的公司产品，除该类产品以外，Venura Enterprises 还代理其他品牌的打印机产品。

（2）Venura Enterprises 设立不久即与标的公司开展合作的背景

Himanshu Yadav 先生为 Venura Enterprises 创始人，曾任职于印度知名第三方物流公司 Rivigo（系印度主板上市公司 Mahindra Logistics Ltd 全资子公司，主营整车运输、冷链物流等业务）的供应链部门，在物流与供应链管理领域积累多年从业经验，对即时零售、物流、仓储等行业生态有深入理解，并逐步形成了自身的客户资源网络。自 Rivigo 离职后，Himanshu Yadav 先生持续在第三方物流领域深耕并开展创业探索，长期看好印度市场的发展潜力。

标的公司与 Rivigo 于 2017 年 3 月建立合作关系，在双方业务对接过程中，

Himanshu Yadav 先生逐步接触到标的公司产品，并对其产品性能、服务质量等形成了较深认识，高度认可标的公司产品的综合竞争力。

2025 年初至 Venura Enterprises 成立期间，Himanshu Yadav 先生基于印度市场行业客户的实际产品需求以及标的公司产品的核心竞争力，协助标的公司先后接洽了印度即时零售头部企业 Zepto、第三方物流领军企业 Shadowfax、国际货运代理及第三方物流服务商 NX LOGISTICS INDIA PRIVATE LIMITED、集装箱铁路运输及多式联运服务商 CCI Supply Chain 等优质行业客户，提供了包括产品需求匹配、供应商资质验证、产品交付跟进等一系列供应链管理服务，最终推动标的公司产品对上述客户实现批量交付。

综上，Himanshu Yadav 先生于 2025 年 9 月设立 Venura Enterprises，并在公司成立后不久即与标的公司开展合作，系基于其长期行业积累以及对成为信息产品的认可，具有商业合理性。

（3）标的公司与 Venura Enterprises 的交易情况及公允性分析

2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司对 Venura Enterprises 销售的机型主要系 C66、MC95、C72，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
2026 年 1-3 月	C66	591.48	57.58%	4,556	1,298.25	32.06%
	MC95	223.36	21.75%	1,929	1,157.92	31.89%
	C72	81.49	7.93%	356	2,288.93	38.71%
	其他非主要机型、配件等	130.84	12.74%	-	-	-
	合计	1,027.17	100.00%	-	-	35.78%
2025 年度	C66	535.48	72.57%	4,153	1,289.39	38.23%
	MC95	2.62	0.35%	19	1,378.02	42.62%
	C72	69.54	9.42%	283	2,457.25	48.15%

	其他非主要机型、配件等	130.29	17.66%	-	-	-
	合计	737.93	100.00%	-	-	43.62%

2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司向除 Venura Enterprises 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	2026 年 1-3 月		2025 年度	
	销售数量（台）	销售单价（元/台）	销售数量（台）	销售单价（元/台）
C66	12,662	1,557.69	52,180	1,560.47
MC95	661	1,093.43	8,750	1,394.15
C72	5,243	2,137.50	19,811	2,138.11

报告期内，针对 C66 机型产品，主要考虑到终端大客户 Zepto、Shadowfax 的批量采购及长期订单的持续性，标的公司在保证自身合理毛利的情况下，与 Venura Enterprises 协商确定价格，此外 2025 年第四季度开始，卢比/人民币汇率下降较多，因此其采购的 C66 机型的单价低于同期其他客户的采购均价。

报告期内，标的公司向 Venura Enterprises 销售的 MC95 机型单价与标的公司向其他客户的平均销售单价接近。

报告期内，Venura Enterprises 采购的 C72 机型数量较少，定价较标的公司向其他客户的平均销售单价略高;标的公司向 Venura Enterprises 销售的 C72 机型单价在报告期内受汇率影响有所下降，如剔除卢比/人民币汇率下降影响，标的公司报告期内向 Venura Enterprises 销售的 C72 机型单价与向其他客户的平均销售单价基本一致。

综上，标的公司对 Venura Enterprises 的销售价格是公允的，处于合理区间。

（4）标的公司对 Venura Enterprises 的应收账款以及期后回款情况

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月/2026 年 3 月末	2025 年度 /2025 年末

销售金额	1,027.17	737.93
应收账款余额	903.57	475.68
期后回款金额	903.57	475.68
回款比例	100%	100%

截至本回复出具之日，报告期内标的公司对 Venura Enterprises 的销售收入均已全部回款，Venura Enterprises 的回款情况良好。

（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
Venura Enterprises	不适用	Ground Floor, NaiBasti Badipur, Bulandshahr, Uttar Pradesh（办公地址：Top Floor, YC Space, Plot No. 94, opposite Metro Station, near Radisson Blu, Sector 13, Dwarka, New Delhi, Delhi 110078, India）	2025	RFID 设备及条码设备、打印机销售	Himanshu yadav	Himanshu yadav	5	2025
Enterprise Data Resources,Inc.	不适用	985 Woodlawn Drive,Marietta, GA 30068 C/O: MICHAEL SAUL-301 WASHINGTON	1995	条码和 RFID 设备分销	Louis Fruchtman, Lidia Dewberry	Don Powers	42	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
		AVENUE,MARIETTA GEORGIA 30O60 UNITED STATES						
Interway	HKD 1	UNIT 2A, 17/F, GLENEALY TOWER, NO.1 GLENEALY, CENTRAL HONG KONG	2021	自动连接设备，包括条码打印机、RFID 设备、移动手持终端、POS 机、路由器等	AIDC TECNOLOGIA LTDA 100%	Mauricio Cervenka	其股东 AIDC 约 250 人	2019
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,GROENKLOOFPRETORIA.0181.GAUTENG 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 INVESTMENT TRUST 100%	MR .SAREL STEFANUS DU PLESSIS MR.GERTRUIDA DU PLESSIS	22	2016
KONSTANTA Limited Liability Company	10000 roubles	DEMONSTRATIONS 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
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 系该集团在中国香港的采购子公司，履行采购职能，Interway 采购成为信息产品后，于中国香港报关后，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	2026 年 1-3 月销售额	2025 年销售额	2024 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
Venura Enterprises	**1,027.17**	**737.93**	**-**	**主要代理包括 RFID 读写设备、条码扫描仪、打印机等产品，服务于当地即时零售、物流、仓储、工业自动化、基础设施建设等各行业客户，采购与其经营范围相符。**	**（1）根据访谈提纲，2025 年、2026 年（预计）其销售规模约为 1,000 万元、3,200 万元。 （2）针对智能数据采集终端产品，Venura Enterprises 只代理标的公司产品，除该类产品以外，Venura Enterprises 还代理其他品牌的打印机产品，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。**
Enterprise Data Resources,Inc	**393.42**	**1,423.00**	1,727.86	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 亿元人民币-3 亿元人民币之间。 （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	**492.40**	**1,264.74**	995.71	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	2026 年 1-3 月销售额	2025 年销售额	2024 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	**125.81**	**565.27**	496.20	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。	（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。 （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，其向标的公司的采购规模与自身业务规模具有匹配性。
Osiris Technical Systems （Pty） Ltd	**251.17**	**526.59**	395.66	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。	（1）根据访谈提纲，Osiris 各年的销售规模在 700 万美元以内。 （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。
KONSTANTA Limited Liability Company	**85.62**	**607.31**	964.02	（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。 （2）OCTRON LLC 系俄罗斯销售条码自动识别设备、RFID 设备的专业分销商，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。	（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。 （2）俄罗斯市场上价格竞争加剧，**此外 2023 年该经销商的下游集成商客户所承接的终端客户仓储管理升级项目陆续交付完毕，该集成商所承接的终端客户仓储管理升级项目结束后，该集成商在报告期内仍和标的公司持续合作，但采购数量有所减少**，使得采购金额明显下降。KONSTANTA 系标的公司在俄罗斯的独家经销商，同时亦为 OCTRON LLC 代理 POSTEK 博

客户名称	2026 年 1-3 月销售额	2025 年销售额	2024 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
					思得等品牌产品，其向标的公司采购的产品占其采购同类产品的比例在 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。
E Headway Media	**200.07**	**2,141.17**	290.86	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。	（1）根据访谈提纲，E Headway Media 各年的销售规模在 700 万美元以下。 （2）E Headway Media 2025 年采购金额明显上升，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 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**主要采用直销与经销相结合的销售模式**，报告期各期经销模式销售收入占比分别为 33.56%、**43.08%及 51.52%**。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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
取得进销存的经销商家数	31		
取得进销存的经销商销售收入（万元）	3,570.14	10,721.82	8,477.18
占标的公司经销收入比例	82.47%	78.33%	75.32%
经销商期初库存数量①	4,733	6,832	5,272
经销商当期向发行人采购数量②	22,724	62,865	47,709
经销商当期实现最终销售数量③	22,622	64,964	46,149
经销商期末库存数量④	4,835	4,733	6,832
经销商平均对终端客户日销售量⑤=③/360	251.36	180.46	128.19
期末库存平均周转天数（天）⑥=④/⑤	19.24	26.23	53.30

注 1：上述经销商的进销存数据统计依据为已获取的、**已走访的**主要经销商进销存明细资料；

注 2：**2026 年 1-3 月**的经销商平均对终端客户日销售量已年化处理，即 **2026 年 1-3 月**经销商平均对终端客户日销售量⑤=③**/90**。

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分别为 53.30 天、**26.23 天、19.24 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。

报告期内，标的公司经销收入占比分别为 33.56%、43.08%及 51.52%，2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司经销收入占比有较大提升，主要得益于标的公司完善的经销渠道建设，主要经销商出货量实现较快增长。比如，标的公司于 2025

年第四季度以及2026年第一季度，通过经销商Venura Enterprises成功切入印度即时零售领军企业Zepto、印度第三方物流的领军企业Shadowfax的供应链，对应客户的便携式智能数据采集终端产品需求较大并实现批量出货。因此，标的公司2025年及2026年1-3月的经销商平均对终端客户日销售量有所提升，进而使得期末库存平均周转天数有所下降。

（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	2026年1-3月	2025年度	2024年度
经销商收入金额（万元）	**3,976.65**	**12,390.10**	10,197.01
经销商数量（家）	**76**	**123**	121
采购订单数量（次）	**694**	**3,102**	2,628
年均采购频率（次/年/家）	**36.53**	**25.22**	21.72
月均采购频率（次/月/家）	**3.04**	**2.10**	1.81
平均订单金额（万元/次）	**5.73**	**3.99**	3.88

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，**以上收入金额和采购订单数量仅系经销商整机形态口径，不含配件、模块及组件等，因此收入金额小于报告期各期经销商收入，相应销售整机形态口径的经销商数量低于报告期各期经销商数量，存在差异系口径影响。**

注2：年均采购频率=采购订单数量/当年有整机采购的经销商数量，月均采购频率=年均采购频率/12；**2026年1-3月的年均采购频率已年化处理，年均采购频率=2026年1-3月的采购订单数量*4/当期有整机采购的经销商数量。**

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1.81次、**2.10次、3.04次**，标的公司经销商平均单次采购金额分别为3.88万元、**3.99万元、5.73万元。2026年1-3月月均采购频率以及平均单次采购金额有所上升，主要系因为标的公司自2025年第四季度，通过经销商Venura Enterprises成功切入印度即时零售领军企业Zepto、印度第三方物流的领军企业Shadowfax，对应客户的需求较大并实现批量出货，且2026年1-3月经销商Venura Enterprises的单笔采**

购数量及采购金额较大，按整机形态统计，其单笔订单金额平均为 7.56 万元。

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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
经销商销售收入（含税）	**4,658.35**	**14,607.65**	11,685.76

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
当期回款金额	**4,361.49**	**14,137.76**	11,591.56
当期回款比例	**93.63%**	**96.78%**	99.19%

2、期后经销商回款情况

截至本回复出具之日，2026 年 3 月末经销商应收账款在期后的回款情况如下：

单位：万元

2026 年 3 月末应收余额	期后回款金额	期后回款比例	尚未回款金额
1,890.42	**1,890.42**	**100.00%**	**-**

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责任公司因诉讼导致未**及时**回款**（已和解已回款）**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。

（三）经销商第三方回款情况

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
第三方回款金额	**90.20**	**305.52**	279.10
经销商销售收入	**4,658.35**	**14,607.65**	11,685.76
第三方回款占收入比例	**1.94%**	**2.09%**	2.39%

报告期内，经销商第三方回款金额分别为 279.10 万元、**305.52 万元和 90.20 万元**，占经销商销售收入的比例分别为 2.39%、**2.09%和 1.94%**，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销售收入的比例均较小，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,I nc.	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	/	/	/
KONSTANTA Limited Liability Company	下单时付合同金额的 30%，发货前付合同金额的 40%，发货后 60 天内付清剩余 30%的尾款。	否	/	/	/
E Headway Media	①票后 30 天付款（主要）；②100%预付款；③交货后 35 天内付款	是	2025 年	①100%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	/	/	/
Venura Enterprises	**①交货后 30 天内付款（主要）；②100%预付款**	**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、报告期各期外销主要客户

报告期内，标的公司境外营业收入占营业收入比重分别为61.10%、**64.42%及69.60%**，境外销售占比超过50%。报告期各期，标的公司境外前十名客户的具体销售情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售模式	销售收入	占外销收入比例
2026年1-3月	1	Venura Enterprises	经销	1,027.17	17.56%

期间	序号	客户名称	销售模式	销售收入	占外销收入比例
	2	Interway	经销	492.40	8.42%
	3	DENSO EUROPE BV	直销	412.81	7.06%
	4	Enterprise Data Resources, Inc.	经销	393.42	6.73%
	5	Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	经销	251.17	4.29%
	6	E Headway Media	经销	230.09	3.93%
	7	Rugged SA(PTY)LTD	经销	146.66	2.51%
	8	I.D.Tech Solutions Private Limited	直销	129.42	2.21%
	9	OLIMPIA IT SAS	直销	115.09	1.97%
	10	PickTrace, Inc	直销	109.99	1.88%
	合计			3,308.22	56.56%
2025 年度	1	E Headway Media	经销	2,141.17	10.46%
	2	Enterprise Data Resources, Inc.	经销	1,423.00	6.95%
	3	Interway	经销	1,264.74	6.18%
	4	Denso Wave Europe GMBH	直销	1,082.83	5.29%
	5	Infotek	直销	808.45	3.95%
	6	Venura Enterprises	经销	737.93	3.61%
	7	Mustek Technologies Pvt Ltd	直销	709.63	3.47%
	8	KONSTANTA Limited Liability Company	经销	607.31	2.97%
	9	Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	经销	526.59	2.57%
	10	Bita-International Co.,Ltd	直销	471.96	2.31%
		合计		9,773.61	47.76%
2024 年度	1	Scootsy Logistics Pvt Ltd	直销	1,808.09	8.82%
	2	Enterprise Data Resources, Inc.	经销	1,727.86	8.43%
	3	Infotek	直销	1,374.11	6.71%
	4	Denso Wave Europe	直销	1,138.99	5.56%

期间	序号	客户名称	销售模式	销售收入	占外销收入比例
		GMBH			
	5	Interway	经销	995.71	4.86%
	6	Bridgestone Mobility Solutions B.V.	直销	990.21	4.83%
	7	KONSTANTA Limited Liability Company	经销	964.02	4.71%
	8	Osiris Technical Systems （Pty） Ltd	经销	395.66	1.93%
	9	Safexpress Pvt Ltd	直销	390.18	1.90%
	10	Sinicvision Technology Co., Ltd	直销	379.86	1.85%
	合计			10,164.69	49.60%

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。

注：日本电装因战略及业务调整，将 Denso Wave Europe GMBH 的业务调整至 DENSO EUROPE BV，由 DENSO EUROPE BV 与标的公司继续合作。

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

2024 年、2025 年及 2026 年一季度，标的公司外销客户数量分别为 700 余家、700 余家、300 余家，各期外销客户合计 1,100 余家，外销客户呈分散程度较高、小客户较多的特点。报告期各期外销客户中，境外经销商家数分别为 80 余家、90 余家、40 余家，各期境外经销商家数合计 110 余家，相对分散，各期境外经销商收入占外销收入的比例分别为 38.79%、51.61%及 59.39%。

根据上表数据，标的公司各期外销前五大客户占外销收入的比例分别为 34.38%、32.83%及 44.06%，外销前十大客户占外销收入的比例分别为 49.60%、46.76%及 56.56%，相对分散。各期外销前五大客户中，有 5 家境外经销商，分别为 Enterprise Data、Interway、E Headway Media、**Venura Enterprises、Osiris**。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，**标的公司**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
Venura Enterprises	2025 年	该公司系印度市场专注于智能数据采集终端及打印机代理销售的经销商，在印度当地即时零售、物流、仓储、工业自动化、基础设施建设等行业拥有良好的客户资源，并已实现批量出货。	是	（1）Zepto：印度即时零售领域的领军企业，是印度电商基础设施的重要企业。 （2）Shadowfax：印度主板上市公司，印度第三方物流的领军企业，是印度电商与即时配送生态的关键支撑者。
DENSO EUROPE BV	1973 年	该公司是日本电装（DENSO Corporation）在欧洲最早设立的子公司之一，系日本电装在欧洲的物流运营、汽车零部件销售、售后与工业解决方案的关键子公司。	否	-
Osiris Technical Systems (Pty) Ltd	1993 年	该公司系南非最早进入自动识别领域的公司之一，系南非及非洲地区工业自动识别与数据采集领域的重要系统集成商和分销商，是当地矿业、物流、零售等行业数字化转型的关键技术供应商。	是	（1）Korridor：是南非及非洲地区领先的物流+金融科技平台。 （2）Nimbus Solutions：是南非领先的物流与安防流程数字化解决方案提供商。
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	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。

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
		完善的本地化服务体系。		（2）Safexpress 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 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。	否	-
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	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
		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、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	-

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。

（三）标的资产境外销售的主要国家或地区与标的资产出口产品相关的贸易政策是否发生重大不利变化及相应影响

1、标的公司境外各地域销售金额及占比情况

报告期内，标的公司海外业务覆盖多个国家和地区，产品适配并销往全球近 130 个国家及地区，主要销售区域为欧洲、亚洲及北美洲。选取报告期内累计销售金额前十的境外国家或地区进行分析，包括印度、美国、中国香港、欧盟（德国、荷兰、西班牙）、南非、俄罗斯、中国台湾、巴拿马等十个国家或地区，在该选取标准下，合计收入分别为 15,170.54 万元、14,694.12 万元、4,378.21 万元，合计占标的公司主营业务收入比例分别为 45.24%、46.25%、52.10%，合

计占标的公司境外销售收入的74.04%、71.81%、74.86%。

2、标的公司关税等贸易政策是否发生重大不利变化及相应影响

（1）标的公司相关关税政策

标的公司产品出口的主要国家或地区整体经济较发达，市场比较成熟，政治、经济和法律环境总体稳定。报告期内，除美国对自中国进口商品加征关税外，我国与印度、俄罗斯、欧盟、中国香港、中国台湾、南非、巴拿马等的贸易政策均较为稳定。

2023- 2024年，标的公司对美出口产品主要适用301关税政策，相应关税税率为25%，该阶段关税政策保持稳定，2025 年以来，美国对于自中国进口的商品关税税率变动频繁，并对所有自中国进口的商品进一步加征附加关税和“对等关税”，标的公司产品适用的关税税率整体有所上升。自2023年起，美国对华关税政策经历相对稳定、快速加码升级、趋于缓和的动态演变，具体关税变动情况如下：

产品	2024年初	2024年末	2025年-2026年10月
智能数据采集终端设备	25%	25%	1、2025 年 2 月 1 日，美国总统签署行政令，对进口自中国的所有商品加征 10%的关税（芬太尼关税），标的公司主要产品出口美国关税涨至35%。2025 年 3 月 3 日，美国修订上述行政令，将加征的关税（芬太尼关税）税率从 10%修改为 20%，标的公司主要产品出口美国关税涨至 45%。 2025 年 4 月 2 日，美国推行所谓“对等关税”，先后多次对我国商品加征关税，截至 2025 年 4 月 10 日，合计加征 125%的关税，“对等关税”政策下，标的公司产品属于《对 14257 号行政命令例外条款的澄清说明》豁免“对等关税”类别，至此标的公司主要产品出口美国关税仍为45%。 2025 年 11 月7 日，美国取消 3 月 3 日上调的关税，并继续暂停高额“对等关税”至 2026 年11 月 10 日，自 2025 年 11 月 10 日起，标的公司主要产品出口美国关税调整至 35%。 2026年2月20日，美国最高法院裁定，依据《国际紧急经济权力法》实施的相关关税（“芬太尼关税”及“对等关税”）措施缺乏明确法律授权；同日，美国总统宣布，依据《1974年贸易法》第122条，对所有国家征收10%的全球进口关税，为期150天（至2026年7月24日零时届满），至此标的公司主要产品出口美国关税仍为35%。 2026年7月23日，美国贸易代表办公室(USTR)发布“USTR Takes Action

			on Forced Labor Under Section 301 Investigations”公告，以60个经济体“未建立或未有效执行禁止进口所谓‘强迫劳动产品’的制度”为由，对其输美商品加征10%或12.5%的额外关税，用于替代同日到期的10%全球进口关税。其中，对中国内地加征12.5%的额外关税。至此，自2026年7月24日起，标的公司主要产品出口美国关税为37.5%。 2、截至本回复出具之日，美国对于从中国大陆进口商品的关税政策包括“301关税”“额外关税”，其中，“301关税”政策下，标的公司产品出口至美国的关税税率为 25%；“额外关税”政策下，标的公司产品出口至美国的关税税率为12.5%，至此标的公司主要产品出口美国关税为37.5%。

（2）关税政策的变化对标的公司生产经营不存在重大不利影响

标的公司对美国客户的销售贸易条款以FOB为主，进口关税均由客户承担，美国加征关税，使得美国已有及潜在客户对中国供应商产品的采购成本上升，使得标的公司的产品价格竞争力有所下降，但从标的公司报告期内对美国市场的销售数据及客户关系维系来看，并无重大不利影响。具体而言：报告期内，标的公司在美国市场的销售收入分别为2,891.94 万元、2,454.01万元、716.46万元，标的公司在美国市场的销售收入占比较小，分别为8.62%、7.72%、8.53%。标的公司2023年在美国市场的销售收入为1,948.84万元，因此整体看来，标的公司报告期内在美国市场的销售收入相对2023年系呈增长趋势，美国市场的销售情况良好，且从客户维度来看，标的公司主要客户不存在流失情形。

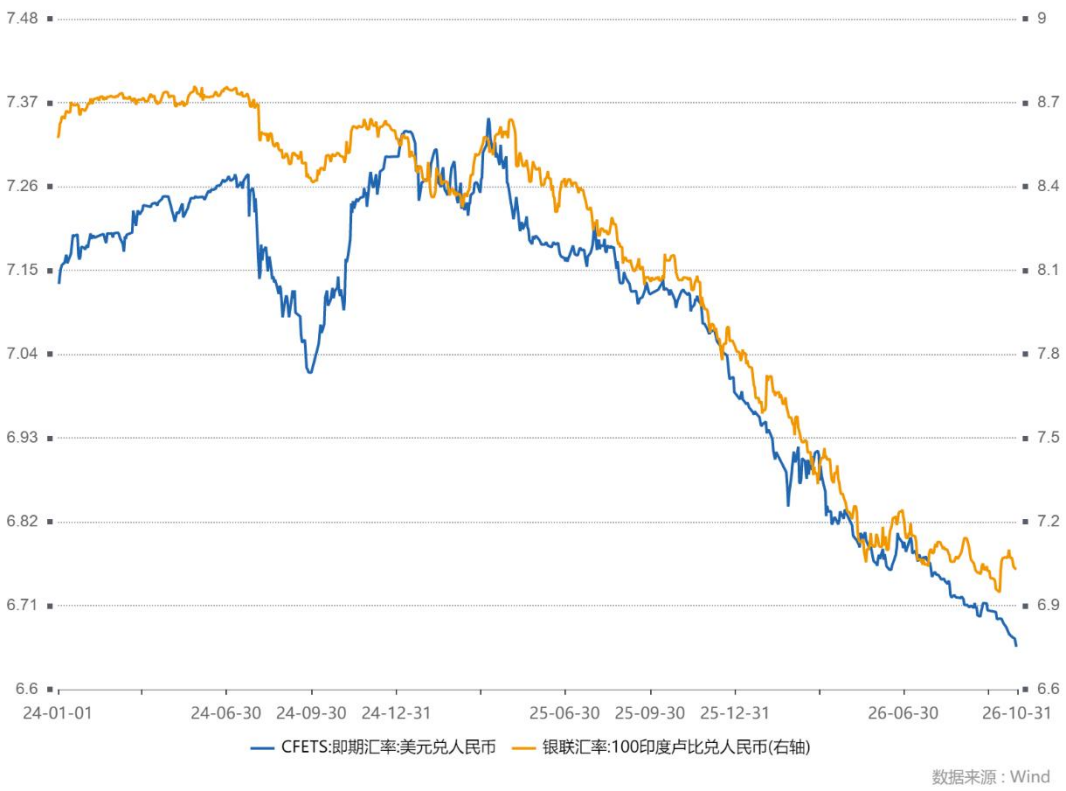
综上，报告期内，美国出于贸易保护主义而对自中国进口商品加征关税，但该贸易摩擦对标的公司业务未造成重大不利影响。标的公司境外销售的其他主要国家或地区的关税政策较为稳定，未对标的公司产品在当地的销售产生不利影响。

（四）报告期内，标的资产出口主要结算货币的汇率是否稳定，汇兑损益对标的资产的业绩是否存在较大影响，标的资产应对外汇波动风险的具体措施及有效性

1、标的资产出口主要结算货币的汇率是否稳定

标的公司出口主要结算货币为美元与印度卢比。报告期及期后，两种货币兑人民币的汇率走势如下：

美元及卢比兑人民币走势图



由上图，报告期内及期后，美元兑人民币、100 印度卢比兑人民币汇率总体均呈渐进下行走势，其中卢比下行幅度大于美元，2025 年中以后两者走势较为同步，期后下行节奏有所放缓。总体看，主要结算货币汇率变动逐渐趋于平缓，汇率环境相对稳定。

2、汇兑损益对标的资产的业绩是否存在较大影响

（1）标的公司的结算货币构成及各期末外币货币性项目敞口规模

1）出口主要结算货币构成

报告期各期，标的公司外销收入按结算币种划分情况如下：

单位：人民币万元

结算币种	2026年1-3月	占比	2025年度	占比	2024年度	占比
美元	4,326.72	73.98%	14,612.54	71.41%	13,995.72	68.31%
印度卢比	1,388.92	23.75%	5,059.67	24.72%	4,418.21	21.56%
欧元	45.70	0.78%	135.54	0.66%	1,085.00	5.30%
人民币	87.42	1.49%	656.09	3.21%	989.58	4.83%
合计	5,848.76	100%	20,463.84	100%	20,488.50	100%

由上表，标的公司外销收入以美元、印度卢比结算为主：美元为最主要的结算货币，各期占比分别为68.31%、71.41%和73.98%，占比持续提升；印度卢比各期占比分别为21.56%、24.72%和23.75%，主要系印度子公司在印度本地以卢比计价销售所形成；欧元、人民币结算的金额及占比均较小。报告期各期，美元与卢比合计占外销收入的比例分别为89.87%、96.13%和97.73%，标的公司的汇率风险主要集中于该两种货币。

2）各期末外币货币性项目情况

报告期各期末，标的公司外币货币性项目（外币货币资金、应收账款、其他应收款等外币金融资产扣除应付账款、其他应付款、租赁负债等外币金融负债后的净额）按币种列示如下：

单位：人民币万元

币种	2026年3月31日	2025年12月31日	2024年12月31日
美元	3,150.56	12,582.03	15,711.72
印度卢比	2,306.83	2,206.27	2,915.69
欧元	212.75	171.66	428.07
净敞口合计	5,670.14	14,959.96	19,055.48

由上表，一是美元为主要敞口币种且规模大幅压缩，各期末美元净敞口分别为15,711.72万元、12,582.03万元和3,150.56万元，2026年3月末较2024年末下降79.95%，主要系标的公司结合原材料采购付款需求与汇率走势，主动减少美元资金持有、加快结汇所致；二是卢比净敞口各期末分别为2,915.69万元、2,206.27万元和2,306.83万元，2026年3月末占净敞口合

计的 40.69%；三是外币金融负债余额较小（2026 年 3 月末为 50.20 万元），标的公司汇率敞口主要体现为净外币资产。

（2）汇兑损益对标的资产的业绩影响分析

汇率变动对标的公司经营成果的影响存在两条传导路径：一是收入折算路径，外币销售收入于确认时按交易发生日即期汇率折算为人民币并据此确认营业收入，因成本端以人民币核算，外币贬值将压缩人民币口径收入及毛利，该路径不影响汇兑损益；二是货币性项目重估路径，外币货币性项目于资产负债表日按期末即期汇率重新折算，差额计入财务费用项下的汇兑损益，该路径不影响营业收入与毛利。现分别分析如下：

1）外币结算收入所产生的影响

报告期各期，标的公司欧元结算外销收入金额及占比均很小，外币结算收入主要为美元、印度卢比。不考虑其他因素变动的情况下，外币贬值减少的人民币折算收入等额减少利润总额，按 15%所得税率考虑所得税影响后即为对净利润的影响。具体如下。

单位：人民币万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	报告期累计
外币结算外销收入（万元）	5,715.64	19,672.21	18,413.93	43,801.78
其中：美元结算收入	4,326.72	14,612.54	13,995.72	32,934.98
卢比结算收入	1,388.92	5,059.67	4,418.21	10,866.80
汇率变动对利润总额的影响（万元）	-271.44	-233.03	—	-504.47
汇率变动对净利润的影响（万元）	-230.72	-198.08	—	-428.80

注：以各期上一年度期间平均汇率为基准（2024 年度为基期），按当期外币结算收入及汇率变动幅度计算；成本端以人民币核算，折算减少额等额减少利润总额，净利润影响按 15%所得税率计算。

由上表，不考虑其他因素变动的情况下，汇率变动对报告期累计利润总额、净利润的影响分别为 504.47 万元和 428.80 万元，占报告期累计利润总额、净利润的比例分别为 3.44%和 3.34%，整体影响有限。

同时，标的公司已就汇率变动采取应对措施，包括但不限于，报价时采用成本加成方式并将汇率变动纳入考量，与下游客户开展商务调价等，如 2026 年 1-3 月便携式数据采集终端平均单价较 2025 年 10-12 月上涨 4.72%，高于同一比较期间美元平均汇率贬值幅度 2.28%；结合采购付款需求与汇率走势动态调整结汇节奏，美元净敞口由 2024 年末的 15,711.72 万元降至 2026 年 3 月末的 3,150.56 万元。报告期内标的公司的上述措施已实际执行，汇率变动的实际影响低于上表理论测算金额。

2）外币货币性项目所产生的影响

外币货币性项目按资产负债表日即期汇率折算产生的汇兑差额计入当期损益，构成财务费用项下的汇兑损益。报告期各期情况如下：

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	报告期累计
汇兑损益（损失为正，万元）	259.78	212.08	-234.86	237.00
营业收入（万元）	8,403.00	31,768.24	33,534.29	73,705.53
利润总额（万元）	1,679.95	6,160.22	6,837.07	14,677.24
汇兑损益占营业收入比例	3.09%	0.67%	-0.70%	0.32%
汇兑损益占利润总额比例	15.46%	3.44%	-3.44%	1.61%

由上表，2024 年美元升值，标的公司实现汇兑收益 234.86 万元；2025 年以来随着两类货币转为贬值，标的公司转为汇兑损失，2025 年为 212.08 万元，2026 年 1-3 月为 259.78 万元。

2026 年 1-3 月汇兑损失占当期利润总额的 15.46%，占比较高的主要原因是该季度美元、卢比同时贬值，且该期仅为完整会计年度的一个季度，收入与利润基数较小、占比相应放大。

此外，从报告期累计口径看，累计汇兑净损失237.00万元，仅占累计营业收入的0.32%、累计利润总额的1.61%，影响程度有限。

3）期后汇率变动影响

报告期后（2026年4月至10月），美元兑人民币继续温和贬值、卢比贬值节奏明显放缓，两类货币期间平均汇率变动情况如下：

以2026年1-3月外币结算收入结构静态外推至期后7个月，测算汇率变动带来的收入折算影响如下：

单位：人民币万元

项目	2026年1-3月平均汇率	2026年4-10月平均汇率	期间变动	外推收入	收入折算影响
美元结算收入	6.9246	6.7601	-2.38%	10,095.68	-239.83
卢比结算收入	7.6154	7.1425	-6.21%	3,240.81	-201.24
合计					-441.07

注1：期间变动为美元兑人民币、100印度卢比兑人民币的贬值幅度；外推收入＝2026年1-3月各币种结算收入÷3×7。

注2：该测算为静态外推，未考虑期后收入规模、销量、售价的实际变动。

上述测算结果表明，期后7个月受美元、卢比继续贬值影响，标的公司营业收入将减少约441.07万元，并相应减少等额毛利与利润总额。

从期后实际经营看，根据标的公司未审财务报表，2026年1-6月标的公司营业收入、净利润实现率分别为57.41%和53.87%，经营业绩按预期实现；截至2026年7月末，储备订单占全年预测收入71.91%，在美元、卢比贬值的情况下仍保持良好实现态势，实际所受影响小于上述静态测算值。

综上，期后两大主要结算货币虽继续贬值，但贬值节奏已明显放缓；同期标的公司收入、净利润按预期实现，汇率变动对经营业绩存在一定不利影响，但影响幅度可控，未对经营基本面造成重大不利影响。

4）汇率变动对标的资产的业绩不存在显著不利影响

综合上述分析，汇率变动对标的资产业绩的影响主要体现为减少人民币口径外销收入及利润、并形成一定汇兑损失。从影响程度判断，该等汇率变动对标的资产的业绩不构成显著不利影响，具体如下：

一是汇兑损益金额及占比均较小。报告期累计汇兑净损失237.00万元，占累计营业收入的0.32%、累计利润总额的1.61%；即便在汇兑损失最集中的2026年1-3月，标的公司仍实现营业收入8,403.00万元、净利润1,434.13万元，综合毛利率39.91%，盈利水平保持在较高区间；

二是收入折算的利润影响有限。报告期累计影响利润总额504.47万元、净利润428.80万元，占累计利润总额、净利润的比例分别为3.44%和3.34%；且标的公司已通过报价传导与压降外币敞口主动应对，实际影响低于该金额。

三是经营基本面与期后业绩未受实质冲击。报告期内，在美元、卢比贬值的背景下，标的公司境外销售收入占比仍持续超过50%；贬值幅度最大的印度市场收入由2024年的4,728.83万元增至2025年的5,736.31万元、增幅21.31%，主要客户未流失；报告期后，标的公司2026年1-6月营业收入、净利润实现率分别为57.41%和53.87%，经营业绩按预期实现，汇率变动未产生重大不利影响。

3、标的资产应对外汇波动风险的具体措施及有效性

（1）具体措施

一是常态化监测。标的公司将外汇波动纳入境外业务风险跟踪范围，持续监控外币交易及外币资产、负债的规模，为报价与结算安排提供依据。

二是定价传导。标的公司采用成本加成方式报价，并将汇率变动纳入报价考量，与下游客户协商商务调价。

三是敞口管理。结合原材料采购付款需求与汇率走势，动态调整外币资金持有规模与结汇节奏，主动压降外币敞口。

（2）措施有效性

报告期内，美元及卢比净敞口合计下降 70.70%，定价传导与敞口管理措施有效体现；期后营业收入、净利润按预期实现，未因汇率变动受到重大不利影响。

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”以及“第十二节风险因素”之“二、交易标的相关风险”中补充完善上述风险提示，具体如下：

“（三）因境外收入占比较高所产生的汇率变动风险

报告期内，成为信息来自境外的主营业务收入占同期主营业务收入的比例**分别为 61.10%、64.42%及 69.60%，**占比较高，导致其面临主要来自于以美元、卢比计价的金融资产外汇风险。**报告期内，因汇率变动产生的汇兑损益金额分别为-234.86 万元、212.08 万元、259.78 万元（负数代表汇兑收益），占净利润的比例分别为-3.44%、3.44%、15.46%。若未来美元、卢比持续贬值，则**将对标的公司产品的价格竞争力和经营业绩产生一定影响，**可能导致标的公司承受较大汇兑损失风险，进而对标的公司的整体经营业绩与财务表现产生潜在的负面影响。**

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

（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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
海关出口数据（A）	5,100.65	19,415.70	18,636.38
加境外公司的收入（B）	1,388.92	5,059.67	4,418.21
减境内公司销售给境外子公司的收入（C）	865.02	4,145.46	2,787.29
加无需报关的软件维修收入等（D）	269.72	418.61	135.54
减本期已出口但未确认收入的金额（E）	-62.60	26.11	0.87
加本期已确认收入但在上期出口的金额（F）	26.11	0.87	350.02

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
减公司代付的报关运保费（G）	106.45	318.14	231.93
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）	5,876.52	20,405.14	20,520.07
境外销售收入 I	5,848.76	20,463.84	20,488.50
差异金额 J=H-I	27.76	-58.70	31.56
差异率 k=J/I	0.47%	-0.29%	0.15%

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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
申报出口退税金额（A）	7,711.87	19,325.83	18,468.34
减本期未确认收入，本期申报出口退税金额（B）	6,128.61	6,108.83	5,889.55
加本期确认收入，以后期申报出口退税金额（C）	3,744.79	6,128.61	6,108.83
加境外公司的收入（D）	1,388.92	5,059.67	4,418.21
减境内公司销售给境外子公司的收入（E）	865.02	4,145.46	2,787.29
加无需报关的软件维修收入等（F）	35.71	151.89	135.54
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）	5,887.66	20,411.71	20,454.08
境外销售收入 H	5,848.76	20,463.84	20,488.50
差异金额 I=G-H	38.90	-52.13	-34.42
差异率 J=I/H	0.67%	-0.25%	-0.17%

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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
重叠家数	10	17	16
涉及销售金额（万元）	210.12	480.65	32.84
占总收入的比例	2.50%	1.51%	0.10%
涉及采购金额（万元）	2,998.04	4,358.79	2,661.67
占采购总额的比例	36.12%	24.17%	15.61%

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、5 家和 6 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
2026 年 1-3 月						
无锡宇宁	34.87	0.41%	配件	744.53	8.97%	芯片、PCBA、外购整机
深圳市亿道信息股份有限公司	26.86	0.32%	配件	8.21	0.10%	外购整机（加固类平板）
深圳市蓝芯特科技有限公司	10.57	0.13%	配件	2,120.73	25.55%	PCBA、芯片、连接器及插座
深圳市渴品优智能电子有限公司	3.89	0.05%	配件	30.19	0.36%	钢网、加工费
深圳市尚宝三防技术有限公司	2.43	0.03%	配件	83.66	1.01%	辅料、组件、加工费
云汉芯城（上海）电	1.57	0.02%	配件	2.28	0.03%	连接器

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
子科技有限公司						
合计	80.19	0.95%		2,989.60	36.02%	
2025 年度						
ID Tech Solutions Pvt Ltd	448.92	1.41%	便携式数据采集终端、固定式数据采集终端	4.11	0.02%	手柄、标签纸
深圳市维尼利亚科技有限公司	7.61	0.02%	配件	22.18	0.12%	芯片
深圳市蓝芯特科技有限公司	4.25	0.01%	配件	3,016.96	16.73%	PCBA、芯片、连接器及插座
深圳市迅远科技有限公司	3.90	0.01%	便携式数据采集终端	16.11	0.09%	模块
北京芯宝物联科技有限公司	1.52	<0.01%	配件	4.07	0.02%	声音器件
合计	466.2	1.47%		3,063.43	16.99%	
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
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%	

报告期内，标的公司供应商与客户重叠产生的主要原因包括：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。

2026 年 1-3 月，标的公司与上市公司存在少量的双向采购，系基于临时性需求产生。标的公司向上市公司销售二维扫描头配件供其临时生产所需，向上市公司采购加固类平板整机，以满足部分下游客户对特定型号产品的快速交付需求。上述交易金额较小，具有合理的商业实质。

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，**2025 年度及 2026 年 1-3 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，**除上市公司外，**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 290.86 万元、**2,141.17 万元、200.07 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
2026 年 1-3 月	C66	125.17	62.56%	905	1,383.11	34.71%
	C72	58.48	29.23%	237	2,467.37	44.93%
	其他非主要机型、配件等	16.42	8.21%	-	-	-
	合计	200.07	100.00%	-	-	36.36%
2025 年度	C66	1,010.94	47.21%	6,484	1,559.14	37.58%
	MC95	504.11	23.54%	3,435	1,467.57	44.63%
	C72	292.50	13.66%	1,209	2,419.33	47.83%
	C61	139.99	6.54%	652	2,147.11	44.15%
	其他非主要机型、配件等	193.62	9.04%	-	-	-

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
	合计	2,141.17	100.00%	-	-	42.55%
2024 年度	C66	19.32	6.64%	78	2,476.39	55.50%
	C72	153.28	52.70%	672	2,280.93	48.16%
	C61	48.79	16.77%	225	2,168.26	44.87%
	其他非主要机型、配件等	69.47	23.89%	-	-	-
	合计	290.86	100.00%	-	-	50.06%

（2）标的公司向 E Headway Media 的销售价格公允性分析

报告期各期，标的公司向 E Headway Media、向其他客户（包含境内外）、向其他境外客户销售上述机型的销售单价及毛利率情况如下：

年度	细分产品型号	销售数量（台）	销售单价（元/台）	向其他客户的销售单价	向其他境外客户的销售单价	毛利率	向其他客户的销售毛利率	向其他境外客户的销售毛利率
2026 年 1-3 月	C66	905	1,383.11	1,494.92	1,477.73	34.71%	34.24%	33.92%
	C72	237	2,467.37	2,132.97	2,392.53	44.93%	41.29%	43.85%
2025 年度	C66	6,484	1,559.14	1,538.06	1,569.57	37.58%	39.62%	41.18%
	MC95	3,435	1,467.57	1,346.81	1,531.88	44.63%	41.30%	47.35%
	C72	1,209	2,419.33	2,113.07	2,453.79	47.83%	40.32%	46.41%
	C61	652	2,147.11	2,028.09	1,981.48	44.15%	40.70%	43.16%
2024 年度	C66	78	2,476.39	1,729.22	1,759.33	55.50%	44.09%	45.41%
	C72	672	2,280.93	2,181.70	2,626.27	48.16%	41.54%	48.53%
	C61	225	2,168.26	2,326.90	2,364.39	44.87%	40.80%	42.85%

报告期内，标的公司主要采用成本加成的方式进行报价，结合市场竞争环境、客户合作关系、订单规模等因素进行报价，最终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高于境内销售。由上表，除了 2024 年 E Headway Media 采购的 C66 机型数量较少，单价较高，毛利率相对较高之外，标的公司向 E Headway Media 主要销售机型的毛利率与标的公司向其他境外客户的销售毛利率整体接近，报告期各期主要机

型毛利率差异区间在-3.60%至2.02%之间，毛利率差异较小，处于合理区间。

具体到标的公司对E Headway Media的销售定价及影响因素如下：一是由于2024年E Headway Media自行开拓的下游客户，带来的订单规模较少，标的公司对其销售定价按照同等客户规模制定，销售单价偏高；二是2025年以来，标的公司和E Headway Media共同服务于大客户Scootsy和Safexpress，考虑到市场竞争环境、终端大客户合作的长期性及其针对成熟机型的降本需求、订单规模、未来持续采购预期等，标的公司予以一定的价格调整；三是2025年第四季度以来，卢比/人民币汇率单边下降超10%，另外同一机型配置上的差异亦对产品销售价格产生一定影响。标的公司对E Headway Media的销售定价公允性的具体分析如下：

1）C66销售价格公允性分析

2024年E Headway Media采购的C66机型数量较少，单价较高，毛利率相对较高。

2025年，标的公司将印度区域的直销大客户Scootsy、Safexpress转由经销商E Headway Media服务并提供产品，涉及的产品机型为C66、C72、MC95。其中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，Scootsy、Safexpress对该机型的采购量较大，主要用于自身网点、仓储物流的数据采集、管理升级，亦是标的公司在印度的标志项目。

2025年基于采购订单大幅增加、终端大客户Scootsy、Safexpress针对成熟机型的降本需求、E Headway Media取得合理收益等因素影响，标的公司对E Headway Media销售的C66机型单价1,559.14元较2024年单价2,476.39元下降较多，但与向其他客户销售的平均单价1,538.06元以及向其他境外客户销售的平均单价1,569.57元接近。2026年1-3月，标的公司对E Headway Media的C66销售单价1,383.11元略低于向其他客户销售的平均单价1,494.92元及向其他境外客户销售的平均单价1,477.73元，如剔除卢比/人民币汇率下降的影响，

价格接近。

2025 年，在销售单价接近的情况下，标的公司对 E Headway Media 销售的 C66 机型毛利率 37.58%略低于标的公司向其他客户的毛利率 39.62%及其他境外客户的毛利率 41.18%，主要系配置差异影响：标的公司向 E Headway Media 销售的 C66 机型大部分配置了性能较优的 SE4710 扫描头（该款扫描头相对 CM60 等扫描头的平均成本价高出大概 60 元），使得平均成本较高。2026 年 1-3 月，标的公司对 E Headway Media 销售的 C66 机型单价略低于向其他客户及向其他境外客户的平均销售单价，但毛利率相当，主要系标的公司销售给其他客户的 C66 机型中，部分配置了 UHF 模块，平均成本较高。

2）C72 销售价格公允性分析

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。

2024 年，标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型单价为 2,280.93 元，高于向其他客户销售的平均单价 2,181.70 元，低于向其他境外客户销售的平均单价 2,626.27 元。2024 年，标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型毛利率为 48.16%，高于标的公司向其他客户的毛利率 41.54%，接近于标的公司向其他境外客户的毛利率 48.53%。

2025 年，标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型单价为 2,419.33 元，有所上升，主要系因为 2025 年标的公司将印度区域的直销大客户 Safexpress 转由 E Headway Media 服务并提供 C72 产品。E Headway Media 2025 年开始采购的 C72 机型中，近一半系销售给 Safexpress，且基本配置了高性能 SE4750 扫描头模组，标的公司转移前对 Safexpress 销售的 C72 单价较高（2024 年标的公司对 Safexpress 销售的 C72 单价为 2,918.49 元），因此在转移后，标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 平均单价适当提升。

2024 年标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型单价高于其他客户的

平均单价，主要系因为 C72 境内销售数量占比超一半，境内销售定价相对境外低。2024 年标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型单价低于其他境外客户的平均单价，主要系配置差异所致：标的公司销售给 E Headway Media 的 C72 机型中，带扫描头模组的数量较少，而卖给其他境外客户的 C72 机型大多配置了 SE4710 及更高性能的 SE4750 扫描头模组。上述因素综合影响下，2024 年标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型毛利率高于向其他客户销售的毛利率，和标的公司向其他境外客户销售的毛利率接近。

2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型单价分别为 2,419.33 元、2,467.37 元，高于向其他客户销售的平均单价 2124.89 元、2,132.97 元，与向其他境外客户销售的平均单价 2,113.07 元、2,392.53 元接近。标的公司对 E Headway Media 销售的 C72 机型毛利率分别为 47.83%、44.93%，高于标的公司向其他客户销售的毛利率 40.32%、41.29%，与标的公司向其他境外客户销售的毛利率 46.41%、43.85%接近。

3）MC95 销售价格公允性分析

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 Scootsy 零售在线配送的业务需求。

E Headway Media 于 2025 年开始向标的公司采购 MC95 机型，MC95 机型的销售单价为 1,467.57 元、毛利率为 44.63%，均高于向其他客户销售的平均单价 1,346.81 元、毛利率 41.30%，主要系标的公司 2025 年销售的 MC95 机型中，境内销售占比近 20%，境内销售定价相对境外低。上述指标略低于向其他境外客户销售的平均单价 1,531.88 元、毛利率 47.35%，主要系因为 2025 年 1-3 月（MC95 机型导入 Scootsy 初期），标的公司直接向 Scootsy 销售的 2000 台 MC95 单价 1,767.31 元较高所致。

4）C61 销售价格公允性分析

C61 在 E Headway Media 历年的采购中非主力机型，2023 年 E Headway Media 采购的 C61 机型数量较少，单价及毛利率较高，高于标的公司向其他客户及其

他境外客户销售的平均价格和毛利率。

2024 年及 2025 年随着 C61 采购量的小幅提升,标的公司对 E Headway Media 销售的 C61 机型单价下降。2024 年及 2025 年，标的公司对 E Headway Media 销售的 C61 机型单价分别为 2,168.26 元和 2,147.11 元，向其他客户销售 C61 的平均销售单价分别为 2,326.90 元和 2,028.09 元，向其他境外客户销售 C61 的平均销售单价分别为 2,364.39 元和 1,981.48 元。标的公司对 E Headway Media 销售的 C61 机型毛利率分别为 44.87%、44.15%，向其他客户销售 C61 机型的毛利率分别为 40.80%、40.70%，向其他境外客户销售 C61 机型的毛利率分别为 42.85%、43.16%。标的公司对 E Headway Media 销售的 C61 机型单价、毛利率和其他客户、其他境外客户的平均销售单价接近，毛利率接近。

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	2026 年 1-3 月 /2026 年 3 月末	2025 年度 /2025 年末	2024 年度 /2024 年末
销售金额	200.07	2,141.17	290.86
应收账款余额	142.55	317.00	27.41
期后回款金额	142.55	317.00	27.41
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 290.86 万元、**2,141.17 万元、200.07 万元**。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 **2026 年 3 月末**对 E Headway Media 存在**一定金额**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。

报告期内，标的公司与 E Headway Media 之间的信用政策及变化情况如下：

项目	2024 年度	2025 年度	2026 年 1-3 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	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；

经销商	返利政策
	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**仅在 2025 年存在销售退回情况，具体**情况如下：

退货年度	产品	数量（台）	金额（万元）	占当期对 E Headway Media 营业收入比例
2025 年度	MC95	1,520	227.48	10.62%
	C66	3		
	C5	1		

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 290.86 万元、**2,141.17 万元、200.07 万元**。

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。

2026 年 1-3 月，标的公司对其销售规模有所减少，主要系因为 Scootsy 于 2025 年第四季度开始，针对主要机型 C66（主要用于仓储管理）、MC95（主要用于在线配送）的相应场景下适配需求的采购逐渐进入平稳阶段，采购量有所减少所致。

自 2021 年合作以来，标的公司对 Scootsy 的出货量逐年上升，有效支撑了该客户在印度全国性网点快速布局对仓储管理和在线配送的业务要求。进入 2026 年，随着客户前期网点建设阶段性完成，上述机型的采购量出现正常的周期性回落。与此同时，标的公司正积极推进上述机型产品的迭代与技术升级，进一步满足 Scootsy 在派送网点场景、仓储网点领域的盘点、出入库、捡货的升级需要，双方的合作持续稳定。

（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 十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 行业有较深了解，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，**即时零售、物流领域的应用场景下，客户具有服务**网点多、设备高频作业、应用环境复杂等特点，**具体而言：Scootsy 在印度具有高密度的仓储物流网络，覆盖印度 200 余个城市，重点集中在印度的主要城市，以实现“分钟级”的配送目标；Safexpress 在印度设有 800 余个核心运营网点，物流运输覆盖了印度 3 万多个邮政编码区域,几乎覆盖印度全境。因此**对标的公司即时响应、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，**印度成为现有员工人数（23 人左右）相对较少，尤其具有技术服务能力的员工数量偏少，**而本地经销商**拥有匹配的资源可以**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，**是一种相对经济、合理、高效的模式**。

（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、零售领域的客户，积累了丰富的行业服务经验；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

受法律法规、商业文化等因素影响，印度企业在构建供应链体系时会有一定的本土优先考虑。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**通过** E Headway Media 向 **Scootsy、Safexpress** 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
2026 年 1-3 月	**C66**	**122.61**	**895**	**1,369.95**	**43.35**	**35.44%**
	C72	**49.27**	**200**	**2,463.47**	**22.68**	**46.03%**
合计	**-**	**171.88**	**1,095**	**-**	**66.03**	**-**
2025 年度（转移后）	C66	**901.72**	**5,375**	**1,572.32**	**344.82**	**38.24%**
	C72	**130.42**	520	**2,508.11**	**62.10**	**47.61%**
	MC95	**508.18**	3,400	**1,494.63**	**231.97**	**45.65%**
2025 年 1-3 月（转移前）	MC95	**353.46**	2,000	**1,767.31**	**189.84**	**53.71%**
合计	**-**	**1,893.78**	**11,295**	**-**	**828.73**	**-**
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**	**-**

注 1：2025 年 1-3 月，标的公司对 Scootsy 仍存在直接销售的情形，主要系 E Headway Media 当时尚处于 Scootsy 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 Media 通过 Scootsy 的供应商认证前，仍由标的公司直接供货。**因编制合并报表时，印度成为的收入需按卢比/人民币 2025 全年的平均汇率换算成人民币收入，卢比/人民币汇率的波动，使得 2025 年 C72、MC95 的销售数量未变化的情况下，销售收入金额发生变化，进而使得销售单价、毛利、毛利率同步变动。**

注 2：以上转移后的相关数据仅为标的公司通过 E Headway Media 销售给 Scootsy、Safexpress 的销售数据，E Headway Media 除了和标的公司共同服务 Scootsy、Safexpress 外，自身亦拓展了印度当地其他物流、零售领域的客户。**为更直观对比转移前后标的公司对 Scootsy、Safexpress 的销售数据，上表数据未包括 E Headway Media 自身拓展的其他客户。**

（1）转移前后，标的公司对 Scootsy、Safexpress 的定价原则

报告期内，转移前后，标的公司对 Scootsy、Safexpress 的定价原则和其他客户基本保持一致，主要系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、相应机型成熟应用情况、未来采购预期等因素进行产品报价，最终通过与客户协商确定销售价格。

转移后，考虑到 E Headway Media 共同服务于大客户，其所需取得的合理收益，标的公司参照上述定价原则以及市场竞争动态变化，三方共同协商确定对 Scootsy、Safexpress 的终端销售价格，同时在保障自身合理利润前提下，标的公司与 E Headway Media 协商确定双方之间的交易定价。

（2）转移前后对销售收入、销量的影响

2024 年、2025 年及 2026 年一季度，标的公司通过直接以及间接方式对客户 Scootsy、Safexpress 的总销量分别为 8,706 台、**11,295** 台和 **1,095** 台，对应销售收入分别为 1,890.64 万元、**1,893.78** 万元和 **171.88** 万元。**2023 年度，标的公司对客户 Scootsy、Safexpress 的总销量和销售收入仅为 3,058 台和 766.33 万元，标的公司在 2024 年、2025 年对 Scootsy、Safexpress 的销售收入和销量均呈快速增长态势。2026 年 1-3 月，标的公司对 Scootsy、Safexpress 的销售规模有所减少，主要系因为 Scootsy 于 2025 年第四季度开始，采购逐渐进入平稳阶段，采购量有所减少所致。**

报告期内，上述变化与 Scootsy、Safexpress 所处的印度区域即时零售及物流行业的快速增长、增量需求、**采购周期**相匹配。标的公司转换服务模式，与 E Headway Media 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。

（3）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，Scootsy 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，标的公司以直接和间接方式对 Scootsy、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。针对产品单价和毛利率的具体分析如下：

1）针对 C66 机型单价和毛利率分析

报告期内，标的公司以直接和间接方式对 Scootsy、Safexpress 销售的 C66 机型产品单价分别为 2,153.38 元、1,572.32 元、1,369.95 元，毛利率分别为 51.00%、38.24%、35.44%，呈下降趋势，主要系受大客户针对成熟机型有降本需求、E Headway Media 服务大客户所需获取的合理收益、印度市场价格竞争态势、卢比/人民币汇率单边下降等多方面因素综合影响。

Scootsy、Safexpress 分别于 2021 年、2022 年即已开始向标的公司采购 C66 机型，转移前，随着采购累计总规模的扩大，大客户针对成熟机型产品有降本需求，标的公司对 Scootsy、Safexpress 销售的 C66 产品的单价在转移前即已呈现下降趋势，标的公司 2023 年对 Scootsy、Safexpress 直接销售的 C66 产品的单价为 2,380.36 元，2024 年降为 2,153.38 元。

转移后，上述大客户对这一成熟应用的产品存在进一步降本需求、叠加 E Headway Media 服务大客户所需获取的合理收益因素、印度市场同行竞争的影响、卢比/人民币汇率单边下降的影响，标的公司综合考虑到大客户合作持续稳定及未来存在持续采购预期，在保证合理毛利率的情况下，标的公司销售该产品的单价和毛利率进一步下降，转移后的销售价格具有公允性，毛利率处于合理区间，毛利率分析具体参见本题回复之“（2）标的公司向 E Headway Media 的销售价格公允性分析”，下同。

2）针对 C72 机型单价和毛利率分析

转移前，C72 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，由于出货量较小，该产品总体维持在较高毛利率水平，但与标的公司向境外其他客户的销售毛利率接近。

转移后，2025 年及 2026 年 1-3 月，标的公司通过向 E Headway Media 销售，进而供应给 Safexpress 的 C72 机型单价分别为 2,508.11 元、2,463.47 元，与标的公司向其他境外客户销售 C72 的平均销售单价 2,453.79 元、2,392.53 元接近，具有公允性。

3）针对 MC95 机型单价和毛利率分析

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 Scootsy 零售在线配送的业务需求，其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 1-3 月导入，导入初期价格高。转移后，由于出货量的增多以及 E Headway Media 的合理收益等因素，其单价和毛利率有所下降，但其单价与标的公司向其他境外客户销售的 MC95 单价和毛利率接近，具有公允性。

（4）基于同其他客户的销售单价、毛利率，进一步论证分析在转移前后，标的公司对 E Headway Media 销售 C66、C72、MC95 产品的单价公允性及毛利率合理性

报告期各期，标的公司向 E Headway Media 销售前述 C66、C72、MC95 三款机型的销售收入、销售数量、价格、毛利率及标的公司向其他客户、向其他境外客户的销售单价、毛利率对比情况如下：

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）	向其他客户的销售单价	向其他境外客户的销售单价	毛利率	向其他客户的销售毛利率	向其他境外客户的销售毛利率
2026 年 1-3 月	C66	125.17	905	1,383.11	1,494.92	1,477.73	34.71%	34.24%	33.92%
	C72	58.48	237	2,467.37	2,132.97	2,392.53	44.93%	41.29%	43.85%
2025 年度	C66	1,010.94	6,484	1,559.14	1,538.06	1,569.57	37.58%	39.62%	41.18%
	MC95	504.11	3,435	1,467.57	1,346.81	1,531.88	44.63%	41.30%	47.35%
	C72	292.50	1,209	2,419.33	2,113.07	2,453.79	47.83%	40.32%	46.41%
2024 年度	C66	19.32	78	2,476.39	1,729.22	1,759.33	55.50%	44.09%	45.41%
	C72	153.28	672	2,280.93	2,181.70	2,626.27	48.16%	41.54%	48.53%

关于单价及毛利率的公允性及合理性分析参见本题回复之“（2）标的公司向 E Headway Media 的销售价格公允性分析”。

（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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
印度市场收入	1,537.38	5,736.31	4,728.83
标的公司营业收入总额	8,403.00	31,768.24	33,534.29
印度市场收入占比	18.30%	18.06%	14.10%
印度市场毛利	564.89	2,555.92	2,520.44
标的公司毛利总额	3,353.69	13,452.91	14,335.32

印度市场毛利占比	**16.84%**	**19.00%**	17.58%

2、标的资产在印度设立子公司的原因及商业合理性

截至本回复出具之日，成为信息仅设有一家子公司，即印度成为。标的公司于 2015 年**较早即**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，为更好地响应印度 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。

2023 年印度市场收入为 2,163.96 万元，印度市场毛利为 1,097.04 万元，

报告期内，标的公司在印度市场的收入和毛利金额呈逐年上升趋势，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斑马技术（Zebra）设立了印度子公司 Zebra Technologies India Private Ltd，Symbol Technologies India Pvt Ltd；同行业公司霍尼韦尔（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（000997）设立了印度子公司 Newland AIDC India Service Pvt Ltd。

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 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

同行业公司	印度子公司	设立时间	注册地址
			Buddha Nagar Uttar Pradesh India 201309

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。

发展至今，得益于成为信息稳定的产品性能及品牌声誉，印度成为已形成一定的客户积累，报告期内印度成为所服务的客户数量分别为 100 余家、100 余家、50 余家，合计 170 余家客户，涵盖了 Scootsy、Safexpress、Infotek、GMR AIRPORTS LIMITED、Zepto、Shadowfax 等印度知名企业。印度区域高速增长的 AIDC 市场、良好的客户基础亦为印度成为的长足发展提供了有力支撑。

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，占标的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

由于不同配置和功能模块差异的存在，即使相同机型，其单位成本亦会存在较大差异，从而使得单位售价出现差异，因此需要细分至具体的物料编码进行比较（编码相同意味着配置和功能模块相同）。2023 年度，标的公司向 KONSTANTA 销售收入最多的产品，其编码为 1.2.62.3gb3h2c（属于 C61 机型），其收入占对 KONSTANTA 销售智能数据采集终端收入的 73.88%，具有代表性。现以此为样本，对当年度该款产品的毛利率以及单价进行对比分析如下：

1.2.62.3gb3h2（C61 机型）	销售金额（万元）	销量（台）	销售单价（元/台）	单位成本（元/台）	销售毛利率
其他客户	86.16	463	1,860.81	999.82	46.27%
KONSTANTA	2,699.78	21,452	1,258.52	947.71	24.70%
差异率	—	—	32.37%	5.21%	21.57%

KONSTANTA 与其他客户对比，上述产品在 2023 年度的单位成本总体差异不大，系受不同月份物料计价加权平均影响所致。标的公司对 KONSTANTA 的产品定价较低，主要系考虑到该客户整体采购规模较大，当年度采购量是其他全部客户的约 46 倍，同时叠加俄罗斯当地市场竞争加剧等外部环境影响，标的公司对该客户给予了相应价格优惠所致。该等交易符合市场化交易原则，相关销售定价公允。

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品牌、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。
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，

项目	贸易商	经销商
		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33,534.29万元、**31,767.92万元**及**8,403.00万元**，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、元/台

产品型号	2026年1-3月		2025年度		2024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	**17,218**	**1,489.04**	**56,333**	**1,540.49**	55,523	1,730.27
C72	**5,599**	**2,146.54**	**20,094**	**2,140.95**	23,858	2,180.20
C5	**3,165**	**1,932.92**	**8,558**	**1,901.12**	12,139	1,889.49
C61	**1,247**	**2,063.58**	**7,356**	**2,038.64**	7,818	2,323.95
MC50	**1,647**	**2,572.71**	**7,762**	**2,188.43**	5,924	2,309.86

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。**报告期内，**C66 型号产品销售单价逐期下降，主要系受市场竞争加剧所致。**2025 年度，C66 产品销售量上涨，主要系印度市场的销量增加所致。**

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。

C5 产品是标的公司推出的一款新一代 UHF RFID 智能手持终端，主打高性能超高频读写、坚固工业级机身与长续航，适配仓储物流、零售、资产管理等场景。2025 年度，产品销量下降但均价上升，主要系项目制客户的订单需求减少所致，该部分客户定价通常低于其他普通客户，项目制订单占比降低导致均价略有上升。2026 年 1-3 月受益于海外市场需求增长，且低价项目订单逐步结束，产品销量与销售单价同步上涨。

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。**2025 年度，C61 产品销量与销售单价下降主要系对美国客户 Enterprise Data Resources, Inc.出货量减少和售价调整所致，同时单价下降亦受到产品出货结构变动的影响。标的公司对 Enterprise Data Resources, Inc.部分产品的价格调整系市场化磋商结果，由于 C61 的客群基础较大，整体来看该机型毛利率在 2024 年度和 2025 年度期间内均维持在 40%以上，较为平稳。2026 年 1-3 月，产品单价平稳但销量有所下降，主要系标的公司减少了对 Enterprise Data Resources, Inc.的出货量所致；同时，KONSTANTA 亦受到下游项目、市场环境变化等情况影响而减少向标的公司采购 C61。**

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。**报告期内，MC50 产品销售单价总体保持平稳；2026 年 1-3 月受原材料价格上涨影响，产品单价有所上调。该产品 2025 年销量**

上涨，主要因公司与客户 Denso 自 2023 年开展样机合作测试，2024 年订单规模逐步放量，**2025 年度销量延续增长态势。**

（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 84.39%、**84.58%和 85.43%**，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 7.83%、**7.49%和 6.51%，2026 年 1-3 月占比相对下降主要受智能数据采集终端业务占比上升影响所致**。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 6.18%、**6.59%和 6.72%，整体占比较为稳定**。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	2026 年 1-3 月		2025 年		2024 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
C66	2,563.83	35.72%	8,678.04	32.30%	9,605.71	33.94%
C72	1,201.85	16.74%	4,302.03	16.01%	5,201.52	18.38%
C5	611.77	8.52%	1,626.97	6.06%	2,293.65	8.10%
C61	257.33	3.58%	1,499.62	5.58%	1,816.86	6.42%
MC50	423.72	5.90%	1,698.66	6.32%	1,368.36	4.84%
合计	5,058.50	70.47%	17,805.32	66.27%	20,286.10	71.68%

2025 年度，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**同比**下降，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。**2026 年 1-3 月，得益于标的公司境外市场的持续开拓，相**

应的主要细分型号总体销售金额及占比有所提升。

2、客户结构调整的具体情况

2025 年度，根据客户收入的同比变动情况，将标的公司的主要客户划分为收入增长或基本持平客户，收入下降客户两大类。针对不同类别客户，收入变动的具体情况及原因如下：

1）收入增长或基本持平客户

单位：万元

客户名称	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	变化原因
E Headway Media	200.07	2,141.17	290.86	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	412.81	1,082.83	1,138.99	2023 年初步合作测试样机，2024 年起收入放量
Enterprise Data Resources, Inc.	393.42	1,423.00	1,727.86	2025 年受贸易摩擦及关税影响，采购金额**存在一定波动，但整体无重大变化**
Interway	492.40	1,264.74	995.71	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	315.65	1,111.25	1,283.31	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
Venura Enterprises	1,027.17	737.93	-	**标的公司在印度市场拓展新增合作经销商渠道带来业务增量，在即时零售、物流领域持续获得新增客户及订单**

2）收入下降客户

单位：万元

客户名称	2026年1-3月	2025年度	2024年度	2025年度同比变动金额	2025年度收入同比变动幅度
上海华测	172.00	984.86	1,387.23	-402.37	-29.01%
Infotek	106.11	808.45	1,374.11	-565.66	-41.17%
Scootsy Logistics Pvt Ltd	-	393.35	1,808.09	-1,414.74	-78.24%
Bridgestone Mobility Solutions B.V.	14.67	102.02	990.21	-888.19	-89.70%
KONSTANTA Limited Liability Company	85.62	607.31	964.02	-356.71	-37.00%
合计	378.40	2,895.99	6,523.66	-3,627.67	-55.61%
2025年度上述客户合计下降金额占全年下降金额比例				205.41%	—

2025年度，标的公司主要客户当中，收入下降较多的客户包括上海华测、Infotek 、Bridgestone和KONSTANTA，合计收入下降3,627.67万元，占当年标的公司营业收入下降总额的205.41%，上述客户的收入下降是导致标的公司2025年度收入同比下降的主要原因。各客户收入下降的具体原因如下：

上海华测与标的公司2021年开始合作。标的公司主要向其销售HCE600用于工程测绘。HCE600系深度定制化产品，标的公司与上海华测进行商谈后，综合考虑整体采购规模等因素，产品定价较低，毛利率较低。2024年起，标的公司发展战略由规模优先转换为质量优先、服务优先、效益优先，主动控制和减少对低毛利率订单的承接，使得对上海华测的收入下降较多。

Infotek后续收入减少主要是由于终端项目已履约完毕所致。

标的公司于2025年将印度区域的直销客户Scootsy转由经销商E Headway Media服务并提供产品，故2025年开始，标的公司对Scootsy的直接销售收入下滑。

Bridgestone与公司2021年开始合作,系位于荷兰的ODM客户,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）。标的公司主要向其销售C66型号产品及相关产品配件用于下游项目集成，具有项目制属性。报告期内，公司对该客户的收入下降主要系2024年开始该客户的集成项目已陆续履约完毕所致。

KONSTANTA与公司2018年开始合作，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。标的公司主要向其销售C61、C66型号产品及相关产品配件。2023年该经销商的下游集成商客户所承接的终端客户仓储管理升级项目陆续交付完毕，该集成商所承接的终端客户仓储管理升级项目结束后，该集成商在报告期内仍和标的公司持续合作，但采购数量有所减少，使得采购金额下降。同时，受俄罗斯市场厂家竞争加剧等因素影响，其向标的公司采购量减少，综合导致标的公司对其收入同比下降较多。

（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100.00%、97.55%和92.83%，2025年略有下降，主要系受MC21型号轻便型3.5寸手持终端备货增加所致。该产品在2025年末有0.5万台库存，系为尼日利亚客户Botosoft Technologies Limited备货所致，而2024年末则无该型号产品备货。标的公司于2025年2月与上述客户签订订单，分别于2025年4月、2026年3月收到客户定金，并于2026年4月将该批货物交付。同时，受上述情况影响，2025年末，标的公司主要产品智能数据采集终端的期末库存情况较上年末有所增加。

报告期各期末，标的公司存货账面余额分别为9,487.59万元、10,566.03万元和14,039.22万元，呈上升趋势，主要系标的公司为应对存储芯片等主要原材料价格不断上升，以及下游订单需求提升所进行的备货所致。

（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	2026 年 1-3 月		2025 年		2024 年	
	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
优博讯	44,786.27	26.45%	153,927.62	25.90%	122,119.00	24.16%
新大陆	246,244.27	29.43%	427,633.68	35.22%	359,455.63	38.53%
远望谷	10,610.04	41.99%	60,305.06	42.13%	54,568.05	43.62%
成为信息	8,403.00	39.91%	31,768.24	42.35%	33,534.29	42.75%

数据来源：各公司年度报告、季度报告

注：2024 年度和 2025 年度新大陆收入及毛利率取与标的公司业务可比的电子支付产品及信息识读产品收入及毛利率，2026 年 1-3 月未披露相关数据，取其综合收入和毛利率（不含类金融业务收入）。

2025 年度，同行业可比公司营业收入同比上升，标的公司有所下降，呈现分化的趋势。一方面，上述同行业可比公司的业务构成与标的公司存在一定的差异，其收入增长动能还来源于智能支付终端、POS 设备、数字化及软件开发服务等板块，与标的公司高度集中于工业级 AIDC 终端的业务范围并不完全重叠。另一方面，标的公司 2024 年起主动实施了战略调整：将经营重心从规模扩张转向质量与效益优先，着力筛选优质客户与高附加值订单，相应压缩了部分低毛利、大规模定制化产品的承接量，由此在短期内牺牲了一定的销售收入规模，但综合毛利率得以维持在较高水平。这种战略调整使得标的公司的收入表现未能完全跟随行业可比公司趋势，而是呈现出与自身客户结构优化、订单质量提升相匹配的特征，具有合理性。

报告期各期末，同行业可比公司的存货账面价值具体情况如下：

单位：万元

类别	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
优博讯	53,975.53	42,165.25	35,565.86
新大陆	154,487.73	108,500.69	95,801.17
远望谷	17,247.50	16,255.33	14,912.97
标的公司	11,994.93	8,306.51	7,040.84

数据来源：各公司年度报告、季度报告

报告期内，同行业可比公司存货价值均呈现逐步上升趋势，与标的公司变

动趋势一致，主要系受上游原材料价格上涨以及根据下游订单情况而进行的备货增加所致。

（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

1、标的公司报告期内及期后的产品销售定价策略维持稳定

报告期内，标的公司智能数据采集终端产品的单价分别为 1,640.54 元、1,548.24 元和 1,582.54 元，下降幅度较小，2026 年一季度有所回升，报告期内产品单价总体波动较小，部分产品单价有所下降，主要系根据客户订单规模、当地市场需求及竞争变化情况进行的主动调整，以维持标的公司产品的整体盈利水平，提升品牌综合竞争力。

根据管理层提供的业务数据，2026 年上半年标的公司智能数据采集终端的平均销售价格与 2025 年的销售均价基本相当。

标的公司的产品销售定价策略，主要以成本加成为基础，结合市场竞争环境、客户合作关系、订单规模、未来采购预期、产品迭代等因素进行产品定价，与客户协商确定最终销售价格。上述定价策略在报告期内及期后保持稳定，不存在通过大幅降价促进销量增长的情况以及未来安排，不会有销售价格大幅下降的风险，不会对标的公司盈利能力造成不利影响。

2、报告期内标的公司收入下降的具体原因

综合上述说明，产品单价方面，报告期内，标的公司产品单价总体波动较小，部分产品单价有所下降，主要系根据客户订单规模、当地市场需求及竞争变化情况进行的主动调整，以维持标的公司产品和订单的整体盈利水平，提升品牌综合竞争力，不存在通过大幅调低产品价格以换取市场及客户订单的情形。标的公司综合考虑客户、订单、当地市场、产品特点等多方面情况，在一定基准范围内进行有针对性的报价，并持续更迭产品技术和方案，提升产品附加值，以适应不断变化的市场竞争节奏，不存在产品价格单边持续下行的风险，不会对标的公司盈利能力造成显著不利影响。

另一方面，由于主要客户需求变化导致的销售数量下降较为显著，是标的公司收入下降的主要驱动因素。结合上述“2、客户结构调整的具体情况”，现就收入下降的具体原因进一步说明如下：

一是，收入下降源于标的公司为聚焦盈利性较高的订单与业务而进行的主动性战略调整，这是企业优化内部资源配置、提升整体经营质量的常见举措。在发展过程中，当公司识别出部分业务或订单的盈利水平与整体战略目标不符时，进行主动收缩是追求更优经济效益的理性商业行为。具体到标的公司，其战略重心已从规模优先转向质量、服务与效益优先。在此背景下，标的公司会审慎评估各业务单元的盈利能力，并对低毛利率的订单进行主动管理。例如，对于客户上海华测，标的公司主要向其销售深度定制化的HCE600产品用于工程测绘。该产品因综合考虑整体采购规模等因素，定价水平较低，导致毛利率显著低于标的公司平均水平。为贯彻新的发展战略，集中资源聚焦重点领域，标的公司自2024年起主动控制并减少了对该类低毛利率订单的承接，从而直接导致对上海华测的销售收入出现计划内的、较大幅度的下降。

二是，收入波动与客户业务的项目制属性密切相关，这是面向企业客户销售中时常出现的周期性现象。项目制业务通常具有需求集中、执行周期明确、履行完毕后采购量阶段性回落的特点，进而使得供应商的销售收入随客户项目的周期变化而有所波动。标的公司的部分重要客户即属于此类情况。例如，客户Bridgestone Mobility Solutions B.V.作为一家专注于车队管理平台等数据驱动解决方案的ODM客户，其采购标的公司的C66等产品主要用于集成至其下游客户的特定项目中。报告期内，该客户的前期集成项目已陆续履约完毕，新的可比规模项目尚未进入集中采购阶段，因此对标的公司的采购需求出现阶段性下降。

三是，收入变化也受到特定区域市场环境与项目周期的叠加影响，此类情形通常具有地域特殊性和阶段性。当客户集中于某个特定区域市场时，其经营状况不仅受自身项目进度影响，也易受该区域宏观经济、产业竞争乃至地缘政治等外部因素的冲击。例如，KONSTANTA作为标的公司在当地的独家经销商，其

采购需求一方面与其下游客户的项目进度紧密挂钩。报告期内，其重要客户的相关项目进入尾声，导致需求量下降。另一方面，报告期内俄罗斯本土相关市场的竞争态势显著加剧，这些外部环境变化共同影响了当地市场主体的经营活动与未来预期，进而使得KONSTANTA获取新订单的能力以及对上游的采购意愿均受到抑制。

上述三方面原因共同导致了报告期内标的公司营业收入的下降，这三方面原因所对应的四家代表性客户在2025年度收入同比下降3,627.67万元，占当年标的公司营业收入下降总额的205.41%。

3、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

上述三方面原因所导致的标的公司收入下降，具有明显的阶段性、暂时性和主动选择性特征，因此下降趋势非持续性。具体说明如下：

1）聚焦高盈利订单的战略调整成效显著，盈利质量提升夯实发展基础

针对聚焦盈利性较高订单与业务，收缩盈利较差的订单与业务，使得收入有所下降这一情形，这是标的公司主动优化客户与订单结构，提升资源使用效率和长期竞争壁垒的战略举措。其直接表现是，尽管来自如上海华测等特定客户的收入在报告期内出现减少，但标的公司综合毛利率维持在42%左右，高于大部分同行业可比公司毛利率，标的公司的盈利能力及经营质效得到较大提升，为未来可持续发展打下坚实基础。此外，根据标的公司未审财务报表，2026年1-6月已实现收入19,200.27万元,收入同比增长较多,不存在继续下降的情形。

2）项目制为行业常态

针对因客户项目结束而导致的收入下降这一情形，是项目制业务的正常波动，且标的公司已展现出持续获取新项目的能力。项目制通常指企业根据下游客户的特定、离散性项目需求（如系统集成、终端客户解决方案部署等）提供产品或服务，其特点是需求具有明确的起止时间、定制化程度较高、采购量在项目履约期内集中释放，项目结束后采购量自然回落，因此收入波动具有普遍

性，是行业内的常见业态，优博讯、远望谷、新大陆等同行业公司均普遍存在该业务模式。但项目周期的更迭是动态过程，单一项目的结束并不意味着客户关系的终结或标的公司开拓订单能力的下降。报告期内，标的公司大型项目订单的客户如 Bridgestone 等均经历了采购量的起落，但目前仍保持良好的合作关系，部分未来新增项目亦处于积极洽谈阶段。回溯标的公司近十年发展历程，2016 年标的公司在智能数据采集终端业务板块实现数千万元收入并盈利；此后，标的公司进入快速发展阶段，至 2019 年营业收入规模已稳定在 3 亿元以上，且持续盈利，历史上经营情况未发生重大不利变化。

3）标的公司拥有持续获取订单能力

此外，行业稳固的生态系统为标的公司构建起了长期且持续的获客能力。从行业生态角度来看，AIDC 行业是一个由品牌设备制造商、芯片原厂、系统集成商、独立软件开发商、周边配套硬件生产商、区域经销商及终端用户等不同群体共同构成的稳定生态体系。标的公司作为拥有自主品牌的智能数据采集终端原始设备制造商，处于该生态链的上游与源头，其角色是为下游各类合作伙伴提供核心的硬件载体与数据入口。在此生态中，系统集成商与软件开发商基于标的公司的设备进行应用开发与解决方案整合，以服务于零售、物流、制造等千行百业的终端客户；区域经销商则负责本地化的市场开拓与客户维护。这种分工协作、共生共荣的生态关系是成熟且长期的。因此，项目的获取并非依赖于与少数终端客户的接触，而是深度嵌入在这一持续的生态循环之中。只要下游各行各业数字化转型的需求持续存在，作为解决方案核心载体的智能终端设备就有持续被采购的需要。生态伙伴（集成商、经销商等）为开拓自身业务、服务其终端客户，会不断向作为源头的标的公司提出新的、定制化的设备采购需求，从而使得项目机会能够通过生态网络被源源不断地识别和传导至标的公司。这意味着，标的公司的项目获取能力是构建在其已建立的、稳固的行业生态位之上，生态的持续运转让其拥有了市场化、可持续的订单开拓能力，单一项目的结束仅是生态循环中的一个节点，而非业务的终点。

进入 2026 年，标的公司在新客户与新项目的开拓上已取得实质性进展，积

极推进 Apple 零售店、Swiggy 即时零售平台、Flipkart 电商平台库存管理等项目落地，目前均处于顺利推进阶段，相关方已陆续开始采购，业务合作稳步开展。此外，标的公司已与众多优质客户达成合作意向，已基本完成前期接洽与送样工作，目前已陆续收到客户订单，智能数据采集终端的储备订单快速增长。截至 2026 年 7 月末，标的公司的储备订单不含税金额约为 24,050.00 万元。其中，项目制储备订单（比如 Swiggy、Zepto、华住会、Flipkart、Apple 零售项目、阿根廷邮政、南非选举项目等）不含税金额约为 21,850.00 万元，订单储备规模充足。

因此，标的公司项目制储备订单在报告期后整体充足，其中部分项目已陆续开始采购，首批规模化交付周期 3-6 个月内，对 2026 年度标的公司的业绩预计能够起到较好支撑。

4）特定区域波动属局部偶发因素，全球布局与行业增长有效对冲其影响

针对因特定区域市场环境变化叠加项目周期导致的收入波动，其原因具有显著的偶发性、外部性与局部性，并非全球市场的普遍现状，也未对标的公司核心竞争力及其他区域业务构成冲击。标的公司的市场布局具有全球多样性，在欧洲、北美、亚洲等其他主要市场的拓展活动均在正常进行。一方面，全球行业需求为增长提供了坚实基底，根据 QYResearch 数据，全球 RFID 智能手持终端市场 2026-2032 年复合增速预计达 6.59%，广阔的增量空间足以对冲局部收缩；另一方面，标的公司自发展早期即实施的国际化战略已初见成效，经过长期的国际市场耕耘，标的公司已在以欧美为代表的成熟市场建立起一定的品牌价值、客户关系和渠道资源网络，报告期内境外收入占比的持续提升，在多元化、全球化的业务结构加持下，标的公司抵御单一区域风险能力得到提升。

5）标的公司是 AIDC 领域的重要参与者，尤其在全球 RFID 细分领域占据了稳定的市场地位；标的公司拥有产品自主研发以及应用创新能力、完善的国际业务布局以及稳定的供应链体系等核心竞争优势，能够充分应对行业竞争

①标的公司是 AIDC 领域的重要参与者，尤其在 RFID 领域占据了稳定的市

场地位

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。斑马技术、霍尼韦尔等国际厂商优势在高端市场较为明显，其主要收入来自欧美地区，在亚太地区的竞争优势并不显著，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，逐渐抢夺国际厂商的市场份额。

标的公司是AIDC领域的重要参与者，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，系少数拥有超高频RFID核心技术自主能力的设备厂商之一。标的公司以超高频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，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、金融等多行业的数字化与自动化需求。经过多年的自主研发以及对客户需求的精准把握，标的公司的产品在性能稳定性、数据采集精度等方面不逊色于斑马技术、霍尼韦尔两家国际厂商，同时具备突出的成本优势与价格竞争力，积累了良好的市场口碑，境外市场销量连续多年实现增长。标的公司在智能数据采集终端市场已形成较强竞争力，尤其在RFID细分领域占据了稳定的市场地位。

根据QYResearch数据，2025年全球RFID智能手持终端市场前五大厂商合计占据约63.46%的份额，标的公司2023年至2025年市场份额分别为5.30%、4.69%和4.75%，保持在5%左右，位列全球该细分市场核心厂商梯队。

②标的公司拥有产品自主研发以及应用创新能力、完善的国际业务布局以及稳定的供应链体系等核心竞争优势，能够充分应对行业竞争

标的公司在超高频RFID模块、RFID天线、固件算法、底层应用软件等核心环节均具备自主研发能力，构建了以RFID产品为核心的完整的智能数据采集终端产品体系。针对下游行业多元化、产品更新迭代快、客户需求个性化的特点，

标的公司可开展定制开发，快速响应不同行业、不同客户在读取距离、群读速率、使用环境及频率、配套功能、应用软件等方面的差异化需求。凭借长期聚焦 RFID 核心技术的积累，标的公司创新并开发了多个垂直细分行业的 RFID 技术产品和整体解决方案，产品已广泛应用于物流、零售连锁、仓储、交通、医疗、金融、电力、畜牧、大型展会等领域，在物联网行业快速发展和 RFID 需求不断增长的背景下，标的公司能够持续迭代产品并拓展行业应用。

标的公司在业务发展初期即进行国际化布局，目前已建立起覆盖欧洲、北美、东南亚、拉美、印度等重点地区的海外销售体系。经过多年发展，标的公司品牌产品已在海外市场积累一定知名度并获客户认可，合作体系稳定。依托上述渠道，标的公司主要产品在欧洲、北美、东南亚、拉美、印度等重点地区的市场规模不断增长，为后续的持续发展提供了有效保障。

标的公司供应链管理方面亦形成了良好的上下游合作关系。在芯片平台方面，标的公司与英频杰（Impinj）、高通等主流芯片平台及处理器厂商建立了联合开发与技术验证的合作关系，可协同推进新技术的产品应用落地，形成了良好的合作生态，应用创新能力较强。在存储芯片方面，标的公司亦与江波龙、佰维存储、金士顿等知名存储品牌商及其代理商持续稳定合作。上述合作使得标的公司在 RFID 芯片、SoC 芯片、存储芯片等核心部件的供应方面具有较强的保障能力，供应链资源与响应灵活度较高，能够保障各类订单的稳定交付。

标的公司所拥有的上述核心竞争力可以持续转化为标的公司的经营成果，具备充分应对行业竞争的能力。

综上所述，标的公司收入不存在长期的下降趋势，标的公司因主动优化客户与订单结构、下游项目制采购节奏以及个别区域市场偶发波动等共同影响使得 2025 年收入有所下降，具有明显的阶段性、暂时性和主动选择性特征；标的公司是 AIDC 领域的重要参与者，所具备的核心竞争优势，使得标的公司具备充分应对行业竞争的能力。根据标的公司未审财务报表，2026 年 1-6 月已实现收入 19,200.27 万元，收入同比增长较多，不存在继续下降的情形；标的公司定价策略在报告期内及期后保持稳定，不存在通过大幅降价促进销量增长的情况，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	2026 年 1-3 月		2025 年度		2024 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
材料费用	**4,194.25**	**83.07%**	**14,795.30**	**80.78%**	15,461.79	80.53%
直接人工	**199.63**	**3.95%**	**805.48**	**4.40%**	817.16	4.26%
制造费用	**336.99**	**6.67%**	**1,397.74**	**7.63%**	1,417.28	7.38%
加工费	**264.28**	**5.23%**	**1,051.56**	**5.74%**	1,140.20	5.94%
运费及其他	**54.18**	**1.07%**	**265.26**	**1.45%**	362.54	1.89%
合计	**5,049.32**	**100%**	**18,315.33**	**100%**	**19,198.97**	**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 80.53%、**80.78%及 83.07%**。**2025 年度，各成本项目占比同比变动不大，整体较为稳定；2026 年 1-3 月受存储芯片等主要原材料价格快速上涨的影响，材料费用占比有所提升，并同步导致其他类型成本项目占比相对下降。**

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88.36%、**89.25%和89.11%**，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主营业务成本构成情况如下：

单位：万元、元/台

项目	2026年1-3月		2025年度		2024年度	
	金额	单位成本	金额	单位成本	金额	单位成本
材料费用	**3,789.58**	**835.44**	**13,561.10**	**781.43**	13,998.20	811.45
直接人工	**178.59**	**39.37**	**675.82**	**38.94**	677.74	39.29
制造费用	**232.85**	**51.33**	**905.49**	**52.18**	937.28	54.33
加工费	**246.53**	**54.35**	**953.60**	**54.95**	1,013.39	58.74
运费及其他	**51.68**	**11.39**	**250.92**	**14.46**	337.24	19.55
合计	**4,499.22**	**991.89**	**16,346.94**	**941.95**	**16,963.86**	**983.37**

报告期内，智能数据采集终端的销售成本分别为16,963.86万元、**16,346.94万元和4,499.22万元**。**2025年度同比小幅下降3.64%，其中各科目均呈现不同程度下降，主要系收入下降带动所致**。

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983.37元/台、**941.95元/台和991.89元/台，呈先降后升趋势**。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811.45元/台、**781.43元/台和835.44元/台，呈先降后升趋势**。**2025年度相较2024年度的**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。**2026年一季度单位材料费用上升，主要系存储芯片价格快速上涨，相关影响逐步传导至标的公司产品材料成本所致。**

报告期内，智能数据采集终端的单位直接人工费用分别为39.29元/台、**38.94**

元/台和 39.37 元/台，各期总体保持平稳。

报告期内，智能数据采集终端的单位制造费用分别为 54.33 元/台、52.18 元/台和 51.33 元/台，呈缓慢下降趋势，主要系标的公司产量逐步提升带来的规模效益。

报告期内，智能数据采集终端的单位加工费用分别为 58.74 元/台、54.95 元/台和 54.35 元/台，呈缓慢下降趋势，主要系随着产量的逐步提升使得单位加工费用下降所致；单位运费及其他分别为 19.55 元/台、14.46 元/台和 11.39 元/台，标的公司的运费以国际空运为主，报告期内呈现下降趋势，主要系印度地区的销售数量及占比上升较快，印度子公司在当地发货的运输费用主要由客户承担，进而拉低了整体的单位运输成本所致。

（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、扫描头模组和超高频芯片等，合计占智能数据采集终端直接材料成本比重分别为 70.00%、69.79%和 76.93%。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		
	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
PCBA	426.87	325.61	318.88	422.76	296.08	295.66
扫描头模组	185.59	171.85	193.31	169.66	181.50	189.66
超高频芯片	147.48	160.66	176.17	154.35	161.59	180.65

报告期内，PCBA 的单位成本分别为 318.88 元/片、325.61 元/片和 426.87 元/片，同期采购入库均价分别为 295.66 元/片、296.08 元/片和 422.76 元/片。2025 年度同比变动不大。2026 年 1-3 月，随着存储芯片价格的快速上涨，PCBA（含嵌入式存储芯片）采购入库均价及单位成本均呈现快速上升趋势。

报告期内，扫描头模组的单位成本分别为 193.31 元/个、171.85 元/个和 185.59 元/个；同期采购入库均价分别为 189.66 元/个、181.50 元/个和 169.66

元/个，2026 年 1-3 月变动趋势不同，主要系销售产品与采购入库物料规格型号差异所致。

报告期内，超高频芯片的单位成本分别为 176.17 元/个、160.66 元/个和 147.48 元/个，同期采购入库均价分别为 180.65 元/个、161.59 元/个和 154.35 元/个，二者变动趋势相匹配。

综上所述，营业成本与 PCBA、超高频芯片等主要原材料的价格变动相匹配；扫描头模组变动趋势在 2026 年 1-3 月有所不同，主要系销售与采购的规格型号差异所致。

（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，对本次收益法评估结果是否存在不利影响

1、原材料采购价格波动对标的公司报告期内经营业绩的影响情况

（1）2024 年、2025 年主要原材料采购价格总体稳定，对经营业绩不存在不利影响

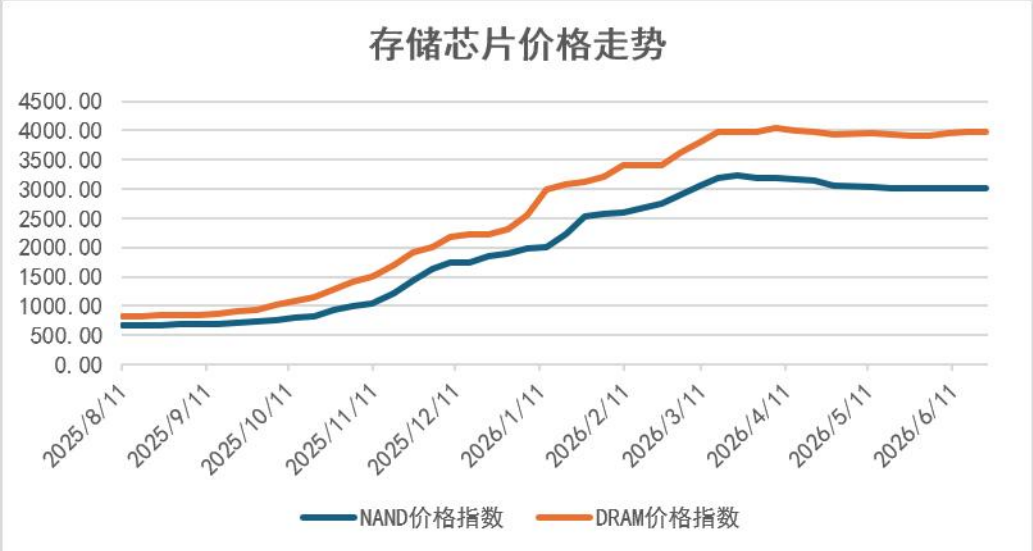
2024 年度及 2025 年度，标的公司采用“以产定购与需求预测”相结合的采购模式，通过对供应链的有效管理，主要原材料的采购价格在**该期间**内保持相对稳定。同时，从成本构成来看，主要产品的单位材料费用及整体单位成本在报告期内变动幅度较小，总体保持稳定。此外，**2024 年度及 2025 年度**，标的公司主要产品毛利率维持在较高水平，显示出较强的盈利韧性。**因此，原材料采购价格波动在 2024 年度及 2025 年度不存在重大不利影响。**

（2）原材料采购价格波动对 2026 年 1-3 月的影响情况

2026 年 1-3 月，存储芯片市场价格波动显著，除此以外的其他主要物料采购价格总体较为平稳，对标的公司产品成本及毛利率的影响较小。现针对存储芯片市场价格波动对标的公司影响情况分析如下：

1）存储芯片市场价格波动情况

自 2025 年四季度开始，受 AI 算力需求爆发式增长影响，主要存储芯片供应商将有限产能优先配置至 HBM 及 DDR5 产品，导致传统面向工业及消费电子领域产品的供给受到挤压，存储芯片价格自 2025 年第四季度进入快速上行周期，并在 2026 年持续上升并维持高位。根据 Counterpoint 相关报告，2026 年第一季度 DRAM 价格环比上涨超过 50%，NAND Flash 价格环比上涨超过 90%。2025 年 8 月以来，CFM 闪存市场公布的 NAND、DRAM 综合指数如下表所示：



数据来源：CFM 闪存市场

注：CFM 闪存市场作为独立的市场调研机构，其公开披露的 NAND、DRAM 综合指数是参考一系列 NA 价格加权指数，是反映存储市场价格综合走势的统计指标。

根据 CFM 闪存市场价格走势图，2025 年四季度开始，存储芯片价格呈现快速上行趋势，并一直持续至 2026 年一季度末；2026 年二季度存储芯片价格仍维持高位，但快速上升势头得到一定缓解。

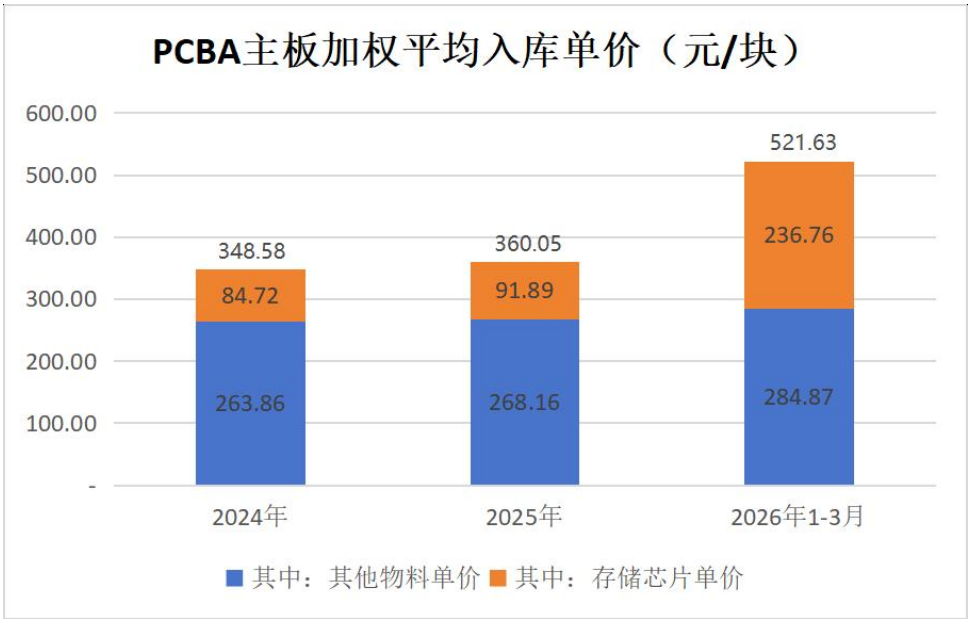
2）存储芯片价格波动对采购端影响情况

标的公司产品所需要用到的主要存储类型为 eMCP 和 uMCP，其本质上是一种将 NAND Flash 存储芯片（通过 eMMC 或 UFS 控制器进行管理）与 LPDDR DRAM 内存芯片，在物理上集成封装成一个单一芯片的解决方案，属于以 PCBA 为载体的嵌入式存储。2024 年度和 2025 年度，标的公司上述存储芯片主要是通过采购 PCBA 来实现间接获取。随着存储芯片价格的快速上涨，为丰富存储芯片的供应渠道，标的公司在保持现有外购 PCBA 为主的模式下，从 2025 年 12 月开始，还通过单独采购存储芯片的方式作为补充。

从采购端来看，2024 年度和 2025 年度 PCBA 采购入库平均价格分别为 295.66 元和 296.08 元，总体保持平稳。随着 2025 年四季度开始存储芯片价格的快速上涨，并经过下游市场充分发酵和传导后，标的公司 PCBA（根据产品配置差异，包括主板和副板两类）的采购价格在 2026 年一季度出现快速上升趋势，平均入

库价格达 422.76 元。

由于副板和部分主板不包含存储芯片，单价较低，采购价格较为稳定，且采购占比较低。为进一步准确反映出存储芯片价格对 PCBA 入库价格的影响，现仅针对包含存储芯片的 PCBA 主板进行分析，其报告期内的采购入库价格情况如下：



注：2025 年 12 月以前，标的公司未单独采购存储芯片，因此上述 PCBA 中存储芯片价格系根据 PCBA 采购订单备注的存储芯片价格直接获取；2025 年 12 月及以后，存储芯片采购价格还纳入统计了单独采购部分。

由上图，PCBA 主板在报告期内的入库价格分别为 348.58 元、360.04 元和 521.64 元，其价格的涨幅主要是存储芯片价格上涨带动所致，其余物料价格整体稳定。其中存储芯片的采购入库价格分别为 84.72 元、91.89 元和 236.76 元，占 PCBA 主板价格比重分别为 24.30%、25.52%和 45.39%。

3）存储芯片价格波动对销售端影响情况

从销售端来看，便携式数据采集终端和固定式数据采集终端在 2024 年度、2025 年度以及 2026 年一季度的单价和毛利率情况如下：

单位：元/台

类型	项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
便携式数据采集终端	单价	1,608.28	1,590.71	1,660.19
	单位成本	1,012.75	970.23	997.47
	毛利率	37.03%	39.01%	39.92%
固定式数据采集终端	单价	1,281.05	1,103.66	1,290.31
	单位成本	747.71	646.01	732.04
	毛利率	41.63%	41.47%	43.27%

由上表，2026 年 1-3 月，便携式数据采集终端单位成本有所提升，使得毛利率小幅下降，与此同时固定式数据采集终端单价及单位成本均有所提升，毛利率较为平稳，主要受客户端提价、备货和生产周期库存两方面的影响。具体而言，为快速响应市场需求，标的公司通常按照“前三个月的历史出货量基础上适当考虑未来订单需求”的原则备货 PCBA 等主要原材料，在客户明确订单需求后，开始组织生产整机产品，最后按照与客户约定的交付时间，在临近交付前进行相关软件的烧录，其他硬件配置等。上述 PCBA 从入库到生产，再到交付出货的全流程，整体周期约 5 个月，与标的公司实际周转率相匹配。因此，当前 PCBA 实际采购价格的快速上涨影响，假设按照物料入库时间均匀领用，完全传导至主营业务成本需接近 5 个月左右的周期，导致实际采购价格变动趋势与同期产品销售成本变动态势有所差异，体现为 2026 年一季度单位成本的上涨幅度小于同期采购端 PCBA 入库价格涨幅。未来，随着价格涨幅较高的 PCBA 用于生产并出货，相应产品成本将逐步上升，但在成本压力更为顺利传导至下游客户的基础上，相应变动对毛利的不利影响仍会处于可控状态。

2、存储芯片涨价带来的单台成本增加额对产品成本及售价的影响程度：占单位产品成本约 10%、占单位售价不足 7%，整体影响有限

（1）报告期内存储芯片成本占单位产品成本的测算说明

由于标的公司主要是通过采购包含嵌入式存储的 PCBA 来间接获取相关存储芯片，该模式下的日常采购订单、入库及核算均是基于 PCBA 开展，并未单独核算存储芯片，因此单位存储芯片成本是基于标的公司日常经营中各 PCBA 采购订

单中单独标注的存储价格信息进行推算。由于2024年、2025年标的公司PCBA及存储采购价格整体稳定，不同取值期间不影响成本的稳定性，因此仅对2026年1-3月存储成本对应的价格取值期间使用如下两种假设口径：

假设口径1：2026年1-3月存储芯片成本取当期生产领料PCBA当中的单位存储芯片加权平均成本。

假设口径2：根据经计算的报告期内PCBA平均领料周转率4个月，以2026年3月31日为时点往前取4个月生产领料PCBA当中的单位存储芯片加权平均成本，以更好的反映生产领料的实际周期。

根据测算，报告期内存储芯片成本占PCBA成本比重、占总单位成本比重的情况如下：

单位：元/单位

项目		2026年1-3月	2025年度	2024年度
智能数据采集终端单位营业成本		991.89	941.95	983.37
单位PCBA成本		426.87	325.61	318.88
口径1	其中：单位存储芯片成本	182.44	76.06	70.26
	占PCBA比重	42.74%	23.36%	22.03%
	占总单位成本比重	18.39%	8.07%	7.15%
口径2	其中：单位存储芯片成本	168.75	76.06	70.26
	占PCBA比重	39.53%	23.36%	22.03%
	占总单位成本比	17.01%	8.07%	7.15%

（2）存储芯片涨价带来的单台成本增加额对单台成本及售价的影响测算

为直观反映存储芯片涨价对标的公司产品成本的实际影响程度，现以标的公司最主要产品智能数据采集终端为对象，测算存储芯片涨价带来的单台成本增加额占2026年1-3月智能数据采集终端单台成本、单台售价的比重，结果如下：

单位：元/台

项目	口径1	口径2
智能数据采集终端单台售价	1,582.54	
智能数据采集终端单台营业成本	991.89	
其中：单位存储芯片成本（2026年1-3月）	182.44	168.75
单位存储芯片成本（2025年度）	76.06	
存储芯片涨价带来的单台成本增加额	106.38	92.69
上述增加额占单台营业成本比重	10.72%	9.34%
上述增加额占单台售价比重	6.72%	5.86%
单位存储芯片成本占单台营业成本比重	18.39%	17.01%
单位存储芯片成本占单台售价比重	11.53%	10.66%

根据测算，在存储芯片采购入库价格明显上升的情况下，2026年1-3月单位产品营业成本中的存储芯片成本较2025年度上涨92.69元至106.38元/台，涨幅分别为121.86%和139.87%（不同取值口径，下同）。标的公司智能数据采集终端产品的整机物料主要包括PCBA（含嵌入式存储芯片、PCB板等）、扫描头模组、液晶屏、电池、结构件等。2024年度和2025年度，存储芯片占整机产品营业成本的比例分别为7.15%和8.07%，涨价前占比本身较低；在2025年第四季度至2026年一季度存储芯片市场价格大幅上升、而PCBA之外的主要物料采购价格总体平稳的情况下，2026年1-3月单台产品中存储芯片占单台营业成本的比重上升至17.01%和18.39%,成本增加额占单台营业成本的比重分别为9.34%和10.72%（总体约10%），占单台售价的比重分别为5.86%和6.72%，均不足7%。2026年1-3月，标的公司智能数据采集终端产品的毛利率仍达37.32%，存储芯片价格上涨不改变标的公司主要业务的基本盈利格局，影响程度有限。

3、存储芯片价格进一步上涨对毛利率的潜在影响：敏感性分析显示，若价格继续上涨50%，对主营业务毛利率的影响约4.5至4.9个百分点，整体可控

为审慎和充分的反映存储芯片价格快速上涨对产品成本及毛利率的影响，假设不考虑标的公司目前保有的低价库存对加权平均价格的影响，即未来当期采购的物料均在当期领用生产，且在当期全部实现销售。以2026年1-3月存储芯片成本占比为基准，在上述两种口径下，假设标的公司未来采购存储芯片的

价格继续上涨，对产品毛利率的影响如下：

项目	价格涨跌幅	基于2026年1-3月存储芯片成本占比					
		假设口径1			假设口径2		
		智能数据采集终端单位成本的影响	智能数据采集终端毛利率的影响	主营业务毛利率影响	智能数据采集终端单位成本的影响	智能数据采集终端毛利率的影响	主营业务毛利率影响
存储芯片	上涨5%	0.88%	-0.55%	-0.49%	0.85%	-0.53%	-0.46%
	上涨10%	1.77%	-1.11%	-0.98%	1.70%	-1.07%	-0.91%
	上涨30%	5.31%	-3.33%	-2.95%	5.11%	-3.20%	-2.73%
	上涨50%	8.85%	-5.55%	-4.92%	8.52%	-5.34%	-4.55%

由上表，当存储芯片上涨50%且其他成本不变、销售价格不变的情况下，口径1和口径2对智能数据采集终端单位成本的影响分别为上涨8.85%和上涨8.52%；对智能数据采集终端毛利率的影响分别为下降5.55%和下降5.34%；对主营业务毛利率影响分别为下降4.92%和下降4.55%。由于两种口径下2026年1-3月的单位存储芯片成本占智能数据采集终端单位总成本比例分别达18.39%和17.01%，较2024年度和2025年度占比已有较大幅度提升，且在此基础上，进一步假设不考虑原有低价库存对加权平均价格的缓冲作用，共同使得上述敏感性测算结果已经较为审慎和充分的反映了存储芯片价格快速上涨对标的公司当前产品成本及毛利率的极端影响情况。基于前述对价格传导机制的说明，以及标的公司备货-入库-生产-交付的刚性周期存在，存储芯片价格快速上涨对标的公司的实际不利影响比上述测算结果要小。

4、成本压力向下游传导的实现情况：本次成本传导系行业共识，标的公司可有效实现成本向下游传导

本次存储芯片价格上涨具有显著的行业共性特征，其根源在于上游晶圆制造产能的结构性调整与下游AI服务器等新兴领域需求爆发式增长所引发的供需短期错配。市场波动主要表现为面向工业与消费电子领域的成熟制程通用型存储芯片产能紧张，进而带动价格上行。此类波动系全行业面临的系统性成本压

力，使得行业内所有厂商均面临成本承压的局面，进而推动全行业厂商同步调整产品售价，这为行业内企业通过价格调整传导成本提供了客观基础。如斑马、霍尼韦尔2026年3月相继通过代理商发布对移动终端、RFID硬件产品价格上调通知，初步通知涨幅在15%左右。在此背景下，标的公司无需担心因涨价而丧失市场竞争力，无需被动消化存储芯片涨价带来的额外成本，具备顺畅实现成本转嫁的行业基础。

得益于在自动识别与数据采集领域的长期深耕、稳定的产品性能及品牌声誉，标的公司与下游核心客户建立了牢固的合作关系。面对全行业性的成本上升，标的公司通过协商机制对境内外客户销售价格进行了同步上调。从具体客户调价落地情况来看，标的公司已针对存储芯片涨价带来的成本压力，对境内外客户的销售价格进行了同步上调，成本转嫁具备真实业务支撑。如境内客户杭州海康威视科技有限公司、广州时易中贸易发展有限公司、上海华测导航技术股份有限公司、深圳市伊卡王科技有限公司等，通过直接议价实现了销售单价同比约8%-25%的显著上涨；境外客户Interway、Enterprise、Bita-International、Denso等，则结合客户的自身需求特征、产品及服务需求等因素，对其新订单实施了约15%-35%的价格上涨。具体调价情况参见“问题四、关于资产评估”之“（四）结合内存等原材料价格波动情况、对成本的具体影响、是否持续、标的资产是否实质性具备成本转嫁等分析论证成本预测的谨慎性与合理性”之“2、标的资产是否实质性具备成本转嫁”之“（3）主要客户价格传导的具体落实情况”。

5、存储芯片价格上行的应对安排：价格传导、存货端前瞻性锁价备货与多维度应对措施共同缓释后续成本上行压力

（1）存储芯片价格上涨情况下客户端价格传导机制与前瞻性备货机制的同时存在，使得对标的公司的盈利能力影响有限

一方面，标的公司能够基于包含历史库存与新增采购的综合成本，与下游客户进行协商并调整新产品报价。从长期来看，各产品的价格调整效应的释放同样需要时间，但随着新定价订单的陆续交付，收入端对成本上涨的覆盖能力

逐步增强，使得毛利率下行曲线趋于平缓。

另一方面，标的公司在存储芯片涨价的早期便着手各项应对措施，并同步做好供应链稳价、保供，研发及生产的成本优化，以及下游客户价格传导等长线条工作。截至 2026 年 6 月末，标的公司充分协调和调动供应链资源，通过预付定金、备货等方式已提前锁定未来存储芯片的采购价格，锁价数量（已付定金未入库+期末在库的含嵌入存储芯片的 PCBA 主板+期末在库存储芯片）合计约 23.7 万个库存量，基本能够满足下半年的生产耗用量，因此标的公司下半年因存储芯片市场价格波动对产品成本及毛利率带来的不利影响相对可控。

（2）针对存储芯片价格波动的多维度应对措施

为有效对冲存储芯片等原材料价格波动带来的不利影响，标的公司已采取一系列措施，包括但不限于：①深化与核心供应商的战略合作关系，通过签订中长期供货协议等方式，在保障供应稳定的同时，争取更具竞争力的采购条件，从而锁定货源并平滑采购成本。②建立原材料价格的敏捷监控与响应机制，结合市场趋势分析与销售预测，动态优化备货策略，通过在价格低位进行战略性采购以降低平均成本。③实施面向下游客户的精细化报价管理与持续沟通机制，推动建立与主要原材料价格联动的销售价格调整约定，通过定期议价或合约条款实现成本压力的及时传导。④研发设计阶段即进行材料成本优化，通过推进物料选型标准化、平台化设计以及技术方案迭代，在确保产品性能与可靠性的前提下积极寻求替代方案或降本路径。

未来并入上市公司后，标的公司可进一步借助上市公司的平台优势形成协同效应。双方可通过整合供应链资源实现集中采购，提升对上游的议价能力；同时共享研发能力以加速产品优化与成本控制。标的公司还可利用上市公司更广泛的客户渠道与资金优势，共同增强市场话语权与风险抵御能力。通过上述多维举措的内外协同与系统实施，标的公司能够构建起有效的成本管控与风险对冲体系，从而维护经营业绩的稳定性。

6、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

结合上述分析，一是影响幅度有限。本轮存储芯片涨价在完全传导的不利假设下，对单台营业成本的影响约10.72%（口径1）或9.34%（口径2），对单台售价的影响约6.72%或5.86%，即存储芯片涨价带来的单台成本增加额占单台成本约10%、占单台售价不足7%；

二是未来影响可控。根据敏感性分析，即便未来存储芯片价格继续上涨50%，对主营业务毛利率的影响也仅约4.92或4.55个百分点，存储芯片价格的敏感系数不足0.1；

三是成本可以有效传导。本轮涨价系全行业共性压力，国际龙头厂商均已同步提价；标的公司对境内外客户的调价已实质落地；

四是具备实物与周期缓冲。2026年3月末，含嵌入式存储芯片的PCBA主板结存较2025年末增长67.88%，叠加约5个月的备货-入库-生产-交付周期，以及截至2026年6月末已提前锁价的约23.7万个存储芯片采购量，为后续成本上行提供了时间与实物双重缓冲。

综上，以存储芯片为主要代表的原材料价格波动对标的资产经营业绩不存在重大不利影响。

7、标的公司产品所用存储芯片为通用型存储，不存在断供风险

标的公司主要通过采购PCBA间接获取的存储芯片以及为应对存储芯片价格波动而动态、单独采购的存储芯片本质上属于标准化、成熟制程的通用型存储，虽受AI算力需求爆发式增长影响，主要存储芯片供应商将有限产能优先配置至HBM及DDR5产品，导致传统面向工业及消费电子领域产品的通用型存储供给受到挤压，但整体看来只是价格层面的上涨，不存在断供风险。

具体而言：标的公司产品所用存储芯片穿透来看，主要系来自于江波龙、佰维存储、金士顿等知名存储解决方案及模组厂商，且标的公司与前述存储品牌商及其代理商保持着持续稳定的合作；此外随着长江存储、长鑫存储等国产原厂的快速崛起，我国存储芯片供应体系持续优化，存储芯片产业链国产化进程加速，通用型存储的模组厂商、代理商、贸易商等参与者众多，具有较多替

代选择；标的公司亦未曾出现过因国际贸易形势变化、贸易摩擦、行业周期性变动等原因而导致存储芯片断供或严重短缺的情况。

8、对本次收益法评估结果是否存在不利影响

综合上述分析和测算，期后存储芯片的成本价格波动不会对标的资产的持续经营能力造成重大不利影响，对持续盈利的影响可控。标的资产做好了充分的应对措施，包括但不限于将成本上涨向下游客户传导、对关键原材料进行动态监控和敏捷响应、提前锁定货源和价格等。同时，结合标的公司的核心技术壁垒、市场地位、在手及储备订单、期后业绩实现情况来看，标的公司核心盈利能力、市场竞争力、长期经营逻辑均未发生显著不利变化，持续经营能力不存在重大不利影响，评估预测期业绩具备良好的实现基础，业绩可实现性较高，因此，对本次收益法评估结果不存在不利影响。

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。

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“（五）原材料价格波动的风险”以及“第十二节 风险因素” 之“二、交易标的相关风险”之“（五）原材料价格波动的风险”中重新修订并提示如下：

“标的公司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 PCBA、芯片、电子元器件等，市场价格波动较为频繁，该等波动对标的公司产品毛利率和盈利能力存在一定影响。**此外，2025 年四季度以来，因 AI 服务器需求爆发挤占产能，导致存储芯片供应紧张、价格快速上涨，进而带动标的公司主要采购的 PCBA 价格在 2026 年显著上升，对标的公司产品毛利率和盈利能力带来了不利影响。**虽然标的公司会根据原材料价格变化情况及时调整和优化采销策略，以应对和减少因价格波动所带来的风险，**并采取一系列措施将影响向下传导，**但若未来原材料价格短期内出现大幅波动，**或持续性地呈现单边上涨态势，**而标的公司的调整具有一定滞后性，仍将在一定程度上对标的

公司的盈利水平产生不利影响。”

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

（一）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。

（二）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。

（三）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，能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。

（四）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。**采用直销与经销相结合的销售模式，**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与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**与收入变化相匹配；2026 年 1-3 月因存储芯片价格快速上涨，使得公司产品成**

本有所上升，但价格传导较为顺畅，未对经营业绩构成重大不利影响。

（五）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

标的资产所在行业全球RFID智能手持终端市场持续扩容，境外市场占据主导且增速可观，下游物流、零售、制造等领域的数字化转型需求为长期增长提供坚实支撑；行业竞争格局虽多层次，但标的公司凭借自主研发、快速定制和国际化布局，在主流及细分市场形成了差异化竞争优势，核心竞争力突出；报告期内，标的公司外销及经销收入真实，与海关出口数据、出口退税金额匹配，外销及经销比例符合行业惯例；报告期内，标的公司深度嵌入行业生态，拥有稳定的直销与经销相结合的销售体系，标的公司收入下降不具有持续性，储备订单丰富，成本波动可控，价格传导顺畅。

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、会计师核查程序及核查意见

（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 QYResearch 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销售明细表，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）取得标的公司及其股东、董监高、关键岗位人员报告期内的银行流水，在印度现场查看印度成为关键人员的工资卡银行流水，核实是否存在和 E Headway Media 及其关键人员的流水往来，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。

（1）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、销售模式直销和经销相结合，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**除上市公司外**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 QYResearch 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。**经核查，标的公司与主要客户均系基于真实的交易背景产生合作，交易具有合理性。**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
访谈覆盖营业收入金额	5,618.48	21,444.28	23,166.36
营业收入金额	8,403.00	31,768.24	33,534.29
访谈覆盖营业收入比例	66.86%	67.50%	69.08%

（9）对标的公司及其股东、董监高、关键岗位人员的流水核查

取得标的公司及其股东、董监高、关键岗位人员报告期内的银行流水，在印度现场查看印度成为关键人员的工资卡银行流水，核实是否存在和标的公司客户及其关键人员的流水往来。经核查，标的公司及其股东、董监高、关键岗

位人员和客户及其关键人员不存在异常的流水往来。

（10）对标的公司报告期各期收入执行函证程序

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
营业收入金额	8,403.00	31,768.24	33,534.29
发函交易金额	6,864.43	25,650.15	27,464.68
发函比例	81.69%	80.74%	81.90%
回函金额	6,361.15	22,697.01	24,622.70
其中：回函相符金额	4,536.92	17,373.40	20,350.37
其中：回函不符金额	1,824.23	5,323.61	4,272.33
回函相符金额占发函比例	66.09%	67.73%	74.10%
回函不符金额占发函比例	26.58%	20.75%	15.56%
回函占发函比例	92.67%	88.49%	89.65%
回函占营业收入比例	75.70%	71.45%	73.43%

针对回函不符函证，已获取差异调节表，**回函产生差异的主要原因系因其他期间/其他项目存在不符事项（但本期对应收入相符）及口径差异，针对存在其他差异的回函，已补充核查对应订单明细、报关单、签收单等佐证资料，经核查**相关差异均具有合理性。**回函不符的原因及金额情况列示如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
因其他期间或其他项目不符的回函不符，但本期对应收入相符	1,356.24	4,003.47	3,414.55
口径差异：部分客户以当期付款金额、开票金额确认采购金额，与不含税收入口径存在差异	370.09	1,054.13	507.65
运保费、手续费差异	97.90	266.01	350.13
合计	1,824.23	5,323.61	4,272.33

注：因其他期间或其他项目不符的回函不符，但本期对应收入相符的定义系：一份函证的发生额或余额回函有一项不符或者某个期间回函不符，则认为该份函证整体回函不符，实际情况是，一份函证可能存在发生额相符而余额不符或者某个期间相符而其他期间不符

的情形，下同。

执行函证程序的部分客户未回函，针对未回函的客户，会计师和独立财务顾问**执行了替代测试程序，**抽样检查了相关销售合同/订单、**报关单**、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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
未回函客户收入	503.28	2,953.15	2,841.97
替代测试查验收入金额	503.28	2,953.15	2,841.97
未回函客户收入及替代测试金额占发函比例	7.33%	11.51%	10.35%
未回函客户收入及替代测试金额占营业收入比例	5.99%	9.30%	8.47%
未回函客户替代测试比例	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，对于未回函的客户，会计师和独立财务顾问执行了相关替代测试程序，主要程序如下：

1）取得对应收入的销售合同或订单、销售发票、物流单、签收单/报关单、记账凭证等资料，并检查账面记录与相关原始支持性文件是否一致，以确定公司销售收入确认时点、金额、记录是否准确恰当，各期替代测试覆盖率均为100.00%；

2）对销售收入对应的应收账款当期以及期后回款情况进行检查，获取银行回单等凭证，以确认收款记录准确无误。

报告期内，会计师和独立财务顾问对未回函的客户函证执行了替代测试程序，对未回函的客户从当期收入确认记录、当期以及期后回款记录获取佐证单据。经核查，标的公司相关收入具有真实性。

（11）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**时点**准确，无重大异常。

（12）了解和评价**标的公司**与收入确认相关的内部控制的设计和执行，通

过选取随机样本的方式对标的公司收入执行**穿行测试，对其从客户建档、合同签订、产品发运及签收、财务入账、开票与回款的完整流程进行穿行测试。经核查，标的公司与收入确认相关的内部控制的设计有效，且得到有效执行。**

（13）执行细节测试程序

报告期内，**会计师和**独立财务顾问通过选取大额及随机样本的方式对标的公司收入执行了**细节测试程序，获取了**销售合同/订单、物流单、签收单/报关单、发票、记账凭证、银行回单等收入确认相关的支持性文件，**对标的公司收入的真实性、准确性、完整性进行了核查。报告期各期，细节测试比例情况如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
细节测试对应收入金额	**4,625.47**	**16,372.71**	19,541.09
主营业务收入金额	**8,403.00**	**31,768.24**	33,534.29
细节测试比例	**55.05%**	**51.54%**	58.27%

结合前述核查程序及对标的公司的细节测试，经核查，标的公司的收入真实、准确、完整。

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在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在报告期内的销售明细表，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。

经核查，标的公司与主要经销商客户均系基于真实的交易背景产生合作，交易具有合理性。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，不存在通过经销商压货虚增收入的情形。

（3）对标的公司境内外主要经销商的**下游客户**走访**（考虑到可行性，此处终端销售走访指的是走访经销商的下游客户，下游客户包括终端客户或集成商客户等类别）**：获取主要经销商关于成为信息产品**在报告期内的**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，**经销商下游**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及用途，现场/视频查看成为信息产品库存及使用情况。

经核查，标的公司经销商的下游客户总体呈数量众多且分散、单个订单规模较小的特点；标的公司经销商采购相关产品，已真实最终出售，不存在异常情形。

（4）获取经销商销售给下游客户的细节测试资料**（考虑到可行性，此处细节测试资料指的是经销商和其下游客户之间的交易相关资料，下游客户包括终**

端客户或集成商客户等类别）：获取经销商和其部分**下游**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**下游**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**下游**销售细节测试，主要境外经销商的**下游**销售细节测试比例参见本题回复之“二十”之“（三）”之“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”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**下游**客户的走访情况及获取经销商**往下游**销售的细节测试资料的情况如下：

单位：万元

具体核查金额及比例	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
已走访经销商的家数	32 家		
已走访经销商的销售收入金额	3,587.82	10,808.38	8,493.73
已走访经销商的销售金额占当期营业收入比例	42.70%	34.02%	25.33%
已走访经销商的销售金额占当期公司经销收入比例	82.88%	78.97%	75.46%
获取进销存明细的经销商销售收入金额	3,570.14	10,721.82	8,477.18
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	82.47%	78.33%	75.32%
获取销售明细的经销商销售收入金额	3,441.47	10,315.16	7,997.86
获取销售明细的经销商销售收入金额占当期公司经销收入比例	79.50%	75.36%	71.06%
走访了其下游客户的经销商销售收入金额	3,377.91	10,079.56	7,803.94
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	78.03%	73.64%	69.34%
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	3,312.10	9,832.23	7,154.34

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	**76.51%**	**71.84%**	**63.56%**

经核查，标的公司经销收入真实，标的公司经销商采购相关产品，已真实最终出售，不存在异常情形。

（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，**对标的公司经销商执行函证程序的具体情况如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
经销商对应收入金额	**4,329.14**	**13,687.17**	11,255.25
经销商发函交易金额	**4,188.29**	**12,622.82**	10,175.13
经销商发函比例	**96.75%**	**92.22%**	90.40%
经销商回函金额	**3,950.29**	**12,099.22**	10,051.57
其中：回函相符金额	**2,570.47**	**8,972.92**	9,630.42
其中：回函不符金额	**1,379.82**	**3,126.30**	**421.14**
经销商回函相符金额占经销商发函比例	**61.37%**	**71.08%**	**94.65%**
经销商回函不符金额占经销商发函比例	**32.94%**	**24.77%**	**4.14%**
经销商回函占**经销商**发函比例	**94.32%**	**95.85%**	98.79%
经销商回函占**经销商**营业收入比例	**91.25%**	**88.40%**	89.31%

针对回函不符函证，已获取差异调节表，**回函产生差异的主要原因系因其他期间/其他项目存在不符事项（但本期对应收入相符）及口径差异，针对存在其他差异的回函，已补充核查对应订单明细、报关单、签收单等佐证资料，经核查**相关差异均具有合理性。**回函不符的原因及金额情况列示如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
因其他期间或其他项目不符的回函不符，但本期	**1,075.37**	**2,207.45**	**323.24**

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
对应收入相符			
口径差异：部分客户以当期付款金额、开票金额确认采购金额，与不含税收入口径存在差异	230.09	737.93	0.00
运保费、手续费差异	74.36	180.91	97.91
合计	1,379.82	3,126.30	421.14

针对未回函的经销商客户，会计师和独立财务顾问**执行了替代测试程序**，抽样检查了相关销售合同/订单、报关单、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，经核查，标的公司相关经销商收入具有真实性和准确性。**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
未回函经销商收入	237.99	523.60	123.56
替代测试查验经销商收入金额	237.99	523.60	123.56
未回函经销商收入及替代测试金额占经销商发函比例	5.68%	4.15%	1.21%
未回函经销商收入及替代测试金额占经销商营业收入比例	5.50%	3.83%	1.10%
未回函经销商客户替代测试比例	100.00%	100.00%	100.00%

（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）了解和评价**标的公司**与经销收入确认相关的内部控制的设计和执行，通过选取随机样本的方式对标的公司经销收入执行**穿行测试，对其从客户建档、合同签订、产品发运及签收、财务入账、开票与回款的完整流程进行穿行测试。经核查，标的公司与经销收入确认相关的内部控制的设计有效，且得到有效执行。**

（8）执行细节测试程序

报告期内，**会计师和**独立财务顾问通过选取大额及随机样本的方式对标的公

司收入执行了**细节测试程序，获取了**销售合同/订单、物流单、签收单/报关单、发票、记账凭证、银行回单等收入确认相关的支持性文件，**对标的公司经销收入的真实性、准确性、完整性进行了核查。报告期各期，经销商收入细节测试情况如下：**

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
细节测试对应**经销商**收入金额	**2,790.33**	**7,322.17**	**6,347.61**
经销商对应收入金额	**4,329.14**	**13,687.17**	**11,255.25**
经销商细节测试比例	**53.50%**	**64.45%**	**56.40%**

结合前述核查程序及对标的公司的细节测试，经核查，标的公司的经销商收入真实、准确、完整。

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。**经核查，标的公司与主要海外客户均系基于真实的交易背景产生合作，交易具有合理性。**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
访谈覆盖海外营业收入金额	**2,917.03**	**12,909.97**	**13,542.45**
海外营业收入金额	**5,848.76**	**20,463.84**	20,488.50
访谈覆盖海外营业收入比例	**49.87%**	**63.09%**	**66.10%**

（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，**对标的公司海外客户执行函证程序的具体情况如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
海外客户营业收入金额	**5,848.76**	**20,463.84**	20,488.50
海外客户发函交易金额	**4,976.63**	**17,041.05**	17,055.60
海外客户发函比例	**85.09%**	**83.27%**	83.24%
海外客户回函金额	**4,639.67**	**14,609.49**	14,372.05
其中：回函相符金额	**3,022.57**	**9,736.43**	11,770.42
其中：回函不符金额	**1,617.09**	**4,873.06**	**2,601.64**
海外客户回函相符金额占海外客户发函比例	**60.74%**	**57.14%**	**69.01%**
海外客户回函不符金额占海外客户发函比例	**32.49%**	**28.60%**	**15.25%**
海外客户回函占**海外客户**发函比例	**93.23%**	**85.73%**	84.27%
海外客户回函占**海外客户**营业收入比例	**79.33%**	**71.39%**	70.15%

针对回函不符函证，已获取差异调节表，**回函产生差异的主要原因系因其他期间/其他项目存在不符事项（但本期对应收入相符）及口径差异，针对存在其他差异的回函，已补充核查对应订单明细、报关单、签收单等佐证资料，经核查**相关差异均具有合理性。**回函不符的原因及金额情况列示如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
因其他期间或其他项目不符的回函不符，但本期对应收入相符	1,272.95	3,869.12	2,237.58
口径差异：部分客户以当期付款金额、开票金额确认采购金额，与不含税收入口径存在差异	246.24	737.93	13.93
运保费、手续费差异	97.90	266.01	350.13
合计	1,617.09	4,873.06	2,601.64

针对未回函的海外客户，会计师和独立财务顾问**执行了替代测试程序**，抽样检查了相关销售合同/订单、报关单、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，经核查，标的公司相关海外收入具有真实性和准确性。**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
未回函海外客户收入	336.96	2,431.56	2,683.55
替代测试查验海外客户收入金额	336.96	2,431.56	2,683.55
未回函海外客户收入及替代测试占海外收入发函比例	6.77%	14.27%	15.73%
未回函海外客户收入及替代测试占海外营业收入比例	5.76%	11.88%	13.10%
未回函海外客户替代测试比例	100.00%	100.00%	100.00%

（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**核查**，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，**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，标的公司海外客户的收入确认真实、准确，**收入已确认在正确期间。**

（10）**了解和评价标的公司与海外收入确认相关的内部控制的设计和执行，**选取样本对标的公司海外收入进行穿行测试，**对其从客户建档、合同签订、产品发运及签收、财务入账、开票与回款的完整流程进行穿行测试。经核查，标的公司与海外客户收入确认相关的内部控制的设计有效，且得到有效执行。**

（11）**执行细节测试程序**

报告期内，**会计师和**独立财务顾问通过选取大额及随机样本的方式对标的公司海外收入执行了**细节测试程序，获取了**销售合同/订单、物流单、签收单/报关单、发票、记账凭证、银行回单等海外收入确认相关的支持性文件，**对标的公司收入的真实性、准确性、完整性进行了核查。报告期各期，海外收入细节测试情况如下：**

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
细节测试对应**海外**收入金额	**4,622.19**	**16,368.14**	11,719.68
海外收入金额	**5,848.76**	**20,463.84**	20,488.50
海外收入细节测试比例	**66.76%**	**61.42%**	57.20%

结合前述核查程序及对标的公司的细节测试，经核查，标的公司的海外收入真实、准确、完整。

（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**下游**客户**（包括终端客户或集成商客户等类别）**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**/往下游**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在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在报告期内的销售明细表，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、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**下游**客户**（包括终端客户或集成商客户等类别）**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/下游客户的主营业务、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的销售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，**经销商下游**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/下游（**下游客户包括终端客户或集成商客户等类别**）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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
已走访经销商的家数	32 家		
已走访经销商的销售收入金额	3,587.82	10,808.38	8,493.73
已走访经销商的销售金额占当期营业收入比例	42.70%	34.02%	25.33%
已走访经销商的销售金额占当期公司经销收入比例	82.88%	78.97%	75.46%
获取进销存明细的经销商销售收入金额	3,570.14	10,721.82	8,477.18
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	82.47%	78.33%	75.32%
获取销售明细的经销商销售收入金额	3,441.47	10,315.16	7,997.86
获取销售明细的经销商销售收入金额占当期公司经销收入比例	79.50%	75.36%	71.06%
走访了其下游客户的经销商销售收入金额	3,377.91	10,079.56	7,803.94

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	**78.03%**	**73.64%**	**69.34%**
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	**3,312.10**	**9,832.23**	**7,154.34**
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	**76.51%**	**71.84%**	**63.56%**

注：经销商在提供相应细节资料时，由于经销商自身管理以及与下游业务开展实际情况不尽相同，其中境内经销商方面，配合提供资料的境内经销商提供了部分订单及对应的物流单和银行回单，境外经销商方面，配合提供资料的境外经销商提供了部分 Invoice 订单、银行回单/银行流水以及部分物流单、部分签收单，且针对主要境外经销商，为充分验证其销售真实性，其细节资料的获取比例亦相对较高，具体参见本题回复之“（三）”之“2”。

（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

报告期内，按照累计销售金额排序，标的公司累计销售金额大于 1,000 万元的海外经销商包括：Enterprise Data、Interway、E Headway Media、**Venura Enterprises**、KONSTANTA、Osiris，**前述**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 **55.04%、63.45%、70.53%，前述海外**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 **61.53%**。**其下游客户包括终端客户或集成商客户等类别，其最终**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**/下游**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**/下游**销售的核查**（考虑到可行性，此处核查针对的仅是经销商的直接下游客户，包括终端客户或集成商客户等类别）**，中介机构采取了以下核查工作：

（1）美国实地走访 Enterprise Data、中国香港实地走访 Interway、印度实地走访 E Headway Media 和 **Venura Enterprises**、俄罗斯实地走访 KONSTANTA、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 Enterprise Data、E Headway Media、Osiris、KONSTANTA 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大量积压情形；**会计师印度分所同事实地走访确认 Venura Enterprises 一般系按需采购，期末无库存。为进一步核实其销售真实性，中介机构对印度成为和 Venura Enterprises 的细节测试比例已达 99.45%，同时中介机构针对 Venura Enterprises 的终端销售细节核查比例已达 96.24%，具体参见本题回复之“二十”之“(三)”之“2”部分。**

（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、**Venura Enterprises** 在报告期内销售成为信息的销售明细表，涵盖了各期产品的具体型号、数量、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**经销商的销售实现**情况；获得 KONSTANTA、Osiris、Enterprise Data 在报告期内销售成为信息的销售明细表，涵盖了各期产品类别、数量、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**经销商的销售实现**情况；获得 Enterprise Data 亚马逊、独立站等线上销售明细。

（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）；**会计师印度分所同事实地走访 Venura Enterprises 的 2 家下游客户（Zepto 和 Shadowfax）**，访谈时，核验受访人身份信息、名片等，**下游**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，**主要是由于维保合同所引致的差异，标的公司系按照约定的维保服务期分期确认收入；Venura Enterprises 的回函存在微小差异，差异系标的公司内部往来明细归集划分差异所致；**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**下游**客户**（包括终端客户或集成商客户等类别）**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，**下游**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**/下游**客户是否回款；同时公开检索其终端**/下游**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

单位：万元

客户名称	2026 年 1-3 月收入	2025 年收入	2024 年收入	收入合计	执行细节测试收入金额	细节测试比例

Enterprise Data	393.42	1,423.00	1,727.86	3,544.28	3,028.15	85.44%
Interway	492.40	1,264.74	995.71	2,752.85	2,259.74	82.09%
E Headway Media	200.07	2,141.17	290.86	2,632.09	1,981.48	75.28%
Venura Enterprises	1,027.17	737.93	0.00	1,765.10	1,755.31	99.45%
KONSTANTA	85.62	607.31	964.02	1,656.95	1,149.90	69.40%
Osiris	251.17	526.59	395.66	1,173.41	952.12	81.14%

（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	2026 年 1-3 月销量	2025 年销量	2024 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
Enterprise Data	1,943	7,313	7,813	17,069	84.73%
Interway	3,582	9,060	7,080	19,722	64.34%
E Headway Media	1,390	12,111	1,264	14,765	80.60%
Venura Enterprises	7,358	4,747	-	12,105	96.24%
KONSTANTA	403	3,031	5,745	9,179	69.13%
Osiris	1,417	2,680	1,893	5,990	58.70%

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/下游销售执行细节测试程序，检查其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/下游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/下游客户回款及回款方是否异常等，核查经销商销售实现的真实性。

经销商在提供相应细节资料时，由于各经销商自身管理以及与下游客户业务开展实际情况不尽相同，同时境外经销商由于国家数据保护法和商业机密、文化等差异因素，中介机构综合考虑资料获取的可行性及沟通难度，经协商，前述主要海外经销商提供的多为 Invoice 订单、银行回单/银行流水以及部分物流单、部分签收单。中介机构依据经销商提供的 Invoice 订单检查相应销售数

量，并结合其所收到的下游客户回款，验证销售的真实性，同时基于提供的物流单、签收单进行辅助验证。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
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 2024 年、2025 年、**2026 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 **5,858** 台；检查其亚马逊、独立站等线上销售明细表，涉及台数合计 **8,605** 台，线上线下销售检查的总台数为 **14,463** 台，标的公司报告期内向 Enterprise Data 销售的整机总数量为 **17,069** 台，Invoice 订单及线上销售核查比例合计达到 **84.73%**。	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 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。	检查了 2024 年、2025 年、**2026 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 **12,690** 台，标的公司报告期内向 interway 销售的整机总数量为 **19,722** 台，Invoice 订单核查比例达到 **64.34%**。	1、标的公司报告期内对 Interway 的销售金额分别为 995.71 万元、**1,264.74** 万元、**492.40** 万元； 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。
E Headway Media	1、中介机构获取了 Invoice 订单、物流签收	检查了 2024 年、2025 年、**2026 年**该经销商销售标	1、标的公司报告期内对 E Headway

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
	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； 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。	的公司整机产品的 Invoice 订单，涉及台数合计 **11,901** 台，标的公司报告期内向 E Headway Media 销售的整机总数量为 **14,765** 台，Invoice 订单核查比例 **80.60%**。	Media 的销售金额分别为 290.86 万元、**2,141.17** 万元、**200.07** 万元； 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。
Venura Enterprises	**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； 2、获取了 Venura 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。**	**检查了 2025 年、2026 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 11,650 台，标的公司报告期内向 Venura 销售的整机总数量为 12,105 台，Invoice 订单核查比例 96.24%。**	**1、标的公司报告期内对 Venura 的销售金额分别为 0.00 万元、737.93 万元、1,027.17 万元； 2、Venura 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 Venura 销售的总金额。**
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 2024 年、**2025 年、2026 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 **6,345 台**，标的公司报告期内向 KONSTANTA 销售的整机总数量为 **9,179 台**，Invoice 订单核查比例达到 **69.13%**。	1、标的公司报告期内对 KONSTANTA 的销售金额分别为 964.02 万元、**607.31 万元、85.62 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

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
			的总金额。
Osiris	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；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。	检查了2024年、**2025年、2026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**3,516**台，标的公司报告期内向Osiris销售的整机总数量为**5,990**台，Invoice订单核查比例达到**58.70%。**	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； 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。

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）对境外经销商下游/终端客户的核查

1、境外经销商下游/终端客户的具体核查工作

（1）中介机构对境外经销商的下游/终端客户的核查主要基于经销商的重点下游/终端客户开展，对于已实地走访过的境外经销商，结合重点抽样与随机抽样方式，选取1-4家下游终端客户进行实地走访或视频访谈，其中优先覆盖采购规模较大的下游/终端客户；访谈时，核验受访人身份信息、名片等，经销商下游/终端客户营业执照、商业登记证等，确认通过经销商采购标的公司产品数量及用途，现场/视频查看标的公司产品库存及使用情况。

标的公司境外经销商相对分散，集中度较低，且经销商的终端/下游客户进一步普遍呈现出数量众多且分散、单个订单规模较小的特点。比如根据经销商E Headway Media、Venura Enterprises提供的销售明细表，其下游/终端客户分

别有 200 余家、100 余家，大部分下游/终端客户年采购数量在 50 台以下。

中介机构最终访谈了 12 家境外经销商的 26 家下游/终端客户（境外经销商均是实地走访，经销商的下游/终端客户系实地走访或者视频访谈），已走访其下游/终端客户的境外经销商的收入占报告期各期境外经销收入的比重分别为 80.21%、76.32%、69.11%。中介机构对前述 6 家主要境外经销商均进行了实地走访，访谈了其 18 家下游终端客户，根据其提供的销售明细表，中介机构按照重要性及随机性原则选取采购数量较大的代表性下游/终端客户进行走访，其中包含了采购数量较多的下游/终端客户（比如 Scootsy、Safexpress、Zepto、Shadowfax 等），亦包含了采购数量较少的（涵盖了年采购数量 50 台以下、50 台到 100 台之间等）下游/终端客户。中介机构对其余 6 家境外经销商，亦进行了实地走访，基于其配合意愿，访谈了其 8 家下游终端客户，根据其提供的销售明细表，其中包含了采购数量较少的（年采购数量 50 台以下、50 台到 100 台之间等）下游/终端客户。

（2）基于经销商提供的销售明细表，中介机构公开查询核对了主要下游/终端客户的注册地址和官网等信息，以进一步佐证终端销售的真实性。

2、针对采购数量较多的代表性下游/终端客户

中介机构从前述 6 家主要境外经销商的下游/终端客户中，选取采购数量较多的、代表性的标杆型下游/终端客户进行重点核查、分析，在实地走访、公开查询的基础上，对终端客户 Scootsy、Safexpress、Zepto、Shadowfax 的基本情况、采购情况、使用场景做进一步分析，具体情况如下：

经销商	下游客户	基本情况	经销商向下游客户销售的台数（经销商向下游客户销售台数占经销商向标的公司采购台数的比例）	
			2025 年	2026 年 1-3 月
E Headway Media	Scootsy	（1）Scootsy 系印度即时零售领域的领军企业，成立于 2014 年 11 月，2015 年推出同城配送业务，2018 年被印度外卖巨头 Swiggy 收购，是 Swiggy 集团的	8,085（72.65%）	895（78.37%）

		核心子公司;作为 Swiggy 生态系统中的关键物流支柱，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，Scootsy 在印度在线食品配送和即时物流领域占据重要地位；Scootsy 在印度具有高密度的仓储物流网络，覆盖印度 200 余个城市，重点集中在印度的主要城市，以实现“分钟级”的配送目标。 （2）Swiggy 系 2024 年上市的快速商务巨头，目前市值约 6,500 亿卢比，其 2026 财年（2025 年 4 月 1 日至 2026 年 3 月 31 日）营业收入为 2,356.10 亿卢比。		
	Safexpress	Safexpress 成立于 1997 年，系印度领先的 B2B 供应链与快运物流公司，主营业务为多式联运快运、第三方物流、仓储及供应链管理；在印度设有 800 余个核心运营网点，物流运输覆盖了印度 3 万多个邮政编码区域，几乎覆盖印度全境。	1,570（14.11%）	200（17.51%）
	其他客户	印度冷链物流领域企业 DP WORLD COLD CHAIN LOGISTICS PVT LTD 和 COLDSTAR LOGISTICS PVT LTD、珠宝供应链的智能识别与库存管理解决方案企业 IRYS（INDIA）R&D PVT LTD 等	1,473（13.24%）	47（4.12%）
	合计		11,128（100%）	1,142（100%）
Venura Enterprises	Zepto	（1）Zepto 成立于 2021 年，系印度即时零售领域的领军企业，是印度电商基础设施的重要企业，通过遍布各地的仓储物流网络为消费者提供商品配送服务，业务覆盖印度全境，重点服务城市及半城市地区。 （2）Zepto 目前尚未上市，其已于 2025 年 12 月以保密形式向印度证券交易委员会提交 IPO 申请，目前处于审核过程中；其招股说明书中列示，FY2024—FY2026 按订单量计算，Zepto 为印度具有一定规模的即时零售平台中增长速度最快的，复合增长率约 119.5%，其 2026 财年营业收入为 2,312.84 亿卢比。	2,519（53.07%）	3,017（41.00%）
	Shadowfax	（1）Shadowfax 成立于 2015 年，系印度第三方物流的领军企业，涵盖快递与本地化服务两大业务板块，主要提供快递包裹配送、逆向取件物流、交接配送、当日及次日优先配送、即时零售物流、本地化履约、出行支持、暗店运营等服务，依托整合的	/	1,730（23.51%）

		网络体系、自动化分拣中心以及众包配送生态，服务于电商平台、即时零售平台等企业。 （2）Shadowfax 于 2026 年 1 月上市，目前市值约 1,800 亿卢比，其 2026 财年营业收入为 423.86 亿卢比。		
	其他客户	国际货运代理及第三方物流服务商 NX LOGISTICS INDIA PRIVATE LIMITED、集装箱铁路运输及多式联运服务商 CCI Supply Chain 等	2,228（46.93%）	2,611（35.49%）
	合计		4,747（100%）	7,358（100%）

注：鉴于 2025 年，标的公司开始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；鉴于 Venura 是标的公司 2025 年新增经销商，因此上表数据仅列示报告期内的 2025 年及 2026 年一季度数据，不涉及 2023 年、2024 年。

终端客户 Scootsy、Safexpress、Zepto、Shadowfax 均为印度即时零售领域或物流领域的头部/领先企业，知名度高、业务规模大，采购规模具有合理的业务背景，且相应终端客户目前仍有在手订单及储备订单在陆续执行，业务具有持续性。

前述主要终端客户针对标的公司产品的具体使用场景论述如下：

机型	使用场景图片	产品配置	使用场景论述
C66		C66 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。基于 Android16/13/11 开发，采用高通八核处理器，拥有 5.5"超高清大屏，搭配大容量可拆卸电池，且支持快充及手柄等丰富配件，具有卓越的系统配置。同时可集成条码、强劲超高频、NFC 等丰富功能，还可与 R6 超高频背夹搭配使用。此外，Android16/13/11 版搭载更先进的处理器，还提供内置 UHF、指纹功能选配。并可通过 Wi-Fi6-ready 移动平台提供更强大的 Wi-Fi 性能，实现更高的数据吞吐量和安全性。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。	仓储物流管理、在线配送管理
MC95		MC95 是标的公司推出的一款更耐用的高性能、大屏智能手持终端。采用 Android12 操作系统、高性能八核处理器、可选大容量内存、5.5 英寸高清大屏、5000 毫安可拆卸电池，运行高效。可集成条码、NFC、前后摄像头等数据采集功能，并且具有 IP68 高防护等级、1.5 米抗跌落等优异性能，功能丰富、坚固耐用，MC95 能够适应零售、物流、仓储、电力、金融、交通、制造业等的应用，助力用户显著提升工作效率。	
C72		C72 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 UHFRFID 功能。采用基于 ImpinjE 系列芯片的自主研发超高频模块，并支持 ImpinjGen2X，数据采集更精准快速，且读取范围广，室外空旷环境读距可达 30 米。同时支持选配条码功能，采用八核处理器，功能多样，配置齐全。并且，拥有高达 8000mAh 的大容量电池，完美适应高强度数据采集应用需求，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。	仓储物流管理

3、针对采购数量较少的下游/终端客户

根据标的公司境外经销商所提供的销售明细表，下游/终端客户普遍较为分散，大部分下游/终端客户年采购数量系在50台以下。中介机构最终访谈了12家境外经销商的26家下游/终端客户。中介机构对前述6家主要境外经销商的18家下游终端客户进行了走访，其中包含了采购数量较多的下游/终端客户（比如Scootsy、Safexpress、Zepto、Shadowfax等），亦包含了采购数量较少的（涵盖了年采购数量50台以下、50台到100台之间等）下游/终端客户。中介机构对其余6家境外经销商，亦进行了实地走访，基于其配合意愿，访谈了其8家下游终端客户，根据其提供的销售明细表，其中包含了采购数量较少的（年采购数量50台以下、50台到100台之间等）下游/终端客户。

但由于文化差异、商业机密保护或受限于境外国家及地区数据隐私保护相关法律法规等原因，境外经销商及其大部分下游/终端客户配合意愿较低，协调难度较大，且对应下游/终端客户数量众多，大部分采购数量较低，分层难度较大，此外部分境外经销商主要实施线上销售，终端客户信息不完整，取得有效沟通难度较大，因此，中介机构对境外经销商对应的采购数量较少的大部分下游/终端客户无法实施访谈。

4、近期审核案例中，境外经销的终端核查情况列示

经检索近期涉及境外经销业务的审核案例，将相应中介机构执行终端核查程序、核查比例的情况列示如下：

公司名称	上市状态	业务模式	主要产品	终端/穿透核查比例论述

先歌国际	2026年6月北交所已过会，2026年7月提交注册	境外经销业务为主	高性能音响产品	抽查了主要经销商对外销售凭证，包括销售合同/销售发票/中标通知书/物流单/客户订单/签收单等销售穿行资料；最终获取了34家主要经销商报告期内每年5-10笔对外销售凭证。 在走访直接客户时，同时还对主要经销商（前20大）或随机抽取的经销商部分下游代表性客户或主要终端项目（通常1-3家）进行实地走访，最终走访了16家主要经销商的28家下游客户或终端项目。 通过上述两种终端核查程序的核查比例介于25%-30%之间。
蓝宇股份	2024年12月创业板上市	外销收入占比30%左右	数码喷印墨水	2022年-2024年，穿透核查的终端客户销售金额分别为3,005.81万元、4,216.32万元和5,194.91万元，占经销收入比例分别为28.49%、33.62%和37.52%。
先临三维	2024年12月创业板上市	境外经销业务为主	高精度3D扫描仪、软件	在走访过程中共获取了50家境外经销商的终端客户信息或其向终端客户销售的单据（如销售合同/清单/出库单/签收单/销售发票/流水等），分别对应2023年、2024年及2025年境外经销收入的26.10%、23.18%及18.41%；对37家经销商的47家终端客户进行了访谈，分别对应2023年、2024年及2025年经销收入的28.74%、30.50%及28.74%。

从核查比例看，由于上述案例中相应公司涉及的终端客户数量亦众多、分散，且境外经销商受数据保护法规、商业机密保护及客户配合意愿等诸多因素影响，各案例的终端穿透核查比例普遍难以达到较高水平。与上述案例相比，标的公司境外经销商走访比例、经销商下游/终端客户走访比例实则已相对较高，不属于较低范畴。

中介机构针对境外经销商，综合采取了实地访谈、细节测试、函证、获取进销存明细及销售明细表、查阅中信保、公开查询、访谈其下游/终端客户、获取其和下游/终端客户的销售细节测试资料等手段。中介机构在核查中对境外经销商执行了细节测试（覆盖境外经销收入60.14%至76.68%）、函证（发函比例90.11%至98.97%、回函占境外经销收入89.37%至96.88%）、实地走访涉及11个

国家/地区的14家境外经销商、获取进销存及销售明细（覆盖境外经销收入72.04%至82.87%）、走访其下游/终端客户（覆盖境外经销收入69.11%至80.21%）等多种程序，并将6家主要境外经销商实现终端销售的细节测试覆盖的销售数量比例提升至58.70%至96.24%区间。

中介机构针对境外经销商的下游/终端客户，考虑到标的公司境外经销商及其下游/终端客户数量众多、分散，境外经销商受数据保护法规、商业机密保护等因素制约、配合程度不同，且大部分终端客户年采购数量在50台以下、分层难度较大，大部分境外终端客户不愿意配合访谈。中介机构已按照重要性及随机性原则选取采购数量较大的代表性下游/终端客户进行走访，最终访谈了12家境外经销商的26家下游/终端客户，其中包含了采购数量较多的下游/终端客户（比如Scootsy、Safexpress、Zepto、Shadowfax等），亦包含了采购数量较少的（涵盖了年采购数量50台以下、50台到100台之间等）下游/终端客户。中介机构同时结合境外经销商终端销售细节测试、公开查询其下游/终端客户基本情况等程序进一步验证了终端销售的真实性。

综上，中介机构对境外经销商及其下游/终端客户的核查程序充分、核查比例适当，核查证据足以支持对境外经销收入真实性发表的核查意见。

（五）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
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 2026 年 3 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	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

核查事项	核查方法	核查证据、金额和比例
	试	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
采购入库截止性	核查资产负债表日前后的采购入库记录、签收单据及相关凭证，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	主要供应商工商登记信息查询记录

核查事项	核查方法	核查证据
	息；通过相关网站及其他披露信息核查供应商的展业情况	
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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
抽样涉及供应商对应采购金额（万元）	**5,049.16**	**11,779.50**	10,310.02
采购总额（万元）	**8,299.12**	**18,031.80**	17,049.04
抽样覆盖比例	**60.84%**	**65.33%**	60.47%

（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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
走访覆盖采购金额（万元）	**5,407.19**	**12,042.29**	13,680.79
采购金额（万元）	**8,299.12**	**18,031.80**	17,049.04
访谈覆盖采购金额比例	**65.15%**	**66.78%**	75.98%

（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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
采购总额（万元）	**8,299.12**	**18,031.80**	17,049.04
发函交易金额（万元）	**7,602.78**	**16,249.12**	16,065.57
发函比例	**91.61%**	**90.11%**	94.23%
回函金额（万元）	**7,442.96**	**15,973.17**	15,665.97
其中：回函相符金额（万元）	**7,443.02**	**15,970.87**	12,459.67
回函占发函比例	**97.90%**	**98.30%**	97.51%
回函占采购总额比例	**89.68%**	**88.58%**	91.89%
其中：回函相符占采购总额比例	**89.68%**	**88.57%**	73.08%

2）应付账款余额函证

项目	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
应付账款余额（万元）	**1,947.49**	**1,194.59**	1,498.25
发函余额（万元）	**1,598.07**	**994.47**	1,375.96
发函比例	**82.06%**	**83.25%**	91.84%
回函金额（万元）	**1,598.07**	**994.47**	1,347.58
其中：回函相符金额（万元）	**1,598.02**	**992.49**	848.73
回函占发函比例	**100.00%**	**100.00%**	97.94%
回函占应付账款比例	**82.06%**	**83.25%**	89.94%
其中：回函相符占应付账款比例	**82.06%**	**83.08%**	56.65%

（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、**2025 年 12 月 13 日、2026 年 3 月 31 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%**

2025 年末，监盘覆盖存货余额比例占存货总额的 79.53%，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	3,513.53	2,567.49	73.07%
半成品	5,370.55	4,841.52	90.15%
库存商品	803.66	781.38	97.23%
委托加工物资	107.91	24.52	22.72%
在制品	217.66	188.09	86.42%
发出商品	552.72	-	-
合计	10,566.03	8,403.00	79.53%

2026 年 3 月末，监盘覆盖存货余额比例占存货总额的 67.66%，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	5,617.54	4,202.97	74.82%
半成品	6,140.68	4,573.60	74.48%
库存商品	721.31	321.13	44.52%
委托加工物资	345.39	305.26	88.38%
在制品	447.41	96.67	21.61%
发出商品	766.90	-	-
合计	14,039.22	9,499.63	67.66%

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 74.44%、68.06%和 51.59%。

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。

（六）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	2026 年 3 月 31 日		2025 年 12 月 31 日		2024 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	**4,954.17**	**14.20%**	**2,840.63**	**8.55%**	1,599.46	4.59%
半成品	**5,326.72**	**15.27%**	**4,351.85**	**13.09%**	4,531.55	13.01%
产成品	**554.39**	**1.59%**	**635.77**	**1.91%**	301.2	0.86%
委托加工物资	**345.39**	**0.99%**	**107.91**	**0.32%**	213.35	0.61%
在产品	**447.41**	**1.28%**	**217.66**	**0.65%**	257.97	0.74%
发出商品	**366.85**	**1.05%**	**152.69**	**0.46%**	137.33	0.39%
合计	**11,994.93**	**34.38%**	**8,306.51**	**24.99%**	**7,040.84**	**20.21%**

报告期各期末，标的公司存货账面价值分别为 7,040.84 万元、**8,306.51 万元及 11,994.93 万元**，占总资产的比例分别为 20.21%、**24.99%及 34.38%。**其中，原材料和半成品账面价值合计分别为6,131.01 万元、**7,192.48 万元和 10,280.89 万元**，占总资产的比例分别为 17.60%、**21.64%和 29.47%**，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100.00%、97.55%和92.83%，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 1.93 次、**1.83 次和 1.64 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
2026 年 3 月 31 日						
半成品	4,231.27	806.09	520.96	329.10	253.25	6,140.67
其中：PCBA	2,255.08	327.40	165.71	79.18	187.93	3,015.30
数据处理器	798.12	234.89	188.86	72.95	22.22	1,317.04
原材料	4,607.54	203.90	178.22	91.40	536.47	5,617.53
其中：芯片	813.64	37.55	6.32	26.57	185.63	1,069.71
扫描头等模组	627.95	23.00	45.53	31.52	97.22	825.22
液晶屏	355.46	62.55	31.94	3.10	52.83	505.88
合计	8,838.81	1,009.99	699.18	420.50	789.72	11,758.20
2025 年 12 月 31 日						
半成品	3,480.94	657.86	343.98	290.63	597.16	5,370.57
其中：PCBA	1,139.50	342.55	60.36	77.36	268.48	1,888.25

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
数据处理器	926.15	126.35	177.45	70.28	281.73	1,581.96
原材料	**2,459.72**	**241.78**	**123.99**	**130.21**	**557.82**	**3,513.52**
其中：芯片	1,005.19	59.10	8.62	24.73	229.05	1,326.69
扫描头等模组	256.52	36.21	36.86	27.88	98.53	456.00
液晶屏	256.60	78.30	4.39	6.12	54.27	399.68
合计	**5,940.66**	**899.64**	**467.97**	**420.84**	**1,154.98**	**8,884.09**
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
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**

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。**2026 年 3 月末，3 年以上库龄的原材料和半成品余额较高，主要系该部分存货主要与 C60、C90、C4050、迅远 C72pro 等市场拓展不及预期或下游客户项目推进缓慢的产品及项目有关，标的公司已对此全额计提跌价准备。其中，迅远 C72pro 与客户项目相关；而 C60、C90、C4050 与产品进入淘汰期相关，具体参见下方“2、材料使用寿命”部分关于“标的公司存在由于市场推进缓慢、销售不及预期从而提早进入市场淘汰期的产品项目”的有关说明。**

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、防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
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

就标的公司产品更新周期对相关原材料具体可使用期限的影响而言，一方面，标的公司的智能数据采集终端产品整体已进入成熟期，根据规划，2025 至 2026 年的产品升级路径以系统版本更新、硬件配置优化与功能模块增强为主，并无重大的颠覆性技术变革，更新迭代周期约为 5 至 10 年，节奏相对平稳可控。

该等更新迭代本身不会驱动核心物料的大规模、快速淘汰。在此背景下，结合上表行业通行的物料存储寿命可知，其存储寿命普遍短于产品迭代周期。这意味着，在规范存储条件下，物料因物理或化学性能自然衰减而需被使用或处置的时间点，早于其可能因所应用的产品平台被彻底换代而面临技术淘汰的时间点。物料的经济使用寿命更多受其自身存储年限限制，而非被产品更新所强制终结。

另一方面，标的公司存在由于市场推进缓慢、销售不及预期从而提早进入市场淘汰期的产品项目，如C60项目、C90项目、C4050项目等，标的公司根据期末产成品库存情况，以及该等型号产品所对应的专用程度较高的原材料、半成品库存情况，采用个别计提法足额计提跌价准备。如C60项目,其主要原材料液晶屏较小，属于特殊规格尺寸，不符合主流使用习惯，无法使用在其他型号上或需要投入较多额外改进成本才可用于其他型号；同时PCBA等具有高度定制化属性的物料亦无法复用于其他型号。此外，从库龄情况与期后领用来看，此类物料的库龄较长，领用数量较少，符合呆滞特征。综合上述因素，标的公司对有关存货（C60项目、C90项目、C4050项目）全额计提了跌价准备，报告期各期末跌价准备金额分别为493.21万元、318.58万元和317.95万元。

3、采购价格波动情况及对最终成本的影响

1）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		
	2026年1-3月	变动	2025年度	变动	2024年度	2026年1-3月	2025年度	2024年度
PCBA	**422.76**	**42.79%**	**296.08**	**0.14%**	**295.66**	**2,100.07**	**4,611.20**	**4,819.41**
其中：C66	**537.26**	**54.90%**	**346.85**	**-3.37%**	358.93	**674.79**	**1,837.79**	2,059.64
HCE600	-	-	**271.91**	**-8.56%**	297.37	-	**435.06**	497.20
C7X-MT6765	**407.33**	**33.52%**	**305.06**	**2.23%**	298.41	**234.62**	**768.75**	820.34

物料类型/细分型号	平均采购单价					采购金额		
	2026 年 1-3 月	变动	2025 年度	变动	2024 年度	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
MC50/MC51	769.26	10.96%	693.29	-4.83%	728.47	242.70	548.53	472.92
C61	555.59	45.33%	382.29	-3.67%	396.84	183.07	228.99	241.68
扫描头等模组	92.87	-10.26%	103.49	-3.02%	106.71	1,089.11	2,308.73	2,862.65
其中：扫描头模组	169.66	-6.52%	181.50	-4.30%	189.66	970.26	1,990.06	2,242.43
芯片[1]	20.69	116.65%	9.55	98.54%	4.81	2,299.53	2,881.64	1,483.22
其中：超高频芯片 IPJ-E710	192.51	-2.81%	198.07	0.84%	196.42	198.10	1,212.75	808.47
4G+64G 规格存储芯片	321.54	21.93%	263.70	-	-	495.11	448.43	-
液晶屏	88.59	2.87%	86.12	0.07%	86.06	421.03	1,454.10	1,577.92
外购整机	658.64	-15.55%	779.96	-5.81%	828.09	172.50	1,560.62	825.85
其中：MC95_2D	587.57	-24.32%	776.40	-1.96%	791.90	1.12	969.02	426.36

注 1：芯片包括超高频芯片、功能类芯片等，由于功能类芯片细分规格品类较多，单价较低，数量庞大，因此使得芯片平均采购价格较低。

注 2：PCBA 的 HCE600 型号主要系华测大客户机型，由于销量减少，2026 年 1 季度采购减少。

由上表，从物料大类来看，**2025 年度相比于 2024 年度，**扫描头等模组、外购整机的平均采购单价存在一定程度波动，**但幅度不大，**主要系不同单价细分规格型号的物料采购数量波动所致。**2026 年 1-3 月，受上游存储芯片市场价格快速上涨影响，标的公司 PCBA（含存储芯片）采购入库价格上升较快。从 2025 年四季度开始，原材料存储芯片处于市场供应偏紧以及价格上涨的趋势，一方面标的公司主要通过外购 PCBA 间接获取存储芯片，另一方面为保障存储芯片的供应渠道，标的公司还通过单独采购 eMCP 和 uMCP 等存储芯片并客供给供应商的方式获取 PCBA 作为补充，从而使得芯片整体平均采购价格在 2026 年 1-3 月提升较快。总体来看，**上述主要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，**报告期内的**采购单价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。

2）采购价格波动对最终成本和毛利率的影响

报告期内，智能数据采集终端系标的公司最主要的产品类别，相关成本分别占主营业务成本的 88.36%、89.25%和 89.11%。其中，主要原材料 PCBA、扫描头模组和超高频芯片合计占智能数据采集终端直接材料成本比重分别为 70.00%、69.79%和 76.93%。上述主要原材料价格波动对智能数据采集终端单位成本及毛利率的影响情况如下：

主要原材料	原材料价格涨跌幅	智能数据采集终端单位成本的影响				智能数据采集终端毛利率的影响			
		2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	平均	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	平均
PCBA	上涨 5%	2.15%	1.73%	1.62%	1.83%	-1.35%	-1.05%	-0.97%	-1.12%
	上涨 10%	4.30%	3.45%	3.24%	3.67%	-2.70%	-2.10%	-1.94%	-2.25%
	上涨 30%	12.91%	10.36%	9.73%	11.00%	-8.09%	-6.31%	-5.83%	-6.74%
	上涨 50%	21.52%	17.27%	16.21%	18.33%	-13.49%	-10.51%	-9.72%	-11.24%
	下降 5%	-2.15%	-1.73%	-1.62%	-1.83%	1.35%	1.05%	0.97%	1.12%
	下降 10%	-4.30%	-3.45%	-3.24%	-3.67%	2.70%	2.10%	1.94%	2.25%
	下降 30%	-12.91%	-10.36%	-9.73%	-11.00%	8.09%	6.31%	5.83%	6.74%
	下降 50%	-21.52%	-17.27%	-16.21%	-18.33%	13.49%	10.51%	9.72%	11.24%
扫描头模组	上涨 5%	0.94%	0.91%	0.98%	0.94%	-0.59%	-0.55%	-0.59%	-0.58%
	上涨 10%	1.87%	1.82%	1.97%	1.89%	-1.17%	-1.11%	-1.18%	-1.15%
	下降 5%	-0.94%	-0.91%	-0.98%	-0.94%	0.59%	0.55%	0.59%	0.58%
	下降 10%	-1.87%	-1.82%	-1.97%	-1.89%	1.17%	1.11%	1.18%	1.15%
超高频芯片	上涨 5%	0.74%	0.85%	0.90%	0.83%	-0.47%	-0.52%	-0.54%	-0.51%
	上涨 10%	1.49%	1.70%	1.79%	1.66%	-0.93%	-1.04%	-1.07%	-1.01%
	下降 5%	-0.74%	-0.85%	-0.90%	-0.83%	0.47%	0.52%	0.54%	0.51%

主要原材料	原材料价格涨跌幅	智能数据采集终端单位成本的影响				智能数据采集终端毛利率的影响			
		2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	平均	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	平均
	下降 10%	-1.49%	-1.70%	-1.79%	-1.66%	0.93%	1.04%	1.07%	1.01%

由上表，在其他因素保持不变的前提下，报告期内 PCBA 采购价格每增加 5%，对智能数据采集终端单位成本的影响为上涨 1.83%，毛利率下降 1.12 个百分点；扫描头模组采购价格每增加 5%，单位成本上涨 0.94%，毛利率下降 0.58 个百分点；超高频芯片采购价格每增加 5%，单位成本上涨 0.83%，毛利率下降 0.51 个百分点，整体影响较小。

报告期内，智能数据采集终端的毛利率分别为 40.06%、39.11%和 37.32%，在主要原材料采购价格的上涨 5%和 10%的情况下，对毛利率影响范围分别介于 0.51 至 1.12 个百分点之间和 1.01 和 2.25 个百分点之间，上述原材料价格的波动对标的公司整体盈利水平未产生实质性影响，存货跌价的风险较低。

此外，考虑到 2025 年四季度开始存储芯片市场价格的快速上涨，上表对含有存储芯片的 PCBA 的敏感性测算进行了同步放大。根据测算结果，当 PCBA 价格上涨 50%时，智能数据采集终端单位成本平均上涨 18.33 个百分点，毛利率下降 11.24 个百分点。结合 2026 年一季度实际情况来看，得益于价格传导机制影响，其单位成本上涨幅度及毛利率下降幅度均小于测算结果。

进一步地，为审慎和充分考虑存储芯片价格的快速上涨对标的公司产品成本及毛利率的影响，标的公司还对上述影响进行了测算。根据测算结果，假设存储芯片上涨 50%且其他成本不变、销售价格不变，在不同口径下，对智能数据采集终端单位成本的影响分别为上涨 8.85%和上涨 8.52%；对智能数据采集终端毛利率的影响分别为下降 5.55%和下降 5.34%；对主营业务毛利率影响分别为下降 4.92%和下降 4.55%。具体分析参见本回复第二问之“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”之“（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”。

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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	是否存在负毛利
1	C66	收入	**2,563.83**	**8,678.04**	9,605.71	否
		毛利率	**34.27%**	**39.39%**	44.11%	
2	C72	收入	**1,202.18**	**4,305.34**	5,201.52	否
		毛利率	**41.47%**	**41.14%**	41.78%	
3	C61	收入	**257.33**	**1,499.62**	1,816.86	否
		毛利率	**33.83%**	**41.02%**	40.95%	
4	HCE600	收入	**163.04**	**851.81**	1,164.10	否
		毛利率	**9.57%**	**10.05%**	5.72%	
5	MC50	收入	**423.72**	**1,698.66**	1,368.36	否
		毛利率	**42.07%**	**37.02%**	36.89%	

报告期内，前述主要销售机型合计实现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 67.69%、**63.40%和 64.22%**，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，**除 HCE600 外，其余机型**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，**HCE600 主要系上海华测深度定制化产品，定价毛利率较低**。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537.39万元、**552.72万元和766.90万元**，对应的存货跌价准备余额分别为400.06万元、**400.03万元和400.06万元**，存货跌价计提比例为74.45%、**72.38%和52.17%**。

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，以确保充分覆盖相关减值风险。**从产品更新周期对相关原材料具体可使用期限的影响来看，整体迭代周期长于物料的经济使用寿命，因迭代导致的核心物料的大规模、快速淘汰的风险较小；此外标的公司已对部分市场销售不及预期，提早进入淘汰期的产品项目所对应的具体专用物料充分计提了跌价准备。**

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细分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		
	2026 年 3 月 31 日	**2025 年 12 月 31 日**	**2024 年 12 月 31 日**
优博讯	**未披露**	**5.22%**	6.92%
新大陆	**未披露**	**10.54%**	10.40%
远望谷	**未披露**	**16.07%**	16.35%
芯联创展	**未披露**	**0.00%**	0.00%
标的公司	**14.56%**	**21.38%**	**25.79%**

注：**同行业可比公司未披露 2026 年 3 月 31 日相关指标；**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**分别在 5%-7%、10%-11%区间**，远望谷计提比例维持在**16%**，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、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，系自身实际经营情况与存货风险状态决定，**但不存在重大差异**。报告期内，**标的公司采用一般计提法与个别计提法相结合的存货跌价计提方法，结合物料的库龄、期后领用情况、产品状态、专用化程度、下游产品对应市场销售情况和客户订单等，逐项排查、细致识别与个别风险事件高度相关的存货跌价风险，基于成本与可变现净值孰低的计量原则，充分计提相关存货跌价准备。报告期内，受个别下游客户项目如迅远 C72pro 项目、大湾物联项目影响，相关成品无法实现销售，标的公司全额计提存货跌价准备。同时，基于“2、材料使用寿命”所述，C60 项目、C90 项目、C4050 项目等项目提早进入淘汰期，滞销、呆滞风险较高，标的公司对此亦全额计提存货跌价准备。上述个别计提法系与标的公司自身的经营特征和风险高度关联，报告期各期末采用此方法计提的跌价准备金额分别为 1,599.13 万元、1,338.58 万元和 1,076.36 万元，使得整体的计提比例高于同行业平均水平。**

假设剔除上述影响，跌价计提情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
存货账面原值	14,024.22	10,601.09	9,487.59
存货跌价金额	2,028.05	2,259.52	2,446.74
其中:个别计价法计提金额(100%计提）-原材料	282.10	284.17	335.44
其中:个别计价法计提金额(100%计提）-半成品	394.23	654.38	863.66

项目	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
其中:个别计价法计提金额(100%计提）-发出商品	400.03	400.03	400.03
剔除个别计价法后跌价准备金额	951.69	920.94	847.61
剔除后的跌价计提比例	6.79%	8.69%	8.93%
同行业平均跌价准备计提比例	未披露	10.61%	11.22%

注：芯联创展未计提存货跌价准备，为客观反映行业一般情况，同行业平均跌价准备计提比例计算不纳入该可比公司。

由上表，在剔除个别项目影响后，标的公司各期末的存货跌价计提比例与同行业平均水平差异进一步减少，与新大陆较为接近。

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 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，**主要系**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**所致**。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。

标的公司继续将直接外购的 PCBA 主板作为半成品核算，其合理性在于：一是，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；**二是，模式切换前后，**标的公司**始终**将其核算为半成品，保持了物料核算口径**和标准**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。**且后续标的公司也不会对该等核算口径和标准进行变更。三是，**该类外购 PCBA 主板无论核算为原材料还是半成品，**其所面临的存货跌价风险实质相同，跌价计提方式一致。**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）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，并与存货库龄进行比对分析；

（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服务、维修保障服务。

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的影响，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 1-9 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的影响，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
	毛利额	10,384.77	10,825.07	7,562.35	2,746.19	10,862.94	11,458.62	12,089.04	12,756.31	13,462.62
	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
	毛利额	3,589.22	2,499.29	1,615.19	393.56	2,047.49	2,090.57	2,134.01	2,177.81	2,221.90
	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

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
	毛利额	**6,795.54**	**8,325.78**	**5,947.16**	**2,352.64**	**8,815.45**	**9,368.05**	**9,955.03**	**10,578.50**	**11,240.71**
	销量	92,243	90,722	72,943	30,398	110,574	118,315	126,597	135,458	144,941
	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**
	毛利额	**394.19**	**511.72**	**445.19**	**6.70**	**458.67**	**466.42**	**474.25**	**482.18**	**490.17**
	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的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的影响，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：

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
	毛利额	1,369.53	1,735.65	1,167.31	467.75	1,719.20	1,807.65	1,900.59	1,998.25	2,100.88
	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
	毛利额	202.82	279.58	214.72	155.00	387.22	405.52	424.64	444.63	465.52
	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%

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
	成本	297.19	406.69	329.30	154.88	513.24	544.03	576.67	611.27	647.95
	毛利额	**1,166.71**	**1,456.07**	**952.59**	**312.75**	**1,331.99**	**1,402.13**	**1,475.95**	**1,553.63**	**1,635.36**
	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
	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
	毛利额	1552.62	1045.75	796.26	24.04	682.48	696.13	710.05	724.26	738.74
	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
	毛利额	106.35	127.85	73.44	11.79	81.47	83.1	84.76	86.45	88.18
	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
	毛利额	1446.28	917.91	722.82	12.25	601.02	613.04	625.29	637.81	650.55
	毛利率	51.71%	52.58%	56.39%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%	45.00%

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
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
	毛利额	331.67	217.14	114.64	42.33	137.44	140.18	142.99	145.85	148.76
	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
	毛利额	87.44	22.07	24.91	1.7	14.79	15.09	15.39	15.69	16.01
	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
	毛利额	244.24	195.07	89.73	40.63	122.65	125.11	127.61	130.16	132.76
	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。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。

（三）基于 2024 年、2025 年境内外、各模式销售及单价的下降幅度和具体下降原因、是否可持续等内容，详细说明预测 2026 年相关产品、模式及市场数量、单价上升的原因及合理性，相关预测是否谨慎

1、2024 年、2025 年境内外、各模式销售及单价的下降幅度和具体下降原因、持续性分析

（1）2024年、2025年境内外销量及单价的下降幅度和具体下降原因

标的公司2024年、2025年境内外收入情况如下：

单位：万元

类别	区域	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	境内	**7,717.80**	9,211.53	15,055.47
	境外	**17,480.35**	17,906.42	16,284.67
固定式数据采集终端	境内	**359.20**	417.65	413.42
	境外	**1,311.20**	765.05	615.01
智能车载设备	境内	**561.48**	762.20	593.74
	境外	**0.18**	-	0.14
驾培服务	境内	**1,819.18**	1,862.76	1,463.90

①2024年、2025年各产品境内外销量变动及相关原因

标的公司2024年、2025年境内外销量情况如下：

单位：台、次

类别	区域	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	境内	**60,400**	72,620	129,531
	境外	**98,008**	90,722	92,243
固定式数据采集终端	境内	**3,400**	4,047	4,616
	境外	**11,735**	5,119	3,616
智能车载设备	境内	**5,705**	7,813	5,820
	境外	**2**	-	1
驾培服务	境内	**1,767,539**	1,847,204	1,226,193

标的公司2024年、2025年便携式数据采集终端业务及固定式数据采集终端业务的境内外销量呈现出境内阶段性调整、境外持续增长的特征。

境内销售方面，便携式数据采集终端业务境内市场2024年销量为72,620台，较2023年的129,531台下降43.94%；2025年销量为**60,400**台，较2024年下降**16.83%**。固定式数据采集终端业务境内市场2024年销量为4,047台，较2023年的4,616台下降12.33%；2025年销量为**3,400**台，较2024年下降**15.99%**。上述变动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。标的公司2023年-2025年便携式数据采集终端业务境内毛利率分别为23.84%、27.13%、**28.43%**，固定式数据采集终端业务境内毛利率分别为29.38%、35.20%、**36.93%**，境内毛利率仍保持稳步提升，标的公司产品竞争力并未降低。

境外销售方面，便携式数据采集终端业务境外市场2024年销量为90,722台，较2023年的92,243台下降1.65%，2025年销量为**98,008**台，较2024年增长**8.03%**；固定式数据采集终端业务境外市场2024年销量为5,119台，较2023年的3,616台大幅增长41.57%，2025年销量为**11,735**台，较2024年大幅增长**129.24%**。便携式数据采集终端业务及固定式数据采集终端业务均延续了稳健增长态势，主要得益于标的公司产品在境外市场的性价比优势持续凸显，品牌认可度与渠道拓展成效显著，订单需求稳步释放。

智能车载设备与驾培服务以境内市场为核心，整体市场需求平稳。2025年

两类业务销量较2024年有所回落，主要受黑龙江地区自2025年下半年起当地政府相关项目暂停实施，导致区域内订单短期收缩，目前该地区相关项目已逐步重启、有序恢复投放，后续区域业务规模将稳步修复。

②2024年、2025年各产品境内外单价变动及相关原因

标的公司2024年、2025年境内外单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类别	区域	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	境内	**1,277.78**	1,268.46	1,162.31
	境外	**1,783.56**	1,973.77	1,765.41
固定式数据采集终端	境内	**1,056.46**	1,032.00	895.62
	境外	**1,117.34**	1,494.53	1,700.79
智能车载设备	境内	**984.20**	975.55	1,020.17
	境外	**894.18**	-	1,382.00
驾培服务	境内	**10.29**	10.08	11.94

标的公司2024年与2025年便携式数据采集终端业务及固定式数据采集终端业务的境内外单价呈现境内整体平稳增长、境外阶段性回落的特征。

境内销售方面，便携式数据采集终端业务境内市场2023年平均单价为1,162.31元/台；2024年平均单价为1,268.46元/台，同比增长9.13%；2025年平均单价为1,277.78元/台，同比增长0.73%。固定式数据采集终端业务境内市场2023年平均单价为895.62元/台；2024年平均单价为1,032.00元/台，同比增长15.23%；2025年平均单价为1,056.46元/台，同比增长2.37%。主要是由于标的公司主动优化产品结构，收缩低毛利、低效益业务，进一步改善了境内业务的盈利质量，与历史年度境内毛利率稳步提升的趋势相符。

境外销售方面，便携式数据采集终端业务境外市场2023年平均单价为1,765.41元/台；2024年平均单价为1,973.77元/台，同比增长11.80%；2025年平均单价为1,783.56元/台，同比下降9.64%。固定式数据采集终端业务境外市场2023年平均单价为1,700.79元/台；2024年平均单价为1,494.53元/台，同比

下降12.13%；2025年平均单价为1,117.34元/台，同比下降25.24%。2025年单价有所回落，一方面是标的公司为维护核心大客户合作关系、巩固市场份额，对部分重点客户给予价格优惠，另一方面则受美元汇率下跌影响，境外客户以美元计价的收入在折算为人民币时被动缩水，双重因素共同拉低了整体平均单价水平。境外市场平均单价下滑，并非标的公司产品竞争力下降。

2024年、2025年便携式数据采集终端业务境外市场毛利率分别为46.50%、43.68%；固定式数据采集终端业务境外市场毛利率分别为42.71%、44.63%。境外市场毛利率始终维持在较高水平，且明显高于境内市场，标的公司的核心盈利能力仍保持稳健。

智能车载设备业务与驾培服务单价基本保持稳定，未发生明显波动。

（2）2024年、2025年各模式销量及单价的下降幅度和具体下降原因

①2024年、2025年各产品不同模式下销量变动及相关原因

标的公司2024年、2025年各模式销量情况如下：

单位：台、次

类别	模式	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	直销	**84,596**	106,802	148,317
	经销	**73,812**	56,540	73,457
固定式数据采集终端	直销	**11,508**	5,301	4,958
	经销	**3,627**	3,865	3,274
智能车载设备	直销	**3,018**	5,266	3,227
	经销	**2,689**	2,547	2,594
驾培服务	直销	**1,308,199**	1,366,638	871,061
	经销	**459,340**	480,566	355,132

便携式数据采集终端业务方面，直销模式销量2024年为106,802台，较2023年的148,317台下降27.99%，2025年为**84,596**台，较2024年下降**20.79%**；主要系标的公司主动收缩了境内市场低毛利、低收益的业务订单，境内市场直销订单规模相应下降，进而导致直销模式销量阶段性回落。经销模式销量2024年为

56,540台，较2023年的73,457台下降23.03%，2025年为**73,812**台，较2024年增长**30.55%**。2024年销量下滑，主要系俄罗斯经销商KONSTANTA终端客户项目已于2023年集中交付完毕，致使其2024年采购规模明显回落。2025年销量回升，主要原因是：1）标的公司将印度区域直销客户Scootsy、Safexpress调整为由经销商E Headway Media统一承接供货，Scootsy、Safexpress为印度即时零售、物流领域龙头，对智能数据采集终端需求旺盛；2）E Headway Media在印度本地覆盖的其他终端客户采购需求同步提升，进一步拉动整体销量增长。

固定式数据采集终端业务方面，直销模式销量2024年为5,301台，较2023年的4,958台增长6.92%，2025年为**11,508**台，较2024年大幅增长**117.09%**，主要系直销客户Infotek的大规模采购所致。经销模式销量2024年为3,865台，较2023年的3,274台增长18.05%，2025年为**3,627**台，较2024年下降**6.16%**，整体未发生大幅变动。

②2024年、2025年各产品不同模式下单价变动及相关原因

标的公司2024年、2025年各模式单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类别	模式	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	直销	1,277.78	1,650.75	1,324.10
	经销	1,783.56	1,678.04	1,592.97
固定式数据采集终端	直销	1,056.46	1,324.81	1,302.89
	经销	1,117.34	1,243.01	1,168.15
智能车载设备	直销	984.20	992.59	1,028.62
	经销	894.18	940.32	1,009.80
驾培服务	直销	10.29	11.62	13.78
	经销	5.43	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、客户结构和订单类型等差异有关。

（3）持续性分析

标的公司2024年、2025年主要产品经营情况如下：

类别	模式	2025 年	2024 年	2023 年
便携式数据采集终端	收入（万元）	**25,198.14**	27,117.95	31,340.14
	销量（台）	**158,408**	163,342	221,774
	单价（元/台）	**1,590.71**	1,660.20	1,413.16
固定式数据采集终端	收入（万元）	**1,670.39**	1,182.70	1,028.42
	销量（台）	**15,135**	9,166	8,232
	单价（元/台）	**1,103.66**	1,290.31	1,249.30
智能车载设备	收入（万元）	**561.66**	762.20	593.88
	销量（台）	**5,707**	7,813	5,821
	单价（元/台）	**984.16**	975.55	1,020.23
驾培服务	收入（万元）	**1,819.18**	1,862.76	1,463.90
	销量（台）	**1,767,539**	1,847,204	1,226,193
	单价（元/台）	**10.29**	10.08	11.94

从收入及销量来看，标的公司便携式数据采集终端收入、销量均呈下降趋势，核心原因系境内市场竞争加剧，标的公司主动实施战略调整，缩减低毛利业务规模、优化业务结构，导致该产品境内销量下滑。同时，标的公司境外市场表现良好，产品性价比优势持续凸显，品牌认可度不断提升，渠道拓展成效显著，境外订单需求稳步释放，一定程度对冲境内市场下滑影响。固定式数据采集终端收入及销量呈增长趋势，主要得益于境外市场拓展速度显著高于境内市场，境外订单增长成为该产品销量、收入提升的核心驱动力。智能车载设备及驾培服务整体经营平稳，收入与销量均保持稳健运行态势。

从单价来看，便携式数据采集终端及固定式数据采集终端单价整体呈先升后降态势，但始终维持在较高水平。其中，2024年整体平均单价提升，主要系境外收入占比提升所致；2025年单价有所回落，一方面是标的公司为维护核心大客户合作关系、巩固市场份额，对部分重点客户给予优惠政策，另一方面则受美元汇率下跌影响，境外客户以美元计价的收入在折算为人民币时被动缩水，双重

因素共同拉低了整体平均单价水平。智能车载设备及驾培服务单价整体保持平稳，未发生明显波动。

长期来看，随着下游行业需求稳步提升，市场整体容量持续扩张，行业发展态势向好，为标的公司销量回升提供了良好的市场基础。同时，标的公司核心竞争力未发生弱化，行业市场份额保持稳定，客户群体、销售渠道未发生实质性变动，具备销量回暖的基础条件。

综上，2024年、2025年标的公司销量及单价的变动主要系主动性策略调整以及项目制订单需求周期波动所致，相关产品的销量以及单价波动系短期因素影响，未对标的资产的长期经营能力、核心竞争力造成实质性不利影响。随着行业需求的持续增长、标的公司大力开拓境内外市场以及产品的持续优化升级，标的公司经营业务将稳步推进，相关下降趋势非持续性，具体分析参见本回复“问题二”之“十六”之“（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”。

2、2026 年相关产品、模式及市场数量、单价变动的原因及合理性，相关预测的谨慎性

（1）2026年相关产品数量预测变动原因及合理性

①未来客户拓展带动在手订单及储备订单快速上升

标的公司依托成熟的产品与技术服务能力，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Apple零售店、Swiggy即时零售平台、Flipkart电商平台库存管理等项目落地，目前均处于顺利推进阶段，业务合作稳步开展。标的公司销量增幅与行业增速匹配，未超出行业合理区间。

标的公司截至2026年7月末在手订单情况如下：

单位：台、万元

区域	类型	台数	金额
境内	便携式数据采集终端	10,094	1,805.93
	固定式数据采集终端	241	19.23
境外	便携式数据采集终端	12,477	2,305.05
	固定式数据采集终端	55	6.12

截至2026年7月末，标的公司在手订单合计22,867台、金额4,136.33万元，占2026年全年预测收入比例12.37%。境外订单台数、金额占比较高，为核心收入储备来源，整体在手订单储备充足，后续收入释放确定性较强。

截至2026年7月末，标的公司的储备订单不含税金额约为24,050.00万元，订单储备规模充足，其中，众多知名客户/项目（比如Swigg、Zepto、华住会、Flipkart、Denso、TBW、Apple零售项目等）已陆续下单并处于持续供货阶段中；部分客户订单处于商务谈判或投标阶段或已通过设备测试阶段等阶段，尚未最终签署正式合同，存在一定的不确定性，根据历史订单交付周期以及与客户的合作历史，相应储备订单转化率较高。

储备订单获取主要分为招投标、设备测试、商务洽谈三个核心阶段：首先进入招投标环节，通过提交企业资质、技术方案等资料参与客户项目招标及资格评审；其次开展设备测试工作，向客户提供样机进行性能适配以及现场试用测评，满足其技术要求；最后进入商务沟通环节，双方就产品单价、采购数量、交付周期及合作条款等内容进行磋商洽谈。

②应用场景丰富、行业呈持续性增长趋势

QYResearch研究数据显示，智能数据采集终端在各下游行业应用前景广阔。其中，制造行业2026-2032年市场需求规模年复合增长率（CAGR）约为6.41%；商超零售行业CAGR约为7.98%；鞋服零售行业CAGR约为6.70%；电力和图书档案行业CAGR约为5.41%。行业需求持续增长，带动销量稳步增长。随着数字化转型加速，零售、物流、制造业等下游行业对智能数据采集终端的需求持续释放，尤其是制造行业的智能化升级、零售行业的库存管理优化，对智能数据采集终端的采购需求显著增加，为标的公司销量增长提供了坚实的市场基础。

③境内市场销量探底，未来具备持续增长空间

2026年境内市场销量预测增长，主要是由于以往年度境内数据采集终端市场竞争激烈，众多境内厂家陷入低价竞争的价格战，标的公司为规避价格竞争、提升整体盈利水平，将更多精力投向境外市场，对境内市场的资源投入相对有限，导致报告期内的境内销量呈下降趋势。目前境内市场经过前期充分竞争已触底，低价竞争格局逐步改善，市场需求逐步释放，2026年以及未来年度境内市场销量具备持续增长基础。从业务结构调整节奏来看，标的公司前期已持续主动出清、收缩境内低毛利业务，目前低毛利业务收缩已至合理区间。

④境外市场产品优势显著，增长逻辑稳固

2026年境外市场销量预测增长，主要基于以下原因：一方面，由于标的公司产品性能对标国际一流水平，当前数据采集终端市场的头部厂商为斑马和霍尼韦尔，标的公司在产品性能、稳定性、数据采集精度等方面不逊色于上述两家厂商，能够满足境外市场的使用需求；另一方面，标的公司产品定价低于斑马、霍尼韦尔等国际头部厂商的同类产品，具备突出的成本优势与价格竞争力，在境外市场的性价比优势显著。同时，经过标的公司在境外市场的长期深耕细作，品牌已积累了相当的知名度和市场认可度，客户口碑良好、合作粘性强，进一步扩大了产品的市场覆盖面。从发展趋势看，境外市场销量一直保持增长态势，本次预测增长趋势与行业整体增长趋势保持一致。

（2）2026年相关产品单价预测变动原因及合理性

①2026年一季度相关产品单价变动情况

标的公司 2026 年 1-3 月各业务单价情况如下：

单位：元/台

类别	2026 年 1-3 月	2025 年
便携式数据采集终端	**1,608.28**	1,590.71
固定式数据采集终端	**1,281.05**	1,103.66
智能车载终端设备	**975.38**	984.16
驾培服务	**10.45**	10.29

基准日时点，2026年预测各类产品单价较2025年小幅下降，主要系基于谨慎性原则作出的合理判断，并非产品价值下降或市场竞争力弱化。预测过程中考虑境内外市场竞争环境的不确定性，预测未来单价适度下调。

根据上述财务数据，标的公司2026年1-3月各业务单价整体呈现稳中有升的态势，与标的公司成本传导策略匹配。2026年第一季度便携式数据采集终端平均单价较2025年第四季度涨幅约**4.72%**；2026年第一季度固定式数据采集终端平均单价较2025年第四季度涨幅约**0.02%**，标的公司针对内存涨价压力已逐步实施产品提价。此外，以美元结算的境外业务，受美元汇率下行影响，折算为人民币金额产生一定汇兑损益，进而拉低了以人民币口径核算的外销单价。智能车载终端设备与驾培服务单价基本保持平稳。

受内存等核心原材料涨价因素影响，标的公司产品单位成本有所上升。但标的公司具备较强的成本向下游转嫁能力，能够通过商务谈判等方式传导原材料涨价压力，具备维持整体毛利稳定的基础。标的公司已主动与下游客户开展商务调价谈判，鉴于本轮内存涨价属于行业性普遍现象，下游客户对产品调价具备较高接受度，后续新签订单有望逐步落地涨价。同时，2026年1-3月智能数据采集终端业务实际销量表现优于预测节奏，凭借销量规模的超额增长，在整体营收及毛利总量层面，可以有效抵减内存成本上升的影响。

②汇率因素对盈利的短期扰动与长期趋势判断

美元汇率波动对标的公司境外业务形成阶段性扰动，前期美元汇率下行走势，使得标的公司境外单价折算人民币金额有所缩水，对当期盈利造成短期不利影响。随着美元汇率单边波动态势放缓，走势已逐步回归平稳区间，汇率带来的

冲击边际持续弱化。从业务层面看，标的公司境外收入多以美元结算，短期汇率波动易直接传导至营收折算及利润水平，但此类影响属于外部宏观环境引发的暂时性因素，并非自身经营基本面发生趋势性变化。随着后续汇率走势趋于理性稳定，汇率波动对境外业务及整体盈利的负面影响将进一步收窄，不会改变标的公司境外业务稳健增长的长期趋势。

（3）2026年各模式数量、单价上升的原因及合理性

标的公司各业务类别在直销和经销模式下的销量差异并非由销售模式本身主导，主要系不同订单的客户类型、订单规模、项目需求所导致，与直销或经销的渠道模式选择无直接关联。

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、客户结构和订单类型等差异有关。

综上，本次预测未区分直销与经销模式，统一按业务类别进行测算，该处理方式与标的公司实际经营特征相匹配，能够客观反映业务整体的销量与单价水平。

（4）预测的谨慎性分析

从行业发展维度来看，下游应用领域需求保持稳步上行态势，行业整体市场规模持续扩容，整体发展景气度向好，为标的公司销量回升筑牢了外部市场基础。同时，标的公司核心竞争优势未发生弱化，市场份额保持稳定，客户资源以及海内外销售渠道均未发生重大实质性变化，自身经营底盘扎实，具备业绩回暖的基础条件。

标的公司2024年、2025年销量及销售单价波动并非自身经营基本面恶化所致，主要系标的公司主动进行业务结构与市场布局策略调整，叠加项目制订单自身周期波动特征共同引发。报告期内标的公司销量与单价的波动均属于短期因素影响，并未侵蚀标的公司长期经营稳定性、持续盈利能力及核心市场竞争力。随着下游行业需求持续释放扩容、标的公司持续加大境内外市场拓展与产品迭代升

级，标的公司整体经营有望保持稳步向好态势，前期销量与单价下行趋势不具备长期延续性。

标的公司凭借2026年一季度经营业绩落地，同时依托充足在手订单形成有力支撑，前期营业收入下行的发展态势已得到有效扭转。随着后续在手订单逐步分批交付落地，产品销量稳步释放，业务收入将同步增长，整体经营基本面持续向好。

本次2026年销量、单价的预测，是在结合标的公司历史年度经营数据，充分考量行业发展趋势及市场竞争格局的基础上作出的，贴合实际经营场景，未夸大增长潜力，也充分考虑了市场波动、需求变化等潜在不确定性，确保预测不脱离实际。本次预测未高估市场需求、未虚增单价水平，充分结合标的公司核心竞争力，兼顾下游需求实际与行业发展规律，未盲目假设销量暴增，适度下调单价，预留了市场波动缓冲，确保预测谨慎合理，符合行业发展实际及公司经营规划。

3、2025 年 10-12 月、2026 年 1-3 月业绩实现情况分析

标的公司 2025 年 10-12 月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 10-12 月	2025 年 10-12 月预测数	实现比例
营业收入	8,222.86	8,138.71	101.03%
归属于母公司所有者的净利润	1,337.97	1,254.11	106.69%

标的公司整体经营状况较好，2025年10-12月收入完成率为101.03%，归母净利润完成率为106.69%，营业收入与归母净利润超过2025年10-12月预测水平。

标的公司2026年1-3月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	2026 年度预测数	实现比例
营业收入	8,403.00	33,446.74	25.12%
归属于母公司所有者的净利润	1,434.13	5,669.98	25.29%

标的公司2026年1-3月收入完成率为25.12%，归母净利润完成率为25.29%。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 2026 年 1-3 月各业务收入情况如下：

单位：万元

类别	2026 年 1-3 月	2026 年全年预测	完成度
便携式数据采集终端	**6,721.18**	27,552.49	**24.39%**
固定式数据采集终端	**457.21**	1,166.32	**39.20%**
智能车载终端设备	**103.29**	931.07	**11.09%**
驾培服务	**444.02**	1,845.23	**24.06%**

标的公司主要产品收入情况如下：

单位：万元

类型	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月	2025 年 1-3 月
便携式数据采集终端	6,721.18	6,272.60	6,358.03
固定式数据采集终端	457.21	551.12	296.30
智能车载终端设备	103.29	71.79	138.31
驾培服务	444.02	537.29	394.80

根据上述财务数据，标的公司2026年1-3月各业务板块经营情况整体符合预期节奏。核心业务便携式数据采集终端实现收入6,721.18万元，完成全年预测的24.39%，收入同比增长5.71%、环比增长7.15%；固定式数据采集终端收入进度领先，完成度达39.20%，收入同比增长54.31%、环比下降17.04%；智能车载终端设备销售具有明显季节性特征，销售旺季主要集中于暑期时段，受季节性因素影响，2026年一季度该业务收入实现规模相对有限，全年进度完成度偏低，收入同比下降25.32%、环比增长43.88%；驾培服务按计划推进，整体收入结构与全年预测基本匹配，收入同比增长12.47%、环比下降17.36%，核心业务开局平稳发展。

标的公司主要产品的单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类型	明细	2026年1-3月	2025年10-12月	2025年1-3月
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	1,608.28	1,535.78	1,690.02
	固定式数据采集终端	1,281.05	1,280.78	1,378.15
智能车载业务	智能车载终端	975.38	1,015.42	973.99
	驾培服务	10.45	14.39	9.48

便携式数据采集终端业务2026年1-3月单价为1,608.28元/台，较2025年10-12月的1,535.78元/台有所回升，已接近2025年1-3月的1,690.02元/台水平。固定式数据采集终端业务2026年1-3月单价为1,281.05元/台，与2025年10-12月的1,280.78元/台、2025年1-3月的1,378.15元/台水平接近。此外，境外业务主要以美元计价结算，受美元汇率阶段性贬值影响，境外单价折算为人民币后有所减少，对2026年1-3月期间综合单价造成一定影响。据中国外汇交易中心（全国银行间同业拆借中心）数据，2025年1-9月美元兑人民币平均汇率为7.17，2026年1-3月美元兑人民币平均汇率为6.95，美元贬值率约为3.07%。智能车载设备业务与驾培服务单价基本保持稳定，整体处于历史合理区间，定价策略未发生重大变化。

4、标的公司产品境外单价对境外毛利率的影响分析

标的公司主要产品境外毛利率情况如下：

单位：元/台

类别	项目	2026年1-3月	2025年	2024年
便携式数据采集终端	单价	1,693.44	1,783.56	1,973.77
	毛利率	38.56%	43.68%	46.50%
固定式数据采集终端	单价	1,349.04	1,117.34	1,494.53
	毛利率	44.63%	42.71%	47.67%

报告期内，标的公司便携式数据采集终端在境外市场的销售单价和毛利率持续下降，主要原因是：1）标的公司为维护核心大客户合作关系、巩固市场份额，对部分重点客户给予价格优惠；2）受美元汇率下跌影响，境外客户以美元计价的收入在折算为人民币时被动缩水；3）受存储芯片价格持续上涨，成本转

嫁具有一定滞后性，成本上涨无法有效对冲，毛利率有所下降。

截至2026年6月末，标的公司充分协调和调动供应链资源，通过预付定金、备货等方式已提前锁定未来存储芯片的采购价格，锁价数量总体上能够覆盖下半年耗用量，因此标的公司下半年因存储芯片市场价格波动对产品成本及毛利率带来的不利影响相对可控。

报告期内，标的公司固定式数据采集终端在境外市场的销售单价和毛利率呈现波动趋势，整体毛利率处于较高水平，波动主要受销售产品类型影响。

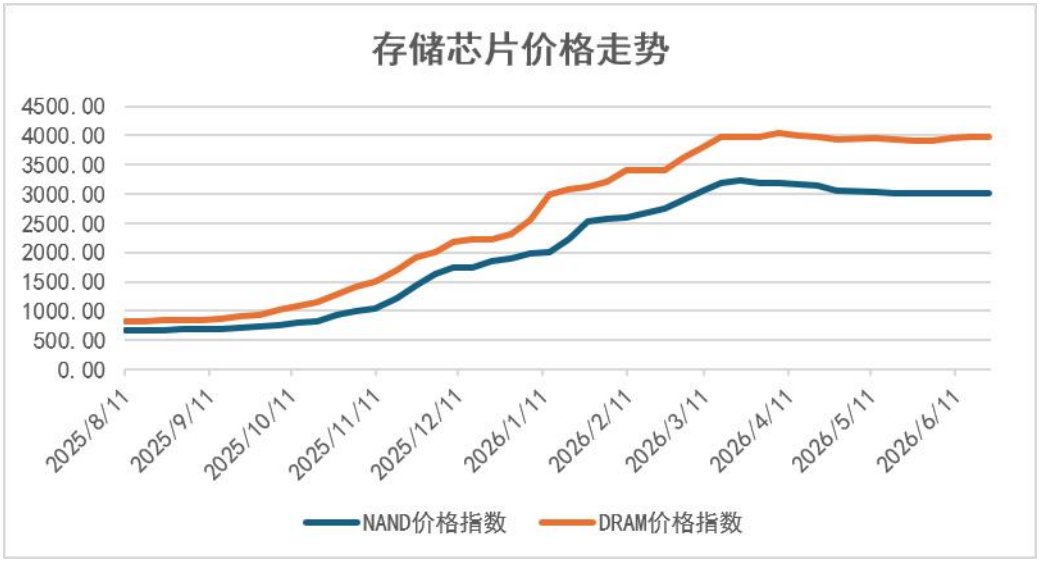
（四）结合内存等原材料价格波动情况、对成本的具体影响、是否持续、标的资产是否实质性具备成本转嫁等分析论证成本预测的谨慎性与合理性

1、内存等原材料价格波动情况、对成本的具体影响、持续性分析

（1）内存等原材料价格波动情况

自 2025 年四季度开始，受 AI 算力需求爆发式增长拉动，主要存储芯片供应商将有限产能优先配置至 HBM 及 DDR5 产品，导致传统面向消费电子领域产品的供给受到挤压，存储芯片价格自 2025 年末进入上行周期，并在 2026 年持续上升并维持高位。根据 Counterpoint 相关报告，2026 年第一季度 DRAM 价格环比上涨超过 50%，NAND Flash 价格环比上涨超过 90%。随着三星、SK 海力士、美光、长鑫存储等头部内存厂商新建产线陆续落地投产，未来全球内存产能将稳步增加。

2025 年 8 月以来，CFM 闪存市场公布的 NAND、DRAM 综合指数如下表所示：



数据来源：CFM 闪存市场

注：CFM 闪存市场作为独立的市场调研机构，其公开披露的 NAND、DRAM 综合指数是参考一系列 NAND、DRAM 存储产品价格形成的价格加权指数，是反映存储市场价格综合走势的统计指标。

根据 CFM 闪存市场价格走势图，2025 年四季度开始，存储芯片价格呈现快速上行趋势，并一直持续至 2026 年一季度末；2026 年二季度存储芯片价格仍维持高位，但快速上升势头得到一定缓解。

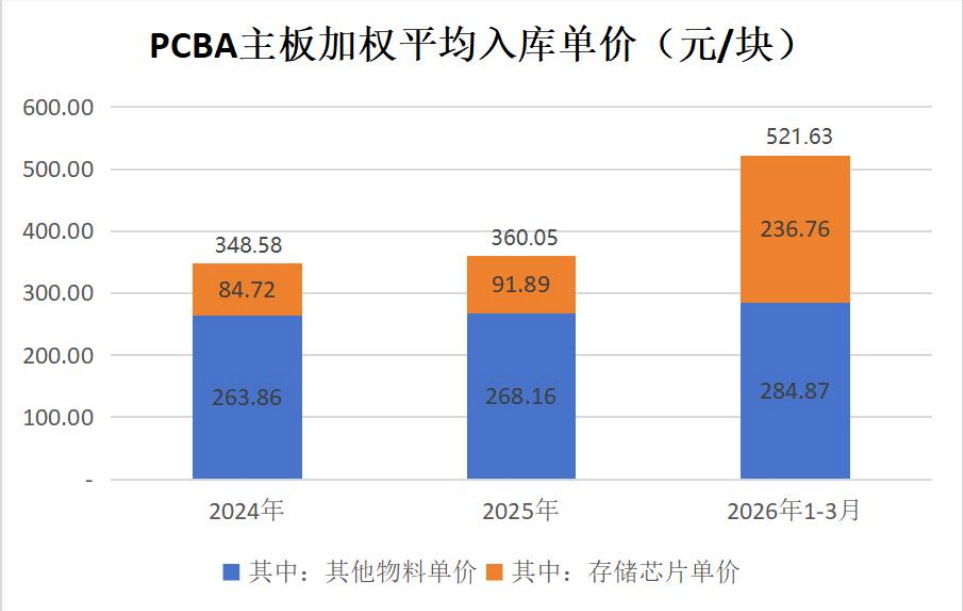
（2）内存等原材料对成本的具体影响

标的公司产品所需要用到的主要存储类型为 eMCP 和 uMCP，其本质上是一种将 NAND Flash 存储芯片（通过 eMMC 或 UFS 控制器进行管理）与 LPDDR DRAM 内存芯片，在物理上集成封装成一个单一芯片的解决方案，属于以 PCBA 为载体的嵌入式存储。2024 年度和 2025 年度，标的公司上述存储芯片主要是通过采购 PCBA 来实现间接获取。随着储芯片价格的快速上涨，为保障存储芯片的供应渠道，标的公司在保持现有外购 PCBA 为主的模式下，从 2025 年 12 月开始，还通过单独采购存储芯片并客供给供应商的方式获取 PCBA 作为补充。

从采购端来看，2024 年度和 2025 年度 PCBA 采购入库平均价格分别为 295.66 元和 296.08 元，总体保持平稳。随着 2025 年四季度开始存储芯片价格的快速上涨，并经过下游市场充分发酵和传导后，标的公司 PCBA（根据产品配置差异，

包括主板和副板两类）的采购价格在2026年一季度出现快速上升趋势，平均入库价格达422.76元。

由于副板和部分主板不包含存储芯片，单价较低，采购价格较为稳定。为进一步准确反映出存储芯片价格对PCBA入库价格的影响，现仅针对包含存储芯片的PCBA主板进行分析，其采购入库价格在报告期内情况如下：



注：2025年12月以前，标的公司未单独采购存储芯片，因此上述PCBA中存储芯片价格系根据PCBA采购订单备注的存储芯片价格直接获取；2025年12月及以后，存储芯片采购价格还纳入统计了单独采购部分。

由上图，PCBA主板在报告期内的入库价格分别为348.58元、360.04元和521.64元，其价格的涨幅主要是存储芯片价格上涨带动所致，其余物料价格整体稳定。其中存储芯片价格分别为84.72元、91.89元和236.76元，占PCBA主板价格比重分别为24.30%、25.52%和45.39%。

为快速响应市场需求，标的公司通常按照“前三个月的历史出货量基础上适当考虑未来订单需求”的原则备货PCBA等主要原材料，在客户明确订单需求后，开始组织生产整机产品，最后按照与客户约定的交付时间，在临近交付前进行相关软件的烧录，其他硬件配置等。上述PCBA从入库到生产，再到交付出货的全流程，整体周期约5个月，与标的公司实际周转率相匹配。因此，当前

PCBA 实际采购价格的快速上涨影响，假设按照物料入库时间均匀领用，完全传导至主营业务成本需接近 5 个月左右的周期，导致实际采购价格变动趋势与同期产品销售成本变动态势有所差异，体现为 2026 年一季度单位成本的上涨幅度小于同期采购端 PCBA 入库价格涨幅。未来，随着价格涨幅较高的 PCBA 用于生产并出货，相应产品成本将逐步上升，但在成本压力更为顺利传导至下游客户的基础上，相应变动对毛利的不利影响仍会处于可控状态。

（3）内存等原材料价格波动持续性分析

从上游产能释放来看，本轮内存价格波动的主要在于前期上游晶圆厂产能收缩叠加AI产业爆发式增长引发的产能结构性挤压，主要存储厂商将有限产能优先倾斜至HBM、DDR5产品，传统面向工业与消费级场景的成熟制程产能被大幅挤占，供给端出现严重失衡，直接造成通用型内存产品供给不足。未来随着内存厂商新增产能逐步落地，供给端压力将持续缓解，产能释放将逐步平抑价格波动。从下游需求来看，本轮内存市场需求大幅攀升，主要由AI服务器内存需求所驱动，而消费级、工业级内存需求整体保持平稳。消费级与工业级内存的价格波动并非由自身终端供需变化所致，更多受行业整体涨价情绪传导影响，叠加中间渠道基于行情预期进行提前囤货、惜售控货等行为，推动价格短期飙升，目前随着工信部严打囤积炒作，经销商恐慌性抛货，市场库存逐步回归合理周转水平，库存周期回归常态后，价格波动将进一步收窄。随着未来行业供给逐步恢复及新增产能有序释放，市场供需格局预计将逐步改善，存储芯片价格有望自2027年逐步进入调整阶段，供需及价格关系趋于平衡。

综上，本次内存价格波动不会对标的公司盈利基本面及未来毛利预测产生实质性负面影响，亦不会扰动收益法估值核心参数，对最终评估结果无实质影响。

2、标的资产是否实质性具备成本转嫁

（1）价格传导的总体策略

据标的公司管理层介绍和期后的实际出货，针对内存等核心原材料涨价带来的成本增量压力，标的公司基于良好的客户基础和产品力特征具有充分的向下游

客户进行价格传导的议价空间。同时，标的公司考虑到内存材料的安全库存量、境内外不同区域市场的竞争程度和目标定位等因素，对不同类别客户实施了不同的价格传导策略。具体而言：

一方面，标的公司利用核心产品在性能、稳定性及数据采集精度上的技术壁垒，结合深度服务的特征，构建了较高的客户粘性，为成本转嫁提供了基础。另一方面，为保证总体的盈利水平、维持市场增长等目标，标的公司结合自身安全库存、不同区域市场以及客户的特征，制定的价格传导策略呈现出差异化特征：在境内市场，标的公司借势行业共识性涨价窗口，利用品牌优势快速推动主流客户完成价格的上调；在印度等战略市场，则以“市场份额优先为原则”，为获得订单规模的快速增长，阶段性容忍毛利承压，价格保持相对平稳，通过规模效应实现该区域市场毛利总额的增长；在印度以外的海外市场，标的公司依据客户的项目需求刚性程度、技术替代降低成本方案的接受度，以定制化服务深度绑定客户，实施了相关产品不同程度的价格涨幅。

综上，标的公司基于客户粘性、不同区域市场的特征和目标定位，在保障产品竞争力和市场份额的同时，稳步推进成本传导，标的资产具备实质性成本转嫁的能力。

（2）内存价格上涨系行业共识，具备向下游价格传导的市场基础

从行业竞争格局来看，内存等原材料价格上涨属于全行业性的成本冲击，并非标的公司个例，行业内所有终端厂商均受到内存涨价的直接影响，面临相同的成本上升压力。这种全行业性的成本上涨，使得行业内所有厂商均面临成本承压的局面，进而推动全行业厂商同步调整产品售价。如斑马、霍尼韦尔2026年3月相继通过代理商发布对移动终端、RFID硬件产品价格上调通知，初步通知涨幅在15%左右。在此背景下，标的公司无需担心因涨价而丧失市场竞争力，无需被动消化内存涨价带来的额外成本，具备顺畅实现成本转嫁的行业基础。

从客户合作稳定性来看，标的公司与下游核心客户建立了长期稳定的合作关系，合作周期长、粘性高，主要客户已接受更高采购单价，客户对标的公司产品

的认可度和依赖度较强，对产品价格调整的接受度较高。标的公司客户续约率处于较高水平，稳定的客户合作基础为成本转嫁提供了坚实保障，避免了因客户流失而无法实现成本传导的风险。

（3）主要客户价格传导的具体落实情况

标的公司针对境内外客户实施了差异化的价格调整，成本转嫁具备真实的业务支撑，且调价幅度与市场战略高度契合。截至目前，报告期内前十大客户在期后的价格传导落实情况如下：

针对境内客户，如杭州海康威视科技有限公司、广州时易中贸易发展有限公司、上海华测导航技术股份有限公司、深圳市伊卡王科技有限公司等，通过直接议价实现了销售单价同比约8%-25%的显著上涨，有效抵消了成本增量的影响。

针对印度市场，基于市场容量快速增长以及同行竞争因素的考虑，标的公司对终端销售单价维持在稳定水平，订单量大幅上升，带动印度市场收入及毛利总额增长。

针对其他客户，如中国香港Interway、美国Enterprise、中国台湾Bita-International、欧洲Denso等，则结合客户的自身需求特征、产品及服务需求等因素，对其新订单实施了约15%-35%的价格上涨。

虽然不同区域调价幅度存在差异，但整体调价已有效缓冲了成本压力。叠加期后销量的同比增长，综合使得产品销售毛利同比保持稳定，验证了多元化传导策略的有效性。

（4）主要产品价格传导的具体实现情况

根据前文所述的“（1）价格传导的总体策略”，标的公司系基于客户粘性、不同区域市场的特征和目标定位，在保障产品竞争力和市场份额的同时，稳步推进成本传导。原则上，基于内存价格上涨系行业共识，标的公司针对大多数客户协商/实施了不同幅度的涨价策略；少部分客户由于订单量增长较快，使得相应单价涨价传递有所放缓，但该客户对应的毛利总额是增长的。此外，标的

公司以境外销售为主、境内销售为辅，受2025年以来美元、卢比兑人民币汇率波动下行影响，前述产品以人民币计量的销售单价受到一定程度的汇兑负向扰动，若剔除汇率波动因素，标的公司主要产品价格传导的实效效果会更好。具体分析如下：

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84.39%、84.58%和85.43%，智能数据采集终端业务中主要的细分产品型号包括C66、C72、C5、C61、MC50，报告期内这五款机型占智能数据采集终端业务收入的比重合计分别为71.68%、66.27%、70.47%。鉴于2025年四季度开始存储芯片价格快速上涨，为有效列示标的公司主要产品价格传导的具体情况，选取2025年、2026年1-3月、2026年1-6月（未审数据）、2026年1-9月（未审数据）前述五款机型的销售单价、销售数量情况进行列示。

单位：元/台

产品型号	2026年1-9月		2026年1-6月		2026年1-3月		2025年度
	平均单价	单价相对2025年单价变动率	平均单价	单价相对2025年单价变动率	平均单价	单价相对2025年单价变动率	平均单价
C66	1,558.43	1.16%	1,540.65	0.01%	1,489.04	-3.34%	1,540.49
C72	2,323.41	8.52%	2,240.23	4.64%	2,146.54	0.26%	2,140.95
C5	1,936.58	1.87%	1,854.44	-2.46%	1,932.92	1.67%	1,901.12
C61	2,164.63	6.18%	2,123.59	4.17%	2,063.58	1.22%	2,038.64
MC50	2,846.60	30.08%	2,828.81	29.26%	2,572.71	17.56%	2,188.43

由上表数据可知，主要机型中MC50的产品规格无重大变化情况下，单价上升较多，2026年1-3月单价相对2025年上涨了384.28元，涨幅17.56%，2026年1-6月单价相对2025年上涨了640.38元，涨幅29.26%，2026年1-9月单价相对2025年上涨了658.17元，涨幅30.07%，该机型价格传导较为充分，其中代表性客户比如欧洲Denso（日本电装集团的欧洲子公司）等。

C61的价格亦呈连续上升态势,2026年1-3月单价相对2025年上涨了24.94元，涨幅1.22%，2026年1-6月单价相对2025年上涨了84.95元，涨幅4.17%，

2026 年 1-9 月单价相对 2025 年上涨了 125.99 元，涨幅 6.18%，其中代表性客户比如俄罗斯 KONSTANTA、广州时易中贸易发展有限公司、深圳市伊卡王科技有限公司等。

C5 的价格呈波动上升态势，2026 年 1-3 月单价相对 2025 年上涨了 31.80 元，涨幅 1.67%，2026 年 1-6 月单价相对 2025 年下降了 46.68 元，跌幅 2.46%，2026 年 1-9 月单价相对 2025 年上涨了 35.46 元，涨幅 1.87%，主要系因为 C5 境内销量增长较快，该机型境内销售单价比境外平均低 1,000 元左右，境内外销量结构性变化导致平均单价略有下降。单就代表性客户本身而言，比如杭州海康威视科技有限公司、深圳市伊卡王科技有限公司、厦门信达物联科技有限公司、中国香港 Interway 等，标的公司对其 C5 产品的销售单价有一定幅度上涨。

C72 的价格亦呈上升态势，2026 年 1-3 月单价相对 2025 年保持平稳，2026 年 1-6 月单价相对 2025 年上涨了 99.28 元，涨幅 4.64%，2026 年 1-9 月单价相对 2025 年上涨了 182.46 元，涨幅 8.52%，其中代表性客户比如广州时易中贸易发展有限公司、美国 Enterprise 等。

C66 的价格在销量大幅增长的同时，受境外主要客户的降本需求（比如 Scootsy）、大客户的合理议价（比如 Zepto、Shadowfax）等综合影响，单价仍呈波动上升态势。该机型已有部分代表性客户比如美国 Enterprise、中国香港 Interway、南非 Osiris、中国台湾 Bita-International、广州时易中贸易发展有限公司相应销售单价已有一定幅度的上涨。

综上，标的公司依托有利的行业竞争格局、突出的产品技术优势、稳定的市场地位与客户合作关系，能够有效应对内存等原材料价格波动，期后稳定的毛利率、主要产品销售单价的表现进一步验证了其成本转嫁能力。因此，标的公司实质性具备成本转嫁能力。

3、成本预测的谨慎性与合理性

（1）产品提价对冲原材料成本上涨

2025年第4季度后，存储原材料价格持续上涨带来成本压力，标的公司在2025年末对主要客户陆续发出调价通知，上涨产品售价。便携式数据采集终端2025年10-12月均价1,535.78元/台，2026年1-3月均价1,608.28元/台，单价涨幅4.72%，期后实际销售数据显示标的公司具备顺畅的终端调价机制，有效对冲了部分存储采购成本上涨带来的影响。

（2）销量增长保障整体毛利规模稳定

受产品调价滞后于存储涨价的时间差影响，标的公司短期产品毛利率出现小幅回落，但依托充足在手订单支撑，产品出货规模持续扩张，销量增长抵消了单位毛利下滑的负面影响，整体毛利总额未出现明显萎缩。下游需求具备持续性，市场需求并未因终端调价出现明显收缩。

（3）多元化客户结构弱化需求波动风险

本轮存储涨价属于全行业共性成本上行，标的公司同行业厂商大多有同步上调产品售价，终端客户具备清晰的行业价格上涨预期，对标的公司的调价行为接受度较高。同时，标的公司依托自身产品竞争力，持续开拓客户资源，客户结构覆盖制造、物流、零售等领域，不存在依赖单一行业、单一大客户的经营风险。分散化客户结构能够对冲单一行业需求波动，保障产品出货量稳定。

（4）全栈自研技术形成核心竞争壁垒

标的公司是AIDC领域的重要参与者，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，系少数拥有超高频RFID核心技术自主能力的设备厂商之一。标的公司以UHF RFID核心技术为基础，融合条码识别、无线通信等多类技术，在超高频RFID模块、RFID天线、固件算法、底层应用软件等方面均具备自主研发能力，构建了以RFID产品为核心的完整的智能物联网数据采集终端产品体系。

（5）充裕在手及储备订单夯实未来经营业绩基础

截至2026年7月末，标的公司已签订在手订单不含税金额4,136.33万元，

意向储备订单不含税金额约24,050.00万元。订单储备充裕，相关订单将在后续分期交付结转收入，为未来业绩落地提供稳定支撑。

综上，存储原材料涨价带来的成本压力，标的公司可通过终端提价对冲成本、依靠销量增长保障总毛利、依托多元客户稳定需求。同时，标的公司拥有全栈自研技术壁垒，丰富的在手订单及储备订单，未来业绩具备充足支撑，标的公司核心盈利能力、市场竞争力、长期经营逻辑均未发生不利变化。

预测期内，成本预测基于历史期成本水平，结合标的公司经营规划与成本转嫁能力审慎测算。报告期内，内存等核心原材料价格自2025年第四季度起出现大幅上涨，推高了产品单位成本。但由于标的公司具备较强的成本转嫁能力，能够通过合理调整产品定价，将原材料价格上涨带来的成本压力有效传导至下游客户，成本上升对标的公司整体盈利能力不构成实质性不利影响。

结合标的公司2026年一季度实际经营情况，当期毛利总额基本实现预期目标，存储芯片阶段性涨价并未对标的公司盈利水平造成不利影响，本次评估模型的准确性亦未受到不利冲击。由于基准日时点难以对内存等原材料的中长期价格波动趋势作出确定性判断，但考虑到标的公司可通过成本转嫁能力消化成本压力，原材料价格波动不会对公司毛利水平形成持续性负面影响。本次成本预测以审慎方式进行假设与测算，具备充分的谨慎性与合理性。

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，标的公司各业务销售单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类型	明细	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	**1,608.28**	**1,590.71**	1,660.19
	固定式数据采集终端	**1,281.05**	**1,103.66**	1,290.31
智能车载业务	智能车载终端	**975.38**	**984.16**	975.55
	驾培服务	**10.45**	**10.29**	10.08

便携式数据采集终端单价整体呈上升并趋于稳定态势，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。**2026年1-3月平均单价有所回升，主要系内存等原材料价格上涨，标的公司为将成本转嫁至下游，提高了产品售价。**

固定式数据采集终端单价整体趋于稳定，2025年平均单价较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。**2026年1-3月平均单价有所回升，主要系内存等原材料价格上涨，标的公司为将成本转嫁至下游，提高了产品售价。**

智能车载终端及驾培服务单价基本保持稳定。

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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
便携式数据采集终端	境内	**1,394.41**	**1,277.78**	1,268.46
	境外	**1,693.44**	**1,783.56**	1,973.77
固定式数据采集终端	境内	**1,090.88**	**1,056.46**	1,032.00
	境外	**1,349.04**	**1,117.34**	1,494.53

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下降趋势，主要系为拓展境外市场、提升市场份额，针对境外大客户的大批量采购，标的公司给予了其优惠价格。此外，受美元汇率波动影响，外币售价折算为人民币后，最终呈现人民币口径平均单价下降。

固定式数据采集终端业务的境外平均单价呈先降后升趋势，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。**2026年1-3月平均单价有所上涨，主要系内存等原材料价格上涨，标的公司为将成本转嫁至下游，提高了产品售价。**

（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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
东北地区	-	1,017.70	1,017.70
华北地区	917.56	913.71	1,001.22
华东地区	-	888.10	884.96
华南地区	1,138.32	979.68	1,052.97
华中地区	-	955.75	955.75
西北地区	953.46	948.90	907.93
西南地区	1,014.63	1,139.96	1,164.52
境外	-	894.18	-
总计	975.38	984.16	975.55

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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
东北地区	4.72	12.65	13.55
华北地区	3.15	3.24	3.42
华东地区	-	4.72	4.72
华南地区	5.78	4.89	6.05
华中地区	4.42	4.42	4.42
西北地区	4.79	5.00	5.44
西南地区	17.41	15.35	13.76
总计	10.45	10.29	10.08

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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
便携式数据采集终端	直销模式	1,742.51	1,597.23	1,650.75
	经销模式	1,516.56	1,583.24	1,678.04
固定式数据采集终端	直销模式	1,207.05	1,041.38	1,324.81
	经销模式	1,448.22	1,301.29	1,243.01
智能车载终端	直销模式	969.21	996.83	992.59
	经销模式	978.47	969.95	940.32
驾培服务	直销模式	13.09	12.00	11.62
	经销模式	5.13	5.43	5.73

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、客户结构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

智能数据采集终端业务是标的公司主要业务，**2024年、2025年、2026年1-3月各期收入占比分别为84.39%、84.58%和85.43%**，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**7.83%、7.49%和6.51%**，收入占比下降主要系标的公司整体营收规模持续增长，受收入基数扩大影响，其营收占比被动下降。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**6.18%、6.67%和6.72%**。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。

2、客户结构调整的具体情况

2025年度，根据客户收入的同比变动情况，将标的公司的主要客户划分为收入增长或基本持平客户，收入下降客户两大类。针对不同类别客户，收入变动的具体情况及原因如下：

（1）收入增长或基本持平客户

单位：万元

客户名称	2026年1-3月	2025年度	2024年度	变化原因
E Headway Media	200.07	2,141.17	290.86	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	412.81	1,082.83	1,138.99	2023年初步合作测试样机，

客户名称	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	变化原因
				2024 年起收入放量
Enterprise Data Resources, Inc.	393.42	1,423.00	1,727.86	2025 年受贸易摩擦及关税影响，采购金额**存在一定波动，但整体无重大变化**
Interway	492.40	1,264.74	995.71	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	315.65	1,111.25	1,283.31	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
Venura Enterprises	1,027.17	737.93	-	**主要系标的公司持续深耕印度市场布局，拓展新增合作经销商渠道带来业务增量**

（2）收入下降客户

单位：万元

客户名称	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	2025 年度同比变动金额	2025 年度收入同比变动幅度
上海华测	172.00	984.86	1,387.23	-402.37	-29.01%
Infotek	106.11	808.45	1,374.11	-565.66	-41.17%
Scootsy Logistics Pvt Ltd	-	393.35	1,808.09	-1,414.74	-78.24%
Bridgestone	14.67	102.02	990.21	-888.19	-89.70%
KONSTANTA Limited Liability Company	85.62	607.31	964.02	-356.71	-37.00%
合计	378.40	2,895.99	6,523.66	-3,627.67	-55.61%
2025 年度合计下降金额占全年下降金额比例				205.41%	—

2025 年度，标的公司主要客户当中，收入下降较多的客户包括上海华测、Infotek 、Bridgestone 和 KONSTANTA，合计收入下降 3,627.67 万元，占当年标的公司营业收入下降总额的 205.41%，上述客户的收入下降是导致标的公司 2025 年度收入同比下降的主要原因。各客户收入下降的具体原因如下：

上海华测与标的公司2021年开始合作。标的公司主要向其销售HCE600用于工程测绘。HCE600系深度定制化产品，标的公司与上海华测进行商谈后，综合考虑整体采购规模等因素，产品定价较低，毛利率较低。2024年起，标的公司发展战略由规模优先转换为质量优先、服务优先、效益优先，主动控制和减少对低毛利率订单的承接，使得对上海华测的收入下降较多。

Infotek后续收入减少主要是由于终端项目已履约完毕所致。

标的公司于2025年将印度区域的直销客户Scootsy转由经销商E Headway Media服务并提供产品，故2025年开始，标的公司对Scootsy的直接销售收入下滑。

Bridgestone与公司2021年开始合作,系位于荷兰的ODM客户,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)。标的公司主要向其销售C66型号产品及相关产品配件用于下游项目集成，具有项目制属性。报告期内，公司对该客户的收入下降主要系2024年开始该客户的集成项目已陆续履约完毕所致。

KONSTANTA与公司2018年开始合作，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。标的公司主要向其销售C61、C66型号产品及相关产品配件。2023年该经销商的下游集成商客户所承接的终端客户仓储管理升级项目陆续交付完毕，该集成商所承接的终端客户仓储管理升级项目结束后，该集成商在报告期内仍和标的公司持续合作，但采购数量有所减少，使得采购金额下降。同时，受俄罗斯市场厂家竞争加剧等因素影响，其向标的公司采购量减少，综合导致标的公司对其收入同比下降较多。

（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数据采集终端产品价格

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	2025 年	2024 年	2023 年
优博讯	收入	**102,859.93**	81,480.68	80,793.48
	销量	**1,375,278**	997,208	906,964
	平均单价	**747.92**	817.09	890.81
远望谷	收入	**57,422.27**	52,180.39	57,258.14
	销量	**33,036.95**	291,898,600	330,389,200
	平均单价	**1.74**	1.79	1.73

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市场呈现头部集中趋势，斑马技术、霍尼韦尔两家国际厂商在高端工业、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、新大陆、远望谷、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。

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的系列智能车载终端，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游需求基础。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

报告期内，标的公司主要原材料包括PCBA、扫描头模组和**超高频芯片等，**

合计占智能数据采集终端直接材料成本比重分别为70.00%、69.79%和76.93%。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		
	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
PCBA	**426.87**	**325.61**	318.88	**422.76**	**296.08**	295.66
扫描头模组	**185.59**	**171.85**	193.31	**169.66**	**181.50**	189.66
超高频芯片	**147.48**	**160.66**	**176.17**	**154.35**	**161.59**	**180.65**

报告期内，PCBA 的单位成本分别为 318.88 元/片、**325.61 元/片和 426.87 元/片**，同期采购入库均价分别为 295.66 元/片、**296.08 元/片和 422.76 元/片**。**2025 年度同比变动不大。2026 年 1-3 月，随着存储芯片价格的快速上涨，PCBA（含嵌入式存储芯片）采购入库均价及单位成本均呈现快速上升趋势。**

报告期内，扫描头模组的单位成本分别为 193.31 元/个、**171.85 元/个和 185.59 元/个**；同期采购入库均价分别为 189.66 元/个、**181.50 元/个和 169.66 元/个，2026 年 1-3 月变动趋势不同，主要系销售产品与采购入库物料规格型号差异所致。**

报告期内，超高频芯片的单位成本分别为 176.17 元/个、160.66 元/个和 147.48 元/个，同期采购入库均价分别为 180.65 元/个、161.59 元/个和 154.35 元/个，二者变动趋势相匹配。

综上所述，营业成本与 PCBA、超高频芯片等主要原材料的价格变动相匹配；扫描头模组变动趋势在 2026 年 1-3 月有所不同，主要系销售与采购的规格型号差异所致。

（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的方法进行测算。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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	**41,791**	**158,408**	163,342
	固定式数据采集终端	**3,569**	**15,135**	9,166
智能车载业务	智能车载终端	**1,059**	**5,707**	7,813
	驾培服务	**424,712**	**1,767,539**	1,847,204

2024年-2025年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。**2026年1-3月便携式数据采集终端业务的销量有所回升。**

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稳定态势，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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
便携式数据采集终端	境内	11,901	60,400	72,620
	境外	29,890	98,008	90,722
固定式数据采集终端	境内	940	3,400	4,047
	境外	2,629	11,735	5,119

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。**2026年1-3月境内销量占2025年境内销量的19.70%，**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呈现稳定上升趋势，**标的公司2026年1-3月境外销量占2025年境外销量的30.50%，**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结构，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。**2026年1-3月标的公司境外销量占2025年度境外销量的22.40%，符合年度交付节奏。**

（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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
东北地区	-	71.00	208.00
华北地区	19.00	397.00	239.00
华东地区	-	338.00	2,270.00
华南地区	73.00	1,193.00	1,797.00

区域	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
华中地区	-	50.00	180.00
西北地区	797.00	2,641.00	2,082.00
西南地区	170.00	1,015.00	1,037.00
境外	-	2.00	-
总计	1,059.00	5,707.00	7,813.00

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，**2026年1-3月销量已达2025年全年销量的30.18%，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。**2026年1-3月累计销量为2025年全年的18.56%，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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
东北地区	2,698.00	86,117.00	88,207.00
华北地区	79,888.00	242,743.00	278,050.00
华东地区	-	35,483.00	7,657.00
华南地区	30,700.00	160,963.00	172,668.00
华中地区	800.00	1,200.00	1,800.00
西北地区	112,080.00	356,767.00	298,160.00
西南地区	198,546.00	884,266.00	1,000,662.00
总计	424,712.00	1,767,539.00	1,847,204.00

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。**2026年1-3月累计销量为2025年全年的24.03%，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	2026 年 1-3 月	2025 年	2024 年
便携式数据采集终端	直销模式	**16,965**	**84,596**	106,802
	经销模式	**24,826**	**73,812**	56,540
固定式数据采集终端	直销模式	**2,474**	**11,508**	5,301
	经销模式	**1,095**	**3,627**	3,865
智能车载终端	直销模式	**353**	**3,018**	5,266
	经销模式	**706**	**2,689**	2,547
驾培服务	直销模式	**284,212**	**1,308,199**	1,366,638
	经销模式	**140,500**	**459,340**	480,566

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变动与标的公司主动优化业务结构有关。**2026年1-3月直销和经销模式的销量分别占2025年销量的20.05%和33.63%,**得益于巴西、印度等区域经销商的市场拓展**和批量出货**，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销量在2025年有所上升，**主要系直销客户Infotek的大规模采购所致，经销模式销量在2025年相对稳定**。2026年1-3月，直销和经销模式的销量分别占2025年销量的21.50%和30.19%。

智能车载终端业务和驾培服务以直销为核心渠道，经销稳步拓宽市场覆盖，根据公司经营策略方向进行调整，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，核心竞争力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	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
智能数据采集终端	产量	**4.89**	**17.79**	17.25
	销量	**4.54**	**17.35**	17.25
	产销率	**92.83%**	**97.55%**	100.00%

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在较高水平，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。

标的公司的核心零部件均通过委外加工方式完成，公司仅负责后续的组装与

调试环节，不存在大规模的自有生产设备或固定产线。产能扩张无需依赖重大固定资产投资，仅需通过租赁场地、招聘及培训组装人员，或与第三方组装服务商合作，快速扩充组装调试环节的产能。

标的公司具备成熟的产线加工能力及灵活的产线调整能力，投产落地周期较短，场地、人员均为可快速获取的通用资源，可根据订单需求快速扩产或减产，无需经历设备采购、安装调试等长周期流程。同时，珠三角区域委外加工配套资源丰富、产业集群完善，可快速匹配组装、贴片等各类工序外包需求，能够灵活调节产能，保障订单交付的稳定性与及时性。上游零部件委外供应商产能充足，可根据标的公司订单需求灵活调整生产计划，为产能扩张提供支撑。

结合标的公司的业务发展规划与订单预期，其组装调试环节的产能储备与扩张能力，能够充分匹配未来业务增长需求。因此，本次评估预测未对产能设置刚性约束，相关假设符合标的公司的实际经营模式，不存在因产能不足导致预测无法实现的风险。

（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小。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7月末，标的公司智能数据采集终端业务在手订单情况如下：

单位：万元

型号	金额
C72	1,077.77
C66	817.16
MC50	525.31
P80	288.24
C5	223.27
MC51S	217.16
C5F	159.85
U300	137.58
URA4	102.91
其他	587.08
总计	4,136.33

截至2026年7月末，标的公司的在手订单不含税金额约为4,136.33万元，在手订单储备充足，在手订单将在后续期间陆续交付并确认收入，为后续经营业绩的实现提供了坚实保障。

截至2026年7月末，标的公司的储备订单不含税金额约为24,050.00万元，订单储备规模充足，**其中，众多知名客户/项目（比如Swiggy、Zepto、华住会、Flipkart、Denso、TBW、Apple零售项目等）已陆续下单并处于持续供货阶段中；**部分**客户**订单处于商务谈判或投标阶段**或已通过设备测试阶段等阶段**，尚未最终签署正式合同，存在一定的不确定性，根据历史订单交付周期以及与客户的合作历史，相应储备订单转化率较高。

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。

（5）期后业绩实现情况

标的公司各业务类型2025年10-12月实际经营与预测情况对比：

单位：万元、元/台

类型	明细	2025年10-12月实际数	2025年10-12月预测数	实现率
便携式数据采集终端	收入	6,272.60	7,078.65	88.61%
	毛利额	2,309.03	2,746.19	84.08%
固定式数据采集终端	收入	551.12	18.76	2,937.74%
	毛利额	247.48	6.70	3,693.73%
智能车载业务	收入	71.79	392.91	18.27%
	毛利额	33.55	154.99	21.65%
驾培服务	收入	537.29	467.63	114.90%
	毛利额	421.00	312.75	134.61%
超高频模块及组件	收入	90.98	33.69	270.05%
	毛利额	35.65	11.79	302.37%
配件	收入	530.58	27.21	1,949.94%
	毛利额	287.32	12.24	2,347.39%
技术咨询服务	收入	18.70	3.77	496.02%
	毛利额	11.48	1.70	675.29%
维修保障服务	收入	149.81	116.09	129.05%
	毛利额	67.54	40.63	166.23%
合计	收入	8,222.86	8,138.71	101.03%
	毛利额	3,413.05	3,287.01	103.83%

标的公司2025年10-12月实际营业收入8,222.86万元，较预测收入8,138.71万元，实现率101.03%，超额实现了全年收入预期；2025年10-12月

实际净利润1,337.97万元，较预测净利润1,254.11万元，实现率106.69%。

标的公司各业务类型2026年1-3月实际经营与预测情况对比：

单位：万元、元/台

类型	明细	2026年1-3月实际数	2026年预测数	实现率
便携式数据采集终端	收入	6,721.18	27,552.49	24.39%
	毛利额	2,488.82	10,862.94	22.91%
固定式数据采集终端	收入	457.21	1,166.32	39.20%
	毛利额	190.35	458.67	41.50%
智能车载业务	收入	103.29	931.07	11.09%
	毛利额	42.92	387.22	11.08%
驾培服务	收入	444.02	1,845.23	24.06%
	毛利额	356.74	1,331.99	26.78%
超高频模块及组件	收入	73.60	232.77	31.62%
	毛利额	25.78	81.47	31.64%
配件	收入	491.19	1,335.59	36.78%
	毛利额	213.60	601.01	35.54%
技术咨询服务	收入	41.25	32.86	125.53%
	毛利额	24.39	14.79	164.91%
维修保障服务	收入	71.27	350.43	20.34%
	毛利额	11.09	122.65	9.04%
合计	收入	8,403.00	33,446.74	25.12%
	毛利额	3,353.69	13,860.73	24.20%

2026年1-3月实际营业收入8,403.00万元，较2026年全年预测收入33,446.74万元，实现率25.12%；2026年1-3月实际净利润1,434.13万元，较2026年全年预测净利润5,669.98万元，实现率25.29%。

标的公司各业务类型2026年1-6月（未审）经营情况与预测情况对比：

单位：万元、元/台

类型	明细	2026年1-6月（未审）	2026年预测数	实现率
便携式数据采	收入	16,127.95	27,552.49	58.54%

集终端	毛利额	5,546.06	10,862.94	51.05%
固定式数据采集终端	收入	771.29	1,166.32	66.13%
	毛利额	344.91	458.67	75.20%
智能车载业务	收入	184.55	931.07	19.82%
	毛利额	75.02	387.22	19.37%
驾培服务	收入	581.42	1,845.23	31.51%
	毛利额	486.43	1,331.99	36.52%
超高频模块及组件	收入	193.24	232.77	83.02%
	毛利额	72.55	81.47	89.05%
配件	收入	978.59	1,335.59	73.27%
	毛利额	448.05	601.01	74.55%
技术咨询服务	收入	243.15	32.86	739.96%
	毛利额	136.57	14.79	923.39%
维修保障服务	收入	120.08	350.43	34.27%
	毛利额	-30.45	122.65	-24.83%
合计	收入	19,200.27	33,446.74	57.41%
	毛利额	7,079.15	13,860.73	51.07%

根据标的公司未审财务报表，2026 年 1-6 月实现收入 19,200.27 万元，较 2026 年全年预测收入 33,446.74 万元，实现率 57.41%；2026 年 1-6 月实现净利润 3,054.70 万元，较 2026 年全年预测净利润 5,669.98 万元，实现率 53.87%。

截至 2026 年 7 月末，标的公司在手订单合计不含税金额约 4,136.33 万元，占 2026 年全年预测收入比例 12.37%；储备订单合计不含税金额约 24,050.00 万元，占 2026 年全年预测收入比例的 71.91%，预测期收入可实现性较强。

标的公司 2025 年 10-12 月、2026 年 1-3 月、2026 年 1-6 月主要产品单价情况对比：

单位：元/台

类型	2026 年 1-6 月	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月
便携式数据采集终端	1,558.47	1,608.28	1,535.78
固定式数据采集终端	1,322.51	1,281.05	1,280.78

类型	2026 年 1-6 月	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月
智能车载业务	986.35	975.38	1,015.42
驾培服务	9.38	10.45	14.39

标的公司便携式数据采集终端2025年10-12月平均单价为1,535.78元/台，2026年1-3月平均单价为1,608.28元/台，涨幅4.72%，产品单价的上涨充分体现了标的公司较强的成本转嫁能力，有效对冲了存储等原材料涨价带来的成本压力。

标的公司便携式数据采集终端2026年1-6月平均单价为1,558.47元/台，2026年1-6月平均单价相较2026年1-3月平均单价虽小幅下滑，但相较2025年10-12月仍保有小幅增长。二季度存在小幅下滑主要系因二季度部分主要客户订单量较大,标的公司给与一定合理的价格调整（2026年1-3月及2026年1-6月，便携式数据采集终端销量分别为41,791台、103,486台）、不同价位机型销量的结构性变化、美元/人民币、卢比/人民币等汇率波动下行等因素综合影响。整体而言，标的公司的价格传导实现情况较为良好，具体参见“问题四、关于资产评估”之“（四）结合内存等原材料价格波动情况、对成本的具体影响、是否持续、标的资产是否实质性具备成本转嫁等分析论证成本预测的谨慎性与合理性”之“2、标的资产是否实质性具备成本转嫁”之“（3）主要客户价格传导的具体落实情况”及“(4）主要产品价格传导的具体实现情况”。

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**及 2026 年一季度**，虽受内存价格上涨影响带来阶段性成本压力，但标的公司依靠前期内存库存的缓冲及成本转嫁，有效缓解了当期成本上行压力，经营表现整体稳健。

（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深化与核心供应商的合作关系、向下游客户进行成本转嫁等方式缓解影响。

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。**2026年一季度，受存储芯片价格上涨影响，标的公司采购的PCBA单价大幅上涨，其他**主要原材料的价格不存在大幅波动。

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

本次成本预测以基准日现有市场信息及行业趋势判断为基础，充分考虑市场环境波动与产品结构变化对成本的影响。其中2025年10-12月的成本预测，较2025年1-9月适度上升，已充分考量内存等核心原材料涨价因素，按涨价后的实际市场成本水平据实测算，客观反映当期原材料上行带来的成本压力。对于2026年及未来年度成本，鉴于基准日难以对原材料中长期价格变动趋势做出确定性判断，综合考虑行业供需格局及标的公司较强的成本转嫁能力，以2025年全年成本水平为基准进行预测。

综上，受益于下游行业稳定需求与标的公司精细化运营，标的公司通过产品结构优化及成本转嫁给客户等方式，盈利水平保持在较优水平。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：

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
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较高水平，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

项目名称		预测期间					
		2025 年 10-12 月	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
	毛利率	54.36%	61.92%	61.73%	61.54%	61.35%	61.15%
智能车载终端	收入	392.91	931.07	982.00	1,035.71	1,092.36	1,152.12
	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、模块及组件	收入	60.90	1,568.35	1,599.72	1,631.71	1,664.35	1,697.63
	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53.93%。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咨询服务收入占比波动较大。技术咨询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%
维修保障服务	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。

历史期便携式数据采集终端业务的境内外毛利率情况如下：

类型	2025 年 1-9 月	2024 年度	2023 年度
境内	28.46%	27.13%	23.84%
境外	44.75%	46.50%	41.73%

标的公司境内便携式数据采集终端业务毛利率呈持续稳步提升态势，主要系标的公司产品结构优化，收缩低毛利业务，单位毛利贡献持续扩大。境外便携式数据采集终端业务毛利率始终维持在较高水平，主要系标的公司产品核心竞争优势突出，产品质量对标国际头部厂商，且定价低于头部厂商的同类产品，具备突出的成本优势与价格竞争力，在境外市场的性价比优势显著。

预测期便携式数据采集终端业务的境内外毛利率情况如下：

类型	2025 年 10-12 月	2026 年	2027 年	2028 年	2029 年	2030 年
境内	25.56%	27.43%	27.06%	26.69%	26.33%	25.96%
境外	42.48%	43.89%	43.72%	43.55%	43.38%	43.21%

便携式数据采集终端业务境内外市场预测期毛利率均低于历史期2025年1-9月毛利率，主要系考虑2025年10-12月内存等核心元器件价格上涨，产品成本出现阶段性上升，而成本传导存在一定滞后性，标的公司尚未将成本压力完全传导至终端售价，预测当期毛利率出现阶段性回落。预测期2026年及未来年度毛利率较历史期有小幅下降，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。基于境内市场竞争更为激烈因素，预测境内毛利率下降幅度略高于境外市场。

（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	2024 年度	2023 年度
优博讯	**25.90%**	24.16%	27.48%
新大陆	**33.54%**	40.41%	40.26%
远望谷	**42.13%**	43.62%	41.93%
斑马技术	**48.10%**	48.44%	46.31%
霍尼韦尔	**36.93%**	38.09%	37.28%
同行业公司均值	**37.32%**	36.89%	37.46%
标的公司	**42.35%**	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年毛利率分别稳定在34%-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：

2023年、2024年、2025年1-9月，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。

历史期销售费用情况如下：

科目	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
营业收入	23,588.82	33,534.29	38,126.02
销售费用	2,379.63	3,269.59	3,087.25
销售费用率	10.09%	9.75%	8.10%

历史期内，标的公司存在股权激励产生的股份支付费用及印度子公司为获取客户订单而向居间方支付的服务费。预测期相关费用均不再发生。

科目	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
服务费	-	249.09	146.36
股份支付	31.85	48.98	42.27
合计	31.85	298.07	188.63
剔除后销售费用	2,347.78	2,971.52	2,898.62
剔除后销售费用率	9.95%	8.86%	7.60%

2025年10-12月预测营业收入8,138.71万元，销售费用504.04万元，销售费用率6.19%。2025年10-12月销售费用率低于历史期及其他预测期水平，主要是由于：①历史期销售费用包含股份支付和服务费两项支出，2023年、2024年两项费用合计分别为188.63万元、298.07万元，占当期销售费用的比例较高，而预测期内上述费用均不再发生。②本次以标的公司2024年度销售费用为基础，结合2025年1-9月实际发生的销售费用，预测2025年10-12月销售费用。2025年全年预测销售费用为2,883.66万元，销售费用率9.09%，与历史年度销售费用率处于基本持平，处于合理区间。

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：

2023年、2024年、2025年1-9月，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
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。

历史期管理费用情况如下：

单位：万元

科目	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
营业收入	1,366.21	1,804.09	1,660.46
管理费用	23,588.82	33,534.29	38,126.02
管理费用率	5.79%	5.38%	4.36%

历史期内，标的公司存在IPO过程中产生的中介机构费和股权激励产生的股份支付费用。预测期只考虑较小的中介机构费，股份支付费用不再发生。

单位：万元

科目	2025 年 1-9 月	2024 年	2023 年
中介机构费	33.03	207.35	109.85
股份支付	319.57	67.52	66.14
合计	352.60	274.87	175.99
剔除后管理费用	1,013.61	1,529.23	1,484.47
剔除后管理费用率	4.30%	4.56%	3.89%

2025年10-12月预测营业收入8,138.71万元，管理费用552.18万元，管理费

用率6.78%。2025年10-12月管理费用率高于历史期及其他预测期水平，主要是由于本次以标的公司2024年度管理费用为基础，结合2025年1-9月实际发生的管理费用，预测2025年10-12月管理费用。2025年全年预测管理费用为1,918.39万元，剔除中介机构费和股份支付费用后为1,560.79万元，剔除后的管理费用率为4.92%，与预测期2026年及未来年度的管理费用率基本持平，处于合理区间。

（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：

营运资金增加额=当期营运资金-上期营运资金

其中：

营运资金=最低现金保有量+存货+应收款项-应付款项

最低现金保有量=年付现成本总额/现金周转率

年付现成本总额=销售成本总额+期间费用总额-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
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
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

1、标的公司实际经营情况

（1）2025 年实际经营情况

标的公司2025年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	2025年度预测数	实现比例
营业收入	31,768.24	31,727.53	100.13%
归属于母公司所有者的净利润	5,364.94	5,281.09	101.59%

标的公司整体经营状况较好，2025年收入完成率为100.13%，归母净利润完成率为101.59%，营业收入与归母净利润超过2025年全年预测水平。

（2）2026年1-3月实际经营情况

标的公司2026年1-3月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	2026年度预测数	实现比例
营业收入	8,403.00	33,446.74	25.12%
归属于母公司所有者的净利润	1,434.13	5,669.98	25.29%

标的公司2026年1-3月收入完成率为25.12%，归母净利润完成率为25.29%。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。

（3）标的公司主要产品经营情况

标的公司主要产品的经营数据如下：

单位：万元、台、元/台

类型	项目	2026年1-3月	2025年10-12月	2025年1-3月
便携式数据采集终端	销量	41,791	40,843	37,621
	收入	6,721.18	6,272.60	6,358.03
	成本	4,232.36	3,963.57	3,747.44
	单价	1,608.28	1,535.78	1,690.02
	毛利率	37.03%	36.81%	41.06%

类型	项目	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月	2025 年 1-3 月
固定式数据采集终端	销量	3,569	4,303	2,150
	收入	457.21	551.12	296.30
	成本	266.86	303.64	164.33
	单价	1,281.05	1,280.78	1,378.15
	毛利率	41.63%	44.90%	44.54%
智能车载终端设备	销量	1,059	707	1,420
	收入	103.29	71.79	138.31
	成本	60.37	38.24	81.82
	单价	975.38	1,015.42	973.99
	毛利率	41.55%	46.74%	40.84%
驾培服务	销量	424,712	373,473	416,276
	收入	444.02	537.29	394.80
	成本	87.28	116.29	95.39
	单价	10.45	14.39	9.48
	毛利率	80.34%	78.36%	75.84%

结合标的公司2026年一季度经营数据，各业务板块经营基本态势良好。便携式数据采集终端2026年1-3月收入同比增长**5.71%、环比增长7.15%；**固定式数据采集终端2026年1-3月收入同比增长**54.30%、环比下降17.04%；**智能车载终端设备2026年1-3月收入同比下降**25.32%、环比增长43.88%；**驾培服务业务2026年1-3月收入同比增长**12.47%、环比下降17.36%。**环比回落主要受一季度春节假期影响。

1）主要产品的销量情况

标的公司主要产品的销量情况如下：

单位：台、次

类型	明细	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月	2025 年 1-3 月
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	41,791	40,843	37,621
	固定式数据采集终端	3,569	4,303	2,150

类型	明细	2026年1-3月	2025年10-12月	2025年1-3月
智能车载业务	智能车载终端	1,059	707	1,420
	驾培服务	424,712	373,473	416,276

便携式数据采集终端业务2026年1-3月销量41,791台，业务规模呈现稳健增长态势。从全年目标完成情况看，2026年1-3月销量已完成全年预测169,997台的约24.58%，订单交付节奏平稳，市场需求持续稳定。

固定式数据采集终端业务2026年1-3月销量3,569台，业务规模呈现稳健增长态势。从全年目标完成情况看，2026年1-3月销量已完成全年预测11,317台的约31.54%，前期订单落地情况超预期，业务拓展成效显著。

2026年1-3月智能车载终端业务销量1,059台，驾培服务销量424,712次，当期数据延续了良好增长态势，标的公司在驾培领域的市场拓展成效显著，客户需求持续旺盛，已成为拉动整体业务增长的重要补充力量。

2）主要产品的单价情况

标的公司主要产品的单价情况如下：

单位：元/台、元/次

类型	明细	2026年1-3月	2025年10-12月	2025年1-3月
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	1,608.28	1,535.78	1,690.02
	固定式数据采集终端	1,281.05	1,280.78	1,378.15
智能车载业务	智能车载终端	975.38	1,015.42	973.99
	驾培服务	10.45	14.39	9.48

便携式数据采集终端业务2026年1-3月单价为1,608.28元/台，较2025年10-12月的1,535.78元/台有所回升，已接近2025年1-3月的1,690.02元/台水平。固定式数据采集终端业务2026年1-3月单价为1,281.05元/台，与2025年10-12月的1,280.78元/台、2025年1-3月的1,378.15元/台水平接近。此外，境外业务主要以美元计价结算，受美元汇率阶段性贬值影响，境外单价折算为人民币后有所减少，对2026年1-3月期间综合单价造成一定影响。据中国外汇交易中心（全国银行间同业拆借中心）数据，2025年1-9月美元兑人民币平均汇率为7.17，2026

年1-3月美元兑人民币平均汇率为6.95，美元贬值率约为3.07%。

智能车载设备业务与驾培服务单价基本保持稳定，整体处于历史合理区间，定价策略未发生重大变化。

3）主要产品的毛利率情况

标的公司主要产品的毛利率情况如下：

类型	明细	2026年1-3月	2025年10-12月	2025年1-3月
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	**37.03%**	**36.81%**	41.06%
	固定式数据采集终端	**41.63%**	**44.90%**	44.54%
智能车载业务	智能车载终端	**41.55%**	**46.74%**	40.84%
	驾培服务	**80.34%**	**78.36%**	75.84%

便携式数据采集终端业务2026年1-3月毛利率为37.03%，略高于2025年10-12月毛利率36.81%、较2025年1-3月的41.06%有所回落。期后毛利率较历史期回落主要原因：①境外业务主要以美元计价结算，受美元汇率阶段性贬值影响，境外收入折算为人民币后有所减少，而产品生产、采购成本均以人民币核算，汇率变动导致毛利率下降；②历史期的存量长单，在后续内存等核心原材料涨价背景下，单位成本上行影响产品毛利率。2026年1-3月产品平均单价为**1,608.28**元/台，较2025年10-12月产品平均单价**1,535.78**元/台有所回升，侧面印证标的公司已逐步将内存带来的成本上升传导至下游。

固定式数据采集终端业务2026年1-3月毛利率为41.63%，较2025年10-12月的44.90%、2025年1-3月的44.54%略有回落，整体保持稳定。毛利率波动主要是由于境外业务主要以美元计价结算，受美元汇率阶段性贬值影响，境外收入折算为人民币后有所减少，而产品生产、采购成本均以人民币核算，汇率变动导致毛利率下降。

智能车载终端业务2026年1-3月毛利率为41.55%，较2025年10-12月的46.74%有所回落、高于2025年1-3月的40.84%，整体处于历史期合理区间。驾培

服务2026年1-3月毛利率为**80.34%**，较2025年10-12月的**78.36%**、2025年1-3月的75.84%显著提升，主要系前期投入的智能车载设备已基本折旧完毕，后续服务成本主要为少量维护费用成本，单位服务成本随业务规模扩大持续摊薄，带动毛利率大幅改善并维持在高位水平。

4）主要产品的毛利情况

标的公司主要产品的毛利情况如下：

单位：万元

类型	明细	2026 年 1-3 月	2025 年 10-12 月	2025 年 1-3 月
智能数据采集终端业务	便携式数据采集终端	**2,488.82**	**2,309.03**	2,610.59
	固定式数据采集终端	**190.35**	**247.48**	131.97
智能车载业务	智能车载终端	**42.92**	**33.55**	56.48
	驾培服务	**356.74**	**421.00**	299.41

便携式数据采集终端业务2026年1-3月毛利为2,488.82万元，较2025年10-12月的2,309.03万元有所回升，已接近2025年1-3月的2,610.59万元水平。固定式数据采集终端业务2026年1-3月毛利为190.35万元，虽较2025年10-12月的247.48万元有所下降，但较2025年1-3月的131.97万元同比上涨44.23%。智能车载设备业务与驾培服务毛利基本保持稳定，整体处于向上趋势。

标的公司2025年10-12月、2026年1-3月毛利总额基本实现预测目标，盈利表现符合预期。期后标的公司整体销量稳步抬升，营业收入随订单投放有序增长，核心产品销量及营收同比呈现良好增长态势。虽受上游内存价格上涨、海外业务美元汇率波动影响，部分产品毛利率有所回落，但依托标的公司较强的成本传导能力及叠加整体出货量增长对冲压力，综合毛利水平保持平稳，毛利总额足额达成前期预测目标，经营盈利韧性充足。阶段性业绩兑现有力印证了盈利预测假设的合理性，标的公司经营基本面持续修复、整体发展态势向好。

2、标的公司期后业绩情况

（1）标的公司期后经营数据

单位：万元

项目	2026 年 1-6 月（未审）	2026 年度预测数	实现比例
营业收入	19,200.27	33,446.74	57.41%
净利润	3,054.70	5,669.98	53.87%

标的公司2026年1-6月收入完成率为57.41%，净利润完成率为53.87%，标的公司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。

（2）标的公司期后在手订单情况

单位：台

区域	2026 年 7 月 31 日	2026 年 5 月 31 日	2026 年 4 月 30 日
境内	10,335	12,818	14,695
境外	12,532	24,755	18,688
合计	22,867	37,573	33,383

截至2026年7月31日，标的公司智能数据采集终端在手订单合计22,867台，整体在手订单储备充足，后续收入释放确定性较强，在手订单相较2026年5月31日减少主要系因为订单已陆续交付并确认收入。

（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%，**实际毛利率为42.35%**，接近于预期水平，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，主要系标的公司主动缩减境内低毛利业务，导致境内收入下降。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，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

标的公司智能数据采集业务2023年、2024年、2025年1-9月毛利率分别为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。

标的公司智能车载业务2023年、2024年、2025年1-9月毛利率分别为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。

标的公司配件、模块及组件业务2023年、2024年、2025年1-9月毛利率分别为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。

标的公司服务收入2023年、2024年、2025年1-9月毛利率分别为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βu。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βe。标的公司权益资本的预期市场风险系数βe=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ε=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）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，审阅客户合同验收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）上市公司补充披露了标的公司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）上市公司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，补充说明了标的资产预测期各期各产品销售单价的谨慎性和合理性。相关补充说明内容具备合理性。

（3）上市公司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，2024年、2025年收入下降的原因等，补充说明了标的资产2026年至2030年收入持续增长的合理性、谨慎性与可实现性。相关补充说明内容具备合理性。

（4）上市公司结合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，补充披露了标的资产成本的预测的谨慎性和合理性。相关补充说明内容具备合理性。

（5）上市公司补充披露了预测期各细分产品、境内外、直销与经销销售的毛利率预测情况，报告期内同行业可比公司毛利率变动趋势。相关补充说明内容具备合理性。

（6）上市公司补充说明了标的公司销售费用、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。相关补充说明内容具备合理性。

（7）上市公司补充说明了标的公司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，相关补充说明内容具备合理性。

（8）上市公司结合标的资产2024年、2025年收入及利润下降的原因，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，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，补充披露了本次收益法评估相关参数选取的谨慎性和合理性，预测过程的准确性和客观性，本次交易定价的公允性。相关补充披露、说

明和分析内容具备合理性。

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**芯片及系统**厂商保持深度协同合作，参与其应用系统原型**设计、联合技术攻关与产品平台优化**，形成了**显著的**平台型研发优势**与快速定制化响应优势**。2024 年初成立的企业级研究院**持续**专注于人工智能、感知技术、**空间计算**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**柔性供应链**模式，**位于深圳坪山的全新自建智能工厂已全面投产，通过**全流程数据集成与 AI 品控**系统，实现了高效数字化制造与**柔性化生产能力。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**联想**、TCL、**软通动力**、传音在内的知名客户认可，产品销往 **100** 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，为持续**技术**创新**与产品**

迭代提供了坚实的人才支撑。

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 年实现营业收入 45.83 亿元，同比增长 44.15%**。

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%，**收入增长 16.64%；2025 年收入占比 71.03%，收入增长 36.44%。**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 年收入增长 28.26%**，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 年度，随着 XR 及 AIoT 业务产品布局的不断完善，量产交付能力提升，以及在创新场景拓展、技术迭代升级及大客户开发等方面取得积极成效，收入实现增长 14.26%**。

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。**上市公司构建了涵盖工业设计、结构、硬件到软件的全方位产品开发设计体系，并与英特尔、AMD、微软等核心上游厂商保持深度协同，形成了平台型研发优势与快速响应能力。凭借稳定的供应链管理和卓越的生产交付与质量管控能力，上市公司与全球知名客户开展长期合作，其中，联想位列上市公司 2025 年第一大客户，销售额达 4.88 亿元，占比 10.65%；软通动力、TCL、传音亦为主要客户**。上市公司通过直销模式紧密服务客户，**深度参与客户产品定义与研发过程。**在市场开拓方面，一是深耕境内市场，充分受益于国内“以旧换新”、数字中国等政策，**报告期内境内收入实现大幅增长；**二是持续拓展全球市场，**产品已销往全球 100 多个国家和地区，2025 年度境外收入同比增长 46.96%**。

此外，上市公司通过参加行业联盟、与产业链伙伴战略合作**（如与 IDEA 研究院共建边缘计算人工智能实验室）**等方式，整合**生态**资源，共同开拓**新兴**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	2026 年 1-3 月	2026 年 1-3 月较 2025 年增减	2025 年度	2025 年同比增减	2024 年度
单位售价（元/台）	智能硬件产品	811.33	15.05%	705.19	8.78%	648.30
	加固智能行业终端	2,733.79	10.38%	2,476.62	3.22%	2,399.47
	XR 及 AIoT 产品	581.56	15.88%	501.88	-12.84%	575.82
单位成本（元/台）	智能硬件产品	727.79	14.37%	636.35	11.97%	568.31
	加固智能行业终端	1,645.32	11.01%	1,482.10	1.72%	1,456.97
	XR 及 AIoT 产品	498.96	14.53%	435.66	-11.21%	490.65
毛利率	智能硬件产品	10.30%	0.54%	9.76%	-2.58%	12.34%
	加固智能行业终端	39.82%	-0.34%	40.16%	0.88%	39.28%
	XR 及 AIoT 产品	14.20%	1.01%	13.19%	-1.60%	14.79%
销量（万台）	智能硬件产品	89.05	——	461.66	25.43%	368.05
	加固智能行业终端	4.80	——	15.45	24.23%	12.44
	XR 及 AIoT 产品	16.04	——	83.85	31.10%	63.96

注：2026 年 3 月末/1-3 月的财务数据未经审计，下同。

2025 年度，智能硬件产品销量同比增长 25.43%，显示市场渗透与上市公司市场拓展力度进一步加强。单位售价进一步增长 8.78%，主要得益于上市公司持续推行“AI+”战略、优化产品结构，推出更高附加值的 AIPC 等新品。另一方面，单位成本同比上升 11.97%，其增幅超过了售价涨幅，导致毛利率同比下降 2.58 个百分点，主要受国际市场波动、国内竞争加剧以及关键原材料价格上涨等因素影响所致。

2025 年度，加固智能行业终端销量保持 24.23%的较快增长，同时单位售价在 2024 年因市场策略调整下降 10.71%后，在 2025 年回升 3.22%，而单位成本仅增长 1.72%，显著低于售价涨幅，使得毛利率同比提升 0.88 个百分点，盈利质量有所改善,这集中反映出上市公司在加固智能行业终端板块品牌影响力及产品竞争力的稳步提升，销售渠道的有效拓展，以及重点领域客户的开拓成效。

2025 年度，XR 及 AIoT 产品销量增长 31.10%,得益于该业务产品布局的不断完善，量产交付能力提升，以及在创新场景拓展、技术迭代升级及大客户开发等方面取得积极成效；与此同时，单位售价同比下降 12.84%，单位成本同比下降 11.21%，共同导致毛利率同比微降 1.60 个百分点，主要与本期产品结构变化以及市场竞争环境有关。

2026 年 1-3 月，各主要产品毛利率相较于 2025 年度总体保持稳定，单位售价和单位成本均有不同程度的上升，主要系存储芯片等关键物料价格上涨带动叠加不同价格产品规格型号的销售结构变动所致。

（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 317,961.63 万元、458,345.14 万元和 113,362.66 万元，2025 年度和 2026 年 1-3 月分别同比增长 44.15%和 106.89%。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。

2024 年度和 2025 年度，上市公司净利润分别为 3,307.64 万元和 6,188.40 万元，2025 年度同比上升 87.09%。基于利润表项目上市公司的利润波动具体如

下：

单位：万元

项目	2025 年度（A）	2024 年度（B）	变动对利润的影响金额（"-"表示导致减少利润）（A-B）
营业收入	458,345.14	317,961.63	—
营业成本	395,790.58	269,388.99	—
毛利率	13.65%	15.28%	—
毛利	62,554.56	48,572.64	13,981.92
减：税金及附加	617.75	663.5	45.75
销售费用	11,327.26	10,404.28	-922.98
销售费用率	2.47%	3.27%	—
管理费用	12,608.93	10,934.50	-1,674.43
管理费用率	2.75%	3.44%	—
研发费用	25,832.08	23,887.87	-1,944.21
研发费用率	5.64%	7.51%	—
财务费用	-1,477.22	-1,007.52	469.70
加：其他收益	913.77	931.99	-18.22
投资收益	362.82	878.62	-515.80
减值损失（“-”表示损失）	-10,502.89	-4,642.50	-5,860.39
其他损益类项目[1]	-32.36	279.79	-312.15
减：所得税费用	-1,801.29	-2,169.74	-368.45
净利润	6,188.40	3,307.64	2,880.76

注 1：其他损益类项目包括公允价值变动损益、资产处置收益和营业外收支，单个及汇总影响程度均较小，故合并列示。

如上表所述，2025 年度净利润同比增加 2,880.76 万元。主要得益于营业收入的显著增长带动毛利增加 13,981.92 万元所致。

（1）营业收入增加

2025 年度公司实现营业收入 45.83 亿元，较 2024 年度同比增长 44.15%，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，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。此外，综合毛利率虽下降 1.63 个百分点，但收入的快速增长带来的毛利增加有效填补了毛利率下降的不利影响，整体上使得公司毛利增加了 13,981.92 万元，同比增长 28.79%，是公司 2025 年度业绩增长的主因。

（2）减值损失增加

减值损失包括资产减值损失和信用减值损失，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年（A）	2024 年（B）	变动对利润的影响金额（"-"表示导致减少利润）（A-B）
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-6,647.50	-3,015.96	-3,631.55
其中：存货跌价损失	-6,566.67	-2,921.34	-3,645.33
①原材料跌价损失	-3,281.69	-1,536.67	-1,745.02
②产成品跌价损失	-2,483.98	-1,047.57	-1,436.41
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-3,855.38	-1,626.54	-2,228.84
合计	-10,502.89	-4,642.50	-5,860.39

2025 年度资产减损值失 6,647.50 万元，较上年增加 3,631.55 万元，同样主要受原材料及产成品跌价损失增加所致。其中原材料跌价损失增加 1,745.02 万元，主要系客户订单的变化导致材料备货造成一定的冗余，上市公司针对 6-12 个月库龄段材料中无对应订单覆盖部分计提了材料跌价准备，其中壳件、LCD、电池合计跌价损失同比增加约 1,063.22 万元。产成品跌价损失增加 1,436.41 万元，主要系部分备货式智能硬件产品客户未提货，产品市场价格下跌以及样机备货价格下降，使得可变现净值下降所致。

信用减值损失方面，2025 年度信用减值损失 3,855.38 万元，较上年增加 2,228.84 万元，主要系 2025 年第四季度公司销售出货快速增长，应收账款随之

增加所导致的按账龄法计提的坏账准备计提增加。

减值损失是基于公司实际情况和会计准则与政策做出的判断，遵循了谨慎性、合理性原则，该事项使得公司 2025 年利润总额同比减少 5,860.39 万元。

（3）期间费用增加

随着本年度收入规模的快速增长，公司研发费用率、销售费用率、管理费用率较 2024 年度均有所下降，其中研发费用率下降 1.88 个百分点，管理费用率下降 0.69 个百分点，销售费用率下降 0.8 个百分点。但从金额来看，本年度研发费用、管理费用、销售费用较 2024 年相比仍有所增加。其中研发费用增加 1,944.21 万元，主要系公司 2025 年度业绩增长，研发年终奖增加所致。管理费用增加 1,674.43 万元，主要系 2025 年度公司取消 2023 年度股权激励计划，按照加速行权处理以及 2025 年度授予新的股权激励计划且第一阶段达标，计提对应的股份支付费用，导致公司 2025 年度股份支付较 2024 年度增加 1,366.31 万元。销售费用增加 922.98 万元，主要系 2025 年度收入业绩增加，销售业绩奖金以及年终奖增加所致。

2026 年一季度，上市公司营业收入和净利润同比大幅提升，主要得益于订单规模显著增长带动整体经营业绩向好。营业收入达到 11.34 亿元，同比增长 106.89%，主要系本期订单增加所致；营业成本同步上升 114.23%，但因收入增量高于成本增量，毛利空间扩大。归母净利润由上年同期的-157.63 万元大幅改善至 4,291.13 万元，同比增长 2,822.25%，核心驱动因素包括：一是收入增长带来规模效应，二是当期收回期初应收账款较多，使得信用减值损失回冲，显著增厚利润；同时，管理费用、研发费用虽因人员薪酬及股份支付增加而上升，但整体费用增速低于收入增速，盈利能力显著增强。

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 年年度报告》和《2026 年一季度报告》，2025 年及 2026 年一季度**营业收入、**归母净利润**以及扣非后归母净利润均实现较快增长，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**（2024 年度分类）**	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 业务	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
	移动终端业务（2025 年度分类）	**涵盖智能手机、平板电脑及智能穿戴三大核心品类，其中平板电脑与公司可比**
	计算及数据业务（2025 年度分类）	**包含全栈式个人电脑产品矩阵、AI 服务器、通用服务器、交换机、存储服务器，其中笔记本电脑以及服务器与公司可比**
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

可比公司	可比业务板块	可比性说明
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

2025 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	2025 年营业收入（万元）	营业收入同比增减	2025 年度毛利率	毛利率同比增减	2025 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	移动终端业务	8,020,993.79	57.17%	9.24%	-0.79%	324,366.61	38.30%
	计算及数据业务	7,547,501.73	51.93%	6.26%	-1.57%		
	AIOT 业务	788,492.35	68.75%	11.30%	-6.10%		
龙旗科技	平板电脑	415,264.33	12.35%	7.28%	-1.34%	32,302.65	-15.91%
	AIoT 产品	786,888.41	41.19%	12.01%	0.73%		
智微智能	行业终端	221,533.60	-14.70%	10.60%	0.35%	12,728.01	18.39%
上市公司	—	458,345.14	44.15%	13.65%	-1.63%	6,026.08	222.49%

2025 年度，同行业可比公司的可比业务板块营业收入总体上均实现了较快幅度增长，与公司的收入变动趋势及幅度相匹配。仅智微智能的行业终端收入出现下滑，主要系其行业终端所处的传统 PC、OPS、云终端等市场面临需求疲软或增速放缓的压力，尤其在消费端和部分政企采购节奏延缓的背景下，整体需求出现阶段性收缩。

扣非归母净利润方面，除龙旗科技外，同行业可比公司均呈现不同程度的增长，与公司的变动趋势相匹配。龙旗科技出现下降，主要系其整体营业收入下滑（-9.18%）叠加期间费用刚性增长，导致经营性利润被压缩所致。

2026 年度一季度，上述可比公司营业收入及毛利率，以及可比公司扣非归母净利润情况如下：

可比公司	2026年一季度营业收入（万元）	营业收入同比增减	2026年一季度毛利率	毛利率同比增减	2026年一季度扣非归母净利润（万元）	扣非归母净利润同比增减
华勤技术	4,074,569.47	16.42%	8.54%	0.12%	82,215.55	8.08%
龙旗科技	756,380.06	-19.35%	9.59%	2.14%	-15,106.09	-349.16%
智微智能	130,305.70	52.96%	31.02%	10.62%	10,015.65	177.69%
上市公司	113,362.66	106.89%	14.10%	-2.94%	4,181.36	1395.49%

注：各上市公司季度报告均未披露分业务板块的财务数据。

2026年度一季度，除龙旗科技外，其余可比公司的营业收入和扣非归母净利润均实现不同程度的增长；同时，由于各公司毛利率系综合毛利率，涵盖了各类型业务，整体而言与上市公司毛利率可比性较弱。

综上所述，上市公司业绩变动趋势与同行业可比公司总体保持一致，不存在重大差异。

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

（一）上市公司货币资金、短期借款以及应付账款的具体情况、增加的原因及商业合理性

报告期各期末，上市公司货币资金、短期借款以及应付账款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2026年3月末	2025年末	2024年末
货币资金	54,772.11	93,678.49	129,558.20
其中：定期存款理财	27,000.00	42,000.00	75,000.00
短期借款	54,600.69	32,958.38	15,359.14
其中：票据贴现形成的短期借款金额	47,780.69	31,577.62	15,259.14
应付账款	69,312.44	103,937.32	39,574.59

报告期各期末，上市公司货币资金余额分别为129,558.20万元和、

93,678.49 万元和 54,772.11 万元，规模**逐步下降**。同期，短期借款余额分别为 15,359.14 万元、**32,958.38 万元和 54,600.69 万元，呈增长趋势；**应付账款余额分别为 39,574.59 万元、**103,937.32 万元和 69,312.44 万元，呈先增后降趋势**。

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**未到期**票据进行了贴现，从而形成了贴现借款，**上市公司依据企业会计准则将其列报为短期借款**。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，**充分比较货币市场利率，合理把握贴现、理财规模和时点，**目的在于保障运营资金需求的同时，优化财务成本，**实现资金效益最大化，**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。**2025 年末，应付账款较 2024 年末增加 64,362.73 万元，增幅 162.64 %，**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。**2026 年一季度，上市公司支付较多货款，使得应付账款余额在 2026 年 3 月末下降较多，同时货币资金余额亦有所下降。**

（二）上市公司票据贴现情况，同资产负债表及附注相关内容是否匹配

报告期各期末，上市公司票据贴现未到期形成短期借款的明细如下：

单位：万元

出票人	出票银行	2026 年 3 月末	2025 年末	2024 年末
河源市皓勤电子有限公司	广州农村商业银行河源分行	-	191.55	5,917.55

出票人	出票银行	2026 年 3 月末	2025 年末	2024 年末
河源市皓勤电子有限公司	广发银行股份有限公司河源高新区支行	-	56.61	-
重庆惠科金扬科技有限公司	广发银行股份有限公司重庆渝北支行	-	669.15	-
惠科股份有限公司	广发银行股份有限公司重庆渝北支行	-	164.96	-
深圳市亿道数码技术有限公司	交通银行股份有限公司深圳坪山支行	-	6,000.00	9,341.59
深圳市亿道数码技术有限公司	招商银行深圳振华支行	1,000.00	1,000.00	-
深圳市亿道数码技术有限公司	中国工商银行深圳塘尾支行	7,000.00	7,000.00	-
深圳市亿道数码技术有限公司	中国光大银行股份有限公司深圳分行营业部	4,200.00	2,000.00	-
深圳市亿道数码技术有限公司	中国银行股份有限公司深圳坂田支行	11,480.69	14,495.35	-
深圳市亿道数码技术有限公司	交通银行股份有限公司深圳分行	17,100.00	-	-
深圳市亿高数码科技有限公司	杭州银行股份有限公司深圳分行营业部	7,000.00	-	-
合计		47,780.69	31,577.62	15,259.14

上市公司票据贴现未到期形成短期借款主要系由以下两种情况所形成：一种是上市公司将收到的客户开具或背书的除六大国有银行和九家全国性上市股份制商业银行（简称“6+9”）之外其他银行承兑汇票进行贴现所形成。由于非6+9银行承兑汇票是由信用等级较低的银行承兑，贴现的银行承兑汇票不影响追索权，票据相关的信用风险和延期付款风险仍没有转移，故未终止确认。此种情况下，该部分金额已在2024年度和2025年度《审计报告》附注“五、合并财务报表项目注释”之“3.应收票据”之“（5）期末公司已背书或贴现且在资产负债表日尚未到期的应收票据”金额中体现。同时，该部分所形成的借款金额已在上市公司各年度《审计报告》附注“五、合并财务报表项目注释”之“22.短期借款”中的“其他借款”体现。

另一种是上市公司各子公司之间进行票据结算和贴现所产生的短期借款。

各子公司基于实际业务需求产生的内部交易所形成的待结算款项，部分系由各子公司通过开具银行承兑汇票进行结算，是否开具以及开具金额系各子公司根据自身资金使用情况决定，各子公司在收到票据后根据自身的资金管理情况决定是否贴现。该种情况下，由于属于内部关联交易且票据已贴现，合并层面不体现为“应收票据”，而体现为向银行的借款行为，会计处理为：借银行存款，贷短期借款，该部分金额已在上市公司各年度《审计报告》附注“五、合并财务报表项目注释”之“22.短期借款”中的“其他借款”体现。

（三）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

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	2026 年 3 月 31 日/2026 年度 1-3 月	2025 年 12 月 31 日/2025 年度	2024 年 12 月 31 日/2024 年度
营业收入	**113,362.66**	**458,345.14**	317,961.63
应收账款余额	**64,153.16**	**110,428.68**	31,971.47
应收账款余额占营业收入比重	**14.15%**	**24.09%**	10.06%

由上表，**报告期各期末，**上市公司应收账款余额分别为 31,971.47 万元、**110,428.68 万元和 64,153.16 万元**，占营业收入比例分别为 10.06%、**24.09%和 14.15%，2025 年末的余额和占比同比上升，一方面系上市公司营收规模快速增长所致，另一方面系**上市公司近年来逐步引入国内知名大客户，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”品牌运营方）、联想集团有限公司等，此类客户账期为60-90天，**使得期末应收款余额占比上升。2026年3月末的应收账款余额主要体现为当期实现收入未回款部分，上年末应收账款基本已经收回，因此应收账款余额较上年末有所下降。**

（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）		
	2026年度1-3月	2025年度	2024年度	2026年1-3月	2025年度	2024年度
华勤技术	20.25%	19.97%	23.17%	4.85	5.74	5.50
龙旗科技	25.76%	23.42%	25.10%	3.43	3.92	4.49
智微智能	11.53%	24.19%	23.05%	6.56	4.26	4.46
行业平均	19.18%	22.53%	23.77%	4.94	4.64	4.91
亿道信息	14.15%	24.09%	10.06%	5.39	6.44	12.71

注：2026年度1-3月周转率数据已年化处理。

由上表，2024年末和2026年末应收账款占比低于同行业可比公司平均水平，2025年末与同行业可比公司平均水平基本持平；应收账款周转率则高于同行业可比公司平均水平。上述差异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，**使得上市公司应收账款周转速度整体优于同行业可比公司。2025年度/年末，上市公司应收账款占比上升较快，同时周转率下降较多，主要系上市公司本年度收入中，新晋大客户如智通国际信息技术有限公司、联想集团有限公司的收入占比较大，上市公司遵循既定的信用政策给予该等客户账期，使得整体回款速度放缓所致。**

（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 年还导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
2026 年 3 月 31 日			
华硕电脑股份有限公司	**12,420.27**	**19.36%**	**已 100%回款**
联想集团有限公司	**7,257.08**	**11.31%**	**已 100%回款**
深圳传音控股股份有限公司	**6,128.97**	**9.55%**	**已 100%回款**
软通动力信息技术（集团）股份有限公司	**5,844.67**	**9.11%**	**已 100%回款**
广州视源电子科技股份有限公司	**4,021.88**	**6.27%**	**已 100%回款**
合计	**35,672.87**	**55.61%**	
2025 年 12 月 31 日			
联想集团有限公司	**29,734.47**	**26.93%**	**已 100%回款**
中国长城科技集团股份有限公司	**18,282.34**	**16.56%**	**已 100%回款**
软通动力信息技术（集团）股份有限公司	**16,524.61**	**14.96%**	**已 100%回款**
广州视源电子科技股份有限公司	**5,999.26**	**5.43%**	**已 100%回款**
昱科智能科技（广东）有限公司	**4,841.79**	**4.38%**	**已 100%回款**
合计	**75,382.48**	**68.26%**	
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
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

客户	期末余额（万元）	期末占比	期后回款情况
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%**	

由上表，上市公司期后回款情况良好，前五大应收款期后均已回款。

2、逾期回款情况

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回款情况如下：

单位：万元

项目	2026 年 3 月 31 日	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日
期末余额前五名合计	**35,699.74**	**75,382.48**	19,510.06
逾期应收账款金额	**0.06**	**39.41**	2,389.41
逾期应收账款比例	**<0.01%**	**0.05%**	12.25%

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 12.25%、**0.05%和小于 0.01%**，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

报告期内，上市公司应收账款期后回款情况良好，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

2025 年末，上市公司应收账款余额及占营业收入比例上升，主要系**上市公司**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**整体上**低于行业平均水平，应收账款周转率高于行业平均水平，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期后均已**基本全额**回款。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，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。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 3,890.23 万元、**19,050.44 万元和 58,500.40 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，第四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	竺兆江	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
				业务		
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	翰林汇信息产业股份有限公司	1999-04-28	41168 万元人民币	软件开发；技术服务、技术开发	廖骞	否
10	深圳市中教光电有限公司	2019-12-12	300 万元人民币	显示屏显示模组、电子产品销售	谢伟忠	否
11	深圳市德明利技术股份有限公司	2008-11-20	22,688.6272 万元人民币	计算机系统集成、计算机软硬件、电子产品、集成电路软硬件的研发	李虎	否
12	CASPER INTERNATIONAL(FZC)	2015-4-30	/	一般贸易	/	否
13	MAXCORE TECHNOLOGY CO.,LIMITED	2011-04-15	/	电脑、通信产品以及相关设备的研发与销售	/	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
2026 年 3 月 31 日						
	深圳市晶存科技股份有限公司	33,945.90	58.03%	1 年以内	DDR	是
	深圳市德明利技术股份有限公司	5,576.68	9.53%	1 年以内	DDR	是
	深圳传音控股股份有限公司	4,566.97	7.81%	1 年以内	预付传音客供料	是
	CASPER INTERNATIONAL(FZC)	4,186.93	7.16%	1 年以内	SSD 内存条	是
	MAXCORE TECHNOLOGY CO.,LIMITED	2,193.45	3.75%	1 年以内	CPU	是
合计		50,469.92	86.27%			
2025 年 12 月 31 日						
1	深圳传音控股股份有限公司	3,828.52	20.10%	1 年以内	预付传音客供料	是
2	深圳智成创科电子有限公司	2,170.17	11.39%	1 年以内	DDR	是
3	深圳市晶存科技股份有限公司	1,974.38	10.36%	1 年以内	DDR	是
4	翰林汇信息产业股份有限公司	1,710.94	8.98%	1 年以内	LCD	是
5	深圳市中教光电有限公司	924.28	4.85%	1 年以内	LCD	是
合计		10,608.29	55.68%			
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%			

（四）同传音控股同时存在预付与应收的原因

上市公司与传音控股及其关联方采用了行业通用的 Buy&sell 客供模式，使得传音控股既是上市公司的客户又是供应商。具体而言，根据行业惯例，客供模式可分为客户采购并付款和 Buy&sell 两种模式：客户采购并付款模式下，由

客户采购部分原材料后免费提供给公司，由公司生产制造成整机后再销售给客户，产品销售价格不包含客户提供的原材料价格。Buy&Sell 模式则在形式上体现为由公司向客户下单采购部分零部件并付款，生产完毕后再将产成品销售给客户，整机售价中包含公司以 Buy&Sell 模式采购的原材料价格。

在 Buy&Sell 模式下，上市公司向传音控股及其关联方（主要是 TECNO REALLYTEK LTD、重庆传音科技有限公司和深圳埃富拓科技有限公司）销售的智能硬件产品中，使用到的 CPU、DDR 等主要原材料系公司向传音控股的关联方深圳小传实业有限公司购买，因此，从同一控制实体角度看，上市公司与传音控股及其关联方构成了既是客户又是供应商的情形。

上市公司基于与传音控股签订的《客供物料销售框架协议》中结算方式、物料专供专用条款，以及相关物料管控措施等合同条款及相关事实的审慎评估，将上述与传音控股的 Buy&Sell 模式业务采用净额法进行会计处理。在期末资产负债表中，上市公司将传音控股的专用料存货作为客供料处理，不体现在公司的存货账面余额中，对于该部分存货已到结算期并已支付货款的，将已支付的货款还原为预付账款，由此形成对传音控股及其关联方的预付与应收。

五、上市公司可抵扣亏损增加的具体情况及合理性

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	2026 年 3 月末可弥补亏损	2026 年 3 月末可弥补亏损较 2025 年末增加	2025 年末可弥补亏损	2025 年末可弥补亏损较 2024 年末增加	2024 年末可弥补亏损
上市公司可抵扣亏损 A	43,593.22	6,478.95	37,114.27	7,411.76	29,702.51
其中：深圳市亿道数码技术有限公司（以下简称“亿道数码”）B	31,106.28	5,431.14	25,675.14	1,941.81	23,733.33
深圳市亿境虚拟现实技术有限公司（以下简称“亿境虚拟”） C	6,129.03	-	6,129.03	3,686.07	2,442.96
占比 D=(B+C)/A	85.42%	83.83%	85.69%	75.93%	88.13%

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及亿境虚拟产生的可抵扣亏损所致。

报告期内，亿道数码可抵扣亏损增加，具体原因如下：

单位：万元

项目	2026 年 1-3 月	2025 年度	2024 年度
会计利润	2,594.21	6,536.55	-1,462.16
纳税调整	-8,025.34	-8,478.37	-13,120.74
其中：研发加计导致的纳税调整	-4,501.21	-16,392.19	-16,335.24
应纳税所得税	-5,431.13	-1,941.82	-14,582.89

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在 2024 年度出现亏损；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 2025 年末的可弥补亏损。

报告期内，亿境虚拟可抵扣亏损增加一主要是由于受市场竞争加剧等因素影响出现亏损以及由于研发加计扣除所致。

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；

（3）选取了华勤技术、龙旗科技、智微智能作为同行业可比公司，获取了其年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**最近两年及一期**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**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、**亿境虚拟**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**《2025 年年度报告》《2026 年一季度报告》**，其业绩下滑趋势已得到遏制，不存在持续下滑风险。**上市公司业绩变动趋势与同行业可比公司总体保持一致**；

（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资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，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**整体**低于行业平均水平，周转率高于行业平均水平。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；

（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**和亿境虚拟**，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、**亿境虚拟**的经营情况相符，具有合理性。亿道数码、**亿境虚拟**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《非上市公众公司监管指引第 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锣峰、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、黄启凤进行股权激励	2022 年 7 月	2021 年 12 月	13.33	
4	2023 年 1 月，实际控制人将成为	2023 年 1 月	2023 年 7 月	16.67	2023 年 7 月 17 日，基于 Pre-IPO 融资规

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
	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				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、**基于股权激励时点当月及往后合计 12 个月的累积净利润计算的动态市盈率**情况如下：

单位：万元、倍

股权激励时间	整体估值	财务数据年度	营业收入	净利润	期末净资产	静态市盈率	市净率	股权激励时点当月及往后合计 12 个月的累积净利润	动态市盈率
2021 年 8 月	40,000.00	2020 年度	21,824.05	2,958.52	14,828.11	13.52	2.70	**3,963.98**	**10.09**
2022 年 4 月	40,000.00	2021 年度	32,563.67	4,679.78	21,468.84	8.55	1.86	**4,009.37**	**9.98**
2022 年 7 月	40,000.00	2021 年度	32,563.67	4,679.78	21,468.84	8.55	1.86	**4,221.75**	**9.47**
2023 年 1 月	50,000.00	2022 年度	33,998.86	3,817.42	24,533.93	13.10	2.04	**5,648.22**	**8.85**

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。**具体而言：**

（1）2021 年 8 月股权激励时，公允价值系参考同年 9 月成为科技中的外部合伙人入股价格即整体估值 4 亿元。在 2021 年 8 月实施股权激励时，标的公司业绩较上年度 2020 年增长预期已经基本确定，整体估值 4 亿元，系和成为科技外部合伙人谈判入股价格时，已考虑了后续增长的结果。

（2）2022 年 4 月及 2022 年 7 月股权激励时，公允价值系参考 2021 年 12 月底成为科技中的外部合伙人入股价格，外部合伙人入股价格及整体估值亦为 4 亿元。2022 年标的公司业绩及预期相对 2021 年无明显变化，营业收入略微增加，净利润有所下降。

从动态市盈率指标来看，上述前 3 次股权激励时公允价值对应未来预期净利润的动态市盈率较为接近，且处于合理倍数，因此实施上述前 3 次股权激励时所对应的标的公司整体估值均为 4 亿元，具有合理性。

（3）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，**考虑到标的公司 2023 年处于 Pre-IPO 阶段，**标的公司估值**及股权激励公允价值**在合理范围内提升**至 5 亿元**，与标的公司业绩呈现增长态势**亦**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区间，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区间，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+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》，**其中案例背景系上市公司增发股份对员工进行股权激励，员工未满足行权条件将股份转让给实际控制人，如果实际控制人从受让股份中获得收益，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。

而具体到本次交易中的标的公司成为信息的情况，其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）实控人回购不构成股份支付的案例

经检索，在 IPO 审核中，采用类似处理方式的案例论述点主要集中在论述股份均来源于实控人、系根据合伙协议的约定而做出的安排、不是为了换取实控人的服务，选取近年已成功获注册的 IPO 审核案例情况列示如下：

案例情况	相关案例中的相关论述
凯普林（2024 年 6 月科创板 IPO 获注册）	根据《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》，上市公司增发股份对员工进行股权激励，员工未满足行权条件将股份转让给实际控制人，股份流转过程为“上市

	公司——持股平台合伙人——实际控制人”，如果实际控制人从受让股份中获得收益，则构成新的股份支付。 针对创林科技及丰凯科技主体，其股份来源于实控人，不针对实际控制人受让前述主体中离职员工股份的行为确认股份支付。针对宏普科技中的增资取得股份的员工，离职时将股份转让给实控人，确认股份支付，宏普科技中经实际控制人转让取得股份的员工，离职将股份转回给实际控制人的情形不确认股份支付。
科莱瑞迪（2026 年 4 月北交所 IPO 获注册）	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”。报告期内，公司员工离职时退出持股平台并将所持出资份额（均系来源于实控人低价转让）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“企业为获取职工和其他方提供服务”，并且上述合伙份额变动仅在各合伙人之间发生，员工持股平台出资总额以及其对公司的持股情况未发生变化，所以上述因员工离职导致的员工持股平台的合伙人及其份额的变动情况不属于股权激励，不涉及股份支付。 报告期内员工持股平台合伙人间份额转让属于原激励计划退出机制的正常履行，不涉及发行人换取服务的对价支付，不符合股份支付定义，无需确认相关费用，符合《企业会计准则第 11 号》规定。

标的公司实际控制人回购情况和上述已成功获注册的案例情况类似，案例中论述相应股权激励溯源系来自于实际控制人低价转让、相应回购均系根据约定转回给实际控制人、并非为获取实际控制人提供的服务，上述案例亦未将实控人回购认定为股份支付。

（3）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 192.61 万元、175.03 万元、0 万元，占标的公司各年度净利润的比例分别为 **3.18%、3.26%、0%**，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	股权激励最初授予时点	股权激励每股授予价格以及最初授予时每股公允价格	实控人回购时间	授予对象/出让方	回购对应标的公司股数（A）	回购对应标的公司股份每股转让价格（B）	回购时点标的公司近期外部每股公允价格（C）	模拟测算股份支付金额（D=A*（C-B））
成为科技	2022 年 7 月	涉及标的公司实控人回购合伙企业份额的激励对象，系分别于 2021 年 8 月、2022 年 4 月、2022 年 7 月进行授予的，每股授予价格均为 10 元/股，对应标的公司整体估值 3 亿元；最初授予时每股公允价格均为 13.33 元/股，系参考授予近期外部合伙人的入股价格，对应标的公司整体估值 4 亿元。	2024 年 5 月	方家定	1.00	10.49	16.67	6.18
成为一号	2022 年 4 月		2024 年 8 月	雷力	1.00	10.62	16.67	6.04
成为一号	2021 年 8 月		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	2021 年 8 月		2024 年 12 月	刘光骐、万聪	1.76	10.89	16.67	10.14
成为一号	2021 年 8 月		2024 年 12 月	蔡素	1.33	10.88	16.67	7.69
成为一号	2021 年 8 月		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	2021 年 8 月		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	2021 年 8 月		2024 年 12 月	凌远彬	0.53	10.88	16.67	3.06
成为二号	2021 年 8 月		2025 年 1 月	刘奇峰	1.27	10.94	16.67	7.26
成为二号	2021 年 8 月		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	2021 年 8 月		2024 年 8 月	黄文兵、俞双杰	2.90	10.75	16.67	17.14
成为三号	2021 年 8 月		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	2021 年 8 月		2024 年 11 月	杨世专	0.39	10.88	16.67	2.28
成为三号	2021 年 8 月		2025 年 5 月	莫和建	0.13	11.01	16.67	0.71
合计					63.77	-	-	367.64

综上，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，标的公司实控人根据合伙协议约定，在 2023 年 1 月至 2025 年 5 月陆续回购员

工合伙企业份额，系按员工实缴的合伙企业份额 X（1+银行同期 3 年期存款利率）进行回购。涉及回购的员工系分别于 2021 年 8 月、2022 年 4 月、2022 年 7 月获得股权激励，股权激励每股授予价格均为 10 元/股，对应标的公司整体估值 3 亿元；最初授予时每股公允价格均为 13.33 元/股，系参考授予近期外部合伙人的入股价格，对应标的公司整体估值 4 亿元。标的公司实控人回购上述员工合伙企业份额时点，参考成为科技中外部合伙人入股价格，标的公司每股公允价格为 16.67 元/股，对应标的公司整体估值 5 亿元。虽于回购时点，标的公司整体估值有所上升，但标的公司实控人并未从回购上述员工合伙企业份额中实质获益，实际控制人回购的这些合伙企业份额（对应的股份）最初系来源于实际控制人的低价存量转让，激励对象获得的利益系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，员工将所持合伙企业份额（股份）转回给实际控制人实质上为实际控制人收回之前支付的成本，因此实际控制人并未从本次交易中实质获益。

上表模拟测算回购时的公允价格取自 2023 年 7 月成为科技中外部合伙人入股价格。彼时，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。而自此时点后，标的公司无其他外部投资者入股，标的公司 2023 年-2025 年经营状况较为稳定，企业价值未发生重大变化，故采用此价格作为模拟测算的公允价格是合理的。

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。

实际控制人将回购的份额再授予给新的激励对象，共发生 3 次，相应再授予对象及公允价值的情况及合理性如下：

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	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。
2	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
3	2025 年 9 月，将回购的成为一号部分股份再授予给吴晓文进行股权激励	2025 年 9 月	2025 年 9 月	23.83	本次股权激励的公允价值参考本次亿道信息收购成为信息的评估值，对应为 23.83 元/股，成为信息整体公允价值为 8.05 亿元

（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	薛锣峰、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

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		VijayKumarSharma、DeekshaBansal、AjeyAditya、ArunKumarSingh、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

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**

注：员工因离职退伙，标的公司实际控制人按约定回购其持有的份额，会计处理系冲回前期已确认的股份支付费用。上表中股份支付总费用的计算口径系假设激励对象按约定服务到期所对应的总的股份支付费用，冲回股份支付费用的计算口径系员工离职时，针对离职员工，将其假设按约定服务到期所需确认的股份支付费用全部冲回，账面上体现即为冲回前期已确认的股份支付费用。下同。

（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

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	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，服务期内分摊确认股份支付费用	26.68	2.67	10.00	26.68	8.89
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
2024 年 8 月	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	124.40	12.44	10.81	134.44	

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）
				费用无需冲回					
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
	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

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									**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	15.00	1.50	10.36	15.53	

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）
				权，股份支付费用无需冲回					
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
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	汪涛	视为权益工具	227.51	22.75	11.01	250.56	

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）
		员工		取消，加速行权，股份支付费用无需冲回					
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	4.17	0.42	0.00	0.00	-1.39

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）
				费用总额为 0					
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	
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	汪涛	不满足行权条	3.31	0.33	10.42	3.44	-1.10

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）
		敏		件，确认的股份支付费用总额为 0					
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	视为权益工具取消，加速行权，股份支付费用无需冲回	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	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；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。	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。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。
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

序号	类别	会计处理	具体判断依据
			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。

针对新增授予但激励对象放弃认购，导致股权激励未实际执行的情况，共涉及 7 名员工。其中有 5 名外籍员工因外汇管理及个人资金计划原因未完成出资，其他 2 名员工亦因个人资金原因未完成出资，经协商后均放弃认购。

考虑到标的公司员工持股计划及合伙协议中明确约定了相应激励对象需于签订合伙协议之日起 10 个工作日内完成实缴出资，且除上述员工以外的受激励对象均在短时间内完成了缴款，因此前述 7 名员工因未实缴出资而放弃认购，使得相应股权激励实质未授予成功、未执行，因此不涉及股份支付。

（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。	（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）2025 年 9 月 30 日：标的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。
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		
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(8)(9)，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(8)(9)，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。

问题七、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。（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 QYResearch 调研数据显示，2017 年我国 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元的价格转让给薛锣峰;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》，谢彤与薛锣峰签署《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，谢彤系薛锣峰配偶，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	薛锣峰	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、薛锣峰认购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	薛锣峰	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 元的价格转让给薛锣峰，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，汪涛与薛锣峰、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	薛锣峰	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。

（6）2012 年 8 月，成为有限（标的公司前身）第二次增资，成为软件未参与增资，是否构成股份支付

标的公司为满足业务开展需要，需增加注册资本，2012 年 8 月 15 日，成为有限召开股东会作出决议，同意将注册资本由 500 万元增加至 1,001 万元，新增注册资本由汪涛认购 291 万元、张红梅认购 160 万元、蒋松林认购 50 万元。成为软件未参与此次增资，主要系因为成为软件股东薛锣峰、郁丁主要经营其他公司主体，协商后不参与此次增资。

根据《监管规则适用指引——发行类第 5 号》之“5-1 增资或转让股份形成的股份支付”的指导意见：“为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股，且超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付。”成为有限本次增资前后，标的公司实际控制人汪涛及其配偶张红梅

直接及间接合计持股情况如下：

增资前直接及间接持有出资额（万元）	增资前直接及间接持股比例	增资后直接及间接持有出资额（万元）	增资后直接及间接持股比例
437.20	87.44%	888.20	88.73%

标的公司实际控制人汪涛及其配偶张红梅在此次增资后，直接及间接持股比例比增资前增加了 1.29%，根据标的公司 2012 年 7 月末净资产进行测算，实际控制人汪涛及其配偶张红梅仅获益 29.56 万元，认定为股份支付，但金额较小，且对评估基准日净资产无影响，仅影响所有者权益内部未分配利润和资本公积的构成，对标的公司报告期内的损益无影响，基于对本次交易作价无影响，不予追溯调整。

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、薛锣峰、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	薛锣峰配偶	无	无
周建如	郁丁配偶	无	无
薛锣峰	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。	薛锣峰于 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	无	无

	事。		

（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、薛锣峰、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、薛锣峰、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**及联合创始人蒋松林协商拟**对杨海波和张虎**实施股权激励，并由杨海波和张虎以增资的形式进行，标的公司**就增资及股权转让**先后分别**办理了工商变更登记程序。**单独考虑本次增资，薛锣峰、郁丁间接持有标的公司的股权比例有所下降，为使得其间接持有标的公司的股权比例不变，故汪涛和蒋松林各自将部分股权转让给成为科技。**

本次增资及转让完成后，标的公司的实际控制人汪涛**及联合创始人蒋松林**因对杨海波和张虎实施股权激励，其**各自**持有的标的公司的股权比例有所下降；薛锣峰、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。**本次增资及转让完成前后，汪涛及其配偶张红梅、**

蒋松林、薛锣峰、郁丁直接及间接持有标的公司股权比例如下：

股东姓名	增资及转让完成前，直接及间接持有标的公司的股权比例	增资及转让完成后，直接及间接持有标的公司的股权比例
汪涛及其配偶张红梅	88.73%	84.72%
蒋松林	9.99%	7.00%
郁丁	0.56%	0.56%
薛锣峰	0.72%	0.72%

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锣峰、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 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。

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，**2023 年末-2026 年 3 月末，成为信息主要营运能力指标如下，即使减资后，其营运能力指标整体仍处于较优水平。**

主要财务指标	2026 年 3 月 31 日/2026 年 1-3 月	2025 年 12 月 31 日/2025 年度	2024 年 12 月 31 日/2024 年度	2023 年 12 月 31 日/2023 年度
流动比率（倍）	2.34	2.30	6.45	6.29
速动比率（倍）	1.47	1.67	5.00	4.36
资产负债率	41.28%	42.18%	17.87%	18.27%
应收账款周转率（次/年）	10.09	8.87	9.60	12.63

注：2026 年 1-3 月周转率数据已年化处理。

减资前，2023 年、2024 年、2025 年 9 月末，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，占当期总资产比例为 35.31%、53.04%、53.29%，成为信息货币资金充足，**且自 2023 年至本回复出具之日，成为信息均不存在银行借款，经营稳健，此次减资亦不会影响成为信息资金周转及正常经营**。

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。

综上，成为信息报告期内分红、减资均系结合自身轻资产运营的特点、营运

能力指标整体保持稳定且处于较优水平、有效激励员工、提高其股东回报等因素做出的合理决定，与标的公司的稳定盈利能力相匹配，不会影响成为信息资金周转及正常经营，不会影响并购后标的公司的营运能力，不会对上市公司造成重大不利影响，且本次配套募集资金用途并不包括标的公司项目建设或补充标的公司流动资金，故不涉及“清仓式分红”。

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》第六十六条规定：“……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

1）减资的税款已缴纳并取得了税收完税证明

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。

具体而言：①根据《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》（2014 年第 67 号）第十五条第（四）款“（四）被投资企业以资本公积、盈余公积、未分配利润转增股本，个人股东已依法缴纳个人所得税的，以转增额和相关税费之和确认其新转增股本的股权原值”之规定，成为信息 2022 年 5 月从有限责任公司变更为股份有限公司时，注册资本从 3,000 万元增加至 5,952.37 万元，个人股东就转增股本 2,952.37 万元部分已依法缴纳个人所得税，转增股本的股权原值为转增额（2,952.37 万元）和相关税费之和。②根据《国家税务总局关于个人终止投资经营收回款项征收个人所得税问题的公告》第一条“个人因各种原因

终止投资、联营、经营合作等行为，从被投资企业或合作项目、被投资企业的其他投资者以及合作项目的经营合作人取得股权转让收入、违约金、补偿金、赔偿金及以其他名目收回的款项等，均属于个人所得税应税收入，应按照‘财产转让所得’项目适用的规定计算缴纳个人所得税。应纳税所得额的计算公式如下：应纳税所得额=个人取得的股权转让收入、违约金、补偿金、赔偿金及以其他名目收回款项合计数-原实际出资额（投入额）及相关税费”之规定，就成为信息本次减资，应纳税所得额=注册资金减少额（2,952.37 万元）+资本公积减少额（6,047.63 万元）-注册资本原值（2,952.37 万元）及相关税费。

按照前述规定及计算公式,成为信息减少注册资本部分应从应纳税所得额中扣除，无需因此而缴纳个人所得税，仅需就资本公积减少部分缴纳个人所得税。

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，**已于 2026 年 5 月 21 日完成纳税义务并取得税收完税证明**；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，**成为一号、成为二号、成为三号、成为科技已于 2026 年 5 月 21 日完成纳税义务并取得税收完税证明**。

2）标的公司同比例减资不存在被核定征税的风险

①标的公司同比例减资视同股权转让中“公司回购股权”，需按照“财产转让所得”缴纳个人所得税

根据国家税务总局公布的《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第三条，股权转让是指个人将股权转让给其他个人或法人的行为。包括以下情形：（一）出售股权；（二）公司回购股权；（三）发行人首次公开发行新股时，被投资企业股东将其持有的股份以公开发行方式一并向投资者发售；（四）股权被司法或行政机关强制过户；（五）以股权对外投资或进行其他非货币性交易；（六）以股权抵偿债务；（七）其他股权转移行为。

根据《国家税务总局关于个人终止投资经营收回款项征收个人所得税问题的

公告》第一条“个人因各种原因终止投资、联营、经营合作等行为，从被投资企业或合作项目、被投资企业的其他投资者以及合作项目的经营合作人取得股权转让收入、违约金、补偿金、赔偿金及以其他名目收回的款项等，均属于个人所得税应税收入，应按照‘财产转让所得’项目适用的规定计算缴纳个人所得税。”及《中华人民共和国个人所得税法实施条例》第六条第一款第（八）项“财产转让所得，是指个人转让有价证券、股权、合伙企业中的财产份额、不动产、机器设备、车船以及其他财产取得的所得。”之规定，标的公司本次同比例减资，个人股东从标的公司收回的减资款，应视同股东转让股权，属于《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》中“公司回购股权”之认定，需按照“财产转让所得”缴纳个人所得税。

②本次同比例减资的价格有正当理由，不存在被核定征税的风险

截至 2025 年 9 月 30 日，成为信息的净资产为 269,318,908.44 元，以本次减资前成为信息股本总额（59,523,700 股）计算，成为信息每股净资产为 4.52 元/股；本次同比例减资，减资总额为 90,000,000 元，减少股份数为 29,523,700 股，减资价格为 3.05 元/股，略低于成为信息的每股净资产。

根据《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第十三条，符合下列条件之一的股权转让收入明显偏低，视为有正当理由：……（四）股权转让双方能够提供有效证据证明其合理性的其他合理情形。

就本次同比例减资而言，虽然减资的价格略低于净资产，但本次减资系标的公司结合自身轻资产运营的特点、营运能力指标整体保持稳定且处于较优水平、有效激励员工、提高其股东回报等因素做出的合理决定，标的公司就本次减资相关税款已于 2026 年 5 月完成缴纳并取得了税收完税证明；本次减资为全体股东同比例减资，未通过减资导致某一股东或者其他第三方获取不当利益，本次减资价格低于每股净资产具有合理性。此外，如本次交易完成，标的公司的股东向上市公司转让股权时，每股交易对价将远高于减资前的每股净资产（交易作价为 71,500 万元，对应标的公司每股交易对价为 23.83 元/股），从标的公司股东现在及未来的整体缴税金额来看，标的公司股东的整体缴税总额是一致的。因此，

本次减资价格低于每股净资产，在交易完成后，不会减少标的公司的股东最终应支付的股权转让所得税额。

基于上述，本次同比例减资符合《股权转让所得个人所得税管理办法（试行）》第十三条第（四）款规定的情形。

同时，经查询市场案例，资本市场中亦存在标的公司/首发企业减资价格低于净资产的同比例减资情形，具体案例情况如下：

序号	上市公司	类型	具体情况
1	维科技术（600152）	发行股份购买资产并募集配套资金（2017 年 7 月取得批复）	2015 年 5 月 27 日，维科能源作出股东会决议，同意维科能源注册资本减至 3,500 万元。该次注册资本减少未经评估，全体股东按照原持股比例同比例减资，因此减资价格约定为 1 元/股（截至 2014 年底，公司净资产为 1.64 元/股）。
2	联合光电（300691）	发行股份购买资产并配套募集资金（审核中）	2025 年 7 月 14 日，标的公司注册资本由 8,000.00 万元减少至 4,000.00 万元，全体股东采用同比例减资的方法，减资价格为 1 元/股（截至 2024 年底，标的公司净资产为 2.81 元/股）。全体股东同比例减资，不涉及交税。
3	科力装备（301552）	首次公开发行股票并在创业板上市（2024 年 7 月上市）	2021 年 10 月，发行人以现金回购的方式对全体股东等比例进行减资，减资方式为公司以现金回购，回购价格为 1 元/股（截至 2020 年底，公司净资产为 3.24 元/股）。
4	福莱新材（605488）	首次公开发行股票并在主板上市（2021 年 5 月上市）	2016 年 11 月 3 日，欧丽数码召开股东会并作出决议，同意公司注册资本由 8,000 万元减少至 5,200 万元，各股东同比例减资，其中夏厚君减少实收资本人民币 1，494 万元，涂大记减少实收资本人民币 180 万元，江叔福减少实收资本人民币 126 万元。公司之前实收资本合计 7,000 万元，本次减资完成后实收资本为 5,200 万元。（截至 2016 年底，公司净资产为

序号	上市公司	类型	具体情况
			19,944.58 万元，折合 2.49 元/股）。
5	行动教育（605098）	首次公开发行股票并在主板上市（2021 年 4 月上市）	2014 年 1 月，发行人股东刘卫希望发行人回购其持有的 671 万股发行人股份，剩余股东考虑到当时公司的经营状况以及股东自身的资金需要而要求同比例减资。在发行人以 3.38 元/股回购刘卫持有的全部股份后，发行人剩余股东在其原持股数基础上按照 1 元/股同比例减资 90%，减资额全部返还给原出资股东（截至 2013 年底，公司净资产为 1.30 元/股）。

（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 万元），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。**标的公司减资款项属于股东应享有的权益返还安排，虽截至评估基准日减资款项尚未实际支付、未发生资金对外流出，但该部分权益已明确归属于原股东，不属于本次交易对应的标的公司股东权益范围，本次收购对应的是剔除该部分减资权益后的剩余经营性股东权益，交易作价**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，**使交易定价与实际收购标的权益范围匹配，具有合理性，**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。

营运资金预测是基于标的公司未来生产经营的独立测算，其核心依据为最低现金保有量、存货、应收款项、应付款项等经营性参数，反映的是维持正常经营所需的流动资金规模，与股东层面的减资安排、交易对价调整无关，本次减资不影响营运资金的预测。溢余资产的界定标准为非经营性、超出日常经营需求的资

产，减资款系基准日后的权益性分配，本次减资未改变标的公司基准日时点溢余资产的范围与测算逻辑，不影响评估对基准日时点溢余资产的认定。

总的来说，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》	GR202344206792	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	-
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

序号	主体	证书名称	证书编号	核发/备案单位	有效期
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 ofForeign 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

（1）标的公司境内销售的主要产品资质认证的规则

境内销售中，标的公司销售产品给客户分为 ODM/OEM 模式以及非 ODM/OEM 模式。

1）ODM/OEM 模式下相关产品资质认证系由客户自行负责

在 ODM/OEM 模式下，标的公司境内销售给客户的产品，明确约定由 ODM/OEM 客户以自己的名义办理相关产品认证，标的公司作为生产厂商，提供必要的技术支持和配合。此外，针对这类明确约定由客户办理相关产品认证的机型，标的公司不存在同时对其他客户实现销售的情形。

具体而言：（1）根据《无线电发射设备型号核准许可服务指南（详版）》第九条“申请材料和测试样品要求”中“（五）…申请人委托代工厂生产的，提供申请人与代工厂之间的委托合同以及被委托方的技术能力、生产能力和质量保证体系情况等材料。…”之规定，在 ODM/OEM 模式下，客户作为申请人申请无线电发射设备型号核准，标的公司作为生产厂商，仅需签署委托合同及提供证明技术能力、生产能力和质量保证体系情况的材料。（2）根据《电信设备进网许可（含试用）审批事项服务指南》第九条“申请材料目录”之规定，在 ODM/OEM 模式下，客户作为申请人申请电信设备进网许可，标的公司作为生产厂商，仅需签署委托合同及提供营业执照、情况介绍、质量体系认证证书或者审核报告等材料。(3)《关于对强制性产品认证执法检查有关问题的批复》(国认法函[2005]129 号）规定：委托贴牌生产的企业委托另一生产企业贴牌生产属于强制性产品认证目录内的产品，并由委托方负责全部产品销售的，委托方作为制造商应当获得强制性产品认证证书，并且认证证书中所列明的生产厂应当覆盖(包括)被委托方。

2）非 ODM/OEM 模式下相关产品资质认证系由标的公司负责

非 ODM/OEM 模式下，标的公司境内销售的机型需根据是否有通信功能、是否有自主发射功能（包含：蓝牙、WIFI、2G/3G/4G/5G、超高频）、是否接入公用电信网络，分别办理相关 CCC 认证、SRRC 认证、CTA 认证，相关认证办理的具体区别如下：

名称	颁发机构/认证机构	标的公司在相关规定中适用的产品范围	相关规定具体内容	标的公司具体产品适用情况
CCC 认证	中国质量认证中心	移动用户终端（1606）：在为社	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	（1）有通信功能（带 2/3/4/5G 通讯功能）的需

名称	颁发机构/认证机构	标的公司在相关规定中适用的产品范围	相关规定具体内容	标的公司具体产品适用情况
		会公众服务的公共移动通信网络中使用，实现通信功能的各类制式蜂窝移动终端设备，包含移动通信模块。	（2023 年修订）》，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）。	要办理 CCC 认证；（2）无通信功能无需做 CCC 认证，比如蓝牙读写器、超高频模块
SRRC 认证	工业和信息化部	无线电发射设备	根据《中华人民共和国无线电管理条例（2016 修订）》，除微功率短距离无线电发射设备外，生产或者进口在国内销售、使用的其他无线电发射设备，应当向国家无线电管理机构申请型号核准。	（1）有发射功能需要办理 SRRC 认证，包含蓝牙、WIFI、2G/3G/4G/5G、超高频；（2）无发射功能的，无需做 SRRC 认证，比如超高频模块（必须配合外部设备/电路进行发射，无法自主发射的，无需办理 SRRC 认证）
CTA 认证	工业和信息化部	接入公用电信网的电信终端设备、无线电通信设备和涉及网间互联的电信设备	根据《中华人民共和国电信条例》，接入公用电信网的电信终端设备、无线电通信设备和涉及网间互联的设备，必须符合国家规定的标准并取得进网许可证。 根据《电信设备进网管理办法（2024 年修订）》，实行进网许可制度的电信设备必须获得工业和信息化部颁发的进网许可证；未获得进网许可证的，不得接入公用电信网使用和在国内销售。	（1）接入公用电信网络的设备需要办理 CTA 认证； （2）无需接入公用电信网络的设备，无需办理 CTA 认证，比如蓝牙读写器、超高频模块、打印机

（2）标的公司境内销售的主要产品的资质认证情况

除了约定由客户自行办理相关产品认证外，标的公司境内销售的主要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，仅少量已基本停产、销量较少的产品机型未办理产品认证或相关产品认证在报告期内到期未续期，销售金额累计 53.95 万元，占报告期境内累计销售金额的比例为 0.20%。

除 ODM/OEM 模式外，标的公司报告期内在境内销售的所有产品取得的 CCC 认证、SRRC 认证、CTA 认证情况如下：

序号	产品型号	CCC 证书编号	SRRC 核准代码	CTA 证书编号	备注
1	C72	2022011606460178	2026-8335/26C44P8E5193	17-D138-250211	证书齐全
2	C66	2022011606494619	2025-19392/25C44P8EJ976	17-D138-241201	证书齐全
3	C5	2022011606504840	2025-7813/2023CP6671	17-D138-231791	证书齐全
4	C71	2022011606490333	2026-3584/26C44P8BU404	17-D138-253042	证书齐全
5	C61	2020011606321844	2026-2072/25C44P8EG087	17-D138-261137	证书齐全
6	V600S	2025011606759283	2024-10357/24C44P8EK650	17-D138-242327	证书齐全
7	MC50	2023011606537268	2025-17755/2023CP12735	17-D138-253000	证书齐全
8	C90	2021011606368144	2022-12463/2021CP11572	17-D138-243224	证书齐全
9	P80	2023011606591738	2024-10116/24C44P8EE512	17-D138-241507	证书齐全
10	R2	/	2024-14787/24F44P8EN233	/	证书齐全,(1)带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
11	V600	2017011606958763	2026-6187/26C44P8E3642	17-D138-260958	证书齐全
12	C6000/C6000M	2022011606492676	2024-18584/24C44P8ED974	17-D138-242275	证书齐全
13	R6	/	2026-4326/26F44P8E5113	/	证书齐全,(1)

序号	产品型号	CCC 证书编号	SRRC 核准代码	CTA 证书编号	备注
					带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
14	MC95	2022011606497423	2026-1118/2023CP2949	17-D138-230734	证书齐全
15	URA4	2025011606818544	2025-11802/24F44P8EB880	/	证书齐全，无入网需求，无需办理 CTA
16	C70	2024011606711854	/	/	证书齐全，主要由客户办理 SRRC、CTA
17	P100	2024011606669572	2025-17713/24C44P8E8581	17-D138-244078	证书齐全
18	R3	/	2024-17372/24F44P8E3092	/	证书齐全,(1)带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
19	UR4	/	2025-8772/25F44P8ET132	/	证书齐全,(1)不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（2）无入网需求，无需办理 CTA

序号	产品型号	CCC 证书编号	SRRC 核准代码	CTA 证书编号	备注
20	SR160	/	2022-17639/2022DP17639	/	证书齐全,(1)带超高频发射模块，已办理SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
21	MC51	2025011606805811	2025-22275/25C44P8E1060	17-D138-252953	证书齐全
22	U300	/	2024-17478/24F44P8E5881	/	证书齐全,(1)带超高频发射和蓝牙和WIFI 发射模块，已办理SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
23	R5	/	2025-9995/24F44P8EH196	/	证书齐全,(1)带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
24	MC62	2023011606555557	2026-3044/2023CP9653	17-D138-232545	证书齐全
25	CP30	2022010904480869	2022-11011/2022DP11011	/	证书齐全，无入网需求，无

序号	产品型号	CCC 证书编号	SRRC 核准代码	CTA 证书编号	备注
					需办理 CTA
26	CW R1	/	2025-25040/24F44P8E7692	/	证书齐全,(1)带超高频发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
27	MC21	2023011606530217	2023-3067/2023CP3067	17-D138-230735	SRRC/CTA 未继续续期，已基本停产，出货较少，基本为库存
28	MR20	/	2025-25015/24F44P8E9073	/	证书齐全,(1)带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA
29	C63	2025011606805810	2025-23749/25C44P8E0058	17-D138-254166	证书齐全
30	CP20	2022010904504466	/	/	证书齐全，CP20 无通讯功能，不需要 SRRC\CTA,
31	C75	2024011606691036	/	/	已基本停产（1）已办理 CCC；（2）未

序号	产品型号	CCC 证书编号	SRRC 核准代码	CTA 证书编号	备注
					办理 SRRC、CTA
32	P100S	2025011606757185	2025-2111/24C44P8EF749	17-D138-244171	证书齐全
33	T100	2024011606731407	/	/	已停产（1）已办理 CCC;（2）未办理 SRRC、CTA
34	R7	/	2026-2933/25F44P8ER995	/	证书齐全,（1）带超高频发射和蓝牙发射模块，已办理 SRCRC；（2）不在 CCC 目录中，无需办理 CCC；（3）无入网需求，无需办理 CTA

截至本回复出具之日，境内销售的主要产品中，涉及到资质及认证续期的机型均已取得相应证书续期；涉及到补办资质及认证的机型均已取得相应证书。

综上，截至本回复出具之日，标的公司在境内销售的**所有**产品**（除部分已基本停产、销售较少的产品）**全部满足相应产品认证资质、标准规范、产品核准等要求；**标的公司**目前**境内**所拥有的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

（1）标的公司境外销售的主要产品资质认证的规则

1）标的公司关于境外产品资质的管控

由于标的公司的产品需要根据客户所在地出口到不同的国家/地区，一般需要根据出口地的法规要求进行相应的产品认证（如需）。标的公司一般根据产品出口的具体地区，结合标的公司该产品是否已办理资质、出口当地法规要求、客

户的指令及市场通行惯例等，与客户商定办理相关资质的责任方。标的公司严格按照产品出口地区的法规要求和客户要求等，对产品资质、认证周期、完备性进行管控。如由客户办理，标的公司将提供必要的技术支持和配合，协助客户落实认证需求，但相关办理责任不在标的公司一方。上述法定由进口国/地区客户自行办理的国家及地区包括南非、俄罗斯、秘鲁、中国台湾、澳大利亚、马来西亚、韩国等。

2）标的公司在印度、美国、欧盟国家等主要境外销售区域的主要产品均已办理相关资质

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。**报告期内，标的公司境外销售国家/地区较多，除了主要国家/地区之外的境外区域非常分散，境外销售目的地涉及近130个国家及地区。**

基于该等销售模式、**分散特点、境外国家/地区相关资质的法规要求、行业惯例及**标的公司对**境外**重点销售区域的**业务布局等因素，截至本回复出具之日，标的公司在印度、美国、欧盟国家等主要境外销售区域的主要产品均已办理相关产品的认证。**

3）部分进口国/地区法规要求需由进口商办理相关产品资质认证，标的公司与境外客户已明确约定由境外客户负责其当地资质认证的办理

部分进口国/地区法规要求需由进口商办理相关产品资质认证，相关要求如下：

国家/地区	标的公司取得的资质、认证
南非	按照南非独立通信管理局要求，ICASA类型证书仅颁发给南非注册公司
俄罗斯	按照欧亚经济委员会要求，只有在欧亚经济联盟五个成员国（俄罗斯、哈萨克斯坦、白俄罗斯、亚美尼亚、吉尔吉斯斯坦）注册的法律实体才能作为EAC认证程序的申请人

秘鲁	按照秘鲁交通通讯部要求，MTC 认证的电子提交需要秘鲁税号来注册账号/关联申请人
中国台湾	按照中国台湾的通讯传播委员会要求，进口需要 NCC 认证的产品到中国台湾时，本地进口商需持有 NCC 认证证书
澳大利亚	按照澳大利亚通信和媒体管理局要求,RCM 认证只能由拥有 ABN(Australian Business Number）的主体申请
马来西亚	按照马来西亚通信与多媒体委员会要求，SIRIM/MCMC 认证只能由马来西亚注册的主体申请
韩国	按照韩国无线电研究所要求，KC 认证需有韩国国内主体响应韩国无线电研究所进行的后续管理

上述境外国家/地区，标的公司与境外客户已明确约定由境外客户负责在当地资质认证的办理，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。根据前述要求及约定，标的公司作为非当地注册的企业，在对当地出口相关产品时，由当地客户取得相关产品认证符合当地相关法律法规之规定。

报告期内,标的公司在前述境外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。前述境外区域的主要客户多为当地知名品牌商、集成商或经销商以及物流、智能制造等终端用户企业，成立时间较长，且大多系与标的公司持续合作客户，标的公司与境外客户不存在质量纠纷或者潜在纠纷，亦未因出口产品在进口国/地区的产品资质认证等事宜发生过赔偿、诉讼、仲裁等。

此外，资本市场上亦有相应案例约定由进口客户进行相应资质的办理，具体案例如下：

案例	相应论述
天键股份（301383）	发行人与客户 Corsair/海盗船的每个项目前期评估阶段，公司均会根据产品销售区域，结合客户的指令，拟制产品认证计划。通过认证之后在产品上打上认证标志，对有出口需求的，相应认证可以消除贸易壁垒。但凡列入强制性产品认证目录内的产品，只有获得指定认证机构的认证证书，按规定加施认证标志，方可在各国和地区市场上流通。相应产品所需的认证均由客户负责，公司严格按照产品销售市场的要求和客户要求，落实每一项认证项目，遵守各国各地法规，使得产品达到合法合规上市和安全使用的要求。

华勤技术（603296）	在移动终端等产品涉及的上述强制性认证申请方面，根据发行人确认，由于公司主要是以ODM业务模式为品牌客户提供产品的研发设计及制造等服务，有关产品由品牌客户面向消费者或终端用户实现最终销售，且境内、外政府部门主要以有关产品取得上述认证作为市场准入的前提条件，未要求必需由ODM企业负责办理，因此，有关产品的生产者、销售者或进口商均可委托办理认证手续；而按照公司与品牌客户的商业合约安排与市场通行惯例，公司产品相关的强制性产品认证及技术知识产权类联盟认证等一般系由品牌客户来申请办理，作为ODM企业，发行人会按照商务合约安排协助品牌客户完成有关产品的认证过程，保障认证通过。

（2）标的公司境外销售的主要产品的资质认证情况

报告期内，标的公司境外销售国家/地区较多，除了主要国家/地区之外的境外区域非常分散，境外销售目的地涉及近130个国家及地区。选取报告期内标的公司销售的主要国家/地区且累计销售金额在100万元以上的产品型号进行梳理。前述选取标准下，对应主要产品覆盖报告期内累计境外收入的比例为87.32%，对应主要产品的主要境外销售国家/地区的收入金额覆盖报告期内累计境外收入的比例为70.63%，除此之外的其他境外区域和产品型号销售非常分散。

截至本回复出具之日，标的公司在印度、美国、欧盟国家等主要境外销售区域的主要产品均已办理相关产品的认证，具体情况如下：

境外国家或地区	法定资质/认证	标的公司产品型号
美国	FCC	C66、C72、C61、C5、P80、C90、C6000M、SR160
欧盟国家	CE	C66、C72、MC50、C61、C5、C71
印度	BIS	C66、C72、C61、C5、MC95、URA4、R3

报告期内，标的公司于印度销售的部分产品存在未及时办理BIS认证的情况，截至本回复出具之日，标的公司已成功补办相应产品的BIS认证，且相关产品亦全部停止销售，不会对公司在当地市场的经营造成持续影响。除此之外，标的公司境外销售不存在应取得相应资质及认证而未取得的情况，标的公司境外所拥有的资质及认证不存在续期风险。

（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

截至本回复出具之日，此前尚未取得或尚未完成续期的相关产品的资质及认证，均已获取，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

（1）针对境内销售

报告期内，涉及到补办资质的对应产品均已取得相应证书，对应产品境内合计销售金额为 1,443 万元，占报告期内累计营业收入的比例较小，仅为 1.96%。

标的公司对应产品境内销售不存在产品质量等纠纷。

（2）针对境外销售

报告期内，标的公司于印度销售的部分产品存在未及时办理 BIS 认证的情况，标的公司已成功补办相应产品的 BIS 认证。报告期内标的公司在印度销售对应产品的金额合计 1,423 万元，占报告期内累计营业收入的比例较小，仅为 1.93%。

标的公司对应产品境外销售不存在产品质量等纠纷。

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

（1）标的资产此前在境内销售的产品未取得相应资质的情形不构成重大违法违规

1）标的资产此前在境内销售未取得无线电发射设备型号核准证的产品的处罚风险

①相关规定

根据《中华人民共和国无线电管理条例》**第七十六条“违反本条例规定，生产或者进口在国内销售、使用的无线电发射设备未取得型号核准的，由无线电管理机构责令改正，处5万元以上20万元以下的罚款；拒不改正的，没收未取得型号核准的无线电发射设备，并处20万元以上100万元以下的罚款。”**、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。”、**《中华人民共和国行政处罚法》第二十九条“对当事人的同一个违法行为，不得给予两次以上罚款的行政处罚。同一个违法行为违反多个法律规范应当给予罚款处罚的，按照罚款数额高的规定处罚。”**之规定，**鉴于标的公司此前生产未取得型号核准的相应产品的目的为用于自行对外销售，对于涉及罚款的行政处罚，应按照《中华人民共和国无线电管理条例》第七十六条及第七十八条中罚款数额高的规定处罚，因此，**标的公司**此前生产、销售**未取得型号核准的产品，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**或5万元以上20万元以下的罚款（以罚款数额高者为准）**的风险。**标的公司对应产品均已补办无线电发射设备型号核准，且并无前期流入市场的设备影响无线电业务正常进行的情况，同时截至本回复出具之日，标的公司不存在因违反《中华人民共和国无线电管理条例》之规定，依法被主管部门判定为违法行为的情况，相关销售行为属于相关法规免于或减轻/从轻处罚的情形，不构成重大违法违规，具体分析参见下文“②标的资产此前在境内销售未取得无线电发射设备型号核准证的产品或在资质申请续期过程中销售产品不构成重大违法违规”。此外，即使按照报告期内对应产品境内合计销售金额1,443万元进行顶格处罚测算，测算处罚金额为没收违法所得1,443万元、并处144.30万元以下罚款，即，标的公司在极端情况下被顶格处罚的金额在1,587.30万元以内，占标的公司报告期内累计净利润比例为12.35%，占比仍相对较小。

②标的资产此前在境内销售未取得无线电发射设备型号核准证的产品或在资质申请续期过程中销售产品不构成重大违法违规

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。**根据标的公司说明及查阅相关规定，相关资质续期自提交续期到取得相关许可，一般需要两个月左右，时间较短。虽然标的公司在资质有效期届满至取得新的许可期间生产和销售相关产品存在处罚风险，但标的公司已积极申请续期，且相关资质均已取得续期，且在续期过程中，相关产品的销售未发生过产品质量纠纷、行政处罚等情形。**

鉴于《深圳经济特区无线电管理条例》已被深圳市人民代表大会常务委员会宣布废止，根据 2026 年 6 月 1 日起施行的《广东省工业和信息化厅无线电管理行政处罚自由裁量权适用规则》附件《广东省无线电管理行政处罚自由裁量权裁量基准表》序号 10 及《广东省无线电管理行政处罚减免责清单》序号 6 之规定，在标的公司生产应当取得型号核准而未取得型号核准的无线电发射设备，主管部门根据《中华人民共和国无线电管理条例》第七十六条之规定进行处罚时，对于“初次违法，生产或者进口的设备有以下情形之一，且未发现前期流入市场的设备影响合法无线电业务正常进行，责令改正，达到整改要求的：…②在管理部门发现违法行为之前或发现违法行为之日起 90 日以内，生产或者进口的设备依法取得型号核准的；…”的，应免于处罚；对于“生产或者进口的设备有以下情形之一，且未发现前期流入市场的设备影响合法无线电业务正常进行，责令改正，达到整改要求的：…②在管理部门发现违法行为之前或发现违法行为之日起 90 日以内，生产或者进口的设备依法取得型号核准的；…”的，应减轻处罚。

根据 2026 年 6 月 1 日起施行的《广东省工业和信息化厅无线电管理行政处罚自由裁量权适用规则》附件《广东省无线电管理行政处罚自由裁量权裁量基准表》序号 12 及《广东省无线电管理行政处罚减免责清单》序号 7 之规定，在标的公司销售应当取得型号核准而未取得型号核准的无线电发射设备，主管部门根据《中华人民共和国无线电管理条例》第七十八条之规定进行处罚时，对于“初次违法，销售的设备有以下情形之一，且未发现前期流入市场的设备影响合法无线电业务正常进行，责令改正，达到整改要求的：…②在管理部门发现违法行为之前或发现违法行为之日起 90 日以内，销售的设备依法取得型号核准的；…”

的，应免于处罚；对于“销售的设备有以下情形之一，且未发现前期流入市场的设备影响合法无线电业务正常进行，责令改正，达到整改要求的：…②在管理部门发现违法行为之前或发现违法行为之日起90日以内，销售的设备依法取得型号核准的；…”的，应从轻处罚。

鉴于标的公司已补办相关产品的无线电发射设备型号核准,且并无前期流入市场的设备影响无线电业务正常进行的情况，同时截至本回复出具之日，标的公司不存在因违反《中华人民共和国无线电管理条例》之规定，依法被主管部门判定为违法行为的情况，参照国家市场监管总局发布的《市场监管行政违法行为首违不罚清单（一）》对于“初次违法”的界定，标的公司此前生产、销售未取得型号核准的产品属于“初次违法”，应免于处罚；即使不属于“初次违法”，也应减轻/从轻处罚。因此，标的公司此前生产、销售未取得型号核准的产品，不属于《广东省工业和信息化厅无线电管理行政处罚自由裁量权适用规则》认定需要从重处罚的违法行为。

2）标的资产此前在境内销售未取得进网许可证的产品的处罚风险

①相关规定

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**此前**销售未取得进网许可证的产品，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。**即，标的公司如被电信管理机构处以罚款，罚款金额处于10万元以下。**

②标的资产此前在境内销售未取得进网许可证的产品或在资质申请续期过程中销售产品不构成重大违法违规

《广东省行政处罚听证程序实施办法》第六条规定：“行政机关作出下列行政处罚决定之前，应当告知当事人有要求举行听证的权利；当事人要求听证的，行政机关应当组织听证：（一）较大数额罚款；…”、第七条第一款规定：“第六

条所称较大数额罚款、较大数额违法所得、较大价值非法财物，是指对公民的违法行为处以 5000 元以上罚款（等价值违法所得或者非法财物），对法人或者其他组织的违法行为处以 10 万元以上罚款（等价值违法所得或者非法财物）。”根据前述规定，对法人或者其他组织的违法行为处以 10 万元以上罚款才属于“较大数额罚款”。如前所述，标的公司此前销售未取得进网许可证的产品，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，该等罚款并不属于“较大数额罚款”，且不涉及停业整顿等严重法律后果，违法行为性质相对较轻。

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。此外，根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条“当事人有下列情形之一，应当从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；…”及第三十三条第一款“违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。”之规定，鉴于标的公司已积极进行了整改，相关资质已取得，标的公司该等违规行为情节轻微并已及时改正，符合不予行政处罚或从轻或减轻处罚的规定。

基于前述，标的公司此前销售未取得进网许可证的产品虽然有被行政处罚的风险，但该等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。

此外，根据《中华人民共和国行政处罚法》第三十二条“当事人有下列情形之一，应当从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的；…”及第三十三条第一款“违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚。”之规定，鉴于标的公司已积极进行了整改，相关资质**已取得或已取得续期**，标的公司**该等违规行为情节轻微并已及时改正，**符合不予行政处罚或从轻或减轻处罚

的规定。

3）标的公司此前在境内销售的产品未取得相应资质的情形不构成重大违法违规

基于前述，标的公司**在此前**未取得全部资质**或资质申请续期过程中的**情况下销售产品虽然有被行政处罚的风险，但该等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）资本市场及广东省内外企业存在较多类似市场案例

经查询市场案例，资本市场中亦存在标的公司/首发企业在审时存在未取得 SRRC 认证、CTA 认证即生产、销售相关产品的案例；广东省内外企业亦存在未取得 SRRC 认证、CTA 认证即生产、销售相关产品，被主管部门发现后整改并不予处罚的案例。具体案例情况如下：

序号	上市公司/公司	主营产品	类型	具体情况
1	海菲曼（920183）	头戴式耳机、真无线耳机、有线入耳式耳机、播放设备等	首次公开发行股票并在北交所上市（2026 年 3 月上市）	（1）在 IPO 申报时，发行人生产的 ANANDA-BT 头戴式耳机（主要产品之一）的无线电发射设备型号核准证已于 2024 年 7 月 8 日有效期届满，审核过程中在 2025 年 5 月 16 日取得新的型号核准证书。 （2）此外，发行人在审过程中陆续有其他设备的无线电发射设备型号核准证有效期届满。 （3）审核过程中仅披露已在申请核准续期，未进行其他论证，也未开具专项证明。
2	信通电子（001388）	输电线路智能巡检系统、变电站智能辅控系统及移动智能终端等产品	首次公开发行股票并在主板上市（2025 年 7 月上市）	（1）发行人通信综合运维智能终端产品 S357（主要产品之一）的无线电发射设备型号核准证有效期限于 2024 年 11 月 1 日届满，并于 2024 年 12 月 27 日取得新的型号核准证书。 （2）审核过程中仅披露已在申请核准续期，未进行其他论证，也未开具专项证明。
3	锐捷网络（301165）	网络设备、网络安全产品及云桌面解决方案	首次公开发行股票并在创业板上市（2022 年 11 月上市）	（1）发行人申报及审核期间，设备型号较多，不同阶段招股说明书中均披露了存在部分设备型号的无线电发射设备型号核准证及进网许可证已到期且未续期。 （2）审核过程中持续更新披露无线电发射设备型号核准证及进网许可证已到期且未续期的情况，未进行其他论证，也未开具专项证

序号	上市公司/公司	主营产品	类型	具体情况
				明。
4	通鼎互联（002491）	信息安全系统、大数据采集与挖掘系统及 SDN 网络设备	发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金（2017 年 2 月获得证监会核准）	（1）申报时（2016 年 10 月）披露，标的公司取得的电信设备进网许可证于 2016 年 10 月 31 日有效期届满，标的公司已申请核准续期，截至 2017 年 2 月仍披露正在申请续期过程中。 （2）审核过程中仅披露已在申请核准续期，未进行其他论证，也未开具专项证明。
5	优博讯（300531）	智能移动终端	首次公开发行股票并在创业板上市（2016 年 8 月上市）	（1）在 IPO 申报（2013 年 5 月）时，发行人在售的 V5 型号的产品尚未取得无线电发射设备型号核准证及电信设备进网许可证。审核过程中，2014 年 9 月披露取得无线电发射设备型号核准证但尚未取得电信设备进网许可证；2015 年 3 月披露取得所需的资质证书或相关部门的核准。 （2）审核过程中仅披露存在被相关主管部门处罚的风险，且实际控制人出具兜底承诺，未进行其他论证，也未开具专项证明。
6	佛山某公司			该公司生产了供国内销售使用应当取得型号核准而未取得型号核准的无线电发射设备 LD 系列遥控开关 400 台，已售设备生产总值约计 3.6 万元。依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条、《中华人民共和国无线电管理条例》第七十六条之规定，佛山市工业和信息化局受委托下发《责令改正通知书》，鉴于当事人属于初次违法，且在知悉无线电管理法律法规后立即申请办理无线电发射设备型号核准证，经责令整改，已达到整改要求。据此，对该公司作出不予行政处罚决定。（来源：佛山市工业和信息化局官方网站 https://fsiit.foshan.gov.cn/fssgyhxxhj/zwgk/tzgg/content/post_6651109.html）
7	汕头市某玩具厂			汕头市某玩具厂通过模块组装方式生产了某型号无人机，未向工业和信息化部申请办理无线电发射设备型号核准，在未获得无线电发射设备型号核准证的情况下向国内市场销售了该型号无人机。2024 年 9 月，汕头市工业和信息化局对该玩具厂违法生产、销售无人机线索开展现场核查，经技术鉴定，某型号无人机不符合微功率短距离无线电发射设备技术要求，不属于微型民用无人驾驶航空器，应当取得型号核准而未取得型号核准，系非法设备。该玩具厂违法生产销售某型号无人机行为，违反了《中华人民共和国无线电管理条例》第四十四条、第四十八条规定，考虑到某型号无人机在责令改正期限内取得型号核准证，且当事人积极召回违规销售的设备并配合行政机关开展普法宣传，主动减轻危害后果，汕头市工业和信息化局依据《中华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款“初次违法且危害后果轻微并及时改正的，可以不予行政处罚”规定作出不予行政处罚的决定。（来源：广东省工业和信息化厅官方网站 http://gdii.gd.gov.cn/wxd/content/post_4663825.html）
8	惠州某公司			该公司未取得型号核准证期间（2025 年 4 月-8 月 10 日）在国内生产、销售型号为 GSJ450 的 WIFI 信号放大器的无线电发射设备，总计 2000 台，共销售 739 台，销售金额 57912.5 元，库存产品 1261 台。该设备于 8 月 11 日已取得型号核准。根据《中

序号	上市公司/公司	主营产品	类型	具体情况
				华人民共和国行政处罚法》第三十三条第一款第一项“违法行为轻微并及时改正，没有造成危害后果的，不予行政处罚。”不予行政处罚。（来源：广东省行政执法信息公示平台 http://www.xzzfxxgs.gdsf.gov.cn/ApprLawPublicity/result.html#/resultDetail?id=be4a62bd47194f60bad05139031e8b2c&code=2&isDouble=0）
9	成都德芯数字科技股份有限公司			该公司 2018 年-2021 年 3 月，部分产品未取得《电信设备进网许可证》，涉及销售金额分别为 359.89 万元、1,386.92 万元、6,144.82 万元、249.50 万元。2021 年 3 月，该公司取得《电信设备进网许可证》。经现场咨询四川省通信管理局相关工作人员，咨询结果为四川省通信管理局不会因该公司销售未取得《电信设备进网许可证》的应急广播产品的行为对该公司进行行政处罚。（来源：德芯科技创业板、北交所 IPO 申报文件）

（2）标的资产在境内销售未办理销售备案、销售未标注型号核准代码的无线电发射设备及获得进网许可的电信设备上未粘贴进网许可标志不存在行政处罚风险

就标的公司在境内销售应当取得型号核准的无线电发射设备未办理销售备案、销售未标注型号核准代码的无线电发射设备及获得进网许可的电信设备上未粘贴进网许可标志的情况，对照相应法律法规及规范性文件，标的公司亦不存在行政处罚风险，具体分析如下：

序号	违法类型	处罚相关规定	标的公司对照的具体适用情况
1	销售应当取得型号核准的无线电发射设备未办理销售备案	由无线电管理机构责令改正；拒不改正的，处 1 万元以上 3 万元以下的罚款	鉴于标的公司已主动补办销售备案手续，在主管部门下发“责令改正”的行政命令前已主动履行相应义务，根据《广东省工业和信息化厅无线电管理行政处罚自由裁量权适用规则》附件《广东省无线电管理行政处罚自由裁量权裁量基准表》序号 11 之规定，标的公司属于“逾期未办理销售备案的，责令改正，并达到整改要求的”从而“不予处罚”的情形，因此标的公司不存在行政处罚风险。
2	销售未标注型号核准代码的无线电发射设备	《中华人民共和国无线电管理条例》无相应罚则	《广东省工业和信息化厅无线电管理行政处罚自由裁量权适用规则》附件《广东省无线电管理行政处罚自由裁量权裁量基准表》序号 11 中，对于违反《中华人民共和国无线电管理条例》第四十八条的，仅列

序号	违法类型	处罚相关规定	标的公司对照的具体适用情况
			明了“销售应当取得型号核准的无线电发射设备未办理销售备案”的相关处罚依据、处罚种类及裁量档次。《中华人民共和国无线电管理条例》第四十八条中规定的“不得销售未依照本条例规定标注型号核准代码的无线电发射设备”应属于未设定行政处罚的义务性规范，因此标的公司并无相应的行政处罚风险。
3	获得进网许可的电信设备上未粘贴进网许可标志	《中华人民共和国电信条例》无相应罚则	经查阅中华人民共和国工业和信息化部下属的广东省通信管理局公布的“权力清单”-“行政处罚”-《对违反电信设备进网管理有关规定的行为实施处罚》(2020)，主管部门对违反电信设备进网管理有关规定的行为实施处罚中，亦未规定对“获得进网许可的电信设备上未粘贴进网许可标志”这一行为进行处罚。《中华人民共和国电信条例》第五十五条第二款规定的“电信设备生产企业应当在其生产的获得进网许可的电信设备上粘贴进网许可标志”应属于未设定行政处罚的义务性规范，因此标的公司并无相应的行政处罚风险。

经查询“广东省行政执法信息公示平台”、中华人民共和国工业和信息化部无线电管理局、中华人民共和国工业和信息化部信息通信管理局、广东省工业和信息化厅、广东省通信管理局、深圳市工业和信息化局官方网站等公开信息，未检索到因销售未标注型号核准代码的无线电发射设备、未粘贴进网许可标志而被处罚的相关案例。

（3）标的资产在境外销售的产品未取得相应资质不会对标的公司生产经营造成重大不利影响

报告期内,标的公司于印度销售的部分产品存在未及时办理BIS认证的情况，截至本回复出具之日，标的公司已成功补办相应产品的BIS认证，未因资质/认证/许可事项而受到过任何制裁、罚款或处罚，不会对标的公司未来生产经营造成重大不利影响。

根据印度律所 Adlegus Law Consultants LLP 于 2026 年 1 月出具的《法律意见书》，截至其报告出具日，印度成为未因资质/认证/许可事项而受到过任何制裁、罚款或处罚，印度律师经审查印度成为当前主要涉及业务所涉及的注册及许可证文件后认为印度成为现有注册及许可证足以支持公司的业务运营。

根据印度律所 RP & ASSOCIATES 出具的《法律意见书》，综合考虑到目前标的公司相应产品已取得 BIS 认证，标的公司不存在持续违反 BIS 认证要求的情况，此前未取得 BIS 认证期间销售的产品均已出售且不存在已知质量安全事故或损害消费者利益的情形，标的公司该等行为也不属于印度法律所规定的重大违法违规行为，不会对标的公司在印度市场的持续经营以及经营合法性构成不利影响。因此，标的公司报告期内部分产品未及时办理 BIS 认证的情况不会对标的公司生产经营造成重大不利影响。

（4）标的公司在境外销售时，由客户取得产品认证符合相关地区法律法规的规定

经中介机构访谈标的公司主要境外客户，标的公司在境外销售时，部分产品需取得的认证由当地境外客户取得（如俄罗斯 EAC 认证、韩国 KC 认证、马来西亚 SIRIM 认证、南非 ICASA 认证等），经标的公司主要境外客户确认，需进行产品认证如由客户负责时，相关境外客户已取得相应的产品认证，且报告期内不存在因未办理相关产品资格认证而受到处罚的情形。

由客户取得产品认证符合相关地区法律法规的规定，具体参见本题回复之“2、境外主要产品认证资质、标准规范、产品核准等情况”。

（5）标的资产在未取得全部资质的情况下销售产品可能产生的相应的债务由标的公司原股东以连带责任方式承担赔偿责任，相关事项不会损害上市公司利益，对本次交易不会产生重大影响

根据《深圳市亿道信息股份有限公司发行股份及支付现金购买深圳市成为信息股份有限公司股权的协议书》第 10.4.7 条约定：“或有负债：本协议项下或有负债系指交割日之前的原因使标的公司在交割日之后遭受的负债（包括但不限

于品质赔偿、诉讼或者仲裁、行政处罚、未申报债务等），而该等负债未列明于标的公司法定账目中也未经各方确认，以及虽在标的公司财务报表中列明，但负债的数额大于列明数额的部分。交割日后标的公司遭受或有负债，乙方（即交易对方，标的公司原股东，下同）应以连带责任方式承担赔偿责任，乙方内部各方承担的因标的公司遭受或有负债的赔偿责任的数额，按标的公司遭受的或有负债额乘以本次交易前乙方各方对标的公司的持股比例计算”。

即如果标的公司无论是在交割日之前还是交割日之后，如因上述行为产生相关行政处罚，相应处罚由乙方（即交易对方，标的公司原股东）按本次交易前各交易对方对标的公司的持股比例分别且连带地承担向标的公司的赔偿责任，确保标的公司不会因为该等行政处罚而实际承担损失。同时，原股东信用记录良好，具备良好的履约信用与偿付能力。因此，上述可能存在的行政处罚不会损害标的公司利益，对本次交易不会产生重大影响，对评估及交易价格不会产生重大影响。

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

截至本回复出具之日，标的公司在境内销售的所有产品（除部分已基本停产、销售较少的产品）全部满足相应产品认证资质、标准规范、产品核准等要求，标的公司目前境内所拥有的资质及认证不存在续期风险。截至本回复出具之日，标的公司在境外销售的主要产品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，不存在对标的公司境外销售业务可持续性产生不利影响的情况。

综上所述，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；标的公司此前未取得资质认证或未完成资质认证续期过程中或未粘贴标识即销售的经营不合规情形不会构成本次交易的实质性法律障碍，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，穿戴式读写器，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	**已和解，被告已支付全部货款 718,230 元**
相关应收账款金额及减值计提情况，减值准备计提是否合理、充分	截至 **2026 年 3 月 31 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。考虑到标的公司对其应收账款账龄为**已超 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。**标的公司已于 2026 年 9 月收到全部货款，原先确认的坏账准备予以转回。**
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。**2026 年 4 月 7 日，收到法院保全结果通知：冻结被告银行存款 336,336 元，被告于 2026 年 7 月提起反诉，要求标的公司返还货物（如不能返还货物，则赔偿利润损失）及承担律师费等。**
相关**款项**及减值计提情况，减值准备计提是否合理、充分	**标的公司于 2025 年 12 月支付了 311.82 万元货款，并于当月完成了采购入库，该批存货虽检测认定为二手翻新，但鉴于存储市场价格持续上涨，截至目前，该批存货尚未出现减值迹象。**

（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、会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对(1)(2)(3)(5)(6)，会计师主要实施了以下核查程序：

（1）取得标的公司 2014 年、2015 年、2016 年的审计报告，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，取得薛锣峰的调查问卷，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；测算转让前后薛锣峰、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

针对(1)(2)(3)(5)(6)，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。

（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：

中国注册会计师：

中国　北京　　二〇二六年十一月二十七日