证券代码:688678 证券简称:福立旺 公告编号:2025-052
转债代码:118043 转债简称:福立转债

福立旺精密机电(中国)股份有限公司
关于2024年年度报告信息披露监管问询函的回复公告

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

福立旺精密机电(中国)股份有限公司(以下简称"公司"或"福立旺")于2025年6月12日收到上海证券交易所下发的《关于福立旺精密机电(中国)股份有限公司2024年年度报告的信息披露监管问询函》(上证科创公函【2025】0256号,以下简称"年报问询函")。公司收到年报问询函后高度重视,根据年报问询函的要求及时组织相关部门、中汇会计师事务所(特殊普通合伙)和中信证券股份有限公司(以下简称"中信证券"或"保荐机构")对年报问询函所列事项进行了认真核查、逐项落实。现就有关事项具体回复如下:

一、关于经营业绩

2022~2024期间,公司营业收入分别为9.27亿元、9.92亿元、12.85亿元,同比分别增长27.58%、6.99%、29.60%。但2022~2024期间,公司净利润分别为1.62亿元、0.88亿元、0.55亿元,综合毛利率分别为32.23%、28.32%、24.41%,呈逐年下滑趋势。

请公司:

(1)分产品列示不同业务前五名客户的名称、销售金额、合作时间等情况,对于销售金额变化较大的,说明原因;

(2)结合不同产品市场需求、市场竞争格局、价格、销量及原材料成本波动等因素,分析各类产品收入及毛利率变动情况,说明在公司营业收入持续上涨的情况下,毛利率及净利润持续下滑的原因,并进行同行业比较分析,说明是否具有合理性;

(3)结合市场竞争趋势、公司产能规划及成本管控等因素,说明公司主要产品毛利率是否存在进一步下滑风险,并补充风险提示。

一、公司回复

(一)分产品列示不同业务前五名客户的名称、销售金额、合作时间等情况,对于销售金额变化较大的,说明原因

2024年度公司不同业务前五名客户具体情况如下:

单位:万元

业务类型	客户名称(注)	2024年收入金额	2023年收入金额	变动率	开始合作时间
3C精密金属零部件	客户D	23,516.35	14,081.84	67.00%	2014年
	客户A	13,910.74	10,860.41	28.09%	2012年
	客户B	11,005.07	6,198.13	77.55%	2015年
	客户I	7,980.39	5,265.56	51.56%	2018年
	客户F	2,808.15	1,733.74	61.97%	2013年
	合计	59,220.71	38,139.68	55.27%	-
电动工具精密金属零部件	客户J	9,741.62	3,996.67	143.74%	2022年
	客户C	5,945.67	4,290.40	38.58%	2012年
	客户K	965.05	835.75	15.47%	2006年
	客户L	692.68	515.65	34.33%	2012年
	客户M	540.68	461.09	17.26%	2009年
	合计	17,885.70	10,099.58	77.09%	-
汽车精密金属零部件	客户N	6,248.51	5,306.60	17.75%	2012年
	客户O	3,601.59	2,244.06	60.49%	2015年
	客户P	2,868.80	2,176.24	31.82%	2013年
	客户Q	1,051.66	441.20	138.36%	2015年
	客户R	986.62	1,111.46	-11.23%	2012年
	合计	14,757.19	11,279.57	30.83%	-
一般精密金属零部件	客户S	447.28	387.37	15.47%	2006年
	客户T	123.75	83.09	48.93%	2012年
	客户U	95.81	78.23	22.47%	2006年
	客户V	94.52	43.67	116.44%	2010年
	客户W	62.15	38.56	61.18%	2010年
	合计	823.51	630.92	30.53%	-
金刚线母线及黄铜丝	客户X	3,075.21	7,636.59	-59.73%	2018年
	客户Y	291.30	8.83	3,198.98%	2018年
	客户Z	290.47	1,099.65	-73.59%	2018年
	客户AA	260.62	-	/	2022年
	客户AB	160.58	-	/	2021年
	合计	4,078.19	8,745.06	-53.37%	-

注:不同业务前五名客户收入按客户集团合并口径列示。上表销售收入只包括客户在其体领域的收入金额,由于部分客户还存在其他领域或其他业务收入,因此上表金额不等于公司对该客户的全部销售收入。

2024年度,3C精密金属零部件主要客户均为公司长期合作的客户,主要客户收入较上年同期涨幅均相对较大,主要系受消费电子行业回暖,终端产品需求量增加,公司下游客户订单量及新产品增加,相应的其向公司采购增加。

2024年,电动工具精密金属零部件主要客户中,收入较上年同期变动较大的主要为客户J、客户C及客户L。其中客户J自2023年起成为公司电动工具业务的主要客户之一,2024年度随着产品由零件、组装件逐步拓展至整机,收入规模增长较快;客户C及客户L均为公司长期合作的电动工具业务客户,2024年收入的增长主要系原有产品需求稳定增长所致。

2024年,汽车精密金属零部件主要客户中,收入较上年同期变动较大的主要为客户O、客户P及客户Q,上述客户均为公司长期合作的客户。其中客户O收入增长主要来源于安全气囊结构件及减振器结构件需求的增长;客户P收入增长主要来源于天窗驱动管组件需求的增长;客户Q收入增长主要来源于遮阳帘轴需求的增长。

公司一般精密金属零部件品种众多,包括除应用在3C、汽车、电动工具以外行业的各类弹性件、紧固件等,占公司营业收入比例较小。公司一般精密金属零部件主要客户也是公司长期合作的客户,公司对主要客户销售规模均较小。

公司金刚线母线业务客户集中度较高,主要为客户X,公司对其销售额占2023年度及2024年度金刚线母线收入比例在75%左右。2024年度公司对客户X、客户Z销售收入较上年度均大幅下降,主要系光伏行业整体处于周期性下行,行业整体开工率较低、需求量减少所致。但公司对客户X销售收入下滑幅度低于客户Z,主要系公司对其增加了钨丝母线销售。2024年度公司对客户Y销售收入增加,主要系客户Y为匹配其下游客户的需求,向公司采购线径38μm及以上产品规模增加。

(二)结合不同产品市场需求、市场竞争格局、价格、销量及原材料成本波动等因素,分析各类产品收入及毛利率变动情况,说明在公司营业收入持续上涨的情况下,毛利率及净利润持续下滑的原因,并进行同行业比较分析,说明是否具有合理性

1、分产品营业收入变动情况分析

2022年至2024年,公司主营业务收入分产品变动情况具体如下:

单位:万元

产品类别	2024年度	2024年变动率	2023年度	2023年变动率	2022年度
3C精密金属零部件	79,288.15	40.26%	56,529.44	5.03%	53,824.16
汽车精密金属零部件	22,327.27	21.12%	18,434.75	4.03%	17,720.52
电动工具精密金属零部件	19,437.83	68.71%	11,521.24	28.43%	8,971.02
一般精密金属零部件	1,316.44	13.85%	1,156.26	-45.40%	2,117.51
金刚线母线及黄铜丝	4,063.20	-60.64%	10,322.62	15.19%	8,961.53
主营业务收入	126,432.90	29.06%	97,964.31	6.95%	91,594.74
营业收入	128,518.14	29.60%	99,163.28	6.99%	92,684.36

2023年度公司主营业务收入较2022年度增加了6,369.57万元,增长主要来源于3C精密金属零部件、电动工具精密金属零部件及金刚线母线业务。2024年度公司主营业务收入较2023年度增加了28,468.59万元,增长主要来源于3C精密金属零部件和电动工具精密金属零部件,而2024年度金刚线母线业务收入则较上年度大幅下滑。

(1)3C精密金属零部件

2022年~2024年,公司3C精密金属零部件收入分别为53,824.16万元、56,529.44万元及79,288.15万元。2023年较2022年收入增加了2,705.28万元,增幅为5.03%。2023年上半年消费电子行业整体较为低迷,产业链处于"去库存"状态,但随着下半年终端品牌的新产品的发布以及新技术的加速应用,终端需求呈现复苏态象,根据国际数据公司(IDC)发布的《中国可穿戴设备市场季度跟踪报告》显示,2023年第三季度中国可穿戴设备市场出货量为3470万台,同比增长7.5%,其中TWS耳机出货量1,510万台,同比增长0.6%。2023年度公司3C精密金属零部件收入的小幅增长也受益于下半年产业链的复苏,新导入的无线追踪器金属壳出货量提升,原有产品耳机金属头梁从2022年的小批量出货转为规模销售,且无线追踪器金属壳和耳机金属头梁的单价相对较高,营业收入相应增长。

2024年度较2023年较入增加了22,758.71万元,增幅达40.26%,增幅较大。2024年度消费电子需求回暖,根据Canalys的数据,2024年度全球TWS耳机出货量同比增长13%至3.32亿台。2024年度,公司除原有产品(如耳机金属头梁、改良型耳机充电仓接口)以及无线追踪器金属壳等持续稳定出货外,新导入的耳机类精密金属零部件市场需求良好,实现了3C精密金属零部件的销售规模的大幅增长。

(2)汽车精密金属零部件

2022年~2024年,公司汽车精密金属零部件收入分别为17,720.52万元、18,434.75万元及22,327.27万元,呈持续增长态势,营业收入的增长主要来源中国汽车行业的发展和公司产品线的丰富。具体来看,根据中国汽车工业协会统计分析,2023年度及2024年度,中国汽车销量较上年同期分别增长了12%和4.5%,其中新能源汽车快速增长,2023年度及2024年度,中国新能源汽车销量较上年同期分别增长了37.9%和35.5%,下游行业的快速发展为公司提供了广阔的市场空间。此外,凭借丰富的开发及制造经验、稳定交付品质,公司在原有汽车天窗零部件基础上,逐步拓展了空调、座椅门锁、多媒体、安全气囊、电机、尾翼、减振器、控制器、传感器等领域的精密金属零部件及总成结构件,实现了产品的多元化,营业收入持续稳定增长。2023年较2022年收入增加了714.23万元,增幅为4.03%,整体变动较小。2024年较2023年收入增长了3,892.52万元,增幅为21.12%,主要系涵原有产品需求稳定外,公司新项目零件(包括汽车天窗件、安全气囊结构件及减振器结构件)也实现了批量出货,收入规模相应增加。

(3)电动工具精密金属零部件

2022年~2024年,公司电动工具精密金属零部件的收入分别为8,971.02万元、11,521.24万元及19,437.83万元,2023年及2024年度,公司电动工具精密金属零部件收入较上年同期分别增加了2,550.22万元及7,916.59万元,增幅分别为28.43%及68.71%,主要系公司开发了小家电领域零件及组装件业务客户,公司与该客户业务合作规模增长,从零组件逐步拓展至整机产品,产品单位价值量提升,电动工具精密金属零部件收入随之增长。

(4)金刚线母线及黄铜丝

2022年~2024年,公司金刚线母线收入分别为8,961.53万元、10,322.62万元及4,063.20万元,呈先增长后下滑趋势,主要受下游光伏行业变动的影响。2023年较2022年度收入增加了1,361.09万元,增幅达15.19%,主要系在光伏行业降本增效的背景下,硅片持续向薄片化、大尺寸方向迭代,金刚线细线化有助于硅片行业实现其发展方向,2023年,随着公司细线化的金刚线产品质量和稳定性的提高,客户认可度提升,销售收入也随之增长。2024年较2023年收入减少了6,259.42万元,降幅达60.64%,主要系受光伏行业处于周期性下行的影响,行业竞争愈发激烈,产业链各环节开工率也不足,导致公司产品单价及销量均有所下滑,营业收入降幅较大。金刚线母线主要用于金刚石线的生产,2022年~2024年,金刚石线主要生产厂商业绩变动情况具体如下:

单位:万元

公司名称	2024年度(注)	变动率	2023年度	变动率	2022年度
高测股份	69,294.70	-40.39%	116,247.76	38.36%	84,020.93
宇晶股份	2,012.30	-85.94%	14,309.81	611.12%	2,012.30
美畅股份	215,188.12	-51.53%	443,939.06	106.30%	215,188.12
三超新材	23,982.08	-38.28%	38,856.01	62.02%	23,982.08
岱勒新材	29,910.90	-63.28%	81,463.68	30.25%	62,543.17
东尼电子	17,841.52	-60.49%	45,160.68	0.79%	44,807.31
恒星科技	17,494.83	-52.92%	37,159.43	-33.02%	55,479.92
福立旺	4,063.20	-60.64%	10,322.62	15.19%	8,961.53

注:高测股份系其年度报告披露的光伏切割耗材业务的销售收入;宇晶股份系其年度报告披露的金刚石线业务的销售收入;美畅股份系其年度报告披露的金刚石线业务的销售收入;三超新材系其年度报告披露的电镀金刚线业务的销售收入;岱勒新材系其年度报告披露的金刚石线业务的销售收入;东尼电子系其年度报告披露的光伏业务的销售收入;恒星科技系其年度报告披露的电镀金刚线业务的销售收入;福立旺系公司金刚石线业务的销售收入;因此可以单价和平均单位成本大幅增加。公司小家电业务服务于行业龙头企业,小家电行业总体竞争较激烈,客户对采购价格敏感度较高,公司对部分小家电产品采用低价策略,此外由于公司对小家电产品生产经验不足,生产中的损耗较多,公司小家电产品毛利率相对较低,导致2023年毛利率下滑幅度较大。2024年度公司电动工具精密金属零部件毛利率较上年同期下滑了4.01%,主要系公司小家电产品转移至南通福立旺生产,2024年度南通福立旺尚未完全投产,只生产小家电产品,导致产品分摊了较高的固定成本,因此毛利率下滑。

(5)一般精密金属零部件

单位:万元、万件、元/件

项目	2024年度	2023年度	2022年度
主营业务收入	1,316.44	1,156.26	2,117.51
主营业务成本	1,089.78	940.58	1,685.30
销量	5,997.09	5,070.05	8,721.70
平均单价	0.22	0.23	0.24
平均单位成本	0.18	0.19	0.19
毛利率	17.22%	18.65%	20.41%
毛利率变动情况	-1.43%	-1.76%	/
平均单价变动对毛利率变动影响(注1)	-3.16%	-5.14%	/
平均单位成本变动对毛利率变动影响(注2)	1.73%	3.38%	/

注1:平均单价变动影响=(当期单价-基期成本)/当期单价-基期毛利率

注2:平均单位成本变动影响=当期毛利率-(当期单价-基期成本)/当期单价

公司一般精密金属零部件品类较多,包括除应用在3C、汽车、电动工具以外行业的各类弹性件、紧固件等,占公司营业收入比例较小,毛利率总体变动较小。

(6)金刚线母线及黄铜丝

单位:万元、万公里、元/公里

项目	2024年度	2023年度	2022年度
主营业务收入	4,063.20	10,322.62	8,961.53
主营业务成本	5,027.26	6,311.01	4,880.67
销量	795.85	1,523.87	1,363.86
平均单价	5.11	6.77	6.57
平均单位成本	6.32	4.14	3.58
毛利率	-23.73%	38.86%	45.54%
毛利率变动情况	-62.59%	-6.68%	/
平均单价变动对毛利率变动影响(注1)	-19.98%	1.63%	/
平均单位成本变动对毛利率变动影响(注2)	-42.61%	-8.31%	/

注1:平均单价变动影响=(当期单价-基期成本)/当期单价-基期毛利率

注2:平均单位成本变动影响=当期毛利率-(当期单价-基期成本)/当期单价

2023年度金刚线母线毛利率较2022年度下滑了6.68%,主要受成本因素影响,一方面拉丝设备增加、固定资产折旧相应增加;另一方面为提升公司生产能力,公司进行了人才储备,人工成本增加。2024年度金刚线母线毛利率较上年同期减少了62.59%,受单价和单位成本的双重影响:1)光伏行业市场竞争愈发激烈,产品价格持续下跌;2)2024年度光伏产业链整体进入产能加速出清阶段,产业链各环节开工率均不足,公司产量也较上年同期大幅下滑了48.71%,产量下降导致各产品分摊的固定成本增加,产品单位成本提升。

2024年度,下游主要厂商金刚石线业务毛利率变动情况具体如下:

公司名称(注)	2024年度	2023年度	变动情况
高测股份	3.78%	58.55%	减少54.77个百分点
宇晶股份	-87.97%	10.98%	减少98.95个百分点
美畅股份	17.04%	54.07%	减少37.03个百分点
三超新材	8.22%	24.20%	减少15.98个百分点
岱勒新材	-10.44%	36.36%	减少46.80个百分点
东尼电子	17.92%	-4.40%	增加22.32个百分点
恒星科技	-5.07%	48.26%	减少53.33个百分点
平均水平	-8.07%	32.57%	减少40.65个百分点
福立旺	-23.73%	38.86%	减少62.59个百分点

注:高测股份系其年度报告披露的光伏切割耗材业务的毛利率;宇晶股份系其年度报告披露的金刚石线业务的毛利率;美畅股份系其年度报告披露的金刚石线业务的毛利率;三超新材系其年度报告披露的电镀金刚线业务的毛利率;岱勒新材系其年度报告披露的金刚石线业务的毛利率;东尼电子系其年度报告披露的光伏业务的毛利率,光伏业务包括金刚石切割线、太阳能胶膜;恒星科技系其年度报告披露的金刚线业务的毛利率。

由上表可见,除东尼电子外,下游主要厂商金刚石线业务的毛利率均呈下滑趋势,且下滑幅度均相对较大。根据东尼电子2024年年度报告披露,2024年度东尼电子通过产品结构优化与成本管控实现盈利质量改善,其中东尼电子的金刚石切割线产品虽营业收入下降,但重点发力的切割磨削材料、蓝宝石等材料的高附加值粗线起量,整体毛利不降反升。

综上所述,2022年~2024年公司精密金属零部件业务毛利率呈下滑趋势主要受产品构成变动影响;而金刚线母线毛利率下滑主要受光伏行业整体周期性下行的影响。

3、公司营业收入持续上涨的情况下,毛利率及净利润持续下滑的原因

公司营业收入增长而毛利率持续下滑的原因,主要系产品构成变动及光伏行业周期性下行的影响,具体分析详见本小题"2、分产品毛利率变动情况分析"。

公司营业收入增长而净利润持续下滑的主要原因为:(1)主营业务毛利率下降;(2)公司于2023年8月发行可转债,2023年度及2024年度根据实际利率分别计提利息费用1,132.60万元和3,000.92万元,导致财务费用大幅增加;(3)2024年度受光伏行业周期性下行的影响,强芯科技经营不及预期,公司计提商誉减值准备608.97万元;(4)公司根据《企业会计准则》及公司会计政策等相关规定,基于谨慎性原则计提的减值准备增加,2023年度及2024年度计提存货跌价损失及合同履约成本减值损失分别为1,426.44万元和3,926.91万元。公司主营业务收入变动、毛利率变动及净利润变动与同行业公司变动趋势不存在重大差异,具体变动情况受下游应用领域、产品结构等因素的影响,具有合理性。

4、同行业公司对比分析

2022年~2024年,同行业公司主营业务收入变动、主营业务毛利率变动及扣除非经常性损益后归属于母公司净利润变动情况具体如下:

公司	主营业务收入		主营业务毛利率		扣除非经常性损益后归属于母公司净利润	
	2024年变动率	2023年变动率	2024年变动情况	2023年变动情况	2024年变动率	2023年变动率
科森科技	30.16%	-22.66%	-8.35%	-0.35%	-46.67%	-713.65%
精研科技	-1.21%	-12.68%	-0.31%	6.78%	-14.16%	142.84%
瑞玛精密	11.69%	30.51%	-3.07%	-1.50%	-173.05%	-35.48%
荣亿精密	15.79%	2.92%	-4.78%	-4.80%	0.20%	-1,719.81%
米莫金属	12.45%	-3.38%	11.88%	-2.34%	125.07%	-14.99%
同行业平均水平	13.78%	-1.06%	-0.93%	-0.44%	-21.72%	-468.22%
本公司	29.06%	6.95%	-3.79%	-4.21%	-47.51%	-43.17%

由上表可见,同行业公司主营业务收入、毛利率及净利润变动情况也有所不同,这主要受下游应用领域及产品结构的影响。从下游应用领域来看,科森科技、精研科技收入主要来源于3C领域,瑞玛精密收入主要来源于汽车领域,荣亿精密收入主要来源于3C和汽车领域,米莫金属收入主要来源于电动工具及建筑五金,而公司收入主要来源于3C、汽车、电动工具及光伏领域;从产品结构来看,精研科技及米莫金属以MIM(金属注射成型)产品为主,荣亿精密、科森科技以车削件与冲压件为主,瑞玛精密和公司工艺较为丰富,产品类别较多。

总体来看,2023年度,同行业公司主营业务收入呈下滑趋势,主营业务毛利率呈下滑趋势,扣除非经常性损益后归属于母公司净利润也呈下滑趋势,虽然公司主营业务收入略有上升,与同行业公司变动趋势不一致,但同行业公司扣除非经常性损益后归属于母公司净利润的下滑相对主营业务收入的下滑更加显著,因此从净利润与主营业务收入的相对变动趋势来看,公司与同行业公司不存在重大差异;2024年度,同行业公司主营业务收入呈上升趋势,主营业务毛利率呈下滑趋势,扣除非经常性损益后归属于母公司净利润也呈下滑趋势,与公司变动趋势一致。

综上所述,公司主营业务收入变动、毛利率变动及净利润变动与同行业公司变动趋势不存在重大差异,具体变动情况受下游应用领域、产品结构等因素的影响,具有合理性。

(二)结合市场竞争趋势、公司产能规划及成本管控等因素,说明公司主要产品毛利率是否存在进一步下滑风险,并补充风险提示。

公司毛利率的变动主要由3C精密金属零部件、汽车精密金属零部件、电动工具精密金属零部件及金刚线母线变动引起。

1、产品需求的增长及产品线的丰富为产能消化提供了有力的保障

公司向不特定对象发行可转换公司债券募投项目"南通精密金属零部件智能制造项目"预计于2026年6月达到预定可使用状态,生产设备将陆续转固,公司产能将进一步提升。

公司3C精密金属零部件产品主要应用于智能可穿戴产品,其中耳机类产品居多。公司与终端大客户保持了良好的合作关系,项目进展顺利。根据Canalys的数据,2024年度全球TWS耳机出货量同比增长13%至3.32亿台,恢复了两位数增长;2025年一季度,全球TWS耳机出货量同比增长18%,其中苹果公司23%的市场份额领跑TWS市场。下游市场需求的增加为公司3C精密金属零部件收入的增长提供了广阔的市场空间。

公司汽车精密金属零部件业务进展良好,2024年度收入及毛利率均实现了增长。凭借多年的开发经验,公司汽车精密金属零部件已由汽车天窗零部件,拓展至空调、座椅门锁、多媒体、安全气囊、电机、尾翼、减振器、控制器、传感器等多个领域,产品线的丰富为公司汽车精密金属零部件收入的增加打下了坚实的基础。

因此,产品需求的增长及产品线的丰富为产能消化提供了有力的保障。

2、生产工艺的优化有利于电动工具精密金属零部件降本增效

公司于2023年进入小家电领域,生产零件及组装件,2024年度又拓展至整机,收入规模得到了提升,但由于对部分产品采用了低价策略,且前期公司生产经验不足,导致毛利率相对较低。经过两年多的生产实践,结合公司掌握的精密金属制造核心技术,公司将进一步开展工艺优化,提升生产的智能化和自动化,降本增效。

3、新产品、新领域及上游原材料的成功开发有望提升公司金刚线母线业务的盈利能力

金刚线母线业务占公司主营业务收入比例较低,对公司总体毛利率的影响较小。公司金刚线母线主要应用于光伏硅片切割,2024年下半年以来,行业竞争愈发激烈,公司的营业收入及利润水平也受到了较大的影响,呈下滑趋势。为了提升公司金刚线母线业务的整体竞争力,公司致力于降本增效和新产品研发,具体来看:

(1)金刚线母线根据原材料的不同分为碳钢丝母线和钨丝母线。相较于碳钢丝,钨丝能够承受更高的拉力,因此可以拉制比碳钢丝更细的母线。在硅片大片化、薄片化发展趋势下,更有助于节省切割时硅料的损耗。目前公司生产的钨丝母线目前在下半年开始销售,2024年度钨丝母线实现销售收入644.34万元,2025年第一季度实现销售收入1,454.44万元,2025年4月和5月两个月的累计销售额基本与2025年第一季度持平,且2025年5月销售收入较4月增长了51.20%,公司钨丝母线销售情况良好。根据华泰证券研究所测算,预计2028年钨丝金刚线全球渗透率为98%,对应2025~2028年全球钨丝线需求量CAGR达41%,对应2028年全球钨丝金刚线需求达6.8亿公里,对应2025~2028年CAGR为41%,钨丝母线的市场前景较好。

(2)向上游原材料拓展,降低生产成本的同时,可以增加产品销售品种,拓宽应用领域,提高销售收入。公司目前已经实现了主要原材料黄铜丝的自主生产,除自用外,也进行了少量销售;公司还在研发黄铜丝的上游原材料盘条,公司正在研发的合金盘点具有抗拉强度高、成本低的优势,研发成功后,可进一步降低公司的生产成本,提升碳钢母线在市场上的竞争力;此外,公司利用在金刚线母线原材料研发过程中,掌握的高强度等温淬火技术优势,新开发了高强度桥梁缆索盘条产品,开拓了公司产品在其他行业的应用,该产品在2025年6月已开始出货,预计下半年起将成为公司新的盈利增长点。

综上,虽然由于设备转固增加、产品结构及下游行业的波动,公司毛利率存在一定下滑压力,但公司产品具有广阔的市场空间,产品线较为丰富,生产工艺也将进一步优化以及符合光伏行业发展趋势的钨丝母线产品的推出,公司毛利率进一步大幅下滑的风险较小。公司已在2024年年度报告"第三节经营情况讨论与分析"之"四、风险因素"中进行了相关风险提示。

二、年审会计师核查过程与核查意见

(一)核查过程

1、获取公司收入成本明细表,分析公司的各类产品主要客户、收入、成本及毛利率变动情况。

2、访谈公司管理层,了解公司与主要客户的合作情况、分产品收入及毛利率变动的具体原因,了解行业发展趋势、公司产能规划及成本管控措施。

3、查阅同行业公司2022年~2024年年度报告,了解同行业公司收入及毛利率变动情况,分析公司收入及毛利率变动的合理性。

4、查阅行业研究报告,分析公司主要产品所处行业的发展趋势,分析公司主要产品毛利率是否存在进一步下滑风险。

(二)核查意见

经核查,年审会计师认为:

1、2024年度公司不同业务的主要客户大多为长期合作的客户,公司对其销售收入的变动主要受产品需求变动及新产品导入的影响,具有合理性。

2、公司营业收入增长而净利润持续下滑的主要原因为:(1)主营业务毛利率下降;(2)公司于2023年8月发行可转债,2023年度及2024年度根据实际利率分别计提利息费用1,132.60万元和3,000.92万元,导致财务费用大幅增加;(3)2024年度受光伏行业周期性下行的影响,强芯科技经营不及预期,公司计提商誉减值准备608.97万元;(4)公司根据《企业会计准则》及公司会计政策等相关规定,基于谨慎性原则计提的减值准备增加,2023年度及2024年度计提存货跌价损失及合同履约成本减值损失分别为1,426.44万元和3,926.91万元。公司主营业务收入变动、毛利率变动及净利润变动与同行业公司变动趋势不存在重大差异,具体变动情况受下游应用领域、产品结构等因素的影响,具有合理性。

3、虽然由于设备转固增加、产品结构及下游行业的波动,公司毛利率存在一定下滑压力,但公司产品具有广阔的市场空间,产品线较为丰富,生产工艺也将进一步优化以及符合光伏行业发展趋势的钨丝母线产品的推出,公司毛利率进一步大幅下滑的风险较小。公司已在2024年年度报告"第三节经营情况讨论与分析"之"四、风险因素"中进行了相关风险提示。

三、保荐机构核查过程与核查意见

(一)核查过程

1、获取公司收入成本明细表,分析公司的各类产品主要客户、收入、成本及毛利率变动情况。

2、访谈公司管理层,了解公司与主要客户的合作情况、分产品收入及毛利率变动的具体原因,了解行业发展趋势、公司产能规划及成本管控措施。

3、查阅同行业公司2022年~2024年年度报告,了解同行业公司收入及毛利率变动情况,分析公司收入及毛利率变动的合理性。

4、查阅行业研究报告,分析公司主要产品所处行业的发展趋势,分析公司主要产品毛利率是否存在进一步下滑风险。

(二)核查意见

经核查,保荐机构认为:

1、2024年度公司不同业务的主要客户大多为长期合作的客户,公司对其销售收入的变动主要受产品需求变动及新产品导入的影响,具有合理性。

2、公司营业收入增长而净利润持续下滑的主要原因为:(1)主营业务毛利率下降;(2)公司于2023年8月发行可转债,2023年度及2024年度根据实际利率分别计提利息费用1,132.60万元和3,000.92万元,导致财务费用大幅增加;(3)2024年度受光伏行业周期性下行的影响,强芯科技经营不及预期,公司计提商誉减值准备608.97万元;(4)公司根据《企业会计准则》及公司会计政策等相关规定,基于谨慎性原则计提的减值准备增加,2023年度及2024年度计提存货跌价损失及合同履约成本减值损失分别为1,426.44万元和3,926.91万元。公司主营业务收入变动、毛利率变动及净利润变动与同行业公司变动趋势不存在重大差异,具体变动情况受下游应用领域、产品结构等因素的影响,具有合理性。

3、虽然由于设备转固增加、产品结构及下游行业的波动,公司毛利率存在一定下滑压力,但公司产品具有广阔的市场空间,产品线较为丰富,生产工艺也将进一步优化以及符合光伏行业发展趋势的钨丝母线产品的推出,公司毛利率进一步大幅下滑的风险较小。公司已在2024年年度报告"第三节经营情况讨论与分析"之"四、风险因素"中进行了相关风险提示。

二、关于境外销售

年报显示,公司实现境内收入6.25亿元,同比减少2.53%,毛利率18.21%,同比减少3.75个百分点;境外收入6.40亿元,同比增长88.84%,毛利率29.92%,同比减少9.31个百分点。2024年公司境外业务的收入增速、毛利率水平均高于境内业务。

请公司:

(1)列示近2年境外前五大客户的具体名称、成立时间、业务模式、销售的具体产品、销售金额,说明境外收入大幅增长的原因及合理性,是否依赖大量新增规模较小客户;

(2)结合境外销售的主要地域、产品类型以及销售金额,说明境内外销售增长速度、毛利率水平存在差异的原因及合理性;

(3)结合出口退税、外管局收汇数据、中信保数据等第三方数据,说明境外业务收入确认是否合规,结合境外客户应收账款回款情况,未收回账款对应的客户及原因等,说明境外业务销售商品、提供劳务收到的现金与收入是否匹配。

一、公司回复

(一)列示近2年境外前五大客户的具体名称、成立时间、业务模式、销售的具体产品、销售金额,说明境外收入大幅增长的原因及合理性,是否依赖大量新增规模较小客户

2023年度及2024年度,公司前五大外销客户及其业务情况具体如下:

单位:万元

客户名称	2024年度排名	2023年度排名	业务模式	主要销售产品	2024年外销金额	2023年外销金额	同比增长率
客户D	1	4	直销	3C精密金属零部件	19,859.53	3,414.73	481.58%
客户A	2	1	直销	3C精密金属零部件	11,718.33	9,598.62	22.08%
客户B	3	2	直销	3C精密金属零部件	10,785.93	5,884.39	83.30%
客户C	4	3	直销	电动工具精密金属零部件	5,924.35	4,308.06	37.52%
客户F	5	非前五大	直销	3C精密金属零部件	2,808.79	1,754.54	60.09%
客户E	非前五大	5	直销	3C精密金属零部件	1,654.86	2,032.61	-18.58%

注1:客户D及其下属子公司成立于2000~2023年间;

注2:客户A及其下属子公司成立于1993~2021年间;

注3:客户B成立于2011年6月;

注4:客户C及其下属子公司成立于1843~2013年间;

注5:客户F及其下属子公司成立于1938~1998年间;

注6:客户E成立于1950年。在2023年属于境外客户前五大。

2023年度及2024年度,公司外销收入分别为33,873.48万元及63,965.39万元,2024年度同比涨幅较大,公司对前五大外销客户的外销收入合计分别为25,238.41万元及51,096.93万元,前五大外销客户销售占比分别为74.51%及79.88%,占比较高。公司根据客户的指定地点及指点方式交付产品。2024年度外销收入的增长,主要原因为:1、2024年新增批量出货的产品通过外销方式销售,以3C精密金属零部件产品为例,公司2024年新导入的产品(包括耳机类、充电器类等产品)外销收入约为13,123.34万元;2、老款产品销售额稳定提升,且部分产品应客户要求由内销转外销,进一步提升了外销收入的金额,以3C精密金属零部件产品为例,主要影响的客户包括客户D、客户B、客户F、客户A等,上述影响金额约12,740.03万元。

(二)结合境外销售的主要地域、产品类型以及销售金额,说明境内外销售增长速度、毛利率水平存在差异的原因及合理性

1、不同地域外销情况

2023年及2024年,公司外销业务(含主营业务收入及其他业务收入)主要地域情况具体如下:

单位:万元

区域	2024年度		2023年度		变动比率	产品类型
	销售金额	销售占比	销售金额	销售占比		
保税区	39,414.66	61.59%	20,593.51	60.80%	91.39%	3C精密金属零部件、电动工具精密金属零部件、一般精密金属零部件
亚洲	17,588.95	27.49%	8,767.17	25.88%	100.62%	3C精密金属零部件、电动工具精密金属零部件、一般精密金属零部件、汽车类精密金属零部件
美洲	3,890.12	6.08%	2,578.38	7.61%	50.87%	3C精密金属零部件、电动工具精密金属零部件、一般精密金属零部件、汽车类精密金属零部件
其他	3,098.29	4.84%	1,934.42	5.71%	60.17%	3C精密金属零部件、电动工具精密金属零部件、一般精密金属零部件、汽车类精密金属零部件
合计	63,992.01	100.00%	33,873.48	100.00%	88.91%	-

2024年度,公司外销收入主要销售至保税区和亚洲国家,亚洲国家主要为越南,2024年度公司销售给越南的收入为13,701.08万元,占外销收入比例为21.41%。2024年度,公司保税区和亚洲国家销售收入较上年同期增幅较大,分别为91.39%和100.62%主要系公司3C精密金属零部件外销收入增长较快,3C产品外销地主要是保税区和亚洲国家。2024年度,公司美洲销售收入较上年同期增幅达50.87%,其中墨西哥为最主要的出口国,2024年度公司销售给墨西哥的收入为3,359.00万元,销售收入的增长主要系电动工具精密金属零部件销售额的增长,公司对客户C墨西哥公司销售额增加。2024年度,公司向其他区域销售收入较上年同期增幅达60.17%,其他区域主要为欧洲,销售收入的增长主要系汽车精密金属零部件销售额的增长,公司对客户P欧洲公司销售额增加。

2、主营业务收入增长率对比分析

2023及2024年度,公司各类产品内外销收入增长率对比如下:

单位:万元

产品类型	内销			外销		
	2024年销售金额	2023年销售金额	销售增长率	2024年销售金额	2023年销售金额	销售增长率
3C精密金属零部件	25,577.84	30,042.63	-14.86%	53,710.31	26,486.81	102.78%
电动工具精密金属零部件	12,549.25	6,443.42	94.76%	6,888.58	5,077.83