股票代码：688208　股票简称：道通科技　公告编号：2023-049
转债代码：118013　转债简称：道通转债

深圳市道通科技股份有限公司关于 2022 年年度报告事后审核问询函的回复公告

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。

深圳市道通科技股份有限公司（以下简称“公司”或“道通科技”）于 2023 年 5 月 12 日收到上海证券交易所出具的《关于对深圳市道通科技股份有限公司 2022 年年度报告的事后审核问询函》（上证科创公函〔2023〕0133 号，以下简称“问询函”），公司和相关中介机构就《问询函》相关问题逐项进行认真核查落实，本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。现就有关问题回复如下：

问题 1：关于经营情况

年报显示，（1）报告期公司营业收入 22.66 亿元，同比增加 0.53%；归母净利润 1.02 亿元，同比下降 76.74%；（2）销售模式可划分为经销和直销模式，充电桩产品、综合诊断产品、TPMS 及 ADAS 产品采用经销为主、直销为辅的销售模式。（3）公司披露，2019 年至 2021 年的营业收入和净利润持续增长，但可能存在内外部多种因素，导致公司存在未来经营业绩指标（包括但不限于营业利润、净利润）下滑超过 50%的风险。请公司：（1）按产品、地区，分别披露报告期经销收入金额及占比，说明经销模式下收入确认政策是否发生变更，是否存在经销商囤货的情形；结合主要客户变动情况，说明发生变动的原因。（2）说明 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升的原因，与下游行业发展、客户需求变化是否匹配。（3）说明新能源充电桩产品毛利率与同行业可比公司的比较情况，是否存在明显差异。（4）说明软件升级服务对应的终端数量，同比是否发生较大变动及变动的原因，与业务发展是否匹配；结合科、工、费构成，说明软件升级服务营业成本大幅下降的原因，成本核算、归集是否准确，是否存在少计成本情形。请保荐机构、会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、公司说明

（一）按产品、地区，分别披露报告期经销收入金额及占比，说明经销模式下收入确认政策是否发生变更，是否存在经销商囤货的情形；结合主要客户变动情况，说明发生变动的原因

1、公司按产品、地区报告期销售金额及占比情况

报告期，公司主营业务分产品销售金额及占比情况如下：

单位：万元

销售收入分产品	金额	占比
汽车诊断产品	114,820.89	51.51%
TPMS 产品	41,195.47	18.48%
ADAS 产品	17,536.37	7.87%
软件云服务	30,172.64	13.53%
新能源充电桩	9,550.25	4.28%
其他产品	9,655.40	4.33%
合计	222,931.02	100.00%

报告期内，公司主营业务分地区销售金额及占比情况如下：

单位：万元

销售收入分地区	金额	占比
中国境内	14,744.81	6.61%
北美市场	103,791.73	46.56%
欧洲市场	41,960.98	18.82%
其他地区	62,433.50	28.01%
合计	222,931.02	100.00%

2、公司销售模式及收入确认方法

2022 年公司仍采用经销为主、直销为辅的销售模式，公司的经销模式均为买断式经销，销售模式未发生重大变化。

公司销售商品主要包括销售汽车综合诊断产品、TPMS 系列产品、ADAS 系列产品、汽车电子零部件和新能源充电桩，同时公司提供相关产品的软件云服务，各类业务收入确认的具体方法如下：

（1）销售商品

公司产品销售业务属于在某一时点履行的履约义务，在公司已根据合同约定将产品交付给购货方或购货方指定货代、由客户确认接收产品或完成报关离港并取得提单，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认收入。

（2）软件云服务

公司对外提供软件云服务属于在某一时段内履行的履约义务，根据已提供服务的时间占约定服务期间的比例确定履约进度，并按履约进度确认收入。

综上所述，公司 2022 年收入确认政策及收入确认的具体方法均未发生变化。

3、合理推断不存在公司经销商囤货的情形

由于公司并不掌握经销商实际库存情况，以下将从经销商性质、业务情况、期后回款、公司各季度销售变动、期后销售情况等方面来合理推断 2022 年度不存在公司经销商囤货的情形，具体说明如下：

（1）主要经销商性质、业务情况

报告期内，公司经销商可以分为大型连锁零售商、一般经销商以及电商经销商，各类经销商的特点如下：

名称	代表经销商	主要特点
大型连锁零售商	客户 B、客户 D 等	·一般具有数百家以上连锁零售店 ·经营规模大、历史悠久 ·向终端用户销售 ·主要集中在北美市场
一般经销商	客户 G、客户 M 等	·面向区域市场 ·具有相对固定的销售渠道 ·主要向下游经销商批发 ·美国的经销商一般规模较大，历史较久，部分北美仓储式批发商也归入此类，部分为世界 500 强企业
电商经销商	客户 A、客户 C 等	·借助 Amazon（亚马逊）、eBay 等第三方电商平台 ·向终端用户销售

从上述经销商的主要特点看，其配合公司囤货的可能性很低。

（2）主要经销商期末应收余额期后回款情况

2022 年度前五大经销商应收账款余额对应的期后回款情况如下：

单位：万元

公司	期末应收余额	截至 2023 年 4 月末回款金额	回款比例
客户 A	10,960.88	6,584.45	60.07%
客户 B	2,987.27	2,729.34	91.37%
客户 C	4,893.85	4,893.85	100.00%
客户 F	499.83	499.83	100.00%
客户 D	1,167.00	1,167.00	100.00%
合计	20,508.83	15,874.47	77.40%
占应收账款余额比例	27.66%	–	–

由上表可知，2022 年末公司前五大经销商应收账款期后回款良好。

（3）公司季度收入变动情况

2021 年度和 2022 年度，公司分季度销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2022 年（剔除充电桩业务）		2021 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
第一季度	51,342.82	22.66%	50,556.08	23.30%	45,370.34	20.13%
第二季度	51,964.53	22.94%	51,060.02	23.53%	59,235.52	26.28%
第三季度	51,100.00	22.56%	49,189.15	22.67%	58,875.27	26.12%
第四季度	72,148.17	31.85%	66,200.01	30.51%	61,890.14	27.46%
全年	226,555.52	100.00%	217,005.26	100.00%	225,371.27	100.00%

由上表可知，公司 2022 年第四季度营业收入占比为 31.85%，剔除充电桩业务后为 30.51%，与 2021 年同期营业收入占比变动不大。2021 年及 2022 年第四季度销售收入增长主要受国外圣诞节、感恩节等节日影响，下游客户通常在销售旺季前备货所致。同时，发行人 2023 年一季度销售情况良好，具体可详见本问题（一）3（4）之回复。因此，不存在期末突击确认收入的情形。

（4）期后销售收入的增长情况

公司 2023 年第一季度实现销售收入 70,628.17 万元，与 2022 年第四季度相比保持稳定，较 2022 年同期增长 37.56%，2023 年第一季度销售数据显示公司 2022 年末存在压货确认收入的可能性很低。

综上所述，结合经销商性质、业务情况、期后回款、公司各季度销售变动、期后销售等情况，公司合理推断 2022 年度不存在经销商囤货的情形。

4、主要经销商客户变动情况及说明

2021 年和 2022 年前五大经销商客户情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	经销商类型	地区	销售金额	占比
2022 年	1	客户 A	电商经销商	其他地区	17,199.75	7.59%
	2	客户 B	大型连锁零售商	北美地区	12,421.69	5.48%
	3	客户 C	电商经销商	其他地区	11,460.69	5.06%
	4	客户 D	大型连锁零售商	北美地区	9,848.41	4.35%
	5	客户 E	一般经销商	欧洲地区	5,720.03	2.52%
	合计				56,650.56	25.01%
2021 年	1	客户 A	电商经销商	其他地区	15,809.07	7.01%
	2	客户 C	电商经销商	其他地区	13,016.48	5.78%
	3	客户 D	大型连锁零售商	北美地区	9,066.15	4.02%
	4	客户 M	一般经销商	北美地区	8,329.38	3.70%
	5	客户 G	一般经销商	北美地区	7,685.68	3.41%
	合计				53,906.76	23.92%

由上表可知，2021 年和 2022 年前五大经销商主要为大型连锁零售商、一般经销商及电商经销商，前五大经销商整体保持稳定，具体情况和原因如下：

客户 A 和客户 C 系公司长期合作的两家主要跨境电商，且两年均为公司前五大经销商，不存在重大变化。公司 2022 年对客户 A 和客户 C 的销售额变动及销售占比变动不大。

客户 B 系公司在北美地区长期合作的大型连锁零售商之一；为公司 2022 年第二大经销商、2021 年第六大经销商，不存在重大变化。公司 2022 年对客户 B 销售增长较快主要系公司获得客户认可，该客户从 2022 年起，加大了对公司的采购额。

客户 D 系公司在北美地区长期合作的大型连锁零售商之一，两年均为公司前五大经销商。公司 2022 年对客户 D 的销售收入下降主要系美国经济放缓，终端需求下降，从而使得该客户对公司的采购下降较多所致。

客户 E 系公司在欧洲地区长期合作的一般经销商，两年销售额均在 5,500 万元左右，业务量较为稳定，2022 年进入前五名主要系公司北美地区其他经销商销售额有所下降所致。

客户 M 系全美最大的独立汽车工具和设备提供商之一，为公司长期合作的一般经销商。公司 2022 年对客户 M 的销售收入有所下降，退出前五名，主要系美国经济放缓，终端需求下降，从而使得该客户对公司的采购下降较多所致。

客户 G 系美国最先进的 PBE 供应商和机械工具及设备分销商之一，为公司长期合作的一般经销商。公司 2022 年对客户 G 的销售收入有所下降，退出前五名，主要系美国经济放缓，终端需求下降，从而使得该客户对公司的采购下降较多所致。

综上所述，2022 年公司前五大经销商客户有所变动，主要系经销商结合下游销售情况合理调整其自身采购额所致，变动具有合理性。

（二）说明 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升的原因，与下游行业发展、客户需求变化是否匹配

1、ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升的原因

公司 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升，主要系前装大客户销售额下降引起。

子公司道通纽约 2021 年与客户 O 达成合作，客户 O 通过其供应链公司客户 P 向道通纽约采购 ADAS 产品，大部分订单已于 2021 年交付完毕，2021 年实现 ADAS 产品销售收入 9,661.58 万元，2022 年实现 ADAS 产品销售收入 212.66 万元，致使 2022 年 ADAS 产品收入同比下降。

因前装市场竞争激烈、汽车主机厂对价格管控严格但采购规模大，公司对客户 P 的销售单价相对较低，拉低了 2021 年 ADAS 产品的整体毛利；2022 年对前装大客户的销售占比小、毛利率回升至正常水平，公司 2020 年 ADAS 产品毛利率为 64.50%，公司 ADAS 产品毛利率在 2022 年发生变动具有合理性。

2、与下游行业发展、客户需求变化是否匹配

近年来随着车载芯片、传感器和机器学习等技术的进步和成本的改善，人们对汽车出行安全性的需求逐步提高，以及美国、欧洲、日本、中国等国家通过政策制定推动 ADAS 相关技术的应用，汽车智能化趋势蓬勃发展，ADAS 渗透率不断提高，对毫米波雷达、视觉摄像头和激光雷达等智能传感器需求快速增长。根据 Jefferies 研究报告，未来十年 ADAS 应用量的复合增长率为 28%，预计到 2025 年全球 ADAS 市场体量达 745 亿美元。未来，汽车不仅是交通工具，更是一个智能机器人。麦肯锡预测，2030 年出售的乘用车中，约 50%是高度自动化的，约 15%是全自动化的。

此外，前装市场 ADAS 渗透率提升，人们对汽车安全性考虑以及汽车保险公司的推动，后市场对 ADAS 标定需求也随之迅速增长。同时，由于 ADAS 标定需要基于汽车轮胎的定位，对后市场维修流程和检修设备的集中程度提出了更高要求。

如剔除前述主机厂销售收入变动影响后，公司 2021 年和 2022 年 ADAS 产品销售收入分别为 13,264.76 万元和 17,323.71 万元，2022 年销售收入较 2021 年增长 30.60%，保持较快增长，与行业发展趋势保持一致。

综上所述，公司 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升主要系前装大客户销售收入及占比下降，与下游行业发展、客户需求变化匹配。

（三）说明新能源充电桩产品毛利率与同行业可比公司的比较情况，是否存在明显差异

2022 年度，公司新能源充电桩产品毛利率与同行业可比公司的比较情况如下：

单位：万元

证券代码	证券简称	对应新能源产品名称	2022 年度营业收入	2022 年度营业成本	2022 年度毛利率
300693.SZ	盛弘股份	电动汽车充电设备	42,588.86	27,559.41	35.29%
300820.SZ	英杰电气	新能源汽车充电桩	8,607.32	6,060.95	29.58%
可比公司平均值			/	/	32.44%
688208.SH	道通科技	新能源充电桩	9,550.25	6,419.63	32.78%

如上表所示，公司 2022 年度新能源充电桩产品的毛利率为 32.78%，与同行业上市公司相似业务毛利率相近，不存在明显差异。

（四）说明软件升级服务对应的终端数量，同比是否发生较大变动及变动的原因，与业务发展是否匹配；结合科、工、费构成，说明软件升级服务营业成本大幅下降的原因，成本核算、归集是否准确，是否存在少计成本情形

1、公司软件升级服务介绍

（1）公司软件升级服务的主要内容

诊断软件是公司汽车诊断和检测分析系统产品的核心内容，软件升级是针对公司汽车智能诊断产品的后续服务，主要包括支持车型的更新和功能的拓展。目前公司涉及软件升级的产品主要包括汽车综合诊断产品、少部分高端 TPMS 系统诊断匹配工具等。公司结合产品特点、市场环境、客户消费习惯等确定了海外市场和国内市场不同的软件升级收费模式，分别为免费期升级服务加后续收费期升级服务组合和不收费升级组合两大类，具体说明如下：

1）免费期升级服务加后续收费期升级服务组合

该组合是指公司目前在销售产品时，承诺在未来一定期限内（主要为 1 年，至多 3 年）提供免费软件升级服务，在承诺免费升级服务期满后，用户需支付升级服务费用才可继续使用软件升级服务。该组合往往会包括三个交易事项（产品销售交易、免费升级服务和后续收费升级服务），主要涉及海外市场。

2）不收费升级组合

该组合是指公司目前在销售产品时，会提供免费软件升级服务，但没有明确到期时间。该组合目前仅包括一个交易事项（即产品销售交易），主要涉及国内市场。

（2）软件升级服务价值的确定原则

1）免费期升级服务加后续收费期升级服务组合

① 免费部分：将该业务模式下的交易价格按照合理的比例分拆为产品销售部分和免费升级服务部分。产品销售收入按照一般商品收入确认的原则确认，免费期升级服务收入在免费期间采用直线法分期确认。

公司将交易金额的 12.5%作为免费升级期间的软件服务价值。该分拆比例主要依据历史经营数据即平均收费升级的市场价值与产品市场价值的比来确定。

公司根据历史年度经营数据测算了分拆比例，并按此比例将该业务模式下的交易价格分拆为免费期升级服务价值，具有合理性，同时公司历年均按此比例进行分拆，符合一贯性处理原则。

② 收费部分：按后续实际销售金额确定软件服务价值。

2）不收费升级组合

公司在涉及升级类产品销售过程中，对不收费升级组合中的产品销售交易价格不进行分拆，主要原因系该后续升级服务的免费期没有明确的到期时间，同时结合目前国内市场情况，后续收费的可能性很小，软件升级服务的市场价值为零，因此不进行分拆。

（3）公司软件升级服务的收入确认时点

1）免费期软件收入

由于免费软件价值包含在产品售价中并随产品同时销售，公司在确认商品销售收入的同时，将分拆的免费期软件升级收入确认为递延收益。递延的免费期软件收入在预期用户使用免费升级服务时开始摊销确认，实际摊销期限一般为 1–3 年。用户使用免费升级服务的时点根据不同区域从销售出货至用户产品注册的时间进行估计。根据历史经验数据，对于直接对外销售的产品，用户使用免费升级服务时点为产品销售后 4 个月；对于海外子公司对外销售的产品，用户使用免费升级服务时点为产品销售后 2 个月。

2）收费期软件收入

收费期软件升级分在线升级和购买升级卡升级两种方式。在线升级是客户通过信用卡或第三方支付平台 PayPal 支付升级费用后公司通过后台对产品进行在线升级，公司在收取款项或取得收取款项的证据时确认为递延收益，并于当月开始在收费升级期间内采用直线法分期确认收入；购买升级卡升级是客户通过经销商购买升级卡、使用升级卡唯一序列号操作升级。销售升级卡收入在收取款项或取得收取款项的证据时确认为递延收益，由公司产品后台管理系统根据产品唯一序列号追踪升级卡具体启用日期，并于启用当月开始在收费升级期间内采用直线法分期确认收入。

2、说明软件升级服务对应的终端数量，同比是否发生较大变动及变动的原因，与业务发展是否匹配

（1）公司免费升级服务对应的终端数量及变动

公司免费升级服务主要涉及海外地区销售的汽车综合诊断产品（不含读码卡）以及少部分 TPMS 产品，2021 年和 2022 年对应销量分别为 211,813 台和 209,495 台，销量同比下降 1.09%，变动不大，主要系公司汽车综合诊断产品销售规模保持稳定，与业务发展相匹配。

（2）公司收费升级服务对应的终端数量及变动

公司 2021 年和 2022 年收费升级续费设备数量分别为 137,949 台和 181,444 台，续费设备数量同比增长 31.53%，公司续费设备数量增加，主要系公司前期销售规模保持较快增长，免费期过后进行收费升级的终端用户增加。同时，近两年公司软件车系升级步入稳定节奏，在车型和功能覆盖方面保持领先，客户升级体验感提高，主动选择升级的终端用户增加；收费升级对应的终端数量与业务发展相匹配。

3、结合科、工、费构成，说明软件升级服务营业成本大幅下降的原因，成本核算、归集是否准确，是否存在少计成本情形

（1）公司软件升级服务营业成本金额小的原因

公司 2021 年和 2022 年软件升级服务营业成本分别为 1,965.35 万元和 672.60 万元。公司软件升级服务营业成本金额小、毛利率高主要系软件升级的相关研发支出均于软件可升级前已经费用化处理，公司向客户提供软件升级服务的边际成本小。

公司未将软件升级的费用计入主营业务成本主要基于以下原因：

公司软件升级研发主要目的是在市场各品牌车系出现新车型的情况下，能够使后续销售的产品及时更新功能，以便适应更多车型，其研发属性要远大于软件本身的销售属性，相应升级费用发生时作为研发投入，计入研发费用更加符合公司实际情况。

该软件升级服务为纯软件服务，来源主要依赖公司的研发投入，与服务相关的成本主要为以研发人员的人工费用为主的研发支出，在公司将软件搭配公司产品使用才能产生销售收入，因前期研发投入时无法预计研发结果，无法确定是否能带来经济效益，不满足研发费用资本化条件；同时相关研究成果在新产品和已出售产品中均可使用，公司选择更加谨慎的会计政策，在其发生时全部费用化处理，计入研发费用。

公司将软件升级对应的费用未计入主营业务成本原因合理、依据充分，将研发投入在发生时计入研发费用更加合理。

（2）软件升级服务营业成本大幅下降的原因

公司软件升级服务营业成本主要由特许使用权、相关数据库使用费的分摊以及升级卡辅材等组成，2022 年软件升级服务营业成本下降主要系数据库的采购支出下降以及特许使用权费用分摊减少所致。

二、核查程序及核查意见

（一）核查程序

保荐机构和年审会计师履行了以下核查程序：

1、了解与销售相关的内部控制制度，评价其设计是否有效，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、获取公司报告期内分客户销售明细表，了解公司与主要客户的业务来往情况、公司主要客户的基本情况、区域分布、销售规模等；

3、对公司管理层及销售人员进行访谈，了解公司销售模式及变化情况、了解公司主要客户变动情况及原因，并评价合理性；了解市场区域情况、主要客户基本情况、经销商管理情况、销售流程、销售收款情况等；

4、了解公司经销模式下收入确认政策及是否发生变更；检查主要客户的经销商协议或合同，检查合同中对控制权转移时点、运费承担方式、返利政策、退换政策等的约定，评价公司经销模式下收入确认政策的合理性并与账面记录情况进行核对是否一致；

5、结合公司主要经销性质、业务情况及期后回款，检查公司分季度销售收入占比及波动情况、期后收入增长情况，分析是否存在经销商囤货以帮助公司提前确认收入的情形；

6、对主要经销商进行函证和走访，以确认公司对经销商销售的真实性，了解公司是否存在向经销商压货确认收入的情形；

7、了解 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升的原因，并评价变动合理性；结合行业发展状况，分析 ADAS 产品收入变动与行业发展是否匹配；

8、查阅同行业可比公司新能源充电桩产品毛利率等信息；

9、了解公司软件升级服务的业务模式、收入确认和计量的具体方法，并评价合理性；检查软件升级服务对应的终端数量及变化，了解变动的原因及合理性，评价是否与业务发展匹配；

10、了解公司软件升级服务营业成本的核算内容及方法，并评价成本核算、归集是否准确；了解公司软件升级服务营业成本金额小的原因，了解软件升级服务营业成本大幅下降的原因，并评价合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构和年审会计师认为：

1、公司经销模式下收入确认政策未发生变更，公司不存在经销商囤货的情形；公司主要经销商客户保持相对稳定，前五大经销商客户变动主要系经销商给予自身下游销售情况合理调整采购额，变动原因合理；

2、公司 ADAS 产品收入同比下降、毛利率同比上升主要系前装大客户销售收入及占比下降，与下游行业发展、客户需求变化匹配；

3、公司新能源充电桩产品毛利率与同行业公司毛利率，不存在明显差异；

4、公司软件升级服务对应终端数量发生变动，与公司业务发展匹配；公司软件升级服务营业成本下降主要系数据库的采购支出下降以及特许使用权费用分摊减少所致，成本核算、归集准确，不存在少计成本情形。

问题 2：关于境外业务

年报显示，（1）分地区看，公司境内收入 1.47 亿元，北美市场 10.38 亿元，欧洲市场 4.20 亿元，其他地区 6.24 亿元。（2）公司境外资产 14.47 亿元，占总资产的比例为 27.63%。请公司：（1）分别说明公司北美、欧洲分产品收入结构以及前五大客户变动原因。（2）披露境外各个经营实体的实际经营情况，说明部分经营实体开展商业贸易业务的原因及主要往来方。（3）结合境外相关产业政策、竞争格局、公司市占率、技术先进性、产品优势等，说明在上述地区的业务开拓方向、可行性及面临的风险。请保荐机构、会计师核查并发表明确意见，并说明针对公司境外业务相关经营、资产、流水情况的核查程序及其有效性、充分性。

回复：

一、公司说明

（一）分别说明公司北美、欧洲分产品收入结构以及前五大客户变动原因

1、公司北美、欧洲地区分产品收入结构情况

2022 年度，公司北美、欧洲地区分产品收入结构情况如下：

单位：万元

地区	产品结构	2022 年度	2021 年度	变动率
北美	汽车诊断产品	35,225.90	35,119.68	0.30%
	TPMS 产品	28,014.69	26,182.50	7.00%
	ADAS 产品	12,348.56	19,746.92	−37.47%
	软件云服务	22,096.16	20,480.91	7.89%
	新能源充电桩	3,438.65	–	–
	其他产品	2,667.78	3,217.83	−17.09%
合计		103,791.74	104,747.84	−0.91%
欧洲	汽车诊断产品	21,409.43	18,328.76	16.81%
	TPMS 产品	6,055.89	7,501.48	−19.27%
	ADAS 产品	2,857.57	1,622.25	76.15%
	软件云服务	4,763.41	4,675.89	1.87%
	新能源充电桩	5,749.59	–	–
	其他产品	1,125.08	658.25	70.92%
合计		41,960.97	32,786.63	27.98%

由上表可知，随着公司新能源充电桩业务实现量产，2022 年较 2021 年增加了新能源充电桩业务收入。除此之外，公司在北美、欧洲地区主要产品结构未发生重大变动，仍以汽车诊断产品、TPMS 产品、软件云服务为主。北美地区 2022 年 ADAS 产品销售收入下降幅度较大，主要系对前装大客户销售收入下降引起。

2、北美、欧洲地区前五大客户变动情况及原因

（1）北美地区前五大客户情况

2022 年，公司北美地区前五大客户变动情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比
2022 年度	1	客户 B	12,421.69	5.48%
	2	客户 D	9,848.41	4.35%
	3	客户 F	5,694.78	2.51%
	4	客户 G	5,016.69	2.21%
	5	客户 H	4,971.32	2.19%
	合计		37,952.89	16.75%
2021 年度	1	客户 P	9,719.13	4.31%
	2	客户 D	9,066.15	4.02%
	3	客户 M	8,329.38	3.70%
	4	客户 G	7,685.68	3.41%
	5	客户 F	6,935.96	3.08%
	合计		41,736.30	18.52%

由上表可知，公司北美地区前五大客户 2022 年度较 2021 年度存在一定变化，具体情况如下：

客户 B 系公司在北美地区长期合作的大型连锁零售商之一；为公司 2022 年第二大经销商、2021 年第六大经销商，不存在重大变化。公司 2022 年对客户 B 销售增长较快主要系公司获得客户认可，该客户从 2022 年起，加大了对公司的采购额。

客户 H2021 年为北美第六大客户，2022 年进入前五名主要系美国经济放缓，终端需求下降，从而使得部分北美客户对公司的采购额下降，导致前五名结构发生变化。

客户 P 2022 年跌出前五大，主要系子公司道通纽约 2021 年与美国三大汽车品牌之一的菲亚特–克莱斯勒签订了 ADAS 标定设备订单，克莱斯勒汽车主机厂通过其供应链公司客户 P 向道通纽约采购 ADAS 产品，大部分订单已于 2021 年交付完毕，2022 年仅实现销售收入 212.66 万元，致使公司 2022 年度对其销售大幅下降。

客户 M 2022 年退出前五名，为北美第八大客户，主要系美国经济放缓，终端需求下降，从而使得部分北美客户对公司的采购额下降，导致前五名结构发生变化。

（2）欧洲地区前五大客户情况

单位：万元

期间	序号	客户名称	销售金额	占比
2022 年度	1	客户 E	5,720.03	2.52%
	2	客户 I	4,588.63	2.03%
	3	客户 J	4,363.20	1.93%
	4	客户 Q	3,730.16	1.65%
	5	客户 R	2,103.47	0.93%
	合计		20,505.49	9.05%
2021 年度	1	客户 E	5,500.19	2.44%
	2	客户 J	5,333.73	2.37%
	3	客户 I	3,116.25	1.38%
	4	客户 Q	2,942.62	1.31%
	5	客户 R	2,402.61	1.07%
	合计		19,295.40	8.56%

由上表可知，公司欧洲地区前五大客户 2022 年度较 2021 年度不存在变化。

综上所述，2022 年度公司北美、欧洲分产品收入较 2021 年增加了新能源充电桩产品，除此之外不存在重大变化。北美地区两期前五大客户存在一定变化主要系前装大客户需求减少导致客户 P 的采购量下降较多，以及美国经济放缓，终端需求下降，导致部分客户对公司的采购随之下降所致。欧洲地区两期前五大客户不存在变化。

（二）披露境外各个经营实体的实际经营情况，说明部分经营实体开展商业贸易业务的原因及主要往来方

2022 年度，公司境外各个经营实体的实际经营情况及开展商业贸易业务的原因如下：

1、道通加州

项目		内容
公司名称		道通加州
主要经营地		美国加利福尼亚
业务性质		控股公司
经营情况	资产总额（万元）	100.31
	负债总额（万元）	136.50
	权益总额（万元）	−36.19
	收入（万元）	–
	净利润（万元）	–

2、道通纽约

项目		内容
公司名称		道通纽约
主要经营地		美国纽约
业务性质		商业贸易（销售汽车诊断产品、TPMS 产品、ADAS 产品以及软件云服务等）
经营情况	资产总额（万元）	98,106.59
	负债总额（万元）	102,618.77
	权益总额（万元）	−4,512.18
	收入（万元）	110,681.50
	净利润（万元）	−1,624.80

道通纽约为公司设立在北美地区的销售平台公司，主要负责北美地区的销售业务，其主要客户包括客户 B、客户 D、客户 G 等，主要供应商包括道通科技、道通越南等道通科技合并范围内公司。

3、道通德国

项目		内容
公司名称		道通德国
主要经营地		德国伊斯马宁
业务性质		商业贸易（销售汽车诊断产品、TPMS 产品、ADAS 产品以及软件云服务等）
经营情况	资产总额（万元）	43,297.55
	负债总额（万元）	49,072.03
	权益总额（万元）	−5,774.47
	收入（万元）	38,475.50
	净利润（万元）	−2,839.72

道通德国为公司设立在德国的销售平台公司，主要负责德国等欧洲地区的销售业务，其主要客户包括客户 E、客户 I、客户 J 等，主要供应商包括道通科技、道通香港、道通越南等道通科技合并范围内公司。

4、道通香港

项目		内容
公司名称		道通香港
主要经营地		香港
业务性质		控股公司
经营情况（合并）	资产总额（万元）	63,889.36
	负债总额（万元）	8,386.13
	权益总额（万元）	55,503.23
	收入（万元）	2,841.97
	净利润（万元）	−1,459.37

5、道通越南

项目		内容
公司名称		道通越南
主要经营地		越南海防
业务性质		制造业
经营情况	资产总额（万元）	122,879.20
	负债总额（万元）	107,411.45
	权益总额（万元）	15,467.75
	收入（万元）	65,563.02
	净利润（万元）	10,135.74

6、道通越南新能源

项目		内容
公司名称		道通越南新能源
主要经营地		越南海防
业务性质		制造业
经营情况	资产总额（万元）	10,029.47
	负债总额（万元）	8,225.97
	权益总额（万元）	1,803.50
	收入（万元）	5,661.21
	净利润（万元）	427.22

7、道通日本

项目		内容
公司名称		道通日本
主要经营地		日本
业务性质		商业贸易（销售汽车诊断产品、TPMS 产品、ADAS 产品以及软件云服务等）
经营情况	资产总额（万元）	2,639.47
	负债总额（万元）	3,012.73
	权益总额（万元）	−373.27
	收入（万元）	1,684.69
	净利润（万元）	−353.08

道通日本为公司设立在日本的销售平台公司，主要负责日本地区的销售业务，其主要客户包括 Seibi Support Inc.、Matsuki Inc.、Anzen Motor Car Co.等，主要供应商包括道通科技、道通越南等道通科技合并范围内公司。

8、道通美国新能源

项目		内容
公司名称		道通美国新能源
主要经营地		美国纽约
业务性质		生产和销售（新能源充电桩相关产品的生产、销售及技术服务）
经营情况	资产总额（万元）	814.94
	负债总额（万元）	1,291.47
	权益总额（万元）	−476.53
	收入（万元）	1,201.07
	净利润（万元）	−462.35

道通美国新能源为公司设立在美国的生产和销售公司，主要负责美国地区的新能源业务相关产品的生产、销售及技术服务，其主要客户包括 Red E Charging、EV–olution Charging 等，主要供应商包括道通纽约等道通科技合并范围内公司。

9、道通墨西哥

项目		内容
公司名称		道通墨西哥
主要经营地		墨西哥
业务性质		商业贸易（销售汽车诊断产品、TPMS 产品、ADAS 产品以及软件云服务等）
经营情况	资产总额（万元）	1,931.71
	负债总额（万元）	2,290.99
	权益总额（万元）	−359.28
	收入（万元）	753.32
	净利润（万元）	−339.41

道通墨西哥为公司设立在墨西哥的销售平台公司，主要负责墨西哥地区的销售业务，其主要客户包括 Corporacion Cerrajera MG、Johnson Controls Enterprises 等，主要供应商包括道通科技、道通纽约等道通科技合并范围内公司。

10、道通英国

项目		内容
公司名称		道通英国
主要经营地		英国伦敦
业务性质		商业贸易（销售新能源充电桩等）
经营情况	资产总额（万元）	2,708.99
	负债总额（万元）	3,267.81
	权益总额（万元）	−558.83
	收入（万元）	2,289.31
	净利润（万元）	−425.01

道通英国为公司设立在英国的销售平台公司，主要负责英国地区的销售业务，其主要客户包括 Smartev Limited（Sevadis）、Econetiq 等，主要供应商包括道通合创、道通德国等道通科技合并范围内公司。

11、道通巴西

项目		内容
公司名称		道通巴西
主要经营地		巴西圣保罗
业务性质		商业贸易（销售汽车诊断产品、TPMS 产品、ADAS 产品以及软件云服务等）
经营情况	资产总额（万元）	2,528.60
	负债总额（万元）	2,191.78
	权益总额（万元）	336.82
	收入（万元）	561.29
	净利润（万元）	−272.96

道通巴西为公司设立在巴西的销售平台公司，主要负责巴西地区的销售业务，其主要客户包括 EAATA Brasil、WCV、Gynprog 等，主要供应商包括道通纽约、道通美国新能源等道通科技合并范围内公司。

12、道通荷兰

项目		内容
公司名称		道通荷兰
主要经营地		荷兰沃尔堡
业务性质		商业贸易（销售新能源充电桩等）
经营情况	资产总额（万元）	4,503.71
	负债总额（万元）	4,308.30
	权益总额（万元）	195.41
	收入（万元）	1,848.21
	净利润（万元）	−156.06

道通荷兰为公司设立在荷兰的销售平台公司，主要负责荷兰地区的销售业