股票代码：688208　股票简称：道通科技　公告编号：2024-053
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2023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。

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2024年5月29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2023年年度报告的信息披露监管问询函》（上证科创公函〔2024〕0130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：

一、关于汽车电子业务

年报显示，2023年，公司实现营业收入325,115.22万元，同比增长43.50%，分地区看，2023年，公司中国境内营业收入7,500.73万元，北美市场营业收入168,702.54万元，欧洲市场营业收入53,505.30万元，其他地区营业收入91,863.80万元，其中，北美市场营收规模、同比增速、毛利率均明显高于其他地区。从业务结构看，报告期公司汽车电子业务收入占比超八成，采用经销为主、直销为辅的销售模式，产品主要包括综合诊断产品、TPMS产品和ADAS产品。

请公司：（1）按国家地区，列表披露报告期公司汽车电子行业业务国外销售的分布情况，各国家地区主要客户合作年限、销售内容、销售人员金额及同比变动的原因、关联关系等，并说明新增客户的销售内容、毛利率水平与其他同类业务客户是否存在显著差异及其原因；（2）说明境外各国家地区经销收入占比、主要经销商客户是否发生明显变化，是否存在经销商压货、期后退货的情形，收入确认金额是否准确；（3）说明汽车综合诊断产品产销量与收入变动不一致的原因，勾稽关系是否异常；（4）结合主要客户变动情况、市场需求变化、行业竞争格局、同行业可比公司情况等，说明ADAS产品收入同比大幅增长的原因；（5）补充披露报告期向主要供应商采购的内容、采购金额变动的原因、与业务需求是否匹配、向经销商采购的原因及最终来源，说明新增供应商是否存在成立时间短、合作年限短、注册资本少、存在关联关系等情形及其原因，近三年主要供应商信用政策是否发生明显变化，是否符合行业惯例，采购资金是否流向关联方；（6）说明近三年应付账款规模变动与采购规模变动是否匹配，应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司存在差异的原因。请保荐机构、年审会计师核查并发表明确意见，请年审会计师说明执行的审计程序及其充分性、有效性。

回复：

（一）按国家地区，列表披露报告期公司汽车电子行业业务国外销售的分布情况，各国家地区主要客户合作年限、销售内容、销售人员金额及同比变动的原因、关联关系等，并说明新增客户的销售内容、毛利率水平与其他同类业务客户是否存在显著差异及其原因

公司汽车电子业务2023年度境外按地区分类的主要客户的合作年限、销售内容、销售收入情况如下：

1.北美地区

单位：人民币万元

客户名称	2023年销售收入	2022年销售收入	增加金额	合作年限	销售内容
客户A	19,362.14	11,740.39	7,621.74	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户B	14,485.65	9,469.11	5,016.54	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户C	6,427.04	2,817.50	3,609.54	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户D	5,876.20	4,094.17	1,782.04	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户E	5,837.58	550.63	5,286.95	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
其他客户	88,326.39	72,452.14	15,874.25	——	——

2.欧洲地区

单位：人民币万元

客户名称	2023年销售收入	2022年销售收入	增加金额	合作年限	销售内容
客户F	5,560.72	4,379.46	1,181.26	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户G	4,297.52	4,741.85	-444.34	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户H	3,688.01	5,775.18	-2,087.18	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户I	2,144.19	1,962.63	181.55	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户J	1,828.86	1,052.08	776.77	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
其他客户	16,087.60	18,300.16	-2,212.56	——	——

3.其他地区

单位：人民币万元

客户名称	2023年销售收入	2022年销售收入	增加金额	合作年限	销售内容
客户K	21,454.65	16,964.86	4,489.80	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户L	17,735.68	11,496.17	6,239.50	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、软件
客户M	5,188.15	2,782.06	2,406.09	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、软件
客户N	4,432.63	3,936.91	495.72	5年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
客户O	3,718.96	1,726.31	1,992.65	2年以上	汽车诊断产品、TPMS产品、ADAS产品、软件
其他客户	31,074.80	24,527.56	6,547.24	——	——

公司本年度汽车电子业务国外各区域销售前五大客户均为多年合作客户，前五大客户中不存在新增的客户。公司与前五大客户均不存在关联关系。公司前五大客户的毛利率与其他客户不存在较大的差异。

公司本年度北美地区和其他地区的主要客户销售收入均有一定增长，主要系市场对ADAS产品、TPMS产品的需求增加推动营收快速上涨所致。欧洲市场整体收入下降，主要系客户根据自身需求减少采购量。

2023年度对比2022年度公司主要经销商客户结构较为稳定，收入增加主要依托于公司产品竞争力优势，以及市场需求增长。

（二）说明境外各国家地区经销收入占比、主要经销商客户是否发生明显变化，是否存在经销商压货、期后退货的情形，收入确认金额是否准确

1. 境外各国家地区汽车电子业务经销收入占比情况

单位：人民币万元

地区	经销收入	经销收入占比
北美市场	116,383.34	82.94%
欧洲市场	32,369.04	96.32%
其他地区	83,604.87	100.00%
合计	232,357.25	90.23%

从上表可见，公司各地区的汽车电子业务均以经销为主，2022年度公司境外经销收入占比为91.73%，未发生明显变化。

主要经销商客户见本回复一、（一）之回复，两年的主要经销商未发生明显变化。

2. 合理推断不存在公司经销商囤货的情形

2023年公司汽车电子业务仍采用经销为主、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。

由于公司并不掌握经销商实际库存情况，以下将从经销商的特点、销售收入、期后回款、公司各季度销售变动等方面来合理推断2023年度不存在公司经销商囤货的情形。

(1) 主要经销商情况

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A、客户B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P、客户C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K、客户L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) 主要经销商收入、期末应收余额及期后回款情况

公司北美地区前十大经销商客户、欧洲地区及其他地区前五大经销商客户2023年度销售收入及期后回款情况如下：

单位：人民币万元

经销商客户名称	销售收入	占汽车电子业务的比例	期末应收款余额	截止2024年5月末回款金额	回款比例
北美地区					
客户A	19,362.14	7.31%	4,297.11	4,297.11	100.00%
客户B	14,485.65	5.47%	2,125.97	2,125.97	100.00%
客户C	6,427.04	2.43%	185.54	185.54	100.00%
客户D	5,876.20	2.22%	2,129.90	2,129.90	100.00%
客户E	5,837.58	2.20%	3,508.85	1,522.24	43.38%
客户Q	5,477.03	2.07%	2.72	2.72	100.00%
客户P	5,413.87	2.04%	28.09	28.09	100.00%
客户R	4,449.80	1.68%	1,390.03	1,390.03	100.00%
客户S	4,164.84	1.57%	105.52	105.52	100.00%
客户T	3,676.00	1.39%	398.23	398.23	100.00%
小计	75,170.16	28.37%	14,171.96	12,185.35	85.98%
欧洲地区					
客户F	5,560.72	2.10%	286.18	286.18	100.00%
客户G	4,297.52	1.62%	888.86	888.86	100.00%
客户H	3,688.01	1.39%	2,279.89	2,279.89	100.00%
客户I	2,144.19	0.81%	0.00	——	——
客户J	1,828.86	0.69%	750.62	750.62	100.00%
小计	17,519.29	6.61%	4,205.55	4,205.55	100.00%
其他地区					
客户K	21,454.65	8.10%	9,665.43	8,537.08	88.33%
客户L	17,735.68	6.69%	3,624.64	3,624.64	100.00%
客户M	5,188.15	1.96%	2,726.43	1,430.94	52.48%
客户N	4,432.63	1.67%	1,246.86	1,246.86	100.00%
客户O	3,718.96	1.40%	189.82	189.82	100.00%
小计	52,530.07	19.83%	17,453.18	15,029.34	86.11%

由上表可知，2023年末公司前五大经销商应收账款期后回款良好。部分尚未完全回款的客户主要系账期尚未到，因此未完全回款。

(3) 公司季度收入变动情况

公司各季度汽车电子业务销售收入情况如下：

单位：人民币万元

季度	2023年		2022年	
	收入	占比	收入	占比
第一季度	64,765.32	24.45%	50,556.08	23.30%
第二季度	62,236.82	23.49%	51,060.02	23.53%
第三季度	60,122.38	22.69%	49,189.15	22.67%
第四季度	77,795.16	29.37%	66,200.01	30.51%
全年	264,919.68	100.00%	217,005.26	100.00%

从上表可见公司各季度的销售均较为平稳，第四季度销售占比较高主要受到境外地区圣诞节、感恩节、新年促销活动的影响，属于传统的销售旺季，下游客户通常在销售旺季前备货，不存在期末经销商压货的情况。

期后退货主要是由于质量问题产生的退货，退货金额占2023年度收入金额的1%，占比较小，不存在期末压货后再退货的情形。

(4) 期后销售收入的增长情况

公司2024年第一季度实现销售收入68,838.31万元，与2023年第四季度相比保持稳定，较2023年同期增长5.92%。根据公司各季度销售变动、期后销售等情况，合理推断2023年度不存在经销商囤货的情形。

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，公司合理推断不存在经销商囤货的情形，收入确认金额准确。

（三）说明汽车综合诊断产品产销量与收入变动不一致的原因，勾稽关系是否异常

公司汽车综合诊断产品产销量与收入变动不一致主要是产品销售结构发生变化所致。最近两年细分汽车综合诊断产品的销量与收入情况如下：

单位：台、万元、元/台

类型	2023年销售量	2022年销售量	2023年收入	2022年收入	2023年平均单价	2022年平均单价
读码卡	258,220	387,623	2,704.13	5,745.92	104.72	148.23
平板类	252,894	267,479	125,955.25	109,074.97	4,980.55	4,077.89
合计	511,114	655,102	128,659.38	114,820.89	——	——

公司本年综合诊断产品销售量减少但收入增加，主要系单价较低的读码卡销售量减少且平均单价有所下降所致，同时单价较高的平板类产品本年销售量较为稳定，单价有所增加，主要系产品结构的变化以及销售区域占比发生变化。因此销量与收入变动出现不一致。

（四）结合主要客户变动情况、市场需求变化、行业竞争格局、同行业可比公司情况等，说明ADAS产品收入同比大幅增长的原因

1. ADAS产品收入同比上升的原因

ADAS产品产销量同比上涨，主要是新品IA900产品市场需求增加，随着全球新能源行业高速发展，智能化标定产品需求增加，ADAS产品销量大幅上涨。

2. 主要客户变动情况

公司ADAS产品的主要客户情况如下：

单位：人民币万元

客户	2023年ADAS产品收入	2023年销售占比	2022年ADAS产品收入	2022年销售占比	增加金额	增长率
客户A	3,641.82	11.34%	1,195.07	6.81%	2,446.75	204.74%
客户R	2,669.52	8.68%	1,437.35	8.20%	1,232.17	85.73%
客户U	2,016.20	6.56%	1,173.45	6.69%	842.75	71.82%
客户B	1,720.41	5.60%	550.61	3.14%	1,169.80	212.46%
客户V	1,430.99	4.65%	618.71	3.53%	812.27	131.28%
客户W	917.95	2.99%	611.25	3.49%	306.69	50.17%
合计	12,396.89	40.32%	5,586.44	31.86%	5,892.51	105.48%

公司ADAS产品2023年、2022年的前五大客户未有较大的变动。2023年前五大客户的收入占全年ADAS产品收入的37.33%。各主要客户的收入均有较大的增加，主要是2023年IA900系列产品实现收入9,519.67万元，较2022年增长近150%，助推了2023年ADAS产品收入同比大幅增长。

3. 市场需求变化、行业竞争格局、同行业可比公司情况

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，此外美国、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，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。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，随着前装市场ADAS渗透率提升和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标定需求也将随之迅速增长。

ADAS相关标定系列产品目前在市场上属于新兴领域，公司的ADAS智能辅助标定工具属于较早进入市场的产品，具备先发优势。主要的竞品公司主要为国外厂商，主要有Bosch、Gutmann、Texa等，随着前装市场ADAS渗透率提升，后市场对ADAS标定需求也随之迅速增长，相应的市场规模增长较快，公司产品增幅符合市场需求。

（五）补充披露报告期向主要供应商采购的内容、采购金额变动的原因、与业务需求是否匹配、向经销商采购的原因及最终来源，说明新增供应商是否存在成立时间短、合作年限短、注册资本少、存在关联关系等情形及其原因，近三年主要供应商信用政策是否发生明显变化，是否符合行业惯例，采购资金是否流向关联方

公司2023年前五大供应商采购情况如下：

单位：人民币万元

供应商	2023年采购金额	2022年采购金额	变动金额	变动率	采购内容	信用政策
供应商A	7,003.25	4,060.46	2,942.79	72.47%	电源模块	全额预付
供应商B	6,196.30	2,437.46	3,758.84	154.21%	五金件	60天全款
供应商C	5,524.07	3,506.41	2,017.65	57.54%	IC	60天全款
供应商D	4,002.75	3,013.47	989.29	32.83%	塑胶件	90天全款
供应商E	3,211.07	2,142.12	1,068.95	49.90%	充电枪/充电插座	当月底付款
合计	25,937.43	15,159.91	10,777.52	71.09%		

供应商A、供应商B、供应商D、供应商E为公司新能源业务供应商，本期采购金额增加主要系新能源业务同比大幅增加，采购额增加。

供应商C为公司TPMS业务供应商，本期采购金额增加主要系公司TPMS业务增加，对应采购额增加。

本年前五大供应商均为公司的常年供应商，不存在新增供应商的情形。供应商C、供应商E为经销商性质的供应商。公司向供应商C采购芯片，公司向供应商E主要采购充电枪及部分电子材料。由于终端厂家采取经销商销售模式，因此公司向相应的经销商采购而非最终厂家采购。

2023年前五大供应商信用政策近三年未发生变化，符合行业惯例，前五大供应商非公司的关联方，采购资金未有直接流向关联方的情形。

（六）说明近三年应付账款规模变动与采购规模变动是否匹配，应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司存在差异的原因。

1. 公司近三年应付账款规模变动与采购规模变动

公司近三年应付账款规模变动与采购规模变动情况如下：

单位：人民币万元

项目	2023年度	2022年度	2021年度
期末应付账款	20,425.51	19,796.44	32,221.20
采购金额	136,444.99	117,238.31	135,632.13
采购金额/期末应付账款	6.68	5.92	4.21

公司期末应付账款的变动趋势和采购规模的变动趋势基本一致，采购金额/期末应付账款的比值逐年增加主要系公司业务规模逐年增长，2022年采购量虽然有所下降，但整体保持稳定，而供应商的账期较短，公司需及时支付款项，因此期末应付账款未有大幅增加。

2. 同行业对比情况

公司应付账款周转率与同行业公司的对比情况如下：

公司名称	2023年应付账款周转率	2022年应付账款周转率	2021年应付账款周转率
元征科技	4.90	3.94	4.82
保隆科技	4.30	4.56	4.97
万通智控	5.35	4.87	5.06
为升	5.13	4.14	4.33
同行业平均	4.92	4.38	4.79
道通科技	7.18	4.42	5.10

注：应付账款周转率=(主营业务成本+期末存货成本-期初存货成本)/平均应付账款×100%

公司的应付账款周转率，2021年和2022年与同行业公司基本一致，2023年应付账款周转率增幅较快主要系公司业务规模增长，采购量较2022年增加。又由于采购量主要发生在上半年，相应供应商的账期又较短，公司需及时支付款项，因此期末应付账款未出现大幅增加，导致应付账款周转率增长较快。

（七）核查程序及核查意见

1. 核查程序

(1) 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) 了解汽车综合诊断产品产销量与收入变动的情况，并分析相应的原因；

7) 了解ADAS产品收入同比上升的原因，并评价变动合理性；结合主要客户变动情况、市场需求变化、行业竞争格局、同行业可比公司情况等，分析ADAS产品收入变动与行业发展是否匹配；

8) 了解主要供应商采购的内容，分析其采购金额变动的原因及与业务需求的匹配程度。了解主要供应商的信用政策，是否符合行业惯例，查阅供应商的工商资料，检查其是否与公司存在关联关系；

9) 分析公司近三年应付账款规模变动与采购规模变动是否匹配，并查询同行业可比公司的情况，分析公司应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司存在差异的原因。

10) 对主要境外客户检查其中信保调查报告，以核实其信用风险。

11) 我们向境外客户进行了函证或执行替代程序，占境外收入的比例为62.38%。向境外客户应收账款进行函证或执行替代程序，占境外应收账款的比例为81.08%。

①境外客户收入函证情况如下：

单位：人民币万元

项目	2023年
营业收入	316,262.72
发函的收入金额	168,260.27
发函金额占收入比例	53.20%
回函确认的收入金额	113,350.48
回函确认金额占收入比例	35.84%

②境外客户应收账款函证情况如下：

单位：人民币万元

项目	2023年
应收账款原值	52,214.44
发函的应收账款金额	44,061.95
发函占应收账款原值比例	84.39%
回函确认的应收账款金额	26,421.30
回函确认占应收账款原值比例	50.60%

③替代程序

由于部分境外客户较为强势，不予回函，我们执行的替代程序包括：① 查阅客户的供应商系统，导出发票清单及付款明细等；② 查阅客户发送的订单明细及付款记录邮件；③ 检查销售合同、销售订单、物流记录、签收记录等；④ 执行期后回款测试等。

通过执行替代程序核实的境外客户收入金额为83,940.43万元，占境外客户营业收入比例为26.54%；核实的应收账款金额为15,916.53万元，占境外客户应收账款原值比例为30.48%。

12) 对公司出口业务检查相应的海关报关数据及增值税申报数据。

①海关报关数据检查情况如下：

单位：万元

项目	美元	欧元	英镑
出口收入	19,000.25	3,475.31	521.11
海关报关收入	18,886.81	3,481.16	519.43
差异	113.43	-5.85	1.67

差异原因主要是因为部分订单按照EXW进行交易，公司在客户提货时确认收入，由客户自行报关，因此产生差异。

②增值税申报数据检查情况如下：

单位：人民币万元

项目	金额
增值税申报免、抵、退税销售金额	160,491.17
账面出口收入	162,758.37
差异	-2,267.19
差异事项：	
其中：出口转内销	4,258.84
软件递延收益冲减收入	-1,768.76
其他	-222.88

通过检查海关出口报关数据和增值税出口申报数据，公司出口收入金额与外部申报数据差异原因合理，未见较大的异常事项。

13) 我们对北美、欧洲的部分主要重要经销商进行走访，以确认经销商销售的真实性，走访客户的销售金额分别占公司北美、欧洲地区境外销售收入的9.66%和12.19%，占公司境外收入的7.26%。

(2) 保荐机构履行了以下核查程序：

1) 取得年审会计师出具的《内部控制审计报告》，了解会计师对发行人内部控制有效性的结论意见；

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) 取得公司《2023年年度报告》以及年审会计师出具的《2023年审计报告》，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) 了解汽车综合诊断产品产销量与收入变动的情况，并分析相应的原因；

7) 了解ADAS产品收入同比上升的原因，并评价变动合理性；结合主要客户变动情况、市场需求变化、行业竞争格局、同行业可比公司情况等，分析ADAS产品收入变动与行业发展是否匹配；

8) 了解主要供应商采购的内容，分析其采购金额变动的原因及与业务需求的匹配程度。了解主要供应商的信用政策，是否符合行业惯例，分析采购资金是否可能流向关联方；

9) 分析公司近三年应付账款规模变动与采购规模变动是否匹配，并查询同行业可比公司的情况，分析公司应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司存在差异的原因。

10) 对主要境外客户检查其中信保调查报告，以核实其信用风险。

2. 核查意见

(1) 经核查，年审会计师认为：

1) 公司主要客户保持相对稳定，前五大客户销售变动主要系客户基于自身下游销售情况合理调整采购额，变动原因合理；2023年度前五大客户中未有新增客户，公司与前五大客户均不存在关联关系；

2) 公司前五大经销商客户未发生明显变化，不存在经销商压货、期后退货的情形，收入确认金额准确；

3) 公司本年汽车综合诊断产品销售量减少但收入增加，主要系单价较低的读码卡销售量减少，单价较高的平板类产品本年销售量较为稳定但单价有所提高，销量与收入变动出现不一致具有合理性；

4) 公司ADAS产品收入同比上升主要是部分系列产品收入增长，ADAS产品收入增长具有合理性；

5) 公司前五大供应商均为公司的多年合作供应商，前五大供应商不存在新增供应商的情形。2023年前五大供应商信用政策近三年未发生变化，符合行业惯例，采购资金未有流向关联方的情形；

6) 近三年应付账款规模变动与采购规模变动匹配，应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司的差异具有合理性。

(2) 经核查，保荐机构认为：

1) 公司主要客户保持相对稳定，前五大客户变动主要系客户基于自身下游销售情况合理调整采购额，变动原因合理；2023年度前五大客户中未有新增合作客户，公司与前五大客户均不存在关联关系；

2) 公司前五大客户未发生明显变化，合理推断不存在经销商压货、期后大额退货的情形，收入确认金额准确；

3) 公司本年汽车综合诊断产品销售量减少但收入增加，主要系单价较低的读码卡销售量减少，单价较高的平板类产品本年销售量较为稳定但单价有所提高，销量与收入变动出现不一致具有合理性；

4) 公司ADAS产品收入同比上升主要是部分系列产品收入增长，ADAS产品收入增长具有合理性；

5) 公司前五大供应商均为公司的多年合作供应商，前五大供应商不存在新增供应商的情形。2023年前五大供应商信用政策近三年未发生明显变化，符合行业惯例，合理推测采购资金未有流向关联方的情形；

6) 近三年应付账款规模变动与采购规模变动匹配，应付账款周转率水平及变动与同行业可比公司的差异具有合理性。

二、关于新能源业务

年报显示，2023年，公司新能源业务营业收入56,652.69万元，同比增长493.21%，采用直销为主、经销为辅的销售模式，产品主要包括充电桩产品。

请公司：（1）补充披露报告期新能源业务主要客户情况，包括客户背景、成立时间、合作年限、销售内容、销售金额及变动原因、所销售产品的竞争优势、关联关系、期后回款情况等，说明上述客户交易价格与市场同类产品是否存在显著差异，毛利率与其他客户是否存在显著差异，是否存在期后存货情况；（2）说明公司新能源业务经销收入占比同比是否发生显著变化，是否存在经销商压货情形；（3）结合行业竞争、同行业可比公司、公司在手订单等情况，说明公司新能源业务收入大幅增长的原因，增长是否具备持续性；（4）补充披露报告期向主要供应商采购的内容、采购金额变动的原因、与业务变化是否匹配、向经销商采购的原因及最终来源，是否存在成立时间短、合作年限短、注册资本少、存在关联关系等情形及其原因，采购资金是否最终流向关联方；（5）说明新能源业务与汽车电子业务是否存在向不同供应商采购相同内容的情形，并说明原因。请保荐机构、年审会计师核查并发表明确意见，请年审会计师说明执行的审计程序及其充分性、有效性。

回复：

（一）补充披露报告期新能源业务主要客户情况，包括客户背景、成立时间、合作年限、销售内容、销售金额及变动原因、所销售产品的竞争优势、关联关系、期后回款情况等，说明上述客户交易价格与市场同类产品是否存在显著差异，毛利率与其他客户是否存在显著差异，是否存在期后存货情况

1. 公司新能源业务主要客户情况

公司新能源业务产品包括交流桩、壁挂直流桩、直流快充桩、直流超充桩以及具备广告运营功能的一站式充电管理云平台、平台涵盖运营、运维、智慧广告以及Charge APP等四大交互功能模块，能够为客户提供更安全、快捷、智能的智慧充电检测服务。

公司充电桩产品采用直销为主、经销为辅的销售模式。经销客户包括大型连锁零售商、汽配行业经销商、充电桩经销商、电商等。在经销模式下，客户向公司购买产品后，会面向下一级分销商或终端用户进行销售；直销客户主要是大型汽车维修连锁店、新能源充电桩运营商、电力公司、车队、社区物业、保险、零售商、充电桩安装商等行业客户。

公司2023年度主要的新能源业务客户的基本情况如下：

客户名称	客户背景	销售内容	成立时间	合作年限
客户X	美国知名充电解决方案和服务提供商	直流充电桩为主，交流充电桩为辅	2021年	1-2年
客户Y	欧洲知名充电解决方案和服务提供商	交流充电桩为主，直流充电桩为辅	2016年	1-2年
客户Z	一家电动汽车充电解决方案的全套工程、装修和安装服务的供应商	直流充电桩为主，交流充电桩为辅	1991年	1年内
客户1	某集团加拿大分支，该公司将与众多充电站运营商合作，以销售充电桩产品	直流充电桩为主，交流充电桩为辅	1995年	1年内
客户2	专注于提供电动汽车充电解决方案，包括充电设备的销售、安装和维护	直流充电桩为主，交流充电桩为辅	2015年	1-2年

公司上述主要客户均为境外从事新能源业务的新能源充电桩运营商和服务提供商，与公司不存在关联关系。

2. 公司新能源业务主要客户销售情况

公司新能源业务前五大客户两年销售变动情况如下：

单位：人民币万元

客户名称	2023年销售额	2022年销售额	2024年1-5月回款比例
客户X	3,701.07	121.85	100.00%
客户Y	2,630.79	1,713.11	58.09%
客户Z	2,187.84		100.00%
客户1	1,472.93		100.00%
客户2	1,427.18	117.77	40.92%
公司新能源业务收入总额	56,652.69	9,550.25	

从上表可见，新能源业务2023年前五大客户收入占公司新能源业务收入总额的20.16%，前五大客户的销售毛利率与其他客户不存在显著差异。

其他市场同类产品由于配置不同、型号不同，其产品价格和公司产品没有较强的可比性。

期后退货主要是由于质量问题产生的退货，金额占比较小。

（二）说明公司新能源业务经销收入占比同比是否发生显著变化，是否存在经销商压货情形

公司新能源业务以直销为主，经销收入占比较低，公司前二十大新能源客户占新能源业务的56%，前二十大客户以外的客户，单家销售金额均不足1%，均为零散的销售。

前二十大客户中只有一家为经销商，其2023年销售金额2,630.79万元，占新能源业务的比例为4.64%，2022年销售金额1,713.11万元，占新能源业务的比例为17.94%。本年该经销商收入占比下降较多，主要系本期公司新能源业务收入整体增加4.71亿元，增幅493.21%，增加的收入主要为直销收入，因此该客户的收入占比下降。

因此，公司的新能源业务以直销为主，两年的销售模式未发生较大变动。由于公司并不掌握经销商实际库存情况，且经销商收入占比较小，可以合理推断2023年度不存在公司经销商囤货的情形。

（三）结合行业竞争、同行业可比公司、公司在手订单等情况，说明公司新能源业务收入大幅增长的原因，增长是否具备持续性

1. 行业竞争情况

根据麦肯锡的预测，为实现美国联邦政府的零排放目标，美国的新能源汽车（含巴士、轿车、卡车、Van，且包含纯电和插电混动）将从2021年的280万台，增长到2030年的4,800万台，年复合增长率为37%。与之相对应的，美国的充电桩市场规模将从150万个增长到2030年的2,900万个，年复合增长率为39%。所对应的累计投资规模（含硬件投资与场地安装投资）到2030年将达到970亿美元。根据安永的预测，欧洲的新能源汽车在2030年将达到6,500万辆，将需要建设3,400万个充电桩，其中公共充电桩为320万个（公共快充15.6万个，慢充300万个），非公共充电桩为3,000万个（非公共快充25.9万个，慢充3,000万个）。

2. 同行业可比公司情况

海外的充电桩企业主要为传统的综合性大型电气公司，如ABB和西门子、车企如特斯拉和专业充电桩运营商ChargePoint等。国内充电桩企业主要包括以下几类，一是原有的相关设备生产企业，利用技术同源的优势，切入充电桩赛道，主要进行充电桩产品的生产和销售，如盛弘股份、英杰电气等企业；另一类是充电站运营商，主营充电站运营，同时部分企业自产充电桩，实现自产自用，如特来电（特锐德）。

由于海外的充电桩企业未披露充电桩相关的数据，以下为国内充电桩产品可比公司的销售情况：

单位：人民币万元

公司	2023年收入	2022年收入	增幅
盛弘股份	84,998.98	42,588.86	99.58%
英杰电气	9,684.13	8,607.32	12.51%
特锐德	604,083.24	456,910.93	32.21%
公司	56,652.69	9,550.25	493.21%

从上表可见新能源充电桩行业的销售均有较大增幅，公司由于刚刚涉足充电桩领域且主要销售地区为境外地区，因此2023年度销售增幅较高。

3. 在手订单情况

2023年期末新能源业务在手订单1.5亿左右，对应交付期集中在2024年第一季度，2024年第一季度新能源业务实现销售收入16,048.44万元，较2023年第一季度同比增长98.14%。

4. 公司新能源业务增长的原因及可持续

2023年度，公司加大了对新能源业务领域的投入，面对迅速增长的新能源市场，公司一方面持续保持高额研发投入，发布了高功率超充桩DC HiPower、小直流桩DC Compact、商用交流桩AC Ultra三款重要产品，具有较好的产品性能。另一方面构建新能源销售、技术支持、售后服务体系，增强本地化运营能力，并积极布局线上销售渠道。公司凭借良好的产品性能和多年沉淀下来的销售渠道，使得新能源业务保持较高增长。由于海外新能源业务渗透率较低，未来行业增长空间较大，公司可以凭借产品优势和销售优势，保持新能源充电桩业务增长的持续性。

（四）补充披