

关于对天马微电子股份有限公司  
2023 年年报的问询函  
的财务情况说明

大华核字【2024】0011010729 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

DaHuaCertifiedPublicAccountants (SpecialGeneralPartnership)

**关于对天马微电子股份有限公司  
2023 年年报的问询函  
的财务情况说明**

**目录**

一、关于收入、利润 .....	1
1.关于净利润 .....	1
2.关于营业收入 .....	23
3.关于营业成本 .....	36
4.关于毛利率 .....	43
5.关于财务费用 .....	54
二、关于资产、负债 .....	62
6.关于武汉 G6 项目 .....	62
7.关于长期股权投资 .....	71
8.关于商誉 .....	87
9.关于存货 .....	99
10.关于应收账款 .....	112

# 关于天马微电子股份有限公司 2023年年报的问询函 的财务情况说明

大华核字【2024】0011010729号

深圳证券交易所上市公司管理二部：

《深圳证券交易所关于对天马微电子股份有限公司 2023 年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2024〕第 11 号）已知悉。根据问询函要求：请年审会计师对第 1 项至第 10 项事项逐一核查并发表明确意见，重点说明针对收入成本实施的审计程序、覆盖范围及比例、核查结论，在建工程转固实施的审计程序、获取的审计证据、核查结论。

大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”、“我们”）作为天马微电子股份有限公司的 2023 年度财务报表审计会计师，就贵部向我们提出的问题进行了审慎核查，现对有关事项答复如下：

## 一、关于收入、利润

### 1.关于净利润

你公司 2023 年实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称净利润）-20.98 亿元，2022 年调整后净利润为 1.12 亿元。你公司披露 2023 年亏损的主要原因为智能手机显示产品均价大幅下降、AMOLED 生产线折旧增加、汇兑损益及投资收益变动等。请结合主营业务开展情况、生产线建成投产情况、产品产销情况、原材料价格、运营成本、期间费用等因素的具体变化情况，逐项量化分析导致 2023 年净利润亏损因素的影响程度、变化趋势及其可能对生产经营的持续影响，并比较说明你公司经营情况变动是否符合行业变动趋势、是否与可比公司业绩变

动情况相符。

回复：

## 一、公司说明

### （一）公司主要经营数据及变化情况

报告期，公司主要经营数据及变化情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变化金额	变化	占比
营业收入	3,227,130.59	3,144,747.69	82,382.90	2.62%	-37.16%
营业成本	3,008,466.22	2,739,032.53	269,433.69	9.84%	-121.54%
<b>营业毛利</b>	<b>218,664.37</b>	<b>405,715.16</b>	<b>-187,050.79</b>	<b>-46.10%</b>	<b>84.38%</b>
税金及附加	21,052.80	19,474.79	1,578.01	8.10%	-0.71%
销售费用	38,227.49	41,980.07	-3,752.58	-8.94%	1.69%
管理费用	84,556.72	109,514.00	-24,957.28	-22.79%	11.26%
研发费用	306,199.72	273,205.76	32,993.96	12.08%	-14.88%
财务费用	83,371.41	46,579.75	36,791.66	78.99%	-16.60%
其他收益	164,591.37	141,917.47	22,673.90	15.98%	-10.23%
投资收益	-35,160.92	-9,279.92	-25,881.00	278.89%	11.67%
信用及资产减值损失	-53,748.99	-44,209.72	-9,539.27	21.58%	4.30%
资产处置收益	46,443.43	9,514.84	36,928.59	388.12%	-16.66%
营业外收支	-544.29	3,515.60	-4,059.89	-115.48%	1.83%
所得税费用	17,829.73	5,722.61	12,107.12	211.57%	-5.46%
<b>净利润</b>	<b>-210,992.89</b>	<b>10,696.44</b>	<b>-221,689.33</b>	<b>-2072.55%</b>	<b>--</b>

注：占比指的是各项目变化金额占净利润变化金额的比例。

根据上表，2023 年度净利润较 2022 年度减少 221,689.33 万元，对净利润变化金额影响较大的项目包括：营业毛利减少 187,050.79 万元，管理费用减少 24,957.28 万元，研发费用增加 32,993.96 万元，财务费用增加 36,791.66 万元，其他收益增加 22,673.90 万元，投资损失增加 25,881.00 万元，资产处置收益增加 36,928.59 万元。

1、主营业务开展及产品产销情况

2023 年，公司实现综合销售毛利 218,664.37 万元，较上年减少 187,050.79 万元，同比下降 46.10%，综合销售毛利率为 6.78%，同比减少 6.13 个百分点，主要系受到复杂的外部环境、行业变化等因素影响，显示产品均价大幅低于去年同期，公司营收占比较大的消费类显示业务，尤其是智能手机显示产品盈利能力同比大幅下滑，同时叠加武汉 AMOLED 产线折旧增加的影响，压缩了 AMOLED 柔性手机显示产品的利润空间，影响了柔性 AMOLED 显示业务业绩改善的幅度及进度，2023 年其毛利率虽同比有所提升但仍处于负值等，综合导致公司销售毛利同比减少 187,050.79 万元，同比下降 46.10%。具体分析如下：

公司 2023 年和 2022 年主要显示业务收入及收入占主营业务收入比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	销售收入	销售占比	销售收入	销售占比
手机业务	1,355,937.63	42.38%	1,320,695.24	42.63%
车载业务	806,883.78	25.22%	743,488.68	24.00%
IT 业务	277,260.81	8.67%	140,464.15	4.53%
专业显示业务	488,686.12	15.27%	565,352.80	18.25%
其他	270,957.44	8.46%	327,987.69	10.59%
<b>合计</b>	<b>3,199,725.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,097,988.56</b>	<b>100.00%</b>

注：其他业务主要包括穿戴显示业务、与显示屏和显示模组相关的技术服务收入、开模收入等。

2023 年公司主要显示业务收入占主营业务收入比例整体相对稳定，其中手机业务和 IT 业务均属于消费品显示业务，合计占公司主营业务收入的比例同比上升 3.89%；车载业务占公司主营业务收入的比例 2023 年同比上升 1.22%，专业显示业务和其他业务有所下降。

(1) 主要消费类显示业务开展情况

报告期，主要消费类显示业务的价格及毛利率变动情况：

年度	项目	手机类业务			IT 显示业务
		其中：LCD	其中：AMOLED	汇总	
2023 年度	销量（万片）	10,732.40	3,711.33	14,443.73	891.90
	均价（元/片）	73.52	152.74	93.88	310.86
	销售收入（万元）	789,054.35	566,883.28	1,355,937.63	277,260.81
2022 年度	销量（万片）	10,918.61	1,297.91	12,216.52	343.18
	均价（元/片）	99.12	183.69	108.11	409.31
	销售收入（万元）	1,082,284.65	238,410.59	1,320,695.24	140,464.15
变动 情况	销量变化幅度	-1.71%	185.95%	18.23%	159.89%
	均价变化幅度	-25.83%	-16.85%	-13.16%	-24.05%
	收入变化幅度	-27.09%	137.78%	2.67%	97.39%
	毛利率变化值	-10.33%	0.34%	-12.50%	-5.48%

注 1：毛利率=（产品销售收入-产品销售成本）/产品销售收入，产品销售成本=产品标准成本+（产品标准成本/∑产品标准成本）\*成本差异金额。

注 2：上表及本回复所指销量为显示模组数量。

2023 年，根据Omdia、群智咨询等第三方机构数据显示，行业主流手机显示产品价格平均降幅约 30%。2023 年公司消费类显示业务中手机业务及IT业务占主营业务收入的比例达 51.04%，是公司重要的营业收入和利润来源。公司 2023 年智能手机显示产品销量同比上升 18.23%，但受到市场产品价格下降影响，2023 年智能手机显示产品均价同比下降 13.16%，影响毛利同比下降 168,076.02 万元，盈利能力同比大幅下滑。

具体至产品类别来看：①智能手机显示产品中的LCD手机显示业务作为公司消费类显示业务中的成熟业务，自 2022 年下半年受市场需求变化影响，量价齐跌，2023 年销量同比下降 1.71%，产品均价同比下降 25.83%，产品毛利率由盈转亏，同比下降 10.33%，导致业务同比收入、毛利均出现大幅下滑；②智能手

机显示产品中的柔性AMOLED手机显示业务作为消费类显示业务中的快速发展业务，随着武汉AMOLED产线爬坡上量，产销规模快速扩大，2023年销量同比增长185.95%，但是受到产品价格冲击，产品均价同比下降16.85%，叠加武汉AMOLED产线于2023年按进度转固的影响，折旧成本增加79,870.19万元，影响了柔性AMOLED显示业务业绩改善的幅度及进度，其2023年收入同比增长137.78%，毛利率虽同比有所提升但仍处于负值，毛利同比减少60,080.31万元；③IT显示业务（目前主要是LTPS平板、LTPS笔电）2023年实现的销售收入增长97.39%，销量增长159.89%，2023年毛利总体处于上涨趋势，但该业务2023年尚处于孵化投入阶段，产品结构也有待持续优化，产品毛利水平仍有待提升。

报告期，主要消费类显示业务的产销情况：

项目	2023年度			2022年度		
	产量 (万片)	销量 (万片)	产销率	产量 (万片)	销量 (万片)	产销率
手机业务	14,173.78	14,443.73	101.90%	11,649.49	12,216.52	104.87%
IT业务	908.70	891.90	98.15%	171.10	343.18	200.57%

报告期，主要消费类显示业务均保持较高的产销率水平。

(2) 车载业务及专业显示业务开展情况

报告期，车载及专业显示业务的价格及毛利率变动情况：

年度	项目	车载业务	专业显示业务
2023年度	销量(万片)	3,440.53	6,774.42
	均价(元/片)	234.52	72.14
	销售收入(万元)	806,883.78	488,686.12
2022年度	销量(万片)	3,308.28	7,918.19
	均价(元/片)	224.74	71.40
	销售收入(万元)	743,488.68	565,352.80
变动情况	销量变化幅度	4.00%	-14.44%
	均价变化幅度	4.36%	1.03%
	收入变化幅度	8.53%	-13.56%

年度	项目	车载业务	专业显示业务
	毛利率变化值	1.73%	4.03%

注：毛利率=（产品销售收入-产品销售成本）/产品销售收入，产品销售成本=产品标准成本+（产品标准成本/∑产品标准成本）\*成本差异金额。

2023 年，在复杂多变的行业大环境下，公司车载及专业显示业务领域（包含工控、医疗、智能家居、人机交互等众多细分领域）仍保持了较为稳健的发展。

报告期，车载业务及专业显示业务的产销情况：

项目	2023 年度			2022 年度		
	产量 (万片)	销量 (万片)	产销率	产量 (万片)	销量 (万片)	产销率
车载业务	3,368.30	3,440.53	102.14%	3,280.50	3,308.28	100.85%
专业显示业务	6,612.60	6,774.42	102.45%	7,933.80	7,918.19	99.80%

报告期，车载业务及专业显示业务均保持较高的产销率水平。

综上，基于显示面板行业等因素的影响，公司 2023 年营收占比较大的消费类显示业务，尤其是智能手机显示产品均价同比大幅下降，盈利能力同比大幅下滑，同时叠加武汉 AMOLED 产线折旧增加等因素综合影响导致公司销售毛利同比减少 187,050.79 万元，同比下降 46.10%。但公司持续积极抢抓市场机遇，2023 年实现营业收入同比稳健上升 2.62%，各类显示业务产销率均保持较高水平，公司第三、四季度业绩较第一、二季度有所改善。

## 2、生产线建成投产情况

截至 2023 年 12 月 31 日，公司处于运营期阶段的量产线主要包括 2 条无源生产线、4 条 a-Si 生产线、2 条 LTPS 生产线、2 条 AMOLED 产线；处于在建阶段的量产线包括 1 条新型模组生产线。

除武汉天马 AMOLED 产线、在建的芜湖新型模组生产线外，其余产线均在较早时间建成投产，公司运营中的 a-Si TFT LCD 产线的折旧已全部计提完毕（不



舍后期设备改造的折旧)，LTPS产线折旧将于 2025 年开始陆续计提完毕，AMOLED产线计提折旧中，其中武汉AMOLED产线于 2023 年达到预定可使用状态，转入固定资产。

公司 2023 年度固定资产折旧金额较 2022 年度增加 84,550.68 万元，其中武汉天马AMOLED产线转固增加 2023 年折旧金额 79,870.19 万元，从而影响公司折旧成本增加，利润总额减少。

此外，公司与合资方共同设立的联营公司投建的量产线包括 1 条柔性 AMOLED产线，目前处于试运行阶段；1 条第 8.6 代新型显示面板生产线，目前处于在建阶段。

### 3、原材料采购价格情况

公司原材料种类繁多，主要原材料包括背光板、驱动电路（IC）、玻璃基板、柔性电路板（FPC）和偏光片等，公司主要原材料的价格因应用的产品技术路线、产品规格要求、采购渠道不同存在差异。

2023 年公司主要原材料采购情况如下：

项目	驱动电路	背光板	柔性印刷电路板	偏光片	玻璃基板	合计
采购额（万元）	426,490.92	225,898.02	221,498.51	168,325.67	54,834.43	1,097,047.55
占总采购额比例	19.94%	10.56%	10.36%	7.87%	2.56%	51.29%

2022 年公司主要原材料采购情况如下：

项目	驱动电路	背光板	柔性印刷电路板	偏光片	玻璃基板	合计
采购额（万元）	499,113.35	252,044.92	210,788.93	162,255.92	54,430.56	1,178,633.68
占总采购额比例	23.48%	11.86%	9.92%	7.63%	2.56%	55.45%

根据上表数据，2023 年公司主要原材料采购额为 109.70 亿元，占采购额比重 51.29%；2022 年主要原材料采购额 117.86 亿元，占采购额比重 55.45%。公司 2023 年主要原材料均价整体相对稳定。

公司 2023 年手机类业务销售收入同比基本持平（上升 2.67%），但其中 LCD 销售收入占手机类业务收入比例下降 23.76%， AMOLED 销售收入占手机类业务收入比例上升 23.76%。2023 年公司 AMOLED 产品出货量同比增长 185.95%，应用于 AMOLED 产品的原材料采购量同比增长 154.23%，采购额同比增长 107.40%，由于应用于 LCD 产品的原材料国产化程度较高，且凭借规模效应，公司采购价格具有相对优势，但 AMOLED 产品的技术规格要求更高，叠加应用于 AMOLED 产品的材料及 IC 等部分关键原材料境外采购占比仍较高，应用于 AMOLED 产品的主要原材料均价高于应用于 LCD 产品均价。同时公司各类产品规格和要求（如大屏化、复杂化）不断升级，对应原材料规格也相应升级，从而拉高整体采购均价。

公司积极推进降本举措，2023 年绝大部分同型号同规格材料采购价格较 2022 年降幅约 10%。2023 年全球芯片资源供给缓解，随着国产化的稳步推进，显示驱动电路（IC）价格自 2022 年以来呈下跌趋势，公司应用于 AMOLED 产品所用驱动电路（IC），相较 2022 年均价下降 33.19%，应用于其他非 AMOLED 产品均价也有 12.82% 的降幅。

上述因素综合影响公司 2023 年主要原材料整体采购均价较 2022 年同比基本稳定。

#### 4、运营成本及期间费用情况

报告期，公司运营成本及期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变化金额
税金及附加	21,052.80	19,474.79	1,578.01
销售费用	38,227.49	41,980.07	-3,752.58
管理费用	84,556.72	109,514.00	-24,957.28
研发费用	306,199.72	273,205.76	32,993.96
财务费用	83,371.41	46,579.75	36,791.66
汇总	<b>533,408.14</b>	<b>490,754.37</b>	<b>42,653.77</b>

2023 年，公司运营成本及期间费用合计为 533,408.14 万元，较上年增加 42,653.77 万元，较上年同比增长 8.69%。其中，财务费用增加 36,791.66 万元，主要系：1) 外汇市场美元、日元汇率波动幅度较大，公司提高应对外汇风险的能力，降低汇率波动对利润造成的不确定性影响，增强财务稳健性，公司结合业务模式，从未来外币收支预测角度将降低外币风险敞口作为管理目标，采用了灵活结售汇方式降低中国大陆及中国香港控股子公司外汇风险敞口。公司 2022 年平均外汇风险敞口（综合折算为美元）为资产敞口 22,956.13 万美元，2023 年平均外汇风险敞口（综合折算为美元）降低至负债敞口 993.71 万美元，叠加汇率波动影响，汇兑收益同比减少 26,401.61 万元；2) 受武汉天马的银团贷款符合当期资本化条件的利息支出减少等因素影响，公司利息支出同比增加 16,156.79 万元；3) 汇兑收益及利息支出两项因素合计影响利润总额减少 42,558.40 万元，综合抵消利息收入增长 5,348.62 万元及手续费减少 418.11 万元的影响。因此，前述原因综合影响公司财务费用同比增加，利润总额同比下降 36,791.66 万元。此外，2023 年，公司坚持创新驱动，持续加大研发投入，研发费用投入 306,199.72 万元，较 2022 年上升 12.08%。

#### 5、其他损益变动情况

其他损益变动包括其他收益、投资收益和资产处置收益的变动，具体如下：

##### (1) 其他收益变动

其他收益的来源及变动情况如下：

单位：万元

产生其他收益的来源	2023 年度	2022 年度	变化金额
政府补助	138,746.70	141,917.47	-3,170.77
先进制造业企业增值税加计抵减	24,773.56		24,773.56
吸纳重点群体就业税收减免	1,071.11		1,071.11
<b>合计</b>	<b>164,591.37</b>	<b>141,917.47</b>	<b>22,673.90</b>

2023 年度其他收益较 2022 年度净增加 22,673.90 万元，主要系税收政策变

化影响：

2023 年 9 月 3 日，财政部、税务总局发布了《关于先进制造业企业增值税加计抵减政策的公告》（财政部 税务总局公告 2023 年第 43 号）：自 2023 年 1 月 1 日至 2027 年 12 月 31 日，允许先进制造业企业按照当期可抵扣进项税额加计 5% 抵减应纳增值税税额（以下称加计抵减政策）。

公司享受上述加计抵减政策，2023 年度确认其他收益金额 24,773.56 万元。

（2）投资收益变动

投资收益变动情况如下：

单位：万元

项 目	2023 年度	2022 年度	变化金额
权益法核算的长期股权投资收益	-34,898.45	-9,233.08	-25,665.37
应收款项融资终止确认收益	-262.48	-46.84	-215.63
<b>合计</b>	<b>-35,160.92</b>	<b>-9,279.92</b>	<b>-25,881.00</b>

2023 年，公司投资收益较同期减少 25,881.00 万元，主要系公司对外投资的显示面板行业相关的联营企业处于试运行和建设期，叠加行业因素影响，整体业绩较上年下滑，权益法核算的长期股权投资收益同比下降，其中公司重要的联营企业厦门天马显示科技有限公司 2023 年净利润-228,806.69 万元，较同期下降 174,213.92 万元，导致投资收益整体同比下降 25,665.37 万元，影响当期利润总额同比减少 25,665.37 万元。

（3）资产处置收益变动

资产处置收益变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变化金额
固定资产处置利得或损失	-370.50	3,804.08	-4,174.58
无形资产处置利得或损失	44,055.50	1,499.76	42,555.74
厦门天马政府人才房处置利得	2,615.40	4,205.19	-1,589.79
其他	143.04	5.81	137.23
<b>合计</b>	<b>46,443.43</b>	<b>9,514.84</b>	<b>36,928.59</b>

2023 年度资产处置收益较 2022 年度净增加 36,928.59 万元，主要系全资子公司上海中航光电子有限公司（以下简称“上海光电子”）位于上海市闵行区华宁路 3388 号西侧土地收储，上海光电子按照收到的回收款和搬迁奖励款扣除相关成本及费用支出后确认的资产处置收益 44,055.50 万元。

综上所述，2023 年，公司经营业绩下降主要原因为：1）基于复杂的外部环境、行业变化等因素影响，同时叠加武汉 AMOLED 产线折旧增加等因素综合影响导致公司销售毛利同比减少 187,050.79 万元，同比下降 46.10%；2）期间费用同比上年增加 41,075.76 万元。其中，财务费用同比增加 36,791.66 万元，一方面系公司降低外币货币性资产净敞口，叠加当期汇率波动影响，汇兑收益同比下降，另一方面，武汉天马的银团贷款符合当期资本化条件的利息支出减少等因素综合影响了财务费用的增加。此外，2023 年公司坚持创新驱动，持续加大研发投入，研发费用投入较上年有所增加；3）公司对外投资的显示面板行业相关的联营企业处于试运行和建设期，叠加行业因素影响，导致联营企业长期股权投资收益同比下降，影响当期利润总额同比减少 25,665.37 万元。

## （二）2023 净利润亏损不会对公司未来持续经营能力造成重大不利影响

2023 年，由于复杂的外部环境、行业变化等因素影响，公司盈利有所下滑，同时，公司期间费用同比上升和投资收益同比下降等进一步拉低了公司净利润，综合导致公司经营业绩同比出现下滑，但上述因素未改变公司的行业地位和所处行业的竞争格局，预计不会导致公司的主营业务、经营模式等发生重大变化。具体原因如下：

### 1、公司主营业务的持续经营能力来自于公司多年的积累与竞争优势

公司作为国内中小尺寸显示领域规模最大的显示器及模块制造商之一，深耕中小尺寸显示领域四十年，已在技术、产业布局、客户基础等方面形成显著竞争优势，主营业务具有持续经营能力。在技术研发方面，公司自主掌握多项显示行业的领先技术，并坚持创新驱动，持续加大研发投入，具备深厚的技术积累；在产业布局方面，公司运营管理的产线组合完善并不断加大对全球先进技术和高端

产线的投入，已形成包含无源、a-Si TFT-LCD、LTPS TFT-LCD、IGZO TFT-LCD、AMOLED、Micro-LED的中小尺寸全领域主流显示技术布局，可以更好地满足下游市场日益多样化的技术和产品需求，并为客户提供多元化的显示解决方案；在客户基础方面，公司深耕中小尺寸显示行业，在与产业链伙伴的深度合作中积累了雄厚的客户合作基础，公司始终坚持围绕客户需求，形成了均衡合理的客户结构，连续多年获得行业主流品牌客户的认可。2022年、2023年公司主营业务收入分别为3,097,988.56万元、3,199,725.78万元，公司已形成中小尺寸全领域主流显示技术布局并具备不断创新的研发能力，建立了完善的产品市场营销体系和良好的客户基础，主营业务具有较强市场竞争能力和成长空间，具有良好持续经营能力。

2、由于复杂的外部环境、行业变化等因素导致公司业绩有所下滑，上述因素短期内仍存在影响，但目前显示行业已在逐步回暖，中长期来看，未来全球中小尺寸显示行业仍将呈现成长态势

随着下游市场环境的逐步好转，人工智能的普及推动下游应用终端更新换代、混合办公模式兴起、“双碳”政策推动等多种因素驱动下，全球数字经济规模将持续成长，智能化进程持续推进，各种形态的智能终端在人们生活中将发挥着越来越重要作用，显示屏作为人机交互的主要载体，作用尤为凸显。新型显示作为数字经济核心产业和国家战略新兴产业，产业发展前景广阔。伴随着显示技术的不断进步和新兴应用领域市场缤纷呈现，显示产品逐步往屏幕中大尺寸化、高刷高清、低功耗、多元形态、显示功能集成化、人机交互智能化、多元技术组合等方向发展，高规格显示技术市场渗透率持续提升，智能手机端AMOLED结构性成长明显，以新能源车等为代表的新应用市场继续保持增长态势，IT显示（平板、笔电等）也呈现多元技术并存、未来整体呈现向上发展并不断升级的态势。综合来看，尽管2023年全球中小尺寸显示行业部分下游领域（如电子消费品）面临需求低迷、价格下降等挑战，但是随着整体市场环境逐步好转以及技术演进，未来全球中小尺寸显示行业仍将呈现成长态势。

3、针对导致公司业绩下滑的核心因素，公司亦针对性采取对应改善措施，降本增效，增强持续经营能力

公司顺应市场趋势，坚定“2+1+N”战略引领，以手机显示、车载显示作为核心业务【2】，IT显示作为快速增长的关键业务【1】，工业品、横向细分市场、非显业务、生态拓展等作为增值业务【N】，持续聚焦核心主业发展，推进各项业务与业绩积极改善。具体措施如下：

（1）公司顺应行业趋势，持续提高多元化业务的市场占有率，积极开拓新领域与市场

在手机与IT显示业务领域，公司将发挥多技术、多产线协同优势，不断优化产品结构、提升产品规格和竞争力，提升重点在大客户渗透率与产品盈利能力，并在新产品层面拓展合作；

在车载显示业务领域，公司将加快LTPS技术往车载显示产品转型力度，加速AMOLED车载技术开发，通过产品升级增加需求机会，持续积极开拓新能源汽车市场，深入推进汽车电子业务稳定量产，通过产品、技术和商业模式创新，为客户提供更优质的解决方案和服务；

在专显业务领域，公司将持续深耕现有利基市场，强化各细分应用领域领先竞争力，积极开拓新赛道新客户。

（2）公司不断提升产品附加值，加强盈利能力

一方面，公司将持续提升AMOLED柔性技术产品开发能力和量产能力，加速在高规格柔性产品的产品竞争能力，推动价格修复；另一方面，公司将利用多元的技术产线布局，不断丰富产品组合，加快中尺寸等新产品线开拓，强化产品规格升级，提升高附加值产品占比。

（3）公司加大成本控制力度，推进供应链本地化，降低项目成本，提升运营效率

一方面，公司将不断推进供应链的本地化、多元化采购，降低材料成本；另一方面，公司将通过数字化变革等措施，不断提高经营管理工作的效率和效益，同时将方案降本、性能提升和材料降本综合管理，改善项目成本，节约运行支出。

因此，鉴于未来全球中小尺寸显示行业仍将呈现成长态势，公司亦将进一步通过持续提高市场占有率、提升产品附加值、加大成本控制力度等形式加强核心能力建设，2023 年经营业绩下滑的情况未改变公司的行业地位和所处行业的竞争格局，不会对公司当年及以后年度经营造成重大不利影响，不会对公司未来持续经营能力造成重大不利影响。

### （三）公司经营情况变动符合行业变动趋势的情况说明

根据 Omdia 调研与统计，全球中小尺寸显示应用领域包括智能手机、IT（显示器、笔记本电脑、平板电脑）、车载、工业品、穿戴等领域，并且从技术类别来看，全球中小尺寸显示市场呈现a-Si、LTPS、AMOLED 等多种技术并存态势。

2022 年至 2023 年，中小尺寸显示领域经历终端需求由疲软到逐步温和复苏、价格大幅下滑到逐步企稳止跌、开始修复的过程。

公司主要显示业务销售量变化趋势符合行业市场规模变化趋势，对公司经营业绩影响较大的智能手机显示业务的平均价格变化趋势符合行业智能手机主流产品平均价格变化趋势。具体分析如下：

公司主要业务 2023 年全球市场规模（出货量）较 2022 年变化情况如下：

单位：亿片

项目	2023 年	2022 年	同比变动
手机显示业务	14.5	13.8	5.1%
其中：a-Si	5.4	4.9	11.5%
LTPS	2.8	3.1	-9.2%
AMOLED	6.2	5.7	8.8%
车载显示业务	2.18	1.93	13.0%
IT 显示业务	5.93	6.38	-7.0%
其中：LTPS	2.30	2.00	15.0%



注：数据来源为Omdia调研数据。

公司主要业务 2023 年销售量较 2022 年变动情况如下：

单位：万片

项目	2023 年	2022 年	同比变动
手机显示业务	14,444	12,217	18.23%
其中：a-Si	2,356	2,474	-4.76%
LTPS	8,377	8,445	-0.81%
AMOLED	3,711	1,298	185.95%
车载显示业务	3,441	3,308	4.00%
IT 显示业务	892	343	159.89%

注：公司IT显示业务产品主要系LTPS 显示模组。

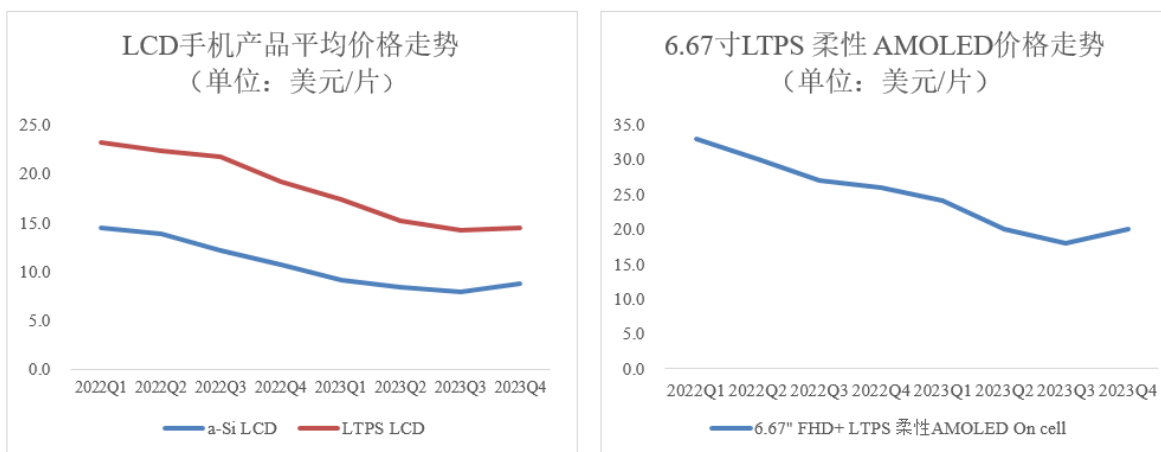
#### （1）智能手机显示业务

根据最新Omdia调研，2023 年全球智能手机显示模组需求量为 14.5 亿片，同比增长 5.1%，整体市场规模略有增长，且呈现a-Si/LTPS TFT LCD、AMOLED 等多种技术并存态势，其中a-Si LCD产品依然是各品牌端优化成本策略下的第一选择，需求相对稳定，但其中低世代产品市场规模呈下降趋势，高世代产品市场规模呈上升趋势；AMOLED产品结构性成长明显；LTPS LCD产品需求受a-Si LCD、AMOLED产品双重挤压呈下滑趋势。

公司智能手机显示业务出货量同比增加 18.23%，主要系公司柔性 AMOLED手机业务 2023 年快速发展，产销规模快速扩大，销量较 2022 年增长 185.95%，增长趋势与市场规模变化趋势一致。手机显示业务中的LTPS LCD产品销量同比下降 0.81%，呈现下降趋势，与市场规模变化趋势一致；a-Si LCD产品市场规模呈上升趋势，但其中低世代产品整体规模呈下降趋势，2023 年公司a-Si 手机产品是在低世代产线上生产制造，且公司基于业务规划持续推进快a-Si产线向车载、专显业务转型，2023 年销售量下降 4.76%，与市场规模变化趋势一致。

从面板价格来看，根据第三方调研机构内容显示，2022 年至 2023 年上半年，由于a-Si LCD面板持续维持供大于求的状态；LTPS LCD面板供应宽松，且部分

品牌持续采取减单策略；随着国内柔性OLED面板产能增加，柔性OLED价格竞争激烈；智能手机面板价格呈现持续下行趋势。2023 下半年，下游需求出现复苏迹象并开始温和回暖，价格降幅也逐步收窄并开始修复改善。根据群智咨询、Omdia等第三方机构数据显示，行业主流手机显示产品价格平均降幅约 30%，分技术类别主流手机显示产品平均价格走势如下：



注：上图根据Omdia数据统计整理。

注：上图根据群智咨询数据统计整理

公司手机类业务因产品平均价格下降 13.16%，其中LCD手机显示业务产品均价同比下降 25.83%；柔性AMOLED手机显示业务产品均价同比下降 16.85%，价格下降趋势与行业主流手机产品平均价格下降趋势一致。

## (2) 车载显示业务

根据第三方调研机构内容显示，2023 年，全球车载显示面板呈现出出货规模和营收双增长，车载显示屏向大屏化、多屏化、高分辨率等发展方向较为明显，随着汽车智能化、可视化已成为发展趋势以及新能源汽车的快速普及，市场规模呈现上升趋势，2023 年全球市场需求量同比增长 13.0%。公司车载业务产品销售量同比增长 4.00%，销售收入同比增长 8.53%，公司车载显示业务产品销售量和销售收入增长趋势与行业市场规模变化趋势一致。

### （3）IT显示业务

根据Omdia调研数据，2023年，IT显示行业市场规模同比下降7.0%，其中LTPS产品市场规模同比增长15.0%。随着混合办公、在线教育、远程会议等应用场景增多，数字经济兴起和消费者行为的转变，生成式AI带来产品规格升级，以及微软力推Win12系统等因素驱动，IT显示屏需求历经波折，但长期来看整体呈现向上态势并不断升级。

公司IT显示业务目前主要是LTPS平板、LTPS笔电，2023年实现的销售收入增长97.39%，销量同比增长159.89%，增长趋势与行业市场规模变化趋势一致。

### （4）专业显示业务

专业显示业务包括工控、医疗、智能家居、人机交互、航空航海等众多细分领域，显示应用场景丰富多样，各细分领域市场规模变化也存在较大差异。尽管2023年基于复杂多变的外部环境等因素影响，导致整体需求阶段性减少。公司专业显示业务产品2023年销售量同比下降14.44%，整体符合行业趋势。但是从中长期看，在生成式AI、新基建、碳中和、智慧化生活、数字经济等驱动下，专业显示市场不仅将进入恢复式增长阶段，并且对大屏、高分辨率等高规格产品的需求增加。

综上所述，公司主要显示业务销售量变化趋势符合行业市场规模变化趋势，对公司经营业绩影响较大的智能手机显示业务的平均价格变化趋势符合行业智能手机主流产品平均价格变化趋势。

## （四）公司经营情况与可比公司业绩变动情况相符的情况说明

面板显示行业具有产业技术路线持续更新迭代的特性，不同的面板显示公司主攻、覆盖不同的显示技术路线，其对应的产线建设进程、主营业务产品所处的行业生命发展周期、产品结构和盈利能力等各方面均存在明显差异，公司选取京东方A、TCL科技、维信诺和龙腾光电作为主要可比公司，其显示业务主要覆盖的技术路线与公司的接近程度较大，可比性较高。

目前京东方A已披露 2023 年年度报告，其他可比上市公司在 2023 年第三季度财务报告和 2023 年年度业绩预告中均未对其主营业务的收入和成本进行拆分披露，因此，当前对可比公司进行分业务财务数据对比受限。

以京东方A 2023 年年报报告披露的数据和目前仅有的其他同行业上市公司公告的 2023 年业绩预告数据分析如下：

证券代码	公司名称	2023 年营业收入金额较 2022 年变动比例		归属于上市公司股东的净利润		扣除非经常性损益后的净利润	
		收入金额	同比变动比例	2023 年度	2022 年度	2023 年度	2022 年度
000725	京东方 A	1,745.43 亿元	-2.17%	254,744 万元	755,088 万元	-63,256.13 万元	-222,865 万元
000100	TCL 科技	1,735.5 亿元至 1,773.5 亿元	4.15%-6.43 %	21 亿元至 25 亿元	2.61 亿元	9 亿元至 13 亿元	-26.98 亿元
002387	维信诺 (主要包含柔性 AMOLED 技术)	570,000.00 万元至 600,000.00 万元	-23.76%~ -19.75%	-398,000.00 万元至 -358,000.00 万元	-206,649.37 万元	-404,800.00 万元至 -364,800.00 万元	-221,619.82 万元
688055	龙腾光电(主要包含 TFT-LCD 技术)	378,270.04 万元	-10.08%	-29,000.00 万元至 -25,000.00 万元	25,163.90 万元	-31,000.00 万元到 -27,000.00 万元	21,632.87 万元
000050	深天马	3,227,130.59 万元	2.62%	-209,758.84 万元	11,252.12 万元	-383,071.83 万元	-138,850.85 万元
其中	深天马-LCD 业务	789,054.35 万元	-27.09%				
	深天马-AMOLED 业务	566,883.28 万元	137.78%				

注：上表 2022 年数据取自各公司 2023 年年报中披露的调整前数据或 2023 年业绩预告。

就整体业绩变动趋势层面分析，其中：

1、维信诺和龙腾光电基于行业影响，业绩较 2022 年呈下滑趋势；

2、TCL科技业绩呈上升趋势，根据其业绩预告，一方面主要系其主营业务中除了半导体显示业务之外，还包含了新能源光伏业务，公司主营业务中不涉及新能源光伏业务，两者主营业务构成存在差异；另一方面系显示业务中，两者的产品结构存在差异所致，其半导体显示业务中“大尺寸行业格局进一步优化，主要厂商盈利能力逐步修复”、“协同自身与产业链优势，坚定电视面板大尺寸化和高端化策略，积极发展交互白板、数字标牌、拼接屏等商用显示业务。TCL华星高世代线布局覆盖t1、t2、t9、t10 四座 8 代线工厂和t6、t7 两座全球最高的 11 代线工厂，电视面板市场份额稳居全球前二”，而公司主营中小尺寸显示领域，产品未涉及电视面板。

3、京东方A2023 年扣除非经常性损益后的净利润与 2022 年相比依旧为负，但亏损有所收窄，主要系“其成熟产线盈利能力同比改善明显，同时其TV类产品价格明显上涨导致LCD业务盈利性较 2022 年提升所致。”而与TV类大尺寸显示产品不同，公司主营中小尺寸显示面板及显示模组，未涉及TV类产品领域，在业务结构和产品结构层面存在差异。

就公司分业务结构层面与可比公司的对比分析，其中：

1、根据第三方面板研究机构DSCC公布的数据显示，维信诺 2023 年出货产品以柔性AMOLED技术产品为主，其“全年受限于行业整体压力和价格波动，营业收入受到一定影响”， 2023 年收入和扣除非经常性损益后的净利润较 2022 年均有所下滑；而公司的AMOLED业务收入在 2023 年有所上升，主要系其柔性AMOLED产品在报告期内处于爬坡发展阶段，2023 年随着产线产能释放导致其收入较 2022 年有所提升，但同时受市场环境的影响，AMOLED产品价格遭受冲击，另叠加武汉AMOLED产线转固后折旧成本增加的影响，压缩了产品的利润空间。因此从AMOLED的细分业务角度分析，虽然维信诺与公司AMOLED业务的收入波动幅度不一致，但两者的AMOLED业务均受行业影响导致其盈利能力下降。

2、龙腾光电主要显示技术为TFT-LCD技术，按照业绩预告其 2023 年的营业

收入较上年同期下降幅度区间为 10.08%，与公司LCD业务收入下降 27.09%的变动趋势一致，均系因 2023 年细分行业影响所致。

综上，公司经营情况与可比公司业绩变动情况基本相符。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

1、向公司管理层访谈，了解行业变化趋势、业绩下滑的原因、公司应对业绩下滑的具体措施及公司未来的发展战略；

2、对公司报表执行分析程序，以识别和评估重大错报风险，并针对重大错报风险执行进一步审计程序；

3、对公司信息系统执行信息系一般控制测试；对公司进行销售收入自动计算及确认的信息系统执行应用控制测试；对公司标准成本核算、工单成本卷积的信息系统执行应用控制测试；

4、复核公司与客户的对账程序：按照公司与客户的交易惯例，在抽样的基础上，获取客户的各月交易对账单与公司账面各月销售记录匹配，对公司与客户的对账过程和结果复核，抽样金额 936,155.17 万元；

5、基于公司销售具有交易频繁且单笔订单金额较小的交易特点，我们在信息系统测试结果的基础上对收入执行真实性及细节测试、截止性测试、特定风险标准的会计分录测试等，收入测试金额合计 731,255.93 万元；

6、执行函证程序：对期末应收账款余额执行函证程序，根据执行结果，发函金额 628,385.73 万元，回函金额 504,191.51 万元（回函比例 80.24%），替代测试确认金额 124,194.22 万元（回函+替代测试金额：628,385.73 万元）；对期末应付账款余额执行函证程序，根据执行结果，发函金额 399,092.71 万元，回函金额 360,876.93 万元（回函比例 90.42%），替代测试确认金额 38,215.78 万元（回函+

替代测试金额：399,092.71 万元)；

7、执行分析程序：①分析销量、产品结构、价格、毛利率、重要客户结构、期末客户应收账款与全年交易额合理性等，分析价格、销量变化对毛利率的影响；分析主要客户的稳定性；期末应收账款占全年交易额比例与主要客户账期是否存在重大差异。②分析主要产品所需原材料的采购量、采购价格变化、主要产品单位材料成本金额变化等指标，分析原材料采购价格变化对毛利率的影响。③分析制造费用项目的变动情况和合理性，分析产品单位制费的变动及对毛利率的影响；

8、了解公司有关成本核算的具体方法和流程以及日常成本管理的内控执行情况，并对公司产品成本归集及核算中的关键控制点进行测试；

9、对于标准成本，从销量、毛利率波动、期末库存角度抽样，合计抽样金额 1,137,661.33 万元，选择物料号追踪其信息系统的 BOM 构成，对于 BOM 里的原材料数量、价格信息等核对至采购记录，并核对是否相符；

10、复核公司成本差异分摊的过程和合理性，并对成本差异分摊执行重新计算；

11、根据存货的变化计算主营业务成本，执行营业成本倒轧程序；

12、获取并检查公司营业成本构成明细，执行分析性复核程序，分析不同业务成本构成情况、变动情况及变动原因，并结合收入情况对成本的变动进行分析；

13、对采购与付款循环实施细节测试，选取样本核查材料采购相关的支持性文件，包括采购订单、入库单、付款单、记账凭证等流程单据，核查采购的完整性、真实性、准确性；

14、对制造费用执行细节测试：抽样检查主要费用发生原始凭证与费用入账金额，检查主要包括：合同、结算单、发票等；

15、了解公司主要生产线情况，包括：建设时间、技术路线、规划投资额、转固时间等；

16、复核公司有关固定资产、无形资产等的会计估计，并与同行业可比公司

比对是否存在重大差异；对公司固定资产的折旧、无形资产摊销、使用权资产折旧、长期待摊费用摊销等进行重新测算；

17、访谈重要联营企业会计师，了解重要联营企业项目建设进度、重要会计政策和会计估计、亏损原因等。同时，复核联营企业报表及相关审计底稿，了解联营企业主要业务、联营企业会计师主要审计程序、审计结果等，对权益法核算的投资收益执行重新计算；

18、获取并查阅销售费用、管理费用、研发费用、财务费用明细，了解销售费用、管理费用、研发费用、财务费用的归集方法及管理流程；对报告期内的期间费用进行分析复核，分析其构成及变化情况，将期间费用中的项目与各有关账户进行核对；对报告期内的期间费用实施细节测试，检查其合同、结算单等原始凭证，确认支出的真实性及合理性；针对财务费用中的利息支出执行重新计算程序，对管理层计算资本化借款费用时所采用的开始资本化和停止资本化的时点的合理性进行评估，根据借款合同的相关条款，对本期符合资本化条件的借款利息支出执行重新计算；实施截止性测试，抽取资产负债表日前后的费用明细账，检查费用凭证与会计记录日期是否一致；

19、查询行业资讯、同行业公司京东方A（000725）、TCL科技（000100）、维信诺（002387）、龙腾光电（688055）的定期报告、业绩预告等，了解行业现状、产品行情、同行业的业绩变动情况及变动原因等，分析公司经营情况变动是否符合行业变动趋势、是否与可比公司业绩变动情况相符。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、导致 2023 年净利润亏损的主要原因包括：1）由于复杂的外部环境、行业变化等因素公司盈利有所下滑，同时叠加武汉 AMOLED 产线折旧增加等因素综合影响导致公司销售毛利同比减少 187,050.79 万元，同比下降 46.10%；2）期间费用同比上年增加 41,075.76 万元，其中，财务费用同比增加 36,791.66 万元，



一方面系公司降低外币货币性资产净敞口，叠加当期汇率波动影响，汇兑收益同比下降，另一方面，武汉天马的银团贷款符合当期资本化条件的利息支出减少等因素综合影响了财务费用的增加。此外，2023 年公司坚持创新驱动，持续加大研发投入，研发费用投入较上年有所增加；3）公司对外投资的显示面板行业相关的联营企业处于试运行和建设期，叠加行业不利因素影响，产品价格下降，联营企业长期股权投资收益同比下降，影响当期利润总额同比减少 25,665.37 万元。

2、2023 净利润亏损不会对公司未来持续经营能力造成重大不利影响，原因如下：（1）公司主营业务的持续经营能力来自于公司多年的积累与竞争优势；（2）导致公司业绩下滑的主要原因系复杂的外部环境、行业变化等因素影响，上述因素短期内仍存在影响，但目前显示行业已在逐步回暖，长期来看，未来全球中小尺寸显示行业仍将呈现成长态势；（3）针对导致公司业绩下滑的核心因素，公司亦针对性采取对应改善措施，降本增效，增强持续经营能力。

3、公司主要显示业务销售量变化趋势符合行业市场规模变化趋势，对公司经营业绩影响较大的智能手机显示业务的平均价格变化趋势符合行业智能手机主流产品平均价格变化趋势，公司经营情况与可比公司业绩变动情况基本相符。

## 2.关于营业收入

你公司 2023 年营业收入扣除后金额为 319.97 亿元，电子元器件销售量为 3.08 亿片；2022 年营业收入扣除后金额为 309.14 亿元，电子元器件销售量为 2.87 亿片。

（1）根据年报“行业发展趋势”部分所述，2023 年全球智能手机显示模组需求量、车载显示屏市场规模、IT显示屏需求量分别为 14.5 亿片、2.18 亿片、5.93 亿片，分别同比增加 5.1%、增长 13%、下滑 7%。请说明电子元器件细分类型、收入占比及变动、产品定位、销售价格区间及变动、在手订单、主要市场容量及市场份额等情况，结合上述情况分析你公司销售量、营业收入增长的具体原因及合理性，是否与全球需求及变化情况、可比公司收入变动情况相符。

(2) 请按照细分产品说明收入确认政策，包括收入确认时点、确认依据、原始单据凭证，结合行业特性、收入核算过程、销售记录与销售单据的匹配性、销售回款等情况，明确说明收入确认是否真实、准确，相关会计处理是否符合会计准则的规定。

### 一、公司说明

(一) 销售量、营业收入增长原因及合理性分析，与全球需求及变化情况、可比公司收入变动情况相符

#### 1、销售量、营业收入增长原因及合理性分析

(1) 电子元器件细分类型情况、产品定位、主要产品销售价格区间变动情况

公司产品按照应用领域区细分为手机业务、车载业务、IT业务、专业显示业务等，各显示业务的产品定位及主要客户群体如下：

分业务	产品定位	主要客户群体
LCD 手机业务	LCD 手机显示模组	手机品牌厂商
AMOLED 手机业务	柔性 AMOLED 手机显示模组	手机品牌厂商
车载业务	车载显示模组	汽车厂商一级供应商、汽车厂商
专业显示业务	工业品、医疗显示模组等	工业品、医疗等厂商
IT 显示业务	IT 显示模组	平板、笔电及显示器品牌厂商

公司 2023 年电子元器件业务分类及各类产品定位较 2022 年未发生变化。

公司主要显示业务中主要尺寸产品 2023 年、2022 年销售价格区间如下：

单位：元/片

分业务	主要尺寸（英寸）	2023 年价格区间	2022 年价格区间
LCD 手机业务	6.58/6.72/6.78/6.79	60-90	90-140
AMOLED 手机业务	6.67/6.74/6.78	115-210	150-260
车载业务	7/10.1/10.25/10.3/12.3	130-650	130-740
专业显示业务	尺寸范围广，以 7 英寸为	50-490	60-490

分业务	主要尺寸（英寸）	2023 年价格区间	2022 年价格区间
	例		
IT 显示业务	7/10.61/10.63/10.95/11/14/14.2/16	180-800	280-840

基于行业因素影响，公司主要业务中手机显示产品、IT显示产品主要尺寸2023 年销售价格区间较 2022 年下降明显，车载、专业显示业务主要尺寸产品销售价格区间相对稳定。

(2) 电子元器件分业务的收入占比及变动情况

2023 年度，公司电子元器件分业务的收入占比情况：

分业务		2023 年度			
		销量（万片）	均价（元/片）	销售收入（万元）	收入占比
手机类 业务	其中：LCD	10,732.40	73.52	789,054.35	24.66%
	其中：AMOLED	3,711.33	152.74	566,883.28	17.72%
	汇总	<b>14,443.73</b>	<b>93.88</b>	<b>1,355,937.63</b>	<b>42.38%</b>
车载业务		3,440.53	234.52	806,883.78	25.22%
专业显示业务		6,774.42	72.14	488,686.12	15.27%
IT 显示业务		891.90	310.87	277,260.81	8.67%
其他		5,216.97	—	270,957.44	8.47%
合计		<b>30,767.55</b>	<b>104.00</b>	<b>3,199,725.78</b>	<b>100.00%</b>

2022 年度，公司电子元器件分业务的收入占比情况：

分业务		2022 年度			
		销量（万片）	均价（元/片）	销售收入（万元）	收入占比
手机类 业务	其中：LCD	10,918.61	99.12	1,082,284.65	34.94%
	其中：AMOLED	1,297.91	183.69	238,410.59	7.70%
	汇总	<b>12,216.52</b>	<b>108.11</b>	<b>1,320,695.24</b>	<b>42.63%</b>
车载业务		3,308.28	224.74	743,488.68	24.00%
专业显示业务		7,918.19	71.40	565,352.80	18.25%
IT 显示业务		343.18	409.30	140,464.15	4.53%
其他		4,877.52	—	327,987.69	10.59%
合计		<b>28,663.69</b>	<b>108.08</b>	<b>3,097,988.56</b>	<b>100.00%</b>

2023 年度、2022 年度销量、均价、销售收入及占比变化情况：

分业务		两期变化情况			
		销量变化	均价变化	销售收入变化	占比变化值
手机类 业务	其中：LCD	-1.71%	-25.83%	-27.09%	-10.28%
	其中：AMOLED	185.95%	-16.85%	137.78%	10.02%
	汇总	<b>18.23%</b>	<b>-13.16%</b>	<b>2.67%</b>	<b>-0.25%</b>
车载业务		4.00%	4.36%	8.53%	1.22%
专业显示业务		-14.44%	1.03%	-13.56%	-2.98%
IT 显示业务		159.89%	-24.05%	97.39%	4.14%
其他		6.96%	—	-17.39%	-2.12%
合计		<b>7.34%</b>	<b>-3.77%</b>	<b>3.28%</b>	<b>0.00%</b>

注：其他业务主要包括穿戴显示业务、与显示屏和显示模组相关的技术服务收入、开模收入等。

公司持续坚定“2+1+N”发展战略，以手机显示、车载显示作为核心业务【2】，IT显示作为快速增长的关键业务【1】，工业品、横向细分市场、非显业务、生态拓展等作为增值业务【N】。

2023 年度，公司手机类业务、车载业务占公司主营业务收入的比例相对稳定；IT显示在 2023 年度实现营业收入增加 136,796.66 万元，增长 97.39%，占主营业务收入的比例提高 4.14 个百分点；专业显示业务和其他业务有所下降。总体上看，公司主要产品结构未发生重大变化。

2023 年度，公司电子元器件销量增加 2,103.86 万片，销量增长 7.34%，销售收入增长 3.28%，销售收入增长幅度低于销量增长幅度主要是受到复杂多变的外部环境、行业竞争加剧等不利因素综合影响，手机类业务产品价格受到冲击，导致收入增长幅度不及预期。

公司 2023 年度销量的增长主要来源于 AMOLED 手机业务销量的增长，2023 年度 AMOLED 手机业务销量增加 2,413.42 万片，AMOLED 手机业务是公司快速发展业务，随着武汉 AMOLED 产线爬坡上量，产销规模快速扩大，月均产量达到相对饱满水平，因此销量及销售额均实现同比翻番增长，但由于受到复杂多变

的外部环境、行业竞争加剧等不利因素综合影响，产品价格受到冲击，收入增长幅度不及预期。

2023 年度，公司车载类业务整体呈增长趋势，在主要新能源汽车客户的份额加速提升，面向国际头部整车厂的汽车电子业务已开始批量交付，多渠道多维度扩大了车载显示业务销售规模，实现了销量和收入的双向增长。

专业显示包含工控、医疗、智能家居、人机交互等众多细分领域，2023 年度，公司专业显示业务总体保持较为稳健的发展，但由于 2023 年受到复杂多变的外部环境等因素影响，导致整体需求阶段性减少，公司专业显示业务销量较 2022 年度减少 1,143.77 万片，下降 14.14%，均价相对稳定，专业显示业务销售收入下降 13.56%，与销量下降幅度基本一致。

IT显示业务（目前主要是LTPS平板、LTPS笔电）还在孵化投入阶段，2023 年度销量增长 159.89%，但受到复杂多变的外部环境、行业竞争加剧等不利因素综合影响，IT类业务产品价格受到冲击，销售收入增长 97.39%。

综上，公司 2023 年主要产品结构未发生重大变化，其中，手机业务里LCD 业务销售收入占比下降、AMOLED业务销售收入占比上升，手机业务销售收入占比整体基本稳定，受益于AMOLED业务的增长，销量整体增长 18.23%。公司主营业务收入同比增长 3.28%，其中手机业务、车载业务销售收入同比呈上升趋势，IT显示业务销售收入快速增长，专业显示和其他业务销售收入同比有所下降。公司 2023 年度产品销量同比增长 7.34%，主要来源于AMOLED手机业务销量的增长，销售收入增长幅度低于销量增长幅度主要是受到行业因素等影响，营收占比较高的手机类业务产品价格受到冲击，导致收入增长幅度不及预期。因此，销售量和营业收入的变动是合理的。

### （3）在手订单情况

公司已与全球主流品牌手机显示、车载显示、IT 显示及工业品显示客户签署合作框架协议及意向性协议，在手订单充足，截至 2023 年 12 月末、2022 年

12月末，公司在手订单合计金额分别为 103.15 亿元、121.15 亿元。其中手机和 IT 显示应用领域系消费电子领域，消费电子产品生命周期较短，更新迭代较快，因此客户根据消费者的需求采用即时滚动方式下单，整体订单周期相对较短，符合消费电子行业惯例；车载及工业品等专业显示领域客户订单周期相对较长。

(4) 分业务的市场容量情况和市场份额情况

公司主要业务 2023 年、2022 年全球市场规模（实际出货量）情况如下：

单位：亿片

项目	2023 年	2022 年	同比变动
手机显示业务	14.5	13.8	5.1%
其中：a-Si	5.4	4.9	11.5%
LTPS	2.8	3.1	-9.2%
AMOLED	6.2	5.7	8.8%
车载显示业务	2.18	1.93	13.0%
IT 显示业务	5.93	6.38	-7.0%
其中：LTPS	2.30	2.00	15.0%

注：数据来源为Omdia调研数据。

公司主要业务 2023 年、2022 年全球市场占用率情况如下：

项目	2023 年	2022 年	同比变动
手机显示业务	11.73%	9.73%	2.00%
其中：a-Si	5.79%	5.38%	0.41%
LTPS	31.04%	29.72%	1.32%
AMOLED	9.92%	3.76%	6.16%
车载显示业务	14.4%	14.9%	-0.51%
专业显示业务	25.1%	25.6%	-0.50%
IT 显示业务（LTPS）	53.04%	32.29%	20.75%

注：上表根据Omdia最新调研数据统计整理。

根据上表数据，公司智能手机显示业务 2023 年市占率同比上升 2.00%，其中 LTPS LCD 智能手机显示业务持续市占率保持全球第一；柔性 AMOLED 智能手机显示业务市占率上升 6.16%，跻身国内第二。

2023 年，公司车载、专业显示业务稳健发展，市占率相对稳定。车载业务上，公司在前装市场持续保持全球领先，在主要新能源汽车客户的份额加速提升，同时，基于LTPS技术在车载显示领域的快速渗透，公司获得的车载定点项目中，LTPS项目金额占比已超 60%；专业显示业务上，公司在众多细分市场保持头部竞争优势。

2023 年，公司IT显示产品（中高端LTPS显示产品）出货市占份额加速提升，其中LTPS 平板电脑显示产品市占 40%（数据来源：Omdia）。

从 2023 年市占率同比变化情况来看，公司 2023 年手机业务基于柔性 AMOLED产销快速增长市占率提升，车载和专业显示业务市占率相对稳定，IT 显示业务市占率快速提升。

综上，公司 2023 年主要业务产品定位、产品结构未发生重大变化，其中，手机业务中LCD业务销售收入占比下降、AMOLED业务销售收入占比上升，手机业务销售收入占比整体基本稳定。公司主营业务收入同比增长 3.28%，其中手机业务、车载业务销售收入同比呈上升趋势，IT显示业务销售收入快速增长，专业显示和其他业务销售收入同比有所下降。公司 2023 年度产品销量同比增长 7.34%，主要来源于AMOLED手机业务销量的增长，销售收入增长幅度低于销量增长幅度主要是受到行业因素等影响，营收占比较高的手机类业务产品价格受到冲击，导致收入增长幅度不及预期。公司在手订单均充足，同比未发生重大变化。公司各主要业务市占率保持相对稳定或上升态势。因此公司 2023 年各业务销售量、营业收入变化是合理的。

## 2、公司各业务销售量、营业收入变化与全球需求及变化情况相符

公司销售量、营业收入增长的符合市场容量变化及公司市场份额变化，与全球需求及变化情况相符，具体分析详见问题 1、（三）公司经营情况变动符合行业变动趋势的情况说明。

### 3、可比公司 2023 年收入较 2022 年变动情况

证券简称	销量变化	营业收入变化	销量计量单位	业务
京东方 A	2.51%	-2.06%	K m <sup>2</sup>	显示器件业务
TCL 科技	——	4.15%-6.43%	万平方米	半导体显示
维信诺	——	-23.76%-19.75%	片	OLED 显示
龙腾光电	——	-10.08%	千大板	薄膜晶体管液晶显示器

注 1：可比公司除京东方外，其余公司均未发布 2023 年度报告，计算营业收入变化时，根据其 2023 年度业绩预告整理计算得出。

注 2：TCL 科技、维信诺、龙腾光电 2023 年度半年报中未披露销量数据，无法计算其销量变化。

由于部分同行业可比公司尚未发布 2023 年度报告，销量变化可比性较低；营业收入变化上，同行业可比公司中除 TCL 科技外，均为下降变化趋势，由于同行业可比公司未披露其具体产品结构或业务分类，营业收入可比性较低。

#### (二) 收入确认真实、准确且符合会计准则规定的说明

##### 1、与收入确认有关的会计政策

###### (1) 主要业务模式

公司的收入主要来源于如下业务类型：(1)显示屏及显示模组的销售，包括：手机类业务、车载业务、专业显示业务、IT 业务等；(2)提供与显示屏及显示模组有关的技术服务。

###### (2) 公司与收入确认时点有关的会计政策

###### ①企业会计准则的规定

根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017）》：

第四条 企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。



取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

第十一条 满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

（一）客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。

（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。

（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

## ②公司具体的收入确认方法

根据企业会计准则的要求和公司的业务模式，公司具体的收入确认方法如下：

### A：显示屏及显示模组的销售

公司显示屏及显示模组的销售业务属于在某一时点履行的履约义务，境内销售：在将产品按照合同规定运至约定交货地点，在客户或承运单位验收且双方签署货物交接单后确认收入；境外销售：境外销售主要有FOB、DAP和DDP等交货方式，公司在完成产品海关报关，将货物交付至客户指定地点，并经客户签收后确认收入。

### B：提供与显示屏及显示模组有关的技术服务

公司提供的与显示屏及显示模组有关的技术服务属于在某一时段内履行的履约义务，根据已发生成本占预计总成本的比例确定提供服务的履约进度，并按履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

### C：主要责任人和代理人

公司根据在向客户转让商品或服务前是否拥有对该商品或服务的控制权，来

判断从事交易时公司的身份是主要责任人还是代理人。公司在向客户转让商品或服务前能够控制该商品或服务的，公司为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则，公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额按照既定的佣金金额或比例确定。

## 2、公司收入确认的具体流程

公司收入主要来源于显示屏及显示模组的产品销售收入，公司产品销售收入的内部核算流程主要包括以下环节：①销售发货出库→②物流运输→③客户签收确认销售收入和应收账款→④客户回款核销应收账款等环节，每个环节具体操作如下：

①运营部门在接收到客户的发货通知后，通过企业资源信息管理系统（Oracle ERP）向仓储部门和物流部门发出发货指令，仓储部门接到发货指令（含订单号）后在WMS系统（仓储管理系统）进行发运出库动作，生成发运单据（送货单），并回传Oracle ERP；②Oracle ERP 将发运信息自动传输至TMS系统（物流运输平台），物流部门根据接收到的发货指令进行运输安排，运输货物给客户；

客户接收货物并签收后，运输公司在TMS系统（物流运输平台）确认签收并回传已签收的发运单据，TMS系统同步回传签收信息给Oracle ERP系统；Oracle ERP系统根据接收到的签收信息自动匹配订单号确认营业收入和应收账款；

客户按照约定条件回款后，运营部门在财务共享平台核销对应订单的应收账款，并回传至Oracle ERP系统，自动生成账务。

以上每个环节通过订单号（唯一标识）在公司Oracle ERP系统、WMS系统、TMS系统、财务共享平台自动关联匹配单据，以销售订单、发运单据、交货单等单据严格控制产品的出库、交货，能够对收入进行准确的确认和计量。

### 3、同行业可比公司的收入确认政策

同行业可比公司收入确认具体政策情况如下：

证券简称	收入确认具体政策
京东方 A	<p>与本集团取得收入的主要活动相关的具体会计政策描述如下：</p> <p><b>销售商品收入</b></p> <p>本集团与客户签订的销售合同/订单通常存在各种贸易条款，视贸易条款不同，通常于发货并经签收时，或由承运单位接收时，客户取得商品控制权，与此同时本集团确认收入。</p> <p>对于附有销售退回条款的商品销售，收入确认以累计已确认收入极可能不会发生重大转回为限，即本集团的收入根据商品的预期退还金额进行调整。商品的预期退还金额根据该商品的历史退回数据估计得出。本集团按照预期退还金额确认负债，同时按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本(包括退回商品的价值减损)后的余额，确认为一项资产。每一资产负债表日，本集团重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。</p> <p><b>提供劳务收入</b></p> <p>本集团对外提供劳务，客户通常在本集团履约的同时即取得并消耗本集团履约所带来的经济利益，属于某一段时间内履行的履约义务，按照履约进度确认收入。否则，属于在某一时刻履行履约义务，本集团在客户取得相关服务控制权时确认收入。</p>
TCL 科技	<p>收入确认的具体方法：</p> <p><b>(1) 产品销售合同</b></p> <p>对于根据合同条款，满足在某一时刻履行履约义务条件的产品及其他产品销售，本公司根据发货后取得客户签收，达到销售合同约定的交付条件，在客户取得相关商品或服务控制权时点，确认销售收入的实现。</p> <p><b>(2) 技术服务合同</b></p> <p>符合在一段时间内确认收入的技术服务合同，按履约进度确认收入。</p>
维信诺	<p>收入确认的具体方法：</p> <p><b>(1) 销售商品合同</b></p> <p>本公司与客户之间的销售商品合同通常仅包含转让商品的履约义务。公司通常在综合考虑下列因素的基础上，以商品控制权转移时点确认收入：取得商品的现时收款权利、商品所有权上的主要风险和报酬的转移、商品的法定所有权的转移、商品实物资产的转移、客户接受该商品。</p> <p><b>(2) 提供服务合同</b></p> <p>本公司与客户之间的提供服务合同通常包含承诺在合同约定期限内提供服务的履约义务，由于本公司履约的同时客户即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收入款项，本公司将其作为在某一时刻内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。对于履约进度不能合理确定时，本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。</p> <p><b>(3) 主要责任人/代理人</b></p> <p>对于本公司自第三方取得贸易类商品控制权后，再转让给客户，本公司有权自主决定所交易商品的价格，即公司在向客户转让贸易类商品前能够控制该商品，因而公</p>

证券简称	收入确认具体政策
	<p>司是主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入。否则，本公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。</p> <p><b>(4) 其他</b> 适用于资产租赁等，根据合同约定的租赁期内按直线法确认收入。</p>
<p>龙腾光电</p>	<p>公司经营业务主要为薄膜晶体管液晶显示面板（TFT-LCD）的销售，此外有相关技术服务业务等。</p> <p><b>(1) 销售商品</b> ①本公司内销收入确认的具体方法如下： 本公司内销业务在货物交付至客户指定地点，客户签收后确认收入。 ②本公司外销收入确认的具体方法如下： 本公司外销业务主要分为两类：境内综合保税区销售、出口销售。 境内综合保税区销售中，公司在货物交付至客户指定的第三方仓库后，客户从该仓库提货后确认收入；公司直接销售至位于综合保税区内客户的货物，在货物交付至客户指定地点并经客户签收后确认收入。 出口销售中，以 FOB 方式销售的货物，在货物报关并装运后确认收入；以 CIF 方式销售的货物，在货物运送至合同约定的交付地点后确认收入。</p> <p><b>(2) 提供技术服务</b> 本公司技术服务业务在技术开发成果交付并经客户验收通过后确认收入。</p>

经对比，公司收入确认具体政策与同行可比公司不存在显著差异。

综上所述，公司的收入确认真实、准确，收入确认政策符合《企业会计准则》的有关规定，符合公司实际经营情况，与主要销售合同条款及实际执行情况一致，与同行业可比公司不存在显著差异。

## 二、核查程序及核查结论

### (一) 核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

- 1、评价、测试公司与销售相关的内部控制设计和运行的有效性；
- 2、对公司信息系统执行信息系一般控制测试；对公司进行销售收入自动计算及确认的信息系统执行应用控制测试；
- 3、了解公司电子元器件细分业务及产品定位、主要客户群体、产品价格区

间等情况；了解公司主要业务模式、各业务收入确认方法及收入确认政策、收入确认的内部流程等；

4、选取样本，检查有代表性的销售合同或订单识别相关贸易条款，评价公司的收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求；

5、执行收入真实性测试及细节测试：从销售记账凭证出发，在抽样的基础上，将销售记录核对至销售订单、发货单/结算单、回款记录、签收单/报关单等支持性文件；

6、执行收入截止性测试：选取资产负债表前后的销售记录，从销售记账凭证出发，在抽样的基础上，核对记账日期和签收单日期是否相符，是否存在跨期确认收入的情况；

7、选取符合特定风险标准的收入会计分录，检查相关支持性文件；

8、复核公司与客户的对账程序：按照公司与客户的交易惯例，在抽样的基础上，获取客户的各月交易对账单与公司账面各月销售记录匹配，对公司与客户的对账过程和结果复核，抽样金额 936,155.17 万元；

9、基于公司销售具有交易频繁且单笔订单金额较小的交易特点，我们在信息系统测试结果的基础上对收入执行真实性及细节测试、截止性测试、特定风险标准的会计分录测试等，收入测试金额合计 731,255.93 万元；

10、执行函证程序：对期末应收账款余额执行函证程序，根据执行结果，发函金额 628,385.73 万元，回函金额 504,191.51 万元（回函比例 80.24%），替代测试确认金额 124,194.22 万元（回函+替代测试金额：628,385.73 万元）；

11、执行分析程序：分析销量、产品结构、价格、毛利率、重要客户结构、期末客户应收账款与全年交易额合理性等，分析价格、销量变化对营业收入的影响；分析主要客户的稳定性；期末应收账款占全年交易额比例与主要客户账期是否存在重大差异；

12、查阅行业研究报告及行业数据，了解面板市场需求变化情况、主要市场容量及公司所占市场份额情况；

13、查询行业资讯、同行业公司京东方A（000725）、TCL科技（000100）、维信诺（002387）、龙腾光电（688055）的定期报告、业绩预告等，比对公司的收入确认政策与同行业可比公司是否一致；公司的销量及收入变动情况与可比公司变动情况是否相符。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司销售量、营业收入增长具有合理性，主要是因为：（1）公司销售量的增长主要来源于AMOLED手机业务销量的增长，AMOLED手机业务是公司快速发展业务，随着武汉柔性AMOLED产线爬坡上量，产销规模快速扩大，但由于受到复杂多变的外部环境、行业竞争加剧等不利因素综合影响，产品价格受到冲击，收入增长幅度低于销量增长幅度；（2）公司销售量、营业收入增长的符合市场容量变化及公司市场份额变化，与全球需求及变化情况相符，具有合理性；（3）除京东方外，由于部分同行业可比公司尚未发布2023年度报告，销量变化可比性较低；营业收入变化上，同行业可比公司中除TCL科技外，均为下降变化趋势，由于同行业可比公司未披露其具体产品结构或业务分类，营业收入可比性较低。

2、公司的收入确认真实、准确，收入确认政策符合《企业会计准则》的有关规定，符合公司实际经营情况，与主要销售合同条款及实际执行情况一致，与同行业可比公司不存在显著差异。

## 3.关于营业成本

你公司2023年营业总成本为354.19亿元，其中，电子元器件营业成本为298.67亿元，根据成本构成，折旧与摊销合计34.85亿元，同比增长29.78%，占电子元器件总成本的比重为11.67%。请按照细分产品类型说明营业成本核算方

法、归集过程、明细构成及变动情况，进一步解释成本结转与收入确认是否配比、营业成本增长率高于营业收入增长率的合理性，当期经营亏损的主要因素，重点说明折旧与摊销大幅增长的具体原因及合理性，成本构成是否符合行业特性，与行业可比公司情况是否存在重大差异，如是，请说明。

## 一、公司说明

### （一）公司产品成本归集及核算情况

#### 1、产品成本归集及核算方法

公司生产模式为以销定产，根据客户定制化需求提供显示产品，产品具有种类多、单个价值较低、客户下单频率高等特点。因此，结合公司生产模式、产品特点 and 行业特征，公司产品成本采用标准成本计价，并于月末分摊成本差异。

##### （1）标准成本的确定方法

产品标准成本=标准材料成本+标准制造费用（含人工）

标准材料成本= $\sum$ （产品BOM（物料清单）的材料价格\*BOM的用量/ BOM材料的标准良率）

标准制费= $\sum$ （各工序的标准工厂费率\*标准生产节拍）

产品BOM（物料清单）的材料价格，每月初根据上月末采购系统已通过审核并生效的最新采购报价（报价生效后，也会应用于新的采购订单）确定，标准良率通常为每年年初工厂部门、良率管理部门、运营管理部门等共同达成的良率考核目标；标准制费为制造部门年初按费用预算水平，根据具体产品的工序节拍、人力排拉、工序费率等核算到具体产品并与运营部门等共识签核的标准制费。

##### （2）生产成本的归集及分配方法

公司实际归集的生产成本包括材料费用、人工费用和制造费用，制造费用主要包括：折旧与摊销、动力费用、维修费用等。生产过程中投入的原材料按照生

产工单进行成本归集,可实现对每一生产工单的投入、完工等情况进行独立核算;公司制定了制费成本的归集及分配标准,通过Oracle ERP系统将成本中心归集的实际发生的制费成本按一定标准分配至库存商品各成本费用项目,具体归集和分配方法如下:

成本费用项目	归集和分配方法
原材料和低值易耗品	BOM 材料: 按各生产工单的实际领料的数量和金额归集各生产工单的生产成本 非 BOM 材料: 按照领料部门和用途直接归集计入制造费用;
折旧与摊销	按照当月计算的生产用资产的折旧与摊销直接计入制造费用;
人力费用	按照当月生产人员薪酬归集, 直接计入制造费用;
动力费用	按照当月水、电、气费用账单归集, 直接计入制造费用;
其他费用	按照当月实际发生额归集, 直接计入制造费用;

月末, 对标准成本与实际归集的成本费用之间差异分摊成本差异。

## 2、营业成本的结转方法

月末, ERP系统根据物流系统回传的客户签收数据自动确认销售收入, 同时, 结转营业成本。

## 3、成本构成及变动情况

报告期, 公司营业成本构成及变动情况如下:

单位: 万元

成本费用项目	2023 年		2022 年		变化情况	
	金额	占比	金额	占比	变化额	变化幅度
材料成本	2,098,424.37	70.26%	1,863,662.98	69.10%	234,761.39	12.60%
制造费用	687,691.81	23.02%	645,015.85	23.91%	42,675.96	6.62%
其中: 折旧与摊销	348,472.77	11.67%	268,509.09	9.96%	79,963.68	29.78%
人力费用	200,609.17	6.72%	188,453.64	6.99%	12,155.53	6.45%
合计	<b>2,986,725.35</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,697,132.47</b>	<b>100.00%</b>	<b>289,592.88</b>	<b>10.74%</b>

报告期, 公司营业成本较同期增加 289,592.88 万元, 同比增长 10.74%, 其中主要增加项目包括: 材料成本增加 234,761.39 万元, 同比增长 12.60%; 制造



费用增加 42,675.96 万元，同比增长 6.62%；人力费用增加 12,155.53 万元，同比增长 6.45%。从营业成本构成上来看，人力费用和制造费用占营业成本比重呈下降趋势，主要是因为人工费用和制造费用存在一定的固定成本特征，规模效应逐渐体现，而材料费用为可变成本，随着业务规模的扩大而增长。

材料成本占营业成本的比例增长 1.16 个百分点，材料成本增加 234,761.39 万元，同比增长 12.60%，主要原因包括：一是 2023 年销量较 2022 年增长 7.34%，材料成本随着销量增长而增长；二是 2023 年 AMOLED 手机产品生产量和销量实现大幅增长，应用于 AMOLED 手机产品的主要原材料均价高于应用于 LCD 手机产品均价，同时，公司各类产品规格和要求（如大屏化、复杂化）不断升级，对应原材料规格也相应升级，从而材料成本增长。

制造费用占营业成本的比例下降 0.89 个百分点，制造费用增加 42,675.96 万元，增长 6.62%。2023 年度、2022 年度制造费用中折旧与摊销占制造费用的比例分别为 50.67%、41.63%，主要系 2023 年度武汉天马 AMOLED 产线按进度分批于 2023 年 4 月、9 月、12 月达到预定可使用状态，增加 2023 年折旧金额 79,870.19 万元。

人力费用占营业成本的比例下降 0.27 个百分点，人力费用增加 12,155.53 万元，增长 6.45%，人力费用总体相对稳定。

## （二）营业成本增长率高于营业收入增长率的原因及合理性说明

### 1、成本结转与收入确认的配比性

公司已实施行业先进的智能制造和数字化企业管理系统，涵盖办公自动化系统(OA)、企业资源信息管理系统（Oracle ERP）、财务共享中心（FSSC），主数据管理系统(MDM)，高级供应链计划管理系统(ASCP)，研发管理系统(RDP)，制造执行系统(MES)、全面质量管理体系（Q-MAX），仓储管理系统（WMS），运输管理系统（TMS），能够有效保证公司及时、准确对产品成本进行归集，企业资源信息管理系统（Oracle ERP）以销售订单、出库单、交货单等单据准确核

算产品的出库、交货，能够对收入和成本进行准确的确认和计量，从而实现收入确认与成本结转自动配比。

在营业收入确认和营业成本结转的过程中，主要依赖信息系统自动完成，数据处理的自动化程度较高，降低了人工干预和操作的风险，不存在营业收入和成本不配比的情况。

## 2、营业成本增长率高于营业收入增长率的合理性

报告期，主营业务收入、主营业务成本情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度	变化
销量（万片）	30,767.55	28,663.69	7.34%
主营业务收入（万元）	3,199,725.78	3,097,988.56	3.28%
主营业务成本（万元）	2,986,725.35	2,697,132.47	10.74%
其中：武汉 G6 转固新增折旧（万元）	79,870.19		
不含武汉 G6 转固新增折旧的主营业务成本（万元）	2,906,855.16	2,697,132.47	7.78%

报告期，主营业务收入增长 3.28%，主营业务成本增长 10.74%，营业成本增长幅度高于营业收入的增长幅度，如问题 1 和问题 2 中所述，一方面受复杂多变的外部环境、行业影响，影响消费类显示业务下游需求，价格大幅下滑，导致主营业务收入增幅低于销量增幅，主营业务收入增幅仅 3.28%；另一方面武汉 G6 项目转固新增的固定资产折旧带来的营业成本增加，扣除武汉 G6 项目转固新增折旧，主营业务成本增长 7.78%与销量增长 7.34%基本符合。

综上，由于消费品产品价格不及预期，大幅下滑，2023 年度公司在销量增长 7.34%的情况下，主营业务收入增长 3.28%，同时叠加武汉 G6 项目转固新增的固定资产折旧 79,870.19 万元的影响，公司在 2023 年度主营业务毛利较 2022 年度减少 187,855.66 万元，导致公司 2023 年度出现经营亏损。

### （三）同行业可比公司的成本构成情况

同行业可比公司中，仅龙腾光电披露了成本构成情况，因龙腾光电尚未披露

2023 年年度报告，故只能对比分析公司与龙腾光电 2022 年度类似业务的成本构成情况，具体情况如下：

公司名称及类似主营业务	项目	2022 年度	
		金额（万元）	占营业成本比重
龙腾光电（薄膜晶体管液晶显示器）	直接材料	245,805.14	74.23%
	制造费用	48,730.22	14.72%
	人工成本	36,589.13	11.05%
	小计	<b>331,124.49</b>	<b>100.00%</b>
深天马 A（电子元器件行业）	耗用的原材料和低值易耗品等	1,863,662.98	69.10%
	制造费用	645,015.85	23.91%
	人力费用	188,453.64	6.99%
	小计	<b>2,697,132.47</b>	<b>100.00%</b>

注：上表中可比公司龙腾光电的数据来源其定期报告。

如上表所示，公司及龙腾光电的成本构成中，直接材料均占比最高，其次为制造费用，占比最低的为人工成本，公司与行业可比公司类似业务的成本构成不存在重大差异。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

1、了解公司有关成本核算的具体方法和流程以及日常成本管理的内控执行情况，并对公司产品成本归集及核算中的关键控制点进行测试；

2、对公司信息系统执行信息系一般控制测试；对公司标准成本核算、工单成本差异卷积的信息系统执行应用控制测试；

3、对于标准成本，从销量、毛利率、库存角度抽样，合计抽样金额 1,137,661.33 万元，选择物料号追踪其信息系统的 BOM 构成，对于 BOM 里的原材料数量、价格信息等核对至采购记录，并核对是否相符；

4、复核公司成本差异分摊的过程和合理性，并对成本差异分摊执行重新计算；

5、根据存货的变化计算主营业务成本，执行营业成本倒轧程序；

6、对采购执行细节测试：抽样的基础上，检查材料采购相关的支持性文件，包括采购订单、入库单、付款单、记账凭证等流程单据，确认采购入账金额的完整性、真实性、准确性等；

7、执行函证程序：在抽样的基础上，对期末应付账款余额执行函证程序，根据执行结果，发函金额 399,092.71 万元，回函金额 360,876.93 万元（回函比例 90.42%），替代测试确认金额 38,215.78 万元（回函+替代测试金额：399,092.71 万元）；

8、对制造费用执行细节测试：抽样的基础上，检查主要费用发生原始凭证与费用入账金额，检查主要包括：合同、结算单、发票等，确认制造费用入账金额真实、准确；

9、复核公司有关固定资产、无形资产等的会计估计，并与同行业可比公司比对是否存在重大差异；对公司固定资产的折旧、无形资产摊销、使用权资产折旧、长期待摊费用摊销等进行重新测算；

10、复核公司对人工成本、固定资产折旧、无形资产摊销等的分配过程和合理性；

11、执行分析程序：分析主要产品所需原材料的采购量、采购价格变化、主要产品材料成本金额变化等指标，分析原材料采购价格变化对产品成本的影响；分析制造费用项目的变动情况和合理性，分析制造费用的变动对产品成本的影响；

12、查询同行业公司京东方A(000725)、TCL科技(000100)、维信诺(002387)、龙腾光电(688055)的定期报告等，了解同行业可比公司的成本构成，对比分析公司成本构成是否符合行业特性，是否与同行可比公司存在显著差异。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司成本结转与收入确认配比：在营业收入确认和营业成本结转的过程

中，主要依赖信息系统自动完成，数据处理的自动化程度较高，降低了人工干预和操作的風險，营业收入确认和成本结转配比。

2、公司营业成本增长率高于营业收入增长率的主要原因：一是受复杂的外部环境、行业变化等因素影响，导致主营业务收入增幅低于销量增幅；二是武汉G6项目转固新增的固定资产折旧带来的营业成本增加，扣除武汉G6项目转固新增折旧，主营业务成本增长7.78%与销量增长7.34%基本符合。

3、公司2023年经营亏损的主要因素：由于消费品产品价格不及预期，大幅下滑，2023年度公司在销量增长7.34%的情况下，主营业务收入增长3.28%，同时叠加武汉G6项目转固新增的固定资产折旧79,870.19万元的影响，公司在2023年度主营业务毛利较2022年度减少187,855.66万元，导致公司2023年度出现经营亏损。

4、2023年度折旧与摊销大幅增长主要是2023年度武汉天马G6项目（AMOLED产线）分别于2023年4月、9月、12月达到预定可使用状态，增加2023年折旧金额79,870.19万元。

5、同行业可比公司仅龙腾光电披露了2022年度成本构成，公司与龙腾光电的成本构成中，直接材料均占比最高，其次为制造费用，占比最低的为人工成本，公司与行业可比公司类似业务的成本构成不存在重大差异。

#### 4.关于毛利率

你公司2023年主营显示屏及显示模组产品综合毛利率为6.66%，较上年减少6.28%；按国内外销售渠道划分，你公司国内渠道毛利率仅0.65%，较上年减少10.45%，国外渠道毛利率为14.78%；按直销分销渠道划分，直销渠道毛利率为3.77%，较上年减少7.37%，分销渠道毛利率为20.09%。

（1）请结合细分产品定价方式、价格影响因素、产品结构变化、可比公司毛利率情况等说明你公司主要产品毛利率下降的具体原因及合理性，细分产品毛利率与行业同类产品毛利率是否存在重大差异，如是，请解释原因。

(2) 请结合不同销售区域的产品类型、销售数量、定价依据、成本明细及变化情况等,说明国内销售收入略有增长的情况下,毛利率大幅下降的具体原因,并结合汇率及波动情况,进一步说明国内外销售毛利率存在较大差异的原因及合理性。

(3) 请结合你公司不同销售模式的定价方式、销售费用情况,说明直销渠道毛利率显著低于分销渠道毛利率的原因及合理性,是否符合行业特性和一般商业逻辑。

## 一、公司说明

### (一) 主要产品毛利率下降的具体原因及合理性

#### 1、分业务的定价方式及价格影响因素

公司产品按照应用领域主要细分为手机业务、车载业务、IT业务、专业显示业务等,产品主要根据客户需求进行定制化开发、设计、生产和销售。各类显示产品定价方式均遵循市场化原则,在产品成本的基础上,结合产品所在市场竞争状况、供需关系、竞争对手情况、客户类型、客户需求的复杂程度、客户采购规模及客户合作期限、合作稳定性等因素,在保证合理利润目标基础上确定产品的基础价格,进行内部定价决策,并经与客户协商一致后确定最终交易价格。

不同业务的产品价格影响因素主要包括所在细分市场特点、技术复杂度、客户群体、销售模式等。具体影响包括:(1)手机、IT等消费类显示业务所在细分市场程度高、产品更新迭代快,客户集中度高,客户议价能力强,全部为直销模式,对市场价格敏感性高;(2)专业显示业务细分领域众多,显示应用场景丰富多样,客户分散程度高,同时行业普遍存在直销和分销两种销售模式,对价格敏感性相对较低;(3)车载显示业务客户群体包括汽车厂商和汽车厂商一级供应商等,客户相对分散,对价格的敏感性介于消费类业务和专业显示业务之间。

## 2、分业务的收入成本及毛利率情况

### (1) 分业务的收入构成及占比情况

单位：万元

分业务		2023 年度		2022 年度	
		销售收入	占比	销售收入	占比
手机类业务	其中：LCD	789,054.35	24.66%	1,082,284.65	34.93%
	其中：AMOLED	566,883.28	17.72%	238,410.59	7.70%
	汇总	<b>1,355,937.63</b>	<b>42.38%</b>	<b>1,320,695.24</b>	<b>42.63%</b>
车载业务		806,883.78	25.22%	743,488.68	24.00%
专业显示业务		488,686.12	15.27%	565,352.80	18.25%
IT 显示业务		277,260.81	8.67%	140,464.15	4.53%
其他		270,957.44	8.46%	327,987.69	10.59%
合计		<b>3,199,725.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,097,988.56</b>	<b>100.00%</b>

2023 年、2022 年，公司手机类业务、车载业务占公司主营业务收入的比例相对稳定；IT显示在 2023 年度实现营业收入增加 136,796.66 万元，增长 97.39%，占主营业务收入的比例提高 4.14 个百分点；专业显示业务和其他业务有所下降。总体上看，公司主要产品结构并未发生重大变化。

### (2) 分业务的毛利率情况

如问题 1 中（一）1、主营业务开展及产品产销情况所述：

分业务的毛利率中，主要消费类显示业务受行业影响，产品价格下降，毛利率下降明显；车载及专业显示业务保持了稳健发展，毛利率有所上涨。具体如下：

#### (1) 主要消费类显示业务开展情况

2023 年，根据Omdia、群智咨询等第三方机构数据显示，行业主流手机显示产品价格平均降幅约 30%。

2023 年公司主要消费类显示业务（手机业务及IT业务）占主营业务收入的比例达 51.04%，是公司重要的营业收入和利润来源。公司 2023 年智能手机显示产品销量同比上升 18.23%、IT显示业务销量同比上升 159.89%，但受到市场产品

价格下降影响，2023 年智能手机显示产品均价同比下降 13.16%、IT 显示产品均价下降 24.05%，影响手机显示业务毛利率下降 12.50 个百分点、IT 显示业务毛利率下降 5.48 个百分点。

(2) 车载及专业显示业务开展情况

2023 年，在复杂多变的行业大环境下，公司车载及专业显示业务领域（包含工控、医疗、智能家居、人机交互等众多细分领域）仍保持了较为稳健的发展，车载业务毛利率增长 1.73 个百分点，专业显示业务毛利率增长 4.03 个百分点。

3、可比公司毛利率情况及比较

①可比公司整体毛利率情况

可比公司	2023 年度毛利率	2022 年度毛利率	毛利率变动	备注
京东方 A (000725)	9.17%	8.29%	0.88%	显示器件业务
TCL 科技 (000100)	5.17%	0.87%	4.30%	半导体显示业务
维信诺 (002387)	-36.90%	-5.08%	-31.82%	OLED 显示
龙腾光电 (688055)	5.62%	19.19%	-13.57%	薄膜晶体管液晶显示器
深天马	6.66%	12.94%	-6.28%	显示屏及显示模组

注：可比公司除京东方外，其余公司均未发布 2023 年度报告，可比公司 2023 年度毛利率取自其 2023 年度中报或根据其 2023 年度中报计算得出。

上述可比公司均与公司的显示技术路线存在较高重叠，而京东方、TCL 科技主要产品结构中包含中大尺寸显示产品，导致主营业务或产品结构存在差异，因此，公司毛利率变动趋势与二者存在不同；维信诺、龙腾光电产品均以中小尺寸显示产品为主，与公司既在显示技术路线存在较高重叠，又与公司在主营业务或产品结构上不存在重大差异，因此，公司毛利率变动趋势与二者基本一致。



②可比公司细分产品或业务的毛利率情况

由于可比公司未在其定期报告中披露细分产品或业务的毛利率，因此，无法与可比公司细分产品或业务的毛利率比对。

(二) 不同销售区域毛利率差异原因及合理性

1、内外销业务基本情况

公司最近两年内外销产品应用领域及客户群体情况如下：

项目	内销	外销
产品应用领域差异	手机类业务、IT 显示业务等消费品业务为主	车载业务、专业显示业务为主
客户群体差异	智能手机、智能穿戴、笔电等品牌客户	汽车厂商一级供应商、汽车厂商、工业品、医疗等厂商
定价/结算币种	人民币	外币，以美元为主
呈现的特点	手机类业务需求增速缓慢、不同技术结构需求差异化、IT 显示业务需求上升，价格下降	总体需求、价格相对稳定

内销和外销定价方式基本相同，见问题 4、一、(一)、1 分业务的定价方式及价格影响因素，区别在于外销业务中产品价格、销售订单主要以美元定价和结算为主，内销业务全部以人民币进行定价和结算。

2、内外销业务构成及毛利率差异原因

2023 年、2022 年，公司内外销业务产品结构及收入占比情况如下：

单位：万元

区域	业务分类	2023 年度		2022 年度	
		营业收入	占比	营业收入	占比
内销	消费品（手机、IT）业务	1,192,111.92	64.83%	1,102,335.29	60.82%
	车载及专业显示业务	410,148.88	22.31%	426,163.87	23.51%
	其他	236,440.81	12.86%	284,010.32	15.67%
	<b>内销收入小计</b>	<b>1,838,701.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,812,509.48</b>	<b>100.00%</b>
外销	消费品（手机、IT）业务	441,086.52	32.41%	358,824.10	27.91%

区域	业务分类	2023 年度		2022 年度	
		营业收入	占比	营业收入	占比
	车载及专业显示业务	885,421.02	65.06%	882,677.61	68.66%
	其他	34,516.63	2.54%	43,977.37	3.42%
	<b>外销收入小计</b>	<b>1,361,024.17</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,285,479.08</b>	<b>100.00%</b>

从内外销业务构成，2023 年度、2022 年度内销业务中消费品业务占比分别为 64.83%、60.82%，而在外销业务中车载及专显业务的占比分别为 65.06%、68.66%，因此，内销业务毛利率变动主要受消费品业务毛利率变动影响，外销业务毛利率变动主要受车载及专显业务毛利率影响。

2023 年、2022 年，公司内外销业务毛利率变动情况如下：

区域	2023 年度	2022 年度	变化值
内销	0.65%	11.10%	-10.45%
外销	14.78%	15.53%	-0.75%
差异情况	-14.13%	-4.43%	-9.70%

2023 年、2022 年，消费品业务、车载及专显业务毛利率变动情况如下：

业务	2023 年度	2022 年度	变化值
消费品（手机、IT）业务	-5.96%	4.76%	-10.72%
车载及专业显示业务	20.62%	18.49%	2.13%
差异情况	-26.58%	-13.72%	-12.86%

内销业务中超过 60%业务为消费品业务，内销业务 2023 年毛利率较 2022 年下降 10.45 个百分点，与消费品业务整体毛利率下降 10.72 个百分点的变化趋势相符；外销业务中超过 60%的业务为车载及专显业务，外销业务 2023 年毛利率较 2022 年下降 0.75 个百分点，车载及专显业务整体毛利率增长 2.13 个百分点，同比变化均相对稳定，差异点在于，主要受市场因素、产品结构变动等影响，外销模式下的部分项目价格有所降低，低盈利产品出货增加所致。

内外销业务 2023、2022 年度毛利率差异变化为下降 9.7 个百分点，与消费品业务与车载及专显业务 2023、2022 年度毛利率差异变化为下降 12.86 个百分

点基本相符。

因此，公司内销毛利率的变动与消费品业务的毛利率变动高度相关，由于消费品业务对市场价格敏感度高，毛利率波动相对较大，因此，内销业务毛利率也呈现相应的变化趋势；外销毛利率的变动与车载及专显业务的毛利率变动高度相关，车载及专显业务产品价格相对稳定，毛利率较高，因此外销业务毛利率相对稳定且高于内销业务毛利率。

综上所述，公司 2023 年度内外销毛利率绝对值及变动趋势存在差异主要原因为内销、外销产品结构、客户群体及不同产品价格变动趋势存在差异导致，具有合理性。

### 3、汇率波动情况对外销毛利率的影响

公司外销收入以美元结算为主，2023 年、2022 年，外销收入、外销毛利率及汇率波动情况如下：

项目	2023 年度	2022 年度
外销收入（万元）	1,361,024.17	1,285,479.08
外销毛利率	14.78%	15.53%
美元兑人民币期初汇率	6.9646	6.3757
美元兑人民币期末汇率	7.0827	6.9646
美元汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	1.70%	9.24%

从上表来看外销毛利率变动趋势与美元兑人民币汇率波动趋势基本一致，外销毛利率受外销业务细分市场变化、客户需求、产品结构变化以及汇率变动等多个因素影响，由于外销业务中产品价格、销售订单主要以美元定价和结算为主，该方式符合行业惯例，而定价时点与确认收入时点存在差异，因此汇率波动会对外销收入造成一定影响。

### （三）不同销售模式毛利率差异原因及合理性

#### 1、直销、分销业务基本情况

直销是指公司与终端客户直接签订销售合同或销售订单并根据客户需求安

排生产供货。分销是指通过代理商向终端客户进行销售。公司目前分销模式主要采用分销商买断再出售给终端客户的方式，该方式下不存在销售费用。

直销和分销定价原则和依据一致，见问题 4、一、（一）、1 分业务的定价方式及价格影响因素，区别在于分销模式下会考虑留存合理水平的利润给分销商。

2023 年、2022 年，公司销售模式以直销为主，以分销为辅。公司采用直销或分销销售模式与细分市场特点紧密关联：（1）公司手机类业务、IT 业务等消费类显示业务采取直销形式对外销售，主要是公司下游客户主要为手机、IT 品牌厂商，下游呈现集中度较高的市场竞争格局，消费类产品迭代速度较快，采用直销模式有利于缩短销售流程、优化服务并及时把握客户需求，采取直销形式有利于提升技术、产品开发的时效性和准确性；（2）车载业务及专业显示业务存在直销及分销两种销售模式。专业显示业务细分市场众多，客户分散程度高，采取代理商分销的模式有利于降低公司销售成本。车载业务客户主要有汽车厂商一级供应商、汽车厂商，客户相对分散，公司根据市场行业惯例与客户类型、客户合作期等，采取直销为主，分销为辅的模式。

因此，公司不同销售模式的选择与细分市场的客户集中度、细分市场的产品的更新换代速度等有关，也符合行业交易惯例。

## 2、直销、分销业务构成及毛利率差异原因分析

基于上述销售模式，公司直销业务以手机类业务及 IT 显示等消费类显示业务为主，分销业务全部为车载业务及专业显示业务，具体而言，在产品结构方面，公司 2023 年、2022 年直销和分销业务产品构成及收入占比如下：

单位：万元

模式	业务分类	2023 年度		2022 年度	
		营业收入	占比	营业收入	占比
直销	消费品（手机、IT）业务	1,633,198.44	61.99%	1,461,159.39	57.31%
	车载及专业显示业务	730,485.40	27.73%	760,558.30	29.82%

模式	业务分类	2023 年度		2022 年度	
		营业收入	占比	营业收入	占比
	其他	270,957.44	10.28%	327,987.69	12.87%
	<b>直销收入小计</b>	<b>2,634,641.28</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,549,705.38</b>	<b>100.00%</b>
分销	消费品（手机、IT）业务				
	车载及专业显示业务	565,084.50	100.00%	548,283.18	100.00%
	其他				
	<b>分销收入小计</b>	<b>565,084.50</b>	<b>100.00%</b>	<b>548,283.18</b>	<b>100.00%</b>

注：分销业务下 2023 年车载业务收入 293,374.84 万元，占比 51.92%，专业显示业务 271,709.66 万元，占比 48.08%；2022 年车载业务收入 255,103.18 万元，占比 46.53%，专业显示业务 293,180.00 万元，占比 53.47%。

从直销、分销业务构成，2023 年度、2022 年度直销业务中消费品业务占比分别为 61.99%、57.31%，而在分销业务中全部为车载及专显业务，因此，直销业务毛利率变动主要受消费品业务毛利率变动影响，分销业务毛利率变动受车载及专显业务毛利率影响。

2023 年、2022 年，公司直销、分销业务毛利率变动情况如下：

模式	2023 年度	2022 年度	变化值
直销	3.77%	11.13%	-7.36%
分销	20.09%	21.30%	-1.21%
差异情况	-16.32%	-10.17%	-6.15%

2023 年、2022 年，消费品业务、车载及专显业务毛利率变动情况如下：

业务	2023 年度	2022 年度	变化值
消费品（手机、IT）业务	-5.96%	4.76%	-10.72%
车载及专业显示业务	20.62%	18.49%	2.13%
差异情况	-26.58%	-13.72%	-12.85%

直销业务中约 60%业务为消费品业务，直销业务 2023 年毛利率较 2022 年下降 7.36 个百分点，与消费品业务整体毛利率下降 10.72 个百分点的变化趋势相符；分销业务为车载及专显业务，分销业务 2023 年毛利率较 2022 年下降 1.21 个百

分点，车载及专显业务整体毛利率增长 2.13 个百分点，同比变化均相对稳定，差异主要系受市场因素、产品结构变动等影响，分销模式下的车载业务部分项目价格有所降低，低盈利产品出货增加所致。

直销、分销业务 2023、2022 年度毛利率差异变化为下降 6.15 个百分点，与消费品业务与车载及专显业务 2023、2022 年度毛利率差异变化为下降 12.85 个百分点在变化趋势上基本相符。

因此，公司直销业务毛利率的变动与消费品业务的毛利率变动高度相关，由于消费品业务对市场价格敏感度高，毛利率波动相对较大，因此，直销业务毛利率也呈现相应的变化趋势；分销毛利率的变动与车载及专显业务的毛利率直接高度相关，车载及专显业务产品价格相对稳定，毛利率较高，因此分销业务毛利率相对稳定且高于内销业务毛利率。

综上所述，公司 2023 年度直销和分销毛利率绝对值及变动趋势存在差异主要原因为直销和分销产品结构、客户群体及不同产品价格变动趋势存在差异导致，具有合理性。

因此，直销渠道毛利率显著低于分销渠道毛利率与主要业务构成相关，具有合理性，符合行业特性和一般商业逻辑。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

1、了解主要业务类型、特点、行业整体情况及行业竞争情况；同时结合应用领域，向公司了解产品定价方式、价格影响因素；

2、了解公司内外销业务的差异，包括：产品应用领域、客户群体、产品定价方式、价格影响因素及主要结算货币等；结合内外销业务构成及毛利率变化情况，分析公司内外销毛利率差异及其毛利率变动的主要原因及合理性；

3、了解公司直销、分销业务的差异，包括产品应用领域、客户群体、产品定价方式、交易模式等信息；结合直销、分销业务构成及毛利率变化情况分析公司直销、分销毛利率差异及毛利率变动的主要原因及合理性，是否符合行业特性及一般商业逻辑；

4、查询同行业公司京东方A(000725)、TCL科技(000100)、维信诺(002387)、龙腾光电(688055)的定期报告等，了解同行业可比公司毛利率波动情况并与公司进行对比，分析毛利率差异原因及合理性，判断两期毛利率波动趋势是否一致。

## (二) 核查结论

1、公司主要产品毛利率下降具有合理性，毛利率下降主要是到复杂多变的外部环境、行业竞争加剧等不利因素综合影响，消费类产品价格受到冲击，公司手机类业务和IT业务产品价格下降，从而导致毛利率下降；由于可比公司未在其年度报告、定期报告中披露细分产品或业务的毛利率，因此，无法与可比公司细分产品或业务的毛利率比对。

2、公司 2023 年度内外销毛利率绝对值及变动趋势存在差异主要原因为内销、外销产品结构、客户群体及不同产品价格变动趋势存在差异导致，具有合理性：公司内销毛利率的变动与消费品业务的毛利率变动高度相关，由于消费品业务对市场价格敏感度高，毛利率波动相对较大，因此，内销业务毛利率也呈现相应的变化趋势；外销毛利率的变动与车载及专显业务的毛利率变动高度相关，车载及专显业务产品价格相对稳定，毛利率较高，因此外销业务毛利率相对稳定且高于内销业务毛利率。

3、公司 2023 年度直销和分销毛利率绝对值及变动趋势存在差异主要原因为直销和分销产品结构、客户群体及不同产品价格变动趋势存在差异导致，具有合理性：公司直销业务毛利率的变动与消费品业务的毛利率变动高度相关，由于消费品业务对市场价格敏感度高，毛利率波动相对较大，因此，直销业务毛利率也呈现相应的变化趋势；分销毛利率的变动与车载及专显业务的毛利率直接高度相

关，车载及专显业务产品价格相对稳定，毛利率较高，因此分销业务毛利率相对稳定且高于内销业务毛利率。因此，直销渠道毛利率显著低于分销渠道毛利率与主要业务构成相关，具有合理性，符合行业特性和一般商业逻辑。

## 5.关于财务费用

你公司 2023 年发生财务费用 8.34 亿元，同比增长 78.99%，其中，利息支出 11.79 亿元，同比减少 3.21%；利息资本化 1.25 亿元，同比减少 61.63%；汇兑收益 3,512.44 万元，较上年汇兑收益 2.99 亿元大幅减少。请说明汇率波动对你公司产品价格、销售订单以及主要经营业绩的影响，分析报告期内相关汇率变动趋势与你公司出口收入、汇兑收益变化的匹配性，结合你公司长期借款、应付债券增长的情况，说明利息支出减少的原因及合理性，利息资本化的计算过程、依据以及相关会计处理是否符合会计准则的规定。

### 一、公司说明

#### （一）汇率波动对生产经营的影响

##### 1、汇率波动情况

公司境外销售及采购以美元结算为主，因此汇率变动对公司生产经营产生的潜在影响主要来自于美元兑人民币汇率的波动。2022 年和 2023 年，美元兑人民币的平均汇率如下：

项目	2023 年度	2022 年度
期末汇率	7.0827	6.9646
期末较期初变动	0.1181	0.5889
平均汇率	7.0237	6.6702

注：平均汇率=（期初汇率+期末汇率）/2。





## 2、汇率波动对主要经营业绩的影响

2022 年和 2023 年，公司境外销售收入占比分别为 40.88%、42.17%，公司境外销售业务中产品价格、销售订单以美元定价和结算为主；公司以外币采购原材料的采购金额占营业成本的比重分别为 30.88%、27.24%，境外采购业务中采购价格、采购订单以美元定价和结算为主。因此，美元兑人民币的汇率变动会对公司以外币定价和结算的营业收入和营业成本产生影响，从而对毛利产生影响。具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
汇兑损益（收益以“-”列示）（a）	-3,512.44	-29,914.05
主营业务收入（b）	3,199,725.78	3,097,988.56
主营业务成本（c）	2,986,725.35	2,697,132.47
主营业务毛利（d）=（b）-（c）	213,000.43	400,856.09
汇兑损益绝对值占毛利比例（e）=  （a）  /（d）	1.65%	7.46%

公司汇兑损益主要受汇率波动、与客户和供应商的结算时间等因素影响，2023 年度、2022 年度，美元兑人民币汇率整体呈现上升趋势，公司产生汇兑收益。

2022 年和 2023 年，汇兑损益绝对值占毛利比例分别为 7.46%和 1.65%，处于较低水平，总体来看，汇率波动未对公司生产经营产生重大不利影响。

## 3、汇率变动趋势与公司出口收入、汇兑收益变化的匹配性

2022 年和 2023 年，公司汇兑收益分别为-29,914.05 万元、-3,512.44 万元，

主要来源于应收账款回款及折算汇兑损益、应付账款付款及折算汇兑损益、外币货币资金结汇及折算等方面，汇率变动趋势与出口收入、汇兑收益变化的匹配关系具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
汇兑收益（收益以“-”列示）（a）	-3,512.44	-29,914.05
外销收入（b）	1,361,024.16	1,285,479.08
汇兑损益绝对值/外销收入（c）=  （a）  /（b）	0.26%	2.33%
美元兑人民币期初汇率（d）	6.9646	6.3757
美元兑人民币期末汇率（e）	7.0827	6.9646
美元汇率波动率（f）=（e）/（d）-1	1.70%	9.24%

公司 2023 年度汇兑收益较 2022 年度减少 26,401.61 万元，下降 88.26%，2023 年度美元兑人民币汇率增长 1.70%，汇兑收益大幅减少主要系公司为提高应对外汇风险的能力，降低汇率波动对利润造成的不确定性影响，增强财务稳健性，公司结合业务模式，从未来外币收支预测角度将降低外币风险敞口作为管理目标，采用了灵活结售汇方式降低中国大陆及中国香港控股子公司的外汇风险敞口，以降低汇率波动对汇兑损益造成的影响。

公司 2023 年度外销收入较 2022 年度增加 75,545.08 万元，增长 5.88%，高于 2023 年度美元兑人民币汇率增长幅度 1.70%。公司 2023 年度外销收入增长主要是公司在车载业务和 IT 显示领域实现了销量和收入的双向增长。

公司外销所产生的汇兑损益受到外销收入规模、外销收入的确认时点、收款账期、外币款项收回后的结汇规模及结汇时点、不同时间汇率变动幅度以及不同时点外币敞口规模等多种因素的影响。公司采用稳健的外汇管理策略，通过灵活结售汇方式，提高应对外汇风险的能力，降低汇率波动对利润造成的不确定性影响，增强了财务稳健性。

## （二）利息支出减少的原因及合理性

2022 年和 2023 年，公司利息支出分别为 121,774.96 万元、117,871.57 万元，计入在建工程的资本化利息支出分别为 32,547.46 万元、12,487.28 万元。

报告期各期银行借款与利息支出之间的勾稽关系如下：

单位：万元

期间	借款类型/列报科目	期末余额	借款平均规模	加权平均借款利率	匡算利息支出	差异金额	差异率
2023年	短期借款	--	4,931.51	2.95%	145.48	697.36	0.59%
	一年内到期非流动负债	100,000.00	100,000.00	2.92%	2,917.53		
	长期借款	2,636,262.54	2,624,982.58	3.08%	80,829.37		
	应付债券	1,027,397.26	978,332.88	3.50%	34,202.38		
	租赁负债	4,418.45	7,247.77	4.00%	289.91		
	其他流动负债	--	7,945.21	2.32%	184.25		
	<b>小计</b>	<b>3,768,078.25</b>	<b>3,723,439.95</b>	<b>--</b>	<b>118,568.92</b>		
2022年	短期借款	20,000.00	62,635.32	3.02%	1,892.47	46.75	0.04%
	其他非流动负债	100,000.00	100,000.00	3.17%	3,172.64		
	长期借款	2,625,596.29	2,498,644.15	3.57%	89,238.15		
	应付债券	893,476.85	790,287.40	3.38%	26,731.59		
	租赁负债	10,077.09	7,976.84	4.00%	319.07		
	其他流动负债	--	17,945.21	2.61%	467.79		
	<b>小计</b>	<b>3,649,150.23</b>	<b>3,477,488.92</b>	<b>--</b>	<b>121,821.71</b>		

注 1：借款平均规模=∑（每笔借款本金×实际占用的天数/365）；加权平均借款利率=∑（每笔借款实际利率\*每笔借款实际占用天数/所有借款占用天数之和）。

注 2：租赁负债平均规模=（期初租赁负债余额+期末租赁负债余额）/2

报告期各期，加权平均借款率与实际利率存在一定差异，使匡算利息支出与实际利息存在差异，整体差异较小。

公司 2023 年度借款平均规模 3,723,439.95 万元，较 2022 年度借款平均规模 3,477,488.92 万元，增加 245,951.03 万元，增长 7.07%；而利息支出减少 3,903.39 万元，下降 3.21%，借款平均规模增长但利息支出减少主要是受中国人民银行下调贷款市场报价利率（LPR）影响，以一年期LPR不同时间的变动为例：

时间	一年期 LPR	变动幅度
2022/1/20	3.70%	
2022/12/20	3.65%	下降 5 个基点
2023/12/20	3.45%	下降 20 个基点

一方面公司签订的借款合同中通常约定借款利率根据全国银行间同业拆借中心公布的相应期限的LPR调整；另一方面在LPR下调的影响下，公司 2023 年发行的公司债的加权平均票面利率也低于 2022 年度公司债的加权平均票面利率，因此，公司利息支出下降主要是受市场利率下降影响，具有合理性。

综上所述，报告期各期公司利息支出与银行借款的变动相匹配，变动合理。

### （三）利息资本化的计算过程、依据及相关会计处理情况

#### 1、企业会计准则的相关规定

根据企业会计准则相关规定，企业发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，应当予以资本化，计入相关资产成本，其他借款费用，应当在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。符合资本化条件的资产，是指需要经过相当长时间的购建或者生产活动才能达到预定可使用或者可销售状态的固定资产、投资性房地产和存货等资产。

根据《企业会计准则第 17 号——借款费用》的规定：借款费用同时满足下列条件的，才能开始资本化：

A. 资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

B. 借款费用已经发生；

C. 为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，应当以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入

或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定。

## 2、公司利息资本化的计算过程及依据、会计处理情况

报告期公司利息资本化的借款为武汉天马G6 项目和天马大厦项目的专项借款，通过“长期借款”核算。公司取得专项借款时，资产支出已经发生，即为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始，故公司于收到专项借款时利息开始资本化，并在项目转固时停止利息资本化，会计处理准确。

根据借款性质、借款资本化期间、借款适用利率计算可资本化的利息支出金额。报告期内,利息资本化的计算过程如下：

### 2023 年度利息资本化计算过程：

单位：万元

项目	借款平均规模	资本化开始时间	资本化结束时间	资本化天数	加权平均借款利率	匡算利息支出	资本化率	匡算资本化利息	差异金额	差异率
武汉天马G6 项目	508,779.33	2023/1/1	2023/4/30	120	4.29%	7,180.39	100%	7,180.39	-245.3	-1.96%
	401,517.17	2023/5/1	2023/9/30	153	4.25%	7,145.16	46.11%	3,294.63		
	360,818.66	2023/10/1	2023/12/31	92	4.18%	3,803.39	22.49%	855.38		
天马大厦项目	23,730.02	2023/1/1	2023/12/31	365	3.84%	911.58	100%	911.58		
合计	--	--	--	--	--	--	--	<b>12,241.98</b>		

注：资本化率=1-转固产线原值/产线设备总价值。

2023 年，武汉天马G6 项目分别于 4 月、9 月、12 月达到预定可使用状态，停止资本化。公司根据武汉天马G6 项目转固时点、借款本金、资本化天数和借款利率，分别计算资本化的借款平均规模和资本化的利息支出。

根据 2023 年借款平均规模、资本化天数、加权平均借款利率匡算的利息资本化金额与实际利息资本化金额差异较小。

2022 年度利息资本化计算过程：

单位：万元

项目	借款平均规模	资本化开始时间	资本化结束时间	资本化天数	加权平均借款利率	匡算利息支出	资本化率	匡算资本化利息	差异金额	差异率
武汉天马 G6 项目	672,370.64	2022/1/1	2022/12/31	365	4.62%	31,063.52	100%	31,063.52	-1,103.75	-3.39%
天马大厦项目	9,540.01	2022/1/1	2022/12/31	365	3.95%	376.83	100%	376.83		
合计	--	--	--	--	--	--	--	31,443.71		

公司对资本化的利息费用的会计处理方式如下：

A：按月计提利息

借：在建工程

贷：长期借款-应计利息

B：实际支付利息

借：长期借款-应计利息

贷：银行存款

因此，公司在报告期内利息资本化的会计处理方式，符合《企业会计准则》的规定。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

- 1、评价并测试公司筹资相关的关键内部控制情况；
- 2、获取销售明细表、采购明细表，了解外币销售币种、金额、外币采购币种、金额，分析公司外币交易的主要结算货币，判断汇率波动是否对公司业绩产

生影响；

3、通过国家外汇管理局公开网站等资料取得报告期内各期美元兑人民币的汇率，分析美元兑人民币汇率变动趋势与汇兑损益、外销收入的匹配情况；

4、了解公司应对外汇风险的的主要措施，了解公司贷款、应付债券及利息的变化原因和合理性；

5、获取公司的借款合同、债券募集说明书等，检查主要借款条款，对公司的全部银行账户发函，函证银行借款的相关条款，如银行借款金额、借款期限及借款适用利率等；

6、获取公司用以计算利息的贷款及债券明细账，将本金、利率等信息核对至借款合同、债券募集说明书等；

7、复核公司利息计算的过程是否准确，会计处理是否恰当，对利息支出执行重新计算程序；分析利息支出减少的合理性；

8、复核并判断公司利息资本化的会计政策、开始资本化的时点、结束资本化的时点等是否恰当，对利息资本化金额执行重新计算程序。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司购销环节外币交易主要币种为美元，美元兑人民币的汇率变动会对公司以外币定价和结算的营业收入和营业成本产生影响；报告期内，汇兑损益绝对值占毛利比例分别为 1.65%、7.46%，处于较低水平，总体来看，汇率波动未对公司生产经营产生重大不利影响。

2、公司外销所产生的汇兑损益受到外销收入规模、外销收入的确认时点、收款账期、外币款项收回后的结汇规模及结汇时点、不同时间汇率变动幅度以及不同时点外币敞口规模等多种因素的影响。公司采用稳健的外汇管理策略，通过灵活结售汇方式，提高应对外汇风险的能力，降低汇率波动对利润造成的不确定

性影响，增强了财务稳健性。

3、利息支出减少主要是受中国人民银行下调LPR影响，具有合理性，公司利息支出与银行借款、应付债券等有息负债的变动相匹配，变动合理。

4、报告期，公司利息资本化的计算依据及过程合理，公司开始资本化及停止资本化的时点和会计处理准确，符合《企业会计准则》的规定。

## 二、关于资产、负债

### 6.关于武汉G6 项目

报告期末，你公司固定资产、在建工程的账面价值分别为 460.32 亿元、39.82 亿元，该两项资产合计占资产总额的比重为 61.01%。本期由在建工程转入固定资产原值 270.04 亿元，系武汉天马第 6 代LTPSAMOLED生产线转固，固定资产折旧本期计提 41.89 亿元，计提金额较上年增加 8.35 亿元。请分别说明 2022 年、2023 年末，武汉天马AMOLED生产线的建设进度、安装调试情况、验收状态、投入使用情况、产品良率等具体指标情况，结合设计要求的合格率、达到预定可使用状态的条件和具体指标、转固时点等情况，说明该条生产线转固时点是否恰当、及时，转固新增的折旧费用对你公司当期及未来经营业绩产生的具体影响，相关会计处理是否符合会计准则的规定，相应的转固支持文件。

#### 一、公司说明

**(一) 2022 年、2023 年末，武汉天马AMOLED生产线的建设进度、安装调试情况、验收状态、投入使用情况、产品良率等具体指标情况**

##### 1、AMOLED生产线的建设特点

AMOLED显示行业作为新一代显示技术领域，具有资金密集、技术密集、工艺复杂、项目建设周期较长等特点。根据行业惯例，AMOLED生产线的建设通常分为建设期和量产爬坡期两个阶段。

建设期一般自桩基施工至生产线点亮。此阶段主要是进行工程设计、厂建施



工、设备选型、招标采购、进厂安装、连线调试等。

量产爬坡期一般为自生产线点亮至达到预定可使用状态。此阶段生产线需持续带料运行，并根据生产线运行情况对产线设备、技术、工艺持续进行调试；同时，根据市场和行业技术演进不断进行生产线的技术、工艺升级，直到生产线达到行业主流技术、工艺水平且能够持续稳定运行，生产线才能达到预定可使用状态，此过程通常需要较长时间。

武汉天马AMOLED生产线于 2020 年末开始进入柔性量产爬坡阶段。

## 2、2021 年末武汉天马AMOLED生产线建设情况

2021 年为武汉天马G6 产线柔性产品导入的首年，需要通过多客户的多项目来逐步跑通产线工艺制程、攻克重点工艺技术难题，发现并解决各种不良、逐步提升产线良率，适配各客户产品参数性能的需求，因此会先从柔性入门级产品起步。入门级产品的性能要求相对较低，良率提升难度也相应较低，因此，产线整体良率提升速度较快。

## 3、2022 年末武汉天马AMOLED生产线建设情况

2022 年为武汉天马AMOLED生产线产能爬坡的关键阶段，随着过去一年对关键瓶颈设备的生产节拍和线平衡改善、排产率不断优化、产线能力快速提升，爬坡至第四季度产线能力得到较大释放，产能建制能力达成预定目标，截至 2022 年末，武汉天马AMOLED生产线已具备达成设计产能的能力。

由于AMOLED领域处于技术不断升级的阶段，跟随行业发展及下游市场需求，行业内产品规格与搭载技术持续提升。2022 年，武汉天马G6 产线经过一年的产品和技术积累，技术和工艺水平得到进一步提升，产品开始跻身头部客户旗舰机型，这类旗舰产品性能要求较原入门级产品规格要求更高，如新增了在高光下的高清显示和高亮度需求，在严寒环境下对静电积累的抗敏感性，在极暗环境下的切屏显示需求等，因此在项目生产中存在良率由低到高的过程，在项目量产初期，因客户产品高要求造成的良率损失较多，后续经工厂逐步从底层电路机理

开始研究提升能力，产品不良率得到控制并逐步改善，恢复至正常水平。上述良率爬坡过程符合行业惯例。

#### 4、2023 年末武汉天马 AMOLED 生产线建设情况

2023 年，因线体综合良率指标陆续达标，武汉天马 G6 生产线根据实际运行情况按进度分批进行验收转固，其中第一、二、三批线体分别于 2023 年 4 月、2023 年 9 月、2023 年 12 月达到转固条件，达到预定可使用状态，转入固定资产。

#### (二) 武汉天马 AMOLED 生产线转固时点恰当的情况说明

##### 1、公司生产线达到预定可使用状态的判断标准

公司根据《企业会计准则》及应用指南的要求，来判断生产线是否达到预定可使用状态，主要考虑的因素包括：

- (1) 该生产线的实体建造（包括设备安装等）已经基本完成；
- (2) 该生产线目前已经基本达到正常的设计产能；
- (3) 目前的产品合格率与设计要求的合格率之间不存在重大差异；

(4) 在目前的过渡期间，不再进行大量的根据试生产情况调试设备、检测问题、排除故障的工作，相关整改不需发生大额的支出；

公司按照会计准则要求，参照同行业的转固标准，确定公司生产线的转固标准，且保持公司会计政策的一贯性。良率和产能是面板行业衡量生产线能力的关键指标，且生产线从建设到达到预定可使用状态需要经历良率和产能的爬坡期，根据同行业上市公司在公开渠道披露的良率信息，国内主要 AMOLED 生产线转固时期产品综合良率的行业水平为 80.00%-85.00%。

因此，公司生产线的转固标准为：生产线生产产品的综合良率连续三个月达到行业水平 80%，且生产线具备达成设计产能的能力。

##### 2、武汉天马 AMOLED 生产线转固时点情况

武汉天马AMOLED生产线三条线体分别在 2023 年 4 月末、2023 年 9 月末、2023 年 12 月末各实现连续三个月达到良率高于 80%的行业水平，满足结转固定资产的条件，公司在上述时点对三条线体分别予以转固。

### 3、武汉天马AMOLED生产线转固时点的合理性

#### (1) 公司的转固标准与同行业上市公司转固标准不存在明显差异

良率和产能是面板行业衡量生产线能力的关键指标，且生产线从建设到达到预定可使用状态需要经历良率和产能的爬坡期，根据行业惯例，目前国内主要 AMOLED 生产线产品综合良率的行业水平为 80.00%-85.00%。因此，公司结合行业特点及同行业上市公司做法将上述指标作为生产线转固标准的衡量指标，且保持公司转固标准的一贯性，与同行业上市公司不存在明显差异。

#### (2) 武汉天马AMOLED生产线的量产爬坡期与同行业公司同世代线相比不存在明显差异

AMOLED显示生产线项目具有资金密集、技术密集、工艺复杂、项目建设周期较长等特点。武汉天马G6 项目的量产爬坡期与同行业公司同世代线相比不存在明显差异。

量产爬坡期一般为自生产线点亮至达到预定可使用状态。此阶段生产线需持续带料运行，并根据生产线运行情况对产线设备、技术、工艺持续进行调试；同时，根据市场和行业技术演进不断进行生产线的技术、工艺升级，直到生产线达到行业主流技术、工艺水平且能够持续稳定运行，生产线才能达到预定可使用状态，此过程通常需要较长时间。根据对同行业上市公司公开披露的信息整理，同行业上市公司同类产线的进度情况如下：

证券简称	生产线	产线进度
京东方 A	成都第 6 代 LTPS/AMOLED 生产线项目	2017 年 6 月 7 日互动易披露：“成都第 6 代柔性 AMOLED 生产线已于今年 5 月 11 日点亮投产。” 2019 年 10 月 23 日《京东方 A：2019 年公开发行可续期公司债券（面向合格投资者）（第一期）募集说明书》披露：“2018 年末，公司固定资

证券简称	生产线	产线进度
		<p>产较 2017 年末大幅增加 3,953,243.42 万元，增长 44.61%，主要系在建工程转入所致，具体而言，公司成都京东方光电 6 代 LTPS/AMOLED 生产线项目（B7）、合肥京东方显示 10.5 代 TFT-LCD 生产线项目（B9）持续转固，导致公司固定资产规模大幅增加。”</p> <p>2021 年 8 月 31 日《投资者关系活动记录表》披露：“成都 B7 项目三期均已量产，已于 2020 年底全面转固”。</p>
京东方 A	绵阳第 6 代 AMOLED（柔性）生产线项目	<p>2016年12月1日《关于投资建设绵阳第6代AMOLED（柔性）生产线项目的公告》披露：“项目最晚于2017年第二季度开工，2019年投产。”</p> <p>2019年4月16日《京东方A：2019年3月26日投资者关系活动记录表》披露：“绵阳第6代柔性AMOLED生产线进展良好，预计今年投产。”</p> <p>2019年8月27日《京东方A：2019年半年度报告》披露：“绵阳第6代 AMOLED（柔性）生产线已实现量产出货。”</p> <p>2020年10月21日互动易回复：“截止2020上半年，绵阳第6代AMOLED 生产线一期尚未转固，收入是资本化的。”</p> <p>2021年3月21日互动易回复：“截至2021年一季度，绵阳第六代柔性 AMOLED生产线已完成二期转固。”</p> <p>2021 年 10 月 30 日互动易回复：“截至 2021 年三季度，绵阳第六代柔性 AMOLED 生产线已完成全部三期转固。”</p>
京东方 A	重庆第 6 代 AMOLED（柔性）生产线项目	<p>2022 年 3 月 31 日《年度募集资金使用情况专项说明》披露：项目公司于 2017 年 7 月 20 日成立，于 2019 年 5 月开始建设，2020 年 7 月主体厂房封顶，2021 年 7 月点亮，并于 2021 年 12 月 28 日完成量产仪式，截至 2021 年 12 月 31 日尚未转固。”</p> <p>2022 年 11 月 3 日、2023 年 2 月 15 日，互动易披露：“重庆第六代柔性 AMOLED 产线暂未转固。</p> <p>2023 年 8 月 29 日《关于募集资金 2023 年半年度存放与实际使用情况的专项报告》披露：“项目公司于 2017 年 7 月 20 日成立，于 2019 年 5 月开始建设，2020 年 7 月主体厂房封顶，2021 年 7 月点亮，并于 2021 年 12 月 28 日完成量产仪式，截至 2023 年 6 月 30 日尚在产能爬坡中。</p> <p>2023 年 11 月 1 日《投资者关系活动记录表》披露：“重庆 B12 产线一期已经进入到稳定最产阶段，并于上半年进行转固，三季度起开始计提折旧，二期、三期转固时间将根据生产规划及量产情况，严格按照会计准则相关要求要求进行转固。”</p> <p>2024 年 4 月 2 日《2023 年度募集资金存放与使用情况的专项核查报告》披露：“项目公司于 2017 年 7 月 20 日成立，于 2019 年 5 月开始建设，2020 年 7 月主体厂房封顶，2021 年 7 月点亮，并于 2021 年 12 月 28 日完成量产仪式，2023 年 6 月一期产线转固，截至 2023 年 12 月 31 日剩余产线尚未转固”。</p>
TCL 科技	武汉第 6 代柔性 LTPS-AMOLED 显示	<p>2017 年 4 月 1 日《TCL 科技：关于投资建设第 6 代柔性 LTPS-AMOLED 显示面板生产线项目的公告》披露：“项目拟于 2017 年 6 月 30 日前目标公司进场进行桩基施工；2019 年 6 月前目标公司第一阶段产品点亮；2020 年 3 月前目标公司第一阶段产品量产。”</p>

证券简称	生产线	产线进度
	面板生产线（t4）	<p>2019年3月20日《TCL科技：2018年年度报告》披露：“第6代LTPS-AMOLED柔性生产线—t4项目已点亮投产，产能和良率处于有序爬坡阶段。”</p> <p>2020年5月7日《TCL科技：2020年4月29日投资者关系活动记录表》披露：“t4产线在2019年底量产，一季度处于爬坡初期”。</p> <p>2021年3月11日《TCL科技：2020年年度报告》披露：“t4柔性AMOLED产线一期实现满产，二期和三期设备在陆续搬入。”</p> <p>2022年6月20日《TCL科技：TCL科技集团股份有限公司2022年度跟踪评级报告》披露：t4项目一期于2019年四季度实现量产、2020年实现满产；2021年t4项目二、三期柔性OLED产能按计划建设，其中，二期预计于2022年上半年满产，三期预计2022年三季度量产。</p> <p>2022年6月20日《TCL科技：TCL科技集团股份有限公司2022年度跟踪评级报告》披露：t4项目一期于2019年四季度实现量产、2020年实现满产；2021年t4项目二、三期柔性OLED产能按计划建设，其中，二期预计于2022年上半年满产，三期预计2022年三季度量产。</p> <p>2022年5月30日互动易披露：“t4一期已满产并转固，根据公司规划，t4二期预计今年实现投产。”</p>
维信诺	第6代有源矩阵有机发光显示器件（AMOLED）面板生产线项目	<p>2021年6月15日《维信诺：关于对深圳证券交易所2020年年报问询函回复的公告》披露：“2019年产线开始试运行，并已实现向品牌客户出货，产能持续提升爬坡，截止2020年12月31日，第6代有源矩阵有机发光显示器件（AMOLED）面板生产线项目爬坡期近两年，爬坡期处于行业的中间水平，未见延迟转固的情况，符合行业惯例。”。</p> <p>2022年1月29日《维信诺：2021年度业绩预告》披露：“公司固安第6代AMOLED面板生产线于2021年上半年转固。”</p>
深天马A	武汉天马第6代AMOLED生产线项目	<p>2018年下半年启动柔性AMOLED生产线项目建设，截至2020年底，完成主要设备安装调试，开始进入柔性量产爬坡阶段。2023年该项目的三条产线分别于4月、9月和12月实现转固。</p>

注：上述信息根据同行业上市公司公开披露的信息整理，由于从公开渠道无法获取完整的同行业上市公司同类型AMOLED生产线信息，上述对比口径可能存在差异。

武汉天马AMOLED生产线于2020年底柔性产品正式投入生产并进入爬坡期，2023年，武汉天马AMOLED生产线根据实际运行情况，三条线体分别于4月、9月和12月实现按进度分批进行转固，截至2023年底武汉天马AMOLED生产线已全部转固，上述线体其爬坡期在28个月-36个月左右。对比同行业上市公司AMOLED生产线项目爬坡周期，武汉天马AMOLED生产线柔性量产爬坡周期整

体未见异常，符合行业惯例。

综上，武汉天马AMOLED生产线的转固标准、爬坡周期与同行业上市公司相比均不存在明显差异，公司武汉天马AMOLED生产线的三条线体根据其各自良率情况，按照连续三个月达到良率高于 80%的行业水平且生产线具备达成设计产能的能力为标准予以转固，符合《企业会计准则》及行业惯例，具有合理性。

武汉天马AMOLED生产线的转固属于公司的“三重一大”事项，分别由武汉天马总经理办公会、公司总经理办公会根据分月产能达成率数据、分月良率数据、转固资产清单等审议通过，转固依据充分。

### **（三）武汉天马AMOLED生产线转固新增的折旧费用对公司当期及未来经营业绩产生的具体影响**

2023 年公司固定资产折旧计提政策未发生重大变化，公司固定资产采用年限平均法计提折旧，自达到预定可使用状态时开始计提折旧，武汉天马AMOLED生产线根据实际运行情况分批于 2023 年 4 月、9 月、12 月达到预定可使用状态，转入固定资产，增加 2023 年折旧费用 7.99 亿元，武汉天马AMOLED生产线转固新增的折旧费用将阶段性对公司的经营业绩带来一定压力，但随着转固后 AMOLED生产线产能进一步突破、良率的进一步提升，公司持续对产品结构优化，增加高附加值产品的出货，同时，公司抓住消费品市场的回暖的发展机遇，预计项目收益逐渐提升，将降低折旧费用对公司未来经营业绩的影响。

接下来，业务上将着力推动柔性AMOLED手机显示产品结构升级，提升产品盈利水平，一方面，持续加大高附加值产品出货占比，推动价格修复上涨，提升售价；另一方面提升出货量、市占率并通过提升材料国产化率等方式降低材料成本，以及改善项目开发成本，节约运行支出，打造极致成本竞争力。此外公司将进一步挖掘设备能力空间，提升产能，获取更多市场需求机会，增加产销供给。同时公司将加快OLED车载技术开发，加大中尺寸等产品线开拓力度等，不断丰富产品组合，强化产品规格升级，以增加需求机会和高附加值产品出货。

通过上述举措,武汉AMOLED生产线盈利能力将逐步提升,2024年一季度,产品价格修复上涨、良率和出货量均进一步提升,武汉AMOLED生产线亏损缩减,据经验,随着转固后产品持续升级,将降低折旧费用对公司未来经营业绩的影响。

## 二、核查程序及核查结论

### (一) 核查程序

针对以上事项,我们的主要核查程序包括:

- 1、评价和测试与在建工程相关的内部控制制度情况;
- 2、获取武汉天马G6项目在建工程明细表,了解在建工程的具体构成,主要项目情况、建设进展等;
- 3、获取武汉天马G6项目在建工程变动明细表和项目合同台账,检查在建工程对应的合同执行情况,在抽样的基础上,检查合同、设备到货单/结算单、付款记录等,并对在建工程应付款余额进行函证;
- 4、对资本化费用是否符合资本化条件进行检查,对资本化利息进行重新计算,核查在建工程资本化费用的准确性、完整性及合规性;
- 5、了解武汉天马G6项目2022年末、2023年末建设情况,并核对至在建工程明细表和在建工程变动明细表;
- 6、执行在建工程监盘程序,实地查看工程实体建造及生产设备安装的完工进度,了解新增在建工程的用途是否为生产经营所需,实地查看在建工程的工程进展情况;
- 7、复核公司的转固会计政策是否符合企业会计准则规定,并查询同行业上市公司公告,与同行业上市公司的会计政策进行对比;
- 8、了解转固指标的具体计算方式并获取武汉天马G6项目的分月产能达成率数据、分月良率数据、转固资产清单及相关的会议决议等,对转固指标进行复核

并比对是否达到转固标准；

9、通过检查合同、观察工程进度、观察生产系统、检查主要的转固指标，并对主要转固指标数据来源的可靠性进行分析，对在建工程是否达到预计可使用状态进行判断；

10、对报告期内建工程转固时间进行分析性复核，分析武汉天马G6 生产线产能、良率和产量变化与相关在建工程转固时间的匹配性；

11、根据公开资料查询同行业可比公司情况的产线建设期及产能爬坡期情况，将武汉天马G6 项目的建设期及产能爬坡期与同行业可比公司进行对比，分析与同行业可比上市公司同技术类型生产线的产能爬坡的差异情况；

12 复核公司有关固定资产的会计估计，并与同行业可比公司比对是否存在重大差异；对公司固定资产的折旧进行重新测算；

13、结合武汉天马G6 项目产品市场情况、本期武汉天马G6 项目转固后新增的折旧费用，分析武汉天马G6 项目对公司经营业绩的影响。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、武汉天马G6 项目的转固条件和转固时点符合企业会计准则的要求，和同行业可比公司的转固政策不存在明显差异；武汉天马G6 项目的建设期、量产爬坡期与同行业公司同世代线相比不存在明显差异；武汉天马G6 生产线的转固时点合理、转固依据充分、不存在延迟转固的情况，相关会计处理符合行业惯例以及企业会计准则的规定。

2、2023 年公司固定资产折旧计提政策未发生重大变化，公司固定资产采用年限平均法计提折旧，自达到预定可使用状态时开始计提折旧，武汉天马 AMOLED 生产线根据实际运行情况分批于 2023 年 4 月、9 月、12 月达到预定可使用状态，转入固定资产，增加 2023 年折旧费用 7.99 亿元，武汉天马 AMOLED



生产线转固新增的折旧费用将对公司的经营业绩短期带来一定压力,但若公司能持续对产品结构优化,增加高附加值产品的出货,抓住消费品市场回暖的发展机遇;同时AMOLED生产线产能和良率实现进一步突破与提升,预计项目收益逐渐提升,将降低折旧费用对公司未来经营业绩的影响。

## 7.关于长期股权投资

报告期末,你公司长期股权投资账面价值为 49.93 亿元,主要包括持股 15%的厦门天马显示科技有限公司(以下简称天马显示科技)、持股 15%的厦门天马光电子有限公司(以下简称厦门光电子)等联营公司。其中,天马显示科技 2023 年实现净利润-22.88 亿元,较上年减少 319.12%,你公司对其追加投资 6 亿元;厦门光电子 2023 年净利润为负数,你公司按照权益法确认投资损失 946.18 万元,你公司对其追加投资 12 亿元。

(1) 请结合上述联营公司所处行业发展趋势、市场地位、竞争格局、主营业务经营情况、产品核心竞争力,以及公司主要财务数据,分别说明业绩亏损的具体原因,重点说明天马显示科技与同行业可比公司经营业绩是否存在重大差异,如是,请说明具体原因。

(2) 年报显示,你公司对天马显示科技、厦门光电子的长期股权投资未计提减值准备。请详细说明你公司长期股权投资减值测试情况,结合被投资公司经营业绩、减值测试主要参数及选取依据等情况,进一步说明你认为无须计提减值的合理性,相关会计处理是否符合会计准则的规定。

(3) 年报显示,你公司存在资本承诺,2022 年你公司与合作方约定合作建设第 8.6 代新型显示面板生产线项目,项目公司——厦门光电子总投资为 330 亿元,你公司的子公司厦门天马微电子有限公司应当出资 29.7 亿元。请说明你公司对外投资审议程序履行情况、项目公司投资建设情况、预计产生效益时间,后续投资计划和资金来源,对你公司当期及未来业绩的影响。

## 一、公司说明

### (一) 联营公司业绩亏损的具体原因

#### 1、联营公司基本情况

##### (1) 天马显示科技基本情况

厦门天马显示科技有限公司（以下简称“天马显示科技”）系厦门天马与厦门市政府指定的出资方合资成立的建设一条月加工柔性显示基板 4.8 万张的第 6 代柔性 AMOLED 生产线项目的合资项目公司，主要从事第六代柔性 AMOLED 显示产品的研发与产品应用，为目前中小尺寸显示面板行业的最高世代线，该产线上进行了诸多先进技术规划，将根据客户需求积极规划产品试生产与方案优化，主要产品为中小尺寸显示屏及相关产品。根据天马显示科技的公司章程，天马显示科技注册资本 270 亿元，其中：厦门天马出资 40.5 亿元，持有 15% 的股权，厦门市政府指定的出资方：厦门国贸产业有限公司（以下简称“国贸产业”）出资 121.5 亿元，持有 45% 股权；厦门金圆产业发展有限公司（以下简称“金圆产业”）（现已更名为“厦门市产业投资有限公司”）出资 54 亿元，持有 20% 股权；厦门兴马股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“厦门兴马”）出资 27 亿元，持有 10% 股权；厦门象屿集团有限公司（以下简称“象屿集团”）出资 27 亿元，持有 10% 股权。其中，国贸产业、厦门兴马、象屿集团实际控制人为厦门市人民政府国有资产监督管理委员会，金圆产业实际控制人为厦门市财政局。

截至 2023 年 12 月 31 日，天马显示科技各股东累计实缴出资 270.00 亿元，其中：厦门天马出资 40.50 亿元，持有 15% 的股权。根据天马显示科技的公司章程，厦门天马能够对其施加重大影响，采用权益法核算。

天马显示科技建设的第 6 代柔性 AMOLED 生产线项目于 2020 年 5 月全面开工，于 2022 年 2 月点亮，2022 年 8 月开始首批产品试生产出货，2023 年处于 1 阶段设备爬坡运营，2 阶段设备搬入调试并行的阶段。

截至 2023 年 12 月 31 日，天马显示科技的第 6 代柔性 AMOLED 生产线项目

的 1 阶段建设仍处于产能和良率的持续提升阶段，在这个阶段需要逐步攻克重点工艺技术难题，提升产线设备制程能力，优化设备生产节拍和线平衡，验证和升级有机发光材料体系，持续提升产品良率，因此尚未达到预定可使用状态，未达到结转固定资产的条件。

## （2）厦门光电子基本情况

厦门天马光电子有限公司（以下简称“厦门光电子”）系厦门天马与厦门市合作方合资成立的建设一条月加工 2250mm×2600mm玻璃基板 12 万张的第 8.6 代新型显示面板生产线项目的合资项目公司，以车载、IT显示屏（包括平板、笔电、显示器等）、工业品等LCD显示应用为目标产品市场。厦门光电子注册资本 198 亿元，其中：厦门天马出资 29.70 亿元，持有 15%股权，厦门市出资方：厦门国贸控股集团有限公司（以下简称“国贸控股”）出资 90 亿元，持有 45.5%股权；厦门轨道建设发展集团有限公司（以下简称“轨道集团”）出资 40 亿元，持有 20.2%股权；金圆产业（现已更名为“厦门市产业投资有限公司”）出资 38.3 亿元，持有 19.3%股权。厦门市出资方合计出资 168.30 亿元，合计持有 85%的股权。其中，国贸控股、轨道集团的实际控制人为厦门市人民政府国有资产监督管理委员会，金圆产业的实际控制人为厦门市财政局。

截至 2023 年 12 月 31 日，厦门光电子各股东实缴出资 87.00 亿元，其中：厦门天马出资 13.05 亿元，持有 15%的股权。根据《厦门天马光电子有限公司章程》，厦门天马能够对其施加重大影响，采用权益法核算。

厦门光电子第 8.6 代新型显示面板生产线项目于 2022 年 9 月底开工，目前处于设备搬入阶段。

## 2、联营公司所处行业发展趋势、市场地位、竞争格局、主营业务经营情况、产品核心竞争力情况

（1）天马显示科技所处行业发展趋势、市场地位、竞争格局、主营业务经营情况、产品核心竞争力情况

行业发展趋势方面，AMOLED 凭借自发光的技术特性，具有超轻薄、对比度高、色彩鲜艳、响应快、功耗低、可实现柔性显示等诸多技术优点。随着智能终端设备的发展以及其厂商对AMOLED 显示面板的进一步认可，AMOLED 全球市场规模稳步扩大，渗透率持续提升，已广泛应用于智能手机、智能穿戴领域，并在车载显示、笔记本电脑、平板电脑等领域逐步渗透。随着柔性AMOLED渗透率的提升，柔性AMOLED技术在智能手机领域的应用将保持相对确定的增长，根据Omdia调研与预测数据显示，全球智能手机柔性AMOLED面板出货量预计2024年有望提高至5.74亿片，同比增长13.1%。

竞争格局方面，全球 AMOLED 半导体显示面板生产领域中，中国大陆企业行业竞争力持续提升，未来市场替代空间较大。其他国际面板厂商因起步较早，产能份额高、技术更加先进，大陆面板厂商则发展速度快并且呈现加速追赶的趋势。根据Omdia调研与预测数据，2023年全球智能手机柔性AMOLED出货约5.08亿片，同比增长31.8%。分区域来看，韩厂方面，三星显示（SDC）以42.5%的市场份额占据全球智能手机柔性AMOLED市场的首位，随着国内OLED面板厂为品牌端提供更具有“高规格”及“高性价比”的产品，供应商与终端品牌携手前行，助力国内柔性AMOLED面板在全球市场中占有率持续走高。根据Omdia的调研数据，2023年大陆智能手机柔性AMOLED面板出货约2.39亿片，同比增长约87.2%，占全球市场份额的47%，增长约14个百分点。中国大陆厂商出货量占比呈持续上升趋势，近年来国内移动智能终端厂商快速崛起为我国柔性AMOLED 显示面板企业的长期快速发展提供了良好的发展机遇，越来越多品牌的订单量持续由国际厂商转向中国大陆 AMOLED面板厂商。

市场地位、产品核心竞争力方面，天马显示科技AMOLED产线规划为柔性屏产能，主要聚焦于中小尺寸高端显示领域，在对产线进行技术论证过程中，充分考虑到了目前的市场需求方向以及行业先进技术储备情况，关键制程全部采用行业主流设备，设备规格优于或持平业内水准，对于折叠、低频、低功耗、屏下摄像等先进前沿技术都已做预先规划布局，能够更好的满足品牌客户对于终端产

品在显示性能、产品功耗、产品尺寸和折叠性能等方面的更高需求，提供先进的柔性AMOLED显示解决方案。天马显示科技AMOLED产线是目前国内最大的柔性AMOLED单体工厂，2023年天马显示科技AMOLED柔性智能手机显示模组出货快速起量，支持多元品牌客户项目，高端折叠、HTD产品实现稳定交付。未来，随着产线良率逐步提升，该项目将有效支撑产品规格的持续优化，满足客户更加前沿、多样化的需求，加速推进新技术产品化及量产化，有望成为全球最先进的柔性AMOLED生产线之一。

主营业务经营方面，天马显示科技AMOLED产线于2022年2月完成首款产品点亮，同年8月已实现首批产品出货国际品牌客户，爬坡顺利，2023年提前5个月实现单月百万片出货，已实现折叠、HTD、MLP等先进技术在头部客户旗舰产品量产，目前多项重要客户项目持续推进中，2023年实现主营业务收入12.28亿元。

(2) 厦门光电子所处行业发展趋势、市场地位、竞争格局、主营业务经营情况、产品核心竞争力情况

厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线项目是针对中小尺寸显示领域产品要求而设计的高世代线，满足中小显示产品大尺寸化的需求，市场定位于车载、IT显示屏（包括平板、笔电、显示器等）、工业品等显示领域。

在车载显示领域，随着5G、大数据、人工智能、云计算等技术愈发成熟，汽车产业发展进入了一个新的时期，汽车行业“新四化”（智能化、电动化、网联化、共享化）的发展趋势推动汽车电子升级，显示屏作为人机交互的重要载体，车载显示系统的交互设计和用户体验成为重要的竞争点，制造商不断创新，以提供更加个性化和智能化的用户体验，“多屏+大屏+高清”趋势更加明显，这一趋势将极大增加车载显示器的数量和种类，促进屏幕应用技术快速迭代升级，从传统的仪表盘、中控屏，到现代的全液晶显示仪表盘、HUD（抬头显示）技术、以及透明显示和柔性显示技术的应用，车载显示屏市场将保持稳步增长态势。根据Omdia数据统计，预计从2023年的2.18亿片增至2028年的2.4亿片。

在IT显示领域，IT显示涵盖笔记本电脑、平板电脑和显示器等三个领域，混合办公、在线教育、远程会议等应用场景增多，数字经济兴起和消费者行为的转变，IT显示屏需求历经波折，但长期来看整体呈现向上态势并不断升级，根据Omdia数据统计，预计从2023年的5.93亿片增至2028年的6.95亿片，且呈现a-Si/Oxide/LTPS TFT LCD、AMOELD等多种技术并存态势。

在工业品显示领域，工业品领域广泛覆盖从工业控制、医疗、智能家居、轨道交通、航空航海等诸多细分领域，显示应用场景丰富多样。在新基建、碳中和、智慧化生活、智能医疗、智能制造等驱动下，包括上述市场在内的众多工业品显示细分市场均保持良好的成长态势，且对大屏、高分辨率等高规格产品的需求增加。

厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线是公司投资的首条专精于中小显示领域的高世代面板产线，中小尺寸领域产品特点定制化并不断叠加创新技术，由于中小尺寸显示产品市场需求变化快，产品换型节奏快，厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线专门针对这一特点进行产线设计、设备选型和工艺布局，具有更高的换线效率，满足中小显示产品大尺寸化的需求。厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线作为新一代高世代线，融入了多种先进制程与技术，在设备精度、效率、能耗、环保等方面将具有优势，亦可满足更高工艺要求。

厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线将与公司现有产线和运营形成高效搭配，丰富产品方案组合，开拓更多细分市场、更灵活的尺寸范围、更多样化的产品规格，更好的强化与产业链合作伙伴的粘性，强化自身综合竞争力。

厦门光电子第8.6代新型显示面板生产线于2023年12月核心设备搬入，预计2024年下半年实现产品点亮和量产。

### 3、联营公司财务情况及亏损原因

#### (1) 天马显示科技财务情况及亏损原因

天马显示科技2023年度、2022年度主要经营数据及其变动情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动额
营业收入	124,251.16	2,453.16	121,798.00
营业成本	191,820.01	1,858.34	189,961.68
<b>营业毛利</b>	<b>-67,568.85</b>	<b>594.82</b>	<b>-68,163.68</b>
<b>营业毛利率</b>	<b>-54.38%</b>	<b>24.25%</b>	<b>-78.63%</b>
销售费用	3,657.82	104.84	3,552.99
管理费用	25,371.02	19,612.72	5,758.30
研发费用	117,821.28	37,778.57	80,042.71
财务费用	9,228.83	-1,773.63	11,002.46
<b>期间费用合计</b>	<b>156,078.95</b>	<b>55,722.50</b>	<b>100,356.45</b>
其他收益	27,481.81	777.48	26,704.33
资产减值损失	-30,449.77	-263.92	-30,185.85
营业利润	-229,291.15	-54,126.42	-175,164.73
<b>利润总额</b>	<b>-229,276.82</b>	<b>-54,122.64</b>	<b>-175,154.17</b>
净利润	-228,806.69	-54,592.77	-174,213.92

2023 年，天马显示科技利润总额较 2022 年减少 175,154.17 万元，下降 323.62%，主要原因如下：

1) 产线处于试运行阶段和智能手机显示产品价格的下降，影响营业毛利同比减少 68,163.68 万元

天马显示科技在 2022 年 8 月开始首批产品出货，进入试运行阶段，由于 2023 年天马显示科技处于试运行阶段，叠加主要生产的智能手机显示产品市场价格的下降，毛利率为负值，导致天马显示科技的营业毛利较 2022 年度同比减少 68,163.68 万元。

2) 期间费用同比增加，利润总额同比减少 100,356.45 万元

2023 年，天马显示科技期间费用合计为 156,078.95 万元，较上年增加 100,356.45 万元，较上年同比增长 180.10%。主要原因如下：

①2023 年天马显示科技处于新客户和新产品导入的关键阶段，天马显示科

技柔性AMOLED产线建设进度不断推进，同时不断加强AMOLED领域的相关技术与产品开发，攻关重点技术，专项提升产品性能，推进与核心客户的深度合作，提升客户端项目覆盖、项目份额和产品规格，并完成更高端技术产品的研发，天马显示科技持续加大研发投入以储备技术支持新品试生产，研发费用同比增加80,042.71万元；

②在建设和试运行阶段，天马显示科技营销、运营及综合管理等成本费用上升，销售费用、管理费用同比增加9,311.29万元；

③财务费用增加11,002.46万元，主要系汇兑损失增加10,492.84万元，主要系天马显示科技建设生产线购买的设备主要为进口设备，需要外汇支付设备供应商，叠加2023年汇率波动较大，购汇环节产生较大汇兑损失所致。

前述原因综合影响公司期间费用上升180.10%，导致利润总额同比减少100,356.45万元。

3) 资产减值损失同比增加，利润总额同比减少30,185.85万元

受手机显示产品价格下降影响，导致AMOLED手机产品的库存出现可变现净值低于成本的情况，天马显示科技按照《企业会计准则》及其会计政策，对存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备30,449.77万元，利润总额同比减少30,185.85万元。

综上，天马显示科技亏损的原因主要包括：产线处于试运行阶段和智能手机显示产品价格的下降，影响营业毛利同比减少68,163.68万元；期间费用同比增加，利润总额同比减少100,356.45万元；资产减值损失同比增加，利润总额同比减少30,185.85万元。

## (2) 厦门光电子财务情况及亏损原因

厦门光电子亏损与其目前所处的阶段相关，厦门光电子仍处于项目建设期。

厦门光电子2023年度、2022年度主要经营数据及其变动情况具体如下：



单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动额
营业收入	20.59		20.59
营业成本	15.61		15.61
<b>营业毛利</b>	<b>4.98</b>		<b>4.98</b>
<b>营业毛利率</b>	<b>24.17%</b>		<b>24.17%</b>
税金及附加	1,002.72	136.40	866.32
管理费用	4,765.44	2,845.87	1,919.58
研发费用	1,379.20	85.32	1,293.88
财务费用	1,361.46	-241.08	1,602.54
<b>期间费用合计</b>	<b>7,506.10</b>	<b>2,690.11</b>	<b>4,815.99</b>
其他收益	157.93	114.24	43.70
投资收益	1,952.98	8.26	1,944.72
营业利润	-6,393.23	-2,704.27	-3,688.96
<b>利润总额</b>	<b>-6,256.61</b>	<b>-2,700.27</b>	<b>-3,556.34</b>
净利润	-6,307.87	-2,702.34	-3,605.53

注：投资收益主要系厦门光电子利用暂时闲置资金购买人民币大额存单等银行理财产品获取的理财收益。

2023 年，厦门光电子利润总额较 2022 年减少 3,556.34 万元，下降 131.70%，主要原因如下：

1) 税金及附加同比增加，利润总额同比减少 866.32 万元

2023 年度税金及附加较 2022 年度增加 866.32 万元，主要系印花税金额较大，印花税金额较大的主要原因系 2023 年度厦门光电子为生产线建设签订了较大金额的建设工程施工合同、设备采购合同；同时 2023 年厦门光电子实收资本增加 80 亿元，按照印花税率计算的印花税金额较大。

2) 期间费用同比增加，利润总额同比减少 4,815.99 万元

2023 年，厦门光电子期间费用合计为 7,506.10 万元，较上年增加 4,815.99 万元，较上年同比增长 179.03%。主要原因如下：

①在厂房建设及设备搬入阶段，厦门光电子综合管理等成本费用上升，管理费用同比增加 1,919.58 万元；

②随着项目建设推进，厦门光电子进行新技术、新产品相关的预研工作，研发支出上升，研发费用同比增加 1,293.88 万元；

③财务费用增加 1,602.54 万元，系汇兑损失增加 1,953.65 万元，主要系厦门光电子建设生产线购买的设备主要为进口设备，需要外汇支付设备供应商，叠加 2023 年汇率波动较大，购汇环节产生较大汇兑损失所致。

前述原因综合影响公司期间费用上升 179.03%，导致利润总额同比减少 4,815.99 万元。

综上，厦门光电子亏损的原因与其所处的阶段有关，具体亏损原因包括：签订了大额建设工程合同、设备采购合同及实收资本增加，印花税金额增加较大，导致税金及附加同比增加，利润总额同比减少 866.32 万元；随着生产线建设推进，在厦门光电子综合管理成本、研发投入增加，进口设备叠加汇率波动导致汇兑损失增加的综合影响下，期间费用同比增加，利润总额同比减少 4,815.99 万元。

#### 4、天马显示科技与同行业可比公司经营业绩是否存在重大差异的情况说明

同行业公司中，维信诺（002387）主要从事 AMOLED 新型显示产品的研发、生产、销售和技术服务，与天马显示科技在产品、显示技术路线上均有较高重叠，维信诺（002387）第 6 代 AMOLED 显示面板及模组产线于 2021 年达到预定可使用状态，转入固定资产，已正常运转超过两年。而天马显示科技第 6 代柔性 AMOLED 生产线项目 2023 年处于 1 阶段设备爬坡运营，2 阶段设备搬入调试并行的阶段。因此，维信诺（002387）与天马显示科技所处的阶段不同。

##### （1）2023 年度总体经营业绩比较

维信诺（002387）尚未发布 2023 年度报告，根据其于 2024 年 1 月 31 日发布的 2023 年度业绩预告中关于净利润及营业收入的信息如下：

项目	本报告期	上年同期	变化情况
归属于上市公司股东的净利润	亏损：358,000 万元-398,000 万元	亏损：206,649.37 万元	亏损增长 73.24%-92.60%
扣除非经营性损益后的净利润	亏损：364,800 万元-404,800 万元	亏损：221,619.82 万元	亏损增长 64.61%-82.66%
营业收入	570,000 万元-600,000 万元	747,669.26 万元	下降 19.75%-23.76%
扣除后营业收入	564,600 万元-594,600 万元	746,711.72 万元	下降 20.37%-24.39%

注：信息来源于其业绩预告并整理得出。

业绩预告中对于业绩变动原因提到“报告期内，消费电子终端需求承压，AMOLED产能进一步释放，产品价格出现较大波动，行业利润处于低位水平。2023年四季度，随着消费电子行业景气度逐步提升，主流品牌新一代旗舰机型的热销及年终促销季的带动，OLED产品价格有所上涨。2023年四季度，公司充分把握行业发展动态，紧跟客户需求，下属各产线均维持高稼动率运行，四季度产品销售收入实现环比大幅增长，产品销售毛利稳定提升，但全年受限于行业整体压力和价格波动，营业收入受到一定影响，公司预计实现的营业收入区间为57亿元至60亿元。”

## (2) 2023 年度主营业务毛利率比较

单位：万元

项目	天马显示科技	维信诺（002387）
AMOLED 产品收入	122,814.48	225,124.78
AMOLED 产品成本	191,152.84	330,562.64
毛利率	-55.64%	-46.84%

注：天马显示科技数据为 2023 年度数据，维信诺（002387）数据取自 2023 年半年度报告披露的OLED产品收入、成本及毛利率。

因此，受AMOLED产品价格下降影响，天马显示科技、维信诺（002387）的营业收入、毛利率、净利润在变动趋势上不存在重大差异。

但由于天马显示科技与维信诺所处的阶段不同，天马显示科技处于量产爬坡

期的初期，而维信诺已于 2021 年上半年转固，二者的经营业绩可比性较低。

**(二) 未对天马显示科技、厦门光电子的长期股权投资计提减值准备的原因及合理性**

**1、公司对天马显示科技、厦门光电子的长期股权投资不存在减值迹象**

根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》及其应用指南：企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。资产存在减值迹象的，应当进行减值测试，估计资产的可收回金额。

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第五条对表明资产可能发生了减值的迹象作出的规定，公司对不存在减值迹象的判断原因如下：

企业会计准则的规定	不存在减值迹象的判断
(一) 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	天马显示科技、厦门光电子的资产以厂房、机器设备为主，购置时间较近，成新率较高，资产所处的市价未发生大幅度下跌。
(二) 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	一是天马显示科技、厦门光电子所处的行业为显示面板行业，近年来，国家产业政策积极扶持显示面板行业的发展，其项目均属于国家政策重点支持项目，符合国家发展战略；
(三) 市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	二是立足未来市场需求，具有广阔的发展前景：天马显示科技的 AMOLED 柔性显示系未来主流显示技术，因其具有高对比度、响应速度快、超轻薄、功耗低、可实现柔性和折叠显示等优点，产品性能突出，在高端显示市场中的应用份额将不断扩大，市场前景广阔；厦门光电子产线以车载、IT 显示屏（包括平板、笔电、显示器等）、工业品等显示应用为目标产品市场，也具有广阔的发展前景；
	三是技术的先进性:天马显示科技 AMOLED 产线是目前国内最大的柔性 AMOLED 单体工厂，能有效支撑产品规格的持续优化，满足客户更加前沿、多样化的需求，加速推进新技术产品化及量产化，有望成为全球最先进的柔性 AMOLED 生产线之一;厦门光电子第 8.6 代新型显示面板生产线是专精于中小显示领域的高世代面板产线，融入了多种先进制程与技术，在设备精度、效率、能耗、环保等方面将具有优势，亦可满足更高工艺要求。因此，资产所处行业经济、技术或者法律等环境未

	发生重大变化，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生重大变化。
(四) 有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	从天马显示科技、厦门光电子资产状况来看，相关资产正常使用，并可以发挥既定的使用效能
(五) 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	
(六) 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润(或者亏损)远远低于(或者高于)预计金额等。	从项目建设进度来看：天马显示科技处于 1 阶段设备爬坡运营，2 阶段设备搬入调试并行的阶段，已实现向客户量产供货，客户对产品的认可度不断提升，且产线能力不断提升，产能、良率正进一步爬坡中；厦门光电子目前处于设备搬入阶段。
(七) 其他表明资产可能已经发生减值的迹象。	不适用

## 2、未对天马显示科技、厦门光电子的长期股权投资计提减值准备的原因及合理性说明

根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第五条对表明资产可能发生了减值的迹象的判断，天马显示科技、厦门光电子不存在减值迹象，因此，公司未对其执行长期股权投资的减值测试，未对长期股权投资计提减值，公司上述判断及会计处理符合企业会计准则的规定。

### (三) 建设第 8.6 代新型显示面板生产线项目对外投资审议程序履行情况

2022 年 4 月 12 日，公司召开第九届董事会第三十三次会议，审议通过《关于全资子公司厦门天马与合作方共同投资设立合资公司投建第 8.6 代新型显示面板生产线项目暨关联交易的议案》，因金圆产业的控股股东厦门金圆投资集团有限公司是公司持股 5%以上股东厦门金财产业发展有限公司的实际控制人，根据《深圳证券交易所股票上市规则》6.3.3 之相关规定，本次投资事项构成关联交易，关联董事张小喜先生回避表决，由非关联董事对该议案进行了表决（表决情况为：10 票同意，0 票反对，0 票弃权）。2022 年 4 月 28 日，公司召开 2022 年第一次临时股东大会审议通过上述议案，关联股东厦门金财产业发展有限公司回避表决。

具体详见公司于 2022 年 4 月 13 日披露的《第九届董事会第三十三次会议决

议公告》（公告编号：2022-025）、《关于全资子公司厦门天马与合作方共同投资设立合资公司投建第 8.6 代新型显示面板生产线项目暨关联交易的公告》（公告编号：2022-026）以及 2022 年 4 月 29 日披露的《2022 年第一次临时股东大会决议公告》（公告编号：2022-028）。公司已就上述对外投资事项履行了相应的审议程序和披露义务。

#### （四）厦门光电子投资建设情况、预计产生效益时间，后续投资计划和资金来源情况

厦门光电子第 8.6 代新型显示面板生产线项目于 2022 年 9 月全面开工建设，2023 年 7 月完成主厂房封顶，2023 年 12 月实现首台核心设备顺利搬入，项目一期预计于 2024 年第四季度首款产品量产交付，并开始产生效益。

厦门光电子第 8.6 代新型显示面板生产线项目总投资 330 亿元，其中注册资本 198 亿元，其中公司全资子公司厦门天马出资 29.7 亿元，持有 15% 股权。截至 2023 年底，厦门光电子注册资本已到位 87 亿元，其中厦门天马已出资 13.05 亿元。厦门光电子后续项目建设资金主要来源于股东方注资和项目银团贷款，2024 年，厦门光电子注册资本预计到位 111 亿元，其中厦门天马根据持股比例拟以自筹资金注资 16.65 亿元。

#### （五）对公司当期及未来业绩的影响

公司对厦门光电子的长期股权投资按照权益法进行核算，2023 年按持股比例 15% 确认投资损失 946.18 万元。

厦门光电子产品主要面向车载、IT 显示屏（包括平板、笔电、显示器等）、工业品等显示领域，未来市场发展前景较好，且随着项目建设进程的推进，厦门光电子项目将与公司现有产线形成互补，扩大规模优势和成本优势，进一步完善公司产线布局，加速公司在车载、IT、工业品等显示业务的发展，预计项目未来业绩较为稳定，将助力公司未来业绩规模和盈利能力稳健提升。

## 二、核查程序及核查结论

### (一) 核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

1、访谈重要联营企业天马显示科技、厦门光电子会计师，了解并评估其专业能力、经验、独立性，了解其识别的天马显示科技的重大错报风险及设计的应对程序；

2、获取天马显示科技、厦门光电子会计师审计工作底稿及关键审计证据，包括但不限于：对货币资金、应收账款、存货、在建工程、固定资产、营业收入、营业成本、期间费用等重要报表项目执行的主要审计程序及审计结果；

3、评估天马显示科技、厦门光电子会计师获取的关键审计证据的可靠性、相关性和充分性；

4、向公司及联营企业会计师了解项目建设进度、重要会计政策和会计估计、主要报表项目变动原因及 2023 年度业绩亏损原因，并结合获取的工作底稿、关键审计证据等分析业绩亏损合理性；

5、查询显示面板行业国家相关产业政策，查阅面板行业研究报告及行业数据，了解面板行业发展趋势，了解天马显示科技、厦门光电子市场地位及产品竞争力；

6、通过公开数据，选取同行业公司中与天马显示科技从主营产品到主要显示技术等方向均具备可比性的公司，对比经营业绩是否存在重大差异；

7、根据《企业会计准则第 8 号-资产减值》及其应用指南中相关规定，对公司在资产负债表日判断天马显示科技、厦门光电子的长期股权投资是否存在可能发生减值的迹象进行分析，进而判断是否需要对其进行减值测试；

8、了解并获取公司对外投资审议程序及相关文件，并对公司对外投资审议履行情况复核；

9、了解厦门光电子项目的预计产生效益时间，后续投资计划和资金来源情况，分析对公司当期及未来业绩的影响。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、天马显示科技亏损的原因主要包括：（1）产线处于试运行阶段和智能手机显示产品价格的下降，影响营业毛利同比减少 68,163.68 万元；（2）期间费用同比增加，主要综合管理成本、研发投入增加，利润总额同比减少 100,356.45 万元；（3）资产减值损失同比增加，利润总额同比减少 30,185.85 万元。

天马显示科技与同行业可比公司所处的阶段不同，天马显示科技处于量产爬坡期的初期，而维信诺早已转固，二者的经营业绩可比性较低。

2、厦门光电子亏损的原因主要包括：（1）税金及附加同比增加，利润总额同比减少 866.32 万元；（2）随着生产线建设推进，在厦门光电子综合管理成本、研发投入增加，进口设备叠加汇率波动导致汇兑损失增加的综合影响下，期间费用同比增加，利润总额同比减少 4,815.99 万元。

3、根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第五条对表明资产可能发生减值迹象的判断，天马显示科技、厦门光电子不存在减值迹象，因此，公司未对其执行长期股权投资的减值测试，未对长期股权投资计提减值，公司上述判断及会计处理符合企业会计准则的规定。

4、公司建设第 8.6 代新型显示面板生产线项目经第九届董事会第三十三次会议审议，根据《深圳证券交易所股票上市规则》6.3.3 之相关规定，本次投资事项构成关联交易，关联董事回避表决，由非关联董事对该议案进行了表决，符合《深圳证券交易所股票上市规则》及《公司章程》的规定。

5、厦门光电子项目一期预计于 2024 年第四季度首款产品量产交付，并开始产生效益。厦门光电子第 8.6 代新型显示面板生产线项目总投资 330 亿元，其中



注册资本 198 亿元，其中公司全资子公司厦门天马出资 29.7 亿元，持有 15% 股权。截至 2023 年底，厦门光电子注册资本已到位 87 亿元，其中厦门天马已出资 13.05 亿元。厦门光电子后续项目建设资金主要来源于股东方注资和项目银团贷款，2024 年，厦门光电子注册资本预计到位 111 亿元，其中厦门天马根据持股比例拟以自筹资金注资 16.65 亿元。

厦门光电子产品主要面向车载、IT 显示屏（包括平板、笔电、显示器等）、工业品等显示领域，未来市场发展前景较好，且随着项目建设进程的推进，厦门光电子项目若能与公司现有产线形成互补，扩大规模优势和成本优势，进一步完善公司产线布局，加速公司在车载、IT、工业品等显示业务的发展，预计项目未来业绩较为稳定，将能够助力公司未来业绩规模和盈利能力稳健提升。

## 8. 关于商誉

报告期末，你公司商誉账面原值为 2.93 亿元，包括武汉天马商誉 2.61 亿元、日本天马商誉 3,178.85 万元，累计计提商誉减值准备 2,560.2 万元。年报显示，你公司将武汉天马 G4.5 生产线、天马日本公司全部资产与负债分别认定为资产组进行商誉减值测试，武汉天马资产组账面价值为 18.93 亿元、可收回金额 22.84 亿元，日本天马资产组账面价值为 6.17 亿元、可收回金额 6.58 亿元，你公司本期未计提商誉减值。请结合上述资产组商誉减值测试的重要假设、关键参数及确定方法、具体测算过程，说明可收回金额测算是否准确、合理，结合资产组的经营和业绩情况，说明是否存在减值迹象，你公司未计提商誉减值是否谨慎。

### 一、公司说明

#### （一）与商誉有关的资产组可收回金额测算情况

公司依据《企业会计准则第 8 号——资产减值》以及《会计监管风险提示第 8 号-商誉减值》，对于合并产生的商誉每年进行减值测试。商誉应当结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，

应当先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，应当确认减值损失。

其中，资产组或资产组组合的可收回金额的估计，应根据其公允价值减去处置费用后的净额与预计未来现金净流量的现值两者之间较高者确定。

公司对于商誉有关的资产组的可收回金额测算情况如下：

#### 1、武汉天马G4.5 资产组

##### （1）资产组确定

公司合并取得的与武汉天马G4.5 资产相关的商誉系公司非同一控制下收购武汉天马形成的商誉，因此将收购武汉天马时形成商誉的资产认定为资产组，该资产组与购买日及以前年度商誉减值测试时所确定的资产组一致。

##### （2）商誉减值测试方法的选择

公司聘请了深圳中联资产评估有限公司对由于收购武汉天马产生的与武汉天马G4.5 资产组有关的商誉在 2023 年 12 月 31 日的价值进行了专项的商誉减值测试评估，并出具了《天马微电子股份有限公司拟对合并武汉天马微电子有限公司形成的商誉进行减值测试涉及的与商誉相关的G4.5 生产线资产组预计未来现金流量现值项目资产评估报告》（深中联评报字[2024]第 26 号）。

商誉减值测试方法根据估算包含商誉的相关资产组预计未来现金流量的现值确定可收回金额，本次商誉减值测试方法与以前会计期间商誉减值测试采用的方法一致。

##### （3）商誉减值测试的重要假设、关键参数及确定方法、具体测算过程

资产组业务规划说明：

## A、武汉天马G4.5 资产组基本情况

武汉天马G4.5 生产线于 2011 年量产，包含一条彩色滤光片产线、一条面板产线和一座模组工厂，主要生产手机、运动健康、专显等模组产品，模组产能在满足自身需求外，能够对外提供模组生产制造服务，提高资产组的整体利用效率。

## B、武汉天马G4.5 资产组的规划进展

公司定位中小尺寸显示领域龙头企业，持续坚定“2+1+N”发展战略，以手机显示、车载显示作为核心业务【2】，IT显示作为快速增长的关键业务【1】，工业品、横向细分市场、非显业务、生态拓展等作为增值业务【N】。在专显业务领域，公司着力打造“1+3+A”生态体系，以一个显示器件为核心，通过A/P/C三大战略阵地，为客户提供一体化解决方案，持续为客户赋能。

公司原有专业显示模组厂主要分布在深圳、上海、武汉，相对分散，根据公司业务战略规划，为了统筹增效，专业服务客户，按照业务部署，将上海区域（上海天马和中航光电子）专业显示模组生产制造业务逐步聚集在武汉区域进行集约化管理，将武汉天马G4.5 产业基地逐步建设为专显模组制造中心，同时武汉G4.5 原a-Si手机业务将逐步减少并于 2024 年退出；公司车载类业务规模扩大，2023 年面向整车厂的汽车电子业务开始起量，上海天马后续将聚焦车载模组生产制造，中航光电子后续将聚焦于面板的生产制造，从而支撑公司“2+1+N”战略目标落地。

上海区域专业显示模组生产制造业务向武汉G4.5 产业基地聚集进展情况：上海天马G4.5 专显订单从 2022 年底开始逐步向武汉天马G4.5 导入，2023 年第 3 季度基本完成上海天马G4.5 订单导入；2023 年第 4 季度启动与中航光电子G5 专显客户的洽谈工作，中航光电子G5 专显订单从 2023 年底开始逐步向武汉天马G4.5 导入，预计 2025 年完成订单导入。

1) 本次商誉减值测试的重要假设包括：假设有序交易；假设公司持续经营；假设国家现行的宏观经济、金融以及产业等政策不发生重大变化；假设社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化；假设未来的经营管理班子尽职，

并继续保持现有的经营管理模式持续经营；假设企业的管理模式、销售渠道、行业经验等与商誉相关的不可辨认资产可以持续发挥作用，其他资产可以通过更新或追加的方式延续使用；假设武汉G4.5 资产组上述业务规划能够按公司计划的进度按期执行。

2) 关键参数及确定方法

确认可收回金额所使用的关键参数主要包括：预测期、预测期增长率、利润率/毛利率、折现率、预期收益终止时的清算价值。具体如下：

关键参数	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2028 年末 资产处置
预期收入增长率	-12.47%	51.68%	18.84%	14.57%	9.36%	——
毛利率	11.83%	11.99%	13.60%	16.83%	19.22%	——
折现率	15.04%	15.04%	15.04%	15.04%	15.04%	——
预期收益终止时的清算价值（万元）						81,796.07

A、预测期及收益期的确定

与武汉天马G4.5 资产组有关的资产主要是机器设备，受生产线主要设备经济使用寿命及生产技术更新换代等因素的影响，G4.5 生产线的可使用年限是有限的，故公司管理层根据行业特点、资产状况及技术水平、生产线预计可使用年限等因素，判断本次收益期按预测期确定为 5 年，即 2024 年至 2028 年，并在期末时点即 2028 年收回资产组处置现金流。

B、营业收入及其增长率的预测：

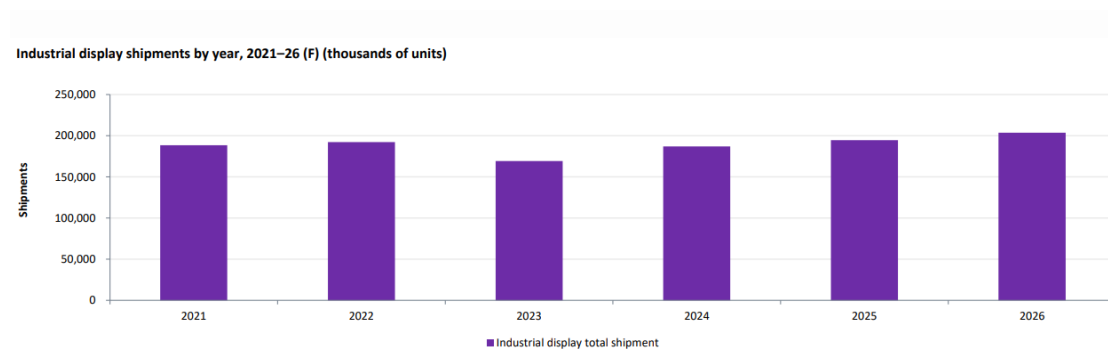
基于对武汉天马G4.5 资产组的战略规划、业务构成、市场需求等，对包含商誉资产组的收入预测如下：

项目名称	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
营业收入（万元）	306,405.33	464,760.03	552,329.48	632,813.70	692,018.47
增长率	-12.47%	51.68%	18.84%	14.57%	9.36%

预测的 2024 年营业收入较 2023 年下降 12.47%，主要是根据公司业务规划

进展，持续推进消费品手机业务向专业显示业务调整，武汉天马G4.5 资产组将逐步减少并于 2024 年退出手机业务，根据Omdia调研情况，专显市场在 2024 年市场需求尚处于恢复阶段，因此，营业收入较 2023 年度有所下降。预计 2025 年武汉天马G4.5 资产组完成专显订单导入，至此，武汉G4.5 产业基地成为公司的专显模组制造中心，叠加预计 2025 年市场需求上升，营业收入增长率大幅提升。2026 年-2028 年，通过专显产品向一体化、复杂化模组转型，优化产品结构，增加高附加值产品的出货占比实现增收，专显产品收入占整体营业收入的比例持续上升并在 2028 年维持稳定，营业收入增长率也逐渐趋于稳定。

2021 年至 2026 年工业品全球出货量走势如下：



注:数据来源为Omdia最新调研统计。

### C、毛利率的预测：

包含商誉资产组的营业成本主要包括材料成本、固定资产折旧和薪酬成本等，公司在考虑了与未来销量有关的采购成本、目前固定资产规模及折旧政策、薪酬成本等的基础上对营业成本进行预测，根据预测的营业收入、营业成本预测的毛利率的水平如下：

项目名称	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年
毛利率	11.83%	11.99%	13.60%	16.83%	19.22%

根据公司业务规划进展，持续推进消费品手机业务向专业显示业务调整，同时，根据上海天马和中航光电子专显订单的导入进展，专显产品收入占整体营业收入的比例持续上升并在 2028 年维持稳定；同时，随着专显产品向一体化、复

杂化模组转型，产品附加值提升，产品结构持续优化，叠加面板材料单位成本的下降和公司持续降本增效等措施的施行，预计 2024 年-2028 年毛利率会逐渐提升。

与商誉相关的G4.5 生产线资产组 2021 年、2022 年、2023 年的销售毛利率分别为 12.74%、16.38%、10.79%，结合武汉天马G4.5 资产组主要业务构成和占比，以及未来市场可能存在的不确定性因素，公司预测武汉天马G4.5 资产组在预测期的毛利率水平低于目前专显业务的毛利率水平是谨慎的。

#### D、折现率的预测：

本次测算采用资本资产定价模型（CAPM），考虑无风险报酬率因素、市场预期报酬率、资产组的特性风险调整系数和可比公司的预期无杠杆市场风险系数等因素，将折现率确定为 15.04%。

#### E：预期收益终止时的清算价值

由于资产组预计可使用至 2028 年，故设定在 2028 年末收回其资产处置时产生的现金流，即根据对处置时点房屋建筑物、土地使用权与投资性房地产进行重新测算确定的可收回现金流、在预测期中经过更新的设备类资产净额和长期待摊费用—模具的摊余价值之和，其中房屋建筑物、投资性房地产采用重置成本法测算确定，土地使用权采用市场法测算确定。

### （3）商誉减值测试结果

资产组的可收回金额参考深圳中联资产评估有限公司出具的报告编号为深中联评报字[2024]第 26 号的《天马微电子股份有限公司拟对合并武汉天马微电子有限公司形成的商誉进行减值测试涉及的与商誉相关的G4.5 生产线资产组预计未来现金流量现值项目资产评估报告》。

武汉天马G4.5 资产组的商誉减值测试结果如下：

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	账面价值	可收回金额	减值金额
武汉天马 G4.5 资产组	189,342.17	228,439.16	——

## 2、日本天马资产组

### (1) 确定资产组

公司合并取得的与日本天马资产组相关的商誉系公司非同一控制下收购日本天马形成的商誉，因此将收购日本天马时形成商誉的资产认定为资产组。

### (2) 商誉减值测试方法的选择

公司管理层将天马日本公司全部资产与负债认定为一个资产组，该资产组与购买日及以前年度商誉减值测试时所确定的资产组一致。管理层采用未来现金流量现值的现值估计资产组的可收回金额，可收回金额参考管理层编制的五年期预算。

本次根据估算包含商誉的相关资产组预计未来现金流量的现值确定其可收回金额，本次商誉减值测试采用的方法与以前会计期间商誉减值测试采用的方法一致。

### (3) 商誉减值测试的重要假设、关键参数及确定方法、具体测算过程

①重要假设情况商誉减值测试的重要建设包括：假设有序交易；假设公司持续经营；假设国家现行的宏观经济、金融以及产业等政策不发生重大变化；假设社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化；假设未来的经营管理班子尽职，并继续保持现有的经营管理模式持续经营；假设企业的管理模式、销售渠道、行业经验等与商誉相关的不可辨认资产可以持续发挥作用，其他资产可以通过更新或追加的方式延续使用。

#### ②关键参数及确定方法

确认可收回金额所使用的关键参数主要包括：预测期、预测期增长率、毛利

率、折现率、预期收益终止时的清算价值。具体如下：

关键参数	2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	稳定期
预期收入增长率	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	7.00%	0.00%
毛利率	7.20%	8.80%	9.50%	10.60%	10.60%	10.60%
折现率	11.00%	11.00%	11.00%	11.00%	11.00%	11.00%

#### A、预测期的确定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定：“建立在该预算或者预测基础上的预计现金流量最多涵盖 5 年”。公司以期末基准日进行商誉减值测试时，预测期年数为 5 年，预测期的选取符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》相关规定。

#### B、收益期的确定

按照法律、行政法规规定，以及与日本天马资产组有关的业务构成、所在行业现状与发展前景、经营状况、资产特点等，收益期按无固定期限考虑。

#### C：营业收入增长率的预测：

日本天马产品定位于车载和医疗、工控等专业显示领域，其在细分市场的客户基础较成熟，在中高端车载、工控市场具有相对优势，已完成在包括亚洲、美国、欧洲等主要市场在内的全球销售渠道布局，具有丰富的海外客户资源和国际销售经验。

公司管理层结合历史经验、未来市场需求变化及日本天马业务规划发展等因素，预测日本天马 2024-2028 年的收入增长率为 7%，主要考虑因素为①2023 年营业收入增长率 6.84%；②根据第三方市场调研数据显示，2024 年-2028 年全球车载、工业品等专业显示领域市场需求呈增长趋势，公司及日本天马车载和专业显示业务规模扩大；③2024 年起日本天马高附加值复杂模组产品开始起量，2024 年-2028 年复杂模组等高附加值产品占比持续提升。公司管理层预测永续期增长率为 0%。预测期和永续期营业收入增长率符合业务发展情况，具有合理性。



D: 毛利率的预测:

公司管理层结合历史经验、日本天马未来业务构成情况，预测日本天马2024-2027年的毛利率增长，2027年以后趋于稳定，主要考虑因素为①2023年日本天马2021年、2022年、2023年毛利率分别为7.88%、6.11%、5.57%，2022年和2023年下降主要是由于复杂多变的外部环境、市场需求等影响销售结构变化导致阶段性下滑；②根据第三方市场调研数据显示，2024年-2028年全球车载、工业品等专业显示领域市场需求呈增长趋势，公司及日本天马车载和专业显示业务规模扩大，产品结构持续优化；③2024年起日本天马高附加值复杂模组产品开始起量，2024年-2028年复杂模组等高附加值产品占比持续提升。预测期毛利率水平符合业务发展情况，具有合理性。

E: 折现率的预测:

管理层采用采用资本资产定价模型（CAPM），考虑无风险报酬率因素、市场期望报酬率、资产组的特性风险调整系数等因素，将折现率确定为11.00%。

(3) 商誉减值测试结果

资产组的可收回金额参考管理层采用未来现金净流量的现值估计资产组的可收回金额，可收回金额参考管理层编制的五年期预算。

日本天马资产组的商誉减值测试结果如下:

单位: 万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	账面价值	可收回金额	减值金额
日本天马	61,747.92	65,769.91	——

(二) 与商誉有关的资产组不存在减值迹象，未计提商誉减值的原因及合理性情况说明

1、资产组2023年、2022年的经营和业绩情况

(1) 武汉天马G4.5资产组

武汉天马G4.5 资产组 2023 年、2022 年的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年
营业收入	350,077.30	369,737.99
营业毛利	36,732.19	60,018.04
净利润	8,713.01	14,096.53

武汉天马G4.5 资产组 2023 年营业收入较 2022 年度下降 5.32%，主要系 2023 年武汉天马G4.5 资产组处于逐步退出手机业务转向专业显示业务的调整阶段，手机业务受行业因素影响价格下降、销售收入下降，同时 2023 年专业显示市整体需求阶段性减少，专显业务导入进度不及预期等综合影响所致。

武汉天马G4.5 资产组持续盈利，2023 年净利润较 2022 年下降，主要是由于行业因素消费类手机业务销量和均价均齐跌，盈利能力下降，同时受消费类手机业务向专业显示业务转型进度等影响营业毛利下降，叠加期间费用变化等影响，综合导致净利润出现阶段性下降。

公司在 2023 年末根据公司战略规划进展、预测期业务构成及未来市场需求情况等，武汉天马G4.5 资产组商誉不存在减值迹象。

(2) 日本天马资产组

日本天马资产组 2023 年、2022 年的经营业绩情况如下：

单位：百万日元

项目	2023 年	2022 年
营业收入	52,032.11	48,702.59
营业毛利	2,897.77	2,976.61
净利润	775.11	280.67

日本天马最近三年的营业收入及净利润保持了健康、稳定的增长，未出现明显的业绩下滑迹象，结合回复 8、一、2 中日本天马未来业务情况，不存在减值迹象。

## 2、与商誉有关的资产组不存在减值迹象

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》及其应用指南：企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。资产存在减值迹象的，应当进行减值测试，估计资产的可收回金额。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第五条对表明资产可能发生了减值的迹象作出的规定，公司对不存在减值迹象的判断原因如下：

企业会计准则的规定	不存在减值迹象的判断
（一） 资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。	资产组以厂房、机器设备为主，资产所处的市价未发生大幅度下降；使用资产组生产的产品的市价未出现明显下降，现金流未显著减少
（二） 企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。	资产组所处行业为显示面板行业，近年来，国家产业政策积极扶持显示面板行业的发展，符合国家发展战略，根据第三方调研数据，专业显示和车载显示市场需求呈增长趋势，具有广阔发展前景。因此，资产组所处行业经济、技术或者法律等环境未发生重大变化，市场利率或者其他市场投资报酬率未发生重大变化
（三） 市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。	
（四） 有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。	从资产组的资产状况来看，相关资产正常使用，并可以发挥既定的使用效能。
（五） 资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。	
（六） 企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。	武汉天马 G4.5 资产组规划的业务、日本天马资产组现有业务有较好的市场前景，较高的盈利空间，且随着资产折旧陆续提完，资产组实现的营业利润也将有所提升。
（七） 其他表明资产可能已经发生减值的迹象。	不适用

根据《企业会计准则 8 号—资产减值》的规定，企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，因企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。

针对武汉天马G4.5 资产组，2023 年，公司聘请深圳中联资产评估有限公司，结合资产组的经营情况、未来规划及预测情况，对包含商誉的资产组的可收回金

额进行测算，审慎评价估值模型中的预计收入增长、采用的折现率等关键参数的合理性，谨慎评估与商誉相关的资产组预计未来现金流量现值，并出具评估报告。截至 2023 年 12 月 31 日，在相关假设和限定条件下，经采用收益法评估，公司商誉所在资产组可收回金额 228,439.16 万元，高于商誉所在资产组对应的资产账面值 189,342.17 万元，未发生减值迹象，故无需计提减值准备，具有合理性。

针对与日本天马有关资产组，公司结合资产组的经营情况、未来规划及预测情况，对包含商誉的资产组的可收回金额进行测算，审慎评价估值模型中的预计收入增长、采用的折现率等关键参数的合理性，谨慎评估与商誉相关的资产组预计未来现金流量现值。截至 2023 年 12 月 31 日，在相关假设和限定条件下，经采用收益法评估，公司商誉所在资产组可收回金额 65,769.91 万元，高于商誉所在资产组对应的资产账面值 61,747.92 万元，未发生减值迹象，故无需计提减值准备，具有合理性。

综上，公司未计提商誉减值符合《企业会计准则》的规定。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

- 1、评估及测试与商誉减值测试相关的内部控制；
- 2、了解近来与资产组相关的市场的整体情况，并访谈公司管理层对相关产品的发展规划；
- 3、复核管理层对资产组的认定和商誉的分摊方法；与管理层讨论商誉减值测试过程中所使用的方法、关键假设、参数的选择等的合理性；
- 4、评价管理层委聘的外部估值专家的胜任能力、专业素质和独立性；
- 5、取得评估机构以评估资产组可收回价值为目的的评估报告和公司管理层对资产组可收回金额预测的结果，并与管理层、评估师沟通讨论其假设合理性；

6、复核了评估报告及现金流量预测计算过程，包括折现率、预期收入增长率等关键参数的复核；并与商誉资产组组合的盈利预测、实际业绩情况、业绩承诺情况对比，判断其合理性；

7、根据有商誉有关的资产组的经营和业绩情况，结合企业会计准则的要求，复核公司对与商誉有关的资产组是否存在减值迹象的判断，分析是否存在减值迹象，未计提商誉减值是否合理。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

公司商誉减值测试采用的重要假设、关键参数的确定方法选取合理，可收回金额的测算准确、合理；根据资产组的经营和业绩情况，结合商誉减值测试的结果，截至 2023 年 12 月 31 日包含商誉的资产组账面价值的可收回金额高于资产组的账面价值，商誉不存在明显减值迹象，商誉未计提减值准备具备合理性，符合《企业会计准则》的规定。

## 9.关于存货

报告期末，你公司存货账面余额为 40.26 亿元，本期计提存货跌价准备 5.26 亿元，因转回或转销导致存货跌价准备减少 5.19 亿元，存货账面价值较上年末减少 24.46%。年报显示，你公司电子元器件 2023 年库存量为 1,001.04 万片，同比减少 29.51%。请结合你公司在手订单、备货周期、生产周期、交付约定及存货期后结转情况，说明各存货项目账面余额变动原因以及与报告期内采购总额、营业成本、库存数量的匹配关系和合理性，并结合存货库龄、性质特点、产品售价和原材料价格变动、存货减值测试过程等，说明存货跌价准备计提是否充分、准确，转回或者转销前期计提跌价准备的具体原因及合理性，相关会计处理是否符合会计准则的规定。

## 一、公司说明

### (一) 各存货项目账面余额变动原因

#### 1、在手订单情况

2023 年末、2022 年末公司在手订单金额分别为 103.15 亿元、121.15 亿元。公司在手订单覆盖率情况如下：

单位：万元

项目	2023/12/31	2022/12/31
原材料	113,931.06	139,528.23
在产品	102,712.07	132,092.99
库存商品	156,525.64	198,740.24
发出商品	29,470.47	50,390.13
<b>合计</b>	<b>402,639.24</b>	<b>520,751.58</b>
在手订单成本	962,802.10	1,054,731.90
在手订单覆盖率	239.12%	202.54%

注：在手订单覆盖率=在手订单成本金额/存货账面余额；在手订单成本=预计不含税销售收入金额\*（1-报告期主营业务毛利率）。

2023 年、2022 年公司在手订单成本分别为 961,564.30 万元、1,055,095.35 万元，公司的在手订单覆盖率分别为 239.12%、202.54%，公司在手订单覆盖率相对较高，符合公司以销定产、以产定购及适量储备为辅的经营模式，存货余额与在手订单相匹配。

#### 2、备货周期、生产周期、交付约定及期后结转情况

公司常规材料通常不需要备货，供应商可以快速响应，部分长周期材料备货周期为 60-90 天，IT 显示业务的 IC 由于规格特殊，通常需要 120-160 天备货。公司从领料生产、产品完工、质量检验到产品入库的生产周期通常在 30-50 天，具体因产品技术路线、产品规格等存在差异。公司生产模式为以销定产，按照与客

户的交付约定，通常从产品入库到发货间隔较短，但也存在由于客户套料、仓储等原因影响客户提货计划的情况。

总体上看，从公司开始备货、投入生产、产品入库、客户提货所需要的周期一般在 45-90 天，这与公司最近两年的库存平均周转天数 60 天基本一致。

### 3、期后结转情况

2023 年末、2022 年末，公司存货期后销售/领用结转情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
存货余额	402,639.24	520,751.58
期后销售/领用结转金额	352,657.47	502,061.73
期后结转率	87.59%	96.41%

注：2023 年末存货的期后销售/领用结转金额统计至 2024 年 3 月 31 日，2022 年末存货的期后销售/领用结转金额分别统计至 2023 年末。

如上表所示，2023 年末、2022 年末公司存货期后销售结转比例整体较高，由于 2023 年末的存货的期后销售/领用结转仅统计至 2024 年 3 月末，因此，期后结转率较 2022 年度略低。

### 4、各存货项目账面余额变动原因

2023 年末，存货余额 402,639.24 万元，较 2022 年末 520,751.58 万元减少 118,112.34 万元，下降 22.68%。2022 年末存货余额较高主要系 AMOLED 手机业务扩大，产能持续爬坡带动库存商品和在产品余额增加，以及部分业务客户受复杂多变的外部环境、市场因素影响需求延迟，提货放缓导致库存商品增加所致；2023 年公司持续加强库存管理，优化库存管理流程及规则，升级库存周转监控机制，有效提升了库存周转率，同时，2023 年下半年市场需求和价格开始修复，客户提货消耗库存，存货余额下降。

(二) 各存货项目账面余额变动与报告期内采购总额、营业成本、库存数量的匹配关系和合理性

单位：万元

项目	2023年12月31日/ 2023年度	2022年12月31日/ 2022年度	变动情况
原材料	113,931.06	139,528.23	-18.35%
在产品	102,712.07	132,092.99	-22.24%
库存商品	156,525.64	198,740.24	-21.24%
发出商品	29,470.47	50,390.13	-41.52%
<b>合计</b>	<b>402,639.24</b>	<b>520,751.58</b>	<b>-22.68%</b>
采购总额	2,138,790.82	2,125,721.61	0.61%
主营业务成本	2,986,725.35	2,697,132.47	10.74%
库存数量（万片）	1,001.04	1,420.15	-29.51%
采购总额占营业成本比例	71.09%	77.61%	-6.52%

公司各存货项目账面余额均为下降趋势，整体下降幅度约 22.68%，库存数量下降 29.51%，变化情况基本相符。采购总额虽然变动不大，整体较为稳定，但采购的结构有所变化：一是受益于 AMOLED 产品在 2023 年产销规模快速增长，应用于 AMOLED 手机产品采购的原材料较上期也快速增长；二是 2023 年公司各类产品规格和要求（如大屏化、复杂化）不断升级，对应原材料规格也相应升级。

2023 年采购总额占营业成本的比例较 2022 年增加 6.52 个百分点，主要是由于 2022 年底武汉 AMOLED 生产线产能快速释放，匹配生产需求采购规模相应扩大，且武汉 AMOLED 生产线于 2023 年按进度分批转固折旧费用增加导致 2023 年营业成本增加 7.99 亿元所致。剔除上述因素外，2023 年采购总额占营业成本的比例较 2022 年基本稳定。

总体上看，公司各存货项目账面余额变动与报告期内采购总额、营业成本、营业成本构成、库存数量相匹配，变动具有合理性。

(三) 存货跌价准备计提充分、准确的原因

1、存货跌价准备的计提方法及过程



(1) 存货的特点及构成

公司的产品主要为定制化产品，根据订单情况进行原材料采购和产品生产，产品具有定制化程度高、型号繁多、单个产品价值低的特点。存货主要构成包括原材料、在产品、库存商品及发出商品，其具体构成如下所示：

类别	具体内容
原材料	玻璃、偏光片、背光源、IC、FPC、液晶、ACF、靶材、光阻等，材料种类多，来源多样，需采取个性化管理。部分材料如 ACF、光阻，需低温冷藏；部分材料如背光、IC 等，备料周期长；部分材料如 IC、光阻、玻璃基板等，需从国外进口。此外，不同类别材料价格差异较大，价格范围从几分钱到几千元，各种材料分布不同价位。通常一款产品由 30 多款主要材料构成，生产工艺繁琐。除了直接材料，生产过程中还会用到辅料（如无水乙醇、添加剂、油墨等化学品）和低值易耗品。
在产品	根据业务类别分为消费品类（含：智能手机、IT 显示（笔记本电脑、平板电脑等））和车载和专业显示类（含：车载、工控和医疗等）等产品，每种可再根据技术、具体尺寸、分辨率等进行区分。
库存商品	
发出商品	

(1) 具体测试方法及过程

公司结合《企业会计准则》及公司实际情况拟定会计政策，并严格按照《企业会计准则》及会计政策对存货计提跌价准备。存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。

公司从存货采购管理、仓储管理、账实管控、存货分析控制等方面建立了完善的库存管理机制，包括库存指标考核、库存风险预警、风险监控、呆滞管控等多维度管理，以及不断优化信息化管理系统，因此公司能够细分至每一个型号的存货进行减值测试。

公司进行存货减值测试时，由运营部门与销售部门依据市场情况、客户需求、市场价格及未来订单情况，充分考虑各类风险，分析存货的状态及可变现净值，再由财务部门按照存货跌价准备计提规则核算出减值金额并经审批后进行账务处理。具体为：首先将每一型号的存货区分为可消耗和不可消耗存货，对于不可消耗的存货全额计提减值，该类存货产生的原因大多为第三方客户取消订单或无

限期推迟订单的产成品、以及对应的为生产该产成品所定制的原材料和在产品；对于可消耗的存货，需确定每个型号的可变现净值，再对成本高于可变现减值的型号计提减值。

## 2、按业务分类的存货减值计提情况

2023 年末、2022 年末按业务分类的存货减值计提情况如下：

单位：万元

业务分类	2023 年 12 月 31 日			2022 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备	计提比例	账面余额	存货跌价准备	计提比例
手机业务	88,306.17	9,221.82	10.44%	173,336.34	14,062.33	8.11%
车载业务	111,228.29	6,330.50	5.69%	113,903.72	2,807.66	2.46%
专业显示业务	49,558.58	3,873.47	7.82%	60,802.81	4,825.08	7.94%
IT 业务	21,259.41	1,001.85	4.71%	21,487.08	1,449.01	6.74%
其他存货	132,286.79	15,609.17	11.80%	151,221.63	12,281.20	8.12%
<b>合计</b>	<b>402,639.24</b>	<b>36,036.81</b>	<b>8.95%</b>	<b>520,751.58</b>	<b>35,425.28</b>	<b>6.80%</b>

2023 年末，存货余额 402,639.24 万元，较 2022 年末 520,751.58 万元减少 118,112.34 万元，下降 22.68%。2022 年末存货余额较高主要系 AMOLED 手机业务扩大，产能持续爬坡带动库存商品和在产品余额增加，以及部分客户受到复杂的外部环境导致的市场变化等因素影响需求延迟，提货放缓导致库存商品增加所致。其他存货主要为备品备件、低值易耗品、面板玻璃等，2023 年末计提比例上升 3.68 个百分点，主要系备品备件 2 年以上库龄存货占比增加，导致计提比例升高。2023 年公司持续加强库存管理，优化库存管理流程及规则，升级库存周转监控机制，有效提升了库存周转率，同时，2023 年市场需求逐步回暖，价格逐步企稳修复，客户提货消耗库存，存货余额下降。

## 3、存货跌价准备计提合理、充分的原因

基于公司存货型号繁多、单个产品价值低，公司按照单个型号进行减值测试管理的业务背景，公司无法逐一按每颗物料进行存货跌价准备计提充分性的分析与说明，但公司主要业务的毛利率变化趋势和减值计提比例变化趋势基本一致，

且公司存货库龄分布、存货占营业成本比例、存货周转率、存货期后转销及存货整体计提比例等均不存在异常，存货跌价准备计提具有合理性及充分性，具体分析如下：

(1) 存货库龄分布及占比情况

2023 年、2022 年，公司存货库龄分布及占比情况如下：

截至 2023 年 12 月 31 日：

单位：万元

库龄	原值	跌价准备	净值	存货占比	计提比例
180 天以内	372,908.34	14,947.34	357,961.00	92.62%	4.01%
180 天以上	29,730.90	21,089.47	8,641.43	7.38%	70.93%
<b>合计</b>	<b>402,639.24</b>	<b>36,036.81</b>	<b>366,602.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>8.95%</b>

截至 2022 年 12 月 31 日：

单位：万元

库龄	原值	跌价准备	净值	存货占比	计提比例
180 天以内	485,105.58	14,178.12	470,927.46	93.15%	2.92%
180 天以上	35,646.00	21,247.16	14,398.84	6.85%	59.61%
<b>合计</b>	<b>520,751.58</b>	<b>35,425.28</b>	<b>485,326.30</b>	<b>100.00%</b>	<b>6.80%</b>

公司产品主要根据订单情况进行原材料采购和产品生产，产品定制化程度高，存货库龄在 180 天以内的存货占比超过 92%，存货库龄超过 180 天的占比较低且存货跌价准备计提比例较高，存货库龄在 180 天以上的存货跌价准备计提比例为 70.93%、59.61%，整体计提比例较高。库龄超过 1 年的存货主要为备品备件。

(2) 产品售价和原材料价格变动情况

1) 分业务产品售价及成本变动情况

公司于每个季度资产负债表日执行减值测试，基于公司存货型号繁多、单个产品价值低，公司按照单个型号进行减值测试管理，因此单个型号的市场价格和

存货成本的对比不能覆盖整体存货减值计提情况，但主要业务的毛利率变化趋势和减值计提比例变化趋势基本一致，各业务毛利率受各业务产品均价和平均成本影响，因此按照业务分类对存货减值测试进行分析。

2023 年度、2022 年度公司主要业务毛利率及 2023 年末、2022 年末减值计提比例情况：

业务分类	2023 年度全年均价 (元/片)	2023 年末存 货跌价准备 计提比例	2022 年度全年均价 (元/片)	2022 年末存货跌 价准备计提比例
手机类业务	93.88	10.44%	108.11	8.11%
车载业务	234.52	5.69%	224.74	2.46%
专业显示业务	72.14	7.82%	71.40	7.94%
IT 显示	310.86	4.71%	409.30	6.74%

如前文所述，公司 2023 年末存货减值计提比例为 8.95%，较 2022 年末的 6.80% 上升 2.15 个百分点，主要系手机业务由于行业不利因素影响，产品全年均价下降 13.16 个百分点，全年毛利率下降 12.5 个百分点，与手机业务相关的存货可变现净值降低，导致 2023 年末存货跌价准备计提比例较 2022 年末上升 2.33 个百分点；车载业务产品全年均价上升 4.36 个百分点，全年毛利率上升 1.73 个百分点，但由于部分客户需求延期或取消导致 1-2 年长库龄库存占比增加，导致 2023 年末存货跌价准备的计提比例较 2022 年末上升 3.23 个百分点。

公司主要业务的毛利率变化趋势和减值计提比例变化趋势基本一致。

## 2) 原材料价格变动情况

如问题 1 中（一）3、原材料采购价格情况所述：2023 年公司主要原材料采购额为 109.70 亿元，占采购额比重 51.29%；2022 年主要原材料采购额 117.86 亿元，占采购额比重 55.45%。公司 2023 年主要原材料均价整体相对稳定。

公司积极推进降本举措，2023 年绝大部分同型号同规格材料采购价格较 2022 年降幅约 10%。2023 年全球芯片资源供给缓解，随着国产化的稳步推进，显示驱动电路（IC）价格自 2022 年以来呈下跌趋势，公司应用于 AMOLED 产品

所用驱动电路（IC），相较 2022 年均价下降 33.19%，应用于其他非 AMOLED 产品均价也有 12.82% 的降幅。

（3）与同行业上市公司对比情况

1) 存货占营业成本的比例及与同行业上市公司对比情况

2023 年、2022 年，公司存货余额占营业成本的比例如下：

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
存货余额	402,639.24	520,751.58
营业成本	3,008,466.22	2,739,032.53
存货占营业成本比例	13.38%	19.01%

2023 年末存货余额较 2022 年末下降 22.68%，存货占营业成本的比例从 2022 年的 19.01% 下降至 13.38%，主要系公司持续加强库存管理，优化库存管理流程及规则，升级库存周转监控机制，有效提升了库存周转率。

存货占营业成本的比例与同行业上市公司对比如下：

证券简称	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
京东方 A	20.64%	19.72%
TCL 科技	14.34%	13.89%
维信诺	13.67%	16.15%
龙腾光电	35.69%	42.86%
可比公司平均值	<b>21.09%</b>	<b>23.16%</b>
深天马	13.38%	19.01%

注 1：同行业可比公司除京东方外，均尚未发布 2023 年年度报告且部分同行业上市公司 2023 年 9 月末存货余额无法获取，因此，其他上市公司选用 2023 年 6 月 30 日/2023 年 1-6 月的指标比对；

注 2：同行业上市公司指标根据其定期报告计算得出，2023 年 1-6 月数据已年化处理。

如上表所示，公司存货余额占营业成本的比例整体低于同行业上市公司平均

值。

2) 存货周转率及与同行业上市公司对比情况

2023 年、2022 年，公司存货周转率与同行业上市公司的对比情况如下：

单位：次/年

证券简称	2023 年 12 月 31 日/2023 年度	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
京东方 A	4.88	4.89
TCL 科技	7.01	8.21
维信诺	6.38	6.30
龙腾光电	2.51	2.47
可比公司平均值	5.19	5.47
深天马	6.52	5.70

注 1：同行业可比公司除京东方外，均尚未发布 2023 年年度报告且部分同行业上市公司 2023 年 9 月末存货余额无法获取，因此，其他上市公司选用 2023 年 6 月 30 日/2023 年 1-6 月的指标比对；

注 2：同行业上市公司指标根据其定期报告计算得出，2023 年 1-6 月数据已年化处理。

如上表所示，公司存货周转率整体高于同行业上市公司平均水平，存货周转效率较高。

3) 同行业上市公司存货跌价准备计提情况

2023 年、2022 年，公司与同行业上市公司存货跌价准备与存货账面余额的比例情况如下所示：

证券简称	2023 年 12 月 31 日/2023 年 6 月 30 日	2022 年 12 月 31 日
京东方 A	23.46%	26.65%
TCL 科技	14.94%	14.72%
维信诺	39.60%	34.08%
龙腾光电	15.70%	10.42%
可比公司平均值	23.42%	21.47%
深天马	8.95%	6.80%

注 1: 同行业可比公司除京东方外, 均尚未发布 2023 年年度报告且部分同行业上市公司 2023 年 9 月末存货余额及存货跌价准备无法获取, 因此, 其他上市公司选用 2023 年 6 月 30 日的指标比对;

注 2: 同行业上市公司指标根据其定期报告计算得出。

如上表所示, 公司存货跌价准备与存货账面余额的比例整体相对稳定, 低于可比公司平均值。

在资产负债表日, 公司根据成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备, 存货跌价准备计提充分, 主要原因如下:

①公司存货不存在积压情况且存货周转速度较快: 报告期内, 公司存货占营业成本比例低于同行业上市公司平均水平, 存货规模在行业中处于较低水平; 存货周转速度快, 存货周转率高于同行业上市公司平均水平; 同时, 公司存货库龄短, 库龄在 180 天以内的存货占比超过 92.00%; 公司主要业务的毛利率变化趋势和减值计提比例变化趋势基本一致。

②公司与同行业上市公司的差异性: 不同公司产线的技术类型、世代线不同, 不同类型的产线所处的市场需求和技术趋势也不同, 即使同技术类型同世代线的玻璃基板尺寸相同, 但具体产线所涉及的产能、工艺技术、设备、产业链配套以及合作模式等因素众多, 导致同行业上市公司各产线的运营情况也会不同, 公司持续深耕中小尺寸显示领域, 产品具备定制化特点, 而京东方、TCL以大尺寸显示产品为主, 大尺寸产品以标准品为主, 产品受整体行业平均价格影响更大, 从而导致计提存货跌价准备的计提比例有所差异。

综上所述, 报告期各期, 公司存货余额与业务规模匹配, 存货规模符合公司实际情况, 具备合理性; 且存货周转情况较好, 库龄集中在 180 天以内, 存货期后销售结转比例较高, 不存在库存积压情况。公司按照企业会计准则的规定计提存货跌价准备, 存货跌价准备的计提情况与公司的存货规模、存货周转情况、存货库龄分布以及期后销售情况相匹配, 公司存货跌价准备计提充分。

#### （四）存货跌价准备转回或者转销前期计提跌价准备的具体原因及合理性

根据《企业会计准则第1号——存货》第十九条 资产负债表日，企业应当确定存货的可变现净值。以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

公司已计提的存货跌价准备在减记存货价值的影响因素已经消失的，存货可变现净值高于成本的时候转回；公司已计提的存货跌价准备在产品实现销售时转销。

公司对于存货跌价准备的转回或者转销符合企业会计准则的要求，具有合理性。

## 二、核查程序及核查结论

### （一）核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

- 1、评价和测试公司与存货管理相关的内部控制情况；
- 2、了解公司在手订单情况，分析在手订单对期末存货的覆盖情况；
- 3、了解原材料备货周期、生产周期、交付约定等，分析备货周期、生产周期及交付约定等与存货周转天数是否配比；
- 4、获取各期末时点存货期后销售结转情况，分析比对两期期后存货结转情况，分析存货期后结转情况与存货周转天数是否配比；
- 5、了解存货变动原因及合理性，并与存货各项目变动、存货期后结转情况、存货周转情况等对比是否存在明显不一致；同时，结合公司采购总额、营业成本、库存数量等分析存货规模与业务规模是否匹配；
- 6、了解并分析存货跌价准备计提的会计政策，判断其合理、合规性；



7、获取公司报告期各期末存货库龄明细表、存货跌价准备计提表以及销售明细表，结合存货跌价准备计提政策、期后销售结转情况等，分析存货跌价准备计提的充分性；

8、通过期末库存账龄分析、存货盘点等程序，分析公司是否存在长期挂账而超过保质期或因其他原因导致损毁、残次冷背的存货需计提减值准备；

9、将关键存货指标，如存货占营业成本的比例、存货周转率、存货跌价计提比例与同行业上市公司比较分析其整体合理性；

10、取得公司存货跌价准备计提过程并进行复核，查验数据的准确性及合理性；

11、对存货可变现净值、存货转回转销数据执行检查、重新计算等审计程序。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、期末，公司在手订单覆盖率相对较高，符合公司以销定产、以产定购及适量储备为辅的经营模式，存货余额与在手订单相匹配；公司的备货周期、生产周期、交付约定及库存消化周期与公司的库存平均周转天数 60 天基本一致。

2、2022 年末存货余额较高主要系 AMOLED 手机业务扩大，产能持续爬坡带动库存商品和在产品余额增加，以及部分业务客户受市场因素影响需求延迟，提货放缓导致库存商品增加所致；2023 年公司持续加强库存管理，优化库存管理流程及规则，升级库存周转监控机制，有效提升了库存周转率，同时，2023 年下半年市场需求和价格开始修复，客户提货消耗库存，存货余额下降。

公司各存货项目账面余额变动与报告期内采购总额、营业成本、营业成本构成、库存数量相匹配，变动具有合理性。

3、报告期各期，公司存货余额与业务规模匹配，存货规模符合公司实际情况，具备合理性；且存货周转情况较好，库龄集中在 180 天以内，存货期后销售

结转比例较高，不存在库存积压情况。公司按照企业会计准则的规定计提存货跌价准备，存货跌价准备的计提情况与公司的存货规模、存货周转情况、存货库龄分布以及期后销售情况相匹配，公司存货跌价准备计提充分。

4、公司已计提的存货跌价准备在减记存货价值的影响因素已经消失的，存货可变现净值高于成本的时候转回；公司已计提的存货跌价准备在产品实现销售时转销。公司对于存货跌价准备的转回或者转销符合企业会计准则的要求，具有合理性。

## 10.关于应收账款

报告期末，你公司应收账款账面余额为 85.72 亿元，较上年末增长 25.25%，累计计提坏账准备 7.65 亿元，应收账款账面价值为 78.07 亿元，占资产总额的比重为 9.52%。

(1) 请说明当期确认收入的回款情况，结合市场情况、同行业情况、信用政策及结算条款等，说明应收账款余额增长大于营业收入增长的原因及合理性，对比同行业可比公司应收账款情况说明是否存在较大差异。

(2) 年报显示，按欠款方归集的期末余额前五名应收账款共计 41.05 亿元，占应收账款总余额的比重为 47.89%。请说明欠款前五名是否存在新增客户，如存在，请说明具体情况，包括但不限于收入类别、销售金额、应收账款账龄及期末余额形成原因。

(3) 你对深圳市金立通信设备有限公司应收账款单项计提坏账准备 6.84 亿元，计提原因为对方破产。请详细说明该客户应收账款的具体情况，包括但不限于收入确认金额、确认期间、应收账款形成原因、形成时间、客户是否为关联方、合作年限、合作背景等，核实相关销售是否真实、准确，坏账准备计提时间及具体过程，结合上述情况说明你公司是否存在向不具备支付能力的客户销售的情形。

## 一、公司说明

### （一）当期确认收入的回款情况

#### 1、信用政策及结算条款

公司主营业务为显示器件的研发、生产与销售，产品应用于智能手机、IT（笔记本电脑、平板电脑）为代表的移动智能终端显示市场，以车载显示市场，和工业品、医疗、智能家居等专业显示市场等。

公司作为中小尺寸显示领域的领先企业，主要客户均为资金实力及信誉较好的品牌客户。公司已建立应收账款客户信用管理制度，并根据销售产品类型、客户的基本信息、财务状况、交易情况、商业信誉、历史回款情况等因素给予客户不同的信用政策。公司对主要客户的信用期限一般为 60 天至 90 天。

报告期内，公司的业务模式以及与主要客户关于信用期的约定未发生重大变化。

#### 2、当期确认收入的回款情况

2023 年度实现营业收入 3,227,130.59 万元，公司为客户提供的信用期限一般为 60 天至 90 天，个别战略合作客户最长信用期限天数 120-150 天。2023 年度主营业务收入的回款情况如下：

单位：万元

类型	2023 年度 主营业务收入	2023 年度 回款金额	2024 年 1-3 月 回款金额	累计 回款金额	未回款金额
内销	1,838,701.61	1,503,550.50	559,577.71	2,063,128.21	14,604.62
外销	1,361,024.16	1,138,693.22	215,447.88	1,354,141.10	6,883.06
小计	3,199,725.78	2,642,243.72	775,025.59	3,417,269.31	21,487.68

截至 2024 年 3 月 31 日，公司 2023 年度主营业务收入累计回款比例超过 99%，未回款金额 21,487.68 万元；主要原因如下：一是个别战略合作客户信用期限较长，未到回款期，截至 2024 年 3 月 31 日，上述战略合作客户 2023 年度货款未

到付款期金额 15,527.11 万元；二是受公司与客户的对账周期、客户方付款审批进度影响，可能会存在部分应收账款实际回款天数长于信用期的情况。

(二) 应收账款余额增长大于营业收入增长的原因及合理性

1、应收账款余额增长大于营业收入增长的原因及合理性情况

(1) 应收账款余额与主营业务收入变化情况

单位：万元

项目	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	变动额	变动比例
主营业务收入	3,199,725.78	3,097,988.56	101,737.22	3.28%
应收账款余额	857,175.38	684,366.18	172,809.20	25.25%
其中：与主营业务收入有关的应收账款	770,278.02	655,766.40	114,511.62	17.46%
其中：与销售、采购代理业务有关的应收账款	86,897.36	28,599.78	58,297.58	203.84%

2023 年度主营业务收入较 2022 年度增加 101,737.22 万元，增长 3.28%，2023 年末应收账款余额较 2022 年末增加 172,809.20 万元，增长 25.25%，其中：与主营业务收入有关的应收账款增加 114,511.62 万元，增长 17.46%，应收账款余额增长超出主营业务收入增长的主要原因如下：

1) 中小尺寸显示产品市场回暖，第四季度销售收入较去年同期增加 77,635.46 万元

2023 年四季度，随着消费电子行业景气度逐步提升，中小尺寸显示领域终端需求温和回升、价格开始修复，公司第四季度销售收入较去年同期显著增长，与第四季度销售收入有关的应收账款也随之增长，两期第四季度销售收入及应收账款增长情况如下：

单位：万元

分类	2023 年第四季度 销售收入	2022 年第四季度 销售收入	销售收入 增加金额	应收账款 增加金额
内销	467,507.42	446,423.10	21,084.32	23,825.28
外销	316,122.48	262,312.30	53,810.18	53,810.18
合计	<b>783,629.90</b>	<b>708,735.40</b>	<b>74,894.50</b>	<b>77,635.46</b>

2023 年第四季度销售收入较去年同期增加 74,894.50 万元，与销售收入匹配的应收账款增加 77,635.46 万元。

2) 与销售、采购代理业务有关的应收账款增加 58,297.58 万元

为提高销售、采购的效率以及对行业上下游企业的议价能力，进而增强品牌效应、提升综合竞争力，公司建立了以本公司（母公司）、香港天马、天马科技等为主体的集采集销平台，为本公司及子公司、天马显示科技、厦门光电子提供集中销售、采购的代理服务。在集采集销模式下，为提高效率，本公司及下属公司直接与供应商、客户进行资金结算，天马显示科技、厦门光电子与本公司及下属公司间进行资金结算，本公司及下属公司在集采集销业务过程中为天马显示科技、厦门光电子代收代付资金。公司按照代理销售、采购的交易额比例收取服务费，确认服务费收入。

截至 2023 年 12 月 31 日，公司为天马显示科技、厦门光电子提供集采集销服务，应收账款增加金额 58,297.58 万元。

(3) 第四季度交易客户结构变化

账期（天）	2023 年第四季度 销售额占比	2022 年第四季度 销售额占比	占比差异
0-60 天	47.14%	58.54%	-11.40%
60-90 天	46.97%	38.81%	8.16%
90 天以上	5.89%	2.65%	3.24%

2023 年度第四季度交易客户的结构变化主要指的是交易客户的信用期限分布变化，2023 年第四季度公司交易客户中，部分客户基于车载业务增长，其对

应信用期限较长，信用期限超过 60 天的客户销售额较上期同比增长 11.40%，其中超过 90 天的客户销售额同比增长 3.24%，导致应收账款有所增加。

## 2、同行业可比公司应收账款情况

同行业可比公司应收账款余额占营业收入的比例如下：

证券简称	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
京东方 A	19.19%	15.88%
TCL 科技	12.79%	8.71%
维信诺	26.31%	19.99%
龙腾光电	16.33%	14.55%
<b>可比公司平均值</b>	<b>18.66%</b>	<b>14.78%</b>
深天马（含应收金立款项和集采集销应收款）	26.56%	21.76%
深天马（不含应收金立款项和集采集销应收款）	22.67%	19.59%

注 1：同行业可比公司除京东方外，均尚未发布 2023 年年度报告且部分同行业上市公司 2023 年 9 月末应收账款余额无法获取，因此，其他上市公司选用 2023 年 6 月 30 日的指标对比；

注 2：同行业上市公司指标根据其定期报告计算得出，2023 年 1-6 月数据已年化处理；

注 3：公司应收金立集团的货款及债权转让对价款金额较大且该事项发生在报告期外，并已在报告期外全额计提，因此，剔除该部分款项计算；

注 4：公司为联营企业提供集采集销的代理业务不确认与集采集销产品价值有关的收入金额，因此，剔除该部分款项计算。

如上表所示，公司与同行业上市公司受产品结构、客户集中度、交易惯例、信用政策、付款方式等综合因素的影响，应收账款平均余额占营业收入的比例有所差异，但公司应收账款平均余额占营业收入比例整体与同行业上市公司区间值相近，剔除应收金立集团的货款和为联营企业集采集销产生的应收账款后，与同行业上市公司平均值相比不存在明显差异。

综上，公司应收账款余额增长大于营业收入增长主要系：（1）2023 年下半

年，中小尺寸显示产市场开始逐步回暖，公司 2023 年第四季度销售收入较去年同期增长，应收账款增加 77,635.46 万元；（2）于 2023 年 12 月 31 日，为联营企业天马显示科技、厦门光电子提供集采集销并代收代付资金服务，应收账款增加 58,297.58 万元；（3）2023 年度第四季度交易客户的信用期限较同期有所增加，应收账款也有一定幅度增长。

公司应收账款金额与营业收入规模相匹配，与公司的业务模式、信用政策相匹配，具备合理性。公司应收账款平均余额占营业收入比例整体与同行业上市公司区间值相近，剔除应收金立集团的货款和为联营企业集采集销产生的应收账款后，与同行业上市公司平均值相比不存在明显差异。

**（三）应收账款余额前五名情况**

排名	2023 年度客户	2022 年度客户
第一名	A	B
第二名	B	D
第三名	C	C
第四名	D	E
第五名	E	A

注：D客户为金立集团，公司与其最后交易发生在 2017 年，由于该客户发生破产清算事件，公司已对其应收账款全额计提坏账准备。

公司期末应收账款前五名客户中，除金立集团外，均为公司长期合作客户，不存在新增客户情形。

**（四）应收金立集团货款事项**

**1、金立集团应收账款的形成原因**

公司应收东莞金卓通信科技有限公司（以下简称“金卓公司”）、东莞市金铭电子有限公司（以下简称“金铭公司”）、深圳市金立通信设备有限公司（金卓公司、金铭公司的母公司，以下简称“金立通信”）（上述公司统称“金立集团”）款项形成过程如下：

公司与金卓公司、金铭公司签订《购销合同》，对本公司与金卓公司、金铭公司的购销合作关系予以确认，并约定金卓公司、金铭公司对应付本公司的货款承担连带保证责任。购销关系存续期间，本公司按约完成显示器件送货义务。

客户与公司合作年限为 2014-2017 年，合作期间共确认收入 27.71 亿元。

2017 年四季度，金立集团发生延迟履行付款义务事实，公司对金立集团采取了催款、财产保全等措施：金立通信为金卓公司、金铭公司应付本公司的货款提供连带责任保证及资产抵押；金卓公司及金铭公司法人代表刘立荣为金卓公司、金铭公司应付本公司的货款提供连带责任保证；同时，本公司向法院申请采取财产保全等措施。

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收金立集团款项 70,739.49 万元。

公司分别于 2021 年 9 月 24 日、2021 年 11 月 11 日、2021 年 12 月 29 日收到金铭公司管理人支付的金铭债权分配款 1,000,000.00 元、2,000,000.00 元、24,042,114.60 元。

截至 2023 年 12 月 31 日，公司应收金立集团货款金额为 68,358.75 万元，其余金额变动为美元应收账款的汇率波动影响。

公司与金立集团不存在关联方关系。

## 2、金立集团应收账款坏账准备计提时间及具体过程

单位：万元

年份	应收账款余额	坏账准备	计提比例
2017 年末	70,739.49	25,165.77	35.58%
2018 年末	70,981.70	70,981.70	100.00%
2023 年末	68,358.75	68,358.75	100.00%

注：应收账款余额变动系本公司分别于 2021 年 9 月 24 日、2021 年 11 月 11 日、2021 年 12 月 29 日收到金铭公司管理人支付的金铭债权分配款 1,000,000.00 元、2,000,000.00 元、24,042,114.60 元，其余金额变动为汇率影响。



公司已于 2018 年末对应收金立集团的货款全额计提坏账准备。

公司对应收金立集团的货款的坏账准备计提时间及具体过程如下：

#### （1）初始确认

应收账款初始确认时，金立集团应收账款尚未发生信用损失，公司按照应收款项坏账准备政策计提坏账准备，将应收金立集团款项划分为其他非关联方组合，按账龄分析法计提坏账准备。

#### （2）信用风险增加

2017 年四季度，金立集团发生延期延迟履行付款义务事实，其应收账款信用风险增加，公司将应收金立集团款项认定为单项金额重大且在初始确认后已经发生信用减值的应收账款，单独确定其信用损失，由于金立集团用部分不动产为公司应收账款提供资产抵押，公司按照预计应收金立集团货款扣除抵押物后剩余金额计提坏账准备，计提比例 35.58%。

#### （3）已经发生信用减值

2018 年 12 月，广东省深圳市中级人民法院裁定受理了金立通信破产清算案（案号：（2018）粤 03 破申 224 号），公司基于谨慎性，将应收金立集团款项全额计提坏账准备，计提比例 100%。

### 3、公司不存在向不具备支付能力的客户销售的情形

公司与金立集团交易发生时间 2014 年-2017 年，金立集团在 2017 年 11 月开始出现信用危机，公司在金立集团发生信用危机后已经停止向其供货。公司不存在向不具备支付能力的客户销售的情形。

### 4、公司为应对应收账款信用风险采取的应对措施

公司在 2018 年金立事件发生后，全面梳理和重塑信用风险管理体系，并逐年复盘，持续优化完善，主要包括以下方面：

(1) 建立健全客户信用风险管理组织体系，按照《客户信用风险管理制度》、《信用保险管理制度》等内部管理制度规定，履行客户授信审批程序。同时，增加对临时信用额度整体规模的管控。

(2) 加强客户赊销账期管理，对不同客户群设置标准账期天数，当销售申请的账期不符合公司客户信用管理制度规定的标准账期时，须报公司信用风险管理委员会批准。

(3) 建立客户动态风险管控体系，每季度根据客户未来 3-6 个月需求预测情况对所有赊销客户的信用额度进行清查，进行必要的授信额度调减。每年度对赊销客户信用风险状况进行综合评价，并根据评价结论进行必要的授信条件的调降。

(4) 强化信用保险风险保障作用，公司与信用保险公司签订了战略合作协议，积极推行全面投保出口信用保险的同时，筛选了部分国内高风险赊销客户开始投保国内贸易信用险，信用保险业务合作规模逐年增长。

综上所述，公司客户信用风险管理体系不断完善，信用风险管理和逾期货款管控水平已明显提升，公司不存在向不具备支付能力的客户销售的情形。

## 二、核查程序及核查结论

### (一) 核查程序

针对以上事项，我们的主要核查程序包括：

1、获取公司应收账款客户信用管理制度、主要客户信用政策及相关审批记录，对比报告期内公司主要客户信用政策是否发生重大变化；

2、获取公司 2023 年度营业收入截至 2024 年 3 月末的回款统计表，结合公司信用政策、主要客户信用账期、业务模式及对账周期等因素，分析 2023 年度营业收入回款情况；

3、获取公司本期及上期期末应收账款明细表、销售明细表，分析应收账款

变动与业务规模变动的匹配情况；分析应收账款余额增长大于营业收入增长的原因及合理性；

4、获取集采集销服务协议、集采集销交易记录、集采集销的账务处理等，检查公司集采集销账务处理是否准确、是否符合企业会计准则，账面确认的因集采集销代收代付资金增加应收账款是否合理；

5、通过公开数据查询同行业可比公司应收账款平均余额占营业收入情况，对比公司两期数据是否与其存在较大差异；

6、对比公司本期期末应收账款前五大客户两期交易额及交易额年度排名情况，分析本期期末应收账款前五大客户中是否存在新增客户；

7、了解公司与金立集团的收入确认金额、确认期间、应收账款形成原因、形成时间、客户是否为关联方、合作年限、合作背景等，判断公司是否存在向不具备支付能力的客户销售的情形；

8、了解并评价公司信用风险管理体系、客户授信审批机制、逾期应收账款管理机制等。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司应收账款余额增长大于营业收入增长幅度，主要原因如下：（1）2023年下半年，中小尺寸显示产市场开始逐步回暖，第四季度销售收入较去年同期增加 77,635.46 万元；（2）与销售、采购代理业务有关的应收账款增加 58,297.58 万元；（3）2023 年度第 4 季度交易客户的信用期限较同期有所增加，应收账款也有一定幅度增长。

公司应收账款金额与营业收入规模相匹配，与公司的业务模式、信用政策相匹配，具备合理性。公司应收账款平均余额占营业收入比例整体与同行业上市公司区间值相近，剔除应收金立集团的货款和为联营企业集采集销产生的应收账款

后，与同行业上市公司平均值相比不存在明显差异。

2、公司应收账款期末余额前五名除金立集团外，均为公司长期合作客户，不存在新增客户。

3、公司应收金立集团的款项发生在 2017 年，相关交易真实、准确，公司与金立集团不存在关联方关系，公司已对金立集团货款全额计提坏账准备，公司不存在向不具备支付能力的客户销售的情形。

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

中国注册会计师：\_\_\_\_\_

龙娇

中国·北京

中国注册会计师：\_\_\_\_\_

欧阳鹏

二〇二四年四月十七日