

中信建投证券股份有限公司关于黑龙江天有为电子股份有限公司 2025 年年报问询函回复的核查意见

黑龙江天有为电子股份有限公司（以下简称“公司”或“天有为”）于 2026 年 5 月 18 日收到上海证券交易所下发的《关于黑龙江天有为电子股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（以下简称“监管问询函”）（上证公函【2026】0859 号）。中信建投证券股份有限公司（以下简称“中信建投证券”或“保荐机构”）作为天有为的持续督导机构，现对监管问询函提及的相关问题出具专项意见如下：

公司重要内容提示：

相关风险提示：现代汽车集团为公司第一大客户，受公司配套的部分车型进入生命周期末端及终端市场销量影响，中美贸易摩擦现代汽车集团优化供应商结构影响，以及 2020 至 2021 年因不可抗力，跨境出行受阻，公司取得的项目定点数量较少，使得后续可转化的收入较少影响，公司对现代汽车集团销售收入预计 2026 年将会下降。未来年度公司对现代汽车集团销售收入受终端市场、车型生命周期、采购份额分配、项目定点数量等多种因素影响，存在不确定性。针对此情况，公司积极优化客户结构，在乘用车、商用车、摩托车、电动车等领域开拓新增客户，但若上述措施实施效果不佳，可能将导致公司经营业绩下滑风险。提醒投资者审慎判断，注意投资风险。

问题：公司于 2025 年 4 月上市，上市首年即出现业绩下滑且 2026 年一季度业绩持续下滑，与上市前业绩增长趋势不一致。2025 年公司实现营业收入 39.98 亿元，同比下降 10.46%，归母净利润 9.22 亿元，同比下降 18.88%，扣非后归母净利润 8.84 亿元，同比下降 20.25%，第一大客户销售额 19.61 亿元，同比下降 20.94%。2026 年第一季度公司营业收入、归母净利润、扣非后归母净利润同比分别下降 22.92%、47.18%、48.34%。另外，公司客户集中度较高，前五名客户销售额 31.27 亿元，占年度销售总额 78.57%。

请公司：结合向主要客户销售收入及毛利率的变化情况、主要产品销售价格、原材料采购价格及主要成本费用开支、行业发展趋势、同行业可比公司经营情况等，说明公司上市当年即发生业绩大幅下滑的原因及合理性，对照前期上市申报相关材料，说明前期信息披露及业绩趋势分析的准确性和合理性，是否充分提示相关风险；请保荐机构对该问题发表意见。

公司回复：

(一) 主要客户销售收入变化情况

2024年和2025年，公司前五大客户销售收入及销量情况如下：

单位：万元/万块

客户	分类	2025年		2024年		收入变动	销量变动
		收入	销量	收入	销量		
现代汽车集团	电子式组合仪表	3,281.47	7.59	2,961.40	6.73	10.81%	12.76%
	全液晶组合仪表	109,556.76	152.82	111,062.34	157.02	-1.36%	-2.67%
	双联屏仪表	78,936.05	34.55	130,589.37	58.21	-39.55%	-40.65%
	其他汽车电子产品及服务	4,253.93	8.57	3,424.47	42.76	24.22%	-79.95%
	模具收入	66.84	-	7.89	-	747.11%	-
小计		196,095.06	203.53	248,045.47	264.72	-20.94%	-23.11%
比亚迪	电子式组合仪表	0.06	0.0003	0.08	0.0004	-25.00%	-25.00%
	全液晶组合仪表	41,373.35	114.15	63,420.22	153.84	-34.76%	-25.80%
	模具收入	240.01	-	406.99	-	-41.03%	-
小计		41,613.42	114.15	63,827.29	153.84	-34.80%	-25.80%
长安汽车	电子式组合仪表	550.93	5.53	27.05	0.29	1937.09%	1833.47%
	全液晶组合仪表	2,930.97	4.41	1,440.00	1.76	103.54%	150.46%
	双联屏仪表	7,705.23	7.84	10,401.55	10.23	-25.92%	-23.35%
	其他汽车电子产品及服务	21,792.18	47.55	19,521.77	41.99	11.63%	13.24%
小计		32,979.31	65.33	31,390.37	54.26	5.06%	20.39%
长信科技	其他汽车电子产品及服务	24,851.85	91.33	16,341.77	59.77	52.08%	52.80%
小计		24,851.85	91.33	16,341.77	59.77	52.08%	52.80%
HyolimXE Co.,Ltd.	全液晶组合仪表	116.10	0.05	-	-	-	-
	双联屏仪表	13,565.18	5.31	8,385.33	3.26	61.77%	62.92%
	其他汽车电子产品及服务	3,472.47	2.56	4,950.72	3.77	-29.86%	-32.09%

小计	17,153.76	7.91	13,336.05	7.03	28.63%	12.58%
合计	312,693.39	482.26	372,940.94	539.62	-16.15%	-10.63%

注：分项合计与合计数不等系四舍五入所致。本回复的数据经四舍五入，增减幅由四舍五入前的原始数据计算得出。模具收入销量不具有可比性，因此未列示。

2025 年度，公司前五大客户中，现代汽车集团及比亚迪的销售收入有所下降，长安汽车、长信科技及 HyolimXE Co.,Ltd.的销售收入有所上升。其中，现代汽车集团销售收入由 248,045.47 万元下降至 196,095.06 万元，降幅 20.94%，下降的主要原因是客户部分配套车型产品进入生命周期末端，新增配套车型产品尚在生命周期初期，受配套车型产品生命周期的影响，双联屏产品销量由 58.21 万块减少至 34.55 万块，降幅 40.65%，双联屏产品收入有所下降；同时，受中美贸易摩擦及美国对华加征关税影响，现代汽车集团为规避供应链风险、降低关税成本，对供应商结构进行优化调整，减少了向公司的采购订单。比亚迪销售收入由 63,827.29 万元下降至 41,613.42 万元，降幅 34.80%，下降的主要原因是比亚迪集团内部企业在报告期内产能有所提升，故客户重新进行产能安排，选择将秦 plus、海鸥等车型对应全液晶组合仪表由集团内部企业自制，因此导致外部采购数量减少，公司对其销量由 153.84 万块减少至 114.15 万块，降幅 25.80%；同时国内产品价格竞争加剧，销售给比亚迪的产品价格降低，因此公司对其销售收入有所下降。长安汽车、长信科技及 HyolimXE Co.,Ltd.收入上升的主要原因是 2025 年度合作项目数量有所增长。

综上，前五大客户合计销售收入下降 16.15%，主要由现代汽车集团和比亚迪收入下降所致，其中现代汽车集团收入下降系为现代汽车集团配套的部分车型产品在生命周期末端销量有所下降、因中美贸易摩擦客户对供应商的调整、因不可抗力影响导致前期定点数量减少，现代汽车集团减少了对公司的采购订单；比亚迪收入下降系因比亚迪自身产能安排减少了外部采购量及公司产品销售价格降低导致。上述两家客户收入规模的下降是导致公司 2025 年度业绩有所下滑的主要原因。

（二）公司毛利率变化情况

公司主营业务按产品类别分类，毛利率对比如下：

单位：万元

项目	2025 年度			2024 年度			毛利率比上年增减
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	
电子式组合仪表	25,298.81	18,974.18	25.00%	23,592.42	17,754.47	24.75%	0.25%
全液晶组合仪表	181,885.61	118,756.07	34.71%	204,596.03	137,298.83	32.89%	1.82%
双联屏仪表	113,804.05	56,015.80	50.78%	164,209.98	93,628.47	42.98%	7.80%
其他汽车电子产品及服务	76,994.84	67,222.02	12.69%	52,273.26	38,853.11	25.67%	-12.98%
合计	397,983.31	260,968.08	34.43%	444,671.68	287,534.88	35.34%	-0.91%

报告期内，公司电子式组合仪表及全液晶组合仪表的毛利率分别增加 0.25% 和 1.82%，保持相对稳定，双联屏仪表毛利率由 42.98% 上升至 50.78%，增加了 7.80 个百分点，主要系双联屏仪表产品外销居多，产品售价相对稳定，由于 2025 年公司优化设计和生产工艺，叠加原材料成本有所下降，使得产品成本有所下降，毛利率有所提升。其他汽车电子产品及服务的毛利率出现下滑，由 25.67% 下降至 12.69%，下降了 12.98 个百分点，其主要原因系：车载信息娱乐系统及其他车载显示屏产品行业同质化程度较高，市场竞争激烈，公司将部分产品售价下调，进一步压缩了利润空间。

整体来看，公司 2025 年总体毛利率 34.43%，相较 2024 年 35.34% 基本保持稳定，业绩下滑主要是因公司总体收入规模有所下降，导致净利润有所下滑。

（三）主要产品销售价格及销量变化情况

公司主要产品销售价格变化如下：

单位：元/块

项目	2025 年度平均单价	2024 年度平均单价	变动率
电子式组合仪表	178.34	172.58	3.34%
全液晶组合仪表	465.86	534.24	-12.80%
双联屏仪表	2,175.65	2,078.91	4.65%

注：其他汽车电子产品及服务涉及的产品类别较多，平均单价计算不具有实际对比意义，因此未列举。

电子式组合仪表及双联屏仪表单价分别增加 3.34%和 4.65%，小幅上涨；全液晶组合仪表售价由 534.24 元/块下降至 465.86 元/块，降幅 12.80%，主要因内销市场受整车行业竞争加剧影响，下游车企降价抢占市场，公司为稳固市场份额，部分产品价格下降，同时部分产品型号配比变化，小尺寸产品数量有所增加，尤其是二轮车全液晶组合仪表产品因为尺寸小、功能较为简单，平均单价约为 150 元/块，远低于汽车全液晶组合仪表价格，但其销售数量从 2024 年的 8.54 万块增加至 2025 年的 58.01 万块，增长 579.62%，导致报告期内全液晶组合仪表平均单价有所下降。

公司主要产品销量变化如下：

单位：万块/万元

项目	销售类别	2025 年度收入	2025 年度销量	2024 年度收入	2024 年度销量	销量变动率
电子式组合仪表	内销	23,835.25	135.72	20,288.02	123.03	10.31%
	外销	1,463.56	6.14	3,304.39	13.67	-55.10%
合计		25,298.81	141.85	23,592.41	136.70	3.77%
全液晶组合仪表	内销	81,862.33	252.85	103,125.61	240.92	4.95%
	外销	100,023.28	137.59	101,470.42	142.05	-3.14%
合计		181,885.61	390.43	204,596.03	382.97	1.95%
双联屏仪表	内销	31,331.69	18.42	40,481.68	24.66	-25.31%
	外销	82,472.36	33.89	123,728.30	54.33	-37.62%
合计		113,804.05	52.31	164,209.98	78.99	-33.78%

公司收入里占比较高的全液晶组合仪表平均单价下降 12.80%，而销量增加 1.95%，平均单价下降幅度较大，导致总体全液晶组合仪表收入有所下降；双联屏仪表平均单价小幅上涨，但本期销量减少，由 78.99 万块减少至 52.31 万块，降幅 33.78%，内销双联屏仪表销量由 24.66 万块下降至 18.42 万块，降幅 25.31%，主要由于长安汽车的逸动 PLUS 及一汽奔腾的 B70 等车型改款及终端销量下降，公司对应的产品销量下降；外销双联屏数量下降，主要系现代汽车集团 Sportage 车型进入生命周期末端，客户需求量下降，以及因中美贸易摩擦，现代汽车集团优化供应商结构，减少了 Niro 车型双联屏产品的采购订单，使得公司外销双联

屏仪表销量由 54.33 万块下降至 33.89 万块，降幅 37.62%，导致本期双联屏仪表收入下滑。

综上，从产品结构来看，本期全液晶组合仪表产品平均单价有所下降及双联屏仪表产品销售数量减少影响公司收入，从而导致公司业绩下降。

（四）原材料采购价格变化情况

公司主要原材料采购价格变化情况如下：

项目	2025 年度平均单价	2024 年度平均单价	变动率
液晶屏类（元/个）	49.52	58.30	-15.06%
电子件类（元/个）	0.21	0.25	-16.00%
光学材料类（元/个）	1.03	2.42	-57.44%
PCB 类（元/个）	9.12	9.60	-5.00%
五金件类（元/个）	0.38	0.40	-5.00%
塑料件类（元/个）	0.79	1.06	-25.47%
塑料件原料类（元/吨）	11,072.92	18,634.79	-40.58%
FPC 类（元/个）	2.12	1.89	12.17%

报告期内，公司液晶屏类采购平均价格有所下降，由 58.30 元/个下降至 49.52 元/个，降幅 15.06%，主要系公司产品结构变化导致原材料品类结构有所变化，同时行业技术迭代成熟带动市场售价下行，供应商价格有所下调；电子件类价格有所下降，由 0.25 元/个下降至 0.21 元/个，降幅 16.00%，主要系公司优化产品设计降低材料成本，同时与供应商协商降低部分芯片类等电子件采购单价所致；光学材料类平均价格呈下降趋势，由 2.42 元/个下降至 1.03 元/个，降幅 57.44%，主要是公司优化生产工艺所致；PCB 类平均采购价格呈下降的趋势，由 9.60 元/个下降至 9.12 元/个，降幅 5.00%，主要原因是公司与供应商协商降低部分原材料采购成本；塑料件平均单价整体有所下降，由 1.06 元/个下降至 0.79 元/个，降幅 25.47%，主要系产品结构变化导致原材料品类结构有所变化，同时与供应商协商降低部分材料采购价格；五金件采购平均价格有所下降，由 0.40 元/个下降至 0.38 元/个，降幅 5.00%，主要系公司与供应商协商降低五金件采购价格所致；塑料件原料平均单价有所下降，由 18,634.79 元/吨下降至 11,072.92 元/吨，降幅 40.58%，主要是随市场行情变化，塑料颗粒等材料价格变化所致；FPC 类采购金

额占比较低，平均单价由 1.89 元/个上升至 2.12 元/个，上升幅度 12.17%，主要受产品结构变化影响。

综上所述，报告期内，由于市场价格变化、公司优化产品设计和生产工艺、与供应商协商降低部分原材料采购成本等因素，公司除采购占比较低的 FPC 类平均单价有所上升外，液晶屏类、电子件类、光学材料类等采购占比较高的原材料平均单价有所下降，带动公司整体原材料成本下降。原材料成本下降是公司产品毛利率稳定的主要影响因素。

（五）主要成本费用变化情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	变动率
主营业务成本	260,968.08	287,534.88	-9.24%
其中：直接材料	204,916.26	222,023.08	-7.70%
直接人工	20,876.13	21,925.91	-4.79%
制造费用	23,819.34	28,774.11	-17.22%
其他合同履约成本	11,356.35	14,811.78	-23.33%
销售费用	13,354.34	11,513.45	15.99%
管理费用	6,026.71	4,467.64	34.90%
研发费用	23,457.85	16,357.42	43.41%
财务费用	-3,704.66	-2,267.60	-63.37%

本期营业成本随营业收入下降相应减少，本期营业收入由 446,465.34 万元下降至 399,754.69 万元，降幅 10.46%，对应主营业务成本由 287,534.88 万元下降至 260,968.08 万元，降幅 9.24%，公司毛利率整体较为稳定。

2025 年，公司主要费用有所增长，其中，公司加强市场开拓，特别是海外市场的进一步拓展，销售费用由 11,513.45 万元增长至 13,354.34 万元，增长 15.99%；公司 2025 年人员有所增加，人工成本及日常运营费用增加，导致管理费用增长 34.90%；随着公司定点项目增加不断加大研发投入，研发人员数量增加，导致研发费用由 16,357.42 万元增加至 23,457.85 万元，增长 43.41%；本期公司首发上市，募集资金到账，利息收入较同期增加，使得本期财务费用较上期有所减少，

由-2,267.60 万元下降至-3,704.66 万元，下降 63.37%。综上，公司总体费用有所上升，对公司业绩有一定影响，导致公司利润有所下滑。

（六）行业发展趋势

公司是全球领先的汽车零部件供应商和技术服务提供商，所处的汽车零部件行业发展主要依赖于下游汽车产业的发展。汽车行业与政治、经济等宏观环境关联度较高。根据 S&P Global Mobility 数据，全球汽车市场呈现出温和增长态势。2025 年全球汽车产量同比增长约 4.7%，达到 9,290 万辆。增长的主要动力来自中国市场的强劲表现和相关政策刺激。

然而，近年来汽车零部件市场竞争激烈，价格战、持续的成本压力以及地缘政治与贸易紧张局势，普遍挤压了汽车制造商的利润空间，行业发展趋势对汽车零部件企业持续的研发能力、良好的成本控制能力等方面提出了更高的要求。

（七）同行业可比公司经营情况

单位：万元

项目	收入			归母净利润		
	2025 年度	2024 年度	变动率	2025 年度	2024 年度	变动率
德赛西威	3,255,717.83	2,761,806.38	17.88%	245,358.48	200,487.53	22.38%
华阳集团	1,304,817.06	1,015,754.01	28.46%	78,160.65	65,136.49	20.00%
均胜电子	6,118,268.87	5,586,357.74	9.52%	133,581.99	96,046.96	39.08%
航天科技	549,399.59	689,781.63	-20.35%	7,024.85	1,227.64	472.22%
公司	399,754.69	446,465.34	-10.46%	92,192.87	113,649.11	-18.88%

同行业主要可比公司收入、净利润有所增长，主要原因是公司与可比公司产品结构有所不同，收入规模低于可比公司。公司核心产品为汽车仪表，而同行业可比公司产品种类较多，如华阳集团经营精密压铸业务、均胜电子经营汽车安全系统业务、航天科技经营航天应用业务等。

在与公司业务更可比汽车电子领域，各可比公司收入变动情况如下：

单位：万元

项目	收入		
	2025 年度	2024 年度	变动率
德赛西威	2,058,527.49	1,822,991.30	12.92%

项目	收入		
	2025 年度	2024 年度	变动率
华阳集团	967,501.54	760,317.26	27.25%
均胜电子	1,633,580.53	1,659,900.98	-1.59%
航天科技	424,813.51	573,011.17	-25.86%
公司	399,754.69	446,465.34	-10.46%

注：可比公司汽车电子领域收入中，与公司业务最可比的为德赛西威的智能座舱业务、华阳集团的汽车电子业务，均胜电子的汽车电子业务、航天科技的汽车电子业务，以上数据来自可比公司年度报告

可比公司汽车电子收入增速均低于其公司整体增速。在汽车电子领域，可比公司车载信息娱乐系统、汽车传感器、智能座舱系统等产品收入规模较高，汽车仪表仅是可比公司业务的一部分，公司受海外配套车型生命周期、中美贸易摩擦升级对个别客户选择供应商的影响，公司 2025 年收入增速低于可比公司德赛西威、华阳集团、均胜电子的汽车电子业务板块的增速。

各可比公司内销收入变动情况如下：

单位：万元

项目	内销收入		
	2025 年度	2024 年度	变动率
德赛西威	3,014,743.31	2,591,049.77	16.35%
华阳集团	1,126,149.63	866,039.42	30.03%
均胜电子	1,659,644.23	1,403,586.51	18.24%
航天科技	178,659.36	169,845.96	5.19%
公司	202,129.72	206,317.71	-2.03%

在内销收入方面，报告期内比亚迪收入占比 20.59%，占比较高，依据其自身产能安排，比亚迪将部分车型仪表产品由其内部企业自制，叠加产品价格下调，因此本期公司内销收入增速低于同行业可比公司。如内销收入中剔除比亚迪收入，公司 2025 年度内销收入 160,516.30 万元，去年同期 142,490.42 万元，同比增长 12.65%，增速与同行业可比公司接近。

各可比公司外销收入变动情况如下：

单位：万元

项目	外销收入		
	2025 年度	2024 年度	变动率
德赛西威	240,974.53	170,756.60	41.12%
华阳集团	178,667.43	149,714.59	19.34%
均胜电子	4,406,707.63	4,138,844.37	6.47%
航天科技	373,561.28	524,763.27	-28.81%
公司	195,853.59	238,353.97	-17.83%

在外销收入方面，公司外销收入客户占比相对集中，2025 年公司对现代汽车集团的整体销售收入有所下降，因受客户结构及收入影响，导致公司外销收入增速低于可比公司德赛西威、华阳集团、均胜电子的外销收入的增速。另外，公司外销收入占比 49.21%，可比公司德赛西威、华阳集团外销收入占比分别为 7.40%、13.69%，相比可比公司，外销收入下降对公司整体业绩的影响较大。如外销收入剔除现代集团收入，公司 2025 年度外销收入 30,584.17 万元，去年同期 20,778.63 万元，同比增加 47.19%。

（八）公司业绩下滑的原因及合理性

1、主要客户销售收入下降

客户现代汽车集团和比亚迪 2025 年收入合计 237,708.48 万元，较去年同期下降 74,164.28 万元，上述两家客户收入的下降导致公司业绩下滑。

公司对现代汽车集团的销售收入由 248,045.47 万元下降至 196,095.06 万元，降幅 20.94%，下降 51,950.41 万元，同比下降的主要原因为：公司给现代汽车集团主要配套的产品主要是全液晶组合仪表及双联屏仪表，其中 2025 年全液晶组合仪表收入 109,556.76 万元，同比下降 1.36%，收入变化不大。双联屏仪表 2025 年收入 78,936.05 万元，同比下降 39.55%，下降 51,653.32 万元，双联屏产品收入下降导致公司对现代汽车集团收入下降。2025 年双联屏收入下降主要系（1）现代汽车集团 2019 年开始定点的 Sportage 车型，2025 年进入产品生命周期末端，2025 年公司产品销量 9.58 万块，相较 2024 年销量 33.93 万块，减少 24.35 万块，销量下降 71.77%，收入下降 43,889.23 万元；（2）受中美贸易摩擦，美国关税政策变化，现代汽车集团优化供应商结构，减少了 Niro 车型双联屏产品的采购订单，2025 年产品销量 6.19 万块，相较 2024 年销量 8.28 万块，减少 2.09

万块，收入下降 6,645.14 万元。Sportage、Niro 车型销量下降是公司双联屏销量下降的主要原因。此外，由于以前年度定点项目少，影响当期可转化收入。2020 至 2021 年因不可抗力影响，跨境出行受阻，海外交流减少，因此 2020 至 2021 年公司与现代汽车集团定点项目较少，分别为 8 个、19 个。当期收入主要由以往年度落地、已实现量产的定点项目贡献，新增定点项目所带来的收入存在一定滞后性，一般项目会在取得定点后的第 4-5 年达到收入相对较高阶段。前期定点项目少，特别是 2020 至 2021 年的定点项目数量少，会影响当期可转化的收入。

公司对比亚迪的收入由 63,827.29 万元下降至 41,613.42 万元，降幅 34.80%，下降主要的原因因为报告期内比亚迪内部企业仪表的产能有所提升，故比亚迪重新进行产能安排，选择将部分原由公司配套的车型对应的仪表产品由比亚迪内部企业自制，减少了外部采购数量，因此本期公司承接的比亚迪订单数量有所减少，公司对其销量由 153.84 万块减少至 114.15 万块，降幅 25.80%，同时国内产品价格竞争加剧，销售给比亚迪的产品价格降低，公司 2025 年对比亚迪产品的平均单价为 362.45 元/块，较同期下降 12.08%，销量减少及价格下调，导致 2025 年度公司对其销售收入有所下降。

上述两家客户收入规模的下降导致公司 2025 年度业绩有所下滑。

2、市场开拓及研发投入增加导致费用有所上升

2025 年，公司进一步加大市场开拓力度，特别在海外市场加大投入，同时，公司在摩洛哥、韩国新设子公司，提升公司应对国际化客户的快速反应能力和产品就近供应能力。因此，公司销售费用由 2024 年的 11,513.45 万元增加至 2025 年的 13,354.34 万元，增长 15.99%，管理费用由 2024 年的 4,467.64 万元增加至 2025 年的 6,026.71 万元，增长 34.90%。2025 年度，公司加大研发投入，强化在智能座舱领域的技术储备，双联屏一体机、后排扶手屏、电动吸顶屏、旋转屏、木纹屏、域控主机等智能座舱延伸产品相继取得客户定点，产品线持续丰富。同时，公司布局两轮车复合屏仪表、彩屏仪表等新领域，为未来增长培育新动能。研发人员数量较 2024 年末增加 411 人，导致研发费用由 16,357.42 万元增加至 23,457.85 万元，增长 43.41%。市场开拓费用及研发投入加大使得公司净利润有所减少，对经营业绩有一定影响。

综上所述，公司 2025 年度业绩下滑的主要原因是：主要客户现代汽车集团和比亚迪收入下降，其中现代汽车集团收入下降系配套的部分车型产品在生命周期末端销量有所下降、因中美贸易摩擦客户对供应商的调整，现代汽车集团减少了部分车型对公司的采购订单，前期定点数量少导致当期可转化收入少；比亚迪因产能安排调整，降低外购比例；同时受国内整车行业竞争加剧影响，公司部分产品售价下降；本期公司加大市场开拓及研发投入，导致费用有所上升等。受上述原因的综合影响，公司 2025 年度经营业绩有所下降，符合客观经营状况，具有合理性。

（九）前期信息披露及业绩趋势分析的准确性和合理性，是否充分提示相关风险

公司在 2024 年 5 月 24 日披露的《审核问询函之回复报告》的“11.关于销售与客户”中，已披露公司的主要客户、主要产品类别、主要配套车型等信息；在 2024 年 11 月 29 日披露的《审核中心意见落实函的回复报告》的“问题二”中，已披露主要车型的生命周期，后续车型的开拓情况及预计量产时间。前期信息披露及业绩趋势分析准确、合理。

公司在 2025 年 4 月 18 日披露的招股说明书中，就公司经营业绩增长持续性、毛利率波动情况等已充分提示风险，具体如下：

“经营业绩增长持续性的风险

报告期内（2022 年、2023 年和 2024 年），公司的营业收入分别为 197,232.65 万元、343,707.85 万元和 446,465.34 万元，净利润分别为 39,666.31 万元、84,257.04 万元和 113,614.89 万元。报告期内，受益于产品和客户结构优化、境外客户销售增长等因素，公司营业收入和净利润呈明显增长的趋势。其中，报告期内公司向现代汽车集团的销售金额占营业收入比例分别为 53.03%、52.79%和 55.56%，呈现较快增长趋势。以发行人向现代汽车集团销售的汽车仪表类产品销量和公开数据披露的现代汽车集团整车销量测算，发行人在现代汽车集团汽车仪表类产品中的数量占比分别为 14.10%、22.66%和 30.69%，呈现较快增长趋势。现代汽车集团目前其他的汽车电子领域供应商包括电装（Denso Corporation）、大陆（Continental AG）等国际企业，出于供应链安全和稳定考虑，现代汽车集团可

能限制单一供应商占比，例如在 3 家主要供应商中采购数量平均分配各占约 1/3 左右（相关比例现代汽车集团并未对发行人明确要求，仅为发行人分析性的参考数据）。若未来出现公司新增客户和车型开拓不及预期、新增配套车型和现有配套车型生命周期衔接不佳、公司产品无法满足市场或者客户需求、产品产销量下降、原材料价格上涨、国际贸易局势不利变化、现代汽车集团控制单一供应商占比等因素，将会对公司产品的销量、毛利率产生不利影响，导致公司出现经营业绩增速放缓或下滑的风险。”

“毛利率下降的风险

报告期内（2022 年、2023 年和 2024 年），公司主营业务为汽车仪表等汽车电子产品的研发设计、生产、销售和服务，主营业务毛利率分别为 31.07%、36.15% 和 35.34%，受产品结构、销售区域等因素的影响，报告期内公司毛利率较快增长。未来，受公司产品市场价格波动、原材料价格波动、市场供需关系等诸多因素的影响，公司主营业务毛利率存在波动的风险，如未来相关因素发生不利变化，将导致公司毛利率下降，影响公司的盈利水平。”

（十）保荐机构意见

1、核查程序

- （1）获取公司收入明细表，分析变化情况；
- （2）获取公司采购明细表，分析变化情况；
- （3）查阅可比公司年报；
- （4）查阅前期信息披露文件；
- （5）访谈公司董事会秘书，了解公司业绩变化原因。

2、核查结论

公司 2025 年度业绩下滑的主要原因是主要客户现代汽车集团和比亚迪收入下降，其中现代汽车集团收入下降系配套的部分车型产品在生命周期末端销量有所下降、因中美贸易摩擦客户对供应商的调整，现代汽车集团减少了部分车型对公司的采购订单，前期定点数量少导致当期可转化收入少；比亚迪因产能安排调

整,降低外购比例;同时受国内整车行业竞争加剧影响,公司部分产品售价下降;本期公司加大市场开拓及研发投入,导致费用有所上升等。受上述原因的综合影响,公司 2025 年度经营业绩有所下降,符合客观经营状况,具有合理性。对照前期上市申报相关材料,前期信息披露及业绩趋势分析准确合理,已充分提示风险。

(以下无正文)

(本页无正文，为《中信建投证券股份有限公司关于黑龙江天有为电子股份有限公司 2025 年年报问询函回复的核查意见》之签字盖章页)

保荐代表人签名： 杨俊
杨俊

雷康
雷康

