

**关于航天南湖电子信息技术股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市的
发行注册环节反馈意见落实函的专项说明**

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

关于航天南湖电子信息科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市的
发行注册环节反馈意见落实函的专项说明

致同专字（2023）第 110A005056 号

中国证券监督管理委员会、上海证券交易所：

根据 2023 年 1 月 17 日收悉的《航天南湖电子信息科技股份有限公司发行注册环节反馈意见落实函》（以下简称“落实函”），对于落实函问询问题中所提财务会计问题，致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）对航天南湖电子信息科技股份有限公司（以下简称“航天南湖”、“发行人”或“公司”）相关资料进行了核查。现做专项说明如下：

本落实函回复中简称与《航天南湖电子信息科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（注册稿）》中简称具有相同含义。本说明中合计数与各单项数据之和在尾数上如有差异系四舍五入所致。

问题 3

请发行人说明：（1）根据意向订单进行备货的具体依据及流程，历史上是否存在已备货但最终未能签署合同实现销售的情形，有无相关应对措施或内控制度，进一步结合目前已按生产计划完工但尚未签署合同的存货金额、相关合同签署、验收交付及回款最新进展等说明 2022 年预计业绩的可实现性；（2）军方客户对配套件原材料延伸审价结果对公司主营业务成本的影响及相关会计处理，截至报告期末累计未完成审价的成本金额，公司前期回复中针对军审定价的敏感性测试是否合理考虑延伸审价对成本的影响，如否，请予以补充完善；（3）历史审价偏差幅度及退换货比例是否与报告期内相关情况存在显著差异，并结合军方客户价格政策调整趋势，包括涉及产品范围和价格幅度等，分析未

来业绩是否存在大幅下滑风险及应对措施；（4）结合主要产品的定制化情况、报告期内主要客户销售收入及毛利贡献占比、目前在手订单来源、开拓新客户的主要措施及实际效果等明确公司是否对单一客户存在重大依赖，是否存在被替代风险，是否对未来持续经营能力构成重大不利影响，相关风险是否充分披露。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）根据意向订单进行备货的具体依据及流程，历史上是否存在已备货但最终未能签署合同实现销售的情形，有无相关应对措施或内控制度，进一步结合目前已按生产计划完工但尚未签署合同的存货金额、相关合同签署、验收交付及回款最新进展等说明 2022 年预计业绩的可实现性

1、公司根据意向订单备货的具体依据和流程

意向订单是指基于军工行业特点，公司已取得军方下达的生产任务计划，但因客户流程原因尚未正式签署合同的订单。

公司的主要产品为军品，受行业特殊性影响，军方客户的合同审批流程较长，为保障装备交付进度，相关装备的采购计划确定后，军方客户会在采购合同完成签订前先行通过电话通知等方式向公司下达生产任务计划，公司市场部接到通知后会形成电话记录，按照《产品和服务要求控制程序》等内控制度组织对该意向订单进行评审，以评估公司是否能够满足客户对于产品和服务的需求，参与评审的人员包括公司主要高级管理人员以及科技部、生产部、供应部、财务部等业务部门负责人，评审过程通过会议纪要、内部审批意见等形式记录评审结论。意向订单评审通过后，市场部据此形成生产任务工作通知单，生产部依据工作任务通知单的要求制定具体的生产工作计划并开始组织生产，同时，公司也会向军方代表提交产品监管申请，军方代表参与到公司生产的全程监管中。

2、历史上不存在已根据意向订单备货但最终未能签署合同实现销售的情形

公司的客户主要为军方客户和军工集团，相关客户信用较好，对外采购产

品一般均需履行严格的内部审批流程，尽管公司部分业务属于先根据意向订单生产后签署合同情形，但客户下达的意向订单均已有明确的采购计划。公司自改制设立股份公司以来，未发生已根据意向订单备货但最终未能签署合同实现销售的情形。

3、意向订单的应对措施或内控制度

公司的客户结构中军方客户收入占比最高，采用意向订单的业务模式符合我国军工行业特点，其他军工行业上市公司也存在类似情况，具体如下：

| 公司名称 | 主营业务 | 相关表述 |
|------------------|---------------------------|---|
| 智明达 (688636) | 面向军工客户，提供定制化嵌入式计算机模块和解决方案 | 发行人主要客户为军工单位，部分客户下生产任务时采用口头、微信沟通，未下达书面订单。 |
| 兴图新科 (688081) | 视频指挥控制系统、视频预警控制系统 | 公司为支持国防建设、保障最终用户项目顺利执行，会按照客户要求于合同签订前发货，但该种情形下客户较少签发备货函，多数以口头通知形式通知公司发货，使得公司部分发货或验收日期早于合同签订日期。 |
| 科思科技 (688788) | 从事军用电子信息装备及相关模块的研发、生产和销售 | 公司客户在研发过程中选用公司产品作为配套产品，但客户研发工作尚未完成，无法与公司签订采购合同。 |

公司的防空预警雷达产品属于定制化产品，军方客户对于拟采购产品均有明确的采购计划，在订单执行过程中也会全程参与监管。

公司市场部有专职人员与客户进行对接，客户下发产品采购意向通知后，专职人员会与客户保持定期持续沟通，跟踪已备货产品的合同签订进展，直至合同签订完成。公司制定了《产品和服务要求控制程序》等内控制度，对公司市场部相关人员的工作职责进行明确规定。

4、已按生产计划完工但尚未签署合同的相关产品最新进展

根据公司在《发行人及保荐机构关于上市委会议意见落实函的回复报告》中披露情况，截至 2022 年 11 月 25 日，公司向单位 A 和单位 C 销售产品 A 的在手订单中，已完工且预计在 2022 年确认收入的订单金额分别为 4.98 亿元和 0.54

亿元，合计为 5.52 亿元，上述订单的最新进展如下：

公司与单位 A 和单位 C 的上述产品对应合同均已于 2022 年 12 月签署完毕，相关产品已于 2022 年 12 月完成验收交付并实现销售，2022 年末存货余额为 0；单位 A 已于 2023 年 1 月按照合同付款节点向公司付款 4.85 亿元；单位 C 截至目前仍在履行内部付款程序，预计 2023 年 4 月底之前向公司付款。

根据《航天南湖电子信息科技股份有限公司科创板首次公开发行股票招股说明书（上会稿）》，公司预计 2022 年度营业收入为 90,000-100,000 万元，归属于母公司所有者的净利润为 13,000-16,000 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 12,742-15,742 万元。根据我们出具的《审计报告》（致同审字（2023）第 110A005048 号），公司 2022 年度营业收入为 95,300.74 万元，归属于母公司所有者的净利润为 15,680.89 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 15,419.85 万元。因此，公司 2022 年已实现的经营业绩符合公司的预计区间。

综上，公司 2022 年实现的经营业绩符合预测情况。

（二）军方客户对配套件原材料延伸审价结果对公司主营业务成本的影响及相关会计处理，截至报告期末累计未完成审价的成本金额，公司前期回复中针对军审定价的敏感性测试是否合理考虑延伸审价对成本的影响，如否，请予以补充完善

1、军方客户对配套件原材料延伸审价结果对公司主营业务成本的影响及相关会计处理，截至报告期末累计未完成审价的成本金额

军方客户在对公司整机产品进行审价过程中，会对重要配套件等原材料进行延伸审价。延伸审价时，由军方客户直接向配套件生产商下达审价通知，由配套件生产商直接向军方客户提交报价方案，并由军方客户直接进行审核。军方客户一般不会对延伸审价结果进行批复，但延伸审价结果将影响到整机产品的价格，属于直接审价的组成部分。

开展延伸审价的原材料范围由军方客户确定并告知公司，对于公司产品涉及延伸审价的配套件供应商，其产品不直接向军方供应，公司与该等供应商签

订的采购合同中均未约定采购价将按照军方审价结果进行调整的条款，而是约定确定的采购价格并据此结算，因此属于固定价模式。采购价格一般参考市场价格或历史军审价格等并与供应商协商确定。

因此，公司原材料采购一般不会根据延伸审价结果进行调整，但在延伸审价过程中，公司会与客户相关审价部门进行沟通，若发现存在延伸审价结果大幅低于采购价格，且导致相关原材料整体采购金额差异较大的情况，则公司会主动与该等供应商协商按照延伸审价结果调整采购价格，该等调整系公司与供应商之间的友好协商的市场化行为。

对于公司的军品产品，延伸审价结果差异导致采购价格调整属于偶发情况，报告期内公司仅存在某一项原材料涉及该等情形，具体情况如下：报告期内，因某项配套件延伸审价结果差异较大，经公司与供应商协商，该等供应商对公司进行了差价款返还，该等配套件涉及公司已实现销售的产品 A 和产品 C 多个批次产品，上述差价款返还事项导致公司 2021 年主营业务成本调减 856.99 万元，占 2021 年公司雷达整机产品成本的比例为 2.55%，占比较低，对 2021 年雷达整机产品的毛利率影响为增加 1.54%（剔除差价款收入因素前）。此外，该等差价款返还涉及的相关批次产品分别在不同年度实现销售，上述主营业务成本调减金额占上述相关批次整机产品合计成本的比例为 0.93%，占比较低，对涉及的相关批次整机产品的毛利率影响为增加 0.59%（剔除差价款收入因素前）。

公司对于上述主营业务成本调整的会计处理如下：

借：应付账款

贷：主营业务成本

截至 2022 年末，公司累计未完成审价的产品涉及的主营业务成本金额为 18,771.14 万元。

2、公司前期回复中针对军审定价的敏感性测试是否合理考虑延伸审价对成本的影响，如否，请予以补充完善

在公司前期回复对军审定价的敏感性测试中，对于整机产品审价，公司已综合考虑报告期内完成审价的相关产品的审价结果等因素对收入的影响。假设

报告期各期尚未完成审价产品的审定价格较暂定价格的调整幅度在-10%~+10%之间，并将差价收入还原到对应的报告期，以此为基础对于报告期各期公司的营业收入、营业利润以及净利润的敏感性测算分析。

公司采购的原材料价格主要系公司与供应商协商确定，一般不会根据延伸审价结果调整，报告期内的审价调整情形为偶发情况，历史上极少发生，因此延伸审价一般不会对公司的营业成本造成影响，上述敏感性测算分析中未考虑延伸审价对成本的影响。

根据前述分析，报告期内延伸审价涉及的主营业务成本调减金额占相关产品成本比例为 0.93%，对成本调整影响较小，即使在上述军审定价的敏感性测试中予以考虑，对测试结果影响也较小。

（三）历史审价偏差幅度及退换货比例是否与报告期内相关情况存在显著差异，并结合军方客户价格政策调整趋势，包括涉及产品范围和价格幅度等，分析未来业绩是否存在大幅下滑风险及应对措施

1、历史审价偏差幅度是否与报告期内相关情况存在显著差异

自 2015 年公司完成改制后至报告期末，公司已完成军方审价且确认收入的相关产品中，报告期前完成审价产品的历史审价偏差幅度与报告期内完成审价产品的审价偏差幅度比较如下：

| 产品 | 历史审价偏差幅度 | 报告期内审价偏差幅度 |
|------|----------|------------|
| 产品 A | 无 | 24.58% |
| 产品 B | 33.32% | 无 |
| 产品 C | 无 | 19.28% |
| 产品 E | 无 | -27.27% |

注：审价偏差幅度=（合同审定价总额-合同暂定价总额）/合同暂定价总额。

根据上表，公司报告期前完成审价的产品为产品 B，报告期内完成审价的产品为产品 A、产品 C 和产品 E，上述产品的审价偏差幅度差异分析如下：

公司上述完成审价产品包括雷达整机和配套装备，其中雷达配套装备仅包括产品 E，不存在其他可比较产品，因此仅对不同整机产品的审价偏差幅度进行分析。

报告期前的历史审价产品仅涉及整机产品 B，审价偏差幅度为 33.32%，而报告期内的整机审价产品为产品 A 和产品 C，审价偏差幅度分别为 24.58%、19.28%，与产品 B 的审价偏差幅度存在一定差异，主要原因为：军方客户结合产品研制要求、性能可比产品的审定价格、历史上类似产品价格等相关因素，确定产品的暂定价格，不同产品暂定价格的确定依据存在差异，且后续审价也会根据产品研制方案变化等因素予以调整，因此不同产品的审价偏差幅度不具备可比性；产品 B 系公司早期主力型号产品，列装批产时间以及审价时间均早于产品 A 和产品 C，军方客户对产品 B 确定的暂定价格相对较低，导致审价后的偏差幅度较高。

2、退换货比例是否与报告期内相关情况存在显著差异

公司自 2015 年改制完成至报告期末，仅 2021 年存在一笔雷达零部件的退货，涉及金额 1.17 万元，占当期主营业务收入的比例仅为 0.0015%。发生上述退货事项的原因系军方客户订货计划发生变更，部分产品需要退回，故公司与客户签署补充协议将相关产品退回。

一般情况下，军方客户的订货计划发生变更，会采取调整原本的采购合同签署计划的方式，极少发生退货情况，故公司历史期间与报告期内的退换货比例不存在显著差异。

3、军方客户价格政策调整趋势

（1）军方客户价格政策背景

近年来，为适应新时代装备转型的发展趋势，我国军方逐步制定军品装备高质量低成本发展政策，对于军方大批量采购的军品装备，拟推行批量降价。2022 年，军方客户对包括公司在内的多家军工企业生产的大批量军品装备的采购政策进行了适当调整，对于拟大批量采购的军品装备，军方与供应商协商在原产品定价基础上进行适当调减采购价格，在确保正常盈利水平的前提下降低军方客户采购经费支出。

（2）涉及产品范围和价格幅度

对公司而言，涉及采购政策调整的军方客户包括单位 A 和单位 C，涉及的

产品目前仅限于产品 A，公司其他雷达产品不涉及调整。由于单位 A 对产品 A 的采购数量最多，本次针对产品 A 采购政策的调整由单位 A 主导、单位 C 配合，双方最终制定相同的采购政策。

公司与上述单位在 2022 年 12 月签署的产品 A 的销售合同，已按协商后的产品价格进行调整，价格调整幅度与产品销售规模相关，价格整体降低幅度较低，销售时间较早的产品价格降幅更低。

4、未来业绩是否存在大幅下滑风险及应对措施

(1) 对公司未来生产经营的影响

①历史审价偏差幅度及退换货比例的影响

历史审价偏差幅度方面，报告期内公司完成审价产品的审价偏差幅度相比报告期前审价产品有所降低，且审价结果多数高于暂定价格，若未来公司其他产品审价结果继续保持上述趋势，则审价结果导致公司业绩大幅下滑的风险相对较低。

退换货比例方面，由于公司发生产品退换货情况极少，公司未来业绩受退换货影响导致大幅下滑的风险较小。

②价格调整政策的影响

相比调价前，产品 A 的价格调整后，导致公司 2022 年营业收入减少 600 万元左右，占公司 2022 年营业收入比例不足 1%，同时由于产品 A 属于大批量生产产品，生产成本受批量生产的规模效应影响，生产成本也会有所下降，对公司的总体利润水平影响较小；2022 年以后公司向单位 A 和单位 C 销售的产品 A，销售价格在产品审定价格基础上降幅较低，对公司未来的营业收入影响有限。此外，未来随着公司其他产品型号收入占比提升，产品 A 的降价对公司的影响会更加有限。

除单位 A 和单位 C 以外，目前其他军方客户均不涉及对公司产品调整采购政策，公司目前在产的其他产品型号不属于大批量采购产品，也不会受到前述采购政策调整的影响。未来，公司部分新产品实现批产后，可能也会涉及采购

政策变化情形，但需视军方客户届时的采购政策而定。

综上，军方客户推行的批量降价政策对公司未来生产经营影响较小，且上述调整系军方客户对全行业统一进行的调整，公司同行业其他军工单位也会面临上述价格调整情形。

(2) 应对措施

公司目前深耕于防空预警雷达领域，未来业绩可能由于军费削减、军方采购政策变化等因素影响而出现收入增长不及预期的风险。针对未来政策变化可能给公司带来的潜在不利影响，公司计划采取如下措施应对：

①进一步丰富雷达产品结构

公司从事防空预警业务以来，产品覆盖警戒雷达、目标指示雷达、雷达防护装备、雷达模拟训练装备等多项重点型号装备。报告期内，公司成功中标多项国家级、军方等渠道的新型防空预警雷达研制项目。未来随着公司在研产品陆续实现批产，公司的产品结构将进一步丰富，其他新型号产品将逐渐成为公司的收入重要来源。公司将进一步提升公司预警雷达产品的深度与广度，扩大未来雷达产品的类型和应用范围，提高对政策波动的风险抵御能力。

②持续加强研发投入促进产品创新

公司产品定制化程度较高，公司需根据客户需求有针对性地进行新产品或新工艺的研发，并在既有产品基础上进一步开发优化。技术研发与创新能力是决定企业能否持续获取客户订单、提升产品质量的重要因素。报告期内，公司管理团队和研发人员密切跟踪客户需求及市场动态、紧跟产业和技术的前沿，在维持现有客户的基础上，积极开拓新的细分市场领域，持续不断地加强对新产品和新技术的研发力度，从而快速响应主要客户的产品升级换代需求，提升公司的市场竞争力。

③逐步拓展民品市场

公司计划在聚焦军品、保证军品收入稳步增长的前提下，拓展雷达业务的其他下游应用场景，如空管雷达等，形成结构更加完善的业务体系。截至目前，

公司积极围绕 L 波段空管雷达及其重要配套设备两大方向开展研究和技术攻关以及市场开拓。公司计划从小规模空管雷达装备切入，逐步积累应用经验并完善产品并最终在核心技术和市场牵引下，预计在“十五五”期间研制出符合空管标准的航路和进近空管雷达装备，进入民用和军用航空管雷达市场，并逐步实现产业化批产销售。

综上，公司未来业绩不存在大幅下滑风险，公司通过丰富雷达产品结构、持续加强研发投入促进产品创新、逐步拓展民品市场等措施，可应对行业政策变化对公司的潜在不利影响。

（四）结合主要产品的定制化情况、报告期内主要客户销售收入及毛利贡献占比、目前在手订单来源、开拓新客户的主要措施及实际效果等明确公司是否对单一客户存在重大依赖，是否存在被替代风险，是否对未来持续经营能力构成重大不利影响，相关风险是否充分披露

报告期内，公司前五大客户（受同一实际控制人控制的客户合并计算）的销售收入占公司相应各期营业收入的比例分别为 98.98%、97.82%和 97.89%，主要客户集中度较高，主要系公司的防空预警雷达产品属于军品，公司的业务模式以军品内销为主，由于我国的军品销售具有一定特殊性，客户主要集中于国内军方客户及军工集团。

其中，单位 A 作为公司第一大客户，报告期内销售收入占公司各期营业收入的比例分别为 61.05%、57.79%和 55.70%，主要系在军方客户体系中，单位 A 对防空预警雷达的需求较高，单位 A 对公司产品需求最大，其他防空预警雷达同行业公司也存在类似情形。因此，公司对单位 A 存在依赖，但由于公司与单位 A 已建立长期稳定合作关系，公司被替代风险较低，对单位 A 的依赖不会对未来持续经营能力构成重大不利影响，具体分析如下：

1、主要产品的定制化情况

公司的防空预警雷达产品属于定制化产品，对已定型的产品，基于产品技术复杂程度高、研发周期长，客户一般将公司作为该型号产品的指定供应商，同时公司积极提供售后服务并持续满足客户对产品的升级需求，以形成持续销

售。

公司的主要雷达及配套装备产品均为客户定制化产品，报告期内公司主要销售的老型号产品包括产品 A、产品 B 和产品 C，相关产品均已在报告期前完成列装定型，实现批产后，客户均只能向公司采购相关产品。公司目前在研的产品也均属于定制化产品，未来陆续实现批产后，相关产品将逐渐成为公司稳定的收入来源。

因此，公司向单位 A 销售的产品，由于产品定制化特点强，公司的产品列装定型后，单位 A 会将公司作为相关产品的指定供应商，其他供应商无法替代公司，公司可向单位 A 长期持续销售相关产品。

2、报告期内主要客户销售收入及毛利贡献占比

报告期内，公司对前五大客户的销售收入及毛利贡献情况如下：

单位：万元

| 期间 | 序号 | 客户名称 | 销售金额 | 占营业收入比例 | 毛利金额 | 占毛利总额比例 |
|---------|----|----------------|------------------|---------------|------------------|---------------|
| 2022 年度 | 1 | 单位 A | 53,081.86 | 55.70% | 17,646.93 | 44.29% |
| | 2 | 单位 B | 25,896.04 | 27.17% | 17,332.89 | 43.51% |
| | 3 | 航天科工集团 下属企业 | 7,835.41 | 8.22% | 2,513.27 | 6.31% |
| | 4 | 单位 C | 5,704.73 | 5.99% | 1,650.63 | 4.14% |
| | 5 | 单位 BU | 767.95 | 0.81% | 110.07 | 0.28% |
| 合计 | | | 93,285.98 | 97.89% | 39,253.80 | 98.53% |
| 2021 年度 | 1 | 单位 A | 46,061.31 | 57.79% | 18,994.67 | 62.07% |
| | 2 | 航天科工集团 下属企业 | 13,632.76 | 17.10% | 3,487.30 | 11.40% |
| | 3 | 单位 B | 10,878.00 | 13.65% | 1,773.78 | 5.80% |
| | 4 | 单位 C | 6,754.29 | 8.47% | 5,011.50 | 16.38% |
| | 5 | 单位 D | 645.00 | 0.81% | -124.60 | -0.41% |
| 合计 | | | 77,971.35 | 97.82% | 29,142.63 | 95.23% |
| 2020 年度 | 1 | 单位 A | 47,138.02 | 61.05% | 30,586.51 | 79.98% |
| | 2 | 单位 C | 13,123.00 | 16.99% | 4,824.21 | 12.61% |
| | 3 | 单位 B | 11,495.76 | 14.89% | 1,474.35 | 3.86% |
| | 4 | 航天科工集团 下属企业 | 4,364.30 | 5.65% | 1,161.04 | 3.04% |
| | 5 | 单位 F05 | 311.70 | 0.40% | 35.14 | 0.09% |

| 期间 | 序号 | 客户名称 | 销售金额 | 占营业收入比例 | 毛利金额 | 占毛利总额比例 |
|----|----|------|-----------|---------|-----------|---------|
| 合计 | | | 76,432.78 | 98.98% | 38,081.25 | 99.58% |

注：对于受同一实际控制人控制的客户，销售额合并披露。

根据上表，报告期各期公司前五大客户的销售收入及毛利贡献占比均超过 95%，符合防空预警雷达行业客户集中度高的特点。我国的军品销售主要依赖于军方的采购计划，军方客户按照国内外政治形势、国家总体布局、部队实际需求等来制定军品采购计划，军方客户在军品市场上处于绝对的主导地位。公司与报告期内前五大客户建立了良好的合作关系，大部分客户均与公司有长期业务合作，特别是公司的三大军方客户（单位 A、单位 B 和单位 C）与公司保持了多年稳定的合作关系，对公司产品和服务的满意度较高，因此公司与前五大客户的业务具有稳定性和持续性。

其中，2020 年至 2022 年，单位 A 均作为公司的第一大客户，公司对单位 A 的销售收入占公司各期营业收入的比例分别为 61.05%、57.79%和 55.70%，毛利占公司各期毛利总额的比例分别为 79.98%、62.07%和 44.29%，单位 A 对公司收入和毛利的贡献占比整体呈下降趋势，主要因为公司的产品结构和客户类型逐渐丰富。单位 A 的收入和毛利占比尽管有所下降，但公司与单位 A 的合作保持稳定，2020 年至 2022 年，单位 A 的销售收入分别为 47,138.02 万元、46,061.31 万元和 53,081.86 万元，收入规模整体保持稳定。

对于防空预警雷达行业，在军方客户体系中，按照国家军事战略布局，单位 A 对防空预警雷达的需求较高，公司的产品主要向单位 A 销售，也符合防空预警雷达行业的特点。未来，公司也将继续保持与单位 A 的合作关系，积极参与单位 A 对新产品的研制工作，力争进一步提升公司在单位 A 的市场份额。

3、目前在手订单来源

截至 2022 年末，公司在手订单总额为 90,112.73 万元，其中单位 A 的在手订单为 38,849.73 万元，占比为 43.11%，低于 2020-2022 年度单位 A 占公司各年收入的比例，但随着 2023 年以来单位 A 新增订单的陆续签署，预计公司与单位 A 的业务合作规模仍可保持稳定。

4、开拓新客户的主要措施及实际效果

除已有客户外，公司也在逐步推动形成多元化发展格局，不断丰富客户类型。公司开发新客户的主要措施及实际效果如下：

（1）国内军方客户

防空预警雷达目前主要客户为国内军方市场，公司除已与单位 A、单位 B 和单位 C 建立长期合作关系外，公司也在持续扩展军方客户市场，报告期内公司与单位 D 建立了合作关系，未来单位 D 也有望成为公司的重要客户。

（2）国内军工集团客户

防空预警雷达除军方直接采购外，国内军工集团客户作为总体单位也存在大量采购需求。报告期内，公司与单位 E01 和单位 E02 建立了合作关系，根据上述单位研制需求，公司向上述单位销售了新型号产品。除继续保持同现有军工集团客户保持稳定合作外，未来公司也将抢抓市场机遇，不断拓展产品类型，逐步开发其他军工集团客户。

（3）军贸市场客户

除不断开拓国内军品市场外，公司在军贸市场方面也有较多布局，目前已拥有多型军贸产品，军贸业务未来也将成为公司的重要收入来源。2022 年上半年，公司某型军贸产品实现了销售，未来随着公司军贸产品的逐步发展，军贸市场客户预计有望逐渐丰富。

（4）民品市场客户

公司目前致力于在空管雷达等民品业务领域实现多元化发展，公司将依托航天品牌优势以及多年来积累的军用雷达研制经验，继续推动后续空管雷达产品的研发和市场开拓，逐渐提升公司在民品领域的业务规模。随着未来民品业务市场的逐渐开拓，民品客户类型也将逐渐丰富。

5、公司中标的多型防空预警雷达项目为公司未来持续发展奠定基础

近三年来，军方客户通过招投标方式采购新型号雷达产品的情形逐渐增多，

公司已中标多型防空预警雷达领域研制项目。报告期内，公司中标的 16 个项目中，主要为军方客户的研制项目，其中单位 A 的项目共 7 个，包括 5 个国家级重点装备项目，因此在未来公司的客户结构中，单位 A 作为公司第一大客户，公司将继续与其保持长期合作关系。上述中标的新型号防空预警雷达项目具有广阔的市场空间，相关产品的逐渐批产，将为公司未来持续发展奠定基础。

综上，单位 A 作为公司第一大客户，收入和毛利占比均较高，该情形符合防空预警雷达行业特点。近三年来单位 A 对公司的收入和毛利贡献占比整体呈现下降趋势，现有在手订单中单位 A 的占比不高，但收入规模整体保持稳定。单位 A 作为防空预警雷达行业的重要客户，公司凭借多年来较强的产品竞争优势以及对新型雷达产品发展的技术积累，与其已建立长期稳定合作关系，单位 A 对公司产品和服务的满意度较高，除已定型产品仍存在长期业务需求外，公司近年来中标了单位 A 的多型国家级重点装备项目，为未来长期稳定发展奠定了基础。另外，随着公司市场类型和客户结构的不断拓展，新客户预计也将逐渐成为公司的重要收入来源。因此，尽管公司对单位 A 存在依赖，但公司被替代风险较低，也不会对未来持续经营能力构成重大不利影响。

公司对单一客户存在依赖的风险已在招股说明书“第二节概览”之“一、重大事项提示”之“（一）重大风险因素”之“1、公司经营业绩波动的风险”披露如下：

“公司的防空预警雷达产品属于军品，客户主要集中于国内军方客户及军工集团，报告期内，公司前五大客户（受同一实际控制人控制的客户合并计算）的销售收入占公司相应各期营业收入的比例分别为 98.98%、97.82%和 97.89%，主要客户集中度较高。其中单位 A 作为公司第一大客户，报告期内销售收入占公司各期营业收入的比例分别为 61.05%、57.79%和 55.70%，主要系在军方客户体系中，单位 A 对防空预警雷达的需求较高，单位 A 对公司产品需求最大，公司对单位 A 存在依赖。若公司无法在上述客户中保持产品竞争力并获取稳定的业务订单，或客户的定价政策发生变化，则均可能导致公司未来营业收入及净利润存在发生较大波动的风险。”

二、申报会计师核查程序及核查意见

（一）核查程序

- 1、核查公司意向订单的电话通知资料以及内控相关制度；
- 2、核查公司 2022 年产品 A 的销售合同、产品验收相关资料、回款记录；
- 3、核查公司 2022 年末的存货明细表；
- 4、获取以往审价完成相关资料，核实发行人敏感性测试比例选取的合理性；
- 5、对军方客户进行访谈，了解交易具体内容、审价情况；
- 6、取得并核查公司报告期内及历史上审价和退换货相关的资料；
- 7、访谈发行人管理层和销售部门相关人员，了解军品审价相关流程，了解单位 A 和单位 C 的合同签署情况、后续产品验收交付安排以及军方客户采购政策调整进展；
- 8、访谈公司市场和研发方面负责人以及空管雷达业务负责人，了解雷达行业未来发展情况和空管雷达的市场前景，公司新客户开拓的措施和效果，以及公司民用雷达方面的业务规划、路径、市场开拓计划以及潜在客户或订单情况等；
- 9、核查公司报告期内前五大客户收入和毛利明细表；
- 10、核查公司截至 2022 年末在手订单。

（二）核查意见

经核查，我们认为：

- 1、公司自改制设立股份公司以来，未发生已根据意向订单备货雷达产品但未能签署合同实现销售的情形；公司 2022 年实现的经营业绩符合业绩预测水平；
- 2、公司采购的延伸审价涉及的配套件的采购价格未采取暂定价模式，采购价格系双方协商确定，一般不会根据审价结果进行调整；延伸审价结果差异导致采购价格调整属于偶发情况，报告期内公司仅存在某一项原材料涉及该等情形。截至 2022 年末，公司累计未完成审价的产品涉及的主营业务成本金额为 18,771.14 万元；报告期内的延伸审价调整情形为偶发情况，历史上极少发生，延伸审价一般不会对成本造成影响，因此敏感性测算分析中未考虑延伸审价对

成本的影响，并且对成本影响较小，即使在敏感性测试中予以考虑，对测试结果影响也较小；

3、历史审价偏差幅度与报告期内相关情况存在一定差异，具有合理性；公司历史期间与报告期内的退换货比例不存在显著差异；公司的审价偏差幅度差异和退换货情况以及军方客户对于大批量采购的军品装备推行的价格调整政策，对公司的经营情况影响有限，不会造成公司未来业绩的大幅下滑风险，公司可采取有效措施应对军方客户价格政策变化带来的潜在不利影响；

4、单位 A 作为公司第一大客户，收入和毛利占比均较高，该情形符合防空预警雷达行业特点。近三年来单位 A 对公司的收入和毛利贡献占比整体呈现下降趋势，现有在手订单中单位 A 的占比不高，但收入规模整体保持稳定。单位 A 作为防空预警雷达行业的重要客户，公司凭借多年来较强的产品竞争优势以及对新型雷达产品发展的技术积累，与其已建立长期稳定合作关系，单位 A 对公司产品和服务的满意度较高，除已定型产品仍存在长期业务需求外，公司近年来中标了单位 A 的多型国家级重点装备项目，为未来长期稳定发展奠定了基础。另外，随着公司市场类型和客户结构的不断拓展，新客户预计也将逐渐成为公司的重要收入来源。因此，尽管公司对单位 A 存在依赖，但公司被替代风险较低，也不会对未来持续经营能力构成重大不利影响。



(本页无正文，为《关于航天南湖电子信息技术股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的发行注册环节反馈意见落实函的专项说明》之签章页)

致同会计师事务所
(特殊普通合伙)



中国注册会计师



中国注册会计师



中国·北京

二〇二三年三月三十日