

## 中审华会计师事务所（特殊普通合伙）

### 《关于对广东星徽精密制造股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函〔2023〕第285号）的回复

深圳证券交易所创业板公司管理部：

按照贵部2023年5月31日下发的《关于对广东星徽精密制造股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函〔2023〕第285号）的要求，上市公司年度报告会计师中审华会计师事务所（特殊普通合伙）对问询函中要求会计师说明的问题进行了核查，现将有关事项报告如下（以下金额单位如未特别说明，均为人民币）：

1.报告期内，你公司实现营业收入 23.51 亿元，比上年同期下降 35.77%，实现归属于上市公司股东的净利润-2.60 亿元。其中，精密五金业务实现营业收入 11.26 亿元，同比增长约 7.23%，跨境电商业务实现营业收入 12.25 亿元，同比下降 52.39%。跨境电商收入下降主要原因为 2021 年 6 月公司子公司深圳市泽宝创新技术有限公司（以下简称泽宝技术）遭遇“亚马逊封号”事件。

（1）请你公司说明受“亚马逊封号”事件影响的主要产品在本报告期的处理情况，目前其他产品在亚马逊平台的销售情况，继续在亚马逊平台销售的原因，并结合上次被封号的原因说明是否存在被继续封号的风险。

#### 【回复】

一、说明受“亚马逊封号”事件影响的主要产品在本报告期的处理情况

受“亚马逊封号”事件影响的产品部分通过打折出售，部分无法正常销售的产品于 2022 年度进行了报废，具体分类明细如下：

单位：万元

产品类别	年初结存	本年结转			年末结存	年末计提	年末库存
		对外销售	报废	小计		减值	净额
电源类	5,434.75	3,910.55	573.81	4,484.36	950.40	828.49	121.9
蓝牙音频类	5,007.98	3,745.06	607.32	4,352.37	655.60	626.95	28.65
小家电类	32,503.85	19,812.26	7,480.23	27,292.49	5,211.36	4,088.00	1,123.36

电脑手机周边类	10,065.43	6,534.40	2,264.81	8,799.21	1,266.22	1,077.79	188.43
其他类	14,099.19	7,800.92	3,486.64	11,287.56	2,811.64	2,342.59	469.05
<b>合计</b>	<b>67,111.20</b>	<b>41,803.18</b>	<b>14,412.81</b>	<b>56,215.99</b>	<b>10,895.21</b>	<b>8,963.82</b>	<b>1,931.39</b>

二、目前其他产品在亚马逊平台的销售情况，继续在亚马逊平台销售的原因

(一) 目前其他产品在亚马逊平台的销售情况

2022 年度，其他产品在亚马逊平台实现销售收入 23,990.32 万元，分类列示如下：

单位：万元

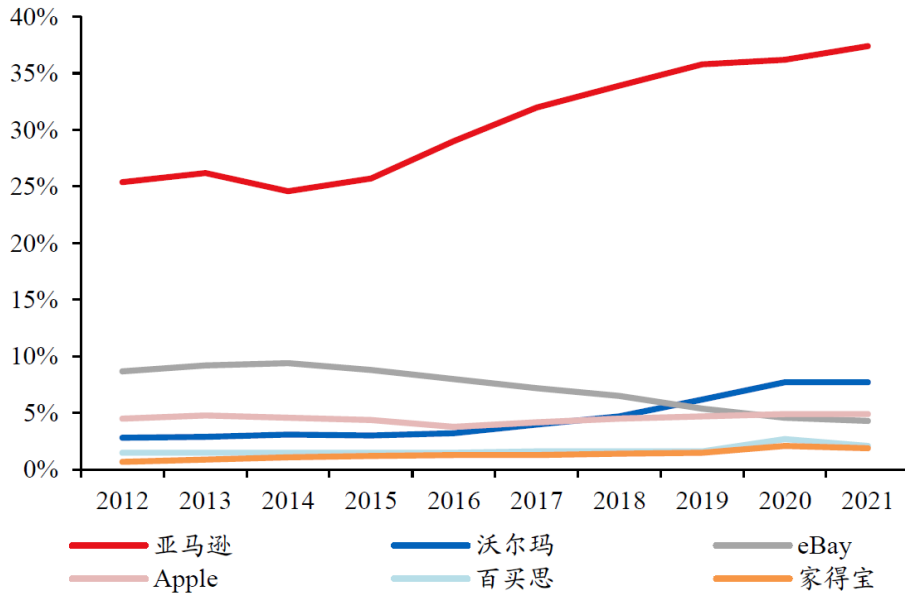
产品大类	销售金额
小家电类	16,290.91
家私类	3,209.38
电源类	1,577.00
蓝牙音频类	689.83
个护健康类	959.44
电脑手机周边类	661.16
其他	602.60
<b>总计</b>	<b>23,990.32</b>

(二) 继续在亚马逊平台销售的原因

1、亚马逊平台为海外电商平台龙头，与公司业务及客户定位匹配

亚马逊是一家总部位于美国西雅图的跨国科技型企业，业务范围涉及电子商务、云计算及人工智能，是全球最大的电子商务和云计算平台。Euromonitor 数据显示，近十年来亚马逊在北美地区市场占有率稳居第一，2021 年达到 37.40%，且其与沃尔玛、eBay 等其他电商平台的差距逐渐扩大，在市场份额上的优势愈发显著。2020 年 Statista 数据显示，在美国电商市场，75%的消费者直接选择在亚马逊平台进行购物，2/3 的消费者选择该平台作为产品搜索的第一站，26%的全球消费者首选的跨境电商平台为亚马逊，市场占有率位列第一。

亚马逊北美地区市场占有率情况



数据来源：Euromonitor，华创证券

公司产品主要根据北美、欧洲等海外国家用户的消费习惯进行研发及设计，并以海外消费者作为目标客户，亚马逊平台覆盖了美国、加拿大、欧洲、日本等发达国家和地区具有较强购买力的消费者，公司借助亚马逊平台，使公司产品直接面向全世界最具购买力的消费者，具有更高经济效益。因此，从公司跨境电商业务的销售地域、产品特性和经济效益角度来看，亚马逊平台与公司跨境电商业务较为匹配，亚马逊平台仍是公司拟发展的重要电商平台渠道之一。

2、公司长期在亚马逊平台开展业务经营，为公司逐步恢复并扩大在亚马逊平台的市场份额提供了丰富的人员、营销及运营经验积累和储备

公司跨境电商团队长期开展亚马逊平台电商运营，高峰时期跨境电商业务年收入规模接近 50 亿元，在“亚马逊封号”事件后也在亚马逊平台一直保持了一定的业务经营规模，在团队建设、营销及运营经验等方面具有深厚的经验积累。跨境电商业务重点着眼于产品品牌化运作及精品化策略，逐渐建立了相对完善的产品体系，在产品定义、工业设计、质量控制、工程改良等方面具备较强的竞争优势。

多年以来，跨境电商团队经营长期定位海外市场，在跨境电商业务运营过程中深入了解海外客户的消费习惯，以用户体验为中心，基于用户体验和市场需求不断改进、创新，进行产品研发设计和业务布局，公司拥有系统性的人员团队和

丰富的产品设计、营销、运营经验，这些都为公司未来继续通过亚马逊作为销售主要渠道之一提供了必要的支持。

### 3、公司跨境电商业务恢复和增长的市场空间广阔

受“亚马逊封号”事件影响，除了少量头部公司以外，大量中国跨境电商公司账号遭到封禁，使原本竞争激烈的各产品市场份额得以释放，为在“亚马逊封号”事件所剩下未被封禁账号的卖家扫清障碍，这也有助于剩下的具有丰富经验并及时进行管理转型的卖家扩展市场份额。因此，亚马逊平台运营经验及符合目标市场需求的产品设计研发能力在一定程度上形成了公司的竞争优势，“亚马逊封号”事件之后也使原本竞争激烈的各产品市场份额得以释放，形成了“剩者为王”的市场局面，有利于公司利用这一机遇恢复及进一步扩大市场份额。

综上，亚马逊为海外电商平台龙头，与公司跨境电商业务较为匹配，公司在长期跨境电商业务经营及“亚马逊封号”事件的积极应对中形成宝贵的运营经验。“亚马逊封号”事件之后使原本竞争激烈的各产品市场份额得以释放，为如公司一样具有丰富运营经验、产品设计研发能力、并及时进行管理转型的卖家扩展市场份额提供了空间，因此亚马逊平台仍是公司重要的电商平台渠道。

### 三、结合上次被封号的原因说明是否存在被继续封号的风险。

#### （一）上次被封号的原因

2021年6月16日，公司从事跨境电商业务的子公司泽宝技术旗下RAVPower、Taotronics、VAVA等品牌店铺，被亚马逊平台以涉及“商品或服务的评论”等不合规原因对公司相关站点进行封禁、暂停销售。

#### （二）说明是否存在被继续封号的风险

由于亚马逊平台多以涉及“商品或服务的评论”等原因暂停公司销售站点，公司在应对“亚马逊封号”事件的过程中，更加深入的了解亚马逊平台的相关政策并进一步加强公司的内控管理，结合亚马逊平台的条款和政策，积极采取措施整改并规避相关情形，为公司未来继续在亚马逊平台扩展业务提供了宝贵的运营经验。

#### 1、研究相关政策，加强员工培训

自“亚马逊封号”事件以来，公司组织关键骨干人员成立专项小组，逐项剖析研究亚马逊平台所制定的条款及政策，并持续性关注亚马逊平台相关政策的动

态。此外，专项小组还定期组织相关部门员工针对亚马逊平台政策进行讲解及培训，尤其对“商品或服务的评论”所涉及的政策予以重点培训。

## 2、加强监督管控，建立惩罚机制

公司加强对相关业务流程的监督及管控，要求各层级部门负责人追溯并检查其下属所涉及业务流程的合规性，包括完整业务流程是否符合亚马逊平台的相关政策，是否存在被暂停销售的风险等。同时，公司建立起相应的惩罚机制，对不合规操作的员工严格采取扣除绩效奖金等相应措施，起到监督警戒作用，避免因员工操作失误等个人行为导致公司遭受损失。

## 3、关注评论内容，保留相关记录

由于亚马逊平台对“商品或服务的评论”具有严格的要求，公司针对评论内容进行持续性关注，对于部分买家可能涉及违反亚马逊平台政策的评论内容以采取如回访的方式对买家的交易背景等情况进行了解，并及时保留相关记录，若未来亚马逊平台因“评论内容”等为由对公司采取相应措施，相关记录情况则可作为公司未违反亚马逊平台相关政策的重要佐证之一。

目前，亚马逊平台对于“亚马逊封号”事件以来其所涉及的相关条款和条件或政策未有重大调整，公司也未出现由于上次被封号的原因而被封的情形。

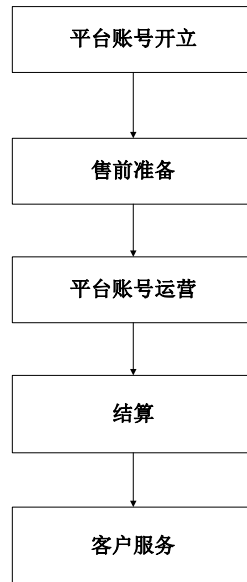
**(2) 请你公司以流程图形式说明与亚马逊平台合作和结算模式，与其他第三方平台、自营平台模式差异情况，并说明不同电商平台盈利情况和变动原因。**

### **【回复】**

一、以流程图形式说明与亚马逊平台合作和结算模式，与其他第三方平台、自营平台模式差异情况。

1、公司与亚马逊平台、其他第三方平台的合作为在亚马逊平台或其他第三方平台开立账号并运营的方式，而自营平台是采用在独立站平台 shopify 开立账号运营的方式，因此公司与亚马逊平台、其他第三方平台、自营平台的合作模式均为线上 B2C 模式。

合作模式流程图如下：



### (1) 平台账号开立

公司制定线上平台账号管理制度，根据规划进行账号注册、权限分配，由不同的团队分别根据销售区域、职责范围对平台账号业务进行运营，对相关平台业务开展以及风险控制等环节进行管理。

### (2) 售前准备

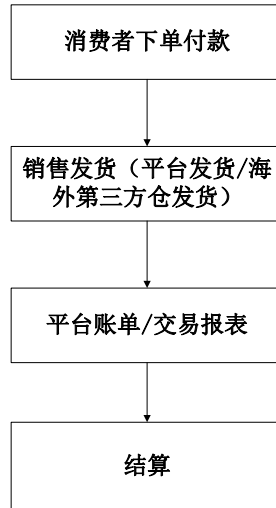
公司根据市场环境和竞品情况，制定产品销售和营销策略，包括产品定价、上架图片、文案描述、营销活动策划等活动，分别由不同的负责部门完成后，在各平台账号上线、更新。同时，业务部门根据各竞品在各个市场的销售情况，预测销售量。由公司计划部门汇总各产品在不同平台账号和其他渠道的销售预测，运算采购备货计划，并由采购部门负责产品采购后，发货至各账号平台仓或海外第三方仓。

### (3) 平台账号运营

平台账号运营包括：跟踪产品的上架以及销售状况，及时了解平台的最新政策并根据最新政策做出应对策略，制定店铺的营销策划，实施营销活动并跟踪效果等。此外亚马逊等第三方平台提供仓储及物流发货、退货等服务，以及提供各项销售数据指标统计等服务，将退货、换货、仓储、库存状况数据等信息反馈给公司，公司借助上述平台的订单管理、数据分析等服务及应用功能，提高整体的运营能力和销售能力。

### (4) 结算

结算流程图如下：



在线上 B2C 的合作模式下，公司在平台开立账号向终端消费者销售产品，并通过平台出具的结算单或交易明细等形式对账。不同的平台资金结算周期有所不同，公司通过第三方支付平台账户或银行账户等进行结算。

#### (5) 客户服务

公司客服团队负责各第三方平台线上销售的客户服务，负责与消费者的售前与售后的邮件回复以及由于消费者自身需求变化、配送超时以及自然损坏等原因而提出的退换货申请。

#### 2、亚马逊平台与其他第三方平台、自营平台合作模式和结算模式差异情况。

亚马逊平台与其他第三方平台与公司的合作模式和结算模式基本无差异，亚马逊平台与其他第三方平台为卖家提供仓储、物流、营销推广等服务、也都存在一定的结算账期。而独立站平台 Shopify 与公司的合作模式和结算模式有所不同，区别如下：

##### (1) 平台提供的服务内容不同

a、亚马逊、沃尔玛等第三方平台提供平台仓储、物流服务，而自营平台由卖家自行安排发货。

b、亚马逊、沃尔玛等第三方平台各自为平台卖家提供不同类别的营销推广服务，而自营平台营销策略则由公司自行安排社媒等推广策略。

##### (2) 结算账期不同

亚马逊、沃尔玛等第三方平台设置了结算账期，通常为 14 天-30 天。而自营平台的销售款项直接由消费者支付公司的银行账户或第三方支付平台账户。

## 二、说明不同电商平台盈利情况和变动原因

## 1、不同电商平台 2022 年度、2021 年度盈利情况

### (1) 2022 年度分平台营业收入、营业成本、毛利率

单位：万元

项目	Amazon	自营网站	WalMart	其他平台
营业收入	60,093.14	9,177.66	8,428.43	9,649.73
营业成本	37,842.31	6,076.46	5,387.81	6,945.19
毛利额	22,250.83	3,101.20	3,040.63	2,704.53
毛利率	37.03%	33.79%	36.08%	28.03%

### (2) 2021 年度分平台营业收入、营业成本、毛利率

单位：万元

项目	Amazon	自营网站	WalMart	其他平台
营业收入	197,236.54	11,854.72	3,468.44	5,234.47
营业成本	143,882.62	7,973.76	2,228.24	3,844.77
毛利额	53,353.92	3,880.96	1,240.19	1,389.70
毛利率	27.05%	32.74%	35.76%	26.55%

### (3) 2022 年度比 2021 年度各平台营业收入、毛利率变动情况

项目	Amazon	自营网站	WalMart	其他平台
营业收入	-69.53%	-22.58%	143.00%	84.35%
毛利率	9.98%	1.05%	0.32%	1.48%

## 2、说明盈利情况变动原因

### (1) 营业收入变动分析

在“亚马逊封号”事件发生后，公司跨境电商业务收到较大影响，2022 年加上海外消费市场增速放缓的影响，亚马逊平台销售收入比 2021 年度下滑 69.53%。封号以来公司积极推动新品牌建设并拓展独立站及其他非亚马逊第三方平台渠道，采用“多平台，多渠道”经营策略，依托长期线上运营积累形成的产品口碑、自有品牌和知识产权，重塑线上销售体系。2022 年度自营网站也承担一部分受“亚马逊封号”产品的打折处理，收入有所下降。公司 walmart、其他非亚马逊第三方平台等渠道销售收入较去年均呈上升趋势，其中 walmart 平台的销售增长率达到 143.00%，其他平台销售增长率达到 84.35%，呈现较强的增长态势。公司“多平台，多渠道”的经营策略效果显著。

### (2) 毛利率变动分析



除亚马逊平台外，公司在其他第三方平台的销售毛利率变动不大。2022 年度亚马逊平台毛利率 37.03%比 2021 年度 27.05%增加 9.98%，分析如下：

“亚马逊封号”事件导致 2021 年下半年公司采取打折清库等方式进行产品销售，且被封产品无法在亚马逊正常销售而产生大批量退仓，额外增加的亚马逊退仓运费也增加了营业成本，二者共同影响导致 2021 年亚马逊平台毛利率大幅度下降。根据会计准则的规定，2021 年末公司对尚未处理完毕的受影响库存计提了跌价准备。

2022 年以来，为了加快清理前期亚马逊退仓的大量库存，公司通过线下、自营网站、其他第三方平台等渠道打折促销，无法售卖的产品以打托形式出售或报废等方式加快清理。此外公司逐步推出了新产品，在其他不受影响的亚马逊平台账号售卖，加上 2022 年下半年，跨境物流运费单价下滑，降低了运费成本，公司亚马逊平台毛利率上升。随着新产品及新品牌销售逐步稳定，亚马逊平台产品销售毛利率水平逐步回升且渐渐企稳。

(3) 请你公司结合精密五金业务前五大客户情况说明营业收入、净利润变动的原因，与同行业可比公司主要财务指标变动是否一致，如不一致请说明原因。

**【回复】**

(一) 2022 年度五金业务营业收入及利润变动情况

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	同比增减	增减 (%)
营业收入	112,576.27	108,601.60	3,974.67	3.66
营业成本	95,700.32	95,320.93	379.38	0.40
营业税金及附加	641.75	440.62	201.12	45.64
销售费用	1,734.53	1,702.91	31.63	1.86
管理费用	5,080.39	4,562.02	518.37	11.36
研发费用	1,870.40	1,504.88	365.52	24.29
财务费用	1,158.36	2,876.02	-1,717.65	-59.72
其中：利息费用	1,589.85	2,096.42	-506.57	-24.16
汇兑净损失	-653.61	261.01	-914.62	-350.42
信用减值损失	487.98	651.15	-163.17	-25.06

资产减值损失	362.31	811.47	-449.15	-55.35
利润总额	5,690.43	1,179.24	4,511.20	382.55
净利润	4,680.12	986.34	3,693.78	374.49

注：公司五金业务净利润的计算：按照所得税费用占利润总额（扣除商誉减值）比率计算五金业务税后利润。

2022 年度公司五金业务营业收入 112,576.27 万元，净利润 4,680.12 万元，均比 2021 年度有所增长，具体分析如下：

1、2022 年度公司五金业务收入同比增长，主要原因系：

公司自动化、智能化和产品研发的不断投入，产品质量和柔性化生产能力稳定提高；充分抓住市场变化和产品更新换代步伐，产品开发更加精准快速；及时布局东南亚市场，加强海外客户沟通，稳定和发展出口销售，特别是大客户出口销售业务。

2、2022 年度公司五金业务利润同比增长，主要原因系：

2022 年度公司主要原材料—铁料、镀锌板采购成本比上年平均下降 11.11% 等，使公司产品毛利率提高 2.76 个百分点。毛利率提高以及营业收入增长贡献毛利 3,595.29 万元；财务费用比上年减少 1,717.65 万元。其中由于贷款的减少等使利息费用减少 506.57 万元；受美元汇率升值影响，汇兑净损失减少 914.62 万元；由于销售回款加快，应收账款减少以及存货规模的控制到位，2022 年末应收账款及存货较年初分别减少 4,193.60 万元和 6,286.45 万元，使本年度信用减值损失减少 163.17 万元，资产减值损失减少 449.15 万元。

以上合计使公司五金业务利润总额增加 5,925.27 万元，扣除营业税金及附加、销售费用、管理费用和研发费用等增加影响后，2022 年度公司五金业务利润总额比上年增加 4,511.20 万元，净利润增加 3,693.78 万元（按照所得税费用占利润总额（扣除商誉减值）比率计算五金业务税后利润）。

（二）公司五金前五大客户情况

1、2022 年度五金业务前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占年度销售总额比例	销售成本	毛利率
1	客户 1	8,595.40	7.64%	7,202.46	16.21%
2	客户 2	7,800.77	6.93%	7,253.56	7.01%

3	客户 3	6,345.01	5.64%	5,406.98	14.78%
4	客户 4	5,947.44	5.28%	5,428.37	8.73%
5	客户 5	5,697.63	5.06%	4,993.94	12.35%
合计	--	<b>34,386.24</b>	<b>30.54%</b>	<b>30,285.32</b>	<b>11.93%</b>

## 2、2021 年度五金业务前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售额	占年度销售总额比例	销售成本	毛利率
1	客户 1	10,525.92	9.69%	8,936.83	15.10%
2	客户 2	6,336.98	5.84%	5,609.32	11.48%
3	客户 3	6,046.59	5.57%	4,533.05	25.03%
4	客户 4	4,377.84	4.03%	4,442.57	-1.48%
5	客户 5	3,265.96	3.01%	3,046.70	6.71%
合计	--	<b>30,553.29</b>	<b>28.13%</b>	<b>26,568.46</b>	<b>13.04%</b>

由上表，2022 年度五金业务前五大客户销售收入总额比上年增长 12.55%。2022 年度前五大客户销售收入占公司年度销售收入的比例 30.54%，比 2021 年度的 28.13%增加 2.41 个百分点，公司前五大客户中前后两年相同客户毛利率增加合计 2.05 个百分点。说明公司五金业务大客户中优质客户增加销售额增长，毛利率提高，相关指标与公司五金业务营业收入增长、毛利率提高一致。

### （三）五金同行业可比上市公司情况

#### 1、五金业务同行业可比上市公司营业收入及营业成本及利润情况

单位：万元

	可比公司	营业收入	营业成本	净利润
2022 年度	通润装备	167,803.36	126,578.51	17,816.10
	坚朗五金	764,827.03	533,830.92	8,702.44
	顶固集创	107,344.25	73,949.09	1,584.54
	星徽股份	112,576.27	95,700.32	4,680.12
2021 年度	通润装备	192,111.24	150,543.55	17,733.10
	坚朗五金	880,682.54	570,309.69	96,239.29
	顶固集创	129,827.67	87,201.94	-8,685.54
	星徽股份	108,601.60	95,320.93	986.34

注：公司是金属五金制品行业中较链滑轨行业目前境内唯一上市公司，其他细分同行业公司无法取得公开财务数据，因此我们选择上市公司中相近的通润装备（股票代码：002150）、坚朗五金（股票代码：002791）、顶固集创（股票代码：300749）作为可比公司。

## 2、五金业务可比公司营业收入增长及毛利率、利润率情况

项目	营业收入同比增长	毛利率	利润率
通润装备	-12.65%	24.57%	10.62%
坚朗五金	-13.16%	30.20%	1.14%
顶固集创	-17.32%	31.11%	1.48%
平均值	<b>-14.38%</b>	<b>28.63%</b>	<b>4.41%</b>
星徽股份	3.66%	14.99%	4.16%
差异	<b>18.04%</b>	<b>-13.64%</b>	<b>-0.25%</b>

由上表，公司五金业务 2022 年度营业收入增长率比可比公司平均值高 18.04 个百分点，主要原因为：可比公司对国内房地产业依赖较大，2022 年度营业收入有所下滑，而公司五金业务产品广泛应用于家居、家电、工业设备、IT、金融、汽车等多个领域，销售市场覆盖国际国内，2022 年度五金业务出口比率为 44.15%，受国内房地产业影响相对较小。

2022 年度公司五金业务毛利率为 14.99%，利润率为 4.16%。与可比公司平均值对比，毛利率差 13.64 个百分点，利润率差 0.25 个百分点。毛利率差异主要是受公司五金业务与可比公司业务模式影响，期间费用差异较大，但利润率差异较小，说明公司五金业务净利润水平与同行业相当，基本无差异。

请年审会计师核查并发表明确意见，说明在核查跨境电商业务收入真实性和准确性等方面所履行的程序，是否获取充分、适当的审计证据。

### 【会计师意见】

我们将跨境电商业务收入确认的真实性做为关键审计事项，针对公司跨境电商业务收入真实性和准确性实施包括但不限于以下审计程序：

1、通过了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计和运行有效性后，我们认为公司已建立相关的内部控制制度，且得到有效运行。

2、对跨境电商业务的销售订单执行穿行测试，了解亚马逊、沃尔玛、ebay、shopify 等平台的运作和数据传导方式，判断公司对线上业务的账务处理是否合理。从穿行测试结果来看，公司的业务模式与前期相比，未发生重大变化。

3、我们登录亚马逊电商平台店铺后台导出交易记录，将电商平台后台的交

易记录与公司线上销售业务的财务记录进行核对，确认数据的匹配性。抽查亚马逊电商平台中业务量较大的平台店铺，导出全年 Date Range Reports/shipment 数据（即电商平台账单/订单）与财务账面收入进行核对，核对金额为 27,927.55 万元，经核对未见异常。另外，我们还登录 WalMart、Crowdfcunding、newegg、Shopify 等电商平台，导出相关数据与公司的财务记录进行核对，确认数据的匹配性，经核对未见重大异常。

4、VC 业务核查。VC 业务与国内的京东自营极为相似，亚马逊直接向商户采购货物，亚马逊购入货物后在平台上销售，货物的所有权归亚马逊所有，货物销售后除非质量问题，责任均由亚马逊承担。我们对公司 VC 业务渠道相关收入进行核查，核对金额 6,176.78 万元，经分析核对未见重大异常。

5、抽样检查公司发货至各电商平台仓库的出库单、装箱单、报关单等，并检查货运公司送货单，确定物流运输的真实性。在了解公司物流基本情况后，我们进一步对物流的实际运行情况进行测试，随机选取 383 笔业务订单进行物流细节测试。核对出库单、指令号、报关单、装箱单等，确认货物从国内仓库运输至国内海关的单据记载的一致性和准确性；同时，对上述物流业务继续穿行至货物到达国外海关后再运至电商平台仓库的单据流转情况，通过核对海关提单、承运单及送货单等，确认相关业务单据记载的一致性和准确性，经核查未发现重大异常。

6、根据客户的结算规则，线上客户一般为 7 天或 14 天为一个结算期间，我们抽取了电商平台应收账款收款记录与银行收款回款记录中的金额、付款方名称等信息进行核对，检查电商平台资金的回收情况。我们共抽取 1041 笔客户应收账款的回款情况进行核对，核对应收账款金额为 17,030.93 万元，上述应收账款已基本收回，且回款单位均为对应客户，未见重大异常。

7、抽取境外客户的期后回款数据，检查期后回款情况。我们采用随机抽样的方法，选取了 138 个客户/渠道进行期后回款数据检查，上述客户/渠道期末余额合计 6,989.69 万元。检查结果为应收账款已基本收回，付款人均为对应的客户/渠道，未见重大异常。

8、从中国电子口岸网上服务平台导出出口数据与账面出口数据进行核对。公司通过 4 家子公司对外出口货物，4 家子公司分别为深圳市艾斯龙科技有限公

司、深圳市丹芽科技有限公司、深圳市鑫锋创新技术有限公司、长沙市泽宝科技有限责任公司，我们将 4 家子公司全年的账面出口收入与中国电子口岸网上服务平台导出的出口数据进行核对，具体情况如下：

### 2022 年度电子口岸数据核对表

单位：万美元

公司名称	账面出口金额	电子口岸导出数据	差异
深圳市艾斯龙科技有限公司	1,035,500.41	1,050,383.98	-14,883.57
深圳市丹芽科技有限公司	74,971,194.56	78,080,995.14	-3,109,800.58
深圳市鑫锋创新技术有限公司	51,216.50	51,216.50	-
长沙市泽宝科技有限责任公司	2,061,011.80	2,280,675.51	-219,663.71

如上表，部分子公司账面出口金额与电子口岸导出数据存在差异，存在的差异经分析、核实，确认主要系由于在报告期末公司入账时间与海关确认的出口时间存在少量时间性差异所致，经核对未见重大异常。

9、我们抽取部分电商平台店铺，将其发往电商平台仓库的发货数据与电商平台仓库的收货数据进行核对，分析合理性。从境外业务最大的美国、德国和日本抽查八个渠道的当期数据进行核对，核对金额 10,040.95 万元，经分析核对未见重大异常。

10、登录公司在电商平台开设的店铺，抽查部分商品的销售情况与公司账面进行核对，分析合理性。我们记录 40 种商品在销售页面显示的 Ratings（即有效评论数量），将 Ratings 与公司实际销售情况进行匹配，实际销售情况均大于 Ratings，总体合理。

11、我们与主要供应商访谈，确定公司的采购付款是否真实，从而验证收入的真实性。我们选择了 10 家供应商进行访谈，其中现场访谈 9 家、视频访谈 1 家，访谈供应商全年采购金额为 25,851.38 万元。通过对供应商的现场访谈核实相关情况，未见重大异常。

12、针对公司部分存货存放在亚马逊仓库的情况，我们从亚马逊平台导出库存记录（即 Daily inventory history（库存明细表））与公司账面库存记录进行核对，核对范围为所有亚马逊仓库，经核对未见重大异常。

13、针对跨境电商业务系统实施 IT 系统测试，聘请 IT 审计师对其信息系统实施了检查，包括一般控制测试和业务数据测试。一般控制测试主要包括系统开发、

系统变更、系统安全和运行维护，测试结果为控制领域有效。将OMS系统中记录的发货信息与亚马逊Date range reports中记录进行核对，确认其一致性，以确保OMS系统中记录的发货情况的真实性；通过对比亚马逊Date range reports中抽样订单与OMS系统中记录的对应物流信息，未发现异常；抽查会计期间内样本店铺的亚马逊Date range reports数据，与财务数据进行核对测试，未发现异常；通过对德区、美区、日区用户下单24小时分布合理性分析，认为报告期间内各平台德区、美区、日区用户下单数的24小时分布表现较为合理，未发现异常。

通过实施上述审计程序，我们已获取充分、适当的审计证据，未发现公司跨境电商业务收入的真实性和准确性存在重大异常。

2.你公司存货期末余额为 46,477.53 万元，其中库存商品和发出商品期末余额分别为 35,182.07 万元和 7,068.74 万元，合计占存货期末余额的 90.91%。你公司本期对库存商品计提 6,969.98 万元存货跌价准备，并转回 37,994.06 万元存货跌价准备。你公司未对发出商品计提存货跌价准备。请结合你公司库存商品、发出商品的产品类别，分别列示库存商品和发出商品金额、库龄、存放地点、计提跌价准备金额和比例，说明存货跌价准备计提的主要过程，存货跌价准备转回的主要依据，并分析存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性。

### 【回复】

一、请结合你公司库存商品、发出商品的产品类别，分别列示库存商品和发出商品金额、库龄、存放地点、计提跌价准备金额和比例

(一) 分类列示库存商品、发出商品金额、库龄、计提存货跌价准备金额和比例

单位：万元

产品类别	期末 账面余额	半年以内	半年至 1年	1年以上	存货跌价 准备	计提比例
精密五金						
库存商品	8,669.08	7,022.02	717.29	929.77	345.72	3.99%
发出商品	654.71	654.71			0.00	0.00%
小计	<b>9,323.79</b>	<b>7,676.73</b>	<b>717.29</b>	<b>929.77</b>	<b>345.72</b>	<b>3.71%</b>
跨境电商						
库存商品	26,512.99	11,492.99	4,125.32	10,894.68	10,828.13	40.84%

发出商品	6,414.03	6,414.03			0	0.00%
小计	<b>32,927.02</b>	<b>24,871.97</b>	<b>4,125.32</b>	<b>3,919.73</b>	<b>10,828.13</b>	<b>32.89%</b>
合计	<b>42,250.81</b>	<b>32,548.70</b>	<b>4,842.61</b>	<b>4,849.50</b>	<b>11,173.85</b>	<b>26.45%</b>

期末公司未对发出商品计提跌价准备，主要原因如下：

精密五金业务 2022 年末发出商品均有相应的销售订单匹配，无减值迹象。2023 年 1 月，发出商品已被客户签收，公司于当月确认销售收入并结转成本。该订单毛利正常，且无减值迹象，无需计提跌价准备。

跨境电商业务 2022 年末发出商品主要系公司四季度接到亚马逊订单，于 2022 年 11 月、12 月陆续从国内发往海外亚马逊，亚马逊 2023 年一季度陆续确认收货，公司亦于 2023 年一季度确认收入并结转至成本。该订单毛利正常，且无减值迹象，无需计提跌价准备。

## （二）库存商品存放地点及余额

单位：万元

产品类别	期末余额	存放地点
精密五金	2,205.52	顺德仓库
	3,917.50	清远仓库
	2,546.07	意大利仓
	654.7	发出商品
小计	<b>9,323.79</b>	
跨境电商	6,663.05	海外亚马逊平台
	7,783.13	美国自有仓
	1,334.99	国内自有仓
	1,160.48	德国自有仓
	330.01	日本自有仓
	1,205.96	境外第三方仓
	10,367.86	在途商品、发出商品
	2,606.14	EURO-TECH 仓
	1,475.4	海外沃尔玛、NGG 等平台
小计	<b>32,927.02</b>	
合计	<b>42,250.81</b>	

二、说明存货跌价准备计提的主要过程，并分析存货跌价准备计提的合理性、



充分性

公司业务分为精密五金和跨境电商，2022 年末，公司预计存货及计提跌价准备的情况如下：

单位：万元

项目	存货账面余额	存货跌价准备	存货账面价值
精密五金	13,550.50	467.46	13,083.05
跨境电商	32,927.02	10,828.13	22,098.89
合计	<b>46,477.53</b>	<b>11,295.59</b>	<b>35,181.94</b>

2022 年末公司计提存货跌价准备金额为 11,295.59 万元，其中，精密五金业务存货计提 467.46 万元，占期末存货跌价准备金额的 4.14%；跨境电商业务存货计提 10,828.13 万元，占期末存货跌价准备金额的 95.86%。下文主要说明跨境电商业务存货跌价准备的计提过程、计提充分性和合理性

(一) 跨境电商业务存货跌价准备的计提过程、计提充分性和合理性

2022 年末，跨境电商业务存货账面余额为 32,927.02 万元，计提存货跌价准备 10,828.13 万元，综合计提比例为 32.89%，具体情况如下：

单位：万元

分类	产品类别	期末余额	存货跌价准备	存货账面价值	计提比例
受“亚马逊封号”事件影响的主要产品	需清库库存	9,551.76	7,620.37	1,931.39	79.78%
	被封店铺库存	851.58	851.58	0.00	100.00%
	不良品、二手品等	491.87	491.87	0.00	100.00%
	小计	<b>10,895.21</b>	<b>8,963.82</b>	<b>1,931.39</b>	<b>82.27%</b>
正常产品	22,021.81	1,864.31	22,021.81	8.47%	
合计		<b>32,917.02</b>	<b>10,828.13</b>	<b>22,098.89</b>	<b>32.89%</b>

#### 1、计提依据及主要计算过程

(1) 公司存货跌价准备计提依据

资产负债表日，存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，可变现净值以存货的估计售价减去估计的销售费用后的金额确定。

(2) 可变现净值以及存货跌价准备计算过程

项目	说明	序号	计算过程
结存数量	单个存货期末结存数量	□	
采购单位成本	国内采购的初始成本	□	
运费单位成本	源仓至目的仓港口的运费，按照物流明细记录至各产品	□	
期末成本合计	采购成本+物流成本	□	$\square = \square * (\square + \square)$
销售单价	采用预计销售单价	□	
销售相关费用	平台费、推广费、运费、仓储费等	□	
可变现净值	结存数量*(销售单价-销售相关费用)	□	$\square = \square * (\square - \square)$
存货跌价准备	期末库存成本与可变现净值孰低	□	如果 $\square \geq \square$ , $\square = 0$ , 如果 $\square < \square$ , $\square = \square - \square$

## 2、存货跌价准备计提的充分性、合理性

(1) 公司期末将产品分为受亚马逊封号事件影响的库存商品和正常库存商品，分别计算其可变现净值，并根据计算结果计提存货跌价准备。

受亚马逊封号事件影响的库存商品年末金额 10,895.21 万元，货龄均一年以上。其中：被封店铺年末库存金额 851.58 万元，由于这部分库存为截至 2022 年末仍无法通过在被封店铺后台申请退仓，既无法在亚马逊平台打折出售，亦无法退仓后打折出售，且货龄已一年以上，因此公司将其判定为无商业价值的库存，可变现净值为 0，全额计提存货跌价准备；此外，截至 2022 年年末不良品、二手品库存金额 491.87 万元，货龄一年以上，经公司判断已无法出售，全额计提跌价准备。

其余仍可对外销售的货龄一年以上的库存截至 2022 年末库存金额 9,551.76 万元，公司将其定义为待清库库存，预计其销售价格和销售费用，计算可变现净值。这部分待清库产品在测算时若是无 2023 年一季度的最新价格，公司在充分考虑此类产品的市场销售状况后决策一定的销售折价系数，预估售价，并预估在销售过程中的运输费、处理费、推广费等，在第三方平台销售的还需预估销售平台费，测算其可变现净值，经测算，需计提存货跌价准备 7,620.37 万元，计提比率 79.78%。

公司期末正常库存商品 22,021.81 万元，经过测算其可变现净值，合计计提跌价 1,864.31 万元，计提比率 8.47%。

### (3) 与跨境电商同行业可比上市公司对比

单位：万元

可比上市公司	存货跌价准备	存货余额	计提比例
有棵树	38,756.57	58,219.38	66.57%
跨境通	6,928.41	48,787.42	14.20%
浔兴股份	6,928.41	48,787.42	14.20%
<b>可比公司平均</b>	<b>17,537.80</b>	<b>51,931.41</b>	<b>33.77%</b>
星徽股份跨境电商业务	10,828.13	32,927.02	32.89%

如上表所示，公司跨境电商业务存货跌价准备计提比率 32.89%，与同行业可比上市公司存货跌价准备平均计提比例 33.77%基本无差异。

综合以上，公司存货跌价准备计提过程符合企业会计准则的规定，存货跌价准备计提充分、合理。

(二) 说明存货跌价准备转销的主要依据，并分析存货跌价准备转销的合理性、充分性

1、存货跌价准备本年计提和转销情况

单位：万元

项目	2021.12.31	本年计提	本年转销	其他	2022.12.31
精密五金	699.94	233.63	466.11		467.46
跨境电商	41,648.32	6,791.92	37,610.60	1.49	10,828.13
<b>合计</b>	<b>42,348.26</b>	<b>7,025.54</b>	<b>38,076.72</b>	<b>1.49</b>	<b>11,295.59</b>

(1) 精密五金业务存货跌价准备转销情况

单位：万元

项目	账面余额	减值准备
2021年12月31日计提减值的存货	19,836.96	699.94
本年存货跌价准备转销	结转成本	转销跌价准备
对外销售	1,365.40	206.93
耗用	110.73	49.85
报废	427.64	208.04
其他减少	17.41	1.30
本年转销合计	1,921.18	466.11

(2) 跨境电商业务存货跌价准备转销情况

单位：万元

项目	账面原值	减值准备	比例
2021年12月31日计提减值的存货	70,106.15	41,648.31	59.41%
本年存货跌价准备转销	结转成本	转销跌价准备	
对外销售			
其中：受亚马逊封号事件影响的存货：	41,803.18	26,318.95	62.96%
正常产品	44,305.93		
对外销售小计	86,109.11	26,318.95	
报废	15,368.37	11,291.65	73.47%
本年结转合计	101,477.48	37,610.60	

公司存货跌价准备本年转销 38,076.72 万元，主要为跨境电商业务存货跌价准备转销 37,610.60 万元，占比 98.78%。以下主要分析跨境电商业务存货跌价准备转销的合理性、充分性。

## 2、跨境电商业务存货跌价准备转销的合理、充分性

存货跌价准备的转销，也即存货跌价准备的结转，指的是存货在出售或者领用或者报废时，按照存货成本和对应计提的存货跌价准备一起结转计入相关的成本或损益中。公司跨境电商业务存货本年对外销售结转成本 86,109.11 万元，其中受封号事件影响的存货本年对外销售结转成本 41,803.18 万元，存货跌价准备随销售转销 26,318.95 万元，转销比率 62.96%。此外本年公司定期对周转慢的存货进行清查，针对部分受封号事件影响的已不具备市场价值的库存，进行了集中报废处理，合计结转库存成本 15,368.37 万元，存货跌价准备随之转销 11,291.65 万元，转销比率 73.47%。以上综合转销比率 65.78%，与年初库存的跌价准备计提比率 59.41%相比，转销充分。

综上，公司存货跌价准备转销合理、充分。

请年审会计师结合公司库存商品、发出商品的物理存放分布情况，说明针对公司库存商品、发出商品等存货的真实性、准确性、完整性等所实施的具体审计程序及结果，公司存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性，是否获取充分、适当的审计证据。

### 【会计师意见】

公司业务分为精密五金和跨境电商，截止 2022 年 12 月 31 日存货余额如下：

单位：万元

项目名称	精密五金	跨境电商	合计
存货原值	13,550.50	32,927.02	46,477.53
其中：发出商品	654.34	6,414.40	7,068.74
存货跌价准备	467.46	10,828.13	11,295.59
存货净值	13,083.05	22,098.89	35,181.94

## 一、针对发出商品所实施的审计程序

### 1、精密五金业务形成的发出商品

公司精密五金业务发出商品余额为 654.34 万元，主要系公司出口五金产品，存在已出库报关尚未装船发运，控制权尚未转移的存货，公司将其列示于发出商品科目。我们获取了海关装船单等相关资料进行核查，未见重大异常。

### 2、跨境电商业务形成的发出商品

公司跨境电商业务发出商品余额为 6,414.40 元，主要系与亚马逊 VC 业务中，存在已出库发往亚马逊仓库，根据收入准则需在亚马逊确认收货并通知公司开具发票时确认收入的存货，公司将其列示于发出商品科目。我们核查了亚马逊期后的收货通知，以及货款收回情况，未见重大异常。

## 二、针对库存商品等存货的盘点情况

结合公司库存商品的物理存放分布情况，我们制定了存货监盘计划，并按计划对公司库存商品等存货（不含发出商品）进行监盘。

### 1、精密五金业务存货盘点情况

#### ①国内自有仓

公司精密五金业务存货主要位于广东顺德和清远，我们派出审计人员前往仓库现场进行存货监盘，监盘未见重大异常。

#### ②境外子公司 Saca 存货

子公司 Saca Precision Technology S.r.l.期末存货净值为 2,546.07 万元，该子公司由国富浩华意大利成员所审计并出具审计报告，我们根据《中国注册会计师审计准则第 1401 号——对集团财务报表审计的特殊考虑》的规定，实施利用其他注册会计师工作的审计程序，未见重大异常。

### 2、跨境电商业务存货盘点情况

跨境电商业务主要存货位于海外，根据跨境电商业务的特点，制定存货盘点

方案，具体实施情况如下：

(1) 海外平台仓库

①海外亚马逊平台仓库

公司将货物发往境外亚马逊仓库，经亚马逊仓库签收后，由亚马逊负责储存管理。通过登陆亚马逊平台后台系统获取亚马逊仓库于 2022 年 12 月 31 日存货结存数据，与财务账面记录中的存货数量进行核对，未发现异常。

②海外沃尔玛、NGG 等平台仓库

除亚马逊平台仓库外，公司有部分存货存放于海外沃尔玛、NGG 等平台仓库。我们登录海外沃尔玛、NGG 平台导出仓储数据，与公司账面存货进行核对，未见重大异常。

(2) 自有仓

①国内自有仓

跨境电商业务国内自有仓位于广东顺德，我们派出审计人员前往仓库现场进行存货监盘，监盘未见重大异常。

②美国自有仓

我们聘请本所海外成员所，对存放于美国自有仓的存货进行监盘，我们对海外会计师的工作全程关注。监盘结束后，海外会计师内部复核后，将监盘结果发回，我们对监盘结果进行核对后确认。

③德国、日本自有仓

针对位于德国、日本的自有仓，我们获取了相关的存货盘点表，并选取大额存货进行远程视频盘点。

(3) 海外第三方仓

针对存放于海外的第三方代保管仓，我们对主要第三方仓进行函证，第三方仓已基本回函，复核回函情况，未见重大异常。

(4) 境外子公司 EURO-TECH 存货

子公司 EURO-TECH Distribution 位于法国，该子公司由 Philippe PFLIMLIN 审计并出具审计报告，我们根据《中国注册会计师审计准则第 1401 号——对集团财务报表审计的特殊考虑》的规定，实施利用其他注册会计师工作的审计程序，未见重大异常。

(5) 在途货物等

在途货物主要系公司发往海外平台仓库，期末尚未入库的存货。我们核对了发往亚马逊、沃尔玛、shopify 等海外平台仓库存货的期后到货接收情况，未见重大异常。

对跨境电商业务存货实施盘点的情况，列表说明如下：

单位：万元

所在仓库	期末余额	实施的审计程序
海外亚马逊平台仓	6,663.05	获取亚马逊库存数据，与账面进行核对
海外沃尔玛、NGG 等平台仓	1,475.40	获取沃尔玛、NGG 等平台数据，与账面进行核对
国内自有仓	1,334.99	审计人员亲自盘点
美国自有仓	7,783.13	聘请国外会计师进行监盘
德国自有仓	1,160.48	远程视频盘点
日本自有仓	330.01	远程视频盘点
海外第三方仓	1,205.96	主要第三方仓已函证
EURO-TECH	2,606.14	国外会计师已审计该公司
在途货物等	10,367.86	检查期后到货情况等
<b>合计</b>	<b>32,927.02</b>	

综上，我们针对公司存货的真实存在性、完整性实施盘点等审计程序，未发现公司存货真实存在性、完整性存在重大异常。

### 三、针对存货核算的准确性实施的审计程序

针对公司报告期末存货核算的准确性，我们主要实施了以下审计程序：

- 1、了解存货的核算流程，确定存货核算方法符合企业会计准则的规定；
- 2、获取合并范围内主要公司的存货收发存报表进行核对；
- 3、对存货成本进行计价测试，确定存货成本结转的准确性；
- 4、对期末存货进行截止测试，确定公司存货记录在正确的会计期间。

### 四、针对存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性实施的审计程序

针对公司存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性我们主要实施了以下审计程序：

1、了解和评价管理层与存货减值测试相关的关键内部控制的设计和运行有效性；

2、了解管理层计算的可变现净值所涉及的重大判断和假设，对其运用的重大判断和假设合理性进行考虑和评价；

3、获取存货减值计算表，检查管理层对存货跌价准备的计算过程，测试管理层对存货可变现净值的计算是否准确，以及存货跌价准备计提金额是否准确；

4、检查存货减值相关信息在财务报表中的列报和披露是否准确。

综上，我们结合公司库存商品、发出商品的物理存放分布情况，针对公司库存商品、发出商品等存货的真实性、准确性、完整性实施相关审计程序，未发现公司报告期存货的真实性、准确性和完整性存在重大异常。同时，针对公司存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性实施相关审计程序，获取充分、适当的审计证据，未发现公司报告期存货跌价准备计提和转回的合理性、充分性存在重大异常。

3.你公司因收购泽宝技术形成的商誉账面原值为 101,052.89 万元，截止报告期末，你已经对上述商誉计提减值准备 67,997.24 万元。请结合你公司 2022 年跨境电商业务收入同比大幅下降的情况，说明商誉减值测试的主要计算过程与方法、重要假设、关键参数，以及采用的重要假设和关键参数的确定依据与合理性，报告期内未计提商誉减值是否合理。

#### 【回复】

##### （一）公司 2022 年跨境电商业务经营情况分析

在 2021 年度财务报告编制过程中，公司聘请了外部评估机构对含商誉资产组实施了相应的评估程序，并出具商誉减值测试评估报告，参考减值测试结果，公司于 2021 年末对泽宝技术所在资产组的商誉计提减值准备 67,997.24 万元，计提减值后商誉项目余额为 33,520.18 万元。2021 年度公司进行商誉减值测试时对泽宝技术 2022 年度经营预测，以及 2022 年实际完成情况对比如下：

单位：万元

项目	2021 年年报商誉减值测试预测的 2022 年度数据	2022 年实际数据
营业收入	145,987.51	122,849.82
营业收入增长率	-43.35%	-52.33%
毛利率	39.29%	31.39%
净利润	545.92	-22,114.14

2022 年跨境电商业务经营业绩同比下降且不达预期主要原因如下：

1、一方面受“亚马逊封号事件”影响，2022 年度泽宝技术营业收入较前期



下滑较大，公司根据业务情况，收缩、调整跨境电商业务，但实际营业收入与预期差异较小。鉴于 2022 年是预测期第一年且系业务调整过渡期，实际费用缩减情况低于预测，同时，2022 年公司积极发展“多平台、多渠道”的销售策略，相关新品牌、新产品仍处于前期推广，培育期毛利润较低且推广费投入较高导致亏损。

2、另一方面 2022 年因受地缘战争、通胀导致的居民购买力等诸多短期外部环境不利因素影响，加上原计划清理的“受亚马逊封号事件影响的库存”销售情况不及预期，导致产生了较大的亏损。同时公司预计由于“受亚马逊封号事件影响的库存”将于 2023 年销售完毕，且疫后工厂的生产恢复将有助于降低成本，预计该不利因素影响届时会消除。

综上，泽宝技术 2022 年实际业务经营规模与预期差异较小，净利润情况较预测情况存在较大差异，差异原因主要系受以前年度亚马逊封号事件影响，而该不利影响因素预计在 2023 年将得到缓解或消除，公司不存在业务经营能力持续恶化情况。

（二）商誉减值测试的主要计算过程与方法、重要假设、关键参数，以及采用的重要假设和关键参数的确定依据与合理性

### 1、评估方法及模型

根据评估准则的规定，执行以财务报告为目的的评估业务，应当根据评估对象、价值类型、资料收集情况和数据来源等相关条件，参照会计准则关于评估对象和计量方法的有关规定，选择评估方法。本次评估的目的是为委托人进行商誉减值测试提供价值参考，确定评估对象及其价值类型为包含商誉的相关资产组的可收回金额，按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》可收回金额为公允价值减处置费用与资产预计未来现金流量的现值孰高者。

根据会计准则的规定，资产预计未来现金流量的现值，应当按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。本次评估中采用的具体方法为现金流量折现法(CVEFCF)。

#### （1）现金流量折现法模型

本次现金流量折现法的基本模型为：

$$CVEFCF = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{(1+r)^{i-\frac{m}{12}}} + \frac{CF_n \times (1+g)}{(r-g) \times (1+r)^{n-\frac{m}{12}}} \quad (\text{式 7-1})$$

式 7-1 中:

CVEFCF——表示未来现金流量现值(the current value of the expected future cash flow)

$CF_i$ ——表示预测期第  $i$  期预计的现金流量,  $i=1,2,\dots,n$

$CF_n$ ——表示预测期末年即第  $n$  期预计的现金流量

$n$ 、 $i$ ——分别表示预测期和预测期第  $i$  年(期)

$g$ ——表示永续期年现金流量的年平均增长率

$m$ ——表示当评估基准日所在的月份(唯当评估基准日为年末时,  $m=0$ )

资产组第  $i$  期预计的现金流量( $CF_i$ )

=第  $i$  期预计能够独立产生的营业收入( $R_i$ )-第  $i$  期对应的预计营业成本( $C_i$ )

-第  $i$  期对应的预计的税金及附加( $OT_i$ )-第  $i$  期预计的管理费用( $ME_i$ )

-第  $i$  期预计的销售费用( $SE_i$ )-第  $i$  期预计营运资金增加额( $OC_i$ )

-第  $i$  期预计的为使资产达到预定可使用状态所发生的现金流出( $CC_i$ )

+第  $i$  期折旧摊销等非付现成本费用( $D_i$ )

即:  $CF_i = R_i - C_i - OT_i - ME_i - SE_i - OC_i - CC_i + D_i$  (式 7-2)

## (2) 预测期及收益期的确定

委托人及评估对象对应企业管理层对包含商誉的资产组 2023 年-2027 年各年的现金流量进行了预计, 并认为企业的管理模式、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, 其他长期资产可以通过更新或追加的方式延续使用, 包含商誉的相关资产组的预期收益在 2027 年达到稳定并保持持续。上述财务预算得到了企业管理层批准。

## (3) 折现率的确定

折现率  $R$  通过加权平均资本成本(WACC)估计(即  $R=WACC$ ), WACC 中的权益资本成本  $R_e$  通过资本资产定价模型(CAPM)估计。

$$WACC \text{ 数学模型: } R = WACC = R_d \times (1 - T) \times \frac{D}{D+E} + R_e \times \frac{E}{D+E}$$

因商誉减值测试现金流为税前现金流, 则对应税前折现率:

$$WACCBT = R_d \times \frac{D}{D+E} + \frac{R_e}{(1-T)} \times \frac{E}{D+E}$$

上式中：

R、WACC——折现率，加权平均资本成本

WACCBT——税前折现率

$R_d$ ——债权期望的报酬率或债务资本成本

$R_e$ ——股权期望的报酬率或权益资本成本

D——债权的市场价值

E——股权的市场价值

T——公司的所得税税率

CAPM 的数学模型： $R_e = R_f + \beta_e \times (R_m - R_f) + R_s$

上式中：

$R_f$ ——无风险利率

$R_m$ ——市场预期的报酬率

$MRP=R_m - R_f$ 表示市场风险溢价或权益风险溢价(ERP)

$\beta_e$ ——股权系统性风险系数或股权对市场的敏感度

$R_s$ ——特定风险报酬率

## 2、重要假设

### (1) 评估基准假设

#### 1) 交易基准假设

假设评估对象——资产组生产所需的原辅材料等所有投入和产出的产品或者其他产出(以下统称“与资产组相关的投入产出”)均处在正常的市场交易过程中，并依照评估基准日已有的结算条件进行结算。

#### 2) 持续经营假设和继续使用基准假设

假设与评估对象——资产组相对应的经济体于评估基准日所具有的经营团队、财务结构、业务模式、市场环境等基础上按照其既有的经营目标持续经营。

假设与评估对象——资产组相对应的所有资产均按目前的用途和使用的方式、规模、频度、环境等情况继续使用。

#### 3) 资产组基准假设

假设委托人对评估对象——资产组的确认/认定、初始计量及其于评估基准日后的后续计量(若存在)均符合有关会计准则的规定；且委托人/相关人提供的与

资产组相关的经营和财务数据与该资产组具有完整、合理和一致的对应关系。

假设委托人/相关人提供的与资产组相关的预计资产的未来现金流量，是以资产组的当前状况为基础。

## （2）一般假设

### 1) 评估外部条件假设

假设国家现行的有关法律法规及政策、国家宏观经济形势无重大变化，与资产组相关的业务所处地区的政治、经济和社会环境无重大变化；假设有关利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用、融资条件等不发生重大变化；假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素对企业造成重大不利影响。

2) 与评估对象有关的资产均处在正常使用中。

3) 与资产组相关的经营和财务数据的预测资料符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》的相关规定，与评估对象——资产组具有完整、合理和一致的对应关系。

4) 假设资产组对应企业的业务范围、经营政策在未来不会发生较大变化，且其业务的未来发展趋势与预测趋势基本保持一致。

5) 假设与资产组相关的现金流入或流出为均匀发生。

6) 假设资产组对应企业的经营办公场所及各地仓库已签租约合法、有效，实际履行，不会改变和无故终止；假设资产组对应企业在合同到期后能够继续承租，并继续按照现有合同约定条款继续使用。

## 3、主要计算过程与关键参数及其确定依据

### （1）资产组的划分

泽宝技术为跨境电商行业，业务与公司其他主体存在显著差异，且独立经营、能够独立产生现金流量，因此公司将泽宝技术的经营性长期资产划分为收购泽宝技术形成商誉所在资产组，截至 2022 年 12 月 31 日，含商誉的资产组账面价值为 42,242.99 万元。

### （2）预测期的确定

公司根据泽宝技术历史经营情况、发展战略以及宏观经济环境及其所在行业的现状与发展前景，对包含商誉的资产组 2023 年-2027 年各年的现金流量进行了预计，并认为公司的管理模式、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，其他长期资产可以通过更新或追加的方式延续使用，包含商誉的相关资产组的预期收益在 2027 年以后达到稳定并保持持续。

### (3) 营业收入的预测

2022 年末商誉减值测试时，公司基于其历史期的发展速度、电商行业发展趋势、未来自身的经营规划等对收入进行了预测。收入预测情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	稳定期
营业收入	120,346.16	149,174.28	173,789.92	189,707.13	197,618.14	197,618.14
增长率	-2.04%	23.95%	16.50%	9.16%	4.17%	0.00%

#### 1) 经营情况分析

泽宝技术跨境电商业务 2021 年以来经营规模下降较多，主要系自 2021 年 6 月以来随着亚马逊平台进一步提高运营规则的监管强度，泽宝技术旗下 RAVPower、Taotronics、VAVA、Anjou、Sable、Hootoo 等主要品牌的店铺因“违反亚马逊的条款和条件或政策”被亚马逊暂停销售，其被亚马逊平台暂停销售的站点(站点为店铺的最小单元)累计超过 300 个，占公司在亚马逊平台站点总数的 70%左右，受此影响，公司跨境电商业务经营规模大幅下滑。

出现“亚马逊封号事件”后，公司积极应对，并采取以下措施应对风险：

#### ①推动多平台、多渠道经营策略

公司收购泽宝技术以来，亚马逊线上收入快速增长，单一平台经营风险越来越高。公司积极发展“多平台、多渠道”的销售策略，通过积极开拓独立站、沃尔玛、eBay 等新平台及线下渠道布局，逐步降低对亚马逊单一平台的依赖。公司在北美、欧洲、中东、日本及亚太地区已经建立了成熟的线下销售渠道，并在美国、德国、英国和日本设有本地子公司负责本地化的线下销售运营与管理。2021 年度泽宝技术通过自营平台(独立站)沃尔玛平台、线下渠道等非亚马逊渠道实现营业收入 6.05 亿元人民币，较 2020 年度的 3.15 亿元人民币同比增长 92.03%；在跨境电商业务总收入的占比为 23.46%，较 2020 年同比增长 16.87 个百分点，逐渐降低对亚马逊单一平台的依赖。

#### ②收购其他品牌，快速打开线下+线上市场

2021 年、2022 年公司完成对法国 EURO-TECH 公司合计 70%的股权收购，收购完成后，公司利用 EURO-TECH 及旗下其他品牌开展线上+线下业务，

EURO-TECH 大部分业务在欧洲地区，拥有法国较为完整的商超资源，与法国主流的大型超市建立了稳定合作关系，具备一定的品牌和渠道优势，有利于泽宝技术进一步拓展及布局法国和欧洲的线下市场。2022 年该品牌业务为泽宝技术贡献收入约 2.93 亿元，占公司电商业务 2022 年度销售收入的 23.86%。

2) 与 2021 年度商誉减值测试预测差异分析

泽宝技术 2021-2022 年商誉减值测试收入指标对比情况如下：

单位：万元

项目	2021 年商誉减值测试预测数据				
	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
营业收入 (A1)	145,987.51	184,267.17	214,814.05	233,748.58	240,897.19
收入增长率 (A2)	-43.35%	26.22%	16.58%	8.81%	3.06%
项目	2022 年商誉减值测试预测数据				
	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入 (B1)	120,346.16	149,174.28	173,789.92	189,707.13	197,618.14
收入增长率 (B2)	-2.04%	23.95%	16.50%	9.16%	4.17%
项目	2021 年与 2022 年商誉减值测试预测数据差异				
	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
营业收入 (B1-A1)	-63,921.01	-65,639.78	-59,958.67	-51,190.06	-43,279.05
收入增长率 (B2-A2)	-28.26%	7.38%	7.69%	6.10%	-

由上表可见，2022 年商誉减值测试预测期收入预测金额及增长率均低于 2021 年商誉减值测试预测期预测金额，主要原因为 2022 年度原受“亚马逊封号事件”影响的存货销售不及预期，本年度根据实际销售情况及未来销售计划对预期进行调整。

2023 年收入预测中已充分考虑了以前年度不利因素以及新产品调整过度时期的影响，同时由于上述不利因素影响预计在 2023 年度以后消除，故预测跨境电商业务恢复性增长，预测期收入增长率为 23.95%-4.17%，永续期增长率设定为 0%。上述预测考虑了历史经营情况，以市场需求变化为基础，接近现实情况。

(4) 营业成本

2022 年末商誉减值测试时，在历史数据的基础上，预计的营业成本金额及占毛利率比例情况如下：

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	稳定期
营业成本 (万元)	74,864.92	90,029.32	104,739.21	114,223.71	118,787.95	119,051.06
毛利率	37.79%	39.65%	39.73%	39.79%	39.89%	39.76%

营业成本主要由采购成本、物流成本、摊销模具费及专利费构成。

泽宝技术 2018-2020 年度营业成本总体与营业规模成正比且逐渐趋于稳定状态。2021-2022 年度受亚马逊封号事件影响，导致大量产品降价销售，采购成本、物流成本较以前年度大幅上涨，毛利率明显下降。

上述不利因素预计于 2023 年以后消除，公司未来年度相关成本按以前年度占主营业务收入比重的平均占比结合实际情况确定进行预测，预计在 2023 年以后毛利率逐步趋于稳定。

#### (5) 经营费用

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	稳定期
期间费用	43,473.48	50,510.78	58,740.82	64,209.46	67,007.41	66,785.20
其中：销售费用	36,972.18	42,646.00	49,449.21	53,961.87	56,336.12	56,351.36
管理费用	4,594.50	5,651.98	6,547.22	7,107.43	7,419.88	7,176.31
研发费用	1,632.43	1,872.73	2,348.20	2,707.68	2,800.89	2,807.01
财务费用	274.36	340.08	396.20	432.48	450.52	450.52

经营费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用及财务费用。

从总体来看，泽宝技术 2018-2020 年度期间费用总体与营业规模成正比且逐渐趋于稳定状态，2021-2022 年由于亚马逊平台关店事件影响，公司收入规模大幅下降，期间费用占比上涨。本次预测期按照企业经营规划，结合实际期间费用缩减情况，预计 2023 年期间费用较以前年度下降，同时随着收入恢复情况逐步上涨。

#### (6) 息税前利润率

根据上述预测结果计算得出，2023 年-2027 年息税前利润率为 1.63%-5.94%。

#### (7) 税前折现率

2022 年度商誉减值测试折现率采用 WACC 计算，计算的税前折现率为 15.58%，其中涉及到的主要参数如下：

项目	主要参数	描述
无风险报酬率(Rf)	3.59%	选取口径均为距到期剩余年限超过 10 年以上的国债到期收益率。
市场期望报酬率(Rm)	10.43%	选用沪深 300 指数(CSI300)自 2014 年 12 月起的各计算区间内的市场收益率的算术平均值。

权益贝塔系数( $\beta$ )	0.8227	选择与泽宝技术商誉相关资产组主营业务可比性高的相同 5 家跨境电商（与 2021 年度减值测试一致）计算所处跨境电商行业的系统风险系数。
个别风险系数 ( $R_s$ )	3.50%	与 2021 年度减值测试一致。
付息债务成本 ( $R_d$ )	3.92%	选用企业自身加权平均债务成本。
折现率	15.58%	

2021 年和 2022 年商誉减值测试折现率预测差异产生的主要原因为无风险报酬率、市场期望报酬率及系统风险系数选取样本每年正常波动造成，具体分析如下表：

项目	2022 年	2021 年	差异原因分析
无风险报酬率( $R_f$ )	3.59%	3.66%	2021 年及 2022 年选取口径均为距到期剩余年限超过 10 年以上的国债到期收益率，由于每年具体样本存在正常更新变动，使得计算出来的无风险报酬率有一定差异，均在合理范围内。
市场期望报酬率 ( $R_m$ )	10.43%	10.72%	2021 年及 2022 年均选用沪深 300 指数(CSI300)自 2014 年 12 月起的各计算区间内的市场收益率的算术平均值。由于每年样本数据均存在一定的更新变动致使计算出来的市场期望报酬率有一定差异，均在合理范围内。
权益贝塔系数( $\beta$ )	0.8227	0.9544	2021 年及 2022 年均选择范围一致的 5 家跨境电商可比公司计算所处跨境电商行业的系统风险系数，差异为正常市场波动导致。
个别风险系数 ( $R_s$ )	3.50%	3.50%	一致
付息债务成本 ( $R_d$ )	3.92%	3.93%	2021 年及 2022 年均选用企业自身加权平均债务成本，借款利率及权重占比变化导致。
折现率	15.58%	15.94%	

由上表可以看出，与 2021 年报商誉减值测试相比，2022 年度商誉减值测试时折现率各项参数选取及计算逻辑一致，2022 年度所用参数和指标是基于当前客观实际情况做出的合理预测，取值合理。

#### (8) 2022 年度商誉减值测试结论

根据上述计算参数计算的 2022 年度商誉减值测试过程如下：

单位：万元

项目	计算式	备注	金额
商誉原值	□	合并日确定的金额	101,052.89
历史年度商誉减值准备余额	□	历史年度已计提的减值准备	67,997.24
商誉的账面价值	□=□-□	已计提减值准备后的净额	33,055.65



资产组的公允价值	□	调整后长期资产的公允价值	9,187.34
包含商誉资产组的公允价值	□=□+□		42,242.99
资产组预计未来现金流量现值	□	可收回金额	42,763.01

本次减值测试中，商誉对应资产组可收回金额大于已计提减值准备后的净额，因此 2022 年底不存在需要计提商誉减值准备的情况。

### （三）报告期内未计提商誉减值是否合理

报告期内未计提商誉减值主要基于以下原因：

#### （1）全球消费线上化趋势明确，新市场、新模式驱动增长

疫后消费线上化趋势延续，根据 eMarketer 预计，2026 年全球电商市场规模有望达 8.1 万亿美元，2026 年全球电商渗透率有望达 24%，全球电商市场规模 2019-2021 年 CAGR 为 22%。尽管全球已进入常态化防控阶段，但消费者线上购物的习惯仍然得以保持，根据麦肯锡调研，疫后依然会偏好线上购物的用户数在不同品类提升 5%-15%。

受益于全球跨境电商行业及我国制造业的整体发展，在跨境电商市场整体规模不断增长的背景下，我国跨境电商出口行业未来仍有巨大的发展空间。

#### （2）品牌出海迈入高质量发展新阶段，公司自主品牌优势明显

早期，凭借国内的劳动力优势，中国制造的高性价比产品快速打开海外市场，但也带来了消费者价格敏感、用户粘性较差等问题。经过二十余年发展，随着我国跨境电商模式的逐渐成熟、产业链布局的逐渐深入，以及行业竞争的日益激烈，国内跨境电商卖家正在实现从中国制造到中国品牌的升级，以提升消费者心智并强化议价能力。根据凯度及艾瑞咨询，发达市场消费者对中国品牌的品牌认知和购买意向逐年提升，品牌力的提升有望驱动跨境电商市场规模的进一步增长，根据海关总署及艾媒咨询预测，2024 年我国跨境电商出口市场规模有望达 2.95 万亿，2022-2024CAGR 约为 22%，在全球电商市场(除中国)占比有望由 2021 年的 8.6%提升至 2024 年的 13.1%。

泽宝技术的终端用户主要是美国、欧洲、日本等发达国家或地区的中产阶级消费者，具有相对较高的教育和购买力水平，注重产品品质和服务质量，愿意为所认可的品牌产品支付相应的品牌溢价。泽宝技术在国内出口跨境电商中较早认识自有品牌的重要性，持续从事自有品牌建设，目前产品基本为自有品牌产品，

并通过产品的持续宣传和口碑的长期渗透，与市场同类竞品形成品牌差异化竞争优势，提高了与终端用户的粘性和忠诚度，也为自身进一步开拓线下渠道奠定了品牌基础。

### （3）公司供应链整合优势

中国跨境电商有着“全球货源基地”的制造基础，拥有优质的供应链资源。虽然近年来中国劳动力成本有所上升，但与发达国家劳动力成本相比仍然较低，在未来一段期间内较低的劳动力成本仍将是我国制造业在国际贸易分工中的一大优势；同时，作为全世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，中国制造业上下游配套齐全，基础设施完善，为跨境电商提供丰富、优质的产品。同时，作为中国外贸的重要力量，出口跨境电商也为中国制造业创造动能，并推动制造业加速向“数字化、网络化、智能化”发展，促进了实体经济繁荣。

泽宝技术以整合优质供应商、合作共赢、共同提升为合作理念，建立了供应商分级管理制度和质量管理体系，与战略供应商建立了深度协同的合作关系。泽宝技术供应链管理中心全流程参与供应商管控，帮助供应商提高生产良率、改进生产工艺，确保快速交付。通过建立完善的产品品质控制体系，公司已形成从供应商管理、成品品质管理到客户反馈管理的整个品质管理链。

### （4）泽宝技术一季度经营情况稳步向好

根据 2022 年度商誉减值测试预测数据，结合泽宝技术 2023 年一季度经营情况来看：

单位：万元

项目	商誉减值测试预测 2023 年全年数据	2023 年一季度 实际数据	完成率
营业收入	120,346.16	28,756.98	23.90%
毛利率	37.79%	38.98%	103.16%
净利润	1,960.14	1,412.24	72.05%

注：2023 年一季度财务数据未经审计。

由上表可以看出，泽宝技术在 2023 年一季度扭亏为盈，净利润实现盈利 1,412.24 万元，业务恢复情况较好，已完成 2023 年全年预测指标的 72.05%。

综上，泽宝技术虽然 2022 年经营业绩未达预期，但由于全球跨境电商市场机遇和市场规模好于预期，公司拥有具备一定影响力的自主品牌，且具备供应链整合优势，同时前期导致经营状况恶化的因素已基本消除。公司一季度已扭亏为

盈，经营状况稳步向好，预计跨境电商业务未来将持续发展。因此,公司 2022 年度未对收购泽宝技术形成的商誉计提减值准备，具有合理性。

**请年审会计师核查并发表明确意见。**

**【会计师意见】**

截至 2022 年 12 月 31 日，公司合并报表中商誉主要系 2018 年收购泽宝技术 100% 股权确认的商誉 101,052.89 万元，公司已对上述上誉计提减值准备 67,997.24 万元。因商誉减值测试的评估需依赖管理层的判断，减值评估涉及确定折现率、未来期间销售增长率、毛利率等评估参数，商誉减值测试的评估过程复杂，且商誉减值计提金额较大，对财务报表影响重大，其所基于的假设，受到预期未来市场和经济环境的影响而有可能改变，因此我们将商誉减值识别为关键审计事项。

针对收购泽宝技术形成商誉的减值测试，所实施的重要审计程序包括：

- 1、了解和评价管理层与商誉减值测试相关的关键内部控制的设计和运行有效性；
- 2、评价管理层聘请外部评估机构专家的胜任能力、专业素质和客观性；
- 3、与管理层聘请的外部评估机构专家讨论商誉减值测试的目的、商誉减值测试过程中所使用的方法、对公司商誉所属资产组的认定、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；
- 4、与管理层讨论商誉减值测试过程中所使用的方法、对公司商誉所属资产组的认定、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；
- 5、与我们聘请的外部评估机构专家讨论商誉减值测试的目的、商誉减值测试过程中所使用的方法、对公司商誉所属资产组的认定、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；
- 6、将公司管理层在以往年度商誉减值测试过程中所使用的关键评估的假设和参数、预测的未来收入及现金流量等，与本年度所使用的关键评估假设和参数、本年经营业绩等作对比，以评估管理层预测过程的可靠性和历史数据准确性；
- 7、测试未来现金流量净现值以及商誉减值的计算是否准确。

通过实施上述审计程序，我们未发现公司对泽宝技术商誉减值测试的主要计

算过程与方法、重要假设、关键参数，以及采用的重要假设和关键参数的确定依据，以及报告期内未计提商誉减值的合理性存在重大异常。

4.你公司总资产期末余额为 229,102.45 万元，总负债期末余额为 211,962.22 万元，期末资产负债率为 92.52%。货币资金期末余额为 29,041.17 万元，受限制的货币资金占货币资金期末余额的比例为 49.49%，短期债务期末余额为 78,669.14 万元，有息负债期末余额为 90,335.47 万元。货币资金占短期债务比例为 36.92%。

(1) 请说明有息负债形成原因、主要类型及用途、到期日期及金额，并结合你公司近期债务到期情况及未来一年内到期金额、可自由支配的货币资金、现金流及重要收支安排、公司融资渠道及融资能力等，分析你公司是否具备足够债务偿付能力，是否存在流动性风险。

**【回复】**

(一) 公司所有有息负债的形成原因、主要类型及用途、到期日期及金额

单位：万元

类别/用途	形成原因	2023年3月31日以前	2023年6月30日以前	2023年9月30日以前	2023年12月31日以前	合计
<b>一、短期借款：</b>						
日常经营	Payoneer 融资	464.31				464.31
日常经营	支持企业的政府担保贷款		371.60		742.29	1,113.89
日常经营	银行贷款	563.94	4,300.00	5,500.00	9,300.00	19,663.94
日常经营	应收票据贴现	2,933.25				2,933.25
应计利息	应计利息	68.02				68.02
<b>合计</b>		<b>4,029.51</b>	<b>4,671.60</b>	<b>5,500.00</b>	<b>10,042.29</b>	<b>24,243.40</b>
<b>二、一年内到期的非流动负债：</b>						
<b>1、一年内到期的长期借款</b>						
并购贷款	并购泽宝贷款	17,800.00	1,505.00			19,305.00
日常经营	银行中长期贷款				525.00	525.00
<b>小计</b>		<b>17,800.00</b>	<b>1,505.00</b>		<b>525.00</b>	<b>19,830.00</b>
<b>2、一年内到期的长期应付款</b>						

租赁负债	仓库及办公场地租赁			86.71	1,948.51	2,035.22
日常经营	售后回租融资应付款	522.05	267.11			789.16
泽宝技术经营	泽宝技术增资款及利息				31,771.35	31,771.35
小计		522.05	267.11	86.71	33,719.86	34,595.73
合计		18,322.05	1,772.11	86.71	34,244.86	54,425.73
<b>三、长期借款：</b>						
用途	形成原因	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计金额
日常经营	银行中长期贷款	0.00	5,580.25	6,047.50	0.00	11,627.75
应计利息		38.58	0.00	0.00	0.00	38.58
合计		38.58	5,580.25	6,047.50	0.00	11,666.33
总计		22,390.14	12,023.97	11,634.21	44,287.15	90,335.47

上述短期借款中，应收票据贴现 2,933.25 万元系公司已贴现的银行承兑汇票，由于承兑银行信用等级不高，在票据到期日前公司仍负有连带责任，故报表中仍反应在负债项目，上述票据期后并未发生需公司承担连带偿还责任的情形；银行贷款为公司与长期合作的中国农业银行、顺德农村商业银行等签订授信协议以及借款协议，公司提供厂房等资产抵押，截至 2022 年底余额 19,663.94 万元。至本回函日，公司银行到期贷款已正常续贷，后续到期额度已有续贷安排；Payoneer 融资 464.31 万元，期后已到期全部偿还；政府担保贷款 1,113.89 万元，将通过公司日常经营资金偿还。

一年内到期的长期借款中，中国建设银行并购贷款 15,900 万元还款日已延期至 2024 年 2 月，中国农业银行并购贷款 3,405.00 万元将安排转为流动资金贷款，将于 2023 年底到期的银行中长期贷款 525.00 万元将通过公司日常经营资金偿还。

一年内到期的长期应付款中，租赁负债 2,035.22 万元为根据新租赁会计准则核算产生的，并非公司向金融机构贷款；售后回租融资应付款 789.16 万元截至目前已到期并全部偿还；泽宝技术增资款及利息 31,771.35 万元拟通过定向增发等方式筹集资金偿还。

银行中长期贷款 11,627.75 万元为厂房等固定资产资产抵押贷款，偿还期限 1 年以上，到期后偿还并视资金需求或继续贷款。

(二) 公司近期债务到期情况及未来一年内到期金额、可自由支配的货币资

## 金、现金流及重要收支安排、公司融资渠道及融资能力情况

### 1、公司近期债务到期情况及未来一年内到期金额

单位：万元

项目	金额	2023年6月到期	2023年9月前到期	2023年12月前到期	2024年5月前到期
短期借款	20,213.89	2,371.60	5,500.00	10,042.29	2,300.00
一年内到期的非流动负债	50,498.68	267.11		34,331.57	15,900.00
长期借款	3,970.00				3,970.00
合计	<b>74,682.57</b>	<b>2,638.71</b>	<b>5,500.00</b>	<b>44,373.86</b>	<b>22,170.00</b>

公司近期及未来一年内到期债务金额较少，其中短期借款均有续贷安排；2023年12月前到期短期借款10,042.29万元为农业银行、顺德农村商业银行流动资金贷款；一年内到期的非流动负债34,331.57万元，其中泽宝技术增资款及利息31,771.35万元（利息计算至2023年3月31日，下同），租赁负债2,035.22万元，银行中长期流动资金代理525.00万元。

### 2、公司2022年、2023年一季度及同期现金流量情况

单位：万元

项目	2023年一季度	2022年一季度	2022年度
<b>经营活动产生的现金流量：</b>			
经营活动现金流入小计	36,018.95	62,320.04	248,943.41
经营活动现金流出小计	39,237.66	61,525.37	234,556.77
经营活动产生的现金流量净额	-3,218.71	794.67	14,386.64
<b>投资活动产生的现金流量：</b>			
投资活动现金流入小计	1,597.69	7,882.96	16,074.52
投资活动现金流出小计	2,430.42	9,226.80	20,408.73
投资活动产生的现金流量净额	-832.73	-1,343.84	-4,334.21
<b>筹资活动产生的现金流量：</b>			
筹资活动现金流入小计	6,736.91	4,689.61	46,150.35
筹资活动现金流出小计	9,381.81	12,610.34	58,966.76
筹资活动产生的现金流量净额	-2,644.89	-7,920.74	-12,816.41
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-84.91	452.18	316.58
现金及现金等价物净增加额	-6,781.25	-8,017.73	-2,447.41
期末现金及现金等价物余额	7,886.71	9,097.65	14,667.96

如上表所示，2022 年现金及现金等价物净减少 2,447.41 万元，主要原因为经营活动现金流量净额用于弥补筹资活动和投资活动的净现金流出。

公司 2023 年一季度现金及现金等价物净减少 6,781.25 万元，主要原因为经营活动现金净流量减少以及筹资活动现金净流量减少，但同比现金及现金等价物净增加额减少收窄，投资活动净现金流出减少，筹资活动净现金流出大幅下降，融资形势稳定。2023 年一季度经营活动现金净流量为-3,218.71 万元，主要原因为跨境电商业务一季度支付供应商货款增加，使得公司一季度采购商品支付的现金大于销售商品收到的现金，影响经营活动现金净流量。从公司经营层面，2023 年一季度公司已扭亏为盈，合并净利润 558.13 万元。随着公司跨境电商业务封号事件影响的逐步减弱，公司盈利能力将逐步好转，现金流亦将随公司经营发展进入良性周转。

### 3、截止 2023 年 3 月 31 日，公司可自由支配的货币资金及银行授信情况

项目	金额	说明
可自由支配的货币资金	7,886.71	已扣除诉讼冻结资金 9,928.50 万元，承兑汇票保证金、指定用途的国家补助等受限资金 3,293.13 万元。
银行授信额度	72,965.00	截至 2022 年 3 月 31 日尚未使用的授信额度为 3,523.82 万元。
合计	80,851.71	

从上述公司债务近期及未来一年内到期情况、可自由支配的货币资金、现金流情况看，近期及未来一年到期的短期借款和中长期贷款为公司长期合作银行贷款，且均提供厂房等资产抵押担保，能够顺利续贷；租赁负债 2,035.22 万元，为租赁仓库及办公场地等适用租赁会计核算金额。以上贷款转贷、贷款利息和租赁费用等公司日常经营活动现金流能提供充足资金来源；泽宝技术少数股东增资款部分，公司与出资人沟通渠道畅通，增资款及利息金额为 31,771.35 万元，公司将安排定向增发等渠道筹集资金偿还。

在融资渠道和融资能力方面，公司现有融资渠道畅通，抵押担保充足。公司与中国建设银行、中国农业银行、顺德农村商业银行等多家金融机构建立了长期合作关系，报告期内，公司未发生过贷款逾期归还等不良情况。截至 2023 年 3 月末，公司在各银行机构有 72,965.00 万元的授信额度，尚未使用的授信额度为 3,523.82 万元，公司融资渠道丰富，融资能力良好。随着经营稳步发展，公司日

常经营将产生经营性净现金流入，足以偿付一年内到期的有息负债。综上，公司不存在流动性风险。

**(2) 请说明货币资金受限的具体情况及主要原因，是否影响你公司日常经营活动。**

**【回复】**

公司 2023 年 3 月末货币资金质押、冻结情况

单位：万元

项目	期末金额	质押、冻结原因
货币资金期末金额	21,108.34	
减：保证金等限定用途资金	3,293.13	承兑汇票保证金、贷款保证金、信用卡及信用证保证金、远期锁汇保证金、指定用途的国家补助等
诉讼冻结款	9,928.50	诉讼冻结
可自由支配的货币资金	7,886.71	--

截至 2023 年 3 月 31 日，公司受限货币资金主要包括保证金等限定用途资金 3,293.13 万元和诉讼冻结款 9,928.50 万元。扣除受限资金后，公司可自由支配的货币资金余额为 7,886.71 万元。其中，保证金等限定用途资金为日常经营活动受限货币资金，为保证日常经营进行服务；诉讼冻结款包括与泽宝技术原股东孙才金等的股份限售解除诉讼冻结款 1,483.42 万元，与泽宝技术原股东 Sunvalley E-commerce (HK) Limited 的股权转让款诉讼冻结款 7,287.15 万元，其余 1,157.93 万元为与泽宝技术供应商买卖合同纠纷诉讼冻结款。

截至 2023 年 3 月 31 日，扣除诉讼冻结款后，公司货币资金余额为 12,279.84 万元，公司目前业务发展较好，正常经营现金净流量充足，银行融资形势稳定，诉讼冻结款不影响公司日常经营。

**(3) 请说明为降低资产负债率已采取和拟采取的措施。**

**【回复】**

2022 年末公司总资产余额为 229,102.45 万元，总负债余额为 211,962.22 万元，期末资产负债率为 92.52%，2023 年一季末公司资产负债率降低到 90.75%。为降低资产负债率，公司多方面采取措施，主营业务方面，公司通过加强经营管理，做强五金业务和电商业务双主业，为降低资产负债率提供根本保障。一是加



强销售货款管理，及时回收到期货款；二是加强存货管理，制定更严格的库存管理目标，及时清理呆滞库存，提高存货周转率，减少资金占用；三是积极拓展业务，开发市场获取订单；四是减员增效，节约成本支出。直接融资方面，公司将发挥上市公司平台优势，积极拓展融资渠道，通过定向增发等再融资手段，提高偿债能力，降低公司资产负债率。

请年审会计师核查并发表明确意见。

**【会计师意见】**

我们没有发现公司存在重大的流动性风险，受限货币资金未对公司日常经营活动产生重大不利影响，公司已采取相关措施降低资产负债率。

6.报告期末，你公司其他应收款期末余额为 6,661.28 万元，其中往来款期末余额为 1,430.64 万元，税款赔偿款期末余额为 3,414.64 万元，税款赔偿款账龄为 2-3 年。

(1) 请说明你公司主要往来款项的形成原因，应收款客户名称、关联关系、往来金额、账龄、坏账准备计提情况等，是否可能构成提供财务资助或者资金占用。

**【回复】**

(一) 2022 年末公司主要往来款项余额及形成原因、客户名称、关联关系情况

单位：万元

序号	名称	形成原因	关联关系	期末余额
1	主管税务局	应收退税费款	非关联方	219.70
2	深圳**科技有限公司	属于关联方时形成的往来款	非关联方	161.65
3	叶**等 10 人	购房无息借款	公司员工	129.00
4	** Technology Co.,Limited	属于关联方时形成的往来款	非关联方	106.12
5	Kelly Chin 2781	信用卡及银行扣款业务往来	非关联方	98.24
6	深圳市***科技开发有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	97.82
7	江苏****科技有限公司	应收账款延期利息	非关联方	97.63
8	杭州**科技有限公司	网上直播业务往来款	非关联方	60.00
9	员工工伤医院往来	工伤预付款	非关联方	54.88
10	宁波****卫厨有限公司	五金业务往来款	非关联方	75.31
11	**机械股份有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	52.00

12	东莞市***塑胶纸品有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	27.87
13	杭州**网络传媒有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	20.00
14	东莞市**模具制品有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	19.32
15	东莞市**智能制造科技有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	18.57
16	东莞**智能科技有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	13.35
17	佛山市***电器有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	12.71
18	***电子科技（厦门）有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	10.85
19	深圳市***电子科技有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	9.00
20	深圳市***电子有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	7.20
21	广东**电器实业有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	5.97
22	深圳市****显示技术有限公司	供应商预付款预计无法收回转入	非关联方	5.10
合计				<b>1,302.29</b>

2022 年末，公司主要往来款项均为公司日常经营业务发生，不存在向关联方提供财务资助或关联方资金占用情况。

（二）2022 年末其他应收款中公司主要往来款项账龄、坏账准备计提情况  
（单位：万元）

序号	项目名称/客户/单位	期末余额	1年以内	1至2年	2至3年	3至4年	4至5年	5年以上	坏账准备	比率	说明
1	主管税务局	219.70	219.7	0	0	0	0	0	17.8	8.10%	账龄组合
2	深圳**科技有限公司	161.65	161.65	0	0	0	0	0	8.08	5.00%	账龄组合
3	叶**等 10 人	129.00	45	84	0	0	0	0	0	0.00%	信用风险极低组
4	** Technology Co.,Limited	106.12	106.12	0	0	0	0	0	5.31	5.00%	账龄组合
5	Kelly Chin 2781	98.24	98.24	0	0	0	0	0	4.91	5.00%	账龄组合
6	深圳市***科技开发有限公司	97.82	0	28.41	69.42	0	0	0	97.82	100.00%	单项计提
7	江苏****科技有限公司	97.63	0	0	37.38	60.25	0	0	84.9	86.97%	账龄组合
8	杭州**科技有限公司	60.00	0	60	0	0	0	0	30	50.00%	单项计提
9	员工工伤医院往来	54.88	43.88	10.98	0	0.02	0	0	9.75	17.77%	账龄组合
10	宁波****卫厨有限公司	75.31	0	0	0	0	0	75.31	75.31	100.00%	单项计提
11	**机械股份有限公司	52.00	0	52	0	0	0	0	52	100.00%	单项计提
12	东莞市***塑胶纸品有限公司	27.87	0	27.87	0	0	0	0	27.87	100.00%	单项计提
13	杭州**网络传媒有限公司	20.00	20	0	0	0	0	0	1	5.00%	账龄组合
14	东莞市**模具制品有限公司	19.32	0	0	19.32	0	0	0	19.32	100.00%	单项计提
15	东莞市**智能制造科技有限公司	18.57	0	0	18.57	0	0	0	18.57	100.00%	单项计提
16	东莞**智能科技有限公司	13.35	0	13.35	0	0	0	0	13.35	100.00%	单项计提
17	佛山市***电器有限公司	12.71	12.71	0	0	0	0	0	12.71	100.00%	单项计提
18	***电子科技（厦门）有限公司	10.85	0	0	10.85	0	0	0	10.85	100.00%	单项计提
19	深圳市***电子科技有限公司	9.00	0	0	9	0	0	0	9	100.00%	单项计提
20	深圳市***电子有限公司	7.20	0	7.2	0	0	0	0	7.2	100.00%	单项计提
21	广东**电器实业有限公司	5.97	5.97	0	0	0	0	0	5.97	100.00%	单项计提
22	深圳市****显示技术有限公司	5.10	0	0	5.1	0	0	0	5.1	100.00%	单项计提
	合计	1,302.29	713.27	283.81	169.64	60.27	0.00	75.31	516.82		

公司往来款项坏账准备的计提根据历史经验数据和前瞻性信息，确定预期信用损失。除了单项评估信用风险的其他应收款外，基于其信用风险特征，将其划分为单项计提、账龄组合、信用风险极低金融资产组合等确定预期信用损失并计提坏账准备。对于单独评估信用风险的其他应收款项，包括存在争议或涉及诉讼、仲裁的其他应收款项、已有明显迹象表明债务人很可能无法履行合同义务的其他应收款项等，单项评估并计提坏账准备。本年度五金业务其他应收款账龄组合中 1 年期以内坏账准备计提比率 8.10%，1-2 年计提比率 56.26%，2-3 年计提比率 65.96%，3 年及以上计提比率 100%；电商业务其他应收款账龄组合中 1 年期以内坏账准备计提比率 5.0%，1-2 年计提比率 10%，2-3 年计提比率 20%，3-4 年计提比率 50%，4-5 年计提比率 80%，5 年以上计提比率 100%。综上，公司其他应收款坏账准备计提准确合理。

**(2) 请说明税款赔偿款形成原因，长期挂账的原因及合理性，相应坏账准备计提是否合理充分。**

**【回复】**

2020 年 11 月 30 日，PUBLICFINANCESDIRECTORATEGENERAL（以下简称法国公共财政总局）向子公司 Sunvalley(HK)Limited 出具税款缴款通知书，认定子公司自 2015 年 1 月至 2019 年 8 月期间，存在未足额申报 VAT 税款的情形，需补缴税款及罚金共计 495.0891 万欧元。

2018 年公司重大资产重组收购标的公司时，与孙才金等 27 名交易对方签订了《发行股份及支付现金购买资产协议》，协议第 13.5 条乙方就标的资产向甲方作出如下声明与保证：“（4）截至交割日，标的资产未涉及任何重大或有债务以及任何与之相关的、正在进行的重大诉讼或仲裁。标的资产交割后，若发生因交割日前原因导致的与标的资产相关的或有债务、诉讼、仲裁或其他法律、行政程序给甲方或标的资产造成实际损失，且该等损失未在资产评估报告中予以适当反映的，应由乙方按照持有标的公司股权比例承担该损失。”和协议第 15.2 条：“本次交易不改变标的公司的纳税主体，标的公司仍应根据相关税务规定承担纳税义务。如因评估基准日前所发生且未披露的事由，导致标的公司产生任何未在本次交易的审计报告、资产评估报告或其他法律文件中披露的纳税义务，应由乙方承担，乙方各方按照本协议签署时各自持有标的公司股权比例各自独立承担其

对应部分,业绩承诺方对上述责任承担连带责任。”

根据上述协议约定,交割日(即2018年12月31日)前产生的税款和罚金460.01万欧元(按2022年12月31日的汇率折算为人民币3,414.64万元)应由孙才金等27名交易方承担,业绩承诺方对上述责任承担连带责任。报表故反映在其他应收款-税款赔偿款项目。2022年1月26日,公司发布《关于公司提起诉讼的公告》(公告编号:2022-004),公司、泽宝技术就孙才金、朱佳佳等业绩承诺方收购前应缴未缴的税款事项向广东省深圳前海合作区人民法院提起诉讼,案件号(2022)粤0391民初456。2022年9月28日,公司发布《关于公司诉讼的公告》(公告编号:2022-169),将(2022)粤0391民初456号案件从广东省深圳前海合作区人民法院撤回,并向广东省深圳市中级人民法院重新提起诉讼,案件号(2022)粤03民初6322号。截止目前案件正在审理中。

公司应付业绩承诺方之一 Sunvalley E-commerce (HK) 的现金支付对价款5,311.9万元加上业绩承诺方持有的股票价值足以覆盖税款赔偿金额,孙才金等业绩承诺方也未出现明显无法偿还款项的风险,该应收款项无明显减值迹象。2022年末,公司从谨慎角度考虑将该应收款以账龄组合2-3年的预计信用损失率20%计提坏账准备682.93万元,坏账准备的计提合理充分。

**请年审会计师核查并发表明确意见。**

**【会计师意见】**

我们没有发现公司其他应收款的往来款项,存在可能构成提供财务资助或资金占用的情况。其他应收款的税款赔偿款系在泽宝技术交割日前产生税款及罚金,应向孙才金等交易对手收取,由于案件正在审理中故暂未收取,我们未发现税款赔偿款坏账准备的计提存在异常。

(以下无正文)

（本页无正文，系本所《关于对广东星徽精密制造股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函（2023）第 285 号）的回复）

中审华会计师事务所（特殊普通合伙）

二〇二三年六月二十二日

