

中源家居股份有限公司
关于上海证券交易所《关于中源家居股份有限公司
2020 年年度报告的信息披露监管工作函》
的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

中源家居股份有限公司（以下简称“公司”）近日收到上海证券交易所下发的《关于中源家居股份有限公司 2020 年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2021】0469 号）（以下简称“《工作函》”），收到《工作函》后，公司高度重视，积极组织相关人员就《工作函》中的问题进行逐项分析和讨论，结合公司实际情况，现将工作函的回复公告如下：

一、年报显示，公司主要从事沙发业务，报告期内实现营业收入 11.62 亿，同比增长 8.67%；毛利率 20.52%，同比下滑 8.53 个百分点，主要系因本期应用新收入准则，将原销售费用中的运输费用重分类至营业成本导致。成本构成中，运输成本为 1.34 亿元，较上年同比增长超过 30%。请公司：（1）结合自身业务模式、近年销售渠道拓展情况、出口关税政策变化、产品及原材料价格波动等因素，比对国内同行业可比公司的业绩及相应业务毛利率变动情况，定量分析报告期内在营业收入上行的同时，毛利率水平显著下滑的原因及合理性，是否存在与行业趋势背离的情形；（2）结合本期业务模式变化、货物发出及收入结算政策等因素，补充披露本期运输成本重分类后有明显增长的原因及合理性。

公司回复：

（一）结合自身业务模式、近年销售渠道拓展情况、出口关税政策变化、产品及原材料价格波动等因素，比对国内同行业可比公司的业绩及相应业务毛利率变动情况，定量分析报告期内在营业收入上行的同时，毛利率水平显著下滑的原因及合理性，是否存在与行业趋势背离的情形

1. 报告期内在营业收入上行的同时毛利率水平显著下滑的原因及合理性

(1) 本期毛利率下降的主要原因

2019-2020 年公司毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动比例
营业收入	115,983.35	106,729.98	9,253.37	8.67%
营业成本	92,183.94	75,723.52	16,460.42	21.74%
营业毛利	23,799.41	31,006.46	-7,207.05	-23.24%
营业毛利率	20.52%	29.05%	-	减少 8.53 个百分点

由上表可见，2020 年毛利率同比减少 8.53 个百分点，系本期根据新收入准则规定，将商品控制权转移前发生的运输成本作为合同履约成本计入营业成本所致。剔除运输成本 13,394.18 万元后，公司 2019-2020 年毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	变动金额	变动比例
营业收入	115,983.35	106,729.98	9,253.37	8.67%
营业成本	78,789.76	75,723.52	3,066.24	4.05%
营业毛利	37,193.59	31,006.46	6,187.13	19.95%
营业毛利率	32.07%	29.05%	-	增加 3.02 个百分点

剔除运输成本后，公司本期营业成本同比增加 3,066.24 万元，同比增长 4.05%；本期毛利率为 32.07%，同比增加 3.02 个百分点。

(2) 业务模式及销售渠道拓展对公司毛利率的影响

公司主营业务为沙发的研发、生产和销售，传统的销售采取 OEM/ODM 的销售模式，主要通过博览会、展会活动等渠道与客户建立销售关系，主要客户为境外大中型的家居贸易商、零售商。凭借产品在质量、价格、设计、功能等方面的优势，公司与传统 OEM/ODM 客户建立了长期且稳定的合作关系。公司于 2018 年度开始拓展跨境电商业务，在跨境电商的销售模式下，公司以 M2C 模式运营，借助“互联网+零售”，从生产商直接服务到终端消费者。

相比传统 OEM/ODM 的销售模式，跨境电商销售模式下的产品直接由厂商通过跨境电商平台触及终端消费者，省去中间贸易商、零售商等环节，其销售定价直

接面向终端消费者，因此产品销售均价高于传统 OEM/ODM 销售模式下的均价，导致跨境电商业务毛利率明显高于 OEM/ODM 传统业务毛利率。

2019-2020 年公司 OEM/ODM 传统业务与跨境电商业务毛利率情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度	
	跨境电商业务	OEM/ODM 传统业务	跨境电商业务	OEM/ODM 传统业务
营业收入	26,357.33	89,626.02	10,704.00	96,025.98
营业成本	12,541.62	66,248.14	5,421.96	70,301.56
营业毛利	13,815.71	23,377.88	5,282.04	25,724.42
毛利率	52.42%	26.08%	49.35%	26.79%
营业收入占比	22.73%	77.27%	10.03%	89.97%

注 1：OEM/ODM 传统业务中包含电子商务内销的业务收入及费用，整体影响较小，因考虑到费用模拟分摊的完整性，并入传统业务

注 2：为了与 2019 年口径保持一致，2020 年度营业成本中已剔除运输成本
 公司 OEM/ODM 传统业务 2020 年受疫情影响略有下滑，该业务 2019 及 2020 年毛利率分别为 26.79%、26.08%，故本期传统业务对总体毛利率的变动影响较小。公司跨境电商业务 2020 年持续快速发展，营业收入同比增长 146.24%，毛利率同比增加 3.07 个百分点。同时，本期两种销售模式的销售收入占比变化较为明显，跨境电商业务收入占比由 10.03%提高至 22.73%。因此，毛利率较高的跨境电商业务规模扩大是本期总体毛利率（剔除运输费用后）提高的主要原因。

(3) 出口关税政策变化对公司毛利率的影响

2018 年以来，中美贸易摩擦不断升级。2018 年 9 月，美国对中国 2,000 亿出口产品加征关税 10%；2019 年 5 月，对上述 2,000 亿出口产品加征关税 25%，公司产品在上述加征关税的 2,000 亿产品清单之内。公司产品出口至美国的关税税率变化如下：

阶 段	时 间	税 率
第一阶段	2018 年 9 月 23 日之前	0%
第二阶段	2018 年 9 月 24 日至 2019 年 5 月 9 日	10%
第三阶段	2019 年 5 月 10 日至今	25%

由于关税的增加直接提高了美国客户的采购成本，部分美国客户要求公司降低价格，共同承担关税成本。基于双方多年的良好合作关系，公司同意与客户共同承担加征的 25%关税，其中美国客户承担 12.50%左右，公司以产品降价形式承担 12.50%左右（不同产品型号略有差别）。

从直接对美国出口来看，虽然受到中美贸易摩擦的影响，但公司向美国直接出口收入依然呈现连续增长的态势，OEM/ODM 传统业务的毛利率未见明显下滑；从跨境电商在美国的销售来看，公司自 2018 年以来通过跨境电商发展自有品牌的销售，报告期内呈现良好的增长态势，毛利率始终处于较高水平，未受到中美贸易摩擦的明显影响。

(4) 产品及原材料价格波动对公司毛利率的影响

1) 产品价格波动情况

2019-2020 年主要产品销售均价及其变动情况如下：

单位：元

产品大类		2020 年度销售 均价	2019 年度销售 均价	变动金额	变动比例
功能沙发	一人位	890.62	729.54	161.08	22.08%
	二人位	1,089.14	1,180.66	-91.53	-7.75%
	三人位	1,360.50	1,455.73	-95.23	-6.54%
固定沙发	一人位	554.63	479.75	74.87	15.61%
	二人位	719.87	736.91	-17.04	-2.31%
	三人位	891.52	779.47	112.05	14.38%

由上表可见，本期一人位功能沙发销售均价同比增长 22.08%，主要系跨境电商业务的主要销售产品是一人位功能沙发，本期跨境电商业务收入增长了 146.24%，销售单价较高的一人位功能沙发销售增加，拉高了整体一人位功能沙发的销售均价。

一人位固定沙发销售均价同比增长 15.61%，三人位固定沙发销售均价同比增长 14.38%，主要系本期新增 Costco Wholesale Corporation 客户，公司向该客户销售的产品均为定制款固定沙发，产品生产成本较高，销售价格也高于销售给其他客户的固定沙发，并且销售的固定沙发中以一人位和三人位为主，导致一人位固定沙发和三人位固定沙发的销售均价有所增长。

其余型号的沙发本期销售均价有所下降，主要系公司受到美国向中国加征贸易关税政策的影响，从 2019 年下半年开始对部分客户降低价格，2020 年一直以降价后的价格进行销售，导致 2020 年产品的整体销售均价相比上期有所下降。

2019 年沙发的销售均价为 847.08 元/件，2020 年沙发的销售均价上升至 883.80 元/件，整体来看公司主要产品的销售均价呈上升趋势。

2) 原材料价格波动情况

2019-2020 年公司主要原材料采购价格波动情况如下：

产品大类	单位	2020 年采购单价	2019 年采购单价	变动金额	变动比例
层板	元/立方米	1,690.70	1,660.19	30.52	1.84%
层板条	元/立方米	1,919.90	1,890.72	29.18	1.54%
棉	元/立方米	582.42	621.93	-39.50	-6.35%
其中：泡棉	元/立方米	367.9	318.13	49.77	15.64%
公仔棉	元/立方米	2,072.22	2,582.99	-510.77	-19.77%
铁件	元/件	157.38	152.17	5.21	3.42%
面料	元/米	17.47	18.14	-0.68	-3.73%

由上表可见，本期层板及层板条采购价格增长了 1.84%、1.54%，主要系木材供应量不断减少，同时由于政府对环保的要求不断提高，供应商的生产成本提高，导致公司层板及层板条的采购价格随之增长。

公司棉类原材料采购单价较上期降低了 6.35%，主要系采购量较大的泡棉与公仔棉 2020 年价格波动比较明显，主要原因如下：

① 2020 年由于疫情原因行业整体泡棉需求量减少，因此采购价格在 2020 年上半年降价明显，下半年起疫情形势逐渐缓和，行业生产情况恢复正常，泡棉需求量加速增长，泡棉采购价格开始回升且幅度较大，导致全年泡棉采购单价上升了 15.64%。

② 采购量较大的公仔棉是一种化纤物质，需从石油中提取，2020 年石油价格一直保持在较低水平，公仔棉的价格随之降低。

综上，本期主要产品销售价格提高导致营业收入增长，产品价格变动与毛利率（剔除运输成本后）变动方向一致。原材料价格波动对营业成本的变动影响较小，本期营业成本增长主要系人工成本与制造费用增加所致。由于营业收入增速高于营业成本增速，故本期毛利率（剔除运输成本后）有所增长。

2. 同行业可比公司毛利率对比分析

永艺家具股份有限公司（以下简称永艺股份）与恒林家居股份有限公司（以下简称恒林股份）主要从事沙发、椅子的生产和销售。公司的业务类型与永艺股份、恒林股份较为类似，其营业收入与毛利率对比情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度			2019 年度		
	中源家居	永艺股份	恒林股份	中源家居	永艺股份	恒林股份
营业收入	115,983.35	341,100.83	470,044.98	106,729.98	243,661.78	288,522.97
营业成本	78,789.76	265,518.86	329,753.32	75,723.52	195,048.25	216,926.64
营业毛利	37,193.59	75,581.97	140,291.65	31,006.46	48,613.54	71,596.33
营业毛利率	32.07%	22.16%	29.85%	29.05%	19.95%	24.81%

注：为了与 2019 年度口径保持一致，2020 年度的营业成本已剔除运输成本

公司的规模小于永艺股份和恒林股份，但业绩增长趋势与之相同，且三家公司本期毛利率较上期均有所增长，增长幅度相差不大。因此，公司的业绩增长及毛利率变化与同行业可比公司变化趋势一致，不存在与行业趋势背离的情形。

（二）结合本期业务模式变化、货物发出及收入结算政策等因素，补充披露本期运输成本重分类后有明显增长的原因及合理性

2019-2020 年度公司运输成本按照跨境电商、传统业务对比情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度	
	跨境电商业务	传统业务	跨境电商业务	传统业务
营业收入	26,357.33	89,626.02	10,704.00	96,025.98
运输成本	6,909.63	6,640.57	3,321.11	6,720.13
运输成本占营业收入比重	26.22%	7.41%	31.03%	7.00%

公司 2020 年运输成本为 13,550.20 万元，2019 年运输成本为 10,041.24 万元，同比增加 3,508.96 万元，同比增长 34.95%。

公司本期销售模式仍为“传统 OEM/ODM 销售模式+跨境电商销售模式”，与上期未发生变化。传统 OEM/ODM 模式下，公司与境外客户主要采用 FOB 结算，公司仅承担货物从仓库运送至港口发生的运输费用，包括订舱费、拖柜费等，货物

抵达港口后，公司依据提单日期确认收入。跨境电商模式下，公司直接面向终端消费者销售产品，公司负责将产品交付给终端消费者，公司承担产品从海外仓运送至终端消费者的运输费用，主要为境外快递费用，公司依据终端消费者签收货物确认收入并考虑期后退货对收入的影响。公司本期货物发出及收入结算政策较上期未发生变化。

传统业务的运输成本主要为订舱费、拖柜费等，2019 和 2020 年度传统业务运输成本占传统业务销售收入的比重分别为 7.00%、7.41%，占比较稳定，传统业务收入与运输成本变动幅度相匹配。

跨境电商的运输成本主要为快递费，本期跨境电商业务销售规模不断扩大，快递费也随之增长，2020 年快递费同比增加 3,588.52 万元，同比增长 108.05%。2019 和 2020 年跨境电商业务运输成本占跨境电商业务销售收入的比重分别为 31.03%、26.22%，本期占比较上年同期减少 4.81 个百分点，主要系：1) 2019 年公司通过低价策略引流，大力推广自有品牌，公司的产品逐渐获得海外消费者的认可，具备一定知名度，因此本期公司开始大幅度提高销售价格。虽然在疫情的影响下，国外快递费价格也在增长，但收入的增速高于运输费用的增速，故本期运输费用占收入比重有所下降；2) 本期公司开始在 Wayfair、大健云平台上进行销售，公司无需承担运输费，导致运输费用占跨境电商业务收入比重下降。

因此，本期运输成本重分类后有明显增长主要系跨境电商业务的运输成本增长所致，与跨境电商业务发展相匹配，具备合理性。

(三) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 了解公司本期的营业收入、营业成本以及毛利率的变化情况，整体分析毛利率显著下滑的原因；

(2) 从公司的业务模式及本期销售渠道拓展的角度，进一步分析本期毛利率变化的原因；

(3) 了解近三年出口关税政策的变化，分析关税政策变化对公司出口贸易的影响；

(4) 了解本期原材料及产品的价格波动情况,进一步分析其波动对毛利率变化的影响;

(5) 将公司 2019-2020 年业绩及毛利率变化情况与同行业可比上市公司进行比较,评价其变动趋势的合理性;

(6) 了解及分析本期运输成本大幅增长的原因及合理性。

2. 核查意见

经核查,我们认为,公司本期营业收入上升而毛利率显著下滑的原因系根据新收入准则规定将商品控制权转移前发生的运输成本作为合同履约成本计入营业成本所致,剔除运输成本的影响后,公司毛利率变化与同行业可比公司变化趋势一致,不存在与行业趋势背离的情形,运输成本增长主要系跨境电商业务规模增长所致,具备合理性。

二、年报显示,公司近年开拓跨境电商市场,通过第三方跨境电商渠道实现向海外终端消费者销售。报告期公司线上销售实现营业收入 2.73 亿,同比增长 129.62%,同期营业成本 1.99 亿元,同比增长 173.54%。请公司补充披露:(1) 跨境电商业务的开展情况,包括销售渠道、货物运输、海外仓储、收入确认及销售投入等情况,并说明跨境电商业务增速较快的原因;(2) 最近三年跨境电商业务营业收入、成本、费用投入、净利润、存货及其同比变动情况,并说明数据变化原因及合理性;(3) 公司对跨境电商采取的内部控制措施,实际执行情况,是否存在风险以及公司采取的应对措施。

公司回复:

(一) 跨境电商业务的开展情况,包括销售渠道、货物运输、海外仓储、收入确认及销售投入等情况,并说明跨境电商业务增速较快的原因

1. 跨境电商业务开展情况

(1) 按照销售渠道分类的业务增长情况

2018-2020 年度,公司各跨境电商平台的销售情况如下:

单位:万元

电商平台	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Amazon	17,618.52	6,150.69	828.02
eBay	4,450.72	1,202.14	

Wayfair	2,477.29		
大健云	873.36		
其他	937.43	3,351.17[注]	4,094.48[注]
合计	26,357.32	10,704.00	4,922.50

[注]公司前期主要通过与合作的方式开展跨境电商业务，2018 年度通过 Appearances International 公司平台销售 4,094.48 万元，2019 年度通过 Appearances International 公司平台销售 2,470.45 万元

自 2018 年起，公司开始拓展跨境电商业务。在跨境电商销售模式下，公司以 M2C 模式运营，借助“互联网+零售”，从生产商直接服务到终端消费者，打通跨国信息流、商品流、资金流的三大外贸要素。2018 年，公司主要通过与合作的方式开展跨境电商业务。2019 年，公司开始独立在海外平台（Amazon、eBay 等）开设店铺销售产品。2020 年公司新增 Wayfair、大健云等平台销售，但仍以 Amazon 平台销售为主。

由上表可见，本期各平台跨境电商业务规模均有所增长，以 Amazon 平台收入增速最为明显。2019 年跨境电商业务处于初始阶段，此阶段公司致力于投放广告、建立品牌效应，销售规模较小，2020 年跨境电商业务已进入稳定阶段，公司开始致力于利用已建立的品牌效应及良好口碑扩大销售规模。整体来看，目前公司跨境电商业务正处于不断扩张阶段，发展势头良好。

(2) 跨境电商的海外仓储与货物运输情况

公司海外存货均存放于第三方仓库，包括 Amazon 仓库、LC Logistics Service, Inc. 仓库以及 Circlelink Supply Chain Inc. 仓库等。Amazon 仓库的存货由平台代为发货，公司定期与 Amazon 平台结算快递费；存放在其他第三方仓库的存货由仓库代为发货，快递物流以 FedEx 快递与 UPS 快递为主，公司定期与仓库对账结算快递费，对账周期通常为 15 天或 30 天（不同仓库的对账周期不同）。跨境电商业务的快递费用与仓储费用均由公司承担。

2018-2020 年海外仓库存明细情况如下：

单位：万元

存放地	存放仓库	产品类别	2020. 12. 31	2019. 12. 31	2018. 12. 31
美 国	LC Logistics Service, Inc.	沙 发	1, 377. 13	1, 421. 36	471. 77
		其 他	1, 030. 64	811. 4	12. 26
美 国	Circlelink Supply Chain Inc.	沙 发	1, 047. 23	695. 55	
		其 他	311. 53	6. 72	
美 国	Amazon 自发仓	沙发、其他	160. 52	271. 64	19. 33
美 国	其 他	沙发、其他	96. 53	73. 15	638. 77
日 本	Amazon 自发仓	沙发、其他	89. 42	104. 46	
日 本	海豚仓	沙发、其他	45. 53	12. 96	
欧 洲	大健云仓	沙发、其他	7. 67		
合 计			4, 166. 20	3, 397. 24	1, 142. 13

由上表可见，2018-2020 年公司海外仓存货金额不断增长，存放地集中于美国的 LC Logistics Service, Inc. 仓库和 Circlelink Supply Chain Inc. 仓库，与公司跨境电商的主要销售地点（美国）相符合。

2019 年海外仓存货金额较 2018 年增长 197.45%，高于同期跨境电商收入增速 117.45%，主要系 2019 年公司为了大力发展跨境电商业务，提前为跨境电商业务储备较多存货。2020 年海外仓存货金额较 2019 年仅增长了 22.63%，远低于同期跨境电商收入增速 146.24%，主要系上期储备的存货在本期消耗，本期公司处于稳定发展阶段，对海外仓存货的需求预测、存货管理水平较上期有明显提高，存货储备更加合理，因此本期存货规模增速放缓。

2018-2020 年运输费用与仓储费用的投入情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
跨境电商业务收入	26, 357. 33	10, 704. 00	4, 922. 50
仓储费用	1, 778. 19	503. 89	258. 30
仓储费用占收入比重	6. 75%	4. 71%	5. 25%
运输费用	6, 909. 63	3, 321. 11	947. 66
运输费用占收入比重	26. 22%	31. 03%	19. 25%

本期仓储费用占跨境电商业务收入比重为 6.75%，较上年同期增加 2.04 个百分点，主要系：1) 仓库实行阶梯式收费，货物存放超出一定时间后，收费标准将会提高，2019 年储备的存货在仓库中存放时间较长，基于阶梯式收费标准产生的仓储费较高；2) 本期向 Circlelink Supply Chain Inc. 租赁一个包仓型仓库，公司每月需支付固定仓储费 2.8 万美元；3) 2019 年 Circlelink Supply Chain Inc. 仓库存在 45 天免仓期，由于疫情原因，2020 年下半年仓库取消免仓期优惠。整体来看，2020 年仓储费用占收入比重同比有所增长。

2019 年运输费用占同期跨境电商收入比重为 31.03%，较上年同期增加 11.78 个百分点，增长幅度较大，主要系 2019 年度公司为打开自有品牌知名度采用低价策略吸引境外消费者购买，而相应单位快递费基本保持一致，导致跨境电商收入的增幅小于运输费用的增幅。2020 年运输费用占跨境电商收入比重为 26.22%，较上年同期减少 4.81 个百分点，主要系：1) 2019 年公司通过低价策略引流，大力推广自有品牌，公司的产品逐渐获得海外消费者的认可，具备一定知名度，因此本期公司开始大幅度提高销售价格。虽然在疫情的影响下，国外快递费价格也在增长，但收入的增速高于运输费用的增速，故本期运输费用占收入比重有所下降；2) 本期公司开始在 Wayfair、大健云平台上进行销售，公司无需承担运输费，导致运输费用占跨境电商业务收入比重下降。

(3) 销售投入与收入增长的匹配情况

2018-2020 年度，公司跨境电商业务的销售投入情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
职工薪酬	603.23	396.17	26.07
销售业务费	5,184.13	2,600.34	1,211.16
运输费用	6,909.63	3,321.11	947.66
市场推广费	1,636.41	1,751.46	369.29
折旧与摊销	5.18		
合 计	14,338.58	8,069.08	2,554.18
销售投入占跨境电商业务收入的比例	54.40%	75.38%	51.89%

2018-2020 年度跨境电商业务销售投入占收入比重分别为 51.89%、75.38%、54.40%，由于跨境电商业务直接通过境外的电子商务平台销售给终端消费者，该业务毛利率要高于传统销售方式，但同时跨境电商业务要投入大量的销售费用，因此销售费用率也较高。由上表可见，销售投入的主要构成是销售业务费、运输

费用和市场推广费，三者占销售投入的 95%以上，其中销售业务费主要系仓储费用与平台费用，运输费系快递费用，市场推广费主要系广告费用。

1) 仓储费用与运输费用的投入与收入增长的匹配情况

详见本公司回复二(一)1(2)之分析说明。

2) 平台费用与广告费用的投入与收入增长的匹配情况

2018-2020 年度，公司跨境电商业务平台费用与广告费用的投入情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
跨境电商业务收入	26,357.33	10,704.00	4,922.50
平台费用	3,080.83	1,450.18	452.45
平台费用占收入比重	11.69%	13.55%	9.19%
广告费用	1,634.24	1,747.06	433.88
广告费用占收入比重	6.20%	16.32%	8.81%

电商平台根据公司的销售收入规模收取一定的平台服务费，随着跨境电商业务营收规模的扩大，平台服务费用也相应增长。2019 年平台费用占跨境电商业务收入比重同比增加 4.36 个百分点，主要系：1) 2019 年公司开始自主在 Amazon、eBay 等平台上销售，相比 2018 年公司与 Appearances International 合作运营的模式，2019 年主要销售平台均需收取平台费，2018 年存在部分代运营的平台无需收取平台费。2) Amazon 平台的收费模式为：200 美元以下的产品收取 15% 的平台费，超过 200 美元的部分按照 10% 收取平台费。因此，产品销售价格越低，平台费用率越接近于 15%，2019 年公司采用低价策略，故 2019 年平台费用率较 2018 年有明显增长。2020 年平台费用占跨境电商收入比重同比减少 1.86 个百分点，主要系本期公司开始在 Wayfair、大健云平台上进行销售，其中 Wayfair 平台不收取平台费用，大健云平台收取的平台费用极低，故本期平台费用占跨境电商收入比重有所降低。

2019 年广告费用占跨境电商收入比重同比增加 7.51 个百分点，主要系跨境电商业务经营初期自有品牌的知名度相对较低，2019 年度公司为打开自有品牌知名度，在平台上投入大量广告费用，因此 2019 年度广告费用大幅增长。2020 年广告费用占跨境电商收入比重同比减少 10.12 个百分点，主要系跨境电商业务规模扩大后，本期公司减少了在广告上的投入，且由于国外疫情影响，居民减少

外出、居家办公，一定程度上拉动了家庭家具消费需求，降低了公司持续投放大量广告的必要性，因此本期广告费用占跨境电商收入比重下降较为明显。

2. 跨境电商业务增速较快的原因

(1) 外部环境推动

1) 互联网销售的渗透率不断提高。随着互联网时代的快速发展，人们的消费习惯不断改变，线上消费理念越发深入人心，公司顺应时代发展潮流，大力发展跨境电商业务。

2) 新冠疫情推动居民线上消费。新冠疫情在全球范围蔓延后，各国政府相继出台疫情防控措施，要求减少外出、居家办公，一定程度上拉动了家庭家具消费需求，下半年海外家具行业及市场需求逐步回暖，同时疫情也培养了线上消费的习惯，公司积极开拓跨境电商业务，通过第三方跨境电商渠道（Amazon、eBay等）直接面向海外终端消费者输出优质产品，市场销售渠道加快拓宽，跨境电商业绩取得快速增长，公司整体经营情况逐步得到改善。

3) 国家政策支持跨境电商发展。2020年，国家出台一系列政策大力推动跨境电商业务的发展，商务部新闻发言人高峰在例行发布会中表示“近年来，作为新的外贸业态，跨境电商零售出口蓬勃发展，为中小微企业开拓海外市场、吸纳和稳定就业，发挥了积极作用。下一步将继续加大政策、制度、管理和服务创新，加快推动跨境电商健康有序发展。”在国家有利政策的推动下，公司紧跟政府及行业发展的步伐，不断拓宽市场销售渠道，加快跨境电商业务的发展。

(2) 内部发展战略

1) 与传统销售模式形成互补。公司目前针对跨境电商销售的产品主要系一人位的功能沙发，推出的款式、型号与销售给传统OEM/ODM客户并不重合，在巩固优势业务的基础上，拓展跨境电商业务的销售，可以逐步提升公司的竞争力和盈利能力。

2) 更好地了解市场动向。跨境电商模式下，公司可根据消费者的消费习惯及消费行为掌握市场需求情况，不断改进产品设计，以使之更满足消费者的需求，同时对于传统业务的发展方向也具有借鉴意义。因此，公司致力于不断推动跨境电商业务发展，从而提高公司整体业务的竞争力以及对市场的敏锐度。

3) 本期公司开始追求盈利。2019 年公司在产品的推广引流上投入了大量人力物力，2020 年公司在平台上的品牌效应及市场影响力已经建立，于是开始逐步扩大销售规模，跨境电商业务已经进入稳定增长阶段。

(二) 最近三年跨境电商业务营业收入、成本、费用投入、净利润、存货及其同比变动情况，并说明数据变化原因及合理性

1. 2018-2020 年跨境电商业务收入、成本、费用投入、净利润及其变动情况

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度
	金额	同比变动比例	金额	同比变动比例	金额
营业收入	26,357.32	146.24%	10,704.00	117.45%	4,922.50
营业成本	12,541.62	131.31%	5,421.96	197.75%	1,821.00
销售费用	14,338.58	77.70%	8,069.08	215.92%	2,554.18
其中：职工薪酬	603.23	52.27%	396.17	1,419.64%	26.07
销售业务费	5,184.13	99.36%	2,600.34	114.70%	1,211.16
运输费用	6,909.63	108.05%	3,321.11	250.45%	947.66
市场推广费	1,636.41	-6.57%	1,751.46	374.28%	369.29
折旧与摊销	5.18				
管理费用	171.33	-48.50%	332.68		
财务费用	247.51	215.74%	78.39	15,578.00%	0.50
信用减值损失	7.69	-94.93%	151.55	410.79%	29.67
资产减值损失	380.22	-52.00%	792.09		
净利润	-1,329.63	-67.90%	-4,141.75	-900.88%	517.15

注 1：为了与 2018 和 2019 年度口径保持一致，2020 年度营业成本中已剔除运输成本

注 2：为了与 2019 和 2020 年度口径保持一致，将 2018 年原列示在资产减值损失中的坏账准备调整至信用减值损失列示

主要项目变动情况分析如下：

(1) 营业收入与营业成本

近三年公司跨境电商业务营业收入与营业成本不断增长，2019 年与 2020 年营业收入的同比增长率为 117.45%、146.24%，营业成本的同比增长率为 197.75%、131.31%，营收变动趋势与公司大力发展跨境电商业务的发展战略一致。

2018-2020 年跨境电商业务毛利率分别为 63.01%、49.35%、52.42%，公司在跨境电商平台上的销售均价高于传统 OEM/ODM 模式下的销售均价，因此跨境电商业务的毛利率显著较高。2019 年度公司为打开自有品牌知名度采用低价策略吸引境外消费者购买，因此 2019 年的毛利率同比下降显著。2020 年公司开始逐步提高售价，并且凭借其在质量、舒适性、功能性方面的优异表现，获得了大量消费者的青睐，销售规模不断扩大，毛利率同比增加了 3.07 个百分点。

(2) 销售费用

由于跨境电商业务直接通过境外的电子商务平台销售给终端消费者，公司需要承担大量的平台服务费、平台流量费、广告费用、快递费用等，故跨境电商业务的销售费用率较高，这是由跨境电商的业务模式特点所决定的。2018-2020 年跨境电商业务的销售费用率为 51.89%、75.38%、54.40%，可见公司 2019 年对跨境电商业务的营销投入力度最大。具体分析如下：

1) 职工薪酬。主要核算跨境电商销售人员的工资奖金，该项投入呈现逐年上升趋势，主要系公司 2018 年度通过与 Appearances International 公司合作的方式开展跨境电商业务，公司配备的跨境电商人员较少，相应的职工薪酬金额较低；公司 2019 年度开始独立在海外电商平台开设店铺销售产品，相应的销售人员增加，从事跨境电商业务的销售人员年均人数从 2018 年的 2 人增加至 2019 年的 45 人、2020 年的 62 人，导致职工薪酬逐年增加。

2) 销售业务费。主要核算电商平台服务费、海外仓储费、销售人员差旅费等，其中最主要的是电商平台根据平台成交金额收取的平台服务费，随着跨境电商收入的增长，销售业务费随之增长。2018-2020 年销售业务费占跨境电商收入的比重分别为 24.60%、24.29%、19.67%。2018、2019 年销售业务费用率较为稳定，2020 年占比下降系本期新增 Wayfair、大健云平台销售，其中 Wayfair 平台不收取平台费用以及仓储费用，大健云平台收取的平台费用与仓储费用极低。剔除这两个平台后的跨境电商收入为 23,006.67 万元，销售业务费占跨境电商收入的比重为 22.53%，该比重仍然略低于 2018、2019 年，主要系 2018、2019 年公

司需支付 Appearances International 公司代理运营费，因此 2018、2019 年的销售费用占跨境电商收入的比重略高。

3) 运输费用。主要核算境外电商快递费，2018-2020 年运输费用的变化趋势及变化原因详见本公司回复二(一)1(2)之分析。

4) 市场推广费。主要核算海外电商平台投放的引流、广告费用。2018-2020 年广告费用的变化趋势及变化原因详见本公司回复二(一)1(3)之分析。

(3) 管理费用。主要核算跨境电商业务相关的管理人员职工薪酬与办公经费等。公司 2018 年通过与 Appearances International 公司合作的方式开展跨境电商业务，2018 年未发生与跨境电商相关的管理费用。公司从 2019 年开始自主运营跨境电商业务，此时尚处于摸索阶段，公司配备了较多的管理人员，故 2019 年管理人员薪酬和办公经费大幅增加。经过一段时间的自主运营后，跨境电商业务已逐渐步入正轨，公司决定缩减不必要的管理人员开支，将重心放在业务开拓上，因此减少管理人员、增加销售人员，跨境电商业务的管理人员由 2019 年的 25 人降低至 2020 年的 8 人。人员减少后，相应的办公经费也随之降低，导致 2020 年跨境电商业务的管理费用显著降低。

(4) 财务费用

公司从 2019 年开始自主运营跨境电商业务，Amazon 及 eBay 上的货款需经过第三方支付平台（Payoneer 或 PayPal）转入公司账户，第三方平台按照资金流转的规模收取手续费，因此 2019 年财务费用增长较明显。由于 2018 年公司通过与 Appearances International 公司合作的方式开展跨境电商业务，客户回款不经过第三方支付平台，不存在手续费。公司 2018 年的财务费用均为银行间划转的手续费，金额较小。

本期财务费用同比增加 169.12 万元，同比增长 215.74%，主要系本期销售规模扩大，资金流转规模扩大，故平台收取的手续费增加。同时，本期新增的 Wayfair 平台需收取 2%的付款扣点，Wayfair 本期销售收入 2,477.29 万元，计入财务费用的付款扣点约为 49.55 万元。

(5) 信用减值损失

2019 年公司扩大跨境电商销售规模，应收账款余额大幅度增加，因此 2019 年计提的坏账金额较大，信用减值损失金额较 2018 年增长明显。2020 年应收账

款余额较上期变化幅度不大，应计提坏账金额较上期变化较小，故本期信用减值损失金额同比降低较为明显。

(6) 资产减值损失

2018 年公司开始发展跨境电商业务，海外仓存货规模较小，销售费用投入较少，不存在减值迹象，故未对存货计提跌价。2019 年公司大力发展跨境电商业务，在运输费用、广告费用等销售费用上投入较多，业务亏损较为显著，存货存在减值迹象，因此计提存货跌价准备 792.09 万元。本期海外仓存货规模持续扩大，销售费用投入步伐虽有所放缓，但费用率仍保持在较高水平，同时本期公司跨境电商业务依然亏损，整体来看，海外仓存货仍然存在减值迹象，故本期补提存货跌价准备 380.22 万元。

2. 存货变化情况

单位：万元

年 度	期初金额	本期购入	本期销售	期末金额
2020 年度	3,397.24	27,126.29	26,357.33	4,166.20
2019 年度	1,142.13	12,959.11	10,704.00	3,397.24
2018 年度		6,064.63	4,922.50	1,142.13

由上表可见，公司跨境电商业务的存货自 2018 年起一直保持增长趋势，与公司跨境电商业务的发展趋势一致，存货变动原因详见本公司回复二(一)1(2)之分析。

(三) 公司对跨境电商采取的内部控制措施，实际执行情况，是否存在风险以及公司采取的应对措施

1. 公司对跨境电商采取的内部控制措施及实际执行情况

公司近年来跨境电商业务发展较快，为了合理保证财务报告的可靠性、经营的效率和效果，公司制定了海外销售、存货管理等相关内部控制制度，并严格监督内部控制制度的执行。公司对跨境电商采取的主要内部控制措施如下：

(1) 存货验收入库：海外仓进行收货时，需对货物进行检查，对于验收不合格的存货，海外仓管理人员应及时联系公司，公司视具体情况进行处理。

(2) 存货保管：对海外调拨的产品，由平台销售人员提出调拨请求，根据第三方仓库、平台仓库等分别安排不同流程。

(3) 销售价格维护：公司财务部门根据成本加成定价法计算产品销售参考价格，销售部门根据市场调研情况，确定最终销售价格。定价完成后，公司销售部门需实时追踪市场对公司产品价格的接受度，对产品价格进行实时维护。

(4) 存货销售：对于发出存货，海外仓需根据发货地址，判断距离客户最近仓库，然后安排发货；出库配送须做好各项登记。

(5) 存货盘点：公司每月从第三方仓库平台导出库存，与账面数进行核对，若存在差异，视具体情况进行处理；同时公司在每个资产负债表日，根据海外存货存放地点制定盘点计划进行盘点，确保海外存货处于有效可控管理之下。

报告期内，公司严格按照上述内部控制制度执行，内部控制运行有效。

2. 跨境电商业务存在的风险及公司采取的应对措施

(1) 仓储费用偏高导致盈利能力不足的风险

公司跨境电商销售的主打产品为沙发，沙发体积大，仓库占用面积高。此外，目前提供大件海外仓储服务的供应商稀少，公司议价能力低，导致公司承担的仓储费用偏高。2020年度，公司海外仓储费用率达6.75%，对公司的盈利能力造成一定的影响。

公司已就仓储费用偏高的现况，积极寻求应对措施。目前，公司已与海外供应链仓储方案供应商初步达成合作协议，供应商将结合公司实际仓储需求，在不同地区合理规划仓库布局、仓库租用容量，为公司提供最优的海外仓库租赁方案。

(2) 需求预测不准确导致的产品备货风险

由于跨境电商各平台销售数据比较分散，销售数据分析难度较大，公司目前未能做到对不同产品实时销量变化的快速反应，以及对产品预计销量的准确预测，可能导致部分畅销货物备货不足、产品短缺，容易错失销售机会，或是消费者需求改变，部分货物备货较多，存在产品滞销风险。

针对上述风险，公司已委托外部供应商开发电商平台ERP系统，该系统将通过分析公司产品实时销量、平台中关键词搜索量等方式，预测公司产品未来销量，并结合实时库存，为公司提供最优备货方案。同时，公司将不断开发新产品，积极迎合消费者需求，努力打造更多爆款、畅销产品。

(四) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 了解公司跨境电商业务在各个平台的业务开展情况，分析其变动趋势的合理性；

(2) 了解近三年海外仓存货的库存情况，结合销售规模变动趋势分析其合理性；

(3) 了解公司近三年为开展跨境电商业务的销售投入情况，包括运输费用、仓储费用、平台费用、广告费用，结合销售规模变动趋势分析其变动的合理性；

(4) 分别从内外部因素分析公司跨境电商业务快速增长的合理性；

(5) 了解近三年跨境电商业务的营收及盈利情况，分析其变动趋势的合理性。

(6) 询问公司管理层，了解公司对跨境电商采取的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(7) 了解公司跨境电商业务存在的风险，评估公司采取的相应措施对风险的降低程度。

2. 核查意见

经核查，我们认为，近三年公司跨境电商业务快速发展顺应行业发展趋势，营业收入、成本、费用投入、净利润、存货及其同比变动情况与实际业务发展情况相符，具备合理性。公司对跨境电商采取的内部控制措施内部控制设计合理，内部控制运行有效，公司采取的应对措施能够有效降低公司跨境电商业务面临的风险。

三、年报显示，报告期末公司员工人数 1947 人，较去年同期 2347 人有明显下降，主要是生产人员从 1901 人降至 1348 人。请公司结合业务模式、本期生产经营情况、生产设备投产使用等情况，补充披露本期员工人数大幅下降的原因及合理性，员工人数下降是否对公司未来生产经营产生影响。

公司回复：

(一) 本期员工人数大幅下降的原因及合理性

1. 公司业务模式、本期生产经营情况、生产设备投产使用等情况

(1) 业务模式

公司制定了生产管理相关制度，按照产、供、销安排来编制生产计划。公司产品主要通过自有场地、生产设备并招募员工自主生产，以订单生产为主、备货生产为辅。订单生产是指公司根据客户订单的需求和交货期限安排生产，公司接到客户订单后根据客户交货期限编制生产计划，完成生产后向客户发货。备货生产是指公司为防止在销售旺季或重大节假日时出现产品脱销的情况，对一些标准化的产品准备部分库存，保障产品的及时供给。

公司销售方式以外销为主、内销为辅。外销方面，公司主要以 OEM 和 ODM 模式进行销售，主要通过博览会、展会活动和跨境电子商务等渠道建立客户关系。随着互联网电子商务的不断发展，公司逐步搭建起自有品牌产品跨境电商的销售团队，通过第三方跨境电商渠道（Amazon、eBay、Wayfair 等）直接面向海外终端消费者销售产品。内销方面，公司利用京东、淘宝等渠道销售产品。

报告期内，公司生产经营模式未发生变化。

(2) 生产经营情况

2019-2020 年度，公司沙发产品的产能、产量及产能利用率情况如下：

单位：件

项 目	2020 年度	2019 年度
产 能	1,376,000	1,290,000
产 量	1,173,406	1,248,753
产能利用率	85.28%	96.80%

注：产能计算公式=公司年度平均组装线数量*每条组装线每天平均生产的沙发数量*生产天数

2020 年公司产能利用率同比下降的主要原因系受新冠疫情影响，上半年开工率不足所致；自下半年起，公司逐步复工复产，但受海外疫情影响订单量有所波动，导致 2020 年整体开工率不足，产能利用率不及往年。

2020 年度分季度的产能利用率和产销率变化情况如下：

单位：件

项 目	2020 年第一季度	2020 年第二季度	2020 年第三季度	2020 年第四季度
产 能	335,000	336,500	336,500	368,000
产 量	237,356	274,422	299,409	362,219

销 量	246,669	240,563	313,153	386,046
产能利用率	70.85%	81.55%	88.98%	98.42%
产销率	103.92%	87.66%	104.59%	106.58%

由上表可见，随着国内疫情影响的逐步消除，公司的产能利用率逐季度恢复至正常水平；产销率除第二季度因疫情影响有明显下降外，其余均保持在较高水平。

(3) 生产设备投产情况

公司本期新增专用设备 581.69 万元，主要系分析仪、钉箱机等；新增其他设备 327.40 万元，主要系空调、电梯等。公司本期新增设备对公司产能未产生明显影响。

2. 员工人数大幅下降的原因及合理性

2020 年末，公司在职员工人数为 1,947 人，较上年末 2,347 人有明显下降，主要系生产人员减少所致。2020 年末，公司在职生产人员 1,348 人，较上年末 1,901 人减少 553 人，主要系公司 2020 年末存在通过劳务外包形式用工的情况，该部分人员与公司不存在劳动合同关系，故未包含在期末在册员工人数中。2020 年末，公司通过劳务外包形式使用的生产工人为 656 人，2019 年公司不存在劳务外包的情况。若考虑劳务外包的生产工人，公司 2020 年末人员总数为 2,603 人，其中生产人员 2,004 人，人员总数及生产人员数量较上年末均有所增长。

2020 年受疫情影响，安吉当地家具企业普遍开工率不足，产值较低，而家具行业生产工人多为计件工资，收入相应下降，加上疫情影响，原春节返乡人员无法来安吉工作，导致生产工人流失较多。特别是下半年，由于国外疫情持续蔓延，各国防疫要求减少外出、居家办公，带动海外家居市场需求快速上涨，安吉家具企业的外贸订单暴增，当地出现了用工短缺的情况，部分企业甚至高薪“抢人”，出现了工人跳槽频繁的现象。

为了应对招工难的问题，企业一方面通过提高薪资待遇、参与政府统一组织的招聘活动等吸引工人，另一方面通过劳务外包的形式以满足短期内暴增的订单需求。经查询，与公司同属安吉家具行业上市公司的永艺股份、恒林股份在 2020 年均存在劳务外包形式的用工情况，具体情况如下：

期 间	项 目	中源家居	恒林股份	永艺股份
-----	-----	------	------	------

2020 年度	工时（小时）	650,840.84	323,909.00	665,542.00
	报酬总额（元）	19,525,225.21	9,048,812.77	18,710,921.00
2019 年度	工时（小时）	-	-	539,926.00
	报酬总额（元）	-	-	16,073,946.10

注：上述数据来源于上市公司年度报告

由上表可见，公司在 2020 年度大量使用劳务外包的情况与当地同行业可比公司的实际情况一致，具备合理性。

（二）员工人数下降对公司未来生产经营的影响

公司本期员工人数下降主要系疫情影响导致的短期生产用工短缺，公司已通过劳务外包的形式以满足生产需求，未对本期订单生产及交付产生影响。随着 2020 年下半年新增订单陆续交付，公司后续订单量趋于稳定，短期内用工短缺、招工难的问题也随之解决，2021 年公司生产人员的招聘已逐渐恢复正常。2020 年末，公司仍有较多的劳务外包，至 2021 年 1 月底，公司已无劳务外包发生。截至 2021 年 5 月底，公司在册的生产人员人数为 1,722 人，已基本满足正常、稳定的生产需求。

截至目前，公司生产经营一切正常，无论在规模、薪资福利、工作环境等方面在安吉当地家具企业中均有较为明显的优势，公司不存在员工人数持续下降的基础；公司所处的长三角地区经济水平发达，外来人口较多，劳动力供应充足，长期来看也不存在用工持续短缺的情况。因此，用工问题对公司未来生产经营不存在明显影响。

（三）年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 访谈公司高级管理人员，了解公司业务模式、本期生产经营情况、生产设备投产使用等情况，询问本期员工人数大幅下降的原因及合理性；

(2) 了解公司工薪与人事相关的业务流程及相关内部控制制度，评价这些控制的设计，并测试相关内部控制的运行有效性；

(3) 获取公司员工花名册，检查期末在册员工数量、分类是否正确；

(4) 获取公司报告期内各月分部门人数统计数据，结合员工人数的变动情况，检查各部门各月工资费用的发生额是否存在异常波动；

(5) 获取公司报告期内分季度产能、产量、销量统计数据，分析公司生产人员数量变化与产量是否相匹配；

(6) 获取公司报告期内劳务外包的工时及劳务费用，并与公司所在地同行业可比公司的劳务外包情况进行比较。

2. 核查意见

经核查，我们认为，公司 2020 年末员工人数下降主要系受疫情影响及下半年外贸订单暴增影响出现短期用工短缺所致，公司已通过劳务外包的形式满足生产需求，未对本期订单生产及交付产生影响。2021 年公司生产人员招聘已恢复正常，预计不会对公司未来生产经营产生不利影响。

四、年报显示，公司各季度营业收入分别为 2.38 亿、2.61 亿、3.11 亿、3.53 亿，归母净利润分别为-183.14 万元、2287.81 万元、1437.75 万元、629.43 万元，经营活动现金流量净额分别为-0.27 亿元、-0.11 亿元、0.17 亿元、0.59 亿元，季度波动较大。请公司结合所属行业销售的季度波动特征、主营业务开展情况、客户季度变化情况、业务结算模式及结算政策等，补充披露在营业收入及经营活动流量净额均逐季度回升的情况下，净利润在第二季度回升后各季度持续下滑、趋势出现背离的原因及合理性。

公司回复：

(一) 公司所属行业销售的季度波动特征、主营业务开展情况、客户季度变化情况、业务结算模式及结算政策

1. 公司所属行业销售的季度波动特征

公司主要销售沙发产品，沙发广泛用于家居生活、办公等场所，销售不存在明显的季节性。

2. 主营业务开展情况

报告期内公司与同行业可比公司分季度经营情况比较如下：

单位：万元

项 目	可比公司	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	中源家居	23,765.43	26,099.97	31,054.64	35,321.82
	恒林股份	62,743.15	115,993.07	143,823.70	151,749.45
	顾家家居	228,772.49	257,365.31	368,334.19	412,127.08

	永艺股份	42,958.45	79,160.55	110,137.02	111,116.12
营业成本	中源家居	17,226.37	15,277.40	20,888.88	39,022.44
	恒林股份	47,035.48	76,920.57	99,390.25	111,101.80
	顾家家居	153,666.37	160,040.40	241,752.76	265,189.89
	永艺股份	33,821.12	60,183.61	83,810.55	99,698.96
营业毛利	中源家居	6,539.06	10,822.57	10,165.76	-3,700.62
	恒林股份	15,707.67	39,072.50	44,433.45	40,647.65
	顾家家居	75,106.12	97,324.91	126,581.43	146,937.19
	永艺股份	9,137.33	18,976.94	26,326.47	11,417.17
净利润	中源家居	-183.14	2,287.81	1,437.74	629.43
	恒林股份	3,040.04	13,232.25	14,830.00	6,740.57
	顾家家居	31,491.64	28,769.64	45,546.95	-19,146.32
	永艺股份	2,893.79	7,854.12	10,340.83	2,454.94
经营活动现金流量净额	中源家居	-2,670.90	-1,133.37	1,684.83	5,913.93
	恒林股份	-1,986.30	19,468.59	8,589.12	42,759.04
	顾家家居	-40,112.58	68,515.72	82,308.99	107,328.39
	永艺股份	2,006.38	14,798.65	5,020.41	-5,081.16

本期受疫情影响，整个行业上半年销售明显较少，下半年逐渐恢复正常，特别是海外疫情的持续蔓延，带动下半年外贸订单迅速上涨，下半年销售增长较为明显。由上表可见，报告期内公司与同行业可比公司营业收入均呈逐季度递增的趋势，与行业整体情况相符。

3. 客户季度变化情况

报告期内公司主要客户分季度销售收入如下：

单位：万元

客户名称	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	2,262.37	405.18	3,622.00	1,520.46
Costco Wholesale Corporation		705.28	1,613.73	4,279.74
HANDY BUTTON MACHINE CO.	613.02	886.65	962.53	1,286.91
AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	621.86	494.78	1,483.17	908.68

FURNITURE CHOICE LIMITED	409.81	619.12	844.47	863.95
Mazin Furniture Industries Limited	435.09	360.20	464.46	742.67
Furniture Force (Pty) Ltd T/A Leisu	474.20	203.57	492.20	753.63
HOMELEGANCE, INC	641.17	849.72	748.44	495.24
COMERCIALIZADORA RAALCH, S.A. DE C.	744.37		342.53	703.96
COPPEL CORPORATION	377.93	314.74	76.79	888.15
小 计	6,579.82	4,839.24	10,650.32	12,443.39

由上表可见，报告期内主要客户的销售额整体呈增长的趋势。第二季度销售额下降，主要系受疫情影响公司销售订单量较其他几个季度显著减少。

4. 业务结算模式及结算政策

公司对主要客户采取赊销的形式，一般给予 14 天到 90 天的信用期。报告期内，公司主要客户的信用政策及变动情况如下：

客户名称	2020 年信用政策	2019 年信用政策	信用政策相比上期是否变化
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	OA90	OA75	是
Costco Wholesale Corporation	OA90	-	否(本期新客户)
HANDY BUTTON MACHINE CO.	OA90	OA90	否
AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	OA14	OA14	否
FURNITURE CHOICE LIMITED	OA30	OA30	否
Mazin Furniture Industries Limited	OA60	OA30	是
Furniture Force (Pty) Ltd T/A Leisu	DP30	DP30	否
HOMELEGANCE, INC	OA30	OA30	否
COMERCIALIZADORA RAALCH, S.A. DE C.	OA75	OA75	否
COPPEL CORPORATION	OA60	DP14	是

注：OA 即货到付款，如“OA30”即收到货物（一般以提单日为准）后 30 天内付款，以此类推，下同。DP 即付款交单，如“DP30”即卖方交货后向买方提供单据，买方收到单据（一般以提单日为准）后 30 天内付款，以此类推，下同

由上表可见，报告期内公司主要客户的信用政策基本保持稳定。部分客户信用政策变动原因如下：

- (1) BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC.

该客户 2018 年的信用政策为 OA60，2019 年 2 月信用政策变更为 OA75，变更原因为：该客户为公司的大客户，2018 年整体销售额较高，预计 2019 年交易金额将持续增长，且该客户信誉良好，为两方合作顺利开展，双方约定放宽付款期限至 75 天。2020 年 1 月信用政策变更为 OA90，变更原因为：2019 年美国对中国出口货物加征 25% 的关税，公司为与该客户保持良好的合作关系，公司多方协商后决定延长账期，以给予客户一定的支持。2020 年末，该客户实际已按照 60 天的账期回款，故 2021 年该客户的信用政策已调整为 OA60。

2) Mazin Furniture Industries Limited.

该客户 2018、2019 年的信用政策为 OA30，2020 年 4 月信用政策变更为 OA60，变更原因为：该客户受疫情影响，现金流紧张，故希望公司能够延长付款期限，公司经慎重考虑后，认为该客户属于北美地区大客户，信用良好，双方交易关系稳固，同意变更其信用政策。

3) COPPEL CORPORATION.

该客户 2018、2019 年的信用政策为 DP14，2020 年 4 月变更为 OA60，变更原因为：该客户为公司在墨西哥的第二大客户，历史付款情况良好，无逾期记录，2020 年由于疫情影响，客户关闭部分店铺，资金紧张，因此希望公司能在付款期限上给予支持，为保持与该客户的友好合作关系，公司同意变更其信用政策。

综上所述，结合公司所属行业销售的季度波动特征、主营业务开展情况、客户季度变化情况、业务结算模式及结算政策等分析，公司本期营业收入及经营活动流量净额均逐季度回升的情况符合实际业务情况，与同行业可比公司变动趋势一致。

(二) 营业收入及经营活动流量净额均逐季度回升的情况下，净利润在第二季度回升后各季度持续下滑、趋势出现背离的原因及合理性

报告期内公司各季度经营业绩情况如下：

单位：万元

项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	调整后第四季度[注 2]
营业收入	23,765.43	26,099.97	31,054.64	35,321.82	35,321.82
营业成本	17,226.37	15,277.40	20,888.88	39,022.44	25,628.26
营业毛利	6,539.06	10,822.57	10,165.76	-3,700.62[注 1]	9,693.56

毛利率	27.52%	41.47%	32.74%	-10.48%	27.44%
期间费用	6,485.95	7,998.55	9,407.21	-3,309.31	10,084.87
其中：销售费用	5,071.29	6,532.08	6,511.87	-6,469.57[注 1]	6,924.61
管理费用	894.40	772.12	927.94	830.40	830.40
研发费用	815.68	712.68	889.21	940.33	940.33
财务费用	-295.42	-18.33	1,078.19	1,389.53	1,389.53
其他收益	280.30	538.57	223.92	593.00	593.00
投资收益	27.47	-12.89	211.74	883.09	883.09
信用减值损失	61.27	-154.66	-126.96	-14.43	-14.43
资产减值损失	262.61	-375.30	-102.30	-158.44	-158.44
资产处置收益	43.96	-1.41		-13.55	-13.55
营业利润	-182.76	2,624.96	1,711.89	520.80	520.80
利润总额	-173.73	2,606.11	1,801.25	452.31	452.31
净利润	-183.14	2,287.81	1,437.74	629.43	629.43

[注 1]根据新收入准则，商品控制权转移之前发生的运输活动通常不构成单项履约义务的，相关成本应当作为合同履约成本，计入营业成本列示。公司在第四季度将全年的销售运输费用从销售费用调整至营业成本列报，导致第四季度营业毛利、销售费用出现负数

[注 2]为了与前三季度口径保持一致，将第四季度调整的 13,394.18 万元运输费用从营业成本还原至销售费用列示

由上表可见，报告期内在营业收入及经营活动流量净额均逐季度回升的情况下，净利润在第二季度回升后第三、四季度持续下滑，主要原因系：

1. 第三、四季度财务费用大幅上升

公司外销货款主要以美元结算，报告期内美元兑人民币的汇率走势如下：



由上图可见，2020 年上半年美元兑人民币汇率整体呈波动上升的趋势，但下半年呈持续下降趋势，且下降幅度较大，导致公司第三、四季度的“财务费用——汇兑净损失”大幅上升。报告期内，公司各季度“财务费用——汇兑净损失”项目的发生额如下：

单位：万元

项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
财务费用——汇兑净损失	-284.39	60.39	1,072.36	1,358.67

2. 第三、四季度的整体毛利率呈下降趋势

2020 年上半年受疫情影响，安吉的家具企业普遍开工率不足，生产工人流失较多。但海外疫情的持续蔓延，使得减少外出、居家办公成为一种常态，带动了海外家居市场的需求快速上涨，下半年开始，安吉家具企业外贸订单激增，短期内出现用工短缺的情况，用工成本增长明显。由于短时间内招工困难，公司不得不通过劳务外包的用工形式以满足订单生产需求，人工成本上升导致整体毛利下降。报告期内，公司各季度营业成本中直接人工的发生额如下：

单位：万元

项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业成本——直接人工	2,943.63	3,030.09	3,679.78	5,891.72

安吉家具行业上市公司劳务外包情况详见本公司回复三(一)2之说明。2020年度安吉家具行业上市公司均出现了劳务外包的情况,公司的用工情况与当地同行业可比公司相符。

(三) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项,我们实施的核查程序主要包括:

(1) 获取公司报告期内分季度的经营数据情况,查询同行业可比上市公司公开披露信息,了解其分季度的经营数据与公司是否存在重大差异;

(2) 获取公司报告期内主要客户的分季度销售数据,分析公司业务是否存在季节波动性;

(3) 访谈公司财务负责人,对报告期内各季度公司整体毛利变动进行分析,了解本期汇率波动对公司净利润的影响。

2. 核查意见

经核查,我们认为,结合公司所属行业销售的季度波动特征、主营业务开展情况、客户季度变化情况、业务结算模式及结算政策等,公司营业收入及经营活动流量净额逐季度回升的情况符合实际业务情况,与同行业可比公司变动趋势一致;净利润在第二季度回升后持续下滑、趋势出现背离的主要系:(1)下半年出现用工短缺,人工成本增长导致第三、四季度毛利率下降;(2)2020年下半年美元对人民币汇率持续下降且幅度较大,导致公司第三、四季度财务费用——汇兑净损失大幅增加。公司净利润变动的原因具备合理性。

五、年报显示,报告期末公司应收账款余额 1.73 亿元,同比增长 22.85%。其中,按欠款方归集的前五名应收账款余额合计 9562.97 万元,占应收账款余额的比例为 52.32%,其中第一名余额 4454.65 万元、占比 24.37%。同时,公司本期前五名客户销售额 2.44 亿元,占销售总额的 20.99%。请公司补充披露:(1)近三年前十大客户名称、关联关系、与公司交易金额、信用政策、应收账款及变化情况,并说明有关变动发生原因;(2)应收账款余额前五名对象的名称、关联关系、信用政策、对应产品、交易发生额、账龄、期后回款情况等;(3)结

合上述应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营情况和资信水平，补充披露应收账款是否存在无法足额收回的风险，坏账准备是否充分计提。

公司回复：

(一) 近三年前十大客户名称、关联关系、与公司交易金额、信用政策、应收账款及变化情况，并说明有关变动发生原因

1. 近三年前十大客户的明细情况

(1) 2020 年前十大客户

单位：万元

客户名称	关联关系	2020 年交易金额	应收账款余额	信用政策	信用政策相比上期是否变化	逾期金额	期后回款率[注]
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	非关联方	7,810.02	1,428.90	0A90	是		100%
Costco Wholesale Corporation	非关联方	6,598.75	4,454.65	0A90	否(本期新客户)	296.39	100%
HANDY BUTTON MACHINE CO.	非关联方	3,749.11	1,358.68	0A90	否	201.06	100%
AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	非关联方	3,508.50	159.89	0A14	否		100%
FURNITURE CHOICE LIMITED	非关联方	2,737.34	122.63	DP30	否		100%
Mazin Furniture Industries Limited	非关联方	2,002.42	183.87	0A60	是		100%
Furniture Force (Pty) Ltd T/A Leisu	非关联方	1,923.59	226.66	DP30	否		100%
HOMELEGANCE, INC	非关联方	2,734.57	132.24	0A30	否		100%
COMERCIALIZADORA RAALCH, S. A. DE C.	非关联方	1,790.86	243.89	0A75	否	90.35	100%
COPPEL CORPORATION	非关联方	1,657.61	20.13	0A60	是		100%
小 计		34,512.76	8,331.54			587.80	

[注]期后回款数据的统计截至 2021 年 5 月 31 日，下同

(2) 2019 年前十大客户

单位：万元

客户名称	关联关系	2019 年交易金额	应收账款余额	信用政策	信用政策相比上期是否变化	逾期金额	期后回款率
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	非关联方	6,614.75	1,989.37	0A75	是	41.48	100%
HANDY BUTTON MACHINE CO.	非关联方	4,953.24	346.86	0A90	是		100%
AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	非关联方	3,758.66	84.65	0A14	否		100%

HOMELEGANCE, INC	非关联方	4,067.92	258.96	0A30	否		100%
Mazin Furniture Industries Limited	非关联方	2,467.63	144.02	0A30	否		100%
FURNITURE CHOICE LIMITED	非关联方	2,179.59	110.90	DP30	否		100%
Furniture Force (Pty) Ltd T/A Leisu	非关联方	2,145.89	113.92	DP30	否		100%
COMERCIALIZADORA RAALCH, S.A. DE C.	非关联方	2,018.07	529.62	0A60	否		100%
BEL IMPORTS INC	非关联方	1,923.41	242.09	0A45	否		100%
DANUBE BUILDING MATERIALS FZCO	非关联方	1,898.35	494.59	0A30 (信用证)	否	136.98	100%
小 计		32,027.51	4,314.98			178.46	

(3) 2018 年前十大客户

单位：万元

客户名称	关联关系	2018 年交易金额	应收账款余额	信用政策	信用政策相比上期是否变化	逾期金额	期后回款率
HANDY BUTTON MACHINE CO.	非关联方	7,051.74	1,276.56	0A60	否		100%
HOMELEGANCE, INC	非关联方	6,584.10	227.01	0A30	否		100%
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	非关联方	4,901.84	1,519.65	0A60	否	196.46	100%
AMERICAN FURNITURE WAREHOUSE	非关联方	3,588.38	7.76	0A14	否		100%
IMPORT SOURCING LLC	非关联方	3,395.22		0A14	否		100%
Marzilli International Inc	非关联方	2,370.38	281.15	0A30	否		100%
COPPEL CORPORATION	非关联方	2,154.67	390.21	DP14	否		100%
Saudi Co.For Hardware	非关联方	2,081.89	389.17	0A30	是	83.69	100%
Mazin Furniture Industries Limited	非关联方	1,749.45	219.24	0A30	否	8.54	100%
CHT International	非关联方	1,593.45	12.38	0A45	否		100%
小 计		35,471.12	4,323.12			288.69	

2. 近三年前十大客户明细情况变动及原因

(1) 应收账款余额变动情况

2018-2020 年前十大客户应收账款余额分别为 4,323.12 万元、4,314.98 万元、8,331.54 万元，2019 年前十大客户应收账款相较于 2018 年变化较小，2020 年前十大客户应收账款余额增长较为明显，主要系：

1) 本期新增大客户 Costco Wholesale Corporation (以下简称 Costco), 公司通过第三方销售代表获取该客户, 向其销售的产品类型为固定沙发, 信用政策为提单日后 90 天付款, 由于 2020 年 12 月出货较多, 故本期末应收账款余额较大;

2) 本期 HANDY BUTTON MACHINE CO. (以下简称 HANDY) 应收账款余额上升 1,011.82 万元, 营业收入反而下降 1,204.13 万元。2018-2020 年 HANDY 应收账款余额分别为 1,276.56 万元、346.86 万元、1,358.68 万元, 销售收入分别为 7,051.74 万元、4,953.24 万元、3,749.11 万元, 变化原因系 2019 年下半年因关税政策影响公司对该客户出货较少, 导致 2019 年期末应收账款余额下降明显, 2020 年上半年又由于疫情因素, 交易额仍然较低, 下半年双方交易开始恢复正常, 因此 2020 年营业收入同比下降, 应收账款余额相比上期增长较为明显。

(2) 期后回款及逾期情况

2018、2019 年部分客户存在小额应收账款逾期现象, 但期后均已回款, 不存在拖欠货款的情况。其中, DANUBE BUILDING MATERIALS FZCO 客户 2019 年存在小额逾期系该客户采用信用证方式付款, 由于信用证的开证及寄发方式历时较长, 货款难以在 30 天内到账, 但考虑到该客户回款正常, 双方交易关系稳定, 难以收回货款的风险较小。

2018-2020 年前十大客户期后均已回款, 公司期末的应收账款不存在大额无法收回的风险。

(3) 主要客户信用政策变动情况及原因

1) BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC.

该客户 2018 年的信用政策为 OA60, 2019 年 2 月信用政策变更为 OA75, 变更原因为: 该客户为公司的大客户, 2018 年整体销售额较高, 预计 2019 年交易金额将持续增长, 且该客户信誉良好, 为两方合作顺利开展, 双方约定放宽付款期限至 75 天。2020 年 1 月信用政策变更为 OA90, 变更原因为: 2019 年美国对中国出口货物加征 25% 的关税, 公司为与该客户保持良好的合作关系, 多方协商后决定延长账期, 以给予客户一定的支持。2020 年末, 该客户实际已按照 60 天的账期回款, 故 2021 年该客户的信用政策已调整为 OA60。

2) Mazin Furniture Industries Limited.

该客户 2018、2019 年的信用政策为 OA30，2020 年 4 月信用政策变更为 OA60，变更原因为：该客户受疫情影响，现金流紧张，故希望公司能够延长付款期限，公司经慎重考虑后，认为该客户属于北美地区大客户，信用良好，双方交易关系稳固，同意变更其信用政策。

3) COPPEL CORPORATION.

该客户 2018、2019 年的信用政策为 DP14，2020 年 4 月变更为 OA60，变更原因为：该客户为公司在墨西哥的第二大客户，历史付款情况良好，无逾期记录，2020 年由于疫情影响，客户关闭部分店铺，资金紧张，因此希望公司能在付款期限上给予支持，为保持与该客户的友好合作关系，公司同意变更其信用政策。

4) HANDY BUTTON MACHINE CO.

该客户 2018 年的信用政策为 OA60，2019 年 4 月信用政策变更为 OA90，变更原因为：该客户近年业务增速较快，并且信用较好，极少出现逾期，为了更好地促进业务增长，公司延长其付款期限至 90 天。

5) Saudi Co.For Hardware.

该客户 2017 年的信用政策为 DP30，2018 年 1 月信用政策变更为 OA30，此次信用政策从“付款交单”变更为“货到付款”，付款期限仍为提单日后 30 天。2018 年 8 月信用政策变更为 OA90，变更原因为：2018 年 8 月由于该客户资金紧张，公司为给予客户支持，暂时放宽其付款期限至 90 天。2019 年 1 月信用政策变更为 OA60，变更原因为：客户资金紧缺情况缓解，公司准备恢复其原信用政策，考虑到该客户销售规模较大，双方交易稳定，故变更其付款期限至 60 天。

(二) 应收账款余额前五名对象的名称、关联关系、信用政策、对应产品、交易发生额、账龄、期后回款情况

公司 2020 年年度报告中披露的应收账款前五名情况如下：

单位：元

客户名称	账面余额	占应收账款余额的比例(%)	坏账准备
Costco Wholesale Corporation	44,546,517.69	24.37	2,227,325.88
Amazon.com, Inc.	18,054,574.27	9.88	902,728.71
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	14,289,025.32	7.82	714,451.27
HANDY BUTTON MACHINE CO.	13,586,845.73	7.43	679,342.29
Wayfair Inc.	5,152,690.10	2.82	257,634.51

小 计	95,629,653.11	52.32	4,781,482.66
-----	---------------	-------	--------------

由于 Amazon.com, Inc. 与 Wayfair Inc. 为电商平台，公司实际销售客户为终端消费者，平台向消费者收取货款后再支付给公司，因此平台并非公司的直接客户，但公司是从平台处收取货款，故年度报告中将 Amazon.com, Inc. 与 Wayfair Inc. 作为应收账款前五名披露。

剔除应收 Amazon.com, Inc. 与 Wayfair 的款项后公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

客户名称	关联关系	信用政策	销售产品	2020 年交易额	应收账款余额	账龄	期后回款率
Costco Wholesale Corporation	非关联方	0A90	固定沙发	6,598.75	4,454.65	1 年以内	92.52%
BOB'S DISCOUNT FURNITURE, LLC	非关联方	0A90	功能沙发、固定沙发、其他	7,810.02	1,428.90	1 年以内	100%
HANDY BUTTON MACHINE CO.	非关联方	0A90	功能沙发、固定沙发、其他	3,749.11	1,358.68	1 年以内	100%
AMAZON.COM SERVICES, INC	非关联方	0A120	功能沙发、固定沙发、其他	994.32	524.01	1 年以内	100%
DANUBE BUILDING MATERIALS FZCO	非关联方	0A60	功能沙发、固定沙发、其他	1,251.23	395.60	1 年以内	100%
小 计				20,403.43	8,161.84		

(三) 结合上述应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营情况和资信水平，补充披露应收账款是否存在无法足额收回的风险，坏账准备是否充分计提

1. 近三年应收账款账龄情况

单位：万元

账 龄	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
1 年以内	17,859.68	14,857.23	8,458.23
1-2 年	413.62	5.45	
2-3 年	5.10		
合 计	18,278.40	14,862.69	8,458.23

由上表可见，公司应收账款账龄基本在 1 年以内，账龄较短。

2020 年末账龄 1-2 年的应收账款中 366.66 万元系公司应收 APPEARANCES INTERNATIONAL 的货款，由于双方对未结清的款项存在纠纷，因此对方尚未回款。公司向中国人民财产保险股份有限公司购买了出口信用保险，保险公司正在对该

笔货款执行追偿程序，保单约定的赔偿比例为 90%，因此该笔货款整体的可回收性不存在明显异常，本期对该笔货款仍按照账龄组合计提坏账准备，计提比例为 10%。除此之外，其余 1-2 年的应收账款金额较小。

2020 年末账龄 2-3 年的应收账款 5.10 万元系应收 Supply Chain Sources LLC 的货款，公司后续已不再与该客户合作，预计款项无法收回，已全额计提坏账准备。

从总体上看，公司应收账款账龄结构合理，不存在大额无法收回的应收账款。

2. 近三年应收账款逾期及期后回款情况

近三年前十大客户的应收账款逾期情况及期后回款情况详见本公司回复五(一)所示。由表中数据可见，公司前十大客户中存在小额应收账款逾期情况，但期后均已收回，公司无法足额收回应收账款的风险较低。

3. 主要客户经营情况和资信水平

公司主要客户为境外知名或大型的家具经销商或零售商，客户销售规模较大，信誉良好。公司购买了出口信用保险，在向保险公司进行客户备案时，保险公司会对客户进行调查并出具资信报告，包括客户的基本经营情况及资信水平评级等，上述前十大客户的经营情况良好，资信水平较好，公司无法足额收回应收账款的风险较小。

综上所述，公司应收账款账龄较短，不存在大额逾期情况，期后回款率较高，主要客户经营情况良好，资信水平较好，应收账款可回收风险较低，坏账准备计提充分。

(四) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 获取前十大客户清单及其交易金额，检查合同约定的信用政策与公司系统中维护的信用政策是否一致；

(2) 比较前十大客户及其应收账款变动金额，了解公司大客户的变动情况；

(3) 了解 2020 年应收账款期末余额前五大客户的交易情况及信用政策；

(4) 了解公司前十大客户的资信水平、逾期情况以及期后回款情况，核查保险公司出具的客户资信报告，判断公司应收账款无法足额收回的风险大小。

2. 核查意见

经核查，我们认为，公司近三年主要客户及其交易金额、应收账款余额变动未见异常，信用政策变更具备合理性；公司应收账款账龄较短，不存在大额逾期情况，期后回款率较高，主要客户经营情况良好，资信水平较好，应收账款可回收风险较低，坏账准备计提充分。

六、年报显示，报告期末公司预付款项余额为 643.17 万元，其中按预付对象归集的前五名余额合计 430.90 万元，占预付款项余额的比例达 67.01%。请公司补充披露上述预付对象的具体名称，是否与上市公司或控股股东、实控人存在关联关系，上述预付款项的形成原因及合理性。

公司回复：

(一) 报告期末预付前五名对象的具体名称，是否与上市公司或控股股东、实控人存在关联关系，上述预付款项的形成原因及合理性

1. 报告期末公司预付余额前五名的供应商情况

单位：元

单位名称	款项性质	金额	占预付款项余额的比例(%)	是否与上市公司或控股股东、实控人存在关联关系
中国对外贸易广州展览总公司	预付展位费	1,524,262.50	23.70	否
湖州思远包装纸业有限公司	预付房租费	1,169,047.64	18.18	否
安吉亚太制动系统有限公司	预付房租费	791,030.47	12.30	否
Vida XL Europe B.V.	预付货款	533,540.28	8.30	否
中国人民财产保险股份有限公司湖州市分公司	预付保险费	291,100.44	4.53	否
小 计		4,308,981.33	67.01	

2. 上述预付款项的形成原因及合理性

(1) 中国对外贸易广州展览总公司

公司原计划参加于 2020 年 3 月举办的第 45 届中国（广州）国际家具博览会，并于 2019 年末向中国对外贸易广州展览总公司预付展位费 1,524,262.50 元。由于新冠疫情影响，该展会延期至 2020 年 7 月举办，公司因时间原因无法参加本次家博会，但同意参加于 2021 年举办的家博会。经双方协商一致，中国对外

贸易广州展览总公司同意公司将上述已交展位费作为 2021 年家博会的展位费使用。

(2) 湖州思远包装纸业有限公司

公司向湖州思远包装纸业有限公司租用其位于安吉县塘浦工业园区的工厂用于存放库存，租用面积 18,385.75 平方米，租赁期间为 2019 年 11 月 1 日起至 2023 年 1 月 31 日止。租金采用预付形式，每 6 个月支付一次。期末预付该公司款项余额系预付 2021 年的房租费。

(3) 安吉亚太制动系统有限公司

公司向安吉亚太制动系统有限公司租用其位于安吉县递铺街道康山工业园区阳光大道西段 399 号的工厂用于存放库存，租用面积 20,488.55 平方米，租赁期间为 2020 年 9 月 6 日起至 2021 年 3 月 5 日止。公司已全额支付租赁期间的房租费，期末预付该公司款项余额系预付 2021 年的房租费。

(4) Vida XL Europe B.V.

VidaXL 是欧洲（荷兰）的一个电商平台公司，公司在 VidaXL 平台上采购部分商品用于跨境电商的销售业务。VidaXL 平台采用预充值消费的结算模式，公司向平台账户中预充值货款，平台根据公司实际采购结算情况对账户中的预充值款进行实时扣款。期末预付该公司款项余额系预充值货款尚未结算的余额。

(5) 中国人民财产保险股份有限公司湖州市分公司

公司向中国人民财产保险股份有限公司湖州市分公司投保出口信用保险业务，其中短期出口贸易信用保险的投保期间为 2020 年 12 月 01 日至 2021 年 11 月 30 日，出口产品责任险保的投保期间为 2020 年 4 月 2 日至 2021 年 4 月 1 日。期末预付该公司款项余额系预付 2021 年的保险费。

(二) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 获取了公司报告期内供应商采购清单，主要往来科目明细表，并与审计报告核对一致；

(2) 获取公司管理层认定的关联方清单及书面声明，将公司认定的关联方清单与取得的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭

成员（包括父母、子女、兄弟姐妹）对外投资情况和任职情况调查表进行对比，核实公司关联方清单的完整性；

(3) 通过获取工商资料、网上查询等方式，了解公司主要供应商的股东构成、法定代表人、董事会构成等情况，根据了解到的实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员（包括父母、子女、兄弟姐妹）对外投资和任职情况，比照主要供应商的相关信息，检查主要供应商与公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员（包括父母、子女、兄弟姐妹）是否存在关联方关系；

(4) 获取主要供应商的采购合同，了解公司对其采购内容和付款政策。

2. 核查意见

经核查，我们认为，报告期末公司预付款项前五名的供应商与上市公司或控股股东、实控人不存在关联关系，预付款项形成的原因合理。

七、年报显示，报告期末公司存货余额为 1.73 亿元，同比增长 43.78%，存货跌价准备余额 473.13 万元，存货跌价准备整体计提比例仅为 2.66%。存货构成看，主要为库存商品、在产品、原材料，期末账面价值分别为 1.06 亿、0.43 亿、0.24 亿，分别计提了跌价准备 423.93 万元、0、49.20 万元。请公司：（1）结合近期跨境电商业务开拓情况、存货结构变化情况等，说明本次存货余额大幅增加的原因及合理性；（2）补充披露存货计提跌价准备的具体标准及相应的测试过程，同时结合存货类别、库龄、销售价格等因素，对比同行业其他公司情况，说明相关科目的计提比例是否符合行业通行水平，是否存在计提比例过低、计提不充分的情形；（3）按照境内外分别列示公司存货规模、占比，其中对于境外存货，进一步列示其主要存放地及类别、金额，说明境外存货的出入库、盘点等相关管理制度及其执行情况。

公司回复：

（一）结合近期跨境电商业务开拓情况、存货结构变化情况等，说明本次存货余额大幅增加的原因及合理性

1. 近期跨境电商业务开拓情况、存货结构变化情况

公司近期跨境电商业务处于不断扩张阶段，销售收入从 2019 年度的 10,704.00 万元增长至 2020 年度的 26,357.32 万元，同比增长 146.24%，详见本公司回复二(一)(二)之说明。

公司近期存货结构变化情况如下：

单位：万元

项 目	2020.12.31		2019.12.31		变动比例	
	账面价值	占比	账面价值	占比	账面价值	占比
国内仓库	13,132.76	75.92%	8,634.06	71.76%	52.10%	增加 4.16 个百分点
原材料	2,378.42	13.75%	1,901.72	15.81%	25.07%	减少 2.06 个百分点
在产品	4,307.54	24.90%	2,024.11	16.82%	112.81%	增加 8.08 个百分点
库存商品	6,446.80	37.27%	4,708.23	39.13%	36.93%	减少 1.86 个百分点
海外仓库	4,166.19	24.08%	3,397.24	28.24%	22.63%	减少 4.16 个百分点
库存商品	4,166.19	24.08%	3,397.24	28.24%	22.63%	减少 4.16 个百分点
合 计	17,298.95	100.00%	12,031.30	100.00%	43.78%	

2. 本次存货余额大幅增加的原因及合理性

公司报告期末存货余额为 1.78 亿元，同比增长 39.18%，原因如下：

(1) 公司产销规模扩大，期末存货因公司业务规模扩大而自然增长

随着公司首发募投项目的逐步投产，公司产销规模得到有效提升。公司本期营业收入为 116,241.86 万元，同比增长 8.67%，随着公司整体产销规模的增长，各期末原材料、在产品、库存商品数量均随之增长。

(2) 公司大力开拓跨境电商业务，导致库存商品备货增加

公司从 2018 年开始拓展跨境电商业务，本期跨境电商业务收入为 26,357.33 万元，同比增长 146.24%，实现快速增长。跨境电商业务不同于 OEM/ODM 传统业务，因直接通过海外电商平台销售给终端消费者，需要公司在海外仓储备不同型号、数量、款式的产品以备快速响应消费者的需求。公司为满足日益激增的跨境电商终端需求，将大量库存商品运输至海外仓库备货，致使库存商品余额大幅增长。

(3) 出口订舱难，库存积压，生产放缓，导致在产品大幅增加

受海外疫情影响，中国出口集装箱运输市场需求持续处于高位，同时舱位紧张和空箱不足致使期末海运订舱困难，公司货物出运缓慢，库存积压，生产放缓，导致期末在产品数量大幅增加，与同行业公司恒林股份、永艺股份变动趋势一致。

综上，公司本次存货余额大幅增加，与业务实际发展情况相吻合，变动较为合理。

(二) 补充披露存货计提跌价准备的具体标准及相应的测试过程，同时结合存货类别、库龄、销售价格等因素，对比同行业其他公司情况，说明相关科目的计提比例是否符合行业通行水平，是否存在计提比例过低、计提不充分的情形

1. 补充披露存货计提跌价准备的具体标准及相应的测试过程

(1) 公司存货计提跌价准备的具体标准

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，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。

(2) 存货跌价准备的测试过程

报告期内，公司分产品类别主营业务毛利率如下：

单位：元

项 目	功能沙发	固定沙发	其 他
主营业务收入	768,013,511.48	280,556,591.40	111,263,416.61
主营业务成本	509,732,401.55	211,360,622.88	66,804,620.29
毛利率	33.63%	24.66%	39.96%

报告期内，公司产品销售情况较好，毛利率较高，经对产成品进行减值测试，未发现其整体存在明显减值迹象。公司持有的原材料、在产品主要系用于生产，经对其进行减值测试，未发现其进一步加工为产成品后整体存在明显减值迹象。因此，认为报告期末公司存货整体不存在明显减值迹象。在此基础上，结合报告

期末公司存货库龄分析以及传统业务、跨境电商业务销售费用和销售过程中相关税费状况的了解，发现少量原材料长时间未使用，以及跨境电商业务销售费用率偏高导致部分库存商品可变现净值小于账面成本，对该等存货单独进行减值测试，发现该等存货存在跌价情况，故对其计提存货跌价准备。

经减值测试，报告期末公司存在减值迹象存货的存货跌价准备计提过程如下：

单位：万元

项 目	账面余额 ①	预计销售 收入②	预计销售 费用③	预计销售 税金④	至完工时估 计将要发生 的成本⑤	可变现净值 ⑥=②-③-④ -⑤	存货跌价准备 ⑦=①-⑥
原材料	87.70	270.09	32.17	2.13	197.29	38.50	49.20
库存商品	2,081.56	3,650.93	1,993.30			1,657.63	423.93
固定沙发	1,274.87	2,316.59	1,266.77			1,049.82	225.05
功能沙发	91.99	150.05	81.03			69.02	22.97
其 他	714.69	1,184.29	645.50			538.79	175.91
合 计	2,169.26	3,921.02	2,025.47	2.13	197.29	1,696.13	473.13

2. 结合存货类别、库龄、销售价格等因素，对比同行业其他公司情况，说明相关科目的计提比例是否符合行业通行水平，是否存在计提比例过低、计提不充分的情形

(1) 报告期末存货分类别、分库龄账面余额及存货跌价准备情况

1) 分类别、分库龄存货账面余额情况如下：

单位：万元

项 目	账面余额	库 龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料	2,427.62	2,339.92	72.59	10.57	4.54
在产品	4,307.54	4,307.54			
库存商品	11,036.92	11,036.92			
合 计	17,772.08	17,684.38	72.59	10.57	4.54

2) 分别类、分库龄存货跌价准备情况

单位：万元

项 目	存货跌价准备	库 龄			
		1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上
原材料-面料	49.20		39.06	5.60	4.54
库存商品-沙发	423.93	423.93			

合 计	473.13	423.93	39.06	5.60	4.54
-----	--------	--------	-------	------	------

截至 2020 年 12 月 31 日，公司存货的库龄基本在 1 年以内，说明公司产品销售情况良好，不存在大额呆滞存货。公司 1 年以内的存货占报告期末存货账面余额的 99.51%，该库龄产品存货跌价准备计提比例平均为 2.40%；库龄在 1-3 年之间的存货占报告期末存货账面余额的 0.47%，占比较低，该库龄产品存货跌价准备计提比例平均为 53.70%；库龄在 3 年以上的存货占报告期末存货账面余额的 0.03%，占比极低，公司已全额计提存货跌价准备。

(2) 本期存货销售价格变动情况

单位：元

类 型	2020 年度销售单价	2019 年度销售单价	变动比例
库存商品-沙发	883.80	830.42	6.43%
库存商品-其他	318.32	205.08	55.22%

公司 2020 年度产品销售价格较上期增长，主要系跨境电商业务因产品在平台上取得消费者认可，公司上调了产品的销售价格，导致产品单价 2020 年度较 2019 年度上升较多。

公司 2020 年末计提存货跌价准备 473.13 万元，计提比例为 2.66%，上年同期计提比例为 5.78%，本期计提比例同比减少 3.12 个百分点，与 2020 年度较 2019 年度产品售价上升导致存货可变现净值增长的趋势相匹配。

(3) 同行业公司存货跌价准备计提情况

单位：万元

公司名称	项 目	金额
恒林股份	存货账面余额	90,075.05
	存货跌价准备	4,745.55
	存货跌价准备计提比例	5.27%
顾家家居	存货账面余额	187,586.43
	存货跌价准备	453.15
	存货跌价准备计提比例	0.24%
永艺股份	存货账面余额	78,039.31
	存货跌价准备	1,008.88
	存货跌价准备计提比例	1.29%

行业平均	存货账面余额	118,566.93
	存货跌价准备	2,069.19
	存货跌价准备计提比例	1.75%
中源家居	存货账面余额	17,772.08
	存货跌价准备	473.13
	存货跌价准备计提比例	2.66%

由上表可见，由于公司与同行业可比公司在产品结构、客户结构、存货结构及采购、生产与销售模式等方面存在一定差异，导致公司与同行业可比公司存货跌价准备具体计提情况存在一定差异，公司报告期末存货跌价准备计提比例高于行业平均水平。

综上，结合存货类别、库龄、销售价格等因素，对比同行业其他公司情况，公司报告期末存货跌价准备计提比例符合行业通行水平，不存在计提比例过低、计提不充分的情形。

(三) 按照境内外分别列示公司存货规模、占比，其中对于境外存货，进一步列示其主要存放地及类别、金额，说明境外存货的出入库、盘点等相关管理制度及其执行情况

1. 报告期末公司境内外存货规模及占比情况

单位：万元

地 区	金 额	占 比
境 内	13,132.76	75.92%
境 外	4,166.19	24.08%
合 计	17,298.95	100.00%

2. 报告期末境外存货主要存放地及类别、金额情况

单位：万元

存放地	存放仓库[注]	产品类别	金 额
美 国	LC Logistics Service, Inc.	沙 发	1,377.13
		其 他	1,030.64
美 国	Circlelink Supply Chain Inc.	沙 发	1,047.23
		其 他	311.53
美 国	Amazon 自发仓	沙发、其他	160.52
美 国	其 他	沙发、其他	96.53
日 本	Amazon 自发仓	沙发、其他	89.42
日 本	海豚仓	沙发、其他	45.53
欧 洲	大健云仓	沙发、其他	7.66

[注]公司海外存货均存放于第三方仓库

3. 境外存货的出入库、盘点等相关管理制度及其执行情况

公司境外存货逐年增多，为了规范境外存货管理，公司制定了《海外仓存货管理制度》，严格按照相关规章制度及会计核算规定设计了存货入库、保管、出库、盘点等操作流程。

其中与境外存货相关的内部控制管理制度主要如下：

(1) 存货验收入库：海外仓进行收货时，需对货物进行检查，对于验收不合格的存货，海外仓管理人员应及时联系公司，公司视具体情况进行处理。

(2) 存货保管：对海外调拨的产品，由平台销售人员提出调拨请求，根据第三方仓库、平台仓库等分别安排不同流程。

(3) 存货销售：对于发出存货，海外仓需根据发货地址，判断距离客户最近仓库，然后安排发货；出库配送须做好各项登记。

(4) 存货盘点：公司每月从第三方仓库平台导出库存，与账面数进行核对，若存在差异，视具体情况进行处理；同时公司在每个资产负债表日，根据海外存货存放地点制定盘点计划进行盘点，确保海外存货处于有效可控管理之下。

截至报告期末，公司严格按照上述内部控制管理制度执行存货入库、保管、出库、盘点等操作流程，相关内部控制运行有效。

(四) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 了解与海外存货管理相关的流程及相关内部控制制度，评价内部控制制度设计的合理性，并执行相应的控制测试，如取得公司对海外存货的自盘资料；

(2) 获取公司报告期内存货变动及结存情况，分类型对存货各月单位成本实施实质性分析程序；比较前后各期存货的周转率和库龄，评价其合理性并对异常波动做出解释；对公司报告期内业务发展情况及海外存货存放进行分析，识别是否存在重大或异常波动，并查明波动原因；

(3) 获取公司报告期内存货的销售情况、库龄、退换货情况，公司存货跌价准备的计提情况，并与同行业上市公司的存货跌价准备的计提情况相比较，核查是否存在重大差异；

(4) 获取公司产品的进销存情况、相关产品的终端销售情况、期末存货主要存放地、产品类别及金额。对于存放国内仓库的存货，我们实施了现场监盘程序并关注残次冷背的存货是否被识别；对于存放海外仓库的存货，我们从第三方仓库平台导出库存记录与公司账面库存记录进行核对，并对第三方进行发函确认。

2. 核查意见

经核查，我们认为，截至报告期末，公司境外存货相关内部控制管理制度设计合理，且执行有效。此外，公司报告期末存货余额大额增加主要系由公司整体产销规模增长、跨境电商业务备货需要，以及期末出口订舱难，库存积压所致，公司报告期末存货跌价准备计提比例高于行业通行水平，不存在计提比例过低、计提不充分的情形。

八、年报显示，报告期末公司应付账款余额 2.42 亿、同比增长 38.06%，主要为货款 2.38 亿。请公司：（1）结合供应商账期变动情况及当前结算政策、原材料价格波动情况及采购规模、本期生产经营及业务拓展情况等因素，分析本期应付账款显著增长的原因及合理性，是否与本期营业收入走势相匹配；（2）补充披露应付账款期末余额前五名对象的名称、应付账款金额及账龄、形成原因、期后结算情况等。

公司回复：

（一）结合供应商账期变动情况及当前结算政策、原材料价格波动情况及采购规模、本期生产经营及业务拓展情况等因素，分析本期应付账款显著增长的原因及合理性，是否与本期营业收入走势相匹配

报告期末公司应付账款构成及变动如下：

单位：万元

项 目	2020年12月31日	2019年12月31日	变动金额	变动比例
货 款	23,839.86	17,382.10	6,457.76	30.39%
其中：运输费用	3,808.03		3,808.03	
工程设备款	358.51	145.54	212.97	146.33%

合 计	24,198.37	17,527.64	6,670.73	38.06%
剔除运输费用后应付账款	20,390.34	17,527.64	2,862.70	16.33%

由上表可见，公司期末应付账款较上年末显著增长主要系本期将运输费用核算项目从其他应付款调整至应付账款，列报口径较上年发生变化所致。公司本期执行新收入准则，商品控制权转移之前发生的不构成单项履约义务的运输活动，相关成本作为合同履行成本计入营业成本，公司相应调整了运输费用的核算项目和列报口径。剔除运输费用后，公司期末应付账款余额较上年末增加2,862.70万元，同比增长16.33%，主要系报告期末应付货款增加所致，以下进一步对应付货款增加进行分析。

1. 供应商账期及结算政策变动

2020年主要供应商账期变动情况及当前结算政策如下：

单位：万元

供应商名称	本期采购额(含税)	期末应付账款余额	当前结算政策	与上期结算政策是否发生变动
德沃康科技集团有限公司	6,576.42	890.71	票到15天承兑	2020年1月从“票到30天电汇”变更为“票到15天承兑”
重庆锐玛克品牌管理有限公司	3,957.25	842.98	票到30天承兑	未发生变动
宿州市中东木业有限公司	3,444.25	517.90	票到15天电汇	未发生变动
浙江福瑞达海绵有限公司	2,619.91	1,241.83	票到60天承兑	未发生变动
海宁奥尚布业有限公司	2,386.79	678.85	票到30天付款	未发生变动
CHANG BAO VIETNAM CO.,LTD	1,840.44		票到付款	2020年新增供应商
安吉燕青皮革有限公司	1,826.96	645.14	票到60天承兑	未发生变动
山东健翔木业有限公司	1,718.09	143.36	票到15天承兑	未发生变动
杭州华创实业有限公司	1,675.21	262.32	票到15天电汇	未发生变动
湖州耀东包装有限公司	1,492.40	537.26	票到30天承兑	未发生变动
沭阳县富华木业有限公司	1,308.28	182.61	票到15天电汇	未发生变动

杭州奥坦斯布艺有限公司	1,070.81	732.78	票到30天付款	未发生变动
赛诺(浙江)聚氨酯新材料有限公司	1,051.65	658.12	票到60天电汇	未发生变动
浙江安吉锦韵无纺布有限公司	1,023.15	481.38	票到90天付款	未发生变动
小计	31,991.61	7,815.24		
采购额及应付账款余额占比	43.62%	32.30%		

由上表可见，报告期内新增供应商 CHANG BAO VIETNAM CO., LTD 结算政策为收到发票后立即付款，无账期；供应商德沃康科技集团有限公司的结算政策自2020年1月起从“票到30天电汇”变更为“票到15天承兑”，账期缩短。除此之外，其他主要供应商的结算政策为收到发票后15-90天内支付货款，较上年结算政策未发生变化。总体来看，公司主要供应商账期变动情况及结算政策对期末应付账款余额无明显影响。

2. 主要原材料价格波动情况及采购规模

(1) 整体采购情况

2019和2020年度，公司主要物料（包括外购成品）采购情况比较如下：

原材料类别	计量单位	2020年采购规模			2019年采购规模			变动比例		
		单价	数量(万)	金额(万元)	单价	数量(万)	金额(万元)	单价	数量	金额
铁件	件	157.38	58.94	9,275.44	152.17	68.03	10,352.71	3.42%	-13.36%	-10.41%
棉	立方米	582.42	12.21	7,114.00	621.93	11.67	7,260.16	-6.35%	4.63%	-2.01%
面料	米	17.47	664.93	11,613.37	18.14	724.32	13,140.55	-3.69%	-8.20%	-11.62%
层板	立方米	1,690.70	3.13	5,300.24	1,660.19	3.30	5,470.71	1.84%	-4.86%	-3.12%
层板条	立方米	1,919.90	1.50	2,873.63	1,890.72	1.71	3,234.70	1.54%	-12.51%	-11.16%
电机	个	74.03	26.93	1,993.30	78.33	27.58	2,160.65	-5.49%	-2.38%	-7.75%
纸片	个	10.39	237.32	2,466.75	9.97	252.59	2,517.82	4.21%	-6.04%	-2.03%
外购成品[注]	-	-	-	3,865.20	-	-	1,430.35	-	-	170.23%
合计				44,501.93			45,567.65			

[注]外购成品主要用于跨境电商销售，因规格种类较多，仅列示采购金额

由上表可见，报告期内主要原材料棉、面料、电机等采购单价较上期有所下降，铁件、层板、层板条、纸片的采购单价较上期有所上升。本期主要原材料的

采购金额较上期减少3,500.57万元，同比下降7.93%，主要系受疫情影响，公司主要沙发产品的销售量较上期有所下降，而公司的生产模式是以销定产，因此本期沙发的产量有所下降，主要原材料的采购量相应有所下降。本期外购成品采购金额较上期增加2,434.85万元，同比增长170.23%，主要系本期跨境电商销售规模大幅增长所致。

(2) 分季度采购情况

2019和2020年度，公司主要物料分季度采购情况如下：

单位：万元

物料类别	2020年采购规模				2019年采购规模			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
铁件	2,460.06	2,115.62	2,143.12	2,556.64	2,336.30	2,349.21	2,671.94	2,995.26
棉	1,299.20	1,287.19	1,604.49	2,923.12	1,641.33	1,755.93	1,818.50	2,044.41
面料	2,326.47	2,145.40	3,081.59	4,059.91	2,728.68	2,954.79	3,519.15	3,937.93
层板	997.05	1,101.78	1,355.70	1,845.71	1,132.74	1,275.18	1,432.27	1,630.52
层板条	628.25	639.10	718.41	887.87	662.56	768.91	850.00	953.22
电机	550.39	374.60	534.08	534.23	489.72	474.83	584.24	611.86
纸片	527.81	519.90	624.56	794.48	520.69	599.79	640.37	756.96
外购成品	253.54	676.67	848.27	2,086.72	54.00	135.28	530.39	710.68
合计	9,042.77	8,860.26	10,910.22	15,688.68	9,566.02	10,313.92	12,046.86	13,640.84

从分季度采购情况来看，公司主要原材料本期前三季度采购额合计27,034.77万元，较上年同期减少4,172.36万元，同比下降13.37%，而第四季度采购额13,601.96万元，较上年同期增加671.80万元，同比增长5.20%。外购成品本期各季度采购额较上年同期均有不同程度增长，特别是第四季度同比增长最为

显著。公司对供应商的付款期一般不超过90天，第四季度的采购额基本在付款周期内，因此，第四季度的采购额增长是公司期末应付货款增长的主要原因。

报告期末应付账款余额较上期末大幅增加的主要供应商情况如下：

单位：万元

供应商名称	采购物料	2020 年度		2019 年度		变动原因[注]
		第四季度采购额(含税)	应付账款余额	第四季度采购额(含税)	应付账款余额	
浙江福瑞达海绵有限公司	棉类	1,112.85	1,241.83	575.28	643.60	主要系原材料单价上涨，泡棉原材料价格较上年同期上涨 50%左右
杭州天涌海绵制品有限公司	棉类	305.67	313.06			本期新增供应商
赛诺（浙江）聚氨酯新材料有限公司	棉类	613.83	658.12	267.16	360.83	主要系采购量较上年同期增加
安吉鑫跃家具有限公司	外购成品	627.55	454.59			主要系采购量较上年同期增加
安吉首发家具有限公司	外购成品	395.29	206.78			主要系采购量较上年同期增加
杭州奥坦斯布艺有限公司	面料	628.71	732.78	53.40	89.01	主要系采购量较上年同期增加
小 计		3,683.90	3,607.16	895.84	1,093.44	

由上表可见，上述供应商本期第四季度采购额较上年同期均有大幅增加，应付账款余额较上年末亦大幅增加，应付账款余额与其第四季度采购额基本相匹配。

3. 本期公司生产经营及业务拓展情况

受新冠疫情影响，公司本期上半年开工率有所不足；随着国内疫情逐渐得到控制，公司下半年生产经营逐渐恢复正常。但海外疫情的持续蔓延，使得减少外出、居家办公成为一种常态，带动了海外家居市场的需求快速上涨，下半年开始，公司的外贸订单激增，特别是第四季度，公司的产量和销量均显著增长。分季度产销量数据详见本公司回复三（一）1所示。

公司本期的销售模式仍以传统OEM/ODM业务为主，跨境电商业务为辅。本期新冠疫情虽然对公司传统的OEM/ODM业务造成一定影响，但同时也带动了海外家

居市场的需求，促进了境外消费者线上购物的习惯，公司本期跨境电商业务销售规模较上年显著增长。

公司本期生产经营情况与业务拓展情况与前述公司采购规模变动相匹配。

综上，剔除应付运输费用后，公司报告期末应付账款余额增长主要系第四季度采购额同比增长，且第四季度采购额基本在供应商的付款周期内，因此期末应付货款相应增长。第四季度采购额同比增长主要系疫情带动海外需求快速增长，公司第四季度产量大幅增长，采购额相应增长。

(二) 补充披露应付账款期末余额前五名对象的名称、应付账款金额及账龄、形成原因、期后结算情况等

报告期末公司应付账款余额前五名的供应商情况如下：

单位：万元

供应商名称	应付账款余额	账龄	款项形成原因	期后结算情况[注]
浙江福瑞达海绵有限公司	1,241.83	1年以内	采购原材料(绵类)	已结清
德沃康科技集团有限公司	890.71	1年以内	采购原材料(电机、铁件)	已结清
重庆锐玛克品牌管理有限公司	842.98	1年以内	采购原材料(铁架)	已结清
杭州奥坦斯布艺有限公司	732.78	1年以内	采购原材料(面料)	已结清
海宁奥尚布业有限公司	678.85	1年以内	采购原材料(面料)	已结清
小 计	4,387.15			

[注]期后结算时间截至 2021 年 5 月 31 日止

(三) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 获取公司报告期内供应商采购清单，主要往来科目明细表，并与审计报告核对一致；

(2) 获取其中主要供应商的采购合同，了解公司对其采购内容和付款政策，对主要供应商进行函证，函证确认主要供应商交易金额；

(3) 获取报告期内公司主要原材料采购价格变化资料，分析期末应付账款余额构成的合理性；

(4) 对公司实际控制人、采购负责人进行访谈，了解公司的采购政策，报告期各期末应付款项余额波动的原因。

2. 核查意见

经核查，我们认为，期末应付账款较上年末显著增长主要系公司本期将与合同履约义务相关的运输费用计入营业成本，并相应调整了运输费用的列报项目所致。剔除运输费用后，公司报告期末应付账款余额增长主要系第四季度采购额同比增长，且第四季度采购额基本在供应商的付款周期内，因此期末应付货款相应增长。第四季度采购额同比增长主要系疫情带动海外需求快速增长，公司第四季度产量大幅增长，采购额相应增长。应付账款余额增长与公司营业收入增长趋势相匹配，具备合理性。

九、年报显示，报告期内公司销售费用 1.16 亿元，同比下滑 40.37%；去年销售费用为 1.95 亿元，同比增长 73.66%，公司称去年增长主要是为开拓跨境电商市场增加运营费用导致。对此，请公司结合自身经营模式、报告期内跨境电商业务开拓情况等，补充说明销售费用在 2019 年出现快速上行后、本报告期同比显著下滑，与本期营业收入增长态势出现背离的原因及合理性。

公司回复：

(一) 结合公司自身经营模式、报告期内跨境电商业务开拓情况等，补充说明销售费用在 2019 年出现快速上行后、本报告期同比显著下滑，与本期营业收入增长态势出现背离的原因及合理性

公司 2020 年度销售费用为 11,645.67 万元，而上年同期为 19,531.34 万元，同比减少 7,885.67 万元，同比下降 40.37%，主要原因系：公司自 2020 年起执行新收入准则，商品控制权转移之前发生的运输活动不构成单项履约义务的，相关成本作为合同履约成本计入营业成本，与 2019 年度的列报口径（计入销售费用）发生变化。2020 年度，公司计入营业成本的运输费用为 13,394.18 万元，若不考虑新收入准则对运输费用列报的影响，公司本期销售费用为 25,039.85 万元，同比增加 5,508.51 万元，同比增长 28.20%，与营业收入的变动趋势一致。

以下进一步对销售费用与营业收入的变动进行分析：

1. 公司自身经营模式、报告期内跨境电商业务开拓情况

公司主营业务为沙发的研发、生产和销售，销售模式以传统的 OEM/ODM 业务为主，跨境电商业务为辅。传统的 OEM/ODM 模式下，公司的主要客户为境外大中型的家居贸易商、零售商，公司与主要客户建立了长期稳定的合作关系，销售费用率较低且保持相对稳定。跨境电商销售模式下，公司通过电商平台直接销售给终端消费者，虽然不存在贸易商、零售商等中间环节，但公司需承担大量的平台服务费、平台流量费、大件快递费等销售费用，因此销售费用率较高。

2018-2020 年度，公司跨境电商业务和传统业务销售情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	跨境电商 业务	OEM/ODM 传统业务	跨境电商 业务	OEM/ODM 传统业务	跨境电商 业务	OEM/ODM 传统业务
营业收入(A)	26,357.33	89,626.02	10,704.00	96,025.98	4,922.50	83,698.74
销售费用(B)	14,338.58	10,701.27	8,069.08	11,462.26	2,554.19	8,692.91
其中：职工薪酬	603.23	1,548.78	396.17	1,572.38	26.07	1,136.86
销售业务费	5,184.13	993.63	2,600.34	1,199.14	1,211.16	418.30
运输保险费	6,909.63	6,640.57	3,321.11	6,720.13	947.66	5,513.03
市场推广费	1,636.41	1,127.15	1,751.46	1,794.32	369.29	1,545.71
折旧与摊销	5.18	391.14		176.29		79.01
销售费用率(B/A)	54.40%	11.94%	75.38%	11.94%	51.89%	10.39%

注：为保持可比性，将 2020 年度运输保险费模拟计入销售费用进行分析。OEM/ODM 传统业务中包含电子商务内销的业务收入及费用，整体影响较小，考虑到费用模拟分摊的完整性，并入传统业务列示

2018-2020 年度，公司营业收入分别为 88,806.58 万元、106,971.18 万元和 115,983.35 万元，销售费用分别为 11,247.09 万元、19,531.34 万元和 25,039.85 万元，营业收入和销售费用整体均呈增长趋势。分销售模式来看，跨境电商业务营业收入持续增长，对应的销售费用亦呈持续增长趋势；OEM/ODM 传统业务营业收入 2018-2019 年度保持增长、2020 年度因疫情影响有所下降，相应的销售费用亦呈现 2018-2019 年度增长、2020 年度下降的趋势，与营业收入变动趋势一致。

2018-2020 年度，公司 OEM/ODM 传统业务的销售费用率分别为 10.39%、11.94%

和 11.94%，费用率较低且保持相对稳定。2020 年度，OEM/ODM 传统业务市场推广费下降较多，主要系受疫情影响公司参加展会数量减少，展会费用同比大幅下降。

2018-2020 年度，公司跨境电商业务的销售费用率分别为 51.89%、75.38%和 54.40%，费用率较高且呈现一定波动。2018 年度，公司开始拓展跨境电商业务，前期主要通过与合作的 Appearance International（跨境电商代运营公司）合作的方式开展业务，公司未投入较大的人力和宣传推广力度，此时销售收入及销售费用均较小；2019 年度，公司加大对跨境电商业务的投入力度，一方面，公司开始独立在海外电商平台（Amazon、eBay 等）开设店铺销售产品，配备的跨境电商业务人员大幅增加，职工薪酬大幅增加；另一方面，公司加大营销推广力度，市场推广费大幅增加。同时，公司采用低价策略吸引客流，增加销量。在加大投入及低价策略的双重作用下，公司 2019 年度跨境电商业务规模同比大幅增加，收入增长效应明显。2020 年度，公司跨境电商业务继续保持良好的增长态势，经过 2019 年的大力推广，公司自有产品在境外电商平台积累了一定的销量及口碑，逐渐获得了消费者的认可，整体市场得以进一步打开，公司在 2020 年度上调了跨境电商线上销售的产品单价，产品售价较 2019 年增长明显，同时公司适当减少了跨境电商的推广投入，市场推广费有所下降。

2. 同行业公司跨境电商业务销售费用率比较

公司同行业可比公司永艺股份、恒林股份、顾家家居等均存在跨境电商业务，但由于其年度报告中均未单独披露跨境电商业务的销售费用，因此无法对其跨境电商业务的销售费用率进行比较。

绍兴沐家家居科技股份有限公司（NEEQ: 871138，以下简称沐家家居）主要从事家居纺织品的生产和销售，销售渠道主要包括 Amazon、eBay 等电商平台的海外销售。公司跨境电商销售模式与沐家家居较为类似，销售费用率对比情况如下：

单位：万元

项 目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	中源家居	沐家家居	中源家居	沐家家居	中源家居	沐家家居
营业收入(A)	26,357.33	53,039.90	10,704.00	33,033.33	10,704.00	22,639.91
销售费用(B)	14,338.58	32,331.54	8,069.08	23,304.93	8,069.08	15,104.26

销售费用率(B/A)	54.40%	60.96%	75.38%	70.55%	51.89%	66.72%
------------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

由上表可见，公司 2018-2020 年度跨境电商业务的销售费用率与沐家家居较为接近，公司跨境电商业务销售费用率较高符合行业和业务特点，具备合理性。

(二) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们实施的核查程序主要包括：

(1) 访谈公司的高级管理人员，了解跨境电商的销售模式，了解公司销售费用 2019 年快速增长、2020 年显著下降的原因及合理性；

(2) 了解公司货币资金及报销相关的业务流程及相关内部控制制度，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(3) 对报告期内的销售费用执行分析程序，包括但不限于①分析本期与上年同期销售费用的变动情况，判断其变动的合理性；②比较本期各月销售费用，对有重大波动和异常情况的项目查明原因；③计算分析本期与上年同期销售费用率，若变动较大，则进一步计算销售费用主要项目占营业收入的比例，做年度波动分析，并与同行业上市公司进行比较，判断是否合理；④计算分析本期与上年同期销售费用主要项目占销售费用总额的比率，判断其变动的合理性；

(4) 抽查报告期内大额境外销售费用相关凭证，以抽样方式检查合同、发票、银行回单等支持性文件，确定费用确认的时点、金额是否准确，评价公司对境外销售费用确认时点的判断是否合理，确认政策是否得到一贯、准确地执行；同时抽取资产负债表日前后的相关凭证实施截止性测试；

(5) 登录公司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电商费用的财务记录进行核对，确认数据的匹配性。

2. 核查意见

经核查，我们认为，公司销售费用在 2019 年出现快速上行后、本报告期同比显著下滑，主要系公司 2020 年根据新收入准则要求将商品控制权转移之前发生的不构成单项履约义务的运输活动履约成本计入营业成本所致。若不考虑新收入准则对运输费用列报的影响，公司 2020 年度销售费用同比增长，与营业收入的变动趋势一致，不存在与营业收入增长态势出现背离的情形。公司 2020 年销

售费用增长主要系跨境电商业务增长较快所致，跨境电商业务的销售费用率较高，符合行业和业务特点，具备合理性。

十、前期，公司于 2019 年 3 月公告，受限于募投项目用地情况及地方府产业园区政策调整，变更部分 IPO 募投项目，即终止“年产 86 万件家具及配套五金件扩建项目”和“新增年产 9.76 万件沙发技改项目”，并将尚未使用的 1.76 亿募投资金用于实施建设“中源家居未来工厂产业园一期项目”，项目总预算 3.46 亿。2020 年 11 月，公司公告因府土地招投标事项推迟及疫情影响施工进度，拟将上述新募投项目达到预定可使用状态日期延期至 2021 年 12 月。专项报告显示，当前累计投入 0.75 亿，占募投资金拟投入额的比例为 42.55%，年报在建工程科目显示该项工程当前进度 20%。请公司补充披露当前该募投项目的实施进展、后续主要阶段的预计完成时间节点，并测算募投项目达产后预计对公司产能规模、产能利用率的边际影响。

公司回复：

(一) 当前募投项目的实施进展、后续主要阶段的预计完成时间节点

报告期末，公司“中源家居未来工厂产业园一期项目”累计投入占募集资金拟投入额的比例为 42.55%，大于报告期末该工程 20%的工程进度，系计算方式不同所致，具体计算过程如下：

单位：万元

项 目	计算公式	分子	分母	结(估)算结果
累计投入占募投资金拟投入额的比例	$\frac{\text{募集资金累计投入金额}}{\text{募投项目预算中募集资金投入金额}}$	7,486.60	17,592.87	42.55%
工程进度	根据工程实际进展估计的形象进度，无计算过程	-	-	20.00%
工程累计投入占预算比例	$\frac{\text{在建工程累计工程量}}{\text{募投项目预算金额}}$	7,818.54	34,577.09	22.61%

“中源家居未来工厂产业园一期项目”预算 34,577.09 万元，其中募集资金投入 17,592.87 万元，自筹资金投入 16,984.22 万元。公司以募集资金先行投入，不足时再以自筹资金投足，截至目前，该募投项目累计投入均为募集资金，尚未使用自筹资金。公司 2020 年年报中披露的“累计投入占募投资金拟投入额的比例”42.55%在计算时分母仅考虑募集资金预算投入金额，未包括自筹资金投

入部分；而公司 2020 年年报中在建工程科目披露的“工程进度”20%为工程形象进度，系公司根据实际工程进展估计，并非计算得出。如果按“工程累计投入占预算比例”计算的工程进度为 22.61%，与工程形象进度相匹配。在计算“工程累计投入占预算比例”时，分子的工程累计投入包括根据实际工程量暂估的部分，略高于募集资金累计投入金额；分母的预算金额包括募集资金投入和自筹资金投入两部分，远高于“累计投入占募投资金拟投入额的比例”中的分母金额。因此，“累计投入占募投资金拟投入额的比例”的计算结果大于实际的工程进度。

截至 2021 年 5 月 31 日，公司“中源家居未来工厂产业园一期项目”工程进度为 42%。公司预计截至 2021 年 9 月末，“中源家居未来工厂产业园一期项目”建筑主体工程完工，截至 2021 年 12 月末，“中源家居未来工厂产业园一期项目”全部完工，达到预定可使用状态。

（二）募投项目达产后预计对公司产能规模、产能利用率的边际影响

1. 募投项目达产后预计对公司产能规模的边际影响

“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产后预计增加公司产能规模如下：

单位：件			
产 能	达产后第一年	达产后第二年	达产后第三年及以后各年度
沙发类、板式家具类产品	408,810	953,890	1,362,700

公司板式家具类产品业务刚刚起步，目前产销量较低，“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产后，公司将深化对不同风格、不同功能的板式家具等方面的研究，持续推出符合新需求的产品，并通过公司目前完善的传统营销网络和发展迅速的跨境电商销售平台，快速开拓市场。

“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产后，公司将不断扩充、培养生产及管理人员，产能规模逐年释放。预计达产后第一年，公司年产能较达产前增加 408,810 件；达产后第二年，公司年产能较达产前增加 953,890 件；达产后第三年及以后各年度，“中源家居未来工厂产业园一期项目”产能预计完全释放，公司年产能较达产前增加 1,362,700 件。

2. 募投项目达产后预计对公司产能利用率的边际影响

公司测算“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产前后产能利用率数据如下：

单位：件

项 目	达产前	达产后
年产能	1,435,500	1,948,785
年产量	1,220,764-1,285,015	1,676,383-1,764,614
产能利用率	85.04%-89.52%	86.02%-90.55%

公司预计达产时间为 2021 年末，达产前 2021 年度产能为 1,435,500 件，达产后 2022 年度年产能为 1,948,785 件。由上表可见，“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产前后，公司产能利用率预计始终保持高位，该募投项目达产后不会进一步拉低现有产能，具体分析如下：

(1) 家具市场容量巨大，公司发展前景广阔

家具作为人类生活起居的重要载体，一直保持良好的发展态势。据 Statista 《消费市场展望 2020》显示，2019 年家具市场在全球创造了 13,135 亿美元的总收入，预计到 2025 年全球家具市场总收入将达到 16,163 亿美元，年复合增长率达 3.5%，市场容量巨大。随着互联网技术的不断发展，消费者的购物习惯也在逐渐发生改变，线上购物渗透率持续增加，已经成为一种消费趋势，具有较为广阔的市场空间。

作为国内功能沙发主要出口商之一，公司以产品交期、性价比等优势快速切入市场，深受境外客户的一致好评。经过多年经营发展，公司市场竞争力不断提升，其产品品质、研发设计能力等已处于行业内较为领先的水平。公司目前整体规模仍然较小，市场占有率较低，随着客户对软体家具的舒适度和外型设计要求越来越高，以及行业技术的不断发展和材料的研发创新，拥有较强自主研发设计能力的企业将会有更大的发展空间，公司未来的发展前景广阔。

(2) 公司较高的产销率为产能充分利用提供了基础

最近三年，公司的产销率分别为 98.58%、97.17%和 101.11%，始终保持在较高水平。近年来，公司凭借优质的产品品质、完善的营销网络布局，国内外业务规模取得持续较快增长，公司近三年营业收入分别为 88,806.58 万元、106,971.18 万元和 116,241.86 万元，实现连续稳步的增长。随着公司持续推进营销体系建设，不断完善市场布局，预计未来销售规模将持续增长。

最近三年，公司产能利用率分别为 102.51%、96.80%和 85.28%，虽然 2020 年因疫情影响导致开工率不足，公司产能利用率有所下降，但随着疫情逐步控制，

2020年产能利用率已逐步恢复，第四季度已恢复至98.42%。总体来看，公司产能利用率已接近饱和状态，本次募投项目将有效提高公司产能水平，在销售规模持续增长情况下，公司募投项目的产能将充分得到利用。

(3) 公司拥有完善的营销体系和稳定的客户资源基础为项目的产能消化提供保障

公司的主要客户为大型家具批发商和零售商，终端消费者主要为家庭用户。依托于公司构建的全球销售网络及跨境电商团队，产品得以销往美国、加拿大、澳大利亚、阿联酋、英国、日本等多个国家和地区。经过多年的发展，积累了大量优质客户及销售渠道，与American Furniture Warehouse、COSTCO等知名批发商、零售商、品牌商建立了长期合作关系，为项目的产能消化奠定基础。

此外，公司近年来大力开拓跨境电商业务的成效明显，目前已在Amazon、eBay、Wayfair等知名第三方平台经营店铺并直接销售给终端消费者。公司近三年跨境电商业务收入分别为4,922.50万元、10,704.00万元、26,357.33万元，增长迅速。在全球疫情的背景下，消费者依赖电商渠道购买产品已经成为一种主流消费模式。随着消费者消费习惯的逐渐改变，预计跨境电商业务在未来年度仍将实现快速增长，因此公司考虑通过本次募投项目提升产能，为未来订单配备相应的生产、发货能力。

(4) 公司在手订单充足，生产经营情况良好

截至2021年5月31日，公司在手订单充足，沙发产品的在手订单数量约25万件左右，约占用公司未来2个月的生产产能。随着后续订单的持续增加，公司预计未来不存在销售订单匮乏、产能利用率不足的情况。

(5) 公司目前生产场地不足，限制公司生产效率，未来募投项目的投入使用将进一步提升公司的产能利用率

受海外疫情影响，公司报告期末出口订舱困难，导致库存积压、生产场地受限，影响公司生产效率和产能利用率。报告期内，公司为解决产能限制而在周边地区租赁厂房以扩大供货能力，满足下游客户的订单需求，但租赁外部厂房也面临生产区域分散、租约不稳定、租金成本上升、物流运输成本高等问题。此外，随着公司客户结构不断优化，大客户订单数量不断增加。为深度绑定优质大客户，有必要通过新建具有一定规模的生产基地以扩大生产能力，满足客

户订单需求。公司预计未来“中源家居未来工厂产业园一期项目”及智能仓库投入使用后，将有效提高公司的生产能力，从而进一步提升公司的产能利用率。

(三) 年审会计师核查程序及核查意见

1. 核查程序

针对上述事项，我们履行了如下核查程序：

(1) 了解“中源家居未来工厂产业园一期项目”当前建设情况，并进行现场查看；

(2) 询问公司工程建设负责人员及施工方关于“中源家居未来工厂产业园一期项目”后续主要阶段的预计完成时间节点；

(3) 获取公司历史上的产能、产量、销量数据，并对产销量数据、产能测算过程进行了复核验证；

(4) 对公司高级管理人员进行了访谈，了解公司预计“中源家居未来工厂产业园一期项目”达产后对产能和产能利用率的影响，并结合行业发展前景、公司目前在手订单情况、营销网络及客户质量水平、未来募投项目投产后对公司目前生产场地受限情况的影响等，分析其合理性。

2. 核查意见

经核查，我们认为，“中源家居未来工厂产业园一期项目”预计至 2021 年 12 月如期竣工，达到预定可使用状态。达产后，产能在三年内完全释放，公司产能利用率预计始终保持高位，不会进一步拉低现有产能。

十一、请公司核实年报第24 页“报告期内各销售渠道的盈利情况”中“毛利率比上年增减”列的数据是否有误，如有错误请予以更正，同时检查年报全文是否存在其他类似错误并予以更正。

公司回复：

经公司核实，年报第 24 页“报告期内各销售渠道的盈利情况”中“毛利率比上年增减”列填报有误，现将有关内容更正如下：

更正前：

单位：万元 币种：人民币

销售渠道	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比 上年增减 (%)	营业成本比 上年增减 (%)	毛利率比 上年增减 (%)
门店合计						
直营店						
经销店						
大宗业务	88,721.37	72,323.35	18.48	-6.47	5.64	18.20
线上销售	27,261.98	19,860.59	27.15	129.62	173.54	26.76
其他						
合计	115,983.35	92,183.94	20.52	8.67	21.74	20.23

更正后：

单位：万元 币种：人民币

销售渠道	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比 上年增减 (%)	营业成本比 上年增减 (%)	毛利率比 上年增减 (%)
门店合计						
直营店						
经销店						
大宗业务	88,721.37	72,323.35	18.48	-6.47	5.64	-9.34
线上销售	27,261.98	19,860.59	27.15	129.62	173.54	-11.70
其他						
合计	115,983.35	92,183.94	20.52	8.67	21.74	-8.53

除上述更正内容外，原报告其他内容保持不变。

特此公告。

中源家居股份有限公司

董事会

2021年6月18日