

## 云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司 关于对深圳证券交易所年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整，不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司（以下简称“公司”“本公司”或“贝泰妮”）于2023年5月15日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函【2023】第164号）（以下简称“问询函”）。公司董事会高度重视，组织相关部门和中介机构对问询函的问题进行逐项认真核查和落实，并已按照要求向深圳证券交易所做出了回复，现将《问询函》回复情况公告如下：

**问题 1、2020 年末至 2022 年末，你公司存货余额分别为 2.54 亿元、4.63 亿元、6.71 亿元，2020 年至 2022 年存货周转天数分别为 130.10 天、133.72 天、164.21 天。请你公司：**

（1）结合存货明细构成、周转情况、生产销售模式、在手订单、期后销售情况等说明近三年存货规模持续增长的原因，是否与收入规模变动情况匹配。

（2）你公司披露称，按照供应链生产计划主动为 2023 年上半年多个大促活动的热销产品进行提前规划、生产以及备货采购，存货期末余额相应有所增加。请说明 2023 年上半年较以往年度促销活动预计变化情况、新增备货金额，并结合 2023 年一季度末存货规模说明仍处于近年来较高水平的原因及合理性。

（3）说明近三年存货周转天数逐年上升的原因，结合化妆品行业存货周转特征、产品保质期、较同行业可比公司对比情况说明公司存货周转天数是否处于合理水平，是否存在滞销、变质存货。

(4) 结合各类存货库龄、期后产品销售价格、原材料价格变动情况、较同行业可比公司对比情况等说明存货跌价准备计提是否充分、合理。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

(一) 结合存货明细构成、周转情况、生产销售模式、在手订单、期后销售情况等说明近三年存货规模持续增长的原因，是否与收入规模变动情况匹配。

2020 年末至 2022 年末，公司存货构成明细及周转情况如下：

单位：万元/天

项目	2022 年末/度			2021 年末/度			2020 年末/度		
	期末余额	同比增长	周转天数	期末余额	同比增长	周转天数	期末余额	同比增长	周转天数
库存商品	51,960.63	27.25%	134.37	40,833.76	101.15%	114.01	20,299.78	37.03%	100.96
原材料	14,023.71	193.59%	27.22	4,776.58	6.73%	17.25	4,475.48	7.09%	24.88
半成品	518.21	126.49%	1.08	228.80	-46.02%	1.22	423.88	22.48%	2.21
低值易耗品	572.26	17.32%	1.54	487.79	177.55%	1.24	175.74	-67.28%	2.05
<b>合计</b>	<b>67,074.81</b>	<b>44.79%</b>	<b>164.21</b>	<b>46,326.92</b>	<b>82.57%</b>	<b>133.72</b>	<b>25,374.89</b>	<b>27.66%</b>	<b>130.10</b>

报告期末，公司存货主要由库存商品和原材料等构成，为公司生产销售所需的正常备货。

近年来，公司坚持以线下渠道为基础，以线上渠道为主导的全渠道销售模式，以“备货”销售为主，在手订单较少。随着公司的销售规模逐年增长，尤其是线上销售规模的增幅较大，公司的品牌数量、产品 SKU 数量均持续增加，为保证发货及时性、提升客户满意度，公司相应的库存商品备货数量也随之增加。2020 年至 2022 年度库存商品期末余额增长规模与销售增长基本匹配，具体变动情况如下：

单位：亿元

项目	2022 年末/度		2021 年末/度		2020 年末/度	
	期末余额	同比增长	期末余额	同比增长	期末余额	同比增长
库存商品	5.20	27.25%	4.08	101.15%	2.03	37.03%
营业收入	50.14	24.65%	40.22	52.57%	26.36	35.64%
<b>占比</b>	<b>10.37%</b>		<b>10.14%</b>		<b>7.70%</b>	

2020 年至 2022 年，公司库存商品规模随着销售规模的增长而增长，库存商品余额占当期营业收入的比例相对较低，整体较为稳定。近三年，公司产品期后销售情况良好，库存商品未出现滞销、积压等现象。公司库存商品期后销售情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	期末原值	期后销售结转金额	期末原值	期后销售结转金额	期末原值	期后销售结转金额
库存商品	53,554.57	23,580.18	41,925.71	39,787.89	21,022.94	20,913.13

备注：期后销售结转统计截至2023年4月30日。

公司原材料包括原辅料和包装物料。

公司2022年末原材料期末余额增加较多，大于库存商品余额同比增长幅度，亦大于公司实际销售增长，主要系公司原材料备货较多所致：

(1) 公司的原材料供应商主要位于江浙沪地区，2022年第二季度，受不可抗力因素影响，公司原材料供应商普遍出现供货困难，公司各类核心原材料市场价格一度大幅飙升，公司原材料库存一度告急，自主生产一度因缺货停工待产。为避免原材料供应中断导致持续缺货进而影响产品销售，公司借助与主要原材料供应商良好的合作历史，成功与主要原材料供应商达成原材料预采购协议，并提前预留了一定采购量。随着2022年下半年不可抗力逐步消除，相关原材料陆续到货验收，等待生产。

(2) 公司以自主生产、委托加工模式生产以及OEM生产模式相结合，为保证委托加工生产的连续性，公司于主要委托加工供应商均设有自管仓库，自管仓库由公司专职人员管理。自管仓库主要存放公司委托加工所用的核心原材料，以便委托供应商按照公司计划指令进行柔性生产。随着公司近三年委托加工模式生产占营业成本的比重逐步增加，尤其是2021年首推即受市场热捧的“冻干面膜”系列产品以委托加工生产为主，为保证公司热销商品持续、稳定供应，公司于2022年末提前制定、安排了委托加工的生产计划，于委托加工供应商自管仓库中备有较多原材料。

近三年，公司原材料期后生产领用状态良好，原材料未出现过期、积压或大面积报废等现象。公司原材料期后生产领用情况如下：

单位：万元

项目	2022年12月31日		2021年12月31日		2020年12月31日	
	期末原值	期后生产领用结转金额	期末原值	期后生产领用结转金额	期末原值	期后生产领用结转金额
原材料	14,329.74	6,076.11	4,928.59	4,552.51	4,684.75	4,430.55

备注：期后销售结转统计截至2023年4月30日。

综上所述，公司库存商品规模整体随着销售规模的增长而增长，期后销售情

况良好；原材料备货充足，不存在过期、积压或大面积报废风险，期后生产领用情况良好。

**（二）你公司披露称，按照供应链生产计划主动为 2023 年上半年多个大促活动的热销产品进行提前规划、生产以及备货采购，存货期末余额相应有所增加。请说明 2023 年上半年较以往年度促销活动预计变化情况、新增备货金额，并结合 2023 年一季度末存货规模说明仍处于近年来较高水平的原因及合理性。**

2022 年“双十一”之后，公司在充分考虑产品的销售情况、2023 年上半年的营销计划并尽量避免产品生产供应上的不稳定因素的基础上，提前为 2023 年上半年的多个大促活动的热销产品进行提前备货，2022 年 11 月至 12 月提前备货库存商品金额约为人民币 1 亿元。

随着 2022 年末消费复苏，公司于 2023 年 1 月初加力投身线上全渠道“年货节”系列大促活动；2023 年 3 月“3·8 国际妇女节”期间，公司线上线下同步推出“女王节”系列大促活动。借助 2023 年第一季度的大促活动，公司 2023 年第一季度营业收入同比上升 6.78%。

2023 年 4 月，公司在天猫、抖音等平台举办“超级品牌日”、“小黑盒”等系列促销活动；每年 5 月 25 日是全国护肤日，公司于 5 月 25 日前后将举办大型线上线下联动促销系列活动。2023 年 6 月，公司将全渠道积极拥抱“年度 6·18 购物促销节”促销节日。借助 2023 年第二季度高频的、主题性的热促活动，公司预期 2023 年上半年营业收入将进一步提升，库存状况预期将得到进一步优化。

2023 年第一季度，公司基于报告期末库存状况持续、动态调整生产备货计划。与此同时，为第二季度的大促活动准备，避免公司部分爆品、热销新品以及季度主推产品出现供应中断等不利情况，公司有针对性地维持相关产品的生产入库规模，从而导致一季度库存规模仍处于较高水平。

**（三）说明近三年存货周转天数逐年上升的原因，结合化妆品行业存货周转特征、产品保质期、较同行业可比公司对比情况说明公司存货周转天数是否处于合理水平，是否存在滞销、变质存货。**

1、存货周转天数逐年上升的原因，以及与同行业公司比较

公司近年来，公司品牌数量、产品 SKU 数量以及销售规模逐年上升，尤其

是线上销售规模的上升幅度较大，为满足线上销售的发货及时性和客户满意度，存货的备货规模也随着逐年增加，从而导致存货周转天数逐年上升。公司存货周转天数与同行业公司比较如下：

单位：天

项目	公司名称	2022 年度	2021 年度	2020 年度
存货周转天数	珀莱雅	103.91	106.19	102.86
	上海家化	106.37	99.17	114.52
	水羊股份	132.26	106.70	136.74
	丸美股份	95.42	77.46	99.29
	<b>本公司</b>	<b>164.21</b>	<b>133.72</b>	<b>130.10</b>

公司存货周转天数稍高于同行业公司，主要原因系：近年来，公司持续加大对产品的研发力度、市场推广力度、尤其是线上的销售推广力度，公司的销售规模尤其是线上销售规模较同行业公司的增幅也较大。同时，公司的品牌数量、产品 SKU 数量、库存规模等均呈一定幅度的增长。公司为保证线上销售发货的连贯性、及时性并提升终端消费者满意度，存货备货和储备规模也保持相对稳健，从而导致周转天数也稍高于同行业公司。

## 2、产品保质期，是否存在滞销、变质存货

公司通过仓储管理系统管理库存近效期货品信息，由仓储管理系统定期自动统计并推送至仓库管理人员。仓库管理人员依据产品的效期情况，提请销售部门制定促销方案进行库存促销处理。另外，针对临期产品，仓库管理管理人员对货品进行现场核实，确认无误后变更货品质量状态，完成系统冻结操作，并将货品转移至不合格品库/缺陷仓，经各部门核对确认后，委托具备资质的第三方进行销毁处理。综上所述，公司库存不存在变质存货，针对近效期和长库龄产品，公司已制定相关措施积极进行处理，整体不存在滞销情况。

## （四）结合各类存货库龄、期后产品销售价格、原材料价格变动情况、较同行业可比公司对比情况等说明存货跌价准备计提是否充分、合理。

### 1、公司产品期后市场价格、原材料价格变动情况

2023 年一季度公司销售毛利率为 76.11%，公司产品期后销售价格稳定，销售毛利率较高且较为稳定，公司存货整体不存在跌价风险。公司原材料市场价格

未出现异常波动，公司期后原材料市场价格情况如下：

主要原材料	采购模式	市场价格是否发生重大变化	2023年1-4月平均采购价格（万元/吨或元/片）	2022年下半年平均采购价格（万元/吨或元/片）
活性物	询价式采购	否	62.52	56.72
保湿剂	询价式采购	否	10.94	9.77
面膜布	询价式采购	否	0.17	0.24
防晒剂	询价式采购	否	23.94	27.51
油脂	询价式采购	否	12.71	11.12

如上表所述，公司原材料期后市场价格未出现异常波动的情况。

## 2、存货货龄及存货跌价准备计提情况

公司期末存货货龄及对应的存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2022年12月31日			2021年12月31日			2020年12月31日		
		期末原值	跌价准备计提	计提比例	期末原值	跌价准备计提	计提比例	期末原值	跌价准备计提	计提比例
库存商品	1年以内	51,123.14	291.45	0.57%	40,593.06	410.83	1.01%	20,267.06	327.47	1.62%
	1-2年	2,284.75	1,155.81	50.59%	1,309.75	658.22	50.26%	750.98	390.78	52.04%
	2年以上	146.68	146.68	100.00%	22.90	22.90	100.00%	4.90	4.90	100.00%
	合计	<b>53,554.57</b>	<b>1,593.94</b>	<b>2.98%</b>	<b>41,925.71</b>	<b>1,091.95</b>	<b>2.60%</b>	<b>21,022.94</b>	<b>723.15</b>	<b>3.44%</b>
原材料	1年以内	14,023.71	-	-	4,776.58	-	-	4,475.48	-	-
	1-2年	233.28	233.28	100%	142.50	142.50	100%	180.92	180.92	100%
	2年以上	72.75	72.75	100%	9.51	9.51	100%	28.35	28.35	100%
	合计	<b>14,329.74</b>	<b>306.03</b>	<b>2.14%</b>	<b>4,928.59</b>	<b>152.01</b>	<b>3.08%</b>	<b>4,684.75</b>	<b>209.27</b>	<b>4.47%</b>
半成品	1年以内	518.21	-	-	228.80	-	-	423.88	-	-
	1-2年	16.69	16.69	100%	52.27	52.27	100%	5.71	5.71	100%
	2年以上	1.20	1.20	100%	0.22	0.22	100%	2.83	2.83	100%
	合计	<b>536.10</b>	<b>17.89</b>	<b>3.34%</b>	<b>281.30</b>	<b>52.49</b>	<b>18.66%</b>	<b>432.42</b>	<b>8.54</b>	<b>1.97%</b>
低值易耗品	1年以内	572.26	-	-	487.79	-	-	175.74	-	-
	1-2年	108.21	108.21	100%	49.74	49.74	100%	50.05	50.05	100%
	2年以上	0.24	0.24	100%	8.69	8.69	100%	16.48	16.48	100%
	合计	<b>680.71</b>	<b>108.45</b>	<b>15.93%</b>	<b>546.22</b>	<b>58.44</b>	<b>10.70%</b>	<b>242.27</b>	<b>66.53</b>	<b>27.46%</b>

如上表所述，公司报告期各期末1年以内的存货占比分别为96.06%、96.65%、95.86%，占比较高，且近三年公司的毛利率较高且保持稳定，期后销售价格、原材料采购价格未发生重大变化，公司已对库龄超过1年的原材料、低值易耗品、半成品以及效期临近的库存商品均已全额计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

## 3、同行业公司比较

单位：万元

期间	公司	存货余额	存货跌价准备	计提比例
2022 年度	珀莱雅	71,013.21	4,108.07	5.78%
	上海家化	106,190.46	13,294.84	12.52%
	水羊股份	92,037.73	2,150.47	2.34%
	丸美股份	16,055.99	886.12	5.52%
	<b>本公司</b>	<b>69,101.13</b>	<b>2,026.32</b>	<b>2.93%</b>
期间	公司	存货余额	存货跌价准备	计提比例
2021 年度	珀莱雅	47,536.87	2,742.99	5.77%
	上海家化	101,335.68	14,130.45	13.94%
	水羊股份	73,650.79	857.09	1.16%
	丸美股份	14,800.97	957.91	6.47%
	<b>本公司</b>	<b>47,681.82</b>	<b>1,354.89</b>	<b>2.84%</b>
期间	公司	存货余额	存货跌价准备	计提比例
2020 年度	珀莱雅	49,426.80	2,562.70	5.18%
	上海家化	97,598.12	10,947.55	11.22%
	水羊股份	70,518.09	956.82	1.36%
	丸美股份	14,399.84	570.04	3.96%
	<b>本公司</b>	<b>26,382.38</b>	<b>1,007.49</b>	<b>3.82%</b>

剔除上海家化存货规模较大，跌价准备比例也相对较高外，公司与同行业公司存货跌价准备计提整体不存在重大差异。

## 年审会计师回复：

### 1、核查程序：

(1) 获取 2020 年末至 2022 年末存货构成明细，存货周转天数以及期后销售结转情况，向管理层了解公司存货规模逐年增长的原因，并分析其合理性，与公司收入规模变动是否匹配；

(2) 获取公司 2022 年“双十一”后的主要促销备货数据，并向管理层了解备货计划的合理性以及一季度存货规模仍处于较高水平的原因及合理性；

(3) 获取公司报告期存货货龄明细数据，检查是否存在滞销、变质存货；

(4) 向管理层了解存货跌价准备计提方法，并判断是否符合企业会计准则规定。获取存货跌价准备计提明细表，检查存货跌价准备计提是否符合计提政策，计提是否充分，并与同行业公司比较。

### 2、核查结论：

(1) 公司存货规模逐年增长的主要原因系随着公司销售规模，尤其线上销

售规模的逐年增长以及品牌数量、产品 SKU 数量的增加而增加，与公司销售规模整体趋势相匹配；

(2) 2023 年一季度末存货规模仍处于较高水平的主要原因为公司结合一季度的良好销售情况，针对性的为第二季度的大促活动的爆款产品和主推产品进行备货所致，具有合理性；

(3) 公司存货货龄整体较短，公司已制定了严格的效期管理制度，报告期库存不存在变质产品，针对部分近效期和长库龄产品，公司已制定相关措施进行促销处理，库存整体不存在滞销的情况；

(4) 公司存货库龄情况整体较好，产品期后销售价格稳定、原材料市场价格未出现异常波动、产品毛利率较高且较为稳定，存货整体不存在跌价风险；公司已对库龄超过 1 年的原材料、低值易耗品、半成品以及效期临近的库存商品全额计提存货跌价准备，存货跌价准备计提充分。

**问题 2、**年报显示，你公司护肤品产品采用自主生产、委托加工模式生产以及 OEM 生产模式相结合，其中报告期委托加工模式生产占营业成本的比重为 62.58%。请你公司：

(1) 说明委托加工的具体模式、委托加工产品类型、定价方式、金额，与前五大委托加工合作方的合作情况以及报告期是否发生变化、是否为你公司关联方。

(2) 说明委托加工业务相关具体会计处理，是否形成存货及具体类别、相关存货存放地点、确认存在性和盘点的具体方法。

(3) 说明报告期是否发现存在委托加工产品质量不合格情形，你公司进行质量管控和防止核心技术流失所采取的措施。

请年审会计师对问题（1）（2）核查并发表明确意见。

公司回复：

（一）说明委托加工的具体模式、委托加工产品类型、定价方式、金额，与前五大委托加工合作方的合作情况以及报告期是否发生变化、是否为你公司关联方。

1、委托加工的具体模式、委托加工产品类型、定价方式、金额

### (1) 委托加工的具体模式

公司委托加工模式可以进一步分为生产工序全流程委托加工模式和部分生产工序流程委托加工模式，具体如下：

#### A、生产工序全流程委托加工模式

公司向委托加工厂商提供生产所需产品配方、原料和包材，委托加工厂商按照公司要求生产成成品后交付给公司，公司与其结算相应生产加工费，产品生产的所有环节均由委托加工厂商完成。

#### B、部分生产工序流程委托加工模式

公司将面膜等产品生产环节中部分工序进行委托加工，涉及的委托加工环节主要为面膜布折叠组装、辐照灭菌等面膜生产工序，公司与其结算相应生产加工费，其他主要生产工序均由公司自主完成。

### (2) 公司各类委托加工产品类型、定价方式、金额

公司主要通过向具有化妆品生产资质的委托加工厂商询价的方式进行定价，在保证产品质量、供货及时性等前提下选择最优价格。报告期，公司委托加工入库产品类型及金额情况如下：

单位：万元

委托加工产品类型	委托加工采购额
护肤品	57,180.56
医疗器械	70.28
彩妆	206.56
合计	57,457.40

2、报告期，前五大委托加工合作方的合作情况，变化情况以及是否为公司关联方

报告期，公司前五大委托加工合作方同比未发生变化，无公司的关联方，具体的合作情况如下：

单位：万元

序号	供应商	采购金额	委托加工采购占比	合作内容	合作历史	是否为关联方
1	供应商一	18,013.20	31.35%	冻干面膜等委托加工服务	2020年起主动与公司建立联系并开展合作	否
2	供应商二	17,296.53	30.10%	霜、面膜、乳液等委托加工服务	2015年起主动与公司建立联系并开展合作	否

3	供应商三	16,350.15	28.46%	护肤水、乳液、精华等委托加工服务	2015年起主动与公司建立联系并开展合作	否
4	供应商四	5,111.51	8.90%	护肤水、乳液等委托加工服务	2020 主动与公司建立联系并开展合作	否
5	供应商五	671.70	1.17%	面膜布折叠组装服务	2018 年起主动与公司建立联系并开展合作	否
合计		<b>57,443.09</b>	<b>99.98%</b>			

(二) 说明委托加工业务相关具体会计处理，是否形成存货及具体类别、相关存货存放地点、确认存在性和盘点的具体方法。

1、委托加工业务相关具体会计处理

委托加工业务模式下，产品生产所需主要原料、包装材料及辅助材料均由公司提供，委托加工后成品由公司收回。公司与委托加工厂商签署框架合同以及产品加工费结算协议，根据产品加工的人工费、少量由委托加工厂商提供的辅助材料成本及产品必要利润水平等因素确定各品类、各规格下单位产品的加工费价格，并根据实际产品完工数量以及协议约定的加工费价格结算加工费金额。公司按照委托加工业务进行会计处理，具体的会计处理如下：

(1) 发出委托加工物资

借：委托加工物资-材料成本

贷：存货-原材料

(2) 委托加工完工入库

借：存货-库存商品

贷：委托加工物资-材料成本

应付账款-委托加工方

公司使用“委托加工物资”会计科目对委托加工业务模式的生产成本进行会计核算；“委托加工物资”会计科目于财务报表中在“存货-在产品”项目列示。

2、委托加工业务是否形成存货及具体类别、相关存货的存放地点、确认存在性和盘点的具体方法

委托加工业务由公司发出原辅料，委托加工方负责加工完成形成最终的产品，委托加工发出的原辅料及加工完成的成品的所有权均归公司所有。委托加工业务已发出原料尚未完工部分形成原材料、在产品或半成品，该部分存货主要存放与

委托加工供应商处；已加工完成并质检验收通过的成品大部分由公司收回并存放于公司自有仓库中；尚未经过质检程序的库存商品暂存放于委托加工供应商处。

存放于委托加工厂商处的存货，纳入公司的异地仓库管理，相应的存货纳入公司存货范围核算。同时，公司制订了《委外工厂账务管理程序》，委托加工厂商负责货品的妥善保管及使用合理有序，确保账目清晰，如保管不当造成损失的，由委托加工厂商赔付。公司计划部负责对委外工厂货品出入库账目进行监督、定期对账，定期盘点检查实物状态是否符合要求。公司对存放在委托加工厂商处的存货实行季度盘点，公司计划部每季度末对委托加工厂商仓库进行静态实物盘点，盘点范围覆盖委托加工厂商存储的全部类型存货。季度盘点由公司计划部和委托加工厂商共同派员参与，盘点结果由双方确认。

### **（三）说明报告期是否发现存在委托加工产品质量不合格情形，你公司进行质量管控和防止核心技术流失所采取的措施。**

#### **1、委托加工生产模式下对产品质量控制所采取的措施与安排**

##### **（1）生产工序全流程委托加工模式**

在生产工序全流程委托加工模式下，依据公司质量体系要求，公司对相关委托加工厂商的开发、审核、日常监管等方面均制订了严格的管理流程；此外，公司对委托加工模式下的原材料验收、保存、生产过程控制、放行检验、出库等方面均制订了相应的质量管理规范，确保委托加工厂商生产的产品符合公司质量标准，有较稳定的质量保障。

##### **（2）部分生产工序流程委托加工模式**

在部分生产工序流程委托加工模式下，公司通过与委托加工厂商签署协议的方式，对生产加工场所、主要质量指标、生产加工标准、产品质量安全的责任安排等均做了明确约定，确保委托加工厂商加工的原材料符合公司质量标准，有较稳定的质量保障。

#### **2、委托加工相关保密措施**

化妆品行业经过多年发展，目前生产厂家众多，生产环节的附加值较低，因此公司将部分生产业务进行外包，专注于配方研发和品牌建设等核心环节。在委托加工模式下，公司对产品配方进行加密处理，将关键物料做了隐藏代码处理（关键物料经过中转仓，去除原标签，仅标识代码）。委托加工厂商仅负责根据公司

要求进行生产制造，并未掌握产品配方，关键技术泄漏风险较小。

### 3、报告期是否发现存在委托加工产品不合格的情形

委托加工厂在生产过程中可能会存在少量外观有缺陷的产品，例如：标签粘贴歪斜、花盆印刷不良等。

公司通过《委托加工合同》约定，对所有已识别的外观缺陷都设定了限度要求，要求委托加工厂在生产过程中严格按照要求进行工序检验。公司在主要委托加工厂设置现场驻厂质量监督员，对公司产品的委托加工生产过程进行持续现场监督，并定期对加工厂质量管理体系运行的有效性进行验证。公司所有委托加工产品除了按照法规要求进行出厂检测以外，公司检测中心将再次进行上市检测（包括重金属及致病菌项目等），确保上市产品质量合格。

## 年审会计师回复：

### 1、核查程序：

（1）获取公司委托加工供应商及交易明细，检查主要委托加工方同比是否出现变化，向管理层了解委托加工方是否存在公司关联方，并通过公开渠道获取主要委托加工方的工商信息，检查是否存在公司关联方；

（2）获取委托加工方交易明细和金额，检查委托加工物资投入产出情况，单位成本变化情况，检查是否存在异常波动，并向主要委托加工方进行独立函证；检查委托加工业务的会计处理是否符合企业会计准则的规定；

（3）向管理层了解，委托加工形成的产品类型、存放地点及存货盘点方式，并针对报告期末存货进行监盘和抽盘。

### 2、核查结论：

（1）公司委托加具体模式包括全生产工序的委托加工模式和部分生产工序的委托加工模式，主要委托加工方报告期无变化，无公司的关联方；

（2）公司委托加工业务的会计处理符合企业会计准则的规定，针对委托加工业务形成的存货所有权归属于公司，纳入公司正常的存货管理范畴，针对暂存在委托加工方的存货，由供应商负责保管并承担相应的保管责任，公司定期组织存货盘点，确认存货的存在性。

问题 3、年报显示，你公司报告期末以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产余额 14.34 亿元，均为现金管理委托理财，其他流动资产中委托理财余额 4.8 亿元。报告期现金管理委托理财收益发生额 0.78 亿元，同比增长 314.27%，交易性金融资产公允价值变动收益发生额-551.9 万元。2023 年一季度投资收益发生额 568.87 万元，公允价值变动净收益发生额 0.31 亿元。请说明报告期及 2023 年一季度理财产品规模、类型、收益率、投资期限、底层资产，说明 2022 年及 2023 年一季度理财投资收益较上年同期变动的原因及合理性，并说明委托理财相关会计处理及其依据。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

（一）请说明报告期及 2023 年一季度理财产品规模、类型、收益率、投资期限、底层资产，说明 2022 年及 2023 年一季度理财投资收益较上年同期变动的原因及合理性；

2022 年及 2023 年一季度，公司为提高资金使用效率，利用闲置资金购买理财产品，理财产品类型主要为安全性高、流动性好、期限短的现金管理类产品。

1、2022 年及 2023 年第一季度，公司购买理财产品类型、规模及期末余额

单位：万元

理财类型	2022 年度/末		2023 年一季度/末	
	购买金额	期末余额	购买金额	期末余额
银行理财产品	363,511.71	126,856.31	51,250.00	128,389.97
券商理财产品	200,795.10	58,733.13	77,000.00	82,090.34
信托理财产品	102,785.82	5,785.82	32,000.00	38,923.62
<b>合计</b>	<b>667,092.63</b>	<b>191,375.26</b>	<b>160,250.00</b>	<b>249,403.92</b>

2、公司购买的理财产品的底层资产及投资期限情况

公司购买的理财产品的投资期限主要在 1 年以内，或可随时提取兑付的理财产品，流动性较好。公司购买的理财产品底层资产主要为货币、债券类等收益凭证、固定收益类凭证以及股票等，具体如下：

单位：万元

理财类型	底层资产类型	2022 年度购买金额	2023 年一季度购买金额
------	--------	-------------	---------------

银行理财产品	货币、债券等收益凭证为主	184,511.71	24,250.00
	固定收益类资产为主	45,000.00	
	金融指数嵌入型衍生工具（注1）	134,000.00	27,000.00
	<b>小 计</b>	<b>363,511.71</b>	<b>51,250.00</b>
券商理财产品	货币、债券等收益凭证为主	77,395.10	
	固定收益类资产为主	27,400.00	
	金融指数嵌入型衍生工具	96,000.00	77,000.00
	<b>小 计</b>	<b>200,795.10</b>	<b>77,000.00</b>
信托理财产品	货币、债券等收益凭证为主	97,000.00	32,000.00
	股票（注2）	5,785.82	
	<b>小 计</b>	<b>102,785.82</b>	<b>32,000.00</b>
<b>合 计</b>		<b>667,092.63</b>	<b>160,250.00</b>

注1：金融指数嵌入型等衍生工具主要为挂钩利率、汇率、股指期货等指数的中低风险理财产品；

注2：股票指H股上市公司“美丽田园医疗健康”发行上市的股票。

### 3、理财产品投资收益情况及变动原因

理财产品到期兑付或提前支取时（大额存单等产品结息时），理财机构将理财产品的实际收益转入公司的账户内，公司根据实际收到的金额相应确认投资收益。

#### （1）2022 年度，理财产品投资收益情况及变动原因

单位：万元

购买时间	本期到期本金	实际投资收益	年化收益率
2021 年度	230,035.00	4,078.55	2.86%
2022 年度	476,245.10	3,722.24	2.56%
<b>合 计</b>	<b>706,280.10</b>	<b>7,800.79</b>	<b>2.71%</b>

#### （2）2023 年第一季度，理财产品投资收益情况

单位：万元

购买时间	本期到期本金	实际投资收益	年化收益率
2022 年度	71,561.71	438.92	2.68%
2023 年度	33,000.00	129.95	4.62%
<b>合 计</b>	<b>104,561.71</b>	<b>568.87</b>	<b>2.84%</b>

2022 年及 2023 年一季度，理财产品整体收益率较为稳定，公司购买的理财产品类型主要为期短、安全性高的产品，并有专人适时跟进理财产品的净值市场变化情况，选择合适的时机进行兑付。

4、2022 年及 2023 年一季度理财投资收益较上年同期变动的原因及合理性  
公司购买的理财产品类型主要为安全性高、期限较短、收益较为稳定的现金管理类产品，理财收益主要为到期后一次性兑现收益，到期时间的不同导致不同期间的理财收益波动较大。

2021 年公司随着经营积累的增加、首发募集资金的到位，公司账面暂时闲置资金较多，为充分提高资金使用效率，公司 2021 年当年购买理财规模较大，而部分理财产品于 2022 年到期并一次性兑现收益。

(1) 2022 年委托理财实现投资收益 7,800.79 万元，较 2021 年度理财收益 1,883.04 万元增幅较大，主要原因系 2021 年公司购买的理财产品，于 2022 年到期兑现收益并计入 2022 年度投资收益金额为 4,078.55 万元；

(2) 2023 年一季度理财实现收益 568.87 万元，较 2022 年一季度理财收益 2,156.09 万元下降幅度较大，主要原因系公司 2021 年购买的理财产品于 2022 年一季度到期并兑现理财收益金额 2,042.60 万元，而 2023 年一季度的到期理财规模相对较小以及理财机构按合同收取管理费等因素导致当期投资收益金额也较小。

## (二) 委托理财相关会计处理及其依据

### 1、金融工具准则规定

根据《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》(2017 年修订)规定，企业应当根据其管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产划分为以下三类：

(1) 以摊余成本计量的金融资产。金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以摊余成本计量的金融资产：

企业管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

(2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标。该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，

仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

(3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。除分类为以上两种之外的金融资产，企业应当将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

## 2、公司委托理财相关会计处理及依据

公司购买理财产品为合理提供资金使用效率、获取理财收益为目的，公司根据购买的理财产品合同现金流量特征判断理财产品的类型：

(1) 针对公司购买的定期存单等固定收益类理财产品，其合同现金流量特征符合以摊余成本计量的金融资产，在财务报表中列报为“其他流动资产”项目；

(2) 针对公司购买的其他银行、券商和信托等理财产品，公司划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，在财务报表中列报为“交易性金融资产”。

理财产品的具体的会计处理如下：

(1) 购买理财产品时，根据实际支付的理财产品购买金额和理财产品合同现金流量特征，分别计入“交易性金融资产”和“其他流动资产”项目；

(2) 资产负债表日，根据委托理财产品的持有份额和单位净值计算委托理财产品的公允价值，将公允价值变动部分计入“公允价值变动收益”项目；

(3) 理财产品到期赎回时，根据实际收到的收益金额计入“投资收益”项目，并结转冲销委托理财产品成本和前期计提的公允价值变动收益。

综上，报告期内，公司为提高资金使用效率，使用暂时闲置资金购买理财产品，所购买的理财产品安全性较高、投资期限较短，且未发生理财产品到期无法收回的情况，总体风险较低，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

## 年审会计师回复：

### 1、核查程序：

(1) 获取报告期和 2023 年一季度委托理财明细及理财协议，包括理财类型、理财产品名称、购买时间、购买金额、投资期限、到期情况及实际收益情况，针对 2022 年末未到期理财产品，独立向银行、券商、信托理财机构函证未到期份额及单位净值情况；针对 2023 年一季度未到期理财产品，获取公司相关的季度末理财产品份额及单位净值依据资料；

(2)检查公司关于委托理财的会计处理方法是否符合企业会计准则的规定。

## 2、核查结论:

(1) 随着公司经营业绩的增长以及 2021 年首次公开发行募集资金到位后, 公司为提高资金的使用效率, 在满足监管要求的情况, 开始选择性的购买风险较低、期限较短的理财产品, 2022 年及 2023 年一季度委托理财投资收益同比变化较大的主要原因为理财产品的到期时间不同导致不同期间的理财收益波动也较大;

(2) 公司根据理财产品的合同现金流量特征划分理财产品的类别, 并分别计入“其他流动资产”和“交易性金融资产”项目列报, 相关会计处理符合企业会计准则的规定。

问题 4、年报显示, 你公司报告期对前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例为 50.51%, 对前三名供应商的采购额占比达 40.27%。请你公司说明报告期前五名供应商较上年的变化情况、与你公司是否存在关联关系, 并结合行业特点、销售和采购模式等, 说明你公司供应商集中度较高的原因, 与同行业可比公司是否存在较大差异, 并说明你公司稳定供应商的具体措施。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复:

### (一) 报告期前五名供应商的变化情况

报告期前五供应商采购金额及占比与上年同比情况如下:

单位: 万元

2022 年度				
序号	供应商	采购金额	采购总额占比	是否为关联方
1	供应商一	19,924.75	14.78%	否
2	供应商二	18,013.20	13.36%	否
3	供应商三	16,350.15	12.13%	否
4	供应商四	8,335.00	6.18%	否
5	供应商五	5,474.25	4.06%	否
合计		68,097.35	50.51%	

2021 年度				
序号	供应商	采购金额	采购总额占比	是否为关联方
1	供应商一	18,432.78	16.79%	否
2	供应商二	14,952.73	13.62%	否
3	供应商三	13,206.97	12.03%	否
4	供应商四	7,427.39	6.77%	否
5	供应商五	5,536.25	5.04%	否
合计		<b>59,556.12</b>	<b>54.25%</b>	

报告期，公司前五大采购供应商合作稳定，报告期未发生变化，公司与前五大供应商无关联方关系。

## （二）结合行业特点、销售和采购模式等，说明你公司供应商集中度较高的原因，与同行业可比公司是否存在较大差异

### 1、结合行业特点、销售和采购模式等，说明公司供应商集中度较高的原因

公司 2020 至 2022 年度，前五名供应商的采购占比基本保持稳定。其中，采购占比前三名供应商均与公司合作多年，拥有稳定、良好生产工艺和质量，具备良好合作基础和合作历史的委托加工供应商。供应商一和供应商三自 2015 年开始合作，主要为公司委托加工生产“薇诺娜（Winona）”品牌的舒敏保湿特护霜、防晒系列乳液以及各系列精华等公司大单品、大爆品，公司该类产品年销量巨大，因此委托加工采购量较大。供应商二自 2020 年开始合作，委托加工生产公司“薇诺娜（Winona）”品牌“冻干面膜”系列产品，公司“冻干面膜”系列产品自 2020 年首推以来，获得市场广泛认可，连续两年成为公司爆品，委托加工采购需求大，且公司的“冻干面膜”系列产品涉及工艺复杂，相对应单位委托加工成本较高，采购金额较大。

公司其他原辅料、包装物料以及其他低值易耗品采购额度和规模于近年来均为正常水平，无特别集中情况。

公司采购集中度较高主要与公司委托加工生产占比较高的生产模式相关，随着公司中央工厂新基地建设项目于 2023 年年内完工并投产使用，公司预期委托加工生产占公司生产总额的比例将有所下降。

### 2、同行业比较

单位：万元

公司	2022 年度		2021 年度	
	前五大供应商采购金额	前五大采购占年度采购总额的比例	前五大供应商采购金额	前五大采购占年度采购总额的比例
珀莱雅	39,305.28	20.57%	30,707.73	23.25%
上海家化	50,203.72	13.63%	47,023.84	13.40%
水羊股份	166,384.74	73.43%	170,918.53	65.69%
丸美股份	19,860.76	36.28%	24,271.66	37.77%
本公司	<b>68,097.35</b>	<b>50.51%</b>	<b>59,556.12</b>	<b>54.25%</b>

公司前五名供应商采购占比低于水羊股份，高于其他同行业公司。公司供应商集中度较高与公司以委托加工生产占比较高的生产模式相关，随着 2023 年内公司中央工厂新基地项目的建成投产，公司预期供应商集中度将有所下降。

### （三）稳定供应商的具体措施

公司稳定供应的具体措施包括：公司与所有采购供应商签署供应链合同，约定双方权利义务。公司供应链合同通常一年一签，对各类型供应商进行严格动态准入管理，以便公司根据供应商资质、服务、公司需求等进行持续动态监控或调整。对于具备良好合作基础和良好合作历史的重点委托加工供应商，公司委托加工合同通常采用三年一签，提前锚定委托加工服务商的产能和质量标准，确保供应稳定。同时，公司引入季度绩效考核制度，对所有采购供应商从质量/交货/服务/价格多个维度进行考核，季度向供应商提出改进提升意见。公司严格执行现场审核，对核心重点供应商从采购/质量/研发不同角度进行引入审核或者年度复审，并跟进改进报告及整改进度。对绩效优异或有年度特殊贡献的供应商给予专属奖杯奖状，加多加深业务合作等鼓励，并定期走访交流。

### 年审会计师回复：

#### 1、核查程序：

（1）获取公司主要供应商清单及采购交易明细及金额，向管理层了解主要供应商的变化情况及变化原因以及是否存在公司关联方，通过公开渠道查询主要供应商的工商信息，检查是否存在公司关联方，向主要供应商进行独立函证 2022 年度的交易及往来情况；

（2）向管理层了解公司供应商集中的原因及合理性，是否符合行业特征，相关的稳定供应商具体措施，并与同行业公司比较，检查是否存在异常。

## 2、核查结论：

(1) 报告期，公司前五大供应商未发生变化，相较于同行业公司，公司供应商集中与公司生产经营模式相符，具有合理性；

(2) 公司已制定了相关的供应商准入、考核和奖励制度以稳定供应商，主要供应商未出现重大变化。

问题 5、年报显示，你公司报告期末预付款项余额 0.42 亿元。2023 年一季度报告显示，你公司 2023 年 3 月末预付款项余额 1.39 亿元。请你公司：

(1) 说明 2022 年末、2023 年一季度末余额前 5 名预付对象名称、对应交易内容、交易金额、涉及具体产品或服务内容，是否具备商业实质，截至回函日交付情况、尚未结转原因及预计结转时间，并说明前述预付对象与你公司持股 5% 以上股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，是否存在资金占用或违规提供财务资助情形。

(2) 结合你公司采购模式、结算政策及供应商变化情况说明 2023 年一季度末预付款项余额大幅增长的原因及合理性。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

(一) 说明 2022 年末、2023 年一季度末余额前 5 名预付对象名称、对应交易内容、交易金额、涉及具体产品或服务内容，是否具备商业实质，截至回函日交付情况、尚未结转原因及预计结转时间，并说明前述预付对象与你公司持股 5% 以上股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员是否存在关联关系，是否存在资金占用或违规提供财务资助情形。

2022 年末及 2023 年一季度末，公司预付账款余额中前五名预付对象、主要的交易信息以及期后结转情况如下：

### 1、2022 年末

单位：万元

序号	供应商名称	费用类型	预付款项 金额	已结转 金额	尚未结转 金额	尚未结转 原因	预计结 转时间	是否具有 商业实质	是否为 关联方
----	-------	------	------------	-----------	------------	------------	------------	--------------	------------

1	供应商一	平台推广等	1,337.61	1,337.61	-	-	-	是	否
2	供应商二	影视植入赞助	424.53	-	424.53	按合同进度结转	未来十二个月内	是	否
3	供应商三	平台推广等	346.99	346.99	-			是	否
4	供应商四	平台推广等	315.12	315.12	-			是	否
5	供应商五	预付 OEM 采购款	238.56	238.56	-			是	否
合计			<b>2,662.81</b>	<b>2,238.28</b>	<b>424.53</b>				

备注：期后结转时间统计至 2023 年 4 月 30 日。

## 2、2023 年一季度末

单位：万元

序号	供应商名称	费用类型	预付款项金额	已结转金额	尚未结转金额	尚未结转原因	预计结转时间	是否具有商业实质	是否为关联方
1	供应商六	直播推广等	3,466.20	3,466.20	-	-	-	是	否
2	供应商七	平台推广等	2,644.17	1,565.84	1,078.33	按实际消耗核销	未来十二个月内	是	否
3	供应商一	平台推广等	2,409.08	2,034.15	374.93	按实际消耗核销	未来十二个月内	是	否
4	供应商八	预付原材料采购款	1,407.67	1,407.67	-	-	-	是	否
5	供应商三	平台推广等	776.74	776.74	-	-	-	是	否
合计			<b>10,703.86</b>	<b>9,250.60</b>	<b>1,453.26</b>				

备注：期后结转时间统计至 2023 年 4 月 30 日。

公司预付款项主要包括预付大型 B2C 电商平台店铺推广充值费用，预付各类市场推广服务供应商营销费用以及预付部分核心原材料、OEM 服务商物料采购款项，与公司的生产销售模式相符，具有商业实质。预付对象均为相关的 B2C 电商平台或市场营销推广公司等供应商，预付对象中无公司的关联方，不存在关联方资金占用或违规提供财务资助的情况。公司与预付款项供应商签订合作协议，根据协议约定预付款项并根据实际消耗情况结转，截至 2023 年 4 月 30 日，预付款项余额大部分已核销结转。

公司 2023 年第一季度末预付款项较去年同期增长较多，主要系公司对 2023 年第二季度直播推广营销计划的资源投入较 2022 年第二季度预计大幅增加所致，因此 2023 年第一季度末与直播推广相关的预付款项余额增加较多。公司 2022 年第二季度实际发生直播推广服务费用 1,711.99 万元；截至回函日，公司已实际产生直播推广服务费用 5,298.73 万元，直播推广投入同比增长较多。除直播推广营销服务的预付款项外，公司 2023 年第一季度末预付款项的主要费用类

型、主要供应商等较去年同期未发生重大变化。

2022 年一季度末，公司预付账款余额中前五名预付对象、主要的交易信息以及期后结转情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	费用类型	预付款项 金额	已结转 金额	尚未结转 金额	尚未结转 原因	预计结 转时间	是否具有 商业实质	是否为 关联方
1	供应商九	平台推广等	2,354.10	2,354.10	-	-	-	是	否
2	供应商一	平台推广等	755.62	755.62	-	-	-	是	否
3	供应商六	直播推广等	589.87	589.87	-	-	-	是	否
4	供应商十	明星代言	558.00	558.00	-	-	-	是	否
5	供应商三	平台推广等	422.80	422.80	-	-	-	是	否
合计			<b>4,680.39</b>	<b>4,680.39</b>					

(二) 结合你公司采购模式、结算政策及供应商变化情况等说明 2023 年一季度末预付款项余额大幅增长的原因及合理性。

公司预付款项主要包括预付大型 B2C 电商平台店铺推广充值费用，预付各类市场推广服务供应商营销费用以及预付部分核心原材料、OEM 服务商物料采购款项。于 2023 年 3 月 31 日，公司预付款项账龄均系一年以内，预计将于未来十二个月内核销完毕。公司的预付款项通常呈周期性波动趋势，于每年末，公司预付款项规模处于波谷位置，主要系因为集中核销上年第四季度多场大促活动的推广服务费用，以及部分按年签署的服务合同执行摊销完毕。于 2023 年一季度末，公司预付款项规模处于相对波峰位置，主要系为应对 2023 年第二季度公司推出的“超级品牌日”、“小黑盒”、“5·25 全国护肤日”以及“年度 6·18 购物促销节”等系列大促活动而提前支付的各项平台推广充值款、直播达人预订坑位等市场推广服务预付款项以及按年签署的服务合同待摊销余额。一般而言，公司预付款项规模相对峰值出现于每年的第一季度末和第四季度初。

年审会计师回复：

#### 1、核查程序：

(1) 获取 2022 年末及 2023 年一季度末预付账款明细、期后结转明细及相关的合作协议，并向管理层了解预付原因、预付合理性以及是否存在公司的关联方，是否存在资金占用情况，并判断预付账款是否与公司的经营情况相符，是否

具有商业实质；

(2) 通过公开渠道检查主要预付供应商的工商信息，检查是否存在公司的关联方，并向 2022 年末主要预付供应商进行独立函证确认。

## 2、核查结论：

(1) 公司预付账款按照与供应商的协议约定执行，主要为预付大型 B2C 电商平台店铺推广充值费用，预付各类市场推广服务供应商营销费用等，根据实际消耗结算，截止 2023 年 4 月 30 日大部分预付款项已结算，符合公司的生产经营情况，具有商业实质。预付供应商中不存在公司的关联方，不存在关联方资金占用或违规提供财务资助的情况；

(2) 2023 年一季度末预付账款余额大幅增长的主要原因系公司为应对第二季度公司系列大促活动而提前支付的各项平台推广充值款、直播达人预订坑位等市场推广服务预付款项，根据实际消耗进行结算，具有合理性。

**问题 6、**年报显示，你公司报告期研发投入金额 2.78 亿元，较上年增长 131.63%，研发支出资本化金额占比 8.45%，较上年增加 2.71 个百分点。请你公司：

(1) 说明报告期研发投入相关项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定。

(2) 结合报告期内具体研发内容及进度，说明报告期研发投入资本化的判断依据、时点和会计处理的合规性，分析资本化率较上年增加的原因及合理性。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

(一) 说明报告期研发投入相关项目具体情况，包括项目名称、研发目的、项目开始时间、预计完成时间、投资预算、研发进度等，相关费用归集是否符合《企业会计准则》的规定。

1、研发项目具体情况

单位：万元

研究方向	报告期在研项目数量(个)	研发目的	项目开始时间(最早)	预计完成时间(最晚)	投资预算	累计已投入研发金额	其中 2022 年度投入金额	研发进度
功效性化妆品研发项目	32	持续组织学术立项产品研发，储备创新剂型及高功效产品；针对敏感性皮肤人群细分需求，完善产品线，丰富产品种类；关注产品市场反馈，组织技术改进，满足产品优化升级需要；加强集团产品协同效应。	2020年1月	2025年5月	29,078.12	9,990.53	6,243.00	报告期末，功效性化妆品研发方向7个研发项目已结题，剩余25个在研项目均按照计划顺利持续进行中。
特色植物研发项目	21	针对问题皮肤发生机制，开展不同功效诉求的云南特色植物自主研发及产业化，开展云南特色植物基础研究，提取工艺创新，质量标准建立及上市工作。持续上市、开发、储备功效性活性成分。	2021年1月	2027年6月	60,997.66	15,302.02	13,214.97	报告期末，特色植物研发方向10个研发项目已结题，剩余11个在研项目均按照计划顺利持续进行中。
功能性食品研发项目	3	聚焦原料筛选、制剂创新及产品评估，致力于为消费者提供有效的功能性食品解决方案。	2020年10月	2025年11月	7,570.73	707.12	653.79	报告期末，功能性食品研发方向3个项目均按照计划顺利持续进行中。
医疗器械研发项目	3	聚焦皮肤领域医疗器械开发及注册申报，组织医用材料开发，在医疗器械领域持续布局新产品。	2021年1月	2022年12月	2,190.00	2,825.08	2,373.20	报告期末，医疗器械研发方向2个研发项目已结题，剩余1个项目处于结题审核阶段。

包装开发研究项目	7	持续进行包装材料开发与研究，特别是可降解材料及环保材料，持续开展工业设计，创新模具开发，为集团储备更多私模，结合消费者细分市场的需求，开发出更多符合特定使用场景的新型包装。	2022年1月	2023年12月	3,980.00	2,851.57	2,851.57	报告期末，包装开发研究方向2个研发项目已结题，剩余5个在研项目均按照计划顺利持续进行中。
软件系统研发项目	19	为提升消费者满意度提高公司服务质量及公司内部业务等需要而进行各类电商软件、线上诊疗软件、数据整合软件的开发，满足市场需求，增强企业竞争力。	2020年12月	2023年10月	3,991.70	3,306.01	2,484.93	报告期末，软件系统研发方向13个研发项目已结题，剩余6个在研项目均按照计划顺利持续进行中。
<b>合计</b>	<b>85</b>				<b>107,808.21</b>	<b>34,982.33</b>	<b>27,821.47</b>	

## 2、研发费用归集方法

报告期内，公司研发费用按研发项目进行归集，公司按照研发项目设立研发费用台账，研发费用包括研发人员费用、办公差旅费用、物料费用、委外研发检测费用、租赁费、折旧摊销费等。具体归集规则如下：（1）可直接归属于某项目的费用，直接计入该研发项目支出等；（2）无法直接归属于研发项目的费用，如设备折旧、同时参与多个项目的人工费用、租赁费等，按照一定的规则进行分摊至各个研发项目，具体分摊规则如下：①研发设备折旧：研发部门将各研发设备使用情况登记台账，记录每天各研发项目使用设备情况，按照使用天数比例分摊设备折旧至各个研发项目；②人工费用：根据研发人员考勤工作表，记录参与各研发项目工作工时，按照工时比例分摊人工费用；③其他费用：按照各项目预算比例进行分摊。

### （二）结合报告期内具体研发内容及进度，说明报告期研发投入资本化的判

**断依据、时点和会计处理的合规性，分析资本化率较上年增加的原因及合理性。**

1、报告期内，公司研发费用资本化支出均为公司自建软件平台及软件应用产品相关支出，报告期，研发支出-资本化支出金额合计 2,351.62 万元，主要为根据合同研发节点支付第三方软件委托开发供应商的款项，第三方软件开发商均为专业的软件开发公司，具有成熟的软件开发经验。公司研发投入资本化的判断依据如下：

①完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性

公司已有成熟的软件平台及应用系统，并具有成熟的 IT 团队负责日常的开发和维护，现有的软件开发主要基于公司已有的成熟的软件平台产品，并依靠第三方成熟的软件开发公司进行，公司与其签订正式的软件开发协议，软件开发在技术上不具有障碍。

②具有完成该无形资产并使用或出售的意图

公司软件平台和应用系统的开发目的基于公司的经营管理需要，意在优化经营管理流程、提高经营管理效率、提升消费者体验等，是公司提升竞争力的重要手段，公司定期综合考虑内部和外部需求制定软件开发计划，经立项评审后正式开始软件开发工作，公司具有完成并使用的意图。

③无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性。

公司软件开发需求均为内部结合管理需求和市场需求反馈等信息进行的评审立项，是公司基于自身的经营管理经验实际提出的需求，软件开发功能具有提升公司生产经营管理效率，具有有用性。

④有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产。

公司已有成熟的软件管理团队和经验，且公司软件开发主要利用第三方成熟的软件开发团队，公司软件管理团队负责对接和配合外部第三方开发团队的相关工作，对接研发需求、跟进研发进度、验收研发成果，且公司软件开发支出的总体金额较小，公司具备足够的技术、财务和管理层支持开发成果的完成并使用。

⑤归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量

公司按照软件开发项目归集核算开发支出金额，因软件开发支出主要为第三

方供应商根据研发进度收取的开发款项，直接归集到该开发项目中，因此，可以对开发阶段的各种支出进行可靠计量和独立核算。

公司开发支出主要为委托第三方软件开发公司进行的自建软件平台及软件应用产品的支出，并已具备成熟的软件开发流程和经验，公司在项目正式立项评审后相关支出予以资本化，资本化时点准确，会计处理规范。

## 2、资本化率较上年增加的主要原因及合理性

本年研发费用资本化率较上年增加的主要原因为根据自建软件办公平台研发项目进度节点支付相关供应商款项支出增加所致，与研发项目进度一致，具有合理性。

### 年审会计师回复：

#### 1、核查程序：

(1) 获取公司研发项目清单、研发费用台账及立项文件，向管理层了解研发项目的进度情况以及研发费用归集方法并检查相关研发费用归集是否符合企业会计准则的规定；

(2) 获取研发投入资本化项目清单，资本化投入金额，向管理层了解研发投入资本化的依据及变化原因，并分析研发投入资本化的条件是否满足，资本化时点是否准确。

#### 2、核查结论：

(1) 公司已建立相关的研发项目内控制度，研发费用归集准确，符合企业会计准则的规定；

(2) 公司研发投入资本化主要为委托外部软件开发公司进行的自建软件平台及软件应用产品支出，资本化项目进度符合预期，资本化条件满足、资本化时点准确。

问题 7、年报显示，你公司报告期销售费用发生额 20.48 亿元，占营业收入

的 40.84%，其中渠道及广告宣传费 15.34 亿元。请补充披露支付渠道及广告宣传费的前五名对象、对应的交易金额、相关协议约定及实际履行的主要服务内容及形式、与你公司是否存在关联关系，并结合同行业可比公司情况说明你公司销售费用占比较高是否与同行业公司存在差异，是否处于合理水平。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

（一）渠道及广告宣传费的前五名对象、对应的交易金额、相关协议约定及实际履行的主要服务内容及形式、与你公司是否存在关联关系

2022 年，渠道及广告宣传费前五名

单位：万元

序号	渠道推广 供应商	交易金额	采购服务内容	服务提供方式	主要结算方式	是否为 关联方
1	供应商一	39,470.39	1、服务商提供互联网信息服务相关的软件服务，包括不限于搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统； 2、服务商将为公司提供在平台相应位置的展现、互动推广等服务。	1、佣金：按交易额的一定费率收取； 2、平台推广服务费：按点击量或千次曝光量计算收取。	1、佣金结算：服务商从买家向公司店铺支付的订单款项中实时划扣； 2、平台提供推广服务结算：服务商从公司店铺后台预充值账户中扣除。	否
2	供应商二	14,791.76	淘宝达人直播推广。	合同约定和按销售金额结算。	1、银行转账； 2、平台提供推广服务结算：服务商从公司店铺后台预充值账户中扣除。	否
3	供应商三	10,875.17	1、服务商提供互联网信息服务相关的软件服务，包括不限于搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统； 2、服务商将为公司提供在平台相应位置的展现、互动推广等服务。	1、佣金：按交易额的一定费率收取； 2、平台推广服务费：按点击量或千次曝光量计算收取。	1、佣金结算：服务商从买家向公司店铺支付的订单款项中实时划扣； 2、平台提供推广服务结算：服务商从公司店铺后台预充值账户中扣除。	否
4	供应商四	7,091.21	1、服务商提供互联网信息服务相关的软件服务，包括不限于搜索商	1、佣金：按交易额的一定费率收取；	1、佣金结算：服务商从买家向公司店铺支付	否

			品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统； 2、服务商将为公司提供在平台相应位置的展现、互动推广等服务。	2、平台推广服务费：按点击量或千次曝光量计算收取。	的订单款项中实时划扣； 2、平台提供推广服务结算：服务商在公司店铺后台预充值账户中扣除。	
5	供应商五	3,342.48	1、服务商提供互联网信息服务相关的软件服务，包括不限于搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付的软件系统； 2、服务商将为公司提供在平台相应位置的展现、互动推广等服务。	1、佣金：按交易额的一定费率收取； 2、平台推广服务费：按点击量或千次曝光量计算收取。	1、佣金结算：服务商从买家向公司店铺支付的订单款项中实时划扣； 2、平台提供推广服务结算：服务商在公司店铺后台预充值账户中扣除。	否

公司渠道及广告宣传费主要系公司在各大 B2C 平台进行推广营销活动以及购买头部直播机构的宣传推广服务而发生，相关供应商与公司不存在关联方关系。

## （二）同行业比较

单位：万元

公司	2022年度 销售费用	销售费用率	宣传推广费用率
珀莱雅	278,583.74	43.63%	37.90%
上海家化	265,232.79	37.32%	24.79%
水羊股份	203,283.90	43.05%	31.47%
丸美股份	84,615.72	48.86%	37.89%
<b>平均数</b>	<b>207,929.04</b>	<b>43.22%</b>	<b>33.01%</b>
<b>本公司</b>	<b>204,788.08</b>	<b>40.84%</b>	<b>30.60%</b>

目前，同行业公司均采用线上、线下相结合的销售模式，公司销售费用率以及宣传推广费用率与同行业公司基本一致。

### 年审会计师回复：

#### 1、核查程序：

（1）获取渠道及广告宣传费用明细及供应商清单，向管理层了解是否主要供应商的采购内容以及是否存在关联方，并通过第三方公开渠道查询主要供应商的工商信息，检查是否存在公司的关联方；

（2）获取主要供应商的交易明细、结算依据及合作协议，并向主要供应商

进行函证确认；

(3)向管理层了解销售费用率较高的原因及合理性，并与同行业公司比较。

## 2、核查结论：

(1) 主要渠道及推广费用供应商与公司无关联方关系，公司与其签订正式合同，向其采购宣传推广服务内容，符合公司的生产经营实际；

(2) 公司销售费用率，与公司销售模式相符，与同行业公司不存在重大差异。

问题 8、年报显示，你公司报告期管理费用发生额 3.43 亿元，同比增长 39.73%，其中人员费用、其他费用发生额分别为 1.49 亿元、0.52 亿元，分别同比增长 62.95%、102.92%，2021 年末、2022 年末行政职能人员分别为 294 人、306 人。请结合人员变动情况、同地区或可比公司平均薪酬、其他费用具体构成及变动情况等详细说明管理费用增长的原因及合理性。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

### (一) 人员费用增长原因

1、本公司计入管理费用-人员费用的总额、平均薪酬以及同行业可比公司对比情况如下：

公司	2022 年度			2021 年度		
	管理人员费用（万元）	平均人数	人均薪酬（元/月）	管理人员费用（万元）	平均人数	人均薪酬（元/月）
本公司	14,868.33	439	28,223.87	9,124.29	292	26,039.64
珀莱雅	15,673.78	302	43,249.94	12,797.19	243	43,886.11
上海家化	37,016.95	440	70,107.86	36,528.94	492	61,871.52
水羊股份	10,618.44	415	21,322.18	8,748.80	311	23,442.65
丸美股份	5,937.28	260	19,029.74	4,983.30	282	14,726.06

数据来源：上市公司年报

### 2、人员费用增长原因

公司管理费用-人员费用 2022 年度发生额 1.49 亿元，同比增长 62.95%，主要系本年度公司随业务规模增长，公司任职人员数量增长所致。报告期内，公司管理员工平均人数 439 人，较 2021 年末增加约 50.35%，其中，因业务发展需要，公司品牌管理、内容创意管理以及 AI 项目组（新业务）的人员增加较多，报告期内，上述部门人员平均人数为 139 人。

2022 年 12 月初，公司对组织架构和部门职能进行调整，品牌管理、内容创意管理以及 AI 项目组（新业务）并入公司前台运营模块，纳入营销体系管理。自组织架构调整之日起，上述部门人员费用按照人员工作分工和职能划分，分别计入各期间费用项目。

2021 年至 2022 年度，公司管理人员平均薪酬无显著变化。2021 年至 2022 年度公司管理人员平均薪酬波动于同行业可比公司相比无重大偏差。

## （二）管理费用-其他费用增长原因

报告期管理费用-其他费用的具体构成及上期同期比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	变动幅度
股权激励支出	2,998.20	-	100.00%
通讯、会议费等支出	644.05	775.26	-16.93%
物料消耗、存货盘盈亏支出	688.13	742.11	-7.27%
财产保险费以及其他支出	901.03	1,060.70	-15.05%
<b>合 计</b>	<b>5,231.41</b>	<b>2,578.07</b>	<b>102.92%</b>

公司管理费用-其他费用 2022 年度发生额 0.52 亿元，同比增长 102.92%，主要系本年度为激励子公司孵化项目的管理层而发生的股权激励支出所致。公司管理层综合考虑该孵化项目的进展情况、该项目对公司的战略发展的影响并充分肯定该孵化项目的管理层已做的工作，决定将该孵化项目子公司（实收资本 10,000.00 万元）的 30% 股权作价 1.80 万元的价格转让予该孵化项目子公司的员工，由此产生的一次性股份支付费用合计 2,998.20 万元。

本次股权激励事项经孵化项目子公司股东会决议通过后实施。实施股权激励前，该子公司系公司全资子公司，公司作出本次决定前，公司管理层进行了充分讨论论证，并经公司总经理专题会议审议通过。本次用于实施股权激励的标的为孵化项目子公司股权，股权激励对象主要为孵化项目子公司的员工，无公司董事、监事或高级管理人员参与，不涉及关联交易，也不属于《上市公司股权激励管理

办法》规定的股权激励行为，因此不属于需经上市公司董事会或股东大会审批程序的事项，而且本次股权激励金额较小，范围较窄，对公司不具有重大影响，按规定未触发上市公司履行信息披露义务的要求。

**年审会计师回复：**

**1、核查程序：**

(1) 获取管理费用中各月人员费用明细及平均薪酬情况，并与同行业公司平均薪酬进行比较，向管理层了解人员费用变化的原因及合理性；

(2) 获取管理费用中其他费用明细构成情况，并检查变动具体的原因。

**2、核查结论：**

(1) 公司管理费用中人员费用变化而期末行政管理人员变化幅度不同，主要系公司于报告期进行管理架构调整所致，具有合理性；

(2) 管理费用其他费用变化主要系本期对下属公司的管理团队进行股份激励所致。

**问题 9、**年报显示，你公司报告期因可抵扣亏损形成的可抵扣暂时性差异 0.91 亿元，较上年末增加 0.86 亿元。请说明可抵扣亏损的形成原因及确认依据。

**公司回复：**

**(一) 报告期可抵扣亏损形成的原因**

报告期末，公司可抵扣亏损金额 0.91 亿元，较上年末增加 0.86 亿元，形成可抵扣亏损的主要原因系公司近年来围绕原有品牌、产品和渠道的基础上，主要通过新设运营公司的形式积极拓展新品牌、新产品、新渠道和新的业务模式以提升公司的核心竞争力和品牌护城河。报告期，公司对于新业务模式、品牌和产品的前期运营、研发等投入较大，从而导致部分子公司形成暂时性的亏损。具体如下：

亏损子公司	业务类型	可抵扣亏损金额（万元）	亏损形成原因	项目规划展望
-------	------	-------------	--------	--------

子公司一	新品牌业务	4,082.52	新品牌孵化业务，前期研发投入较大，股权激励支出。	瑗科缙（AOXMED）新品牌将于 2023 年投入市场销售。
子公司二	线下自营新业务	1,446.67	新运营模式探索，线下自营业务前期形象宣传、物料制作等一次性运营投入较大。	线下自营业务持续稳定经营，逐步回收前期一次性运营投入支出。
子公司三	新品牌业务	880.33	新品牌孵化业务，前期研发投入较大，股权激励支出。	泊缇诗（Beauty Answers）品牌于 2023 年覆盖全渠道进行销售，形成新品牌形象。
子公司四	医疗美容服务	557.20	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
子公司五	医疗美容服务	490.51	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
子公司六	社交电商新业务	315.73	新业务前期运营投入较大。	抖快等社交电商平台销售预期于 2023 年快速发展。
子公司七	社交电商新业务	263.30	新业务前期运营投入较大。	抖快等社交电商平台销售预期于 2023 年快速发展。
子公司八	医疗美容服务	257.72	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
子公司九	对外投资业务	196.87	对外投资项目前期收益较少，暂未覆盖项目日常固定运营支出。	对外投资项目收益预计将足以覆盖日常固定运营支出。
子公司十	对外投资业务	183.86	对外投资项目前期收益较少，暂未覆盖项目日常固定运营支出。	对外投资项目收益预计将足以覆盖日常固定运营支出。
子公司十一	新品牌业务	100.83	新品牌孵化业务，前期研发投入较大，股权激励支出。	贝芙汀（Beforteen）新品牌将于 2023 年投入市场销售。
子公司十二	社交电商新业务	98.15	新业务前期运营投入较大。	抖快等社交电商平台销售预期于 2023 年快速发展。
子公司十三	医疗美容服务	54.37	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
子公司十四	线下自营新业务	37.55	新运营模式探索，线下自营业务前期形象宣传、物料制作等一次性运营投入较大。	线下自营业务持续稳定经营，逐步回收前期一次性运营投入支出。
子公司十五	对外投资业务	36.04	对外投资项目前期收益较少，暂未覆盖项目日常固定运营支出。	对外投资项目收益预计将足以覆盖日常固定运营支出。
子公司十六	线下自营新业务	35.66	新运营模式探索，线下自营业务前期形象宣传、物料制作等一次性运营投入较大。	线下自营业务持续稳定经营，逐步回收前期一次性运营投入支出。

子公司十七	医疗美容服务	19.55	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
子公司十八	对外投资业务	1.20	对外投资项目前期收益较少，暂未覆盖项目日常固定运营支出。	对外投资项目收益预计将足以覆盖日常固定运营支出。
子公司十九	医疗美容服务	0.23	2022 年度受经济下行压力影响较大。	线下实体医疗美容服务 2023 年恢复正常，逐步缩窄、回收累计亏损。
	合 计	9,058.29		

## （二）可抵扣亏损的确认依据

根据《企业会计准则第 18 号—所得税》规定，可抵扣暂时性差异，是指在确定未来收回资产或清偿负债期间的应纳税所得额时，将导致产生可抵扣金额的暂时性差异。企业应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。

公司 2022 年末可抵扣亏损形成原因主要为新业务前期运营投入较大以及受 2022 年整体经济下行压力，导致部分子公司亏损所致所致。公司上述新业务围绕公司原有业务的基础上拓展的新品牌、新产品和新模式等，新业务可重复利用原有业务的资源、渠道和人力资源经验等，针对新业务公司已制定了较为完善的商业运营计划和预算。同时，随着 2022 年末消费复苏，公司的新业务和医疗美容服务业务预计将更好的完成自身的经营计划。公司 2022 年末形成可抵扣的亏损主体均为境内居民企业，根据企业所得税法，该未弥补亏损可在其以后五个纳税年度内税前抵扣。

综上所述，公司可抵扣亏损的确认符合企业会计准则的规定，确认依据充分。

### 年审会计师回复：

#### 1、核查程序

获取形成可抵扣亏损的主体清单、可抵扣亏损余额、形成期间、可税前抵扣的剩余期间，复核可抵扣亏损的计算是否准确，并向管理层了解亏损主体的业务类型、亏损原因及未来的经营计划，判断亏损主体在剩余的可税前抵扣期间是否可取得足够的税前利润来弥补亏损；

#### 2、核查结论：：

2022 年形成可抵扣亏损的金额较大,主要系 2022 年度,公司为拓展新品牌、新产品、新渠道和新的业务模式以提升公司的核心竞争力和品牌护城河,通过新设运营公司加大对新业务的前期运营投入以及受 2022 年整体经济下行压力的影响所形成的暂时性亏损,剩余的可税前抵扣的期间较长,随着新业务的持续运营并走上正轨以及消费市场的复苏,形成亏损的主体预计在未来税前抵扣期间将会取得足够的税前利润来弥补亏损,可抵扣亏损的确认依据充分。

特此公告。

云南贝泰妮生物科技集团股份有限公司董事会

2023 年 6 月 1 日