

# 苏州蜜思肤化妆品股份有限公司

## 关于年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

苏州蜜思肤化妆品股份有限公司（以下简称“蜜思肤”或“公司”）于2023年5月18日收到贵司出具的《关于对苏州蜜思肤化妆品股份有限公司的年报问询函》（公司一部门年报问询函【2023】第032号），现就相关问题回复说明如下：

### 1. 关于经营业绩

报告期内，你公司主营产品一常规护肤品实现营业收入108,409,385.45元，同比增长5.17%，营业成本50,046,428.96元，同比下降8.17%，产品毛利率同比增加了6.71个百分点。此外，报告期末库存商品账面余额为27,709,620.66元，库存商品跌价准备余额为810,448.94元，报告期内新增计提存货跌价准备金额为490,558.05元。

请你公司：

（1）结合业务模式、产品类型、定价、成本构成、原材料价格变动等因素，说明常规护肤品收入增加但成本降低的原因及其合理性；

（2）结合毛利率、成本构成、周转率、在手订单等情况，说明对库存商品计提跌价准备的原因及其合理性。

### 【问题（1）回复】

#### 1、公司业务模式

##### （1）销售模式

公司销售主要采用线下买断式经销模式，线下主要通过经销商开设“蜜思肤”单品牌店模式进行品牌推广与产品销售。

## (2) 生产模式

公司出于轻资产运营的战略考虑，目前生产以委托生产（定制化采购）为主。

### 2、公司主要产品

公司主要为护肤品，得益于公司在2022年度不断推陈出新以及品牌粘性的影响，公司护肤精华类相关的产品在销售收入上增长较快。

### 3、公司产品定价、成本构成及毛利率变动

公司的定价策略主要是结合品牌及产品定位、预计年销量、主要竞品市场定价、产品研发成本、产品降本空间、预计毛利率等因素，确定产品价格。

公司的生产主要以委托生产（定制化采购）为主，成本主要为产品实际采购成本，2022年公司核心产品采购成本稳定。

公司2022年主要产品营业收入、营业成本、毛利及毛利率情况较2021年同期变动如下：

单位：万元

项目	2022 年度				2021 年度			
	营业收入	营业成本	毛利	毛利率%	营业收入	营业成本	毛利	毛利率%
护肤礼盒类产品	4,272.69	1,836.93	2,435.76	57.01	4,658.01	2,296.53	2,361.48	50.70
护肤精华类产品	3,607.61	1,396.46	2,211.15	61.29	2,701.77	1,181.76	1,520.01	56.26
其他产品	2,960.64	1,771.25	1,189.39	40.17	2,948.35	1,971.80	976.55	33.12
合计	10,840.94	5,004.64	5,836.30	53.84	10,308.13	5,450.09	4,858.04	47.13

公司产品毛利率上升主要原因系公司产品销售的结构进一步优化，主要产品的毛利率上升。公司2022年逐步推出的护肤精华类产品，市场反馈良好，且相关产品毛利率较高，该部分高毛利率产品带动公

司整体毛利增加，如公司护肤礼盒类和护肤精华类产品毛利同比增加74.28万元、691.14万元，毛利率同比增长6.31个百分点、5.03个百分点。另外，公司营业成本较2021年度减少主要原因为上年定制了护肤套盒当中的限量版的高端礼盒增加额外成本，涉及金额384.65万元。

综上，公司常规护肤品收入增加但成本降低原因合理。

### 【问题（2）回复】

#### 1、关于公司库存商品跌价准备计提情况说明

公司对库存商品计提跌价准备的具体方式为：资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，可变现净值具体计算方法为库存商品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

公司对2022年末库存商品进行减值测试并确认可变现净值时，已充分考虑各类产品当期及期后销售情况、产品保质期、主要销售渠道对于上架产品保质期等要求，已足额计提了库存商品跌价准备。公司2022年计提库存商品跌价准备49.06万元，转销32.52万元。

#### 2、公司销售毛利率及成本构成说明

公司的产品毛利率较高，公司2021、2022年主营业务毛利率分别为46.76%、51.37%，鉴于公司生产环节主要采用委托生产（定制化采购）模式，公司产品成本构成主要为产品的实际采购成本。

#### 3、公司的存货周转率及变动情况：

项目	2022 年度	2021 年度	变动
存货周转率（次/年）	2.97	3.87	-0.9

公司2022年度存货周转率较同期下降0.9，主要系2022年12月31日存货规模较2021年12月31日增加525.28万元，存货增加主要原因如下：



### （1）新旧法规衔接备货

江苏省药品监督管理局于2022年4月29日发布了《关于新冠肺炎疫情防控期间化妆品注册备案有关事宜的通知》（2022年第11号）（以下简称“11号文”），通知中对化妆品的功效宣称评价及注册备案管理进行了新的规范要求，相关时间节点原则上不超过2022年12月31日。

根据11号文的相关规定，2022年12月31日之前生产的化妆品可以在2023年继续销售，2023年1月1日之后生产的化妆品需要按新的法规对产品及外包装重新进行备案登记，考虑到新产品备案登记需要一定的时间周期，为保证青春御龄光采套装、青春御龄臻品礼盒等畅销产品供应不中断，公司在2022年底增加了402.08万元产品备货。

### （2）充分利用现有包材

根据11号文文件精神，化妆品功效宣称包材在2022年12月31日前备案、生产的，可以在2023年1月1日以后使用。为充分利用公司库存包材，公司对相关产品适度增加了采购。

### （3）应对春节假日提前

2022年农历春节在2023年1月中下旬，较往年有所提前，为保证公司相关产品供应不中断，公司适度进行了备货。

## 4、关于在手订单情况说明

公司销售模式主要为线下买断式经销，经销商与公司签订框架经销合作合同，经销商日常根据自身门店的销售情况向公司实时下订单补货，不存在在手订单。

综上，公司基于谨慎性原则对公司库存商品计提跌价准备合理、跌价准备计提充足。

## 2. 关于研发费用

年报显示，研发费用为6,056,952.11元，较上年同期增长111.13%，主要系公司新建科研创新中心实验室、加大委托开发及专家咨询的投入综合所致，其中，委托开发及专家咨询费为2,846,616.27元，同比增长227.59%。此外，你公司于2022年10月同苏州大学签署了《化妆品前沿技术创新研究院共建协议》，协议金额三年共计500万元。

请你公司：

(1) 说明委托开发及专家咨询费的具体内容，包括但不限于委托开发的合同相对方、开发内容、开发进展、投入情况等；

(2) 说明公司同苏州大学签订《化妆品前沿技术创新研究院共建协议》的执行情况，包括但不限于人员投入、经费投入、在研项目等。

### 【问题（1）回复】

公司2022年度委托开发及专家咨询费的具体内容如下：

单位：万元

项目	2022年投入情况	合同相对方	合作内容	合作进展
委托产品检测费	143.72	专业检测机构	主要为产品功效检测	已完成
委托产品研发费	99.99	主要为苏州大学	祛痘功效活性物技术创新	已完成
委托产品试制费用	36.67	包材供应商	模具制版费	已完成
专家咨询费	4.28	外聘国际化妆品行业专家	技术服务	已完成
合计	284.66			

公司的委托检测费主要是对产品功效进行检测，主要支付给有资质的专业机构，主要包括英格尔检测技术服务（上海）有限公司、天津海关工业产品安全技术中心等；公司的委托产品研发费用主要为支付给苏州大学的合作研发费用98.06万元；产品试制费用主要为对研发产品的试样费用；专家咨询费主要为支付给外聘国际化妆品行业专家顾问费。

### 【问题（2）回复】

#### 1、与苏州大学合同签署情况

公司与苏州大学签订了《化妆品前沿技术创新研究院共建协议》，决定在互惠共赢，优势互补的基础上进行紧密而长期的合作，共同建设“苏州大学-蜜思肤化妆品前沿技术创新研究院”。

#### 2、与苏州大学合作情况

公司与苏州大学合作开展中主要由蜜思肤研发负责人牵头，苏州大学的专家参与，具体合作项目情况如下所示：

单位：万元

序号	合作项目	项目预算	执行情况
1	祛痘功效活性物技术创新及专家系统开发	100	已完成
2	包裹白藜芦醇的技术研究及应用	100	2023-2024
3	包裹羟丙基四氢吡喃三醇的技术研究及应用	150	2023-2024
4	包裹油橄榄叶提取物的技术研究及应用	150	2024-2025

### 3.关于主要客户

报告期内，你对前五大客户销售金额为62,146,895.89元，占年度销售总额40.41%；其中你对第一至第四大客户均为自然人，销售金额合计54,288,659.48元，占年度销售总额35.30%。

请你公司：



(1) 说明上述自然人客户的履历、背景、与你公司的合作历史；结合你公司业务模式、经销模式、信用政策及收入确认政策等，说明上述自然人如何成为你公司客户、说明成为公司大客户的原因及合理性，是否为行业特征或者惯例；公司向上述自然人客户销售商品价格与其他客户相比是否存在重大差异；

(2) 说明你公司与上述自然人客户的交易结算方式；说明是否采用现金支付，若是，说明你公司与现金交易相关的内控制度的健全性、有效性及执行的情况；是否存在第三方回款或第三方代为收款的情况。

### 【问题（1）回复】

公司采用经销为主、直销为辅的销售模式。公司经销模式均为线下买断式经销，线下主要通过经销商开设“蜜思肤”单品牌店模式进行品牌推广与产品销售。

公司2022年度前四大经销商均为自然人，自然人具体履历和合作年限如下：

序号	客户	履历/背景	合作年度
1	王大允和杜迎风夫妻	化妆品及相关行业从业背景	2013年/2016年
2	何丽靖	化妆品及服务相关行业从业背景	2013年
3	丁小娟	化妆品及零售相关行业从业背景	2013年
4	赵擎擎	零售相关行业从业背景	2014年

注：杜迎风与公司合作开始时间为2016年。

公司主要产品为化妆品，该产品具备较强的消费属性，产品终端消费群体为个人，终端消费者具有数量众多、分布零散的特点。公司自然人经销商利用其门店渠道，达到更加广泛的销售覆盖面，触及更

多的终端消费者，且对消费者的需求响应更为及时，从而有利于产品下沉市场，提升产品品牌力和竞争力。

公司与前述自然人经销商合作达9-10年，相关自然人均有丰富的化妆品或相关零售运营经验，且对公司产品及单品牌店模式高度认可，进而与企业合作，自合作以来与企业一直保持着良好的合作关系。

企业结合经销商管理政策及经销商发展情况，对不同经销商给予相应的信用政策，2022年企业对上述自然人经销商授信额度具体如下所示：

单位：万元

序号	客户	2022年度授信额度
1	王大允和杜迎风夫妻	无/100
2	何丽靖	无
3	丁小娟	无
4	赵擎擎	150

注：王大允无授信金额，杜迎风授信金额100万元。

企业对上述自然人客户销售在收入确认上与其他客户无重大差异，公司向上述自然人客户销售商品价格符合企业经销商供货折扣管理政策，与其他经销商客户相比不存在重大差异。

### 【问题（2）回复】

企业建立了完善的销售管理内控制度，与上述自然人客户的交易结算方式均为银行转账，不存在现金支付情况，且不存在第三方回款或第三方代为收款的情况。

苏州蜜思肤化妆品股份有限公司

