

# 南京卓力昕汽车服务股份有限公司关于对南京卓力昕汽车服务股份有限公司的年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

贵公司于2023年6月28日出具的《关于对南京卓力昕汽车服务股份有限公司的年报问询函》（公司一部门年报问询函【2023】第092号）（以下简称“问询函”）已收悉，南京卓力昕汽车服务股份有限公司和大信会计师事务所（特殊普通合伙）对意见进行了落实，现将相关情况答复如下：

## 关于应收账款

2022年末，你公司应收账款账面价值为73,088,721.84元，占总资产的比重为47.91%，较期初增长了27.79%，应收账款主要客户为奇瑞、长安等汽车销售企业；你公司计提坏账准备4,121,695.27元，占应收账款账面余额比例为5.41%。

请你公司：

（1）结合相关业务模式、信用政策、主要客户的合同条款等情况，说明你公司存在大额、高比例应收账款的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在重大差异，本期内进一步增长的原因，是否存在放宽信用政策促进销售的情况；

（2）结合主要客户情况、账龄情况、逾期情况、期后回款情况等，说明应收账款坏账准备计提是否充分适当，与同行业可比公司是否存在重大差异。

回复：

一、截止2022年末主要客户应收账款情况如下：

序号	客户名称	期末应收账款	账龄	占应收账款的比例
1	安徽奇瑞汽车销售有限公司	1,498.08	1年以内	19.08%
2	重庆长安汽车股份有限公司	1,090.35	1年以内	13.89%
3	安徽奇瑞商用车销售有限公司	746.18	1年以内	9.50%
4	长安马自达汽车销售分公司	744.14	1年以内	9.48%
5	重庆哈弗汽车有限公司	515.51	1年以内	6.57%
6	长城汽车股份有限公司泰州魏牌销售分公司	407.09	1年以内	5.18%
7	芜湖奇瑞信息技术有限公司	375.50	1年以内	4.78%
8	比亚迪汽车销售有限公司	374.27	1年以内	4.77%

9	长城汽车股份有限公司泰州哈弗销售分公司	297.28	1 年以内	3.79%
10	长安马自达汽车有限公司	279.39	1 年以内	3.56%
合计	合计	6,327.79		80.60%

公司上述应收账款主要系由于信息技术服务收入业务收入形成，该业务模式主要为通过与汽车厂商签订品牌电商代理运营合同，为汽车厂商提供互联网平台运营、推广策划、店铺设计和在线客服等多方位服务；或按照活动策划的需要，进行线上营销专项服务活动，公司代理汽车厂商线上营销和投放广告，并从中获取一定的服务收入；同时也为客户提供线上营销程序及软件开发等服务业务，主要客户均为汽车制造生产厂商（主机厂）。

与主机厂签订的主要服务合同条款如下（以下内容中甲方指客户，乙方指本公司）：

“1.乙方服务内容：

乙方为甲方的“XXXXX 电商运营项目”执行服务具体执行过程中，乙方应按照甲方整体活动的实际指示和要求执行具体的工作内容。项目结案报告需包含项目执行回顾、效果预览、KPI 完成、后续建议等。

服务时间：自 2022 年 XX 月 XX 日至 2022 年 XX 月 XX 日（或特定日），具体活动执行时间在服务期间内根据实际执行情况确定，最终乙方为项目执行根据甲方活动安排执行。

2.验收标准及结算周期：

验收标准及结算周期：项目结束后，按各项 KPI 完成率进行验收结算。（如 KPI 未完成，可安排一次补量，补量结束后如未完成 KPI 将依据完成率进行扣款）。XX 品牌业务部门根据收到合格结算材料及相应的有效增值税发票后根据本协议第 X 条的约定走付款流程。

3.结算与验收：

（1）同意依据双方签订的“XXX 项目合同”为准，实际结算费用按乙方项目执行完成情况进行核算；

（2）结算方式为：依据双方签订的“XXX 项目合同”以及该技术协议为准；

（3）验收方式：根据同意为双方签订的“XXX 项目合同”签订条款，且具体项目以实际情况完成并经验收合格后，乙方凭正规合法的发票(含税)经甲方审核合格后 XX 个工作日内向乙方支付对应协议价款。乙方应确保其所开具的发票的合法性、准确性，否则乙方应承担由此造成的一切后果。”

公司 2022 年度全年信息技术服务和培训推广服务收入为 11,666.71 万元，其中下半年确认的收入金额为 7,233.91 万元，占全年收入确认的比例为 62.00%，下半年确认收入含税金额为 7,667.94 万元，占应收账款余额的比例为 92.13%。公司期末应收账款主要系公司下半

年信息技术服务和培训推广服务营业收入形成。导致下半年收入占比较高的主要原因系由于下半年主机厂对于电商平台营销推广专项活动需求旺盛，诸如 818、金九银十、双十一、双十二等特定营销活动时间均集中在下半年。

公司信息技术服务收入以获取客户的项目验收结算单作为收入确认依据(对于已确认而未开票收入公司按未开票收入金额进行申报)，应收账款一般自开具发票后 3 个月内进行支付，因主机厂处于行业上游，且较为强势，公司开票时间一般取决于主机厂自身付款计划，根据我方提交付款申请后，主机厂根据自身季度(或月)资金计划通知公司开票，开票经客户内部各职能部门(业务部门→管理部门→财务部门)审核无误后付款，因其发票审核及付款审核周期较长，进而导致应收账款回款周期较长。

综上所述，公司截止 2022 年期末存在大额、高比例应收账款的原因主要系由于下半年为公司业务高峰期，且客户应收账款回款周期较长所导致。不存在因放宽信用政策促进销售的情况。

## 二、同行业应收账款占比对比情况

账龄	卓力昕	数聚股份 (代码: 430435)	青木股份 (代码: 301110)
应收账款账面价值	73,088,721.84	25,207,906.24	154,529,055.30
资产总额	152,559,149.39	108,717,003.18	1,602,923,828.15
占比	47.91%	23.19%	9.64%

经与同行业公司对比，公司应收账款占资产总额的比例较高，导致上述差异的主要原因系上述两家同行业公司对于公司业务活动差异不大，但其业务模式、客户对象，资产结构均与公司存在明显差别。

数聚股份是国内专注于数字化转型与智能化改造的“专精特新”高新技术企业，公司提供数字化相关的软件产品、技术开发与实施服务，并提供数字化管理轻咨询与培训售后服务，在数据驱动管理创新与数据汇聚中台赋能业务方面提供一站式应用解决方案。而公司属于特定领域(汽车领域)的数字营销服务供应商。数聚股份其资产结构主要项目为货币资金(占资产总额为 51.90%)，而本公司货币资金占比仅为 9.98%。

青木股份电商销售服务是其核心业务，指公司为品牌商提供单环节、多环节甚至全链路的电子商务运营和销售服务。公司综合评估品牌商的行业竞争力、销售趋势、品牌资产基础等因素，协助品牌商制定电商渠道的商品策略、渠道策略、营销策略，规划品牌在电商渠道的生意发展计划，并组织团队提供运营和销售服务，帮助品牌提升品牌力、商品力、销售力。电商销售服务包含电商代运营、渠道分销、电商渠道零售三种业务模式。其资产结构中货币

资金和交易性金融资产占其资产总额的比例为 69.16%。

上述两家公司 2022 年末均持有的大量的货币资金，公司目前处于经营发展阶段，货币资金持有量较小，如扣除上述资金金额较大的影响，与同行业公司对比，应收账款占资产总额的比例基本一致，不存在重大差异。

三、截止 2022 年末主要客户应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	期末应收账款	账龄	期后回款金额	回款比例 (%)
1	安徽奇瑞汽车销售有限公司	1,498.08	1 年以内	316.99	21.16
2	重庆长安汽车股份有限公司	1,090.35	1 年以内	907.35	83.22
3	安徽奇瑞商用车销售有限公司	746.18	1 年以内	688.53	92.27
4	长安马自达汽车销售分公司	744.14	1 年以内	356.04	47.85
5	重庆哈弗汽车有限公司	515.51	1 年以内	515.51	100.00
6	长城汽车股份有限公司泰州魏牌销售分公司	407.09	1 年以内	407.09	100.00
7	芜湖奇瑞信息技术有限公司	375.50	1 年以内		
8	比亚迪汽车销售有限公司	374.27	1 年以内	374.27	100.00
9	长城汽车股份有限公司泰州哈弗销售分公司	297.28	1 年以内	297.28	100.00
10	长安马自达汽车有限公司	279.39	1 年以内	236.01	100.00
合计	合计	6,327.79		4,099.06	64.78

截止 2023 年 6 月 30 日，公司期末应收账款前十名期后回款比例为 64.78%，公司应收账款整体回款比例为 62.06%，应收账款回款情况良好，且主要应收账款客户均为大型的汽车制造生产企业，信用状况良好，预计不会存在违约或无法支付应收账款的情况。

公司对威马新能源汽车销售（上海）有限公司应收账款余额为 192.16 万元（账龄为 1-2 年），因其已发生债务违约，公司于 2022 年 11 月 1 日向上海市青浦区人民法院提起诉讼，并于 2023 年 2 月 8 日收到民事判决书《（2022）沪 0118 民初 22780 号》，根据判决结果显示：威马新能源应于判决生效之日十日内对相关债权及违约金进行偿付，并由威马汽车科技集团有限公司（威马新能源的母公司）对前述付款义务承担连带责任。公司目前对该应收款已进行单项认定，坏账计提比例为 50.00%。

四、同行业公司坏账计提比例对比

账龄	卓力昕	数聚股份 (代码：430435)	青木股份 (代码：301110)
1 年以内	5%	5%	5%
1 至 2 年	10%	10%	20%
2 至 3 年	30%	30%	50%

3 至 4 年	100%	50%	100%
4 至 5 年	100%	80%	100%
5 年以上	100%	100%	100%
应收账款期末坏账计提比例	6.92%	8.63%	5.57%

经对比，坏账计提比例与同行业公司不存在重大差异。

综上所述，截止 2022 年期末应收账款余额为 7,852.18 万元，已计提坏账金额为 543.30 万元，坏账计提比例为 6.92%（含单项评估计提），坏账计提充分适当，与同行业公司对比不存在重大差异。

#### 关于存货

2022 年末，你公司存货账面价值为 33,671,086.09 元，较期初增长了 67.82%，你公司解释主要是临近期末公司购买了大量汽车所致。其中，库存商品账面余额 26,479,556.18 元，未计提存货跌价准备。

请你公司：

(1) 结合业务模式、相关行业政策、本期及期后汽车市场行情、本期新增订单签署情况、在手订单执行情况等，说明本期末大量备货的原因及合理性，是否与同行业可比公司一致；

(2) 结合存货构成、库龄分布、可变现净值测试过程、期后结存情况等，说明不计提存货跌价准备的原因及合理性。

回复：

公司报告期内汽车销售业务的销售模式主要分为整买整售批发模式、代为采购经销模式和买断式包销模式。其中买断式包销模式主要是指公司与上游汽车经销商（拥有某品牌车型的独家销售代理权）通过提前预付车款或定金锁定车型车价，经销商根据公司通知发货，或通过汽车厂商签订年度合作框架协议，约定年度销售车型和目标任务，下达订单时提前支付车款，汽车厂商根据公司通知发货，后期公司依据下游客户的需求进行零散性销货。该销售模式下，公司下游客户主要为各区域汽车销售服务 4S 店，公司按品牌车型与汽车销售服务 4S 店签订汽车销售合作协议。

买断式包销模式由公司直接与汽车厂商或上游经销商下达采购订单，由公司统一协调安排将车辆发运至指定地址，相关车辆的后续管理和销售情况均有各派驻点业务员进行管控和跟踪。必要时，业务员可以根据各汽车 4S 店销售情况，经申请将存放车辆调拨至其他 4S 店进行销售。公司在完成销售前控制相关存货货权并承担了与存货所有权相关的主要风险报酬，因不同车型汽车市场销售价格较为公开，公司在市场价格的合理范围内拥有一定的自主

定价权，公司对上述买断式包销模式业务收入按总额法进行确认。另外两种销售模式：整买整售批发模式、代为采购经销模式的业务收入采用净额法进行确认。

公司 2022 年度汽车销售业务模式主要为买断式包销模式，公司和汽车厂商已签订年度合作框架协议，约定年度销售车型和目标任务。为了完成协议约定的年度销售目标、避免保证金扣除、享受汽车厂商销售返点、维护良好的客商关系、享受后续拿车优惠政策等行业通行惯例，同时整车厂商也会根据其年度销售计划进行年末铺货，所以公司会在会计年度末进行大量的整车买断，确认存货。上述操作为行业通行做法，同行业上市公司也会在会计年度末进行整车买断，确认存货，同行业可比公司存货情况对比情况如下

账龄	卓力昕	德众汽车 (代码: 838030)
2022 年期末存货账面价值	33,671,086.09	594,352,132.04
库存商品	26,479,556.18	423,755,035.34
其他存货类明细科目	7,191,529.91	170,597,096.70
2022 年期初存货账面价值	20,064,357.19	485,321,258.95
库存商品	16,480,739.66	273,470,475.10
其他存货类明细科目	3,583,617.53	211,850,783.85
库存商品增长比例	60.67%	54.95%

如上表所示，公司与北交所可比公司德众汽车在库存商品科目上均保持了大幅度的增长趋势，符合行业特性、符合与整车厂商相比经销商较为弱势的行业特点。

2022 年 11 月中下旬至 12 月份，国内疫情放开，公司员工基本阳性居家，导致暂时性的业务开展困难，与下游客户的交车时间延迟至报告期期后。同时叠加 2023 年春节较早，厂家复工时间也较晚等因素的影响，公司有针对性的买断了部分车辆，致使 2022 年年末存货账面价值增长较大。

公司期末库存商品主要由子公司（南京车喇叭信息科技有限公司）持有，均为采购的整车，期末库存商品中整车结存账面余额为 2,647.72 万元。期末库存商品跌价准备金额按其成本与可变现净值孰低计量，并按单个整车车型进行计提。在确定库存商品的可变现净值时，以取得的市场价格或合同价格等可靠证据为基础，并考虑了持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。公司汽车销售业务存货周转速度较快，存货库龄较短，不存在库龄较长及价值明显贬损的情况。具体库龄情况如下：

#### 一、库存商品的存货构成、库龄分布

单位：万元

品牌	车型	期末库存数量 (辆)	存货库龄	账面成本
星途	星途/TX 超能四驱/超能 2 号	30	3 个月以内	318.32
星途	星途/TX 超能四驱/超能 2 号	1	6-12 个月	10.61
星途	星途/TX 超能四驱/超能 3 号	23	3 个月以内	226.13
星途	星途/TX 超能四驱/超能 3 号	2	6-12 个月	19.66
星途	星途凌云	35	3 个月以内	393.72
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	9	3 个月以内	163.94
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	15	3-6 个月	282.04
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	3	6-12 个月	56.41
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 铂钢灰	4	3 个月以内	71.79
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 铂钢灰	8	3-6 个月	139.85
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型+选装 铂钢灰	2	3 个月以内	34.59
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 珠光白	4	3 个月以内	69.44
长行	4003	115	3 个月以内	565.94
长行	4003	23	3-6 个月	113.19
长行	4003	37	6-12 个月	182.09
合并		311	—	2,647.72

库存商品（汽车）中库龄 3 个月以内汽车账面成本占比 69.36%；库龄 3-6 个月的汽车账面成本占比 20.63%，库龄 6-12 个月的汽车账面成本占比 10.01%。公司汽车库龄最长不超过一年，库龄 6 个月内车辆占比超过 90.00%，整体汽车库龄情况良好。部分车辆库龄超过 6 个月主要系由于不同车型配置市场需求的变化所导致。



二、存货跌价准备的计算过程

单位：万元

品牌	车型	期末库存数量 (辆)	预计销售价格 ①	预计销售费用 ②	预计销售税费 ③	可变现净值④= ①-②-③	采购单价	账面成本⑥	存货跌价金额 ⑦=⑥-④ (如④ <⑥)
星途	星途/TX 超能四驱/超能 2 号	31	342.65	11.19	0.08	331.38	10.61	328.93	
星途	星途/TX 超能四驱/超能 3 号	25	257.52	8.41	0.06	249.06	9.83	245.80	
星途	星途凌云	35	414.12	13.52	0.09	400.50	11.25	393.72	
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	27	540.84	17.66	0.12	523.06	18.61	502.38	
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 铂钢灰	12	240.79	7.86	0.06	232.87	17.64	211.65	
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型+选装 铂钢灰	2	40.37	1.32	0.01	39.04	17.29	34.59	
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 珠光白	4	73.08	2.39	0.02	70.68	17.36	69.44	
长行	4003	175	893.05	29.15	0.20	863.69	4.92	861.22	
	合计	311	2,802.42	91.50	0.64	2,710.28	-	2,647.72	

经测算，期末库存商品（汽车）不存在减值。

### 三、整车期后销售情况

品牌	车型	期末库存数量(辆)	存货库龄	期后销售情况(辆)	销售比例(%)
星途	星途/TX 超能四驱/超能2号	30	3个月以内	24	80.00
星途	星途/TX 超能四驱/超能2号	1	6-12个月	1	100.00
星途	星途/TX 超能四驱/超能3号	23	3个月以内	14	60.87
星途	星途/TX 超能四驱/超能3号	2	6-12个月	2	100.00
星途	星途凌云	35	3个月以内	34	97.14
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	9	3个月以内	9	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	15	3-6个月	15	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型 铂钢灰	3	6-12个月	3	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 铂钢灰	4	3个月以内	4	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 铂钢灰	8	3-6个月	8	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT AWD 尊享型+选装 铂钢灰	2	3个月以内	2	100.00
长马	CX-8 2.5L 6AT 2WD 尊贵型 珠光白	4	3个月以内	4	100.00
长行	4003	115	3个月以内	103	89.57
长行	4003	23	3-6个月	22	95.65
长行	4003	37	6-12个月	34	91.89
合并		311	—	279	89.71

截止2023年6月30日上述整车期后销售比例已近90%，销售情况良好，不存在库存积压，价值明显贬损的情况。期末公司库存商品未计提存货跌价准备具有合理性。

#### 关于员工变动情况

你公司2022年期初在职员工人数为218人，本期减少159人，本期增加202人，期末在职员工人数为261人，总体人员流动性较大，2021年度也存在类似情况。员工结构中，变动较大的部门或条线主要为数字营销事业部、直播营运部、产品技术中心。

请你公司：

(1) 结合发展战略、业务特点、部门职能、薪酬体系等具体情况，说明员工流动性较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，人员流动性较大是否对公司生产经营稳定性产生不利影响及相应的缓解措施；

(2) 说明是否存在核心员工或高级管理人员大幅度变动的情况，如有，请结合具体人员所在岗位职能分析是否对公司业务开展产生重大不利影响。

回复：

公司目前有三大块业务，其中品牌综合运营业务(信息技术服务)属于劳动密集驱动型，需要大量的电商+行业背景的复合型人才。

品牌综合运营业务：

#### （一）品牌代运营服务

品牌代运营服务是指公司经品牌商或其代理授权，以电商平台为载体，围绕品牌商线上渠道销售提供各类运营服务，包括品牌定位和策略咨询、店铺搭建、店铺运营、创意策划、消费者和会员管理、营销推广、数据分析、技术支持等，助力客户品牌影响力的提升以及汽车销量的最终实现。目前，公司品牌代运营业务服务于天猫、京东、拼多多、汽车之家等电商平台官方/品牌旗舰店、品牌自营商城、品牌微信商城及品牌微商城等。品牌代运营模式下，线上店铺所有权归属于品牌商，公司是店铺的代运营方，根据品牌商要求提供全部或部分服务。

#### （二）数字营销服务

数字营销是指公司围绕品牌方的互联网营销需求，为品牌提供数字化服务，通过有效整合各种内容形式和媒介资源，最大化品牌声量和销售转化，服务内容包括结合目标消费者触媒习惯及产品属性制定品牌营销策略，为客户提供直播营销、短视频营销、KOL 营销、内容营销、IP 营销、跨界营销、异业营销等数字营销服务。公司向品牌方提供的数字营销服务主要分为两类：一次性、定制化服务，如提供品牌策划、大型活动宣传等；周期性、常规化服务，如常态化直播策划及执行、616/818 品牌日活动营销等。

#### （三）互联网产品开发与推广服务

为了更加直接、高频触达终端消费者，为消费者提供更加全面、精准的汽车相关服务，改善终端消费者服务体验，公司可根据汽车品牌商的要求提供覆盖品牌官网、在线商城、C 端 App、小程序、云展厅、H5 活动等面向终端消费者的 C 端产品定制化开发服务；同时，为了满足汽车品牌商提高经销商管理、布局数字化营销等的需求，公司积极拓展面向汽车品牌商的 B 端产品体系，为客户提供分销系统、经销商报价系统、I-Shop、I-Club、CRM、SCRM 等 B 端产品。此外，公司正在积极完善 MA（营销自动化）、DW（数据仓库）、CDP（客户数据平台）等营销数字化工具体系布局，为客户提供精细化的数据营销，提高客户服务能力与服务质量，提升客户满意度。

其中，数字营销事业部下辖品牌运营中心品牌一部、品牌运营中心品牌二部、品牌运营中心品牌三部、品牌运营中心品牌四部四个业务分部实施品牌代运营服务及数字营销服务。数字营销事业部下辖用户服务部为品牌代运营服务提供运维支撑，进行网店日常的客户接待、答疑。数字营销事业部下辖创意设计部为品牌代运营服务的日常开展、数字营销服务的专项需求提供支撑保障。产品技术中心的员工负责互联网产品开发与推广服务业务链条。公司是



国内领先的汽车数字化营销服务商，为国内外超过 30 家汽车厂商及其经销商提供一站式、数字化的营销解决方案，致力于推动汽车厂商及其经销商营销数字化转型与销售效能的提升。为了保证上述数字化业务的顺利开展，公司需要持续的专业人才输入。由于数字化业务的专业性、高强度执行性、时效性等特点，大量的专业人才是扩大业务规模的基石。但是由于工作强度大、时效性要求高等职位属性与现有员工工作能力的错配，必然导致执行人员的大量流失。公司为了满足数字化业务的展业需要，扩大业务规模，故而不停的进行人员的新老替换、吐陈纳新。

互联网产品开发与推广服务是公司的新兴业务增长点，具有技术属性强、员工硬性要求高等特点。战略发展层面，公司正在积极布局，拥抱变化，努力打造软件、算法、数据、运营、交易五位一体综合环形闭环。在基于目前研发团队人员配置基础上，积极并将继续深层次布局大数据及算法团队。深挖数据根源、优化算法结构，强化技术壁垒，运用软件+运营产生的大量数据，进行科学分析，反哺主机厂研发、设计、制造、销售过程；同时运用分析结论迭代、优化软件设计+运营模式+新零售策略，打造科技驱动型的汽车新零售闭环循环整合运营服务商。

为了实现战略转型，实现业务升级，公司必然要进行技术工种员工的更替，招募算法、大数据方向的技术人员，提升公司整体开发能力。所以技术工种员工的流动具有合理性。

同行业公司人员情况比对：

年度	卓力昕-数字营销事业部	卓力昕-产品技术中心	青木股份-运营人员 (代码：301110)	宣亚国际-业务运营人员 (代码：300612)	数聚股份-技术人员 (代码：430435)
2021	125	39	1,049	172	220
2022	159	55	1,121	254	215
变动比例	27.20%	41.03%	6.86%	47.67%	-2.27%

卓力昕的品牌综合运营业务中的品牌代运营服务、数字营销服务是公司目前的主要利润源泉。目前行业竞争激烈、对于业务执行方的专业素养要求较高。为了匹配合适的业务，公司的设计、执行团队需高度专业化。公司为了巩固自身行业地位，需要不停的对执业人员进行培训、考核，所以业务团队的流动性较大。同行业可比公司的执业人员变动比率也较高，公司的人员变动具有合理性。

公司技术人员的总量变动幅度虽然比可比企业高出不少，但是可比公司技术人员本期新增 100 人，本期减少 105 人，虽抵消后的总量几乎无变动，但是增加、减少的幅度远高于公司技术人员的变动数量。结合互联网产品开发与推广服务是公司的新兴业务增长点，具有技

术属性强、员工硬性要求高等特点，所以必然要进行技术工种员工的更替，招募算法、大数据方向的技术人员，提升公司整体开发能力。

故较大的人员流动性具有行业合理性，对公司生产经营稳定性不会产生不利影响。公司注重人才梯队的建设，积极储备、丰富后备人才库，以便及时的根据公司业务进展需要进行人才匹配，保证业务的顺利的开展。

公司的核心员工、董事、监事、高级管理人员基本保持稳定，具体变动情况如下：

姓名	职位	变动情况	任职
张颖	核心员工	无变动	数字营销事业部
吴晓旋	核心员工	无变动	数字营销事业部
陶晶	核心员工	无变动	数字营销事业部
彭泽贤	核心员工	无变动	数字营销事业部
娄锐林	核心员工	无变动	数字营销事业部
周若囡	核心员工	无变动	数字营销事业部
钱行	核心员工	无变动	产品技术中心
单文静	核心员工	无变动	客户经营服务部
仲小群	核心员工	无变动	数字营销事业部
王鑫	核心员工	离职	
李双酉	核心员工	离职	
刘双	董事	届满离任	
刘丹	董事	届满离任	
管新宇	监事	届满离任	
徐加加	监事	新任	
陈元	独立董事	新任	
姬昆	独立董事	新任	

#### 关于税金及附加

你公司 2022、2021 年度税金及附加分别为 73,034.92 元、596,058.04 元，其中主要系城市维护建设税及教育费附加变动较大；根据你公司合并现金流量表，2022、2021 年度支付的各项税费金额分别为 10,708,731.58 元、6,673,375.41 元。

请你公司说明 2022、2021 年度支付的各项税费中具体税种情况，城市维护建设税、教育费附加与增值税、消费税金额是否匹配，并说明税金及附加本期大幅下降的原因及合理性。

回复：

2022、2021 年度支付的各项税费中具体税种情况：

单位：万元

项 目	2022 年度	2021 年度
-----	---------	---------

支付的各项税费	1,070.87	667.34
其中：		
增值税	340.68	272.64
所得税	683.30	353.12
城建税	23.85	19.08
教育费附加（含地方）	17.03	13.63
印花税	6.01	8.87

公司本期缴纳的城建税为实际缴纳增值税金额的 7%，教育费附加（含地方）为实缴缴纳增值税金额的 5%，与公司城建税、教育费附加（含地方）适用税率一致，实缴缴纳的城建税、教育费附加（含地方）与增值税金额是匹配的。

导致本期支付的各项税费金额较上期明显增加的主要原因系，公司 2021 年度财务报告中对 2020 年度及以前年度财务报表进行差错更正，因更正事项影响以前年度利润总额，故在 2021 年度所得税汇算清缴时（2022 年 5 月份进行），对以前年度的所得税汇算清缴进行了重新申报，补缴大额所得税及滞纳金所导致。

2022 年末、2021 年末已计提尚未支付的营业税金及附加情况：

单位：万元

税种	2022 年末	2021 年末
应付城建税	0.69	23.78
应付教育费附加（含地方）	0.50	16.98
合计	1.19	40.76

城建税、教育费附加（含地方）计税依据为实际缴纳的增值税、消费税金额。公司 2021 年度（及以前年度）对城建税、教育费附加（含地方）采取预提方式计入营业税金及附加，因预提方式与实际缴纳的城建税、教育费附加（含地方）存在差异（预提大于实际缴纳金额），进而导致 2021 年末应付城建税、教育费附加（含地方）存在较大余额；2022 年度按实际缴纳的城建税、教育费附加（含地方）进行确认，因前期计提的金额较大，本期支付时首先冲减前期预提的城建税、教育费附加（含地方），进而导致计提金额较小。

税金及附加的大幅下降主要系前期预提了大额的城建税、教育费附加（含地方），进而导致本期支付的较多而计提得较少，本期税金及附加本期大幅下降具有合理性。

南京卓力昕汽车服务股份有限公司

2023 年 7 月 12 日

**大信会计师事务所（特殊普通合伙）**  
**关于对南京卓力昕汽车服务股份有限公司**  
**年报问询函的回复**

大信备字[2023]第 23-00006 号

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

根据贵司于 2023 年 6 月 28 日出具的《关于对南京卓力昕汽车服务股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2023】第 092 号）（以下简称“问询函”）的要求，大信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“大信所”或“会计师”）作为南京卓力昕汽车服务股份有限公司（以下简称“卓力昕”或“公司”）2022 年度财务报表审计会计师，会同公司相关各方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就问询函中需会计师说明的问题进行认真讨论与落实，现回复如下：

**1、关于主营业务**

你公司主营业务为信息技术服务、汽车销售，2022 年产生的收入占营业收入比分别为 34.39%、62.21%。其中，汽车销售业务为 2022 年公司收入增长的主要来源，毛利率为 3.38%。

根据你公司年报披露，汽车销售业务的收入确认方式为：公司在向客户转让商品前能够控制该商品的，则公司为主要责任人，按照已收或应收对价总额确认收入；否则公司为代理人，按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额确定。

根据你公司年报披露，信息技术服务的主要模式为：厂家在你公司运营的车喇叭电商平台入驻开店，车喇叭平台提供精准销售线索，并引流至线下经销商，线下经销商跟进转化成交，车喇叭按照成交进行收费。

请你公司：

（1）针对汽车销售业务，你公司采用总额法和净额法核算的收入金额及比例，并在两种方式下分别结合向客户转让商品的主要责任、商品相关风险的承担、是否有自主定价权等情况，说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》相关要求；

**（2）针对信息技术服务业务，你公司运营车喇叭电商平台，对信息系统依赖程度较高，请说明公司信息系统相关内部控制情况及内外部信息系统审计或评价的执行情况，说明相关信息系统控制与公司经营业务的匹配性。**

请年审会计师结合针对收入确认所实施的审计程序和获得的审计证据，就上述问题（1）发表意见。

回复：

一、公司汽车销售模式的基本情况，各期汽车销售业务中总额法和净额法收入的确认情况如下：

项 目	2022 年度	2021 年度
汽车销售收入	192,026,229.68	162,127,827.39
其中：		
总额法收入确认金额	192,024,504.06	162,127,827.39
净额法收入确认金额	1,725.62	

公司报告期内汽车销售业务的销售模式主要分为整买整售批发模式、代为采购经销模式和买断式包销模式。其中，整买整售批发模式主要是指公司自下游承接整车批量采购订单，并自客户处预先收取车款后，向汽车厂商进行整批次采购，由汽车厂商直接将整车发至客户处，完成销售；代为采购经销模式主要是指公司与汽车厂商、下游经销商签订三方采购协议，公司为汽车厂商整车开发和销售的合作伙伴，代下游经销商向汽车厂商采购整车，由汽车厂商直接将整车发至客户处，完成销售；买断式包销模式主要是指公司与上游汽车经销商（拥有某品牌车型的独家销售代理权）通过提前预付车款或定金锁定车型车价，经销商根据公司通知发货，或通过汽车厂商签订年度合作框架协议，约定年度销售车型和目标任务，下达订单时提前支付车款，汽车厂商根据公司通知发货，后期公司依据下游客户的需求进行零散性销货。

针对上述汽车销售业务模式中整买整售批发模式、代为采购经销模式的业务收入采用净额法进行确认，买断式包销模式的业务收入采用总额法进行确认。

汽车销售业务销售合同主要条款：

（一）整买整售批发模式

整买整售销售合同的主要条款如下：

“一、合同相关方：

甲方为销售方；（指本公司）

乙方为购买方。

二、合同车辆的规格及价款：

汽车品牌	厂方市场指导价	单台合同结算价	车辆信号及排放标准	车辆采购合同总价	采购车辆总台数	颜色
...	...	...	...	...	...	...

三、付款及车辆的验收交付

本合同中涉及的车辆由甲方向主机厂（汽车生产厂商）采购。

乙方须按约定付款时间向甲方一次性支付采购车款，同时将签署过公章的附件以扫描件形式发送到甲方指定邮箱，原件以快运的方式邮递给甲方。

所有车辆到货并经乙方确认后，乙方承担车辆保管责任。车辆所有权归乙方所有。

甲方应按乙方要求与主机厂协调将车辆发运至乙方指定地点，车辆运输费用乙方无须承担。

乙方应按照约定的时间地点当场验收车辆及随附单证，乙方接收车辆及随附单证视为验收合格。”

上述销售合同对汽车采购的品牌、车型、颜色均有明确约定。销售合同签订后，公司即与该品牌汽车厂商签订采购协议，协议中约定的标的车辆车型、颜色、数量均一致。客户在向公司下达采购订单时，直接由汽车厂商向客户完成交付，客户按约定完成验收后，公司即完成合同约定的履约义务，销售过程中，公司并未实际控制相关销售车辆，不控制车辆转移前的货权凭证，也不承担与车辆所有权相关的风险和报酬。公司对上述整买整售批发模式业务收入按净额法进行确认。

（二）代为采购经销模式

代为采购经销模式销售合同的主要条款如下：

“一、合同相关方：

甲方是依据中华人民共和国法律成立的一家开发、制造、销售全系列乘用车和商用车的汽车公司。（主要系汽车生产厂商）

乙方是汽车新零售公司。（主要系下游经销商客户）

丙方为甲方整车开发及销售合作伙伴。（指本公司）

二、产品、采购及支付

（一）产品类型

车型名称	发动机排量	车型号	状态	市场指导价	乙方采购价
...	...	...	...	...	...

（二）车辆采购

乙方每月向甲、丙方提报次月采购需求，用于甲方排产。

（三）采购付款

乙方将所需的车型、数量和发运信息等填写到“汽车采购订单”，以邮件方式发送给丙方，同时按照订单中的采购金额，将所需款项以现汇的方式，支付至丙方指定账户。

（四）车辆采购与开票

丙方收到乙方的采购订单及款项后，从甲方采购车辆，发往乙方指定地址，并为乙方开具增值税专用发票。

（五）车辆发运

甲方在完成订单处理后，安排物流公司按照乙方订单的地址发运。

（六）车辆交付

验车收车：车辆到乙方指定地点后，乙方验收合格后在车辆物流部门交接单上签收，车辆所有权完成转移，车辆的毁损、灭失风险由乙方承担。”

根据上述合同条款可知，公司在向客户转让商品前并不拥有对该商品的控制权，不控制车辆转移前的货权凭证，也不承担与车辆所有权相关的风险和报酬。公司在上述销售业务过程主要为代理人身份，故对上述代为采购经销模式业务收入按净额法进行确认。

（三）买断式包销模式

买断式包销模式下，公司与上游汽车经销商（拥有某品牌车型的独家销售代理权）通过提前预付车款或定金锁定车型车价，经销商根据公司通知发货，或通过汽车厂商签订年度合作框架协议，约定年度销售车型和目标任务，下达订单时提前支付车款，汽车厂商根据公司通知发货，后期公司依据下游客户的需求进行零散性销货。该销售模式下，公司下游客户主要为各区域汽车销售服务 4S 店，公司按品牌车型与汽车销售服务 4S 店签订汽车销售合作协议。

公司与汽车销售服务 4S 店签订的销售合同主要条款如下：

“一、合同相关方：

甲方为销售方；（指本公司）

乙方为购买方。（指汽车销售服务 4S 店）

二、商务政策、采购、结算及交付

（一）车型价格：

车型	市场指导价（元）	建议零售价（元）	结算价（元）
----	----------	----------	--------

...	...	...	...
-----	-----	-----	-----

## （二）车辆采购

乙方将所需的车型、数量和发运信息等填写到“采购订单”，以邮件方式发送给甲方，并将采购车辆所需保证金款项以现汇的方式支付至甲方指定账户。

## （三）车辆结算

乙方销售车辆后次日内及时按结算价全款回款至甲方指定账户；甲方收到全款后，将车辆合格证（整车货权转移凭证）寄出，甲乙双方对销售明细按月进行核对，甲方凭核对后的销售明细开具增值税发票给乙方。

## （四）车辆发运及交付

甲方根据《采购订单》中确认的发运地址，协调安排物流公司将车辆发运至指定地址，乙方需对车辆进行检查，乙方负责车辆的保管，如发生车辆丢失、损坏等一切损失由乙方承担。

## 三、违约责任

乙方代甲方所保管的商品车必须认真管理，随时保持商品车外观整洁、各项性能处于良好状态。”

买断式包销模式由公司直接与汽车厂商或上游经销商下达采购订单，由公司统一协调安排将车辆发运至指定地址，相关车辆的后续管理和销售情况均有各派驻点业务员进行管控和跟踪。必要时，业务员可以根据各汽车 4S 店销售情况，经申请将存放车辆调拨至其他 4S 店进行销售。公司在完成销售前控制相关存货货权并承担了与存货所有权相关的主要风险报酬，因不同车型汽车市场销售价格较为公开，公司在市场价格的合理范围内拥有一定的自主定价权，公司对上述买断式包销模式业务收入按总额法进行确认。

公司 2021 年度、2022 年度汽车销售业务中主要为买断式包销模式。

## 二、关于信息系统

公司目前自营的汽车电商平台主要系为了代理车型的引流及宣传，订单的获取主要仍依赖于各区域的 4S 店（线下方式）。公司对于不同车型汽车的销售、采购业务等信息管理，主要依赖于汽车生产厂商的 DMS 系统（即汽车经销商管理系统），DMS 系统在主机厂和经销商之间能成功搭建一个互动交流的信息桥梁，全面满足经销商对“汽车销售、维修服务、配件供应、信息反馈”等业务的信息化管理。DMS 系统更能让经销商及时掌握市场变化、提高信息交流的时效性、压缩中间运营成本、减少资源浪费。公司目前在该系统中的操作主要为：订单下达、车辆数据查询、车辆状态查询、数据导出等权限，无其他任何系统数据修改、

系统程序设定的权限。公司代理的汽车品牌均为国际知名的汽车制造厂商，其 DMS 系统均较为成熟，其对数据库进行统一的管理和控制，能够保证数据库的安全性和完整性。

**会计师回复：**

针对汽车销售业务收入确认所实施的审计程序和获得的审计证据：

1. 对汽车销售业务人员进行访谈，了解公司汽车销售业务的具体销售模式；
2. 获取公司汽车业务采购和销售合同，分析对比主要汽车销售业务合同条款，并结合公司向客户转让商品是否能够控制该商品的，判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人；
3. 从收入确认明细账追查至对应的记账凭证、合同、收车函以及发票，验证收入确认的真实性和准确性；
4. 执行存货监盘、函证程序，明确公司库存商品（汽车）在其控制之下。

经执行上述程序，我们认为公司汽车销售业务中的买断式包销业务模式，公司在向客户转让商品前拥有商品的控制权，为主要责任人，收入按总额法确认符合《企业会计准则》的规定。



二〇二三年七月十一日