

宁波时代铝箔科技股份有限公司

关于对全国中小企业股份转让系统 2023 年年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统挂牌公司管理一部：

2024 年 6 月 27 日，宁波时代铝箔科技股份有限公司（以下简称“公司”或“时代铝箔”）收到贵部出具的《关于宁波时代铝箔科技股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 121 号，以下简称“问询函”），公司高度重视，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，立即组织相关部门、人员及年报审计机构，就问询函中的相关问题进行了认真分析、核查与落实，并逐项进行回复说明。由于涉及商业敏感信息，公司申请对客户名称进行了豁免披露。具体回复内容详见如下：

问题 1、关于业绩变动

你公司为铝箔卷、抽纸箔和铝箔容器等餐饮烹饪用铝箔制品的包装制造商、供应商；目前公司客户外销以欧洲、北美为中心，并逐步向全球扩散，内销由东部沿海逐步辐射到全国，客户类型主要包括大型零售超市、食品和餐饮企业、航空公司及新零售企业等；产品销售以直接销售为主。

你公司 2023 年年报显示，报告期内，境外营业收入 19,303.36 万元、占营业收入 69.39%，境内营业收入 8,513.48 万元、占营业收入 30.61%；境外营业收入同比下降 8.64%、毛利率 30.34%、较上年度升高 9.46 个百分点；境内营业收入同比下降 5.74%、毛利率 18.20%、较上年度下降 0.91 个百分点。

主要产品类别中，铝箔卷毛利率 28.25%、较上年度升高 8.27 个百分点，箔容器毛利率 14.77%、较上年度下降 2.42 个百分点。

请你公司：

（1）从客户结构、产品结构两个维度分析本期收入下滑的原因，结合在手订单说明收入是否有持续下滑的趋势；

（2）分析境外业务毛利率大幅上涨的原因，对比各细分产品品类内外销毛利率的差异，剔除汇兑损益的影响分析差异的商业合理性；

（3）从成本构成、定价、产能利用率等角度分析加工工艺更复杂的铝箔容器毛利率远低于铝箔卷的原因及合理性，铝箔容器未来是否有业绩放量实现规模经济的趋势；

(4) 说明境内外营业收入中直销客户和贸易商客户销售金额及占比，对直销客户和贸易商客户的管理方法、定价策略、毛利率差异情况及合理性，直销客户和贸易商终端客户是否存在重叠，如存在请说明商业合理性并对比定价、信用期等情况。

公司回复：

一、从客户结构、产品结构两个维度分析本期收入下滑的原因，结合在手订单说明收入是否有持续下滑的趋势；

(一) 从客户结构、产品结构两个维度分析本期收入下滑的原因

2023 年度，公司实现营业收入 27,816.84 万元，同比下降 7.77%，公司营业收入下滑。具体说明如下：

1、客户结构及销售金额变动情况

2023 年度及 2022 年度收入按客户结构情况分类如下：

单位：万元

客户类型	2023 年度		2022 年度		变动	变动比
	营业收入	占比	营业收入	占比		
贸易商	11,132.28	40.02%	14,126.43	46.85%	-2,994.15	-21.20%
直销客户	16,684.56	59.98%	16,032.93	53.16%	651.63	4.06%
合计	27,816.84	100.00%	30,159.36	100.00%	-2,342.52	-7.77%

公司 2023 年度营业收入较上年同期下降 2,342.52 万元，主要原因系 2023 年度贸易商客户的销售收入较同期下降 2,994.15 万元。主要贸易商客户两年销售金额及变动情况列示如下：

单位：万元

客户	2023 年度	2022 年度	变动	变动比
***	363.18	1,326.84	-963.66	-72.63%
***	46.32	678.73	-632.41	-93.18%
***	67.40	662.58	-595.17	-89.83%
***	171.44	650.88	-479.44	-73.66%
***	34.15	451.86	-417.71	-92.44%
总计	682.50	3,770.89	-3,088.39	-81.90%

外销贸易商客户营收下降主要是贸易商采购数量受下游需求影响，下游客户需求变动导致了贸易商客户向公司采购金额降低，2024 年已有所恢复；内销贸易商客户下降主要因产品价格竞争影响客户引入新供应商以及部分客户自己开始生产铝箔产品。

2、产品结构及销售金额变动情况

2023 年度及 2022 年度收入按产品结构及内外销产品构成情况分类如下：

单位：万元

区域	类型	2023 年度		2022 年度		变动	变动比
		金额	占比	金额	占比		
境外	铝箔卷	13,337.21	47.95%	15,926.98	52.81%	-2,589.77	-16.26%
	铝箔容器	2,777.39	9.98%	3,126.11	10.37%	-348.72	-11.16%
	抽纸箔	1,968.84	7.08%	1,631.01	5.41%	337.83	20.71%
	设备及其他	1,127.98	4.06%	283.59	0.94%	844.39	297.75%
	硅油纸	62.1	0.22%	99.15	0.33%	-37.05	-37.37%
	其他业务	29.84	0.11%	60.98	0.20%	-31.14	-51.07%
境外合计		19,303.36	69.39%	21,127.83	70.05%	-1,824.47	-8.64%
境内	铝箔卷	1,478.07	5.31%	2,349.40	7.79%	-871.33	-37.09%
	铝箔容器	5,914.15	21.26%	5,774.88	19.15%	139.27	2.41%
	抽纸箔	4.88	0.02%	0.04	0.00%	4.84	12100.00%
	设备及其他	39.56	0.14%	11.07	0.04%	28.49	257.36%
	硅油纸	151.24	0.54%	401.63	1.33%	-250.39	-62.34%
	其他业务	925.57	3.33%	494.50	1.64%	431.07	87.17%
境内合计		8,513.48	30.61%	9,031.53	29.95%	-518.05	-5.74%
合计		27,816.84	100.00%	30,159.36	100.00%	-2,342.52	-7.77%

从产品结构及内外销产品构成看，公司主要产品为铝箔卷和铝箔容器，2022 年度至 2023 年度，公司铝箔卷、铝箔容器收入合计占比分别为 90.12%、84.50%，是公司的主要产品和盈利来源。公司外销以铝箔卷为主，内销以铝箔容器为主；2023 年营业收入较上年下降 2,342.52 万元，主要是铝箔卷销售收入下降 3,461.10 万元，其中外销铝箔卷销售收入下降 2,589.77 万元，内销铝箔卷销售收入下降 871.33 万元。外销下降的主要原因，一方面是 2022 年度正值全球经济下行后期，消费者对铝箔卷的需求激增，且出口航运开始逐步恢复正常，因此铝箔卷外销收入出现较大幅度增长，而到了 2023 年度，上述因素得到有效缓解，消费需求开始逐步恢复到平稳增长状态，另一方面是部分客户因本国货币贬值导致进口成本增加而转向本土采购；内销下降的主要原因，主要是部分周期性产品或网红产品因竞争激烈公司主动进行淘汰或予以压缩导致销量有所下降；随着外销客户需求逐步回稳，内销餐饮连锁、预制菜包装项目逐步落地，相关产品的产量和销量开始逐步释放和实现，内外销订单将有所增加，营业收入水平将会恢复增长趋势。

（二）结合在手订单说明收入是否有持续下滑的趋势

2023 年末和 2022 年末，公司在手订单情况如下：

1、按客户类型列示在手订单情况

单位：万元

客户类型	2023 年末	2022 年末	变动	变动比
贸易商	3,204.11	2,652.68	551.43	20.79%
直销客户	3,990.78	2863.1	1,127.68	39.39%
合计	7,194.89	5,515.78	1,679.11	30.44%

2023 年末公司在手订单较 2022 年末有所增加，截至 2023 年末正在履行尚待交付的订单总金额为 7,194.89 万元，相较上一年度增长 30.44%，公司 2023 年末在手订单充足，不存在收入持续下滑的趋势。

二、分析境外业务毛利率大幅上涨的原因，对比各细分产品品类内外销毛利率的差异，剔除汇兑损益的影响分析差异的商业合理性；

(一) 分析境外业务毛利率大幅上涨的原因

2022 年度、2023 年度，公司境外业务收入及毛利率情况如下：

单位：万元

类别	2023 年度			2022 年度			毛利率变动比
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	
铝箔卷	13,337.21	69.09%	29.86%	15,926.98	75.38%	20.18%	9.69%
铝箔容器	2,777.39	14.39%	32.04%	3,126.11	14.80%	24.82%	7.22%
抽纸箔	1,968.84	10.20%	32.89%	1,631.01	7.72%	17.26%	15.63%
硅油纸	62.10	0.32%	15.70%	99.15	0.47%	27.31%	-11.62%
其他	1,157.82	6.00%	28.21%	344.57	1.63%	32.86%	-4.65%
合计	19,303.36	100.00%	30.34%	21,127.83	100.00%	20.88%	9.46%

2023 年度境外业务毛利率为 30.34%，相较于 2022 年度上升 9.46 个百分点，主要系 2023 年度平均销售成本下降及汇率上升所致，具体分析如下：

1、平均销售成本变动情况

公司 2023 年度、2022 年度销售平均销售单价和平均销售成本情况如下：

类别	2023 年度		2022 年度		单价变动比	成本变动比
	平均销售单价 (元/千克)	平均销售成本 (元/千克)	平均销售单价 (元/千克)	平均销售成本 (元/千克)		
铝箔卷	39.86	27.95	39.86	31.81	0.00%	-12.14%
铝箔容器	43.81	29.77	45.08	33.89	-2.82%	-12.15%
抽纸箔	36.06	24.20	35.66	29.50	1.13%	-17.97%
硅油纸	27.00	22.76	31.88	23.17	-15.32%	-1.79%

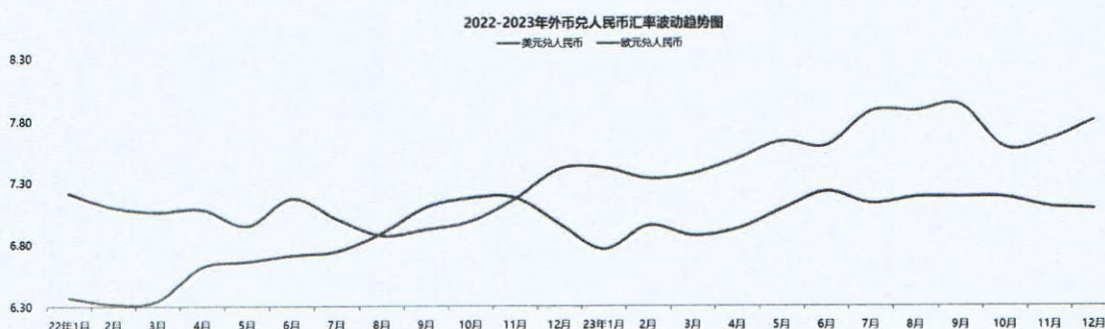
2023 年度，境外业务主要产品的平均销售单价与上年基本持平，平均销售成本较上年呈现下降趋势，主要系主要材料成本下降所致。

2022 年、2023 年年主要材料采购成本对比情况如下：

类别	2023 年度 (元/千克)	2022 年度 (元/千克)	变动	变动比
家用箔	20.97	23.56	-2.59	-11.00%
容器箔	19.95	21.85	-1.90	-8.68%
抽纸箔	21.13	23.59	-2.46	-10.43%
硅油纸	12.87	14.15	-1.27	-9.01%

2、汇率变动情况

公司境外业务结算币种主要为美元和欧元，2022 年度、2023 年度美元和欧元兑人民币
汇率波动情况如下：



2022 年度至 2023 年度，美元和欧元兑人民币汇率总体呈现上升的趋势，因而导致 2023 年度境外业务毛利率相较于 2022 年度上升。

综上，受主要材料采购价格波动、汇率变动影响，公司 2023 年度毛利率相较 2022 年度
上涨。

(二) 对比各细分产品品类内外销毛利率的差异

2023 年度，公司境内业务、境外业务相同产品毛利率对比情况如下：

项目	毛利率		
	境外销售	境内销售	差异
铝箔卷	29.86%	13.69%	16.17%
铝箔容器	32.04%	6.66%	25.38%
抽纸箔	32.89%	21.99%	10.90%
硅油纸	15.70%	22.89%	-7.19%
其他	28.21%	95.10%	-66.89%
合计	30.34%	18.20%	12.14%

2023 年度，公司主要产品为铝箔卷和铝箔容器，境外销售的铝箔卷与铝箔容器毛利率
均高于境内销售，主要原因分析如下：

1、铝箔卷

公司内外销铝箔卷规格上存在差异，由于外销各产品销售规模较大，且以铝箔卷为主，产品损耗较低，规模效益明显；内销铝箔卷因内销规模较小、产品多以低米数为主、包装方式也较外销复杂，故成本较高，因此外销铝箔卷毛利率高于内销铝箔卷毛利率。

2、铝箔容器

铝箔容器产品分为有皱容器和无皱容器，外销以有皱容器为主，内销以涂层、覆膜、无皱容器为主。对于涂层、覆膜、无皱容器，公司外购大卷材料后，首先要进行涂层、覆膜、涂油、涂胶处理后进行冲压，产品工艺较长，各环节损耗较多，导致单位成本较高。

(三) 剔除汇兑损益的影响分析差异的商业合理性

2022 年度至 2023 年度，按照两年平均外币兑人民币汇率剔除汇率因素影响后境外业务毛利率对比情况如下：

单位：万元

类别	2023 年度			2022 年度			毛利率变动比
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	
铝箔卷	13,041.67	69.05%	28.27%	16,291.60	75.24%	21.96%	6.31%
铝箔容器	2,723.71	14.42%	30.70%	3,208.07	14.81%	26.74%	3.96%
抽纸箱	1,936.71	10.25%	31.78%	1,688.10	7.80%	20.06%	11.72%
硅油纸	60.37	0.32%	13.28%	115.03	0.53%	37.35%	-24.07%
其他	1,124.62	5.95%	26.09%	351.44	1.62%	34.17%	-8.08%
合计	18,887.08	100.00%	28.80%	21,654.25	100.00%	22.80%	6.00%

2023 年度剔除汇率变动影响后境外业务毛利率为 28.80%，相较于 2022 年度上升 6 个百分点，与剔除汇率前毛利率变动趋势一致，主要系材料采购价格波动导致。

2023 年度内外销主要产品剔除汇兑损益影响后的毛利率情况列示如下：

单位：万元

类别	境外收入		境内收入		毛利率差异
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	
铝箔卷	13,041.67	28.27%	1,478.07	13.69%	14.58%
铝箔容器	2,723.71	30.70%	5,914.15	6.66%	24.04%

[注]用以计算剔除汇率影响的平均汇率为 2022 年至 2023 年各月末汇率的平均数

2023 年度剔除汇率变动影响后境外销售主要产品的毛利率差异情况与剔除前一致，主要系铝箔卷规模效应及铝箔容器生产工艺原因导致。

综上，剔除汇兑损益差异影响后的毛利率变动具有合理性。

三、从成本构成、定价、产能利用率等角度分析加工工艺更复杂的铝箔容器毛利率远低于铝箔卷的原因及合理性,铝箔容器未来是否有业绩放量实现规模经济的趋势;

(一) 铝箔容器车间和铝箔卷车间成本构成情况

1、铝箔容器车间成本构成情况:

单位: 万元

容器车间产品	材料	人工	制造费用	合计
铝箔容器	9,716.36	358.86	574.14	10,649.36
铝箔容器(组合套装)	9.68	0.00	0.01	9.69
合计	9,726.04	358.86	574.15	10,659.05

2、铝箔容器车间料工费占比情况:

容器车间产品	材料	人工	制造费用	合计
铝箔容器	91.24%	3.37%	5.39%	100.00%
铝箔容器(组合套装)	99.90%	0.00%	0.10%	100.00%
合计	91.25%	3.37%	5.39%	100.00%

3、铝箔卷车间成本构成情况:

单位: 万元

铝箔卷车间产品	材料	人工	制造费用	合计
彩印铝箔卷	7.63	0.12	0.40	8.15
铝箔卷	8,897.90	232.45	253.51	9,383.86
涂硅油铝箔卷	33.91	0.54	0.50	34.95
合计	8,939.44	233.11	254.41	9,426.96

4、铝箔卷车间料工费占比情况:

铝箔卷车间产品	材料	人工	制造费用	合计
彩印铝箔卷	93.62%	1.53%	4.85%	100.00%
铝箔卷	94.82%	2.48%	2.70%	100.00%
涂硅油铝箔卷	97.04%	1.53%	1.43%	100.00%
合计	94.83%	2.47%	2.70%	100.00%

由于铝箔容器产品材料需要涂层处理、不同规格的产品需要开模等导致产品工艺较长,人工、制造费用等加工成本较高,容器加工成本占比较铝箔卷成本占比高 2.58 个百分点。

(二) 产品定价

公司境外业务属于成熟稳定市场,且以铝箔卷为主,外销铝箔卷产品定价以成本加合理利润为主,同时结合目标市场平均价格水平进行综合定价。

公司境内业务以铝箔容器为主，内销铝箔容器主要以市场定价法为主，匹配市场上既定的主流价格水平，以客户实际从同行业处采购的价格为参考，进行上下浮动调整，一般可调整区间为既定市场价格水平的+ / -5%左右。

（三）产能利用率情况

公司主要产品的产能利用率情况列示如下：

产品名称	产能（吨）	自产产量（吨）	产能利用率
铝箔卷	5,000.00	3,793.00	75.86%
铝箔容器	3,800.00	3,249.00	85.50%
抽纸箔	600.00	537.00	89.50%

因铝箔容器涉及模具加工、材料涂层等附属设备较多，产品工艺较长，产品型号较多使规模效益不足，产量较小，分摊固定成本较高，单位成本远高于铝箔卷。2023 年公司一方面优化产品结构，简化包装方式，另一方面开发体量大、规格统一的品牌商超客户，这些为下一步规模化生产、降低单位制造成本打下坚实基础。

（四）铝箔容器产品未来实现规模经济的趋势

境内铝箔市场尚属于初级成长型市场，铝箔产品在各种应用场景尚处在培育阶段，目前客户群体以中小型客户为主，客户分布和需求相对国外较分散，但截至 2024 年上半年，时代铝箔已经成功开发出多个应用场景的产品，如：航空用铝箔容器，预制菜食品包装铝箔容器，餐饮外卖打包铝箔容器，宠物食品包装用铝箔容器，烘焙类铝箔容器等，铝箔餐盒已经渗透到各种餐饮食品包装细分领域市场，而餐饮食品市场拥有着万亿级别的市场容量，同时也会给食品包装材料市场带来巨大的发展空间，除了塑料和纸制品包装，铝箔材料包装未来也会成为主流之一。因此，行业发展规模及行业发展前景将推动铝箔容器实现规模增长。

四、说明境内外营业收入中直销客户和贸易商客户销售金额及占比，对直销客户和贸易商客户的管理方法、定价策略、毛利率差异情况及合理性，直销客户和贸易商终端客户是否存在重叠，如存在请说明商业合理性并对比定价、信用期等情况。

（一）说明境内外营业收入中直销客户和贸易商客户销售金额及占比

单位：万元

客户类型	销售金额	占比
境外销售	19,303.36	69.39%
其中：直销客户	12,278.43	44.14%
贸易商客户	7,024.93	25.25%
境内销售	8,513.48	30.61%

客户类型	销售金额	占比
其中：直销客户	4,406.13	15.84%
贸易商客户	4,107.35	14.77%
合计	27,816.84	100.00%

2023 年度，直销客户销售收入占营业收入的 59.98%，贸易商客户销售收入占营业收入的 40.02%，公司主要以直销为主。

（二）对直销客户和贸易商客户的管理方法、定价策略

1、管理方法：

公司对直销客户和贸易商客户采用相同的物流管理模式、信用及收款管理、结算机制、对账制度，相关制度设计及执行情况具体如下：

（1）物流管理模式

公司按照与客户签订合同中所要求的交货条款或运输条款将货物运送至客户指定地点，对于境内销售业务，公司一般将产品发送至客户指定仓库或由客户上门提货；对于境外销售业务，公司负责将货物运送至合同约定港口。

（2）信用及应收款管理

公司在与客户确定合作关系时，会建立客户信用档案，对客户的信誉进行风险评估，通过中国出口信用保险公司对客户做的资信调查，重点客户进行实地走访来确定客户的资信情况，销售规模，市场信誉，来确定给与直销客户和贸易商客户的付款条件。信誉良好的客户给予 7-120 天信用期。

合作中根据客户实际付款情况，并在应收风险可控之前提下及时调整信用期和授信额度等，同时销售人员每月有收款绩效考核，负责对经手赊销业务的客户进行付款提醒和保障账款按时回收，并对于客户进行电话或实地访问确保客户经营无异常；对于部分无法收回的应收款项，公司通过上门催收、诉讼等方式对款项进行积极追索。

（3）结算机制

公司与客户之间的款项结算主要通过银行转账、电汇、银行承兑汇票结算。

（4）对账制度

对于赊销客户主要是按月或按单与客户进行对账，确认出货数量及商品签收、验收等情况。

综上所述，公司未专门针对直销客户和贸易商客户制定相关特殊制度，对直销客户和贸易商客户采用相同的物流管理模式、信用及收款管理、结算机制、对账制度，并能有效执行。

2、定价策略：

首先基于成本定价法，分析公司的基本成本和合理利润率；再参考客户市场上的平均价格水平，判断公司报价是否在目标市场上合理区间。最后拿到客户目前采购价格水平，参考订单体量，可以报单一价格，也可以根据客户体量报阶梯式价格。公司对直销客户和贸易商客户的定价策略差异不大。

（三）直销客户和贸易商客户的毛利率差异情况及合理性

单位：万元

产品类别	贸易商			直销		
	销售金额	销售单价 (元/千克)	毛利率	销售金额	销售单价 (元/千克)	毛利率
铝箔卷	3,761.38	33.21	18.94%	11,053.90	41.86	31.42%
铝箔容器	4,390.65	39.44	14.10%	4,300.89	40.93	15.46%
硅油纸	162.61	27.83	18.93%	50.74	36.85	26.75%
抽纸箱	1,969.15	36.06	32.89%	4.57	30.78	22.14%

总体而言，直销客户的毛利率高于贸易商客户。首先，直销收入中境外销售营业收入占比为 73.59%，并且主要以向大型商超销售铝箔卷产品为主，因此毛利率较高。其次，贸易商客户由于需要为其保留利润空间，相对而言议价的空间较小。毛利率差异情况具有合理性。

（四）直销客户和贸易商终端客户是否存在重叠，如存在请说明商业合理性并对比定价、信用期等情况

针对直销客户和贸易商终端客户是否存在重叠的情况，公司进行了如下核查程序：（1）获取贸易商前十大下游客户清单；（2）获取贸易商向下游客户的销售资料；（3）对于部分贴牌的产品，从产品包装上了解终端客户信息。客户信息是企业的核心商业机密，出于商业保密的原因，贸易商客户未能完整透露其下游终端客户完整、具体的信息，在公司能够获取的部分贸易商终端客户信息中，未发现有与公司直销客户存在重叠的情况。

问题 2、关于存货

你公司 2023 年年报显示，存货期末余额为 7,702.25 万元，较期初增长 23.18%，其中原材料期末余额 2,327.96 万元、库存商品 4,488.13 万元、发出商品 356.37 万元，均较期初有不同幅度的增长，存货未计提减值损失。

你公司称“从内外销看,境外收入主要是经历 2022 年高增长后,上半年国外客户消化库

存导致需求有所下降，下半年下单速度已有所提升；内销收入较上年下降 5.74%，主要是公司调整部分客户产品结构，淘汰或压缩部分周期性产品，适当增加大型商超及预制菜包装铝箔项目投入所致。”

Times Packaging Solutions Inc.(以下简称“TPS”)为你公司控股子公司，主要负责进出口业务，2023 年总资产达 5,544.13 万元，实现收入达 6,963.54 万元，实现利润达 429.48 万元。

请你公司：

(1)分析收入下降的情况下存货期末余额增长的原因及合理性，分析维度包括但不限于是否有大额在手订单或重要新客户开拓、存货周转率、向主要客户的备货周期和物流发货周期等；

(2)说明存货未计提跌价准备的原因，结合库龄、存货对应的订单、铝锭大宗市场行情等因素分析存货跌价准备是否充分计提，在客户和产品结构调整的情况下，是否存在难以对外销售的积压产品；

(3)说明 TPS 的资产、人员和营收具体情况，是否有海外生产线、海外仓库和放在海外的库存商品、海外物流队伍等。

请年审会计师：

结合贸易商客户的审计情况,说明是否发现直销客户与贸易商终端客户重叠的情形，是否发现对贸易商客户的大额压货，说明针对境外客户和贸易商客户真实性的穿行测试、存货盘点、存货跌价准备计提充分性、终端销售抽样核查等审计工作的执行情况。

公司回复：

一、分析收入下降的情况下存货期末余额增长的原因及合理性分析维度包括但不限于是否有大额在手订单或重要新客户开拓、存货周转率、向主要客户的备货周期和物流发货周期等。

(一) 大额在手订单或重要新客户开拓情况

2022 年末和 2023 年末，公司存货余额和在手订单情况如下：

单位：万元

项目	2023 年末	2022 年末	变动金额
存货余额	7,702.25	6,252.99	1,449.26
其中：原材料	2,327.97	1,790.25	537.72
在产品	492.19	634.70	-142.51

项目	2023 年末	2022 年末	变动金额
库存商品	4,488.13	3,473.04	1,015.09
在手订单金额	7,194.89	5,515.78	1,679.11
在手订单覆盖率	93.41%	88.21%	

公司 2023 年末存货余额为 7,702.25 万元，在手订单金额为 7,194.89 元，在手订单覆盖率为 93.41%；2022 年末存货余额为 6,252.99 万元，在手订单金额为 5,515.78 元，在手订单覆盖率为 88.21%。2023 年末公司在手订单金额较上年末有所增加，一方面系公司新开拓了***、***等大客户。2023 年末公司针对上述新客户的备货情况如下：

合作开始时间	客户名称	备货周期	期末在手订单余额（万元）	期末备货金额（万元）
2023 年末	***	40 天	376.00	140.09
2023 年初	***	40 天	256.64	187.60

另一方面，公司部分主要客户根据自身经营情况增加了订单，主要情况如下：

客户名称	2023 年末在手订单金额（万元）	2022 年末在手订单金额（万元）	截至 2024 年 6 月 30 日已发货订单（万元）	2023 年末较 2022 年末增加的备货金额（万元）
***	1062.54	608.13	316.91	199.00
***	618.68	60.57	618.68	303.88

注：***期末在手订单截至 2024 年 6 月末已发货金额较小的原因系受红海航运受阻所致。

公司开拓新客户和加深部分老客户合作规模，共同导致了 2023 年末公司在手订单金额的增加。

（二）存货周转率情况

2023 年度和 2022 年度公司存货周转率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度/2023 年 12 月 31 日	2022 年度/2022 年 12 月 31 日
营业成本	20,410.60	24,021.77
存货余额	7,702.25	6,252.99
存货周转率（%）	2.93	4.37
存货周转天数（天）	122.87	82.38

（三）向主要客户的备货周期和物流发货周期情况

2023 年度，公司向主要客户备货金额、备货周期和物流发货周期情况如下：

序号	客户名称	备货周期和物流发货周期		备货或待交付存货金额（万元）	
		2023 年度	2022 年度	2023 年 末	2022 年 末
1	***	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 3-7 天	无	140.09	-
2	***	备货周期为 210 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 150 天， 物流发货周期为 1 周	2,734.06	2,171.86
3	***	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 2 周	38.41	151.77
4	***	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 35 天， 物流发货周期为 2 周	281.01	82.01
5	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	61.47	76.48
6	***	备货周期为 50 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 45 天， 物流发货周期为 2 周	178.30	253.57
7	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	102.02	4.03
8	***	备货周期为 60 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 60 天， 物流发货周期为 2 周	268.05	132.23
9	***	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 35 天， 物流发货周期为 2 周	0.12	26.29
10	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	53.88	73.51
11	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	33.10	69.75
12	***	备货周期为 40 天， 物流发货周期为 3-7 天	无	187.60	36.55
13	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	43.14	68.02
14	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	10.93	65.73
15	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	122.36	8.29
16	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	40.75	18.96
17	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	102.62	0.42

序号	客户名称	备货周期和物流发货周期		备货或待交付存货金额（万元）	
		2023 年度	2022 年度	2023 年末	2022 年末
18	***	备货周期为 20 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 20 天， 物流发货周期为 3-7 天	57.84	177.15
19	***	备货周期为 35 天， 物流发货周期为 2 周	备货周期为 35 天， 物流发货周期为 2 周	360.81	56.93
20	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	2.90	0.07
21	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	59.83	87.93
22	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	42.26	90.01
23	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	79.06	4.73
24	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	66.98	14.89
25	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	73.73	39.53
26	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	57.69	15.14
27	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	45.39	131.63
28	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	10.32	13.96
29	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	1.47	-
30	***	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	备货周期为 15 天， 物流发货周期为 3-7 天	4.70	-
31	***	无需备货，物流发货 周期为 2 周	无需备货，物流发货 周期为 2 周	9.18	29.39

注：上述主要客户均为独立主体未经合并，合计销售收入占公司 2023 年度营业收入之比为 75.92%。

2023 年公司主要客户的备货周期和物流发货周期与上年保持一致，个别客户备货周期

有所延长、备货金额有所上升，系受其所在国税收政策预期变动影响，公司为降低高额税收风险，增加了境外子公司备货。

（四）分析收入下降的情况下存货期末余额增长的原因及合理性

综上所述，公司 2023 年收入较上年度有所下降，但期末存货余额有所提升，主要系两方面原因：

1、为降低主要客户所在国税收政策变动和海运带来的风险而增加备货

2023 年末，贸易摩擦、境外政治等因素导致贸易关税的不确定性增加，且各大船公司削减航次、预期物流费用上升。公司为降低关税和物流费用对经营业绩的影响，适当增加了在美国子公司的备货。

2、新增大客户和主要客户合作加深导致备货量增加

2023 年度公司积极拓展业务，发掘了一些如***、***等大体量、稳定的客户，并与部分如***等存量客户加深合作，导致 2023 年末备货量有所增加。

二、说明存货未计提跌价准备的原因，结合库龄、存货对应的订单、铝锭大宗市场行情等因素分析存货跌价准备是否充分计提，在客户和产品结构调整的情况下，是否存在难以对外销售的积压产品

（一）说明存货未计提跌价准备的原因，结合库龄、存货对应的订单、铝锭大宗市场行情等因素分析存货跌价准备是否充分计提；

1、存货库龄情况

2023 年末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

项目	金额	1 年以内	1-2 年
原材料	2,327.97	2,260.25	67.72
在产品	492.19	492.19	
库存商品	4,488.13	4,488.13	
发出商品	356.37	356.37	
委托加工物资	12.73	12.73	
合同履约成本	24.86	24.86	
合计	7,702.25	7,634.53	67.72
占比	100.00%	99.12%	0.88%

公司存货库龄基本在一年以内，存货流动性较好，未出现毁损、灭失、长期无法使用等情况。

2、存货对应的订单

2023 年末，公司存货存在对应订单、备货的情况如下：

单位：万元

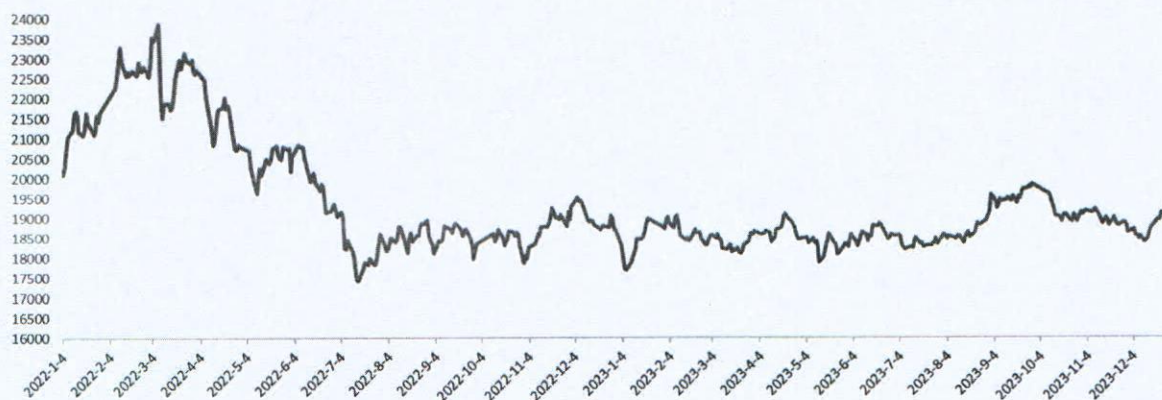
项目	期末余额	已存在对应订单的金额	为特定客户备货的金额	剩余金额
原材料	2,327.97	1,665.69	144.42	341.29
在产品	492.19	268.15	90.88	133.16
库存商品	4,488.13	2,972.49	1,304.15	211.49
发出商品	356.37	356.37		
委托加工物资	12.73	12.73		
合同履约成本	24.86	24.86		
合计	7,702.25	5,300.29	1,539.45	685.94

公司采用“总体以销定产，部分客户有所备货”的生产模式，存货基本存在对应的订单。

3、铝锭大宗市场行情

2023 年度，铝锭大宗市场行情情况如下：

2022-2023年长江现货铝锭价走势图



2023 年度铝锭大宗市场价格整体较为稳定，在 18000 元/吨到 19500 元/吨之间波动，年末较年初价格略有上升，2023 年每吨平均价较 2022 年下降 1,238.00 元。

4、存货未计提跌价准备的原因；分析存货跌价准备是否充分计提。

公司严格按照《企业会计准则》的规定，存货账面价值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。报告期内，公司存货可变现净值均高于成本金额，测算情况如下：

项目	类别	预计销售收入	至完工仍需发生的成本支出	预计税费	预计销售费用	可变现净值	账面价值	是否减值
原材料/在产品/委托加工物资	存在订单或为特定客户备货、普通备货	4,008.65	204.21	20.88	105.57	3,678.00	2,832.88	否
库存商品/发出商品/合同履约成本	存在订单或为特定客户备货	5,732.02	-	29.85	150.96	5,551.21	4,657.88	否
	普通备货	279.15	-	1.45	7.35	270.34	211.49	否

公司内部存货管理情况良好，存货周转速度较快，且期末存货可变现净值均高于成本，故公司未计提存货跌价准备。公司认为已对存货跌价准备进行了充分的计提。

(二) 在客户和产品结构调整的情况下，是否存在难以对外销售的积压产品

公司在 2023 年调整的主要客户和相关产品的期末余额情况如下：

客户名称	调整情况	相关产品 2023 年末存货余额 (万元)	截至 2024 年 6 月 30 日 剩余相关产品余额 (万元)	是否难以对外销售
***	毛利较低，公司主动放弃该业务	14.26	0.00	否
***	对方自行生产铝箔容器产品，从而减少了对公司的采购	20.37	0.00	否
***	其出于自身经营考虑，倾向在东南亚采购	53.88	0.00	否

公司虽然调整了一部分客户和产品结构，但得益于公司总体“以销定产”的生产模式和良好的材料通用性，公司已对涉及的相关存货进行了处理，如销售给其他需要的客户或用于其他订单，相关存货期末均已基本处理完毕，不存在难以对外销售的积压产品。

三、说明 TPS 的资产、人员和营收具体情况，是否有海外生产线、海外仓库和放在海外的库存商品、海外物流队伍等。

2023 年末，TPS 的总资产为 5,544.13 万元，主要由应收账款和存货构成，TPS 不存在驻美国的办公人员，2023 年度的营业收入为 6,963.54 万元。TPS 不存在海外生产线，但向当地仓储供应商***采购仓储管理服务，2023 年末库存商品金额（不考虑内部未实现损益）为 3,370.79 万元。公司在 TPS 不存在海外物流队伍，一般由客户自行上门提货、委托第三方物流送货等方式进行货物的交付。

宁波时代铝箔科技股份有限公司



关于宁波时代铝箔科技股份有限公司 年报问询函的回复专项说明

众会字（2024）第 08430 号

挂牌公司管理一部：

根据贵部于 2024 年 6 月 27 日对宁波时代铝箔科技股份有限公司（以下简称“时代铝箔”或“公司”）出具的《关于宁波时代铝箔科技股份有限公司的年报问询函》（以下简称“问询函”）所列的问题，本所作为时代铝箔年审会计师，对《问询函》的问题逐项进行了落实、核查，现回复如下，请予审核。

问题一：结合贸易商客户的审计情况，说明是否发现直销客户与贸易商终端客户重叠的情形；是否发现对贸易商客户的大额压货

回复：

（一）公司与贸易商合作情况

公司区分直销客户与贸易商客户的判断依据具体为：主营业务为贸易、不具备生产加工能力，采购公司产品后直接对外销售的客户将被划分为贸易商客户。

公司贸易商的终端客户主要为餐饮连锁店。公司采用贸易商模式原因如下：

（1）公司下游客户中部分餐饮连锁、商超等客户为提高采购效率、加强质量控制，采用通过贸易商向合格供应商间接采购的方式采购特定产品。

（2）贸易商采购时提供的付款方式对公司更为有利，为提高回款效率，公司选择通过贸易商向部分客户销售。公司向贸易商的销售均为买断式销售，与贸易商除签署产品购销合同外，未与贸易商客户签署经销协议，不对贸易商客户的销售、库存进行管理。

（3）公司销售人员规模有限，无法深入挖掘部分领域的客户需求，而贸易商可帮助公司拓宽营销渠道、整合相近客户资源，从而节省公司销售投入，也有利于公司组织生产。

2023 年度，公司与主要贸易商的合作情况如下：

金额单位：万元

编号	贸易商客户名称	起始合作年份	销售内容	2023年度销售金额(不含税)	占销售收入比	贸易商客户对公司回款比例	终端客户构成情况	期末库存及终端销售情况	是否存在压货以及大额异常退换货情况
1	***	2021年	铝箔容器	1,172.70	4.22%	100.00%	商超	已全部销售	否
2	***[注3]	2010年	抽纸箔	944.43	3.40%	100.00%	餐饮连锁店	-	-
3	***	2019年	铝箔容器	868.47	3.12%	100.00%	航空公司	保持有一个月的库存	否
4	***	2019年	抽纸箔	579.97	2.08%	100.00%	学校配餐	已全部销售	否
5	***[注3]	2017年	铝箔卷、铝箔容器、抽纸箔、材料	422.28	1.52%	100.00%	航空公司	-	-
合计				3,987.85	14.34%				

注：1、以上贸易商客户相关情况来自于客户访谈、调查问卷及日常合作经营所了解等，“-”代表贸易商客户暂未提供相关信息；2、以上回款比例及回款情况统计截至本回复出具日；3、由于走访时间暂未确定，***、***暂未安排走访。

2023年度，以上主要贸易商客户中的大部分在采购公司产品后于报告期当期便完成对外销售。公司对上述前五大贸易商客户的销售均未发生大额异常退换货情况。对于部分给予信用期的贸易商的销售，相关款项均在信用期内收回，不存在逾期情况。

出于保护商业秘密的原因，以上主要贸易商客户未向公司透露其下游客户具体名称。针对直销客户和贸易商终端客户是否存在重叠的情况，我们进行了如下核查程序：（1）获取贸易商前十大下游客户清单；（2）获取贸易商向下游客户的销售资料；（3）对于部分贴牌的产品，从产品包装上了解终端客户信息。在公司能够获取的部分贸易商终端客户信息中，未发现有与公司直销客户存在重叠的情形。

（二）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们对报告期内前十大客户、报告期内初次合作即成为公司销售前二十大的客户、成立时间不足2年即与公司发生交易金额达300万元以上的客户以及随机抽取的其他部分客户进行走访，走访形式包括公司实地走访、视频访谈、办事处走访和集团内业务关联的其他公司走访等，访谈确认内容包括：了解客户基本情况、与公司的业务往来情况、库存周期及库存是否存在积压、定价原则及是否与同行业存在明显差异、付款结算模式、与公司是否存在关联关系、利益输送、诉讼或纠纷等。

获取的资料主要包括：访谈纪要、访谈人与被访谈人合影记录、被访谈人员名片/身份证复印件、客户营业执照、与公司不存在关联关系的声明函等。

报告期对公司贸易商客户走访具体情况如下：

金额单位：万元

项目	2023 年度
走访贸易商客户家数	14
走访贸易商客户收入	4,543.72
走访贸易商客户收入占贸易商客户收入比例	20.33%

2、核查意见

(1) 出于保护商业秘密的原因，大部分贸易商客户未向公司提供其下游客户具体名称。在公司能够获取的部分贸易商终端客户信息中，未发现有与公司直销客户存在重叠的情形；

(2) 报告期未发现对贸易商客户的大额压货。

问题二：说明针对境外客户和贸易商客户真实性的穿行测试的执行情况

回复：

(一) 对境外客户和贸易商客户执行穿行测试

我们根据《企业内部控制应用指南》的相关要求，对公司境外客户和贸易商客户的销售执行了必要的穿行测试，查阅了销售合同、出库单、报关单、销售发票、销售收款单据以获取充分的核查证据，选取了境外贸易商 2 家、境外商超 2 家及境内贸易商 2 家进行查验，具体核查情况如下：

单位：万元

项目	境外贸易商	境外商超	境内贸易商
穿行测试覆盖收入金额	1,524.40	7,194.43	1,110.79
2023 年营业收入[注]	7,023.74	10,271.37	4,109.00
占比	21.70%	70.04%	27.03%

注：以上营业收入为对应客户类型在 2023 年的销售收入。

(二) 核查程序及核查意见

1、核查程序

我们履行了以下核查程序：

(1) 了解销售与收款相关的内部控制，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；

(2) 询问被审计单位的人员，了解被审计单位销售与收款的主要控制制度是否被执行；

(3) 观察销售与收款循环的关键控制点及特定控制点的控制实践；

(4) 检查关键控制点生成的有关文件和记录，获取了企业的销售台账，查验了相关合同、

发票、销售出库单及报关单等，核查公司销售交易的细节；

(5) 对企业部分客户进行走访，了解客户的财务状况、业务运营情况以及合作过程中的问题，从而评估客户的实力和可信用度。

2、核查意见

经核查，相关控制得到执行且运行有效，销售真实性可以确认。

问题三：存货盘点、存货跌价准备计提的充分性的执行情况

回复：

(一) 存货盘点、存货跌价准备计提的充分性的执行情况

报告期期末，公司存货具体构成情况如下：

单位：万元

项 目	账面余额	存货跌价准备	账面价值
原材料	2,327.97		2,327.97
在产品	492.19		492.19
库存商品	5,541.43		5,541.43
发出商品	356.37		356.37
委托加工物资	12.73		12.73
合同履约成本	24.86		24.86
合 计	8,755.55		8,755.55

注：上述存货期末余额相加金额与报表差异主要系未考虑内部抵消未实现毛利的金额。

1、存货盘点的具体过程

根据《中国注册会计师审计准则第 1311 号——存货监盘》的要求，为了对公司 2023 年 12 月 31 日资产负债表上存货的存在性、所有权、品质状况等情况进行验证，审计小组决定对该公司 2023 年 12 月 31 日的存货进行监盘。

(1) 监盘目的：确定存货存在并为公司所有；确定存货年末余额账实相符；确定存货的品质状况（损毁、残次、滞销及盈亏等）以及存货跌价准备的计提是否恰当。

(2) 监盘范围：公司所拥有的各项存货。

(3) 监盘地点：公司本部各仓库以及各车间、境外子公司仓库。

(4) 监盘方式：公司盘点人员为主，我所监盘人员为辅的盘点方式。并在盘点结束后根据盘点情况选取一定比例的存货进行抽盘。

2、存货跌价准备测试的具体过程

公司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。公司确认可变现净值的依据如下：

(1) 原材料：依据所生产产品的预计销售价格扣除必要的至完工仍需发生的成本支出、估计的销售费用、税费后的金额为可变现净值；

(2) 在产品：如果能获取较为准确的“仍需进一步投入的工费比例”，则使用该比例按原材料可变现净值的计算方法进一步计算，如果不能获取则完全按照原材料计算但需说明这种谨慎处理的考虑和影响，如果在产品余额较小或周转很快，则可以根据总体毛利率情况大致判断是否不需计提；

(3) 委托加工物资：委托加工物资期末金额较小，不考虑其跌价；

(4) 库存商品、产成品：依据合同价、期末公司销售价格或估计售价、期末市场销售价格、期后销售价格扣除必要的税费的金额为可变现净值；

(5) 发出商品：发出商品作为有合同约定的产成品，以合同约定价作为可售金额，高于可变现净值，不计提跌价。

此外，公司还会综合考虑库龄、产品生命周期等因素对可变现净值的影响，对于库龄较长的存货进一步测算存货跌价准备金额。

3、期末盘点的充分性及存货跌价准备计提的合理性

(1) 存货盘点的充分性

公司已根据《企业内部控制应用指南第8号-资产管理》的相关要求，制定了《存货管理制度》、《仓库管理制度》和《仓库盘点管理制度》，对存货盘点的相关事项进行了规范。

检查公司期末存货盘点情况，执行存货监盘，查看存货的存放地点、存货状态等；同时对公司期末存货进行实地监盘，监盘结果实物与账面记录不存在重大差异。同时，对存放于外部及在途的存货执行函证程序。通过监盘及函证程序核实的存货占公司存货原值的85.28%。具体情况如下：

单位：万元

项 目	账面余额	盘点金额	函证金额	小计	比例
原材料	2,327.97	2,092.66		2,092.66	89.89%
在产品	492.19				
库存商品	5,541.43	5,011.15		5,011.15	90.43%
发出商品	356.37		350.18	350.18	98.26%
委托加工物资	12.73		12.73	12.73	100.00%
合同履约成本	24.86				
合 计	8,755.55	7,103.81	362.91	7,466.72	85.28%

报告期末公司财务部、仓储部门、生产部门执行了盘点程序，盘点情况总体良好，存货内

部控制制度执行情况良好，不存在重大差异情况；中介机构执行监盘程序，进行实地盘点，监盘情况良好。经核查，报告期末的存货的列报真实、准确。

(2) 存货跌价准备计提的合理性

2023 年末，公司存货跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项 目	账面余额	存货跌价准备	账面价值
原材料	2,327.97		2,327.97
在产品	492.19		492.19
库存商品	4,488.13		4,488.13
发出商品	356.37		356.37
委托加工物资	12.73		12.73
合同履约成本	24.86		24.86
合 计	7,702.25		7,702.25

公司根据成本与可变现净值孰低计量原则，按照存货类别分别测算各项可变现净值，经测算本期公司无需计提跌价准备。

1) 公司存货库龄情况

单位：万元

项 目	账面余额	1 年以内	1-2 年
原材料	2,327.97	2,260.25	67.72
在产品	492.19	492.19	
库存商品	4,488.13	4,488.13	
发出商品	356.37	356.37	
委托加工物资	12.73	12.73	
合同履约成本	24.86	24.86	
合 计	7,702.25	7,634.53	67.72
占 比	100.00%	99.12%	0.88%

从上表可见，公司存货周转较快，库龄主要集中在 1 年以内，因此公司按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。

对于原材料及在产品，通过“可变现净值=可销售金额-至完工仍需发生的成本支出-可能发生的销售费用和相关税费”计算，其可变现净值均高于成本价，无需计提减值准备。

对于产成品，通过“可变现净值=可销售金额-可能发生的销售费用和相关税费”计算，其可变现净值均高于成本价，无需计提减值准备。

2) 原材料价格变动情况

公司 2023 年度采购量较大的原材料采购单价变动如下：

单位：元/千克

物料	2023 年单价	2022 年单价	2023 年较 2022 年采购 单价变化	变动比例
家用箔	21.16	23.57	-2.40	-10.19%
容器箔	20.48	21.95	-1.47	-6.72%
抽纸箔	21.19	23.59	-2.40	-10.17%
硅油纸	13.14	13.88	-0.74	-5.31%

从上表可见公司采购的主要原材料单价有不同程度下降，2023 年度毛利率 26.63%，2022 年度毛利率 20.35%，本期较上期增加 6.27%。原材料主要用于生产过程中的耗用，构成产品的主要实体部分，此外也有少量直接销售，影响较小，拟不考虑。毛利为正的情况下可变现净值大于其成本价，故无需对原材料计提跌价准备。

综上所述，公司已针对各类存货的跌价情况进行了审慎判断，经测算本期无需计提存货跌价准备。公司存货跌价准备计提比例符合公司的业务模式及产品特点，存货跌价准备计提合理、充分。

（二）核查程序及核查意见

1、核查程序

我们履行了以下核查程序：

（1）了解采购与付款、生产与仓储、存货盘点相关的内部控制，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；

（2）获取公司的销售清单，结合期后销售情况，评价公司存货变动的合理性；

（3）与公司管理层沟通，了解公司产品销售周期、产品市场情况、材料备货周期、业务模式等，考虑其对存货余额及存货跌价准备计提的影响是否合理；

（4）与公司财务部沟通，了解公司存货跌价准备的计提政策，获取存货跌价准备计提明细表，测试对存货可变现净值的计算是否合理和准确；

（5）获取公司存货库龄明细表，检查存货库龄划分是否准确，检查可变现净值的依据，通过盘点程序检查是否存在库龄较长、残次存货；

（6）检查公司期末存货盘点情况，执行存货监盘，查看存货的存放地点、存货状态等；同时对公司期末存货进行实地监盘，监盘结果实物与账面记录不存在重大差异；

（7）对存货执行监盘的具体过程如下：

1）取得公司的存货盘点计划，与公司人员沟通存货监盘安排；

2）取得公司仓库及库位的存货明细表，抽取拟执行监盘的存货样本；

3) 获取公司盘点记录, 了解期末库存商品、原材料的具体状态、存放地点、存放地权属等信息。

4) 实施监盘程序, 由审计人员执行现场监盘;

5) 在监盘开始前, 实施观察程序, 查看公司仓库的整体情况, 核实公司所有存货是否均纳入盘点范围, 并检查周边是否存在异常的存货堆放情形;

6) 在监盘过程中, 从存货盘点记录中选取项目追查至存货实物, 从存货实物中选取项目追查至存货盘点记录; 同时, 对产品外观、标签等进行查看, 并抽取部分样本进行开箱查验;

7) 对于盘点差异, 取得公司说明及支持单据;

8) 检查监盘日与资产负债表日之间的存货出入库单据, 编制存货监盘倒轧表; 并取得仓库人员签字的存货监盘表。

2、核查意见

经核查, 我们认为:

(1) 公司的存货盘点制度、报告期末存货的盘点结果在重大方面与我们了解的情况一致, 我们对期末公司存货执行监盘程序, 并认可存货盘点结果;

(2) 公司已针对各类存货的跌价情况进行了审慎判断, 存货跌价准备计提充分、准确。

问题四：终端销售抽样核查的执行情况

回复:

公司贸易商的终端客户主要为餐饮连锁店。通过对 24 家主要客户访谈及日常合作经营了解到其主要终端客户情况, 其中 11 家贸易商的终端客户为餐饮连锁店, 6 家为商超, 2 家为电商, 2 家为航空公司, 2 家为食品工厂, 1 家为学校配餐。

出于保护商业秘密的原因, 大部分贸易商客户未向公司提供其下游终端客户完整、具体的信息, 公司与贸易商客户就该问题仍在持续沟通中。

众华会计师事务所(特殊普通合伙)

2024 年 7 月 11 日