

关于对南通市久正人体工学股份有限公司 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：

贵公司下发的《关于对南通市久正人体工学股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 137 号，以下简称“问询函”）已收悉。非常感谢贵公司对我公司相关情况的关注。南通市久正人体工学股份有限公司（以下简称“久正工学”、“公司”）对贵公司提出的问询函的有关问题逐项进行核查、讨论研究和落实，特具回复文件。本文件货币单位除特殊说明外，皆为人民币元。

现将问询函所提问题的落实情况逐条报告如下：

1、业绩变动情况及可持续性

你公司主营业务为智能驱动升降桌、智慧升降台、人体工学支架等的生产及销售。公司产品销售方式包括 ODM 模式，以及自主品牌销售。在自主品牌销售模式下，对外业务主要通过香港子公司、在美国、日本、欧洲开设亚马逊直营店铺进行销售，在国内主要通过京东、天猫等直营店进行销售。你公司报告期实现营业收入 6.11 亿元，较上年同期增加 54.02%，实现毛利率 27.92%，较上期增加 3.44 个百分点。其中，工作台类产品报告期实现营业收入 4.34 亿元，较上期增加 49.47%，支架类产品实现收入 1.45 亿元，较上期减少 1.4%。你公司解释报告期业绩变动，一方面系海内外升降桌市场需求不断扩容，公司持续开拓市场渠道，另一方面系公司持续对智能驱动升降桌的生产工艺及供应链管理进行优化，产品性能及价格竞争力不断提升所致。

请你公司：

（1）补充披露各销售模式（ODM 模式，自主品牌内销及外销情况）下 2022 年及 2023 年主要产品收入、成本、毛利率情况，详细说明报告期经营业绩大幅增加的原因及可持续性；

（2）说明通过亚马逊平台销售产品金额、销售产品类型、收入确认政策等，是否存在已发货至亚马逊仓库但尚未实现终端销售而确认收入的情况；

(3) 统一客户及供应商标识，披露并说明 2022 年及 2023 年主要客户及供应商购销情况，主要客商是否发生重大变化、是否存在新增主要客商的情况，以及有关变化的原因及合理性。

【回复】

一、补充披露各销售模式（ODM 模式，自主品牌内销及外销情况）下 2022 年及 2023 年主要产品收入、成本、毛利率情况，详细说明报告期经营业绩大幅增加的原因及可持续性；

（一）各销售模式收入、成本、毛利率情况

报告期内，公司按 ODM 模式及自主品牌模式分类的主营业务收入情况列示如下：

单位：万元

销售模式	2023 年度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
ODM 模式	55,869.95	41,052.36	26.52%	36,402.66	27,607.03	24.16%
自主品牌模式	5,219.59	2,989.71	42.72%	3,187.87	2,348.90	26.32%
合计	61,089.54	44,042.07	27.91%	39,590.53	29,955.93	24.34%

报告期内，公司销售模式以 ODM 模式销售为主，自主品牌销售为辅。在 ODM 模式下，公司为客户进行产品的工艺、结构、工作原理的设计和开发，根据客户的定制化需求，公司组织进行设计调整，根据客户的订单计划进行生产、贴客户品牌出货。在自主品牌模式下，公司主要通过线上电商销售自主品牌。2023 年度，得益于工作台类产品的性能及价格竞争力的提升，公司 ODM 模式及自主品牌模式下的销售收入大幅增加。自主品牌毛利率 2023 年 42.72%较 2022 年 26.32%上涨 16.40%，主要原因一是因自主品牌外销的海运费 2022 年运价较 2023 年运价高所致;二是 2022 年新开产品系列-工作台，在 2023 年新型号形成量产，市场打开，销售收入占比从 2022 年的 37.08%增加到 2023 年的 72.59%，工作台类别平均销售单价 2023 年比 2022 年上涨 20%左右，同时产量增加平均单位成本下降，使得 2023 年年毛利率整体较 2022 年增加；

报告期内，公司按销售区域分类的主营业务收入情况列示如下：

单位：万元

销售区域	2023 年度			2022 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
境外	43,735.45	30,554.74	30.14%	32,066.58	23,820.32	25.72%
境内	17,354.09	13,487.33	22.28%	7,523.95	6,135.61	18.45%
合计	61,089.54	44,042.07	27.91%	39,590.53	29,955.93	24.34%

报告期内，公司销售区域以境外销售为主，境内销售为辅。其中，境外地区主要系美国、中国香港、法国、英国等地区，主要系该类地区的消费者对于健康消费观念的认可度较高。在收入方面，2023 年度，公司境内销售占比有所增加，主要系新增部分境内跨境电商客户所致；在毛利率方面，2023 年度，公司境内外毛利率均有所增长，受中美汇率、原材料价格及工艺水平等因素综合影响所致。

（二）经营业绩大幅增加的原因说明

报告期内，公司经营业绩情况列示如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
营业收入	61,098.24	39,668.65	21,429.59	54.02%
期间费用	8,626.41	6,184.30	2,442.11	39.49%
投资收益	589.98	250.39	339.59	135.62%
公允价值变动收益	-259.28	-2,086.36	1,827.08	-87.57%
营业利润	8,743.10	1,300.61	7,442.49	572.23%
利润总额	8,635.08	1,260.77	7,374.31	584.91%
净利润	7,501.44	1,094.30	6,407.14	585.50%

由上可知，2023 年度，公司净利润较上年增加 6,407.14 万元，增幅 585.50%，主要系营业收入大幅增加所致，公司按产品分类的主营业务收入情况列示如下：

单位：万元

产品类别	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
工作台类	43,358.41	21,907.93	21,450.48	97.91%
支架类	14,502.39	14,705.12	-202.73	-1.38%
配件及其他类	3,228.74	2,977.47	251.27	8.44%
合计	61,089.54	39,590.53	21,499.01	54.30%

由上可知，报告期内，公司营业收入的增长主要源于工作台类产品，销售金额分别系 21,907.93 万元及 43,358.41 万元，增幅 97.91%。报告期内，公司的工作台类产品主要系升降桌产品，相关收入大幅增长原因说明如下：

1、海外升降桌市场需求不断扩容

受益于健康消费理念的不断深入及消费者生活水平的不断提升，升降桌消费需求逐渐扩容，迎来良好发展机遇。根据 Credence Research 数据，2022 年升降桌全球市场规模为 67 亿美元，预计到 2030 年全球升降桌规模有望达到 110 亿美

元，复合增长率达到 7.2%。其中，受健康办公需求增加与线上化趋势影响，海外市场可调节升降桌的线上规模正处于快速放量阶段，报告期内，公司以海外消费市场为主，受益于海外升降桌市场的快速放量，市场需求不断扩大。

2、价格竞争力不断提升

由于公司进入升降桌领域较晚，在产品研发、设计、供应链搭建及生产工艺方面处于探索发展期，生产工艺熟练度及供应链优势不明显，导致产品生产成本较高，故随着公司对升降桌生产工艺改善及供应链管理的优化，使得产品单位成本下降，产品降价空间释放，具有竞争力的产品价格推动了公司升降桌的销量大幅增长。

3、产品性能不断优化

报告期内，公司坚持以市场和客户为导向的技术创新机制，紧跟行业发展趋势，密切关注市场需求动态，在升降桌领域，针对市场上的产品存在承压能力弱、升降运行噪音大的问题，公司自研开发出自动调节无噪升降技术、同步升降及多联传动技术、无刷电机等多项技术，并形成相应的专利，提升升降立柱使用寿命至 20000 次以上，降低噪音至 45 分贝以下，产品性能不断优化。

4、跨境电商蓬勃发展

由于疫情推动线上消费发展，带动出口跨境电商发展，叠加政策不断出台推动以及国内日渐完善的供应链，跨境电商出口交易规模稳步增长，2022 年达到 1.53 万亿元，2018-2022 年 CAGR 高达 25.81%。其中，2022 年中国跨境出口 B2B/B2C 电商中家居类目占比分别为 13.0%、17.4%，即家居成为跨境电商行业中的重要细分赛道。报告期内，公司的电商客户销售占比较高且逐年提升，故受益于跨境电商的蓬勃发展，公司销售规模不断扩大。

此外，报告期内，中美汇率持续增长、国际海运价格回落等因素进一步推动公司营业收入的增长。

（三）经营业绩增加的可持续性说明

报告期内，公司是一家专业从事人体工学家具产品研发、设计、生产与销售的企业，产品广泛应用于健康办公、智能家居、电子竞技等多个领域，公司凭借

不断创新的产品设计研发能力、先进的产品性能、稳定的产品品质和优质的客户服务水平推动业绩持续增长，具体驱动因素说明如下：

1、市场角度

人体工学家具作为办公家具行业的分支产业，拥有庞大的潜在市场需求，根据 Statista 数据显示，2013-2022 年全球办公家具市场规模由 346 亿美元增至 506 亿美元，其中办公桌和办公椅在办公家具中占比为 75%，市场空间广阔。随着居家办公创造新应用场景，叠加新兴市场渗透率提升，相关市场规模持续增长，预计到 2026 年，全球办公家具市场规模将达到 586 亿美元，2021-2026 年 CAGR 为 4.7%。报告期内，公司产品结构从以支架类产品为主，转变为以工作台类产品为主。根据 Credence Research 数据，2022 年升降桌全球市场规模为 67 亿美元，预计到 2030 年全球升降桌规模有望达到 110 亿美元，复合增长率达到 7.2%。随着全球办公家具行业的稳步增长，为人体工学家具在健康办公领域的发展奠定了坚实的市场基础。

2、产品角度

报告期内，公司坚持以市场和客户为导向的技术创新机制，紧跟行业发展趋势，密切关注市场需求动态，对产品功能及外观进行持续设计和创新，不断拓展产品种类，丰富产品矩阵，为客户提供差异化产品，以满足消费者日益丰富的个性化需求，进一步拓展公司产品的市场空间和占有率，持续推动公司营业收入增长。

3、客户角度

报告期内，公司已深耕人体工学家具行业多年，致力于为客户提供一流的产品和服务，获得众多下游客户认可的同时与其建立了良好的合作关系，为公司经营业绩的持续稳定提供保障。目前，公司下游客户包括人体工学领域知名电商平台及上市公司，客户群体经营状况及信誉状况较好，自身处于不断发展的进程中，将持续释放对人体工学产品的需求，为公司收入增长带来新动力。

4、生产角度

报告期内，公司拥有丰富的产品开发和生产经验，且积极投身于生产工艺创新，通过在生产工艺和技术改造升级的实践及经验积累，持续进行工艺、技术优化和创新，自主对关键设备和生产工艺进行开发研究和改进升级，以满足产品生产自动化、柔性化及智能化的需求，为公司的可持续发展提供后续保障。

综上，公司的人体工学产品拥有较好的行业发展前景和较强的市场需求，且公司已经建立了一定的市场竞争优势，相关业绩增长具有可持续性。

二、说明通过亚马逊平台销售产品金额、销售产品类型、收入确认政策等，是否存在已发货至亚马逊仓库但尚未实现终端销售而确认收入的情况；

报告期内，公司通过亚马逊平台对外销售的情况列示如下：

单位：万元

产品类型	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
工作台类	3,099.80	827.62	2,272.18	274.54%
支架类	570.45	956.50	-386.05	-40.36%
配件及其他类	6.34	105.37	-99.03	-93.98%
合计	3,676.59	1,889.49	1,787.10	94.58%

报告期内，公司通过亚马逊平台销售的主要产品系工作台类产品及支架类产品，其中，工作台类产品销售金额增加较大。在收入确认政策方面，公司于客户确认收货或系统自动确认收货后确认收入，不存在已发货至亚马逊仓库但尚未实现终端销售而确认收入的情况。

三、统一客户及供应商标识，披露并说明 2022 年及 2023 年主要客户及供应商购销情况，主要客商是否发生重大变化、是否存在新增主要客商的情况，以及有关变化的原因及合理性；

（一）客户情况说明

报告期内，公司对主要客户（前五大）销售情况列示如下：

单位：万元

披露代码	客户名称	销售金额	销售内容	是否当年新增
2023 年度				
客户 A	客户 A	12,063.83	工作台类、支架类	否
客户 B	客户 B-1	7,807.12	工作台类、支架类	否

披露代码	客户名称	销售金额	销售内容	是否当年新增
	客户 B-2	1.94	支架类	否
	客户 B-3	26.19	配件及其他	否
客户 C	客户 C	5,459.30	工作台类	是
客户 D	客户 D-1	3,157.52	工作台类、支架类	否
	客户 D-2	1,663.84	工作台类	是
客户 E	客户 E-1	1,657.33	支架类	否
	客户 E-2	1,342.91	支架类	否
合计		33,179.98	-	-
2022 年度				
客户 A	客户 A	8,660.28	工作台类、支架类	否
客户 B	客户 B-1	5,147.33	工作台类、支架类	否
	客户 B-2	366.27	支架类	否
客户 D	客户 D-1	3,553.85	工作台类、支架类	否
	客户 D-2	0.03	工作台类	否
客户 E	客户 E-1	1,447.40	支架类	否
	客户 E-2	1,085.07	支架类	否
客户 F	客户 F	1,819.07	工作台类	否
合计		22,079.30	-	-

注：同一控制下企业合并披露。

由上可知，报告期内，公司主要客户较为稳定，已形成了较好的客户粘性，除 2023 年度新增第三大客户客户 E 外，不存在重大变化。客户 E 系一家销售人体工学产品的跨境电商公司，通过境外亚马逊平台对外销售，随着公司为 ODM 客户生产的工作台类产品在境外电商平台的畅销，客户 E 经调研、洽谈、选品、送样、客户综合评价等一系列环节，对公司的供货和服务高度认可，故与公司达成合作意向。

（二）供应商情况说明

报告期内，公司主要供应商采购信息如下：

单位：万元

年报披露代码	供应商名称	采购金额	采购内容	是否当年新增
2023 年度				
供应商 A	供应商 A-1	2,048.93	管件、焊接件	否
	供应商 A-2	764.58	桌板	是
供应商 B	供应商 B	2,516.18	桌板	否
供应商 C	供应商 C-1	2,076.14	钣金件	否

年报披露代码	供应商名称	采购金额	采购内容	是否当年新增
供应商 D	供应商 D	1,958.35	钢管	否
供应商 E	供应商 E	1,938.55	电机	否
合计		11,302.73	-	-
2022 年度				
供应商 C	供应商 C-1	1,705.85	钣金件	否
	供应商 C-2	108.96	钣金件	否
供应商 B	供应商 B	1,787.93	桌板	否
供应商 F	供应商 F	1,433.69	压铸件	否
供应商 A	供应商 A-1	1,323.15	管件、焊接件	否
供应商 G	供应商 G-1	1,023.12	塑胶件	否
	供应商 G-2	255.90	五金件	否
合计		7,638.61	-	-

注：同一控制下企业合并披露。

由上表可知，公司主要供应商较为稳定，除 2023 年度因公司工作台类订单增加，对桌板的采购需求相应增加，故引入新的桌板供应商 A-2 外，其余供应商均非当年新增供应商。其中前五大新增供应商 E 及供应商 D 系本期因智能驱动升降桌销售规模增加，对电机及钢管的采购量增加，致使其进入本期前五大供应商之列。

2、研发费用变动情况

你公司报告期发生研发费用 2,356.79 万元，较上期增加 83.76%，你公司解释主要系为提升公司市场竞争力，持续增加研发投入所致。其中，报告期研发人员薪酬发生额 776.14 万元，上期为 489.71 万元；报告期直接投入 1,431.20 万元，上期为 667.42 万元；委外研发费用本期发生额为 106.57 万元，上期为 94.34 万元。你公司期初技术及研发人员 94 人，期末为 123 人。

请你公司：

（1）结合报告期主要在研项目、研发模式、研发人员变动等，说明报告期研发人员薪酬增加的原因及合理性；

（2）说明研发直接投入核算明细内容情况，并详细说明研发投入大幅增加的原因及合理性，是否存在将非研发投入纳入研发费用的情况；

（3）说明公司报告期委外研发涉及具体项目，受托方情况、委外研发项目进展及必要性；

(4) 说明研发费用中未列示研发相关固定资产折旧情况等的原因及合理性，研发费用归集及披露是否准确、完整；

【回复】

一、结合报告期主要在研项目、研发模式、研发人员变动等，说明报告期研发人员薪酬增加的原因及和合理性；

公司 2023 年度研发项目明细如下：

序号	研发项目	研发模式
1	关于学习桌隐藏式坐姿矫正机构的研发	自主研发
2	关于升降桌电机驱动结构及蜗锁结构的研发	自主研发
3	关于多适应玻璃桌桌架及定位安装结构的研发	自主研发
4	关于显示器支架调节机构的研发	自主研发
5	关于智能家居电动推杆的研发	自主研发
6	关于免螺钉智能升降桌的研发	自主研发
7	关于升降桌多用途可调节组合结构的研发	自主研发
8	基于霍尔元件的无刷电机实时控制与电动升降系统的研发	自主研发
9	关于管件内部封片安装技术的研发	自主研发

随着升降桌产品销售量增加，公司对定制升降桌安装结构及电机蜗锁技术等升降桌类项目研发投入加大，该类项目所涉产品比一般支架类产品更为复杂，稳定性要求更高，致使研发及技术人员投入较多，相应人员薪酬也有所上升。

2023 年度，公司加大了对电动推杆应用于智能家居领域等新领域项目的研发，该类项目研发难度较高，所需研发周期较长，技术难度提升，导致投入增加，相应研发及技术人员的薪酬上升。

在研发模式上，公司采取了更加积极的研发策略，增加了对未来产品的规划设计，加大在新领域的探索力度，在原有产品改进型创新基础上增加了的原始创新投入力度，相应研发投入加大，带动了研发人员工资薪酬上涨。

在研发及技术人员变动上，公司研发技术人员增长较快，为了应对新研发项目的增加和技术挑战，公司扩招了研发及技术人员，公司 2023 年营业收入较上年增长 54.02%，归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润增长 159.91%，经营业绩向好，原有研发技术人员的薪酬待遇有所提高；2023 年以来，

公司以较高薪酬引入了一批专家、更具创新及开发能力的人员，特别是关键岗位和高技能人才采用较高待遇引进，提升了研发技术人员的薪酬。

综上，报告期研发人员薪酬增加具备合理性；

二、说明研发直接投入核算明细内容情况，并详细说明研发投入大幅增加的原因及合理性，是否存在将非研发投入纳入研发费用的情况；

报告期内，研发费用-直接投入明细构成如下：

单位：万元

项目	2023 年	2022 年	增幅
研发材料费	1,243.58	475.79	161.37%
模具费	100.44	98.75	1.71%
商标专利注册费用	30.75	43.29	-28.87%
研发折旧费	40.60	34.02	19.34%
研发租赁费	15.81	15.56	1.61%
小计	1,431.18	667.41	114.44%

研发直接投入大幅增加的原因如下：

为了提升公司的行业竞争力，增加公司产品的种类和多样性，公司不断开发新产品，提升产品性能，优化产品结构，从而满足不同客户的需求，故公司加大新产品的开发，2023 年度新产品开发领用的直接材料大幅增加，其相关的模具开发费用、研发设备折旧费用及研发租赁费均有小幅度增长。

公司严格区分生产领用和研发领用材料的情况，不存在将生产领料计入研发领料，研发新产品所需要的模具费及商标专利注册费均为新产品开发直接产生的费用，在其发生完成时直接计入研发费用核算；研发部门使用的固定资产也不存在其他部门占用或混用的情况，研发租赁费系根据研发部门所使用到的办公区域进行的租金分摊，公司不存在将非研发投入纳入研发费用的情况。

三、说明公司报告期委外研发涉及具体项目，受托方情况、委外研发项目进展及必要性；

报告期内及期末，公司委外研发涉及的在研项目主要有智能升降桌控制系统和智能灯光控制系统项目，具体情况如下：

内容	智能升降桌控制系统	智能灯光控制系统
----	-----------	----------

内容	智能升降桌控制系统	智能灯光控制系统
受托方名称	M	N
委外金额	56.60 万元	47.17 万元
受托方情况	该公司在智能办公领域，电机驱动领域，电动轮椅领域等都有投入，智能办公领域做得非常突出。2021 年，2022 年智能办公控制系统，分别销售了 92 万套，110 万套。该公司产品拥有自主的知识产权、专利及全球多项认证，如 UL，CB,CE，FCC,SAA,KC,PSE 等。公司拥有一定的专业技术人员，其自身有产品开发和设计能力，能够满足研发需要。	该公司为中移动公司开发首款 NB-IOT 物联网门锁、农业银行地下金库硬件、APP、云平台开发设计并且安装施工、ECG 心电导电玻璃工艺、设备开发并且量产、智能戒指全灌胶工艺设备研发首个出样厂家、国内智慧社区施工案例 10 余个案例，早期节律灯光设计落地智能家居行业，RGBCW 全彩灯光节律、音律应用设计应用，具备较强技术实力。
委外研发项目进展	2024 年 1 月验收完成	2024 年 1 月验收完成

委外研发必要性：上述两家委外研发合作单位在电控操作系统和灯光控制系统设计研发方面具备较强的实力和经验，能够帮助公司提升产品性能，从而更好地满足客户需求，加速研发进程，提高研发质量，节约时间及人力成本，更快更好地实现研发目标。

四、说明研发费用中未列示研发相关固定资产折旧情况等的原因及合理性，研发费用归集及披露是否准确、完整；

报告期内，公司研发费用并入了直接投入中列示，直接投入费用是指公司为实施研究开发活动而实际发生的相关支出。包括：

- 1、直接消耗的材料、燃料和动力费用；
- 2、用于中间试验和产品试制的模具、工艺装备开发及制造费，不构成固定资产的样品、样机及一般测试手段购置费，试制产品的检验费；
- 3、用于研究开发活动的仪器、设备的运行维护、调整、检验、检测、维修等费用；
- 4、用于研究开发活动的仪器、设备和在用建筑物的折旧费。

公司采用上述列示情况主要原因在于固定资产折旧情况涉及金额较小，对投资者决策作用不大，结合公司行业特性，与直接投入密切相关，为保持研发费用数据披露的口径连贯性和可读性，采用了此种列示方式。

公司研发费用列示其他分类情况如下：

1、职工薪酬费用

研发人员人工费用包括公司研发人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金。

研发人员同时服务于多个研究开发项目的，人工费用的确认依据公司管理部门提供的各研究开发项目研发人员的工时记录，在不同研究开发项目间按比例分配。

直接从事研发活动的人员、外聘研发人员同时从事非研发活动的，公司根据研发人员在不同岗位的工时记录，将其实际发生的人员人工费用，按实际工时占比等合理方法在研发费用和生产经营费用间分配。

2、委托研发

委托外部研究开发费用是指企业委托境内外其他机构或个人进行研究开发活动所发生的费用。

3、其他费用

其他费用是指上述费用之外与研究开发活动直接相关的其他费用，包括技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、论证、评审、鉴定、验收费用，会议费、差旅费、通讯费等。

综上，报告期内，公司研发费用归集及披露准确、完整。

3、销售费用变动情况

你公司报告期发生销售费用 **3,262.95 万元**，增幅 **33.96%**，你公司解释主要系线上销售规模扩大、平台服务费增加以及广告宣传及线下展会相关费用增加所致。其中，报告期平台服务费本期发生额 **1,282.71 万元**，上期为 **961.10 万元**；广告与业务宣传费本期发生额 **204.74 万元**，上期为 **107.58 万元**；仓储费用报告期发生额为 **163.48 万元**，上期为 **110.49 万元**。

请你公司：

(1) 补充说明为公司提供销售支持的主要平台名称、平台服务费具体性质、涵盖内容、费用计算依据等，报告期有关费用较上期大幅增加的原因、费用水平公允性等；

(2) 说明报告广告与业务宣传具体模式、发生频次、单次费用水平情况等，以及报告期广告与业务宣传费增加的原因及合理性；

(3) 补充说明仓储服务费性质、发生原因、计费依据，以及该项费用支出增加的原因及合理性。

【回复】

一、补充说明为公司提供销售支持的主要平台名称、平台服务费具体性质、涵盖内容、费用计算依据等，报告期有关费用较上期大幅增加的原因、费用水平公允性等；

报告期内，为公司提供销售支持的主要平台名称、平台服务费具体性质及具体发生额如下：

单位：万元

平台名称	服务性质及内容	费用计算依据	2023年度	2022年度	变动额	变动率
亚马逊	派送费、销售佣金、其他交易费用	派送费：通过尺寸分段计算要应用的发货重量和费用，每年亚马逊都会根据商品处理、运输和配送成本的变化重新评估亚马逊物流费用。 销售佣金：按每件售出商品收费，取按照适用佣金比例计算的佣金或适用每件商品最低销售佣金二者中的较高者，佣金比例为15%、每件商品最低销售佣金0.30美元/件。	781.56	324.95	456.61	140.52%
亚马逊	广告费	按广告点击量*每次点击成本收费，每次点击成本受竞价、投入等因素影响会动态调整	245.03	439.09	-194.06	-44.20%
京东、天猫、淘宝、阿里妈妈等其他平台	废弃物清理费、物流移除费、FBA入境便利费等多项零星费用	各项费用计算依据具体平台收费协议自动计算	256.12	197.06	59.06	29.97%
合计	-	-	1,282.71	961.10	321.61	33.46%

报告期内，公司平台服务费用分别系 1,282.71 万元及 961.10 万元，增加 321.61 万元，主要系亚马逊派送费、销售佣金及其他费用增加所致，公司亚马逊销售收入与平台服务费变动情况列示如下：

单位：万元

项目	2023年度	2022年度	变动额	变动率
亚马逊销售收入	3,676.59	1,889.49	1,787.10	94.58%

项目	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
亚马逊平台服务费	781.56	324.95	456.61	140.52%
占比	21.26%	17.20%	4.06 个百分点	/

由上可知，报告期内，随着公司亚马逊平台的销售收入大幅增长，平台服务费规模随之扩大，受商品尺寸、派送距离、商品促销价格等变量因素影响，平台服务费占销售收入的比例略有变动，但总体处于稳定水平，故平台服务费增长具有合理性。此外，该类费用主要由亚马逊服务商按照平台统一规则计费，由平台相关系统自动扣缴，相关定价具有公允性。

二、说明报告期广告与业务宣传具体模式、发生频次、单次费用水平情况等，以及报告期广告与业务宣传费增加的原因及合理性；

报告期内，公司广告与业务宣传费情况如下：

单位：万元

性质	2023 年度		2022 年度		变动额
	金额	占比	金额	占比	
展会费	196.23	95.84%	89.57	83.26%	106.66
广告费、宣传品费	8.51	4.16%	18.01	16.74%	-9.50
合计	204.74	100.00%	107.58	100.00%	97.16

报告期内，公司广告与业务宣传费分别系 107.58 万元及 204.74 万元，增加 97.16 万元，主要系展会费增加所致，具体参加频率及平均费用列示如下：

项目	2023 年度	2022 年度
展会费用（万元）	196.23	89.57
参会频率（次）	15	6
平均费用（万元/次）	13.08	14.93

如上所示，随着公司销售规模的扩大，公司参加展会的频率增加，相应的支出增加，平均参会费用未发生明显变化，具有合理性。

三、补充说明仓储服务费性质、发生原因、计费依据，以及该项费用支出增加的原因及合理性。

报告期内，公司仓储服务费主要系向亚马逊平台支付的境外仓储费，由于公司采用亚马逊 FBA 物流配送，需在境外亚马逊储备一定的产品库存，亚马逊仓储费主要与商品尺寸分段、体积、日均商品数量、危险品分类状态、所属月份等因素相关。

2022 年度、2023 年度，公司仓储服务费分别为 110.49 万元及 163.48 万元，2023 年增长 47.96%，主要系随着公司境外亚马逊销售规模扩大，相应仓储服务需求增加所致，具有合理性。

4、理财产品情况

你公司报告期末其他非流动金融资产余额 4,768 万元,上期末为 1.22 亿元，减少 60.80%。你公司解释主要系公司减少了部分高风险金融资产投资额所致。其他非流动金融资产附注显示，你公司主要投资标的为衍生金融资产。

请你公司：

（1）补充列示 2022 年及 2023 年投资的衍生金融资产明细情况，包括不限于初始投资成本、期末余额、标的资产情况、风险等级、预期收益、累计盈亏情况等；说明有关投资产品是否与你公司风险承担能力相匹配；

（2）说明投资有关衍生金融资产的资金来源、投资原因、决策程序及信息披露情况。

【回复】

一、补充列示 2022 年及 2023 年投资的衍生金融资产明细情况，包括不限于初始投资成本、期末余额、标的资产情况、风险等级、预期收益、累计盈亏情况等；说明有关投资产品是否与你公司风险承担能力相匹配；

一、补充列示 2022 年及 2023 年投资的衍生金融资产明细情况，包括不限于初始投资成本、期末余额、标的资产情况、风险等级、预期收益、累计盈亏情况等；说明有关投资产品是否与你公司风险承担能力相匹配；

公司 2022 年期末非流动金融资产中衍生金融资产投资明细如下：

单位：万元

金融产品名称	初始投资成本	期末余额	标的资产情况	风险等级	预期收益	累计盈亏情况
华泰雪球中证500-HTSC-JZGX-Q1	2,000.00	1,695.55	中证500	PR5	无	-304.45
华泰雪球中证500-HTSC-JZGX-Q2	1,000.00	980.78	中证500	PR5	无	-19.22

金融产品名称	初始投资成本	期末余额	标的资产情况	风险等级	预期收益	累计盈亏情况
华泰雪球中证500-HTSC-JZGX-Q3	1,000.00	1,010.41	中证500	PR5	无	10.41
中信康曼德策略点金13期（SJH542）	500.00	422.15	中证500	PR5	无	-77.85
中信康曼德策略点金15期（SJY783）	1,000.00	703.60	中证500	PR5	无	-296.40
中信康曼德策略点金20期（SLK050）	1,000.00	715.50	中证500&恒生科技	PR5	无	-284.50
中信康曼德策略点金21期（OTCSLK051）	500.00	482.45	中证500	PR5	无	-17.55
中信康曼德策略点金27期（OTCSNE140）	500.00	439.70	中证500	PR5	无	-60.30
康曼德策略点金26期（SNE139）	1,000.00	645.30	中证500&恒生科技	PR5	无	-354.70
中信策略点金2389期（OTCSRW889）	1,000.00	1,000.00	中证500	PR5	无	0.00
中信策略点金系列8期（OTCSJC953）	500.00	436.00	中证500	PR5	无	-64.00
中信康曼德策略点金19期（OTCSJY800）	500.00	458.55	中证500	PR5	无	-41.45
中信康曼德策略点金29期（OTCSNE147）	500.00	455.25	中证500	PR5	无	-44.75
中信康曼德策略点金9期	2000.00	1547.40	中证500&恒生科技	PR5	无	-452.60
合计	13,000.00	10,992.64				-2,007.36

公司2023年期末非流动金融资产中衍生金融资产投资明细如下：

单位：万元

金融产品名称	初始投资成本	期末余额	标的资产情况	风险等级	预期收益	累计盈亏情况
华泰雪球中证500-HTSC-JZGX-Q2	1,000.00	1,116.33	中证500	PR5	无	116.33
中信康曼德策略点金20期（SLK050）	1,000.00	669.80	中证500	PR5	无	-330.20
中信策略点金系列8期（OTCSJC953）	500.00	384.00	中证500	PR5	无	-116.00
中信康曼德策略点金19期（OTCSJY800）	500.00	512.10	中证500	PR5	无	12.10
中信康曼德策略点金29期（OTCSNE147）	500.00	504.40	中证500	PR5	无	4.40

金融产品名称	初始投资成本	期末余额	标的资产情况	风险等级	预期收益	累计盈亏情况
中信康曼德策略点金9期	2,000.00	1,392.40	中证500&恒生科技	PR5	无	-607.60
合计	5,500.00	4,579.03				-920.97

报告期内，公司自有流动资金 2023 年年末余额为 12,163.51 万元，2022 年年末余额为 10,819.15 万元，2023 年年末资产负债率为 42.49%，2022 年年末资产负债率为 45.38%，2023 年应收账款周转率 7.58，2022 年应收账款周转率为 8.68，公司资产处于良性循环状态，经营活动产生的现金流量净额 2023 年度为 8,523.44 万元，2022 年度为 3,274.69 万元，增幅 160.28%，公司购买衍生金融产品资金占总资产的比例较小。具体情况如下：

项目	2022 年度	2023 年度	变动率
流动资金	10,819.15	12,163.51	12.43%
经营活动产生的现金流量净额	3,274.69	8,523.44	160.28%
资产负债率	45.38%	42.49%	-6.37%
应收账款周转率	8.68	7.58	-12.67%

此外，公司在 2023 年及 2024 年逐步减少了衍生金融资产投资，已退出大部分相关投资，未到期的投资也无续期计划。

综上，投资产品与公司风险承担能力相匹配。

二、说明投资有关衍生金融资产的资金来源、投资原因、决策程序及信息披露情况。

报告期内，公司投资衍生金融产品的资金全部来源于自有资金，公司 2022-2023 年经营规模逐年扩大，在公司健康良好发展的情况下，公司的流动资金较为充足，为充分利用公司自有资金，提高资金使用效率，进一步增加公司理财收益，2022 年，公司在不影响日常经营资金使用的前提下利用闲置资金购买了衍生金融产品，2023 年，随着市场下行，公司未再新增购买衍生金融资产。

公司制定了《对外投资管理制度》等制度防范对外投资风险。报告期内，公司严格执行《对外投资管理制度》关于投资理财的相关制度规定，每年召开董事

会、股东大会分别就 2022 年度、2023 年度购买大额理财产品的议案进行了审议和通过。相关议案审议情况如下：

年度	会议	日期	事项	授权金额(万元)	授权期间
2021	第二届董事会第三十一次会议	2021 年 4 月 6 日	《关于使用闲置自有资金购买理财产品》	不超过 50,000 万，资金可滚动使用	2021.4.22-2022.6.27
	2021 年第四次临时股东大会	2021 年 4 月 22 日			
2022	第三届董事会第六次会议	2022 年 6 月 6 日	《关于公司 2022 年度使用闲置自有资金购买理财产品的议案》	不超过 30,000 万，资金可滚动使用	2022.6.27-2023.4.17
	2021 年年度股东大会	2022 年 6 月 27 日			
2023	第三届董事会第十次会议	2023 年 4 月 17 日	《关于同意南通市久正人体工学股份有限公司预计使用闲置自有资金购买理财产品》	不超过 30,000 万，资金可滚动使用	2023.5.17-2024.5.17
	2022 年年度股东大会	2023 年 5 月 17 日			

具体执行上，公司财务部根据资金闲置情况、现金流状况及利率变动情况确定用于购买理财产品的资金规模和可以购买的理财产品，公司进行的投资理财完成后，将取得相应的投资证明或其它有效凭据并及时记账，相关合同、协议等应作为重要业务资料及时归档。财务部门根据《企业会计准则》等相关规定，对公司投资理财业务进行日常核算。

综上，公司投资有关衍生金融资产均履行了内部决策程序。

公司 2023 年 2 月挂牌新三板，公司挂牌前根据三会程序授权执行投资，挂牌后，公司履行披露义务，将授权投资的相关会议决议进行了公告，履行了信息披露义务。

5、应收账款回款情况

你公司报告期末应收账款余额 1.11 亿元，坏账准备 644.81 万元（计提比例 5.84%），1 年以内款项 1.10 亿元。你公司上期末应收账款余额 6,111.16 万元，坏账准备 477.09 万元（计提比例 7.81%），1 年以内款项 5,930.60 万元。报告期因客户上海凡铄智能设备有限公司注销，你公司核销应收货款 77.31 万元。报告期末，你公司按欠款方归集的期末余额前五名应收款合计 9,245.22 万元。

请你公司：

（1）说明报告期末账龄 1 年以内款项较上期大幅增加的原因以及期后回款情况，是否存在期末突击销售或为增加业绩而放宽信用政策的情况；

（2）说明报告期核销应收账款具体情况，包括不限于与该客户发生业务往来的原因、业务发生时间、销售金额、应收款项账龄、客户经营情况、催收措施情况等；

（3）结合上述问题，说明在应收账款余额增加的情况下，坏账计提比例降低的原因及合理性，你公司应收账款坏账计提政策是否合理、计提比例是否充分，是否与同行业公司存在重大差异及判断依据。

【回复】

一、说明报告期末账龄 1 年以内款项较上期大幅增加的原因以及期后回款情况，是否存在期末突击销售或为增加业绩而放宽信用政策的情况；

报告期末账龄 1 年内款项情况如下：

单位：万元

项目	2023 年末	2022 年末	变动率
期末账龄 1 年以内款项	11,047.36	5,930.60	86.28%
营业收入	61,098.24	39,668.65	54.02%
期末账龄 1 年以内款项占营业收入比例	18.08%	14.95%	-

如上表所示，报告期末账龄 1 年以内款项较上期大幅增加，主要系海内外智能驱动升降桌市场需求不断扩容，公司持续开拓市场渠道，同时公司持续对智能驱动升降桌的生产工艺及供应链管理进行优化，产品性能及价格竞争力不断提升，致使本期公司营业收入较去年同期增长 54.02%，由于相关应收款项尚在信用期内，故期末账龄 1 年以内应收款项较上期增加 86.28%。

报告期内，2023 年期末前五大客户及其期后回款情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	期末余额	期后回款
1	客户 C	5,259.79	5,259.79
2	客户 D	1,089.96	1,089.96
3	客户 E	1,242.38	1,242.38
4	客户 G	1,075.73	1,075.73

序号	客户名称	期末余额	期后回款
5	客户 F	577.36	577.36
2023 年应收账款前五大客户合计		9,245.22	9,245.22
2023 年应收账款前五大客户合计金额占比		82.99%	

注：上述期后回款情况截止至 2024 年 6 月 30 日

2023 年年末，公司应收账款前五大客户余额 9,245.22 万元，截止至 2024 年 6 月 30 日，相关应收账款均已全额回款，占报告期末应收账款的比例为 82.99%。

综上所述，公司报告期末账龄 1 年以内款项较上期大幅增加的原因主要系本期营业收入增加，应收款项尚在信用期内所致，相关应收账款期后回款情况良好，报告期内不存在期末突击销售或为增加业绩而放宽信用政策的情况。

二、说明报告期核销应收账款具体情况，包括但不限于与该客户发生业务往来的原因、业务发生时间、销售金额、应收款项账龄、客户经营情况、催收措施情况等；

报告期内核销的应收款项情况如下：

单位：万元

单位名称	应收账款性质	核销金额	核销原因	履行的核销程序	款项是否因关联交易产生
上海凡铄智能设备有限公司	货款	77.31	客户注销	审批	否
南通旭帆机械制造有限公司	货款	12.94	客户注销	审批	否
合计		90.25	-	-	-

上述应收账款核销情况如下：

①上海凡铄智能设备有限公司

名称	上海凡铄智能设备有限公司
统一社会信用代码	91310115MA1K41P439
注册地	中国（上海）自由贸易试验区富特北路 211 号 302 部位 368 室
法定代表人	仇春霞
注册资本	100 万元人民币
成立日期	2018-03-15
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）

名称	上海凡铄智能设备有限公司			
经营范围	智能设备、家具、办公用品、工艺品（象牙及其制品除外）、家用电器、计算机、软件及辅助设备、橡塑制品、金属制品、通讯设备、电子产品、五金交电、日用百货、体育用品的销售，会务服务，商务信息咨询，家具设计，体育赛事活动策划，电脑图文设计、制作，文化艺术交流活动策划、公关活动策划，展览展示服务，电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），从事货物及技术的进出口业务。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】			
合作背景	上海凡铄智能设备有限公司因自身业务，存在支架类及工作台类产品的采购需求，经公开查询并实地了解公司产品，鉴于公司产品在价格及质量等方面均能满足其要求，故二者自 2020 年开始合作。			
年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额（万元）	-	-	100.41	46.33
应收款项账龄	截止至 2023 年 12 月 31 日，公司对其应收账款余额为 77.31 万元，账龄为 1-2 年			
客户经营情况	上海凡铄智能设备有限公司因自身经营问题，已于 2022 年 12 月 2 日注销			
催收措施情况	（1）2022 年度及 2023 年度，公司业务经办人员不定时以电话、上门沟通等方式催办上海凡铄智能设备有限公司内部付款流程；（2）2022 年度开始收紧对其信用政策，要求先偿还旧款后，再予以开展新合作；（3）2023 年公司获知上海凡铄智能设备有限公司已注销，并无法与对方工作人员取得联系，其应收账款已确定无法再行收回，公司于 2023 年 12 月对该笔应收账款进行核销。			

②南通旭帆机械制造有限公司

名称	南通旭帆机械制造有限公司			
统一社会信用代码	91320612MA1X3PP453			
注册地	南通市通州区兴东街道孙李桥村机场路 6 号			
法定代表人	葛红兵			
注册资本	100 万元人民币			
成立日期	2018-08-27			
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）			
经营范围	机械配件、五金产品、日用金属制品、金属家具的制造、销售。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）许可项目:包装装潢印刷品印刷（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准）			
合作背景	南通旭帆机械制造有限公司因自身业务，存在工作台类产品的采购需求，经公开查询并实地了解公司产品，鉴于公司产品在价格及质量等方面均能满足其要求，并具备地理位置优势，故二者自 2021 年开始合作。			
年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售金额（万元）	-	-	11.45	-

名称	南通旭帆机械制造有限公司
应收款项账龄	截止至 2023 年 12 月 31 日，公司对其应收账款余额为 12.94 万元，账龄为 2-3 年
客户经营情况	南通旭帆机械制造有限公司因自身经营问题，已于 2022 年 8 月 27 日注销
催收措施情况	(1)2022 年度及 2023 年度，公司业务经办人员不定时以电话、上门沟通等方式催办南通旭帆机械制造有限公司内部付款流程；(2) 2023 年公司获知南通旭帆机械制造有限公司已注销，并无法与对方工作人员取得联系，其应收账款已确定无法再行收回，公司于 2023 年 12 月对该笔应收账款进行核销。

三、结合上述问题，说明在应收账款余额增加的情况下，坏账计提比例降低的原因及合理性，你公司应收账款坏账计提政策是否合理、计提比例是否充分，是否与同行业公司存在重大差异及判断依据。

(一) 应收账款坏账计提政策及 2023 年坏账计提比例

公司应收账款坏账计提政策为：

(1) 如果有客观证据表明某项应收款项已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该应收款项计提减值准备；

(2) 除单项计提坏账准备的应收款项外，公司依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上确定预期信用损失。2022 年末及 2023 年末坏账计提情况如下：

单位：万元

会计期间	组合	项目	应收账款余额	占比	坏账准备金额	坏账计提比例
2023.12.31	信用风险特征组合： 账龄组合	1 年以内	11,047.36	99.17%	552.37	5.00%
	单项计提组合		92.44	0.83%	92.44	100.00%
	合计		11,139.80	100.00%	644.81	5.84%
2022.12.31	信用风险特征组合： 账龄组合	1 年以内	5,930.60	97.05%	296.53	5.00%
	单项计提组合		180.56	2.95%	180.56	100.00%
	合计		6,111.16	100.00%	477.09	7.81%

如上表所示，公司应收账款坏账计提政策并未发生变化。2023 年应收账款余额增加主要系因本期营业收入增加，应收款项尚在信用期内所致，相关款项账

龄均为 1 年以内，按照预期信用损失率 5.00%计提坏账准备；同时受本期核销前期无法回收应收款项 90.25 万元，该款项于 2022 年度已全额计提坏账准备，故应收账款单项计提组合金额下降 49.98%，在这两项因素的共同作用下，2023 年末应收账款余额增加，但坏账计提比例降低。

（二）同行业公司应收账款坏账政策对比

账龄	本公司	捷昌驱动	凯迪股份	乐歌股份
1 年以内（含 1 年）	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
1 至 2 年	20.00%	20.00%	10.00%	10.00%
2 至 3 年	50.00%	50.00%	30.00%	30.00%
3 至 4 年	100.00%	100.00%	50.00%	50.00%
4 至 5 年	100.00%	100.00%	100.00%	80.00%
5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

数据来源：同行业公司 2023 年年度报告

如上表所示，公司应收账款坏账计提政策及计提比例系结合公司预计信用损失等因素确定，公司坏账损失比例与同行业公司相比不存在重大差异，应收账款坏账计提政策合理、计提比例充分。

（本页无正文，为《关于对南通市久正人体工学股份有限公司的年报问询函的回复》盖章页）

南通市久正人体工学股份有限公司

