

福建盈浩文化创意股份有限公司

《关于对福建盈浩文化创意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挂牌公司管理一部：

福建盈浩文化创意股份有限公司（以下简称“盈浩文创”、“公司”）于 2024 年 7 月 12 日收到贵部下发的《关于对福建盈浩文化创意股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 163 号）（以下简称《问询函》），要求公司就年报中相关事项做出书面说明。公司对有关问题进行了认真分析、核查，现就《问询函》中所涉问题进行逐项说明、解释和回复，具体内容如下：

如无特别说明，本回复的词语或简称与公司《2023 年度报告》“释义”中所定义的词语或简称具有相同的含义。

1、关于境外销售

根据你公司披露的公开转让说明书及 2022 年、2023 年年度报告，你公司产品主要销往境外，最近三年境外销售收入分别为 379,263,690.02 元、415,400,885.29 元、405,846,457.87 元，境外销售收入占比分别为 97.41%、96.99%、98.55%，2023 年境外销售毛利率 49.78%，同比增长 4.89 个百分点。境外销售分为跨境贸易、一般电商两种模式，贸易客户包括欧洲、美洲以及日本、澳大利亚等地区的跨国零售巨头，一般电商为通过线上电商如亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里国际、速卖通等将产品直接销售给终端消费者，你公司 2023 年年度报告列示的前五大客户均为境外商超、百货公司等贸易类客户，对比 2022 年前五大客户存在较大变动。

请你公司：

（1）按照跨境贸易、一般电商两种模式补充披露 2023 年境外业务收入、成本、利润及毛利率情况；

（2）结合业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等说明境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性；

(3) 列示最近两年主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况等，说明公司前五大客户变动较大的原因，以及公司是否具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力；

(4) 结合重要合同签署情况、海关数据、出口退税、汇兑损益等说明境外销售的真实性。

请年审会计师核查并发表明确意见，并说明针对境外收入执行的审计程序及获取的审计证据，具体核查范围及比例、核查手段及核查结论。

【公司回复】

一、按照跨境贸易、一般电商两种模式补充披露 2023 年境外业务收入、成本、利润及毛利率情况

公司境外业务分为一般贸易、跨境电商两种销售模式。2023 年度，公司一般贸易、跨境电商境外收入、成本、利润及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	一般贸易	跨境电商
销售收入	22,866.21	17,718.43
销售成本	15,498.23	4,882.31
销售毛利	7,367.98	12,836.12
毛利率	32.22%	72.45%

由上表可见，2023 年度，公司境外销售下，一般贸易和跨境电商毛利率分别为 32.22%和 72.45%，跨境电商毛利率较高系由于跨境电商平台费用在“销售费用”核算，不体现在“营业成本”中所致。

公司跨境电商业务主要系通过亚马逊等第三方电商平台进行的销售，即公司直接面向境外消费者销售商品。公司跨境电商毛利率虽明显高于公司一般贸易业务板块的毛利率，但公司的跨境电商产品销售毛利需要考虑第三方平台需收取的平台费用，因此跨境电商具有相对较高的毛利率是合理的。跨境电商业务的高毛利率提升了公司整体境外销售业务的毛利率。

假设仅简单将销售费用中跨境电商平台费用模拟计入跨境电商销售成本，2023 年度公司一般贸易、跨境电商境外收入、成本、利润及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	一般贸易	跨境电商
销售收入(a)	22,866.21	17,718.43
销售成本(b)	15,498.23	4,882.31
跨境电商平台费用(c)	/	8,877.11
销售毛利(d=a-b-c)	7,367.98	3,959.01
毛利率(e=d/a)	32.22%	22.34%

综上，因业务模式的不同，公司跨境电商与一般贸易毛利率存在一定差异具有合理性。

二、结合业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等说明境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性

(一) 2022 年度、2023 年度公司业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等变化情况：

1、业务模式及客户结构

公司境外业务模式主要通过传统一般贸易和跨境电商进行产品销售。客户结构上，公司一般贸易销售模式主要合作客户为欧美地区的大型商超、百货公司；跨境电商模式上，公司主要依靠线上电商巨头如亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里巴巴国际等将产品直接销售给终端消费者。

2022 年度、2023 年度公司业务模式及客户结构未发生重大变化，传统一般贸易占境外收入比例分别为 60.28%、56.34%；跨境电商占境外收入比例分别为 39.72%、43.66%。2023 年度一般贸易部分客户将销售策略转向去库存，采购需求减少导致境外收入较 2022 年度下降，高毛利率的跨境电商销售占比提高导致境外销售毛利率整体提高。

2、贸易环境

(1) 海运价格下行

2020-2021 年，受到海外消费高峰引发全球供需失衡的影响，全球海运价格自 2020 年四季度起开始攀升，持续高起的海运价格使得跨境电商行业倍受压力。2022 年以来，海运价格从高点逐步回落，截止至 2023 年 12 月底，中国出口集

装箱运价指数（综合指数）为 909.19 点，较 2022 年最高点降低约 74.66%。海运价格的回落意味着存在跨境电商业务的企业可以获得更具竞争力的运输价格，同时在更充分的运力保障下，经营跨境电商业务的企业可以降低单批次采购备货量以提升库存周转效率，在产品价格竞争力增强的同时，运营成本和运营风险均有所降低。

（2）汇率波动

自 2023 年 1 月以来，人民币出现较大幅度贬值，美元兑人民币汇率从 2023 年期初的 6.9475 攀升至 2023 年期末的 7.0827，人民币贬值在一定程度上提升了我国出口商品的价格竞争力，从而带动出口型公司收入增长。

3、销售区域

2022 年度、2023 年度公司按销售区域分类的境外收入情况如下：

单位：万元

销售区域	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
北美洲	22,194.79	54.69%	20,289.50	48.84%
欧洲	14,737.97	36.31%	17,105.50	41.18%
南美洲	2,800.32	6.90%	2,347.77	5.65%
亚洲	513.70	1.27%	662.83	1.60%
澳洲	270.61	0.67%	1,112.76	2.68%
非洲	67.26	0.17%	21.72	0.05%
合计	40,584.65	100.00%	41,540.09	100.00%

由上表可见，2022 年度、2023 年度公司主要境外销售地区均为北美洲和欧洲地区，北美洲和欧洲销售金额占外销收入的比例合计为 90.02%和 91.00%，基本稳定，销售区域对公司营业收入影响较小。

4、产品类型及成本构成

（1）产品类型

2022 年度、2023 年度公司按产品类型分类的境外收入、成本及毛利率情况如下：

2023 年度：

单位：万元

产品类型	销售收入	销售收入占比	销售成本	毛利率
节日装饰品	29,706.75	73.20%	16,316.84	45.07%
家居工艺品	7,984.83	19.67%	2,814.96	64.75%
创意装饰画	2,893.07	7.13%	1,248.75	56.84%
合计	40,584.65	100.00%	20,380.55	49.78%

2022 年度：

单位：万元

产品类型	销售收入	销售收入占比	销售成本	毛利率
节日装饰品	27,508.75	66.22%	15,597.06	43.30%
家居工艺品	12,284.22	29.57%	6,206.44	49.48%
创意装饰画	1,747.12	4.21%	1,088.69	37.69%
合计	41,540.09	100.00%	22,892.19	44.89%

由上表可见，2022 年度、2023 年度公司境外销售产品类型主要均为节日装饰品和家居工艺品，整体较为稳定。

（2）成本构成

2022 年度、2023 年度公司材料成本及人工成本相对稳定，对公司境外销售毛利率影响较小。2023 年度公司运输成本较 2022 年度降低，系计入合同履行成本的头程物流费用降低，导致 2023 年度境外销售毛利率提高。

（二）说明境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性

2022 年度、2023 年度公司境外收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度
	金额	比上年同期增减 比例/增减百分比	金额
销售收入	40,584.65	-2.30%	41,540.09
销售成本	20,380.55	-10.97%	22,892.19
毛利率	49.78%	4.89%	44.89%

由上表可见，2023 年度境外销售收入较 2022 年度小幅降低 2.30%，毛利率

上升 4.89%。

1、境外收入下降原因及合理性

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占境外收入比重	金额	占境外收入比重
一般贸易销售收入	22,866.21	56.34%	25,041.72	60.28%
跨境电商销售收入	17,718.43	43.66%	16,498.37	39.72%
境外销售收入	40,584.65	100%	41,540.09	100%

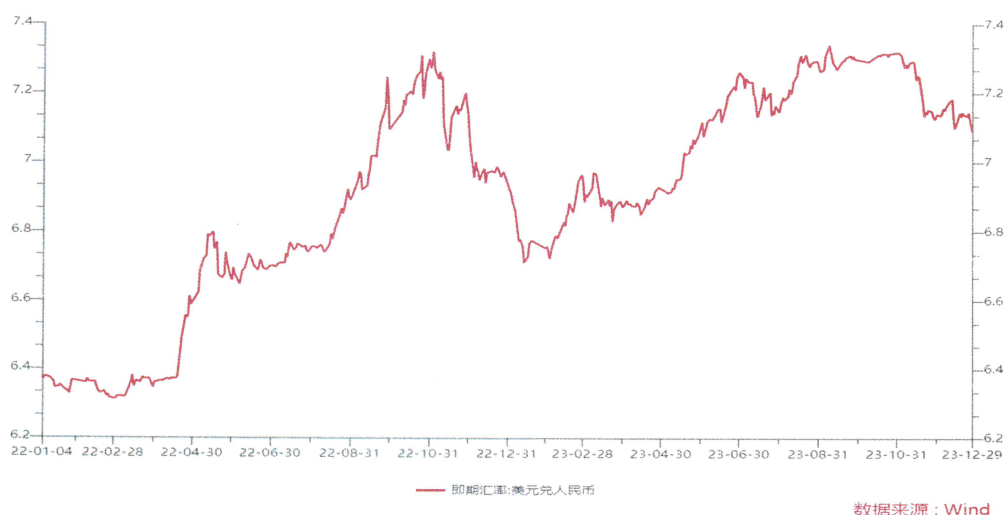
由上表可见，2023 年度境外销售收入较 2022 年度小幅降低 2.30%，主要系 2023 年度一般贸易销售收入下降，在国际贸易疲软、全球经济艰难复苏的背景下，部分一般贸易客户将销售策略转向去库存，公司出口订单不及预期，导致 2023 年度境外收入下降。

2、毛利率增长原因及合理性

2023 年境外销售毛利率 49.78%，同比增长 4.89 个百分点，结合贸易环境、业务模式及客户结构、成本构成具体分析如下：

（1）汇率变动的影响

2023 年人民币贬值是公司当期境外毛利率同比增长的重要原因之一。公司主要销售地区为北美洲和欧洲，以美元结算为主，2023 年度美元兑人民币的汇率较上一年度呈现上升趋势，使得外销产品换算成人民币后价格提高，同时主要付现成本包括原材料、人工成本等并未受到汇率影响。报告期内，美元兑人民币汇率走势如下图所示：

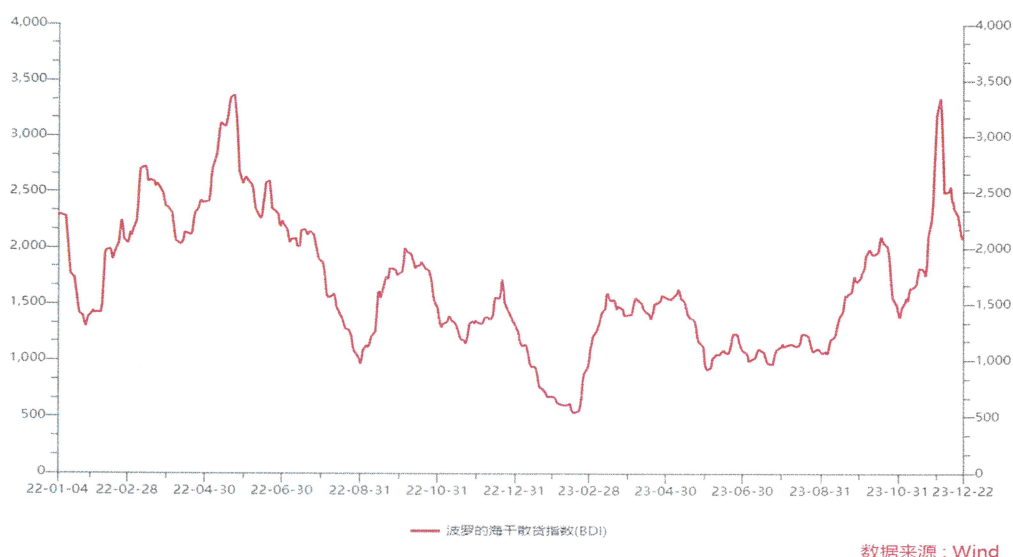


如上图所示，2022 年度，美元兑人民币汇率呈现先升后降趋势，2023 年度美元兑人民币汇率呈现持续上升后维持在高位震荡的走势。

（2）头程物流费用的影响

一般贸易模式下，对外出口采用 FOB 模式，无海运费支出；跨境电商模式下，跨境电商平台的头程物流费用计入合同履约成本，其构成以海运费为主。2022 年度、2023 年度公司原材料及人工成本变动较小，2023 年度海运费下降导致计入营业成本的合同履约成本降低，进而导致公司总体销售毛利率提高。

航运业通常采用相关运价指数反映市场景气程度，目前在国际干散货运输中，主要用 BDI（波罗的海干散货指数）反映整个干散货运输市场的综合运价走势，2022 年至 2023 年 BDI 变化情况如下：



由上表可见，2023 年度干散货运输市场的综合运价低于 2022 年度。

跨境电商模式下，2022 年度、2023 年度头程物流费用占营业收入的比重如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度
跨境电商销售收入	17,718.43	16,498.37
跨境电商头程物流费用	979.56	1,450.85
头程物流费用占销售收入比重	5.53%	8.79%

由上表可见，2022 年度、2023 年度头程物流费用占销售收入比重分别为 8.79%、5.53%，呈下降趋势，头程物流费用下降提高了公司境外销售毛利率。

（3）销售模式结构变动的影响

2022 年度、2023 年度，境外销售下一般贸易、跨境电商销售收入及毛利率情况如下所示：

单位：万元

销售模式	项目	2023 年度		2022 年度
		金额	同比变动	
境外	销售收入	40,584.65	-955.44	41,540.09
	销售毛利率	49.78%	4.89%	44.89%
其中：一般贸易	销售收入	22,866.21	-2,175.51	25,041.72
	占境外收入比重	56.34%	-3.94%	60.28%
	毛利率	32.22%	1.89%	30.33%
其中：跨境电商	销售收入	17,718.43	1,220.06	16,498.37
	占境外收入比重	43.66%	3.94%	39.72%
	毛利率	72.45%	5.46%	66.99%

如上表所示，2023 年度一般贸易的销售收入较 2022 年度下降 2,175.51 万元、跨境电商的销售收入较 2022 年度增长 1,220.06 万元，一般贸易的毛利率较低，而跨境电商的毛利率较高。2023 年度，在公司总体收入下降的情况下，高毛利率的跨境电商销售占比提高导致境外销售毛利率整体提高。

综上，2023 年度一般贸易部分客户将销售策略转向去库存，采购需求减少

导致境外收入较 2022 年度下降；2023 年度毛利率较 2022 年度增长主要系汇率波动、头程物流费用及销售模式结构变动的影响。

三、列示最近两年主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况等，说明公司前五大客户变动较大的原因，以及公司是否具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力；

（一）最近两年公司主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况：

2023 年度：

序号	客户名称	拓展方式	合作年限	销售额（万元）
1	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	广交会	3 年	2,448.05
2	Abf Overseas Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	2,410.70
3	JUMBO S.A.	法兰克福礼品展	18 年	1,969.40
4	COPPEL CORPORATION	广交会	10 年	1,658.67
5	SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS	广交会	14 年	953.07

2022 年度：

序号	客户名称	拓展方式	合作年限	销售额（万元）
1	Abf Overseas Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	5,684.50
2	JUMBO S.A.	法兰克福礼品展	18 年	1,167.88
3	Woolworths Group Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	1,065.19
4	Obi Group	广交会	12 年	911.49
5	Sainsburys Supermarkets Ltd	广交会	14 年	788.76

注：合作年限均为截至 2023 年末合作年限。

（二）公司前五大客户变动较大的原因

由上表可见，最近两年公司主要客户 Abf Overseas Limited、JUMBO S.A.保持稳定，剩余主要客户变动情况及原因如下：

客户名称	2023 年销售额排名	2022 年销售额排名
TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	1	16
COPPEL CORPORATION	4	/
SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS	5	7
Woolworths Group Limited	64	3
Obi Group	17	4
Sainsburys Supermarkets Ltd	6	5

客户 TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V 2023 年度销售额较 2022 年度大幅增长，主要系墨西哥市场增长势头迅猛，公司通过定制化开发大量符合客户需求的产品，取得较大额的节日装饰品订单；

客户 COPPEL CORPORATION 为公司阿里国际平台客户，2022 年度公司将其认定为跨境电商终端消费者，未披露于前五大客户，2023 年度根据重要性将其认定为前五大客户。2022 年度、2023 年度客户 COPPEL CORPORATION 全口径销售额分别为 1,927.28 万元、1,658.67 万元，均为最近两年主要客户；

客户 SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS 和 Sainsburys Supermarkets Ltd 销售额年度间有所波动，总体较为稳定；

客户 Woolworths Group Limited 和 Obi Group 2023 年度库存压力较大，其将销售策略转向去库存，导致采购需求减少，公司的销售订单也相应减少。

（三）公司具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力

公司是国内最早一批从事文创工艺美术品行业的企业之一，自成立以来，公司凭借融入独特中国传统文化的创新产品设计、严苛的供应链管理体系和“一切以用户体验为本”的客户服务理念，辅以先进的智能生产流水线和精细化的数字化管理系统，通过技术研发和产品设计，不断完善产品线，建立了完善的销售、采购、研发设计体系。公司逐步成长为国内文创工艺美术品领域具有较强竞争优势和福建区域较大影响力的企业之一。公司核心产品之一“圣诞球”系列市场占有率行业领先，是国内排名领先的生产和出口企业之一。公司具有较强的创意、研发、设计能力，满足客户个性化需求。经过多年累积，公司拥有丰富的核心技术、专利、著作权及商标，生产工艺流程和产品创新研发设计不断提高，能够适

应客户需求。公司拥有众多文创工艺美术品行业从业多年的资深设计人员，凭借过往丰富的文创工艺美术品设计实践经验，团队能够紧跟下游产品的迭代更新，通过海外市场实地考察，深入调研目标市场，洞察客户的深层次需求，紧跟欧美文创工艺美术行业发展趋势，结合消费者偏好、消费习惯和售后反馈，持续打磨产品精度，输出高质量创意设计，并不断拓展全场景产品品类，为全球消费者提供更优质的产品和服务。

公司销售渠道覆盖面广，通过积极参与行业展会以及老客户推荐等渠道开拓客户，并运用电商平台拓展全球新业务，同时在节日装饰品的基础上，大力发展家居工艺品和创意装饰画，丰富产品品类和使用场景，以适应客户的多种需求，为公司业务规模培育新的增长点，具备持续开拓市场的能力。

公司通过二十年的全球市场开拓，拥有覆盖全球的销售渠道，与来自全球 80 多个国家的 150 多位客户建立了长期稳定战略合作关系，合作时间超过十五年的占比高达 80%。客户以欧洲、美洲的跨国零售巨头为主，包括 PRIMARK、JUMBO、Sainsbury's、M&S、LIDL & KAUFLAND、AUCHAN、BJS、SODIMAC、UNIMARC 等。作为行业领先的头部企业，公司是上述客户的优质供应商和战略合作伙伴，长期稳定为客户创造价值，实现合作共赢。覆盖全球的市场销售网络，使公司能够将产品迅速销往各个市场，并不断扩大贸易规模。此外公司运用电商平台新渠道拓展全球新业务，自 2016 年以来在亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里国际和速卖通等四大跨境电商平台经营节日装饰品、家居工艺品和创意装饰画等三大类目，在品牌建设方面，公司定位于全球互联网文创工艺美术品品牌商，旗下拥有 ValeryMadelyn、Teresa's Collections、ArtbyHannah、Victor and Teresa、Décor by Hannah 五大自主品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的文创工艺美术品品牌之列。公司产品已在欧美等多地市场获得了消费者的青睐和认可，多款产品常年位列亚马逊等第三方电商平台畅销榜前列。其中 ValeryMadelyn、Teresa's Collection、ArtbyHannah 是亚马逊平台“十大推荐品牌”，品牌旗下众多链接获得“亚马逊精选”标签。

综上，公司前五大客户变动主要系市场需求变化及客户销售策略调整所致，公司具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力。

四、结合重要合同签署情况、海关数据、出口退税、汇兑损益等说明境外销售的真实性。

(一) 重要合同签署情况

公司境外销售模式分为一般贸易和跨境电商。其中公司与一般贸易客户主要系采用单笔订单式合同进行销售，在订单中对合同标的、合同金额及结算方式等主要条款进行约定；公司与跨境电商客户系客户在第三方电商平台自主下单并进行销售。以单笔订单金额前十大为标准，2023 年度，公司与客户签署的重要订单情况如下：

序号	客户名称	合同类型	合同/订单编号	合同标的	合同价款	结算方式	签订日期	履行情况
1	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG 9721-I	节日装饰品	USD 1,626,308.64	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
2	AUCHAN RUSSIA - LLC AUCHAN	订单	1281	节日装饰品	CNY 4,616,116.32	T/T 20% DEPOSIT AND T/T 60 DAYS FOR 80% OF THE VALUE	2023/3/29	履行完毕
3	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG 9723-I	节日装饰品	USD 697,638.82	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
4	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG 9727-I	节日装饰品	USD 684,571.92	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
5	FIZZ CREATION S LTD	订单	19873	节日装饰品	USD 608,815.16	OA 30 DAYS	2023/4/21	履行完毕
6	JUMBO S.A.	订单	1B23EG 7415	节日装饰品	USD 564,512.72	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/16	履行完毕

序号	客户名称	合同类型	合同/订单编号	合同标的	合同价款	结算方式	签订日期	履行情况
7	JUMBO S.A.	订单	1B23EG 7416	节日装饰品	USD 535,711.72	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3 /16	履行完毕
8	JUMBO S.A.	订单	1B23EG 7411	节日装饰品	USD 404,073.56	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3 /3	履行完毕
9	JUMBO S.A.	订单	1B23EG 7412	节日装饰品	USD 375,963.56	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3 /3	履行完毕
10	VAN CRANENB ROEK ELC BV	订单	81738	节日装饰品	USD 347,552.40	T/T 30% DEPOSIT, BALANCE AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3 /7	履行完毕

（二）海关数据

跨境电商模式下，公司与亚马逊采用 FBA 合作模式，公司需将产品运送至其海外仓库方可上架销售，而公司当期出口报关商品并未于当期实现完全销售。因此跨境电商模式下，销售收入与海关数据不存在匹配关系。

一般贸易模式下，根据中国电子口岸系统的出口数据，公司 2023 年度确认的境外销售收入与海关数据的匹配情况如下：

单位：万元

项目	金额
出口报关的海关数据	22,868.25
一般贸易收入	22,866.21
差异	2.04

由上表可见，出口报关的海关数据与一般贸易收入差异较小，差异主要系报关后发生销售退回，冲减收入所致，总体未见异常。

（三）出口退税

母公司盈浩文创作作为具有生产能力的出口企业，适用生产企业的“免、抵、退税”政策，子公司则适用外贸企业适用“免、退税”政策，因此母公司盈浩文创的申报出口退税额与其境外收入相匹配、子公司的申报出口退税额与其出口货物的出口成本相匹配。2023 年度，出口退税核对情况如下：

1、母公司盈浩文创的出口退税与收入匹配情况

单位：万元

项目	金额
本期出口退税金额(a)	1,053.37
本期免抵税额(b)	1,690.54
本期免抵退税额(c=a+b)	2,743.91
减：上期确认收入本期申报退税(d)	857.64
加：本期确认收入下期申报退税(e)	1,039.09
减：不享受出口退税(f)	0.47
本期应收出口免抵退税金额(g=c-d+e-f)	2,924.88
本期出口报关的外销金额(h)	22,506.29
本期确认的外销收入	20,844.36
测算出口退税率(i=g/h)	13.00%
实际出口退税率	13.00%

备注：报关的外销金额与本期确认的外销收入金额差异，主要系跨境电商导致的当期出口商品未于当期实现全部销售所致。

2、子公司的出口退税与成本匹配情况

单位：万元

项目	金额
本期申报出口退税金额(a)	971.40
减：上期确认收入本期申报退税(b)	28.22
加：本期确认收入下期申报退税(c)	25.93
减：不享受出口退税(d)	0.00
本期应收出口免退税金额(e=a-b+c-d)	969.11
本期出口报关的外销金额(f)	21,212.85

项目	金额
本期确认的外销收入	19,740.29
子公司报关成本金额(g)	7,454.71
子公司成本金额	8,258.01
出口退税额占外销金额比例(h=e/f)	4.57%
出口退税额占出口成本比例(i=e/g)	13.00%
实际出口退税率	13.00%

备注：报关的外销金额与本期确认的外销收入金额差异，主要系跨境电商导致的当期出口商品未于当期实现全部销售所致。

公司通常在单证收集齐全后申报出口退税，由于申报时间与收入确认时点不完全一致，账面境外收入金额与出口退税申报金额归集口径存在时间性差异。将时间性差异的影响调整后，作为生产企业的母公司盈浩文创免抵退税额占境外收入的比例为 13.00%；作为外贸企业的子公司申报出口退税额占出口成本的比例为 13.00%，公司申报出口退税与适用的退税率之间具有匹配性。

（四）汇兑损益

公司境外收入以美元结算为主，2023 年度汇兑损益与境外收入、美元兑人民币汇率的关系如下：

单位：万元

项目	金额
汇兑损益（收益以“-”号列示）	-355.60
境外销售收入	40,584.65
汇兑损益占境外销售收入比例	-0.88%
美元兑人民币期初汇率	6.9475
美元兑人民币期末汇率	7.0827
美元汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	1.95%

由上表可见，2023 年度美元兑人民币汇率期末较期初呈现上升趋势，美元兑人民币汇率呈现持续上升后维持在高位震荡的走势，汇兑损益金额与美元汇率波动趋势一致，汇兑损益与公司境外销售规模及美元汇率变动趋势相匹配。

综上，公司境外销售与客户签署了销售订单，履行出口报关程序并申请出口退税，境外销售产生的汇兑损益与境外销售规模及美元汇率变动趋势相匹配，境

外销售具有真实性。

2、关于销售费用

你公司 2023 年发生销售费用 112,307,227.42 元，同比增长 7.20%，其中电商平台费用 89,382,486.81 元，占销售费用的 79.59%，同比增长 10.68%。

请你公司：

（1）补充列示平台费用明细构成（交易佣金、仓储物流费、推广费等），说明平台费用归集及核算是否准确、完整；

（2）结合主要合作电商平台的收费标准、结算方式、折扣返利、销售退回等情况，分析平台费用与电商业务收入变动趋势的匹配性。

【公司回复】

一、补充列示平台费用明细构成（交易佣金、仓储物流费、推广费等），说明平台费用归集及核算是否准确、完整；

2023 年度，公司平台费用主要由配送费、佣金、广告费、仓储费等构成，具体如下：

单位：万元

平台费用项目	2023 年金额	占比
配送费	4,029.76	45.08%
佣金	2,455.72	27.47%
广告费	1,340.52	15.00%
仓储费	746.85	8.36%
其他费用	365.40	4.09%
合计	8,938.25	100.00%

电商平台费用系各电商平台根据交易规则，每月从客户的回款中直接扣除相关费用，公司每月根据各电商平台提供的账单入账，直接扣除的费用计入销售费用-电商平台费用核算，公司平台费用归集及核算准确、完整。

二、结合主要合作电商平台的收费标准、结算方式、折扣返利、销售退回等情况，分析平台费用与电商业务收入变动趋势的匹配性。

1、公司 2023 年度平台费用整体呈上升趋势，与电商业务收入增长趋势保持一致，具备匹配性。

2023 年度，公司平台费用较同期上涨 10.68%，电商业务收入较同期上涨 5.46%，均呈上涨趋势，具备匹配性。具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动
平台费用	8,938.25	8,075.58	10.68%
电商业务收入	17,838.69	16,915.37	5.46%
平台费用占电商业务收入比重	50.11%	47.74%	

2、公司 2023 年度平台费用涨幅高于电商业务收入，系受主要电商平台亚马逊收费标准提高、公司加大广告投入所致，与结算方式、折扣返利、销售退回等情况相关性较小，平台费用与电商业务收入变动趋势具有匹配性。

单位：万元

项目	2023 年金额	占电商业务收入比例	2022 年金额	占电商业务收入比例
配送费	4,029.76	22.59%	3,357.86	19.85%
佣金	2,455.72	13.77%	2,279.66	13.48%
广告费	1,340.52	7.51%	1,052.77	6.22%
仓储费	746.85	4.19%	857.35	5.07%
其他费用	365.40	2.05%	527.95	3.12%
平台费用合计	8,938.25	50.11%	8,075.58	47.74%
电商业务收入	17,838.69		16,915.37	

公司 2023 年度 80%以上的电商业务收入来自于亚马逊平台，故公司结合亚马逊平台的收费标准、结算方式、折扣返利、销售退回等情况，分析平台费用与电商业务收入变动趋势的匹配性，具体分析如下：

①收费标准，2023 年度亚马逊平台各项收费标准均不同程度提高。

亚马逊平台在 2023 年对其收费标准进行了一系列调整，这些调整涉及配送费、仓储费用、广告费等多个方面。具体如下：

类 目	具体规定	对公司的影响
配 送 费	从 2023 年 1 月 17 日起, 调整了标准物流配送费用, 平均每件商品提高 0.22 美元, 同时引入了更精细的重量细分等级。	2023 年度平台配送费占电商业务收入比重 22.59%, 较 2022 年度 19.85%有所提升
佣 金	保持不变。为每件销售出去的商品支付的佣金, 公司适用的费率为 15%	2023 年度公司佣金占电商业务收入比例为 13.77%, 2022 年度公司佣金占电商业务收入比例为 13.48%, 佣金比例变动不大。
仓 储 类 费 用	仓储费用: 月度仓储费用的调整从 2023 年 2 月 1 日开始生效, 非销售旺季 (1 月至 9 月) 的标准尺寸商品和大件商品的月度库存仓储费分别提高了 0.04 美元和 0.03 美元每立方英尺。而销售旺季 (10 月至 12 月) 的大件商品的月度库存仓储费每立方英尺将提高 0.20 美元。仓储利用率附加费: 从 2023 年 4 月 1 日开始, 根据亚马逊的规定, 亚马逊对仓储利用率超过 26 周的卖家将收取仓储利用率附加费, 26-39 周的附加费率为每立方英尺 0.69 美元, 超过 39 周的附加费率为每立方英尺 0.94 美元。超龄库存附加费: 从 2023 年 4 月 15 日开始, 亚马逊对库龄在 271-365 天之间的库存提高附加费, 并对库龄在 180-270 天之间的库存征收超龄库存附加费附加费用每月评估一次, 通常在每月的 15 日进行计算, 并在当月的 18 日到 22 日之间收取。	2023 年度公司仓储类费用下降 110.50 万元, 同比下降 12.89%。主要系公司为应对费用的调整政策, 从库存管理策略上进行调整, 以降低仓储费用对公司成本的影响。2022 年度, 公司为应对海运费上涨, 提前备货, 导致库存积压, 加收超期仓储费, 因此 2022 年度仓储类费用较高。2023 年度, 公司在年初加大广告投放, 快速销售往期库存产品, 降低仓储费用, 2023 年当年库存产品按需进仓, 不再积压库存, 因此仓储类费用较 2022 年显著下降。
广 告 费 用	2023 年亚马逊平台广告竞争激烈, 广告成本提升。以公司电商平台销售旺季广告成本为例, 2022 年 9 月-12 月广告单次点击平均成本为 0.39 美金, 2023 年 9-12 月广告单次点击平均成本为 0.42 美金, 单次点击成本增长 7.7%。	公司实施长期品牌战略, 为吸引新客户, 提高店铺粉丝量, 加大广告投入。2022 年 9 月-12 月“品牌新买家”销量 19,023, “品牌新买家”销量占比 12.44%2023 年 9 月-12 月“品牌新买家”销量 1,119,787, “品牌新买家”销量占比 47.95%。

②) 结算方式, 亚马逊平台结算方式未发生变动。

境外客户通过亚马逊平台下单并支付本国货币至亚马逊平台, 公司接到下单后从境外亚马逊仓库直接发货给客户, 每隔一定时间 (一般为 14 天) 亚马逊将收取的本币支付至公司在境内依法开立的银行账户, 公司收到外汇后, 根据外汇

汇率及业务资金的需要进行结汇。

③折扣返利，亚马逊平台无折扣返利政策。

④销售退回，2023 年公司主要电商平台亚马逊销售退回金额 263.11 万元，占电商平台收入 1.47%；2022 年销售退回金额 198.85 万元，占电商平台收入 1.18%；公司 2023 年度较 2022 年度销售退回金额变动幅度较小，对公司平台费用无重大影响。

综上，公司 2023 年度平台费用随着电商业务收入规模的提升而提高，平台费用涨幅高于电商业务收入，系受主要电商平台亚马逊收费标准提高、公司加大广告投入所致，与结算方式、折扣返利、销售退回等情况相关性较小，平台费用与电商业务收入变动趋势具有匹配性。

3、关于会计差错更正

你公司对 2021 年、2022 年财务报表进行差错更正，涉及成本费用归集、预估销售退回等，其中因头程物流费用由销售费用调整至合同履约成本，分别调减 2021 年、2022 年销售费用 16,209,117.23 元、16,421,369.76 元。请你公司：

（1）逐项说明会计差错更正事项的发生原因及调整依据，公司财务核算相关内部控制制度是否健全有效，以及为保证财务核算规范所采取的整改措施；

（2）结合主要电商平台销售协议、物流配送模式、费用分摊方式、控制权转移节点及可比公司情况、会计准则相关规定等，说明将头程物流费用调整至合同履约成本的合理性。

【公司回复】

一、逐项说明会计差错更正事项的发生原因及调整依据，公司财务核算相关内部控制制度是否健全有效，以及为保证财务核算规范所采取的整改措施；

（一）会计差错更正事项的发生原因及调整依据

公司为了提高财务信息准确性和可靠性而进行会计差错更正，调整依据公司业务经营实质和最新的会计处理规定，会计差错更正具有合理性。

（1）头程物流费用调整

证监会 2021 年 11 月 2 日发布了《监管规则适用指引——会计类第 2 号》，规定“对于与履行客户合同无关的运输费用，若运输费用属于使存货达到目前场所和状态的必要支出，形成了预期会给公司带来经济利益的资源时，运输费用应当计入存货成本，否则应计入期间费用。”

结合公司实际情况，公司跨境电商产品头程运输中将国内存货运输至海外亚马逊 FBA 仓。彼时线上客户还未下单，商品仍处于存货状态，而运输的目的是为了能够实现更为便捷的销售，系使存货达到可销售状态的必要支出，预期将为公司带来经济利益。因此，将跨境电商运输费用计入存货成本符合证监会关于运输费用会计处理的监管规定。

公司因此对头程物流费用进行会计差错更正，对存货、营业成本、销售费用等报表项目，以及对应的现金流量表项目予以追溯调整，具体如下：

单位：万元

报表项目	调整金额	
	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年 度
存货	336.45	355.14
营业成本	1,660.83	1,369.25
销售费用	-1,642.14	-1,620.91
购买商品、接受劳务支付的现金	1,642.14	1,620.91
支付其他与经营活动有关的现金	-1,642.14	-1,620.91

（2）附有销售退回条款销售的调整

《公司会计准则第 14 号——收入》第三十二条规定，对于附有销售退回条款的销售，公司应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额(即，不包含预期因销售退回将退还的金额)确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本(包括退回商品的价值减损)后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。

公司此前未对跨境电商模式下的退货情况预估销售退回率，不符合《公司会计准则第 14 号——收入》的规定，为提高财务信息的准确性和可靠性，故对附

有销售退回条款销售进行会计差错更正,对营业收入、营业成本、其他流动负债、其他流动资产等报表项目予以追溯调整,具体如下:

单位: 万元

报表项目	调整金额	
	2022 年 12 月 31 日/2022 年度	2021 年 12 月 31 日/2021 年度
其他流动资产	61.81	42.86
其他流动负债	198.85	156.72
营业收入	-42.14	-106.80
营业成本	-18.96	-29.07

(3) 股份支付调整

公司对以前年度的员工持股平台份额转让记录梳理后发现,2022 年度发生 5 笔平台内的股权转让事项,转让价格 3.60 元/股,低于同期外部投资者增资的价格 8.37 元/股,根据《公司会计准则第 11 号—股份支付》的相关规定,上述股权转让事项构成以权益结算的股份支付,应当以授予日前后外部投资者增资的价格作为权益工具的公允价值,与转让价格之间的差额在等待期内计入相关成本或费用。

公司未按照股份支付的规定对上述股权转让事项进行会计处理,为提高财务信息的准确性和可靠性,对销售费用、管理费用、研发费用、资本公积等报表项目予以追溯调整,具体如下:

单位: 万元

报表项目	调整金额
	2022 年 12 月 31 日/2022 年度
销售费用	2.86
管理费用	3.82
研发费用	5.87
资本公积	12.55

(4) 跨境电商业务收入调整

公司主要在亚马逊平台开展跨境电商业务,直接面向终端消费者销售产品。核对以前年度财务数据与亚马逊平台结算明细数据后发现,存在财务数据与业务数据不一致的情况,营业收入与财务费用-汇兑损益在核算过程中出现科目串户

的情况。公司复核了平台结算明细数据，并据此调整财务数据。对营业收入、财务费用等报表项目，以及对应的现金流量表项目予以追溯调整，具体如下：

单位：万元

报表项目	调整金额
	2021 年度
营业收入	208.85
财务费用	208.85
销售商品、提供劳务收到的现金	208.85
汇率变动对现金及现金等价物的影响	-208.85

（5）研发费用调整

公司对以前年度的研发材料出入库记录等资料梳理后发现，2021 年度、2022 年度存在部分研发费用归集的材料成本与应当计入营业成本的生产领料混同的情况，为提高财务信息的准确性，对研发费用、营业成本等报表项目予以追溯调整，并据此调减研发费用税前加计扣除的金额，具体如下：

单位：万元

报表项目	调整金额	
	2022 年度	2021 年度
营业成本	10.96	5.10
研发费用	-10.96	-5.10

（6）供应链票据列报调整

公司通过建信融通平台开具供应链票据用于支付供应商采购货款，截止 2022 年 12 月 31 日，供应链融资期末余额为 4,970.84 万元，由于供应商的合同义务已经终止，应当对资金提供方确认一项新的负债，在报表列示为其他流动负债。

上述供应链融资期末余额中，301.00 万元仍列报为应付账款。公司据此对应付账款、其他流动负债等报表项目予以追溯调整，具体如下：

单位：万元

报表项目	调整金额
	2022 年 12 月 31 日
应付账款	-301.00

报表项目	调整金额
	2022 年 12 月 31 日
其他流动负债	301.00

(7) 递延所得税资产和递延所得税负债列报调整

公司自查发现，2022 年度拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税资产和递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关，应当按照准公司会计准则的相关规定以抵销后的净额列报，财务报表按照全额列报。因此对递延所得税资产、递延所得税负债等报表项目予以追溯调整，具体如下：

单位：万元

报表项目	调整金额
	2022 年 12 月 31 日
递延所得税资产	-5.61
递延所得税负债	-5.61

(8) 基于上述事项调整

基于上述（1）至（7）项会计差错更正事项，公司对 2022 年度和 2021 年度财务报表中的递延所得税资产、应交税费、盈余公积、未分配利润、所得税费用等项目进行了相应的调整。

综上，公司为了提高财务信息准确性和可靠性而进行会计差错更正，调整依据公司业务经营实质和最新的会计处理规定，会计差错更正具有合理性。

(二) 公司财务核算相关内部控制制度健全有效

报告期内，公司对 2021 年度以及 2022 年度财务报表会计差错事项进行更正，更正主要为使公司会计核算更准确、合理，使财务报表更符合谨慎性原则，对公司实际经营状况的反映更为准确。会计差错更正履行了相关决策程序，会计师亦出具了专项说明。

根据《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》第十一条规定：前期差错，是指由于没有运用或错误运用下列两种信息，而对前期财务报表造成省略或错报：（1）编报前期财务报表时预期能够取得并加以考虑的可靠信息；（2）前期财务报告批准报出时能够取得的可靠信息。前期差错通

常包括计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实以及舞弊产生的影响以及存货、固定资产盘盈等；第十二条规定：企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，但确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。公司基于谨慎性和一贯性原则，对相关报表科目进行追溯调整符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》第十一条和第十二条的规定，即公司上述事项属于重要前期差错，应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，具有合理性。公司会计差错更正事项已经董事会、监事会、股东大会审议，更正后的财务数据能够更加客观、公允地反映公司财务状况和经营成果，有助于公司进一步规范财务报表列报，提升会计信息质量。公司已履行必要的决策程序，决策程序符合相关法律法规及公司章程的规定。公司针对前期会计差错更正涉及的问题进行整改，财务会计基础工作更加规范，内控制度更加完善。

综上，公司报告期内的会计差错更正事项系中介机构在辅导公司整改规范过程中，按照企业会计准则规定对公司管理层财务报表进行各项调整所致。差错更正前，公司财务人员对企业会计准则、应用和解释的理解不到位，导致会计差错更正前相关会计处理不符合企业会计准则要求；差错更正后，公司相关会计处理符合企业会计准则的要求。公司不存在会计基础不规范、内控不健全的情形。公司在 2023 年度下半年起逐步进行规范整改，并非审计疏漏、滥用会计政策或者会计估计以及恶意隐瞒或舞弊行为，更正影响比例较小，不构成重大会计差错更正。

（三）公司为保证财务核算规范所采取的整改措施

（1）ERP 系统上线：2023 年度以来，公司从业务到财务进行 ERP 系统全面上线，规范了财务核算权责发生制的配比原则，通过信息化手段确保财务核算管理得到有效落实。

（2）加强财务核算内审制度：成立公司财务审计核算组，每月出具财务报表后财务审计核算组针对财务分析报告各项指标进行穿透审查，让财务核算更加精准有效。

（3）优化财务内部组织架构梳理财务工作职责：公司财务对财务组织架构进行进一步优化，收入、成本、费用及总账成立独立管理部门，从业务单据审核--凭证编制--凭证审核--总账复核--编制报表各个环节形成完整的财务核算体系。

（4）加强财务队伍建设

为提高财务人员专业素质和能力，公司层面为财务人员购买学习课程，组织财务人员通过网校、参加专业讲座等形式学习财务专业方面的课程。同时加强对新会计准则的应用和理解，如新金融工具准则、新租赁准则等，在新会计准则首次实施前，组织人员进行专门的培训，确保公司账务处理符合企业会计准则的要求。

（5）完善相关制度

针对辅导过程中发现的主要问题，公司已制定了相关的内部控制制度，组织董事、监事、高级管理人员及相关部门人员进行内部控制制度的学习，不断提高公司规范运作能力和水平，在公司的实际经营中贯彻内部控制制度的执行，确保内控制度执行有效。

二、结合主要电商平台销售协议、物流配送模式、费用分摊方式、控制权转移节点及可比公司情况、会计准则相关规定等，说明将头程物流费用调整至合同履行成本的合理性。

2023 年度，公司 80%以上的电商业务收入来自于亚马逊平台，因此，公司结合亚马逊平台的销售协议等情况予以说明。

（一）平台销售协议

公司的主要电商平台为亚马逊，销售协议情况如下：

约定内容	具体条款内容
卖家注册	卖家需要注册亚马逊卖家账户，并提供相关信息，如公司名称、联系方式、银行账户等
产品清单	卖家需要创建产品清单，包括产品标题、描述、图片、价格等信息。亚马逊要求清单必须准确、详细、清晰，并符合亚马逊的规定。
订单处理	卖家需要及时处理订单，包括确认订单、发货、提供跟踪信息等。亚马逊要求卖家在规定的时间内处理订单，以确保买家的满意度。
付款和费用	卖家需要支付亚马逊的销售费用，包括佣金、月度订阅费、存储费等。亚马逊会根据卖家的销售业绩和费用结构进行调整。
运输与物流配送	亚马逊物流配送费用是指向买家配送在亚马逊商城购买的商品而按件收取的费用，每件商品的配送费用包括订单分拣和包装费、运输和搬运费、客户服务费等。费用取决于商品的重量和尺寸。发货重量的计算依据是商品的商品重量或体积重量。

约定内容	具体条款内容
退货和退款	卖家需要处理买家的退货和退款请求，并遵守亚马逊的退货政策。亚马逊要求卖家在规定的时间内处理退货和退款，以确保买家的满意度。
知识产权	卖家需要遵守亚马逊的知识产权政策，不得销售侵犯他人知识产权的产品。亚马逊会对卖家的产品进行审核，并在发现侵权行为时采取相应的措施。
协议变更	亚马逊有权随时修改销售协议，卖家需要及时关注协议的变更，并遵守新的协议条款。
争议解决	卖家和亚马逊之间的争议可以通过亚马逊的争议解决机制解决，包括仲裁和诉讼。

公司与亚马逊平台的销售协议主要包括卖家注册、产品清单、订单处理、付款和费用、运输与物流配送、退货和退款、知识产权、协议变更、争议解决等条款内容。针对运输与物流配送，公司需自行委托运输供应商将产品发货至海外的亚马逊仓库，而亚马逊物流配送费用是指向买家配送在亚马逊商城购买的商品而按件收取的费用，每件商品的配送费用包括订单分拣和包装费、运输和搬运费、客户服务费等，费用取决于商品的重量和尺寸，发货重量的计算依据是商品的重量或体积重量。

（二）物流配送模式

公司经营亚马逊跨境电商业务，物流配送模式为亚马逊物流配送（FBA）模式，包括头程物流和尾程物流，二者具有明显的差异。具体如下：

头程物流，系公司从国内将产品报关出口，发货至海外的亚马逊仓库阶段的物流。头程物流产生的物流费用主要包括国内拖车费、港杂费和海运费等，由公司与供应商自行结算。

尾程物流，系公司将商品存储在亚马逊的仓库中，客户在亚马逊平台下单后，亚马逊平台负责拣货、包装和配送阶段的物流。该阶段产生的费用主要包括订单分拣和包装费、运输和搬运费、客户服务费等，在订单完成后由亚马逊平台从收入金额中进行费用扣减。

（三）费用分摊方式

公司经营亚马逊跨境电商业务，头程物流费用与尾程物流费用的分摊方式明确可区分，具体如下：

1、头程物流费用分摊方式

公司在存货科目下设专门的二级科目，用于归集所有与产品相关的头程物流费用，包括国内拖车费、港杂费和海运费等。待产品在亚马逊平台实现销售后，按照产品的单位体积作为分摊基础，将头程物流费用结转至主营业务成本。

2、尾程物流费用分摊方式

根据亚马逊平台交易规则，亚马逊每月从客户的逐笔订单回款中直接扣除物流配送费用。公司每月根据亚马逊平台提供的账单入账，将亚马逊平台直接扣除的尾程物流费用计入销售费用—电商平台费用—配送费核算。

（四）存放在亚马逊仓库产品的控制权转移节点

在跨境电商模式下，客户通过公司亚马逊经营的网店下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由亚马逊平台指定的物流公司将商品配送交付予客户。亚马逊平台定期会向公司出具结算单，公司根据结算单中的产品发货时间作为控制权转移节点，并据此确认收入。

头程物流费用系公司从国内将产品报关出口，发货至海外的亚马逊仓库而产生的物流费用或运输费用，包括国内拖车费、港杂费和海运费等，均发生于产品的控制权转移节点之前，公司将头程物流费用作为存货的采购成本，计入存货成本核算，在产品的控制权转移时，确认营业收入并同时结转营业成本。

综上，头程物流费用发生在产品控制权转移节点之前，将其调整至合同履约成本具备合理性。

（五）可比公司对头程物流费用的会计处理

公司选取的可比公司均系从事跨境电商业务的上市公司，可比公司均将头程物流费用认定为合同履约成本，通过存货成本进行核算，与公司的会计处理一致。具体如下：

可比公司	运费的会计处理
安 克 创 新 (300866.SZ)	运费系公司采购货物发送至境内外仓库或线下客户的物流费用。安克创新根据财政部于 2021 年 11 月 2 日发布的《公司会计准则实施问答》，对于在商品控制权转移之前，为履行合同而发生的运输成本，安克创新将其作为合同履约成本，并在利润表“营业成本”项目中列示，不再列示于“销售费用”。因此安克创新将运费作为合同履约成本在利润表“营业成本”项目中列示。

可比公司	运费的会计处理
致欧科技 (301376.SZ)	通过海运的方式将产品运抵至位于欧洲、北美及日本的自营仓、平台仓或第三方合作仓，海运费指境内港口到境外港口的海路运输费用。致欧科技国内采购并运往海外仓储入库前的相关境内运费、海运费、关税等其他支出计入产品销售成本并结转主营业务成本。
赛维时代 (301381.SZ)	对于备货海外仓的商品，因其到达海外仓上架之后才能达到销售状态，因此从国内采购的存货在发往海外仓的过程中发生的移仓费用，包括关税、运输费、装卸费、保险费等应作为存货的采购成本，计入存货成本进行核算，待实际销售时结转至主营业务成本。
中源家居 (603709.SH)	跨境电商模式下，公司直接面向终端消费者销售产品，公司负责将产品交付给终端消费者，公司承担产品从海外仓运送至终端消费者的运输费用。根据对新收入准则应用指南的理解，2020年发行人将相关的运输费用重分类至营业成本。
赛为智能 (832876.BJ)	以目前公司主要的销售渠道亚马逊为例，公司以上述方式在该平台申请相应的店铺并开始运营，创建相关商品页面并持续优化，同时将所售产品出口运输到海外亚马逊 FBA 仓。消费者通过浏览网站店铺下单购买特定商品并完成支付，亚马逊通过自营配送服务体系将货品配送到终端消费者手中。2019年，销售产品发生的运输费用在销售费用核算，自2020年1月1日起执行新收入准则，销售产品发生的运输费用属于合同履约成本，由销售费用调整至主营业务成本进行核算。

综上所述，可比公司均将头程物流费用认定为合同履约成本，通过存货成本进行核算，与公司的会计处理一致。

（六）会计准则相关规定

根据财政部于 2021 年 11 月 2 日颁布的《企业会计准则实施问答》，公司针对发生在商品控制权转移给客户之前，且为履行销售合同而发生的运输成本，将头程物流费用调整至合同履约成本符合会计准则的规定。具体如下：

问：企业为了履行收入合同而从事的运输活动，如果该运输活动不构成单项履约义务，相关运输成本作为合同履约成本，对合同履约成本进行摊销计入损益时如何在利润表中列示？

答：根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）的有关规定，通常情况下，企业商品或服务的控制权转移给客户之前、为了履行客户合同而发生的运输活动不构成单项履约义务，相关运输成本应当作为合同履约成本，采用与商品或服务收入确认相同的基础进行摊销计入当期损益。该合同履约成本应当在确认商品或服务收入时结转计入“主营业务成本”或“其他业务成本”科目，并在利润表“营业成本”项目中列示。

证监会 2021 年 11 月 2 日发布的《监管规则适用指引——会计类第 2 号》规定，“对于与履行客户合同无关的运输费用，若运输费用属于使存货达到目前场所和状态的必要支出，形成了预期会给公司带来经济利益的资源时，运输费用应当计入存货成本，否则应计入期间费用。”

结合公司的实际情况，公司跨境电商产品的头程运输是将国内存货运输至海外亚马逊 FBA 仓上架进行销售所必须发生的运输费用。此时线上客户还未下单，商品仍处于存货状态，而运输的目的是为了能够实现在海外更为便捷的销售，系使存货达到可销售状态的必要支出，预期将为公司带来经济利益。

综上，公司将头程物流费用调整至合同履约成本符合《监管规则适用指引——会计类第 2 号》关于运输费用会计处理的规定。

（七）头程物流费用调整至合同履约成本的合理性

公司主要电商平台为亚马逊，2023 年度 80%以上的电商收入来自于亚马逊平台。根据亚马逊的服务条款、销售协议等规定，FBA 模式下亚马逊在客户回款中直接扣除尾程费用，公司经营上头程物流与尾程物流配送模式明显不同，二者费用分摊方式明确可区分，公司将头程物流费用调整至合同履约成本与可比公司的会计处理一致、符合会计准则的规定。

综上所述，公司将头程物流费用调整至合同履约成本具有合理性。

福建盈浩文化创意股份有限公司

董事会

2024 年 7 月 25 日



关于对福建盈浩文化创意股份有限公司的 年报问询函回复的核查意见

华兴专字[2024]23004480063 号

华兴会计师事务所（特殊普通合伙）



华兴会计师事务所（特殊普通合伙） HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

关于对福建盈浩文化创意股份有限公司的 年报问询函回复的核查意见

华兴专字[2024]23004480063号

全国中小企业股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部：

福建盈浩文化创意股份有限公司（以下简称“盈浩文创”、“公司”）于2024年7月12日收到贵部下发的《关于对福建盈浩文化创意股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第163号）（以下简称“问询函”）。根据问询函的要求，华兴会计师事务所（特殊普通合伙）作为盈浩文创的年审会计师，对问询函中提出的问题逐项进行了认真核查，具体情况如下：

关于境外销售

根据你公司披露的公开转让说明书及2022年、2023年年度报告，你公司产品主要销往境外，最近三年境外销售收入分别为379,263,690.02元、415,400,885.29元、405,846,457.87元，境外销售收入占比分别为97.41%、96.99%、98.55%，2023年境外销售毛利率49.78%，同比增长4.89个百分点。境外销售分为跨境贸易、一般电商两种模式，贸易客户包括欧洲、美洲以及日本、澳大利亚等地区的跨国零售巨头，一般电商为通过线上电商如亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里国际、速卖通等将产品直接销售给终端消费者，你公司2023年年度报告列示的前五大客户均为境外商超、百货公司等贸易类客户，对比2022年前五大客户存在较大变动。

请你公司：

（1）按照跨境贸易、一般电商两种模式补充披露2023年境外业务收入、成本、利润及毛利率情况；

（2）结合业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等说明



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址:福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性;

(3) 列示最近两年主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况等,说明公司前五大客户变动较大的原因,以及公司是否具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力;

(4) 结合重要合同签署情况、海关数据、出口退税、汇兑损益等说明境外销售的真实性。

请年审会计师核查并发表明确意见,并说明针对境外收入执行的审计程序及获取的审计证据,具体核查范围及比例、核查手段及核查结论。

【公司回复】

一、按照跨境贸易、一般电商两种模式补充披露 2023 年境外业务收入、成本、利润及毛利率情况

公司境外业务分为一般贸易、跨境电商两种销售模式。2023 年度,公司一般贸易、跨境电商境外收入、成本、利润及毛利率情况如下:

单位:万元

项目	一般贸易	跨境电商
销售收入	22,866.21	17,718.43
销售成本	15,498.23	4,882.31
销售毛利	7,367.98	12,836.12
毛利率	32.22%	72.45%

由上表可见,2023 年度,公司境外销售下,一般贸易和跨境电商毛利率分别为 32.22% 和 72.45%,跨境电商毛利率较高系由于跨境电商平台费用在“销售费用”核算,不体现在“营业成本”中所致。

公司跨境电商业务主要系通过亚马逊等第三方电商平台进行的销售,即公司直接面向境外消费者销售商品。公司跨境电商毛利率虽明显高于公司一般贸易业务板块的毛利率,



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

但公司的跨境电商产品销售毛利需要考虑第三方平台需收取的平台费用, 因此跨境电商具有相对较高的毛利率是合理的。跨境电商业务的高毛利率提升了公司整体境外销售业务的毛利率。

假设仅简单将销售费用中跨境电商平台费用模拟计入跨境电商销售成本, 2023 年度公司一般贸易、跨境电商境外收入、成本、利润及毛利率情况如下:

单位: 万元

项目	一般贸易	跨境电商
销售收入(a)	22,866.21	17,718.43
销售成本(b)	15,498.23	4,882.31
跨境电商平台费用(c)	/	8,877.11
销售毛利(d=a-b-c)	7,367.98	3,959.01
毛利率(e=d/a)	32.22%	22.34%

综上, 因业务模式的不同, 公司跨境电商与一般贸易毛利率存在一定差异具有合理性。

二、结合业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等说明境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性

(一) 2022 年度、2023 年度公司业务模式、贸易环境、销售区域、客户结构、产品类型、成本构成等变化情况:

1、业务模式及客户结构

公司境外业务模式主要通过传统一般贸易和跨境电商进行产品销售。客户结构上, 公司一般贸易销售模式主要合作客户为欧美地区的大型商超、百货公司; 跨境电商模式上, 公司主要依靠线上电商巨头如亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里巴巴国际等将产品直接销售给终端消费者。

2022 年度、2023 年度公司业务模式及客户结构未发生重大变化, 传统一般贸易占境外收入比例分别为 60.28%、56.34%; 跨境电商占境外收入比例分别为 39.72%、43.66%。



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

2023 年度一般贸易部分客户将销售策略转向去库存，采购需求减少导致境外收入较 2022 年度下降，高毛利率的跨境电商销售占比提高导致境外销售毛利率整体提高。

2、贸易环境

（1）海运价格下行

2020-2021 年，受到海外消费高峰引发全球供需失衡的影响，全球海运价格自 2020 年四季度起开始攀升，持续高起的海运价格使得跨境电商行业倍受压力。2022 年以来，海运价格从高点逐步回落，截止至 2023 年 12 月底，中国出口集装箱运价指数（综合指数）为 909.19 点，较 2022 年最高点降低约 74.66%。海运价格的回落意味着存在跨境电商业务的企业可以获得更具竞争力的运输价格，同时在更充分的运力保障下，经营跨境电商业务的企业可以降低单批次采购备货量以提升库存周转效率，在产品价格竞争力增强的同时，运营成本 and 运营风险均有所降低。

（2）汇率波动

自 2023 年 1 月以来，人民币出现较大幅度贬值，美元兑人民币汇率从 2023 年期初的 6.9475 攀升至 2023 年期末的 7.0827，人民币贬值在一定程度上提升了我国出口商品的价格竞争力，从而带动出口型公司收入增长。

3、销售区域

2022 年度、2023 年度公司按销售区域分类的境外收入情况如下：

单位：万元

销售区域	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
北美洲	22,194.79	54.69%	20,289.50	48.84%
欧洲	14,737.97	36.31%	17,105.50	41.18%
南美洲	2,800.32	6.90%	2,347.77	5.65%
亚洲	513.70	1.27%	662.83	1.60%



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

销售区域	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
澳洲	270.61	0.67%	1,112.76	2.68%
非洲	67.26	0.17%	21.72	0.05%
合计	40,584.65	100.00%	41,540.09	100.00%

由上表可见, 2022 年度、2023 年度公司主要境外销售地区均为北美洲和欧洲地区, 北美洲和欧洲销售金额占外销收入的比例合计为 90.02%和 91.00%, 基本稳定, 销售区域对公司营业收入影响较小。

4、产品类型及成本构成

(1) 产品类型

2022 年度、2023 年度公司按产品类型分类的境外收入、成本及毛利率情况如下:

2023 年度:

单位: 万元

产品类型	销售收入	销售收入占比	销售成本	毛利率
节日装饰品	29,706.75	73.20%	16,316.84	45.07%
家居工艺品	7,984.83	19.67%	2,814.96	64.75%
创意装饰画	2,893.07	7.13%	1,248.75	56.84%
合计	40,584.65	100.00%	20,380.55	49.78%

2022 年度:

单位: 万元

产品类型	销售收入	销售收入占比	销售成本	毛利率
节日装饰品	27,508.75	66.22%	15,597.06	43.30%
家居工艺品	12,284.22	29.57%	6,206.44	49.48%
创意装饰画	1,747.12	4.21%	1,088.69	37.69%
合计	41,540.09	100.00%	22,892.19	44.89%



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

由上表可见，2022 年度、2023 年度公司境外销售产品类型主要均为节日装饰品和家居工艺品，整体较为稳定。

（2）成本构成

2022 年度、2023 年度公司材料成本及人工成本相对稳定，对公司境外销售毛利率影响较小。2023 年度公司运输成本较 2022 年度降低，系计入合同履约成本的头程物流费用降低，导致 2023 年度境外销售毛利率提高。

（二）说明境外收入下降及毛利率增长的原因及合理性

2022 年度、2023 年度公司境外收入及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度
	金额	比上年同期增减比例/ 增减百分比	金额
销售收入	40,584.65	-2.30%	41,540.09
销售成本	20,380.55	-10.97%	22,892.19
毛利率	49.78%	4.89%	44.89%

由上表可见，2023 年度境外销售收入较 2022 年度小幅降低 2.30%，毛利率上升 4.89%。

1、境外收入下降原因及合理性

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度	
	金额	占境外收入比重	金额	占境外收入比重
一般贸易销售收入	22,866.21	56.34%	25,041.72	60.28%
跨境电商销售收入	17,718.43	43.66%	16,498.37	39.72%
境外销售收入	40,584.65	100%	41,540.09	100%

由上表可见，2023 年度境外销售收入较 2022 年度小幅降低 2.30%，主要系 2023 年度一般贸易销售收入下降，在国际贸易疲软、全球经济艰难复苏的背景下，部分一般贸易客



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

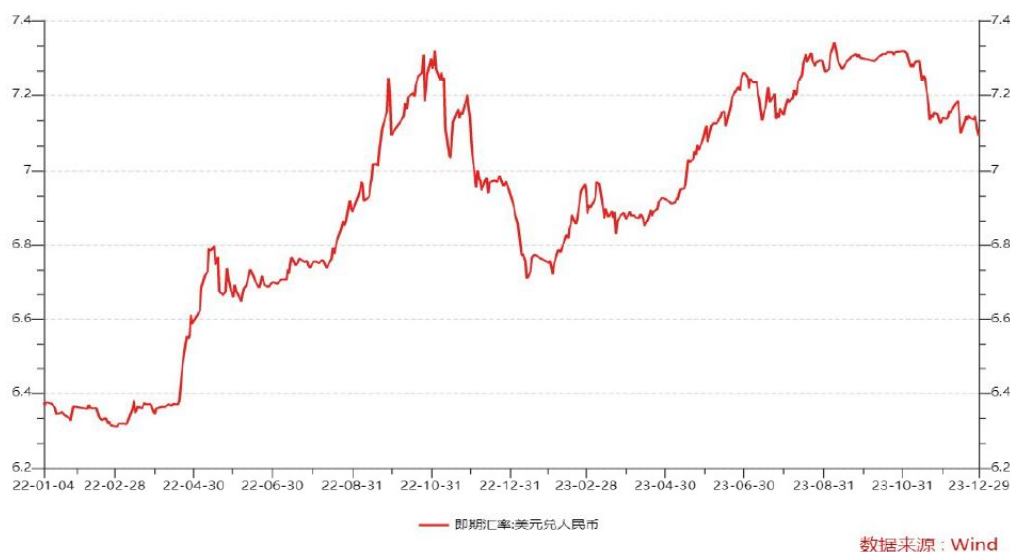
户将销售策略转向去库存, 公司出口订单不及预期, 导致 2023 年度境外收入下降。

2、毛利率增长原因及合理性

2023 年境外销售毛利率 49.78%, 同比增长 4.89 个百分点, 结合贸易环境、业务模式及客户结构、成本构成具体分析如下:

(1) 汇率变动的影响

2023 年人民币贬值是公司当期境外毛利率同比增长的重要原因之一。公司主要销售地区为北美洲和欧洲, 以美元结算为主, 2023 年度美元兑人民币的汇率较上一年度呈现上升趋势, 使得外销产品换算成人民币后价格提高, 同时主要付现成本包括原材料、人工成本等并未受到汇率影响。报告期内, 美元兑人民币汇率走势如下图所示:



如上图所示, 2022 年度, 美元兑人民币汇率呈现先升后降趋势, 2023 年度美元兑人民币汇率呈现持续上升后维持在高位震荡的走势。

(2) 头程物流费用的影响

一般贸易模式下, 对外出口采用 FOB 模式, 无海运费支出; 跨境电商模式下, 跨境电商平台的头程物流费用计入合同履行成本, 其构成以海运费为主。2022 年度、2023 年度公司原材料及人工成本变动较小, 2023 年度海运费下降导致计入营业成本的合同履行成本



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

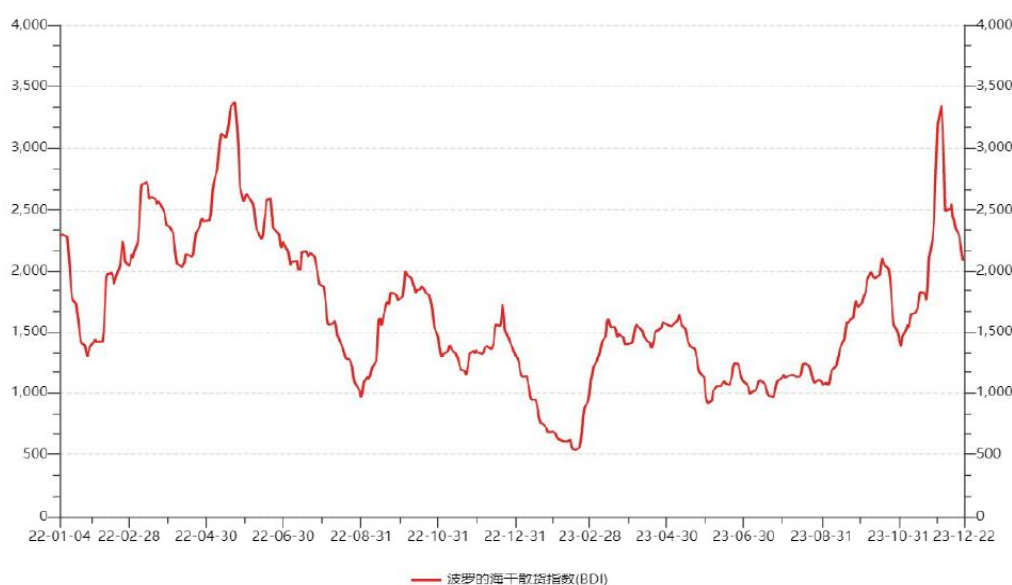
地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

降低, 进而导致公司总体销售毛利率提高。

航运业通常采用相关运价指数反映市场景气程度, 目前在国际干散货运输中, 主要用BDI(波罗的海干散货指数)反映整个干散货运输市场的综合运价走势, 2022年至2023年BDI变化情况如下:



由上表可见, 2023年度干散货运输市场的综合运价低于2022年度。

跨境电商模式下, 2022年度、2023年度头程物流费用占营业收入的比重如下:

单位: 万元

项目	2023 年度	2022 年度
跨境电商销售收入	17,718.43	16,498.37
跨境电商头程物流费用	979.56	1,450.85
头程物流费用占销售收入比重	5.53%	8.79%

由上表可见, 2022年度、2023年度头程物流费用占销售收入比重分别为8.79%、5.53%, 呈下降趋势, 头程物流费用下降提高了公司境外销售毛利率。



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

（3）销售模式结构变动的影响

2022 年度、2023 年度，境外销售下一般贸易、跨境电商销售收入及毛利率情况如下所示：

单位：万元

销售模式	项目	2023 年度		2022 年度
		金额	同比变动	金额
境外	销售收入	40,584.65	-955.44	41,540.09
	销售毛利率	49.78%	4.89%	44.89%
其中：一般贸易	销售收入	22,866.21	-2,175.51	25,041.72
	占境外收入比重	56.34%	-3.94%	60.28%
	毛利率	32.22%	1.89%	30.33%
其中：跨境电商	销售收入	17,718.43	1,220.06	16,498.37
	占境外收入比重	43.66%	3.94%	39.72%
	毛利率	72.45%	5.46%	66.99%

如上表所示，2023 年度一般贸易的销售收入较 2022 年度下降 2,175.51 万元、跨境电商的销售收入较 2022 年度增长 1,220.06 万元，一般贸易的毛利率较低，而跨境电商的毛利率较高。2023 年度，在公司总体收入下降的情况下，高毛利率的跨境电商销售占比提高导致境外销售毛利率整体提高。

综上，2023 年度一般贸易部分客户将销售策略转向去库存，采购需求减少导致境外收入较 2022 年度下降；2023 年度毛利率较 2022 年度增长主要系汇率波动、头程物流费用及销售模式结构变动的影响。

三、列示最近两年主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况等，说明公司前五大客户变动较大的原因，以及公司是否具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力；



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

（一）最近两年公司主要客户拓展方式、平均合作年限及销售情况：

2023 年度：

序号	客户名称	拓展方式	合作年限	销售额 (万元)
1	TIENDAS SORIANA S. A. DE C.V	广交会	3 年	2,448.05
2	Abf Overseas Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	2,410.70
3	JUMBO S. A.	法兰克福礼品展	18 年	1,969.40
4	COPPEL CORPORATION	广交会	10 年	1,658.67
5	SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS	广交会	14 年	953.07

2022 年度：

序号	客户名称	拓展方式	合作年限	销售额 (万元)
1	Abf Overseas Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	5,684.50
2	JUMBO S. A.	法兰克福礼品展	18 年	1,167.88
3	Woolworths Group Limited	香港国际玩具及礼品展	15 年	1,065.19
4	Obi Group	广交会	12 年	911.49
5	Sainsburys Supermarkets Ltd	广交会	14 年	788.76

注：合作年限均为截至 2023 年末合作年限。

（二）公司前五大客户变动较大的原因

由上表可见，最近两年公司主要客户 Abf Overseas Limited、JUMBO S.A. 保持稳定，
剩余主要客户变动情况及原因如下：

客户名称	2023 年销售额排名	2022 年销售额排名
TIENDAS SORIANA S. A. DE C.V	1	16
COPPEL CORPORATION	4	/
SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS	5	7
Woolworths Group Limited	64	3
Obi Group	17	4
Sainsburys Supermarkets Ltd	6	5



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

客户 TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V 2023 年度销售额较 2022 年度大幅增长, 主要系墨西哥市场增长势头迅猛, 公司通过定制化开发大量符合客户需求的产品, 取得较大额的节日装饰品订单;

客户 COPPEL CORPORATION 为公司阿里国际平台客户, 2022 年度公司将其认定为跨境电商终端消费者, 未披露于前五大客户, 2023 年度根据重要性将其认定为前五大客户。2022 年度、2023 年度客户 COPPEL CORPORATION 全口径销售额分别为 1,927.28 万元、1,658.67 万元, 均为最近两年主要客户;

客户 SAS ORGANISATION INTRA-GROUPE DES ACHATS 和 Sainsburys Supermarkets Ltd 销售额年度间有所波动, 总体较为稳定;

客户 Woolworths Group Limited 和 Obi Group 2023 年度库存压力较大, 其将销售策略转向去库存, 导致采购需求减少, 公司的销售订单也相应减少。

(三) 公司具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力

公司是国内最早一批从事文创工艺美术品行业的企业之一, 自成立以来, 公司凭借融入独特中国传统文化的创新产品设计、严苛的供应链管理体系和“一切以用户体验为本”的客户服务理念, 辅以先进的智能生产流水线和精细化的数字化管理系统, 通过技术研发和产品设计, 不断完善产品线, 建立了完善的销售、采购、研发设计体系。公司逐步成长为国内文创工艺美术品领域具有较强竞争优势和福建区域较大影响力的企业之一。公司核心产品之一“圣诞球”系列市场占有率行业领先, 是国内排名领先的生产和出口企业之一。公司具有较强的创意、研发、设计能力, 满足客户个性化需求。经过多年累积, 公司拥有丰富的核心技术、专利、著作权及商标, 生产工艺流程和产品创新研发设计不断提高, 能够适应客户需求。公司拥有众多文创工艺美术品行业从业多年的资深设计人员, 凭借过往丰富的文创工艺美术品设计实践经验, 团队能够紧跟下游产品的迭代更新, 通过海外市场实地考察, 深入调研目标市场, 洞察客户的深层次需求, 紧跟欧美文创工艺美术行业发展



华兴会计师事务所（特殊普通合伙） HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

趋势，结合消费者偏好、消费习惯和售后反馈，持续打磨产品精度，输出高质量创意设计，并不断拓展全场景产品品类，为全球消费者提供更优质的产品和服务。

公司销售渠道覆盖面广，通过积极参与行业展会以及老客户推荐等渠道开拓客户，并运用电商平台拓展全球新业务，同时在节日装饰品的基础上，大力发展家居工艺品和创意装饰画，丰富产品品类和使用场景，以适应客户的多种需求，为公司业务规模培育新的增长点，具备持续开拓市场的能力。

公司通过二十年的全球市场开拓，拥有覆盖全球的销售渠道，与来自全球 80 多个国家的 150 多位客户建立了长期稳定战略合作关系，合作时间超过十五年的占比高达 80%。客户以欧洲、美洲的跨国零售巨头为主，包括 PRIMARK、JUMBO、Sainsbury's、M&S、LIDL & KAUFLAND、AUCHAN、BJS、SODIMAC、UNIMARC 等。作为行业领先的头部企业，公司是上述客户的优质供应商和战略合作伙伴，长期稳定为客户创造价值，实现合作共赢。覆盖全球的市场销售网络，使公司能够将产品迅速销往各个市场，并不断扩大贸易规模。此外公司运用电商平台新渠道拓展全球新业务，自 2016 年以来在亚马逊平台、沃尔玛网上商城、阿里国际和速卖通等四大跨境电商平台经营节日装饰品、家居工艺品和创意装饰画等三大类目，在品牌建设方面，公司定位于全球互联网文创工艺美术品品牌商，旗下拥有 Valery Madelyn、Teresa's Collections、Artby Hannah、Victor and Teresa、Décor by Hannah 五大自主品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的文创工艺美术品品牌之列。公司产品已在欧美等多地市场获得了消费者的青睐和认可，多款产品常年位列亚马逊等第三方电商平台畅销榜前列。其中 Valery Madelyn、Teresa's Collection、ArtbyHannah 是亚马逊平台“十大推荐品牌”，品牌旗下众多链接获得“亚马逊精选”标签。

综上，公司前五大客户变动主要系市场需求变化及客户销售策略调整所致，公司具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力。



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

四、结合重要合同签署情况、海关数据、出口退税、汇兑损益等说明境外销售的真实性。

(一) 重要合同签署情况

公司境外销售模式分为一般贸易和跨境电商。其中公司与一般贸易客户主要系采用单笔订单式合同进行销售，在订单中对合同标的、合同金额及结算方式等主要条款进行约定；公司与跨境电商客户系客户在第三方电商平台自主下单并进行销售。以单笔订单金额前十大为标准，2023年度，公司与客户签署的重要订单情况如下：

序号	客户名称	合同类型	合同/订单编号	合同标的	合同价款	结算方式	签订日期	履行情况
1	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG9721-I	节日装饰品	USD 1,626,308.64	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
2	AUCHAN RUSSIA - LLC AUCHAN	订单	1281	节日装饰品	CNY 4,616,116.32	T/T 20% DEPOSIT AND T/T 60 DAYS FOR 80% OF THE VALUE	2023/3/29	履行完毕
3	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG9723-I	节日装饰品	USD 697,638.82	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
4	TIENDAS SORIANA S.A. DE C.V	订单	1B23EG9727-I	节日装饰品	USD 684,571.92	OA 120 DAYS	2023/3/28	履行完毕
5	FIZZ CREATIONS LTD	订单	19873	节日装饰品	USD 608,815.16	OA 30 DAYS	2023/4/21	履行完毕
6	JUMBO S.A.	订单	1B23EG7415	节日装饰品	USD 564,512.72	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/16	履行完毕
7	JUMBO S.A.	订单	1B23EG7416	节日装饰品	USD 535,711.72	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/16	履行完毕
8	JUMBO S.A.	订单	1B23EG7411	节日装饰品	USD 404,073.56	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/3	履行完毕
9	JUMBO S.A.	订单	1B23EG7412	节日装饰品	USD 375,963.56	T/T 100% AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/3	履行完毕
10	VAN CRANENBROEK ELC BV	订单	81738	节日装饰品	USD 347,552.40	T/T 30% DEPOSIT, BALANCE AGAINST COPY OF SHIPPING DOCS	2023/3/7	履行完毕



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

(二) 海关数据

跨境电商模式下, 公司与亚马逊采用 FBA 合作模式, 公司需将产品运送至其海外仓库方可上架销售, 而公司当期出口报关商品并未于当期实现完全销售。因此跨境电商模式下, 销售收入与海关数据不存在匹配关系。

一般贸易模式下, 根据中国电子口岸系统的出口数据, 公司 2023 年度确认的境外销售收入与海关数据的匹配情况如下:

单位: 万元

项目	金额
出口报关的海关数据	22,868.25
一般贸易收入	22,866.21
差异	2.04

由上表可见, 出口报关的海关数据与一般贸易收入差异较小, 差异主要系报关后发生销售退回, 冲减收入所致, 总体未见异常。

(三) 出口退税

母公司盈浩文创作作为具有生产能力的出口企业, 适用生产企业的“免、抵、退税”政策, 子公司则适用外贸企业适用“免、退税”政策, 因此母公司盈浩文创的申报出口退税额与其境外收入相匹配、子公司的申报出口退税额与其出口货物的出口成本相匹配。2023 年度, 出口退税核对情况如下:

1、母公司盈浩文创的出口退税与收入匹配情况

单位: 万元

项目	金额
本期出口退税金额(a)	1,053.37
本期免抵税额(b)	1,690.54
本期免抵退税额(c=a+b)	2,743.91
减: 上期确认收入本期申报退税(d)	857.64



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

项目	金额
加: 本期确认收入下期申报退税(e)	1,039.09
减: 不享受出口退税(f)	0.47
本期应收出口免抵退税金额(g=c-d+e-f)	2,924.88
本期出口报关的外销金额(h)	22,506.29
本期确认的外销收入	20,844.36
测算出口退税率(i=g/h)	13.00%
实际出口退税率	13.00%

备注: 报关的外销金额与本期确认的外销收入金额差异, 主要系跨境电商导致的当期出口商品未于当期实现全部销售所致。

2、子公司的出口退税与成本匹配情况

单位: 万元

项目	金额
本期申报出口退税金额(a)	971.40
减: 上期确认收入本期申报退税(b)	28.22
加: 本期确认收入下期申报退税(c)	25.93
减: 不享受出口退税(d)	0.00
本期应收出口免退税金额(e=a-b+c-d)	969.11
本期出口报关的外销金额(f)	21,212.85
本期确认的外销收入	19,740.29
子公司报关成本金额(g)	7,454.71
子公司成本金额	8,258.01
出口退税额占外销金额比例(h=e/f)	4.57%
出口退税额占出口成本比例(i=e/g)	13.00%
实际出口退税率	13.00%

备注: 报关的外销金额与本期确认的外销收入金额差异, 主要系跨境电商导致的当期出口商品未于当期实现全部销售所致。



华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址：福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

公司通常在单证收集齐全后申报出口退税，由于申报时间与收入确认时点不完全一致，账面境外收入金额与出口退税申报金额归集口径存在时间性差异。将时间性差异的影响调整后，作为生产企业的母公司盈浩文创免抵退税额占境外收入的比例为 13.00%；作为外贸企业的子公司申报出口退税额占出口成本的比例为 13.00%，公司申报出口退税与适用的退税率之间具有匹配性。

（四）汇兑损益

公司境外收入以美元结算为主，2023 年度汇兑损益与境外收入、美元兑人民币汇率的关系如下：

单位：万元

项目	金额
汇兑损益（收益以“-”号列示）	-355.60
境外销售收入	40,584.65
汇兑损益占境外销售收入比例	-0.88%
美元兑人民币期初汇率	6.9475
美元兑人民币期末汇率	7.0827
美元汇率波动率（期末汇率/期初汇率-1）	1.95%

由上表可见，2023 年度美元兑人民币汇率期末较期初呈现上升趋势，美元兑人民币汇率呈现持续上升后维持在高位震荡的走势，汇兑损益金额与美元汇率波动趋势一致，汇兑损益与公司境外销售规模及美元汇率变动趋势相匹配。

综上，公司境外销售与客户签署了销售订单，履行出口报关程序并申请出口退税，境外销售产生的汇兑损益与境外销售规模及美元汇率变动趋势相匹配，境外销售具有真实性。



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

【会计师回复】

年审会计师核查程序及核查意见

(一) 核查程序

针对公司境外收入相关事项, 我们进行了核查, 执行的审计程序及获取的审计证据如下:

1、获取公司收入成本明细账, 复核一般贸易、跨境电商两种模式下境外业务收入、成本、利润及毛利率核算的准确性;

2、了解和评估公司在一般贸易和跨境电商模式下的收入确认政策, 对本年境外销售记录选取样本进行检查, 核查情况如下:

(1) 进入中国电子口岸系统, 获取电子口岸系统记录的海关数据及出口信息等, 与销售合同/订单、报关单、提单、装运单、出口发票、银行收汇水单等原始单据进行核对, 以验证一般贸易收入的真实性, 核查比例如下:

单位: 万元

项目	金额
一般贸易收入	22,866.21
检查的出口报关金额	22,866.21
核查比例	100.00%

(2) 从跨境电商平台导出交易报告, 获取销售数据, 核对账面确认的跨境电商收入与平台结算明细及结算单等外部单据是否一致, 核查比例如下:

单位: 万元

项目	金额
跨境电商平台确认的销售收入(a)	17,718.27
跨境电商平台销售收入检查金额(b)	15,901.91
预期销售退回冲减的金额(c)	64.42
还原后的跨境电商平台销售金额(d=a+c)	17,782.69
核查比例(e=b/d)	89.42%



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

3、对公司 2023 年度一般贸易主要客户的交易金额及应收账款期末余额进行函证, 对未回函客户执行替代测试程序, 核查比例如下:

单位: 万元

项目	金额
一般贸易收入	
收入金额(a)	22,866.21
发函金额(b)	18,716.77
发函比例(c=b/a)	81.85%
回函确认金额(d)	9,006.61
回函确认金额占收入比例(e=d/a)	39.39%
替代测试确认金额(f)	9,710.16
替代测试确认金额占收入比例(g=f/a)	42.47%
一般贸易收入总体核查比例(h=e+g)	81.85%
一般贸易应收款项	
应收账款期末余额(a)	1,600.55
发函金额(b)	1,531.11
发函比例(c=b/a)	95.66%
回函确认金额(d)	919.69
回函确认金额占期末余额比例(e=d/a)	57.46%
替代测试确认金额(f)	611.42
替代测试确认金额占期末余额比例(g=f/a)	38.20%
一般贸易应收账款期末余额总体核查比例(h=e+g)	95.66%

检查应收账款的期后回款情况, 核查至银行流水、银行收汇水单及其他货款结算单据, 进一步确认销售业务的真实性和货款回收的及时性, 核查比例如下:

单位: 万元

项目	金额
境外业务应收账款期末余额(a)	2,486.24
期后回款检查金额(b)	2,280.93
核查比例(c=b/a)	91.74%



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

4、访谈销售相关业务负责人, 查阅行业研究报告, 了解国际贸易环境及公司所在行业的变化趋势;

5、获取公司收入成本表, 执行实质性分析程序, 对境外收入及毛利率按业务模式、销售区域、产品线、客户、月度等维度进行分析, 识别是否存在重大或异常波动, 并分析收入及毛利率增减变动的原因及合理性;

6、根据公司一般贸易客户档案, 查阅主要客户的拓展方式、平均合作年限及销售情况等信 息, 获取由中国出口信用保险福建分公司出具的主要客户资信报告, 了解其基本情况、在行业内或当地的商业地位、资信评级、交易记录等;

7、获取公司跨境电商平台清单, 查看主要电商平台的账号管理界面, 并登录平台网站检索公司旗下品牌的店铺, 与提供的清单进行比对, 核查店铺的完整性及合规性;

8、检查公司与一般贸易模式下前三十大客户(占该模式销售额比重为 73%)的合同签署情况, 查阅跨境电商模式下的各电商平台协议及账号管理相关规定;

9、分析公司主要客户的采购额是否与其经营规模相匹配, 增减变动是否具有合理的商业理由, 确认公司与主要客户之间不存在关联关系, 以评估公司持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力;

10、进入中国电子口岸系统, 获取电子口岸系统记录的海关数据并与公司境外收入、账面出口数据进行比对, 检查是否存在重大差异;

11、获取出口退税申报表及明细账, 检查公司境外收入、出口货物成本与出口退税额的匹配性, 重新计算公司申报的出口退税额与适用退税率之间的匹配性, 以验证公司境外销售的真实性;

12、查阅报告期内的汇率变动趋势, 分析汇兑损益与销售规模及汇率波动的相关性;

13、就资产负债表日前后记录的营业收入选取样本, 执行截止测试, 获取收入截止性相关的支持性证据, 以评估境外收入是否确认在恰当的会计期间。



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址: 福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

(二) 核查结论

基于我们获取的审计证据及实施的核查程序, 我们认为, 公司所述情况属实, 与我们执行公司 2023 年度财务报表审计过程中了解的相关情况不存在重大差异:

1、公司按照一般贸易、跨境电商两种模式补充披露的 2023 年境外业务收入、成本、利润及毛利率情况真实、准确;

2、公司境外收入下降的原因主要系部分客户将销售策略转向去库存, 采购需求减少导致境外收入同比下降, 毛利率增长主要系人民币贬值、运输成本下降以及销售模式结构变动的影响, 具有合理性;

3、公司前五大客户变动较大的原因主要系市场需求变化及部分客户调整销售策略所致, 公司具备持续开拓市场、适应客户需求并稳定合作关系的能力;

4、公司与客户均签署销售订单, 海关数据及出口退税额与境外销售相关数据之间具有匹配性, 产生的汇兑损益与销售规模及汇率变动趋势相匹配, 境外销售具有真实性。



华兴会计师事务所(特殊普通合伙)

HUAXING CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

地址:福建省福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼
Add: 6-9/F Block B, 152 Hudong Road, Fuzhou, Fujian, China

电话(Tel): 0591-87852574
Http://www.fjhxcpa.com

传真(Fax): 0591-87840354
邮政编码(Postcode): 350003

(此页无正文,为《华兴会计师事务所(特殊普通合伙)关于对福建盈浩文化创意股份有限公司的年报问询函回复的核查意见》之签字盖章页)



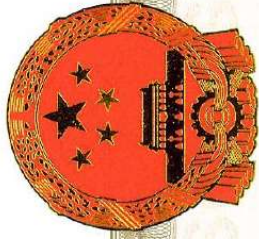
中国注册会计师:




中国注册会计师:




二〇二四年七月二十五日



营业执照

(副本) 副本编号: 1-1

统一社会信用代码

91350100084343026U



扫描二维码登录
“国家企业信用信
息公示系统”了解
更多登记、备案、
许可、监管信息。

名称
类型
执行事务合伙人

华兴会计师事务所
特殊普通合伙
童益恭

出 资 额
成 立 日 期
主要经营场所

壹仟玖佰柒拾万贰仟圆整
2013年12月09日
福建省福州市鼓楼区湖东路152号中山大
厦B座7-9楼

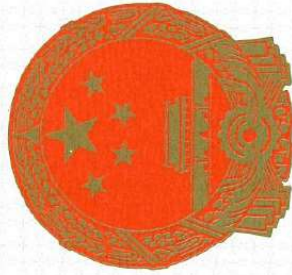
经 营 范 围

审查会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。(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)

登 记 机 关



2024 年 2 月 4 日



会计师事务所 执业证书

名称：华兴会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：童益恭

主任会计师：

经营场所：

福州市湖东路152号中山大厦B座6-9楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：35010001

批准执业文号：闽财会(2013)46号

批准执业日期：2013年11月29日



仅供出具报告使用

说明

证书序号：0014303

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：福建省财政厅

二〇一四年二月五日

中华人民共和国财政部制

姓名: 陈依航
 Full name: 陈依航
 性别: 男
 Sex: 男
 出生日期: 1994-09-04
 Date of birth: 1994-09-04
 工作单位: 福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit: 福建华兴会计师事务所(特殊普通合伙)
 身份证号码: 350211199409040072
 Identity card No.: 350211199409040072

证书编号: 350100230536
 No. of Certificate: 350100230536
 批准注册协会: 福建省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs: 福建省注册会计师协会
 发证日期: 1994 年 09 月 27 日
 Date of Issuance: 1994 /y 09 /m 27 /d



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.

验证证书真实有效
 姓名: 陈依航
 注册编号: 350100230536

年 月 日
 /y /m /d



姓名 邓入能
Full Name 邓 男
Sex 男
出生日期 1992-01-25
Date of birth 1992-01-25
工作单位 大华会计师事务所（特殊普通合伙）福建分所
Working unit 大华会计师事务所（特殊普通合伙）福建分所
身份证号码 350102199201256432
Identity card No. 350102199201256432



年度检验登记 Annual Renewal Registration

证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



邓入能 110101480858

证书编号: 110101480858
No. of Certificate

批准注册协会: 福建省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2021 年 03 月 05 日
Date of Issuance 2021 年 03 月 05 日

年 月 日
Year Month Day

年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

年 月 日
Year Month Day

注册会计师工作单位变更事项登记 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from



2023 年 10 月 10 日
2023 年 10 月 10 日

同意调入
Agree the holder to be transferred to



2023 年 10 月 10 日
2023 年 10 月 10 日