

关于对重庆渝欧跨境电子商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挂牌公司管理一部：

贵部《关于对重庆渝欧跨境电子商务股份有限公司的年报问询函》（以下简称“年报问询函”）已收悉。重庆渝欧跨境电子商务股份有限公司（以下简称“我司”“公司”或“渝欧跨境”）对年报问询函所提出的有关问题逐项进行落实，并出具如下回复。

本回复中的字体代表以下含义：

黑体：年报问询函所列示问题；

仿宋：对反馈意见所列示问题的回复、说明。

一、关于经营业绩

2023年,你公司本期实现的营业收入4,053,771,291.35元,同比下降0.61%,主要来自于保税贸易业务收入(包括跨境B2C业务、跨境B2B业务)、国内贸易业务收入、品牌使用费收入、平台运维收入和仓储服务费收入等。同期,公司综合毛利率9.06%,较上期下降1.58个百分点。另外,你公司本期前五大客户实现营业收入610,072,238.39元,占比15.05%,除了JD Health(HK)Limited外,其他客户均是本期新增前五大,HONGKONGMOMTMEINTERNATIONALLIMITED(香港宝妈时光国际有限公司)为你公司关联方。

请你公司:

(一)结合跨境电商行业趋势、竞争格局及公司的市场地位、行业关键业绩驱动因素、公司实际经营情况、同行业可比公司的变动趋势等,说明公司本期收入及毛利率下滑的原因及合理性,是否存在持续下滑的风险,公司核心竞争力是否发生重大不利变化。

回复:

公司所处行业主要包括跨境电商行业和母婴用品行业,均属于国家大力支持的行业,近些年国家陆续出台政策,促进跨境电商行业及母婴用品行业稳定发展。报告期公司经营质量持续提升,库存周转率、应收账款周转率、流动比率、利息保障倍数均同步提升,通过可比公司的分析,受国内消费较为疲软的影响,行业毛利率有所下滑,通过分析公司本期收入及毛利率的构成,公司毛利率下滑主要源于公司部分跨境产品及一般贸易产品基于促销活动,导致整体毛利率有所下降,公司核心产品达能品牌毛利率影响较小,上述毛利率的下滑不具有持续性,随着公司新增其他较高毛利率品牌以及对渠道、促销活动的管控,公司毛利率会逐步改善,不存在持续下滑的风险,公司核心竞争力不存在重大不利变化,具体分析如下:

1、公司所处行业竞争格局

(1) 跨境电商行业发展趋势

跨境电商作为促消费、稳外贸的重要力量，促进外贸进出口持续增长，保持了较强发展势头。国家有关部门高度重视对跨境电商及相关配套行业的规范、监管，相关法律法规、政策体系日益健全。近年来，《电子商务法》《数据安全法》《个人信息保护法》等法律法规相继颁布，跨境电商监管服务不断优化，有利于促进跨境电商行业健康稳定发展。

2024年上半年，我国宏观政策红利持续释放，外部需求边际改善提升我国外贸表现。商务部国际贸易谈判副代表李詠箴在发布会上介绍，2024年上半年我国货物贸易进出口总值21.17万亿元，同比增长6.1%，服务进出口3.6万亿元，增长14%，货物和服务进出口对经济增长贡献率达13.9%。据海关统计，2024年上半年我国跨境电商进出口额达到1.22万亿元，同比增长10.5%。2024年7月，重庆海关公布了2024年上半年重庆外贸情况，重庆外贸进出口3,397.4亿元，外贸规模列全国第13位，西部地区第3位。

(2) 母婴用品行业发展趋势

今年以来，国家及地方持续推进完善生育支持政策体系，《中共中央关于进一步全面深化改革推进中国式现代化的决定》中明确提出，要完善生育支持政策体系和激励机制，促进构建生育友好型社会。《中国妇女发展纲要（2021-2030年）》和《中国儿童发展纲要（2021-2030年）》均强调了保护妇女生育权以及完善三孩政策配套措施的重要性。上述政策的逐步落地，将为母婴行业的健康发展提供坚实的政策基础和强大动力，对于稳定出生率有着积极的促进作用。当前，90后、95后已成为母婴消费的主力军，母婴行业正迎来新的发展机遇，她们的消费观念、育儿理念、触媒习惯均有别于传统一代，更看重母婴消费的安全和质量，对高品质的商品及服务需求仍较为旺盛，这将推动母婴行业加快迈向精细化、高端化，也将为各类细分品类创造了新的增长空间。此外，互联网技术的广泛应用，以及AI数智化的飞速发展，促进了线上线下销售渠道的全面整合，为消费者提供更快速、更便捷、更直接的购物体验，推动行业可持续高质量发展。

2、行业壁垒

(1) 供应链资源整合壁垒

品牌方授权是行业中重要的经营模式，由于母婴用品等快消行业品牌具有品牌集中效应，全球知名品牌数量少，品牌方通常具有严格的授权管理体系，品牌方对于被授权方有着较高的综合要求，如渠道建设、资金实力、技术和服务等。相对于其他经销商或新进入者，行业内的领先企业更易获取品牌方授权。品牌方一经授权后，从有效实现产品价格和销售渠道的管控、避免经销商过度竞争等考虑，特定区域内仅会授予有限的授权资质；这将导致从事母婴用品电商销售的公司存在较强的品牌方授权壁垒。

（2）渠道壁垒

母婴用品电商销售行业竞争较为充分，上游集中度较高，下游需要构建完善的销售渠道。一方面，获取品牌方授权需要完善的销售渠道；另一方面，商品的流转通常亦需要完善的销售渠道。企业通常会投入人力、资金和技术等，持续巩固和完善销售渠道，中小型经销商或新进入者难以在短时间内搭建完善的销售渠道。

（3）人才壁垒

母婴用品销售行业不仅需要结合市场需求变化、消费者偏好等，亦需要结合品牌方的诉求，因此，企业的发展需要一支熟悉电商运营、渠道推广、市场营销、信息技术等方面的复合型专业团队。熟悉行业的人才需要长期的经验积累，以及企业后续的培养，中小型经销商或新进入者通常很难在短期内组建符合市场需求的管理运营团队。

（4）技术壁垒

行业内领先企业通常拥有较为完善的信息技术系统，以支持业务健康发展。这要求行业内公司需具备较强的信息技术研发能力，以满足产业链上下游的数字化需求。良好的信息技术系统能够实现商品交易流程的简捷化、数字化和资源互通，以提升全产业链的经营效率。特别的是，跨境电商行业监管愈加完善，跨境电商企业应建立有效的合规管理体系来防范合规风险，通过对合规风险的识别、分析和评价，建立并改进合规管理流程，从而达到对风险的有效应对和管控。对此，跨境电商企业应建立内部合规管理信息系统，在资质审核、财务管理、进出口申报、业务风险管理等方面具备可记录、可追溯、可查询、可分析、可预警等

功能并有效运行。中小型经销商或新进入者很难短期结合行业运行逻辑并构建符合市场需求的信息技术系统。

3、公司在行业中的竞争地位

公司已经在母婴用品行业跨境进口电商领域深耕 10 年有余，公司凭借战略合作关系稳定的品牌方和高粘性的客户，积累了良好的业界口碑，公司依托经验丰富的营销、运营、技术、仓储、客服团队及规范标准的流程作业体系，获得了国际知名品牌方的认可与商业授权，在行业内具有较高的影响力及认可度，具备较强的市场竞争优势，获得了行业主管部门、行业协会与合作伙伴的认可，具体如下：

序号	时间	部门	成就与荣誉
1	2016 年	重庆市商务委员会	重庆市电子商务示范企业
2	2017 年	中华人民共和国商务部	全国电子商务示范企业
3	2019 年	中国国际服务贸易交易会	服务贸易创新优势企业
4	2020 年	中华人民共和国商务部	全国电子商务示范企业
5	2020 年	天猫国际	四星服务商
6	2021 年	中华人民共和国商务部	全国电子商务示范企业
7	2021 年	天猫国际	天猫国际财年最具成长奖
8	2021 年	天猫国际	纽迪希亚母婴特配海外旗舰店荣获天猫国际跨境子类目 NO. 1
9	2021 年	京东国际	纽迪希亚母婴海外旗舰店荣获京东国际实力商家榜 NO. 1、子类目 NO. 1
10	2022 年	中华人民共和国商务部	全国电子商务示范企业
11	2022 年	中华人民共和国商务部	2022 年全国商贸物流重点联系企业
12	2022 年	重庆市大数据应用发展管理局	大数据应用示范企业
13	2022 年	重庆市商务委	国家电子商务示范企业
14	2022 年	达能集团	年度锐意进取卓越合作伙伴
15	2022 年	天猫国际	金星服务商
16	2022 年	天猫国际	纽迪希亚母婴特配海外旗舰店天猫国际跨境子类目 NO. 1
17	2022 年	京东国际	纽迪希亚母婴海外旗舰店荣获京东国际实力商家榜 NO. 1、子类目 NO. 1
18	2023 年	中华人民共和国商务部	全国电子商务示范企业

4、对标公司企业情况

公司结合行业情况、销售模式，公司选取孩子王（A 股上市公司，股票代码 301078）、跨境通（A 股上市公司，股票代码 002640）、爱婴室（A 股上市公司，

股票代码 603214) 三家公司进行对比, 其中跨境通主要收入来自旗下子公司优壹电商旗下母婴用品, 三家可比公司对应母婴用品类目毛利率情况如下:

科目	爱婴室 (奶粉)	跨境通 (母婴用品)	孩子王 (母婴商品)	渝欧跨境 (母婴类)
营业收入变化率	-12.23%	-8.85%	2.11%	-0.21%
2023 年毛利率	17.69%	8.44%	20.29%	8.93%
毛利率变化	-0.67%	0.21%	-0.77%	-0.95%

通过分析可知:

- (1) 2023 年可比公司母婴用品毛利率存在下滑的情况;
- (2) 爱婴室、孩子王为零售类企业, 毛利率高于公司及跨境通;

5、公司产品分类及毛利率情况

单位: 万元

科目	2022 年			2023 年			较上年同期 毛利率增减 百分点
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	
国内一般贸易销售	174,990.07	167,816.31	4.10%	139,955.52	135,046.60	3.51%	-0.59%
跨境电商销售	227,760.80	195,115.72	14.33%	261,608.76	232,755.45	11.03%	-3.30%
其他	5,119.85	1,527.79	70.16%	3,812.85	865.97	77.29%	7.13%
合计	407,870.72	364,459.82	10.64%	405,377.13	368,668.02	9.06%	-1.58%

2023 年公司销售收入及毛利率小幅下降主要是由于当前消费疲软、市场竞争激烈, 公司孵化新产品线, 同时对部分跨境产品及国内一般贸易产品通过促销活动提振销售, 短期内影响公司销售金额及产品毛利率, 导致公司整体销售金额及毛利率有所下滑, 但对公司核心达能品牌产品影响较小, 上述毛利率的下滑不具有持续性, 随着公司新增其他较高毛利率品牌以及对渠道、促销活动的管控, 公司毛利率会逐步改善。根据公司披露的《2024 年半年度报告》数据显示, 公司 2024 年上半年营业收入同比增长 26.61%, 毛利率回升至 9.54%。

(二) 说明对前五大客户的销售内容及合理性、销售规模、回款情况及销售业务的合作期限, 公司股东、员工及前员工、关联方及其亲属是否与公司各类客户存在关联关系, 前五大客户变动较大的原因, 公司业务是否具有稳定性及持续

性；进一步说明与关联方香港宝妈时光国际有限公司的交易背景、交易内容、商业合理性及交易公允性。

1、说明对前五大客户的销售内容及合理性、销售规模、回款情况及销售业务的合作期限，公司股东、员工及前员工、关联方及其亲属是否与公司各类客户存在关联关系，前五大客户变动较大的原因，公司业务是否具有稳定性及持续性。

(1) 说明对前五大客户的销售内容及合理性、销售规模、回款情况及销售业务的合作期限，公司股东、员工及前员工、关联方及其亲属是否与公司各类客户存在关联关系。

回复：

① 2023 年前五大客户情况

A. JD Health (HK) Limited

单位：元

合作产品线	年度销售金额	年度回款金额	合作开始时间	是否变化	是否关联
婴幼儿奶粉	80,793,462.34	81,650,779.17	2022. 1. 1	否	否

B. Hongkong Hiyang Trade Limited

单位：元

合作产品线	年度销售金额	年度回款金额	合作开始时间	是否变化	是否关联
婴幼儿奶粉	158,935,658.85	158,673,593.62	2022. 11. 11	否	否

与 2022 年前五大客户-YANGTUO TECHNOLOGY (HK) LIMITED 为杭州洋驼网络科技有限公司同一控制香港公司，客户根据自身发展需求加大了向公司的采购数量，变更合作主体，较 2022 年增加 446.63%，其另一体系公司 YANGTUO TECHNOLOGY (HK) LIMITED 自 2023 年未在公司进行采购。

C. HONG KONG MOMTIME INTERNATIONAL LIMITED

单位：元

合作产品线	年度销售金额	年度回款金额	合作开始时间	是否变化	是否关联
婴幼儿奶粉	154,520,515.20	160,930,799.14	2023. 2. 1	否	是

该公司为公司参股公司-重庆宝妈时光电子商务有限公司（以下简称“重庆宝妈”）的全资子公司。2023年重庆宝妈在香港设立子公司，自己运营“宝妈时光”平台，公司对重庆宝妈的销售模式发生变化，由原先B2C销售模式转变为公司向全资子公司香港宝妈公司销售商品，香港宝妈通过重庆宝妈小程序进行销售，因此销售金额较大。

D. Golden Cat International Limited

单位：元

合作产品线	年度销售金额	年度回款金额	合作开始时间	是否变化	是否关联
婴幼儿奶粉	110,216,485.13	110,152,373.06	2022. 3. 28	是	否

该公司于2022年开始和公司合作，客户根据自身发展需求加大了向公司的采购数量，较2022年增加232.85%，进入公司2023年前五大客户。

E. HONG KONG XINAO INTERNATIONAL TRADE CO., LIMITED

单位：元

合作产品线	年度销售金额	年度回款金额	合作开始时间	是否变化	是否关联
婴幼儿奶粉	105,606,116.87	102,180,756.85	2023. 3. 21	否	是

该公司与2022年前五大客户-HONGKONG XINSHIDA INTERNATIONAL TRADING LIMITED，系公司前员工程旭东、严冬控制的企业，客户根据其自身需求，该公司从2023年开始向公司采购商品，其同一控制公司HONGKONG XINSHIDA INTERNATIONAL TRADING LIMITED，向公司采购商品金额较2022年减少73.53%。

综上，公司主要客户除合作主体变更及商业模式变更原因外，公司2023年前五大客户中存在变化，仅为Golden Cat International Limited。

公司前五大客户销售占比15.05%，对单一客户不存在重大依赖，公司业务具有稳定性及持续性。

(2) 进一步说明与关联方香港宝妈时光国际有限公司的交易背景、交易内容、商业合理性及交易公允性。

回复：

HONG KONG MOMTIME INTERNATIONAL LIMITED 系重庆宝妈在香港设立的全资子公司，前期重庆宝妈通过公司自营平台“宝妈时光”小程序进行销售商品，公司通过销售返利的形式向重庆宝妈结算销售服务费。重庆宝妈基于对于渠道的管控，2023年重庆宝妈通过开发并运营自己公司的“宝妈时光”小程序，公司通过 YuOu International (HK) Limited (简称“香港渝欧”) 直接销售商品给香港宝妈。主要交易内容为跨境婴幼儿奶粉，商业具有合理性，通过与其他主要客户的毛利率对比，公司对宝妈时光的销售价格具有公允性，具体毛利率如下：

单位：元

类型	客户 1	HONG KONG MOMTIME INTERNATIONAL LIMITED	客户 2
2023 年销售额	80,793,462.34	154,520,515.20	32,504,377.91
2023 年销售成本	76,174,324.90	143,542,058.60	29,770,437.64
毛利率	5.72%	7.10%	8.41%

同时，公司与重庆宝妈电子商务有限公司及其 HONG KONG MOMTIME INTERNATIONAL LIMITED 的关联交易严格遵守公司章程等规范性文件要求，履行董事会及股东大会的审议程序及信息披露工作，公司针对不同客户和渠道采取特定的交易价格政策，交易价格公允，决策程序合规。

二、关于存货

2023年，你公司存货账面余额 413,293,631.32 元，较上期末增加 14.03%，主要是库存商品增加。其中，库存商品准备跌价计提比例 1.09%，较上年同期相比减少了 0.46 个百分点。

请你公司：

结合业务模式、备货政策及经营情况等，说明公司存货期末余额增加的原因及合理性；说明存货中库存商品的品牌分布及相应库龄情况，主要产品的保质期情况，库龄 1 年以上的存货的具体构成，产品效期具体情况，存货跌价准备计提是否充分。

(一) 结合业务模式、备货政策及经营情况等，说明公司存货期末余额增加的原因及合理性。

回复：

公司采取备货销售的采购模式，对于跨境电商产品，主要向品牌方直接或间接采购，公司与品牌方的合作模式要求公司提供分销及零售服务，通常需要保持一定量的“安全库存”，尤其是促销活动、销售旺季前。

单位：元

科目	存货账面余额	存货周转率
2022 年	362,431,919.26	7.64
2023 年	413,293,631.32	9.51

如上表所述，虽然 2023 年期末存货的绝对值增加了 50,861,712.06 元，但存货周转率从 7.64 次提升至 9.51 次，较上年提高 1.87 次，证明公司销售端频率加快，销售订单流转加快，公司为避免存货短缺，少许增加了备货量，公司存货期末余额增加具备合理性。

(二) 说明存货中库存商品的品牌分布及相应库龄情况，主要产品的保质期情况，库龄 1 年以上的存货的具体构成，产品效期具体情况，存货跌价准备计提是否充分。

回复：

公司主营母婴产品销售，存货价值受商品有效期较库龄的影响更大，公司主要结合产品效期、预计可收回金额（该存货的估计售价加上估计获得的返利减去估计的销售费用和相关税费后的金额）确定存货的可变现净值。公司存货跌价准备计提充分。具体分下如下：

1、库存商品情况如下：

(1) 明细情况

单位：元

项 目	期末数		
	账面余额	跌价准备	跌价准备计提比例
库存商品	376,708,864.43	4,092,212.32	1.09%
其中：在库库存商品	366,182,537.83	4,092,212.32	1.12%
委托代销商品	10,526,326.6	-	-
发出商品	35,368,436.50	-	-
低值易耗品	1,216,330.39	-	-
合 计	413,293,631.32	4,092,212.32	0.99%

(2) 在库库存商品品牌分布如下

单位：元

品牌名称	期末余额	跌价准备	减值率
品牌 1	138,103,487.05	351,379.42	0.25%
品牌 2	59,282,929.30	565,916.51	0.95%
品牌 3	44,474,329.56	36,498.44	0.08%
品牌 4	42,617,502.14	600,446.38	1.41%
品牌 5	35,551,740.85	452,892.08	1.27%
品牌 6	16,190,725.11	76,309.64	0.47%
品牌 7	6,808,774.42	117,661.80	1.73%
品牌 8	5,794,208.47	89,843.26	1.55%
品牌 9	4,144,915.64	3,504.11	0.08%
品牌 10	3,626,219.32	469,856.19	12.96%
品牌 11	2,614,060.08	3,503.97	0.13%
品牌 12	2,228,451.60	532,412.40	23.89%
品牌 13	1,021,501.30	30,548.67	2.99%
品牌 14	1,016,409.98	285,370.41	28.08%
品牌 15	877,522.78	91,085.19	10.38%
品牌 16	349,726.42	113,347.31	32.41%

品牌 17	342,534.42	4,227.39	1.23%
品牌 18	258,840.92	29,989.02	11.59%
品牌 19	255,939.91	4,379.48	1.71%
品牌 20	179,597.57	179,597.57	100.00%
品牌 21	170,615.94	2,164.74	1.27%
品牌 22	134,391.52	22.83	0.02%
品牌 23	37,870.04	6,745.60	17.81%
品牌 24	35,716.64	-	0.00%
品牌 25	27,636.82	27,636.82	100.00%
品牌 26	24,403.59	8,345.90	34.20%
品牌 27	8,100.74	4,573.24	56.45%
品牌 28	3,941.60	3,941.60	100.00%
品牌 29	327.17	-	0.00%
品牌 30	116.93	12.38	10.58%
小计	366,182,537.83	4,092,212.32	1.12%

(3) 产品效期明细

单位：元

商品有效期	期末余额	存货跌价准备	跌价准备计提比例
3 个月以内 (含, 下同)	805,007.79	805,007.79	100.00%
3-6 个月	444,673.57	236,332.85	53.15%
6 个月以上	333,278,608.00	2,604,432.45	0.78%
无过期产品	31,654,248.47	446,439.23	1.41%
合计	366,182,537.83	4,092,212.32	1.12%

2、存货跌价准备的确认标准和计提方法

(1) 公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。可变现净值系结合以下 2 种方式计算金额孰低原则确定。

采取效期计算可变现净值[方法 1]：

商品有效期	库存商品可变现净值计算方法
3 个月以内 (含, 下同)	0
3-6 个月	账面余额的 50%
6 个月以上	账面余额的 100%

公司可变现净值[方法 2]：

在正常经营过程中以该存货的估计售价加上估计获得的返利减去估计的销

售费用和相关税费后的金额。

(2) 存货跌价准备具体计提步骤如下：

①对报废、重度残次、效期低于3个月和跨境退货等无法进行销售的商品按账面价值全额提减值；

②对全额计提减值以外的商品结合最近一期销售价格、税金附加率和销售费用率等要素测算可变现净值，将其与库存成本进行孰低比较，判断是否产生减值；

③除全额计提减值以外的商品，查看效期，若效期在3-6月，则按账面价值的50%计提减值；

④取步骤②与步骤③计提减值金额的并集，若步骤②与步骤③产生交集，基于谨慎性，取较大金额作为减值金额。

基于以上情况分析，公司认为存货跌价准备计提金额充分。

三、关于主要供应商及预付款项

2023年，你公司前五大供应商采购金额合计3,984,572,847.24元，占比94.02%，供应商集中度较高。其中:a2 INFANT NUTRITION LIMITED (NEWZEALAND)为本期新增前五大供应商，2022年的第二大供应商MINGDEINTERNATIONALHOLDINGGROUP未出现；你公司同时向纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司、Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited、NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED进行采购。

另外，你公司预付款项期初账面余额287,176,113.96元，期末账面余额301,420,032.50元。

请你公司：

(一)结合行业特征、业务模式、产业链位置、原材料供需情况等，说明公司向前五大供应商采购占比较高的原因及合理性，是否符合行业特征，是否存在供应商依赖风险。

回复：

2023年度，公司前五大供应商中，除PHILIPS ELECTRONICS HONG KONG LIMITED，其余4家供应商均为奶粉品牌企业，主要原因是公司主要业务属于跨境电商奶粉领域，品牌集中度高，导致公司采购供应商集中度高，符合行业特征。2023年公司年度报告披露存在达能集团的依赖风险，随着公司技术与渠道壁垒的不断升级，不断加强自身的渠道建设和技术创新，提升自身的核心竞争力，与更多供应商的合作奠定坚实的基础，更多奶粉领域以外的国际一线品牌主动与公司达成战略合作关系，公司逐步降低对于达能集团的依赖，双方的合作更多的是相互依赖、相互成就的关系。具体分析如下：

1、行业特征

受婴幼儿奶粉的供应市场分布情况决定，达能集团旗下的诺优能、爱他美等系列产品在全球婴幼儿奶粉类产品市场占有率较高，享有较高美誉度，渝欧跨境作为致力于向国内中高端消费者提供全球精品的供应商，选择达能集团作为婴幼儿奶粉的供应商具有一定的必然性。

2、业务模式和产业链位置

备货销售是公司向供应商采购的主要模式。公司并不自己生产产品，主要向全球知名供应商进行采购，处于产业链条的销售和服务环节。达能集团作为全球头部企业，具有很强的话语权。公司自 2018 年与达能集团建立合作关系以来，业务持续深化，合作品牌逐步增多，双方合作基础不断得以巩固，一定程度上造成采购集中度较高。

3、公司与达能集团相互依赖、相互成就的关系

在跨境电商奶粉领域，品牌集中度高是行业的显著特点之一。公司主要经营跨境电商奶粉业务，目前大部分一线奶粉品牌来源于法国达能集团的主要原因是：

首先，从行业惯例来看，奶粉行业中一线品牌的市场影响力和份额往往较为集中，这是由品牌的历史沉淀、品质保障以及消费者信任等多方面因素共同决定的。我公司作为行业参与者，在选择供应商时，必然会优先考虑具有卓越品质和广泛市场认可度的品牌，达能集团正是符合这些标准的供应商之一。

其次，公司与达能集团的合作是建立在双方共同利益和相互成就的基础上。自合作初始至今，我们保持了良好、稳定并持续深化的合作关系，这充分体现了双方在业务上的高度契合和相互依赖。公司荣获达能集团“锐意进取卓越合作伙伴奖”，更是对这种合作关系的有力证明。同时公司为达能集团提供了专业的销售通路，通过公司建立的渠道壁垒和技术壁垒，帮助达能集团更好地拓展市场，提升品牌影响力。同时，达能集团的优质产品也为公司的业务发展提供了坚实的基础。

再者，虽然目前达能集团在公司供应链体系中占据重要地位，但随着公司技术与渠道壁垒的不断升级，不断加强自身的渠道建设和技术创新，提升自身的核心竞争力，为未来与更多供应商的合作奠定坚实的基础，更多奶粉领域以外的国际一线品牌主动与公司达成战略合作关系，体现公司在供应链、渠道、技术、运营板块的核心竞争力。

综上所述，公司在与达能集团的合作中，双方是相互依赖、相互成就的关系，不存在公司单方面依赖达能集团的重大风险，2024 年公司半年度报告公司已

将对达能依赖风险进行调整。公司将继续秉持开放、合作的态度，积极拓展业务，优化供应链体系，为股东和客户创造更大的价值。

（二）说明 2023 年新增前五大供应商的原因及合理性，MINGDE INTERNATIONAL HOLDING GROUP 本期未进入前五大供应商的原因，以及同时向纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司、Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited、NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED 进行采购的合理性及必要性，三家供应商采购金额是否应按同一控制合并口径进行披露。

回复：

1、2023 年，MINGDE INTERNATIONAL HOLDING GROUP 未进入前五大供应商的原因说明如下：

由于前期公司快速发展，经营资金有限，公司通过关联方 MINGDE INTERNATIONAL HOLDING GROUP（公司关联方重庆对外经贸（集团）有限公司全资子公司，简称“明德国际”）向达能集团采购商品，2022 年采购金额 782,328,495.05 元，位列 2022 年供应商第一位，为控制关联交易额度，减少关联交易依赖性，随着公司通过经营积累、定向发行和银行贷款等多种方式融资解决经营所需资金，公司逐步减少向明德国际的采购，从 2022 年 10 月起，公司直接向达能品牌方采购，导致直接向明德国际采购金额较低，因此，明德国际未能进入公司 2023 年前五大供应商。

2、公司同时向纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司、Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited、NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED 进行采购的合理性及必要性及分开披露数据的原因说明如下：

纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司、Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited、NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED 属于达能集团控制公司，上述三家公司分别负责达能不同产品线的管理和发展，公司与上述三家公司的合作也是在不同时期开展，具体合作历程如下：

2018年，公司与 Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited 建立了合作关系。

2019年2月，公司成为纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司旗下品牌 Nutrilon (诺优能) 和 Aptamil (爱他美) 在中国大陆市场的授权经销商。

2019年5月，公司进一步扩展合作，成为 NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED 达能跨境特殊配方奶粉的授权经销商。

在上述合作中，公司均独立与上述公司签署经销合同，并独立进行商品采购、费用结算等业务。

同时，为了保持信息披露的连续性，确保投资者能够更直观地理解公司与达能集团的业务关系和经营情况，公司自全国中小企业股权转让系统挂牌以来，对这三家公司的采购金额进行分开披露。

因此，公司对纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司、Danone Nutricia Early Life Nutrition (HongKong) Limited、NUTRICIA CLINICAL (HongKong) LIMITED 未按照同一控制合并披露，采取分开披露采购金额具有合理性及必要性。

3、预付账款的具体预付对象及内容，预付金额与合同约定、业务需要的匹配性说明本期预付款余额增加的原因及合理性

公司预付账款的形成主要源于采购返利及预付货款现金采购商品，公司预付账款的增加的主要原因源自新签合作品牌，年底预付账款采购商品，具有合理性。

2023年公司前十大客户预付账款金额合计 295,507,408.81 元，占 2023 年期末预付账款金额总额 98.04%，具体如下：

单位：元

客户名称	2022年预付账款金额	2023年预付账款金额
纽迪希亚生命早期营养品管理(上海)有限公司	210,444,368.80	105,063,185.90
NUTRICIA CLINICAL (HONG KONG) LIMITED	35,338,376.45	65,318,773.05
美赞臣营养品(中国)有限公司	-	58,217,464.02
Danone Nutricia Early Life Nutrition (Hong Kong) Limited	19,336,566.19	21,515,448.77

a2 INFANT NUTRITION LIMITED (NEWZEALAND)	-	17,288,277.88
MEAD JOHNSON NUTRITION (HONG KONG) LIMITED	4,116,499.81	9,977,887.89
NATURE ONE DAIRY PTY LTD	1,113,402.70	8,210,040.74
金红叶纸业集团有限公司上海长宁分公司	-	5,453,948.61
MING DE INTERNATIONAL HOLDING GROUP	-	3,095,304.50
美赞臣乳业（天津）有限公司	-	1,367,077.45
合计	270,349,213.95	295,507,408.81

通过分析预付账款数据可知，2023 年公司持续引进供应链，提升公司品牌及渠道影响力，包括与美赞臣营养品（中国）有限公司、a2 INFANT NUTRITION LIMITED (NEWZEALAND)、金红叶纸业集团有限公司上海长宁分公司、美赞臣乳业（天津）有限公司等全球知名公司签订合作协议，上述四家新合作公司在 2023 年末形成的预付账款对比同期增加 82,326,767.96 元，抵消部分品牌因为库存周转率提升降低的预付账款金额，导致 2023 年年末预付账款金额同比增加 14,243,918.54 元。

公司预付账款的增加主要与公司新增品牌相关，具备商业合理性。

四、关于其他应收款

2023 年，你公司其他应收账款期末账面余额 74,592,214.65 元，其中应收政府补贴款 27,919,313.78 元，应收采购返利 14,447,045.76 元（上期应收采购返利 0 元）；应收押金保证金、代收代付款项等均较上期末较大幅度下降。

请你公司：

（一）说明应收政府补贴款的形成背景，包含但不限于相关政府补助的具体构成、发放主体、发放原因、相关补助是否附生效条件、列报应收的依据及是否符合企业会计准则的规定，是否存在无法收回风险，坏账准备计提是否充分。

回复：

公司应收政府补贴款主要系控股子公司重庆云仓跨境物流有限公司（简称“重庆云仓”）及其下属子公司应收的政府补助，截至 2023 年末，重庆云仓应收政府补助金额为 27,919,313.78 元，其中应收浙江省金华市政府补助发放主体金华金义新区商务局金东区粮食和物资储备局 23,099,313.78 元，应收四川省成都市政府补助发放主体四川天府新区国际合作局 4,820,000.00 元。

为深入贯彻《国务院关于促进综合保税区高水平开放高质量发展的若干意见》（国发〔2019〕3 号）精神，更好发挥综合保税区在自由贸易试验区的重要作用，不断推动地区高质量发展，金华市、成都市分别印发了《关于扶持金义综合保税区高质量发展的实施意见》、《成都市推动跨境电商高质量发展政策措施》、《促进对外贸易高质量发展若干政策》等政策文件。公司根据相关文件的政策条件以及公司实际达成的一线进口额和销售额情况计算并计提企业实际应获得的补贴金额，符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》第六条“（一）企业能够满足政府补助所附条件”。

截止目前，金华市补贴 2022 年政府补贴在 2024 年 5 月已全额收到，2023 年政府补贴申报已过初审，金华市商务局承诺 2024 年底前可兑现 50%，不存在无法兑现风险。成都市 2023 年政府补贴已收到 82 万元，其余 400 万元正在申报流程中，不存在无法收回的风险。上述情况符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》第六条“（二）企业能够收到政府补助”。

综上所述，公司认为计提应收政府补贴款符合《企业会计准则第 16 号——政府补助》第六条“政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）企业能够满足政府补助所附条件；（二）企业能够收到政府补助。”

公司根据会计政策，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。公司认为应收政府补助的坏账计提充分。

（二）结合与供应商的采购合作模式及行业惯例等说明期末新增采购返利的原因及合理性；涉及返利的主要供应商、具体返利政策，返利计提的标准和依据、返利金额及占采购金额的比例、返利结算方式、返利的会计处理是否符合企业会计准则的规定；应收返利款的信用期限，是否存在逾期的情况，期后是否全部兑现。

回复：

其他应收款期末新增采购返利系与供应商采购合作模式变化，本报告期新增供应商直接支付（非冲抵货款）方式结算返利，为与冲抵货款结算方式区分而在其他应收款-采购返利列示，按实际发生的费用向品牌方索要，上述新增采购返利的变化具有合理性。

（1）此次新增其他应收账款——应收采购返利，主要涉及供应商如下：

单位：元

供应商	返利余额	采购金额	占比	返利结算方式
供应商 1	6,595,455.38	153,060,949.52	4.31%	银行存款支付
供应商 2	7,851,590.38	580,909,343.37	1.35%	银行存款支付
合计	14,447,045.76	733,970,292.89	1.97%	

（2）涉及采购返利主要客户的返利政策、计提标准和依据、返利金额及占采购金额的比例、返利结算方式、返利的会计处理如下表：

单位：元

供应商	采购返利政策	计提标准和依据	返利金额	采购金额	返利比例	返利结算方式	会计分录

供应商 1	offtake 采购返利	数量*单罐 返利金额	5,920,696.70	153,060,949.52	3.87%	银行 存款 直接 支付	1. 计提返利时 借：其他应收款 贷：主营业务成本 2. 收到返利时： 借：银行存款 贷：其他应收款
	采购返利	(采购入 库数量-采 购退货数 量)*返利 单价	1,943,574.00		1.27%	银行 存款 直接 支付	1. 计提返利时 借：其他应收款 贷：主营业务成本 2. 收到返利时： 借：应付账款/银行 存款 贷：其他应收款
	市场费用	按实际发 生费用据 实结算	4,460,986.96		2.91%	银行 存款 直接 支付	1. 计提返利时 借：其他应收款 贷：销售费用 2. 收到返利时（抵 扣货款）： 借：银行存款 贷：其他应收款
供应商 2	财务板块	数量*单罐 返利金额	88,383,340.51	580,909,343.37	15.21%	抵货 款	借：预付账款 贷：主营业务成本
	商务板块 到货残次	残次数量* 采购单价	5,223,709.46		0.90%	抵货 款	借：预付账款 贷：库存商品
	市场板块 (如优惠 券等)	按实际发 放优惠券 等商业折 扣时据实 结算	5,833,818.98		1.00%	抵货 款/ 银行 存款 直接 支付	1. 发生时： 借：主营业务收入 贷：应收账款 借：其他应收款 贷：主营业务成本 2. 核销时： 借：预付账款/银行 存款 贷：其他应收款

上述会计处理方式符合企业会计准则的规定。

(3) 关于应收返利款的信用期限，是否存在逾期的情况，期后是否全部兑
现的说明：

供应商	信用期限	是否存在逾期	期后是否全部兑现
供应商 1	90 天账期	否	是
供应商 2	第 3 月开始后约 40 天	是	是

	第2月开始后约40天	是	是
--	------------	---	---

(三)说明代收代付款项、押金及保证的业务背景、主要欠款方及对应余额、本期代收代付款项余额较大幅度下降的原因及合理性,是否与业务模式及规模匹配。

回复:

1、业务背景介绍:

(1) 其他应收款——代收代付款, 主要包括第三方客户通过公司平台进行销售, 客户未收货, 款项未结算形成的代收代付款以及公司向品牌方结算的费用等。

(2) 其他应收款——押金保证金, 主要为公司为公司在电商各平台开店以及公司在海关预存的保证金, 根据《商务部 发展改革委 财政部 海关总署 税务总局 市场监管总局关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》商财发(2018)486号文件内容, 作为保税区内仓储物流企业需承担税金代缴义务, 公司需向海关预存关税保证金。

单位: 元

款项性质	期末账面余额	期初账面余额	同比
政府补贴款	27,919,313.78	14,946,328.57	86.80%
押金保证金	19,785,638.96	23,896,751.73	-17.20%
代收代付款	8,128,157.53	35,176,782.43	-76.89%
应收出口退税款	1,215,960.53	1,215,960.53	0.00%
应收采购返利	14,447,045.76	-	-
其他	3,096,098.09	758,570.08	308.15%
合计	74,592,214.65	75,994,393.34	-1.85%

2、报告期代收代付款项、押金及保证客户及明细

(1) 代收代付款金额超过50万元的客户明细及变动

单位: 元

客户	2022年期末余额	2023年期末余额	变动金额
重庆宝妈时光电子商务有限公司	0.00	2,020,464.46	2,020,464.46
云仓-环球帮海外旗舰店	0.00	1,031,602.92	1,031,602.92
银联商务股份有限公司	14,115,676.70	502,545.76	-13,613,130.94

(2) 报告期押金及保证金超过 50 万元的客户明细及变动金额

单位：元

客户	2022 年期末余额	2023 年期末余额	变动金额
金华市融资担保有限公司	-	4,000,000.00	4,000,000.00
中华人民共和国金华海关	12,650,000.00	3,300,000.00	-9,350,000.00
金华垂直云供应链管理有限公司	2,300,000.00	2,300,000.00	-
JD.com international Limited	287,750.00	1,460,471.63	1,172,721.63
北京久正文化传媒有限公司	-	1,000,000.00	1,000,000.00
重庆三峡融资担保集团股份有限公司	-	1,000,000.00	1,000,000.00
GLOBAL PREMIUM BUY (MACAU) LIMITED	900,157.00	900,195.00	38.00
重庆长翔文化旅游发展有限公司	655,000.00	776,000.00	121,000.00
成都天投产业投资有限公司	618,435.31	618,435.31	-
合计	17,411,342.31	15,355,101.94	-2,056,240.37

3、押金保证金及代收代付款下降的原因说明：

(1) 押金保证金下降的原因说明

公司控股子公司重庆云仓全资子公司金华宁柏供应链有限公司于 2023 年 12 月向中国建设银行股份有限公司重庆渝中支行申请 1,000 万元关税保函，上述事项已经公司第二届董事会第三十四次会议审议通过，通过 1000 万元的关税保函业务，公司可以释放 1000 万的海关押金，导致公司 2023 年期末押金保证金同比下降。

(2) 代收代付款同比下降原因说明

公司代收代付款主要包括公司三方代发业务、品牌方费用，2023 年由于公司三方代发业务回款周期加速，三方代发应收款减少，导致公司 2023 年代收代付款同比下降。

上述业务的变化与公司的业务模式及规模匹配。

五、关于期间费用

2023年,你公司本期销售费用发生额145,477,807.12元,同比下降17.59%,主要费用构成中销售服务费、职工薪酬等费用均下降。

同期,管理费用本期发生额50,375,046.42元,其中职工薪酬、中介机构费用等均较大幅度增加;研发费用-职工薪酬同比下降18.14%,研发费用-其他同比增加312.00%。

另外,财务费用本期发生额13,280,093.71元,上期发生额56,073,136.01元,较大幅度下降主要系财务费用利息支出减少及本期汇兑损益变动导致的。

请你公司:

(一)结合各岗位员工人数变动、薪酬政策、业绩变动情况等说明销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬变动的原因及合理性。

回复:

报告期公司薪酬政策未发生改变,报告期销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬变动数据及分析如下:

单位:元

项目	2023年金额	2022年金额	同比增长
研发费用-职工薪酬	7,879,472.69	9,626,400.48	-18.15%
管理费用-职工薪酬	32,748,423.73	25,397,151.09	28.95%
销售费用-职工薪酬	30,283,552.90	33,223,685.91	-8.85%

1、报告期,公司研发项目同比减少,研发员工人数同比降低,2022年研发人员数量为89人,2023年研发人员数量为76人,减少13人,导致公司研发费用-职工薪酬同比下降18.15%。

2、报告期,为进一步提升公司管理水平,公司加大对高级别管理人才的招聘力度,报告期公司高级别管理人员同比增长,导致公司管理费用-职工薪酬同比增长28.95%。

3、报告期,公司销售人员同比增长,销售费用中职工薪酬同比下降主要源于公司大力拓展零售和渠道业务,销售人员流动性较大,新入职的部分销售人员

薪酬较低，同时公司 2023 年营业收入同比 2022 年下降-0.61%，销售人员的绩效会有所降低，导致公司销售费用-职工薪酬同比下降 8.85%。

因此，公司销售费用、管理费用、研发费用中职工薪酬变动具有合理性。

(二) 说明销售费用中销售服务费的主要核算内容、本期变动原因、入账的完整性、准确性，与经营业绩的匹配性等；公司是否存在代品牌方垫付营销推广费等情形，如存在，说明主要约定、规模及合理性、会计核算。

回复：

1、关于销售费用中销售服务费的主要核算内容、本期变动原因、入账的完整性、准确性，与经营业绩是否匹配的说明：

销售服务费主要包括销售佣金、平台服务费、促销费、运营人员劳务费等，本期变动原因系公司对重庆宝妈销售模式改变，公司不再支付销售服务费，报告期销售费用占比波动较小，入账完整、准确，与公司经营业绩匹配。具体分析如下：

公司销售服务费明细如下：

单位：元

费用类型	2023 年发生额	占收入比	2022 年发生额	占收入比	收入占比变动率
销售佣金、服务费	78,384,037.22	1.93%	80,511,893.94	1.97%	-0.04%
平台费用	25,351,490.17	0.63%	51,982,556.43	1.27%	-0.64%
促销费	6,539,568.32	0.16%	4,404,590.86	0.11%	0.05%
其他	250,501.65	0.01%	88,498.49	0.00%	0.01%
合计	110,525,597.36		136,987,539.72		

上表分析可知，2023 年销售服务费下降的主要原因是“宝妈时光平台”费用的下降，2022 年“宝妈时光平台”由重庆宝妈主体代运营，公司支付给重庆宝妈相应平台佣金和服务费，2022 年 12 月“宝妈时光平台”逐渐关闭，由公司子公司香港渝欧直接向重庆宝妈的境外货权主体香港宝妈 B2B 销售产品，不再存在服务费的情况。

报告期销售费用占比波动较小，入账完整、准确，与公司经营业绩匹配。

2、关于公司是否存在代品牌方垫付营销推广费等情形，如存在，说明主要约定、规模及合理性、会计核算的说明。

公司存在代部分品牌先行代品牌方代垫部分营销推广费的方式，并与品牌方进行核销，但是代垫品牌方营销推广费未计入公司销售费用。具体如下：在电商行业新的发展环境和业态冲击下，品牌方从更加多元化、碎片化的渠道进行营销和流量获取，因此电商服务商的服务需求，将从单一或部分环节，逐步集中于全链路、全渠道以及集成化，相应的品牌电商服务商的盈利模式也将趋向于对品牌的经销或代理模式，以及提供增值化数智服务。报告期，公司积极持续拓展抖音等平台外视频、直播、图文类新兴媒体推广渠道，在打造持续核心竞争力的同时，为品牌方提供全链路全渠道的电商综合服务，助力其巩固和拓展市场份额。部分品牌方会要求公司先行代品牌方代垫部分营销推广费，并与品牌方进行核销，并非计入公司销售费用部分。

公司垫付代品牌方垫付营销推广费如下：

单位：元

明细	2022年	2023年	增减比例
代垫费用	94,417,743.30	88,727,637.69	-6.03%
营业收入	4,078,707,230.54	4,053,771,291.35	-0.61%
代垫费用占比	2.31%	2.19%	

由上表分析可知，公司代垫费用占营业收入比重较低，经查询A股品牌代理类上市公司，若羽臣（股票代码：003010）、安正时尚（股票代码：603839）均存在代垫品牌费用情况，公司代垫品牌费用及金额存在合理性。代垫费用的会计处理如下：

(1) 关于代品牌方垫付费用的，公司通常采取以邮件形式确认费用垫付金额；比如品牌方HERO AG，公司于2023年10月发生费用代垫，在发生费用时及核销费用时，公司会计分录如下：

项目	会计分录
发生费用时	借：销售费用 104,054.76 元 贷：银行存款/其他应付款【下游】 104,054.76 元 同时： 借：预付账款【品牌方】【合同号1】 104,054.76 元 贷：销售费用 104,054.76 元

向品牌方核销时	借：预付账款【品牌方】【合同号2】104,054.76 元 借：预付账款【品牌方】【合同号1】104,054.76 元
---------	--

通过会计分录可知，公司代品牌方费用未计入公司销售费用。

(三)说明管理费用中介机构费用的主要构成明细及本期较大幅度增加的原因及合理性；研发费用-其他主要核算内容及费用的真实性。

回复：

2023 年管理费用中介机构费用较大幅度增加的原因主要有：子公司审计数量增加、IPO 筹备辅导期间专项咨询服务项目增加、IPO 筹备期间费用化等的中介机构服务费用增加导致；同时研发费用-其他，主要包括研发部门产生的分摊费用，如技术服务费，物业管理费等增加所致。

具体费用如下：

单位：元

项目	本期数	上期数	变动
中介机构服务费	5,442,794.58	2,023,541.51	3,419,253.07

(四)量化分析财务费用中利息费用、汇兑损益变化较大的原因及合理性，汇率变动趋势与公司相关业务金额和汇兑损益之间的匹配性，应对汇率波动的措施。

回复：

1、关于利息费用波动较大的原因说明

报告期，公司财务费用-利息支出同比减少 20.59%，主要是公司经营业绩持续改善，公司库存周转率、应收账款周转率等经营过程指标持续提升，导致公司新增银行借款减少，公司偿还银行借款加大，导致 2023 年利息支出降低所致，具有合理性。

单位：元

项目	本期数	上期数	变动	变动率
银行借款利息	10,934,746.68	13,770,097.77	-2,835,351.09	-20.59%
合计	10,934,746.68	13,770,097.77	-2,835,351.09	-20.59%

2、关于汇兑损益波动较大的原因说明

2022年，公司达能跨境产品前期主要通过港币采购，公司主要贷款是人民币，2022年港币对人民币持续升值，公司以人民币作为主要销售结算币种，导致公司需要用更多人民币兑换港币进行采购或还贷，因此产生较大汇兑损失。

2023年，公司以人民币采购达能跨境产品，其中通过港币结算金额减少1,446,148,902.47港元，同比下降98.69%，通过人民币结算增长1,226,570,468.22元，同比增长46.05%，同时公司贷款也为人民币，因此交易环节产生的汇率风险得到控制。另外，因公司电商零售业务快速发展，公司在京东、天猫等电商平台以美元结算，在2023年美元对人民币升值，从年初6.7030最低点逐月持续升值到9月最高点7.3430，最大波动幅度达9.55%，因此2023年为汇兑收益。因此，公司的汇率变动趋势与公司相关业务金额和汇兑损益之间具有匹配性。公司2022年及2023年主要供应商达能跨境采购结算货币明细如下：

单位：元

交易货币	2023年达能跨境采购额	2022年达能跨境采购额	变动额	变动率
CNY	3,890,322,733.03	2,663,752,264.81	1,226,570,468.22	46.05%
NZD	35,117,086.16	-	35,117,086.16	-
USD	16,638,471.03	7,106,168.38	9,532,302.65	134.14%
AUD	11,664,760.32	10,796,179.80	868,580.52	8.05%
HKD	19,134,062.81	1,465,282,965.28	-1,446,148,902.47	-98.69%
EUR	539,891.04	2,639,482.28	-2,099,591.24	-79.55%
JPY	-	3,332,494,200.00	-3,332,494,200.00	-100.00%
折人民币合计	4,237,580,467.24	4,045,435,126.36	192,145,340.88	4.75%

3、关于公司应对汇率波动的措施

为应对汇率波动的影响对公司经营造成不良影响，有效规避外汇市场的风险，锁定成本，合理管控汇兑损益，公司及渝欧（香港）国际有限公司与银行等金融机构开展外汇衍生品交易业务，以减少汇率波动对公司业绩的影响，公司在2022年开展不超过5亿元人民币（或者等值外币）外汇衍生品业务及2023年开展不低于不超过2亿元人民币（或者等值外币）外汇衍生品业务。

(以下无正文，为《关于对重庆渝欧跨境电子商务股份有限公司的年报问询函》
的回复)



重庆渝欧跨境电子商务股份有限公司

2024年9月6日

