

四川浪莎控股股份有限公司 收到上海证券交易所关于公司 2024 年 半年度报告的信息披露监管工作函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

四川浪莎控股股份有限公司（以下简称：“浪莎股份”或“公司”）近日收到上海证券交易所《关于公司 2024 年半年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2024】3515 号）（以下简称“监管工作函”）。公司对《监管工作函》所列问题进行了认真核实。

本《监管工作函回复》中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上可能存在差异，这些差异是因四舍五入造成。

现将有关问题回复公告如下：

一、关于收入确认。公司主营针织内衣的生产和销售。公告显示，公司 2022 年、2023 年分别实现营业收入 3.27 亿元、3.88 亿元，2024 年上半年实现营业收入 1.48 亿元。公司上半年营业收入占全年比重较低，其中 2022 年上半年、2023 年上半年营业收入仅占全年营业收入的 36.29%、34.74%，第四季度单季占全年营业收入的比重达 40.72%、38.7%，第四季度营收占比较高。公司采用委外加工为主、自产为辅的生产模式，以及经销销售模式，销售渠道包括内销、外销。报告期公司主营业务收入 1.48 亿元，同比增长 9.79%，毛利率 18.67%，同比增加 0.47 个百分点，较 2022 年、2023 年主营业务毛利率 17.41%、17.99%持续增长。

请公司：（1）结合各销售渠道最近两年一期收入成本构成、毛利率及同比变动情况，说明毛利率持续提升的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异；（2）补充披露公司主要供应商名称、合作年限、交易内容、结算方式、金额及变动情况，公司与前述供应商是否存在关联关系或其他资金或业务往来；（3）补充披露主要经销商

客户的名称、合作历史、销售产品类型及金额，是否为公司关联方，并结合公司关联销售及非关联销售均价，说明关联交易定价公允性；

(4) 结合公司与经销商的结算方式、结算周期、退换货机制、信用政策等，说明经销商模式下收入的确认时点和依据，收入确认是否符合企业会计准则的规定，是否存在经销客户渠道压货、大额销售退回等情形；(5) 结合前述情况，说明第四季度收入占比较高、较前三季度大幅增长的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，是否存在提前确认收入、跨期确认收入等情形；(6) 是否存在根据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定应予以扣除的营业收入及原因。

【公司回复】

(1) 结合各销售渠道最近两年一期收入成本构成、毛利率及同比变动情况，说明毛利率持续提升的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异。

公司主营业务按销售渠道最近两年一期收入成本构成、毛利率及同比变动情况如下：

销售渠道	2024年1—6月			2023年1—6月			毛利率比上年同期增减(%)
	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	
内销	14,114.97	11,394.35	19.27	13,143.75	10,720.41	18.44	增加0.83个百分点
其中：线上销售	10,704.47	8,655.57	19.14	9,410.71	7,734.68	17.81	增加1.33个百分点
线下销售	3,410.50	2,738.78	19.70	3,733.04	2,985.73	20.02	减少0.32个百分点
外销	657.94	620.62	5.67	311.71	285.77	8.32	减少2.65个百分点
其中：线上销售							
线下销售	657.94	620.62	5.67	311.71	285.77	8.32	减少2.65个百分点
合计	14,772.91	12,014.97	18.67	13,455.46	11,006.18	18.20	增加0.47个百分点

(续)

销售渠道	2023年度			2022年度			毛利率比上年同期增减(%)
	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	
内销	37,741.13	30,836.35	18.30	32,024.78	26,425.40	17.48	增加0.82

销售渠道	2023 年度			2022 年度			毛利率比上年同期增减 (%)
	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	毛利率 (%)	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	毛利率 (%)	
							个百分点
其中：线上销售	27,904.20	22,628.14	18.91	23,262.26	18,709.37	19.57	减少 0.66 个百分点
线下销售	9,836.93	8,208.21	16.56	8,762.52	7,716.03	11.94	增加 4.62 个百分点
外销	1,010.62	944.18	6.57	610.28	527.37	13.59	减少 7.02 个百分点
其中：线上销售							
线下销售	1,010.62	944.18	6.57	610.28	527.37	13.59	减少 7.02 个百分点
合计	38,751.75	31,780.53	17.99	32,635.06	26,952.77	17.41	增加 0.47 个百分点

内销线下销售毛利率 2023 年度较 2022 年度增加 4.62%，主要系公司于 2022 年 10 月对成本为 456.14 万元的积压短裤产品进行了特价销售对应确认收入 148.18 万元，致使 2022 年内销线下毛利率受到压缩影响所致；外销毛利率 2023 年较 2022 年减少较多主要系为拓展出口份额公司对外贸销售价格进行了一定程度的让利所致。

与同行业可比公司最近两年一期销售情况比对情况如下：

项目	营业收入 (万元)				增长率 (%)	
	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2024 年 1-6 月比上年同期增减 (%)	2023 年度比上年同期增减 (%)
浪莎股份	14,772.91	13,455.46	38,751.75	32,635.06	9.79	18.74
龙头股份	41,740.84	40,499.50	91,289.43	85,042.45	3.07	7.35
爱慕股份	162,309.96	173,335.25	339,040.14	327,202.10	-6.36	3.62
项目	营业成本 (万元)				增长率 (%)	
	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2024 年 1-6 月比上年同期增减 (%)	2023 年度比上年同期增减 (%)
浪莎股份	12,014.97	11,006.18	31,780.53	26,952.77	9.17	17.91
龙头股份	22,870.92	21,610.36	48,582.16	55,467.66	5.83	-12.41
爱慕股份	53,618.42	58,209.96	113,412.39	109,486.82	-7.89	3.59
项目	毛利率 (%)				增长率 (%)	
	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	2023 年度	2022 年度	2024 年 1-6 月比上年同期增减 (%)	2023 年度比上年同期增减 (%)
浪莎股份	18.67	18.20	17.99	17.41	增加 0.47 个百分点	增加 0.58 个百分点
龙头股份	45.21	46.64	46.78	34.78	减少 1.43 个百分点	增加 12.00 个百分点
爱慕股份	66.97	66.42	66.55	66.54	增加 0.55 个百分点	增加 0.01 个百分点

注：上述同行业可比公司最近两年一期销售情况比对情况中，龙头股份引用定期报告“针织服装类”数据，爱慕股份引用定期报告“主营业务”数据。

公司 2023 年度较 2022 年度营业收入的增长幅度较同行业可比公司同类业务增长较大主要系公司在 2022 年 10 月开始拓展了在直播平台的直播销售渠道，公司 2023 年度、2022 年度直播渠道销售收入占全年营业收入的比例分别为 15.00%、8.70%，公司 2023 年度直播销售渠道销售收入较 2022 年度增加 104.54%；2024 年 1—6 月较 2023 年 1—6 月营业收入的增长幅度较同行业可比公司同类业务增长较大主要系加盟经销商客户李友富在本期新增了女士短裤品类销售影响所致。公司最近两年一期销售毛利率变动较小，与同行业可比公司最近两年一期类似业务毛利率增长变动相较，除龙头股份 2023 年销售毛利率增长较大外，其余差异较小。通过查询龙头股份 2023 年年报数据，龙头股份 2023 年度销售毛利率较 2022 年增幅较大，主要系 2023 年针织服装类出口贸易业务销售减少生产采购成本下降较大影响所致。

综上，公司两年一期毛利率持续小幅增长，具有合理性，与同行比较没有较大差异。

(2) 补充披露公司主要供应商名称、合作年限、交易内容、结算方式、金额及变动情况，公司与前述供应商是否存在关联关系或其他资金或业务往来。

2024 年 1—6 月公司主要供应商(采购前 10 名)情况：

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	重合供应商不含税采购金额比上年同期增减(万元)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
1	普宁市汇腾制衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结，以银行存款+银行承兑汇票支付	908.20	7.47	449.39	否
2	中山市伊影制衣有限公司	2008 年	短裤类 OEM 采购	月结，以银行存款+银行承兑汇票支付	548.97	4.52	-8.51	否
3	龙南市嘉辉服饰有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	月结，以银行存款+银行承兑汇票支付	386.06	3.18	-124.43	否
4	江门市蓬江区雪悠内衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结，以银行存款+银行承兑汇票支付	391.34	3.22	/	否
5	广东召博服饰有限公司	2023 年	短裤类 OEM 采购	货到付款，以银行存款支付	281.78	2.32	/	否
6	中山市星逸制衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结，以银行存款+银行承兑汇票支付	253.12	2.08	/	否
7	温州卓顿服饰	2018 年	短裤类	月结，以银行存款	226.05	1.86	/	否

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	重合供应商不含税采购金额比上年同期增减(万元)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
	有限公司		OEM 采购	+银行承兑汇票支付				
8	绍兴市中恒纺织品有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	月结, 定金+款到发货, 以银行存款支付	233.24	1.92	/	否
9	中山市艺佳制衣有限公司	2019 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	222.13	1.83	-27.15	否
10	温州澳杰雅服饰有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	201.74	1.66	-78.74	否
	合计	/	/	/	3,652.63	30.04	210.56	/

2023 年 1—6 月公司主要供应商(采购前 10 名)情况:

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	重合供应商不含税采购金额比上年同期增减(万元)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
1	中山市伊景制衣有限公司	2008 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	557.48	5.08		否
2	龙南县嘉辉服饰有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	510.49	4.65		否
3	普宁市汇腾制衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	458.81	4.18		否
4	普宁市扬龙制衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	438.03	3.99		否
5	绍兴市顾德贸易有限公司	2022 年	保暖内衣类 OEM 采购	定金+货到付款, 以银行存款+银行承兑汇票支付	409.79	3.74		否
6	温州翔成服饰股份有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	315.93	2.88		否
7	苍南宜山宝伦内衣厂	2019 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	316.58	2.89		否
8	温州澳杰雅服饰有限公司	2021 年	短裤类 OEM 采购	定金+款到发货, 以银行存款支付	280.48	2.56		否
9	佛山市欧迪妮服饰智能科技有限公司	2016 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	262.34	2.39		否
10	中山市艺佳制衣有限公司	2019 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	249.28	2.27		否
	合计	/	/	/	3,799.21	34.64		/

2023 年度公司主要供应商(采购前 10 名)情况:

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	重合供应商不含税采购金额比上年同期增减(万元)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
1	普宁市汇腾制衣有限公司	2020 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	1,585.26	5.07	-148.17	否
2	中山市伊景制衣有限公司	2008 年	短裤类 OEM 采购	月结, 以银行存款+银行承兑汇票支付	1,178.94	3.77	70.49	否

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	重合供应商不含税采购金额比上年同期增减(万元)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
3	龙南县嘉辉服饰有限公司	2021年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	1,092.54	3.49	/	否
4	普宁市扬龙制衣有限公司	2020年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	834.15	2.67	-98.01	否
5	金华市真好工贸有限公司	2022年	保暖内衣类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	754.12	2.41	143.79	否
6	温州澳杰雅服饰有限公司	2021年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	679.51	2.17	139.60	否
7	无锡沁诺服饰有限公司	2017年	保暖内衣类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	653.70	2.09	/	否
8	苍南宜山宝伦内衣厂	2019年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	624.85	2.00	43.72	否
9	温州卓顿服饰有限公司	2018年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	594.89	1.90	-276.50	否
10	温州翔成服饰股份有限公司	2021年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	552.65	1.77	/	否
	合计	/	/	/	8,550.61	27.32	125.08	/

2022年度公司主要供应商(采购前10名)情况:

序号	供应商名称	合作开始年限	交易内容	结算方式	不含税采购金额(万元)	不含税采购金额占比(%)	是否存在关联关系或其他资金或业务往来
1	普宁市汇腾制衣有限公司	2020年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	1,733.43	6.55	否
2	中山市伊景制衣有限公司	2008年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	1,108.45	4.19	否
3	普宁市扬龙制衣有限公司	2020年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	932.16	3.52	否
4	温州卓顿服饰有限公司	2018年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	871.39	3.29	否
5	中山市喜来乐服饰有限公司	2012年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	623.93	2.36	否
6	东阳市吴刚针织有限公司	2018年	面料采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	607.04	2.29	否
7	苍南宜山宝伦内衣厂	2019年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	581.13	2.20	否
8	金华市真好工贸有限公司	2022年	保暖内衣类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	610.33	2.31	否
9	温州澳杰雅服饰有限公司	2021年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	539.91	2.04	否
10	义乌祥隆服饰有限公司	2020年	短裤类OEM采购	月结,以银行存款+银行承兑汇票支付	519.05	1.96	否
	合计	/	/	/	8,126.82	30.71	/

根据 2024 年 1—6 月、2023 年 1—6 月、2023 年度、2022 年度公司主要供应商(采购前 10 名)情况表,公司 2024 年 1—6 月主要供应商(采购前 10 名)与 2023 年 1—6 月主要供应商(采购前 10 名)有 5 家重合、2023 年度主要供应商(采购前 10 名)与 2022 年度主要供应商(采购前 10 名)有 7 家重合,公司主要供应商(采购前 10 名)变化相对较大、采购较为分散,主要系公司销售模式以加盟店经销为主,公司采购与加盟经销客户销售需求直接相关,故主要供应商存在相对较大变化。公司与前述供应商均不存在关联关系或其他资金或业务往来情况。

(3) 补充披露主要经销商客户的名称、合作历史、销售产品类型及金额,是否为公司关联方,并结合公司关联销售及非关联销售均价,说明关联交易定价公允性。

2024 年 1—6 月公司主要经销商客户(销售前 10 名)情况:

序号	经销商客户名称	合作历史	合作月数	销售产品类型	营业收入(万元)	营业收入占比(%)	是否为公司关联方
1	蔡英明	2010年3月	174	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、 文胸、其他	2,449.42	16.55	否
2	浪莎针织有限公司	2013年10月	130	平台: 抖音视频号; 主营: 内衣、短裤、 文胸、其他	1,938.23	13.10	是
3	朱宝林	2008年6月	195	平台: 唯品会/天猫; 主营: 内衣、短裤、 文胸、其他	1,909.74	12.91	否
4	蓝俊龙	2009年4月	185	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、 文胸、其他	1,023.58	6.92	否
5	李友富	2016年5月	98	平台: 天猫; 主营: 短裤	831.09	5.62	否
6	张浩华	2017年8月	83	平台: 天猫; 主营: 短裤、内衣、其他	740.98	5.01	否
7	蒋海兵	2020年3月	52	平台: 唯品会拼多多; 主营: 内衣、短裤、 文胸、其他	446.96	3.02	否
8	张婉君	2023年7月	12	平台: 沃尔玛超市; 主营: 内衣、短裤	413.81	2.80	否
9	张志强	2024年3月	4	平台: 天猫拼多多; 主营: 内衣、短裤、 其他	387.38	2.62	否
10	SOHO APPAREL GROUP INC	2019年9月	58	外贸; 主营: 其他	373.35	2.52	否
	合计	/	/	/	10,514.54	71.07	/

2023 年度公司主要经销商客户(销售前 10 名)情况:

序号	经销商客户名称	合作历史	合作月数	销售产品类型	营业收入(万元)	营业收入占比(%)	是否为公司关联方
1	蔡英明	2010年3月	174	平台: 京东拼多多;	7,318.01	18.87	否

序号	经销商客户名称	合作历史	合作月数	销售产品类型	营业收入(万元)	营业收入占比(%)	是否为公司关联方
				主营: 内衣、短裤、文胸、其他			
2	浪莎针织有限公司	2013年10月	130	平台: 抖音/视频号; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	6,262.23	16.15	是
3	朱宝林	2008年6月	195	平台: 唯品会/天猫; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	4,611.05	11.89	否
4	蓝俊龙	2009年4月	185	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	3,696.13	9.53	否
5	蒋海兵	2020年3月	52	平台: 唯品会拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	2,068.06	5.33	否
6	刘传云	2018年8月	72	平台: 唯品会拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1,762.11	4.54	否
7	徐青青	2019年1月	67	平台: 天猫拼多多; 主营: 内衣、短裤、其他	1,599.66	4.12	否
8	张浩华	2017年8月	83	平台: 天猫; 主营: 短裤、内衣、其他	1,487.40	3.84	否
9	李友富	2016年5月	98	平台: 天猫; 主营: 短裤	819.88	2.11	否
10	SOHO APPAREL GROUP INC	2019年9月	58	外贸; 主营: 其他	792.76	2.04	否
	合计	/	/	/	10,514.54	71.07	/

2022年度公司主要经销商客户(销售前10名)情况:

序号	经销商客户名称	合作历史	合作月数	销售产品类型	营业收入(万元)	营业收入占比(%)	是否为公司关联方
1	朱宝林	2008年6月	195	平台: 唯品会/天猫; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	6,566.96	20.10	否
2	蔡英明	2010年3月	174	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	5,056.22	15.47	否
3	蓝俊龙	2009年4月	185	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	3,548.37	10.86	否
4	浪莎针织有限公司	2013年10月	130	平台: 抖音/视频号; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	2,844.33	8.70	是
5	徐青青	2019年1月	67	平台: 天猫拼多多; 主营: 内衣、短裤、其他	1,835.10	5.62	否
6	蒋海兵	2020年3月	52	平台: 唯品会拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1,483.14	4.54	否
7	张浩华	2017年8月	83	平台: 天猫; 主营: 短裤、内衣、其他	1,183.95	3.62	否
8	刘传云	2018年8月	72	平台: 唯品会拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	831.86	2.55	否
9	张大伟	2015年4月	112	平台: 天猫; 主营: 短裤	524.34	1.60	否
10	李友富	2016年5月	98	平台: 天猫; 主营:		1.60	否

序号	经销商客户名称	合作历史	合作月数	销售产品类型	营业收入(万元)	营业收入占比(%)	是否为公司关联方
				短裤	523.22		
	合计	/	/	/	24,397.49	74.66	/

为保证公司经营销售回款安全，方便经营销售过程中对账、发货等工作开展，公司采取与绝大多数自然人经销商（个体户）签订经销合同。主要自然人经销商通过其实际经营公司经营，具体情况为：朱宝林主要经营公司浙江浪仕威电子商务有限公司在天猫商城和唯品会平台上经营销售公司产品；蔡英明主要经营公司义乌市云图网络科技有限公司在京东商城和拼多多平台上经营销售公司产品；蓝俊龙主要经营公司上海玉莎商贸有限公司在京东商城和拼多多平台上经营销售公司产品；李友富主要经营公司义乌茹雅服饰有限公司在天猫商城平台上经营销售公司产品；张浩华主要经营公司浦江天蝎服饰有限公司在天猫商城平台上经营销售公司产品；蒋海兵主要经营公司上海斯传网络科技有限公司在唯品会和拼多多平台上经营销售公司产品；张婉君主要经营公司重庆富冠商贸有限公司在沃尔玛超市平台上经营销售公司产品；张志强主要经营公司义乌市慕斯贸易有限公司在天猫商城和拼多多平台上经营销售公司产品；刘传云主要经营公司义乌市小布点针织有限公司在唯品会和拼多多平台上经营销售公司产品；徐青青主要经营公司义乌市梓豪商贸有限公司在天猫商城和拼多多平台上经营销售公司产品；张大伟主要经营公司浙江冷皇服饰有限公司在天猫商城平台上经营销售公司产品。

公司 2022—2024 年 6 月向关联方浪莎针织有限公司按货物是否销售给非关联方销售分类如下：

分类	2024年1—6月					2023年度					2022年度				
	数量(万盒套件)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	平均销售单价(元/套件条)	毛利率(%)	数量(万盒套件)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	平均销售单价(元/套件条)	毛利率(%)	数量(万盒套件)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	平均销售单价(元/套件条)	毛利率(%)
常规产品	93.20	1,288.28	1,074.90	13.82	16.56	189.27	3,556.30	2,936.53	18.79	17.43	93.72	1,952.98	1,712.89	20.84	12.29
单供产品	27.32	649.95	531.64	23.79	18.20	73.81	2,705.93	2,229.00	36.66	17.63	24.75	891.34	728.97	36.02	18.22
合计	120.52	1,938.23	1,606.53	16.08	17.11	263.08	6,262.23	5,165.53	23.80	17.51	118.47	2,844.33	2,441.87	24.01	14.15

注：常规产品是指报告当期公司既销售给关联方又销售给非关联方的产品；单供产品是指报告当期公司仅销售给关联方的产品，上表及以下表中的平均销售单价均为不含税单价。

关联方直播销售产品销售金额情况如下：

年度	产品 品类	计量单位	关联方直播销售产 品数量(万盒/套/件)	营业收入(万元)	直播产品(单供产 品+常规产品)平 均销售单价 (元/套件/条)
2024年1-6月	内衣	套/件	11.14	264.06	23.70
	短裤	盒	27.80	502.50	18.08
	文胸	个	10.03	191.96	19.14
	其他	件/条	43.81	503.10	11.48
	合计	/	/	1,461.62	/
2023年度	内衣	套/件	51.91	1,226.90	23.64
	短裤	盒	44.75	747.88	16.71
	文胸	个	1.22	41.53	34.04
	其他	件/条	112.68	2,273.42	20.18
	合计	/	/	4,289.73	/
2022年度	内衣	套/件	57.16	1,471.38	25.74
	短裤	盒	16.63	223.22	13.42
	文胸	个	0.29	5.30	18.28
	其他	件/条	7.74	95.76	12.37
	合计	/	/	1,795.66	/

常规产品关联方销售单价与非关联方平均销售单价比对情况如下：

年份	关联方分货号汇总销售额(不含税)					非关联方对应关联方货号销售汇总(不含税)					关联方平 均销售单 价与非关 联方平均 销售单价 比较(元 /套件/条)
	数量 (万套件/ 条)	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	平均销 售单价 (元套 件条个)	毛利 率(%)	数量 (万套件/ 条)	营业收入 (万元)	营业成本 (万元)	平均销 售单价 (元套 件条个)	毛利 率(%)	
2024年1-6月	93.20	1,288.28	1,074.90	13.82	16.56	139.52	1,706.17	1,427.05	12.23	16.36	1.59
2023年度	189.27	3,556.30	2,936.53	18.79	17.43	309.84	5,331.99	4,474.13	17.21	16.09	1.58
2022年度	93.72	1,952.98	1,712.89	20.84	12.29	498.26	8,942.91	7,649.54	17.95	14.46	2.89

常规产品按关联方分货号汇总销售额与非关联方对应关联方货号销售汇总进行分析，比较关联方平均销售单价与非关联方平均销售单价的差额，差异形成主要系由于公司直播销售渠道由浪莎针织有限公司的直播账号采取浪莎整体品牌（浪莎内衣+浪莎袜子）一起直播销售进行。①公司 2022 年开始直播渠道销售，为了丰富直播产品品类，合作模式放宽增加增值税普通发票采购业务，由于产品品类更新比较

快，此类产品多集中于直播渠道售卖，传统电商销售占比较少，由于普通发票无法进项税抵扣，故而普通发票加点是远高于增值税专用发票加点，从而造成普通发票加点毛利高于专用发票加点毛利以及普通发票平均销售单价高于专用发票平均销售单价。②公司内衣、短裤、文胸、其他产品由于材料种类繁多，工艺要求复杂程度不一，价格区间很多，高低不等差异很大同类产品反应出来的平均单价各期间均有不同，由于关联方与非关联方很多品都是同期售卖而各自销售量大的产品价格不一，反应出来平均单价有较小差异。综上，关联方平均销售单价与非关联方平均销售单价虽有差异，但差异不大，考虑直播销售渠道影响，公司常规产品关联交易定价公允。

单供产品 2022—2024 年 6 月平均销售单价及销售毛利与全年主营业务销售毛利比对如下：

年份	浪莎针织					全年主营业务			毛利率偏差 (%)
	数量(万套/件条个)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	平均销售单价(元/套件条个)	毛利率 (%)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率 (%)	
2024年1-6月	27.32	649.95	531.64	23.79	18.20	14,772.91	12,014.97	18.67	减少0.47个百分点
2023年度	73.81	2,705.93	2,229.00	36.66	17.63	38,751.75	31,780.53	17.99	减少0.36个百分点
2022年度	24.75	891.34	728.97	36.02	18.22	32,635.06	26,952.77	17.41	减少0.81个百分点

2024 年 1—6 月公司向关联方浪莎针织有限公司销售单供产品的平均销售单价 23.79 元低于 2023 年度平均销售单价 36.66 元和 2022 年平均销售单价 36.02 元，主要系公司产品季节性变化，公司上半年以背心、短裤销售为主，销售品类单价低，下半年公司系保暖内衣系列产品销售旺季，内衣类产品单品价值高，销售单价高，造成 2024 年 1—6 月公司向关联方浪莎针织有限公司销售单供产品的平均销售单价比 2023 年度及 2022 年度的平均销售单价低。2024 年 1—6 月、2023 年度、2022 年度公司向关联方浪莎针织有限公司单供产品的销售毛利率与对应全年主营业务销售毛利率差异均较小，单供产品关联交易定价公允。

(4) 结合公司与经销商的结算方式、结算周期、退换货机制、信用政策等，说明经销商模式下收入的确认时点和依据，收入确认是否

符合企业会计准则的规定，是否存在经销客户渠道压货、大额销售退回等情形。

公司与经销商客户的结算方式及结算周期：公司与主要经销商客户签署《铺货还款协议》，协议按月约定现款与供货比例、月底欠款额度及回款情况，根据不同经销客户情况，约定具体结算方式、欠款额度、回款周期；一般经销商客户以款到发货结算。

公司与经销商客户的退换货机制：①公司所售产品非质量问题的次品，不接受退货，在结算时不能以货物冲抵货款。②按经销商客户要求定做的产品及经销商客户享受优惠政策的促销产品在非质量问题情况下不予退货。③经销商客户收到货物后，应及时核实产品及检验产品外观及内在质量，因公司原因造成产品错发、少发、质量问题而要求退换货的，经销商客户应在收到货物的 15 天内书面通知公司，经公司确认后按原销售价格给退换货，退换数额以当次发货数量有限。15 天后要求退换货的，一律不给予退换货。经销商客户在销售给消费者后发现质量问题，经销商客户应负责修补、更换、退换等。④外销产品执行现场第三方验货，验收合格的正品才能出口，若遇验收不合格的次品现场拒收货，不存在后期退换货情况。

公司与经销商客户的信用政策：① 非关联方经销商客户信用政策：分为对非关联方经销商客户的固定授信额度支持和临时授信额度支持。非关联方经销商客户日常可按上年同期销售金额的 20% 申请固定授信额度支持金额，根据非关联方经销商客户的经营渠道，逢“3.8 节”、“618 节”、“99 大促”、“双十一”、“双十二”等平台活动时，非关联方经销商客户可以申请临时授信额度支持金额，公司根据非关联方经销商客户的信用等级评分，给予不同的授信金额，不同的非关联方经销商客户授信金额分别在 500 万元~3000 万元之间，平均信用周期为 90 天~180 天，未约定利率收取利息。②关联方经销商客户信用政策：公司与关联方经销商客户的货款结算约定，无论关联方经销商客户报告期末货款欠款多少金额，关联方经销商客户均需如期后公司定期报告审议董事会会议召开前全额清偿报告期末所欠货款，公司关联交易货款均已照此实际履行。公司与关联方经销商客户无授信金

额，信用周期为 60 天~120 天，未约定利率收取利息。

公司经销模式下收入确认时点和依据：公司销售分国内销售和国外出口销售，主要为国内销售，国外出口销售占比较小。国内销售分为自提方式与发托运及公司送货方式，其中：① 客户自提：商品款项已收妥或取得索取货款的权利，且商品已发出，并由客户或客户委托人签收时商品控制权转移确认收入的实现，即对授予信用的客户以客户或客户委托人来厂提货签字提单时间点为收入确认点，对其他客户以客户或客户委托人来厂提货签字提单且收取货款时间点为收入确认点；② 发托运：取得客户订货或要货通知，商品款项已收妥或取得索取货款的权利，且商品已发出并经客户确认时商品控制权转移确认收入的实现。根据《经销合同》协议约定，公司办理了托运手续，货物视为已交付客户，公司凭承运人(物流公司、托运站/点)出具的托运单及货物出库单就可以要求客户支付相应货款，即送到客户指定托运部物流签单时间且货款已收妥或取得索取货款的权利时为收入确认点；③ 公司送货：取得客户订货或要货通知，商品款项已收妥或取得索取货款的权利，且商品已发出并经客户确认时商品控制权转移确认收入的实现，即以公司自有物流送客户指定仓库客户指定人员签字回单时间为收入确认点。国外销售于商品合同、协议已签订，商品款项已收妥或取得索取货款的权利，商品已发出并办理出口报关手续并运出港口时控制权转移且货款已收妥或取得索取货款的权利时为收入确认时点。收入确认符合企业会计准则的规定。

公司最近两年一期产品销售分收入确认方式列示销售情况如下：

年份	主营业务收入 (万元)	其中：自提、送货收 入 (万元)	其中：托运收入 (万元)	自提、送货收入 占比 (%)	托运收入占比 (%)
2024 年 1—6 月	14,772.91	10,010.34	4,762.57	67.76	32.24
2023 年度	38,751.75	28,687.57	10,064.18	74.03	25.97
2022 年度	32,635.06	23,681.29	8,953.76	72.56	27.44

注：公司国内销售分为自提、发托运及公司送货三种方式，其中，自提、送货方式针对公司近距离客户，均在发货同一天进行签署确认，故未进行区分。

公司最近两年一期产品销售收入确认方式无较大变化。

根据公司日常经营情况，公司不存在经销客户渠道压货、大额销售退回等情形。

(5) 结合前述情况，说明第四季度收入占比较高、较前三季度大幅增长的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，是否存在提前确认收入、跨期确认收入等情形。

浪莎内衣品牌系列产品主要有保暖内衣产品系列（无缝和有缝）、男女短裤系列、男女时尚内衣系列、女士文胸等，内衣产品季节性较强，春夏季为公司销售淡季，第四季度秋冬季为公司内衣类产品销售旺季。2023 年度、2022 年度分季度内衣产品销售与采购情况列示如下：

项目	当季度营业收入(万元)	当季度营业收入占全年营业收入比例(%)	其中：内衣营业收入(万元)	内衣营业收入占全年营业收入比例(%)	内衣不含税采购额(万元)
2023 年 1 季度	6,278.94	16.19	802.83	2.07	553.61
2023 年 2 季度	7,192.65	18.55	560.12	1.44	398.47
2023 年 3 季度	9,517.78	24.54	2,569.99	6.63	2,082.64
2023 年 4 季度	15,793.37	40.72	7,198.64	18.56	5,342.01
2023 年度合计	38,782.74	100.00	11,131.58	28.70	8,376.73
2022 年 1 季度	6,491.13	19.86	698.04	2.14	353.80
2022 年 2 季度	5,367.50	16.43	146.86	0.45	122.82
2022 年 3 季度	8,172.19	25.01	2,388.03	7.31	1,970.57
2022 年 4 季度	12,644.79	38.70	5,559.98	17.01	3,824.06
2022 年度合计	32,675.61	100.00	8,792.91	26.91	6,271.25

2023 年度及 2022 年度内衣类产品销售占全年营业收入比率分别为 28.70%、26.91%，其中 2023 年第四季度、2022 年第四季度内衣类产品销售占全年营业收入比率分别为 18.56%、17.01%，与内衣的季节性需求情况相符。

第四季度适逢“双十一”、“双十二”大型促销活动，属于销售旺季，消费者消费力度提升，促进了公司产品销售。

综上，第四季度收入占比较高且较前三季度存在大幅增长具备合理性，符合公司实际经营情况。

与同行业可比公司最近两年第四季度营业收入占比情况比对如下：

项目	2023年第四季度营业收入(万元)	2023年度营业收入(万元)	2023年第四季度营业收入占比(%)	2022年第四季度营业收入(万元)	2022年度营业收入(万元)	2022年第四季度营业收入占比(%)	2023年第四季度营业收入占比比上年同期增减(%)
浪莎股份	15,793.37	38,782.74	40.72	12,644.79	32,675.61	38.70	增加 2.02 个百分点
龙头股份	55,187.53	177,766.42	31.04	14,823.23	219,436.22	6.76	增加 24.28 个百分点
爱慕股份	94,748.29	342,792.51	27.64	84,773.19	330,039.14	25.69	增加 1.95 个百分点

注：上述同行业可比公司最近两年第四季度营业收入及年度营业收入数据取自定期报告披露数据。

爱慕股份 2023 年度、2022 年度保暖衣销售收入占全年营业收入分别为 18.00%、16.99%；龙头股份保暖内衣销售情况无公开披露数据；公司 2023 年度、2022 年度内衣类产品销售收入占全年营业收入分别为 28.70%、26.91%，公司与爱慕股份在产品销售结构上存在较大差异，公司内衣产品销售占比较爱慕股份较高，故公司较爱慕股份在最近两年第四季度销售收入占全年营业收入的比例较高合理。公司与爱慕股份保暖内衣销售比例均呈上升趋势，与近两年第四季度销售额同比增长的趋势一致。公司不存在提前确认收入、跨期确认收入等情形。

(6) 是否存在根据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 2 号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定应予以扣除的营业收入及原因。

公司主营业务为针织品内衣的生产与销售，主要产品有无缝和有缝保暖内衣、时尚内衣、男女短裤、文胸等。为降低生产经营成本，充分利用和整合社会存量资源，公司采用产品自主设计与生产外包、自产模式，公司以自主设计与生产外包供应链管理经营模式为主（以下简称：OEM）。

OEM 模式：公司将所需要的产品委托给其他合作厂商按照公司制定的生产标准、款式要求进行生产加工，公司对其生产过程进行跟踪，并对最终产品的质量把关验收，最后将产品通过本公司的销售渠道进行销售。

自主生产方面，生产车间按照订单生产产品，然后根据生产需要，确定需要的原、辅料、规格、数量，并制定原、辅料采购计划，进行采购，将原材料加工成成品以后通过自身的销售渠道对外销售。

公司采用上述 OEM 为主、自产为辅的生产模式，以及经销销售模式。近两年来 OEM 生产占比均超过 85%，占比较大。虽然公司产品主要源于 OEM 生产，但对于 OEM 生产的产品公司均需入自有仓库进行实物管理，公司承担存货库存风险；公司对 OEM 产品有自主定价权，通常按照品类参考销售情况在成本基础上加成一定利润定价，公司对 OEM 产品承担主要责任，拥有运营权。

依据公司生产经营实际情况，公司不存在根据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第 2 号—业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定应予以扣除的营业收入情况。

二、关于应收账款。半年报显示，报告期末公司应收账款账面价值 4474 万元，同比增长 10.07%，占当期营业收入的 30.23%。公司应收账款客户集中度较高，报告期末前五大应收账款客户期末余额 3139 万元，占全部应收账款期末余额的 60.64%，其中公司控股股东子公司浪莎针织为公司应收账款第一大客户，公司对浪莎针织的应收账款期末余额 1190 万元，占公司全部应收账款期末余额的 22.99%，较 2022 年上半年末及 2023 年上半年末的浪莎针织关联应收占比 9.09%、19.78% 明显提升。报告期末公司应收账款坏账准备余额 703 万元，占应收账款期末余额的 15.71%，报告期末新增计提坏账准备。

请公司：（1）补充披露最近两年一期应收账款期末余额前 5 名客户名称、销售产品类型、回款逾期金额、逾期时间、坏账准备计提情况，与控股股东是否存在关联关系或其他资金或业务往来，前期对应收入是否符合确认条件；（2）结合应收账款预期信用损失率确定的依据、参数及具体过程，说明未新增计提坏账准备的原因及合理性；（3）结合公司对关联方和非关联方的信用政策、平均回款周期，说明应收账款前五大客户中关联方应收账款占比较高且占比持续提升的原因及合理性，相关款项是否存在无法收回风险，坏账准备计提是否充分；

(4) 说明公司对关联方的应收账款占营业收入比重是否明显高于非关联方，与同行业可比公司是否存在较大差异，是否通过应收账款变相占用上市公司资金，是否损害上市公司及中小股东利益。

【公司回复】

(1) 补充披露最近两年一期应收账款期末余额前 5 名客户名称、销售产品类型、回款逾期金额、逾期时间、坏账准备计提情况，与控股股东是否存在关联关系或其他资金或业务往来，前期对应收入是否符合确认条件。

2024 年 6 月 30 日公司应收账款期末余额前 5 名经销商客户总体情况：

序号	经销商客户	销售产品类型	账龄	应收账款期末余额(万元)	铺底协议允许报告期末欠款金额(万元)	回款逾期金额(万元)	信用天数	逾期天数	逾期原因	定期报告披露日	回款逾期金额于期后定期报告披露日已回款金额(万元)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	与控股股东是否存在关联关系或其他资金或业务往来	前期对应收入是否符合确认条件
1	浪莎针织有限公司	平台: 抖音/视频号; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	1,190.19	1,190.19	-	53	-		-	-	5.00	59.51	是	是
2	蔡英明	平台: 京东/拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	910.75	700.00	210.75	180	26	客户主要经营京东平台, 平台每月月底回款到客户公司, 由于非工作日, 客户延后收到平台货款, 客户分批转至公司, 造成回款至公司逾期	2024-8-27	210.75	5.00	45.54	否	是
3	蓝俊龙	平台: 京东/拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	397.01	600.00	-	180	-		-	-	5.00	19.85	否	是
4	朱宝林	平台: 唯品会/天猫; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	368.53	600.00	-	180	-		-	-	5.00	18.43	否	是
5	SOHO APPAREL GROUP INC	外贸; 主营: 其他	1年以内	272.66	272.66	-	90	-	货物上船后90天后结款, 货款已投信保	-	-	15.00	13.63	否	是
	合计	/	/	3,139.14	3,362.85	210.75	/	/	/	/	210.75	/	156.96	/	/

2023 年 12 月 31 日公司应收账款期末余额前 5 名经销商客户总体情况：

序号	经销商客户	销售产品类型	账龄	应收账款期末余额(万元)	铺底协议允许报告期末欠款金额(万元)	回款逾期金额(万元)	信用天数	逾期天数	逾期原因	定期报告披露日	回款逾期金额于后期定期报告披露日已回款金额(万元)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	与控股股东是否存在关联关系或其他资金或业务往来	前期对收入是否符合确认条件
1	蔡英明	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	1,480.11	1,800.00	-	107	-		-	-	5.00	74.01	否	是
2	朱宝林	平台: 唯品会/天猫; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	848.53	800.00	48.53	112	2	客户主要经营唯品会和天猫平台, 平台每月月底回款到客户公司, 由于年底非工作日, 客户延后收到平台货款, 造成回款至公司逾期。	2024-2-3	48.53	5.00	42.43	否	是
3	蓝俊龙	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	670.37	600.00	70.37	111	2	客户主要经营京东平台, 平台每月月底回款到客户公司, 由于年底非工作日, 客户延后收到平台货款, 造成回款至公司逾期。	2024-2-3	70.37	5.00	33.52	否	是
4	浪莎针织有限公司	平台: 抖音/视频号; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	543.93	543.93	-	89	-		-	-	5.00	27.20	是	是
5	SOHO APPAREL GROUP INC	外贸; 主营: 其他	1年以内	295.90	295.90	-	90	-	货物上船后90天付款, 货款已投保。	-	-	5.00	14.79	否	是
	合计	/	/	3,838.84	4,039.83	118.90	/	/	/	/	118.90	/	191.95	/	/

2022年12月31日公司应收账款期末余额前5名经销商客户总体情况:

序号	经销商客户	销售产品类型	账龄	应收账款期末余额(万元)	铺底协议允许报告期末欠款金额(万元)	回款逾期金额(万元)	信用天数	逾期天数	逾期原因	定期报告披露日	回款逾期金额于后期定期报告披露日已回款金额(万元)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	与控股股东是否存在关联关系或其他资金或业务往来	前期对收入是否符合确认条件
1	蔡英明	平台: 京东拼多多; 主营: 内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	1,349.73	800.00	549.73	73	3	客户主要经营京东平台, 平台每月月底回款到客户公	2023-4-25	549.73	5.00	67.49	否	是

序号	经销商客户	销售产品类型	账龄	应收账款期末余额(万元)	铺底协议允许报告期末欠款金额(万元)	回款逾期金额(万元)	信用天数	逾期天数	逾期原因	定期报告披露日	回款逾期金额于定期报告披露日已回款金额(万元)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	与关联方是否存在其他资金往来	前期对应收入是否符合确认条件
									司,由于年底非工作日,客户延后收到平台货款,造成回款至公司逾期。						
2	朱宝林	平台:唯品会/天猫;主营:内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	990.04	800.00	190.04	121	6	客户主要经营唯品会和天猫平台,平台每月月底回款到客户公司,由于年底非工作日,客户延后收到平台货款,造成回款至公司逾期。	2023-4-25	190.04	5.00	49.50	否	是
3	浪莎针织有限公司	平台:抖音/视频号;主营:内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	590.37	590.37	-	103	-		-	-	5.00	29.52	是	是
4	蓝俊龙	平台:京东/拼多多;主营:内衣、短裤、文胸、其他	1年以内	589.25	400.00	189.25	121	20	客户主要经营京东平台,平台每月月底回款到客户公司,由于年底非工作日,客户延后收到平台货款并分批转至公司,造成回款至公司逾期。	2023-4-25	189.25	5.00	29.46	否	是
5	龚明福	平台:天猫。主营:内衣、短裤、其他	3年以内	254.90	39.41	215.49	0	546	还款协议已签,未按协议履行还款。	2023-4-25	19.80	34.40	87.68	否	是
	合计	/	/	3,774.29	2,629.78	1,144.51	/	/	/	/	948.82	/	263.65	/	/

公司与关联方经销商客户的货款结算约定,无论关联方经销商客户报告期末货款欠款多少金额,关联方经销商客户均需在期后公司定期报告审议董事会会议召开前全额清偿报告期末所欠货款,公司关联交易货款均已照此实际履行。

2022年末,客户龚明福存在明显逾期的情况,公司已与龚明福

签署了担保合同及还款协议。

(2) 结合应收账款预期信用损失率确定的依据、参数及具体过程，说明未新增计提坏账准备的原因及合理性。

对于由《企业会计准则第 14 号—收入》规范的交易形成的应收款项或合同资产及《企业会计准则第 21 号—租赁》规范的租赁应收款，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。对于在单项工具层面无法以合理成本获得关于信用风险显著增加的充分证据的金融工具，公司以组合为基础考虑评估信用风险是否显著增加。若公司判断金融工具在资产负债表日只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司将信用风险特征明显不同的应收账款单独进行减值测试，并估计预期信用损失；将其余应收账款按信用风险特征划分为若干组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况并考虑前瞻性信息，在组合基础上估计预期信用损失。

公司经营环境、经营状况无明显变化，公司信用组合划分标准保持一贯口径。公司每年末以历史应收账款各账龄段在下一年的货款现值回收情况考虑前瞻性信息测算分账龄的平均预计损失率并与往年各账龄段预期信用损失率进行比对复核。2024 年半年报公司经营环境及经营状况较 2023 年无明显变化，2024 年半年报应收账款坏账政策沿用 2023 年报政策。

按照信用风险特征组合计提坏账准备的组合类别及确定依据如下：

组合名称	确定组合的依据
账龄组合	除合并范围内关联方组合之外应收账款
合并范围内关联方组合	合并范围内且无明显减值迹象的应收关联方的款项；无明显减值迹象的，预期信用损失率为 0；倘若关联方存在明显资不抵债的，按照单项计

组合名称	确定组合的依据
	提预期信用损失认定标准计算预期信用损失。

基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法如下：

账龄	应收账款预期信用损失率 (%)
1年以内	5.00
1—2年	30.00
2—3年	50.00
3—4年	80.00
4—5年	80.00
5年以上	100.00

2024年半年度报告期末(2024年6月30日)较期初(2023年12月31日)应收账款坏账准备计提变化情况如下：

账龄	期末余额				期初余额				账面余额增减变动情况(万元)	坏账准备计提增减变动情况(万元)	账面价值增减变动情况(万元)
	账面余额(万元)	坏账准备		账面价值(万元)	账面余额(万元)	坏账准备		账面价值(万元)			
		金额(万元)	计提比例(%)			金额(万元)	计提比例(%)				
1年以内	4,563.77	228.19	5.00	4,335.58	4,725.99	236.30	5.00	4,489.69	-162.22	-8.11	-154.11
1—2年	71.05	21.31	30.00	49.74	102.81	30.84	30.00	71.97	-31.76	-9.53	-22.23
2—3年	137.69	68.85	50.00	68.84	152.08	76.04	50.00	76.04	-14.39	-7.19	-7.20
3—4年	75.06	60.05	80.00	15.01	101.06	80.85	80.00	20.21	-26.00	-20.80	-5.20
4—5年	25.58	20.46	80.00	5.12	29.40	23.52	80.00	5.88	-3.82	-3.06	-0.76
5年以上	303.82	303.82	100.00	-	304.07	304.07	100.00	-	-0.25	-0.25	-
合计	5,176.97	702.68	13.57	4,474.29	5,415.41	751.62	13.88	4,663.79	-238.44	-48.94	-189.50

2023年度报告期末(2023年12月31日)较期初(2022年12月31日)应收账款坏账准备计提变化情况如下：

账龄	期末余额				期初余额				账面余额增减变动情况(万元)	坏账准备计提增减变动情况(万元)	账面价值增减变动情况(万元)
	账面余额(万元)	坏账准备		账面价值(万元)	账面余额(万元)	坏账准备		账面价值(万元)			
		金额(万元)	计提比例(%)			金额(万元)	计提比例(%)				
1年以内	4,725.99	236.30	5.00	4,489.69	4,204.66	210.23	5.00	3,994.43	521.33	26.07	495.26
1—2年	102.81	30.84	30.00	71.97	331.23	99.37	30.00	231.86	-228.42	-68.53	-159.89
2—3年	152.08	76.04	50.00	76.04	212.02	106.01	50.00	106.01	-59.94	-29.97	-29.97
3—4年	101.06	80.85	80.00	20.21	90.93	72.75	80.00	18.18	10.13	8.10	2.03
4—5年	29.40	23.52	80.00	5.88	58.90	47.12	80.00	11.78	-29.50	-23.60	-5.90
5年以上	304.07	304.07	100.00	-	260.76	260.76	100.00	-	43.31	43.31	-
合计	5,415.41	751.62	13.88	4,663.79	5,158.50	796.24	15.44	4,362.26	256.91	-44.62	301.53

综上，2024半年度报告期末(2024年6月30日)较期初(2023年12月31日)应收账款坏账准备计提变化情况为品迭后转回48.94万元，主要系公司对2023年末应收账款进行了货款回收影响所致，未

新增计提坏账准备合理。2023 年度报告期末(2023 年 12 月 31 日)较期初(2022 年 12 月 31 日)应收账款坏账准备计提变化情况为品迭后转回 44.62 万元，主要系公司对 2022 年末应收账款进行了货款回收影响所致，未新增计提坏账准备合理。

(3) 结合公司对关联方和非关联方的信用政策、平均回款周期，说明应收账款前五大客户中关联方应收账款占比较高且占比持续提升的原因及合理性，相关款项是否存在无法收回风险，坏账准备计提是否充分。

非关联方信用政策：分为对非关联方经销商客户的固定授信额度支持和临时授信额度支持。非关联方经销商客户日常可按上年同期销售金额的 20% 申请固定授信额度支持金额，根据非关联方经销商客户的经营渠道，逢“3.8 节”、“618 节”、“99 大促”、“双十一”、“双十二”等平台活动时，非关联方经销商客户可以申请临时授信额度支持金额，公司根据非关联方经销商客户的信用等级评分，给予不同的授信金额，不同的非关联方经销商客户授信金额分别在 500 万元~3000 万元，平均信用周期为 90 天~180 天，未约定利率收取利息。

关联方信用政策：公司与关联方经销商客户的货款结算约定，无论关联方经销商客户报告期末货款欠款多少金额，关联方经销商客户均需如期后公司定期报告审议董事会会议召开前全额清偿报告期末所欠货款，公司关联交易货款均已照此实际履行。公司与关联方经销商客户无授信金额，信用周期为 60 天~120 天，未约定利率收取利息。

2024 年 6 月 30 日公司应收账款期末余额前 5 名经销商客户占比、平均回款周期及坏账准备计提情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	平均回款周期(天)	是否为公司关联方
1	浪莎针织有限公司	1 年以内	1,190.19	22.99	5.00	59.51	124	是
2	蔡英明	1 年以内	910.75	17.59	5.00	45.54	65	否
3	蓝俊龙	1 年以内	397.01	7.67	5.00	19.85	94	否

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	平均回款周期(天)	是否为公司关联方
4	朱宝林	1年以内	368.53	7.12	5.00	18.43	43	否
5	SOHO APPAREL GROUP INC	1年以内	272.66	5.27	5.00	13.63	137	否
	合计	/	3,139.14	60.64	/	156.96	82	/
	其中：关联方	/	1,190.19	22.99	/	59.51	124	/
	非关联方小计	/	1,948.95	37.65	/	97.45	67	/

2023年12月31日公司应收账款期末余额前5名经销商客户占比、平均回款周期及坏账准备计提情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	平均回款周期(天)	是否为公司关联方
1	蔡英明	1年以内	1,480.11	27.33	5.00	74.01	70	否
2	朱宝林	1年以内	848.53	15.67	5.00	42.43	72	否
3	蓝俊龙	1年以内	670.37	12.38	5.00	33.52	61	否
4	浪莎针织有限公司	1年以内	543.93	10.04	5.00	27.20	33	是
5	SOHO APPAREL GROUP INC	1年以内	295.90	5.46	5.00	14.79	125	否
	合计	/	3,838.84	70.88	/	191.95	60	/
	其中：关联方	/	543.93	10.04	/	27.20	33	/
	非关联方小计	/	3,294.90	60.44	/	164.75	71	/

2022年12月31日公司应收账款期末余额前5名经销商客户占比、平均回款周期及坏账准备计提情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备计提比例(%)	坏账准备期末余额(万元)	平均回款周期(天)	是否为公司关联方
1	蔡英明	1年以内	1,349.73	26.17	5.00	67.49	73	否
2	朱宝林	1年以内	990.04	19.19	5.00	49.50	48	否
3	浪莎针织有限公司	1年以内	590.37	11.44	5.00	29.52	37	是
4	蓝俊龙	1年以内	589.25	11.42	5.00	29.46	54	否
5	龚明福	3年以内	254.90	4.94	34.40	87.68	2856	否
	合计	/	3,774.29	73.16	/	263.65	60	/
	其中：关联方	/	590.37	11.44	/	29.52	37	/
	非关联方小计	/	3,183.92	61.72	/	234.13	64	/

2024年6月关联方应收账款占比较2023年、2022年明显提升主要系2024年关联方浪莎针织有限公司在正常结算周期内支付资金滞后所致，应收关联方浪莎针织有限公司2024年6月、2023年、2022年货款平均回款周期分别为124天、33天、37天。

2023年度、2022年度应收关联方浪莎针织有限公司货款平均回款周期33天、37天低于应收账款期末余额前5名经销商客户平均回款周期71天、64天，关联方销售回款较好；2024年6月应收关联方浪莎针织有限公司货款平均回款周期124天明显高于应收账款期末余额前5名经销商客户平均回款周期67天，主要系关联方浪莎针织有限公司在正常结算周期内支付资金滞后所致，关联方浪莎针织有限公司期后已在公司定期报告审议董事会会议召开前的信用期限内正常偿还货款，经营较为稳定，无明显无法回收风险，公司以关联方欠款账龄计提坏账准备充分、合理。

(4)说明公司对关联方的应收账款占营业收入比重是否明显高于非关联方，与同行业可比公司是否存在较大差异，是否通过应收账款变相占用上市公司资金，是否损害上市公司及中小股东利益。

2024年6月30日公司应收账款期末余额前5名经销商客户占营业收入比重情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	营业收入(万元)	应收账款期末余额占营业收入的比例(%)	是否为公司关联方
1	浪莎针织有限公司	1年以内	1,190.19	1,938.23	61.41	是
2	蔡英明	1年以内	910.75	2,449.42	37.18	否
3	蓝俊龙	1年以内	397.01	1,023.58	38.79	否
4	朱宝林	1年以内	368.53	1,909.74	19.30	否
5	SOHOAPPARELGROUPINC	1年以内	272.66	373.35	73.03	否
	合计	/	3,139.14	7,694.32	40.80	/

2023年12月31日公司应收账款期末余额前5名经销商客户占营业收入比重情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	营业收入(万元)	应收账款期末余额占营业收入的比例(%)	是否为公司关联方
1	蔡英明	1年以内	1,480.11	7,318.01	20.23	否
2	朱宝林	1年以内	848.53	4,611.05	18.40	否
3	蓝俊龙	1年以内	670.37	3,696.13	18.14	否
4	浪莎针织有限公司	1年以内	543.93	6,262.23	8.69	是
5	SOHOAPPARELGROUPINC	1年以内	295.90	792.76	37.32	否
	合计	/	3,838.84	22,680.18	16.93	/

2022年12月31日公司应收账款期末余额前5名经销商客户占营业收入比重情况：

序号	经销商客户	账龄	应收账款期末余额(万元)	营业收入(万元)	应收账款期末余额占营业收入的比例(%)	是否为公司关联方
1	蔡英明	1年以内	1,349.73	5,056.22	26.69	否
2	朱宝林	1年以内	990.04	6,566.96	15.08	否
3	浪莎针织有限公司	1年以内	590.37	2,844.33	20.76	是
4	蓝俊龙	1年以内	589.25	3,548.37	16.61	否
5	龚明福	1年以内	254.90	33.46	761.90	否
	合计	/	3,774.29	18,049.34	20.91	/

通过对最近两年一期应收账款余额占营业收入比例的比较，公司2023年、2022年关联方应收账款占营业收入比例较应收账款前五大客户平均占比较低，2024年6月占比较平均比例高主要系关联方在正常结算周期内支付资金滞后，但公司与关联方的货款结算约定关联方需在公司定期报告审议董事会会议召开前全额清偿报告期末所欠货款。截至2024年6月30日应收关联方浪莎针织有限公司货款1,190.19万元，公司已于2024年半年度报告出具日前全额收回，期后收款情况分别为：2024年7月31日收回货款300.00万元，2024年8月15日收回货款300.00万元，2024年8月22日收回货款590.19万元。

同行业可比公司最近两年一期对关联方应收账款余额占对应同

类型关联交易营业收入的比重情况列示如下：

项目	对关联方应收账款期末余额占对应同类型关联交易营业收入的比重(%)			增长率(%)	
	2024年6月30日	2023年12月31日	2022年12月31日	2024年6月30日 比年初增减(%)	2023年12月31日 比年初增减(%)
浪莎股份	61.41	10.85	20.77	增加 50.56 个百分点	减少 9.92 个百分点
龙头股份	28.55	80.32	9.04	减少 51.77 个百分点	增加 71.28 个百分点
爱慕股份	5.49	3.94	0.45	增加 1.55 个百分点	增加 3.49 个百分点

注：上述同行业可比公司最近两年一期对关联方应收账款余额占对应同类型关联交易营业收入的比重数据均根据定期报告披露的关联方应收账款余额汇总及同类型关联交易金额汇总计算。

经比对，公司 2024 半年度报告期末对关联方应收账款占营业收入的比重较高，按公司与关联方的信用政策，关联方已于 2024 年半年报报告审议董事会会议召开前全额清偿报告期末所欠货款。公司最近两年一期关联方应收账款余额占对应同类型关联交易营业收入的比重较同行业可比公司同类业务差异较大，主要系 2024 年关联方在正常结算周期内支付资金滞后影响所致，公司已按信用政策约定还款。

综上，公司关联方应收账款不存在变相占用上市公司资金、损害上市公司及中小股东利益情况。

三、关于货币资金及现金流。半年报显示，报告期末公司货币资金余额 3.66 亿元，同比增长 65.43%，利息收入 246 万元，同比增长 124%，货币资金收益率约 0.67%。报告期末受限货币资金余额 5853 万元，其中大额定期存单质押用于开具银行承兑汇票 5000 万元，应付票据保证金 853 万元。此外，报告期公司分别实现营业收入、归母净利润 1.48 亿元、859 万元，同比分别增长 9.84%、36.4%，经营活动产生的现金流量净额-2363 万元，同比下降 9.08%，与收入、净利润变动趋势相反。

请公司：（1）结合货币资金的存放地点、存放类型、利率水平、发生额、日均存款余额等，说明货币资金收益率偏低的原因，利息收入和货币资金规模是否匹配；（2）受限货币资金的具体用途，受限规

模与公司相应业务规模是否匹配，除已披露的受限货币资金外，是否存在质押、冻结等权利限制或其他潜在的限制性安排，是否存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户以及货币资金被他方实际使用的情况；（3）结合收入成本确认、费用结转、资金往来情况，说明收入、净利润同比增长的情况下经营现金流净额为负且同比下降的原因及合理性，与以前年度相关变动趋势是否存在明显差异。

【公司回复】

（1）结合货币资金的存放地点、存放类型、利率水平、发生额、日均存款余额等，说明货币资金收益率偏低的原因，利息收入和货币资金规模是否匹配。

截至2024年6月30日公司货币资金结存情况及2024年1—6月对应利息收入情况列示如下：

货币资金类别	存放地点	存放金额期末余额 (万元)	日均存款余额 (万元)	存放类型	期限	利率(%)	利息收入 (万元)	投资收益 (万元)	备注
库存现金	公司	45.00		现金	无期限				
银行存款		35,743.76		活期存款+定期存款					
其中：活期存款		21,593.76							
	中国工商银行义乌分行	4938.19	956.33	活期存款	无期限	0.20%	19.84	3.83	
	中国工商银行宜宾财富广场支行	334.08	157.23	活期存款	无期限	0.20%	0.09		
	平安银行义乌分行	55.83	383.41	活期存款	无期限	0.20%	1.53		
	兴业银行义乌分行	0.55	231.19	活期存款	无期限	0.20%	0.17		
	中信银行义乌分行	0.39	0.39	活期存款	无期限	0.20%			
	中信银行浙江自贸区义乌支行	67.14	67.63	活期存款	无期限	0.20%	0.07		
	交通银行义乌分行	15.31	1,216.15	活期存款	无期限	0.10%	15.95		
	中国银行义乌市分行	17.69	302.79	活期存款	无期限	0.10%	0.31		
	上海浦东发展银行义乌支行	1,003.34	39.33	活期存款	无期限	0.20%	0.55		
	华夏银行义乌支行	53.92	53.70	活期存款	无期限	1.15%	0.33		协定存款
	浙商银行义乌分行	89.79	153.65	活期存款	无期限	0.15%	0.15		
	中国民生银行金华分行义乌支行	0.16	44.09	活期存款	无期限	1.05%	0.04		协定存款
	广发银行股份有限公司义乌分行	0.27	66.04	活期存款	无期限	0.10%	0.07		
	金华银行义乌北苑支行	9956.27	12,892.68	活期存款	2024-5-13至2025-5-13	1.30%	146.71		协定存款
	义乌农村商业银行稠江支行	5060.83	5,864.99	活期存款	2024-4-22至2027-4-22	1.90%	60.63		协定存款
其中：定期存款		14,150.00							

货币资金类别	存放地点	存放金额期末余额(万元)	日均存款余额(万元)	存放类型	期限	利率(%)	利息收入(万元)	投资收益(万元)	备注
	中信银行义乌分行	4,000.00		三年期大额定期存款	2022-1-5至2025-1-5	3.55%			报告期末未到期
	交通银行义乌分行	5,000.00		三年期大额定期存款	2023-12-29至2026-12-29	2.60%			报告期末未到期
	中国银行义乌市分行	5,000.00		三年期大额定期存款	2022-1-6至2025-1-6	3.35%			已质押用于开具银行承兑汇票, 报告期末未到期
	浙商银行义乌分行	150.00		三个月定期存款	2024-3-30至2024-6-30	1.20%			报告期末定期存款到期银行未自动转回, 期后公司手工操作转回活期存款
其他货币资金		852.62							
其中: 应付票据保证金	中国工商银行义乌分行	843.77		活期存款	六个月滚动期限	0.20%			应付票据保证金利息为应付票据到期扣款时自动转入活期账户
应付票据保证金	交通银行义乌分行	8.85		活期存款	六个月滚动期限	0.10%			应付票据保证金利息为应付票据到期扣款时自动转入活期账户
合计	/	36,641.39		/	/	/	246.45	3.83	/

中国工商银行义乌分行 2024 年 1—6 月确认投资收益 3.83 万元系公司在 2024 年 2 月 7 日至 2024 年 2 月 26 日持有该银行结构性存款理财产品 3,000.00 万元到期收回本金并取得投资理财收益所致。

公司于 2022 年 1 月 5 日、2022 年 1 月 6 日、2023 年 12 月 29 日在中信银行义乌分行、中国银行义乌分行、交通银行义乌分行存入三年期大额定期存款共计 14,000.00 万元, 截至 2024 年 6 月 30 日均未到期, 存款利息收入未结算, 故未将利息收入计入 2024 年 1—6 月报表损益。根据公司货币资金存放的实际情况, 暂不考虑银行三年期大额定期存单到期后利息收入的影响, 公司 2024 年 1—6 月利息收入和货币资金规模是匹配的。

公司所属全资子公司浙江浪莎内衣有限公司于 2022 年 1 月在金华银行义乌北苑支行开立账户, 2022 年 1 月开始存入资金, 按各个阶段利率水平分期签订《协定存款协议书》。根据公司日常生产经营资金需求安排, 公司在金华银行义乌北苑支行开立账户日常存入的资金均由公司在其他银行开立账户的资金转入(其他银行包括: 中国工商银行义乌分行、交通银行义乌分行、华夏银行义乌支行、中国民生银行金华分行义乌支行、兴业银行义乌分行营业部、浙商银行义乌分行、平安银行义乌分行、上海浦东发展银行义乌支行、中国银行义乌

市分行、广发银行股份有限公司义乌分行营业部)。当公司在其他银行开立账户的生产经营资金充足有盈余时,就将多余资金转入公司在金华银行义乌北苑支行的开立账户,按签订的《协定存款协议书》约定利率,获取较高的利息收入;当公司在其他银行开立账户的生产经营资金出现紧缺时,公司又将在金华银行义乌北苑支行开立账户的资金转回公司在其他银行的开立账户。2022 年收到利息收入 134.73 万元;2023 年收到母公司四川浪莎控股股份有限公司投资增资款 1,500 万元,向母公司四川浪莎控股股份有限公司支付 2022 年度现金分红款 1,500 万元,支付货款及费用 93.79 万元;2024 年 1—6 月收到利息收入 146.71 万元,向母公司四川浪莎控股股份有限公司支付 2023 年度现金分红款 2,000 万元。

公司所属全资子公司浙江浪莎内衣有限公司于 2023 年 12 月在义乌农村商业银行稠江支行公司开立账户,2023 年 12 月开始存入资金,并签订《协定存款协议书》。根据公司日常生产经营资金需求安排,公司在义乌农村商业银行稠江支行开立账户日常存入的资金均由公司在其他银行开立账户的资金转入(其他银行包括:中国工商银行义乌分行、交通银行义乌分行、金华银行义乌北苑支行)。当公司在其他银行开立账户的生产经营资金充足有盈余时,就将多余资金转入公司在义乌农村商业银行稠江支行的开立账户,按签订的《协定存款协议书》约定利率,获取较高的利息收入;当公司在其他银行开立账户的生产经营资金出现紧缺时,公司又将在义乌农村商业银行稠江支行开立账户的资金转回公司在其他银行的开立账户。2023 年支付办理网银 U 盾费用 0.006 万元,2024 年 1—6 月未支付款。

公司控股股东(浪莎控股集团有限公司)在金华银行义乌北苑支行、义乌农村商业银行稠江支行均未开立账户,无存款也无贷款。关联方(浪莎针织有限公司)在义乌农村商业银行稠江支行未开立账户,无存款也无贷款,2022 年 1 月在金华银行义乌北苑支行开立账户,有存款无贷款,2024 年 6 月 30 日存款余额 0.0757 万元,2024 年 10

月 30 日存款余额 0.3928 万元, 协定存款期限为 2024 年 5 月 13 至 2025 年 5 月 13 日(协议约定: 基本存款额度为 50 万元, 在基本存款额度<含>以内的, 按银行活期存款利率计息, 超过基本存款额度的存款按约定协议存款利率<挂牌利率>计息, 单位协定存款实行按季结息)。

(2) 受限货币资金的具体用途, 受限规模与公司相应业务规模是否匹配, 除已披露的受限货币资金外, 是否存在质押、冻结等权利限制或其他潜在的限制性安排, 是否存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户以及货币资金被他方实际使用的情况。

截至 2024 年 6 月 30 日公司受限货币资金及用途列示如下:

序号	银行名称	货币资金受限情况			应付票据情况		
		受限方式	存款类型	受限余额 (万元)	用途	应付票据余额 (万元)	用途
1	中国银行义乌市分行	质押	定期存款	5,000.00	用于开具银行承兑汇票	4,445.81	采购货款支付
2	中国工商银行义乌分行	保证金	其他货币资金	843.77	用于开具银行承兑汇票	1,687.54	采购货款支付
3	交通银行义乌分行	保证金	其他货币资金	8.85	用于开具银行承兑汇票	/	/
4	中信银行股份有限公司义乌分行	冻结	银行存款	0.10	ETC 冻结	/	/
5	中信银行股份有限公司浙江自贸区义乌支行	冻结	银行存款	0.10	ETC 冻结	/	/
	合计			5,852.82		6,133.35	

截至 2024 年 6 月 30 日交通银行义乌分行有保证金余额 8.85 万元, 但无对应已开出银行承兑汇票系 2022 年 9 月在交通银行义乌分行开具银行承兑汇票时, 有一笔承兑汇票未开具成功, 该笔承兑汇票保证金留存在保证金账户中。

综合上表, 货币资金受限规模与公司相应业务规模是相匹配的。除本回复三、(2) 已披露的受限货币资金外, 公司不存在质押、冻结等权利限制或其他潜在的限制性安排, 不存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户以及货币资金被他方实际使用的情况。

(3) 结合收入成本确认、费用结转、资金往来情况, 说明收入、净利润同比增长的情况下经营现金流净额为负且同比下降的原因及合理性, 与以前年度相关变动趋势是否存在明显差异。

公司 2024 年 1—6 月、2023 年 1—6 月、2022 年 1—6 月营业收

入、营业成本、净利润及经营活动现金流量情况列示如下：

项目	2024年1—6月	2023年1—6月	2022年1—6月	2024年1—6月比上年同期增减(%)	2023年1—6月比上年同期增减(%)
营业收入(万元)	14,797.26	13,471.59	11,858.63	9.84%	13.60%
营业成本(万元)	12,017.85	11,009.05	9,697.23	9.16%	13.53%
净利润(万元)	858.78	629.59	617.82	36.40%	1.91%
经营活动现金流入(万元)	17,706.72	15,568.07	13,788.44	13.74%	12.91%
经营活动现金流出(万元)	20,070.04	17,734.69	14,247.01	13.17%	24.48%
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-2,363.32	-2,166.61	-458.57	9.08%	372.47%

2024年1—6月营业收入较2023年1—6月的增长幅度相比2023年1—6月营业收入较2022年1—6月的增长幅度减少3.76个百分点，主要系公司直播销售渠道于2022年10月开始拓展所致；2024年1—6月净利润较2023年1—6月增加36.40%，主要系公司2024年1—6月银行存款利息收入较2023年1—6月增加136.21万元，主要系协定存款利息增加影响；2023年1—6月净利润较2022年1—6月增加1.91%，主要系公司为提升“浪莎内衣”品牌影响力，促进公司产品销售加强了广告、对外展览等业务宣传投入，同时进一步拓展直播销售渠道，销售费用2023年1—6月较2022年1—6月增加315.60万元所致。

2023年1—6月经营活动现金流出较2022年1—6月增加24.48%，主要系公司为提升“浪莎内衣”品牌影响力，促进公司产品销售增加了广告、对外展览、直播平台等销售费用的投入，2023年1—6月广告宣传及业务推广费现金流出较2022年1—6月增加589.21万元，另2022年1月6号中国银行办理大额存单5000万元，2022年半年报使用存单质押办理6个月银行承兑2,826.09万元，到期日在半年报以后陆续发生，2022年7—10月使用中国银行存单质押办理银行承兑2,853.59万元到期日均反应在2023年半年报，由于是存单质押办理承兑，承兑到期日需全额银行存款支付到期承兑金额，造成2023年1—6月较2022年1-6月现金支付到期承兑流出2,853.59万元影响所致。

由于公司经营模式和行业特性的原因，针织内衣产品上半年主要

以短裤、背心等低价值产品为主，内衣产品销售主要集中于秋冬季，上半年销售额较低。公司每年 4—6 月向 OEM 厂家预定保暖内衣产品并支付预付款，公司保暖内衣产品送货集中于下半年，内衣产品采购现金支付主要集中于上半年，销售规模越大公司上半年给予 OEM 厂家的预付款越多，半年度报告期经营活动现金流出金额越大。2024 年 1—6 月公司实现营业总收入 14,797.26 万元，比上年同期增长 9.84%；2024 年 1—6 月公司购买商品、接受劳务支付的现金 17,531.21 万元，比上年同期增加 14.79%；支付给职工以及为职工支付的现金 1,227.04 万元，比上年同期增加 23.11%；支付的各项税费 720.13 万元，比上年同期增加 36.81%；支付其他与经营活动有关的现金 591.66 万元，比上年同期减少 37.04%；经营活动现金流出合计 20,070.04 万元，比上年同期增加 13.17%。2023 年 1—6 月公司实现营业总收入 13,471.59 万元，比上年同期增长 13.60%；2023 年 1—6 月公司购买商品、接受劳务支付的现金 15,271.87 万元，比上年同期增加 30.33%；支付给职工以及为职工支付的现金 996.68 万元，比上年同期减少 17.79%；支付的各项税费 526.37 万元，比上年同期减少 53.69%；支付其他与经营活动有关的现金 939.77 万元，比上年同期增加 422.08%；经营活动现金流出合计 17,734.69 万元，比上年同期增加 24.48%。

综上，公司收入、净利润同比增长的情况下经营现金流净额为负且同比下降合理，2024 年 1—6 月经营情况较以前年度同期相关变动趋势虽存在差异，但变动合理。

特此公告。

四川浪莎控股股份有限公司

董 事 会

2024 年 11 月 1 日