

甘肃爽口源生态科技股份有限公司
关于对半年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

一、关于业绩下滑和毛利率下降

报告期内你公司实现营业收入 35,908,814.85 元，同比减少 22.81%，实现毛利率 20.73%，同比下降 10.51 个百分点，实现净利润-3,824,302.84 元，较上年同期相比由盈转亏。你公司未在半年报中解释业绩下滑的具体原因。按产品分类分析中，百合系列产品实现营业收入 35,688,449.32 元，同比减少 20.40%，毛利率 20.99%，同比下降 9.67 个百分点，收入构成变动的原因披露，报告期内百合系列产品收入减少，且较上年同期新上市产品兰州百合银耳羹、鲜炖兰州百合、百合藏燕麦粉、有机肥料等。

请你公司：

（一）结合客户需求、主要产品价格变动、产销量变化、在手订单情况、收入季节性变化（如有）等情况，说明报告期内营业收入下滑的具体原因；

公司回复：

1、公司 2024 年上半年度和去年同期主要产品生产数量、销售数量、单价、销售金额具体情况统计如下：

类别/ 项目	2023 年上半年度				2024 年上半年度			
	生产数量（斤）	销售数量（斤）	单价（元/斤）	销售金额（元）	生产数量（斤）	销售数量（斤）	单价（元/斤）	销售金额（元）
百合系列 产品	1,273,252.99	1,017,047.22	44.08	44,832,520.19	725,121.49	728,322.55	49.00	35,688,449.32

2、公司 2024 年上半年度和去年同期主要产品价格变动、产销量变动、销售金额变动情况统计如下：

项目	生产数量同比增减	销售数量同比增减	单价同比增减	销售金额同比增减
百合系列产品	-43.05%	-28.39%	11.16%	-20.40%

3、在手订单情况：

(1) 由于受到经济形势及消费降级的影响，消费类企业的经营模式、经营理念和业务客单体也发生了变化，公司结合目前大形势，针对下游客户的开发目标和方向也发生了相应的调整，一是结合当下消费心理，以网格化单元体从社区模块深入到不同消费场景消费者，并逐步建立长效稳定的合作模式；二是以新型自媒体为主的抖店、微店、快手小店、私域流量等短视频营销方式快速提高传播量，通过两点直对销售模式缩短中间环节，降低企业经营成本和中间节点费用、提高产品流转时效、降低终端消费者购买成本，为公司在拓展营销模式及客户结构方面带来了新的消费群体，同时增加了终端消费单个体量。目前公司的客户群体和消费场景分为批发市场、连锁集团化商超、大集团定向采购、供应链社区配送、新零售、新型媒体、定向市场客户、私人订制和转口贸易等，多样化的消费客户、全广角的消费渗透、全产业链的消费商品等综合优势延伸发展，使公司优化于同行业其他公司的单一渠道和单一产品。

(2) 意愿订单情况：公司从六大方面开拓并巩固销售市场，在稳定原有客户的基础上开发了新的客户，小六汤包和西贝餐饮体系等开始了餐饮体系合作，与国内两大电商直播基地内专业公司开始了新媒体营销合作模式等。

(3) 同行业订单情况：兰州百合生长在海拔 2000 米以上的高原二阴山区，种植区域分为核心主产区、主产区、适宜区和种植区，产业留床面积约 26.78 万亩，年产值约 15.3 亿元，目前年加工量 500 吨以上，加工企业不到 20 户，大部分以合作社、个体加工户和家庭农场为主。全产业链内企业、合作社、个体户、家庭农产约 350 多家，大部分分布在兰州市一县两区、个别部分分布在定西市临洮县和临夏州永靖县等县域的偏远山区区域。350 多家参与生产加工户中大部分生产加工都以原始传统的真空袋装粗初简单加工工艺生产产品，形成的商品单一，面对的都是各城市大中小型蔬菜批发市场、社区市场等。没有跟公司业务和产品相类同的“新三板”挂牌公司及上市公司，目前年加工量 500 吨以上加工企业无法查询到公开的财务数据。

4、客户需求：

一是产品需求：在目前大健康时代理念环境中，受饮食习惯、健康意识、健

康理念等因素影响，人们的消费方式在向富营养消费、原生态消费、品牌消费和品质消费转变，尤其安全放心、食药同源的优质食材受到大部分消费者青睐。兰州百合作为具有地方特色的地理标志产品，尤其其独特的高海拔、富营养、原生态、零添加、多年生、深根茎、绿色健康、食药同源等优势，顺应了当下时代消费者的消费需求。公司结合其百年以来生长特点、成份含量食用效果、食用方式、食用场景和养生特性等，通过多措并举科研攻关，推出的多样化兰州百合系列产品营养价值丰富、食用便捷，广受生活节奏快、上班族、高端消费人群、养生人群、老年需求人群等消费客单体的青睐，迎合了快节奏的大健康养生化现代生活。例如鲜百合产品系列产品就采用鲜切和物理杀菌保鲜技术，通过零添加瞬间锁鲜工艺最大限度地保留了鲜百合的原有营养成分和固有口感体验，营养价值、产品品质和质量安全、消费方式均为消费者做到了有力保障。

二是服务需求：公司根据兰州百合的特殊性和不同消费场景市场客户的需求，借助顺丰冷链速运、邮政速递、鲜到家、圆通等快递运输公司创新多种运输服务、24 小时客服服务，提供次日达和同城大仓 2 小时达的优质配送服务和货品追踪服务，满足不同销售市场客户对消费者的多样化需求。

三是体验需求：兰州百合生长周期长，需要在海拔 2000 米以上、坡度 15 度以上的高原二阴山区生长 3-9 年的时间，其生长环节对水肥气热土要求非常严格，属于独特稀有且在土壤中经历了春夏秋冬四季日月交替、多年时光轮回的根茎类养生食材，其鳞茎瓣大肉厚、色泽洁白如玉、口感香甜脆爽，天然原生态特性满足了偏好该类消费者客体的需求，通过其高品质和独特的口感获得了客户对兰州百合的消费偏好。随着健康饮食的高品质流行，消费者更加注重食品的营养价值和药用价值，兰州百合正好满足了这一需求趋势。

5、原因分析：

公司营业收入主要构成为百合系列产品，2024 年上半年度和去年同期百合产品销售占比均达到 90%以上。根据 2024 年上半年度和去年同期营业收入、主要产品价格变动、产销量变动等情况得出 2024 年上半年度营业收入下降的主要原因：

一是 2024 年上半年度因百合种植基地百合原料采购客单价上涨，使加工生产后百合系列产品生产综合成本增加，致使销售价格同比去年同期上升 11.16%，

使产品销售成本增加，产品市场销售价格较同期同比上涨，从而在该类产品购买客户单体发生了变化，部分低收入消费场景消费者及部分经济收入紧缩消费者出现流失和消费量减少，导致 2024 年上半年度百合系列产品较上年同期下降了 20.40%。

二是 2024 年上半年度市场环境低迷，现行大环境消费降级，导致部分区域消费市场萎缩、部分特定消费客户采购量减少、还有一部分消费市场客户消费能力由高品级产品采购更换为低品级产品采购，延伸为整个消费者需求降低，导致系列产品销售量以及销售金额均相应减少。

二、结合销售成本变化、市场竞争情况等，说明报告期内毛利率下滑的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在明显差异，期后下滑趋势是否继续；

公司回复：

（一）公司 2024 年上半年度和去年同期主要产品销售单位成本变化统计如下：

类别/项目	2023 年上半年度			2024 年上半年度			单位成本变化
	销售数量（斤）	单位成本（元/斤）	销售成本（元）	销售数量（斤）	单位成本（元/斤）	销售成本（元）	
百合产品	1,017,047.22	30.57	31,087,432.44	728,322.55	38.72	28,197,660.19	26.66%

（二）根据 2024 年上半年度和去年同期主要产品销售单位成本变化得出，本年度上半年因产品生产用百合原材料价格上涨，导致生产和销售单位成本增加，而目前销售市场客户消费能力属于降低状况，公司结合现行消费市场整体状况，在产品上市外销客单价与去年同期上涨幅度不大，但销售单位成本较去年同期增加 26.66%，从而导致报告期内毛利率下滑。

一是系列产品销售客单价同比去年同期只涨幅 11.16%，但生产和销售成本同比去年同期增加 26.66%，导致出现销售客单价上涨幅度低于基地产品生产所需原材料价格上涨幅度，产品生产和销售成本较去年同期增加幅度大而销售客单价低导致毛利率下滑。

二是 2024 年上半年市场环境较去年同期低迷，市场消费场景、消费客户、消费者群体等均呈现消费降级现象，消费者在消费选择上也出现部分降低、滤过、甚至不选择和不降低消费品级但降级消费支出等状况，出现公司销售产品数量保持但销售客单价收入减少，从而导致毛利率下滑。

综合上述具体分析，一是报告期内毛利率下滑的原因因为整体经济环境影响，这种情况属于当前消费与经济实际情况的合理现象。且 2024 年受消费市场低迷大环境导致毛利率下滑影响波及兰州百合全行业销售市场环境，整个兰州百合产业都受到同比下滑影响，不存在明显差异。目前没有跟公司业务和产品相类同的“新三板”挂牌公司及上市公司，且年加工量 500 吨以上加工企业无法查询到公开的财务数据。二是待整体消费市场结构逐步顺应当下消费理念变化逐渐回温，这种现象将会逐步有所改善。同时公司也在不断尝试，积极科技攻关，通过结合大健康产业对标大健康养生理念，开发顺应当下消费理念、消费承受范围和消费者刚性需求的百合类系列产品，逐步拓展消费市场各种场景、更新升级顺应当下消费理念和消费人群消费模式等方式改善下滑趋势。

三、说明新产品市场需求、销售主要客户和原产品是否有区别，并量化说明新产品销售情况及对毛利率的影响。

公司回复：

（一）根据现在人们生活水平的提升及生活节奏加快，方便食品、速食及保健类养生类产品已成为人们餐桌或办公室茶歇不可缺少的一部分，为了方便当下人们对营养食品的追求和需求，公司结合兰州百合产品特性和消费者食用场景研发了兰州百合银耳羹、鲜炖兰州百合、百合藏燕麦粉的速食养生产品。

2024 年上半年度新上市系列产品从产品特性、产品需求者、产品销售渠道、产品消费半径及产品消费场景均作了不同化细分，其中一是兰州百合银耳羹、鲜炖兰州百合、百合藏燕麦营养粉等销售主要客户为电商、新型媒体、养生板块渠道销售等销售渠道，该产品属于速食型产品，而原系类产品除鲜食水果百合产品外，均属于烹饪类消费场景的新鲜产品和干制品产品等，两者在食用方式、消费场景和受众人群上区别明显，兰州百合银耳羹、鲜炖兰州百合即食性比较强，开盖即可食用，百合藏燕麦粉用开水冲泡就可以食用，不需要任何烹饪方式，因此新产品及销售渠道和消费群体与原系列产品原消费市场和销售渠道没有重合且有明显区别；二是百合专用有机肥生物菌肥的销售主要客户为种植基地百合原料种植农户，与原销售客户和渠道也有明显区别，且没有任何冲突。

（二）新产品的销售情况和毛利率如下：

类别/项目	2024 年上半年度			
	销售金额（元）	销售成本（元）	毛利率	占比

兰州百合银耳羹	28,022.25	23,691.71	15.45%	0.0780%
鲜炖兰州百合	305.31	2,229.17	-630.13%	0.0009%
百合藏燕麦	393.07	90.00	77.10%	0.0011%
有机肥料	32,500.00	18,500.00	43.08%	0.0905%
合计	61,220.63	44,510.88	27.29%	0.1705%

综上所述，2024 年上半年度新上市兰州百合银耳羹、鲜炖兰州百合、百合藏燕麦粉、有机生物菌肥料等系列产品销售仅占销售总额的 0.17%，虽然鲜炖兰州百合系列产品在上市推销过程中属于投入阶段，属于推广用市场测试阶段，但上市体量较少，因此上半年新产品上市销售在全部销售中占比较小，对于整体销售毛利率的影响不大。

二、关于应收账款

报告期末你公司应收账款账面余额为 135,951,985.25 元，较期初减加 22.54%，账龄在 1 年以上的应收账款账面余额为 48,326,438.94 元，较期初增长 54.39%，其中账龄在 3 年以上的应收账款账面余额为 7,747,306.29 元，较期初增加 7,375,438.28 元，长账龄应收账款增长较多。除一笔已诉讼应收账款已单项全额计提坏账准备外，你公司其余应收账款均按账龄计提坏账准备，报告期末坏账准备余额为 12,574,383.66 元，其中本期计提 6,438,279.44 元。

请你公司：

（一）、说明在营业收入下滑的情况下，应收账款账面余额增长的原因及合理性，与同行业公司是否一致；

公司回复：

1、公司在营业收入下滑的情况下，应收账款账面余额增长的主要原因是因 2024 年上半年度整体经济下滑，客户 1 在 2024 年 6 月 30 日的应收账款为 41,802,684.43 元，营业收入为 20,516,210 元，应收账款占营业收入比例为 203.75%，该客户上年同期应收账款为 26,182,030.70 元，营业收入为 4,285,450 元，应收账款占营业收入比例为 610.95%。公司客户回款力度下降，导致账期相应延长。

2、公司经营产品为兰州百合系列产品，属于专营百合系列产品。截止目前，同行业、同产业没有与公司产品具有可比性的新三板挂牌公司及上市公司，且同行业百合系列产品年加工量 500 吨以上百合加工企业无法查询到公开的财务数据，因此无法进行百合产品同行业公司公开性数据对比。公司业务在挂牌公司管

理型行业分类中归类为(C1399)其他未列明农副食品加工，因此公司一直以来均以(C1399)其他未列明农副食品加工行业对标，经在公开性数据平台查询得出，在新三板挂牌的管理型行业分类属于(C13)农副食品加工大类的挂牌公司，以下挂牌公司与公司业务有一定的可比性：

证券简称	主要业务
裕国股份	干制香菇、干制木耳和香菇制品等快速消费食品等产品
东方红	主要从事番茄制品的研发、生产及销售
华欧股份	生产、销售马铃薯原淀粉，系列变性淀粉、淀粉制品及副产品
太阳股份	葵花籽油、菜籽油、大豆油、玉米油、亚麻油等食用油系列产品的生产、销售
香海食品	海洋水产制品等食品和初级食用农产品的专业生产商，主要为个人消费者提供安全、健康、营养、美味及多样化的健康海洋食品
陇萃堂	以滋补生类的功能营养食品和特色物产类的健康食品等系列产品为主线，其中自营类商品一类为滋补生类功能营养食品、中药材的研发、生产和销售，主要以冬虫夏草、当归、黄芪、党参、菌类等为代表；一类为特色物产类健康食品的开发、生产和销售，主要以百合、玫瑰、三泡台、即食食品等为代表，同时代理销售滋补生类国内外知名品牌的产品
恒瑞股份	主要产品有木薯淀粉、玉米淀粉；木薯变性淀粉、玉米变性淀粉等几大类
瓜尔润	瓜尔胶产品的生产和销售，产品包括瓜尔豆片、瓜尔胶粉和改性瓜尔胶的精制原料

公司营业收入和应收账款变动情况与上述可比公司对比如下：

公司	营业收入变动比	应收账款变动比
爽口源	-22.81%	17.72%
裕国股份	-83.38%	16.88%
东方红	53.52%	-73.91%
华欧股份	14.06%	13.40%
太阳股份	1.63%	37.05%
香海食品	-11.03%	29.60%
陇萃堂	4.79%	42.22%
恒瑞股份	-21.20%	-34.64%
瓜尔润	42.46%	-15.88%

结合上表数据，公司营业收入变动比为-22.81%，与新三板挂牌公司的营业收入变动比-83.38%与 53.52%的范围相比较，公司营业收入变动比在此范围之内，没超出此范围，在合理范围之内。

结合上表数据，公司应收账款变动比为 17.72%，与新三板挂牌公司的应收账款变动比-73.91%与 37.05%的范围相比对，公司应收账款变动比并不存在明显差异，在合理范围之内，属于合理性。

(二) 详细说明报告期末账龄在 1 年以上应收账款余额增长的原因，列表分析账龄在 1 年以上应收账款所对应客户的规模、信用情况、款项偿还能力、款项逾期原因、预计偿还时间、已采取的催收措施；

公司回复：

(1) 截止 2024 年 6 月 30 日，客户 1 总应收账款为 41,802,684.43 元，其中账龄在 1 年以上为 18,100,579.43 元，占公司账龄 1 年以上应收账款合计金额的比例为 40.62%。该客户 2023 年 12 月 31 日末应收账款为 15,388,389.43 元，增加了 2,712,190 元，主要原因是该客户在当地属于专业做果蔬供应链配送业务公司，根据各自消费区域、消费市场不同，配送业务范围涵盖本地区域大宗、零售及美团直选、社区团购、大型商超、单位食堂、餐饮体系、预制菜工厂、蔬菜市场和店铺等优质客户，该客户并在当地专业批发市场设有精准门店及档口和配送工厂，公司供应的百合产品仅为其配送果蔬产品中的一种类目，其配送客户整体供应链周转速度和回收延缓致使该客户针对公司回款率缓慢。经查询国家企业信用信息公示系统、信用中国、中国执行信息公开网、中国裁判文书网等相关公开平台，以上客户信用情况良好，不存在涉及诉讼、失信被执行等不良情况。

(2) 公司对以上结算周期一般为不超过 6 个月，因市场经济下行因素的影响，导致其对公司的付款账期延长。该类客户均由公司销售副总重点跟进，每月定期及不定期积极催收，公司董事长亦采取实地、远程方式与客户保持积极协调联系，充分跟踪该客户经营情况及资信状况，确保应收账款不发生大额呆坏账。且公司与部分客户的负责人已有十几年的业务合作历史，互相比较熟悉和了解，相互诚信为主，不存在货款无法回收问题，坏账准备计提充分，应收账款回收状况未发生严重恶化，相关交易真实。且公司已经与该类客户经过多次沟通磋商，双方结合当下供应链经济及产业供应链运营模式，依托其在当地行业内的供应链配送优势，导入第三方供应链金融机构作为其业务支付托底平台，目前已进入试运营阶段，因此公司已采取充分的回收措施和未来销售回款支付保障新模式。

(三) 结合主要应收账款客户资信情况、期后回款情况等，梳理是否存在应单项计提坏账准备的应收账款按组合计提的情况，并结合上述情况说明坏账计提是否充分。

公司回复：

(1) 报告期内公司主要应收账款的具体情况如下：

客户名称	应收账款金额	期后回款情况	客户资信情况	期末余额账龄情况	2024 年上半年度末坏账计提情况	合作模式
------	--------	--------	--------	----------	-------------------	------

客户 1	41,802,684.4 3	0.00	良好	账龄在半年以内的为 20516210.00 元, 半年--一年的为 3185895.00 元, 1-2 年的为 4337650 元, 2-3 年的为 9677112 元, 3-4 年的为 4085817.43 元	按照账龄计提坏 账准备 4,571,390.87 元	公司将产品直接销售给该客户, 产品到 货验收后产品控制权转移, 公司正在加 大催款力度, 争取 2024 年末将货款回 收至正常账期水平
客户 2	24,801,240.0 0	0.00	良好	账龄在半年以内的为 6452600 元, 半年--一年的为 18348640 元	按照账龄计提坏 账准备 917,432.00 元	公司将产品直接销售给该客户, 产品到 货验收后产品控制权转移, 该客户货款 正在回款回收中
客户 3	8,715,000.00	0.00	良好	账龄在半年-1 年	按照账龄计提坏 账准备 435,750.00 元	公司统一将产品运至各村, 在村委会的 见证下交付给该村种植农户, 当面确认 数量及验收, 验收完毕农户签字确认后 控制权转移, 该笔货款已在合同中约定 用以抵消农户的原料采购款
客户 4	8,313,020.00	0.00	良好	账龄在半年-1 年	按照账龄计提坏 账准备 415,651.00 元	公司将产品直接销售给该客户, 产品到 货验收后产品控制权转移, 该客户货款 正在回款回收中
客户 5	6,258,000.00	0.00	良好	账龄在半年-1 年	按照账龄计提坏 账准备 312,900.00 元	公司统一将产品运至各村, 在村委会的 见证下交付给该村种植农户, 当面确认 数量及验收, 验收完毕农户签字确认后 控制权转移, 该笔货款已在合同中约定 用以抵消农户的原料采购款
客户 6	6,247,606.90	0.00	良好	账龄在 1-2 年的为 5475342.5 元, 2-3 年的为 235565.6 元, 3-4 年 的为 536698.8 元	按照账龄计提坏 账准备 862,996.77 元	公司将鲜类产品直接销售给该客户, 产 品到货验收后产品控制权转移; 公司将 干类产品以委托代销的方式发给该客 户, 该客户于 2022 年 9 月底已确认该 批产品已销售完毕。该客户截止目前生 产经营正常, 经过公司与客户商议, 确 认争取今年将该款项全部回清。
客户 7	6,020,000.00	0.00	良好	账龄在半年-1 年	按照账龄计提坏 账准备 301,000.00 元	公司统一将产品运至各村, 在村委会的 见证下交付给该村种植农户, 当面确认 数量及验收, 验收完毕农户签字确认后 控制权转移, 该笔货款已在合同中约定 用以抵消农户的原料采购款
客户 8	5,810,000.00	0.00	良好	账龄在半年-1 年	按照账龄计提坏 账准备 290,500.00 元	公司统一将产品运至各村, 在村委会的 见证下交付给该村种植农户, 当面确认 数量及验收, 验收完毕农户签字确认后 控制权转移, 该笔货款已在合同中约定 用以抵消农户的原料采购款
客户 9	1,047,833.45	0.00	失信 人	账龄在 3-4 年	全额计提坏账	已诉讼申请强制保全措施, 且列为失信 人

(2) 单项计提坏账准备的应收账款按组合计提的政策依据

A：应收账款

应收账款项目，反映资产负债表日以摊余成本计量的、企业因销售商品、提供服务等经营活动应收取的款项。

A. 1、预期信用损失的确定方法

本公司对由收入准则规范的交易形成的应收款项（无论是否包含重大融资成分），按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

本公司基于单项和组合评估应收款项的预期信用损失。如果有客观证据表明某项应收款项已经发生信用减值，则本公司对该应收款项在单项资产的基础上确定预期信用损失。

对于划分为组合的应收款项，本公司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整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

组合名称	组合内容
组合 1：账龄组合	本组合以应收款项的账龄作为信用风险特征
组合 2：关联方组合	本组合为集团内关联方的销售款项

注：对于划分以账龄为风险特征组合计提坏账准备的应收款项，根据客户性质，结合应收款项的账龄，统计近几年应收账款平均回收率，计算应收账款的迁徙率，根据近几年迁徙率的数据测算各期的账龄转移概率，得出各期的历史损失率，同时考虑前瞻性，结合企业实际情况和整体经济环境进行判断预期损失率，通过前瞻性的调整，我们将历史损失率调整为预计损失率。

A. 2、预期信用损失的会计处理方法

信用损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

综上，公司 2023 年半年度和 2024 年半年度实际未发生坏账损失，均不存在坏账核销的情况，因此按照上述坏账准备计提情况来看，公司坏账准备计提充分。

三、关于存货，你公司报告期末存货账面余额为 60,292,859.24 元，其中原材料账面余额为 14,265,457.30 元、库存商品为 36,131,012.46 元、消耗性生物资产为 9,896,389.48 元，均未计提跌价准备。

请你公司说明原材料、库存商品和生物性消耗资产的主要内容，并结合存货仓储、百合等相关产品保质期、成本与可变现净值对比情况，说明未计提存货计提跌价准备的原因、依据及其合理性、充分性；未计提存货计提跌价准备是否符合你公司实际与行业发展情况，与同

行业可比公司相比较是否存在重大差异，是否符合企业会计准则的有关规定。

公司回复：

1、公司报告期末原材料、库存商品和生物性消耗资产主要情况如下：

类别/项目	明细	2024 年上半年度末库存 金额（元）	保存期限	库龄	2024 年上半年度 末库存数量	占比
原材料	毛百合	13,081,409.87	6 个月	3 个月	530,368.90	95.96%
	毛百合（有机）	645,988.05	6 个月	3 个月	21,897.90	3.96%
	包装材料	532,448.30	1 年-2 年	1 年		
	谷物	5,611.08	长期	4 年	407.74	0.07%
	合计	14,265,457.30			552,674.54	
库存商品	真空袋装颗粒鲜百合	50,744.64	2 个月	一周	1,222.22	0.39%
	真空袋装净片鲜百合	193.68	2 个月	一周	3.48	0.00%
	Mini 碗装净片鲜百合	102,765.21	3 个月	一周	1,611.68	0.51%
	百合片	26,944,426.58	1 年-2 年	1 年	218,678.33	69.22%
	白碗散装净片鲜百合	517,567.64	3 个月	一周	9,235.85	2.92%
	百合粉	7,797,886.54	1 年半-2 年	1 年	69,012.98	21.85%
	有机碗装净片鲜百合	186,632.33	3 个月	一周	2,885.44	0.91%
	兰州百合银耳羹	10,428.93	6 个月	4 个月	994.24	0.31%
	鲜炖兰州百合	7,662.37	9 个月	4 个月	883.74	0.28%
	百合饼干	143,772.50	12 个月	6 个月	8,393.92	2.66%
	白酒	368,932.04	长期	19 个月	2,986.00	0.95%
	合计	36,131,012.46			315,907.88	
消耗性生物 资产	百合种球	9,896,389.48	种植期半年-一年	半年		

根据上述存货情况可以看出，因销售需求所致公司 2024 年上半年度末存货-百合片和百合粉占比很大。

2、存货跌价准备的计提方法

（1）在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时，提取存货跌价准备。存货跌价准备通常按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备；对在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，可合并计提存货跌价准备。

（2）计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予

以转回，转回的金额计入当期损益。

3、报告期内末原材料、库存商品和生物性消耗资产存货跌价准备金额计提情况

(1) 原材料包括毛百合原料和包装辅料材料，毛百合（包含普通毛百合、原生毛百合和有机毛百合）的合计为 13,727,397.92 ）占原材料的比重为 96.23%，全部用来生产系列产品以及新产品研发，截止目前 2024 年上半年度末库存毛百合已经生产加工并销售完毕，与同期淘宝和京东等电商平台售卖价格进行比对，不存在其可变现净值低于成本的情况，不需要计提存货跌价准备。

(2) 库存商品中百合片和百合粉的占比较大，百合片和百合粉相对于鲜货来说保质期更长，一是百合片主要是为公司电商销售备货，电商销售目前按大中小片等级、品级、品质不同定价范围为 64-224.75 元/斤不等，单位成本在原料均价核计辅料和人工等费用与卖出产品对应核单，不存在大幅度减值，截止 10 月底百合片已销售 14 万斤，目前还在陆续销售中；二是百合粉用于正常专有专用市场销售渠道，根据不同市场客户需求每月都有销售，目前经过几年的消费者食用和认可，通过客户口碑已经给公司的该类产品销售渠道增加了新的销售消费半径，现公司已根据百合特性开发拓宽其他销售市场，以保证百合粉和百合片的销售不断稳步增加。综上所述，截止 2024 年上半年度末此类库存商品不存在其可变现净值低于成本的情况，不需要计提存货跌价准备。

(3) 消耗性生物资产为正在种植培育的兰州百合专用种球，2024 年上半年度末种球正在生长阶段，生长状态良好，按照往年种球成熟后的销售情况和目前兰州百合种植基地原料采挖价格上升种植户针对百合专用种球仔球的需求增加的向好局面，公司该笔消耗性生物资产不存在其可变现净值低于繁育培育生产成本的情况，不需要计提存货跌价准备。

4、同行业可比情况

公司计提跌价准备与上述可比公司对比如下：

公司	2023 年半年度	2024 年半年度
爽口源	-	-
裕国股份	1,518,804.83	6,861,236.92
东方红	3,302.74	-
华欧股份	-	-
太阳股份	13,309,155.07	3,977,224.85

香海食品	143,831.77	-
陇萃堂	19,247.71	125,293.48
恒瑞股份	261,238.42	288,150.89
瓜尔润	-	-

综上数据比对，公司库存产品与同期淘宝和京东等电商平台售卖价格进行比对，不存在其可变现净值低于成本的情况，不需要计提存货跌价准备。比对 8 家新三板挂牌公司同期计提存货跌价准备数据，其中 4 家新三板挂牌公司在报告期内设计提存货跌价准备，公司在报告期内不计提存货跌价准备是合理的。

《企业会计准则》规定，企业的存货在期末时，按照账面成本与可变现净值孰低法的原则进行计量，对于可变现净值低于存货账面成本的差额，计提存货跌价准备，同期存货与淘宝和京东等电商平台售卖价格进行比对，不存在可变现净值低于存货账面成本的情况。

综上所述，截止 2024 年上半年度末库存商品不存在其可变现净值低于成本的情况，不需要计提存货跌价准备，且报告期内未对存货计提跌价准备具有合理性，符合企业会计准则的有关规定。

甘肃爽口源生态科技股份有限公司

2024 年 12 月 19 日

