

河南酒便利商业股份有限公司

关于年报问询函的回复

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：

河南酒便利商业股份有限公司（以下简称“酒便利”、“公司”）于2025年5月13日收到全国股份转让系统有限责任公司挂牌公司管理一部出具的《关于对河南酒便利商业股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2025】第012号，以下简称“《问询函》”），公司组织相关人员对《问询函》中所列问题进行了核查，现就有关问询事项回复如下。

一、关于经营业绩下滑与持续经营能力

报告期内，你公司实现营业收入167,932.98万元，较上年同期下滑3.77%，其中商品销售实现收入164,184.96万元，较上年同期下滑5.14%；服务类收入为3,748.02万元，较上年同期增长162.24%。你公司称，服务类收入的增长主要系第三方平台业绩增长，促销优惠返还收入增加等原因所致。根据你公司对公司一部年报问询函【2024】第353号的回复，2023年你公司新增30个直营门店，拓展了美团、抖音等第三方平台渠道。根据2024年年报披露，你公司2024年前三季度新开门店较多，四季度进行门店优化，关闭部分亏损门店。

报告期内，你公司发生亏损-11,335.49万元，在营业总收入下滑的情况下，营业总成本增长2.01%；2023年实现净利润3,122.68万元。2022年至2024年，你公司毛利率分别为22.23%、17.50%、14.15%，毛

利率逐年下滑。报告期内，你公司偿还债务支付的现金为14,793.28万元，较上年同期增长88.45%。你公司称，因实际控制人失联，公司续贷困难。截至报告期末，你公司仍有短期借款8,416.88万元，货币资金账面余额为8,685.38万元，其中7,508.18万元为银行保证金。

请你公司：

(1) 按季度列示报告期内你公司新增及关闭门店情况，分区域列示门店平均营业收入、新签订单及执行订单数量及金额、与上年同期对比情况，分实体门店、线上商城、第三方平台等各类渠道列示营业收入及订单数量、金额，说明在报告期内商品销售收入下滑的情况下，第三方平台返还等服务类收入大幅增长的合理性，是否与各类渠道的订单金额及出货量匹配；

回复：

1、报告期内公司新增及关闭门店情况

类型	一季度末	二季度末	三季度末	四季度末	合计
新增门店数量（家）	7	18	10	2	37
关闭门店数量（家）	6	9	7	23	45

报告期内，公司前三季度新开35家门店，因经营管理需要，第四季度关闭部分亏损严重的门店，关闭门店数量为23家，全年净减少门店为8家。

2、分区域列示门店平均营业收入、新签订单及执行订单数量及金额、与上年同期对比情况。

区域	2024年		2023年		变动	
	单店平均营业收入（万元）	单店平均订单数量（万单）	单店平均营业收入（万元）	单店平均订单数量（万单）	单店平均营业收入（万元）	单店平均订单数量（万单）
河南	506.53	1.58	524.69	1.51	-18.16	0.07
北京	508.85	2.19	501.95	1.89	6.90	0.30

西安	291.62	1.19	309.18	1.33	-17.57	-0.14
杭州	769.70	0.60	1,824.79	0.65	-1,055.09	-0.05
全国	513.51	1.58	575.00	1.54	-61.49	0.04

报告期内，公司单店全年平均订单量提升了0.04万单，提升比例为2.83%，但单店全年平均营业收入却下降了61.49万元，下降比例为10.7%，订单量与营业收入反向变动，反应了门店客单价下降，造成公司整体收入下滑。

由于酒水零售行业的特性，新签订单时效性较强，订单新签即执行。

3、分渠道列示营业收入及订单数量、金额

年份	2024年		2023年		差异	
类型	销售订单（万单）	销售金额（万元）	销售订单（万单）	销售金额（万元）	销售订单（万单）	销售金额（万元）
到店业务	292.70	89,208.83	256.26	107,024.73	36.44	-17,815.90
线上商城	111.64	38,554.28	121.53	46,973.64	-9.89	-8,419.36
第三方平台	71.54	26,775.29	61.41	11,247.69	10.12	15,527.61
呼叫中心	7.32	2,595.78	9.21	2,654.71	-1.89	-58.93
特许	0.45	6,919.22	0.46	5,184.83	-0.01	1,734.39
其他	0.04	131.56	-	-	0.04	131.56
合计	483.19	164,184.96	448.40	173,085.59	34.79	-8,900.63

报告期内，公司销售订单同比增加34.79万单，销售金额同比减少8,900.63万元。其中第三方平台销售订单同比增加10.12万单，同比提升16.5%，对应销售金额同比增长15,527.61万元，同比提升138.1%。

报告期内，其他业务总收入3,748.02万元，其中促销费收入增长如下所示：

单位：万元

项目	2024年	2023年	变动
其他业务收入	3,748.02	1,429.21	162.24%
其中：促销费收入	2,297.63	608.90	277.34%

2024年第三方平台给予公司更大的促销服务支持，第三方平台销售收入提升138.1%，促销费服务收入同比增长277.34%。虽然报告期内商品销售收入总体下滑，但第三方平台销售收入的大幅增长，带来对应第三方平台返还服务类收入大幅增长。

促销费收入占第三方平台销售收入比例如下：

单位：万元

类型	2024年销售额	2023年销售额
第三方平台销售	26,775.29	11,247.69
促销费收入	2,297.63	608.90
占比	8.58%	5.41%

本期促销费收入占第三方平台销售额的比例为8.58%，上期为5.41%，增长3.17%。原因在于第三方平台的补贴力度本期较上期增加，补贴更多受季节特性、节假日因素、名优酒补贴等临时性活动的影响，三方平台活动灵活且多样，不具有固定性，促销费收入与三方平台的销售额及出货量并无直接关联。

(2) 结合你公司经营管理层稳定性、主要客户变动情况、门店关闭情况等，说明实际控制人失联及涉及刑事案件一事除影响你公司银行续贷外，是否对日常经营、管理决策、与主要客户的合作等造成不利影响，门店亏损范围是否进一步扩大，未来是否将进一步关闭门店，关闭门店是否会带来违约赔偿，是否将进一步加剧现金短缺的情况，是否已充分揭示相关风险，以及拟采取或已采取的应对措施；

回复：

实际控制人失联及涉及刑事案件后，公司主要管理层基本稳定。公司九个一级部门负责人，除一人离职外其余稳定；公司四个负责销售的省区总经理，除一人离职外其余稳定。

公司与主要白酒品牌方合作稳定。2024年公司与16家白酒品牌方签订合作协议。截止目前已经与10家品牌方续签2025年合作协议，与2家品牌方达成合作共识并正在提报合同审批流程，与4家品牌方正在谈判中。

公司主要业务模式为酒水零售，主要客户未受到余增云案件影响。2025年1-4月共产生销售订单1,325,863个，较2024年同期下降129,432个，同比下降8.89%。订单下降主要原因一方面受到经济大环境影响，另一方面公司续贷工作不及预期造成部分商品缺货，影响销售业绩。

公司2025年1-4月整体月均利润与余增云案件后2024年9-12月整体月均利润持平，未进一步扩大亏损范围。公司目前针对经营业绩相对较差的门店，采取房租合同到期后闭店的策略，2025年1-4月已闭店2家，未产生闭店违约风险。

在新实控人确定前，公司资金流状况预计会持续维持相对紧张的状态，公司在2024年年报已充分揭示相关风险以及采取的措施。公司也在积极做相关调整，2025年5月公司股东大会审议并新增了2名董事，并任命了新的总经理人选，管理层和非控股股东积极的共同解决公司面临的困难，对公司持续经营充满信心。

(3) 结合报告期后营运资金周转情况、银行贷款偿还或展期情况、未来12个月内到期的债务情况等，说明你公司是否存在无法按期偿还银行贷款、流动资金断裂等风险。

回复：

1、报告期后，公司2025年1月至2025年4月的经营活动产生的现金流情况如下（未经审计）：

单位：万元

项目	202501	202502	202503	202504	累计
经营活动现金流入小计	25,045.85	8,589.46	9,392.11	10,196.07	53,223.50
经营活动现金流出小计	24,646.41	8,134.44	7,897.38	9,859.90	50,538.13
经营活动产生的现金流量净额	399.44	455.02	1,494.73	336.18	2,685.37

公司2025年1-4月，公司经营性现金净流入累计持续大于流出，累计净流入2,685.37万元，可以维持企业目前资金需求。

2、报告期后，公司按时偿还各类银行借款6,412.94万元，到期承兑银行承兑4,629.25万元，未出现任何一笔贷款违约、延期偿还的情况。

报告期后，公司短期借款和银行承兑情况如下：

短期借款

短期借款	报告期末余额	2025年新增	2025年已还款金额	至今未还款金额	未还款原因	预计还款时间
保证借款	3,412.94	0.00	1,412.94	2,000.00	尚未到期	2025年8月28日
信用证贴现	5,000.00	0.00	5,000.00	0.00		
合计	8,412.94	0.00	6,412.94	2,000.00		

应付票据

应付票据	报告期末余额	2025年新增	2025年已还款金额	至今未还款金额	未还款原因	预计还款时间
银行承兑汇票	4,629.25	3,000.00	4,629.25	3,000.00	尚未到期	2025年8月28日
合计	4,629.25	3,000.00	4,629.25	3,000.00		

报告期后公司新增银行承兑3,000万元，未来12个月到期短期借款2,000万元，需承兑银行承兑汇票金额3,000万元，从公司运营资金周转情况，不存在无法按期偿还银行贷款、流动资金断裂等风险。

二、关于期间费用大幅增长

报告期内，你公司发生销售费用21,517.50万元，较上年同期增长6.34%，其中工薪费用、办公费、宣传费、使用权资产折旧等共计18,223.57万元，另发生配送服务费1,723.61万元，为本期新增费用，主要系报告期内你公司自配送陆续转外包所致；发生管理费用4,468.38万元，较上年同期增长29.55%，其中工薪费用2,961.81万元，较上年同期增长69.03%，其他费用210.65万元，较上年同期增长439.55%；发生研发费用321.50万元，上年同期仅1,427.32元，主要系信息化投入所致。报告期内，你公司无新增员工，净流出员工645名。根据你公司对公司一部年报问询函【2024】第353号的回复，2023年度你公司对零售客户实现收入占比达69.60%，对团购客户实现收入占比为27.40%。

请你公司：

(1) 详细列示零售客户的类型（如商店、商场、专卖店等零售企业或个人消费者等）、报告期内销售金额及占比、主要销售渠道、主要产品类型，说明团购客户是否主要为经销商，说明主要零售企业、主要经销商的地域分布、成立时间、与你公司开始合作的时间及合作年限、平均货款回款时间，并说明你对经销商的管理模式，包括但不限于筛选条件、销售返利政策、定价机制等。

回复：

报告期内，公司分客户类型销售及占比如下：

客户类型	2024年	销售占比	2023年	销售占比	主要产品类型
门店	121,284.69	73.87%	120,475.27	69.60%	酒水
团购	35,849.48	21.83%	47,425.49	27.40%	酒水
特许店	6,919.22	4.21%	5,184.83	3.00%	酒水
餐饮收入	131.56	0.08%	-	0.00%	餐饮服务
合计	164,184.96	100.00%	173,085.59	100.00%	

公司为连锁零售类企业，主要销售模式为酒水零售，不存在经销商销售模式。客户类型按照销售部分划分，门店业务多为传统零售店；团购业务多为大客户部销售，团购客户多为消费金额较大的企业客户和个人客户。

(2) 说明自有配送转外包的具体原因，配送费外包的主要供应商类型，与你公司是否存在关联关系或潜在关联关系，并结合销售合同条款说明配送服务是否构成单项履约义务，如是，是否存在收入确认时点和金额不准确情形；如否，说明配送服务是否为履行合同所发生的必要活动，相关支出计入销售费用而非合同履约成本的原因及合理性；说明以前年度配送服务费与报告期内配送服务费的会计处理差异；

回复：

自有配送转外包的具体原因主要源于三方面：一是公司战略导向，酒便利2024年1月起对于门店员工能力要求从“送货小哥”转变为“销售精英”。通过配送业务外包，使员工全身心投入门店销售中，从而提升门店业绩。二是出于降低成本的考虑，酒便利对自有配送和外包进行测算，测算结果显示，公司平均每单送单成本为20.64元（成本主要包含员工工资、保险费用、工装费用、交通工具折旧费用等）；第三方公司配送的平均每单配送成本9元-12.5元（不同城市有

偏差），考虑该业务可降低公司用工成本，所以综合考量实行配送业务外包。三是配送业务外包可以减少公司自身实际用工，从而降低用工的风险。

第三方配送公司主要为美团（上海三快智送科技有限公司）及UU跑腿（成都优萌信息技术有限公司），与酒便利不存在关联关系。

酒便利属于连锁零售公司，与客户之间合同属于《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）规定的其他形式的合同，属于隐含于企业以往的习惯做法中一种形式。酒便利对客户的承诺为，提供配送服务，将商品运送至客户指定的地点。在客户签收后，商品的控制权实现转移。根据《企业会计准则第14号——收入》（2017年修订）及应用指南，控制权转移给客户之前发生的运输活动不构成单项履约义务，而只是公司为了履行合同而从事的活动。因此，酒便利的销售不存在收入确认时点和金额不准确的情形。

配送服务费为酒便利与第三方平台单独签订的《企业客户配送服务协议》中约定的费用，其结算方式和定价独立于客户实际支付的货款，酒便利第三方配送主要特点如下：报告期内合作的配送公司的配送服务费的计费与产品种类无直接关联。公司运输费用一般按重量或体积作为计价基础，不同配送服务费设有差异化的起算价和阶梯结算标准，导致相同运费可能包含的产品数量和类型存在差异，且单笔订单运费金额较小。酒便利无法将每单运费分摊至具体产品。

配送服务对毛利率的影响：公司对报告期内配送服务费计入主营业务成本进行了模拟测算，结果如下：

单位：万元

主营业务收入	主营业务成本	考虑配送服务费后成本	原审定毛利率	考虑配送服务费后毛利率	毛利率变动
164,185.00	144,174.60	145,898.20	12.19%	11.14%	-1.05%

2024年度的销售费用-三方配送服务费为1,723.61万元，根据模拟测算，配送服务费计入成本后，公司的主营业务毛利率为11.14%，不考虑配送服务费的影响，公司主营业务毛利率为12.19%，对毛利率的影响为1.05个百分点，影响较小。

公司在2023年度及以前年度，一直将配送服务费核算至“销售费用”，为保持会计核算口径的一致性，确保财务数据的可比性，公司在2024年度仍将三方配送服务费计入销售费用科目进行核算。另外，零售类公司如良品铺子（603719）、ST易购（002024）、永辉超市（601933）年报销售费用中均有“运输费”的披露。

综上，配送费外包的主要供应商与公司不存在关联关系或潜在关联关系；公司收入确认时点和金额准确；结合公司的实际情况，考虑会计核算的一致性，公司认为目前的会计处理方式具有一定合理性。

（3）结合你公司门店数量、平均门店员工数量、员工类型、平均员工薪酬水平（按董事、监事、高级管理人员、其他员工等分别列示）等，说明报告期内你公司在经营业绩、人员规模大幅下滑的情况下，工薪费用大幅增长的原因及合理性，是否与门店规模、门店正常经营所需员工数量、当地平均薪酬水平等匹配，并说明管理费用中其他费用的具体用途及主要支付对象；

回复:

公司门店数量、平均门店员工数量、员工类型、平均员工薪酬水平、当地平均薪酬水平相关数据及对比:

2023年与2024年平均门店数量对比

单位:个			
期间	2024年	2023年	平均变动值
第一季度	297	275	22
第二季度	305	288	17
第三季度	310	296	14
第四季度	294	300	-6
全年	302	290	12

备注: 上述数据为门店数量季度平均值

根据企业正常经营需要, 截止2024年第四季度末, 公司门店数量为294家, 同比关闭6家。

2023年与2024年平均门店员工数量对比

类型	2024年	2023年	变动值
平均正式员工数	779	887	-108
平均兼职员工数	103	405	-302
平均门店数	302	290	12
单店平均正式员工数	2.6	3.1	-0.5
单店平均兼职员工数	0.3	1.4	-1.1

报告期内, 公司优化门店人员配置, 平均门店员工数量下降了1.6人, 其中: 正式工数量下降0.5人、兼职员工数量下降1.1人。

2023年与2024年公司人员平均数量对比

人员类别	2024年	2023年	人数差异
董监高人员	7	7	0
电商公司	15	2	13
信息化项目	21	15	6
品藏馆项目	18	0	18
私域营销项目	10	0	10
畅茗轩	5	0	5
总部职能	203	207	-4
北京职能	36	41	-5
西安职能	13	11	2
浙江职能	22	19	3

河南门店正式	447	552	-105
河南门店兼职	48	210	-162
北京门店正式	181	207	-26
北京门店兼职	46	155	-109
西安门店正式	72	77	-5
西安门店兼职	5	26	-21
杭州门店正式	79	51	28
杭州门店兼职	4	14	-10
小计	1232	1594	-362

注：上表中人数为全年平均发薪人数，年报上人数为年末在职人数，数据统计口径不同。

2024年公司对门店的外送订单实行业务外包，通过梳理门店人员配置，并科学合理定编，最终实现2024年年平均人数同比2023年降低362人。

2024年工薪费用12287.25万，2023年工薪费用12232.37万，同比降低54.88万，工薪明细如下：

单位：万元

人员类别	2024 年	2023 年	差额
董监高人员	308.99	197.58	111.41
职能人员合计	4,729.54	3,546.68	1,182.86
其中：			
电商公司	247.16	33.83	213.33
信息化项目	317.34	165.39	151.95
品藏馆项目	222.55	3.12	219.43
私域营销项目	65.53	0.00	65.53
畅茗轩	85.76	0.00	85.76
总部职能	2,837.74	2,421.83	415.91
北京职能	505.35	542.66	-37.31
西安职能	164.44	124.33	40.11
浙江职能	283.67	255.52	28.15
门店人员	7,056.64	8,370.53	-1,313.89
其中：			
河南门店正式	3,456.76	4,195.32	-738.56
河南门店兼职	70.22	340.55	-270.33
北京门店正式	2,158.67	2,335.67	-177.00
北京门店兼职	120.84	465.36	-344.52
西安门店正式	564.73	536.65	28.08
西安门店兼职	7.46	47.21	-39.75
杭州门店正式	666.57	417.63	248.94

杭州门店兼职	11.39	32.14	-20.75
福利费	67.28	117.58	-50.30
辞退福利	124.80	0.00	124.80
小计	12,287.25	12,232.37	54.88

主要变动原因：

1、董监高人员薪酬同比2023年度增加111.41万元，主要变动原因如下：

①董监高任职月数不同，因任职月数不同导致的工薪费用增加45.58万。

姓名	职位	2024 年任职期间	2023 年任职期间	月数差异
蔡立斌	董事长	2024 年度	2023 年 5-12 月	4
汤鹏	董事	2024 年 1-7 月	2023 年 5-12 月	1
成冬冬	董事	2024 年度	2023 年 5-12 月	4
刘彬	监事	2024 年度	2023 年度	
马迅	财务总监、董事会秘书	2024 年度	2023 年度	
刘雅娟	董事	2024 年度	2023 年度	
杨超	监事	2024 年 3-12 月	无任职	10

②2024年发放年终奖65.83万。

2、职能人员薪酬同比2023年度增加1182.86万元，是因为公司为了落地组织战略目标而进行多种业务尝试与人员素质升级导致的：

①河南总部因业务发展需要，在公司的战略调整下引进了供应链定制酒业务、招商发展业务等高素质专业人才和高级管理人员，导致总部职能人员工资比2023年度增加415.91万元。

②开设2个品藏馆，导致相关人员薪酬比2023年度增加219.43万元。

③开设全国电商直播业务，导致相关项目人员薪酬比2023年度增加213.33万元。

④投入信息化建设，导致相关项目人员薪酬比2023年度增加151.95万元。

⑤开展私域营销业务，导致相关项目人员薪酬比2023年度增加65.53万元。

⑥开设畅茗轩，新增餐饮业务，导致相关项目人员薪酬比2023年度增加85.76万元。

⑦业务发展需要，产生员工辞退福利124.8万元。

⑧其余三个省区公司职能人员工资变化，属于正常调整。

3、门店员工薪费用同比2023年降低1313.89万元，降低原因在于公司业务模式由自配送转为第三方配送及门店净减少8家，导致正式工减少108人，兼职人员减少302人，门店工薪费用整体降低1313.89万元。

2023年与2024年单店人均销售额同比

单位：万元

区域	2024 年				2023 年				人均销 售额同 比变动
	销售额	单店 平均 收入	单 店员 工数	人 均销 售额	销售额	单店 平均 收入	单 店员 工数	人 均销 售额	
河南	72,336	416	2.6	162	77,375	435	3.1	140	22
北京	32,699	467	2.6	181	32,078	458	3	155	26
西安	8,596	287	2.4	119	7,430	275	2.9	96	23
杭州	7,654	239	2.5	97	3,593	211	3	70	26
合计	121,285	396	2.5	156	120,475	413	3	136	20

2023年与2024年门店正式员工人均薪酬同比

单位：万元

区域	2024年人均薪酬	2023年人均薪酬	变动
河南	7.73	7.60	0.13
北京	11.93	11.28	0.64
西安	7.84	6.97	0.87
杭州	8.44	8.19	0.25
全国	8.79	8.44	0.35

注：上述数据未包含兼职工

报告期内,公司门店员工人均销售额增长了20万元,人均薪酬增长了0.35万元,增长趋势一致;公司的工薪费用水平与门店规模、门店正常经营所需员工数量相匹配。

单位: 万元

核算单位	2024平均工资	当地社平工资	与社平工资差额
河南酒便利	6.49	5.76	0.73
北京酒便利	9.11	10.59	-1.48
西安酒便利	6.35	6.8	-0.45
浙江酒便利	6.6	8.9	-2.3

备注: 上表均不含五险一金数据。

当地社平工资引用各地统计局下发的2023年度城镇私营单位就业人员平均工资。

除北京酒便利外,公司各地区门店员工平均工资基本持平,分别与各地区统计部门公布的私营企业员工年度平均工资对比,2024年度门店员工工资与当地社平工资差异不大。

综上,公司2024年度工薪费用大幅增长的原因是公司基于企业实际发展与经营需要而开展的合理管理动作。报告期内在经营业绩、人员规模大幅下滑的情况下,工薪费用大幅增长是合理的,与门店规模、门店正常经营所需员工数量、当地平均薪酬水平匹配。

管理费用中其他费用的具体用途及主要支付对象:

2024年度管理费用中的其他部分为2,106,540.70元,2023年度同期为390,429.01元。此费用主要为公司系统维护升级服务费用,以及案件受理费/律师服务等。上述费用的主要支付对象为软件系统供应商和律师事务所。

(4) 说明报告期内你公司信息化投入的主要用途,如为工资薪金,说明研发人员的背景、主要研发项目及具体内容;如为外购服务或产品,说明供应商的主要信息,包括但不限于名称、经营范围、为你公司提供的服务或产品类型、合同金额、与你公司的关系等;

回复:

关于报告期内公司信息化投入的主要用途及其具体说明

报告期内公司信息化投入费用总额为1,128.6万元, 其中直接投入费用为640.28万元, 包含支付供应商的软件款以及服务费用。

费用详情如下:

信息化投入主要项目	主要用途	供应商	经营范围	合同金额 (万元/ 含税)
CDP&MA	CDP: 非常适合零售企业来做用户数据的价值挖掘的系统	服务供应商1	一般项目: 技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广; 软件开发等;	90.26
	MA: 通过营销策略管理实现构建、执行、分析、优化用户营销策略并基于获客渠道、留存渠道、转化渠道的功能及数据对接, 实现更高的用户运营质量及支撑公司销售业绩达成			54.91
	POC: 通过业务及数据调研, 通过挖掘分析数据, 识别当前业务中的机会点, 针对性的输出运营策略并总结分析运营效果及识别可持续迭代的优化建议			25.44
SCRM	通过部署依托于企微的用户运营系统, 打通企微好友和会员的关联关系, 并借助会员360画像, 营销自动化等工具赋能门店导购通过该系统了解用户, 运营用户, 助力业绩增长.	服务供应商2	计算机、软件及辅助设备的开发、销售、技术服务; 物联网应用技术的研发; 计算机系统集成、维护、安装等;	22.71
ERP	加强公司管理效率和决策质量, 对各板块的管理流程和经营模式进行全面梳理和优化。	服务供应商3	一般项目: 信息技术咨询服务; 技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广; 软件开发; 软件销售等	500.00

ESB	企业管理的精细化、智能化	服务供应商4	信息技术咨询服务;信息系统运行维护服务;信息系统集成服务;软件外包服务;区块链技术相关软件和服务等	40.00
OMS	全渠道订单管理	服务供应商5	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;信息系统集成服务;软件开发等	72.20
TMS	物流运输管理系统,提高物流运输的效率			73.80
WMS	仓储管理系统,提高仓库管理效率			52.00
合计				931.31

本报告期内,公司信息化项目合同签订共931.31万元,合同已支付632.49万元,剩余随项目履约情况予以支付。

上述项目供应商均为公司通过招标等公开渠道确定的第三方服务合作商,与公司均无关联关系。

(5) 说明收入下降的情况下销售费用增长的合理性,是否存在通过销售费用、管理费用变相进行利益输送等损害挂牌公司利益的行为。

回复:

报告期内销售费用本期较上期增加1,283.14万元,明细如下:

单位:万元

类型	本期费用金额	上期费用金额	变动额
销售费用	21,517.50	20,234.36	1,283.14
其中:工薪费用	9,008.10	10,314.70	-1,306.60
配送服务费	1,723.61		1,723.61
宣传费	2,244.24	1,607.01	637.23
装修费	438.45	295.98	142.46
办公费	1,014.45	951.6	62.85
折旧摊销费	613.87	464.28	149.58
使用权资产折旧	5,956.78	6,104.86	-148.09

咨询服务费	384.05	303.76	80.29
其他	133.95	192.17	-58.21

变动主要原因是工薪费用减少1,306.60万元、配送服务费增加1,723.61万元、宣传费增加637.23万元、装修费增加142.46万元，具体原因分析如下：

1、2024年度销售费用中工薪费用和配送服务费合计较2023年度增加417.01万元，2023年度公司采取的是自有员工配送的模式，配送服务费全部计入员工的工资。因此将2024年度工薪费用和配送服务费与2023年度工薪费用进行比较更为合理。报告期内，公司配送模式由自有员工配送转外包及公司门店数量净减少8家，双重影响导致正式员工减少108人、兼职人员减少302人，相应门店员工薪酬费用有大幅减少。报告期内工薪费用和配送服务费较上期有增加主要是公司经营战略有所调整，新设立电商直播、品藏馆、私域运营等部门，员工薪酬增加约498.29万元，同时2024年首次执行年终奖政策，激励奖金发放194.50万元以及门店人均工资较上期增长0.35万元。

2、销售费用中宣传费增长637.23万元，主要源于两方面：一是酒便利为拓展业务规模，积极开拓第三方销售平台渠道，相应增加了线上推广宣传投入约87.18万元。二是2024年度白酒市场低迷，酒厂为提升品牌知名度并扩大市场份额，加大了市场推广力度，导致本期推广费用上升约549.91万元；该类推广费用后续酒厂会以现金、产品、折扣等返利形式返还，公司会相应计入收入、存货、冲减成本。

3、销售费用中装修费用增长142.46万元，主要源于两方面：一是报告期内前三季度新增了35家门店，装修费用相应增加；二是根

据公司战略发展的需要，第四季度共关闭了23家亏损门店，对应门店装修摊销余额需一次性结转。

报告期内管理费用本期较上期增加约1,019.27万元，明细如下：

单位：万元

类型	本期费用金额	上期费用金额	变动额
管理费用	4,468.38	3,449.11	1,019.27
其中：工薪费用	2,961.81	1,752.28	1,209.53
使用权资产折旧	213.09	421.16	-208.07
办公费	104.51	130.48	-25.97
宣传费	39.71	131.07	-91.36
招待费	120.07	244.79	-124.72
差旅费	102.12	81.86	20.26
装修费	151.45	64.05	87.4
折旧摊销费	165.15	139.91	25.23
车辆使用费	31.33	71.46	-40.13
物业费	59.45	44.32	15.14
咨询费	309.05	328.69	-19.65
其他	210.65	39.04	171.61

变动主要原因是工薪费用增加1,209.53万元、使用权资产折旧变动减少208.07万元，具体分析如下：

1、管理费用-工薪费用增长主要源于以下几方面：①董监高人员薪酬同比2023年度增加111.41万元，其任职月数不同导致的工薪费用增加45.58万，2024年首次执行年终奖政策，发放的激励奖金65.83万；②河南总部因业务发展需要，在公司的战略调整下引进了供应链定制酒业务、招商发展业务等高素质专业人才和高级管理人员，导致总部职能工资比2023年度增加415.91万元；③投入信息化建设，导致相关项目人员薪酬环比2023年度增加151.95万元；④开设畅茗轩，以支持品鉴业务，导致相关项目人员薪酬环比2023年度增加85.76万元；⑤2024年首次执行年终奖政策，除董监高人员外发

放的激励奖金175.00万；⑥业务发展需要，产生员工辞退福利124.80万元。

2、管理费用-使用权资产累计折旧减少主要源于报告期内由于杭州区域子公司办公地点迁移，原租赁合同提前终止，新租赁合同的租金水平较原合同有所降低，使用权资产总额减少，资产折旧同步减少。

综上，公司本年销售费用、管理费用较上年增长均为公司业务日常经营管理所需，不存在通过销售费用、管理费用变相进行利益输送等损害挂牌公司利益的行为。

三、关于往来款项的商业合理性

截至报告期末，你公司预付款项账面余额为5,012.28万元，较期初减少14,638.18万元，应付账款账面余额为11,512.79万元，较期初增加4,794.69万元，存货账面价值为21,228.47万元，较期初减少4,581.89万元。报告期内，你公司经营活动产生的现金流量净额为15,378.46万元，较上年同期增长878.87%。

截至报告期末，你公司其他应收款账面余额为7,585.34万元，较期初增长741.30万元，报告期内，你公司对其他应收款中往来款组合单项计提坏账准备3,176.77万元，主要系原实际控制人及现实实际控制人资产被冻结，预计与相关公司的往来款项无法收回所致。根据你公司对公司一都年报问询函【2024】第353号的回复，截至2023年末，你公司其他应收款中协助供应商维护市场建设款账面余额为1,087.41万元，期后收回212.29万元，仍有875.12万元未收回。

你公司董事焦永新、监事仝伟对2024年年报存在异议，称存在未查清的关联交易和侵犯公司权益的行为。

请你公司：

(1) 结合主要供应商对你公司的信用政策（款项支付安排、信用期限等）、不同供应商信用政策的差异、存货的备货政策及购销模式变化等，说明在存货与收入规模未出现明显变化的情况下，应付账款及经营活动产生的现金流量净额大幅增长的合理性，预付款项与应付账款反向变动的合理性，货款结算方式是否发生明显变化，是否通过虚增应付账款虚构存货，并结合报告期内预付款项的支付、收回和结转情况，说明相关款项是否具有商业背景，预付比例是否与合同约定一致，是否存在超期未履行合同且未退还预付款，或预付货款后无故取消合同的情形，是否存在以预付款方式向第三方拆借资金情形；

回复：

1、2024年度公司采购等规划发生变动的背景

实际控制人失联及涉及刑事案件给酒便利公司融资工作带来了非常大的压力，银行贷款续贷工作进展不及预期。在两地专班协助下，酒便利公司与合作银行达成共识，银行明确表示不抽贷、不断贷，确保酒便利公司资金链稳健；酒便利公司也承诺会按时、全额偿还每一笔到期贷款。从2024年9月实际控制人失联当月到2024年12月，酒便利公司偿还短期借款、信用证贴现款、承兑银行汇票共计15,293.16万元，在此期间未新增银行融资业务。受到“还旧贷无新贷”的影响，2024年度筹资活动产生的现金流量净额净流出15,280.86万元，较去年大幅下降19,945.92万元。

由于优先使用资金偿还银行贷款，公司资金流动性受到影响，被迫调整了商品采购规划，尽量减少经营资金的流出，如大部分名优白酒的采购由品牌方直采，改为了经销商采购。

2、经营活动产生的现金流量净额大幅增长的合理性

基于2024年度公司商品采购规划的变化，公司的经营活动现金流量净额出现大幅增长，较上期增加17,352.91万元，主要原因如下：

一是本期销售商品收入较上期减少8,900.63万元，导致销售商品、提供劳务收到的现金较上期减少9,105.10万元；

二是本期购买商品、接受劳务支付的现金较上期减少30,988.26万元，其中：公司本期采购额较上期减少11,084.42万元，本期部分名酒采购由品牌方直采改为经销商采购，导致本期较上期少支付货款19,432.87万元。

3、预付款项与应付账款反向变动的合理性及货款结算方式是否发生明显变化，是否通过虚增应付账款虚构存货。

受公司实际控制人失联及涉及刑事案件的影响，公司的资金流动性受到较大的影响，公司被迫调整采购的计划。公司将大部分名优白酒由品牌方直采，改为了经销商采购。品牌方直采和经销商采购在货款结算上有较大差异：

供应商类型	结算方式
品牌方直采	预付款
经销商采购	部分预付，部分账期结算（月结30天、月结60天、月度实销实结）等

鉴于品牌方直采和经销商采购货款结算的差异，公司降低了品牌方直采的比例，预付款项大幅减少，减少金额14,638.18万元；增加经销商采购的比例，应付账款大幅增加，增加金额为4,794.69万元，预付款项与应付账款呈现反向变动。

2024年末较2023年末预付账款减少14,638.18万元，其中2023年末前十名品牌方预付账款余额共计15,420.76万元，对应2024年末预付账款余额3,777.40万元，共减少11,643.36万元。具体见下表1。

表1：2023年底前十大品牌方预付账款期末余额

单位：万元

品牌方	2024年12月31日	2023年12月31日
品牌方1	1,300.40	5,698.19
品牌方2	1,620.23	5,000.15
品牌方3	38.32	1,351.16
品牌方4	0.11	1,271.53
品牌方5		885.91
品牌方6		361.01
品牌方7		312.11
品牌方8		193.13
品牌方9	681.12	193.11
品牌方10	137.22	154.46
合计	3,777.40	15,420.76

上表1中品牌方1、5，在2024年度采购计划发生变化后，替换为经销商采购，情况如下表2。

表2：2024年度经营商替代品牌方1、5采购对应应付账款余额

单位：万元

品牌方	经销商	2024年	2023年
品牌方1	经销商1	2,136.00	
	经销商2	413.77	
	经销商3	274.5	
	经销商4	259.09	
	经销商5	241.59	
	经销商6	194.34	
	经销商7	164.7	
	经销商8	102.9	
小计		3,786.89	
品牌方5	经销商9	233.63	
合计		4,020.52	

报告期内，公司通过经销商替代品牌方直采的方式，及时补充了商品库存，同时降低了对流动资金的占用。其中：对于品牌方1，2024年末较2023年末预付账款减少4,397.79万元，同时，通过经销商替代采购带来应付账款增加3,786.89万元；对于品牌方5，2024年

末较2023年末预付账款减少885.91万元，通过经销商替代采购带来应付账款增加233.63万元。

综上，基于酒便利目前的经营状况和采取的采购策略的变动，在存货与收入规模未出现明显变化的情况下，应付账款及经营活动产生的现金流量净额大幅增长是合理的，预付款项与应付账款反向变动是合理的。不存在通过虚增应付账款虚构存货的情况。

4、结合报告期内预付款项的支付、收回和结转情况，说明相关款项是否具有商业背景，预付比例是否与合同约定一致，是否存在超期未履行合同且未退还预付款，或预付货款后无故取消合同的情形，是否存在以预付款方式向第三方拆借资金情形。

酒便利作为连锁酒类零售商，其上游供应商主要为各大酒厂、经销商等，在采购议价及结算方式上均处于劣势地位。酒便利公司与主要供应商的结算方式为：大多品牌方为100%预付款结算，经销商部分名优酒为预付款结算，其余为账期结算。酒便利公司按照行业惯例与供应商签订合同，预付款比例与合同基本保持一致。报告期内，酒便利公司按照合同约定支付预付款约119,495.02万元，其中主要供应商支付预付款63,292.01万元，占比52.97%，具体见下表3。

表3：报告期内主要供应商的付款情况、到货情况

单位：万元

供应商	2024年度支付金额	2024年度存货到货金额	结算方式
品牌方8	13,461.88	13,664.19	预付款
品牌方9	11,509.22	13,439.05	预付款
品牌方12	8,961.34	8,862.01	预付款
品牌方5	6,396.69	8,992.75	预付款
品牌方1	6,299.78	11,573.53	预付款
品牌方3	5,734.78	7,085.05	预付款
品牌方11	3,323.69	3,323.69	预付款

品牌方7	2,939.38	4,669.31	预付款
品牌方10	2,389.77	2,535.00	预付款
品牌方13	2,275.48	2,275.48	预付款
合计	63,292.01	76,420.06	

注：本期支付金额及存货到货金额差异主要为上期预付本期到货导致。

综上，2024年度公司预付款项均已按时到货，相关款项具有商业背景，预付比例与合同约定一致，不存在超期未履行合同且未退还预付款，或预付货款后无故取消合同的情形，不存在以预付款方式向第三方拆借资金情形。

(2) 逐笔列示你公司对前实际控制人、现实际控制人相关公司形成其他应收款的业务背景、应收款项账龄，并结合相关主体资产冻结时间、前期回款情况，说明应收款项的减值迹象是否在以前年度已存在，是否存在前期未充分计提坏账准备情形，相关往来款项是否具有商业实质；

回复：

1、截至2024年12月31日，前实际控人王雪实控企业在酒便利其他应收款科目余额合计为9,818,482.81 元，明细如下：

供应商	2024年余额	账龄
郑州市嘉盛商贸有限公司	8,443,799.86	2-3年
郑州龙士达商贸有限公司	149,187.19	2-3年
郑州乾溢贸易有限公司	489,641.48	2-3年
河南酒乐多商贸有限公司	735,854.28	2-3年
合计	9,818,482.81	

2021年末公司的应收账款余额49,160,193.44元，公司给股转公司《关于对河南酒便利商业股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2022】第024号），回函中回复“在保证公司周转及客户消费体验的情况下公司给予部分客户不超过180天的信用期限”。截止2022年6月30日，上述应收账款有28,469,244.00元仍未收回。

实际控制人余增云告知，其与原实际控制人王雪签订有相关协议，王雪要对实际控制人变更前的应收账款进行兜底。在余增云的帮助下，王雪同意代偿酒便利28,469,244.00元未收回的应收账款，2022年7月20日酒便利与原实控人王雪及其实际控制的郑州龙士达商贸有限公司、郑州市嘉盛商贸有限公司、郑州悠佳商贸有限公司、郑州乾溢贸易有限公司签订了《酒便利应收账款代付协议》，公司未按期收回的应收账款由王雪及其控制的上述企业代偿。

《酒便利应收账款代付协议》约定28,469,244.00元应收账款的还款义务由郑州龙士达商贸有限公司代为支付880,000.00元，郑州市嘉盛商贸有限公司代为支付9,120,000.00元，郑州悠佳商贸有限公司代为支付5,000,000.00元，郑州乾溢贸易有限公司代为支付13,469,244.00元。

2022年7月30日酒便利根据上述协议，进行了账务处理。

20220730账务处理前后余额情况（单位：元）				
供应商	20220730账务处理前	20220730根据协议账务处理	20220730账务处理后	2024年余额
郑州悠佳商贸有限公司	-5,000,000.00	5,000,000.00	-	-
郑州市嘉盛商贸有限公司	-1,820,525.14	9,120,000.00	7,299,474.86	8,443,799.86
郑州龙士达商贸有限公司	-6,056,481.54	880,000.00	-5,176,481.54	149,187.19
郑州乾溢贸易有限公司	-13,341,000.93	13,469,244.00	128,243.07	489,641.48
合计	-26,218,007.61	28,469,244.00	2,251,236.39	9,082,628.53

注：河南酒乐多商贸有限公司未参与上述《酒便利应收账款代付协议》的代偿应收账款业务。

公司认为上述调账并非基于采购合同的履行而进行，相关预付款项不具备商业实质。但公司与上述四家王雪实际控制的企业除依据上述《酒便利应收账款代付协议》进行的账务处理外的相关往来，通过查询凭证、查阅合同以及相关披露信息判断是有商业实质的。

2024年度，王雪实控的公司陆续出现被认定为失信人的情况，通过《中国执行信息公开网》查询，2024年11月27日发布了王雪成为失信被执行人。按照企业会计准则相关规定，2024年度公司对与王雪实控的公司的往来全额确认了坏账损失，不存在前期未充分计提坏账准备情形。

2、现实际控制人余增云，其实控企业占用公司资金2100万元，往来款项不具备商业实质，明细如下：

杭州陈二郎贸易有限公司占用500万元；

杭州赫神贸易有限公司占用600万元；

杭州国茅酒业有限公司占用1000万元。

以上三笔应收款项账龄均在1年以内，不存在前期未充分计提坏账准备情形。

目前余增云已经被刑事立案，且潜逃出国，其国内资产已悉数被司法冻结，丧失偿债能力。公司依据《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》相关规定对上述余增云实控企业占用2100万资金全额计提坏账。

(3) 说明协助供应商维护市场建设款的具体业务背景、主要供应商名称及与你公司的交易产品类型，并结合报告期内及期后该

款项的新增、收回情况，说明该款项是否仍存在未收回情形，如是，说明预计收回时间；

回复：

协助供应商维护市场建设款的具体业务背景：市场竞争激烈，渠道投入巨大，酒厂需要持续投入大量资源进行市场推广和渠道建设，以维持或提升市场份额。市场建设款（也称为“市场费用”、“渠道费用”、“市场支持费”、“经销商补贴”等）是酒厂最重要的市场投入之一。酒厂需要依赖经销商执行具体的方案，比如品鉴会、回厂游、杜绝跨区域销售等增加顾客粘性、稳定市场经营的市场动作。相关支出通常由经销商先代垫，酒厂进行核销。

公司2024年与16个白酒品牌方直签合同，包括五粮液、剑南春、汾酒、泸州老窖等知名品牌。公司从品牌方采购酒水，并协助做市场建设维护工作。

报告期内市场建设代垫149.28万元，2025年1-4月新增369.57万元，收回冲销257.14万元，余261.72万元。从代垫上述费用到核销到账，不同的品牌方有不同的结算周期，通常情况下从公司提交资料，到核销到账需要1-3个月。预计2025年7月末上述261.72万元款项可以全部收回。

（4）说明你公司与异议董事、监事是否存在矛盾纠纷，针对上述2人提出的未查清关联交易和侵犯公司权益行为，你公司是否已开展自查，是否存在其他应披露但未披露的关联交易及资金占用行为。

回复：

公司与异议董事、监事不存在矛盾纠纷，他们提出的未查清关联交易和侵犯公司权益行为具体是指公告中披露的补充审议的关联交易和年报中提到的资金占用事项。

针对上述2人提出的未查清关联交易和侵犯公司权益行为，公司已开展自查，公司2024年度不存在其他依据《全国中小企业股份转让系统挂牌公司治理规则》、《全国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露规则》规定的应审议披露但未审议披露的关联交易及资金占用行为。

河南酒便利商业股份有限公司

