证券代码:002515　证券简称:金字火腿　公告编号:2022-032

金字火腿股份有限公司关于股东股份质押的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

金字火腿股份有限公司(以下简称“公司”)于近日收到股东施延军的函告,获悉其所持有的本公司部分股份质押,具体事项如下:

一、本次股份质押的基本情况

股东名称	是否为控股股东或第一大股东及一致行动人	本次质押数量(股)	占其所持股份比例	占公司总股本比例	是否为限售股	是否为补充质押	质押起始日	质押到期日	质押用途	质权人
施延军	否	5,000,000	5.68%	0.51%	是	是	2022/5/6	2023/1/18	补充质押	兴业证券股份有限公司
合计	–	5,000,000	5.68%	0.51%	–	–	–	–	–	–

二、股东股份累计被质押的情况

截至2022年5月6日,上述股东及其一致行动人所持质押股份情况如下:

股东名称	持股数量(股)	持股比例	累计质押数量(股)	占其所持股份比例	占公司总股本比例	已质押股份情况		未质押股份情况	
						已质押股份限售数量(股)	占已质押股份比例	未质押股份限售数量(股)	占未质押股份比例
施延军	87,987,227	8.99%	56,999,998	64.78%	5.83%	56,999,998	100.00%	8,990,422	29.01%
施雄飚	33,743,900	3.45%	10,703,500	31.72%	1.09%	0	0%	0	0%
薛长煌	17,796,040	1.82%	10,500,000	59.00%	1.07%	10,500,000	100.00%	7,296,040	100.00%
合计	139,527,167	14.26%	78,203,498	52.47%	7.98%	67,499,998	98.97%	16,286,462	26.56%

四、备查文件

中国证券登记结算有限责任公司提供的证券质押明细表。

特此公告。

金字火腿股份有限公司董事会

2022年5月10日

证券代码:002515　证券简称:金字火腿　公告编号:2022-033

金字火腿股份有限公司关于对深圳证券交易所2021年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

金字火腿股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于近日收到深圳证券交易所《关于对金字火腿股份有限公司2021年年报的问询函》(公司部年报问询函【2022】第114号,以下简称“年报问询函”)后,就年报问询函所关注的相关情况进行了认真核查,现将相关情况回复并公告如下:

问题1:年报显示,你公司报告期实现营业收入5.06亿元,同比下降28.79%,实现归属于上市公司股东的净利润4,285.39万元,同比下降27.74%。其中,第一季度至第四季度分别实现营业收入2.50亿元、0.71亿元、0.79亿元和1.05亿元,分别实现归属于上市公司股东的净利润6,013.08万元、452.37万元、-785.53万元和-1,394.52万元。报告期内,你公司销售费用和管理费用分别为4,040.97万元和1,677.84万元,分别较上年同期增长20.05%和11.55%。

此外,你公司2022年第一季度报告显示,2022年第一季度实现营业收入1.37亿元,较上年同期下降45.14%,实现归属于母公司股东的净利润2,213.36万元,同比下降63.19%。

请你公司:

(1)结合市场环境、你公司经营情况、你公司实际控制人变更对你公司的影响等因素,说明你公司2021年及2022年第一季度营业收入和净利润均大幅下滑的原因,以及你公司已采取或拟采取的措施(如有);

(2)结合你公司历史业绩情况及产品销售的季节性影响等因素,说明你公司季度间业绩大幅波动的原因及合理性;

(3)说明你公司营业收入大幅下滑的同时,销售费用和管理费用同比较快增长的原因及合理性。

【回复】

(1)结合市场环境、你公司经营情况、你公司实际控制人变更对你公司的影响等因素,说明你公司2021年及2022年第一季度营业收入和净利润均大幅下滑的原因,以及你公司已采取或拟采取的措施(如有)

2021年,我国有效应对百年变局与世纪疫情交织叠加影响,经济发展和疫情防控均保持全球领先地位,但我国的经济发展也面临着“需求收缩、供给冲击、预期转弱”的三重压力。2021年及2022年第一季度,我国逐渐进入后疫情时期的经济恢复阶段,但新冠疫情的不断反复仍给经济发展带来一定的冲击。肉制品产业作为民生产业,肉类的消费对国民而言是刚需。尽管最近几年受到非洲猪瘟和新冠肺炎的“双疫情”影响,我国的肉类总产量仍位居世界第一,肉制品市场保持稳定发展的态势。在肉制品行业中,公司所处行业的上游为猪肉市场,2021年一季度我国的猪肉价格延续2020年的整体价格在高位运行,而从2021年第二季度之后国内猪肉价格持续下跌,直至2022年第一季度仍在低位运行,给公司经营带来较大压力。

2021年度及2020年公司营业收入及利润情况如下:

单位:万元

	2021年度	2020年度
营业收入	50,587.43	71,037.67
利润总额	3,922.54	6,333.72
净利润	4,188.78	5,906.54

2021年度及2020年公司按产品分类的主营业务收入情况如下:

单位:万元

产品类别	2021年度		2020年度	
	金额	比例	金额	比例
火腿	18,352.40	37.41%	13,370.19	19.04%
火腿制品	895.55	1.83%	699.25	1.00%
特色肉制品	9,833.03	20.04%	11,664.53	16.61%
品牌肉	17,872.36	36.43%	42,437.29	60.44%
冷链服务	2,110.53	4.30%	2,045.35	2.91%
合计	49,063.87	100.00%	70,216.61	100.00%

从上表可以看出,公司2021年业绩下滑较大,主要系公司品牌肉业务销售业绩下滑所致。

公司品牌肉业务主要系公司从海外进口优质冻猪肉后,再面向国内市场进行销售。品牌肉业务的原材料成本占该业务成本的98%以上。2020年时国内猪肉价格相对较高,公司能以比国内猪肉有优势的价格从国外采购优质冻猪肉,根据客户的需求进行销售。因此公司的品牌肉业务在2020年有较大增幅。进入2021年后,国内猪肉采购价格开始出现下滑,公司采购的海外冷冻猪肉价格优势逐渐变小。到2021年末,国内的猪肉批发价格相比2020年下降接近40%,公司采购自国外的冻猪肉价格已不具优势。因此,2021年,公司品牌肉业务销售金额与毛利表现均明显下滑。

公司采购的进口冻猪肉价格如下:

名称	2021年		2020年
	单价	同比	单价
猪肉(元/公斤)[注]	17.89	-12.35%	20.41

注:该价格为不包含运杂费及税费的进口采购价格。

根据公开渠道查询,2021年度内国内猪肉整体采购价格如下:

名称	2021年7-12月	2021年1-6月	2021年度		2020年度
	价格	价格	价格	同比变化	价格
猪肉价格(元/公斤)	22.01	34.85	28.3	-36.94%	44.88

进入2021年后,由于国内猪肉市场价格降幅明显,公司从海外进口的冻猪肉已经不具备价格优势,品牌肉业务的盈利能力在2021年度持续下滑。品牌肉业务的毛利率也从2020年的11.57%下降为2021年-10.59%,对公司业绩带来直接影响。品牌肉业务的销售乏力及盈利能力恶化,是公司在2021年度销售收入及利润水平下滑的主要原因。

2022年一季度与上年同期销售情况对比如下:

单位:万元

项目	2022年第一季度收入	2021年第一季度收入
火腿	7,910.51	8,474.20
火腿制品	247.90	504.00
特色肉制品	3,694.36	5,254.78
品牌肉	1,066.50	9,931.18
冷链行业	529.95	458.09
其他业务收入	267.56	379.87
合计	13,716.78	25,002.13

根据上表统计,公司2022年一季度销售收入金额相比2021年度同期下滑45.14%,最主要的原因是品牌肉业务收入大幅减少,从9931.18万元下降为1,066.50万元,较2021年同期下滑89.26%,而其背后的原因则为国内猪肉价格的下跌导致公司品牌肉业务优势不明显。除品牌肉业务以外,公司火腿制品、特色肉制品业务收入略有下降,其他业务收入基本持平,主要是受新冠疫情持续、国内整体消费不振等因素影响。

2021年,公司控股股东发生变更,并于2021年12月对董事会提前进行换届改选,管理层也在原有基础上得到了适当的调整和充实,实现了公司控制权的平稳交接。因此,公司2021年度及2022年一季度销售及利润的下滑主要是因市场环境变化,品牌肉业务大幅下滑所致,公司火腿、特色肉制品、冷链行业的收入依然保持平稳,与公司实际控制人的变更无关。

在持续受到疫情影响的市场环境下,公司克服运输困难,消费疲软等不利因素,一方面加强内部生产及销售管理,利用公司的品牌优势,加大销售推广力度,火腿、特色肉制品销售业务保持了相对稳定。另一方面,公司积极开拓新的产品线和新的销售渠道,积极发展巴玛发酵火腿、蒸炒火腿、大肉香肠、烤肠、小麻肉、火腿XO酱等产品,以适应年轻用户消费习惯;同时,公司积极开拓生鲜电商、社区电商等新兴销售渠道,以新产品、新渠道为公司带来新的销售增长动力。公司根据现有猪肉价格低迷,消费不振的市场环境,配合当前疫情防控需要,充分利用现有原材料库存,全力以赴加班加点生产香肠、酱油肉、腊肉、咸肉等特色肉制品,为做好防疫保供工作发挥积极作用,也促进了公司的经营发展。

(2)结合你公司历史业绩情况及产品销售的季节性影响等因素,说明你公司季度间业绩大幅波动的原因及合理性

过去三年,公司按季度统计的销售情况如下:

单位:万元

季度/年度	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	25,002.13	49.42%	19,087.82	26.87%	9,386.99	33.34%
第二季度	7,111.94	14.06%	12,272.16	17.28%	3,173.06	11.27%
第三季度	7,936.10	15.69%	17,223.41	24.25%	4,252.66	15.11%
第四季度	10,537.25	20.83%	22,454.28	31.61%	11,341.15	40.28%
年度	50,587.43	100.00%	71,037.67	100.00%	28,153.86	100.00%

过去三年,公司按季度和产品分类的销售情况如下:

单位:万元

项目	2021年第一季度收入	2020年第一季度收入	2019年第一季度收入
火腿	8,474.20	5,758.74	5,749.61
火腿制品	504.00	353.62	382.36
特色肉制品	5,254.78	4,411.76	2,436.65
品牌肉	9,931.18	8,042.92	0.03
冷链行业	458.09	443.17	489.71
其他业务收入	379.87	77.61	328.63
合计	25,002.13	19,087.82	9,386.99
项目	2021年第二季度收入	2020年第二季度收入	2019年第二季度收入
火腿	2,465.90	1,668.24	1,590.56
火腿制品	101.47	-16.90	75.52
特色肉制品	1,065.74	1,939.96	400.21
品牌肉	2,355.12	7,968.62	0.00
冷链行业	795.99	528.56	811.83
其他业务收入	327.74	193.78	294.94
合计	7,111.94	12,272.16	3,173.06
项目	2021年第三季度收入	2020年第三季度收入	2019年第三季度收入
火腿	2,922.62	2,424.32	2,540.97
火腿制品	105.92	132.56	109.02
特色肉制品	1,298.64	1,724.38	1,085.83
品牌肉	2,942.92	12,233.27	5.34
冷链行业	373.31	525.81	342.10
其他业务收入	292.70	183.07	169.40
合计	7,936.10	17,223.41	4,252.66
项目	2021年第四季度收入	2020年第四季度收入	2019年第四季度收入
火腿	4,489.69	3,518.88	3,367.82
火腿制品	184.15	229.98	202.40
特色肉制品	2,213.88	3,588.53	1,911.86
品牌肉	2,643.14	14,202.48	5,099.36
冷链行业	483.14	547.81	530.29
其他业务收入	523.25	366.61	229.41
合计	10,537.25	22,454.28	11,341.15

根据以上统计信息,公司2022年的销售具有一定的季节特征,销售旺季通常在四季度开始,持续到来年的一季度。

中国民间尤其是南方地区,在进入秋冬季后历来有食用腌制肉制品的传统,因此公司生产的火腿及特色肉制品在进入秋冬季后销售上升明显。同时自九、十月份开始,至来年的二月,中秋、国庆、元旦及春节等传统假日接踵而至,火腿及各类肉制品历来是中国民间办置年货及越冬食品中的重要组成部分。因此公司的火腿及特色肉制品销售,具有一定的季节特征。

2020年度公司季度间销售差异较小,主要系该年度内品牌肉业务销售金额较高,占公司该年度营业收入的占比较大。品牌肉的销售季度性波动较小,淡化了公司整体销售的季度间变动。进入2021年度后,由于国内猪肉采购价格下滑明显,公司品牌肉业务销售下滑,火腿及特色肉制品的销售占比重新上升,公司销售的季度性特征再度显现。

因此,公司季度间业绩有波动,是与行业与产品特性相关的,也是与公司的业务结构、收入占比变化等相关的,具有合理性。

(3)说明你公司营业收入大幅下滑的同时,销售费用和管理费用同比较快增长的原因及合理性

近两年公司销售费用明细如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度
职工薪酬	1,409.62	1,256.76
业务拓展费	2,198.75	1,796.50
广告宣传费	29.29	57.33
资产折旧与摊销	69.23	65.29
租赁费	58.52	32.57
差旅交通费	57.86	47.11
车辆使用费	55.28	36.78
会务费	98.46	11.57
办公费	36.89	36.32
其他	27.06	25.94
合计	4,040.97	3,366.17

近两年公司管理费用明细如下:

单位:万元

项目	2021年度	2020年度
职工薪酬	1,070.01	963.44
资产折旧与摊销	236.44	218.65
中介服务费	132.74	122.79
办公费	90.36	40.52
租赁费	0.00	40.04
差旅交通费	13.97	19.57
会务费	11.32	17.85
业务招待费	15.52	17.28
存货盘亏损失	66.20	0.00
其他	41.28	63.96
合计	1,677.84	1,504.10

2021年度公司管理费用相较2020年度整体略微上升,主要系职工薪酬上升所致。2021年度销售费用相较2020年度上升幅度较大,除职工薪酬进一步上涨外,主要系公司为了进一步拓展多元化销售渠道,进行相关市场开拓产生的业务拓展费。近两年由于新冠疫情的持续影响,国内消费市场整体较为萎靡,公司为了避免新冠疫情对公司销售产生不利影响,同时刺激下游市场对公司产品的认可与消费,在电商线上及实体线下市场均加大了推广力度。因此自2020年开始,公司的业务拓展费用上升趋势较为明显,是与公司的发展战略、经营策略相匹配的,具有合理性。

问题2:年报显示,你公司报告期对前五名客户合计销售金额9,437.88万元,占年度销售总额比例18.65%,从前五名供应商合计采购金额1,46亿元,占年度采购总额比例50.20%。

请你公司:

(1)说明前五名客户、供应商的具体情况,包括销售/采购内容、交易金额、合同或订单签署时间、收入确认时点及依据、应收账款金额及期后回款情况,并向我部报备前五大客户、供应商的具体名称;

(2)说明上述前五名客户、供应商与你公司、董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、实际控制人是否存在关联关系或可能造成利益倾斜的其他关系,相关交易履行必要审议程序和临时信息披露义务的情况;

(3)说明你公司最近三年前五名客户、供应商变动情况及合理性,前五名客户、前五名供应商与应收账款期末余额前五名、应付账款期末余额前五名是否匹配,如否,说明原因及合理性。

【回复】

(1)结合前五名客户、供应商的具体情况,包括销售/采购内容、交易金额、合同或订单签署时间、收入确认时点及依据、应收账款金额及期后回款情况,并向我部报备前五大客户、供应商的具体名称

①2021年前五名客户的具体情况

序号	客户名称	销售内容	交易金额(元)	合同签署时间	应收账款金额(元)	期后回款情况	收入确认时点及依据
1	客户一	品牌肉	29,820,162.19	2021年3月25日	[注1]	[注1]	[注1]
2	客户二	火腿、火腿制品、特色肉制品	27,314,017.46	[注2]	2,016,240.38	2022年1月已回款	[注2]
3	客户三	品牌肉	15,742,647.98	[注3]	[注3]	[注1]	[注1]
4	客户四	火腿、火腿制品、特色肉制品	11,362,475.58	[注4]	1,375,094.10	2022年1月已回款	[注4]
5	客户五	品牌肉	10,139,483.98	2021年3月23日、2021年3月24日	[注1]	[注1]	[注1]

[注1]客户一、客户三和客户五三家公司,公司按照先款后货的信用政策执行,期末无应收账款余额,根据双方合同约定将产品交付给购货方后确认收入,确认收入的依据为货物签收凭据。

[注2]客户二属于电商客户,双方签订年度框架协议,每日形成多笔订单;公司按照客户订单发货,月末双方进行对账,根据对账结果确认收入,确认收入的依据为对账单。

[注3]双方于2021年7月20日至2021年11月10日之间签订多笔合同,合同情况如下表所示:

交易内容	合同含税金额(元)	合同签署时间
品牌肉	1,093,307.90	2021年7月20日
品牌肉	2,122,594.06	2021年7月26日
品牌肉	1,851,850.20	2021年8月23日
品牌肉	1,740,856.48	2021年9月3日
品牌肉	893,310.38	2021年9月15日
品牌肉	968,547.57	2021年9月23日
品牌肉	870,666.93	2021年9月24日
品牌肉	1,948,997.60	2021年11月1日
品牌肉	1,959,599.46	2021年11月5日
品牌肉	3,709,755.70	2021年11月10日

[注4] 客户四属于电商客户,双方签订年度框架协议,公司根据客户运营需求指令发货,根据客户每月实际销售情况对账后确认收入,确认收入的依据为对账单。

②2021年前五名供应商的具体情况

序号	供应商名称	交易内容	交易金额(元)	合同签署时间
1	供应商一	冻猪肉	80,838,412.89	2021年7月29日[注1]
2	供应商二	猪腿肉、中方肉	22,086,117.04	[注2]
3	供应商三	猪腿、六分体等	15,690,940.05	[注3]
4	供应商四	冻猪后腿	13,778,237.44	2021年6月20日[注4]
5	供应商五	冻猪后腿	13,566,970.19	2021年3月1日[注4]

[注1]双方签订年度委托代理进口合同,供应商一承担货物进口的代理事务,因履行进口合同所产生的利益和风险由金字火腿公司享受和承担。

[注2]公司与供应商二签署的合同情况如下表:

交易内容	合同含税金额(元)	合同签署时间
猪腿肉	8,062,500.00	2020年11月3日
猪腿肉	6,200,000.00	2020年10月22日
猪腿肉	3,562,500.00	2020年10月22日
猪腿肉	2,875,000.00	2020年10月19日
中方肉	4,375,000.00	2020年10月19日

[注3]公司与供应商三签署的合同情况如下表:

交易内容	合同含税金额(元)	合同签署时间
猪腿	3,024,057.24	2021年3月10日
六分体	7,275,121.61	2021年1月15日
六分体	2,735,084.59	2020年12月17日
大排	627,488.60	2020年9月18日
猪颈肉	2,371,184.04	2020年8月28日
六分体	1,163,859.12	2020年8月7日

[注4]双方签订框架购销合同,规格、数量以实际到货验收为准,结算价随行就市,一车一议。

(2)说明上述前五名客户、供应商与你公司、董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、实际控制人是否存在关联关系或可能造成利益倾斜的其他关系,相关交易履行必要审议程序和临时信息披露义务的情况

上述前五名客户、供应商与公司、公司董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、实际控制人不存在关联关系,也不存在其他造成利益倾斜的关系或资金往来,相关交易无需履行关联交易的相关审议程序和临时信息披露义务。

(3)说明你公司最近三年前五名客户、供应商变动情况及合理性,前五名客户、前五名供应商与应收账款期末余额前五名、应付账款期末余额前五名是否匹配,如否,说明原因及合理性

①公司最近三年前五名客户、供应商变动情况及合理性

a.公司最近三年前五名客户的变动情况如下:

序号	2021年度	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	客户一	29,820,162.19	5.89%
2	客户二	27,314,017.46	5.40%
3	客户三	15,742,647.98	3.11%
4	客户四	11,362,475.58	2.25%
5	客户五	10,139,483.98	2.00%
	合计	94,378,787.19	18.65%
序号	2020年度	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	客户二	18,575,050.88	2.61%
2	客户六	16,884,780.74	2.38%
3	客户七	16,858,960.58	2.37%
4	客户八	15,835,578.07	2.23%
5	客户九	13,666,658.67	1.92%
	合计	81,821,018.94	11.51%
序号	2019年度	销售额(元)	占年度销售总额比例
1	客户二	6,969,335.71	2.47%
2	客户十	5,079,765.64	1.80%
3	客户十一	5,051,876.46	1.79%
4	客户十二	4,862,394.31	1.73%
5	客户十三	3,898,599.20	1.38%
	合计	25,861,971.32	9.17%

根据上表,仅客户二在最近三年均属于公司前五名客户,主要原因是公司自2019年起重点开拓线上渠道,且公司与该平台合作较好。

2019年度,除客户二外的其余四家客户均向本公司采购火腿及火腿制品等,与公司的主营业务相符。

2020年度,因猪肉价格上涨,公司发展品牌肉业务,在该年度前五名客户中新增的客户六、客户七、客户八及客户九均为品牌肉客户,与公司当年的业务发展相匹配。

2021年度,除客户二外,新增的客户一、客户三及客户五为品牌肉客户。2021年2季度起猪肉价格大幅下跌,公司自2021年2季度起品牌肉业务规模下降。客户一和客户五在2021年1季度内与公司签订品牌肉订单,当时的猪肉价格尚在高位,因此这两家客户在当年的采购额较大。客户三为公司在2021年新开发的品牌肉客户,在2021年度内向公司采购品牌肉较多,因此公司对其的销售额较高。客户四系电商客户,2021年采购额相对2020年度仅增加7.52%,2020年度销售额未计入前五名受2020年度品牌肉客户销售额相对较大影响所致。

综上,除客户二在最近三年均为公司前五大客户外,公司在近三年的其他前五名客户及销售额均有变动,与公司实际经营情况相匹配,具有合理性。

b.公司最近三年前五名供应商的变动情况如下:

序号	2021年度	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	供应商一	80,838,412.89	27.80%
2	供应商二	22,086,117.04	7.59%
3	供应商三	15,690,940.05	5.40%
4	供应商四	13,778,237.44	4.74%
5	供应商五	13,566,970.19	4.67%
	合计	145,960,677.61	50.20%
序号	2020年度	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	供应商一	239,681,026.03	33.60%
2	供应商六	95,044,401.10	13.33%
3	供应商七	68,123,741.87	9.55%
4	供应商三	50,302,169.94	7.05%
5	供应商八	40,683,555.04	5.70%
	合计	472,760,616.83	69.23%
序号	2019年度	采购额(元)	占年度采购总额比例
1	供应商一	65,196,641.38	17.67%
2	供应商九	54,452,028.22	14.76%
3	供应商十	39,089,517.91	10.60%
4	供应商七	36,467,703.66	9.88%
5	供应商十一	15,600,923.07	4.23%
	合计	210,805,814.24	57.14%

根据上表,供应商一在最近三年均为公司的第一大供应商,主要原因是公司最近三年通过该企业采购国外的猪肉较多。

2019年度,除供应商一外,供应商十、供应商七和供应商九均为国外猪肉的贸易商,公司在2019年度采购国外猪肉较多,因此向这三家的采购额较高。供应商十一为国内猪肉的供应商,公司向该企业采购了较多的国内猪肉。

2020年度,因国内的猪肉价格仍在高位,公司采购国外冻猪肉较多。新增的供应商六为国外冻猪肉的贸易商,供应商八为荷兰的猪肉生产企业,公司向这两家企业采购国外冻猪肉较多。供应商三系国家储备企业,公司向该家企业采购主要系2020年度竞拍国储肉较多所致。

2021年度相对2020年度采购整体规模下降,主要系猪肉价格下跌,采购规模随销售规模下降所致;供应商四、供应商五主要由于国内猪肉价格下降,向国外采购猪肉规模下降,转而向国内供应商进行采购。供应商二为国外冻猪肉的贸易公司,本公司在2020年四季度向该企业采购了国外冻猪肉,于2021年一季度完成交付清算。

综上,除供应商一连续3年均为公司前五大供应商外,公司其余主要供应商及采购额存在变动,公司根据实际生产经营需要筛选供应商进行采购,与公司实际经营情况相符,上述变化存在合理性。

②前五名客户、前五名供应商与应收账款期末余额前五名、应付账款期末余额前五名是否匹配,如否,说明原因及合理性

a.公司最近三年末应收账款期末余额前五名客户如下:

序号	2021年末	账面余额(元)	占应收账款余额比例
1	客户十四	8,162,856.02	22.72%
2	客户十五	2,643,425.22	7.36%
3	客户十六	2,051,110.37	5.71%
4	客户二	2,016,240.38	5.61%
5	客户四	1,375,094.10	3.83%
	合计	16,248,726.09	45.23%
序号	2020年末	账面余额(元)	占应收账款余额比例
1	客户十六	1,785,902.98	7.76%
2	客户二	1,704,200.08	7.40%
3	客户十七	1,592,720.30	6.92%
4	客户四	1,335,866.28	5.80%
5	客户十八	868,645.13	3.77%
	合计	7,287,334.77	31.65%
序号	2019年末	账面余额(元)	占应收账款余额比例
1	客户十九	1,987,959.96	10.71%
2	客户十六	1,434,035.07	7.73%
3	客户二十	763,205.80	4.11%
4	客户二	675,973.33	3.64%
5	客户二十一	646,752.63	3.49%
	合计	5,507,926.79	29.68%

一般而言,大型电商平台类客户由于对账、结算模式原因,会形成一定金额的应收账款;此外,公司会给予KA渠道客户一定账期,公司最近三年应收账款余额前五名名单也能反应前述状况。[Key Account,中文意为“重要客户”。对于企业来说,KA表场就是营业面积、客流量和发展潜力等方面都处于优势的大终端。]

根据上表,客户十四、客户十五2021年度期末应收账款余额较大,但对应销售金额未进入客户销售额前五大,主要是2022年春节较早,客户十四、客户十五于2021年底提前备货,从而导致2021年末应收账款余额较大。客户十六主要系平台销售形成的应收账款余额,并非公司的直营客户,未进入公司前五大客户。客户二及客户四均为电商客户,近三年销售金额均较大,应收账款余额排名靠前具有合理性。除上述客户外,其余的期末应收账款余额较大客户均为期末未结算形成,具有其合理性。

b.公司最近三年末应付账款期末余额前五名供应商如下:

序号	2021年末	账面余额(元)	占应付账款余额比例
1	供应商十二	1,205,224.00	11.27%
2	供应商十三	1,162,385.33	10.87%
3	供应商十四	707,896.71	6.62%
4	供应商十五	435,971.53	4.08%
5	供应商十六	398,970.70	3.73%
	合计	3,910,438.27	36.57%
序号	2020年末	账面余额(元)	占应付账款余额比例
1	供应商十七	1,003,785.93	11.52%
2	供应商十二	812,693.68	9.33%
3	供应商十八	532,793.63	6.12%
4	供应商十四	416,702.65	4.78%
5	供应商十九	314,198.04	3.61%
	合计	3,080,173.93	35.36%
序号	2019年末	账面余额(元)	占应付账款余额比例
1	供应商九	13,677,317.32	36.02%
2	供应商十	4,512,680.20	11.88%
3	供应商七	555,045.87	1.46%
4	供应商二十	405,792.00	1.07%
5	供应商二十一	375,461.40	0.99%
	合计	19,526,296.79	51.42%

根据上表,除2019年度外,公司应付账款余额前五位与前五大供应商无法匹配,主要原因系猪肉价格波动较大,公司与猪肉供应商账期约定较短,结算及时,期末应付账款余额较少。应付账款余额较大供应商均为包装物供应商,系因包装物等辅料价格稳定,结算周期较长。2019年度,前五大供应商与应付账款余额前五名中,有三家可以匹配。供应商九、供应商十应付账款余额较大系12月中下旬采购到货,未进行结算,经查证,2020年1月款项均已结清。此外,供应商二十、供应商二十一系采购时点为2019年底所致,款项已于2020年1季度结清。

(4)年审会计师意见

①经核查,公司前五名客户、供应商与公司、董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、实际控制人不存在关联关系或可能造成利益倾斜的其他关系,故相关交易不涉及履行必要审议程序和临时信息披露义务的情况。

②除客户二连续3年均为前五大客户外,其余主要客户及销售额存在波动,与公司实际经营情况相符,具有合理性。

③除供应商一连续3年均为公司前五大供应商外,公司其余主要供应商及采购额存在波动,公司根据实际生产经营需要筛选供应商进行采购,与公司实际经营情况相符。

年审会计师意见具体详见同日披露的《天健会计师事务所关于深圳证券交易对金字火腿2021年年报问询函的专项说明》。

问题3:年报显示,你公司存货期末账面价值5.74亿元,占你公司期末流动资产的66.40%。2017年末至2020年末,你公司存货账面价值占流动资产的比例分别为15%、15%、37%和65%;你公司原材料账面价值2.53亿元,计提存货跌价准备2,141.02万元,计提比例占原材料账面余额的7.81%;你公司未对在产品、库存商品等存货计提跌价准备;报告期内,你公司存货周转率为0.662,较上年同期下降36.75%。

请你公司:

(1)说明你公司近五年存货账面价值占流动资产比例大幅提升的原因及合理性,结合相关占比变动是否符合你公司生产经营实际说明存货的真实性;

(2)分类列示2021年末库存原材料构成和采购成本,结合原材料市场价格走势,说明你公司对原材料计提存货跌价准备的充分性;

(3)分产品列示2021年末存货的具体构成、产品价格变动、产品保质期、库存状态等情况,说明减值测试的具体情况,以及存货跌价准备计提的充分性;

(4)说明2021年存货周转率大幅下降的原因及合理性。

请年审会计师对上述问题(2)(3)进行核查并发表明确意见,并说明对公司存货所履行的盘点和其他审计程序情况。

【回复】

(1)说明你公司近五年存货账面价值占流动资产比例大幅提升的原因及合理性,结合相关占比变动是否符合你公司生产经营实际说明存货的真实性

公司近五年流动资产具体情况及占比变化情况如下表所示:

单位:万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日		2018年12月31日		2017年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	15,077.90	17.44%	9,631.46	9.76%	8,659.21	8.36%	25,995.49	23.12%	43,048.20	34.08%
交易性金融资产	–	–	–	–	3,000.00	2.90%	–	–	12,165.62	9.63%
应收票据	–	–	0.00	0.00%	26.66	0.03%	–	–	52.64	0.04%
应收账款	3,389.22	3.92%	2,156.29	2.19%	1,754.86	1.69%	1,627.53	1.45%	6,081.97	4.81%
预付款项	265.03	0.31%	10,693.91	10.84%	1,780.67	1.72%	1,586.70	1.41%	1,552.28	1.23%
其他应收款	252.73	0.29%	543.92	0.55%	49,056.83	47.36%	66,764.41	59.37%	18,196.34	14.40%
存货	57,397.32	66.40%	64,314.16	65.20%	38,063.39	36.74%	16,397.17	14.58%	18,395.68	14.56%
持有待售的资产	–	–	–	–	–	–	–	–	941.36	0.75%
其他流动资产	562.16	0.65%	1,796.38	1.82%	1,249.53	1.21%	84.47	0.08%	25,892.80	20.50%
一年内到期的非流动资产	9,500.00	10.99%	9,500.00	9.63%	–	–	–	–	–	–
流动资产合计	86,444.36	100.00%	98,636.12	100.00%	103,591.15	100.00%	112,455.76	100.00%	126,326.90	100.00%

公司近五年存货账面价值占流动资产比例大