证券代码:603555　证券简称:ST貴人　公告编号:临2022-026
债券代码:122346　债券简称:14貴人鸟

贵人鸟股份有限公司关于上海证券交易所对公司2021年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

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。

贵人鸟股份有限公司（以下简称“公司”）于2022年4月21日收到上海证券交易所上市公司管理二部出具的《关于ST贵人2021年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2022】0256号，以下简称“《问询函》”）。根据《问询函》的相关要求，公司对《问询函》所列问题逐项进行了认真核查，现就《问询函》中的有关问题做出如下回复说明：

问题1：年报显示，公司实现主营业务收入14.19亿元，同比增长19.43%，实现扣非净利润0.9亿元，扭亏为盈。其中，仅第四季度实现营业收入5.45亿元，占全年营业收入的38%，同比增长近四倍，实现扣非净利润0.17亿元，业绩表现明显高于前三季度。2021年销售费用为0.90亿元，同比下降22.6%，2019年至2021年，销售费用占营业收入比重则为25.26%、12.36%、6.09%，逐年下降。公司前五名客户销售合计6.52亿元，占年度销售总额41.79%。请公司补充披露：（1）第四季度营业收入的构成，及主要交易对手方的具体情况，包括名称、合作时长、合同签订日期、期后回款情况，与公司及控股股东等关联方是否存在关联关系，是否存在突击交易或跨期确认收入、跨期结转成本或费用的情形；（2）报告期销售费用下降的主要原因，以及与主营业务收入反向变动是否具有合理性；（3）近三年前五大客户的名称、所处地区、对应营业收入，是否存在关联关系，以及主要客户的变动情况。请年审会计师发表明确意见。

公司回复：

一、第四季度营业收入的构成，及主要交易对手方的具体情况，包括名称、合作时长、合同签订日期、期后回款情况，与公司及控股股东等关联方是否存在关联关系，是否存在突击交易或跨期确认收入、跨期结转成本或费用的情形。

（一）第四季度营业收入构成情况

公司于2021年7月设立全资子公司上海米程菜贸易有限公司（以下简称“米程菜”），拓展粮食贸易业务。粮食贸易业务的下游主要为中大型粮食企业，改天然具有规模较大的特点，公司二股东地处黑龙江省，是中国重要的粮食产区。故以二股东为依托，米程菜在资源采购方面具有天然优势。米程菜设立后，根据开展粮食贸易业务、业务规模快长较快，对公司营业收入产生较大的积极影响，公司主要业务也由运动鞋服业务、招商及代运营业务，扩展为运动鞋服业务、招商及代运营业务、粮食贸易业务。

主营业务收入分行业情况	2021年第四季度（万元）	占2021年营业收入的比重（%）	占2021年剔除粮食贸易行业营业收入后营业收入的比重（%）
运动鞋服行业	16,099.75	11.35	13.58
招商及代运营业务	12,895.66	9.09	10.88
小计	28,995.41	20.43	24.46
粮食贸易行业	23,385.76	16.48	–
其他收入	2,073.65	1.46	–
合计	54,454.81	38.37	–

（二）主要交易对手及具体情况

1、运动鞋服主要交易对手

序号	客户	合作历史	与公司及控股股东等关联方是否存在关联关系	2021年第四季度营业收入（万元）	2022年1-3月回款（万元）	合同签订日期
1	上海李宁体育用品电子商务有限公司	5年以上	否	12,850.82	7,695	2020年12月25日
2	云南寰宇时代体育用品有限公司	5年以上	否	2,364.75	962.38	2021年1月1日
3	诸暨市祥凯商贸有限公司	3年以上	否	1,507.78	1,078.08	2021年1月1日
4	河南酷雷体育用品有限公司	1年以内	否	1,492.12	1,137.68	2021年4月6日
5	石家庄弘润成商贸有限公司	1-2年	否	1,052.21	903.15	2021年1月1日

2、根货贸易主要交易对手

[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

米程菜主营粮食贸易业务，主要贸易品种为大豆、玉米等农副产品，于每年9、10月份为收购季节，年底前则是销售季节。米程菜于2021年7月成立，经过前期准备于9月份正式开展相关业务，由于其于第四季度体现出一定的销售规模。目前，已有多家客户和供应商与米程菜签署年度框架合同，米程菜第四季度应确数量正逐渐增加。

综上，公司第四季度营收大幅增长主要系公司全资子公司米程菜开展粮食贸易业务所致，相关交易合法、合理，相关会计处理真实、准确，公司不存在突击交易或跨期确认收入、跨期结转成本或费用的情形。

二、报告期销售费用下降的主要原因，以及与主营业务收入反向变动是否具有合理性。

公司报告期销售费用情况如下：

1、2021年度销售费用占营业收入的比例

	2021年度	2020年度
销售费用（万元）	9,916.25	14,689.95
营业收入（万元）	141,905.58	118,817.92
销售费用占营业收入的比例（%）	6.99	12.36

2、2021年度销售费用明细

项目	2021年度发生额（万元）	2020年度发生额（万元）
广告费	229.10	494.31
工资及福利费	3,486.69	5,855.71
订货会务费	139.73	187.69
折旧费	1,504.13	1,440.37
差旅费	87.89	121.03
配送成本	–	946.77
平台佣金	1,683.91	1,516.52
租赁费	6.02	804.80
装修费摊销	65.49	247.27
包装费	277.33	226.89
商场费用	75.05	195.03
促销费	1,842.63	1,911.42
其他	518.28	742.14
销售费用合计	9,916.25	14,689.95

2021年度销售费用同比上年大幅度下降原因主要系：（1）2020年，公司因流动性危机加剧及疫情影响，一方面关闭亏损的直营店铺，一方面调整销售模式，统一实行经销商模式，2020年下半年陆续关闭14个区域分公司的零售终端业务，并于2020年末基本完成前述直营店的关闭和转经销商运营工作。2021年，公司根据经营情况继续优化营销团队，并陆续转让、注销部分子公司，公司，导致销售费用工资及福利费用减少2,369万元；（2）因前述销售模式调整，公司零售终端店铺租赁费用、店铺装修费用及商场费用下降，合计减少约1,100万元；（3）因执行新收入准则，2021年度将运输成本重分类至营业成本，导致配送成本较2020年减少946万元。

报告期内，公司新增粮食贸易业务，实现营业收入24,562.77万元，而米程菜的粮食贸易业务销售费用占其营业收入的比重较小，仅为0.06%。

综上，销售费用与主营业务收入反向变动具有合理性。

三、近三年前五大客户的名称、所处地区、对应营业收入，是否存在关联关系，以及主要客户的变动情况。

公司近三年前五大客户情况如下：

序号	客户名称	区域	产品种类	品牌	营业收入（万元）	是否存在关联关系
2019年前五大客户						
1	福建普瑞体育用品贸易有限公司	福建省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	20,644.92	否
2	上海李宁体育用品电子商务有限公司	上海市	招商及代运营服务	不适用	15,140.34	否
3	云南寰宇时代体育用品有限公司	云南省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	9,119.88	否
4	北京极速飞翔体育用品有限公司	北京市	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	7,936.26	否
5	新乡市安盛体育用品有限公司	河南省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	5,005.89	否
2020年前五大客户						
1	上海李宁体育用品电子商务有限公司	上海市	招商及代运营服务	不适用	16,130.74	否
2	福建普瑞体育用品贸易有限公司	福建省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	11,007.52	否
3	云南寰宇时代体育用品有限公司	云南省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	6,591.97	否
4	石家庄弘润成商贸有限公司	河北省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	6,235.11	否
5	福建无鹰网络信息科技有限公司	福建省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	5,702.38	否
2021年前五大客户						
1	上海李宁体育用品电子商务有限公司	上海市	招商及代运营服务	不适用	28,577.00	否
2	福建普瑞体育用品贸易有限公司	福建省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	11,590.16	否
3	中山北大荒物流集团有限公司	广东省	粮食	不适用	8,765.61	否
4	云南寰宇时代体育用品有限公司	云南省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	6,377.24	否
5	石家庄弘润成商贸有限公司	河北省	运动鞋服及配饰	贵人鸟品牌	4,035.48	否

综上，公司2021年前五大客户中，除中山北大荒物流集团有限公司系公司全资子公司米程菜2021年开展粮食贸易业务新增客户外，公司近三年前五大客户与公司的合作时间较长，基本保持稳定，没有较大变动。

四、会计师意见

（一）会计师核取了公司2021年度主要客户收入明细表，比较公司最近三年的前五大客户变动情况，询问公司财务人员了解客户合作情况，并对2021年度新增客户予以重点核查，包括但不限于获取销售合同、查询新增客户工商信息情况，对主要客户交易情况结合应收账款进行发函询证，核查主要客户本期应收账款回款情况等。会计师认为公司第四季度营业收入变动较大原因系全资子公司米程菜开展粮食贸易业务所致，相关交易合法、合理，相关会计处理真实、准确，公司不存在突击交易或跨期确认收入、跨期结转成本或费用的情形。

（二）会计师获取了公司2021年度销售费用明细表，并与上期费用明细进行了分析，并询问公司财务人员，对大额销售费用发生额查询相关会计记录及原始凭证，对销售费用进行截止性测试等程序，销售费用较上期减少4,773.70万元，主要是由于关闭直营店铺并陆续转让、注销部分子公司、分公司，以及销售模式的调整，导致销售费用工资及福利费用减少2,369万元，公司零售终端店铺租赁费用、店铺装修费用及商场费用下降，合计减少约1,100万元；2021年度将运输成本重分类至营业成本，导致配送成本较2020年减少约947万元。会计师认为销售费用与主营业务收入反向变动具有合理性。

（三）会计师比较了公司最近三年的前五大客户变动情况，2021年前五大客户中新增中山北大荒物流集团有限公司系全资子公司米程菜2021年开展粮食贸易业务新增客户，除此之外，公司近三年前五大客户与公司的合作时间较长，基本保持稳定，没有较大变动。通过查询客户工商信息情况，并与公司关联方清单信息进行比较，未发现关联关系。

问题2：年报显示，2021年下半年，公司将运动鞋服业务以自主生产为主转变为外协加工采购。调整后，公司运动鞋服相关产品均采用外协加工采购模式。请公司补充披露：（1）外协加工的主要合作方式及主要加工方情况，是否在关联关系；（2）结合外协加工主要业务模式，以及客户、公司及外协加工方三方的主要权利义务约定和实施情况进行分析，并结合产成品的购销情况，对产成品的入库及出库进行了抽样检查等程序。在加工方交货前由加工方承担与存货相关的风险并拥有商品的控制权。加工方向公司转让商品后，公司承担与存货相关的风险并拥有商品的控制权，公司自主与经销商洽谈并确定销售价格，公司为主要责任人并承担与存货相关的风险。请会计师发表明确意见。

公司回复：

一、结合主营品牌“贵人鸟”的市场占有率和品牌发展情况，说明报告期内运动鞋服收入同比减少14.65%的原因。

报告期内，公司运动鞋服收入同比减少14.65%，系受多方面因素的综合影响所致，主要包括：

1、虽然国内疫情趋势处于较稳后期的恢复和成长阶段，但国内运动鞋服市场马太效应趋势增强，中小品牌运动鞋服企业市场份额持续减少根据国家统计局数据，2021年，全国居民人均衣着消费支出1,419元，占人均消费支出的6.9%，较去年同期提升0.1个百分点，衣着消费处于疫情后期的恢复和成长阶段，而与此同时，国内运动鞋服产业集中度超百强一步增强，中小品牌运动鞋服企业的市场份额在持续减少，根据欧睿数据统计，中国运动服饰品牌例第CR5，CR10分别由2014年的50.6%和63.9%，上升到2019年的63.3%和81%，2021年中国运动鞋服市场份额前五名分别是耐克中国、安踏、阿迪达斯中国、李宁与斯凯奇中国，份额占比分别为25.2%、16.2%、14.8%、8.2%与6.6%，合计占比超过70%，呈现超发明显的马太效应中格局。根据《上市公司募集资金运用管理办法》，李宁公司的营业收入指数，2021年，公司“贵人鸟”品牌的市场占有率约为28%-31%。下表是根据各上市公司发布的财务报告所整理的相关年度营收数据。如表格数据所示，除李宁外，包括特步、361°、和公司在内的运动鞋服品牌，营业收入占同期李宁营业收入的比重也呈现出明显的下降趋势。

	2019年	2020年	2021年
安踏营业收入（亿元）	339.28	355.12	493.28
李宁营业收入（亿元）	138.70	144.57	225.72
占安踏的比重	41%	41%	46%
特步营业收入（亿元）	81.83	81.72	100.13
占安踏的比重	24%	23%	20%
占李宁的比重	59%	57%	44%
361° 营业收入（亿元）	56.32	51.27	59.33
占安踏的比重	17%	14%	12%
占李宁的比重	41%	35%	26%
贵人鸟营业收入（亿元）(注)	14.23	10.04	8.57
占安踏的比重	4%	3%	2%
占李宁的比重	10%	7%	4%

注：贵人鸟数据以运动鞋服收入为比较基数。

2、近几年的流动性危机给公司品牌持续带来严重的负面影响，动摇市重整后公司的处于恢复期，无论是零售终端数量还是品牌美誉度都仍位于低水平阶段。

2019年以来，公司出现了较为严重的流动性危机。一方面，流动性危机给公司应链尤其是下游销售渠道带来较大的不利影响，零售终端数量由2019年的2,358家，零售终端面积190,726平方米，较疫情前2019年1,396家，112,250平方米，同比下降幅度双双高达40%。尽管零售终端数量、零售终端面积在2021年有所恢复，但这一恢复的进程也是不均衡的，2021年半年度较同年1季度甚至出现了小幅度的下降，虽然由于国货潮等因素公司零售终端数量、零售终端面积在2021年四季度有一定程度的增长，但较2020年底增长幅度亦仅为10%左右。

	零售终端数量（家）	零售终端面积（平方米）
2019年12月31日	2,358	190,726
2020年12月31日	1,396	112,250
2021年3月31日	1,422	114,454
2021年6月30日	1,412	114,174
2021年9月31日	1,440	116,438
2021年12月31日	1,562	125,342

另一方面，流动性危机也导致公司在新品研发及推出、广告宣传投入、赞助投入等方面大幅度减少，公司品牌的曝光度、美誉度都呈现出较大幅度的下降。

3、司法重整后阶段，为尽快恢复和促进公司渠道力建设，公司对经销商伙伴提供了较大幅度的让利，导致收入较以往有一定幅度的下降。

2021年公司法重整完成，较好地解决了公司的债务危机，但公司产品品牌重塑、销售渠道再建、新品研发仍需时日。另外，为重新对市场进行布局并加大市场拓展力度，避免地块经销商发展规模过大，公司采用了以“多点开花”的方式，公司将销售价格由原来的价3.7折，根据经销商订货量调整为3.0折、3.1折、3.2折、3.3折，共四档，导致收入进一步减少。

综上，国内运动鞋服市场马太效应对中小品牌运动鞋服企业市场份额的挤压、流动性危机和司法重整后公司的处于恢复期以及公司对经销商伙伴提供了较大幅度的让利，综合导致公司报告期内运动鞋服收入同比减少14.65%，具有合理性。

二、说明公司招商及代运营服务的具体业务模式，包括采购模式及采购的具体产品或服务，销售模式及销售的具体产品或服务，以及本年相关收入大幅增加的具体原因。

（一）公司招商及代运营服务的具体业务模式及收入确认方法如下

1.业务模式

招商及代运营商业模式是为运动休闲服饰品牌提供网络零售运营整体解决方案，通过为运动休闲服饰品牌提供电子商务业务代运营服务并收取服务费用的商业模式，如我司子公司名鞋库代运营李宁集团旗下“李宁”品牌在天猫的官方旗舰店等网络平台店铺运营。代运营事项包括运营、商品、营销、企划、推广等，具体而言：

运营包括不限于平台对接、店铺报名、页面设计、销售跟踪、运营计划等；

商品包括不限于对接品牌商品部规划商品计划、价格申请、价格调整、商品上下架等；

营销主要包括商品包装企划、商品各类素材拍摄、雕刻及内页制作、大促企划全案等；

企划主要包括平台及品牌活动企划、短视频拍摄及运营、海内外有内容相关发布及运营等；

推广主要包括平台所有付费推广渠道投放计划、实施、跟进及调算等。

2.收入确认方法具体如下：为委托方完成对账后，根据委托方实现的销售金额与约定的服务收取比例确认收入。

（二）2021年度招商代运营收入大幅度增加的具体原因

2021年，由于新疆棉等事件的影响，国际品牌受到一定程度抵制，国内消费者转向国产品牌，而李宁品牌作为国产品牌领军者影响力上升明显，叠加疫情对线下业务的限制，故其电商的代运营业务及伴随的代运营业务规模呈现较大幅度的增长。

报告期内，名鞋库根据与李宁签订的运营外包合作协议，每月按基础佣金比例和一定的浮动业绩佣金比例收取代运营服务费，并在此基础上根据年度达标金额的不同标准获得年度业绩达点奖励，销售业绩增加，年度业绩达点奖励较以往相应增加。

三、会计师意见

（一）贵人鸟品牌属中山品牌运动鞋服企业，通过对公司最近三年鞋、服、配饰销售业务与同行业上市公司占安踏同期销售业务的比重分析，公司营业收入占同期安踏营业收入的比重出现下降，与同行业上市公司的销售占比趋势基一致的；国内运动鞋服市场马太效应对中小品牌运动鞋服企业市场份额的挤压，此外，公司品牌重塑、销售渠道再建、新品研发仍需时日，公司将销售价格由原来的价3.7折，根据经销商订货量调整为3.0折、3.1折、3.2折、3.3折，共四档，导致收入进一步减少。

（二）会计师通过对公司招商及代运营服务的具体业务模式了解，抽查公司代运营业务的发生额的会计记录及原始凭证附件，并对代运营业务应收账款发函询证及期后回款检查，2021年度招商代运营收入大幅度增加的主要原因是名鞋库作为李宁的主要代运营业绩大幅度增加所致。

问题4：年报显示，报告期内，主要控股子公司名鞋库网络科技有限公司（以下简称名鞋库）实现营业收入4.36亿元，占比31%，该子公司主要通过电商平台自营模式及代运营服务模式进行品牌体育产品代运营、代理销售及分销，全年服饰、鞋、配饰等销量合计69万件，每月平均5.8万件。因国公开数据查询，公司目前查宣平台名鞋库网站，大部分商品，以略多收取货件在平台确认，同时公司收到货款进行作为收入确认处理，并采用总额确认方式。

（1）名鞋库近三年在各渠道及平台的业务开展情况，包括人员、仓储、货物运输、销售渠道、销售退回比例、成本、毛利率、净利润、存货及其同比变动情况，并说明数据变化的原因及是否具有合理性。请年审会计师发表明确意见。（一）近三年名鞋库的营业收入主要分为线上及线下销售鞋、服、配饰等，以及代运营业务，其收入确认方法具体如下：

1.名鞋库官网：以顾客收货并在官网确认，同时公司收到货款时作为收入确认，并结转成本。

2.有第三方支付平台的店铺：淘宝店铺等，以顾客收货并在平台确认，同时公司收到货款时作为收入确认，并结转成本。

3.没有第三方支付平台的店铺：如小米有品，以顾客收货并在平台确认，同时公司收到货款时作为收入确认，并结转成本。

4.电子商务业务代运营服务：与委托方完成对账后确认收入。

5.线下销售业务：于产品交付后销售且已收到货款作为收入确认并结转成本。

成本和费用确认方法：根据权责发生制原则，对已经发生但未结算的成本或费用确认为当期成本或费用。

（二）近三年营业收入、成本、费用、净利润、存货及其同比变动情况如下：

单位:万元

	2019年	同比变动（%）	2020年	同比变动（%）	2021年	同比变动（%）	备注
营业收入	46,628.32	-9.07	38,939.00	-16.49	45,722.44	17.42	注1
营业成本	33,105.85	-14.96	27,191.96	-17.86	30,142.25	10.85	注2
管理费用	2,481.26	107.25	2,604.94	4.98	4,073.17	56.36	注3
销售费用	4,719.43	-3.61	3,453.12	-26.83	4,414.65	27.85	注4
净利润	4,372.72	-7.05	4,081.77	-6.65	5,074.60	24.32	注5
存货	6,566.57	-36.02	6,269.91	-4.52	6,954.08	10.91	注6

注1:2020年受新冠疫情影响,增速下降,导致2020年营业收入较2019年收入下降;而2021年较2020年上升,主要是2021年由于新疆棉等事件的影响,国际品牌受到一定程度抵制,消费需求转向国产品牌,李宁品牌作为国产品牌领军者影响力上升明显,名鞋库代运营的李宁天猫旗舰店的营业额获得较大幅度提升,代运营的佣金收入相应取得一定增长。

注2:由于营业收入变动导致营业成本相应的变动,同时由于代运营收入的毛利率较高,代运营收入在各年所占比重呈上升趋势,导致毛利率呈现上升趋势。

注3:2020年度2019年管理费用变动不大,2021年管理费用较2021年有较大的上升,主要是因为2021年人员增加工资成本增加,租赁面积增加装修成本增加,导致管理费用相应增加。

注4:2020年费用减少主要系自营营收下降,平台费用下降,2021年费用较前两年有大幅度的增加主要原因系开拓业务,人员费用及平台推广费增加。

注5:净利润变动主要是营业收入变动,毛利率及相关的成本费用发生变动所致。

注6:公司的存货各年度变动不大,2021年较前两年有所增加,主要是从2020年下半年开始,公司新增直营店铺销售业务,导致终端店铺存货增加所致。

三、会计师意见

会计师通过对控股子公司名鞋库销售业务流程的了解及相关控制测试,查阅了主要供应商的工商信息,抽查了大额采购收入确认的依据及代运营业务确认依据,对名鞋库期末应收账款发函询证,对名鞋库期末存货进行盘查。通过执行上述程序,会计师认为最近三年名鞋库营业收入、成本、费用、净利润、存货及其同比变动的原因具有合理性。

问题5:年报显示,公司主营业务为运动鞋服的设计、研发、生产和销售,主要品牌为“贵人鸟”,而公司于2021年7月设立了全资子公司上海米程菜贸易有限公司(以下简称“米程菜”),主要批发大豆、玉米等农副产品,米程菜成立以来,仅4个月实现收入2.46亿元,占比17.31%,毛利率为11.1%,实现净利润1066.94万元。请公司:(1)补充公司开展农副产品贸易业务的主要考虑,未来经营战略是否发生调整,是否存在转型风险;(2)说明公司后续如何发展“贵人鸟”系列产品相关业务;(3)补充披露米程菜的具体经营模式,并结合主要合同条款、定价方法、仓储物流、信用政策和结算方式等说明公司粮食贸易业务收入确认的具体依据,是否符合《企业会计准则》的规定;(4)结合农副产品贸易业务涉及的具体产品及对应收入、毛利率,前五大客户和供应商的名称、交易内容、金额、与股东之间是否存在关联关系等,说明是否存在对主要客户或供应商的重大依赖。请年审会计师发表明确意见。

公司回复:

一、补充公司开展农副产品贸易业务的主要考虑,未来经营战略是否发生调整,是否存在转型风险。

2021年7月3日,公司发布重整计划执行完毕的公告,黑龙江泰富金谷网络科技有限公司(以下简称“泰富金谷”)为重整投资人,成为公司第二大股东,持股比例20.36%。泰富金谷主营业务为运营基于互联网的农业供应链服务模式的“农达网”,为客户提供供应链管理服务及供应链管理服务,为粮食贸易业务的开展提供了资源和管理保障。

公司在司法重整完成后,为了在较消费领域开拓新市场,整合公司股东的优质资源,充分发挥业务协同效应,从而提高公司的持续经营能力,盈利能力和核心竞争力,为全体股东创造可持续的新价值的经营性战略布局,故经公司第四届董事会第一次会议审议通过,公司于2021年7月以自有资金设立全资子公司米程菜,以充分依托云计算服务商在粮食贸易行业的资源、业务和管理能力,初步开展粮食贸易业务布局。

如前所述,公司外协加工的主要业务模式为:(1)在方式一模式下,公司负责产品的研发设计、质量控制、原材料采购及产品销售,公司与外协加工方签订委外加工合同,外协加工方根据公司设计的产品款式、产品BOM单及质量要求生产产品,产品完工并经公司验收合格后,公司方办理产品入库手续,公司根据委托加工合同的约定支付委外加工服务费。在此模式下,公司负责原材料的采购,对原材料拥有控制权。(2)在方式二模式下,公司负责产品的研发设计、质量控制及产品销售,外协加工方根据公司设计的产品款式、用料情况及质量要求自主向其上游供应商采购原材料并组织产品生产,产品完工并经公司验收合格后,公司办理产品入库。入库产品为产成品,入库之后可以直接进行销售,无需进行再次加工,公司支付的产品采购款包括受托方采购原材料及生产成本在内的全部货款,即成品采购价款。2021年,上述两种模式下采购金额及外协加工的成本比例如下:

项目	方式一	方式二		
	服装	服装	鞋	配饰
原材料(万元)	14,157.73	–	–	–
加工费用(万元)	4,353.80	–	–	–
采购成本(万元)		8,316.71	6,631.33	535.45
加工费用占成本的比例=加工费用/(原材料+加工费用)	23.52%	–	–	–

注:1.方式一的原材料指2021年度公司采购发往外协加工方的材料;2.方式一的加工费用是指2021年度公司应支付给外协加工方的完工产品加工费用;3.方式二的采购成本是指2021年度公司向外协加工方支付的完工产品采购款。

在销售方面,公司均自主开拓销售市场,在目由、公平、等价有偿等市场原则基础上与经销商进行洽谈,签订经销合同,确定销售价格,按合同约定的进度自行向经销商发货,经销商按经销合同付款方式及要求向公司支付货款。

综上,外协合作方向公司交付商品后,公司承担与产品相关的风险并拥有商品的控制权。外协合作方在产品交付后,公司自主与经销商洽谈并确定销售价格,公司为主要责任人并承担与存货相关的风险。因此,公司采用总额法进行收入确认,符合《企业会计准则》的规定,且符合行业惯例。

三、会计师意见

（一）会计师公司管理层了解公司外协加工的主要业务模式,获取报告期公司外协加工主要合作方的合同,查询相关合作方的工商信息,并询问公司财务人员等,未发现主要外协加工方与公司存在关联关系。

（二）会计师通过对客户、公司及外协加工方三方的主要权利义务约定和实施情况进行分析,并结合产成品的购销情况,对产成品的入库及出库进行了抽样检查等程序。在加工方交货前由加工方承担与存货相关的风险并拥有商品的控制权。加工方向公司转让商品后,公司承担与存货相关的风险并拥有商品的控制权。公司自主与经销商洽谈并确定销售价格,公司为主要责任人并承担与存货相关的风险。因此,公司采用总额法进行收入确认,符合《企业会计准则》的规定,符合行业惯例。

问题3:年报显示,2021年公司运动鞋服收入8.57亿元,占比60.39%,同比减少14.65%,主要为贵人鸟品牌产品收入下降所致;招商及代运营服务收入2.74亿元,占比19%,同比增长102.46%。请公司:(1)结合主营品牌“贵人鸟”的市场占有率和品牌发展情况,说明报告期内运动鞋服收入同比减少14.65%的原因;(2)说明公司将从产品、渠道、营销、人员、仓储、货物运输、销售渠道、销售退回比例、成本、毛利率、净利润、存货及其同比变动情况,并说明数据变化的原因及是否具有合理性。请年审会计师发表明确意见。

公司回复:

一、结合主营品牌“贵人鸟”的市场占有率和品牌发展情况,说明报告期内运动鞋服收入同比减少14.65%的原因。

报告期内,公司运动鞋服收入同比减少14.65%,系受多方面因素的综合影响所致,主要包括:

1、虽然国内疫情趋势处于较稳后期的恢复和成长阶段,但国内运动鞋服市场马太效应趋势增强,中小品牌运动鞋服企业市场份额持续减少根据国家统计局数据,2021年,全国居民人均衣着消费支出1,419元,占人均消费支出的6.9%,较去年同期提升0.1个百分点,衣着消费处于疫情后期的恢复和成长阶段,而与此同时,国内运动鞋服产业集中度超百强一步增强,中小品牌运动鞋服企业的市场份额在持续减少,根据欧睿数据统计,中国运动服饰品牌例第CR5,CR10分别由2014年的50.6%和63.9%,上升到2019年的63.3%和81%,2021年中国运动鞋服市场份额前五名分别是耐克中国、安踏、阿迪达斯中国、李宁与斯凯奇中国,份额占比分别为25.2%、16.2%、14.8%、8.2%与6.6%,合计占比超过70%,呈现超发明显的马太效应中格局。根据《上市公司募集资金运用管理办法》,李宁公司的营业收入指数,2021年,公司“贵人鸟”品牌的市场占有率约为28%-31%。下表是根据各上市公司发布的财务报告所整理的相关年度营收数据。如表格数据所示,除李宁外,包括特步、361°、和公司在内的运动鞋服品牌,营业收入占同期李宁营业收入的比重也呈现出明显的下降趋势。

	2019年	2020年	2021年
安踏营业收入（亿元）	339.28	355.12	493.28
李宁营业收入（亿元）	138.70	144.57	225.72
占安踏的比重	41%	41%	46%
特步营业收入（亿元）	81.83	81.72	100.13
占安踏的比重	24%	23%	20%
占李宁的比重	59%	57%	44%
361° 营业收入（亿元）	56.32	51.27	59.33
占安踏的比重	17%	14%	12%
占李宁的比重	41%	35%	26%
贵人鸟营业收入（亿元）(注)	14.23	10.04	8.57
占安踏的比重	4%	3%	2%
占李宁的比重	10%	7%	4%

注:贵人鸟数据以运动鞋服收入为比较基数。

2、近几年的流动性危机给公司品牌持续带来严重的负面影响,动摇市重整后公司的处于恢复期,无论是零售终端数量还是品牌美誉度都仍位于低水平阶段。

2019年以来,公司出现了较为严重的流动性危机。一方面,流动性危机给公司应链尤其是下游销售渠道带来较大的不利影响,零售终端数量由2019年的2,358家,零售终端面积190,726平方米,较疫情前2019年1,396家,112,250平方米,同比下降幅度双双高达40%。尽管零售终端数量、零售终端面积在2021年有所恢复,但这一恢复的进程也是不均衡的,2021年半年度较同年1季度甚至出现了小幅度的下降,虽然由于国货潮等因素公司零售终端数量、零售终端面积在2021年四季度有一定程度的增长,但较2020年底增长幅度亦仅为10%左右。

	零售终端数量（家）	零售终端面积（平方米）
2019年12月31日	2,358	190,726
2020年12月31日	1,396	112,250
2021年3月31日	1,422	114,454
2021年6月30日	1,412	114,174
2021年9月31日	1,440	116,438
2021年12月31日	1,562	125,342

另一方面,流动性危机也导致公司在新品研发及推出、广告宣传投入、赞助投入等方面大幅度减少,公司品牌的曝光度、美誉度都呈现出较大幅度的下降。

3、司法重整后阶段,为尽快恢复和促进公司渠道力建设,公司对经销商伙伴提供了较大幅度的让利,导致收入较以往有一定幅度的下降。

2021年公司法重整完成,较好地解决了公司的债务危机,但公司产品品牌重塑、销售渠道再建、新品研发仍需时日。另外,为重新对市场进行布局并加大市场拓展力度,避免地块经销商发展规模过大,公司将销售价格由原来的价3.7折,根据经销商订货量调整为3.0折、3.1折、3.2折、3.3折,共四档,导致收入进一步减少。

综上,国内运动鞋服市场马太效应对中小品牌运动鞋服企业市场份额的挤压、流动性危机和司法重整后公司的处于恢复期以及公司对经销商伙伴提供了较大幅度的让利,综合导致公司报告期内运动鞋服收入同比减少14.65%,具有合理性。

二、说明公司将从产品、渠道、营销、人员、仓储、货物运输、销售渠道、销售退回比例、成本、毛利率、净利润、存货及其同比变动情况,并说明数据变化的原因及是否具有合理性。

（一）公司将从产品、渠道、营销、人员、仓储、货物运输、销售渠道、销售退回比例、成本、毛利率、净利润、存货及其同比变动情况,并说明数据变化的原因及是否具有合理性。

1、产品方面:公司将加大对产品研发投入,以期在产品款式、品质、性价比等方面提升竞争力。

2、渠道方面:公司将加大线上渠道的开拓力度,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

3、营销方面:公司将加大对线上渠道的营销投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

4、人员方面:公司将加大对线上渠道的人员投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

5、仓储方面:公司将加大对线上渠道的仓储投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

6、货物运输方面:公司将加大对线上渠道的货物运输投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

7、销售渠道方面:公司将加大对线上渠道的销售渠道投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

8、销售退回比例方面:公司将加大对线上渠道的销售退回比例投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

9、成本方面:公司将加大对线上渠道的成本投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

10、毛利率方面:公司将加大对线上渠道的毛利率投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

11、净利润方面:公司将加大对线上渠道的净利润投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

12、存货方面:公司将加大对线上渠道的存货投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

13、其他方面:公司将加大对线上渠道的其他投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

14、总结:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

15、结论:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

16、建议:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

17、其他:公司将加大对线上渠道的其他投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

18、总结:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

19、结论:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

20、建议:公司将加大对线上渠道的投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

21、其他:公司将加大对线上渠道的其他投入,以期在线上渠道实现销售额的大幅增长。

22、总结:公司将加大对线上