证券代码:603116 证券简称:红蜻蜓 公告编号:2024-036

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司关于对上海证券交易所2023年年度报告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法律责任。

浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司(以下简称“红蜻蜓”或“公司”)于近日收到上海证券交易所出具的《关于浙江红蜻蜓鞋业股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函〔2024〕0795号,以下简称“监管工作函”),就公司于2024年4月16日披露的《2023年年度报告》涉及的相关事项表示关注。根据监管工作函相关要求,公司积极组织工作人员对问题进行逐项落实和核查,就监管工作函中涉及的相关事项进行了认真核查,现回复如下:

问题一、关于收入。年报显示,公司主营鞋履及箱包皮具业务,报告期内实现营业收入24.68亿元,同比增长9.65%。分地区看,东北、西北、华北及华东地区营业收入分别同比增长159.49%、62.05%、49.65%、10.04%,毛利率均略有增加。此外,公司线下销售以加盟为主,直营为辅,报告期内加盟店收入8.68亿元,直营店收入4.72亿元。

请公司:(1)补充披露近年皮鞋行业的发展情况、市场规模和公司市占率,并结合市场供需关系、行业竞争格局、同行业可比公司情况、公司主要产品产销量和价格变动趋势,说明公司报告期内营业收入同比增长的主要原因;(2)结合上述因素及地区差异情况,分析公司部分地区收入同比增幅较大且毛利率略有增加的原因及合理性;(3)补充披露公司不同销售模式的具体情况,结合与加盟商的合作模式、货物发出和交付时点及对应单据情况、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,说明加盟模式下收入确认条件的依据及合规性,说明是否存在提前确认收入或者跨期确认收入的情况;(4)列示近三年前十大客户情况,包括客户名称、合作开始时间、交易内容、金额及占比、销售模式、结算政策、期末应收账款余额、是否存在期后退回情况、交易价格是否与其他客户存在显著差异、是否与公司及实际控制人、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方存在关联关系或潜在关联关系。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)补充披露近年皮鞋行业的发展情况、市场规模和公司市占率,并结合市场供需关系、行业竞争格局、同行业可比公司情况、公司主要产品产销量和价格变动趋势,说明公司报告期内营业收入同比增长的主要原因。

1、行业发展情况、市场规模等

根据国家统计局权威数据显示,2023年全国社会消费品零售总额达到人民币47.15万亿元,同比增长7.2%;限额以上单位商品零售额中,服装鞋帽、针纺织品类为1.41万亿元,较上年同期增长12.9%,2023年全国人均衣着消费支出1,479元,同比增长8.4%,鞋服消费复苏迹象显著。

2、公司2023年度经营情况以及可比公司收入增长情况

公司主品牌“红蜻蜓”作为拥有将近30年历史的老牌鞋履品牌,需要突破的最重要的就是年轻消费群体对品牌的认可。公司近年来一直努力升级迭代产品,进而得到年轻消费群体的认可。2023年度,公司在保持原有皮鞋优势的基础上,顺应消费者需求的变化,推出更适应新时代穿搭风格的时尚鞋履产品,更多在小白鞋、板鞋、老爹鞋以及轻运动轻户外产品投入研发设计以及营销资源,打造爆款产品,以期逐步改变消费者对红蜻蜓是皮鞋品牌的固有印象,使红蜻蜓成为全品类时尚鞋履品牌。

同行业可比公司收入增长情况与公司对比如下:

单位:万元

公司名称	本期营业收入	上期营业收入	变动金额	变动比例
哈森股份	81,188.79	76,563.87	4,624.92	6.04%
奥康国际	308,605.55	275,413.58	33,191.97	12.05%
天创时尚	125,514.66	119,072.65	6,442.01	5.41%
平均值	171,769.67	157,016.70	14,752.97	9.40%
本公司	246,856.37	225,132.77	21,723.60	9.65%

注:天创时尚取其2024年6月12日公告的问询函回复中披露的时尚鞋履板块营业收入

本期公司整体收入增长趋势与同行业保持一致。故随着消费市场的复苏,行业整体销售规模均有所增长。

公司主要产品销量及价格变动趋势如下:

项目	项目	2023年度	2022年度	变动金额	变动比例
鞋靴	产量(万)	1,271.07	1,136.13	134.94	11.88%
	销量(万)	1,318.12	1,212.14	105.98	8.74%
	销售收入(万元)	189,680.02	174,903.42	14,776.60	8.45%
	均价(元)	143.90	144.29	-0.39	-0.27%
箱包	产量(万)	202.99	169.21	33.78	19.96%
	销量(万)	202.90	164.47	38.43	23.37%
	销售收入(万元)	19,580.66	15,922.14	3,658.53	22.98%
	均价(元)	96.50	96.81	-0.30	-0.31%
儿童鞋服	产量(万)	137.14	167.46	-30.32	-18.10%
	销量(万)	182.90	180.52	2.37	1.32%
	销售收入(万元)	11,242.38	12,228.54	-986.16	-8.06%
	均价(元)	61.47	67.74	-6.27	-9.26%

注:上述产量包含自产及OEM采购合计数量。

从销售大类来看,公司本期鞋靴类产品及箱包类产品收入增长是整体收入增长的主要原因,儿童鞋服的收入下滑主要系公司调整儿童业务板块的经营规划,关闭了线下部分区域的低效门店影响所致。从产销量及均价情况来看,公司本期主要产品销售单价较上期基本持平,公司主要销售收入的增加主要系鞋靴及箱包产品销量上涨所致。

(二)结合上述因素及地区差异情况,分析公司部分地区收入同比增幅较大且毛利率略有增加的原因及合理性。

公司本期分区域主营业务收入及毛利率变动情况如下:

单位:万元

分地区	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
华东	140,659.37	89,360.96	36.47	10.04	0.54
西南	21,519.16	13,890.71	35.45	-3.56	-0.06
华中	23,819.94	15,479.01	35.02	-4.07	-0.23
华南	22,805.75	14,653.67	35.75	-2.73	0.81
华北	4,547.81	2,927.33	35.63	49.65	0.69
西北	5,922.62	3,820.86	35.49	62.05	0.36
东北	3,525.44	2,269.61	35.62	159.49	3.31
总计	222,800.08	142,402.15	36.09	7.91	0.52

从销售份额分地区情况来看,公司销售主要集中于华东、西南、华中及华南区域,华北、西北、东北区域销售规模及占比较小,整体销售基数较低,虽然销售增长比例较大,但销售总额增长不明显。

从具体业务背景分析,东北、西北及华北区域均由省代加盟商进行日常经营销售业务。省代加盟模式下,加盟商可以在合同框架要求内采用两类方式销售红蜻蜓产品:1)加盟商直接向公司进行产品采购后销售,在此方式下公司产品交付予客户或客户指定的承运方,已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认;2)部分省代加盟商自行直接从外部OEM加工商处采购红蜻蜓品牌产品并销售,公司收取固定金额的品牌使用费,在此方式下,公司将约定品牌使用费金额确认其他业务收入。一方面,2023年度,公司大幅降低了华北、西北、东北区域代理商自行从外部OEM供应商采购产品的比例,三大区域代理商从公司直接采购的比例提高,故与之对应的主营业务收入增加明显,其他业务收入下降;另一方面,在公共卫生事件及自身经营原因影响的持续影响下,负责经营东北区域及北京区域业务的省代区域业务日益萎缩,远未达到预期提货要求,公司在加盟代理合同到期后,于2022年下半年终止与其合作,东北区域业务转为公司自营,北京区域业务转给河北加盟商经营,区域业务划转后,2023年度开始,相应区域经营业务也有明显的好转。

(三)补充披露公司不同销售模式的具体情况,结合与加盟商的合作模式、货物发出和交付时点及对应单据情况、结算方式、结算周期、退换货条件等主要合作条款以及实际执行情况,说明加盟模式下收入确认条件的依据及合规性,说明是否存在提前确认收入或者跨期确认收入的情况

公司不同销售模式下的具体情况如下:

单位:万元

销售模式	营业收入	营业成本	毛利率(%)
直营店	47,218.81	19,078.75	59.60
加盟店	86,832.57	60,831.27	29.94
其他	88,748.71	62,492.13	29.59
合计	222,800.08	142,402.15	36.09

直营店模式下包括直营独立店及直营商场店,该模式下公司直接面对终端消费者进行销售,自行经营并独立承担商场扣点费用、房屋租金费用及人员成本等,毛利水平及费用率均较高。直营店在经营场所、门店管理、服务、供货、资金结算、存货管理、收入确认等方面的权利义务均由公司承担和负责。

其他模式包括电子商务销售模式、团购模式。电子商务模式下,公司线上主要销售渠道有淘宝、天猫、京东、唯品会、抖音、快手、拼多多等第三方平台,公司通过代销或直营的模式进行线上销售。团购模式下,公司主要面向各企事业单位和社会团体进行招投标,按照各单位团体需求进行产品生产。

加盟店模式下包括代理模式及联营模式,具体情况如下:

加盟模式	具体合作模式	结算方式	结算周期	退换货条件	对应单据情况
代理模式	代理商根据需求选择供货品下单,公司根据订单生产并发货,公司在产品交付予客户或客户指定的承运方,已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。	银行汇款、极少使用银行承兑汇票	固定授信+信用期	过季存货在下一季按原价向约定退货比例可予以退还,除此外非质量原因不得退换货	订单、合同、出库单、物流单
联营模式	公司根据联营商需求将相关货品发往联营商店铺,联营商独立负责门店运营并承担门店运营费用,在货品实现销售后,公司根据联营结算单确认收入	银行汇款	固定授信+信用期	联营门店存货实现最终销售的情况下公司,不涉及退换货情况	订单、合同、出库单、物流单、联营结算单

代理模式下,公司授权代理商在一定区域内销售公司产品。公司在产品交付予客户或客户指定的承运方、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认,公司在收入确认的同时已对货品销售流程进行预计并冲减收入金额。

代理商在自主零售环节经营时,需要支付门店的租金、装修费、仓库租金、人员工资等日常运营费用等。公司根据代理商规模大小、负责区域具体情况、上年销售情况并结合代理商自身资金实力等情况给予一定的授信额度和信用账期。同时,根据公司与代理商签订的合同约定了一定比例的过季退款条款,即当季未销售产品在下一季可按照一定比例进行退货,公司在季度末根据预估退货情况对收入金额进行了调整。在实际过程中,若部分代理商经营困难导致店铺关闭回款困难的情况下,公司为减少损失也会将相关货品退回,除此情况外,均严格按照合同约定退货比例进行退货处理。

联营模式下,联营商负责联营门店的日常经营并承担日常经营费用,公司按照联营商门店需求提供货品,根据联营合同约定,在货品实现最终销售后根据联营清单按照合同约定的固定结算金额或比例进行结算。公司根据联营商所处区域的具体情况、联营商规模及资金实力确认授信额度,联营门店库存属于公司所有,按照公司库存管理的统一要求进行管理,不涉及退换货情况。

加盟模式下收入均属于某一时点履行的履约义务,具体收入确认原则及依据如下:

模式	收入确认方法	收入确认依据
代理模式	公司将产品交付予客户或客户指定的承运方、按预期有权收取对价金额确认收入。	出库单
联营模式	产品实现最终销售且获取联营商结算清单时确认收入。	联营结算单

同行业中加盟模式较为相近的系奥康国际,公司获取奥康国际披露的收入确认方法及依据与公司对比如下:

模式	收入确认方法	收入确认依据
经销	公司将产品交付予客户或客户指定的承运方、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认	发货托运单
合营专卖店零售	公司已将产品交付予客户且收到合营方当期结算金额明细清单、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认	门店开具的零售单

从奥康国际的相关模式业务描述来看,其经销模式与红蜻蜓代理模式较为一致,合营模式与公司联营模式较为一致,可比性较强。该两种模式下,公司与奥康国际的收入确认方式一致,不存在重大差异。

收入确认政策符合《企业会计准则》要求,根据收入确认原则及依据进行收入确认,不存在提前或跨期确认收入的情况。

(四)列示近三年前十大客户情况,包括客户名称、合作开始时间、交易内容、金额及占比、销售模式、结算政策、期末应收账款余额、是否存在期后退回情况、交易价格是否与其他客户存在显著差异、是否与公司及实际控制人、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方存在关联关系或潜在关联关系

2023年度,前十大客户情况如下:

单位:万元

排名	客户名称	开始合作时间	交易内容	销售金额	占比	应收账款余额	期后回款	期后回款比例	销售模式	结算政策	是否存在期后退款	是否存在关联关系或潜在关联关系
1	唯品会(中国)有限公司	2014年	鞋类	16,490.71	6.67%	-	-	-	电商销售	结算后约10日内银行汇款结算	否	否
2	客户A(军警单位)	2021年	鞋类	14,168.69	5.74%	1,706.42	3,911.78	33.42%	团购销售	收到发票后90天内银行汇款	否	否
3	莆田市飞筑来贸易有限公司	2020年	鞋类	8,363.15	3.39%	259.74	259.74	100.00%	电商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
4	北京京东世纪贸易有限公司	2017年	鞋类	4,649.09	1.88%	778.56	778.56	100.00%	电商销售	次月银行汇款结算	否	否
5	郑州礼金商务服务有限公司	2019年	鞋类	4,066.61	1.64%	1,751.00	1,751.00	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
6	乌鲁木齐鸿盛达贸易有限公司	2007年	鞋类	3,097.96	1.25%	1,030.70	1,030.70	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
7	安徽奋旺商贸有限公司	2021年	鞋类	2,785.75	1.12%	665.08	665.08	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
8	石家庄双耀贸易有限公司	2007年	鞋类	2,513.81	1.02%	3,746.56	1,287.42	34.36%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
9	南方电网互联网服务有限公司	2022年	鞋类	2,379.53	0.96%	-	-	-	团购销售	收到发票后30天内银行汇款	否	否
10	温州雅鹏贸易有限公司	2021年	鞋类	2,296.04	0.93%	493.41	493.41	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
合计				60,776.94	24.60%	20,431.47	10,177.69					

注1:同一实控人及控制的公司已合并披露,下同;

注2:期后回款统计到2024年6月30日止,回款金额超过100%的,按100%计算,下同。

2022年度,前十大客户情况如下:

单位:万元

排名	客户名称	开始合作时间	交易内容	销售金额	占比	应收账款余额	期后回款	期后回款比例	销售模式	结算政策	是否存在期后退款	是否存在关联关系或潜在关联关系
1	唯品会(中国)有限公司	2014年	鞋类	17,904.47	7.13%	1,586	1,586	100.00%	电商销售	结算后约10日内银行汇款结算	否	否
2	客户A(军警单位)	2021年	鞋类	4,948.58	1.97%	603.69	603.69	100.00%	团购销售	收到发票后90天内银行汇款结算	否	否
3	永嘉县易淘电子商务有限公司	2012年	鞋类	4,066.14	1.62%	1,088.26	1,088.26	100.00%	电商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
4	北京京东世纪贸易有限公司	2017年	鞋类	3,549.74	1.41%	497.33	497.33	100.00%	电商销售	次月银行汇款结算	否	否
5	乌鲁木齐鸿盛达贸易有限公司	2007年	鞋类	3,170.78	1.26%	581.06	581.06	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
6	莆田市飞筑来贸易有限公司	2020年	鞋类	2,973.81	1.18%	247.44	247.44	100.00%	电商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
7	武汉红庆祥商贸有限公司	2019年	鞋类	2,168.90	0.86%	849.56	849.56	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
8	郑州礼金商务服务有限公司	2019年	鞋类	2,481.07	0.99%	1,388.20	1,388.20	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
9	安徽奋旺商贸有限公司	2021年	鞋类	2,473.32	0.98%	1,156.38	1,156.38	100.00%	加盟商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
10	厦门联合创新网络科技有限公司	2012年	鞋类	1,954.92	0.78%	674.20	674.20	100.00%	电商销售	账期+信用额度银行汇款结算	否	否
合计				46,131.73	18.36%	6,861.97	6,861.97					

公司近三年前十大销售占比变动不大,整体占比比例不高,均未超过25%,客户集中度较低。公司给与客户一定信用账期或信用额度,客户均采用银行汇款方式进行结算。从合作时间来看,前十大客户均系长期合作的客户,前十大客户中的加盟商均为省级代理商,其区域范围较大,业务基础及规模较好;电商销售模式下,唯品会及京东平台销售金额较大,近三年业务量较为稳定。

加盟模式下,公司对于省代加盟商执行统一的产品售价政策,不同省代对于同货号产品销售单价不存在差异;对于电商模式下,各平台销售产品货号款式存在一定差异,公司执行成本加成模式进行销售,当季产品销售毛利率在不同电商客户下不存在显著差异;团购业务下,公司均系招投标获取团购订单,团购订单具有较大的定制性特征,其产品与公司线上线下销售产品存在差异,价格可比性不强。

公司查阅前十大客户的期后退货情况,均不存在当期销售,期后退回的情况。其中,加盟模式下,代理商可以根据合同约定的退货比例进行过季退,相关销售收入在确认时已予以考虑冲减,公司核实期后实际退货情况与合同约定比例及预计退货调整收入金额进行比较,均不存在重大差异。

经核实确认,公司近三年前十大客户与公司及实际控制人、董监高、关键岗位人员、员工或其他关联方均不存在关联关系或潜在关联关系。

年审会计师核查意见:

1、针对上述问题年审会计师执行的程序包括但不限于:

(1)了解和评价与收入确认相关的内部控制设计和运行的有效性,并测试了关键控制执行的有效性;

(2)选取样本检查销售合同,判断履约义务构成和控制权转移的时点,进而评估公司收入的确认政策是否符合企业会计准则的要求;

(3)根据获取的加盟商销售合同,检查合同中退货条款的相关约定,结合合同约定退货比例及期后实际退货情况确认公司预估退货金额计算的准确性,并核实实际退货比例是否与合同约定保持一致;

(4)对本年记录的收入交易选取样本,核对发票、销售合同、结算清单及出库单,评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策;就资产负债表日前后记录的收入交易选取样本,核对出库单及其他支持性文件,以评价收入是否被记录于恰当的会计期间;

(5)获取并查阅了同行业年度报告及其他公开披露文件,了解其经营业绩、毛利率变动等情况;分析其变动情况与公司是否保持一致。

(6)访谈公司管理层,了解公司本期不同区域销售变动的原因及具体业务背景,分析分区域销售变动的合理性;

(7)根据公司提供的近三年前十大客户情况,获取客户的合同、了解授信政策及执行情况和回款政策及执行情况,确认其收入及回款的真实性,对前十大客户交易价格进行分析,确认交易价格的差异及合理性;

(8)对主要客户执行函证程序,以确认公司的应收账款余额和销售收入金额;

(9)查询国家企业信用信息公示系统、天眼查等网站的近三年前十大客户相关公示信息,以确认和公司、公司董事、监事、高级管理人员及其控制的公司或关联方是否存在关联关系;

(10)获取实控人及董监高声明,确认公司客户是否与其及主要家庭成员存在关联关系。

2、核查意见

基于上述核查情况,上述公司回复中有关本报告期收入和毛利变动趋势、加盟模式主要收入确认依据及近三年前十大客户主要情况与我们审计过程中了解的情况没有重大不一致。

二、关于应收账款。2021年至2023年,公司应收账款期末账面余额分别为7.12亿元、6.20亿元、5.79亿元,前五名应收账款期末合计金额分别为1.19亿元、1.43亿元、2.15亿元,占比分别为16.71%、23.08%、37.04%,前五名应收账款金额及占比逐年增加。

请公司:(1)列示近三年期末应收账款的前十大欠款方情况,包括客户名称、资信情况、是否为关联方或潜在关联方、交易内容、应收金额、账龄情况、约定信用期限及逾期情况、期后回款金额、坏账准备余额等;(2)说明与相关客户发生交易时所采用的信用评估、回款政策及执行情况,是否存在回款逾期后持续发生交易的情况,并结合问题(1)说明坏账准备计提是否充分,说明坏账准备计提是否充分合理;(3)结合重要客户变化、赊销政策变化情况,说明前五名应收账款金额及占比逐年增加的主要原因。请年审会计师发表意见。

公司回复:

(一)列示近三年期末应收账款的前十大欠款方情况,包括客户名称、资信情况、是否为关联方或潜在关联方、交易内容、应收金额、账龄情况、约定信用期限及逾期情况、期后回款金额、坏账准备余额等

公司截至2023年末应收账款前十大欠款方情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	交易内容	应收账款	账龄情况				坏账准备金额	信用期限	逾期应收账款	期后回款	期后回款比例	资信情况
				1年以内	1-2年	2-3年	3年以上						
1	客户A(军警单位)	团购销售	11,706.42	11,706.42				585.32	收到发票后90天内结算		8,571.17	73.22%	军方客户,信用良好
2	石家庄双耀贸易有限公司	鞋类	3,156.46	3,156.46				157.82	账期+信用额度		3,156.46	100.00%	正常经营,信用良好
3	陕西大福星商贸有限公司	鞋类	2,746.56	1,844.73	902.12			232.63	账期+信用额度		2,746.56	100.00%	正常经营,信用良好
4	郑州礼金商务服务有限公司	鞋类	1,751.00	1,751.00				87.55	账期+信用额度		1,751.00	100.00%	正常经营,信用良好
5	毛立军	童装童鞋	1,538.39	781.36	757.03			114.77	账期+信用额度		1,538.39	100.00%	正常经营,信用良好
6	四川绫甲商贸有限公司	童装童鞋	1,138.73			513.3	1,079.38	1,088.93	账期+信用额度				已被列为失信企业
7	乌鲁木齐鸿盛达贸易有限公司	鞋类	1,030.70	1,030.70				515.4	账期+信用额度		1,030.70	100.00%	正常经营,信用良好
8	北京京东世纪贸易有限公司	鞋类	778.56	778.56				389.2	账期+信用额度		778.56	100.00%	正常经营,信用良好
9	温州立宴贸易有限公司	鞋类	748.20	748.20				374.6	账期+信用额度		748.20	100.00%	正常经营,信用良好
10	山西巨帆商贸有限公司	鞋类	741.37	741.37				370.7	账期+信用额度		741.37	100.00%	正常经营,信用良好
合计			25,893.03	22,487.12	2,262.80	513.3	1,079.38	2,953.56			18,571.17	71.69%	

注1:同一实控人及控制的公司已合并披露,下同;

注2:期后回款统计到2024年6月30日止,回款金额超过100%的,按100%计算,下同。

公司截至2022年末应收账款前十大欠款方情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	交易内容	应收账款	账龄情况				坏账准备金额	信用期限	逾期应收账款	期后回款	期后回款比例	资信情况
				1年以内	1-2年	2-3年	3年以上						
1	客户A(军警单位)	团购销售	4,958.19	4,958.19				247.91	收到发票后90天内结算		4,958.19	100.00%	军方客户,信用良好
2	石家庄双耀贸易有限公司	鞋类	3,156.46	3,156.46				157.82	账期+信用额度		3,156.46	100.00%	正常经营,信用良好
3	陕西大福星商贸有限公司	鞋类	2,954.74	747.61	1,144.73			220.09	账期+信用额度		2,954.74	100.00%	正常经营,信用良好
4	郑州礼金商务服务有限公司	鞋类	1,689.41	1,689.41				84.47	账期+信用额度		1,689.41	100.00%	正常经营,信用良好
5	乌鲁木齐鸿盛达贸易有限公司	鞋类	1,562.60	1,562.60				78.13	账期+信用额度		1,562.60	100.00%	正常经营,信用良好
6	中国移动通信集团有限公司	团购销售	1,459.28	1,459.28				72.96	验收合格后60日内付款		1,459.28	100.00%	国企客户,信用良好
7	毛立军	童鞋童袋	1,411.07	1,072.56	338.51			87.48	账期+信用额度		1,071.52	71.94%	正常经营,信用良好
8	唯品会(中国)有限公司	鞋类	1,316.27	1,316.27				65.81	账期+信用额度		1,316.27	100.00%	正常经营,信用良好
9	安徽奋旺商贸有限公司	鞋类	1,238.31	1,238.31				61.92	账期+信用额度		1,238.31	100.00%	正常经营,信用良好
10	温州雅鹏尚品贸易有限公司	鞋类	1,198.83	684.83	514.00			85.64	账期+信用额度		1,198.83	100.00%	正常经营,信用良好
合计			20,948.68	18,646.46	2,297.24			1,162.23			20,648.61		

公司截至2021年末应收账款前十大欠款方情况如下:

单位:万元

序号	客户名称	交易内容	应收账款	账龄结构			坏账准备金额	信用期限	逾期应收账款	期后回款	期后回款比例	资信情况
				1年以内	1-2年	2-3年						
1	广州芒果鞋业有限公司	鞋类	3,344.00		1,648.30	1,695.70	842.81	账期+信用额度		3,344.00	100.00%	正常经营,信用良好
2	苏州鹏希服饰有限公司	鞋类	3,288.72	615.66	2,672.60	2,007.87	900.47	账期+信用额度		3,288.72	100.00%	正常经营,信用良好
3	温州福鹏贸易有限公司	鞋类	1,852.01	1,852.01			926.00	账期+信用额度		1,852.01	100.00%	正常经营,信用良好
4	温州立宴贸易有限公司	鞋类	1,776.22	1,776.22	1.13		888.67	账期+信用额度		1,776.22	100.00%	正常经营,信用良好
5	陕西大福星商贸有限公司	鞋类	1,640.69	1,640.69			820.03	账期+信用额度		1,640.69	100.00%	正常经营,信用良好
6	郑州礼金商务服务有限公司	鞋类	1,265.20	1,265.20			633.26	账期+信用额度		1,265.20	100.00%	正常经营,信用良好
7	昆山多威体育用品有限公司	鞋类	1,304.97	1,304.97			652.49	账期+信用额度		1,304.97	100.00%	正常经营,信用良好
8	兰州鸿鹏商品贸易有限公司	鞋类	1,283.22	1,283.22			641.61	账期+信用额度		1,283.22	100.00%	正常经营,信用良好
9	株洲雅尚贸易有限公司	童鞋童袋	1,203.58	693.06	676.53		937.31	账期+信用额度		1,236.68	97.41%	正常经营,信用良好
10	石家庄双耀贸易有限公司	鞋类	1,256.60	1,256.60			628.83	账期+信用额度		1,256.60	100.00%	正常经营,信用良好
合计			18,401.21	11,706.08	5,992.56	3,703.57	6,365.59			18,368.31		

公司近三年前十大欠款客户系公司大型团购客户、电商平台、省级加盟商客户。无关联方及潜在关联方情况。

前十大欠款客户中,客户A(军警单位)近两年应收账款金额较大,占比较高。其采购产品主要系军队用鞋,公司通过招投标流程获取团购订单,并根据要求进行定制化生产,其应收账款无法回收的风险较低,但由于其内部审核流程时间较长,回收周期较合同约定时间偏长。

公司对加盟商实行信用额度+信用账期双重管理模式,根据信用额度实行对加盟商的发货与回款跟踪,在超信情况下公司无法进行出库销售,因此不存在逾期情况。同时,为支持加盟商拓展市场,公司综合评估后可增加临时授信额度。

前十大欠款的鞋靴箱包客户均系省级加盟商,其销售负责区域较广,销售额较大,公司授予省级加盟商的信用周期会高于普通加盟商。截至2023年底,其应收账款余额较前两年末有显著下降,主要系终端消费市场复苏,加盟商还款能力增强所致。省级加盟商1年以上应收账款账龄占比较小,且期后均正常回款,期后业务开展不存在异常情况。

公司童鞋童装线下业务经营状况不佳,公司童鞋童装模块下的省级加盟商回款能力较弱。截至2023年底,加盟商毛立军相关合作仍不往来,期后回款良好;加盟商四川峻甲商贸有限公司已不再经营公司业务,其负责市场由公司收回,公司对其欠款进行了起诉,目前法院已判决其实控人徐陈挺败诉,正在处于诉讼执行阶段。公司账面对其应收账款已基本全额计提了坏账准备。

同行业中仅有奥康国际披露前五大应收账款账龄,公司根据其披露情况与公司前五大鞋靴箱包欠款前五大客户进行比较分析如下:

单位:万元

名次	奥康国际				本公司			
	收入金额	应收账款余额	1年以上应收款	占比	收入金额	应收账款余额	1年以上应收款	占比
第一名	28,305.51	13,981.89		0.00%	14,168.69	11,706.42		
第二名	2,987.39	10,926.51	7,406.78	67.79%	2,513.81	3,746.56	906.12	24.19%
第三名	3,061.81	9,298.59	5,753.95	61.88%	1,726.69	2,707.72	599.65	22.15%
第四名	未披露	6,257.18	4,446.28	71.06%	4,058.61	1,751.00		
第五名	2,021.16	5,774.58	3,409.50	59.04%	691.47	1,538.39	757.03	49.21%

注:公司与奥康国际本期末欠款第一大客户均系团购客户,2-5名奥康国际披露为省代加盟商欠款,公司根据同性质归集2-5名欠款客户。

由上表可知,公司前五大客户整体欠款金额及账龄结构均优于可比上市公司。

(二)说明与相关客户发生交易时所采用的信用评估、回款政策及执行情况,是否存在回款逾期后持续发生交易的情况,并结合问题(1)说明坏账准备计提是否充分,说明相关收入是否符合确认条件,是否符合会计准则规定。

1、公司与相关客户交易时所采用的信用评估、回款政策及执行情况,是否准备回款逾期后持续发生交易的情况

在销售信用政策方面,公司通过制定客户资信评估程序,建立了客户信用评估及授信管控机制,销售部门负责对客户信用评估,对于每个申请信用政策的客户应根据其企业资产规模、以往销售的业务量及回款情况等因素制定相应的应收账款信用政策(包含额度和账期)并报各级领导批准。公司建立了应收款项对账及催收机制,每月定期组织业务、财务及法务等相关部门召开应收款项沟通会议,对应收款项的金额、账龄、回款情况进行分析,及时跟进销售进展,沟通回款进度,对于欠款金额较大的客户积极进行催收,对应收账款超出信用额度或账期的,销售部门会立即进行货款催收并限制对该客户发货。对于长期合作且具备资金基础的客户如短期内存在资金回款困难,公司考虑其所订货品过季后容易造成库存积压,经综合评估后会给予临时授信额度。

2020年开始,受公共卫生事件的持续性影响,部分区域经历了多次长时间的管控措施,消费者消费需求及消费积极性大幅降低,且大多客户门店间歇性停业、员工无法正常上班。在此情况下,公司客户门店销售受到了较大影响,面对管控期间的房租、人员成本及货款支付的多重资金承压,客户经营压力大幅增加。终端销售疲软导致客户无法获取稳定的现金流进项,而房租及人员等成本费用属于每月定期需支付的固定开支,特别是对门店较多的代理商影响更大,客户没有足够的资金流用以支付货款。且鞋服行业与其他行业不同,产品具有较强的季节性,若停止供货将使客户无法销售当季产品,直接导致客户无法经营,回款能力更会降低。公司认为属于特定时期内行业的客观情况,并非因客户自身经营不善导致的回款困难。在此情况下,在公共卫生事件持续影响期间,为了增强客户粘性