

(上接B071版)

综上所述,以上其他应收款为公司与合并范围内控股子公司在日常资金统筹管理过程中形成的资金往来、代垫款项等款项。相关款项属于集团内正常资金调配与业务往来,将根据内部资金安排及业务进度及时结清。

二、说明预付账款余额的具体构成,包括向主要预付款项对象采购的具体内容、采购金额、预付比例、账期结转情况,是否存在长期未结转、与合同约定不符的情形,是否存在预付后合同取消、款项退回情形,主要预付账款的最终流向是否存异常。

预付账款余额主要包括预付货款和预付服务费,2025年末期末,主要预付款项对象具体情况如下:

序号	单位名称	主要业务内容	期末余额(万元)	采购金额(万元)	预付比例	账期结转情况	形成原因	是否关联方
1	供应商6	采购锂电电池	33,044,207.56	67,500,000.00	50.00%	截至2025年5月31日,已结转91,423.93万元	约定采购量及供货周期,确保材料稳定供应	1年内至今
2	福建云众科技股份有限公司	采购锂离子电池	21,172,313.53	300,000,000.00	8.38%	截至2025年5月31日,未发生订单	约定采购量,保障生产	2018年至今
3	广东博力威科技股份有限公司	采购锂离子电池	19,017,619.00	63,356,500.00	30.00%	截至2025年5月31日,已结转620,467万元	约定采购量及供货周期,确保材料稳定供应	1年内至今
4	阿里集团	宣传推广费、品牌合作的业务	11,601,913.37	框架协议	100.0%	截至2025年6月30日,已结转10,646.67万元	为开展品牌推广、品牌建设及品牌运营,根据合同约定年度支付相关服务费用	1年内至今
5	供应商9	采购CMT发动机	6,120,670.07	框架协议	100.0%	截至2025年5月31日,已全部到货	预付保障生产与专用车辆	1年内至今
合计			90,956,510.53					

与2024年末相比,公司2025年末预付账款前五大供应商中新增了供应商6、广东博力威科技股份有限公司及阿里集团,相关预付金额已包含在2025年末预付账款余额明细表中,具体情况及原因如下:

1.针对供应商6及广东博力威科技股份有限公司的预付款项。主要系公司于2025年度履行原材料价格波动的实际情况,为最大程度拉通上下游配套,实现产业链协同降本,以应对日益严峻的市场竞争,公司通过预付方式锁定采购量及供货周期,从而保障原材料的稳定供应。

2.针对阿里集团的预付款项。主要系公司为加大促销力度、提升品牌宣传推广效果,与阿里集团开展合作购买其关键词广告、场景推广、内容推广等数字化营销服务所产生。公司与阿里集团是长期合作伙伴,2024年针对阿里集团的预付款项余额为446.75万元。

3.2024年末预付供应商未入2025年前五大供应商的详细说明。2024年末未预付账款的供应商8、供应商9及供应商10,其预付账款性质分别为预付货款、预付货款及预付租赁款。2025年度,公司与供应商8、供应商9的合作有序进行,交易规模正常。对这两家公司在2025年度的预付余额分别为165.65万元、0.00万元,主要是由于在2025年12月31日的时点,对两家公司进行订单验收或没有,而年中所下的预付订单已提货完成,因此导致预付账款余额小。2025年度,公司与供应商10的租赁合同到期,不再续约,因此合作结束,在2025年度末的预付账款余额为零。综上,上述三家公司的预付账款余额较小或为零,故未列入2025年末主要预付款项对象。

4.云动力全资子公司是一家新能源电力综合解决方案服务商,2022年以来,本公司基于正常市场交易条件和相互信任向云动力采购锂电池电力,交易内容公允,遵循公平、公开、公正的市场原则,符合商业逻辑。

导致该笔预付款项长期挂账且无法结转的直接原因是双方合作纠纷。2022年,云动力供应锂电池因质量问题(具体表现为工艺参数偏离导致热失控)未能达到公司要求,并造成公司损失。经多次沟通,确认云动力无法满足公司质量要求,且其拒绝按公司的质量要求继续供货,致使该笔预付款项长期滞留。

鉴于双方存在履约纠纷,相关商品未完成交付,且云动力近年多次多起诉讼及执行案件,其财务状况与合规风险较高,持续经营能力及还款能力存在重大不确定性,本公司基于谨慎性原则,已于2022年对该笔预付款项全额计提资产减值损失。为维护公司权益,本公司于2024年原则上要求合同同步向常州市武进区人民法院提起诉讼,主张云动力支付交付货款及违约金等。云动力力量提起反诉,但法院经审理后驳回其全部反诉请求,并判令其向本公司履行付款义务。判决生效后,因云动力未按期履行,本公司于2025年8月向法院申请强制执行。截至目前,尽管公司已胜诉并申请强制执行,云动力仍未完全偿还该笔款项。公司对该笔预付款项已全额计提减值损失,相关会计处理谨慎、合理。

上述预付对象均为公司正常生产经营合作供应商,款项均基于真实业务背景形成,定价公允,除预付云动力的锂电池电力业务采购账期为2-3个月外,其他预付款项账龄均为1年以上且正常结转,不存在与合同约定不符的情形,亦不存在预付后合同取消、款项退回的情形。因此,未发现主要预付账款资金最终流向存异常。

三、其他应付款中服务费和应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因,是否与公司存在关联关系。

1.其他应付款中服务费的具体支付对象及形成原因,是否与公司存在关联关系。公司其他应付款中的服务费,主要核算应付外部服务商的广告宣传费、咨询顾问费、技术支持费、日常运营费及商务代理费等。随着公司整体业务规模持续扩大,服务采购频次与金额上升,同时受费用确认与结算周期存在的时间性差异(部分已发生但未达到合同节点的服务费依据权责发生制暂挂于本科目)的影响,期末余额呈现较大波动,该趋势与公司业务扩张节奏保持一致。具体如下:

为配合公司业务及品牌建设,公司加大了线上线下渠道的广告投放力度,包括搜索引擎营销、社交媒体推广、行业展会及精准营销活动等,同时增加了与专业营销服务商的合作频次及投放预算,导致应付广告宣传推广费用增加;公司在战略规划、财务税务、法律合规等方面引入了外部专业咨询顾问,故应付咨询顾问费用有所上升;公司近年来持续拓展智能服务范畴,业务系统对接数据治理、稳定性及安全性的要求不断提高,为此,公司以积极寻求各类技术服务合作方式,采购一系列技术服务。其中,云服务采购规模持续增长,支持智能客服、数据分析、业务中台等核心模块的日常运行。上述技术服务费的增加,直接导致应付技术支持费相应增长。

综上,公司其他应付款中服务费的增长与业务规模扩张、智能化服务深化及市场推广力度加大相匹配,具有合理的商业背景。

公司产品品类布局丰富、业务线覆盖面较广,内部组织架构业务线条较复杂,职能部门设置多元。伴随多品类产品研发、生产及市场推广需求,公司配备外部市场场景繁荣,对服务类供应商数量较多、地域布局分散,供应服务商集中度偏低。

2025年度主要其他应付服务费的对象见下列列表格(单位:万元):

序号	供应商名称	供应服务基本情况	应付金额
1	MeerSocal (HongKong) Marketing Co., Limited(飞书)	飞书营销推广服务,为中国品牌在海外社交媒体提供推广生成(营销数字化营销推广服务。	1,083.70
2	乐果(北京)文化发展有限公司	从新广告设计制作,文化活动策划,品牌推广,文化品牌运营及品牌服务综合合作服务。	782.44
3	上海耀途文化传播有限公司	短视频营销推广,数字人直播,LED显示屏及MR/AR互动技术开发的内容运营服务。	568.04
4	耀联(上海)软件技术有限公司	数据集成上海地区总部,超链软件许可开发,云迁移及数字化转型服务。	557.05
5	乐果(上海)文化发展有限公司	短视频营销推广,数字人直播,文化品牌运营及品牌服务综合合作服务,提供广告内容制作及文化活动策划。	550.00
6	上海耀途广告传媒有限公司	数字营销推广,社交营销,品牌制作为一体的综合营销公司,中国一线城市营销公司。	504.00
7	耀途品牌营销会计师事务所	专项品牌审计,税务咨询等专业服务。	424.53
8	北京慧登互动广告传媒有限公司	专项品牌营销推广,数字营销,跨媒体营销等综合营销服务。	416.05
9	四川博耀智能科技有限公司	智能营销推广,品牌营销推广,技术服务及品牌运营等服务,提供基础外包与技术支持。	407.38
10	供应商9	以采购为核心的综合营销公司,提供广告推广、品牌推广及品牌运营等全链路营销服务。	301.30
11	广西东润四川电子商务有限公司	京东线上电商服务运营,主要推广活动策划,技术支持及品牌运营,负责京东平台广告内容综合服务。	287.11
12	深圳市青年力传播传媒有限公司	新媒体营销MCN公司,专注短视频营销推广,直播电商及本地生活服务。	283.02
13	广东省广集团股份有限公司	中国领先的广告公司之一,提供品牌管理,媒介代理,数字营销等一站式营销解决方案。	262.00
14	上海聚友文化传播有限公司	营销推广集团,主要提供广告策划与制作服务。	239.36
15	引力传媒股份有限公司	以广告品牌营销运营,品牌管理,社交营销,品牌运营及品牌服务综合合作服务。	276.42
16	成都新拓网络科技有限公司	成都本土电商企业,旗下拥有AG电商运营,跨境电商“电话”“直播”,跨境电商等全链路服务。	236.61
17	上海博耀品牌传播科技有限公司	专注于青年群体的品牌传播服务,为服饰、美妆等300+品牌提供品牌营销和综合营销服务。	234.74
18	Boya Expo Group Ltd.	品牌营销推广,品牌营销推广,提供一站式营销解决方案。	203.17
19	北京众行互动文化传播发展有限公司	专注数字广告及文化整合营销服务的营销公司。	207.95
20	华为云计算技术有限公司	主要提供云计算服务。	188.88
合计			6,062.77

前述款项支付对象均为无关联第三方,与公司、控股股东、实际控制人及董监高及其关联主体不存在关联关系。相关费用均依托真实经营业务产生,交易定价参照市场行情公允确定,结算依据完整充分,不存在关联方非经营性资金往来、利益输送及其他异常交易情形。公司由于有多个事业部和业务单元,因此相应的服务费的供应商相对分散,无针对同一供应商的大额应付服务费。

2.其他应付款中应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因,是否与公司存在关联关系。

2025年末,其他应付款中应付工程及设备款具体情况如下:

序号	单位名称	期末余额(万元)	占期末应付工程及设备款余额合计的比例(%)	形成原因	是否关联方
1	中国建研七工程集团有限公司	99,229,930.69	26.51	九号科技智能电动车C2地块项目工程	否
2	浙江大东吴集团建设有限公司	98,942,441.19	26.43	九号科技智能电动车C1地块项目工程	否
3	浙江大东吴集团建设有限公司	57,442,744.36	15.68	杭州德清产业园工程	否
4	广州耀途智能科技有限公司	12,970,530.97	3.47	九号科技智能电动车C2地块项目工程	否
5	浙江新嘉德股份有限公司	11,300,361.31	3.02	九号科技智能电动车C2地块项目工程	否
合计		239,885,576.31	64.09		

针对2025年末其他应付款“应付工程及设备款”余额较2024年末变动较大的原因,说明如下:

中国建研七工程集团有限公司,浙江大东吴集团建设有限公司,浙江世贸装饰股份有限公司为公司下属子公司九号科技C2地块建设工程及装修工程的服务商。2024年度,该公司等承包商根据工程进度向公司开具了发票,公司已按规定进行了付款,因此2024年末未形成应付余额。截至2025年12月31日,上述工程已达到预定可使用状态,公司已将年末未竣工工程,并进行了相应的暂估入账,但由于该等供应商未与公司及时进行开票结算,因此形成较大其他应付余额。

广州耀途智能科技有限公司,该公司为2025年度新增供应商。因九号科技新建电摩流水线工程需向其采购焊接线等设备,相关交易于2025年度发生,导致年末形成较大余额。

此外,2024年末存在其他应付款“应付工程及设备款”的绍兴市其盛装饰工程有限公司,南昌当先装饰工程有限公司、江苏互邦建设工程有限公司及江苏中鑫车业有限公司,

2025年度公司与上述四家企业的业务合作有序进行,交易规模正常。截至2025年末,公司对上述四家公司的其他应付款余额分别为305.49万元、279.45万元、645.18万元及83.40万元。鉴于上述余额相对较小,故未将其列入2025年末主要其他应付对象。

年中预付款项:针对预付款项,其他应收款及其他应付款,我们执行的主要审计程序包括:

- 1.了解和评价公司与采购与付款流程、长期资产管理流程及费用确认和计量流程相关的关键财务内部控制的设计与运行有效性;
- 2.获取年末预付款项及其他应收款的账龄明细表,关注是否存在长期挂账的情形并询问原因及合理性,检查坏账准备计提是否符合企业会计准则;
- 3.对于重大的其他应收款及其他应付款,了解款项的具体内容,检查合同、银行收款单据等支持性文件,并在抽样基础上执行函证程序;
- 4.获取固定资产及在建工程变动明细表,选取新增的固定资产及在建工程记录,核对至采购相关支持性文件;
- 5.在抽样的基础上,将年末预付款项余额核对至合同、银行付款单据等支持性文件;
- 6.选取接近资产负债表日前后发生的费用,检查会计凭证和相关原始单据,以评价各项费用是否记录在恰当的会计期间。

基于上述工作,我们认为,公司上述其他应收款的具体情况、季末余额较年末余额变动较大的原因、预付款项余额的具体情况、其他应付款中服务费和应付工程及设备款的具体支付对象及形成原因的说明,在所有重大方面与我们在执行审计工作中获取的资料以及了解的信息一致。

问题6:关于存货。年报显示,截至报告期末,公司存货账面余额为33.18亿元,较上年同期增加64.68%,存货跌价准备期初余额1.76亿元,本年度计提存货跌价准备2,466.24万元,转回或转销存货跌价准备1,150.81万元,存货跌价准备期末余额1.52亿元。2025年,公司毛利率为29.63%,较上年同期增长了1.39个百分点。

请公司:(1)结合订单支持率,说明销售毛利率上升,存货周转率下降,存货同比上升且变动较大的原因及合理性,与同行业可比公司是否存在显著差异;(2)结合期末存货可变净值确认依据测算过程,重要假设及关键参数的选取标准及依据,存货跌价准备新增计提、转回或转销的具体情况,说明存货跌价准备计提是否充分、合理;(3)区分销售模式说明存货存放地点、盘点程序及盘点结果,请年审会计师说明存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果,说明获取审计证据的充分性和有效性。

问题回复:一、结合订单支持率,说明销售毛利率上升,存货周转率下降,存货同比上升且变动较大的原因及合理性,与同行业可比公司是否存在显著差异。

报告期内,公司销售毛利率有所上升,同时存货余额同比增幅较大,存货周转率有所下降。上述变动主要受产品结构优化及降本增效驱动、备货策略调整及销售节奏影响,具体原因及合理性分析如下:

1.毛利率上升主要系产品结构优化及降本增效共同推动。

一方面,公司持续优化产品结构,高毛利率车型销售占比提升,如服务机器人产品毛利率25.35%,销售从2024年9.80亿元提升至20.02亿元,占比提升25.0个百分点;另一方面,受益于电动两轮车产品销量增长,公司通过规模化集中采购,生产工艺持续优化,产能利用率提升及供应链效率改善等措施有效降低单位成本,同时结合合理的产成品定价策略,共同推动电动两轮车整车产品销售毛利率较上年同期提升2.05个百分点。

2.存货大幅增加跨越跨生产与销售模式及为匹配渠道扩张及旺季需求提前备货。

近三年业务规模持续扩张,产品矩阵不断丰富,销售渠道稳步拓宽,带动营业收入实现显著增长。公司业务呈现一定季节性特征,基于对年末销售节奏的合理预期,同时为保障境内订单及时交付,公司对各类产品进行了提前备货。

电动产线产品,受动力电池行业新规国家标准(GB17761-2024)电动自行车安全技术规范(4)实施影响,公司结合战略布局,研究开发和生产工艺节奏安排,于2025年12月22日正式向市场推出符合新规的全新车型,并为保障国内市场供应及市场交付开展提前备货,截至2025年末电动产线期末余额增加至12.81亿元,阶段性提升导致2025年存货周转天数,详见下表(单位:万元)。

2025年末,期末带订单支撑的库存商品占比100%。

服务机器人和电动滑板车及平衡车产品:公司产品生产基地位于国内,及服务机器人、电动滑板车及平衡车等产品主要面向海外市场销售。为保障海外市场及时交付,降低跨境物流时效风险,应对海外市场波动及潜在国际供应链相关风险,公司在国内完成生产后,提前将产成品备货至海外工厂及海外仓库,构建本地化库存体系。

为匹配海外销售旺季及经销商补货需求,公司相应提高了海外仓的备货储备量,该部分库存虽已发运海外,但在期末资产负债表日尚未对外出售的部分仍体现于公司合并报表存货中,从而推高了期末存货余额。

2025年末服务机器人、电动滑板车及平衡车存货余额均有所增加,服务机器人产品2025年末存货金额约为1.19亿元,有订单支持的库存商品占比32.94%,2026年一季度存货周转天数相应提升至187.88天,详见下表(单位:万元)。

产品品名	2024年12月31日余额	2025年12月31日	2025年9月30日
产成品	51,811,008	106,296,605	41,262,611
自制半成品	9,488,272	3,419,833	4,263,274
原材料及其他	4,266,653	13,036,839	15,726,311
合计	65,565,933	123,753,277	61,252,196
主营业务成本	612,300,556	520,494,230	281,486,622
存货周转天数	22.91	97.28	29.91

服务机器人和电动滑板车及平衡车产品:公司产品生产基地位于国内,及服务机器人、电动滑板车及平衡车等产品主要面向海外市场销售。为保障海外市场及时交付,降低跨境物流时效风险,应对海外市场波动及潜在国际供应链相关风险,公司在国内完成生产后,提前将产成品备货至海外工厂及海外仓库,构建本地化库存体系。

为匹配海外销售旺季及经销商补货需求,公司相应提高了海外仓的备货储备量,该部分库存虽已发运海外,但在期末资产负债表日尚未对外出售的部分仍体现于公司合并报表存货中,从而推高了期末存货余额。

2025年末服务机器人、电动滑板车及平衡车存货余额均有所增加,服务机器人产品2025年末存货金额约为1.19亿元,有订单支持的库存商品占比32.94%,2026年一季度存货周转天数相应提升至187.88天,详见下表(单位:万元)。

产品品名	2024年12月31日余额	2025年12月31日	2025年9月30日
产成品	10,377,244	59,798,111	97,900,739
自制半成品	4,098,223	2,262,323	4,309,605
原材料及其他	1,789,540	9,863,337	8,195,177
合计	16,265,007	71,923,811	110,945,611
主营业务成本	43,476,698	99,698,137	43,403,139
存货周转天数	14.94	17.77	18.98

受以上因素影响,电动滑板车及平衡车产品2025年末存货金额增加至11.06亿元,有订单支持的库存商品占比分别为37.23%、2026年一季度存货周转天数相应应升至144.45,详见下表(单位:万元)。

产品品名	2024年12月31日	2025年12月31日	2025年9月30日
产成品	62,812,734	112,076,268	107,396,232
自制半成品	8,411,139	6,630,727	2,749,640
原材料及其他	3,729,514	1,726,111	5,956,056
合计	74,953,427	120,433,106	114,102,927
主营业务成本	248,272,331	313,800,740	69,471,286
存货周转天数	11.64	10.78	14.46

3.存货周转率下降主要系期末备货增加所致,并非产品滞销或周转效率恶化。本期存货以适销车型及核心零部件为主,库存结构良好,不存在大额积压、滞销及减值风险。

与同行业公司存货周转率对比如下表:

公司	存货周转率(次)
九号公司(603298.SH)	5.98
德业股份(605116.SH)	22.12
曼恩斯特(603628.SH)	5.24
科达利(002809.SZ)	34.47
舜宇光学(300538.SZ)	1.58

公司2025年存货周转率为5.98次,在可比公司中处于居中水平。与上述可比公司相比,本公司产品结构更为多元,覆盖电动平衡车、电动滑板车、智能电动两轮车、服务机器人、全地形车及配件等多个品类,各产品线在研发、生产、销售等环节的存货周转节奏存在差异,因此导致整体存货周转率与业务结构的不匹配。具体而言,雅迪控股(01585.HK)及爱玛科技(603525.SH)存货周转率高于公司,主要系其产品聚焦于电动两轮车赛道,品类相对集中,该类产品存货周转速度快、流转效率较高,春风动力(603129.SH)存货周转率与公司水平较为接近;科沃斯(603486.SH)、海海药业(301345.SZ)存货周转率低于公司水平。综上,公司存货周转率处于行业合理区间,与公司多元化的产品结构相匹配。

综上,本期毛利率上升、产品结构优化及降本增效的综合体现,存货增长及周转率下降系公司为匹配渠道扩张、保障市场供应进行的合理备货,相关变动符合经营实际,具备合理性。

二、结合期末存货可变净值的确认依据及测算过程,重要假设及关键参数的选取依据及依据,存货跌价准备新增计提、转回或转销的具体情况,说明存货跌价准备计提是否充分、合理。

公司按照《企业会计准则第1号——存货》规定,于资产负债表日对存货按照成本与可变净值孰低计量,存货成本高于其可变净值的,计提存货跌价准备。按类别划分的产品跌价准备可变净值的确认依据,具体如下方法:

项目	确定可变净值的依据
原材料	公司根据原材料采购发票、采购计划及生产产销情况判断采购组合计算可变净值,并根据可变净值与原材料采购价格的差异。
自制半成品	根据产成品估计价格减去至完工时预计要发生的成本,估计的销售费用及相关税费后的金额确定可变净值。
产成品	产成品估计销售价格减去估计的销售费用及相关税费后的金额确定可变净值。

关键性参数	确定依据
估计售价	为执行销售合同或劳务合同而持有存货的,其可变净值应以合同价格为基础计算,当持有存货的数量多于销售合同订购数量时,超出部分的存货的可变净值应以一般销售价格为基础计算。
预计销售费用	估计不含税售价减去当期销售费用。
预计税费	估计不含税售价减去当期销售税费。

2025年度,本公司因部分产品市场价格下行、库存龄及技术迭代等因素导致存货可变净值下降,计提存货跌价准备人民币2,466.24万元,因前期减值因素消除、售价回升,及因部分存货实现对外销售、报废等因素转出合计人民币1,150.81万元。报告期内,公司计算各类存货可变净值所采用的关键假设依据均以往年数据保持一致,前述关键假设均系公司结合2025年度实际经营数据及合同约定确定,确定依据充分、测算方法清晰。于2025年12月31日,本集团存货跌价准备占存货原值比例为4.58%。根据公开信息披露,公司与同行业可比公司存货跌价准备占存货原值比例对比如下:

公司简称	存货跌价准备占存货原值比例
爱玛科技(603298.SH)	0.29%
海海药业(301345.SZ)	0.03%
新日铁蓄电池(902727.SH)	2.10%
春风动力(603129.SZ)	3.42%
九号公司(603298.SH)	4.58%
科达利(002809.SZ)	7.46%
科达利(002809.SZ)	9.19%

由上表可见,本公司存货跌价准备计提比例处于同行业合理区间,与公司产品矩阵丰富、迭代速度快、海外市场占比高的业务特征相匹配,与同行业公司不存在重大不合理差异。

公司严格按照企业会计准则要求,对存货按成本与可变净值孰低计量,相关可变净值的确认依据充分,计算方法及重要假设合理,关键参数选取依据合理且符合公司实际经营情况。公司对长库龄、滞销、技术迭代、海外周转较慢等高风险存货全面识别并足额计提跌价准备。存货跌价准备计提、转回、转销依据充分,会计处理恰当。结合后期销售实现情况,存货库龄结构及同行业对比情况,公司2025年末存货跌价准备计提充分、合理,符合现行企业会计准则。

三、区分销售模式说明存货存放地点、盘点程序及盘点结果。

1.报告期内,公司在产、库存存商品、原材料等存货存放的主要地点包括自有租赁仓库、第三方代管仓库、委外供应仓库等,具体如下(单位:万元):

地点/情况/类型	存货余额	占比
自有/租赁仓库	270,622.61	81.56%
第三方代管仓库	26,500.29	7.69%
委外供应	14,286.52	4.31%
发出商品	21,361.24	6.44%
合计	313,769.66	100.00%

2.盘点程序:

(1)财务部制定2025年度存货盘点计划:1)存货盘点范围:原材料、半成品、产成品、低值易耗品等,并确定各类存货的盘点地点;2)盘点负责人:各公司仓库管理员及财务人员;3)准备存货盘点表等资料;4)盘点时间:2025年1月15日前。

(2)执行盘点:盘点中核实存货账面、存货名称、识别号码、数量、存放地等信息是否一致;说明存货状态(良品、不良品)。对已盘点的存货推上有盘点人及监盘人签字确认的盘点表或发出特殊标记,注明货物移动情况;针对存货的准确性(账一实存),根据账面清单盘点实物,针对存货(实物一账),根据实物清单,确认是否存货在账面未记录情况。实物盘点结束,盘点人员、监盘人员需在盘点表上签字确认并写明盘点日期。

(3)盘点完成后:各事业部汇总存货盘点结果,结合2025年12月财务报表存货数据,2026年1月15日前完成存货盘点报告撰写;各法人公司核算负责人按法人公司拆分盘点数据差异,并进行会计处理。

3.盘点结果:我们对自有/租赁仓库、第三方代管仓库、委外供应存货进行了盘点,差异率低于0.5%,对于盘盈或盘亏的存货,财务协同业务梳理原因,并将处理方案报内部批准后进行会计处理。

四、请年审会计师说明存货的监盘程序、监盘比例及监盘结果,说明获取审计证据的充分性和有效性。

年审会计师回复:针对存货监盘,我们主要执行了以下审计程序:

1.了解并评价公司与盘点地点相关的关键财务报告内部控制的设计和运行有效性;

2.监盘前获取公司的盘点计划,评价盘点计划的合理性;

3.监盘开始前观察盘点现场,包括关注存货是否已经适当整理,是否均纳入盘点范围;