（上接B9版）

公司2022年销售均价有所下降,但由于存货跌价转销冲减营业成本约1900万元,成本均价,从而导致2022年毛利率逆势大幅上升。公司2021年亦对主要商品采取了库存计提措施,线下批发零售业务存在大额存货跌价准备计提约4,000万元。其中,过去三年以上的商品计提存货跌价金额较大,出售后的转销金额占线上零售整体存货转销金额的75.8%,是2021年进行大额转销的主要原因,但该部分商品占收入仅占线下批发零售业务整体收入的0.39%,营业收入占比低,因此2021年存货跌价转销对公司影响较小。2022年公司线下批发零售业务收入较2021年增长22.20%,收入基数小,存货跌价准备转回对毛利率影响更显著。公司线下批发零售业务毛利率逆势大幅上升具有合理性。

(二)公司服饰及配件(自有品牌)毛利率较高且同比大幅上升的原因及合理性、与服饰及配件(代理品牌)毛利率变动方向不一致的原因及合理性

公司自有品牌包括卡奴迪路以及全家的原创及意大利设计师品牌Dirk Bikkembergs,销售渠道包括直营线上销售以及境内线下销售;大部分代理品牌来自巴黎人3300、3500店均销售,其余奢侈、女装等代理品牌(表中列为“代理品牌(其他)”)门店已于2022年内关闭。自有品牌及代理品牌存货均价、销售均价、毛利率情况如下:

分类	年份	存均价	销均价	销售毛利率	毛利率
代理品牌(巴黎人3300、3500店)	2021年	1,455.85	2,628.74	3,099.81	60.13%
	2022年	1,173.49	2,159.73	1,298.18	48.64%
代理品牌(其他)	2021年	327.61	975.86	284.66	70.83%
	2022年	36.54			

单位:人民币万元

分类	年份	存均价	销均价	销售毛利率	毛利率
小计	2021年	1,228.26	2,363.54	1,121.13	56.27%
	2022年	1,184.26	2,529.73	1,298.18	48.64%
自有品牌(卡奴迪路)	2021年	275.85	673.90	229.52	65.94%
	2022年	28.46	584.91	107.96	36.55%

1、公司服饰及配件(自有品牌)毛利率较高且同比大幅上升的原因及合理性

公司服饰及配件(自有品牌)2021年毛利率为65.94%,2022年毛利率为48.65%,2022年毛利率较2021年下降17.59%,主要系公司实现销售的产品本期转销存货跌价准备,如上所述,2022年度为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,公司2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89万元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致整体毛利率上升。

可比公司服饰及配件(自有品牌)毛利率如下:

证券代码	证券名称	收入	成本	毛利率
603282.SH	比音勒芬	288,484.18	146,631.91	77.60%
603158.SH	报喜鸟集团	394,474.30	119,669.54	69.19%
601566.SH	九牧王	258,361.39	102,414.49	60.39%
002925.SZ	七匹狼	306,115.52	166,008.18	46.77%
603998.SH	美邦服饰	1,796,517.37	1,020,925.82	43.40%
002232.SZ	高伟明	128,488.21	64,828.68	52.77%
002656.SZ	ST爱迪生	526,669.49	247,115.42	52.97%
		22,571.44	7,146.31	68.34%

服装行业上市公司综合毛利率高低一定程度上取决于品牌定位,品牌定位高端的可比上市公司(如报喜鸟集团、九牧王、比音勒芬)综合毛利率显著高于品牌定位中端公司(如七匹狼、美邦服饰、海澜之家的综合毛利率。公司自有品牌卡奴迪路客户群定位处于35-50岁的高净值人群,产品多采用进口面料,创新面料以及高品质的国产面料,定位高端,毛利率相对同行业上市公司较高。

2、服饰及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

本期Antonia新增库存商品的单价为3,890.22元,高于Antonia本期存货均价1504.32元,主要原因为:

- 1.受汇率变动影响,本期Antonia库存商品期末余额的比期初增加132万元,剔除汇率变动的影响,增长的库存商品均价为2,385.90元/件;
- 2.受Antonia库存商品结构影响,本期新增库存商品为单价较高的类别,导致均价较高,具体分类明细如下:

年份	分类	数量(个)	成本(元)	存货均价(元)
2021年	包/包袋	730.00	2,429,501.12	3,328.08
	服装	7,979.00	8,235,284.34	1,033.42
	鞋靴	4,003.00	6,926,281.39	1,730.38
	配饰	2,877.00	2,200,849.93	761.50
2022年	包/包袋	12,422.00	14,076,109.85	1,133.16
	服装	80,000	3,248,695.67	4,060.19
	鞋靴	9,299.00	13,871,422.26	1,485.50
	配饰	27,100	3,045,549.30	1,123.80

注:上表中,新增库存商品的成本单价为324.03元/件,与本期存货均价273.25元/件相比增加18.58%,主要系本期新增的库存商品均价较高,增长的库存商品均价及处于公司各存货均价合理范围内,由此可見,期末库存商品余额增长金额与库存商品增长量可以匹配。

(一)境外收入和采购额占整体收入和采购额的比重

项目	2021年	2022年
境外收入占整体收入比重	47.73%	47.17%
境外采购额占整体采购额比重	72.93%	69.53%
境外业务毛利率	56.86%	48.74%
境内业务毛利率	39.20%	44.84%

公司本期国内业务毛利率较上期上升25.22%,主要系公司本期为消化库存,处理销售了2021年及以前年度存货计提存货跌价准备产品,销售均价有所下降。2022年度存货跌价准备本期计提2,356.12万元,转销均价184.89元,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致服饰及配件(自有品牌)毛利率大幅上升,因此导致营业成本大幅下降且降幅远大于营业收入降幅。

2、线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向与自有品牌不一致的原因及合理性

线上销售及配件(代理品牌)2022年毛利率变动方向不一致的原因,故新增库存商品的单价与自有品牌卡奴迪路的价格可以匹配。

【问题3】年报显示,2022年末你公司存货余额为2.88亿元,共计计提存货跌价准备1.9亿元。其中,库存商品余额2.76亿元,相比期初增加约2,500万元,期末库存商品余额667.688万元,相比期初增加30,545万元;库存商品计提存货跌价准备1.89亿元,计提期内新增计提1,894.16万元,新增计提金额较去年同期下降2,441.62万元;报告期内转销或转销2,356.11万元,去年同期转销或转销4,209.69万元。年审会计师对存货跌价准备的计提理由及关键审计事项。

此外,你公司2023年6月30日披露的《关于前期会计差错更正的公告》(以下简称“更正公告”)中称:公司澳门13500店于2021年上半年采购8430万元货品,虽然公司2021年度对在该店经营的存货计提了存货跌价准备,但参数未考虑特定性影响,导致少计提存货跌价准备,故前期差错更正2021年度财务报表,在原存货成本上补提存货跌价准备1,848.35万元;调增资产减值损失1,877.7万元,其他综合收益29.5万元。

请你公司:

- 1.你公司称自有品牌“卡奴迪路”定位为面向35至50岁的高净值人群的高级男装,你公司代理品牌主要为SAINT LAURENT PARIS、BALENCIAGA、BURBERRY、CHLOE、BALMAIN、VERSACE、SACAI、VALEXTRA、KENZO、OFF-WHITE等品牌。一、二线品牌:在期末存货余额中,你公司库存商品余额增长金额与库存商品增长量是否匹配,说明新增库存商品的单价是否与公司自有品牌“卡奴迪路”以及代理的国际一、二线品牌平均单价匹配,如不匹配,请说明具体原因;

(二)你公司称自有品牌“卡奴迪路”定位为面向35至50岁的高净值人群的高级男装,你公司代理品牌主要为SAINT LAURENT PARIS、BALENCIAGA、BURBERRY、CHLOE、BALMAIN、VERSACE、SACAI、VALEXTRA、KENZO、OFF-WHITE等品牌。一、二线品牌:在期末存货余额中,你公司库存商品余额增长金额与库存商品增长量是否匹配,说明新增库存商品的单价是否与公司自有品牌“卡奴迪路”以及代理的国际一、二线品牌平均单价匹配,如不匹配,请说明具体原因;

(三)更正公告中补提金额的具体测算过程及依据

补提金额=重新计算的存货跌价准备-2021年度对2021年上半年澳门13500店采购商品的存货计提跌价准备

重新计算的存货跌价准备=存货账面原值-一批次存货的可变现净值

该批存货的可变现净值=该批存货销售价格-未来预计销售费用-该批存货吊牌价×未来预期销售折扣率-该批存货吊牌价×未来预期销售费用-该批存货吊牌价×未来预期销售折扣率-该批存货吊牌价×未来预期销售费用

由上可见,该批存货的可变现净值取决于该批存货吊牌价、未来预期销售折扣率及未来预计销售费用,故重新计算的可变现净值取决于该批存货吊牌价、未来预期销售折扣率及未来预计销售费用三个因素的共同影响,具体参数如下:

- ①该批存货吊牌价,该批存货吊牌价为公司根据购买建议销售价格及公司销售政策确定,金额为190,754,522.00澳门元;
- ②未来预期销售折扣率为40%,因没有历史数据可以参考,选取旗下3300店过去一年的服装销售折扣率50%作为参考,同时考虑3500店同类商品过去两年的平均折扣率,故选取40%作为该批存货的未来预期销售折扣率;
- ③未来预计销售费用率为66.83%,参考3500店2021年度销售费用与收入的计算所得,并假设未来不会出现重大变化。

经计算,该批存货的可变现净值=190,754,522.00×40%×(1-66.83%)+25,308,864.62澳门元

重新计算的存货跌价准备=存货账面原值-该批存货的可变现净值

补提金额=900,680.31-34,226,655.15+24,764,225.16