证券代码：603272　　证券简称：联翔股份　　公告编号：2024-036

浙江联翔智能家居股份有限公司关于2023年年度报告的信息披露监管问询函回复的公告

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。

浙江联翔智能家居股份有限公司（以下简称“公司”）近期收到上海证券交易所《关于浙江联翔智能家居股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2024】0610号，以下简称“《问询函》”），公司收到以后高度重视，组织人员逐一落实相关问题，现将问询函涉及的问题回复如下：

问题1：关于业绩预告更正

年报披露，2023年度，公司实现净利润-1,328.81万元、同比由盈转亏。公司于2024年1月31日披露业绩预告，预计2023年度实现净利润700.92万元至1,020.88万元，并称“不存在影响本次业绩预告内容准确性的重大不确定因素”，迟至4月23日公司才披露业绩预告更正公告，并提示主要原因涉及政府补助、存货、商誉、递延所得税资产等多项科目。其中，影响金额较大的项目包括公司对2023年某客户的销售达成退货协议，并对相关退回产品补充计提存货跌价准备，共影响当期损益745.26万元；以及对即将进入市场的存货未计提跌价准备，需补充计提存货跌价准备776.78万元。

关注到，公司期末存货账面余额7,614.66万元，主要为半成品4,870.64万元、原材料1,263.21万元、库存商品1,118.42万元等，累计计提存货跌价准备为1,724.68万元，其中本期新增计提1,412.23万元，涉及半成品1,133.33万元、原材料278.89万元，对库存商品未计提跌价准备。年报产销量情况分析表中，三类墙布期末库存量均为0。

请公司：（1）补充说明退货客户是否为主要客户，近三年公司与其发生的销售额、款项结算情况及期末应收款项余额，退货原因、退货商品及数量、退货时点、是否与销售合同中关于退换货的约定一致，退货相关的会计处理；（2）补充说明产销量情况分析表中披露库存量为0与报表存货数据存在差异的原因；（3）补充披露存货跌价准备计提的依据及相应测算过程，同时结合存货类别、库龄、销售价格、退换货情况等因素，分析跌价准备计提是否充分，说明未对库存商品计提跌价准备是否与业绩预告更正公告中的表述存在差异，并核实年报中存货跌价准备的列报是否准确；（4）逐项确认业绩预告更正的项目是否涉及相关会计政策或会计估计变更；（5）说明本次业绩预告更正同时涉及多个项目的原因，相关责任人期间开展的具体工作，公司关于财务报告的内部决策流程及执行情况，相关内部控制是否有效。请年审会计师发表意见。

公司回复：

一、补充说明退货客户是否为主要客户，近三年公司与其发生的销售额、款项结算情况及期末应收款项余额，退货原因、退货商品及数量、退货时点、是否与销售合同中关于退换货的约定一致，退货相关的会计处理

（一）退货客户非主要客户

公司2023年度业绩预告更正中提及的退货客户只有1家，即湖州丝家纺织有限公司（以下简称湖州丝家），湖州丝家非主要客户，原因如下：

1、经销商是公司最主要的客户类型，湖州丝家不是公司经销商，近三年其与公司仅发生一笔交易，且双方未签订长期经销协议，公司亦未将其纳入经销商管理体系。公司2023年度主要销售收入构成如下：

单位：万元

业务类型	客户类别	销售收入	占营业收入比
墙布、窗帘等业务	经销商	13,699.20	87.59%
	工装类客户	533.38	3.41%
装修业务	装修类客户	892.83	5.71%
合计		15,125.41	96.71%

2、公司向经销商、工装类客户和装修类客户销售的墙布、窗帘及相关产品均为常规产品，而销售给湖州丝家的主要是公司准备处置的长库龄产品，有别于其他客户。

3、公司2023年度最终确认湖州丝家的收入为66.40万元，且在其他年度均无销售收入，占公司营业收入比例较低，且未进入公司前十大客户。2023年度公司前十大客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售收入	占当期营业收入的比例（%）	主要产品及服务类型
1	浙江荣亿精密机械股份有限公司	655.96	4.19	装修工程
2	深圳市前海人才集团有限公司	376.82	2.41	工装渠道；窗帘
3	嘉兴中诚工程检测有限公司	106.61	0.68	装修工程
4	内蒙古出师表装饰建筑材料有限公司	95.90	0.61	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
5	辽宁领绣家居有限公司	84.43	0.54	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
6	山西晟邦成建筑工程有限公司	80.36	0.51	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
7	信阳市宏禾装饰设计工程有限公司	75.18	0.48	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
8	西安青沐阁装饰工程有限公司	75.13	0.48	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
9	澧县路云软装定制馆	72.08	0.46	经销渠道；墙布、窗帘及相关产品
10	国网浙江省电力有限公司海盐县供电公司	70.87	0.45	光伏发电
合计		1,693.34	10.81	

（二）近三年公司与湖州丝家发生的销售额、款项结算情况、期末应收款项余额及交易背景

湖州丝家相关销售业绩预告更正前后收入成本情况表：

单位：万元

项目	2023年度		2022年度		2021年度	
	收入	成本	收入	成本	收入	成本
业绩预告	811.15	691.45	-	-	-	-
业绩预告更正	-744.75	-630.82	-	-	-	-
当期确认金额[注]	66.40	60.63	-	-	-	-

[注]2024年4月发生的期后退货已调减2023年度确认的相关销售收入及成本。

湖州丝家销售及退货相关数据如下：

单位：万元

项目	2023年度		2022年度		2021年度
发出货物-存货成本	-		①	803.75	-
退回商品-存货成本	②	112.30	-	-	-
期后退货-存货成本	③	630.82	-	-	-
结转成本	④=①-②-③	60.63	-	-	-
销售收入	⑤	66.40	-	-	-
当年收取货款(不含税)	⑥	267.40	⑦	529.05	-
期末应收账款[注]	-	-	-	-	-
期末合同负债[注]	⑧=⑥+⑦-⑤	730.05	⑨=⑦	529.05	-

[注]因湖州丝家各期收取的货款均大于当期确认销售收入，故各期末均未形成应收账款。累计收取的不含税货款大于销售收入之间的差额计入合同负债。

公司与湖州丝家相关交易背景详细情况如下：

① 湖州丝家基本情况及背景

湖州丝家成立于2020年，主要业务以销售纺织面料、窗帘和墙布为主，其实际控制人约有10年左右的纺织业从业经历。

考虑到自身在墙布产品生产与研发能力的不足，为满足其客户对墙布产品的多方位需求，湖州丝家遂寻求优质墙布供应商，其通过各类展会及行业内信息对公司产品有所了解，也得知公司有意向清理长库龄产品，故找到公司进行洽谈。

② 交易过程及金额

双方经过协商，于2022年11月签署了《产品销售合同》（以下简称销售合同），销售总金额为941.96万元（不含税），同时约定了基于市场需求的不确定性，湖州丝家预付60%货款，剩余部分公司给予其三个月账期，账期内公司接受退换货，账期结束后不予退货。

2022年11-12月，相关货物已发至湖州丝家，湖州丝家根据其自身业务情况，将部分墙布陆续发货至其客户处进行铺货销售。

③ 销售不景气要求退货

2023年中期，由于市场不景气以及产品质量等原因，湖州丝家的实控人提出退货申请，公司同意了部分因质量问题的退货，其余部分，因退货期已过，公司拒绝了其申请。

此后湖州丝家实控人又多次来公司协商退货，因其购货款尚未完全支付，销售负责人出于应收款回款考虑，提出先按照《销售合同》约定支付剩余货款，并口头安抚鼓励其加大对剩余产品的销售，到2023年末，如确实无法实现销售，再商议退货事宜。

④ 争议及最终解决情况

2023年末，湖州丝家要求联翔股份兑现同意退货的口头承诺，因此不断地找公司要求退货，公司认为当初口头洽谈只是再商议，并非确定同意退货，故未予退货。

至2024年4月，湖州丝家仍一直要求公司退货，公司管理层经过多次讨论，为维护公司品牌声誉，且考虑到湖州丝家有一定的销售渠道，未来可能还有合作机会，故与湖州丝家签署了《退货协议》。2024年4月24日，湖州丝家相关退货产品已全部退回公司仓库，公司依据存货跌价计提政策予以补提存货跌价准备630.82万元。

（三）退货原因、退货商品及数量、退货时点、是否与销售合同中关于退换货约定一致

单位：万元

序号	退货原因	退货商品	退货金额(不含税)	退货数量(万米)	退货时点	是否与销售合同中关于退换货约定一致
1	质量问题	墙布原材料、半成品	42.13	1.20	2023年5月	是
2	质量问题	墙布原材料、半成品	88.68	1.84	2023年8月	是
3	市场不景气销售困难	墙布半成品	744.75	18.19	2024年4月	否[注]
合计			875.56	21.23		

[注]2024年4月的退货与《销售合同》约定不一致，具体情况见本回复“问题1”之“一、（二）”之所述。

（四）退货相关的会计处理

单位：万元

序号	退货时点	账务时点	会计科目	借方	贷方
1	2023年5月	2023年5月	主营业务收入	42.13	
			应交税费	5.48	
			应收账款		47.61
			存货	41.04	
			主营业务成本		41.04
2	2023年8月	2023年8月	主营业务收入	88.68	
			应交税费	11.53	
			应收账款		100.21
			存货	71.26	
			主营业务成本		71.26
3	2024年4月	2023年12月	主营业务收入	744.75	
			应交税费	1.91	
			应收账款		16.61
			合同负债		730.05
			存货	630.82	
			主营业务成本		630.82
			资产减值损失	630.82	
			存货跌价准备		630.82

二、产销量情况分析表中披露库存量为0与报表存货数据存在差异的原因

报表存货数据中，2023年末公司库存商品1,118.42万元，其中主要系样册，三类墙布的金额为198.29万元，年度报告披露时，因公司员工工作疏忽，误将三类墙布的产销量数据中2023年末库存量披露为0。具体差异如下：

单位：米、万元

主要产品	产销量情况分析表原年报披露		对应报表存货		差异存货量	
	库存量（米）	金额（万元）	数量（米）	金额（万元）	数量（米）	金额（万元）
独画刺绣墙布	0	0.00	898.71	17.16	898.71	17.16
循环刺绣墙布	0	0.00	487.58	5.78	487.58	5.78
提花墙布	0	0.00	45,599.11	175.35	45,599.11	175.35

修正后产销量情况分析表如下：

主要产品	单位	生产量	销售量	库存量	生产量比上年增减(%)	销售量比上年增减(%)	库存量比上年增减(%)
独画刺绣墙布	米	32,528.58	31,629.87	898.71	-17.99	-20.25	不适用
循环刺绣墙布	米	17,000.07	16,512.49	487.58	-33.13	-35.05	不适用
提花墙布	米	1,738,117.92	1,692,518.81	45,599.11	-20.39	-22.48	不适用

三、存货跌价准备计提的依据及相应测算过程，同时结合存货类别、库龄、销售价格、退换货情况等因素，分析跌价准备计提是否充分，说明未对库存商品计提跌价准备是否与业绩预告更正公告中的表述存在差异，并核实年报中存货跌价准备的列报是否准确

（一）存货跌价准备计提的依据及相应测算过程

截至2023年末，公司存货库龄及跌价准备计提情况如下：

单位：万元

项目	账面余额	库龄		跌价准备	计提比例
		1年以内	1年以上		
原材料	1,263.21	416.54	846.67	472.22	37.38%
半成品	4,870.64	1,385.88	3,484.76	1,252.46	25.71%
库存商品	1,118.42	510.39	608.03		
在产品	199.33	199.33			
合同履约成本	84.17	75.97	8.20		
委托加工物资	58.06	58.06			
包装物	19.36	16.03	3.33		
低值易耗品	1.47	1.47			
合计	7,614.66	2,663.67	4,950.99	1,724.68	22.65%

资产负债表日，公司对存货进行了跌价测试，跌价准备计提的依据及相应测算过程如下：

1、原材料和半成品

原材料和半成品的存货跌价准备具体计提口径为：①本年度新产品对应的半成品和原材料不计提跌价；②原材料中的通用底布（一个原料对应多个产成品）不计提跌价；③库龄1年以上无对应销售收入的存货全额计提跌价；④呆滞品库全额计提跌价。

经测试，期末存货跌价情况如下：

单位：万元

项目		2023年度			
		原材料	半成品	合计	占比
呆滞品		35.96	42.13	78.09	4.53%
库龄1年以上无对应销售收入涉及跌价	其他存货	206.05	32.95	239.00	13.86%
	业绩预告补计提	230.22	546.56	776.78	45.04%
	湖州丝家退回半成品		630.82	630.82	36.58%
合计		472.23	1,252.46	1,724.68	100.00%

2、库存商品

2023年末，公司库存商品具体构成如下：

单位：万元

项目	金额	占比
样册	848.87	75.90%
提花墙布	175.35	15.68%
窗帘	21.10	1.89%
独画刺绣墙布	17.16	1.53%
循环刺绣墙布	5.78	0.52%
其他非刺绣墙布	0.28	0.03%
其他	49.88	4.46%
合计	1,118.42	100.00%

由上表可见，库存商品主要由样册、墙布及窗帘产成品构成。样册是墙布、窗帘产品的小样目录册，其主要作用是向客户展示公司的产品、拓展销售渠道、维护经销商关系及促销，故不计提存货跌价准备。墙布及窗帘产成品均有对应销售订单，因销售金额高于存货成本，故不计提存货跌价准备。

3、其他存货

公司在产品、合同履约成本、委托加工物资、包装物及低值易耗品均处于正常周转状况，且库龄基本小于一年，未发生减值迹象，故不计提跌价准备。

（二）结合存货类别、库龄、销售价格、退换货情况等因素，分析跌价准备计提是否充分

1、截至2023年末，墙布半成品、库存商品结存单位价格及产成品平均销售价格如下：

单位：元/米

项目	产成品平均销售价格	库存商品平均结存价格	半成品平均结存价格	原材料平均结存价格
独画刺绣墙布	464.56	190.95	28.90	32.89
销售价格与存货结存差额		273.61	435.66	431.67
增幅比		58.90%	93.78%	92.92%
循环刺绣墙布	244.48	118.53	28.90	32.89
销售价格与存货结存差额		125.95	215.58	211.59
增幅比		51.52%	88.18%	86.55%
提花墙布	57.40	38.45	28.90	32.89
销售价格与存货结存差额		18.95	28.50	24.51
增幅比		33.01%	49.64%	42.70%

原材料及半成品主要由墙布类底布构成，墙布原材料平均结存价格大于半成品平均结存价格，原因系公司近年来加大了经济型墙布市场推广力度，相应提升了向供应商采购低纬密度、简约花纹、素色墙布底布的规模，原采购的部分高端型墙布的原材料暂未用于生产或销售，导致原材料平均结存价格上升。

由于公司产品种类繁多，品类规格上万余种，按照存货类别合并统计后，由表可见墙布产成品平均销售价格大于库存商品平均结存价格，墙布产成品均有对应销售订单，因销售金额高于存货成本，故不计提存货跌价准备。

墙布原材料及半成品平均结存价格虽低于产成品平均销售价格，跌价测试时，公司仍按照存货跌价政策结合库龄及销售记录进行具体判断，并计提相关跌价准备，具体情况见本回复“问题1”之“三、（一）1”之所述。

2、退换货情况

湖州丝家退货属于偶发事项，公司已按照存货跌价政策对其进行跌价计提。

除上述湖州丝家退货外，2023年度其他存货退换货构成情况如下：

单位：万元

项目	金额	占主营收入比(%)
换货	52.04	0.34
退货	36.10	0.24
其中：期后退货	23.66	0.15
小计	88.14	0.58

由表可见，其他存货退换货率为0.58%，该部分存货退换货主要系产品色差、墙布上墙粘贴后出现瑕疵等原因所致。其他退换货存货因金额较小，存货跌价准备测算时不予以特别考虑。

3、2023年同行业存货跌价准备计提情况如下：

项目	联翔股份	天洋新材	玉兰股份
2023年度存货跌价计提比例	22.65%	11.79%	36.15%

同行业存货跌价计提比例在11.79%-36.15%之间，公司计提比例为22.65%，不存在重大差异。

综上，公司按照一贯的会计政策及会计估计进行存货跌价测试，存货跌价准备计提充分。

（三）说明未对库存商品计提跌价准备是否与业绩预告更正公告中的表述存在差异，并核实年报中存货跌价准备的列报是否准确

库存商品不涉及业绩预告更正公告中提及的相关存货。

业绩更正公告中因考虑墙布仓库及千城千店而未计提跌价准备的存货尚处于原材料及半成品状态。退货客户即湖州丝家向公司采购的均系墙布半成品及底布，故退货后仍于原材料及半成品中列报。因此未对库存商品计提跌价准备与业绩公告更正中的表述不存在差异，年报中存货跌价准备的列报准确。

四、逐项确认业绩预告更正的项目是否涉及相关会计政策或会计估计变更

公司业绩预告更正的项目均不涉及相关会计政策或会计估计变更，相关分析如下表：

序号	业绩预告更正项目	业绩预告更正的原因	是否涉及会计政策或会计估计变更
1	公司对获得的政府补助文件解读有误，将与资产相关的政府补助分类为与收益相关的政府补助，需调减其他收益268.80万元	政府补助分类判断不准确	否
2	公司基于对市场判断，2023年8月推出墙布仓库供应链产品体系、11月推出千城千店邻里店销售渠道拓展计划，对即将进入市场的存货未计提跌价准备，需补充计提存货跌价准备776.78万元	存货跌价准备的计提不充分	否
3	随着评估工作的深入开展，根据评估机构对控股子公司嘉兴裱糊匠生物科技有限公司资产评估测算结果，需补计提商誉减值214.83万元	子公司未来现金流量判断不准确	否
4	本年度业绩预告公告披露后，公司对2023年某客户的销售达成退货协议，并对相关退回产品补充计提存货跌价准备，共影响当期损益745.26万元	原业绩预告时尚未达成一致意见的退货协议	否
5	公司管理层对全资子公司浙江领绣家居装饰有限公司经营情况全面预测后，对其可弥补亏损的递延所得税资产208.46万元不予确认	子公司未来盈利能力判断依据不充分	否

五、本次业绩预告更正同时涉及多个项目的原因，相关责任人期间开展的具体工作，公司关于财务报告的内部决策流程及执行情况，相关内部控制是否有效

（一）本次业绩预告更正同时涉及多个项目的原因

本次业绩更正共涉及5个项目，如上表所列示第1、2、3、5项均为会计判断不准确或依据不充分而导致，第4项系期后退货而导致。

（二）项目更正具体原因

1、公司对获得的政府补助文件解读有误，将与资产相关的政府补助分类为与收益相关的政府补助，需调减其他收益268.80万元

（1）前次业绩预告将上述政府补助一次性计入其他收益的情况如下

公司于2023年6月29日收到海盐县经济和信息化局拨付的“2023年度生产制造方式转型示范项目财政补助”240万元，银行汇款单上的附言“2023年生产制造方式转型项目奖励”。

公司于2023年10月31日收到海盐县经济和信息化局拨付的“数字化改造项目”28.42万元和“工业技术改造项目”11.75万元，银行汇款单上的附言分别为“2022年度海盐县企业数字化改造项目奖补”和“2022年度海盐县工业技术改造第二批项目奖补”。

公司根据银行汇款单上的附言认为此类补助属于奖励性质，将其分类为与收益相关的政府补助，并计入了其他收益。

（2）更正上述处理的主要原因

2024年1月业绩预告后，公司管理层重新研读了与上述政府补助相关的拨款文件（盐经信〔2023〕29号、盐经信〔2023〕53号），在文件中规定了拨款用途分别为生产制造方式转型项目（年产350万米无缝墙布建设项目）240万元、数字化改造项目（联翔数字化改造车间）28.42万元、工业技术改造项目（年产36万套定制成品窗帘）11.75万元。

经讨论研究，公司认为上述补助虽未明确列明其补助的对象，但基于实质重于形式的原则进行综合判断，上述补助文件中指明了补助资金所对应的项目，且所对应项目主体为购建资产的，则政府补助应作为与资产相关的政府补助进行会计处理。故对上述政府补助类别应予以调整：

①2023年度生产制造方式转型示范项目财政补助240万元，因应用于年产350万米无缝墙布项目建设支出，需分类为与资产相关的政府补助，同时，由于年产350万米无缝墙布建设项目在2023年末仍处于在建状态，故将此笔政府补助从其他收益转入递延收益。

②数字化改造项目（联翔数字化改造车间）（盐经信〔2023〕53号）28.42万元应分类为与资产相关的政府补助。但联翔数字化改造车间已投入使用，已计提折旧10.05万元应计入其他收益，剩余18.37万元转入递延收益。

③工业技术改造项目（年产36万套定制成品窗帘）11.75万元（盐经信〔2023〕53号）应分类为与资产相关的政府补助。但年产36万套定制成品窗帘项目已有新产品产生，已计提折旧1.31万元应计入其他收益，剩余10.44万元转入递延收益。

2、公司基于对市场判断，2023年8月推出墙布仓库供应链产品体系、11月推出千城千店邻里店销售渠道拓展计划，对即将进入上述渠道的存货未计提跌价准备，需补充计提存货跌价准备776.78万元

（1）前次业绩预告部分存货未计提跌价准备的情况如下：

墙布仓库以整合行业内的优质供应链，通过聚焦构建数字化供应链生态圈，打造互联网+智能仓储模式，扩大选品内容、降低采购成本、缩短供货周期、提高资金使用率，为客户提供个性化定制服务，让终端客户享受优质的服务体验。

公司推出的邻里店位于居民生活区核心地带，不仅仅是零售的场所，也是极佳的体验中心，更为邻里间提供便捷、贴心的服务，以小商圈撬动大流量，提倡小投资、轻运营、快回报的经商逻辑，打造新型邻里社区店。

公司计划通过墙布仓库供应链产品体系和千城千店邻里店销售渠道拓展计划进一步做到渠道下沉，针对领绣渠道非畅销的产品在新的客户里进行销售，因为部分存货即将进入上述渠道的客户，所以公司对上述存货未计提跌价准备。

（2）更正上述处理的主要原因

2024年一季度上述活动尚未达到预期效果，公司认为上述活动落地需要较长时间且具有较大不确定性。经与年审会计师及保荐机构沟通，公司对所有存货尤其是即将进入市场的存货进行重新考量，无论是否即将推向市场，公司都应该按照一贯的会计政策和会计估计计提存货跌价准备，因此公司对存货跌价准备予以了补提。

3、随着评估工作的深入开展，根据评估机构对控股子公司嘉兴裱糊匠生物科技有限公司资产评估测算结果，需补计提商誉减值214.83万元

（1）前次业绩预告未计提商誉减值的情况如下

公司于2022年5月向自然人股东王进收购了嘉兴裱糊匠生物科技有限公司（以下简称裱糊匠生物科技）58%的股权，使其成为子公司，由此产生了504.32万元的商誉。裱糊匠生物科技的主要产品系墙布湿胶和基膜，用于墙布上墙施工。公司收购后，裱糊匠生物科技绝大部分产品均被公司采购，并转销给公司的经销商，以达到更好地服务终端客户的目的。

从公司合并角度来看，裱糊匠生物科技的产品在2023年度的盈利为89.57万元，其中24.55万元确认在裱糊匠生物科技账面，65.02万元确认在公司账面。虽然裱糊匠生物科技单体2023年度形成了43.43万元的亏损，但公司考虑其产品整体是盈利的，因此在2024年1月业绩预告时认为商誉未发生减值。

（2）更正上述处理的主要原因

经与年审会计师、评估师及保荐机构沟通后，公司管理层意识到虽然裱糊匠生物科技产品整体盈利，但其盈利主要还是依赖公司的销售渠道，如果没有公司的销售渠道支持，裱糊匠生物科技自身由于销售规模较小等因素，短时期内仍旧无法产生足够的盈利。后经评估师就商誉减值测试目的的评估后，确认商誉减值214.83万元。

4、本年度业绩预告公告披露后，公司对2023年某客户的销售达成退货协议，并对相关退回产品补充计提存货跌价准备，共影响当期损益745.26万元

（1）前次业绩预告未达成退货协议及未计提存货跌价准备情况

由于2024年1月业绩预告时公司与湖州丝家尚未达成一致退货意见，故未计提相关存货跌价准备，具体情况见本回复“问题1”之“一、（二）”之所述。

（2）更正上述处理的主要原因

公司管理层经过多次讨论，为维护公司品牌声誉，且考虑到湖州丝家有一定的销售渠道，再加上湖州丝家认可公司品牌，以后有望成为公司的经销商。故公司考虑予以退回对方未形成终端销售的全部产品。2024年4月20日双方签订一次性退货协议。

5、公司管理层对全资子公司浙江领绣家居装饰有限公司经营情况全面预测后，对其可弥补亏损的递延所得税资产208.46万元不予确认

（1）前次业绩预告确认递延所得税资产情况如下

领绣家居系公司设立的全资子公司，其主要收入由装修工程及对母公司的房租收入构成。

领绣家居2021-2023年度各年盈利分别为-515.20万元、-62.31万元和91.94万元，截至2023年末累计亏损1,783.46万元。2024年1月业绩预告前，公司管理层根据领绣家居前3年的业绩情况判断领绣家居的业务已经向好，各项工作在正常开展，因此确认了208.46万元的递延所得税资产。

（2）更正上述处理的主要原因

经与年审会计师及保荐机构沟通后，公司管理层又对现有订单及未来订单单独梳理、测算，认为现有订单弥补亏损具有一定的不确定性，出于谨慎性考虑，因此将上述确认的208.46万元递延所得税资产冲回。

（三）相关责任人期间开展的具体工作

1、业绩预告披露前（2023年12月-2024年1月）

序号	主要工作	主要负责人			其他参与人员
		卜晓华	彭小红	唐庆芬	
1	日常经营会	明确12月需要全体人员努力提高业绩，同时也确定全年业绩下滑超过50%的事实	汇报公司1-11月业绩完成情况，12月预计情况，并初步分析业绩下滑的主要原因	明确公司需要进行业绩预告，以及相关预告需要准备的资料	分管销售的负责人以及各业务线的销售主管
2	年报工作布置会议	强调年报工作的重要性	提醒年报工作的重点内容以及各部门需要配合提供的资料时间及具体内容	业绩预告及年报工作的整体时间要求，以及主要披露内容介绍	财务全体人员以及各业务部门负责人
3	年度全面盘点会议	公司资产盘点计划审批	盘点计划详细部署	协调各部门盘点人员	生产制造中心各部门负责人
4	年度报表编制	听取年度财务数据，确定新一年度任务	编制年度报告报表	听取年度财务数据	分管销售的负责人以及各业务线的销售主管
5	业绩预告发布	审批公告文件	复核业绩预告数据	组织编制业绩预告公告文件	审计委员会

2、业绩预告更正前（2024年2月-4月中旬）

序号	主要工作	主要负责人			其他参与人员
		卜晓华	彭小红	唐庆芬	
1	与年审会计师、保荐机构、评估师沟通会	询问年报审计、评估工作及相关事项进展情况	就年审过程中具体需要调整事项进行详细交流讨论	了解年审具体事项的情况，判断是否需要进行业绩预告更正	审计委员会、相关部门主管、财务部门相关负责人
2	与政府部门、监管部门沟通	听取沟通要点	与县经信局、财政局、税务局部门就年审中政府补助事项进行多次沟通	与监管部门就业绩预告更正事项电话、现场沟通	相关业务人员、财务部门相关负责人
3	业绩预告更正决策会	审批业绩预告更正文件	汇报具体需要业绩预告更正的事项	组织编制业绩预告更正公告	独立董事、审计委员会成员、相关业务负责人

（四）公司关于财务报告的内部决策流程及执行情况，相关内部控制是否有效

公司关于财务报告的内部决策流程及执行情况如下表：

序号	年度报告内部决策流程	相关控制	是否执行	执行时间
1	财务部确定年度报告编制方案	召集各部门负责人召开年报工作布置会议，明确各部门需要为年报披露工作而需要提交的资料及时间	是	2023年12月-2024年1月
2	财务部日常核算结账，编制财务报表	各项财务核算制度	是	2024年1月
3	对财务报表进行复核	财务总监对年度财务报表进行复核	是	业绩预告执行时间为：2024年1月；年度财务报告公告执行时间为：2024年4月
4	对会计及审计中重点事项进行复核	与年审会计师、评估师及保荐机构就重点关注事项进行沟通	是	2024年2-4月
5	财务报表的内部汇报及会签	总经理、董秘、各业务部门负责人听取财务总监关于年度财务报表数据的汇报	是	业绩预告执行时间为2024年1月；年度财务报告公告执行时间为2024年4月
6	会议审议（年度报告）、年度财务报告对外发布	业绩预告/业绩预告更正：公司董事长、财务总监、董秘、审计委员会成员对于公告文件进行阅读与审批 年度报告：公司董事会和监事会等对于公告文件进行阅读与审批	是	业绩预告执行时间为2024年1月；业绩预告更正执行时间为2024年2-4月；年度财务报告公告执行时间为2024年4月

由表可见，公司关于财务报告的决策流程设计合理且都得到了执行，财务报告相关内部控制不存在重大的内控缺陷。

年审会计师回复：

年审会计师对上述事项的核查意见详见年审会计师出具的《关于浙江联翔智能家居股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管问询函中有关财务事项的说明》。

问题2：关于经营业绩及收入确认

公司于2022年5月上市，主要从事刺绣工艺墙布的研发产销，上市以来业绩持续下滑。2022年、2023年，公司营业收入分别为2.00亿元、1.56亿元，同比分别下降28.48%、21.73%；净利润分别为0.36亿元、-0.13亿元，同比分别下降45.90%、136.64%；毛利率分别为43.23%、29.26%，分别较前一年度下降5.87个百分点、13.97个百分点。公司业务模式以经销为主，占总收入之比近九成。

请公司：（1）进一步补充说明墙布行业的发展情况、市场规模和空间，公司的市占率，并结合当前市场供需关系、行业竞争格局及上下游情况、主营产品及原材料价格波动趋势，对比同行业可比公司情况，量化分析营业收入及主营产品毛利率自上市以来均持续下行的原因及合理性，说明是否面临主营产品盈利能力弱化风险及拟采取的应对措施；（2）补充披露主要经销商客户的名称、销售产品、销售金额及占比，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非经营性资金往来，分析主要经销商近三年是否发生变化、上市后变化的主要经销商情况、经销商构成是否具有稳定性，并补充列示各期新增和退出经销商的收入占比；（3）结合业绩预告更正涉及的期后退货事项，梳理近三年所有期后退货的情况，并说明前期相应的收入确认是否审慎，是否存在通过向经销商压货提升销售规模的情形；（4）结合与经销商的合作模式、定价机制、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，终端销售情况以及后续退货风险，说明是否与上市前发生变化，经销模式下收入的确认时点的准确性和依据；（5）补充列示报告期内应收账款的月度余额，说明与年报披露“先款后货”的销售模式是否存在差异，并核实应收账款回款对象与客户是否一致，是否涉及第三方回款及其资金来源；（6）结合上述问题，并依照本所《上市公司自律监管指南第2号——业务办理》中关于营业收入扣除的相关规定，全面核实营业收入扣除是否充分、准确、完整，是否存在其他需要予以扣除的收入，是否存在规避退市风险警示的情形。请年审会计师发表意见，请保荐机构对公司业绩真实性发表明确意见。

公司回复：

一、进一步补充说明墙布行业的发展情况、市场规模和空间，公司的市占率，并结合当前市场供需关系、行业竞争格局及上下游情况、主营产品及原材料价格波动趋势，对比同行业可比公司情况，量化分析营业收入及主营产品毛利率自上市以来均持续下行的原因及合理性，说明是否面临主营产品盈利能力弱化风险及拟采取的应对措施

（一）墙布行业的发展情况、市场规模和空间，公司的市占率

1、墙布行业的发展情况

公司所设计生产的墙布是建筑装饰材料的一种，主要用于建筑物室内墙面装饰。墙面装饰的主要目的是保护墙体，增强墙体的坚固性、耐久性，延长墙体的使用年限，改善墙体的使用功能，提高墙体的保温、隔热和隔声能力，增加建筑的艺术效果，美化环境。墙面装饰材料一般可分为墙布、墙纸、乳胶漆、瓷砖、墙板、硅藻泥等。

2020年以前，随着经济持续发展和国民收入增加，人们对于家装的需求也在不断提高。在方便实用的基础上，更加追求艺术性、独特性、环保性，对中高端墙面装饰材料的支付意愿提升。因此，具有较强艺术性、独特性和环保性的墙布产品更加得到大众消费者青睐，墙布行业规模也随之快速增长。

2021年以来，受房地产市场波动、经济发展压力加大等多重因素冲击，我国墙布行业规模出现收缩。同时，在经济发展承压的背景下，部分消费者倾向选择乳胶漆等价格更加实惠的墙面产品，对墙布产品的市场持续渗透带来一定阻力。

2024年以来，国家陆续推出各项促进房地产市场平稳健康发展的政策，在房住不炒的前提下，房地产市场有望迎来稳步增长。未来几年刚性及改善性住房需求有望释放，叠加存量改造需求以及产品在墙面装饰领域的渗透率逐步提升，墙布行业有望在企稳后迎来进一步发展。整体来看作为配套产业之一的墙布行业仍处于成长期。

墙布制造企业数量众多，行业集中度较低，多数企业规模依然偏小。在经济增长承压，消费降级的环境下，大量企业主要聚焦于产品的低价推广，而忽视产品设计、质量控制等方面，造成了市场竞争混乱、质量良莠不齐。未来在我国人民的经济水平与购买力不断增长，对墙面装饰材料要求不断提高背景下，头部企业的产品优势、设计优势、质量优势、服务优势将进一步凸显，行业竞争力将持续提升。

2、市场规模和空间

根据中国室内装饰协会统计数据，2020年我国墙布产量为14.63亿平方米，销量为11.87亿平方米，自