（上接C10版）

经核查我们认为，上述抵债取得的生产性生物资产主要是葡萄树，固定资产是生产性生物资产-葡萄树种植相关的配套设施，后期生产性生物资产生产的农产品，通过对外销售可以为企业带来经济利益，并且评估机构已经对该项资产的价值进行了评估，成本能够可靠计量，因此抵债当时符合资产的确认条件。但该项资产当时正处于诉讼中，相关判决结果尚不明确，我们认为该案件对财务报表可能会产生重大但不具有广泛性的影响，同时无法就该案件对威龙股份财务报表可能产生的影响获取充分、适当的审计证据。

2、针对烟台银行龙口支行主张撤销抵债协议的原因，公司未对诉讼计提预计负债的原因及合理性执行的审计程序。

（1）获取并核查了管理层提供的诉讼资料，对该事项与管理层进行了沟通，了解了当时以生产性生物资产和配套固定资产抵债的背景资料。

（2）与公司的法律顾问进行了沟通，并取得了律师回函，了解了该案件律师的意见。

（3）核查了该事项以物抵债的三方合同、董事会决议、评估报告、及管理层与评估专家讨论纪要等，确认了账务处理的准确性及合理性。

经核查，我们认为以物抵债形成的资产账务处理准确、合理，上述未决诉讼公司未计提预计负债的账务处理，符合企业会计准则的相关规定。

4.关于资产减值。年报显示，公司2023年资产减值损失发生额1.08亿元，其中存货跌价损失及合同履约成本减值损失发生额0.82亿元、固定资产减值损失发生额0.11亿元、生产性生物资产减值损失发生额0.15亿元。公司存货规模从5.08亿元下降至4.35亿元，原材料账面余额从1.01亿元上升至1.15亿元，并计提了0.55亿元的减值准备；公司持有酿酒葡萄树期末账面价值从1.01亿元下降至0.79亿元，公司产线的设计产能为从63,000千升下降至48,000千升，实际产能9,886.78千升。公告显示，2021年-2023年，公司归母净利润分别为-4.14亿元、0.12亿元和-1.55亿元，计提资产减值损失分别为-3.35亿元、-0.15亿元和-1.08亿元。

请公司：（1）按照不同产品，补充披露存货的具体构成，说明原材料、库存商品和在产品的具体内容，说明本年度原材料采购上升又同时计提大额减值准备的原因和合理性；（2）结合市场需求情况，说明生产性生物资产和产线的减值准备计提情况及依据、计提是否充分；（3）结合销售情况、市场供求、相关参数选取和具体测算过程等因素，说明报告期末计提大额减值的原因及合理性，减值时点及金额的合理性，是否存在前期计提不及时、不充分的情形，是否存在通过计提减值准备调节利润的情形，上述资产减值测试的方法及过程，是否符合《企业会计准则》相关规定。请年审会计师明确发表意见。

（1）按照不同产品，补充披露存货的具体构成，说明原材料、库存商品和在产品的具体内容，说明本年度原材料采购上升又同时计提大额减值准备的原因和合理性。

公司回复：

存货的具体构成如下：

单位：人民币万元

原材料	2023年期初余额			2023年期末余额		
	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值
自制蒸馏酒精	7,255.93	3,769.92	3,486.00	8,094.53	5,495.24	2,599.29
包装物	463.51	-	463.51	574.51	-	574.51
生产辅料、五金材料	2,363.68	-	2,363.68	2,522.56	-	2,522.56
销售促销品	-	-	-	302.62	-	302.62
合计	10,083.12	3,769.92	6,313.20	11,494.23	5,495.24	5,998.98

单位：人民币万元

在产品	2023年期初余额			2023年期末余额		
	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值
原酒、配制原酒	46,359.99	8,795.82	37,564.17	41,782.20	14,135.83	27,646.37
未完工在产品	445.03	-	445.03	1,103.38	-	1,103.38
农业生产成本	31.33	-	31.33	807.44	-	807.44
合计	46,836.35	8,795.82	38,040.53	43,693.02	14,135.83	29,557.19

单位：人民币万元

库存商品	2023年期初余额			2023年期末余额		
	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备/合同履约成本减值准备	账面价值
成品葡萄酒	6,141.42	145.95	5,995.47	8,014.35	38.77	7,975.58
农产品	-	-		1.41	-	1.41
销售促销品	429.88	-	429.88	-	-	-
合计	6,571.30	145.95	6,425.35	8,015.76	38.77	7,976.99

通过原材料明细表可以看出，2023年度末原材料-自制蒸馏酒精账面余额增加，同时本年度计提自制蒸馏酒精存货跌价准备，导致年末自制蒸馏酒精账面价值减少。

原材料-自制蒸馏酒精账面余额增加是由于公司葡萄白酒（产品名称：威龙传奇）的市场销售不及预期，2023年度将退库葡萄白酒重新加工蒸馏成自制蒸馏酒精所致。

本年度继续计提自制蒸馏酒精减值的原因：新的经营管理层在深入了解调研烈酒市场后，根据海关总署官网数据显示，白兰地进口量及进口额呈增长态势，经综合测评公司现有库存葡萄蒸馏酒精品质及生产工艺水平，可用于研发和生产覆盖各价位层次的白兰地产品，预计全价格品类的产品在白兰地市场中可具有一定的竞争力。因此，在2023年12月份的经营会上，经过审慎决策，决定成立白兰地事业部，为了实现迅速抢占领白兰地市场份额的目标，扩大白兰地产品品类，丰富价格体系，并大力拓展白兰地市场。鉴于此，公司生产技术质量科对自制葡萄蒸馏酒精进行全面梳理，财务部门根据调整后的白兰地生产销售战略，按照生产销售不同价位层次的白兰地产品，对2023年生产及以前年度库存的自制蒸馏酒精进行减值测试，2023年度计提存货跌价准备1,388.31万元。

（2）结合市场需求情况，说明生产性生物资产和产线的减值准备计提情况及依据、计提是否充分。

公司回复：

甘肃减值资产情况如下：

单位：人民币元

	2023年末				
资产项目	资产原值	累计折旧/摊销	以前年度已提减值	2023年资产减值准备	资产账面价值
甘肃未成熟梨树	22,992,106.85	0	6,573,530.59	15,493,231.24	925,345.02
甘肃公租房	11,270,982.82	133,842.81	0	11,137,140.01	0

公司主业是葡萄酒的生产与销售，而梨树种植业务与公司主业无实质性关联。2023年公司将梨树地块整体对外出租。为确保财务稳健，公司采用未来收益法对梨树地块进行减值测算，该梨树2018年定植，2023年达产成熟，目前开始进入盛果期，梨树盛果期约15-20年，公司根据谨慎性原则，结合甘肃地理位置因素选择10年盛果期，考虑梨树地块整体对外出租，采用地块租赁净收益作为测算参数，按8%折现率进行折现现值计算，对甘肃梨树生产性生物资产计提减值准备1,549.32万元；

甘肃公租房建设在甘肃武威葡萄园基地内，建设最初目的用于对外租赁，供葡萄园员工、零工以及承包户居住。2023年之前因未取得产权证且未达到竣工使用条件，加之公租房有政府补助，建设成本较低，公司认为不存在减值迹象。2023年10月获取产权证转入固定资产后，因该公租房位于种植基地内，远离城区，加之房屋基础水电等配套设施不完善使得房屋未达到使用条件，所处地段地广人稀，房屋无法对外出租，长期内无法带来收益价值。根据《资产减值准备管理制度》的规定，公司对该公租房进行减值处理，计提减值准备1,113.71万元。

（3）结合销售情况、市场供求、相关参数选取和具体测算过程等因素，说明报告期末计提大额减值的原因及合理性，减值时点及金额的合理性，是否存在前期计提不及时、不充分的情形，是否存在通过计提减值准备调节利润的情形，上述资产减值测试的方法及过程，是否符合《企业会计准则》相关规定。

公司回复：

公司2023年年度计提各类资产减值准备金额合计约为1.08亿元，本次资产减值具体主体及明细情况如表格所示：

单位：人民币万元

项目		山东龙湖威龙酒庄有限公司	武威市威龙有机葡萄种植有限公司	威龙股份	甘肃苏武庄园葡萄酒业有限公司	Weilong Trading Pty Ltd	
							合计
资产减值损失	原酒	-	-	1,295.12	485.43	5,028.86	6,809.41
	自制蒸馏酒	-	-	1,388.30	-	-	1,388.30
	生物资产梨树	-	1,549.32	-	-	-	1,549.32
	配套公租房	-	1,113.71	-	-	-	1,113.71
合计		0.00	2,663.03	2,683.42	485.43	5,028.86	10,860.74

单位：人民币元

公司	项目	累计已提减值	2023期末账面价值	本期计提减值	本期减值参数	2023期末账面净值
威龙股份	原酒	1,599.66	4,843.75	1,295.12	选取出厂价10元以下的低端或品酒作为可变现净值测算参数，计算出的可变现净值与账面价值比较，确定减值金额	3,548.63
威龙股份	自制蒸馏酒精	3,769.90	3,459.70	1,388.31	根据公司管理层的白兰地销售战略，选取高、中、低三个档次的白兰地出厂价作为可变现净值测算参数，计算出的可变现净值与账面价值比较，确定减值金额	2,071.40
甘肃苏武庄园葡萄酒业有限公司	原酒	850.28	1,238.02	485.43	选取出厂价10元以下的低端或品酒作为可变现净值测算参数，计算出的可变现净值与账面价值比较，确定减值金额	752.59
Weilong Trading Pty Ltd	原酒-澳元	4,638.07	9,139.88	5,026.86	澳洲市场价格作为可变现净值测算参数，计算出的可变现净值与账面价值比较，确定减值金额	4,113.02

公司根据本次减值的品类划分，就本次期末减值的原因分析如下：

（一）资产减值情况

1、国内原酒减值情况：

2023年11月，公司生产技术质量科对库存原酒进行质量鉴定，结果显示部分原酒品质出现下降，口感、色香均无法达到公司中高端葡萄酒的质量指标，不适宜用于中高档酒生产，根据质量鉴定结果，可用于公司生产部分低端产品。同时，当年公司控股股东变更为山东九合云投科技发展有限公司（现更名为星河息壤（浙江）数智科技有限公司），董事会换届选举后，对公司管理层进行了调整，新的经营管理团队在对公司基本情况和葡萄酒市场进行深入了解和调研后发现，受到经济紧缩等因素的影响，葡萄酒市场出现了消费降级的现象。

鉴于此，公司于2023年12月份召开经营会议，会议决定调整产品策略，完善产品价格体系，充实低端产品价格层次，使用此部分原酒开发、生产并销售不同低价位层次的葡萄酒。为谨慎起见，根据对原酒的鉴定结果，重新选定适宜的产成品进行减值测试，并根据测试结果，计提存货跌价准备1,780.55万元。

2、澳洲原酒减值情况：

自2021年3月28日起，国务院关税税则委员会根据商务部的建议作出决定，对原产于澳大利亚的进口相关葡萄酒征收反倾销税，并且在实际操作中对原产于澳大利亚的葡萄原酒也采取了限制措施，造成本公司澳大利亚自产葡萄原酒无法运回国内。鉴于澳大利亚葡萄原酒当地市场饱和程度及供给需求失衡状况，公司在2021年和2022年底分别对澳洲子公司储存的葡萄原酒计提了资产减值准备。

2023年度，澳大利亚葡萄原酒市场供应过剩，当地市场饱和度进一步加剧。因此，鉴于谨慎原则，公司依据《资产减值准备管理制度》对葡萄原酒进行了减值测试，经测算预计计提减值准备5,028.86万元。

3、自制蒸馏酒精减值情况：

公司自制葡萄蒸馏酒精主要用于葡萄白酒（产品名称：威龙传奇）的生产和销售，但是葡萄白酒的市场销售不及预期，新的经营管理层在深入了解调研烈酒市场后，根据海关总署官网数据显示，白兰地进口量及进口额呈增长态势，经综合测评公司现有库存葡萄蒸馏酒精品质及生产工艺水平，可用于研发和生产覆盖各价位层次的白兰地产品，预计全价格品类的产品在白兰地市场中可具有一定的竞争力。因此，在12月份的经营会上，经过审慎决策，决定成立白兰地事业部，为了实现迅速抢占领白兰地市场份额的目标，扩大白兰地产品品类，丰富价格体系，并大力拓展白兰地市场。

鉴于此，公司生产技术质量科对自制葡萄蒸馏酒精进行全面梳理，财务部门根据调整后的白兰地生产销售战略，按照生产销售不同价位层次的白兰地产品，对自制蒸馏酒精进行减值测试，经测算预计计提存货跌价准备1,388.31万元。

4、甘肃梨树和公租房减值情况：

公司主业是葡萄酒的生产与销售，而梨树种植业务与公司主业无实质性关联。2023年公司将梨树地块整体对外出租。为确保财务稳健，公司采用未来收益法对梨树地块进行减值测算，预计减值金额1,549.32万。

甘肃公租房的建设最初用于对外租赁，2023年10月获取产权证转入固定资产后，因该公租房位于种植基地内，远离城区，加之房屋基础水电等配套设施不完善使得房屋未达到使用条件，所处地段地广人稀，房屋无法对外出租，长期内无法带来收益价值。根据《资产减值准备管理制度》的规定，公司将对该公租房进行减值处理，预计减值金额1,113.71万元。

综上，以上各项资产的减值迹象均基于2023年度公司资产现状和公司实际经营策略调整所引起，前期资产减值测试使用的方法及过程符合《企业会计准则》相关规定，计提金额准确、恰当，不存在前期计提不及时、不充分的情形。

根据《企业会计准则》的相关规定，公司在2023年各资产负债表日对公司的存货、固定资产、无形资产及生物性资产进行减值测试，其中：

（1）根据《企业会计准则第1号-存货》第十五条的规定，对使用国内部分品质降级原酒及葡萄蒸馏酒精生产的低价位瓶装葡萄酒及白兰地，预计售价减去生产完工产品预计将发生的各项成本（包括酒瓶、瓶塞、其他包装物、人工费、制造费用）及相关销售费用和税费后的金额作为预计可变现净值，并据以和账面成本进行比较，以确定应计提的存货跌价准备金额；澳大利亚储存的原酒则按照澳洲市场价进行测算；对存在减值迹象的资产，按照准则的规定计提了减值准备。

（2）根据《企业会计准则第8号-资产减值》的规定，对甘肃梨树按照收益法即预估未来现金流折现模型确认该部分资产的可收回金额，并据以与账面价值进行对比，从而确定减值准备计提金额。

（3）根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，配套公租房按照收益法即估计资产未来现金流量现值模型确认该资产的可回收金额，并据以与账面价值进行对比，从而确定减值准备计提金额。

综上，公司认为，上述资产减值测试的方法及过程恰当，计提金额准确、恰当，符合《企业会计准则》的相关规定。

年审会计师回复：

1、针对存货执行的审计程序

（1）对威龙股份有关生产与仓储循环的内部控制制度进行控制测试，评价其设计和运行的有效性，包括了解对存货盘点的重视程度、相关制度、执行情况、存货盘盈盘亏处理以及计提存货跌价准备的流程。

（2）通过与管理层访谈，了解葡萄酒生产行业存货的构成和生产特性，包括但不限于从原材料（酿酒葡萄）收获、破碎发酵、运输及储存、葡萄酒陈酿、成品酒灌装和包装等生产工艺流程及成本费用构成等；分析存货各类项目占比情况及合理性；检查主要供应商信息及合作历史、交易背景、结算周期；选取样本检查采购合同、原材料入库验收、生产领用、产成品入库、库存商品发出、物流运输等环节实物流转单据记账凭证，验证存货发生的真实、完整。

（3）年末对存货实施了监盘程序，其中对存货中所占份额最大，且存货较为集中的葡萄原酒实施全面监盘，对库存商品和主要材料进行了抽盘，在监盘中检查存货的数量、状况等，对冷背残次等存在明显减值迹象的存货予以核实，并形成监盘记录，在此基础上对存货实物记录与财务账面记录进行核对，并对相关存货盘盈盘亏及残次和破损商品的会计处理进行了审核。

（4）结合威龙股份存货发出计价方法，采取抽取方法对所选择的存货样本进行计价测试，确定期末存货结存的单位成本是否正确。

（5）检查公司存货减值政策是否符合企业会计准则规定，对公司计算的存货可变现净值所涉及的重要预测值进行评价，尤其是检查未来销售价格和至完工时发生的成本、销售费用以及相关税金的合理预计等。在此基础上获取公司存货跌价准备计算表，检查是否按照相关会计政策执行，存货跌价准备是否计算正确，对于澳大利亚储存的葡萄原酒的可变现净值取得了当地葡萄酒市场价格的报价资料。

经核查，我们认为公司报告期内存货的减值迹象及减值测试结果符合企业会计准则的相关规定，减值测试方法，计提金额恰当，原材料采购上升及本期计提大额减值准备合理恰当。

2、针对固定资产执行的核查程序

（1）了解和评价了与固定资产减值相关的内控控制设计和运行的有效性。

（2）取得了固定资产明细，对固定资产实施了监盘程序，重点查看了固定资产现状和使用情况。

（3）获取了管理层及其委托的评估机构出具的评估报告，复核了报告中现金流量预测时采用的基本假设及重要参数，评价其合理性；评价了评估机构的独立性和专业胜任能力，与评估师就标的固定资产减值测试采用的评估方法和选取的关键参数的合理性进行了沟通。

（4）检查与固定资产减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，我们认为公司报告期固定资产减值测试和计提结果符合企业会计准则的相关规定，减值测试方法及各项参数的选取合理，计提金额恰当，不存在前期计提不及时、不充分和在通过计提减值准备调节利润的情形。

3、针对生产性生物资产执行的核查程序

（1）了解、评价和测试了与生产性生物资产减值相关的内部控制设计和运行的有效性。

（2）检查了生产性生物资产减值或报废的相关原始凭证，核实了减值事项是否经过适当的审批、金额是否正确。

（3）向管理层了解减值或报废的原因，获取了管理层及其委托的评估机构出具的评估报告，复核了报告中现金流量预测时采用的基本假设及重要参数，评价其合理性；评价了评估机构的独立性和专业胜任能力，与评估师就标的生产性生物资产减值测试采用的评估方法和选取的关键参数的合理性进行了沟通。

（4）获取了生产性生物资产明细，对生物资产实施了监盘程序，查看了生物资产的生长情况。

（5）检查与生产性生物资产减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，我们认为公司报告期生产性生物资产减值测试和计提结果符合企业会计准则的相关规定，减值测试方法和各项重要参数的选取合理，计提金额恰当，不存在前期计提不及时、不充分和在通过计提减值准备调节利润的情形。

5.关于收入和经销。年报显示，2023年公司实现主营业务收入约3.67亿元，同比下降22.54%。公司销售以经销商为主，占比达到94.01%，本期销售费用1.02亿元，同比上升13.27%，其中促销费用0.27亿元。公司在浙江地区的销售收入占营业收入比重约78%。2024年第一季度，公司实现营业收入1.36亿元，同比上升114.89%，分产品来看，高端酒收入0.1亿元，同比增长1249%，净利润为0.18亿元，同比上升206.01%。

请公司：（1）补充披露促销费用的主要内容，与收入变动是否匹配，结合客户拓展模式、产品定价方式、成本控制手段等因素补充说明销售费用与营业收入变动方向不一致的原因；（2）补充披露直销和经销模式下，对应收入确认的具体政策及时点，在销售价格、物流、折让机制、退货机制、售后服务、交易结算等方面的异同，报告期内是否存在销售返利及具体情况、会计处理，经销模式对应产品的最终去向，是否均已实现最终销售；（3）结合原材料主要产地、生产加工渠道、客户拓展、运输成本承担等，补充说明产品集中在浙江销售的原因，向其他区域拓展是否存在障碍；（4）2024年一季度高端酒收入大幅增长的原因及合理性，并进一步说明一季度业绩大幅上升的主要原因。

请年审会计师发表意见，并说明针对公司经销业务开展的核查程序，针对经销商的核查比例。

（1）补充披露促销费用的主要内容，与收入变动是否匹配，结合客户拓展模式、产品定价方式、成本控制手段等因素补充说明销售费用与营业收入变动方向不一致的原因。

公司回复：

公司报告期内促销费用与营业收入情况如下：

单位：人民币万元

项目	2023年度	2022年度	2021年度
促销费用	2,713.52	2,758.66	4,387.69
营业收入	38,483.23	49,883.88	47,398.84
销售费用占营业收入的比例(%)	26.55	18.08	23.44

公司报告期内销售费用-促销费用明细情况如下表：

单位：人民币万元

项目	2023年度发生额	2022年度发生额	变动比例
市场推广费	1,331.00	1,173.74	13.40%
劳务费	1,349.32	1,515.14	-10.94%
其他	33.20	69.78	-52.42%
促销费用合计	2,713.52	2,758.66	-1.64%

公司促销费用主要包括开展促销活动费用、市场推广费用、市场推广性质的品尝酒、劳务费等。

2022年公司实行开源节流，监察部严格审核费用使用情况，控制和减少无效促销费用投入，考核销售的同时，考核费用落实情况，使费用投入与销售业绩挂钩，从而2022年促销费用比2021年减少1,629万元。

2023年公司继续实行开源节流，监察部严格审核费用使用情况，控制和减少无效促销费用投入，考核销售的同时，考核费用落实情况，使费用投入与销售业绩挂钩。但随着2023年疫情放开，公司增加回厂游频次，导致市场推广费较上年同期增加200多万元。

单位：人民币万元

销售费用项目	2023年度	2022年度	变动金额
固定费用：			
职工薪酬	4,240.06	3,601.34	638.72
广告宣传费	1,050.53	1,376.72	-326.19
租赁费	897.68	399.46	498.21
办公费	644.13	337.51	306.62
差旅费	82.52	192.63	-110.11
业务招待费	182.46	121.25	61.21
折旧费	26.45	3.65	22.80
车辆费用	198.63	190.23	8.40
其他杂费	181.10	38.32	142.78
小计	7,503.55	6,261.11	1,242.44
变动费用：			
促销费	2,713.52	2,758.66	-45.14
小计	2,713.52	2,758.66	-45.14
合计	10,217.07	9,019.76	1,197.30

公司一直采用经销与直销相结合的客户拓展模式，产品定价方式延续以往年度的方式保持不变；销售费用分为固定费用和变动费用两种，其中固定费用与收入变动没有直接关系，本期销售费用增加主要是固定费用中的职工薪酬、办公费、租赁费增加所致；其中，办公费增加主要系新管理层为加强公司管理，购置外勤考勤定位设备及定制员工工装所致；租赁费增加主要系驻外销售人员租赁房屋所致；可见增加的销售费用主要是固定费用产生的，与销售收入变动无关。

2023年度经销商前五大客户收入情况：
单位：人民币万元

客户名称	金额	占销售收入比例
宁波市卢威酒业有限公司	3,263.16	8.48%
宁波市中睿酒业有限公司	2,725.43	7.08%
嘉兴鲁威食品科技有限公司	1,786.19	4.64%
台州市兄弟酒业有限公司	1,511.32	3.93%
宁波市甬奕酒业有限公司	1,462.31	3.80%
合计	10,748.41	27.93%

2023年度直销前五大客户收入情况：

单位：人民币万元

客户名称	金额	占销售收入比例
支付宝（中国）网络技术有限公司	401.68	1.04%
杭州富能食品有限公司	277.58	0.72%
江苏京东信息技术有限公司	245.75	0.64%
零售	196.94	0.51%
浙江世纪联华物流配送有限公司	178.27	0.46%
合计	1,300.22	3.38%

单位：人民币万元

日期	销售收入	说明
2022年1月	8,444.00	2022年春节在2022年2月初
2022年12月	10,674.00	
2023年1月	3,228.00	2023年春节在2023年1月中下旬
2023年12月	5,690.00	
2024年1月	8,470.00	2024年春节在2024年2月中上旬

由于2022年春节在2月初，经销商春节备货期为2022年1月份；2023年春节在1月份，经销商春节备货期为2022年12月份，而2024年春节在2月10日，经销商春节备货期为2024年1月份，使得2022年1月较2023年1月的销售额多5200万元且2022年12月较2023年12月的销售额多4900万元；使得2023年的营业收入同比减少，销售费用与营业收入变动存在一定差异，公司不存在突击销售的情况。

（2）补充披露直销和经销模式下，对应收入确认的具体政策及时点，在销售价格、物流、折让机制、退货机制、售后服务、交易结算等方面的异同，报告期内是否存在销售返利及具体情况、会计处理，经销模式对应产品的最终去向，是否均已实现最终销售。

公司回复：

经销商收入确认：根据公司与经销商签订的协议，对于销售的葡萄酒除非质量问题外，否则不能给与退货，结合相关合同条款，我们认定货物经客户签收后转移，因此在商品签收后确认产品销售收入。

直销模式收入确认：其一商超客户根据公司与客户签订的供销协议，根据对方的采购订单发货，由公司自身或专业物流公司将货物送到指定地点，经双方认可按月或者按批次对账确认发货数量与金额后，公司开具发票并确认产品销售收入；其二，零售及电商客户，根据客户的采购订单发货，由公司自身或专业物流公司将货物送到指定地点，签收后，公司开具发票并确认产品销售收入。

直销和经销模式在销售价格、物流、折让机制、退货机制、售后服务、交易结算等方面的异同：

1.销售价格：经销商模式中，企业产品销售权交给经销商，并制定严格规范的、不同渠道的、各个销售环节的产品价格体系，含经销商的购进价格，建议分销销售价格，零售价格等多个环节。企业则扮演更多的是产品供应商的角色。而直营模式中，企业直接控制销售渠道，减少中间环节，直接按适当的零售价格销售。

2.物流：经销商模式中，企业按约定与经销商签订合作协议，企业发货至经销商仓库，由经销商供货给协议约定的渠道及区域。企业通常只承担供货给经销商物流运输，经销商对下一级分销或其他渠道的物流则由经销商自己承担。而直销模式中，企业按合作协议约定直接发货给客户。

3.退货机制：经销商模式中，按合同约定如企业产品出现质量问题，可由企业负责召回，除产品质量问题外的其他原因，一般情况下企业不退货，因退货产生费用可由企业与经销商协商解决。直营模式中，可以与消费者或直营客户协商退货。

4.售后服务：经销商模式中，经销商代表企业与消费者进行交互，他们的销售能力和服务质量直接影响到企业的品牌形象。而直营模式中，企业可以更好地控制销售环节，提供一致的品牌体验。

5.交易结算：经销商模式中，企业对合作时间较久、信用较好的经销商提供适当账期，除此之外，实行先款后货的结算方式。直营模式中，企业一般无账期，直接进行销售结算。

销售折扣政策具体情况如下：公司制定总体的价格体系，对于某些产品销售时给予一定市场支持，产生的随量费用可以在后续发货时核销使用；财务通过票折方式进行会计处理，对于递延到下一年度兑现的返利部分，调减销售收入，同时增加其他流动负债。上期已计提的返利部分在后期兑现时，冲回已计提的其他流动负债。会计分录：（1）随量费用使用时，借：主营业务收入 贷：应收账款（直接开票时票折抵扣）；（2）递延到下一年度的返利，借：主营业务收入 贷：其他流动负债（递延到下一年度的返利按照权责发生制还是体现在本年度收入抵减中）；（3）递延到下一年度的返利在下一年度兑现时，借：其他流动负债 贷：主营业务收入。

经销模式对应产品最终销售给消费者，经销商所购货品最终均已实现对外销售。

（3）结合原材料主要产地、生产加工渠道、客户拓展、运输成本承担等，补充说明产品集中在浙江销售的原因，向其他区域拓展是否存在障碍。

公司回复：

公司2023年度区域收入情况如下表：

单位：人民币万元

区域名称	金额	占销售收入比例
浙江销售区	28,550.12	77.87%
上海销售区	2,141.39	5.84%
南方销售区	2,381.53	6.49%
北方销售区	3,237.91	8.83%
西北销售区	357.24	0.97%
合计	36,668.19	100.00%

公司2022年度区域收入情况如下表：

单位：人民币万元

区域名称	金额	占销售收入比例
浙江销售区	35,495.03	74.98%
上海销售区	3,600.18	7.61%
南方销售区	3,605.31	7.62%
北方销售区	4,039.11	8.53%
西北销售区	596.11	1.26%
合计	47,335.74	100.00%

公司2021年度区域收入情况如下表：

单位：人民币万元

区域名称	金额	占销售收入比例
浙江销售区	32,990.89	73.80%
上海销售区	3,539.73	7.92%
南方销售区	3,159.03	7.07%
北方销售区	4,328.50	9.68%
西北销售区	686.50	1.53%
合计	44,704.65	100.00%

“三分工艺，七分原料”，虽然公司生产罐装基地在烟台龙口总部，公司原材料的选址是该地能够生长出优质的葡萄，只有优质的葡萄才能酿造出高品质的葡萄酒。经过考察，公司选定了有“中国葡萄酒城”称号的甘肃武威产区约7000亩葡萄园，就近建有甘肃武威庄园葡萄酒厂；澳洲墨累达令产区约6000余亩葡萄园，就近建有澳洲酒厂；烟台龙湖千余亩葡萄园；在新疆与兵团合作的葡萄园，就近建有霍尔果斯威龙酒厂。和国产头部葡萄酒厂类似，公司的种植、生产和销售并不在同一区域，因葡萄酒销售在国内仍处于高消费，因此消费群体大都集中在沿海经济比较发达的省份，诸如国产头部品牌消费集中在华东、华南、华中、华北区域，公司的销售区域亦集中在华东区域，因华东地区经济发达，消费能力强，公司自成立之初，中国葡萄酒正处于萌芽时期，公司便决定集中人力、财力全力攻占华东地区，尤其是浙江省，并在浙江专门成立了销售公司。经过多年努力，公司在浙江省建立了稳定的销售渠道，与经销商已建立了紧密的合作伙伴关系，销售渠道已扁平到浙江省的各县市，为公司发展提供了强有力的支撑。

与往年相比，报告期内，公司浙江区域销售收入合计占营收总额比例相对稳定。公司2023年度、2022年度、2021年度浙江地区的销售收入占营收总额比例分别为77.87%、74.98%、73.8%，公司2023年度共有446个经销商，其中浙江地区共有178个经销商，占经销商比例40%，其他区域的经销商占比为60%，公司浙江区域经销商数量虽多，但也同时向其他区域不断拓展新客户。

（4）2024年一季度高端酒收入大幅增长的原因及合理性，并进一步说明一季度业绩大幅上升的主要原因。

公司回复：

由于2024年春节在2月10日，经销商春节备货处于2024年1月份，2024年1月较2023年1月的销售额多5200万元；使得2024年一季度中、高、低端酒业绩均大幅上升。

为了打造威龙有机中高端的品牌形象，2024年度公司销售部门采取了一系列推广手段，包括举办巅峰酒会、回厂游、品鉴会、小品会等活动，大力推广中高端酒销售，使得2024年一季度高端酒收入大幅增长。

单位：人民币万元

产品档次	2024年1—3月销售收入	2023年1—3月销售收入	增减变动幅度(%)
低端	9,069.14	4,840.25	87.37
中端	3,181.26	916.95	246.94
高端	1,026.26	76.10	1,248.57
合计	13,276.66	5,833.30	127.60

本公司按产品的价位段划分产品档次。出厂价单瓶酒50元以下（瓶含本数）为低端酒；单瓶酒50元以上、100元以下（不含本数）为中端酒；单瓶酒100元以上为高端酒。

年审会计师回复：

1、针对销售费用执行的审计程序

（1）与管理层进行了沟通，了解了公司执行的促销费用审批制度和对费用的管控情况及费用变动的主要原因。

（2）获取了公司销售明细账，对销售费用-促销费、广告宣传费、市场推广费、租赁费、办公费进行了重点核查，并实施分析程序与公司历史同期数据及同行业数据进行了对比，同时计算分析各个月份销售费用总额及主要项目金额占主营业务收入的比率，并与上一年度进行比较，判断变动的合理性，计算分析各个月份销售费用中主要项目发生额及占销售费用总额的比率，并与上一年度进行比较，判断其变动的合理性。

（3）对本期发生的销售费用实施了抽样核查程序，检查了原始凭证及后附的支持性文件等，重点核查了公司开展促销活动费用、回厂游费用、市场推广费用、市场推广性质的品尝酒、劳务费等，执行了截止测试程序。

经核查，我们认为公司报告期内销售费用计账真实、准确、完整，与营业收入变动方向不一致符合公司实际情况，具有合理性。

2A、针对收入确认的具体政策及时点实施的审计程序

（1）我们对威龙股份的销售与收款内部控制循环进行了解和执行了穿行测试，并对发货到客户签收及收入确认等重要的控制点执行了控制测试，评价其设计和运行的有效性。

（2）针对销售收入真实性的检查，实施收入细节性测试审计程序，包括但不限于：检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、客户订单、发货单、销售发票、签收单等；结合对应收账款的审计，对客户抽样函证其销售额及余额，并对应收账款客户抽样测试其回款情况。

（3）通过对销售合同、客户订单、发货单和客户签收单的检查，评价威龙股份收入确认时点是否符合企业会计准则规定，并复核相关会计政策是否得到一贯执行。

（4）检查主要客户的工商资料信息，对主要客户进行现场走访并核实与公司的业务合作情况、交易情况及关联方关系等，2023年度审计我们对16家主要经销商（多家经销商一个实控人的实质计算为一家）进行了实地走访，了解了经销商公司的规模、主要销售区域及其进一步的销售情况、与威龙股份公司的业务合作时间、业务合作模式、交易定价、结算模式等事项，取得了公司相关资质及经经销商确认的访谈记录，实地走访经销商销售额占当期营业收入的53.06%。

（5）针对公司通过经销商销售，销售收入占总收入的比例较高的特点，执行资产负债表日前后销售收入的截止性测试，核对收入确认相关单据的时间节点，评估销售收入是否在恰当的期间确认，同时核对主要客户的期后购货和是否存在大额退货情况，检查了2024年1-3月份销售明细，与上年同期进行了对比，分析期后销售变动的原因、结合客户的业务模式、结算方式核查是否相匹配，并分析变动原因；检查存货出入库记录，关注是否有退货入库情况等，确认是否存在资产负债表日突击销售的情况。

（6）针对公司对经销商的销售折扣，检查了有关销售折扣政策和折扣台账，检查了主要客户折扣的计提、使用和结存情况，对于发票内折扣的使用，检查了相关发票，并对相销售费用进行了细节及截止测试。

经核查，我们认为威龙股份公司销售收入确认政策合理，分类准确，核算真实、准确、规范，相关销售返利计算准确、完整。

2B、报告期内经销模式对应产品的最终去向，是否均已实现最终销售执行的主要核查手段。

（1）针对经销商是否实现最终销售情况，我们核查了主要经销商本期及期后是否存在大额退货情况，检查了2023全年及2024年1-3月份销售明细，分别与上年同期进行了对比，分析期后销售变动的原因、结合客户的业务模式、结算方式核查是否相匹配