



## 公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

中国，江苏，无锡  
总机：86（510）68798988  
传真：86（510）68567788  
电子信箱：mail@gztycpa.cn

Wuxi, Jiangsu, China  
Tel: 86（510）68798988  
Fax: 86（510）68567788  
E-mail: mail@gztycpa.cn

---

### 公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

## 关于上海证券交易所《关于江苏红豆实业股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》的回复

### 上海证券交易所上市公司管理一部：

根据贵所《关于江苏红豆实业股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（“上证公函【2026】0904 号，以下简称《问询函》”）的要求，我们以对江苏红豆实业股份有限公司（以下简称“红豆股份”或“公司”）相关财务报表执行的审计工作为依据，对问询函中需要本所回复的相关问题进行了核查，现将核查情况说明如下：

在本回复中，若合计数与各分项数值相加之和或相乘在尾数上存在差异，均为四舍五入所致。

1、关于审计报告强调事项段。年报显示，公司 2025 年财务报告审计意见为带强调事项段的无保留意见，强调事项系截至报告期末，公司货币资金中存放财务公司款项余额为 2.94 亿元。公司在集团财务公司大额存款但无贷款，同时向外部金融机构大额贷款，2025 年末短期借款和长期借款余额分别为 3.74 亿元和 1.2 亿元。请公司：（1）补充披露报告期内公司在集团财务公司存款情况，包括月度发生额、日均余额、利率、利息收入、存款期限及到期支取情况；（2）补充披露集团财务公司是否符合《企业集团财务公司管理办法》相关规定的监管指标要求；结合其资产负债情况、资金状况、各类业务的风险情况等，评估并说明集团财务公司的合规经营情况和风险状况，风险管理是否存在重大缺陷，以及公司存款的安全性和可收回性，存款是否存在支取受限或到期无法足额赎回的风险，是否存在潜在的合同安排或限

制性用途；（3）结合财务公司存贷款利率与商业银行对比情况，说明在集团财务公司大额存款但无贷款，同时向外部金融机构大额贷款的原因及合理性，是否损害公司及中小股东利益；（4）结合公司在集团财务公司存贷款情况，说明公司资金使用及管理是否存在潜在风险及原因，公司在集团财务公司的存款是否存在被控股股东或其他方实际使用等变相占用上市公司资金的情形。请独立董事对问题（3）（4）发表意见，请年审会计师说明对公司货币资金和集团财务公司存放资金执行的具体审计程序，并发表意见。

公司回复：

一、补充披露报告期内公司在集团财务公司存款情况，包括月度发生额、日均余额、利率、利息收入、存款期限及到期支取情况；

报告期内，公司在红豆集团财务有限公司（以下简称财务公司）存款的月度发生额、期末余额、日均余额、利息收入情况如下：

单位：万元

月度	期初余额	本期增加 (本期存入)	本期减少 (本期支取)	期末余额	日均余额	利息收入
2025年1月	74,188.03	79,612.07	79,720.99	74,079.12	74,166.28	5.78
2025年2月	74,079.12	7,054.70	7,018.64	74,115.17	74,124.24	40.83
2025年3月	74,115.17	21,715.76	21,590.50	74,240.44	74,120.69	125.26
2025年4月	74,240.44	111,779.64	111,716.13	74,303.95	74,004.87	74.70
2025年5月	74,303.95	1.03	1.03	74,303.95	74,066.27	-
2025年6月	74,303.95	38,166.57	38,001.53	74,468.99	74,111.94	165.05
2025年7月	74,468.99	70,000.17	70,000.17	74,468.99	74,164.15	-
2025年8月	74,468.99	-	-	74,468.99	74,203.04	-
2025年9月	74,468.99	170,097.56	170,006.36	74,560.20	74,235.63	97.56
2025年10月	74,560.20	70,000.00	70,000.00	74,560.20	74,268.72	-
2025年11月	74,560.20	-	-	74,560.20	74,294.90	-
2025年12月	74,560.20	81,813.59	126,996.82	29,376.97	73,997.73	86.03
<b>合计</b>	<b>74,188.03</b>	<b>650,241.11</b>	<b>695,052.17</b>	<b>29,376.97</b>	<b>73,997.73</b>	<b>595.20</b>

报告期内，公司在财务公司的定期存款期限主要为3个月、6个月和24个月，均已到期支取或提前支取并取得相应利息收入。报告期末，公司在财务公司的存款均为活期存款和协定存款，不存在定期存款。

报告期末，财务公司存款产品利率表如下：

存款类型		财务公司
活期		0.40%
协定		0.80%
1 天通知		1.00%
7 天通知		1.55%
定期	3 个月	1.80%
	6 个月	2.00%
	12 个月	1.45%
	24 个月	2.40%
	36 个月	2.60%

二、补充披露集团财务公司是否符合《企业集团财务公司管理办法》相关规定的监管指标要求；结合其资产负债情况、资金状况、各类业务的风险情况等，评估并说明集团财务公司的合规经营情况和风险状况，风险管理是否存在重大缺陷，以及公司存款的安全性和可收回性，存款是否存在支取受限或到期无法足额赎回的风险，是否存在潜在的合同安排或限制性用途；

#### （一）财务公司主要监管指标情况

截至 2025 年 12 月 31 日，财务公司的主要监管指标符合《企业集团财务公司管理办法》相关规定要求，具体如下：

序号	项目	标准值	2025 年 12 月 31 日实际值
1	资本充足率	≥10.5%	49.09%
2	流动性比例	≥25%	28.56%
3	集团外负债/资本净额	≤100%	0.00%
4	票据承兑余额/资产总额	≤15%	0.76%
5	(票据承兑+转贴现总额)/资本净额	≤100%	1.52%
6	承兑汇票保证金余额/存款总额	≤10%	0.00%
7	投资总额/资本净额	≤70%	0.00%
8	固定资产净额/资本净额	≤20%	0.02%

此外，截至 2025 年 12 月 31 日，财务公司贷款比为 123.84%，高于 80%；票据承兑余额为同业存放余额的 52.12 倍，高于 3 倍。上述情况主要系：（1）财务公司充分保障存款支取和结算，其中公司和江苏通用科技股份有限公司（以下简称通用股

份)于报告期内分别减少在财务公司存款 4.48 亿元和 6.31 亿元,合计占财务公司报告期初存款余额的 59.75%;(2)财务公司为保障集团成员单位生产经营稳定,逐步收回存量贷款,且根据借款协议约定不能无故抽贷;(3)财务公司于 2025 年 7 月 22 日发生承兑票据逾期 4,400.00 万元,已于 2025 年 12 月 31 日前结清 2,400.00 万元,剩余 2,000.00 万元票据已于 2026 年 1 月 16 日全部结清。财务公司已在监管部门的指导下逐步压降信贷资产,风险整体可控。

## (二) 财务公司资产负债情况、资金状况、各类业务的风险情况

截至 2025 年 12 月 31 日,财务公司资产总计 26.42 亿元,负债合计 6.48 亿元,所有者权益合计 19.94 亿元。其中,吸收存款余额 5.52 亿元,发放贷款余额 25.52 亿元,再贴现余额 0 元。

2025 年度,财务公司吸收存款平均余额 12.92 亿元,发放贷款平均余额 32.60 亿元,存放同业平均余额 0.67 亿元,结算金额 151.69 亿元。

2025 年度,财务公司实现利息净收入 8,257.62 万元,经营利润 380.25 万元,净利润 24.51 万元。

财务公司吸收存款和发放贷款的对象均为红豆集团及其下属成员单位企业。截至 2025 年 12 月 31 日,财务公司吸收存款的主要对象及具体金额如下:

单位:万元

序号	存款客户①	存款余额
1	无锡紫杉药业股份有限公司	22,285.70
2	嘉兴红豆股权投资有限公司	21,052.82
3	江苏红豆实业股份有限公司	6,902.46
4	无锡红豆织造有限公司	1,316.07
5	红豆集团有限公司	1,088.20
6	江苏红豆杉医药科技有限公司	559.48
7	无锡红豆居家服饰有限公司	481.44
8	江苏耀庭培训学院	373.71
9	江苏红豆杉中药饮片有限公司	305.74
10	南国红豆控股有限公司	183.54
合计		54,549.16

注①:存款客户均为单体口径;

②:截至 2025 年 12 月 31 日,红豆股份母公司在财务公司存款余额 6,902.46 万元,公司下属

子公司在财务公司存款余额合计 22,474.50 万元,公司合并口径在财务公司存款余额 29,376.97 万元。

截至 2025 年 12 月 31 日,财务公司发放贷款的全部对象及具体金额如下:

单位:万元

序号	贷款客户①	贷款余额
1	江苏红豆国际发展有限公司	85,654.00
2	鸿缙纺织业(无锡)有限公司	25,585.00
3	红豆集团童装有限公司	24,950.20
4	红豆集团(无锡)太湖服饰有限公司	22,370.00
5	红豆集团无锡红豆童装有限公司	21,751.80
6	无锡红豆家纺销售有限公司	17,728.00
7	无锡泰伯服饰有限公司	15,915.00
8	江苏红豆进出口有限责任公司	14,290.00
9	无锡苏服服饰有限公司	13,940.00
10	无锡爱梦服饰有限公司	12,680.00
11	无锡红豆包装装潢印刷有限公司	9,800.00
12	无锡红豆居家服饰销售有限公司	7,614.00
13	江苏中柬投资发展有限公司	425.62
合计		<b>272,703.62</b>

注①:贷款客户均为单体口径。

### (三) 公司在财务公司存款不存在支取受限或到期无法足额赎回的风险

#### 1、财务公司经营情况正常

红豆集团财务有限公司是经中国人民银行批准设立,由国家金融监督管理总局及其派出机构监管的非银行金融机构,并严格按照《企业集团财务公司管理办法》等相关政策法规开展经营管理。

报告期内,财务公司经营情况正常,主要财务指标和经营数据良好,主要监管指标符合《企业集团财务公司管理办法》的相关规定。

#### 2、公司在财务公司开户以来存款支取和结算正常

报告期内,公司在财务公司的存款为活期存款、协定存款和定期存款,于 2025 年 12 月 31 日均不存在限制性用途。

自公司在财务公司开户以来,无论资金金额大小,结算均不受任何影响,从未发

生过因财务公司的原因造成的结算障碍，公司在财务公司存放的资金可自由支配。

### **3、财务公司已建立较为完善的内部控制与风险控制措施**

财务公司已按照《中华人民共和国公司法》及《红豆集团财务有限公司章程》的规定建立了股东会、董事会、监事会，并对董事、监事、高级管理人员在内部控制中的责、权、利进行了明确规定。财务公司的内部组织结构分为决策机构、执行机构和监督机构三个层次。决策机构包括股东会、董事会；执行机构包括总经理及其领导下的各委员会、各业务部门与职能部门；监督机构包括监事会和稽核部。财务公司法人治理结构健全，管理运作科学规范，建立了分工合理、职责明确、报告关系清晰的组织结构，为风险管理的有效性提供了必要的前提条件。

财务公司将加强内控制度建设、合规经营、防范和化解金融风险放在各项工作的首位，以培养员工具有良好职业道德与专业素质及提高员工的风险防范意识作为基础，通过加强和完善内部稽核、培训教育、考核和激励等全面提升财务公司内部控制体系。

财务公司按照审慎经营的原则，秉持全面覆盖、严防风险的理念，制定了一系列的内部控制制度、应急预案及各项业务的管理办法和操作流程，设立稽核部对财务公司的业务进行监督，并针对存在问题的环节提出解决建议。在董事会下设立独立的风险管理委员会及审计委员会。

### **4、公司已建立较为完善的风险防范措施**

#### **(1) 金融服务协议的履行及风险控制措施**

公司与财务公司在《金融服务协议》中对风险控制措施进行了约定，财务公司确保公司可随时、及时且不受限制地提取款项以满足其资金的灵活需求；可不定期地全额或部分调出在财务公司的存款，以测试和确保相关存款的安全性和流动性。

此外，基于公司业务发展及优化资金存放结构的需要，公司将逐步减少与财务公司的业务往来，并于 2026 年 11 月 30 日之前结清包括存款、贷款等在内的各项业务余额，后续亦不再与财务公司发生关联交易。具体内容详见公司于 2026 年 5 月 20 日在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）披露的《江苏红豆实业股份有限公司关于与红豆集团财务有限公司续签<金融服务协议>暨关联交易的补充公告》（公告编号：临 2026-033）。

## **(2) 对财务公司的持续风险评估**

截至 2025 年 12 月 31 日，财务公司贷款比为 123.84%，高于 80%；票据承兑余额为同业存放余额的 52.12 倍，高于 3 倍。上述情况主要系：（1）财务公司充分保障存款支取和结算，其中公司和通用股份于报告期内分别减少在财务公司存款 4.48 亿元和 6.31 亿元，合计占财务公司报告期初存款余额的 59.75%；（2）财务公司为保障集团成员单位生产经营稳定，逐步收回存量贷款，且根据借款协议约定不能无故抽贷；（3）财务公司于 2025 年 7 月 22 日发生承兑票据逾期 4,400.00 万元，已于 2025 年 12 月 31 日前结清 2,400.00 万元，剩余 2,000.00 万元票据已于 2026 年 1 月 16 日全部结清。财务公司已在监管部门的指导下逐步压降信贷资产，风险整体可控。

公司根据《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易》的要求，对财务公司的经营资质、业务和风险状况进行了持续评估，并出具了《江苏红豆实业股份有限公司关于对红豆集团财务有限公司风险持续评估的报告》，认为①财务公司具有合法有效的《金融许可证》《营业执照》，建立了完善的内部控制制度并有效执行，可较好地控制风险；②财务公司严格按照《企业集团财务公司管理办法》规定进行经营；③截至 2025 年 12 月 31 日止，未发现财务公司与财务报表相关的资金、信贷、投资、稽核、信息管理等风险控制体系存在重大缺陷，公司与财务公司之间发生的关联存贷款等金融业务风险可控。

## **(3) 制定了风险处置预案**

为有效防范、及时控制和化解公司及其子公司在财务公司存贷款业务的资金风险，维护资金安全，公司已制定了《江苏红豆实业股份有限公司关于在红豆集团财务有限公司开展存贷款业务的风险处置预案》，明确了公司风险处置组织机构及职责等内容。公司成立存贷款风险处置领导小组，由公司董事长任组长，为小组风险处置第一责任人，由公司总经理、财务总监任副组长，财务部为领导小组日常工作部门。领导小组负责组织开展存贷款风险的防范和处置工作。

## **5、控股股东及实际控制人已出具保障公司资金安全的承诺**

公司控股股东及实际控制人出具了《关于保障江苏红豆实业股份有限公司资金安全的承诺》，具体内容详见公司于 2023 年 6 月 22 日在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）披露的《江苏红豆实业股份有限公司关于江苏红豆实业股份有限

公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》。

综上，公司在财务公司存款不存在支取受限或到期无法足额赎回的风险。

#### （四）公司在财务公司的存款限制性用途及潜在合同安排情况

截至 2025 年 12 月 31 日，公司在财务公司的存款为活期存款、协定存款和定期存款，不存在限制性用途的货币资金情况，亦不存在潜在的合同安排。

三、结合财务公司存贷款利率与商业银行对比情况，说明在集团财务公司大额存款但无贷款，同时向外部金融机构大额贷款的原因及合理性，是否损害公司及中小股东利益；

##### （一）财务公司与商业银行存贷款利率对比情况

根据公司与财务公司签订的《金融服务协议》，公司在财务公司的存款利率按照中国人民银行公布的同期同种类存款服务的基准利率执行，应不低于公司在其他国内金融机构取得的同期同种类最高存款利率，同时不低于财务公司吸收集团各成员单位同种类存款所定的最高利率。

##### 1、财务公司与商业银行存款利率比较

截至 2025 年 12 月 31 日，财务公司及主要商业银行的存款产品利率水平对比表如下：

分类	建设银行	农业银行	中国银行	工商银行	浦发银行	江苏银行	交通银行	财务公司
活期	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%	0.05%	0.10%	0.05%	0.40%
协定	0.10%①	0.10%	0.10%①	0.10%①	0.10%①	0.10%①	0.10%①	0.80%
1 天通知	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.30%	0.10%	1.00%
7 天通知	0.30%	0.30%②	0.30%	0.30%	0.30%②	0.40%②	0.30%②	1.55%
定期	3 个月	0.65%	0.65%	0.65%	0.70%	0.70%	0.65%	1.80%
	6 个月	0.85%	0.85%	0.85%	0.95%	0.95%	0.85%	2.00%
	12 个月	0.95%	0.95%	0.95%	1.15%	1.05%	0.95%	1.45%
	24 个月	1.05%	1.05%	1.05%	1.20%	1.25%	1.05%	2.40%
	36 个月	1.25%	1.25%	1.25%	1.25%	1.30%	1.45%	1.25%

注：①公司存放在建设银行、中国银行、工商银行、浦发银行、江苏银行、交通银行的协定存款实际执行的利率分别为 0.35%、0.35%、0.35%、0.45%、0.53%、0.45%，亦低于公司存放在财务公司的协定存款实际执行利率 0.80%。

②公司存放在农业银行、浦发银行、江苏银行、交通银行的 7 天通知存款实际执行的利率分别为 0.90%、0.75%、0.83%、0.75%，亦低于公司存放在财务公司的 7 天通知存款实际执行利率

1.55%。

## 2、财务公司与商业银行贷款利率比较

截至 2025 年 12 月 31 日，公司在财务公司及主要商业银行的贷款产品利率水平对比表如下：

分类	农业银行	中国银行	工商银行	农业发展 银行	交通银行	建设银行	江苏银行	财务公司
一年期	3.05% 3.00%	3.75%	3.40% 3.10% 3.00%	3.35%	4.35% 3.95%	-	3.10% 3.00%	-
三年期	-	-	-	-	-	3.50% 3.05%	-	-

注：报告期内，公司未在财务公司贷款。

### （二）公司在财务公司大额存款的原因及合理性

根据公司与财务公司签订的《金融服务协议》，公司在财务公司的存款利率按照中国人民银行公布的同期同种类存款服务的基准利率执行，应不低于公司在其他国内金融机构取得的同期同种类最高存款利率，同时不低于财务公司吸收集团各成员单位同种类存款所定的最高利率。

公司在财务公司的存款规模符合公司的战略规划，公司的货币资金需服务于公司营运资金周转以及项目建设的需求，同时结合前述存款利率部分分析，公司在财务公司的存款利率在同等条件下优于在外部商业银行的存款利率，且优势明显。因此，公司根据相关决议及《金融服务协议》在财务公司进行资金存放，既优化了公司资金的收益水平，亦符合相关法律法规的规定，具备必要性和合理性。

### （三）公司在财务公司无贷款，向外部金融机构大额贷款的原因及合理性

报告期末，公司贷款余额情况如下：

单位：万元

项目	金额
抵押加保证借款	25,900.00
保证借款	21,500.00
供应链融资	2,000.00
<b>合计</b>	<b>49,400.00</b>

报告期末，公司向外部金融机构贷款余额为 49,400.00 万元，主要为日常经营周转所需的流动资金借款、供应链融资等。

报告期内，公司资金需求主要包括日常经营周转所需最低货币资金保有量、直营

店装修及道具资金需求、股票回购资金需求等。具体如下：

### 1、最低货币资金保有量

最低货币资金保有量代表公司保证正常运营所需最低的资金规模；最低货币资金保有量按照主要的成本费用项目（包含营业成本、税金及附加、管理费用、营业费用、研发费用、财务费用等），扣除无需现金支付的费用（折旧、摊销），作为全年的付现成本费用，从而得到单月所需的付现成本费用；再根据维持正常运营所需的付现成本费用月数，测算最低货币资金保有量。具体测算如下：

#### （1）计算同行业可比公司付现成本费用和货币资金保有情况

付现成本费用为企业主要的成本费用项目（包含营业成本、税金及附加、管理费用、营业费用、研发费用、财务费用等），扣除无需现金支付的费用（折旧、摊销）。通过计算同行业可比公司全部货币资金覆盖付现成本费用的月数，可以作为公司维持正常运营所需的付现成本费用月数的客观参考。

2025 年度，公司与同行业可比公司付现成本和货币资金保有情况如下：

单位：万元

项目	报喜鸟 (002154.SZ)	海澜之家 (600398.SH)	七匹狼 (002029.SZ)	九牧王 (601566.SH)
营业成本	183,464.14	1,192,126.11	136,913.22	102,371.15
销售费用	224,445.75	515,852.70	110,654.77	130,370.95
管理费用	46,804.63	103,127.13	25,139.16	19,607.57
研发费用	7,528.83	21,200.63	3,241.32	4,416.64
财务费用	-3,132.11	-15,938.57	-6,523.24	1,063.57
税金及附加	4,525.37	13,289.17	2,012.78	3,717.24
所得税费用	13,069.18	67,437.26	6,670.02	4,121.11
减：折旧及摊销	32,836.97	171,666.85	33,014.17	19,551.10
付现成本费用合计	443,868.81	1,725,427.57	245,093.85	246,117.14
月平均付现成本费用	36,989.07	143,785.63	20,424.49	20,509.76
货币资金余额	191,162.77	680,806.01	68,437.54	32,809.62
<b>覆盖月数</b>	<b>5.17</b>	<b>4.73</b>	<b>3.35</b>	<b>1.60</b>

同行业可比公司全部货币资金覆盖付现成本费用的月数在 1.60-5.17 个月之间，覆盖月数平均值为 3.71 个月。作为对比，2025 年度，公司全部货币资金覆盖付现成本费用的月数为 2.58 个月，与同行业可比公司平均水平不存在重大差异。因此，综

合考虑公司及同行业可比公司的情况，选取 3 个月作为公司最低货币资金保有量对应的付现成本费用覆盖月数。

## （2）测算公司付现成本费用和最低货币资金保有情况

根据公司 2025 年度付现成本费用情况及上述方式确定的最低货币资金保有量对应的付现成本费用覆盖月数 3 个月，测算公司最低货币资金保有量为 57,392.99 万元，具体过程如下：

单位：万元

项目	计算公式	金额
营业成本	-	146,512.91
销售费用	-	80,896.91
管理费用	-	16,170.31
研发费用	-	1,639.07
财务费用	-	2,124.79
税金及附加	-	1,580.04
所得税费用	-	4,958.13
减：折旧及摊销	-	24,310.20
付现成本费用合计	①	229,571.96
月平均付现成本费用	②=①÷12	19,131.00
货币资金覆盖付现成本费用月数	③	3.00
<b>截至 2025 年 12 月 31 日最低货币资金保有量测算值</b>	<b>④=②×③</b>	<b>57,392.99</b>

## 2、直营店装修及道具资金需求

公司围绕“舒适红豆”定位，深耕核心商圈，强化 ShoppingMall 店与标杆门店运营，并打造“舒适红豆全场景生活馆”，以场景化空间、多品类组合，探索“舒适生活方式”的一站式场景化体验店。2025 年度，公司新开 23 家直营店，并有 43 家加盟联营店转直营店，新增房屋装修、专卖店道具费等支出 1,510.85 万元。

## 3、股票回购资金需求

公司积极履行上市公司责任，响应监管机构政策，实施股票回购稳定股价及维护广大中小投资者的利益。2025 年 4 月 28 日，公司召开第九届董事会第二十一次会议，审议通过了《关于以集中竞价交易方式回购股份方案的议案》。2025 年度，公司通过集中竞价交易方式回购公司股份累计已支付的金额为 984.98 万元（不含佣金、

过户费等交易费用)。

为筹措并稳定公司日常经营周转、门店装修及道具投入、股票回购等方面所需的资金规模，公司积极向财务公司及外部各主要金融机构申请并保持一定的授信额度。金融机构收到公司授信及贷款申请时，除考虑公司的行业地位及发展前景、资产及经营规模、负债率及流动性水平、人民银行征信报告等因素外，还会结合与公司其他业务合作情况、历史用信及还款记录等综合决定授信额度。

鉴于（1）公司日常经营周转的资金保有量较高；（2）外部商业银行较之财务公司具有更大的业务范围和综合服务能力，以及公司在外部商业银行综合授信额度及用信需要通过长期良好的用信等业务合作来维持；（3）公司在外部商业银行贷款申请、授信审批及放款等流程相对更长，若公司信贷资金过度依赖于财务公司，一旦出现经营资金缺口，难以在短期内筹措必要的营运资金。此外，公司在财务公司无贷款余额主要系公司和通用股份于报告期内分别减少在财务公司存款 4.48 亿元和 6.31 亿元，为减少上述情况对监管指标的影响，财务公司在监管部门的指导下收回存量贷款，逐步压降信贷资产。

因此，公司在农业银行、建设银行、浦发银行、交通银行、农业发展银行、江苏银行等主要商业银行借款较多且形成了长期、稳定的合作关系具有必要性，符合公司资金管理的实际情况，有利于公司业务的稳健发展。

#### **（四）不存在损害中小股东权益的情形**

公司与财务公司开展业务往来基于正常商业目的，相关交易均已履行必要的内部审批程序，独立董事发表了独立意见，关联董事和关联股东均已回避表决。公司在财务公司办理各项具体业务均按相关规定签署了协议或具备法律效力的文件。公司在财务公司办理的相关业务均符合中国人民银行的相关规定，双方遵循平等自愿、互惠互利的原则，不会影响公司资金的运作和调拨，公司可充分利用财务公司所提供的内部金融服务平台，降低融资成本和融资风险，实现资金效益最大化，交易价格公允、合理，不存在损害公司和股东、特别是中小股东权益的情形。

#### **（五）独立董事意见**

经与公司沟通、了解情况，查阅财务公司年审会计师出具的相关报告等资料后，我们认为：（1）公司与财务公司签署了规范的《金融服务协议》，该议案已经独立董

事专门会议、董事会议、股东会议审议通过，与该议案存在关联关系的董事、股东均已回避表决，该议案的相关审议程序合法合规。(2)公司在财务公司的存款利率在同等条件下优于在外部商业银行的存款利率，且优势明显。(3)公司向外部各主要金融机构申请并保持一定的授信额度，形成了长期、稳定的合作关系，系筹措并稳定公司日常经营周转、门店装修及道具投入、股票回购等方面所需的资金规模，符合公司资金管理的实际情况，有利于公司业务的稳健发展。(4)我们将督促公司持续压降财务公司存款规模与银行贷款余额，严控新增财务公司存款，常态化监控财务公司风险，持续优化资金管理。

经核查，公司存贷安排具备客观商业合理性，不存在损害公司和股东、特别是中小股东权益的情形。

**四、结合公司在集团财务公司存贷款情况，说明公司资金使用及管理是否存在潜在风险及原因，公司在集团财务公司的存款是否存在被控股股东或其他方实际使用等变相占用上市公司资金的情形；**

#### **(一) 公司资金使用及管理不存在潜在风险及原因**

##### **1、公司在财务公司资金使用及管理的具体情况**

公司在财务公司存款主要为活期存款、协定存款、定期存款和保证金存款等。其中，(1)单位活期存款按季结息，按结息日财务公司发布的“利率调整通知”计息，次日入账；清户时利随本清。(2)单位协定存款按季结息，开户单位须与财务公司约定存款期限、商定结算账户需要保留的基本存款额度 50 万元，结息时，由财务公司对基本存款额度内的存款按结息日或支取日活期存款利率计息，超过基本存款额度的部分按结息日或支取日财务公司发布的“利率调整通知”计息。(3)单位定期存款通常分为三个月、半年、一年、二年、三年五个利率档次，人民币起存金额按中国人民银行规定，按存入日财务公司发布的“利率调整通知”的定期存款利率计付利息，利随本清。保证金存款利率按定期存款利率执行。

公司在财务公司开户后，可按照规定办理内部转账、资金汇出等各类结算业务，自由支配使用资金。其中，(1)内部转账业务主要流程为：公司使用“网上资金结算系统”向财务公司提交的对集团内另一成员单位付款的指令，即“内部转账”指令；财务公司营业部审核后，系统自动生成结算凭证，减少付款成员单位结算账户余额、

增加收款成员单位结算账户余额；财务公司结算岗打印内部转账凭证。(2) 资金汇出业务主要流程为：公司使用“网上资金结算系统”，向财务公司提交付款指令；财务公司结算岗负责受理开户单位从网上递交的付款指令，执行资金划拨；资金划拨成功后，系统自动生成结算凭证，减少财务公司银行存款；同时减少成员单位内部结算账户余额；财务公司结算岗打印付款通知单。

自公司在财务公司开户以来，无论资金金额大小，结算均不受任何影响，从未发生过因财务公司的原因造成的结算障碍，公司在财务公司存放的资金可自由支配。

## 2、财务公司资金管理和内控制度健全

在资金业务方面，财务公司制订了《结算业务管理办法》《资金管理规定》等相关制度。①在资金计划管理方面，财务公司通过制定年度和季度资金经营计划，严格遵循资产负债管理规定，保证资金的安全性、效益性和流动性；②在成员单位存款业务方面，财务公司严格遵循平等、自愿、公平和诚实信用的原则，保障成员单位资金的安全，维护各当事人的合法权益；③在资金管理和结算方面，成员单位在财务公司开设结算账户，提交申请及相应的证明文件，使用“网上资金结算系统”进行操作，严格保障结算的安全、快捷、通畅，同时具有较高的数据安全性。

在信贷业务方面，财务公司建立了审贷分离、分级控制、分类管理的贷款管理制度，包括《信贷业务审批制度》《贷款业务管理办法》《综合授信管理办法》和《企业信用信息基础数据库管理实施细则》等，规范了各类业务的操作流程，建立了贷前、贷中、贷后完整的信贷管理制度。

此外，财务公司还制定了《有价证券投资业务管理办法》和《股权投资业务管理办法》，对投资业务进行有效管理与控制；实行内部审计监督制度，设立了对董事会负责的稽核部作为内部审计部门并制定了较为完整的内部稽核审计管理办法和操作规程，对财务公司的各项经营和管理活动进行内部审计和监督；制定了《信息系统管理内部控制制度》《信息系统风险管理办法》以及《信息安全管理规定》等，符合信息安全的相关要求和信息系统管理的有关法律法规。

综上，财务公司已根据监管机构的要求制订了相关制度及相应的业务操作流程，财务公司的内部控制具有较为完善的制度并得到有效执行，使整体风险控制在合理的水平。

### 3、控股股东及实际控制人已出具保障公司资金安全的承诺

公司控股股东及实际控制人出具了《关于保障江苏红豆实业股份有限公司资金安全的承诺》，具体内容详见公司于 2023 年 6 月 22 日在上海证券交易所网站（[www.sse.com.cn](http://www.sse.com.cn)）披露的《江苏红豆实业股份有限公司关于江苏红豆实业股份有限公司向特定对象发行股票申请文件的审核问询函的回复》。

综上，公司在财务公司的资金使用及管理不存在潜在风险。

#### （二）公司在财务公司的存款不存在被控股股东或其他方实际使用等变相占用上市公司资金的情形

报告期内，公司与财务公司基于双方签订的《金融服务协议》开展资金结算、授信融资、资金管理等服务业务，履行了必要的决策程序并相应进行了信息披露。公司及其下属公司有权结合自身利益自行决定是否需要及接受财务公司提供的上述服务，也有权自主选择接受其它金融机构提供的服务。公司根据自身业务及资金使用、存放需求，自主选择与财务公司办理存款及申请贷款业务，并且在财务公司的存款资金使用与一般商业银行存款资金使用无差异，可自由调度、自由支取，不需要红豆集团或相关关联方审批，亦不存在任何使用受限的情形，不存在控股股东、实际控制人及其他关联方通过财务公司变相非经营性占用公司资金的情形。

综上所述，公司不存在控股股东、实际控制人及其他关联方通过财务公司变相非经营性占用公司资金的情形。

#### （三）独立董事意见

经与公司沟通、了解情况，查阅财务公司年审会计师出具的相关报告等资料后，我们认为：（1）公司与财务公司签署了规范的《金融服务协议》，该议案已经独立董事专门会议、董事会议、股东会议审议通过，与该议案存在关联关系的董事、股东均已回避表决，该议案的相关审议程序合法合规。（2）截至目前，财务公司资金管理和内控制度健全，主要监管指标符合《企业集团财务公司管理办法》及相关监管规定。

（3）我们将督促公司持续评估财务公司的经营资质、业务和风险状况，持续常态化监控财务公司监管指标。（4）公司控股股东及实际控制人出具了《关于保障江苏红豆实业股份有限公司资金安全的承诺》。同时，控股股东承诺于 2026 年 11 月 30 日之前结清红豆股份在财务公司包括存款、贷款等在内的各项业务余额，财务公司后续

亦不再与红豆股份发生关联交易。

经核查，截至本意见出具日，公司不存在控股股东、实际控制人及其他关联方通过财务公司变相非经营性占用公司资金的情形。

### **年审会计师核查意见：**

#### **（一）核查程序**

我们执行了以下主要核查程序：

1、了解公司货币资金、筹资与投资相关的内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

2、获取已开立银行结算账户清单及企业信用报告进行核对；

3、获取年末银行对账单及银行存款余额调节表，并检查银行存款余额调整表中未达账项的真实性及资产负债表日后的进账情况；

4、执行银行对账单与银行存款日记账双向核对程序；

5、函证银行存款账户及与金融机构往来的其他重要信息，函证过程保持了充分的独立性；

6、检查货币资金受限情况，关注是否有质押、冻结等对变现有限制或有潜在回收风险的款项，检查保证金与相关债务的比例和合同约定是否一致；

7、获取有息负债的台账、合同，与公司账面金额进行核对是否一致，合同中相关的担保、抵押等信息亦进行核对是否一致，了解收到有息负债的实际用途，对收到、偿还的金额进行抽查测试；

8、获取有息负债的台账，测算相关账面计提的利息费用是否正确，对支付的利息费用进行抽查测试。

9、对于集团财务公司还执行了以下审计程序：（1）我们对财务公司进行实地访谈；（2）我们获取财务公司 2025 年度审计报告、风险分析报告；（3）获取了财务公司会计师的审计沟通函回函；（4）我们对红豆股份公司存放在财务公司银行存款执行转出操作。

#### **（二）核查意见**

经核查，我们认为：

1、公司年末货币资金余额账实相符，其中：现金余额经盘点真实存在、银行存款余额与银行对账单余额及回函一致、第三方电商平台余额经查询其平台核对一致；

2、公司存于集团财务公司的存款利率略高于商业银行同期存款利率，公司在集团财务公司大额存款但无贷款，同时向外部金融机构大额贷款符合公司实际情况，银行存借款规模与相关业务规模相匹配，不存在损害公司及中小股东利益的情况；

3、公司存于集团财务公司存款，符合公司资金使用及管理内部管理要求，未发现存在控股股东或其他方实际使用等变相占用上市公司资金的情况，但基于谨慎原则，在财务审计报告正文中强调公司存于集团财务公司存款余额的目的是提醒报告使用者关注。

2、关于红豆居家线上业务资产组。年报及前期公告显示，公司于 2025 年 10 月向关联方无锡红豆居家服饰有限公司（以下简称无锡红豆）及其子公司、无锡红贝服饰有限责任公司购买剥离后的红豆居家线上业务资产组（以下简称红豆居家）。根据评估报告，红豆居家 2025 年预测期营业收入、净利润和毛利率分别为 85,314.68 万元、3,622.2 万元和 42.36%。年报显示，2025 年红豆居家实现营业收入 67,156.93 万元，未达预测收入；实现净利润 3,805.44 万元，完成首个年度业绩承诺的 105.71%。业务模式方面，红豆居家根据产品实际销售与供应商结算，产品采取代销方式，销售模式主要为直营电商模式。请公司：（1）补充披露红豆居家 2025 年主要财务数据与评估预测数据的差异情况及原因，2026 年一季度主要财务数据、主要产品销量、毛利率以及费用率等，并说明同比、环比变动情况及变动原因；（2）以表格列示红豆居家 2025 年及 2026 年第一季度前 10 大供应商的具体情况，包括名称、成立时间、注册资本、合作年限、与公司及关联方是否存在关联关系、采购金额及占比、往来款余额及期后结转情况；公司的客户群体及销售额分布情况，2025 年及 2026 年第一季度前 10 大客户的具体情况，是否存在短期批量下单、循环下单、畸高交易金额等异常客户；（3）补充披露红豆居家与供应商的具体合作模式、权利义务约定、结算政策，货物流、资金流、票据流转情况，相关收入确认是否符合企业会计准则的规定，并说明业务模式和收入确认政策较收购前是否发生较大变化；（4）红豆居家近两年应收账款及坏账准备计提情况，包括余额、账龄、坏账准备以及期后回款等

情况；(5) 结合前述问题以及收购以来市场需求、竞争格局、产品结构及产销量、成本售价等变化情况，说明报告期收入不及预期、但净利润超额达标的原因及合理性，前期收购评估假设和关键参数的选取是否审慎，是否存在为实现业绩目标而调节利润的情形。请年审会计师说明对红豆居家线上销售真实性、业绩承诺完成真实性执行的审计程序，并发表意见。

公司回复：

一、补充披露红豆居家 2025 年主要财务数据与评估预测数据的差异情况及原因，2026 年一季度主要财务数据、主要产品销量、毛利率以及费用率等，并说明同比、环比变动情况及变动原因；

(一) 红豆居家 2025 年度主要财务数据与评估预测数据的差异情况及原因

2025 年度，红豆居家主要财务数据及与评估预测数据的差异情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度实际值 (合并抵消后)	2025 年度评估预测值	差异
营业收入	68,978.72	85,314.68	-16,335.96
营业成本	37,642.11	49,174.41	-11,689.31
营业毛利	31,336.60	36,140.27	-4,803.67
毛利率	45.43%	42.36%	3.07 个百分点
期间费用	25,575.82	30,630.96	-5,055.14
期间费用率	37.08%	35.90%	1.18 个百分点
营业利润	5,288.94	5,269.14	19.80
利润总额	5,277.44	5,264.15	13.29
净利润	3,807.74	3,622.20	185.54

2025 年度，红豆居家营业收入实际值（合并抵消后，下同）较评估预测值低 16,335.96 万元，而净利润实际值较评估预测值高 185.54 万元，主要原因如下：

1、营业收入与评估预测数据的差异情况及原因

(1) 市场预期偏弱，服装消费需求相对平缓

2025 年，国内经济与消费市场整体呈现前高后低的运行态势。根据国家统计局数据，2025 年，国内生产总值 140.19 万亿元，比上年增长 5.0%，各季度分别同比增长 5.4%、5.2%、4.8%、4.5%；全国居民人均消费支出 29,476 元，比上年增长 4.4%，

各季度分别同比增长 5.3%、5.2%、3.4%、4.0%。

受市场预期偏弱、消费增长动力不足、内卷竞争加剧等因素影响，我国服装行业经济运行呈现“基本稳定、承压前行”的发展态势，服装消费表现相对平缓。根据国家统计局数据，2025 年，社会消费品零售总额同比增长 3.7%，限额以上服装类商品零售额以及穿类实物商品网上零售额分别小幅增长 2.8%、1.9%，均低于国内生产总值及人均消费支出增速。

报告期内，红豆居家同行业可比公司营业收入及其变动情况如下：

单位：万元

可比公司名称	2025 年度		2024 年度
	营业收入	变动情况	营业收入
爱慕股份	293,436.33	-2.59%	316,346.20
汇洁股份	292,315.52	-0.42%	295,403.21
洪兴股份	161,969.57	-2.26%	177,501.14
浪莎股份	36,388.56	-4.07%	37,976.02

注：同行业可比公司数据来源于其公开披露的年度报告和审计报告。

2025 年度，同样经营内衣、内裤、居家服、文胸等产品的可比上市公司爱慕股份、汇洁股份、洪兴股份和浪莎股份的营业收入均较 2024 年度有所下降，降幅分别为 2.59%、0.42%、2.26 和 4.07%。

## （2）产品结构及单价基本稳定，但销量不及预期

2024 年度和 2025 年度，红豆居家销售收入按产品分类情况如下：

单位：万元、%

产品类型		2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
		收入	销售占比	收入	销售占比	收入	销售占比
主要产品	内衣	33,500.07	48.56	35,329.75	41.41	38,768.25	46.19
	内裤	13,257.65	19.22	19,885.72	23.31	19,014.21	22.65
	居家服	17,965.95	26.05	19,250.32	22.56	19,924.08	23.74
其他产品		4,255.05	6.17	10,848.89	12.72	6,226.55	7.03
合计		<b>68,978.72</b>	<b>100.00</b>	<b>85,314.68</b>	<b>100.00</b>	<b>83,933.09</b>	<b>100.00</b>

注：其他产品系文胸、袜子等贴身服饰产品。

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要为内衣、内裤和居家服，合计销售收入分别为 77,706.54 万元和 64,723.67 万元，占营业收入的比例分别为 92.58%和 93.83%，主要产品结构稳定。

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销售收入分别较评估预测值少 1,829.68 万元、6,628.07 万元和 1,284.37 万元，而文胸、袜子等其他产品销售收入较评估预测值少 6,593.84 万元。

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要产品的单价及销量情况如下：

单位：元/件、万件

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单价	销量	单价	销量	单价	销量
内衣	68.23	490.98	69.36	509.37	70.95	546.40
内裤	39.80	333.10	34.86	570.42	40.14	473.73
居家服	97.63	184.03	89.91	214.11	101.42	196.45

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销售单价基本稳定，分别较 2024 年度下降 3.84%、0.84%和 3.74%，与评估预测值的偏离度分别为-1.63%、14.17%和 8.58%，主要系评估基准日（2025 年 6 月 30 日）后，红豆居家秋冬季产品的客单价整体相对较高，而评估预测较为谨慎，整体不存在明显差异。

2025 年度，受市场预期偏弱、服装消费表现相对平缓的影响，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销量分别较 2024 年度下降 10.14%、29.69%和 6.32%，与评估预测值的偏离度分别为-3.61%、-41.60%和-14.05%。其中，内裤产品销量不及预期主要系内裤属于低客单产品，市场价格竞争激烈。

2025 年度，红豆居家文胸、袜子等其他产品销售收入较 2024 年度下降 31.66%，与评估预测值的偏离度为-60.78%，不及预期的主要系文胸、袜子等其他贴身衣物产品市场竞争激烈，主要可比上市公司爱慕股份和汇洁股份的文胸产品销售收入亦分别较 2024 年度下降 6.53%和 9.75%，红豆居家文胸、袜子为线上新推产品，品牌知名度和市场竞争力相对偏弱。

此外，红豆居家线上店铺运营主体因本次收购发生阶段性变更，平台促销及广告引流等营销效果亦有所削弱。

因此，受市场预期偏弱、国内消费增长动力不足、服装行业竞争加剧的影响，红豆居家主要产品销量下滑导致营业收入不及预期，红豆居家营业收入实际值较评估预测值低 16,335.96 万元。

## 2、营业毛利及毛利率与评估预测数据的差异情况及原因

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要产品的单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/件

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率
内衣	36.33	46.76%	39.32	43.31%	40.16	43.40%
内裤	22.89	42.49%	20.82	40.28%	23.39	41.73%
居家服	53.74	44.95%	53.69	40.28%	57.27	43.53%

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的单位成本较 2024 年度均有所下降，降幅分别为 9.53%、2.12%和 6.16%，与评估预测值的偏离度分别为-7.61%、9.93%和 0.10%，主要系在公司统一管理下，红豆居家依靠自身经营积累的流动资金逐步充实，货品供应不充分的情况得以改善。

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的毛利率分别较 2024 年度提升 3.35 个百分点、0.76 个百分点和 1.42 个百分点，分别较评估预测值高出 3.45 个百分点、2.21 个百分点和 4.67 个百分点。2025 年度，红豆居家实际毛利率为 45.43%，较 2024 年度提升 2.73 个百分点，较评估预测值亦高出 3.07 个百分点。

受此影响，红豆居家营业毛利实际值较评估预测值仅低 4,803.67 万元。

### 3、期间费用率及净利润与评估预测数据的差异情况及原因

2024 年度和 2025 年度，红豆居家期间费用及费用率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	22,611.65	32.78%	27,794.98	32.58%	27,587.01	32.87%
管理费用	2,910.60	4.22%	2,821.00	3.31%	4,112.25	3.23%
研发费用	-	-	-	-	-	-
财务费用	53.56	0.08%	14.98	0.02%	-53.50	-0.06%
<b>合计</b>	<b>25,575.82</b>	<b>37.08%</b>	<b>30,630.96</b>	<b>35.90%</b>	<b>30,246.73</b>	<b>36.04%</b>

2025 年度，红豆居家期间费用率实际值为 37.08%，较 2024 年度增加 1.04 个百分点，较评估预测值高出 1.18 个百分点，整体基本稳定，主要系红豆居家积极采取降本增效措施，减少了非必要的内容制作、广告宣传及办公性费用。受此影响，2025 年度，红豆居家营业利润和利润总额较 2024 年度分别略有增加 75.26 万元和 95.41 万元，较评估预测值亦分别略高出 19.80 万元和 13.29 万元。

此外，得益于红豆居家有效的费用管控措施，2025年度，红豆居家不可抵扣的广告费、业务宣传费、业务招待费等费用合计较2024年度减少1,001.05万元，减少所得税费用250.26万元。受此影响，2025年度，红豆居家净利润较2024年度增加313.19万元，较评估预测值亦高出185.54万元。

综上，受市场预期偏弱、国内消费增长动力不足、服装行业竞争加剧的影响，红豆居家主要产品销量下滑导致营业收入不及预期；但在公司统一管理下，红豆居家依靠自身经营积累的流动资金逐步充实，货品供应不充分的情况得以改善；同时，红豆居家积极采取降本增效措施，毛利率企稳回升，且有效降低了期间费用，2025年度实现净利润3,807.74万元，达标完成业绩承诺，具有合理性。

## （二）红豆居家2026年一季度主要财务数据、主要产品销量、毛利率以及费用率，及其同比、环比变动情况及变动原因

2026年一季度，红豆居家主要财务数据及其同比、环比变动情况如下：

单位：万元

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	金额	同比变动	环比变动	金额	金额
营业收入	17,811.25	-9.96%	-37.28%	19,780.89	28,399.66
营业成本	8,685.82	-22.34%	-33.89%	11,184.99	13,137.45
营业毛利	9,125.43	6.16%	-40.21%	8,595.91	15,262.21
毛利率	51.23%	7.77%	-2.51%	43.46%	53.74%
期间费用	7,060.48	-2.32%	-31.63%	7,228.04	10,327.01
期间费用率	39.64%	3.10%	3.28%	36.54%	36.36%
营业利润	2,121.92	68.01%	-54.11%	1,263.01	4,624.10
利润总额	2,117.88	66.87%	-54.11%	1,269.19	4,615.35
净利润	1,653.81	52.96%	-49.46%	1,081.17	3,272.56

2026年一季度，红豆居家主要产品单价及其同比、环比变动情况如下：

单位：元/件

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	单价	同比变动	环比变动	单价	单价
内衣	71.28	1.76%	10.7%	70.05	64.39
内裤	37.78	-6.18%	-7.99%	40.27	41.06

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	单价	同比变动	环比变动	单价	单价
居家服	101.49	-9.66%	-4.91%	112.34	106.73

2026年一季度，红豆居家主要产品销量及其同比、环比变动情况如下：

单位：万件

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	销量	同比变动	环比变动	销量	销量
内衣	143.79	-8.23%	-47.63%	156.68	274.54
内裤	73.92	-28.56%	1.37%	103.47	72.92
居家服	30.63	9.82%	-51.79%	27.89	63.53

2026年一季度，红豆居家营业收入较2025年一季度同比下降9.96%，主要系内衣裤市场竞争加剧，主要产品内裤的销售单价和销量分别同比下降6.18%和28.56%。

2026年一季度，红豆居家营业收入较2025年四季度环比下降37.28%，主要系四季度有双十一、双十二等电商平台营销活动，而一季度受产品换季及春节期间线上购买力回落的影响，主要产品内衣和居家服的销量分别环比下降47.63%和51.79%，内裤的销量环比小幅回升1.37%，此外产品由秋冬款逐步转向客单价较低的春款，主要产品内裤和居家服的销售单价分别环比下降7.99%和4.91%。

2026年一季度，红豆居家主要产品毛利率及其同比、环比变动情况如下：

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	毛利率	同比变动	环比变动	毛利率	毛利率
内衣	51.93%	7.21%	-2.7%	44.71%	54.63%
内裤	46.48%	7.71%	-1.65%	38.77%	48.13%
居家服	51.36%	10.49%	-5.48%	40.87%	56.84%

2026年一季度，红豆居家毛利率较2025年一季度同比增加7.77个百分点，主要系在公司统一管理下，红豆居家依靠自身经营积累的流动资金逐步充实，货品供应不充分的情况得以改善，成衣采购成本有所下降，主要产品内衣、内裤和居家服的毛利率分别同比增加7.21个百分点、7.71个百分点和10.49个百分点。

2026年一季度，红豆居家毛利率较2025年四季度环比减少2.51个百分点，基本保持稳定。

2026年一季度，红豆居家期间费用率及其同比、环比变动情况如下：

单位：万元

项目	2026年一季度			2025年一季度	2025年四季度
	金额	同比变动	环比变动	金额	金额
销售费用	6,222.09	-0.35%	-34.30%	6,243.90	9,470.53
管理费用	838.00	-10.47%	-6.70%	935.95	898.15
研发费用	-	-	-	-	-
财务费用	0.38	-99.21%	-100.91%	48.19	-41.68
<b>期间费用</b>	<b>7,060.48</b>	<b>-2.32%</b>	<b>-31.63%</b>	<b>7,228.04</b>	<b>10,327.01</b>
销售费用率	34.93%	3.36%	1.58%	31.57%	33.35%
管理费用率	4.70%	-0.03%	1.54%	4.73%	3.16%
研发费用率	-	-	-	-	-
财务费用率	0.00%	-0.24%	0.15%	0.24%	-0.15%
<b>期间费用率</b>	<b>39.64%</b>	<b>3.10%</b>	<b>2.98%</b>	<b>36.54%</b>	<b>36.66%</b>

2026年一季度，红豆居家期间费用较2025年一季度同比减少2.32%，期间费用率增加3.10个百分点，整体基本稳定，主要系营业收入有所下降但存在部分固定的内容制作、广告宣传等营销费用。

2026年一季度，红豆居家期间费用较2025年四季度环比减少31.63%，期间费用率增加2.98个百分点，主要系四季度有双十一、双十二等电商平台营销活动，与此相关的电商平台费用较高。

二、以表格列示红豆居家2025年及2026年第一季度前10大供应商的具体情况，包括名称、成立时间、注册资本、合作年限、与公司及关联方是否存在关联关系、采购金额及占比、往来款余额及期后结转情况；公司的客户群体及销售额分布情况，2025年及2026年第一季度前10大客户的具体情况，是否存在短期批量下单、循环下单、畸高交易金额等异常客户；

(一) 红豆居家2025年度及2026年第一季度前10大供应商的具体情况

2025年度，红豆居家前十大供应商的具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购占比	采购内容	成立时间	注册资本	合作年限	是否关联	往来款余额①	期后结转金额②
1	无锡市暖派服饰有限公司	3,917.78	9.53%	成衣	2010-12-20	50.00	10年	否	101.96	-101.96

序号	供应商名称	采购金额	采购占比	采购内容	成立时间	注册资本	合作年限	是否关联	往来款余额①	期后结转金额②
2	广东睦隆制衣有限公司	2,085.84	5.07%	成衣	1994-12-08	1,188.00	10年	否	586.04	-586.04
3	无锡市恒发制衣厂	1,789.33	4.35%	成衣	2000-03-21	40.00	5年	否	-72.62	72.62
4	无锡百尚姿制衣厂	1,736.85	4.22%	成衣	2005-10-25	3.00	13年	否	-10.70	10.70
5	江阴市金马针织有限公司	1,629.93	3.96%	成衣	1996-07-09	150.00	7年	否	-23.06	23.06
6	汕头市荣和纺织有限公司	1,491.96	3.63%	成衣	1990-09-28	138.00	10年	否	-38.70	38.70
7	无锡市苏莱尔制衣厂	1,281.37	3.12%	成衣	2003-05-15	5.00	11年	否	53.33	-53.33
8	中山市华钦服饰有限公司	1,203.86	2.93%	成衣	2017-12-29	200.00	11年	否	42.89	-42.89
9	无锡市豪姿服饰有限公司	1,179.57	2.87%	成衣	2003-04-15	50.00	5年	否	47.75	-47.75
10	无锡市水乡情服饰有限公司	1,149.83	2.80%	成衣	2016-08-12	100.00	7年	否	-16.94	16.94
合计		<b>17,466.31</b>	<b>42.48%</b>	-	-	-	-	-	-	-

注：①往来款余额的正号和负号分别表示应付账款和预付账款，下同；

②期后结转金额的正号和负号分别表示期末预付账款于期后采购入库金额和期末应付账款于期后付款金额，下同。

2026年第一季度，红豆居家前十大供应商具体情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购金额	采购占比	采购内容	成立时间	注册资本	合作年限	是否关联	往来款余额①	期后结转金额②
1	无锡轩帝尼服饰有限公司	2,782.71	20.57%	成衣	2024-05-20	5,000.00	1年	是	-109.87	109.87
2	江阴市金马针织有限公司	1,124.85	8.31%	成衣	1996-07-09	150.00	7年	否	601.79	-470.00
3	无锡市恒发制衣厂	792.85	5.86%	成衣	2000-03-21	40.00	5年	否	-103.06	31.87
4	无锡百尚姿制衣厂	569.41	4.21%	成衣	2005-10-25	3.00	13年	否	50.33	-50.33
5	无锡金相思恋服饰有限公司	508.15	3.76%	成衣	2009-03-26	50.00	10年	否	88.84	-88.84
6	无锡市水乡情服饰有限公司	561.93	4.15%	成衣	2016-08-12	100.00	10年	否	-46.15	46.15
7	无锡市苏莱尔制衣厂	348.08	2.57%	成衣	2003-05-15	5.00	11年	否	-115.58	115.58
8	汕头市荣和纺织有限公司	344.97	2.55%	成衣	1990-09-28	138.00	10年	否	-195.46	15.19
9	宿迁百居依纺织科技有限公司	326.35	2.41%	成衣	2020-06-15	800.00	3年	否	-11.39	6.58
10	常熟市鸿事达纺织贸易有限公司	288.01	2.13%	成衣	2018-03-23	100.00	4年	否	7.38	-7.38
合计		<b>7,647.32</b>	<b>56.52%</b>	-	-	-	-	-	-	-

## （二）红豆居家客户群体及销售分布情况

红豆居家主要采用直营电商模式，通过天猫、京东、唯品会、拼多多等传统电商以及抖音、爱库存、快手、好衣库、视频号、小红书等社交电商向终端消费者销售产

品。报告期内，红豆居家按电商平台类型划分的销售收入分布情况如下：

单位：万元

平台类型	平台名称	销售收入	销售占比
传统电商	天猫	33,522.94	48.60%
	京东	11,467.64	16.62%
	唯品会	5,549.30	8.04%
	拼多多	2,938.45	4.26%
	其他传统电商	1,466.25	2.13%
	<b>传统电商小计</b>	<b>54,944.58</b>	<b>79.65%</b>
社交电商	抖音	12,023.69	17.43%
	爱库存	806.53	1.17%
	快手	594.21	0.86%
	好衣库	247.74	0.36%
	视频号	125.32	0.18%
	其他社交电商	236.65	0.34%
	<b>社交电商小计</b>	<b>14,034.14</b>	<b>20.35%</b>
<b>红豆居家合计</b>		<b>68,978.72</b>	<b>100.00%</b>

### （三）红豆居家 2025 年度及 2026 年第一季度前 10 大客户的具体情况

2025 年度，红豆居家前十大客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户/平台名称	销售金额	销售占比
1	天猫平台	33,522.94	48.60%
2	抖音平台	12,023.69	17.43%
3	北京京东世纪贸易有限公司	9,080.06	13.16%
4	唯品会（中国）有限公司	5,549.30	8.04%
5	拼多多平台	2,938.45	4.26%
6	京东平台	2,387.58	3.46%
7	爱库存平台	806.53	1.17%
8	无锡起汇服饰有限公司	650.28	0.94%
9	快手平台	594.21	0.86%
10	好衣库平台	247.74	0.36%
<b>合计</b>		<b>67,800.78</b>	<b>98.29%</b>

注：红豆居家京东自营线上店铺直接开票销售方为北京京东世纪贸易有限公司，唯品会线上店铺直接开票销售方为唯品会（中国）有限公司，无锡起汇服饰有限公司系线上分销业务直接开票销

售方，其他系线上店铺通过第三方电商平台直接向终端消费者开票。

2026 年一季度，红豆居家前十大客户具体情况如下：

单位：万元

序号	客户/平台名称	销售金额	销售占比
1	天猫平台	9,316.01	52.30%
2	北京京东世纪贸易有限公司	2,879.59	16.17%
3	抖音平台	2,527.56	14.19%
4	唯品会（中国）有限公司	1,111.05	6.24%
5	拼多多平台	762.07	4.28%
6	京东平台	616.55	3.46%
7	无锡起汇服饰有限公司	190.86	1.07%
8	常熟市心族服饰有限公司	77.35	0.43%
9	快手平台	143.23	0.80%
10	好衣库平台	37.04	0.21%
合计		<b>17,661.30</b>	<b>99.16%</b>

注：红豆居家京东自营线上店铺直接开票销售方为北京京东世纪贸易有限公司，唯品会线上店铺直接开票销售方为唯品会（中国）有限公司，无锡起汇服饰有限公司和常熟市心族服饰有限公司系线上分销业务直接开票销售方，其他系线上店铺通过第三方电商平台直接向终端消费者开票。

#### （四）红豆居家不存在短期批量下单、循环下单、畸高交易金额等异常客户情况

公司及红豆居家不存在通过自身、关联方或委托第三方进行短期批量下单、循环下单等刷单行为，不存在畸高交易金额等异常客户情况。具体原因如下：

##### 1、通过短期批量下单、循环下单、畸高交易金额等刷单行为不经济

红豆居家通过天猫、抖音、京东、唯品会、拼多多等第三方主流电商平台进行销售需支付约 10%的佣金、服务费等平台费用，以及仓储配送等费用，故刷单行为不具有经济性，不存在主观的刷单动机。

##### 2、第三方电商平台对刷单行为严格监控且惩罚力度大

天猫、抖音、京东、唯品会、拼多多等第三电商平台针对在其平台所开设店铺的刷单、刷好评等虚假交易行为制定了严格的监管规则并实施了严格的监控措施，通过大数据分析订单的 IP 地址、客户 ID、购买周期、浏览时长等指标识别异常交易，一旦判定为虚假交易，平台不仅会对相关账号采取封禁措施，更会对店铺处以包括但不限于扣分、降权、限制营销活动、冻结乃至划扣资金、永久封店等一系列严厉措

施，从而形成较强的震慑与预防效果。

### 3、红豆居家直接发货模式的订单分析表明不存在刷单行为

报告期内，红豆居家主要电商平台为天猫、抖音、京东、唯品会、拼多多，合计销售金额占比为 95.17%。其中，京东和唯品会主要采用电商仓库发货模式（即货品由电商平台根据订单配送至终端消费者），红豆居家无法获取终端消费者的具体收货地址信息；天猫、抖音和拼多多平台主要采用直接发货模式（即货品由红豆居家根据订单直接配送至终端消费者），但拼多多平台仅能获取最近 3 个月的订单数据且销售金额占比较低。因此，公司仅分析红豆居家天猫和抖音平台（合计销售金额占比为 66.18%）的订单数据。

#### （1）各季度订单数量及平均订单金额情况

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家天猫平台主要店铺各季度订单数量及平均订单金额情况如下：

单位：万个、元/个

收货数量	2026 年一季度		2025 年度	
	订单数量	平均订单金额	订单数量	平均订单金额
第一季度	86.14	127.37	91.16	120.89
第二季度	不适用	不适用	63.37	88.68
第三季度	不适用	不适用	52.23	96.73
第四季度	不适用	不适用	173.48	136.03
<b>合计</b>	<b>86.14</b>	<b>127.37</b>	<b>380.24</b>	<b>119.11</b>

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家抖音平台主要店铺各季度订单数量及平均订单金额情况如下：

单位：万个、元/个

收货数量	2026 年一季度		2025 年度	
	订单数量	平均订单金额	订单数量	平均订单金额
第一季度	25.90	126.26	31.93	118.49
第二季度	不适用	不适用	20.40	85.44
第三季度	不适用	不适用	17.22	99.69
第四季度	不适用	不适用	72.19	128.93
<b>合计</b>	<b>25.90</b>	<b>126.26</b>	<b>141.73</b>	<b>116.77</b>

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家天猫平台和抖音平台订单数量及平均订单

金额均呈现第一季度和第四季度相对较高的特征，符合我国服装行业第一季度和第四季度为传统消费旺季以及秋冬款客单价相对较高的季节性趋势；平均订单金额不存在重大差异和明显异常情况，符合终端消费者的网络购物习惯以及红豆居家主要产品客单价情况。

### （2）终端客户收货地址按收货数量分层情况

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家天猫平台的终端客户收货地址按收货数量分层的情况如下：

单位：万个

收货数量	2026 年一季度		2025 年度	
	地址数量	占比	地址数量	占比
1-5 件	85.24	98.94%	376.80	99.09%
6-10 件	0.83	0.97%	3.17	0.84%
10 件以上	0.08	0.09%	0.27	0.07%
<b>合计</b>	<b>86.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>380.24</b>	<b>100.00%</b>

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家抖音平台的终端客户收货地址按收货数量分层的情况如下：

单位：万个

收货数量	2026 年一季度		2025 年度	
	地址数量	占比	地址数量	占比
1-5 件	25.71	99.25%	141.28	99.68%
6-10 件	0.18	0.71%	0.43	0.31%
10 件以上	0.01	0.04%	0.20	0.01%
<b>合计</b>	<b>25.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>141.73</b>	<b>100.00%</b>

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家天猫平台中收货数量在 1-5 件商品的终端客户地址数量占比分别为 99.09%和 98.94%，收货数量在 1-10 件商品的终端客户地址数量占比分别为 99.93%和 99.91%；红豆居家抖音平台中收货数量在 1-5 件商品的终端客户地址数量占比分别为 99.68%和 99.25%，收货数量在 1-10 件商品的终端客户地址数量占比分别为 99.99%和 99.96%，符合终端消费者的网络购物习惯。

### （3）订单按金额分层情况

2025 年度和 2026 年一季度，红豆居家天猫平台的终端客户订单按订单金额分层的情况如下：

单位：万个、万元

订单金额	2026年一季度			2025年度		
	订单数量	占比	订单总额	订单数量	占比	订单总额
300元以下(含)	81.14	94.20%	8,831.59	359.31	94.50%	36,282.06
300-500元(含)	4.09	4.75%	1,550.03	17.17	4.52%	6,467.61
500-1,000元(含)	0.86	0.99%	527.75	3.54	0.93%	2,229.03
1,000元以上	0.05	0.05%	61.93	0.22	0.06%	311.85
<b>合计</b>	<b>86.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>10,971.30</b>	<b>380.24</b>	<b>100.00%</b>	<b>45,290.54</b>

2025年度和2026年一季度，红豆居家抖音平台的终端客户订单按订单金额分层的情况如下：

单位：万个、万元

订单金额	2026年一季度			2025年度		
	订单数量	占比	订单总额	订单数量	占比	订单总额
300元以下(含)	25.27	97.54%	2,993.59	138.98	98.06%	15,369.76
300-500元(含)	0.52	2.01%	201.26	2.31	1.63%	892.21
500-1,000元(含)	0.11	0.42%	67.38	0.42	0.30%	263.15
1,000元以上	0.01	0.02%	8.06	0.02	0.01%	24.60
<b>合计</b>	<b>25.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,270.29</b>	<b>141.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,549.72</b>

2025年度和2026年一季度，红豆居家天猫平台的订单金额在300元以下的订单数量占比分别为94.50%和94.20%，1,000元以下的订单数量占比分别为99.94%和99.95%；红豆居家抖音平台的订单金额在300元以下的订单数量占比分别为98.06%和97.54%，1,000元以下的订单数量占比分别为99.99%和99.99%；订单数量及占比随订单金额分层升高而降低，符合终端消费者的网络购物习惯。

三、补充披露红豆居家与供应商的具体合作模式、权利义务约定、结算政策，货物流、资金流、票据流转情况，相关收入确认是否符合企业会计准则的规定，并说明业务模式和收入确认政策较收购前是否发生较大变化；

(一) 红豆居家与供应商的具体合作模式、权利义务约定、结算政策，货物流、资金流、票据流转情况

### 1、具体合作模式

红豆居家向供应商的货品采购主要采取代销模式，部分试点买断模式。

红豆居家负责产品研发、款式设计、面辅料开发等核心环节。在代销模式下，红豆居家向供应商提供自主设计的样衣或选定的样品和相关工艺单，并向供应商提供或由供应商自行采购符合要求的面辅料；供应商按照红豆居家的要求组织生产并协商确定产品采购价格，其产品经验收合格后通过红豆居家线上店铺渠道代理销售；红豆居家根据产品实际销售情况定期与供应商结算。

## 2、权利义务约定情况

红豆居家的主要权利为退换货权，即红豆居家有权将销售后的库存（在拆除品牌标识物后按合同约定全部退还供应商。具体行使条件如下：

**一是代销期届满。**红豆居家订购的每季产品在红豆居家销售两季（例如：2025 年秋冬产品在 2025 年秋冬、2026 年秋冬两季销售）后退还给供应商。其中，春夏货品的销售季截止日为当年的 9 月 5 日，秋冬货品的销售季截止日为次年 4 月 5 日。

**二是出现质量问题。**红豆居家在销售过程中发现产品存在质量问题或经顾客反映有质量问题的，红豆居家有权选择将该批产品全部或部分退还供应商。

此外，若代销产品动销率较低，红豆居家有权与供应商协商降低产品采购价格从而制定新的售价来提高产品动销率。

红豆居家的主要义务为确定产品设计具体方案，制作技术资料、图纸（如尺寸表、工艺单、颜色配比表、成分克重表等资料），确定面辅料的具体要求并对供应商选购的面辅料加以确认，监督供应商产品的生产并对产品质量进行验收，对产品库存进行管理，确定产品的对外售价、全面负责产品的销售运营工作（涵盖推广、销售、售后等各环节）。

## 3、结算政策

红豆居家与供应商于每月中旬对上月销售情况进行对账确认，结算方式通常为银行电汇或承兑汇票。

## 4、货物流、资金流、票据流转情况

供应商按照红豆居家要求的货号、色号、规格、数量生产产品并交付给红豆居家指定的仓库，运输费用由供应商承担。

红豆居家根据代销产品每月销售对账情况，以银行电汇或承兑汇票向供应商结

算货款。

## （二）红豆居家收入确认符合企业会计准则的规定，并说明业务模式和收入确认政策较收购前未发生较大变化

收购前后，红豆居家业务模式和收入确认政策未发生变化，具体情况如下：

### 1、红豆居家的销售模式分类

红豆居家积极布局线上销售渠道，主要通过自营店铺、平台销售、线上分销三类销售模式建立了全面线上销售网络。2024年度和2025年度，红豆居家主营业务不同销售模式的收入及占比情况如下所示：

单位：万元

销售模式	2025年度		2024年度	
	金额	占比	金额	占比
自营店铺	55,229.41	82.05%	64,753.88	77.45%
平台销售	11,273.56	16.75%	18,027.53	21.56%
线上分销	797.88	1.18%	806.38	0.97%
其他零星零售	13.10	0.02%	18.68	0.02%
合计	<b>67,313.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>83,606.47</b>	<b>100.00%</b>

自营店铺模式下，红豆居家在天猫、京东、拼多多、抖音等电商平台开设自营店铺，由电商部门自主运营并直接向终端消费者销售产品。电商平台主要提供互联网信息服务及相关软件、技术与运营支持，红豆居家负责店铺运营、物流配送、销售及客户管理等工作。

平台销售模式下，红豆居家的客户主要为京东自营、唯品会等电商平台，电商平台根据自身订单需求向红豆居家下达订单，由电商平台负责商品的销售，售后环节一般由电商平台负责与消费者对接，红豆居家按照约定与电商平台进行结算。

线上分销模式下，红豆居家的客户主要为在电商平台开设红豆居家产品店铺的线上分销商，红豆居家与其签署购销协议，线上分销商根据自身需求向红豆居家采购产品，红豆居家将货物配送至线上分销商指定收货地点或物流站点，线上分销商负责产品后续的销售和服务。

### 2、红豆居家不同线上销售模式的结算方式情况如下：

销售模式	结算方式
自营店铺	消费者确认收货后，电商平台按合同约定结算
平台销售	与平台客户采取定期结算机制，按照双方确认代销清单/结算单进行最终结算
线上分销	每月与分销商根据发货量进行结算

### 3、红豆居家不同线上销售模式销售收入确认的方式、时点及依据

公司产品销售属于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品控制权时点确认收入，报告期内，公司各类线上销售收入确认方式、时点及依据如下：

销售模式	收入确认方式及时点	依据
自营店铺	消费者确认收货或系统默认确认收货，公司收到货款后确认收入	电商平台账户资金流水或账单
平台销售	于客户验收入库、定期收到结算单或平台实现最终销售并出具代销清单时确认收入	结算单或代销清单
线上分销	公司负责运输的产品，每月根据经双方确认的发货单确认收入	结算清单或经双方确认的发货清单

自营店铺的收入确认数据来源包括第三方电子商务平台店铺账户资金流水明细数据，聚水潭系统销售出库明细数据及退货入库明细数，当消费者确认收货或系统默认确认收货后，红豆居家依据第三方支付平台资金流水确认收入。各电商平台的数据具有真实性、及时性，自营店铺的收入数据真实、准确、完整。

平台销售客户均为大型电商平台，对于销售数据拥有严格的管控措施，数据具有真实性、准确性。电商平台定期向红豆居家出具代销清单或结算单，经核对确认无误后确认收入。红豆居家以电商平台出具的代销清单或结算单明细及金额作为结算依据，收入数据真实、准确、完整。

线上分销客户向红豆居家下订单后，红豆居家根据约定的交货方式发货，根据经双方确认的发货清单确认销售收入，收入数据真实、准确、完整。

综上所述，红豆居家通过网络电商平台销售商品属于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。收入确认的具体方法为：在客户确认收货后确认销售收入。符合企业会计准则的规定。

收购前后，红豆居家业务模式和收入确认政策未发生变化。

四、红豆居家近两年应收账款及坏账准备计提情况，包括余额、账龄、坏账准备以及期后回款等情况；

2024 年末和 2025 年末，红豆居家应收账款及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

项目	应收账款余额	账龄	坏账准备金额	期后回款金额
2024-12-31	3,643.13	1 年以内	182.16	3,643.13
2025-12-31	3,379.75	1 年以内	168.99	3,209.96

注：期后回款金额统计的截止日期为 2026 年 5 月 31 日。

2024 年末和 2025 年末，红豆居家应收账款余额分别为 3,643.13 万元和 3,379.75 万元，账龄均为 1 年以内，坏账准备计提金额分别为 182.16 万元和 168.99 万元；截至 2026 年 5 月 31 日的期后回款金额分别为 3,643.13 万元和 3,209.96 万元，回款比例分别为 100.00%和 94.98%，回款情况良好。

五、结合前述问题以及收购以来市场需求、竞争格局、产品结构及产销量、成本售价等变化情况，说明报告期收入不及预期、但净利润超额达标的原因及合理性，前期收购评估假设和关键参数的选取是否审慎，是否存在为实现业绩目标而调节利润的情形；

#### （一）红豆居家报告期内收入不及预期的原因及合理性

2025 年度，红豆居家营业收入实际值（合并抵消后）为 68,978.72 万元，较评估预测值少 16,335.96 万元，不及预期的主要原因如下：

##### 1、市场预期偏弱，服装消费需求相对平缓

2025 年，国内经济与消费市场整体呈现前高后低的运行态势。根据国家统计局数据，2025 年，国内生产总值 140.19 万亿元，比上年增长 5.0%，各季度分别同比增长 5.4%、5.2%、4.8%、4.5%；全国居民人均消费支出 29,476 元，比上年增长 4.4%，各季度分别同比增长 5.3%、5.2%、3.4%、4.0%。

受市场预期偏弱、消费增长动力不足、内卷竞争加剧等因素影响，我国服装行业经济运行呈现“基本稳定、承压前行”的发展态势，服装消费表现相对平缓。根据国家统计局数据，2025 年，社会消费品零售总额同比增长 3.7%，限额以上服装类商品零售额以及穿类实物商品网上零售额分别小幅增长 2.8%、1.9%，均低于国内生产总值及人均消费支出增速。

报告期内，红豆居家同行业可比公司营业收入及其变动情况如下：

单位：万元

可比公司名称	2025 年度		2024 年度
	营业收入	变动情况	营业收入
爱慕股份	293,436.33	-2.59%	316,346.20
汇洁股份	292,315.52	-0.42%	295,403.21
洪兴股份	161,969.57	-2.26%	177,501.14
浪莎股份	36,388.56	-4.07%	37,976.02

注：同行业可比公司数据来源于其公开披露的年度报告和审计报告。

2025 年度，同样经营内衣、内裤、居家服、文胸等产品的可比上市公司爱慕股份、汇洁股份、洪兴股份和浪莎股份的营业收入均较 2024 年度有所下降，降幅分别为 2.59%、0.42%、2.26 和 4.07%。

## 2、产品结构及单价基本稳定，但销量不及预期

2024 年度和 2025 年度，红豆居家产品结构情况如下：

单位：万元、%

产品类型		2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
		销售收入	销售占比	销售收入	销售占比	销售收入	销售占比
主要产品	内衣	33,500.07	48.56	35,329.75	41.41	38,768.25	46.19
	内裤	13,257.65	19.22	19,885.72	23.31	19,014.21	22.65
	居家服	17,965.95	26.05	19,250.32	22.56	19,924.08	23.74
其他产品		4,255.05	6.17	10,848.89	12.72	6,226.55	7.03
合计		<b>68,978.72</b>	<b>100.00</b>	<b>85,314.68</b>	<b>100.00</b>	<b>83,933.09</b>	<b>100.00</b>

注：其他产品系文胸、袜子等贴身服饰产品。

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要为内衣、内裤和居家服，合计销售收入分别为 77,706.54 万元和 64,723.67 万元，占营业收入的比例分别为 92.58%和 93.83%，主要产品结构稳定。

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销售收入分别较评估预测值少 1,829.68 万元、6,628.07 万元和 1,284.37 万元，而文胸、袜子等其他产品销售收入较评估预测值少 6,593.84 万元。

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要产品的单价及销量情况如下：

单位：元/件、万件

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单价	销量	单价	销量	单价	销量
内衣	68.23	490.98	69.36	509.37	70.95	546.40

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单价	销量	单价	销量	单价	销量
内裤	39.80	333.10	34.86	570.42	40.14	473.73
居家服	97.63	184.03	89.91	214.11	101.42	196.45

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销售单价基本稳定，分别较 2024 年度下降 3.84%、0.84%和 3.74%，与评估预测值的偏离度分别为-1.63%、14.17%和 8.58%，主要系评估基准日（2025 年 6 月 30 日）后，红豆居家秋冬季产品的客单价整体相对较高，而评估预测较为谨慎，整体不存在明显差异。

2025 年度，受市场预期偏弱、服装消费表现相对平缓的影响，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的销量分别较 2024 年度下降 10.14%、29.69%和 6.32%，与评估预测值的偏离度分别为-3.61%、-41.60%和-14.05%。其中，内裤产品销量不及预期主要系内裤属于低客单产品，市场价格竞争激烈。

2025 年度，红豆居家文胸、袜子等其他产品销售收入较 2024 年度下降 31.66%，与评估预测值的偏离度为-60.78%，不及预期的主要系文胸、袜子等其他贴身衣物产品市场竞争激烈，主要可比上市公司爱慕股份和汇洁股份的文胸产品销售收入亦分别较 2024 年度下降 6.53%和 9.75%，红豆居家文胸、袜子为线上新推产品，品牌知名度和市场竞争力相对偏弱。

此外，红豆居家线上店铺运营主体因本次收购发生阶段性变更，平台促销及广告引流等营销效果亦有所削弱。

因此，受市场预期偏弱、国内消费增长动力不足、服装行业竞争加剧的影响，红豆居家主要产品销量下滑导致营业收入不及预期，红豆居家营业收入实际值较评估预测值低 16,335.96 万元。

## （二）红豆居家报告期内净利润超额达标的原因及合理性

### 1、货品供应改善、成本有所下降，毛利率企稳回升

2024 年度和 2025 年度，红豆居家主要产品的单位成本及毛利率情况如下：

单位：元/件

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率
内衣	36.33	46.76%	39.32	43.31%	40.16	43.40%

产品类型	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率	单位成本	毛利率
内裤	22.89	42.49%	20.82	40.28%	23.39	41.73%
居家服	53.74	44.95%	53.69	40.28%	57.27	43.53%

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的单位成本较 2024 年度均有所下降，降幅分别为 9.53%、2.12%和 6.16%，与评估预测值的偏离度分别为-7.61%、9.93%和 0.10%，主要系在公司统一管理下，红豆居家依靠自身经营积累的流动资金逐步充实，货品供应不充分的情况得以改善。

2025 年度，红豆居家主要产品内衣、内裤和居家服的毛利率分别较 2024 年度提升 3.35 个百分点、0.76 个百分点和 1.42 个百分点，分别较评估预测值高出 3.45 个百分点、2.21 个百分点和 4.67 个百分点。2025 年度，红豆居家实际毛利率为 45.43%，较 2024 年度提升 2.73 个百分点，较评估预测值亦高出 3.07 个百分点。

受此影响，红豆居家营业毛利实际值较评估预测值仅低 4,803.67 万元。

## 2、期间费用管控有效，费用率保持平稳

2024 年度和 2025 年度，红豆居家期间费用及费用率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度实际值		2025 年度评估预测值		2024 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	22,611.65	32.78%	27,794.98	32.58%	27,587.01	32.87%
管理费用	2,910.60	4.22%	2,821.00	3.31%	4,112.25	3.23%
研发费用	-	-	-	-	-	-
财务费用	53.56	0.08%	14.98	0.02%	-53.50	-0.06%
<b>合计</b>	<b>25,575.82</b>	<b>37.08%</b>	<b>30,630.96</b>	<b>35.90%</b>	<b>30,246.73</b>	<b>36.04%</b>

2025 年度，红豆居家期间费用率实际值为 37.08%，较 2024 年度增加 1.04 个百分点，较评估预测值高出 1.18 个百分点，整体基本稳定，主要系红豆居家积极采取降本增效措施，减少了非必要的内容制作、广告宣传及办公性费用。受此影响，2025 年度，红豆居家营业利润和利润总额较 2024 年度分别略有增加 75.26 万元和 95.41 万元，较评估预测值亦分别略高出 19.80 万元和 13.29 万元。

此外，得益于红豆居家有效的费用管控措施，2025 年度，红豆居家不可抵扣的广告费、业务宣传费、业务招待费等费用合计较 2024 年度减少 1,001.05 万元，减少

所得税费用 250.26 万元。受此影响，2025 年度，红豆居家净利润较 2024 年度增加 313.19 万元，较评估预测值亦高出 185.54 万元。

综上，受市场预期偏弱、国内消费增长动力不足、服装行业竞争加剧的影响，红豆居家主要产品销量下滑导致营业收入不及预期；但在公司统一管理下，红豆居家依靠自身经营积累的流动资金逐步充实，货品供应不充分的情况得以改善；同时，红豆居家积极采取降本增效措施，毛利率企稳回升，且有效降低了期间费用，2025 年度实现净利润 3,807.74 万元，达标完成业绩承诺，具有合理性。

因此，评估假设和关键参数选取整体符合审慎性要求，不存在为实现业绩目标而调节利润的情形。

## **年审会计师核查意见：**

### **（一）核查程序：**

我们执行了以下主要核查程序：

1、对红豆居家的产品采购方面执行的主要审计程序包括：

- （1）访谈公司采购部，了解公司采购业务相关内部控制及采购模式；
- （2）查询企查查、信用中国等公开信息的官方网站，了解供应商的成立时间、注册资本、股权结构、实际控制人等信息；
- （3）获取公司与供应商签订的合同及补充协议等，核查合同约定的主要内容，包括双方权利义务、定价、结算、信用周期、货物流转等内容；
- （4）获取公司的收入成本明细表，核查报告期内同一产品如存在不同供应商的情况下的采购价格，并核查采购价格差异原因；核查报告期内同时存在委托生产和自主生产的产品采购单价及差异原因；
- （5）获取并复核报告期内的供应商名单及采购交易发生金额，并函证主要供应商确认采购金额准确性。

2、对红豆居家收入确认方面执行的主要审计程序包括：

- （1）访谈公司线上业务负责人，了解线上各销售模式的交易模式、各电商平台定价方式、结算政策、退换货政策、佣金政策等平台规则；获取并检查公司与电商平台之间的规则、协议等，了解费用承担、推广、仓储物流、结算方式、退换货、存货

管理等方面的约定；

(2) 检查公司线上销售相关内控制度文件，对自营店铺、平台销售与线上分销模式销售与收款关键控制点执行控制测试，评价内控设计是否合理，测试执行是否有效；

(3) 了解公司各类线上销售收入的确认方式、时点及依据，并与同行业公司进行对比，分析是否符合《企业会计准则》的要求及行业惯例；

(4) 执行细节测试，检查销售收入对应的合同、电商平台账户资金流水/账单、结算单/代销清单、签收回单、发票、回款流水和记账凭证等，核实线上销售的真实性；

(5) 获取公司线上销售各平台月度分布情况，分析其是否与电商平台促销期间一致，无重大异常情况；

(6) 对线上销售收入确认执行截止测试，确认其不存在重大的跨期风险；

3、对红豆居家应收账款坏账准备计提方面执行的主要审计程序包括：

(1) 访谈公司财务负责人，了解公司应收账款坏账准备计提比例的合理性。

(2) 获取并复核应收账款统计表和应收账款账龄表，结合可比公司的报告期内坏账准备计提情况，评价应收账款坏账准备计提是否谨慎、充分。

4、对红豆居家费用确认方面执行的主要审计程序包括：

(1) 了解期间费用相关的内部控制制度，测试并评价内控制度的合理性；

(2) 获取公司期间费用明细表，对期间费用的构成、各类费用变化情况及原因进行分析；

(3) 获取主要平台的合作推广及服务协议，分析相关平台推广费、服务费与收入的匹配性；

(4) 获取主要平台导出的账户资金流水/账单、推广合同、平台或直营客户结算单等原始资料，并复核与公司账面记录是否一致，关注平台推广费、平台使用费及佣金、业务宣传费入账的准确性以及是否存在跨期的情形；

(5) 查阅公司员工花名册及薪酬表，分析报告期人员平均薪酬及变化情况；

(6) 获取公司平台费用明细，通过全国信用信息公示系统查询其主要供应商的具体情况，关注其与公司是否存在关联关系和其他利益往来；

## （二）核查结论：

经核查，我们认为：

1、红豆居家的采购模式符合传统线上服饰销售企业的行业惯例，与供应商建立了稳定的合作关系，采购流程规范，供应商构成合理，不存在对单一供应商的重大依赖。红豆居家的销售收入真实、准确，收入确认时点符合《企业会计准则》的规定，收入确认政策较收购前未生变化。

2、红豆居家以客户签收作为商品控制权转移的时点，并以此确认销售收入。经核查，不存在虚增收入、突击确认收入或提前确认收入的情况。红豆居家在向客户销售商品前已取得代销产品控制权，其作为主要责任人承担了存货风险、信用风险及定价权。因此，其业务模式符合采用“总额法”确认收入的条件，会计处理恰当，业务模式较收购前未发生较大变化。

3、红豆居家的应收账款主要由京东、唯品会等电商平台自营业务合作产生的应收结算款构成，结算方式为按月对账并回款。鉴于上述平台具备良好的信用资质及稳定的结算记录，该部分应收款项的回收风险极低。公司现行坏账准备计提政策已充分考虑该业务特性，整体较为谨慎，能够合理覆盖预期信用损失。

4、红豆居家的期间费用均为真实发生，其构成与业务规模相匹配，结算条款清晰，与前期相比未发生异常显著变化。费用的归集完整，核算准确，不存在通过少计费用虚增利润的情形。

3、关于应收账款坏账准备。年报显示，公司报告期末应收账款账面余额为 3.01 亿元，期末累计计提坏账准备 6,083.69 万元，其中，按单项计提坏账准备 4,314.82 万元，同比增加 133.07%，计提比例 100%；按账龄组合计提坏账准备 1,768.88 万元，计提比例 6.85%。此外，公司控股股东的子公司 HODO SINGAPORE、无锡红豆居家服饰有限公司、江苏红豆国际发展有限公司均为公司应收账款的前五大客户，前述三家公司应收账款期末余额之和为 5,194.14 万元，占应收账款前五大客户期末余额的比例为 58.56%。此外，2025 年末公司其他非流动资产存在预付股权转让款 1,417.5 万元。请公司：（1）补充披露报告期内对关联方的销售内容、对应业务、销售金额、毛利率、信用政策、应收账款账龄、是否逾期、期后回款情况，与非关联方

的销售毛利率、信用政策是否存在差异，近三年关联方的实际回款周期、坏账计提政策，并结合前期关联方应收账款多次逾期的情况说明是否存在对关联方放宽信用期的情形，坏账准备计提是否充分；（2）补充披露按单项计提坏账准备的应收账款前十大客户的名称及关联关系、交易内容、欠款金额及对应交易金额、账龄、业务开展时间及坏账计提时间、预计无法收回的具体原因以及是否仍有交易往来；（3）结合问题（2）和坏账准备单项计提政策，说明本期按单项计提坏账准备的应收账款余额同比大幅增长的原因及合理性，对应业务是否具有商业实质，相关收入确认是否真实、准确，是否存在前期坏账准备计提不充分的情形；（4）预付股权转让款的业务背景，股权转让进展，是否存在相关资金流向控股股东、实际控制人及其相关主体的情况。请年审会计师发表意见。

#### 公司回复：

一、补充披露报告期内对关联方的销售内容、对应业务、销售金额、毛利率、信用政策、应收账款账龄、是否逾期、期后回款情况，与非关联方的销售毛利率、信用政策是否存在差异，近三年关联方的实际回款周期、坏账计提政策，并结合前期关联方应收账款多次逾期的情况说明是否存在对关联方放宽信用期的情形，坏账准备计提是否充分；

报告期内，公司对前述关联方的销售具体情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	主要销售内容	对应业务	销售金额	毛利率	信用政策	应收账款余额	应收账款账龄	逾期金额	期后回款
1	红豆新加坡	服装	出口服装	14,668.61	23.21%	客户签收后 90 天	2,680.95	1 年以内	-	2,680.95
2	红豆国际	服装、加工	出口服装、加工	1,989.50	18.61%	出货后 180 天	1,154.79	1 年以内、1-2 年	858.66	1,154.79
3	无锡红豆	商标、内衣	织标	542.17	18.85%	签收后 180 天	1,358.40	1 年以内、1-2 年	1,347.65	1,358.40

报告期内，公司主要向关联方红豆新加坡、红豆国际及无锡红豆销售服装和提供加工服务等。公司对上述关联方的应收账款账龄整体在 2 年以内，其中红豆国际及无锡红豆的应收账款存在一定的逾期情况，但期后均已完成回款。

公司向关联方销售的毛利率整体与公司的批发及其他业务毛利率 22.18% 不存在较大差异，具体的业务分析如下：

#### （一）红豆新加坡

公司关联方红豆新加坡系一家设立于新加坡，主要从事进出口贸易业务的企业。公司向红豆新加坡出口销售服装产品的定价依据为成本加成法，即经双方协商，按成本加合理利润的方式进行定价，实际执行中亦会结合客户具体订单的规模、贸易条件、汇率波动等其他因素，公司关联方与非关联方在定价依据上并无差异。

服装产品具有高度定制化特征，不同客户对于服装的款式及面料等的需求不同，不同服装产品之间的交易价格不具有直接可比性，而对于较为相似的产品，公司的销售毛利率是相对可比的指标。2025 年度，公司向红豆新加坡销售的主要运动装产品毛利率与公司向其他非关联方销售相似商品的主要销售毛利率对比情况如下：

单位：万元、%

客户	2025 年度	
	毛利	毛利率
红豆新加坡	3,380.30	23.00
其他非关联方	301.99	19.93

其他非关联方主要包括英国户外滑雪品牌客户 TRESPASS，公司向红豆新加坡与其他非关联方销售的毛利率整体差异较小，具有合理性。

公司向境外非关联方客户 TRESPASS 销售的信用政策为即期付款信用证结算，即开证行在收到符合信用证条款规定的单据后履行付款义务，自货物离港到收到资金的周期约 1 个月，与公司向红豆新加坡销售的结算方式及信用政策有所差异，主要系 TRESPASS 系独立境外品牌客户，采用 FOB 贸易模式（Free On Board，即装运港船上交货，当货物被装上船并越过船舷时，风险即从卖方转移到买方），出于防控跨境坏账、汇兑损失及境外违约风险的经营考量，按照国际外贸通用商业惯例约定即期信用证结算，具备商业合理性。红豆新加坡的终端客户采用 LDP 贸易模式（Landed Duty Paid，即由卖方将货物运送至买方指定地点并承担全程风险及费用）及后 TT 付款方式（即买家支付部分定金，在货物发出并收到提单复印件或相关单据后再支付尾款），因此回款时间相对较长，约 90 天，信用政策亦具备商业合理性。

## （二）无锡红豆

无锡红豆成立于 2004 年 1 月，主要从事棉纺、红豆内衣、红豆居家等产品的设计、生产和销售，主要产品涵盖居家服、内衣、内裤、文胸、袜子等。

2025 年度，公司主要向无锡红豆销售服装织标。公司拥有织造厂，生产红豆品

牌的服装标签并主要销售给无锡红豆，未向其他非关联第三方销售此类产品，无锡红豆亦未向其他非关联方第三方采购此类服务。报告期内，公司向无锡红豆的销售毛利率为 18.85%，与公司整体批发及其他业务的毛利率 22.18%相近，具有合理性。

### （三）红豆国际

公司关联方红豆国际主营业务为进出口贸易，公司向红豆国际销售服装产品的定价依据为成本加成法，即经双方协商，按成本加合理利润的方式进行定价，实际执行中亦会结合客户具体订单的规模、贸易条件、汇率波动等其他因素，公司关联方与非关联方在定价依据上并无差异。

2025 年，公司向红豆国际销售的主要产品毛利率与公司向其他非关联方销售相似商品的主要销售毛利率对比情况如下：

产品	红豆国际销售毛利率	Canterbury 销售毛利率	差异率
男式针织 T 恤	60.71%	26.58%	34.13%
女式针织 T 恤	50.42%	26.32%	24.09%
女式针织套头衫	51.08%	24.45%	26.62%
女式针织长裤	49.62%	25.20%	24.42%
男童针织 T 恤	53.02%	27.72%	25.29%

2025 年度，公司对红豆国际可比产品的销售毛利率高于对 Canterbury 非关联销售毛利率，主要原因如下：（1）红豆国际依托跨境电商渠道实现针织服饰业务稳步扩容，公司除承接相关产品定制研发与生产制造外，需配套备货以保障客户订单即时履约、规避终端断货风险。前述前置备货需公司预先垫付原材料采购、仓储管理等营运资金，同时承担存货滞销、跌价等经营风险，经双方市场化协商，红豆国际针对该部分资金占用与存货风险在产品定价中给予合理溢价；（2）红豆国际同款产品具备持续性翻单特征，规模化连续生产能够摊薄单位制造费用、优化原辅材料集中采购成本，有效实现生产成本压降，进一步抬升该类订单盈利水平。

公司的非关联方 Canterbury 系新西兰境内主营橄榄球相关运动服饰研发、生产及销售的企业，公司承接的是贴牌加工业务，无前期设计研发，无库存风险，因此订单毛利较红豆国际跨境同品类毛利要低。且公司对红豆国际及 Canterbury 两家主体销售产品虽均为针织服装品类，但产品在面料配方、辅料选型、生产工艺等细节配置上存在差异化约定，产品成本构成也有所区别。

2025 年度，公司向红豆国际销售的综合毛利率仅为 18.61%，低于上述可比产品的毛利率主要系除上述产品外，公司还给红豆国际提供代加工业务，此部分业务公司不需要承担研发及备货等成本，业务的溢价空间相对较低，毛利率较低。

公司对 Canterbury 的信用政策为客户签收后 90 天付款，与公司对红豆国际销售的信用期存在一定差异，但与公司对红豆新加坡销售的信用期一致，主要系公司根据客户经营规模、合作年限等统一制定信用政策，公司给予红豆国际的信用政策相对宽松。

综上，公司向红豆国际销售的毛利率及信用政策与非关联方不存在重大差异，具有合理性。

#### （四）近三年关联方的实际回款周期、坏账计提政策

近三年，公司向关联方红豆新加坡、红豆国际及无锡红豆销售的应收账款实际回款周期如下：

单位：天

客户	2025 年度	2024 年度	2023 年度
红豆新加坡	84.53	95.64	90.50
红豆国际	383.36	81.97	193.41
无锡红豆	3,844.48	608.99	610.33

注：实际回款周期=当期销售收入/期初期末应收账款平均余额。

由上表可知，红豆新加坡的回款天数整体较为稳定且信用期较为一致。

红豆国际的回款天数波动较大，主要系：2025 年度，公司压降了与红豆国际的交易规模，但公司对红豆国际的应收账款期初余额较高，为 3,024.37 万元，并于报告期内减少 1,869.58 万元。报告期末，公司应收红豆国际 1,154.79 万元，期后回款 1,154.79 万元，已全部收回。

无锡红豆的回款天数较长，主要系：（1）2023 年度和 2024 年度，公司向无锡红豆销售的主要产品坯布系服装行业较初级产品，无锡红豆需对其再加工制成内衣、居家服等成衣后才能进行销售，其经营周期较长；（2）2025 年度，公司收购红豆居家线上业务后，为尽量减少关联交易，压降了与无锡红豆的交易规模，仅销售少量服装织标，但公司对无锡红豆的应收账款期初余额较高，为 10,062.76 万元，并于报告期内减少 8,704.36 万元。报告期末，公司应收无锡红豆居家 1,358.40 万元，期后回

款 1,358.40 万元，已全部回收。

近三年，公司对关联方的坏账计提政策与非关联方保持一致。公司对于存在逾期、违约、纠纷或诉讼及其他信用风险显著增加和已发生信用损失的应收账款，均单独进行预期信用损失测试。按应收取的合同现金流量与预期收取现金流量之间差额的现值计提损失准备，计入当期损益。

当在单项工具层面无法以合理成本评估预期信用损失的充分证据时，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的判断，依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。确定组合的依据如下：

组合名称	确定组合的依据	计提方法
按账龄组合计提预期信用损失的应收账款	除单项计提预期信用损失及信用风险极低客户组合以外的应收账款	账龄分析法
信用风险较低的客户组合的应收账款	合并范围内关联方的应收款项	不计提坏账准备

基于账龄确认信用风险特征组合的账龄计算方法如下：

账龄	应收账款计提比例
1 年以内（含 1 年，下同）	5.00%
1-2 年	10.00%
2-3 年	20.00%
3-5 年	50.00%
5 年以上	100.00%

#### （五）公司不存在对关联方放宽信用政策的情形，坏账准备计提充分

近年来，公司对于关联方的部分应收账款存在阶段性逾期情况，不存在公司单方面放宽既定信用政策、随意延长信用期限的情形，逾期系外部客观经营环境及客户阶段性资金调度因素所致。

公司建立统一的《客户信用管理制度》客户授信额度、信用账期划分标准区分客户经营规模、行业属性、合作年限统一制定，关联方的授信审批、账期约定严格依照制度执行，与同规模同行业非关联类客户授信规则保持一致。

公司严格按照企业会计准则及会计政策，采用预期信用损失模型对应收账款计提坏账准备，关联方与非关联方应收账款执行完全一致的预期信用损失计提比例与划分标准，坏账计提政策统一，相关款项在期后均能收回，坏账准备计提谨慎，充分。

二、补充披露按单项计提坏账准备的应收账款前十大客户的名称及关联关系、交易内容、欠款金额及对应交易金额、账龄、业务开展时间及坏账计提时间、预计无法收回的具体原因以及是否仍有交易往来；

单位：万元

序号	名称	关联关系	交易内容	欠款金额	交易金额	账龄	业务开展时间	单项坏账计提时间	预计无法收回的具体原因	是否仍有交易往来
1	新疆相思豆服饰有限公司	非关联方	销售坯布	847.57	4,101.60	2-3年、3-4年	2019年8月	2025年12月	经营不善，预计难以收回	2026年5月回款4.31万元
2	湖北省十堰市竹山县城关镇人民路店	加盟店、非关联方	服装销售	48.44	2,407.57	2-3年、3-4年	2017年6月	2025年6月	多次催收回款情况不理想，门店数量多而单店金额较小、异地诉讼成本较高，预计收回可能较小	否
3	湖北省武汉市黄陂区汉口北店	加盟店、非关联方	服装销售	48.24	2,017.62	2-3年、3-4年	2018年4月	2025年6月		否
4	湖南省衡阳市常宁县解放北路二店	加盟店、非关联方	服装销售	48.18	463.17	2-3年、3-4年	2020年6月	2025年6月		否
5	湖北省十堰市丹江口市武当山特区太和路店	加盟店、非关联方	服装销售	48.00	932.66	2-3年、3-4年	2017年9月	2025年6月		否
6	湖北省宜昌市远安县东门路盛世中央二店	加盟店、非关联方	服装销售	47.67	438.93	2-3年、3-4年	2019年5月	2024年12月		否
7	湖北省十堰市茅箭区香港街二店	加盟店、非关联方	服装销售	47.65	1,534.67	2-3年、3-4年	2018年4月	2025年6月		否
8	湖北省十堰市丹江口市六里坪镇步行街店	加盟店、非关联方	服装销售	47.50	665.57	2-3年、3-4年	2017年11月	2025年6月		否
9	湖北省十堰市竹溪县人民路店	加盟店、非关联方	服装销售	47.14	1,087.74	2-3年、3-4年	2018年9月	2025年6月		否
10	湖南省衡阳市雁峰区中山南路店	加盟店、非关联方	服装销售	46.76	1,186.29	2-3年、3-4年	2017年8月	2024年12月		否

注：上述交易金额为自有交易以来的金额总计。

**三、结合问题（2）和坏账准备单项计提政策，说明本期按单项计提坏账准备的应收账款余额同比大幅增长的原因及合理性，对应业务是否具有商业实质，相关收入确认是否真实、准确，是否存在前期坏账准备计提不充分的情形；**

报告期末，公司按单项计提坏账准备的应收账款前十大客户除新疆相思豆服饰有限公司外均为公司的加盟联营店，主要系受线下消费环境变化影响，终端经营持续承压，叠加部分加盟商经营管理能力不足，预计难以收回货款。基于谨慎性原则，公司对其应收账款全额单项计提坏账准备，并加大对相关款项的催收力度。

公司将新疆相思豆服饰有限公司的应收账款全额单项计提坏账准备的原因及情况如下：

公司织造车间与新疆相思豆服饰有限公司从2019年8月起开展销售光坯布业务往来，2020年11月，因自身经营战略及规划考虑，无锡红豆将新疆相思豆服饰有限公司100%股权转让给了上海双钰服饰有限公司，红豆股份将自身持有新疆红豆服装有限公司100%的股权转让给新疆相思豆服饰有限公司，红豆股份此次的股权转让以评估价为基础，经双方协商作价人民币1,755.01万元。2020年11月17日，新疆红豆服装有限公司股权转让的工商变更登记已完成，交易完成后，公司不再持有新疆红豆服装有限公司的股权，全面退出新疆地区的业务经营。

公司与新疆相思豆服饰有限公司的交易持续进行至2023年度，当年度交易金额为216.19万元，后续由于其自身业务萎缩，公司不再与其发生交易，但是仍进行了相关欠款的催收工作，2024年度及2025年度分别回款400.73万元及280.00万元，截至2025年末，仍有847.57万元应收账款尚未回款，考虑到2026年新疆相思豆服饰有限公司未还余额账龄较长，且后期偿还困难，基于谨慎性原则，公司对其的应收账款进行了单项计提。

综上所述，公司上述交易均真实、准确的发生，单项计提的应收账款余额增加具有业务实质，公司前期的应收账款根据账龄计提，不存在坏账准备计提不充分的情形。

**四、预付股权转让款的业务背景，股权转让进展，是否存在相关资金流向控股股东、实际控制人及其相关主体的情况；**

2025年4月，为优化公司产业布局、完善产融协同体系，依托公司主业区域经

营资源，拓展稳定财务投资渠道，公司经与出让股东友好磋商达成股权收购意向，拟受让江苏锡山中银富登村镇银行部分股权。该村镇银行立足无锡锡山区域市场，扶持“三农”经济发展，深耕小微信贷业务，参股后能够深化银企合作、便利公司及产业链供应商融资对接、增厚公司长期投资收益，符合公司中长期对外投资规划。

此次股权转让因涉及无锡市金融相关监管部门审批，后续经与监管沟通，因金融机构股东准入政策等审核要求，截至本回复出具日，无锡市金融相关监管部门仍未对公司股权受让主体的股东资格予以批准，导致此次股权转让客观上无法履行。因此公司与江苏晟林科技有限公司签署了关于股权转让协议的《解除协议》，受限于其自身资金统筹安排，经双方协商一致，约定将公司已支付的 1,417.50 万元股权转让款分四期退还给公司，协议约定如下：

“（1）第一笔款项：甲方于本协议签署后 7 个工作日内向乙方返还人民币 100 万元（大写：壹佰万元整）

（2）第二笔款项：甲方于 2026 年 8 月 31 日前向乙方返还人民币 100 万元（大写：壹佰万元整）；

（3）第三笔款项：甲方于 2026 年 9 月 30 日前向乙方返还人民币 200 万元（大写：贰佰万元整）；

（4）剩余款项：甲方于 2026 年 12 月 31 日前付清剩余人民币 1,017.5 万元（大写：壹仟零壹拾柒万伍仟元整）。”

公司将此次股权转让款项直接支付至江苏晟林科技有限公司，江苏晟林科技有限公司的基本情况如下：

公司名称	江苏晟林科技有限公司
注册地址	江阴市祝塘镇文林环南路 23 号
成立日期	2010-01-11
注册资本	2,000 万人民币
股东	徐慕贤持股 100%
历史股东	徐晔、潘朦婷
法定代表人//实际控制人	徐慕贤
经营范围	许可项目：特种设备安装改造修理；特种设备制造（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）一般项目：工程和技术研究和试验发展；

	信息系统集成服务；专用设备制造（不含许可类专业设备制造）；通用设备制造（不含特种设备制造）；机械零件、零部件加工；机械零件、零部件销售；普通机械设备安装服务；通用设备修理；专用设备修理；机械设备销售；电子产品销售；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；货物进出口；技术进出口；进出口代理；特种设备销售；配电开关控制设备销售；金属材料销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
--	--

由上述资料可知，江苏晟林科技有限公司与公司控股股东、实际控制人及相关主体并无关联关系。公司此次资金流向直接由无锡红豆运动科技有限公司流向江苏晟林科技有限公司，不存在流向控股股东、实际控制人及其相关主体的情况。

### 年审会计师核查意见：

#### （一）核查程序：

我们执行了以下主要核查程序：

1、了解公司销售与收款循环、关联交易循环相关的内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制运行的有效性；

2、向公司财务负责人、销售人员了解公司业务模式、收入确认时点、信用政策及主要客户信用额度等情况；

3、获取公司期末应收账款账龄明细表，复核公司应收账款账龄划分是否正确，与同行业公司坏账计提政策进行比较，坏账准备计提是否合理；

4、将公司坏账准备计提比例与预期信用损失模型计算的损失率进行比例，公司按目前的坏账准备计提政策是否合理；

5、查询应收账款主要客户工商信息，核查主要客户与公司是否存在关联关系，对于关联交易进行抽查合同、出库单或签收单、回款等，根据合同约定的账期，统计2025年末应收账款余额逾期数据，是否与公司统计数据是否一致，对于2025年末关联方逾期应收余额解决情况，获取了期后应付账款对应存货采购的合同、入库记录、发票，对到货存货进行了盘点；

6、对公司期末主要的应收账款余额进行函证（包括向关联方进行函证），确认双方交易金额及期末未结算款项余额等，对于未回函客户，通过抽查相关销售合同、发货单、签收单、回款单等执行替代程序，核实应收账款的真实性；

7、获取公司股权转让协议、投资尽调分析报告，询问公司预付股权转让款的业务背景及进展，向股权转让方进行函证、访谈，进一步了解交易原因及目前进度，向股权转让标的公司进行函证，确认股权转让方交易之前持有股权的真实性。

## （二）核查结论：

经核查，我们认为：

1、公司上述问题中关于补充披露报告期内对关联方的销售内容、对应业务、销售金额、毛利率、信用政策、应收账款账龄、是否逾期、期后回款情况等回复说明，与会计师取得的审计证据一致，与非关联方的销售毛利率、信用政策不存在差异，不存在对关联方放宽信用期的情形，根据公司目前坏账计提会计政策计提坏账准备，坏账准备计提充分；本期存在对公司关联方应收账款逾期未及时催收的情况，虽然截至审计报告日，上述关联方逾期应收账款已解决，但基于谨慎原则，在内部控制审计报告正文中强调公司关联方逾期应收情况的目的是提醒报告使用者关注。

2、公司上述问题中关于补充披露按单项计提坏账准备的应收账款前十大客户的名称及关联关系、交易内容、欠款金额及对应交易金额、账龄、业务开展时间及坏账计提时间、预计无法收回的具体原因以及是否仍有交易往来等回复说明，与会计师取得的审计证据一致；

3、公司上述问题中关于说明本期按单项计提坏账准备的应收账款余额同比大幅增长的原因及合理性等回复说明，与会计取得的审计证据一致，公司本期按单项计提坏账准备的应收账款余额同比大幅增长符合公司的实际情况，对应业务具有商业实质，相关收入确认真实、准确，不存在前期坏账计提不充分的情形；

4、公司上述问题中关于预付股权转让款的业务背景、股权转让进展以及是否存在相关资金流向控股股东、实际控制人及其相关主体的情况等回复说明，与会计师取得的审计证据一致；不存在相关资金流向控股股东、实际控制人及其相关主体的情况。

4、关于存货跌价准备。年报显示，公司报告期末存货账面余额为 2.94 亿元，同比下降 19%，其中库存商品、发出商品和原材料占比分别约为 79.59%、11.08%、6.59%；存货跌价准备期末余额为 7,377.71 万元，系库存商品计提 7,120.87 万元、发

出商品计提 256.84 万元。报告期内，新增计提存货跌价准备 3,801.12 万元，同比增加 29.82%。此外，自 2024 年以来，公司存货跌价准备计提比例大幅增加，2023-2025 年计提比例分别为 5.23%、12.69%、25.05%。请公司：（1）分业务板块列示期末存货的具体构成，包括存货类型、库龄分布、账面余额、跌价准备、账面价值等，以及本期存货跌价准备的计提、转回或转销情况，说明存货账面余额较上年发生较大变化的原因及合理性；（2）结合库存商品、发出商品的价格变动趋势、上下游供需变化、可变现净值的确定依据、参数和计算过程，说明本期在存货余额下降的情况下，存货跌价准备计提比例大幅增长的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，前期计提是否及时、充分。请年审会计师对问题（2）发表意见。

公司回复：

一、分业务板块列示期末存货的具体构成，包括存货类型、库龄分布、账面余额、跌价准备、账面价值等，以及本期存货跌价准备的计提、转回或转销情况，说明存货账面余额较上年发生较大变化的原因及合理性；

报告期末，公司红豆男装业务板块和红豆居家业务板块的存货构成具体如下：

（一）红豆男装业务板块存货构成情况

单位：万元

存货类型	库龄	2025-12-31					2024-12-31			
		存货账面余额		存货跌价准备		存货账面价值	存货账面余额		存货跌价准备	存货账面价值
		金额	占比	金额	同比变动		金额	占比		
原材料	1年以内	1,594.23	88.95%	-	-	1,594.23	1,856.56	92.44%	-	1,856.56
	1-2年	96.08	5.36%	-	-	96.08	151.73	7.56%	-	151.73
	2-3年	101.95	5.69%	-	-	101.95	-	-	-	-
	3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	<b>1,792.26</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>1,792.26</b>	<b>2,008.29</b>	<b>100.00%</b>	<b>0.00</b>	<b>2,008.29</b>
在产品	1年以内	546.02	100.00%	-	-	546.02	908.52	100.00%	-	908.52
	1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2-3年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	<b>546.02</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>546.02</b>	<b>908.52</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>908.52</b>
库存商品	1年以内	4,765.08	23.69%	53.37	-84.64%	4,711.71	17,015.04	59.43%	347.57	16,667.47
	1-2年	8,139.05	40.46%	2,091.43	6.33%	6,047.62	8,695.52	30.37%	1,966.98	6,728.54

存货类型	库龄	2025-12-31					2024-12-31			
		存货账面余额		存货跌价准备		存货账面价值	存货账面余额		存货跌价准备	存货账面价值
		金额	占比	金额	同比变动		金额	占比		
	2-3 年	5,204.00	25.87%	3,156.80	116.18%	2,047.20	2,407.76	8.41%	1,460.26	947.50
	3 年以上	2,009.83	9.99%	1,819.27	294.65%	190.56	511.29	1.79%	460.98	50.31
	<b>小计</b>	<b>20,117.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,120.87</b>	<b>68.11%</b>	<b>12,997.09</b>	<b>28,629.61</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,235.79</b>	<b>24,393.82</b>
发出商品	1 年以内	1,584.56	72.66%	3.78	-	1,580.78	1,718.13	67.02%	-	1,718.13
	1-2 年	-	-	-	-	-	497.82	19.42%	99.56	398.26
	2-3 年	526.41	24.14%	190.23	211.80%	336.18	203.36	7.93%	61.01	142.35
	3 年以上	69.81	3.20%	62.83	-12.87%	6.98	144.21	5.63%	72.11	72.10
	<b>小计</b>	<b>2,180.78</b>	<b>100.00%</b>	<b>256.84</b>	<b>10.38%</b>	<b>1,923.94</b>	<b>2,563.52</b>	<b>100.00%</b>	<b>232.68</b>	<b>2,330.84</b>
委托加工物资	1 年以内	227.36	100.00%	-	-	227.36	1,086.96	100.00%	-	1,086.96
	1-2 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	2-3 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	3 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>小计</b>	<b>227.36</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>227.36</b>	<b>1,086.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>	<b>1,086.96</b>
存货合计	1 年以内	8,717.25	35.06%	57.15	-83.56%	8,660.10	22,585.21	64.17%	347.57	22,237.64
	1-2 年	8,235.13	33.12%	2,091.43	1.20%	6,143.70	9,345.07	26.55%	2,066.54	7,278.53
	2-3 年	5,832.36	23.46%	3,347.03	120.02%	2,485.33	2,611.12	7.42%	1,521.27	1,089.85
	3 年以上	2,079.64	8.36%	1,882.10	253.05%	197.54	655.50	1.86%	533.09	122.41
	<b>合计</b>	<b>24,864.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,377.71</b>	<b>65.11%</b>	<b>17,486.67</b>	<b>35,196.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,468.47</b>	<b>30,728.43</b>

单位：万元

项目	期初余额	本期增加金额		本期减少金额		期末余额
		计提	其他	转回或转销	其他	
库存商品	4,235.79	3,732.23	-	847.15	-	7,120.87
发出商品	232.68	68.89	-	44.72	-	256.84
<b>小计</b>	<b>4,468.46</b>	<b>3,801.12</b>	<b>-</b>	<b>891.87</b>	<b>-</b>	<b>7,377.71</b>

由上表可知，报告期内，公司存货余额有所下降，但存货跌价准备金额上升较多主要系库存商品中库龄在 2 年以上的存货金额及其占比有所上升，主要系：（1）公司销售模式持续进行变革，产品销售模式以代销为主，减少了买断式的采购；（2）报告期内，公司面临消费需求趋缓及行业竞争加剧等多重压力，公司整体销售收入缩减，且公司持续对产品进行迭代，优化产品结构，销售以新货和次年货品为主，库龄较长的存货消化速度变慢，存货库龄增加，具有合理性。

## （二）红豆居家业务板块存货构成情况

单位：万元

存货类型	库龄	2025-12-31					2024-12-31			
		存货账面余额		存货跌价准备		存货账面价值	存货账面余额		存货跌价准备	存货账面价值
		金额	占比	金额	同比变动		金额	占比		
原材料	1 年以内	144.34	100.00%	-	-	144.34	118.26	100.00%	-	118.26
	1 年以上		0.00%	-	-	-	-	-	-	-
	<b>小计</b>	<b>144.34</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>144.34</b>	<b>118.26</b>	<b>100.00%</b>	<b>-</b>	<b>118.26</b>
在产品	1 年以内	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-

存货类型	库龄	2025-12-31				2024-12-31				
		存货账面余额		存货跌价准备		存货账面价值	存货账面余额		存货跌价准备	存货账面价值
		金额	占比	金额	同比变动		金额	占比		
	小计	-	-	-	-	-	-	-	-	-
库存商品	1 年以内	3,302.32	100.00%	-	-	3,302.32	89.86	100.00%	-	89.86
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	<b>3,302.32</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>3,302.32</b>	<b>89.86</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>89.86</b>
发出商品	1 年以内	1,077.56	100.00%	-	-	1,077.56	783.15	100.00%	-	783.15
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	<b>1,077.56</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>1,077.56</b>	<b>783.15</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>783.15</b>
委托加工物资	1 年以内	61.10	100.00%	-	-	61.10	120.50	100.00%	-	120.50
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	<b>61.10</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>61.10</b>	<b>120.50</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>120.50</b>
存货合计	1 年以内	4,585.32	100.00%	-	-	4,585.32	1,111.77	100.00%	-	1,111.77
	1 年以上	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合计	<b>4,585.32</b>	<b>100.00%</b>	-	-	<b>4,585.32</b>	<b>1,111.77</b>	<b>100.00%</b>	-	<b>1,111.77</b>

由上表可知，红豆居家线上业务的存货均为 1 年以内，且没有计提跌价准备，主要系 2025 年公司收购红豆居家线上业务时，仅收购了少数存货以维系业务的正常运营，截至报告期末，红豆居家业务的存货主要均为收购后新购置的存货，库龄较短，故没有计提跌价准备。

二、结合库存商品、发出商品的价格变动趋势、上下游供需变化、可变现净值的确定依据、参数和计算过程，说明本期在存货余额下降的情况下，存货跌价准备计提比例大幅增长的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异，前期计提是否及时、充分；

### （一）库存商品、发出商品的价格变动趋势

报告期内，公司主要产品的价格变动趋势如下：

单位：元/件

项目	2025 年度		2024 年度
	单价	变动比例	单价
西服	272.52	-20.96%	344.80
衬衫	109.16	3.30%	105.67
毛衫	197.01	26.83%	155.33
T 恤	75.79	-7.75%	82.16
休闲服	235.98	1.39%	232.75
裤子	130.92	-7.31%	141.25
内衣	69.99	-1.36%	70.95
短裤	39.80	-0.84%	40.14
居家服	97.63	-3.74%	101.42
运动装	40.67	12.75%	36.07
<b>平均</b>	<b>89.93</b>	<b>-1.96%</b>	<b>91.73</b>

注：上表中的平均值为根据不同品类产品加权平均的单价。

报告期内，公司各类主要服装产品的销售单价呈现出差异化的变动趋势，整体单价波动较小，其中西服、T 恤、裤子的单价跌幅相对较多，毛衫、运动装的单价涨幅相对较高，衬衫、休闲服、内衣、短裤、居家服等品种的单价相对比较稳定，主要系与各类新产品的推出频率、价格定位及促销政策等因素有关。

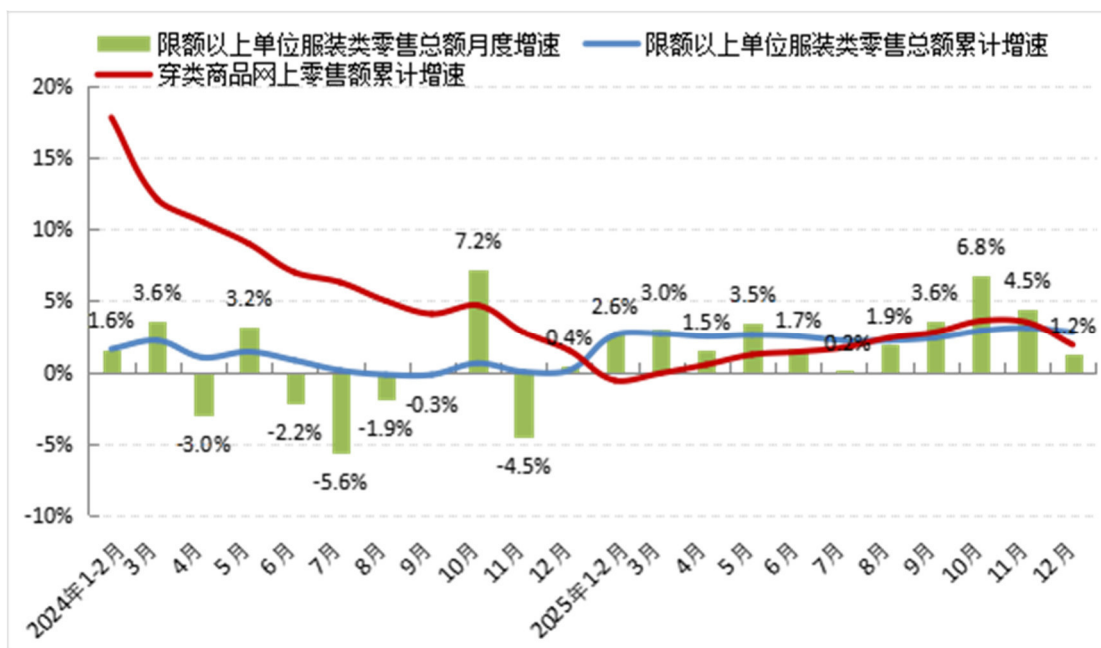
### （二）上下游供需变化

2025 年，面对国际需求持续疲弱、美国关税政策多变等复杂严峻的外部形势，叠加国内消费增长动力不足、市场预期偏弱等现实挑战，我国服装行业持续深化转型升级，行业经济运行呈现“基本稳定、承压前行”的发展态势。

在内销方面，居民衣着消费需求稳步释放，服装内销市场保持温和增长。根据国

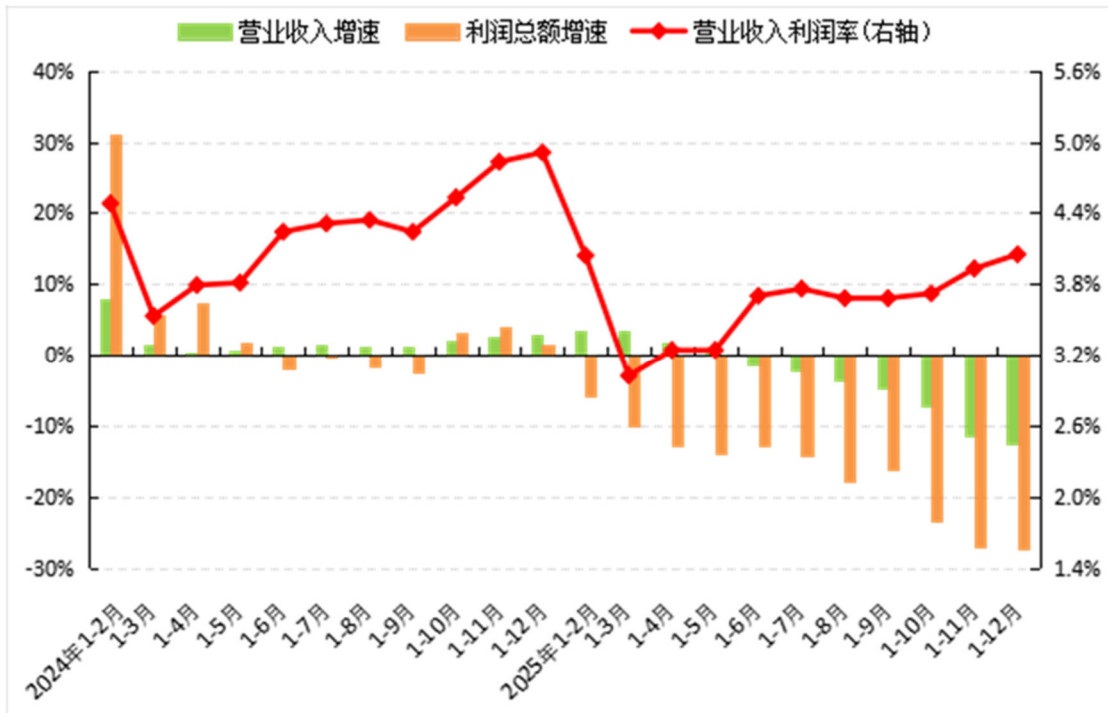
国家统计局数据，2025年1-12月，我国限额以上单位服装类商品零售额11,044.5亿元，同比增长2.8%，增速较2024年同期加快2.7个百分点；穿类商品网上零售额同比增长1.9%，增速较2024年同期加快0.4个百分点。

### 2025年1-12月国内市场服装销售情况



在运行质效方面，我国服装行业运行质效严重承压，营业收入和利润总额降幅持续加深，企业盈利能力明显下降。据国家统计局数据，2025年1-12月，我国服装行业规模以上（年主营业务收入2,000万元及以上）企业13,745家，实现营业收入11,119.95亿元，同比下降12.67%；利润总额450.64亿元，同比下降27.34%。行业亏损面扩大，运行效率有所下降。1-12月，服装行业规模以上企业亏损面达22.61%，比2024年同期扩大3.48个百分点。

### 2025年1-12月服装行业主要效益指标情况



### (三) 可变现净值的确定依据、参数和计算过程

可变现净值的确定依据、参数：在资产负债表日，公司按照企业会计准则相关规定，期末存货按成本与可变现净值孰低原则计价；期末在对存货进行全面盘点的基础上，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备一般按照单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。与在同一地区销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。存货分类中的原材料、在产品、定制服装类库存商品、委托加工物资和发出商品，公司以所生产的成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。存货分类中的库存商品，公司根据商品各库龄段市场实际销售情况，确定了各库龄段的存货跌价准备的计提比例，作为确定存货可变现净值和计提存货跌价准备的依据，库龄6个月以内不计提，6至12个月的按5%计提，12个月以上至48个月的按20%至90%计提，超过48个月的按100%计提。

具体存货跌价准备计算如下：在资产负债表日，公司根据存货跌价准备计提政策计提存货跌价准备余额，并与已计提的存货跌价准备进行比较，若应提数大于已提数，予以补计提，若应提数小于已提数，则以应提数为准，多计提金额在已计提的存货跌

价准备金额内冲减当期存货跌价准备已计提金额。如果前期计提存货跌价准备的影响因素已经消失，使得存货的可变现净值高于其账面价值，则在原已计提的存货跌价准备金额内，将以前减记的金额予以恢复，转回的金额冲减资产减值损失；对于在计提存货跌价准备的影响因素消失前已经销售的产品，公司在销售当月将对应的存货跌价准备转销，冲减对应的主营业务成本。

#### (四) 同行业可比公司存货跌价准备计提情况

报告期内，同行业可比公司存货跌价准备计提政策如下：

公司名称	存货跌价准备计提政策						
报喜鸟 (002154.SZ)	<p>(1) 资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。当存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。可变现净值，是指在日常活动中，存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。</p> <p>(2) 产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>(3) 计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p>						
海澜之家 (600398.SH)	<p>(1) 期末，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，计入当期损益；以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额应当予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。对于数量繁多、单价较低的存货，按存货类别计提存货跌价准备。</p> <p>(2) 按单个项目计提存货跌价准备的存货，可变现净值按产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。</p> <p>(3) 直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；需要经过加工的存货，在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额。</p> <p>(4) 计提存货跌价准备后，如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，导致存货的可变现净值高于其账面价值的，在原已计提的存货跌价准备金额内予以转回，转回的金额计入当期损益。</p> <p>(5) 具体原则：                      ① 针对存货分类中的原材料、在产品、定制服装类库存商品和委托加工物资，公司以所生产的成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。                      ② 库存商品和委托代销商品中，对于附可退货条款的可退货库存商品，由于公司可以按照成本原价退还给供应商，因此，公司对该类存货不计提存货跌价准备。                      ③ 库存商品和委托代销商品中，对于附不可退货条款的不可退货库存商品，公司于每个会计期末根据该类商品的预计市场售价，减去至出售时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额，来确定存货的可变现净值，并与其账面成本进行比较，来确定每个会计期末计提存货跌价准备的金额。                      (6) 公司对连锁品牌商品基于库龄确认存货可变现净值，库龄组合可变现净值的确定依据和计算方法如下：</p> <table border="1" data-bbox="427 1939 1393 2040"> <thead> <tr> <th data-bbox="427 1939 647 1989">库龄</th> <th data-bbox="647 1939 879 1989">确定依据</th> <th data-bbox="879 1939 1393 1989">可变现净值的计算方法</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="427 1989 647 2040">1 年以内</td> <td data-bbox="647 1989 879 2040">根据投放期间或入</td> <td data-bbox="879 1989 1393 2040">根据本年销售情况、最新市场销售价格以及未</td> </tr> </tbody> </table>	库龄	确定依据	可变现净值的计算方法	1 年以内	根据投放期间或入	根据本年销售情况、最新市场销售价格以及未
库龄	确定依据	可变现净值的计算方法					
1 年以内	根据投放期间或入	根据本年销售情况、最新市场销售价格以及未					

公司名称	存货跌价准备计提政策											
	1-2 年	库时间区分	来销售预测等关键因素确定未来的可销售比例和折扣率									
	2-3 年											
	3 年以上											
七匹狼 (002029.SZ)	<p>(1) 于资产负债表日, 存货按照成本与可变现净值孰低计量, 对成本高于可变现净值的, 计提存货跌价准备, 计入当期损益。如果以前减记存货价值的影响因素已经消失, 使得存货的可变现净值高于其账面价值, 则在原已计提的存货跌价准备金额内, 将以前减记的金额予以恢复, 转回的金额计入当期损益。</p> <p>(2) 可变现净值, 是指在日常活动中, 存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。对于产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货, 在正常生产经营过程中, 以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值; 需要经过加工的材料存货, 在正常生产经营过程中, 以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额来确定材料的可变现净值; 为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货, 其可变现净值以合同价格为基础计算, 若持有存货的数量多于销售合同订购数量的, 超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。</p> <p>(3) 本公司按单个存货项目计提存货跌价准备。但如果某些存货与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的, 且难以与其他项目分开计量的存货, 合并计提存货跌价准备。对于数量繁多、单价较低的存货, 本公司按照存货类别计提存货跌价准备。</p> <p>(4) 本公司根据产品及行业特点, 按存货库龄类别计提存货跌价准备。本公司主标产品库存跌价计提比例为: 过 6 季以上 100%、按过季程度不同计提 15%至 90%、当季产品不计提。</p>											
九牧王 (601566.SH)	<p>(1) 资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量, 存货成本高于其可变现净值的, 计提存货跌价准备, 计入当期损益。</p> <p>(2) 在确定存货的可变现净值时, 以取得的可靠证据为基础, 并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。</p> <p>①产成品、商品和用于出售的材料等直接用于出售的存货, 在正常生产经营过程中, 以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货, 以合同价格作为其可变现净值的计量基础; 如果持有存货的数量多于销售合同订购数量, 超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为计量基础。用于出售的材料等, 以市场价格作为其可变现净值的计量基础。</p> <p>②需要经过加工的材料存货, 在正常生产经营过程中, 以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本, 则该材料按成本计量; 如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本, 则该材料按可变现净值计量, 按其差额计提存货跌价准备。</p> <p>③存货跌价准备一般按单个存货项目计提; 对于数量繁多、单价较低的存货, 按存货类别计提。</p> <p>本公司按照组合计提存货跌价准备的情况如下:</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;">组合类别</th> <th style="text-align: center;">组合类别确定依据</th> <th style="text-align: center;">可变现净值计算方法和确定依据</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">原材料组合</td> <td style="text-align: center;">库龄</td> <td style="text-align: center;">基于库龄、产品性能等因素确定可变现净值</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">库存商品组合</td> <td style="text-align: center;">产品季</td> <td style="text-align: center;">预计售价减去至销售时发生的相关税费确定可变现净值</td> </tr> </tbody> </table> <p>④资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失, 则减记的金额予以恢复, 并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回, 转回的金额计入当期损益。</p>			组合类别	组合类别确定依据	可变现净值计算方法和确定依据	原材料组合	库龄	基于库龄、产品性能等因素确定可变现净值	库存商品组合	产品季	预计售价减去至销售时发生的相关税费确定可变现净值
组合类别	组合类别确定依据	可变现净值计算方法和确定依据										
原材料组合	库龄	基于库龄、产品性能等因素确定可变现净值										
库存商品组合	产品季	预计售价减去至销售时发生的相关税费确定可变现净值										

注: 同行业可比公司数据来自于其公开披露的定期报告和审计报告。

经比较, 公司存跌价计提政策与同行业可比公司计提方法保持一致, 符合行业惯例。

单位：万元

公司名称	2025 年度			2024 年度		
	存货余额	跌价准备	计提比例	存货余额	跌价准备	计提比例
报喜鸟	143,527.79	15,890.17	11.07%	133,468.59	12,989.12	9.73%
海澜之家	1,176,053.50	94,163.76	8.01%	1,284,690.33	85,994.52	6.69%
七匹狼	136,146.42	53,711.70	39.45%	146,914.83	61,918.13	42.15%
九牧王	122,033.47	33,121.63	27.14%	132,966.40	31,454.55	23.66%
平均	<b>394,440.30</b>	<b>49,221.81</b>	<b>21.42%</b>	<b>424,510.04</b>	<b>48,089.08</b>	<b>20.56%</b>
公司	<b>29,449.70</b>	<b>7,377.71</b>	<b>25.05%</b>	<b>36,308.67</b>	<b>4,468.46</b>	<b>12.31%</b>

由上表可知，同行业可比公司 2025 年度的存货余额有所减少，跌价准备计提金额有所上升，整体变动方向与公司的存货余额及跌价准备计提金额的变动趋势相同。由于公司存货余额规模整体较小，体现跌价准备计提比例上升较多。

综上所述，公司本期存货整体销售单价变动较小，下游服装行业呈现基本稳定、承压前行的态势，公司的存货跌价准备计提政策与同行业可比公司一致，公司本期在存货余额下降的情况下，存货跌价准备金额大幅增长的原因主要系库存商品中长库龄的库存金额增加所致，具有合理性，前期计提时及时、充分。

#### 年审会计师核查意见：

##### （一）核查程序：

我们执行了以下主要核查程序：

- 1、了解、评估公司与存货跌价准备相关的内部控制的设计，并测试关键控制执行的有效性；
- 2、对存货执行计价测试，测试存货计价的准确性以及是否符合公司相关会计政策；
- 3、获取存货跌价准备计算表，测试计提准确性，并按照公司相关会计政策重新计算存货跌价准备金额；
- 4、向公司财务人员了解计提存货跌价准备的会计估计，评估其合理性以及是否符合会计准则的规定；
- 5、实施存货监盘程序，检查存货的状况和真实性。



除上述程序以外，会计师了解并评估了公司收入确认及成本结转政策是否合理，并对收入、成本确认进行了抽查测试；查阅了同行业可比公司存货方面的财务数据进行分析，是否存在异常情况。

**(二) 核查结论：**

经核查，我们认为：

1、公司上述问题关于说明本期存货余额下降的情况下存货跌价准备计提比例大幅增长的原因及合理性、与同行业可比公司是否存在较大差异、前期计提是否及时和充分等回复说明，与会计师获取的审计证据一致；

2、公司本期在存货余额下降的情况下，存货跌价准备计提比例大幅增长符合公司的实际的情况，具有合理性，与同行业可比公司不存在较大差异，前期计提及时、充分。



（此页无正文，为公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）关于上海证券交易所《关于江苏红豆实业股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》的回复之盖章页）

公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）

2026年6月22日

