

证券代码：603719

证券简称：良品铺子

公告编号：2026-031

良品铺子股份有限公司
关于上海证券交易所对公司 2025 年年度报告的
信息披露监管问询函的回复公告

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。

良品铺子股份有限公司（以下简称“公司”或“良品铺子”）近日收到上海证券交易所上市公司管理一部下发的《关于良品铺子股份有限公司 2025 年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】1157 号，以下简称“《问询函》”）。公司高度重视，与控股股东宁波汉意创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“宁波汉意”）、实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红及普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）等相关方对《问询函》关注的事项逐一核查，现将有关情况回复如下：

问题一：关于货币资金及交易性金融资产。年报显示，公司2025年末货币资金余额3.13亿元，受限货币资金余额1.28亿元，主要为一年期定期存款、汇票保证金及冻结资金。2025年度公司利息收入为480.11万元，同比下降80.37%。2023年至2025年度，公司交易性金融资产账面价值分别为0元、3.24亿元、9.34亿元，规模大幅变动，对应年度处置交易性金融资产取得的投资收益分别为5,999.94万元、0元、0元，对应年度持有交易性金融资产产生的公允价值变动损益分别为0元、985.08万元、1,100.96万元，交易性金融资产规模与相关收益及损益金额不匹配。

请公司：（1）结合货币资金存放机构、存放类型、利率水平、日均存款余额等，说明利息收入与货币资金规模的匹配性，利息收入同比大幅下降的原因及合理性；（2）补充披露2025年度及最新一期期末受限货币资金具体存放情况，包括存放机构、金额、账户性质、利率、受限原因、期后进展等，以及公司控股股东及其关联方在同一存放机构的存贷款金额、利率、逾期情况等，说明货币资

金是否存在其他潜在限制性安排，是否存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户以及货币资金被他方实际使用的情况；（3）补充披露近三年交易性金融资产构成明细，包括具体投向、投资金额、购买时间、期限、到期日、到期收益损失情况，说明交易性金融资产规模变动大、投资收益及公允价值变动损益与交易性金融资产规模不匹配的原因及合理性，是否存在资金流向控股股东及关联方的情形。请年审会计师发表意见。

公司回复：

一、利息收入与货币资金规模的匹配性，以及利息收入同比大幅下降的原因及合理性

（一）近三年货币资金与交易性金融资产总体变动情况

公司货币资金主要为存放在各大国有银行和商业银行的活期存款、协定存款、定期存款和银行承兑汇票/保函保证金；公司交易性金融资产主要为银行理财产品。2023年至2025年，公司货币资金及交易性金融资产具体情况如下表：

单位：万元

科目	2023. 12. 31	2024. 12. 31	2025. 12. 31
货币资金	197, 142. 39	103, 155. 95	31, 300. 06
其中：活期存款	12, 125. 14	5, 869. 95	1, 401. 89
协定存款	174, 566. 57	70, 784. 95	17, 106. 45
定期存款		20, 222. 66	10, 083. 62
银行承兑汇票/保函保证金	10, 439. 79	6, 214. 28	2, 700. 00
冻结资金	10. 89	64. 10	8. 10
交易性金融资产	-	32, 397. 97	93, 368. 85
合计	197, 142. 39	135, 553. 91	124, 668. 90

注：合计数与部分明细数相加之和如有差异系四舍五入所致。

由上表可知，2023年至2025年，公司货币资金与交易性金融资产合计呈下降趋势，一方面是由于公司营收规模下降，另一方面来自公司实施分红等原因，综合带来公司资金总额减少；货币资金减少但交易性金融资产增加的主要原因是公司鉴于银行存款利率持续走低，将更多闲置自有资金从银行存款转向银行理财产品以提高资金使用效率，综合导致公司2025年末交易性金融资产较上年末增加188.19%至9.34亿元，相应货币资金较上年末减少69.66%。

（二）货币资金存放机构、存放类型及利率水平

2023年-2025年各年末，公司存放在各机构的存款明细及三年利率变动情况如下：

2023年至2025年各机构存款余额明细表

单位：万元

存放机构	活期存款			协定存款			定期存款（含利息）	
	2023. 12. 31	2024. 12. 31	2025. 12. 31	2023. 12. 31	2024. 12. 31	2025. 12. 31	2024. 12. 31	2025. 12. 31
汉口银行	376. 59	154. 50	100. 91	142, 762. 94	27, 438. 89	10, 395. 86	20, 222. 66	-
中信银行	50. 37	107. 24	51. 48	30, 082. 00	40, 045. 24	4, 957. 87	-	10, 083. 62
农业银行	10, 728. 89	3, 906. 29	876. 46	-	1, 259. 32	1, 643. 10	-	-
招商银行	50. 23	75. 69	74. 50	453. 00	2, 041. 50	88. 63	-	-
交通银行	761. 60	1, 546. 91	276. 76	-	-	20. 99	-	-
建设银行	84. 88	32. 98	9. 75	-	-	-	-	-
工商银行	8. 19	16. 37	1. 95	-	-	-	-	-
兴业银行	12. 29	14. 85	4. 79	-	-	-	-	-
渤海银行	0. 03	3. 76	0. 03	-	-	-	-	-
武汉农村商业银行	0. 73	3. 61	3. 48	-	-	-	-	-
中国银行	-	3. 60	0. 62	0. 63	-	-	-	-
浦发银行	1. 20	2. 40	0. 37	-	-	-	-	-
渣打银行	49. 79	1. 73	0. 74	1, 268. 00	-	-	-	-
北京农商行	-	0. 02	0. 07	-	-	-	-	-
农业发展银行	0. 28	-	-	-	-	-	-	-
广发银行	0. 07	-	-	-	-	-	-	-

合计	12, 125. 14	5, 869. 95	1, 401. 89	174, 566. 57	70, 784. 95	17, 106. 45	20, 222. 66	10, 083. 62
----	-------------	------------	------------	--------------	-------------	-------------	-------------	-------------

2023年至2025年各机构主要存款利率明细表

存放机构	活期存款利率			协定存款利率			定期存款利率	
	2023 年	2024 年	2025 年	2023 年	2024 年	2025 年	2024 年	2025 年
汉口银行	0. 25%	0. 25%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	2. 4%—3. 45%	1. 05%—2. 99%	0. 55%—1. 35%	2. 15%	2. 15%
中信银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	1. 35%	1. 05%—1. 35%	0. 45%—1. 15%	—	1. 40%
农业银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	1. 05%	0. 55%	—	—
招商银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	1. 70%	1. 15%	0. 55%—1. 15%	—	—
交通银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	0. 45%—0. 65%	—	—
建设银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	1. 05%	0. 35%—1. 05%	—	—
工商银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—
兴业银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—
渤海银行	0. 30%	0. 30%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—
武汉农村商业银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—
中国银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	1. 25%	—	—	—	—
浦发银行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—
渣打银行	0. 25%	0. 25%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	1. 61%	—	—	—	—
北京农商行	0. 25%、0. 20%	0. 20%、0. 10%	0. 10%、0. 05%	—	—	—	—	—

农业发展银行	0.35%	-	-	-	-	-	-	-
广发银行	0.25%	-	-	-	-	-	-	-

由上表可知，银行活期存款利率、协定存款利率和定期存款利率呈逐年下降趋势，与近三年市场报价利率下降趋势一致。

（三）利息收入与货币资金规模匹配性分析

2025年度，公司货币资金日均余额、利息收入及利率变动情况如下：

单位：万元

期间	2025 年	2024 年	25 年 VS24 年	变动率
期末时点余额-货币资金	31,300.06	103,155.95	-71,855.89	-69.66%
其中：活期存款	1,401.89	5,869.95	-4,468.06	-76.12%
其中：协定存款	17,106.45	70,784.95	-53,678.50	-75.83%
其中：定期存款	10,083.62	20,222.66	-10,139.04	-50.14%
其中：汇票保证金	2,700.00	6,214.28	-3,514.28	-56.55%
日均货币资金（A）	37,385.37	97,828.68	-60,443.31	-61.78%
其中：活期存款日均（a）	4,874.97	3,227.98	1,646.99	51.02%
其中：协定存款日均（b）	14,792.77	79,545.94	-64,753.17	-81.40%
其中：定期存款日均（c）	15,589.04	10,382.51	5,206.53	50.15%
其中：汇票保证金日均（d）	2,128.58	4,672.24	-2,543.66	-54.44%
利息收入（A1）	472.28	2,431.62	-1,959.34	-80.58%
其中：活期存款利息（a1）	4.00	4.62	-0.62	-13.33%

其中：协定存款利息 (b1)	161.52	2,130.92	-1,969.41	-92.42%
其中：定期存款利息 (c1)	290.96	222.66	68.30	30.68%
其中：汇票保证金利息 (d1)	15.80	73.42	-57.61	-78.48%
综合利率 (A1/A)	1.26%	2.49%	-1.22%	/
其中：活期存款利率 (a1/a)	0.08%	0.14%	-0.06%	/
其中：协定存款利率 (b1/b)	1.09%	2.68%	-1.59%	/
其中：定存存款利率 (c1/c)	1.87%	2.14%	-0.27%	/
其中：汇票保证金存款利率 (d1/d)	0.74%	1.57%	-0.83%	/

2025年公司期末货币资金余额3.13亿元，日均货币资金3.74亿元，较2024年减少6.04亿元，降幅61.78%。日均货币资金减少一方面是因为公司营收规模下降、公司实施分红；另一方面是因为协定存款利率下降，公司将货币资金中的闲置自有资金逐步转换为交易性金融资产，用于投资银行理财产品，致使货币资金大幅减少。2024年4月，中国人民银行管理机构下发《关于禁止通过手工补息高息揽储维护存款市场竞争秩序的倡议》，金融机构按倡议书要求对协定存款利率进行调整。汉口银行为公司协定存款主要存放机构，根据该倡议，汉口银行2024年调整前协定存款利率为2.99%，后陆续调整为2.4%、1.35%、1.05%，2025年进一步下降至0.55%。同时公司除了协定存款利率呈下降趋势外，活期存款与定期存款利率也呈逐渐下降趋势，与市场存款利率变化趋势保持一致。最终公司2025年综合利率约1.26%，较2024年减少1.22个百分点。

综上所述，2025年度，公司利息收入较2024年度下降1,959.34万元，降幅80.58%，系公司货币资金日均余额下降和资金收益率下降，双重因素叠加所致，具有合理性。

二、受限货币资金存放情况及关联方核查

（一）公司2025年年度及最新一期期末受限货币资金存放情况

经自查，2025年12月31日、2026年3月31日公司受限货币资金主要为定期存款及银行承兑汇票保证金，不存在其他潜在限制性安排，具体情况如下表：

单位：万元

期间	2025 年 12 月 31 日	2026 年 3 月 31 日
货币资金余额	31,300.06	62,838.03
受限货币资金余额	12,791.72	38,750.08
其中：银行定期存款及计提利息	10,083.62	20,153.19
银行承兑汇票保证金	2,700.00	18,588.89
诉讼冻结资金	8.10	8.00

截至2025年12月31日及2026年3月31日，公司受限货币资金构成及期后进展如下：

单位：万元

受限项目	存放机构	2025. 12. 31 余额	2026. 3. 31 余额	利率	受限原因	期后进展
银行定期 存款 (注)	中信银行	10,083.62	-	1.40%	2025 年 5 月购入大额定期存单	已于 2026 年 5 月收回本金和利息
	中信银行	-	10,118.14	1.40%	2025 年 5 月购入大额定期存单	已于 2026 年 5 月收回本金和利息
	汉口银行	-	10,035.05	1.50%	2026 年 1 月购入大额定期存单	将于 2027 年 1 月到期
银行承兑	交通银行	2,700.00	-	0.65%	开具承兑汇票，10%保证金	已于 2026 年 1-2 月全额兑付

汇票保证金	招商银行	-	18,584.18	0.70%	开具承兑汇票，100%保证金	已于2026年4-6月全额兑付
	中国银行	-	4.71	0.65%	开具承兑汇票，10%保证金	已于2026年4月全额兑付
诉讼冻结资金	农业银行	8.10	8.00	0.05%	因诉讼被冻结	已于2026年1月解除冻结0.1万元； 2026年4月解除冻结8万元。
合计		12,791.72	38,750.08	/	/	/

注：银行定期存款期末余额包含本金及计提的利息。

公司承兑汇票开票背景为：湖北良品铺子食品工业有限公司（以下简称“良品工业”）的定位为面向公司旗下各销售主体的产品经营与产品供应平台，良品工业的供应商为公司全资子公司宁波良品铺子食品商贸有限公司（以下简称“宁波商贸”），其对宁波商贸的结算方式有两种：现款结算与银行承兑汇票结算，其中银行承兑汇票结算占比约为20%。在前述背景下，金融机构根据行业内风险管理条例、不同阶段的信用调控政策，以及其对于良品工业的不同评级等情况，遵循“一行一策”的原则，对于开具银行承兑汇票保证金的缴存比例各有不同要求，其中部分银行因公司经营业绩持续下滑等原因，经银行风控体系测评出具综合授信建议，要求公司缴存100%保证金开具承兑汇票，确保到期票据足额兑付且零风险可控。

截至2025年12月31日及2026年3月31日，公司承兑汇票明细情况如下：

单位：万元

2025.12.31 银行承兑汇票明细								
出票人	收票人	出票行	出票日	到期日	票面金额	保证金金额	保证金比例	期后兑付情况
良品工业	宁波商贸	交通银行	2025/11/05	2026/02/05	10,111.70	1,011.17	10%	已兑付
良品工业	宁波商贸	交通银行	2025/10/20	2026/01/20	2,876.72	287.67	10%	已兑付

良品工业	宁波商贸	交通银行	2025/10/11	2026/01/11	4,011.58	401.16	10%	已兑付
良品工业	宁波商贸	交通银行	2025/08/25	2026/02/25	10,000.00	1,000.00	10%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2025/11/20	2026/02/20	1,944.87	-	0%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2025/12/05	2026/03/05	3,552.08	-	0%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2025/12/22	2026/03/22	2,846.20	-	0%	已兑付
合计					35,343.15	2,700.00	/	/
2026. 3. 31 银行承兑汇票明细								
出票人	收票人	出票行	出票日	到期日	票面金额	保证金金额	保证金比例	期后兑付情况
良品工业	宁波商贸	招商银行	2026/3/20	2026/6/20	3,766.17	3,766.17	100%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2026/3/5	2026/6/5	4,303.82	4,303.82	100%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2026/2/26	2026/5/26	5,080.35	5,080.35	100%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2026/1/20	2026/4/20	5,433.83	5,433.83	100%	已兑付
良品工业	宁波商贸	招商银行	2026/1/5	2026/4/5	2,759.52	-	0%	已兑付
良品工业	宁波商贸	中国银行	2026/1/19	2026/4/19	47.15	4.71	10%	已兑付
合计					21,390.85	18,588.89	/	/

(二) 关于公司货币资金是否存在其他潜在限制性安排的核查

为核查公司货币资金是否存在其他潜在限制性安排，公司实施了以下程序：

1、取得公司已开立银行账户清单及企业信用报告，核对账面银行账户信息，核实公司银行账户的完整性，并核查公司是否存在以货币资金为关联方融资提供担保的情形。

经自查公司全部银行账户情况，并通过中国人民银行系统查询，取得公司主要银行账户《企业信用报告》，同时与公司对外担保情况交叉复核确认，公司的对外担保全部为对全资子公司的担保，未对合并报表范围外的其他公司提供担保，整体风险可控，因此 2025 年 12 月 31 日、2026 年 3 月 31 日公司货币资金除前述（一）所列受限事项外，不存在其他潜在限制性安排。

2、向控股股东宁波汉意创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称“宁波汉意”）及实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红发出书面问询函，询问控股股东及其关联方是否在公司受限货币资金存放机构存在存贷款业务。

截至本回复出具日，公司已收到控股股东及实际控制人的书面确认回函，具体情况如下：

（1）宁波汉意及其关联企业在上述货币资金存放机构中，有存贷款业务，具体为：

存款情况表

主体名称	机构名称	2025. 12. 31 余额（万元）	2026. 3. 31 余额（万元）
宁波汉意创业投资合伙企业（有限合伙）	中国农业银行股份有限公司 武汉常青花园支行	-	-
宁波汉意创业投资合伙企业（有限合伙）	中信银行武汉分行营业部	1. 49	1. 49
宁波良品投资管理有限公司	中国农业银行股份有限公司 武汉常青花园支行	0. 19	0. 19

贷款情况表

公司名称	机构名称	2025. 12. 31 余额（万元）	2026. 3. 31 余额（万元）	利率	是否 逾期
宁波汉意创业投资合伙企业（有限合伙）	中信银行 武汉分行	3, 500	3, 500	5. 20%	是

2023年7月，宁波汉意向中信银行武汉分行申请贷款4,500万元，先后累计质押公司股份800万股，该笔债务于2025年1月到期。2025年6月，宁波汉意偿还本

金1,000万元，偿还后贷款本金余额为3,500万元。

(2) 实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红及其关联方，在上述货币资金存放机构中有存贷款业务，具体为：

名称	机构名称	2025. 12. 31 存款金额 (万元)	2026. 3. 31存 款金额 (万元)	贷款情况	是否 逾期
杨红春	交通银行股份有限公司武汉金银湖支行	77.29	3.63	无贷款	/
杨红春	中国农业银行股份有限公司武汉常青花园支行	0.25	6.36	信用卡，额度10万元	否
潘梅红	中国农业银行股份有限公司武汉常青花园支行	1.89	1.39	无贷款	/
杨银芬	交通银行股份有限公司武汉金银湖支行	89.08	83.88	无贷款	/
杨银芬	中国农业银行股份有限公司武汉常青花园支行	7.43	0.60	无贷款	/
张国强	交通银行股份有限公司武汉金银湖支行	1.69	1.69	无贷款	/
张国强	中国农业银行股份有限公司武汉常青花园支行	5.08	1.76	信用卡，额度10万元	否
梅凤	交通银行股份有限公司武汉金银湖支行	27.18	43.33	房贷， 2025. 12. 31贷款余额93.79万元， 2026. 3. 31贷款余额92.98万元，年 利率2.8%	否

上述控股股东、实际控制人及其关联方存贷款业务均为其基于自身需求开展，与公司无关，公司未对上述贷款提供任何形式的担保或资金支持。除上述情形外，公司控股股东及其关联方在公司其他受限货币资金存放机构不存在贷款业务。

(三) 关于是否存在控股股东或其他关联方与公司联合或共管账户、公司货币资金被他方实际使用的情况核查

针对是否存在控股股东或其他关联方与公司联合或共管账户、公司货币资金被他方实际使用的情况，公司实施了以下程序：

1、核查公司受限货币资金存放银行账户情况，确认是否存在与他人联合或共管账户的情形。

经自查公司受限货币资金存放银行账户日常业务办理的资料，未发现存在需要加盖其他关联公司预留印鉴的情况，不存在与他人联合或共管账户的情形。综上所述，公司受限货币资金存放银行账户不存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户的情形。

2、核查公司2023年至2026年6月全部资金流水，检查是否存在与控股股东或其他关联方之间的异常资金划转。

本次自查期间为2023年1月1日至2026年6月30日，自查账户范围为公司及控股子公司开设的全部银行账户。公司通过核查上述银行账户与公司控股股东或其他关联方名称对应的所有往来交易明细，针对核查到的资金往来逐笔核对交易情况、核实交易原因。

经核查，相关资金往来情况如下：

（1）工资费用等日常往来

核查期间，董事、高管及在公司任职的关联方与公司的主要日常往来为按照公司相关制度领取相应工资奖金、进行日常差旅招待费用的报销等，其中董事、高管的薪酬金额已于每年度定期报告中进行披露。

（2）股权相关往来情况

核查期间，公司根据每年度股东会决议的分红方案向控股股东宁波汉意、股东宁波良品投资管理有限公司（即控股股东一致行动人，以下简称“良品投资”）支付分红款。

核查期间，2023 年公司实施员工持股计划，授予对象徐然、柯炳荣、金安、李好好、刘玲向公司支付股份认购款，2024 年员工持股计划终止实施，公司向前述人员返还认购款。

（3）其他资金往来情况

核查期间，除上述往来外，公司与关联方存在其他往来。具体明细情况如下：

名称	公司名称	金额 (万元)	时间	公司地位	款项性质
杨红春	良品铺子股份有限公司	2.63	2023 年 1 月-- 2024 年 4 月	收款方	单位结算卡- 门店营业款 现金缴存 (注)
	江西良品铺子食品有限公司	0.11	2023 年 6 月	收款方	
	湖南良品铺子食品有限公司	0.17	2023 年 3 月	收款方	
杨银芬	宁波酱卤大叔企业管理合伙企业 (有限合伙)	0.1	2024 年 11 月	收款方	投资款
	宁波酱卤大叔企业管理合伙企业 (有限合伙)	0.0005	2025 年 12 月	付款方	公司注销投 资款返还

注：单位结算卡说明：单位结算卡直接关联单位银行账户，可凭卡号在银行柜台或自助设备实现现金缴款功能。根据单位结算卡的管理规定，经公司授权单位结算卡的持卡人可以是公司法定代表人或公司普通员工。公司门店现金营业款主要通过单位结算卡进行缴存，卡

内存款日终通过资金归集系统全部归集至单位银行账户。因公司及江西、湖南等子公司的原法定代表人为杨红春，因此部分持卡人名称为杨红春（实际该账户为公司账户）。故上表中统计的门店现金缴存业务不是公司与杨红春发生的资金往来。公司于2024年11月起，陆续将持卡人变更为非公司法定代表人的普通员工。

综上所述，通过全面核查，公司与控股股东或其他关联方的往来均为基于正常业务背景的往来款，内容合规，不存在与控股股东或其他关联方之间的异常资金划转。

3、向控股股东宁波汉意及实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红发出书面问询函，询问其是否存在与公司联合或共管账户的情形，是否存在实际使用公司货币资金的情形。

公司已收到控股股东宁波汉意及实际控制人的回函，均确认其不存在与公司联合或共管账户的情形，不存在实际使用公司货币资金的情形。

综上所述，截至2025年12月31日、2026年3月31日公司受限货币资金主要为银行定期存款及银行承兑汇票保证金。公司货币资金不存在其他潜在限制性安排，不存在与控股股东或其他关联方联合或共管账户以及货币资金被他方实际使用的情况。

三、近三年交易性金融资产投资情况及资金流向

（一）公司近三年期末交易性金融资产构成

2023年公司未开展银行理财项目，故交易性金融资产科目余额为0；因转让参股公司股权产生投资收益5,999.94万元，计入“投资收益”科目。

公司2024年、2025年交易性金融资产均为银行理财产品，2025年及2024年全年累计购买理财笔数为192笔、76笔。公司每月根据银行理财项目的预期收益率情况，不定期购买，所购买理财产品的期限为1天至95天。公司财务报表所列公允价值变动损益均为银行理财产品产生的收益。自2024年起，由于银行活期存款与协定存款利率下降，公司加大开展银行理财项目，理财收益增加，因此公司年末交易性金融资产余额与公允价值变动损益增加。

公司2025年与2024年理财产品的申购及收益情况如下表：

单位：万元

2025 年

银行	滚动理财申购金额	申购笔数	平均单笔申购金额	滚动已赎回理财金额	公允价值变动损益	综合收益率	年末交易性金融资产余额
中信银行	449,500.00	85	5,288.24	399,500.00	401.08	1.67%	50,005.86
交通银行	86,000.00	21	4,095.24	86,000.00	132.96	1.72%	-
汉口银行	84,000.00 (注)	61	1,377.05	41,000.00	485.84	1.47%	43,362.99
中国银行	67,000.00	18	3,722.22	67,000.00	66.08	1.71%	-
招商银行	18,000.00	7	2,571.43	18,000.00	15.00	1.99%	-
合计	704,500.00 (注)	192	3,669.27	611,500.00	1,100.96	1.59%	93,368.85
2024 年							
银行	滚动理财申购金额	申购笔数	平均单笔申购金额	滚动已赎回理财金额	公允价值变动损益	综合收益率	年末交易性金融资产余额
中信银行	170,000.00	17	10,000.00	170,000.00	282.17	1.96%	-
交通银行	50,000.00	5	10,000.00	50,000.00	172.62	2.01%	-
汉口银行	48,000.00	48	1,000.00	16,000.00	465.22	2.44%	32,397.97
中国银行	10,000.00	4	2,500.00	10,000.00	20.83	1.82%	-
兴业银行	5,000.00	1	5,000.00	5,000.00	6.65	2.32%	-
建设银行	10,000.00	1	10,000.00	10,000.00	37.60	1.50%	-
合计	293,000.00	76	3,855.26	261,000.00	985.08	2.14%	32,397.97

注：2025年滚动申购金额中包含2024年申购但当年未到期赎回的理财产品3.2亿元。

（二）关于交易性金融资产规模变动大、投资收益及公允价值变动损益与交易性金融资产规模不匹配的原因及合理性

1、规模变动的原因

2023年末，公司交易性金融资产余额为0元，主要系公司当年度未开展银行理财项目。2024年末前述余额增长至3.24亿元，2025年末进一步增长至9.34亿元，主要原因系：随着银行活期存款利率和协定存款利率持续走低，为提高闲置资金使用效率，公司加大银行理财产品配置力度；2025年度，公司滚动申购理财产品704,500万元，年末持有尚未到期的理财产品余额较大。

2、投资收益与公允价值变动损益与规模匹配性分析

2023年度公司转让参股公司宜春赵一鸣食品科技有限公司的股权，取得投资收益5,999.94万元，属于非经常性股权投资处置收益，与银行理财产品无关。

2024年度及2025年度，公司交易性金融资产均为银行理财产品，分别实现收益985.08万元和1,100.96万元，理财产品综合收益率集中在1.47%至2.44%之间，与年末余额及公允价值变动损益相匹配。

综上，公司交易性金融资产规模变动及收益列报情况具有合理性，不存在与规模不匹配的情形。

（三）交易性金融资产投资资金流向核查

公司穿透核查交易性金融资产的最终投向，均为银行发行的理财产品。

同时，针对交易性金融资产是否存在资金流向控股股东及关联方的情形，公司向控股股东宁波汉意及实际控制人发出书面问询函。根据控股股东及实际控制人的书面回函，其确认：公司交易性金融资产的投资资金未流向控股股东宁波汉意及其关联方。

综上所述，公司交易性金融资产的投向均为银行理财产品，投资资金未流向控股股东及关联方。

会计师回复：

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子货币资金及交易性金融资产实施了以下主要程序：

（1）了解、评估并测试了与资金与投资管理相关的内部控制，包括资金计划管理、银行账户及存款管理、理财合同审批、投资合同审批、理财产品台账的维护等；

（2）获取《已开立银行结算账户清单》，检查公司记录的银行账户的完整性，并对本年所有银行账户实施了函证程序，确认相关银行账户存款、理财产品及其是否存在冻结、担保或其他使用限制等信息；

（3）获取了2024年和2025年的理财产品明细表，针对报告期内新增购买的理财产品，核对至产品说明书、购买理财审批记录和银行流水；针对报告期内赎回的理财产品，将理财产品本金和利息核对至银行流水和公允价值变动损益明细表。对于报告期各期末未赎回的理财产品利息，对管理层的预提利息明细表进行了重新计算，并核对至银行回函中的理财产品净值，以验证公允价值变

动损益账面记录的准确性；

(4) 执行了资金流水核查程序，检查交易对方是关联方的大额资金流入及流出，识别是否为异常交易；

(5) 评估了与货币资金和理财产品相关的财务报表项目的列报和披露是否符合《企业会计准则》规定。

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表执行了审计工作，旨在对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表的整体发表意见。我们将良品铺子对上述问题的回复中与财务报表相关的信息与我们在良品铺子2023、2024和2025年度财务报表审计时在上述程序中取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较，我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题二：关于经营业绩及现金流。年报显示，2025年度公司实现营业收入54.86亿元，同比下降23.38%，归母净利润-1.48亿元，同比下降220.26%。2023—2025年度，公司实现归母净利润分别为1.80亿元、-0.46亿元、-1.48亿元，经营活动现金流量净额分别为12.80亿元、0.06亿元、4.12亿元，整体波动较大。2025年经营活动现金流量净额较上年同期增长7037.71%，与净利润变动趋势不一致，2026年一季度经营活动现金流量净额-1.26亿元，同比由正转负。

请公司：（1）分销售模式分别列示2023—2025年相关业务前五大客户、供应商情况，包括名称、成立时间、注册资本、首次合作时间、采购或销售内容、交易背景、金额及同比变动、货款结算政策、期末往来款金额、期后结算情况等，销售产品毛利率及同比变动情况，前述主体与公司、控股股东、董事、高级管理人员及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排；公司的客户与供应商之间是否存在重叠、关联关系或其他潜在利益关系，如存在，补充说明与相关客户及供应商的交易内容及金额、合同具体内容及实际执行情况，相关交易安排的必要性、合理性，与其他客户信用政策、结算方式、实际回款周期等是否存在差异及其合理性；（2）结合市场环境、行业竞争格局、同行业可比公司经营情况、主要产品销量及毛利率变动、主要客户和消费结构等，说明近三年公司各项业务的具体经营情况及经营业绩的变动原因，是否与同行业可比公司一致；（3）量化分析说明近三年公司经营活动现金流量净额与归母净利润差异的具体原因，2025年经

营活动现金流量净额同比大幅增长、但2026年一季度同比大幅下降的原因及合理性，公司经营活动现金流特征与同行业可比公司是否一致。请年审会计师发表意见。

公司回复：

一、分销售模式列示前五大客户、供应商情况，并核查关联关系及潜在利益安排

（一）前五大客户、供应商情况列示

公司业务主要包括线下业务、线上业务以及团购大客户业务。

1、线上业务前五大客户

线上业务近三年前五大客户基本保持稳定，均为国内知名电商平台。具体线上业务前五大客户情况如下：

(1) 线上业务2023年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2023年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2023年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	北京京东世纪信息技术有限公司	2010/9/1	50000万元	2015年	销售商品	线上平台销售	97,336.05	-28.41%	注	18,514.81	已结算	16.82%	0.07%
2	浙江昊超网络科技有限公司	2019/1/24	80000万元	2015年	销售商品	线上平台销售	26,330.49	-4.78%	注	3,837.61	已结算	11.07%	-0.82%
3	福州朴朴电子商务有限公司/深圳市朴朴网络科技有限公司	2016/6/12	5050.50 5051万元	2020年	销售商品	线上平台销售	5,229.08	-12.05%	注	352.91	已结算	10.78%	-19.67%
4	北京象鲜科技有限公司	2016/4/25	1000万元	2021年	销售商品	线上平台销售	3,925.58	76.57%	注	1,184.08	已结算	15.33%	-6.27%
5	淘宝(中国)软件有限公司	2004/12/7	69307.2 8622万美元	2015年	销售商品	线上平台销售	5,316.80	-23.04%	注	136.67	已结算	18.97%	-1.93%

注：货款结算政策为：公司根据平台定期发送的结算清单进行资金结算，通常资金清算工作在公司收到结算清单后的30-120天内完成。

(2) 线上业务2024年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2024年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2024年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	北京京东世纪信息技术有限公司	2010/9/1	50000万元	2015年	销售商品	线上平台销售	89,227.81	-8.33%	注	27,093.06	已结算	16.32%	-0.50%
2	浙江昊超网络科技有限公司	2019/1/24	80000万元	2015年	销售商品	线上平台销售	23,105.91	-12.25%	注	4,986.69	已结算	14.46%	3.40%

3	上海歆湃信息科技有限公司	2018/4/10	6000 万元	2022 年	销售商品	线上平台销售	5,977.45	599.91%	注	385.10	已结算	10.52%	-15.01%
4	北京象鲜科技有限公司	2016/4/25	1000 万元	2021 年	销售商品	线上平台销售	5,403.65	37.65%	注	1,851.68	已结算	18.13%	2.80%
5	淘宝（中国）软件有限公司	2004/12/7	69307.28622 万美元	2015 年	销售商品	线上平台销售	4,469.27	-15.94%	注	251.49	已结算	13.27%	-5.70%

注：货款结算政策同“线上业务2023年前五大客户”货款结算政策。

（3）线上业务2025年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2025 年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2025 年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	北京京东世纪信息技术有限公司	2010/9/1	50000 万元	2015 年	销售商品	线上平台销售	46,988.09	-47.34%	注	11,019.57	已结算	16.10%	-0.21%
2	浙江昊超网络科技有限公司	2019/1/24	80000 万元	2015 年	销售商品	线上平台销售	17,430.65	-24.56%	注	3,455.94	已结算	14.50%	0.04%
3	北京象鲜科技有限公司	2016/4/25	1000 万元	2021 年	销售商品	线上平台销售	4,952.07	-8.36%	注	1,029.75	已结算	12.42%	-5.70%
4	福州朴朴电子商务有限公司/深圳市朴朴网络科技有限公司	2016/6/12	5050.505051 万元	2020 年	销售商品	线上平台销售	2,504.23	-13.42%	注	499.28	已结算	9.35%	-0.56%
5	淘宝（中国）软件有限公司	2004/12/	69307.28622 万	2015 年	销售商品	线上平台销售	1,588.41	-64.46%	注	65.76	已结算	-6.98%	-20.25%

		7	美元										
--	--	---	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

注：货款结算政策同“线上业务2023年前五大客户”货款结算政策。

2、团购业务前五大客户

团购业务近三年前五大客户基本保持稳定。公司持续对产品进行优化和调整，部分产品的售价下调及产品结构调整影响了公司的收入和毛利率。

(1) 团购业务2023年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2023年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2023年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	武汉好利福食品有限责任公司	2014/10/23	1000万元	2017年	销售商品	团购客户销售	5,067.53	45.93%	注	877.82	已结算	10.36%	0.11%
2	武汉松展商贸有限公司	2017/6/21	208万元	2022年	销售商品	团购客户销售	3,015.41	5680.64%	先款后货	-	已结算	19.12%	-6.48%
3	浙江云企商业服务有限公司	2022/6/8	1000万元	2022年	销售商品	团购客户销售	2,995.64	108.57%	先款后货	-	已结算	27.59%	0.87%
4	康启园实业（深圳）有限公司	2016/4/19	1000万元	2020年	销售商品	团购客户销售	2,866.39	39.85%	先款后货	-	已结算	25.27%	-2.44%
5	上海伟弘贸易有限公司	2013/2/7	1000万元	2021年	销售商品	团购客户销售	2,298.59	13.97%	先款后货	-	已结算	26.67%	-1.43%

注：武汉好利福食品有限责任公司货款结算政策：公司按月结算，整体结算周期在30天-60天。

(2) 团购业务2024年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2024年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2024年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	武汉好利福食品有限责任公司	2014/10/23	1000万元	2017年	销售商品	团购客户销售	6,300.65	24.33%	注	996.44	已结算	6.58%	-3.79%
2	武汉松展商贸有限公司	2017/6/21	208万元	2022年	销售商品	团购客户销售	5,950.65	97.34%	先款后货	-	已结算	16.57%	-2.55%
3	康启园实业（深圳）有限公司	2016/4/19	1000万元	2020年	销售商品	团购客户销售	3,964.59	38.31%	先款后货	-	已结算	19.33%	-5.94%
4	江苏苏全供应链管理有限公司	2022/10/8	1000万元	2023年	销售商品	团购客户销售	3,579.49	59.54%	先款后货	-	已结算	15.48%	-9.84%
5	成都好礼汇商贸有限公司	2015/6/12	500万元	2023年	销售商品	团购客户销售	2,378.60	334.75%	先款后货	-	已结算	20.02%	-5.89%

注：同“团购业务2023年前五大客户”的注释。

（3）团购业务2025年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2025年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2025年末应收余额	期后结算	销售毛利率	毛利率同比变动
1	武汉好利福食品有限责任公司	2014/10/23	1000万元	2017年	销售商品	团购客户销售	6,555.85	4.05%	注	940.66	已结算	5.88%	-0.70%
2	宜昌丰泰实业有限公司	2018/12/13	3000万元	2025年	销售商品	团购客户销售	3,449.04	不适用	收货后45天内支付货款	-	已结算	31.52%	不适用
3	江苏苏全供应链管理有限公司	2022/10/8	1000万元	2023年	销售商品	团购客户销售	3,372.48	-5.78%	先款后货	-	已结算	12.38%	-3.10%

4	武汉松展商贸有限公司	2017/6/21	208万元	2022年	销售商品	团购客户销售	2,836.41	-52.33%	先款后货	-	已结算	11.17%	-5.39%
5	丰创供应链（广州）有限公司	2023/11/2	300万元	2025年	销售商品	团购客户销售	2,670.33	不适用	先款后货	-	已结算	13.91%	不适用

注：同“团购业务2023年前五大客户”的注释。

3、线下业务前五大客户

线下业务主要为直营及加盟业务，其中加盟业务对加盟商控制的门店产生的销售合并计算形成前五大客户，加盟商控制的门店在实际业务中分为有限公司、个体工商户等形式。近三年公司线下业务前五大客户基本保持稳定。2023年至2025年，公司对产品进行优化和调整，导致加盟业务收入和毛利率下降。

（1）线下业务2023年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2023年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2023年末应收余额	期后结算	毛利率	毛利率同比变动
1	王*宏控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	12,236.22	0.31%	注	144.84	已结算	23.25%	-0.36%
2	代*控制的门店	/	/	2015年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	7,522.46	4.85%	注	1.78	已结算	18.47%	-1.24%
3	徐*华控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	6,736.90	-12.58%	注	35.93	已结算	24.67%	-4.40%
4	蓝*青控制的门店	/	/	2012年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	5,661.95	-18.76%	注	24.58	已结算	19.62%	-1.89%

	店												
5	曾*萍控制的门店	/	/	2014年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	5,370.61	32.00%	注	19.44	已结算	22.40%	1.53%

注：加盟商货款结算政策为：先将门店资金全部收回公司，按照结算规则每旬返款，返款周期通常为7-10天。

（2）线下业务 2024 年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2024年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2024年末应收余额	期后结算情况	毛利率	毛利率同比变动
1	王*宏控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	8,170.86	-33.22%	注	72.15	已结算	19.10%	-4.14%
2	代*控制的门店	/	/	2015年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	5,669.56	-24.63%	注	12.88	已结算	18.13%	-0.34%
3	徐*华控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	4,857.36	-27.90%	注	5.10	已结算	19.00%	-5.67%
4	古*勇控制的门店	/	/	2016年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	4,647.81	-5.87%	注	19.33	已结算	20.05%	0.04%
5	王*国控制的门店	/	/	2017年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	4,205.56	-6.58%	注	24.67	已结算	17.75%	-1.67%

注：同“线下业务2023年前五大客户”的注释。

(3) 线下业务 2025 年前五大客户

单位：万元

序号	客户全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	销售内容	交易背景	2025年交易金额	交易金额同比变动	货款结算政策	2025年末应收余额	期后结算情况	毛利率	毛利率同比变动
1	王*宏控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	4,493.26	-45.01%	注	3.69	已结算	15.54%	-3.57%
2	徐*华控制的门店	/	/	2011年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	3,379.30	-30.43%	注	8.06	已结算	16.48%	-2.52%
3	古*勇控制的门店	/	/	2016年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	3,317.18	-28.63%	注	29.12	已结算	16.93%	-3.12%
4	王*国控制的门店	/	/	2017年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	3,246.83	-22.80%	注	19.18	已结算	14.99%	-2.75%
5	代*控制的门店	/	/	2015年	销售商品及提供管理服务	线下加盟连锁经营	2,938.52	-48.17%	注	13.67	已结算	11.63%	-6.50%

注：同“线下业务2023年前五大客户”的注释。

4、采购前五大供应商

公司近三年前五大供应商基本保持稳定。2023年至2025年采购额变化主要受销售规模及春节备货节奏影响。

(1) 2023年前五大供应商

单位：万元

序号	供应商全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	采购内容	交易背景	2023 年采购金额	2023 年采购额同比变动	货款结算政策	2023 年末应付余额	期后结算情况
1	杭州临安良呈食品有限公司	2010/12/22	7000 万元	2016 年	坚果类产品	采购商品	29,274.15	-28.98%	注	5,162.04	已结算
2	杭州森宝食品有限公司	2005/8/17	18000 万元	2016 年	坚果类产品	采购商品	22,770.77	-2.86%	注	7,744.47	已结算
3	河南豫粮集团凯利来食品有限公司	2017/2/15	5000 万元	2021 年	手撕面包等	采购商品	18,179.68	22.67%	注	2,387.19	已结算
4	武汉好利福食品有限责任公司	2014/10/23	1000 万元	2014 年	进口食品	采购商品	17,269.14	12.78%	注	2,803.80	已结算
5	上海顶誉食品有限公司	2008/2/1	13000 万元	2017 年	鸭肉类产品	采购商品	16,421.88	-16.69%	注	1,880.08	已结算

注：前五大供应商货款结算政策为：货物验收入库后30天结算。

(2) 2024年前五大供应商

单位：万元

序号	供应商全称	成立时间	注册资本	首次合作时间	采购内容	交易背景	2024 年采购金额	2024 年采购额同比变动	货款结算政策	2024 年末应付余额	期后结算情况
1	杭州临安良呈食品有限公司	2010/12/22	7000 万元	2016 年	坚果类产品	采购商品	45,714.61	56.16%	注	7,406.12	已结算

2	杭州森宝食品有限公司	2005/8/17	18000 万元	2016 年	坚果类 产品	采购 商品	33,811.81	48.49%	注	10,818.70	已结算
3	上海顶誉食品有限公司	2008/2/1	13000 万元	2017 年	鸭肉类 产品	采购 商品	13,404.92	-18.37%	注	1,169.32	已结算
4	武汉好利福食品有限责任公司	2014/10/23	1000 万元	2014 年	进口食 品	采购 商品	13,497.36	-21.84%	注	79.98	已结算
5	浙江佰宜农业科技有 限公司	2017/11/6	6000 万元	2020 年	坚果类 产品	采购 商品	12,454.58	-13.07%	注	2,995.31	已结算

注：同“2023年前五大供应商”的注释。

（3）2025年前五大供应商

单位：万元

序号	供应商全称	成立时间	注册 资本	首次合 作时间	采购内 容	交易 背景	2025 年采 购金额	2025 年采购 额同比变动	货款结算 政策	2025 年末应 付余额	期后结算 情况
1	杭州临安良呈食品有 限公司	2010/12/22	7000 万元	2016 年	坚果类 产品	采购 商品	19,969.30	-56.32%	注	-	已结算
2	杭州森宝食品有限公 司	2005/8/17	18000 万元	2016 年	坚果类 产品	采购 商品	12,779.98	-62.20%	注	4,240.57	已结算
3	重庆莉莱食品有限公 司	2004/4/24	7000 万元	2016 年	牛肉类 产品	采购 商品	10,697.79	79.20%	注	-	已结算
4	上海顶誉食品有限公 司	2008/2/1	13000 万元	2017 年	鸭肉类 产品	采购 商品	10,692.85	-20.23%	注	1,381.11	已结算

5	浙江佰宜农业科技有 限公司	2017/11/6	6000 万元	2020 年	坚果类 产品	采购 商品	9,477.91	-23.90%	注	2,600.18	已结算
---	------------------	-----------	------------	--------	-----------	----------	----------	---------	---	----------	-----

注：同“2023年前五大供应商”的注释。

（二）前五大客户、供应商与公司、控股股东、董事、高级管理人员及其关联方的关联关系或其他利益安排核查

为核实前五大客户、供应商与公司、控股股东、董事、高级管理人员及其关联方是否存在关联关系或其他利益安排，公司实施了以下程序：

1、公司将上述线上业务客户、团购业务客户、加盟商、供应商名单与公司关联方清单进行比对，通过“企查查”软件查询客户股权结构及主要人员，确认上述线上业务客户、团购业务客户、加盟商、供应商与公司、控股股东、董事、高级管理人员及其关联方不存在关联关系。

2、公司向控股股东、全体董事、高级管理人员发出书面问询函，询问其与上述线上业务客户、团购业务客户、加盟商、供应商是否存在关联关系或其他利益安排。前述主体书面确认其与上述线上业务客户、团购业务客户、加盟商、供应商不存在关联关系或其他利益安排。

（三）客户与供应商重叠情况、关联关系或其他潜在利益关系的说明

经自查，公司存在客户与供应商重叠的情形，主要涉及武汉好利福食品有限责任公司（以下简称“好利福公司”）。该公司既是公司团购业务的前五大客户，向公司采购商品进行出口销售，也是公司进口商品的供应商。销售端：公司向好利福公司销售产品用于出口销售。好利福公司在海外市场拥有成熟的销售渠道和客户资源，其向公司采购产品后通过自身渠道出口至海外市场，形成公司团

购业务收入。采购端：好利福公司深耕预包装食品进口业务，公司通过好利福公司采购进口商品（涉及多个国家），利用其在进口通关、海外供应商资源方面的专业能力保障产品供应。

1、公司与好利福公司的交易情况

2023年至2025年，公司与好利福公司实施销售、采购的具体情况如下：

销售端：

单位：万元

年份	含税销售额	销售内容	应收账款余额	期后回款	是否涉及票据结算
2023 年	5,067.53	良品铺子预包装食品	877.82	已回款	否
2024 年	6,300.65	良品铺子预包装食品	996.44	已回款	否
2025 年	6,555.85	良品铺子预包装食品	940.66	已回款	否

采购端：

单位：万元

年份	含税采购额	采购内容
2023 年	17,269.14	进口类预包装食品
2024 年	13,497.36	进口类预包装食品
2025 年	5,387.87	进口类预包装食品

2、公司与好利福公司交易的必要性、合理性说明

公司主营业务聚焦国内休闲零食市场，自行搭建海外销售渠道成本高、周期长，且该业务量占比极小，销售额占公司年度销售总

额比例维持在1%左右，因此公司产品出口销售目前主要通过与出口经销商合作开展。

好利福公司成立于2014年10月，从事休闲食品进出口及代理业务，包括品牌经销、成品直采等，采购产品端涉及欧洲、澳洲和东南亚市场；出口业务区域包括欧洲、北美和东南亚。

基于消费者对进口零食的需求，公司进一步拓展线下产品丰富度，增加了进口产品的采购，自2014年起向好利福公司采购进口类预包装食品。鉴于好利福公司拥有成熟的海外销售渠道和出口运作经验，能够帮助公司以较低成本实现产品出海，公司于2017年开始向好利福公司销售产品用于出口销售。

3、公司与好利福公司的交易同其他客户是否存在差异的说明

公司与好利福公司的交易安排系基于正常的商业合作关系，与其他客户不存在明显差异，具体说明如下：

（1）定价机制

公司向好利福公司销售产品的定价系基于公司评估海外市场的拓展费用、资源能力及业务发展意愿后进行的市场化定价，定价模式与公司业务常规定价模式一致。

（2）结算及信用政策

依照合同约定，公司与好利福公司的货款结算周期及方式为：先货后款，按月结算，整体结算周期为30天至60天。收款方式为银行转账，不涉及票据结算。上述信用政策与其他客户不存在重大差异。报告期内，好利福公司货款均按期回款，不存在逾期情形。

（3）合同独立性

公司与好利福公司签署的销售合同和采购合同均为独立的商业合同，分别约定不同的交易标的、交易金额及结算安排，不存在将采购与销售进行捆绑或以其他形式关联的条款。

综上所述，公司与好利福公司的交易安排系基于正常的商业合作关系，具有合理性和必要性，信用政策、结算方式、实际回款周期与其他客户不存在重大差异，实际执行情况和合同约定一致。除上述情况外，公司其他前五大客户与前五大供应商之间不存在重叠、关联关系或其他潜在利益关系。

二、近三年公司各项业务的具体经营情况及经营业绩变动原因，是否与同行业可比公司一致

（一）市场环境及行业竞争格局

1、消费环境变化

近年来，消费者零食需求呈现多元化趋势，有部分消费者追求产品的高品质、健康属性及消费体验，另一部分对价格更敏感的消费者追求极致性价比，消费需求的多元化推动量贩零食行业快速发展扩张，行业竞争逐渐加剧，给传统渠道带来一定冲击。

2、线下行业竞争格局冲击

在经营模式上，公司采取“产品+渠道”双轮驱动，聚焦高品质食品，通过好原料、好产品满足消费者对“品质食品”的需求，量贩零食通过对供应链的改革重构，提升供应链效率，降低终端产品销售价格，满足消费者对性价比的需求；在门店规模上，截至2025年末量贩零食赛道两大头部公司线下门店合计超4万家，其区域扩张及密集开店分流了公司线下门店的部分客流，公司单店盈利能力下降、门店数量持续减少，线下业务毛利率及销售规模下降。

3、线上流量红利分化

线上电商业务方面，内容化、社交化的平台（如抖音电商）的兴起吸引了更多的年轻消费者，短视频、直播等营销方式成为线上电商增长的主要驱动力之一，品牌方通过社交媒体和互动营销提升消费者认知度和购买转化率，而传统电商平台（如淘宝、京东等）

流量被分化，线上获客成本及平台费率不断提升，受此影响公司线上业务销售规模下滑。

（二）同行业可比公司经营情况对比

在同行业公司中，三只松鼠、来伊份和公司均通过贴牌代工（OEM）模式实现轻资产运营，聚焦品牌运营与渠道管理，产品品类覆盖坚果炒货、肉类零食、糕点饼干、果干蜜饯等，可比性较高。但相较而言，三只松鼠以线上为主，2025年线上收入占比70%；来伊份以线下为主，2025年末门店总数2818家，其中直营门店1044家、加盟门店1774家，2025年线下收入占比90%，线上收入规模较小；公司2025年度线上、线下业务占比分别为40%、60%，渠道发展较为均衡；因此三家公司在模式结构上存在一定差异。

根据公开资料，同行业可比公司与公司近三年主要经营数据如下：

单位：万元

主要财务指标	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	良品铺子	三只松鼠	来伊份	良品铺子	三只松鼠	来伊份	良品铺子	三只松鼠	来伊份
营业收入	548,553.18	1,018,900.30	381,901.55	715,920.16	1,062,205.35	337,048.27	804,588.90	711,457.59	397,718.29
利润总额	-17,878.03	17,997.52	-13,829.62	-2,567.74	53,736.96	-7,107.17	26,207.26	31,363.66	6,821.56
毛利率	24.83%	24.42%	30.53%	26.14%	24.25%	41.00%	27.75%	23.33%	42.23%
归属于上市公司股东的净利润	-14,765.23	15,535.67	-16,098.87	-4,610.45	40,773.60	-7,526.76	18,028.59	21,978.94	5,704.54
资产总额	382,272.86	682,345.23	308,978.93	470,202.98	676,669.46	316,428.85	552,146.08	554,306.61	337,508.71

2023年至2025年公司整体处于业务深度调整期间，营收从80.46亿元降至54.86亿元，净利润一度出现亏损。同行业公司中，来伊

份2024年、2025年均亏损；三只松鼠2025年营收101.89亿元，同比微降4.1%，盈利15,535.67万元。从行业对比来看，受休闲零食行业消费需求疲软的整体影响，同时叠加量贩零食渠道冲击、线上流量成本上升等多重压力，传统零食业务增长空间被持续压缩，故公司收入、毛利率持续承压下滑，针对前述情况，公司围绕品质升级通过“一品一链”迭代采购体系，持续优化供应链，同步优化单店模型，推进精益生产改善，提升经营效率，进而提升公司产品及渠道竞争力。

（三）主要产品销量及毛利率变动

与同行业可比公司按主要品类的收入及毛利率对比情况如下：

1、公司与三只松鼠主要品类对比

单位：万元

良品铺子							三只松鼠						
产品类别	2025年度		2024年度		2023年度		产品类别	2025年度		2024年度		2023年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利		收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
坚果炒货	92,545.94	19.40%	113,836.26	22.29%	132,329.93	26.42%	坚果	482,310.73	21.85%	536,619.72	23.98%	381,238.51	23.06%
糖果糕点	97,589.56	28.10%	151,133.80	28.66%	187,069.08	29.53%	烘焙	189,099.48	25.72%	150,119.14	21.22%	108,580.23	20.15%
肉类零食	113,991.14	29.08%	129,487.70	28.12%	169,583.14	29.09%	肉制品	110,042.15	22.17%	96,078.52	20.40%	59,979.29	18.87%
果干果脯	37,198.59	27.54%	62,667.93	28.76%	66,747.47	33.15%	果干	38,005.66	18.47%	58,248.57	19.54%	34,986.72	21.32%
素食	29,958.84	28.19%	41,369.57	29.67%	48,963.17	33.24%	其	199,442.28	31.79%	221,139.39	29.87%	126,672.86	29.52%

山珍							他						
其他	171,568.76	21.73%	211,941.48	23.48%	190,447.28	22.99%							

2023年至2025年，公司坚果毛利率变动与可比公司三只松鼠趋势相似，同时由于三只松鼠有自建的坚果工厂，因此其毛利率高于公司。公司糖果糕点、肉类零食和果干类产品毛利率均高于三只松鼠，是由于公司线下门店直营业务的占比高于三只松鼠，而一般直营业务的毛利率高于线上业务的毛利率。

2、公司与来伊份主要品类对比

单位：万元

良品铺子							来伊份						
产 品 类 别	2025年度		2024年度		2023年度		产 品 类 别	2025年度		2024年度		2023年度	
	收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利		收入	毛利	收入	毛利	收入	毛利
坚 果 炒货	92,545.94	19.40%	113,836.26	22.29%	132,329.93	26.42%	坚 果 炒货 及 豆 制品	64,256.84	29.33%	75,685.64	35.13%	82,369.49	38.43%
糖 果 糕点	97,589.56	28.10%	151,133.80	28.66%	187,069.08	29.53%	糕 点 及 膨 化 食 品	65,551.39	25.58%	54,862.00	39.33%	66,607.86	43.39%
肉 类 零食	113,991.14	29.08%	129,487.70	28.12%	169,583.14	29.09%	肉 制 品 及 水 产	99,141.47	31.58%	98,554.34	41.50%	119,930.56	42.02%

							品						
果干果脯	37,198.59	27.54%	62,667.93	28.76%	66,747.47	33.15%	糖果 蜜饯 及蔬	77,017.28	26.50%	61,841.44	41.95%	73,246.93	43.79%
素食山珍	29,958.84	28.19%	41,369.57	29.67%	48,963.17	33.24%	其他	57,901.47	31.27%	30,043.17	31.86%	42,342.84	32.25%
其他	171,568.76	21.73%	211,941.48	23.48%	190,447.28	22.99%							

2023年-2025年，公司坚果炒货、糖果糕点、肉类零食、果干果脯的平均毛利率低于来伊份，主要是由于来伊份在业务模式上侧重线下渠道，线下门店业务受固定开支及专属渠道的影响，整体毛利率较高；公司约40%业务来自线上渠道，一方面固定开支较少，另一方面线上不同品牌同平台竞争，毛利率较低。

从品类对比来看，公司近三年各品类毛利率呈持续下滑趋势，一方面是因为公司为应对竞争主动调低了部分产品的价格，另一方面是因为不同渠道收入占比发生了变动；三只松鼠坚果、综合品类毛利率有所下降，来伊份各品类毛利率均呈下降趋势。整体而言，三家同行业公司坚果、果干主要品类毛利率均呈下滑或承压趋势，与公司变动方向一致。

（四）主要客户和消费结构变化

1、主要客户变动

（1）线上业务：线上业务近三年前五大客户重合度较高，北京京东世纪信息技术有限公司（京东自营）、浙江昊超网络科技有限公司（天猫超市）、北京象鲜科技有限公司（美团买菜）、淘宝（中国）软件有限公司（淘宝分销店）连续三年在列；深圳市朴朴网络科技有限公司（朴朴超市）仅在2024年受上海歆湃信息科技有限公司（抖音自营）渠道崛起影响短暂退出前五，2025年抖音相关业务关停后重回前五，可见公司与线上核心客户合作关系整体稳定。

（2）团购业务：团购业务近三年前五大客户基本保持稳定，主要包括武汉好利福食品有限责任公司、武汉松展商贸有限公司、康启园实业（深圳）有限公司等客户。公司为了大力发展团购业务，丰富产品矩阵，拓宽了低价格段的产品组合，产品综合价格下降，导致毛利率大幅下滑。

（3）加盟业务：公司近三年核心加盟商保持稳定，前三大核心加盟商王*宏、代*、徐*华基本保持稳定。但近年随着量贩零食的发展，竞争加剧，门店数量下滑，同时为支持加盟商更好地发展，公司主动调低了加盟业务毛利率，加盟毛利率呈下降趋势。

（4）消费结构变化：受休闲零食行业消费需求疲软的整体影响，同时叠加量贩零食渠道冲击、线上流量成本上升等多重压力，公司线上、线下业务均出现规模下降、毛利率下滑的趋势。

（五）分业务详细经营情况及变动趋势

1、电子商务业务

单位：万元

指标	2023年	2024年	2025年
营业收入	316,739.39	293,197.11	216,821.68
营业成本	241,799.67	222,517.75	161,245.47
毛利率	23.66%	24.11%	25.63%

公司近三年电商业务收入连续下滑，2024年同比下降7.43%，2025年同比下降26.05%，主要系公司在传统电商平台（京东、天猫/淘宝）销售量下滑所致。

京东、天猫是公司开展电商业务的重要销售渠道，近三年受抖音等新兴社交电商冲击，平台流量被分化，公司在上述平台的收入下滑。

电商业务毛利率从2023年的23.66%上升至2025年的25.63%，主要系公司在各电商平台主动淘汰低毛利产品，同时放弃低价内卷，转向内容化运营，成功打造多款行业爆款单品。

2、加盟业务

单位：万元

指标	2023年	2024年	2025年
营业收入	240,024.68	187,360.83	135,889.85
营业成本	189,966.08	157,105.39	119,814.80
毛利率	20.86%	16.15%	11.83%

公司近三年加盟业务收入连续下滑，2024年同比下降21.94%，2025年同比下降27.47%，毛利率从2023年的20.86%下降至2025年的11.83%，三年累计下跌9.03个百分点。主要系量贩零食门店数量快速扩张抢占市场份额，公司线下门店流量被分流，单店盈利能力下降，同时公司主动降低部分产品价格以吸引更多用户，多重因素叠加导致毛利率降低。同行业方面，来伊份2025年加盟业务毛利率为12.54%，与公司加盟毛利率处于同一区间。传统零食品牌的加盟业务普遍面临量贩渠道冲击，都在经历“调结构、降毛利”的转型阵痛。

3、直营业务

单位：万元

指标	2023年	2024年	2025年
营业收入	189,351.00	171,705.76	136,063.68
营业成本	102,697.77	99,504.06	81,127.91
毛利率	45.76%	42.05%	40.38%

直营业务收入近三年连续下滑，2024年同比降9.32%，2025年同比降20.76%，毛利率从2023年的45.76%下降至2025年的40.38%。变动原因与加盟业务类似，主要受量贩零食的冲击及直营门店闭店影响。同行业对比方面，来伊份直营业务收入连续三年下滑，毛利率从2023年的49.77%降至2025年的47.83%，与公司经营业绩的变动趋势一致。

4、团购业务

单位：万元

指标	2023年	2024年	2025年
营业收入	49,025.01	58,173.04	54,077.64
营业成本	38,967.99	46,169.14	46,159.11
毛利率	20.51%	20.63%	14.64%

团购业务2024年收入同比增长18.66%，主要系公司差异化布局健康配方、国潮IP联名定制礼盒，精准匹配节日礼赠需求，同时拓展B端企业客户和高端商超渠道。2025年收入同比下降7.04%，毛利率下降至14.64%，主要系消费承压背景下企业团购预算缩减、量贩零食品牌切入团购赛道加剧团购市场竞争，导致公司团购业务收入、毛利率下降。

三、经营活动现金流量净额波动原因分析

（一）近三年公司经营活动现金流量净额与归母净利润差异的原因

报告期内，公司经营活动现金净流量与净利润差异金额列示如下：

单位：元

项目	2023年	2024年	2025年
经营活动现金流量净额	1,279,759,894.98	5,771,529.32	411,954,774.32
净利润	179,445,300.20	-49,273,472.84	-144,365,689.82
差异金额	1,100,314,594.78	55,045,002.16	556,320,464.14

2023年至2025年，公司净利润分别为1.79亿元、-0.49亿元和-1.44亿元，经营活动现金流量净额分别为12.80亿元、0.06亿元和4.12亿元。两者之间存在较大差异，主要系存货、经营性应收应付项目的变动以及非付现费用（减值准备、折旧、摊销）、票据保证金等受限资金余额的变动所致。采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量的具体过程如下：

单位：元

期间	2023年	2024年	2025年
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	179,445,300.20	-49,273,472.84	-144,365,689.82
加：资产减值准备	11,756,302.97	42,165,403.50	29,956,187.32
信用减值损失	6,132,890.41	7,813,078.75	2,257,876.13

固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	64,295,122.41	74,902,497.12	73,321,702.47
使用权资产摊销	340,176,807.06	305,816,071.23	233,559,052.39
无形资产摊销	12,209,239.80	11,221,110.28	10,480,300.48
长期待摊费用摊销	97,405,075.60	103,409,450.02	64,445,075.32
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-2,708,965.19	-8,099,421.49	-4,245,265.25
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	144,968.15	246,142.01	17,815.29
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-9,850,802.40	-11,009,610.99
财务费用（收益以“－”号填列）	27,701,916.71	23,960,230.74	9,448,148.40
投资损失（收益以“－”号填列）	-51,036,929.38	8,103,227.31	2,426,548.63
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	24,091,036.74	9,852,316.09	-46,016,195.96
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-	94,915.56	136,238.74
存货的减少（增加以“－”号填列）	277,316,867.07	-32,057,301.23	112,724,036.65
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	403,811,115.05	-191,942,779.27	318,598,382.45
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-57,960,994.14	-332,312,047.69	-274,922,669.74
其他	-53,019,858.48	41,722,911.63	35,142,841.81
经营活动产生的现金流量净额	1,279,759,894.98	5,771,529.32	411,954,774.32

各年度差异归因分析如下：

1、过年节奏差异带来的经营活动现金流跨期的影响

年货节是公司传统销售旺季，线上业务的春节旺季销售周期平均为2个月，主要发生在农历春节前2个月，线下门店业务的春节旺季销售相较于线上业务，会延长到农历正月十五，同时年货节期间的单月销售额高于全年月度平均销售额，占全年销售比例高于其他节令，是公司销售的重要组成部分。坚果类产品是在年货节销售占比最大的产品，相比其他产品，其通常需要更长的时间完成从锁定原料到生产产品的备货。公司为应对年货节销售，会提前有序地安排商品入库，其中销售给线上电商平台的年货节产品，相比线下门店，需要平均提前1个月。由于每年年货节销售高峰横跨每年12月、1月、2月，且不同年度农历春节的时间不同，有时发生在1月，有时发生在2月，这会对公司期末的存货、应收账款及

应付账款余额产生较大影响，也会对年度经营性现金净流量产生较大影响。

应收账款方面，公司期末应收账款主要来自对知名电商平台销售对应的应收账款，该款项的结算周期在 30 天-120 天不等。当次年过年时间较早时（每年的 1 月份），考虑其备货及销售周期，则当年 11 月-12 月为销售高峰，公司当年末应收账款余额会较高，次年一季度则为回款期，次年经营活动现金流入会较多，在确认销售收入的月份反而经营性现金流入较少。但是当过年时间在 2 月时，较多的应收款产生在次年 1 月，回款根据结算政策会发生在次年 4-5 月，因此一季度的经营活动现金流入更少。

应付账款方面，公司整体结算周期在 60 天以内，当次年过年时间较早时（每年的 1 月份），考虑平台在 11 月、12 月需要备货，则公司备货期更早，一般在一个月以内，则主要部分货款会在年底前结算，而存货余额的变动也是该情况的反映。当过年时间在 2 月时，公司主要货款会在一季度结算。

报告期内各年过年时节统计如下：

项目	2026 年	2025 年	2024 年	2023 年
春节时间 (初一)	2026 年 2 月 17 日	2025 年 1 月 29 日	2024 年 2 月 10 日	2023 年 1 月 22 日

由上表可知，2023 年春节时间较早，2024 年春节时间较晚，2025 年春节时间较早，2026 年春节时间较晚。以 2024 年经营现金流量为例，在 2024 年的年初，既受到 2024 年当年春节的影响，也受到年末 2025 年春节的影响。2024 年年末应收账款余额受 2025 年春节较早的影响，年末应收账款余额较大，更多的款项回收发生在次年，减少了 2024 年现金净流入，加大了 2025 年现金净流量的流入。

具体到各年情况如下：

2023 年：当年过年时间 2023 年 1 月 22 日，次年过年时间 2024 年 2 月 10 日

单位：万元

项目	应收账款	应付账款	应付票据	存货
2022. 12. 31 (a)	74, 173. 96	-76, 820. 29	-32, 480. 93	92, 050. 56
2023. 12. 31 (b)	38, 715. 21	-88, 757. 17	-34, 267. 81	64, 318. 88
经营性变动 (c=a-b)	35, 458. 75	11, 936. 88	1, 786. 88	27, 731. 69

注：以上所列应收账款及存货均为原值。

从上表可以看出，应收账款 2022 年末 7.42 亿元、2023 年末 3.87 亿元，2023 年净变动带来现金流入 3.55 亿元；存货 2022 年末 9.21 亿元，2023 年末 6.43 亿元，净变动带来 2023 年现金流入 2.77 亿元；应付账款及应付票据 2022 年末合计 10.93 亿元，2023 年末 12.30 亿元，应付账款支付延迟带来当年现金支出节约 1.37 亿元，上述情况与前述春节节奏一致，上述四项的变化对应增加经营性现金流 7.69 亿元。

2024 年：当年过年时间 2024 年 2 月 10 日，次年过年时间 2025 年 1 月 29 日

单位：万元

项目	应收账款	应付账款	应付票据	存货
2023. 12. 31 (a)	38, 715. 21	-88, 757. 17	-34, 267. 81	64, 318. 88
2024. 12. 31 (b)	47, 568. 59	-73, 608. 52	-23, 774. 42	67, 524. 61
经营性变动 (c=a-b)	-8, 853. 38	-15, 148. 65	-10, 493. 39	-3, 205. 73

注：以上所列应收账款及存货均为原值。

从上表可以看出，应收账款 2023 年末 3.87 亿元、2024 年末 4.76 亿元，应收账款的变动带来 2024 年现金净流出 0.89 亿元，存货 2023 年末 6.43 亿元，2024 年末 6.75 亿元，存货变动带来现金净流出 0.32 亿元；应付账款、应付票据 2023 年末余额 12.30 亿元，2024 年末余额 9.74 亿元，变动带来当年资金净流出 2.56 亿元，上述变化对应减少经营性现金流 3.77 亿元。

2025 年：当年过年时间 2025 年 1 月 29 日，次年过年时间 2026 年 2 月 17 日

单位：万元

项目	应收账款	应付账款	应付票据	存货
2024. 12. 31 (a)	47, 568. 59	-73, 608. 52	-23, 774. 42	67, 524. 61
2025. 12. 31 (b)	25, 920. 95	-60, 867. 06	-19, 343. 15	55, 554. 04
经营性变动 (c=a-b)	21, 647. 64	-12, 741. 46	-4, 431. 27	11, 970. 57

注：以上所列应收账款及存货均为原值。

从上表可以看出，应收账款 2024 年末 4.76 亿元，2025 年末 2.59 亿元，应收账款变动带来 2025 年现金流入 2.16 亿元；存货 2024 年末 6.75 亿元，2025 年末 5.56 亿元，存货减少带来现金流入 1.20 亿元；应付票据、应付账款 2024 年末余额 9.74 亿元，2025 年末 8.02 亿元，变动带来当年现金净流出 1.72 亿元，

上述变动对应增加经营性现金流 1.64 亿元。

2、非付现项目变动对现金流的影响

2023 年至 2025 年，各类非付现项目包括折旧、摊销、减值准备等合计影响分别为 5.30 亿元、5.70 亿元、3.65 亿元，主要受资产折旧摊销、直营门店数量变动所对应的使用权资产折旧摊销等规模影响，相关变动与公司调整门店结构的措施相匹配。

3、“其他”项目明细

其他项目主要系经营活动受限资金的变动（购买定期存款对应的受限资金及其变动为投资活动现金流），因开具票据等经营活动产生的保证金，因其无法包含在现金及现金等价物的期末余额中，其期初期末的变动会影响经营活动现金流。具体勾稽如下：

单位：元

其他项目	2023 年	2024 年	2025 年
受限资金期初	51,486,946.82	104,506,805.30	265,010,468.99
减：定期存款及利息期初	-	-	202,226,575.32
减：其他-期初	-	-	641,047.08
受限资金期初-定期存款及利息-其他（a）	51,486,946.82	104,506,805.30	62,142,846.59
受限资金期末	104,506,805.30	265,010,468.99	127,917,169.18
减：定期存款及利息期末	-	202,226,575.32	100,836,164.40
减：其他-期末	-	-	81,000.00
受限资金期末-定期存款及利息-其他（b）	104,506,805.30	62,783,893.67	27,000,004.78
受限资金变动（c=a-b）	-53,019,858.48	41,722,911.63	35,142,841.81

上述事项综合带来 2023 年至 2025 年经营活动现金流量为：

单位：万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年
净利润(a)	17,944.53	-4,927.35	-14,436.57

非付现非经营性项目 (b)	53,016.75	56,963.42	36,477.79
其他-受限资金变动 (c)	-5,301.99	4,172.29	3,514.28
净利润-调整后 (d=a+b+c)	65,659.29	56,208.36	25,555.50
应收账款变动	35,458.70	-8,853.38	21,647.64
应付账款变动	11,936.88	-15,148.65	-12,741.46
应付票据变动	1,786.88	-10,493.39	-4,431.27
存货变动	27,731.69	-3,205.73	11,970.57
其他	-14,597.45	-17,930.06	-805.50
经营活动产生的现金流量净额	127,975.99	577.15	41,195.48

从以上数据可以看到，剔除非付现非经营性项目以及受限资金的变动后的经营利润带来的现金流 2023 年到 2025 年分别为 6.57 亿元、5.62 亿元和 2.56 亿元，而应收账款、应付账款、应付票据及存货因年货节节奏变动带来的经营活动现金流 2023 年到 2025 年分别为 7.69 亿元、3.77 亿元和 1.64 亿元，除上述主要事项外，受经营费用的支付节奏、税款缴纳节奏等综合影响，最终经营活动现金流净额 2023 年到 2025 年分别为 12.80 亿元、577.15 万元以及 4.12 亿元。

综上，最近三年公司经营活动现金流与净利润差异主要受春节节奏差异带来的经营性应收应付及存货跨期变动，以及非付现项目两大因素影响，其差异具备合理性。

（二）2025年经营活动现金流量净额同比大幅增长、但2026年一季度同比大幅下降的原因及合理性

2024年及2025年现金流量表如上题回复，2025年经营活动现金流量净额同比大幅增加主要是由于春节时间节奏的影响。

2025年经营活动现金流量较2024年大幅提升，但2026年一季度却较2025年一季度大幅下降且为负，一方面来自年货节节奏的影响，另一方面来自受限资金票据保证金的增加带来2026年3月末现金及现金等价物的减少。2025年一季度及2026年一季度现金流量表如下：

单位：元

项目	2025 年一季度	2026 年一季度
经营活动现金流量净额	361,490,391.32	-125,537,091.58
净利润	-36,432,293.89	47,567,232.70
差异金额	397,922,685.21	-173,104,324.28

2025年一季度和2026年一季度，公司净利润分别为-0.36亿元和0.48亿元，经营活动现金流量净额分别为3.61亿元和-1.26亿元。两者之间存在较大差异，主要系存货、经营性应收应付项目的变动、非付现费用（减值准备、折旧、摊销）以及票据保证金等受限资金余额的变动所致。采用间接法将净利润调节为经营活动现金流量的具体过程如下：

单位：元

项目	2025 年一季度	2026 年一季度
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：		
净利润	-36,432,293.89	47,567,232.70
加：资产减值准备	1,745,651.92	-5,683,175.11
信用减值损失	-814,077.36	-197,483.41
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	18,632,478.30	18,293,315.48
使用权资产摊销	68,129,481.67	42,895,259.84
无形资产摊销	2,918,371.92	2,259,057.29
长期待摊费用摊销	17,418,553.58	11,054,643.11
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-1,691,063.21	-793,168.11
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	1,171.69	8,044.46
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-3,313,018.48	-2,699,707.88
财务费用（收益以“－”号填列）	2,883,629.28	905,364.96
投资损失（收益以“－”号填列）	1,565,858.61	-240,059.99
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-9,929,231.37	17,746,447.73
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	441,404.1	-610,275.51
存货的减少（增加以“－”号填列）	347,705,085.71	269,197,037.88
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	319,318,013.68	-102,461,845.12

经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-422,704,710.62	-263,389,677.21
其他	55,615,085.79	-159,388,102.69
经营活动产生的现金流量净额	361,490,391.32	-125,537,091.58

春节周期的影响：2025 年 1 季度对应过年时间 2025 年 1 月 29 日，2026 年一季度对应过年时间 2026 年 2 月 17 日。

应收账款方面，过年早（每年1月）则期末应收账款多，次年一季度为回款期，经营活动现金流入较多。过年晚（每年2月）则应收款更多产生在次年1月，回款主要体现在二季度。

应付账款方面，公司整体结算周期在 60 天以内，当过年时间较早时（每年的 1 月份），考虑平台在 11 月、12 月备货，则公司备货期更早，一般在一个月以内，则主要部分货款会在年底前结算，则应付账款余额一般低于晚过年时年末的应付账款，同时与一季度末相比，因为一季度末大部分货款已结算，且已过年货节，因此应付账款余额会大幅下降，而存货余额的变动也是该情况的反映，过年早时存货余额较高，过年晚时存货余额相对较低。当过年时间在 2 月时，公司主要货款会在一季度结算。

单位：万元

项目	应收账款	应付账款	应付票据	存货
2024. 12. 31 (a)	47,568.59	-73,608.52	-23,774.42	67,524.61
2025. 3. 31 (b)	21,544.18	-39,934.85	-25,229.43	32,554.82
经营性变动 (c=a-b)	26,024.41	-33,673.67	1,455.01	34,969.79

注：以上所列应收账款及存货均为原值。

从上表可以看出，2024 年末应收账款 4.76 亿元，2025 年 3 月 31 日应收账款 2.15 亿元，变动带来 2025 年一季度现金流入 2.60 亿元，2024 年末存货 6.75 亿元，2025 年 3 月 31 日 3.26 亿元，变动带来现金流入 3.50 亿元，应付账款及应付票据 2024 年末 9.74 亿元，2025 年 3 月 31 日 6.52 亿元，变动带来现金流出 3.22 亿元。上述合计带来现金流入 2.88 亿元。

单位：万元

项目	应收账款	应付账款	应付票据	存货
----	------	------	------	----

2025. 12. 31 (a)	25, 920. 95	-60, 867. 06	-19, 343. 15	55, 554. 04
2026. 3. 31 (b)	38, 172. 25	-37, 040. 08	-21, 390. 85	28, 502. 81
经营性变动(c=a-b)	-12, 251. 30	-23, 826. 98	2, 047. 70	27, 051. 23

注：以上所列应收账款及存货均为原值。

从上表可以看出，2025 年末应收账款 2.59 亿元，2026 年 3 月 31 日应收账款 3.82 亿元，变动带来 2026 年一季度现金流出-1.23 亿元，2025 年末存货 5.56 亿元，2026 年 3 月 31 日 2.85 亿元，变动带来现金流入 2.71 亿元，应付账款及应付票据 2025 年末 8.02 亿元，2026 年 3 月 31 日 5.84 亿元，变动带来现金流出 2.18 亿元。上述合计带来现金流出 0.70 亿元。

非经营性付现项目

2025 年一季度至 2026 年一季度，各类非付现项目包括折旧、摊销、减值准备等合计影响分别为 0.98 亿元、0.83 亿元，主要受资产折旧摊销、直营门店数量变动所对应的使用权资产折旧摊销等规模影响，相关变动与公司调整门店结构的措施相匹配。

其他项目

主要系受限资金票据保证金的变动影响，2025 年一季度增加经营性现金流增加 0.56 亿元，2026 年一季度减少经营性现金流 1.59 亿元。

其他项目与受限货币资金勾稽如下：

单位：元

项目	2025 年 1-3 月	2026 年 1-3 月
受限资金期初	265, 010, 468. 99	127, 917, 169. 18
减：定期存款及利息期初	202, 226, 575. 32	100, 836, 164. 40
减：其他-期初	-	81, 000. 00
受限资金期初-定期存款及利息-其他（a）	62, 783, 893. 67	27, 000, 004. 78
受限资金期末	210, 455, 657. 16	387, 500, 823. 35
减：定期存款及利息期末	203, 286, 849. 28	201, 531, 917. 83
减：其他-期末	-	80, 000. 00

受限资金期末-定期存款及利息-其他（b）	7,168,807.88	185,888,905.52
受限资金变动（c=a-b）	55,615,085.79	-158,888,900.74

上述事项综合带来 2025 年一季度和 2026 年一季度经营活动现金流量为：

单位：万元

项目	2025 年一季度	2026 年一季度
净利润(a)	-3,643.23	4,756.72
非付现非经营性项目(b)	9,798.92	8,293.83
其他-受限资金变动(c)	5,561.51	-15,938.81
净利润-调整后(d=a+b+c)	11,717.20	-2,888.26
应收账款变动	26,024.41	-12,251.30
应付账款变动	-33,673.67	-23,826.98
应付票据变动	1,455.01	2,047.70
存货变动	34,969.79	27,051.23
其他	-4,343.70	-2,686.10
经营活动产生的现金流量净额	36,149.04	-12,553.71

从以上数据可以看到，剔除非付现非经营性项目以及受限资金变动后经营利润带来的现金流 2025 年一季度和 2026 年一季度分别为 1.17 亿元和-0.29 亿元，而应收账款、应付账款、应付票据及存货因年货节节奏变动带来的经营活动现金流 2025 年一季度和 2026 年一季度分别为 2.88 亿元和-0.70 亿元。除上述主要事项外，受经营费用的支付节奏、税款缴纳节奏等综合影响，最终经营活动现金流净额 2025 年一季度和 2026 年一季度分别为 3.61 亿元和-1.26 亿元。

综上，公司2025年及2026年第一季度经营活动现金流量净额的变动具有合理性。

（三）公司经营活动现金流特征与同行业公司的比较情况

报告期内，公司经营活动现金流与同行业公司对比情况如下：

单位：元

2024 年			
现金流量项目	良品铺子	三只松鼠	来伊份
经营活动现金流入	8,133,279,646.91	12,211,126,835.22	3,915,503,867.59

经营活动现金流出	8,127,508,117.59	11,609,382,131.42	3,611,138,080.50
经营活动产生的现金流量净额	5,771,529.32	601,744,703.80	304,365,787.09

2025 年

现金流量项目	良品铺子	三只松鼠	来伊份
经营活动现金流入	6,479,199,704.38	12,491,524,313.46	4,422,195,643.53
经营活动现金流出	6,067,244,930.06	12,283,060,773.89	4,237,341,830.02
经营活动产生的现金流量净额	411,954,774.32	208,463,539.57	184,853,813.51

2025 年一季度

现金流量项目	良品铺子	三只松鼠	来伊份
经营活动现金流入	2,224,872,536.68	4,275,791,487.14	1,140,872,859.33
经营活动现金流出	1,863,382,145.36	4,167,830,490.06	1,134,813,105.71
经营活动产生的现金流量净额	361,490,391.32	107,960,997.08	6,059,753.62

2026 年一季度

现金流量项目	良品铺子	三只松鼠	来伊份
经营活动现金流入	2,109,285,163.17	3,736,543,885.74	1,089,897,216.94
经营活动现金流出	2,234,822,254.75	3,601,392,277.55	1,104,992,879.93
经营活动产生的现金流量净额	-125,537,091.58	135,151,608.19	-15,095,662.99

对比2024年和2025年、2025年一季度以及2026年一季度的现金流量，公司经营活动现金流量的变动与同行业公司三只松鼠及来伊份趋势不同，该差异主要来自业务构成结构，以及对应季节性销售应收账款收款以及供应商付款结算周期的差异。

销售结构上，从2025年公司、三只松鼠以及来伊份的披露信息可以看到三家公司线上线下的收入结构如下：

单位：亿元

项目	良品铺子		三只松鼠		来伊份	
2025 年主营业务收入	金额	占比%	金额	占比%	金额	占比%
主营业务收入-线上	21.68	39.94%	71.76	70.43%	3.59	9.87%

主营业务收入-线下	32.60	60.06%	30.13	29.57%	32.80	90.13%
合计	54.28	100.00%	101.89	100.00%	36.39	100.00%

付款周期上，从2025年披露信息看三只松鼠的付款周期长于本公司，具体数据如下：

单位：亿元

项目	良品铺子	三只松鼠	来伊份
营业成本	41.23	77.00	26.53
应付账款余额-期初	7.36	20.97	5.32
应付账款余额-期末	6.09	14.47	3.96
应付账款周转天数(天)	59.52	83.98	63.83

注：应付账款周转天数=365/营业成本/((期初应付账款+期末应付账款)/2)。

公司销售业务渠道线上线下较为均衡，来伊份的线下业务占比约90%，因此在年货节等销售旺季受到线上平台结算政策带来的现金流波动影响较小，而公司受到线上平台付款周期对应的现金流跨期影响较大。

同时，三只松鼠的线上业务占比约70%，应付账款周转天数高于公司，使得年货节销售旺季时，确认的对线上平台的应收款所带来的资金占用可以得到中和，而公司应付账款周转天数较短，因此经营活动现金流的波动较大。

会计师回复：

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的收入及毛利实施了以下主要程序：

(1) 实施了同行业收入及毛利对比分析以及其他与收入确认相关的风险评估程序；

(2) 了解、评估并测试了财务系统以及与财务报告相关的业务系统的信息系统一般控制和应用控制；

(3) 了解、评估并测试了与销售收入相关的内部控制，包括从确定销售价格、订单审核、商品出库、收入确认直至销售收款的业务流程中的相关控制；

(4) 对于电子商务销售收入中销售给终端消费者的销售，我们在信息系统审计专家的帮助下，采用计算机辅助审计技术开展了如下工作：

- 选取良品铺子线上销售的主要店铺，将业务系统的发货订单明细核对至第三方支付平台的账单明细；

- 将业务系统订单金额核对至财务系统；

- 在此基础上，执行细节测试，从业务系统订单进行抽样，检查至销售订单、发货及验收凭证和第三方平台支付记录等。

(5)对于销售给电子商务平台主体的批发销售，我们抽样选取了销售订单：

- 检查对应的结算单、发货和签收记录等。

(6)对通过电子商务平台销售给终端消费者或批发销售给电子商务平台主体而形成的资产负债表日的应收账款余额，采用抽样的方式向电子商务平台进行了函证；

(7)对发生在资产负债表日前后若干日的通过电子商务平台销售给终端消费者和批发销售给电子商务平台主体的销售交易进行了检查，将财务入账凭证与物流信息进行核对，以验证销售收入是否记录在正确的报告期间；

(8)对于直营零售销售收入，我们在信息系统审计专家的帮助下，采用计算机辅助审计技术开展了如下工作：

- 选取主要收款渠道，将业务系统的直营零售销售订单明细核对至第三方支付平台提供的收款明细；

- 将业务系统的订单金额核对至财务系统；

- 在此基础上，对业务系统订单进行抽样，检查对应的收款凭据。

(9)对于加盟业务销售收入，我们在信息系统审计专家的帮助下，利用计算机辅助审计技术并结合抽样的方式：

- 选取主要收款渠道，将业务系统的加盟业务订单明细核对至第三方支付平台提供的收款明细；

- 将业务系统订单金额核对至财务系统；

- 在此基础上，对业务系统订单进行抽样，检查对应的收款凭据；

- 针对辅助管理服务收入，抽样检查加盟业务相关的合同和文件，并执行重新计算，检查计算的准确性。

(10)对于加盟业务形成的资产负债表日的往来余额采用抽样的方式向加盟商进行了函证；

(11)执行了不可预见性程序，例如：函证余额较小的应收账款与交易额较小

加盟商收入、随机选取非主要线上平台核对系统订单与第三方回款、随机选取交易额较小的平台或团购合同进行审阅等程序。

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的成本、费用实施了以下主要程序：

(1) 了解、评估并测试了与成本相关的内部控制，包括与存货入库、原材料领用、成本归集、成本差异分摊、商品销售出库成本结转的业务流程中的相关控制；

(2) 了解、评估并测试了与费用相关的内部控制，包括与费用预算及审批、合同的签订、费用的计提和支付业务流程中的相关控制；

(3) 对毛利、管理费用、销售费用及研发费用执行了分析程序，识别与以前期间相比是否有大额波动，并询问管理层了解变动原因，分析变动商业合理性；

(4) 对前十大供应商执行了背景调查，并对本年交易额前二十大的供应商执行了合同审阅；

(5) 采用抽样的方式，对报告期各期末的应付账款的余额执行了函证程序；

(6) 针对报告期各期的费用发生额，抽样检查了其付款申请和审批单、发票、银行回单、合同等相关支持性单据。

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的经营活动现金流实施了以下主要程序：

(1) 对报告期各期的经营活动现金流量净额执行了分析程序：与历史同期数据进行对比，对于大额波动，询问了管理层原因，评估了经营活动现金流量净额变动的合理性。

(2) 结合大额资金流水核查程序，针对与其客户和供应商的大额交易，将银行流水与会计凭证进行交叉对比，检查交易的合同、出入库单据、验收单和发票等支持性文件，验证交易是否具有真实合理的商业实质、是否按照企业会计准则的要求，在财务报表中准确披露和列报。

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的往来科目余额实施了以下主要程序：

(1) 获取了报告期各期末的往来科目余额明细表，并执行了分析程序，识别是否有异常波动，并评估其合理性。针对前十大客户和供应商进行了背景调查，并就其交易和余额的商业合理性与公司相关业务负责人进行了访谈；

(2)采用抽样的方式，对报告期各期末的应收账款、应付账款、预付账款、其他应收款和其他应付款等余额执行了函证程序；

(3)检查期后应收账款和预付账款的核销情况，并抽样分别核对至银行回单、入库单等相关支持性单据；

(4)对应收账款和应付账款的周转情况执行了分析程序：与历史同期数据进行对比，对于大额波动，询问了管理层原因，评估了变动的合理性；

(5)评估了往来科目在财务报表中相关列报和披露的真实性和准确性。

我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的集团合并范围外的关联方及关联交易实施了以下主要程序：

(1)了解、评估并测试了与关联方相关的内部控制，包括关联方识别、关联清单维护、关联交易审核、关联方对账、关联方信息披露等；

(2)针对关联方及关联交易的完整性：

- 我们询问了董办人员，并通过查询企查查、天眼查等公开信息，核查控股股东、实际控制人、董事、监事和高管的关联关系；

- 我们将管理层提供的关联方清单内的合营和联营公司核对至公司的长期股权投资明细；

- 复核了审计委员会或董事会会议纪要，识别是否存在遗漏关联方；

(3)测试了公司内部往来/关联方交易，针对本年发生的所有关联交易评估了其商业合理性，获取并检查了大额的关联交易合同，及有关此类交易已得到恰当授权和批准的证据，并对所有关联方交易执行了函证程序；

(4)评估了公司关联方关系及其交易相关披露的完整性和适当性。

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表执行了审计工作，旨在对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表的整体发表意见。我们将良品铺子对上述问题的回复中与财务报表相关的信息与我们上述在良品铺子2023、2024和2025年度财务报表审计时在上述程序中取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较，我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题三：关于子公司业务。年报显示，公司全资子公司湖北良品铺子食品工业有限公司（以下简称良品工业）系公司营业收入的主要来源，2025年实现营业

收入39.95亿元，净利润-0.27亿元，占公司营业总收入的72.83%；控股子公司湖北良品铺子电子商务有限公司（以下简称良品电商）2025年度实现营业收入1.59亿元，净利润-0.15亿元。

请公司：（1）结合良品工业、良品电商的业务定位、经营模式、主要客户供应商情况以及行业竞争情况等，说明上述子公司2025年度营业收入规模较大但业绩亏损的原因及合理性；（2）说明2025年良品工业和各公司合并主体之间内部交易的内容、金额和占比、内部交易的定价机制、毛利率及其合理性，并补充说明良品工业现金流的主要构成，是否与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方存在资金往来、对外担保、交易安排等情形。请年审会计师发表意见。

公司回复：

一、良品工业、良品电商 2025 年度营业收入规模较大但业绩亏损的原因及合理性

（一）良品工业和良品电商的业务定位、经营模式、主要客户供应商情况

1、良品工业

良品工业的定位为面向公司旗下各销售主体的产品经营与产品供应平台，具体职能包括：（1）根据公司销售计划制定商品采购计划并执行；（2）开发具有市场竞争力的单品，保证渠道商品供应竞争力，支持销售公司业务发展。经营模式为以市场需求为导向，以销定采，通过合理定价支持公司各销售主体业务发展。

良品工业的供应商为公司全资子公司宁波商贸。为清晰划分对外结算和对内结算，良品工业不直接承担对外采购职能，而是将采购计划交由宁波商贸执行对外采购，再由良品工业向宁波商贸采购。

良品工业的客户主要分为公司内部子公司和加盟商两类，收入类型主要包括商品批发收入、租赁服务收入等。因良品工业系公司内部供应平台，不直接面向终端市场竞争，但其通过调整对加盟商及内部子公司的产品加价率、控制采购成本、推进产品经营品类创新等方式间接支持销售渠道的市场竞争。

2、良品电商

良品电商的定位为公司电商渠道销售平台，经营模式分为 B2B 和 B2C 两种；其主要供应商为良品工业，主要客户包括天猫超市、京东自营、美团买菜等 B2B

客户及线上的终端零售客户。

(二) 上述子公司 2025 年度营业收入规模较大但业绩亏损的原因及合理性

1、良品工业

(1) 良品工业 2025 年主要损益数据

良品工业 2025 年主要损益数据如下：

项目	金额（万元）
营业收入	399,525.26
营业成本	385,299.97
销售费用	10,129.99
管理费用	6,415.24
财务费用及公允价值变动损益	-645.59
资产减值损失及信用减值损失	-2,235.19
利润总额	-3,532.52
净利润	-2,650.84

良品工业 2025 年实现营业收入 39.95 亿元，销售毛利 1.42 亿元，毛利率约 3.56%。按客户类型拆分如下：

单位：亿元			
客户类型	营业收入	销售毛利	毛利率
对外批发业务（约 98%为加盟商）	11.91	1.02	8.56%
公司内部子公司	28.04	0.40	1.43%

注：公司内部子公司的营业收入和营业成本在公司合并层面抵消。

(2) 良品工业亏损的主要原因分析

第一，良品工业 2025 年销售毛利为 1.42 亿元；费用方面：销售费用 1.01 亿元（其中品牌及广宣费用 0.35 亿元、支付母公司品牌使用费 0.55 亿元、人事及差旅等费用约 0.11 亿元）；管理费用 0.64 亿元（其中采购及产品相关人事费用约 0.31 亿元、信息系统运维及后台服务费 0.13 亿元、固定资产折旧摊销费 0.11 亿元、其他费用约 0.09 亿元）；另计提资产减值损失 0.14 亿元。上述费用及减值损失合计约 1.79 亿元，超过销售毛利，导致净亏损。

第二，公司所处食品零售行业竞争加剧。线下渠道受到零食量贩冲击，线上传统渠道自然流量下滑，获客成本及平台费率持续上升。良品工业为支持渠道发展、提升产品市场竞争力，在产品定价方面进行让利，导致毛利率水平下降，不

足以覆盖品牌运维、供应链管理等职能的日常运营费用。

2、良品电商

(1) 良品电商 2025 年主要损益数据

良品电商 2025 年主要损益数据如下：

项目	金额（万元）
营业收入	159,354.91
营业成本	131,433.78
销售费用	26,717.22
管理费用	2,303.70
财务费用及公允价值变动损益	84.66
资产减值损失及信用减值损失	119.99
利润总额	-2,056.84
净利润	-1,528.01

良品电商 2025 年度实现营业收入 15.94 亿元，毛利额 2.79 亿元，毛利率 17.52%。销售费用 2.67 亿元，主要包括平台促销费用 1.66 亿元、人事费用 0.24 亿元、仓储及调拨服务费 0.63 亿元、客服及售后服务等费用 0.14 亿元。管理费用 0.23 亿元，主要为支付给母公司的信息系统运维及使用费、后台服务费、办公室租赁及物业费合计 0.22 亿元。上述因素综合导致良品电商 2025 年亏损 0.15 亿元。

(2) 良品电商亏损的主要原因分析

近年来，良品电商面临的行业竞争和挑战主要体现在：传统电商平台（天猫、京东）的流量主导地位正被直播电商和即时零售快速分化，获客成本与平台费率持续攀升，同时行业壁垒不足及产品同质化问题，综合导致电商企业面临的竞争加剧。

良品电商 2025 年受电商平台流量下滑、行业竞争加剧的影响，营业收入同比下滑 6.91 亿元，毛利率下降 0.88%，毛利额同比减少 1.01 亿元；同时，线上平台获客成本及费率增加，销售费率由 14.21% 上升至 16.77%，导致业绩亏损。

综上所述，良品工业和良品电商 2025 年度营业收入规模较大但业绩亏损，系行业竞争加剧、公司调整主要政策等因素共同作用所致，具有合理性。

二、2025 年良品工业和各公司合并主体之间内部交易、现金流构成及关联

方资金往来核查

(一) 良品工业 2025 年主要内部交易情况

服务大类	提供服务内容	服务提供方	服务委托方	金额（万元）	报表项目	占比（%）	内部定价机制	毛利率（%）
内部产品定价-产品销售	良品工业为渠道供应产品	良品工业	公司内部子公司	273,334.19	营业收入	68.42	成本加成 成本 * 加价率	0.56
内部产品定价-产品采购	宁波商贸为良品工业供应产品	宁波商贸	良品工业	271,804.39	营业成本	70.54	成本加成 成本 * 加价率	
采购管理服务费	制定采购计划、产品成本管理、供应商资源及结构管理等	良品工业	宁波商贸	1,456.78	营业收入	0.36	按实际服务人员据实结算	据实结算
租赁	良品工业提供厂房、设备等租赁服务	良品工业	湖北良品铺子供应链科技有限公司	4,153.33	营业收入	1.04	按租赁标的物月度折旧摊销额及实际水电费结算	据实结算
品牌服务费	品牌许可使用及品牌运营管理	良品铺子股份有限公司	良品工业	5,463.49	销售费用	57.28	良品工业商品批发收入 * 费率	/
公共服务费	财务、人事、法务、行政、咨询、商品质量管理等	良品铺子股份有限公司	良品工业	1,020.38	管理费用	14.57	按照服务提供方实际发生成本结算	/
信息服务费	系统运营及基础运维、IT项目开发	良品铺子股份有限公司	良品工业	234.39	管理费用	3.35	按照服务提供方实际发生成本结算	/

办公租赁	办公区域租赁及相关物业	良品铺子股份有限公司	良品工业	77.45	管理费用	1.11	合同约定单价*工位面积月度结算	/
手续费及佣金结算服务-收入	平台配送费、保险费及结算手续费等代结算	良品工业	公司内部销售公司	1,490.65	营业收入	0.37	根据平台扣费账单,按归属方向对应公司结算	据实结算

（二）良品工业内部交易定价及毛利率合理性说明

1、内部产品定价：销售子公司批发毛利率随成本加价率变动。加价率的制定综合考虑销售子公司所属区域的发展阶段、市场竞争情况及公司对该渠道的战略定位等因素。2025 年渠道给分公司直营业务商品销售的综合加价率为 0.56%。

2、采购管理服务费：根据实际为宁波商贸提供采购服务的人员人工成本据实结算。

3、租赁：厂房及设备租赁按租赁标的物实际产生的折旧摊销费用及水电费据实结算，该项服务无毛利。

4、手续费及佣金结算服务：按实际向平台支付的佣金及手续费，根据归属方向公司内部对应子公司据实结算。

（三）良品工业现金流的主要构成

良品工业 2025 年度现金流情况如下：

良品工业 2024 年年末货币资金 1.17 亿元，2025 年年末货币资金 1.79 亿元，2025 年全年货币资金净增加 0.62 亿元。经营活动产生的现金流量净额 0.95 亿元，其中：销售商品、提供劳务收到的现金 47.21 亿元，收到其他与经营活动有关的现金（政府补助及存款利息收入）0.03 亿元，购买商品、接受劳务支付的现金 44.64 亿元，支付给职工以及为职工支付的现金、支付的各项税费 0.47 亿元，支付其他与经营活动有关的现金 1.19 亿元（主要为服务费用的支付，如品牌及推广费、内部品牌使用费等）；投资活动产生的现金流量净额-0.33 亿元，其中投资收回的现金 35.55 亿元，取得投资收益收到的现金 0.06 亿元，投资支付的现金 35.75 亿元，购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金 0.19 亿元。

综上，良品工业 2025 年经营活动产生的现金流量净额 0.95 亿元，投资活动产生的现金流量净额-0.33 亿元，全年货币资金净增加 0.62 亿元，主要系收付款节奏对其经营活动现金流的影响所致。

（四）关于良品工业与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方往来情况的说明

针对良品工业是否存在与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方的资金往来、对外担保、交易安排等情形，公司实施了以下核查程序：

1、取得良品工业 2025 年度银行账户流水，核查资金往来，检查是否存在与控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方的异常资金划转；本次自查期间为 2025 年全年，自查账户范围为良品工业开设的全部银行账户，共计 29 个账户。

公司通过核查良品工业上述银行账户与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方名称对应的所有往来交易明细，经确认，2025 年良品工业与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方不存在任何资金往来。

2、取得良品工业企业信用报告，核查是否存在对外担保记录；公司通过核查良品工业企业信用报告及公司对外担保文件，经确认，2025 年良品工业未对并表范围外的其他公司提供担保，也不存在对公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方提供担保的情形。

3、向控股股东宁波汉意、实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红及全体董事、高级管理人员发出书面问询函，要求其确认与良品工业之间是否存在资金往来、对外担保、交易安排等情形。

经自查及上述主体书面确认，良品工业与公司控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员及其关联方不存在资金往来、对外担保、交易安排等情形。

会计师回复：

项目组针对良品铺子的集团合并范围内的关联方及关联交易实施了以下主要程序：

（1）了解、评估并测试了与关联方相关的内部控制，包括内部关联清单维护、内部关联方交易对账、合并报表的编制与审核等；

(2) 针对内部关联方及关联交易：

- 获取了2025年末良品铺子集团组织投资关系图，通过天眼查、企业信用平台等公开网站查询所有与良品铺子有关的被投资公司的信息，确认集团组织投资关系图是否完整以及股权比例是否准确，并将其核对至公司的长期股权投资明细；

- 获取管理层的内部关联交易及抵消工作底稿，核对至财务数据明细，检查抵消分录编制的准确性和完整性；

- 实施了如后所述（三）（3）的关联方核查程序；

(3) 在内部税务专家的帮助下，审阅公司2025年的关联定价政策，并对比本公司往年的政策情况和同行业企业在相似交易的定价政策，对内部关联定价政策的商业合理性进行评估。

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对良品铺子2025年度财务报表执行了审计工作，旨在对良品铺子2025年度财务报表的整体发表意见。我们将良品铺子对上述问题的回复中与财务报表相关的信息与我们在良品铺子2025年度财务报表审计时在上述程序中取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较，我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题四：关于公司预付款项和应收账款。年报显示，2023—2025年度，公司预付款期末余额分别为6,640.64万元、12,718.54万元、9,673.21万元，各期末预付金额较大；2025年末公司应收账款余额2.53亿元，较上年末下降46.18%，同期营业收入下降23.38%，应收账款计提坏账准备592.78万元。

请公司：（1）列示近三年预付款前十名对象的具体情况，包括但不限于名称、注册资本、关联关系、形成原因、交易内容、付款时间、预付金额及占比、结算周期，说明预付安排是否符合行业惯例、是否具有商业实质，预付对象与公司控股股东、实际控制人是否存在关联关系或其他潜在利益关系；（2）列示近三年应收账款余额前十大客户的名称、关联关系、形成时间、交易内容、收入确认时点及金额、账龄结构、坏账准备计提金额、是否逾期、期后回款情况，结合客户结构及信用政策或信用状况变化情况，说明前期收入确认是否合规，是否存在调节收入的情形，以及应收账款坏账准备计提是否充分、合理，与同行业可比公司是否存在重大差异；（3）结合公司对主要电商平台及加盟商的信用政策变

化，量化分析应收账款降幅远超营业收入降幅的原因，说明公司应收账款欠款方与公司及董事、高级管理人员、5%以上股东及其关联方是否存在关联关系或其他可能造成利益倾斜的关系。请年审会计师发表意见。

公司回复：

一、最近三年预付款情况

（一）最近三年预付款前十名对象的具体情况

1、2025 年预付款前十名情况

2025 年末，公司预付款项余额为 9,673.21 万元，前十名预付款对象合计 7,968.16 万元，占预付款项总额比例为 82.38%。具体情况如下：

序号	名称	注册资本	关联关系	形成原因	交易内容	付款时间	预付余额 (万元)	占比 (%)	结算周期	期后实际 结算情况	含税交易额 (万元)	预付金额 占当年交 易额比例
1	森达进出口贸易生 产有限公司	300 亿越南 盾	无	预付采购货 款	腰果仁、开心 果等原材料采 购	2025/4	5,442.05	56.26	1 年	已结算	394.50	1379.47%
2	杭州临安良呈食品 有限公司	7000 万元	无	预付采购货 款	坚果类产品采 购	2025/9	888.15	9.18	2 个月	已结算	19,969.30	4.45%
3	北京巨量引擎信息 技术有限公司	100 万元	无	预付广告及 推广费	抖音直播间推 广费用等	2025/12	490.52	5.07	2 个月	已结算	12,254.57	4.00%
4	广西京东晴川电子 商务有限公司	200 万元	无	预付服务费	京东自营平台 商智费用	2025/11	251.57	2.60	1 年	按期结 算中	564.30	44.58%
5	深圳市腾讯计算机 系统有限公司	6500 万元	无	预付广告及 推广费	微信视频号投 流费用	2025/9	247.19	2.56	5 个月	已结算	1,024.47	24.13%
6	武汉好利福食品有 限责任公司	1000 万元	无	预付采购货 款	进口商品采购	2025/11	191.41	1.98	4 个月	已结算	5,387.87	3.55%
7	重庆莉莱食品有限 公司	7000 万元	无	预付采购货 款	牛肉类产品采 购	2025/10	142.19	1.47	5 个月	已结算	10,697.79	1.33%

8	广州九星互动科技有限公司	500 万元	无	预付广告及推广费	快手推广费用	2025/11	124.31	1.29	3 个月	已结算	576.95	21.55%
9	杭州抱抱堂传媒有限公司	4616 万元	无	预付广告及推广费	影院贴片广告费用	2025/11	108.29	1.12	3 个月	已结算	150.00	72.19%
10	北京浩天（广州）律师事务所	10 万元	无	预付服务费	法律咨询服务费	2025/11	82.49	0.85	1 年	按期结算中	100.00	82.49%

（1）预付采购货款

截至 2025 年末，公司前十大预付款中，预付采购货款合计 6,663.80 万元，占预付款项总额的 68.89%，主要包括：

①预付森达进出口贸易生产有限公司 5,442.05 万元。森达进出口贸易生产有限公司为一家注册在越南当地的公司，成立于 2018 年 7 月 4 日，实际控制人为一名越南籍人士，由其 100%控股。2025 年春节后国内开心果价格呈上涨趋势，基于开心果酱在烘焙、茶饮的广泛应用，公司预判开心果原料后期价格存在上涨可能，决定通过境外采购方式保证成本稳定。后续开心果原料的市场价格上涨，公司仍以较合理的价格采购了用于生产开心果产品的原料，保证了成本稳定。2025 年预付款余额 5,442.05 万元，2025 年当年交付含税采购交易额 394.50 万元，因此预付金额占当年交易额比例较大。2026 年该笔预付款所对应业务已结算完毕。公司开心果等海外供应商的变化主要原因是在 2025 年公司开始采用非代理方式与海外厂商对接直接采购。

②预付杭州临安良呈食品有限公司 888.15 万元。2025 年核桃价格大幅上涨，公司为锁定原料价格而预付货款。

③预付武汉好利福食品有限责任公司 191.41 万元，系进口商品款。其采购的进口商品涉及多个国家，非大众市场通货，公司支付预付款以保障产品供应。

④预付重庆莉莱食品有限公司 142.19 万元，系公司畅销牛肉产品的原料澳洲谷饲安格斯大米龙进口分配配额有限，叠加 2025 年原料价格上涨，公司支付预付款提前锁定牛肉价格，保障牛肉供应。

（2）预付广告及推广费

截至 2025 年末，公司前十大预付款中，预付广告及推广费用合计 970.31 万元，占预付款项总额的 10.04%，主要为抖音、微信视频号、快手等线上平台推广费及影院贴片广告费用。公司线上销售依赖渠道流量和营销推广，提前预付平台推广费、服务商佣金是行业通用的合作模式。

(3) 预付服务费

截至 2025 年末，公司前十大预付款中，预付服务费合计 334.06 万元，占预付款项总额的 3.45%，其中预付广西京东晴川电子商务有限公司京东商智平台数据分析工具费 251.57 万元、预付北京浩天（广州）律师事务所律师法律咨询服务费 82.49 万元。京东商智的费用模式为线上预付，法律咨询服务费按合同约定预付，均符合行业惯例。

2、2024 年预付款前十名情况

2024 年末，公司预付款项余额为 12,718.54 万元，前十名预付款对象合计 10,119.38 万元，占预付款项总额比例为 79.57%。具体情况如下：

序号	名称	注册资本	关联关系	形成原因	交易内容	付款时间	预付金额 (万元)	占比 (%)	结算 周期	期后实际 结算情况	含税交易额 (万元)	预付金 额占当 年交易 额比例
1	义乌市誉弦进出口有限公司	500 万元	无	预付采购 货款	开心果、巴 旦木采购	2024/11	5,460.20	42.93	1 年 2 个月	已结算	-	-
2	浙江昆顺供应链管理 有限公司	1000 万元	无	预付采购 货款	开心果采购	2024/9	1,511.99	11.89	1 年 1 个月	已结算	-	-
3	湖北巨量引擎科技 有限公司	1000 万元	无	预付广告 及推广费	抖音直播间 推广费用等	2024/12	1,273.77	10.02	3 个月	已结算	6,696.91	19.02%

4	北京奥圣文化传媒有限公司	40 万元	无	预付广告及推广费	体育明星代言费	2024/10	551.89	4.34	1 年 3 个月	已结算	585.00	94.34%
5	江苏骥洋食品有限公司	10000 万元	无	预付采购货款	鸡肉类产品采购	2023/5	314.40	2.47	10 个月	已结算	1,870.38	16.81%
6	重庆京东海嘉电子商务有限公司	5000 万元	无	预付服务费	京东自营平台商智费用	2024/12	277.15	2.18	1 年	已结算	5,354.50	5.18%
7	福建省诏安福益食品有限公司	2000 万元	无	预付采购货款	果脯果干类产品采购	2024/12	255.33	2.01	5 个月	已结算	506.95	50.37%
8	百事食品(中国)有限公司武汉分厂	/	无	预付采购货款	百事品牌类产品	2024/12	198.48	1.56	3 个月	已结算	668.13	29.71%
9	广西京东晴川电子商务有限公司	200 万元	无	预付服务费	京东自营平台商智费用	2024/5	150.00	1.18	6 个月	已结算	409.00	36.67%
10	深圳市腾讯计算机系统有限公司	6500 万元	无	预付服务费	企微外部联系人扩容费用	2024/11	126.18	0.99	1 年	已结算	150.00	84.12%

(1) 预付采购货款

截至 2024 年末，公司前十大预付款中，预付采购货款合计 7,740.40 万元，占预付款项总额的 60.86%，主要包括：

① 预付义乌市誉弦进出口有限公司5,460.20万元、浙江昆顺供应链管理有限公司1,511.99万元，系公司基于国际贸易环境和政策变化，为应对政策不确定性和供应不确定性的风险，探索新的业务模式，为第三国直采做铺垫，同时公司预判开心果等坚果产品价格上涨，为锁定原料价格保障成本优势及供应稳定而预付的款项。后续证明该批次开心果锁定价低于同期市场价格，公司锁价有效降低了采购成本。2024年四季度预付货款，2025年完成商品交付，义乌市誉弦进出口有限公司2025年含税采购交易额6,081.85万元、浙江昆顺供应链管理有限公司2025年含税采购交易额1,726.08万元，预付余额分别占上述含税交易额89.78%、87.60%。

②预付江苏骥洋食品有限公司 314.40 万元，系公司为了在鸡肉类产品采购上获得成本优势，同时保障供应稳定进行的锁价囤货性

采购。

③预付福建省诏安福益食品有限公司 255.33 万元，系 2024 年公司重点打造青梅产品，为保障产品供应而预付的货款。

④预付百事食品(中国)有限公司武汉分厂 198.48 万元，系根据对方公司的通用要求预付的款项。

(2) 预付广告及推广费

公司预付广告及推广费用 1,825.66 万元，占预付款项总额比例 14.36%，包括抖音平台推广费用 1,273.77 万元、体育明星代言费 551.89 万元。推广费同比增加较多，主要系 2025 年春节（1 月 29 日）较 2024 年春节（2 月 10 日）提前，公司为年货节加大了营销资源投入。

(3) 预付服务费

截至 2024 年末，公司前十大预付款中，预付服务费合计 553.33 万元，占预付款项总额的 4.35%，其中预付京东商智平台数据分析工具费 427.15 万元、预付深圳市腾讯计算机系统有限公司企微外部联系人扩容费用 126.18 万元。京东商智和企微扩容服务费均采用预付年费模式，符合行业惯例。

3、2023 年预付款前十名情况

2023 年末，公司预付款项余额为 6,640.64 万元，前十名预付款对象合计 3,237.86 万元，占预付款项总额比例为 48.77%。具体情况如下：

序号	名称	注册资本	关联关系	形成原因	交易内容	付款时间	预付金额 (万元)	占比 (%)	结算周期	期后结算情况	含税交易额 (万元)	预付金额 占当年交 易额比例
----	----	------	------	------	------	------	--------------	-----------	------	--------	---------------	----------------------

1	厦门上智一品科技有限公司	200 万元	无	预付采购柜台款	采购门店柜台	2023/5	789.25	11.89	1 年	已结算	2,038.44	38.72%
2	江苏骥洋食品有限公司	10000 万元	无	预付采购货款	鸡肉类产品采购	2023/5	721.13	10.86	10 个月	已结算	5,518.34	13.07%
3	湖北巨量引擎科技有限公司	1000 万元	无	预付广告及推广费	抖音直播间推广费用等	2023/12	400.19	6.03	3 个月	已结算	1,938.42	20.65%
4	北京威风开场文化传播有限公司	100 万元	无	预付广告及推广费	影视明星品牌代言	2023/12	349.88	5.27	8 个月	已结算	405.00	86.39%
5	杭州无忧传媒有限公司	7,633.6461 万元	无	预付广告及推广费	达人直播费用	2023/12	300.00	4.51	4 个月	已结算	400.27	74.95%
6	重庆京东海嘉电子商务有限公司	5000 万元	无	预付广告及推广费、服务费	京东平台运营推广费等、京东自营商智费用	2023/12	251.43	3.79	2 个月	已结算	8,892.20	2.83%
7	里斯企业管理咨询有限公司	5000 万元	无	咨询服务费	品类创新项目咨询服务费	2023/12	141.51	2.13	1 年	已结算	1,000.00	14.15%
8	武汉好利福食品有限责任公司	1000 万元	无	预付采购货款	采购进口商品	2023/12	101.29	1.53	3 个月	已结算	17,269.14	0.59%
9	百家星耀（杭州）信息科技有限公司	100 万元	无	预付广告及推广费	达人年框坑位费	2023/11	97.17	1.46	1 年	已结算	103.00	94.34%
10	浙江游菜花网络科技有限公司	5000 万元	无	预付广告及推广费	达人直播费用	2023/11	86.00	1.30	6 个月	已结算	106.00	81.13%

（1）预付采购货款

截至 2023 年末，公司前十大预付款中，预付采购货款合计 822.42 万元，占预付款项总额比例 12.39%，包括预付江苏骥洋食品有限公司 721.13 万元，系在鸡肉类产品有成本优势时进行的锁价囤货性采购，预付武汉好利福食品有限责任公司 101.29 万元。

（2）预付广告及推广费

截至 2023 年末，公司前十大预付款中，预付广告及推广费用 1,484.67 万元，占预付款项总额比例 22.37%，包括抖音、京东等线上平台推广费用，湖北巨量引擎科技有限公司 400.19 万元、重庆京东海嘉电子商务有限公司 251.43 万元；杭州无忧传媒有限公司、百家星耀（杭州）信息科技有限公司、浙江游菜花网络科技有限公司旗下达人主播直播费用 300.00 万元、97.17 万元和 86.00 万元，以及北京威风开场文化传播有限公司 349.88 万元影视明星品牌代言费。通过预付方式支付平台推广费用及明星代言等费用为行业惯例。

（3）预付柜台采购款

预付厦门上智一品科技有限公司 789.25 万元，系定制门店柜台采购款。因开店计划的安排，公司需大量定制门店柜台；定制产品生产周期较长，为锁定生产柜台厂家的产能，通过预付款可确保供应商优先保障公司订货需求，符合行业惯例。

（4）预付咨询服务费

预付里斯企业管理咨询有限公司 141.51 万元，系公司委托其就公司新品类战略定位及战略护航提供品类定位咨询服务。

（二）公司预付安排的情况说明

1、公司预付安排符合行业惯例、具有商业实质

公司近三年预付款项主要为预付原材料采购款、预付广告及推广服务等，付款项目均为满足公司日常经营需要，具有商业实质，符合行业惯例。

2、预付对象与公司控股股东、实际控制人关联关系核查

针对上述预付款项前十名对象是否与公司控股股东、实际控制人存在关联关系或其他潜在利益关系，公司实施了以下核查程序：

（1）通过“企查查”软件查询前述预付对象的股权结构、主要人员等信息；

（2）将预付对象名单与公司关联方清单进行比对；

(3) 向控股股东宁波汉意及实际控制人杨红春、杨银芬、张国强、潘继红发出书面问询函，要求其确认与上述预付对象是否存在关联关系或其他潜在利益关系。

经公司自查及上述主体书面确认，上述预付款项前十名对象与公司控股股东、实际控制人不存在关联关系或其他潜在利益关系；上述预付款项对应的交易具有商业实质，预付安排符合行业惯例，不存在通过预付款项向控股股东、实际控制人输送利益的情形。

二、最近三年应收账款情况

(一) 最近三年应收账款前十名的具体情况

1、2025 年应收账款前十名情况

2025 年末，公司应收账款余额为 25,920.95 万元，前十名应收账款客户合计 18,154.09 万元，占应收账款总额的 70.04%。具体情况如下：

单位：万元											
序号	客户名称	关联关系	形成时间	交易内容	收入确认时点	含税销售额	应收余额	账龄说明	坏账准备余额	是否逾期	期后回款
1	北京京东世纪信息技术有限公司	无	2025/10-2025/12	销售商品	平台签收时点	46,988.09	11,019.57	1 年以内	9.98	否	已回款
2	浙江昊超网络科技有限公司	无	2025/10-2025/12	销售商品	平台签收时点	17,430.65	3,455.94	1 年以内	1.70	否	已回款
3	北京象鲜科技有限公司	无	2025/10-2025/12	销售商品	平台签收时点	4,952.07	1,029.75	1 年以内	1.43	否	已回款
4	武汉好利福食品有限责任公司（注 1）	无	2025/11-2025/12	销售商品	客户签收时点	6,555.85	940.66	1 年以内、3 年以上	31.86	否	已回款
5	福州朴朴电子商务有限公司/深圳市朴朴网络科技有限公司	无	2025/10-2025/12	销售商品	平台签收时点	2,504.23	499.28	1 年以内	16.83	否	已回款

6	北京京铁列车服务有限公司（注 2）	无	2025/9-2025/10	销售商品	客户签收时点	-	411.15	1 年以内	5.45	否	已回款
7	宁波宣德德邦供应链管理有限公司	无	2025/11-2025/12	提供服务	服务完成客户确认	1,195.33	307.39	1 年以内	2.46	否	已回款
8	靖江市喜之唐贸易有限公司	无	2025/8	销售商品	客户签收时点	1,505.18	181.53	1 年以内	6.12	否	已回款
9	南京易晟超市有限公司（注 3）	无	2020/12-2021/1	销售商品	平台签收时点	-	156.92	3 年以上	156.92	是	未回款
10	广东美的供应链有限公司	无	2025/11-2025/12	销售商品	客户签收时点	897.64	151.89	1 年以内	5.12	否	已回款

注 1：公司对武汉好利福食品有限责任公司 2025 年末应收余额 940.66 万元，其中 1 年以内 940.32 万元、3 年以上 0.34 万元。

注 2：公司对北京京铁列车服务有限公司 2025 年末应收余额 411.15 万元，系公司与北京铁路局开展项目合作，根据企业会计准则该业务被认定为公
司作为代理身份进行的业务，因此按净额法确认，未确认收入成本，仅确认相应应收账款和应付账款。

注 3：南京易晟超市有限公司系苏宁集团下属企业，因经营恶化出现违约，预计回款可能性极低，公司已按应收余额 100%计提坏账。

2、2024 年应收账款前十名情况

2024 年末，公司应收账款余额为 47,568.59 万元，前十名应收账款客户合计 38,322.77 万元，占应收账款总额的 80.56%。具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	关联关系	形成时间	交易内容	收入确认时点	含税销售额	应收余额	账龄说明	坏账准备余额	是否逾期	期后回款
1	北京京东世纪信息技术有限公司	无	2024/10-2024/12	销售商品	平台签收时点	89,227.81	27,093.06	1 年以内	28.20	否	已回款
2	浙江昊超网络科技有限公司	无	2024/10-2024/12	销售商品	平台签收时点	23,105.91	4,986.69	1 年以内	2.66	否	已回款

3	北京象鲜科技有限公司	无	2024/10-2024/12	销售商品	平台签收时点	5,403.65	1,851.68	1年以内	4.48	否	已回款
4	北京京铁列车服务有限公司	无	2024/9-2024/12	销售商品	客户签收时点	-	1,395.51	1年以内	12.60	否	已回款
5	武汉好利福食品有限责任公司（注1）	无	2024/11-2024/12	销售商品	客户签收时点	6,300.65	996.44	1年以内、1-2年、2-3年	32.57	否	已回款
6	深圳市吉之礼文化股份有限公司	无	2024/12	销售商品	客户签收时点	922.04	684.38	1年以内	22.32	否	已回款
7	上海歆湃信息科技有限公司	无	2024/12	销售商品	终端消费者签收时点	5,977.45	385.10	1年以内	5.39	否	已回款
8	福州朴朴电子商务有限公司/深圳市朴朴网络科技有限公司	无	2024/10-2024/12	销售商品	平台签收时点	2,892.53	381.50	1年以内	12.44	否	已回款
9	上海东福网络科技有限公司	无	2024/5-2024/12	销售商品	客户签收时点	454.35	296.92	1年以内	5.07	否	已回款
10	淘宝（中国）软件有限公司	无	2024/11-2024/12	销售商品	终端消费者签收时点	4,469.27	251.49	1年以内	0.13	否	已回款

注1：公司对武汉好利福食品有限责任公司2024年末应收余额996.44万元，其中1年以内978.11万元、1-2年17.99万元、2-3年0.34万元。

3、2023年应收账款前十名情况

2023年末，公司应收账款余额为38,715.21万元，前十名应收账款客户合计26,209.68万元，占应收账款总额的67.70%。具体情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	关联关系	形成时间	交易内容	收入确认时点	含税销售额	应收余额	账龄说明	坏账准备余额	是否逾期	期后回款
1	北京京东世纪信息技术有限公司	无	2023/10-2023/12	销售商品	平台签收时点	97,336.05	18,514.81	1年以内	26.86	否	已回款
2	浙江昊超网络科技有限公司	无	2023/10-2023/12	销售商品	平台签收时点	26,330.49	3,837.61	1年以内	1.54	否	已回款
3	北京象鲜科技有限公司	无	2023/10-2023/12	销售商品	平台签收时点	3,925.58	1,184.08	1年以内	4.00	否	已回款
4	武汉好利福食品有限责任公司（注1）	无	2023/11-2023/12	销售商品	客户签收时点	5,067.53	877.82	1年以内、1-2年、2-3年	34.15	否	已回款
5	深圳市吉之礼文化股份有限公司	无	2023/12	销售商品	客户签收时点	628.30	628.30	1年以内	4.61	否	已回款
6	福州朴朴电子商务有限公司/深圳市朴朴网络科技有限公司	无	2023/11-2023/12	销售商品	平台签收时点	5,229.08	352.91	1年以内	11.26	否	已回款
7	沃尔玛（中国）投资有限公司	无	2023/11-2023/12	销售商品	客户签收时点	256.56	256.56	1年以内	8.19	否	已回款
8	上海歆湃信息科技有限公司	无	2023/12	销售商品	终端消费者签收时点	854.03	238.57	1年以内	7.61	否	已回款
9	唯品会（中国）有限公司	无	2023/12	销售商品	客户签收时点	2,172.50	162.11	1年以内	0.24	否	已回款
10	南京易晟超市有限公司	无	2020/12-2021/1	销售商品	平台签收时点	-	156.92	1-2年、2-3年、3年以上	156.92	是	未回款

注1：公司对武汉好利福食品有限责任公司2023年末应收余额877.82万元，其中1年以内847.51万元、1-2年0.34万元、2-3年29.97万元。

（二）收入确认的合规性说明

公司近三年应收账款客户结构稳定，前十大应收账款客户占比 70%-80%，三年间客户重合度 60%。前十大客户欠款主要为线上销售至电商平台款项和线下大客户团购款，公司按照会计准则确认收入，不存在调节收入情形。

对于电商平台款项：公司将产品交付给 B2B 电商平台，一般于平台对货物验收入库 45 天至 60 天后启动对账结算流程，回款周期从平台签收后通常为 2 个月至 4 个月。公司以相关商品的控制权转移时确认收入，具体体现为电商平台将货物验收入库后确认；个别电商平台（如抖音自营和淘宝分销店）由公司直接发货至终端消费者，以终端消费者签收时点确认收入。

对于大客户款项：对于大客户应收款，公司按照信用评级制度给予不同的信用期，回款周期通常在 6 个月以内。公司以相关商品的控制权转移时点确认收入，具体体现为客户签收时点确认收入。

2023 年至 2025 年，公司收入确认政策一贯执行，未发生变更。

（三）坏账准备计提充分性分析

1、公司的坏账准备计提政策

公司采用预期信用损失模型计提应收账款坏账准备：首先按风险特征将应收账款分为电商平台等不同风险组合分池，再结合外部评价结果、商业银行不良贷款率模型测算不同交易对手的历史违约概率，参考商业银行相关规则设定历史违约损失率，最终测算各组合的历史损失率并据此计提坏账。

2、公司的坏账准备计提与同行业公司的比较

公司的坏账准备计提与同行业可比公司对比情况如下：

	2025 年		2024 年		2023 年	
	占总额比例	计提比例	占总额比例	计提比例	占总额比例	计提比例
良品铺子	100.00%	2.29%	100.00%	1.06%	100.00%	1.57%

——单项计提坏账准备	1.48%	100.00%	0.49%	100%	0.67%	89.15%
——按风险特征组合计提坏账准备	98.52%	0.82%	99.51%	0.57%	99.33%	0.98%
三只松鼠	100.00%	1.70%	100.00%	0.65%	100.00%	0.61%
——单项计提坏账准备	0.67%	100.00%	0.23%	100%	0.45%	100%
——按风险特征组合计提坏账准备	99.33%	1.04%	99.77%	0.43%	99.55%	0.16%
来伊份	100.00%	35.08%	100.00%	34.85%	100.00%	28.89%
——单项计提坏账准备	31.36%	99.67%	31.19%	100%	25.03%	100%
——按风险特征组合计提坏账准备	68.64%	5.57%	68.81%	5.32%	74.97%	5.14%

2023 年至 2025 年，公司应收账款整体坏账计提率分别为 1.57%、1.06%、2.29%，按风险特征组合坏账计提率分别为 0.98%、0.57%、0.82%，计提率在同行业可比公司坏账计提率范围内。跟同行业上市公司来伊份相比，计提比例较小主要系来伊份识别的单项计提占比高，公司计提比例与三只松鼠结构接近，略高于三只松鼠，整体比例 2023 年到 2025 年分别为 2.29%、1.06%、1.57%，公司计提的信用减值准备比较谨慎，为信用减值准备计提的充分性提供了可靠的保障。

三、公司对主要电商平台及加盟商的信用政策变化，应收账款降幅远超营业收入降幅的原因，公司应收账款欠款方与公司及董事、高级管理人员、5%以上股东及其关联方的关联关系核查

（一）公司对主要电商平台及加盟商的信用政策及变化情况

1、对主要电商平台的信用政策

公司的主要电商平台客户为国内知名的电商平台，如天猫、京东等，双方依照合同约定的信用期进行结算，信用期通常为发出商品签收后 2-4 个月。

2、对加盟商的信用政策

公司对加盟商的结算政策为根据加盟商门店对外销售商品时结算货款，通常无信用期。

3、信用政策是否发生变化的说明

经核查，2025 年度公司对主要电商平台及加盟商的信用政策、信用额度、回款周期未发生重大变化。

（二）应收账款降幅远超营收降幅的原因分析

公司 2025 年营业收入同比下降 23%，应收账款余额同比下降 46%。应收账款降幅远超营收降幅，主要系公司应收账款余额与年末电商收入强关联，年末电商收入受季度波动、春节错期影响降幅较大，具体分析如下：

1、收入结构与应收账款对应关系

公司 2025 年期末应收账款余额 82%为应收电商款项，该款项余额主要对应每年 10 月底至 12 月的电商销售货款，因此应收账款变动与第四季度电商收入变动的相关性远高于全年营业收入。

除应收电商款项外其余应收账款包括应收大客户团购款、应收加盟商往来款、应收仓储配送服务款、应收外卖平台款、应收门店团购款等，公司会在报告期末评估应收款项回收风险，对于有风险的项目已计提坏账。

2、主要客户第四季度销售额与应收账款变动对比

选取 2024 年及 2025 年均位列前十大客商的电商店铺（京东、天猫、美团买菜）进行比对分析：

项目	2025 年	2024 年	变动幅度
期末应收账款余额	1.55 亿元	3.39 亿元	-54%

第四季度含税销售额	1.68 亿元	3.36 亿元	-50%
-----------	---------	---------	------

上述数据显示，三家客户（京东、天猫、美团买菜）应收账款同比下降 54%，对应年度第四季度销售额同比下降 50%，二者变动幅度基本匹配。

该三家客户 2025 年、2024 年应收余额占应收电商款项比例 73%、81%。应收电商款项还包括应收 B2C 店铺款项，系电商平台已收款尚未打款给公司的款项。

综上，应收账款降幅远超营业收入降幅，主要是年末电商收入受季度波动及春节时间错期因素影响大幅下滑所致，应收账款变动与第四季度电商收入变动匹配，具备合理性。

（三）关联关系核查

针对应收账款欠款方与公司及董事、高级管理人员、5%以上股东及其关联方是否存在关联关系或其他可能造成利益倾斜的关系，公司实施了以下核查程序：

- 1、将应收账款欠款方名单与公司关联方清单进行比对；
- 2、通过“企查查”软件查询欠款方股权结构及主要人员；
- 3、向全体董事、高级管理人员及 5%以上股东发出书面问询函，要求其确认与上述欠款方是否存在关联关系或其他可能造成利益倾斜的关系。

经核查及上述主体书面确认，公司应收账款欠款方与公司及董事、高级管理人员、5%以上股东及其关联方不存在关联关系或其他可能造成利益倾斜的关系。

会计师回复：

（一）我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的预付款项实施了以下主要程序：

- （1）了解、评估并测试了与资金管理、采购与应付款管理相关的内部控制；
- （2）检查了大额预付账款的审批流程并对大额预付款项相关采购合同进行审阅；
- （3）获取了报告期各期末的预付账款余额明细表，并执行了分析程序，识别是否有异常波动，并评估其合理性。抽样对预付账款余额较大的供应商进行了背景调查，并就预付款项商业合理性对公司相关业务负责人进行了访谈；
- （4）采用抽样的方式，对报告期各期末的预付账款余额执行了函证程序；
- （5）抽样检查2024和2025年度期后预付账款的核销情况，检查了发票及期后相关货款验收单等支持性单据；

(6) 检查预付账款相关的披露。

(二)我们在2023、2024及2025年审计工作中，针对良品铺子的应收账款实施了以下主要程序：

(1) 了解、评估并测试与销售收入和应收账款相关的内部控制，包括收入和应收账款的确认、应收款项减值相关控制；

(2) 获取了报告期末的应收账款余额明细表，并执行了分析程序，识别是否有异常波动，并评估其合理性；计算应收账款周转率和周转天数，并与公司历史数据对比，评估应收账款周转率及周转天数波动合理性；

(3) 对于单独计提坏账准备的应收款项，采用抽样的方式，评估了计提依据的合理性；

(4) 对于组合计提坏账准备的客户，我们对管理层基于信用风险特征组合计提的应收账款进行了减值测试，了解了管理层划分组合计提预期信用损失的理由并评估其合理性，测试了应收账款的组合分类的准确性；在内部估值专家的协助下，评估了管理层所选取的预期信用损失计算模型和包括重要宏观经济假设和参数等前瞻性信息的合理性，评估公司按照预期信用损失计提减值准备的合理性，并验证了计算的准确性；

(5) 采用抽样的方式，对报告期末的应收账款余额执行了函证程序；

(6) 采用抽样的方式，检查应收账款期后回款情况。

(三)项目组对收入执行的主要程序：参见问题2中“针对良品铺子的收入及毛利实施的主要程序”。

(四)项目组对关联方执行的主要程序：参见问题3中“针对良品铺子的关联方实施的主要程序”。

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表执行了审计工作，旨在对良品铺子2023、2024和2025年度财务报表的整体发表意见。我们将良品铺子对上述问题的回复中与财务报表相关的信息与我们在良品铺子2023、2024和2025年度财务报表审计时在上述程序中取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较，我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题五：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5.55

亿元，较期初下降17.98%，存货跌价准备为0.11亿元，计提比例为1.99%，均为库存商品。存货构成中，发出商品3,295.05万元、原材料2,364.98万元、周转材料4,998.47万元，分别同比增长38.57%、197.06%、5.36%，公司本期未对发出商品、原材料、周转材料计提跌价准备。

请公司：（1）结合各类存货项目的具体构成、数量、金额、库龄，以及可变现净值的具体计算过程，说明存货跌价准备计提比例与同行业可比公司是否存在明显差异，相关存货跌价准备计提是否合理、充分；（2）列示发出商品明细，包括但不限于客户名称、金额、发出时间、验收及收款安排、期后结转情况以及发出商品期末存放地点与客户主要经营地匹配情况等，说明发出商品账面余额较高且增长的原因及合理性；（3）结合公司业务特点、市场需求、在手订单及业务拓展情况、采购周期、采购价格变动趋势等，说明公司原材料、周转材料等各类存货增长的原因及合理性，与营业收入变动幅度是否匹配。请年审会计师发表意见，并说明对存货执行的审计程序，是否获取充分、适当的审计证据验证其真实性、存在性和计价准确性。

公司回复：

一、存货跌价准备计提的合理性和充分性

（一）各类存货项目的具体构成、数量、金额及库龄

2025年12月31日，公司各类存货构成及库龄情况如下：

单位：万元

存货类型	金额	库龄
原材料	2,364.98	库龄均在一年以内
发出商品	3,295.05	库龄均在一年以内
库存商品	44,895.53	库龄均在一年以内
周转材料	4,998.47	大部分在一年以内
存货原值合计	55,554.04	
存货跌价准备-库存商品	-1,103.36	
合计	54,450.68	

注：合计数与部分明细数相加之和如有差异系四舍五入所致。

公司产品规格较多，主要包括“袋”“罐”“千克”“箱”“盒”等，上述不同规格产品数量共同构成期末存货。

（二）可变现净值的具体计算过程

公司依据《企业会计准则》的要求，于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。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等因素。

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。

公司存货主要为休闲零食产品，存货保质期普遍在一年以内。公司每周针对在仓临期、滞销品进行风险预警，并定期跟进消化进度以保障库存周转；每日对过期、损坏的商品进行实物报损及入账；月度对存货报损情况进行分析，确定责任部门并研究改善。通过前述库存管理监控举措，公司存货的库龄普遍在一年以内，期末不存在重大的跌价风险。

（三）存货跌价准备计提的合理性和充分性分析

报告期末，公司按照存货跌价准备的计提原则和前述计算方法对期末各存货项目进行减值测试，对各存货项目已计提足额减值准备。

公司选取同行业中销售模式类似、规模较大的上市公司（三只松鼠、来伊份）进行存货跌价准备计提比例对比，具体情况如下：

单位：万元

公司	项目	2025/12/31		
		账面余额	存货跌价准备	计提比例
三只松鼠	库存商品	94,975.49	-424.45	0.45%
	周转材料	634.34	-	-
	发出商品	10,298.69	-268.97	2.61%
	原材料	73,187.07	-469.59	0.64%
	委托加工物资	480.67	-	-
	合计	179,576.26	-1,163.01	0.65%
来伊份	原材料	-	-	-
	库存商品	26,964.76	-914.97	3.39%

	周转材料	929.15	-	-
	发出商品	729.92	-	-
	在途物资	177.80	-	-
	合计	28,801.62	-914.97	3.18%
良品铺子	原材料	2,364.98	-	-
	发出商品	3,295.05	-	-
	库存商品	44,895.53	-1,103.36	2.46%
	周转材料	4,998.47	-	-
	合计	55,554.04	-1,103.36	1.99%

可比公司中，来伊份基本均为从第三方供应商采购并在自有门店渠道销售的模式，其收入90%来自线下门店；三只松鼠业务结构上超70%来自线上业务，除从第三方供应商采购商品在自有渠道销售外，还通过自有工厂采购原料做生产销售。良品铺子的业务结构上约40%来自线上，60%来自线下，产品基本来自第三方采购并在自有渠道销售，少量为自行分装销售。三家均为贴牌业务。公司注重产品品质管理，通过把控原料品质、严格供应商准入及质量管理，授权生产及通过数字化方式对渠道进行监控，多方位把控产品品质。

通过上表与同行业的对比分析，公司存货跌价准备整体计提比例为1.99%，介于三只松鼠（0.65%）与来伊份（3.18%）之间，处于同行业合理水平。公司库存商品跌价准备计提比例为2.46%，在三只松鼠库存商品计提比例（0.45%）与来伊份库存商品计提比例（3.39%）之间。公司原材料为直接用于分装的产成品，无需额外的筛选加工损耗，存货跌价风险小；发出商品主要为大客户团购及线上顾客下单在途商品，周转材料主要为高周转的包材、广宣品、工程物资等，存货跌价风险较小，与同行业公司对比同样未计提减值准备或金额较小。

综上，通过日常的风险预警、实物报损与总结改善，日常根据会计准则对潜在的存货跌价准备进行计提，以及同行业公司对比，公司期末存货余额不存在重大跌价风险，存货跌价准备计提金额具有合理性。

二、发出商品明细及增长合理性

（一）2025年发出商品明细

2025年末，公司发出商品金额为3,295.05万元，其中大客户销售发出商品2,800.44万元，线上B2C销售发出商品494.61万元。具体情况如下：

单位：万元

其中，大客户团购前十大客户发出商品明细如下：

发出商品类别	金额	发出时间	验收及收款安排	期后结转情况	发出商品期末存放地点	客户主要经营地
大客户销售	2,800.44	包含资产负债表日在内前7天	客户收货后验收，主要为预收货款	验收后确认收入结转成本	在途运输中	送货地址依据客户指定地址配送
线上B2C销售	494.61	包含资产负债表日在内前7天	顾客签收后根据平台规则回款	验收后确认收入结转成本	在途运输中	由快递公司将商品送达终端销售者
合计	3,295.05					

单位：万元

客户	金额	占比	发出时间	验收及收款安排	期后结转情况	发出商品期末存放地点	客户主要经营地
成都好礼汇商贸有限公司	334.46	11.94%	包含资产负债表日在内前7天	客户收货后完成验收，主要为预收款销售	期后验收后完成收入确认及结转成本	在途运输中	根据顾客指定地址
丰创供应链（广州）有限公司	284.28	10.15%					
江苏甄汇选供应链有限公司	279.16	9.97%					
江苏苏全供应链管理有限公司	237.47	8.48%					

浙江源臻供应链管理有限公司	194.66	6.95%					
郑州聚佰福食品有限公司	114.20	4.08%					
北京恒旺鑫源商贸有限公司	104.31	3.72%					
康启园实业（深圳）有限公司	93.80	3.35%					
龙盛天成（天津）科技发展有限公司	88.88	3.17%					
武汉市雄诚瑞商贸有限责任公司	77.70	2.77%					
合计	1,808.92	64.59%	/	/	/	/	/

团购前十大客户发出商品金额1,809万元,占团购发出商品总金额的64.59%。发出商品发出时间均在包含资产负债表日在内的前7天,为已发出尚未收货的在途商品;验收安排为客户收货后核对货物信息及包装,验收合格后在运输单上签字确认;收款安排分为预收款客户(先款后货)和账期客户(客户确认收货后按合同账期开票结算);发出商品经客户验收后确认收入并结转成本,剔除团购前十大客户,剩余团购客户也主要以先款后货形式结算,预收款客户总体占比超80%。上述订单在2026年1月交付完结。

线上B2C的发出商品系资产负债表日前(含当日)7天发出的订单中,截至期末尚未显示签收的商品。因单笔金额较小且数量较多,难以一一列示,相关订单由快递公司将商品送达终端销售者。公司订单管理系统接入第三方快递系统将快递信息回传至平台,对于年末尚未获取签收信息的在途订单,作为发出商品核算。

（二）发出商品期末存放地点与客户主要经营地匹配情况

截至2025年12月31日,上述前十大客户对应的发出商品均处于干线运输流转状态,无静态存放于指定仓储节点的情况。发出商品的始发仓库主要集中于公司位于武汉、广东及南京的仓库,收货地点为客户指定收货地址,不存在存放地点异常或权利受限情形。

（三）发出商品账面余额较高且增长的原因及合理性

截至2025年12月31日，公司发出商品账面余额3,295.05万元，同比增长38.57%，主要系行业季节性特征、春节错期共同导致，具备充分商业合理性，具体说明如下：

休闲食品行业具备强季节性销售特征，春节为全年最大销售旺季。2026年团购订单集中，年货在途订单较多使得2025年末发出商品高于2024年末。截至2025年12月31日，公司发往团购大客户及线上终端客户的部分订单处于干线运输或区域仓中转状态，未完成渠道或终端客户的签收验收，推高期末发出商品余额。

综上，发出商品增长系行业季节性因素及春节错期导致的正常商业现象，具有合理性。

三、原材料、周转材料等各类存货增长的原因及合理性

（一）存货变动情况

2025年末，公司各类存货变动情况如下：

单位：万元				
项目	2025.12.31	2024.12.31	变动金额	变动率
原材料	2,364.98	796.12	1,568.86	197.06%
发出商品	3,295.05	2,377.98	917.07	38.57%
库存商品	43,792.18	58,467.62	-14,675.44	-25.10%
周转材料	4,998.47	4,744.34	254.13	5.36%
合计	54,450.68	66,386.06	-11,935.38	-17.98%
营业收入	548,553.18	715,920.16	-167,366.98	-23.38%
存货余额/营业收入	9.93%	9.27%	0.66%	/

（二）各类存货增长的原因及合理性

1、原材料

2025年末原材料余额为2,364.98万元，同比增长197.06%，主要系2025年公司在年货节期间使用自有分装工厂生产的产品较上年大幅增加，相应增加了原材料备货。公司原材料采购周期通常在一个月以内，采购价格随市场行情及原料价格波动，原材料增长与公司年货节生产安排匹配，具有合理性。

2、发出商品

2025年末发出商品余额为3,295.05万元，同比增长38.57%，主要系公司发往团购大客户、线上终端客户的部分订单处于干线运输或区域仓中转状态，未完成

渠道或终端客户的签收验收。受到年货节备货节奏影响，本年末发出商品的余额略高于上年同期余额。公司备货节奏与春节错期客观原因匹配，具有合理性。

3、库存商品

2025年末库存商品余额为43,792.18万元，同比下降25.10%，主要系：（1）年货节整体的销售同比去年增加；（2）年货节备货节奏影响，年货节一般提前1个月备货，2026年春节假期在2月份，而2025年在1月份，由于2026年春节晚于2025年，因此年货节大促销时间也延迟，仓库备货也相对滞后，导致2025年12月31日存货余额相对较低。库存商品下降幅度与营业收入下降幅度基本匹配，具有合理性。

4、周转材料

公司周转材料主要为包装材料、工程建材、广宣品及办公用品等。2025年末周转材料余额为4,998.47万元，同比增长5.36%，主要为包装材料增长所致。2025年末包材余额为2,176.86万元，较上年同期增加379.19万元，主要系公司为应对年货节销售高峰，提前进行包装材料备货。年货节作为公司全年重要的销售节点，包装材料需求集中且用量较大，提前备货有助于保障节日期间产品包装的及时供应，支持销售目标的顺利达成。周转材料增长幅度温和，与公司年货节销售旺季的备货需求相匹配，具有合理性。

（三）存货变动与营业收入变动的匹配性

2025年公司营业收入同比下降23.38%，存货余额同比下降17.98%，二者变动方向一致。存货降幅略小于收入降幅，主要系2026年春节较2025年春节延后19天，年货节备货周期相应后移，使得2025年12月31日库存商品余额降幅大于收入降幅，同时原材料、发出商品、周转材料同比增加。存货余额占营业收入的比例为9.93%，较上年的9.27%略上升0.66个百分点，整体保持稳定。综上所述，各类存货变动均具有合理的商业逻辑，存货变动与营业收入变动相匹配。

会计师回复：

我们在2025年审计工作中，针对良品铺子的存货实施了以下主要程序：

（1）了解、评估并测试了与存货相关的内部控制，包括从库存管理等制度制定、物料信息维护、存货入库及质检、原材料领用、成本结转及入账、产成品入库及验收及存货跌价准备的计提相关控制；

(2)对年末存货账面余额及存货跌价准备余额执行了分析程序，与上年年末数据进行对比，分析存货账面金额及跌价准备余额变动是否异常；同时对比同行业可比上市公司的存货减值数据，评估存货跌价准备计提的合理性；

(3)采用抽样的方式，对截至2025年12月31日应付账款及预付账款余额实施了函证程序；

(4)对资产负债表日前后确认的存货采购入库、存货出库分别执行了截止性测试，并抽样核对至存货入库单、出库单及客户验收单等相关支持性文件，评估存货采购入库及出库是否存在跨期现象；

(5)针对发出商品，结合存货出库期后截止性测试，抽样将其核对至发货单和期后验收单等相关支持性文件；

(6)评估良品铺子年末存货盘点计划，结合良品铺子仓库分布情况，对管理层年末存货盘点进行监盘，并在监盘过程中观察存货的质量状况；对于在资产负债表日以外的其他日期执行盘点的存货，对存货执行年末前推测试，确认资产负债表日存货数量是否真实；

(7)抽样对存货进行计价测试，验证系统计价计算逻辑，并抽样测试系统计算准确性；

(8)了解管理层计提存货跌价准备的会计政策并评估其合理性；评估管理层计提存货跌价准备的方法和关键假设的合理性以及所使用的基础数据的可靠性，并检查了存货跌价准备计算的准确性；

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对良品铺子2025年度财务报表执行了审计工作，旨在对良品铺子2025年度财务报表的整体发表意见。我们将良品铺子对上述问题的回复中与财务报表相关的信息与我们在良品铺子2025年度财务报表审计时在上述程序中取得的审计证据及从管理层获得的解释进行了比较，我们没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

特此公告。

良品铺子股份有限公司董事会

2026年7月30日