

监管工作函专项说明

风险提示：

● 应收账款可回收性风险。由于市场环境、客户经营状况和信用状况的不确定性，公司部分应收账款存在无法收回的可能性。如果应收账款不能及时回收，将对公司的现金流、经营业绩和财务状况产生一定的不利影响。因无法评估公司应收账款计提信用减值的合理性和准确性，亦没有获得上述应收款项可回收的充分证据，尤尼泰振青会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2024 年财务报告出具保留意见的审计报告。

● 公司前期向上海证券交易所提交了撤销其他风险警示的申请。根据《股票上市规则》9.1.11 条规定，截至本报告披露日，公司股票申请撤销其他风险警示事项正处于补充材料阶段。补充材料期间不计入上海证券交易所作出相关决定的期限。后续公司能否撤销其他风险警示存在不确定性，请投资者注意投资风险。

由起步股份有限公司（以下简称“公司”或“起步股份公司”）转来的《关于起步股份有限公司 2024 年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2025】0535 号，以下简称监管工作函）收悉。我们已对监管工作函所提及的起步股份有限公司财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下：

问题一、关于营业收入。年报显示，2024 年度公司实现营业收入 3.27 亿元，同比增长 22.25%，扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的营业收入为 3.20 亿元，扣非前后的净利润分别-1.16 亿元、-0.61 亿元，已连续 5 年亏损。分销售模式看，报告期内公司经销模式、直营模式营业收入分别为 1.94 亿元、1.27 亿元，毛利率分别为 48.83%、40.25%，其中直营业务营业收入较去年同期增长 87.47%。分季度看，公司第四季度实现营业收入 1.49 亿元，占全年营业收入之比超 4 成，与 2023 年季度趋势存在明显差异。公司前五名客户销售额 1.36 亿元，占年度销售总额 42.53%，其中关联方销售占比 22.78%；前五名供应商采购额 0.85 亿元，占年度采购总额 42.03%。2025 年一季报显示，公司实现营业收入 6234 万元，净利润亏损约 200 万元。

请公司：（1）区分销售模式补充披露前十大客户及供应商的名称、所在地、业务往来内容、合作期限、交易金额、回款情况、收入确认方法及及时点，说明是否存在关联关系，关联交易定价是否公允，结合同行业可比公司说明收入确认方法是否符合《企业会计准则》相关规定；（2）分析报告期内直营模式营业收入大幅增长的具体原因，并结合 2025 年一季度不同销售模式的营业收入构成及变化情况，补充说明直营业务营收增长合理性，是否具备可持续性；（3）结合公司主要客户构成及季度变化趋势等，说明第四季度营业收入增长趋势较往年差异较大的原因及合理性，并结合《企业会计准则》相关规定说明是否存在跨期确认收入的情形，是否存在未满足收入确认条件而突击确认收入的情形；（4）结合行业发展趋势、同行业可比公司情况、公司不同销售模式及成本构成差异等，量化分析公司主营业务毛利率近两年持续增长的原因，是否与行业趋势一致；（5）公司预付款项期末余额 1176.82 万元，同比增长 130.72%，公司称主要系新增合作供应商提前支付货款所致。请公司补充披露预付款项期末余额前十的供应商，包括但不限于名称、业务内容、合作期限、预付金额、是否为关联方、实际到货及销售情况，结合公司预付款项相关政策说明本期大幅增加的原因及合理性；（6）请公司及会计师严格对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第七号——财务类退市指标：营业收入扣除》等规则，结合公司 2024 年主营业务构成，全面核实是否存在应扣未扣的收入。

回复：

（1）区分销售模式补充披露前十大客户及供应商的名称、所在地、业务往来内容、合作期限、交易金额、回款情况、收入确认方法及及时点，说明是否存在关联关系，关联交易定价是否公允，结合同行业可比公司说明收入确认方法是否符合《企业会计准则》相关规定；

1、公司前十大客户（经销）情况

单位：万元

序号	经销商	所在地	业务往来内容	合作期限	2024 年收入	2024 年回款	2023 年收入	2022 年收入	确认方法及及时点	关联方

1	杭州鑫童时代商贸有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋服	1-2 年	7,299.46	5,521.72	947.56		确认方式 1	比照关联方
2	苏州市乐铭贸易有限公司	江苏	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	1,822.78	3,387.46	2,049.06	3,071.93	确认方式 1	否
3	武汉丽兴源商贸有限公司	湖北	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	1,340.42	2,738.43	1,375.64	1,964.03	确认方式 1	否
4	陕西鼎臻儿童用品有限公司	陕西	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	1,333.83	2,434.65	1,581.66	1,573.63	确认方式 1	否
5	义乌市悟喜科技有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋服	1 年以内	1,266.68	450.00			确认方式 1	否
6	温州鑫选电子商务有限公司	浙江	ABCKIDS 标费	3-4 年	1,252.59	1,643.27	746.92	908.51	确认方式 1	否
7	成都市力晟商贸有限公司	四川	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	1,061.61	2,358.17	2,190.02	2,929.22	确认方式 1	否
8	泉州依简成商贸有限公司	福建	ABCKIDS 鞋服	1-2 年	671.90	758.04	11.28		确认方式 1	否
9	太原豪丽商贸有限公司	山西	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	601.72	913.34	554.56	809.02	确认方式 1	否
10	广州满季电子商务有限公司	广东	ABCKIDS 鞋服	1 年以内	522.12	600.00			确认方式 1	否
合计					17,173.11	20,805.08	9,456.70	11,256.34		

2、公司前十大客户（直营）情况

单位：万元

序号	直营	所在地	业务往来内容	合作期限	2024 年收入	2024 年回款	2023 年收入	2022 年收入	确认方法及及时点	关联方
1	唯品会（中国）有限公司	广东	ABCKIDS 鞋类	1 年以内	1,833.89	1,364.38		7.84	确认方式 2	否
2	A21-adckids 官方店艾仓	上海	ABCKIDS 鞋服	2-3 年	613.59	1,246.44	682.72	112.08	确认方式 2	否
3	烟台市福山区教育和体育局	山东	校服	2-3 年	484.93	78.53	166.57	185.60	确认方式 1	否
4	苏州市青田企业发展有限公司	江苏	校服	1 年以内	447.48				确认方式 1	否
5	GM01- 抖音 Abckids 婴童用品旗舰店	北京	ABCKIDS 鞋服	1 年以内	426.20	579.18			确认方式 2	否
6	无锡正业教育科技有限公司	江苏	校服	1-2 年	380.65	320.00	335.13		确认方式 1	否

7	睢县高级中学	河南	校服	1年以内	279.71	175.30			确认方式1	否
8	睢县回族高级中学	河南	校服	1年以内	236.66	216.79			确认方式1	否
9	福建省漳州第一中学	福建	校服	2-3年	155.30	39.60	54.52	192.67	确认方式1	否
10	QT58-ABCKIDS 好衣库店	浙江	ABCKIDS 鞋服	1-2年	154.28	185.66	32.35		确认方式2	否
合计					5,012.69	4,205.88	1,271.29	498.19		

注 1：收入确认方式 1：公司在指定地点将商品交付予客户或承运人，公司已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。（通常用在除电商业务以外的线下业务、投标业务、校服业务等）收入确认方式 2：根据消费者在平台确认收货的时间，平台结算后确认销售收入。（通常用于电商业务）

注 2：关联关系中，杭州鑫童时代商贸有限公司被审计机构认定为比照关联方，主要原因是杭州鑫童于 2023 年 7 月 31 日设立，其创始股东、合伙人张连中（持股比例 19%，持股时间 2023 年 7 月 31 日至 2025 年 3 月 17 日）为公司前董事、总经理（任职时间 2022 年 2 月 9 日至 2022 年 10 月 19 日），公司与杭州鑫童时代商贸有限公司业务合作主要是杭州鑫童代理销售公司的 ABCKIDS 品牌童装童鞋，公司与杭州鑫童的合作严格按照公司营销政策执行，公司销售给杭州鑫童的产品价格与其他经销商的价格基本一致，杭州鑫童 2024 年度回款情况也好于其他经销商。公司与杭州鑫童的业务合作不存在损害上市公司利益的行为。

3、公司查询了同行业可比公司收入确认方法，具体情况如下：

序号	同行业可比公司	收入确认方法
1	ST 步森	<p>(1) 线上电商平台零售业务： 公司线上电商平台零售业务属于在某一时刻履行的履约义务，在已收取价款且终端消费者确认收货时确认收入。</p> <p>(2) 线下店铺零售业务： 公司线下店铺零售业务属于在某一时刻履行的履约义务，在商品交付至终端消费者时按照实际收取的价款确认收入。</p> <p>(3) 线下联营寄售业务： 公司线下联营寄售业务属于在某一时刻履行的履约义务，在取得与联营方结算的清单时按实际收取的价款确认收入。</p> <p>(4) 卖断式经销商销售业务： 公司卖断式经销商销售业务属于在某一时刻履行的履约义务，根据合同约定，在商品发出时按照以收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。</p>
2	美邦服饰	本公司主要销售服饰产品，分为零售和批发销售两种模式。1、零售 本公

		司于顾客购买该商品时确认收入； 2、批发销售 本公司根据合同条款规定，于商品出库或者加盟商验收时确认收入。
3	森马服饰	(1) 加盟分销模式销售：于商品发出且控制权转移给加盟商时按照已收或应收的合同或协议价确认收入。 (2) 直营模式销售：于商品交付且控制权转移至消费者时按照实际收取的货款确认收入。 (3) 联营模式销售：依据联营条款，在将商品交付且控制权转移给消费者时确认收入。 (4) 电商直销模式销售：将商品交付且控制权转移给消费者，消费者确认收货时确认收入。 (5) 电商代销模式销售：按照合同约定将商品交付且控制权转移给消费者，消费者确认收货时确认收入。
4	太平鸟	1) 直营模式销售：于商品交付给消费者并收取货款时，确认销售收入。会员积分的价值主要根据积分兑换购物现金券或礼品比例及积分兑换率测算。其中积分兑换率乃根据历史经验及对未来的预测而估计，不同的判断及估计可能会影响递延收益及当期损益的金额。 2) 线上直销模式零售：于商品发出且退货期结束后确认收入。 3) 加盟模式销售：于商品发出后控制权转移给加盟商时确认收入。

由上表可知，公司收入确认方法与同行业可比公司无明显差异，符合《企业会计准则》的相关规定。

3、公司前十大供应商情况如下：

单位：万元

序号	供应商	所在地	业务往来内容	合作期限	2024 年采购金额	关联方
1	温州鑫选电子商务有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋类	1 年以内	2,850.24	否
2	雪朗卡（福建）服饰织造有限公司	福建	ABCKIDS 服装	10 年以上	1,746.75	否
3	杭州时尚城堡电子商务有限公司	浙江	EXR 女装	1 年以内	1,508.99	否
4	温州苒诚鞋业有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋类	3-4 年	1,248.17	否
5	厦门大铎服饰有限公司	福建	ABCKIDS 服装	2-3 年	1,161.36	否
6	厦门阳绒服饰有限公司	福建	ABCKIDS 服装	1 年以内	1,137.94	否
7	温州市汉搏鞋业有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋类	1-2 年	911.95	否
8	温州幻视体育用品有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋类	2-3 年	860.16	否
9	福建省超然科技发展有限公司	福建	ABCKIDS 鞋类	10 年以上	744.19	否
10	衡阳冠力塑胶有限公司	湖南	ABCKIDS 鞋类	1-2 年	722.17	否
合计					12,891.92	

注：温州鑫选为公司线上电商平台的童鞋类产品新增供应商。此外，温州鑫选亦是公司品牌授权业务客户（授权业务合作开始于 2021 年）。温州鑫选与公司及公司控股股东均不存在关联关系。

年审会计师回复：

(一) 我所对收入确认执行的审计程序主要包括:

1、了解和评价公司销售与收款循环中与收入确认相关的内部控制,并测试内控设计和运行的有效性;

2、向管理层、治理层访谈了解收入确认政策,检查销售合同相关条款(包括发货验收、付款结算、换货退货政策等),并分析评价实际执行的收入确认政策是否适当,复核相关会计政策是否一贯运用;

3、选择样本检查销售合同,识别与商品的控制权转移相关的合同条款与条件,评价收入确认时点是否符合企业会计准则的要求;

4、对确认的销售收入毛利率进行分析,与历史和同行业进行对比,结合起步公司实际经营情况,判断毛利率的合理性,以证实销售收入的真实性;

5、获取企业的销售台账、发票台账和开票明细,对收入执行细节测试,检查合同、出入库单、结算单、运单等,检查销售业务的准确性;

6、结合应收账款、预收账款等相关科目执行函证程序,对本期新增的客户进行关注,获取新增客户档案信息,通过查询企业信用信息公示系统等方式进行背景调查,并对其与起步公司是否存在关联关系进行评估;对重点客户进行实地走访,对重要客户进行销售终端的穿透核查,以证实销售收入实现的真实性和准确性;

7、对收入执行截止性测试,以检查是否存在销售跨期情形;

8、了解并检查公司收入确认政策、会计处理方式,查看同行业公司收入确认政策,评价收入确认是否符合企业会计准则的规定;

9、针对重要客户,了解公司内部控制的评审情况,业务开展的商业合理性,并通过公开信息检查以及管理层访谈了解,分析是否存在关联关系。

(二) 核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据,我们认为:

1、公司前任董事兼总经理张连中先生自2022年10月19日辞职后,杭州鑫童时代商贸有限公司曾为其控制的企业,为公司基于谨慎性原则比照关联方披露的主体。基于实施的审计程序,我们未发现公司与杭州鑫童时代商贸有限公司的关联交易不公允、不合理的情形。

2、公司收入确认方法及具体依据,符合《企业会计准则》的规定。

(2) 分析报告期内直营模式营业收入大幅增长的具体原因，并结合 2025 年一季度不同销售模式的营业收入构成及变化情况，补充说明直营业务营收增长合理性，是否具备可持续性；

公司直营模式业务主营包括线上直营业务、线下联营、线下其他业务，近年来公司直营业务销售及增长情况如下表：

单位：元

模式	2023 年 不含税金额	2024 年 不含税金额	同比	2025 年一季度
直营	67,691,035.72	126,899,216.32	87.47%	40,463,248.59
尾货处理	23,289,938.31	53,758,976.58	130.82%	33,451,939.05
新品销售	44,401,097.42	73,140,239.74	64.73%	7,011,309.54
直营：线上	28,255,724.97	48,082,134.76	70.17%	23,251,715.42
尾货处理	13,412,507.97	13,214,513.66	-1.48%	19,617,514.79
新品销售	14,843,217.01	34,867,621.10	134.91%	3,634,200.63
直营：联营	18,562,370.01	50,749,968.40	173.40%	16,375,058.70
尾货处理	1,365,056.16	25,704,080.65	1783.01%	13,070,929.32
新品销售	17,197,313.85	25,045,887.75	45.64%	3,304,129.38
直营：其他	20,872,940.74	28,067,113.16	34.47%	836,474.47
尾货处理	8,512,374.18	14,840,382.27	74.34%	763,494.94
新品销售	12,360,566.56	13,226,730.89	7.01%	72,979.53
总计	67,691,035.72	126,899,216.32	87.47%	40,463,248.59

2024 年，公司直营业务实现销售收入 126,899,216.32 元，同比增长 87.47%，销售收入大幅增长的原因主要包括：

1、公司线上直营业务组建了多个线上销售团队，并且引入了线上销售经验丰富的团队协助公司电商团队开展线上电商业务；此外，公司加强了线上渠道的整顿，收回了唯品会 ABCKIDS 官方特卖旗舰店。报告期内，公司唯品会平台、抖音电商平台、淘宝天猫平台等线上业务销售均实现大幅增长，其中：唯品会平台实现销售收入 1,931.17 万元，同比增长 6371.94%；抖音电商平台实现销售收入 1,216.20 万元，同比增长 351.64%；淘宝天猫平台实现销售收入 419.70 万元，同比增长 48.69%。

2、2024 年，公司新增联营门店 68 家，联营门店总数达到 196 家，公司联营业务实现销售收入 5,075.00 万元，同比增长 173.40%，主要原因是公司 2024 年度持续加大了对联营门店开店的政策和资源支持，联营门店数量大幅增长；此外，公司通过改善优化联营模式，提升产品及服务，加强渠道合作及市场推广力

度等措施，大幅改善联营门店店效。

3、其他增长主要是校服业务实现销售收入 2,536.63 万元，同比增长 131.84%。主要原因是报告期内公司充分利用 ABCKIDS 品牌在童装童鞋领域的知名度及良好口碑，通过积极的营销策略及资源投入，在三四线城市校服市场的拓展取得了较高的增长。

2025 年一季度，公司直营业务实现销售收入 4,046.32 万元，同比增长 92.48%，直营业务继续保持较高的增长，直营业务在公司主营业务中占比不断提高，符合公司经营策略的实际情况，具备商业合理性和可持续性。

此外，近年来，公司营业收入大幅增长的同时，通过优化管理层级，合理优化人员结构，提高了公司经营效率和执行力度。公司还建立了严格的预算管理制度，对各项费用支出进行精细化管理，压缩不必要的开支，降低公司运营成本。报告期间，销售费用同比下降 33.03%、管理费用同比下降 22.19%、财务费用同比下降 44.45%、研发费用同比下降 26.92%，主要原因为人员薪酬合计减少约 1,689.59 万元，同比降低 42.80%。具体情况如下：

单位：元

科目	主要项目	2024 年	2023 年	同比	备注
销售费用	职工薪酬	10,290,448.89	20,500,378.10	-49.80%	人员精简、薪资调整
	折旧费	366,061.69	2,875,106.47	-87.27%	
	摊销费用	6,664,307.48	3,804,797.81	75.16%	联营门店新开店增多，货架道具投入增加，摊销增多
	使用权资产折旧		153,580.76	-100.00%	
	市场拓展费	5,397,218.18	7,744,921.03	-30.31%	主要是经销商新开店铺减少
	电商平台费用	13,064,311.31	10,397,050.12	25.65%	增加电商投入
	广告宣传费	996,977.03	4,986,877.11	-80.01%	23 年广告宣传片拍摄较多
	租金及物业费	988,151.01	1,746,383.04	-43.42%	
	仓储费	7,253,642.55	9,330,700.71	-22.26%	加大库存清理和处置
	装修费		1,698,542.93	-100.00%	
	会务展览费	605,591.92	2,881,779.28	-78.99%	
	代运营服务费		1,474,008.88	-100.00%	
	其他费用	2,404,859.32	4,130,789.71	-41.78%	
合计	48,031,569.38	71,724,915.95	-33.03%		
管理	职工薪酬	12,289,212.82	18,975,219.73	-35.24%	人员精简、薪资调整
	折旧费	16,556,920.13	16,936,620.12	-2.24%	
	无形资产摊销	2,466,444.89	707,396.58	248.67%	

费用	长期待摊费用摊销	274,830.12	672,114.35	-59.11%	
	使用权资产折旧	230,387.88	99,260.63	132.10%	
	咨询中介费	8,937,334.56	9,024,319.51	-0.96%	
	办公费	1,519,534.15	706,181.35	115.18%	
	差旅费	475,616.67	611,578.86	-22.23%	
	业务招待费	943,674.50	827,669.01	14.02%	
	租赁费	4,168,171.40	6,120,030.83	-31.89%	
	其他费用	3,565,434.51	11,410,696.84	-68.75%	
	合计	51,427,561.63	66,091,087.81	-22.19%	

年审会计师回复：

（一）我所对营收增长执行的审计程序主要包括：

- 1、访谈公司市场业务负责人，了解销售收入增长原因及合理性；
- 2、选取样本检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售订单、出库单、提单、物流单据、银行收款凭证等，分析收入确认依据是否充分，确认销售收入的真实性与准确性；
- 3、将本期的主营业务收入与上期的主营业务收入进行比较，分析各产品销售增长变动的原因及合理性；
- 4、向公司有关人员了解主要客户的在手订单、框架协议，结合公司历史订单执行情况和 2025 年一季度销售情况，进一步分析预测期收入的可实现性。

（二）核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：直营业务收入增长主要受益于线上业务拓展和联营门店数量增长，根据 2025 年一季度销售规模增长变动趋势，直营业务具备可持续性。

（3）结合公司主要客户构成及季度变化趋势等，说明第四季度营业收入增长趋势较往年差异较大的原因及合理性，并结合《企业会计准则》相关规定说明是否存在跨期确认收入的情形，是否存在未满足收入确认条件而突击确认收入的情形；

公司 2024 年度第四季度销售情况如下：

单位：元

序号	客户	所在地	业务往来内容	合作期限	2024 年四季度收入	是否新增
1	杭州鑫童时代商贸有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋服	1-2 年	30,134,531.23	否

2	唯品会（中国）有限公司	广东	ABCKIDS 鞋类	1 年以内	18,338,885.36	是
3	义乌市悟喜科技有限公司	浙江	ABCKIDS 鞋服	1 年以内	12,666,762.57	是
4	苏州市乐铭贸易有限公司	江苏	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	7,249,390.79	否
5	苏州市青田企业发展有限公司	江苏	校服	1 年以内	4,474,778.75	是
6	GM01-抖音 Abckids 婴童用品旗舰店	浙江	ABCKIDS 鞋服	1 年以内	4,255,035.10	是
7	武汉丽兴源商贸有限公司	湖北	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	4,022,559.69	否
8	陕西鼎臻儿童用品有限公司	陕西	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	3,429,859.93	否
9	烟台市福山区教育和体育局	山东	校服	1-2 年	3,064,500.00	否
10	无锡正业教育科技有限公司	江苏	校服	1-2 年	2,873,416.87	否
合计					90,509,720.29	

2024 年第四季度营业收入增长的原因是：

1、2024 年下半年，公司加大了库存尾货的清理力度，增加尾货销售约 4,618.41 万元，同比增长 266.59%，主要销售收入确认于 2024 年第四季度。

收入确认：尾货销售收入确认依据（参照经销业务执行）：销售属于在某一时点履行的履约义务，公司在指定地点将商品交付予客户或承运人，公司已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

合理性：为进一步优化公司产业发展，盘活资产，增加流动性，持续提升公司核心竞争力和可持续发展能力。

2、公司第四季度收回了唯品会 ABCKIDS 官方特卖旗舰店，加大了抖音电商平台、淘宝天猫平台等线上平台的业务倾斜和资源投入，线上业务的主要销售收入确认于第四季度，第四季度实现销售收入约 4,102.99 万元，同比增长 437.83%。

收入确认方式：根据消费者在平台确认收货的时间，平台结算后确认销售收入。

合理性：国内各大主流电商业务主要销售时间均集中在为第四季度的“双十一”、“双十二”等大促期间，因此公司电商业务销售收入确认时间也主要集中于第四季度。

3、本期增加 ABCKIDS 品牌授标费用约 1,425.83 万元，系由其他业务收入调整入主营业务收入。

收入确认：商标授权收入根据商标实际的结算时点按照合同约定的商标授权费用金额确认商标授权收入。

ABCKIDS 品牌授标费用调整入主营业务的合理性依据如下：

（1）公司业务定位与核心品牌关联：起步股份自 2009 年成立以来，一直专

注于童鞋、童装和儿童服饰配饰等的设计、研发、组织生产和销售及品牌授权业务，其将品牌授权作为主要业务之一，“ABCKIDS”品牌在童装童鞋等行业具有较大的品牌影响力，品牌授权业务与公司核心品牌紧密相关，是公司围绕儿童用品领域开展的核心业务活动之一。

（2）收入构成与业务模式的重要性：公司线上渠道从自营模式转型为品牌授权业务和分销代运营业务，收入来源主要为品牌授权费用及库存的盘活变现，品牌授权业务在公司的业务模式中占据重要地位，对公司的收入贡献具有重要意义，是公司实现轻资产、数字化转型的关键业务之一，其产生的收入应作为主营业务收入。近几年对新客户的不断开拓和新业务模式的拓展，“ABCKIDS”商标授权收入规模不断增长，目前已形成稳定的收入来源。报告期后商标授权在手订单含税金额 2,400.00 万元，能持续给公司带来利润和现金流。

（3）符合会计准则对主营业务收入的定义：主营业务收入是指企业从事本行业生产经营活动所取得的营业收入。起步股份作为品牌运营公司，品牌授权是其生产经营活动的重要组成部分，通过授权“ABCKIDS”品牌拓展到儿童运动用品、儿童背包配饰、儿童洗护用品、儿童学习用品等相关品类，丰富了公司产品矩阵，与公司的主营业务紧密相关，符合会计准则中对主营业务收入的定义。

（4）符合市场惯例：参考其他消费类上市公司南极电商、锦泓集团、周大福、来伊份等，其品牌授权收入通常可以作为公司主营业务收入。

综上，公司第四季度营收增长的原因是公司正常经营业务的增长，符合《企业会计准则》相关规定，不存在跨期确认收入的情形，不存在未满足收入确认条件而突击确认收入的情形。

年审会计师回复：

（一）我所对第四季度营业收入增长执行的审计程序主要包括：

- 1、访谈公司市场业务负责人，了解第四季度销售收入增长原因及合理性；
- 2、查阅 2024 年度收入明细表，了解按产品类型、客户类型（直销客户、经销商、贸易商等）、新老客户划分的 2024 年第四季度收入构成；
- 3、对比老客户历史采购规模，分析 2024 年第四季度收入增长原因；
- 4、分析公司 2024 年第四季度业绩大幅增长是否符合行业季节性周期。

（二）核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：公司第四季度增长主要受益于库存的盘活变现和品牌授权收入纳入主营业务核算所致，未见存在跨期确认收入以及未满足收入确认条件而突击确认收入的情形。

(4) 结合行业发展趋势、同行业可比公司情况、公司不同销售模式及成本构成差异等，量化分析公司主营业务毛利率近两年持续增长的原因，是否与行业趋势一致；

(一) 2023-2024 年度公司按产品类别的主营业务毛利额及占比、毛利率如下：

单位：万元

类别	2024 年度			2023 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
经销	19,351.68	9,903.00	48.83%	18,276.59	11,555.62	36.77%
老款	5,962.34	1,696.80	71.54%	2,615.00	1,162.85	55.53%
新款	13,389.33	8,206.20	38.71%	15,661.59	10,392.77	33.64%
直营	12,689.92	7,582.15	40.25%	6,769.10	4,435.92	34.47%
老款	5,375.90	2,239.09	58.35%	2,328.99	1,273.55	45.32%
新款	7,314.02	5,343.06	26.95%	4,440.11	3,162.37	28.78%
合计	32,041.60	17,485.15	45.43%	25,045.69	15,991.54	36.15%

注：新老款分类口径（非 2024 年度产品纳入老款）。

1) 由于商标授权业务具有稳定的商业模式及商业实质，可为公司持续带来利润和现金流，2024 年度纳入经销（新款）类业务中核算，其中新增 ABCKIDS 商标授权业务收入 1,425.83 万元，导致经销（新款）类业务毛利率增长 7.37%。剔除商标授权业务收入影响，2023 年度和 2024 年度经销（新款）类业务毛利率分别为 33.64%、31.41%，近两年毛利率相近。

2) 直营业务中剔除老款影响因素，新款毛利率 2023 年度和 2024 年度毛利率分别为 28.78%、26.95%，近两年毛利率相近。

3) 为提高经营效益，公司近年积极盘活库存，其中：2023 年度尾货销售 4,943.99 万元，2024 年度尾货销售 11,338.24 万元，尾货销售同比增长 129.33%，且公司老款大多为库龄较长、存货减值较充分的库存（2 年以上全额计提跌价准备），如后续库存商品实现销售时公司会转销存货跌价准备并相应冲减营业成本，导致整体毛利率拉高。

(二) 存货计提情况

年份		2024 年			2023 年			2022 年		
产品类型	库龄	数量 (万双 /件)	原值 (万元)	减值 (万元)	数量 (万双 /件)	原值 (万 元)	减值 (万元)	数量 (万双 /件)	原值 (万元)	减值 (万元)
服装	库龄 0-6 月	22.16	1,922.36	44.12	37.30	2,304.62	64.29	120.21	6,922.35	1,468.88
	库龄 7-12 月	15.14	705.87	38.24	45.51	1,575.45	426.82	32.80	1,473.76	488.64
	库龄 13-24 月	45.68	2,171.01	1,028.18	106.96	5,341.18	3,736.51	66.45	4,941.77	2,417.19
	库龄 24 月以上	45.28	1,950.00	1,950.00	63.59	4,560.05	4,560.05	24.63	1,565.84	1,565.84
鞋类	库龄 0-6 月	17.80	970.42	88.13	31.15	1,622.45	37.72	51.96	2,847.13	78.32
	库龄 7-12 月	15.80	880.50	117.99	40.52	2,053.67	584.30	23.57	1,212.93	269.15
	库龄 13-24 月	34.66	1,867.66	890.78	50.36	2,441.83	1,489.20	43.80	2,277.46	1,330.31
	库龄 24 月以上	18.74	1,007.47	1,007.47	33.57	1,936.03	1,936.03	41.58	1,939.04	1,939.04
配件	库龄 0-6 月	2.23	50.44	14.38	5.72	23.61	11.77	15.57	579.11	187.26
	库龄 7-12 月	0.68	5.56	0.81	8.02	77.86	27.92	1.09	18.12	7.71
	库龄 13-24 月	6.94	51.89	27.46	11.69	498.70	354.30	4.40	41.38	27.22
	库龄 24 月以上	34.02	51.04	51.04	300.67	308.28	308.28	436.19	938.95	938.95
合计		259.14	11,634.21	5,258.60	735.06	22,743.73	13,537.19	862.27	24,757.83	10,718.49

(三) 同行业上市公司毛利率情况:

年度	毛利率	ST 起步	*ST 步森	美邦服饰	森马服饰	太平鸟	锦泓集团	雅戈尔	海澜之家
2022	直营	33.81%	48.27%	52.31%	65.13%	63.41%	72.69%	77.51%	63.16%
	经销	33.56%	77.52%	33.24%	37.33%	34.78%	49.74%	71.18%	38.71%
	线上	28.87%	63.30%	21.15%	38.80%	42.39%	65.52%	65.38%	39.88%
	线下	34.75%				51.67%	71.53%	74.60%	44.90%
2023	直营	34.47%	56.78%	46.41%	67.60%	71.33%	74.25%	77.67%	62.61%
	经销	36.77%	25.81%	30.59%	39.18%	40.32%	57.26%	70.51%	40.26%
	线上	16.52%	49.16%	12.02%	42.97%	44.28%	64.36%	64.76%	48.15%
	线下	38.65%				58.33%	72.30%	74.23%	45.44%
2024	直营	40.25%	54.80%	44.64%	66.07%	70.37%	73.14%	77.23%	62.85%
	经销	48.83%	19.37%	30.63%	36.19%	47.16%	61.56%	69.12%	40.95%
	线上	35.53%	46.85%	9.90%	45.35%	43.74%	63.87%	65.68%	48.02%
	线下	47.18%				60.54%	71.41%	73.84%	45.53%

正常情况下,同行业上市公司的直营业务的毛利率应当高于经销业务的毛利率,公司经销业务毛利高于自营业务的原因:由于报告期内,公司通过经销商渠道清理尾货库存,处理销售了年限较久的尾货及滞销产品,存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致经销业务的整体毛利率上升。由于 2024 年处理尾货的规模同比 2023 年大幅增长,所以公司主营业务毛利率近两年持续增长。

年审会计师回复：

(一) 我所对毛利率增长执行的审计程序主要包括：

1、获取公司关于鞋服采购及定价模式、主要鞋服供应商采购结构及其价格变动的说明；

2、获取 2024 年度公司鞋服毛利率构成及其变动情况说明，分析其毛利率增长原因。

3、了解公司存货跌价准备计提政策，分析存货跌价准备转回冲减当期营业成本对毛利率影响。

4、结合公司产品类型及客户情况，对收入以及毛利情况执行分析性复核程序，并与同行业毛利率进行比较，分析本期营业收入和毛利率变动的原因和合理性；

(二) 核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：主营业务毛利率增长主要系商标授权业务纳入经销（新款）类业务中核算和公司本年积极盘活库存清理尾货，存货跌价准备转回冲减当期营业成本导致整体毛利率上升，与同行业相比存在差异，具有特殊性。

(5) 公司预付款项期末余额 1176.82 万元，同比增长 130.72%，公司称主要系新增合作供应商提前支付货款所致。请公司补充披露预付款项期末余额前十的供应商，包括但不限于名称、业务内容、合作期限、预付金额、是否为关联方、实际到货及销售情况，结合公司预付款项相关政策说明本期大幅增加的原因及合理性；

单位：万元

序号	供应商	业务内容	合作期限	2024 年期末预付金额	2024 年入库含税金额	2024 年销售含税金额	关联方	2025 年入库含税金额/核销金额	2025 年销售含税金额
1	青岛欧莎莉尔服饰有限公司	EXR 女装	1 年以内	457.13	643.33	161.40	否	注 1	
2	嘉兴轻扬服饰股份有限公司	EXR 女装	1 年以内	152.38	93.56	16.85	否	239.75	73.99
3	嘉兴市聚雅服饰有限公司	EXR 女装	1 年以内	149.47	625.89	179.73	否	481.12	91.82

4	广州玖宫研化生物科技有限公司	ABCKI DS 洗护	1 年以内	88.41	1,373.37	1,651.98 注 4	否	50	-
5	石狮市锦帅王子服饰有限公司	EXR 女装	1 年以内	82.5	-	-	否	注 2	-
6	泉州玖跃鞋业科技有限公司	ABCKI DS 鞋类	1 年以内	37.58	-	-	否	注 3	-
7	威海市纺织服装进出口有限公司	ABCKI DS 服装	1 年以内	34.98	-	-	否	115.95	39.21
8	福建省康胤荣欣科技有限公司	ABCKI DS 鞋类	1 年以内	34.96	-	-	否		
9	湖州思霖文化艺术策划有限公司	费用	1 年以内	30.87	-	-	否	30.87	
10	福建沙泉供应链有限公司	ABCKI DS 鞋类	1 年以内	18.06	-	-	否	90.3	87.58
合计				1,086.34	2,736.15	2,009.96	-	1,007.99	292.6

注 1：公司与青岛欧莎莉尔服饰有限公司预付款项系 2024 年公司预向其采购 EXR 女装，后因订单涉及数量较多，超出青岛欧莎莉尔服饰有限公司实际产能，无法按时交货，之后协商通过嘉兴轻扬服饰股份有限公司和嘉兴市聚雅服饰有限公司采购，并将该预付货款转付至嘉兴轻扬服饰股份有限公司和嘉兴市聚雅服饰有限公司。

注 2：石狮市锦帅王子服饰有限公司预付货款于 2025 年 5 月起陆续交货中。

注 3：泉州玖跃鞋业科技有限公司系发票税差，未及时到票所致。

注 4：广州玖宫研化生物科技有限公司销售收入属于新增贸易业务，未记入主营业务收入。

公司预付款增长的原因主要是因为：2024 年第四季度公司积极开拓线上业务特别是抖音、唯品会等电商渠道进行挖掘，期间 EXR 品牌线上期末库存冬款库存不足，故进行采购备货。由于销售时间一般要晚于备货时间，所以上述供应商采购的相关产品销售和收入确认主要发生于 2025 年一季度，2024 年度合计到货金额约 2,736.15 万元，实现销售收入 2,009.96 万元，确认收入 357.98 万元。

年审会计师回复：

（一）我所对预付账款增长执行的审计程序主要包括：

1、获取公司预付账款的清单，取得并核查相关的订单或协议，确认相关的

会计处理符合企业会计准则规定。

- 2、抽样检查大额预付款支付的银行回单、期后结算资料。
- 3、对公司预付账款执行函证程序。
- 4、向公司管理层询问，了解公司期末预付款项大幅增长原因。

(二) 核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：公司预付款增长的主要原因系 2024 年第四季度积极开拓线上业务增加采购备货所致，具有合理性。

(6) 请公司及会计师严格对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第七号——财务类退市指标：营业收入扣除》等规则，结合公司 2024 年主营业务构成，全面核实是否存在应扣未扣的收入。

公司属于皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业，主营业务包括童鞋、童装和儿童服饰配饰等的设计、研发、组织生产和销售及商标授权。公司取得的童鞋、童装、儿童装饰配饰、商标授权等收入项目是围绕个人终端及商户提供服务而产生的相关收入，公司对这些业务提供了服务并且发生了相应的成本，取得相应的现金流收入，是公司成熟稳定的业务模式。各项目具体金额如下：

单位：万元

项目	2024 年度 (万元)	具体扣除情况
营业收入金额	32,725.70	
营业收入扣除项目合计金额	684.10	
营业收入扣除项目合计金额占营业收入的比重	2.09%	
一、与主营业务无关的业务收入		
1. 正常经营之外的其他业务收入。如出租固定资产、无形资产、包装物，销售材料，用材料进行非货币性资产交换，经营受托管理业务等实现的收入，以及虽计入主营业务收入，但属于上市公司正常经营之外的收入。	416.31	租赁收入 231.77 万元； EXR 商标使用费收入 184.53 万元
2. 不具备资质的类金融业务收入，如拆出资金利息收入；本会计年度以及上一会计年度新增的类金融业务所产生的收入，如担保、商业保理、小额贷款、融资租赁、典当等业务形成的收入，为销售主营产品而开展的融资租赁业务除外。		
3. 本会计年度以及上一会计年度新增贸易业务所产生的收入。	263.00	日用品收入

4. 与上市公司现有正常经营业务无关的关联交易产生的收入。		
5. 同一控制下企业合并的子公司期初至合并日的收入。		
6. 未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入。	4.79	
与主营业务无关的业务收入小计	684.10	
二、不具备商业实质的收入		
1. 未显著改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额的交易或事项产生的收入。		
2. 不具有真实业务的交易产生的收入。如以自我交易的方式实现的虚假收入，利用互联网技术手段或其他方法构造交易产生的虚假收入等。		
3. 交易价格显失公允的业务产生的收入。		
4. 本会计年度以显失公允的对价或非交易方式取得的企业合并的子公司或业务产生的收入。		
5. 审计意见中非标准审计意见涉及的收入。		
6. 其他不具有商业合理性的交易或事项产生的收入。		
不具备商业实质的收入小计		
三、与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入		
营业收入扣除后金额	32,041.60	

如上表所示，经逐项对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第七号——财务类退市指标：营业收入扣除》等规则的相关要求，公司已对报告期内与主营业务无关或不具备商业实质的收入进行扣除，且营业收入扣除事项完整，不存在应当进行营业收入扣除后而未扣除的情形。

注：关于 ABCKIDS 商标授权业务收入的相关事项说明：

（1）商标授权业务模式

公司作为品牌授权方，通过与被授权方签订商标使用许可合同，由公司许可被授权方使用公司“ABCKIDS”等品牌的商标并向其收取商标授权费的销售模式。商标授权收入根据商标实际的结算时点按照合同约定的商标授权费用金额确认商标授权收入。公司与被授权方的授标业务一般按照年度给与被授权方使用公司商标的权限，授标合同规定了商标的预计销售数量、价格以及年度保底销售数量。

（2）商标授权费收入情况

单位：元

ABCKIDS 标费	2022 年度	2023 年度	2024 年度
温州鑫选电子商务有限公司	1,647,547.18	7,227,830.20	12,525,880.76
杭州桐路品牌管理有限公司	1,591,742.92	471,698.09	
杭州阿斯克信息科技有限公司		1,509,433.96	345,132.75
温岭市酷酷龙鞋业有限公司	84,905.66		
杭州明畅杰信息科技有限公司			796,460.18
苏州泰能德科技有限公司			590,845.28
合计	3,324,195.76	9,208,962.25	14,258,318.97

(3) 商标授权费收入占比

单位：万元

类别	2022 年度	2023 年度	2024 年度
ABCKIDS 商标授权业务收入	332.42	920.90	1,425.83
营业收入	35,148.46	26,770.29	32,725.70
占比	0.95%	3.44%	4.36%

公司商标“ABCKIDS”是国内知名的儿童服饰品牌。公司历年主要收入来源于“ABCKIDS”品牌的儿童服饰产品，商标与主营业务密切相关。随着近几年对新客户的不断开拓和新业务模式的拓展，“ABCKIDS”商标授权收入规模不断增长，目前已形成稳定的收入来源。报告期后商标授权在手订单含税金额 2,400.00 万元，能持续给公司带来利润和现金流。

根据《上海证券交易所上市公司自律监管指南第七号财务类退市指标：营业收入扣除》的相关规定，营业收入扣除项包括与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入：

1) 与主营业务无关的业务收入，包括但不限于以下项目：①正常经营之外的其他业务收入；②不具备资质的类金融业务收入；③本会计年度以及上一会计年度新增贸易业务所产生的收入；④与上市公司现有正常经营业务无关的关联交易产生的收入；⑤同一控制下企业合并的子公司期初至合并日的收入；⑥未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入；2) 不具备商业实质的收入是指未导致未来现金流发生显著变化等不具有商业合理性的各项交易和事项产生的收入；3) 与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入。

(3) 商标授权业务纳入主营业务核算同行业比较

单位：万元

公司名称	商标授权收入是否纳入主营核算	商标授权收入	主营业务收入	商标授权业务占比
ST 起步 (603557)	是	1,425.83	32,041.60	4.45%
锦泓集团 (603518)	是	3,355.65	433,826.07	0.77%
南极电商 (002127)	是	4,232.94	335,845.91	1.26%

注：同行业可比公司相关资料来自其 2024 年度定期报告。

公司与同行业主要可比公司商标授权收入纳入主营业务统计口径不存在重大差异。

综上所述，公司对于商标授权业务，拥有相关业务知识产权，配置了相关管理及业务人员，具有商标授权管理能力，同时经过数年行业沉淀，具有稳定的商业模式及商业实质。该业务可为公司持续带来利润和现金流，不存在偶发性、临时性、无商业实质等特征，符合《企业会计准则第 14 号——收入》之规定，不属于营业收入扣除的情形。

会计师核查意见：

（一）我所对营业收入扣除执行的审计程序主要包括：

（1）结合公司的销售内控，了解公司的业务模式是否具备稳定性，是否具备完整的投入与产出，是否对客户或供应商有重大依赖；

（2）检查营业收入性质，判断是否与主营业务相关；

（3）检查公司营业收入是否符合总额法确认的相关要求，检查公司营业收入的销售合同、发货单、客户签收单、付款记录等单据；

（4）对相关业务商业模式是否具备商业实质进行分析检查，重点检查公司与关联方之间发生的销售收入合同、定价情况、付款情况等。

（二）核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：我们未发现与公司核查结论存在重大不一致的情况。未发现公司营业收入扣除相关事项违反企业会计准则和《上海证券交易所上市公司自律监管指南第七号——财务类退市指标：营业收入扣除》等规则的相关规定。

问题二、关于应收账款。年报显示，公司应收账款期末账面余额为 5.38 亿

元，账面价值为 2.38 亿元，截至报告期末累计计提坏账准备 3.01 亿元，本期计提 1040.39 万元。因公司未对应收债权计提信用减值事项提供充分、适当的依据，会计师无法评估其计提信用减值的合理性和准确性，亦没有获得上述应收款项可回收的充分证据，已连续 3 年对公司财务报表出具保留意见。

请公司：（1）补充披露应收账款期末余额排名前十的欠款方名称、是否为关联方、业务往来内容及形成背景、账龄分布、金额、信用期及回款情况，并充分提示相关款项可回收性风险；（2）补充披露报告期计提坏账准备的测算依据及过程，并结合近三年减值计提比例等减值政策的差异情况，说明 2024 年度减值计提是否充分、准确，相关会计政策是否具有 consistency，是否符合会计准则相关规定。

回复:

(1) 补充披露应收账款期末余额排名前十的欠款方名称、是否为关联方、业务往来内容及形成背景、账龄分布、金额、信用期及回款情况, 并充分提示相关款项可回收性风险;

应收账款期末余额排名前十的欠款方名称、是否为关联方、业务往来内容及形成背景、账龄分布、金额、信用期及回款情况如下所示:

单位: 万元

序号	客户	关联方	业务往来内容	合作期限	形成背景	2024 年期末应收账款	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	2024 年回款情况
1	杭州悦安商业运营管理有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	2-3 年	货款、债权转让款	8,331.21	-	3,170.76	5,160.45	-	1,568.40
2	成都市力晟商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	5,519.50	877.62	2,558.29	2,083.59	-	2,358.17
3	陕西鼎臻儿童用品有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	4,227.10	1,413.52	1,864.63	948.95	-	2,434.65
4	苏州市乐铭贸易有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	4,121.05	1,925.29	1,871.95	323.81	-	3,387.46
5	合肥市纵赢商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	4,020.99	-	1,069.77	900.55	2,050.67	825.99
6	郑州天启商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	3,052.42	410.09	1,083.96	1,558.37	-	1,863.51

7	杭州鑫童时代商贸有限公司	比照关联方	ABCKIDS 鞋服	1-2 年	货款	3,036.52	3,036.52	-	-	-	5,521.72
8	株洲起福商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	2,383.90	-	-	340.58	2,043.32	-
9	山西谦润商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	10 年以上	货款	2,218.39	-	688.93	730.48	798.98	147.42
10	赣州杰贝商贸有限公司	否	ABCKIDS 鞋服	9-10 年	货款	1,634.41	-	-	217.99	1,416.42	-
合计						38,545.49	7,663.04	12,308.28	12,264.77	6,309.40	18,107.33

信用期：经销模式下，公司一般在收到经销商部分预付货款后发货，对于部分市场口碑较佳或合作历史良好的经销商，公司会给予一定的信用额度；公司根据不同经销商的合作历史、交易规模、信用状况等情况，信用账期一般不超过 180 天，优质客户则根据“一户一策”来确定代理商的信用政策和还款计划。（信用政策于 2023 年开始执行）

尽管公司已经采取了一系列措施来降低应收账款可回收风险，但由于市场环境、客户经营状况和信用状况的不确定性，公司部分应收账款存在无法收回的可能性。如果应收账款不能及时回收，将对公司的现金流、经营业绩和财务状况产生一定的不利影响。公司将密切关注应收账款的回收情况，按照相关会计准则的要求，对应收账款计提合理的坏账准备，并及时履行信息披露义务，向投资者披露应收账款可回收风险的变化情况。敬请广大投资者注意投资风险。

会计师核查意见：2024 年年度报告已对应收账款可回收性事项进行保留，由于市场环境、客户经营状况和信用状况等因素的不确定性，公司应收账款存在无法收回的风险，进而对公司现金流和经营造成不利影响。

(2) 补充披露报告期计提坏账准备的测算依据及过程，并结合近三年减值计提比例等减值政策的差异情况，说明 2024 年度减值计提是否充分、准确，相关会计政策是否具有 consistency，是否符合会计准则相关规定。

公司近三年减值计提政策一致，2024 年度起步股份公司预期信用损失率计算过程

公司遵循《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（2017 年修订），结合实际情况，将单项计提以外的应收账款划分为信用风险组合，按照迁徙率模型测算应收账款预期信用损失率并作为各组合账龄层计提坏账准备的依据，测算过程具体如下：

第一步：汇总过去五年应收账款余额账龄分布情况

单位：元

账龄	2020-12-31	2021-12-31	2022-12-31	2023-12-31	2024-12-31
1 年以内	293,614,626.30	606,738,114.62	365,611,107.06	183,933,602.78	159,020,593.19
1-2 年	2,713,444.53	143,920,030.51	437,686,837.76	268,142,039.86	146,330,785.17
2-3 年	319,970.80	598,980.27	42,794,411.57	296,957,064.45	141,701,072.60
3 年以上		319,970.80	872,301.67	27,609,299.94	91,428,141.45
总计	296,648,041.63	751,577,096.20	846,964,658.06	776,642,007.03	538,480,592.41

注：2023 年度账龄包含当期核销部分应收款。

第二步：在收集的历史账龄数据基础上，计算各账龄区间的迁徙率

账龄	代号	2020 年至 2021 年迁徙率	2021 年至 2022 年迁徙率	2022 年至 2023 年迁徙率	2023 年至 2024 年迁徙率	五年平均迁徙率
1 年以内	A	49.02%	72.14%	73.34%	79.56%	68.51%
1-2 年	B	22.07%	29.73%	67.85%	52.85%	43.13%
2-3 年	C	100.00%	94.92%	63.23%	28.17%	71.58%
3 年以上	D	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

第三步：公司以各账龄迁徙率平均值为基础计算各账龄区间的历史损失率和预期信用损失率，具体确认过程如下：

账龄	历史损失率计算过程	历史损失率	前瞻性调整	调整后历史损失率

1 年以内	$G=A*B*C*D$	21.15%	5%	22.21%
1-2 年	$H=B*C*D$	30.87%	5%	32.41%
2-3 年	$I=C*D$	71.58%	5%	75.16%
3 年以上	$J=D$	100.00%		100.00%

第四步：按照迁徙率计算预期损失率测算坏账与按照账龄测算坏账的对比情况如下：

账龄	2024 年末应收账款	按历史损失率计提	按账龄计提	差异
1 年以内	159,020,593.19	35,318,473.75	7,951,029.66	27,367,444.09
1-2 年	107,733,968.64	34,916,579.24	21,546,793.73	13,369,785.51
2-3 年	80,611,903.71	60,587,906.83	40,305,951.86	20,281,954.97
3 年以上	69,274,103.29	69,274,103.29	69,274,103.29	
合计	416,640,568.83	200,097,063.10	139,077,878.53	61,019,184.57

注：公司原按账龄计提坏账比例（1 年以内 5%、1-2 年 20%、2-3 年 50%、3 年以上 100%），如按照账龄比例计提，会存在少计提情形，故账面选择历史损失率计提坏账准备。

经测算，公司按迁徙率计算预期损失率坏账相比按照账龄测算坏账更为谨慎，在使用两种方法进行坏账测试比较后，公司根据迁徙率计算预期损失率法测算的结果计提应收账款坏账准备（2024 年度应收账款坏账准备金额=按迁徙率计算预期损失率坏账+单项计提=200,097,063.10+100,740,836.41=300,837,899.51 元）。

2024 年度公司严格执行《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定，进一步复核并评估应收账款的信用损失风险，发现风险显著增加的应收账款作为单项计提坏账准备。对采用以账龄组合为基础对预期信用损失进行估计的方法，测算应收账款的预期损失率。公司应收账款坏账准备计提政策、计算过程以及会计处理符合《企业会计准则》的有关规定，坏账准备的计提是比较充分和合理的。

会计师核查意见：因公司未对单项应收债权计提信用减值事项提供充分、适当的依据，亦未提供预期信用损失计提比例的依据，我们无法评估其计提信用减值的合理性和准确性。

(3) 请年审会计师对上述问题发表意见，并结合公司应收账款规模、减值计提年度差异等，说明针对公司应收账款真实性、减值计提准确性的核查情况和核查结论，包括但不限于相关核查手段、核查范围、核查比例及取得的主要审计证据。

会计师核查情况：

1. 应收账款

2024 年末，公司应收账款情况如下：

单位：万元

账龄	期末余额
1 年以内	17,911.07
1 至 2 年	14,069.60
2 至 3 年	12,830.65
3 年以上	9,036.73
小计	53,848.05
减：坏账准备	30,083.79
合计	23,764.26

1) 应收账款形成真实性

① 核查情况

A. 结合对收入真实性核查关注应收账款的真实性；

项目	收入金额	核查比例	主要核查说明
经销业务	19,351.68	95.00%以上	针对经销业务收入，检查相关合同、发货托运及签收单、对账单、回款、终端售罄率等
直营业务	12,689.92		
其中：线上业务	4,808.21	100.00%	对于线上业务，通过结算单确认收入，我们获取了主要主体全部月份的结算单进行检查，并与账面确认收入金额进行对比，会同 IT 审计团队执行 IT 专项核查程序
联营业务	5,075.00	95.00%以上	对于联营业务，检查相关合同、签收单、结算单等
其他业务	2,806.71	95.00%以上	检查相关合同、发货托运及签收单、对账单、回款等
合计	32,041.60		

如上表所示，我们根据公司各渠道收入确认方式的不同针对性的实施了以上核查程序，经核查，未见明显异常。对于经销业务收入，除上述核查外，我们还实施了以下核查程序：

a. 选取 15 家重要经销商、主要新增客户、销售金额较大的客户进行走访，且覆盖线下收入的 80%以上，进一步验证当期销售及终端销售的真实性；

b. 对主要经销商销售额进行函证，函证金额 1.82 亿元，回函占比 77.86%，回函未见重大异常。

B. 对重要应收账款余额独立实施函证程序，对于未回函的应收账款，获取并检查相关销售合同、客户签收单、发货托运单、提单、销售发票及收款凭证等支持性文件实施替代测试；函证比例如下：

单位：万元

项目	金额/比例
应收账款余额	53,848.05
发函金额	50,982.03
发函比例	94.68%
回函金额	29,705.02
回函比例	55.16%
替代测试比例	31.31%
回函及替代测试合计比例	86.47%

上述数据统计未包含 2024 年度核销部分应收账款。

C. 对应收账款余额较大的经销商客户实施走访程序，关注经销商的经营情况、经销商对公司欠款的还款计划及其执行情况，评价经销商应收账款的真实性、还款能力及还款意愿；具体走访比例如下：

单位：万元

项目	金额/比例
应收账款余额	58,479.53
走访金额	25,818.16
走访比例	47.95%

经走访了解，相关客户对欠公司的款项均认可，并表示如经营好转会陆续安排还款，同时结合经销商店铺走访，未见经销商异常经营的情况。但如市场持续下滑或特定客户发生经营困难，公司将面临应收账款回款不及时甚至无法回收的情形。

②核查结论：通过执行上述程序核查，未发现报告期内应收账款形成存在异常事项。因公司未对单项应收债权计提信用减值事项提供充分、适当的依据，亦未提供预期信用损失计提比例的依据，我们无法评估其计提信用减值的合理性和准确性，亦没有获得上述应收款项可回收的充分证据，无法确认相关款项是否可回收。

问题三、关于募集资金。年报显示，公司于 2020 年公开发行可转债募集资金净额 5.09 亿元，拟分别用于“婴童用品销售网络建设项目”、“智慧信息化系统升级改造项目”及补充流动资金。截至目前，前述募投项目已延期两次，除“智

慧信息化系统升级改造项目”已投入资金 2330.60 万元外，其余募集资金均未投入使用，项目进展缓慢。

请公司：（1）结合募投项目延期的背景及原因、目前项目建设实际进展，补充说明前述募投项目进展缓慢的实际原因，审慎评估相关募投项目建设的可行性和合理性；（2）请保荐机构高度关注前述募集资金的实际存放、去向，确保募集资金使用和存放的安全性。

回复：

（1）结合募投项目延期的背景及原因、目前项目建设实际进展，补充说明前述募投项目进展缓慢的实际原因，审慎评估相关募投项目建设的可行性和合理性；

“智慧信息化系统升级改造项目”系根据公司业务发展的需要，打造公司智慧设计、智慧制造、智慧供应链、智慧零售、智慧管理等综合智慧信息管理平台。截至 2024 年 12 月末，投入使用募集资金 2,330.60 万元，进展缓慢。

进展缓慢的主要原因是：“智慧信息化系统升级改造项目”立项时间较早，当时的信息系统改造规划已经不符合市场和公司现阶段信息化需求。此外，当下市场环境下，将大量资金用于智慧信息化系统改造，不能直接产生经济效益，因此公司减缓了“智慧信息化系统升级改造项目”的相关投入。由于近年来信息化技术迭代迅速，同时考虑到公司目前的资金状况和盈利水平，“智慧信息化系统升级改造项目”的可行性和合理性已经发生了变化。后续，公司将根据项目实际情况，审慎评估“智慧信息化系统升级改造项目”的可行性和合理性，请投资者注意风险。

“婴童用品销售网络建设项目”主要依托公司在童装、童鞋产品领域积累的市场优势，在优势区域构建基于婴童用品专卖店、旗舰店及生活馆的营销网络。该项目建设周期为 3 年，尚未投入使用募集资金。

项目搁置的原因是：近年来，我国新生儿数量呈现出明显的下滑态势，婴童用品的目标客户群体规模将不断缩小。此外，由于国内消费者在线上购物的占比不断提高，线下面临来自线上品牌和其他线下零售商的激烈竞争，线下实体门店的市场环境受到较大影响。由于宏观经济、童装童鞋市场环境、消费者购物习惯

的变化，“婴童用品销售网络建设项目”的可行性和合理性已经发生了变化。后续，公司将根据项目实际情况，审慎评估“婴童用品销售网络建设项目”的可行性和合理性，请投资者注意风险。

年审会计师回复：

（一）我所对募投项目延期情况执行的审计程序主要包括：

1、查阅公司关于募投项目的公告、募集资金使用台账并抽查凭证，了解前次募投项目延期的具体原因；

2、查阅募投项目可研报告，分析复核“婴童用品销售网络建设项目”和“智慧信息化系统升级改造项目”效益测算情况；

3、向募投项目相关负责人了解募投项目效益、后续进展以及投资必要性、合理性。

（二）核查结论

通过执行上述程序及获取的审计证据，我们认为：“智慧信息化系统升级改造项目”延期主要系不符合市场和公司现阶段的信息化需求，且不能直接产生经济效益，导致项目进展缓慢。“婴童用品销售网络建设项目”搁置主要受市场环境重大变化，出于谨慎考虑未进行项目投入。上述募投项目后期如市场需求低于预期，市场竞争加剧或公司市场开拓不能如期完成，募投项目经营及预期回报可能发生不利变化。

（2）请保荐机构高度关注前述募集资金的实际存放、去向，确保募集资金使用和存放的安全性。

东兴证券股份有限公司作为公司可转债募投项目的持续督导工作的保荐机构，根据相关法律法规，对起步股份 2024 年度的募集资金存放与使用情况进行了审慎核查并出具专项核查报告。

截至 2024 年 12 月 31 日，起步股份募集资金余额 148,301,720.87 元（其中 2,752.09 元因诉讼问题被冻结），募集资金存放于公司在湖州银行、浙江泰隆商业银行设立的 4 个募集资金专户中，募集资金实际存放基本安全。2024 年 5 月

20 日，公司使用总额不超过人民币 20,000.00 万元的闲置募集资金暂时补充流动资金，已于 2025 年 5 月 19 日到期前及时归还。

截至 2024 年 12 月 31 日，公司可转债募集资金使用进度较慢，其中，可转债募投项目“婴童用品销售网络建设项目”搁置时间已超过一年，“智慧信息化系统升级改造项目”累计投入募集资金金额为 2,330.60 万元。保荐机构提请公司关注相关募投项目建设的必要性、可行性和经济性，注重提高募集资金的使用效率和效果，并及时履行信息披露义务。

综上，起步股份前述募集资金的实际存放、去向等均按规定履行了必要的法律程序和信息披露义务。

尤尼泰振青会计师事务所
(特殊普通合伙)

中国注册会计师：
(项目合伙人)



中国注册会计师：



中国 深圳

二〇二五年五月二十九日