

江苏红豆实业股份有限公司
关于上海证券交易所对公司2022年半年度报告的
信息披露监管工作函的回复公告

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个别及连带责任。

江苏红豆实业股份有限公司（以下简称公司、红豆股份）于近期收到上海证券交易所上市公司管理一部《关于江苏红豆实业股份有限公司 2022 年半年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2022】2557 号）（以下简称《工作函》）。公司积极组织相关部门对《工作函》所涉及问题进行逐项核实和分析，现就《工作函》有关问题回复如下：

一、关于公司经营

1、半年报披露，报告期内公司实现营业收入 11.26 亿元，同比增长 9.01%；销售费用 2.83 亿元，同比增长 76.43%，增幅与营业收入存在较大差异，其中职工薪酬支出 1.02 亿元、折旧与摊销 8275 万元、广告宣传费 4720 万元，同比分别增长 80.6%、124.5%、139.8%，增幅较大。请公司补充披露：（1）结合上半年行业经营态势、公司销售宣传策略、销售人员结构、人均薪酬变化等情况，说明公司在报告期内营业收入与职工薪酬、广告宣传费等销售费用增长趋势不匹配的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在较大差异；（2）列示折旧与摊销项目的具体构成，包括涉及的资产名称、金额、同比变动等情况，并说明折旧与摊销同比大幅增长的原因及合理性。

回复：

（一）结合上半年行业经营态势、公司销售宣传策略、销售人员结构、人均薪酬变化等情况，说明公司在报告期内营业收入与职工薪酬、广告宣传费等销售费用增长趋势不匹配的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在较大差异

1、行业经营态势与公司发展战略

2022 年上半年纺织服装行业处于成本高涨、供给下降、国内需求低迷的处境，行业发展增速放缓，企业效益普遍承压。

根据国家统计局数据，2022 年 1-6 月社会消费品零售总额 210,432 亿元，同比下降 0.7%。其中，我国限额以上单位服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额累计 6,282 亿元，同比下降 6.5%；穿类实物商品网上零售额同比增长 2.4%，增速较上年同期下降 21.7%。3-5 月服装鞋帽针纺织品类商品零售额同比转负，6 月转正至 1.2%，但与整体社零相比表现仍偏弱。上半年，全国居民人均衣着消费支出 725 元，下降 2.3%，占人均消费支出的比重为 6.2%。

基于对宏观环境的变化、男装行业的升级以及消费者舒适需求的综合研判，公司明确“经典舒适男装”品牌定位，倡导“舒适男装”理念；坚定推进“经典舒适男装”品牌战略升级；以高品质男士为核心消费人群，专注舒适产品研发，创新版型、工艺，聚焦舒适，打造民族品牌。

在零售行业的发展和变革下，公司积极建立全渠道营销体系。以零售业务为主导的全价值链信息系统为基础，公司推进渠道纵向延伸，不断完善线下门店、传统电商等零售渠道，积极布局抖音等社交电商新渠道，围绕“人、货、场”加速裂变转化。覆盖全国二、三线城市的线下门店，通过对品牌、店铺的标准化运营，全面提升舒适体验感，吸引中高端消费客群。与消费者深度链接互动的线上渠道，通过会员管理、爆款引流等，快速掌握社交裂变及数据驱动下的零售运营新策略。此外，公司持续加强信息化赋能，提升终端管控能力，实现商品运营在线化、订单分配在线化、会员运营在线化、供应链可视化。

2、公司销售宣传策略与销售费用情况

在销售宣传策略方面，一是提升宣传效能，夯实品牌经典舒适新定位。公司通过全方位广告铺设形式，全媒体覆盖城市的核心商圈、交通枢纽等人流核心区域，有效触达区域内中高端消费客群，初建“经典舒适男装”认知。二是创新营销形式，放大品牌传播声量。公司创新产品发布形式，全场景应用 AR 技术展现科技、舒适特性。同时，借助明星代言、名人推荐、街拍种草等形式打造明星达人传播矩阵，覆盖全网主流媒体平台，整合国内外主流权威媒体、时尚杂志等媒介资源助推品牌高势能。

2022年1-6月及2021年1-6月，公司销售费用情况如下：

单位：万元，%

项目	2022年1-6月		2021年1-6月	
	金额	占比	金额	占比
职工薪酬支出	10,171.29	35.88	5,633.55	35.06
折旧与摊销	8,275.25	29.19	3,685.40	22.94
广告宣传费	4,719.79	16.65	1,968.65	12.25
房租及物管费	1,260.34	4.45	2,193.85	13.65
差旅费	280.28	0.99	456.27	2.84
业务招待费	150.73	0.53	181.15	1.13
办公性支出	959.87	3.39	909.13	5.66
服务费	2,172.51	7.66	635.53	3.96
其他	359.21	1.27	405.19	2.52
合计	28,349.29	100.00	16,068.72	100.00

2022年1-6月，公司销售费用28,349.29万元，同比增长12,280.57万元，增幅为76.43%。其中，职工薪酬支出10,171.29万元，同比增加4,537.75万元，增幅为80.55%，折旧与摊销8,275.25万元，同比增加4,589.85万元，增幅为124.54%，主要系公司将部分加盟联营店转设为直营店，2022年1-6月，公司直营店月平均家数较上年同期增加248家，增幅155.00%，直营店月平均员工人数较上年同期增加1,032人，增幅131.13%。直营店相关销售员工薪酬与福利、房屋租赁费用均由公司承担，故职工薪酬支出和使用权资产折旧较上年同期有大幅增加。

2022年1-6月及2021年1-6月，公司销售费用中广告宣传费按渠道划分情况如下：

单位：万元

渠道	2022年1-6月	2021年1-6月
社交平台	734.02	-
电商平台	1,678.57	1,677.16
传统渠道	广告及推广费	291.49
	明星代言费	-
	小计	2,307.20
合计	4,719.79	1,968.65

2022年1-6月，公司广告宣传费4,719.79万元，同比增加2,751.15万元，增幅为139.75%，其中，通过社交平台、电商平台和传统渠道的广告宣传费分别为734.02万元、1,678.57万元、2,307.20万元，分别较上年同比增加734.02万元、1.41万元、2,067.52万元。广告宣传费的变动主要系公司为推进“经典舒适男装”品牌战略，加大包括0感舒适衬衫AR发布会，地铁及户外广告发布明星代言等线下传统渠道，以及抖音、微信、微

博等线上社交平台传播在内的广告宣传投入。

3、公司销售人员结构与人均薪酬情况

截至 2022 年 6 月 30 日及 2021 年 6 月 30 日，公司销售人员按教育程度划分的人员结构如下：

单位：人

教育程度类别	2022-06-30	2021-06-30
硕士及以上	6	4
本科	432	344
大专	567	523
大专以下	2,150	1,184
合计	3,155	2,055

2022 年 1-6 月及 2021 年 1-6 月，公司销售人员人均薪酬按教育程度划分的情况如下：

单位：万元

教育程度类别	2022年1-6月	2021年1-6月
硕士及以上	6.56	6.00
本科	4.86	4.62
大专	2.95	2.22
大专以下	2.96	2.42
合计	3.22	2.74

截至 2022 年 6 月 30 日，公司销售人员 3,155 人，较 2021 年 6 月末增加 1,100 人，增幅 53.53%，主要系公司推进“经典舒适男装”品牌战略升级，建设红豆男装全渠道营销网络体系，将部分加盟联营店转设为直营店，由公司直接经营管理，相关销售人员增加。

2022 年 1-6 月，公司销售人员（含直营店店员）平均薪酬 3.22 万元，较去年同期增长 0.48 万元，增幅 17.52%，主要系公司推行全员营销策略，完善了相应的销售激励机制。

4、营业收入与销售费用增长趋势短期内不匹配的原因

报告期内，公司销售费用增长主要系（1）公司为顺应行业趋势和零售变革，推进“经典舒适男装”品牌高端化战略升级，建设红豆男装全渠道营销网络体系，将部分加盟联营店转设为直营店，由公司直接经营管理，导致相关费用增加。（2）公司通过全方位广告铺设形式，全媒体覆盖城市的核心商圈、交通枢纽等人流核心区域，提升宣传效能，夯实品牌经典舒适新定位，进一步提升公司形象，导致广告费用有较大增长。

营业收入增长方面，受新冠病毒变异，传播力增强影响，我国近两年零售市场总体承压，消费者消费意愿受到一定压制，导致公司上述经营发展战略调整的成效显现较慢。

短期内，公司销售费用增长与营业收入增长趋势存在暂时性的不匹配；长期来看，随着疫情的逐步恢复，公司经营环境有望持续改善，有利于企业的稳定发展和保障持续盈利能力。

5、同行业可比公司销售费用占比情况

2022年1-6月及2021年1-6月，同行业可比上市公司销售费用及占营业收入比重情况如下：

单位：万元，%

公司名称	2022年1-6月			2021年1-6月		
	销售费用	营业收入	占比	销售费用	营业收入	占比
九牧王（601566.SH）	52,300.42	128,670.96	40.65	54,638.94	139,616.72	39.13
七匹狼（002029.SZ）	32,975.95	144,846.39	22.77	34,342.69	154,185.50	22.27
报喜鸟（002154.SZ）	80,886.54	199,579.18	40.53	79,984.29	197,524.78	40.49
海澜之家（600398.SH）	177,644.58	951,574.60	18.67	144,499.52	1,013,451.37	14.26
平均值	85,951.87	356,167.78	30.65	78,366.36	376,194.59	29.04
红豆股份	28,349.29	112,564.14	25.19	16,068.72	103,264.79	15.56

2022年1-6月及2021年1-6月，同行业可比上市公司销售费用中职工薪酬及占营业收入比重情况如下：

单位：万元，%

公司名称	2022年1-6月			2021年1-6月		
	职工薪酬	营业收入	占比	职工薪酬	营业收入	占比
九牧王（601566.SH）	19,979.21	128,670.96	15.53	20,065.71	139,616.72	14.37
七匹狼（002029.SZ）	10,652.60	144,846.39	7.35	10,045.28	154,185.50	6.52
报喜鸟（002154.SZ）	22,593.59	199,579.18	11.32	22,715.14	197,524.78	11.50
海澜之家（600398.SH）	66,602.70	951,574.60	7.00	43,164.37	1,013,451.37	4.26
平均值	29,957.02	356,167.78	10.30	23,997.63	376,194.59	9.16
红豆股份	10,171.29	112,564.14	9.04	5,633.55	103,264.79	5.46

2022年1-6月及2021年1-6月，同行业可比上市公司销售费用中广告宣传费及占营业收入比重情况如下：

单位：万元，%

公司名称	2022年1-6月			2021年1-6月		
	广告宣传费	营业收入	占比	广告宣传费	营业收入	占比
九牧王（601566.SH）	11,307.89	128,670.96	8.79	14,999.93	139,616.72	10.74
七匹狼（002029.SZ）	5,451.20	144,846.39	3.76	6,364.37	154,185.50	4.13
报喜鸟（002154.SZ）	9,935.03	199,579.18	4.98	8,200.03	197,524.78	4.15
海澜之家（600398.SH）	15,060.36	951,574.60	1.58	34,218.49	1,013,451.37	3.38
平均值	10,438.62	356,167.78	4.78	15,945.71	376,194.59	5.60

公司名称	2022年1-6月			2021年1-6月		
	广告宣传费	营业收入	占比	广告宣传费	营业收入	占比
红豆股份	4,719.79	112,564.14	4.19	1,968.65	103,264.79	1.91

2021年1-6月，公司销售费用以及销售费用中职工薪酬、广告宣传费占营业收入比重均低于同行业可比上市公司平均水平。

随着公司“经典舒适男装”品牌战略升级的不断推进，部分加盟联营店转设为直营店，同时不断提升线下门店形象；全方位广告铺设及全媒体覆盖人流核心区域，宣传效能不断增强，公司销售费用亦有较快增长。

2022年1-6月，公司销售费用以及销售费用中职工薪酬、广告宣传费占营业收入比重的增长具有合理性，与同行业可比上市公司不存在显著差异。

(二) 列示折旧与摊销项目的具体构成，包括涉及的资产名称、金额、同比变动等情况，并说明折旧与摊销同比大幅增长的原因及合理性

2022年1-6月及2021年1-6月，公司销售费用中的折旧与摊销项目构成情况如下：

单位：万元，%

项目	2022年1-6月	2021年1-6月	同比变动金额	同比变动比例
固定资产折旧	21.55	21.06	0.49	2.33
长期待摊费用摊销	972.49	1,780.76	-808.27	-45.39
使用权资产折旧	7,281.22	1,883.58	5,397.64	286.56
合计	8,275.25	3,685.40	4,589.86	124.54

报告期内，公司销售费用中折旧和摊销 8,275.25 万元，同比增加 4,589.86 万元，增幅为 124.54%，其中使用权资产折旧 7,281.22 万元，同比增加 5,397.64 万元，增幅为 286.56%。主要系公司将部分加盟联营店转设为直营店后，相关房屋租赁费用均由公司承担，故使用权资产及相应折旧增加较多。

2、半年报披露，报告期内公司应收账款账面价值 6.59 亿元，同比增长 21.31%，高于营业收入 9.01% 的增幅。公司预付款项期末余额为 8808 万元，同比增长 70.26%。请公司补充披露：(1) 结合公司下游客户及赊销信用政策的变化，说明应收账款增幅与营业收入存在差异的原因，相关收入确认是否审慎；(2) 列示主要预付账款情况，包括金额、交易对方、是否关联方、交易背景、采购内容、付款时间等，说明上述预付对象与控股股东及关联方之间是否存在利益关系或其他关联关系。

回复：

（一）结合公司下游客户及赊销信用政策的变化，说明应收账款增幅与营业收入存在差异的原因，相关收入确认是否审慎

1、公司下游客户及赊销信用政策情况

（1）公司主要下游客户

公司主营业务为男装的生产与销售，并以品牌运营及服装制造为优势，形成红豆男装全域零售、红豆职业装定制两大业务模式。红豆男装全域零售业务，以“经典舒适男装”为品牌定位。目前，全域零售的线下销售渠道主要为全国二三线城市，同时依托门店数字化建设增强用户互动体验；线上销售由公司直营，主要入驻天猫、京东、小程序商城、抖音等第三方主流电商开放平台，多触点触达用户。红豆职业装定制业务，主要为客户量身定制各类中高档职业装，以及个性化的轻定制服务，客户范围覆盖金融、通信、交通运输等行业。

此外，公司还从事少量服装外贸订单贴牌生产、坯布生产、印染及其他业务。

公司按业务类型划分的下游客户类型及其变化情况如下：

业务类型		主要下游客户类型	报告期内是否发生重大变化	
服装业务	红豆男装	红豆男装全域零售业务	零售消费者	否
		红豆职业装定制业务	金融、通信、交通运输等行业企业	否
		服装贴牌加工业务	国外服装企业	否
坯布、印染及其他业务		国内服装企业	否	

公司红豆男装全域零售业务主要合作方为京东、天猫、唯品会、抖音、微信小程序商城等第三方主流电商开放平台，终端客户为零售消费者，报告期内未发生重大变化。

公司红豆职业装定制业务主要客户为金融、通信、交通运输等行业企业和单位。报告期内，存在因招投标中标而新增客户和已有客户因合同履行完毕而减少的情形；随着公司服装品质、舒适度以及人员服务的不断提升，红豆职业装定制业务整体呈稳步上升的良好趋势，未发生重大变化。

公司贴牌加工服装业务主要客户为国外服装企业，报告期内未发生重大变化。

公司坯布、印染及其他业务主要客户为国内服装企业，报告期内未发生重大变化。

（2）公司信用政策

公司货款结算采用“客户授信与预收货款相结合”的模式。对于一般客户，公司给予 1-3 个月不等的延期支付授信期，对于新客户及部分中小客户，公司通常要求其全额预付款。

报告期内，公司主要下游客户应收账款均在信用期内完成支付，只有少量小型客户出现应收账款回款超期的情况，公司已及时计提了相应减值准备。公司重视应收账款管理，建立了较为完善的信用管理体系和制度，控制信用风险；同时将应收账款回款情况与销售考核相结合，货款回收较为及时。

2020 年以来，受国内外新冠疫情的影响，公司部分下游客户和加盟联营店要求适当延长信用期，因此公司对部分主要客户和加盟联营店的信用政策略有延长，相关信用期变更系由公司的下游客户和加盟联营店提出相关要求、公司结合相关客户情况和行业整体状况综合决定的，公司并不存在通过主动延长信用期增加销售的情况。

综上，报告期内公司赊销信用政策未发生重大变化。

2、公司应收账款增幅较高的原因

截至 2022 年 6 月 30 日及 2021 年 12 月 31 日，公司按业务类型划分的应收账款情况如下：

单位：万元

业务类型			主要下游客户类型	2022-06-30			2021-12-31		
				余额	减值准备	账面价值	余额	减值准备	账面价值
服装业务	红豆男装	红豆男装全域零售业务	零售消费者①	29,879.74	1,614.85	28,264.89	23,825.63	1,314.45	22,511.17
		红豆职业装定制业务	金融、通信、交通运输等行业企业	16,393.50	832.05	15,561.45	13,579.29	703.66	12,875.64
	服装贴牌加工业务	国外服装企业	14,052.88	755.93	13,296.96	10,593.49	577.05	10,016.44	
		坯布、印染及其他业务	国内服装企业	9,460.56	644.53	8,816.03	9,619.75	665.69	8,954.06
合计				69,786.68	3,847.36	65,939.33	57,618.16	3,260.85	54,357.31

注：①公司红豆男装全域零售业务部分通过加盟联营店及电商平台进行销售，该部分应收账款主要为加盟联营店及电商平台的收入结算款，公司实际终端客户为零售消费者。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司应收账款账面价值 65,939.33 万元，较 2021 年末增加 11,582.02 万元，增幅 21.31%。其中，红豆男装全域零售业务应收账款账面价值 28,264.89 万元，较 2021 年末增加 5,753.72 万元，增幅 24.15%，红豆职业装定制业务应收账款账面价值 15,561.45 万元，较 2021 年末增加 2,685.81 万元，增幅 19.78%；主要系受新冠疫情的影响，公司部分加盟联营店和职业装定制客户要求适当延长货款结算期，公司应收加盟联营店及职业装定制客户的货款增加。服装贴牌加工业务应收账款账面价值 13,296.96

万元，较 2021 年末增加 3,280.52 万元，增幅 31.00%，主要系 2022 年以来公司来自北美市场的海外客户贴牌加工订单增多，公司报告期内贴牌加工服装收入 21,990.48 万元，较上年同期增加 8,604.43 万元，增幅 64.28%。

3、公司收入确认审慎

(1) 收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；②客户能够控制公司履约过程中在建商品或服务；③公司履约过程中所产出的商品或服务具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：①公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已相有该商品的法定所有权；③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；⑤客户已接受该商品；⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

(2) 收入确认的具体方法

①内销收入确认原则

本公司与客户签订销售合同（订单），明确技术规格、数量、价格、交货方式、付款方式等合同要素，按合同约定生产完毕后装箱发货。对于根据合同条款，满足在某一时点履行履约义务条件的产品销售，本公司在发货并取得客户签收回单或客户系统确认的收货信息后，确认销售收入的实现。

②外销收入确认原则

本公司与客户签订销售合同（订单），明确技术规格、数量、价格、交货方式、付款方式等合同要素，按合同约定生产完毕后，在指定的交货日期前完成产品生产并运送至指定地点报关出口。在报关手续批准后，由港口直接将产品装船发运，本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，因此本公司在办理完报关手续并装船发运后确认销售收入。

③按履约进度确认的收入

本公司与客户之间的提供服务合同包含提供租赁服务等履约义务，由于本公司履约的同时客户即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，本公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，在服务提供期间平均分摊确认。

（3）主要收入确认的具体原则

①直营模式销售：公司通过直营店销售的商品，在收到货款并将商品交付给消费者时确认销售收入。

②加盟/联销模式销售：公司通过加盟店或商场店销售的商品，在收到加盟店或商场店委托代销清单后，确认销售收入。

③职业装定制销售：公司职业装销售，在订单完成生产，将服装发送移交给客户，并经客户验收合格时确认销售收入。

④电商平台销售：公司通过网络电商平台销售的商品，在客户确认收货并且收到货款时确认销售收入。

（4）同行业可比公司收入确认政策情况

同行业可比上市公司主要业务收入确认政策如下：

公司名称	收入确认政策
九牧王 (601566.SH)	<p>①买断式加盟商 公司对于买断式加盟商，于商品已实际交付，取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。</p> <p>②直营专卖店 公司直营专卖店系公司自有销售终端，于专卖店实际销售商品，取得收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。</p> <p>③直营商场 直营商场系由公司与商场签订协议，在商场中设专柜（厅）销售产品，由商场负责向消费者收银及开具发票，商场与公司按照约定比例进行销售分成的模式。公司根据与商场签订的协议，于取得合同约定收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。</p> <p>④代理加盟商 在部分一级城市，公司对部分加盟商采用委托代销的模式，根据与代理加盟商签订的协议，于取得合同约定收款权利时确认销售收入，相应结转销售成本。 合同或协议价款的收取采用递延方式，实质上具有融资性质的，按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。</p>

七匹狼 (002029.SZ)	①分销销售模式：在商品实际发出，公司取得货款或取得收款权利时确认收入。 ②直营（联营）销售模式：在终端，商品交付给消费者，公司取得货款或取得收款权利时确认收入。 ③代销销售模式：公司与客商签订代销协议，于合同结算期内，根据代销清单确认收入。
报喜鸟 (002154.SZ)	①直营模式销售：于商品交付至消费者时按照从消费者已收或应收的合同或协议价款确认收入。 ②联营模式销售：于商品交付至消费者时按照从消费者已收或应收的合同或协议价款确认收入。 ③分销模式销售：于商品发出时按照从购货方已收或应收的合同或协议价款确认收入。 ④代销模式销售：于商品交付至消费者时按照双方确认的从购货方已收或应收的合同或协议价款确认收入。
海澜之家 (600398.SH)	①公司通过加盟店或商场店销售的商品，均在收到加盟店或商场店委托代销清单后，确认销售收入。 ②公司通过直营店销售的商品，在收到货款并将商品交付给消费者时确认销售收入。 ③公司通过网络电商平台销售的商品，在客户确认收货并且收到货款时确认销售收入。 ④公司职业服销售，是在订单完成生产，将服装发送移交给客户，并经客户验收合格时确认销售收入

报告期内，公司主要业务的收入均满足收入确认相关原则和条件，符合《企业会计准则》相关规定。经比较，公司收入确认政策与同行业可比上市公司相比具有一致性，不存在重大差异，收入确认谨慎合理。

(二) 列示主要预付账款情况，包括金额、交易对方、是否关联方、交易背景、采购内容、付款时间等，说明上述预付对象与控股股东及关联方之间是否存在利益关系或其他关联关系

截至 2022 年 6 月 30 日，公司按预付对象归集的余额前五名汇总金额为 2,726.26 万元，占预付款项余额合计数的比例为 30.95%，具体情况如下：

序号	交易对方	期末余额	是否关联方	交易背景	采购内容	付款时间
1	北京**广告有限公司	693.84	否	抖音平台、微信平台、微博平台传播	广告宣传服务	2022 年 4 月-2022 年 6 月
2	上海**企业管理有限公司	600.00	否	协助公司实施高端化转型战略	咨询服务	2021 年 7 月
3	锡山区人民法院①	555.64	否	向代销供应商采购服装	货款诉讼保证金	2022 年 4 月
4	北京**文化传媒有限责任公司	523.01	否	舒适科技战（AR 发布会）、0 感衬衫发布会	广告宣传服务	2022 年 3 月-2022 年 5 月
5	上海**新媒体科技有限公司	353.77	否	抖音开屏广告，引流至天猫平台	广告宣传服务	2022 年 3 月
合计		2,726.26	-	-	-	-

注①：公司与中山市某服饰有限公司因退还代销货物及支付货款产生合同纠纷。中山市某服饰有限公司起诉至锡山区人民法院，要求公司支付货款 555.64 万元；公司反诉中山市某服饰有限公司，要求其取回代销库存产品，支付逾期交货违约金 309.54 万元，承担产品保管费 20 万元等。2022 年 9 月，锡山区人民法院一审判决公司需支付货款 137.53 万元及逾期利息，中山市某服饰有限公司需取走寄存于公司的相关服装产品。截至本回复公告日，中山市某服饰有限公司继续上诉，案件进入二审程序，公司届时将根据法院终审判决结清相应货款。

公司预付款项主要系正常经营活动预付的商品采购货款、广告宣传服务费、咨询服务费等款项。经自查，公司预付款项的交易对象均与公司控股股东及关联方之间不存在利益关系或其他关联关系。

3、半年报披露，公司存货期末账面价值 1.59 亿元，较期初增长 16.70%。其中，库存商品账面价值 9207 万元，较期初增长 64.62%，增幅较大。库存商品期末跌价准备 1563 万元，计提比例 14.51%，较期初的计提比例 33.35%明显下降。报告期内，库存商品跌价准备新增计提 158 万元，转回或转销 1394 万元。原材料期末账面价值 2756 万元，期初账面价值 2040 万元，同比增长 35.12%。请公司补充披露：（1）结合公司上半年销售情况、近期原材料价格走势、公司对未来销售及原材料价格预期等，说明报告期内原材料和库存商品增长的原因及合理性；（2）分产品类型列示库存商品的名称、余额、库龄、减值准备等，说明库存商品跌价准备计提比例大幅下降的原因及合理性，并结合同行业公司存货跌价准备计提比例，说明库存商品跌价准备的计提是否充分；（3）本期转回库存商品跌价准备的原因，说明其转回依据是否充分。

回复：

（一）结合公司上半年销售情况、近期原材料价格走势、公司对未来销售及原材料价格预期等，说明报告期内原材料和库存商品增长的原因及合理性；

1、报告期内公司主要产品销售情况

报告期内，公司主营业务收入按产品划分情况如下：

单位：万元、%

产品名称		2022年1-6月	
		金额	占比
服装	西服	8,827.67	7.91
	衬衫	17,124.39	15.35
	毛衫	4,885.32	4.38
	T恤	9,086.26	8.15
	裤子	16,850.08	15.10
	休闲服	26,537.33	23.79
	运动服	17,309.34	15.52
	小计	100,620.39	90.20
印染		3,175.86	2.85
坯布		4,150.98	3.72
其他		3,605.85	3.23
总计		111,553.08	100.00

公司主要从事以男装为主的服装生产与销售，主要产品包括衬衫、裤子、休闲服、运动装等。2022年1-6月，公司主营业务收入 111,553.08 万元，同比增长 10.80%，其中服装产品销售收入 100,620.95 万元，同比增长 8.55%。公司主营业务及主要产品销售收入

均整体呈增长趋势，销售情况良好。

2、报告期内公司主要原材料价格变化情况

公司原材料为自主生产西服和衬衫所需的相关面料。报告期内，公司主要原材料的平均采购成本情况如下：

主要原材料名称	2022年1-6月	
	平均采购价格（元/米）	同比变动（%）
西服面料	50.65	-23.02
衬衫面料	23.48	19.13

公司西服面料主要用于职业装定制客户及外销客户的西服订单生产，报告期内，职业定制装业务的主要客户对西服面料规格、成分的要求未发生重大变化，其平均采购成本亦基本保持平稳；但由于外贸订单面料价格较低且采购量较同期大幅增长，因此同比拉低了平均采购价格。

公司衬衫面料主要用于零售业务及职业装定制业务的生产，随着公司不断推进“经典舒适男装”品牌战略升级，推出“0感舒适衬衫”系列产品，衬衫品质及价位均有所提升，对衬衫面料的质量和工艺要求也相应提高。因此，报告期内，公司衬衫面料平均采购成本同比增长 19.13%，增幅较大。

3、公司未来销售及原材料价格预期

基于对宏观环境的变化、男装行业的升级以及消费者舒适需求的综合研判，公司明确“经典舒适男装”品牌定位，倡导“舒适男装”理念；坚定推进“经典舒适男装”品牌战略升级；以高品质男士为核心消费人群，专注舒适产品研发，创新版型、工艺，聚焦舒适，打造民族品牌。

在产品方面，公司围绕产品舒适属性，升级商品体系，推出“0感舒适衬衫”、“3D高弹裤”、“竹纤维衬衫”、“小白T”等产品；并将于下半年围绕舒适进行系列化、高端化提升，推出高端、都市时尚、商务经典等新品系列，提高创新、高端系列 SKC 下单及自研产品占比。

在面料方面，公司以科技赋能、研发指向舒适，联合瑞士 HeiQ 控温科技、中奥两国功能纤维混纺等开发科技舒适面料，提升用户舒适体验。

综上所述，随着市场消费者对舒适需求的日益增强，公司服装产品的品质和舒适性将不断提升，同时对高质量、高科技、高舒适度的面料等原材料的需求亦将提高，预计

公司产品的平均销售价格和面料等原材料平均采购成本均有所上升。

4、报告期内公司原材料和库存商品增长的原因及合理性

截至 2022 年 6 月 30 日和 2021 年 12 月 31 日，公司存货分类具体情况如下：

单位：万元，%

项目	2022-06-30		2021-12-31	
	账面价值	占比	账面价值	占比
原材料	2,756.16	17.30	2,039.82	17.93
在产品	1,290.55	8.10	1,010.95	8.89
库存商品	9,206.61	57.80	5,592.48	49.17
发出商品	1,426.38	8.96	2,551.24	22.43
委托加工物资	1,247.78	7.83	179.16	1.58
合计	15,927.49	100.00	11,373.65	100.00

截至报告期末，公司原材料账面价值为 2,756.16 万元，较期初增长 716.34 万元，增幅 35.12%，主要系公司职业装定制业务新增客户带来的团体定制订单较多，且以自主生产为主，故加大了对面料等原材料的采购，所需生产面料增加 1,519.31 万元。

截至报告期末，公司库存商品账面价值 9,206.61 万元，较期初增长 3,614.13 万元，增幅 64.62%，主要系公司高端化转型后新开发的“0 感舒适衬衫”增加 1,043.62 万元，其它新品增加 1,299.38 万元。

公司高端化转型后，新开发并推出“0 感舒适衬衫”、“3D 高弹裤”、“竹纤维衬衫”、“小白 T”等产品以拓展中高端市场，上述新品的价值更高。同时，为保证产品的流动性和经营销售情况稳定，部分新品根据市场需求相应增加了库存量。综上所述，公司原材料和库存商品增长具有合理性。

(二) 分产品类型列示库存商品的名称、余额、库龄、减值准备等，说明库存商品跌价准备计提比例大幅下降的原因及合理性，并结合同行业公司存货跌价准备计提比例，说明库存商品跌价准备的计提是否充分；

1、公司库存商品情况

截至 2022 年 6 月 30 日和 2021 年 12 月 31 日，公司库存商品按库龄划分的具体情况如下：

单位：万元，%

库龄	2022-06-30		2021-12-31	
	账面余额	占比	账面余额	占比

库龄	2022-06-30		2021-12-31	
	账面余额	占比	账面余额	占比
6个月以内	7,988.85	74.18	4,620.00	55.06
6-12个月	729.72	6.78	476.46	5.68
12-24个月	494.75	4.59	237.38	2.83
24-36个月	202.55	1.88	800.25	9.54
36个月以上	1,353.66	12.57	2,257.12	26.90
小计	10,769.53	100.00	8,391.21	100.00

截至报告期末，公司库存商品账面余额较期初增加 2,378.32 万元，增幅 28.34%。其中，库龄在 6 个月以内的库存商品账面余额较期初增加 3,368.85 万元，增幅 72.92%，主要系公司高端化转型后新开发的“0 感舒适衬衫”等新品。库龄在 24 个月以上的库存商品账面余额较期初减少 1,501.16 万元，降幅 49.10%，主要系公司积极开展市场营销，采取多种促销手段，销售了部分积压的衬衫、西服和 T 恤。

截至 2022 年 6 月 30 日和 2021 年 12 月 31 日，公司库存商品按产品类型划分的库龄情况如下：

单位：万元

项目		2022-06-30			2021-12-31		
		账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
衬衫	6个月以内	2,514.09	-	2,514.09	779.67	-	779.67
	6-12个月	229.57	11.48	218.09	223.82	11.20	212.62
	12-24个月	231.19	50.93	180.26	81.75	21.45	60.30
	24-36个月	74.44	43.61	30.83	154.77	108.39	46.38
	36个月以上	60.97	57.64	3.33	426.07	394.87	31.20
	小计	3,110.26	163.66	2,946.60	1,666.08	535.91	1,130.17
西服	6个月以内	1,555.61	-	1,555.61	371.89	-	371.89
	6-12个月	154.72	7.74	146.98	143.85	7.20	136.65
	12-24个月	109.87	22.04	87.83	1.06	0.25	0.81
	24-36个月	3.39	2.00	1.39	89.83	71.21	18.62
	36个月以上	646.03	621.80	24.23	1,098.29	1,019.98	78.31
	小计	2,469.62	653.58	1,816.04	1,704.92	1,098.64	606.28
休闲服	6个月以内	324.13	-	324.13	493.69	-	493.69
	6-12个月	167.52	8.37	159.15	40.46	2.01	38.45
	12-24个月	64.03	16.16	47.87	103.89	28.12	75.77
	24-36个月	91.92	58.18	33.74	133.62	92.20	41.42
	36个月以上	191.30	182.35	8.95	259.31	246.60	12.71
	小计	838.90	265.06	573.84	1,030.97	368.93	662.04
裤子	6个月以内	658.95	-	658.95	122.53	-	122.53

项目		2022-06-30			2021-12-31		
		账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
	6-12个月	133.98	6.70	127.28	29.14	1.45	27.69
	12-24个月	26.13	5.24	20.89	1.45	0.43	1.02
	24-36个月	0.77	0.38	0.39	21.23	16.98	4.25
	36个月以上	54.53	52.05	2.48	63.53	59.58	3.95
	小计	874.36	64.37	809.99	237.88	78.44	159.44
毛衫	6个月以内	11.04	-	11.04	27.01	-	27.01
	6-12个月	14.00	0.70	13.30	1.81	0.09	1.72
	12-24个月	1.78	0.36	1.42	13.03	3.91	9.12
	24-36个月	24.41	15.83	8.58	100.33	73.49	26.84
	36个月以上	115.23	104.86	10.37	70.48	65.20	5.28
	小计	166.46	121.75	44.71	212.66	142.69	69.97
T恤	6个月以内	306.42	-	306.42	84.93	-	84.93
	6-12个月	27.97	1.41	26.56	32.62	1.63	30.99
	12-24个月	57.63	14.29	43.34	34.44	7.11	27.33
	24-36个月	5.84	4.31	1.53	279.71	222.01	57.70
	36个月以上	63.68	59.28	4.40	62.45	58.41	4.04
	小计	461.54	79.29	382.25	494.15	289.16	204.99
其他	6个月以内	2,618.65	-	2,618.65	2,740.30	5.71	2,734.59
	6-12个月	1.95	0.09	1.86	4.78	0.24	4.54
	12-24个月	4.11	0.83	3.28	1.74	0.51	1.23
	24-36个月	1.77	1.30	0.47	20.77	15.32	5.45
	36个月以上	221.91	212.99	8.92	276.96	263.17	13.79
	小计	2,848.39	215.21	2,633.18	3,044.55	284.95	2,759.60
合计		10,769.53	1,562.92	9,206.61	8,391.21	2,798.72	5,592.49

综上，截至报告期末，公司库存商品计提跌价准备 1,562.92 万元，计提比例 14.51%，较期初的计提比例 33.35% 明显下降，主要系（1）库龄在 6 个月以内的库存商品增加 3,368.85 万元，主要是公司高端化转型后新开发的“0 感舒适衬衫”等新品，其销售状况良好，流动性较强，无需计提跌价准备；（2）公司积极开展市场营销，采取多种促销手段，销售了部分积压的衬衫、西服和 T 恤，库存商品跌价准备转销 1,393.59 万元。

2、同行业可比公司存货跌价准备计提比例情况

报告期内，同行业可比公司库存商品跌价准备计提比例情况如下：

单位：万元、%

公司名称	2022-06-30			2021-12-31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
九牧王（601566.SH）	88,980.38	18,818.79	21.15	98,469.73	20,033.87	20.35

公司名称	2022-06-30			2021-12-31		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
七匹狼（002029.SZ）	126,609.93	49,973.65	39.47	130,961.18	47,909.95	36.58
报喜鸟（002154.SZ）	468,336.11	86,548.11	18.48	176,496.64	75,967.46	43.04
海澜之家（600398.SH）	100,379.78	7,924.67	7.89	104,046.71	6,493.37	6.24
均值	196,076.55	40,816.31	21.75	127,493.57	37,601.16	26.55
红豆股份	10,769.53	1,562.92	14.51	8,391.21	2,798.72	33.35

综上所述，库存商品跌价准备整体计提比例情况与公司库存商品库龄分布状况、产品市场价格和实际销售情况、消费者偏好和需求等因素相关。报告期内，公司库存商品跌价准备整体计提比例略低于同行业可比上市公司，主要系公司库存商品平均库龄较短、产品实际销售情况较好。库存商品跌价准备整体计提比例变动趋势与同行业保持一致，不存在重大差异。

（三）本期转回库存商品跌价准备的原因，说明其转回依据是否充分。

1、公司计提存货跌价准备的会计政策

公司按照企业会计准则相关规定，在对存货进行全面盘点的基础上，对存货按照成本与可变现净值孰低原则计量，对于存货因遭受毁损、全部或部分陈旧过时或销售价格低于成本等原因，预计其成本不可收回的部分，提取存货跌价准备。存货跌价准备一般按照单个存货项目计提；对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备。与在同一地区销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，合并计提存货跌价准备。产成品、商品等可直接用于出售的存货，其可变现净值按该等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；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算；企业持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货可变现净值以一般销售价格为基础计算。

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

2、公司库存商品跌价准备计提及变动情况

报告期内，公司库存商品跌价准备变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月
期初余额	2,798.72
本年增加额	1,577.79
转回或转销	1,393.59
其他	-
期末余额	1,562.92

截至 2022 年 6 月 30 日和 2021 年 12 月 31 日，公司库存商品库龄具体情况如下：

单位：万元，%

库龄	2022-06-30			2021-12-31		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
6个月以内	7,988.85	-	7,988.85	4,620.00	5.71	4,614.29
6-12个月	729.71	36.49	693.22	476.46	23.82	452.64
12-24个月	495.96	110.22	385.75	237.38	61.77	175.61
24-36个月	201.34	125.24	76.10	800.25	599.58	200.68
36个月以上	1,353.66	1,290.97	62.69	2,257.12	2,107.84	149.27
合计	10,769.53	1,562.92	9,206.61	8,391.21	2,798.72	5,592.48

截至报告期末，公司库存商品的库龄大部分在 1 年以内，库龄较短。报告期内，公司库存商品跌价准备转销 1,393.59 万元，主要系公司积极开展市场营销，采取多种促销手段，销售了部分积压的存货，根据企业会计准则相关规定转销存货跌价准备。

报告期内，公司不存在存货跌价准备转回的情形。

4、半年报披露，报告期内公司支付的其他与经营活动有关的现金为 1.27 亿元，同比增加 44.84%；其中费用性支出 1.25 亿元，同比增加 46.63%，增幅较大。报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 9496 万元，同比增加 95.91%。报告期内公司支付的其他与筹资活动有关的现金为 7,718 万元，均为支付租赁负债租金及租赁保证金，去年同期发生额为 0 元。请公司补充披露：（1）列示费用性支出的具体情况，包括交易背景、支付对象、合作年限、是否本年新增供应商、是否存在关联关系，说明支付的其他与经营活动有关的现金同比大幅增加的原因及合理性，是否存在资金实际流向控股股东及关联方的情况；（2）列示购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金具体项目，并结合公司现有业务开展、未来经营规划等，说明本期公司为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金大幅增加的原因及合理性；（3）结合公司租赁业务开展和租赁负债的变动情况，说明本期租赁负债租金及租赁保证金的现金流出大幅增加的原因。

回复：

（一）列示费用性支出的具体情况，包括交易背景、支付对象、合作年限、是否本年新增供应商、是否存在关联关系，说明支付的其他与经营活动有关的现金同比大幅增加的原因及合理性，是否存在资金实际流向控股股东及关联方的情况

2022年1-6月，公司按支付对象归集的金额前十大费用性支出总额为2,399.53万元，占公司费用性支出的19.15%，具体情况如下：

单位：万元

序号	支付对象	金额	交易背景	合作年限	是否本年新增供应商	是否关联方
1	北京**广告有限公司	346.92	抖音平台、微信平台、微博平台传播	2022年3月-2022年6月	是	否
2	江苏**广告传播有限公司	292.45	地铁广告发布	2022年1月-2022年12月	是	否
3	北京**文化传媒有限责任公司	280.47	舒适科技战（AR发布会）、0感衬衫发布会	2021年12月-2022年5月	是	否
4	杭州**软件服务有限公司	261.52	天猫推广费	长期	否	否
5	重庆**电子商务有限公司	255.65	京东推广费	长期	否	否
6	杭州**文化创意有限公司	209.63	抖音引流费	长期	否	否
7	浙江**网络有限公司—杭州**文化传媒有限公司	203.38	电商直播发布费	长期	否	否
8	成都**科技有限公司	188.68	宣传视频拍摄	2022年5月-2022年8月	是	否
9	江苏**营销策划有限公司	183.02	户外广告	2022年1月-2023年1月	是	否
10	北京**文化传媒有限责任公司	177.81	舒适科技战（AR发布会）、0感衬衫发布会	2022年2月-2022年3月	是	否
	合计	2,399.53	-	-	-	-

报告期内，公司支付的其他与经营活动有关的现金中费用性支出12,528.58万元，增加3,984.10万元，同比增加46.63%，主要系公司为顺应零售变革，推进“经典舒适男装”品牌战略升级，通过全方位广告铺设形式，全媒体覆盖城市的核心商圈、交通枢纽等人流核心区域，提升宣传效能，夯实品牌经典舒适新定位，进一步提升公司形象，导致广告宣传费用有较大增长。

经自查，公司上述主要费用性支出的支付对象与公司均不存在关联关系，不存在资金实际流向控股股东及关联方的情况。

（二）列示购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金具体项目，并结合公司现有业务开展、未来经营规划等，说明本期公司为购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金大幅增加的原因及合理性

2022年1-6月，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金的主要项

目情况如下：

单位：万元

序号	资产/项目名称	资产类型	支付金额	支付对象	是否关联方
1	红豆股份物流配送中心项目	在建工程	5,165.00	上海**建筑工程有限公司	否
		在建工程	1,793.03	无锡市**区财政局	否
		在建工程	76.00	无锡市**设计研究院有限责任公司	否
2	中山路万花城旗舰店工程	长期待摊费用	930.00	江苏**控股集团有限公司	否
3	直营门店道具装修费	长期待摊费用	684.50	福建省**展示道具有限公司、石狮市**展示道具制作有限公司、苏州工业园区**营造装饰工程有限公司等	否
4	红豆男装车间改造	长期待摊费用	163.97	杭州**节能科技有限公司、南京**路桥工程有限公司、无锡市**建设工程有限公司等	否
5	电脑数控切割机；开袋机、上袖条机、卷下摆机	固定资产-机器设备	150.04	广东**科技有限公司、**工业制造（上海）有限公司	否
合计			8,962.54	-	

报告期内公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金 9,496.29 万元，增加 4,648.91 万元，同比增加 95.91%，主要系红豆股份物流配送中心项目支付的工程款增加 7,034.03 万元。

（三）结合公司租赁业务开展和租赁负债的变动情况，说明本期租赁负债租金及租赁保证金的现金流出大幅增加的原因

公司线下门店采取直营与加盟联营相结合方式，其中直营门店由公司所属，公司直接经营管理，并承担相关租赁费用。报告期内，公司租赁负债具体情况如下：

单位：万元

项目	2022-06-30	2021-12-31
房屋建筑物租赁负债	30,780.15	36,159.52
其中：一年内到期的租赁负债	14,942.98	14,393.71
减：未确认融资费用	-1,275.43	-2,015.99
合计	29,504.73	34,143.52

2022 年 1-6 月，公司支付租赁负债租金及租赁保证金的现金为 7,717.71 万元，主要系 2021 年以来公司推进“经典舒适男装”品牌战略升级，将部分加盟联营店转设为直营店，2022 年 1-6 月，公司直营店月平均家数较上年同期增加 248 家，增幅 155.00%，因此公司房屋租赁费用上升较大。

二、关于资金安排及投资

5、半年报披露，报告期末，公司在红豆集团财务公司（以下简称财务公司）存款余额 5.63 亿元，在其他银行存款余额 7,604 万元，在财务公司存款比例为 88.10%。公司短期借款 3.66 亿元，长期借款 1.2 亿元，在财务公司贷款余额 0 元。请公司补充披露：（1）2022 年以来在财务公司存款情况，包括活期存款及定期存款月度发生额、单日最高余额以及支取情况和收益情况，其与商业银行可比存款产品收益水平是否存在显著差异；（2）财务公司 2022 年上半年贷款业务情况，包括贷款对象、贷款金额、业务开展时间、贷款期限、利率水平等；（3）公司在外大额融资同时在财务公司只存不贷的原因及合理性，是否存在潜在的合同安排或限制性用途，是否存在资金被控股股东或其他方实际使用等变相占用的情形；（4）结合红豆集团财务公司的资产负债情况、盈利能力及资金状况，说明相关存款是否存在支取受限或到期无法足额赎回的风险。

回复：

（一）2022 年以来在财务公司存款情况，包括活期存款及定期存款月度发生额、单日最高余额以及支取情况和收益情况，其与商业银行可比存款产品收益水平是否存在显著差异

1、公司在财务公司的活期存款及定期存款月度发生额情况

2022 年以来，公司在财务公司的活期存款月度发生额情况如下所示：

单位：万元

时间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022 年 1 月	3,205.56	287,177.26	271,850.74	18,532.08
2022 年 2 月	18,532.08	101,252.64	96,973.03	22,811.68
2022 年 3 月	22,811.68	176,589.17	172,785.77	26,615.08
2022 年 4 月	26,615.08	68,011.21	70,805.01	23,821.28
2022 年 5 月	23,821.28	98,145.90	82,046.65	39,920.53
2022 年 6 月	39,920.53	62,631.57	82,490.78	20,061.32
2022 年 7 月	20,061.32	91,514.89	80,648.09	30,928.12
2022 年 8 月	30,928.12	66,788.62	79,136.63	18,578.11
2022 年 9 月	18,578.11	209,526.29	203,049.60	25,054.88
合计	-	1,161,637.54	1,139,786.31	-

2022 年以来，公司在财务公司的定期存款月度发生额情况如下所示：

单位：万元

时间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022 年 1 月	26,000.00	100,000.00	86,000.00	40,000.00
2022 年 2 月	40,000.00	46,880.00	40,000.00	46,880.00

时间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022年3月	46,880.00	35,000.00	45,000.00	36,880.00
2022年4月	36,880.00	30,000.00	35,000.00	31,880.00
2022年5月	31,880.00	10,000.00	30,000.00	11,880.00
2022年6月	11,880.00	33,000.00	10,000.00	34,880.00
2022年7月	34,880.00	-	13,000.00	21,880.00
2022年8月	21,880.00	-	1,880.00	20,000.00
2022年9月	20,000.00	53,000.00	40,000.00	33,000.00
合计	-	307,880.00	300,880.00	-

2、公司在财务公司的单日最高余额以及支取情况和收益情况

根据公司与财务公司签订的《金融服务协议》，公司存放在财务公司的最高存款余额不高于 7.5 亿元。2022 年以来，公司在财务公司的单日最高余额以及支取和收益情况如下：

单位：万元

时间	单日最高存款余额	支取情况	收益情况
2022年1月	73,725.57	271,850.74	6.00
2022年2月	73,581.94	96,973.03	13.31
2022年3月	73,541.86	172,785.77	180.21
2022年4月	73,882.08	70,805.01	6.24
2022年5月	70,446.60	82,046.65	5.59
2022年6月	56,606.59	82,490.78	184.96
2022年7月	61,651.41	80,023.09	3.08
2022年8月	68,850.27	79,136.63	19.63
2022年9月	71,526.58	203,049.60	215.33
合计	-	1,139,161.30	634.35

3、与商业银行可比存款产品收益水平的比较

根据公司与财务公司签订的《金融服务协议》，存款利率按照中国人民银行公布的同期同种类存款服务的基准利率执行，应不低于公司在其他国内金融机构取得的同期同种类最高存款利率。截至 2022 年 9 月 30 日，公司在财务公司的存款利率如下：协定存款利率 1.3%、7 天通知存款利率 1.85%、活期存款利率 0.50%，高于商业银行可比存款产品收益水平。

主要商业银行可比存款产品利率水平对比表：

分类	建设银行	农业银行	中国银行	工商银行	浦发银行	江苏银行	交通银行	财务公司
活期	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%	0.25%	0.30%	0.25%	0.50%
协定	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	0.90%	1.10%	1.27%	1.30%
1 天通知	0.45%	0.45%	0.45%	0.45%	0.45%	0.80%	0.55%	1.15%

分类	建设银行	农业银行	中国银行	工商银行	浦发银行	江苏银行	交通银行	财务公司
7天通知	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.00%	1.10%	1.76%	1.85%
定存	3个月	1.50%	1.25%	1.50%	1.25%	1.30%	1.21%	1.35%
	6个月	1.70%	1.45%	1.70%	1.45%	1.55%	1.43%	1.55%
	12个月	1.90%	1.65%	1.90%	1.65%	1.85%	1.65%	1.75%
	24个月	2.40%	2.15%	2.40%	2.15%	2.30%	2.10%	2.25%
	36个月	3.00%	2.60%	3.00%	2.60%	2.65%	2.70%	2.75%

经比较，公司在财务公司的存款利率均略高于可比存款产品在主要商业银行的利率，不存在显著差异。

（二）财务公司 2022 年上半年贷款业务情况，包括贷款对象、贷款金额、业务开展时间、贷款期限、利率水平等

财务公司发放贷款的对象为红豆集团有限公司（以下简称红豆集团）及其下属成员单位企业，2022 年 1-6 月发放贷款的主要对象及具体情况如下：

单位：万元

排名	发放贷款的对象	金额
1	江苏红豆国际发展有限公司	115,067.00
2	红豆集团童装有限公司	37,641.80
3	红豆集团无锡红豆童装有限公司	37,023.00
4	红豆集团红豆家纺有限公司	34,300.00
5	无锡红豆居家服饰有限公司	32,941.00
6	无锡红豆家纺销售有限公司	28,450.00
7	红豆集团（无锡）太湖服饰有限公司	21,400.00
8	无锡红豆居家服饰销售有限公司	18,800.00
9	无锡红豆包装装潢印刷有限公司	16,900.00
10	无锡泰伯服饰有限公司	15,400.00
	合计	357,922.80

上述贷款业务均自 2022 年 1 月起开展，贷款期限在 57-364 天之间，利率水平在 5.0%-8.0% 之间。

（三）公司在外大额融资同时在财务公司只存不贷的原因及合理性，是否存在潜在的安排或限制性用途，是否存在资金被控股股东或其他方实际使用等变相占用的情形

1、公司在外大额融资同时在财务公司只存不贷的原因及合理性

报告期内，公司在财务公司的活期存款利率、协定存款利率、通知存款利率以及三个月、六个月、一年期及两年期的定期存款利率均相对高于在其他主要商业银行的可比存款产品利率。因此，公司根据相关决议及《金融服务协议》在财务公司进行资金存放，且单日最高存款余额未超过《金融服务协议》约定的最高限额，既优化了公司资金的收益水平，亦符合相关法律法规的规定。

长期以来，财务公司综合考虑公司财务状况、现金流状况、经营发展需要等实际情况，给予公司贷款及电子银行承兑汇票等授信业务支持，综合授信额度合计 9 亿元，在依法合规的前提下，为公司提供资金融通业务。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司主要外部融资为在商业银行的存量贷款，在财务公司的贷款余额为零。主要系公司考虑到商业银行较之财务公司具有更大的业务范围、功能，同时也为维系好与各家商业银行的合作关系。

截至2022年6月30日，公司在财务公司开具的电子银行承兑汇票余额为6,063.07万元；2022年1-6月，公司在财务公司开具的电子银行承兑汇票金额为12,367.18万元，支付的手续费为7.24万元。公司在财务公司开具电子银行承兑汇票支付万分之五手续费（与可比商业银行一致），明显低于贷款成本，为公司节约了资金使用，优化了资金结构，提高了资金使用效率，降低了资金成本。

未来，公司将根据业务经营情况及项目建设安排，灵活使用存放于财务公司的存款，并适时增加对财务公司的贷款。

综上，截至 2022 年 6 月 30 日，公司在财务公司存款余额 5.63 亿元，贷款余额为 0，开具电子银行承兑汇票余额 6,063.07 万元，同时从外部进行融资具有合理性。

2、限制性使用资金的情况

公司通过财务公司开具电子银行承兑汇票，并在财务公司按比例存放一定保证金，此部分存款存在使用限制的情况。

2022 年 1-6 月，公司在财务公司开具的电子银行承兑汇票金额为 12,367.18 万元，公司在财务公司存放的电子承兑保证金情况具体如下所示：

单位：万元

时间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022 年 1 月	2,266.27	1,230.33	287.77	3,208.83
2022 年 2 月	3,208.83	60.00	761.71	2,507.12

时间	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
2022年3月	2,507.12	1,307.77	428.37	3,386.52
2022年4月	3,386.52	427.90	1,168.33	2,646.09
2022年5月	2,646.09	213.31	340.60	2,518.80
2022年6月	2,518.80	322.94	1,498.32	1,343.42
合计	-	3,562.26	4,485.10	-

上述电子银行承兑汇票保证金系因正常的承兑汇票业务规则所产生，除此以外，公司在财务公司存放的存款不存在其他资金受限的情况，公司可以自由支取并使用。

3、不存在潜在合同安排或资金被控股股东或其他方占用的情形

公司在财务公司存款均为满足自身存放资金的需求，不改变资金使用目的，若公司有其他资金使用需要时，可自主取出使用，不存在潜在合同安排或控股股东及其他关联方占用公司资金、影响公司资金使用的情形，不存在公司通过财务公司向控股股东及其他关联方提供委托贷款、委托理财、投资、资金拆借或为其他关联方偿还债务等任何资金支持的情形，不存在控股股东及其他关联方占用或变相占用公司资金、影响公司资金使用的情形。且公证天业会计师事务所（特殊普通合伙）已于2022年4月25日出具了《关于江苏红豆实业股份有限公司非经营性资金占用及其他关联资金往来情况的专项说明》（苏公[2022]E1259号）。

所以，公司不存在潜在合同安排或资金被控股股东或其他方占用的情形。

（四）结合红豆集团财务公司的资产负债情况、盈利能力及资金状况，说明相关存款是否存在支取受限或到期无法足额赎回的风险。

红豆集团财务有限公司是经银行业监管机构批准成立的非银行金融机构，受中国银行保险监督管理委员会及中国人民银行监管，并按照《企业集团财务公司管理办法》等相关政策法规开展经营管理。

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）对财务公司风险控制体系进行了评估，并分别出具了《红豆集团财务有限公司2021年度风险评估审核报告》（天衡专字[2022]00723号）及《红豆集团财务有限公司2022年上半年风险评估审核报告》（天衡专字[2022]01592号）。根据报告，截至2022年6月30日，财务公司资产总额40.70亿元、净资产18.97亿元，2022年1-6月，财务公司营业收入0.94亿元、净利润0.55亿元；截至2021年12月31日，财务公司资产总额39.15亿元、净资产19.22亿元，2021年度营业收入1.94亿元、净利润1.17亿元。财务公司监管指标符合相关规定的要求，具体如下：

序号	项目	标准值	2022-06-30	2021-12-31
1	资本充足率	≥10%	39.89%	39.82%
2	拆入资金比例	≤100%	-	-
3	担保比例	≤100%	30.89%	35.60%
4	投资比例	≤70%	21.45%	21.39%
5	自有固定资产比例	≤20%	0.05%	0.07%

财务公司按照中国人民银行规定及时足额缴纳存款准备金，同时财务公司每年度盈利水平较好，公司流动性偿付能力较充足，不存在支取受限或到期无法足额赎回的风险。

6、半年报披露，报告期末公司其他权益工具中对中国民生投资股份有限公司（以下简称中民投）的其他权益工具投资期末余额为 628 万元。根据前期公告，公司于 2017 年 6 月受让控股股东红豆集团持有的中民投 7.5 亿股股份，作价 8.93 亿元，公司将其确认为以公允价值计量且变动计入其他综合收益的金融资产。2017 年至 2021 年，该项其他权益工具投资的公允价值分别于 2019 年、2020 年、2021 年减少 5.68 亿元、1.83 亿元、1.35 亿元。请公司补充披露：（1）结合公司持有上述股权的目的，说明将上述股权投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的依据，是否符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》相关规定，是否存在规避损失的情况；（2）公司计量其他权益工具投资公允价值的方式，结合中民投的经营情况和主要财务数据，量化说明各报告期末对上述股权公允价值进行测算的过程；（3）列示其他各项其他权益工具投资的情况，包括投资时间、底层资产的基本情况、投资以来各期末公允价值变动情况，并对 20%以上的变动说明原因。

回复：

（一）结合公司持有上述股权的目的，说明将上述股权投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产的依据，是否符合《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》相关规定，是否存在规避损失的情况

1、公司持有中国民生投资股份有限公司股权的目的

中国民生投资股份有限公司（以下简称中民投）系经国务院批准，由全国工商联发起，59家行业领先企业联合于2014年8月21日在上海成立的全球化大型投资集团，注册资本500亿元，旗下设立中民投国际、中民投资本、中民投租赁等子公司，从事股权投资、商务咨询、资产管理、融资租赁等多项业务。

截至 2016 年 12 月 31 日，中民投总资产 2,724.70 亿元，净资产 509.28 亿元，2016 年度营业收入 195.15 亿元，净利润 36.76 亿元。（2016 年度财务数据已经普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）审计）。

为进一步丰富公司利润来源，提高公司利润水平，拓展公司的发展空间，2017 年 6 月，公司受让了控股股东红豆集团持有的中民投 7.5 亿股股份，作价 89,250 万元，占中民投总股本的 1.5%。

2018 年 6 月，公司收到与中民投股权投资相关的现金分红 1,869.08 万元。2019 年以来，受金融去杠杆的政策环境影响，中民投资金状况和现金流十分紧张，财务状况急剧恶化，未披露审计报告，公司未再收到与中民投股权投资相关的分红。同时，公司出于谨慎考虑，聘请专业评估公司对中民投期末公允价值进行评估并取得《评估报告》，2021 年度、2020 年度及 2019 年度，公司所持中民投股权在其他权益工具投资中列示的具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期初余额	14,177.96	32,476.47	89,250.00
本期确认的股利收入	-	-	-
本期确认的利得	-	-	-
本期确认的损失	13,549.99	18,298.51	56,773.53
其他综合收益转入留存收益的金额	-	-	-
期末余额	627.98	14,177.96	32,476.47

2、《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》的相关规定

（1）应当分类为以摊余成本计量的金融资产

《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十七条规定，金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以摊余成本计量的金融资产：（一）企业管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标。（二）该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

（2）应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十八条规定，金融资产同时符合下列条件的，应当分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：（一）企业管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目

标。(二) 该金融资产的合同条款规定, 在特定日期产生的现金流量, 仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

(3) 应当分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十九条规定, 按照本准则第十七条分类为以摊余成本计量的金融资产和按照本准则第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产之外的金融资产, 企业应当将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

在初始确认时, 企业可以将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产, 并按照本准则第六十五条规定确认股利收入。该指定一经做出, 不得撤销。

金融资产或金融负债满足下列条件之一的, 表明企业持有该金融资产或承担该金融负债的目的是交易性的:

①取得相关金融资产或承担相关金融负债的目的, 主要是为了近期出售或回购。

②相关金融资产或金融负债在初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分, 且有客观证据表明近期实际存在短期获利模式。

③相关金融资产或金融负债属于衍生工具。但符合财务担保合同定义的衍生工具以及被指定为有效套期工具的衍生工具除外。

3、公司相关会计处理符合准则规定, 不存在规避损失的情况

由于公司持有的中民投的股权满足《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》规定的权益工具的定义, 且公司管理层持有中民投的股权的目的为战略性投资, 拟长期持有, 短期无出售计划, 故公司持有该项投资的目的不满足第十九条规定的交易性的条件, 不属于在初始确认时属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分, 不属于近期实际存在短期获利模式, 不属于衍生工具。

综上, 公司选择将其指定为“以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产”, 并在“其他权益工具投资”科目核算符合会计准则规定, 亦不存在规避损失的情况。

(二) 公司计量其他权益工具投资公允价值的方式, 结合中民投的经营情况和主要财务数据, 量化说明各报告期末对上述股权公允价值进行测算的过程

1、公司计量其他权益工具投资公允价值的方式

本公司持有的其他权益工具投资中仅有深圳市力合科创股份有限公司为上市公司，存在市场公开报价，公司从市场数据中根据其期末股价并给予限售股相应的流动性折扣率对其进行公允价值评估与会计核算。

除此之外，公司其他权益工具投资均为不构成控制、共同控制、重大影响、无活跃市场报价的股权投资。公司投资的华云数据控股集团有限公司曾进行过对外融资，公司根据其前次融资时的估值数据确定其公允价值。

公司投资的无锡锡商银行股份有限公司，公司按其期末经审计的净资产估值并确定其公允价值。

公司投资的上海磐石金池投资合伙企业（有限合伙）、深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙）公司股权，主要系通过财务投资获取投资收益，因投资金额较低，以原投资成本作为公允价值计量。

2、金融资产公允价值计量的相关规定

《企业会计准则第 39 号——公允价值计量》第六十四条规定，企业应当将以公允价值计量的金融资产或金融负债的利得或损失计入当期损益，除非该金融资产或金融负债属于下列情形之一：

属于《企业会计准则 24 号——套期会计》规定的套期关系的一部分。

是一项对非交易性权益工具的投资，且企业已按照本准则第十九条规定将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

是一项被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，且按照本准则第六十八条规定，该负债由企业自身信用风险变动引起的其公允价值变动应当计入其他综合收益。

是一项按照本准则第十八条分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，且企业根据本准则第七十一条规定，其减值损失或利得和汇兑损益之外的公允价值变动计入其他综合收益。

该金融资产为非交易性权益工具的投资，企业已按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第十九条规定将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收

益的金融资产。根据相关规定，企业指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的非交易性权益工具投资，除了获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益外，其他相关的利得和损失（包括汇兑损益）均应计入其他综合收益，且后续不得转入当期损益。

3、中民投股权公允价值的测算过程

（1）评估方法的选择

受 2018 年金融去杠杆的政策环境影响，2019 年至 2021 年中民投资金状况和现金流十分紧张，财务状况急剧恶化，未披露审计报告，因此公司聘请专业评估公司对中民投期末公允价值进行评估并取得《评估报告》。

评估公司主要使用收益法对中民投股权的公允价值进行评估。收益法下的公允价值是根据目标公司未来产生的收益的现值得出的。因中民投并没有挂牌或上市，无法取得具有参考意义的二级市场可比价格，故不考虑市场法；而成本法可能不能完全反映中民投公司业务的预期未来经济利益，故也不适用于本次评估。

使用收益法对其公允价值评估有三个关键因素：①合理的现金流量预测，②合理的终值预测，③能反映现金流风险的贴现率。

由于时间点和市场环境等因素的不同，各年份的模型中的参数也有所不同，评估公司根据评估年度中国宏观经济环境、资本市场整体风险水平、中民投经营及财务风险情况等相关因素调整相应的参数。

（2）2021 年末中民投公允价值的测算过程

2021 年度，公司聘请了香港估值国际有限公司对中民投 2%股权的期末公允价值进行评估并出具了《评估报告》。评估公司通过与中民投管理层沟通讨论业务、发展及前景，获取业务相关的预测财务资料，收集市场及行业资料，对中民投未来现金流量及折现率进行了合理预计，采用收益法的测算过程如下：

①折现率的估计

A.评估公司基于业务性质、业务所在地、相似的市场供求和竞争力、业务风险以及财务表现等因素，选取了与中民投可比的上市公司，并取得其截至评估基准日最新的市值、资本结构、贝塔系数、企业所得税率等信息，得到平均权益比重为 42.37%、平均负

债比重为 57.63%，以等权重计算得到加权平均无杠杆贝塔系数为 0.51，再杠杆贝塔系数=无杠杆贝塔系数×（1+负债比重×（1-所得税率）/权益比重）=0.51×（1+42.37%×（1-25%）/57.63%）=1.03；

B.评估公司根据中民投所处国家所发行的债券的收益率，即中国政府 10 年期国债收益率 2.77%作为无风险报酬率的估计；

C.评估公司根据 Aswath Damodaran 的市场风险溢价研究，并通过彭博数据库获取了中国股票市场风险溢价为 5.40%；

D.评估公司根据 Fama 和 French 的三因子模型以及对股票市场规模效应的实证研究，由于中民投资产和业务规模位于资本市场的前 50%，经参考相关股票市场实证研究材料，决定采用-0.21%的小市值风险溢价。同时，评估公司结合中民投的特定风险状况，决定采用 5.00%的公司特定风险溢价；

评估公司根据上述数据及参数假设，采用资本资产定价模型，并就行业相关特定风险进行调整，计算得到权益资本成本=无风险利率+（再杠杆贝塔系数×市场风险溢价）+小市值风险溢价+公司特定风险溢价=2.77%+（1.03×5.40%）+（-0.21%）+5.00%=13.00%（尾差系四舍五入调整，下同）。加权平均资本成本=权益资本成本×权益比重+税后债务资本成本×负债比重=13.00%×42.37%+3.68%×57.63%=7.60%。

②第一阶段现金流量的预测

评估公司根据中民投历史表现出来的负收入增长率，假设中民投在未来 2022-2026 年的收入增长率为负值，并根据其成本结构，预测出第一阶段的净利润情况。在此基础上，评估公司通过调整折旧摊销、资本性支出、营运资金等因素的变化最终确定中民投第一阶段的自由现金流量数值。

③终值的预测

评估公司在计算中民投的终值时，使用了戈登股利增长模型，并根据中国国内生产总值、年度通胀水平等宏观经济指标确定了其永续增长率的数值。

④评估结论

根据以上分析及估值方法的应用，香港估值国际有限公司出具了《评估报告》，评估认为截至评估基准日 2021 年 12 月 31 日，中民投 2%股权的公允价值为人民币 837.30 万

元。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司根据上述《评估报告》计算所持中民投股份的公允价值为 627.98 万元，较上年末减少 13,549.99 万元，且公司当年未从中民投取得股利收入，由此确认损失 13,549.99 万元，公允价值的确认具有公允性。

（3）2020 年末中民投公允价值的测算过程

2020 年度，公司聘请中源评估有限公司对中民投全部股权的公允价值进行评估并出具了《评估报告》。评估公司通过与中民投管理层沟通讨论业务、发展及前景，获取业务相关的预测财务资料，收集市场及行业资料，对中民投未来现金流量及折现率进行了合理预计，最终测算得出权益资本成本为 13.56%，采用收益法确定的评估后中民投全部股权公允价值为 709,900.00 万元。

截至 2020 年 12 月 31 日，公司根据上述《评估报告》计算所持中民投股权的公允价值为 14,177.96 万元，较上年末减少 18,298.51 万元，且公司当年未从中民投取得股利收入，由此确认损失 18,298.51 万元。

（4）2019 年末中民投公允价值的测算过程

2019 年度，公司聘请中源评估有限公司对中民投全部股权的公允价值进行评估并出具了《评估报告》。评估公司通过与中民投管理层沟通讨论业务、发展及前景，获取业务相关的预测财务资料，收集市场及行业资料，对中民投未来现金流量及折现率进行了合理预计，最终测算得出权益资本成本为 10.1%，采用收益法确定的评估后中民投全部股权公允价值为 1,626,100.00 万元。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司根据上述《评估报告》计算所持中民投股权的公允价值为 32,476.47 万元，较上年末减少 56,773.53 万元，且公司当年未从中民投取得股利收入，由此确认损失 56,773.53 万元。

综上所述，公司依据上述独立第三方评估公司出具的评估报告对各期末所持中民投股权的公允价值进行调整，评估结果公允合理，不存在规避损失的情况。

（三）列示其他各项其他权益工具投资的情况，包括投资时间、底层资产的基本情况、投资以来各期末公允价值变动情况，并对 20%以上的变动说明原因

截至 2022 年 6 月 30 日，公司其他各项其他权益工具投资公允价值余额具体如下所示：

1、上海磐石金池投资合伙企业（有限合伙）

单位：万元

期间	期末账面余额	本年度变动情况	变动比例	变动原因
2022年1-6月	38.15	-	-	-
2021年	38.15	-150.46	-79.77%	项目退出并退回本金
2020年	188.60	-41.92	-18.18%	-
2019年	230.52	-	-	-
2018年	230.52	-110.48	-32.40%	项目退出并退回本金
2017年	341.00	-134.84	-28.34%	项目退出并退回本金
2016年	475.84	-347.65	-42.22%	项目退出并退回本金
2015年	823.48	-	-	-
2014年	823.48	-176.52	-17.65%	-
2013年	1,000.00	250.00	33.33%	当年度对其新增投资
2012年	750.00	-	-	-
2011年	750.00	750.00	-	当年度对其新增投资

2011年，公司以自有资金750万元投资上海磐石金池投资合伙企业（有限合伙）（以下简称上海磐石），持有其2.5%的份额。该公司主要由磐石资本运营，从事股权投资业务。截至2022年6月30日，公司已经完成大部分投资项目的退出，退回投资人本金及收益，运营业绩较好。上海磐石的投资项目主要为各类型科技公司、社交软件创业公司及基金等。

2、深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙）

单位：万元

期间	期末账面余额	本年度变动情况	变动比例	变动原因
2022年1-6月	15.80	-	-	-
2021年	15.80	-1.20	-7.06%	-
2020年	17.00	-15.00	-46.88%	项目退出并退回本金
2019年	32.00	-33.00	-50.77%	项目退出并退回本金
2018年	65.00	-2.00	-2.99%	-
2017年	67.00	-19.00	-22.09%	项目退出并退回本金
2016年	86.00	-14.00	-14.00%	-
2015年	100.00	-	-	-
2014年	100.00	-	-	-
2013年	100.00	-	-	-
2012年	100.00	-	-	-
2011年	100.00	100.00	-	当年度对其新增投资

2011年，公司以自有资金100万元投资深圳市中欧基石股权投资合伙企业（有限合伙）（以下简称中欧基石），持有其2%的份额。该公司主要由基石资本运营，从事股权投

资业务。中欧基石已于 2021 月 8 月启动清算流程，现处于清算期。中欧基石的投资项目主要为各类高新技术企业、医药企业、食品企业、照明企业等。

3、华云数据控股集团有限公司

单位：万元

期间	期末账面余额	本年度变动情况	变动比例	变动原因
2022 年 1-6 月	10,663.74	-	-	-
2021 年	10,663.74	-	-	-
2020 年	10,663.74	5,663.74	113.27%	公司估值增长
2019 年	5,000.00	-	-	-
2018 年	5,000.00	-	-	-
2017 年	5,000.00	5,000.00	-	当年度对其新增投资

2017 年，公司以自有资金人民币 5,000 万元投资参与华云数据控股集团有限公司（原无锡华云数据技术服务有限公司）的 B 轮股权（2,000 万元）和 C 轮股权（3,000 万元）增资，持有其 2.22% 股权。该公司经营范围为第一类增值电信业务中的国内因特网虚拟专用网业务和因特网数据中心业务；第一类增值电信业务中的互联网接入服务业务；第一类增值电信业务中的内容分发网络业务；网络信息技术领域的技术开发、技术服务；计算机软件及智能化控制系统的研发、销售、技术服务、技术咨询、技术转让；计算机信息系统集成服务；通信工程的技术服务、技术咨询、技术转让及施工；通信设备（不含卫星广播电视地面接收设施及发射装置）的销售、安装、调试、维护；会议及展览服务；医疗用品及器材的销售；自营和代理各类商品及技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）一般项目：企业总部管理（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

4、无锡锡商银行股份有限公司

单位：万元

期间	期末账面余额	本年度变动情况	变动比例	变动原因
2022 年 1-6 月	10,333.64	-	-	-
2021 年	10,333.64	333.64	3.34%	-
2020 年	10,000.00	10,000.00	-	-

2020 年，公司以自有资金出资 10,000 万元投资成立无锡锡商银行股份有限公司。该公司的经营范围为许可项目：银行业务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准）。

5、深圳市力合科创股份有限公司

单位：万元

期间	期末账面余额	本年度变动情况	变动比例	变动原因
2022年 1-6月	27,228.07	-26,036.47	-48.88%	出售 1,989.57 万股及公允价值变动
2021 年	53,264.54	-19,844.42	-27.14%	出售 2,459.09 万股及公允价值变动
2020 年	73,108.96	-17,217.68	-19.06%	-
2019 年	90,326.64	90,326.64	-	-

2019 年度，深圳市力合科创股份有限公司（原通产丽星 002243.SZ）进行重大资产重组，向清研投控、嘉实元泰、红豆骏达、鼎晟合泰、永卓恒基、百富祥投资、慈辉清科汇、谨诚企管、清控创投等 9 家企业发行股份购买其持有的力合科创集团 100% 股权。公司控股子公司嘉兴红豆（原红豆骏达）在此次重组过程中向力合科创转让其持有的力合科创集团 9.46% 股权，并获得力合科创 75,627,149 股。该公司的经营范围为：高新技术企业创新基地的投资、建设、运营管理及物业服务；高新技术企业的科技服务(含技术开发、技术咨询、技术转让等)；高新技术企业孵化与创新服务；新兴产业战略投资与运营；科技成果转化服务；科技企业股权投资；企业管理咨询与培训。包装及方案设计、工艺装备及精密模具设计、改性及生物材料研制、包装废弃物循环利用技术开发；塑料容器、塑料制品的技术开发及销售；经营进出口业务及国际业务(法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营)；国内贸易(不含专营、专控、专卖商品)；投资兴办实业(具体项目另行申报)；物业管理、自有物业租赁；应取得许可审批，凭相关审批文件方可经营的项目：塑料容器、塑料制品的生产加工、医药包材、化妆品、消毒剂、美容仪器及医疗器械生产；包装装潢印刷品、其它印刷品印刷；普通货运。

7、公司前期公告称，控股子公司红日风能同超壹动力投资设立项目公司，建设 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目，计划于 2022 年 8 月份开工建设，于 2023 年投产；二期工程将于 2024 年全部达产。请公司补充披露：（1）相关项目建设进展情况，包括资金投入、行政审批、土建施工、设备采购、专利技术授权等，说明投资建设进度与前期计划是否存在不一致的情况，如是，请说明原因；（2）结合问题（1），说明项目推进是否存在障碍，如是，请具体说明并充分提示风险。

回复：

(一) 相关项目建设进展情况，包括资金投入、行政审批、土建施工、设备采购、专利技术授权等，说明投资建设进度与前期计划是否存在不一致的情况，如是，请说明原因

1、资金投入情况

截至本回复出具日，3GW 大功率固态锂电池智能制造项目仍处于前期筹备阶段，尚未正式开工建设，公司未有重大资金投入。

2、行政审批情况

(1) 项目公司设立

2022 年 8 月 15 日，公司控股子公司无锡红日风能科技有限公司（以下简称红日风能）与超壹动力（成都）新能源科技有限公司（以下简称超壹动力）投资设立项目公司乌兰察布市红超能源科技有限公司（以下简称红超能源），完成相应工商设立登记手续，并取得了乌兰察布市集宁区市场监督管理局核发的营业执照。

(2) 项目取得备案

2022 年 10 月 17 日，红超能源取得了集宁区发展和改革委员会出具的《项目备案告知书》（项目代码：2210-150902-04-01-409465），认为乌兰察布市红超能源科技有限公司年产 3GW 大功率固态锂电池智能制造（一期）项目符合产业政策和市场准入标准，准予备案。

3、土建施工情况

2022 年 9 月 27 日，红超能源根据《招标拍卖挂牌出让国有土地使用权规范（试行）》（国土资发〔2006〕114 号）等相关文件规定，向集宁区政府提交了《关于<3GW 大功率固态锂电池智能制造项目>工业用地招拍挂的申请报告》。

2022 年 10 月 15 日，经集宁区政府批准，乌兰察布市自然资源局集宁区分局以网上挂牌方式出让一宗国有建设用地使用权，拟出让土地基本情况如下：

宗地编号	宗地位置	用途	出让年限 (年)	面积 (m ²)	主要规划指标			
					容积率	建筑密度 (%)	绿地率 (%)	建筑限高 (m)
集 2022-12 号	泰安北路以西、民建大街以北	工业用地	50	173854	≥0.7	≥30	≤20	≤24

该宗地的基本信息和主要规划指标均契合 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目的规

划条件，红超能源将按相关程序参与竞拍该土地使用权，用于投资建设 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目。

4、设备采购情况

截至本回复出具日，3GW 大功率固态锂电池智能制造项目仍处于前期筹备阶段，尚未正式开工建设，公司未有相关设备采购情况。

5、专利技术授权情况

2022 年 8 月 2 日，红日风能与超壹动力签订了《股权投资协议书》，就设立项目公司建设 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目的共同投资事项进行具体约定。具体内容详见公司于 2022 年 8 月 4 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及《上海证券报》上刊登的《江苏红豆实业股份有限公司关于控股子公司对外投资的进展公告》（公告编号：临 2022-048）。

近期，公司收到第三方公司发来的函件，对合作方超壹动力承诺提供的可授权使用的 14 项知识产权（专利）的权利提出异议。收到函件后，公司高度重视，立即与合作方超壹动力以及第三方公司取得联系。截至本回复出具日，由于前述专利存在不确定性，公司仍在与其积极沟通过程中，尚未与合作方签订专利授权协议。

同时，公司将积极采取多种措施获取项目实施所需的专利技术，以顺利推进项目实施。但公司仍可能存在因技术及专利储备不足，进而导致项目无法实施的风险。

6、投资建设进度与前期计划不一致的情况及原因

根据红日风能同超壹动力与集宁区政府签订的《3GW 大功率固态锂电池智能制造项目投资协议书》约定，项目计划于 2022 年 8 月份开工建设，一期将于 2023 年投产；二期工程将于 2024 年全部达产（锂电池项目开工建设以建筑工程施工许可证批准的日期为准，锂电池项目工期以备案的建设期为准）。具体内容详见公司于 2022 年 7 月 16 日在上海证券交易所网站（www.sse.com.cn）及《上海证券报》上刊登的《江苏红豆实业股份有限公司关于控股子公司拟签订项目投资协议的公告》（公告编号：临 2022-042）。

截至本回复出具日，3GW 大功率固态锂电池智能制造项目未按原计划在 2022 年 8 月开工建设，主要系受到新冠疫情影响以及当地政府需要解决土地存在的历史遗留问题，导致土地供应延期。

根据集宁区政府出具的《关于 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目推进情况的说明》，该地块的历史遗留问题、规划条件等问题均已解决，已于 2022 年 10 月 15 日正式挂牌公告出让。红超能源将按相关程序参与竞拍该土地使用权，并推进 3GW 大功率固态锂电池智能制造项目的建设。

（二）结合问题（1），说明项目推进是否存在障碍，如是，请具体说明并充分提示风险

近期，因第三方公司对项目合作方超壹动力承诺提供的可授权使用的知识产权（专利）的权利提出异议，公司仍在就该事项与有关方进行沟通协商。截至本回复出具日，公司尚未与合作方签订专利授权协议。

固态锂电池的技术研发和生产制造具有较高的技术储备要求，公司将积极采取多种措施获取项目实施所需的专利技术，但公司仍可能存在因技术及专利储备不足，进而导致项目无法实施的风险。

特此公告。

江苏红豆实业股份有限公司

董 事 会

2022年11月12日