

美克国际家居用品股份有限公司 关于 2022 年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法律责任。

美克国际家居用品股份有限公司（以下称“公司”或“美克家居”）于近期收到上海证券交易所上证公函【2023】0624号《关于美克国际家居用品股份有限公司2022年年度报告的信息披露监管工作函》（以下称“工作函”），根据上海证券交易所的要求，现就工作函中的有关问题回复如下：

1. 关于存货。年报披露，2022年末公司存货账面余额23.34亿元，在总资产中占比23.79%，同比增长1.47%，累计计提跌价准备0.30亿元。存货构成来看，主要是库存商品，期末账面余额20.49亿元、同比增长2.28%，累计计提跌价准备0.20亿元。前期回复显示，公司库存商品可划分为国内零售库存（用于门店展示的楼面样品及后备库存）和国外批发库存，主要明细包括实木、沙发、饰品等，跌价准备计提比例低于同行业上市公司。

请公司：

(1) 依照产品类别，分别列示库存商品的库龄及金额、主要库存分布区域及规模。

回复：①公司按照产品类别列示库存商品的库龄及金额情况见下表：

单位：人民币 万元

产品类别	主要产品	2022年末 账面原值	库龄			
			1年以内	1-2年	2-3年	3年以上
实木	餐桌、餐椅、橱柜、咖啡桌、床、床头柜、书桌、梳妆台等	111,792	77,794	18,028	9,078	6,892
沙发	沙发	52,069	25,514	11,466	9,448	5,641
饰品及其他	地毯、装饰画、灯、抱枕、香熏、床品、窗帘、床垫、地毯、壁纸等	41,088	13,491	9,688	5,002	12,907
合计		204,949	116,799	39,182	23,528	25,440

公司库存商品中实木为111,792万元，占比54.55%，沙发52,069万元，占

比 25.41%，饰品及其他 41,088 万元，占比 20.04%；库存商品库龄主要为 3 年以内商品，其中 1-3 年库龄占比为 87.59%，3 年以上库龄占比为 12.41%。

②公司按照主要库存分布区域列示库存商品的规模情况见下表：

单位：人民币 万元

产品类别	主要产品	2022 年末账面原值	国内				国外	
			零售门店	天津仓库	服务中心	赣州仓库及其他	美国仓库	越南仓库
实木	餐桌、餐椅、橱柜、咖啡桌、床、床头柜、书桌、梳妆台等	111,792	33,790	28,801	11,269	879	36,116	937
沙发	沙发	52,069	17,767	11,264	12,703	20	10,296	19
饰品及其他	地毯、装饰画、灯、抱枕、香熏、床品、窗帘、床垫、地毯、壁纸等	41,088	28,830	6,720	5,210	93	119	116
合计		204,949	80,387	46,785	29,182	992	46,531	1,072

公司库存商品按区域分布来看主要集中于中国国内，其中国内区域占比 76.77%，国外区域占比 23.23%。国内区域主要存放于零售门店 80,387 万元，占比 51.09%，天津仓库 46,785 万元，占比 29.73%，服务中心 29,182 万元，占比 18.55%，赣州仓库及其他 992 万元，占比 0.63%。

(2) 在前问基础上，结合公司业务经营模式、门店开设变动情况及展示样本需求测算等，说明库存商品余额较高并持续上行的原因及合理性，是否存在产品积压或滞销情形。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：公司近三年库存商品数据对比如下：

单位：人民币 万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
国内零售	157,346	155,259	147,658
国外批发	47,603	45,121	23,537
合计	204,949	200,380	171,195

库存商品主要包括国内零售库存和国外批发库存，2022 年末，国内零售库存较上年末增加 2,087 万元，增幅 1.34%，基本持平；国际批发业务库存较上年末增加 2,482 万元，增幅 5.50%。

① 国内零售库存

国内零售库存主要包括楼面展示样品及后备库存。公司核心品牌美克美家采取的是全直营连锁模式，由于美克美家所有的门店均是直营店，且店内所经营商

品为自有商品，因此店面的展示商品在库存商品科目项下，相比以加盟经营模式为主的同行业上市公司，库存商品的配置水平因经营模式的不同而存在差异性，不具可比性。公司2020年、2021年、2022年净增直营门店数量分别为7家、-4家和-3家；近三年国内直营门店建筑面积分别为32.06万平方米、33.46万平方米、32.68万平方米。

单位：人民币 万元

项目	2023年3月31日			2022年12月31日			2021年12月31日		
	后备库存	楼面样品	合计	后备库存	楼面样品	合计	后备库存	楼面样品	合计
国内零售	75,867	78,908	154,775	76,959	80,387	157,346	70,894	84,365	155,259
国外批发	42,776		42,776	47,603		47,603	45,121		45,121
合计	118,643	78,908	197,551	124,562	80,387	204,949	116,015	84,365	200,380

上表所示，2022年受闭店因素影响，楼面展示样品库存较上年末降低3,978万元，降幅4.72%；受内外环境等综合因素影响，物流运输受阻，为保障顾客订单准时交付，增大了畅销A类商品备货；同时因顾客房屋装修进度延迟，订单需求延后，待完结订单的交付节奏延迟等因素影响，国内零售后备库存较上年末增加6,065万元，增长8.56%。国内零售库存2023年一季度末较2022年末减少2,571万，降幅1.63%。

② 国际批发库存

2022年，供应端产能短缺问题明显改善，前期积压的采购订单在2022年上半年陆续交付，海运和物流运输在下半年开始逐步改善。为确保客户订单能按时交付，适当增大国外批发后备库存数量，国外批发库存商品较上年末增加2,482万元，增幅5.50%。国外批发库存2023年一季度末较2022年末减少4,827万元，降幅10.14%。

随着2023年市场回暖，公司2023年一季度营业收入同比增长11.22%，毛利同比增长12.21%，库存商品销售稳步回升，库存商品余额呈现下降趋势。

单位：人民币 万元

项目	2023年一季度	2022年一季度
库存商品	197,551	212,327
营业收入	111,673	100,405
营业成本	59,410	53,827
毛利	52,263	46,578
营业收入同比增长(%)	11.22	

毛利同比增长 (%)	12.21
------------	-------

综上,公司 2022 年末库存商品与上年末及 2023 年一季度末相比的增减变动情况,符合实际经营情况,与公司的经营模式与销售策略相匹配,不存在产品积压或滞销的情形。

年审会计师事务所已核实并发表意见,详见附件 1。

(3) 库存商品跌价准备的计提政策及具体测试过程,并结合当前宏观经济环境及消费需求变化趋势、库存商品类别及库龄、期后平均销售价格及折扣率等,补充说明存货跌价准备的计提比例是否与行业通行水平存在显著差异,计提金额是否充分。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复:根据《企业会计准则第 1 号—存货》第十五条规定:资产负债表日,存货应当按照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,应当计提存货跌价准备,计入当期损益。可变现净值,是指在日常活动中,存货的估计售价减去至完工时预计将要发生的成本、销售费用以及相关税费后的金额。

公司 2022 年 12 月 31 日库存商品计提存货跌价准备如下:

单位:人民币 万元

项目	期初余额	本期增加	本期减少		期末余额
			本期转回数	本期转销数	
库存商品	1,514	1,190	654	70	1,980

公司 2022 年 12 月 31 日库存商品按库龄分阶段明细见下表:

单位:人民币 万元

项目	账面余额	存货跌价准备余额	账面价值	计提比例 (%)
库龄计提:	150,659	1,004	149,655	
1 年以内	65,097		65,097	
1-2 年	37,952		37,952	
2-3 年	22,818		22,818	
3 年以上	24,792	1,004	23,788	
其中: 3-4 年	13,202	198	13,004	1.50
4-5 年	10,394	208	10,186	2.00
5 年以上	1,196	598	598	50.00
单项计提:	54,290	976	53,314	
其中: 国外批发库存	47,603	901	46,702	1.90
工厂订单库存	6,687	75	6,612	1.10
合计	204,949	1,980	202,969	

公司根据不同的业务特征制定了差异化的存货跌价准备金政策并进行跌价准备金的计提。公司的品牌定位、设计研发定位、产品定位、盈利模式以及供应链管理的综合能力，使得毛利率保持了较高水平，在同行业毛利率水平上处于领先地位，从产品综合毛利率表现上来看库存商品没有出现减值迹象。

①国内零售库存：国内零售库存包括楼面库存和后备库存。常规情况下国内零售门店，每年保持新品上新频率约为2次，保持设计领先的同时将流行趋势运用到生活方式的丰富呈现上。公司每季度将进行门店商品展示调整，为顾客带来焕新体验。常规经营情况下，每年楼面商品更新占比约为15%，同时对原有楼面商品通过清仓销售的方式，使库存商品不会形成长期的积压。后备库存按照现有的库存结构，库存的畅销品占比约为60%-65%，对应销售订单的畅销品占比约为60-70%，库存和销售结构相对合理；此外，由于部分产品生产周期长，客户长周期送货以及现货客户占比较高，因此后备库存质量保持良好水平。因成品类家具商品不同于板式订制类商品通用性比较强的特点，公司根据成品类家具商品的数量特点、品相、库龄制定适用的跌价准备计提政策。

结合零售商品品号数量众多的特点，公司在期末对库存商品全面清查的基础上，根据公司清仓政策以及对库存滞销、停产、非正品进行商品成本和可变现净值对比，按商品库龄计提存货跌价准备金，库龄3-4年计提比例1.5%、库龄4-5年计提比例2%、库龄5年以上计提比例50%，报告期新增计提的跌价准备金为414万元，跌价准备金余额为1,004万元。

2022年公司零售直营业务毛利率为61.65%，处于行业内较高水平。其中：正常销售的非清仓类商品综合折扣水平约为8.8折-9.2折，折扣比例较高，未出现减值迹象，故无须计提减值准备；涉及滞销、停产、非正品等清仓商品，根据公司的销售政策和历史销售数据测算，不同库龄商品的折扣率水平范围情况如下表所示：

项目	库龄					
	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
折扣率	7.4折	6.8折	5.8折	5.3折	4.5折	3.3折

说明：折扣率会随清仓商品的品类结构、停产或非停产品情况、清仓政策等因素变化而变化，以上数据仅供参考。

根据折扣率情况，1年以内、1-2年以及2-3年的库存商品中涉及滞销、停产、非正品等清仓商品的折扣水平相对较高，扣减相关销售费用及税金后不存在减值问题；3-4年、4-5年以及5年以上商品根据不同区间的折扣率，按库龄比例计算可变现净值计提减值准备。

截至 2022 年末,库龄超过 3 年以上的库存商品在 2023 年一季度销售比例为 25%,处于正常流动状态。

②国外批发库存:期末在对库存商品全面清查的基础上,按照单个存货项目,依据存货的成本与可变现净值孰低的原则提取或调整存货跌价准备,根据不同品牌、不同出货地点的平均可变现净值低于存货成本的差额部分全额计提存货跌价准备。报告期新增计提的跌价准备金为 755 万元,跌价准备金余额为 901 万元。

③工厂订单库存:国内工厂按照销售订单具体数量安排投产,期末在对销售订单库存商品全面清查的基础上,按照单个存货项目,依据存货的成本与对应销售订单售价净值孰低的原则提取或调整存货跌价准备,销售净价低于存货成本的差额部分全额计提存货跌价准备。报告期新增计提的跌价准备金为 21 万元,跌价准备金余额为 75 万元。

从当前宏观经济环境及消费需求变化趋势分析:国际家居市场,根据世界银行公开发布的数据显示,预计 2023 年和 2024 年全球经济将分别增长 1.7%和 2.7%;根据艾媒咨询的预测数据,全球家具市场规模在未来几年将保持稳健增长,2021 年至 2025 年期间的复合增长速度约为 2.82%。国内家居市场:根据统计局数据显示,2023 年 1-4 月社会零售总额实现 149,833 亿元,同比增长 8.5%,其中家居零售品总额实现 435 亿元,同比增长 4.3%;国家采取一系列积极调控政策,改善居民住房消费信心。公司所处的家具及家居用品零售与批发细分行业随着国家政策优化,鼓励和支持家居产业的发展,推出了一系列的政策调控,以保障家居市场的健康稳定发展。根据目前国际、国内家居市场表现,消费市场已开始复苏,家用家具等刚性市场需求前景趋好,出现家具市场商品大量滞消积压等情况概率较小。

与同行业公司对比,库存商品计提存货跌价准备的相关数据对比如下:

公司名称	股票代码	存货跌价准备金余额/库存商品	
		2022 年 (%)	2021 年 (%)
美克家居	600337	0.97	0.76
匠心家居	301061	2.30	0.16
金牌厨柜	603180	1.79	1.50
好莱客	603898	1.78	12.89
顾家家居	603816	0.85	0.29
梦百合	603313	0.75	2.09
尚品宅配	300616	0.35	0.00

注:数据来源上市公司年报

从与同行业对比来看,公司库存商品存货跌价准备计提比率符合行业通行水

平,公司存货跌价准备计提是充分的。不存在计提比例过低、计提不充分的情形。

年审会计师事务所已核实并发表意见,详见附件 1。

2.关于使用权资产。年报披露,2022年末公司使用权资产账面原值 24.37 亿元,其中房屋一项 24.29 亿元(含本期新增租入 3.12 亿元),本期计提折旧 3.86 亿元。截至 2022 年末,公司租赁物业门店 136 家,建筑面积合计 29.18 万平米,其中营业收入前 10 家门店租赁期限为 10-14 年不等。报告期内公司新增门店 5 家,建筑面积合计 2855 平方米,租赁期限为 0.25-5 年不等。

请公司:

结合存量租赁门店及本期新增门店的区位、租金、租期等情况,补充说明相关使用权资产的存量及变动情况是否与门店实际情况相匹配,以及本期新增租入金额较大的原因及合理性。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复:公司本期新增房屋类使用权资产 31,211 万元,按照租赁用途区分,主要的增加情况如下:

单位:人民币 万元

租赁用途	新增房屋类使用权资产原值	占比 (%)
直营门店	13,164	42.18
厂房	8,685	27.82
展厅	5,196	16.65
仓库	2,896	9.28
办公室	1,270	4.07
合计	31,211	100.00

从上表可以看出,公司本期新增使用权资产主要为各直营门店,详见下方表格列示;此外,厂房为子公司 ROWE 租赁的两处生产厂房,分别位于美国弗吉尼亚州的埃利斯顿市和塞勒姆市,主要用于高端沙发家具的生产和销售;展厅为子公司 Caracole 租赁位于美国佐治亚州亚特兰大市的家具展厅和子公司 ROWE 租赁位于北卡罗莱那州高点市的家具展厅,主要用于公司商品展示、品牌宣传、营销推广和客户开发等。

2022 年新开业门店为租期少于一年的短期租赁,门店租金直接计入本期销售费用-资产使用费科目下,公司本期新增续租门店的使用权资产按照区域分布情况如下表所示:

单位:人民币 万元

直营门店所属区域	存量房屋类使用权资产原值	租期	占比 (%)	新增房屋类使用权资产原值	续租数量	租期	占比 (%)
----------	--------------	----	--------	--------------	------	----	--------

北部区域	89,433	1.9年-14.9年	40.97	6,708	5	2年-5年	50.96
东部区域	54,007	2.9年-13年	24.74	5,754	5	2年-8年	43.71
西部区域	21,883	1.6年-15.3年	10.03	501	2	2年-3年	3.80
南部区域	52,948	2.8年-16.3年	24.26	201	1	5年	1.53
合计	218,271	/	100.00	13,164	13	/	100.00

公司根据租赁合同到期之后继续签订租赁合同及新开业门店的租赁合同总额计算现值确认当期使用权资产增加额。使用权资产原值增加主要为租赁合同到期续租以及新增门店租约的情形，当年续租 13 家，租期 2-8 年不等，到期续租增加直营门店租赁合同总金额 16,559.34 万元，与门店实际情况匹配，符合使用权资产准则要求。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

3. 关于长期待摊费用。年报披露，2022 年末公司长期待摊费用账面余额 9.01 亿元，其中经营租赁资产改良支出 8.15 亿元，该科目长期以来维持上行态势，并于 2021 年公司北京洞学馆项目完工结转后出现大幅抬升，本期增加 0.49 亿元、摊销 0.93 亿元。前期回复显示，公司对经营租赁资产改良支出采取受益期内平均摊销，摊销年限为 10-15 年。

请公司：

(1) 结合业务经营模式、近年门店开设情况、店面装修及产品上新周期等因素，补充说明在租赁直营店面中持续维持大额装修支出的必要性和合理性。

回复：公司 2022 年、2021 年、2020 年近三年新增长期待摊费用-经营租赁资产改良支出分别为 4,913 万元、36,958 万元、17,546 万元，主要系国内零售门店发生的装修、升级和改造支出，近三年国内零售自营门店新开店数量分别为 5 家、20 家、30 家，详细分类情况如下表所示：

单位：人民币 万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
新增长期待摊费用-经营租赁资产改良支出原值	4,913	36,958	17,546
其中：①国内零售门店系统装修、升级、改造等	3,001	35,906	16,148
其中：北京洞學馆		26,310	
品牌馆（武汉、长沙）			5,443
旗舰店、标准店等	3,001	9,596	10,705
其中：新开门店	2,458	6,199	9,096
升级改造	543	3,397	1,609
其中：②国外公司展厅装修、厂房改造等	1,912	1,052	1,398

公司国内零售业务是以直营为主、加盟为辅的多品牌经营发展战略，核心品

牌美克美家主要采取全直营连锁运营模式，经营场所主要通过租赁方式取得。为打造适配及引领消费者需求的消费场景，支撑公司核心品牌与直营业务销售规模的增长，近年来公司在直营门店布局调整的同时增加不同类型门店的拓展，对上述资产进行装修和升级改造投入具有必要性和合理性。近三年经营租赁门店资产改良支出新增情况如下：

2022 年新增门店经营租赁改良支出 3,001 万元，新开门店 5 家，发生装修支出 2,458 万元，占比 81.91%，升级改造支出 543 万元，占比 18.09%；2021 年新增经营租赁改良支出 35,906 万元，新开门店 20 家，其中主要为北京洞學馆项目转入正式运营，发生的装修支出转入长期待摊费用 26,310 万元，占比 73.28%，新开旗舰店、标准店等装修支出 6,199 万元，占比 17.27%，门店升级改造等支出 3,397 万元，占比 9.45%；2020 年新增经营租赁改良支出 16,148 万元，新开门店 30 家，其中主要为开设武汉及长沙品牌馆装修支出 5,443 万元，占比 33.71%，新开旗舰店、标准店等装修支出 9,096 万元，占比 56.32%，门店升级改造等支出 1,609 万元，占比 9.97%。

综上，公司经营租赁固定资产发生的资产改良支出主要集中于国内零售门店系统，按门店类型区分，截至 2022 年末，余额如下表所示：

单位：人民币 万元

店面类型	账面原值	累计摊销额	账面净值
洞學馆	26,310	2,334	23,976
品牌馆	11,254	2,479	8,775
旗舰店、标准店等	81,800	42,918	38,882
小计	119,364	47,731	71,633

随着国内消费需求升级，美克美家积极通过店面建筑和室内空间的升级改造、产品迭代更新以及陈列装饰艺术化焕新等举措，为顾客打造沉浸式的购物体验环境，有效支撑公司品牌发展和业务增长空间。

(2) 补充说明相关科目转入长期待摊费用而非当期费用化，是否符合会计准则规定；请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：根据《企业会计准则》会计科目和主要账务处理的规定，长期待摊费用科目核算企业已经发生但应由本期和以后各期分担的分摊期限在 1 年以上的各项费用，如以经营租赁方式租入的固定资产发生的改良支出等。公司长期待摊费用主要为经营租赁资产改良支出，指公司通过签订租赁合同租入的直营零售门店，在租入后发生的店面装修改造支出，先在“在建工程”科目进行归集，在装修验收完毕，门店开业运营后由“在建工程”转入“长期待摊费用”科目核算，

符合会计准则规定。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

(3) 说明相关摊销年限是否与公司店面装修计划及翻新频率相符，是否与同行业可比公司存在显著差异。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：公司新建门店根据店面类型、面积、装修标准、展示设计方案制定装修计划并实施，其中洞學馆、品牌馆、旗舰店和标准店整体性翻新周期分别为 20 年、15 年和 10 年；同时，存续门店根据经营使用情况、店态和展示的需要，会适时进行局部升级改造。结合不同类型门店的装修、翻新和改造周期，制定了差异化的长期待摊费用摊销年限，摊销年限与公司店面装修计划及翻新频率保持一致。长期待摊费用按受益期平均摊销，摊销方法如下表所示：

直营店面类型	摊销年限（受益年限）	面积（平方米）
洞學馆	20 年	10,000-30,000
品牌馆	15 年	7,000-10,000
旗舰店、标准店等	10 年	7,000 以下

当新开门店时按经营租赁资产装修受益期，采用直线法进行平均摊销；当存续门店存在空间的局部升级改造发生相关支出时，新发生的经营租赁资产改良支出按照受益年限进行摊销，如存在前期未摊销完毕的长期待摊费用则一次性计入当期损益；当发生门店关闭时，如存在未摊销完毕的长期待摊费用则一次性计入当期损益。

对比同行业可比上市公司长期待摊费用情况结果见下表：

公司名称	交易代码	长期待摊费用摊销政策
尚品宅配	300616	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
欧派家居	603833	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
美克家居	600337	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
顶固集创	300749	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
好莱客	603898	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
皮阿诺	002853	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销
好太太	603848	按照形成时发生的实际成本计价，在受益期限内分期平均摊销

注：数据来源上市公司年报

查询与公司同行业对标的上市公司如上表所示，关于长期待摊费用的摊销政策，均采用“在受益期内平均摊销”的摊销政策，故公司长期待摊费用摊销政策符合行业通行水平，不存在与同行业可比公司存在显著差异。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

4. 关于无形资产。年报披露,2022 年末公司无形资产账面原值 10.35 亿元、净额 6.26 亿元,其中“办公软件”一项账面原值 5.12 亿元、净额 2.69 亿元。前期回复显示,该科目主要构成为“SAP-ERP 系统、网络营销系统等大型 ERP 业务集成系统”,其规模高于家居行业多数上市公司。

请公司:

(1) 补充披露该科目涉及主要办公软件的获取形式(外购或自研)、采购时间、采购对象、其与公司及主要股东的关联关系、相关软件当前账面余额及累计摊销。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复:公司无形资产中办公软件主要是指国内、国外 SAP-ERP 系统、网络营销系统等大型 ERP 业务集成系统,基本是“对外采购套装软件+定制开发与系统实施服务”的大型软件系统,实施期限均超过一年以上,此类软件金额占比约在 85.50%。具体软件金额情况如下表所示:

单位:人民币 万元

主要软件名称	原值	累计摊销	净值	采购时间	是否关联方	主要供应商
SAP-RETAIL 零售分销软件系统	13,182	8,019	5,163	2014 年-2016 年采购、定制开发与系统实施	否	国际商业机器(中国)有限公司、上海索勤计算机有限公司、昆山孚高通信息技术有限公司等
SAP 国外生产、销售、运营系统	7,410	1,182	6,228	2021 年-2022 年采购、定制开发与系统实施	否	SAP 软件公司
SAP-ECC 工厂制造软件系统	4,106	3,393	713	2012 年-2013 年采购、定制开发与系统实施	否	国际商业机器(中国)有限公司、上海索勤计算机有限公司、昆山孚高通信息技术有限公司等
数字化营销管理软件系统	5,536	1,508	4,028	2015-2020 年分阶段采购、定制开发与系统实施	否	杭州网易雷火科技有限公司、阿里云计算有限公司、腾讯云计算(北京)有限责任公司等
魔豆管理软件系统	5,266	2,322	2,944	2018 年采购、定制开发与系统实施	否	昆山孚高通信息技术有限公司、阿里云计算有限公司等
Mobile First 销售管理软件	1,865	1,175	690	2014 年-2018 年分阶段采购、定制开发与系统实施	否	国际商业机器(中国)有限公司等
渠道营销平台软件系统	1,800	240	1,560	2018-2021 年分阶段采购、定制开发与系统实施	否	上海汉得信息技术股份有限公司、昆山孚高通信息技术有限公司等

费控发票管理 软件系统	680	142	538	2016-2020 年分 阶段采购、定制 开发与系统实施	否	百望股份有限公司、上海 汉得信息技术股份有 限公司等
生产制造执 行软件系统	760	329	431	2015-2019 年 分阶段采购、 定制开发与系 统实施	否	明基逐鹿软件(苏州) 有限公司等
供应链管理 平台系统	401	13	388	2019-2020 年分 阶段采购、定制 开发与系统实 施	否	上海甄云信息科技有 限公司、上海索勤计 算机有限公司等
越南制造基 地 ERP 软件 系统	542	203	339	2018 年股权收 购时取得	否	自主研发

除上表中的大型软件系统外，公司还通过直接外采方式购入其他日常办公类软件，主要有：AUTOCAD 软件、中望 CAD 平台设计软件、OFFICE 系统标准版办公软件、Win8、WIN 10 等专业版操作软件、TopSolid 软件、CorelDraw 软件、VMware vSphere 软件、Website Hosiptiality 软件、SprutCAM 软件、SigmaNEST 沙发框架套料软件、中美越三方订单和数据库集成软件、定制衣柜自动拆单软件、无线 AC 与 AP 软件、Couture 软装定制软件、深信服上网行为管理软件、赛门铁克终端防病毒软件、联软 IT 安全运维管理软件、智星计件软件、电子签售软件、档案管理系统软件、通达 OA 办公管理软件等办公业务软件。

公司每年根据各业务模块信息系统管理需求，分阶段制定软件实施计划，按不同年度分步骤有序开展软件采购及定制开发与系统实施工作，通过软件综合运用支撑公司运营管理工作有序开展。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

(2)结合生产经营模式、软件主要用途、是否为行业通用或独有软件等，对比同行业情况，说明公司“办公软件”科目余额较大的合理性。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：公司拥有端到端垂直供应及制造资源，具备产品研发、智能制造、布局全球的供应及销售网络，以及完善的物流配送安装、售后体系，通过外购通用软件，结合公司软件定制化开发与系统实施，应用于公司的家具研发设计与生产制造、前端销售与物流配送、国内生产与国外销售、线下直营店与线上电商网店、后台支持与服务等全产业链各个环节与业务领域，搭建起美克家居前中后台具有独特性的网状信息化管理系统，形成了国内、国外联动、高效、集成的数字化管

理平台，实现了家居产业链各环节互联互通、生态链接、产业协同的运营数据信息时时传输，加速了公司新零售、新供应链升级，此种软件搭建模式是基于公司自有商业模式下打造的系统架构，通过定制开发与实施，形成与公司业务适配的软件管理体系，在其他同行业软件系统中，具有一定的优势。

同行业其他上市公司的无形资产-软件资产 2022 年期初、期末原值及账面价值情况，如下所示：

单位：人民币 万元

项目	美克家居	居然之家	美凯龙	尚品宅配
	600337	000785	601828	300616
办公软件期末原值	51,247	40,030	25,466	31,005
无形资产期末原值	103,473	94,781	81,274	169,946
占期末原值的比重 (%)	49.53	42.23	31.33	18.24
办公软件期末账面价值	26,857	29,887	8,068	15,617
无形资产期末账面价值	62,603	73,377	9,476	148,669
占期末净值的比重 (%)	42.90	40.73	85.14	10.50

综上，公司无形资产“办公软件”科目体现了公司在历年的经营发展过程中对于信息化领域的投资力度和投资价值，并在生产经营过程中极大地发挥了信息化对于公司管理效率和效能的提升作用。无形资产“办公软件”为购买国内、国外大型 ERP 管理软件，购买时间较早、定制开发与实施成本高，摊销余额在行业中比重适中，符合公司生产运营、销售、营销管理等模式，属于合理情形。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

5. 关于其他应收款。年报披露，2022 年末公司其他应收款账面余额 1.46 亿元，按欠款方归集的期末余额前五名对象余额合计 5076.15 万元，其中第三名对象对应余额 1019.77 万元、款项性质为投资款，账龄为 1 年之内，未计提坏账准备。

请公司：

(1) 补充披露上述投资款的交易背景、形成时间、公司履行的相关决策程序，并结合投资合同约定条款，说明将其列示于“其他应收款”一项的原因。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：公司于 2019 年 1 月 22 日召开了第七届董事会第十六次会议，审议通过了关于参与投资氢能产业基金的议案，同意公司与上海娄江投资管理中心（有限合伙）（以下称“上海娄江”）、通联金控（北京）投资有限公司（以下称“通联金控”）共同对外投资设立太仓昆池投资中心（有限合伙）（以下称“太仓昆

池”或“产业基金”），其中上海娄江为普通合伙人、公司与通联金控为有限合伙人。该产业基金拟投资于与氢能产业链相关的项目，包括但不限于氢燃料电池整车项目，控制系统、核心组件、辅件研发制造等项目。上述内容详见公司于2019年1月24日披露的《关于拟参与投资氢能产业基金的公告》。

2019年4月，太仓昆池与 Infintium Fuel Cell Systems, Inc.（以下称“英飞腾项目”）在中国境内的母公司阜新安成企业管理有限公司的控股股东辽宁德尔实业股份有限公司签订《关于英飞腾项目之投资意向书》，同年5月，太仓昆池及其普通管理人上海娄江就英飞腾项目与德尔实业及其相关方签署了《关于美国英飞腾项目之投资合作协议书》。上述内容详见公司于2019年4月16日、5月28日披露的《关于氢能产业基金对外投资的进展公告》。

根据太仓昆池合伙协议的约定，各合伙人需按照投资项目的进度安排分期出资，截至2019年末公司缴纳出资2,100万元。由于宏观经济形势的变化以及市场环境的影响，该投资项目无实质性进展且该产业基金未开展其他对外投资活动。公司基于提升资金使用及运营效率考虑，向太仓昆池申请退出该产业基金，并经太仓昆池全体合伙人一致商议，同意公司从该产业基金退伙。根据产业基金协议中“清算程序”的相关规定，产业基金管理人上海娄江启动基金清算程序，逐步变现产业基金资产。2022年10月26日起，太仓昆池启动清算程序，2022年11月22日公司收到太仓昆池出具的《投资清算通知》，本次清算采用分期变现、分期分配的方式对本基金进行清算。综上，该投资款项已不符合在长期股权投资项下核算。根据会计准则规定，对于除商品交易业务以外发生的各种应收、暂付款项，应计入其他应收款科目，公司基于会计准则要求，根据收到的太仓昆池清算通知单和分配测算表确认应收回退款金额，列入“其他应收款”科目。

公司分别于2022年10月26日、12月26日收到分配金额共计1,388.44万元，2023年1月3日、4月18日收到分配款项共计1,021.33万元，累计收回金额2,409.77万元，与出具的《太仓昆池投资中心（有限合伙）清算报告》的清算情况核对一致。本次投资项目的清算及退伙未对公司生产经营产生重大影响。2023年6月13日，公司披露了《公司关于清算及退出氢能产业基金的公告》，公司本次投资产业基金事项终止。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件1。

(2) 结合被投资对象当前的履约能力、资信情况，分析相应回款风险，并补充说明未计提坏账准备的依据及合理性。请年审会计师事务所核实并发表意见。

回复：基于太仓昆池投资中心(有限合伙)历史实际信用度较高，不存在履约、资信风险，截至2023年4月18日，太仓昆池投资中心(有限合伙)投资余款

1,021.33 万元已全部收回，其他应收款科目余额已清零，不存坏账风险。

年审会计师事务所已核实并发表意见，详见附件 1。

6. 关于有息负债。年报披露，2022 年末公司货币资金余额 7.98 亿元，同比下降 28.99%。同时，2022 年末公司短期借款余额 8.46 亿元，一年内到期的非流动负债 8.29 亿元，长期借款余额 9.53 亿元，全年利息费用 1.60 亿元，呈上行趋势。

请公司：

结合生产经营模式、营运资金需求、存贷款利率水平等，补充说明当前债务规模对生产经营的影响，分析可能存在的偿债风险，以及拟采取何种措施压降融资成本。

回复：公司 2022 年末长、短期借款共计 231,190 万元，包括短期借款 84,563 万元、一年内到期的非流动负债中借款 51,301 万元、长期借款 95,326 万元。

公司拥有产品研发、智能制造、布局全球的供应及销售网络，以及完善的物流配送安装、售后体系，是一站式置家解决方案的提供者。公司还拥有规模化的制造基地，高效的管理平台，以国家级工业设计中心为核心的研发机构，具备从产品设计、开发、生产、销售、服务的端到端垂直一体化价值链。在设计研发、生产制造、门店运营、产品销售、物流配送等领域，公司根据国内直营、加盟和国际批发业务的特性、流动资产周转效率和频次、供应商结算方式和周期，进行资金测算确定营运资金需求，同时优化融资规模及融资渠道。2022 年由于受到内外环境等综合因素影响，产品无法按时向客户交付，阶段性的影响到国内零售系统的回款节奏，公司增加了一定的流动资金贷款作为营运资金的补充，及时的支持了生产运营和销售活动的正常进行。

2022 年公司流动比率为 1.27，能够充足覆盖一年内到期短期债务的偿付。公司自成立至今，在各家金融机构开展的融资业务从未发生过任何逾期事项，在金融机构信用优良，获得了稳定的金融资源支持。截至 2022 年末，公司在金融机构获得信贷授信额度、使用情况如下表所示：

单位：人民币 万元

序号	银行名称	授信额度	长、短期借款 使用授信
1	中国进出口银行新疆维吾尔自治区分行	109,000	91,054
2	中国农业发展银行新疆维吾尔自治区分行	19,500	19,500

3	中国建设银行股份有限公司	67,000	42,500
4	中国农业银行股份有限公司乌鲁木齐分行	50,000	10,000
5	中国银行股份有限公司	40,000	
6	中国工商银行股份有限公司乌鲁木齐分行	10,000	5,000
7	交通银行股份有限公司	18,000	1,579
8	兴业银行股份有限公司	43,600	14,800
9	招商银行股份有限公司乌鲁木齐分行	20,000	10,000
10	中信银行股份有限公司	19,400	
11	中国民生银行股份有限公司乌鲁木齐分行	20,000	10,000
12	平安银行股份有限公司乌鲁木齐分行	10,000	10,000
13	华夏银行股份有限公司	6,000	
14	渤海银行股份有限公司	15,000	
15	赣州银行股份有限公司	1,000	1,000
16	九江银行股份有限公司	7,000	2,000
17	天津银行股份有限公司	1,000	1,000
18	国外银行机构	17,500	12,757
合计		474,000	231,190

截至 2022 年末，公司在国内和国外的金融机构共计获得授信额度 474,000 万元，其中长、短期借款类融资已使用授信 231,190 万元，所余授信资源可以充足、有效的作为公司营运资金的补充。随着 2023 年一季度业绩复苏，第一季度营业收入同比增长 11.22%，经营性净现金流同比增加 27,718 万元，增长 95.21%。公司经营稳定，现金流状况持续好转，信用资源充足，资金筹措能力较强，不存在偿债风险的情形。

公司 2022 年财务费用-利息支出 15,967 万元，其中借款产生的利息支出为 8,534 万元，较上年同期下降 4.85%，2022 年融资综合成本从 2021 年的 4.45% 下降到了 3.69%。结合年度经营和投资计划，秉持融资结构优化、成本优化及效率提升的原则，公司将充分利用金融机构对于绿色制造、智能制造、专精特新企业、促进消费增长等相关金融领域支持政策，加大提用政策性、创新型低成本融资产品，获得更多低利率资金；通过优化融资期限结构降低偿债风险，提高资金周转效率等方面措施有效控制融资成本，提高盈利能力。

特此公告。

美克国际家居用品股份有限公司
二〇二三年六月二十八日

上网公告附件：

1. 中审华会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于对美克国际家居用品股份有限公司 2022 年年度报告信息披露监管工作函的回复报告》。