



曲美家居集团股份有限公司董事会：

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“我们”或“普华永道中天”)接受委托，对曲美家居集团股份有限公司(以下简称“曲美家居”、“贵公司”或“公司”)的财务报表，包括2023年12月31日的合并及公司资产负债表、2023年度的合并及公司利润表、合并及公司现金流量表、合并及公司股东权益变动表以及财务报表附注(以下简称“财务报表”)进行审计。我们按照中国注册会计师审计准则的规定执行了审计工作，并于2024年4月29日出具了报告号为普华永道中天审字(2024)第10098号的无保留意见的审计报告。

按照企业会计准则的规定编制曲美家居财务报表是曲美家居管理层的责任。我们的责任是在实施审计工作的基础上对曲美家居财务报表发表审计意见。

我们阅读了上海证券交易所上市公司管理一部于2024年5月27日出具给曲美家居的《关于曲美家居集团股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函[2024]第0647号)(以下简称“2023年年报监管工作函”)，作为曲美家居2023年度财务报表的审计机构，我们以上述我们执行的审计及其他核查程序工作为依据，对贵公司就2023年年报监管工作函中的问题所作的回复做出我们的说明，详见附件。

本说明仅为曲美家居向上海证券交易所回复2023年年报监管工作函时参考，不得用作其他任何用途或向除上海证券交易所以外的其他第三方提供。

附件：普华永道中天对曲美家居就上海证券交易所2023年年报监管工作函相关问题回复的说明

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)



2024年6月25日



普华永道中天对曲美家居就上海证券交易所 2023 年年报监管工作函相关问题
回复的说明

目 录

问题 1.关于主营业务.....	3
问题 2.关于存货	24
问题 3.关于商誉及无形资产	34
问题 4.关于有息负债.....	53

问题 1.关于主营业务

年报显示，2023 年度，公司实现营业收入 40.28 亿元,同比下降 17.00%,净利润-3.04 亿元,由盈转亏。分业务板块看，境外业务中, Stressless 板块实现营业收入 21.02 亿元, 同比下降 17.68%, 毛利率 38.30%, 同比增加 0.42 个百分点; IMG 板块实现营业收入 5.31 亿元, 同比下降 21.34%, 毛利率 28.02%, 同比减少 2.33 个百分点; Svane 板块实现营业收入 1.69 亿元, 同比下降 16.11%, 毛利率 14.50%, 同比增加 8.08 个百分点; 境内业务中, 定制家具板块实现营业收入 6.51 亿元, 同比下降 6.27%, 毛利率 31.06%, 同比增长 1.48 个百分点; 成品家具板块实现营业收入 4.09 亿元, 同比下降 20.86%, 毛利率 19.02%, 同比减少 6.67 个百分点; 饰品及其他板块实现营业收入 0.98 亿元, 同比下降 30.13%, 毛利率 25.20%, 同比减少 2.97 个百分点。公司境外业务占比七成, 本期受消费需求减弱等影响, 境外业务营收下降幅度大于境内。同时, 不同业务板块之间毛利率变动方向存在差异, 部分业务板块毛利率本期变动幅度较大。

请公司：(1)区分境内外业务和具体产品类别，结合市场环境、行业竞争格局及上下游情况、主要客户及变动情况、主要产品销售价格波动情况、同行业可比公司情况等，说明公司报告期营业收入下降、尤其部分业务板块营业收入降幅较大的原因；(2)在成本分析表中分产品补充披露具体成本构成项目、金额、占比及同比变动情况；(3)区分境内外业务和具体产品类别，结合市场供需关系、销售政策、定价模式、成本费用构成、同行业可比公司情况等，量化分析本期部分业务板块毛利率显著下行的原因，以及同属境内、境外业务的不同产品板块之间本期毛利率走势存在明显差异的原因及合理性；(4)补充说明公司自并购 Ekornes 以来对境外业务板块在业务、资产、人员、组织结构等方面的整合情况，并结合相关情况分析本期境外业务表现低迷的原因，前期并购标的是否面临持续盈利能力下降风险及公司拟采取的应对措施。

请年审会计师就问题(1)(3)发表意见。

(1) 区分境内外业务和具体产品类别，结合市场环境、行业竞争格局及上下游情况、主要客户及变动情况、主要产品销售价格波动情况、同行业可比公司情况等，说明公司报告期营业收入下降、尤其部分业务板块营业收入降幅较大的原因。

公司回复:

公司2023年度及2022年度境内外业务及具体产品类别收入如下:

(单位: 人民币万元)

区域	主要产品	营业收入 2023年度	营业收入 2022年度	变动	变动%
境内 业务	定制家具	65,141.48	69,497.75	-4,356.27	-6.27%
	成品家具	40,923.22	51,708.12	-10,784.90	-20.86%
	饰品及其他	9,834.50	14,074.95	-4,240.45	-30.13%
	小计	115,899.20	135,280.82	-19,381.62	-14.33%
境外 业务	Stressless品牌家具	210,150.35	255,284.81	-45,134.46	-17.68%
	IMG品牌家具	53,064.70	67,458.93	-14,394.23	-21.34%
	Svane品牌家具	16,918.20	20,167.41	-3,249.21	-16.11%
	小计	280,133.25	342,911.15	-62,777.90	-18.31%
合计		396,032.45	478,191.97	-82,159.52	-17.18%

报告期，公司境内业务和境外业务受宏观经济环境、市场需求减弱、公司销售策略调整以及客户结构变化等多重因素的影响，导致收入有所下降。其中成品家具、饰品及其他、IMG品牌家具三个板块下降较多，具体原因如下：

1. 市场环境及上下游情况

境内方面，2023年，国内经济仍处于恢复阶段，地产行业处于下行区间，房地产市场特别是新房销售仍不活跃，导致家居消费需求相对较弱，线下消费的需求仍处于逐步修复和释放阶段。上游市场原材料高位回落，成本压力稍有缓解。根据国家统计局的数据显示，2023年全国规模以上家具制造业企业营业收入为6,555.7亿元，同比下降4.4%；利润总额为364.6亿元，同比下降6.6%，家具行业需求偏弱。受整体市场环境的影响，2023年公司境内业务营业收入下降，其中成品家具、饰品及其他收入降幅较大。

境外方面，受到美联储加息（2022年3月至2023年7月累计加息11次，从0.25%加至5.50%，累计提高525个BP）以及欧美国家通货膨胀压力高企的影响，自2022年下半年以来欧洲及北美市场的消费需求受到了较大冲击，线下渠道流量承压，对Ekornes AS（原名“Ekornes ASA”，以下统称“Ekornes”）的收入造成影响。另一方面，2021年及2022年尽管受到疫情影响，但受到欧美国家量化宽松政策的刺激，同时居家办公趋势催生了特定家居产品的需求逆势增长，消费者对Ekornes产品的需求增加，然而这也相应的消耗了疫情结束后短期内的消费需求。因此，报告期公司境外业务收入有所下降，其中IMG品牌家具的收入降幅较大。

2. 行业竞争格局

全球家具行业市场空间广阔，但受到地域性、设计风格、工艺和材料多样性等多种因素的影响，家具行业集中度较低。以国内家具行业为例，根据公开资料显示，2023年，23家主流家具上市公司合计收入占同期国内规模以上家具企业收入比重仍然不足25%，大部分市场被中小型和地方性家具企业瓜分。从综合实力看，公司整体在市场份额、业务规模等方面与行业龙头公司相比仍存在一定差距，公司经营业绩受市场需求下滑的影响较龙头公司更大。

3. 主要客户及变动情况

报告期内，公司前五大客户构成及收入占比均保持相对稳定，较2022年没有发生重大变化，具体销售情况如下：

(单位：人民币万元)

序号	客户名称	境内/境外业务	2023年度		2022年度	
			销售收入	占营业收入的比例	销售收入	占营业收入的比例
1	Møbelringen AS	境外业务	15,138.79	3.76%	18,951.83	3.91%
2	天津卓凯家居有限公司及其受同一控制的其他经销商	境内业务	12,424.51	3.08%	12,482.75	2.57%
3	XXXLutz BDSK Handels GmbH & Co. KG	境外业务	8,177.83	2.03%	9,545.45	1.97%
4	Skeidar Living Group AS	境外业务	7,523.24	1.87%	9,225.35	1.90%
5	KHG GmbH & Co. KG	境外业务	5,853.23	1.45%	7,248.08	1.49%
合计			49,117.60	12.19%	57,453.46	11.84%

4. 主要产品销售价格波动情况

报告期内，销售数量方面，受到市场消费需求偏弱影响，公司产品销售量均有不同程度下滑，其中定制家具销量下滑4.25%，成品家具销量下滑17.42%，Stressless品牌家具产品销量下滑12.76%，IMG品牌家具产品销量下滑26.90%，Svane品牌家具产品销量下滑20.00%。销售价格方面，公司境内定制家具及成品家具的平均销售价格分别同比下降2.10%及4.17%，主要系报告期内，市场需求不旺，公司采取更加积极的销售策略，导致产品销售折扣提高，低价产品销售占比上升所致；境外Stressless品牌家具的平均销售价格下降5.64%，主要系Stressless品牌家具主要面对零售店客户，2023由于欧美地区的零售店动销不景

气，导致高价款销量占比降低，低价款销售占比提升所致。IMG及Svane品牌家具销售数量下降幅度较大，但平均销售价格同比有所上升，主要系2023年IMG及Svane品牌家具的产品销售结构发生变化。大型B端客户订单数量同比降幅较大，且大型B端客户订单的单价通常低于其他客户订单，导致平均销售价格小幅上升。具体情况如下表所示：

主要产品	销售数量 (万件)	销售数量 同比变动	销售价格 (元/件)	销售价格 同比变动
定制家具	25.64	-4.25%	2,540.94	-2.10%
成品家具	41.96	-17.42%	975.28	-4.17%
Stressless品牌家具	33.50	-12.76%	6,273.14	-5.64%
IMG品牌家具	12.50	-26.90%	4,245.18	7.61%
Svane品牌家具	4.00	-20.00%	4,229.55	4.86%

5. 同行业可比公司情况

报告期内，公司境内营业收入与境内同行业可比公司营业收入对比情况如下表所示：

公司名称	营业收入(人民币亿元)	同比变动
顾家家居	192.12	6.67%
索菲亚	116.66	3.95%
尚品宅配	49.00	-7.80%
欧派家居	227.82	1.35%
美克家居	41.82	-6.98%
好莱客	22.65	-19.78%
曲美家居-境内	12.26	-13.84%

2023年，可比公司中顾家家居、索菲亚及欧派家居营业收入均实现了不同程度的正向增长，上述公司中顾家家居、索菲亚、欧派家具为具有行业优势的龙头企业，营业收入受市场需求下滑的影响较小，仍保持竞争优势，此外还拓

展了家装业务，弥补了家具业务市场下滑的影响，因此在家具行业整体下滑的情况下仍能实现收入的一定增长。而尚品宅配、美克家居、好莱客等与公司收入规模接近的企业，同样受市场不利变化影响较大，收入出现了不同程度的下降，整体表现与公司接近。

报告期内，公司境外营业收入与境外同行业可比公司营业收入对比情况如下表所示：

公司名称	营业收入（人民币亿元）	同比变动
Wayfair	850.14	-0.09%
Tempur Sealy International	348.85	0.09%
Lazboy	145.50	-13.72%
Natuzzi	25.83	-29.86%
曲美家居-境外	28.01	-23.22%

与境内情况类似，境外同行业可比公司中规模较大的企业营业收入受市场需求下滑的影响较小，而与公司境外业务规模相近的可比公司同样受到较大需求冲击。

综上所述，2023年受国内外市场消费需求减弱的影响，公司的产品销量呈下滑趋势。为应对市场挑战，公司采取更积极的销售策略，提高了销售折扣。这导致公司2023年收入下降，其中成品家具、饰品及其他以及IMG品牌家具板块降幅较为显著。

普华永道中天回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对曲美家居 2023 年度的财务报表进行了审计，上述审计工作旨在使我们能够对曲美家居 2023 年度财务报表整体出具审计意见。

除在上述审计过程中执行的审计程序外，针对公司上述问题的回复，我们核对至公司 2023 年度按产品类型及客户分类的收入成本明细表，查阅了同行业可比公司定期报告，并将其与上述回复相关内容进行了核对，我们将公司就上述问题的回复与我们在对公司 2023 年度财务报表执行审计工作以及前述核查程序中取得的审计证据、财务资料以及从管理层了解的信息和获得的解释进行了比较，没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

(2) 在成本分析表中分产品补充披露具体成本构成项目、金额、占比及同比变动情况；

公司回复：

(单位：人民币元)

成本构成项目		2023年	2022年	同比增长率	占收入比重	
					2023年	2022年
定制家具	营业收入	651,414,835.32	694,977,461.04	-6.27%	100.00%	100.00%
	营业成本	449,081,069.14	489,369,191.50	-8.23%	68.94%	70.42%
	直接材料	317,351,043.03	337,265,192.34	-5.90%	48.72%	48.53%
	直接人工	61,644,349.69	75,581,771.88	-18.44%	9.46%	10.88%
	制造费用	70,085,676.42	76,522,227.28	-8.41%	10.76%	11.01%
成品家具	营业收入	409,232,177.98	517,081,204.39	-20.86%	100.00%	100.00%
	营业成本	331,400,618.20	384,254,295.62	-13.75%	80.98%	74.31%
	直接材料	240,565,864.90	280,811,894.56	-14.33%	58.78%	54.31%
	直接人工	58,263,117.08	66,245,339.31	-12.05%	14.24%	12.81%
	制造费用	32,571,636.22	37,197,061.75	-12.43%	7.96%	7.19%
饰品及其他	营业收入	98,345,006.09	140,749,550.60	-30.13%	100.00%	100.00%
	直接材料	73,564,986.28	101,103,902.17	-27.24%	74.80%	71.83%
Stressless 品牌家具	营业收入	2,101,503,537.71	2,552,848,089.54	-17.68%	100.00%	100.00%
	营业成本	1,296,651,698.69	1,585,923,051.43	-18.24%	61.70%	62.12%
	直接材料	589,336,283.41	671,284,631.97	-12.21%	28.04%	26.30%
	直接人工	389,814,576.24	488,966,681.62	-20.28%	18.55%	19.15%
	制造费用	317,500,839.05	425,671,737.84	-25.41%	15.11%	16.67%
IMG 品牌家具	营业收入	530,646,998.58	674,589,343.11	-21.34%	100.00%	100.00%
	营业成本	381,935,110.38	469,826,597.24	-18.71%	71.98%	69.65%
	直接材料	220,455,790.24	269,734,643.45	-18.27%	41.54%	39.99%

成本构成项目		2023年	2022年	同比增长率	占收入比重	
					2023年	2022年
Svane 品牌家具	直接人工	91,459,284.72	89,816,264.24	1.83%	17.24%	13.31%
	制造费用	70,020,035.42	110,275,689.56	-36.50%	13.20%	16.35%
	营业收入	169,182,026.09	201,674,080.01	-16.11%	100.00%	100.00%
	营业成本	144,643,726.30	188,717,196.68	-23.35%	85.50%	93.58%
	直接材料	84,722,983.22	99,163,301.66	-14.56%	50.08%	49.17%
	直接人工	33,932,570.40	40,380,322.53	-15.97%	20.06%	20.02%
	制造费用	25,988,172.67	49,173,572.48	-47.15%	15.36%	24.38%

(3) 区分境内外业务和具体产品类别, 结合市场供需关系、销售政策、定价模式、成本费用构成、同行业可比公司情况等, 量化分析本期部分业务板块毛利率显著下行的原因, 以及同属境内、境外业务的不同产品板块之间本期毛利率走势存在明显差异的原因及合理性。

公司回复:

1. 本期部分业务板块毛利率显著下行的原因

2023年, 公司各业务板块毛利率变动情况如下:

(单位: 人民币万元)

区域	产品类别	营业收入	营业成本	毛利率 (%)	营业收入比上年增减 (%)	营业成本比上年增减 (%)	毛利率比上年增减
境内业务	定制家具	65,141.48	44,908.11	31.06	-6.27	-8.23	增加1.48个百分点
	成品家具	40,923.22	33,140.06	19.02	-20.86	-13.75	减少6.67个百分点
	饰品及其他	9,834.50	7,356.50	25.2	-30.13	-27.24	减少2.97个百分点
境外业务	Stressless 品牌家具	210,150.35	129,665.17	38.3	-17.68	-18.24	增加0.42个百分点
	IMG 品牌家具	53,064.70	38,193.51	28.02	-21.34	-18.71	减少2.33个百分点
	Svane 品牌家具	16,918.20	14,464.37	14.5	-16.11	-23.35	增加8.08个百分点
	合计	396,032.45	267,727.72	32.4	-17.18	-16.83	减少0.28个百分点

2023年，公司境内业务中成品家具产品毛利率为19.02%，同比减少6.67个百分点，饰品及其他产品毛利率为25.2%，同比减少2.97个百分点，IMG品牌家具产品毛利率为28.02%，同比减少2.33个百分点，公司选取销售价格和成本结构两个维度对上述产品毛利率下滑进行量化分析。

i) 境内业务成品家具

2023年，公司境内业务成品家具产品毛利率变动情况如下：

(单位：元/件)

成品家具产品	2023年金额	毛利率变动贡献率	2022年金额
单位价格	975.28	-3.23%	1,017.70
单位成本	789.80	-3.44%	756.28
其中：直接材料	573.32	-2.12%	552.68
直接人工	138.85	-0.87%	130.38
制造费用	77.62	-0.45%	73.21
毛利率/毛利率变动	19.02%	-6.67%	25.69%

注1：上表中的毛利率变动贡献率是按照因素分析法（连环替代法）计算所得。因素分析法（连环替代法）是用于确定引起某个经济指标变动的各个因素的影响程度的一种计算方法；

注2：毛利率变动贡献率即收入或成本数据变动对毛利率造成的影响数值，具体计算公式如下：单位价格毛利率变动贡献率=（1-上期单位成本/本期单位价格）-（1-上期单位成本/上期单位价格），单位成本毛利率变动贡献率=（1-本期单位成本/本期单位价格）-（1-上期单位成本/本期单位价格），下同；

注3：直接材料单位成本毛利率贡献率=（1-（本期直接材料成本+上期其他单位成本）/本期单位价格）-（1-上期单位成本/本期单位价格），其他明细成本科目的单位成本毛利率贡献率计算公式由此类推，下同。

2023年，境内业务成品家具产品毛利率较2022年度下降6.67个百分点，其中：

①单位价格下降对毛利率变动的贡献率为-3.23%，产品单位价格下降主要系报告期内，市场需求不旺，公司采取更加积极的销售策略，增加了打折促销活动的频次，导致产品平均售价有所降低。

②单位成本增长对毛利率变动的贡献率为-3.44%，其中：

单位直接材料成本增长对毛利率变动的贡献率为-2.12%，主要原因系（1）成品家具由公司曲木工厂、沙发工厂、兰考工厂万物生产线生产，由于产品销售收入下降，导致不同批次的订单合并生产的优化效率降低，与此同时，成品家具工厂的生产线相对专业化，无法通过合并产能的方式优化生产，降低成本，导致成品家具的原材料利用率降低，因而造成了原材料成本升高；（2）成品家具所用的木材、皮料、海绵及沙发内架、面料等产品公司采购价格与2022年相比基本持平，综合成本变动不足1%。

直接人工成本增长对毛利率变动的贡献率为-0.87%，主要原因系产品销量下降，单位产品分摊的人工成本升高所致；

制造费用增长对毛利率变动的贡献率为-0.45%，主要原因系产品销量下降导致单位产品的折旧摊销成本升高所致；

ii) 境内业务饰品及其他

(单位：人民币元)

饰品及其他	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入增减	毛利率增减
饰品及其他家具	38,507,878.88	31,919,511.01	17.11%	-49.40%	-3.13%
维鲸子公司	24,848,747.60	18,817,745.57	24.27%	-11.68%	-13.06%
直营家装	34,988,379.61	22,827,729.70	34.76%	-4.17%	-2.88%

饰品及其他	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入增减	毛利率增减
合计	98,345,006.09	73,564,986.28	25.20%	-30.13%	-2.97%

2023年，饰品及其他业务产品毛利率为25.2%，同比减少2.97个百分点。饰品及其他产品构成包括饰品及其他家具收入、维鲸子公司收入、直营家装业务收入等，其中：

饰品业务及其他家具收入下降49.40%，主要原因系2023年曲美品牌开店数量减少，毛利率下降3.13个百分点，主要原因系招商难度加大，公司为了鼓励经销商开店，对各类装店主材、上样产品及装店饰品加大折扣力度，导致毛利率降低；维鲸子公司收入下降11.68%，主要系终端需求不佳导致销量降低所致，毛利率下降13.06%，主要系IMG工厂对中国区域提高售价，以及维鲸公司销售价格降低所致；直营家装业务收入下降4.17%，主要原因系2023年北京地区房地产交易量下降，家装需求受到影响所致，毛利率下降2.88个百分点，毛利率下降主要原因系直营家装业务销售活动力度增加，折扣提高所致。

iii) 境外业务IMG品牌家具

2023年，公司境外IMG品牌家具产品毛利率变动情况如下：

(单位：元/件)

IMG品牌家具	2023年金额	毛利率变动贡献率	2022年金额
单位价格	4,245.18	4.92%	3,944.97
单位成本	3,055.48	-7.25%	2,747.52
其中：直接材料	1,763.65	-4.39%	1,577.40
直接人工	731.67	-4.86%	525.24
制造费用	560.16	2.00%	644.89
毛利率/毛利率变动	28.02%	-2.33%	30.35%

2023年，境外业务IMG品牌家具产品毛利率较2022年度下降2.33个百分点，其中：

①单位价格增长对毛利率变动的贡献率为4.92%，产品单位价格增长主要系客户结构变化及产品单价变化影响。客户结构方面：2023年，两家主要大型B端客户的销量下滑34.66%，导致他们在总销量中占比由17.61%降至15.74%。由于大型B端客户订单的价格通常低于其他客户（其销售均价低于IMG产品平均售价43.63%），这些客户的销量下降使得平均销售价格小幅上升。产品价格方面：IMG品牌主销产品价格均有不同程度的上涨，其中，销量占比前三的型号（N-series、Nordic87、Victor）合计占IMG产品销量比重为22.57%销售均价分别提升19.8%、2.8%、14.4%。

②单位成本增长对毛利率变动的贡献率为-7.25%，超过了单位价格增长对毛利率的正面贡献，其中：

单位直接材料成本增长对毛利率变动的贡献率为-4.39%，主要原因系2022年境外业务原材料成本及运输成本大幅上涨，公司储备原材料金额上升，2023年消化了这部分采购价格较高的库存，导致2023年生产产品使用的原材料成本上涨所致；

直接人工成本增长对毛利率变动的贡献率为-4.86%，主要原因系收入下降，减员增效措施的效果存在滞后，导致单位人工成本分摊增加所致上升；

制造费用下降对毛利率变动的贡献率为2.00%，主要原因系能源成本、运费成本等其他成本下降，影响大于因产量下降导致的单位折旧摊销费用上升的因素，使得单位制造费用整体有所下降。

2. 同属境内、境外业务的不同产品板块之间本期毛利率走势存在明显差异的原因及合理性

2023年，公司境内业务中定制家具产品毛利率31.06%，同比增长1.48个百分点，与境内业务成品家具、其他业务毛利率走势存在明显差异；境外业务中IMG品牌家具产品毛利率同比下降2.33个百分点，与Stressless品牌家具、Svane品牌家具的产品毛利率走势存在明显差异。

i) 境内业务不同板块毛利率走势差异原因及合理性分析

境内业务板块毛利率变动贡献率			
	成品家具	定制家具	饰品及其他业务
单位价格	-3.23%	-1.51%	
单位成本	-3.44%	2.99%	
其中：直接材料	-2.12%	0.86%	
直接人工	-0.87%	1.65%	
制造费用	-0.45%	0.49%	
毛利率/毛利率变动	-6.67%	1.48%	-2.97%

境内业务方面，成品家具业务毛利率下降6.67个百分点，饰品及其他业务毛利率下降2.97个百分点，定制家具业务毛利率增加1.48个百分点。成品家具业务与饰品及其他业务毛利率走势一致，与定制家具业务毛利率走势不一致，主要原因系：

其一，成品家具与定制家具的价格走势一致，均呈现下降趋势，成品家具价格变化对毛利率影响-3.23个百分点，定制家具价格变化对毛利率影响-1.51个百分点；

其二，成品家具与定制家具直接材料成本变化趋势不一致，成品家具原材料成本变化对毛利率影响-2.12个百分点，定制家具原材料成本变化对毛利率影响0.86个百分点。主要因为：①成品家具由公司曲木工厂、沙发工厂、兰考工厂万物生产线生产，由于产品销售收入下降，导致不同批次的订单合并生产的

优化效率降低，与此同时，成品家具工厂的生产线相对专业化，无法通过合并产能的方式优化生产，降低成本，导致成品家具的原材料利用率降低，因而造成了原材料成本升高；②定制家具由于公司在 2023 年关闭了定制第一分厂，将产能转移至第二分厂和第三分厂，第一分厂的设备相对第二分厂、第三分厂落后，因此定制家具整体生产效率提高，材料利用率提升，直接材料成本降低。③定制家具所用原材料主要为刨花板，刨花板采购价格 2023 年末较 2023 年初下降 4%左右，而成品家具所用的实木板材、海绵、面料价格基本持平。

其三，成品家具与定制家具直接人工变化趋势不一致，成品家具人工成本变动对毛利率影响-0.87 个百分点，定制家具人工成本变动对毛利率影响 1.65 个百分点。主要因为①成品家具收入降幅为 20.86%，定制家具收入降幅为 6.27%，成品家具收入下降更多，分摊的人工成本上升幅度更大；②成品家具由三个相对专业化分工的工厂生产，未在报告期内进行有效的产能合并，导致工厂员工的劳产率降低；而定制家具收入降幅较小，且由于关闭了第一分厂，生产改为建厂时间较晚、生产效率较高的第二分厂、第三分厂负责，因此人工效率提升，直接人工成本降低；

其四，成品家具与定制家具制造费用变化趋势不一致，成品家具制造费用变化对毛利率影响-0.45 个百分点，定制家具制造费用变化对毛利率影响 0.49 个百分点，主要因为定制家具报告期内关闭了第一分厂，导致制造费用及其他外包生产成本降低所致。

境内饰品及其他业务毛利率下降 2.97 个百分点，主要原因与成品家具、定制家具的变化原因稍有不同，详见本复函对应部分的分析。

综上所述，境内业务成品家具、定制家具、饰品及其他业务的毛利率变化趋势不一致是合理的。

ii) 境外业务不同板块毛利率走势差异原因及合理性分析

(单位：元/件)

境外业务板块毛利率变动贡献率			
	IMG	Stressless	Svane
单位价格	4.92%	-3.71%	4.34%
单位成本	-7.25%	4.13%	3.74%
其中：直接材料	-4.39%	-0.18%	-3.19%
直接人工	-4.86%	1.75%	-0.96%
制造费用	2.00%	2.56%	7.89%
毛利率/毛利率变动	-2.33%	0.42%	8.08%

境外业务方面，IMG品牌毛利率减少 2.33 个百分点，Stressless品牌毛利率增加 0.42 个百分点，Svane品牌毛利率增加 8.08 个百分点。IMG品牌与Stressless品牌、Svane品牌的销售价格变化趋势不一致，主要原因：

其一，Stressless品牌、Svane品牌与IMG品牌产品销售价格变化趋势不一致，Streeless品牌销售价格对毛利率变动贡献率为-3.71%，IMG品牌销售价格对毛利率变动贡献率为 4.92%，Svane品牌销售价格对毛利率变动贡献率为 4.34%，主要原因系：

① Stressless品牌主要面对零售店客户，2023 由于欧美地区的零售店动销不景气，公司采取更加积极的销售策略，增加打折促销活动频次，折扣价销售的产品占比增加，进而拉低产品单位售价；2023 年，Stressless品牌销售均价超过 8000 元的产品系列销量占比自 2022 年的 27.80%降至 2023 年的 26.93%；销售均价低于 5500 元的产品系列销量占比自 2022 年的 23.10%提升至 28.27%；

② IMG品牌产品单位价格增长主要系客户结构变化及产品单价变化影响。客户结构方面：2023 年，两家主要大型B端客户的销量下滑 34.66%，导致他们

在总销量中占比由 17.61% 降至 15.74%。由于大型 B 端客户订单的价格通常低于其他客户（其销售均价低于 IMG 产品平均售价 43.63%），这些客户的销量下降使得平均销售价格小幅上升。产品价格方面：IMG 品牌主销产品价格均有不同程度的上涨，其中，销量占比前三的型号（N-series、Nordic87、Victor）合计占 IMG 产品销量比重为 22.57% 销售均价分别提升 19.8%、2.8%、14.4%。

③ Svane 品牌产品单位价格上涨主要系销售产品结构及客户结构变化所致。Svane 品牌高端产品销量占比增加，销售均价高于 6000 元的产品系列销量占比由 6.62% 提升至 11.85%，大型 B 端客户占比降低，大型客户 MIO（2023 年产品销售均价为 1177 元）的产品销量占比由 18.8% 降至 6.8%，同时 2023 年成功推出的新款零售 C 端产品 SKY（产品均价 8456 元），销量占比由 2022 年的 0% 提升至 3.3%，以上综合导致销售均价提高。

其二，Stressless 品牌、Svane 品牌与 IMG 品牌产品直接材料成本变化趋势一致，Stressless 品牌直接材料成本变化对毛利率变动贡献率为 -0.18%，IMG 品牌直接材料成本变化对毛利率变动贡献率为 -4.39%，Svane 品牌直接材料成本变化对毛利率变动贡献率为 -3.19%，主要原因系：

① 2022 年境外业务原材料成本及运输成本大幅上涨，公司储备原材料金额上升，2023 年消化了这部分采购价格较高的库存，导致 2023 年生产产品使用的原材料成本上涨所致；

② Stressless 品牌产品销售结构中低价款式占比提高（详见上页数据），低价款式原材料成本偏低，因此 Stressless 品牌直接材料成本变化对毛利率变动率的负贡献在三个品牌中最小。

其三，Stressless 品牌、Svane 品牌与 IMG 品牌产品直接人工成本变化趋势不一致，Stressless 品牌直接人工成本变化对毛利率变动贡献率为 -1.75%，IMG 品

牌人工成本变化对毛利率变动贡献率为-4.86%，Svane品牌直接人工成本变化对毛利率变动贡献率为-0.96%，主要原因系：①Svane品牌、IMG品牌收入下降，分摊的人工成本上升；②2023年初Stressless挪威工厂裁员，导致Stressless品牌分摊的人工成本降低。

其四，Stressless品牌、Svane品牌与IMG品牌制造费用变化趋势一致，Stressless品牌制造费用变化对毛利率变动贡献率为 2.56%，IMG品牌制造费用变化对毛利率变动贡献率为 2.00%，Svane品牌制造费用变化对毛利率变动贡献率为 7.89%。主要原因系：

① 能源成本、运费成本等其他成本下降，影响大于因产量下降导致的单位折旧摊销费用上升的因素，使得单位制造费用整体有所下降；

② Stressless品牌、IMG品牌与Svane品牌的制造费用变动对毛利率变化的贡献率方向一致，但数额差异较大，主要原因为：Stressless品牌折旧摊销与能源费占比从2022年的2.17%升至2023年的2.85%，运费及其他费用占收入比重自2022年的14.51%降至2023年的12.26%；IMG品牌折旧摊销与能源费占比从2022年的3.44%升至2023年的4.74%，运费及其他费用占收入比重自2022年的13.10%降至2023年的8.58%；Svane品牌折旧摊销与能源费占比从2022年的3.41%升至2023年的3.51%，运费及其他费用占收入比重自2022年的20.97%降至2023年的11.85%。可见，由于主要运输线路不同，运费及其他费用占比的变化差异较大，造成三个品牌虽然制造费用对毛利率变化的贡献率方向一致，但数额差异较大。

综上所述，境外业务IMG品牌与Stressless品牌、Svane品牌毛利率变化趋势不一致具有合理原因。

普华永道中天回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对曲美家居 2023 年度的财务报表进行了审计，上述审计工作旨在使我们能够对曲美家居 2023 年度财务报表整体出具审计意见。

除在年度审计过程中执行的审计程序外，针对公司上述问题的回复，我们核对至公司 2023 年度按产品类型分类的收入成本明细表并检查了上述回复中涉及的公司毛利率变动贡献率的计算。我们将公司就上述问题的回复与我们在对公司 2023 年度财务报表执行审计工作及前述核查程序中取得的审计证据、财务信息以及从管理层了解的信息和获得的解释进行了比较，没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

(4) 补充说明公司自并购 Ekornes 以来对境外业务板块在业务、资产、人员、组织结构等方面的整合情况，并结合相关情况分析本期境外业务表现低迷的原因，前期并购标的是否面临持续盈利能力下降风险及公司拟采取的应对措施。

公司回复：

自 2018 年 9 月并购 Ekornes 以来，公司对 Ekornes 进行了全面的改革，但同时保持了 Ekornes 的相对独立性，在业务、资产、人员、组织架构方面，以提升与赋能为主。

业务方面，公司自 2019 年开始，对 Ekornes 旗下 Stressless 品牌、IMG 品牌、Saven 品牌进行改革，但保持海外子公司对业务管理的独立性。销售方面，公司通过 Ekornes 董事会制定整体目标与发展方向，由 Ekornes 子公司制定具体的业务策略，并在中国市场借助曲美的渠道资源与运营经验帮助 Stressless 品牌与 IMG 品牌进行发展；研发方面，由曲美利用国内完备的全品类产品研发体系协

助Ekornes进行沙发、餐桌椅等产品外观、工艺设计方面的研发，提升EkornesAS的研发效率，降低成本；生产与采购方面，曲美（1）为Ekornes代加工部分产品的座椅与沙发底座等部件，实现降本增效；（2）协助EKornes对中国采购的原材料与半成品进行质检；（3）在江苏昆山地区建立中转库房，为Ekornes提供在中国市场的产品仓储与运输服务。

资产方面，公司保持了Ekornes资产的相对独立性和完整性，但通过境外资本结构和债务结构的调整，不断降低境外业务的财务风险。公司于2019年4月在Ekornes QM Holding AS层面发行4.5年期20亿挪威克朗本币的债券，用于置换在卢森堡层面的并购贷款，并通过Ekornes的自有资金及经营现金流进行逐步偿还。2023年3月，公司在Ekornes QM Holding AS层面重新发行了12亿挪威克朗本币的债券，并部分偿还了2019年4月发行的债券本金，完成了存续债务的置换工作。2021年7月，公司使用自有资金回购了外部股东持有的原Ekornes Holding AS公司9.5%股权，并于2022年6月在Qumei Runto S.àr.l.层面引入知名风投机构，持股比例为5.88%。以上调整完毕后，截至目前，上市公司通过子公司间接持有Ekornes的股权比例从2018年9月的90.5%上升至94.12%。

人员方面，上市公司主要通过Ekornes董事会与公司海外业务办公室对Ekornes的业务进行管理。2019年，公司率先优化了Ekornes的董事会，保留了原有Ekornes的家族董事代表，将原Ekornes董事会成员、Flokk家具品牌的现任CEO提拔为副董事长，由上市公司控股股东、上市公司董事长赵瑞海出任董事长，自此形成了高效的董事会治理模式。Ekornes层面，公司在2019-2023年陆续更换了CEO、CFO、研发总监等核心高管，但仍然保持了Ekornes管理层的独立性，新任CEO、CFO直接向Ekornes董事会汇报，其他高管向CEO汇报。

组织架构层面，上市公司基本保持了Ekornes AS组织架构的完整性，但根据业务需求对其内部组织架构进行了调整与优化，包括：其一，销售部门扁平化，取消Ekornes层面主管销售的副总经理，使欧洲、北美、亚太等各销售大区负责人直接向CEO汇报，提高决策效率；其二，合并Stressless品牌、IMG品牌、Svane品牌在各个销售大区的管理职能，将不同品牌在同一销售区域的销售团队进行合并，提高销售服务效率；其三，合并生产部门，充分利用泰国工厂、立陶宛工厂在人工、制造费用方面的成本优势，将部分Stressless品牌家具产品的生产工序和产线转移到挪威以外的工厂生产，实现生产资源的全球化配置，降本增效。

2021-2022年，受到欧美国家量化宽松的刺激，终端消费需求强劲，Ekornes全球零售商对经营形式形成了较为乐观的判断，公司收到的产品订单金额快速增长，提前消化了部分市场需求。2022年以来，全球宏观经济环境走弱，一方面，俄乌冲突与欧美金融市场持续加息对消费者需求造成影响，零售商动销下滑；另一方面，海运成本与原材料价格出现短期大幅上涨，对Ekornes的毛利率水平造成较大影响。此外，境外有息负债的浮动利率持续走高，造成公司有息负债利息成本大幅提高。面对以上困难，公司采取了积极的应对措施，其一，销售方面，公司通过产品创新和中国、北美等市场的持续深耕，打造内生增长的驱动因素；其二，成本上，随着2023年高价原材料库存的消耗接近尾声，公司存货占用资金规模持续降低，毛利率预计将开始回升，与此同时，海运费已于2023年开始自高点回落，呈现改善趋势；其三，公司自2023年开始在国内曲美及Ekornes同步推进减员降本增效工作，人力成本持续下降；其四，财务成本方面，公司一方面积极推动新一轮债务置换计划，从境外有息负债结构上降低利息成本，另一方面，2024年以来，境外借款的浮动利率已自高点回落0.75

个百分点，随着欧美央行降息预期的提高，预计浮动利率将呈现逐步下降的趋势。考虑到公司采取的多项积极举措，公司认为持续盈利能力下降的风险较小。

问题 2.关于存货

年报披露，2023 年末公司存货账面余额 7.78 亿元，同比下降 28.11%，主要因控制库存导致期末存货减少。公司累计计提存货跌价准备为 1.11 亿元，其中本期新增计提 0.69 亿元，主要集中于原材料(0.51 亿元)、库存商品(0.16 亿元)。期末公司存货跌价准备的整体计提比例从 4.19%上升至 14.32%，其中原材料、库存商品的存货跌价准备计提比例分别从 2.69%、5.85%升至 18.51%、11.97%。

请公司：(1)区分具体产品类别，补充披露各类别存货的库龄结构，并结合本期经营战略、产品销售及原材料采购情况、原材料价格波动、同行业可比公司情况等，说明公司控制库存的主要考虑；(2)结合存货的具体类型、库龄结构、价格变化、存货可变现净值测算情况，以及当前在手订单及主要产品销售情况、同行业可比公司情况等，说明本期对原材料及库存商品跌价准备计提比例显著提升的原因及合理性，是否存在通过计提存货跌价准备进行不当盈余管理的情形，是否存在前期计提不充分的情形。

请年审会计师就问题(2)发表意见。

(1) 区分具体产品类别，补充披露各类别存货的库龄结构，并结合本期经营战略、产品销售及原材料采购情况、原材料价格波动、同行业可比公司情况等，说明公司控制库存的主要考虑

公司回复：

1. 公司2023年12月31日各类别存货的库龄结构情况如下：

(单位：人民币万元)

存货类型	2023年12月31日			2022年12月31日		
	1年以内	1年以上	合计	1年以内	1年以上	合计

原材料及 周转材料	境内	3,728.21	1,919.88	5,648.09	6,450.24	1,724.93	8,175.17
	境外	24,366.67	6,477.22	30,843.89	45,371.73	1,743.25	47,114.98
在产品及 半成品	境内	1,434.05	-	1,434.05	2,090.51	-	2,090.51
	境外	4,741.79	417.06	5,158.85	8,129.02	202.00	8,331.02
库存商品	境内	6,784.40	4,063.08	10,847.48	5,980.75	3,787.87	9,768.62
	境外	21,437.33	2,381.93	23,819.26	31,266.95	1,404.89	32,671.84
合计		62,492.45	15,259.17	77,751.62	99,289.20	8,862.94	108,152.14

2. 公司控制库存的主要考虑

公司对于库存的控制主要考虑订单量及交付周期情况、对未来中、短期销售趋势的判断、主要原材料的供应链及物流情况、主要原材料价格波动情况等因素。2023 年公司境内、外销售均出现明显下降，公司在控制库存方面的整体经营战略是尽可能降低库存，减少存货对营运资金的占用，减轻销售和利润下降对经营性净现金流量的影响。

总体而言，公司境内、境外业务的总体存货余额均有所下降，其中境内业务存货余额减少 1,997.91 万元，下降 9.8%；境外业务存货余额减少 28,402.61 万元，下降 32.4%，且境外业务存货占公司总存货余额的比重为 76%，境外业务下降更为显著，主要原因是：

(1) 在 2021 年、2022 年期间 Ekornes 订单量出现爆发式增长，公司需要积极备货以应对市场需求，与此同时，受到全球疫情暴发等因素影响，国际海运运力和原材料供应链均出现不稳定的情况，导致境外业务原材料的采购周期拉长，运输到库时间增加。为了保障供应链安全，避免因原材料短缺问题导致生产停滞，同时为了尽可能减少海运费迅速上涨带来的影响，公司提高了原材料的安全备货量；此外，2020 年下半年开始，境外业务原材料的采购单价快速上升，公司考虑到原材料采购成本问题，在价格上升周期逐渐增加原材料的备货金额。上述因素综合导致 2021 年、2022 年原材料余额大幅上升，原材料整体

库存处于较高水平。

自 2022 年四季度，境外业务原材料采购单价在达到高峰后开始回落，公司在价格下降周期逐渐降低原材料的采购速度；自 2023 年开始，国际海运运力和原材料供应链逐步恢复正常，公司主动降低了原材料库存，以释放出更多的运营资金；另外，2023 年订单量出现大幅下降，公司亦采取了降低 Ekornes 原材料整体库存的举措。

2019-2023 年末，Ekornes 原材料存货金额分别为 2.40 亿人民币(3.03 亿挪威克朗)、3.60 亿人民币(4.70 亿挪威克朗)、5.24 亿人民币(7.25 亿挪威克朗)、4.56 亿人民币(6.48 亿挪威克朗)、2.44 亿人民币(3.50 亿挪威克朗)。

(2) Ekornes 主要依靠海运方式将产品从挪威、立陶宛及东南亚的生产基地运往欧洲、北美、亚太等地区的仓库，再将产品从各销售地区的仓库配送给零售商。由于销售区域内的中转仓库多为 Ekornes 在全球各地的子公司运营管理，公司确认收入的时点大多数情况下为公司产品运离各销售地区的仓库之时。因此，由于疫情期间国际海运运力紧张导致运输周期的拉长，公司产成品在途存货金额增加。2023 年，随着海运价格回落，远洋运力紧张局面大幅缓解，远洋运输周期逐渐恢复正常，公司在途产成品库存金额回落。

2019-2023 年末，Ekornes 产成品存货金额分别为 1.77 亿人民币(2.23 亿挪威克朗)、2.15 亿人民币(2.81 亿挪威克朗)、3.15 亿人民币(4.35 亿挪威克朗)、3.09 亿人民币(4.39 亿挪威克朗)、2.06 亿人民币(2.95 亿挪威克朗)。

由于公司存货余额大部分为境外业务产生，国内不存在在产品类型、生产地、销售地等方面与 Ekornes 较为可比的上市公司，因此未进行比较分析。

(2) 结合存货的具体类型、库龄结构、价格变化、存货可变现净值测算情况，以及当前在手订单及主要产品销售情况、同行业可比公司情况等，说明本期对原材料及库存商品跌价准备计提比例显著提升的原因及合理性，是否存在通过计提存货跌价准备进行不当盈余管理的情形，是否存在前期计提不充分的情形

公司回复：

1. 各类型存货账面余额及跌价准备明细

(单位：人民币万元)

存货类型		2023年12月31日			2022年12月31日		
		账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料及 周转材料	境内	5,648.09	253.96	4.50%	8,175.16	-	-
	境外	30,843.89	6,488.99	21.04%	47,114.99	1,477.94	3.14%
	小计	36,491.98	6,742.95	18.48%	55,290.15	1,477.94	3.14%
库存商品	境内	11,393.89	1,426.90	12.52%	10,208.27	1,160.92	11.37%
	境外	23,272.85	2,721.87	11.70%	32,232.19	1,320.27	4.10%
	小计	34,666.74	4,148.77	11.97%	42,440.46	2,481.19	15.47%
在产品及 半成品	境内	1,434.05	-	-	2,090.51	-	-
	境外	5,158.85	243.07	4.71%	8,331.02	577.22	6.93%
	小计	6,592.90	243.07	3.69%	10,421.53	577.22	6.93%
合计		77,751.62	11,134.79	14.32%	108,152.14	4,536.35	3.14%

2. 存货跌价准备的具体确认标准和计提方法

公司存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的合同履约成本和销售费用以及相关税费后的金额确定。在同一地区生产和销售且具有相同或类似最终用途的存货，合并计提存货跌价准备。

对于库存商品，公司根据该库存商品的在手订单或预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。通常情况下，对于正常销售的产品，由于公司整体定价政策能够保证充足的毛利空间，无需计提跌价准备；对于滞销、存在质量缺陷或计划淘汰的产品，公司会相应制订打折处理或直接

退出市场的政策，可能导致可变现净值低于成本的情况，从而需要计提跌价准备。

对于在产品及半成品，公司根据在手订单生产或近期计划销售的产品售价减去至完工时估计将要发生的成本、销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值，这部分存货通常对应在手订单或计划短期内销售，出现可变现净值低于成本的情况较少。

对于原材料及周转材料，木材、钢材、铝材、皮料、部分五金件等材料大部分属于通用材料，可以用于大部分产品，且保质期较长，在终端产品整体上有较为充足的利润空间的情况下，不会出现可变现净值低于成本的情况，无需计提跌价准备；对于非通用材料、化工品，如果对应产品出现滞销、跌价或淘汰的情况，可能导致可变现净值低于成本，公司按照预计处置售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定可变现净值。

3. 本期对原材料及库存商品跌价准备计提比例显著提升的原因及合理性

(1) 境内业务(曲美分部)

(单位：人民币万元)

存货类型	2023年12月31日			2022年12月31日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料及周转材料	5,648.09	253.96	4.50%	8,175.16	-	-
在产品	1,434.05	-	-	2,090.51	-	-
库存商品	11,393.89	1,426.90	12.52%	10,208.27	1,160.92	11.37%
合计	18,476.03	1,680.86	9.10%	20,473.94	1,160.92	5.67%

2023年末，境内分部对滞销产品对应的非通用材料按照预计处置售价确定可变现净值后计提253.96万元跌价准备；对滞销、停产的库存商品按照公司制定的折扣处理政策和近期销售情况确定可变现净值，相应计提1,426.90万元跌价准备。截止2023年12月31日，境内分部存货跌价准备余额1,680.86万元，

较 2022 年 12 月 31 日增加 519.94 万元，其中本期计提跌价准备 524.98 万元、本期转销 5.04 万元。计提金额和比例与 2022 年末相比变动较小。

(2) 境外业务(Stressless、IMG 及 Svane 分部)

(单位：人民币万元)

存货类型	2023年12月31日			2022年12月31日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
原材料	30,843.89	6,488.99	21.04%	47,114.99	1,477.94	3.14%
库存商品	23,272.85	2,721.87	11.70%	32,232.19	1,320.27	4.10%
在产品及半成品	5,158.85	243.07	4.71%	8,331.02	577.22	6.93%
合计	59,275.59	9,453.93	15.95%	87,678.20	3,375.43	3.85%

境外业务成品主要为舒适椅、沙发、电动椅、床及床垫等；原材料采购主要分为常规原材料采购和特殊材料采购两种不同的模式。常规原材料以钢、皮革、电机、胶合板、泡沫化工物质、布料等为主；特殊原材料根据公司产品特殊定制的如“多功能沙发”的机械装置、基座等。

截止 2023 年 12 月 31 日，境外业务存货跌价准备余额 9,453.93 万元，较 2022 年 12 月 31 日增加 6,078.50 万元，其中本期计提跌价准备 6,424.76 万元、本期转销 548.36 万元、外币报表折算影响 202.10 万元。

本期计提跌价准备 6,424.76 万元，较上年显著提升的主要原因是境外业务进行产品结构调整及内部重组，对部分子公司库存商品和原材料计提跌价准备。主要原因如下：

① 挪威工厂产品结构调整及库存清理

2020 至 2022 年期间，Ekornes 销售增长较快，特别是 Stressless 品牌订单出现爆发式增长。在这一时期 Ekornes 对于未来市场预期较为乐观，采取了较为激进的市场策略，推出了大量新产品线，包括一些具有电动等新功能的产品，

并在皮料颜色等方面给与客户更多的定制化选择。新增的产品线导致所需原材料的种类和数量相应增加，加之对海运运力和全球供应链不稳定等因素的考虑，公司加大了采购规模，导致库存大幅上升。Ekornes 的营运资金从 2020 年第三季度的 9.39 亿挪威克朗增至 2022 年第三季度的 17.87 亿挪威克朗，为历史最高记录。

而自 2022 年下半年以来受俄乌冲突及欧美国家通货膨胀压力高企的影响，欧洲及北美市场的消费需求受冲击程度较大，2023 年 Ekornes 销售额、在手订单量出现明显下滑。

境外业务 2022-2023 年度销售额如下：

(单位：人民币万元)

销售情况	2022年度	营业收入比上年增减	2023年度	营业收入比上年增减
营业收入	342,911.15	6.68%	280,133.26	-18.31%

2023 年及 2022 年第四季度，境外业务在手订单情况如下：

(单位：人民币万元)

境外业务	2023年第四季度	2022年第四季度	变动比例
在手订单量	32,585.99	52,862.47	-38.36%

与此同时，公司在前几年推出的新产品线中有部分市场反响不佳，不但无法推动公司销售增长，反而由于产品线过多、新产品生产工艺更复杂以及所需原材料品种的增加导致整体生产效率和库存管理效率降低和售后成本增加。为了应对市场变化，扭转销售额下滑、营运资本过高的局面，Ekornes 管理层于 2023 年启动了“Focus 23”优化产品结构计划及库存清理计划，旨在精简产品线、提高生产效率、清理冗余的库存。该计划的实施导致 Ekornes 的子公司 Ekornes AS - Factory JEE（即 Stressless 品牌在挪威最大的生产工厂，生产

Stressless 品牌全系列产品) 在 2023 年计提了 4,073.63 万元存货跌价准备, 具体包括:

- a) 淘汰 Stressless Original base、Cross 4-arm Large 系列等性能较差、低利润率的产品线, 相应对这部分产品线的专用原材料计提跌价准备 867.58 万元;
- b) 停产疫情期间推出的 Stressless Outdoor 系列等市场认可度不佳的产品线, 相应对这部分产品线的专用原材料计提跌价准备 418.77 万元;
- c) 停产 Legcomfort 2.1、Sam & Scott 等销路不畅且由于功能复杂导致售后成本较高的产品线, 相应对这部分产品线的专用原材料计提跌价准备 1716.74 万元;
- d) 前期为保证具有电控功能的产品交付采购了大量电池, 如电动座椅充电电池包、控制座椅角度所需电池等, 2023 年由于市场销量下降及部分具有电动功能的产品线停产, 导致周转速度下降, 部分电池已过质保期, 相应计提跌价准备 513.41 万元;
- e) 清理壁挂式变压器等由于功能过时或相关法规要求变化, 预计在未来的产品线中将不再使用的电子元件原材料, 计提跌价准备 252.68 万元。
- f) 其他根据期末存货盘点情况对变质、毁损或冗余的原材料计提 304.44 万元存货跌价准备。

② 关闭 IMG 越南工厂

Ekornes 于 2023 年第四季度关闭了 IMG 越南工厂, 将生产线转移至泰国工厂, 综合评估存货运成本、库存水平及未来生产需求后, 计划将部分越南工厂库存的原材料进行报废处理, 相应计提 520.79 万元存货跌价准备;

③ 处理滞销产品

子公司 Ekornes APAC 淘汰或处理亚太市场部分 IMG 及 Stressless 滞销型

号产品，相应对库存商品计提 310.93 万元存货跌价准备；子公司 Ekornes Beds AS 淘汰部或处理 Svane 品牌部分滞销型号的产品，相应对库存商品计提 461.62 万元存货跌价准备。

4. 同行业可比公司的存货跌价计提情况

(单位：人民币万元)

公司简称	项目	2023年12月31日	2022年12月31日
顾家家居	存货账面余额	198,643.17	189,819.44
	存货跌价准备	1,878.60	1,490.53
	占比	0.95%	0.79%
索菲亚	存货账面余额	61,289.94	67,278.71
	存货跌价准备	4,906.25	3,635.05
	占比	8.00%	5.40%
尚品宅配	存货账面余额	77,853.84	88,540.56
	存货跌价准备	193.83	237.61
	占比	0.25%	0.27%
欧派家居	存货账面余额	113,245.78	141,400.73
	存货跌价准备	-	-
	占比	-	-
曲美家居	存货账面余额	77,751.62	108,152.14
	存货跌价准备	11,134.79	4,536.35
	占比	14.32%	4.19%

家居行业存在产品定制化的特点，产品线多样，通过公开检索同行业可比公司存货跌价准备计提情况，可以看到同行业可比公司总体存货水平相对稳定，存货计提比例整体较低。公司 2023 年存货跌价准备计提偏高主要是境外业务前期库存水平较高，2023 年收入出现下降，境外业务对产品结构进行调整，并对库存进行清理所导致，与可比公司的经营状况有所不同。

综上，原材料及库存商品跌价准备计提比例显著提升具有商业合理性，符合会计准则的要求，不存在通过计提存货跌价准备进行不当盈余管理的情形或前期计提不充分的情形。

普华永道中天回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对曲美家居 2023 年度的财务报表进行了审计，上述审计工作旨在使我们能够对曲美家居 2023 年度财务报表整体出具审计意见。

除在上述审计过程中执行的审计程序外，针对公司上述问题的回复，我们还查阅了同行业可比公司定期报告，并将其与上述回复相关内容进行了核对，我们将公司就上述问题的回复与我们在对公司 2023 年度财务报表执行审计工作以及前述核查程序中取得的审计证据、财务资料以及从管理层了解的信息和获得的解释进行了比较，没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题 3.关于商誉及无形资产

年报披露, 2023 年末公司商誉账面余额 10.73 亿元,系 2018 年收购 Ekornes 产生。前述商誉分摊为 Stressless 品牌和 IMG 品牌两个项目组组合, 分别进行商誉减值测试。本期商誉减值测试显示, 包含分摊的商誉的资产组组合的可收回金额均高于其账面价值, 因此不计提商誉减值, 但年报未披露关键参数的具体数值。2023 年末公司无形资产账面余额 20.07 亿元, 主要为前述收购事项形成的商标权、客户关系, 期末余额分别为 10.02 亿元、8.18 亿元。其中, Stressless、IMG 商标权分别按预计受益年限 50 年、20 年平均摊销, 客户关系分别按预计受益年限 25 年、20 年平均摊销, 上述项目均未计提减值。

请公司: (1)补充披露商誉减值测试的关键假设、主要参数及其确定依据, 包括但不限于预测期收入增长率、稳定期收入增长率、息税折旧及摊销前利润率及税后折现率等, 并补充披露进行商誉减值测试的评估报告; (2) 结合 Ekornes ASA 的市场占有率和业绩变化情况, 对比减值测试中的关键指标, 说明公司是否存在商誉减值计提不充分的情形; (3)补充披露无形资产减值测试的具体计算过程、指标选取依据及较上年变化情况, 并结合行业变化情况、对应客户合同履行情况及历年实际流失率、近年产品销售情况及市场波动态势、同行业可比公司情况等, 说明对商标权、客户关系的确认及摊销年限是否合理, 实际经营情况与相关预测参数是否存在重大差异, 并据此说明无形资产的减值准备计提是否充分。

请年审会计师就问题(2)(3)发表意见。

(1) 补充披露商誉减值测试的关键假设、主要参数及其确定依据，包括但不限于预测期收入增长率、稳定期收入增长率、息税折旧及摊销前利润及税后折现率等。

公司回复：

1. 补充披露商誉减值测试的关键假设、主要参数

补充披露信息如下：

公司根据历史经验及对市场发展的预测确定收入增长率和息税折旧及摊销前利润率，并考虑了行业数据及经济数据，预测期增长率基于历史数据、经董事批准的预算及未来的商业计划，稳定期增长率为预测期后所采用的增长率，采用预期通货膨胀率，折现率为反映相关资产组或资产组组合的特定风险的税后折现率。

2023年度，相关资产组组合的可回收金额及采用未来现金流量折现方法的主要假设如下：

(单位：人民币元)

主要假设	Stressless 业务	IMG 业务
预测期收入增长率	6.6%-7.5%	-6.7%-24.0%
稳定期收入增长率	2.0%	2.0%
息税折旧及摊销前利润率	9.7%-15.0%	11.3%-21.0%
税后折现率	10.1%	10.1%
可回收金额	3,017,335,942.72	1,413,663,329.31

2. 商誉减值测试的关键假设、主要参数的确定依据

公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，至少于每年年度终了对收购Ekornes产生的商誉进行减值测试。公司采用资产组组合的公允价值减

去处置费用后的净额确定其可回收金额，使用收益法评估确定公允价值减去处置费用后的金额，并采用税后的未来现金流及折现率计算。商誉减值测试中的采用的未来现金流及折现率由Ekornes管理层于每年底根据经董事会批准的次年预算以及对宏观经济环境、行业环境、以往年度实际经营状况及未来经营规划等因素的预测进行确认和编制，并提交曲美家居管理层复核。2023年度，公司根据企业会计准则执行商誉减值测试，未聘请外部机构出具商誉减值测试评估报告。

在评估未来现金流量时，关键假设包括预测期收入增长率、稳定期收入增长率、息税折旧及摊销前利润率及税后折现率等，其确定依据如下：

① 预测期收入增长率

预测期为五年，即2024年至2028年。2024年销售收入基于经Ekornes董事批准的预算，2025年至2028年收入增长率参考Ekornes历史经验，按照公司未来商业计划及对市场发展的预测确定，并考虑了行业数据及经济数据。

② 息税折旧及摊销前利润率

按照息税折旧及摊销前利润占销售收入的比例的预测，2024年基于经Ekornes董事批准的预算，2025年至2028年息税折旧及摊销前利润率参考Ekornes历史数据和未来商业计划及成本控制措施确定。

③ 稳定期收入增长率

稳定期增长率为预测期后所采用的增长率，采用预期通货膨胀率2%，与Ekornes产品的主要经营地及核心经营资产所在地的通货膨胀预期一致，且不高于对家居行业增长的长期预期。

④ 税后折现率

折现率为反映相关资产组或资产组组合的特定风险的税后名义折现率，采用资本资产定价模型(CAPM)及公司可比债务成本计算的加权平均资本成本(WACC)确定，计算公式如下：

$$\text{加权平均资本成本(WACC)} = \text{税后债务成本} * \text{债务比率} + \text{股权成本} * \text{股权比率}$$

3. 预测期各年及稳定期关键假设具体情况

(单位：百万挪威克朗)

项目	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	稳定期
	预测	预测	预测	预测	预测	预测
Stressless:						
营业收入	3,350.15	3,601.41	3,871.51	4,161.87	4,474.02	—
收入增长率	6.6 %	7.5 %	7.5 %	7.5 %	7.5 %	2.0%
息税折旧及摊销前利润率	9.7 %	15.0 %	15.0 %	15.0 %	15.0 %	15.0 %
税后折现率	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%
IMG:						
营业收入	769.16	954.00	1,072.00	1,203.00	1,351.00	—
收入增长率	-6.7 %	24.0 %	12.4 %	12.2 %	12.3 %	2.0%
息税折旧及摊销前利润率	11.3 %	15.6 %	18.1 %	20.6 %	21.0 %	21.0 %
税后折现率	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%	10.1%

(2) 结合 Ekornes 的市场占有率和业绩变化情况，对比减值测试中的关键指标，说明公司是否存在商誉减值计提不充分的情形。

公司回复：

Ekornes是一家全球化的品牌家具研发、制造和销售企业，主要开发、制造舒适椅、沙发和床垫产品，并通过全球的家具商店、进口商和零售商销售旗下产品。全球家居市场细分市场众多且集中度较低，Ekornes并非综合性家具企业

，其所处的以舒适椅为主的细分市场受到地域分布、设计风格、工艺和材料多样性的影响，集中度较低，同行业公司业务多样且分散，并无权威公开的相关市场占有率信息。

Ekornes每年末基于上年预测的实现情况、在手订单情况、近期战略及计划分别制定各业务分部的次年预算，作为减值测试中的首年现金流预测，并根据经营现状以及对宏观经济环境、行业环境、未来经营规划等因素的预测对预测期后续年度的现金流进行更新。2023年度尽管Stressless及IMG业务的收入实现了预算，但息税折旧及摊销前利润率未达到预算值。公司在制定2024年度预算及更新减值测试现金流预测时，考虑了2023年度实际与预算偏差的原因，结合对未来市场情况的预期及公司的降本增效计划，在2022年预测的基础上整体调低了未来预测期间的收入及息税折旧及摊销前利润。经过测试，Stressless及IMG资产组的净空间率分别为19.9%、8.2%，相关商誉于2023年12月31日仍无需计提减值准备。以下主要从Ekornes业绩变化情况分析减值测试关键假设的合理性：

i) 预测期收入增长率及息税折旧及摊销前利润率

①被收购后关键业绩指标实际情况

Ekornes自被收购后的收入及息税折旧及摊销前利润率等关键业绩指标情况如下：

(单位：百万挪威克朗)

项目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
	实际	实际	实际	实际	实际
Stressless:					
营业收入	2,402	2,539	3,335	3,646	3,142
收入增长率	—	5.7%	31.4%	9.3%	-13.8%
息税折旧及摊销前利润率	16.9%	18.5%	18.3%	13.7%	8.8%

项目	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
	实际	实际	实际	实际	实际
IMG:					
营业收入	551	672	850	994	825
收入增长率	——	21.8%	26.6%	17.0%	-17.1%
息税折旧及摊销前利润率	19.3%	20.4%	18.6%	12.7%	10.0%

自公司于2018年8月完成对Ekornes的收购以来，尽管经历了三年全球疫情暴发、俄乌冲突、美元持续加息等不利因素影响，Stressless及IMG业务出现较大波动，但整体仍表现出了良好的增长态势及盈利水平。如上表所示，2023年，Stressless业务营业收入为31.42亿挪威克朗，较收购完成后的第一个完整年度即2019年的24.02亿挪威克朗增长30.8%，年复合增长率为6.9%，平均息税折旧及摊销前利润率为15.2%；2023年IMG业务营业收入为8.25亿挪威克朗，较收购后之后的第一个完整年度2019年的5.51亿挪威克朗增长49.5%，年复合增长率为10.6%，平均息税折旧及摊销前利润率为16.2%。从各年情况看，2021年及2022年尽管宏观经济受到疫情影响，但受到欧美国家量化宽松的刺激，同时居家办公催生特定家居产品需求逆势上涨，消费者对Ekornes产品需求抬升，Stressless及IMG的营业收入均呈现超预期增长，但也相应透支了疫情影响消除后短期内的消费需求，叠加俄乌冲突及欧美通胀影响，在一定程度上导致2022年末开始出现订单增速放缓，2023年度收入较2022年有所下降。

②2023年预算实现情况

对于2023年收入和利润下降的情况，Ekornes管理层在2022年制定2023年预算及执行商誉减值测试时基于当时已经出现的市场变化，已经考虑订单增速放缓和成本抬升迹象，并相应下调了收入及息税折旧及摊销前利润率等预测数据，并体现在2022年末的商誉减值测试中，经测试于2022年末无需计提减值。2023年Stressless及IMG业务的预算实现情况如下：

(单位：百万挪威克朗)

项目	Stressless 业务		IMG 业务	
	2023 年实际	2023 年预算	2023 年实际	2023 年预算
营业收入	3,142	2,790	825	812
收入增长率	-13.8%	-23.5%	-17.1%	-18.4%
息税折旧及摊销前利润	194	178	82	120
息税折旧及摊销前利润率	8.8%	9.4%	10.0%	14.8%

总体来看，公司在2022年预测的变化趋势基本与实际情况相符。其中Stressless和IMG的销售收入以及Stressless的息税折旧及摊销前利润实际完成情况略好于预算；Stressless及IMG息税折旧及摊销前利润率均低于预算，主要由于海运费回落幅度不及预期，此外，Stressless 2023年因产品线调整和清理库存计提了较大金额的存货跌价准备，IMG受到实施业务重组计划，将IMG越南工厂关闭并转移相关生产线至泰国工厂，发生一次性重组支出等因素导致。

③2024年度预算及2024年-2028年预测情况

为了扭转收入和利润的下滑趋势，Ekornes董事会于2023年制定并实施了一系列降本增效和产品结构调整计划。主要包括：

Stressless业务：加大数字化营销在内的市场营销力度，提升并巩固品牌价值，增加对消费者的产品吸引力；设立中国Stressless品牌销售大区，聘请具有在中国市场成功推广国际品牌相关经验的销售总监加入公司，加大资源投入，加快开店节奏，推动中国业务实现快速发展；加强成本及费用管理，推进减员降本增效，进一步降低人力成本；适当根据市场趋势提升产品销售价格，缓解成本端压力。

IMG业务：关闭越南工厂并将生产线转移至泰国工厂，有助于削减成本，加强生产规模效应；调整产品组合，精简SKU，提高生产效率；推出高毛利新

产品进军高端市场，同时剔除低利润率产品，增加利润贡献率；拓展潜力市场、合作大型经销商及开发寄售等新渠道模式等。

上述措施均已于2023年开始落地实施，随着相关措施的逐步见效，预计Stressless和IMG将分别从2024年及2025年开始恢复收入增长，并从2024年开始逐年改善息税折旧及摊销前利润率。

公司在进行2023年度商誉减值测试现金流预测时，参考历史期间实际经营情况，结合公司现有的相关经营、重组计划，对未来现金流预测进行了重新调整及估计。其中2024年的预测数采用2024年经董事会批准的预算数。Stressless业务和IMG业务由不同的管理团队管理，其品牌定位、产品种类、生产地和主要目标市场和客户群体均有所不同，相应地在财务表现和降本增效计划等方面也不尽相同。其预算和预测也由各自的财务团队分别编制再报至Ekornes总部进行汇总。

与2022年对比，2023年商誉减值测试中预测情况调整变动如下：

(单位：百万挪威克朗)

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	稳定期
	预测/实际	预测	预测	预测	预测	预测	预测
Stressless:							
营业收入-2023年预测	3,142 (实际)	3,350	3,601	3,872	4,162	4,474	---
营业收入-2022年预测	2,790 (预测)	3,569	3,819	4,086	4,372	4,460	---
调整	352	-219	-217	-215	-210	14	---
收入增长率-2023年预测	-13.8%	6.6%	7.5%	7.5%	7.5%	7.5%	2.0%
收入增长率-2022年预测	-23.5%	27.9%	7.0%	7.0%	7.0%	2.0%*	2.0%
调整	9.6%	-21.3%	0.5%	0.5%	0.5%	5.5%	-
息税折旧及摊销前利润率-2023年预测	8.8% (实际)	9.7%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%

项目	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	稳定期
	预测/实际	预测	预测	预测	预测	预测	预测
息税折旧及摊销前利润率-2022年预测	9.4% (预测)	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%	16.0%
调整	-0.6%	-6.3%	-1.0%	-1.0%	-1.0%	-1.0%	-1.0%
IMG:							
营业收入-2023年预测	825 (实际)	769	954	1,072	1,203	1,351	---
营业收入-2022年预测	812 (预测)	978	1,124	1,293	1,487	1,516	---
调整	13	-208	-170	-221	-284	-165	---
收入增长率-2023年预测	-17.1%	-6.7%	24.0%	12.4%	12.2%	12.3%	2.0%
收入增长率-2022年预测	-18.3%	20.4%	15.0%	15.0%	15.0%	2.0%*	2.0%
调整	1.3%	-27.1%	9.0%	-2.6%	-2.8%	10.3%	-
息税折旧及摊销前利润率-2023年预测	10.0% (实际)	11.3%	15.6%	18.1%	20.6%	21.0%	21.0%
息税折旧及摊销前利润率-2022年预测	14.8%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%	18.0%
调整	-4.9%	-6.7%	-2.4%	0.1%	2.6%	3.0%	3.0%

(*注：在2022年末预测中，由于2028年已进入稳定期，因此收入增长率为2.0%)

基于2023实际经营情况及对未来市场的预期，与2022年末预测相比，公司在2023年商誉减值测试中不同程度的调低了Stressless及IMG业务预测期内的营业收入预测。

根据2024年度的预算，Stressless业务预计营业收入增长6.6%，而IMG业务预计营业收入下降6.7%，二者变动趋势不同，主要原因是：

尽管Stressless和IMG在2023年度都对产品进行了调整和精简，但Stressless调减的主要是滞销或销路不佳的产品，对后续营业收入影响较小，此外其2024年的增长主要靠在中国市场增加门店驱动。IMG主要是在现有销售产品中精简了定制化选择，例如减少可选择的座椅皮料颜色，从而达到减少原材料库存品种、提高

生产效率、提高毛利率的效果，但在短期内会对销售收入造成负面影响。另一方面，IMG未来的增长驱动因素主要是通过2024年推出Motion Sofa和Next Gen两条全新的毛利更高的产品线，同时在欧洲和北美市场将销售渠道拓展至几个新的大型商超，这些措施对于收入的贡献需要逐渐体现。综合上述因素影响，管理层预计IMG在2024年收入仍将有进一步下降，但降幅较2023年有所减缓。

息税折旧摊销前利润率方面，随着2023年度实施的一系列降本增效措施，预计Stressless业务和IMG业务在2024年都将比2023年有所改善，其中Stressless由2023年的8.8%上升至2024年的9.7%；IMG由2023年的10.0%上升至2024年的11.3%，但二者仍显著低于历史期间的平均水平。

对于2025年-2028年的预测值和趋势变动，主要是基于历史期间的平均业绩表现，结合预测期前一年的实际情况和预测期第一年的预算情况作出。2025年至2028年，Stressless业务随着全球经济形势的好转带动市场需求恢复以及中国市场的进一步拓展，预计收入将从2025年开始恢复至7.5%的增长率，与历史期间的复合收入增长率较为接近。同时考虑宏观经济环境带给成本端的不利因素进一步缓解以及对终端产品的价格调整能力，预计2025年至2028年息税折旧及摊销前利润率将恢复至15.0%，五年预测期复合增长率与历史期间基本持平。IMG业务2025年随着新产品、新市场推广效果的体现，营业收入在之前连续两年下降的基础上将有24%的恢复性增长，之后2026年至2028年期间每年稳定在约12%的增长率；息税折旧及摊销前利润率方面，随着生产流程的简化、高毛利新产品的投放市场以及成本端压力的逐步缓解，也将逐渐上升，至2028年达到21%。

整体来看，根据公司2023年未来现金流预测，预测期内，Stressless业务营业收入自2023年度的31.42亿挪威克朗增长至2028年度的44.74亿挪威克朗，年复合增长率为7.3%；IMG业务营业收入自2023年度的8.25亿挪威克朗增长至2028年度

的13.51亿挪威克朗，年复合增长率为10.4%，均与历史期间实际年复合增长率较为接近，具有一定合理性。息税折旧及摊销前利润率方面，Stressless预测期的变动区间为9.7%-15.0%，平均值为13.9%，与过去五年历史期间实际情况相比基本合理；IMG预测期的变动区间为11.3%-21.0%，平均值为17.3%，与过去五年历史期间实际情况相比基本合理。

项目	Stressless 业务	
	历史期间 2019年-2023年	预测期 2024年-2028年
收入增长率	-13.8%-31.4%	6.6%-7.5%
收入年复合增长率	6.9%	7.3%
息税折旧及摊销前利润率	15.2%	9.7%-15.0%
项目	IMG 业务	
	历史期间 2019年-2023年	预测期 2024年-2028年
收入增长率	-17.1%-26.6%	-6.7%-24.0%
收入年复合增长率	10.6%	10.4%
息税折旧及摊销前利润率	16.2%	11.3%-21.0%

此外，根据包括Fortune Business Insights、Spherical Insights & Consulting及Statista在内的多个市场研究机构2023年发布的全球家居行业市场分析报告预测，2023年至2030年全球家居市场年复合增长率将在5%至9%之间，公司对Stressless分部的收入增长率预测与行业报告相符，同时考虑IMG分部仍将处于快速成长期，规模基数较小，历史期间增长率亦高于行业平均，且已采取的重组及改进计划开拓市场并改善盈利能力，合理预测其未来收入增长率将高于行业预测。

ii) 稳定期收入增长率

稳定期收入增长率采用预期通货膨胀率2.0%，与主要经营地及核心经营资产所在地挪威及美国设定的长期通货膨胀目标相一致，于收购后未发生变更。

iii) 税后折现率

税后折现率选取采用加权平均资本成本确定，主要依据无风险利率、市场风险溢价、债务成本溢价及杠杆比率等参数计算得到。2023年度商誉减值测试中采用的税后折现率为10.1%，较2022年度税后折现率9.4%上涨0.7个百分点，主要为受到欧美加息影响，挪威无风险利率及债务成本均有所上涨。

项目	2023年度	2022年度	变动
税后折现率	10.1%	9.4%	0.7%

综上所述，2023年度商誉减值测试中确定未来现金流的关键指标与Ekornes历史业绩表现及行业数据相匹配，并考虑了公司的商业计划，具有合理性，不存在减值计提不充分的情形。

普华永道中天回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对曲美家居 2023 年度的财务报表进行了审计，上述审计工作旨在使我们能够对曲美家居 2023 年度财务报表整体出具审计意见。

我们将公司就上述问题的回复与我们在对公司 2023 年度财务报表执行审计工作中取得的审计证据以及从管理层了解的信息和获得的解释进行了比较，没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

(3) 补充披露无形资产减值测试的具体计算过程、指标选取依据及较上年变化情况，并结合行业变化情况、对应客户合同履行情况及历年实际流失率、近年产品销售情况及市场波动态势、同行业可比公司情况等，说明对商标权、客户关系确认及摊销年限是否合理，实际经营情况与相关预测参数是否存在重大差异，并据此说明无形资产的减值准备计提是否充分。

公司回复：

1. 无形资产减值测试的具体计算过程、指标选取依据及较上年变化情况

公司无形资产包括土地使用权、商标权、软件及互联网域名、客户关系及专利权等，以成本计量。于2023年12月31日，各类别无形资产账面价值如下：

(单位：人民币万元)

项目	2023年12月31日账面价值		
	境内	境外	合计
土地使用权	15,975.51	-	15,975.51
商标权	-	100,229.42	100,229.42
软件及互联网域名	1,258.91	1,323.89	2,582.80
客户关系	-	81,846.16	81,846.16
专利权及其他	30.26	-	30.26
合计：	17,264.68	183,399.47	200,664.15

公司按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，对于资产负债表日存在减值迹象的无形资产，进行减值测试。

于2023年12月31日，公司境内无形资产主要是土地使用权，根据外部评估师2023年末对境内固定资产所在资产组进行的评估，境内土地使用权市场价格显著高于账面价值，不存在减值迹象，因此未对无形资产执行减值测试。但其

曲美分部的固定资产存在减值迹象，公司在对固定资产执行减值测试的资产组账面价值中包含了无形资产的账面价值，经测算无需计提减值。

境外业务的无形资产主要是商标权及客户关系，与商誉构成同一最小现金产出单元，因此公司每年年度终了对包含无形资产商标权及客户关系在商誉所在资产组中合并进行减值测试。公司将相关资产组或资产组组合(含商誉)的账面价值与其可回收金额进行了比较，可回收金额高于账面价值，因此于2023年12月31日未计提无形资产商标权及客户关系减值准备。具体计算过程、指标选取依据及较上年变化情况参见问题(1)及(2)商誉减值测试的相关回复。

2. 商标权、客户关系的确认及摊销年限是否合理

i) 商标权、客户关系的确认

公司商标权及客户关系系2018年收购Ekornes时根据收购对价分摊至可辨认净资产产生，以非同一控制下的企业合并的合并日确定的公允价值入账，按照预计受益年限平均摊销。

在初始确认时，公司根据《企业会计准则第20号——企业合并》的相关规定，对Ekornes于购买日的全部可辨认资产和全部负债进行了识别和确认，对收购对价进行了分摊。

于购买日，公司获得了Ekornes的资产负债表，对资产和负债进行了逐项分析、确认。其中，对于较难辨别和计量的无形资产，公司根据《企业会计准则解释第5号》规定的有关无形资产可辨识的两条标准，即（一）源于合同权利或其他法定权利；（二）能够从被购买方中分离或者划分出来，并能单独或与相关合同、资产和负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或交换。结合Ekornes的经营特点，公司特别论证了其商标权及客户关系是否可以识别为无形资产。经分析论证，由于Ekornes的商标权及客户关系有长期的合同或其他法定权利支

持，可以确保企业在较长时期内获得稳定收益且其价值能够准确核算，所以，将Ekornes的部分商标权和客户关系确认为无形资产。

收购完成后，公司聘请外部评估机构Advokatfirmaet Selmer AS对收购形成的可辨认净资产的公允价值进行评估并出具《QUMEI INVESTMENT AS-PURCHASE PRICE, ALLOCATION EKORNES AS》，以及聘请福建联合中和资产评估土地房地产估价有限公司对该报告进行复核并出具的《关于Advokatfirmaet Selmer AS出具的<QUMEI INVESTMENT AS-PURCHASE PRICE ALLOCATION EKORNES AS>估值报告的复核报告》（闽联合中和评报字（2019）第6065号），公司依据评估结果对商标权及客户关系的公允价值进行确认。

ii) 商标权、客户关系的摊销年限及其合理性

公司的商标权及客户关系按照预计受益年限平均摊销，并对预计受益年限于每年年度终了进行复核，摊销年限及确定理由如下：

无形资产项目	摊销年限 (年)	确定理由
Stressless 商标权	50	Stressless 品牌知名度较高，对 Stressless 的现金流具有重要影响，公司可以利用品牌的高知名度提高 Stressless 产品价格。Stressless 品牌在市场中占有强势地位，所以品牌寿命预计为 50 年。
IMG 商标权	20	IMG 品牌知名度相对低于 Stressless 品牌，但对 IMG 的现金流贡献具有重要影响，随着品牌知名度不断提升，公司也可利用公司 IMG 品牌知名度提高 IMG 产品价格。在商标权估值过程中，使用了“戈登增长模型”的终端值，IMG 品牌寿命为 20 年。

无形资产项目	摊销年限 (年)	确定理由
Stressless 客户关系	25	客户关系的估值采用“多期超额收益”的方法，方法计算现有客户产生的超额价值的现金流，同时考虑使用公司其他资产的成本。Stressless 具有高度的客户黏性和客户品牌忠诚度，其客户流失率一直处于较低水平，Stressless 与主要客户有长期稳定合作关系。综合以上因素考虑，Stressless 客户关系年限确定为 25 年。
IMG 客户关系	20	客户关系的估值采用“多期超额收益”的方法，方法计算现有客户产生的超额价值的现金流，同时考虑使用公司其他闲置资产的成本。评估中，折现现金流量设置为 20 年，IMG 具有较高的客户黏性和客户品牌忠诚度，其客户流失率一直处于较低水平，IMG 与主要客户有长期稳定合作关系。因此，IMG 客户关系年限为 20 年。

① 商标权

根据公司聘请的收购Ekornes交易的财务顾问华泰证券股份有限公司前进行的调研：Stressless品牌由Ekornes创立于1971年，是Ekornes最大的产品领域，也是欧洲最著名的家具品牌之一。Stressless产品包括躺椅、沙发、Ekornes系列（固定靠背沙发）等。IMG品牌成立于2006年，2014年末被Ekornes集团收购，产品包括各种躺椅系列和沙发，与Stressless产品相似，但是产品定位相较于Stressless属于中端。销售主要源自北美、墨西哥、挪威和亚太地区。IMG在澳大利亚和美国具有一定知名度。

上述信息已在《曲美家居集团股份有限公司重大资产购买报告书（草案）》中披露。截至2023年，Stressless品牌成立已超过50年，IMG品牌成立也已接近20年，并且整体上这两个品牌仍处于成长期，Stressless品牌在历史、定位、

知名度及销售规模上都优于IMG品牌，因此分别按照50年和20年进行摊销是合理的。

公司采用权利金节省法(“Relief from Royalty method”)对商标权进行估值，基于预测的营业收入以及全球家居行业历史观察数据得出商标许可使用费率确认商标权估值，其中Stressless采用6.5%，IMG采用5.5%，均在商标许可使用费率5.0%-6.6%的观察数据范围内，具有合理性。收购完成后，Ekornes并未成立新的品牌，可以认为未来现金流均是由原有品牌产生，与商誉一起的资产组可回收金额大于资产组账面价值，收购后实际营业收入超出收购时确认商标权价值的预测且未观察到市场商标许可使用费率发生重大变化，商标权亦在预计收益年限内摊销，因此没有迹象表明商标权的摊销年限不合理。

② 客户关系

成立发展至今，Stressless和IMG具有高度的客户黏性和客户品牌忠诚度，品牌影响力及知名度稳定扩大。客户以大中型经销商及零售连锁店为主，客户流失率一直处于较低水平，主要客户集中于美国、德国、法国和澳大利亚市场，有长期稳定合作关系。

客户关系估值模型中，公司参考收购前实际客户流失率对预计受益年限内客户流失率进行预测并相应确认预计收益年限，其中Stressless预计为4.00%，IMG预计为5.00%，对应的客户关系预计收益年限分别为25年和20年。经测算，对比2018年客户收入情况，自收购后2019年至2023年期间Stressless及IMG平均实际客户流失率分别约为3.02%及4.84%，均接近且不高于预测值。具体情况如下：

项目	当年实际客户流失率					平均实际客户流失率
	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	

Stressless	1.84%	2.91%	2.49%	1.92%	2.92%	3.02%
IMG	2.98%	5.11%	2.96%	3.33%	7.95%	4.84%

注 1：当年实际客户流失率=当年流失客户于 2018 年度的销售额/2018 年度销售总额，其中当年流失客户为当年未产生收入的 2018 年客户。客户关系依据收购当年 2018 年的客户情况初始确认。

由上表可见，收购完成后至 2023 年末，Ekornes 的平均客户流失率接近且未超出初始确认时的预测，且主要客户稳定，所在的市场历史期间具有良好的增长和利润率，公司未发现收购时确定的客户关系发生重大变化，公司于每年年度终了对客户关系预计收益年限进行复核，上述预计受益年限未发生变更，没有迹象表明客户关系的确认或摊销年限不合理。

从近年 Ekornes 产品销售情况及市场波动态势来看，Stressless 和 IMG 过去 5 年的收入年复合增长率分别为 6.9% 及 10.6%。此外，根据包括 Fortune Business Insights、Spherical Insights & Consulting 及 Statista 在内的多个市场研究机构 2023 年发布的全球家居行业市场分析报告预测，2023 年至 2030 年全球家居市场年复合增长率将在 5% 至 9% 之间，整体市场环境呈稳步增长态势，未发生趋势性改变。此外，收购后的客户流失率未超出收购时的预测，因此没有识别出商标权及客户关系存在减值迹象。

公司商标权及客户关系通过收购国际成熟家居品牌产生，经查询，A 股同行业可比公司没有类似的大额商标权和客户关系确认的无形资产，因此未进行比较。

3. 无形资产的减值准备计提是否充分

综上所述，境内无形资产不存在减值迹象，无需计提减值准备。公司对境外无形资产所属的包含商誉的资产组进行了减值测试，测试结果商誉及无形资产均无需计提减值，因此不存在无形资产减值准备计提不充分的情况。

普华永道中天回复：

我们按照中国注册会计师审计准则的规定对曲美家居 2023 年度的财务报表进行了审计，上述审计工作旨在使我们能够对曲美家居 2023 年度财务报表整体出具审计意见。

我们将公司就上述问题的回复与我们在对公司 2023 年度财务报表执行审计工作中取得的审计证据以及从管理层了解的信息和获得的解释进行了比较，没有发现在所有重大方面存在不一致之处。

问题 4.关于有息负债

年报披露，2023 年末公司有息负债余额由 35.89 亿元降至 32.9 亿元，但仍显著高于非受限货币资金余额 7.19 亿元，且负债结构较去年同期变化较大，其中短期借款 2.99 亿元，一年内到期的非流动负债 2.34 亿元，长期借款 19.30 亿元，应付债券 8.27 亿元，整体资产负债率为 70.58%。长期债务占比提升导致财务负担较大，报告期内公司利息费用 3.23 亿元，同比上升 24.55%，对利润侵蚀明显。公司于 2023 年一季度完成了海外存量债务的部分偿还及置换工作，但在定期报告“第三节 管理层讨论与分析”章节“(四)可能面对的风险”中未就债务及流动性风险予以风险提示。

请公司：(1)以表格形式列示有息负债的主要构成，包括但不限于借款性质(银行贷款或发行债券)、属于境内或境外借款、借款本金及利率、期限、担保方式等，并据此说明导致本期利息费用大幅增长的主要原因；(2)结合上述债务情况及目前货币资金余额、境外债券发行及存量债务置换进展等，审慎分析公司偿债能力，并对可能存在的短期或长期偿债风险予以充分提示；(3)结合生产经营模式、营运资金需求、大额利息费用侵蚀利润等情况，并比对同行业公司经营发展情况及债务规模，补充说明当前债务规模及结构是否对公司生产经营产生不利影响，公司后续拟采取何种措施进一步压降融资成本。

(1)以表格形式列示有息负债的主要构成，包括但不限于借款性质(银行贷款或发行债券)、属于境内或境外借款、借款本金及利率、期限、担保方式等，并据此说明导致本期利息费用大幅增长的主要原因；

公司回复:

截止2023年12月31日，有息负债本金余额为人民币32.26亿，未包含一年内到期租赁负债和应付利息等金额，结构如下表所示：

(单位：人民币万元)

借款性质	境内/境外借款	报表科目	本金金额	借款利率	到期日	担保方式
信托贷款	境内	长期借款	62,760.00	6.52%至 7.3015%	2025/8/9 到期	信托
		一年以内到期	16.00			
银行贷款	境内	长期借款	24,000.00	3.30%-3.6%	2025/9/28 前 分批到期	抵押
		一年以内到期	8,000.00			
银行贷款	境内	长期借款	2,400.00	3.5%	2026/1/20 前 分批到期	抵押
		一年以内到期	600.00			
银行贷款	境内	短期借款	5,760.00	3.21%	2024/7/23 到 期	抵押
银行贷款	境内	短期借款	5,000.00	3.30%	2024/3/8 到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	3,000.00	3.45%-3.65%	2024/9/13 前 分批到期	保证/抵押
银行贷款	境内	短期借款	7,000.00	4.30%-4.60%	2024/12/18 前 分批到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	6,098.29	3.20%-3.30%	2024/12/6 前 分批到期	信用
银行贷款	境内	短期借款	3,000.00	4.20%	2024/7/20 前 分批到期	保证
银行贷款	境外	长期借款	104,720.79 (15.04 亿挪威克朗)	2.25%+3MNi bor	2026/3/30 到 期	质押
		一年以内到期	6,684.31 (0.96 亿挪威克朗)			
债券	境外	应付债券	83,553.82 (12 亿挪威克朗)	8%+3MNibor	2026/9/10 到 期	质押

截止2022年12月31日，有息负债本金余额为人民币34.56亿，未包含一年内到期租赁负债和应付利息等金额，结构如下表所示：

(单位：人民币万元)

借款性质	境内/境外借款	报表科目	本金金额	借款利率	到期日	担保方式
信托贷款	境内	长期借款	62,776.00	7.0431%- 7.3015%	2024/2/8 到期	信托
		一年以内到期	16.00			
	境内	长期借款	24,500.00	3.40%-4.26%	2025/9/28	抵押

借款性质	境内/境外借款	报表科目	本金金额	借款利率	到期日	担保方式
银行贷款		一年以内到期	8,000.00		前分批到期	
融资租赁	境内	长期借款	-	5.20%	2025/9/29 前分批到期	保证
		一年以内到期	5,600.00			
银行贷款	境内	长期借款	-	4.645%- 4.745%	2023/12/29 前分批到期	抵押
		一年以内到期	1,484.41			
银行贷款	境内	短期借款	4,000.00	1.95%-5.0%	2023/12/22 前分批到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	1,000.00	3.70%	2023/6/28 到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	4,006.18	4.50%	2023/12/25 前分批到期	信用
银行贷款	境内	短期借款	5,000.00	4.10%	2023/3/3 到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	6,000.00	5.00%	2023/1/26 到期	保证
银行贷款	境内	短期借款	3,000.00	4.35%	2023/6/21 前分批到期	保证
银行贷款	境外	一年以内到期	6,309.47 (850 万欧元)	2.102%	2023/7/11 到期	抵押
银行贷款	境外	一年以内到期	35,208.79 (5 亿挪威克朗)	1.2%+3MNibor	2023 年 4 月 到期	信用
银行贷款	境外	一年以内到期	20,245.05 (2.875 亿挪威克朗)	1.7%+3MNibor	2023 年 4 月 到期	信用
银行贷款	境外	一年以内到期	17,604.39 (2.5 亿挪威克朗)	1.6%+3MNibor	2023 年 4 月 到期	信用
债券	境外	一年以内到期	140,835.15 (20 亿挪威克朗)	7%+3MNibor	2023 年 10 月到期	质押

公司 2023 年利息费用为 3.23 亿元，同比增长 6,375.53 万元，利息费用具体情况如下：

(单位：人民币万元)

	合并		境内		境外	
	2023 年度	2022 年度	2023 年度	2022 年度	2023 年度	2022 年度
利息支出	31,291.35	25,103.77	6,320.80	7,204.97	24,970.54	17,898.80

加：租赁负债利息支出	1,050.03	1,157.07	542.94	706.08	507.09	450.99
减：财政贴息	-	-295.00	-	-295.00	-	-
合计	32,341.37	25,965.84	6,863.74	7,616.06	25,477.63	18,349.78

公司利息费用增加主要来自于境外利息支出增加。境外有息负债利率由固定利率和3个月挪威同业拆借利率(3M Nibor)组成，在2022至2023年期间，受到美联储、欧央行加息的影响，整体融资成本增加，3M Nibor持续增长。

挪威子公司有息负债情况表

(单位：挪威克朗万元)

	2023 年			2022 年		
	本金金额	利率	实际利率区间	本金金额	利率	实际利率区间
挪威公司 银行借款	160,000.00	2.25%+3M Nibor	5.94%- 7.47%	103,750.00	1.2%/1.6%/1.7 %+3M Nibor	2.15%- 4.96%
挪威公司 债券	120,000.00	8%+3M Nibor	11.44%- 12.75%	200,000.00	7%+3M Nibor	7.95%- 9.9%
合计	280,000.00			303,750.00		

2023 年，公司对当年到期的 20 亿挪威克朗债券进行了财务再融资置换，提高了低利率的银行贷款规模，部分取代了高利率的挪威克朗债券。债务置换后，原 20 亿挪威克朗债券及 10.375 亿挪威克朗银行贷款，替换为 16 亿挪威克朗银行贷款及 12 亿挪威克朗债券。置换后，挪威克朗债券 2023 年实际平均利率约为 12%，按此利率测算，有息负债减少 2.375 亿人民币相应可节省利息费用约 1,900 万元人民币。同时，受欧美加息影响，对比两年实际利率，2023 年较 2022 年平均增加了约 3.15%。按照 2023 年末境外有息负债 28 亿挪威克朗计算，利率上涨导致利息支出增加了约 8,800 万挪威克朗，折合人民币约 5,900 万元。同时在债务置换时，溢价回购前期债券增加利息费用人民币约 1,985 万元。

(2)结合上述债务情况及目前货币资金余额、境外债券发行及存量债务置换进展等，审慎分析公司偿债能力，并对可能存在的短期或长期偿债风险予以充分提示；

公司回复:

1. 风险提示

公司因2018年要约收购 Ekornes 产生较大的并购债务。截至2023年末，公司有息负债本金余额为32.26亿元，合并资产负债率为70.58%，公司面临较大的偿债压力。2023年，公司利息费用为3.23亿元，大额利息费用对公司经营业绩产生一定的负面影响。2022年以来，受到美联储、欧央行及全球金融市场加息影响，公司境外有息负债成本大幅提高，对净利润产生负面影响。如未来公司资金紧张状况得不到有效缓解、欧美国家继续实施加息政策，公司长期将面临更大的偿债风险，并对经营业绩持续产生不利影响，敬请广大投资者注意投资风险。

2. 偿债能力分析

2023年度，公司完成了对2023年到期的20亿挪威克朗债券的置换，使得债务结构得到了优化。截至2023年12月31日，公司货币资金余额为7.21亿元，流动资产19.88亿元，流动负债13.40亿元，其中一年内需偿还的有息负债为5.33亿元。2023年度、2022年度经营活动净现金流入分别为7.73亿元和4.18亿元，净现金流入分别为-0.86亿元和2.6亿元，其中2023年净现金流出主要因为归还境外已到期的长期借款6.94亿元。2024年1月通过非公开发行股票募集权益性资金5.40亿元。公司短期偿债能力不存在重大疑虑。具体情况如下：

截至2023年12月31日，公司短期借款合计2.99亿元，全部为境内金融机构借款，公司货币资金余额为7.21亿元，可以保障短期借款的顺利偿还，且公司

销售回款状态良好，不存在较大偿债风险；公司境内长期借款本金合计9.78亿元，其中银行贷款合计3.50亿元，到期时间相对分散，不存在较大集中兑付的风险，其余为控股股东信托借款6.28亿元，公司控股股东充分支持公司经营发展，公司将综合考虑未来各项业务发展态势和现金流状况，在充分保障业务发展资金需求的情况下，择机偿还借款或向控股股东申请借款展期；公司境外长期银行贷款及债券本金合计19.50亿元，均于2026年到期，公司届时将充分结合利率水平和资金状况选择偿还或置换。

境外债务置换方面，2023年3月，公司挪威子公司 Ekornes QM Holding AS 发行了期限为3.5年的12亿元挪威克朗债券（约合人民币8.45亿元），并与一家银行签订了16亿元挪威克朗（约合人民币11.27亿元）的长期贷款协议和1.5亿元挪威克朗（约合人民币1.05亿元）的循环授信协议，并于2023年4月将部分上述取得资金用于提前赎回于2019年发行并原将于2023年10月2日到期的20亿元挪威克朗债券。本次境外债务置换完成后，公司债务规模有所减小，同时债务期限变长，将有效缓解公司短期偿债压力，优化公司资本结构，降低财务风险，进一步保障公司主营业务良性发展，提高公司持续经营能力和抗风险能力，有利于公司长期稳健发展。2024年1月，公司完成非公开发行，募资金额5.40亿元，公司偿债能力得到增强。

(3)结合生产经营模式、营运资金需求、大额利息费用侵蚀利润等情况，并比对同行业公司经营发展情况及债务规模，补充说明当前债务规模及结构是否对公司生产经营产生不利影响，公司后续拟采取何种措施进一步压降融资成本。

公司回复:

1. 当前债务规模及结构不会对公司生产经营产生重大不利影响

公司主要从事现代风格中高档家居产品的研发、设计、生产和销售业务，

为消费者提供全屋家具和家居用品解决方案。最近三年公司经营活动产生的现金流量净额持续向好，2021年度、2022年度及2023年度公司经营活动产生的现金流量净额均为正，分别为44,113.96万元、41,823.71万元及77,309.21万元，能够支撑公司的营运资金需求。

2023年公司利息费用为32,341.37万元，占营业收入的比例为8.03%。2023年末，公司与同行业公司资产负债率相关情况如下：

项目	2023年末资产负债率
顾家家居	41.64%
索菲亚	49.99%
尚品宅配	58.89%
欧派家居	47.25%
平均值	49.44%
曲美家居	70.58%

2023年末，公司的资产负债率为70.58%，资产负债率高于行业平均水平，主要系公司有息负债规模较大，2023年末公司有息负债规模为322,593.21万元。

2024年1月，公司完成非公开发行，募资金额5.45亿元。定向增发的完成有助于公司补充资本金，优化资本结构，降低财务杠杆比率，提高偿债能力，部分定增资金将直接用于偿还公司有息负债，降低负债规模与利息费用。

未来公司尚需偿还的有息负债中，银行等金融机构借款的到期时间相对分散，不存在较大集中兑付的风险。公司销售回款状况良好，能够有效地保障公司按时偿还上述有息负债；同时公司与商业银行等金融机构保持着良好的长期合作关系，在贷款到期并偿还后通常能够顺利取得新的贷款。截至本回复出具日，公司各项有息负债严格按照合同约定进行还款，未出现违约情况。公司预计未来到期的有息负债偿还的资金来源主要为公司现金储备、经营性现金流入

及金融机构借款等融资渠道，公司到期债务的预计偿还计划具有可行性。对于控股股东借款，控股股东充分支持公司经营发展，公司将综合考虑未来各项业务发展态势和现金流状况，在充分保障业务发展资金需求的情况下，择机偿还借款或向控股股东申请借款展期。

海外银行长期借款及海外债券将于2026年到期，公司届时将充分结合利率水平和资金状况选择偿还或置换。对于长期债务，除前述偿还计划外，公司可以采取的其他计划包括：（1）公司已对北京的土地资产进行规划盘整，并通过出租、对外合作等方式回收现金流，截至2023年12月31日，已陆续开始对外出租定制一分厂关闭后空置的土地及房屋建筑物；（2）随着 Ekornes 经营情况及盈利能力逐步恢复，公司未来有可能适时通过引入战略投资人的形式获取现金流。

考虑到公司经营性现金流较好，在满足正常偿债付息之外，公司也积极采取一系列措施提升偿债能力，整体来看目前债务情况不会对公司生产经营造成重大不利影响。

2. 公司后续进一步压降融资成本拟采取的措施

对于公司当下的负债及经营情况，公司未来将通过多种方式降低有息负债余额、压降融资成本，具体计划包括：

（1）自有资金还款。截至2024年一季度末，公司账上货币资金余额为10.83亿元，公司计划使用自有资金陆续偿还境内及境外的有息负债，尤其是境外利率较高的债券及银行借款。就目前公司存量债务情况分析，境外债券的利率最高，但债券偿还需要一次性全部赎回，无法部分还本，公司将结合自有资金与外部融资计划及融资的实际进展情况，陆续偿还有息负债。

(2) 在海外子公司层面引入战略投资人。2024 年，随着子公司Ekornes AS 的经营情况有所好转，公司将重启海外子公司投资人引入工作，充实境外公司资本金，并使用新增资本金偿还有息负债。

(3) 通过债务置换的方式，用低成本有息负债替代高成本的境外借款。2024 年以来国内及境外金融市场进入降息周期。公司将综合考虑境内及境外的融资成本、债务期限及可行性，使用低利率的银行借款、可转债等融资手段置换存量高息借款及债券。

(4) 使用经营现金流量及土地和厂房租金收益进行还款。2024 年，公司将根据境内、境外的宏观经济情况、行业竞争情况及业务实际开展情况，积极调整家具主业，提高经营利润，并使用经营现金流持续偿还有息负债。另一方面，公司将加快北京土地和厂房资产的商业化速度，通过租赁和联营等多种方式获得租金收益，并使用该部分收入偿还借款。