

**关于日禾戎美股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函中
有关财务会计问题的专项说明**

容诚专字[2021]201Z0168 号

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)
中国·北京

关于日禾戎美股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市的
发行注册环节反馈意见落实函中
有关财务会计问题的专项说明

容诚专字[2021]201Z0168 号

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 6 月 24 日出具了《关于日禾戎美股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函》（以下简称“反馈意见落实函”）已收悉。对反馈意见落实函所提财务会计问题，容诚会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”或“我们”）对日禾戎美股份有限公司（以下简称“戎美股份”、“公司”或“发行人”）相关资料进行了核查，现做专项说明如下：

如无特别说明，本回复所述的词语或简称与招股说明书中“释义”所定义的词语或简称具有相同的含义。同时，文中各类字体释义如下：

字体	释义
黑体加粗	反馈意见落实函中的问题
宋体	对反馈意见落实函的回复、中介机构核查意见

问题 1. 关于信息系统核查

请发行人说明并补充披露：（1）报告期各期是否存在月度订单数量与订单金额变化趋势不一致情形；结合订单、进销存情况说明是否存在销售订单与出库商品种类、数量不一致的情形；（2）单个客户年度下单次数超过 20 次的销售金额分别为 22,549.02 万元、22,247.07 万元、31,175.06 万元，占当期收入比重为 28%、28%、32%；前五大客户年购买件数 313-814 件，金额 18.92 万-50.46 万。请发行人说明报告期各期均重复购买超过 20 次的客户数量、购买金额及占比，说明报告期各期重复购买超过 20 次的销售金额占比较高的合理性，结合同行业可比公司数据说明上述高频次重复购买、单个客户购买数量及金额均较高是否符合正常商业逻辑和主要用户群体的消费习惯。

请申报会计师、保荐机构核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人补充披露

（一）报告期各期是否存在月度订单数量与订单金额变化趋势不一致情形；结合订单、进销存情况说明是否存在销售订单与出库商品种类、数量不一致的情形；

1、报告期各期是否存在月度订单数量与订单金额变化趋势不一致情形

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”按确认收货时间的订单金额月度分布情况如下：

单位：万元			
月份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	10,325.97	12,188.81	12,007.83
2	2,475.27	3,410.82	6,280.70
3	4,551.63	4,215.24	3,194.58
4	5,593.31	6,796.44	2,670.51
5	6,184.76	5,655.46	4,656.33
6	6,618.89	3,474.09	4,451.24
7	6,147.88	3,869.11	3,264.59

月份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
8	5,880.33	3,270.92	3,036.60
9	6,995.04	3,818.01	3,754.33
10	10,311.91	6,857.89	8,789.66
11	13,565.07	10,865.52	11,592.28
12	17,307.24	13,922.87	16,511.31
合计	95,957.30	78,345.18	80,209.96

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”按确认收货时间的订单数量月度分布情况如下：

单位：个

月份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1	181,962	208,079	235,995
2	49,763	65,541	92,747
3	112,948	132,135	81,335
4	140,816	205,629	97,641
5	151,512	175,369	158,871
6	169,442	117,130	140,472
7	151,516	127,294	108,611
8	142,894	96,181	87,113
9	146,702	78,976	87,260
10	202,000	138,513	207,652
11	250,887	186,235	240,779
12	273,749	243,439	276,712
合计	1,974,191	1,774,521	1,815,188

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”按确认收货时间的订单数量月度分布及订单金额月度分布情况分别对比如下：

（1）2020 年度：

月份	订单金额（万元）	订单数（个）	订单均价（元）
1	10,325.97	181,962	567.48
2	2,475.27	49,763	497.41
3	4,551.63	112,948	402.98
4	5,593.31	140,816	397.21

月份	订单金额（万元）	订单数（个）	订单均价（元）
5	6,184.76	151,512	408.20
6	6,618.89	169,442	390.63
7	6,147.88	151,516	405.76
8	5,880.33	142,894	411.52
9	6,995.04	146,702	476.82
10	10,311.91	202,000	510.49
11	13,565.07	250,887	540.68
12	17,307.24	273,749	632.23
合计	95,957.30	1,974,191	486.06

（2）2019 年度：

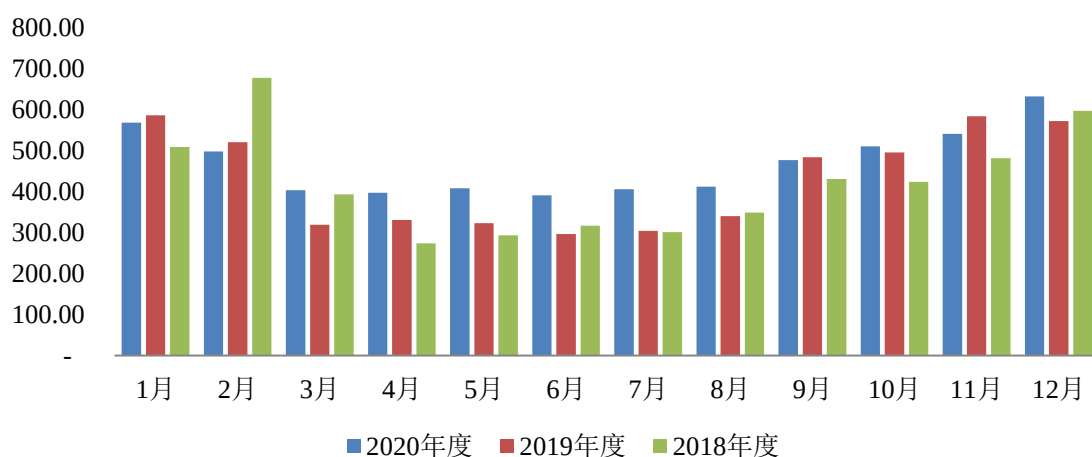
月份	订单金额（万元）	订单数（个）	订单均价（元）
1	12,188.81	208,079	585.78
2	3,410.82	65,541	520.41
3	4,215.24	132,135	319.01
4	6,796.44	205,629	330.52
5	5,655.46	175,369	322.49
6	3,474.09	117,130	296.60
7	3,869.11	127,294	303.95
8	3,270.92	96,181	340.08
9	3,818.01	78,976	483.44
10	6,857.89	138,513	495.11
11	10,865.52	186,235	583.43
12	13,922.87	243,439	571.92
合计	78,345.18	1,774,521	441.50

（2）2018 年度：

月份	订单金额（万元）	订单数（个）	订单均价（元）
1	12,007.83	235,995	508.82
2	6,280.70	92,747	677.19
3	3,194.58	81,335	392.77
4	2,670.51	97,641	273.50
5	4,656.33	158,871	293.09

月份	订单金额（万元）	订单数（个）	订单均价（元）
6	4,451.24	140,472	316.88
7	3,264.59	108,611	300.58
8	3,036.60	87,113	348.58
9	3,754.33	87,260	430.25
10	8,789.66	207,652	423.29
11	11,592.28	240,779	481.45
12	16,511.31	276,712	596.70
合计	80,209.96	1,815,188	441.88

订单均价变动情况（元）



由上图可知，报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”按确认收货时间的订单数量月度分布及订单金额月度分布趋势基本保持一致。其中，在春夏季节，订单均价相对秋冬季节较低。其主要原因系公司主要销售产品为服饰类产品，秋冬季服装因面料、质地等因素的影响，其单位售价通常高于春夏季服装，春夏季的平均订单金额低于秋冬季节。因此，公司订单数及订单金额的分布情况呈如上特征，其符合商业逻辑及公司业务特点。

2、结合订单、进销存情况说明是否存在销售订单与出库商品种类、数量不一致的情形

报告期内，公司的库存商品及发出商品按类别的进销存数量与已实现销售的订单数量按照产品类别划分的差异情形如下：

（1）2020 年度

单位：万件

类别	库存商品及 发出商品期 初结存数量 A	库存商品本 期入库数量 B	库存商品及 发出商品期 末结存数量 C	本期销售订单 按款号拆分的 销售数量 D	差异 E= A+B-C-D	差异率 F= E/D
上衣	23.66	122.18	28.30	116.88	0.66	0.56%
裤类	21.56	58.55	24.06	55.59	0.46	0.82%
外套	9.93	24.91	10.28	24.22	0.34	1.42%
裙类	7.18	24.64	8.41	23.09	0.32	1.41%
皮草	0.33	1.41	0.34	1.38	0.02	1.15%
其他	3.13	22.01	5.52	19.48	0.14	0.72%
合计	65.78	253.70	76.91	240.63	1.94	0.81%

(2) 2019 年度

单位：万件

类别	库存商品及 发出商品期 初结存数量 A	库存商品本 期入库数量 B	库存商品及 发出商品期 末结存数量 C	本期销售订单 按款号拆分的 销售数量 D	差异 E= A+B-C-D	差异率 F= E/D
上衣	21.10	102.30	23.66	99.33	0.41	0.41%
裤类	17.68	53.61	21.56	49.44	0.29	0.59%
外套	9.44	25.62	9.93	25.01	0.13	0.51%
裙类	5.52	23.04	7.18	21.34	0.04	0.20%
皮草	0.38	0.77	0.33	0.82	0.02	1.85%
其他	3.57	10.13	3.13	10.54	0.03	0.33%
合计	57.69	215.48	65.78	206.47	0.92	0.45%

(3) 2018 年度

单位：万件

类别	库存商品及 发出商品期 初结存数量 A	库存商品本 期入库数量 B	库存商品及 发出商品期 末结存数量 C	本期销售订单 按款号拆分的 销售数量 D	差异 E= A+B-C-D	差异率 F= E/D
上衣	22.29	104.40	21.10	105.27	0.31	0.30%
裤类	15.02	58.79	17.68	56.05	0.09	0.16%
外套	6.50	30.30	9.44	27.15	0.21	0.78%
裙类	3.56	17.21	5.52	15.11	0.14	0.95%
皮草	0.44	1.15	0.38	1.20	0.01	1.22%
其他	5.26	16.27	3.57	17.86	0.10	0.54%
合计	53.08	228.12	57.69	222.65	0.86	0.39%

由上述表格可知，报告期内，公司各类产品的出库数量与各期销售订单数量基本匹配，略高于销售数量。如上述表格中差异 E 所示，报告期各期差异数量分别为 0.86 万件、0.92 万件、1.94 万件，占销售订单数量的比例分别为 0.39%、0.45%、0.81%，整体占比较低。

报告期内，公司出库数量略大于销售订单数量，造成此类差异的原因主要系库存商品进销存的出库中还包含有其他情形的出库，该类出库最终并未形成销售。其他出库的情形主要包括：（1）存货毁损报废出库；（2）存货盘点中的盘亏出库；（3）疫情期间的少量捐赠等。其中，2020 年度，由于公司开始定期淘宝直播，内部领用了部分衣服用于直播展示，扣除内部领用的衣服后，2020 年度出库数量与销售订单数量的差异为 1.34 万件，占当期销售订单的比例为 0.56%。

（二）单个客户年度下单次数超过 20 次的销售金额分别为 22,549.02 万元、22,247.07 万元、31,175.06 万元，占当期收入比重为 28%、28%、32%；前五大客户年购买件数 313-814 件，金额 18.92 万-50.46 万。请发行人说明报告期各期均重复购买超过 20 次的客户数量、购买金额及占比，说明报告期各期重复购买超过 20 次的销售金额占比较高的合理性，结合同行业可比公司数据说明上述高频次重复购买、单个客户购买数量及金额均较高是否符合正常商业逻辑和主要用户群体的消费习惯。

1、报告期各期均重复购买超过 20 次的客户数量、购买金额及占比，说明报告期各期重复购买超过 20 次的销售金额占比较高的合理性

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”客户购买频次及分布情况如下：

下单次数	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	买家 ID 数	占比	买家 ID 数	占比	买家 ID 数	占比
1	274,664	51.99%	241,053	50.82%	254,177	50.93%
2-4	158,201	29.94%	143,299	30.21%	152,802	30.62%
5-10	58,973	11.16%	55,992	11.80%	58,030	11.63%
11-20	22,337	4.23%	21,526	4.54%	21,711	4.35%
21-50	11,413	2.16%	10,475	2.21%	10,385	2.08%
50 以上	2,739	0.52%	2,004	0.42%	1,938	0.39%
合计	528,327	100.00%	474,349	100.00%	499,043	100.00%

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”客户购买频次对应总订单金额分布：

下单次数	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单总金额	占比	订单总金额	占比	订单总金额	占比
1	11,064.37	11.53%	9,374.51	11.97%	9,383.27	11.70%
2-4	18,242.61	19.01%	15,929.16	20.33%	16,519.20	20.60%
5-10	19,214.69	20.02%	16,836.16	21.49%	17,467.15	21.78%
11-20	16,260.56	16.95%	13,958.28	17.82%	14,291.32	17.82%
21-50	18,131.03	18.89%	14,516.19	18.53%	14,817.60	18.47%
50 以上	13,044.03	13.59%	7,730.88	9.87%	7,731.42	9.64%
合计	95,957.30	100.00%	78,345.18	100.00%	80,209.96	100.00%

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”当年重复购买超过 20 次的客户数量、购买金额及占比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	买家 ID 数	订单总金额(万元)	买家 ID 数	订单总金额(万元)	买家 ID 数	订单总金额(万元)
当年下单 20 次以上客户	14,152	31,175.06	12,479	22,247.07	12,323	22,549.02
占比	2.68%	32.49%	2.63%	28.40%	2.47%	28.11%
全部客户	528,327	95,957.30	474,349	78,345.18	499,043	80,209.96

报告期各期，当年度下单次数超过 20 次的客户对应订单金额分别为 22,549.02 万元、22,247.07 万元及 31,175.06 万元，客户数量分别为 12,323 人、12,479 人及 14,152 人，其年度平均消费金额为 1.83 万元、1.78 万元及 2.20 万元。

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”每年均重复购买超过 20 次的客户数量为 3,649 人、其对应订单金额及占比情况如下：

项目	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	买家 ID 数	订单总金额(万元)	买家 ID 数	订单总金额(万元)	买家 ID 数	订单总金额(万元)
2018-2020 年均下单 20 次以上客户	3,649	9,586.59	3,649	9,052.29	3,649	9,397.44
占全部比例	0.69%	9.99%	0.77%	11.55%	0.73%	11.72%
全部客户	528,327	95,957.30	474,349	78,345.18	499,043	80,209.96

2018 年度至 2020 年度，公司主要店铺“戎美高端女装”每年度下单次数均超过 20 次的客户对应的报告期各期订单金额分别为 9,397.44 万元、9,052.29 万元及 9,586.59 万元，客户数量为 3,649 人，其年度平均消费金额分别为 2.58 万元、2.48 万元及 2.63 万元。

服装与其他消费品不同，同一品牌下有大量非同质化产品，且消费者对不同类型、风格、季节的服装有着较高频次的消费需求，服装品牌的忠实消费者会多次购买同一品牌的不同产品。公司自创立之初即定位于通过互联网渠道为消费者提供高品质、高性价比的服饰，经过多年运营，公司在线上销售渠道已具备信用度、粉丝数量及客户口碑等方面的优势，拥有了一批核心客户群体，对公司的产品风格和品质有着较高的认同度，因此在公司店铺重复购买次数较多。

公司已在服装企划设计领域积累了丰富的经验，保证创新与创意产品款式的推陈出新，持续优化品牌形象与活力。报告期内公司产品销售款数 SPU 分类统计如下：

单位：个/万件

产品类别	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	SPU 数量	销量	SPU 数量	销量	SPU 数量	销量
上衣	1,955	116.88	1,311	99.33	930	105.27
外套	974	24.22	691	25.01	584	27.15
裤类	1,067	55.59	688	49.44	448	56.05
裙类	750	23.09	417	21.34	411	15.11
皮草	238	1.38	189	0.82	193	1.20
其他	1,021	19.48	452	10.54	450	17.86
合计	6,005	240.63	3,748	206.47	3,016	222.65

公司每年销售各种风格的全季节产品，能够满足客户多场合、各种需求的穿着要求，因此，对公司产品认同度较高的核心客户存在着多次重复购买公司不同产品的需求。

2、结合同行业可比公司数据说明上述高频次重复购买、单个客户购买数量及金额均较高是否符合正常商业逻辑和主要用户群体的消费习惯。

公司的可比公司包括渠道与模式类似的线上服饰零售企业和产品风格与受众群体相近的线下服饰零售企业。报告期内，汇美时尚、裂帛股份、韩都衣舍、锦泓集团、安正时尚、朗姿股份均未披露终端客户重复购买次数及其年度消费金额数据。

根据欣贺股份披露公开信息，其制定了 VIP 会员制度，“多年来，公司凭借独特的品牌风格、精致的产品，培育了一批忠实的顾客群。公司制定了 VIP 会员制度，以增强品牌黏性、回报客户。”欣贺股份 VIP 会员为其较为忠实的核心客户群体，与公司购买次数较多的核心客户群体类似。根据欣贺股份披露的公开信息，其 VIP 会员数量及消费情况如下：

单位：万元

项目	VIP 活跃数(人)	VIP 消费总额	营业收入	VIP 消费总额/营业收入	VIP 人均消费金额
2020 年 1-6 月	76,507	64,297.49	77,325.78	83.15%	1.68
2019 年 1 月 1 日-10 月 21 日	120,157	125,738.44	196,520.98	89.37%	1.46
2019 年 10 月 22 日-12 月 31 日	52,778	49,884.29			
2018 年度	81,549	121,022.54	176,010.02	68.76%	1.48

注：

1、欣贺股份于 2019 年 10 月 22 日上线集团卡，集团卡整合了此前其旗下各品牌独立的 VIP 会员，上线集团卡前上表数据为各品牌 VIP 汇总数据，上线集团卡后相关数据为集团卡 VIP 数据；

2、2020 年 1-6 月 VIP 人均消费金额为年化数据，下同；

3、2019 年度 VIP 人均消费金额为 2019 年度 VIP 消费总额/2019 年 1 月 1 日-10 月 21 日 VIP 活跃数，下同；

4、数据来源为欣贺股份公开披露信息，下同。

此外，欣贺股份还披露了其 2018 年度核心品牌 JR 的 VIP 会员数量及消费情况：

项目	VIP 活跃数(人)	VIP 消费总额	营业收入	VIP 消费总额/营业收入	VIP 人均消费金额
2018 年度	22,283	71,255.38	176,010.02	40.48%	3.20

欣贺股份销售产品与公司类似，主要产品均为高端女装。因此，其客户群体与公司存在一定的相似性，会根据自身需求购买同其认可品牌的多款不同产品。而购买频次在一定程度上代表了客户对公司产品的认可度及需求水平，购买次数较多的客户构成了公司的核心客户群体。

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”不同购买频次的客户其订单总金额情况如下：

单位：万元

下单次数	2020 年度		2019 年度		2018 年度	
	订单总金额	占比	订单总金额	占比	订单总金额	占比
当年下单 5 次及以上	66,650.31	69.45%	53,041.51	67.71%	54,307.49	67.71%
其中：当年下单 20 次以上	31,175.06	32.48%	22,247.07	28.40%	22,549.02	28.11%
其中：2018-2020 年度均下单 20 次以上	9,586.59	9.99%	9,052.29	11.55%	9,397.44	11.72%
总订单金额	95,957.30	100%	78,345.18	100%	80,209.96	100%

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”每年均下单 20 次以上的买家其订单均价情况如全部订单的订单均价情况对比如下：

单位：元

项目	2020 年度	2019 年度	2018 年度
2018-2020 年均下单 20 次以上客户	543.17	485.78	520.87
全部客户	486.06	441.50	441.88

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”每年均下单 20 次以上的买家其订单均价均略高于当年度全部客户的订单均价，主要原因系其作为公司的核心客户，对公司的产品认可度较高，并形成了一定的消费习惯。与之相比，部分初次购买公司产品的新用户，会倾向于购买单价较低的产品，待对公司产品有了一定实物认知及认可后，进一步购买单价较高的产品。

报告期各期，公司主要店铺“戎美高端女装”不同购买频次的买家人均消费金额情况如下：

单位：万元

下单次数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	人均消费金额	人均消费金额	人均消费金额
当年下单 5 次及以上的客户	0.70	0.59	0.59
其中：当年下单 20 次以上的客户	2.20	1.78	1.83
其中：2018-2020 年度均下单 20 次以上的客户	2.63	2.48	2.58

下单次数	2020 年度	2019 年度	2018 年度
	人均消费金额	人均消费金额	人均消费金额
全部买家	0.18	0.17	0.16

虽然与公司全部产品通过线上销售的销售模式存在一定区别，但欣贺股份其销售产品与公司类似，主要客户群体也存在类似的消费习惯。2018 年度至 2020 年 1-6 月，欣贺股份活跃 VIP 用户分别贡献了公司 68.76%、89.37%及 83.15%的收入，其年人均消费金额分别为 1.48 万元、1.46 万元、1.68 万元。其核心品牌 JR 的 2018 年度年人均消费金额为 3.20 万元。2018 年度至 2020 年度，公司主要店铺“戎美高端女装”核心客户群体，即下单 20 次以上的买家其年人均消费金额分别为 1.83 万元、1.78 万元及 2.20 万元；2018-2020 年度均下单 20 次以上的买家年人均消费金额分别为 2.58 万元、2.48 万元及 2.63 万元。公司核心用户单个客户购买数量及金额与可比公司类似，符合正常商业逻辑和主要用户群体的消费习惯。

二、核查程序

申报会计师执行了如下核查程序：

1、申报会计师及保荐机构针对发行人月度订单数量与订单金额匹配情况及销售清单与出库商品匹配情况，主要履行了以下核查程序：

（1）获取了发行人相关原始订单数据，并进行了匹配分析；

（2）获取发行人的库存商品进销存台账、各期末发出商品清单以及销售清单，并将根据公司产品的进销存台账推算的销售数量与销售清单中的销售数量进行对比，分析差异原因；

（3）获取发行人库存商品的其他出库明细，并与上述差异数量进行核对，分析其合理性；

（4）获取百世仓盘点报告、公司盘点报告，并于报告期期末对公司存货进行监盘，监盘相关情况如下表所示：

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
监盘时间	2021 年 1 月 1 日至 1 月 3 日	2020 年 1 月 1 日至 1 月 3 日
监盘地点	公司的所有仓库及生产车间	公司的所有仓库及生产车间

项目	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
监盘范围	库存商品、原材料、在产品	库存商品、原材料、在产品
监盘过程	(1) 申报会计师及保荐机构于盘点当日，获取仓库清单选样制作监盘表，并分发至各监盘人员；(2) 申报会计师、保荐机构共分成 10-18 个小组，在公司及百世仓储人员的配合下按照分配的清单执行监盘；(3) 监盘过程中，盘点人员清点数量，并识别瑕疵品等，申报会计师、保荐机构进行观察，并抽取样本拍照留存；(4) 监盘过程中，存货处于停止发货状态，对于已盘点的存货由盘点人员进行标记，防止重复盘点；(5) 盘点结束后，由盘点人员及监盘人员在监盘表上签字确认。	
过季库存商品的监盘方式	对于过季库存商品（库龄在 1 年以上）进行实地监盘。 抽盘涵盖：(1) 获取库存商品清单，结合重要性运用货币单元随机抽样方法选样抽盘，其中包含部分过季款；(2) 对结存金额 ≥ 15 万元的过季库存全盘。过季库存监盘比例占整体过季库存金额的 30%。	对于过季库存商品进行实地监盘。 抽盘涵盖：(1) 获取库存商品清单，结合重要性运用货币单元随机抽样方法选样抽盘，其中包含部分过季款；(2) 对结存金额 ≥ 10 万元的过季库存全盘；(3) 对所有大衣及皮草全盘，其中包括部分过季款。过季库存监盘比例占整体过季库存金额的 52%。

2、针对发行人收入真实性及发行人客户重复购买情况，申报会计师及保荐机构主要履行了以下核查程序：

(1) 收入真实性核查

申报会计师及保荐机构通过买家账户真实性核查、订单真实性核查、支付宝核查、终端客户电话访谈、公司资金流水核查、销售穿行测试等手段对公司线上渠道的销售真实性进行核查，核查范围包括公司淘宝店铺及天猫店铺，覆盖范围包括公司报告期内全部订单。

经核查，报告期内公司及其关联方不存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售平台进行寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等行为。

申报会计师及保荐机构具体从如下维度对公司的收入真实性进行核查，核查维度包含报告期内公司全部订单：

编号	核查手段	具体核查维度	结论
1	买家账户真实	用户重复购买情况分析	对公司淘宝、天猫各店铺的客户真实性进行了核查，不存在异常情况。

编号	核查手段	具体核查维度	结论
	性分析	新增客户分析	
		客户收货情况分析	
		代付情况分析	
2	订单真实性分析	订单地域分析	不存在收入数据存在重大偏差、虚构虚增收入数据的情况
		月度消费情况分析	
		消费时间情况分析	
		消费金额分布区间统计分析	
		消费金额集中度分析	
3	支付宝核查	支付宝金额与订单金额匹配分析	支付宝金额与订单金额基本匹配，不存在董监高通过其支付宝账户大量购买公司产品进行刷单的行为
		公司支付宝与董监高账户流水匹配核查	
4	终端客户电话访谈	结合重要性+随机抽样原则，进行终端客户电话访谈	访谈结果不存在异常情形。公司不存在引导客户好评情形。
5	其他	资金流水核查	不存在异常情形
		前五大客户实地走访	
		销售穿行测试	

其中，对报告期各期前五大客户进行核查的具体情况如下：

1）报告期内，公司前五大客户共有14名，申报会计师及保荐机构通过面对面访谈、视频访谈、电话访谈实现对11名前五大客户进行核查；

2）获取报告期各期前五大客户的销售明细，对前五大客户购买产品的款式、尺码、数量、单价等数据进行统计分析；对单款衣服下单数量、购买产品的尺码分布进行分析；

3）获取报告期内前五大客户的支付宝账户，结合发行人董事、监事、高级管理人员的银行流水及支付宝流水进行匹配核查；

报告期内公司前五大客户的消费行为、消费用途具备真实性、合理性，不存在异常情况。

（2）客户重复购买情况核查

除收入真实性核查外，申报会计师及保荐机构通过参与及复核IT审计的相关工作及电话访谈对客户重复购买进行核查，具体情况如下：

1) 对发行人下单次数20次以上买家的购买行为进行分析，具体包括对应订单的地区分布、对应订单金额的月份（按收货时间）及小时（按下单时间）分布，并和发行人全部订单数据进行对比。经核查，相关订单数据不存在异常情况。

2) 对发行人下单次数20次以上的买家用户订单信息中快递单号进行查询，并与顺丰速运OMS系统的物流信息进行核对，确认不存在异常情况。

3) 通过对发行人下单次数20次以上的买家订单中单款产品购买数量进行分析，核查其销售行为的合理性。确认不存在异常情况。

4) 对客户进行电话访谈，具体情况如下：

①访谈范围及结果

申报会计师及保荐机构按照重要性原则，对报告期内净发货额在10万以上的客户全部进行了访谈。同时，申报会计师及保荐机构按照等距随机抽样原则对随机抽取的用户进行电话访谈。2018年度、2019年度、2020年度样本总量分别为2,000个、2,000个、2,000个，除订单金额在10万元以上的客户全部抽取外，剩下样本采取等距随机抽样原则，即按消费金额对所有消费金额10万元以下的客户进行排序后，以（样本量/客户量）为距离，等距抽取用户作为电话访谈样本。去重后，2018年度、2019年度、2020年度电话访谈的样本量分别为2,000个、1,967个、1,906个，访谈成功率为36.35%、39.15%、31.69%。

申报会计师及保荐机构还从同一收货信息的下单次数、同一收货信息的下单金额、同一买家ID的下单次数三个维度，抽取历年前100大客户进行电话访谈。

此外，针对下单20次以上的重复购买客户，申报会计师及保荐机构进行了补充电话访谈。

报告期内申报会计师及保荐机构合计共抽取6,575个用户进行电话访谈，访谈过程中不存在异常情况。

按用户ID人数统计的电话访谈结果情况如下：

年份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1、重要性+随机性原则			
样本量	1906	1,967	2,000
成功样本	604	770	727
成功率	31.69%	39.15%	36.35%
2、同一收货信息下单次数前 100 大			
去重后样本量	51	63	36
成功样本	27	11	17
成功率	52.94%	17.46%	47.22%
3、同一收货信息下单金额前 100 大			
去重后样本量	17	74	75
成功样本	6	20	35
成功率	35.29%	27.03%	46.67%
4、用户 ID 下单次数前 100 大			
去重后样本量	27	31	28
成功样本	13	14	14
成功率	48.15%	45.16%	50.00%
5、下单次数 20 次以上客户			
去重后样本量	100	100	100
成功样本	43	44	42
成功率	43.00%	44.00%	42.00%
6、合计			
样本量	2,101	2,235	2,239
成功样本	693	859	835
成功率	32.98%	38.43%	37.29%

②访谈范围、访谈人及访谈时间

访谈范围	访谈人	访谈时间
2018 年度重要性+随机性原则抽取客户	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2019 年 9 月
2017 年度、2019 年度重要性+随机性原则抽取客户	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2020 年 3 月
2017 年度-2019 年度：	申报会计师、保荐机	2020 年 3 月

访谈范围	访谈人	访谈时间
1、各年同一收货信息下单次数前 100 大 2、各年同一收货信息下单金额前 100 大 3、各年用户 ID 下单次数前 100 大	构及发行人律师项目组成员	
2020 年 1-6 月重要性+随机性原则抽取客户	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2020 年 8-9 月
2020 年 1-6 月： 1、同一收货信息下单次数前 100 大 2、同一收货信息下单金额前 100 大 3、用户 ID 下单次数前 100 大	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2020 年 8-9 月
2020 年度重要性+随机性原则抽取客户	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2021 年 2 月
2020 年度： 1、各年同一收货信息下单次数前 100 大 2、各年同一收货信息下单金额前 100 大 3、各年用户 ID 下单次数前 100 大	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2021 年 2 月
2017 年度至 2020 年度随机性原则抽取的下单次数 20 次以上客户	申报会计师、保荐机构及发行人律师项目组成员	2021 年 2 月

③访谈内容及“不存在异常”的定义

电话访谈访谈内容及“不存在异常”的具体定义如下：

访谈问题	覆盖范围	“不存在异常”
购买金额或购买件数确认	全部电话访谈	与发行人订单数据无明显出入
购买产品用途	全部电话访谈	购买用途主要为自用或赠送亲友，少量样本为二次销售。不存在刷单或疑似刷单行为
与发行人是否有纠纷	全部电话访谈	与发行人不存在未解决的重大纠纷及诉讼
是否存在退货行为，具体原因如何	全部电话访谈	发行人不存在大规模的产品质量问题或与客户的相关纠纷
发行人是否存在引导好评等影响平台评价的行为	全部电话访谈	发行人不存在引导好评等影响平台评价的不合规行为
是否愿意继续关注发行人的产品	全部电话访谈	不存在客户大规模不愿继续关注发行人产品的

访谈问题	覆盖范围	“不存在异常”
		情况
与发行人是否存在关联关系	全部电话访谈	客户与发行人不存在关联关系
下单次数较多的原因	2017 年 度 至 2020 年度随机性原则抽取的下单次数 20 次以上客户	主要原因为较为认同发行人产品，购买产品自用或赠送亲友，少量样本为二次销售，不存在刷单或疑似刷单行为
购买发行人商品主要为多次购买不同款商品或多次购买同款商品		客户主要为多次购买不同款商品
若有同款购买多件的行为，具体原因为何		客户相关购买理由合理，如购买的为打底裤等百搭服饰或客户购买公司商品进行二次销售

申报会计师及保荐机构电话访谈核查结果不存在异常情况。

④保证访谈结果真实性所进行的质量控制措施

申报会计师及保荐机构通过参与IT审计的相关工作，现场获取公司全部订单数据，并独立完成相关电话访谈的样本抽样。在电话访谈前，申报会计师及保荐机构现场监督公司员工于淘宝及天猫平台操作后台查询相关订单，确认相关订单内容及电话与公司记录的订单数据一致。电话访谈中，申报会计师、保荐机构对接受访谈的客户进行相关事项的确认，并全程录音记录。申报会计师、保荐机构电话访谈核查结果不存在异常情况。

三、核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人报告期各期不存在月度订单数量与订单金额变化趋势不一致情形；报告期内，根据发行人产品按类别的进销存情况推算的出库数量略大于销售订单数量，该类差异原因具有合理性，主要系公司库存商品出库中除销售出库，还包含未最终实现销售的其他出库的情形，如毁损报废、盘亏出库等。

2、发行人报告期各期重复购买超过20次的销售金额占比较高存在商业合理性，符合正常商业逻辑和主要用户群体的消费习惯。

（此页无正文，为《关于日禾戎美股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的发行注册环节反馈意见落实函中有关财务会计问题的专项说明》（容诚专字[2021]201Z0168号）之盖章页。）

容诚会计师事务所（特殊普通合伙）



2021年6月30日