证券代码:603536 证券简称:惠发股份 公告编号:临2019-018

山东惠发食品股份有限公司关于上海证券交易所对公司2018年年度报告问询函回复的公告

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。

山东惠发食品股份有限公司(以下简称“公司”)于2019年4月1日收到上海证券交易所《关于对山东惠发食品股份有限公司2018年年度报告的事后审核问询函》(上证公函【2019】0396号)(以下简称“《问询函》”),现对《问询函》中提出的问题回复如下:

1、年报披露,公司目前主要的销售模式为经销商销售模式,通常采用现款发货的方式。2017年、2018年,公司应收票据及应收账款期末余额分别为1亿元、1.64亿元,同比增长率分别为112.07%、64.89%;经营活动产生的现金流量净额分别为5158.37万元、-66.01万元,同比分别减少59.64%、101.28%。请公司补充披露:(1)结合报告期内经销商变动以及产品变化情况,说明报告期内公司生产经营模式是否发生较大变化;(2)报告期内公司赊销标准、占营收的比重以及赊销政策是否发生变化;(3)结合报告期内公司销售及回款政策,说明应收账款增长的原因及合理性;(4)应收账款是否存在无法足额收回的风险,以及是否充分计提坏账准备;(5)结合行业及上下游客户情况,分析公司近两年经营性现金流连续大幅下降的具体原因,说明未来拟采取的应对措施。

回复:

(1)结合报告期内经销商变动以及产品变化情况,说明报告期内公司生产经营模式是否发生较大变化;

①报告期内公司经销商的变动较小,2018年经销商户数为523户,较2017年经销商户数518户增加5户。其中2018年终止合作的经销商119户,上述经销商2017年度的营业收入2,494.99万元,占2017年度主营业务收入的比例为2.68%,2018年新增合作的经销商124户,上述经销商2018年度的营业收入1,778.75万元,占2018年度主营业务收入的比例为1.73%。因终止和新增经销商的营业收入占当期营业收入的比例较低。

②经销商模式为公司目前主要的销售模式,

2017年、2018年经销商模式的收入分别为82,245.79万元、87,828.46万元,占公司主营业务收入的比例分别为88.50%、85.59%。报告期内公司经销商模式的收入变动较小。

2017年末、2018年末经销商应收账款的余额分别为7,440.25万元、14,498.73万元,2018年末经销商应收账款的余额增加7,058.48万元,增加金额较大主要受公司采取临时信用额度政策所致。

③公司经销商模式下的销售收入较为集中,2017年、2018年前三十大经销商的销售收入分别为50,048.45万元、52,211.07万元,占公司主营业收入的比例分别为53.86%、50.88%。报告期内公司前三十大经销商中有27户保持稳定,变动的经销商2017年、2018年销售收入分别为3,670.59万元、3,565.97万元,其销售收入未出现较大幅度的变动。

④报告期内公司主要类别产品的销售收入变动情况如下:

单位:元

产品类别	2018年度	2017年度	变动金额	变动比例
丸制品	427,759,613.49	415,949,566.07	11,810,047.42	2.84%
油炸品	322,845,770.81	296,706,617.07	26,139,153.74	8.81%
肠制品	70,291,166.32	68,874,370.00	1,416,796.32	2.06%
串制品	84,102,586.47	72,628,436.60	11,474,149.87	15.80%
其它类	56,783,174.77	32,719,222.29	24,063,952.48	73.55%
贸易类	64,349,125.38	42,389,580.15	21,959,545.23	51.80%
主营业务收入合计	1,026,131,437.24	929,267,792.18	96,863,645.06	

注1:其他类产品主要包括滑类、小龙虾、面食类、蛋饺类、礼盒产品等。

注2:贸易类产品主要包括木薯淀粉、鱼糜、巴沙鱼、北极甜虾等。

公司主要产品类别中包括丸制品、油炸品、肠制品、串制品的销售收入变动幅度较小,变动幅度较大的主要为其他类和贸易类产品,其中其他类产品销售收入增加主要是由于公司2018年为了丰富产品内容,开发新产品的收入增加所致;贸易类产品销售收入增加主要是由于公司扩大贸易产品的营运规模所致。

销售收入变动较大的其他类和贸易类主要产品列示如下:

单位:元

产品类别	2018年度	2017年度	变动金额	变动比例
一、其他类	56,783,174.77	32,719,222.29	24,063,952.48	73.55%
其中:				
虾滑	16,405,680.40	4,072,476.07	12,333,204.33	302.84%
麻辣小龙虾	6,209,242.55	823,422.23	5,385,820.32	654.08%
手抓饼	2,787,877.16	200,418.80	2,587,458.36	1291.03%
虾饼	2,276,664.02		2,276,664.02	
紫薯糯米球	2,258,020.22		2,258,020.22	
小计	29,937,484.36	5,096,317.10	24,841,167.26	487.43%
二、贸易类	64,349,125.38	42,389,580.15	21,959,545.23	51.80%
其中:				
木薯淀粉	19,934,683.12	2,435,597.20	17,499,085.92	718.47%
北极甜虾	14,354,923.92	7,824,013.98	6,530,909.94	83.47%
小计	34,289,607.04	10,259,611.18	24,029,995.86	234.22%

由上表可以看出,其他类中销售收入增加较大的产品中新产品增加金额较大,贸易类中销售收入增加较大的产品主要因销售规模扩大所致。

综上,公司报告期内生产经营模式未发生较大变化。

(2)报告期内公司赊销标准、占营收的比重以及赊销政策是否发生变化;

公司通常采取现款发货的模式,同时,公司根据区域性竞争和产品销售淡旺季的特点,给予部分资信良好的优质经销商一定的信用额度支持。

公司的赊销政策包括两类,一类是给予客户信用额度、一类是给予客户信用期限。其中信用额度是指公司给予客户一定的赊销额度,在应收账款低于该额度时,客户可以提货,主要客户群体为经销商;信用期限是指公司根据客户的信用情况确定回款账期,回款账期在15天至90天的范围,主要客户群体为商超、终端直销客户及部分经销商。

①公司报告期内信用额度政策的比较情况如下:

项目	2018年	2017年	变动情况	备注
信用额度授信客户数量(户)	60	29	31	
信用额度金额(万元)	14,690.00	8,610.00	6,080.00	
占公司主营业收入的比例(%)	14.32	9.27	5.05	

从上表可以看出,2018年末较2017年末的信用额度增加较大,主要是由于公司根据2018年的经济形势变化,基于市场信息的反馈、原材料价格变动等因素综合判断,确定于2018年12月起开始,采取对前五十大经销商及部分合作期限较长、信用较好的经销商实施增加临时信用额度的政策。增加的额度由各经销商根据各自需要提出申请,公司根据其以往的销售额和信用记录进行审核,由公司与经销商协商确定增加的信用额度。

本次公司共对三十户经销商增加了临时信用额度,上述经销商在本次增加额度之前的信用额度共计5,710万元,本次增加的临时信用额度金额共计6,900万元,增加后上述经销商的信用额度共计12,610万元,占公司所有经批准信用额度总额14,690万元的85.84%,上述经销商2018年度共计实现销售收入41,973.51万元,信用额度占其销售收入的比例为30.04%。

②公司报告期内信用期限政策的比较情况如下:

项目	2018年	2017年	变动情况	备注
信用期限授信客户数量	27	22	5	
授信客户的应收账款(万元)	1,754.48	1,030.27	724.21	
占公司主营业收入的比例(%)	1.71	1.11	0.60	

从上表可以看出,报告期内公司信用期限的客户数量变动较小。信用期限基本在15天至90天的范围,报告期内基本没有发生变化,相关客户应收账款余额的增加主要因客户数量增加和销售收入增加所致,享受信用期限政策的客户主要为商超、终端直销客户及部分经销商,该部分客户2017年、2018年实现的销售收入分别为3,857.81万元、6,564.53万元,其应收账款余额占2017年、2018年销售收入的比例分别为26.71%、26.73%。

综上,公司报告期内赊销政策的主要变化是在2018年12月采取临时信用额度政策。

(3)结合报告期内公司销售及回款政策,说明应收账款增长的原因及合理性;

2018年12月起,公司开始对部分客户实施增加临时信用额度的政策,本次临时授信增加信用额度6,900万元。

公司所属的速冻调理肉制品行业的销售淡旺季较为明显,公司2018年第四季度的营业收入占全年营业收入的比例为37.53%。上述客户在2018年第三季度末和年末的应收账款余额分别为7,343.10万元、12,414.58万元,应收账款余额增加5,071.48万元。

公司前五大经销商应收账款的余额变动情况如下:

单位:万元

客户名称	2018年第三季度末应收账款余额	2018年末应收账款余额	增加额	临时信用额度
客户1	2,546.30	3,122.72	576.42	1,350.00
客户2	1,478.26	1,370.41	-107.85	370.00
客户3	-264.86	1,110.00	1,374.86	950.00
客户4	371.42	846.60	475.18	450.00
客户5	419.22	600.02	180.80	400.00
合计	4,550.34	7,049.75	2,499.41	3,520.00

由上表可以看出,公司前五大经销商2018年末应收账款较2018年三季度末增加金额未超过公司给予的临时信用额度。

因此,公司应收账款余额2018年12月31日较2017年12月31日增加6,766.14万元,主要是由于受公司2018年12月起开始对部分客户实施增加临时信用额度的政策所致。

(4)应收账款是否存在无法足额收回的风险,以及是否充分计提坏账准备;

2019年12月31日,公司应收账款余额为17,307.50万元、应收账款的净值为16,396.75万元,其账龄基本为一年以内。

2019年1-3月,公司共收到货款18,589.98万元,其中2018年12月31日的应收账款共收回款项12,556.60万元,尚未收回款项4,750.90万元。公司的赊销政策包括正常的信用额度(7,790.00万元)和信用期限。应收账款的余额符合公司的赊销政策所确定的应收账款范围,不存在无法足额收回的风险。

期末,公司对单项金额重大的应收账款进行单独减值测试,期后回款正常,应收账款的余额和账期均符合信用额度或信用期限的范围,未发现减值情况。并对所有应收账款按账龄组合和确定的坏账准备计提比例计提坏账准备。

2018年、2017年公司实际核销的应收账款金额分别为5.78万元和17.01万元,发生的坏账金额很小。公司已充分计提坏账准备。

(5)结合行业及上下游客户情况,分析公司近两年经营性现金流连续大幅下降的具体原因,说明未来拟采取的应对措施。

报告期内公司经营性现金流情况比较列示如下:

单位:万元

项目	2018年	2017年	2018年较2017年变动金额	2016年	2017年较2016年变动金额
销售商品、提供劳务收到的现金	113,528.37	103,393.47	10,134.90	104,123.29	-729.82
收到的税费返还					
收到其他与经营活动有关的现金	307.70	889.48	-581.77	341.37	548.10
经营活动现金流入小计	113,836.07	104,282.94	9,553.13	104,464.66	-181.72
购买商品、接受劳务支付的现金	84,323.89	70,520.00	13,803.89	64,870.99	5,649.01
支付给职工以及为职工支付的现金	15,198.42	13,603.25	1,595.17	12,356.33	1,246.92
支付的各项税费	8,846.68	10,042.29	-1,195.61	9,223.13	819.16
支付其他与经营活动有关的现金	5,533.10	4,959.04	574.06	5,233.72	-274.69
经营活动现金流出小计	113,902.09	99,124.58	14,777.51	91,684.16	7,440.42
经营活动产生的现金流量净额	-66.02	5,158.37	-5,224.38	12,780.50	-7,622.13

由上表可以看出,导致公司连续两年经营性现金流大幅下滑的原因是购买商品、接受劳务支付的现金增加额大于销售商品、提供劳务收到的现金增加额。

①购买商品、接受劳务支付的现金增加较大

报告期内公司生产规模逐年扩大,生产所需原材料的采购量增加。报告期内主要原材料的采购单价基本为上涨趋势,相关原材料市场基本为卖方市场,供应商给予的信用期限较短,由此造成购买商品、接受劳务支付的现金增加较大;

②销售商品、提供劳务收到的现金增加较小

随着消费者对于速冻食品的需求呈现旺盛的增长态势,速冻调理肉制品行业发展较快,公司产品销量和营业收入逐年增加。正是鉴于行业的快速发展,近几年,除了传统的速冻米面食品企业如三全食品、思念食品凭借其多年的行业经验和渠道资源涉足速冻调理肉制品行业外,其他中小企业也发展迅速,试图在这块不断扩容的市场上争得一席之地。

公司作为该行业的规模企业,为了应对复杂的市场竞争态势,充分发挥公司的品牌优势、品质控制优势、资金优势,积极开拓多种销售渠道,开发新的市场区域,为此,公司给部分客户一定的信用额度或信用期限。由此造成应收账款增幅较大,导致销售商品、提供劳务收到的现金增加较小。

公司拟采取的措施如下:

①公司下一步计划加大餐饮终端销售、打造新鲜食材供应为核心举措,提升销售市场份额和营销能力,扩大销售,加速存货周转,降低库存,提高价值链整体运行效率和资金周转速度;

②公司将进一步通过面向终端战略,深耕经销商市场的终端开发,提升销售能力,加速客户库存周转和资金回笼速度;

③公司将进一步优化供应商的付款方式和付款周期,通过战略合作等方式锁定价格和付款政策,提高资金需求的预测能力和资金配置能力,降低资金的需求集中度;

④公司将通过多种融资通道,进一步优化资金结构,拓展除金融机构之外的其他可能的融资途径,更好的满足公司日常的资金需求,优化公司的资产负债结构,提升资金的使用效率。

会计师的核查程序:

1、通过索取公司销售与收款业务的内部控制制度,了解销售合同、赊销政策、收入确认、往来款项对账等相关制度,并对相关业务的关键控制点进行控制性测试;

2、通过索取公司销售模块数据,保证各种销售模式下应收账款、销售收入数据的准确性;

3、、通过与公司管理层访谈,了解行业发展情况和市场信息,了解公司的赊销政策及其变动的内容和原因;

4、通过对应收账款实施函证程序及替代程序,保证应收账款余额的准确性;

5、通过索取销售合同,并对销售发票、出库单、过磅单进行核实,保证销售收入符合收入确认政策;

6、通过对部分经销商实地访谈,核实对其销售金额、应收账款余额、赊销政策,并对经销商的经营场所和仓库进行实地察看,保证应收账款和销售收入的真实性与准确性;

7、通过对应收账款的期后回款测试,查验收款凭证,保证应收账款能够足额收回;

8、分析计算公司资产负债表日坏账准备金额与应收款项余额之间的比率,比较前期坏账准备计提数和实际发生数,分析应收账款坏账准备计提是否充分,检查公司坏账准备计提方法,重新计算坏账准备计提金额。

会计师的核查意见:

经核查,我们认为公司的生产经营模式未发生较大变化,公司为了应对市场竞争,采取增加临时信用额度的措施,导致期末应收账款增加较大。期后应收账款回款良好,不存在无法足额收回的风险。报告期内公司经营性现金流下滑主要是受行业发展、市场竞争、原材料价格波动等因素影响,公司拟采取的措施是有效的。

2、年报披露,公司所处速冻调味品行业中小企业林立,产能过剩矛盾仍然突出,报告期内公司存货期末余额1.5亿元,同比增长31.53%;产品库存量为5,252.74吨,同比增长61.67%,库存量增长系产品储备增加。请公司补充披露:(1)结合行业发展情况及公司所处行业地位、市场份额、经营战略等,说明市场竞争加剧情况下仍大幅增加存货储备的原因及必要性;(2)结合公司不同产品平均售价以及产品销售模式,说明期末存货大幅增加的具体原因及合理性;(3)公司存货跌价准备的计提是否充分。

回复:

(1)结合行业发展情况及公司所处行业地位、市场份额、经营战略等,说明市场竞争加剧情况下仍大幅增加存货储备的原因及必要性;

随着近几年速冻调理肉制品行业的快速发展,行业内的竞争也日趋激烈,公司作为行业内的规模企业,及时调整战略,一是继续实施高质保价策略,为了保证公司的盈利性,在适度调整产品售价的同时,为了化解原材料价格上涨的压力,公司加大了原材料储备;二是为了寻找新的盈利增长点,公司不断开发新产品、开拓新渠道,由此造成期末存货增加。因此,在市场竞争加剧的情况下,公司采取增加存货储备是必要的措施。

(2)结合公司不同产品平均售价以及产品销售模式,说明期末存货大幅增加的具体原因及合理性;

报告期内存货明细比较情况列示如下:

单位:元

项目	期末余额			期初余额		
	账面余额	跌价准备	账面价值	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	85,245,477.55		85,245,477.55	68,771,106.23		68,771,106.23
库存商品	51,477,718.61	107,566.91	51,370,151.70	31,444,411.33	84,015.18	31,360,396.15
低值易耗品	6,502,856.80		6,502,856.80	7,237,344.62		7,237,344.62
包装物	6,386,519.47		6,386,519.47	6,208,564.40		6,208,564.40
消耗性生物资产	64,421.41		64,421.41	139,706.00		139,706.00
合计	149,676,993.84	107,566.91	149,569,426.93	113,801,132.58	84,015.18	113,717,117.40

由上表可以看出,报告期内存货增加主要是由于原材料和库存商品增加,具体分析如下:

1、原材料增加主要受原材料价格波动和期末库存数量变动所致

期末原材料增加金额16,474,371.32元,公司部分主要原材料的期末结存金额比较如下:

单位:元

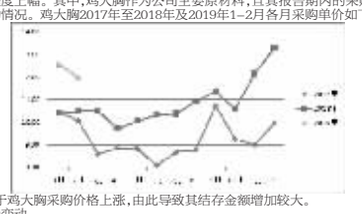
原材料名称	2018年结存金额	2017年结存金额	增加金额
去皮鸡大胸	19,145,009.43	16,531,281.73	2,613,727.70
木薯变性淀粉 HV303	6,230,128.69	2,878,697.28	3,351,431.41
淡水SA鱼糜	4,888,850.83	767,067.85	4,121,782.98
淡水鱼泥AA	4,336,522.10	1,641,319.20	2,695,202.90
木薯变性淀粉-533	3,787,113.97	722,727.10	3,064,386.87
带鱼鱼泥	3,381,047.29	1,338,439.19	2,042,608.10
木薯淀粉	2,996,231.57	1,321,176.88	1,675,054.69
合计	44,764,903.88	25,200,709.23	19,564,194.65

由上表可以看出,报告期内公司主要原材料结存金额均有不同程度的增加。

①原材料价格变动

原材料名称	2018年结存单价(元/公斤)	2017年结存单价(元/公斤)	单价增加金额(元/公斤)
去皮鸡大胸	12.50	9.30	3.20
木薯变性淀粉 HV303	4.02	3.31	0.71
淡水SA鱼糜	14.67	13.93	0.74
淡水鱼泥AA	12.04	13.07	-1.03
木薯变性淀粉-533	4.60	2.15	2.45
带鱼鱼泥	9.31	7.85	1.46
木薯淀粉	3.34	2.28	1.05

由上表可以看出,报告期内公司主要原材料中除了淡水鱼泥AA结存单价略有下降之外,其他主要原材料的结存单位均有不同程度上幅。其中,鸡大胸作为公司主要原材料,且其报告期内的采购单价上涨幅度较大,以其为例说明价格波动情况。鸡大胸2017年至2018年及2019年1-2月各月采购单价如下图所示:



正如上图所示,由于鸡大胸采购价格上涨,由此导致其结存金额增加较大。

②原材料库存数量变动

公司部分主要原材料的期末结存数量比较如下:

原材料名称	2018年结存数量(KG)	2017年结存数量(KG)	增加数量(KG)
鸡大胸	1,531,873.71	1,777,564.27	-245,690.56
木薯变性淀粉 HV303	1,549,367.60	868,534.24	680,833.36
淡水SA鱼糜	333,219.40	55,060.50	278,158.90
淡水鱼泥AA	360,178.43	125,612.40	234,566.03
木薯变性淀粉-533	822,650.68	336,094.03	486,556.65
带鱼鱼泥	363,065.20	170,403.04	192,662.16
木薯淀粉	898,145.44	578,954.10	319,191.34
合计	5,858,500.46	3,912,222.58	1,946,277.88

由上表可以看出,除了鸡大胸外,其他主要原材料的结存数量均有较大幅度的增加,公司为了降低原材料价格波动风险,增加部分原材料的储备数量,由此导致期末原材料结存金额增加较大。

2、产成品增加原因

(1)报告期内产成品主要类别结存金额比较列示如下:

单位:万元

类别	2018年结存金额	2017年结存金额	增加金额
丸制品	879.56	1,183.75	-304.18
油炸品	846.38	359.76	486.62
肠制品	217.88	333.96	-116.08
调理品	723.64	413.76	309.88
其它类	1,498.62	260.38	1,238.24
贸易类	981.69	592.84	388.85
合计	5,147.77	3,144.44	2,003.33

(2)报告期内主营业务收入按类别列示如下:

单位:万元

类别	2018年	2017年	增加比例
丸制品	42,775.96	41,594.96	2.84%
油炸品	32,284.58	29,670.66	8.81%
肠制品	7,029.12	6,887.44	2.06%
串制品	8,410.26	7,262.84	15.80%
其它类	5,678.32	3,271.92	73.55%
贸易类	6,434.91	4,238.96	51.80%
主营业务合计	102,613.14	92,926.78	10.42%

由以上(1)和(2)表可以看出,产成品期末结存增加较大的类别与营业收入增加较大的类别基本一致,因此,产成品期末结存的增加主要受相关类别产品营业收入增加有关。

除上述原因外,油炸品、其它类、贸易类产成品增加较大的原因如下:

①速冻调理肉制品中毛利率最高的为油炸品,2018年其毛利率为30.61%,其营业收入和增幅均较大,该类产品的市场空间很大且盈利性较好,公司为了满足客户的需要,对所需产品能够在最短周期内发货,所以提高该类产品的期末库存。

②报告期内其他类产成品中主要产成品结存金额比较列示如下:

单位:万元

产成品名称	2018年结存金额	2017年结存金额	增加金额
其它类	1,498.62	260.38	1,238.24
其中:			
麻辣小龙虾	738.14		738.14
香辣小龙虾	253.35		253.35
十三香小龙虾	54.98		54.98
虾饼	79.41		79.41
培根	52.25	6.35	45.90
虾滑	135.74	97.56	38.18
口口脆	17.62		17.62
岁岁羊红锅料包	17.55		17.55
小计	1,349.04	103.90	1,245.13

由上表可以看出,其他类产成品中小龙虾的结存金额增加较大,该产成品为公司2018年开发的新产品,小龙虾的销售旺季为每年的二、三季度,公司为了满足销售旺季的需要,提前进行产品储备。2019年该产品销售情况稳定,其可变现净值高于账面价值,不存在跌价情况。

③2018年公司扩大了贸易类产品的营运规模,由此造成期末库存增加。

报告期内贸易类产成品中主要产成品结存金额比较列示如下:

单位:万元

产成品名称	2018年结存金额	2017年结存金额	增加金额
贸易类	981.69	592.84	388.85
其中:			
木薯淀粉50kg	411.48		411.48
北极甜虾90-120+	199.65	57.30	142.36
巴沙鱼柳九成300-400	91.03		91.03
海水鱼泥AA	94.53	4.19	90.34
海水鱼泥SA	29.81		29.81
开背巴沙鱼-9条	19.33	2.20	17.13
小计	845.84	63.69	782.15

由上表可以看出,贸易类产成品中主要产成品的结存金额均有不同程度的增加,主要因公司扩大营运规模和增加经营的贸易品种所致。

(3)2018年期末结存的各类别产成品期后入库、出库及结存情况

单位:万元

类别	2018年结存金额	2019年1-2月入库金额	2019年1-2月出库金额	2019年2月末结存金额
丸制品	879.56	3,201.95	3,112.96	968.56
油炸品	846.38	1,115.27	994.58	967.07
肠制品	217.88	584.16	554.65	247.38
串制品	723.64	1,130.18	1,189.94	663.88
其它类	1,498.62	863.29	1,311.97	1,049.94
贸易类	981.69	227.01	803.90	404.80
合计	5,147.77	7,121.86	7,968.01	4,301.63

由上表(3)可以看出,2018年期末的各类别产成品均已基本销售,2019年1-2月公司各类产品产销基本平衡。因此,公司期末结存的产成品属于为销售旺季期间准备的正常库存。

(3)公司存货跌价准备的计提是否充分。

2018年主要类别的营业收入、营业成本、毛利情况如下:

单位:万元

类别	营业收入	营业成本	毛利	毛利率
丸制品	42,775.96	32,035.28	10,740.68	25.11%
油炸品	32,284.58	22,403.13	9,881.45	30.61%
肠制品	7,029.12	5,966.19	1,062.93	15.12%
串制品	8,410.26	8,157.09	253.16	3.01%
其它类	5,678.32	4,547.58	1,130.74	19.91%
贸易类	6,434.91	6,044.60	390.32	6.07%
合计	102,613.14	79,153.87	23,459.28	22.86%

由上表可以看出,公司各类别产品的盈利性较好,其中串制品部分产品的可变现净值低于账面价值,期末公司根据账面价值与可变现净值的差额计提存货跌价准备。

会计师的核查程序:

1、在财务报表日,通过对期末存货实施监盘程序,并对部分存货实施抽盘程序,保证期末结存数量的准确性,在实施监盘程序过程中,对存货是否存在吸损、是否存在超过保质期的情况予以关注;

2、通过索取主要原材料的采购合同,索取原材料采购模块数据,并与采购发票、入库单进行核对,保证原材料采购数量、采购金额、采购单价的准确性;

3、通过对主要原材料、产成品实施发出计价测试,保证生产成本、期末结存金额的准确性;

4、通过对期后原材料和产成品的出库情况统计,保证期末存货结存的合理性;

5、通过对产成品实施跌价准备测试,根据期后产成品的销售单价减相关税费确定其可变现净值,并与产成品的账面价值进行比较,保证期末存货跌价准备计提的准确性。

会计师的核查意见:

经核查,我们认为公司期末存货增加,主要是受原材料价格上涨的影响,为了应对市场竞争、满足销售旺季的需求,采取的必要措施。期末存货跌价准备计提充分。

3、年报披露,公司主营业务分销售模式项下,经销商模式实现营收6.62亿元,同比增长6.79%,毛利率为24.53%,同比下滑3.22;终端直销模式实现营收1.31亿元,同比增长44.53%,毛利率为9.28%,同比下滑7.8%。公司主营业务分地区项下,华东地区实现营收3.61亿元,在分地区项目下营收居首,但华东地区毛利率同比减少10.51%。请结合行业发展情况、地区特征和市场竞争等因素,补充披露:(1)终端直销模式毛利率低于经销商模式的原因;(2)终端直销模式毛利率大幅下滑的原因;(3)说明华东地区分产品种类的营收情况,分析华东地区毛利率大幅下降的原因;(4)公司在华东地区未来拟采取的应对措施。

回复:

(1)终端直销模式毛利率低于经销商模式的原因;

公司经销商模式主要销售的产品为速冻产品,包括丸制品、油炸品、肠制品、串制品等类别,为大批量规模化生产,规模效益明显,销售模式成熟,销售渠道经过多年的经营已较为成熟,盈利能力相对较高,始终是公司最主要的收入和利润来源,市场竞争力较强。公司在速冻产品销售的策略中,采取了高质保价的策略,毛利率相对稳定。

公司终端直销模式的毛利率低于经销商模式主要有两项原因,其中:

①终端直销模式的目标客户群体包括大型连锁餐饮店、企事业团体等,其议价能力较强,各竞争对手在终端市场竞争激烈。公司在终端直销市场的客户集中度相对较高,终端客户的产品多为定制化生产,销售量低,生产成本较高,为保证客户的稳定性,公司采用压缩毛利空间的一贯政策,导致毛利率低于经销商模式。

②终端直销模式销售的产品包括贸易类产品,其毛利率低于速冻品的毛利率,也是导致终端直销模式下毛利率低于经销商模式的原因。

(2)终端直销模式毛利率大幅下滑的原因;

报告期内终端直销模式下按产品类别列示营业收入和毛利率对比情况如下:

项目	2018年		2017年	
	营业收入(万元)	毛利率	营业收入(万元)	毛利率
速冻类产品	6,718.41	12.36%	4,861.67	23.11%
贸易类产品	6,434.91	6.07%	4,238.96	10.17%
合计	13,153.32	9.28%	9,100.63	17.08%

由上表可以看出公司在报告期内,终端直销模式中包括速冻产品与贸易类产品两种类型的产品销售,速冻产品和贸易类产品的收入均同比增加,但毛利率均同比减少。其中,速冻产品毛利率同比下降10.75个百分点,贸易类产品毛利率同比下降4.10个百分点;另外,贸易类产品报告期内销售数量增长132.77%,主要系低毛利的产品销售,平均单价比去年同期降低34.78%,增加的销售收入并未带来毛利率的增长。对比单位售价、单位成本和销量的变化影响因素,具体情况如下:

项目	影响分析			单位售价变动对毛利额的影响(万元)	单位成本变动对毛利额的影响(万元)	销量变动对毛利额的影响(万元)	影响金额合计(万元)
	单位售价变化(元)	单位成本变化(元)	单位毛利(万元)				
速冻产品	234.89	2,056.43	-1,821.54	57.45	-502.95	222.47	-223.02
贸易类产品	-3,285.50	-2,542.70	-742.8	-1,474.44	1,141.09	222.63	-110.72

注:上表中各项指标的计算公式:

①单位售价变动对毛利额影响=(本期单位售价-上期单位售价)×上期销量

②单位成本变动对毛利额影响=(上期单位成本-本期单位成本)×上期销量

③销量变动对毛利额的影响=(本期单位售价-本期单位成本)×(本期销量-上期销量)

由上表可以看出,公司报告期内,终端直销模式销售中,受原材料鸡大胸涨价因素的影响而导致单位成本上涨,是速冻产品毛利下降的主要因素,直接影响毛利额下降502.95万元;受终端直销模式采用压缩毛利空间的一贯政策的影响,贸易类产品2018年的单位售价较2017年的单位售价下降34.78%,影响毛利额同比降低1,474.44万元。因此,以上两方面的因素,直接导致终端直销模式的毛利率整体同比降低7.8%。

(3)说明华东地区分产品种类的营收情况,分析华东地区毛利率大幅下降的原因;

公司报告期内华东地区的销售收入结构及其占比、营业收入、营业成本、毛利率的情况如下:

产品类别	2018年				2017年			
	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	收入占比(%)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	毛利率(%)	收入占比(%)
丸制品	11,690.04	9,714.30	16.90	32.30	11,206.80	8,004.41	28.58	36.66
油炸品	12,552.28	9,894.14	21.18	34.68	10,197.78	6,551.55	35.76	33.36
肠制品	1,951.14	1,700.79	12.83	5.39	1,758.46	1,455.49	17.23	5.75
串制品	3,117.46	3,033.58	2.69	8.61	2,484.12	2,354.67	5.21	8.13
其它类	1,412.45	1,199.20	15.10	3.90	940.37	738.72	21.44	3.08
贸易类	5,472.86	5,110.68	6.62	15.12	3,981.87	3,569.28	10.36	13.03
合计	36,196.24	30,652.68	15.32	100.00	30,569.40	22,674.12	25.83	100.00

根据上表可以看出,公司报告期内华东地区销售收入较去年同期增长18.41%,毛利率较去年同期下降10.51个百分点,其中,丸制品、油炸品、肠制品等各品类的收入均较去年同期增长,毛利率均较去年同期下降。

2018年华东地区的各产品类别毛利率与公司同类别产品毛利率比较情况如下:

品类	2018年华东地区			2018年全国		
	平均售价(元/吨)	平均成本(元/吨))	毛利率	平均售价(元/吨)	平均成本(元/吨))	毛利率
丸制品	9,062.82	7,531.10	16.90%	8,869.14	6,649.64	25.03%
油炸类	10,420.61	8,213.88	21.18%	10,087.33	6,994.15	30.66%
肠制品	10,256.16	8,940.15	12.83%	9,947.29	8,430.97	15.24%
串制品	11,726.36	11,410.84	2.69%	12,108.27	11,684.17	3.50%
其他类	21,653.33	18,384.02	15.10%	9,488.22	8,347.47	12.02%
贸易	5,677.87	5,302.13	6.62%	6,086.06	8,918.76	-31.76%
总计	9,095.29	7,702.32	15.32%	9,598.48	7,240.22	32.57%

由上表可以看出,华东地区主要速冻品(丸制品、油炸类、肠制品)的毛利率均低于公司同类别产品的毛利率,上述三类速冻品的收入占华东地区总收入的比例为72.37%,由此导致华东地区的毛利率下滑幅度大于其他地区毛利率的下滑幅度。主要原因分析如下:

①2018年华东地区丸制品、油炸类、肠制品的平均售价较全国平均售价比较情况如下:

产品类别	2018年		
	全国平均售价(元/吨)	华东平均售价(元/吨)	差额幅度
丸制品	8,879.38	9,062.82	2.07%
油炸类	10,099.08	10,420.61	3.18%
肠制品	9,939.33	10,256.16	3.19%

从上表可以看出,公司在华东地区的主要速冻类产品(丸制品、油炸类、肠制品)的单位销售价格均高于公司同类产品的平均销售价格,差额幅度在2%至3%左右。

②2018年华东地区丸制品、油炸类、肠制品的平均单位成本较全国平均单位成本比较情况如下:

| 产品类别 |