证券代码:002485　　证券简称:希努尔　　公告编号:2019-032

希努尔男装股份有限公司 关于对深圳证券交易所2018年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

希努尔男装股份有限公司(以下简称“希努尔”或“公司”)于2019年4月25日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对希努尔男装股份有限公司2018年年报的问询函》(中小板年报问询函【2019】第92号)(以下简称“问询函”)。根据问询函的要求,公司对有关问题逐条进行了认真分析核查,现将有关问题回复如下:

1、报告期内,你公司实现营业收入17.20亿元,同比上升121.99%,归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)为1.29亿元,同比上升120.06%,扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非后净利润”)为5,010.93万元,同比上升426.17%,经营活动产生的现金流量净额为6,743.46万元,同比上升868.84%。

(1)请结合你公司不同业务所处行业的竞争格局、公司市场地位、业务开展情况和报告期内毛利率、期间费用、非经常性损益、经营性现金流等因素的变化情况,说明营业收入、净利润、扣非后净利润变动幅度较大的具体原因及合理性。

回复:

报告期内,公司在保持服装业务稳健经营的同时,积极开拓文化旅游业务作为公司新的利润增长点,并初见成效,因此报告期内公司营收规模及盈利能力大幅度提升。具体说明如下:

(一)服装业务

面对国内外市场发展新形势,以及技术变革条件下产业创新发展的新需求,我国服装行业进入深度调整、转型升级新时代。基于消费需求的变迁,“互联网+”、云计算、大数据等新技术的出现,各服装企业探索产业转型升级路径。

为顺应服装行业的转型趋势,打造新市场环境下的核心竞争力,公司对传统服装业务进行了调整和优化,聚焦服装销售及品牌运营。目前公司服装业务处于模式迭代过渡期,营业收入及毛利率略微下降。

(二)文旅业务

作为对国民经济、社会就业综合贡献均超过10%的战略性支柱产业,文化旅游行业从高速增长迈向优质发展阶段,经济效益大幅提升,产业体系日臻完善。据统计,我国近几年旅游总收入逐年递增,2018年全年实现旅游总收入5.97万亿元,同比增长10.5%;预计至2020年,我国旅游市场总规模达到67亿人次,旅游投资总额2万亿元,旅游业总收入达到7万亿元。

基于对文旅产业市场需求、发展趋势及自身产业整合能力的综合研判,为增强持续经营能力、培育新的利润增长点,公司积极开拓文化旅游业务,布局文旅全产业链,并初见成效。报告期内,公司优选国内稀缺性旅游景区,打造全渠道营销平台,并通过专业运营团队和标准化管理体系完成轻资产输出,为公司业绩的大幅度增长奠定了坚实基础。2018年度,公司文旅项目布局落子云南香格里拉、浙江嘉兴西塘、山东诸城、陕西西安等地。同时,公司旗下的B2B平台松旅网于2018年6月份上线,迄今已取得较好成绩。另外,报告期内公司落地首单轻资产业务,为诸城恐龙文化保护区,提供规划设计、建设安装、编创推广等整体服务。在公司文旅各细分板块业务顺利开展的驱动下,2018年公司实现文旅业务营业收入98,273.58万元,占总营业收入比重达57.13%,相较去年同比增长204,370.37%。

因此,在公司文旅业务高速发展的带动下,报告期内公司整体营收规模及盈利能力大幅度成长。

(三)公司财务指标变动情况及说明

报告期内公司相关财务数据如下:

单位:元

项目	本报告期	上年同期	增减变动
营业收入	1,720,085,165.60	774,843,219.15	121.99%
毛利率	16.61%	25.58%	-8.97%
期间费用	169,529,729.81	189,421,178.95	-10.50%
归属于上市公司股东的净利润	128,891,936.61	58,572,372.12	120.06%
非经常性损益	78,782,629.35	73,935,368.10	6.56%
扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润	50,109,307.26	-15,362,995.98	426.17%
经营活动产生的现金流量净额	67,434,556.44	6,960,359.90	868.84%

1)毛利率:公司2018年毛利率为16.61%,同比下降8.97%。其中,服装业务毛利19.51%,同比下降4.86%,主要系公司服装业务转型,在过渡期间因产品结构调整、采购由原内部生产转为外部采购等因素导致;旅游服务毛利率减少29.29%,主要是由于报告期内公司大力开展B2B业务平台,为提高市场占有率,吸引更多的供应商、分销商、零售商、资源提供商等的入驻采取阶段性营销政策;旅游策划和小镇业务为本年度新增业务,主要是依托公司专业的运营团队和标准化的管理体系,融合创新演艺秀、情景商业街、特色餐饮、酒店客栈、主题乐园、非物质文化馆、地道民间艺术馆等丰富业态,为客户提供全面升级的旅游服务。

业务细分收入成本毛利情况如下:

项目	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
服装业务	695,163,507.33	559,564,347.97	19.51%	-8.68%	-2.80%	-4.86%
旅游服务	893,920,441.06	828,316,823.08	7.34%	185,891.23%	271,857.35%	-29.29%
旅游策划	72,122,639.49	27,532,855.59	61.82%			
旅游小镇	16,692,747.49	2,484,344.15	85.12%			

2)期间费用:公司2018年期间费用为16,952.97万元,同比下降10.5%,主要系公司业务转型、调整人员及组织架构所致。

3)非经常性损益:公司2018年非经常性损益为7,878.26万元,同比增长6.56%,系因收到9,739.44万元诸城市旅游产业发展奖励资金所致。

4)经营活动产生的现金流量净额:公司2018年经营活动产生的现金流量净额为6,743.46万元,同比增长868.84%,主要系公司文旅业务规模大幅扩张,正常经营流转产生的资金相应增加所致。

综上,报告期内公司服装业务调整优化,并积极开拓文旅业务,公司营业规模及盈利能力大幅度提升。

(2)结合销售政策、采购政策以及经营收支情况说明经营活动产生的现金流大幅上升的具体原因及合理性。

回复:

报告期内,公司经营活动产生的现金流情况如下:

单位:元

项目	本期金额	上期金额	同比变动
销售商品、提供劳务收到的现金	1,774,683,486.28	829,599,552.79	113.92%
收到其他与经营活动有关的现金	135,390,119.47	42,485,382.85	218.67%
经营活动现金流入小计	1,914,581,413.09	872,084,935.64	119.54%
购买商品、接受劳务支付的现金	1,596,814,136.34	488,977,241.45	226.56%
支付给职工以及为职工支付的现金	57,529,117.11	214,561,700.84	-73.19%
支付的各项税费	57,453,184.22	41,389,500.88	38.81%
支付其他与经营活动有关的现金	135,350,418.98	120,196,132.57	12.61%
经营活动现金流出小计	1,847,146,856.65	865,124,575.74	113.51%
经营活动产生的现金流量净额	67,434,556.44	6,960,359.90	868.84%

报告期内,公司服装业务销售政策保持稳定;在采购政策上,为确保采购质量,公司向供应商提前预付。同时,公司文旅业务销售及采购账期基本在3个月内,具备良好的经营收支情况。

因报告期内公司文旅业务营收规模及盈利能力的大幅度增长,公司销售商品、提供劳务收到的现金为17.75亿元,同比增长113.92%,基本与公司营业收入增长情况相当。同时,因业务转型公司对人员架构进行调整,报告期内支付给职工以及为职工支付的现金同比下降73.19%,降低了公司日常运营的资金支付压力。

综上,在公司文旅业务大幅增长的带动下,公司经营收支情况良好,经营性现金流大幅提升。

2、报告期内,你公司实现服装收入6.95亿元,占营业收入总额的比重为40.42%,旅游收入9.83亿元、占营业收入总额的比重为57.13%,其他业务收入4,218.58万元,占营业收入总额的比重为2.45%。同时,发生服装成本5.60亿元、旅游成本8.58亿元。请你公司补充说明以下事项:

(1)服装行业发展状况,公司行业地位,销售模式,收入结算方式、确认时点和确认方法,报告期内实体门店的经营情况、门店的变动情况,及门店店效信息等,并自查是否需按照《深圳证券交易所行业信息披露指引第8号——上市公司从事零售相关业务》的相关规定履行审议程序及信息披露义务;如是,请补充披露相关信息;

回复:

近五年来,服装行业整体增速趋于平稳,行业资源重新配置。随着居民收入水平的持续提高以及消费观念的转变,居民消费从注重量的满足转向追求质的提升,消费升级促使产业转型,新商业模式不断涌现,我国服装产业整合变革、转型升级成为大势所趋。

公司主营西装、衬衫及其他服饰类产品的销售,拥有“希努尔”、“普兰尼奥”、“皇家新郎”、“润尔”等品牌,其中“希努尔”定位于中高档商务男装品牌,“普兰尼奥”定位于高级个性化定制品牌,“皇家新郎”定位于高端礼服定制品牌,“润尔”定位于中高档女装定制品牌。公司形成以直营店和特许加盟店为主,团体订购、外贸出口和网上直销为辅的销售模式。

品牌方面,公司男装产品在国内北方市场具有较高的知名度,拥有一批忠诚、稳定的消费群体。渠道方面,公司以山东为基地,构筑了以山东、河北、河南、山西、江苏、陕西六省为核心的第一市场圈,以上六省区大部分县级以上城市都设有销售网络。

服装业务营业收入主要包括销售商品收入、提供劳务收入和让渡资产使用权收入,收入的确定应同时满足:①与交易相关的经济利益能够流入企业;②收入的金额能够可靠地计量。收入确认原则如下:

1)销售商品收入确认时间的具体判断标准

本公司销售的商品在同时满足下列条件时,按从购货方已收或应收的合同或协议价款的金额确认销售商品收入:①已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;②既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制;③收入的金额能够可靠地计量;④相关的经济利益很可能流入企业;⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

合同或协议价款的收取采用递延方式,实质上具有融资性质的,按照应收的合同或协议价款的公允价值确定销售商品收入金额。

具体原则:对于商品销售收入的确认,公司具体执行的确认条件为:

①加盟店销售:a属于加盟店经销(买断)的商品于货物发出时确认销售收入;b属于加盟店代销的商品于货物发出,收到加盟店销售清单时确认销售收入;②自营店销售:于商品交付消费者,并收取价款时确认销售收入;③定制成品销售:货物交付定制方验收完成,开具发票时确认销售收入;④加工费收入:于加工完成,开具发票时确认加工费收入。⑤出口商品销售:于取得运单或提单向银行办理交单,开具出口商品专用发票时确认销售收入。

2)确认提供劳务收入的依据

在同一会计年度内开始并完成的劳务,在完成劳务时确认收入;如果劳务的开始和完成分属不同的会计年度,在资产负债表日提供劳务交易的结果能够可靠估计的,采用完工百分比法确认提供劳务收入。本公司根据已经发生的成本占估计总成本的比例确定提供劳务交易的完工进度(完工百分比)。

在资产负债表日提供劳务交易结果不能够可靠估计的,分别下列情况处理:

①已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入,并按相同金额结转劳务成本。

②已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的,将已经发生的劳务成本计入当期损益,不确认提供劳务收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时,销售商品部分和提供劳务部分能够区分且能够单独计量的,将销售商品的部分作为销售商品处理,将提供劳务的部分作为提供劳务处理。销售商品部分和提供劳务部分不能够区分,或虽能区分但不能够单独计量的,将销售商品部分和提供劳务部分全部作为销售商品处理。

3)确认让渡资产使用权收入的依据

本公司在与让渡资产使用权相关的经济利益能够流入和收入的金额能够可靠的计量时确认让渡资产使用权收入。

利息收入按使用货币资金的使用时间和适用利率计算确定。使用费收入金额,按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。

本公司出租商铺收入确认方法:按租赁合同、协议约定的承租日期(有免租期的考虑免租期)与租金额,在相关租金已经收到或取得了收款的证据时确认出租商铺收入的实现。

报告期内,公司门店经营情况,变动情况,及门店店效信息等如下:

类型	专卖店数(家)	营业收入(元)	平均营业收入(元)	专卖店增减(家)
直营店	10	37,777,266.38	3,777,726.64	-3
加盟店	449	140,142,426.95	312,121.22	8
合计	459	177,919,693.33	4,089,847.86	5

《深圳证券交易所行业信息披露指引第8号——上市公司从事零售相关业务》第二条规定,“上市公司零售业务的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入30%以上的,或者归属于母公司所有者的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润30%以上的,或者该业务可能对公司业绩或股票及其衍生品种交易价格产生重大影响的,应当按照本指引规定履行信息披露义务。”

2018年度,公司服装零售业务的营业收入为17,794.35万元,占本年经审计营业收入的比例为10.34%。服装零售业务在公司业绩中所占比重较小,不具有重大影响。因此,公司服装业务不属于应当按照指引规定履行信息披露义务的情形。

(2)旅游行业的业务开展情况、经营业态、主要项目所在城市的市场地位及竞争优势、收入和成本的具体构成、主要客户等,并自查是否需按照《深圳证券交易所行业信息披露指引第3号——上市公司从事房地产业务》的相关规定履行审议程序及信息披露义务,如是,请补充披露相关信息;

回复:

在综合研判旅游产业市场需求、行业趋势及自身资源契合度的基础上,报告期内公司搭建业界一流团队、积极发展文化旅游业务,以文旅小镇开发、旅游全产业链管理和轻资产输出为发展驱动,初见成效,大幅提升公司盈利水平及可持续经营能力。报告期内,公司文旅业务实现营业收入98,273.58万元、营业成本为85,833.4万元。

单位:万元

项目	营业收入	营业成本	营业收入同比增减	营业成本同比增减
旅游服务	89,392.04	82,831.68	185,891.23%	271,857.35%
旅游策划	7,212.26	2,753.29	--	--
旅游小镇	1,669.27	248.43	--	--
文旅业务合计	98,273.58	85,833.4	204,370.37%	281,712.76%

(一)文旅业务经营业态

2018年度,公司旅游小镇业务布局落子云南香格里拉、浙江嘉兴西塘、山东诸城及陕西西安,均处一线旅游目的地黄金地段,具备资源稀缺性,将作为旅游观光、休闲度假、娱乐演艺、文化体验和情景商业的优质载体,为公司文旅业务的开展奠定良好基础。

项目	位置	经营业态及市场竞争力	建设进度
独克宗花巷	云南香格里拉	以传承当地藏文化为核心,集《遇见·香格里拉》大型演艺秀、藏文化风情街、非遗体验中心、酒店客栈、街道互动演艺、特色美食于一体	于2018年9月开业
恐龙探索王国	山东诸城	以保护自然生态为前提,拟聚焦恐龙化石特色IP,发挥产业优势,打造世界级恐龙文化主题乐园	已正式动工
西塘花巷	浙江嘉兴西塘古镇核心区域	拟建设为融合水乡风貌、古镇聚落和度假休闲的新风尚度假区	一期项目升级改造,并着力开发二期项目
芷阳花巷	西安临潼	融合历史人文元素,整合多种业态,拟建设为功能复合、配套齐全高品质的文化旅游度假区	初期规划设计阶段

公司旅游小镇业务主要通过演艺门票、商铺租赁获取旅游综合服务收入,不涉及房地产开发。2018年度,公司旅游小镇业务营业收入为1,669.27万元,营业成本为248.43万元。

同时,公司积极整合线上线下旅游渠道资源,旗下的B2B平台松旅网于2018年6月份上线,迄今已取得较好成绩,报告期内实现旅游服务收入89,392.04万元。另外,2018年公司通过专业运营团队和标准化管理体系积极开拓轻资产输出,提供规划设计、编创推广等整体服务,报告期内实现旅游策划收入7,212.26万元。公司旅游服务及旅游策划业务均不涉及房地产开发。

(二)文旅业务主要客户

公司文旅业务前五大客户如下:

单位:元

序号	客户名称	销售金额
1	单位A	70,754,715.00
2	单位B	16,172,427.88
3	单位C	13,222,063.69
4	单位D	10,191,805.94
5	单位E	7,782,880.00

根据《深圳证券交易所行业信息披露指引第3号——上市公司从事房地产业务》第二条规定,“上市公司房地产业务(不含房地产经纪)的营业收入占上市公司最近一个会计年度经审计营业收入30%以上的,或者归属于母公司所有者的净利润占上市公司最近一个会计年度经审计净利润30%以上的,或者该业务可能对上市公司业绩或股票及其衍生品种交易价格产生较大影响的,应当遵守本指引的规定履行审议程序和信息披露义务。”

综上,公司文旅业务发展态势良好,旅游小镇、旅游服务及旅游策划等细分业务领域均不涉及房地产开发,不属于应当按照指引规定履行信息披露义务的情形。

(3)其他业务的具体经营内容、业务模式、营业收入及成本构成等信息;

回复:

报告期内,公司其他业务的经营内容、业务模式、营业收入及成本构成情况如下:

单位:元

经营内容	业务模式	本期取得收入金额	营业成本
租金收入	出租商铺取得租赁收入	21,937,927.90	7,817,232.23
咨询推广收入	1)B2B平台的推广营销增值业务收入;2)提供咨询报告取得收入;3)为景区提供宣传推广取得收入。	11,415,267.05	967,264.57
其他销售和停车场收入	商品销售收入、停车场取得停车费收入及其他收入	8,832,635.28	7,772,138.75
合计	--	42,185,830.23	16,556,635.55

(4)公司未来的经营计划,包括但不限于服装、旅游行业的具体计划、整体发展战略,是否存在主营业务变更的风险;同时,请你公司在日常工作中注意比照本所发布的相关行业指引做好信息披露工作。

回复:

(一)服装业务

1)聚焦品牌运营管理,重塑品牌形象

在品牌推广方面,运用新媒体营销方式,实现专业化品牌策划,通过多种途径提升品牌影响力。

2)大力拓展、优化营销渠道

加快渠道终端建设,升级店铺形象;拓展营销渠道,大力扶持样板店铺,对加盟店进行分类管理,加强加盟店的考核,优胜劣法;对营销终端的精细化管理,积极探索新零售模式。

3)加大团购市场开拓力度

实施区域划分的运营模式,巩固现有大区建设及市场布局,继续加大团购市场开拓力度,逐步实现省会城市、重点地市的全覆盖。

(二)文旅业务

公司未来将积极推进文旅行业以需求为导向的用户逻辑,以文旅项目作为平台化、场景化的运营载体,丰富内容、体验以满足新兴消费者的需求。

1)增强文旅项目核心竞争力,多维度提升运营能力

进一步丰富经营项目业态,在原有情景商业、特色餐饮、酒店客栈、旅游演艺等业态外,进行文创产品、亲子教育、康养体育及其他新业态孵化,打造业态产品矩阵,并引进国际知名IP开展全方位深度合作。同时,以用户需求为导向,通过数据积累丰富用户画像,并基于用户画像进行定制化产品投放、开展精准营销,进一步提升品牌形象。

对于在建项目,将加快开发建设、规划设计,做好运营筹备,通过与战略伙伴合作,尝试构筑数字化场景体验。

2)进一步加强文旅资源、旅游渠道、流量平台的深度整合

扩大线上B2B平台、线下渠道的规模和覆盖面,促进互相融合;扩展与OTA、BAT互联网平台的内容和资源合作,在资源+渠道+流量的闭环发展模式上,提升规模量级和融合深度。

3)提升轻资产输出核心能力,增强对外赋能

建立五星小镇服务体系,对项目进行标准化、体系化建设,提高商业系统的整体运营效率及质量标准,同时进一步沉淀优质内容、IP资源、品牌及内部管理体系,全方位提升轻资产输出核心能力。

综上,为适应市场环境变化,进一步提升公司持续经营能力和盈利能力,保障公司股东,特别是中小股东的利益,公司将继续加大对文旅业务的拓展力度,未来若公司根据实际需要筹划相关事项,将严格按照有关法律法规的要求,履行相应法律程序和信息披露义务。

3、你公司2018年分季度实现的营业收入分别为1.61亿元、2.28亿元、6.03亿元、7.28亿元;分季度实现的归属于上市公司股东的净利润分别为-893.78万元、1,055.94万元、7,778.35万元、4,948.68万元。请你公司结合行业情况、收入确认和成本费用归集及结转政策等情况分析分季度营业收入、净利润波动较大原因,并说明公司销售是否具有季节性、是否存在跨期确认收入、跨期结转成本费用等情形。

回复:

报告期内,公司分季度实现的收入和净利润数据如下:

单位:元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	161,218,692.55	227,797,007.79	602,908,274.77	728,161,190.49
归属于上市公司股东的净利润	-8,937,773.43	10,559,410.61	77,783,520.36	49,486,779.07
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,944,708.24	7,569,529.12	12,673,095.64	38,811,390.74

公司分季度营业收入、净利润波动主要原因如下:

1)公司业务存在一定的季节性特征

公司所从事的服装及文旅行业均具有一定的季节性特征,导致销售存在相应的季节性波动。公司服装业务主要产品为西装、衬衫等男士系列服饰,销售旺季为每年10月至次年2月,销售淡季公司通过承接更多团体订购销售以及增加促销的方式增加营业收入,以减少季节性波动带来的影响。第三季度及节假日为文旅业务的传统旺季,公司通过丰富业态,加大资源整合力度,并在销售淡季增大宣传及促销力度,以减少季节性波动的影响。

2)公司文旅业务布局初见成效,增厚三、四季度业绩

公司积极开拓文化旅游业务,在报告期内通过收购和新设的方式新增合并范围内公司25家,新增子公司主要发生在第二和第三季度,由于暑期及小长假等传统文旅行业旺季的影响,收购和新设的子公司在第三和第四季度贡献了大部分的收入和利润。

3)政府补助增加三季度利润

公司在第三季度收到旅游产业发展奖励资金6,739.44万元,导致第三季度净利润大幅增加。

综上,公司销售存在一定的季节性,不存在跨期确认收入、跨期结转成本费用等情形。

4、报告期内,你公司实现营业外收入1.02亿元,其中政府补助金额9,739.44万元,为旅游产业发展奖励资金,你公司备注信息为“因符合地方政府招商引资等地方性扶持政策而获得的补助”。同时,你公司披露计入当期损益的政府补助金额为9,823.89万元。请你公司补充以下事项:

(1)上述政府补助收入的详细情况,包括但不限于政府补贴的具体政策、出台时间、你公司符合政策的情况、款项到账情况以及是否涉及信息披露,如涉及信息披露,请说明信息披露情况;

回复:

根据山东省人民政府办公厅下发的《山东省人民政府办公厅转发省旅游发展委员会等部门关于进一步加强文化旅游产业转型升级实施方案的通知》(鲁政办发[2016]40号),鼓励“推动旅游投资和消费持续增长、深化旅游综合改革,促进全域旅游发展,实现旅游产业转型升级”;“加大财政支持力度。统筹服务业、中小企业、新农村建设、扶贫开发、节能减排等方面财政专项资金,支持符合条件的旅游企业和项目建设。”

公司积极参与诸城市文化旅游产业发展,引进创新文旅模式和新业态,于2018年2月投资设立了诸城市松旅恐龙文化旅游发展有限公司(以下简称“诸城松旅”),拟建设恐龙文化主题乐园,符合上述政府补助政策的要求。根据诸城市旅游局下发的《关于下达2018年度旅游产业发展扶持资金的通知》(诸旅字[2018]12号、17号和20号),公司全资子公司诸城市松旅恐龙文化旅游发展有限公司分别于2018年7月、9月和10月收到诸城市财政局以现金形式拨付的2018年度第一期、第二期和第三期旅游产业发展奖励资金合计9,739.44万元,该款项已全部到账。

具体内容详见公司于2018年8月3日、9月7日、9月13日、9月21日和11月2日在巨潮资讯网www.cninfo.com.cn及《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和《证券时报》刊登的《关于全资子公司获得政府补助的公告》(公告编号:2018-051、075、082、085和106)。

(2)结合政府补助的具体内容以及会计处理,说明相关会计处理的合理性、是否符合《企业会计准则》要求、相关金额计入当期损益的依据、是否存在需递延确认收入等,并请年审会计师发表明确意见。

回复:

公司在收到诸城市财政局支付的文化旅游产业发展奖励资金后,确认为一次性的与日常活动无关的政府补助,计入营业外收入-政府补助。

会计师回复:

1)公司报告期内主要政府补助相关情况如下:

单位:万元

发放原因	发放时间	补助文件文号	发放主体	补助总额	计入本期损益的金额
旅游产业发展奖励资金	2018年度	诸旅字【2018】12号、17号和20号	诸城市财政局	9,739.44	9,739.44

2)会计准则的相关规定

财政部印发的《企业会计准则第16号—政府补助》第十一条规定:与公司日常活动相关的政府补助,按照经济业务的实质,计入其他收益或冲减相关成本费用;与日常活动无关的政府补助,计入营业外收支。

3)会计处理情况

截至2018年12月31日,企业的子公司诸城市松旅恐龙文化旅游发展有限公司已收到的旅游产业发展奖励资金合计9,739.44万元,该项奖励与公司日常经营活动无关,不具有可持续性,企业将其计入营业外收入。

4)核查意见

针对影响公司报告期损益的政府补助,我们执行的主要审计程序:

①检查与政府补助有关的收款单据及相关政府补助文件,根据相关文件内容复核是否满足政府补助所附条件,是否与公司日常活动相关,并逐项判断其是与资产相关还是与收益相关。

②关注政府补助资金来源的适当性,关注政府补助资金的拨款单位和资金来源是否与补助文件一致。

③检查与政府补助有关的账务处理是否符合会计准则的规定。

经核查,我们认为希努尔对政府补助相关的会计处理符合企业会计准则的相关规定。

5、报告期末,你公司存货账面余额为2.14亿元,存货跌价准备余额为581.16万元,存货账面净值为2.08亿元,主要是服装采购备货增加和收购西塘项目所致。请你公司结合存货构成及业务开展、产销情况,说明“开发产品”的具体内容,存货增加的具体原因,相关会计处理的依据和合理性,计提存货跌价准备的依据及充分性,请对比同行业公司情况说明公司存货跌价准备计提比例是否处于较低水平。并请年审会计师发表明确意见。

回复:

(一)存货构成及变动情况说明

报告期末,公司存货的构成如下:

单位:元

项目	账面余额	跌价准备	账面价值	跌价准备计提比例
服装存货	162,646,941.30	5,574,217.36	157,072,723.94	3.55%
开发产品	44,451,598.89	237,365.30	44,214,233.59	0.54%
周转材料	6,521,877.35	--	6,521,877.35	0.00%
合计	213,620,417.54	5,811,582.66	207,808,834.88	2.80%

报告期末公司服装存货较年初新增约4,700万,主要为库存商品增加,系为满足2019年2月春节前的服装传统销售旺季需求、采购备货增加所致。开发产品期末新增4,421.42万元,主要为公司收购嘉善康辉西塘旅游置业开发有限责任公司,在收购之前嘉善康辉西塘旅游置业开发有限责任公司持有的西塘花巷十套房屋总面积3,565.19平方米,作为待处置资产,预计在未来一至两年内出售后无开发产品余额。

(二)存货跌价准备计提情况说明

公司存货在取得时按实际成本计价,借记存货,贷记银行存款/应付账款。在资产负债表日,存货按照成本与可变现净值孰低计量。当其可变现净值低于成本时,提取存货跌价准备。存货跌价准备按单个存货项目的成本高于其可变现净值的差额提取。由于公司期末存货主要是服装产品,因此摘取部分服装行业上市公司已披露年报2018年12月31日的存货跌价准备情况如下表:

单位:亿元

股票代码	公司名称	存货原值	存货周转率	存货跌价准备	存货跌价计提比例
600398.SH	海澜之家	99.11	1.26	4.38	4.42%
002563.SZ	森马服饰	51.59	2.78	7.41	14.36%
603157.SH	拉夏贝尔	28.61	1.45	3.27	11.43%
603877.SH	太平鸟	22.67	1.96	4.31	19.01%
002269.SZ	美邦服饰	27.96	1.73	4.48	16.02%
603555.SH	贵人鸟	5.53	4.03	0.51	9.22%
002687.SZ	乔治白	3.79	2.13	0.91	24.01%
603839.SH	安正时尚	9.31	0.96	1.40	15.03%
002154.SZ	报喜鸟	8.98	1.53	0.79	8.80%
002485.SZ	希努尔	1.63	9.04	0.06	3.68%

1)以上同行业公司2018年末平均存货周转率为1.98。因公司于2017年底将与服装生产相关的资产、负债划转给全资子公司诸城市普兰尼奥男装有限公司(以下简称“普兰尼奥”),并将普兰尼奥100%股权转让给原控股股东新郎希努尔集团股份有限公司,从而聚焦品牌运营及渠道整合,轻资产运营,存货周转率高于同行业可比上市公司。

2)公司服装业务存货跌价准备计提比例处于行业较低水平,主要原因如下:公司主要对过时及滞销产品计提存货跌价准备,由于公司对过时和滞销产品采取了严格管控和及时特价特销等措施,过时和滞销产品占存货比重较低,故存货跌价准备计提比例处于行业较低水平。具体说明如下:

服装业务主要为库存商品、发出商品及少部分原材料,存货跌价准备计提情况如下:

公司的原材料主要为宣传材料,具有较强的通用性;发出商品为发客户待开票结算货款之服装,经分析测试,不存在可变现净值低于账面价值的情况,无需计提跌价准备。

公司的库存商品主要为男士正装及其他服饰类产品,国内不同地区男装面料、款式流行时间不同步,不同年龄段的消费者对产品流行的接受程度也不同,因此该类产品的销售周期相对较长。而公司其他服饰类产品的时尚性相对较强。公司主要对库龄一年以上产品计提了存货跌价准备。

公司将自产西装、休闲西装、衬衣、西裤产品入库超过一年确认为过时及滞销产品,外购T恤、毛衫等产品入库超过一年确认为过时及滞销产品。按公司存货跌价准备计提政策进行测算,公司计提的存货跌价准备源自于过时和滞销产品。

存货跌价准备按单个品种成本高于其可变现净值的差额计提;可变现净值按日常经营活动中存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。公司依据历年服装销售定价策略和经验,对预计售价的确定如下:自制产品1-2年的按零售价的5折,2年以上的按零售价的4折确定;外购服饰类产品1-2年的按零售价的4折,2年以上的按零售价的3折确定。与商品出售相关的预计费用及税费的确定:工资及福利费、物流费和相关税费占销售收入的比重。

2017年12月31日公司的过时及滞销产品合计1,531.72万元,占存货余额的比例为13.43%,相应计提的跌价准备为460.47万元,综合计提比例30.06%;2018年12月31日公司的过时及滞销产品合计2,492.50万元,占存货余额的比例为15.32%,相应计提的跌价准备为557.42万元,综合计提比例22.36%;

综上,公司存货跌价准备计提充分,符合公司实际情况。

会计师回复:

针对希努尔可能存在的存货减值风险,我们执行了以下审计程序:

①了解和测试了与存货可变现净值估计相关内部控制,评估其设计的合理性及执行有效性。

②获取了存货减值明细表,复核了存货可变现净值估计中使用的预计售价、销售费用和相关税费。其中,对于预计售价,我们将其与最近的实际售价进行了比较,我们通过查看定价资料、检查期后销售状况并结合我们的行业经验,对管理层确定预计售价时所考虑的未来市场趋势因素,进行了独立的评估,并重新计算存货减值结果。

基于我们为希努尔 2018 年度的财务报表整体发表审计意见执行的审计工作,我们认为希努尔对“开发产品”的具体内容描述,存货增加的具体原因,相关会计处理的解释是合理的,对存货跌价准备计提与公司的会计政策相符且符合企业会计准则的相关规定。

6、报告期内,你公司前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例达45.31%,其中第一大采购商单独占比达42.03%。请你公司就以下事项予以详细说明:

(1)结合公司行业特点、采购模式及采购的主要内容,说明供应商集中度较高的原因及合理性,前五大供应商结构是否较2017年度发生重大变化;

回复:

公司第一大供应商为普兰尼奥,公司主要向其进行服装采购并提前预付部分采购货款。2017年,公司对传统服装业务进行了调整和优化,将与服装生产相关的资产、负债、人员全部划转至普兰尼奥,随后将普兰尼奥100%股权转让,服装业务经营模式从“重资产”运营模式向“轻资产”运营模式转型。普兰尼奥了解公司业务需求,拥有成熟的工艺技术,具备生产规模和原材料集采优势,降低了单件产品的生产成本,并保持稳定的产品质量,使其在公司的供应商中具有明显的竞争优势,能为公司提供高品质男装商品。鉴于上述原因,公司报告期内继续与普兰尼奥保持较好的合作关系。

公司的前五大供应商除普兰尼奥外,较2017年度有较大变化,主要由于报告期内公司积极开拓文化旅游业务,文旅业务收入占到总收入的57.13%,其他四家供应商主要为旅游服务供应商,较为分散,集中度较低。公司2017年-2018年前五大供应商变化情况如下:

单位:元

公司2017年前五大供应商			公司2018年前五大供应商		
供应商名称	采购额	占年度采购总额比例	供应商名称	采购额	占年度采购总额比例
单位A	26,017,051.66	8.85%	单位A	625,418,309.21	42.03%
单位B	17,246,997.85	5.87%	单位B	20,878,447.91	1.40%
单位C	15,650,310.30	5.32%	单位C	9,942,920.46	0.67%
单位D	13,061,276.30	4.45%	单位D	9,351,056.51	0.63%
单位E	10,705,964.43	3.64%	单位E	8,603,550.00	0.58%

(2)第一大供应商的具体名称,款项支付情况,是否存在对第一大供应商的依赖,若存在,请补充提示相关风险;

回复:

公司第一大供应商为普兰尼奥,期末对其预付账款余额为58,544,494.29元。普兰尼奥了解公司业务需求,拥有成熟的工艺技术,具备生产规模和原材料集采优势。公司与普兰尼奥的采购行为是本公司正常经营的需要,交易价格均遵循公平合理的定价原则,以市场价格为基础,各方根据自愿、平等、互惠互利原则签署交易框架协议,并保证相互提供的产品的价格不偏离第三方价格;交易价款根据约定的价格和实际交易数量计算,付款安排和结算方式参照合同约定执行或行业公认标准。

报告期内,公司积极开拓文旅业务并初见成效,2018年公司文旅业务收入占比57.13%,服装业务收入占比则下降至40.42%。普兰尼奥为公司当前服装业务的重要供应商,但未对公司整体运营构成重大影响,公司不存在对其的重大依赖。此外,公司未来也将持续优化采购渠道,开发不同类别的供应商,逐步降低对单一供应商的采购比例。

(3)第一大供应商与你公司是否存在关联关系,若是,你公司对相关关联交易履行的信息披露义务情况。

回复:

2018年1-9月,普兰尼奥为公司的关联方,相关交易金额已计入2018年度关联交易预计,具体内容详见公司于2017年12月13日和2018年8月15日在巨潮资讯网www.cninfo.com.cn及《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和《证券时报》刊登的《2018年度日常关联交易预计公告》和《关于增加2018年度日常关联交易预计的公告》(公告编号:2017-065和2018-059)。同时,公司在定期报告中按规定对相关关联交易进行了披露。

截至报告期末,公