证券代码:002656 证券简称:摩登大道 公告编号:2019-039

摩登大道时尚集团股份有限公司关于2018年年报问询函回复的公告

本公司及全体董事会成员保证公告内容的真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

摩登大道时尚集团股份有限公司（以下简称“公司”）于2019年6月4日收到深圳证券交易所《关于对摩登大道时尚集团股份有限公司2018年年报的问询函》（中小板年报问询函【2019】第298号，以下简称“《问询函》”），公司根据《问询函》的要求，组织相关方认真分析和核查，并对《问询函》所关注的事项逐一回复，现将回复内容公告如下：

1.你公司年审会计师将“收入确认”识别为关键审计事项。报告期内，你公司实现营业收入15.62亿元，同比上升69.56%，实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）2,785.47万元，同比下降79.32%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（以下简称“扣非后净利润”）为1,671.46万元，同比下降41.02%，经营活动产生的现金流量净额为-8,727.22万元，同比下降130.69%。

（1）请结合行业特点、产品类别、各业务板块的实际经营情况、毛利率、期间费用、销售模式、收入确认政策等，说明你公司营业收入增加的具体原因，以及净利润大幅下降且与营业收入变动趋势不一致的原因及合理性；

回复：

一、公司营业收入增加的具体原因

2018年，公司按行业、产品、业务板块划分营业收入变动情况如下：

单位：人民币万元

产品/行业分类	2018年		2017年		同比增减变动
	收入	占营业收入比重	收入	占营业收入比重	
自有品牌	56,899.01	36.43%	50,226.63	54.52%	13.28%
代理品牌	60,698.72	38.86%	28,237.74	30.65%	114.96%
百货商场			3,589.50	3.90%	-100.00%
批发零售业小计	117,597.72	75.28%	82,053.87	89.07%	43.32%
互联网行业	37,490.82	24.00%	8,907.05	9.67%	320.91%
其他	1,119.50	0.72%	1,167.04	1.27%	-4.07%
合计	156,208.04	100.00%	92,127.96	100.00%	69.56%

由上表可见，2018年度营业收入较上年增加64,080.08万元，增长69.56%，收入增加主要是代理品牌业务、互联网业务、自有品牌业务收入增加所致。具体原因分析如下：

（一）2018年代理品牌营业收入60,698.72万元，较上年增加32,460.98万元，增长114.96%，主要是由于2018年公司依托自身长期发展积累的品牌、供应链、渠道等优势，以箱包、香化类收为业务主线，全力打造摩登大道全渠道新零售运营平台；布局小程序等多种符合当前趋势的新型交互入口；灵活采用B2B、B2C两种合作模式，打通了京东、考拉、天猫、小红书、苏宁易购、唯品会等主流销售渠道，助力公司全渠道业务的收入提升。随着供应链整合、品类扩张以及渠道运营等方面的自身核心竞争力提升，带动了公司代理品牌线上批发业务收入及代理品牌线下零售业务收入的增加。

（二）2018年互联网行业营业收入37,490.82万元，较上年增加28,583.77万元，增长320.91%，主要是由于2018年武汉悦然心动秉承年初制定的经营策略，在完善产品功能、优化产品效率等的同时，一方面加大力度进行广告投放，从Apple、Google等世界级平台中，通过广告投放方式高效获取用户；一方面在变现端聚焦海外头部广告平台，为广告主提供基于悦然心动产品精准用户画像的投放解决方案，实现流量变现。报告期内，悦然心动获得了规模的持续快速增长。

（三）2018年日有品牌营业收入56,899.01万元，较上年增加16,672.38万元，增长13.28%，主要是由于2018年公司拓展了新的购宝销售渠道，公司自有品牌高级定制业务收入增加，从线上线下的消费数据看零售格局，2018年，全国零售顺望增长趋势。外部行业整体经营环境的改善，带动公司自有品牌业绩增长。

二、净利润大幅下降且与营业收入变动趋势不一致的原因及合理性

公司2018年营业收入、净利润与上年对比如下：

单位：人民币万元

项目	2018年度	2017年度	同比增减变动
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
归属于上市公司股东的净利润	2,785.47	13,468.10	-79.32%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	1,671.46	2,833.88	-41.02%

2018年度，公司实现营业收入156,208.04万元，较上年同期上升69.56%；归属于上市公司股东的净利润2,785.47万元，较上年同期下降79.32%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1,671.46万元，较上年同期减少1,162.41万元，下降41.02%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益及营业利润指标对净利润的影响5,475.97万元，较上年同期增加2,642.09万元，上升93.23%。

2018年度归属于上市公司股东的净利润较上年变动的原因主要是：2017年公司出于战略升级及集中公司有效资源的考量，处置连卡福（衡阳）商业广场有限公司股权，确认了投资收益9,881.32万元；扣除非经常性损益因素的影响，2018年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比变动的主要原因是：公司基于谨慎性原则，公司对收购LEVITAS S.P.A.公司形成的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

（二）2018年公司推进“新零售平台”发展战略，业务结构持续优化调整，总体毛利率有所下降，期间费用占营业收入的比例下降

单位：人民币万元

项目	2018年度	2017年度	同比增减变动
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
营业毛利	64,761.90	50,345.58	28.63%
毛利率	41.46%	54.65%	-13.19%
销售费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
管理费用	11,317.98	7,825.73	44.63%
研发费用	5,080.00	2,216.51	129.19%
财务费用	1,414.05	1,729.50	-18.24%
期间费用合计	54,693.22	44,521.86	22.85%
期间费用占收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注：上表“期间费用合计”包含研发费用项目。

在科技和互联网的“新时代”下，公司依靠自身具备的全球化视野和全球化思维、强大供应链和科技创新动力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势，推进“新零售平台”发展战略，业务结构持续优化调整。2018年，公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升到38.86%，互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%，毛利率相对较高的自有品牌业务销售占比相应有所下降，导致公司2018年综合毛利率较2017年下降13.19%。近年来公司通过积极优化门店结构、关闭经营效益不佳的门店，业务构成持续优化、渠道模式持续丰富，公司开始转型取得阶段性进展，2018年期间费用占收入比例35.01%，较2017年下降13.31%。

（二）公司基于谨慎性原则，计提资产减值损失

报告期内公司的控股子公司LEVITAS S.P.A.意大利鞋类品牌授权商ZEIS集团陷入财务困境，导致整个DIRK BIKKEMBERGS品牌的鞋类货品生产与供应出现问题，直接影响了报告期内DIRK BIKKEMBERGS品牌货品的市场销售，从而导致报告期内LEVITAS S.P.A.营业收入和毛利下滑。公司基于谨慎性原则，公司对收购LEVITAS S.P.A.公司形成的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

综上，随着公司推进“新零售平台”发展战略，业务结构持续优化调整，在2017年完成连卡福（衡阳）商业广场有限公司股权的剥离，2018年代理品牌业务和互联网业务收入占比上升，同时基于谨慎性原则确认资产减值损失，导致2018年公司净利润大幅下降且与营业收入变动趋势不一致。

（2）结合业务模式、信用政策等情况，说明报告期内净利润为正，但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性。

回复：

一、公司业务模式、信用政策等情况

公司所从事经营的业务中，占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务。批发零售业务经营模式分为直营店、加盟店、线上批发、团购定制模式；移动互联网业务主要是子公司悦然心动从事移动互联网应用的开发和运营服务。

上述业务的信用政策如下：

业务类型	信用政策
直营	信用期1-3月
加盟	信用期3-6月
线上批发	信用期3-8月
团购定制	信用期3-12月
互联网业务	信用期1-2月

二、2018年现金流量表补充资料

单位：人民币万元

补充资料	2018年度	2017年度	增减变动
将净利润调节为经营活动现金流量：			
净利润	789.56	11,529.61	-93.15%
加：资产减值准备	8,739.06	2,979.68	193.29%
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	2,209.05	1,325.95	66.60%
无形资产摊销	2,994.32	2,258.43	32.58%
长期待摊费用摊销	3,555.49	3,972.49	-10.50%
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	0.64	9.27	-93.15%
固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	7.67		
财务费用（收益以“－”号填列）	1,010.59	2,803.63	-63.95%
投资损失（收益以“－”号填列）	-239.82	-9,928.45	97.58%
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-566.19	220.96	-356.24%
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	-63.15	-272.33	76.81%
存货的减少（增加以“－”号填列）	-8,838.22	-94.55	-9247.58%
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-22,977.29	13,331.89	-272.35%
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	4,651.07	301.07	1444.86%
经营活动产生的现金流量净额	-8,727.22	28,437.65	-130.69%

由上表可见，报告期内净利润为正，但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的原因有：

（一）2018年由于经营规模增加，需要的库存商品备货增加，导致存货增加金额远大于经营性应付账款增加额；同时预付供应商货款增加，从而导致“购买商品、接受劳务支付的现金”大幅增长。

（二）2018年悦然心动一方面加大广告投放力度获取高质量精准用户，一方面优化产品、加强变现，由此使得本年收入大幅增长，而悦然心动由于与谷歌、脸书、苹果公司的结算期是1-2个月，导致该业务的期末应收账款增加3,750.96万元；原有服饰批发业务的应收款项（应收票据+应收账款）也随着收入增长而增加；线上批发、团购定制业务增长较快，相比其他业务应用周期较长，随着线上批发、团购定制业务销售占比的不断提升，导致“销售商品、提供劳务收到的现金”增长幅度小于营业收入增长幅度。如下表所示：

单位：人民币万元

项　目	2018年发生额/余额	2017年发生额/余额	变动幅度
营业收入发生额	156,208.04	92,127.96	69.56%
应收款项余额	43,863.84	25,324.72	73.21%
付现费用发生额	24,145.74	18,846.91	28.12%

（三）由于营业规模变大，2018年付现费用支出增加导致其他经营性现金流净支出增加。

综上，报告期内净利润为正，由于线上批发、团购定制业务销售占比的不断提升，经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数是合理的。

2.报告期内，你公司实现批发零售业（线上）收入3.76亿元，占营业收入总额的比重为24.06%；批发零售业（线下）收入8亿元，占营业收入总额的比重为51.23%；互联网行业收入3.75亿元，占营业收入总额的比重为24%；其他业务收入1.119亿元，占营业收入总额的比重为0.72%。批发零售业（线上）毛利率为12.06%，同比上升0.41%；批发零售业（线下）毛利率为62.8%，同比上升7.37%；互联网行业毛利率为24.8%，同比下降42.00%。请你公司详细说明以下事项：

（1）批发零售业（线上）和批发零售业（线下）分别的发展状况，销售模式、收入结算方式、确认时点和确认方法、成本构成等信息，并结合单价、销售量、生产量等分析说明批发零售业（线上）和批发零售业（线下）营业收入、毛利率上升的具体原因；

回复：

一、销售模式、收入结算方式、收入确认时点和确认方法、成本构成等信息

2018年，公司批发零售业（线上）和批发零售业（线下）业务分别实现销售收入37,579.20万元及80,018.52万元，占营业收入的比例分别为24.06%及51.23%，其中，公司批发零售业（线上）主要包括百雅电商、代销模式、B2B业务等销售模式；批发零售业（线下）主要包括直营店（联销模式）、直营店（非联销模式）及加盟商等销售模式。具体情况如下：

销售模式		收入确认方法、时点	收入结算方式
批发零售业（线上）	线上自营电商	消费者将货款支付至互联网支付平台，公司发出商品，消费者确认收货或退货期满，收到货款时确认收入	互联网支付平台
	线上代销模式	公司在收到客户确认的结算（代销）清单时发票，确认销售收入	汇款
	线上批发业务	于向客户发出货物，客户签收后确认销售收入	汇款
批发零售业（线下）	直营店（联销模式）	于收到商场的结算单，开具发票时，确认销售收入；	汇款
	直营店（非联销模式）	于商品交付给消费者，收取价款时，确认销售收入；	现金、刷卡
	团购定制	于向客户发出货物，客户签收后确认销售收入	汇款
	加盟商的销售	于向加盟商发出货物，开具销售发票时，确认销售收入。	汇款

注：公司批发零售业的成本主要是货品采购成本。

二、报告期内，公司线上线下业务产品销量变动情况如下表所示：

单位：件

销售量	2018年	2017年	同比增减
批发零售业（线上）	1,623,122	132,760	1122.60%
批发零售业（线下）	963,526	937,523	1.71%
合计	2,576,648	1,070,283	140.74%

由上表可见，我司线下业务较上年产品销量总体较上年略有上涨。主要是公司深耕全球时尚品牌实体渠道，近年来通过精细化门店结构，关闭经营效益不佳的门店，并推出体验式业态更丰富的新店，效果逐步体现，线下同店表现持续好转。

线上业务较上年大幅增长，主要根据不同的品牌定位进行了渠道布局，线上线下结合，形成了一定的业务规模与格局，为打造摩登大道全渠道新零售运营平台打下坚实基础；灵活采用B2B、B2C两种合作模式，打通了京东、考拉、天猫、小红书、苏宁易购、唯品会等主流销售渠道，助力公司全渠道业务的收入提升。随着供应链整合、品类扩张以及渠道运营等方面的自身核心竞争力提升，未来客户数量、转化率等均有望稳步提升，带动公司线上规模持续增长。

三、公司线上线下业务销售单价变动情况

单位：人民币元

销售单价	2018年度	2017年	同比增减
批发零售业（线上）	231.52	325.44	-28.86%
批发零售业（线下）	839.19	829.14	1.21%

由上表可见，批发零售业（线上）销售单价较上年下降了28.86%，主要是由于公司于2018年初展代理品牌线上B2B业务，此活采用B2B、B2C相结合的模式，打通销售渠道，助力公司全渠道业务的收入提升，线上批发业务的销售价格相对线下较低，同时价格相对较低的客化产品2018年销售占比明显提升，一定程度上拉低了总体销售价格。另外，批发零售业（线下）销售单价较上年略有上涨，总体保持平稳。

综上所述，批发零售业（线上）和批发零售业（线下）营业收入、毛利率上升主要是因为进行了渠道布局，线上线下结合，形成了一定的业务规模与格局，为打造全渠道新零售运营平台导致销售量增长带动销售收入与毛利的增长。

（2）结合问题（1），分析说明批发零售业（线下）毛利率大幅高于批发零售业（线上）的具体原因及合理性；

回复：

报告期内，公司批发零售业（线下）主要以零售方式为主，批发零售业（线上）主要以批发方式为主，零售毛利通常比批发毛利较高，同时批发零售业务（线上）中主要以代理品牌为主，毛利率较低；而批发零售业务（线下）中，自有品牌业务占了相当的比重，自有品牌业务较代理品牌业务毛利率高，因此批发零售业（线下）毛利率高于批发零售业（线上）。

（3）互联网行业的业务开展情况，包括但不限于具体经营模式、主要项目、收入结算方式、确认时点和确认方法、收入和成本的具体构成等，并结合同行业可比公司情况，分析说明本期互联网业务收入大幅上升、毛利率水平下降的原因和合理性；

回复：

一、互联网行业的业务开展情况

公司全资子公司武汉悦然心动的主营业务为移动互联网工具类应用的研发和运营服务，是移动互联网应用开发和运营的细分子行业。移动互联网应用（简称“App”），是指针对能够移动连接到互联网而开发的应用程序服务。

对产品研发完成后，悦然心动通过苹果、谷歌等移动平台上线运营，直达用户，用户可以免费下载相关软件产品，成为悦然心动的直销用户；如用户对应用中的高级功能产生兴趣，可付费或者通过观看应用内推荐的广告等以“解锁”高级功能。悦然心动的盈利由IAP（应用内付费：in app purchase）收入和广告收入构成。

悦然心动移动应用产品分为个性化工具、社交辅助工具及微任务工具三类，不同产品收入确认的具体方式如下：

（一）个性化工具

个性化工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入，收入确认的具体方式如下：

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需使用高级功能时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额完成后确认收入。

2.广告收入：悦然心动广告收入主要系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的广告，与广告平台按照协议约定比例分成，悦然心动每月与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入：悦然心动广告收入主要系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的广告，与广告平台按照协议约定比例分成，悦然心动每月与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三）微任务工具

微任务工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（四）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（五）微任务工具

微任务工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（六）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（七）微任务工具

微任务工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（八）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（九）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十一）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十二）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十三）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十四）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十五）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十六）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十七）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十八）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（十九）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十一）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十二）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十三）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十四）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十五）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十六）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十七）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十八）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（二十九）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十一）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十二）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十三）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十四）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十五）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十六）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十七）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，在应用内直接支付，悦然心动与官方应用商店按照协议约定比例分成，在悦然心动与官方应用商店核对结算金额无误后确认收入。

2.广告收入系通过与广告平台合作，在App中嵌入广告平台的信息推广条，并引导App用户观看，App用户观看广告后，悦然心动与广告平台核对结算金额无误后确认收入。

（三十八）社交辅助工具

悦然心动社交辅助工具收入类型包括应用内付费收入和广告收入。

1.应用内付费收入：用户在官方应用商店免费下载软件，在应用内用户需购买道具时，