证券代码:002348　　证券简称:高乐股份　　公告编号:2019-020

广东高乐股份有限公司关于对2018年年报问询函复函的公告

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

广东高乐股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)近日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对广东高乐股份有限公司2018年年报的问询函》(中小板年报问询函【2019】第339号,以下简称“《年报问询函》”)。收到《年报问询函》后,公司董事会高度重视,按要求及时进行了回复。现将回复内容公告如下:

问题1:

1.报告期内,你公司实现营业收入8.30亿元,同比增长25.58%;实现归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)1,128.28万元,同比下降79.52%;实现经营活动产生的现金流量净额2,104.89万元,同比增长-129.58%。

(1)请结合你公司所处行业的竞争格局、市场地位、主营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等情况,说明在营业收入同比增长的情况下,净利润同比降幅较大的原因及合理性,以及净利润与经营活动产生的现金流量净额增幅不匹配的原因及合理性。

(2)报告期内,你公司第一至第四季度营业收入分别为1.71亿元、2.26亿元、2.67亿元、1.65亿元;净利润分别为2.26万元、1,860.46万元、2,148.54万元、-2,882.99万元。请结合近三年各季度业绩变动情况、行业特性、经营模式等,说明第一、第四季度营业收入及净利润低于其他季度的原因。

(3)报告期内,你公司美国收入占营业收入的14.73%。请说明中美贸易摩擦对你公司生产经营是否产生影响。如是,请说明你公司的应对措施。

(4)报告期内,你公司玩具制造业毛利率为20.82%,同比下降4.92%;教育信息化服务行业毛利率为37.61%,同比下降29.65%。请结合原材料、人工成本、产品价格等因素说明毛利率同比下降幅度较大的原因。

(5)根据分地区营业收入构成,你公司美国地区毛利率仅为4.28%,大幅低于国内地区及欧盟地区。请说明美国地区毛利率较低的原因及合理性。

问题回复1:

(1)

公司业务目前主要包括玩具和互联网教育两大业务板块。

玩具业务板块,公司是玩具行业中拥有自主品牌、研发能力强、销售网络广泛、生产技术处于行业领先地位的企业之一,为国内电子电动塑胶玩具出口龙头企业,公司自有的“GOLDLOK”品牌享有较高市场知名度、美誉度。2018年玩具行业国内、国际市场竞争异常激烈,尤其受生产成本上升、全球需求放缓、玩具反斗城美洲等地区门店破产清算等因素影响,产品的国际市场面临较大经营压力。公司2018年玩具制造业销售收入4.60亿元,占营业收入比重的55.41%,玩具制造业销售收入较2017年下降23.07%。

互联网教育板块,公司通过全资收购并增资高乐教育、控股收购并增资异度信息、设立高乐教育培训中心,以K12教育信息化系统集成和运营服务、智慧云课堂等业务为突破口,深入布局互联网教育、教育培训等教育产业链业务。2018年公司在教育信息化服务行业,业务快速发展,教育产业链延伸取得新的进展。公司全资子公司高乐教育继续致力于为客户提供云网端一体化的智慧教育解决方案,提升区域教育信息化水平,相继中标并实施《普宁市创建广东省教育现代化先进市配套设施设备建设项目》、《揭西县教育信息化平台“互联网+智慧教育”采购项目》、《潮阳区“互联网+智慧教育”项目建设》、《潮南区“互联网+智慧教育”信息化项目》等项目。合同总金额达5.5亿元。截止2018年12月31日,普宁、揭西、潮阳项目已进入验收阶段,潮南项目处于实施阶段。公司控股子公司异度信息以智慧云课堂、智慧教育平台、软硬件产品及智慧校园整体建设与服务解决方案为核心拓展市场,并与教育部教育装备研究与发展中心达成了战略合作伙伴关系,共同成立了K12云教学研究中心,为积极探索教育信息化行业技术标准创造了条件。异度信息积极探索与中国电信、中国移动、广电集团等网络运营商的合作模式方面取得突破,参与或主导了福建广电集团智慧校园互动教学平台、柳州市中国电信与中国移动在线同步互动课堂、泉州中国电信区域教学资源管理云平台等项目,树立了柳州项目等教育均衡典型示范案例。以上高乐教育、异度信息两个子公司合计销售收入3.70亿元,占营业收入比重的44.59%,同比上升485.91%,是2018年高乐股份合并财务报表盈利的重要来源。

2018年,玩具业务和互联网教育业务共实现营业收入8.30亿元,同比增长25.58%。

在营业收入同比增长的情况下,净利润同比下降,主要原因包括以下方面:

(1)产品毛利率下降:公司的玩具制造业务由于行业竞争激烈、人工成本持续上升,2018年毛利率20.82%,同比下降4.92%。公司的教育信息化服务业务收入主要由公司子公司高乐教育、异度信息实现,高乐教育2018年度服务业务类别与2017年度相比存在较大调整,由2017年的平台技术服务为主调整为2018年度的教育信息化集成业务,主营成本由2017年的平台服务、纯技术服务成本转为2018年的教育信息化系统集成成本(该项业务的成本构成中硬件设备、外购软件、人工施工等占比较2017年的平台服务、纯技术服务成本大幅提高),公司的教育信息化服务业务毛利率为37.61%,同比下降29.65%。2018年营业成本的大幅上升是净利润下降的最主要原因。

(2)期间费用增加:2018年公司期间费用合计为18,908.54万元,同比增加36.74%,其中主要是销售费用及研发费用的增加。报告期内,玩具外销收入下降,公司销售团队积极开拓国内新市场和新渠道,新增一批客户,内销收入稳步增加;与此同时,公司的市场营销、产品推广、销售服务费用也伴随有较大幅度的增加。教育信息化服务行业,子公司高乐教育和异度信息依靠自身优势,积极开拓互联网教育市场,销售收入同比大幅度增加;为实现和我的市场开拓和维持良好的客户服务,营业费用也相应增加。在研发方面,公司始终坚持技术引领,自主创新,持续加大研发投入力度。玩具产品开发、技术革新方面,公司着力加强研发团队建设,优化符合规模化、智能化生产要求的工艺流程,提升产品的益智性、互动性和智能性,丰富国际知名动漫IP授权产品品项开发。教育信息化方面,公司组建广州智慧教育研发中心;高乐教育推进智慧教育云平台、资源及应用开发,加大智能硬件设备研发力度,加强新型教育产品研究储备;异度信息加大常态化云课堂、精品云课堂等相关云课堂终端软硬件设备的研发,智慧校园平台、双师教学平台、区域集控平台以及直播转码系统、课件编辑工具、教师助手软件等平台系统、工具研发,并通过对嵌入式系统开发优化,提高系列产品的集成度;持续增长的研发投入,使研发费用大幅增加。期间费用的增加是导致了本期净利润同比下降的重要原因。

(3)非经常性损益的减少:2018年公司实现非经常性损益-91.81万元,2017年同期取得的非经常性损益为2392.77万元,2018年公司非经常性损益同比增加-96.16%。非经常性损益的减少,也导致公司净利润的下降。

公司2018年经营活动产生的现金流量净额为2,104.89万元,2017年经营活动产生的现金流量净额为-7,117万元,同比增长-129.58%。主要原因如下:

(1)为加速资金流转,公司在2018年度采用了更加积极的客户结算跟单和应收账款催收策略,2018年度“销售商品、提供劳务收到的现金”为82.6亿元,较2017年度的5.42亿元,增幅达到62.73%。2018年末应收账款账面余额为3.80亿元,较2017年末的3.20亿元增加0.6亿元,增幅为18.75%,公司经营活动现金流量的增长幅度远高于同期营业收入、应收账款的增长幅度,为提高资金效率做出的经营、管理决策得到了较好的执行。

(2)为提高经营效率,公司加强了现金流管理,2018年经营活动现金流出9.16亿元,较2017年的6.55亿元,增幅为39.85%,低于本年度“销售商品、提供劳务收到的现金”增长幅度,公司经营现金净流量实现了良好的控制。

综上,公司在营业收入同比增长的情况下,净利润同比降幅较大具有合理性,在净利润降幅较大的情况下,经营活动产生的现金流量得到了良好控制,具有合理性。

(2)

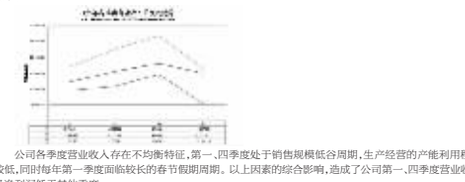
公司2018年实现营业收入83,024.82万元、净利润3,069.43元,各季度营业收入分别为17,087.76万元、22,560.01万元,26,872.27万元,16,504.78万元,各季度净利润分别为139.71万元,2,084.31万元,2,956.28万元,-2,110.87万元。

高乐股份于2016年10月以支付现金方式收购了广东泛爱众网络科技有限公司(现更名为“高乐教育”),2017年10月以支付现金方式收购了异度信息。高乐股份主营业务为玩具制造、销售,高乐教育、异度信息主营教育信息化业务。玩具制造、销售和互联网教育两大业务板块构成公司主体业务,近3年公司所属行业、主营业务、经营模式未发生重大变更,近3年各季度业绩统计数额如下:

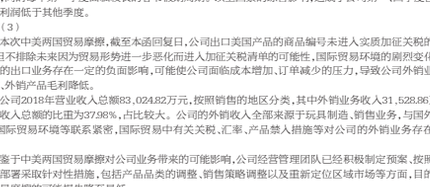
(单位:人民币 万元)

项目		2016年	2017年	2018年
第一季度	营业收入	9,479.36	12,305.33	17,087.76
	其中:玩具行业	9,479.36	11,617.93	12,286.83
	教育信息化服务行业		687.40	4,800.93
	净利润	1,004.00	894.58	139.71
第二季度	营业收入	10,926.52	15,447.91	22,560.01
	其中:玩具行业	10,926.52	15,162.36	8,687.99
	教育信息化服务行业		285.55	13,872.02
	净利润	1,278.12	2,144.05	2,084.31
第三季度	营业收入	14,616.91	18,051.66	26,872.27
	其中:玩具行业	14,616.91	18,051.66	16,847.99
	教育信息化服务行业			10,024.28
	净利润	1,490.73	1,095.22	2,956.28
第四季度	营业收入	5,327.95	20,310.39	16,504.78
	其中:玩具行业	5,029.79	14,964.44	8,179.18
	教育信息化服务行业	298.16	5,345.95	8,325.60
	净利润	472.82	2,102.68	-2,110.87

公司近3年主营业务规模实现了稳定增长,但受公司所处行业特性到玩具制造、销售业务领域的竞争状态、产品结构差异、外部市场的影响,公司2018年销售净利率有所下滑,在主营业务规模实现增长的同时,净利润未能取得与业务规模同步的增长。公司近3年各季度的业绩变动趋势如下:



公司玩具制造、销售业务受消费市场的周期性影响,玩具产品主要销售高峰期为每年的第三季度,销售低谷期为每年的第四季度。上表中2017年度第四季度营业收入变动趋势反映出异于其他年度的特征源于该年度第四季度来源于教育信息化服务的收入占比较高的原因引起,2017年第四季度公司合并报表中来源于教育信息化服务的收入5,345.95万元,占全年营业收入的8.09%,占2017年第四季度营业收入的26.32%。剔除2017年第四季度来源于教育信息化服务的收入的部分后,修正的近3年各季度营业收入的变动趋势特征比较如下:



公司各季度营业收入存在不均衡特征,第一、四季度处于销售规模低谷周期,生产经营的产能利用程度较低,同时每年第一季度面临较长的春节假期周期。以上因素的综合影响,造成了公司第一、四季度营业收入及净利润低于其他季度。

(3)

本次中美两国贸易摩擦,截至本函回复日,公司出口美国产品的商品编号未进入实质加征关税的清单之中,但不排除未来因为贸易形势进一步恶化而进入加征关税清单的可能性,国际贸易环境的剧烈变化可能对公司的出口业务在一定的负面影响,可能使公司面临成本增加、订单减少的压力,导致公司外销业务规模下降,外销产品毛利降低。

公司2018年营业收入总额83,024.82万元,按照销售的地区分类,其中外销业务收入31,528.86万元,占营业收入总额的比重为37.98%,占比较大。公司的外销收入全部来源于玩具制造、销售业务,与国外市场状况、国际贸易环境等联系紧密,国际贸易中有关关税、汇率、产品禁入措施等对公司的外销业务存在直接影响。

鉴于中美两国贸易摩擦对公司业务带来的可能影响,公司经营管理团队已经积极制定预案、按照既定方针和部署采取针对性措施,包括产品品类的调整、销售策略调整以及重新定位区域市场等方面,目的是将中美贸易摩擦的可能损失降至最低。

在总体的应对策略方面,公司将考虑通过在研发、制造、供应链管理和市场营销等方面实现能力提升、快速敏捷反应以及拓展产业布局以全面应对,密切关注中美贸易冲突的发展,以最快速度采取相对应的措施。我们将积极评估贸易冲突将对公司就相关产品的研发、采购、生产、销售及售后等全业务链可能产生的不利影响,并有针对性制订应对方案,该计划方案包括短期应对及长期措施:

短期应对方面,我们将积极与客户充分沟通,将已签订但尚未完结的订单提前安排生产、出货,并在加征关税等贸易措施实施日前实现交付;重新制订价格策略,与客户磋商加征关税的分担并考虑对产品价格的影响;重新分析、评估公司的存货规划与采购计划,减少存货积存、加速存货周转;改进供应链管理,从内部管理角度进行提质增效。

长期措施方面,我们将积极开拓非关税壁垒区的新市场、新客源;开发国外战略伙伴关系、研究货物贸易其他国家或地区进转运到美国区域,降低中美贸易冲突对业务的不利影响;研究开设国外的生产附属基地,规避贸易冲突限制的可能性;积极开拓国内市场;寻求产业协同,实现多元化发展,减少公司业务对单一产品、单一市场的依赖程度。

(4)

公司2018年实现销售收入83,024.82万元(其中,玩具制造行业46,001.99万元,教育信息化服务行业37,022.83万元),2018年营业成本59,521.87万元(其中,玩具制造行业36,424.70万元,教育信息化服务行业23,097.17万元),玩具制造业毛利率为20.82%,教育信息化服务行业毛利率为37.61%。与去年同期相比,玩具制造业毛利率同比下降4.92%、教育信息化服务行业毛利率同比下降29.65%。

玩具制造业务,公司玩具产品的定价政策和结算方式在2018年未发生重大变化,产品价格因素对毛利率变动的影响甚微,鉴于2018年玩具制造业毛利率同比下降降幅较大,我们分析了构成产品成本的原材料、人工成本、制造费用的变动情况。

1)公司2018年玩具产品的制造成本合计15,235.88万元,单位产品制造成本42.94元,2017年玩具产品的制造成本合计13,930.36万元,单位产品制造成本35.89元,单位产品的制造成本2018年同比增长19.64%。

构成玩具产品成本的原材料、人工成本、制造费用的数据统计情况如下:

2017年						
产品类别	生产数量(件)	材料成本(万元)	人工成本(万元)	制造费用(万元)	制造成本合计(万元)	单位制造成本(元)
车类	489,654.00	961.44	540.06	272.90	1,774.39	36.24
飞机	141,325.00	139.26	110.15	48.19	297.59	21.06
画板	679,664.00	620.37	440.80	229.61	1,290.78	18.99
火车	674,923.00	2,351.29	1,165.67	584.44	4,101.39	60.77
机械人	354,759.00	1,194.93	544.21	290.86	2,030.00	57.22
女仔	1,250,429.00	2,097.39	1,080.17	581.38	3,758.94	30.06
其他	291,055.00	338.08	236.16	103.03	677.26	23.27
合计	3,881,809.00	7,702.75	4,117.21	2,110.40	13,930.36	35.89
2018年						
产品类别	生产数量(件)	材料成本(万元)	人工成本(万元)	制造费用(万元)	制造成本合计(万元)	单位制造成本(元)
车类	932,989.00	1,876.18	1,172.94	520.54	3,569.65	38.26
飞机	149,411.00	179.74	105.46	52.35	337.55	22.59
画板	427,978.00	418.94	268.66	142.63	830.22	19.40
火车	300,684.00	2,200.11	1,143.65	533.75	3,877.51	128.96
机械人	294,059.00	855.96	528.80	253.32	1,638.09	55.71
女仔	837,732.00	1,439.37	819.10	366.39	2,624.87	31.33
其他	605,696.00	1,272.51	749.99	335.50	2,358.00	38.93
合计	3,548,549.00	8,242.80	4,788.60	2,204.49	15,235.88	42.94

从材料方面可以看出,2018年各类产品除机械人材料同比下降外,其他各类产品全部同比上升,其中火车类同比上升110.02%,其他类上升80.81%。从人工成本方面看,2018年各类产品中只有画板类及飞机类略微下降外,其他各类产品均同比上升,上升幅度最大的是火车类,达到120.21%,其次是其他类上升62.65%。从制造费用方面看,2018年各类产品中只有画板类及女仔玩具类略微下降外,其他各类产品均同比上升,上升幅度最大的是火车类,达到104.97%,其次是其他类上升56.50%。成本合计来看,只有机械人类及飞机类成本稍微下降,其他各类产品均同比上升,火车类上升112.21%,其他类上升67.30%。

2)公司玩具产品的单位制造成本受单位材料成本、单位人工成本、单位制造费用的累积影响,2018年单位产品材料成本增幅17.06%,单位产品人工成本增幅27.23%,单位产品制造费用增幅14.27%,2018年度单位产品成本构成同比变动情况如下:(单位:人民币 元)

产品类别	2017年			
	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用	单位制造成本
车类	19.64	11.03	5.57	36.24
飞机	9.85	7.79	3.41	21.06
画板	9.13	6.49	3.38	18.99
火车	34.84	17.27	8.66	60.77
机械人	33.68	15.34	8.20	57.22
女仔	16.77	8.64	4.65	30.06
其他	11.62	8.11	3.54	23.27
合计	19.84	10.61	5.44	35.89
产品类别	2018年			
	单位材料成本	单位人工成本	单位制造费用	单位制造成本
车类	20.11	12.57	5.58	38.26
飞机	12.03	7.06	3.50	22.59
画板	9.79	6.28	3.33	19.40
火车	73.17	38.03	17.75	128.96
机械人	29.11	17.98	8.61	55.71
女仔	17.18	9.78	4.37	31.33
其他	21.01	12.38	5.54	38.93
合计	23.23	13.49	6.21	42.94
产品类别	单位成本增额			
	单位材料成本增额	单位人工成本增额	单位制造费用增额	单位制造成本增额
车类	0.47	1.54	0.01	2.02
飞机	2.18	-0.74	0.09	1.53
画板	0.66	-0.21	-0.05	0.41
火车	38.33	20.76	9.09	68.19
机械人	-4.57	2.64	0.42	-1.52
女仔	0.41	1.14	-0.28	1.27
其他	9.39	4.27	2.00	15.66
合计	3.39	2.89	0.78	7.05
产品类别	单位成本增幅			
	单位材料成本增幅	单位人工成本增幅	单位制造费用增幅	单位制造成本增幅
车类	2.42%	13.99%	0.11%	5.58%
飞机	22.08%	-9.44%	2.77%	7.29%
画板	7.24%	-3.21%	-1.35%	2.14%
火车	110.03%	120.22%	104.99%	112.21%
机械人	-13.58%	17.23%	5.07%	-2.65%
女仔	2.43%	13.19%	-5.93%	4.23%
其他	80.87%	52.61%	56.48%	67.30%
合计	17.06%	27.23%	14.27%	19.64%

3)公司玩具产品2018年单位产品制造成本增幅达19.64%,该增长率由材料成本、人工成本、制造费用增长的共同贡献累积形成。其中单位产品材料成本的增长对单位产品成本增长率的提升影响为9.43%、单位产品人工成本的增长对单位产品成本增长率的提升影响为8.05%、单位产品制造费用的增长对单位产品成本增长率的提升影响为2.16%,该三项产品成本构成项目增长的影响形成2018年单位产品的成本增幅19.64%(9.43%+8.05%+2.16%=19.64%)。

(单位:人民币 元)

项目	材料成本	人工成本	制造费用	制造成本合计
2017年单位产品成本	19.84	10.61	5.44	35.89
2018年单位产品成本	23.23	13.49	6.21	42.94
2018年单位成本增额	3.39	2.89	0.78	7.05
2018年单位成本增幅	17.06%	27.23%	14.27%	19.64%
各产品成本构成要素对产品成本增幅的贡献				
产品成本增幅贡献度=2018年单位成本增额/2017年单位产品制造成本合计	9.43%	8.05%	2.16%	19.64%

综上所述,公司玩具产品的销售毛利率受产品价格、销售产品类别构成和单位产品成本变动的共同影响,由于公司玩具产品的定价政策和结算方式在2018年未发生重大变化,产品价格因素对毛利率变动的影响甚微,因此造成玩具制造业毛利率同比下降4.92%的主要原因为当期单位产品的制造成本上升引起。这些引起当期单位产品的制造成本上升的构成因素中,材料成本上升是主要因素,其次是人工成本、制造费用。

教育信息化服务行业,2018年公司教育信息化服务业务的毛利率为37.61%,与去年同期相比,下降29.65%。公司教育信息化服务行业收入来源于全资子公司高乐教育和控股子公司异度信息,2018年公司教育信息化服务业务毛利大幅下降主要源于全资子公司高乐教育本期主营业务类型及收入模式的改变。高乐教育属于教育信息化行业,之前年度教育信息服务业务主要借助运营商通讯手段为家庭教育提供信息服务以及为家庭教育信息服务系统平台提供技术开发与支持维护服务,在2018年度高乐教育开始开展“教育信息系统集成业务”。高乐教育2017年的主营收入平台业务收入属于纯技术服务收入,主要成本为系统开发和平台维护的人工成本,该项主营业务对应的毛利率较高,而2018年的销售收入的主体构成为教育信息化建设(系统集成)业务,该项业务的主要成本包括硬件设备、外购软件和人工费用,成本结构中硬件设备、外购软件的成本占比较高且该部分毛利率较低。2018年高乐教育营业收入24,628.34万元,占高乐股份合并报表营业收入的29.66%,其本期主营业务类型及收入模式的改变造成了本期高乐股份合并主体的教育信息化服务行业毛利水平大幅降低。

(5)

美国市场是公司外销业务的主要市场,美国玩具市场竞争激烈,公司为稳定销售份额,在该市场采取了低价策略以双打行业竞争,导致了毛利率较低;此外,2018年,公司重要客户玩具反斗城因美国地区门店破产清算,导致部分订单流失,美国市场中客户Walmart的占比提升,Walmart主要依托规模化经营,销售产品品类偏向于低毛利水平的普通产品系列,从而导致美国市场整体毛利率进一步降低。因此在公司分地区营业收入的构成中,美国地区的产品销售毛利明显低于国内及欧盟地区,毛利率仅为4.28%。

问题2:

2.报告期内,你公司对前五名客户合计销售金额为4.18亿元,占年度销售总额比例为49.04%。

(1)请说明报告期内你公司前五大客户的具体情况,是否发生重大变化,如是,请说明发生变化的具体原因及合理性。

(2)请说明你公司与前五大客户的合作模式及合作关系的持续性,是否存在大客户依赖。

问题回复2:

(1)

主要受公司全资子公司高乐教育业务发展、业务领域拓展(在2018年开始开展“教育信息系统集成业务”)的原因引起,报告期内公司前五大客户发生了重大变化。公司2018年前五大客户合计销售收入为41,801.78万元,占公司年度营业收入总额的49.04%,其销售金额及其占比情况具体如下:

(单位:人民币 万元)

客户名称	金额	占年度销售总额的比例%	来源合并范围内的会计主体
普宁市教育局	20,332.55	23.86%	高乐教育
WAL-MART	7,682.44	9.01%	高乐股份
华润万家	5,304.55	6.22%	高乐股份
LIONEL LLC	4,345.94	5.10%	高乐股份
汕头市潮阳区教育局	4,136.30	4.85%	高乐教育
合计	41,801.78	49.04%	

上述2018年前五大客户中,普宁市教育局、汕头市潮阳区教育局来源于合并范围内的会计主体高乐教育。高乐教育2018年开始开展“教育信息系统集成业务”,通过政府招标程序承接并履行业主为普宁市教育局的“普宁市创建广东省教育现代化先进市配套设施设备建设项目”、业主为汕头市潮阳区教育局的“潮阳区‘互联网+智慧教育’项目建设”合同项目,其项目合同总额分别为25,065.40万元、11,145.10万元。前五大客户中的WAL-MART、华润万家、LIONEL LLC为高乐股份玩具产品销售的长期客户。

公司2017年前五大客户合计销售收入为23,375.48万元,占公司年度营业收入总额的35.37%,其销售金额及其占比情况具体如下

(单位:人民币 万元)

客户名称	金额	占年度销售总额的比例%	来源合并范围内的会计主体
玩具反斗城	6,149.10	9.30%	高乐股份
WAL-MART	5,841.77	8.84%	高乐股份
华润万家	5,425.04	8.21%	高乐股份
大润发	3,363.53	5.09%	高乐股份
LIONEL LLC	2,596.04	3.93%	高乐股份
合计	23,375.48	35.37%	

2018年前五大客户较2017年前五大客户的变化主要为公司全资子公司高乐教育在2018年开始开展“教育信息系统集成业务”引起。该业务为向教育信息系统集成项目提供规划、建设、运行的整合服务,具有项目合同总额较大的特点,因此造成业主单位普宁市教育局、汕头市潮阳区教育局成为2018年高乐股份合并报表的前五大客户。

除上述因公司全资子公司高乐教育在2018年开始开展“教育信息系统集成业务”引起的前五大客户新增客户单位外,2017年公司第一大客户玩具反斗城由于受其经营调整的影响,其除亚洲区域以外的全球多个地区门店被破产清算,该客户在2018年订单锐减,使本公司报告期内该客户的销售收入大幅减少,跌出本公司2018年前五大客户。

(2)

公司前五大客户中,普宁市教育局、汕头市潮阳区教育局为公司教育信息化服务行业的客户,其合作模式为通过政府化项目建设、运营实现销售与服务收入。公司后续将结合行业发展状况,地区实际情况,推动与区域教育管理部门进行长期、深度合作。公司开展的“教育信息系统集成项目提供规划、建设、运行的整合服务及建成后的运营服务,合作关系具有长期性与持续性。公司玩具产品的销售客户中,沃尔玛、华润万家、LIONEL LLC均为公司的长期客户,采取直销与经销相结合的合作模式,具有可持续性。

公司的海外客户范围覆盖美国、欧盟、亚洲、拉丁美洲、中东、澳洲等主要经济实体,国内市场涉及批发贸易商、百货商场、超市、玩具连锁专卖店、礼品市场、早幼教机构等多种渠道,不存在对特定客户的重大依赖。

问题3:

3.报告期内,你公司确认投资收益168.61万元,其中处置可供出售金融资产产生的投资收益为100.00万元。请详细说明上述可供出售金融资产确认投资收益的具体情况,包括单位名称、受益对象、公允价值及依据、确认投资收益具体测算过程、交易实现收益计入投资收益的合理性以及确认时点的合规性,并说明是否符合《企业会计准则》的相关规定。请年审会计师核查并发表明确意见。

问题回复3:

2018年度高乐股份合并报表投资收益1,686,054.61元,该项确认的投资收益来源于合并范围内的以下会计主体:

(单位:人民币元)

合并范围内会计主体	2018年确认的投资收益
深圳市异度信息产业有限公司	686,054.61
深圳中云辉高乐并购一号投资基金企业(有限合伙)	1,000,000.00
合计	1,686,054.61

深圳市异度信息产业有限公司2018年确认的投资收益686,054.61元,其交易为异度信息于2018年度利用公司闲置资金分别在工商银行、招商银行、民生银行、浦发银行购买银行理财产品。截止2018年12月31日,异度信息在上述银行的理财产品均已全部赎回,理财产品的投资余额为零。

深圳中云辉高乐并购一号投资基金企业(有限合伙)2018年度确认的投资收益1,000,000.00元,为处置可供出售金融资产取得的投资收益。2016年3月17日,深圳中云辉通过其项目基金与标的公司及其实际控制人签订《增资认购协议》,约定由深圳中云辉向标的公司投资4,500.00万元。截至2017年末,深圳中云辉累计向标的公司履行投资协议约定的投资金额4,500.00万元,并划分至可供出售金融资产核算。2018年3月12日,深圳中云辉与标的公司及其实际控制人签订《股权回购协议》,约定由标的公司实际控制人回购深圳中云辉持有的标的公司全部股份。截止2018年12月31日,股权回购交易中,深圳中云辉累计收到回购款项4,600.00万元(含投资本金4,500.00万元,计息100.00万元),深圳中云辉会计处理基于谨慎性原则,仅就获得支付的款项作为股权处置收入,确认投资收益100.00万元。公司该项金融资产处置及投资收益确认符合《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》的相关规定。

年审会计师意见:“经本次核查,我们未发现上述处置可供出售金融资产的交易定价依据、投资收益确认、会计处理存在不符合《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第37号——金融工具列报》相关规定的情形。”

问题4:

4.报告期内,你公司销售费用为97,755.05万元,同比增长63.95%。请逐项说明销售费用同比增幅较大的具体原因。

问题回复4:

公司2018年销售费用7,755.05万元,2017年销售费用为4,730.00万元,2018年销售费用发生额较上年增加3,025.05万元,销售费用增长率为63.95%,同期营业收入增长率为25.58%。

公司销售费用增长率较同期营业收入增长率高出38.38个百分点,同比增幅较大,我们就本期销售费用同比大幅增长的原因进行了分析。公司2017年,2018年销售费用及其结构占比数据统计如下:(单位:人民币万元)

项目	2018年			2017年		
	发生额	占收入比	增长率	发生额	占收入比
办公费	157.43	0.1896%	103.48%	77.37	0.12%
报关费	23.12	0.0279%	17.62%	19.66	0.03%
超市费用	1,787.57	2.1531%	69.24%	1,056.23	1.60%
工资	1,880.70	2.2652%	75.14%	1,073.82	1.62%
广告费	425.11	0.5120%	97.27%	215.49	0.33%
其他费用	232.16	0.2796%	3.08%	225.23	0.34%
运输费	1,401.51	1.6881%	1.05%	1,386.93	2.10%
装卸费	25.58	0.0308%	43.02%	17.88	0.03%
差旅费	226.68	0.2730%	109.85%	108.02	0.16%
应酬费	263.28	0.3171%	69.73%	155.12	0.23%
展览费	27.34	0.0329%	-11.19%	30.78	0.05%
商场专柜装修费	57.02	0.0687%	-15.01%	67.08	0.10%
销售赠品费	12.44	0.0150%			0.00%
代理费	189.06	0.2277%	4398.64%	4.20	0.01%
包装费	177.17	0.2134%	16.64%	151.90	0.23%
保险费	22.21	0.0268%	1.85%	21.81	0.03%
质量保证金	195.41	0.2354%	434.04%	36.59	0.06%
房租及物管费	149.32	0.1799%	435.31%	27.89	0.04%
折旧费	353.13	0.4253%	554.11%	53.99	0.08%
中标服务及项目评审费	106.91	0.1288%			0.00%
装修费	41.90	0.0505%			0.00%
销售费用合计	7,755.05	9.3406%	63.95%	4,730.00	7.15%
销售收入	83,024.82		25.58%	66,115.29	

经综合对比分析和检查相关交易,引起2018年销售费用同比大幅增长的销售费用明细主要包括超市费用、工资、折旧费、广告费、代理费、质量保证金的本期大幅增加,该多项费用对销售费用总额增加的影响情况分析如下:(单位:人民币 万元)

项目	2018年发生额	2017年发生额	按同期营业收入增幅计算的2018年费用金额	2018年实际发生金额较按同期营业收入增幅计算金额的超额支出
超市费用	1,787.57	1,056.23	1,326.37	461.20
工资	1,880.70	1,073.82	1,348.46	532.24
折旧费	353.13	53.99	67.79	285.33
广告费	425.11	215.49	270.61	154.50
代理费	189.06	4.20	5.28	183.78
质量保证金	195.41	36.59	45.95	149.46
合计	4,830.97	2,440.32	3,064.45	1,766.52
2018年销售费用实际发生额:				7,755.05
剔除上述项目中实际发生金额较按同期营业收入增幅计算金额的超额支出后的销售费用发生额(=7,755.05-1,766.52)				5,988.53
剔除后销售费用增长率				26.61%

剔除上述超市费用、工资、折旧费、广告费、代理费、质量保证金本期实际发生金额较按同期营业收入增幅水平的超额支出后,销售费用增长水平与本期营业收入的增长水平及趋势基本一致,现将超市费用、工资、折旧费、广告费、代理费、质量保证金本期大幅增加的情形及其原因说明如下:

(1)2018年度超市费用发生额为1,787.57万元,上年度发生额为1,056.23万元,本年度较上年度大幅增加主要源于:1)公司主要客户华润万家的超市费用结算方式发生变更,照结算方式按照折扣前销售直接在开具发票,确认收入过程中减除,2018年度因为由华润万家另行向我公司收取计入销售费用;2)2018年4月财政部、税务总局发布关于调整增值税税率的通知(财税(2018)32号),自2018年5月1日起执行增值税三档税率为16%、10%、6%,我公司在国内卖场销售的玩具产品的增值税税率由17%调整为16%;我公司与国内主要客户签订的销售合同均为年度签署,合同约定的开票税率(对方作为增值税进项抵扣)为17%,自2018年5月1日起执行新的法定增值税税率开票税率与原合同约定开票税率的税额差异按照合同约定由公司向客户进行补偿,具体结算方式为客户增计超市费用向公司收取,公司计入超市费用。

(2)2018年度,按照公司的薪酬计划执行了新的工资标准,导致公司2018年度计入销售费用的工资增加,2018年度计入销售费用的工资支出较2017年度增加806.88万元。

(3)2018年度计入销售费用中的折旧费、质量保证金较2017年度大幅增加主要源于两年度统计口径的差异。公司于2017年10月以支付现金方式收购了深圳市异度信息产业有限公司,2017年高乐股份合并利润表中控股子公司异度信息的部分仅包含合并日至2017年末的数据,而2018年度该主体的损益合并期间包含全年数据。

(4)2018年度计入销售费用中的广告费425.11万元,较2017年度增加209.62万元,主要为2018年度公司为加大公司产品推广增加了宣传广告支出。

(5)公司计入销售费用中的代理费主要为销售佣金支出,按照公司的销售政策和实际签署的销售协议,公司仅