证券代码:002640　　证券简称:跨境通　　公告编号:2020-016

跨境通宝电子商务股份有限公司关于深圳证券交易所问询函回复的公告

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。

跨境通宝电子商务股份有限公司(以下简称"公司"或"跨境通")于2020年2月3日收到深圳证券交易所《关于对跨境通宝电子商务股份有限公司的问询函》(中小板问询函【2020】第19号)(以下简称"问询函"),现就相关问询事项作出如下回复:

问题一、结合存货具体减值迹象及其发生时点,以前年度减值计提情况,请补充说明2019年和2018年计提存货减值的合理性、准确性、及时性。

回复:

(一)公司的存货跌价准备计提政策

由于公司存货具有数量繁多、单价较低、价值随时间递减等特点,因此,公司按照企业会计准则的规定,在中期期末或年度终了,根据存货全面清查的结果,分类别按照库龄分别计提存货跌价准备(即库龄法);有明确证据表明资产负债表日,各类别存货的成本高于可变现净值时,按各类别存货的成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备(即个别法)。

1、库龄法下存货跌价准备计提政策

对于可正常销售的存货,公司参考同行业存货跌价准备计提政策,结合公司实际情况,采用以下库龄法计提政策:

一级品类名称	3个月以内	3-6个月	6个月-1年	1-2年	2-3年	3年以上
出口业务						
电话和通讯类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
消费电子类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
电脑和办公类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
家用电器类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
服装/服饰配件类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
汽车、摩托车类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
运动及娱乐类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
家居用品类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
其他品类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
玩具类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
安全防护类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
保健品、美妆类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
母婴类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
进口业务						
电话和通讯类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
用品及百货	0%	0%	0%	0%	5%	10%
食品饮品	1%	1%	2%	1年以上至有效期内30%,超过有效期100%		
保健品	1%	1%	2%	1年以上至有效期内30%,超过有效期100%		
奶粉	1%	1%	2%	1年以上至有效期内30%,超过有效期100%		
美妆类	0%	0%	0%	5%	2年以上至有效期内50%,超过有效期100%	

2、个别法下存货跌价准备计提政策

对于不能正常销售的存货,包括存在质量问题的存货、已毁损的存货、陈旧过时的积压滞销存货等,公司将该些存货进行报废处理或在销售环节进行买赠促销处理,公司对该些存货采用个别法计提存货跌价准备。

(三)存货具体减值迹象及其发生时点

在中期期末或年度终了,公司对存货进行全面清查,识别和评估可正常销售的存货和不可正常销售的存货。如本回复"一、(一)、1、库龄法下存货跌价准备计提政策"所述,对于可正常销售的存货,公司按照库龄法计提存货跌价准备,即分类别按照库龄分别计提存货跌价准备;如本回复"一、(一)、2、个别法下存货跌价准备计提政策"所述,对于不可正常销售的存货,包括存在质量问题的存货、已毁损的存货、陈旧过时的积压滞销的存货等,公司按照个别法计提存货跌价准备。

(三)以前年度减值计提情况

截止2018年12月31日,公司存货跌价准备计提情况如下:

单位:万元

品类	存货原值	存货跌价准备			存货净值
		库龄法	个别法	小计	
电话和通讯类	123,388.13	13,253.86	11,216.97	24,470.83	98,917.30
消费电子类	100,776.66	6,674.08	3,160.98	9,835.06	90,941.60
电脑和办公类	44,244.34	3,371.94	2,667.20	6,039.14	38,205.20
家用电器类	41,740.88	2,289.63	1,907.38	4,197.01	37,543.87
服装/服饰配件类	52,321.04	1,790.66	5,648.29	7,438.95	44,882.09
汽车、摩托车类	25,880.66	277.18	478.31	755.49	25,125.17
运动及娱乐类	23,044.46	314.15	545.98	860.13	22,184.33
家居用品类	35,578.59	776.52	550.78	1,327.30	34,251.29
其他品类	20,946.54	604.96	565.60	1,170.56	19,775.98
玩具类	15,842.45	614.80	684.68	1,299.48	14,542.97
安全防护类	12,945.47	172.01	188.69	360.70	12,584.77
保健品、美妆类	12,812.50	245.17	120.83	366.00	12,446.50
母婴类	52,720.42	792.83	94.90	887.73	51,832.69
食品饮品	781.71	25.63		25.63	756.08
用品及百货	2,506.60	19.33		19.33	2,487.27
周转材料	74.16				74.16
合计	565,604.62	31,222.75	27,830.58	59,053.33	506,551.29

(四)2018年计提存货减值的合理性、准确性、及时性

2019年初,公司对截止2018年末的存货进行了全面清查和价值评估,包括识别和评估可正常销售的存货和不可正常销售的存货。对于可正常销售的存货,公司根据制定的存货跌价准备计提政策,采用库龄法对该些存货进行跌价准备计提,具体计提情况如下:

单位:万元

品类	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	超过保质期	合计
存货原值						
电话和通讯类	59,440.35	51,761.51	306.05	77.06		111,584.97
消费电子类	76,145.11	20,599.66	545.36	168.89		97,459.03
电脑和办公类	31,524.48	9,677.94	220.33	16.63		41,439.39
家用电器类	33,372.82	6,337.23	17.11	14.62		39,741.78
服装/服饰配件类	31,565.17	14,101.88	243.87	306.70		46,217.62
汽车、摩托车类	22,750.27	2,567.10	19.49	14.62		25,351.48
运动及娱乐类	19,618.32	2,740.85	62.78	21.23		22,443.17
家居用品类	30,648.22	3,873.29	255.56	192.23		34,969.30
其他品类	17,243.07	2,631.08	161.21	293.49		20,328.85
玩具类	10,016.56	4,832.06	146.82	87.55		15,082.99
安全防护类	11,178.65	1,501.59	48.21	7.39		12,735.83
保健品、美妆类	11,465.50	1,119.12	40.65	49.19	4.36	12,678.83
母婴类	51,669.26	855.42	20.25	0.76	70.31	52,616.00
食品饮品	749.02	22.32			10.37	781.71
用品及百货	1,973.71	149.71	379.69	3.50		2,506.60
周转材料	74.16					74.16
合计	409,434.67	122,770.77	2,467.37	1,253.86	85.05	536,011.72
存货跌价准备						
电话和通讯类	2,671.48	10,352.30	153.02	77.06		13,253.86
消费电子类	2,033.23	4,190.00	281.94	168.91		6,674.08
电脑和办公类	1,309.55	1,935.59	110.17	16.63		3,371.94
家用电器类	999.01	1,267.45	8.55	14.62		2,289.63
服装/服饰配件类	0.34	1,410.35	73.28	306.70		1,790.66
汽车、摩托车类		256.71	5.85	14.62		277.18
运动及娱乐类		274.08	18.83	21.23		314.15
家居用品类	60.93	437.97	83.57	194.04		776.52
其他品类		263.11	48.36	293.49		604.96
玩具类		483.21	44.04	87.55		614.80
安全防护类		150.16	14.46	7.39		172.01
保健品、美妆类	28.34	146.67	16.60	49.19	4.36	245.17
母婴类	489.98	225.71	6.08	0.76	70.31	792.83
食品饮品	8.56	6.70			10.37	25.63
用品及百货			18.98	0.35	–	19.33
合计	7,601.42	21,399.99	883.75	1,252.54	85.05	31,222.75

对于不可正常销售的存货,主要包括存在质量问题的存货、已毁损的存货、陈旧过时的积压滞销存货等,考虑到海外存货仓储费用、人员成本等管理成本较高,公司对该些存货进行报废处理或在销售环节进行买赠促销处理,因此,公司采用个别法对该些存货进行跌价准备计提。

截止2018年末,不可正常销售的存货原值为29,592.90万元,计提存货跌价准备27,830.58万元。

综上所述,公司2018年计提存货减值具有合理性、准确性、及时性。

(五)2019年计提存货减值的合理性、准确性、及时性

1、公司2019年本存货跌价准备计提情况

2020年初,公司对截止2019年末的存货进行了初步清查和价值评估,包括识别和评估可正常销售的存货和不可正常销售的存货。公司根据制定的存货跌价准备计提政策,对于可正常销售的存货采用库龄法计提存货跌价准备,对于不可正常销售的存货采用个别法计提存货跌价准备。

(1)库龄法

对于可正常销售的存货,公司根据制定的存货跌价准备计提政策,采用库龄法对该些存货进行跌价准备计提,具体计提情况如下:

单位:万元

品类	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	超过保质期	合计
存货原值						
电话和通讯类	36,091.54	473.74	40.80	7.11	–	36,613.20
消费电子类	50,567.12	3,514.96	66.48	53.62	–	54,202.18
电脑和办公类	22,800.73	2,356.99	30.81	38.79	–	25,227.32
家用电器类	44,240.53	894.64	85.44	41.15	–	45,261.76
服装/服饰配件类	25,783.87	10,844.76	446.93	3.81	–	37,078.37
汽车、摩托车类	25,204.34	4,389.49	24.97	14.62	–	29,633.42
运动及娱乐类	12,806.22	6,434.63	222.70	10.05	–	19,473.60
家居用品类	25,027.85	5,097.95	118.31	30.43	–	30,274.55
其他品类	11,438.36	4,914.78	16.09	3.62	–	16,372.84
玩具类	4,136.71	5,369.41	0.07	–	–	9,506.19
安全防护类	12,310.10	3,079.07	7.90	10.08	–	15,407.14
保健品、美妆类	14,037.15	4,274.89	28.59	2.46	4.38	18,347.46
母婴类	94,610.00	506.94	3.35	–	1.51	95,121.80
食品饮品	337.66	9.56	0.60	–	3.11	350.93
用品及百货	1,931.61	22.63	1.55	398.64	–	2,354.43
周转材料	82.52	–	–	–	–	82.52
合计	381,406.31	52,184.42	1,093.57	614.38	9.00	435,307.68
存货跌价准备						
电话和通讯类	2,938.21	77.26	18.93	7.11	–	3,041.51
消费电子类	2,883.07	702.99	33.24	53.62	–	3,672.92
电脑和办公类	1,345.62	471.40	15.41	38.79	–	1,871.21
家用电器类	3,281.20	178.93	42.72	41.15	–	3,543.99
服装/服饰配件类	–	1,084.48	133.78	3.81	–	1,222.06
汽车、摩托车类	–	438.95	7.49	14.62	–	461.06
运动及娱乐类	–	643.46	66.81	10.05	–	720.33
家居用品类	–	509.80	35.49	30.43	–	575.72
其他品类	–	491.48	4.83	3.62	–	499.92
玩具类	–	536.94	0.02	–	–	536.96
安全防护类	–	307.91	2.37	10.08	–	320.36
保健品、美妆类	40.71	341.59	8.74	2.46	4.38	397.88
母婴类	1,041.78	123.50	1.00	–	1.51	1,167.79
食品饮品	3.15	2.87	0.18	–	3.11	9.31
用品及百货	–	–	0.08	39.86	–	39.94
合计	11,533.73	5,911.55	371.09	255.60	9.00	18,080.97

注:上述数据为公司财务部根据目前掌握的资料和信息初步计算的结果,最终以审计机构的审计结果为准。

(2)个别法

对于不可正常销售的存货,主要包括存在质量问题的存货、已毁损的存货、陈旧过时的积压滞销存货等,考虑到海外存货仓储费用、人员成本等管理成本较高,公司对该些存货进行报废处理或在销售环节进行买赠促销处理,因此,公司采用个别法对该些存货进行跌价准备计提,具体计提情况如下:

单位:万元

品类	1年以内	1-2年	2-3年	3年以上	超过保质期	合计
存货原值						
电话和通讯类	32.43	13,638.59	27,317.97	2,493.86	–	43,482.85
消费电子类	261.15	17,869.14	14,570.88	583.02	–	33,284.19
电脑和办公类	54.10	15,750.28	8,377.56	620.23	–	24,802.17
家用电器类	117.71	9,378.83	5,383.92	58.25	–	14,938.70
服装/服饰配件类	0.14	0.16	2,099.29	2,760.61	–	4,860.20
汽车、摩托车类	14.74	0.42	2,086.49	40.39	–	2,142.04
运动及娱乐类	8.40	1.13	1,713.57	415.01	–	2,138.11
家居用品类	175.90	20.14	1,553.65	453.10	–	2,202.79
其他品类	7.50	0.13	1,557.60	496.85	–	2,062.07
玩具类	1.60	–	4,385.72	271.06	–	4,658.38
安全防护类	17.82	1.74	1,414.42	48.96	–	1,482.94
保健品、美妆类	2.66	3.47	576.41	86.02	–	668.56
母婴类	0.98	–	27.82	54.08	–	82.88
食品饮品	–	–	–	–	–	–
用品及百货	–	–	–	–	–	–
周转材料	–	–	–	–	–	–
合计	695.11	56,664.01	71,065.30	8,381.44	–	136,805.87
存货跌价准备						
电话和通讯类	32.43	12,956.68	25,952.07	2,493.86	–	41,435.04
消费电子类	261.15	16,976.43	13,842.38	583.02	–	31,662.98
电脑和办公类	54.10	14,962.92	7,958.69	620.23	–	23,595.94
家用电器类	117.71	8,910.11	5,114.85	58.25	–	14,200.91
服装/服饰配件类	0.14	0.16	1,889.36	2,760.61	–	4,650.27
汽车、摩托车类	14.74	0.42	1,877.86	40.39	–	1,933.41
运动及娱乐类	8.40	1.13	1,542.24	415.01	–	1,966.78
家居用品类	175.90	20.14	1,398.33	453.10	–	2,047.47
其他品类	7.50	0.13	1,401.85	496.85	–	1,906.32
玩具类	1.60	–	3,947.15	271.06	–	4,219.81
安全防护类	17.82	1.74	1,272.98	48.96	–	1,341.50
保健品、美妆类	2.66	3.47	518.77	86.02	–	610.92
母婴类	0.98	–	25.03	54.08	–	80.09
食品饮品	–	–	–	–	–	–
用品及百货	–	–	–	–	–	–
合计	695.11	53,833.31	66,741.56	8,381.44	–	129,651.43

注:上述数据为公司财务部根据目前掌握的资料和信息初步计算的结果,最终以审计机构的审计结果为准。

2、公司2019年末存货计提减值的合理性、准确性、及时性

(1)存货计提减值的及时性

2020年初,公司对截止2019年末的存货进行了初步清查和价值评估,包括识别和评估可正常销售的存货和不可正常销售的存货。公司根据制定的存货跌价准备计提政策,对于可正常销售的存货采用库龄法计提存货跌价准备,对于不可正常销售的存货采用个别法计提存货跌价准备。因此,公司存货减值计提及时。

(2)存货计提减值的准确性

公司根据制定的存货跌价准备计提政策,对于可正常销售的存货,采用库龄法对该些存货进行跌价准备计提,具体计提情况如本回复"一、(五)、1、(1)库龄法"所述;对于不可正常销售的存货,采用个别法对该些存货进行跌价准备计提,具体计提情况如本回复"一、(五)、1、(2)个别法"所述;目前存货跌价准备计提数据为公司财务部根据目前掌握的资料和信息初步计算的结果,最终以审计机构的审计结果为准。

(3)存货计提减值的合理性

① 库龄法下存货计提减值的合理性

库龄法下,公司2019年末存货跌价准备计提金额为18,080.97万元,较2018年末减少13,141.78万元,主要原因系:A、公司2019年末可正常销售的存货规模较2018年末大幅减少,减少金额为100,704.04万元;B、2019年末可正常销售的存货跌价准备减少,如2019年末1年以上库龄的存货占比为12.38%,而2018年末1年以上库龄的存货占比为23.61%。因此,库龄法下存货计提减值合理。

② 个别法下存货计提减值的合理性

个别法下,公司2019年末存货跌价准备计提金额129,651.43万元,较2018年末增加101,820.85万元,2019年末计提金额较大且增加较多的原因如下:

跨境出口电商在过去十年发展迅速,公司之全资子公司深圳市环球易购电子商务有限公司(以下简称"环球易购")抓住了这个历史机遇,快速布局,抢占先机。自2014年进入美本市场后,陆续通过非公开发行股票、发行私募债等方式筹集了大量资金,资金到位后,环球易购在各个国家和地区加大铺货力度,提高市场份额,存货规模逐年提升。然而,环球易购在2019年第四季度的销售旺季因资金周转紧张,缺乏充足资金及时进行广告推广、导致部分存货错过了销售的最佳时期而形成积压;另外,受中美贸易战影响,环球易购欧美市场销售业务出现下滑,造成大量存货积压;与此同时,伴随着存货库龄的不断增加与替代品的出现,部分存货逐渐呆滞。截止2019年末,因前述原因导致大量存货积压滞销,预计难以继续正常销售,且考虑到海外存货仓储费用、人员成本等管理成本较高,公司对该些存货进行报废处理或在销售环节进行买赠促销处理,因此,公司采用个别法对该些存货计提较大金额的跌价准备,存货计提减值具有合理性。

综上所述,公司基于目前掌握的资料和信息对2019年存货计提减值,具有合理性、及时性,最终以审计机构的审计结果为准。

问题二、请公司详细说明"买赠促销"的经营模式和具体方式,以及公司通过买赠促销等方式调理存货的收入、成本、期间费用确认和计量的准确性。

回复:

(一)请公司详细说明"买赠促销"的经营模式和具体方式

1、环球易购

由于受2019年第四季度资金周转困难导致缺乏充足资金及时进行广告推广、中美贸易战影响欧美到售市场、存货库龄的不断增加与替代品的出现等多种因素影响,环球易购海外存货中形成大量积压滞销。环球易购预计将有存货难以继续正常销售,且考虑到海外存货仓储费用、人员成本等管理成本较高,环球易购对该些存货采取集中报废或在销售环节进行买赠促销等处理方式。买赠促销作为环球易购调理积压滞销存货的一种手段,一方面能够让环球易购在短时间内快速调理积压滞销存货,另一方面在某种程度上能够吸引客户,给环球易购引流。

2019年第四季度,环球易购通过买赠促销等方式调理积压滞销存货75,229.76万元,买赠促销的经营模式和具体方式主要为消费者在公司网站购买指定商品后可获赠福袋(一种随机的运气袋,随机的商品为消费者商品),以这种欧美喜闻乐见带随机性的游戏达到吸引用户和调理积压存货的目的。

2、山西百圆裤业有限公司

公司之全资子公司山西百圆裤业有限公司(以下简称"百圆裤业")受线上销售以及整体行业消费趋势向下的影响,2019年线下整体服装市场份额收入量挤压,众多服装品牌商普遍通过打折降价的促销手段销售商品。百圆裤业服装实体店受到强烈冲击,销量大幅下滑,店面房租及用工成本大幅上涨,实体店经营举步维艰,因此,百圆裤业对加盟店进行大幅度的货品促销支持,将货品低价销售给加盟店,一方面能够快速调理积压滞销货品,另一方面丰富了加盟店的货品种类和数量,增加了加盟店的销售机会。

2019年第四季度,百圆裤业通过低价促销方式将积压滞销存货低价销售给加盟店,累计调理积压滞销存货7,874.03万元。

(二)公司通过买赠促销等方式调理存货的收入、成本、期间费用确认和计量的准确性

环球易购采用买赠促销方式的主要目的是为了调理积压滞销存货,降低积压滞销存货持续产生的仓储费用、人员成本等管理成本,加之积压滞销存货本身价值较低,因此,环球易购存销售环节对该些积压滞销存货并不向购买者单独收费,因此,其产生的收入实质为零;同样,百圆裤业采用降价销售方式的主要目的亦是为了调理积压滞销存货,降低存货管理成本,其产生的收入为1,231.84万元。

环球易购通过买赠促销等方式调理的存货,在存货发出并交付予物流公司时按存货原值结转主营业务成本,金额为75,229.76万元;百圆裤业通过低价促销方式调理的存货,在存货发出并交付予承运人时按存货原值结转主营业务成本,金额为7,874.03万元。

环球易购通过买赠促销等方式调理的存货,其产生的直接相关的期间费用主要为物流费,环球易购在将存货发出并交付予物流公司时按物流公司收取的物流费金额确认为销售费用;而百圆裤业低价销售给加盟商的存货,运费由加盟商自行承担,百圆裤业产生的直接相关的期间费用主要为打包费与包装费,该项费用计入销售费用。

综上所述,环球易购及百圆裤业通过买赠促销或低价促销等方式调理存货的收入、成本、期间费用确认和计量准确。

问题三、请补充披露母公司为私募债提供担保费用、银行利息及其他平台管理费用等明细,相保事项是否履行审议程序及披露义务。

回复:

(一)母公司2019年费用明细

母公司2019年度发生的经营费用为8,636.52万元,主要费用为融资利息、担保费、中介费用、工资、折旧以及办公费等。

具体明细如下表:

单位:万元

项目	金额
利息支出	5,876.75
律师费、审计费、咨询费等中介服务费	1,143.35
工资、社保及福利费等	389.14
折旧及摊销	336.50
私募债担保费	332.08
会议费、差旅费、招待费、办公费等	230.77
水电暖及日常维修费	211.99
其他	115.94
合计	8,636.52

(二)担保事项是否履行审议程序及披露义务

本公司2019年支付深圳市高新投集团有限公司(以下简称"深圳高新投")担保费332万元,系因深圳高新投为本公司2017年发行的私募债提供增信担保所形成(2017年私募债发行总额为66.03亿元,期限为2+1年),按照双方担保合同约定,根据发债规余金额4.4亿元的0.8%按年支付担保费共计352万元,扣除可抵扣的进项税,计入费用的金额为332万元。该项支出已根据公司的报销管理规定履行相关审批程序。该担保为深圳高新投对公司提供的增信担保,公司无需对该担保事项履行审议程序及披露义务。

问题四、请补充说明公司日常经营情况、持续盈利能力是否发生重大变化。

回复:

(一)公司日常经营没有发生重大变化

跨境通是注册在中国的跨境电商零售龙头企业。公司于2014年并购环球易购,2018年全资控股帕拓逊、并购优壹电商,整合产业链优势资源,构建了完整的跨境进出口业务生态圈。

截至本回复公告日,公司日常经营没有发生重大变化,跨境通主营业务包括跨境出口电商业务、跨境进口电商业务两大类,业务经营情况如下:

跨境出口电商业务以环球易购、帕拓逊为经营主体,重点运营公司线上自营渠道(ZAFUL等),同时基于Amazon、eBay、AliExpress等第三方电商渠道,为广大海外消费者提供来自于中国的优质商品;跨境进口电商业务以优壹电商和环球易购进口事业部为主要经营主体,重点拓展国内线上渠道,利用其与国际优质品牌的合作优势,为国内消费者以及主要电商平台提供优质的海外产品。

(二)公司持续盈利能力没有发生重大变化

前述三个主要经营主体环球易购、优壹电商及帕拓逊的经营情况及持续盈利能力情况说明如下:

1、环球易购

环球易购自公司并购至2018年度以来,经营情况良好,实现了业绩承诺,持续盈利,并购当年至2018年度归属于母公司净利润累计超15亿元。

2019年面对中美贸易战影响及下行的宏观经济形势,公司重点优化业务的现金流、提升高毛利产品占比、提升管理效率、着力调理积压库存,营收规模及市场份额基力实现了预期;宏观形势急刚超出管理层预期,策略调整带来的正面影响在一定滞后,这一系列因素导致环球易购2019年度亏损。但若不考虑清理积压滞销存货及对期末积压滞销存货计提存货跌价准备的影响,环球易购2019年度经营净利润约3.8亿元。

在2019年严峻形势下,环球易购的努力及经营业绩取得了外界的肯定,其中:自营电商网站ZAFUL、Gearbest榜眼2019年Brand2?中国出海品牌50强,ZAFUL位列中国出海品牌综合排名第23名,线上快时尚类第2名,Gearbest位列中国出海品牌第24名,电子商务类排名第2位,仅次于阿里巴巴;2019年7月被eBay授予年度销售冠军奖项;2019年11月被深圳市工业和信息化局等联合授予"2019年度深圳市民营领军骨干企业"称号等。

截至本回复公告日,环球易购持续盈利能力没有发生重大变化,情况如下:

(1)中美贸易战不利影响逐渐消除,公司未来销售趋势向好;全球消费市场电商化仍在加深,跨境电商市场发展空间巨大

在宏观层面,2019年中国对美国进出口13.73万亿元,下降10.7%;特别是9月1日,美国对华2000亿美元输美产品中第一批加征15%关税措施正式实施后,中国对美出口进一步下滑,降幅较别的月份以上。受中美贸易战影响,公司收入未压下滑。

2019年12月中美贸易谈判取得实质性进展,中国的贸易数据大面好转。2019年12月份出口2376亿美元,环比增长7.4%。2020年1月15日,中美第一阶段经贸协议签署,全球经济增长有望向好,中美贸易战对公司业务的不利影响逐渐消除,公司预计未来销售将增长,从而提高公司的利润。

此外,环球易购的持续盈利能力亦受益于跨境出口电商市场持续增长的行业态势。随着互联网普及率提升、第三方支付工具进一步成熟、跨境物流等配套服务日益完善、网络购物在全球零售市场规模中的渗透率不断提升。根据Emartketer,截至2018年末,全球网络零售市场规模293万亿美元,占全球零售市场规模的为12.2%,全球消费市场电商化加深,未来增速保持在15%以上。

环球易购于2019年加大了对包括东南亚市场、非洲市场、中东市场在内的新兴市场的资源投入,出口自营网站方面增加相关国家站,第三方平台业务方面入驻知名Lazada、Shopee等新兴市场平台,2019年公司来源于新兴市场的收入同比增长100%以上。

(2)ZAFUL自营平台在全球电商市场快速崛起,经营策略良好

ZAFUL是新兴崛起的全球线上快时尚服装品牌,ZAFUL是公司服装品类的核心自营网站销售渠道,打造服饰和平台双品牌,在女装细分市场影响力持续扩大,根据2019年度"BRAND2?中国出海品牌50强"榜单显示,ZAFUL位列中国出海品牌综合排名第23名,线上快时尚类第2名。在2019年中美贸易战不利影响下仍然保持较快增长,ZAFUL已与6万+全球网红合作,积累了1500万+社交渠道粉丝。

公司拟于2020年从产品结构上拓展男装、美妆等具有增长潜力的品类;从市场结构上形极挖掘潜力市场,如中东、南非等;从产品差异性的运营策略上会运用授权IP形象进行服装设计与制作,从而提升产品的差异化和品牌化,目前ZAFUL已获得全球著名漫画和影视公司的授权,2020年将大批量投入生产。此外,公司计划在2020年继续增加大印的合作:除了和大印的合作外,ZAFUL未来还将和红人联名独家设计款,目前已经推出的如红人联名欧洲-彩虹系列、红人联名萌系宠物系列、红人品牌跨界联名、红人联名时装周系列等。

凭借其社交粉丝沉淀、品牌影响力及新产品、新市场的布局,加上其沉淀多年的运营和营销能力,预期ZAFUL将继续领航增长,并为公司贡献较高的经营利润。

(3)滞销存货促销调理及减值计提属于非正常经营因素,资产减值风险已经明显降低,为后续持续盈利奠定良好基础

环球易购2019年度存在大幅亏损的主要原因是大量滞销存货促销调理及减值计提所致。环球易购通过促销手段处理积压滞销存货,大额计提存货跌价准备的存货下一步也会进行处理,环球易购的存货结构将得到优化,存货质量和周转率将得到提高。2019年末计提存货跌价损失后存货账面价值及资产减值风险均显著降低,为后续持续盈利奠定良好基础。

(4)环球易购多种措施管理存货提升运营效率

2019年期间,环球易购开始执行多种措施管理存货以提升运营效率,一方面,对传统的采销模式进行了调整,以牵引库存结构变化,降低目有库存。具体措施包括引入VMI(供应商管理库存)、计划库存、一件代发业务、代运营、开放平台等等。另一方面,环球易购开启了针对滞销品的自动和编制的内部库存共享,以加快滞销品变现,后期会持续拓展并调整滞销品定义,刺激产品变现加速。

环球易购更从产品开发端和销售端着手提升销售转化率以提升存货周转率:加大了对自有品牌产品的支持力度,提高其销售额占比。经过近年来的自有品牌建设,公司现有的重点自有品牌包括:Zaful、Suaoki、LANGRIA、Rosegal、Flouroen、Excelvan、Finether、DRESSFO、Enkeeo、Alfawise等。2019年,自有品牌销售额占比超60%。

综上,环球易购持续盈利能力没有发生重大变化。

2、优壹电商

优壹电商主要从事跨境进口零售业务。随着国内人均购买力增强、互联网普及率提升、第三方支付工具进一步成熟等因素,优壹电商跨境进口业务稳步发展。

2019年,优壹电商在巩固现有母婴奶粉竞争优势的基础上,着力拓展美妆个护、保健品等不同品类客户并获得成功,与多家知名品牌成功签订合作协议;与各大主流电商平台维持深入合作,进一步获得了品牌及渠道的高度认可。2019年,优壹电商保持平稳发展,经营业绩良好。

综上,优壹电商持续盈利能力没有发生重大变化。

3、帕拓逊

帕拓逊主要从事跨境出口零售业务,主要基于Amazon、eBay、AliExpress、Wish等第三方电商渠道向广大海外消费者提供来自于中国的优质商品。公司拥有5个知名品牌,在3C数码、户外运动、智能家居等领域具备优秀的自主创新能力和持续发展潜力,旗下MPOW等品牌已持续多年成为欧洲、北美地区电子产品的优质品牌,获得全球2亿用户的选择和青睐。

2019年,在中美贸易战的反复和变化、欧洲监管环境的日益趋紧、跨境电商竞争激烈等充满挑战的行业发展背景下,帕拓逊持续加大产品开发及品牌建设投入,开发多元化及差异化产品,并使用精细化运营/渠道拓展等手段,获得持续增长。2019年,帕拓逊营收规模同比平稳。此外,帕拓逊不断尝试新渠道同时积极拓展欧美以外地区的电商业务,亦将为2020年的持续增长奠定基础。

综上,帕拓逊日常经营情况、持续盈利能力未发生重大变化。

问题五、请按相关规定报送内幕知情人名单及股票买卖自查结果。

回复:

公司已通过深圳证券交易所中小企业板业务专区报送本次业绩预告内幕知情人名单。

针对以上内幕知情人名单,公司通过中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司对本次知悉业绩预告相关事项的内幕信息知情人自初步知悉时间至业绩预告披露当日(2020年1月22日-2020年2月3日)买卖公司股票情况进行查询,查询结果如下:

序号	姓名	职务	变动日期	变更性质	变更股数	内幕信息知悉时间
1	肖冬军	环球易购核心骨干	2020-01-23	卖出	-10,900	2020-01-22
2	乔新亮	环球易购核心骨干	2020-01-22	买入	2,400	2020-01-22
			2020-01-23	卖出	-2,400	

经公司核查,内幕知情人肖冬军、乔新亮期间买卖公司股票,除上述情况外,公司董事、监事、高级管理人员及其亲内幕信息知情人不存在买卖公司股票的情况。

根据肖冬军、乔新亮出具的声明,前述交易是基于其独立判断及个人资金情况所作出的决策,系个人独立行为,不存在利用内幕信息获利的情形。

特此公告。

跨境通宝电子商务股份有限公司董事会
二〇二〇年二月二十日

证券代码:603318　　证券简称:派思股份　　公告编号:2020-011

大连派思燃气系统股份有限公司 2020年第二次临时股东大会决议公告

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。

重要内容提示:

●本次会议是否有否决议案:无

一、会议召开和出席情况

(一) 股东大会召开的时间:2020年2月19日

(二) 股东大会召开的地点:受新型冠状病毒肺炎疫情的影响,本次股东大会采取现场结合通讯方式召开,主会场设在大连市开发区福泉北路42号公司会议室。

(三)

出席会议的普通股股东和恢复表决权的优先股股东及其持有股份情况:

1、出席会议的股东和代理人人数	8
2、出席会议的股东所持有表决权的股份总数(股)	75,162,300
3、出席会议的股东所持有表决权股份数占公司有表决权股份总数的比例(%)	18.6896

(四)

表决方式是否符合《公司法》及《公司章程》的规定,大会主持情况等。

本次会议符合《公司法》及《公司章程》的规定,大会由公司董事会依法召集。董事长尚智勇先生主持了本次会议。

(五) 公司董事、监事和董事会秘书的出席情况

1、公司在任董事9人,出席9人;

2、公司在任监事3