关于2020年半年度报告的更正公告

星期六股份有限公司(以下简称"公司")于2020年8月31日在巨潮资讯网(http://www.cninfo com.cn)上披露了公司《2020年半年度报告》全文,报告内第十一节《财务报告》内容中,因财务人员在 报表合并、分类过程中出现疏忽失误,导致财务报表和附注部分数据有误,现对该部分内容进行更正。本 次更正不会对公司2020年半年度的财务状况和经营业绩造成影响。具体情况如下:

、原报告"第十一节《财务报告》/二、财务报表/1、合并资产负债表"

	单
667,564,239.83	423,068,717.62
34,355,625.39	
667,564,239.83	423,068,717.62
	34,355,625.39

更正前: (1)应收账款分类披露

			期末余額					期初余額	Ŋ	
类别	账面	余額	坏则	維备	账面价	账面:	余額	坏则	允准备	
3033	金额	比例	金額	计提比 例	值	金额	比例	金額	计提比例	账面价值
按单项计提坏账 准备的应收账款	21,351, 541.19	1.47%	21, 351, 541.19	100.00%	0.00	13,905, 210.93	0.95%	13, 905, 210.93	100.00%	0.0
其中:										
	4 400		400		4 000	A AEO		400		4 000

按单项计提坏账 准备的应收账款	21,351, 541.19	1.47%	21, 351, 541.19	100.00%	0.00	13,905, 210.93	0.95%	13, 905, 210.93	100.00%	0.00
其中:										
按组合计提坏账 准备的应收账款	1,427, 725, 966.03	98.53%	138, 310, 983.20	9.69%	1,289, 414, 982.83	1,453, 514, 937.89	99.05%	122, 745, 222.89	8.44%	1,330, 769, 715.00
其中:										
鞋帽、服饰类商 品销售款	1,001, 686, 373.74	69.13%	119, 265, 922.86	11.91%	882, 420, 450.88	1,107, 744, 442.90	75.49%	117, 495, 424.23	10.61%	990, 249, 018.67
互联网广告及自 媒体电商业务款	344, 110, 846.81	23.75%	9,868, 200.39	2.87%	334, 242, 646.42	345, 770, 494.99	23.56%	5,249, 798.66	1.52%	340, 520, 696.33
传统互联网广告 业务款	81,928, 745.48	5.65%	9,176, 859.95	11.20%	72,751, 885.53					
合计	1,449, 077, 507.22	100.00	159, 662, 524.39	11.02%	1,289, 414, 982,83	1,467, 420, 148.82	100.00	136, 650, 433.82	9.31%	1,330, 769, 715,00

更正后:

(1)应收账款分类披露

			期末余额					期初余	质	
类别	账面	余額	坏贴	准备	账面价	账面	余额	坏则	能准备	
303	金额	比例	金額	计提比 例	值	金额	比例	金額	计提比例	账面价值
按单项计提坏账 准备的应收账款	21,351, 541.19	1.47%	21, 351, 541.19	100.00	0.00	13, 905, 210.93	0.95%	13, 905, 210.93	100.00%	0.00
其中:										
按组合计提坏账 准备的应收账款	1,427, 725, 966.03	98.53%	138, 310, 983.20	9.69%	1,289, 414, 982.83	1,453, 514, 937.89	99.05%	122, 745, 222.89	8.44%	1,330, 769, 715.00
其中:										
鞋帽、服饰类商品 销售款	1,039, 021, 791.91	71.70%	119, 265, 922.86	11.48%	919, 755, 869.05	1,107, 744, 442.90	75.49%	117, 495, 424.23	10.61%	990, 249, 018.67
互联网广告及自 媒体电商业务款	344, 110, 846.81	23.75%	9,868, 200.39	2.87%	334, 242, 646.42	345, 770, 494.99	23.56%	5,249, 798.66	1.52%	340, 520, 696.33
传统互联网广告 业务款	44,593, 327.31	3.08%	9,176, 859.95	20.58%	35,416, 467.36					
合计	1,449, 077, 507.22	100.00	159, 662, 524.39	11.02%	1,289, 414, 982.83	1,467, 420, 148.82	100.00	136, 650, 433.82	9.31%	1,330, 769, 715.00

期末余额前五名的应收账款情况"。

(4)按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位名称	应收账款期末余額	占应收账款期末余额合 计数的比例	坏账准备期末余额
第一名	306,939,032.10	23.80%	31,840,929.61
第二名	42,328,256.09	3.28%	
第三名	32,884,340.50	2.55%	
第四名	28,263,822.09	2.19%	4,833,642.20
第五名	24,829,104.71	1.93%	1,241,455.24
合计	435,244,555.49	33.75%	

(4)按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款期末余额合计 数的比例	坏账准备期末余额
第一名	549,859,458.36	37.95%	43,651,351.18
第二名	77,340,071.04	5.34%	7,259,475.75
第三名	45,698,559.86	3.15%	
第四名	43,880,440.71	3.03%	
第五名	24,829,394.71	1.71%	1,241,455.24
合计	741,607,924.68	51.18%	

四、原报告"第十一节《财务报告》/七、合并财务报表项目注释/27、其他应付款"

27、其他应付款

项目	期末余額	期初余额
应付利息	34,355,625.39	
其他应付款	633,208,614.44	423,068,717.62
合计	667,564,239.83	423,068,717.62

	项目	期末余額	期初余額					
	非金融机构借款应付利息	34,355,625.39						
	合计	34,355,625.39						
(	(3)其他应付款							
1	1、控物项码 医利二甘仲拉什物							

项目	期末余額	期初余額
关联方拆借款	485,587,599.67	191,972,120.45
股权收购款	84,793,834.03	169,728,618.30
未付费用款	27,877,597.00	27,770,352.90
关联方拆借款利息		23,769,803.30
应付暂收款	3,731,439.05	3,004,831.54
押金、保证金	3,887,537.00	1,252,351.28
往来款	27,217,336.74	721,796.05
其他	113,270.95	4,848,843.80
合计	633,208,614.44	423,068,717.62

27、其他应付款

项目	期末余額	期初余額
应付利息		
应付股利		
其他应付款	667,564,239.83	423,068,717.62
合计	667,564,239.83	423,068,717.62

项目	期末余額	期初余額	
非金融机构借款应付利息			╗
合计			╗

1)按款项性质列示其他应付款

		単
项目	期末余額	期初余額
关联方拆借款	485,587,599.67	191,972,120.45
股权收购款	106,752,378.24	169,728,618.30
未付费用款	27,877,597.00	27,770,352.90
关联方拆借款利息	32,158,747.76	23,769,803.30
应付暂收款	3,731,439.05	3,004,831.54
押金、保证金	3,887,537.00	1,252,351.28
往来款	7,455,670.16	721,796.05
其他	113,270.95	4,848,843.80
소나	667 564 220 02	422 DEC 717E2

除上述更正内容外,公司《2020年半年度报告》其他内容不变,本次更正后的《2020年半年度报告 更新后)》全文将和本公告同日在巨潮资讯网站披露。 本次更正对公司的财务状况和经营业绩没有影响。公司董事会就上述更正事项给投资者造成的不

星期六股份有限公司董事会

二〇二〇年十月二十七日

便深表歉意,今后公司将加强信息披露的审核工作,避免类似问题出现。

## 星期六股份有限公司 关于对深圳证券交易所半年报问询函 回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大 星期六股份有限公司(以下简称"公司")于2020年9月21日收到深圳证券交易所《关于对星期六股

份有限公司2020年半年报的问询函》(中小板半年报问询函【2020】第10号)(以下简称"《半年报问询 函》"),根据问询函的要求,公司就问询函所列问题回复并公告如下: 1、根据半年报,你公司主营业务包括服装鞋类业务和互联网广告业务,报告期内分别实现收入3.31

亿和5.11亿,毛利率分别为50.52%和17.80%,较上年同期分别减少10.58%和18.60%。

(1)请补充披露你公司通过营、加盟、线上直等不同销售渠道开展服装鞋类业务的收入及毛利情 况,并结合与三家品牌公司合作的具体情况说明与品牌公司合作模式对你公司收入和毛利率的影响。

公司2020年上半年及上年同期服装鞋类业务不同销售渠道的收入毛利数据如下:

项目	2	020年上半年	E	2	019年上半年	E		变动情况	
- 外日	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率
自营	14,484.65	43.72%	69.90%	43,223.40	75.86%	69.58%	-66.49%	-32.14%	0.32%
分销	9,840.58	29.70%	33.42%	4,576.17	8.03%	33.02%	115.04%	21.67%	0.41%
其中销品 牌公司	8,586.45	25.92%	32.53%						
网销	8,805.69	26.58%	37.73%	8,904.84	15.63%	35.44%	-1.11%	10.95%	2.29%
出口				273.22	0.48%	24.65%	-100.00%	-0.48%	-24.65%
合计	33,130.92	100.00%	50.52%	56,977.62	100.00%	61.09%	-41.85%	-	-10.58%

从上述数据可以看出,公司2020年上半年服装鞋类业务营业收入合计下降41.85%,其中自营营业收 入下降幅度66.49%,分销营业收入增长115.04%,原因系受新冠疫情冲击和部分自营店转为品牌公司分 销店共同作用所致;在新冠疫情冲击下,公司积极拓展线上网销业务,线上网销营业收入基本持平。 公司与品牌公司的合作模式主要为公司对于合同即将到期的自营店不再与商场 购物中心结签合

同,由品牌公司分别与商场、购物中心洽谈重新签订合同,店铺由品牌公司运营。公司按一定标准向品牌 司收取品牌使用费的情况下,按账面净值向品牌公司销售货物。 从上述数据可以看到,公司不同渠道的毛利率较上年同期并没有较大的变动,但由于高毛利率的自

营营收占比下降,低毛利率的分销、网销营收占比上升,致使2020年上半年服装鞋类业务总体毛利率较 自营占比下降分销占比上升的原因是公司自2019年9月开始, 会同期将到期的自营店不再由公司与 商场、购物中心续签合同,由品牌公司分别与商场、购物中心洽谈重新签订合同,至2020年6月,已将344

公司与品牌公司的合作,导致公司自营营业收入比重下降分销营业收入比重上升,但公司向品牌公 司销售毛利(含品牌使用费)与公司销售给其他分销客户的销售毛利基本持平。同时,虽然由于官收入 比重下降,导致公司服装鞋类业务总体毛利率下降,但同时由于自营店铺减少,店铺租金、人工成本及其 他销售费用也相应减少。因此,公司利润总额并没有因为此销售模式的变化而大幅变化。公司与品牌公司 合作,部分自营店铺转至品牌公司后,公司资产结构由"重"转"轻",原来以自营品牌、自营渠道为主垂 直一体化,改变为向专注品牌管理、供应链服务的轻资产运营方式,符合公司战略转型需要, (2)请你公司详细说明互联网广告业务的业务类型,报告期内不同业务实现的收入及毛利,并分析

万联网广告业务毛利率大幅下滑的原因。

公司2020年上半年及上年同期万联网广告业务不同业务类别的收入毛利数据加下。

項目		2020年1-6月		2019年1-6月			
- 人	营业收入	毛利	毛利率	营业收入	毛利	毛利率	
互联网广告投放	17,930.43	6,576.38	36.68%	21,940.16	9,620.53	43.85%	
互联网广告代理	4,338.25	83.44	1.92%	5,556.62	296.37	5.33%	
社交电商服务	28,832.19	2,438.18	8.46%	4,455.14	1,713.70	38.47%	
合计	51,100.87	9,098.00	17.80%	31,951.92	11,630.60	36.40%	

主要因为:①受新冠疫情影响,互联网广告投放及代理相关业务的客户缩减了投放预算,广告有效排期率 降低,使得该等业务收入规模相比去年同期有一定下降,而公司长期包断的广告位期间数量及摊销成本 不变,致使互联网广告投放及代理业务的毛利率下降。②上半年社交电商服务业务实现收入2.88亿.较去 年同期大幅增长547.17%。新冠疫情的爆发,促进了"宅经济"的爆发,公司上半年重点拓展的社交电商 服务业务,即是依托快手、抖音、哔哩哔哩等平台开展的短视频及直播电商业务。公司为抢占直播经济 风口",一方面对公司旗下签约主播加大了流量投放费用,以实现主播粉丝量及销售额的提升,而该等 投放费用均计入当期成本,使得毛利率有所下降;另一方面,在该业务中购销比例有所上升,亦对毛利率

交易金额。988万元、结合你公司此前审议的同品牌公司发生关联交易的金额,你公司补充审议)问三家面牌公司的交易金额。988万元、结合你公司此前审议的同品牌公司发生关联交易的金额,你公司2020年审议的同品牌公司关联交易的金额达88,80953万元,占2019年营业收入的42.45%。

报告期内公司同三家品牌公司的关联交易相关数据如下:

关联交易类别	关联人	关联交易内容	定价原则	报告期内发生金额
	杭州宏臻	销售产品	账面净值	7,145.51
可关联人销售产品、商品	杭州泓华	销售产品	账面净值	1,138.48
7大联八阳台广加、时加	杭州欣逸	销售产品	账面净值	2,228.50
	小计			10,512.49
	杭州宏臻	品牌使用费	市场价格	4,242.54
句关联人授权使用品牌	杭州泓华	品牌使用费	市场价格	116.59
PI-NUNCTED PROPERTY OF THE PRO	杭州欣逸	品牌使用费	市场价格	740.10
	小计			5,099.23
	杭州宏臻	转让原销售渠道应收账款	账面净值	122.38
债权转让	杭州泓华	转让原销售渠道应收账款	账面净值	289.37
1四4×24至1上	杭州欣逸	转让原销售渠道应收账款	账面净值	67.79
	小计			479.54
合计				16,091.26

温应收帐款于2019年是按账面余额为转让对价,2020年基于经营环境发生变化等因素,经双方协商,自年初开始改为按照计提坏账准备后应收账款净值为转让对价。

通过与联营公司杭州宏臻、杭州陆维、杭州欣逸开展零售业务、有助于公司实现零售业务经营方式的改变,可以在确保公司主营业务稳定的基础上,逐步降低公司线下店铺的自营比例,把原有百货商场自营 店逐步改为加盟店铺,一方面有利于公司逐步降低库存水平、优化资产结构,提高资产运营效率,另一方面有利于改善经营现金流,加快资金周转、减轻企业经营压力,进一步提升盈利能力。随着品牌公司业务 的拓展,公司得以向专注品牌管理,供应链服务的轻资产运营方式转变,有利于公司尽快实现"多品牌 多品类,以用户为核心,数据+内容驱动,消费场景打通融合"的新零售业态,符合公司战略发展的需要。

(2) 请你公司补充披露报告期末三家品牌公司对你公司的欠款额、应收款形成顾因及合理性、账龄、坏账准备的计提情况、你公司(拟)采取的舖收措施及截止回函日应收款的回款情况与欠款额的变动情

报告期内公司同三家品牌公司的相关数据如下。

	坏账准备			账龄情况			欠款余额				
		3年以上	2-3年	1-2年	3-12个月	1-3个月	八級人家不倒	公司			
4	4,365.14		3,061.98	5,730.26	30,653.86	15,539.84	54,985.95	<b>介州宏臻</b>			
0	73.10				1,302.27	798.80	2,101.07	<b>究州泓华</b>			
95	725.95		778.29	317.50	5,173.03	1,465.19	7,734.01	亢州欣逸			
8	5,164.18		3,840.27	6,047.75	37,129.16	17,803.83	64,821.02	小计			

有部分销售單道的应收款项及向品牌公司提供互联网营销广告业务款。 根据公司与三家品牌公司签订的合作协议中约定,首个季度回款比例不低于10%,次季度回款比例 不低于20%,第三个季度回款比例不低于30%,第四个季度回款比例不低于40%。鉴于新冠疫情的影响, 2020年销售大幅下降,回款未达预期,公司一方面督促品牌公司向商场催收款项,另一方面公司采取与

品牌公司共管资金账户的方式,以确保品牌公司在收到客户销售回款时及时向公司回款, 截止到回函日,三家品牌公司的回款情况及欠款数据如下

			单位:7	万元
	关联人	回函日欠款余额	截止回函日累计回款金额	
	杭州宏臻	53,073.12	24,379.33	
	杭州弘华	2,144.22	2,001.83	
	杭州欣逸	7,720.30	2,406.78	
	小计	62,937.64	28,787.94	
1	2)海道照你公司同日陣	公司的目体会作措式 包括食物	内笠 社管专式 丘德温华政策 旦贈/	15.73

一爻· 公司与品牌公司的合作模式主要为公司对于合同即将到期的自营店不再与商场、购物中心续签合 同,改由品牌公司分别与商场、购物中心洽谈重新签订合同,店铺由品牌公司运营。在公司按一定标准向 品牌公司收取品牌使用费的前提下,公司应品牌公司所提需求发货给品牌公司进行销售,公司按所销售 存货的账面净值确认销售收入。品牌公司与公司的结算方式为电汇,根据与品牌公司签订的合作协议,约 个季度回款比例不低于40%

质量问题导致消费者退货或者品牌公司受到有关政府部门查处,公司应当积极参与调查处理并赔偿由此 对品牌公司造成的全部经济损失。

截至目前,品牌公司向公司采购和对外销售情况正常,不存在品牌公司向公司退货的情况

影响分析你公司同品牌公司的合作模式是否有利于增强你公司盈利能力,保障股东长期利益。

公司通过2015年年报发布的新发展战略中已提出,公司计划通过经营模式的改变实现从以地理、果 道为重心向以顾客管理为重心的转变;从以比拼运作效率为重心向以品牌管理、传播为重心的转变;通过 强化现有品牌的升级延展及并购整合,建立新型的业务模式,打造属于星期六的多元化品牌运营、线上线 下资源融合的"她时尚生态圈"。经过多年的转型发展,公司时尚生态圈以及三大平台的建设已取得一定 成果、公司及控股子公司已与国内数百家品类的知名电商品牌查拉起了良好的合作奖系、从新品上市 的品直及销量提升,到库存尾货的出清等方面为品牌方提供服务,努力做到为品牌方或品牌的代运营方 的产品线上全生命周期的营销服务。目前公司已经取得多个知名品牌在指定平台上的独家经营权,未来随着公司经营规模的不断扩大,将推进与更多优秀品牌的深度合作。此外,随着生态圈内累积的供应链资 源日漸丰富,已涵盖服装、美妆、内衣、食品、生活用品等多个领域,公司进行多元化品牌运营、管理、输出

等市场情况,公司一直计划改变原有以自营品牌、自营渠道为主垂直一体化的"重"资产运营模式,逐步 向专注品操管理、供应链服务的"轻"资产运营方式进行转变,从而得以有效底括公司资产、提高资产的 运营效率,优化资产结构,进而集中资源与精力推动公司战略转型的目标。为此公司自2018年开始寻找

到公益公司。 一部分增加多常型的收入比重逐步上升、毛利率相对较低的分增加多比重增长将使得公司服装鞋类业务总体 毛利率下降,公司上半年服装鞋类业务毛利率较上年同期下降10.58个百分点,其中包含上半年受疫情影 响等因素,但同时由于自营店铺藏少,后铺租金、人工成本及其他销售费用也会租贷藏少,因此、公司利润 总额并不会因为该销售模式的变化而大幅变化。另外,随着品牌公司业务的发展,公司自营店逐步转为分 销店,公司存货压力也将逐步减轻,公司报告期末存货账面余额较上年同期期末下降1.74亿元,同比下降 11.82%,其中也包含上半年受疫情影响导致服装鞋类业务销售额大幅下滑的因素,使得公司进一步降低 整体库存水平的计划未达预期。关于存货跌价准备的计提、公司是根据各年份鞋类产品的存货状态。实际 跌价风险,并结合公司对该类产品的未来销售政策,合理估计该类产品的可变现净值以计提跌价准备的, 因此相关计提跟公司与品牌公司的合作并无直接关系。在以上业务进行过程中,公司的应收账款在一定 时间内会随着存货销予品牌公司而上升,公司会根据与品牌公司签订的合作协议切实督促品牌公司实田 回款,并督促品牌公司向商场催收款项,同时公司采取与品牌公司共管资金账户,以确保品牌公司在收到 中销售回款时及时向公司回款,这部分应收账款会逐步减少。另外,由于公司向品牌公司转让对商场债 权而形成的应收账款,在计提坏账准备时仍然是按照该应收账款回款后账期来计提的,所以,该合作模式 不会导致坏账准备的计提发生重大变化。

综上,公司通过与品牌公司合作实现零售业务经营方式的改变,可以在确保公司业务稳定的基础上 逐渐实现公司资产结构由"重"转"轻",公司得以集中精力推动业务转型,整体上符合公司战略转型需要,但是,目前由于上述交易刚开始约一年时间,合作模式仍在经营实践中不断进行优化完善,加上今年 以来国内零售业务因受疫情影响造成了重大冲击,上半年行业整体经营情况均不理想,因此业务模式变 化所带来的影响尚未完全体现。预计随着国内经济环境逐步恢复正常,上述经营方式的变化长远来看将 有利于增强公司的盈利能力并保障股东的长期利益。

3、根据半年报,报告期内遥望网络实现净利润3、849.72万元,占业绩承诺方承诺2020年净利润(26 000万元)的14.81%,请你公司补充披露遥望网络上半年经营业绩的具体情况及有关财务数据,并分析 遥望网络2020年度是否能够实现承诺业绩、是否存在盈利能力下滑的情况以及对应13.02亿元的商誉是 否存在大额减值的情况。请独立财务顾问核查并发表意见。

遥望网络上半年经营业绩情况及有关财务数据如下:

单位:万元

(1)2020年上半年,遥望网络实现营业收入49,566.24万元,相比去年同期快速增长。本期利润总额 222.66万元、净利润3,849.72万元、归属于母公司所有者净利润4,170.78万元。遥望网络的利润总额 净利润相比去年同期有所下降,主要是因为上半年受疫情影响,加之为提升直播的曝光量及粉丝量,遥望 网络上半年在业务增速较快的社交电商业务中投放费用相比去年同期有所增加所致。综上,遥望网络」 半年利润实现情况相比上年同期有所下降主要为疫情影响与流量费用投入增加所致,遥望网络目前整体

(2)公司今年以来大力发展以直播及短视频为主的社交电商服务业务,社交电商行业快速发展,其 中直播电商行业发展速度快,市场不断扩容。2019年是我国"直播电商元年",行业呈观爆发式增长的态势,根据艾瑞咨询《2020中国直播电商任金研究报告》显示,2019年中国直播电商行业的整体成交额达 名15.24亿元,同比增长200.4%,仅占网购整体规模的45%,成长空间大,预计未来两年仍会保持较高的增长态势,艾瑞咨询预测2020年直播电商交易规模将达到1.16万亿元,同比增长156.3%。随着内容平台与 电商交易的融合程度不断加深,预计2022年直播带货的渗透率可以增长到20.3%,规模将达到2.85万亿

(3)2019年公司开始签约及孵化直播电商的主播,社交电商业务发展迅速。进入到2020年上半年

尤其疫情以来,行业快速发展,公司主播在原始粉丝量较少的情况下,销售规模难以快速上升,因此公司 加大了在流量上的投入,该等投入都反映在当期成本费用中。随着粉丝规模的快速增长,销售额快速提 为,以公司旗下快手平台主播"输入公子"为例,2020年1月,这主部中的国际企业以外,时间等称为网站成交金额,属于电商平台企业成交类指标,主要指指下订单的总金额,包含付款和未付款两部分)为 1863万元,2020年6月,该土播的月GMV为310万元;2020年9月,该土播的月GMV为3.17亿元,其中9月30日单场直播GMV达1.36亿元。其粉丝量也从2019年12月31日的123.4万粉丝,上升至2020年9月30 日的920万粉丝。在第三方数据平台统计的9月达人直播带货排行榜TOP50中,瑜大公子2020年9月全网 排名第七位。公司是以销售商品获取差价毛利润或获取销售佣金为主,所处的快消品领域销售佣金率或 消售商品毛利率平均约20%-35%。随着粉丝基数的变大,盈利能力大幅提升。2020年以来,公司累计合 作品牌超过2000个,已经陆续取得多个知名国货品牌在快手、抖音双平台/单平台的独家代运营(经销

(4)此外,遥望网络互联网营销、社交电商行业存在一定的季节性,主要表现在下半年的业绩收入 通常好于上半年,2019年下半年公司实现收入4.92亿元,归属母公司所有者的净利润1.65亿元,而上半年 归属母公司所有者的净利润为5.887.11万元,下半年净利润是上半年的2.8倍。主要原因为一季度广告主 当年的年度营销预算往往还没有确定,因此在营销投放规模上有所控制;且一季度有最重要的传统假期春节,互联网用户页面浏览量减少,这也决定了广告主通常不会选择在一季度进行大规模的广告投放。 随着广告主年度营销预算的确定。广告的投放量逐渐增加,就上半年而言,通常二季度的营销投放量占上 半年的比重较高。下半年营销投放量大幅增长,且第四季度是互联网营销、社交电商的传统旺季,主要原 人的增长,成本相对固定,因此下半年较上半年利福存在明显上升。 (5)四季度,预估盈利情况较为乐观。公司近期广告业务、直播电商业务中的招商情况都较为乐观。

十一時物节期间,商家广告投放额较高,预估格为公司带来较好的收入与利润。 综上,公司预估通望网络能够实现2020年承诺业绩,具有较好的盈利能力,目前不存在商誉减值的

迹象。同时公司也会特别关注跟踪其后续盈利状况,以判断其是否能完成承诺业绩,或存在商誉减值的

经核查,独立财务顾问华西证券股份有限公司认为:

业务能否增强你公司的盈利能力。

2020年上半年,遥望网络受新冠疫情的影响,导致其业绩较2019年同期有所下降,其盈利能力虽然 在上半年发生下滑,但随着我国新冠疫情得到控制,工业生产及居民消费的逐步恢复,遥望网络在下半年 恢复了正常经营,广告主将加大在互联网领域的投入,预计遥望网络受新冠疫情的影响逐渐减小,全年整 体未发生重大不利变化 鉴于遥望网络营业收入拥有较强的季节性,截至目前"双十一、双十二"经营情况暂时无法准确预

測,因此独立财务顾问也暂时无法预测公司能否完成全年承诺利润。如果标的公司未能完成业绩承诺,独立财务顾问将及时曾促承诺相关方履行补偿义务,并督促上市公司及时追偿,履行信息披露义务。 鉴于前述独立财务顾问暂时无法预测公司能否完成全年业绩,因此独立财务顾问截至目前暂时无法 判断商誉是否发生减值,需要待遥望网络第四季度特别是双十一销售额实现后才能更为准确地判断商誉

是否有减值迹象。后续独立财务顾问将重点关注标的公司的盈利实现情况,如果发生减值,将督促上市 公司及时聘请评估等专业机构对遥望网络进行评估,测算商誉是否发生减值,并及时发布公告。 4、根据半年报,报告期内你公司重点拓展社交电商服务业务,请你公司说明上半年从事社交电商业 务的具体情况,包括但不限于开设直播的场次,直播的观众数量,直播销售额前十的主播/达人的销量、销 售额及粉丝数,销售额前十的品牌/产品等,并结合社交电商行业的市场规模,直播电商行业头部主播或

头部公司的销售额以及你公司直播电商业务的收入、毛利等情况说明你公司在行业的市场地位,以及该

(1)2020年1-6月直播销售前十的主播/达人销售情况、粉丝数量和直播场次情况分别如下:

序号	前十大主播	销售額(万元)	平台	粉丝数(万粉)	直播场次(场)
1	瑜大公子	23,425	快手	833	152
2	李宣卓	18,281	快手	390	163
3	王祖蓝	8,959	抖音	2,333	9
3	王祖蓝	496	快手	2,906	5
4	温州倩哥	1,812	快手	77	137
5	时雨Alva	888	快手	56	107
6	杭州老夏	748	快手	40	138
7	东北甜惠服装直营	694	快手	26	82
8	傲仔	681	快手	45	102
9	霸道小王总	669	抖音	18	8
10	我是薛大	590	抖音	38	25
	合计	57,244			

售情况分别如下:

		単位:フ
序号	品牌名称	销售额
1	珀菜雅	5,329
2	韩朿	4,907
3	欧诗漫	4,678
4	奥洛菲	1,834
5	妇炎洁	1,722
6	美康粉黛	1,686
7	马克华菲	1,679
8	罗莱家纺	1,352
9	POLO SPORT	1,352
10	华为	1,202
	合计	25,740

、确认直接相关,因此公司对该等销售情况并不按品牌统计。2、社交电商业务模式中,存在一 CPS效果分销、直接购销等多种模式,且销售成交的结算有来自快手小店、快手分销、抖音小店、抖音分 销、有赞小店、有赞客、淘宝、天猫、京东等众多平台,因公司主要是以确认收到的佣金确认收入,在实际业 各中大部分场次的直播活动都是同时销售多个品牌的多个产品,因对接的各平台存在系统不完善的情 况,因此上述统计不能保证完全准确,存在一定的误差率。3、上述统计为直播销售退款、退货后的净销售

(3)关于行业地位。公司社交电商业务中存在多种合作模式,收入确认主要区分为购销模式、CPS效 果类营销模式及CPT展示类营销模式,其中购销模式,公司以销售额确认收入;CPS效果类营销模式,公司以获取销售佣金确认收入;CPT展示类营销模式,公司以提供的直播或短视频时长、次数,结合约定单 价进行结算,确认收入。根据第三方统计平台壁虎看看(www.bihukankan.com)的统计,目前直播电商 核心平台淘宝直播、快手、抖音9月份前十名主播的销售情况如下:

淘宝直播	2020年9月前十名主播销售	情况:		
排名	主播名称	开播场次	成交量(万单)	GMV(亿元)
1	微娅viya	24	1528.94	19.89
2	李佳琦Austin	23	978.54	11.19
3	雪梨_Cherie	22	199.81	3.46
4	烈儿宝贝	26	183.6	2.35
5	陈浩kiki	22	154.16	2.28
6	ANNAITISAMAING	29	34.21	1.22
7	演员刘玉婷	14	8.27	1.16
8	Timor小小城	28	82.83	1.06
9	祖艾妈	27	61.62	0.97
10	南风Cheney	33	30.37	0.94

②快手2020年9月前十名主播销售情况

		Mithielder o - A I - I - I - I - I - I - I - I - I -	,	00000	0,00
	3	玩家10.1干万粉丝回馈	11	281.85	3.43
	4	瑜大公子	18	464.35	3.17
	5	辛有志 辛巴	2	772.62	2.91
	6	徐婕 27号送车	3	272.41	2.34
	7	驴家小胖	24	4.43	1.53
	8	时大漂亮	3	67.19	1.19
	9	石家庄荛姐	19	241.18	1.15
	10	徐小米教搭配	17	267.56	1.15
3)抖音	f2020	F9月前十名主播销售情况:			
相	非名	主播名称	开播场次	成交量(万单)	GMV(亿元)
	1	罗永浩	10	169.02	2.59
	2	大田	20	106.47	1.62

排名	主播名称	开播场次	成交量(万单)	GMV(亿元)
1	罗永浩	10	169.02	2.5
2	衣哥	20	106.47	1.5
3	大狼狗郑建鹏&言真夫妇	11	137.79	1.3
4	朱瓜瓜	19	113.28	1.2
5	罗拉密码	15	66.78	1.3
6	懒猫nono	16	12.19	1.0
7	呗呗兔	19	68.19	
8	ojaer 酶纪儿	24	32.88	C
9	冬姐精选	31	11.3	0.0
10	酒仙网拉飞哥	31	47.23	0.0

注:因第三方平台壁虎看看只能查询最近三个月的排名情况,因此上述为2020年9月份数据。 就主播销售额而言,根期第三方统计平台壁虎看着 (www.bihukankan.com )的统计,公司旗下块 手主播 "瑜大公子" 2020年9月GMV排在快手平台第4名、全网第7名;快手 "李宣卓" 2020年9月GMV 排在快手平台第35名、签约明星"王耀庆"2020年9月GMV排在快手平台第82名。就收入及毛利情况,公 司无法获知行业头部主播或其所在公司具体的收入及毛利情况,暂无法比较。

2020年,公司获得快手年度影响力机构,2020快手内容营销王等荣誉。

同时 公司崇获2019年"全妻奖"短视频运营员具影响力奖 并作为筹建单位及委员单位与滕讯 阿

里、字节跳动、快手等公司一同参与筹建并人选"中国电视剧制作产业协会短视频内容工作委员会" (4)公司是定位服务大消费领域的营销服务企业,大力发展社交电商业务(直播电商)是顺应行业 发展趋势营销服务深化的战略布局,视频及直播是新型流量形态,其增强了与用户间的互动性,同时直播 电商加快了品牌到用户的触达速度,减少了中间环节,致力于将"极致性价比"的商品以最快的速度触达 用户,提升了消费市场的运转效率,在扩大内需的大背景下,社交电商业务预期有较大的发展空间,有利 干提升公司的盈利能力。

5、报告期末,你公司存货账面价值为10.92亿,较期初下降9.81%,占流动资产比例为35.95%,计提的 货跌价准备为2.06亿,报告期新增计提存货跌价准备1.06亿。你公司在2019年计提存货跌价准备1.07 亿元,且在年报问询函回复中称2019年末对不同库龄的存货已计提了充分合理的跌价准备。

(1)请你公司补充披露报告期末你公司存货具体构成、库龄及计提的跌价准备,并结合上述数据相 19年末的变动情况说明半年内再次计提1.06亿存货跌价准备的具体原因及合理性

一一· 公司报告期末存货构成明细如下:

单位:万元 变动金额 账面余额

原子公司佛山星期六科技研发有限公 公司的库存商品主要是鞋类,公司近一年一期的鞋类产品库龄及计提的跌价准备列示如下

	2020年6月				2019年12月				
库龄	库存商品原 值	原值占比(%)	存货跌价准 备	跌价准备 占原值比 例(%)	库存商品原 值	原值占比	存货跌价准备	跌价准备 占原值比 例(%)	
1年以内	45,191.45	36.30	743.39	1.64	42,660.65	33.96	0.00	0.00	
1至2年	24,756.61	19.88	1,072.37	4.33	28,285.48	22.52	2,088.62	7.38	
2至3年	18,568.48	14.91	3,631.16	19.56	24,886.19	19.81	4,782.90	19.22	
3至4年	22,328.04	17.93	5,899.94	26.42	22,699.03	18.07	5,716.11	25.18	
AMEDI L	12 666 52	10.00	0 254 00	6772	7 070 00	E 64	2 66220	26.07	

从上表得出、报告期末、公司根据; こ品在份別分库約 4年以上库数 计提库存减值准备增加的主要原因,公司鞋类产品的销售定价受产品产出时间(即产品季)影响较大,产 品库龄越长,其定价相对越低,计提跌价准备的比例越高。公司已根据各年份鞋类产品的存货状态、实际 跌价风险,并结合公司对该类产品的未来销售政策,合理估计该类产品的可变现净值并充分计提跌价准 备,存货跌价准备计提具合理的

(2)根据年报问询函回函,你公司同三家品牌公司的模式为你公司按照存货账面价值向品牌公司 销售货物.请你公司说明是否存在计提大额存货跌价准备后向品牌公司低价销售的情形,并结合品牌公 司对外销售你公司产品的价格水平及毛利情况说明上述合作模式的合理性,说明是否构成利益输送。

公司是按照存货账面价值向三家品牌公司销售货物,公司所有存货账面价值均根据各年份鞋类产品

的存货状态、实际跌价风险,并结合公司对该类产品的未来销售政策,合理估计该类产品的可变现净值并 充分计提跌价准备,同时,在计提跌价准备时,并不确定后期销售给三家品牌公司的具体货物,因此不存 在计提大额存货跌价准备后向品牌公司低价销售的情形。 公司向品牌公司销售毛利率(含品牌使用费)与公司销售给其他分销客户的销售毛利率基本持平,

2019年公司向品牌公司的销售毛利率为31.28%。2020年上半年公司向品牌公司的销售毛利率为 32.53%, 两期的销售毛利率并无大幅变动, 不存在利益输送的情况 品牌公司对外销售的毛利率见下表

品牌公司近两期的毛利率变化主要由于其2019年下半年低价促销活动销售占比较大,以及不同期 间的产品结构不同所致的。公司对品牌公司的定价政策具有一惯性,其两期对外销售毛利率的差异与公 的供货价格没有直接关系

综上,公司与品牌公司的合作模式是合理的,不构成利益输送。

6.报告期末,你公司预付账款余额为3.14亿,其中一年内的预付款余额较期初增长96.30%,你公司称增长原因主要为子公司通望网络加强公众导业务流量储备所致。请你公司按照通望网络的业务发展、 项付款的具体对象及业务内容等,分析说明预付金额大幅增长的合理性、预付账款与遥望网络业务发展 的增幅是否匹配。

报告期末,公司预付账款余额为3.14亿,较年初增长96.30%,主要的增长原因有以下三点:

报告期末,公司班別縣政等额仍5.14亿,较年的增长9.30%,土要的增长原因有以下三点: ①子公司遥望网络加强公众号业务流量储备,预付帐款较年初增加4,848.51万; ②因佛山星期六科技研发有限公司(以下简称"科研公司")在报告期内不再属于合井范围内的子公司,公司向科研公司采购鞋类商品,从而使得公司对科研公司的预付款项较年初增加5,186.62万; ③公司子公司向品牌公司的预付采购款较年初增加3,985万。

业务类型	期初余額	占预付款比重	期末余额	占预付款比重
互联网广告投放预付款	10,398.77	62.78%	13,905.01	64.94%
社交电商预付款	5,057.83	30.53%	5,075.83	23.70%
其他预付款	1,108.17	6.69%	2,432.44	11.36%
合计	16,564.77	100.00%	21,413.28	100.00%

原,若优质渠道(使用权)尚未移交至遥望网络,已支付的款项作为预付款项核算。遥望网络为进一步加 强在公众号业务上的流量储备,和巨网网络(三维通信子公司)等专注于腾讯生态圈业务的公司相竞争 在2020年6月前增加了部分预付租号款。社交电商业务预付款主要包含艺人、网红机构的合作预付款,快 手、抖音等平台投放预付款和供应链采购预付款等。其他预付款主要为遥望网络办公大楼租金预付款。 于、汗目中于口以及队门都外引也这些水外到过的水中。 ※但见过第二至少通主网书办公人代籍证证[5]都。 通望网络预付款产生的原因主要是为了锁定一些优质流量和供应商保持长期命作关系,财务部会在月末、季末和业务部一起评估预付款的预计消耗时间,在付款环节进行复核管控,对于消耗周期较长的预 寸款会停止支付并联系合作伙伴退回对应预付款项。预付款项逐步增加与遥望网络的业务发展情况相

遥望网络出于抢占优质流量人口的目的,逐步增加以包断形式购买部分优质渠道在3-5 年内的流量资

符,符合行业惯例,具有合理性。 、报告期末,你公司货币资金余额为2.39亿元,短期借款余额为6.36亿元,请你公司结合短期借款的 明细、到期时间以及你公司的筹融资安排等分析公司是否存在流动性风险。

公司报告期末短期借款明细如下:

				7-1
序号	借款主体	贷款机构	借款金額	借款期限
1	星期六股份有限公司	北京银行股份有限公司深圳分行	4,200.00	2019.09.30-2020.09.30
2	星期六股份有限公司	广发银行股份有限公司佛山分行	1,000.00	2020.05.22-2020.11.21
3	星期六股份有限公司	广发银行股份有限公司佛山分行	1,200.00	2020.05.22-2020.11.21
	星期六股份有限公司	广发银行股份有限公司佛山分行	1,400.00	2020.05.25-2020.11.24
5	星期六股份有限公司	广发银行股份有限公司佛山分行	700.00	2020.05.25-2020.11.24
7	星期六股份有限公司 星期六股份有限公司	广发银行股份有限公司佛山分行 交通银行股份有限公司佛山分行	2.000.00	2020.05.28-2020.11.27
8			,	
9	星期六股份有限公司	交通银行股份有限公司佛山分行 交通银行股份有限公司佛山分行	2,000.00	2020.05.14-2021.05.14
10	ELDADY VIDEOU FATREACTO		00000	
10	星期六股份有限公司	交通银行股份有限公司佛山分行 深圳市高新松小維贷款有限公司	1,946.00 2,600.00	2020.05.15-2021.05.15
12	ELIPSIA (IDCDS PAPICIAL)	provinted and the property of the property of	,	
13	星期六股份有限公司 星期六股份有限公司	兴业银行股份有限公司佛山分行 兴业银行股份有限公司佛山分行	2,412.00 1.450.00	2019.10.23-2020.10.22
14	星期六股份有限公司	兴业银行股份有限公司佛山分行	1,450.00	2020.04.16-2021.04.15
14	<b> </b>	中国工商银行股份有限公司佛山平洲	1,372.00	2020.05.26-2021.05.25
15	星期六股份有限公司	支行	1,082.79	2019.09.09-2020.09.04
16	星期六股份有限公司	中国工商银行股份有限公司佛山平洲 支行	1,230.00	2019.10.23-2020.10.18
17	星期六股份有限公司	中国建设银行股份有限公司佛山市分 行	1,500.00	2020.02.21-2020.08.20
18	星期六股份有限公司	中国建设银行股份有限公司佛山市分 行	897.00	2020.04.20-2020.10.19
19	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	1,540.00	2019.07.09-2020.07.08
20	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	940,00	2019.08.01-2020.07.31
21	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	2,800.00	2019.09.17-2020.09.16
22	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	4,400.00	2019.10.21-2020.10.20
23	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	455.00	2019.10.22-2020.10.21
24	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	1,100.00	2020.04.26-2021.04.25
25	星期六股份有限公司	中国农业银行股份有限公司南海平洲 支行	1,000.00	2020.06.04-2021.06.03
26	深圳市佳斯凡星时尚科 技有限公司	华夏银行股份有限公司深圳坂田支行	730.00	2019.09.19-2020.09.19
27	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州银行股份有限公司文创支行	2,000.00	2019.07.10-2020.07.09
28	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州银行股份有限公司文创支行	420.00	2020.04.08-2020.09.30
29	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州银行股份有限公司文创支行	1,900.00	2020.04.15- 2020.10.08
30	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州银行股份有限公司文创支行	680.00	2020.04.30- 2020.10.08
31	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州联合农村商业银行股份有限公司 宝善支行	1,000.00	2019.11.07-2020.11.06
32	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州联合农村商业银行股份有限公司 宝善支行	1,000.00	2019.11.15-2020.11.14
33	杭州遥望网络科技有限 公司	杭州联合农村商业银行股份有限公司 宝善支行	1,000.00	2020.04.30-2020.11.14
34	杭州遥望网络科技有限 公司	招商银行股份有限公司杭州分行	3,000.00	2020.02.10-2020.08.09
35	杭州遥望网络科技有限 公司	南京银行杭州未来科技城支行	1,000.00	2020.02.28-2020.10.17
36	杭州遥望网络科技有限 公司	南京银行杭州未来科技城支行	1,000.00	2020.02.28-2020.10.17
37	杭州遥望网络科技有限 公司	交通银行杭州四季青支行	2,000.00	2020.05.14-2020.11.13
38	杭州遥望网络科技有限 公司	华夏银行股份有限公司杭州风起支行	3,000.00	2020.03.31-2021.03.31
39	杭州遥望网络科技有限 公司	中国民生银行股份有限公司杭州分行	2,000.00	2020.05.20-2021.05.20
40	杭州遥望网络科技有限 公司	中国民生银行股份有限公司杭州分行	2,000.00	2020.05.21-2021.05.21

公司报告期末货币资金余额2.39亿元,较期初的2.6亿元减少了0.21亿元,报告期末短期借款余额 6.36亿元,较期初的6.28亿元增加了0.08亿元,主要是因为报告期受新冠疫情影响销售下滑,致使经营现金流由上年同期的0.64亿元下降为-1.03亿元,在进入下半年后随着新冠疫情的有效控制及公司的努力,

销售已恢复到正常水平,经营现金流也会趋于正常的净流人状态,偿债能力会逐步增强。 另一方面,公司自成立以来,资信优良,在外部筹资方面得到各银行等金融机构的大力支持,培育了 良好的市场声誉,与多家银行建立了良好合作关系。从上表中可以看出,各项借款到期时间较为分散,从过往的续期情况推断陆续到期后均能顺利续期,因此公司并不存在大的流动性风险。

8、报告期末,你公司应收账款账面价值为12.89亿元,占流动资产比例为42.44%,累计计提的坏账准 备为1.60亿元。请你公司补充披露不同业务类型对应的应收账款余额,并说明各业务模式下应收账款的 金额、账龄及坏账准备的计提是否合理,是否明显异于同行业可比公司

(1)公司报告期末不同业务类型应收账款明细

①服装鞋履业务

公司根据此业务类型的预计坏账损失率与账龄对照表对比分析,计提结果是合理的 ②互联网广告及自媒体电商业务【遥望网络】

注:此业务类型因存在单项计提坏账,导致2-3年账龄实际损失率为100%

由上表可见,互联网广告及自媒体电商业务应收账款大部分账龄为1年以内。1年以内应收账款余额 合计3.23亿元,占互联网板块按账龄组合计提坏账准备余额的91.76%。 公司互联网板块6个月以上应收账款全部按账龄组合计提坏账准备。根据公司历史信用损失经验并

结合当前状况以及对未来经营状况的预测,公司认为账龄6个月以内互联网板块应收账款违约风险极低 ③互联网广告业务【时尚锋迅、北京时欣】

司根据此业务类型的预计坏账损失率与账龄对照表对比分析,计提结果是合理的

2 ) 各业务类型的应收 服装鞋履业务	<b>文款项预计损失</b>	率(%)与可比	比同行业的对!	比信息	
账龄	天创时尚	红蜻蜓	哈森股份	奥康国际	本公司
3个月以内	0.50	5.00	0.06	6.50	1.00
3至6个月	250	5.00	1.86	6.60	5.00
5至12个月	250	5.00	1.86	6.80	5.00
1至2年	20.00	10.00	18.69	13.00	20.00
2至3年	50.00	40.00	32.03	40.00	50.00

如上表所示,服装鞋业业务的应收款项预计损失率与其他可比行业公司的损失率基本持平,并不存 在明显异于可比行业公司情况。

互联网厂告及目期	<b>某体</b> 电商业务	【遥望网络,	1			
账龄	蓝色光标	华扬联众	思美传媒	利欧股份	麦达数字	本公司
5个月以内	0.30	0.60	5.00	0.50	0.50	0.00
5个月至1年	2.00	0.60	5.00	0.50	0.50	5.00
1至2年	30.00	8.00	10.00	10.00	10.00	30.00
2至3年	80.00	40.00	30.00	20.00	20.00	60.00
3至4年	100.00	100.00	50.00	100.00	100.00	100.00
1至5年	100.00	100.00	80.00	100.00	100.00	100.00
5年以上	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

56,404.86万元,计提坏账准备940.25万元。蓝色光标2020年上半年末1年内应收账款计提坏账损失实际 适用的坏账损失率为0.20%。 如上表所示,互联网广告及自媒体电商业务的应收款项预计损失率与其他可比行业公司的损失率基 本持平,并不存在明显异于可比行业公司情况。

注:根据蓝色光标2020年半年报数据将1年以内账龄计提的坏账损失合并计算,其中6个月以内(含6

月) 应收账款余额684,475.96万元,计提坏账准备1,026.27万元;6-12个月(含12个月) 应收账款余额

③互联网广告业务【时尚锋迅、北京时欣】 三维通信

并不存在明显异于可比行业公司情况。特此公告。

星期六股份有限公司董事会

家原自营店铺的营运权转由三家品牌公司经营。

2、根据你公司披露的《关于补充审议日常关联交易的公告》,你公司补充审议了同三家品牌公司的

(1)请你公司补充披露报告期内同三家品牌公司关联交易的类型及金额,并说明其合理性

				中12
关联交易类别	关联人	关联交易内容	定价原则	报告期内发生金额
	杭州宏臻	销售产品	账面净值	7,145.51
向关联人销售产品、商品	杭州泓华	销售产品	账面净值	1,138.48
<b>问大联人衔语产品、</b> 间品	杭州欣逸	销售产品	账面净值	2,228.50
	小计			10,512.49
	杭州宏臻	品牌使用费	市场价格	4,242.54
向关联人授权使用品牌	杭州泓华	品牌使用费	市场价格	116.59
问天联人授权使用品牌	杭州欣逸	品牌使用费	市场价格	740.10
	小计			5,099.23
	杭州宏臻	转让原销售渠道应收账款	账面净值	122.38
	杭州泓华	转让原销售渠道应收账款	账面净值	289.37

品销售、品牌授权以及转让公司原有部分销售渠道的应收账款等。公司向品牌公司授权使用品牌并收取 面明语、100时以及以及4比公司成于1807时间来通过2005%表现。公司河间市公司及3及广间的开75%的 品牌使用费,定价原则是双方的商定价,并与按账面净值向品牌公司销售产品合并计算对品牌公司的综 合毛利率,上述毛利率与公司向独立第三方分销商销售毛利率基本一致、公司向品牌公司转让原销售集

报告期向品牌公司销售商品,收取品牌使用费和转让债权等关联交易金额与自营店转分销店节奏及与报告期服装鞋类业务总体收入规模匹配、合理。

根据双方签订的合同,商品的所有权自交付时起转移给品牌公司,灭失的风险也自交付时起由品牌公司承担。品牌公司在到货后安排验收,商品不符合订单要求的,品牌公司可以拒绝接收。由于公司商品

(4)请结合与品牌公司的关联交易对公司毛利率、存货及跌价准备、应收账款及坏账准备等因素的

另一方面,在上述经营模式重心的调整过程中,公司基于渠道费用不断上涨、人工薪酬由于诵账上升

合作方成立项目公司来实现上述目标、实现针对鞋类产品零售业务经营方式的转变。 通过公司与三家品牌公司展开合作,公司原有服装鞋类业务中的自营营业收入占比将逐步下降,同

望网络预估能够实现承诺业绩,不存在商誉减值 情况,具体说明如