

(上接A38版)

市场竞争优势。项目迎合了珠宝零售领域对现代物流建设的需求,有利于企业扩大经营优势,持续经营。

(2)智慧物流是企业信息化数字化转型的需要

在进入信息化时代后,信息传递的速度和深度决定了企业运营管理的细度和效率。公司现有物流信息系统应用模块建设过程较为独立、分散,难以满足公司未来发展战略对物流体系的高要求,同时,也较难有效支撑公司业务日益增长的业务量和日益复杂的业务运作需求,在一定程度上制约了公司未来业务的拓展。

项目通过对RFID系统、WMS系统等系统的建设,将公司的仓储管理、分拣、贴签、包装及物流运输等重要经营管理环节的信息流进行统一规划,使得企业内外部沟通更为顺畅,并进一步提升企业供应链信息传递的有效性,同时,通过大数据的收集与整理,提升物流智能化水平,提高管理决策能力和经营管理效率。

(3)智慧物流是公司实现集团化发展的需要

莱百股份多年来以强大的产业链资源整合能力为依托,聚集国内国际优质供应商,研发团队、检测机构、推广机构等合作伙伴,自身综合竞争优势不断提升。公司致力于为消费者提供优质的珠宝首饰产品及服务,满足其对美好生活的追求。公司自成立以来,以北京为起点,通过自身经营主要以直营店为主的模式逐步增加零售网点数量,其线下品牌影响力主要集中在华北地区。未来公司计划不断进行市场拓展,以既有市场优势为基础,通过跨区域多门店的扩张在全国范围内进行品牌及服务的输出,进一步提高公司的市场占有率。

基于公司现有的物流管理体系,将难以支撑公司规模快速扩张的经营需求。通过本项目的实施,将优化公司的物流管理系统,支撑莱百门店的快速扩张和异地经营,并全面深化品类管理,提升公司基础服务能力,满足公司规模扩张的战略需求。

3.项目的可行性

(1)良好的产业政策支撑项目可行

近年来,随着我国经济发展,人们在珠宝领域的消费需求不断上涨。在物流建设领域,国家发改委高度重视智慧物流的发展,2016年出台了《“互联网+”高效物流发展实施意见》等重要政策文件,这些都围绕促进智慧物流的发展,推广应用物流新技术、新设备、新设备等提出了一系列鼓励和支持政策。

相关政策的推出大力促进了本行业的发展,为本项目的实施提供了良好的外部政策环境。

(2)信息化技术水平的日趋成熟支撑项目可行

现代物流经历了粗放型物流、系统化物流、电子化物流、智能物流和现代智慧物流的发展过程。智慧物流是以互联网+为核心,综合运用大数据、云计算、物联网、移动互联网和人工智能技术,通过全面感知、识别、跟踪物流各环节,实现实时应对、智能优化决策的高效、绿色的物流服务体系。其目的是要让物流具有智能性,让物流具有思维、感知、学习和自行解决问题的能力,从而为企业提供更大的利润,为客户提供最佳的服务,使资源利用最大化。

随着物联网、云计算、移动互联网等新一代信息技术的快速发展,使得基于互联网的信息技术服务,包括应用软件服务、平台提供服务、提供网络应用后台资源服务等领域日趋成熟,为我国智慧物流体系的不断完善创造了有利条件,逐步构建起适合珠宝产业物流体系的智能化系统。

(3)行业需求的增长支撑项目可行

中国是世界上重要的珠宝首饰生产和消费市场。经济高速增长带来黄金珠宝行业市场总体需求迅速扩大。行业需求的增长使得智慧物流项目有着广阔的市场空间,项目建成后符合市场发展趋势,将满足公司零售网络快速扩张和异地门店经营的物流服务需求,对于提高公司核心竞争能力和盈利能力具有重要的促进作用,有利于公司把握市场机遇,获得主要市场份额。

(4)公司完善的基础条件支撑项目可行

在物流基础设施建设方面,经过多年的发展,公司现有的北京总店物流中心已经形成了体系较为完备的管理机制,能够积极响应北京总店及各分店的仓储管理及物流需求等各方面的需求;在团队建设方面,公司拥有一批具备丰富黄金珠宝从业经历和管理经验的管理层人员团队,在珠宝企业管理、市场营销、品牌推广、产品研发等方面经验丰富。

公司在经营管理、渠道建设、市场推广、品牌建设、人才团队建设等方面积累的丰富经验及优势将为本项目的开展提供良好支撑,有利于项目成功实施,有效避免项目实施风险。

4.投资概算

本项目总投资11,784.22万元,具体投资明细如下:

序号	费用类别	合计
1	场地投入	4,794.81
1.1	场地购置费用	3,900.00
1.2	场地租赁费用	264.81
1.3	场地装修费用	630.00
2	设备购置费用	5,283.10
3	软件开发费用	1,000.00
4	软件实施费用	220.00
5	预备费	486.31
6	项目总投资	11,784.22

5.项目所需主要设备

根据项目规划,公司拟新增设备购置约5,283.10万元,明细如下:

序号	设备名称	计划支出(万元)
1	智能陈列柜	441.00
2	手持扫码枪	180.00
3	RFID物流中心货架	699.00
4	自动标签设备	1,060.00
5	RFID价签打印机	235.00
6	RFID读取设备	148.00
7	保险柜	70.00
8	更衣柜	28.60
9	电子天平	95.00
10	安防监控系统	70.00
11	光源测色仪	60.00
12	超短电子显微镜	100.00
13	空调设备	30.00
14	金属表面测厚仪	60.00
15	X光光谱仪	200.00
16	研究用钻石检测仪	100.00
17	激光无损光谱仪	30.00
18	紫外可见分光光谱仪	15.00
19	专业照相机分镜头	7.50
20	钻石检测器	300.00
21	傅里叶变换显微红外光谱仪	200.00
22	比色石	90.00
23	物流中心服务器	102.00
24	检测工作台	51.00
25	WMS系统	500.00
26	RFID系统	300.00
27	图像处理软件	76.00
28	检测专业软件	10.00
	合计	5,283.10

6.项目选址

本项目拟在北京购置场地建设物流分中心,并在深圳租赁场地建设智慧物流中心,同时对北京和深圳两个场地进行装修改造,具体方案如下:

编号	城市	投资物业名称	面积(平方米)	场地取得方式
1	北京	物流中心	750	购买
2	深圳	物流中心	350	租赁
	合计		1,100	

7.项目组织方式及资金使用计划

本项目由莱百股份本部直接组织实施,项目建设期36个月。资金使用计划情况如下表:

序号	费用类别	建设期			合计
		第1年	第2年	第3年	
1	场地投入	4,614.00	88.20	92.61	4,794.81
1.1	场地购置费用	3,900.00	-	-	3,900.00
1.2	场地租赁费用	84.00	88.20	92.61	264.81
1.3	场地装修费用	630.00	-	-	630.00
2	设备购置费用	3,207.90	1,587.10	488.10	5,283.10
3	软件开发费用	200.00	300.00	500.00	1,000.00
4	软件实施费用	-	110.00	110.00	220.00
5	预备费	377.45	80.84	28.02	486.31
6	项目总投资	8,399.35	2,166.14	1,218.73	11,784.22

本项目建设期为3年。根据计划,公司第一年拟购置并装修改造北京物流分中心,租赁并装修改造深圳智慧物流分中心,并完善北京总部物流中心设备,投资金额为8,399.35万元;第二年完善北京总部物流中心、北京物流分中心设备,投资金额为2,166.14万元;第三年拟加强设备投入,投资金额为1,218.73万元。在建设期内,建成北京物流分中心及深圳智慧物流分中心。

8.环境保护情况

本项目是在进行物流中心的装修改造,不涉及房屋建设等,公司采取相关防护措施后,对周围环境无不良影响。根据北京市西城区生态环境局出具的《关于北京市昌平区百货股份有限公司“智慧物流”项目的情况说明》,本项目不属于环评审批范围,无需办理建设项目环境影响评价备案。

(四)定制及设计中心项目

1.项目概况
本项目实施主体为莱百股份。本项目拟在公司现有各类设计资源的基础上建设新的定制及设计中心。项目主要内容包括场地购置或租赁、装修改造及相关软硬件设备购置、设计中心搭建和设计相关人员招募。该项目的实施将整合行业资源搭建黄金珠宝综合设计平台,提升技术研发、工艺创新,完善公司设计研发体系建设。

珠宝定制是未来珠宝行业发展的主要趋势之一,珠宝高级定制业务可以为顾客提供不同于传统珠宝店的独特购物体验及个性化需求。同时,满足企业客户对黄金珠宝产品定制的全方位需求。公司以定制及设计中心为核心,加大引进和培养设计研发人员,提升设计团队技术实力,在整合公司内部设计资源的同时,加强与系统性的外部合作,充分联合国内外珠宝行业大师资源并联合供应商团队,从进一步提升公司产品定制与研发能力。通过提升公司综合设计研发能力,输出更多具有品牌个性和辨识度的产品,从而提升公司自有设计产品、自主概念化产品和自有主题化产品的销售占比,更好的满足消费需求。

本项目与公司主营业务高度相关,符合公司整体发展战略,有利于公司增强原创设计能力及定制化服务能力,可以为公司产品款式的不更新提供强有力的支撑,为实现在产品多元化布局奠定基础。

2.项目的必要性

(1)迎合各类型消费需求变化,提供个性化服务的需要
随着国民收入的增长,消费升级时代的来临,消费者的审美日益多元化,黄金珠宝饰品作为传递情感和个性的载体,其品质、款式、工艺设计及品牌文化越来越受到消费者重视。同时企业客户也需要通过定制企业专属产品,传递客户企业文化。因此公司需要针对新的消费需求,探索创新服务模式,在继续完善“标准产品+非标产品”并存的产品供应体系的同时,进一步提升产品定制服务能力,为消费者提供便捷的个性化服务体验。

(2)增强公司产品品牌溢价,提高产品附加价值的设计
目前国内黄金珠宝企业已经充分认识到产品设计的重要性,并积极提升自身的原创设计能力,目前公司仍处于业务高速发展期,公司需要整合行业内优质资源,持续不断推出具有自身品牌特色的新产品。在产品研发设计过程中赋予产品更多的内涵及典型特征,利用贺岁文化、祈福文化、国潮文化、婚庆文化等系列产品,完善品牌经典款式,持续打造具有莱百品牌个性化强和辨识度高的产品,充分诠释“莱百首饰”的品牌魅力和文化内涵,实现产品附加值的提升,进而提升公司盈利水平。

(3)完善多元化品牌布局,实现公司战略协同的需要
莱百股份始终践行“做每个人的黄金珠宝顾问”的企业使命,开发新款款式,强化品牌差异,打造立体化品牌形象,是公司实现战略规划发展目标及构建战略协同的关键环节。在产品品牌布局方面,公司将以莱百股份作为面向最广大消费群体群体的基础品牌,并通过引入高端子品牌及博物馆主题旗舰店,将“莱百首饰”品牌与故宫、颐和园等中国传统文化名片充分结合,在保持莱百股份产品高品质、优服务和高性价比等特点的同时,将莱百股份的品牌形象提升至典藏品的高度地位。同时,公司也将通过完善定位于时尚和个性化的子品牌以满足年轻消费者需求,并充分结合新零售模式,实现年轻子品牌全面的线上与线下一体化运营。项目的实施将大幅增强公司的研发设计能力,从而为多元化品牌战略奠定坚实的基础。

(4)构建行业设计开发平台,扩大品牌影响力的需要
莱百股份始终致力于黄金珠宝文化的传播,公司作为中国珠宝玉石首饰行业协会副会长单位和行业协会副会长单位,公司管理层为中国珠宝玉石首饰行业协会设计委员会主任委员,拥有行业优秀的设计师资源。未来通过本项目建设,可以为此些设计师搭建沟通交流的平台,扩大品牌影响力。另外,莱百股份一直与世界黄金协会、国际铂金协会等世界性组织或机构进行深层次合作,该平台也可为中国品牌走向国际提供服务。

3.项目的可行性

(1)扎实的研发团队基础
公司设计团队具有较好的市场敏锐度,首先推出“贺岁经济”概念,推出包括贺岁金条、文化金条等系列产品。同时,公司从转运珠开始,设计了十二生肖“运”字系列产品,每到农历岁末年初,公司自主设计开发之生肖贺岁饰品都成为消费者喜爱的热门产品。公司致力于联合珠宝行业设计大师及艺术之美、首饰之美、文化之美,通过各种主题展览进行推广,为顾客带来沉浸式的消费体验。报告期内,随着“国潮”兴起,公司开展了一系列的以中国传统文化为主题的文创产品合作,如故宫合作“官宦黄金”系列产品,与颐和园合作设计开发“一生晒饰”的系列产品,取得良好市场反响。公司设计团队一直秉承着不断创新的设计理念,在珠宝首饰设计中尝试新思路、新方法、新工艺,具有扎实的设计研发基础。

(2)健全的研发体系和激励机制
莱百股份十分重视研发设计能力提升,在人力和物力等方面为公司研发创新能力的增强给予全面支持。近年来,公司不断加大珠宝定制业务,通过整合公司设计资源,提高专职设计人员占比,持续完善公司产品研发设计体系。通过开展对外合作,建设或者合作建设独立专项的设计师团队或设计师工作室,系统性提高公司设计能力。

通过建立与销售人员挂钩的产品设计开发激励机制,促进自有设计产品、自主概念产品和自有主题产品的研发,提高相关产品的销售占比,形成良性循环的激励机制,为公司后续发展提供良好基础。

4.投资概算

本项目总投资6,056.25万元,具体投资明细如下:

序号	费用类别	合计
1	场地投入	2,200.00
1.1	场地购置费用	2,000.00
1.2	场地装修费用	200.00
2	设备购置费用	1,945.00
3	研发人员薪酬	1,393.00
4	其他研发费用	1,002.00
4.1	产品调研费	30.00
4.2	合作项目使用费	372.00
4.3	外部咨询费	300.00
4.4	培训费	300.00
5	预备费	115.25
6	项目总投资	6,056.25

5.项目所需主要设备

本项目总投资投入1,345.00万元,研发设备投入具体明细如下:

设备类别	设备名称	金额(万元)
绘图及电子设备	设计电脑	40
	投影仪	6
	彩色打印机	3
	手绘设计工具	14.4
	3D扫描仪	96
	3D打印机	195
	金属切割机	300
	雕刻笔	11
	CNC数控中心	16.9
	CNC微雕雕刻机	85.2
起版设备	激光切割机	120
	数控玉雕机	13
	多功能切割机	0.42
	数控宝石琢磨机	3.98
	产品3D展示系统	15.9
	耗材、配件	100
	设计软件	136.5
	更新及续费	60.00
	合计	1,345.00

6.项目选址

本项目计划购置400平方米场地作为定制与设计中心场地,购置费用为2,000万元,以0.5元/平方米的装修改造标准计算,装修改造费用为200万元。

7.项目组织方式及资金使用计划

本项目建设期为36个月,资金使用计划情况如下表:

序号	费用类别	建设期			合计
		第1年	第2年	第3年	
1	场地投入	2,200.00	-	-	2,200.00
1.1	场地购置费用	2,000.00	-	-	2,000.00
1.2	场地装修费用	200.00	304.20	270.76	200.00
2	设备购置费用	770.04	480.00	678.00	1,345.00
3	研发人员薪酬	235.00	337.00	377.00	1,393.00
4	其他研发费用	288.00	337.00	377.00	1,002.00
5	预备费	96.56	9.89	8.80	115.25
6	项目总投资	3,589.60	1,131.09	1,334.56	6,056.25

8.环境保护情况

本项目不涉及土建、房屋建设等,对周围环境无不良影响。根据北京市西城区生态环境局出具的《关于北京市昌平区百货股份有限公司“定制及设计中心”项目的情况说明》,本项目不属于环评审批范围,无需办理建设项目环境影响评价备案。

三、募集资金运用对公司经营和财务状况的影响
(一)对经营状况的影响
1.提高公司核心竞争力
本次募集资金投资项目围绕公司现有主营业务,着重于公司的营销网络建设和拓展、信息化系统升级、智慧物流系统建设及定制和设计研发能力提升等方向。本次募集资金投资项目完成后,公司与珠宝连锁经营相关的设计、采购、门店标准化管理和客户服务体系将得到进一步优化,有利于巩固公司的核心竞争力,为公司的长期可持续发展营造有利条件。

同时,本次发行后公司的所有者权益将明显增加,资金实力将得到明显提升。
2.巩固和提升公司行业地位
公司将通过实施营销网络建设项目,将进一步加强公司在华北地区的门店覆盖,巩固公司在区域内的领先地位,同时,公司将通过在华北地区以外的重点城市进行网点布局,将“莱百首饰”品牌向全国市场进行推广。同时,公司通过实施定制及设计中心项目,将整合公司内部设计资源,并通过构建行业设计平台,进一步整合供方设计团队和行业内珠宝大师资源,提升自主设计系列产品占公司销售收入中的比重,有利于公司的新产品设计开发及品牌影响力的提升。

(二)对财务状况的影响

1.对净资产收益率的影响
募集资金到位后,公司货币资金和净资产将大幅增长,资金实力明显增强,抗风险能力和融资能力提升。公司资产负债率将比发行前有较大降低,偿债能力和抗风险能力都将大幅提高。由于发行后公司净资产将大幅增加,而投资项目建设期内不能立即产生效益,因此公司净资产收益率在短期内将会有所下降。
本次募集资金投资项目具有良好的盈利前景,营销网络建设项目能有效支持公司业务扩张,提升公司产品知名度和营销力;信息化平台升级建设项目、智慧物流建设项目及定制及设计中心项目将为公司未来持续发展提供有力技术支持和长久动力,有助于改善公司盈利能力。因此随着募集资金投资项目的实施,公司长期盈利能力将不断增强。

2.对盈利能力和偿债能力的影响
募投项目建成投产后,长期来看有利于提升公司的运营效率,同时有助于提升公司的盈利能力,并优化公司的资本结构。资金充足有利于实现规模经济释放效益,有利于提升公司经营业绩。营销网络项目投入完成后,预计公司营业收入和净利润将得到提升。
本次募集资金到位后,将使公司的资产负债率下降,偿债能力提升,财务风险下降,有利于提升公司的持续经营能力和综合融资能力。中长期内,公司资产规模随着募集资金投资项目的效益逐步释放而增长。

综上所述,本次募集资金投资项目完成后,公司主营业务规模得到进一步扩大,核心竞争力得到提高,公司盈利能力得到增强,上述项目有利于为全体股东创造更大价值。
(三)未利用公司自有资金开展募投项目的理由
截至2020年12月31日,发行人货币资金余额为78,735.99万元,归属于母公司所有者权益为213,633.9399万元。本次募集资金中的125,007.32万元用于投入营销网络建设项目、信息化平台升级建设项目、智慧物流建设项目和定制及设计中心项目。

报告期内,发行人已在加快门店网络拓展速度,2018年-2020年分别开设门店6家、10家和18家,2020年因新冠疫情原因有所放缓。报告期内公司开设门店已累计投入自有资金2.75亿元。同时,本次募集资金到位项目如募集资金不足的情况,公司将以自有资金、募投项目投资总额相较于发行人2020年12月31日的货币资金余额较大,故考虑通过募集资金开展投资项目。

发行人在利用募集资金用于项目扩张的同时实施现金分红,是基于发行人现金流规划下综合考虑发展阶段、扩张计划、盈利情况和股东回报等因素作出审慎决策;证监会颁布的《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等文件亦鼓励公司通过现金分红回报股东。

此外,本次招股实施公开发行股票并上市,除了将募集资金用于四个投资项目外,更期望通过透明上市目标,在更广泛的区域范围提升公司的品牌知名度和公众关注度;借助上市公司治理和公信力扩展业务,吸引人才,提高经营效率;充分利用资本市场进一步巩固和强化竞争优势,促进公司实现更规范、更全面、更持久的良性优质发展。

综上所述,发行人未利用公司自有资金开展募投项目建设具备必要性。

第五节 风险因素及其他重要事项

一、市场风险

(一)市场竞争风险
近年来,我国黄金珠宝行业的市场规模随着经济发展不断扩大,行业竞争不断加剧。以港资品牌珠宝商为代表的知名品牌珠宝商凭借成熟的管理理念与运营模式,较高的品牌知名度和雄厚的资本实力,在二线城市市场布局较为完善,占据一定的优势地位;国内珠宝上市公司依靠自身对国内消费者的消费习惯和购买偏好,深入了解,逐步加快区域性及全国性布局的步伐,珠宝企业之间的竞争日趋激烈。
虽然公司目前已经在北京及华北地区扎根多年,并拥有品牌、规模、消费者基础等优势,但如果行业竞争进一步加剧,公司面临着在相关地区市场占有率及盈利能力降低的风险。如果公司不能巩固并增强产品、服务、品牌和创意设计等已有优势,将存在市场份额下降的风险。

(二)零售新业态挑战的风险
近年来,随着互联网技术的普及应用以及现代物流体系的快速发展,电子商务等线上零售渠道凭借价格优惠、购物便捷和可选品类较多等优势越来越受到消费者的接受,线上珠宝首饰市场快速增长。
公司针对零售新业态,自2014年起进行了布局并持续投入,同时对未来几年的电商业务发展制定了战略规划。但是,如果未来消费者消费习惯变化,珠宝行业零售新业态的规模保持高速增长,公司未能跟上零售新业态的发展步伐,可能会对公司的经营业绩产生一定不利影响。

(一)经营区域集中风险

公司目前的销售区域主要集中在以北京市为核心的华北地区,且公司北京总店的销售占比比较高。为改善销售集中的局面,公司已在河北、天津及内蒙古开设直营连锁店,并利用电商渠道大力销售区域。报告期各期,公司在华北地区实现的销售收入占公司主营业务收入的比例分别为98.85%、97.97%和95.81%,2018年-2020年,公司在华北地区以外区域销售占比稳步增长,2019年和2020年销售收入分别较同期增长72.00%和74.26%。上述情况虽然在一定程度上改变了公司销售区域过于集中的状况,但并没有使这种局面得到根本扭转。
在公司目前销售区域分布情况下,如华北地区经济环境、居民收入等发生重大不利变化,或区域市场竞争加剧,将对公司经营产生不利影响。

(二)商品质量风险

近年来,商品质量问题日益成为消费者和行政监管部门的关注焦点。公司已经建立起一套完整的产品质量管理体系,在原材料采购、委外加工、运输、仓储和销售等各个环节严格控制商品质量,且所有终端销售产品均已经第三方权威检测机构检测。报告期内,公司未发生产品质量相关的重大诉讼。但是,若未来公司无法有效实施产品质量控制措施,出现重大产品质量问题或纠纷,存在被消费者索赔以及相关行政监管部门处罚的风险,对公司品牌形象造成不利影响。

(三)原材料价格波动风险

公司产品的主要原材料为黄金和铂金,公司黄金、铂金原材料主要通过上交所采购,而国内黄金、铂金价格受国内外经济形势、通货膨胀、供求变化、地缘政治、国际金价等复杂因素影响,近年来会上涨与黄金、铂金价格呈波动走势。
公司产品价格与上金所黄金、铂金价格具有高度相关性,公司产品销售价格采用原材料价格波动而调整的价格确定,库存商品发出成本采用个别计价法确定。若黄金、铂金原材料价格持续上涨,则公司可直接通过调整产品价格消化原材料价格上涨带来的不利影响,获得经营收益。若黄金、铂金等原材料价格下跌,公司直接面临着产品销售价格下降,给经营业绩带来压力。

(四)委外加工风险

公司为黄金珠宝专业经营企业,聚焦于产品附加值较高的上下游两端,强调原料采购、款式设计、连锁销售和品牌运营等附加价值的核心环节,将附加值较低、标准化程度较高的珠宝首饰加工环节委托委外加工厂进行生产。虽然公司对委外加工厂进行了严格的筛选,并与主要委外加工厂均建立了良好的长期业务合作关系,且终端销售产品已经第三方权威检测机构检测,但如委外加工厂延迟交货,或加工工艺和产品质量达不到公司规定的标准,可能对公司存货管理及生产产生不利影响。

(五)租赁门店物业的气污染风险

截至本招股意向书签署日,公司用于门店经营的租赁房产中,租赁房产涉及划拨土地的面积约为920平方米,占公司使用的房产总建筑面积的比例为2.97%;未取得或未提供权属证明的面积约为439.89平方米,占公司使用的房产总建筑面积的比例为1.42%。报告期内,公司租赁、占有并实际使用该等房屋,且没有其他第三方对该等物业或租赁房屋提出异议或权利主张,报告期内不存在被政府主管部门限制、禁止占有和使用该等租赁房屋或就此进行行政处罚的情形,但公司仍存在由于该等租赁房产权属瑕疵影响公司连锁门店经营的风险。

(六)现金交易风险

发行人作为黄金珠宝零售企业,主要采取线下商业零售为主的直销模式,存在现金销售情况。发行人现金销售存在于终端销售门店,现金销售客户为终端消费者。报告期各期,发行人现金销售占营业收入的比例分别为10.64%、9.62%和9.16%。为规范现金销售管理,发行人制定了一系列内部控制制度对现金交易流程进行管控和留痕,但如对现金销售的管理措施未执行到位,仍将存在一定的现金管理风险。
(七)黄金T+D交易风险
报告期内,为规避黄金租赁、实物黄金延期提货业务的黄金原材料价格波动风险,公司通过黄金T+D交易进行套期保值。虽然公司已建立和执行有关T+D业务的内部控制,由于其交易业务的交易规则较制度设计以及市场自身风险,公司进行黄金T+D交易业务仍存在持仓风险、资金管理风险、操作风险等。

三、财务风险

(一)内部控制风险

公司销售渠道网络包括公司北京总店、47家直营连锁店、银行渠道及天猫、京东等电商渠道业务。随着公司业务进一步发展以及募投项目的建设,公司下属的线上线下门店数量将进一步增多,且规模也将进一步扩大,对公司的采购管理、存货管理、销售管理、门店管理、财务管理、信息系统管理等内部控制提出更高要求。
(二)存货余额较大的风险
由于黄金珠宝行业自身经营的特点,各珠宝首饰门店在经营过程中均要保持相当数量的库存商品。报告期各期末,公司存货净额分别为185,041.01万元、217,372.90万元和170,687.83万元,占流动资产比例分别为52.69%、59.98%和49.31%,存货规模占流动资产比重较大。公司已建立了较为完善的存货管理和物流配送体系,报告期各期内存货周转率分别为4.40次、3.61次和3.13次,存货周转状况良好。

未来,若黄金、铂金等主要原材料价格大幅下跌,公司将面临计提存货跌价准备导致利润下降的风险。同时,如公司未来能准确把握消费趋势的变化以及未对终端消费做出及时反应而使得存货滞销,将会降低公司的资产周转能力并对公司的盈利能力产生一定不利影响。

四、其他风险

(一)实际控制人持股比例较低的风险
本次发行前,公司实际控制人西城区国资委通过全资控股的正金公司间接控股控制的公司表决权股份占总股本比例为27.30%,占比相对较低。西城区国资委通过全资子公司正金公司提名莱百股份董事长及三分之一非独立董事,对董事会决议具有决定性影响,并对公司董事和高级管理人员的提名及任免有重要作用。同时,公司其他85%以上股东均已签署不谋求实际控制权地位、不增持公司股份的承诺函。
如上市后其他股东增持股份谋求控制权甚至控制公司,将有可能对公司生产经营的稳定性产生不利影响。

(二)人才短缺或流失风险