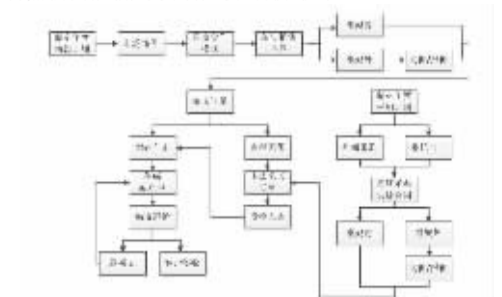


(上接B051版)

尔玛、华南方家、大润发和永旺等大型超市都是美奇林的长期合作客户。美奇林主要通过买断式直销及经销方式与客户合作。美奇林以敏捷的市场反应和营销能力,为客户提供高性价比、高性价比的玩具装备,提升了客户在玩具产品方面的销售份额,同时增强了美奇林的竞争力和盈利能力,加强了客户粘性。美奇林主要业务模式如下:



(二) 美奇林玩具结算模式

美奇林针对不同类型的销售客户,给予不同的结算模式,通常零售客户采取现款;商超及经销商,根据客户的信用等级不同,给予一定的信用账期。信用期一般为2-4个月。

1. 美奇林玩具收入确认的主要

美奇林将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方,美奇林既没有保留与所有权相联系的继续管理权,也没有对已售出的商品实施有效控制,收入的金额能够可靠地计量,相关的经济利益很可能流入企业,相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时,确认商品销售收入。

2. 美奇林在实际销售过程中,主要采用经销与直销、代销相结合的方式,具体收入确认方法如下:

(1) 经销

美奇林以商品实际发出后取得经销商确认的送货单为依据。
① 商超:买断模式下,美奇林根据商超的采购订单进行发货,取得商超确认的验收单并与商超公共平台上相关信息核对确认后收入,非买断模式下,商超根据其销售产品及数量出具销售结算清单,经双方核对确认后,美奇林确认收入。
② 零售:商品自仓库发出后交付开始结算,作为收入实现,确认销售收入。

(2) 其他:美奇林以货物到达指定地并由对方签收确认后,作为收入实现,确认销售收入。

(三) 美奇林玩具销售相关的主要内部控制

美奇林在销售环节,销售人员进行商品销售时,收款环节均设立了关键控制点。如合同审批环节,销售人员将产品销售合同提交销售经理审批后,由公司法务和财务部门分别审核会签,最后报总经理审批后签署执行;产品出库环节,营销部通知仓储部门发货销售出库,并制作出库单,同时开具一并交由物流公司客户支付货款约定发货地,并由货品发出人进行签字盖章,收款环节,客户支付货款后,由财务部出纳取得银行回单,财务部主管会计,同时向销售员、营销部主管、财务部主管、分管财务负责人发出通知,财务部主管会计根据回单核收货款金额,并支付产品补充货款通知,外销的主要区域,主要客户名称、对应营业收入,并说公司主要客户是否存在关联关系。

(四) 一般产品内销、外销的主要区域

报告期内,公司主营业务收入分产品、分区域销售情况如下:

| 产品类别 | 内销区域 | | | | | | 外销区域 | | | | | | 总计 |
|------|---------------|------------|--------------|----------|--------------|------------|-----------|-----------|--|--|--|--|---------------|
| | 华南 | 华东 | 华北 | 其他地区 | 亚洲 | 欧洲 | 其他地区 | 总计 | | | | | |
| 玩具 | 22,413,828.28 | 96,423.14 | 8,725,337.23 | 3,184.43 | 6,879,151.29 | 297,388.82 | 92,288.36 | 68,662.22 | | | | | 33,222,012.45 |
| 模具 | 161,943.66 | 14,646.85 | 1,163,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | | | | 1,325,590.51 |
| 合计 | 22,575,771.94 | 111,070.00 | 9,888,337.23 | 3,184.43 | 6,879,151.29 | 297,388.82 | 92,288.36 | 68,662.22 | | | | | 34,547,602.96 |

报告期内,公司主营业务收入分产品、分区域销售情况如下:

| 产品类别 | 内销区域 | | | | | | 外销区域 | | | | | | 总计 |
|------|---------------|------------|--------------|----------|--------------|------------|-----------|-----------|--|--|--|--|---------------|
| | 华南 | 华东 | 华北 | 其他地区 | 亚洲 | 欧洲 | 其他地区 | 总计 | | | | | |
| 玩具 | 22,413,828.28 | 96,423.14 | 8,725,337.23 | 3,184.43 | 6,879,151.29 | 297,388.82 | 92,288.36 | 68,662.22 | | | | | 33,222,012.45 |
| 模具 | 161,943.66 | 14,646.85 | 1,163,000.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | | | | | 1,325,590.51 |
| 合计 | 22,575,771.94 | 111,070.00 | 9,888,337.23 | 3,184.43 | 6,879,151.29 | 297,388.82 | 92,288.36 | 68,662.22 | | | | | 34,547,602.96 |

报告期内,公司主营业务收入分产品、分区域销售情况如下:

| 序号 | 客户名称 | 是否关联方 | 销售内容 | 营业收入 | 占总收入比例 |
|----|------------------------|-------|------|------------|--------|
| | | | | | |
| 2 | 深圳市宝安区华成有限公司 | 否 | 玩具 | 3,049,000 | 8.33% |
| 3 | 汕头市正华塑胶有限公司 | 否 | 玩具 | 2,661,515 | 6.01% |
| 4 | GRAND BERNETT (HK) LTD | 否 | 玩具 | 2,326,611 | 6.08% |
| 5 | GRAND BERNETT (HK) LTD | 否 | 玩具 | 1,540,764 | 3.92% |
| 合计 | | | | 16,946,715 | 54.26% |

由上表可见,公司前五名客户合计占54.26%,占总收入的比例为39.92%。前五名客户中均不存在关联关系。

四、请说明上市公司原业务业绩变动趋势,并结合业务模式、产销渠道、产品竞争力、行业地位说明原业务的发展趋势

(一) 上市公司原业务业绩变动趋势
上市公司玩具模具均从事玩具行业,因上市公司收购美奇林后,主营业务未发生变化。报告期内上市公司主要业绩指标及变动情况如下所示:

| 项目 | 2018年度(不含美奇林) | | 2017年度(不含美奇林) | | 变动金额 |
|--|---------------|------------|---------------|------------|------|
| | 营业收入 | 净利润 | 营业收入 | 净利润 | |
| 营业收入 <td>31,413,318</td> <td>33,110,822</td> <td>31,103,022</td> <td>-1,099,664</td> <td></td> | 31,413,318 | 33,110,822 | 31,103,022 | -1,099,664 | |
| 利润总额 | 3,222,013 | 6,296,231 | 2,982,230 | -2,982,230 | |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 2,768,230 | 5,194,321 | -2,426,026 | | |

上市公司主要业绩指标的变动原因分析参见本问询回复“问题4/-/1.收购前上市公司经营业绩及变动情况”。

(二) 上市公司原业务模式及营销渠道

1. 采购模式

公司向市场独立采购,没有专门的采购部负责原辅材料采购计划的制订、采购信息收集、实施采购、到货跟踪、供应商评估等工作,品质管理部负责原辅材料质量的检验。

公司主要材料为生产益智玩具所需的塑料原料、包装材料,以及生产模具所需的模具钢材。其中塑料原料为公司产品的主要原料,为降低未来价格上涨的不利影响,公司会在优先保证塑料原料库存满足生产需求的前提下,综合考虑产品价格走势、原料价格走势、原料成本等因素统筹安排采购数量和采购时机;对于包装材料、模具钢材等其他材料,公司一般根据生产订单的交货周期而定,原材料采购周期、经济批量等因素综合考虑。

公司的供应链管理包含供应商筛选管理、供应商考核管理等环节。在供应商筛选管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

在供应商考核管理方面,公司要求供应商提供能够证明其质量保障能力的相关资料,包括企业经营情况、企业信誉、技术水平、质量控制等能力,公司采购部牵头对意向供应商进行筛选,对审核通过后的供应商通过提供样品等方式来确定是否建立长期合作关系;在供应商考核管理方面,采购部每年对供应商的报价、供货能力、供货速度及前期合作情况进行一次综合考评,并向供应商反馈,以资改进;根据供应商考核管理评价结果,公司与合格供应商继续保持合作关系,对不合格供应商加以淘汰。

公司使用的能源包括电、柴油(应急发电),电由所在工业园区供电部门提供;柴油由所在地区石油供应商提供。

(3) 玩具产品采购

公司通过实地拜访、考察、评价等方式严格筛选供应商,从厂家的产品质量、生产能力、交付能力、人员素质及后续研发能力、产品安全数据等各个环节进行综合判断。对厂家提供的样品进行保存和分析,并收取相关资料,检测报告,安全数据表及技术文件,从前端控制玩具产品的质量和品质的风险,并结合营销部门丰富的市场经验,采购市场反馈,进行综合评估,合格后方可采购。

4. 销售渠道
上市公司在收购美奇林之前,收入主要来自境内出口型贸易公司和海外经销商,上市公司产品终端市场主要在境外,因此在境内市场的占有率不高。

(三) 上市公司产品竞争力、行业地位
长期以来,我国虽然是玩具生产大国,但行业内企业的自身品牌影响力并不大。根据广东省玩具协会资料显示,公司是国内专业生产塑胶玩具的企业之一。与国内其他玩具生产企业相比,公司的优势主要体现在自有品牌、模具设计与制造、益智玩具研发设计、产品质量、工艺技术、生产规模、营销网络等方面。通过多年的市场开拓和技术积累,公司产品竞争力不断增强,已经发展成为一家以自主研发及设计为主,注重自主研发、拥有强大营销网络的玩具企业,技术创新、品牌推广、市场拓展、产品质量、渠道建设、客户服务等均有较强竞争力。

(四) 上市公司业务的发展趋势
1. 外销市场
根据中商产业研究院数据,2013至2017年全球玩具零售额逐年增长。2014年全球玩具市场零售额达到850.91亿美元,较2013年同比增长2.13%;2015年全球玩具市场零售额达到871.19亿美元,较2014年增长2.39%;2016年全球玩具市场零售额达到890.47亿美元,较2015年增长2.21%;2017年全球玩具市场零售额达到910.42亿美元,较2016年增长2.24%。

2. 2018年度管理费用中的中介机构费、折旧费同比上升
母公司管理费用中的中介机构费、折旧费增加使得营业利润下降1,144.33万元。

2018年度上述费用同比增加的具体原因如下:(1)管理费用的中介机构费用支出同比增加71,236.7元,主要是由于2018年公司因收购美奇林聘请了中介机构等事宜所致;(2)管理费用中的折旧费同比增加413,077元,主要是由于公司在在建工程转入固定资产使得折旧费用增加所致。

(4) 限制性股票摊销成本同比上升
限制性股票摊销成本同比上升增加46,559元,主要是由于2017年8月公司实施了股权激励,授予员工限制性股票,并于2018年12月终止股权激励,将剩余等待期内(2019年度和2020年度)应确认的金额46,576元计入2018年度损益。

2. 经营费用中的现金流量净额下滑的原因
2017年度和2018年度经营活动产生的现金流量净额分别为2,772,990元(71,341.24万元)、2018年度经营活动产生的现金流量净额较2017年度下降约4,568,255元,主要是由于(1)2018年度母公司销售收入及回款同比减少,2018年度母公司销售收入较2017年度减少1,789,632元,2018年度母公司销售商品、提供劳务收到的现金较2017年度下降2,644,298元;(2)2018年度母公司购买商品、接受劳务支付的现金较2017年度增加1,648,500元,主要原因系2017年7月至2017年11月,纸浆价格呈现上涨趋势,2017年11月之后基本保持稳定的水平,使得上市公司2018年包材采购均价较2017年度上升。材料价格上涨导致供货关系紧张,部分供应商为应对原材料涨价的压力,要求公司加快付款进度,导致2018年度购买商品、接受劳务支付的现金增加。

(三) 营业收入增长的原因及合理性
2017年度和2018年度营业收入及变动情况如下所示:

| 项目 | 2018年度 | | 2017年度 | | 变动金额 |
|----------|------------|------------|------------|-----|------|
| | 营业收入 | 净利润 | 营业收入 | 净利润 | |
| 合并报表营业收入 | 38,292,625 | 33,110,822 | 36,821,247 | | |

由上表可见,2018年度和2018年度合并报表营业收入分别为33,110,822元和38,292,625元,2018年度合并报表营业收入较2017年度增加5,821,247元,主要原因系美奇林纳入合并报表所致。2018年8月公司完成对美奇林的收购,2018年9月起美奇林纳入公司财务报表合并范围。2018年9-12月美奇林实现营业收入7,768,077元,由此导致公司2018年合并报表营业收入同比大幅增长。

二、说明报告期内公司信用销售政策及生产采购政策是否发生变化。
经过多年的市场积累和品牌积淀,目前公司形成了较为稳定的优质客户资源,客户具备较高的市场声誉和信誉,2017年公司根据自身产品特点,制定了较为完善的信用销售政策,具体的信用政策如下:公司对于交易量较小的,非经常性交易的客户,首次发生业务的新客户一般采用货到付款;对部分长期交易客户一般采用预付款销售,将客户信用等级和信用额度相结合,信用等级越高的客户将获得更高的信用额度和更长的账期,账期一般在1-3个月。

报告期内公司信用销售政策及生产采购政策与上一年度相比不存在重大变化。

三、会计师的意见
经核查,会计师认为,邦宝益智报告期内营业收入的增长主要因合并报表合并了美奇林公司2018年9-12月份的营业收入所致,营业收入增加,且以包装材料价格上涨及折旧成本上升导致毛利率下降,管理费用的中介机构费、折旧费同比上升,限制性股票摊销成本同比上升所致;经营活动产生的现金流量净额下降的原因系母公司的2018年购买商品、接受劳务支付的现金较2017年下降,而材料价格上涨导致供货关系紧张,部分供应商为应对原材料涨价的压力,要求公司加快付款进度,导致2018年度购买商品、接受劳务支付的现金增加。

三、关于财务报告
问题1:应收账款。报告期末公司存货余额为1,342万元,同比增长143.09%。其中库存商品期末余额5,077.49万元,发出商品期末余额177.55万元,自制半成品期末余额1757.68万元,且同比增长较快。公司称销售增长较大,主要由于合并美奇林,请公司:(1)分别披露收购前上市公司和美奇林的期末存货余额,并分别说明同比增长原因及合理性;(2)结合主要产品的生产周期、销售区域、销售流程、运输方式、结算方式等说明报告期内存货大幅上升的原因,补充说明库存商品、发出商品及自制半成品的具体内容及库龄,并结合主要产品销售周期说明报告期内大幅增长原因的合理性;(3)报告期内存货跌价准备计提整体过程,并说明是否符合《企业会计准则》的规定及谨慎性要求。请会计师发表意见。

【回复】:
报告期内,上市公司合并报表口径存货情况如下:

| 项目 | 2018年末余额 | | 2017年末余额 | | 变动金额 |
|-------|----------------|----------------|----------------|---------------|------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面余额 | 跌价准备 | |
| 存货 | 134,600,718.92 | 141,724,633.91 | 134,469,724.63 | 55,311,733.43 | |
| 其中: | | | | | |
| 库存商品 | 134,600,718.92 | 141,724,633.91 | 134,469,724.63 | 55,311,733.43 | |
| 发出商品 | | | | | |
| 自制半成品 | | | | | |

存货期末较期初增加79,147,878.76元,增加比例为143.09%,主要系本期合并美奇林所致。

一、分别披露收购前上市公司和美奇林的期末存货余额,并分别说明同比增长原因及合理性
假设上市公司收购美奇林,上市公司2018年末存货及变动情况如下:

| 项目 | 2018年末余额 | | 2017年末余额 | | 变动金额 |
|-------|---------------|---------------|---------------|-----------|------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面余额 | 跌价准备 | |
| 存货 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 28,176.03 | |
| 其中: | | | | | |
| 库存商品 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 28,176.03 | |
| 发出商品 | | | | | |
| 自制半成品 | | | | | |

由上表可见,2018年末上市公司存货较2017年末增加31,017,089.95元,主要原因系:公司完成收购美奇林100%股权,进一步完善国内销售渠道,管理层的2019年的销售预期较长,并积极制定了2019年度销售计划,因此2018年末增加存货以应对未来生产及销售等业务增长的需要。

(二) 美奇林期末存货余额及变动情况
美奇林2018年末存货及变动情况如下:

| 类别 | 2018年末 | | 2017年末 | | 变动金额 |
|-------|---------------|---------------|---------------|-----------|------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面余额 | 跌价准备 | |
| 存货 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 其中: | | | | | |
| 库存商品 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 发出商品 | | | | | |
| 自制半成品 | | | | | |

由上表可见,2018年末美奇林存货余额较2017年末增加31,017,089.95元,主要原因系:公司完成收购美奇林100%股权,进一步完善国内销售渠道,管理层的2019年的销售预期较长,并积极制定了2019年度销售计划,因此2018年末增加存货以应对未来生产及销售等业务增长的需要。

(二) 美奇林期末存货余额及变动情况
美奇林2018年末存货及变动情况如下:

| 类别 | 2018年末 | | 2017年末 | | 变动金额 |
|-------|---------------|---------------|---------------|-----------|------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面余额 | 跌价准备 | |
| 存货 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 其中: | | | | | |
| 库存商品 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 发出商品 | | | | | |
| 自制半成品 | | | | | |

由上表可见,2018年末美奇林存货余额较2017年末增加31,017,089.95元,主要原因系:公司完成收购美奇林100%股权,进一步完善国内销售渠道,管理层的2019年的销售预期较长,并积极制定了2019年度销售计划,因此2018年末增加存货以应对未来生产及销售等业务增长的需要。

(二) 美奇林期末存货余额及变动情况
美奇林2018年末存货及变动情况如下:

| 类别 | 2018年末 | | 2017年末 | | 变动金额 |
|------|---------------|---------------|---------------|-----------|------|
| | 账面余额 | 跌价准备 | 账面余额 | 跌价准备 | |
| 存货 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 其中: | | | | | |
| 库存商品 | 53,087,744.86 | 40,516,488.94 | 22,570,654.91 | 16,071.12 | |
| 发出商品 | | | | | |
| | | | | | |