证券代码:002577　　证券简称:雷柏科技　　公告编号:2020-023

深圳雷柏科技股份有限公司关于对深圳证券交易所2019年年报问询函的回复公告

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、误导性陈述或重大遗漏。

2020年6月19日,深圳证券交易所向深圳雷柏科技股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)出具了《关于对深圳雷柏科技股份有限公司2019年年报的问询函》(中小板年报问询函【2020】第204号)(以下简称“问询函”),就公司2019年年报相关事项提出问询。

公司对问询函中所关注的问题进行了认真核查,并按照相关要求向深圳证券交易所作出了回复,现将回复内容公告如下:

问题一、2017年至2019年,你公司分别实现营业收入4.99亿元、4.74亿元和4.29亿元;2017年至2019年,你公司的毛利率分别为27.19%、19.45%和9.11%。近三年你公司的营业收入和毛利率均呈逐年下降趋势:

(一)请你公司结合自身业务模式、核心竞争力、业务开展情况以及同行业可比公司,详细说明公司2017年至2019年毛利率连续大幅下滑的原因和合理性。请年审会计师发表意见。

回复:

一、2017年至2019年经营简述

公司2017年至2019年主要经营业务包括:生产、销售与开发计算机外设设备制造(外设周边)产品、无人机业务产品,以及机器人集成项目业务。计算机外设设备制造与无人机业务所属行业为To C消费电子产品行业,其属性主要体现为:品牌竞争激烈,产品、技术更新迭代较快,价格、品牌、品质是终端消费者购买选择的核心关注点。机器人集成项目业务为To B非标业务,客户定制化要求高,项目实施周期长。截至目前,占公司营业收入最高的为计算机外设设备制造业务,公司为该业务所处行业的头部品牌厂商之一,旗下雷柏RAPOO品牌在国内外市场均有一定的竞争力。

近几年,计算机外设设备制造行业竞争激烈,无人机产业政策管控力度不断加大、且该行业龙头厂商几乎垄断市场,公司积极主动提升应对外部挑战的能力,基于长远利益,进行内部革新,涉及包括产业端、产品端、供应链端,不同维度的调整改革工作,(1)产业端:通过对市场环境、商业形势的判断,淡化盈利能力弱的产业,进行业务调整;(2)产品端:打出让利市场维持市场份额、布局新产品线,切入新商业领域的组合拳;(3)供应链端:打破自有品牌自行制造的原有模式,整合市场资源,提升效益;前述变革举措为公司长期发展,奠定了基础。

公司2017年至2019年营业收入、毛利率呈现下降趋势,主要受外部挑战和公司内部调整对短期经营带来的负面影响所致。

近三年部分经营财务数据如下:

表1.2017-2019年营业收入成本明细及毛利率变动表

单位:万元

科目	2019年			2018年			2017年			毛利率增减变动情况	
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	19年同比18年	18年同比17年
营业收入合计	44,968.01	40,869.77	9.11%	47,460.41	38,228.06	19.45%	49,979.71	36,390.73	27.19%	-10.34%	-7.74%
计算机外设设备制造	33,359.64	29,415.05	11.82%	44,902.47	36,083.61	19.64%	46,752.44	33,925.71	27.44%	-7.82%	-7.80%
机器人集成项目	7,993.61	7,774.91	2.74%	1,722.78	1,410.11	18.15%	387.85	347.06	10.52%	-15.41%	7.63%
其他主营[注]	512.91	350.64	31.64%	407.5	382.00	6.26%	1,902.48	1,434.77	24.58%	25.38%	-18.32%
其他业务	3,101.85	3,329.17	-7.33%	427.66	352.34	17.61%	936.94	683.19	27.08%	-24.94%	-9.47%

[注]:其他主营于2017年和2018年主要指无人机,2019年指无人机和其他非外设消费电子产品。

表2.2017-2019年计算机外设设备制造产品平均售价及成本对比表

年份	营业收入(万元)	主营成本(万元)	年度销量(PCS)	年度产量(PCS)	平均售价(元)	平均成本(元)
2017年	46,752.44	33,925.71	10,446,106	10,797,236	44.76	32.48
2018年	44,902.47	36,083.61	10,952,478	10,990,296	41.00	32.95
2019年	33,359.64	29,415.05	8,603,179	8,097,367	38.78	34.19

二、2017年至2019年毛利率连续大幅下滑的原因和合理性说明

1. 2018年同比2017年毛利率下降7.74个百分点原因说明

2018年毛利率下降主要受计算机外设设备毛利率下滑影响,该业务当年销售收入占公司营业收入的94.61%。2018年随着消费降级,行业头部厂商竞争日趋激烈,公司加大中低端产品营销,主动让利市场,降低部分产品销售单价,以扩大市场份额,引导消费。2018年度,公司计算机外设设备制造产品平均销售单价由44.76元下调至41.00元,同比下降8.40%。因受产品平均单价下降的主要影响,计算机外设设备毛利率下滑7.80个百分点(数据详见表1、表2)。

2. 2019年同比2018年毛利率下滑10.34个百分点原因说明

(1)计算机外设设备制造产品平均成本上涨和平均销售单价下降

1)制造转移,产能下降,平均成本上涨

2019年公司基于市场调研、商业试水,为彻底扭转经营微利的局面,决定聚焦“品牌商”战略,将精力、资源投入于产品端、市场端,积极整合市场资源,关闭自有工厂,将制造环节委外。向外转移制造期间,公司短期产能下降,商品分摊的固定成本上浮,导致当年销售收入占比达74.19%的计算机外设设备制造业务的产品平均成本由32.95元上涨至34.19元,同比增加3.76%。

2)持续让利市场,下调平均销售单价

2019年度,计算机外设设备产品销售单价同比下降5.41%,主要系公司为应对行业头部品牌间的竞争,维持市场份额以及关闭工厂处置部分库存,将产品平均销售单价由上期的41.00元下调至38.78元所致。

(2)机器人集成项目毛利贡献低

2019年度,公司机器人集成项目业务收入占营业收入17.78%,毛利率仅为2.74%,拉低公司整体毛利率。

2019年同比2018年毛利率下降10.34个百分点,主要系计算机外设设备制造产品平均成本上涨和平均销售单价下降,以及机器人集成项目毛利率低所致。

综上所述,2017年至2019年期间,因外部挑战不断加大以及公司积极应对挑战,进行内部革新对经营业绩带来的短期负面影响,导致在该期间毛利率呈现下滑趋势。经过这几年的调整,公司基本面已显现向上发展的趋势,2020年第一季度、半年度(预计)公司经营业绩已实现扭亏为盈。

3.同行可比企业

公司营收占比较大的计算机外设制造业务的主要竞争对手是海外厂商罗技、雷蛇(分别在纳斯达克、港交所上市)。前述竞争对手中,罗技为外设周边行业的龙头企业,主要市场在欧美,且其业务布局较广,涉及智能家居、智能办公、可穿戴产品等;雷蛇聚焦游戏周边领域,多获游戏发烧友喜爱,海外市场销售占比较大。公司计算机外设制造业务,布局办公、游戏竞技领域,产品以高性价比获取消费者青睐。

近三年可比公司毛利数据如下(罗技会计年度为4月1日起至次年3月31日止):

证券代码	证券名称	产品构成	毛利口径	毛利率(%)		
				2019年	2018年	2017年
LOGO.O	罗技	主要产品:鼠标、键盘及键鼠套装、PC摄像头、平板电脑配件、平板电脑配件、视频会议系统、移动音箱、音频及可穿戴、游戏系列产品、智能家居	因其未单独披露外设周边毛利,因此取其整体毛利	37.72	37.19	35.42
01337.HK	雷蛇	主要产品:周边设备、电脑系统、软件计服务	提取其周边设备毛利	26.40	31.99	35.52
002577.SZ	雷柏	主要产品:计算机外设设备制造、机器人集成项目、其他主营	提取其计算机外设设备制造	11.82	19.64	27.44

注:表格信息均来自各公司年度报告;

可比企业毛利率情况说明:

(1)龙头厂商的挤压,导致其他品牌企业降毛利

近几年,罗技在国内市场不断布局下沉价格产品、底部品牌遭遇挤压,头部厂商间则同步优化产品定价,调整产品结构。雷蛇与公司2017-2019年外设周边产品的毛利率均呈下降趋势。

(2)国内市场毛利率较低

公司营收构成中业绩主要贡献区域是中国市场,国内市场毛利率较低;2017至2019年期间,中国市场营收占比及海内外毛利率如下表:

项目	2017年	2018年	2019年
中国市场营收占比	70.83%	72.54%	79.99%
国内毛利率	21.99%	14.56%	7.75%
海外毛利率	39.51%	32.38%	14.58%

罗技、雷蛇的主要销售市场则为欧美区域(含非洲、中东地区),属于高毛利地区。根据罗技年报显示,2018至2020财年期间,欧美区域销售收入占比为,75.53%、73.60%及74.86%,仅2019财年(2018.4-2019.3)在中国市场的营收占比达到10%。雷蛇年度业绩公告显示,2017至2019年营业收入构成中,欧美区域收入占比分别为75.74%,69.85%及69.24%,在中国市场的营业收入占比低于15%。

(3)公司毛利率下滑,除因应对行业竞争下调产品平均销售单价外,还有公司内部调整导致的短期成本上涨,加剧了毛利率下滑。

综上所述,计算机外设设备制造业务因龙头厂商在下沉市场,导致相应的品牌商也同步调整营销策略,雷蛇与公司毛利率均呈现下滑趋势;此外公司内部革新导致短期成本上涨,也加剧了毛利率的下滑。公司2017年至2019年毛利率连续下滑的原因具备合理性。经过几年的调整,公司经营情况已经好转,毛利率也有所回升。

三、会计师核查程序及结论

针对公司毛利率波动原因,我们主要执行了以下核查程序:

1.就公司经营情况及主要财务指标波动情况跟管理层沟通;

2.了解与收入确认相关的关键内部控制,评价这些控制的设计,确定其是否得到执行,并测试相关内部控制的运行有效性;

3.检查销售合同,了解主要合同条款或条件,评价收入确认方法是否适当;

4.对营业收入及毛利率按月度、产品、客户等实施分析程序,识别是否存在重大或异常波动,并查明波动原因;

5.对于内销收入,以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件,包括销售订单、销售发票、出库单、物流运输单等;对于出口收入,获取电子口岸信息并与账面记录核对,并以抽样方式检查销售合同或订单、出口报关单、货运提单、销售发票等支持性文件;

6.结合应收账款函证,以抽样方式向主要客户函证本期销售额;

7.对资产负债表日前后确认的营业收入实施截止测试,评价营业收入是否在恰当期间确认;

8.了解生产与仓储相关的关键内部控制,评价这些控制的设计,确定其是否得到执行,并测试相关内部控制的运行有效性;

9.对公司存货实施监盘程序;

10.对存货出入库执行截止测试;

11.获取存货进销存台账并执行计价测试程序,检查公司计价方式是否保持一致;

12.编制生产成本倒扎表,检查原材料领用及生产成本结转是否存在异常;

13.检查计划成本波动的合理性,获取材料成本差异明细表,检查分摊方法是否保持一致。

经核查,我们认为公司毛利率波动原因合理。

(二)请结合你公司产品类别及行业竞争态势说明你公司经营环境是否发生重大不利变化,你公司核心竞争力是否面临重大挑战。

回复:

一、公司经营环境说明

1.产品品类

包括计算机外设设备制造产品在内的消费电子产品。

2.行业背景

游戏产业以及互联网移动设备行业的发展推动了周边细分行业的增长趋势。

(1)电子竞技游戏产业

根据Newzoo(国际数据研究分析公司,专注于游戏、电竞及移动市场领域)发布的相关报告表明全球游戏市场复合年增长率达到 9.0%。游戏产业的蓬勃发展推动了周边硬件的不断迭代更新,游戏外设硬件得益于游戏行业的市场红利也将保持稳定增长态势。公司于2008年推出游戏外设产品,涉及无线游戏与电竞游戏两大领域,产品涵盖游戏鼠标、游戏键盘、游戏耳机、游戏手柄等多个品类产品,深受市场和用户的认可与好评。

(2)消费电子产业

以智能手机、平板和笔记本电脑为代表的全球移动设备市场规模随着近几年的快速增长后,虽有所放缓,但移动设备业已具备一定的市场保有量,根据Newzoo发布的2019年度《全球移动市场报告》中显示,全球智能手机用户数量在2019年达到32亿,同比增长8.3%,且消费者对其的依赖程度逐步提升,进一步推动了移动设备周边产业的市场需求。公司2018年末已开始布局移动周边消费电子领域产品。

3.行业竞争态势

在消费升级、品牌下沉及城镇化的背景下,各类信息媒介的引导下,消费者逐渐建立品牌意识,并在逐步形成个性化的品牌偏好,关注点从价格端逐步转移至品质端。传统外设市场前期相对较为分散,参与厂商多;近几年,随着头部品牌商不断在扩张市场,进行品牌下沉,底部厂商日益受到排挤,外设行业整体趋势呈现为市场向具有品牌及核心竞争力的厂商集中,雷柏作为头部厂商之一,已在市场树立一定的品牌认可度。

(1)品牌关注度位列前三

公司于2007年建立自有品牌,经过多年布局,已在国内外市场具备一定的竞争力。根据ZDC《电竞大趋势2019键鼠行业ZDC研究报告》显示公司品牌在市场关注度上位列前三,其中鼠标排名第三,键盘排名第二。

(2)京东数据,品牌销售排名靠前

根据京东对外公布的数据:2019年京东双十一当天和2020年京东618当天,品牌销售额排名中,公司品牌雷柏排在罗技、雷蛇之后。

(3)竞争对手:罗技、雷蛇

公司外设产品主要竞争对手为海外厂商罗技、雷蛇。

罗技:瑞士厂商,产品涉足领域较广,除外设周边(办公&游戏)之外、还涉足音频及穿戴类产品、智能家居、办公设备(视频会议系统及摄像头)等领域;其主要市场为欧美地区,但在中国市场的影响力也很大,为外设周边行业的龙头企业。

雷蛇:美国厂商,产品聚焦于游戏领域的软硬件产品,用户主要集中在游戏发烧友,爱好者。

雷柏:国产品牌,外设产品布局办公、游戏,目前正在推动向移动端及更多应用场景下的产品领域布局。2007年打造雷柏RAPOO品牌,国内市场品牌关注常年位列前三,罗技年报列报公司是其在中国市场竞争对手之一,因向市场投放高性价比的产品,受消费者青睐。

二、公司核心竞争力

1. 全球化的自有品牌及营销体系

公司于2007年成立自有品牌,2008年迅速在国内市场铺开销售渠道;2011年上市以后,坚持以自主创新和品牌全球化为发展核心,逐步搭建自主品牌全球营销渠道。截至目前,公司前期的品牌推广工作,已经取得良好成效,在国内外业已具有一定的知名度;根据ZDC《电竞大趋势2019键鼠行业ZDC研究报告》表明2019年键鼠产品在技术发展和电竞热潮的推动下,公司品牌在国内市场关注度上位列前三,其中鼠标排名第三,键盘排名第二。公司销售渠道业已进入五十多个国家及地区,搭建了一套结合线上线下完整的销售体系。未来公司可进一步释放品牌效应,在消费电子行业进行多元拓展;并借助渠道积累优势,迅速推广公司新产品。

2. 潮流化的工业设计

公司一直以来坚持人性化的设计理念,通过设计创新赋能产品竞争力,打造性能和价格可以兼得的口碑产品,从而建立客户对于雷柏品牌的好感和忠诚度。截止报告期末,公司有多款产品分别斩获“德国IF设计奖”,red dot(红点)国际设计大奖,日本G-mark设计奖等多项有影响力的大奖。2019年度,公司外设产品荣获了由市场10家权威媒体颁发的23项品牌荣誉奖。

综上所述,公司主要经营业务为以计算机外设设备制造为主的消费电子产品,未来将受益于电子竞技产业的发展及移动周边消费电子产品的普及、更新升级需求,不断为公司带来利润增长点;2019年公司将制造环节委托于外部供应商后,将进一步提升品牌化运营,优化产品结构,进行市场扩张,提高公司核心竞争力。截至目前经营环境未发生重大不利变化,核心竞争力未面临重大挑战。

问题二、2017年至2019年,你公司实现的归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)分别为1887.57万元、806.81万元和-1.73亿元,请结合你公司最近三年主营业务的经营情况、资产减值事项涉及相关减值迹象出现时点等,分析并说明2017年和2018年微利、2019年大额亏损的原因和合理性,说明是否存在跨期调节利润的情形以及未来是否存在因连续亏损而导致被实施退市风险警示的风险。请年审会计师发表意见。

回复:

一、2017年和2018年微利、2019年大额亏损的原因和合理性

1.2017年至2019年经营情况简述

受外部挑战压力和公司内部调整对短期经营带来的负面影响,导致,公司2017年度、2018年度经营利润较为薄弱,2019年度出现大额亏损。

公司在各报告期间,经营情况主要数据如下:

单位:元

科目	2017年度	2018年度	2019年度
营业收入	499,797,145.50	474,604,061.56	449,680,144.28
成本	363,907,301.04	382,280,551.09	408,697,662.23
毛利率	27.19%	19.45%	9.11%
税金及附加	5,967,044.11	5,326,687.39	5,160,094.44
销售费用	89,400,051.65	69,138,004.54	50,424,799.50
管理费用	23,487,536.37	30,512,364.54	47,000,394.52
研发费用	23,402,158.24	22,258,821.87	19,260,899.29
财务费用	-8,579,154.89	-31,296,381.49	-12,570,877.42
资产减值损失(损失以负数列示)	-1,185,916.22	-9,951,549.86	-13,428,394.40
信用减值损失(损失以负数列示)	-	-	-10,003,495.00
其他收益	6,527,550.96	13,282,350.78	10,856,437.84
投资收益	-800,821.13	2,562,173.22	-748,861.30
资产处置收益	4,974,122.68	-145,063.24	-81,061,830.13
营业外收入	1,353,677.03	1,116,576.71	789,419.98
营业外支出	1,026,846.73	118,226.14	6,558,331.49
所得税费用	606,534.04	-4,685,125.41	5,418,257.22
净利润	11,447,441.53	7,815,400.50	-173,866,140.00
归属于上市公司的净利润	18,875,729.01	8,068,197.65	-173,866,140.00

2.2017年微利原因说明

报告期内,公司归属于母公司所有者净利润为1,887.57万元,利润较为薄弱的主要原因如下:

(1)营业收入下降

2017年度,公司主营涉及三大行业:计算机外设设备制造,无人机业务以及机器人集成项目,合计占公司营业收入的98.13%;2017年度三大业务的收入同比上一年度均有不同程度的下降,具体数据及原因如下:

单位:元

	2017年		2016年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	499,797,145.50	100%	574,380,778.68	100%	-12.99%
主营业务					
计算机外设设备制造	467,524,438.79	93.54%	498,124,106.84	86.73%	-6.14%
无人机业务	19,024,810.63	3.81%	32,238,034.35	5.61%	-40.99%
机器人集成项目	3,878,464.68	0.78%	38,099,539.46	6.63%	-89.82%

1)计算机外设设备制造:2017年度,行业竞争加剧,加之公司内部下半年度进行了工厂智能数字化内部升级,致使短期订单交付能力有所下降;从而全年度该业务的营业收入同比下降6.14%;

2)无人机业务:该项业务在2017年外部挑战不断加大:从行业监管方面而言,无人机专项整治工作陆续展开,相关文件包括《无人驾驶航空器专项整治方案》、国务院办公厅《关于进一步加强无人驾驶航空器管理工作的通知》、公安部《全国公安机关开展“低慢小”航空器专项整治行动工作方案》,监管力度的加强,导致无人机应用场景不断缩小,不利于新兴消费者的培育;行业龙头企业对市场竞争对手、行业新兴企业的排挤力度不断加强,截至报告期末,该业务收入下滑明显,同比下降40.99%;

3)机器人集成项目:公司机器人集成业务处于发展初期,因受产业属性影响,项目交付周期较长,2017年度在手项目尚未完成交付,该业务在当期确认收入同比上一年度降幅达到89.82%。

(2)汇兑损失较大

2017年度,公司海外经营业务的营收占比29.12%,主要以外币结算。根据2017年12月31日的汇率情况,公司确认汇兑损失829.07万元;2015-2019的其他年度均为汇兑收益。

3. 2018年微利原因说明

报告期内,公司归属于母公司所有者净利润为806.82万元,利润较为微薄的主要原因如下:

计算机外设设备制造行业竞争激烈,公司积极应对,调整营销策略,让利市场,降低产品单价,以维持市场占有量;无人机业务发展不利,公司保存实力持观望态度,同步去库存,综合导致公司当期营收和毛利率分别下降5.04和7.74个百分点。收入变动情况如下:

单位:元

	2018年		2017年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	474,604,061.56	100%	499,797,145.50	100%	-5.04%
其中:计算机外设设备制造	449,024,713.64	94.61%	467,524,438.79	93.54%	-3.96%
无人机业务	4,074,972.29	0.86%	19,024,810.63	3.81%	-78.58%
机器人集成项目	17,227,759.90	3.63%	3,878,464.68	0.78%	344.19%

4.2019年亏损原因说明。

报告期内,公司归属于母公司所有者净利润为-1.73亿元,主要系公司对供应链端进行变革所致。具体说明如下:

经公司董事会、股东大会审议决定发挥自身品牌及平台优势,不再坚持自有产品自行制造的生产模式,关闭自有工厂。制造转移期间,公司产能、交付能力下降,导致计算机外设设备制造业务毛利率、营收下滑;关闭生产线涉及的人员安置事宜引起管理费用增加;处理制造端资产,导致公司确认资产处置损失、资产减值损失。

(1)营业收入减少,毛利率下降

2019年度,公司营业收入下降5.25%,其中毛利率较高的计算机外设设备制造业务营收下降25.71%,主要因关闭工厂,进行制造转移,产能下降,交付能力短期削弱导致销售下降以及产品销售单价下降所致。

(2)管理费用增加

当期管理费用同比增加54.04%,主要系公司关闭生产线,开展相应员工安置工作增加辞退福利1,806.52万元所致。

(3)确认资产处置损失及资产减值损失金额较大

报告期内,公司确认资产处置损失及计提各项减值损失金额如下:

单位:元

	2019年度	同比增减(%)
资产处置收益(损失以负数列示)	-81,061,830.13	-55,780.34
信用减值损失(损失以负数列示)	-10,003,495.00	-135.46

(4)资产处置、资产减值事项及涉及相关减值迹象出现时点

2019年度,较大的金额资产处置损失及资产减值损失发生在年底,主要出现时间节点判断依据为:2019年10月30日公司召开第四届董事会第三次临时会议和第四届监事会第四次临时会议审议通过了《关于提升品牌化运营暨筹备处置资产事项的议案》,该议案首次提出:公司拟逐步拓宽在消费电子领域的布局,优化产品结构,调整供应链模式,整合市场资源,采用外协生产,加快市场反应速度,聚焦消费电子领域“品牌商”;关闭工厂,从而对制造端资产按照效益最大化进行处置并授权公司经营管理层对资产处置事宜进行规划、评估,开展相应的商事洽谈等。公司对此履行了信息披露义务,于2019年10月31日公司在指定信息披露媒体《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)对外披露了相关公告:《第四届董事会第三次临时会议决议公告》(2019-039)、《第四届监事会第四次临时会议决议公告》(2019-040)、《关于提升品牌化运营暨筹备处置资产事项的公告》(2019-042)。

2019年11月25日,公司召开第四届董事会第四次临时会议和第四届监事会第五次临时会议审议通过了《关于提升品牌化运营暨处置资产事项的议案》,决定进一步推进聚焦品牌,外协生产的工作,并提请股东大会授权经营层,将制造端资产根据其实际状态、前期商务洽谈情况,做好各项安排,就资产处置事宜予以实质性推动,包括但不限于:商事洽谈、合同订立生效、进行资产清理、调整组织结构等。2019年12月12日公司召开2019年第一次临时股东大会审议通过前述议案。公司对此履行了信息披露义务,于2019年11月27日公司在指定信息披露媒体《证券时报》、《中国证券报》、《上海证券报》、《证券日报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)对外披露了相关公告:《第四届董事会第四次临时会议决议公告》(2019-045)、《第四届监事会第五次临时会议决议公告》(2019-046)、《关于提升品牌化运营暨处置资产事项的公告》(2019-047),以及于2019年12月13日披露的《2019年第一次临时股东大会决议公告》(2019-054)。

关闭工厂属于公司重大事项,在未实际变更制造端资产使用的情况下,以董事会(和/或股东大会)审议相关事项的时间作为减值迹象出现时点(即2019年第四季度),考虑各项资产是否出现减值迹象,对可回收金额低于与账面价值部分计提减值;如直接予以处置或报废的,直接计入资产处置收益或营业外支出。

综上所述,公司2017、2018年度的微利、2019年度的亏损,主要是在该期间外部挑战叠加公司内部调整对短期经营所带来的负面影响,综合导致在对应期间主营业务毛利率、收入下降,费用增加,并确认较大额的资产减值损失、资产处置损失所致。

三、公司不存在跨期调节利润的情形

公司严格根据《企业会计准则》、公司会计政策以及内部控制的要求进行账务处理,2017年和2018年的微利是由于行业竞争激烈,公司为扩销量、降费用、提升竞争力,基于长远目标,积极进行业务、营销举措调整而引起的短期负面影响所致;2019年度的亏损,则是由于公司为了扭转微利的局面,并基于发现新的商业契机,决定将公司精力着重于产品开发、品牌提升、市场扩张,引入外部资源,将生产外协,在2019年第四季度关闭工厂所致,因此公司不存在跨期调节利润的情形。

三、公司未来不存在因连续亏损而导致被实施退市风险警示的风险

公司在2017至2019年度期间,不断应对外部环境不利变化,积极采取内部调整措施:将拓展不利的业务逐步弱化,聚焦“品牌商”战略,整合市场资源将制造环节外协,减少机会成本,集中精力、资源强化产品开发、品牌建设,扩宽在消费电子领域的产品布局,以增强公司盈利能力。截至2019年底,公司相应的内部调整已基本完成,为公司接下来的发展奠基了扎实的基础。

1. 行业因素

电子竞技游戏产业推动了游戏外设硬件的增长态势;全球移动设备市场的规模化,衍生了周边产业市场的巨大需求(详细可参阅问题一(二)回复:一、2. 行业背景)。

2. 自身优势

公司的核心竞争力包括:品牌竞争力、全球化的营销网络以及潮流化的工业设计能力(详细可参阅问题一(二)回复:二、公司核心竞争力)。

3. 前期内部调整初先成效

经过几年调整,公司已逐步提升应对外部挑战的能力,基本面已显现向上发展的趋势,2020年第一季度、半年度(业绩预计)经营业绩已实现扭亏为盈。

2020年第一季度业绩

单位:万元

	2020年第一季度	上年同期	本报告期比上年同期增减
归属于上市公司股东的净利润	1,204.91	420.75	186.37%

2020年半年度业绩(预计)

单位:万元

	2020年半年度(预计)	上年同期	本报告期比上年同期增减
归属于上市公司股东的净利润	盈利:2,900万元-3,400万元	278.34	比上年同期上升:943%—1,123%

本次业绩预告是公司财务部门初步预计的结果,未经注册会计师预审计,具体财务数据公司将在2020年半年度报告中详细披露。敬请投资者注意投资风险。

综上所述,目前公司所处行业发展态势良好,经过近几年综合调整,公司竞争力得到提升,经营稳中趋好,业绩开始走出低谷。公司不存在因连续亏损而导致被实施退市风险警示的风险。

四、会计师核查程序及结论

针对上述事项,我们主要执行了以下核查程序:

1. 针对公司收入成本我们执行的程序详见问题一回复。

2. 针对本期大额资产处置损失及资产将减值准备我们执行了以下审计程序:

(1)查阅公司《关于提升品牌化运营暨筹备处置资产事项的议案》、《关于提升品牌化运营暨处置资产事项的议案》等并与管理层、治理层进行了沟通;

(2)获取公司固定资产处置明细表,检查大额处置合同,对大额处置实施函证或走访程序,以确认交易的真实性以及是否与交易对手存在关联关系,检查会计处理是否正确;

(3)通过企查查等查询受让方工商信息,判断是否和公司存在关联关系;

(4)获取公司经审批的固定资产报废明细表,检查报废的合理性以及会计处理是否准确;

(5)取得并核对固定资产减值准备明细表、检查可收回金额的确定依据是否合理,计提金额是否正确。

3. 针对费用类报表项目,我们执行了以下审计程序:

(1)对各项费用和上年同期、月度之间执行分析性程序,判断波动的合理性;

(2)执行截止性测试,检查大额费用是否存在跨期;

(3)检查大额费用合同、发票、付款单据等原始单据,确定费用发生的真实性及会计处理准确性。

经核查:我们认为公司不存在跨期调节利润的情形。

问题三、报告期末,你公司按单项计提坏账准备的应收账款账面余额为4287.87万元,坏账计提比例为20%,全部为应收“客户A”的应收账款。请公司结合信用政策、应收账款区分标准、计提依据等,说明报告期末将该应收款列示为单项计提坏账准备的应收账款的原因、对应交易背景、销售时间、主要产品名称、与该客户业务往来开始时间、历年销售情况、除上述销售以外是否存在其他产品销售、坏账准备金额的计提依据和合理性,以前年度销售是否真实。请年审会计师核查并发表意见。

回复:

2019年12月31日,公司单项计提坏账准备的应收账款账面余额为4,287.87万元,坏账计提比例为20%,全部为应收“客户A”的应收账款。“客户A”为公司机器人集成项目业务客户。

一、与“客户A”交易背景、销售时间、主要产品名称等情况

前期公司关注到新能源电力工厂自动化、智能化升级需求迫切,公司决定为该行业厂商提供自动化集成服务并以智能仓储及物流作为切入点。

2017年7月公司收到“客户A”的招标公司向外发放的邀标函件及采购项目详细招标文件,项目标的为:新能源电力厂商物流线设备。公司对相关项目进行内部评估后,参与了该次投标,于2017年12月竞标成功,并在当月与“客户A”签订了正式的物流线设备采购合同。根据合同约定,涉项产品为:物流线系统设备;合同金额为6,050万元(含17%增值税),后根据财政部、税务总局、海关总署下发的《关于深化增值税改革有关政策的公告(2019年底39号)》,将增值税率调整成为13%的政策,公司与“客户A”签订补充协议,按照新的增值税率将合同金额调整成为5,842.88万元(含13%增值税)。2019年度公司按照产品交付情况确认收入5,170.69万元,对应合同款项5,842.88万元(含13%增值税)。除该笔交易外,公司历年2019年度及以前和“客户A”不存在其他产品销售。

2020年度,公司与“客户A”签订了一份《设备采购合同》,合同项目金额为183万元,该项目正在实施中,尚未确认收入。

二、公司坏账准备计提政策

1. 金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础,对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失,是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失,是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额,即全部现金短缺的现值。其中,对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产,按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产,公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收账款,公司运用简化计量方法,按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产,公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加,公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备;如果信用风险自初始确认后未显著增加,公司按照该金融工具未来12个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息,包括前瞻性信息,通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险,以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日,若公司判断金融工具只具有较低的信用风险,则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时,公司以共同风险特征为依据,将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失,由此形成的损失准备的增加或转回金额,作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产,损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值;对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资,公司在其他综合收益中确认其损失准备,不抵减该金融资产的账面价值。

2. 按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过未来12个月内或整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失

3.按组合计量预期信用损失的应收款项

(1)具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收银行承兑汇票	票据类型	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失
应收账款——合并范围内关联方组合	合并范围内关联方	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失

(2)应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
1年以内(含,下同)	5.00
1-2年	10.00
2-3年	30.00
3-5年	50.00
5年以上	100.00

三、对“客户A”应收款项单项计提坏账准备的原因及合理性

公司评估应收账款单项计提坏账准备过程如下:评估截至资产负债表日客户的信用状况,对尚未到信用期的大额应收账款进行专项评估,分析客户是否出现财务状况恶化或影响回款的其他不利因素,判断是否需要计提专项准备,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率,计算预期信用损失。

截至2019年12月31日,“客户A”尚未按照合同约定支付相关款项,我们注意到对方存有较多的买卖合同纠纷,根据公司管理层与客户沟通情况,按照预期信用损失预测,公司对该笔应收账款单项计提坏账准备。

综上,公司考虑该笔应收账款金额较大,将其以单项为基础计量预期信用损失,按照相关的会计政策,依据其延迟付款且存有较多的诉讼纠纷确认计提坏账准备是合理的。

四、会计师核查程序及结论

针对应收账款减值,我们实施的审计程序主要包括:

1. 了解与应收账款减值相关的关键内部控制,评价这些控制的设计,确定其是否得到执行,并测试相关内部控制的运行有效性