

## 杭州老板电器股份有限公司

### 关于深圳证券交易所 2016 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。

杭州老板电器股份有限公司（以下简称“公司”或“老板电器”）于 2017 年 6 月 5 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部《关于对杭州老板电器股份有限公司 2016 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2017】第 258 号）。公司对此高度重视，根据《2016 年年报的问询函》要求，经对相关事项核查后，公司就所涉问题答复并公告如下：

**问题一：报告期内，你公司实现营业收入 57.95 亿元，较上年同期增长 27.56%，归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）12.1 亿元，较上年同期增长 45.32%。请补充披露净利润与营业收入增长不一致的原因。**

回复如下：

公司 2016 年度及上年同期利润主要构成情况如下：

单位：万元

利润表项目	2016 年度	2015 年度	增减额	同比增减 (%)
营业收入	579,489.79	454,271.80	125,217.99	27.56%
毛利	332,085.15	264,271.98	67,813.17	25.66%
毛利率	57.31%	58.17%	-0.86%	
销售费用	154,511.33	135,347.28	19,164.05	14.16%
管理费用	44,915.93	35,426.88	9,489.05	26.78%
财务费用	-7,863.53	-6,595.79	-1,267.74	19.22%
<b>三项期间费用总额</b>	<b>191,563.72</b>	<b>164,178.37</b>	<b>27,385.35</b>	<b>16.68%</b>
非经常性损益	5,970.36	1,305.04	4,665.32	357.48%
归属于上市公司股东的净利润	120,683.39	83,049.12	37,634.27	45.32%
扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润	114,713.03	81,744.08	32,968.95	40.33%

2016 年度，公司全年实现营业收入 57.95 亿元，同比增长 27.56%，归属于

上市公司股东的净利润 12.1 亿元，较上年同期增长 45.32%。净利润增长快于营业收入增长的主要原因为：

(1) 非经常性损益大幅增加：报告期内，公司发生非经常性损益 5,970.36 万元，占公司扣除非经常性损益后净利润的 5.20%，扣除非经常性损益后归属于上市公司股东的净利润同比增长 40.33%。2016 年公司非经常性损益同比增加 4,665.32 万元，主要来源于政府补助，2016 年取得政府补助总额 7,037.22 万元，而 2015 年政府补助总额为 1,708.39 万元。

(2) 销售费用有效控制：随着公司销售规模的增长，销售费用率从 2015 年的 29.79% 下降至 26.66%，下降了 3.13 个百分点。

(3) 电商渠道盈利增长：电商渠道快速增长，其销售额占比同比提升 2.65 个百分点，而电商渠道毛利率明显高于其它渠道。

综上所述，2016 年公司净利润增长快于营业收入增长。

**问题二：报告期内，你公司分季度营业收入分别为 10.16 亿元、15.09 亿元、14.60 亿元和 18.09 亿元，净利润分别为 1.63 亿元、2.60 亿元、2.78 亿元和 5.06 亿元。请结合行业特点、公司销售策略、期后销售退回等情况，并对比上年同期及同行业可比公司情况，补充披露第四季度营业收入和净利润较前三季度大幅增加的原因及合理性。**

回复如下：

1、公司 2016 年第四季度营业收入、净利润较前三季度对比情况

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	2016 年度
营业收入	101,647.67	150,879.87	146,019.05	180,943.20	579,489.79
占比	17.54%	26.04%	25.20%	31.22%	100.00%
政府补助	1,020.90	527.50	479.92	5,008.90	7,037.22
利息收入	766.85	2,773.85	1,188.38	3,126.35	7,855.43
归属于母公司股东的净利润	16,306.20	25,977.67	27,847.57	50,551.95	120,683.39
占比	13.51%	21.53%	23.07%	41.89%	100.00%

2016 年第四季度，公司实现营业收入 180,943.20 万元，占全年营业收入比重为 31.22%；归属于母公司股东的净利润 50,551.95 万元，占全年净利润比重

为 41.89%，相关原因说明如下：

(1) 营业收入因素：受季度性销售淡旺季影响，第四季度为公司销售旺季，由于国庆节线上线下销售大促以及电商线上双十一双十二大促，使得第四季度营业收入增长迅速，导致营业收入较前三季度有明显提升。

(2) 利息收入因素：第四季度收到利息收入 3126.35 万元，较前三季度有所上升，利息收入占营业收入的比例为 1.73%，环比提升 0.91%。

(3) 政府补助因素：第四季度收到政府补助 5,008.90 万元，较前三季度大幅增长，政府补助占营业收入的比例为 2.77%，环比提升 2.44%。

## 2、公司近三年第四季度营业收入、归属于母公司股东的净利润比较情况

单位：万元

项 目		营业收入	归属于母公司股东的净利润
2016 年	第四季度	180,943.20	50,551.95
	年度	579,489.79	120,683.39
	占比	31.22%	41.89%
2015 年	第四季度	142,146.80	34,235.53
	年度	454,271.80	83,049.12
	占比	31.29%	41.22%
2014 年	第四季度	109,558.29	22,846.59
	年度	358,894.01	57,440.19
	占比	30.53%	39.77%

上表可以看出，通过近三年数据比较，公司第四季度营业收入、归属于母公司股东的净利润的比例均保持稳定。

## 3、公司与同行业上市公司 2016 年分季度营业收入、净利润比较情况

单位：万元

	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
老板电器	101,647.67	17.54%	150,879.87	26.04%	146,019.04	25.20%	180,943.20	31.22%
华帝股份	87,577.20	19.92%	120,115.56	27.33%	104,140.22	23.70%	127,660.64	29.05%
浙江美大	9,457.68	14.21%	14,456.01	21.71%	18,662.58	28.04%	23,992.10	36.04%
万和电气	129,469.37	26.11%	108,522.83	21.88%	107,713.61	21.72%	150,245.40	30.29%

数据来源：上市公司公开资料

单位：万元

	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比
老板电器	16,306.20	13.51%	25,977.67	21.53%	27,847.57	23.07%	50,551.95	41.89%
华帝股份	4,794.95	14.64%	10,654.31	32.53%	4,671.60	14.26%	12,631.31	38.57%
浙江美大	2,861.96	14.12%	3,703.48	18.28%	5,724.71	28.25%	7,975.46	39.35%
万和电气	10,656.43	25.30%	12,374.42	29.38%	6,337.41	15.05%	12,748.50	30.27%

数据来源：上市公司公开资料

上表可以看出，通过同行业上市公司比较，均呈现第四季度营业收入与净利润明显高于前三季度的特征，且公司第四季度占比与其他上市公司并无明显差异。

**问题三：你公司销售模式为代理制，在原有渠道基础上，推进多元渠道融合。请补充披露代理制的具体内容、多元渠道的具体情况及融合情况、不同销售模式下的收入确认原则。**

回复如下：

1、公司代理制的具体内容

(1) 代理制销售模式：公司将全国划定销售区域，除北京、上海作为公司的战略销售区域设立销售子公司进行直接销售外，其他区域均设立区域总代理，区域总代理负责完成在该区域的产品销售、专卖店开设、渠道维护、市场拓展、安装维修等工作。销售子公司和区域总代理主要面向的终端渠道为 KA、地方性通路、专卖店、橱柜专营等。

(2) 代理制销售模式分布情况：截止 2016 年底，公司共有 2 家销售子公司和 79 家区域总代理，销售子公司和区域总代理已覆盖中国大陆全部省级行政区划。公司依据目标市场的经济发展水平、市场容量等划定代理商销售区域。通常情况下，公司以省级行政区划分销售区域，但对于经济发展水平较高、市场容量较大的重点省份，公司会对代理商的销售区域进一步细分。

(3) 代理制销售模式收入确认原则：根据公司与区域总代理签订的代理销售合同及日常的交易处理，公司在收到区域总代理代销清单或销售清单汇总表后方可确认销售收入，在产品未销售给最终消费者时，公司始终未将产品所有权上的主要风险和报酬转移给代理商，因此公司总代理模式采用的是代销方式。

## 2、多元渠道的具体情况及融合情况

公司目前已建立了线下零售/代理商(KA、地方性通路、专卖店、橱柜专营)、电子商务、电视购物、工程精装修(B2B)、国际贸易等多元化的渠道结构。公司积极推进多元渠道融合,积极促进传统线下渠道和线上电商渠道的同步发展、多元融合,巩固KA等核心渠道,拓展专卖店体系,以“厨源”为载体推进专卖店向用户体验店转型,为厨电产品营造应用场景,深化和用户的互动,将门店打造成O2O服务平台和虚实融合的导流平台。2016年,一二线市场新建和改造89家厨源体验店;三四级市场全面提升专卖店覆盖率,新建专卖店449家。

## 3、不同销售模式下的收入确认原则

公司根据线下零售(代理制)、工程精装修(B2B)、电子商务(线上)、电视购物和国际贸易等不同渠道下的收入确认原则详见下表:

销售模式	收入确认原则
线下零售 (代理制)	公司将商品发给各代理商并委托各代理商进行销售,收到各代理商的委托代销结算单当月确认收入。
电子商务(线上)	1) 天猫系列 <sup>注1</sup> 渠道以及京东POP <sup>注2</sup> 渠道为消费者收到公司产品后立即确认收入; 2) 京东 <sup>注3</sup> 与苏宁 <sup>注4</sup> 是公司在收到对方确认的结算订单信息后确认收入。
电视购物	电视购物公司将销售信息发给公司,由公司进行发货后收到电视购物公司确认的销售信息后,给公司出具结算清单后确认收入。
工程精装修(B2B)	依据各房地产商所下的订单进行发货,根据订单的收货及完成情况进行收入的确认。
国际贸易	报关装船后即确认收入。

注1: 天猫系列指淘宝老板电器旗舰店以及淘宝老板电器分销商;

注2: 京东POP指北京京东世纪贸易有限公司;

注3: 京东指北京京东世纪信息技术有限公司;

注4: 苏宁指苏宁云商集团股份有限公司苏宁采购中心。

问题四：报告期内，你公司前五大客户分别为北京京东世纪信息技术有限公司、淘宝老板电器旗舰店、淘宝老板电器分销商、北京京东世纪贸易有限公司(POP)和杭州老板贸易有限公司，销售额合计 15.71 亿元，占年度销售总额比例 27.86%。请补充披露：

(1) 你公司与前五大客户的合作模式、对前五大客户的收入确认原则及销售退回情况；

(2) 淘宝老板电器旗舰店、淘宝老板电器分销商和杭州老板贸易有限公司与你公司是否存在关联关系；如是，请补充披露关联定价的依据及公允性、关联交易的内部审批程序及信息披露情况。

回复如下：

1、报告期内公司的前五大客户分别为北京京东世纪信息技术有限公司、淘宝老板电器旗舰店、淘宝老板电器分销商、北京京东世纪贸易有限公司（POP）、杭州老板贸易有限公司。

(1) 其合作模式与收入确认原则如下表：

客户名称	合作模式	收入确认原则
北京京东世纪信息技术有限公司	经销，即公司依据京东的订单给其供货，京东在其平台上进行销售	公司依据京东提供的订单进行结算，确认收入
淘宝老板电器旗舰店	公司在天猫上开立的销售店铺，公司在此店铺上发布商品信息，消费者购买后，由公司进行发货或者委托天猫旗下的物流宝进行发货	消费者收到商品后，公司确认收入
淘宝老板电器分销商	公司在天猫上招募的分销商的总称，分销商在天猫各自的店铺上发布公司产品，消费者在其店铺内进行购买，由公司进行发货或者委托天猫旗下的物流宝进行发货	消费者收到商品后，公司确认收入
北京京东世纪贸易有限公司（POP）	公司在京东平台上开设的销售店铺，其销售模式与淘宝老板电器旗舰店相同，商品由公司发给消费者	消费者确认收货后，公司确认收入
杭州老板贸易有限公司	公司线下的杭州区域总代理，其负责代理浙江省杭州市、金华市、衢州市等行政区域的销售。公司将商品发给杭州老板贸易有限公司并委托其进行销售	公司收到其委托代销结算单当月确认收入

注：公司 2009 年就与淘宝开展合作，在淘宝商城开设淘宝老板电器旗舰店以及淘宝商城招募分销商。2012 年淘宝商城正式宣布更名为“天猫”，而公司未将在其上开设的旗舰店与分销商名称做变更，故“淘宝老板电器旗舰店”和“淘宝老板电器分销商”沿用至今。

## （2）关于前五大客户销售退回情况的说明

公司产品为国内的高端厨房电器产品，一直以来公司非常重视产品的适销对路和质量品质控制。同时，由于公司的各销售渠道的终端零售价较高，并与代理商的结算价价差较大，各代理商不愿将下市产品与下样产品退回，可自行打折销售处理。良好的产品品质和售后服务、高售价使公司的各种销售模式的销售退回比例均较小，其中最大退回比例为电子商务的销售模式，大约为 1.5%的退货率，均为正常的合理的退货，公司在收到退货时冲减当期的销售收入。

2、淘宝老板电器旗舰店，为公司在天猫平台上开设的销售店铺，属于公司直营。淘宝老板电器分销商为公司在天猫平台上的代理商，杭州老板贸易有限公司为公司代理商，均无关联关系。

**问题五：会计师出具的《年度关联方资金占用专项审计报告》显示，其他关联方对你公司存在两笔非经营性资金占用，期末合计余额 558.01 万。请详细说明非经营性资金占用形成的原因、时点、截至目前的具体情况及你公司拟采取的解决措施。**

**回复如下：**

《年度关联方资金占用专项审计报告》中两笔非经营性资金占用 558.01 万元，分别为德地氏贸易（上海）有限公司 152.11 万元、帝泽家用电器贸易（上海）有限公司 405.90 万元，具体占用情况说明如下：

1、德地氏贸易（上海）有限公司系公司与外方 GROUPE BRANDT 共同投资，于 2016 年 6 月 16 日在上海注册成立的中外合资有限公司，注册资本 1050 万元，2016 年 7 月 8 日开立银行账户，2016 年 11 月 11 日收到第一笔投资款 525 万元（其中老板电器入资 267.75 万元），第二笔投资款 525 万元（其中老板电器 267.75 万元）于 2017 年 3 月 6 日投入。由于德地氏贸易（上海）有限公司在筹备期间无银行账户，且投资款尚未投入，因此公司在 2016 年 4 月 10 召开的总经理办公会上审议了《关于垫付德地氏贸易（上海）有限公司场地租赁费及押金的

议案》，其发生的场地租赁费及押金由公司进行垫付，从而在 2016 年 1-10 月形成关联方资金占用 241.77 万元，截止 2016 年 12 月 31 日，应收德地氏贸易（上海）有限公司余额为 152.11 万元。德地氏贸易（上海）有限公司 2016 年 12 月 2 日召开董事会形成决议，上述 152.11 万元代垫款将于 2017 年度归还公司。由于外方股东人事变动，德地氏贸易（上海）有限公司将于 2017 年 7 月 5 日召开董事会，在该会议上审议董事变更事宜，在董事变更确认后支付。

2、帝泽家用电器贸易（上海）有限公司系公司与外方 FAGOR ELECTRODOMESTICOS, S. COOP（以下简称“法格电器”）共同投资，于 2012 年 7 月 25 日在上海注册成立的中外合资有限公司。注册资本为人民币 8000 万元，公司出资额占注册资本的 51%，法格电器出资额占注册资本的 49%，首期出资 4000 万元，老板电器以货币出资人民币 2040 万元，法格电器以货币出资人民币 1960 万元（出资方式为欧元现汇 2,379,449.33 欧元），为公司的控股子公司。2014 年，由于法格电器破产重组，第二笔出资无法到位，出于生产经营需要，帝泽家用电器贸易（上海）有限公司向公司借款 525 万元，截止 2016 年 12 月 31 日，公司应收帝泽家用电器贸易（上海）有限公司借款余额为 405.90 万元。由于目前帝泽家用电器贸易（上海）有限公司已进入破产清算程序，公司预计其将无法偿还该笔借款，故已全额计提坏账准备。

**问题六：报告期末，你公司存货 9.14 亿元，未计提存货跌价准备，其中发出商品 5.14 亿元，占存货的比例为 56.24%。请补充披露：**

**（1）请结合发出商品内部管理制度、发出商品的收入确认政策及成本结转政策、客户需求及订单等情况，补充披露发出商品具体分布、占存货比重较高的原因及合理性；**

**（2）结合存货性质特点、市场行情以及你对存货的内部管理制度等，按项目逐一说明存货跌价准备计提的充分性和合理性。**

回复如下：

1、发出商品的具体分布情况

公司发出商品按销售模式的分布情况如下表：

销售模式分布	金额（万元）	备注
线下零售	42,339	子公司 2 家，代理商 79 家，其下面分布 200



(代理商)		家办事处，同时有 6000 家门店
电子商务 (线上)	4,428	天猫 33 家仓库，京东 50 家仓库，苏宁 30 家仓库
工程精装修 (B2B)	4,603	恒大地产 300 余家在建房产工地、碧桂园 200 余家在建工地及其他全国大盘房地产工地
总计	51,369	

(1) 线下零售(代理商): 该渠道占比近 60%，采用的是按代理商销售产品给消费者，并将销售清单返还给公司后，公司再根据销售清单及时确认销售收入的方式。这与其他同行业上市公司的按发货确认收入的方式有所差异，这也是造成公司随着销售规模的增长，发出商品占存货比重不断上升的主要原因。

(2) 电子商务(线上): 为更加快速的满足消费者对于物流速度的需求，公司与天猫旗下的物流宝进行合作，物流宝依据公司的订单，在第一时间将商品发给消费者。在将货物发给物流宝仓库进行储存和周转过程中，随着销售量的快速增长，势必会产生更大库存周转需求。同时，在与京东的合作过程，由于先发货到京东仓库，根据对方确认的订单收货情况来确认收入，从而也会需要较大的发出商品存量。

(3) 工程精装修是随着房屋整体装修进度结算的，商品发出后，在结算前也会产生一定量的发出商品。

公司对于发出商品进行十分严格的管控，落实到责任代理商和具体渠道负责人，定期对账核对确认其准确性和真实性。

公司对于销售收入的确认原则一直保持一致性与连贯性，发出商品的成本结转与收入确认严格保持一致，成本结转按月末加权平均法进行结转。

## 2、关于公司未计提存货跌价准备的说明：

(1) 原材料：严格执行先进先出，日常执行过程良好；原材料周转速度相对较快；由于近几年大宗原材料价格处于历史低位，内部分析不存在继续减值基础。呆滞原材料处理有专项处理制度，按月清理、专人跟踪考核，使其得到快速处理。

(2) 在产品：在产品严格执行先进先出，日常执行过程良好；在产品周转速度相对较快；另外，呆滞在产品处理有专项处理制度，按月清理、专人跟踪考核，能得到快速的处理。

(3) 库存商品（产成品）：公司有着非常严格的管理制度，每月进行抽盘，每半年进行全部盘点，核对确认其准确性和真实性，并对保管状态进行复核，确保存货处于良好状态。对于下市产品，及时进行降价销售处理，由于产品的毛利率较高，不存在低于成本价出售的情况。

(4) 发出商品：通过定期的对账以确保发出商品的准确性和真实性。发出商品没有计提存货跌价准备，主要系公司的商品的零售价格和毛利率较高，售价不会低于成本价。另外，各代理商的下市产品和门店下样的样机，由于公司产品的终端售价和与各代理商的结算价较大价差，各代理商以降价销售打折方式处理，但仍高于成本价，故对这部分商品未计提存货跌价准备。

公司产品毛利率高达 57.31%，销售费用占收入的比例为 26.66%，期末存货不存在可变现净值低于成本的现象，不存在需要计提存货跌价准备的情况。

综上所述，公司的存货管理严格，状态良好，呆滞的原材料和半成品均能及时处理。产成品和发出商品中以及下市、退回商品和样机均能以高于成本价的售价销售，故公司存货各项目均不存在计提跌价准备的情况。

**问题七：报告期内，你公司销售费用 15.45 亿元，占营业收入的比例为 26.66%。请结合你公司的销售模式、具体营销服务工作等，并对比同行业可比公司，补充披露销售费用占营业收入比例的合理性。**

回复如下：

1、公司 2014-2016 年销售费用占营业收入的比例如下表：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
营业收入	579,489.79	454,271.80	358,894.01
销售费用	154,511.33	135,347.28	111,510.40
销售费用占营业收入比	26.66%	29.79%	31.07%

近三年来公司销售费用占营业收入比重逐年下降，其主要原因系公司销售规模扩大带来的规模效应，以及公司对销售费用的有效控制。销售费用占营业收入比例的变化，较为合理，符合公司经营情况。

2、公司与同行业公司 2014-2016 年销售费用比较如下表：

单位：万元

	2016 年度			2015 年度			2014 年度		
	销售费用	销售费用率	毛利率	销售费用	销售费用率	毛利率	销售费用	销售费用率	毛利率
老板电器	154,511.33	26.66%	57.31%	135,347.28	29.79%	58.17%	111,510.40	31.07%	56.55%
华帝股份	113,836.79	25.90%	42.54%	89,902.02	24.17%	38.56%	89,171.06	21.08%	36.35%
浙江美大	5,548.39	8.33%	54.82%	6,262.99	12.09%	52.84%	5,912.42	12.59%	53.34%
万和电气	87,670.09	17.68%	33.28%	66,129.29	15.77%	31.00%	61,669.38	15.50%	29.71%

数据来源：上市公司公开资料

同行业上市公司中，由于产品品类和定位不同，销售费用的组成情况有所不同，其中华帝股份在品类、渠道上与公司最为接近，因此最具可比性。华帝股份2016年销售费用11.38亿元，占当期营业收入25.90%，其销售费用率以及毛利率均呈现出逐年升高的趋势。公司定位高端，在品牌建设及渠道推广方面投入较大，2016年毛利率为57.31%，相较于行业其他企业呈现出高毛利率高费用率的特征。

特此公告。

杭州老板电器股份有限公司

董事会

2017年6月8日