

## 比音勒芬服饰股份有限公司 关于深圳证券交易所问询函回复的公告

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、误导性陈述或重大遗漏。

比音勒芬服饰股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019 年 7 月 18 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部《关于对比音勒芬服饰股份有限公司的问询函》（中小板问询函【2019】第 273 号），现就问询函中问题回复如下：

**1、2018 年年报显示，你公司实现营业收入 14.76 亿元，同比上升 39.96%；实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）2.92 亿元，同比上升 62.16%，归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润为 2.72 亿元，同比上升 58.49%。请结合公司主要产品毛利率、成本费用变化的原因及合理性等分析说明公司净利润增幅远高于营业收入增幅的合理性，是否与同行业上市公司一致。**

回复：

**一、结合公司主要产品毛利率、成本费用变化的原因及合理性等分析说明公司净利润增幅远高于营业收入增幅的合理性**

公司 2018 年度营业收入 147,574.71 万元比 2017 年度营业收入 105,442.82 万元，增加 42,131.89 万元，增长 39.96%，2018 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 27,232.43 万元比 2017 年度 17,182.82 万元，增加 10,049.61 万元，增长 58.49%，公司 2018 年净利润增幅高于营业收入增幅，分析公司近三年营业收入增长、扣除非经营性损益的净利润增长、产品毛利率及费用变化情况如下：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入增长率	39.96%	25.23%	11.73%
扣除非经营性损益净利润增长率	58.49%	33.44%	6.04%

毛利率	63.28%	65.40%	62.28%
期间费用率	39.63%	42.11%	40.35%

### 1、公司毛利率变动稳定

由上表可知，公司近三年一直保持着比较稳定的高毛利率水平。主要原因在于：公司产品定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，在面料选择方面始终坚持高标准、高性能，且具备较强的研发设计能力，树立了高端品牌形象，具有较高的产品定价能力。

### 2、母公司 2018 年度的企业所得税率由 25% 变成 15%

根据 2007 年颁布的《中华人民共和国企业所得税法》，公司 2017 年度的企业所得税税率为 25%。2018 年 11 月 28 日，公司被认定为高新技术企业，2018 年度按 15% 的税率计缴企业所得税，享受高新技术企业税收优惠，净利润进一步增厚；

剔除所得税优惠影响，公司 2018 年归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的利润总额 32,008.37 万元比 2017 年度 22,085.87 万元，增加 9,922.50 万元，增长 44.93%，与公司营业收入 40% 的增长相符。

### 3、费用率下降

公司销售费用率、管理费用率分别下降 2.91%、1.27%，主要是随着公司规模扩大，职工薪酬、门店运营费、装修装饰费与办公及差旅费等占营业收入比重下降所致。

## 二、同行业上市公司收入和净利润增长情况

单位	收入同比增长	扣非净利同比增长	收入增长/扣非净利增长比
摩登大道 (SZ. 002656)	69.56%	-41.02%	2.87
海澜之家 (SH. 600398)	4.89%	-0.63%	1.06
锦泓集团 (SH. 603518)	20.34%	14.87%	1.05
希努尔 (SZ. 002485)	121.99%	426.17%	0.42
同行业上市公司均值	54.20%	99.85%	1.35
比音勒芬	39.96%	58.49%	0.88

注：收入增长/扣非净利增长比=（收入同比增长率+1）/（扣非净利同比增长率），反映收入增长与扣非净利润增长幅度的匹配度。

行业内上市公司收入增长与扣非净利增长匹配率跨度较大,与行业公司自身经营情况相关。公司 2018 年度收入增长与扣非净利增长比为 0.88,扣除所得税优惠事项影响,比例为 0.97,收入增长与扣非净利增长匹配度较高,收入增长与扣非净利增长合理。

综上所述,公司净利润增幅远高于营业收入增幅主要是由于母公司于 2018 年底认定为高新技术企业,母公司的企业所得税率从 25%下降到 15%所致;公司净利润增幅高于营业收入增幅是合理的。

**2、2018 年年报显示,你公司报告期销售费用为 4.38 亿元,同比上升 27.45%。报告期末终端门店数量为 764 家,同比增长 112 家,其中直营店铺数量 365 家,加盟店铺数量 399 家。请补充披露以下内容:**

(1) 请分别列示近三年终端门店数量情况、直营店铺数量、加盟店铺数量、新增门店的地域分布情况以及公司近三年门店增加所需资金来源。

(2) 请补充近三年门店销售人员的总数、平均门店销售人员数及人均工资等,对比同行业上市公司说明销售费用中职工薪酬的增长是否具有合理性。

(3) 请补充说明销售运营费用、装饰装修费用的具体构成、店均运营费用、装修装饰费用,并对比同行业分析说明公司近三年销售运营费用、装修装饰费用大幅增长的合理性。

(4) 结合装修装饰费用的会计处理政策等说明销售费用中装修装饰费与长期待摊费用中店面装修费的新增部分存在差额的具体原因及合规性。

回复:

一、请分别列示近三年终端门店数量情况、直营店铺数量、加盟店铺数量、新增门店的地域分布情况以及公司近三年门店增加所需资金来源。

(一) 近三年终端门店数量情况、直营店铺数量、加盟店铺数量

近三年,公司的门店情况如下表所示:

单位:家

项目	2018. 12. 31	2017. 12. 31	2016. 12. 31
直营店	365	294	274

加盟店	399	358	328
合计	764	652	602

公司 2016-2018 年度终端门店净增加数量分别为 50 家、112 家，但当年新开门店数量分别为 97 家、154 家，主要是公司近两年来致力于扩大营销网络开新店与店铺形象改造升级并行，注重精品店和大型体验店的打造，并实施“调位置、扩面积”的店铺改造计划，通过不断地优化渠道结构，精准定位并形成有效发力点，为消费者提供优质的购物体验，有效地持续提升了单店销售业绩，增强了现有营销网络的坪效和盈利能力。

## （二）新增门店的地域分布情况以及公司近三年门店增加所需资金来源

近三年，公司新增门店的地域分布情况如下表所示：

单位：家

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东北地区	19	22	7
华北地区	12	10	5
华东地区	48	16	18
华南地区	19	14	7
华中地区	21	13	6
西北地区	12	8	-
西南地区	23	14	13
合计	154	97	56

公司对募集资金采取专户存储，严格按照相关规定对募集资金的存放与使用等情况进行管理，对于近三年直营门店增加所需的资金，来源于“营销网络建设项目”相关募集专项资金，加盟门店增加所需的资金来源于公司自有资金。

二、请补充近三年门店销售人员的总数、平均门店销售人员数及人均工资等，对比同行业上市公司说明销售费用中职工薪酬的增长是否具有合理性。

公司 2016 年、2017 年及 2018 年三年门店销售人员的总数、平均门店销售人员数、人均工资情况如下：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
----	---------	---------	---------

门店销售人员总数（人）	1,875	1,445	1,339
平均门店销售人员数（人）	5	5	5
人均工资（元/月）	8,193.11	8,073.24	7,498.52

注：人均工资=销售费用中的职工薪酬/门店销售人员总数

由上表可知，公司 2016-2018 年门店销售人员总数分别为 1,339、1,445 及 1,875，其中 2018 年度销售人员数增长达 29.76%，与公司渠道扩张和新品牌门店布局情况相符，近三年，公司门店销售人员整体平均工资水平稳步上涨。

公司 2016 年度、2017 年度及 2018 年度销售费用中职工薪酬的增长分别为 16.15%、16.19%、31.68%，主要是由于营业收入增长所致，对应销售费用-职工薪酬占营业收入比例分别为 14.31%、13.28%、12.49%，公司销售费用-职工薪酬与营业收入增长比例相匹配，且门店销售人员总数与店铺增长数量相吻合，符合实际业务情况，销售费用中职工薪酬的增长合理。

**三、请补充说明销售运营费用、装饰装修费用的具体构成、店均运营费用、装修装饰费用，并对比同行业分析说明公司近三年销售运营费用、装修装饰费用大幅增长的合理性。**

#### （一）公司销售运营费用具体构成、店均运营费用情况

公司销售费用中的门店运营费主要包括商场店铺的水电费、物业管理费、租赁费、其他杂费等商场费用。

近三年，公司销售运营费用及店均运营费用如下表所示：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
门店运营费（万元）	7,478.95	6,381.32	5,175.62
平均直营店数（家）	330	284	277
店均运营费用（万元）	22.66	22.47	18.68

公司近三年门店运营费分别为 5,175.62 万元、6,381.32 万元、7,478.95 万元，增幅分别为 23.30%、17.20%，主要是由于公司近三年来大力扩张门店所致；公司近三年店均运营费用分别为 18.68 万元、22.47 万元、22.66 万元，其中 2017 年较 2016 年店均费用增长较多，主要系公司于 2017 年致力于扩大营销网络开新店与店铺形象改造升级，实行“调位置、扩面积”的店铺改造计划，注重精品店

和大型体验店的打造，为消费者提供优质的购物体验，增强现有营销网络的坪效和盈利能力。公司近三年销售运营费用增长符合实际情况，增长合理。

## （二）公司装饰装修费用具体构成、店均装饰装修费用情况

公司销售费用中的装修装饰费主要包括直营门店装修支出、加盟门店装修支持与门店陈列灯具等相关费用。

近三年，公司装饰装修费用及店均装饰装修费用如下表所示：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
装饰装修费用（万元）	8,285.83	7,302.50	5,182.14
平均店数（家）	708	627	602
店均装饰装修费用（万元）	11.70	11.65	8.61

公司近三年装饰装修费用分别为 5,182.14 万元、7,302.50 万元、8,285.83 万元，增幅分别为 40.92%、13.47%，主要是由于公司近三年来大力扩张门店所致；公司近三年店均装饰装修费用分别为 8.61 万元、11.65 万元、11.70 万元，其中 2017 年较 2016 年店均装饰装修费用增长较多，主要系公司于 2017 年致力于扩大营销网络开新店与店铺形象改造升级，实行“调位置、扩面积”的店铺改造计划，注重精品店和大型体验店的打造，为消费者提供优质的购物体验，增强现有营销网络的坪效和盈利能力。公司近三年装饰装修费用增长符合实际情况，增长合理。

## 四、结合装修装饰费用的会计处理政策等说明销售费用中装修装饰费与长期待摊费用中店面装修费的新增部分存在差额的具体原因及合规性

公司销售费用中的装修装饰费主要包括直营门店装修支出、加盟门店装修支持与门店陈列灯具等相关费用。其中，由于直营门店为公司自有门店，其新开直营门店相关费用支出于发生时归集于长期待摊费用，并按装修装饰的更新周期分 3 年进行摊销；而加盟门店装修支持、门店陈列灯具费用于发生时直接全额计入当期损益。因此，销售费用中装修装饰费与长期待摊费用中店面装修费的新增部分存在的差额是由于加盟门店、直营门店及门店陈列灯具等费用确认方式不同导致的。

3、报告期末，你公司存货金额为 6.22 亿元，占总资产比例为 29.37%，同

比增长 9.22%，存货跌价准备余额为 1,188.12 万元。请你公司补充说明：

(1) 结合公司产品对于不同渠道的销售模式、新增店铺的备货情况、存货周转率等因素，并对比同行业公司存货占总资产比例情况等分析说明公司存货占总资产比例较高的合理性。

(2) 请补充公司存货的具体库龄，并结合服装行业产品消费特征等因素对比同行业上市公司说明公司存货的周转率是否正常、跌价准备计提比例是否充分。

回复：

一、结合公司产品对于不同渠道的销售模式、新增店铺的备货情况、存货周转率等因素，并对比同行业公司存货占总资产比例情况等分析说明公司存货占总资产比例较高的合理性

#### (一) 公司不同渠道的销售模式

在渠道布局方面，公司采用直营和特许加盟的两种模式，针对不同市场采取不同的渠道布局策略，并且渠道扩张和改造同时进行。其中，直营渠道主要覆盖一线和二线市场，在国内一、二线城市的高端商场、客流量较大的机场、知名球会会所、酒店等渠道，充分考虑目标群体的消费水平与消费习惯，有利于公司品牌形象的树立和产品推广，是公司业务发展的关键。与其他以加盟模式为主的同行业公司不同，直营渠道为主的存货余额相对较高，在加盟模式下，公司将服装产品交付给加盟商后确认销售，相关产品不再作为公司存货。这使得，对于实现同样销售规模的服装企业而言，直营模式收入占比高的企业，其期末存货余额相对会较高。

#### (二) 公司存货占总资产比例情况

截至 2018 年 12 月 31 日，公司存货占总资产比例为 29.37%。其中，存货构成中库存商品所占比重较大，2018 年末，公司库存商品占存货余额比例为 92.25%，与公司业务特点相适应。

公司 2018 年度存货占总资产、流动资产比例、存货周转率与同行业上市公司情况如下：

单位	存货占总资产比例	存货占流动资产比例	存货周转率
摩登大道 (SZ. 002656)	13.40%	32.55%	2.20
海澜之家 (SH. 600398)	32.01%	43.52%	1.26
锦泓集团 (SH. 603518)	12.59%	37.61%	1.24
希努尔 (SZ. 002485)	6.26%	25.97%	9.04
同行业上市公司均值	16.70%	34.31%	3.44
比音勒芬	29.37%	34.34%	1.12

服装类上市公司的存货周转率大小与各自的运营模式例如销售渠道、服装换季频率等因素紧密相关。

公司 2018 年度存货占流动资产比例与同行业上市公司相符，存货占总资产比例略高于同行业上市公司均值，与公司的经营模式相关，直营收入占比较高，经营场所通过租赁和联营取得，固定资产规模较小，并且公司所处细分行业仍处于快速发展的阶段，聚焦主业，积极备货以应对快速增长的市场和扩张的渠道。存货周转率较低，主要受以下因素影响：

### 1、直营模式收入占比上升影响

直营模式收入占比高的企业，其期末存货余额相对会较高。近年来，随着公司直营占比的逐年加大，公司存货占总资产比例较高，符合公司实际运营情况。

### 2、过季产品消化渠道稳定增长

公司定位高端人群，产品品质和溢价空间较高，出于经营上和品牌形象维护需求，除正价店外，公司会配置一定比例的折扣店。近年来公司折扣店保持稳步增长，以保证过季产品快速消化。

### 3、新增店铺对备货的影响

截至 2018 年 12 月 31 日，公司拥有 764 个终端销售门店，同比净增长 112 家。其中直营店铺数量 365 家，加盟店铺数量 399 家。公司通过精准定位形成有效发力点，致力于扩大营销网络开新店与店铺形象改造升级并行，实施“调位置、扩面积”的店铺改造计划，注重精品店和大型体验店的打造，为消费者提供

优质的购物体验,持续提升单店销售业绩,增强现有营销网络的坪效和盈利能力。店铺数量的增加以及形象店、大型体验店的打造,使得公司在稳定原有市场份额的同时能够积极开发新的销售客户群,客户数量和销售额相对 2017 年均实现高速增长,有效保证了公司存货流转顺畅和业务的稳步发展。

综上,公司 2018 年存货周转率为 1.12 次/年,较 2017 年 1.21 次/年略有下降,主要与公司经营模式、发展阶段有关,一是公司为了积极应对未来门店数量的较多增长,积极扩张销售渠道与规模。由于新增门店存在培育期,实现的销售收入相对老店较少;而且新增门店大多在下半年开业,其能够实现销售收入的月份不满 1 年,使得公司存货周转率降低。二是叠加了新品牌威尼斯度假旅游产品的备货影响。因此,公司存货占总资产比例较高合理,符合公司实际经营情况。

二、请补充公司存货的具体库龄,并结合服装行业产品消费特征等因素对比同行业上市公司说明公司存货的周转率是否正常、跌价准备计提比例是否充分。

公司近几年存货随着收入增长逐步增长,存货增长与渠道扩张情况如下:

时间	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年
收入(万元)	75,361.39	84,200.74	105,442.82	147,574.71
收入同比(%)	16.00%	11.73%	25.23%	39.96%
存货(万元)	19,340.73	24,722.99	34,885.35	62,237.49
存货同比(%)	15.14%	27.83%	41.10%	78.41%
渠道数量(个)	601	602	652	764
渠道数量净增加(个)	42	1	50	112
渠道数量增长(%)	7.51%	0.17%	8.31%	17.18%

由上表可知,公司存货的增长是由于公司积极扩张销售渠道规模及单店业绩增长导致,为了积极应对门店数量及业绩的增长而进行的备货和铺货的增加。

而公司近年来存货库龄主要为 1 年以内的产品,库龄较短,产品结构良好,说明了公司存货的增加主要来源于新增渠道和单店业绩的增加,公司存货消化良

好。不同于其他快时尚服装公司，季节性、时尚性等因素对公司存货消化影响较小。

近年来，公司存货的库龄情况如下：

单位：万元

库龄	2015年12月31日		2016年12月31日		2017年12月31日		2018年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	17,022.22	87.05%	20,557.16	82.00%	28,534.02	80.54%	48,590.64	76.61%
1-2年	1,983.69	10.15%	3,833.62	15.29%	5,622.16	15.87%	11,972.80	18.88%
2-3年	467.56	2.39%	584.08	2.33%	1,170.37	3.30%	2,592.65	4.09%
3年以上	80.58	0.41%	93.95	0.38%	102.41	0.29%	269.52	0.42%
合计	19,554.05	100.00%	25,068.81	100.00%	35,428.96	100.00%	63,425.61	100.00%

#### （一）公司存货跌价准备计提的情况

公司存货以库存商品为主，存货跌价准备主要是针对过季库存商品折价销售可能导致的跌价损失。2018年末，公司库存商品跌价准备为1,188.12万元，占当期期末存货账面余额的比重为1.87%。公司存货具有以下特点：

##### （1）存货的库龄较短，跌价可能性较低

公司一年以内的存货库龄占比约76%，1-2年的存货库龄占比约18.88%，库龄较短，基本处于适销期。

##### （2）高品质的产品研发设计延长了库存商品的适销周期

公司定位于高尔夫运动与时尚休闲生活相结合的细分市场，品牌具备时尚性、功能性和舒适性，清晰的市场定位和高品质的产品设计使得公司产品附加值保持在较高水平，尤其一些经典款型保持长销不衰，从而延长了库存商品的适销周期。

##### （3）公司拥有通畅的过季服装销售渠道

公司通过名牌折扣店和授权唯品会及天河城百货进行网络销售的方式对过

季服装进行销售，并且通过合理有效的促销方式消化过季服装。

(4) 公司与同行业上市公司存货跌价准备计提情况

2018 年末，公司与同行业上市公司的存货跌价准备计提情况如下：

存货跌价准备占存货余额的比例	2018 年 12 月 31 日
摩登大道 (SZ. 002656)	8.46%
海澜之家 (SH. 600398)	4.42%
锦泓集团 (SH. 603518)	1.49%
希努尔 (SZ. 002485)	2.72%
同行业上市公司均值	4.27%
比音勒芬	1.87%

2018 年末公司已计提的存货跌价准备为 1,188.12 万元，公司存货中库龄在三年以上的金额为 269.52 万元。公司计提的存货跌价准备已覆盖了存货库龄在三年以上的金额。公司期末已计提的存货跌价准备占期末存货余额的比例为 1.87%，反映了公司存货的实际情况，符合会计准则谨慎性原则。

综上所述，公司存货库龄较短，过季产品销售情况良好，不存在大量滞销的情形。公司的存货周转率、存货跌价准备的计提情况反映了公司存货的实际情况，存货跌价准备的计提情况符合会计准则谨慎性原则。

**4、近三年，你公司变更部分募集资金用途，将原计划投入“营销网络建设项目”的募集资金 22,412.00 万元，用于投资新增的“比音勒芬智能化仓储中心”项目。近三年该项目实际投入金额 524.2 万元，投资进度为 2.34%。请说明公司投资新募投项目进度较为缓慢的原因，以及上述募投项目实际投资进度与投资计划是否存在差异；如是，请解释具体原因。**

**回复：**

公司 2018 年第一次临时股东大会审议通过了《关于变更部分募集资金用途的议案》，根据该议案，公司决定变更部分募集资金用途，将原计划投入“营销网络建设项目”中以购买方式经营的旗舰店和标准店的募集资金 22,412.00 万元，用于投资新增的“比音勒芬智能化仓储中心”项目。项目实施完毕投入使用后，

将有效减少公司产品流通环节，提升运营能力和销售业绩，降低运营成本，进一步提升公司利润率。

截至 2018 年 12 月 31 日，智能化仓储中心项目实际投入金额 524.2 万元，投资进度为 2.34%。该项目实施进度较为缓慢的原因主要系土地为公司前期竞拍的储备用地，相关部门的三通一平等工作进度较预期延迟，导致项目进展较预期有所延后。公司已就此向国规部门申请延长地块施工、竣工时间及《建设用地批准书》的有效期并取得批准。

截至目前，公司一直在积极推进项目的进展。“比音勒芬智能化仓储中心”项目目前已完成前期设计工作，并已进场建设，支付桩已完工，后期会集中全部力量，促进项目的顺利进行，并保障在规定的时间内完成交付工作，让“比音勒芬智能化仓储中心”尽快投入使用，发挥应有的效益。

5、针对近日有媒体刊登文章提及公司实际控制人持有首发限售股年底解禁流通，公司对此作出说明：公司实际控制人谢秉政先生及冯玲玲女士首次公开发行时对所持股份自愿锁定的承诺，自公司股票上市之日起三十六个月内，不转让或者委托他人管理公司首次公开发行股票前其所持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份；并且承诺所持公司股份在锁定期满后两年内不减持。此两项承诺没有变动计划，承诺事项正常履行中。

比音勒芬服饰股份有限公司董事会

2019 年 7 月 22 日