

证券代码：002291

证券简称：星期六

公告编号：2022-010

星期六股份有限公司

关于对深圳证券交易所关注函回复的公告

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。

星期六股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 1 月 21 日收到深圳证券交易所《关于对星期六股份有限公司的关注函》（公司部关注函〔2022〕第 25 号）（以下简称“《关注函》”），根据关注函的要求，公司就关注函所列部分问题回复并公告如下：

1. 关于业绩预告，请你公司：

结合 2021 年度营业收入及其扣除情况，说明你公司是否还触及《股票上市规则（2022 年修订）》5.1.1 条第一款第（四）项等情形，如是，请对《业绩预告》进行补充披露，并及时、充分披露风险提示。

请年审会计师对上述问题进行核查并发表明确意见。

回复：根据公司已披露的《2021 年第三季度报告》，公司 2021 年前三季度实现营业收入约 16.71 亿元（该数据未经审计），同时根据公司财务部门对 2021 年全年营业收入的初步测算结果，可以判断公司 2021 年度营业收入及扣除情况不会触及《股票上市规则（2022 年修订）》5.1.1 条第一款第（四）项的情形，即“扣除非经常性损益前后的净利润孰低者为负值，且扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后的营业收入低于一亿元”。

2. 关于存货跌价准备，请你公司：

结合行业环境、业务开展情况、促销力度等变化因素，说明 2021 年计提存货跌价准备较 2020 年大幅增加的原因及合理性，2021 年计提存货跌价准备的会计政策、确定依据较 2020 年是否发生重大变化，如是，说明变化的具体原因，

在此基础上说明以前年度计提存货跌价准备是否充分，你公司是否存在盈余管理的情形。

请年审会计师对上述问题进行核查并发表明确意见。

回复：回复尚在整理之中，公司将于 2022 年 1 月 27 日前完成回复。

3. 关于时尚锋迅和北京时欣，请你公司：

(1) 说明对该两家公司进行商誉减值测试的具体过程，包括核心参数选取、相关测算依据和商誉减值损失的确认方法，相较于 2020 年商誉减值测试相关核心参数选取及测算依据等方面的差异（如有）及合理性；

(2) 说明 2020 年你公司对上述公司未计提任何商誉减值准备是否谨慎、合理、准确，是否符合企业会计准则等有关规定，是否影响你公司 2020 年盈亏性质。

请年审会计师对上述问题进行核查并发表明确意见。

回复：回复尚在整理之中，公司将于 2022 年 1 月 27 日前完成回复。

4. 关于遥望网络，请你公司：

(1) 说明《业绩预告》仅披露遥望网络经营规模而不披露实现利润相关情况的原因，是否存在违反《股票上市规则（2022 年修订）》2.1.1 条、2.1.6 条的行为；

(2) 说明遥望网络 2021 年预计营业收入、净利润及扣非后净利润等主要财务数据，及其较 2020 年的变动幅度，结合行业环境变化、经营业务的开展情况等，说明业绩变动的原因及合理性；

(3) 说明遥望网络是否存在业绩承诺期（2018 年至 2020 年）届满后净利润明显下滑的情形，如是，请说明成交订单量、销售 GMV 大幅增长而净利润下滑的原因及合理性，是否应对收购遥望网络形成的商誉进行减值，在此基础上说明业绩承诺期间是否存在利润调节、业绩精准达标的情形；

(4) 说明设立遥望创新研究院的具体规划，所需的资金、人才、技术、设备等储备情况与行业经验，截至目前的筹备进展情况等，在此基础上说明研究区块链、AI 智能、元宇宙、数字虚拟人与遥望网络开展现有业务之间的关联性、必

要性及合理性，是否已开展相关研究并形成阶段性成果，《业绩预告》是否存在蹭热点的情形，存在相关风险的，请及时、充分披露风险提示；

(5) 说明预计遥望网络 2022 年经营规模实现较大增长的预测依据及预测的具体金额、增长幅度的确数或区间，按此基础上说明《业绩预告》是否存在违反《股票上市规则（2022 年修订）》2.1.5 条的行为。

请年审会计师对上述问题（2）（3）（5）进行核查并发表明确意见。

回复：

回复尚在整理之中，公司将于 2022 年 1 月 27 日前完成回复。

5. 关于出售鞋类销售业务及资产，请你公司：

(1) 说明近年收购互联网广告、互联网营销等资产后，相关业务与你公司原有鞋类主业的整合情况及效果，未能充分发挥协同效应的原因（如适用），实际情况与你公司前期收购公告相关披露情况是否一致，不一致的，说明原因及合理性，在此基础上说明前期收购公告相关披露是否真实、准确、完整；

(2) 充分提示以品牌管理、供应链服务、互联网广告、互联网营销业务等轻资产运营方式及相关业务开展的风险。

回复：

一、关于问题（1）的回复：

（一）公司业务的整合情况及效果

公司自 2015 年开始致力于“打造时尚 IP 生态圈”的战略，着力构建“媒体和社交平台”、“时尚 IP 孵化运营平台”及“时尚 IP 集合平台”，向新零售平台进行转型。

公司 2017 年通过收购时尚锋迅和北京时欣的控股权，快速切入女性时尚信息媒体平台，获取流量入口，进行全渠道的传播互动，在全方位影响及满足消费者的基础上增强用户粘性，加速战略升级进程。

公司 2019 年通过收购遥望网络的控股权，获取其丰富的互联网流量资源、高效的流量资源整合运营能力以及多年积累的精准营销技术，结合公司坚实的时尚品牌和供应链基础、覆盖全国的线上线下一体化销售平台以及日趋成熟的媒体和社交平台，加速“时尚 IP 生态圈”的建设，加快构建起“以用户为核心，

数据+内容驱动，消费场景打通融合”的新零售平台。

经过多年的转型发展，公司时尚生态圈以及三大平台的建设已取得一定成果，公司及控股子公司已与国内数百家各品类的知名电商品牌建立起了良好的合作关系，从新品上市的品宣及销量提升，到库存尾货的出清等方面为品牌方提供服务，努力做到为品牌方或品牌代运营方提供产品线上全生命周期的营销服务。目前公司已经与多个知名品牌在指定平台上进行深度合作，同时随着生态圈内累积的供应链资源日渐丰富，公司及控股子公司的供应链资源已涵盖服装、美妆、内衣、食品、生活用品等多个领域，公司进行多元化品牌运营、管理、输出的条件也基本具备。

在线上销售渠道协同方面，公司充分利用收购标的在互联网营销领域的技术积累及行业经验，打造了电商门店、微信小程序、社交电商等多渠道的线上销售网络，将鞋履服饰业务与线上媒体推广及流量资源运作相结合，通过收购标的在社交电商领域丰富的运营经验积极拓展直播带货等新型销售模式，使得公司近年来鞋履服饰业务在网销渠道的收入持续增长，形成了较好的协同效果。

在线下销售渠道协同方面，公司依托收购标的在客户标签识别、信息处理方面的经验及技术，结合公司鞋履服饰业务多年积累的存量客户标签信息对目标人群的消费趋势进行深入分析，打造“SATURDAYMODE”品牌集合店。为使品牌集合店与时尚 IP 生态圈的战略更有效融合，公司将把品牌集合店打造成线上线下销售一体化、体验互动和购买分享一体化、内容制作和传播引流一体化、自有品牌和合作品牌一体化的时尚购物环境。目前门店已逐步引入鞋、包、配饰等时尚全品类产品，并按照风格、客户需求等进行组合陈列，同时店内将定期举办网红驻店直播、主题活动、消费者互动等环节，为公司的渠道结构调整和业务转型升级提供了有力支持。

（二）未能充分发挥协同效应的原因

公司收购时尚锋迅、北京时欣、遥望网络后，公司原有鞋类业务与互联网营销业务在线上线下销售渠道协同方面发挥了较好的协同效应，形成了较好的协同效果。公司结合自身特点聚焦社交电商服务业务，拟将鞋类销售相关业务进行出售，是公司发展战略的需要，有利于增强上市公司的持续盈利能力。

公司鞋履服饰业务以时尚女鞋为主要产品，并配有少量男鞋、包及配饰。

目前公司拥有“ST&SAT”（星期六）、“D:FUSE”（迪芙斯）、“SAFIYA”（索菲娅）、“SATURDAYMODE”、“FONDBERYL”（菲伯丽尔）等多个自有品牌，建立了以时尚为核心的品牌群、多元化的产品品类，并且按消费者需求进行市场细分，以满足目标消费群对时尚消费品的需求。

公司女鞋产品定位为中高端时尚潮流商品，每一季必须生产新的商品推出市场以保持市场占有率，因此每年各个鞋类品牌新增的单品 SKU 较多，同时为了保持公司产品的品牌形象，公司一般不会对百货商场店铺及线上渠道以激进的低折扣促销消化库存，对于库龄较长的产品，公司主要通过零售、批发及定期举办特卖会等线下渠道进行打折销售。

由于公司女鞋产品的品类较多，以及为了保持公司产品的品牌形象，公司较难通过互联网营销及直播带货模式快速实现鞋类产品的大批量销售。同时，随着近年来新零售模式的猛烈冲击不断加剧，以及 2020 年以来部分地区疫情反复等因素影响，公司鞋类业务收入大幅下降并持续出现亏损，对公司的经营业绩带来了较大压力，公司为进一步推进公司经营战略，以最终实现专注向品牌管理、供应链管理的“轻”资产运营模式转型，公司结合自身特点聚焦社交电商服务业务，拟将鞋类销售相关业务进行出售。

公司将鞋类销售相关业务进行出售符合公司的战略规划，将进一步优化公司产业结构及资产配置，有效降低公司资产负债率，改善公司经营性现金流，进一步提升经营质量和运营效率，增强公司持续盈利能力、持续发展能力和核心竞争力，同时提高股东投资回报，持续为股东创造更多价值。

（三）公司实际情况与前期收购公告相关披露情况一致

根据《星期六股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书》，公司收购遥望网络的控股权，主要是鉴于互联网营销行业的快速发展，上市公司将继续深化互联网营销产业布局，拟通过并购业务规模更大的互联网营销服务提供商，构建更加完善的互联网营销业务体系，提高上市公司持续盈利能力。交易主要目的包括（1）有利于进一步完善上市公司互联网营销业务结构，通过整合各类优质和中长尾流量资源，可以为广告主提供更加多样化的互联网营销服务，有利于进一步完善互联网营销产业链布局；（2）发挥上市公司与标的公司的业务协同效应，上市公司可以利用遥望网络在技术

与渠道方面的优势服务于现有时尚皮鞋业务，降低时尚皮鞋业务的营销成本，有效拓宽销售渠道，同时提升上市公司的品牌形象，进而提高客户复购率；（3）增强上市公司盈利能力，提升上市公司价值，本次交易完成后，遥望网络将成为上市公司控股子公司，本次收购完成后，上市公司在业务规模、盈利水平等方面有望得到进一步提升，实现上市公司股东利益最大化。

根据上述近年来公司业务整合的情况与效果，目前来看公司基本实现了当初并购交易的目的，公司收购时尚锋迅、北京时欣、遥望网络的控股权，以及近期拟将鞋类销售相关业务进行出售，均是围绕公司的战略转型需要，同时根据市场情况变化动态调整，逐步建设“时尚 IP 生态圈”，向新零售平台进行转型。公司实际情况与前期收购公告相关披露内容一致，前期收购公告相关披露内容真实、准确、完整。

二、关于问题（2）的回复：

公司向品牌管理、供应链管理的“轻”资产运营模式转型，集中资源推动移动互联网营销业务的发展，结合自身特点聚焦社交电商服务业务，在企业经营及业务开展过程中可能面临如下风险：

（一）品牌管理不当的风险

公司自设立之初便专注于鞋类品牌的运营，已通过长期品牌运营获得消费者的认可。若后续公司品牌授权策略和品牌文化管理不当或未能根据市场变化及时做出调整，可能会对公司最终品牌形象和品牌价值产生不利影响。公司将加大对品牌运营公司产品质量和规范运作的监督，维护和提升公司品牌声誉，争取达到合作共赢的局面。

（二）供应链管理不当的风险

目前公司已经与多个知名品牌在指定平台上进行深度合作，同时随着生态圈内累积的供应链资源日渐丰富。若后续公司供应链管理及配套服务未能跟上供应链资源及时做出调整，可能导致如假冒伪劣商品出现、发货不及时、售后服务不到位等情形，将直接导致用户体验较差，行业内企业如不能及时有效的提高产品及配套服务水平，将存在潜在的用户流失风险。

（三）公司战略升级风险

公司的战略发展目标和升级规划，是根据当前市场环境和公司竞争优势制

定的，但未来如果受到市场的变化或自身业务能力限制，实施不达预期，存在公司战略升级不能达到预期效益的风险。

（四）互联网营销行业政策风险

互联网营销行业属于新兴行业，近年来中国相继出台多项政策文件，对该行业的发展给予支持和鼓励。若未来出台新的法律法规、行业监管政策、行业自律规则，可能在一定程度影响互联网营销行业的运营和发展。

MCN 行业目前在我国属于一个新兴行业，MCN 机构盈利模式中涉及到的直播带货、短视频内容制作等行为均可能涉及法律合规的风险。若未来与 MCN 行业相关的规范制度、网络信息安全、知识产权保护等相关法律实践和监管要求不断更新，可能对公司经营产生不利影响。

（五）互联网营销行业市场竞争风险

互联网营销行业集中度较低，竞争较为激烈。同时，随着移动设备的进一步普及和发展，移动互联网受众的不断增加，将会有越来越多的新进入者参与移动互联网营销行业的竞争，市场竞争将越加激烈。公司可能面临竞争优势被削弱、盈利空间被压缩的风险。

目前 MCN 行业正处于快速发展阶段，行业进入门槛低、竞争格局分散，尤其是社交电商直播的 MCN 机构发展时间短、市场占有率较低，市场竞争激烈。未来随着新的市场参与者不断地涌入，市场竞争将更加激烈，公司可能面临竞争优势被削弱、盈利空间被压缩的风险。

（六）社交媒介及平台等变化风险

传统电商平台的流量集中在自身的平台上，社交电商的流量主要来自各社交媒介，呈碎片化，其流量入口受制于社交媒体，尤其对于依托了单一社交媒介的社交电商而言，其依赖性更甚。而社交媒介受国家政策的管控较强，一旦其依托的社交媒介发生了变化或触碰了平台的规则，会对其流量造成较大打击。如果社交媒介和平台发生重大变化，将可能对公司未来持续盈利能力产生重大不利影响。

（七）互联网营销过程中的风险

互联网营销业务属于互联网广告形式，受到《中华人民共和国广告法》、《互联网广告管理暂行办法》等法律法规和相关平台政策的约束，要求广告内容真

实、合法，不得欺骗和误导消费者。虽然公司已经建立了较为完善的互联网营销业务内部控制制度，但在实际工作中仍可能会发生对客户资质、产品等审查不到位、对客户产品理解不透彻或因员工工作不谨慎而导致出现信息误导消费者的情况，以及可能存在客户故意瞒报、欺骗而公司未能及时发现的情况，从而导致公司在互联网营销过程中存在被平台封停账号、受到客户投诉、索偿甚至被处罚的风险。

（八）互联网技术人员流失的风险

互联网行业的技术人员需具备优良的从业素质和先进的互联网思维，并能持续跟进行业发展对技术产品进行更新迭代，这些都对未来公司的人才团队提出了较高要求。公司一直注重人力资源的科学管理，按照价值规律，参照本地区、同类企业人力资源价值水平，建立了公正、合理的绩效评估体系，提高技术人才尤其是技术骨干的薪酬、福利待遇水平；虽然目前公司互联网技术人员保持稳定，但仍然存在技术性人才流失的风险。

（九）管理及运营的风险

在公司战略转型的实施过程中，公司计划改变原有以自营品牌、自营渠道为主垂直一体化的“重”资产运营模式，逐步向专注品牌管理、供应链管理、线上线下一体化的“轻”资产运营模式进行转型，这对公司的经营决策、管理运作、风险控制等提出了更高的要求，如果公司现有的管理模式、人才储备、机构设置、内控制度等方面的调整无法与公司战略实施后的运营模式相适应，将会对公司的正常运营造成不利影响，因此，公司存在一定的管理及运营风险。

由于《关注函》涉及的问题内容较多，公司在 2022 年 1 月 25 日前尚未完成部分问题的回复，公司将于 2022 年 1 月 27 日前完成回复。

鉴于《关注函》中所涉及的部分事项要求年审会计师核查，需会计师事务所内部流程审批，年审会计师核查意见需延期至 2022 年 2 月 15 日前出具。

特此公告。

星期六股份有限公司董事会

二〇二二年一月二十五日