

证券代码：300740

证券简称：御家汇

公告编号：2019-133

御家汇股份有限公司

关于 2019 年三季度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的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

御家汇股份有限公司（以下简称“公司”）于 2019 年 11 月 28 日收到深圳证券交易所创业板公司管理部下发的《关于对御家汇股份有限公司的三季度报问询函》（创业板三季度报问询函【2019】第 2 号，以下简称“问询函”）。收到问询函后，公司及时组织相关人员进行认真分析与核查，并对问询函关注的事项进行回复，现将回复内容公告如下：

问题 1、2019 年 1-9 月，你公司实现营业收入 157,636.54 万元，同比减少 1.85%，实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称净利润）750.77 万元，同比减少 93.19%。请结合行业发展情况、可比公司业绩增长情况、产品销量及价格波动情况、期间费用变化、计提减值准备影响等，详细说明报告期业绩大幅下滑的原因。

回复：

一、行业发展情况分析

在居民可支配收入不断提升、国人对美妆的认知与需求的提高以及核心消费人群结构的变化等一系列因素的驱动下，中国化妆品市场已成为全球化妆品行业发展最快的市场之一。根据欧睿咨询统计，2012-2018 年国内化妆品行业市场销售额年复合增长率达到 8.7%，2018 年国内化妆品行业市场规模达到 4,105 亿元，同比增长 12.3%，预计 2023 年将达到 6,263 亿元。

2019 年前三季度，尽管面临国内经济增长与零售环境的不确定性，国内宏

观经济和整体消费市场增速同比均有所下滑，国内化妆品市场仍然保持超过整体消费市场的增速。当前，国际及国内各大化妆品品牌纷纷加大线上销售渠道的投入，行业的电商渗透率不断提升；新品类、新成分、新功效、新形式的各类新品加速推出，不断创造增量市场；以短视频、直播等为代表的社交媒体的发展则极大地提升了营销的覆盖面和转化率。这些新的发展趋势在推动行业快速发展的同时，也使得行业的竞争进一步加剧，不确定性增加。

二、可比公司业绩增长情况

根据已公开披露的数据，2019 年前三季度，可比公司上海家化收入 573,530.99 万元，同比增长 5.81%，净利润 54,042.93 万元，同比增长 19.09%；珀莱雅收入 208,010.01 万元，同比增长 33.35%，净利润 24,002.45 万元，同比增长 32.04%；丸美股份收入 121,159.02 万元，同比增长 14.77%，净利润 35,909.44 万元，同比增长 52.26%；拉芳家化收入 69,610.87 万元，同比下降 1.84%，净利润 5,754.15 万元，同比下降 56.49%。以上可比公司中，珀莱雅和丸美股份在稳定线下销售的同时，通过积极开拓线上渠道，大幅增加线上资源投入，线上销售增长较快，业绩较同期有较大幅度的增长。

三、产品销量及价格情况

2019 年 1-9 月，公司实现营业收入 157,636.54 万元，与去年同期基本持平。但从品类结构来看，面膜收入占比下降，由 65.77%下降至 52.74%，其他品类如水乳膏霜等上升，由 34.23%上升至 47.26%，公司品类结构的变化主要系国际品牌代理业务的增长所致。从销售单价来看，面膜及水乳膏霜品类的价格与去年相比未发生较大变动，由于面膜品类的毛利率高于水乳膏霜的毛利率，因此随着各品类占比的变化，公司整体毛利率较去年同期有所下降，对公司本期业绩造成一定的影响。

分品类同比数据列示如下：

1、2019 年 1-9 月数据

单位：万元

项目	主营业务收入	主营业务成本	毛利率
面膜	78,568.20	38,208.27	51.37%

水乳膏霜	69,718.59	37,909.55	45.62%
其他	687.42	670.08	2.52%

2、2018 年 1-9 月数据

单位：万元

项目	主营业务收入	主营业务成本	毛利率
面膜	105,483.42	51,063.50	51.59%
水乳膏霜	53,961.37	23,196.25	57.01%
其他	938.18	804.84	14.21%

3、同比变动情况

项目	主营业务收入 同比变动	主营业务成本 同比变动	毛利率 同比变动
面膜	-25.52%	-25.17%	-0.22%
水乳膏霜	29.20%	63.43%	-11.39%
其他	-26.73%	-16.74%	-11.69%

四、期间费用变化

2019 年 1-9 月，公司的期间费用为 79,889.51 万元，较去年同期增长 8,477.37 万元，增幅为 11.87%。期间费用占销售收入的比重为 50.68%，较去年同期增长 6.22 个百分点。期间费用的大幅提升对当期业绩产生较大影响。

期间费用同比变动列示如下：

单位：万元

费用分类	2019年1-9月	2018年1-9月	变动	变动率
销售费用	67,685.81	60,556.71	7,129.10	11.77%
管理费用	7,955.90	7,242.01	713.89	9.86%
研发费用	3,393.52	3,375.14	18.38	0.54%
财务费用	854.28	238.28	616.00	258.52%

其中，销售费用对期间费用的影响最大，同比增加 7,129.10 万元，增幅为 11.77%，销售费用主要变动列示如下：

单位：万元

销售费用	2019年1-9月	2018年1-9月	变动	变动率
报关费	3,969.78	2,255.82	1,713.96	75.98%
职工薪酬	11,763.98	7,904.38	3,859.60	48.83%
营销类服务费	40,164.45	39,001.80	1,162.65	2.98%
其他	11,787.60	11,394.71	392.89	3.45%
合计	67,685.81	60,556.71	7,129.10	11.77%

销售费用增加的主要原因为：

1、随着公司多品牌、全渠道、多品类战略的不断深入布局，运营类人员不断扩充，随着公司员工数量的增长以及薪酬待遇的提升，职工薪酬同比增加 3,859.60 万元，增幅为 48.83%；

2、公司新增国际品牌代理业务，进口环节的报关费（跨境综合税）新增 1,713.96 万元；

3、营销类服务费增加 1,162.65 万元，主要系公司线下业务收入同比大幅增长，线下推广服务费同比增长以及平台推广服务费的增加；

4、其他费用如差旅、包装、快递、其他行政费用等，增加 392.89 万元。

其中，管理费用增加 713.89 万元，增幅为 9.86%，主要系随着公司人员规模的扩大及薪酬待遇的提升，职工薪酬增加所致。

其中，财务费用增加 616.00 万元，增幅为 258.52%，主要系本期银行借款增加所致。

五、计提存货跌价准备

2019 年 1-9 月，公司累计计提存货跌价准备 958.91 万元，有较大幅度的增长，对本期利润有一定的影响。主要原因系公司 2018 年开始加快国际品牌代理业务的拓展及布局，随着品牌代理业务不断增长，存货也逐步增长，存货账面价值从 2018 年初的 2.77 亿元增加至 2019 年初的 5.66 亿元。公司严格遵守存货跌价准备的会计政策，核算和计提存货跌价准备。随着四季度电商企业销售旺季的来临，公司将利用传统销售旺季加快销售出货，改善库存质量。

综上，在国内化妆品市场的快速发展和不断变化，行业竞争加剧和不确定性因素增加的环境下，公司始终围绕多品牌、全渠道、多品类的发展战略，深耕布局，在品牌建设、业务拓展、组织建设、团队调整、国际品牌代理等领域持续大力投入，着眼于构建未来长远发展的企业竞争力。短期内，这些布局和调整对公司的收入结构、毛利率水平、费用支出等方面产生一定的影响，导致公司业绩短期内出现波动。

问题 2、2018 年、2019 年 1-9 月，你公司净利润分别为 13,071.61 万元、

750.77 万元，经营活动产生的现金流量净额分别为-3,542.21 万元、-25,154.55 万元。

请你公司：(1) 结合你公司收入与现金流入、成本与现金流出的关系等说明近一年又一期现金流与净利润不匹配的原因及合理性。(2) 分析 2019 年 1-9 月经营活动现金大额净流出的原因，说明其对公司经营的影响。(3) 说明近一年又一期现金流入与收入、应收账款、预收账款，现金流出与成本、存货、预付账款之间的勾稽关系，核实是否存在异常。

回复：

一、结合你公司收入与现金流入、成本与现金流出的关系等说明近一年又一期现金流与净利润不匹配的原因及合理性

2019 年 1-9 月及 2018 年，公司归属于母公司所有者的净利润分别为 750.77 万元、13,071.61 万元，公司少数股东损益分别为-159.01 万元，-316.13 万元，公司净利润分别为 591.76 万元和 12,755.48 万元。

公司一年又一期净利润与现金流的关系匹配如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度
净利润	591.76	12,755.48
非付现费用或损失金额（包含减值准备、折旧摊销及损失等）	2,851.87	2,885.85
非经营性费用金额（财务费用和投资收益）	-855.00	-1,750.40
各项经营性资产、负债余额净变动		
其中：递延所得税资产的减少（增加为负数）	-2,164.20	533.84
存货的减少（增加为负数）	-18,047.20	-29,412.60
经营性应收、应付项目的影响	-7,015.05	13,271.71
其他事项	-516.73	-1,826.10
经营活动产生的现金流量净额	<u>-25,154.55</u>	<u>-3,542.22</u>

公司一年又一期经营活动现金流量净额为负，主要原因为公司 2018 年和 2019 年 1-9 月存货分别增加 29,412.60 万元和 18,047.20 万元，以及由于存货增加和线下业务的快速增长导致经营性应收应付变动，符合公司实际业务情况，具有合理性。

二、分析 2019 年 1-9 月经营活动现金大额净流出的原因，说明其对公司经营的影响

2019 年 1-9 月经营活动现金净流出 25,154.55 万元，主要原因为：

1、本期存货增长 18,047.20 万元，预付账款增长 4,896.75 万元。随着国际品牌代理业务的增长，由于涉及进口报关等因素，备货周期较长，为保证业务有效开展，需提前备货且支付预付款；此外，由于公司对四季度的销售预期较为乐观，提前加大备货，导致本期现金流出增加；

2、本期应收账款增长 5,955.08 万元，主要为线下业务增长并有一定账期所致。

2019 年 1-9 月公司的资产负债率为 35.66%，流动比率为 2.56，公司目前资产负债率较低，风险较小，经营较为稳健，经营活动现金大额净流出对公司的经营无重大影响。

三、说明近一年又一期现金流入与收入、应收账款、预收账款，现金流出与成本、存货、预付账款之间的勾稽关系，核实是否存在异常

公司一年又一期销售商品、提供劳务收到的现金的变动及与相关会计科目的勾稽如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年
营业收入	157,636.54	224,533.83
应收账款账面余额减少（增加填负数）	-5,955.08	-527.67
预收账款账面余额增加（减少填负数）	2,133.39	-633.80
其他（含应收账款中账扣无现金流费用、销项税等）	27,635.40	24,517.15
销售商品、提供劳务收到的现金合计	<u>181,450.25</u>	<u>247,889.51</u>

公司一年又一期购买商品、接受劳务支付的现金的变动及与相关会计科目的勾稽如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年
营业成本	77,475.73	108,518.34
存货的增加	18,047.20	29,412.60
与存货相关的预付账款增加（减少为负数）	4,085.33	80.54

与存货相关的应付款项减少（增加为负数）	-638.46	-20,031.44
其他（含包装费、进项税等）	7,456.11	20,011.52
购买商品、接受劳务支付的现金合计	106,425.91	137,991.56

经核实，公司近一年又一期销售商品、提供劳务收到的现金的变动主要因销售收入的变化，与营业收入、应收账款、预收账款等相关科目勾稽一致；购买商品、接受劳务支付的现金的变动主要因业务规模的持续增长，与营业成本、存货、预付账款、应付款项等相关科目勾稽一致，公司现金流入、流出与相关会计科目勾稽无异常情况。

问题 3、2019 年三季度末，你公司存货余额 74,144.24 万元，占总资产比重达 39.64%，同比提升 5.04 个百分点；2019 年 1-9 月，你公司存货周转天数为 227.83 天，而 2018 年存货周转天数仅为 139.79 天。

请你公司：（1）结合销售模式、货物流转情况、业务发展情况等，说明存货占比大幅提升的原因及合理性，是否与公司业务规模发展相匹配，是否出现产品滞销的情形，分析存货占比大幅提升对公司经营的影响；（2）与你公司历史数据及同行业可比公司进行对比，说明你公司存货周转天数大幅上升的原因，分析其对你公司生产经营的影响。（3）结合近两年又一期存货跌价准备计提情况，说明存货跌价准备计提是否充分。

回复：

一、结合销售模式、货物流转情况、业务发展情况等，说明存货占比大幅提升的原因及合理性，是否与公司业务规模发展相匹配，是否出现产品滞销的情形，分析存货占比大幅提升对公司经营的影响

2019 年 9 月公司存货账面价值 7.41 亿元，较 2018 年同期 7.20 亿元增长 0.21 亿元，增长幅度为 2.92%。2019 年 9 月，存货占总资产的比例为 39.64%，较去年同期增长 5.04 个百分点，增长幅度较大，除存货本身的增长外，公司总资产由去年同期的 20.80 亿元下降至当期 18.70 亿元，也是其主要原因。

当期存货规模较大的主要原因为：

1、由于公司实施“多品牌、多品类”的发展策略，旗下拥有多个自主品牌，

随着品牌以及产品种类的不断丰富，产品 SKU 数量不断增加，存货整体规模相应增大；

2、公司的业务覆盖研发、采购、生产、销售全产业链，存货覆盖了从供应商到消费者的整个链条，备货需求量较大；

3、公司本期国际品牌代理业务增长较快，代理品牌由于大部分产地在国外，同时也涉及进口报关，备货周期较长；

4、从存货库龄情况看，本期存货库龄相对较短，1 年以内的存货占比约 95%，与去年同期水平相当。随着四季度电商企业销售旺季的来临，公司将利用传统销售旺季加快销售出货，改善库存质量。

综上，公司存货的增加主要系公司不断丰富产品品类、拓展业务模式等因素的影响，符合公司业务发展的需求。对于部分库龄较长的存货，公司将采取加强库存管理，对存货按周进行滚动分析，控制新增生产订单；责成销售部门有针对性的制定活动方案，增加销售灵活性；将存货指标纳入业务部门绩效考核，建立追责机制等方式进一步提升库存管理水平，改善库存质量。

二、与你公司历史数据及同行业可比公司进行对比，说明你公司存货周转天数大幅上升的原因，分析其对你公司生产经营的影响

2019 年 1-9 月，公司存货周转天数为 227.83 天，2018 年 1-9 月公司的存货周转天数为 178.30 天，公司同期存货周转情况如下表所示：

单位：万元

期间	营业成本	期初存货账面价值	期末存货账面价值	存货周转率	年化周转天数
2018.1-9	75,444.29	27,669.69	71,974.91	2.02	178.30
2019.1-9	77,475.73	56,610.21	74,144.24	1.58	227.83

公司本期存货周转天数高于上年同期，主要原因为：2018 年初国际品牌代理业务较小，公司存货账面价值为 2.77 亿元。由于代理品牌的产品大部分产地在境外，同时也涉及进口报关，备货周期较长，因此，随着国际品牌代理业务的不断增长，2019 年初公司存货账面价值达到 5.66 亿元。

根据已披露的公开数据，可比公司中，上海家化、珀莱雅、拉芳家化、丸美

股份 2018 年的存货周转天数分别为 110.15 天、89.08 天、285.57 天、87.19 天。我公司与行业相比存货周转天数较高,主要原因为与其他传统美妆企业相比,公司销售渠道以线上为主,占比达到 95%以上,为了应对终端及时性和多样性的需求,提升消费者购物体验,需要保持与业务发展相匹配的库存商品。从销售模式来看,公司以直营和代销业务为主,经销业务仅占比 10%左右,远低于其他传统美妆企业。对于以线上销售为主的公司,三季度存货主要为销售旺季备货所产生,存货为全年库存峰值,随着四季度传统销售旺季来临,库存质量将会改善。

因此,公司存货周转率的变化,主要系公司不断丰富产品品类、拓展业务模式、以线上销售为主等因素的影响,符合公司业务发展的需求。

三、结合近两年又一期存货跌价准备计提情况,说明存货跌价准备计提是否充分

公司根据历史数据及经验数据,综合对比同行业存货跌价准备的计提政策,采用相对谨慎的计提方法:对成品剩余有效期大于 1 年半小于 2 年的计提 10%跌价准备,大于 1 年小于 1 年半的计提 30%跌价准备,小于 1 年的计提 100%跌价准备;对部分包装材料和原料入库后一年未使用的部分计提 100%跌价准备。

三季度末,公司存货账面余额 75,869.91 万元,计提存货跌价准备 1,725.67 万元,占比 2.27%。与过去两年相比(2017 年占比 2.73%,2018 年占比 2.10%),公司的存货跌价准备计提比率基本持平。

综上,截止 2019 年 9 月 30 日,公司的存货跌价准备计提政策比较谨慎,符合公司业务发展实际情况,计提的存货跌价准备充分。

问题 4、报告期末,你公司交易性金融资产余额 12,940.27 万元。请你公司说明交易性金融资产的核算内容、投资时间,履行审议程序和信息披露义务的情况。

回复:

公司交易性金融资产的核算内容主要是对北京茂思商贸有限公司(以下简称

“北京茂思”)及 Helija Inc.的股权投资。北京茂思主要从事护肤品、精油、彩妆等产品的销售和管理业务,公司于 2019 年 7 月完成对其投资,投资金额为 7,627.90 万元。Helija Inc.主要为消费者提供线上线下的医疗美容、美甲、化妆造型等泛美业务服务,拥有国内规模较大的全美业 O2O 平台,公司于 2019 年 9 月完成对其投资,投资金额为 5,312.37 万元。

上述对外投资事项,公司已严格按照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》等法律法规、规范性文件及《御家汇股份有限公司章程》、《御家汇股份有限公司对外投资管理办法》的有关规定,履行了内部审议程序。根据相关规定,上述对外投资事项未达到董事会和股东大会审议标准,无需提交董事会和股东大会审议,也未达到信息披露标准。

问题 5、报告期末,你公司预付账款余额 10,190.42 万元,同比增加 50.79%。请你公司说明报告期末预付账款大幅增加的原因、合理性,并详细说明主要预付款项的发生背景、时间、金额,你公司及关联方、控股股东、实际控制人及关联方与相关交易对方是否存在关联关系,是否存在违规财务资助或资金占用行为。

回复:

报告期末公司预付款明细如下表所示:

单位:万元

性质	2019 年 1-9 月	2018 年 1-9 月	变动比例
营销类服务费	5,217.27	3,996.04	30.56%
材料款、加工费及货款	4,350.49	1,664.36	161.39%
中介费等其他	622.66	1,097.43	-43.26%
合 计	10,190.42	6,757.83	50.79%

2019 年 1-9 月预付的营销类服务费较 2018 年同期增加 30.56%,主要原因

为:

- 1、国际代理品牌收入增长较快,在营销推广上,新增代理品牌在主流线上渠道,如淘宝、天猫和京东等进行推广投放,预充值导致;
- 2、随着公司业务的快速发展,为了有效积累品牌资产,公司加大了影视剧与综艺节目广告植入等品牌宣传投入,因影视剧从制作到播出周期较长,需要预

付一定的费用。

2019 年 1-9 月预付的材料款、加工费及货款较 2018 年同期增加 161.39%，
主要因为：

新增的代理品牌，存货大多需要跨境运输，耗时较长，且为合作初期，按合同约定需要预付货款，致使预付款金额同比增加。

2019 年 1-9 月预付账款余额无关联方交易，均为非关联方，按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况如下表所示，均为无关联第三方公司，不存在违规财务资助或资金占用行为。

单位：万元

单位名称	性质	与本公司 关系	期末余额	占预付款项总额 的比例
MONTAIGNE LTD.	货款	第三方	2,422.15	23.77%
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	营销类服务费	第三方	1,000.16	9.81%
嘉貅文化传媒（上海）有限公司	影视剧	第三方	904.72	8.88%
丸红（上海）有限公司	货款	第三方	694.40	6.81%
重庆京东海嘉电子商务有限公司	营销类服务费	第三方	542.82	5.33%
合计			5,564.25	54.60%

特此公告！

御家汇股份有限公司

董 事 会

2019 年 12 月 12 日