

新华都购物广场股份有限公司 关于对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。

新华都购物广场股份有限公司（以下简称“公司”）于2020年6月29日收到深圳证券交易所《关于对新华都购物广场股份有限公司2019年年报的问询函》（中小板年报问询函【2020】第248号）（以下简称“问询函”）。收到问询函后，公司高度重视，对问询事项进行了认真核查。现就深圳证券交易所的问询函进行逐项回复说明。具体情况如下：

问询 1：

报告期内，你公司实现营业收入 60.06 亿元，同比下降 12.33%；实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）-7.56 亿元，同比下降 4,519.09%；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（以下简称“扣非后净利润”）-6.36 亿元，同比下降 4,374.09%；经营活动产生的现金流量净额为-1.47 亿元，同比下降 117.64%。

（1）请结合你公司经营情况、业务类型、毛利率变动、行业发展情况、同行业可比公司情况等，说明你公司业绩下滑的具体原因及合理性，并结合净利润大幅度下降情况，说明你公司生产经营环境是否发生重大变化，持续经营能力是否存在重大不确定性，以及你公司拟采取的改善措施。

【回复说明：】

1、公司经营情况

公司主要经营互联网营销和超市百货业务。近 2 年主要经营业绩情况如下：

单位：人民币亿元

项 目	2019 年	2018 年	变动率
营业收入	60.06	68.50	-12.32%
综合毛利率	21.77%	22.40%	-2.81%
三项费用率	23.42%	21.60%	8.43%
归属于上市公司股东净利润	-7.56	0.17	-4547.06%
归属于上市公司股东扣非后净利润	-6.36	-0.14	-4442.86%
经营活动产生的现金流量净额	-1.47	-0.68	-116.18%

2、同行业可比公司情况

单位：人民币亿元

项 目		2019 年	2018 年	变动率
人人乐 (002336)	营业收入	76.01	81.31	-6.52%
	综合毛利率	15.24%	16.69%	-8.69%
	归属于上市公司股东净利润	0.38	-3.55	-110.72%
	经营活动产生的现金流量净额	-1.00	-2.26	-55.52%
三江购物 (601116)	营业收入	39.79	41.33	-3.74%
	综合毛利率	20.71%	20.79%	-0.38%
	归属于上市公司股东净利润	1.60	1.12	43.80%
	经营活动产生的现金流量净额	0.79	3.21	-75.22%
步步高 (002251)	营业收入	196.61	183.98	6.87%
	综合毛利率	24.11%	22.95%	5.05%
	归属于上市公司股东净利润	1.73	1.57	10.18%
	经营活动产生的现金流量净额	17.63	14.34	22.98%
永辉超市 (601933)	营业收入	848.77	705.17	20.36%
	综合毛利率	21.56%	22.14%	-2.62%
	归属于上市公司股东净利润	15.64	14.80	5.63%
	经营活动产生的现金流量净额	4.16	17.61	-76.36%
中百集团	营业收入	155.48	152.08	2.23%

(000759)	综合毛利率	25.72%	25.45%	1.06%
	归属于上市公司股东净利润	0.10	4.31	-97.63%
	经营活动产生的现金流量净额	8.45	5.91	42.91%

3、公司业绩下滑的主要原因及合理性

公司 2016 年 1 月完成对久爱致和（北京）科技有限公司、久爱（天津）科技发展有限公司、泸州聚酒致和电子商务有限公司三家公司（以下简称“标的公司”）的 100% 股权收购，形成商誉 6.78 亿元。因标的公司 2019 年净利润出现较大幅度下滑，公司聘请会计师事务所和资产评估机构对商誉进行减值测试，根据减值测试结果，公司期末计提商誉减值准备 4.61 亿元。超市百货板块，公司 2019 年度关闭了长期亏损且扭亏无望的门店 56 家，同时处置了部分长期亏损子公司的股权，资产清理和处置费用等共造成损失 2.33 亿元。

4、主要改善措施

随着宏观经济增速放缓，社会消费品零售增速回落，网上零售额同比增速虽持续放缓，但是增速仍显著高于线下，网络消费占比进一步提升，互联网经济成为经济增长新引擎，传统零售业务仍未摆脱影响和冲击。公司发生的经营亏损集中在超市百货板块，随着本期对长期亏损的子公司及门店的集中清理完成，后续业绩已基本企稳；互联网营销板块业绩虽有所下滑，但 2019 年度仍实现净利润 0.56 亿元；2020 年 1 季度公司已实现归母净利润 1.00 亿元，公司持续经营能力不存在重大影响。

后续公司将继续以“新华都·新零售”为战略目标展开各项工作，坚持资本和能力双轮驱动的战略：

（1）持续聚焦互联网营销核心业务，不断提升自身的精细化服务能力和运用技术手段提高竞争力，更加积极顺应行业新趋势；以数据为导向实现跨业务、跨平台的数据交互，以品效合一为目标，有效推动产品数据化、推广数据化以及消费者数据化三大核心能力的演化发育，快速实现市场规模和盈利能力。

（2）稳定保持内生性增长，追求质量效益路线，包括注重内部品类结构、组织架构、供应链整合、管理深度的调整；落实精细化运营，驱动效率升级和效能优化，推动新零售的改造；持续推进线上业务，实现业态共生、资源共享、商品精准，进而促进线下业务增值，全面实现增量、提效的目标；优化业务流程，

实现经营数字化。

(3) 建立、健全公司长效激励机制，完善内部激励体系，提升团队凝聚力，树立企业人才的核心价值观，引人-育人-留人并重，充分调动公司高级管理人员及核心业务人员的积极性，提升组织经营管理能力，注重精细化经营，促进公司稳定、健康发展。

(4) 依托资本市场平台，重视内生性增长及并购重组机遇，立足主业，推进公司业务转型升级及持续健康发展，提升公司市场价值。

(2) 请你公司说明各个季度营业收入的波动情况与净利润及经营活动产生的现金流量净额显著不同的原因及合理性，是否存在跨期结转成本或计提费用等情形。

请年审会计师对上述问题核查并发表明确意见。

【回复说明：】

1、各个季度营业收入、净利润及经营活动产生的现金流量净额情况

单位：人民币亿元

项 目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	16.59	13.43	13.12	16.91
归属于上市公司股东的净利润	0.28	-1.49	-0.81	-5.54
经营活动产生的现金流量净额	2.74	-1.10	-0.60	-2.51

2、各个季度营业收入的波动情况与净利润及经营活动产生的现金流量净额显著不同的原因及合理性

公司主营互联网营销和超市百货业务，经营淡旺季受节假日影响较大。第一季度受中国最重要的传统节日春节消费因素影响，销售表现最强，盈利水平相对较高，其次依序为第四季度、第三季度和第二季度。2019 年第一季度营业收入 16.59 亿元，占全年营业收入的 27.63%，2019 年第一季度综合毛利额为 3.83 亿元，占全年综合毛利额的 29.28%。第四季度亏损较大，主要受计提商誉减值损失 4.61 亿元的影响。

由于互联网营销业务主要集中在每年的双 11、双 12、春节期间，因客户集中备货及结算周期等原因，导致第四季度结存的应收账款余额较大。次年第一季度到集中结算期，现金回款增长，导致经营活动产生的现金流量净额在这二个季

度间波动较大。

综上，公司不存在跨期结转成本或计提费用等情形。

问询 2:

2015 年 12 月，你公司收购久爱致和（北京）科技有限公司、久爱（天津）科技发展有限公司和泸州聚酒致和电子商务有限公司（以下合称“标的公司”）100%股权形成商誉 6.78 亿元。报告期内，你对上述商誉计提减值 4.61 亿元。

(1) 请补充披露上述标的公司近三年又一期的业绩和经营情况、主要财务指标，是否存在业绩大幅下滑情形，外部条件或生产经营环境是否发生重大不利变化，并预计未来是否存在进一步业绩下滑和商誉减值风险。

【回复说明：】

1、标的公司基本情况

标的公司是以数据研究为基础的效果营销公司，主要业务模式为：为品牌商提供互联网全渠道营销服务。

基于长期积累的互联网平台、终端消费者需求、品类及商品等海量数据库，以及丰富的网络销售平台运营经验，为品牌商制定互联网全渠道营销服务方案，帮助品牌客户进行数字营销、产品定向开发以及电商全平台的销售运营。

数字营销服务：通过品牌定位、品牌形象设计、品牌策划以及符合电子商务渠道特点的技术/推广手段，以更低的成本提高客户品牌与产品的曝光率，快速提升品牌影响力。

电商运营服务：为品牌商提供从产品规划与管理、渠道分层与管理、互联网营销与推广、数据运营与分析、仓储物流等供应商协调与管理等一揽子服务。

产品定制开发服务：通过对服务品牌所在行业的深入了解，结合自身在互联网上拥有品牌策划能力、数据研究能力和渠道运营能力，与品牌商共同定制符合互联网人群以及渠道销售特点的产品，帮助品牌商提升互联网渠道销售的销售额。

2、标的公司近三年又一期的业绩和经营情况

单位：人民币万元

项目名称	2017-12-31/ 2017 年度	2018-12-31/ 2018 年度	2019-12-31/ 2019 年度	2020-3-31/ 2020 年 1 季度
------	------------------------	------------------------	------------------------	---------------------------

资产总额	49,000.55	57,863.85	124,574.54	110,162.01
负债总额	25,238.85	24,611.98	85,684.08	69,209.91
所有者权益	23,761.70	33,253.28	38,890.46	40,952.10
营业收入	66,722.82	115,902.00	113,381.97	24,266.69
利润总额	9,456.92	11,144.83	6,371.56	2,306.39
净利润	8,576.25	9,489.45	5,638.60	2,051.14

注：2020-3-31/2020 年 1 季度的财务数据未经审计。

从上表可见，标的公司 2019 年度净利润出现较大幅度下滑。

3、标的公司业绩下滑的主要原因

公司所处的经营环境并未发生重大变化，互联网营销业务还处在发展阶段，但具体营销方式在不断的变化中。其中互联网推广已成为广告客户的主要投放方式之一，市场规模保持良好增长发展趋势。根据《2019 中国互联网广告发展报告》，2019 年我国互联网广告总收入约 4,367 亿元，比 2018 年增长 18.2%。受市场推广形式发生变化影响，广告成本增加，为保持并提高市场规模，标的公司加大推广促销力度，导致市场推广费用增加。2019 年为了应对新的营销趋势以及环境，建立了数据中心团队、短视频运营团队、直播团队，以提高整体核心竞争力，增加了运营成本。受互联网行业竞争加剧、客户预算减少等的影响，标的公司互联网运营服务业务利润也较去年同比大幅度下降。

为公允反映公司截至 2019 年 12 月 31 日的财务状况，公司根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》、证监会《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》相关规定，结合标的公司实际经营情况和资产现状，评估商誉所在资产组组合的未来现金流量现值低于该资产组组合（含商誉）的账面价值，存在商誉减值。根据公司聘请的中联资产评估集团有限公司出具的《新华都购物广场股份有限公司拟对合并久爱（天津）科技发展有限公司、久爱致和（北京）科技有限公司及泸州聚酒致和电子商务有限公司股权形成的商誉进行减值测试资产评估报告》（中联评报字（2020）第 450 号），包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额为 2.19 亿元，低于账面价值 6.80 亿元，本期确认商誉减值损失 4.61 亿元。

截至 2019 年末的商誉减值，是公司结合标的公司目前实际业绩和对未来经营变化的合理预期所做的综合判断和评估。随着未来经营环境的实际变化和标的公司实际经营状况，商誉价值还可能会发生进一步变化。公司未来每年年度终了

将聘请会计师事务所和资产评估机构对商誉进行减值测试，如果未来标的公司不能达到预期收益，则商誉还将存在进一步减值的风险，可能对公司当期业绩造成不同程度的影响。最终结果以中介机构审定数据为准，敬请投资者注意可能存在的商誉减值风险。

(2) 请结合上述标的资产减值迹象出现的具体时点及判断依据，说明前期减值准备计提是否充分、是否存在利用商誉减值调节利润的情形，相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

【回复说明：】

1、资产减值迹象出现的具体时点及判断依据

根据《企业会计准则第8号—资产减值》及相关会计准则规定，企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试，测试结果表明包含分摊商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，应当确认相应的减值损失。

2016年至2018年，公司每年均对商誉进行减值测试，并聘请了资产评估机构出具专门的资产评估报告以及会计师事务所出具审计意见，均未出现减值情况，故前期未对该项商誉计提减值。2019年前三季度，标的公司营业收入同比下降18%，净利润同比下降15.69%。最终经审计确认，2019年全年营业收入同比下降2.17%，净利润则下降40.58%，存在重大减值迹象。

根据公司聘请的中联资产评估集团有限公司出具的《新华都购物广场股份有限公司拟对合并久爱（天津）科技发展有限公司、久爱致和（北京）科技有限公司及泸州聚酒致和电子商务有限公司股权形成的商誉进行减值测试资产评估报告》（中联评报字（2020）第450号），包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额为2.19亿元，低于账面价值6.80亿元，本期确认了商誉减值损失4.61亿元。

2、公司前期减值准备计提充分、不存在利用商誉减值调节利润的情形，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(3) 请全面核查标的公司前期业绩的真实性、业绩承诺完成情况。

【回复说明：】

2016年1月，公司完成对标的公司100%股权的收购。根据协议，标的公司2015年度、2016年度和2017年度承诺的净利润（扣除非经常性损益后的净利

润) 分别不低于 5,070.00 万元、6,500.00 万元、8,520.00 万元。标的公司实现的净利润情况如下:

单位: 人民币万元

项目	2015 年	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年
业绩承诺	5,070.00	6,500.00	8,520.00		
实际完成情况	5,248.23	6,594.86	8,582.17	9,489.45	5,638.60

上述业绩实际完成情况均经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,经再次核查,未发现标的公司业绩存在虚假、调节等情形。2015-2017 年度承诺期结束后,公司对商誉进行了专项减值测试,并由中联资产评估集团有限公司出具了《新华都购物广场股份有限公司商誉减值测试所涉及的久爱致和资产组组合预计未来现金流量的现值项目估值报告》(中联评估字〔2018〕第 533 号),经天健会计师事务所(特殊普通合伙)复核,未发现该商誉存在减值。

(4) 请补充披露标的资产近三年减值测试的过程及关键参数,说明相关参数的选取过程,各年减值测试采用主要参数变动情况、原因及合理性。

请年审会计师对上述问题核查并发表明确意见。

【回复说明:】

1、标的公司 2017 年商誉减值测试过程:

采用收益法对标的公司商誉所在资产组组合可收回价值进行计算,具体方法选用预计未来现金流量现值法。以商誉所在资产组组合预测期息税前现金净流量为基础,采用税前折现率折现,得出标的公司可收回价值。

在预计未来现金流量现值模型中,需要进一步解释的事项如下:

①息税前现金净流量的计算

息税前现金净流量=息税前利润+折旧和摊销-资本性支出-营运资金追加额
 息税前利润=营业收入-营业成本-税金及附加-管理费用-销售费用

②商誉所在资产组组合可收回价值的计算

可收回价值计算公式如下:

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n}$$

R_i: 估值对象未来第 i 年的息税前净现金流量;

r: 折现率;

n: 估值对象的未来经营期;

③影响未来现金流量主要参数如下:

1) 折现率

根据企业会计准则的规定,为了资产减值测试的目的,计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。

估值采用资本资产定价模型(CAPM)确定折现率 r_e :

$$r_e = r_f + \beta_e \times (r_m - r_f) + \varepsilon \quad (7)$$

式中:

r_f : 无风险报酬率;

r_m : 市场预期报酬率;

ε : 特性风险调整系数;

β_e : 权益资本的预期市场风险系数。

需要说明的是,由于在预计资产的未来现金流量时均以税前现金流量作为预测基础的,而用于估计折现率的基础是税后的,应当将其调整为税前的折现率,以确保与资产未来现金流量的估计基础相一致。

2) 预测期

根据《企业会计准则第8号—资产减值》第十一条的规定,“建立在预算或者预测基础上的预计现金流量最多涵盖5年,企业管理层如能证明更长的期间是合理的,可以涵盖更长的期间”,取预测期间为2018年至2022年末。

3) 收益期

在公司章程和法律法规无特殊规定的情况下,且公司不存在已知的存续瑕疵时,则假设公司可持续经营,故收益期按永续确定。

通过上述分析,公司认为标的公司商誉减值测试过程符合企业会计准则的规定,关键参数假设是合理的,未计提商誉减值理由充分。

2、标的公司2018年及2019年商誉减值测试过程

①具体计算公式如下:

P: 预计未来现金流量现值;

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n} - \text{铺底营运资金}$$

式中：

R_i ：未来第 i 年的预期收益（企业税前自由现金流量）；

R_n ：收益期的预期收益（企业税前自由现金流量）；

r ：税后折现率；

n ：未来预测收益期；

铺底营运资金=剔除溢余资产后的流动资产 - 剔除溢余及付息债务后负债后的流动负债

②收益指标

资产使用过程中产生的现金流量的计算公式如下：

$$R = \text{EBITDA} - \text{追加资本}$$

EBITDA 为息税折摊前利润，其计算公式如下：

$$\text{EBITDA} = \text{营业收入} - \text{营业成本} - \text{营业税金} - \text{营业费用} - \text{管理费用} + \text{折旧摊销}$$

其中：追加资本=资产性更新投资+营运资金增加额+资本性支出

③预测期

2018 年度：根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第十一条的规定，“建立在预算或者预测基础上的预计现金流量最多涵盖 5 年，企业管理层如能证明更长的期间是合理的，可以涵盖更长的期间”，取预测期间为 2019 年至 2023 年末。

2019 年度：根据《企业会计准则第 8 号—资产减值》第十一条的规定，“建立在预算或者预测基础上的预计现金流量最多涵盖 5 年，企业管理层如能证明更长的期间是合理的，可以涵盖更长的期间”，取预测期间为 2020 年至 2024 年末。

④收益期

2018 年度：根据所在行业的发展情况，结合各标的公司的实际经营情况，取 5 年作为详细预测期，即详细预测期截止为 2023 年，此后为永续预测期，在此阶段中，保持稳定的收益水平考虑。

2019 年度：根据所在行业的发展情况，结合各标的公司的实际经营情况，

取 5 年作为详细预测期，即详细预测期截止为 2024 年，此后为永续预测期，在此阶段中，保持稳定的收益水平考虑。

⑤折现率

按照收益额与折现率口径一致的原则，折现率选取（所得税）税前加权平均资本成本（WACC）。

由于在预计资产的未来现金流量时均以税前现金流量作为预测基础的，而用于估计折现率的基础是税后的，应当将其调整为税前的折现率，以便于与资产未来现金流量的估计基础相一致。具体方法为以税后折现结果与前述税前现金流为基础，通过单变量求解方式，锁定税前现金流的折现结果与税后现金流折现结果一致，并根据税前现金流的折现公式倒求出对应的税前折现率。代入公式：

$$\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n} = \sum_{i=1}^n \frac{Ra_i}{(1+r_a)^i} + \frac{Ra_{n+1}}{r_a(1+r_a)^n}$$

2018 年度税前折现率估算结果为 13.7%。

2019 年度税前折现率估算结果为 13.6%。

通过上述分析，公司认为标的公司商誉减值测试过程符合企业会计准则的规定，关键参数假设是合理的，减值计提充分。

问询 3:

2019 年，你公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为 20.18%。
2018 年，你公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为 10.92%。

(1) 报告期内，你对第一大客户的销售额为 8.35 亿元，占年度销售总额比例为 13.90%。请你公司说明对第一大客户所销售产品的主要类别，近三年的销量变动情况，以及该客户的基本经营情况。

【回复说明：】

公司于 2019 年 10 月 22 日发布更正公告（公告编号：2019-077），对 2017 年度、2018 年度前五名客户的销售情况进行了更新，2018 年公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为 15.51%。具体详见巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）的相关公告。

公司对第一大客户所销售产品的主要类别为酒水及日用品系列产品。近三年

的销售情况如下：

单位：人民币元

第一大客户	2017 年	2018 年	2019 年
客户 1	407,275,977.07	733,396,685.71	834,640,847.85

该客户是国内较大的互联网自营销售平台，在电商领域拥有较好的声誉，销售产品丰富，品类齐全，拥有强大的自有物流体系，业务遍布全国各地，是公司长期、稳定合作的主要客户之一。

该客户近三年的销售呈增长趋势，主要原因：近几年相关品类销售大盘处于增长态势；公司多年深耕的营销积累，加大推广力度；公司拓展新品类，品牌客户服务数量不断增加。

(2) 请列表对比分析本期前五名客户与去年同期前五名客户的变动情况。

【回复说明：】

公司 2019 年前五名客户与去年同期前五名客户的变动情况如下：

序号	2019 年前五名客户			2018 年前五名客户		
	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例	客户名称	销售额（元）	占年度销售总额比例
1	客户 1	834,640,847.85	13.90%	客户 1	733,396,685.71	10.71%
2	客户 2	180,643,881.45	3.01%	客户 4	215,641,027.48	3.15%
3	客户 3	88,185,881.56	1.47%	客户 3	45,120,428.90	0.66%
4	客户 4	76,995,432.60	1.28%	客户 6	42,676,899.83	0.62%
5	客户 5	31,419,671.98	0.52%	客户 7	25,492,888.27	0.37%
	合计	1,211,885,715.44	20.18%	合计	1,062,327,930.19	15.51%

公司本期前五名客户与去年同期发生了部分变化，主要原因是：报告期内与客户 2 的部分业务合作模式由代销转为经销模式；2019 年与客户 6 合作到期后未续签合同，已停止合作；新增客户 5 为上期客户，本期销售占比增加。

问询 4：

报告期末，你公司应收账款期末账面余额为 6.26 亿元，期初账面余额为 3.85

亿元，其中你公司按组合计提坏账准备的应收账款账面余额为 6.24 亿元，同比上升 62.52%。据你公司披露，应收账款上升的主要原因为互联网营销业务进货结算时间差。

(1) 请结合你公司报告期内业务开展情况、信用政策等，详细说明营业收入下降，按组合计提坏账准备的应收账款账面余额上升的原因及合理性，并分析对你公司生产经营的影响。

【回复说明：】

1、公司主要经营互联网营销和超市百货业务。超市百货业务营业收入 2019 年度 487,169.93 万元，较 2018 年度 569,099.37 万元下降 14.40%。互联网营销业务 2019 年度实现营业收入 113,381.97 万元，2018 年度实现营业收入 115,902.00 万元，同比下降 2.17%。公司营业收入下降主要受超市百货业务营业收入下降影响。

2、公司应收账款集中在互联网营销业务，该业务主要集中在每年的双 11、双 12、春节期间，因客户集中备货及结算周期等原因导致期末结存的应收账款余额较大，由于 2020 年春节的提前，导致应收账款占用更为集中。本年度公司与主要客户的经营模式、信用政策和结算方式未发生重大变化。

3、由于互联网营销业务期间集中及客户账期的影响，导致该板块短期资金压力需求增加。截至 2019 年 12 月 31 日，标的公司从母公司借入的流动资金余额为 3.61 亿元。

综上，公司计提坏账准备的应收账款账面余额上升具有合理性，不会对公司正常经营产生重大影响。

(2) 报告期内，你对按组合计提坏账准备的应收账款计提坏账准备 1,274.81 万元。请结合上述应收账款账龄情况、客户信用状况、行业特点等情况，说明预期信用损失模型参数选取的依据及合理性，坏账准备的计提是否审慎。

【回复说明：】

1、公司具体会计政策

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	承兑汇票出具人	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，该组合预期信用损失率为0%
应收账款——合并范围内关联往来组合	款项性质	
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
应收商业承兑汇票		

(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 (%)	应收商业承兑汇票预期 信用损失率 (%)
1 年以内 (含, 下同)	5	5
1-2 年	10	10
2-3 年	20	20
3-4 年	30	30
4-5 年	60	60
5 年以上	100	100

2、预期信用损失模型参数选取的依据及合理性

公司根据财政部 2017 年颁布的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量（修订）》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移（修订）》《企业会计准则第 24 号——套期会计（修订）》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报（修订）》（以下统称“新金融工具准则”）进行会计计量，新金融工具准则以预期信用损失法替代了原金融工具准则规定的根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。对于应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。

公司以账龄为依据划分应收账款类似信用风险特征组合，相同账龄的客户具有类似预期损失率。公司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，通过平均迁徙率计算预期信用损失率具体过程如下：

账 龄	近 3 年平均迁 徙率 (%)	理论违约损失率 (%)	本年考虑前瞻 性调整后预期	原应收账 款坏账计
-----	--------------------	----------------	------------------	--------------

			信用损失率 (%)	提比例(%)
1年以内(含,下同)	0.99	0.08	5.00	5.00
1-2年	52.35	7.61	10.00	10.00
2-3年	43.61	14.54	20.00	20.00
3-4年	33.33	33.33	30.00	30.00
4-5年		100.00	60.00	60.00
5年以上		100.00	100.00	100.00

由上表可见,运用迁徙法计算预期信用损失率整体远低于原坏账计提比例,基于谨慎性和一致性原则,同时考虑前瞻性因素,公司估计的预期信用损失率与原坏账计提比例一致。

3、账龄组合坏账准备计提情况

(1) 2019年末采用账龄组合计提坏账准备的应收账款

单位:人民币元

账龄	2019年期末数		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	623,721,813.86	31,186,091.27	5.00
1-2年	18,104.50	1,810.45	10.00
小计	623,739,918.36	31,187,901.72	5.00

(2) 2018年末采用账龄组合计提坏账准备的应收账款

单位:人民币元

账龄	2018年期末数		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	378,947,871.10	18,947,393.80	5.00
1-2年	2,484,561.17	248,456.12	10.00
2-3年	1,791,331.03	358,266.20	20.00
小计	383,223,763.30	19,554,116.12	5.10

(3) 本期坏账准备变动情况

单位:人民币元

项目	期初数	本期增加	本期减少	期末数
----	-----	------	------	-----

		计提	收 回	其 他	转 回	核销	其他	
单项计提坏账准备	2,002,674.11	1,113,049.03				855,474.11		2,260,249.03
按组合计提坏账准备	19,554,116.12	11,635,051.26					1,265.66	31,187,901.72
小计	21,556,790.23	12,748,100.29				855,474.11	1,265.66	33,448,150.75

综上，公司对应收账款计提坏账准备是充分的、合理的，也遵循了审慎性原则和一贯性原则。

(3) 按欠款方归集的期末余额前三名的应收账款占应收账款期末余额合计数的比例为 86.99%，请你公司补充披露上述应收账款明细，包括应收账款余额、对应账龄、计提的坏账准备，说明计提比例的合理性，以及上述款项期后回款情况。

请年审会计师对上述事项核查并发表明确意见。

【回复说明：】

按欠款方归集的期末余额前三名的应收账款情况

单位：人民币元

单位名称	账面余额	账龄	坏账准备	计提比例 (%)	截至本回复日已回款比例 (%)
单位 1	284,653,299.34	1 年以内	14,232,664.97	5.00	100.00
单位 2	135,002,363.81	1 年以内	6,750,118.19	5.00	100.00
单位 3	124,990,403.37	1 年以内	6,249,520.17	5.00	100.00
小计	544,646,066.52		27,232,303.33	5.00	100.00

期末余额前三名客户均为经销客户，受账期因素影响，双 11、双 12、年货节产生的销售形成了 12 月 31 日时点的应收账款，且截至本回复日已全部回款。

2019 年末公司应收账款坏账准备计提方法与公司披露的会计政策保持一致，且与公司实际情况相符。

问询 5:

报告期末，你公司库存商品账面余额为 6.36 亿元，比期初减少 23.28%；跌价准备余额为 282.66 万元，比期初减少 80.27%，库存商品跌价准备大幅减少的原因是本期已将期初计提存货跌价准备的存货售出。

(1) 库存商品跌价准备本期减少 1,432.73 万元，请你公司补充披露转销的库存商品明细。

【回复说明：】

2019 年度公司存货跌价准备转回或转销明细

单位：人民币万元

商品类别	2018 年末计提品类的商品库存	2018 年末计提存货跌价准备金额	2019 年转回或转销金额	转回或转销原因
酒类	318.62	102.71	102.71	出售
生活电器	28.25	13.93	13.93	出售
体育服装	5,886.95	850.07	850.07	出售（子公司清算）
自营服装	1,349.06	466.01	466.01	出售
合计	7,582.88	1,432.73	1,432.73	

(2) 请你公司结合库存商品类别、结构、价格走势、同行业公司计提比例、库存商品跌价准备计提政策等，说明你公司库存商品跌价准备计提是否充分。

请年审会计师对上述事项核查并发表明确意见。

【回复说明：】

1、存货跌价准备计提情况

(1) 2019 年存货跌价准备计提情况

单位：人民币万元

商品类别	2019 年末计提品类的商品库存	2019 年末计提存货跌价准备金额	计提比例	计提跌价准备原因
酒类	108.43	47.92	44.19%	保质期或消费习惯
生活电器	335.92	218.79	65.13%	更新换代或功能衰减
自营服装	1,759.22	15.95	0.91%	流行趋势

合 计	2,203.57	282.66	12.83%	
-----	----------	--------	--------	--

(2) 2018 年存货跌价准备计提情况

单位：人民币万元

商品类别	2018 年末计提品类的商品库存	2018 年末计提存货跌价准备金额	计提比例	计提跌价准备原因
酒类	318.62	102.71	32.24%	保质期或消费习惯
生活电器	28.25	13.93	49.32%	更新换代或功能衰减
体育服装	5,886.95	850.07	14.44%	流行趋势
自营服装	1,349.06	466.01	34.54%	流行趋势
合 计	7,582.88	1,432.73	18.89%	

2、与同行业公司对比情况

单位：人民币万元

公司名称	2019 年末存货	期末存货跌价准备	计提比例
人人乐(002336)	148,868.25	1,474.44	0.99%
三江购物(601116)	43,786.39	88.40	0.20%
步步高(002251)	255,039.72	322.03	0.13%
永辉超市(601933)	1,233,621.67	282.21	0.02%
中百集团(000759)	177,098.07		
小 计	1,858,414.10	2,167.08	0.12%
新华都	63,971.18	282.66	0.44%

公司计提的存货跌价准备比例高于行业平均水平，相比更加谨慎。

3、公司经营互联网营销和超市百货业务，由于行业特点，存货流动速度较快。存货中特别是生鲜类产品存在易于减损、更新周期快的因素。公司在采购环节、存货管理、销售环节等均制定了控制制度，并实施了相应的控制，预防出现存货减值情形。公司也为此制定了专门的激励措施，努力提高存货管理水平。

每期末，公司根据谨慎性原则，对采购协议中约定不可退货的，更新换代较快或计划予以打折促销的部分商品，按照预测的未来现金流量情况，计提了相应的减值。因此，公司库存商品跌价准备计提是充分的。

问询 6:

你公司固定资产期末余额为 2.49 亿元，其中本期减少金额为 2.03 亿元，变动原因为门店调整等。请你公司结合报告期内门店调整情况，分项列示固定资产减少明细及原因。

【回复说明：】

公司本期固定资产期末净值 2.49 亿元，其中本期固定资产账面原值减少 2.03 亿元，累计折旧本期减少 1.54 亿元，固定资产净值为固定资产账面原值扣减累计折旧，本期减少净额为 0.49 亿元。

本期固定资产账面原值减少 2.03 亿元，主要原因为关闭长期亏损门店及处置子公司股权，包括通用设备（如货架、收银设备等）、专用设备（电梯、冷冻冷藏设备、消防等）、运输工具。固定资产减少明细表如下：

单位：人民币万元

项目	通用设备	专用设备	运输工具	合计
固定资产原值本期减少金额	10,979.19	7,824.41	1,471.33	20,274.92
累计折旧本期减少金额	8,942.47	5,430.28	1,033.12	15,405.86
本期减少净额	2,036.72	2,394.13	438.21	4,869.06

问询 7:

报告期末，你公司应收和昌（福建）房地产开发有限公司借款及利息 3.03 亿元，报告期初已单项计提减值准备 1.42 亿元，2019 年未发现新的减值迹象。请你公司结合上述款项的形成原因、账龄、收回的可能性等因素，说明上述减值计提的充分性和合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定。请年审会计师核查并发表明确意见。

【回复说明：】

1、基本情况

2018 年 6 月 12 日，福建省高级人民法院出具《民事判决书》（（2017）闽民初字第 26 号）。判决和昌（福建）房地产开发有限公司（以下简称“和昌公司”）偿还向公司的借款 29,000 万元并支付相应利息。

2018年9月18日，最高人民法院作出《民事裁定书》（（2018）最高法民终804号），裁定维持福建省高级人民法院出具的《民事判决书》。

由于和昌（福建）房地产开发有限公司未履行判决义务，泉州子公司已向福建省高级人民法院申请强制执行。公司于2019年1月17日收到福建省高级人民法院作出的《受理案件通知书》（（2019）闽执3号）。福建省高级人民法院指定莆田市中级人民法院执行，目前处于执行阶段。

2、减值准备判断过程

（1）2016年末，和昌公司处于资金链断裂、工程停工状态。根据和昌公司的财务现状，其明确的资产就是在建的和昌贸易中心，已建至15层。公司基于对和昌公司在建工程作出价值预估，在假设拍卖的基础上，优先偿付工程款、税款后按债权比例进行分配的方法预计可以收回的款项。按照上述方法计算的结果，公司对上述应收款共计提资产减值准备14,152.435万元。上述在建工程价值预估参考了福建均恒房地产评估有限公司《房地产估价报告》（福均恒估字[2017]第Q03337号）。上述和昌公司债务情况系参照北京德恒（福州）律师事务所针对和昌公司的经营情况及所涉及的工程、负债情况所做的法律尽职调查报告。计提减值准备的具体情况：

单位：人民币万元

资产名称	其他应收款 —和昌（福建）	其他非流动资产 —和昌（福建）	合 计
账面价值	11,305	19,000	30,305
资产可收回金额	6,025.565	10,127	16,152.565
资产可收回金额的计算过程	按照资产的公允价值减去处置费用后的净额计算		
计提减值准备的依据	预计资产可收回金额与账面价值的差额		
计提减值准备的数额	5,279.435	8,873	14,152.435

具体详见公司2017年2月25日刊登于巨潮资讯网（<http://www.cninfo.com.cn>）的《关于2016年度重大资产计提减值准备的公告》（公告编号：2017-007）。

（2）2019年末，公司与和昌公司诉讼已结案，但和昌公司未能履行判决义务，目前处于强制执行阶段。由于公司对此项资产减值判断的依据未发生实质变化，公司基于2016年末同样的方法，对与和昌公司的往来款项进行减值测试，

预计可以收回的款项。对比期初已计提的减值准备，2019 年末未发现新的减值迹象。

3、公司已结合和昌公司目前实际状况和可获取的信息对可回收金额和减值准备作出了合理预计，上述减值计提具有充分性和合理性，符合会计政策及《企业会计准则》的要求。

问询 8:

年报显示，你公司期末余额前五名的预付款项合计数为 1.22 亿元，占预付款项期末余额合计数的比例为 85.93%。请你公司列表说明前五名预付对象的名称、与你公司是否存在关联关系、预付款金额、支付时间、支付原因、主要内容，预付金额或比例是否合理、是否具有商业实质，以及未来结算安排。

【回复说明：】

公司 2019 年期末余额前五名预付对象的情况：

序号	名称	账面余额 (万元)	占预付款项余额的比例(%)	是否存在关联关系	主要内容	支付时间
1	单位 1	6,940.69	48.88	否	采购商品	至 2019 年 11 月底余额 0.05 亿元，12 月支付 1.25 亿元，12 月到货结算 0.61 亿元，期末账面余额 0.69 亿元
2	单位 2	4,086.15	28.78	否	采购商品	至 2019 年 11 月底余额 0.89 亿元，12 月支付 0.4 亿元，12 月到货结算 0.89 亿元，期末账面余额 0.41 亿元
3	单位 3	555.30	3.91	否	采购商品	至 2019 年 11 月底余额 53.8 万元，12 月支付 814.99 万元，12 月到货结算 313.5 万元，期末账面余额 555.3 万元
4	单位 4	383.23	2.7	否	采购商品	至 2019 年 11 月底余额 239.92 万元，12 月支付 170.19 万元，12 月到货结算 26.88 万元，期末账面余额 383.23 万元

5	单位 5	236.26	1.66	否	预付租金	2019 年 1 月
	小 计	12,201.64	85.93			

公司向前 4 名预付对象采购商品大多属一线品牌，其模式是先预付货款后发货，为保证货源、确保旺季销售而进行的正常采购行为，因此形成了较高的预付账款余额，未来结算安排是预付货款后供应商正常会按合同要求安排发货，公司验收入库后结算。公司向第 5 名预付对象为预付租金款，可享受一定的折扣优惠，减少公司费用支出。以上预付金额合理，具有商业实质。

问询 9:

报告期内，你公司营业外支出为 1.10 亿元，同比上升 2,357.36%。其中，非流动资产毁损报废损失本期发生额为 2,796.92 万元，违约赔偿损失本期发生额为 7262.57 万元。请你公司分别说明上述两项营业外支出的主要内容及形成原因。

【回复说明：】

1、非流动资产毁损报废损失：主要为本期关闭长期亏损门店的固定资产报废损失 2,796.62 万元，如商场人行道扶梯、电梯，冷藏设备及无法继续使用的固定资产报废清理所产生的损失。

2、违约赔偿损失：主要为本期关闭长期亏损门店，按合同约定，公司因违约需支付物业业主及租赁商户所产生的违约赔偿。其中租赁押金没收损失 1,051 万元、赔偿业主租金损失 5,672 万元、赔偿外租户损失等 539.57 万元。

问询 10:

报告期内，你公司长期待摊费用中门店装修支出的本期摊销金额为 1.47 亿元，2018 年上述费用仅为 0.63 亿元。请你公司结合长期待摊费用的摊销政策，补充说明本期门店装修支出摊销金额大幅增长的原因及合理性。

【回复说明：】

长期待摊费用政策：

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果

长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

本公司长期待摊费用主要有门店装修改良支出、租金等。

门店装修改良支出主要分为两类，第一类是新开门店开业前的经营场所和办公场所改良工程支出（主要包括：土建、水电、网络、消防、设备等）；第二类是已开业门店的改建、扩建工程。新开门店场地装修改造支出，在租赁期内按直线法进行摊销。已开业门店的改建、扩建工程，设定预计最长受益期为5年，在预计受益期和扣除已开业时间的剩余租赁期孰短的期限内按直线法进行摊销。本公司每年年度终了，将对其受益期限进行复核。如果长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的，则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部计入当期损益。

报告期内，公司关闭长期亏损门店及处置子公司股权，将尚未摊销的长期待摊费用根据账面余额一次性确认损失。公司长期待摊费用确认的依据、核算符合《企业会计准则》的相关规定。

问询 11:

报告期内，你公司销售费用中广告宣传费为 1.06 亿元，同比上升 47.20%。请结合你公司营业收入情况，说明广告宣传费用大幅上升的原因及合理性。请年审会计师说明针对广告宣传费执行的审计程序，以及是否获得充分、适当的审计证据。

【回复说明：】

1、公司营业收入实现情况

单位：人民币万元

营业收入	2019 年	2018 年	增长率
互联网营销	113,381.97	115,902.00	-2.17%
其中：互联网营销(除某产品)	113,381.97	101,356.95	11.86%
超市百货	487,169.93	569,099.37	-14.40%
小 计	600,551.90	685,001.37	-12.33%

注：该某产品属市场畅销商品，无须投入广告宣传费用。但由于毛利率较低，2019 年公司互联网营销板块已停止与其合作。

2、广告宣传费构成情况

单位：人民币万元

业务板块	2019年	2018年	增长率
互联网营销板块广告宣传费	7,713.18	3,840.65	100.83%
超市百货板块广告宣传费	2,922.66	3,384.87	-13.66%
合计	10,635.84	7,225.52	47.20%

3、广告宣传费大幅度增长原因

超市百货板块由于本期关闭长期亏损门店，导致2019年收入较往2018年下降14.40%，广告宣传费同比下降13.66%，与收入下降趋势相当。

互联网营销板块扣除某产品的影响，2019年收入较2018年上升11.86%，广告宣传费同比上升100.83%。

根据《2019中国互联网广告发展报告》，2019年我国互联网广告总收入约4,367亿元，比2018年增长18.2%。互联网广告领域数字媒体的大量涌现，利用技术实现高效的传播方式，互联网营销行业竞争也在不断加剧。为适应快速发展的行业趋势，各平台普遍加大推广促销力度，互联网推广已成为广告的主要投放方式之一。公司受市场推广形式的变化影响，为保持并提高市场规模及市场占有率，加大了推广促销力度，导致广告成本增加。因此，报告期内广告宣传费用大幅上升具有合理性。

问询 12:

报告期内，你公司支付的其他与经营活动有关的现金中支付保证金的金额为3.83亿元。请说明上述款项的具体情况，包括对象、金额、具体内容、是否与公司存在关联关系、是否履行了审议程序和信息披露义务。

【回复说明：】

公司支付的其他与经营活动有关的现金中支付保证金明细如下：

序号	支付对象	金额（万元）	具体内容	是否存在关联关系
1	单位 1	37,677.15	银行承兑保证金	否
2	单位 2	400.00	银行保函保证金	否
3	单位 3	174.35	诉讼新增冻结款	否

合计	38,251.50		
----	-----------	--	--

公司的银行承兑汇票保证金是公司使用银行承兑汇票支付的日常采购中银行为确保汇票到期兑付而冻结的保证金，属于正常银行承兑汇票业务。

上述款项不属于《深圳证券交易所股票上市规则》规定的应予临时披露的事项。公司已履行了内部审批程序，并在半年度和年度报告中进行了相应披露。

特此公告！

新华都购物广场股份有限公司

董 事 会

二〇二〇年七月六日