

证券代码:002780

证券简称:三夫户外

公告编号:2018-080

北京三夫户外用品股份有限公司**关于 2018 年半年报问询函回复的公告**

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整,并对公告中的虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏承担责任。

北京三夫户外用品股份有限公司(以下简称“公司”)于2018年9月26日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对北京三夫户外用品股份有限公司的问询函》(中小板半年报问询函【2018】第34号)(以下简称“问询函”)。收到该函后公司董事会高度重视,组织相关部门认真落实函件要求并及时回复,现将回复内容公告如下:

一、报告期内,你公司实现营业收入2.05亿元,同比增加25.50%,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”)为162万元,同比增加321.64%,经营活动产生的现金流量净额为308万元,同比增加109.17%。请结合你公司报告期内毛利率、期间费用、非经常性损益、经营性现金流等因素的变化情况,说明你公司营业收入、扣非后净利润、经营活动产生的现金流量净额变动幅度不一致的具体原因和合理性。

【回复说明】

公司报告期内营业收入、营业成本、毛利率、期间费用、非经常性损益情况如下:

名称	2018年1-6月 (万元)	2017年1-6月 (万元)	同比增减额 (万元)	同期增减
营业收入	20,549.85	16,374.20	4,175.65	25.50%
营业成本	11,034.76	9,176.78	1,857.98	20.25%
毛利率	46.30%	43.96%	-	2.34%
期间费用	8,323.06	7,233.46	1,089.60	15.06%
其中:职工薪酬	3,803.82	3,458.64	345.18	9.98%
租赁费用	1,465.60	1,242.50	223.10	17.96%
非经常性损益	94.51	119.74	-25.23	-21.07%

公司报告期营业收入同比增长25.50%,营业成本同比增长20.25%,报告期内公司优化产品结构,加大毛利率较高产品的营销力度,故综合毛利率同比增长2.34%。期间费用同比增长15.06%,主要是职工薪酬同比增长9.98%,租赁费用同比增长17.96%,此两项费用属于固定性费用,与营业收入不成同比例上涨关系。非经常性损益同比降低21.07%,主要是计入当期损益的政府补助同比降低25.23万元。以上因素导致营业收入

同比增长率低于扣非后净利润的同比增长率。

报告期内经营性现金流量净额为 308 万元，同比增长 109.17%，主要是报告期销售商品、提供劳务收到的现金 22,591.12 万元，同比 2017 年 18,437.43 万元增长 22.53%。因收入的确认与回款时间点不一致，故报告期营业收入同比增长率低于经营性现金流同比增长率。

二、报告期内，公司扣非后净利润为 162 万元，较上年同期实现扭亏为盈，经营活动产生的现金流净额对比上年同期的-3361 万元亦有重大变化。请结合公司业务所处行业情况、公司市场地位、业务开展情况以及 2018 年前三季度盈利预测对公司的持续盈利能力进行分析。

【回复说明】

户外产业经历多年高速发展期，目前步入平稳发展阶段，中国消费者对户外产品及户外服务的需求有待进一步引导和挖掘。但对比发达国家的户外产业结构和产业规模，中国户外产业仍处于发展的初期，户外运动的参与度、户外产品的普及率、户外服务产业的贡献占比等方面与发达国家仍存在很大的差距，未来在政府产业支持政策的出台、中国消费者健康意识的提升、户外活动参与度的提升及冬奥会的举办等多重利好因素的驱动下，户外产业必将迈进一个新的发展阶段。

公司自 1997 年成立至今，始终深耕户外产业，致力于户外产业升级，在行业内形成了良好的口碑和品牌美誉度。公司在坚信户外产业具备良好未来发展前景的基础上，立足于户外产品零售主业，不断探索并开拓新的业务模式。报告期内，公司按照董事会确定的发展目标和公司战略规划，积极推进各项工作。

1、 线下零售方面：

为培养和吸引年轻客群、提升三夫品牌形象，公司与多家连锁商业体开展合作，积极拓展线下门店，启动全新零售店视觉体系。报告期新开沈阳佳兆业广场店、悦动万体系跑步概念店等；在部分店内设立社区式跑步俱乐部，同时，自有户外运动品牌 Sanfo Plus 和跑步装备品牌 LYSO 同步上市。

2、 线上渠道方面：

三夫电商积极与各主要电商平台建立深度合作，借助大数据作为业务决策依据，通过加大对客户数据的分析，不断提高电商运营人效，同时对团队进行优化，实现利润增长。

3、活动赛事方面：

报告期公司联合各地政府资源，开发多个优质赛地，组织数十次国际级专业赛事活动，形成众多赛事 IP 资源，在行业内形成了较大的影响力，三夫赛事已为业内建立起了良好的赛事标准与 IP 形象。

4、营地业务方面：

报告期公司加快营地业务布局，战略性投资上海悉乐文化发展有限公司，该公司经营的“松鼠部落”户外亲子乐园项目 2017 年全年客流量 37.7 万人次，2018 上半年累计客流量突破 20 万人次，在成都当地及周边城市形成了良好的口碑和影响力。此外，武汉户外亲子乐园已于 2018 年 10 月正式开园，郑州、西安、重庆等地区项目也在密切推进中。

5、团建活动方面：

报告期内公司通过整合行业资源成立专业的户外拓展团队，聚焦中高端客户群体，创新团队团建活动产品，塑造以户外运动为特色的定制化服务理念。目前团队累计服务客户数量已达上百家，服务的专业性、趣味性 & 活动效果等方面已获得客户的广泛好评。

2018 年三季度业绩预告为净利润 185 万-540 万，业绩增长的主要原因是公司进一步优化产品结构，增加大客户营销力度，加强与各企事业单位的合作，建立销售目标管理体系，营造以目标为导向的内部竞争氛围，促使业务收入大幅提升；子公司运动管理公司和技能培训公司业务需求增加，专业赛事和团建活动次数同比增长，导致收入有一定幅度上涨；电商团队进行内部组织优化和管理提升，人员精简，提升人均创效，在不影响业务开展的基础上，人力成本大幅降低；同时公司利用闲置募集资金进行理财，投资收益同比增加。

综上所述，公司一方面进行内部的管理优化提升人均效能，另一方面探索并尝试新的业务方向，布局新的利润增长点。预计未来伴随着产业结构的调整及公司现有业务布局的成熟，公司持续盈利能力将逐步增强。

三、报告期内，公司投入募集资金总额为 772.69 万元，至报告期末公司累计投入募集资金总额为 5644.32 万元，占募集资金总额为 14.5%。请你公司结合对募集资金的管理与募投项目的建设情况进行认真自查并说明是否符合《中小企业板上市公司规范运作指引》的相关规定，并补充披露募集资金未来使用计划，未达到计划进度或预计收益的原因，以及募投项目的可行性是否会发生重大变化。

【回复说明】

截至 2018 年 6 月 30 日募集资金的使用情况：

承诺投资项目	募集资金承诺投资总额(万元)	截至 2018 年 6 月累计投入总额(万元)	截至 2018 年 6 月累计投入占投资总额比	2018 年 1-6 月投入募集资金总额(万元)
营销网络建设	13,172.41	4,883.63	37.07%	12.00
三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目	19,172.38	-	-	-
三夫总部办公及研发中心建设项目	6,316.92	760.69	12.04%	760.69
合计	38,661.71	5,644.32	-	772.69

1、自 2018 年 1 月 8 日至 2018 年 6 月 22 日公司支付研发中心租金及办公费用时误从综合运营中心建设项目募集资金专户付出，总金额共计 1,328,108.20 元，公司已于 2018 年 2 月 28 日将资金归还到相应募集资金专户内。2018 年 6 月 22 日公司在支付五棵松店物业费时，误从总部办公及研发中心建设项目募集资金专户付出，公司已于 2018 年 7 月 3 日将该笔款项从基本户归还至募集资金专户内。

针对上述情况，公司对相关人员进行问责，并对已使用的募集资金进行了逐笔核实，加强了募集资金使用相关规定的学习，确保募集资金的规范使用。

除此以外，报告期内，公司募集资金的管理及使用严格按照《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》及公司相关制度的要求执行，公司相关信息均能及时、真实、准确、完整的披露，不存在募集资金管理违规的情形。

2、目前募投计划实施情况：

(1) “营销网络建设项目”：公司原来的募投计划是 2011 年制定的，近几年户外零售市场发生了很大变化，一是电商渠道占比增长较快，二是实体零售店建设运营成本继续上升。公司于第二届董事会第十六次会议、2016 年第二次临时股东大会审议通过了《关于变更部分募投项目实施地点及实施内容的议案》，同意公司在保持现有店铺资源的基础上，对原募投计划中的开店数量、规模和城市及选址进行变更。

但近两年来，受国内经济环境影响，实体经济再次迎来寒冬，公司零售专业店建设运营成本持续上升，销售额整体下滑，截至 2018 年 6 月 30 日，募集资金营销网络建设项目情况如下：

现有募集资金开设店铺使用及效益

项目名称	拟投入募集资金 金额（万元）	已使用金额 （万元）	投资进度	累计实现的效益 （万元）
营销网络建设	13,172.41	4,883.63	37.07%	-70.05

营销网络建设项目未达到预计收益的原因：随着户外市场的发展，三夫公司自身对小面积店铺的货品结构调整，新店铺在经历 1-2 年的培养阶段后进入正常运营状态，店铺也从亏损转向盈利，尤其部分大型旗舰店，随着市场运作及产品快速周转，经营状况已初见成效。但对于部分二、三线城市，例如武汉、重庆、大庆，由于店铺较新、汇聚本地资源条件有限等原因，目前还未达到预期收益。

同时，近年来城市商业格局不断变化，有很多新商圈兴起，部分老商圈影响力下降，精品店产品单一，无法持续吸引消费者，而越来越多的客流量向位于大型购物休闲中心的商场店流入。基于以上原因，公司计划对募投计划中的开店数量、规模和城市及选址进行变更，以适应当前的购物需求和市场环境。

(2)“三夫总部办公及研发中心建设项目”：截至 2018 年 6 月 30 日已经投入 760.69 万元，主要用于总部办公及研发中心的装修和办公设备的采购，未来公司将根据募投计划对研发系统、研发设备及研发中心进行逐步实施。

(3)“三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目”：正在进行选址及实施准备工作。营地建设在执行过程中对地点、环境、面积、区域都有着极为严格的要求，在实际的选址和洽谈过程中，面临着土建、环保等一系列问题。另外，随着经济的快速发展，地区商圈的不断变化，客流的不断转变，零售+体验综合运营中心在地区及商圈选择方面也面临着严峻的挑战。

基于以上原因，公司针对现有店铺客流量、销售量、坪效等数据进行分析，在位置区域选择上更加注重客群的有效性，从而开设更为优质的零售+体验综合运营中心。同时为贯彻实施公司“户外活动赛事组织运营、开展青少年户外体验教育”的战略转型目标，公司投资户外亲子乐园项目，并将不断加强青少年户外教育领域的拓展，以提升公司的市场规模和盈利水平，更好地回报投资者。

四、报告期末，你公司存货账面余额为 1.73 亿元，占总资产比例为 21.04%。请你公司说明以下事项：

(1) 请对比同行业可比公司数据，结合公司业务开展情况说明公司存货占总资产比例较高的原因；说明公司存货的主要类别以及库存期限情况，分析公司存货周转情况，并说明公司是否存在较大金额长期呆滞的存货。

(2) 结合服装行业现状、公司经营环境、产品消费特征等因素，说明存货跌价准备计提是否充分、谨慎。

【回复说明】

(1) 同行业可比上市公司 2018 年半年报数据如下：

公司名称	总资产（万元）	存货（万元）	存货占总资产比例
牧高笛户外用品股份有限公司	63,434.52	16,626.74	26.21%
探路者控股集团股份有限公司	311,187.23	39,887.81	12.82%

由于行业的特殊性，公司采购分春夏、秋冬两季，半年采购一次，故造成存货周转率低，存货占总资产比重高。通过对比两家同行业可比公司数据，牧高笛户外用品股份有限公司存货占总资产比例 26.21%，探路者控股集团股份有限公司存货占总资产比例 12.82%，我公司为 21.04%，存货占总资产的比例在同行业上市公司之间。

公司存货主要类别为服装、鞋袜、装备，存货周转率 2018 年上半年为 0.61，存货周转率 2017 年上半年为 0.58，存货周转率与同期相比略有提高，不存在较大金额长期呆滞的存货。

(2) 公司存货跌价准备计提的会计政策是：资产负债表日按成本与可变现净值孰低计量，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备，计入当期损益。在确定存货的可变现净值时，以取得的可靠证据为基础，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素。

预计可变现净值：估计销售单价×（1-销售费用率）

销售费用率=（销售费用+税金及附加）/营业收入。

报告期估计销售单价：优先选择 2018 年 7 月 1-4 日销售单价，若无记录则选择 2018 年 1-6 月的平均销售单价，若皆无销售记录则区分近一年内新采购商品和非近一年内采购商品，分别按照公司 2018 年 1-6 月估计平均销售折扣率和成本价确定估计销售单价。

户外行业属于特殊行业，顾客在购买产品时注重产品功能性、耐用性以及安全性；产品从面料的研发，到设计，再到生产需要较长的周期，故产品在更新换代上有较长的周期。户外用品行业核心消费客群为户外运动爱好者，消费者核心需求为户外环境下的防护性、功能性，如防雨水、防风、透气、保暖等。基于此需求三夫户外主营产品均为适用于户外运动环境的服装、鞋袜和户外运动装备，对产品功能性、制作工艺要求较高，产品的研发设计与款式迭代周期较之其他鞋服行业要长。通常服装类单款生命周期为 1-3 年，鞋类、装备类单款生命周期为 3-5 年。

综上所述，我公司存货跌价准备计提是充分、谨慎的。

五、报告期末，公司应收账款为 5660 万元，较期初增长 123.40%。请你公司结合销售政策，以及大客户销售占比情况说明应收账款余额大幅增加的合理性以及针对大客户的收入确认会计处理是否合理。

【回复说明】

截至 2018 年 6 月 30 日应收账款情况：

项目名称	2018年6月30日余额（万元）	2018年期初余额（万元）	增长额（万元）
应收账款	5,660.51	2,533.75	3,126.76
其中：大客户应收账款	4,952.25	1,392.30	3,559.95
其中：史泰博（上海）有限公司	2,843.46	183.53	2,659.93
得力集团有限公司	1,621.82	1,068.53	553.29

公司报告期主营业务收入主要由线下门店销售、线上电商销售和大客户销售组成，其中大客户销售占公司销售总额 29.34%，应收账款主要是大客户销售业务产生。报告期末公司应收账款为 5,660 万元，较期初增长 123.40%，主要是大客户销售形成应收账款 4,952.25 万元，较期初增长 255.69%。其中“史泰博（上海）有限公司”应收账款较期初增加 2,659.93 万元，已于 2018 年 9 月回款 2,288.91 万元；“得力集团有限公司”应收账款较期初增加 553.29 万元，已于 2018 年 9 月回款 791.87 万元。

报告期内，公司大客户销售主要是以订单模式销售，大客户部根据客户订单货品备货、发货，根据与不同客户签订的销售合同协商确定账期。由于报告期内大客户销售收入大幅增长，故导致报告期末应收账款余额较期初大幅增长。

对于大客户销售业务，公司在商品交付给客户并且客户签署收货单据时确认销售收入，会计处理是合理的。

特此公告。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇一八年十月十六日