

# 关于广东星徽精密制造股份有限公司 中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书 中有关财务事项的说明

天健函〔2018〕3-93号

中国证券监督管理委员会：

由广东星徽精密制造股份有限公司（以下简称星徽精密公司或公司）转来的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（181281号，以下简称反馈意见）奉悉。我们已对反馈意见中需要我们说明的财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下。

**一、申请文件显示，标的资产从事跨境电商出口业务，主要销售电源类、蓝牙音频类、小家电等产品根据主要风险和报酬转移具体时点和具体原则按销售模式划分，标的资产销售主要分为买断式销售、网络平台销售模式，其中：买断式销售，标的资产根据双方签订的合同或订单，通过物流将商品交付给客户，并将按合同或订单约定的交货方式交付给对方时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入；网络平台销售，标的资产根据网络订单，通过物流将商品交付给客户，并将商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。请你公司结合不同销售模式的具体情况，补充披露收入确认时点是否符合《企业会计准则》的规定。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第18条）**

（一）《企业会计准则》对收入的规定

根据《企业会计准则第14号——收入》第二章、第四条规定：销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：

1. 企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；
2. 企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；
3. 收入的金额能够可靠地计量；
4. 相关的经济利益很可能流入企业；
5. 相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

## (二) 泽宝股份公司不同销售模式的收入确认方法

标的公司(指深圳市泽宝电子商务股份有限公司，以下简称泽宝股份公司)从事出口跨境电商业务,主要销售电源类、蓝牙音频类、小家电等产品，销售模式分为：

1. 线上 B2C 模式，目前泽宝股份公司线上 B2C 业务主要面向美欧日市场，主要通过亚马逊平台开立店铺的方式进行销售。泽宝股份公司根据网络订单，通过物流将商品交付给客户，并将商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。

线上 C 端用户在亚马逊或其他第三方平台购买泽宝股份公司商品，形成有效订单前，需支付对应商品价款，表明商品所有权上的主要风险和报酬在商品发出时已转移给购货方。商品发出时，泽宝股份公司不再保留与商品所有权相联系的管理权，也没有对售出商品实施有效控制，销售收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入公司，相关的已发生的成本能够可靠地计量。

因此，线上 B2C 业务以商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点，并确认相应销售收入符合《企业会计准则》的规定。

2. 线下 B2B 模式，通过在欧美日发达国家线上市场已建立的产品口碑、品牌形象，与连锁商超合作，开展自有品牌的买断式销售业务。泽宝股份公司根据双方签订的合同或订单，通过物流将商品交付给客户，并将按合同或订单约定的交货方式交付给对方时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。

泽宝股份公司按合同或订单约定的交货方式将商品交付给线下 B 端客户时，商品所有权上的主要风险和报酬已转移给购货方；商品交付后，泽宝股份公司则不再保留与商品所有权相联系的继续管理权，也不再对售出商品实施有效控制，销售收入的金额依据合同或订单能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入公司，相关的已发生的成本能够可靠地计量。

因此，线下 B2B 业务以泽宝股份公司按合同或订单约定的交货方式将商品交付给客户时作为风险报酬转移时点，并确认相应销售收入符合《企业会计准则》的规定。

经核查，我们认为泽宝股份公司线上 B2C 业务以商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点，并确认相应销售收入符合《企业会计准则》的规定；线下 B2B 业务以泽宝股份公司按合同或订单约定的交货方式将商品交付给客户时作为风险报酬转移时点，并确认相应销售收入符合《企业会计准则》的规定。

**二、请你公司：1) 补充披露报告期标的资产海外销售核查情况，包括但不限于采购合同、海外库存、销售情况、物流信息、收入成本确认等，当中，应重点说明对标的资产第三方电商平台交易记录的真实性，交易记录、物流记录以及收款记录的匹配性，采购订单与付款记录的匹配性，成本结转与收入确认的匹配性等等的核查情况。2) 补充披露海外核查的核查手段，核查范围的充分性、有效性及标的资产业绩的真实性。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。**

**（反馈意见第 19 条）**

**（一）报告期泽宝股份公司海外销售核查情况**

**1. 针对海外销售核查的概述**

**（1）泽宝股份公司销售收入的整体情况**

报告期内，按销售渠道，泽宝股份公司主营业务收入可划分为线上 B2C 收入和线下 B2B 收入，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-4月		2017年度		2016年度	
	金额	主营收入占比(%)	金额	主营收入占比(%)	金额	主营收入占比(%)
线上B2C	58,967.97	91.12	167,800.13	96.27	123,872.58	98.72
线下B2B	5,749.38	8.88	6,497.66	3.73	1,612.13	1.28
合计	64,717.35	100.00	174,297.79	100.00	125,484.71	100.00

从上表可得，线上 B2C 业务在主营业务收入的占比保持在 90%以上。泽宝股份公司主要通过境外子公司在亚马逊开立店铺的方式开展线上 B2C 业务，通过亚马逊平台实现的收入占全部线上 B2C 业务收入 99%以上，各店铺具体情况如下表所示：

单位：万元

境外店铺	2018年1-4月		2017年度		2016年度	
	金额	亚马逊收入占比(%)	金额	亚马逊收入占比(%)	金额	亚马逊收入占比(%)
amazon@sunvalleytek.com	29,884.06	50.88	88,004.09	52.72	66,802.66	54.19
sunvalleytek.uk@gmail.com	12,668.02	21.57	34,417.53	20.62	24,282.87	19.70
amazon@zbttrading.de	8,206.99	13.97	23,432.91	14.04	17,708.52	14.37
amazon@nearbydirect.co.jp	3,575.02	6.09	10,787.37	6.46	9,699.73	7.87
amazon2@sunvalleytek.com (美国)	2,133.33	3.63	5,295.19	3.17	1,930.24	1.57
sunvalley.canada@gmail.com	1,838.13	3.13	4,294.85	2.57	2,737.86	2.22
amazon2@sunvalleytek.com (加拿大)	420.47	0.72	695.12	0.42	102.12	0.08
amazon.au@sunvalleytek.com	3.97	0.01				
合计	58,729.99	100.00	166,927.07	100.00	123,264.01	100.00

从上表可得，2016年、2017年和2018年1-4月，泽宝股份公司通过亚马逊平台分别实现收入123,264.01万元、166,927.07万元和58,729.99万元，占当期主营业务收入的98.23%、95.77%和90.75%，亚马逊平台是泽宝股份公司最重要的销售渠道。

综上，泽宝股份公司海外销售主要通过第三方平台—亚马逊平台实现，对泽宝股份公司海外销售的核查重点针对亚马逊平台进行。

## 2. 针对海外销售核查的主要工作

对本次重组的核查手段主要包括：内部询问访谈、数据分析、系统验证、控制测试、抽凭审阅、海外经营场所走访、海外亚马逊走访等，针对泽宝股份公司第三方电商平台交易记录的真实性，交易记录、物流记录及收款记录之间的匹配性，采购订单与付款记录的匹配性，成本结转与收入确认的匹配性四个角度核查泽宝股份公司海外销售情况。

(1) 泽宝股份公司第三方电商平台交易记录的真实性：对泽宝股份公司销售收入记录与亚马逊平台交易记录进行核查，确认数据的匹配性，同时结合海外亚马逊实地走访，了解亚马逊系统的运作和数据传导方式，并将现场抽查导出的亚马逊数据与泽宝股份公司提供的数据进行核对。

(2) 交易记录、物流记录及收款记录之间的匹配性：通过将泽宝股份公司销售收入记录与亚马逊物流信息进行匹配，确认销售收入记录与实际递送货物的物

流信息之间的匹配性，并通过核查销售收入与实际收款情况之间的匹配性，确认账面的销售收入均有实际资金入账。

(3) 采购订单与付款记录的匹配性：通过核查采购订单与仓库存货实际入库、采购货款支付的匹配情况，并结合对供应商的函证和实地走访，确认采购业务与付款记录的真实性和匹配性。

(4) 成本结转与收入确认的匹配性：通过核查泽宝股份公司账面收入、ERP系统中出库数据与亚马逊平台交易记录的匹配情况，同时分析泽宝股份公司毛利率变动，并编制成本倒轧表，从而确认泽宝股份公司收入成本匹配的准确性。

### 3. 泽宝股份公司第三方电商平台交易记录的真实性的具体核查

对泽宝股份公司销售收入记录与亚马逊平台交易记录进行核查，确认数据的匹配性，同时结合海外亚马逊实地走访，了解亚马逊系统的运作和数据传导方式，并将现场抽查导出的亚马逊数据与泽宝股份公司提供的数据进行核对。

(1) 获取并查看亚马逊平台的交易规则、结算方式等政策，对泽宝股份公司通过登陆亚马逊平台后台系统获取平台交易记录的真实性和完整性进行评价，未发现异常。

(2) 为了解泽宝股份公司信息管理系统架构、功能及数据流程，同时确认亚马逊平台交易记录的真实性和完整性，上市公司聘请了 IT 审计师，执行了以下 IT 审计程序：

#### 1) 了解泽宝股份公司与财务报表有关的一般 IT 控制

泽宝股份公司已建立《信息安全管理度》、《固定资产管理制度》、《开发规范文档》等 IT 相关管理制度，涵盖了机房管理、网络资源管理、ERP 账号及数据管理、电子邮件管理、计算机病毒防范、软件开发和变更管理、系统与服务器运维管理等方面，较好地规范了日常信息化方面的运维管理工作。

#### 2) 控制性测试

对泽宝股份公司 IT 系统执行了控制测试，包括系统业务逻辑测试、系统后台数据与亚马逊平台数据匹配度测试、物流数据传递控制测试，通过上述测试未发现重大异常。

#### 3) 业务数据测试

对泽宝股份公司 IT 系统执行了业务数据测试，包括财务确认收入数据与亚马逊系统后台数据匹配度测试、亚马逊系统后台订单与亚马逊系统后台账单一致

性测试、销售与退货分析、短时间交易分析、销售商品分析、收入集中度分析、客户行为分析，通过对美国、德国、日本（以下简称三个国家）亚马逊进行上述测试，未发现重大异常，具体测试情况如下：

#### ① 财务确认收入数据与亚马逊平台系统后台数据匹配度测试

为核实财务确认海外收入数据的完整性及准确性，根据系统后台的账单数据，对三个国家的亚马逊店铺销售收入进行分年汇总统计，并与公司财务收入进行核对。

经核查，2016年、2017年度亚马逊平台系统后台账单收入与财务收入差异率在0.3%以下，差异原因为财务确认收入时将一些异常项目进行相应的调整，导致账单收入与财务收入产生少量差异，未见明显异常。

#### ② 亚马逊系统后台订单与亚马逊系统后台账单一致性测试

泽宝股份公司财务确认收入以亚马逊平台账单数据为基础，但后续的业务数据分析基于订单数据，因此，我们对2016年、2017年订单收入与账单收入进行核对，以确定订单数据的准确性及可靠性。

经核查，账单收入与订单收入差异率稳定在0.6%以下，主要系订单时间与账单时间并非完全相同，未发现异常。

#### ③ 销售与退货分析

根据三个国家亚马逊店铺在系统后台的销售明细订单数据（报告期内，三个国家亚马逊店铺实现的收入超过主营业务收入的67%），分月汇总2016年、2017年统计并比对交易成功订单与退货订单信息。

经核查，三个国家各亚马逊店铺2016年2017年各月退货比例稳定，总体退货比例较低，未见明显异常。

#### ④ 短时间交易分析

为核实是否存在用户短时间内集中下单的现象，根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台的销售明细订单数据，统计了1分钟内用户下单的分布情况，并分年取交易金额排名前20的时间区间。

经核查，泽宝股份公司三个国家亚马逊店铺2016年2017年交易金额前20的时间区间内，人均订单数量均为1笔左右，交易金额占全年总体相对较低，且用户下单整体较为分散，未见其他明显异常。

#### ⑤ 销售商品分析

为核实是否存在某一商品种类大量集中销售的情况，根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台销售明细订单数据中记录的商品销售信息，对销售商品情况进行统计分析，并分年取销售金额排名前 20 的产品销售信息。

经分析核查，三个国家亚马逊店铺 2016 年-2017 年未出现销售金额占比极高的商品，商品销售整体上较为分散，未见明显异常。

#### ⑥ 收入集中度分析

##### A. 最终用户集中度分析

根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台销售明细订单数据中记录的用户交易信息，以用户邮箱作为用户的唯一标识，对用户收入集中度进行统计分析。

经分析核查，三个国家亚马逊店铺 2016 年至 2017 年的交易金额前 1,000 名用户的交易总额占相应店铺交易总额的比例保持在 3.5% 以下，购买用户整体分布较为分散，未见明显异常。

##### B. 收货区域集中度分析

根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台销售明细订单数据中记录的收货地址信息，对用户收货区域集中度进行分析。

经分析核查，三个国家亚马逊店铺 2016 年至 2017 年的收货区域整体分布较为分散，未见明显异常。

#### ⑦ 用户行为分析

##### A. 用户年均交易行为

根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台销售明细订单数据中记录的用户交易行为信息。

##### a. 单笔订单交易金额分析

报告期内，泽宝股份公司平均订单金额为约为 30 美元，经分析核查，美国亚马逊店铺单笔交易金额 50 美元以下的交易笔数占全年交易笔数约 90%，累计交易金额在全年交易金额占比超过 70%；德国亚马逊店铺单笔交易金额 50 欧元以下的交易笔数占全年交易笔数约 90%，累计交易金额在全年交易金额占比约 80%；日本亚马逊店铺单笔交易金额 5000 日元以下的交易笔数占全年交易笔数约 80%，累计交易金额在全年交易金额占比约 80%；三个国家亚马逊店铺交易金额较为分散，未见明显异常。

##### b. 用户年度累计交易金额分析

经分析，2016 年、2017 年，美国亚马逊年交易额 100 美元以下用户的交易金额合计占店铺全年收入比例超过 80%；德国亚马逊年交易额 100 欧元以下用户的交易金额合计占店铺全年收入比例约 90%；日本亚马逊年交易额 1 万日元以下用户的交易金额合计占店铺全年收入比例约 90%；三个国家亚马逊店铺未发现大量大额交易买家，未见明显异常。

#### c. 交易时间分析

经分析核查，三个国家亚马逊店铺 2016 至 2017 年交易时间整体上较为符合买家在传统休息时间及优惠活动时间进行交易的时间分布情况，未见明显异常。

#### B. 用户复购率分析

根据三个国家的亚马逊店铺在系统后台销售明细订单数据中记录的用户交易行为信息，对用户基本复购情况、复购分布情况、用户收货地址等重复购买商品情况进行统计分析。

经分析核查，各亚马逊店铺 2016 年至 2017 年单次购买用户交易累计金额占店铺总交易金额的 70%以上，复购率在 10%左右，购买次数在 4 次（含）以内用户累计交易金额占比超过 95%；收货地址唯一的用户交易金额累计占总交易金额的 90%以上，未见明显异常。

(3) 了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制的设计，在确认内部控制设计有效的前提下，测试其运行有效性。经核查，未发现异常。

(4) 获取并查看亚马逊平台的退货规则政策，抽取报告期内每月 10 个退货样本，检查泽宝股份公司的退货的真实性、计量的准确性。经核查，未发现异常。

(5) 从报告期内销售收入记录中每月随机抽取 20 个销售订单，与亚马逊平台交易记录进行匹配，并与银行收款记录进行核对，以验证交易记录的真实性。经核查，未发现异常

(6) 我们于 2018 年 4 月底至 5 月初对泽宝股份公司位于美国、德国、日本的亚马逊公司进行实地走访，并就亚马逊平台的交易条款、收费标准、结算方式等信息对泽宝股份公司境外子公司负责人、亚马逊相关人员进行了访谈，同时现场获取了泽宝股份公司部分子公司 2016 年度、2017 年度在亚马逊平台的销售记录，与泽宝股份公司提供的亚马逊平台交易记录进行核对，未见异常。

经核查，泽宝股份公司第三方平台交易记录具有真实性。

#### 4. 交易记录、物流记录及收款记录之间的匹配性的具体核查



通过将泽宝股份公司销售收入记录与亚马逊物流信息进行匹配，确认销售收入记录与实际递送货物的物流信息之间的匹配性，并通过核查销售收入与实际收款情况之间的匹配性，确认账面的销售收入均有实际资金入账。

#### (1) 交易记录与物流记录匹配性检查

跨境电商行业的物流情况与收入的真实性有密切关系，泽宝股份公司海外销售 90%以上主要通过亚马逊平台实现，与亚马逊平台合作模式为 FBA 模式，物流服务主要由亚马逊提供，因此对交易记录与物流记录匹配性检查主要执行以下程序：

1) 泽宝股份公司通过 ERP 系统进行出口业务的销售订单管理及商品出入库管理。在完整了解泽宝股份公司销售订单的执行全过程后销售流程穿行测试，从销售收入交易记录中选取订单，并登陆亚马逊平台后台系统查询该订单的发货时间、收货地址、运单号等物流信息。经测试，未发现异常。

2) 在评估与控制相关的风险为低，并考虑样本总体、控制频率、样本规模的情况下，从 2016 年度、2017 年度、2018 年 1-4 月销售收入记录中每年随机抽取 25 个订单执行控制测试，通过登陆亚马逊平台后台系统查询该批订单的物流信息，并将查询到的物流信息与第三方物流平台直接查询的信息进行比对。经测试，控制运行有效。

3) 将报告期内支付给亚马逊平台的物流费用与亚马逊平台交易记录中的物流费用进行核对，未发现异常。

4) IT 审计师从 ERP 数据库中随机抽了销售订单进行系统业务逻辑测试，将抽取的订单与亚马逊平台导出的订单及结算账单中的订单信息、结算金额、物流单号等进行核对。

5) 对报告期内的物流费用与销售收入之间的匹配性执行了分析性程序，并与同行业可比公司物流费用的占比情况进行了比较。经分析核查，泽宝股份公司报告期内的物流费用占销售收入比例情况与同行业可比公司的相应占比情况基本保持一致，未发现异常。

#### (2) 交易记录与收款记录匹配性核查

主要针对泽宝股份公司确认的销售收入与实际收款情况之间的匹配性进行核查，从而确认账面的销售收入均有实际资金入账：

1) 对销售与收款循环的内部控制进行测试，确认泽宝股份公司销售与收款

循环相关的内部控制得到一贯、有效执行。

2) 获取报告期内泽宝股份公司的应收账款明细，并核对明细汇总数与报表是否相符，确认报表列示的应收账款余额的准确性，未发现差异。

3) 从亚马逊平台交易记录中抽取各期间已发货销售订单明细，按月分类汇总后与财务系统中的汇总数据进行核对，确认亚马逊平台交易记录中结算金额与财务账面应收账款余额一致。经核查，未发现异常。

4) 将每月财务账面数据与亚马逊平台交易记录的结算金额进行核对，并与银行收款记录中的金额、日期以及付款方进行了核对，检查亚马逊平台资金的回收情况，未发现异常。

5) 截至 2018 年 4 月 30 日，亚马逊平台的期末应收款余额为 2,915.77 万元，占期末总应收款余额比例为 58.29%。抽取了亚马逊平台的截至审计报告日的期后回款数据进行了核查，期后回款比例为 100%，未发现异常。

6) 获取相关行业研究报告、公开数据等资料，结合同行业可比上市公司定期报告、泽宝股份公司历史数据，对泽宝股份公司应收账款余额变动情况进行合理分析。经分析核查，未发现异常。

经核查，泽宝股份公司交易记录、物流记录及收款记录之间具有匹配性。

#### 5. 采购订单与付款记录的匹配性的具体核查

通过核查采购订单与仓库存货实际入库、采购货款支付的匹配情况，并结合对供应商的函证和实地走访，确认采购业务与付款记录的真实性、匹配性。

##### (1) 采购订单与采购入库情况的核查

主要通过核查采购订单与仓库存货实际入库情况来确定采购业务的真实性与期末存货结存情况。

1) 将泽宝股份公司 ERP 系统的采购入库数据与财务系统的入账数据进行核对，未发现异常；

2) 随机选取部分采购订单进行穿行测试，从采购订单审批、验收入库、财务入账、货款支付等环节对相关内控进行检查，未发现异常；

3) 在评估与控制相关的风险为低，并考虑样本总体、控制频率、样本规模的情况下，从 2016 年度、2017 年度、2018 年 1-4 月采购入库明细中随机抽取各 25 个样本进行控制测试，确认采购合同签订、采购订单的审批、验收入库等关键内部控制得到一贯、有效执行。

4) 对 2016 年、2017 年、2018 年 1-4 月泽宝股份公司位于境内的仓库存货进行实地监盘，监盘过程中进行了抽样复盘，境内仓库的抽盘金额比例分别为 52.44%、49.52%、39.57%；各报告期末亚马逊仓库存货占比分别为 90.09%、88.35%、82.15%，由于泽宝股份公司采购货物经品质检验后直接发往境外亚马逊仓库，经亚马逊仓库签收后，由亚马逊负责储存管理。通过登陆亚马逊平台后台系统获取各报告期末亚马逊仓库存货结存数据，与财务账面记录核对。经核查，未发现异常。

#### (2) 采购订单与付款记录的匹配性检查

主要通过核查采购订单与采购货款的支付匹配情况，从而确认泽宝股份公司采购业务的真实性；

1) 了解并测试泽宝股份公司与存货、应付账款、付款相关的内部控制，确认泽宝股份公司采购订单管理、采购款项支付等各环节内控管理体系的有效性。

2) 通常泽宝股份公司根据已完成的采购订单，在约定的信用期内对供应商进行付款，我们通过将泽宝股份公司已完成的采购订单、银行付款记录与财务账面记录进行抽样核对，未发现异常。

#### (3) 供应商函证与走访核查情况

##### 1) 供应商函证

分别对 2016 年、2017 年及 2018 年 1-4 月份与泽宝股份公司发生过采购交易的 37、37、35 家供应商的采购金额进行函证，发函金额占各期采购金额的比例分别为 75.70%、76.36%、79.32%。

##### 2) 供应商走访

2018 年 4 月根据如下标准共选取了 30 家供应商执行了实地走访程序：A. 选取 2016 年、2017 年每期合计采购金额排名前二十大供应商；B. 选取 2016 年、2017 年每期期末余额排名前二十大的供应商执行供应商走访程序。

在访谈过程中对如下事项进行了调查了解：

- ① 主要供应商从事的业务，主要生产、销售的产品；
- ② 主要供应商和泽宝股份公司合作期间的主要合作模式；
- ③ 主要向泽宝股份公司销售的产品，占该供应商同类产品销售量的比重；
- ④ 主要供应商与泽宝股份公司在报告期的交易额和往来余额；
- ⑤ 主要供应商与泽宝股份公司的合作关系，是否在产品质量上存在纠纷；

⑥ 主要供应商和泽宝股份公司的合同主要条款，如验收条款、结算条款等；

⑦ 主要供应商是否和泽宝股份公司及其董监高存在关联关系等。

2016年、2017年、2018年1-4月向执行走访程序的供应商采购的金额分别为37,890.71万元、64,467.82万元、14,398.15万元，占各期总采购金额的比例分别为62.22%、70.08%、63.23%。

经上述函证与走访程序核查，未发现异常。

(4) 针对采购订单与付款记录的匹配性的其他核查工作

1) 对泽宝股份公司采购总监、运营管理人员等进行访谈，询问采购基本情况、存货管理和物流管理情况，以了解泽宝股份公司的整体采购情况、存货管理、仓储物流情况；

2) 对各报告期末采购进行截止性测试，核对泽宝股份公司采购确认时点是否准确。经测试，未发现异常。

综上，经核查，泽宝股份公司采购订单与付款记录具有匹配性。

6. 成本结转与收入确认的匹配性的具体核查

通过核查泽宝股份公司账面收入、ERP系统中出库数据与亚马逊平台交易记录的匹配情况，同时分析泽宝股份公司毛利率变动，并编制成本倒轧表，对期末海外存货检查，从而确认泽宝股份公司收入成本匹配的准确性。

(1) 账面收入与亚马逊平台交易记录匹配性的核查

获取2016年度、2017年度、2018年1-4月的全部亚马逊平台交易记录，与财务账面数据进行核对，2016年度、2017年度、2018年1-4月核对的账面收入金额占泽宝股份公司销售收入比例分别为98.66%、96.87%、80.80%。经核查，未发现异常。

(2) 结转成本与存货出库的核查

取得2016年度、2017年度、2018年1-4月的ERP系统中的自有仓库的进销存报表和亚马逊仓库进销存报表的出库数据，并与财务账面数据进行核对。经核查，未发现异常。

(3) 期末海外存货的检查

报告期内，泽宝股份公司各期末自有仓与亚马逊仓存货的构成如下：

单位：万元

项 目	2018 年 4 月 30 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	账面余额	占比 (%)	账面余额	占比 (%)	账面余额	占比 (%)
自有仓	4,881.92	17.85	4,109.97	11.65	2,034.41	9.91
亚马逊 FBA 仓	22,461.43	82.15	31,174.76	88.35	18,484.82	90.09
合 计	27,343.35	100.00	35,284.73	100.00	20,519.23	100.00

泽宝股份公司在亚马逊平台上的销售主要采用 FBA 模式运营,即亚马逊提供销售平台、境外仓储、物流等服务,泽宝股份公司将境内采购商品通过头程物流(空运或海运)发往境外亚马逊各地仓库,经签收后由亚马逊负责储存管理,并承担相应商品灭失赔偿义务。

1) 针对自有仓

自有仓库分为境内仓库、在途存货、海外自有仓库,针对自有仓库执行了如下程序:

① 了解和评价管理层与存货相关的的关键内部控制的设计在确认内部控制设计有效的前提下,测试其运行有效性。经测试,未发现异常。

② 获取报告期内各盘点日泽宝股份公司的仓库存货明细,与 ERP 系统中当时存货结存明细核对,确认仓库存货明细的准确性和完整性;经核查,未发现异常。

④ 获取泽宝股份公司报告期内各盘点日的境内仓库、海外自有仓库存货盘点记录,并将境内仓库存货盘点记录、海外自有仓库存货盘点记录与账面进行核对,获取盘点日至各报告期末之间的出入库进销存进行检查,未发现异常。

⑤ 我们于 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 4 月 29 日对泽宝股份公司位于境内的仓库存货进行实地监盘,监盘过程中进行了抽样复盘,境内仓库的抽盘金额比例分别为 52.44%、49.52%、39.57%,未发现异常。

⑥ 我们于 2018 年 4 月底至 5 月初对泽宝股份公司位于美国、德国、日本海外子公司自有仓库进行现场走访,观察海外仓储物流工作流程,并对公司员工进行了内部询问;海外仓库 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日、2018 年 4 月 29 日各期末存货余额占存货余额的比例为 5.94%、7.68%、11.76%。经核查,海外自有仓库存货管理未发现异常。

⑦ 针对在途存货抽样检查存货发出及物流文件进行核对;同时查询期后子公司或者亚马逊平台货物接收情况进行核对,经核查,未发现异常。

## 2) 针对亚马逊仓库

① 由于泽宝股份公司将货物直接发往境外亚马逊仓库，经亚马逊仓库签收后，由亚马逊负责储存管理。通过登陆亚马逊平台后台系统获取亚马逊仓库于2016年12月31日、2017年12月31日、2018年4月30日存货结存数据，与ERP系统、财务账面记录中的存货数量进行核对，未发现异常。

② 我们于2018年4月底至5月初对泽宝股份公司位于美国、德国、日本的亚马逊公司进行实地走访，现场获取了部分子公司2016年12月31日、2017年12月31日时点的亚马逊仓库结存报告，与泽宝股份公司提供的ERP系统、财务账面记录核对，未发现异常。

③ 分析泽宝股份公司存货构成和存货余额变动的合理性。具体核查程序详见本说明六、(三)之说明。

④ 从2016年12月31日、2017年12月31日和2018年4月30日存货余额中抽取样本进行截止测试，样本金额约覆盖泽宝股份公司各期末存货余额的60%，将样本的可变现净值与存货账面成本及已提跌价进行了对比分析，未发现异常。具体核查程序详见本说明六、(四)之说明。

经上述各项核查，存货的期末余额可以确认。

(4) 对泽宝股份公司各报告期内主营业务成本编制了倒轧表进行复核，各期差异率均小于0.3%，未见重大异常。

### (5) 销售收入与结转成本配比的核查

1) 通过对亚马逊平台交易记录与ERP系统中存货出库数量的核对，在确认销售出库数量无异常的情况下，对发出存货单价进行计价测试，查验存货成本结转单价是否准确。经核查，报告期内成本结转与收入确认相匹配，未发现异常。

2) 对泽宝股份公司各年度之间主营业务收入、成本及毛利率的变动执行分析性程序，按产品品类、销售区域维度对销售毛利率的波动进行分析，并与历史数据进行对比，验证其变动趋势的合理性，以查验收入与成本配比情况。经分析核查，报告期销售毛利率水平呈现稳中有升的趋势，未发现异常。

3) 将报告期内泽宝股份公司的毛利率及变动情况与同行业可比公司进行对比分析，报告期内泽宝股份公司的毛利率水平保持稳中有升的趋势，与同行业相比，优于通拓，与跨境通相当，低于安克创新和傲基电商，整体上略低于同行可比公司的平均值主要因品类差异所致，未发现异常。

经核查，泽宝股份公司成本结转与收入确认具有匹配性。

(二) 海外核查的核查手段, 核查范围的充分性、有效性及泽宝股份公司业绩的真实性核查

1. 海外核查的核查手段, 核查范围的充分性、有效性

我们于 2018 年 4-5 月，对泽宝股份公司美国、德国、日本下属公司，美国、德国、日本亚马逊以及部分美国、日本线下客户执行了海外核查程序，采取包括：询问访谈、系统查看、获取数据、现场函证、存货盘点等核查手段，对泽宝股份公司境外经营情况、仓储物流情况、亚马逊合作情况、亚马逊规则和数据、亚马逊仓储物流、海外线下客户真实在售情况、线下业务合作情况进行核查。具体情况如下：

(1) 境外下属公司核查情况：我们走访了美国旧金山、德国汉堡、日本东京的海外子公司，并对海外公司负责人、主要员工进行了询问访谈，了解海外子公司亚马逊店铺设立情况、经营情况、仓储物流及线下渠道销售业务等情况；对泽宝股份公司境外自有仓库进行现场走访，观察海外仓储物流工作流程、访谈主要工作人员，并对在库存货进行抽盘，通过匹配 ERP 存货系统数据进行验证。经核查，境外下属公司经营、管理未发现重大异常。

(2) 境外亚马逊核查情况：我们对位于美国、德国、日本的亚马逊下属公司进行实地走访，就亚马逊平台的交易条款、收费标准、结算方式等信息对亚马逊相关人员进行了访谈，了解亚马逊系统的运作和数据传导方式，查看亚马逊平台的交易规则、结算方式等政策；现场获取了部分泽宝股份公司 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日时点的亚马逊仓库结存报告，与泽宝股份公司提供的 ERP 系统、财务账面记录核对，未发现异常；现场获取了泽宝股份公司部分子公司 2016 年度、2017 年度在亚马逊平台的销售记录，与泽宝股份公司提供的亚马逊平台交易记录进行核对，未见重大差异；现场获取了泽宝股份公司部分子公司 2016 年度、2017 年度在亚马逊平台的销售金额的回函，与泽宝股份公司提供的亚马逊平台交易记录进行核对，未见重大差异。

(3) 境外线下客户核查情况：我们对位于美国、日本的泽宝股份公司主要线下客户进行实地走访，就业务合作情况、协议签署情况、泽宝股份公司销售产品品类、结算情况、质量与售后情况、关联关系等情况进行了访谈；并现场确认部分线下客户 2016 年、2017 年的采购金额；同时对线下客户零售门店进行走访，

确认泽宝股份公司产品线下真实在售，未见重大差异。

针对泽宝股份公司海外线下销售，除上述境外线下客户核查外，我们还执行以下核查程序：

#### 1) 收入和应收账款函证

针对 2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-4 月的主要线下客户销售收入及应收账款进行函证。2016 年度、2017 年度及 2018 年 1 至 4 月通过函证确认的线下销售收入金额分别为 540.04 万元、1,910.38 万元、4,221.23 万元，占销售线下收入金额的比例分别为 33.50%、29.40%、76.62%，占销售收入总额的比例分别为 0.43%、1.10%、6.52%。

#### 2) 细节测试

从 2016 年度、2017 年度及 2018 年 1-4 月的线下销售收入记录中选取了部分样本，获取其对应销售合同/订单、出库单、物流信息、对账单、银行收款记录进行核对，确认线下销售收入的真实性、准确性。

#### 3) 应收账款期后回款

截至 2018 年 4 月 30 日，泽宝股份公司应收款余额为 5,001.92 万元，线下销售收入的应收款期末余额占期末总应收款余额比例为 41.19%。线下客户应收账款截至审计报告日的期后回款比例约为 96%。

综上，我们对泽宝股份公司海外核查的核查手段、核查范围充分、有效。

### 2. 泽宝股份公司业绩的真实性核查

我们对泽宝股份公司海外销售情况进行核查，并对泽宝股份公司第三方电商平台交易记录的真实性，交易记录、物流记录以及收款记录的匹配性，采购订单与付款记录的匹配性，成本结转与收入确认的匹配性进行了核查验证；结合 IT 审计对泽宝股份公司 IT 系统的控制测试、业务数据测试，其中业务数据测试包括：短时间交易分析、最终用户集中度分析、收货区域集中度分析、用户复购率分析等，确认泽宝股份公司 IT 系统有效、业绩真实；并通过对泽宝股份公司境外下属公司、境外亚马逊、境外线下客户的走访，验证泽宝股份公司境外经营情况、亚马逊数据和规则及交易情况、线下客户交易情况。

综合前述核查情况，我们认为泽宝股份公司报告期内经营业绩真实。

经核查，我们认为泽宝股份公司的采购业务、海外库存、物流费用、销售收入以及成本的确认是真实、合理，符合会计准则的规定；对泽宝股份公司海外销



售情况执行的核查手段、核查范围充分、有效。

**三、申请文件显示,报告期内,标的资产 90%以上的主营收入通过亚马逊平台实现,产品的退换货政策主要按亚马逊平台的政策执行。根据亚马逊的相关规定,终端用户通过亚马逊平台购买相应商品,可在商品收货后 30 天内无理由退货。请你公司:1)按商品类别,补充披露报告期各会计年度标的资产实际发生的销售退回金额。2)补充披露标的资产针对各类商品预计的退货比例及合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见(反馈意见第 20 条)**

(一) 泽宝股份公司报告期各年度按商品类别实际发生的销售退回金额

1. 报告期内,泽宝股份公司实际发生的销售退回金额如下表所示:

单位:万元

商品品类	2018年1-4月	2017年度	2016年度
电源类	843.45	1,997.31	1,198.56
蓝牙、音频类	1,360.54	3,461.43	1,894.01
小家电类	971.28	1,521.31	911.15
电脑手机周边类	245.26	797.69	668.95
个护、健康类	274.04	436.55	254.58
其他	416.57	551.52	425.16
退货金额合计	4,111.14	8,765.81	5,352.41

(二) 泽宝股份公司针对各类商品预计的退货比例及合理性

根据亚马逊的规定,客户在收货后 30 天内可以无理由退货。对于当月退货的订单,直接冲减当期营业收入;对于资产负债表日尚处于退货期的产品,根据该资产负债表日当月的销售额乘以当年平均退货比例计提相应的预计负债,平均退货比例=当年(或累计 12 个月)实际发生销售退回金额/该年(或累计 12 个月)营业总收入。实际发生退货时,再冲减计提的预计负债。

报告期内,泽宝股份公司针对各类商品在各期末按上述平均退货比例计提的退货金额以及期末实际退货金额如下表所示:

单位：万元

商品品类	2018年4月30日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	预计退货	实际退货	预计退货	实际退货	预计退货	实际退货
电源类	215.85	166.89	308.27	277.10	166.89	145.36
蓝牙、音频类	260.89	221.07	563.73	484.75	446.38	413.40
小家电类	119.63	118.86	304.50	367.20	177.76	192.12
电脑手机周边类	46.22	42.5	97.90	74.33	140.07	117.45
个护、健康类	39.74	37.94	119.87	105.10	60.97	47.97
其他	84.97	82.97	118.74	119.68	47.68	38.68
合计	767.29	670.23	1,513.01	1,428.16	1,039.75	954.98

从上表得出，泽宝股份公司报告期各期末计提的退货金额与期后实际发生的退货金额基本一致，整体上预计退货的金额略高于实际退货的金额，会计处理谨慎、合理。

经核查，我们认为泽宝股份公司报告期内各类商品预计的退货金额与期后实际发生退货金额基本一致，整体上预计退货的金额略高于实际退货的金额，会计处理谨慎、合理。

**四、请你公司：1) 补充披露报告期各期主要品类商品毛利率的变动趋势、变动原因及合理性。2) 结合标的资产与同行业可比公司业务模式、主要商品品类、市场占有率、核心竞争力的差异情况，补充披露标的资产毛利率水平略低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第 21 条）**

（一）报告期各期主要品类商品毛利率的变动趋势、变动原因及合理性核查

1. 报告期内，泽宝股份公司主要品类商品线上毛利率和销售占比情况如下表所示：

各品类商品毛利率（%）				
商品品类	2018年1-4月	2017年较2016年提升比例	2017年度	2016年度
电源类	54.08	12.79	48.09	35.30
蓝牙音频类	48.64	0.85	49.95	49.10
小家电类	53.96	-1.40	51.03	52.43

电脑手机周边类	46.51	-1.83	41.59	43.42
个护健康类	51.71	-8.82	44.15	52.97
线上综合毛利率	53.49	3.04	49.68	46.64

各品类商品销售占比 (%)

商品品类	2018年1-4月	2017年较2016年提升比例	2017年度	2016年度
电源类	29.78	0.67	29.72	29.05
蓝牙音频类	20.71	0.12	25.29	25.17
小家电类	24.20	0.10	22.22	22.12
电脑手机周边类	5.03	-1.26	6.83	8.08
个护健康类	6.77	0.88	6.80	5.92
合计	86.49	0.51	90.86	90.34

从上表可得，报告期内，泽宝股份公司蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类产品毛利率基本保持稳定。电源类产品毛利率保持持续上升趋势，个护健康类产品毛利率呈先降后升的趋势，具体变动原因如下：

(1) 报告期内电源类商品毛利率变动分析

1) 2017年电源类产品毛利率较2016年同比提高12.79%，主要系：

① 产品市场竞争力和品牌力提升。2016年泽宝股份公司电源类产品采取较低价格抢占市场份额的策略，整体毛利率偏低。2017年以来，移动电源市场集中度上升，低价竞争情况有所减少。同时，随着多年来泽宝股份公司亚马逊站内、站外营销推广的持续投入，泽宝股份公司电源类产品 RAVpower 品牌知名度增强。因此，整体上电源类产品毛利率提升明显。

② 产品结构优化，新产品推出和爆款产品打造。2017年泽宝股份公司优化产品结构，高毛利率的充电器、电池和数据线类销售占比达到约41.50%，较上年提升9.48个百分点，同时加大了新产品的推出和爆款产品打造。泽宝股份公司新推出的无线快充充电器、大电流输出双口 MINI 红色车充等销售情况较好，毛利率超过55%，且销售收入占比约为5%，对毛利率增长贡献较大。此外，相机电池、大容量快充移动电源、逆变电源等产品，经过2016年较低价格的推广和引流，成功达成爆款产品，市场排名居前，销售价格逐步提升，毛利率保持在较高水平，销售收入占比约为8.5%，亦对毛利率增长贡献较大。

③ 改进产品方案，优化供应商流程管理，改善跨境运输方式。泽宝股份公

司自 2016 年下半年开始，对电源类产品的电气方案进行优化改进，原方案分离器件较多、BOM 成本较高，新方案采用三合一方案，集成度较高，减少了元器件，降低了 BOM 成本。同时公司工程部、采购部、项目部推动供应商进行流程管理，帮助供应商提升自动化生产程度和生产效率，降低制造成本，从而降低泽宝股份公司采购成本。

同时加强销售预测、供应商生产计划和物流管控，优化产品的海运、空运比例，降低运输成本。2016 年，电源类产品空运的比例约为 64%，海运比例约为 36%；2017 年，泽宝股份公司产品出库海运比例由上年的约 36% 上升到约 54%，提升了 50%。对于移动电源，单位重量的空运价格通常是海运价格的 10-20 倍，运输方式的优化有效降低产品成本，提高产品的毛利率。

2) 2018 年 1-4 月，电源类产品毛利率比 2017 年提高了约 6%，主要得益于产品销售结构和成本的进一步优化。

① 从销售结构上看，高毛利率的充电器、电池和数据线类销售占比达到约 44.74%，较上年提升 3.24 个百分点，4 款爆款车充产品销售占比达到约 10.50%，毛利率超过 65%；在相机电池领域，泽宝股份公司产品持续排名首位，毛利率达到约 64%，单款产品销售额占比提升至约 5.20%。

② 从成本上看，供应链管理进一步加深，采购价格和运输结构进一步优化。泽宝股份公司加强了供应链管理的深度，采购规模扩大的基础上，对于核心原器件，如芯片、MOS 管等，公司直接与二级供应商洽谈，锁定价格，降低一级供应商的成本。对于电池电芯，从 2017 年下半年，在保持良率、一致性的基础上，由原国外厂商进口电芯，逐步引入国内电芯供应商，降低了电芯成本。同时进一步加强精细化运营能力，在保持稳定供货的同时，电源类产品海运比例提升至约 63%。

## (2) 报告期内个护健康类商品毛利率变动分析

1) 2017 年个护健康类产品毛利率较 2016 年同比下降 8.82%，主要系：

① 低价策略抢占市场份额。2016 年，泽宝股份公司个护健康类产品线产品数量和规模较小，泽宝股份公司看好该品类市场前景，2017 年进行产品扩充，SKU 数量由 2016 年的 19 个增加至 2017 年 58 个。作为新进入者，为开拓市场、扩大市场份额，泽宝股份公司采用低价、低毛利率销售策略，平均单价较 2016 年有所下降。

② 供应链有待进一步优化。泽宝股份公司原主要从事的消费电子供应链与个护健康类供应链差异较大，相对于长期合作的消费电子产品供应商，泽宝股份公司对个护健康类供应链需进一步挖掘研究，与新引入的个护健康类供应商需要磨合，议价定价权稍弱，因此新产品成本相对较高，影响毛利率水平。

2) 2018年1-4月，个护健康类产品比2017年提高了7.56%，主要系：

① 产品结构优化，爆款产品显现。随着上年以来的持续推广，毛利率较高的化妆刷、卷发棒成为爆款产品，销售占比由2017年的约29%提升至42%，毛利率均超过52%。新推出的蜡疗机、剃毛器毛利率超过60%。

② 供应链逐步改善，成本优化。随着与个护健康领域供应商的持续合作，泽宝股份公司议价能力增加，同时泽宝股份公司对重点产品的二级供应商直接接洽，锁定原材料价格，如化妆刷刷毛供应商，采购成本有所降低。

2. 报告期内，泽宝股份公司主要品类商品线下业务毛利率情况如下表所示：

单位：%

商品品类	2018年1-4月	2017年较2016年 提升比例	2017年度	2016年度
电源类	19.45	12.82	20.97	8.15
蓝牙音频类	30.87	21.52	21.05	-0.47
小家电类	37.88			
电脑手机周边类	25.12			
个护健康类	8.29			
线下综合毛利率	21.85	11.89	22.44	10.55

由于线下业务属于批发业务，线下业务属于零售业务，因此，泽宝股份公司线下综合毛利率要明显低于线上综合毛利率。

从上表可得，报告期内，线下业务的商品品类逐渐增加，2016年、2017年线下业务仅涉及电源类、蓝牙音频类两个品类的产品。2017年线下综合毛利率较2016年提高11.89个百分点，呈上升趋势，主要系泽宝股份公司2016年方开始尝试布局线下业务（2016年线下收入占总营业收入的1.28%），对线下市场的了解、定价、成本控制处于摸索阶段，综合毛利率水平较低，蓝牙音频类产品甚至出现亏损。2017年，随着经验的积累，客户量的聚集，综合毛利率开始上升。2018年1-4月，线下综合毛利率基本维持在2017年的水平，保持稳定。

（二）泽宝股份公司毛利率水平略低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

## 1. 同行业可比公司经营模式

根据市场公开资料整理，同行业可比公司的业务模式、主要商品品类如下表所示：

公司名称	主营业务	业务模式	主要商品品类
跨境通	进出口跨境电商	泛品类电商，SKU 数量超过 50 万，通过自建的电子商务销售平台进行垂直销售，同时也通过 eBay、亚马逊等第三方平台进行销售	主要商品品类包括：服装/服饰配件、消费电子产品、电话和通讯产品、运动及娱乐产品、电脑和办公产品、家居用品、家用电器产品、汽车摩托车配件、玩具、安全防护、保健品、美妆产品、母婴产品、食品饮料等覆盖消费者日常消费需求的各种品类
安克创新	出口跨境电商	精品类电商，向客户销售具有自主品牌 Anker 的产品，销售模式包括线上 B2C（主要通过亚马逊平台）、线下批发销售以及线下直销	主要商品品类包括：电池、充电器、数据线、耳机、音响、扫地机器人
傲基电商	出口跨境电商	泛品类电商，SKU 数量超过 60 万，主要通过自建的电子商务销售平台进行垂直销售，辅以 eBay、亚马逊等第三方平台进行销售	主要商品品类包括：数码类、服饰类、家居类，其中家居类产品系第一大品类
通拓科技	出口跨境电商	泛品类电商，SKU 数量超过 40 万，主要通过亚马逊、eBay、速卖通、Wish 等全球性的第三方电商平台，辅以自有电商平台对外销售	主要商品品类包括：3C 电子、摄影影音、美容服饰、游戏玩具、家居户外、健康管理、汽车配件等
泽宝股份	出口跨境电商	精品类电商，主要通过亚马逊平台进行销售，同时开展线下批发业务	主要商品品类包括：电源类、蓝牙音频类、小家电类等、电脑手机周边类、个护健康类等

## 2. 跨境电商行业的市场格局

根据中国电子商务研究中心监测数据显示，2017 年中国跨境电商整体交易规模(含零售及 B2B)达 7.6 万亿元人民币，以此市场规模算，行业集中度仍较低，企业平均规模较小，2017 年同行可比公司的市场占有率情况如下表所示：

单位：亿元

可比公司	跨境通	安克创新	傲基电商	通拓科技	泽宝股份
营业收入	140.18	39.12	37.37	32.05	17.43
市场占有率 (%)	0.18	0.05	0.05	0.04	0.02

注：数据由市场数据整理，通拓科技营业收入为 2017 年 1-11 月数据，余者为 2017 年度数据

从上表可得，2017 年泽宝股份公司的市场占有率相对落后于同行可比公司。

### 3. 同行业可比公司的毛利率情况

根据市场公开信息整理，泽宝股份公司与主要同行业可比公司的毛利率情况如下表所示：

公司名称	2018年1-3月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
跨境通	44.71	49.77	48.34
安克创新	51.19	51.89	53.92
傲基电商	62.27	60.81	58.28
通拓科技		41.45	49.98
可比公司平均值	52.72	50.98	52.63

  

公司名称	2018年1-4月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
泽宝股份	50.68	48.68	46.18

注：可比公司公开数据仅披露到 2018 年 1-3 月，其中，通拓科技 2017 年度毛利率为 2017 年 1-11 月期间数据。

#### (1) 跨境通分品类毛利率：

产品品类	2018年1-6月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
服饰家居	65.89	62.68	69.75
电子产品	47.05	47.56	38.89
其他产品		20.34%	28.67
母婴产品	10.22		
综合毛利率	39.96	49.77	48.34

#### (2) 安克创新分品类毛利率：

产品品类	2018年1-6月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
充电类产品		54.15	54.42
创新类产品		45.97	50.44
综合毛利率		51.89	53.91

注：安克创新已终止三板挂牌无 2018 年数据。

#### (3) 傲基电商分品类毛利率：

产品品类	2018年1-6月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
数码类		49.79	50.32
服饰类		71.02	69.59
家居类		63.09	62.80
其他		62.93	59.27
综合毛利率	57.18	60.73	58.28

注：傲基电商 2018 年半年报未披露分品类数据。

(4) 通拓科技分品类毛利率：

产品品类	2018年1-6月 (%)	2017年1-11月 (%)	2016年度 (%)
家居生活		55.10	61.48
电子产品		37.80	41.12
服装服饰		61.54	58.31
其他		17.36	4.49
综合毛利率		43.64	51.12

注：通拓科技未披露 2018 年毛利率数据。

(5) 泽宝股份公司分品类毛利率：

产品品类	2018年1-4月 (%)	2017年度 (%)	2016年度 (%)
电源类	46.91	46.32	34.42
蓝牙音频类	47.48	48.42	48.94
小家电类	53.83	51.03	52.43
电脑手机周边类	45.86	41.59	43.42
个护健康类	51.68	44.15	52.97
其他	61.89	59.96	58.96
综合毛利率	50.68	48.68	46.18

从上表可见，报告期内，泽宝股份公司的毛利率水平保持稳中有升的趋势，与同行业相比，优于通拓，与跨境通相当，低于安克创新和傲基电商，整体上略低于同行可比公司的平均值主要因产品品类差异所致。

从行业来看，整体上消费电子产品毛利率相对较低，服饰服装、家居类产品毛利率较高。泽宝股份公司主要产品为电源类、蓝牙音频类、小家电类产品，其毛利率相对较低，导致综合毛利率略低于同行业平均水平。虽然同行业各公司品



类分类有所不同，但整体上，泽宝股份公司毛利率水平高于同行业公司电子、数码产品毛利率，反映出泽宝股份公司在品牌、产品研发方面的投入价值。

经核查，我们认为泽宝股份公司报告期各期整体上蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边类产品毛利率基本保持稳定，主要品类的电源类产品由于销售结构的优化以及成本控制效果的显现，毛利率呈上升趋势；个护健康类产品为了抢占市场采用了低价策略，导致 2017 年毛利率较 2016 年同比下降，2018 年以来随着经营效率的提高，毛利率相应较 2017 年有所上升，主要品类商品毛利率的变动趋势、变动原因与泽宝股份公司的商业模式和经营决策相匹配，具有合理性。由于业务模式、商品品类、市场占有率、核心竞争力的差异，导致泽宝股份公司毛利率水平略低于同行可比公司平均水平，具有合理性。

**五、请你公司：1) 补充披露销售费用中销售平台交易费的具体内容，并结合确认依据及标准以及同行业可比公司情况，说明发生额的合理性。2) 补充披露报告期各期标的资产发生的运输费用的具体金额，并结合收入变动情况，补充披露运输费发生金额的合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第 23 条）**

（一）补充披露销售费用中销售平台交易费的具体内容，并结合确认依据及标准以及同行业可比公司情况，说明发生额的合理性

#### 1. 销售平台交易费的构成

报告期内，泽宝股份公司通过亚马逊实现的销售收入在整个线上收入的占比均超过 99%。泽宝股份公司销售费用中的销售平台费主要系使用亚马逊 FBA 服务产生的交易费用，包括销售佣金、物流配送费用、仓储费及其他，具体内容如下表所示：

项目	费用标准
销售佣金	主要按商品价格进行收取，不同的商品品类收取的佣金比例不同，佣金比例为7%-15%不等，最低销售佣金为1美元。
物流费用	包含订单处理费、取件及包装费用以及配送费，主要根据产品的标准尺寸及重量按件收取。
仓储费	按照卖家寄存在亚马逊仓库存货所占空间的日均体积（以立方英尺为单位）收取，亚马逊官方仓储费标准因商品尺寸不同而有差异，并按时间动态调整。

数据来源：根据亚马逊官网数据整理

## 2. 销售平台交易费的确认依据

泽宝股份公司每个对账期从亚马逊后台调取对账单及交易明细，核对所发生的各项平台交易费的具体内容，确认无误后确认销售平台交易费。

## 3. 销售平台交易费用水平

报告期内，泽宝股份公司各项销售平台交易费的金额和占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2018年1-4月		2017年		2016年	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
佣金	8,205.76	44.57	22,282.81	45.90	16,347.79	47.82
物流费用	9,386.82	50.98	24,536.40	50.54	16,911.12	49.47
仓储费用	722.30	3.92	1,450.12	2.99	696.55	2.04
其他	98.21	0.53	277.22	0.57	231.05	0.68
合计	18,413.09	100.00	48,546.55	100.00	34,186.51	100.00

从上表可以看出，报告期内，佣金、物流费用系销售平台费的主要因素，累计占比超过 90%。其中，2017 年销售佣金占比较 2016 年下降 1.92%，主要系随着销售增长，当期销售佣金同比增长 36.30%，低于整体销售平台费 42.00% 的增长率水平；2018 年 1-4 月、2017 年、2016 年物流费用在平台交易费的占比保持在 50%左右的水平。

## 4. 可比公司销售平台费情况

同行可比公司中，跨境通、傲基电商、通拓科技采用“自建平台+第三方平台”的销售模式，且第三方平台包括亚马逊、eBay、Wish、速卖通等，销售平台费构成较泽宝股份公司更为复杂，可比性不强。安克创新的业务模式与泽宝股份公司最为接近，均主要通过亚马逊进行线上销售，可比性强。鉴于公开数据的可获取性，仅比较 2017 年安克创新与泽宝股份公司销售平台费的情况，具体如下表所示：

单位：万元

项目	销售平台费	线上收入	销售平台费的线上收入占比(%)
安克创新	85,242.38	285,608.62	29.85
泽宝股份	48,546.55	167,800.13	28.93

数据来源：安克创新 2017 年年度报告

从上表可得，泽宝股份公司销售平台费占线上收入的比例与安克创新基本一致。

综上，泽宝股份公司主要采用亚马逊 FBA 模式运营，按 FBA 费用标准产生相应销售平台费，并通过与亚马逊平台复核、对账的方式确认相应的销售平台费，报告期内，各项平台费用明细在总销售平台费的占比保持稳定。2017 年，泽宝股份公司销售平台费在线上收入占比与安克创新基本一致，泽宝股份公司销售平台费的发生额与经营特点相符，具有合理性。

(二) 补充披露报告期各期泽宝股份公司发生的运输费用的具体金额,并结合收入变动情况,补充披露运输费发生金额的合理性

报告期内，泽宝股份公司发生的运输费用的具体金额情况如下：

单位：万元

项 目	2018年1-4月	2017年度	2016年度
物流费用	9,386.82	24,536.40	16,911.12
线上业务收入	58,967.97	167,800.13	123,872.58
物流费用占收入比例(%)	15.92	14.62	13.65

泽宝股份公司销售费用项下的运输费用，主要系线上业务产生的 FBA 商品配送物流费用，根据亚马逊对账单确认相应费用金额，报告期内，运输费用发生额真实、合理。

经核查，通过与同行业可比公司相关情况进行对比，结合确认依据及标准分析，我们认为泽宝股份公司报告期内销售费用中的平台交易费的发生额具有合理性；结合报告期内泽宝股份公司收入变动和运输费用收入占比，泽宝股份公司运输费发生额与经营特点相符，具有合理性。

**六、申请文件显示,标的资产存货主要存储在亚马逊境外各地仓库,由亚马逊提供仓储管理、物流配送等服务,并承担相应商品灭失赔偿义务。请你公司: 1) 补充披露报告期内标的资产使用亚马逊境外仓库的实际情况,包括仓库所在地、租赁面积、租金或管理费情况等,是否曾经发生存货灭失损坏的情况。2) 补充标的资产将存货存储在亚马逊仓库而非自行租赁仓库进行存储的原因。3) 结合报**

告期内标的资产营业收入增长情况、业务范围及运营模式变动情况等补充披露标的资产存货余额变动的合理性。4) 按照库存商品类别、库龄维度补充披露存货跌价准备计提标准, 报告期各会计期末存货跌价准备金额的计算依据, 并分析期末余额是否充分反映了存货的滞销风险。补充披露标的资产应对存货滞销风险的相关措施及实施效果。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。(反馈意见第 24 条)

(一) 补充披露报告期内泽宝股份公司使用亚马逊境外仓库的实际情况, 包括仓库所在地、租赁面积、租金或管理费情况等, 是否曾经发生存货灭失损坏的情况

报告期内, 泽宝股份公司主要使用亚马逊 FBA 服务进行商品线上销售。所谓亚马逊 FBA 服务是指亚马逊向卖家提供高标准的包括仓储、拣货、包装、配送、收款、客服和退货在内的所有物流服务。

亚马逊平台卖家预先将计划在亚马逊线上销售的产品运至亚马逊境外各地的仓库中, 一旦用户在线上下单, 将由亚马逊系统自动完成后续的发货。

泽宝股份公司并未租赁固定的仓库, 而是通过亚马逊智能仓储系统, 将相关存货商品存放至最优地理区位的亚马逊仓库。泽宝股份公司使用亚马逊境外仓库的所在地信息如下:

地区	州/省/国
美国	California、Florida等30个州
日本	Ichikawa、Chiba等8个城市
欧洲	德国、英国等7个国家

相应地, 泽宝股份公司则按照 FBA 费率标准支付相应的仓储费用。报告内, 泽宝股份公司的仓储费情况如下表所示:

单位: 万元

项目	2018年1-4月	2017年度	2016年度
仓储费用	722.30	1,450.12	696.55

泽宝股份定期调取亚马逊系统中关于标的公司存货数量与状态的相关数据, 并与标的公司账面数据进行核对确认。报告期内, 泽宝股份公司曾发生少量存货灭失损坏的情况, 具体金额为 2016 年 136.46 万元, 2017 年 282.51 万, 2018 年

1-4月62.06万元，经泽宝股份公司与亚马逊双方确认后，亚马逊已经根据相应的货值进行赔偿。

(二) 补充泽宝股份公司将存货存储在亚马逊仓库而非自行租赁仓库进行存储的原因

泽宝股份公司采用亚马逊 FBA 服务，主要存货存放在亚马逊仓库而非自行租赁的仓库，主要系：

1. 集中公司资源专注于核心业务环节：泽宝股份公司定位于“互联网+”品牌型产品公司，核心业务环节在于产品开发和品牌运营等高附加值环节，而不在于仓储、配送等环节，因此泽宝股份公司将存货主要存储于亚马逊仓库，将仓储、配送环节外包。

2. 降低开办成本、利于业务拓展：亚马逊在全球主要市场通过长期持续投入，已经建立了完善的仓储基地、配送系统，能够在可接受成本下，实现高效、准确、可靠、稳定的仓储、配送；与采用自行租赁仓库方式相比，能够便于泽宝股份公司拓展全球市场、降低境外运营复杂度和管理风险。

3. 提高产品竞争力和客户体验：使用亚马逊 FBA 仓储配送服务，能够吸引亚马逊 Prime 会员，产品的曝光度和竞争力将有所提升。同时亚马逊更快捷、更专业的配送服务，能够给予买家更好的购物体验。

(三) 结合报告期内泽宝股份公司营业收入增长情况、业务范围及运营模式变动情况等补充披露泽宝股份公司存货余额变动的合理性

报告期内，泽宝股份公司营业收入、存货余额变动如下：

项 目	2018 年 1-4 月	2017 年度	2016 年度
营业收入	64,717.35	174,345.16	125,506.13
存货	27,343.35	35,284.73	20,519.23

如上表，泽宝股份公司销售收入存货比 2017 年较 2016 年变动较小；2017 年营业收入较上年增长 38.91%，但存货却较上年增长 71.96%，主要是因为泽宝股份公司根据业务需要提前备货以及发展线下业务所致。泽宝股份公司基于历史期的发展速度、结合电商行业发展趋势、以及未来自身的经营规划对未来五年的主营业务做了收入预测，结合未来收入预测以及历史毛利率水平进行了成本预测。预测期间内，主营业务收支预测情况如下：

单位：万元

项目	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
营业收入	227,128.31	292,034.15	373,418.59	446,329.68	513,055.52
营业成本	119,961.69	157,048.29	203,562.34	243,051.67	279,312.15

报告期内，泽宝股份公司2017年营业收入同比增长38.91%，存货余额同比增长71.96%，主要原因如下：

1. 泽宝股份公司营业收入快速增长带动存货也相应增加，其中2017年营业收入较同期增长38.91%使得存货余额相应增加；

2. 2017年在完成新一轮融资后，泽宝股份公司资金实力有所增强，为充分利用融资资金，扩大业务规模，抢占市场先机，进一步增强客户体验，公司增加现有产品品类和范围，产品SKU的数量由2016年底的789个增加到2017年底的1,298个，增幅为64.51%，品类的快速增加相应使得公司备货量增加；

3. 运营模式方面，2017年开始泽宝股份公司加大了线下B2B业务投入，2017年度线下B2B收入比2016年度增加4,885.53万元，增长303.05%，为确保线下业务能更快发展，泽宝股份公司加大了铺货量并提高备货的及时性，相应增加了存货的储备。

综上，泽宝股份报告期内存货余额的变动具有合理性。

(四) 按照库存商品类别、库龄维度补充披露存货跌价准备计提标准，报告期各会计期末存货跌价准备金额的计算依据，并分析期末余额是否充分反映了存货的滞销风险。补充披露泽宝股份公司应对存货滞销风险的相关措施及实施效果

#### 1. 泽宝股份公司存货跌价准备计提政策

资产负债表日，泽宝股份公司存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货，在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值；资产负债表日，同一项存货中一部分有合同价格约定、其他部分不存在合同价格的，分别确定其可变现净值，并与其对应的成本进行比较，分别确定存货跌价准备的计提或转回的金额，履行了以下核算程序：

项 目	说明	序号	计算过程
结存数量	单个存货期末在库数量	①	
在途数量	单个存货期末在途数量	②	
采购单位成本	国内采购的初始成本	③	
运费单位成本	原仓至目的仓港口的运费，按照物流明细记录至各产品	④	
期末成本合计	采购成本+物流成本	⑤	⑤= (③+④) * (①+②)
销售单价	采用最近一笔销售单价	⑥	
销售费用及税费	销售平台费及税费	⑦	
可变现净值	(结存数量+在途数量) * (销售单价-销售费用及税费)	⑧	⑧= (①+②) * (⑥-⑦)
存货跌价准备	期末库存成本与可变现净值孰低	⑨	如果⑧>=⑤, ⑨=0, 如果⑧<⑤, ⑨=⑤-⑧

按照上述计提方式，报告期内，泽宝股份公司存货跌价准备计提情况如下表：

单位：万元

项 目	2018年4月30日	2017年12月31日	2016年12月31日
存货跌价准备	163.52	122.75	78.94
存货账面余额	27,343.35	35,284.73	20,519.23

## 2. 2018年4月30日存货分品类库龄

单位：万元

商品品类	90天以内	90-180天	180天-1年	1年以上	小 计
电源类	3,717.60	1,535.60	159.95	2.39	5,415.54
蓝牙、音频类	3,285.18	1,152.41	406.81	52.50	4,896.90
小家电类	3,226.79	1,976.87	179.55	115.76	5,498.97
电脑手机周边类	3,576.87	1,222.41	220.08	17.29	5,036.65
个护、健康类	1,940.08	1,311.14	237.99	189.28	3,678.49
其他	1,859.15	809.87	143.63	4.15	2,816.80
合 计	17,605.67	8,008.30	1,348.01	381.37	27,343.35

如上表，泽宝股份公司半年以内的存货占比为 93.68%（其中 90 天以内的占比为 64.39%），一年以上的存货占比仅为 1.39%，且泽宝股份公司 SKU 数量较少易于管理，因此采用存货采用成本与可变现净值孰低计量符合企业的实际情况。

### 3. 存货跌价准备期末余额充分反映了存货的滞销风险

(1) 报告期内，泽宝股份存货跌价准备计提情况如下表所示：

单位：万元

项 目	2018年4月30日	2017年12月31日	2016年12月31日
存货跌价准备	163.52	122.75	78.94
存货账面余额	27,343.35	35,284.73	20,519.23
占 比(%)	0.60	0.35	0.38

(2) 同行可比公司营业收入、存货余额变动情况如下表所示：

单位：万元

公司名称	2017 年度			2016 年度		
	收入	存货账面价值	销售收入存货比	收入	存货账面价值	销售收入存货比
跨境通	1,401,789.73	388,036.06	3.61%	853,690.75	257,305.03	3.32%
安克创新	391,244.69	41,448.09	9.44%	250,102.23	26,690.67	9.37%
傲基电商	373,724.05	67,026.92	5.58%	221,822.23	42,270.11	5.25%
通拓科技(注)	320,482.52	65,529.58	4.89%	219,664.01	41,773.26	5.26%
可比公司平均值	621,810.25	140,510.16	5.88%	386,319.81	92,009.77	5.80%
泽宝股份	174,345.16	35,284.73	4.94%	125,506.13	20,519.23	6.12%

注：存货周转率=营业收入/期末存货余额

从上表可知，2016年，泽宝股份公司的存货周转率略高于可比公司平均值；2017年度则低于可比公司平均值，主要系预期2018年线下业务的快速发展，在适当维持未来三个月库存的基础上，相应增加存货的备货量所致。

(3) 泽宝股份公司存货跌价准备的计提符合自身经营特点

泽宝股份公司定位于“精品”路线，产品主要集中在电源类、蓝牙音频类、小家电类、电脑手机周边、个护健康类等品类，SKU总量仅有一千多个，核心SKU约两百个。与其他产品SKU数十万计的泛品类电商相比，产品数量的精简使得泽宝股份公司能够更有效的对存货进行管理。此外，泽宝股份公司产品主要为消费类电子产品，具有毛利率高、可售期长的特点，不属于季节性产品，可变现净值高，库龄对存货销售的影响较小且期末存货库龄1年以上存货占比较小，存货滞销风险较小。

综上，泽宝股份公司存货的管理和核算与自身产品特性、经营模式相匹配，存货跌价准备计提合理。

### 4. 泽宝股份公司应对存货滞销风险的相关措施及实施效果

为应对可能发生的存货滞销风险，泽宝股份公司制定以下措施：



(1) 与供应商签订退换货合同，对于销量不佳的产品，将按协议约定向供应商退货或换货的方式。

(2) 制定淡旺季存货采购计划，结合产品历史销售情况，通过预算控制每期采购量，将期末存货总量控制在一个较为稳定的水平上。

(3) 加强库存管理，密切关注储存在亚马逊仓库的存货收发情况，监管存货库龄，对于库龄较长存货或市场销量不足预期，及时调整销售策略，加快存货周转。

报告期内，泽宝股份公司通过执行以上措施，将存货总量控制在一个相对合理的水平上，有效降低存货的滞销风险，上述应对措施具有可行性。

经核查，我们认为泽宝股份公司使用亚马逊仓库而非自行租赁仓库系其经营策略和业务特点；报告期内，泽宝股份公司存货余额变动与销售增长和运营模式相匹配，具有合理性；泽宝股份公司期末存货采用成本与可变现净值孰低计量，并按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备，与产品特性、经营模式相匹配，存货跌价准备计提合理，存货滞销风险较小，泽宝股份公司应对存货滞销风险的相关措施具有可行性。

**七、标的资产的产品主要通过亚马逊等第三方平台直接销往美国、如拿大、德国、日本等国家，主要采用美元、欧元、日元等货币进行结算。未来若人民币升值，将影响泽宝股份产品的销售价格，削弱产品的市场竞争力，同时还将产生汇兑损失。2017 年度、2018 年 1-4 月标的资产汇兑损失的金额为 852.99 万元、846.94 万元，故标的资产面临人民币升值导致汇兑损失的风险。请你公司补充披露：1) 汇率变动对标的资产财务状况的具体影响方式及预期效果。2) 标的资产应对汇率变动影响的相关措施及有效性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。（反馈意见第 25 条）**

**（一）汇率变动对泽宝股份公司财务状况的具体影响方式及预期效果**

报告期内，泽宝股份公司主要采用美元、欧元和日元进行销售结算，编制财务报表时需要根据外币兑人民币汇率水平，将外币转化为本位币。如果汇率发生变动，将直接影响到外币销售收入折算为人民币销售收入的金额水平，具体影响方式如下：

### 1. 2018年1-4月

主要币种	该币种收入占总收入比例	外币兑人民币汇率变动比例	汇率变动导致收入变动比例
美元	49.95%	-1.00%	-0.50%
欧元	24.03%	-1.00%	-0.24%
英镑	8.79%	-1.00%	-0.09%
日元	11.47%	-1.00%	-0.11%
加币	3.49%	-1.00%	-0.03%

### 2. 2017年度

主要币种	该币种收入占总收入比例	外币兑人民币汇率变动比例	汇率变动导致收入变动比例
美元	54.38%	-1.00%	-0.54%
欧元	24.52%	-1.00%	-0.25%
英镑	9.06%	-1.00%	-0.09%
日元	8.11%	-1.00%	-0.08%
加币	2.86%	-1.00%	-0.03%

### 3. 2016年度

主要币种	该币种收入占总收入比例	外币兑人民币汇率变动比例	汇率变动导致收入变动比例
美元	55.12%	-1.00%	-0.55%
欧元	25.07%	-1.00%	-0.25%
英镑	8.43%	-1.00%	-0.08%
日元	8.33%	-1.00%	-0.08%
加币	2.26%	-1.00%	-0.02%

从上表可知，假设2018年1-4月，美元兑人民币汇率下降（即人民币升值）1个百分点，则泽宝股份公司收入相应减少0.50个百分点，产生汇兑损失；如果美元对人民币汇率上升（即人民币贬值）1个百分点，则泽宝股份公司收入相应增加0.50个百分点，产生汇兑收益。

#### （二）泽宝股份公司应对汇率变动影响的相关措施及有效性

汇率变动受国际收支、全球金融市场供需状况、各国之间经济增长及通货膨胀率的差异、政府干预等多种因素影响，形成机制较为复杂。泽宝股份公司无法对汇率的变化趋势进行准确预测，为降低汇率波动对经营业绩造成的影响，泽宝股份公司制定了以下应对措施：

1. 使用外汇远期结算工具。持续关注美元、欧元、日元等主要结算货币的汇率走势，加强与商业银行等专业机构的合作，择机使用外汇远期结算工具对冲汇率波动风险，降低对经营业绩稳定性的不利影响。

2. 坚持使用一揽子货币结算。报告期内，泽宝股份公司在美国、德国、英国、日本、加拿大等地均有销售，销售区域较为分散。使用美元、欧元、英镑、日元等多种外币币种进行结算，可以发挥不同币种间天然的对冲作用，有效降低了单一外汇汇率波动对经营造成的影响。

3. 提高成本费用外币结算比例。对于泽宝股份公司境外人员工资、境外运费、平台服务费、境外仓储费等成本费用尽量使用外币结算，减少外币头寸，降低汇率风险敞口。

4. 灵活调整产品外币售价。泽宝股份公司将根据主要结算货币的汇率走势，结合当地市场的需求情况，择机调整终端产品售价，降低汇率波动的影响。

经核查，我们认为已经采取有效措施应对外汇汇率波动风险，预计未来外汇汇率变动不会对泽宝股份公司整体经营业绩造成重大不利影响。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙） 中国注册会计师：

中国·杭州 中国注册会计师：

二〇一八年十月二十三日