

广东万里马实业股份有限公司 2019 年年度报告摘要

一、重要提示

本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到证监会指定媒体仔细阅读年度报告全文。

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本年度公司财务报告的审计意见为：标准的无保留意见。

非标准审计意见提示

适用 不适用

董事会审议的报告期普通股利润分配预案或公积金转增股本预案

适用 不适用

公司经本次董事会审议通过的普通股利润分配预案为：以 2019 年 12 月 31 日总股本 312,000,000 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 0.32 元（含税），送红股 0 股（含税），以资本公积金向全体股东每 10 股转增 0 股。

董事会决议通过的本报告期优先股利润分配预案

适用 不适用

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	万里马	股票代码	300591
股票上市交易所	深圳证券交易所		
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	黄晓亮	牟其飞	
办公地址	广州市海珠区新港东路 1028 号保利世界贸易中心 F 座 3 层	广州市海珠区新港东路 1028 号保利世界贸易中心 F 座 3 层	
传真	020-22319136	020-22319136	
电话	020-22319138	020-22319133	
电子信箱	wlm_stock@wanlima.com.cn	wlm_stock@wanlima.com.cn	

2、报告期主要业务或产品简介

公司是皮具行业领先的民族品牌之一，主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务。同时，公司采取 ODM 的模式，为国际知名企业生产手袋等产品；通过控股子公司超琦电商为母婴产品、户外运动产品的品牌商提供电商平台旗舰店运营管理、物流管理、代理经销品牌商产品等综合服务。

公司经营的产品主要为皮具产品，按用途及渠道主要分为团购产品和时尚消费品类两大类；按品牌分为“万里马”、“Saint Jack”、“COOME”3 个自有品牌产品，产品类别主要包括手袋、钱包、拉杆箱、皮鞋和皮带，同时，公司不断丰富产品线，搭配各式时尚精品小配饰，如眼镜、丝巾、钥匙扣等。

2018 年 3 月，公司完成对新零售电商公司超琦电商的收购，超琦电商致力于为中产阶级家庭精选全球知名中高端品质生活方式品牌，主要聚焦母婴及户外运动大健康领域，通过线上线下零售相结合的模式，打造领先的“新零售”商业公司，为品牌商提供全价值链的电子商务服务。

目前，公司已经初步形成了三个自有品牌和多个代理品牌的“3+N”多品牌格局。自有品牌分别是主张“精品设计、精

致时尚”的“万里马”，主张“英伦风尚、华彩人生”的“SAINT JACK”，以及主张“趣享缤纷、个性自我”的“COOME”。各品牌以不同的用料、设计、款式和色彩来表现不同的主题风格，再按照产品的风格、市场定位、价格等因素多层次覆盖目标客群，从而满足各个细分市场的差异化需求。同时，公司还不断加强与国外知名品牌的合作，通过超琦电商代理多个世界知名品牌，超琦电商签约的户外运动品牌包括：ARCTERYX/始祖鸟、SUUNTO/颂拓、Salomon/萨洛蒙、WILSON/威尔胜、ON Running以及KAILAS/凯乐石等；签约的母婴品牌包括MICRO/米高、ATOPALM/爱多康、Radio Flyer等。

近年来，公司积极推进多品牌、多渠道、多品类战略，通过构建多品牌矩阵，丰富多品类的产品线，以“精准体验、精细营销”为主线全方位布局新零售，为客户提供场景化全品类的体验选择。

公司在聚焦团购产品的同时和时尚消费品双向发力，围绕品质升级打造关键性竞争能力。团购产品客户群体较为稳定，主要分为军警系统、国家权力机关及其分支机构、国有大中型企业等三大类团购客户，业务规模占比较大。时尚品类主要通过直营渠道、电商渠道及代理加盟渠道面向终端零售开拓市场。

3、主要会计数据和财务指标

(1) 近三年主要会计数据和财务指标

公司是否需追溯调整或重述以前年度会计数据

是 否

单位：元

	2019 年	2018 年	本年比上年增减	2017 年
营业收入	675,535,587.07	693,399,606.66	-2.58%	604,143,896.88
归属于上市公司股东的净利润	23,998,807.09	37,797,261.11	-36.51%	37,332,410.09
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	22,486,794.42	37,597,046.05	-40.19%	34,703,061.72
经营活动产生的现金流量净额	30,402,148.82	-87,726,059.01	134.66%	-259,386,742.01
基本每股收益（元/股）	0.0769	0.1211	-36.50%	0.14
稀释每股收益（元/股）	0.0805	0.1211	-33.53%	0.14
加权平均净资产收益率	4.67%	7.95%	-3.28%	8.67%
	2019 年末	2018 年末	本年末比上年末增减	2017 年末
资产总额	1,270,991,770.48	1,110,464,587.75	14.46%	1,018,583,520.79
归属于上市公司股东的净资产	568,892,778.66	493,852,171.27	15.19%	456,268,744.93

(2) 分季度主要会计数据

单位：元

	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	130,268,553.49	213,210,934.07	105,644,893.37	226,411,206.14
归属于上市公司股东的净利润	-4,338,813.09	17,174,349.05	-1,467,703.49	12,630,974.62
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-4,360,984.77	17,199,098.52	-1,414,813.11	11,063,493.78
经营活动产生的现金流量净额	-55,108,668.57	-5,848,630.67	125,224,275.31	-33,864,827.25

上述财务指标或其加总数是否与公司已披露季度报告、半年度报告相关财务指标存在重大差异

是 否

4、股本及股东情况

(1) 普通股股东和表决权恢复的优先股股东数量及前 10 名股东持股情况表

单位：股

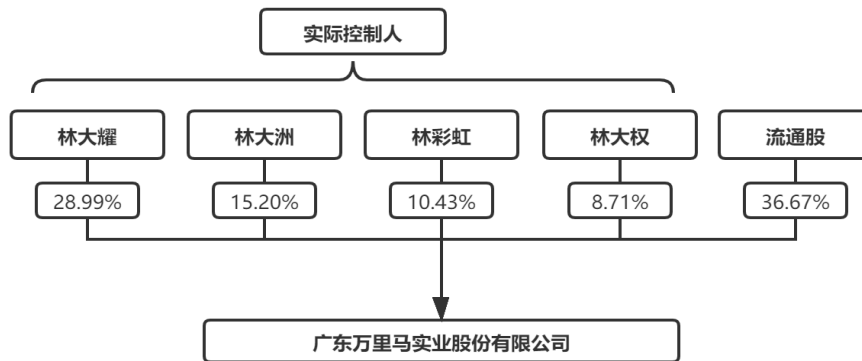
报告期末普通股股东总数	19,337	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	21,752	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
林大耀	境内自然人	28.99%	90,454,000	90,454,000	质押	63,590,000	
林大洲	境外自然人	15.20%	47,437,000	47,437,000	质押	44,319,999	
林彩虹	境内自然人	10.43%	32,526,000	32,526,000	质押	32,525,999	
林大权	境外自然人	8.71%	27,183,000	27,183,000			
陈泳源	境内自然人	1.16%	3,610,000	0			
王涛	境内自然人	1.09%	3,401,930	0			
黎锦新	境内自然人	0.41%	1,288,140	0			
林镜微	境内自然人	0.34%	1,045,780	0			
郑钧元	境内自然人	0.33%	1,032,710	0			
杨自江	境内自然人	0.33%	1,020,760	0			
上述股东关联关系或一致行动的说明	林大耀、林大洲、林彩虹、林大权合计持有公司 63.33% 股权，系兄弟姐妹关系，为公司的控股股东、实际控制人，其中林大洲担任董事长，林大耀担任董事、总经理，林大权担任副董事长。						

(2) 公司优先股股东总数及前 10 名优先股股东持股情况表

适用 不适用

公司报告期无优先股股东持股情况。

(3) 以方框图形式披露公司与实际控制人之间的产权及控制关系



5、公司债券情况

公司是否存在公开发行并在证券交易所上市，且在年度报告批准报出日未到期或到期未能全额兑付的公司债券是

(1) 公司债券基本信息

债券名称	债券简称	债券代码	到期日	债券余额（万元）	利率
可转换公司债券	万里转债	123032	2025 年 10 月 10 日	18,029	第 1 年 0.80% 第 2 年 1.50% 第 3 年 2.00% 第 4 年 3.00% 第 5 年 3.50% 第 6 年 4.00%
报告期内公司债券的付息兑付情况	报告期内“万里转债”发行期未满足一年，不存在可转债的付息兑付情况。				

(2) 公司债券最新跟踪评级及评级变化情况

根据中证鹏元资信评估股份有限公司出具的《广东万里马实业股份有限公司2018年创业板公开发行可转换公司债券信用评级报告》、《广东万里马实业股份有限公司2019年创业板公开发行可转换公司债券信用评级报告》，万里马主体信用等级为A+，债券信用等级为A+，评级展望稳定。

(3) 截至报告期末公司近 2 年的主要会计数据和财务指标

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	同期变动率
资产负债率	52.53%	52.91%	-0.38%
EBITDA 全部债务比	11.17%	14.19%	-3.02%
利息保障倍数	2.26	4.32	-47.69%

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

2019年，国内外风险挑战明显上升，全球经济持续低迷，中美贸易摩擦不断，动荡源和风险点增多。在国内宏观经济增速和消费增速双放缓的大环境下，面对复杂的经营环境及激烈的行业存量竞争，公司紧紧围绕“多品牌、多渠道、多品类”战略方针，以团购业务为抓手，以多渠道布局新零售为工作重心，以新零售电商渠道为切入点加速推进线上线下融合，积极尝试新兴营销模式，创新服务体验。报告期内，公司实现营业总收入675,535,587.07元，小幅下降2.58%。报告期内，受售后回租业务、贷款利率调整及发行可转换公司债券等影响，公司财务费用同比增长74.14%。同时，报告期内，公司加大了研发投入，研发费用较去年增长66.63%。受研发费用、财务费用双双大幅增长影响，2019年度，公司实现归属上市公司股东的净利润为23,998,807.09元，比去年同期下降36.51%。

宏观经济层面，经济增速进一步下探，消费趋势总体继续放缓。从国际环境上看，动荡源和风险点增多，国内结构性体制性周期性问题交织，经济下行压力依然较大。全球经济增速放缓和中美经贸摩擦带来的不确定性，对国内经济造成了下行压力。我国经济发展面临的国内外环境依然错综复杂。中国经济在经历了两位数成长后，增速下探并逐步趋稳，进入“中国经济新常态”。相应的，社会消费品零售总额自2012年开始逐步进入增长放缓期。2019年全年，我国国内生产总值同比增长6.1%。社会消费品零售总额411,649亿元，同比增长8%，其中，商品零售364,928亿元，增长7.9%。在去杠杆、供给侧结构性改革深入推进、贸易摩擦背景下，消费趋势总体呈现减速放缓迹象。

整体行业层面，鞋服行业全面进入存量竞争阶段，受居民消费结构中居住、医疗等支出挤占效应影响，人均衣着消费支出占居民消费支出的比例持续下滑。受宏观经济下行、消费结构调整影响，鞋服零售增速弱于社会消费品零售增速，行业全面进入存量竞争阶段。鞋服需求是居民生活基础性需求，受居民收入水平影响较大，虽然近年来我国居民收入水平持续提升，但增速明显放缓。根据国家统计局发布的数据显示，2019年全年，社会消费品零售总额中的服装鞋帽、针纺织品类零售额为13,517亿元，同比增长2.9%，增速显著低于社会消费品零售增速。另一方面，受居民消费结构中居住、医疗等支出挤占效应影响，人均衣着消费支出占居民消费支出的比例持续下滑，2019年，全国居民人均消费支出21,559元，比上年名义增长8.6%，人均衣着消费支出1,338元，增长3.8%，占人均消费支出的比重仅为6.2%。

国内皮具、鞋类终端品牌众多，公司所处行业为完全竞争市场，市场竞争激烈，增长乏力、利润率下滑是行业内众多企业面临的普遍困境。根据国家统计局数据显示，2019年规模以上工业企业皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业营业收入为11,672.7亿元，同比下降1.1%，营业成本10,055.4亿元，同比下降1.5%，利润总额686.3亿元，同比下降1.9%。供给面，市场上国内品牌繁多，新兴网红品牌、淘品牌等线上品牌不断涌现。加之近年来跨境电商、海淘兴起，也面临国外品牌的冲击。消费面，随着90后及00后人群成长为主力消费人群，因其成长环境、代际观念等因素影响，呈现与60、70及80后截然不同的消费理念、消费需求及消费习惯，消费风格偏好多变。随着互联网、大数据、人工智能等新技术与传统零售深度融合，新模式、新业态、新物种不断涌现，零售业态不断迭代。总体而言，行业竞争逐步加剧，整体处于存量竞争阶段。行业整体营业收入、利润总额呈下降趋势。

公司经营层面，面对复杂多变的经营环境和激烈的市场竞争，报告期内，公司紧紧围绕“多品牌、多渠道、多品类”战略方针，以团购业务为抓手，以新零售电商渠道为切入点，探索新兴营销模式。同时，加大研发投入，推进发行可转债，布局智能制造主动适应产业转型升级，并积极推进商业模式创新探索和未来产业布局。报告期内，公司各项主要经营情况如下：

1、公司研发的阅兵靴亮相70周年国庆大阅兵11个方队，团购业务依旧亮眼

近年来，在国家军民融合战略实施及在公司团购业务的战略布局下，团购渠道业务取得了高速发展。在今年70周年国庆大阅兵中，徒步方队共十五个，由万里马研发生产的阅兵靴在其中的十一个受阅方队中公开亮相。万里马以高品质的产品质量和出色的服务保障受到了阅兵联合指挥部和联勤保障兵站的充分肯定和嘉奖。公司研发生产的产品除在本次盛大的阅兵活动中亮相外，还服务保障了中国人民解放军建军90周年朱日和阅兵、香港回归祖国暨驻香港部队进驻二十周年阅兵、纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利70周年等重大阅兵活动，并屡获嘉奖。

2、设立广东省省级企业技术中心，加大研发与创新

研发能力是企业核心竞争要素，强大的研发设计能力是公司产品领先市场的先决条件，是提升企业核心竞争力的重要影响因素。随着市场竞争的日益激烈，企业的生存与发展越来越依赖于研发能力。为了提高公司的自主研发能力，加大新产品开发力度，促使研发成果转化，公司较早成立了企业技术中心，负责公司有关技术创新、技术改造、技术引进等重大项目的调研、认证及实施。2019年11月15日，经省级企业技术中心认定职能承接单位广东省机械工业质量管理协会按程序审核，确认公司为第十八批广东省省级企业技术中心。

报告期内公司持续加大研发投入，2019年投入研发费用32,729,606.44元，较上年同期增长66.63%。在团购定制品方面，公司目前单兵装备主要以解放军及武警被装产品为主。未来公司将通过智能制造和信息化升级建设，向自动化、智能化方向转型升级。同时结合国家强兵、精兵路线和军民融合发展战略的有利时机，研发单兵装备特种防护被装产品进一步拓展业务产品线，为特定团购客户定向研发军警被装换装产品及特种作战防护类产品，从而提升公司产品的科技含量，巩固团购渠道优势，增强公司产品的核心竞争力，进一步夯实团购渠道业务构建护城河。在时尚品方面，研发设计是皮具产品的灵魂，商品的时尚性与舒适性是抢占市场份额重要的竞争维度。公司投入研发费用加强与意大利、香港等著名设计师的合作力度，加大了在鞋品、手袋等核心产品方面的研发力度，保持与国际时尚潮流接轨，不断推陈出新以满足消费者个性化、多样化、品质化的消费需求。

除了自主研发，公司还积极与高校、科研机构等开展合作，充分利用外部资源进行创新。进一步推进“产学研”合作，加快科技成果产业化转化，不断提高公司的科技创新能力，实现产业升级。

3、投资建设特种防护产品生产线，挖掘新的业务增长点

近年来，在国家军民融合战略实施及公司在团购业务的战略布局下，团购渠道业务取得了高速发展。严苛的军品生产质控体系铸就了万里马过硬的产品品质。公司以高质量的产品获得了良好的口碑，尤其在团购客户中树立了较好的形象，团购渠道客户涵盖了中国人民解放军总后勤部军需局、中国人民武装警察部队后勤部物资采购站、武警交通指挥部后勤部军需物资处、武警森林指挥部后勤部、广东省公安厅、湖南省公安厅、深圳市公安局、中国南方航空股份有限公司、广州铁路（集团）公司站车服务中心等。

报告期内，公司积极投资建设单兵防护装备生产线，并深度结合军民融合战略，持续布局特种作战防护类产品。在同质化竞争激烈的当下，公司不断夯实团购渠道业务构建护城河，挖掘新的业务增长点。

4、成功发行可转债，加快布局智能制造主动适应产业转型升级

公司所处的皮革制品和制鞋业是典型的完全竞争和劳动密集型产业，行业集中度低，市场竞争激烈。随着人口红利逐渐消失、用工成本持续上升，行业企业面临的招工难、成本高等问题日益突显。根据国家统计局数据显示，2013-2018年我国16-59岁劳动年龄人口（含不满60周岁）由91,954万人下降至89,729万人，占全国总人口的比重也由67.6%下降至64.3%；2013-2018年我国制造业城镇单位就业人员年平均工资由46,431元增长至72,088元，年均复合增长率为9.2%。结合公司用工成本来看，近年来公司生产人员的用工成本逐年上升。

结合行业发展来看，通过智能制造提高生产经营效率，降低劳动力依赖已成为产业升级转型的主要趋势之一。公司本次公开发行人可转换公司债券募集资金总额不超过18,029万元（含18,029万元），拟投入智能制造升级建设项目、研发中心升级建设项目和信息化升级建设项目。通过本项目的实施，公司将在智能制造建设过程中迈出坚实步伐，有效提升智能制造水平，并对公司适应产业升级转型、顺应智能制造发展趋势起到积极作用。使公司从劳动密集型企业向自动化、智能化方向转型升级。目前公司本次公开发行人可转换公司债券已于2019年10月11日成功发行。

5、优化营销渠道结构

在消费结构调整、社会消费品零售总额和服装类零售额增速下降、终端需求疲软、竞争加剧等多重因素影响下，公司适时调整五大类营销渠道的经营策略，以快速对内外部商业环境的变化作出反应。

（1）直营渠道

近年来，随着我国宏观经济增速逐渐放缓，社会消费品零售总额增速也有所下降，公司所处的皮具行业也逐步从粗放式的扩张向精细化经营、精准化营销的方向发展。公司对直营终端店铺具备管理优势，能更好达到精细营销整体目标。一方面，“重质量、轻数量”，逐步放缓门店建设速度，增优汰劣，更加重视新建门店的质量，结合大数据等新兴技术，从选址、辐射范围、人流群体及其消费习惯等各方面综合考虑，确定自身线下实体店的发展战略；另一方面，大力建设和拓展线上渠道，通过自建、收购及合作等方式促成自身线上业务的迅速发展。

（2）团购渠道

近年来，在国家军民融合战略实施及公司在团购业务的战略布局下，团购渠道业务取得了高速发展。公司以高质量的产品获得了良好的口碑，尤其在团购客户中树立了较好的形象，团购渠道客户涵盖了中国人民解放军总后勤部军需局、中国人民武装警察部队后勤部物资采购站、武警交通指挥部后勤部军需物资处、武警森林指挥部后勤部、广东省公安厅、湖南省公安厅、深圳市公安局、中国南方航空股份有限公司、广州铁路（集团）公司站车服务中心等。在同质化竞争激烈的当下，公司不断夯实团购渠道业务构建护城河，并深度结合军民融合战略，持续布局特种作战防护类产品，挖掘新的业务增长点。

（3）电商渠道

为进一步完善公司营销网络渠道，加强电商渠道的建设与拓展，公司于2018年3月通过股权转让及增资方式收购了专业成熟的电商公司超琦电商。收购完成后，公司将原电子商务部门与超琦电商进行了深度融合，公司将原有的电子商务业务全部移交由超琦电商负责运营，公司不再设立单独的电商部门。超琦电商对万里马品牌电商定位进行了调整，提升产品定位，实现线上线下渠道整合；将万里马的电商渠道由原来的清货为主调整为线上线下同等的营销方式，深挖电商潜能。

2、报告期内主营业务是否存在重大变化

是 否

3、占公司主营业务收入或主营业务利润 10%以上的产品情况

适用 不适用

单位：元

产品名称	营业收入	营业利润	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业利润比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
手袋	118,170,523.55	81,082,010.46	31.39%	40.04%	41.21%	-0.56%
鞋品	368,716,008.69	267,916,516.40	27.34%	-16.49%	-13.19%	-2.76%

皮带	68,101,228.44	45,438,553.36	33.28%	51.90%	40.54%	5.40%
----	---------------	---------------	--------	--------	--------	-------

4、是否存在需要特别关注的经营季节性或周期性特征

是 否

5、报告期内营业收入、营业成本、归属于上市公司普通股股东的净利润总额或者构成较前一报告期发生重大变化的说明

适用 不适用

6、面临暂停上市和终止上市情况

适用 不适用

7、涉及财务报告的相关事项

(1) 与上年度财务报告相比，会计政策、会计估计和核算方法发生变化的情况说明

适用 不适用

1、重要会计政策变更

(1) 执行《财政部关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》和《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》

财政部分别于2019年4月30日和2019年9月19日 发布了《关于修订印发2019年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2019）6号）和《关于修订印发合并财务报表格式（2019版）的通知》（财会（2019）16号），对一般企业财务报表格式进行了修订。 本公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
(1) 资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”列示；“应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”列示；比较数据相应调整。	董事会决议	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额120,000.00元，“应收账款”上年年末余额453,123,823.35元； “应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额50,827,747.92元，“应付账款”上年年末余额131,719,930.91元。	“应收票据及应收账款”拆分为“应收票据”和“应收账款”，“应收票据”上年年末余额120,000.00元，“应收账款”上年年末余额461,574,861.15元； “应付票据及应付账款”拆分为“应付票据”和“应付账款”，“应付票据”上年年末余额50,827,747.92元，“应付账款”上年年末余额134,095,808.00元。

(2) 执行《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》（2017年修订）

财政部于2017年度修订了《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》、《企业会计准则第23号——金融资产转移》、《企业会计准则第24号——套期会计》和《企业会计准则第37号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。本公司将因追溯调整产生的累积影响数调整当年年初留存收益和其他综合收益。

以按照财会（2019）6号和财会（2019）16号的规定调整后的上年年末余额为基础，执行上述新金融工具准则的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
(1) 因报表项目名称变更，将“以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（负债）”重分类至“交易性金融资产（负债）”	董事会决议	无影响	无影响

以按照财会〔2019〕6号和财会〔2019〕16号的规定调整后的上年年末余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

合并

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	102,607,025.80	货币资金	摊余成本	102,607,025.80
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
应收票据	摊余成本	120,000.00	应收票据	摊余成本	120,000.00
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
应收账款	摊余成本	453,123,823.35	应收账款	摊余成本	453,123,823.35
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	27,725,552.36	其他应收款	摊余成本	27,725,552.36
持有至到期投资(含其他流动资产)	摊余成本		债权投资(含其他流动资产)	摊余成本	
可供出售金融资产(含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(债务工具)		债权投资(含其他流动资产)	摊余成本	
			其他债权投资(含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(权益工具)		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
以成本计量(权益工具)		其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益		
		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		
长期应收款	摊余成本		其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益		交易性金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
衍生金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益		衍生金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益	

母公司

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	55,057,194.81	货币资金	摊余成本	55,057,194.81
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		衍生金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
应收票据	摊余成本	120,000.00	应收票据	摊余成本	120,000.00
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
应收账款	摊余成本	461,574,861.15	应收账款	摊余成本	461,574,861.15
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
其他应收款	摊余成本	25,165,606.46	其他应收款	摊余成本	25,165,606.46
持有至到期投资(含其他流动资产)	摊余成本		债权投资(含其他流动资产)	摊余成本	
可供出售金融资产(含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(债务工具)		债权投资(含其他流动资产)	摊余成本	
			其他债权投资(含其他流动资产)	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益(权益工具)		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
			其他非流动金融资产		
以成本计量(权益工具)		其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益		
		交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益		
			其他非流动金融资产		
			其他权益工具投资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	
长期应收款	摊余成本		长期应收款	摊余成本	
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益		交易性金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益	
衍生金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益		衍生金融负债	以公允价值计量且其变动计入当期损益	

(3) 执行《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(2019修订)

财政部于2019年5月9日发布了《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》(2019修订)(财会〔2019〕8号),修订后的准则自2019年6月10日起施行,对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的非货币性资产交换,应根据本准则进行调整。对2019年1月1日之前发生的非货币性资产交换,不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

(4) 执行《企业会计准则第12号——债务重组》(2019修订)

财政部于2019年5月16日发布了《企业会计准则第12号——债务重组》(2019修订)(财会〔2019〕9号),修订后的准则自2019年6月17日起施行,对2019年1月1日至本准则施行日之间发生的债务重组,应根据本准则进行调整。对2019年1月1日之前发生的债务重组,不需要按照本准则的规定进行追溯调整。本公司执行上述准则在本报告期内无重大影响。

2、重要会计估计变更

本期主要会计估计变更:

(1) 变更原因

公司主营业务为皮具产品的研发设计、生产制造、品牌运营及市场销售业务,营销渠道包括团购、直营、电子商务、批发代理及ODM五大类。近年来,在宏观经济增长整体放缓和市场竞争加剧的背景下,公司制订了以团购渠道销售为主、多渠道协同发展的经营策略。从2013年至2018年度,公司对团购客户销售金额从14,812.64万元增长到50,724.16万元,占当期主营业务收入占比由34.59%增长至73.61%,公司销售渠道结构变化导致公司客户结构发生了较大变化。公司团购客户主要为解放军总后勤部军需局、武警后勤部、各省公安厅等高信用度客户,应收账款质量高,坏账风险低。由于该类业务性质和客户特点方面均与原客户存在较大差异,为更加客观、真实和公允地反映公司的财务状况和经营成果,公司评估了应收款项的构成、回款和实际坏账发生情况,并在参考部分同行业上市公司的应收款项坏账准备计提方式及比例后,公司对按组合计提坏账准备的应收款项的会计估计部分进行变更。

(2) 变更日期

本次会计估计变更自2019年12月10日第二届董事会第十九次会议及第二届监事会第十六次会议审议通过。

根据《企业会计准则第28号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定,本次会计估计变更采用未来适用法进行会计处理,无需对已披露的财务报告进行追溯调整,对公司以往各年度财务状况和经营成果不会产生影响。

(2) 报告期内发生重大会计差错更正需追溯重述的情况说明

适用 不适用

公司报告期无重大会计差错更正需追溯重述的情况。

(3) 与上年度财务报告相比,合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司控股子公司广州超琦电子商务有限公司以自有资金出资500万元港币在香港设立全资子公司超琦(香港)国际贸易有限公司,具体内容详见公司于2019年2月20日刊载在中国证监会指定披露网站巨潮资讯网的相关公告(公告编号:2019-001)。根据企业会计准则的相关规定,本报告期合并财务报表的合并范围增加香港超琦。