

江苏金陵体育器材股份有限公司

JIANGSU JINLING SPORTS EQUIPMENT Co., Ltd

中国江苏省张家港市南丰镇海丰路11号

NO.11, HAIFENG ROAD, NANFENG TOWN, ZHANGJIAGANG CITY,
JIANGSU PROVINCE, CHINA.

www.jlsports.com



金陵体育
JINLING SPORTS



金陵体育
JINLING SPORTS

江苏金陵体育器材股份有限公司

Jiangsu Jinling Sports Equipment Co., Ltd

二〇一九年年度报告摘要

编号：2020-024

2020年04月

一、重要提示

江苏金陵体育器材股份有限公司(以下简称“公司、本公司、金陵体育”)董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证本年度报告内容的真实、准确和完整,不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并承担个别和连带的法律责任。

本年度报告经公司第六届董事会第六次会议审议通过,所有董事均出席了审议本年度报告的董事会会议。公司法定代表人李春荣先生、主管会计工作负责人杨富荣先生及会计机构负责人(会计主管人员)倪敏敏先生保证本年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

本公司按中国企业会计准则编制的2019年年度财务报告已经立信会计师事务所(特殊普通合伙)审计并已出具标准无保留意见的审计报告。

公司经董事会审议通过的2019年年度利润分配预案为:以2019年12月31日的总股本128,746,780股为基数,向全体股东派发现金红利每10股人民币1元(含税项)。

本年度报告中如有涉及未来的计划、业绩预测等方面的内容,均不构成公司对任何投资者的承诺,投资者及相关人士均应当对此保持足够的风险认识,并且应当理解计划、预测与承诺之间的差异。

公司在本报告第四节“经营情况讨论与分析”中“九、公司未来发展的展望”部分,详细描述了公司经营中可能存在的风险及应对措施(“市盈率较高风险”、“利润下滑风险”、“新产品、新产能未达预期风险”、“应收账款风险”、“固定资产管理风险”、“市场风险”、“宏观经济波动及产业政策变化的风险”、“原材料价格波动风险”、“技术研发风险”及“人才风险”),敬请投资者关注相关内容,理性决策,审慎投资。

二、公司基本情况

1、公司简介

股票简称	金陵体育	股票代码	300651
股票上市交易所	深圳证券交易所		
变更前的股票简称（如有）			
联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表	
姓名	孙军	林淳才	
办公地址	张家港南丰镇兴园路 88 号	张家港南丰镇兴园路 88 号	
传真	+86-512-58623888	+86-512-58623888	
电话	0512-58983911	0512-58983910	
电子信箱	sunjun@jlsports.com	cc@jlsports.com	

2、报告期主要业务或产品简介

报告期内公司从事的主要业务

江苏金陵体育器材股份有限公司于2017年5月成功登陆深圳证券交易所创业板(股票代码:300651)。公司坚持精益求精、持续创新、开放合作,专注于体育文化设施系统集成以及体育资源的整合服务,以体育装备、场馆设施集成、运动健康、体育信息与赛事服务为核心业务,致力于向客户提供更高品质的体育装备和运动休闲环境。

金陵体育是国内唯一获得国际篮联“BACKBOARD SUPPORT UNITS”官方认证的公司,是全球范围获得国际篮联“SEATING SYSTEMS”官方认证的七家公司之一,是多项国家标准和行业标准的主要起草人,并成功为多届奥运会、亚运会、青奥会、全运会及历届NBA中国赛、CBA联赛等国际、国内重大赛事提供专业化服务。

作为行业领先的高端体育装备和体育文化设施系统集成服务商,公司立足于体育器材及配件相关产品的研发、生产、销售,主要经营产品包括球类器材、田径器材、场馆设施及赛事服务。

主要产品	产品介绍	产品图示
球类器材	主要适用于篮球运动、足球运动、排球运动等各类球类运动所需的体育器材产品,具体包括篮球器材、足球器材、排球器材、网球器材、羽毛球器材、手球器材等产品。	

<p>田径器材</p>	<p>主要适用于田径运动所需的各类体育器材产品、具体包括跳高架、跨栏架、障碍架等产品。</p>	
<p>场馆设施</p>	<p>主要为用于体育馆等体育设施建设所需的场馆座椅、活动看台、塑胶场地等产品。</p>	
<p>赛事服务</p>	<p>主要是为各类体育赛事提供体育器材租赁或赛事信息系统服务等。</p>	

3、主要经营模式

(1) 采购模式

公司主要原材料包括钢材、塑料、铸件、五金件等，由采购部门负责在国内进行采购。公司采购部门根据生产部制定的生产计划，结合原材料库存和采购周期制定采购计划，并以市场价格向合格供应商进行询价，综合考虑信用期、质量控制等因素确定供应商及采购价格。

公司制定了《供应商管理制度》、《供应内部控制制度》等制度对采购过程进行有效管理，具体采购工作由生产部、采购部门、质检科共同负责，其中生产部制定生产计划，采购部门根据生产计划、原材料库存和采购周期制定采购计划并负责原材料入库，质检科配合采购部门进行原材料入库检验。

(2) 生产模式

公司球类器材、田径器材等产品为标准类产品，出于利于生产管理和规模经济效益考虑，公司综合既有订单和产品市场需求情况按批次进行生产，即在满足销售订单需要的同时，合理预产部分产品；公司场馆设施等产品属于定制类产品，公司实行接单生产，即根据客户订单要求进行产品设计和生产。

公司已制定《生产计划管理制度》、《生产环节控制制度》、《产成品检验制度》。对于标准类产品，公司生产部根据销售订单、市场需求等制定《生产计划表》，各生产车间根据生产计划组织生产；对于定制类产品，在获得销售订单后，公司研发中心根据订单要求进行产品设计，生产部根据产品设计及订单情况制定《生产计划表》并组织生产。公司质检科根据产品的执行标准、技术要求和工艺文件对生产过程进行全过程的监督检验。

(3) 销售模式

公司采取直销为主、经销为辅的销售模式。直销模式是指公司将产品销售给终端使用者的模式，主要包括学校、政府事业性单位、体育赛事组织等客户；经销模式是指公司将产品销售给经销商，并不直接面向终端使用者销售的模式。

① 直销模式

公司直销模式主要通过客户拜访、查询政府采购信息或国内外重大体育赛事信息、参与项目投标及参加行业展会等方式获取订单进行销售。公司直销客户主要包括学校、政府事业性单位、体育赛事组织等，公司与该等客户直接就产品销售事项达成协议，就供货产品种类、供货数量、产品价格以及交货方式等进行约定，将产品发送到客户指定地点，获得客户的签收单或验收单。公司对直销客户一般按合同约定进行收款。

②经销模式

公司经销模式为卖断式经销。公司将产品交付经销商并取得签收或验收确认单据后,便不再继续对产品进行管理和控制,已将产品的风险和报酬转移给经销商;经销商确认收货后由其对产品实物进行管理,并自主销售给终端客户。公司经销客户主要包括少数与公司签订有经销协议的客户以及专门从事体育器材销售的贸易型企业。在经销模式下,公司将产品销售给经销商,并不直接面向终端使用者销售,经销商一般在获取下游订单后向公司发送采购订单。公司对经销商客户一般执行款到发货的信用政策。

(二) 所属行业分析

公司主营业务为体育器材和场馆设施的研发、生产、销售以及体育赛事服务。根据中国证监会2012年修订的《上市公司行业分类指引》及2019年2月12日公布的《2018年4季度上市公司行业分类结果》,公司所处行业为“C24文教、工美、体育和娱乐用品制造业。根据《国民经济行业分类》(GB/T4754—2017),公司所处行业为“C244体育用品制造”下的“C2442专项运动器材及配件制造”。

行业目前由国家体育总局承担行业宏观管理职能,主要负责制定产业政策、指导技术改造、重大投资项目的审批和管理等。国家技术质量监督检验检疫总局负责行业技术、质量监管等工作。工业和信息化部负责审议通过行业、国家标准。国家工商总局负责监管行业市场及企业运作。

在行业自律方面,中国文教体育用品协会主要负责保护会员单位合法权益、制定行规行纪、组织行业内企业与组织的合作与交流以及制定相应的行业标准等。中国体育用品联合会主要负责组织体育用品企业间信息交流,提升体育用品质量,扶持与推广名牌产品及制定相应的行业标准等。

近年来,国务院、国家体育总局及地方政府出台了一系列关于行业结构调整、产业升级、行业管理以及促进区域经济发展的产业政策,主要包括《关于加快发展体育产业的指导意见》、《体育产业“十二五”规划》、《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》、《体育产业发展“十三五”规划》等体育用品行业是体育产业的重要组成部分,具体包括体育器材及配件制造、训练健身器材制造、球类制造、运动防护用具制造以及其他体育用品制造等。

随着国内居民收入水平的提高,国内体育用品市场需求快速增长;同时,国内体育用品出口规模继续保持稳定增长,带动国内体育用品行业规模不断扩大。随着未来国内居民收入水平的不断提高,体育用品市场需求继续保持稳定增长,国内体育用品行业仍有明显的市场空间。

(三) 体育器材行业的发展情况

体育器材行业是体育用品行业的重要子行业之一,是竞技体育比赛和健身锻炼所使用的各种器械、装备及用品的总称,具体包括球类器材、田径器材、游泳器材等。

国内体育器材制造产业化生产起步于上世纪80年代,行业发展初期,由于企业生产规模较小、技术水平较低并缺少自主品牌,行业内大部分企业利用国内生产成本相对较低的竞争优势,更多地为国际知名厂商“委托加工”或“贴牌生产”。随着我国经济快速发展及居民收入的显著提高,国内体育器材制造业市场规模发展迅速,技术研发实力及自主品牌影响力不断提高,但行业整体仍面临市场竞争激烈、中小型企业众多、产品技术含量相对较低、品牌影响力较弱等不足。

以金陵体育为代表的部分行业领先企业抓住行业发展机遇,不断加大技术研发、自主品牌建设和市场渠道开拓力度,技术水平及品牌影响力逐步接近或达到国际知名厂商,在国内体育器材行业市场份额明显提高,并逐步参与到体育器材行业的国际市场竞争中。

(四) 体育器材行业竞争格局

在体育器材行业中低端市场领域,行业标准缺失或执行力度差,行业壁垒相对较低。在体育器材行业快速发展的背景下,吸引较多中小规模企业进入该领域,该领域产品技术水平和产品质量相对较低,市场竞争较为激烈。在体育器材行业高端市场领域,客户对产品质量及品牌美誉度要求较高,满足客户要求的体育器材供应商较少。以体育赛事市场领域为例,成为体育赛事的体育器材供应商需要满足赛事官方机构资质认证,而该等认证对供应商的综合竞争力要求较高,行业内仅有以金陵体育为代表的少数综合性体育器材供应商能满足该等认证要求,因此在体育器材行业高端市场领域市场竞争相对缓和。

未来随着体育器材行业标准的不断推行以及执行力度的加大,下游客户对体育器材产品质量和品牌要求的提升,部分产

品质量相对较低、品牌影响力较弱的中小企业将逐步被市场所淘汰，体育器材行业将呈现行业集中趋势。

（五）行业利润水平的变动趋势及变动原因

1、行业利润水平的变动趋势

公司所处体育用品制造行业的行业利润水平受宏观经济波动及下游需求变化影响。总体来说，我国体育用品制造行业的利润总额一直保持着较好的上升势头，但体育用品制造行业产品种类众多，各细分市场利润率水平有所差异；同时，由于不同企业的议价能力和市场竞争程度存在较大差异，导致其盈利能力高低不一。部分技术研发能力较强、管理水平较高、成本控制较好、产品质量和品牌认可度较高的企业在竞争中可以赢得更多的市场份额，利润水平不断提高；而规模较小、技术水平较低、经营管理不善的企业可能被迫退出市场。

2、行业利润水平的变动原因

体育器材制造行业利润水平变动主要系受产品总需求、行业竞争程度、产品成本以及行业上下游地位等因素的影响。

（1）产品总需求方面，随着居民收入水平的不断提高、国家对体育产业政策的大力支持、体育公共财政支出不断增加以及国内外大型体育赛事的举办，体育器材制造行业产品需求量将持续增长；

（2）行业竞争程度方面，在体育器材行业低端市场领域，由于产品技术水平和产品质量相对较低，市场竞争较为激烈，该领域利润率水平相对较低；而在体育器材行业中高端市场领域，客户对产品质量及品牌美誉度要求较高，产品技术投入和附加值较高，该领域利润率水平相对较高；

（3）产品成本方面，由于在体育器材制造中诸如钢材、塑料等原材料在产品成本中占比相对较高。因此，原材料价格的波动，将会对行业利润水平产生一定的影响；

（4）行业上下游地位方面，体育器材制造行业的上游供应商主要系钢材、塑料、铸件及五金件等制造企业，该等上游行业在国内发展较为成熟，原材料供应较为充足。体育器材制造行业的下游客户主要为学校、政府事业单位、体育赛事组织等，该等客户在选择体育器材供应商时，在财政预算范围内，更加注重体育器材产品的品牌知名度、产品质量等因素，对产品价格的敏感性相对较弱，从而使得行业利润水平相对较高。

（六）体育器材行业的技术水平、技术特点及其他特征

1、行业的技术水平及技术特点

经过多年的发展和积累，国内体育器材行业技术水平得到明显提高，但与国际先进水平相比仍存在一定差距，具体体现在产品生产工艺水平及自动化程度上。行业内多数中小企业基本采用自动化程度较低的传统人工生产方式，具有生产效率低、劳动强度大、产品质量不够稳定等不足。少数行业领先企业加大与国际领先企业的技术交流与合作，引入先进设备和数字化控制技术，有效提升了产品生产效率和制造精度，生产技术水平已达到国际领先企业水平。

2、行业的周期性、区域性及季节性特征

（1）行业的周期性特征

体育器材行业需求与国民经济发展情况及人均可支配收入水平呈正相关关系，具有一定的周期性特征。

（2）行业的区域性特征

我国东南部经济较发达地区在居民消费水平以及政府财政收入等方面高于中西部地区，从而使得体育器材行业消费多数分布在经济较发达的东南部地区。

（3）行业的季节性特征

体育器材行业下游主要客户为政府及事业单位、学校及体育赛事组织单位等，其中政府及事业单位一般在上半年根据年度预算制定采购计划并在下半年执行，学校一般会利用暑期期间进行产品采购及安装，该等因素使得体育器材行业下半年收入实现高于上半年。对于体育赛事组织单位的收入实现受具体体育赛事举办时点影响较大。

（七）上下游行业的关联关系及对体育器材行业的影响

1、上游行业及其影响

体育器材行业的主要原材料为钢材、塑料、铸件及五金件，该等原材料价格变动将直接影响体育器材产品的生产成本。

本行业上游行业在国内发展较为成熟，该等原材料供应较为充足。

2、下游行业及其影响

体育器材行业的下游客户主要是政府及事业单位、学校及体育赛事组委会等，其投资规模、营运模式的变化以及对产品的质量要求等因素直接对相应的体育器材需求造成影响。

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	499,635,072.08	453,781,229.78	10.10%	335,727,663.11
归属于上市公司股东的净利润	42,500,446.66	35,404,133.93	20.04%	43,878,125.70
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	36,528,023.52	28,735,098.04	27.12%	39,845,966.79
经营活动产生的现金流量净额	75,763,883.31	11,785,128.17	542.88%	-3,219,554.02
基本每股收益（元/股）	0.3301	0.275	20.04%	0.6320
稀释每股收益（元/股）	0.3301	0.275	20.04%	0.6320
加权平均净资产收益率	6.47%	5.62%	0.85%	8.50%
	2019年末	2018年末	本年末比上年末增减	2017年末
资产总额	893,171,615.74	922,949,490.35	-3.23%	847,311,832.05
归属于上市公司股东的净资产	669,179,264.60	647,884,169.94	3.29%	612,480,036.01

追溯调整或重述原因

(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	55,447,810.05	114,961,365.45	139,329,687.05	189,896,209.53
归属于上市公司股东的净利润	2,215,719.18	12,731,093.86	12,294,568.13	15,259,065.49
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-2,329,880.85	13,246,480.51	12,433,180.91	13,178,242.95
经营活动产生的现金流量净额	-2,298,655.63	-8,129,445.35	34,957,600.73	51,234,383.56

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

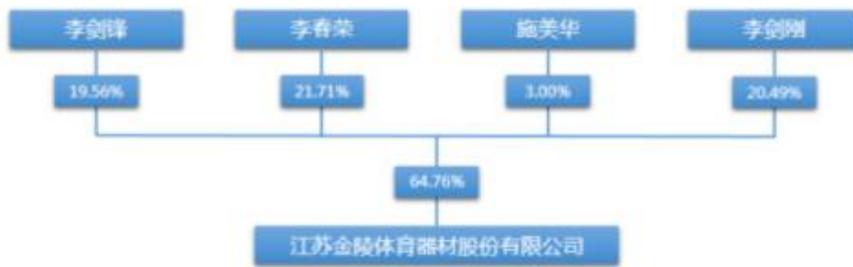
报告期末普通股股东总数	5,237	年度报告披露日前一个月末普通股股东总数	5,214	报告期末表决权恢复的优先股股东总数	0	年度报告披露日前一个月末表决权恢复的优先股股东总数	0
前 10 名股东持股情况							
股东名称	股东性质	持股比例	持股数量	持有有限售条件的股份数量	质押或冻结情况		
					股份状态	数量	
李春荣	境内自然人	21.71%	27,854,630	27,954,630			
李剑刚	境内自然人	20.49%	26,382,980	26,382,980			
李剑峰	境内自然人	19.56%	25,177,340	25,118,265	质押	5,133,430	
施美华	境内自然人	3.00%	3,858,150	3,858,150			
中国农业银行股份有限公司-鹏华医药科技股票型证券投资基金	境内非国有法人	1.85%	2,383,658				
黄宇娟	境内自然人	0.77%	988,820				
江苏紫金文化创业投资合伙企业(有限合伙)	境内非国有法人	0.69%	889,712				
刘林	境内自然人	0.62%	795,000				
李秀景	境内自然	0.55%	711,200				

	人					
李纲	境内自然人	0.54%	700,000			
上述股东关联关系或一致行动的说明		李春荣、施美华、李剑峰、李剑刚四人共同控制发行人，其中李春荣与施美华为夫妻关系，李剑刚、李剑峰为李春荣与施美华之子，李剑峰为李剑刚之兄。				

(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

(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。

否

三、经营情况讨论与分析

1、报告期经营情况简介

一、概述

江苏金陵体育器材股份有限公司作为行业领先的高端体育装备和体育文化设施系统集成服务商，立足于体育器材及配件相关产品的研发、生产、销售，主要经营产品包括球类器材、田径器材、场馆设施及赛事服务。报告期内，公司实现营业收入499,635,072.08元，同比增长10.10%；实现利润总额50,439,543.82元，同比增长17.10%；实现归属于上市公司股东的净利润为42,500,446.66元，同比增长20.04%。

(一) 提质增效，运行平稳

报告期球类器材产量增长，主要是系自动化篮球架生产线投入使用，客户认可度高，销量增长。此外，场馆设施与赛事服务较上一年度增长，主要是系报告期多项大型运动会成功举办、公司品牌实力提升等因素所致，2019年，随着山西大同体育中心、武汉五环体育中心、蚌埠体育中心、郑州奥体中心等大项目相继落地，第18届中运会、嘉兴秀湖全民健身中心、晋江奥体中心等新项目如期启动，进一步稳固了公司“体育文化设施系统集成”的市场定位。同时，公司赛事服务板块保障有力。顺利完成第7届世界军人运动会、第十二届非洲运动会、第十八届利马泛美运动会、第二届全国青年运动会、第十届全国残运会、亚洲举重锦标赛、东京奥运会举重资格赛、2019年国际田联钻石联赛、全国篮球3V3联赛、第十届环太湖自行车

赛等国际国内大赛，使公司品牌价值被不断提升。

（二）精细管理，全面提升

报告期内，公司作为一家新上市的公司，为适应资本市场的规范化运作要求，公司经营管理层不断提升自身素养和管理水平，公司治理结构不断完善，内控建设不断强化，形成了有效的约束机制和内部管理制度。同时，随着公司规模的不断扩大，为了适应新形势，防范经营风险，公司全面规范完善和提升各项管理制度，强化风险防控理念，在财务管理、销售管理、生产管理、采购管理、人力资源管理等方面不断推出各种工作实施细则，增强了考评体系的实时性和有效性，使得公司的管理质量得到了有效提升。

（三）人才激励，释放活力

公司不断加强人才引进、培养和储备，通过建立培训培养机制，建设组织机构改革、添置高新设备等措施，为人才提供成长平台，建立一支忠诚公司、素质过硬的人才队伍，给公司创新能力提供动力。同时，根据业务需求，优化人才结构，重视后备人才培养，以培养技术带头人、管理和技术骨干为重点，形成层次多样梯度合理的人才团队，保证公司长期稳定的发展。此外，2017年9月份，公司实施了第一批员工持股计划，建立了长效的激励机制，对吸引和留住优秀人才、充分调动骨干人员的积极性、共同促进公司长远发展将起到良好的促进作用。

（四）互惠合作，业务升级

公司紧抓行业发展机遇，充分利用自身研发、人才、市场、集成能力等优势，加快业务模式升级，着力提高公司市场服务能力和延伸市场覆盖范围，进一步拓展了上游配套产品的加工能力及信息化产品的服务能力。2019年公司成立控股子公司苏州金陵玻璃科技有限公司、苏州金陵共创体育器材有限公司，成立参股公司金陵乐彩（北京）科技有限公司、元动未来（北京）有限公司、江苏金动感智能设备有限公司等多家公司，服务质量和市场竞争力得到进一步提升。

（五）创新驱动，积聚动能

创新改革生产管理模式，稳步推进自动化及智能化制造，通过加强公司研发所的建设，提高产品科技含量以及新品研发速度，全面提升产品质量，节约成本，提高运营效率；通过积极对现在的生产线进行自动化改造，提高产能；报告期内，截至2019年12月31日，公司已拥有133项专利，其中发明专利18项，软件著作权2项，参与制定标准26项。

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

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
球类器材	197,829,576.84	81,898,304.42	41.40%	4.28%	3.19%	1.52%
场馆设施	111,046,463.89	24,315,887.41	21.90%	18.94%	15.54%	11.72%
田径器材	39,059,411.03	15,477,739.67	39.63%	-22.24%	-15.83%	-10.39%
赛事服务	39,953,385.47	-953,211.09	-2.39%	93.00%	232.51%	-105.88%
其他体育器材	104,837,322.35	40,164,828.51	38.31%	11.82%	-1.97%	29.29%
其他业务收入	6,908,912.50	6,370,580.63	92.21%	14.82%	57.49%	-2.24%

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

按业务年度口径汇总的主营业务数据

适用 不适用

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

一、公司于2019年4月22日在巨潮资讯网披露了《江苏金陵体育器材股份有限公司关于会计政策变更的公告》

(一) 会计政策变更概述

1、变更原因:财政部于2017年陆续发布了修订后的《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》及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下统称“新金融工具准则”),根据上述文件要求,公司需对原采用的相关会计政策进行相应调整。

2、变更日期:根据深圳证券交易所《关于新金融工具、收入准则执行时间的通知》,公司自2019年1月1日起施行新金融工具准则。

(二) 本次会计政策变更对公司的影响

1、以企业持有金融资产的“业务模式”和“金融资产合同现金流量特征”作为金融资产分类的判断依据,将金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产以及以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产三类;

2、将金融资产减值会计处理由“已发生损失法”修改为“预期损失法”,要求考虑金融资产未来预期信用损失情况,从而更加及时、足额地计提金融资产减值准备;

3、调整非交易性权益工具投资的会计处理,允许企业将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益进行处理,但该指定不可撤销,且在处置时不得将原计入其他综合收益的累计公允价值变动额结转计入当期损益;

4、进一步明确金融资产转移的判断原则及其会计处理;

5、套期会计准则更加强套期会计与企业风险管理活动的有机结合,更好地反映企业的风险管理活动。

根据新旧准则衔接规定,企业无需追溯调整前期可比数。因此,公司自2019年第一季度起按新准则要求进行会计报表披露,不追溯调整2018年可比数,本次会计政策变更不影响公司2018年度相关财务指标。

二、公司于2019年10月29日在巨潮资讯网披露了《江苏金陵体育器材股份有限公司关于部分会计政策变更的公告》

(一) 会计政策变更概述

1、变更原因

(1) 新财务报表格式

财政部于 2019 年 4 月 30 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)(以下简称“《修订通知》”),对一般企业财务报表格式进行了修订,适用于执行企业会计准则的非金融企业 2019 年度中期财务报表和年度财务报表及以后期间的财务报表。

(2) 新金融工具准则

2017 年 3 月 31 日,财政部发布了修订后的《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》和《企业会计准则第 24 号——套期会计》。5 月 2 日,财政部发布了修订后的《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》(统称“新金融工具系列准则”),并要求境内上市企业自 2019 年 1 月 1 日起执行。

2、变更前采用的会计政策

本次会计政策变更前,公司执行财政部发布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定。本次变更后,公司将按照《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)和新金融工具系列准则的规定执行,其他未变更部分,仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

3、变更后采用的会计政策

本次变更后,公司将按照《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)和新金融工具系列准则的规定执行,其他未变更部分,仍按照财政部前期颁布的《企业会计准则——基本准则》和各项具体会计准则、企业会计准则应用指南、企业会计准则解释公告以及其他相关规定执行。

(二) 本次会计政策变更对公司的影响

本次公司会计政策变更仅对财务报表格式和部分科目列示产生影响,不影响公司净资产、净利润等相关财务指标,也不存在追溯调整事项。本次会计政策变更属于国家法律、法规的要求,符合相关规定和公司的实际情况,不存在损害公司及股东利益的情况。

(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

(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

报告期内,公司出资设立控股子公司张家港金陵教育产业有限公司,注册资本为人民币 2000 万元。