

问询函专项说明

天健函〔2020〕13-8号

深圳证券交易所中小板公司管理部：

由新华都购物广场股份有限公司（以下简称新华都公司或公司）转来的《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〕248 号，以下简称问询函）奉悉。我们已对问询函所提及的新华都公司财务事项进行了审慎核查，现汇报说明如下。

一、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。

（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。（问询函第 1 条）

（一）公司业绩具体情况

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 (000759) | 营业收入 | 155.48 | 152.08 | 2.23% |
| | 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

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，根据减值测试结果，公司期末计提商誉减值准备 4.61 亿元。超市百货业务板块，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。

(二) 各季度营业收入、净利润及经营活动产生的现金流量净额情况

1. 明细情况

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. 季节性波动原因

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在这二个季度间波动较大。

经核查，我们认为，公司生产经营环境未发生重大变化，未发现公司持续经营能力存在重大不确定性因素，未发现公司存在跨期结转成本或计提费用等情形。

二、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。

(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。

(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。

(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。(问询函第2条)

(一)标的公司近三年又一期的业绩和经营情况

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. 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。

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。

我们认为，公司所处的经营环境并未发生重大变化，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。

(二) 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，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。

(三) 标的公司收购后业绩及承诺完成情况

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本所审计，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), 经本所复核, 未发现该商誉存在减值。

(四) 近三年减值测试的过程及关键参数

公司采用收益法对标的公司和商誉所在资产组组合可收回金额进行计算, 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, 得出标的企业可收回价值。

商誉的可收回金额按照预计未来现金流量的现值计算, 其预计现金流量根据公司批准的 5 年期现金流量预测为基础, 公司采用的折现率是反映当前市场货币时间价值和相关资产组特定风险的税前利率。基于谨慎考虑, 业务在五年后已趋于稳定, 其现金流量增长率为零, 该增长率和同行业总体长期平均增长率相当。减值测试中采用的关键数据包括预测期收入增长率、折现率等, 公司根据历史经验及对市场发展的预测确定上述关键数据。

各年度商誉减值测试过程中关键参数

| 项 目 | 2015 年 | 2016 年 | 2017 年 | 2018 年 | 2019 年 |
|----------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 预测期收入增长率 | 32.70% | 13.02% | 10.97% | 6.91% | 5.74% |
| 折现率 | 12.52% | 15.09% | 14.84% | 13.71% | 13.55% |

(五) 针对商誉的减值执行的主要审计程序

1. 了解与商誉减值相关的关键内部控制, 评价这些控制的设计, 确定其是否得到执行, 并测试相关内部控制的运行有效性。
2. 复核管理层以前年度对未来现金流量现值的预测和实际经营结果, 评价管理层过往预测的准确性。
3. 了解并评价管理层聘用的外部估值专家的胜任能力、专业素质和客观性。
4. 评价管理层在减值测试中使用方法的合理性和一致性。
5. 评价管理层在减值测试中采用的关键假设的合理性, 复核相关假设是否与总体经济环境、行业状况、经营情况、历史经验、运营计划、经审批预算、会议纪要、管理层使用的与财务报表相关的其他假设等相符。
6. 测试管理层在减值测试中使用数据的准确性、完整性和相关性, 并复核减值测试中有关信息的内在一致性。
7. 测试管理层对预计未来现金流量现值的计算是否准确。

8. 检查与商誉减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，我们认为，标的公司的业绩真实，公司商誉减值测算过程及依据是合理的，未发现存在利润调节情形，相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

三、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。

(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。

(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。（问询函第 4 条）

(一) 应收账款增长原因及合理性

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 2019 年度营业收入 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的影响。

2. 公司应收账款集中在互联网营销业务，该业务因在每年的双 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。

(二) 坏账准备的计提情况

1. 公司具体会计政策

(1) 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信用损失率 (%) | 原应收账款坏账计提比例 (%) |
|---------------|----------------|-------------|-----------------------|-----------------|
| 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 | |
| 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 |
| 小计 | 21,556,790.23 | 12,748,100.29 | | | | 855,474.11 | 33,448,150.75 |

(三) 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，截至本回复日应收账款已全部收回。

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。

经核查，我们认为，公司应收账款大幅增长具有合理性，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。

四、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。

(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。(问询函第 5 条)

(一) 转回或转销的库存商品明细

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 | |

(二) 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

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. 与同类型公司对比情况

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% |

新华都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。

(三) 对存货及存货跌价准备实施的主要审计程序

1. 结合采购付款、存货管理控制测试程序，评价公司存货管理内部控制的健全情况和执行的有效性。

2. 结合对公司管理系统的测试程序，评价系统控制的有效性。
3. 取得存货结存的明细情况，与公司账面金额、存货管理系统核对。
4. 对存货的结存情况执行分析程序，结合期末存货金额、类别以及门店数量，分析存货结存金额的合理性。
5. 结合公司各期毛利率分析情况，判断结转存货成本的合理性。
6. 执行存货计价测试程序，与公司会计政策进行对比。
7. 按监盘计划选取门店、仓库执行监盘程序。评价公司存货管理及存货的状况。
8. 检查公司存货跌价准备计提过程，关注计提存货跌价准备类别的完整性及可变现价值计算的准确性。
9. 与同类型上市公司进行横向对比，分析公司整体存货跌价准备计提比例水平。
10. 结合存货周转率、存货库龄的分析程序和销售单价，判断公司计提存货跌价准备的充分性。

经核查，我们认为，公司存货跌价准备计提是充分的、谨慎的。

五、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。（问询函第 7 条）

（一）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 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。

（二）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。

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。

（三）执行的主要审计程序

1. 了解与其他应收款减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

2. 了解分析上述债权涉及的诉讼进展情况，与经办律师进行访谈。

3. 实地查看涉诉资产的现状情况。

4. 评估管理层选择的减值测试方法的合理性。

5. 评估管理层对可收回金额的预计作出的重大假设的合理性：包括预计房产价值、优先偿付金额、假设拍卖折扣率及债权人分配比率等。

6. 分析、复核基础数据计算的准确性。

7. 检查其他应收款减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，我们认为，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，符合会计政策及《企业会计准则》的要求。

六、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。(问询函第 11 条)

(一) 广告宣传费情况

1. 公司收入实现情况

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。

(二) 针对广告宣传费执行的主要审计程序

1. 了解与广告宣传费相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其

是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性。

2. 检查广告宣传费相关的大额合同。
3. 检查大额的支付凭证、银行流水记录。
4. 分析对比年度间各月发生额情况，并与上年同期进行比较。
5. 检查广告宣传费对应业务的收入情况，执行分析程序。
6. 对客户平台投放的广告宣传费，检查平台交易记录。
7. 执行截止性测试，检查是否存在跨期列支。

综上，我们认为，我们已针对广告宣传费执行了必要的审计程序，已获取了充分、适当的审计证据。

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：

二〇二〇年七月三日