

证券代码:002780

证券简称:三夫户外

公告编号:2019-028

## 北京三夫户外用品股份有限公司

### 关于 2018 年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2019年4月1日收到深圳证券交易所《关于对北京三夫户外用品股份有限公司2018年年报的问询函》(中小板年报问询函【2019】第32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,现将回复内容公告如下:

1、报告期内,你公司实现营业收入4.20亿元,同比上升19.62%,实现归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)502.87万元,同比上升138.96%,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-84.94万元,同比上升94.85%,经营活动产生的现金流量净额为1,987.08万元,同比上升156.93%。请说明以下事项:

(1)你公司2018年净利润实现扭亏为盈,但是扣除非经常性损益后仍为亏损。请结合公司主营业务情况、同行业发展情况说明公司是否具备持续盈利能力。

#### 【回复说明】

户外行业在中国是一个新兴的快速成长的朝阳产业,经历多年高速发展期,目前步入平稳发展阶段。根据中国纺织品商业协会户外用品分会(COCA)《2018年中国户外用品市场调研简报》统计,2018年中国户外用品市场零售总额达到249.8亿元,同比增速为2.10%,出货总额达到141.2亿元,同比增速为2.38%。虽然近两年来增速有所回落,但市场规模仍然保持稳增。

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,完成了“户外运动用品+赛事活动团建+亲子户外乐园”三大业务板块的战略布局,逐步构建了完整的户外产业运营平台。报告期内公司主营业务收入情况如下:

项目	2018年	2017年	同比增减
主营业务收入(万元)	39,241.36	33,394.44	17.51%
主营业务成本(万元)	22,185.47	18,975.87	16.91%
毛利(万元)	17,055.89	14,418.57	18.29%
毛利率(%)	43.46%	43.18%	0.29%

注：由于小数点原因，毛利率计算有尾差差异。

2018年公司主营业务收入依然来源于户外用品销售，收入同比增加17.51%，超过行业零售总额增速，在规模上有了一定的增长。由于户外服务特别是亲子户外乐园项目处在培育期，收入尚未体现。公司经过近两年的业务调整，现已将线上线下销售服务一体化和现代物流建设进行深度融合，公司注重自有品牌研发，并与多个国际知名冰雪类产品品牌建立战略合作，为公司主营业务发展提供了保障。随着户外赛事、旅行、团建和亲子户外乐园的健康快速发展，公司具备可持续的盈利能力。

(2) 请结合报告期内你公司新开门店的销售情况、销售收入排名前十的门店同比上年的销售情况以及本年度关闭门店对于公司销售收入的影响具体说明公司营业收入增长的原因。

#### 【回复说明】

报告期内，公司主营业务销售收入为 39,241.36 万元，同比上年增加 17.51%。具体情况如下表：

单位：万元

项目	2018年	2017年	同比增减	增长率(%)
门店销售	23,648.93	22,075.70	1,573.23	7.13%
其中：新开门店	396.69	-	-	-
关闭门店	410.80	822.34	-	-
销售前十门店	12,547.53	12,199.62	347.91	2.85%
线上销售	8,523.70	7,308.87	1,214.83	16.62%
大客户销售	7,068.74	4,009.88	3,058.86	76.28%
合计	39,241.36	33,394.44	-	17.51%

1) 公司门店销售收入 23,648.93 万元，同比上年增加 7.13%。其中，新开门店 6 家，销售收入占门店销售总额的 1.68%；关闭门店 3 家，销售收入占门店销售总额的 1.74%；销售排名前十的门店销售收入合计 12,547.53 万元，占门店销售总额的 53.06%，实现销售增长 2.85%。新开门店、关闭门店对于公司营业收入增长影响不大，门店总体销售收入稳步增长。

2) 线上销售收入 8,253.70 万元，同比上年增加 16.62%，主要是公司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，进行精准营销，增加了销售收入。

3) 大客户销售收入 7,068.74 万元，同比上年增加 76.28%，主要是公司通过参与招投标方式为大中型企业提供户外作业和劳动保护用品的集中采购，为中小型企业提供功能性工装的专属设计定制服务等，增加了销售收入。

综上，公司报告期内三个销售渠道均有增长，且彼此协同发展，促进公司主营业务整体增长。

(3)你公司在年报中称 2018 年度公司经营活动产生的现金流量净额同比增加 156.93%，主要是报告期内收入增加，回款及时所致。请结合公司主要客户的销售情况、结算方式、回款情况以及应收账款的变化等说明公司现金流净额增加的具体原因及合理性。

#### 【回复说明】

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额为 1,987.08 万元，同比增长 156.93%，增加的主要原因为公司销售收入增加，特别是大客户销售收入增加及回款增加导致。公司 2018 年末应收账款余额为 2,685.74 万元，2018 年初应收账款余额为 2,533.75 万元，公司应收账款主要来源是大客户销售，大客户销售以订单模式为主，根据客户订单进行货品备货、发货，不同客户的货款支付方式及账期有所不同。公司大客户部 2018 年销售收入 7,068.74 万元，2017 年销售收入 4,009.88 万元，2018 年大客户回款 8,159.98 万元。从以上数据可以看出，报告期内，公司大客户的销售收入增加，回款金额增加，故经营活动产生的现金流量净额同比增加。

2、报告期末，你公司存货为 18,093.30 万元，同比 2017 年下降 2.02%，2018 年你公司计提资产减值损失较 2017 年下降 62.44%，主要系存货跌价损失大幅下降所致。请结合宏观市场环境及各类存货的可变现净值预计，对比报告期初、期末存货的价格变化情况说明计提存货跌价准备的依据及合理性，并结合年末存货库龄清单，对库龄较长的存货进行分析，说明存货跌价损失大幅下降的原因及合理性。同时请补充披露你公司 2016 年至 2018 年度计提存货跌价准备的方法以及具体计算过程；说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的要求，并请年审会计师发表明确意见。

#### 【回复说明】

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。

2016 年至 2018 年度计提存货跌价准备的方法相同，以 2018 年计提存货跌价准备的方法举例如下：

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。

(1) 估计销售单价：优先选择 2019 年 1 月 1-14 日销售单价，若无记录则选择 2018 年 1-12 月的平均销售单价，若皆无销售记录则区分本期 1-12 月新采购商品和非本期 1-12 月新采购商品，分别按照公司 2018 年 1-12 月平均销售折扣率和成本价确定估计销售单价。

其中：旅行鼠公司的业务为批发，销售折扣率与正常零售不同，旅行鼠在选取销售折扣率时，按照旅行鼠公司自己的销售折扣率计算；特卖仓销售单价的选择与正常销售不同，特卖仓优先选择 2019 年 1-14 日销售单价，若无记录则选择 2018 年 1-12 月销售单价，若皆无记录，则选取 2018 年度特卖仓的销售折扣率。

(2) 销售费用率选择合并报表层面的销售费用与营业收入的比值，剔除经营其他业务公司的营业收入和销售费用。

(3) 存货跌价准备按单个存货项目计提。

(4) 资产负债表日如果以前减记存货价值的影响因素已经消失，则减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备的金额内转回，转回的金额计入当期损益。

(5) 对于个别品牌，例如：始祖鸟、猛犸象、LOWA、CRISPI 等，由于公司与供应商签订了退换货协议，因此会结合退换货协议的范围计提跌价。

项目	2018 年	2017 年
存货原值 (万元)	19,241.25	19,786.79
存货跌价准备 (万元)	1,147.95	1,066.72
存货跌价准备/存货原值	5.97%	5.39%

从上表中所示“存货跌价准备/存货原值”指标可以看出：2018 年相比 2017 年提高 0.58%，体现了公司对于计提存货跌价准备的谨慎性，虽然存货跌价损失较 2017 年下降较多，但是存货跌价准备严格按照既定的会计政策计提，相关会计处理符合《企业会计准则》的要求。

#### 华普天健会计师执行的核查程序：

(1) 评价和测试了与存货跌价计提相关的内部控制设计及其运行的有效性，包括对存货销售政策、存货库龄分析的内部控制；

(2) 取得三夫户外公司年末存货库龄清单，结合产品的状况，对库龄较长的存货进行分析复核，分析存货跌价准备是否合理；

(3) 对三夫户外公司的存货实施监盘，检查存货的数量、状况等，结合产品的状况，分析存货跌价准备是否合理；

(4) 获取了三夫户外公司存货跌价准备计算表，核对存货跌价准备的计算过程，选择部分库存商品项目，综合考虑退换货约定，对其可收回金额和跌价准备期末余额进

行了重新计算。

**华普天健会计师意见：**

通过执行核查程序，三夫户外的存货跌价准备严格按照既定的会计政策计提，相关会计处理符合《企业会计准则》的要求。

3、你公司户外服装、户外鞋袜、户外装备的销售量分别同比下降 1.61%、上升 38.56%、下降 12.75%，户外产品总销售量为 1,026,680 件，同比上升 0.4%。请你公司结合三类产品平均单价、毛利率、销售占比等情况说明户外用品销售量与营业收入上升幅度差异较大的原因及合理性。

**【回复说明】**

报告期内，公司户外用品销售收入、平均销售单价与销售数量如下表：

产品分类	销售收入（万元）					平均销售单价（元）			销售数量（件）		
	2018年	2018年销售占比	2017年	2017年销售占比	同比增减	2018年	2017年	同比增减	2018年	2017年	同比增减
户外服装	24,692.42	62.92%	21,040.75	63.01%	17.36%	443.40	371.76	19.27%	556,884	565,977	-1.61%
户外鞋袜	7,651.36	19.50%	5,957.83	17.84%	28.43%	396.78	428.10	-7.32%	192,835	139,168	38.56%
户外装备	6,897.58	17.58%	6,395.86	19.15%	7.84%	249.05	201.48	23.61%	276,961	317,440	-12.75%
合计	39,241.36	100.00%	33,394.44	100.00%	17.51%	382.22	326.57	17.04%	1,026,680	1,022,585	0.40%

(1) 户外服装：报告期内，销售收入占公司户外用品销售总收入的 62.92%，同比增加 17.36%。公司优化产品结构，使平均销售单价增长 19.27%。销售量同比仅下降 1.61%；

(2) 户外鞋袜：报告期内，销售收入占公司户外用品销售总收入的 19.50%，同比增加 28.43%。公司丰富了鞋袜类的产品结构，同时由于团购业务的影响，使鞋袜类产品的加权平均单价同比下降 7.32%。销售量同比上升 38.56%；

(3) 户外装备：报告期内，销售收入占公司户外用品销售总收入的 17.58%，同比增加 7.84%。公司户外装备类部分产品调价，同时优化产品线，使户外装备类产品的加权平均单价同比上升 23.61%。销售量同比下降 12.75%；

综上，报告期内公司户外产品总销售量为 1,026,680 件，同比上升 0.4%，主营业务收入同比增长 17.51%，销售量与营业收入上升幅度差异较大的主要原因为户外产品加权平均销售单价增长 17.04%。

4、报告期内，你公司产生管理费用 4,672.74 万元，同比 2017 年上升 20.65%。请结合



公司报告期内员工人数及平均薪酬，中介服务费的详细内容，固定资产折旧等因素具体说明管理费用上升的原因。

### 【回复说明】

报告期内员工人数及平均薪酬情况如下表：

项目	2018年	2017年	同比增减	增长率
管理费用(万元)	4,672.74	3,872.85	799.89	20.65%
其中：应付职工薪酬(万元)	3,251.76	2,712.56	539.20	19.88%
财务人员、行政人员、运营人员(人数)	164	135	29	21.48%
平均薪酬(万元)	19.83	20.09	-0.26	-1.29%
中介服务费(万元)	572.42	316.27	256.15	80.99%
固定资产折旧费(万元)	206.46	16.64	189.82	1,140.75%

报告期内，管理费用为4,672.74万元，同比2017年上升20.65%，其中职工薪酬增加19.88%，主要原因是公司加强内部管理，相应财务人员、行政人员、运营人员的人数增加21.48%；中介服务费同比增加80.99%，主要是由于开展业务、聘用中介机构产生的费用增加；固定资产折旧费同比增加1,140.75%，主要是由于报告期内总部办公大楼由在建工程转入固定资产并计提折旧所致。

5、报告期内，你公司2018年销售费用10,437.39万元，较2017年增加9.99%，其中职工薪酬部分为4,339.51万元，较2017年下降0.7%。请说明报告期内公司营业收入上升，但销售费用中职工薪酬部分略有下降的原因及合理性，并披露同行业可比公司销售费用率水平，结合销售费用的构成分析销售费用率与同行业可比公司销售费用率水平是否存在差异，如存在，请说明产生差异的原因。

### 【回复说明】

报告期公司销售费用10,437.39万元，较2017年增加9.99%，其中职工薪酬部分为4,339.51万元，较2017年下降0.79%。报告期公司营业收入上升但销售费用中职工薪酬略有下降的主要原因为：公司优化销售人员组织结构，销售人员由2017年底的470人减少至2018年底的411人，人均职工薪酬增长，相应销售费用中职工薪酬部分略有下降。

同行业可比公司对比：

项目	2018年	2017年	2017年(探路者)	2017年(牧高笛)
营业收入(万元)	42,033.40	35,139.57	303,353.14	51,595.74
销售费用(万元)	10,437.39	9,489.51	40,424.66	4,198.65
销售费用率(%)	24.83%	27.01%	13.33%	8.14%

上表所示：2017年度探路者（股票代码：300005）销售费用率为13.33%，牧高笛

（股票代码：603908）销售费用率为 8.14%，我公司 2017 年销售费用率 27.01%，高于同行业，主要原因是探路者和牧高笛虽同属户外行业，但是两家公司都是品牌商，与公司的业务模式不同。探路者主营业务为户外用品的研发设计、运营管理及销售，旅行服务以及体育相关业务，2017 年户外用品销售占比只有 46.81%，且含有批发收入；牧高笛主营业务为户外产品 OEM/ODM 与自主品牌研发生产和销售，2017 年境外营业收入占比 62.61%。公司主营业务为“户外运动用品销售+赛事活动团建+亲子户外乐园”三大板块，报告期内主营业务收入依然来源于户外用品的销售，其中自有品牌销售占比偏低，销售收入总额也低于同行业上市公司。2018 年度公司销售费用率为 24.83%，同比 2017 年下降 2.18%，随着公司销售规模扩大和内部管理的提升，预计公司销售费用率未来会有所下降。

6、你公司 2018 年研发投入金额为 1,226.85 万元，同比 2017 年下降 1.04%；研发人员数量为 41 人，下降 39.71%。请你公司说明研发人员数量下降的原因，研发人员的薪酬情况以及是否会降低公司未来产品研发能力。

**【回复说明】**

公司研发情况如下表：

项目	2018 年	2017 年	同比增减
研发费用（万元）	1,226.85	1,239.74	-1.04%
职工薪酬（万元）	1,020.37	981.36	3.98%
研发人员（人数）	41	68	-39.71%

报告期公司优化研发人员组织结构，减少研发人员数量，由 2017 年底的 68 人减少为 2018 年底的 41 人，同时提高研发人员薪酬，对研发人员薪酬投入同比增加 3.98%，所以不会降低公司未来产品研发能力。

7、报告期末，你公司其他应收款余额为 1,093.78 万元。请补充披露上述其他应收款发生的原因、具体收款对象名称、收款对象与你公司及控股股东、实际控制人、董监高、大股东等关联方是否存在关联关系，并结合账龄说明坏账准备计提是否充分。

**【回复说明】**

公司报告期末其他应收款情况如下表：

单位：万元

款项性质	金额	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3-4 年	4-5 年	5 年以上
保证金	461.66	194.98	167.29	85.87	11.22	1.30	1.00
备用金	309.34	299.26	7.73	2.35	-	-	0.00
押金	230.09	45.83	30.19	88.85	8.46	11.60	45.17
刷卡收入	125.72	125.72	-	-	-	-	-

房租、房租押金	71.29	54.42	5.00	10.30	-	-	1.57
住房公积金	40.10	39.89	-	0.21	-	-	-
中介服务费	9.98	8.36	1.21	0.10	0.05	0.05	0.20
社保费	8.56	8.41	-	0.15	-	-	-
平台手续费	2.89	2.89	-	-	-	-	-
合计	1,259.64	779.78	211.42	187.82	19.73	12.95	47.94

公司收款对象与公司及控股股东、实际控制人、董监高、大股东等关联方不存在关联关系，坏账准备已严格按照账龄充分计提。

8、报告期末，你公司预付款项余额为 2,852.75 万元，较期初上升 19.43%。请你公司补充披露报告期末前五大预付款单位名称、预付款产生的具体原因及金额、预付款单位与你公司及控股股东、实际控制人、董监高、大股东等关联方是否存在关联关系。

#### 【回复说明】

本公司预付账款情况如下：

单位名称	款项产生原因	期末余额(万元)	占预付账款期末余额合计数的比例(%)
第一名	货款	751.85	26.36
第二名	货款	400.85	14.05
第三名	货款	102.36	3.59
第四名	房租	72.00	2.52
第五名	货款	68.48	2.4
合计		1,395.54	48.92

报告期末前五大预付款单位与公司及控股股东、实际控制人、董监高、大股东等关联方不存在关联关系。

9、报告期内，你公司计入当期损益的政府补助金额为 233.29 万元，购买理财产品的收益为 524.79 万元。请补充说明主要政府补助收到的时间，并列示有关政府补助的发放方、收到时间、金额、项目内容、会计处理情况及其依据，是否履行信息披露义务。同时说明公司业绩对政府补助、购买理财产品的收益等非经常性损益的依赖程度。

#### 【回复说明】

(1) 公司当期损益的政府补助明细如下：

补贴项目名称	补贴金额(万元)	获得补贴时间	提供补贴的具体单位	获得补贴的原因
中国宿迁电子商务产业园区管理委员会发展引导资金	192.18	2018年4月、 2018年11月	中国宿迁电子商务产业园区管理委员会	因符合地方政府招商引资等地方性扶持政策而获得的补助



上海市徐汇区财政局企业扶持基金	14.00	2018年5月	上海市徐汇区财政局	上海地区内部政策,属于企业扶持金,补贴项目:1.员工职业培训;2.促进就业,3.开拓市场
北京市西城区社会保险基金管理中心稳岗补贴款	9.30	2018年12月	北京市西城区社会保险基金管理中心	员工情况稳定获得政策补贴
长春市朝阳区街道办事处四上企业奖励款	8.00	2018年3月	长春市朝阳区街道办事处	“四上”企业奖。对新增的“四上”企业,给予一次性补助
中关村科技园区西城园管理委员会补贴	6.38	2018年2月	中关村科技园区西城园管理委员会	审计等中介服务费用补贴
中国宿迁电子商务产业园区管理委员会2017年度企业表彰奖励	2.00	2018年3月	中国宿迁电子商务产业园区管理委员会	因符合地方政府招商引资等地方性扶持政策而获得的补助
新增限额以上零售企业奖励	1.00	2018年12月	石家庄市长安区发展改革局	优秀零售企业奖励
代扣个人所得税手续费返还	0.43	2018年4月	地方税务局	个税政策

上述政府补助依据政府补助相关会计准则全部计入报告期内其他收益,已在年报中履行信息披露义务。

(2) 公司分别于第三届董事会第八次会议、第三届董事会第十一次会议审议通过了关于使用暂时闲置募集资金进行现金管理的相关议案,决定使用暂时闲置募集资金25,000万元进行现金管理(其中:首次公开发行股票暂时闲置募集资金最高不超过7,000万元,非公开发行股票暂时闲置募集资金最高不超过18,000万元)。进行现金管理的额度在董事会审议通过之日起十二个月有效期内可以滚动使用。报告期内,公司对现金管理的情况及时履行了信息披露义务。

(3) 报告期内公司主营业务收入同比增长17.51%,毛利同比增长18.29%,毛利率同比增长0.29%,说明公司业务规模不断增长,毛利率水平也在不断提高。公司将围绕户外运动用品、活动赛事团建和亲子户外乐园三大主营业务方向继续深耕,激发主营业务之间的协同与活力,积极拓展市场,增加活跃用户。在继续发展原有业务基础上,适度向产业链上游延伸,加强自有品牌研发生产及国际户外品牌代理,丰富构建冰雪产品品类和销售渠道,加快松鼠部落亲子户外乐园拓展和青少年户外运动教育体系建设,推进公司各项业务全面发展,从而在实现各项业务销售收入快速增长的同时,进一步提高毛利率。另一方面优化内部组织结构,提高管理效率,控制各项费用,进一步增强公司的盈利能力。

综上,公司未来业绩不会依赖政府补助、购买理财产品等非经常性损益。

**10、报告期内,你公司旗下武汉三夫户外用品有限公司、大庆三夫户外用品有限公司、**

北京三夫悦动体育用品有限公司、宁波歌石三夫投资管理有限公司均为亏损。请结合上述四家公司的业务开展情况、业务模式、功能定位以及历史经营业绩情况，说明其报告期内亏损的具体原因及公司是否已采取相关措施改善相关子公司经营情况。

### 【回复说明】

(1) 武汉三夫户外用品股份有限公司（以下简称“武汉三夫”）的业务模式以户外用品零售为主，团购业务为辅。经过两年的努力，武汉三夫在武汉的户外市场和户外圈已有一定的认可度，2017年营业收入775.58万元，净利润为-146.97万元，2018年营业收入748.25万元，净利润为-60.84万元，亏损金额明显减少。报告期内受店铺位置、客流及核心品牌货源的影响导致盈利不足。2019年，公司将加强对武汉三夫的运营管理，加强与总部的沟通联动，保证畅销货品齐全；定期调整店面陈列，配合适时的营销活动，提高客流量；组织相关户外活动和各类分享会，提升武汉三夫在当地的影响力以及盈利水平。

(2) 大庆三夫户外用品有限公司（以下简称“大庆三夫”）的业务模式主要为店面零售和产品团购。大庆三夫2017年营业收入59.45万元，净利润-50.83万元，2018年营业收入536.90万元，净利润-64.36万元。大庆三夫于2017年11月开始运营，目前运营时间较短，销售收入未达预期。2019年大庆三夫将依据当地的消费需求，优化产品结构，加大宣传力度和活动促销力度，提高销售收入及盈利能力。

(3) 北京三夫悦动体育用品有限公司（以下简称“悦动体育”）的业务模式为线上线下零售多品牌跑步类产品为主，其他户外用品为辅。悦动体育2017年营业收入549.54万元，净利润为-101.13万元，2018年营业收入1,468.96万元，净利润为-76.72万元，报告期内受到运营成本较高、销售毛利率低等影响尚未盈利。2019年悦动体育将进行内部组织结构优化，降低人力成本；提高电商业务销售收入；提高自有品牌产品销售收入占比及销售毛利率。

(4) 宁波歌石三夫投资管理有限公司（以下简称“歌石三夫”）是公司与上海歌石祥金投资合伙企业(有限合伙)共同投资设立的投资管理公司，注册资本为1,200万元，公司出资比例为20%，业务主要以投资与公司主营业务相关、户外产品上下游的标的项目为主，属于公司的参股公司。2018年歌石三夫参与进行海外户外产品项目并购，在支付中介费用并且对标的公司经过报价后，项目没有完成，因此造成亏损。目前歌石三夫正在积极寻找合适的标的项目，有符合公司业务发展方向及对公司发展有益的项目，都将会持续不断的开展起来。

11、报告期内，公司变更募投项目并将尚未使用的 3995.0038 万元募集资金投资控股上海悉乐文化发展有限公司。请说明你公司新领域业务的实际经营情况，经营进展是否符合预期，是否达到投资时业绩承诺的利润规模。

**【回复说明】**

公司控股的上海悉乐文化发展有限公司（以下简称“上海悉乐”）是一家以户外亲子乐园运营管理、规划设计、品牌输出为主业，基于亲子客群户外出行需求延伸户外产品销售、户外活动组织、户外教育服务等多业务为支撑，着力构建集“生态、娱乐、教育、亲子”等理念于一体的户外乐园运营管理公司。根据公司投资时的业绩承诺，2019 年上海悉乐净利润为 400 万元，且 2019 年度新增自投且控股的户外乐园数量为 2 所，累计自投且控股的户外乐园数量为 4 所。

截至本公告披露日，上海悉乐在成都、武汉两地分别拥有一座占地 300 亩和 500 亩以原创性松鼠形象为核心 IP 的松鼠部落户外亲子乐园，郑州项目近 200 亩，在施工建设中，预计 2019 年夏季对外正式营业，其他地区项目也正在洽谈推进中。松鼠部落亲子户外乐园项目运营状况良好，日常经营管理规范有序，在成都及武汉当地形成了良好的口碑和品牌影响力。经营进展及规模预计可期。

12、报告期内，你公司将大量闲置的募集资金用于购买理财产品及补充流动资金，请结合募投资金的使用安排，说明募投项目进展缓慢的原因，是否符合募投资金的使用计划。

**【回复说明】**

公司首次公开发行股票实际募集资金为 13,172.41 万元，用于营销网络建设项目；非公开发行股票实际募集资金为 25,489.30 万元，用于三夫户外活动赛事、营地+培训、零售+体验综合运营中心建设项目和三夫总部办公及研发中心建设项目。

(1) 营销网络建设项目：受户外零售市场环境变化影响，一方面小面积户外店由于产品丰富度不够，缺乏吸引力，导致销售下滑，另一方面实体店建设运营成本逐年上升，使项目初期开设的小面积户外店未达到预期收益，公司及时调整了项目实施策略，加大了旗舰店的开发力度，由于新开旗舰店时间较短，销售业绩尚未充分体现，为了搭建公司新的核心业务方向，提高公司盈利水平，提升资金使用效率，并且本着维护全体股东利益的原则，2019 年 1 月 11 日，公司 2019 年第一次临时股东大会审议通过了《关于变更首发募投项目并将剩余募集资金用于永久补充流动资金的议案》，同意将原募投项目变更为现金收购上海悉乐部分股权并增资控股项目，并将剩余募集资金用于永久补充公司流动资金。截至 2019 年 1 月，投资上海悉乐部分股权并增资控股项目已实施完毕。

(2) 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：公司正在积极寻找户外营地资源，直营旗舰店和体验中心也处于前期考察阶段，暂未投入募集资金，因此该项目未达到计划进度。

(3) 三夫总部办公及研发中心建设项目：根据公司目前自有品牌研发中心的实际情况，研发人员暂时在公司办公总部进行办公，随着研发中心的不断扩大及研发设备的后续改进更新，此项目将逐步进行实施。

2018年公司使用部分闲置募集资金进行现金管理是在确保公司募投项目建设资金使用的前提下进行的，不影响募投项目的正常建设，不会影响公司经营业务的正常开展。同时可以提高暂时闲置募集资金的使用效率，获得一定的收益，符合公司股东利益。

特此公告。

北京三夫户外用品股份有限公司董事会

二〇一九年四月十一日