



将为摩登大道的全渠道运营持续提供正反馈支撑。

**2、请问胡圣：据说公司投资的企业正在申报科创板，请问是否属实？**

胡圣答：通过梳理上市主体体系内的投资公司，公司目前尚未有下属投资公司正在申报科创板。同时，通过此梳理过程明确了公司全资子公司悦然心动的主营业务符合科创板的主流业务要求，若其他各项条件也能符合科创板标准，而且如果分拆上市科创板能够推动悦然心动及上市主体进一步做大、做强整体业绩，我们将大力支持并积极推动其申报科创板。

**3、请问刘文焱：悦然心动的盈利来源有哪些？**

刘文焱答：您好！悦然心动的主营业务为移动社交工具类应用的开发和运营，对产品研发完成后，通过苹果、谷歌等应用商店上线运营，直达用户。用户可以免费下载相关软件产品，成为悦然心动的用户；如果用户对应用中的高级功能感兴趣，可在应用中付费购买或者完成应用中指定的如观看广告等任务，以“解锁”高级功能。悦然心动的盈利主要由广告收入和 IAP 收入（In App purchase）构成。2018 年，悦然心动实现营业收入 374,908,181.89 元，净利润 68,957,288.00 元。2018 年，悦然心动秉承年初制定的经营策略，在完善产品功能、优化产品效率的同时，一方面加大力度进行广告投放，从 Apple、Google 等世界级平台中，通过广告投放方式高效获取用户；一方面顺应海外移动互联网的发展趋势，加强与海外头部广告平台的合作，为广告主提供基于悦然心动产品精准用户画像的投放解决方案，实现流量变现。

**4、请问郭葆春：据说京东退出了澳大利亚、新西兰市场，请问此事对贵司有什么启示和借鉴？**

郭葆春答：您好，公司目前并未在澳大利亚及新西兰开展业务，同时暂未对这两个国家规划业务开展事宜！

**5、请问翁武强：“一带一路”能为公司带来哪些机遇？**

翁武强答：您好，公司拥有意大利运动时尚品牌 DIRK BIKKEMBERGS，未来将产业链逐步迁移至亚洲，以提高生产效益，降低成本。同时，公司拥有的自主品牌，未来不断拓展海外销售渠道，实现全球化布局，随着“一带一路”沿线国家经济合作的深入推进，逐步实现品牌全球化，并未集团带来新的增长点。

**6、请问胡圣：截至 2019 年第一季度，外资持股比例有多高？**

胡圣答：您好，我司目前尚未取得中国证券登记结算有限公司深圳分公司下发的截至 2019 年 3 月 31 日的股本结构表，故未能现时回复您！若您方便的话，可以留下您的邮箱，我司在申请取得股本结构表后将及时发给您！

**7、请问翁武强：公司持有优必选多少股权？**

翁武强答：您好，公司目前未持有优必选股权。

**8、请问刘文焱：2018 年业绩大幅下调的原因是什么？**

刘文焱答：您好！2018 年度归属于上市公司股东的净利润较上年变动的的原因主要是：2017 年公司出于战略升级及集中公司有效资源的考量，处置连卡福（衡阳）商业广场有限公司股权，确认了投资收益 9,881.32 万元；扣除非经常性损益因素的影响，2018 年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润同比变动的主要原因是：公司基于谨慎性原则，公司对收购 LEVITAS S.P.A.公司形成的商誉计提了 3,804.51 万元商誉减值准备。2018 年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益及商誉减值影响后的净利润 5,475.97 万元，较上年同期增加 2,642.09 万元，上升 93.23%。

**9、请问刘文焱：公司如何优化现金流管理？**

刘文焱答：您好，公司逐步健全和完善现金流管理的规章制度建设，明确使用制度、审批付款流程、科学控制、有效利用，提高资金的利用效率和利用效能；同时，完善现金流量预

算，提前预测资金需求量，并进行合理安排和调度，加强应收账款的回收。

**10、请问刘文焱：公司还有哪些长期股权投资？进行减值测试？**

刘文焱答：您好！2018年12月31日公司对收购武汉悦然心动网络科技有限公司和 LEVITAS S.P.A.公司形成的商誉分别进行了减值测试。根据测试结果对 LEVITAS S.P.A.商誉剩余账面价值 38,045,085.26 元全额计提减值准备；经测试，2018 年末武汉悦然心动网络科技有限公司的商誉无需计提减值准备。

**11、请问胡圣：2019 年以来有多少家投资机构到公司进行了调研？机构关注的问题集中在哪些方面？**

胡圣答：您好，2019 年以来尚未有机构投资者到公司进行实地调研。

**12、请问翁武强：公司今年在海外会有什么布局？**

翁武强答：您好，2019 年，公司全资子公司悦然心动将横向覆盖至更多的海外社交网络，实现海外主流社交平台全覆盖。同时，公司在海外会进一步巩固零售板块业务。

**13、请问翁武强：公司在业内有哪些竞争优势？**

翁武强答：您好，公司主要竞争优势包括：1、国际品牌资源供应链整合能力优势。公司自有品牌+代理品牌构筑超级品牌矩阵，奠定业务增速基础；2、全渠道运营能力优势，线上+线下全渠道覆盖，扩宽产品价格带，有效熨平经济周期性冲击。3、自有品牌经营优势，包括设计研发、渠道建设、团队精细化管理等方面的优势。

**14、请问翁武强：2018 年公司新增了哪些知名品牌的代理？**

翁武强答：您好，公司已取得 Samsonite、G Givenchy、VERSUS VERSACE、PAUL&SHARK、VALENTINO、GUCCI、

	<p>Yves Saint Laurent、Kenzo、LANVIN、MSGM、RICK OWENS、OFF-WHITE、ICEBERG、MARC JACOBS、DSQUARED2、Just cavalli 及香化品牌 Burberry、GIORGIO ARMANI、Estee Lauder、LANCOME、SHISEIDO、SK-II、YSL、HR、HUGO BOSS、MEDIHEAL 等国际品牌的授权。</p> <p><b>15、请问刘文焱：2018 年公司不达到业绩要求的子公司有哪些？对这些公司考虑如何处理？</b></p> <p>刘文焱答：您好！2018 年公司不达到业绩要求的子公司有 LEVITAS S.P.A.，2019 年公司将积极开拓市场，优化供应链体系，加强内部管理，提升 LEVITAS S.P.A.经营业绩。</p> <p><b>16、请问胡圣：公司如何进行差异化管理？</b></p> <p>胡圣答：您好，公司一直秉持“天才留空间、中才立规矩、庸才找出路”的内部治理理念对员工实行差异化管理！</p>
附件清单（如有）	无
日期	2019 年 5 月 10 日
记录人	王慷溉