

证券代码：002640

证券简称：跨境通

公告编号：2019-064

跨境通宝电子商务股份有限公司

关于深圳证券交易所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信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

跨境通宝电子商务股份有限公司（以下简称“公司”或“跨境通”）于 2019 年 6 月 10 日收到深圳证券交易所《关于对跨境通宝电子商务股份有限公司 2018 年年报的问询函》（中小板问询函【2019】第 334 号）（以下简称“问询函”），现就相关问询事项作出如下回复：

问题一、报告期末，你公司存货账面余额为 56.56 亿元，同比增长 41.44%，计提存货跌价准备 5.91 亿元，同比增长 397.89%。

（1）据披露，截至 2018 年 12 月 31 日，你公司个别计提存货跌价准备 2.96 亿元，原因系“部分历史存货错过了销售的最佳时机”且“库龄均为一年以上”，你公司对其全额计提跌价准备。报告期末，你公司一年期以上存货账面余额为 12.66 亿元，占存货账面余额 23.59%。请详细说明全额计提跌价准备的存货的产品名称、库龄年限，结合以前年度个别存货跌价准备计提情况、存货主要类别、市场行情、同行业可比公司、库龄状况等说明 2018 年一年期以上存货跌价准备计提是否充分，是否存在价值易于减损、更新周期较快或长期呆滞的存货，并说明上年同期是否足额计提存货跌价准备。请年审会计师核查并发表专业意见。

回复：（一）个别计提跌价准备的存货的产品名称、库龄年限

公司目前有 100 多万 SKU，存货具有种类多、数量多，单价相对较低等特点。截至 2018 年 12 月 31 日，公司个别计提存货跌价准备的 SKU 约 25.87 万个，数量合计 328.47 万个，主要为部分陈旧滞销的品牌产品如手机、手环、扫地机器人等。个别计提存货跌价准备的存货类别及库龄情况如下：

单位：万元

品类	1 年以内	1-2 年	2-3 年	3 年以上	合计
存货原值					
电话和通讯类		7,950.89	3,772.51	79.76	11,803.16

消费电子类		2,130.47	996.51	190.65	3,317.63
电脑和办公类		2,184.75	570.13	50.08	2,804.95
家用电器类		1,665.26	169.26	164.59	1,999.10
服装/服饰配件类		24.57	4,530.45	1,548.40	6,103.42
汽车、摩托车类		433.88	74.73	20.57	529.18
运动及娱乐类		42.56	510.54	48.19	601.29
家居用品类		130.09	455.06	24.14	609.29
其他品类		201.76	319.17	96.76	617.69
玩具类		630.57	119.69	9.20	759.46
安全防护类		204.96	4.61	0.08	209.64
保健品、美妆类		27.34	101.11	5.22	133.67
母婴类		-	95.22	9.20	104.42
合计		15,627.10	11,718.97	2,246.83	29,592.90
存货跌价准备					
电话和通讯类		7,553.35	3,584.22	79.40	11,216.97
消费电子类		2,023.95	952.42	184.61	3,160.98
电脑和办公类		2,075.51	541.80	49.89	2,667.20
家用电器类		1,582.00	160.80	164.59	1,907.38
服装/服饰配件类		22.47	4,077.40	1,548.42	5,648.29
汽车、摩托车类		390.50	67.25	20.57	478.31
运动及娱乐类		38.30	459.49	48.19	545.98
家居用品类		117.08	409.55	24.14	550.78
其他品类		181.58	287.25	96.76	565.60
玩具类		567.76	107.72	9.20	684.68
安全防护类		184.46	4.15	0.08	188.69
保健品、美妆类		24.61	91.00	5.22	120.83
母婴类		-	85.70	9.20	94.90
合计		14,761.56	10,828.75	2,240.26	27,830.58

上表中，个别计提存货跌价准备 2.78 亿元（即审计数），与前次问询函回复（公告编号：2019-025）中披露的个别计提存货跌价准备 2.96 亿元少 0.18 亿元，主要原因是公司经与年审会计师充分沟通，针对个别计提存货跌价准备的存货预计了部分处置收入。

（二）以前年度个别存货跌价准备计提情况、存货主要类别、市场行情及库龄情况

1、截至 2017 年 12 月 31 日，公司个别计提存货跌价准备具体情况如下：

单位：万元

品类	1 年以内	1-2 年	合计
消费电子类	474.88	44.19	519.07
服装/服饰配件类	7.79	0.24	8.02
家居用品类	354.85	2.85	357.69
保健品、美妆类	2.35	-	2.35

原值合计	839.86	47.28	887.14
消费电子类	474.88	44.19	519.07
服装/服饰配件类	7.79	0.24	8.02
家居用品类	354.85	2.85	357.69
保健品、美妆类	2.35	-	2.35
存货跌价准备合计	839.86	47.28	887.14

2、公司存货类别主要包括电话和通讯类、消费电子类、服装服饰类等十多个产品大类，目前有 100 多万 SKU，存货具有种类多、数量多，单价相对较低等特点。近两年，公司存货采购价格整体较为稳定。

3、截至 2017 年 12 月 31 日，公司存货主要类别及库龄状况如下：

单位：万元

品类	1 年以内	1-2 年	2-3 年	合计
存货原值				
电话和通讯类	98,268.29	4,266.63	842.03	103,376.95
消费电子类	75,504.04	2,806.85	802.09	79,112.98
电脑和办公类	38,937.30	1,269.53	250.55	40,457.38
家用电器类	24,268.77	524.05	103.42	24,896.24
服装/服饰配件类	26,611.56	16,436.51	1,959.19	45,007.27
汽车、摩托车类	15,333.98	320.23	63.20	15,717.42
运动及娱乐类	11,425.95	1,178.85	232.65	12,837.45
家居用品类	22,325.20	1,100.34	227.00	23,652.54
其他品类	12,673.60	1,476.80	291.45	14,441.86
玩具类	17,208.58	537.70	106.12	17,852.39
安全防护类	8,127.69	167.20	33.00	8,327.88
保健品、美妆类	6,717.90	256.75	62.17	7,036.82
母婴类	4,689.56	352.92	46.51	5,088.99
食品饮料	349.81	0.28	-	350.09
用品及百货	842.13	11.32	-	853.46
合计	363,284.36	30,705.96	5,019.38	399,009.70
电话和通讯类	2,628.05	853.33	421.02	3,902.39
消费电子类	1,530.27	561.37	401.04	2,492.68
电脑和办公类	609.62	253.91	125.27	988.80
家用电器类	319.69	104.81	51.71	476.21
服装/服饰配件类	-	1,643.65	587.76	2,231.41
汽车、摩托车类	-	32.02	18.96	50.98

运动及娱乐类	-	117.88	69.80	187.68
家居用品类	-	110.03	68.10	178.13
其他品类	-	147.68	87.44	235.12
玩具类	-	53.77	31.83	85.60
安全防护类	-	16.72	9.90	26.62
保健品、美妆类	-	25.23	18.65	43.88
母婴类	0.06	58.95	13.95	72.97
食品饮料	1.14	0.03	-	1.17
用品及百货	-	-	-	-
合计	5,088.83	3,979.38	1,905.43	10,973.64

(三) 同行业对比情况

1、存货跌价准备计提政策的比较

(1) 公司存货跌价准备计提政策

公司存货具有种类多、数量多，单价相对较低等特点，因此，公司在参考同行业存货跌价准备计提政策的前提下，结合自身实际情况，制定了存货跌价准备计提政策，即分品类按库龄对存货进行跌价准备计提，具体如下：

一级品类名称	3个月以内	3-6个月	6个月-1年	1-2年	2-3年	3年以上
出口业务						
电话和通讯类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
消费电子类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
电脑和办公类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
家用电器类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
服装/服饰配件类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
汽车、摩托车类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
运动及娱乐类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
家居用品类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
其他品类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
玩具类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
安全防护类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
保健品、美妆类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
母婴类	0%	0%	0%	10%	30%	100%
进口业务						
电话和通讯类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
用品及百货	0%	0%	0%	0%	5%	10%
食品饮料	1%	1%	2%	1年以上至有效期内 30%，超过有效期 100%		
保健品	1%	1%	2%	1年以上至有效期内 30%，超过有效期 100%		

一级品类名称	3 个月以内	3-6 个月	6 个月-1 年	1-2 年	2-3 年	3 年以上
奶粉	1%	1%	2%	1 年以上至有效期内 30%，超过有效期 100%		
美妆类	0%	0%	0%	5%	2 年以上至有效期内 50%，超过有效期 100%	

(2) 同行业其他公司存货跌价准备计提政策

品类名称	0-3 个月	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
出口业务						
傲基电商	0%	10%	15%	30%	50%	100%
通拓科技-3C 电子类	0%	5%	10%	20%	30%	100%
通拓科技-服装服饰类	0%	0%	0%	10%	100%	100%
通拓科技-家居生活	0%	5%	10%	15%	20%	30%，5 年以上为 100%
有棵树-电子产品、手机通讯和游戏配件类	0%	5%	10%	20%	30%	100%
有棵树-航模配件、汽车配件类	0%	5%	10%	20%	30%	100%
有棵树-服装鞋包类	0%	0%	0%	10%	50%	100%
有棵树-家居建材和家居用品类	0%	5%	10%	15%	20%	30%，5 年以上为 100%
有棵树-生活用品类	0%	5%	10%	20%	50%	100%
有棵树-体育用品、玩具类	0%	0%	0%	0%	0%	0%，5 年以上为 100%
有棵树-其他	0%	0%	0%	10%	20%	30%，5 年以上为 100%
进口业务						
通拓科技-食品类	0%	0%	5%	10%	20%	100%
通拓科技-非食品类	0%	0%	0%	5%	10%	50%，5 年以上为 100%
杭州悠可	杭州悠可按照距库存商品保质期到期时间计提库存商品跌价准备，计提比例如下：距保质期 12 个月以上，计提比例 0%；距保质期 6-12 个月，计提比例 30%；距保质期 0-6 个月，计提比例 60%；超过有效期，计提比例 100%。					

注：傲基电商原为新三板企业，通拓科技、有棵树与杭州悠可均于近年被上市公司重组并购。其余同行业企业未披露具体存货跌价准备计提会计政策。

经与同行业相比，公司与同行业企业均按存货的成本与可变现净值孰低计提存货跌价准备；具体而言，公司根据产品品类属性和其市场价格的波动情况确定了不同种类存货需计提跌价准备的库龄层次，根据库龄计提存货跌价准备的具体政策与同行业基本保持一致。

2、存货跌价准备计提金额的比较

由于同行业上市公司均没有公开披露分库龄的存货余额及分库龄的存货跌价准备计提

金额，公司无法将 2018 年一年以上存货跌价准备计提情况与同行业进行对比。因此，公司将 2018 年末存货跌价准备的综合计提情况与同行业进行对比，具体如下：

单位：万元

公司	2018 年末存货原值	2018 年末存货跌价准备余额	计提比例
安克创新科技股份有限公司	80,680.29	2,606.10	3.23%
义乌华鼎锦纶股份有限公司	84,123.56	1,619.59	1.93%
深圳市有棵树科技有限公司	90,409.58	5,076.03	5.61%
本公司	565,604.62	59,053.32	10.44%

注：安克创新科技股份有限公司已申报 IPO，数据来源于公开披露的招股说明书；义乌华鼎锦纶股份有限公司已收购深圳市通拓科技有限公司，跨境电商业务已成为其重要业务之一，数据来源于公开披露的 2018 年度报告；深圳市有棵树科技有限公司（简称“有棵树”）已被上市公司天泽信息产业股份有限公司收购，数据来源于公开披露的有棵树 2018 年度审计报告。

从上表可以看出，公司 2018 年末存货跌价准备的计提比例高于同行业公司。另外，公司对于 2018 年末存货中价值明显减损、销售缓慢的存货进行个别计提，采取更高的计提比例，公司存货跌价准备计提比较充分。

（四）2017 年末存货跌价准备计提情况

公司在 2016 年、2017 年陆续通过非公开发行股票、发行私募债等方式筹集资金，资金到位后公司之全资子公司深圳市环球易购电子商务有限公司（以下简称“环球易购”）成立品牌部门，与国内一二线品牌商深入合作，并加大了海外仓的铺货。截止 2017 年末，公司大部分存货库龄在一年以内，一年以内存货占存货总额比例为 91.05%。公司根据制定的存货跌价准备计提政策对存货进行跌价准备计提。2017 年末存货跌价准备余额为 11,860.78 万元，其中：个别法计提余额为 887.14 万元，库龄法计提余额为 10,973.64 万元，具体情况如下：

单位：万元

品类	存货原值	存货跌价准备			存货净值
		库龄法	个别法	小计	
电话和通讯类	103,376.95	3,902.39	-	3,902.39	99,474.56
消费电子类	79,632.05	2,492.68	-	2,492.68	77,139.37
电脑和办公类	40,457.38	988.80	519.07	1,507.87	38,949.51

品类	存货原值	存货跌价准备			存货净值
		库龄法	个别法	小计	
家用电器类	24,896.24	476.21	-	476.21	24,420.03
服装/服饰配件类	45,015.29	2,231.41	-	2,231.41	42,783.88
汽车、摩托车类	15,717.42	50.98	8.02	59.01	15,658.41
运动及娱乐类	12,837.45	187.68	-	187.68	12,649.77
家居用品类	24,010.23	178.13	-	178.13	23,832.10
其他品类	14,441.86	235.12	357.69	592.81	13,849.05
玩具类	17,852.39	85.60	-	85.60	17,766.78
安全防护类	8,327.88	26.62	-	26.62	8,301.26
保健品、美妆类	7,039.17	43.88	-	43.88	6,995.29
母婴类	5,088.99	72.97	2.35	75.32	5,013.67
食品饮料	350.09	1.17	-	1.17	348.92
用品及百货	853.46	-	-	-	853.46
合计	399,896.84	10,973.64	887.14	11,860.78	388,036.06

综上所述，公司 2018 年一年期以上存货跌价准备计提充分，对于价值易于减损、更新周期较快或长期呆滞的存货已按个别法足额计提存货跌价准备，上年同期已足额计提存货跌价准备。

（五）年审会计师核查并发表专业意见

截至 2017 年 12 月 31 日，跨境通账面存货原值 399,896.84 万元，存货跌价准备 11,860.78 万元，存货净值 388,036.06 万元。年审会计师对于 2017 年 12 月 31 日存货实施监盘程序，并获取公司盘点记录，进行抽盘检查。核对了数量、状况及库龄情况。检查盘点记录表是否与账面记录一致。由第三方保管的存货部分实施函证程序，函证存货的数量是否与公司的记录一致；实施实质性分析程序，分析公司期末余额增长的合理性；对本期采购入库的存货，核对入库单，与供应商发函确认采购金额；本期销售出库的存货核对出库单、物流系统，同时进行计价测试，核对存货结转成本的准确性；获取存货跌价准备计算表，复核公司按照库龄计提的存货跌价准备，检查以前年度计提的存货跌价准备本期转回情况，判断存货跌价准备计提是否正确；获取资产负债表日前后存货收发资料，进行存货的截止性测试，以评价存货记录在恰当的会计期间。

年审会计师认为跨境通 2017 年存货跌价准备计提充分，公司对存货跌价准备的计提符合企业会计准则的相关规定。

截至 2018 年 12 月 31 日，跨境通账面存货原值 565,604.62 万元，存货跌价准备

59,053.32 万元，计提存货跌价准备比率 10.44%。

年审会计师针对存货跌价准备实施的主要审计程序如下：检查存货跌价个别计提法依据，是否符合 2018 年 7-12 月销售趋势减缓，销售数量、金额较小，确认该存货为滞销商品；检查存货库龄分析的依据，确认库龄的准确性；执行存货监盘及函证程序，检查和观察存货的数量、状况等；实施抽样检查，对本期采购入库的存货核对合同、入库单、发票。对本期销售出库的存货核对出库单、产品信息、客户信息、订单信息、平台订单信息、平台收款信息、平台物流信息；对按照成本与可变现净值孰低计提减值准备的存货，获取存货的 2018 年度、2019 年 1-3 月份的进销存明细，将存货的成本与可变现净值进行比较，对管理层估计的可变现净值的合理性进行了评估；获取存货跌价准备计算表，判断存货跌价准备计提是否正确。

年审会计师认为跨境通 2018 年存货跌价准备计提充分；公司对存货跌价准备的计提符合企业会计准则的相关规定。

(2) 据披露，你公司按库龄补计提存货跌价准备 0.82 亿元，原因系“在业绩快报公布日未能及时、准确、完整获取用于存货减值测试的相关信息，如存货类别、数量、库龄状况等信息划分有误差”。公告显示，你公司存货主要存放于自有仓库和第三方仓库，存货管理主要依赖于信息系统，基于仓储管理系统的大量电子化数据记录。请详细说明与存货相关的内部控制、信息系统运行是否有效，存货类别、数量、库龄状况等信息划分有误差的具体情况及原因，所涉及的存货类别、账面原值、存放地点、库龄状况等。请年审会计师说明针对与存货相关的内部控制及相关信息系统运行所实施的审计程序，并对其是否有效发表专业意见。

回复：（一）详细说明与存货相关的内部控制、信息系统运行是否有效，存货类别、数量、库龄状况等信息划分有误差的具体情况及原因，所涉及的存货类别、账面原值、存放地点、库龄状况等

1、详细说明与存货相关的内部控制、信息系统运行是否有效。

公司按库龄补计提存货跌价准备 0.82 亿元，均产生于环球易购，环球易购存货管理及内部控制主要依赖于信息系统，信息系统内控流程如下：

A、环球易购存货相关信息系统主要由 PMS 系统（订单采购系统）、WMS 系统（仓储管理系统）、OMS 系统（订单销售系统）组成，各系统间数据相互传输。

B、PMS 系统：采购需求经各部门负责人搜集、确认、审核后在系统中下达采购订单给供应商，同时将相关字段传输给 WMS 系统。

C、OMS 系统：获取各个平台的销售订单数据，将销售订单抓取至 OMS 系统中发货。同时将销售订单中的信息传输给 WMS 系统。

D、WMS 系统在采购段的流程如下：接收到 PMS 的采购订单信息后，供应商安排发货，货物到达公司仓库，质检人员检验合格后，在 WMS 中输入检验结果，确认收货，同时将入库单号传输给 PMS 系统。

E、WMS 系统在销售段的流程如下：接收到 OMS 系统的销售订单信息后，进行分拣、包装、核对、发货，并跟踪发货信息。

F、WMS 与进销存系统的流程：WMS 系统将经审核的货物进、出单据传输给进销存系统，生成进销存报表，此环节数据量大，需要较长时间。

2、存货类别、数量、库龄状况等信息划分有误差的具体情况及其原因。

环球易购拥有 40 多个海外仓，分别位于美国、意大利、西班牙、德国、英国、加拿大、俄罗斯、日本、土耳其等 33 个国家，主要由外部物流仓储公司或第三方电商平台公司管理，由其负责公司存货的接收、装卸、配送、保管等。一方面，对于第三方仓库的存货管理主要由第三方负责，由其负责提供期末存货明细、数量及状况，取得第三方提供的存货信息后需要核实、对账，过程耗时较长；另一方面，对第三方提供的存货信息核实确认无误后，需要将存货信息导入 ERP 系统，由 ERP 系统自动匹配存货属性，计算存货发出计价、运算存货库龄，由于数据量庞大，通过 ERP 系统完成上述工作需要一定时间。

由于上述两方面原因，导致在业绩快报公布日未能及时、准确地完成存货减值测试。因此，在业绩快报公布日根据当天掌握的存货信息，结合上年存货跌价准备的综合计提情况，按环球易购存货余额的 4.40%对存货跌价准备进行预计。

3、所涉及的存货类别、账面原值、存放地点、库龄状况

由于业绩快报公布日环球易购的存货跌价准备为综合计提数，因此，公司按库龄补计提存货跌价准备 0.82 亿元，涉及公司所有存货类别、账面原值、存放地点及库龄状况。

(二)年审会计师说明针对与存货相关的内部控制及相关信息系统运行所实施的审计程序，并对其是否有效发表专业意见。

年审会计师针对与存货相关的内部控制及相关信息系统运行所实施的审计程序具体如下：

(1) 了解和评估管理层对存货相关的内部控制的设计，同时，抽取样本，针对存货流转执行穿行测试，评价与存货相关的内部控制是否有效。

(2) 抽取若干样本针对存货流转涉及的关键控制点执行控制测试，确认与存货相关的

内部控制是否得到有效运行。

(3) 年审会计师利用其内部 IT 专家的工作对与存货相关的信息系统执行 IT 审计。

①评价与财务数据处理所依赖的与存货相关的主要 IT 系统的关键内部控制的设计和运行有效性。

②检查公司 IT 组织架构的治理框架，以及程序开发和变更、对程序和数据的访问、IT 运行等控制，包括相应的补偿性控制措施(如必要)。

③评价存货相关的 IT 流程控制的设计和运行有效性，评价内容包括测试信息技术应用控制的运行有效性、测试与公司合规性活动相关的特定自动化控制和系统计算的运行有效性。

④结合快速发展的业务类型、交易量以及对业务持续性产生重要影响的 IT 项目，评价存货相关关键运营系统的可用性、稳定性及安全性。

经测试，年审会计师认为：公司与存货相关的内部控制及相关信息系统运行是有效的。

(3) 报告期末，你公司一年期以上存货账面余额为 12.66 亿元，较上期增长 254.40%。你公司 2018 年实现营业收入 215.34 亿元，同比增长 53.62%。请详细说明营业收入大幅增长的情况下存货库龄期限较长的原因及合理性。

回复：公司在 2016 年、2017 年陆续通过非公开发行股票、发行私募债等方式筹集资金，资金到位后公司全资子公司环球易购成立品牌部门，与国内一二线品牌商深入合作，2017 年下半年存货备货增大，2017 年末存货余额较上年末增加约 13 亿元。

受营运资金紧张的影响，环球易购在 2018 年第四季度销售旺季未能如预期进行广告投入和促销推广，部分历史存货未能如期销售，导致 2018 年末一年期以上存货大幅增加。

为了更真实地反映期末存货的价值，公司对存货进行全面盘查和价值评估，对于可变现净值低于成本的存货计提存货跌价准备。截止 2018 年末，公司一年期以上存货账面余额为 15.62 亿元，根据存货是否可以正常销售分别按照个别法和库龄法进行存货跌价准备计提。其中：个别法计提存货跌价准备的存货余额为 2.96 亿元，该批存货不可正常销售，计提存货跌价准备 2.78 亿元；库龄法计提存货跌价准备的存货余额为 12.66 亿元，该批存货可以正常销售，公司严格按照制定的存货跌价准备计提政策计提存货跌价准备，计提金额为 2.36 亿元。

综上所述，公司在营业收入大幅增长的情况下存货库龄期限较长符合公司的实际情况，具有合理性。

问题二、报告期内，你公司实现营业收入 215.34 亿元，同比增长 53.62%，归属于上市公司

公司股东净利润（以下简称“净利润”）6.23 亿元，同比下降 17.07%，经营活动产生的现金流量净额 1.83 亿元，同比增长 162.50%。2018 年各季度分别实现营业收入 46.22 亿元、52.53 亿元、59.16 亿元、57.43 亿元；经营活动产生的现金流量净额-2.50 亿元、0.86 亿元、3.13 亿元、0.33 亿元。请详细说明经营活动产生的现金流量净额大幅增长的原因，并结合业务的季节性波动情况、销售政策、收入确认时点、费用支出进度等说明各季度经营活动产生的现金流量净额变动与营业收入不匹配的原因。

回复：（一）详细说明经营活动产生的现金流量净额大幅增长的原因

近三年公司及各子公司经营活动产生的现金流量净额情况：

单位：万元

公司	2016 年	2017 年	2018 年
环球易购	-118,187.13	-34,037.53	-10,929.50
帕拓逊	7,756.39	7,848.46	3,071.56
优壹电商	-	-	27,689.39
其他	4,484.11	-3,023.32	-1,573.41
合计	-105,946.63	-29,212.39	18,258.04

由上表可见，公司近三年经营活动产生的现金流量净额分别为-10.59 亿元、-2.92 亿元、1.83 亿元，呈现逐年向好趋势，主要原因如下：

1、优壹电商 2018 年并表，其经营活动产生的现金流量净额为 2.77 亿元，极大改善了公司合并口径下经营活动产生的现金流量净额；

2、公司跨境电商出口业务 2016 年之前属于快速扩长期，营业规模快速增长，经营活动现金流相对较差，公司自 2017 年开始重视经营活动现金流的改善，从近三年的经营情况来看，经营活动现金流稳步向好。

（二）结合业务的季节性波动情况、销售政策、收入确认时点、费用支出进度等说明各季度经营活动产生的现金流量净额变动与营业收入不匹配的原因。

近三年公司营业收入与经营活动产生的现金流量净额对比情况：

单位：万元

年度	项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2016	营业收入	175,842.59	168,052.70	208,692.09	301,103.38
	经营活动产生的现金流量净额	-42,338.57	2,192.26	-48,049.12	-17,751.20
2017	营业收入	265,027.98	292,153.45	316,868.44	527,739.86
	经营活动产生的现金流量净额	-56,793.68	51,596.76	-47,533.09	23,517.63
2018	营业收入	462,164.57	525,317.57	591,583.32	574,321.94
	经营活动产生的现金流量净额	-24,955.94	8,587.84	31,286.97	3,339.18

1、季节性波动情况

跨境电商业务下半年尤其是四季度为销售旺季，2016 年及 2017 年四季度营业收入比例分别为 35.27%和 37.65%，季节性特征较为明显。

受营运资金紧张的影响，全资子公司环球易购在 2018 年第四季度销售旺季未能如预期进行广告投入和促销推广，使得第四季度销售情况低于预期，公司第四季度营业收入占全年比例仅为 26.67%，对净利润及经营活动现金流形成较大影响。

2、销售政策及收入确认时点

公司具体的销售商品收入确认原则如下：

- (1) 对加盟商的销售:于向加盟商发出货物，并交付承运人时确认销售收入；
- (2) 通过直营店(非商场专柜)的销售:于商品交付给消费者，收取价款时，确认销售收入；
- (3) 通过直营店(商场专柜)的销售:于期末收到商场销售确认书时确认销售收入；
- (4) 出口业务:客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台(如亚马逊、亿贝)下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入；
- (5) 进口业务：

线上直销业务收入：客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台(如京东全球购、天虹网上商城、喆喆兔)下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，在经客户签收并已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。

分销业务收入：公司将产品发出，客户签收后，视为已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，在取得相关权利证明时，确认收入的实现。

3、费用支出进度

公司各项费用支出进度符合《企业会计准则》的规定，不存在费用跨期的情形。

4、各季度经营活动产生的现金流量净额变动与营业收入不匹配的原因

对公司经营活动产生的现金流量净额影响因素最大的项目为购买商品、接受劳务支付的现金，从 2016 年、2017 年分季度数据来看，二季度和四季度经营活动产生的现金流量净额好于一季度和三季度，一季度支付现金较多主要是由于春节因素的影响（春节期间供应商放假，需提前备货、付款），三季度支付现金较多主要是四季度销售旺季来临前的备货支出较多。

而由于公司 2018 年第四季度销售情况低于预期，部分存货未能及时销售并回笼现金，

使得公司第四季度营业收入和经营活动产生的现金流量净额均受到影响，明显低于往年水平。

问题三、报告期内，你公司服饰家居类产品实现收入 33.95 亿元，同比增长 2.97%，毛利率 61.41%，同比下降 1.27 个百分点；电子产品类实现收入 121.80 亿元，同比增长 21.63%，毛利率 47.45%，同比下降 0.11 个百分点；母婴用品类实现收入 59.59 亿元，同比增长 742.97%，毛利率 14.67%，同比下降 5.67 个百分点。

(1) 请结合行业发展状况、主要客户、核心竞争力、主要产品状况等说明母婴用品收入大幅增长的原因。

回复：1、行业发展状况

2015 年中国母婴用品整体交易规模已达 23,000 亿元，受益于国家二胎政策正式落地及新生儿小高峰到来，预计每年新增超 3,000 亿元母婴用品消费额，2018 年有望新增万亿级母婴用品市场需求。

在移动互联网、社交网络等技术潮流影响下，大部分母婴消费者已养成线上购物的习惯，母婴数字消费社群蓬勃发展。中国母婴用品线上市场增长率在 2014 年超越中国母婴用品整体市场增长率，进入飞跃式发展阶段；2015 年中国母婴用品市场规模线上交易部分 3,606 亿元，同比增长率高达 98.30%。然而 2015 年中国母婴用品线上市场规模仅占 2015 年中国母婴用品整体市场规模 15%左右，预计未来几年母婴用品线上交易增速仍将明显快于母婴用品整体增速。

伴随着中国消费升级趋势，母婴消费者渴望为家人提供健康美好生活的诉求促使其对产品品质的要求不断提高，亦使得母婴及家庭用品消费品牌化成为潮流。强生集团、达能集团等因多年经营形成质量管控体系及良好口碑的海外品牌深受国内母婴消费者追捧，社交论坛、社交网络等网络通讯方式兴起及品牌厂商、品牌代运营商家精准的社群品牌营销也造就了境外品牌口碑风行及跨境母婴进口电商蓬勃发展的契机。

基于对行业前景的研究，公司于 2015 年进入跨境电商进口领域，并于 2018 年与优壹电商进行并购，通过本次并购，公司营业规模及盈利能力得到极大提升。

优壹电商 2018 年全年实现营业收入 614,672.51 万元，净利润 30,802.60 万元（公司于 2018 年 2 月份并表）。

2、主要客户

按销售渠道的不同，优壹电商的销售模式主要分为产品销售及服务销售两大类，其中产品销售可进一步细分为 B2C 线上旗舰店自营直销与 B2B 多渠道分销等两种模式。

主要客户包括 JD.COM International Limited、HQG, Limited (考拉)、Alibaba.com Singapore E-Commerce Private Ltd.、孩子王供应链管理有限公司、Vipshop International Holdings Limited 等。

3、核心竞争力

优壹电商属于国内跨境电商领域优秀企业，是国内领先的全球优品专供与电商贸易综合服务商，通过以母婴数字消费者为市场切入点，依托自身敏锐的市场洞悉力、丰富的产业经验、专业的营销能力以及高效的团队执行力，精心挑选在全球享有高美誉度、在国内具有市场潜力的优质品牌产品，以此满足母婴数字消费社群为家人提供健康美好生活的消费诉求并形成深厚的母婴数字消费者数据。

此外，优壹电商与国际知名品牌商开展深度合作，以线上官方品牌旗舰店为运营中心、线上电商平台与线下实体销售终端相结合的方式，实现多元化渠道覆盖母婴数字消费社群需求。

通过打造严格的品质控制体系，快捷的物流配送以及高效的客户服务，优壹电商致力让消费者购获全球优质品牌产品的同时享受安心、贴心、舒心的消费体验。

4、主要产品状况

母婴产品为优壹电商销售的主要产品，母婴产品的销售额占年均总销售额的 90%以上。

优壹电商的母婴产品包含如“诺优能婴幼儿奶粉”、“爱他美婴幼儿奶粉”、“Cow & Gate 牛栏牌婴幼儿奶粉”、“多美滋婴幼儿奶粉”、“阿拉 Baby&Me 配方奶粉”、“Multi-tabs 儿童咀嚼鱼油”、“多美滋孕妇及哺乳期妇女营养奶粉”、“Multi-tabs 孕妇铁片”、“Multi-tabs 孕妇维生素”等产品。

综上所述，由于优壹电商 2018 年 2 月份并表，使得母婴用品类收入比上年同期增长率大幅增长。

(2) 请结合同行业可比公司状况、主要成本构成、产品价格等说明你公司各类产品毛利率是否与同行业公司存在重大差异，如是，请详细说明原因。

回复：

公司	服饰家居类	电子产品类	母婴用品等
跨境通	61.41%	47.45%	14.67%
通拓科技	-	41.76%	-
公司	服装鞋包类	电子产品、手机通讯和游戏配件类	
有棵树	59.84%	48.61%	-

由上表可以看出，公司跨境出口主要品类毛利率与同行业公司不存在重大差异，跨境进口母婴用品等未能取得同行业公司毛利率数据。

公司主要成本构成主要为商品采购成本，产品销售价格由于各公司 sku 数量繁多，平均销售价格不具有可比性。

问题四、报告期末，你公司商誉账面原值 25.38 亿元，占净资产的比重为 34.68%，计提商誉减值准备 757.87 万元。其中，收购深圳市环球易购电子商务有限公司（以下简称“环球易购”）形成商誉 8.66 亿元，收购深圳前海帕拓逊网络技术有限公司（以下简称“帕拓逊”）形成商誉 2.50 亿元，收购上海优壹电子商务有限公司（以下简称“优壹电商”）形成商誉 14.14 亿元。本期均未对上述三家公司计提商誉减值准备。请结合行业状况、被投资单位业务经营情况、业绩承诺实现情况、未来盈利预测情况、关键参数确定（如预计未来现金流量现值时的预期增长率、稳定期增长率、折现率、预测期）等详细说明各资产组 2018 年商誉减值准备的测算过程，并说明商誉减值计提是否充分、合理。请年审会计师核查并发表专业意见。

回复：（一）请结合行业状况、被投资单位业务经营情况、业绩承诺实现情况、未来盈利预测情况、关键参数确定（如预计未来现金流量现值时的预期增长率、稳定期增长率、折现率、预测期）等详细说明各资产组 2018 年商誉减值准备的测算过程，并说明商誉减值计提是否充分、合理。

1、公司 2018 年度商誉账面价值情况

单位：万元

被投资单位名称	期末余额	减值准备	期末价值
深圳市环球易购电子商务有限公司	86,626.03		86,626.03
ALEX AV SUPPLIER LIMITED	80.97	80.97	80.97
POWER TEXTILE INTERNATIONAL LTD.	81.39	81.39	81.39
STY AUSTRALIA PTY LTD	88.22	88.22	88.22
天竣购物网络科技有限公司	58.84	58.84	58.84
LA-VENDORS INC	127.50	127.50	127.50
香港百斯特科技股份有限公司	11.19	11.19	11.19
深圳前海帕拓逊网络科技有限公司	25,046.85		25,046.85
山西金虎信息服务有限公司	309.76	309.76	
上海优壹电子商务有限公司	141,363.45		141,363.45
合计	253,794.20	757.87	253,036.33

2、2018 年度商誉减值测试情况

（1）跨境电商行业状况

随着信息技术、互联网技术和跨境物流的不断完善，跨境电商行业迅速发展，成为全球潜力巨大的新型贸易方式。根据中国国际电子商务中心研究院统计，国家统计局公布，2018 年 1-12 月社会消费品零售总额 380,987 亿元，比上年增长 9.0%，最终消费支出对国内生产总值增长的贡献率为 76.2%，消费作为经济增长主动力作用进一步巩固。2017 年中国出口跨境电商交易规模达 6.3 万亿元，据易观发布的数据，2018 年中国跨境出口电商行业交易规模达 7.9 万亿元，同比增长 25%。

2018 年，国际贸易环境发生较大变化，我国政府出台了多项刺激出口的政策。2018 年 7 月 13 日国务院常务会议决定新设一批跨境电子商务综合试验区，持续推进对外开放促进外贸转型升级。2018 年 8 月 31 日《中华人民共和国电子商务法》获通过，为电子商务健康发展护航。2018 年 12 月 21 日国务院总理李克强主持召开国务院常务会议，决定延续和完善跨境电子商务零售进口政策并扩大适用范围，扩大开放更大激发消费潜力；部署推进物流枢纽布局建设，促进提高国民经济运行质量和效率，我国进出口贸易规模增速明显回升。

据中国海关总署公布数据显示 2018 年中国外贸进出口总值创历史新高，达 30.51 万亿元人民币，同比增长 9.7%。其中，出口 16.42 万亿元，增长 7.1%；进口 14.09 万亿元，增长 12.9%。

欧美市场仍然是最大的跨境电商出口市场，亚洲、非洲、中东地区和拉丁美洲市场平稳快速增长。欧美国家政府进一步加大对跨境电商企业的税收规范化力度，一方面推动了跨境电商企业的合规化，另一方面加快了我国跨境电商行业的重新洗牌，行业竞争集中度将进一步提升。

国内消费者对进口产品需求增长，我国跨境电商进口市场持续保持快速增长，其中奶粉、母婴用品、化妆品、护肤品、保健品、服装等品类的销售规模迅速增长。

电子商务法实施，进出口业务将会走向规范。个人代购行为被有效遏制，提高了行业门槛和标准，企业运作的直邮业务、保税业务将会提升对应的市场份额。

(2) 被投资单位经营及业务承诺实现情况

①深圳市环球易购电子商务有限公司经营及业绩承诺情况：

根据公司与深圳市环球易购电子商务有限公司原股东签署的《发行股份及支付现金购买资产协议》约定，业绩承诺期为 2014 年度、2015 年度、2016 年度和 2017 年度。承诺深圳市环球易购电子商务有限公司 2014 年度、2015 年度、2016 年度、2017 年度实现的净利润分别不低于人民币 6,500 万元、9,100 万元、12,600 万元、17,000 万元。2018 年未承诺实现利润额。

实际经营情况：

单位：万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
一、营业收入	716,334.21	1,144,148.43	1,240,667.52
减：营业成本	379,573.44	603,258.06	645,280.83
二、营业利润	43,007.00	84,819.64	29,519.63
三、利润总额	43,464.26	85,623.13	29,456.64
四、归属于母公司的净利润	34,215.38	71,361.88	24,753.00
五、归属于母公司扣非后的净利润	33,820.85	69,738.81	23,351.58

与商誉相关的资产组历史年度财务数据分析

商誉对应的出口电商资产组组合销售产品主要分为两大类：包括服装和电子产品，近 3 年待估资产组组合相关的经营情况如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
一、营业收入	674,047.10	1,073,750.40	1,203,026.19
二、营业成本	340,493.41	538,083.86	620,977.70
三、利润总额	52,346.80	106,193.30	37,895.13
四、净利润	43,056.00	91,106.64	32,366.78

②深圳前海帕拓逊网络技术有限公司经营及业绩承诺情况：

根据公司与深圳前海帕拓逊网络技术有限公司原股东签署的《股权收购协议》约定，业绩承诺期为 2016 年度、2017 年度和 2018 年度。承诺深圳前海帕拓逊网络技术有限公司在 2016 年度、2017 年度及 2018 年度可实现的净利润分别不低于 7,000 万元、8,800 万元及 11,200 万元。

实际经营情况：

单位：万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
一、营业收入	-	242,452.79	341,741.37
二、营业成本	53,103.01	88,971.71	126,991.94
三、利润总额	13,857.29	22,417.73	28,388.03
四、归属于母公司的净利润	11,374.61	19,206.24	23,773.52
五、归属于母公司扣非后的净利润	11,374.60	19,199.28	23,711.03

深圳前海帕拓逊网络技术有限公司 2016 年度、2017 年度、2018 年度实际经营净利润均

大于业绩承诺利润。

③上海优壹电子商务有限公司经营及业绩承诺情况：

根据公司与上海优壹电子商务有限公司原股东签署的《股权收购协议》约定，业绩承诺期为 2017 年度、2018 年度和 2019 年度。承诺上海优壹电子商务有限公司在 2017 年度、2018 年度及 2019 年度可实现的净利润分别不低于 13,400 万元、16,700 万元及 20,800 万元。

实际经营情况：

单位：万元

项目	2017 年度	2018 年度
一、营业收入	380,747.32	614,672.51
二、营业成本	331,556.78	547,043.93
三、利润总额	26,423.91	39,143.62
四、归属于母公司的净利润	20,680.01	30,802.60
五、归属于母公司扣非后的净利润	19,379.27	26,989.11

上海优壹电子商务有限公司 2017 年度、2018 年度实际经营净利润均大于业绩承诺利润。

(3) 被投资单位未来盈利预测情况

①深圳市环球易购电子商务有限公司

单位：万元

年 份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
一、营业收入	1,359,373.01	1,522,378.23	1,674,526.39	1,841,790.74	1,933,786.14	1,933,786.14
减：营业成本	701,658.28	785,737.85	864,222.08	950,456.20	997,884.97	997,884.97
主营业务成本	699,952.32	783,946.60	862,341.26	948,575.39	996,004.16	996,004.16
其他业务成本	1,705.95	1,791.25	1,880.81	1,880.81	1,880.81	1,880.81
营业税金及附加	1.84	2.07	2.27	2.5	2.62	2.62
营业费用	512,762.11	568,982.35	625,847.83	688,363.83	722,747.63	722,747.63
管理费用及研发费用	28,346.98	26,722.21	29,660.64	32,866.61	34,949.22	34,949.22
财务费用	2,626.71	2,941.91	3,236.10	3,559.71	3,737.70	3,737.70
资产减值损失	59,215.97	66,321.88	72,954.07	80,249.48	84,261.95	84,261.95
二、息税前利润	54,761.14	71,669.96	78,603.40	86,292.41	90,202.04	90,202.04

②深圳前海帕拓逊网络技术有限公司

单位：万元

项 目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	至永续
-----	--------	--------	--------	--------	--------	-----

一、营业收入	369,080.68	387,534.71	399,160.75	403,152.36	403,152.36	403,152.36
主营业务收入	369,080.68	387,534.71	399,160.75	403,152.36	403,152.36	403,152.36
减：营业成本	141,837.70	148,929.59	153,397.48	154,931.45	154,931.45	154,931.45
主营业务成本	141,837.70	148,929.59	153,397.48	154,931.45	154,931.45	154,931.45
营业费用	177,158.72	191,829.68	197,584.57	199,560.42	199,560.42	199,560.42
管理费用	8,968.66	9,417.09	9,699.64	9,791.20	9,791.20	9,791.20
财务费用	1,033.43	1,085.10	1,117.65	1,128.83	1,128.83	1,128.83
二、息税前利润	40,082.17	36,273.25	37,361.41	37,740.46	37,740.46	37,740.46

③上海优壹电子商务有限公司

单位：万元

项 目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	至永续
一、营业收入	577,289.49	612,787.26	620,381.04	622,640.30	622,640.30	622,640.30
主营业务收入	577,289.49	612,787.26	620,381.04	622,640.30	622,640.30	622,640.30
减：营业成本	511,852.11	542,619.31	548,519.97	550,206.96	550,206.96	550,206.96
主营业务成本	511,852.11	542,619.31	548,519.97	550,206.96	550,206.96	550,206.96
税金及附加	389.04	412.96	418.08	419.6	419.6	419.6
营业费用	26,497.59	28,126.94	28,475.49	28,579.19	28,579.19	28,579.19
管理费用	1,789.60	1,899.64	1,923.18	1,930.18	1,905.14	1,905.14
财务费用	3,752.38	3,983.12	4,032.48	4,047.16	4,047.16	4,047.16
二、息税前利润	33,008.77	35,745.29	37,011.84	37,457.21	37,482.25	37,482.25

(4) 减值的测算过程

本次减值测试采用收益法途径，以预计的未来经营净现金流量估算的资产组组合的可回收价值。

关键参数：

A 收入增长率：

①深圳市环球易购电子商务有限公司

深圳环球易购对未来年度的预测主要基于历史年度经营发展情况、2019 年企业规划、市场情况进行综合预测，预计 2019-2023 年，电子类、服装类在经历快速增长后将逐步放缓，但是追随整个跨境电商市场情况及企业发展规划，近几年仍会有 10%左右的增长。稳定期保持第五年的盈利水平。

未来年度收入增长率预测如下：

年份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
收入增长率	13.00%	12.00%	10.00%	10.00%	5.00%	0.00%

②深圳前海帕拓逊网络技术有限公司

参照历史年度各品牌销量增长情况、新增渠道情况、新增客户情况、行业及细分行业增长情况对未来年度销量进行预测，参考历史年度销售单价确定未来年度销售单价。

年份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
收入增长率	8.00%	5.00%	3.00%	1.00%	0.00%	0.00%

③上海优壹电子商务有限公司

参照历史年度各品牌销量增长情况、新增渠道情况、新增客户情况、行业及细分行业增长情况对未来年度销量进行预测，参考历史年度销售单价确定未来年度销售单价。

年份	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	永续期
收入增长率	-6.08%	6.15%	1.24%	0.36%	0.00%	0.00%

B 主营业务成本：因历史年度主营业务成本与收入比例相对稳定，成本按照以前年度占收入的比例来预测以后年度的主营业务成本。

C 费用率：参照被评估单位历史年度销售费用占主营业务收入的比例、未来年度销售情况及企业管理策略、费用调整趋势等情况进行综合预测。

D 折现率

评估采用选取对比公司进行分析计算的方法估算被评估企业期望投资回报率，为此，第一步，首先在上市公司中选取对比公司，然后估算对比公司的系统性风险系数 β 。第二步，根据对比公司资本结构，对比公司 β 以及被评估企业的资本结构估算被评估企业的期望投资回报率，并以此作为折现率。

经测算，上述公式计算出环球易购、帕拓逊、优壹电商税前 WACC 分别为 14.16%、16.10%、15.03%。

E 收益期的确定：环球易购、帕拓逊、优壹电商目前经营正常，企业经营业务预计在未来仍保持正常，因此可认为环球易购、帕拓逊、优壹电商可永续经营，即收益期限为无限期限，本次评估对无限期收益现值的计算模型采用分段模型。其中，第一阶段为 2019 年 1 月 1 日至 2023 年 12 月 31 日，预测期为 5 年。在此阶段中，根据对待估资产组组合历史业绩及未来市场分析，收益状况逐渐趋于稳定；第二阶段为 2024 年 1 月 1 日至永续经营，在此阶段中，保持稳定的收益水平考虑。

(5) 减值测试的结果：

公司聘请了北京中和谊资产评估有限公司对公司的商誉减值进行了测试，测试结果如下：

单位：万元

资产组名称	资产组账面值	分摊前商誉账面值	包含商誉的资产组或资产组组合账面价值	资产组公允价值	差额	本年度商誉减值损失
环球易购	362,266.17	86,626.03	448,892.21	458,935.14	10,042.93	0.00
帕拓逊	58,814.03	49,111.48	107,925.51	252,724.85	144,799.34	0.00
优壹电商	98,637.49	141,363.45	240,000.94	254,977.01	14,976.07	0.00

经过评估测试，这三家公司商誉没有减值的迹象。

（二）年审会计师核查并发表专业意见

公司聘请了北京中和谊资产评估有限公司对收购深圳市环球易购电子商务有限公司、收购深圳前海帕拓逊网络科技有限公司、收购上海优壹电子商务有限公司股权产生的商誉进行评估，出具了以 2018 年 12 月 31 日为基准日的资产评估报告。公司根据评估结果确定年末收购深圳市环球易购电子商务有限公司、收购深圳前海帕拓逊网络科技有限公司以及收购上海优壹电子商务有限公司股权产生商誉未发生减值。

年审会计师对公司与商誉评估相关的内部控制的设计及运行有效性进行了解、评估及测试；复核管理层对资产组的认定以及如何将商誉分配至各资产组；与公司管理层讨论商誉减值测试过程中所使用的方法、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；与公司管理层聘请的外部评估机构专家等讨论商誉减值测试过程中所使用的方法、关键评估的假设、参数的选择、预测未来收入及现金流折现率等的合理性；评价由公司管理层聘请的外部评估机构的独立性、客观性、经验和资质；测试未来现金流量的现值与公司资产组的账面价值比较，确定商誉是否发生了减值。年审会计师认为公司的商誉减值测试的过程、主要测算方法、商誉减值准备的计提符合企业会计准则的相关规定，商誉减值准备计提充分、合理。

问题五、报告期末，你公司应收账款账面余额为 17.22 亿元，同比增长 153.47%，计提坏账准备 0.37 亿元。

（1）年报显示，你公司 2018 年营业收入较 2017 年增长 53.62%。请结合你公司经营模式、销售政策变动和结算周期等说明应收账款余额大幅增长的原因，以及应收账款增长率高于营业收入增长率的原因及合理性。你公司本期计提应收账款坏账准备-105.55 万元，请结合同行业可比公司、期后回款情况、账龄期限等说明应收账款余额大幅增长而本期坏账

准备计提金额为负的原因，坏账准备计提金额是否充分、合理。

回复：（一）结合你公司经营模式、销售政策变动和结算周期等说明应收账款余额大幅增长的原因，以及应收账款增长率高于营业收入增长率的原因及合理性。

1、公司经营模式

公司主要经营模式为跨境电商进出口，即公司直接面向国内外消费者销售商品，一是公司通过建立独立的 B2C 网站进行销售活动；二是公司通过入驻第三方平台进行销售活动，主要收入来源为自有品牌及第三方供应商品牌产品的销售收入。

2、销售政策变动

公司跨境电商销售政策为：按电商平台类型区分自营电商平台和第三方电商平台，具体如下：

（1）自营电商平台

买家通过自营平台下单后，按公司指定的付款方式支付货款，一般先由第三方支付公司代为收取货款，第三方支付公司按照约定的结算周期转账至公司银行账户。

（2）第三方电商平台

买家通过第三方电商平台下单后，按第三方平台指定的付款方式支付货款，一般先由第三方平台代为收取货款，第三方平台按照约定的结算周期扣除平台费用后将剩余资金转账至公司银行账户。

报告期内，公司除优壹电商并表外，销售政策未发生重大变动。

3、结算周期

公司 2018 年跨境出口业务与较多新的第三方电商平台进行合作，部分平台结算周期较长，目前跨境出口业务结算周期普遍在 3 个月内。

公司应收第三方电商平台、第三方支付公司结算周期具体如下：

平台	性质	结算周期
AMAZON.COM, INC.	第三方电商平台	达到结算条件的订单，14 天结算一次，银行到账 T+2 日。
速卖通	第三方电商平台	1、普通放款：买家保护期结束后放款（即在交易完成后 15 天）； 2、提前放款：发货 3 个自然日后（一般是 3-5 天）按 70%-100% 比例扣除保证金放款，保证金释放和冻结由卖家经营数据指标决定，即根据卖家资质以及平台的交易行为决定。
eBay	第三方电商平台	于消费者通过 PayPal 付款时实时放款。
wish	第三方电商平台	每月 1 日及 15 日放款至收款账号。
Cdiscount	第三方电商平台	平台根据订单完成时间（在客户确认收货或者最长收货期外加 7 日后）放款：

平台	性质	结算周期
		2018. 11. 15 之前 1、8 日-17 日内完成的，将在当月 25 日放款； 2、18 日-28 日内完成的，将在下月的 5 日放款； 3、29 日-下月 7 日内完成的，将在下月 15 日放款。 2018. 11. 15 之后 1、2 日-11 日内完成的，将在当月 21 日放款； 2、12 日-21 日内完成的，将在次月 1 日放款； 3、22 日-次月 1 日内完成的，将在次月 11 日放款。
PriceMinister SAS	第三方电商平台	订单以买家确认收货的动作为结款标志，买家确认收货订单，每周一和周四都将结算一次，买家未确认收货订单，将在次月的 20 日之后顺延的第一个周一或者周四结算。
ideal	第三方支付公司	公司自营网站主要结算方式，顾客用此方式付款，按月出账单，满 1 万美元以上转款。
GC	第三方支付公司	公司自营网站主要结算方式，顾客用此方式付款，按月出账单，T+3 日转至银行账号。
ADYEN	第三方支付公司	公司自营网站主要结算方式，顾客用此方式付款，按周出账单，T+2 日转至银行账号。
worldpay	第三方支付公司	公司自营网站主要结算方式，顾客用此方式付款，按月出账单，T+2 日转至银行账号。
webmoney	第三方支付公司	公司自营网站主要结算方式，顾客用此方式付款，按月出账单，T+2 日转至银行账号。

4、应收账款余额大幅增长的原因

A、优壹电商并表，应收账款增加 38,447.40 万元；

B、跨境出口电商业务保持稳定增长，且公司新开立店铺有所增加，导致亚马逊、Cdiscount、wish、Rakuten 和速卖通等电商平台应收账款余额随之增长，增加 64,973.24 万元。

5、应收账款增长率高于营业收入增长率的原因及合理性

剔除优壹电商并表因素，2018 年末应收账款余额 133,721.85 万元，比上年期末增长 96.86%，高于营业收入增长率，主要原因为公司对第三方电商平台或第三方支付公司的应收账款增加所致，主要第三方电商平台或第三方支付公司应收账款变动如下：

单位：万元

主要平台	性质	2018 年期末余额	2017 年期末余额	增长额	增长率
mail.ru	第三方电商平台	2,285.47	19.24	2,266.23	11,779.21%
yahoo	第三方电商平台	1,990.24	185.88	1,804.36	970.71%
Fnac	第三方电商平台	1,700.86	195.10	1,505.75	771.77%
webmoney	第三方支付公司	1,180.42	140.82	1,039.60	738.25%

主要平台	性质	2018 年期末余额	2017 年期末余额	增长额	增长率
mercadolibre	第三方电商平台	1,651.85	296.24	1,355.61	457.60%
Cdiscount	第三方电商平台	9,628.47	1,833.69	7,794.78	425.09%
Shopee	第三方电商平台	1,543.10	420.74	1,122.36	266.76%
walmart	第三方电商平台	1,312.05	453.21	858.84	189.50%
亚马逊	第三方电商平台	36,266.79	12,563.76	23,703.03	188.66%
ideal	第三方支付公司	3,958.72	1,467.15	2,491.57	169.82%
ADYEN	第三方支付公司	2,071.75	810.74	1,261.01	155.54%
Joom	第三方电商平台	1,630.50	659.88	970.62	147.09%
Rakuten, Inc.	第三方电商平台	5,210.88	2,307.90	2,902.98	125.78%
GC	第三方支付公司	2,349.17	1,224.00	1,125.17	91.93%
合计		72,780.27	22,578.35	50,201.92	222.35%

公司对第三方电商平台或第三方支付公司的应收账款主要随 2018 年度电商平台的收入增加而相应增加，不同的第三方电商平台或第三方支付公司，其结算周期长短不一致，结算周期的差异化导致应收账款增长率高于营业收入增长率。

(二) 你公司本期计提应收账款坏账准备-105.55 万元，请结合同行业可比公司、期后回款情况、账龄期限等说明应收账款余额大幅增长而本期坏账准备计提金额为负的原因，坏账准备计提金额是否充分、合理。

各组合计提坏账准备情况如下：

单位：万元

项目	2018 年末		2017 年末			坏账准备核销	净增加
	账面余额	坏账准备	账面余额	坏账准备一	坏账准备二		
跨境电商组合	114,805.32	0.00	46,064.22				
优壹电商并表	38,447.40	1,990.27			2,252.00		-261.73
其他项目组合	18,916.53	1,752.81	21,861.55	1,611.86		-15.22	156.18
合计	172,169.25	3,743.08	67,925.77	1,611.86	2,252.00	-15.22	-105.55

1、跨境电商组合由于回款周期较短，主要与全球规模较大的第三方平台、第三方支付公司合作形成，账龄普遍在 3 个月内，回款风险较小，因此，公司未对该部分应收账款计提坏账准备；同行业可比公司针对该组合也未计提坏账准备，详见本回复五、(2)、(一)之相关说明。

2、优壹电商年末应收账款比并表时点降低 6,788.17 万元，从而计提坏账准备金额减少

261.73 万元；

3、其他项目组合年末余额比年初减少 2,945.02 万元，由于账龄变化，本期计提坏账准备 140.95 万元；

4、本期核销应收账款 15.22 万元；

由于上述因素的影响，使得本期计提应收账款坏账准备为-105.55 万元，坏账准备计提金额充分、合理。

(2) 年报显示，按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款中跨境电商业务形成的应收账款组合 11.48 亿元，占应收账款账面余额的 66.67%，你公司未对其计提坏账准备。请补充说明相关款项形成的业务背景、账龄期限等，未计提坏账准备的原因，相关会计估计是否合理，谨慎。并结合期后回款情况说明相关款项是否按期收回。

请年审会计师核查并发表专业意见。

回复：(一) 补充说明相关款项形成的业务背景、账龄期限等，未计提坏账准备的原因，相关会计估计是否合理，谨慎。

1、公司跨境电商业务形成的应收账款主要包括：A、公司通过第三方电商平台跨境销售商品，第三方电商平台按照约定的结算周期向公司进行回款，部分销售货款因第三方电商平台未达结算时间而形成应收账款；B、公司通过自营或第三方电商平台跨境销售商品，销售货款由第三方支付公司代为收取，第三方支付公司按照约定的结算周期向公司进行回款，部分销售货款因第三方支付公司未达结算时间而形成应收账款。

跨境电商应收账款组合主要平台相关款项形成的业务背景、账龄期限等详见如下表格：

单位：万元

单位名称	应收账款余额	占该组合比重	类型	账龄	公司性质	账期
AMAZON.COM, INC.	36,266.79	31.59%	第三方电商平台	2 个月内	美国最大的网络电子商务公司	达到结算条件的订单，14 天结算一次，银行到账 T+2 日
Cdiscount	9,628.47	8.39%	第三方电商平台	3 个月内	法国最大的电子商务平台	平台根据订单完成时间（在客户确认收货或者最长收货期外加 7 日后）放款： 2018.11.15 之前 1、8 日-17 日内完成的，将在当月 25 日放款； 2、18 日-28 日内完成的，将在下月的 5 日放款； 3、29 日-下月 7 日内完成的，将在下月 15 日放款。

单位名称	应收账款余额	占该组合比重	类型	账龄	公司性质	账期
						2018. 11. 15 之后 1、2 日-11 日内完成的, 将在当月 21 日放款; 2、12 日-21 日内完成的, 将在次月 1 日放款; 3、22 日-次月 1 日内完成的, 将在次月 11 日放款。
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	7,918.21	6.90%	第三方电商平台	2 个月内	阿里巴巴旗下面向全球市场打造的在线交易平台	1、普通放款: 买家保护期结束后放款(即在交易完成后 15 天); 2、提前放款: 发货 3 个自然日后(一般是 3-5 天)按 70%-100%比例扣除保证金放款, 保证金释放和冻结由卖家经营数据指标决定, 即根据卖家资质以及平台的交易行为决定
CONTEXTLOGIC INC (wish)	9,888.88	8.61%	第三方电商平台	3 个月内	主要面向欧美市场的移动端跨境电商平台	每月 1 日及 15 日放款至收款账号
PriceMinister SAS	6,467.51	5.63%	第三方电商平台	6 个月内	日本乐天收购的法国站平台	订单以买家确认收货的动作为结款标志, 买家确认收货订单, 每周一和周四都将结算一次, 买家未确认收货订单, 将在次月的 20 日之后延顺的第一个周一或者周四结算。
CHECKOUT TECHNOLOGY LTD (IDEAL)	3,958.72	3.45%	第三方支付公司	1 个月内	荷兰主流的付款方式	公司自营网站主要结算方式, 顾客用此方式付款, 按月出账单, 满 1 万美元以上转款。
Rakuten, INC	5,210.88	4.54%	第三方电商平台	3 个月内	日本最大的电商平台	30 天结算
GLOBALCOLLECT B. V.	2,349.17	2.05%	第三方支付公司	1 个月内	世界顶级的支付服务供应商	公司自营网站主要结算方式, 顾客用此方式付款, 按月出账单, T+3 日转至银行账号。
mail.ru	2,285.47	1.99%	第三方电商平台	1 个月内	俄罗斯最大网站, 也是东欧最大的电子信箱服务网站之一	平台销售, 15 天结算一次
ADYEN	2,071.75	1.80%	第三方支付公司	6 个月内	荷兰主流的付款方式	公司自营网站主要结算方式, 顾客用此方式付款, 按周出账单, T+2 日转至银行账号。
合计	83,974.10	74.95%				

2、未计提坏账准备的原因, 相关会计估计是否合理, 谨慎

(1) 公司未计提坏账准备的原因

跨境电商业务形成的应收账款由于回款周期较短, 主要与全球规模较大的第三方电商平台或第三方支付公司合作形成的, 账龄普遍在 3 个月内, 回款风险较小, 因此, 公司未对该部分应收账款计提坏账准备。

(2) 同行业比较

公司	针对跨境电商业务形成的应收账款坏账准备计提政策
深圳市有棵树科技有限公司	归为特殊风险组合, 即平台结算账户余额不计提坏账准备。
价之链科技有限公司	归为无信用风险组合, 不计提坏账准备。
深圳市通拓科技有限公司	账龄组合 0-6 个月不计提坏账准备, 而跨境电商业务形成的应收账款账龄一般在 6 个月以内。
深圳市赛维电商股份有限公司	账龄组合 0-6 个月不计提坏账准备, 而跨境电商业务形成的应收账款账龄一般在 6 个月以内。
广东百事泰电子商务股份有限公司	B2C 客户账龄组合 0-6 个月不计提坏账准备。

综上所述, 公司跨境电商业务形成的应收账款组合未计提坏账准备具有合理性, 相关会计估计合理, 谨慎。

(二) 结合期后回款情况说明相关款项是否按期收回

跨境电商业务形成应收账款余额主要平台期后回款情况如下:

单位: 万元

单位名称	应收账款余额	占该组合比重	类型	回款时间	是否按期回款
AMAZON.COM, INC.	36,266.79	31.59%	第三方电商平台	2019年1-2月	是
Cdiscount	9,628.47	8.39%	第三方电商平台	2019年1-3月	是
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	7,918.21	6.90%	第三方电商平台	2019年1-2月	是
CONTEXTLOGIC INC (wish)	9,888.88	8.61%	第三方电商平台	2019年1-3月	是
PriceMinister SAS	6,467.51	5.63%	第三方电商平台	2019年1-6月	是
CHECKOUT TECHNOLOGY LTD (IDEAL)	3,958.72	3.45%	第三方支付公司	2019年1月	是
Rakuten, INC	5,210.88	4.54%	第三方电商平台	2019年1-3月	是
GLOBALCOLLECT B.V.	2,349.17	2.05%	第三方支付公司	2019年1月	是
mail.ru	2,285.47	1.99%	第三方电商平台	2019年1月	是
ADYEN	2,071.75	1.80%	第三方支付公司	2019年1-6月	是
合计	83,974.10	74.95%			

相关款项已按期收回。

(三) 年审会计师核查并发表专业意见

年审会计师获取应收账款明细表，复核账龄划分是否正确；获取坏账准备计提明细表，复核坏账准备计提是否正确；核对第三方平台对账单与销售订单、物流订单一致性，并检查了期后回款情况；实施函证程序，检查应收账款的期末余额正确性。年审会计师认为公司对应收账款计提坏账准备是充分的、合理的。

问题六、年报显示，你公司其他应收款账面余额为 4.48 亿元，同比增长 151.37%。其中，单位往来款余额 1.76 亿元，同比增长 178.78%。请详细说明大额单位往来款的形成原因、发生时间、商业实质，相关交易是否履行必要的审议程序及信息披露义务，交易对方是否与你公司、你公司 5%以上股东以及董监高之间是否存在关联关系。

回复：(一) 大额单位往来款的形成原因、发生时间、商业实质

2018 年末单位往来款余额 1.76 亿元，比上年末增加 1.13 亿元，同比增长 178.78%，大额单位往来款增加主要包括：

1、预付供应商货款转入其他应收款 6,010.89 万元，详细情况如下：

序号	单位	期末余额	发生时间	形成原因	商业实质
1	河南迪信通商贸有限公司	2,470.05	2017.7	(1) 公司向河南迪信通商贸有限公司采购手机，公司预付货款后，部分货物该公司未在约定时间内履行交货义务，公司计划走法院诉讼程序。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息，预付账款期后收到货物的可能性极小，实质上已不满足预付账款的性质，因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
2	北京金智华教育科技有限公司	1,868.60	2017.7	(1) 公司向北京金智华教育科技有限公司采购手机，公司预付货款后，部分货物该公司未在约定时间内履行交货义务，公司正在走法院诉讼程序。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息，预付账款期后收到货物的可能性极小，实质上已不满足预付账款的性质，因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
3	长沙晨奥电子科技有限公司	503.21	2017.6	(1) 公司向中国移动通信集团终端有限公司湖南分公司(简称“中国移动湖南分公司”)采购货物，并指定将货物直接交付给长沙晨奥电子科技有限公司(简称“长沙晨奥”)。公司收到长沙晨奥保证金后将全额货款支付给中国移动湖南分公司，中国移动湖南分公司交付货物给长沙晨奥后，长沙晨奥拒不支付剩余货款，公司计划走法院诉讼程序。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息，预付账款期后收到货物的可能性极小，实质上已不满足预付账款的性质，因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。

序号	单位	期末余额	发生时间	形成原因	商业实质
4	HD INDUSTRY KOREA. INC	479.46	2016.11	(1) 公司预付货款后, 对方只部分发货, 经多次催收, 对方不予回应。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
5	shinwoo international Co., Ltd	342.67	2017.3	(1) 公司预付货款后, 对方后期交来的货物与确认样品的货物不符, 公司拒收退货, 之后对方未交来合格产品。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
6	Wing On New Group Canada Inc.	175.44	2017.3	(1) 公司预付货款后, 对方提供的货物存在质量问题, 公司进行退关处理并申请退汇事宜, 但退汇需对方配合提供退汇资料, 对方拒不配合。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
7	杭州姿妍美贸易有限公司	54.30	2016.9	(1) 公司预付货款后, 对方部分货物未发货。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
8	NUTRACARE LIFE SCIENCES PTY LTD	44.80	2017.12	(1) 公司预付货款后, 对方提供的货物存在质量问题, 公司进行退关处理并申请退汇事宜。但退汇需对方配合提供退汇资料, 对方拒不配合。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
9	MEIYAN (HONGKONG) TRADE COMPANY LIMITED	41.07	2016.8	(1) 公司预付货款后, 后期对方在产品质量交期和配合上都严重下降, 无法达到要求, 公司拟多次约谈和催促但毫无进展。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
10	UNITED GROWTH INTL INC	31.29	2017.12	(1) 公司预付货款后, 对方提供的货物存在质量问题, 公司进行退关处理并申请退汇事宜。但退汇需对方配合提供退汇资料, 对方拒不配合。(2) 公司根据目前已掌握的相关信息, 预付账款期后收到货物的可能性极小, 实质上已不满足预付账款的性质, 因此公司在 2018 年末将预付账款转入其他应收款核算。	对供应商往来款。
	合计	6,010.89			

2、通过 PayPal Holdings, Inc 收款平台划款资金, 增加 2,281.70 万元。

形成原因为: (1) 公司自营平台及 eBay 等第三方电商平台店铺使用 PayPal 收款平台收

取销售货款，资金存储在公司自己控制的 PayPal 资金账户中。(2) PayPal 平台规则规定，若客户对交易提起争议，PayPal 平台将从公司 PayPal 账户临时划扣所涉及的资金，待争议结束后再归还该资金。

发生时间：2018 年持续发生。

商业实质为了更好地处理买家与卖家之间的交易争议，PayPal 平台暂扣卖家所涉及的资金。

3、对第三方名义注册店铺，其销售货款由于平台规则回款至第三方形成的往来单位款项增加 2,165.87 万元。

形成原因：公司主要从事跨境电商进出口业务，为了顺应消费者不同需求和偏好变化，为消费者提供多样化的产品展示平台，公司需要开设较多数量店铺以扩大业务规模。因 eBay、亚马逊、Wish、速卖通等第三方电商平台对于同一主体开设多个店铺审批流程较复杂和审批层级较高等原因，公司通过与第三方主体签署《账户管理协议》的方式，以第三方主体名义在第三方电商平台注册店铺，公司享有该等店铺的全部权益。同时，平台规则要求该店铺销售货款需撤资至第三方主体注册的收款账户中。第三方主体收到公司销售货款后，再转账至公司收款账户，存在一定的时间差，因此导致对第三方主体往来单位款项增加 2,165.87 万元。

发生时间：2018 年持续发生。

商业实质：公司业务发展的需要第三方主体注册店铺和收取销售货款。

(二) 相关交易是否履行必要的审议程序及信息披露义务

上述交易均为日常业务经营，不涉及关联方交易，无需履行审议程序及信息披露义务。

(三) 交易对方是否与你公司、你公司 5%以上股东以及董监高之间是否存在关联关系
交易对方与公司、公司 5%以上股东以及董监高之间不存在关联关系。

特此公告。

跨境通宝电子商务股份有限公司董事会

二〇一九年六月十九日