

欧浦智网股份有限公司

关于深交所 2016 年年报问询函的回复公告

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。

欧浦智网股份有限公司(以下简称“公司”)于 5 月 22 日收到深圳证券交易所《关于对欧浦智网股份有限公司 2016 年年报的问询函》(中小板年报问询函【2017】第 187 号)。现对函件问询事项作出说明并披露如下:

问题一: 2016 年, 你公司实现营业收入 30.88 亿元, 同比增长 74.62%, 实现归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)为 2.22 亿元, 同比增长 36.77%, 经营活动产生的现金流量净额-1.45 亿元, 同比减少-147.84%, 请说明公司营业收入和净利润大幅增长的具体原因, 经营活动产生的现金流量净额下滑的原因及与净利润存在重大差异的原因。

回复:

1、营业收入和净利润大幅增长的原因

(1) 钢铁市场供需关系改善, 公司扩张钢材销售业务。

2016 年, 随着钢铁市场供需关系逐步改善, 钢材价格持续上涨, 公司积极适应市场变化, 适度调整业务方向, 为电商平台全国布局逐步扩张钢材销售业务, 同时, 根据客户需求创新经营模式, 推出一站式物料采购, 在维护原有大客户的基础上, 不断开拓中小型终端客户。因此, 公司与钢材销售相关的业务板块业务量均有明显增长, 从而实现销售收入的大幅增长。

(2) 对比口径不一致

公司于 2015 年 10 月 20 日收购了广东烨辉钢铁有限公司(以下简称“烨辉公司”)60% 股权。烨辉钢铁在 2015 年仅贡献了 2 个月的业绩, 而 2016 年贡献了 12 个月的业绩, 因对比口径不一致, 从而出现合并营业收入和净利润同比大幅增长。

(3) 金融业务实现突破

为适应市场发展变化, 公司调整了小贷业务产品结构, 在原有钢铁质押融资的基础上开拓了订单融资等新的业务产品, 并向主管机构申请放宽业务经营范围, 为广大客户提供更全面更优质的服务。同时, 随着终端客户用钢需求的增加, 公司客户融资的需求也相应提升, 2016 年, 公司金融业务营业收入同比增长 48.76%, 子公司佛山

市顺德区欧浦小额贷款有限公司（以下简称“欧浦小贷”）实现净利润 5,240 万元，同比增长 77.76%。

2、经营活动产生的现金流量净额下滑的原因

（1）经营规模扩大，预付账款增加

销售商品存在供需周期，根据公司与钢厂的合作模式，公司在产品销售前需提前 1-2 个月准备货物，并预付部分或全额货款。随着公司钢材销售业务规模的扩大，需要适当增加存货规模，使得公司采购预付款同比增加，从而导致子公司上海欧浦钢铁物流有限公司全年经营活动产生的现金流量净额为-9,496 万元。

（2）员工持股计划资金流出

2015 年，公司实施第一期员工持股计划，委托申万菱信（上海）资产管理有限公司设立特定资产管理计划，通过二级市场购买、公司回购后赠与员工持股计划等方式取得公司股份并持有。其中，员工将自筹资金不超过 5,000 万元在二级市场购买的方式取得公司股票，公司使用最高不超过人民币 2,500 万元的自有资金回购公司股份无偿赠与员工持股计划。2016 年，公司回购股票并完成赠与，公司第一期员工持股计划资金流出 2,490 万元。

（3）欧浦小贷业务量同比增长

2016 年钢材流通市场明显复苏，下游终端用户用钢需求持续增加，尤其是第四季度下游终端用户钢材备货量提升，欧浦小贷以此为契机不断拓展新的产品和业务方式，增加了贷款规模，欧浦小贷全年经营活动现金流量净额为-10,720 万元。

3、经营活动产生的现金流量净额下滑与净利润存在重大差异的原因

随着钢材流通市场回暖，公司经营规模扩大，对外采购以及小贷业务增长是经营活动现金流与净利润不匹配的主要原因，具体表现在两个方面：（1）经营性应收项目预付供应商货款及短期贷款增加明显，远高于经营性应付项目的增加额；（2）子公司为购买原材料开立银行承兑汇票，为此备付的保证金 2016 年度期末金额较期初增加。

问题二：2014 年你公司推出欧浦商城电商平台，2014 年至 2016 年，欧浦商城毛利率分别为-0.92%、2.34%和 4.60%，2016 年，欧浦商城实现业务收入 14.86 亿元，占你公司营业收入 48.12%，请你公司补充说明以下情况：

（一）请说明欧浦商城的业务模式、结算模式、盈利模式以及收入确认和成本结转的会计政策，并对比同行业垂直电商业务模式，说明你公司电商平台的核心竞争优势和主要差异。

回复：

1、欧浦商城的业务模式、结算模式、盈利模式

(1) 自营业务：指公司直接或通过大型贸易商向钢厂订购资源，主要服务终端与次终端的长期用钢需求，采购方面先支付订金或预付部分货款，结算价格按钢厂的定价政策为准。销售方面主要面向终端用户与次终端为主，结算方式为以现款结算为主。为了避免价格风险，目前自营业务比例不大，并结合套期保值防范经营风险。

(2) 集采分销业务：指公司集中下游客户的采购需求，统一向上游资源方采购，公司向下游客户收取服务费，结算方式是根据上游资源方的结算方式而定，一般是先预收订金，待到货后收取全部货款。

(3) 寄售业务：是指资源方成为欧浦商城的合作供应商，通过欧浦商城销售其货物，结算方式为现款交易，公司根据不同的供应商收取一定的寄售费用。

(4) 一站式物料采购业务：是指公司根据用钢方的个性化规格和用量，供应一站式的采购、加工与配送业务，以用钢需求的成品作为供应品。结算方式主要是现款交易，结合原材料价格、加工费和用材率等因素确定结算成本。

2、收入确认和成本结转的会计政策

欧浦商城业务的收入根据收货人提货或转货后签收的相关原始凭证确认；欧浦商城业务的成本根据收入对应的出库量，采用存货月末加权平均成本计价结转。

3、公司电商平台的核心竞争优势和主要差异

(1) 核心竞争优势

首先，欧浦商城具有强大的线下支撑，提供全供应链的服务，如采购、物流、仓储和加工等，到交易配套服务如金融、交易平台等，都是公司自主拥有与运营的，提供高效的服务；还有，公司能满足不同的钢铁市场参与者，不管是购、销、贷都可以全面覆盖，并且可以随时转换，从欧浦商城采购货物，可以自销或通过欧浦商城销售，线上线下、移动网络等条件，可以让商家的交易变得更为灵活高效。

其次，公司在交易的安全性及保障性方面可以给予钢铁市场充分的信心，在目前钢铁市场以交易安全为首要考虑的前提下，欧浦商城具有独到的优势。

(2) 主要差异

目前，钢铁行业垂直电商业务模式有“自营零售”模式，“平台+服务”模式以及纯撮合的第三方平台模式等等。公司是最早以仓储物流起家发展电商的代表，逐步通过物联网和大数据等信息化手段实现线下业务线上化，以 O2O 发展模式形成差异。公司专注供应链服务的优化，2016 年推出了物料拼单、加工成品零售等服务，提升交易的盈利能力与粘性。公司将秉承“服务客户、繁荣平台、聚焦云链、合伙创业”的发展理念，推进线上线下业务协同发展，以规模化的仓储、加工能力为依托，实现资金流、信息流、物流的联动，提升整个钢铁供应链的效率及上下游客户的粘性。

(二) 请补充披露欧浦商城截至目前注册的会员数量和入驻的钢贸商数量, 以及 2014 年至 2016 年网上交易金额和盈利状况, 并分析电商业务毛利率逐年上升的具体原因。

回复:

1、欧浦商城主要营运数据

注册会员数量: 70,447

入驻钢贸商数量: 17,006

近三年交易金额和盈利状况:

单位: 元

欧浦商城	2014 年	2015 年	2016 年
营业收入	1,162,287,542.58	1,048,801,731.91	1,486,045,428.44
毛利率	-0.92%	2.34%	4.60%

2、电商业务毛利率逐年上升的主要原因

2014 年 2 月 26 日, 公司正式推出欧浦商城业务, 通过与钢厂合作, 提供优质实惠的钢材现货资源, 客户可以直接通过网上实现交易。公司将欧浦商城定位为钢铁电商平台, 鉴于自身规模的提升以及上下游资源整合需要时间, 公司初期通过开展自营业务来带动平台的发展。

2014 年, 钢铁市场需求疲软, 供大于求的形势非常严峻, 钢铁价格呈现单边下跌的走势, 而公司欧浦商城当时尚处于培育期, 公司通过让利吸引客户, 抢占市场份额。基于华东区域激烈的市场竞争, 欧浦商城部分货物的销售价格低于采购价格, 导致 2014 年欧浦商城(华东站)出现亏损, 从而使得公司欧浦商城业务报告期内毛利率为负值。

2015 年, 公司调整业务结构, 不断丰富平台服务和产品内涵, 以保证利润为前提, 选择性地开展商城业务, 营业收入较 2014 年同期减少 9.76%, 但利润有所增加, 全年业务毛利率出现上升;

2016 年, 钢铁市场供需关系改善, 钢材价格持续上涨, 公司积极适应市场变化, 在业务方向进行调整, 逐步扩张钢材销售业务, 并适当增加存货规模。基于良好的市场环境以及公司积极的销售政策, 公司欧浦商城业务量出现明显增长, 盈利能力进一步增强, 从而实现毛利率同比继续增长。

问题三: 请结合近三年钢铁行业整体情况和钢铁价格走势, 分析钢铁行业现状及钢铁价格波动对你公司主营业务和经营业绩的影响情况。

回复：

近三年钢铁行业处于周期底部阶段，随着粗钢产能有效压缩、信贷供给持续收紧以及环保政策不断趋严，产业链的参与者逐步减少并调整优化，2016年以来钢铁行业的供需状况和经营秩序逐步向好并出现回暖迹象。对应上述行业变化，2014-2016年的钢材价格也呈现了筑底回升的走势。具体数据可参照以下价格指数走势图：



资料来源：Wind

公司作为钢铁供应链服务提供商，通过仓储物流、加工配送、交易支持、金融服务、线上资讯咨询等手段为客户提供了钢铁从生产到使用之间的全套服务，获取稳定的增值服务收益。虽然近三年钢材价格跌宕起伏，对公司上下游客户造成了一定影响，但公司作为供应链服务商的角色，通过为客户提供综合化的赋能服务，已经形成了稳定的客户群体，并且在不断吸引新客户。公司作为第三方直接向钢铁流通服务要收益，而钢铁行业的存量以及整体需求比较稳定，所以公司经营情况受钢材价格波动的影响相对有限。

目前公司主营业务收入和利润的主要来源是仓储加工业务、金融业务、综合物流业务、欧浦商城业务和贸易业务，近年来公司致力于技术研发、管理优化等不断完善供应链服务平台体系，具体如下：

一是深耕仓储物流经营管理，为产业链参与者打造安全仓储示范库，公司的仓储物流以及加工业务受到钢厂、贸易商的高度认可，其中不乏大型央企和地方国企，每年贡献至少 2 亿元以上的营业规模，毛利率持续稳定在 70% 左右；二是依托加工配送增值服务，紧抓市场回暖机遇，向下游终端用户要效益。随着近年钢铁行业参与者的结构优化以及部分厂商的退出，公司坚持提升加工配送能力，通过并购烨辉钢铁拓展中高端制造业用户业务，综合物流业务规模已超过 6 亿元，毛利率稳定在 11% 以上；

三是加强研发投入，持续提升客户线上交易体验，为华南区域钢铁贸易流通商提供各类优质钢厂货源，欧浦商城业务稳步攀升，年营业规模已接近 15 亿元，毛利率持续增长并达到 4.6%；四是以自有仓库为根基，为产业链上下游提供高效灵活的小额贷款服务，年营业规模近亿元，毛利率接近 80%；五是实施全面风险管理，做好内部控制，结合套期保值等手段防范日常经营风险，贸易业务 2016 年度规模为 5.6 亿元，毛利率达到 14.34%。

公司将通过全国市场布局、攻关智慧仓储物流技术以及打造平台化和数据化的线上运营能力，帮助客户搭建信息系统、对接平台资源，进一步提升钢铁流通综合服务水平，提高客户粘性，巩固和增强现有核心竞争力。

问题四：2015 年 10 月，你公司收购广东烨辉钢铁有限公司 60% 股权，烨辉钢铁 2015 年实现净利润 2,048.30 万元，2016 年实现净利润 1.03 亿元，请说明烨辉钢铁净利润大幅上升的原因及合理性。

回复：

1、对比口径不一致

公司于 2015 年 10 月 20 日收购了烨辉公司 60% 股权，烨辉钢铁 2015 年实现净利润 2,048.30 万元系并购日至 2015 年度期末（即 2015 年 11 月至 12 月）的净利润，而 2016 年度实现净利润 1.03 亿元系 2016 年全年（即 2016 年 1 月至 12 月）的净利润。

2、市场供需关系改善，钢材价格大幅上涨

2016 年，钢材价格整体呈单边上涨态势，烨辉钢铁有效把握市场机遇，凭借良好的采购成本控制能力和下游客户对其产品、服务的高度认同，盈利能力不断提高，2016 年烨辉钢铁的净利润率达到 9.32%。

3、扩大业务范围和规模，拓展高附加值客户

烨辉钢铁被公司并购后，企业品牌和核心竞争力进一步提升，2016 年的经营规模和营业收入均较 2015 年大幅增长，原有富余产能得到有效释放，规模效应更加明显。同时，烨辉钢铁的业务范围积极从传统家电行业用钢向汽配、电源、电柜和高档办公用品等高附加值行业用钢拓展，客户结构得到进一步的优化，企业的盈利空间和盈利水平不断提高。

特此公告。

欧浦智网股份有限公司

董 事 会

2017 年 5 月 31 日