

大信会计师事务所（特殊普通合伙）关于北京金一文化发展股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易的反馈意见回复报告

问题 1. 申请材料显示，2017 年 4 月 27 日，金一文化召开董事会审议通过了本次调整后的重大资产重组事项的相关议案。请你公司补充披露：1) 上述调整的主要内容及原因。2) 本次申请材料与前次撤回的重组交易相关申请材料的实质差异及原因。请独立财务顾问、律师、会计师和评估师核查并发表明确意见。

【反馈意见 1 回复】

一、重大资产重组方案调整的主要内容及原因

金一文化第三届董事会第十八次会议和 2016 年第八次临时股东大会审议通过《关于本次发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的议案》（以下简称“调整前方案”），金一文化拟发行股份及支付现金购买金艺珠宝 100%股权、捷夫珠宝 100%股权、臻宝通 99.06%股权、宝庆尚品 49%股权和贵天钻石 49%股权，上述标的资产的交易对方与上市公司签署了《业绩补偿协议》，其中，宝庆尚品 49%股权的交易对方创禾华富仅承诺 2016 年度、2017 年度扣除非经常性损益后净利润，其他业绩补偿义务人承诺 2017 年度、2018 年度、2019 年三个年度经审计净利润。虽然经过金一文化第三届董事会第二十七次会议审议，宝庆尚品 49%股权的业绩承诺年限变更为 2017 年度、2018 年度和 2019 年三个会计年度，但宝庆尚品的业绩承诺指标（扣除非经常性损益后净利润）仍与其他四家标的公司存在差异。

根据上市公司出具的说明，上市公司自启动本次重大资产重组事项以来积极与交易对方沟通协商相关资产出售事宜，基于严格控制本次重大资产重组的潜在风险，保持同一次收购中各标的业绩补偿条款的一致性，顺利推进本次重大资产重组的进展，以及保障公司中小投资者利益等各方面的考虑，经交易双方协商一致，宝庆尚品 49%股权不再作为本次交易标的，其交易对方创禾华富退出本次交易。

金一文化第三届董事会第三十三次会议和 2017 年第二次临时股东大会审议通过了《关于调整后的发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易方案的议案》（以下简称“调整后方案”），金一文化拟发行股份及支付现金购买金艺珠宝 100%股权、捷夫珠宝 100%股权、臻宝通 99.06%股权与贵天钻石 49%股权。

调整前方案和调整后方案对比及调整原因具体情况如下：

事项	调整前方案	调整后方案	调整原因
交易标的调整	(1) 捷夫珠宝 100%股权；(2) 金艺珠宝 100%股权；(3) 臻宝通 99.06%股权；(4) 宝庆尚品 49%股权；(5) 贵天钻石 49%股权。	(1) 捷夫珠宝 100%股权；(2) 金艺珠宝 100%股权；(3) 臻宝通 99.06%股权；(4) 贵天钻石 49%股权。	基于严格控制本次重大资产重组的潜在风险，保持同次收购中各标的业绩补偿条款的一致性等方面的考虑，经上市公司和创禾华富协商一致，宝庆尚品 49%股权不再作为本次交易标的。
交易对方的调整	黄奕彬、黄壁芬、张广顺、黄育丰、范奕勋、郑焕坚、黄文凤、陈昱、陈峻明、菲利杜豪、法瑞尔、博远投资、飓风投资、三物投资、创禾华富、熙海投资、领秀投资	黄奕彬、黄壁芬、张广顺、黄育丰、范奕勋、郑焕坚、黄文凤、陈昱、陈峻明、菲利杜豪、法瑞尔、博远投资、飓风投资、三物投资、熙海投资、领秀投资	宝庆尚品 49%股权不再作为本次交易标的，其交易对方创禾华富退出本次交易。
发行股份购买资产的定价基准及价格数量的调整	本次发行股份购买资产的股票发行定价基准日为公司第三届董事会第十八次会议决议公告日，每股发行价格为定价基准日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价的 90%，即 18.04 元/股。 本次交易金一文化支付给交易对方的股份对价为 208,780.22 万元，按每名交易对方将获得的股票对价及发行价格折算，本次购买资产交易合计发行股份 115,731,823 股。	本次发行股份购买资产的股票发行定价基准日为公司第三届董事会第三十三次会议决议公告日，每股发行价格为定价基准日前二十个交易日公司 A 股股票交易均价的 90%，即 14.62 元/股。 本次交易金一文化支付给交易对方的股份对价为 183,055.22 万元，按每名交易对方将获得的股票对价及发行价格折算，本次购买资产交易合计发行股份 125,208,763 股。	(1) 公司第三届董事会第三十三次会议审议了调整后的重组方案，定价基准日调整为第三届董事会第三十三次会议决议公告日，股票发行价格相应调整；(2) 交易标的减少一个。
发行股份募集配套资金的调整	本次募集配套资金非公开发行股票数量=本次拟募集配套资金÷本次募集配套资金的发行价格。若依据上述公式计算后所能换取的公司股份数不为整数时，则对于不足一股的情况时应向下调整为整数。 本次募集配套资金的规模为不超过 95,563.67 万元，其中钟葱认购金额不低于募集配套资金总额的 10%。按照本次募集配套资金的发行底价计算，向包括钟葱在内的不超过 10 名符合条件的特定投资者发行股份数量不超过 52,973,207 股，其中钟葱认购不低于 5,297,320 股。 本次募集配套资金非公开发行股票数量，以中国证监会最终核准的发行数量为准。股份发行定价日至本次交易发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行数量将根据发行价格的调整情况进行相应调整。	本次募集配套资金非公开发行股票数量=本次拟募集配套资金÷本次募集配套资金的发行价格。若依据上述公式计算后所能换取的公司股份数不为整数时，则对于不足一股的情况时应向下调整为整数。 本次募集配套资金的规模为不超过 700,796,668 元，其中钟葱认购金额不低于募集配套资金总额的 10%。本次募集配套资金发行股份的数量不超过公司本次发行前总股本的 20%，即本次募集配套资金发行股份的数量不超过 129,607,200 股。如本次募集配套资金 700,796,668 元将导致发行股份数量超过本次发行前公司总股本的 20%即 129,607,200 股，则本次募集配套资金发行的股份数量将按照前述发行上限确定，本次募集配套资金总金额将进行相应调减，各认购对象于本次募集配套资金中认购的募集配套资金金额及公司股份数量也将进行相应调整。 本次募集配套资金非公开发行股票数量，以中国证监会最终核准的发行数量为准。股份发行定价日至本次交易发行日期间，公司如有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，发行数量将根据发行价格的调整情况进行相应调整。	(1) 交易标的的公司减少一个，相应以发行股份方式购买的资产的交易总对价降低，募集配套资金总额相应下降；(2) 根据《发行监管问答——关于引导规范上市公司融资行为的监管要求》(2017 年 2 月 17 日) 对，修订本次募集配套资金发行股份的数量上线。
发行股份募集配套资	根据《证券发行管理办法》第三十八条，上市公司非公开发行股票，发行价格不低于定价基准日前二十个交	根据《证券发行管理办法》第三十八条，上市公司非公开发行股票，发行价格不低于定价基准日前二十个交易日公司股票均价的	根据《上市公司非公开发行股票实施细则》(2017 年 2 月 15

事项	调整前方案	调整后方案	调整原因
金发 行 价 格 的 调 整	易日公司股票均价的百分之九十。本次募集配套资金的定价基准日为公司第三届董事会第十八次会议决议公告日。 根据上述定价原则，本次募集配套资金的发行的定价依据为不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%，即 18.04 元/股。 最终发行价格在公司取得中国证监会关于本次重组的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，依据有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况，并根据发行对象申购报价的情况，与本次募集配套资金发行的主承销商协商确定。钟葱不参与配套资金非公开发行的询价和竞价，且接受最终确定的发行价格。 在本次发行的定价基准日至本次发行日期间，公司如再有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行价格亦将按照深交所的有关规定对发行价格作相应调整。	百分之九十。本次募集配套资金的定价基准日为发行期首日。 根据上述定价原则，本次募集配套资金的发行的定价依据为不低于定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%。定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的计算公式为：定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价=定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总额÷定价基准日前 20 个交易日公司股票交易总量。 最终发行价格在公司取得中国证监会关于本次重组的核准批文后，由公司董事会根据股东大会的授权，依据有关法律、行政法规及其他规范性文件的规定及市场情况，并根据发行对象申购报价的情况，与本次募集配套资金发行的主承销商协商确定。钟葱不参与配套资金非公开发行的询价和竞价，且接受最终确定的发行价格。 在本次发行的定价基准日至本次发行日期间，公司如再有派息、送股、资本公积金转增股本等除权除息事项，本次发行价格亦将按照深交所的有关规定对发行价格作相应调整。	日修订)的相关规定，对定价基准日进行调整。
非 利 杜 豪 本 次 认 购 股 份 的 锁 定 期	“除创禾华富、黄奕彬、三物投资以外其他交易对象本次认购的金一文化股份(包括在股份锁定期内因金一文化分配股票股利、资本公积转增等衍生取得的股份)自本次交易股份发行结束之日起 12 个月不转让。锁定期满后……”	“ (3) 菲利杜豪本次认购股份的锁定期 菲利杜豪本次认购的金一文化 15,328,913 股股份(包括在股份锁定期内因金一文化分配股票股利、资本公积转增等衍生取得的股份)自本次交易股份发行结束之日起 36 个月不转让。以下列最晚的日期为可申请解锁时间，但按照《业绩补偿协议》进行回购的除外： ①由具有证券业务资格的会计师事务所对捷夫珠宝补偿期限第三年度实际实现的净利润与承诺净利润的差异情况出具专项审核报告之次日； ②由具有证券业务资格的会计师事务所对捷夫珠宝补偿期限第三年度期末标的资产进行减值测试并出具减值测试报告之次日； ③按照约定《业绩补偿协议》履行完毕补偿义务(如需)之次日； ④金一文化本次交易股份发行结束之日起届满 36 个月之次日。 菲利杜豪本次认购的金一文化 25,129,363 股股份(包括在股份锁定期内因金一文化分配股票股利、资本公积转增等衍生取得的股份)自股份发行结束之日起 12 个月不转让……”	捷夫珠宝 37.89%的股权是菲利杜豪、法瑞尔在 2016 年通过增资形式取得，根据《上市公司重大资产重组管理办法》第四十六条的规定，交易对方通过上述 37.89%捷夫珠宝股权认购的金一文化股份锁定期延长至 36 个月。

除上述表格所述内容外，各交易对方取得的股份数、分期锁定的股份数均因发行价格发生变更而相应调整。

综上，重组方案调整主要是基于严格控制本次重大资产重组的潜在风险，保持同一次收购中各标的业绩补偿条款的一致性，以及保障公司中小投资者利益等

各方面的考虑，经上市公司与创禾华富协商一致，宝庆尚品 49%股权不再作为本次交易标的，并相应对交易对方、定价基准日、募集资金规模等进行调整，上述重组方案调整已经董事会、股东会审议。

二、本次申请材料与前次撤回的重组交易相关申请材料的实质差异及原因

本次申请材料与前次撤回的重组交易相关申请材料的主要差异及原因如下：

1、重组方案调整，具体内容及原因见本反馈回复“一、重大资产重组方案调整的主要内容及原因”。

2、标的公司财务数据期限由“2014 年、2015 年、2016 年 1-9 月”更新至“2015 年和 2016 年”，上市公司金一文化的财务数据由“2013 年、2014 年、2015 年、2016 年 1-9 月”更新至“2014 年、2015 年、2016 年”，上述变动的主要原因是原审计报告已过 6 个月有效期。

3、其他差异情况

序号	首次申报 (2016 年 12 月申报)	第二次申报 (2017 年 5 月申报)	差异原因
1	首次申报《重组报告书》中披露金艺珠宝专利 11 个、域名 1 个、臻宝通域名 1 个	在第二次申报中补充披露金艺珠宝专利 12 个和域名 2 个，臻宝通域名 2 个	首次申报关于金艺珠宝专利、域名及臻宝通域名存在统计误差，第二次申报对该部分内容进行核查并更正。
2	金艺珠宝 2015 年的黄金产品和镶嵌产品的产量、销量以及 2015 年的黄金产品和镶嵌产品平均销售价格	更正披露其 2015 年产量和销量数据、2015 年黄金产品和镶嵌产品平均销售价格	由于前期统计错误，经中介机构核查金艺珠宝的重大销售合同及订单、销售明细、存货收发存记录，发票、出库单、银行流水，经核实后更正了产量、销量以及产品平均销售价格数据。
3	金艺珠宝 2015 年黄金原材料采购数量和金额以及 2015 年主要原材料变动趋势	更正披露 2015 年黄金原材料采购数量和金额、更正披露 2015 年主要原材料变动趋势	由于原材料采购与黄金租赁重复统计，导致首次申报披露的采购数量金额有误，经中介机构核查金艺珠宝的重大采购合同及订单、存货收发存记录、发票、入库单、银行流水，经核实后更正了采购数量、金额以及主要原材料变动趋势数据。
4	在首次申报中披露金艺珠宝取得相关许可 5 项	在第二次申报中披露金艺珠宝取得相关许可 2 项	由于《标准化良好行为证书》、《质量管理体系认证证书》、《环境管理体系认证证书》并非严格意义上的资质，因此删除上述相关内容。
5	首次申报《重组报告书》中披露“捷夫珠宝通过其官方旗舰店 (http://www.jaff.com)、天猫旗舰店、微信商城向客户销售产品。”	在第二次申报中披露“捷夫珠宝通过其天猫旗舰店、微信商城向客户销售产品。”	由于官方网站 (http://www.jaff.com) 实际为捷夫珠宝展示品牌及其产品所用，客户无法通过该网站直接购买捷夫珠宝产品，捷夫珠宝线上销售通过第三方天猫旗舰店、微信商城向客户销售产品，第二次申报对该部分内容进行核查并更正。

三、中介机构意见

经核查，会计师认为：(1) 重组方案调整主要是基于严格控制本次重大资产重组的潜在风险，保持同一次收购中各标的业绩补偿条款的一致性，以及保障公司中小投资者利益等各方面的考虑，经交易双方协商一致，宝庆尚品 49%股权不

再作为本次交易标的，并相应对交易对方范围、定价基准日、募集资金规模等进行调整，上述重组方案调整已经董事会、股东会审议；（2）本次申请材料与前次撤回的重组交易相关申请材料的主要差异为重组方案调整和财务数据更新，发行人已补充披露相关差异内容及原因。

问题 14.申请材料显示，上市公司或其子公司在金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通前五大供应商中，在贵天钻石前五名客户及供应商中。请你公司补充披露：1）标的资产向上市公司及其子公司销售收入、采购额占比，定价是否公允。2）除本次交易已披露协议、采购商品外，标的资产与上市公司及其实际控制人是否存在其他协议或安排，是否存在利益输送。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【反馈意见 14 回复】

一、标的资产向上市公司及其子公司销售收入、采购额占比、定价是否公允

捷夫珠宝

1、报告期内，捷夫珠宝与上市公司及其子公司发生采购交易的情况

捷夫珠宝在报告期内与上市公司及其子公司采购额占比：

单位：万元

公司名称	2016 年度		2015 年度	
	采购金额	占标的公司采购总额的比重	采购金额	占标的公司采购总额的比重
深圳金一	19,375.52	27.83%	4,014.20	7.66%

报告期内，捷夫珠宝向深圳金一采购成品金条和金料。经核查捷夫珠宝与深圳金一签订的采购订单、银行转账凭证、发票等，并对比了同期上海黄金交易所实时金价，销售定价均参考黄金交易所报价，无异常情况。经对比捷夫珠宝与中国黄金集团黄金珠宝（北京）有限公司等其他供应商的协议、价格等，捷夫珠宝与上市公司及其子公司发生的采购交易因黄金价格波动、采购期间不同、加工工艺不同导致采购价格存在差异，合同约定期限、合同主要条款和毛利率不存在重大实质性差异，未发现捷夫珠宝与上市公司及其子公司的定价不公允的情况。

2、报告期内，捷夫珠宝与上市公司及其子公司发生销售交易的情况

报告期内，捷夫珠宝与上市公司及其子公司未发生销售交易。

二、除已披露协议或安排外，标的资产与上市公司及其实际控制人是否存在其他协议或安排，是否存在利益输送的核查

根据捷夫珠宝实际控制人、上市公司及其实际控制人的说明并经访谈，捷夫珠宝各交易对手方与上市公司及其实际控制人均出具了不存在其他协议或安排，不存在利益输送的说明。

经核查，除已披露协议和安排，捷夫珠宝与上市公司及其实际控制人不存在其他协议或安排，不存在利益输送的情况。

三、中介机构核查意见

会计师认为：（1）经核查捷夫珠宝与上市公司及其子公司和合同主要条款、对比采购单价，捷夫珠宝向上市公司及其子公司采购定价公允，与其他供应商在合同主要条款、毛利率等方面不存在重大实质差异。（2）捷夫珠宝与上市公司及其实际控制人不存在其他协议或安排，不存在利益输送的情况。

问题 16.申请材料显示，报告期内，金艺珠宝、捷夫珠宝和臻宝通与银行开展了黄金租赁业务，以租赁的方式向银行租用黄金原料，到期后归还黄金原料，并以现金方式支付租赁利息。请你公司补充披露：1）标的资产开展黄金租赁业务的规模、主要合同条款，对标的资产经营业绩的影响。2）上述黄金租赁业务相关抵押或其他担保的情况，对上市公司资产独立性、完整性和资产定价的影响。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【反馈意见 16 回复】

一、标的资产开展黄金租赁业务的规模、主要合同条款，对标的资产经营业绩的影响

捷夫珠宝

根据捷夫珠宝提供的合同并经核查，报告期内，捷夫珠宝黄金租赁业务的合同主要条款如下：

序号	租借人	黄金租赁银行	黄金租赁数量 (kg)	结算价 (元/g)	租赁费率 (年)	租赁期限	担保方式	是否履行完毕
1	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	39	267.43	3.25%	2014.03.13-2015.03.13	捷夫珠宝定期存款质押	是

序号	租借人	黄金租赁银行	黄金租赁数量(kg)	结算价(元/g)	租赁费率(年)	租赁期限	担保方式	是否履行完毕
2	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	37	269.10	3.25%	2014.03.18-2015.03.18	捷夫珠宝定期存款质押	是
3	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	36	265.45	3.25%	2014.03.21-2015.03.20	捷夫珠宝定期存款质押	是
4	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	44	261.20	3.25%	2014.03.26-2015.03.26	捷夫珠宝定期存款质押	是
5	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	42	259.51	3.25%	2014.03.28-2015.03.27	捷夫珠宝定期存款质押	是
6	捷夫珠宝	兴业银行股份有限公司深圳高新园支行	36	262.50	5.0%	2014.06.23-2015.06.24	深圳市银联宝融资担保股份有限公司保证	是
7	捷夫珠宝	中国银行股份有限公司深圳英达支行	74	244	4.0%	2015.01.8-2016.01.07	捷夫珠宝定期存款质押	是
8	捷夫珠宝	北京银行股份有限公司深圳龙岗支行	32	242.92	5.0%	2015.01.12-2016.01.12	深圳市国泰珠宝首饰有限公司、周凡卜、刘影保证	是
9	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	36	258.26	3.3%	2015.02.04-2016.02.03	捷夫珠宝定期存款质押	是
10	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	37	254.70	3.3%	2015.02.05-2016.02.05	捷夫珠宝定期存款质押	是
11	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	39	235.79	3.0%	2015.03.13-2016.03.11	捷夫珠宝定期存款质押	是
12	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	37	233	3.0%	2015.03.18-2016.03.18	捷夫珠宝定期存款质押	是
13	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	36	234.49	3.0%	2015.03.20-2016.03.18	捷夫珠宝定期存款质押	是
14	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	44	238.19	3.0%	2015.03.26-2016.03.25	捷夫珠宝定期存款质押	是
15	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	42	241.04	3.0%	2015.03.27-2016.03.25	捷夫珠宝定期存款质押	是

序号	租借人	黄金租赁银行	黄金租赁数量 (kg)	结算价 (元/g)	租赁费率 (年)	租赁期限	担保方式	是否履行完毕
16	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	40	233.20	2.1%	2015.08.31-2016.006.30	捷夫珠宝定期存款质押	是
17	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	36	238.50	2.1%	2016.02.03-2016.04.19	捷夫珠宝定期存款质押	是
18	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	37	241.80	2.1%	2016.02.05-2016.04.22	捷夫珠宝定期存款质押	是
19	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	39	261.43	1.95%	2016.03.11-2016.04.07	捷夫珠宝定期存款质押	是
20	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	37	263.86	1.95%	2016.03.18-2016.04.08	捷夫珠宝定期存款质押	是
21	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	36	263.86	1.95%	2016.03.18-2016.04.11	捷夫珠宝定期存款质押	是
22	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	44	255	1.95%	2016.03.25-2016.04.12	捷夫珠宝定期存款质押	是
23	捷夫珠宝	中国建设银行股份有限公司深圳水贝珠宝支行	42	255	1.95%	2016.03.25-2016.04.13	捷夫珠宝定期存款质押	是

报告期内，捷夫珠宝各期间的黄金租赁规模和主要情况如下：

(1) 2015 年黄金租赁总金额为 10,074.12 万元，合同约定期限为 1 年，年租金费率为 2.1%~5%之间，公司对租赁黄金套期锁价。2015 年度黄金租赁产生的公允价值变动总额 198.87 万元、投资收益总额 288.40 万元。

(2) 2016 年黄金租赁总金额为 6,892.02 万元，合同约定期限为 1 年，年租金费率为 1.95%~2.1%之间，公司对租赁黄金套期锁价。2016 年黄金租赁产生的公允价值变动总额 0 万元、投资收益总额-921.83 万元。

综上，报告期内，捷夫珠宝开展黄金租赁业务产生的公允价值变动和投资收益对其经营业绩的影响较小。

二、上述黄金租赁业务相关抵押或其他担保的情况，对上市公司资产独立性、完整性和资产定价的影响。

捷夫珠宝

根据捷夫珠宝出具的说明并经核查，捷夫珠宝黄金租赁业务的抵押或担保方式为保证金存款质押，银联宝等其他入提供担保，与上市公司金一文化无关，因此对上市公司资产独立性、完整性和资产定价无影响。

三、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：捷夫珠宝的黄金租赁业务对标的资产经营业绩不构成重大影响；捷夫珠宝黄金租赁业务的抵押或担保方均金一文化无关。因此，上述黄金租赁业务相关抵押或其他担保的情况对上市公司资产独立性、完整性和资产定价不构成重大影响。

问题 18.申请材料显示，捷夫珠宝销售模式主要分为两大类：珠宝产品的零售和加盟批发模式，以及黄金代理的加盟批发模式，此外还有少量线上销售，拥有若干家直营、联营和加盟店。报告期主要经营自营品牌 Jaff（捷夫珠宝）和代理中国黄金品牌，自营品牌拥有产品定价权，溢价高，而中国黄金代理业务主要赚取差价，毛利较低。申请材料同时显示，捷夫珠宝近两年由黄金自营转型为黄金代理。请你公司补充披露：1）捷夫珠宝将毛利较高的黄金自营转型为毛利较低的中国黄金代理业务的原因及合理性，其产品定位及未来发展规划是否清晰，上述情形是否会弱化其核心竞争力及持续盈利能力，本次交易收购捷夫珠宝的必要性。2）捷夫珠宝的直营店、联营店、加盟店的分布情况、收入毛利占比，联营店和加盟店的合同续签情况，捷夫珠宝与中国黄金相关协议的起止时间、续期条件，上述两类协议是否存在解约或不能续约的风险，对标的资产经营稳定性和持续盈利能力的影响及应对措施。3）捷夫珠宝对加盟商的管理控制措施，以及对产品的质量控制措施。4）捷夫珠宝品牌代理业务发生跨区域冲货风险的应对措施，网上销售业务占比及风险管控措施。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【反馈意见 18 回复】

一、捷夫珠宝黄金代理业务的原因及合理性，其产品定位及未来发展规划是否清晰，上述情形是否会弱化其核心竞争力及持续盈利能力，本次交易收购捷夫珠宝的必要性

（一）捷夫珠宝进行黄金代理业务的原因及合理性

1、经营战略调整，重点发展 Jaff 品牌

捷夫珠宝开始从事中国黄金代理业务时，采取的是以开设自营店的方式销售中国黄金品牌产品，该业务占用了捷夫珠宝的销售渠道和资源，耗费较多的人力。随着捷夫珠宝品牌影响力的加强，Jaff 品牌镶嵌珠宝类产品的利润贡献增长较快，因此，2015 年以来，捷夫珠宝开始调整经营策略，决定将重心放在自营的珠宝品牌，发展高毛利率业务，将中国黄金品牌产品经营战略从自营模式调整为加盟商模式，由捷夫珠宝负责黄金采购，批发给加盟商，不再专门开设中国黄金自营店，减少对精力和渠道的资源占用，从而集中力量发展 Jaff 品牌的珠宝零售业务。近两年捷夫珠宝自营品牌业务发展较快，调整中国黄金经营模式后，自营渠道建设得到了快速发展。

2、中国黄金自营模式和加盟模式销售净利率基本一致

中国黄金自营模式需要一定的资金成本投入，黄金加盟业务不需要投入人工、房租、水电，不涉及商场销售费用等费用，而自营店需要投入上述销售费用，两种经营模式的销售净利率基本一致。

3、促进中国黄金代理业务规模扩大

虽然自营中国黄金产品模式毛利率较加盟模式高，但自营精力有限，难以扩大销售规模，中国黄金自营转变为加盟后，渠道得到迅速扩大，加盟模式较自营模式扩展速度更快。

综上，捷夫珠宝将自营模式转变为加盟批发模式，可减少管理者管理中国黄金品牌的精力，使得管理者能将更多的精力投入到自有品牌发展中；中国黄金加盟模式与中国黄金自营模式的销售净利率基本一致；加盟模式较自营模式扩展速度更快。因此，捷夫珠宝将中国黄金代理业务由自营转变为加盟有利于自身品牌的业务发展和业绩的提升，符合捷夫珠宝的发展规划，是合理的。

（二）捷夫珠宝产品定位及未来发展规划

捷夫珠宝倡导以时尚为核心的品牌理念，定位于东北区域性品牌，主打年轻化和婚庆市场，旨在树立年轻、时尚的品牌形象和表达爱的核心理念，主要消费群体为新时代的新女性。产品定价与全国性品牌潮宏基等可比上市公司基本一致。

捷夫珠宝未来发展规划清晰，在巩固现有核心优势的基础上，继续占据东北区域市场，不断扩大东北市场份额和品牌影响力，加强品牌营销并提升 Jaff 品牌的附加值，依托东北的区位优势，重塑精准品牌定位，将珠宝情感市场做精、做深、做透，创新构建市场突破点，抓住未来消费主体即年轻人的消费需求，定

位于成为珠宝市场情感消费者领导品牌，做成既有一定国际化设计，又有一定价格优势的品牌，并从婚庆消费市场逐渐扩大至情感消费市场，进一步扩大市场份额。长远来看，捷夫珠宝将以东北为发展中心，逐步辐射整个长江以北地区，最后通过华东、华南地区的发展带动 Jaff 品牌覆盖全国，打造具影响力的国际化珠宝品牌。

（三）上述情形是否会弱化其核心竞争力及持续盈利能力

从市场定位与发展规划看，Jaff 品牌目标市场为婚庆和年轻市场，品牌定位较为时尚、高端。黄金市场有公开报价，各品牌黄金产品价格差异小，而钻石镶嵌类饰品的品牌附加值占产品价格的比重较高，捷夫珠宝对自有品牌珠宝产品有定价权，品牌溢价导致钻石镶嵌类饰品的毛利率较高。根据捷夫珠宝的市场定位和发展规划，未来核心竞争力将进一步增强，具有持续盈利能力。

从经营数据看，中国黄金品牌代理由自营模式转型为加盟批发模式后，捷夫珠宝将更多的精力投入到自有品牌发展中，故捷夫自有品牌产品的收入和毛利都有较大提高，2016 年对收入的贡献率为 41.02%，高于 2015 年的 27.87%；2016 年对毛利的贡献率为 75.47%，高于 2015 年的 65.56%。

单位：万元

项目	品牌	2016 年		2015 年	
		金额	贡献率	金额	贡献率
收入	Jaff 品牌	32,446.41	41.02%	18,573.65	27.87%
	中国黄金代理	46,661.96	58.98%	48,065.03	72.13%
	合计	79,108.37	100.00%	66,638.69	100.00%
毛利	Jaff 品牌	10,550.63	75.47%	4,582.35	65.56%
	中国黄金代理	3,429.22	24.53%	2,407.00	34.44%
	合计	13,979.85	100.00%	6,989.34	100.00%

综上，中国黄金代理业务转型为加盟批发模式后，捷夫珠宝可以更好的集中力量发展 Jaff 品牌的珠宝零售业务，不断塑造品牌价值，提高盈利能力，上述转型不会弱化其提升核心竞争力及未来的持续盈利能力。

（四）本次交易收购捷夫珠宝的必要性

1、提高上市公司的持续盈利能力

本次交易后，捷夫珠宝将纳入上市公司主体，通过行业的广度和深度的融合，上市公司可以充分利用捷夫珠宝的区域性珠宝品牌效应扩大现有业务规模，有利于形成珠宝首饰零售新的利润增长点，增强品牌影响力，提升核心竞争力，实现产业多元化，保护中小投资者利益。

2、助力上市公司实现全国性零售渠道的布局

上市公司一直致力于品牌经营，渠道构建和营销创新，塑造“金一”品牌在珠宝首饰行业的领导地位。本次重组完成后，上市公司将在连锁零售行业快速扩张销售渠道，迅速提高市场占有率。通过与优质资产的强强联合，进一步扩大了珠宝首饰类产品覆盖范围、消费人群覆盖范围，从而实现打造国内知名珠宝品牌的目标。

综上，捷夫珠宝拥有清晰的品牌定位及未来发展规划，捷夫珠宝将毛利较高的黄金自营转型为毛利较低的黄金代理业务具有合理性，上述转型不会弱化其核心竞争力及其持续盈利能力。本次交易收购捷夫珠宝有利于提高上市公司资产质量、改善财务状况和增强持续盈利能力，具有必要性。

二、捷夫珠宝的直营店、联营店、加盟店的城市分布情况、收入毛利占比，联营店和加盟店的合同续签情况，捷夫珠宝与中国黄金相关协议的起止时间、续期条件，上述两类协议是否存在解约或不能续约的风险，对标的资产经营稳定性和持续盈利能力的影响及应对措施。

（一）门店分布情况

截至本反馈意见回复签署之日，捷夫珠宝店铺的城市分布情况如下：

序号	店名	门店性质	城市
1	捷夫珠宝东大直街店	直营店	哈尔滨
2	捷夫珠宝乐松店	直营店	哈尔滨
3	捷夫珠宝远大店	联营店	哈尔滨
4	捷夫珠宝红博店	联营店	哈尔滨
5	捷夫珠宝万千万达百货店	联营店	哈尔滨
6	捷夫珠宝中央商城店	联营店	哈尔滨
7	捷夫珠宝百盛店	联营店	哈尔滨
8	捷夫珠宝新一百店	联营店	哈尔滨
9	捷夫珠宝新一百翡翠店	联营店	哈尔滨
10	捷夫珠宝太平百盛店	联营店	哈尔滨
11	捷夫珠宝群力远大店	联营店	哈尔滨
12	捷夫珠宝大宝阁红博店	联营店	哈尔滨
13	捷夫珠宝大庆新玛特店	联营店	大庆
14	捷夫珠宝大庆百货店	联营店	大庆
15	捷夫珠宝长春欧亚店	联营店	长春
16	捷夫珠宝长春卓展店	联营店	长春
17	捷夫珠宝沈阳新玛特店	联营店	沈阳
18	捷夫珠宝尚志财富广场店	加盟店	尚志

序号	店名	门店性质	城市
19	捷夫珠宝齐齐哈尔新玛特店	加盟店	齐齐哈尔
20	捷夫珠宝齐齐哈尔百货大楼	加盟店	齐齐哈尔
21	捷夫珠宝鹤岗比优特店	加盟店	鹤岗
22	捷夫珠宝同江市店	加盟店	同江
23	捷夫珠宝佳木斯新玛特店	加盟店	佳木斯
24	捷夫珠宝哈尔滨杉杉奥特莱斯店	加盟店	哈尔滨
25	捷夫珠宝学府凯德店	加盟店	哈尔滨
26	捷夫珠宝鸡西新玛特店	加盟店	鸡西
27	捷夫珠宝牡丹江新玛特店	加盟店	牡丹江
28	捷夫珠宝七台河新玛特店	加盟店	七台河
29	捷夫珠宝沈阳万象汇店	加盟店	沈阳
30	捷夫珠宝红博中央公园店	加盟店	哈尔滨

（二）收入和毛利占比

单位：万元

项目	品牌	类型	2016 年度		2015 年度	
			金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
收入	捷夫	联营店	14,728.99	18.62%	9,280.79	13.93%
		直营店	7,683.60	9.71%	-	-
		线上	22.02	0.03%	36.35	0.05%
		加盟批发	10,011.80	12.66%	9,256.51	13.89%
	中国黄金	联营	-	-	9,592.68	14.40%
		加盟批发	46,661.96	58.98%	38,472.35	57.73%
	合计		79,108.37	100.00%	66,638.69	100.00%
毛利	捷夫	联营店	5,616.43	40.18%	3,178.28	45.47%
		直营店	2,964.27	21.20%	-	-
		线上	11.16	0.08%	23.02	0.33%
		加盟批发	1,958.78	14.01%	1,381.05	19.76%
	中国黄金	联营	-	-	1,525.12	21.82%
		加盟批发	3,429.22	24.53%	881.88	12.62%
	合计		13,979.85	100.00%	6,989.35%	100.00%

（三）自营店和加盟店的合同续签情况

截至本反馈意见回复签署之日，捷夫珠宝“Jaff”品牌自营店（直营、联营）和加盟店续签情况如下：

序号	店铺名称	店铺类型	合同有效期
1	捷夫珠宝东大直街店	直营店	2016.03.01-2022.11.30
2	捷夫珠宝乐松店	直营店	2016.05.31-2017.08.29

3	捷夫珠宝远大店	联营店	2017.04.01-2017.07.01
4	捷夫珠宝红博店	联营店	2017.04.01-2017.08.31
5	捷夫珠宝万千万达百货店	联营店	2016.07.03-2017.07.02
6	捷夫珠宝中央商城店	联营店	2017.01.01-2017.12.31
7	捷夫珠宝百盛店	联营店	2017.03.01-2017.08.31
8	捷夫珠宝新一百店	联营店	2017.04.01-2018.03.31
9	捷夫珠宝新一百翡翠店	联营店	2017.04.01-2018.03.31
10	捷夫珠宝太平百盛店	联营店	2017.03.01-2017.08.31
11	捷夫珠宝群力远大店	联营店	2017.04.01-2017.08.31
12	捷夫天宝阁红博店	联营店	2017.04.01-2017.08.31
13	捷夫珠宝大庆新玛特店	联营店	2017.04.01-2018.03.31
14	捷夫珠宝大庆百货店	联营店	2016.08.01-2017.03.31
15	捷夫珠宝长春欧亚店	联营店	2016.12.30-2017.06.30
16	捷夫珠宝长春卓展店	联营店	2016.07.01-2017.06.30
17	捷夫珠宝沈阳新玛特店	联营店	2016.09.01-2017.08.31
18	捷夫珠宝尚志财富广场店	加盟店	2017.01.01-2017.12.31
19	捷夫珠宝齐齐哈尔新玛特店	加盟店	2017.01.01-2017.12.31
20	捷夫珠宝齐齐哈尔百货大楼	加盟店	2017.01.01-2017.12.31
21	捷夫珠宝鹤岗比优特店	加盟店	2016.09.08-2017.09.07
22	捷夫珠宝同江市店	加盟店	2016.10.28-2017.10.27
23	捷夫珠宝佳木斯新玛特店	加盟店	2017.06.15-2018.06.14
24	捷夫珠宝哈尔滨杉杉奥特莱斯店	加盟店	2016.09.01-2017.08.31
25	捷夫珠宝学府凯德店	加盟店	2016.12.15-2017.12.31
26	捷夫珠宝鸡西新玛特店	加盟店	2016.12.01-2017.12.31
27	捷夫珠宝牡丹江新玛特店	加盟店	2016.12.01-2017.12.31
28	捷夫珠宝七台河新玛特店	加盟店	2016.12.01-2017.12.31
29	捷夫珠宝沈阳万象汇店	加盟店	2017.06.01-2018.05.31
30	捷夫珠宝红博中央公园店	加盟店	2016.12.01-2017.12.31

注：序号为 14 的合同已到期，目前捷夫珠宝已收到品牌续约通知函，双方正在洽谈续约合同，新的续约合同签署前双方仍按原合同执行。

（四）捷夫珠宝与中国黄金相关协议的起止时间、续期条件

截至本反馈回复出具之日，捷夫珠宝与中国黄金合作良好。2016 年 12 月 4 日，捷夫珠宝已取得中国黄金代理业务的《授权委托书》，合作期限为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日。2017 年 2 月 18 日，中国黄金与捷夫珠宝签署《中国黄金品牌服务协议》，同意捷夫珠宝于黑龙江省哈尔滨市开设中国黄金品牌服务中心，授权合作区域为黑龙江省，协议有效期至 2017 年 12 月 31 日。捷夫珠宝与中国黄金的合作协议每年一签，双方未约定特殊的续期条件。

（五）上述两类协议是否存在解约或不能续约的风险，对标的资产经营稳定性和持续盈利能力的影响及应对措施

1、自有品牌

捷夫珠宝自有品牌有较强的议价能力，市场上有较多的备选合作方，近年来捷夫珠宝与各加盟商、联营商合作良好，相关协议续约正常。某一合作方解约或不能续约对捷夫珠宝经营稳定性和持续盈利能力影响较小。

2、中国黄金

截至本反馈回复出具之日，捷夫珠宝与中国黄金合作良好，预计未来将继续获得中国黄金的授权，并从事中国黄金品牌在黑龙江省的代理业务。

（1）中国黄金未来若取消对捷夫珠宝的授权，捷夫珠宝仍可以利用已有的渠道资源，开展黄金的加盟业务，做 Jaff 自有品牌或其他黄金品牌代理的黄金产品。在黄金产品的消费观念上，加盟商以及消费者对黄金的价格会比品牌更敏感，品牌并非加盟商或消费者购买黄金类产品时最看重的因素。

（2）中国黄金品牌代理业务非捷夫珠宝未来发展的重点。根据捷夫珠宝的开店计划，捷夫珠宝将逐步扩大 Jaff 自有品牌的加盟店，提高 Jaff 自有品牌的收入、利润占比。2016 年以来，捷夫珠宝已经开始将工作重心移到 Jaff 自有品牌上，收入占比和毛利占比均有较大增长。

若中国黄金解约或不能续约，捷夫珠宝将无法继续开展中国黄金品牌加盟批发业务，面临更换黄金加盟品牌或者失去黄金加盟批发业务的风险。因黄金品牌敏感度低，对捷夫珠宝的经营稳定性影响较小。鉴于捷夫珠宝的产品定位和发展规划是集中力量发展 Jaff 品牌，因此，解约或不能续约对捷夫珠宝的持续盈利能力影响较小。

三、捷夫珠宝对加盟商的管理控制措施，以及对产品的质量控制措施

（一）对“Jaff”品牌加盟商的管理控制措施

1、监督、审核加盟店的货品质量、价格、服务及经营活动，并定期进行检查。检查出现不符合公司管理规范的，下达书面整改通知，加盟商应在收到该通知后 7 日内予以相应的整改。如在同一问题上下达整改通知三次后，加盟商仍然未能整改到位时，将视为该加盟商违约，捷夫珠宝有权终止本合约书，取消加盟商的品牌经营权，同时没收加盟商的品牌加盟保证金。

2、掌握加盟商经营方面的信息，检查和审核有关经营业务财务资料。

3、制定、监控货品的定价、调配货、货品零售折扣的控制；协助加盟商进

行促销计划及推广工作。

4、检查、监控加盟商对公司商标、装修装饰设计、经营管理体系、货品零售管理软件的使用。

5、协助加盟商制定销售计划。

6、支持加盟商包括但不限于：全国性的广告支持(平面、网络、电视)、地区性的定期活动和广告支持、品牌对外宣传推广加盟店、品牌整体的促销活动、网络珠宝专业知识和产品知识培训、定期销售和服务技巧培训。

(二) 对其他品牌加盟商的管理控制措施

1、对日常经营活动进行监督：进入加盟商经营的或其区域内的加盟店、货品仓库及日常办公场所，开展捷夫珠宝认为必要的合理的行为；将监督检查结果计入加盟商年度考评，并采取适合的奖惩措施；

2、对加盟商任何有损品牌形象的行为，将终止协议追究法律责任；如果加盟商破坏品牌形象，将停止供货，扣罚履约保证金、订货保证金等；

3、检查加盟商按月报送的专卖店首饰拿货量和金条产品销量，进行销量普查；

4、审批加盟商的店面地址和营业面积的变更等。

(三) 产品质量控制措施

捷夫珠宝的产品质量控制措施见反馈意见 17 回复之“一、标的资产原材料采购及产品的质量控制措施”。

四、捷夫珠宝品牌代理业务发生跨区域冲货风险的应对措施，网上销售业务占比及风险管控措施

(一) 品牌代理业务发生跨区域冲货风险的应对措施

1、跨区域冲货情况

冲货形成的原因主要是当市场存在价差且足以弥补运输成本。价差的来源较多，主要为厂家在不同市场实行差别定价。对于捷夫珠宝品牌代理业务而言，黄金属于贵金属，且黄金市场价格公开，全国市场价基本一致，经销商缺乏进行跨省冲货的动机。即使存在跨省价差，运输安全问题亦需加盟商进行考量，一般不会跨省承担较大运输安全风险来换取一定的利益。截至本反馈回复出具之日，捷夫珠宝发展的中国黄金、金一品牌的加盟商不存在跨省冲货的情况。

2、应对措施

(1) 加盟合同约定加盟商每年采购的保底金额，确保代理业务的销售收入；

(2) 定期监控加盟店铺的黄金库存，询问、统计加盟商的销售情况，分析加盟商黄金的销售和采购金额是否相符。

(二) 网上销售业务占比及风险管控措施

单位：万元

类型	2016 年度		2015 年度	
	金额	占比	金额	占比
网上收入	22.02	0.03%	36.35	0.05%
收入合计	79,108.37	-	66,638.69	-

哈尔滨捷大通过天猫商城和有赞微商城平台，销售捷夫珠宝产品。但由于珠宝的非标准化及单价高的特点，网上销售的金额占捷夫珠宝收入比重较低，非主要发展方向。针对每一笔订单，配有专业客服与客户沟通，在收到款项后向商品部申请该产品的出库发货，货品由顺丰运送并且投保，以确保货品安全完整的送到客户手中。

五、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：(1) 捷夫珠宝拥有清晰的品牌定位及未来发展规划，捷夫珠宝将毛利较高的黄金自营转型为毛利较低的黄金代理业务具有合理性，上述转型不会弱化其核心竞争力及其持续盈利能力。本次交易收购捷夫珠宝有利于提高上市公司资产质量、改善财务状况和增强持续盈利能力，具有必要性。(2) 若中国黄金解约或不能续约，捷夫珠宝将无法继续开展中国黄金品牌加盟批发业务，面临更换黄金加盟品牌或者失去黄金加盟批发业务的风险。由于捷夫珠宝未来的发展方向是集中力量发展 Jaff 品牌，因此与中国黄金解约或不能续约对捷夫珠宝的稳定性和持续盈利能力影响较小。捷夫珠宝与主要联营合作伙伴业务合作稳定，单一店面解约或不能续约不会对公司经营稳定性和持续盈利能力产生重大影响。(3) 捷夫珠宝制定了对于加盟商和产品质量控制的相关管理措施。(4) 捷夫珠宝针对跨区域冲货风险制定了应当措施。

问题 19.申请材料显示，标的资产成立时间相对较长，2015 年以前业绩金额相对较低或存在亏损，最近一年业绩开始大幅增长，其中 4 个标的资产前五大客户或供应商之一均为上市公司或其子公司。请你公司补充披露：1) 标的资产向上市公司及其子公司销售收入、采购额占比、合同约定期限，定价是否公允，

与其他客户或供应商在合同主要条款、毛利率等方面是否存在较大差异、差异原因及合理性。2) 除已披露协议或安排外, 标的资产与上市公司及其实际控制人是否存在其他协议或安排, 是否存在利益输送。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【反馈意见 19 回复】

一、标的资产向上市公司及其子公司销售收入、采购额占比、定价是否公允

具体回复内容请详见本反馈意见回复 14 之“一、标的资产向上市公司及其子公司销售收入、采购额占比、定价是否公允”。

二、除已披露协议或安排外, 标的资产与上市公司及其实际控制人是否存在其他协议或安排, 是否存在利益输送的核查

根据捷夫珠宝实际控制人、上市公司及其实际控制人的说明并经访谈, 捷夫珠宝各交易对手方与上市公司及其实际控制人均出具了不存在其他协议或安排, 不存在利益输送的说明。

经核查, 除已披露协议和安排, 捷夫珠宝与上市公司及其实际控制人不存在其他协议或安排, 不存在利益输送的情况。

三、中介机构核查意见

会计师认为: (1) 经核查捷夫珠宝与上市公司及其子公司和合同主要条款、对比采购单价, 捷夫珠宝向上市公司及其子公司采购定价公允, 与其他供应商在合同主要条款、毛利率等方面不存在重大实质差异。(2) 捷夫珠宝与上市公司及其实际控制人不存在其他协议或安排, 不存在利益输送的情况。

问题 22. 请你公司: 1) 结合具体业务拓展情况、合同及客户变化情况、产品单价及数量因素等, 量化分析并补充披露金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石 2015 年以前业绩金额相对较低或存在亏损, 而最近一年业绩大幅增长的原因及合理性。2) 结合行业发展趋势及同行业可比公司情况, 补充披露上述公司最近一年一期业绩大幅增长的合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【反馈意见 22 回复】

一、结合具体业务拓展情况、合同及客户变化情况、产品单价及数量因素等，量化分析并补充披露标的资产 2015 年以前业绩金额相对较低或存在亏损，而最近一年业绩大幅增长的原因及合理性

捷夫珠宝

1、业务拓展情况

捷夫珠宝的业务拓展主要体现在门店的增加和产品种类的增加。在维护已有专卖店、联营店、加盟店的基础上，捷夫珠宝依据自有品牌影响力和多年的珠宝销售经验不断增加各门店数量，扩大销售区域，从而为经营业绩的增长做基础。截至目前，捷夫珠宝拥有 17 家直营、联营“Jaff”品牌店和 13 家加盟“Jaff”品牌店，其中 2016 年第四季度，在哈尔滨周边新发展了 5 个“Jaff”品牌加盟店，产生了 1,140 万元的销售收入。报告期内，捷夫珠宝经营处于高速增长时期。2016 年，捷夫珠宝实现主营业务收入 79,108.37 万元，较 2015 年主营业务收入增长 18.71%。

2、主要客户变化情况

单位：万元

主要客户的名称		2016年	2015年
2015年和2016年前五名	哈尔滨市南岗区鸿立金行及哈尔滨市南岗区恒久珠宝店	19,845.53	8,705.91
2015年和2016年前五名	哈尔滨市道里区隆泰金行+哈尔滨市南岗区协泰金行	9,472.82	4,275.61
2015年和2016年前五名	大商股份有限公司	6,377.98	7,377.88
2016年前五名	黑龙江亨迪珠宝有限公司+哈尔滨市南岗区恒瑞福珠宝店+哈尔滨红博中央公园鸿福珠宝店	6,050.76	-
2015年和2016年前五名	哈尔滨市道外区金恒贸易商行	5,407.97	3,767.74
2015年前五名	深圳市华晶康珠宝有限公司	-	13,527.49
总计		47,155.06	37,654.63
营业收入总额		79,488.69	66,940.72
占比		59.32%	56.26%

报告期内，捷夫珠宝客户较为稳定，未发生较大客户变化从而影响经营业绩的情形。

3、产品单价及数量因素

(1) 产品定价分析

中国黄金代理业务的盈利主要来源于批发并销售黄金产品的差价。捷夫珠宝对于自有品牌的镶嵌类珠宝产品有自主定价权，一方面参考钻石和辅石等原材料的价格，一方面在参考同行业产品定价上，附加公司的品牌价值。

镶嵌饰品的销售价格按照“钻石、金料、工费”分别定价的方法。原材料钻石、黄金和铂金等的价格波动是镶嵌饰品销售价格变动的主要原因。

（2）销售量变化分析

报告期内,捷夫珠宝主要产品的销量及收入如下:

产品	2016 年	2015 年
黄金 (KG)	2, 283. 22	2, 446. 24
镶嵌珠宝 (件)	65, 384	41, 816
黄金 (万元)	56, 995	56, 759
镶嵌珠宝 (万元)	22, 113	9, 879

报告期内，捷夫珠宝的黄金销售数量分别为 2,446.24 千克和 2,283.22 千克，销售量基本持平，变动趋势与黄金销售收入变动趋势保持一致。

报告期内，捷夫珠宝对外销售镶嵌饰品分别为 41,816 件和 65,384 件，销售收入增长快于销量的增加，主要原因是捷夫珠宝为塑造“Jaff”品牌价值，调整产品结构，销售高毛利的镶嵌珠宝产品，使得收入增长较快。捷夫珠宝 2016 年新开设 2 家直营店，也主要销售镶嵌类的钻戒和对戒产品，其中哈尔滨东大直街店为品牌旗舰店，因地铁施工停业，2016 年重新开业，该直营旗舰店自设立以来经营情况良好，在提升品牌的影响力和知名度的同时带来了营业收入的增长。

二、结合行业发展趋势及同行业可比公司情况，补充披露标的资产最近一年业绩大幅增长的合理性

（一）捷夫珠宝所处行业快速发展、转型升级

根据珠宝行业协会统计，2014 年国内珠宝首饰行业整体零售规模接近 5,000 亿元，其中限额以上零售企业金银珠宝零售额达到 2,973 亿元，从市场结构来看，黄金首饰消费占比约 50%，K 金与钻石镶嵌类占比约 17%，翡翠玉石类占比约 15%；2015 年，国内珠宝首饰行业整体零售规模为 5,200 亿元，其中限额以上零售企业金银珠宝零售额达到 3,069 亿元，同比增长 7.3%。随着我国经济的持续发展，人民收入水平不断提高，我国的珠宝首饰市场将继续保持较高速增长。

报告期内，捷夫珠宝业绩增长符合黄金珠宝行业处于快速发展阶段的特点。

（二）同行业上市公司情况

标的公司所属行业为黄金珠宝首饰行业，同行业上市公司 2014 年、2015 年和 2016 年经营情况如下：

单位：亿元

同行业上市公司	2016 年		2015 年		2014 年	
	营业收入	净利润	营业收入	净利润	营业收入	净利润
东方金钰	65.92	2.51	86.61	3.00	45.43	0.98
老凤祥	349.64	13.65	357.12	14.22	328.35	12.28
潮宏基	27.39	2.32	26.91	2.56	24.70	2.25
赫美集团	21.27	1.68	12.62	1.04	7.74	0.40
金洲慈航	105.64	11.26	99.23	3.07	103.33	1.45
爱迪尔	11.84	0.58	8.40	0.67	8.85	0.87
萃华珠宝	22.18	0.49	30.00	0.57	33.08	0.98
周大生	29.02	4.27	27.29	3.53	26.64	3.24
金一文化	107.73	3.11	76.37	1.91	60.16	0.79
合计	740.62	39.85	724.55	30.57	638.28	23.25
平均值	82.29	4.43	80.51	3.40	70.92	2.58

注：数据来源于 wind 资讯。

2014 年、2015 年和 2016 年，同行业上市公司实现平均营业收入 70.92 亿元、80.51 亿元和 82.29 亿元，实现平均净利润 2.58 亿元、3.40 亿元和 4.43 亿元，呈现稳步增长趋势。

同行业上市公司规模较大，发展相对成熟稳定。本次收购的捷夫珠宝经营规模相对较小，报告期内仍处于快速发展阶段，在黄金珠宝行业保持较快增长的背景下，通过发挥捷夫珠宝自身经营、管理等方面的核心竞争力，实现了经营业绩的大幅增长。

三、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：结合具体业务拓展情况、客户变化情况、产品单价及数量因素、行业发展趋势及同行业可比公司情况，捷夫珠宝最近一年业绩大幅增长具有合理性。

问题 23.请你公司：1）结合金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石原材料采购金额、产品销售价格、收入成本构成、所处业务环节及同行业可比公司同类产品或业务的毛利率情况，区分具体业务、不同产品，逐项补充披露标的资产报告期各期毛利率变动较大的原因、毛利率与其余产品、业务或其他对象

差异较大的原因及毛利率水平的合理性。3) 补充披露金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石收益法评估预测未来年度毛利率高于报告期的依据及合理性。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

【反馈意见 23 回复】

一、标的资产报告期各期毛利率变动较大的原因、毛利率与其余产品、业务或其他对象差异较大的原因及毛利率水平的合理性

(一) 毛利率变动较大的原因

捷夫珠宝

1、按产品类别划分

捷夫珠宝对外销售的产品主要包括黄金和镶嵌珠宝等，报告期内各类产品销售收入占比及毛利率情况如下：

产品类别	2016 年毛利率	2015 年毛利率
黄金	8.02%	5.59%
镶嵌珠宝	42.56%	38.64%
合计	17.67%	10.49%

2015 年以及 2016 年，捷夫珠宝主要产品类别综合毛利率分别为 10.49%及 17.67%。2016 年，捷夫珠宝的综合毛利率较 2015 年度提高了 7.18%，主要是因为捷夫珠宝于 2016 年开始加大对于镶嵌珠宝类产品的宣传和销售，镶嵌类产品均为捷夫珠宝自营品牌 Jaff 产品，捷夫珠宝对其拥有自主的定价权，且 Jaff 品牌定位较为高端，故镶嵌类产品的溢价和毛利率均较高。

2、按品牌划分

从其经营的品牌来看，报告期内捷夫珠宝毛利率情况如下：

品牌	2016 年	2015 年
Jaff 品牌	32.52%	24.67%
中国黄金代理	7.35%	5.01%
合计	17.67%	10.49%

2016 年，捷夫珠宝毛利率较 2015 年有较大增长：

(1) 从 Jaff 品牌来看，捷夫珠宝 2016 年新开设 2 家直营店，也是主要销售珠宝类的钻戒和对戒产品，其中哈尔滨东大直街店为品牌旗舰店，曾因地铁施工

停业，2016 年重新开业。由于直营店的毛利率高于联营店，带来了整体 Jaff 品牌 2016 年毛利率的增长；

(2) 从中国黄金代理来看，其 2016 年毛利率的上升主要得益于当期黄金市场价格的上升，2016 年末的上海黄金交易所 Au9999 产品价格相比 2015 年末上涨 18.42%。

(3) 从捷夫珠宝业务调整的策略来看，2015 年以来，鉴于珠宝产品毛利率较高，加上消费者对捷夫珠宝品牌的认同，捷夫珠宝改变了经营策略，将原来的侧重黄金批发转变为侧重镶嵌类产品的零售。2015 年，对于黄金批发业务，捷夫珠宝主要是作为中国黄金加盟商开设黄金自营店（8 家自营店），黄金加盟自营店铺也均开设在公司珠宝品牌所在的商场等，如红博会展、新世界、和平松雷、哈西万达、万达百货、南岗松雷、新一百、千盛百货、中央商城等。2015 年底以来，由于捷夫珠宝品牌市场影响力逐步加强，公司开始调整经营策略，决定将重心放在自营的珠宝品牌，发展高毛利率业务，因此将中国黄金品牌产品由自营模式调整成加盟商模式，由捷夫珠宝负责黄金批发，直接销售给加盟商，不再占用捷夫珠宝的精力和渠道，从而集中力量发展捷夫品牌的珠宝零售业务，带来了毛利率整体的提升。

3、按渠道划分

类型	渠道	2016 年毛利率	2015 年毛利率
黄金珠宝首饰	联营店	38.13%	34.25%
	直营店	38.58%	-
	线上	50.68%	63.33%
	加盟批发	19.56%	14.92%
黄金代理		7.35%	5.01%
合计		17.67%	10.49%

报告期内，捷夫珠宝各渠道的毛利率基本稳定。其中 2016 年捷夫品牌的加盟批发比 2015 年略有上涨，主要原因系 2016 年捷夫珠宝新开 7 个加盟店，毛利率更高的珠宝类产品的加盟批发销售占比有较大提升。2016 年黄金代理业务的毛利率提高，主要由于黄金价格在 2016 年一直处于上升趋势，而黄金产品销售的定价采用销售当日金交所报价加上一定工费，金交所黄金报价提升后，毛利空间有所增加。

(二) 毛利率与其余产品、业务或其他对象差异较大的原因及毛利率水平的合理性

1、交易标的同类产品毛利率差异的分析

捷夫珠宝同类产品毛利率差异分析如下：

黄金、珠宝首饰产业链包括设计、生产加工、批发、零售等环节，处于各个业务环节的企业具有不同的毛利率水平。通常来说，设计、零售等环节的毛利率较高；批发、生产加工等环节的毛利率较低。从产品的角度来看，一般来说黄金类产品、纯金制品，其毛利率较低；珠宝首饰、镶嵌首饰等毛利率较高。报告期内各期间，捷夫珠宝的毛利率水平与上述行业惯例基本一致。

报告期内各期间，捷夫珠宝的纯金制品和黄金类产品和珠宝首饰产品毛利率如下：

标的公司	2016 年	2015 年
纯金制品、黄金类产品毛利率		
金艺珠宝	3.63%	-0.99%
臻宝通	2.74%	2.25%
捷夫珠宝	8.02%	5.59%
珠宝首饰产品毛利率		
金艺珠宝	17.17%	12.01%
捷夫珠宝	42.56%	38.64%

金艺珠宝主要从事精品黄金制品、珠宝首饰的研发、设计、加工和批发业务。黄金类产品的定价方式为黄金价格加上加工费，由于黄金的价格主要参考上海黄金交易所的黄金报价，价格相对透明，因此黄金类产品利润主要来自于加工费，对于普通黄金产品的加工费，主要参考行业内的收费标准，对于精品黄金产品，根据产品的特点、工艺水平复杂程度等其他因素加工费在一定的价格区间浮动。黄金产品生产加工行业的竞争较为激烈，作为行业的上游，金艺珠宝黄金产品的毛利率低于下游的零售行业符合惯例。

臻宝通主要从事黄金珠宝批发销售业务，分为线上线下两种：线上批发销售业务通过臻宝通建立的在线平台，提供黄金珠宝线上采购服务；线下批发销售业务由子公司深圳盛嘉负责，通过向上游供应商直接采购黄金珠宝成品或根据客户需求，对采购的黄金原料进行委外加工，销售给下游珠宝企业。臻宝通所处的黄金批发行业相比零售行业而言，利润空间较小，低于下游零售行业。

捷夫珠宝主要从事黄金珠宝首饰、黄金工艺品的销售及黄金批发，其所处的零售行业毛利率高于批发环节的臻宝通和金艺珠宝，与行业特点一致。

2、标的与同行业公司之间的毛利率水平差异

捷夫珠宝

报告期内，捷夫珠宝销售的主要产品为黄金和镶嵌珠宝，黄金以加盟批发为主，镶嵌珠宝包括联营店、直营店以及加盟店。国内产品和业务模式与捷夫珠宝相近的上市公司主要包括老凤祥股份有限公司(以下简称“老凤祥”)、广东潮宏基实业股份有限公司（以下简称“潮宏基”）、周大生珠宝股份有限公司（以下简称“周大生”）。

2015 年、2016 年捷夫珠宝及同行业公司黄金、镶嵌珠宝业务毛利率对比情况如下：

项目	2016 年				2015 年			
	捷夫珠宝	老凤祥	潮宏基	周大生	捷夫珠宝	老凤祥	潮宏基	周大生
黄金	8.02%	-	9.24%	17.72%	5.59%	-	8.93%	15.17%
镶嵌珠宝	42.56%	11.18%	44.60%	48.43%	38.64%	10.20%	47.17%	47.52%

注：老凤祥 2015 年、2016 年年度报告未单独披露黄金类产品毛利率。

黄金产品中，捷夫珠宝主要从事其他黄金品牌的代理批发业务，毛利率低于销售自有品牌黄金首饰的周大生，与潮宏基较为接近。

镶嵌珠宝产品中，捷夫珠宝、周大生的镶嵌类产品以珠宝类为主，潮宏基以时尚珠宝首饰为主，老凤祥以黄金饰品类为主。因此，潮宏基、周大生、捷夫珠宝镶嵌类产品的毛利率相近，老凤祥镶嵌类毛利率低于其他三家公司。

总体来看，捷夫珠宝毛利率符合行业特点。

二、补充披露金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石收益法评估预测未来年度毛利率高于报告期的依据及合理性

（一）捷夫珠宝 2016 年 10-12 月实际毛利率与预测期毛利率比较

标的公司	实际发生数据					预测数据	
	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-9 月	2016 年 10-12 月	2016 年度	2016 年 10-12 月	2016 年度
捷夫珠宝	14.15%	10.49%	17.36%	19.20%	18.02%	15.88%	16.96%

从以上可见，捷夫珠宝预测毛利率小于 2016 年 10-12 月实际发生毛利率。

（二）各标的资产预测毛利率的依据及合理性

捷夫珠宝

捷夫珠宝预测期毛利率略有上涨，但仍低于基准日水平，各产品预测期毛利率均低基准日水平。

捷夫珠宝历史年度各项产品的毛利率情况如下：

项目名称	报告期历史数据		
	2014 年度	2015 年度	2016 年 1-9 月
批发黄金	1.94%	2.47%	9.05%
批发珠宝	37.04%	26.61%	25.14%
零售黄金	13.21%	15.48%	11.57%
零售珠宝	37.67%	48.96%	48.09%
综合毛利率	14.15%	10.49%	17.36%

捷夫珠宝预测期毛利率情况如下表：

项目名称	预测年度					
	2016 年 10-12 月	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
批发黄金	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
批发珠宝	23.00%	23.00%	23.00%	23.00%	23.00%	23.00%
零售黄金	11.00%	10.91%	10.92%	10.92%	10.92%	10.93%
零售珠宝	48.36%	47.61%	47.63%	47.65%	47.72%	47.72%
合计	15.88%	15.76%	15.94%	15.92%	16.01%	16.12%

从以上可见，捷夫珠宝的预测期毛利率相对 2016 年 1-9 月份有所下降，捷夫珠宝未来年度综合毛利率有所波动变化，主要是由于公司未来年度销售结构的变化导致的，但从整体上来看，捷夫珠宝在未来年度的综合毛利率基本稳定，变化幅度较小。因此捷夫珠宝未来年度毛利率的预测合理。

综上所述，捷夫珠宝预测期毛利率基本低于 2016 年 1-9 月的历史数据，预测期 2016 年 10-12 月毛利率均低于 2016 年 10-12 月经审计的实际经营数据，因此，本次评估预测毛利率具有合理性。

三、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、捷夫珠宝报告期内毛利率变化是由经营特点或者业务结构变化造成的，对于同类产品，生产、批发环节毛利率相对较低，零售环节毛利率较高，符合行业惯例。与同行业上市公司相比，捷夫珠宝毛利率与捷夫珠宝所处发展阶段及业务环节相符，具备一定的合理性。

2、捷夫珠宝收益法评估预测未来年度毛利率是以基准日的分产品的毛利率和综合毛利率为预测基础的，结合捷夫珠宝的业务发展规划，进行的谨慎合理预测。

问题 24.请你公司：1）补充披露金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石报告期内费用占比下滑的原因及合理性。2）结合同行业可比公司的比较分析，补充披露上述公司报告期期间费用、净利率水平的合理性。3）补充披露上述公司收益法评估中未来年度期间费用预测依据及合理性，与报告期水平及同行业水平是否相符。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

【反馈意见 24 回复】

一、金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石最近一期期间费用占比大幅下滑的原因及合理性

捷夫珠宝

报告期内，捷夫珠宝的期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2016 年		2015 年	
	金额	占比	金额	占比
期间费用	4,129.20	5.19%	3,946.50	5.90%
营业收入	79,488.69	-	66,940.72	-

2015 年和 2016 年，捷夫珠宝期间费用的金额分别为 3,946.50 万元和 4,129.20 万元，占同期营业收入的比例分别为 5.90%和 5.19%，基本保持稳定。

二、结合同行业可比公司的比较分析标的公司报告期期间费用、净利率水平的合理性

捷夫珠宝

报告期内，捷夫珠宝的业务特点与东方金钰、明牌珠宝、老凤祥、潮宏基等较为接近。

1、期间费用率比较分析

报告期内，捷夫珠宝期间费用率与可比公司的比较如下：

公司	期间费用率	
	2016 年	2015 年度
周大生	15.55%	16.48%
老凤祥	3.59%	3.23%
潮宏基	27.59%	26.79%
捷夫珠宝	5.19%	5.90%

报告期内，捷夫珠宝期间费用率与老凤祥相近。

2、净利率比较分析

近两年，捷夫珠宝的净利润率与可比公司的比较如下：

公司	净利润率	
	2016 年	2015 年度
周大生	14.70%	12.94%
老凤祥	3.91%	3.98%
潮宏基	8.47%	9.50%
捷夫珠宝	8.32%	4.27%

2015 年，捷夫珠宝净利率水平与同行业可比公司接近。2016 年，捷夫珠宝逐渐增加毛利率较高的自营品牌投入，提升了整体的盈利水平。

三、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、捷夫珠宝期间费用占比基本保持稳定。

2、结合同行业可比公司的比较分析，捷夫珠宝报告期期间费用、净利率水平具备合理性。

问题 25.申请材料显示，金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石预测 2017 年营业收入大幅增长，后续年度在此基础上保持高速增长。请你公司：1）结合在手合同或订单、主要客户市场需求及客户拓展情况、原材料市场价格波动及下游行业景气度、市场可比交易案例收入预测等，补充披露上述公司 2017 年及以后年度收入预测依据及合理性，与相关费用的预测是否匹配。2）补充披露上述公司之间收入增长率预测差异较大的原因及合理性。3）补充披露上述公司收益法评估中是否充分考虑了黄金价格波动的影响，并就黄金价格波动对评估值的影响程度做敏感性分析。4）补充披露上述公司收益法评估预测中未来年度关联交易占比，上述情形对评估值及业绩考核公允性的影响。请独立财务顾问、会计师和评估师核查并发表明确意见。

【反馈意见 25 回复】

一、结合上述情形及在手合同或订单、主要客户市场需求及客户拓展情况、原材料市场价格波动及下游行业景气度、市场可比交易案例收入预测等，补充披露标的资产 2017 年及以后年度收入预测依据及合理性，与相关费用的预测是否匹配。

（一）各标的公司目前在手合同或订单情况

1、捷夫珠宝与主要客户的合作年限

年份	序号	客户名称	开始合作时间
2016年	1	哈尔滨市南岗区鸿立金行及哈尔滨市南岗区恒久珠宝店	自 2015 年开始合作
	2	哈尔滨市道里区隆泰金行及哈尔滨市南岗区协泰金行	自 2015 年开始合作
	3	大商股份有限公司	自 2010 年开始合作
	4	黑龙江亨迪珠宝有限公司+哈尔滨市南岗区恒瑞福珠宝店+哈尔滨红博中央公园鸿福珠宝店	自 2016 年开始合作
	5	哈尔滨市道外区金恒贸易商行	自 2015 年开始合作
2015年	1	深圳市华晶康珠宝有限公司	自 2015 年开始合作
	2	哈尔滨市南岗区鸿立金行及哈尔滨南岗区恒久珠宝店	自 2015 年开始合作
	3	大商股份有限公司	自 2010 年开始合作
	4	哈尔滨市道里区隆泰金行及哈尔滨市南岗区协泰金行	自 2015 年开始合作
	5	哈尔滨市道外区金恒贸易商行	自 2015 年开始合作

2015 年捷夫珠宝开始转变黄金业务经营模式，开发了黄金加盟商，新增哈尔滨市南岗区鸿立金行、哈尔滨南岗区恒久珠宝店、哈尔滨市道里区隆泰金行及哈尔滨市南岗区协泰金行等客户，同时开始逐步降低毛利率较低的黄金上游批发业务；2016 年以来，捷夫珠宝逐步加强自营品牌经营，开发了捷夫珠宝品牌的加盟商，新增黑龙江亨迪珠宝有限公司等客户。

2、在手合同情况

根据捷夫珠宝提供的资料并经核查，截至本反馈回复签署之日，捷夫珠宝主要在手《租赁协议》、《场地租赁合同》、《合作经营合同书》、《联销合同》、《合作协议》等租赁、联营合同，《捷夫珠宝加盟合约书》等加盟合同情况如下：

序号	合同主体	客户名称	合同类型	店铺名称	合同有效期
1	哈尔滨捷夫	哈尔滨市少年宫	租赁合同	捷夫珠宝东大直街店	2016.03.01-2022.11.30
2	哈尔滨捷夫	哈尔滨乐松文化发展股份有限公司	租赁合同	捷夫珠宝乐松店	2016.05.31-2017.08.29
3	哈尔滨捷夫	黑龙江远大购物中心有限公司	联营合同	捷夫珠宝远大店	2017.04.01-2017.07.01
4	哈尔滨捷夫	哈尔滨红博新天地会展购物中心有限公司	联营合同	捷夫珠宝红博店	2017.04.01-2017.08.31
5	哈尔滨捷夫	哈尔滨万达百货有限公司	联营合同	捷夫珠宝万万达百货店	2016.07.03-2017.07.02

6	哈尔滨捷夫	哈尔滨中央红集团股份有限公司	联营合同	捷夫珠宝中央商城店	2017.01.01-2017.12.31
7	哈尔滨捷夫	百盛商业发展有限公司哈尔滨分公司	联营合同	捷夫珠宝百盛店	2017.03.01-2017.08.31
8	哈尔滨捷夫	大商哈尔滨新一百购物广场有限公司	联营合同	捷夫珠宝新一百店	2017.04.01-2018.03.31
9	哈尔滨捷夫	大商哈尔滨新一百购物广场有限公司	联营合同	捷夫珠宝新一百翡翠店	2017.04.01-2018.03.31
10	哈尔滨捷夫	百盛商业发展有限公司哈尔滨太平桥分公司	联营合同	捷夫珠宝太平百盛店	2017.03.01-2017.08.31
11	哈尔滨捷夫	黑龙江远大群力购物中心有限公司	联营合同	捷夫珠宝群力远大店	2017.04.01-2017.08.31
12	哈尔滨捷夫	哈尔滨红博新天地购物中心有限公司	联营合同	捷夫天宝阁红博店	2017.04.01-2017.08.31
13	哈尔滨捷夫	大商集团大庆新玛特购物休闲广场有限公司	联营合同	捷夫珠宝大庆新玛特店	2017.08.01-2018.03.31
14	哈尔滨捷夫	大商集团大庆百货大楼购物有限公司	联营合同	捷夫珠宝大庆百货店	2016.08.01-2017.03.31
15	哈尔滨捷夫	长春欧亚集团股份有限公司	联营合同	捷夫珠宝长春欧亚店	2016.12.30-2017.06.30
16	哈尔滨捷夫	长春卓展时代广场百货有限公司	联营合同	捷夫珠宝长春卓展店	2016.07.01-2017.06.30
17	哈尔滨捷夫	大商集团沈阳新玛特购物休闲广场有限公司	联营合同	捷夫珠宝沈阳新玛特店	2016.09.01-2017.08.31
18	哈尔滨捷夫	尚志市万得福珠宝行	加盟合同	捷夫珠宝尚志财富广场店	2017.01.01-2017.12.31
19	哈尔滨捷夫	齐齐哈尔拓威商贸有限公司	加盟合同	捷夫珠宝齐齐哈尔新玛特店	2017.01.01-2017.12.31
20	哈尔滨捷夫	齐齐哈尔拓威商贸有限公司	加盟合同	捷夫珠宝齐齐哈尔百货大楼	2017.01.01-2017.12.31
21	哈尔滨捷夫	鹤岗市比优特时代广场商贸有限公司	加盟合同	捷夫珠宝鹤岗比优特店	2016.09.08-2017.09.07
22	哈尔滨捷夫	同江市捷夫珠宝店	加盟合同	同江市捷夫珠宝店	2016.10.28-2017.10.27
23	哈尔滨捷夫	哈尔滨市恒音珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝佳木斯新玛特店	2017.06.15-2018.06.14
24	哈尔滨捷夫	哈尔滨市呼兰区鸿瑞珠宝店	加盟合同	捷夫珠宝哈尔滨杉杉奥特莱斯店	2016.09.01-2017.08.31
25	哈尔滨捷夫	哈尔滨市南岗区恒瑞福珠宝店	加盟合同	捷夫珠宝学府凯德店	2016.12.15-2017.12.31
26	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝鸡西新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
27	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝牡丹江新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
28	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝七台河新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
29	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝沈阳万象汇店	2017.06.01-2018.05.31
30	哈尔滨捷夫	哈尔滨红博中央公园鸿福珠宝店	加盟合同	捷夫珠宝红博中央公园店	2016.12.01-2017.12.31
31	捷夫珠宝	哈尔滨市南岗区鸿立金行	加盟合同 (中国黄金)	哈尔滨市南岗区鸿立金行(中国黄金加盟)	2017.01.01-2017.12.31
32	捷夫珠宝	哈尔滨市道里区盛嘉黄金珠宝行	加盟合同 (中国黄金)	哈尔滨市道里区盛嘉黄金珠宝行(中国黄金加盟)	2017.01.01-2017.12.31
33	捷夫珠宝	哈尔滨市南岗区协泰金行	加盟合同 (中国黄金)	哈尔滨市南岗区协泰金行(中国黄金加盟)	2017.01.01-2017.12.31

34	捷夫珠宝	哈尔滨市道外区鸿禧福珠宝店	加盟合同 (中国黄金)	哈尔滨市道外区鸿禧福珠宝店(中国黄金加盟)	2017.01.01-2017.12.31
35	哈尔滨捷夫	哈尔滨市恒音珠宝有限公司	加盟合同 (金一)	佳木斯金一店	2017.01.01-2017.12.31
36	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同 (金一)	秋林金一店	2017.01.01-2017.12.31
37	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同 (金一)	鸡西金一店	2017.01.01-2017.12.31
38	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同 (金一)	牡丹江金一店	2017.01.01-2017.12.31

注：序号为 14 的合同已到期，目前捷夫珠宝已收到品牌续约通知函，双方正在洽谈续约合同，新的续约合同签署前双方仍按原合同执行。

根据捷夫珠宝说明，上述租赁、联营、加盟合同主要是根据实践操作提前一个月进行续约协商。上述协议存在解约或不能续约的风险，但该等风险不大，不会影响捷夫珠宝经营稳定性和持续盈利能力：

(1) 自有品牌

捷夫珠宝自有品牌有较强的议价能力，市场上有较多的备选合作方，近年来捷夫珠宝与各加盟商、联营商场合作良好，相关协议续约正常。某一合作方解约或不能续约对捷夫珠宝经营稳定性和持续盈利能力影响较小。

(2) 中国黄金

目前捷夫珠宝与中国黄金合作良好，预计未来将继续获得中国黄金的授权，并从事中国黄金品牌在黑龙江省的代理业务。

①中国黄金未来若取消对捷夫珠宝的授权，捷夫珠宝仍可以利用已有的渠道资源，开展黄金的加盟业务，经营 Jaff 自有品牌或其他黄金品牌代理的黄金产品。在黄金产品的消费观念上，加盟商以及消费者对黄金的价格会比品牌更敏感，品牌并非加盟商或消费者购买黄金类产品时最看重的因素。

②中国黄金品牌代理业务非捷夫珠宝未来发展的重点。根据捷夫珠宝的开店计划，捷夫珠宝将逐步扩大 Jaff 自有品牌的加盟店，提高 Jaff 自有品牌的收入、利润占比。2016 年以来，捷夫珠宝已经开始将工作重心移到 Jaff 自有品牌上，收入占比和毛利占比均有较大增长。

若中国黄金解约或不能续约，捷夫珠宝将无法继续开展中国黄金品牌加盟批发业务，面临更换黄金加盟品牌或者失去黄金加盟批发业务的风险。因黄金品牌敏感度低，对捷夫珠宝的经营稳定性影响较小。鉴于捷夫珠宝的产品定位和发展规划是集中力量发展 Jaff 品牌，因此，解约或不能续约对捷夫珠宝的持续盈利

能力影响较小。

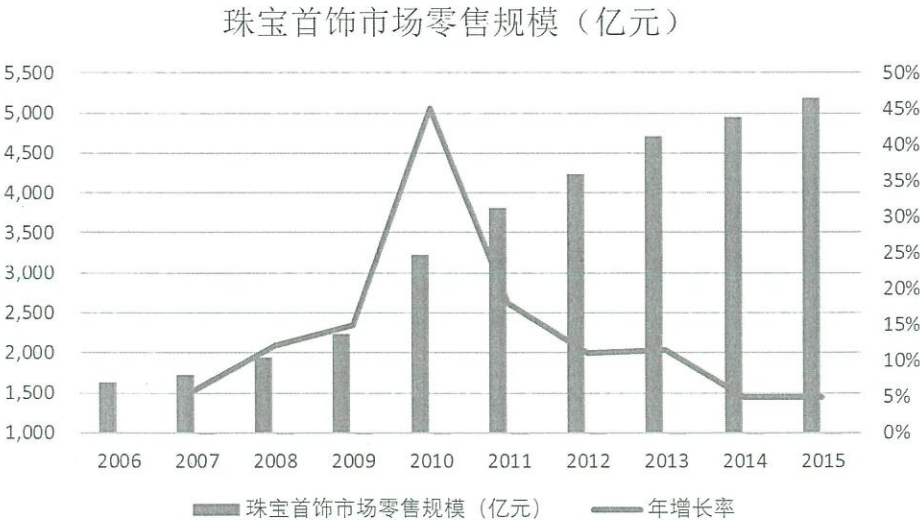
（二）各标的公司主要客户市场需求

1、各标的公司主要客户市场需求情况

各标的公司，均属于黄金珠宝首饰行业。各标的公司中，金艺珠宝主要从事黄金珠宝首饰的加工和销售，其下游客户为珠宝批发零售企业；臻宝通、贵天钻石为批发业务，其下游客户为各个珠宝零售企业或商家；捷夫珠宝业务分为零售和批发，其主要客户为自己的加盟商和终端消费者。四个标的公司虽然业务类型不同，直接客户不同，但是各标的公司主要客户的市场需求情况均由黄金珠宝首饰行业的消费需求决定的。

（1）目前黄金珠宝行业情况

根据珠宝行业协会的数据统计，2014 年，国内珠宝首饰行业整体零售规模接近 5,000 亿元，其中限额以上零售企业金银珠宝零售额达到 2,973 亿元；2015 年，国内珠宝首饰行业整体零售规模为 5,200 亿元，其中限额以上零售企业金银珠宝零售额达到 3,069 亿元，同比增长 7.3%。未来几年，我国的珠宝首饰市场将继续保持较高速增长。市场需求也将日趋多样化，市场将进一步细分，品牌将成为黄金珠宝首饰零售企业与竞争对手拉开差距的关键。2006-2015 年中国珠宝首饰市场零售规模如下图所示：



数据来源：中国珠宝玉石首饰行业协会

珠宝首饰行业集中度低，市场环境不完善，全国目前有数万家珠宝首饰零售企业，大多数企业规模较小，产品同质化严重，甚至存在恶性竞争的情况，市场有待整合。目前国内珠宝首饰业的高端市场主要被卡地亚、宝格丽等国外品牌占

领。中端市场多由国内大型珠宝首饰企业占据。低端市场是竞争最为激烈的市场，多以中小企业和手工作坊为主，价格竞争颇为激烈。随着劳动力成本的提高，价值链底段的企业将逐步被淘汰，转型升级是必由之路。

（2）黄金珠宝消费市场未来发展趋势

从黄金珠宝首饰行业整体规模来看，未来主要有以下发展趋势：

①城市化进程的加速将加大对于黄金珠宝首饰的消费

随着工业化步伐加快，我国城市化水平不断提高。截至 2015 年底，我国城镇常住人口突破 7.7 亿，城镇化率达到 56.1%。与 2000 年相比，城镇化率提高接近 20 个百分点。城市化水平的提高，必将对以城市居民为主要目标消费群体的黄金珠宝首饰零售行业产生有力的推动作用。

②女性消费者购买力提高，将成为黄金珠宝首饰零售行业消费的主力军

随着我国女性在社会和家庭中的地位不断提高，可支配消费资金不断增加，其对珠宝首饰等高档消费品的消费也将大幅度增长，市场潜力巨大。根据经济学人智库（The Economist Intelligence Unit）2014 年发布的调查结果，有 62% 的我国大陆女性受访者称自己共同承担养家糊口的责任。此外，女性在财务方面越来越独立。有 76% 的我国大陆女性受访者称拥有自己的银行账户，48% 的受访者拥有自己的信用卡。女性在很多人们所预期的消费项目上掌控着开支，例如服装配饰、化妆品和珠宝首饰等。

③婚庆市场的发展将带动黄金珠宝首饰零售行业的发展

近些年来我国婚庆市场发展迅速。根据国家民政部的数据显示，2011-2014 年，我国每年结婚登记的人数均在 1,300 万对左右，相比 2006-2010 年增幅较为明显。目前结婚的主力人群为 80 后甚至 90 后，年轻一代对于爱情和婚姻赋予的意义相比 60 后、70 后而言更加神圣和重视，在婚庆相关的花费上也更大。以上两方面因素决定了我国未来几年的黄金珠宝首饰零售行业将有可能继续保持较快增长，未来前景看好。

2、消费环境分析

2013 年，我国珠宝产品零售总额 4700 亿元，较上年增长 12%。据统计，2013 年我国黄金消费达 1200 吨，同比增长超过 20%，其中首饰用金 700 多吨、金条用金 370 多吨、金币用金近 30 吨。2014 年中国珠宝产品零售总额超过 5000 亿元，同比去年增长 6.38%。2015 年中国黄金珠宝首饰零售总额为 5200 亿元，同比去年增长 3.85%。

根据国家统计局公布的数据，自 2006 年以来，中国境内结婚人数开始稳步回升，到 2015 年达到 1,213.4 万对。根据现有数据测算，我国目前婚庆人均消费达到 2820 元，根据中国传统结婚习俗，珠宝首饰类商品为结婚必备品，如果每年有 1200 万对新人结婚，如果按照每对新人珠宝首饰消费 2500 元计算，保守估计将有 300 亿左右的珠宝消费。

目前全国礼品市场潜力巨大，约有 1 万亿元规模，一个值得重视的现象是，随着中国人均 GDP 不断增长超过 4000 美元后，人们会更注重生活的品质。今后节日经济的消费效应将日渐凸显，同时在中国每天都有约数百万人过生日，这既是一种文化，也意味着一个庞大的礼品市场。

随着我国经济的持续发展，人民收入水平不断提高，社会公众储蓄总额也将会越积越多，加之我国正在经历经济转向消费的再平衡过程，消费者整体开支的增长速度很可能将超过整体国内生产总值（GDP）。这意味着，黄金投资需求将有大量的增长空间。

可见各标的公司的市场需求情况较乐观，未来黄金珠宝产品的消费需求将会有很大的增长空间，前景较好。

（三）客户拓展情况

捷夫珠宝

捷夫珠宝的主营业务为黄金珠宝首饰、黄金工艺品的销售和批发，主要客户为各加盟商和终端消费者。捷夫珠宝的业务拓展主要体现在未来门店的增加和产品种类的增加。

捷夫珠宝以打造品牌知名度和影响力为出发点，在维护已有专卖店、联营店、加盟店的基础上，依据自有品牌影响力和多年的珠宝销售经验不断增加各门店数量，扩大销售区域，从而为经营业绩的增长做基础。

目前捷夫珠宝在东北市场影响力逐步提升，珠宝销量逐年稳固增长。在未来的发展计划中，捷夫珠宝将充分依托黑龙江地缘优势及东北区位优势，重塑精准品牌定位，将市场做精、做深、做透，创新构建市场突破点；以东北为发展中心，逐步辐射整个长江以北地区，最后通过华东、华南地区的发展将带动捷夫品牌覆盖全国所有区域。捷夫珠宝通过发展自有品牌，不断提高自有品牌在东北三省的市场知名度及占有率，并于 2016 年第四季度，在哈尔滨周边以及其他县市新发展了 5 个捷夫品牌的优质加盟店。

（四）原材料市场价格波动及下游行业景气度

捷夫珠宝的原材料主要为黄金和钻石。

黄金市场属于全球性市场，其价格主要受黄金投资需求、美元价格、各国央行储备行为等多种因素共同影响，近年来，全球黄金价格波动较大；钻石市场同属于全球性市场，但由于供给垄断的特殊性，全球钻石的价格主要受到钻石毛坯供给及主要钻石供应商如戴比尔斯集团（De Beers）的影响，存在一定的波动。

黄金珠宝首饰的生产批发行业的下游行业是珠宝首饰的零售行业。珠宝首饰的零售行业的产品面对最终消费者，我国巨大的人口基数、人均可支配收入的不断提高、消费升级的影响，保证了黄金制品、珠宝首饰的零售行业拥有广阔且日益扩大的消费群体。黄金制品、珠宝首饰的零售产业规模越大，对黄金制品、珠宝首饰的生产批发行业产品的需求就越大，对整个行业的发展就越有利。近年来，我国黄金珠宝首饰行业持续发展，行业景气度没有较大的波动情形。

（五）市场可比交易案例收入预测情况和本次交易标的资产 2017 年及以后年度收入预测依据及合理性分析

1、市场上近期交易案例

近期，国内 A 股市场的可比交易案例如下：

序号	交易买方	交易标的
1	哈尔滨秋林集团股份有限公司	深圳市金桔莱黄金珠宝首饰有限公司
2	甘肃大冶地质矿业有限责任公司	国鼎黄金
3	甘肃刚泰控股（集团）股份有限公司	广州市优娜宝珠宝首饰有限公司

注：甘肃大冶地质矿业有限责任公司为甘肃刚泰控股（集团）股份有限公司全资子公司

由于甘肃刚泰收购优娜宝珠宝项目为协议收购，未进行评估，甘肃大冶收购国鼎黄金未公布评估说明，故相关数据无法取得。因此，市场可比交易案例收入预测增长率情况如下：

标的名称	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度
深圳市金桔莱黄金珠宝首饰有限公司	6.07%	10.00%	5.80%	5.81%

2、本次交易评估预测的收入预测依据和合理性

本次评估采用企业现金流模型进行预测，公式如下：

企业自由现金流量 = 息税前利润 × (1 - 所得税率) + 折旧及摊销 - 资本性支出 - 营运资金追加额

其中，息税前利润 = 主营业务收入 - 主营业务成本 - 主营业务税金及附加 + 其它业务利润 - 期间费用(管理费用、销售费用)

对以上公式中各项主要数据的预测如下所述：

（1）主营业务收入

根据标的公司报告期主营业务收入数据，分析产品构成、增长情况，结合企业经营计划，考虑市场竞争因素，预测未来主营业务收入。具体预测过程见下文“营业收入预测的合理性分析”。

（2）主营业务成本

分析报告期毛利率变动情况，结合产品结构，考虑竞争情况，预测未来分产品毛利率水平，并计算得出主营业务成本。

有关毛利率的合理性分析见反馈意见 23 回复。

（3）销售费用和管理费用

评估师根据报告期销售费用、管理费用核算内容，分析其构成及性质，结合企业经营计划，分别预测：

①对于销售及管理人員工资及社保的预测，主要参考各标的公司历史年度人均工资水平及增长情况结合未来年度人员招聘计划来预测；

②对于租金、物业费评估师结合企业已签定的租赁合同及当地租赁费上涨比例（5%的房租增长率）进行测算；

③对于折旧费用的预测，参考基准日固定资产水平及企业未来固定资产和各项摊销支出的投资计划，并结合企业的折旧及摊销政策进行预测；

④对于办公费、招待费、业务费等费用，分析历史年度情况结合收入增长率，确定以后年度按一定的增长比例预测。

有关期间费用的合理性分析见反馈意见 24 回复。

由以上预测情况可以看出，息税前利润的增长主要由主营业务收入的增长决定。有关各标的公司的息税前利润、承诺业绩和主营业务收入预测情况和合理性分析如下：

捷夫珠宝的业绩承诺可实现性及保障措施

（1）息税前利润、业绩承诺和主营业务收入预测的情况

根据《资产评估报告》中预测期净利润预测数、《资产购买协议》、《业绩补偿协议》等，捷夫珠宝承诺净利润、 $EBIT \times (1-T)$ 、营业收入、营业收入增长率如下表所示：

单位：万元

项目	2016 年 10-12 月	2017 年	2018 年	2019 年	2020 年	2021 年
承诺净利润	1,898.54	7,300.00	8,100.00	8,800.00	-	-
EBIT* (1-T)	2,205.09	8,525.87	9,420.21	10,235.33	10,916.93	11,448.15
营业收入	22,482.77	92,909.38	100,605.47	108,523.44	114,378.31	118,530.99
营业收入增长率	15.1%	14.6%	8.3%	7.9%	5.4%	3.6%

捷夫珠宝承诺业绩金额的可完成性主要取决与其营业收入预测的完成。

(2) 营业收入预测的合理性

捷夫珠宝多年来一直致力于时尚、高端珠宝饰品的销售，在东北地区形成了一定的品牌影响力。捷夫珠宝 2015 年发展中国黄金加盟商后，黄金加盟批发业务快速增长。在黄金珠宝首饰的业务经营中，捷夫珠宝紧跟市场形式变化，随着“Jaff”品牌价值体现，调整了销售产品结构，重点发展自营品牌的镶嵌类珠宝首饰产品，主要目标为年轻人群及国内发展较快的婚庆市场。捷夫珠宝在 2014 年、2015 年和 2016 年分别实现净利润 396.18 万元、2,860.45 万元和 6,611.14 万元，报告期内业绩增幅较快。

捷夫珠宝 2015 年和 2016 年实现的收入增长率分别为 95.42%、18.74%，评估师根据企业主要业务及经营计划，结合行业情况，谨慎预测 2017 年至 2021 年主营业务收入增长率分别为 14.59%、8.28%、7.88%、5.40%、3.63%，收入增长率预测较为合理。

(3) 捷夫珠宝完成营业收入增长的保障措施

①2016 年年度业绩承诺已经完成

按照本次评估对息前税后利润的计算方式测算得到 2016 年实际完成息前税后利润为 6,857.73 万元(包括 2016 年 1-9 月份实际发生的净利润 4,601.46 万元)，本次评估预测的 2016 年息前税后利润为 6,806.55 万元(包括 2016 年 1-9 月份实际发生的净利润 4,601.46 万元)，完成率为 100.75%。

②积极拓展业务，树立品牌形象

捷夫珠宝在保持老客户稳定的基础上，积极开发新的客户，并通过品牌推广、新的店面设计等树立品牌形象，保障业绩的不断增长。

A、线上宣传、线下服务：积极开展线上业务，利用线上扩大知名度和吸引更多的消费者，推广品牌知名度，线下店面体验实现销售。通过建立 CRM 客户关系管理系统，分析客户消费需求，为客户订制专属产品；

B、统一广告形象，举办专场活动：在各大商场、机场路、火车站等地标性建筑处竖立捷夫珠宝广告牌；与国际铂金协会举办“珍惜铂金、珍惜你”系列活动，在报刊、微博、微信公众号等媒体渠道投放广告；

C、2016年10月1日至2017年5月31日，捷夫珠宝新增8家加盟店，并续签了联营、加盟框架合同，新开设8家加盟店的具体如下：

序号	合同主体	客户名称	合同类型	店铺名称	合同有效期
1	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝鸡西新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
2	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝牡丹江新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
3	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	捷夫珠宝七台河新玛特店	2016.12.01-2017.12.31
4	哈尔滨捷夫	哈尔滨红博中央公园鸿福珠宝店	加盟合同	捷夫珠宝红博中央公园店	2016.12.01-2017.12.31
5	哈尔滨捷夫	哈尔滨市恒音珠宝有限公司	加盟合同	佳木斯金一店	2017.01.01-2017.12.31
6	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	秋林金一店	2017.01.01-2017.12.31
7	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	鸡西金一店	2017.01.01-2017.12.31
8	哈尔滨捷夫	黑龙江亨迪珠宝有限公司	加盟合同	牡丹江金一店	2017.01.01-2017.12.31

③将市场定位为珠宝市场情感消费者领导品牌，从婚庆消费市场等逐渐扩大至整个情感消费市场

捷夫珠宝致力于镶嵌类产品的品牌理念营销，针对新时代、新女性，倡导以时尚、情感为核心的消费理念，主打情亲、友情、爱情，赋予珠宝饰品更多的情感含义，进而从单纯婚庆消费市场等逐渐扩大至整个情感消费市场，扩大市场份额。

④提高运营管理水平

根据业务发展需要，捷夫珠宝不断引进人才，定期聘请专家进行知识、技能、服务方面的培训和讲座，提高运营团队水平。

综上，通过以上措施，捷夫珠宝的业绩承诺具有可实现性。

3、与近期可比案例对比分析本次交易收入预测合理性

本次评估预测，对捷夫珠宝收入的预测主要依据各公司的历史收入情况，并考虑了前述各标的公司的在手合同或订单、主要客户市场需求及客户拓展情况、原材料市场价格波动及下游行业景气度、市场可比交易案例收入预测等。

与金桔莱的并购情况来看，本次交易的捷夫珠宝与金桔莱从事的业务差异较大，因此可比性不大。

二、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：

1、捷夫珠宝收入的预测主要依据公司的历史收入情况，并考虑了捷夫珠宝的在手合同或订单、主要客户市场需求及客户拓展情况、原材料市场价格波动及下游行业景气度、市场可比交易案例收入预测等。经分析，捷夫珠宝未来收入预测合理。捷夫珠宝的相关费用均是以收入的预测为基础进行分析测算的，收入的预测与相关费用的预测是匹配的。

2、由于细分行业的不同，导致收入增长率存在差异。同时又由于各标的公司自身发展阶段不同、销售方式不同、核心竞争力及优势不同、保障收入实现的具体措施不同，导致收入增长率存在差异，这种差异体现的各个标的公司的发展特点，这种差异是合理的。

问题 35.请独立财务顾问和会计师对金艺珠宝、捷夫珠宝、臻宝通和贵天钻石报告期业绩真实性进行专项核查并发表明确意见，包括但不限于主要客户及供应商情况、终端销售实现情况、资金流向、收入成本确认、毛利率、期间费用、应收账款、存货等。请独立财务顾问和会计师提供上述专项核查报告，并在重组报告书披露其核查范围、主要核查手段及核查结论。

【反馈意见 35 回复】

一、标的资产报告期业绩真实性专项核查情况

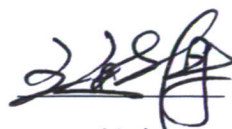
会计师就捷夫珠宝在 2015 年、2016 年的主要客户及供应商情况、终端销售实现情况、资金流向情况、收入成本确认情况、毛利率情况、期间费用情况、应收账款、存货情况等进行了专项对比核查，核查情况参见中介机构出具的《专项核查报告》。

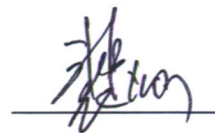
二、中介机构核查意见

经核查，会计师认为，通过实施有效的核查程序，核查范围充分，依据核查程序及获取的相关证据，捷夫珠宝报告期内已核查的业绩具有真实性。

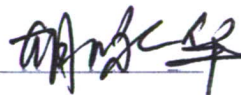
（此页无正文，为大信会计师事务所（特殊普通合伙）关于北京金一文化发展股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易的反馈意见回复报告之签字盖章页）

经办注册会计师（签字）：


王敏康


裴灿

会计师事务所负责人（签字）：


胡咏华

大信会计师事务所（特殊普通合伙）



（公章）

2017年6月25日