

深圳齐心集团股份有限公司

关于 2016 年年报问询函的回复

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。

深圳齐心集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2017 年 3 月 22 日收到深圳证券交易所下发的《关于对深圳齐心集团股份有限公司 2016 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2017】第 15 号），现就《问询函》中的有关问题回复说明公告如下：

一、报告期内，你公司 SaaS 业务收入 2.28 亿元，同比增长 710.13%；净利润 9,621.19 万元，同比增长 402.18%。请结合 SaaS 业务的盈利模式、市场竞争等补充披露你公司 SaaS 业务收入及业绩大幅上升的具体原因。

回复：

报告期内，公司 SaaS 业务收入 2.28 亿元，同比增长 710.13%；净利润 9,621.19 万元，同比增长 402.18%，原因如下：

（一）SaaS 业务的盈利模式

1、SaaS 全称为 Software-as-a-service，意为软件即服务，是一种用户通过互联网即可向软件服务提供商订购所需软件并根据订购的软件服务多少和时长支付相应费用的服务。随着互联网技术的发展和应用程序的成熟，提供软件的模式厂商通过 Internet 将其所拥有的应用程序统一部署在自己的服务器上，用户根据自己的实际需求，通过 Internet 向厂商订购所需的应用软件服务并支付相应费用以获得厂商提供的软件服务。用户向提供商租用基于 Web 的软件来管理企业经营活动，不用再购买软件也无需对软件进行维护，服务提供商会全权管理和维护软件；软件厂商在向客户提供互联网应用的同时，也提供软件的离线操作和本地数据存储，让用户随时随地都可以使用其订购的软件和服务。对于许多小

型企业来说，SaaS 是采用先进技术的最好途径，它消除了企业购买、构建和维护基础设施和应用程序所需支出。

2、SaaS 业务是对以往企业服务的一种升级：首先，企业通过云服务的方式可以缩短实施周期，降低运维成本，满足移动办公的需求，提升经营效率；其次，企业降低对 IT 部门的依赖，运维服务、安全备份、软件升级等由 SaaS 服务商负责；最后，对 SaaS 服务商来说，可以按次数/包月/包年收费，业务可持续性更好，通过融合其他办公功能，进而成为企业平台入口。

（二）公司 SaaS 业务的竞争优势

根据易观数据，中国企业级 SaaS 市场规模 2016 年将达到 331.70 亿元，同比增长 66.40%；同时 SaaS 市场在云计算扶持政策、市场内生需求增长、欧美成熟产品借鉴的支撑下，有望保持持续高速增长。

报告期内，公司围绕“硬件+软件+服务”的发展战略，SaaS 互联网软件服务业务内生外延发展，2016 年，公司布局的杭州麦苗 SaaS 互联网业务，依托阿里巴巴生态圈的影响力，淘宝/天猫直通车软件优化服务的第一品牌“省油宝”，实现销售收入 6,271.37 万元，实现净利润 3,815.37 万元（扣非前），相对于 2015 年收入增长 3,461.66 万元，净利润增长 1,899.50 万元。2016 年 4 月，通过受让银澎云 100% 股权，进一步增强公司的 SaaS 服务能力，为持续拓展企业级 SaaS 市场蓝海打好基础，丰富了公司 SaaS 业务布局。银澎云依托云视频会议知名品牌“好视通”，采用 SaaS 模式，在大并发技术、QOS 稳定传输技术、视频增益音频降噪等技术、跨平台兼容性上具有竞争优势。2016 年度银澎云自股权购买日至报告期末实现销售收入 16,519.74 万元、净利润 5,805.82 万元（扣非前）。其依托行业知名品牌“好视通”，为客户提供高效、便捷、低成本的云视频会议 SaaS 服务，实现客户随时、随地，任意网络、任意设备，全终端接入，客户通过内容共享的音视频协作产品达到远程管理的目的。

综上，由于 SaaS 业务本身的行业优势以及公司 SaaS 业务的竞争优势和银澎云纳入合并范围，公司 SaaS 业务收入 2.28 亿元，同比增长 710.13%；净利润 9,621.19 万元，同比增长 402.18%。

二、报告期内，你公司母公司净利润实现盈利 490.19 万元，而去年亏损

4,710.27 万元。请结合行业周期波动、市场供求情况、竞争对手、成本变动情况等补充披露母公司业绩变动的具体原因。

回复：

母公司业绩变动的具体原因如下：

（一）办公用品行业发展趋势

(1) 办公用品消费趋于品牌化、个性化、高端化

办公用品在日常工作中使用频繁，随着居民收入水平的提高和消费观念的提升，消费者更倾向于选购产品质量、设计水平、终端形象、用户美誉度等方面表现优秀的品牌产品。品牌是企业产品质量、特征、性能、用途等级的概括，凝聚了企业的风格、精神和信誉，会广泛地影响消费者的购买行为。目前年轻的办公一族更青睐于创意化、个性化、时尚化的文具，这类文具往往具备独特的创意化的设计、外观新颖时尚、色彩艳丽，能满足基本的功能性需求，也大大提升消费者的用户体验。同时，在绘图、财务、设计及礼品等领域，专业的高端文具消费群体在不断增加，专业性强、品质佳、价值较高的高端办公用品逐渐成为推动办公用品消费的新亮点。

(2) 企业级客户的办公采购需求向电商化、集中化、集成化方向发展

伴随着互联网经济的深入发展，企业级客户的办公采购需求也发生了深刻的变化：一是办公采购行为向电商化、集中化、集成化方向发展；二是办公需求向移动化、智能化、平台化、社交化方向发展；三是从单一的产品采购向服务升级，一站式服务采购成为企业客户的最终需求。

（二）办公用品市场需求呈增长趋势

2016年度办公用品、办公设备容量进一步扩大，依据中国文教体育用品协会对文教体育用品行业主营业务收入统计数据，自2012年至2016年营业收入从2078.37亿元增长到3566.66亿元，说明市场需求旺盛。同行业晨光文具、广博股份销售额也呈增长趋势。

（三）公司办公用品销售策略和营销模式变化

2015年初公司全面启动以用户需求为导向的集成大办公服务，顺应办公用品行业发展趋势以及企业级客户采购需求变化的发展方向，公司搭建了多渠道办公用品电商服务平台，实现了在线电商平台与线下渠道相结合的营销模式。

在产品供应方面，加大了代理品牌销售推广力度，由以销售齐心品牌产品为主，逐步转为以客户需求为导向的多品牌产品销售模式，实现了多品牌集成供应的大办公电商服务平台。通过两年的发展，公司电商化、集中化、集成化的供应模式能更好的满足客户需求。2016年度母公司销售额增长了44.32%，毛利率提升1.18个百分点。母公司主营业务销售毛利额增长了59.42%。

在市场推广和品牌建设方面，公司为了提升公司品牌效应，加快推进公司从办公用品品牌向消费者品牌转化，提升公司行业形象和客户知名度。2015年度公司市场费用支出达5,672.63万元，在完成阶段性的市场推广和品牌建设后，2016年度公司选择与公司产品和市场契合度高、费用投放综合效益好的互联网广告和终端市场，2016年公司市场费用支出3,443.18万元，市场费用支出明显节约。

综上，公司根据办公用品市场发展趋势调整自身战略，适应市场需求，2016年度母公司一方面销售模式转型成功，另一方面大额广告费支出减少，故实现了扭亏为盈。

三、本报告期，公司主要产品办公设备毛利率为5.10%，比上年同期下降4个百分点；互联网SaaS软件及服务毛利率为76%，比上年同期下降24个百分点。请结合同行业公司情况、产品价格、成本等因素补充披露公司上述产品毛利率下滑的具体原因，说明其对公司业绩的影响及你公司后续拟采取的应对措施。

回复：

（一）报告期内公司主要产品办公设备毛利率下降主要原因如下：

报告期内，公司办公设备营业收入增长主要来源公司控股子公司齐心乐购代理联想电脑等IT设备销售额的增长，2016年公司代理IT设备销售额增长99,420.28万元，齐心乐购通过其自身B2B电商平台及IT设备的垂直销售渠道发展业务，以高周转、低毛率的营销模式赚取合理的利润，2016年此业务模块毛利率约为1%，由于报告期内代理IT设备销售额占公司办公设备总销售比例增加，代理IT设备毛利率相对其他办公设备毛利率较低，因此造成公司办公设备综合毛利率下降约4%。2016年各季度办公设备毛利率情况如下：

单位：万元

| 项目 | | 2016年1季度 | | 2016年2季度 | | 2016年3季度 | | 2016年4季度 | |
|--------|--------------|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| | | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 |
| 毛利变动分析 | 办公用品、办公设备 | 6,296.08 | 14.85% | 8,592.21 | 15.84% | 7,301.22 | 10.06% | 10,429.61 | 11.04% |
| | 互联网SAAS软件及服务 | 1,115.80 | 100% | 3,380.66 | 68.60% | 4,336.11 | 68.19% | 8,466.98 | 81.51% |
| | 合计 | 7,411.88 | 17.03% | 11,972.87 | 20.23% | 11,637.33 | 14.74% | 18,896.59 | 18.02% |
| | 其中：代理IT设备 | 191.17 | 1.51% | 297.86 | 1.98% | 423.25 | 1.22% | 259.14 | 0.48% |

代理 IT 设备产品的销售是公司拓展办公设备产品线的一个有效补充，通过该产品扩大了客户粘性，增加为客户服务的范围，公司利用该产品线本身高周转、低毛率营销模式赚取合理的利润，对公司的未来经营带来更积极的影响。

(二) 报告期内互联网 SaaS 软件及服务毛利率较去年同期下降，主要原因如下：

1、2015年，公司SaaS软件及服务业务收入均来源于子公司杭州麦苗。杭州麦苗主营业务为提供互联网营销的SaaS软件服务，为阿里巴巴生态圈内的商家提供淘宝/天猫直通车搜索优化服务，提升营销效果。客户通过支付宝以包年/包月等方式购买软件服务及支付款项，公司在软件服务提供期间根据购买金额按直线法分摊确认收入，即客户一次性支付软件购买金额，按客户在线使用软件时间分期确认收入。该SaaS软件属于杭州麦苗自有研发产品，其研发支出未进行资本化处理，均在发生当期计入管理费用中的研发费用，本期发生的新产品研发支出及对已有软件的升级支出均计入当期费用核算，因此杭州麦苗2015年度、2016年度SaaS软件及服务业务毛利率均为100%。

2、2016年公司收购银澎云子公司，虽然银澎云子公司业务也属于互联网SaaS业务，但其业务模式与产品成本构成与杭州麦苗有所不同。云视频会议业务为银澎云计算的核心业务，业务开展依托行业知名的“好视通”品牌，为客户提供高效、便捷、低成本的云视频会议SaaS服务及相关产品，具体包括SaaS软件产品以及配套硬件。配套硬件主要指会议用的镜头、麦克风、音响、视频会议一体化终端等电子产品，银澎云计算在推广SaaS时同时会给客户推荐其自有品牌的终端硬件，由于其硬件与其软件的匹配度好，客户同时使用其软件和硬件，将省去繁琐的调试工作。因此银澎云业务模式上就会存在硬件与软件的成本，在账面上体现在营业成本科目，2016年度银澎云主营业务毛利率为66.76%。

综上所述，2016年公司互联网SaaS软件及服务综合毛利率为76%，较上年同期下降24个百分点属于行业的特点影响，由于公司麦苗与银澎云两块SaaS业务的业务模式及成本构成不同，其毛利率存在差异，报告期内公司SaaS业务合并后的综合毛利率下降24%，是正常合理的。

四、你公司 2016 年经营活动产生的现金流量净额为 3.68 亿元，同比增长 1,011.55%。请结合公司的经营模式、收入确认原则、应收账款信用政策等补充披露经营活动产生的现金流量净额发生较大变化的原因及合理性。

回复：

报告期内公司2016年经营活动产生的现金流量净额为3.68亿元，同比增长1,011.55%。主要原因如下：

（一）报告期内公司办公用品、办公设备经营活动产生的现金流量净额较上年同期增长33,998.12万元，增长比例为576.71%，同时公司加大集成供应模式的管理力度，在供应商采购环节，加大采用银行票据结算方式支付供应商货款的比例，有效改善了运营现金流。

（二）报告期内公司SaaS业务模块杭州麦苗经营活动现金流量净额较上年同期增加1,821.05万元，银澎云2016年5月的纳入合并范围对报告期内公司经营活动现金流量净额增加4,970.23万元。

（三）结合公司的经营模式、收入确认原则、应收账款信用政策等具体原因说明如下：

1、公司经营模式

（1）办公用品、办公设备经营模式

公司通过多年持续发展，已发展为综合办公用品集成供应商。公司构建了电商平台，拓展了京东与淘宝等电商渠道，搭建了外销渠道，通过为客户提供办公设备、电子文具、书写工具、纸品本册、文管用品、办公文具、商务用纸、IT打印耗材、电脑外设、个人用品、学生用品等13大类30,000多个单品，为客户提供集成办公用品、办公设备服务。

（2）SaaS 业务版块经营模式

SaaS 业务通过按次数/包月/包年的方式收取服务费，业务可持续性更好，

报告期内杭州麦苗核心产品“省油宝”，实现广告自动投放，为客户节省成本，精准提高营销效率，主打产品“云车手”，以人工服务（即“车手”）+自动引擎优化模式，实现客户广告投放产出效益最大化。银澎云计算，依托行业知名品牌“好视通”，为客户提供高效、便捷、低成本的云视频会议 SaaS 服务，实现客户随时、随地，任意网络、任意设备，全终端接入，客户通过内容共享的音视频协作产品达到远程管理的目的。

2、公司收入确认原则：

（1）商品销售收入

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给买方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

根据公司的业务类型，公司收入分为两大类：办公用品及设备销售和互联网 SaaS 软件及服务。在与销售商品和提供劳务相关的风险和报酬都已经转移，没有继续管理权，同时收入金额能够可靠确定并且预计收入金额可以收回，方可确认收入。因为业务的时点有所不同，具体如下：

①办公用品及设备销售确认收入

办公用品及设备销售分为内销和外销：内销模式下，公司销售的各类商品，在货物发给客户于客户收到货物后，确认销售收入；外销模式下，公司以各类商品在实际报关离境时确认收入。

②互联网 SaaS 软件及服务

公司销售的 SaaS 软件以及提供的后续服务，在软件服务提供期间根据购买金额按直线法分摊确认收入。

（2）提供劳务收入

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的劳务收入。劳务交易的完工进度按已完工作的测量确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；

④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

本公司与其他企业签订的合同或协议包括销售商品和提供劳务时，如销售商品部分和提供劳务部分能够区分并单独计量的，将销售商品部分和提供劳务部分分别处理；如销售商品部分和提供劳务部分不能够区分，或虽能区分但不能够单独计量的，将该合同全部作为销售商品处理。

（3）使用费收入

根据有关合同或协议，按权责发生制确认收入。

（4）利息收入

按照他人使用本公司货币资金的时间和实际利率计算确定

3、公司经营活动现金流改善分析：

报告期内，公司电商服务平台的推出较好的解决了原有线下客户的一些痛点，主要体现在以下方面：

（1）订单的处理更加高效、便捷，通过传统方式下单，订单的确认及备货需要一定时间，然后才能安排发货，而通过电商平台，可即时确认并选择最近的仓库及时发货；

（2）有效降低了客户信息沟通方面的成本，通过B2B电商平台，客户可及时了解公司产品上线信息，库存信息，最新促销信息，订单的配送信息等；

（3）通过电商平台，公司降低了传统线下渠道的推广成本，同时通过规模采购，可以以更低的价格实现销售；

（4）一站式采购，公司根据客户需求，不断扩大非齐心品类的集成，客户可便捷的采购到所需要相关产品。

报告期内公司持续完善齐心大办公电商平台功能，提升客户体验，积极拓展销售渠道，快速提升业务规模，初步实现了对超大型客户（API客户）、合约客户、渠道商客户的电子商务采购功能，平台上线后沟通更顺畅，客户结算账期缩短，客户在平台上线上实时采购货款支付比例增加。报告期内公司办公用品、办公设备经营活动产生的现金流量净额较上年同期增长33,998.12万元，增长比例

为576.71%，同时公司加大集成供应模式的管理力度，在供应商采购环节，加大采用银行票据结算方式支付供应商货款的比例，有效改善了运营现金流。

报告期内公司SaaS业务模块，客户按订单后预付货款，公司按照提供的服务分期确认收入与应收账款。杭州麦苗经营活动现金流量净额较上年同期增加1,821.05万元，银澎云2016年5月的纳入合并范围对报告期内公司经营活动现金流量净额增加4,970.23万元。

综上所述，公司2016年营业收入的大幅增长及加大了银行票据用于采购结算，故经营活动产生的现金流量净额较上年同比增长1,011.55%。

五、本报告期，你公司分季度的营业收入分别为4.35亿元、5.92亿元、7.90亿元和10.48亿元，归属于上市公司股东的净利润分别为794.22万元、3,871.81万元、2,008.60万元和3,814.51万元，各季度业绩不均衡，请对以下事项做出补充披露：

(1) 结合公司主营业务产品业务构成、销售周期等补充披露四个季度销售收入波动的原因及合理性；

(2) 第二季度销售毛利率、销售净利率高于其他季度的原因。

回复：

(一) 公司主营业务产品业务构成、销售周期等补充披露四个季度销售收入波动的原因及合理性：

公司2016年度分季度主要财务指标：

单位：万元

| 项目 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| 营业收入 | 43,511.70 | 59,174.97 | 78,963.75 | 104,845.90 |
| 归属于上市公司股东的净利润 | 794.22 | 3,871.81 | 2,008.60 | 3,814.51 |
| 归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润 | 719.12 | 3,347.11 | 1,758.39 | 2,920.20 |

1、2015年初,公司全面启动以用户需求为导向的集成大办公服务,公司搭建了多渠道办公用品电商服务平台,实现了在线电商平台与线下渠道相结合的营销模式。在产品供应方面,加大了代理品牌销售推广力度,由以销售齐心品牌产品

为主，逐步转为以客户需求为导向的多品牌产品销售模式，实现了多品牌集成供应的大办公电商服务平台，为最终实现 O2O 的互联网商业模式，构建更为全面的大办公服务平台打下了良好的基础。2016 年公司已初步形成了电商化、集中化、集成化的一站式供应模式。

2、2016 年 4 月公司收购银澎云子公司，银澎云子公司实现了年度目标利润，对公司报告期内第二、三、四季度的收入增长及净利润提升有较大的影响。

3、2015 年 4 月份收购的子公司杭州麦苗网络技术有限公司，营业收入报告期较去年同期增长 123.20%。

4、每年第四季度属于公司办公用品及办公设备传统销售旺季，不包括新增子公司杭州麦苗、深圳银澎云销售额，2012 年至 2016 年各年度第四季度办公用品及办公设备销售额占该年度公司主营业务收入比重分别为 29.74%、36.19%、32.69%、33.24%、36.1%，第四季度也属于公司销售回款相对较高的季度。

2016 年，公司围绕发展战略，持续在 SaaS 细分领域布局及公司传统销售旺季等诸多原因的影响，公司归属于上市公司股东的净利润、归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润、经营活动产生的现金流量净额出现了较大的波动，第四季度销售额相对前三个季度有较大幅度的增长。

(二) 第二季度销售毛利率、销售净利率高于其他季度的原因：

表一 2016 年度分季度销售占比情况表

单位：万元

| 项目 | 2016年1季度 | | 2016年2季度 | | 2016年3季度 | | 2016年4季度 | | |
|--------|----------------|-----------|----------|-----------|----------|-----------|----------|------------|---------|
| | 销售额 | 占比 | 销售额 | 占比 | 销售额 | 占比 | 销售额 | 占比 | |
| 销售占比分析 | 办公用品、办公设备 | 42,395.91 | 97.44% | 54,246.76 | 91.67% | 72,604.57 | 91.95% | 94,457.97 | 90.09% |
| | 互联网 SAAS 软件及服务 | 1,115.80 | 2.56% | 4,928.21 | 8.33% | 6,359.18 | 8.05% | 10,387.92 | 9.91% |
| | 合计 | 43,511.70 | 100.00% | 59,174.97 | 100.00% | 78,963.75 | 100.00% | 104,845.90 | 100.00% |
| | 其中：代理 IT 设备 | 12,679.64 | 29.14% | 15,017.10 | 25.38% | 34,562.54 | 43.77% | 53,989.02 | 51.49% |

表二、2016 年度分季度分产品销售毛利及毛利率情况表 单位：万元

| 项目 | | 2016年1季度 | | 2016年2季度 | | 2016年3季度 | | 2016年4季度 | |
|--------|--------------|----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|
| | | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 | 毛利额 | 毛利率 |
| 毛利变动分析 | 办公用品、办公设备 | 6,296.08 | 14.85% | 8,592.21 | 15.84% | 7,301.22 | 10.06% | 10,429.61 | 11.04% |
| | 互联网SAAS软件及服务 | 1,115.80 | 100% | 3,380.66 | 68.60% | 4,336.11 | 68.19% | 8,466.98 | 81.51% |
| | 合计 | 7,411.88 | 17.03% | 11,972.87 | 20.23% | 11,637.33 | 14.74% | 18,896.59 | 18.02% |
| | 其中：代理IT设备 | 191.17 | 1.51% | 297.86 | 1.98% | 423.25 | 1.22% | 259.14 | 0.48% |

1、公司代理 IT 设备业务是各季度毛利率变化的主要因素，具体原因详见本问询函第三项（一）的原因分析；

2、从表一可知，公司代理 IT 设备销售额占比第 1 至 4 季度分别为 29.14%、25.38%、43.77%、51.49%；从表二可以看出公司代理 IT 设备第 1 至 4 季度毛利率分别是 1.51%、1.98%、1.22%、0.48%，由于代理 IT 设备相对公司其他办公用品、办公设备销售毛利率低很多，因此代理 IT 设备销售额占比的变动对各季度综合毛利率的影响较大。

3、2016 年 4 月份公司收购银澎云子公司，SaaS 业务销售毛利额增加，由于 SaaS 业务相对公司传统办公用品、办公设备业务毛利率高很多，因此一定程度上拉升了公司综合销售毛利率。

上述原因是影响公司 2016 年 2 季度销售毛利率和销售净利率高于其他季度的主要原因，另外 2 季度收到的计入损益的政府补助相对其他季度高也是影响 2 季度销售净利率高于其他季度的原因之一。

六、公司分产品披露的上年年末的库存量加上本年的生产量减去本年的销售量的结果与本年末的库存量不一致，期末实际库存量与理论库存数存在差异。请补充披露差异的原因。

回复：

公司 2016 年年报全文披露的各产品的产销存量金额情况

| 行业分类 | 项目 | 单位 | 2016 年 | 2015 年 | 同比增减 |
|----------------|-----|----|------------|------------|---------|
| 文具及办公用品、办公设备 | 销售量 | 万元 | 263,734.03 | 155,379.95 | 69.73% |
| | 生产量 | 万元 | 228,136.93 | 136,548.41 | 67.07% |
| | 库存量 | 万元 | 20,275.18 | 23,253.54 | -12.81% |
| 互联网 SAAS 软件及服务 | 销售量 | 万元 | 22,762.29 | 2,809.71 | 710.13% |
| | 生产量 | 万元 | 6,198.38 | - | 100.00% |

| | | | | | |
|--|-----|----|--------|---|---------|
| | 库存量 | 万元 | 736.01 | - | 100.00% |
|--|-----|----|--------|---|---------|

1、上表中填列“销售量”为公司年报披露的利润表项目中“营业收入”的金额；

2、报告期内按照行业项目披露的销售量、生产量与库存量三者之间的勾稽关系为上年年末库存量加上本年的生产量减去本年的库存量等于本年度公司的主营业务成本的金额。即：23,253.54（年初存量）+（228,136.93+6,198.38）（本年生产量）-（20,275.18+736.01）（年末存量）=236,577.66万元（本年销量），236,577.66万元为公司年报披露的利润表项目中“营业成本”的金额。

因此公司期末实际库存量与理论库存数不存在差异。

七、报告期内，你公司营业收入同比增长81%，销售费用同比增长5.56%。请结合公司发展战略、销售策略、销售费用具体项目等补充披露销售费用与营业收入增长不一致的原因。

回复：

（一）报告期内公司营业收入的增长主要原因如下：

单位：万元

| 产品 | 2016年度 | 2015年度 | 增长额 | 增长率 |
|--------------|------------|------------|------------|---------|
| 办公用品 | 98,419.94 | 78,297.26 | 20,122.67 | 25.70% |
| 办公设备 | 162,824.85 | 74,715.56 | 88,109.29 | 117.93% |
| 互联网SAAS软件及服务 | 22,762.29 | 2,809.71 | 19,952.57 | 710.13% |
| 其他业务收入 | 2,489.25 | 2,367.13 | 122.12 | 5.16% |
| 小计 | 286,496.32 | 158,189.66 | 128,306.66 | 81.11% |

报告期内，公司围绕“夯实主业、打造平台、布局生态”的经营战略，办公用品、办公设备销售业务依托自主搭建的电商服务平台，持续优化产品的集成度，为客户提供自有品牌及代理品牌产品集成服务，客户服务能力持续增加。公司借助电商服务平台的优势，有效进行渠道开拓，不断提升互联网新兴渠道的销售能力，在产品环节加大产品研发及新品上市节奏，在销售环节，不断开拓新的客户，提高了销售贡献率。随着公司大办公电商平台的持续优化，客户体验的逐步提升，随着产品力、渠道力持续的增强，公司销售业绩稳步增长，公司品牌在客户群体中的美誉度不断提升。主营业务收入增长主要来源于以下几个方面：

1、办公设备销售的增长。2016年度公司办公设备销售较上年增长117.93%，

办公设备的增长主要来源代理 IT 设备销售额的增长，公司通过 B2B 电商平台和 IT 设备销售的垂直销售渠道，以高周转、低毛率的营销模式赚取合理的利润，报告期内 IT 设备销售额为 116,248.31 万元，增长幅度为 590.80%。

2、办公用品业务销售的增长。2016 年度公司办公用品业务较上年增长 25.7%，主要因为公司通过营销模式成功转型和加快新产品推广上市的策略，实现了办公用品销售额稳步增长，具体原因详见本问询函第二项回复。

3、公司 SaaS 业务销售额的增长。2016 年度公司 SaaS 业务较上年增长 710.13%，一方面由于 2016 年 4 月份收购银澎云子公司将其纳入合并范围，另一方面由于杭州麦苗本年销售额实现大幅增长，具体原因请详见本问询函第一项（二）分析。

综上所述，公司本年销售收入较上年同期增长较多，增幅达 81%。

（二）报告期内公司销售费用的增长主要原因如下：

1、公司 2016 年 4 月份收购深圳银澎云计算有限公司，5 月纳入合并范围，较去年同期比较，新增银澎云子公司销售费用为 2,616.22 万元；

2、公司 2016 年新成立子公司深圳齐采科技有限公司新增销售费用为 556.43 万元；

3、公司 2015 年收购杭州麦苗网络技术有限公司，2015 年 5 月纳入合并范围，2016 年较 2015 年销售费用增加 177.12 万元；

4、报告期内央视投放的广告费本年初摊销完毕，较上年同期减少 2,229.45 万元；由于公司逐步转变为电商销售模式，有效节约了人工成本和线下推广费用，因此在公司办公用品、办公设备业务销售额实现大幅增长的情况下，销售费用得到了有效控制，实现了公司营销模式转型的经济效益目的。

综上所述，公司本年销售费用较上年同期增长 1,120.32 万元，增长比例 5.56%。

综合（一）和（二）所述，公司营业收入同比增长 81%，而销售费用同比增长 5.56%，与公司实际情况相符，是合理的。

八、报告期内，其他综合收益项目中“可供出售金融资产公允价值变动损益”本期所得税前发生额为-258 万元。请补充披露上述可供出售金融资产公允价值变动的原因。

回复：

公司年报审计报告中披露：

其他综合收益

单位：万元

| 项目 | 年初 余额 | 本年发生金额 | | | | | 年末 余额 |
|----------------------|----------|-------------------|--------------------------------|-------------|--------------|---------------|----------|
| | | 本年 所得税前 发生额 | 减：前期计入 其他综合收 益当期转入 损益 | 减：所得税 费用 | 税后归属于 母公司 | 税后归属于 少数股东 | |
| 以后将重分类进损益 的其他综合收益 | - | - | - | - | - | - | - |
| 可供出售金融资产公 允价值变动损益 | -194.00 | -258.00 | - | -113.00 | -145.00 | - | -339.00 |
| 现金流量套期损益的 有效部分 | -105.86 | -12.44 | -118.29 | - | 105.86 | - | - |
| 外币财务报表折算差额 | - | 4.08 | - | - | 4.08 | - | 4.08 |
| 其他综合收益合计 | -299.86 | -266.36 | -118.29 | -113.00 | -35.06 | - | -334.92 |

可供出售金融资产公允价值变动损益为公司发起设立的产业基金深圳市齐心和君产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）投资的北京九恒星科技股份有限公司公允价值变动损益，北京九恒星科技股份有限公司已经在全国中小企业股份转让系统挂牌，股票代码 430051，年末公允价值根据其挂牌交易价格确定。

具体计算过程如下：

深圳市齐心和君产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）投资北京九恒星科技股份有限公司，2015 年认购 200 万股，认购价格 11 元/股，2015 年 12 月 31 日 430051 收盘价格 10.03 元/股，故 2015 年确认为其他综合收益的公允价值变动金额为 $200 \text{ 万} * (10.03 - 11) = -194 \text{ 万元}$ ；

根据九恒星 2016 年 9 月 8 日公告（公告编号：2016-028）九恒星公司 2016

年半年度权益分派方案，以资本公积向全体股东每 10 股转增 13 股，截至 2016 年 12 月 31 日公司持有股数变为 460 万股，2016 年 12 月 31 日收盘价为 3.8，故 2016 年确认为其他综合收益的公允价值变动金额为 460 万*3.8 元/股-200 万*10.03 元/股= -258 万元。

九、报告期末，公司应收票据余额比上年上升 60,868%，应收账款余额比上年上升 25.73%，请公司结合销售模式补充披露应收票据和应收账款增幅较大的原因及截至本问询函收到日的回款情况。

回复：

公司应收票据报告期末较年初增幅 60,868.51%，主要为公司报告期内齐心乐购子公司预收客户山东齐赛电子商务有限公司的货款 1,600 万元，子公司齐心供应链预收到客户齐心集团总部采用票据结算支付的货款 5,000 万元。

公司应收账款报告期末较年初上升 25.73%，主要为公司新收购深圳银澎云子公司应收账款增加 2,978.28 万元，报告期内公司整体销售规模较上年同期有所增长，导致应收账款增加；

公司截至到 2017 年 2 月 28 日，账面应收账款净额较年初相比减少 3.76%，2017 年 1 月-2017 年 3 月 22 日，公司累计收到客户回款总额为 58,196.50 万元，客户回款正常。

特此公告

深圳齐心集团股份有限公司

2017 年 3 月 29 日