

浙江母爱婴童用品股份有限公司
关于全国中小企业股份转让系统 2019 年年报问询函
的回复

全国中小企业股份转让系统有限责任公司：

浙江母爱婴童用品股份有限公司（以下简称“公司”或“母爱婴童”）于 2020 年 7 月 28 日收到全国中小企业股份转让系统监管部下发的《关于对浙江母爱婴童用品股份有限公司的年报问询函》（年报问询函【2020】第 220 号，以下简称“《问询函》”）。公司就《问询函》问询事项回复如下：

1、关于存货

2019 年、2018 年你公司存货周转率为分别为 0.69 和 0.83，存货周转率呈现下降趋势，2019 年末、2018 年末库存商品账面价值分别为 13,387,228.52 元、12,896,242.95 元，占存货账面价值比例分别为 79.69%和 84.07%。

请你公司：

(1) 结合主要产品的业务发展情况、生产经营特征，补充说明确定原材料、库存商品等备货量的方法，存货结构的合理性，并说明存货周转率较低的原因；

回复：

2019 年末、2018 年末公司的存货结构如下：

项目	2019 年
----	--------

	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	4,688,231.21	1,320,433.68	3,367,797.53
在产品	44,819.37		44,819.37
库存商品	13,680,734.56	293,506.04	13,387,228.52
合计	18,413,785.14	1,613,939.72	16,799,845.42

(续上表)

项目	2018 年末		
	账面余额	跌价准备	账面价值
原材料	3,515,111.60	1,122,293.84	2,392,817.76
在产品	51,461.43		51,461.43
库存商品	13,154,487.38	258,244.43	12,896,242.95
合计	16,721,060.41	1,380,538.27	15,340,522.14

原材料方面，公司目前采取根据生产需求进行采购，并适量备货的采购模式，具体流程如下：采购部根据各销售部门（内销部、外贸部、电子部）下达的月度生产计划和 OEM 订单的数量，分解所需的物料以及数量，并结合现有的库存数量以及当前的原材料价格制定采购计划，并经总经理确认批准后执行采购。2019 年末、2018 年末，公司原材料账面价值分别为 3,367,797.53 元和 2,392,817.76 元，2019 年末原材料较 2018 年末增长了 40.75%，主要原因系一方面 2019 年原材料市场价格下降，公司增大了原材料的采购，另一方面，2020 年春节较早，因此提前进行了原材料的备货。

库存商品方面，公司主要根据近期的销售情况、主要客户的订货周期预计以及节假日等因素进行适量备货。由于公司所处行业发展较快，产品更新周期短，因此，公司增加了新品的研发和市场推广，老

产品因款式等原因计划通过多种促销形式缓慢消化。同时，考虑到春节因素，一般会在年末适当增加库存商品的备货量。

公司存货率周转率较低的主要原因系：公司所处行业产品的更新速度较快，因此，公司更关注新产品的研发和销售，而老产品库存将通过多种促销形式缓慢消化，整体周转率较低。

(2) 结合各类别存货库龄情况、行业发展、行业竞争、新替代品等情况，说明存货跌价准备计提是否充分。

回复：

公司产品主要为哺育用品、水杯餐具、婴童服饰、健康护理等婴童用品，目前市场上婴童用品厂商较多，且随着人们消费水平的提高，对于外型设计等要求也越来越高，因此，行业产品的更新速度相对较快，因此，公司根据存货的库龄长短计提存货跌价准备，1年以内不予计提跌价准备，1-2年计提比例为5%，2年以上全额计提跌价准备。

公司存货跌价准备已充分计提，具体存货库龄和存货跌价准备计提情况如下：

账龄	2019年末	2018年末
1年以内	9,741,901.67	11,769,225.90
1至2年	7,219,341.17	3,759,259.20
2年以上	1,252,972.67	1,192,575.31
小计	18,413,785.14	16,721,060.41
减：存货跌价准备	1,613,939.72	1,380,538.27
合计	16,799,845.42	15,340,522.14

2、关于毛利率

2019 年营业收入 34,517,907.84 元，较上年同期增加了 39.69%，主要原因系：子公司浙江智奇网络科技有限公司电商平台全能妈妈旗舰店 2019 年实现销售收入 13,188,852.11 元，同比增长 109.46%，同时你公司 OEM 销售收入较上年同比增长 26.51%。营业成本 12,209,264.55 元，较上年同期下降了 10.41%，毛利率由 2018 年 44.85% 上升到 2019 年的 64.63%。

请你公司：

(1) 说明主要产品收入大幅增长的原因，变化趋势是否与你公司业务开展情况和行业趋势相匹配；

回复：

2019 年，公司实现营业收入 34,517,907.84 元，同比增长 39.69%，其中内销部分收入 31,167,507.70 元，同比增长 55.10%，外销部分收入为 3,350,400.14 元，同比下降 25.56%。具体情况见下表：

项目	2019 年		2018 年	
	收入	成本	收入	成本
内销	31,167,507.70	10,198,491.31	20,094,657.63	10,820,513.47
外销	3,350,400.14	2,010,773.24	4,500,692.46	2,807,873.46
合计	34,517,907.84	12,209,264.55	24,595,350.09	13,628,386.93

公司营业收入出现大幅增长的原因主要系内销部分收入的大幅增长，特别是电商渠道的收入大幅增长。随着电子商务的普及以及物流体系的完善，消费者进行线上购物的占比越来越高。基于此，公司大力发展线上渠道，2019 年，公司电商渠道实现营业收入 21,732,123.39 元，其中，电商平台全能妈妈旗舰店实现销售收入 13,188,852.1

1元，同比增长109.46%；母爱旗舰店、母爱专营店、京东等6个电商平台实现销售收入8,543,271.28元，同比增长45.28%。

除此之外，2019年公司OEM部分实现销售收入4,052,387.79元，同比增长26.51%，主要原因系公司于新开发了OEM客户16个。

因此，公司收入的增长与公司业务的开展情况和以及行业趋势相匹配。

(2) 结合同行业可比公司相同或类似产品成本结构、单位成本情况进一步分析披露成本结构和波动的合理性，成本与收入变动趋势不一致的原因及合理性；

回复：

公司主营业务为哺育用品、水杯餐具、健康护理等婴童用品的研发、生产和销售，核心产品以奶嘴、奶瓶、水杯等为主。目前，已上市或者新三板挂牌的母婴用品公司主要以婴童服饰为主，与公司主营产品存在一定差异，仅瀛海科技(871001.OC)在产品结构上与公司相似度较高。

瀛海科技2019年、2018年毛利率情况如下：

可比公司	2019年	2018年
瀛海科技	2.48%	14.82%

瀛海科技的毛利率较低，主要与其经营模式有关。2019年，瀛海科技主要收入来自于外贸，该部分的毛利水平低，同时，瀛海科技童车塑胶配件业务投产不及预期，在该业务中，加工所需模具由客户

提供，因客户提供的模具未能与公司生产线发挥有效协同作用，造成该业务出现材料损耗高、返工等情况。

除瀛海科技外，其他母婴用品公司毛利率情况如下：

可比公司简称	公司代码	产品类别	2019年	2018年
金发拉比	002762.SZ	母婴消费品(服饰为主)	54.45%	51.50%
孩子王	A04260.SZ	母婴商品板块	23.78%	25.50%
三苑宜友	873177.OC	母婴服饰用品	48.34%	47.13%
巨臣婴童	838062.OC	童装、OEM	28.15%	22.61%
宝贝格子	834802.OC	母婴用品	12.47%	11.06%
好孩子国际	1086.HK	婴幼儿推车等	43.07%	42.43%
平均			35.04%	33.37%
母爱婴童	834551.OC	奶瓶、奶嘴、水杯等产品	64.63%	44.85%

同行业母婴用品上市公司或新三板挂牌公司的毛利率存在较大的差异，主要与具体的产品、经营的模式有关，但大部分公司2019年的毛利率较2018年有所增长。

公司2019年、2018年的毛利率分别为64.63%和44.85%，毛利率增幅较大，主要原因系2019年公司大力发展电商业务，电商渠道的收入占比也从41.51%提高到了62.96%，而电商渠道产品的价格与OEM、线下渠道相比要高出4至5倍。

成本方面，2019年，公司采购的原材料价格同比下降了12.56%，而原材料的使用量仅增长3.56%，因此2019年公司营业成本在收入增长的同时同比下降10.41%。

(3) 说明报告期毛利率大幅增加的原因。

回复：

2019年，公司大力发展电商渠道业务，实现电商渠道收入21,732,123.39元，同比增长78.47%，电商渠道的收入占比也从41.51%提高到了62.96%。相对而言，电商渠道为消费者业务，产品的价格要高出线下渠道产品价格4至5倍，因此，电商渠道的毛利率显著高于线下渠道的毛利率。同时，由于2019年原材料采购价格同比下降12.56%，而原材料的使用量仅增长3.56%，因此导致公司报告期内毛利率大幅增长。

3、关于电商包装物费用及职工薪酬

你公司2019年营业收入较上年同期增加39.69%，同时你公司销售费用中职工薪酬、电商包装物费用、销售人员数量披露如下：

项目	本期发生额	上期发生额	同比变动	变动幅度
营业收入	34,517,907.84	24,709,788.44	9,808,119.40	39.69%
电商包装物费用	1,361,742.79	1,580,746.90	-219,004.11	-13.85%
职工薪酬	1,119,928.69	1,457,891.02	-337,962.33	-23.18%
销售人员	26	20	6.00	30.00%

请你公司说明：

(1) 在营业收入增长的情况下，电商包装物费用较上期减少的原因；

回复：

2018年、2019年，公司电商包装物的构成情况如下：

包装物	2018年	数量	单价(元)	2019年	数量	单价(元)
纸箱	1,025,673.75	4,102,695	0.25	984,563.33	5,791,549	0.17
汽泡袋	555,073.15	6,938,414	0.08	377,179.46	7,543,589	0.05

合计	1,580,746.90	11,041,109		1,361,742.79	13,335,138	
----	--------------	------------	--	--------------	------------	--

公司电商包装物的主要构成为纸箱（快递纸箱）和气泡袋（快递包裹的填充袋）。2019年，公司实现电商渠道实现收入21,732,123.39元，同比增长78.47%，使用纸箱和气泡袋的数量分别为5,791,549个和7,543,589个，同比分别增长了41.16%和8.72%。同时，2019年，电商包装物中纸箱单价为0.17元，同比下降了28.00%，气泡袋的单价为0.05元，同比下降37.50%，因此，最终导致公司电商营业收入增长的情况下，电商包装物费用较上期减少。

(2) 在营业收入、销售人员增加的情况下销售人员薪酬同比降低的原因。

回复：

2018、2019年，公司按照销售部门划分的人员构成如下：

销售部门	2018年	2019年
内销（不含电商）	6	2
外销	4	2
电商	10	22
合计	20	26

2019年，公司收入大幅增长的主要原因是电商渠道的快速增长，电商销售人员也由10人增加至22人。为了控制成本，公司线下销售人员则由原先的10人缩减至4人，其中内销由6人缩减至2人，外销由4人缩减至2人。减少的内销及外销人员主要为销售经理，平均薪酬超过1万元/月，而新增的电商销售人员平均薪酬约为4500元/月。因此，2019年公司在营业收入、销售人员增加的情况下，销售人员薪酬同比下降。

4、关于流动性风险

你公司偿债能力较弱：母公司资产负债率本期期初为 85.75%，期末为 81.36%；合并资产负债率本期期初为 93.70%，期末为 93.12%；流动比率期初为 0.41，期末为 0.47。

请你公司说明针对当前较高的流动性风险所采取的应对措施。

回复：

截至 2019 年末，公司短期借款明细如下表所示：

融资方式	贷款提供方	贷款提供类型	贷款规模（元）	到期日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	4,800,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	4,800,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	4,600,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	5,000,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	4,700,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	中国农业银行义乌市义东支行	抵押借款	3,500,000	2020 年 3 月 31 日
银行借款	兴业银行义乌国贸支行	保证借款	5,000,000	2020 年 12 月 10 日
银行借款	中国建设银行义乌市义东支行	信用借款	1,000,000	2020 年 12 月 14 日
合计			33,400,000	

其中，公司以房屋及建筑物及国有土地使用权向中国农业银行义乌市义东支行抵押贷款 2740 万元，到期日为 2020 年 3 月 31 日。公司于 3 月 26 日与中国农业银行义乌市义东支行完成续借，到期日为 2021 年 3 月 31 日。公司与目前的合作银行关系稳定，可以保证公司现金流的稳定。另外，公司 2019 年末其他应付款为 15,051,001.42 元，主要是从第三方楼宁借款，相关信息已批露在全国中小企业转让系统平台，公告编号 2018-005 号。楼宁与公司实际控制人为多年好

友，可以为公司提供流动性支持。截至目前，公司不存在债务违约、资金链断裂的风险。

同时，公司资产负债率仍然维持高位，流动比例也较低，针对该情况，公司拟采取以下应对措施：（1）调整公司债务结构。目前公司主要为1年期贷款，短期还贷压力较大，公司尝试与银行进行沟通，适当配置长期贷款；（2）为降低资产负债率，公司主要从两个方面出发，一方面，公司调整总体经营思路，提升经营业绩，通过实现盈利的方式提高净资产，另一方面，公司拟寻找外部投资人进行投资，提高公司的净资产；（3）建立流动性监测和预警机制，并制定流动性风险处置预案，防范风险外溢。

浙江母爱婴童用品股份有限公司

董事会

2020年8月11日

