证券代码:002503 证券简称:搜于特 公告编号:2021-017
转债代码:128100 转债简称:搜特转债

搜于特集团股份有限公司
关于深圳证券交易所关注函的回复公告

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。

搜于特集团股份有限公司(以下简称“公司”)于 2021 年 2 月 5 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部发来的《关于对搜于特集团股份有限公司的关注函》(中小板关注函【2021】第 95 号)。我公司董事会对此高度重视,对相关事项认真作了核查,现对关注函关注的事项回复如下:

一、针对你公司于 2020 年 11 月、12 月对服饰库存大力度降价促销导致亏损的情况:

(一)说明降价促销具体的产品品类、销量及销售收入、降价销售存货的库龄、对应前期计提跌价准备情况、降价折扣率确定的依据以及降价促销对你公司经营业绩的具体影响。

回复:

2020 年度受疫情严重冲击,纺织服装行业整体下滑。公司作为从事品牌服装、纺织服装上下游原材料供应链管理等为主要业务的行业龙头企业,也受到疫情的严重影响。

公司品牌服装业务在 2020 年上半年受到疫情影响,终端店铺开业时间延迟、人流量减少,消费低迷,造成公司春夏装难以销售,库存积压严重。随着国内疫情蔓延趋势得到控制,各级政府相继出台了一系列支持企业复工复产和鼓励居民消费的政策措施,国内经济形势逐渐好转,公司对下半年的服装销售充满信心,为此,公司按照原有的订单积极组织了秋冬季产品的采购与生产。

到了 2020 年秋冬季,疫情仍在全世界严重蔓延,国内局部疫情爆发,外防内控形势仍然严峻。因受疫情影响公司终端门店人流量减少,品牌服装业务收入下降造成资金回流慢,以及公司供应链业务下游客户很多是纺织产品出口型企业,受疫情影响今年出口订单急骤减少,使得供应链业务收入减少,也带来资金回流较慢的问题。并且由于受疫情影响公司进入秋冬季后 10、11 月初的销售不及预期,加上春夏装严重的库存积压,造成公司服装存货库存金额较大,占有较多的资金;公司供应链管理业务方面,受疫情影响上下游企业很多复工较晚,部分复工企业受疫情影响无法达产也造成了存货积压。至 2020 年 9 月 30 日公司库存余额达 43.73 亿元。

为缓解公司库存压力,减少资金占用,快速回笼资金,公司于 2020 年 11 月 12 日召开总经理办公会议,会议中市场部提出:“由于疫情影响较大,公司库存多,占用资金,影响公司生产经营。目前看,秋冬季产品销售不及预期,加上之前的库存,造成公司库存严重积压,应加大处理库存,尽快回笼资金。”经公司市场部、策划部、推广部、拓展部、总经办、财务部等各部门参与人员研究讨论后决定,拟对公司库存较长时间的存货进行大力度促销,具体的促销存货类别、促销价格由市场部拟订并按公司流程报经批准。

1、具体的产品品类、销售量及销售收入、降价销售存货的库龄及对经营业绩的具体影响

公司 11、12 月份存货各产品分类及销售出货明细如下:

产品品类	库龄	销售量	收入(万元)	成本(万元)	公司经营业绩的影响 = 毛利(万元)	成本毛利率
材料	1 年以内	236,342,160.89	157,727.62	170,622.60	−12,894.98	−7.56%
	1−2 年	13,470,053.34	15,700.39	17,410.18	−1,709.79	−9.82%
	小计	249,812,214.23	173,428.01	188,032.78	−14,604.77	−7.77%
库存商品(服装)	1 年以内	1,274,859.00	8,187.52	9,633.99	−1,446.47	−15.01%
	其中:春夏	459,702.00	1,612.54	2,411.12	−798.58	−33.12%
	秋冬	815,157.00	6,574.98	7,222.87	−647.89	−8.97%
	1−2 年	3,254,988.00	3,337.73	14,981.04	−11,643.31	−77.72%
	其中:春夏	1,321,789.00	885.01	4,547.26	−3,662.25	−80.54%
	秋冬	1,933,199.00	2,452.72	10,433.78	−7,981.06	−76.49%
	2−3 年	2,627,233.00	2,569.54	20,007.88	−17,438.34	−87.16%
	其中:春夏	1,318,943.00	1,208.17	9,372.55	−8,164.38	−87.11%
	秋冬	1,308,290.00	1,361.37	10,635.33	−9,273.96	−87.20%
	3 年以上	5,140,951.00	3,169.67	24,201.62	−21,031.95	−86.90%
	其中:春夏	3,093,989.00	1,455.31	12,240.34	−10,785.03	−88.11%
	秋冬	2,046,962.00	1,714.36	11,961.28	−10,246.92	−85.67%
	小计	12,298,031.00	17,264.46	68,824.53	−51,560.07	−74.92%
电子产品	1 年以内	42,702.00	10,618.61	19,593.75	−8,975.14	−45.81%
	其中:小米手机(红米)	2,000.00	119.82	117.52	2.30	1.96%
	华为手机(Mate30)	1,539.00	528.81	526.93	1.88	0.36%
	苹果手机(iphone X)	39,163.00	9,969.98	18,949.30	−8,979.32	−47.39%
	1−2 年	1,364.00	367.05	670.57	−303.52	−45.26%
	其中:苹果手机(iphone X)	1,364.00	367.05	670.57	−303.52	−45.26%
	小计	44,066.00	10,985.66	20,264.32	−9,278.66	−45.79%
医疗产品	1 年以内	36,544,992.00	1,013.90	882.02	131.88	14.95%
合计		298,699,303.23	202,692.03	278,003.65	−75,311.62	−27.09%

注 1:销售量单位材料为:米、公斤(梭织为米,针织、棉纱等为公斤);服装为:件、条;电子产品为:个、台;医疗产品为:个

注 2:以上 11 月、12 月销售数据为销售出库数据,不含销售退回。

从上表来看对经营业绩的影响主要是大力度降价促销使得公司存货销售毛利为负,其中服装降价促销力度最大,销售亏损也最大,服装降价促销带来经营亏损 5.16 亿元;其次为材料降价促销带来经营亏损 1.46 亿元;电子产品降价促销带来经营亏损 0.93 亿元,以上降价促销均是为了快速回笼资金。

2、对应前期计提跌价准备情况

单位:万元

产品品类	库龄	收入	成本	毛利	前期已计提的跌价准备
材料	1 年以内	157,727.62	170,622.60	−12,894.98	–
	1−2 年	15,700.39	17,410.18	−1,709.79	46.48
	小计	173,428.01	188,032.78	−14,604.77	46.48
库存商品(服装)	1 年以内	8,187.52	9,633.99	−1,446.47	–
	1−2 年	3,337.73	14,981.04	−11,643.31	570.17
	2−3 年	2,569.54	20,007.88	−17,438.34	2,242.45
	3 年以上	3,169.67	24,201.62	−21,031.95	12,244.91
	小计	17,264.46	68,824.53	−51,560.07	15,057.53
电子产品	1 年以内	10,618.61	19,593.75	−8,975.14	–
	1−2 年	367.05	670.57	−303.52	–
	小计	10,985.66	20,264.32	−9,278.66	–
医疗产品	1 年以内	1,013.90	882.02	131.88	–
合计		202,692.03	278,003.65	−75,311.62	15,104.01

3、服装业务销售成本毛利对比情况

单位:万元

项目		收入	成本	销售毛利	销售占比	成本毛利率
2018 年	1 年以内	56,330.90	35,373.68	20,957.22	38.19%	59.25%
	1−2 年	81,341.86	54,227.91	27,113.95	55.14%	50.00%
	2−3 年	6,322.45	4,159.51	2,162.94	4.29%	52.00%
	3 年以上	3,515.79	2,359.59	1,156.20	2.38%	49.00%
	合计	147,511.00	96,120.69	51,390.31	100.00%	53.46%
2019 年	1 年以内	65,717.26	40,784.53	24,932.73	45.64%	61.13%
	1−2 年	61,547.05	41,031.37	20,515.68	42.75%	50.00%
	2−3 年	10,966.40	7,257.18	3,709.22	7.62%	51.11%
	3 年以上	5,748.78	3,804.62	1,944.16	3.99%	51.10%
	总计	143,979.49	92,877.70	51,101.79	100.00%	55.02%
2020 年 1−9 月	1 年以内	12,041.48	7,620.63	4,420.85	26.05%	58.01%
	1−2 年	29,816.79	19,340.91	10,475.88	64.52%	54.16%
	2−3 年	2,764.46	1,906.52	857.94	5.98%	45.00%
	3 年以上	1,593.82	1,114.57	479.25	3.45%	43.00%
	总计	46,216.55	29,982.63	16,233.92	100.00%	54.14%
2020 年 11−12 月	1 年以内	8,187.53	9,633.99	−1,446.46	47.42%	−15.01%
	1−2 年	3,337.73	14,981.04	−11,643.31	19.33%	−77.72%
	2−3 年	2,569.54	20,007.88	−17,438.34	14.88%	−87.16%
	3 年以上	3,169.67	24,201.62	−21,031.95	18.36%	−86.90%
	小计	17,264.47	68,824.53	−51,560.06	100.00%	−74.92%

4、降价折扣率确定的依据

2018 年、2019 年、2020 年 1−9 月公司服装业务都没有大力度降价促销,公司于 2020 年 11 月 12 日召开了总经理办公室会议,会议中由市场部提出,“由于疫情影响较大,公司库存多,占用资金,影响公司生产经营。目前看,秋冬季产品销售不及预期,加上之前的库存,造成公司库存严重积压,应加大处理库存,尽快回笼资金。”经公司市场部、策划部、推广部、拓展部、总经办、财务部等各部门参与人员研究讨论后决定,拟对公司库存较长时间的存货进行大力度促销,具体的促销存货类别、促销价格由市场部拟订。根据此次总经理办公会议决定,市场部随后组织推广部、策划部、拓展部、仓库相关人员对市场销售情况、库存情况进行了分析了解,根据具体的产品品类及存货不同的库龄制定了不同的促销销售价格,经市场部、推广部、策划部、总经办、财务部等部门负责人签字同意后报总经理、董事长审核批准后实施。

(二)说明降价促销的具体销售模式,包括但不限于直销、经销及线上销售,列示降价促销中不同销售渠道的收入占比,并说明对你公司货币资金、应收账款、存货等流动资产的具体影响。

回复:

1、公司销售模式

(1)服装销售模式

目前公司采取加盟和直营相结合的销售模式。加盟模式分为两种,一种为普通加盟模式、一种为联营加盟模式。各类销售模式的区别如下所示:

销售模式	销售方式	打折政策	货款结算
直营模式	以零售方式直接向消费者销售产品	按照公司促销政策打折销售	直接结算
加盟模式	通过加盟店以零售方式销售给消费者	全国大型节假日按照公司政策打折销售,其余时间经公司同意后,可自行确定打折政策	普通加盟模式以批发价格结算;联营加盟模式以终端店铺实际销售价格结算分成

此外,为适应网上购物的发展趋势,公司也在淘宝、京东、唯品会等第三方平台开设了网店进行销售。

(2)供应链销售模式

搜于特供应链管理主要是,进行资源匹配,通过发挥大规模集中采购的优势,以较为优惠的价格从服装原材料厂家采购原材料,销售给服装生产加工厂家或服装品牌企业,从而获取差价收益。

销售模式	采购方式	销售方式	货款结算
供应链业务模式	集中采购的方式向上游下达订单	以批发的方式向下游客户销售	向上游提供部分预付款或缩短结算期的方式支付;向下游提供一定的信用期结算

2、不同销售渠道的收入占比

项目	销售模式		销售量	收入(万元)	销售占比
材料	批发		249,812,214.23	173,428.01	100.00%
服装	直营	线下	241,399.00	1,233.33	7.14%
		线上	48,767.00	245.73	1.42%
	加盟	加盟	4,008,776.00	7,077.56	40.99%
		联营	7,999,089.00	8,707.84	50.44%
		小计	12,007,865.00	15,785.40	91.43%
	小计		12,298,031.00	17,264.46	100.00%
电子产品	批发		35,202.00	10,985.66	100.00%
医疗产品	批发		36,544,992.00	1,013.90	100.00%

注:销售量单位材料为:米、公斤(梭织为米,针织、棉纱等为公斤);服装为:件、条;电子产品为:个、台;医疗产品为:个

从上表看,材、电子产品、医疗产品全部为批发销售;服装销售中直营占 8.56%、加盟占 40.99%、联营占 50.44%。

3、对你公司货币资金、应收账款、存货等流动资产的具体影响。

(1)对货币资金及应收账款的影响

单位:万元

项目	销售收入	销售应收取的现金	实际收到现金	销售回款率	增加的应收账款
材料	173,428.01	195,973.65	178,852.77	91.26%	17,120.88
服装	17,264.46	19,508.85	16,009.73	82.06%	3,499.12
电子产品	10,985.66	12,413.80	7065.86	56.92%	5,347.94
医疗产品	1,013.90	1,145.70	1,145.70	100.00%	0
合计	202,692.03	229,042.00	203,074.06	88.66%	25,967.94

①服装销售前五大客户及回款

单位:万元

排名	客户名称	销售收入	销售应收取的现金	实际收到现金	销售回款率	销售占服装业务比率	2021 年期后回款	截止 2021 期后累计回款率
1	黄啟明	1,424.78	1,610.00	379.78	23.59%	8.25%	1230.22	100.00%
2	凭祥市冠铨进出口贸易有限公司	888.72	1,004.25	1,004.25 注(1)	100.00%	5.15%		100.00%
3	信誉楼百货集团有限公司	689.42	779.04	779.04 注(2)	100.00%	3.99%		100.00%
4	苏俊斌	592.04	669.01	303.00	45.29%	3.43%	348.00	97.31%
5	钟剑辉	581.72	657.35	177.60	27.02%	3.37%	480.43	100.10%
合计		4,176.68	4,719.65	2,643.67	56.01%	24.19%	2,058.65	99.63%

注(1):该客户实际收到的现金含预收货款 448.17 万元;

注(2):该客户实际收到的现金含预收货款 270.83 万元。

②电子产品销售前五大客户及回款

单位:万元

排名	客户名称	销售收入	销售应收现金	实际收到现金	销售回款率	销售占电子业务比率	2021 年期后回款	截止 2021 年期后累计回款率
1	四川长虹佳华信息产品有限责任公司	4,707.90	5,319.92	3,816.66	71.74%	42.85%	1,503.25	100.00%
2	南昌市白蛟泽电子有限公司	1,287.94	1,455.37	478.96	32.91%	11.72%	976.41	100.00%
3	南昌贝摩赫电子科技有限公司	1,027.65	1,161.24	424.5	36.56%	9.35%	736.74	100.00%
4	南昌凯勤商贸有限公司	874.86	988.6	53.94	5.46%	7.96%	934.66	100.00%
5	江西缤费通信息技术股份有限公司	871.41	984.7	0	0.00	7.93%	510.41	51.83%
合计		8,769.76	9,909.83	4,774.06	48.17%	79.81%	4,661.47	95.21%

服装销售前五大客户和电子产品销售前五大客户与公司及公司持股 5%以上的股东、董事、监事、高管不存在关联关系,也不存在其他可能或已经造成公司对其利益倾斜的其他特殊关系。

(2)对存货的影响

单位:万元

存货分类	存货余额	存货余额	存货余额	增长率(与 9 月比较)	增长率(与 10 月比较)
	2020 年 9 月 30 日	2020 年 10 月 31 日	2020 年 12 月 31 日		
原材料	157,877.63	130,484.64	72,050.74	−54.36%	−44.78%
库存商品	262,896.59	258,745.10	189,424.80	−27.95%	−26.79%
发出商品	7,984.28	7,344.76	5,619.90	−29.61%	−23.48%
委托加工物资	7,506.13	7,612.68	2,365.02	−68.49%	−68.93%
低值易耗品	1,057.88	930.55	748.15	−29.28%	−19.60%
合计	437,322.51	405,117.73	270,208.61	−38.21%	−33.30%

从销售收入来看,11、12 月的促销销售回款率整体达到 88.66%,服装类销售回款率达到 82.06%,材料类销售回款率达到 91.26%,加快了公司资金回笼,一定程度上缓解了公司的资金压力。

从存货减少来看,由于疫情影响较大,公司库存多,占用资金。该促销政策降低了公司库存,减少了库存资金占用。

(三)结合同行业公司,说明降价促销的幅度及规模是否符合行业情况,是否与同行业公司存在较大差异。

回复:

1、行业趋势

根据前瞻产业研究院发布的《2020 年中国服装行业发展现状与市场趋势分析 – 探寻后疫情时代商机》(作者苓晓天:2020−11−13)“疫情使得我国服装行业受到较大冲击,随着内需市场逐步恢复和国际市场需求重启,我国服装行业销售降幅持续收窄。2020 年前三季度实现营业收入 9481.49 亿元,同比下降 13.46%,降幅比 1−8 月收窄 0.90 个百分点。但是整体而言,行业效益仍将较长时间处于下降状态。2019 年全国服装行业利润总额达 872.83 亿元,同比下降 9.75%。2020 年前三季度,全国服装行业利润总额 416.87 亿元,同比下降 22.93%,降幅比 1−8 月收窄 2.70 个百分点,但是预计未来较长时间仍将处于下降趋势”。

根据中国服装协会发布的《2020 年 1−10 月中国服装行业经济运行情况简报》,“生产:根据国家统计局数据,2020 年 1−10 月,服装行业规模以上企业累计完成服装产量 178.18 亿件,同比下降 8.38%,降幅比上月收窄 2.15 个百分点。内销:根据国家统计局数据,2020 年 1−10 月,我国社会消费品零售总额 311901 亿元,同比下降 5.9%,降幅比上月收窄 1.3 个百分点。其中,限额以上单位服装类商品零售额累计 6642 亿元,同比下降 11.2%,降幅比上月收窄 3.0 个百分点”。《2020 年 1−12 月中国服装行业经济运行情况简报》,“生产:根据国家统计局数据,2020 年 1−12 月,服装行业规模以上企业累计完成服装产量 223.73 亿件,同比下降 7.65%,降幅比一季度收窄 12.64 个百分点。内销:根据国家统计局数据,2020 年 1−12 月,我国社会消费品零售总额 391981 亿元,同比下降 3.9%,降幅比一季度收窄 15.1 个百分点。其中,限额以上单位服装类商品零售额累计 8824 亿元,同比下降 8.1%,降幅比一季度收窄 26.2 个百分点”。

从以上可以看出,2020 年受疫情影响服装行业整体出现下降的趋势。我公司业务收入及业绩下降与行业趋势一致,符合行业整体情况。

2、同行业 2020 年业绩预计情况

公司	2020 年预计情况	上年利润(万元)	同比情况
美邦服饰	亏损:−82,000 万元至 −58,000 万元	−82,547.29	减亏
柏堡龙	亏损:−94,000 万元至 −73,000 万元	15,063.89	下降:584.6%−724.01%
拉夏贝尔	亏损:−130,000 万元至 −180,000 万元	−216,630.60	减亏
际华集团	亏损:−75,508.00 万元至 −63,023.00 万元	6,260.23	下降:1106.72%−1306.15%
探路者	亏损:−26,000 万元至 −33,000 万元	11,308.01	下降:329.93%−391.83%
森马服饰	盈利 61,976.06 万元至 92,964.09 万元	154,940.15	下降:40%−60%
海澜之家	三季度盈利:129,021.27 万元	261,640.25	下降:50.69%
九牧王	三季度盈利:27,554.63 万元	38,069.29	下降:27.62%
搜于特	亏损:−78,000 万元至 −98,000 万元	20,755.96	下降:572.15% −475.80%

注:海澜之家、九牧王未公告 2020 年业绩预计,为其公告的 2020 年三季度数据。

以上同比公司森马服饰、海澜之家、九牧王业绩为正,同比下降幅度在 60%以内;同比公司美邦服饰、拉夏贝尔处于连续亏损中,其去年大幅度亏损,2020 年仍处于亏损状态;同比公司际华集团、探路者为去年盈利、今年处于亏损状态。可以看出,服装整体行业及公司均受疫情影响有不同程度的业绩下降甚至亏损。

由于各同行业上市公司均未在公告中披露详细的促销政策,我公司无法通过公开渠道得知同行业公司的具体促销政策与幅度。

从上述同行业可比公司公告的 2020 年度业绩预计看,我公司与服装同行业上市公司业绩均处于下降趋势,不存与同行业上市公司下降变化趋势不一致的情况,不存在较大差异。

二、根据你公司于 2020 年 10 月 28 日披露的《2020 年第三季度报告》,截至 2020 年 9 月 30 日,你公司存货账面价值为 41.79 亿元,较期初增长 30.97%,但你公司在 2020 年前三季度未计提存货跌价准备。请你公司结合上述情况说明第三季度末存货跌价准备的计提是否充分、在第四季度大幅计提存货跌价准备的原因与合理性、相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定,是否存在调节利润的情形。

回复:

1、计提存货跌价准备的依据

资产负债表日,存货采用成本与可变现净值孰低计量,按照单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。直接用于出售的存货,在正常生产经营过程中以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值;需要经过加工的存货,在正常生产经营过程中以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。估计售价其中服装部分系根据经销商提货折扣率或当年度的平均销售折扣率乘以吊牌价得出;原材料部分系根据未来订单价格或当年度平均销售价格。

2、计提存货跌价准备的充分性

对于库存商品部分,公司按单个存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备,并结合单个存货产品的周转率情况,针对各款式特点与产品类型以及当前的销售市场,对其销售价格进行核定,并参照资产负债表日后销售情况进行辅证存货跌价准备充分性。

原材料分为对外直接销售原材料和用于生产产品的原材料。对于直接销售原材料部分,公司按未来订单价格或当年度平均销售价格作为估计售价,销售费用率采用销售费用占营业收入的比例进行计算,由于单个原材料周转率较快,且不易产生呆滞料,通过资产负债表日后的实际销售售价进行辅证存货跌价准备充分性。

对于生产产品的原材料部分,公司以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。通过结合单个存货产品的周转率情况,针对各款式特点与产品类型以及当前的销售市场,对其销售价格进行核定,并参照资产负债表日后销售情况进行辅证存货跌价准备充分性。

3、公司计提存货跌价准备情况如下:

(1)存货跌价准备明细:

单位:万元

项目	账面余额			项目	存货跌价准备		
	2020 年 12 月 31 日(未经审计)	2019 年 12 月 31 日	增幅(%)		2020 年 12 月 31 日(未经审计)	2019 年 12 月 31 日	增幅(%)
原材料	72,050.74	112,521.90	−35.97	原材料	217.13	46.48	367.15
库存商品	189,424.80	199,203.60	−4.91	库存商品	27,757.36	19,417.82	42.95
发出商品	5,619.90	21,282.62	−73.59	发出商品	4.32	6.69	−35.43
委托加工物资	2,365.02	3,370.14	−29.82	委托加工物资	–		
低值易耗品	748.15	2,175.88	−65.62	低值易耗品	–		
小计	270,208.61	338,554.14	−20.19	小计	27,978.81	19,470.99	43.69

(2)服装存货跌价准备对比情况:

单位:万元

项目	账面余额				
	2020 年 12 月 31 日(未经审计)	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	
1 年以内	56,097.48	63,145.38	118,803.42	87,135.68	
1−2 年	75,200.40	99,462.51	46,104.32	27,963.83	
2−3 年	21,476.75	44,197.79	20,754.57	13,522.39	
3 年以上	38,481.30	40,651.78	21,011.76	8,416.03	
合计	191,255.93	247,457.46	206,674.08	137,037.93	
续上表					
项目	存货跌价准备余额				
	2020 年 12 月 31 日(未经审计)	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	
1 年以内	1,631.57	–	2,868.90	1,308.95	
1−2 年	6,259.55	2,868.90	3,148.04	6,803.50	
2−3 年	2,802.14	3,148.04	5,098.02	5,019.47	
3 年以上	18,256.61	13,407.58	8,309.56	3,882.16	
合计	28,949.87	19,424.52	19,424.52	17,014.08	
续上表					
项目	存货跌价准备余额计提率				
	2020 年 12 月 31 日(未经审计)	2020 年 9 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	
1 年以内	2.91%	0.00%	2.41%	1.50%	
1−2 年	8.32%	2.88%	6.83%	24.33%	
2−3 年	13.05%	7.12%	24.56%	37.12%	
3 年以上	47.44%	32.98%	39.55%	46.13%	
合计	15.14%	7.85%	9.40%	12.42%	

公司年末服装库存 19.13 亿,包含 2020 年特批部分长期欠款客户退回部分积压库存,影响 1 年以上库存增加约 1.6 亿元(其中:3 年以上约 1.5 亿元、2−3 年约 0.1 亿元),同时减少应收账款约 2.4 亿元,具体数据以年度审计数据披露为准。

4、第三季度未计提存货跌价准备的原因及合理性

2020 年 1−9 月份销售毛利率:

单位:万元

产品品类	库龄	销售收入	销售成本	销售毛利	销售毛利率
材料	小计	487,184.19	476,475.48	10,708.71	2.20%
库存商品(服装)	1 年以内	12,041.48	7,620.63	4,420.85	36.71%
	1−2 年	29,816.79	19,340.91	10,475.88	35.13%
	2−3 年	2,764.46	1,906.52	857.94	31.03%
	3 年以上	1,593.82	1,114.56	479.26	30.07%
	小计	46,216.55	29,982.63	16,233.92	35.13%
电子产品	小计	25,896.60	25,333.40	563.20	2.17%
医疗产品	小计	13,619.79	4,950.44	8,669.36	63.65%
合计		572,917.13	536,741.95	36,175.18	6.31%

公司的存货主要是库存商品、原材料。库存商品主要是服装产品,由于公司服装产品定位于三、四线市场,价格比较低,成本也具有相对优势,从公司 2020 年三季度之前来看,库存商品基本没有低于成本价格销售的情形。公司的原材料分为对外直接销售原材料和用于生产产品的原材料,对外销售的材料大部分都有订单,没有订单公司备货的原材料是既可对外销售也可用于公司服装生产。这部分原材料与公司生产用的原材料,按照生产后的产成品估计售价减去完工时发生的成本以及估计的销售费用和相关税费后,不存在其可变现净值低于成本的情况。

公司业务主要来源于存货周转率较高的供应链管理业务,供应链业务的集中采购给公司带来了成本竞争优势,由于对外销售的原材料周转率高,该部分原材料跌价风险较低,从历史的销售情况看没有出现大幅度低于成本销售的情况。

第三季度期末,公司并没有制订大幅度降价促销的政策或计划,在实际销售过程中也没有出现原材料、库存商品的销售价格大幅度低于成本的情况,公司在第三季度没有计提存货跌价准备,是根据公司历史销售情况,本年度前三季度销售情况以及公司供应链、品牌服饰的业务模式、产品定位等特点来判断与计提存货跌价准备的,具有合理性。

5、第四季度大幅计提存货跌价准备的原因与合理性

公司年末对存货实施盘点,检查存货的数量与状态,重点对长库龄的存货进行了检查,并对其进行分析,结合公司未来的销售政策重新计算存货跌价准备,并对前期已计提存货跌价准备的商品进一步观察、比较,结合市场和公司的实际销售情况重新确定计提的准确性。

公司根据自身的业务模式、产品销售渠道、产品定位等特点,按照公司存货跌价准备计提政策,考虑了存货期末在仓库、店铺中的状态、库龄,并参照未来销售政策与计划,进行了较为谨慎的判断并提取存货跌价准备。公司提取的存货跌价准备金额处于合理水平,具有合理性。

6、相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定,是否存在调节利润的情形。

公司根据自身的业务模式、产品销售渠道、产品定位等特点,按照公司存货跌价准备计提政策,考虑存货期末在仓库、店铺中的状态、库龄,并参照未来销售政策与计划提取存货跌价准备。公司于资产负债表日比较存货成本与可变现净值,计算出应计提的存货跌价准备,再与已提数进行比较,若应提数大于已提数,应予补提。企业计提的存货跌价准备,计入当期损益(资产减值损失)。

公司对已售存货计提了存货跌价准备的,转销已计提的存货跌价准备,冲减当期主营业务成本。

综上:公司提取的存货跌价准备金额处于合理水平,相关会计处理符合《企业会计准则》的规定,不存在调节利润的情形。

特此回复。

搜于特集团股份有限公司
董事会
2021 年 3 月 6 日

证券代码:002503 证券简称:搜于特 公告编号:2021-018
转债代码:128100 转债简称:搜特转债

搜于特集团股份有限公司
可转换公司债券 2021 年付息公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示:

1、“搜特转债”将于 2021 年 3 月 12 日按面值支付第一年利息,每 10 张“搜特转债”(面值 1,000 元)利息为 4.00 元(含税)

2、债权登记日:2021 年 3 月 11 日

3、除息日:2021 年 3 月 12 日

4、付息日:2021 年 3 月 12 日

5、“搜特转债”票面利率:第一年 0.4%、第二年 0.6%、第三年 1.0%、第四年 1.5%、第五年 1.8%、第六年 2.0%。

6、“搜特转债”本次付息的债权登记日为 2021 年 3 月 11 日,凡在 2021 年 3 月 11 日(含)前买入并持有本期债券的投资者享有本次派发的利息;2021 年 3 月 11 日卖出本期债券的投资者不享有本次派发的利息。

7、下一付息期起息日:2021 年 3 月 12 日

8、下一付息期间利率:0.6%

搜于特集团股份有限公司(以下简称“公司”或“搜于特”)于 2020 年 3 月 12 日公开发行了 800 万张可转换公司债券(债券简称:搜特转债,债券代码:128100)。根据《搜于特集团股份有限公司公开发行可转换公司债券募集说明书》(以下简称“《募集说明书》”)、《搜于特集团股份有限公司公开发行可转换公司债券上市公告书》(以下简称“《上市公告书》”)的有关规定,在搜特转债的计息期限内,每年付息一次,现将搜特转债 2020 年 3 月 12 日至 2021 年 3 月 11 日期间的付息事项公告如下:

一、搜特转债的基本情况

1、可转换公司债券简称:搜特转债

2、可转换公司债券代码:128100

3、可转换公司债券发行量:80,000 万元(800 万张)

4、可转换公司债券上市量:80,000 万元(800 万张)

5、可转换公司债券上市地点:深圳证券交易所

6、可转换公司债券上市时间:2020 年 4 月 9 日

7、可转换公司债券存续的起止日期:2020 年 3 月 12 日至 2026 年 3 月 12 日

8、可转换公司债券转股期的起止日期:2020 年 9 月 18 日至 2026 年 3 月 12 日止

9、“搜特转债”票面利率:第一年 0.4%、第二年 0.6%、第三年 1.0%、第四年 1.5%、第五年 1.8%、第六年 2.0%。

10、付息的期限和方式

(1)本次付息是“搜特转债”第一年付息,期间为 2020 年 3 月 12 日至 2021 年 3 月 11 日,票面利率为 0.4%。

(2)年利息计算

年利息指可转债持有人按持有的可转债票面总金额自可转债发行首日起每满一年可享受的当期利息。

年利息的计算公式为:I=B×i

I:指年利息额;

B:指本次发行的可转债持有人在计息年度(以下简称“当年”或“每年”)付息债权登记日持有的可转债票面总额;

i:指可转债的当年票面利率。

(3)付息方式

A. 本次发行的可转债采用每年付息一次的付息方式,计息起始日为可转债发行首日。

B. 付息日:每年的付息日为本次发行的可转债发行首日起每满一年的当日。如该日为法定节假日或休息日,则顺延至下一个工作日,顺延期间不另付息。每相邻的两个付息日之间为一个计息年度。转股年度有关利息和股利的归属等事项,由公司董事会根据相关法律法规及深圳证券交易所的规定确定。

C. 付息债权登记日:每年的付息债权登记日为每年付息日的前一交易日,公司将在每年付息日之后的五个交易日内支付当年利息。在付息债权登记日前(包括付息债权登记日)申请转换成公司股票的可转债,公司不再向其持有人支付本计息年度及以后计息年度的利息。

D. 可转债持有人所获得利息收入的应付税项由可转债持有人承担。

11、可转换公司债券登记机构:中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司(以下简称“中国结算深圳分公司”)

12、保荐机构(主承销商):华英证券有限责任公司

13、可转换公司债券的担保情况:本次发行的可转债未提供担保

14、可转换公司债券信用级别及资信评估机构:本次可转换公司债券业经联合信用评级有限公司评级(以下简称“联合信用”)。

根据联合信用于 2019 年 5 月 7 日出具的“联合[2019]622 号”《搜于