

证券代码：002035

证券简称：华帝股份

公告编号：2017-034

华帝股份有限公司

关于深圳证券交易所 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公告内容的真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

华帝股份有限公司（以下简称“公司”）于 2017 年 6 月 13 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对华帝股份有限公司 2016 年年报的问询函》（中小板年报问询函[2017]第 325 号文）公司通过认真核查，对问询函中相关问题回复如下：

问题一：报告期内，你公司实现营业收入 43.95 亿元，较上年同期增长 18.15%，归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）3.28 亿元，较上年同期增长 57.67%，经营活动产生的现金流量净额 8.18 亿元。请补充披露净利润与营业收入、经营活动产生的现金流量净额增长不一致的原因。

回复：

1、关于净利润与营业收入增长不一致的原因：

公司 2016 年度及上年同期利润主要构成情况如下：

单位：万元

利润表项目	2016 年度	2015 年度	增减额	增长比例
营业收入	439,503.63	371,978.23	67,525.40	18.15%
营业成本	252,544.83	228,526.08	24,018.75	10.51%
毛利率	42.54%	38.56%	3.97%	
税金及附加	4,193.90	2,678.39	1,515.51	56.58%
销售费用	113,836.79	89,902.02	23,934.77	26.62%
管理费用	32,895.54	29,728.44	3,167.10	10.65%
财务费用	-2,029.28	-2,245.04	215.76	-9.61%
归属于上市公司股东的净利润	32,752.16	20,772.43	11,979.73	57.67%

2016 年度公司全年实现营业收入 43.95 亿元，同比增长 18.15%，归属于上市公司股东的净利润 3.28 亿元，较上年同期增长 57.67%，净利润增长快于营业收入增长的主要原因如

下：

1、毛利率水平稳步提升：2016 年公司继续实施“高端智能”的品牌定位，通过高端新产品的上市，公司整体产品毛利率从 2015 年的 38.56%提升至 2016 年的 42.54%，上升 3.97 个百分点。

2、电商渠道盈利增长：电商渠道收入同比增长 33.54%，快于其他渠道的收入增长；同时电商毛利率达到 56%，高于其他渠道毛利率；电商渠道对净利润的贡献较大。

3、优化内部管理提升效益：2016 年度公司内部管理效率提升，流程优化，强化预算管理，管理费用较上年同期只增长了 10.65%，低于同期营业收入的增长率。2016 年管理费用率由 7.99%下降至 7.48%，同比下降 0.51 个百分点。

2、关于净利润与经营活动产生的现金流量净额不一致的原因：

2016 年公司归属于上市公司股东的净利润为 3.28 亿元，经营活动产生的现金流量净额 8.18 亿元，经营活动产生的现金流量净额高于净利润的主要原因为：

1、电商及房地产直营增长：2016 年度公司大力开发电子商务渠道和房地产直营渠道导致促销费、运营商服务费等增加，其他流动负债较年初增加 2.42 亿元；

2、付款方式变化：2016 年度公司强化了财务管理力度，更改部分供应商的付款方式，一方面减少了现金支付比例，另一方面延长了支付承兑期限，将向部分供应商支付 3 个月承兑改为 6 个月承兑。公司应付票据较年初增加 0.71 亿元，应付账款较年初增加 1.19 亿元；

3、经销商提前备货：2016 年通过公司产品结构，营销管理的优化调整，经销商发展市场的积极性提高，提前为 2017 年年初备货的情况增多，预收账款较年初增加 1.03 亿元

问题二：报告期内，你公司分季度营业收入分别为 8.76 亿元、12.01 亿元、10.41 亿元和 12.77 亿元，净利润分别为 4,794.95 万元、1.07 亿元、4,671.60 万元和 1.26 亿元。请结合行业特点、公司销售策略、各季度成本费用、期后销售退回等情况，并对比上年同期及同行业可比公司情况，补充披露净利润大幅波动的原因及合理性。

回复：

1、公司 2016 年四个季度营业收入、净利润的对比情况

单位：万元

利润表项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	2016 年度
-------	------	------	------	------	---------

营业收入	87,577.20	120,125.56	104,140.22	127,660.64	439,503.62
占比	19.93%	27.33%	23.69%	29.05%	100.00%
营业成本	53,175.13	67,923.70	62,351.50	69,094.50	252,544.83
毛利率	39.28%	43.46%	40.13%	45.88%	42.54%
税金及附加	673.06	840.53	715.09	1,965.22	4,193.90
销售费用	21,185.75	29,037.92	28,257.02	35,356.10	113,836.79
销售费用占营业收入比例	24.19%	24.17%	27.13%	27.70%	25.90%
管理费用	6,990.49	9,459.45	8,144.05	8,301.55	32,895.54
财务费用	-313.24	-274.30	-481.80	-959.94	-2,029.28
资产减值损失	-228.07	561.27	-600.47	1,161.73	894.46
营业外收入	99.70	935.59	579.81	978.70	2,593.80
营业外支出	128.86	38.92	157.98	184.48	510.24
归属于上市公司股东的净利润	4,794.95	10,654.30	4,671.60	12,631.31	32,752.16

2016年我司净利润波动的原因主要为：

(1)、营业收入影响：受行业淡旺季影响，第一季度和第三季度相对是行业销售淡季，第二季度和第四季度由于劳动节、国庆节及电商的6.18大促、双十一、双十二等节日推动，使得第二季度和第四季度营业收入较第一季度和第三季度有较为明显的提升。

(2)、电商毛利影响：因电商毛利率高于整体毛利率，而电商的旺季也在第二季度及第四季度，因此大幅增加了第二季度及第四季度的净利润。

(3)、销售费用投入影响：为迎接销售旺季第四季度，公司提前在第三季度布局，投入广告费及促销推广活动，致第三季度的销售费用率高于第一、二季度。

2、净利润与上年同期的比较

季度	2015年				2016年			
	营业收入	占比	归属于上市公司股东的净利润	占比	营业收入	占比	归属于上市公司股东的净利润	占比
第一季度	76,742.27	20.63%	3,654.17	17.59%	87,577.20	19.93%	4,794.95	14.64%
第二季度	99,802.73	26.83%	7,467.43	35.95%	120,125.56	27.33%	10,654.30	32.53%
第三季度	86,814.72	23.34%	2,142.72	10.32%	104,140.22	23.69%	4,671.60	14.26%
第四季度	108,618.51	29.20%	7,508.11	36.14%	127,660.65	29.05%	12,631.31	38.57%

合计	371,978.23	100%	20,772.43	100%	439,503.63	100%	32,752.16	100%
----	------------	------	-----------	------	------------	------	-----------	------

上表可以看出，2016 年度营业收入、净利润占比与 2015 年基本持平，保持较为稳定的比例。

3、公司与同行业上市公司 2016 年度分季度营业收入、净利润比较情况

单位：万元

	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
华帝股份	87,577.20	19.92%	120,115.56	27.33%	104,140.22	23.70%	127,660.64	29.05%
老板电器	101,647.67	17.54%	150,879.87	26.04%	146,019.04	25.20%	180,943.20	31.22%
浙江美大	9,457.68	14.21%	14,456.01	21.71%	18,662.58	28.04%	23,992.10	36.04%
万和电气	129,469.37	26.11%	108,522.83	21.88%	107,713.61	21.72%	150,245.40	30.29%
	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度	
	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比	净利润	占比
华帝股份	4,794.95	14.64%	10,654.31	32.53%	4,671.60	14.26%	12,631.31	38.57%
老板电器	16,306.20	13.51%	25,977.67	21.53%	27,847.57	23.07%	50,551.95	41.89%
浙江美大	2,861.96	14.12%	3,703.48	18.28%	5,724.71	28.25%	7,975.46	39.35%
万和电气	10,656.43	25.30%	12,374.42	29.38%	6,337.41	15.05%	12,748.50	30.27%

数据来源：巨潮资讯网

上表显示，通过同行业上市公司比较，均呈现第四季度净利润明显高于前三季度的特征。同时公司和万和电气净利润一二季度都呈增长趋势，三季度下降，四季度上升的特征。

问题三：报告期内，你公司购买银行委托理财产品金额合计为 57.41 亿元，产品类型为债券与货币型和外汇型，请列示你公司投资的以股票、利率、汇率及其衍生品种为标的的产品明细和总金额，并说明是否构成风险投资、判断理由以及是否履行相关的审批程序和信息披露义务。

回复：

2016 年 2 月 1 日公司第五届董事会第二十次会议审议通过了《关于申请利用自有闲置资金投资低风险理财产品的议案》。同意公司使用额度不超过人民币 4 亿元的自有闲置资金投资低风险理财产品，在上述额度内资金可以滚动使用。公司每次利用闲置资金购置理财产

品均有相应的月度及周滚动资金收支计划支撑，相应的资金计划，每笔理财产品合约均履行相应审批手续，符合公司内控流程。

公司 2016 年度购买银行理财产品均为 45 天内的保本型理财产品，期末理财产品余额 3.67 亿元，购买的理财产品中没有以股票、利率、汇率及其衍生品种为标的的理财产品。根据《深圳证券交易所中小企业板上市公司规范运作指引》第七章其他重大事件管理第一节风险投资的相关规定，公司购买的上述银行保本型理财产品属于固定收益类证券投资行为，不属于风险投资。

问题四：报告期内，你对北京华帝燃具销售有限公司的销售额为 1.29 亿元，占年度销售总额比例 2.94%。请补充披露北京华帝燃具销售有限公司与你公司的合作模式、是否存在关联关系；如是，请补充披露关联定价的依据及公允性、关联交易的内部审批程序及信息披露情况。

回复：

北京华帝燃具销售有限公司为公司一级经销商，主要代理区域为北京、天津、张家口，公司与一级经销商每年签订下一年的经销合同，对提货额、提货结构、专卖店开店率、KA 进店率、售后服务质量等提出明确任务目标，对提货价格、结算方式、奖励方式等进行约定。每年初对上一年经销合同的完成情况进行考核，根据考核结果及公司的发展战略确定下一年的合同签订。

公司与北京华帝燃具销售有限公司之间不存在关联关系。

问题五：报告期末，你公司其他应收款余额中，应收陆刚 164.93 万元，性质为员工借款，应收陈国忠 150 万，性质为其他。请补充披露：

(1) 上述人员是否为你公司董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人及其控股子公司等关联人；

(2) 上述款项形成的时点、原因及履行的审批程序，是否构成对外提供财务资助。

回复：

1、陆刚及陈国忠两人均不属于公司董事、监事、高级管理人员、控股股东、实际控制人及其控股子公司等关联人。

2、陆刚是公司营销总部工程配套中心负责人，所借款项均在一年以内，主要是工程项目费用预付款，因未及时收到费用发票暂以往来款的方式挂在陆刚名下，均已履行内部审批程序，符合内部控制流程，不构成对外提供财务资助；

陈国忠是公司外聘的技术顾问，主要负责我司技术服务项目。2016年9月起，因公司考核其负责部分的技术改革阶段性成果时存在争议和未确定事项，根据公司项目付款规定决定推迟支付第二、三季度技术服务费，但是为不影响项目其他部分的开展进度，同意先预支陈国忠150万技术服务费，以确保技术改革项目的继续推进。预支审批程序符合公司内部控制流程，不构成对外提供财务资助。

问题六：报告期内，你公司销售费用11.38亿元，占营业收入的比例为25.9%。请结合你公司的销售模式、具体营销服务工作等，并对比同行业可比公司，补充披露销售费用占营业收入比例的合理性。

回复：

1、公司销售模式及具体营销服务工作

公司销售渠道主要为独家代理经销制渠道、电商渠道及工程渠道。其中独家代理经销制以大区为管理单位，由总部统一战略部署及管理。

销售费用主要包括聘请明星代言费、央视及地方广告费，促销费，渠道建设费、渠道红利返还、运营商服务费、运输费等。2016年度公司执行品牌升级的营销策略，加强媒体广告宣传投入、对终端门店形象进行改造，同时加大经销商政策支持力度，因此公司销售费用率有所增长，同时由于定位高端及产品转型升级的战略有效实施，2016年公司销售收入及净利润也有大幅提升。

2、公司与同行业公司2014-2016年销售费用比较：

	2016年度			2015年度			2014年度		
	销售费用	销售费用率 (%)	毛利率 (%)	销售费用	销售费用率 (%)	毛利率 (%)	销售费用	销售费用率 (%)	毛利率 (%)
华帝股份	113,836.79	25.90	42.54	89,902.02	24.17	38.56	89,171.06	21.08	36.35
老板电器	154,511.33	26.66	57.31	135,347.28	29.79	58.17	111,510.40	31.07	56.55
浙江美大	5,548.39	8.33	54.82	6,262.99	12.09	52.84	5,912.42	12.59	53.34

万和 电气	87,670.09	17.68	33.28	66,129.29	15.77	31.00	61,669.38	15.50	29.71
----------	-----------	-------	-------	-----------	-------	-------	-----------	-------	-------

数据来源：巨潮资讯网

同行业上市公司中，由于品牌定位及产品类别不同，在销售费用率及毛利率上呈现不同的特征。公司自 2015 年转型“高端智能”以来，通过产品结构、品牌形象、广告宣传、经销商管理等多方面的调整，毛利率呈现逐年上升的趋势，显示公司产品逐步往高端发展。同时通过品牌定位的调整及管理举措的改变使销售费用也呈现逐年上升的趋势。目前同行业上市企业中老板电器定位高端，公司与其在定位与产品结构上较为接近，因此最具可比性。老板电器 2016 年度销售费用率 26.66%，公司 2016 年度销售费用率 25.90%均体现了高端定位的特征。

特此公告。

华帝股份有限公司

董事会

二零一七年六月十六日