

证券代码：002803

证券简称：吉宏股份

公告编号：2018-042

厦门吉宏包装科技股份有限公司 关于深圳证券交易所问询函的回复公告

本公司及全体董事保证本公告内容真实、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

厦门吉宏包装科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2018年4月17日收到深圳证券交易所下发的《关于对厦门吉宏包装科技股份有限公司2017年年报的问询函》【中小板年报问询函【2018】第28号】。

公司董事会接函后，立即逐项落实问询函中的有关内容，现将回复情况公告如下。

一、本报告期，公司分季度的营业收入占比收入总额分别为16%、18%、27%、38%，分季度的归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）占净利润总额的11%、13%、23%、52%。请你公司结合市场需求、公司分产品的销售变动情况、公司产品毛利率、期间费用、非经常性损益的变动等补充披露分季度的营业收入与净利润的占全年的比例不匹配的具体原因及合理性、第四季度净利润高于前三季度的原因及合理性。

本报告期，公司分季度的营业收入、归属于上市公司股东的净利润等主要经营指标情况如下表：

2017年分季度主要经营指标情况表

单位：人民币万元

项目	第1季度	第2季度	第3季度	第4季度	2017年度
营业收入	18,648.02	20,146.14	30,981.79	43,485.38	113,261.33
其中：包装印刷业务	18,648.02	20,146.14	24,527.96	28,418.01	91,740.13
其中：电商业务	-	-	6,453.84	15,067.36	21,521.20
营业成本	15,406.31	16,941.84	22,693.08	27,125.97	82,167.20
其中：包装印刷业务	15,406.31	16,941.84	21,225.70	23,876.15	77,450.00

其中：电商业务	-	-	1,467.38	3,249.82	4,717.19
税金及附加	133.11	94.07	160.23	168.02	555.43
销售费用	912.48	884.40	4,008.76	10,102.47	15,908.11
其中：包装印刷业务	912.48	884.40	1,072.63	1,070.63	3,940.14
其中：电商业务	-	-	2,936.12	9,031.84	11,967.96
管理费用	855.46	979.89	1,030.90	1,269.02	4,135.27
财务费用	138.45	250.53	284.83	650.44	1,324.25
资产减值损失	157.73	16.68	71.74	255.63	501.78
投资收益	101.73	269.96	123.49	195.39	690.57
资产处置收益	-	-	-	-87.68	-87.68
其他收益	-	-	-	90.33	90.33
营业利润	1,146.20	1,248.69	2,855.75	4,111.87	9,362.51
加：营业外收入	33.75	26.66	102.24	284.38	447.04
减：营业外支出	75.56	20.21	0.65	-89.55	6.87
利润总额	1,104.39	1,255.13	2,957.35	4,485.81	9,802.68
减：所得税费用	215.99	193.35	557.02	629.85	1,596.21
净利润	888.40	1,061.79	2,400.33	3,855.96	8,206.47
其中：包装印刷业务	888.40	1,061.79	768.60	1,883.89	4,602.68
其中：电商业务	-	-	1,631.73	1,972.07	3,603.79
归属于母公司股东的净利润	903.05	1,065.59	1,870.12	4,164.68	8,003.43
分季度的营业收入占总营业收入比例	16.46%	17.79%	27.35%	38.39%	100.00%
分季度的归属于上市公司股东的净利润占全年总额比例	11.28%	13.31%	23.37%	52.04%	100.00%
包装印刷业务毛利率	17.38%	15.91%	13.46%	15.98%	15.58%
电商业务毛利率	-	-	77.26%	78.43%	78.08%
包装印刷业务销售费用率	4.89%	4.39%	4.37%	3.77%	4.29%
电商业务销售费用率	-	-	45.49%	59.94%	55.61%
包装印刷业务净利润率	4.76%	5.27%	3.13%	6.63%	5.02%
电商业务净利润率	-	-	25.28%	13.09%	16.75%

(1) 由上表可知，公司分行业的全年各季度营业收入变动情况如下：

1) 包装印刷业务的营业收入各季度实现环比增长, 主要原因: ①公司各客户的订单增加所致, 为优化区域化产业布局、有效降低物流运输成本, 公司为迎合客户市场需求, 2017 年度济南分公司、黄冈分公司先后开始投产, 带动公司纸箱、纸盒营业收入实现较快增长; ②受到包装印刷行业上游原纸价格上涨的影响, 公司纸盒、纸箱单价均有所上涨也影响了包装业务营业收入的增长。

2) 第三季度公司控股子公司厦门市吉客印电子商务有限公司及其下属子公司开始运营跨境电商业务, 电商营业第三季度实现收入 6,453.84 万元; 第四季度通过精准定位客户群体加大投放广告, 电商业务第四季度实现营业收入 15,067.36 万元, 较第三季度有较大幅度增长。

(2) 由上表可知, 包装印刷业务(含包装业务类的主营及其他业务)毛利率 1-4 季度分别为 17.38%, 15.91%, 13.46%, 15.98%, 全年平均毛利率为 15.58%, 全年各季度毛利率的波动主要原因为原材料纸张价格的不断上涨。2016 年第四季度开始, 随着环保部门对造纸行业实行更严格的监管政策, 纸浆价格不断攀升, 原纸厂商如玖龙纸业等不断提高出厂价格, 导致公司主要原材料原纸价格大幅上涨, 公司客户对纸盒、纸箱产品的提价滞后于原材料的价格上升, 导致纸盒、纸箱类包装业务毛利率均有所下降。电商业务毛利率 3-4 季度分别为 77.26%, 78.43%, 3-4 季度平均毛利率为 78.08%, 电商业务毛利率较高是跨境电商行业的营销广告费、物流费用占营业收入比例较高且在销售费用中核算。

(3) 由上表可知, 公司各季度期间费用的波动情况如下:

1) 管理费用各季度波动幅度较小, 1-4 季度分别为 855.46 万元, 979.89 万元, 1,030.90 万元, 1,269.02 万元。

2) 财务费用 1-4 季度分别为 138.45 万元, 250.53 万元, 284.83 万元, 650.44 万元, 第四季度比前三季度增加较大主要是公司银行贷款增加相应利息支出增加所致。

3) 销售费用 1-4 季度分别为 912.48 万元, 884.40 万元, 4,008.76 万元, 10,102.47 万元, 其中: 包装印刷业务 1-4 季度的销售费用分别为 912.48 万元、884.40 万元、1,072.63 万元、1,070.63 万元; 电商业务 3-4 季度销售费用分别为 2,936.12 万元、9,031.84 万元。销售费用第三、四季度大幅度增加主要原因是公司从第三季度开始新增跨境电商业务所致。

包装印刷业务销售费用率 1-4 季度分别为 4.89%, 4.39%, 4.37%, 3.77%, 1-4

季度平均为 4.29%，包装业务销售费用率各季度保持相对稳定，第 4 季度有所下降是因第 4 季度包装业务营业收入相对前三季度有所增加所致。电商业务销售费用率 3-4 季度分别为 45.49%，59.94%，3-4 季度平均为 55.61%，电商业务销售费用率较高是由跨境电商行业的营销广告费、物流费用占营业收入比例较高的行业普遍特性导致的，电商业务销售费用率第四季度比第三季度增长主要原因是为了开拓新的电商业务市场，相应加大了营销广告的投放所致。

(4) 由上表可知，公司各季度非经常性损益，1-4 季度营业外收支相抵后的净额（含资产处置收益及其他收益）分别为-41.81 万元，6.45 万元，101.59 万元，376.58 万元。1-3 季度非经常性损益金额相对较小，对净利润影响较小，第 4 季度非经常性损益金额相对较大，主要是贷款贴息补助等政府补助集中在第 4 季度收到所致，对第 4 季度净利润的增长有一定影响。

综上所述，包装印刷业务净利润率 1-4 季度分别为 4.76%，5.27%，3.13%，6.63%，全年平均为 5.02%；电商业务净利润率 3-4 季度分别为 25.28%，13.09%，3-4 季度平均为 16.75%。分季度的营业收入占总营业收入比例分别为 16.46%，17.79%，27.35%，38.39%，分季度的归属于上市公司股东的净利润占全年总额比例分别为 11.28%，13.31%，23.37%，52.04%，分季度的营业收入与净利润的占全年的比例不匹配、第四季度净利润高于前三季度的具体原因主要是包装业务的主要材料纸张价格的上涨，而客户产品的提价滞后于原材料的价格上升造成包装业务毛利率波动。第三季度开始新增跨境电商业务的净利润率高于包装业务的净利润率，是导致第四季度净利润高于前三季度的主要原因，同时贷款贴息补助等政府补助集中在第 4 季度收到，对第 4 季度净利润高于前三季度也有一定影响。

二、报告期内，你公司实现净利润 8,003 万元，同比增长 86%，经营活动产生的现金流量净额为-6,298 万元，同比减少 698%。请你公司补充披露：

(一) 经营活动产生的现金流量净额与净利润变动趋势不一致的原因及合理性。

本报告期内，归属于上市公司股东的净利润 8,003.43 万元，同比增长 86.14%，经营活动产生的现金流量净额-6,298.43 万元，同比减少 697.89%，经营活动产生的现金流量净额与净利润变动趋势不一致的主要原因如下：

1) 公司 2017 年发生有追索权应收账款保理业务收到应收账款保理款共计 8,234.40 万元。

收到附有追索权应收账款保理款时计入短期借款，在应收账款保理到期时短期借款与应收账款相互抵销。收到保理款的现金计入筹资活动产生的现金流量—取得借款所收到的现金，因此公司 2017 年度收到 8,234.40 万元有追索权应收账款保理款未在经营活动中产生的现金流量中核算。

如果将 2017 年有追索权应收账款保理收到的应收账款保理款 8,234.40 万元计入经营活动产生的现金流量—销售商品收到的现金，则 2017 年经营活动产生的现金流量净额为 1,935.97 万元。

2) 2017 年新增运营的济南分公司、黄冈分公司、吉客印经营所需运营资金投入较多，济南分公司经营活动产生的现金流量净额为-2,999.19 万元，黄冈分公司经营活动产生的现金流量净额为-1,441.40 万元，吉客印经营活动产生的现金流量净额为-1,418.44 万元，上述新增运营的分子公司经营活动产生的现金流量净额共计-5,859.02 万元。

综上所述，经营活动产生的现金流量净额与净利润变动趋势不一致的主要原因是收到的有追索权应收账款保理款 8,234.40 万元未在经营活动中产生的现金流量中核算；新增运营分子公司经营活动产生的现金流量净额共计-5,859.02 万元，以上原因导致本报告期经营活动产生的现金流量净额与净利润变动趋势不一致。

(二) 各季度间经营活动产生的现金流量净额差异较大的原因及合理性。

本报告期内，各季度间经营活动产生的现金流量净额差异较大的主要原因如下：

第一季度经营活动产生的现金流量净额-1,208.19 万元，主要原因是第一季度收到的有追索权应收账款保理款 2,770.00 万元未在经营活动中产生的现金流量中核算，列入了筹资活动产生的现金流量—取得借款所收到的现金，以及济南分公司于 2017 年第一季度开始运营，初始运营资金投入较多。

第二季度经营活动产生的现金流量净额-5,455.72 万元，主要原因是第二季度收到的有追索权应收账款保理款 5,464.40 万元未在经营活动中产生的现金流量中核算，列入了筹资活动产生的现金流量—取得借款所收到的现金，以及黄冈分公司于 2017 年第二季度开始运营，初始运营资金投入较多。

第三季度经营活动产生的现金流量净额-805.14 万元，主要原因是第三季度未发生有追索权的应收账款保理，收到无追索权的应收账款保理业务已在经营活动中产生的现金流量中核算，以及吉客印于 2017 年第三季度开始运营，初始运营资金投入较多。

第四季度经营活动产生的现金流量净额 1,170.62 万元，主要原因是第四季度未发生有追索权的应收账款保理，收到无追索权的应收账款保理业务已在经营活动中产生的现金流量中核算，以及新投入运营的济南分公司、黄冈分公司、吉客印在第四季度运营开始稳定经营活动的现金收支逐步趋于好转。

综上所述，本报告期内，各季度间经营活动产生的现金流量净额差异较大的主要原因是各季度收到的有追索权应收账款保理款金额不同，以及本年度新增的济南分公司、黄冈分公司、吉客印在第一、第二、第三季度分别投入运营，运营资金投入增加导致本报告期各季度间经营活动产生的现金流量净额差异较大。

三、本报告期，公司新增电商业务收入 2.15 亿元。请补充披露该业务开展情况，包括但不限于业务区域、前五大客户情况、主要竞争对手、核心竞争优势及持续性等。

（一）业务区域

公司在 2017 年 8 月设立控股子公司厦门市吉客印电子商务有限公司（以下简称“厦门吉客印”），利用 AI 算法分析海外市场、精准定位客户群体投放广告，通过自身构建独立站点进行线上 B2C 销售的方式，将高性价比的中国制造产品跨境销售至台湾、日本、香港、中东、东南亚等多个国家或地区。

厦门吉客印采用精准运营模式，利用 AI 算法精准定位潜在消费人群，从产品广告素材的制作、网络媒体流量监控、在线广告投放和流量导入进行精准营销推广。

（二）前五大客户情况

由于厦门吉客印采用 B2C 的销售模式，主要客户为全球具有互联网消费观念的年轻群体，该部分消费群体基数较大，且契合服装服饰、3C 类电子产品等主要跨境电商产品的年轻属性。厦门吉客印销售产品的单位价值较低但交易频率频繁，单笔交易金额较小、订单数量较多，销售终端客户均为个人，一般采用货到付款的结算方式，客户在下单时无需支付任何款项，在收到货物后由物流公司代为收取货款，厦门吉客印再根据与物流公司签署协议约定的结算方式及期限进行结算。

由于前五大客户营业收入合计 13453.16 元，占电商总业务收入的比重非常小，约为 0.006%，故以厦门吉客印前五大销售区域的收入情况列表如下：

厦门吉客印电商业务前五大销售区域的收入统计表

单位：人民币万元

序号	区域	2017 年收入情况	销售收入占电商业务比例
1	A 地区	10,937.55	50.82%
2	B 地区	2,976.09	13.83%
3	C 地区	2,766.61	12.86%
4	D 地区	1,703.94	7.92%
5	E 地区	1,553.87	7.22%
合计		19,938.06	92.65%

（三）主要竞争对手

1、在全国中小企业股份转让系统挂牌的深圳市傲基电子商务股份有限公司（股票代码：834206）成立于 2005 年，是以外贸 B2C 电子商务运营为核心业务的电子商务公司，经营品类涵盖数码电子系列、摄影器材类、婚纱服饰类、时尚服装类、车载类、家居类等。根据其披露的 2017 年度业绩快报，2017 年营业收入为 3,729,132,889.49 元，净利润 228,465,131.07 元。

2、在全国中小企业股份转让系统挂牌的深圳市有棵树科技股份有限公司（现已终止挂牌）成立于 2010 年，主营业务包括跨境进出口，通过跨境出口模式将中国制造产品销售至海外，同时也通过海淘模式为中国消费者提供海外产品，主要以母婴、保健品、化妆品、生活用品等品类为主。根据其披露公开信息显示，2016 年实现营业收入 2,485,785,887.67 元，净利润 105,486,560.24 元，其中跨境出口收入约为 1,406,000,000 元。

3、深圳市通拓科技有限公司成立于 2004 年，是一家跨境电子商务企业[现已被上市公司华鼎股份（股票代码：601113）收购]，采用买断式自营的方式将中国优质商品直接销售给海外终端消费者，主要经营品类包括 3C 电子、摄影影音、家居户外、仪器工具等。根据该公司披露经审计财务数据，2016 年实现营业收入 2,196,640,083.58 元，净利润 127,094,321.37 元。

跨境电商行业发展迅猛，发展前景可期。上述电商企业规模较大，主要通过如 ebay、亚马逊、速卖通、WISH、天猫、京东等第三方国际平台公司进行销售，第三方平台的流量费用相对较高、平台备货库存较大，而公司电商业务目前以自

身构建独立站点为主，毛利率水平相对较高。公司电商业务的发展状况与行业的发展趋势基本一致。

（四）核心竞争力及持续性

1、精准的客户定位和产品推广

厦门吉客印主要客户定位为全球具有互联网消费观念、基数较大的年轻群体，主要销售产品包括3C电子产品、家居服饰等多个品类。厦门吉客印充分利用AI算法进行分析，从产品广告素材制作、网络媒体流量监控、在线广告投放和流量导入方面，搜集整理不同国家或地区的市场热点信息、用户属性以及平台的销售数据，根据数据算法结果精准推送符合用户当下需求的产品广告，有效提升产品销售数量。同时根据产品销售情况，积累用户需求数据，逐步打造自有品牌，增加匹配产品的种类，让消费者在主动浏览平台推广进行购物的同时，被动浏览其较为感兴趣的相关推荐品类，产生被动消费和冲动消费，以此增加销量。

2、专业稳定的运营管理团队

厦门吉客印经营管理团队大多来自深耕营销推广行业十数年的广告从业人员，对电商领域的数据分析和运用有着深刻的技术背景和理解能力，在选品、营销推广、打造品牌方面均有较为丰富的经验，能够将获客通道和营销通道顺利打通，为自有品牌价值的不断提升积累数据及经验。

3、数据AI算法精准运营优势

厦门吉客印的数据AI算法及运用贯穿公司销售、流量导入、采购、物流、客服等全业务链条，拥有精准营销的渠道与优势资源，极大程度的降低营销成本。同时通过不断优化数据模型，指导采购、销售、备货及清仓等环节，实现良性库存周转。

4、优质多元的销售渠道

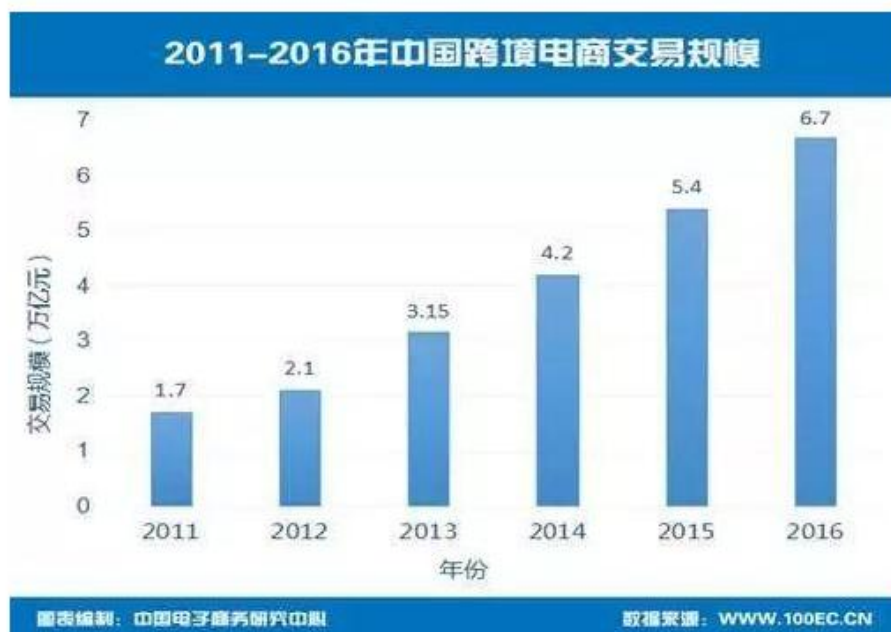
厦门吉客印目前已在多个国家或地区搭建优质多元的销售渠道，包括Google、YouTube、bing、Facebook、Twitter等，并通过邮件营销、论坛推广、视频广告等形式进行精准高效的引流。

5、完善的供应链物流管理体系

厦门吉客印在国内外的主要基地如台湾、日本、深圳、香港、美国等地均设有供应仓储服务体系，结合产品市场及营销推广方案合理规划仓储物流，实施系统的信息化管理，在保证为客户提供优质高效购物体验的基础上，不断强化对各个地区市场的快速应变和服务能力。

6、跨境电商行业的蓬勃发展

随着互联网的快速发展、海外产品市场需求的不断增加、物流行业的迅速发展以及国家政策的大力支持，我国跨境电子商务交易规模迅猛增长。《2016年度中国电子商务市场数据监测报告》报告显示，2016年中国跨境电商交易规模6.7万亿元，同比增长24%。



根据智研咨询网发布的《2018-2024年中国跨境电商行业市场深度调研及未来发展趋势报告》，中国跨境电商交易规模仍能保持年均20.1%的复合增速，到2020年跨境电商交易规模达到12万亿元。

我国跨境电商交易额保持高速增长



由此可见，跨境电商规模持续扩大，未来发展前景广阔。而厦门吉客印具备良好的选品与方案设计能力、高效精准的产品推广能力、优质多元的销售渠道资源、专业的运营管理能力等优势，精准分析并合理匹配各类群体客户的各种需求，精选高性价比的中国制造 3C 电子产品、服装等作为销售单品，在商品采购、品类开发、仓储物流等方面均保持稳定高效的运营，保证跨境电商业务持续、快速、健康发展。

四、报告期末，你公司存货账面余额为 1.73 亿元，同比增长 117%，存货跌价准备金额为 24 万元。请你公司：

（一）结合行业环境、存货性质特点、公司产销政策等补充披露存货增长的原因。

2016 年末和 2017 年末，公司存货的账面价值分别为 7,952.36 万元和 17,233.29 万元，2017 年末同比增长 116.71%，如下表所示：

单位：万元

项目	2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
原材料	10,833.97	62.78%	5,595.62	70.26%
在产品	1,223.60	7.09%	1,117.81	14.04%
库存商品	3,247.69	18.82%	872.80	10.96%
周转材料	69.30	0.40%	105.85	1.33%
委托加工物资	57.35	0.33%	43.10	0.54%
发出商品	1,825.19	10.58%	228.58	2.87%
合计	17,257.09	100.00%	7,963.77	100.00%

从存货构成结构上看，存货大幅增长的原因主要系 2017 年末原材料同比增长 93.62%，库存商品同比增长 272.10%，发出商品同比增长 698.49%。现从行业环境、存货性质特点、公司产销政策等方面对上述增长情况进行说明：

1) 上游原材料市场影响

原纸等纸类制造企业为公司所处包装印刷行业之上游行业，国内原纸市场份额较高地集中在玖龙纸业、理文纸业和山鹰纸业等大型造纸厂，纸行业的高度集

中致使行业巨头议价能力较强。当原纸价格上涨时，造纸企业快速的提供出厂价格，而纸业经销商积极增加库存囤货惜售，包装行业的终端客户则增加原纸的储备以防止价格的持续上涨。

2016 年度第四季度开始，国内环保政策持续加严，大量行业厂家停业整顿，纸张、化工产品、运输价格大幅上涨，随着供需环境发生变化，公司在 2017 年末保持较高的原纸安全库存，在原纸上涨周期中较好地保证公司合理的毛利。

2017 年末，公司存货中原材料同比增加 5,238.35 万元，同比增长 93.62%，主要系报告期内增加原纸储备以应对原纸价格上涨及公司销售收入增长备货增加所致。

2) 存货的性质特点

报告期内，公司主要从事彩色包装纸盒、彩色包装箱、环保纸袋和塑料软包装制品的生产和销售以及跨境电商业务，公司持有的存货包括原材料、库存商品、发出商品等，三者合计占比达到 84% 以上，其中原材料主要为各类原纸、油墨等，占存货净额的比重为 62.78%。

①原材料：2017 年末，为应对原纸价格上涨及公司销售收入增长，公司增加原纸储备。

②库存商品：纸箱、纸盒等包装业务产品及跨境电商业务的库存商品，2017 年末，随着业务规模增大、济南分公司和黄冈分公司的投产，公司日常备货增加，以及跨境电商业务新增库存商品、发出商品为 2,735.06 万元。综合影响下，导致存货余额呈现上升趋势。

③发出商品：纸箱、纸盒等包装业务产品公司已发出客户尚未签收以及跨境电商业务已发出客户尚未签收的商品。2017 年末发出商品 1,825.19 万元，其中跨境电商业务已发出客户尚未签收的商品 1,266.61 万元。

3) 公司产销政策

公司包装业务的经营模式为以销定产，且主要客户较为集中，公司通常与主要客户签有销售合同，在此合同下，根据客户具体下达的订单和采购计划组织生产，少部分未签订合同的则根据客户即时下达的订单组织生产。公司根据销售合同及订单制定采购计划，期末公司储备存货的主要目的为执行与主要客户签订的销售合同及订单，以及应对原纸等原材料的价格上涨。

公司跨境电商业务推行推行精品化路线，严格甄选商品，用 AI 算法数据分

析海外市场、精准定位客户群体投放广告，通过自建独立站的方式进行线上 B2C 销售的方式，将高性价比的各类产品跨境销售至台湾、香港、日本、中东、东南亚等多个国家或地区，公司根据实地考察受众市场的客户需求和潮流趋势，采用集中委托采购及零星采购相结合的方式对电商业务产品进行采购，以确保物流配送环节的精确和高效，跨境电商业务存货余额为 2,735.07 万元，库存商品和发出商品分别占 53.69%、46.31%，符合跨境电商的业务特点。

综上所述，公司 2017 年末存货增长符合行业环境、存货性质特点、公司产销政策等实际情况，具备合理性。

（二）结合存货构成、存货性质特点、市场行情、商品价格、在手订单等情况以及你公司对存货的内部管理制度等补充披露存货跌价准备计提的充分性。

2017 年末，公司计提存货跌价准备情况如下表所示：

项目	2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	占比
原材料	10,833.97	-	-
在产品	1,223.60	-	-
库存商品	3,247.69	23.80	0.73%
周转材料	69.30	-	-
委托加工物资	57.35	-	-
发出商品	1,825.19	-	-
合计	17,257.09	23.80	0.14%

（1）存货跌价准备的计提方法

公司原材料、在产品均以加工产成品为目的，各报告期末不存在持有以备出售的原材料、在产品，因此，公司主要存货（原材料、在产品、库存商品）的可变现净值均以产成品的销售价格为基础确定。原材料和在产品，以其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的税费后的金额确定其可变现净值。库存商品以其销售价格减去估计的销售费用和相关的税费后的金额确定其可变现净值。

报告期各期末，根据存货全面清查的结果，公司按照原材料、在产品、库存商品、发出商品等分类对期末存货进行了减值测试，通过比较账面价值和可变现

净值孰高来确定是否需要计提跌价准备。具体计提跌价准备时，公司结合每一类存货的具体情况考虑，报告期各期计提的跌价准备金额受每类存货及其细分产品对应的下游客户需求情况、预测的市场价格以及产品成本影响。

（2）关于公司存货跌价准备计提充分性的说明

公司结合存货构成、存货性质特点、市场行情、商品价格、在手订单等情况以及你公司对存货的内部管理制度等情况对存货跌价准备计提充分性进行说明。

1) 原材料、在产品：原材料、在产品管理制度在日常执行过程良好，原材料周转速度较快。2016年第四季度开始，原纸价格开始大幅上涨，在原纸涨价潮中，下游客户的产品定价有所提高，经分析不具备减值基础。针对长期呆滞原材料，公司会对其进行专项处理，按月清理并跟踪考核，使其得以快速处理。

2) 库存商品：包装业务的经营模式为以销定产、跨境电商是按照客户订单采购产品，故期末库存商品主要是按照订单生产或按照订单采购尚未发货的产品。

公司针对库存商品采取严格的管理制度，定期进行全部盘点，核对确认其真实性、准确性，并对其保管状态及时监控复核，确保存货处于良好状态。

2017年末，公司针对各类库存商品进行了减值测试，其中：跨境电商的库存商品价格和毛利率较高，结合市场行情及采购成本分析，该产品不具备减值基础，未计提跌价准备；包装印刷类产品中纸盒、纸箱是按照订单生产而尚未发货的产品，依据订单的价格进行测试未发现减值情形。针对前期已存在跌价情况的环保纸袋业务，根据环保纸袋库存商品的预测收入、预计销售费用等测算其可变现净值并与其实际成本相比，2017年末补充计提存货跌价准备12.39万元，累计确认存货跌价准备为23.80万元。

3) 发出商品：公司通过定期对账以确保发出商品的准确性和真实性。发出商品主要为跨境电商业务在途配送的商品，公司跨境电商的商品的价格和毛利率较高，对其进行减值测试未发现减值情形。

4) 在手订单情况

截至本问询函回复日，公司在手订单充裕，库存商品具备良好的市场基础和订单储备。

综上所述，公司针对存货已建立严格的存货管理制度，下游市场稳定，订单充裕，2017年末公司对存货的成本与可变现净值进行了测试，并依据测试结果针对相应存货计提了跌价准备，公司存货跌价准备计提充分、合理。

五、报告期末，你公司应收账款账面余额为 2.07 亿元，同比增长 67%。请你公司结合信用政策等补充披露应收账款大幅增加的具体原因，并说明截至本问询函收到日的回款情况。

（一）应收账款增加的具体原因

（1）信用政策：公司应收账款分为包装印刷业务形成的应收账款和吉客印跨境电商业务形成的应收账款。

包装印刷业务应收账款信用政策：由所处的包装印刷行业结算方式决定，为了维护和拓展客户资源，公司与优质客户建立长期合作关系，并根据客户的信誉、财务状况等，给予长期客户或新开拓的知名度较高的客户 30-90 天的信用期。

吉客印跨境电商业务应收账款信用政策：吉客印开展跨境电商业务，客户签收货物并付款，货款由物流公司代收。公司与各物流公司定期对账，对账后给予物流公司 10-30 天的信用期。

（2）报告期末，公司应收账款账面余额为 20,688.08 万元，同比增长 67.26%，应收账款大幅增加的具体原因如下：

1) 2017 年新增运营的济南分公司、黄冈分公司、吉客印电商业务的应收账款期末账面余额共计 8,342.82 万元，为本年期末应收账款账面余额的净增加金额。

2) 本报告期公司营业收入为 113,261.33 万元，同比增长 98.74%，应收账款的增长 67% 低于营业收入的增长幅度。应收账款账面余额占营业收入的比重为 18.27%、占流动资产的比重为 28.77%，占比均比上年同期有所下降。

（二）截至本问询函收到日的回款情况

本报告期末应收账款截至本问询函收到日（2018 年 4 月 17 日）的回款情况如下：

本公司 2017 年 12 月 31 日应收账款账面余额为 20,688.08 万元，截至 2018 年 4 月 17 日应收账款已回款累计金额为 18,772.40 万元，应收账款累计回款率为 90.74%，其中应收账款余额前五名的应收账款截至 2018 年 4 月 17 日累计回款率为 95.61%，具体情况如下表：

2017 年 12 月 31 日余额前五名的应收账款截至 2018.04.17 累计回款情况表

单位:人民币元

单位名称	2017.12.31 应收账款 账面余额	累计回款金额	累计回款率
内蒙古伊利实业集团股份有限公司 (含其子公司)	86,372,964.26	85,021,149.97	98.43%
恒安集团指恒安国际集团有限公司 (含其子公司)	21,127,005.29	17,331,842.23	82.04%
山东吉联包装股份有限公司	16,333,143.82	16,333,143.82	100.00%
森鸿国际物流(深圳)有限公司	14,099,865.29	14,099,865.29	100.00%
Kerry Express (HongKong) Limited	13,257,530.39	11,769,279.60	88.77%
合计	151,190,509.05	144,555,280.91	95.61%

综上所述,报告期末,公司应收账款欠款单位较为集中,主要为伊利集团、恒安集团等品牌知名度高、资金实力雄厚、信用比较好的快速消费品企业集团,以及跨境电商业务合作的大型物流公司,故应收账款回收风险较小。公司应收账款中无持有公司5%(含5%)以上表决权股份的股东的欠款。账龄在一年以内的应收账款余额占比为97.99%,账龄结构较为合理,符合公司业务特点,应收账款的结构风险较小。

六、年报披露,“包装印刷业务对电商业务收取资金占用费 117,508.74 元”。请补充披露上述资金占用的具体情况,包括但不限于占用性质、累积发生额、期末余额等,并说明上述资金占用是否按照《中小企业板上市公司规范运作指引》第七章的规定履行审议程序及信息披露义务。

1、资金占用情况:2017年度子公司厦门市吉客印电子商务有限公司(以下简称“厦门吉客印”)向公司借款用于日常经营活动,2017年9-12月平均每月占用公司资金858.75万元,累积发生额为902万元,期末余额为878.75万元,公司按照同期银行贷款利率4.698%收取资金占用费共计11.75万元。

2、经查,上述资金占用系公司向控股子公司厦门吉客印提供财务资助产生,为非经营性资金往来,公司未对该事项进行审议,也未对外进行披露。

厦门吉客印系公司合并报表范围内的控股子公司,公司的持股比例为65%,

而另一持股比例 35% 的股东厦门鹤超信息技术合伙企业（有限合伙）与公司不存在任何关联关系，符合《中小企业板上市公司规范运作指引》第 7.4.1 规定除外情形的第二种，因此公司上述资金占用不属于需经审议并披露的对外提供财务资助的情形。公司为控股子公司厦门吉客印提供财务资助系基于其正常经营需要，公司可对其实施合理有效的业务和资金管理，对其提供财务资助风险可控。

七、本报告期，你公司子公司厦门吉宏环保纸袋有限公司亏损 931 万元、参股公司陕西永鑫纸业包装有限公司亏损 134 万元。请公司结合子公司的业务定位等补充披露上述子公司出现亏损的原因。

1、子公司厦门吉宏环保纸袋有限公司（以下简称“环保纸袋”）成立于 2014 年 6 月，业务定位为提供各类商品如服装、鞋、食品等的包装手提袋，成立初期投入大量资金用于购买机器设备、建设生产线，其中主要设备包括圆绳制袋机、扁绳制袋机及单张式贴手把制袋机（以下简称“倒口制袋机”）等。

作为传统行业，环保纸袋的投入回报所需周期较长，报告期内出现较大幅度亏损，一方面在于环保纸袋的订单结构与设备结构有所差异，业务产能整体利用率尚未达到饱和。由于圆绳纸袋、扁绳纸袋的成本相对较低，因此下游客户订单更多地集中在这两类纸袋上，圆绳制袋机、扁绳制袋机的产能利用率已基本饱和。而倒口制袋机所生产的倒口纸袋，成本及单价较高，市场需求量较少，倒口制袋机的产能尚未得以充分释放。综合来看，未来环保纸袋的产能利用率仍有进一步提升的空间。

另一方面，原材料纸张的价格在 2016 年底开始大幅上涨，至今仍保持高位，原材料成本不断攀升，而环保纸袋向下游客户涨价、转嫁成本的传导能力相对滞后，较大程度的增加了成本，且利润空间受到一定挤压，因此盈利能力相对较弱。

随着公众环保意识的加强、国家环保政策逐步趋严以及禁塑令的实施，纸质包装袋有望在未来逐步替代资源消耗较大、对环境污染较为严重的塑料薄膜制品，成为日常生活必需品。环保纸袋的市场规模正逐步拓开，发展前景向好。

2、参股子公司陕西永鑫纸业包装有限公司（以下简称“永鑫纸业”）主营业务为纸箱的生产和销售，2017 年度运营亏损原因包括以下方面：

1) 受国家环保政策影响，2017 年纸箱原纸市场供不应求，导致原材料纸张价格大幅上涨，而永鑫纸业客户的纸箱销售价格上调时间相对滞后，且涨幅小于

纸张价格的增长幅度；

2) 2017 年四季度陕西省环保要求加严，按照《陕西省人民政府办公厅关于印发“铁腕治霾 保卫蓝天” 2017 年工作方案的通知》（陕政办发[2017]11 号）要求，2017 年四季度开始关中地区全面开展燃气锅炉氮氧化物减排改造工作。永鑫纸业为配合环保要求对锅炉进行升级改造，改造期间其正常产能无法完全发挥，只达到往年同期 70% 的产能；为保证客户产品正常交付，永鑫纸业增加 40 万元的外协费用；由于报废原有燃气锅炉，将燃气锅炉更换为符合国家要求的低氮排放燃气锅炉，产生资产处置损失 38 万元。

上述问题是导致永鑫纸业亏损的主要原因。公司根据战略规划入股永鑫纸业，可利用永鑫纸业的地域优势，填补公司在西北地区生产基地的空白，通过融合双方在产品、市场、技术、区域、资金等方面的资源合力进一步开拓包装市场，逐步打造永鑫纸业强有力的竞争优势。

特此公告。

厦门吉宏包装科技股份有限公司

董 事 会

2018 年 4 月 26 日