



2019年6月14日 星期五 zqsb@stcn.com (0755)83501750

证券代码:002656 证券简称:摩登大道 公告编号:2019-039

摩登大道时尚集团股份有限公司关于2018年年报问询回复的公告

本公司及全体董事会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。

摩登大道时尚集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2019年6月4日收到深圳证券交易所《关于对摩登大道时尚集团股份有限公司(18年年报)问询函》(中小板年报问询函【2019】第298号,以下简称“《问询函》”),公司根据《问询函》的要求,组织相关人员进行认真分析和核实,并对《问询函》所关注的事项逐一回复,现将问询回复公告如下:

(一)公司主营业务收入“收入确认”识别为关键审计事项,报告期内,公司主营业务收入15.62亿元,同比增长69.56%,实现归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)12,785.47万元,同比下降3.22%,归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非净利润”)为1,671.46万元,同比下降41.02%,经营活动产生的现金流量净额为-8,727.22万元,下降130.69%。

(1)请结合行业特点,分别说明,各业务板块的经营情况、毛利率期间费用、销售模式、收入确认政策等,说明公司营业收入增加的具体原因,以及净利润大幅下滑且与营业收入变动趋势不一致的原因及合理性;

回复:
2018年,公司营业收入增加的具体原因,业务板块划分营业收入变动情况如下:

产品/行业分类	2018年		2017年		同比增长/变动
	收入	占营业收入比重	收入	占营业收入比重	
自有品牌	56,899.01	36.43%	50,226.63	34.52%	13.28%
代理品牌	60,698.72	38.86%	28,237.74	14.96%	114.96%
百货商场			3,589.50	3.90%	-100.00%
批发零售业务小计	117,597.72	75.28%	82,053.87	89.07%	43.32%
互联网行业	37,490.82	24.00%	8,967.08	9.67%	320.91%
其他	1,119.50	0.72%	1,167.04	1.27%	-4.07%
合计	156,208.04	100.00%	92,127.96	100.00%	69.56%

由上表可见,2018年度营业收入较上年增加74,908.08万元,增长69.56%,收入增加主要是代理品牌业务、互联网业务、自有品牌业务收入增加所致,具体原因分析如下:

(一)2018年度代理品牌业务收入60,698.72万元,较上年增加132,460.98万元,增长114.96%,主要是由于2018年公司获得自有品牌授权的品牌,品牌授权业务,以箱包、化妆品业务为主,全力打造“摩登大道”品牌,摩登大道女装零售等品牌条件符合当前社会的新型交互方式,灵活采用B2C、B2C两种合作模式,打通了京东、考拉、天猫、小红书、苏宁易购、唯品会等主流销售渠道,助力公司全面渠道业务的收入提升,随着品牌授权、品类扩张以及渠道运营等方面的自身核心竞争力提升,带动了公司代理品牌线上批发业务及线下品牌线下批发业务收入较上年增加74,908.08万元,较上年增加132,460.98万元,增长114.96%,主要是由于2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)2018年度互联网业务收入37,490.82万元,较上年增加8,167.08万元,增长220.17%,主要是由于2018年度互联网业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(三)2018年度自有品牌业务收入56,899.01万元,较上年增加6,732.38万元,增长13.28%,主要是由于2018年公司构建了品牌授权业务模式,公司自有品牌服装定制业务收入增加,从线上、线下的消费数据零售格局,2018年,全国零售市场持续复苏,外部行业整体经营环境明显改善,带动公司自有品牌业务增长。

一、净利润大幅下滑且与营业收入变动趋势不一致的原因及合理性

2018年度代理品牌业务、互联网业务、自有品牌业务收入增加,净利润与上年对比如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
归属于上市公司股东的净利润	2,785.47	13,468.10	-79.32%
扣非净利润	1,671.46	2,833.88	-41.02%

2018年度,公司实现营业收入156,208.04万元,较上年同期上升69.56%;归属于上市公司股东的净利润2,785.47万元,较上年同期下降79.32%;归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润1,671.46万元,较上年同期下降41.02%。归属于上市公司股东的扣除非经常性损益及商誉减值影响后的净利润5,475.97万元,较上年同期增加2,642.09万元,上升93.23%。

2018年度,公司营业收入增加的主要原因是:2017年公司由于品牌授权业务及集团子公司有效资源的增长,处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权,确认了投资收益8,881.32万元;扣除非经常性损益后的净利润,2018年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润较2017年的主要原因:一是公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

(一)2018年度公司通过“摩登大道”发展品牌,业务结构持续优化调整,总体毛利率有所下降,期间费用占营业收入的比例下降

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69.22	44.51.86	23.85%
期间费用占营业收入比例	35.01%	48.33%	-13.31%

注:上表“期间费用占营业收入比例”中包含研发费用。

在科技与互联网的“新时代”下,公司依靠自身具备的全球视野和全球化思维,通过大供应链和科技创新助力以及紧跟全球时尚潮流的发展趋势等优势,推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整。2018年,公司代理品牌业务的销售占比由30.65%上升至38.86%,互联网业务的销售占比由9.67%上升到24.00%,毛利率和净利率较2017年有所下滑,主要原因:一是2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(二)公司基于谨慎性原则,计提资产减值准备,2018年度代理品牌业务ZEIS 品牌服装定制业务,导致整个DIRK、BIKKEMBERGS品牌的产品销售,品牌授权业务,直接导致了报告期内DIRK、BIKKEMBERGS品牌产品的市场销售,从而导致品牌授权LEVITAS S.P.A.营业收入下降,公司基于谨慎性原则,公司对收购LEVITAS S.P.A.公司股权的商誉计提了3,804.51万元商誉减值准备。

二、随着公司推进“新零售平台”发展战略,业务结构持续优化调整,在2017年完成处置卡福(衡阳)商业广场后品牌授权业务,2018年度代理品牌业务在零售产品功能、优化产品品质率的同时,一方面加大力度进行广告投入,从Apple、Google等世界领先水平,通过广告投入方式高效获取用户;一方面在变现渠道海外头部品牌广告平台,为广告主提供基于热心动产品精准用户画像的投放解决方案,实现流量变现。报告期内,热心动获得了规模的用户增长。

(2)结合业务模式、信用政策等情况,说明报告期内净利润下降,但经营活动产生的现金流量净额大幅下降且为负数的具体原因及合理性;

回复:
一、公司业务模式、信用政策等情况

公司主要从事经营的业务中,占公司营业收入或营业利润10%以上的包括批发零售业务与移动互联网业务、批发零售业务模式分为直营店、加盟店、线上批发、定制业务模式;移动互联网业务主要是子公司热心动从事的移动互联应用服务的开发和运营服务。

上述业务信用政策如下:

项目	2018年度	2017年度	同比增长/减少
营业收入	156,208.04	92,127.96	69.56%
营业成本	91,446.14	41,782.39	118.86%
销售费用	6,741.90	5,458.58	28.63%
管理费用	41,466	34,565	-13.19%
研发费用	36,881.19	32,750.12	12.61%
财务费用	13,117.98	7,825.73	44.63%
资产减值损失	5,080.00	2,216.51	129.19%
公允价值变动损益	1,441.05	1,729.50	-18.24%
期间费用占营业收入比例	54.69		