

(上接 C75 版)

同是: 2020年末“移动智能终端金属结构件”存货账面余额为20,155.43万元,计提存货跌价准备金额为3,655.41万元,存货跌价准备计提比例为18.14%,期末存货账面价值为16,499.82万元。公司严格按照《企业会计准则》“一存一售”的规定,按照成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备,不同类别可变现净值的确定如下:产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货,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;需要经过加工的材料存货,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;对于持有以备出售的存货,其可变现净值以合同价格为基础计算,若持有存货的数量多于销售合同订购数量的,超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。期末按照单个存货项目计提存货跌价准备;但对于数量繁多、单价较低的存货,按照存货类别计提存货跌价准备;与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的,且难以与其他项目分开计量的存货,则合并计提存货跌价准备。具体计提存货跌价准备方法如下:

存货类别	减值测试的方法
原材料	1.一年以上库龄的原材料,且超过3个月内仍未出库材料,单独计提跌价;2.期末库存,但期后大量报废的半成品,单独计提跌价;3.保库项目涉及半成品,单独计提跌价
产成品	①期末长库龄(一年以上),且超过3个月内仍未出库产成品,单独计提跌价;②期末库存,但期后大量报废的产成品,单独计提跌价
库存商品	1.一般库存,按照平均销售价格减去可变现净值2.特殊库存(期末长库龄(一年以上),且超过3个月内仍未出库商品,单独计提跌价;②期末库存,但期后大量报废的成品,单独计提跌价;③返库项目涉及产成品,单独计提跌价
周转材料、包装物等	1.周转材料为包装物,金额较小,不存在过期毁损的情况,不单独测试;2.低值易耗品主要为刀具、金钢砂等,其存货数量、品种较多,在产品中使用,单独计提跌价,标准为12个月,不存在过期毁损情况
发出商品	1.对于19年以前发出的发出商品(即非账龄在一年以上),会单独计提跌价;2.已有发出商品,但后续加工工序未发生完工的,单独计提跌价
委托加工物资	委托加工物资按照实际成本,实际期末无单个均为9-12月工单,不存在跌价情况,不单独测试

按照以上计提方法计提2020年移动智能终端金属结构件存货减值情况如下:

期末账面余额	期末存货账面余额	存货跌价准备	存货跌价准备计提比例	期末存货账面价值
原材料	1,030.44	410.26	39.81%	620.18
产成品	2,299.45	-	0.00%	2,299.45
库存商品	9,235.43	1,527.95	16.54%	7,707.49
发出商品	827.99	113.36	13.69%	714.64
低值易耗品	551.98	0.17	0.03%	551.81
委托加工物资	2,026.76	-	0.00%	2,026.76
合计	4,183.37	1,603.88	38.34%	2,579.49
合计	20,155.43	3,655.41	18.14%	16,499.82

截至2020年末移动智能终端金属结构件毛利率较低,2020年度计提存货跌价准备金额扣除存货跌价准备后计入存货减值准备金额为99.59万元,但在计提存货跌价准备时严格按照《企业会计准则》“一存一售”的规定执行,按照成本与可变现净值孰低的原则计提存货跌价准备,对于一年以上库龄的产成品单独进行减值测试,对存货可对外出售的可能性较低,减值价值也较小,金额计提了跌价准备,2020年计提存货跌价准备的计提比率达到18.14%,计提存货减值金额较低。

同时,9、2018年至2019年,你公司扣除非经常性损益后的净利润分别为-8.55亿元和-30.85亿元,请你公司详细分析是否具备持续经营能力,并结合本所《股票上市规则》(2020年修订)第13.3.3条有关规定,详细说明你公司是否触及其他需要实施风险警示的情形。请会计师和律师详细核查并发表明确意见。

1.公司是否具备持续经营能力  
(1)2018年和2019年的亏损原因  
2018年,移动智能终端金属结构件行业竞争加剧,欧期达出现经营性亏损,公司合并欧期达形成亏损出现明显减值迹象,公司根据第三方专业机构的评估报告对该项商誉进行减值计提,同时对个别大客户流失对应的商誉和固定资产计提,受此影响,公司归属于上市公司股东的净利润

股东的净利润77,982.22万元。公司原主营业务收入、健康电器分别实现营业收入100,820.48万元、62,981.66万元,同比增长为30.46%、13.19%,公司原主营业务保持稳定发展。

2019年,因移动智能终端金属结构件行业竞争进一步加剧,以及富诚达原管理层经营不善,富诚达欧期达出现经营性亏损,公司合并富诚达欧期达所致商誉出现明显减值迹象,公司根据第三方专业机构的评估报告对该项商誉进行减值计提,同时对存货和固定资产计提减值准备,受此影响,公司实现归属于上市公司股东的净利润-105,236.72万元,公司原主营业务收入、健康电器、智能穿戴产品分别实现营业收入313,828.84万元、70,512.74万元、53,679.69万元,同比增长为12.90%、11.96%、295.01%,公司电声产品、健康电器业务持续健康发展,智能穿戴实现快速增长。

综上,公司2018年和2019年亏损主要系合并子公司资产减值损失引起,特别是商誉减值影响,根据《企业会计准则》第八号-资产减值的规定及第三方专业机构的评估报告,公司在2019年末对商誉进行减值计提,商誉减值不会影响其他业务的业绩产生不利影响。  
(2)2020年的经营情况和财务状况  
2020年公司克服新冠肺炎疫情、年初与富诚达原股东经营纠纷、人口红利消失后用工成本上升等不利影响,根据《2020年度审计报告》(证监会专审《2021》第01530001号),公司2020年度实现营业收入333,772.87万元,同比增长0.06%;归属于上市公司股东的净利润非经常性损益的净利润为16,318.67万元,实现扭亏为盈;公司综合毛利率17.44%,同比提升约0.5个百分点;经营活动产生的现金流量净额47,870.12万元。2020年末,公司总资产为518,370.84万元,归属于上市公司股东的所有者权益为225,581.27万元,货币资金为117,468.41万元,占公司总资产比重为22.66%,公司现金流充足,公司主营业务具体情况如下:

①智能穿戴行业继续快速增长

在消费电子领域,公司以语音输入、人工智能等技术为突破口,持续提升在消费类音频、智能家居以及语音交互、车联网等应用市场的技术和产品研发能力,受益于国际大客户的开发和深度合作以及人工智能语音产品持续推广,公司电声产品2020年度实现销售收入118,372.22万元,同比增长118.37%,呈现快速增长态势。其中,公司与亚马逊合作的天猫精灵连续四年保持全球销量冠军地位。

未来,随着大数据、AI技术的发展和管理层的普及,以及人们逐渐习惯于语音输入,手势控制等更为自然和交互方式,人们将享受智能化带来的便利和个性化服务。根据市场调研公司 Strategy Analytics 预测,如果全球进入进一步重大的经济动荡,2021年度实现消费电子行业进一步健康增长的一年,全球智能音箱市场将在短期后复苏。中国市场中,IDC 预计2021年中国智能音箱市场规模将达到4,200万台,同比增长14%,华为全球产业联盟(GIV)预测,2025年全球全球智能音箱将覆盖全球90%的人口,全球将有4.7亿台智能音箱。智能音箱行业在全球和中国市场均处于复苏、健康快速增长。

②健康电器业务处于上升期  
在健康电器领域,公司围绕运动识别及心率、血压等生命体征连续检测领域的核心技术,开展中高端户外运动、健身休闲及健康医疗监护设备、数字医疗和全球知名企业合作开发,研发具有竞争力的产品,主要客户包括华为、Philps、Decthon、Whoop、Wahoo、Keep 等。公司2020年智能可穿戴产品实现销售收入63,357.53万元,对比2019年增长60%,复合成长率约68%,呈现迅速增长态势。未来公司将充分把握行业上升期,加大与大客户的合作以及新客户开发力度,进一步扩大智能可穿戴产品的市场占有率。

根据IDC发布的全球可穿戴设备报告,2020年第四季度全球可穿戴设备出货量1.535亿台,同比上升27.4%,2020年全年整体出货量1.447亿台,同比上升28.4%,强劲的市场需求表明智能可穿戴设备有着良好的前景。未来,随着人机交互能力的提升,应用场景的拓展和丰富,将有助于提升产品体验,增强用户粘性,智能穿戴产品有望继续保持高速增长。  
③健康电器业务稳健

在健康电器领域,公司主要专注于美容美发电器专业产品市场,围绕客户“安全、高效、智能化”的诉求,持续进行产品创新,引领健康美容专业产品的消费升级。主要客户有Fanusik 集团、HOT、Philps、GHD、小米等业内知名企业,根据中国海关总署统计数据,公司美发电器出口额一直名列前茅,产品毛利率稳定,一直维持在25%以上。受国外疫情因素的影响,2020年度公司美发电器实现销售收入66,152.71万元,同比小幅下滑,但随着国外疫情得到逐步控制及品牌竞争力的提升,以及公司对国内市场的开发推广,美发电器业务回到稳步增长状态。

随着国内疫情人数的增加和独立自主意识的觉醒,女性对生活品质的追求日益增强,消费能力不断提升,逐步成为新时代消费的主力军,在相关细分市场孕育着新机会。美国女性和女性美容师对美妆产品的需求,DIY 爱好者不仅女性变得爱美更时尚,还能获得乐趣的体验感和满足感,目前美妆产品在国内的渗透率较低,未来具有较大的市场空间。  
④健康电器业务稳健

在智能穿戴产品领域,在充分考虑未来潜在风险的前提下,本着谨慎上市公司和富诚达日常生产经营的影响,保护公司“不损害股东利益”的原则,公司与富诚达原股东业绩承诺完成情况达成协议,并在第二季度及时实现了承诺达成的有效管理,富诚达生产经营重新回到正轨,2020年度富诚达实现营业收入87,331.85万元,基本与去年持平;实现净利润-370.27万元,亏损面大幅收窄。

⑤健康电器业务稳健  
随着国内疫情人数的增加和独立自主意识的觉醒,女性对生活品质的追求日益增强,消费能力不断提升,逐步成为新时代消费的主力军,在相关细分市场孕育着新机会。美国女性和女性美容师对美妆产品的需求,DIY 爱好者不仅女性变得爱美更时尚,还能获得乐趣的体验感和满足感,目前美妆产品在国内的渗透率较低,未来具有较大的市场空间。  
④健康电器业务稳健

在智能穿戴产品领域,在充分考虑未来潜在风险的前提下,本着谨慎上市公司和富诚达日常生产经营的影响,保护公司“不损害股东利益”的原则,公司与富诚达原股东业绩承诺完成情况达成协议,并在第二季度及时实现了承诺达成的有效管理,富诚达生产经营重新回到正轨,2020年度富诚达实现营业收入87,331.85万元,基本与去年持平;实现净利润-370.27万元,亏损面大幅收窄。

执行,完善公司治理,规范化运作。同时,随着5G网络技术的不断发展和完善,带动智能手机市场逐步回暖,研究机构Gartner 预测2021年全球智能手机出货量同比增长11.4%。精密结构件行业也将随着5G手机的逐步回归新一轮换机周期,迎来新的增长机遇。

综上,公司2018至2019年度出现经营性亏损,公司具备持续经营能力以及较为宽裕的市场前景,根据第三方专业机构的评估报告对该项商誉进行减值计提,同时对存货和固定资产计提减值准备,受此影响,公司实现归属于上市公司股东的净利润-105,236.72万元,公司原主营业务收入、健康电器、智能穿戴产品分别实现营业收入313,828.84万元、70,512.74万元、53,679.69万元,同比增长为12.90%、11.96%、295.01%,公司电声产品、健康电器业务持续健康发展,智能穿戴实现快速增长。

同时,公司机器设备、土地、厂房权属清晰,不存在控股股东及其关联人占用公司资产的情形。  
(4)公司未来发展状况  
公司将继续依托无线、电声、软件、精密制造四大核心能力,坚持前沿研发和精密制造相结合的研发模式,不断进行技术创新和管理创新,为客户和消费者提供优质的产品或服务。在5G、人工智能、万物互联、消费升级的新时代背景下,公司以用户为中心,持续改善用户体验,把握产业发展机遇,重点突破以人工智能为核心的智能语音产品、智能穿戴等新兴产品,继续加大TWS耳机、智能眼镜的研发投入,强化智能产品产业链的布局,努力形成具有竞争力的智能硬件产品。

在品牌方面,坚持大客户战略,以客户为中心,重点服务好有优质客户,积极开拓新客户,不断进行技术创新和管理创新,为客户和消费者提供优质的产品或服务。在5G、人工智能、万物互联、消费升级的新时代背景下,公司以用户为中心,持续改善用户体验,把握产业发展机遇,重点突破以人工智能为核心的智能语音产品、智能穿戴等新兴产品,继续加大TWS耳机、智能眼镜的研发投入,强化智能产品产业链的布局,努力形成具有竞争力的智能硬件产品。

在技术研发方面,深入实施创新驱动发展战略,持续加大研发投入,引进高水平行业专家,加强与理工科知名高校的合作,培养有远见、能创新、肯钻研的年轻研发人员,形成可持续发展的优秀人才梯队,推动各专业技术中心与研发团队,加大新工艺、新技术、新结构的研发力度,提升产品核心竞争力,为公司提供持续经营能力。

在生产经营方面,公司将顺应工业互联网的发展趋势,大力提升智能制造水平,融合现代信息化技术,优化业务流程管理,打通研发、生产、采购、财务、销售、运营的智能化运营和运营数据体系;升级优化中央采购系统,提高采购效率,重点加大芯片、电子元器件等核心原材料厂商的战略合作伙伴关系;深入推进“精益生产,实现降本增效,为客户提供高质量、高附加值、高性价比产品。”

综上所述,公司2020年生产经营已回归正常状态,生产所处行业具有较大的发展前景,公司较强的核心竞争力,以及健康的财务状况,充足的现金流,依法依规运作的公司治理结构为公司的发展提供了充足的发展动力,因此,公司具备持续经营能力。  
2.关于公司是否触及其他需要实施风险警示的情形  
经核查,公司未触及《深圳证券交易所上市公司自律监管规则》(2020年修订)13.3.3条规定的其他风险警示情形,与相关指标具体情况如下:  
(1)公司生产经营受到严重影响且预计在三个月内不能恢复正常  
根据《2020年度审计报告》,2020年公司实现营业收入333,772.87万元,归属于上市公司股东净利润106,548.52万元,公司生产经营正常,订单充足,公司经营正常,不存在公司生产经营受到严重影响且预计在三个月内不能恢复正常的情形。

(2)公司净资产为负  
经自查,公司及子公司主要银行账户共53个,均正常使用,不存在公司银行账户被冻结情形。  
(3)公司净资产、股东大会无法正常召开并形成决议  
公司严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等相关规定,召开股东大会,公司未触及《深圳证券交易所上市公司自律监管规则》(2020年修订)13.3.3条规定的其他风险警示情形,与相关指标具体情况如下:  
(1)公司生产经营受到严重影响且预计在三个月内不能恢复正常  
根据《2020年度审计报告》,2020年公司实现营业收入333,772.87万元,归属于上市公司股东净利润106,548.