股票代码：002083　　股票简称：孚日股份　　公告编号：临 2021-051
债券代码：128087　　债券简称：孚日转债

孚日集团股份有限公司
关于深圳证券交易所 2020 年年报问询函回复的公告

本公司及董监高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。

孚日集团股份有限公司（以下简称“孚日股份”、“本公司”或“公司”）于 2021 年 5 月 31 日收到贵部《关于对孚日集团股份有限公司 2020 年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2021〕第 243 号）。孚日股份董事会对此高度重视，组织人员对相关事项进行了认真落实和核查，现对问询函提出的问题回复如下：

问题 1：

年报显示，你公司 2020 年实现营业收入 44.32 亿元，同比下降 11.13%；实现净利润 2.23 亿元，同比下降 39.48%，扣非后净利润 1.16 亿元，同比下降 50.58%；经营活动产生的现金流量净额为 8.92 亿元，同比增长 50.16%。请你公司结合家用纺织品等主营业务开展情况、行业发展特征、同行业公司业绩情况以及年报所称面临的“新冠疫情、人民币快速升值、成本要素暴涨”等外部环境因素，分析说明你公司营业收入、净利润、扣非后净利润报告期同比下降，同时经营活动现金流发生大额流入的原因。

【公司回复】

1、公司营业收入变动情况

2020 年年初新冠疫情爆发，各行各业都经受了停工停产的冲击，孚日股份作为以产品出口为主的外向型企业，随着疫情全球蔓延肆虐，大量国外客户停止进货，公司产品交货被迫延期，特别是二季度公司海外销售业务受到重创，其中欧美国家的订单量下降尤其明显，导致二季度公司出口收入和营业收入都受到较大影响，上半年营业收入下降明显。

2020 年下半年公司抓住国内疫情控制较好的大好时机，采取各类措施弱化疫情影响，公司销售订单量逐渐恢复，2020 年下半年实现出口收入 2.71 亿美元，较之 2019 出口收入 2.20 亿美元增长 23.19%，业收入同步上升。虽然公司 2020 年下半年营业收入增长明显，但仍未能全部弥补上半年的下降金额，公司全年实现营业收入 44.32 亿元，较上期下降 11.13%。具体影响数据如下表：

项 目	单位 / 币种	本期发生额	上期发生额	变动额	变动率（%）
二季度出口收入	万元 / 美元	6987	12930	−5943	−45.96
其中：出口欧美收入	万元 / 美元	3849	9561	−5712	−59.74
二季度营业收入	亿元 / 人民币	8.43	12.91	−4.48	−34.70
上半年营业收入	亿元 / 人民币	20.24	25.34	−5.10	−20.13
全年营业收入	亿元 / 人民币	44.32	49.87	−5.55	−11.13

2、公司净利润变动情况

公司 2020 年实现归母净利润 2.23 亿元，较之上期 3.69 亿元下降 1.46 亿元，下降比率 39.48%；扣非后净利润 1.16 亿元，较之上期的 2.34 亿元下降 1.18 亿元，下降比率 50.58%。主要影响因素：

（1）疫情影响导致订单量下降，收入较上年下降 5.55 亿元，按平均毛利率 19%计算，减少营业利润约 1.05 亿元；

（2）人民币升值，美元的兑换汇率从年初 6.9762 调整至年末的 6.5249，导致 2020 年计入公司财务费用的汇兑损失额 5576 万元，2019 年该项为汇兑收益 2203 万元，人民币升值导致公司财务费用中汇兑损益较上年增加 7779 万元。

3、营业收入、净利润与经营活动现金净流量的说明

2020 年孚日股份由于受到上述疫情、汇率变动等影响，公司经营业绩受到一定影响，营业收入扣减营业成本、期间费用（销售费用、管理费用、研发费用、财务费用）后的金额为 2.84 亿元，较之 2019 年金额 4.40 亿元下降 1.56 亿元，这是造成公司本期净利润大幅下降的主要原因。由于 2019 年度公司经营性应收款项增加了 3.94 亿元，而 2020 年度公司加强该项管控，经营性应收款项下降了 0.35 亿元，该项使本期经营活动现金净流量较之上期增加 4.29 亿元，这是本期净利润大幅下降而经营活动现金净流量较之上期增加 2.98 亿元的关键影响因素。

为更清楚看清各数据之间的变动关系，参看下表：

单位：亿元

项 目	本期发生额	上期发生额	变动额	变动率（%）
营业收入	44.32	49.87	−5.55	−11.13
归属于母公司股东的净利润	2.23	3.69	−1.46	−39.48
扣非后净利润	1.16	2.34	−1.18	−50.58
将净利润调节为经营活动现金流量				
净利润	1.92	3.67	−1.75	−47.68
加：公允价值变动损失	1.59	−0.15	1.74	——
经营性应收项目的减少	0.35	−3.94	4.29	——
其他项目	5.06	6.36	−1.30	——
等于：经营活动现金净流量	8.92	5.94	2.98	50.16

上表数据显示，2020 年度公司合并报表净利润 1.92 亿元，较之上年 3.67 亿元，下降 1.75 亿元。本年度经营活动现金净流量 8.92 亿元，较之上年度 5.94 亿元，增加 2.98 亿元，二者之间变动差异主要体现在：

(1)公允价值变动损失

该项目影响净利润，但不影响经营性现金流量。公司因本年衍生金融资产减值等事项，导致本期公允价值变动损失金额 1.59 亿元，上年该项目金额为 -0.15 亿元，该项目影响净利润变动额 1.74 亿元，但不影响经营性现金流量。

(2)经营性应收项目变动

该项目不影响净利润，但影响经营性现金流量。公司本年经营性应收项目金额减少 0.35 亿元，上年经营性应收项目增加 3.94 亿元，该项导致公司本年经营活动现金净流量较之上年增加 4.29 亿元。

(3)其他项目变动

净利润与经营活动现金净流量之间的其他调整项目也有一定影响，如 2019 年存货下降，而 2020 年度存货变动额较小，体现到流量表中为本期经营活动现金净流量为下降，此类因素导致本期经营活动现金净流量较之上期下降 1.30 亿元。

以上因素综合作用，导致公司本年度虽然净利润下降，但经营活动现金净流量大幅增加。以上分析可见，公司 2020 年度营业收入、净利润和经营活动现金净流量等数据变动合理，符合公司实际经营情况，公司 2020 年度经营活动现金净流量增长与公司实际相符。

问题 2：

年报显示，你公司销售模式包括线上、直营、加盟、分销及 OEM/ODM 模式，其中 OEM/ODM 及分销模式实现收入占家纺业务收入比重较大，仅 OEM/ODM 实现收入达 31.96 亿元，占家纺业务收入的比例为 86.76%。毛利率方面，直营销售毛利率为 43.95%，其余销售模式下毛利率均在 20%左右。

请你公司：

（1）说明 OEM/ODM 模式下具体采购、生产、销售的业务模式，两种模式在权利义务、技术来源等方面的主要区别，并按照毛巾、床品等产品线说明 OEM 和 ODM 模式的占比；

（2）说明前五大客户是否均为 OEM/ODM 客户，提供主要品牌商的名称、终端销售及经营情况，你公司与主要品牌商的往年合作情况、合作关系是否具有稳定性；

（3）结合不同模式下的产品构成、定价策略、议价能力等，分析说明线上、直营、加盟、分销及 OEM/ODM 模式下销售毛利率存在较大差异的原因及合理性；

（4）结合 OEM/ODM 模式在家纺业务中占比较大的情况，说明你公司在品牌、市场开拓、销售渠道、技术储备等方面是否具有竞争力，分析说明你公司所在的产业链位置、市场地位状况，以及下一步对于改善经营业绩的具体举措。

【公司回复】

1、说明 OEM/ODM 模式下具体采购、生产、销售的业务模式，两种模式在权利义务、技术来源等方面的主要区别，并按照毛巾、床品等产品线说明 OEM 和 ODM 模式的占比：

床品、巾被基本采用 OEM 模式，其产品线的采购、生产、销售模式：

a.客户提供设计标准及样品

b.工厂按客户提供的设计标准和样品进行试生产

c.客户对试生产出的产品进行确认后下单

d.公司根据客户订单自行采购原材料

e.按照客户订单进行生产，产品依据客户要求贴牌

f.按照客户订单要求出货，实现销售。

ODM 模式是指公司负责设计产品，客户选中产品后可以要求配上自己的品牌名称来进行生产，或者稍微修改一下设计来生产。

ODM 模式下的采购、生产、销售模式：

a.公司研发技术工艺

b.公司按设计的标准生产样品

c.客户对试生产出的样品进行选购确认后下单

d.公司根据客户订单自行采购原材料

e.按照客户订单进行生产，产品依据客户要求是否贴其品牌

f.按照客户订单要求出货，实现销售。

OEM 模式是品牌商负责设计和开发新产品，控制销售渠道，产品是为品牌厂商度身订造的、生产后也只能使用该品牌名称，绝对不能延上公司的名称再进行生产，品牌、技术的相关权利是品牌商所有，公司有负责生产的义务；OEM 模式是公司研发技术工艺设计新产品，由客户选择，按照客户要求是否配上自己的品牌名称来进行生产，品牌、技术的相关权利要看客户是否买断产品的版权，如果不买断公司有自己组织生产的权利，公司有负责生产的义务。

公司毛巾、床品约 95%采用的是 OEM 模式，5%采用的是 ODM 模式。

2、说明前五大客户是否均为 OEM/ODM 客户，提供主要品牌商的名称、终端销售及经营情况，你公司与主要品牌商的往年合作情况、合作关系是否具有稳定性；

第一名客户是 OEM 客户，从 2017 年开始合作，终端客户 TARGET（塔吉特），业务量从 2017 年开始快速增长，同客户也达成了紧密的战略合作关系。这两年受限于疫情，国外许多零售商都关店，终端客户 TARGET 是美国大型综合性超市之一，一直未关店，疫情期间不但业务没有下降，还逆势上涨，销售额大幅度增加，带动我们 2020 的业务不降反升。通过多年的合作，终端客户对我们的质量、产能、信誉都很认可，合作很稳定，业务量稳步提升，建立了稳固的合作伙伴关系。

第二名客户是 OEM 客户，公司与该客户从 2010 年建立直接的业务关系，是合作多年的稳定商业伙伴。该公司为世界 500 强，拥有接近 5000 家门店及网店，是美国零售行业销售巨头，实力雄厚资金充裕，能够给各供应商及时付款。该客户的终端客户销售强劲，资金充裕，我们与该客户的业务量持续逐年递增。

第三名客户销售收入中 90%是 OEM、10%是 ODM，该公司成立 1971 年，属于中国批发商。1990 年与我司开始合作，主要客户有 7.11 集团、罗森、金家、亚马逊、AF、万代、COSTO 等，客户销售额逐年增加，2020 年客户毛巾销售突破 100 亿日元，和本公司合作去年突破 2000 万美元，合作很稳定，业务量稳步提升。

第四名客户是 OEM 客户，公司注册于美国纽约，成立于 1999 年，与国内外 20 多家知名品牌、零售商进行贸易合作。是一家为消费者提供豪华床品和洗浴用品的公司。从 2004 年开始和本公司合作，客户范围广，产品类别多且变换频繁，开发新客户的能力强，业务潜力很大，是非常优质的客户。

第五名客户是 OEM 客户，公司成立于 1954 年，与国内外很多知名品牌、零售商进行贸易合作。2005 年与本公司建立合作关系，业务涉及厨房巾、浴巾等家居用品/装饰品、台布等餐桌用品等，产品销往美国、日本、韩国和澳大利亚等国家，深受消费者的喜爱。是本公司稳固的合作伙伴。

3、结合不同模式下的产品构成、定价策略、议价能力等，分析说明线上、直营、加盟、分销及 OEM/ODM 模式下销售毛利率存在较大差异的原因及合理性；

线上销售主要为：

（1）常规零售渠道。因平台类目权重限制，以孚日品牌、洁玉品牌的中被产品为主；

（2）社交渠道、达人等社交电商以消化电商库存为主，不限品类。

线上销售在对比品牌热度、市场竞价、成本的前提下，根据不同平台的特性制定定价逻辑，结算价格的类别由平台规则而定；（1）供价平台：供货价结算，比如京东自营、部分社交平台等，按照平台规则要求或者市场同类产品价格，倒推利润需求制定供货价，故此类平台毛利非零售毛利，是结算价毛利，因此毛利较低；（2）零售平台：根据市场定位、自身品牌热度，对标市场及同类竞品价格，制定合理零售价格，加上平台扣点，零售平台实际毛利率较低。

对于加盟、分销及 OEM/ODM 模式下毛利率较低主要是因为：（1）毛巾行业准入门槛低，科技含量不高，没有形成垄断性行业品牌，以河北高阳为代表的中小企业为数众多，产能过剩，竞争激烈，尤其是量大而工艺普通的产品就是聚焦于价格的竞争；（2）毛巾类产品自身的产品属性决定这一特点；毛巾品类的品牌关注度低、产品外在差异较小、内在质量的差异又不容易辨识，同时中小企业技术和质量水平发展很快；（3）消费者认知和使用习惯看，普通消费者对毛巾的普遍认知就是低价日用品，毛巾产品的总体更换和购买频率偏低；公司的产品以中高档为主，面向高端市场，原材料主要是棉花，生产成本较高，高价产品往往曲高和寡；（4）从销售渠道看，依然是买方市场，零售商掌握话语权，不缺毛巾供应商；（5）毛巾产业是劳动密集型产业，公司虽然在智能制造方面做了大量的投入，但是后续包装依然需要大量的人工，用工成本高，导致产品利润率低。（6）为应对以上市场现状，同时兼顾工艺难易程度和订单大小多少，KA 直营商超和 OEM/ODM 业务会视情况配合采用成本加成定价策略和竞争导向定价策略，出现毛利率偏低属于正常现象。OEM 是客户下单我们生产，议价空间小，毛利率低。

直营市场主要以高端百货、购物中心以及沿街专卖店为主，主要销售床品类、芯被类、毛巾类、其他配套类产品，直营门店按照零售价配合商场 3-8 折销售，零售价加价率为加盟商供货价的 3-5 倍，销售价格相对合理，符合高端商场的消费需求，加价率跟行业内其他品牌相比差异不大，销售毛利率较高。

4、结合 OEM/ODM 模式在家纺业务中占比较大的情况，说明你公司在品牌、市场开拓、销售渠道、技术储备等方面是否具有竞争力，分析说明你公司所在的产业链位置、市场地位状况，以及下一步对于改善经营业绩的具体举措

公司核心竞争力主要体现在以下方面：

（1）公司产业链条完整，竞争优势突出

拥有从产品研发设计、纺纱、织造、印染、整理、包装、物流到全球贸易的完整生产链条，搭建起棉纺、毛巾、床上用品、装饰布艺以及配套热电厂、自来水厂等产业链群，生产技术装备达到世界一流水平，可以满足世界各地不同风格的各种高档次、高价值订单的生产需求。

（2）公司产品质量稳定，企业信誉可靠

公司把诚信作为企业文化的核心，坚持不懈，持之以恒，长期形成了精益求精、细致严格的质量标准和管理体系，从原材料进厂到产品出厂制定了严密完善的质量保证措施。同时凭借重信守诺的良好信誉，赢得了国际市场的高度认可，保证了公司与客户稳定的合作关系，无论市场怎样变化，企业始终保持着充足的订单和满负荷生产。

（3）公司市场布局合理，优势地位稳固

公司积极推进全球贸易，在日本、美国、欧盟、中国以及澳大利亚、中东、东南亚等主销市场保持着优势市场地位，拥有较强的溢价能力、抗风险能力和市场话语权。

（4）公司运营机制灵活，市场反应灵敏

公司通过不断深化改革，形成了市场与生产紧密结合、反应速度最快的产销一体化运营机制，能够将市场信息在最短的时间内反馈到生产工厂，提高了企业的市场灵敏度和反应速度，在最大程度上适应了多品种、小批量、快交货的市场形势。

（5）公司研发能力较强，创新效果明显

公司拥有国家级技术中心、国家级实验室、博士后科研工作站，是中国家纺行业新型纤维开发应用推广基地，主持和参与起草了毛巾国家标准、行业标准的制定，获得了国家工信部“中国工业大奖提名奖”、“国家知识产权局第二十一届（2020）中国专利优秀奖”等众多荣誉，形成了较强的创新发展能力。

下一步公司将把创新放在现代纺织产业体系建设的核心位置，进一步强化技术创新的战略支撑作用。一方面，以智能制造为主导，加快产业链供应链的数字化、绿色化、精益化转型，围绕棉纺、毛巾、家居、环保等全生产流程，推进自动化、数字化、智能化改造，提升企业生产能力、运营能力和服务型制造水平，以满足家纺产业个性化、品牌化、价值化的发展需求。另一方面，重点围绕纤维新材料、纺织绿色制造技术、先进纺织制成品等领域开展技术研发，加快推进产学研一体化，提高整体创新能力，通过吸收借鉴世界各个市场的新技术、新工艺、新材料，真正转化成内生性研发动力，确保企业始终走在市场潮流的前沿阵地，实现用科技创新赋能品牌升级，推动企业向全球产业链、价值链更高端迈进。

公司将继续利用公司的平台、质量和服务优势，不断扩大 ODM 份额，提高盈利能力，扩大市场份额。

问题 3：

年报显示，你公司除家纺业务外还经营热电业务，主要通过全资子公司高密万仁热电有限公司（以下简称“万仁热电”）开展，报告期内万仁热电实现营业收入 7.87 亿元，净利润 1.28 亿元。年报“营业收入构成”部分显示“热电”业务营业收入 4.5 亿元。

请你公司：

（1）说明万仁热电的主营业务是否全部为热电业务，如是，请说明年报不同部分热电收入存在差异的原因，如否，请补充披露其开展的各项业务类型及收入构成情况；

（2）说明你公司取得万仁热电股权的方式、时间、对价，热电业务与你公司家纺主业是否具有协同性，万仁热电盈利状况是否具有持续性。

【公司回复】

1、说明万仁热电的主营业务是否全部为热电业务，如是，请说明年报不同部分热电收入存在差异的原因，如否，请补充披露其开展的各项业务类型及收入构成情况；

万仁热电的主营业务是生产销售电、供汽、供暖。2020 年度实现营业收入 7.87 亿元，其中主营业务收入 7.82 亿元；主营业务中对合并范围内公司供电汽的收入为 3.32 亿元，抵消内部交易后外部的供电汽暖收入为 4.50 亿元。

2、说明你公司取得万仁热电股权的方式、时间、对价，热电业务与你公司家纺主业是否具有协同性，万仁热电盈利状况是否具有持续性。

（1）公司取得万仁热电股权的方式、时间、对价情况

根据 2009 年 4 月 27 日公司第三届董事会第十一次会议通过的《关于收购山东高密高源热电有限公司的议案》，孚日股份与孚日控股签定股权收购协议，孚日股份出资 6,310.03 万元取得孚日控股拥有的高源热电 100%的股权。2009 年 5 月，相关法定变更登记及备案等手续办理完成。

2015 年 6 月将万仁热电转为孚日集团股份有限公司的子公司，通过划拨股权从高源热电划拨 4293.3636 万元，于同年 10 月、11 月、12 月分别追加投资 1500 万元、1100 万元、3106.6364 万元，至 2015 年 12 月底万仁热电实收资本达到 1 亿元。

（2）热电业务与公司家纺主业的协同性

孚日股份是全球最大的家用纺织品生产企业，生产过程需要耗用大量的电力和汽，万仁热电的产品可满足孚日集团该项需求。2018 年度、2019 年度、2020 年度孚日股份（含子公司）采购万仁热电的电、汽合计金额为 3.43 亿元、3.45 亿元、3.32 亿元，占万仁各期销售收入的 44%、43%和 42%。

（3）万仁热电盈利状况的持续性

高密市是纺织印染工业基地、橡塑化工生产重镇，对工业蒸汽的需求巨大，冬季供暖也需要蒸汽来加热循环水。万仁热电的蒸汽供应占高密市场的 75%以上，供暖业务市场占有率 90%左右。在可预见的未来，万仁热电在高密的蒸汽、供暖业务具有不可替代性。万仁热电 2018 年度、2019 年度、2020 年度销售收入分别是 7.74 亿元、8.08 亿元、7.87 亿元，实现净利润 7913 万元、17025 万元、12753 万元，营业收入非常稳定，在可预见的未来盈利状况有保证。

问题 4：

年报显示，报告期内你公司开展棉花期货套期保值业务，购入金额 4.61 亿元，出售 1.88 亿元，损失达 2.73 亿元。因损失金额占最近一期经审计净利润比例较高，你公司未及时披露套期保值业务亏损事项，本所于 2021 年 2 月 10 日向你公司及相关当事人给予通报批评的纪律处分。

请你公司：

（1）说明你公司开展棉花期货套期保值业务的业务模式、合同约定的主要条款、公司相关的主要权利和义务、期货合约风险敞口情况，说明你公司针对套期保值业务建立的内控制度、风险管理措施是否完善，是否能够有效控制投资风险，是否符合本所《上市公司规范运作指引（2020 年修订）》第 6.1.4 条、第 6.1.5 条和第 6.1.12 条的有关规定；

（2）说明你公司因生产需要而采购的棉花现货规模水平，与套期保值产品在品类、规模等方面是否匹配，是否按照规定制定止损限额并及时评估风险敞口变化，同时分析说明报告期内产生大额亏损的具体原因及合理性。

请你公司独立董事就上述问题进行核查并发表明确意见。

【公司回复】

1、说明你公司开展棉花期货套期保值业务的业务模式、合同约定的主要条款、公司相关的主要权利和义务、期货合约风险敞口情况，说明你公司针对套期保值业务建立的内控制度、风险管理措施是否完善，是否能够有效控制投资风险，是否符合本所《上市公司规范运作指引（2020 年修订）》第 6.1.4 条、第 6.1.5 条和第 6.1.12 条的有关规定；

公司开展棉花套期保值业务采用的是多头套期保值--建立虚拟库存的模式。为更好的开展套期保值业务，公司在 2011 年组建了期货套期保值业务领导小组（以下简称“期货小组”）来管理公司期货套期保值交易业务，期货小组决定套期保值业务所采取的方式、规模、时机、日常监管及各相关岗位负责人等事宜。

公司每年的用棉量约为 10 万吨，从 2020 年的销售计划以及生产成本角度出发，公司能够接受 1.3-1.4 万元/吨左右的棉花价格，为节约企业资金，公司在期货市场上以保证金的形式买入棉花多单合约，从公司全年用棉量的角度出发，建立了部分虚拟库存，公司期货合约不存在风险敞口。

公司针对套期保值业务建立了完善的内控制度和风险管理措施，公司于 2011 年 3 月 5 日召开的第三届董事会第二十三次会议审议通过了《关于开展棉花期货套期保值业务的议案》，并于 2011 年 3 月 8 日公告了《商品期货套期保值业务内控管理制度》，该内控制度能够有效控制投资风险，符合贵所《上市公司规范运作指引（2020 年修订）》第 6.1.4 条、第 6.1.5 条和第 6.1.12 条的有关规定。

2、说明你公司因生产需要而采购的棉花现货规模水平，与套期保值产品在品类、规模等方面是否匹配，是否按照规定制定止损限额并及时评估风险敞口变化，同时分析说明报告期内产生大额亏损的具体原因及合理性。

公司根据不同客户和产品的要求来采购棉花，每年的用棉量合计约 10 万吨左右，公司套期保值的品种为棉花，棉花套期保值的规模与公司全年采购棉花的数量相匹配。但公司没有严格执行《商品期货套期保值业务内控管理制度》中的“风险处理程序”，公司没有有效的评估本次套期保值的风险，没有按照规定的止损限额及时止损。

2020 年新年假期新冠疫情爆发，公司于 2020 年 2 月 5 日正式陆续复工复产，公司陆续从期货上建立棉花多单，截止 3 月中旬公司棉花多单持仓约 10 万吨。此时，新冠疫情在国外开始蔓延，事态进一步升级，演变为全球公共卫生事件，且国外进行群体免疫，防疫能力远不及国内，国内外海关、口岸关闭，事态愈演愈重。受新冠疫情的影响，从 2020 年 2 月中旬到 3 月底大宗商品暴跌，棉花期货价格更是走出单边断崖式下跌行情跌幅达 3500 点。公司产品以出口为主，鉴于当时不利的态势，公司判断全球疫情不会在短时间内结束，海关口岸的关闭会影响公司的出口业务，全球疫情的加重可能会使公司订单数量大幅减少，棉花期货价格可能继续下跌，为防止造成更大的损失，进行了减仓操作。

2020 年 3 月到 4 月份全球疫情事态愈演愈重，海关口岸的关闭影响了公司的出口业务，公司订单数量大幅减少，公司用棉量亦大幅减少，公司建立的虚拟库存数量可能与公司的用棉量不再匹配，如果棉花期货价格进一步下跌，公司的期货头寸会继续亏损，基于上述判断公司做出减仓操作，进行了止损处理。

请你公司独立董事就上述问题进行核查并发表明确意见。

【独立董事回复】

经核查期货公司为公司套期保值出具的对账单和其他相关资料，公司年报中披露套期保值的亏损是真实、准确的，公司套期保值的产品品类是棉花，公司利用期货工具建立虚拟库存的数量与全年采购的棉花现货规模水平是相匹配的，公司针对套期保值业务建立了内控制度和风险管理措施。

我们认为，公司利用期货套期保值业务是可行的，但是公司没有严格执行《商品期货套期保值业务内控管理制度》中的“风险处理程序”，公司没有有效的评估本次套期保值的风险，公司内部控制和信息披露有缺陷，现已整改完毕。

问题 5：

年报显示，报告期内你公司通过非同一控制下企业合并取得高密探索者体育用品有限公司（以下简称“高密探索者”）100%的股权、北京悦宝园嘉品管理咨询有限公司（以下简称“悦宝园”）100%的股权，合并成本分别为 500 万元和 0。高密探索者和悦宝园在购买日可辨认净资产公允价值与其账面价值一致，分别为 -111.73 万元和 -396.46 万元。因合并成本大于取得投资时应享有标的公司可辨认净资产公允价值的份额，分别形成商誉 611.73 万元和 396.46 万元。目购买日至报告期末，高密探索者和悦宝园的净利润分别为 31.78 万元和 -90.44 万元。年报同时显示，你公司将报告期内收购高密探索者、悦宝园股权所形成的商誉全额计提减值准备。

请你公司：

（1）结合收购标的高密探索者、悦宝园营业收入较小、净资产为负值的情况以及与你公司主营业务之间的关系，说明收购两家公司股权的具体原因，交易定价的依据及公允性；

（2）说明商誉减值测试的具体过程、核心参数选取及其方法、相关测算依据，并结合高密探索者、悦宝园的经营状况、外部环境等，说明你公司在收购当年即全额计提商誉减值准备的原因和合理性；

（3）说明高密探索者、悦宝园交易对于孚日的具体情况，是否与你公司及董事、监事、高级管理人员、5%以上股东、实际控制人存在关联关系或者其他可能导致利益倾斜的关系。

请你公司独立董事就上述问题进行核查并发表明确意见。

【公司回复】

1、结合收购标的高密探索者、悦宝园营业收入较小、净资产为负值的情况以及与你公司主营业务之间的关系，说明收购两家公司股权的具体原因，交易定价的依据及公允性；

（1）高密探索者

2020 年新冠疫情，给全国及全球人民带来严重生命威胁及巨大经济损失，出于社会责任和把握商业机会考虑，孚日股份于 2020 年 3 月 12 日设立了山东孚日安防科技有限公司（以下简称“孚日安防”），以生产防护服、口罩等防疫产品，但办理防疫产品经营资质需要较长的审批周期，公司 2020 年 6 月 2 日召开经理办公会议研究决定，拟收购具有生产防护产品经营资质的高密探索者体育用品有限公司（以下简称“高密探索者”）进行防疫产品的生产经营。经核实高密探索者的资产及负债，确认其净资产为 -111.73 万元，且判定其可辨认净资产公允价值与其账面价值一致。为快速完成收购目标，经双方磋商后确认收购价格为 500.00 万元，原高密探索者股东全部退出，公司接收该公司及其全部员工、技术、设备等。对高密探索者的整合收购为孚日安防快速生产口罩、防护服等防疫产品创造了条件。

（2）悦宝园

悦宝园嘉品管理咨询有限公司（以下简称“悦宝园嘉品”）成立于 2015 年 6 月 26 日，主要从事悦宝园品牌早教加盟实体店的经营业务，其加盟店位于北京市朝阳区较著名的商圈。悦宝园嘉品公司的原出资方为自然人陶青丽和孚日股份所属子公司北京睿优铭管理咨询有限公司（以下简称“北京睿优铭”），其各自出资比例分别为 81%和 19%。

北京睿优铭旗下有多家以悦宝园品牌进行经营的公司，鉴于悦宝园嘉品加盟店所处商圈的优势，为利用该优势提升悦宝园品牌形象，优化睿优铭旗下悦宝园品牌影响和提升悦宝园品牌所属公司整体的盈利水平，北京睿优铭拟取得悦宝园嘉品其他 81%股权，将其纳入北京睿优铭控制范围进行统一管控。另外由于新冠疫情影响，悦宝园嘉品原控股股东陶青丽出于个人判断，认为短期内悦宝园嘉品无法给其带来收益，决定无偿转让其所持有全部股权。北京睿优铭于 2020 年 4 月 10 日召开 2020 年第一次董事会审议通过了以 0 对价收购北京悦宝园嘉品管理咨询有限公司 81%股权的事项，2020 年 7 月 1 日，北京睿优铭以 0 对价从自然人股东陶青丽处取得悦宝园嘉品其他 81%股权，悦宝园嘉品成为北京睿优铭全资子公司。

悦宝园嘉品股权购买日的净资产为 -486 万元，且其可辨认净资产公允价值与其账面价值一致，其中归属于原股东陶青丽的份额为 -396.46 万元，本次交易以 0 元交易，据此形成合并商誉 396.46 万元。

2、说明商誉减值测试的具体过程、核心参数选取及其方法、相关测算依据，并结合高密探索者、悦宝园的经营状况、外部环境等，说明你公司在收购当年即全额计提商誉减值准备的原因和合理性；

（1）两家公司并购后的经营情况及计提商誉原因

A、高密探索者

2020 年下半年在党和国家的有效领导和控制下，国内疫情逐渐得到控制，国内防疫用口罩和防护服价格急速下降，国外习惯及其他原因对于口罩需要也不是很迫切，出口数量也低于预期，各种因素导致防疫用品产能出现过剩，产品出现积压。

虽然 2020 年高密探索者体育盈利 31.78 万元，但由于口罩、防护服等防疫物资有有效期限，并且随着国内疫苗接种率越来越高，对于口罩的需求不再那么强烈，截止 2020 年 12 月 31 日高密探索者净资产为 -79.95 万元，预计其未来盈利的可能性较小，按照资产预计未来现金流量现值模式测算，高密探索者商誉所属资产组价值估值（资产组未来现金流量现值）低于购入时的净资产金额 -111.73 万元，按照谨慎性原则，公司对收购时形成的商誉 611.73 万元全额计提了减值准备。

B、悦宝园嘉品

北京睿优铭收购悦宝园嘉品目的是为了扩大北京睿优铭旗下悦宝园品牌的整体影响，实现北京睿优铭教育板块整体长期获利，而悦宝园嘉品作为实体店经营主体，就其单体而言，其未来能否单独获利具有较大不确定性。

悦宝园嘉品 2020 年度实现营业收入 314.35 万元，实现净利润 -90.44 万元，公司对其经营性资产组进行价值测试，判断悦宝园嘉品经营性资产组对应的商誉存在减值，据此对其并购形成的商誉 396.46 万元全额计提了减值。

（2）商誉减值测试过程

以上两家公司对应资产组的商誉存在减值迹象，公司 2020 年末对其进行了商誉减值测试，根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》相关规定，资产减值按照可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

公司收购以上两家公司所属商誉的资产组，公司管理层没有销售意图、不存在销售协议价格、近期无相关活跃交易市场，同时难以获取同行业类似资产组交易案例，故商誉减值测试无法可靠估计商誉所属资产组的市场价值（公允价值）减去处置费用的净额，商誉减值测试采用资产预计未来现金流量现值的模式计算其可收回金额。具体测算过程如下：

① 资产组预计未来现金流量的现值

本次估算资产组预计未来现金流量的现值，对于未来收益的预测完全是基于被并购方会计主体现状使用资产组的方式、力度以及使用能力等方面的因素，即按照目前状态及使用、管理水平使用资产组可以获取的预测收益，采用收益途径方法进行测算。

②收益指标

本次收益法评估中采用的收益指标为资产未来现金流量，主要包括：a.资产持续使用过程中预计产生的现金流入。b.为实现资产持续使用过程中产生的现金流流入所必需的预计现金流出。c.资产使用寿命结束时，处置资产所收到或者支付的净现金流量。通常根据资产未来每期最有可能产生的现金流量进行预测，其中，资产使用过程中产生的现金流量的计算公式如下：

资产使用过程中产生的现金流量=税息折旧及摊销前利润（EBITDA）-资本性支出—营运资金初始投资及增加额

EBITDA=营业收入-营业成本-税金及附加-营业费用-管理费用+折旧摊销

资本性支出是指为了维持资产正常运转或者资产正常产出水平而必要的支出或者属于资产维护支出。

③折现率

根据企业会计准则的规定，为了资产减值测试的目的，计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。

④ 收益年限

本次收益法评估是在企业持续经营的前提下作出的，因此，确定收益期限为无限期，根据公司经营历史及行业发展趋势等资料，采用两阶段模型，即评估基准日后 5 年根据企业实际情况和政策、市场等因素对企业收入、成本费用、利润等进行合理预测，第 6 年以后各年与第 5 年持平。

⑤资产组现金流量

根据相关资产组业务的主营业务收入、主营业务成本、税金及附加、折旧摊销以及相关费用项目等相关因素对未来现金流量进行估算。

⑥净现金流量的确定

本次估值中对未来收益的估算，主要是在对产生商誉单位审计报表揭示的营业收入、营业成本和财务数据的核实、分析的基础上，根据其经营历史、市场需求与未来的发展等综合情况做出的一种专业判断。据以上对主营业务收入、成本、期间费用等的估算，对应商誉所属公司经营性资产组未来净现金流量估算如下：

高密探索者经营性资产价值估值结果表

金额单位：人民币万元

项 目	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	永续期
税前净现金流量	20.15	−14.35	−17.67	−19.01	−21.34	−21.34
折现年限	1	2	3	4	5	
折现率	12.00%					
折现系数	0.8929	0.7972	0.7118	0.6355	0.5674	4.7283
税前净现金流量折现值	17.99	−11.44	−12.58	−12.08	−12.11	−100.90
税前净现金流量折现值累计	−131.12					

悦宝园嘉品经营性资产价值估值结果表

金额单位：人民币万元

项 目	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	永续期
税前净现金流量	−80.34	−72.59	−61.43	−52.55	−40.51	−40.51
折现年限	1	2	3	4	5	
折现率	12.00%					
折现系数	0.8929	0.7972	0.7118	0.6355	0.5674	4.7283
税前净现金流量折现值	−71.74	−57.87	−43.73	−33.40	−22.99	−191.54
税前净现金流量折现值累计	−421.25					

⑦商誉减值测试结果

按照收益途径，采用现金流折现方法对两家公司资产组可收回金额进行了测算，商誉减值测试具体过程如下：

金额单位：人民币万元

项 目	高密探索者	悦宝园嘉品
商誉账面余额	611.73	396.46
商誉减值准备余额	−	−
商誉的账面价值	611.73	396.46
未确认归属于少数股东权益的商誉价值	−	−
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值	611.73	396.46
资产组的账面价值	500.00	19.00
包含整体商誉的资产组的公允价值	−131.12	−421.25
资产组预计未来现金流量的现值	−131.12	−421.25
商誉减值损失	611.73	396.46
合并报表确定的商誉减值损失	611.73	396.46

本次商誉减值测试与并购日确认商誉时资产组的范围保持一致，由于报表日与并购日时间较近，折现率、净现金流量估算方法等也采用并购日的标准确定。

经过上述测算，两家公司经营性资产组未来经营现金流预期较小、资产组可收回金额减少，从而产生商誉减值。根据《企业会计准则》等相关规定，公司计提 2020 年度商誉减值准备是基于谨慎性原则，符合《企业会计准则》、《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》以及公司会计政策的相关规定，能够更加公允的反映公司的财务状况和经营成果，有助于向投资者提供真实、可靠、准确的会计信息。本次计提商誉减值准备及时、合理。

3、说明高密探索者、悦宝园交易对于孚的具体情况，是否与你公司及董事、监事、高级