

证券代码：003016

证券简称：欣贺股份

公告编号：2020-001

欣贺股份有限公司 上市首日风险提示公告

本公司及公司全体董事会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。

经深圳证券交易所《关于欣贺股份有限公司人民币普通股股票上市的通知》（深证上[2020]959号）同意，欣贺股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）首次公开发行的人民币普通股股票在深圳证券交易所上市，证券简称为“欣贺股份”，证券代码为“003016”。本公司首次公开发行的 10,666.67 万股人民币普通股股票，全部为新股发行，本次发行不涉及老股转让，自 2020 年 10 月 26 日起在深圳证券交易所上市交易。

本公司郑重提请投资者注意：投资者应充分了解股票市场风险及本公司披露的风险因素，切实提高风险意识，在新股上市初期切忌盲目跟风“炒新”，应该审慎决策、理性投资。

现将有关事项提示如下：

一、公司近期经营情况正常，内外部环境未发生重大变化，目前不存在未披露重大事项。

二、公司、控股股东和实际控制人不存在应披露而未披露的重大事项，公司近期不存在重大对外投资、资产收购、出售计划或其他筹划阶段的重大事项。公司募集资金投资项目按招股说明书披露的计划实施，未发生重大变化。

三、公司聘请容诚会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-6 月的财务报表及财务报表附注进行了审计，并出

具了标准无保留意见的审计报告(容诚审字[2020]361Z0315号)。根据审计报告,本公司报告期内的主要财务数据如下:

(一) 合并资产负债表主要数据

单位: 万元

项目	2020 年 6 月 30 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
资产总计	243,592.73	255,468.38	235,655.05	221,851.45
负债合计	48,189.61	58,368.29	53,455.84	44,653.36
归属于母公司股东权益	195,403.12	197,100.09	182,199.21	177,198.09
股东权益合计	195,403.12	197,100.09	182,199.21	177,198.09

(二) 合并利润表主要数据

单位: 万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入	77,325.78	196,520.98	176,010.02	163,397.56
营业利润	10,223.42	32,979.10	28,027.18	26,670.35
利润总额	10,085.95	32,886.68	27,997.49	26,381.90
净利润	7,412.81	24,222.30	20,569.71	19,208.23
归属于母公司股东的净利润	7,412.81	24,222.30	20,569.71	19,208.23
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	6,940.26	23,678.61	20,203.75	19,106.25

(三) 合并现金流量表主要数据

单位: 万元

项目	2020 年 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	16,551.10	19,179.03	21,544.48	30,693.59
投资活动产生的现金流量净额	12,808.05	-10,866.55	-16,410.87	-8,940.70
筹资活动产生的现金流量净额	-9,690.24	-10,080.40	-16,200.00	-16,150.00
汇率变动对现金及现金等价物的影响	115.72	178.72	331.43	-402.53
现金及现金等价物净增加额	19,784.63	-1,589.21	-10,734.96	5,200.36
期末现金及现金等价物余额	47,066.36	27,281.73	28,870.94	39,605.90

(四) 主要财务指标

财务指标	2020年6月 30日/2020年 1-6月	2019年12月 31日/2019年	2018年12月 31日/2018年	2017年12月 31日/2017年
流动比率（倍）	3.09	2.70	2.81	3.51
速动比率（倍）	1.69	1.38	1.69	2.48
资产负债率（母公司）	19.37%	22.35%	22.18%	19.66%
无形资产（扣除土地使用权） 占净资产的比例	0.46%	0.49%	0.39%	0.32%
应收账款周转率（次）	5.18	15.57	20.76	25.43
存货周转率（次）	0.31	0.73	0.83	0.89
息税折旧摊销前利润（万元）	16,625.21	45,773.18	38,779.61	35,903.74
利息保障倍数（倍）	166,024.92	299,174.77	-	-
每股经营活动现金流量（元）	0.52	0.60	0.67	0.96
每股净现金流量（元）	0.62	-0.05	-0.34	0.16

四、财务报告审计截止日后公司经营情况和财务状况的简要说明

公司财务报告审计截止日为2020年6月30日。财务报告审计截止日后，公司主营业务和经营模式未发生重大变化。

除上述情形外，截至本公告披露日，公司的经营状况正常，公司经营模式、主要原材料的采购规模及采购价格、主要产品的销售价格、主要客户及供应商的构成、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项方面均未发生重大不利变化。

五、本公司特别提醒投资者认真注意以下风险因素：

（一）行业竞争风险

服装行业是市场化程度较高、竞争较为激烈的行业。女装行业的品牌数量较多，时尚品牌不断涌现，国际品牌对中国市场日益重视并加强渗透，使得女装市场竞争日趋激烈。目前，女装行业的竞争已由低层次的价格竞争逐步向品牌竞争方向发展，主要体现在品牌、研发设计、渠道等方面。如公司不能采取有效措施，积极应对市场竞争，巩固和持续提升品牌影响力和市场竞争力，则公司可能面临市场占有率和盈利水平发生不利变化的影响。

（二）“新冠肺炎”冲击使公司经营业绩下降的风险

2019年12月，我国武汉市爆发新型冠状病毒感染肺炎，并于2020年1月底向全国扩散，对居民的健康及消费产生负面影响。疫情防控期间，大部分居民减少户外聚集活动，多数商场、购物中心停止运营，线下客流量因此受到较大冲击。而公司产品主要通过线下门店进行销售，此次疫情对公司2020年一季度和上半年的业绩产生较大影响。

截至本公告披露日，国内疫情已基本得到遏制，大部分商场和购物中心恢复营业，居民日常消费基本回归正轨。若本次疫情就此得以控制并逐渐消退，居民对中高端女装消费将逐步回归至正常水平，由于消费回暖存在一定的恢复期，预计将对公司短期业绩产生一定影响，但对公司中长期业绩影响较小。

另一方面，虽然国内疫情已得到有效控制，但治疗新冠病毒引起的肺炎的特效药物和疫苗仍处于科研论证或临床试验阶段，距离研制成功或大规模量产尚未有明确时间表，本次疫情的后续发展仍存在一定的不确定性；加之本次新冠病毒疫情自2020年2月底开始呈现全球大流行趋势，我国邻近国家如韩国和日本以及其他部分国家和地区相继出现疫情爆发迹象，且国外确诊病例数呈上升趋势，国内多次出现境外输入病例，进一步增加了国内疫情防控的不确定性。若国内疫情反复或持续时间较长，以及已出台实行的防疫政策和措施持续较长时间或后续根据疫情发展出台新的防疫政策，致使消费习惯发生改变，国内中高端女装市场将可能较长时间维持低迷状态，公司经营业绩面临出现下降或大幅下降的风险。

（三）过于倚重“JORYA”品牌的风险

经过多年的发展与经营，公司产品已跻身国内一线女装品牌之列，已形成JORYA、JORYA weekend 定位高端，ANMANI（恩曼琳）、GIVH SHYH、CAROLINE、AIVEI 和 QDA 定位中高端的金字塔式的品牌架构，全方位覆盖中高端女装市场。目前，公司“JORYA”和“JORYA weekend”女装品牌具有较高的市场美誉度，2019年品牌销售收入占比约50%左右。因此，公司的销售业绩很大程度上取决于“JORYA”和“JORYA weekend”在市场上的知名度、美誉度和忠诚度。未来，如果出现对该品牌不利影响的负面宣传或纠纷，或竞争品牌市场形象及知名度的上升等情形，将可能会影响相关品牌产品在市场上的影响力和认可度，进而可能影响公司的销售业绩。

（四）品牌维护风险

品牌价值和影响力是中高端女装公司的核心竞争力之一，通常需要长时间的培育和持续的维护。在激烈的市场竞争中，品牌文化、品牌风格等通常是品牌女装与其他竞争对手进行有效区分的重要因素，也是品牌获取消费者认可的重要因素之一。

维护品牌价值和影响力，要求公司制定精准的品牌市场定位、风格定位、市场推广策略等，需要投入大量的人力、财务资源。若公司未能采取精准的品牌市场定位、风格定位、市场推广策略等，可能对公司维持良好的品牌形象或持续提升品牌价值和影响力产生不利影响，从而导致公司面临市场占有率下降、经营业绩下降的风险。

（五）不能准确把握女装流行趋势和市场需求变化的设计风险

女装行业的消费者品味多元化且不断变化，女装产品具有款式多、变化快的特点。因此，准确把握女装流行趋势和消费者需求变化，并不断开发新的适销的产品，是品牌女装公司提升持续盈利能力的关键。若公司未能准确把握女装流行趋势和市场需求变化，未能及时推出适销的产品，将对公司品牌和销售业绩产生不利影响。

（六）网络销售对线下销售模式冲击带来的风险

中高端女装时尚化程度高，目标客户群体有限，客户在实体店中的购物体验及销售服务人员营销服务是中高端女装品牌获得消费者认可的重要因素，行业销售模式目前以线下消费为主，电子商务渠道的发展对于行业的影响相对有限。公司现已建立自身的电商渠道，报告期内，公司电子商务销售收入分别为 14,755.02 万元、17,683.06 万元、26,485.75 万元、16,713.27 万元，呈逐年上升的趋势，占主营业务收入的比例分别为 9.07%、10.08%、13.54%、21.68%。如果未来中高端女装客户群的网络购物消费习惯逐步强化，及线上与线下互动结合的 O2O 业务模式趋于成熟，使得网络销售能够结合线下实体渠道给予中高端消费者更好的消费体验，或出现新适用于中高端女装网络应用技术及销售模式，则将会对线下实体销售渠道产生一定冲击。

（七）存货风险

报告期各年末，公司库龄 1 年以上的产成品余额分别为 35,152.23 万元、38,154.61 万元、49,238.43 万元、51,517.32 万元，逐年增长，分别占公司产成品余额的比例为 57.11%、50.51%、51.16%、58.49%。如果未来公司商品的设计款式、品牌定位等未能适应中高端女装市场发展需求，或未能通过相关管理制度及有效渠道及时销售公司过季商品，公司过季商品金额和计提的存货减值准备快速增加，可能导致公司存在业绩下滑的风险。

2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，公司的存货账面余额分别为 71,206.72 万元、88,221.28 万元、108,032.21 万元、97,774.09 万元，存货账面价值分别为 46,017.03 万元、59,561.29 万元、76,475.00 万元、67,401.67 万元，存货账面价值占同期资产总额的比例分别为 20.74%、25.27%、29.94%、27.67%。2017 年末、2018 年末、2019 年末、2020 年 6 月末，存货跌价准备金额分别为 25,189.69 万元、28,659.99 万元、31,557.20 万元、30,372.41 万元，占当年存货账面余额的比例分别为 35.38%、32.49%、29.21%、31.06%。存货占用了营运资金，如果存货规模过大，会降低公司运营效率。如果公司未能准确把握流行趋势，导致产品滞销并产生跌价风险，将会对公司经营业绩产生较大不利影响。

（八）净资产收益率下降的风险

本次发行成功且募集资金到位后，公司的净资产会随之大幅增加，募集资金将被用于品牌营销网络建设项目等项目，募投项目实施后长期资产的大幅增加将导致每年折旧和摊销费用的增加。鉴于募集资金投资项目需要一定的建设期和达产期，募集资金产生预期收益需要一定的时间，公司净利润的增长在短期内不能与公司净资产增长保持同步，可能导致净资产收益率较以前年度有所下降。

（九）经营业绩下降的风险

报告期内，公司营业收入分别为 163,397.56 万元、176,010.02 万元、196,520.98 万元、77,325.78 万元，营业利润分别为 26,670.35 万元、28,027.18 万元、32,979.10 万元、10,223.42 万元，整体处于增长趋势，2020 年上半年有所下降。但公司盈利水平会受到宏观经济波动、消费市场整体疲软及成本、费用上涨等因素影响。

如果我国经济发生不利波动，消费者对中高端女装的需求减少，如果公司未能采取有效措施应对原材料、人工成本的波动，将导致公司业绩存在下降的风险。

（十）盈利预测风险

公司编制了 2020 年度盈利预测报告，容诚会计师事务所对此出具了“容诚专字[2020]361Z0342”号《盈利预测审核报告》。公司预测 2020 年实现营业收入 182,389.71 万元，同比 2019 年降低 7.19%，预测 2020 年归属于母公司股东的净利润 17,690.97 万元，同比 2019 年降低 26.96%，预测扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 17,159.06 万元，同比 2019 年度下降 27.53%。尽管公司 2020 年度盈利预测的编制遵循了谨慎性原则，但是由于：（1）盈利预测所依据的各种假设具有不确定性；（2）新冠疫情控制的不确定性及其对消费行为和习惯的影响、行业形势和市场行情具有不确定性；（3）其它不可抗力的因素，公司 2020 年度的实际经营成果可能与盈利预测存在一定差异。本公司提请投资者注意：盈利预测报告是管理层在最佳估计假设的基础上编制的，但所依据的各种假设具有不确定性，投资者进行投资决策时应谨慎使用。

上述风险为公司主要风险因素，请投资者特别关注公司首次公开发行股票招股说明书“第四节 风险因素”等有关章节，并特别关注上述风险的描述。

敬请广大投资者注意投资风险，理性投资。

特此公告。

欣贺股份有限公司

董事会

2020 年 10 月 26 日