关于曼卡龙珠宝股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
申请文件的审核问询函中
有关财务事项的说明

关于曼卡龙珠宝股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件
的审核问询函中有关财务事项的说明

天健函〔2020〕981号

深圳证券交易所：

由浙商证券股份有限公司转来的《关于曼卡龙珠宝股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核问询函》（审核函〔2020〕010048号，以下简称审核问询函）奉悉。我们已对审核问询函所提及的曼卡龙珠宝股份有限公司（以下简称曼卡龙公司或公司）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下。

一、关于结算方法。招股说明书披露："由商场向终端零售客户收取销售款项，并定期（通常为一个月）与公司进行对账结算并划付资金，以专柜销售额扣除商场收取相关费用后的净额确认为公司销售收入。"请补充披露公司专柜、唯品会、委托代销等按结算清单确认收入模式下，公司是否为结算对账的发起人，各模式具体的对账结算频率，对账结算是否显著晚于商品售出时点，是否存在收入跨期或调节利润的情形，是否符合《企业会计准则》规定。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题3）

（一）专柜结算方法

专柜所在商场为结算对账的发起人，除杭州百大专柜每月结算2次外，其他专柜所在商场均为按月进行对账结算，对账时间主要为次月10日前，对账结算未显著晚于商品售出时点。公司于产品实际交付消费者并取得收款凭证时确认收入，具体为销售当月暂估收入，再根据与商场核对后的对账单调整暂估收入，不存在收入跨期或调节利润的情形，符合企业会计准则规定。

地址：杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座
Add: Block B, China Resources Building, 1366 Qianjiang Road, Hangzhou, China
网址：www.pccpa.cn

（二）唯品会结算方法

唯品会为结算对账的发起人，按月进行对账结算。唯品会于次月 23-25 日在线推送销售结算清单，对账结算未显著晚于商品售出时点。公司于唯品会实际售出商品时确认收入，具体为销售当月暂估收入，再根据与唯品会核对后的对账单调整暂估收入，不存在收入跨期或调节利润的情形，符合企业会计准则规定。

（三）委托代销结算方法

公司为委托代销结算对账的发起人，按月进行对账结算。公司根据加盟信息系统的数据，于次月月初向委托代销方发送代销清单（结算单），对账结算未显著晚于商品售出时点。公司于委托代销方实际售出商品时确认收入，具体为销售当月暂估收入，再根据收到委托代销方核对后的售出货物代销清单调整暂估收入，不存在收入跨期或调节利润的情形，符合企业会计准则规定。

（四）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 获取报告期内公司与主要专柜所在商场签订的联营合同，了解公司专柜与商场的结算流程、内容及频次；

2. 抽取公司主要专柜与商场结算的结算单，查看对账结算时间是否显著晚于商品售出时点，不存在异常；

3. 取得公司与唯品会签订的销售协议，了解合同条款中对于商品结算方式等约定，查看唯品会销售收款、销售结算单，不存在异常；

4. 查阅公司委托代销制度，取得委托代销合同，了解委托代销模式的结算流程及结算内容，抽查委托代销清单，不存在异常；

5. 现场走访专柜所在商场，询问商场与公司的结算方式及结算周期。

经核查，我们认为公司专柜模式下，专柜所在商场为结算对账的发起人；对唯品会的销售，唯品会为对账发起人；委托代销模式下，公司为对账发起人。除杭州百大专柜每月结算 2 次外，其余均按月对账结算，对账结算未显著晚于商品售出时点；专柜模式下，公司于产品实际交付消费者时确认收入，销售当月暂估收入，唯品会、委托代销模式下，公司于唯品会或委托代销方实际售出商品时确认收入，实际售出商品当月暂估收入，再分别根据与商场、唯品会或委托代销方核对后的对账单调整暂估收入，不存在收入跨期或根据与专柜、唯品会、委托代

销方签订的协议调节利润的情形，收入确认时点符合企业会计准则规定。

二、关于销售返点。反馈回复显示：“所有应兑付给加盟客户的返点，由加盟事业部于每年根据考核数据提交上年度加盟店应享有的返点申请，经审批后以销售折扣形式予以返还……销售返点的会计处理：加盟商达到与公司约定的返利条件时计算销售返点，冲减当期销售收入，并确认预收账款。”请补充披露：（1）加盟商使用返点的条件及规则，返点是否存在有效期，有效期到期时未使用返点、加盟商退出时未使用返点如何会计处理，是否符合《企业会计准则》要求；（2）报告期各年“绩效考核返点”和“批发目标超额返点”分别冲减的销售收入及其对应的考核年度，其会计处理是否符合权责发生制及《企业会计准则》要求，报告期各年末结余的返点金额，计算的返点金额与加盟商实际消耗的返点金额差异，是否存在返点计算不充分或返点未入账等情形。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 4）

（一）加盟商使用返点的条件及规则，返点是否存在有效期，有效期到期时未使用返点、加盟商退出时未使用返点如何会计处理，是否符合《企业会计准则》要求

加盟商正常加盟期间内均可使用返点，批发目标超额返点以销售折扣形式予以返还，绩效考核返点以减免加盟费等形式予以返还。公司给予加盟商的销售返点没有有效期的概念，报告期不存在加盟商退出时仍未使用的返点，无需进行会计处理。

（二）报告期各年“绩效考核返点”和“批发目标超额返点”分别冲减的销售收入及其对应的考核年度，其会计处理是否符合权责发生制及《企业会计准则》要求，报告期各年末结余的返点金额，计算的返点金额与加盟商实际消耗的返点金额差异，是否存在返点计算不充分或返点未入账等情形。

公司每年度与加盟商签署经营目标确认书，年度结束后次年根据经营目标确认书约定的销售额、销售结构、检查得分、超时提货次数等业绩及营运指标计算年度绩效考核返点和批发目标超额返点金额。

其中，绩效考核返点考核指标包括计件类正价商品（非特价饰品）销售额得分、年度订单及时提货率得分、年度营运标准考核得分等；批发目标超额返点考

核指标主要为计件类正价商品（非特价饰品）销售额，报告期内批发目标超额返点考核的计件类正价商品种类与绩效考核返点不同，主要为“三爱一钻”产品。因此，计件类正价商品（非特价饰品）销售额是计算加盟商返点的重要指标。

同时，根据公司与加盟商的约定，公司于“每年 3 月份、11 月份的最后一周及次月第一周为所有加盟商申请并执行免费换货”，加盟商于考核期次年 3 月份的换货会影响公司对加盟商返点的计算。因此，公司通常于次年 3 月换货期结束后，在第二季度计算返点并与加盟商核对完毕，并报公司审批通过后，以冲抵后续加盟商进货货款或减免加盟费的形式兑付返点。

报告期内绩效考核返点和批发目标超额返点金额、考核年度、兑付年度如下：

单位：万元

考核期	兑付期	绩效考核返点	批发目标超额返点	返点小计	考核期营业收入总额	比例（%）
2016 年度	2017 年度	101.70	105.34	207.04	74,975.95	0.28
2017 年度	2018 年度	117.92	96.32	214.24	83,740.62	0.26
2018 年度	2019 年度	72.14	25.56	97.71	91,967.21	0.11
2019 年度	2020 年度	86.44	16.07	102.51	89,660.21	0.11

报告期各期绩效考核返点和批发目标超额返点金额变动幅度较大，主要系随着公司品牌市场知名度提高，公司对加盟商的议价能力提升，报告期内公司加盟返点考核标准发生了一定变化。

其中，2016-2017 年考核期绩效考核返点各项指标得分按照权重加权计算；2018-2019 年考核期绩效考核返点各项指标一项不达标就不能获得返点，从而导致 2019-2020 年兑付期绩效考核返点兑付金额较 2017-2018 年有所下降。

同时，2016-2017 年考核期批发目标超额返点主要考核指标为超额返点产品的销售额；2018-2019 年考核期批发目标超额返点考核指标除销售额外，增加了营运及订单考核系数等指标，从而导致 2019-2020 年兑付期批发目标超额返点兑付金额较 2017-2018 年有所下降。

绩效考核返点和批发目标超额返点会计处理如下：

鉴于绩效考核返点和批发目标返点金额受到次年 3 月加盟商换货类别和金额影响，在考核年度期末不能可靠计量，公司通常于次年换货结束后计算返点并与加盟商确认兑付；同时，报告期内兑付年度实际兑付返点占考核年度的收入比例分别为 0.28%、0.26%、0.11%、0.11%，占比极低，公司未于考核年度计提，

而于兑付年度经双方确认后计入兑付年度当期损益。

具体如下：

绩效考核返点：考核年度期初，公司收到加盟商缴纳的加盟费等时暂挂其他应付款。待考核年度结束后公司根据加盟商年度绩效实现情况计算并与加盟商确认绩效考核返点。经确认的绩效考核返点在兑付年度转作加盟商货款，从其他应付款转入预收账款，剩余其他应付款在兑付年度确认其他业务收入。具体会计处理为：

收到加盟商缴纳的加盟费等时

借：银行存款

贷：其他应付款

待考核年度结束后，计算并与加盟商确认绩效考核返点

借：其他应付款

贷：预收账款（兑付绩效考核返点）

其他业务收入（加盟费等）

应交税费-应交增值税-销项税额（加盟费等收入形成的应交增值税）

批发目标超额返点：考核年度结束后，公司按照与加盟商签署的经营目标确认书，根据考核年度内加盟商批发销售净额、营运及订单考核系数等得分情况，计算批发目标超额返点。批发目标超额返点在兑付年度以销售折扣形式冲减销售收入。具体会计处理为：

兑付批发目标超额返点时

借：预收账款（兑付批发目标超额返点，红字）

贷：主营业务收入（红字）

应交税费-应交增值税-销项税额（红字）

报告期各年返点均于兑付期按审批确定金额兑付完毕。申报期内计算的返点金额与实际消耗的返点不存在差异。

（三）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 获取了公司与加盟商签订的《“MCLON 曼卡龙”珠宝特许经营经销合同》以及公司制定的《曼卡龙加盟业务政策》，了解公司对加盟商的考核政策；

2. 访谈了公司加盟业务相关管理人员，了解报告期内公司加盟商考核政策；

3. 查看了加盟商返点计算的流程，与返点约定基本一致；

4. 查看了加盟商返点兑付记录，函证加盟商各期返利金额及执行情况。

经核查，我们认为，加盟商正常加盟期间内均可使用返点，公司给予加盟商的销售返点没有有效期的概念，报告期不存在加盟商退出时仍未使用的返点，无需进行会计处理；由于公司绩效考核返点和批发目标超额返点金额受次年 3 月换货类别和金额影响，因此在考核年度各所属期报告期末对加盟商的返点金额不能可靠、准确计量，且各期返点金额占公司考核所属年度营业收入比例极低，故公司未于考核年度计提，而于兑付年度经双方确认后计入兑付年度当期损益，会计处理符合企业会计准则要求；返点均在兑付期兑付完毕，因此报告期各年返点无结余，计算的返点金额与加盟商实际消耗返点金额一致，不存在返点计算不充分或返点未入账的情形。

三、关于直营店和专柜。请发行人补充披露《直营门店及专柜饰品免费调换管理规程》中是否约定了与退货相关的规则，是否符合《消费者权益保护法》相关要求，报告期直营店和专柜模式下退货冲销收入的金额，是否存在年末销售来年退货的情形，其会计处理是否符合《企业会计准则》要求。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 5）

（一）请发行人补充披露《直营门店及专柜饰品免费调换管理规程》中是否约定了与退货相关的规则，是否符合《消费者权益保护法》相关要求

公司在《直营门店及专柜饰品免费调换管理规程》中对换货进行了约定，未对退货进行约定：公司直营店、专柜出售的饰品自购买之日起 10 天（含）内可以在原购买店免费调换一次，调换新品的结算价不低于所调换旧品抵价。由于公司对产品质量控制较为严格，报告期内公司实际发生的退货极少。如发生退货，公司按照《消费者权益保护法》中关于退货的规定执行，客户自购买之日起 10 天（含）内可以在原购买店退货。

（二）报告期直营店和专柜模式下退货冲销收入的金额，是否存在年末销售来年退货的情形，其会计处理是否符合《企业会计准则》要求

公司不单独考核退换货绩效，业务系统中将退货、换货统一核算，因此公司

未明确区分退换货，以下金额及分析均包含退换货。

1. 公司直营店和专柜的退换货情况

报告期内，公司直营店和专柜的退换货情况如下：

单位：万元

模　式	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直营店（含电商）	退换货	636.21	396.29	480.27
专柜	退换货	464.66	272.39	425.81
合　计		1,100.86	668.68	906.07

报告期内，公司直营店和专柜的退换货原因主要为客户根据 10 天免费调换的政策进行的换货。

报告期内，公司直营店和专柜的退换货金额占自营模式下的销售收入比例分别为 1.44%、1.00%和 1.68%，退换货金额和比例均较低。同时，由于公司将退换货进行统一核算，实际退货金额和比例与上述数据相比更小。

2. 直营店和专柜年末销售来年退换货的情形

根据公司 10 天免费的退换货政策，报告期内，公司各年 12 月 21 日至 31 日实现的销售于次年 1 月 1 日至 10 日退换货的金额如下：

单位：万元

模式	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直营店（含电商）	2.66	5.77	4.53
专柜	6.34	5.34	7.47
合　计	9.00	11.12	11.99

报告期内，公司年末销售，第二年退换货的金额分别为 11.99 万元、11.12 万元和 9.00 万元，金额极低。上述金额包括了退货和换货，因此，实际退货金额更小。

3. 退换货会计处理

发生退换货时，公司收到客户退换货之后，根据产品对应的销售金额冲减当期营业收入；并根据产品对应的销售成本，冲减当期营业成本。同时确认调换产品的销售收入，并结转相应的销售成本。公司退换货会计处理符合企业会计准则要求。

（三）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 访谈了公司管理层及销售有关负责人，取得销售相关资料，核查公司自营模式业务流程及具体内容；

2. 访谈了公司财务负责人，核查自营模式下收入确认方式、退换货等相关会计处理方式；

3. 取得公司退换货相关制度及文件，询问销售人员退换货相关规定，是否存在大量期末销售次年退货情形；

4. 取得公司退换货明细清单，检查各期退换货的金额和原因，查看账上关于退换货的会计处理是否正确。

经核查，我们认为，公司在《直营门店及专柜饰品免费调换管理规程》对换货进行了约定，未对退货进行约定，公司对产品退货按照《消费者权益保护法》中关于退货的规定执行，符合《消费者权益保护法》的相关要求；公司直营店和专柜的退换货金额和比例都较低，对公司自营业务不存在重大影响；公司年末销售，第二年退换货的金额极低，对公司自营业务影响极小；公司退换货会计处理符合企业会计准则要求。

四、关于销售。（1）反馈回复中“不同模式下主要产品的销售数量、收入、单价、毛利、毛利率”表格披露了各种销售模式下 4 类主要产品，其收入合计与主营业务收入存在差异。请发行人说明各种销售模式（直营、专柜、电商、加盟、委托代销）下，各类产品收入与该模式主营业务收入、毛利存在差异的原因，发行人是否存在其他未说明的产品类型。如有，请说明该产品类型对应的收入、销售数量、成本、毛利率情况，上述差异对应的收入是否真实、准确、完整，毛利率是否异常。（2）请以表格形式补充披露直营店、专柜、加盟店的门店数量、平均单店收入变动对各销售模式营业收入的影响，是否存在变动较大情形及其合理性。（3）请以表格形式补充披露，电商业务客户的订单按照金额大小分层的情况，是否存在个别订单金额显著大于客单均价的情形，是否存在客户异常重复购买的情形，以上情形是否合理，销售是否真实。（4）招股书显示“委托代销模式下，公司委托代销商均为加盟商”。发行人对其加盟商同时存在加盟销售和委托代销的情形，请发行人补充披露：①发行人同时采用以上

模式的原因及其合理性，发行人如何区分核算委托代销商品和其余商品。②发行人对加盟商销售管理的控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、珠宝品牌排他性等，说明加盟商是否实现最终销售及相关依据，是否存在向加盟商渠道压货、加盟商囤货的情形。（5）反馈回复称“自营模式无法区分退货及换货”，请补充说明无法区分退换货的原因，无法区分退换货是否属于行业共性，是否影响公司会计基础工作规范性及内控有效性。（6）反馈回复称“加盟模式下未约定退货条款，且未发生退货行为”，请补充披露：①同行业可比公司加盟模式是否存在退货条款，是否存在加盟商退货的情况及其金额，发行人加盟模式下未约定退货条款且未发生退货行为是否属于行业共性；②请结合发行人加盟商退出情况，详细说明报告期加盟商退出时但未出售的公司产品如何处理。（7）请发行人补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年一季度和半年度的经营和财务影响，各类渠道门店数量的变化情况。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 6）

（一）反馈回复中“不同模式下主要产品的销售数量、收入、单价、毛利、毛利率”表格披露了各种销售模式下 4 类主要产品，其收入合计与主营业务收入存在差异。请发行人说明各种销售模式（直营、专柜、电商、加盟、委托代销）下，各类产品收入与该模式主营业务收入、毛利存在差异的原因，发行人是否存在其他未说明的产品类型。如有，请说明该产品类型对应的收入、销售数量、成本、毛利率情况，上述差异对应的收入是否真实、准确、完整，毛利率是否异常

公司主营业务收入包括计克类黄金、爱尚金、其他素金饰品、钻石饰品、爱尚炫和其他镶嵌饰品 6 类，由于其他素金饰品和其他镶嵌饰品金额小、数量多、品种繁杂，占主营业务收入的比例低，因而反馈回复仅对其中的计克类黄金、爱尚金、钻石饰品和爱尚炫 4 类主要产品分销售模式进行了分析，故存在差异。

报告期内，其他素金饰品和其他镶嵌饰品分销售模式的收入情况如下：

单位：万元

产品明细	销售模式	2019 年度	2018 年度	2017 年度
其他素金饰品	直营店	857.05	903.42	1,233.89
	电商	378.59	289.41	199.32

	专柜	1,338.96	1,275.02	1,494.85
	加盟	716.90	729.09	769.97
	委托代销	12.47	26.11	39.26
	合　计	3,303.97	3,223.05	3,737.29
其他镶嵌饰品	直营店	853.22	684.60	912.70
	电商	106.64	4.40	15.68
	专柜	188.36	250.29	286.99
	加盟	235.53	38.61	123.25
	委托代销	12.22	44.60	45.31
	合　计	1,395.97	1,022.50	1,383.93

其他素金饰品和其他镶嵌饰品产品分类、数量、收入、成本、毛利率具体情况如下：

1. 其他素金饰品

其他素金饰品主要包括18K金、铂950、镶嵌足金以及其他，其他主要系空托、铂900等饰品，销售总额较小，品种繁杂，因而合并披露。

单位：件、万元

年度	明细	数量	收入	成本	毛利率
2019年度	18K金	90,488	1,846.37	1,363.42	26.16%
	铂950	1,147	370.61	319.43	13.81%
	镶嵌足金	3,585	633.18	473.84	25.16%
	其他	3,649	453.80	328.87	27.53%
	合　计	98,869	3,303.97	2,485.56	24.77%
2018年度	18K金	38,401	1,506.56	1,016.36	32.54%
	铂950	1,941	471.24	404.47	14.17%
	镶嵌足金	6,428	929.74	680.03	26.86%
	其他	3,018	315.50	235.56	25.34%
	合　计	49,788	3,223.05	2,336.41	27.51%
2017年度	18K金	32,246	1,429.14	1,016.17	28.90%
	铂950	3,933	874.77	746.40	14.67%

	镶嵌足金	8,631	1,159.22	882.05	23.91%
	其他	2,163	274.16	206.74	24.59%
	合　计	46,973	3,737.29	2,851.36	23.71%

报告期内，其他素金饰品各明细毛利率相对比较稳定，波动较小。

2. 其他镶嵌饰品

其他镶嵌饰品主要包括爱尚彩、素翡翠、镶嵌翡翠以及其他，其他主要系彩色宝石、配品配件等饰品，销售总额较小，品种繁杂，因而合并披露。

单位：件、万元

年度	明细	数量	收入	成本	毛利率
2019 年度	爱尚彩	907	128.57	80.22	37.60%
	素翡翠	1,952	630.35	241.30	61.72%
	镶嵌翡翠	596	208.35	78.99	62.09%
	其他	57,023	428.71	310.49	27.58%
	合　计	60,478	1,395.97	711.01	49.07%
2018 年度	爱尚彩	1,770	253.42	146.11	42.34%
	素翡翠	1,518	428.02	182.62	57.33%
	镶嵌翡翠	264	194.12	60.13	69.02%
	其他	16,027	146.95	98.29	33.11%
	合　计	19,579	1,022.50	487.16	52.36%
2017 年度	爱尚彩	3,571	478.45	320.99	32.91%
	素翡翠	3,777	425.31	197.38	53.59%
	镶嵌翡翠	76	17.57	9.78	44.33%
	其他	31,786	462.60	188.56	59.24%
	合　计	39,210	1,383.93	716.71	48.21%

报告期内，其他镶嵌饰品毛利率相对比较稳定，波动较小，镶嵌翡翠毛利率波动较大，主要系 2017 年镶嵌翡翠销售总额较小，毛利率受个别产品影响较大。2017 年其他毛利率较高，主要系销售镶嵌海珠产品较多并且毛利率较高。

综上，反馈回复的收入合计与主营业务收入存在差异主要系其他素金饰品和其他镶嵌饰品未作为主要产品披露所致，上述差异对应的收入真实、准确、完整，

毛利率不存在重大异常。

（二）请以表格形式补充披露直营店、专柜、加盟店的门店数量、平均单店收入变动对各销售模式营业收入的影响，是否存在变动较大情形及其合理性

1. 报告期内直营店、专柜、加盟店的门店数量、平均单店收入情况如下：

单位：万元

销售模式	期间	期末门店数量	平均门店数量	平均门店收入
直营店	2019 年度	25	26	835.07
	2018 年度	27	24	1,014.26
	2017 年度	21	19.5	1,217.56
专柜	2019 年度	67	63	658.04
	2018 年度	59	54.5	689.35
	2017 年度	50	46	792.10
加盟	2019 年度	69	68	342.79
	2018 年度	67	57	429.69
	2017 年度	47	40.5	491.61

注：平均门店数量=（期末门店数量+期初门店数量）/2，下同

2. 报告期内直营店、专柜、加盟店的门店数量、平均单店收入变动对各销售模式营业收入的影响

报告期内，公司门店数量逐年上升，平均单店收入略有下降。

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
直营店			
主营业务收入	21,711.92	24,342.19	23,742.39
主营业务收入增长幅度（百分点）	-10.81	2.53	-
平均门店数量变动影响（百分点）	8.33	23.08	-
平均单店收入变动影响（百分点）	-19.14	-20.55	-
专柜			
主营业务收入	41,456.82	37,569.64	36,436.55
主营业务收入增长幅度（百分点）	10.35	3.11	-
平均门店数量变动影响（百分点）	15.60	18.48	-
平均单店收入变动影响（百分点）	-5.25	-15.37	-
加盟店			
主营业务收入	23,309.41	24,492.51	19,910.04
主营业务收入增长幅度（百分点）	-4.83	23.02	-

平均门店数量变动影响（百分点）	19.30	40.74	-
平均单店收入变动影响（百分点）	-24.13	-17.72	-

3. 直营店、专柜、加盟店的门店数量、平均单店收入变动对各销售模式营业收入的影响变动合理性分析

(1) 直营店、专柜模式

近年来随着我国经济的发展和个人消费习惯的改变，消费者更青睐于集购物、饮食、娱乐等于一体的大型商场或综合体。为应对该趋势变化，公司陆续关闭效益较差的街边直营店，转而在大型购物中心开设商场直营店和专柜。新增商场直营店和专柜在开设当年收入规模较小，拉低直营店和专柜平均单店收入；同时街边零售的商铺人流量呈现下降的趋势，街边直营店单店收入有所下降，拉低直营店平均单店收入。

受上述因素影响，报告期内直营店和专柜模式平均门店数量变动对主营业务收入均为正向影响，平均单店收入变动对主营业务收入均为负向影响。

(2) 加盟模式

报告期内，随着公司品牌知名度提升，加盟门店数量稳步增加。新增加盟店收入规模较小拉低了平均单店收入。

受上述因素影响，报告期内加盟模式平均门店数量变动对主营业务收入均为正向影响，平均单店收入均为负向影响。

4. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 询问相关业务管理人员，报告期内公司直营店、专柜、加盟店等门店数量变动和销售收入变动情况，门店增开和关闭的原因，查看公司管理系统的开店通知；

(2) 实地查看直营店、专柜、加盟店；

(3) 采用因素分析，门店数量、平均单店收入变动对该销售模式下营业收入的影响程度，公司营业收入变动影响主要来自于新开直营店、专柜和新增加盟店，新开直营店（均系商场直营店）、专柜符合市场消费者消费习惯，新增加盟店与公司品牌市场知名度提高，战略上扩大加盟店覆盖面的情况相符。

经核查，我们认为，报告期内直营店、专柜、加盟店等门店数量、平均单店收入变动对各销售模式营业收入的影响合理，新开直营店、专柜和新增加盟影响

较大，与公司经营情况相符。

（三）请以表格形式补充披露，电商业务客户的订单按照金额大小分层的情况，是否存在个别订单金额显著大于客单均价的情形，是否存在客户异常重复购买的情形，以上情形是否合理，销售是否真实。

报告期内公司电商销售模式下的主要平台为天猫及唯品会，两者销售占公司电商模式销售收入的80%以上。其中唯品会平台的销售，公司客户主体为唯品会；天猫平台客户主体为终端消费者个人，故以下订单分层情况、客均单价及客户异常重复购买情形等根据天猫旗舰店数据进行分析。

1. 报告期内电商业务客户的订单按照金额大小分层情况

单笔交易金额（元）	交易笔数	交易金额（万元）[注]	平均单价（元）	交易占比
2019年度				
0-500（不含）	7,855	164.96	210.01	14.51%
500-1000（不含）	3,828	281.87	736.33	24.79%
1000-2000（不含）	2,200	293.94	1,336.11	25.85%
2000-5000（不含）	1,099	329.55	2,998.65	28.98%
5000-10000（不含）	72	45.55	6,325.93	4.01%
10000以上	15	21.21	14,138.91	1.87%
合　计	15,069	1,137.08	754.58	100.00%
2018年度				
0-500（不含）	10,610	235.23	221.71	7.34%
500-1000（不含）	6,268	470.80	751.11	14.68%
1000-2000（不含）	5,508	780.16	1,416.42	24.33%
2000-5000（不含）	3,216	994.09	3,091.08	31.01%
5000-10000（不含）	955	559.52	5,858.85	17.45%
10000以上	129	166.33	12,893.91	5.19%
合　计	26,686	3,206.14	1,201.43	100.00%
2017年度				
0-500（不含）	3,251	75.39	231.89	8.21%
500-1000（不含）	3,054	227.45	744.77	24.76%
1000-2000（不含）	1,530	203.62	1,330.86	22.17%
2000-5000（不含）	1,110	357.88	3,224.15	38.96%
5000-10000（不含）	53	36.06	6,804.05	3.93%

10000 以上	13	18.07	13,903.10	1.97%
合　计	9,011	918.48	1,019.28	100.00%

[注]交易金额为天猫旗舰店终端消费者实际付款金额，与收入存在差异，系：(1) 交易金额为含税金额；(2) 交易金额不含以旧换新抵值金额

报告期内公司电商业务交易金额分层主要集中在 500-5000 元之间，符合公司产品定位。2018 年单笔交易金额在 5000 以上占比较高，主要系公司为提升品牌在电商平台的知名度和排名，制定了电商平台珠宝品牌 TOP20 的销售目标，进行多次促销活动，销售金条较多。报告期内公司电商业务存在部分订单金额大于客单均价的情形，主要系消费者购买手镯、金条及钻石戒指等单品金额较大商品，具有合理性，销售真实。

2. 报告期内电商业务客户重复购买情况

单位：个、次、万元

年度	类别	客户数	交易笔数	交易金额	金额占比
2019 年度	单次购买	10,177	10,177	793.39	69.77%
	2 次购买用户	1,578	3,156	188.82	16.61%
	3-4 次购买用户	387	1,250	103.54	9.11%
	5-12 次购买用户	68	425	42.96	3.78%
	12 次以上购买用户	4	61	8.39	0.74%
	合　计	12,214	15,069	1,137.08	100.00%
2018 年度	单次购买	18,215	18,215	2,349.98	73.30%
	2 次购买用户	2,546	5,092	510.36	15.92%
	3-4 次购买用户	654	2,117	202.83	6.33%
	5-12 次购买用户	161	1,037	103.29	3.22%
	12 次以上购买用户	13	225	39.67	1.24%
	合　计	21,589	26,686	3,206.14	100.00%
2017 年度	单次购买	6,017	6,017	651.41	70.92%
	2 次购买用户	982	1,964	167.70	18.26%
	3-4 次购买用户	387	838	83.02	9.04%
	5-12 次购买用户	33	192	16.35	1.78%
	12 次以上购买用户	-	-	-	-
	合　计	7,419	9,011	918.48	100.00%

报告期内电商业务客户复购情况在 4 次以内的占比分别为 98.22%、95.54%、95.48%，从购买次数分布来看，不存在客户异常重复购买的情形。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 询问公司管理层及电商业务管理人员，报告期内公司电商销售的整体情况、主推产品、消费者偏好变化等；

(2) 取得主要电商业务销售清单，按照消费层次分析电商客户的消费层次，查看单笔销售金额较大的电商销售业务单据及消费产品类型；

(3) 取得主要电商业务销售清单，按照消费者购买次数分析电商客户的复购情况，不存在比例较大的异常复购情况。

经核查，我们认为，报告期内公司电商业务销售存在部分订单金额大于客单均价的情况，占比极低，系正常销售业务，情况合理，销售真实；电商销售购买次数集中在 4 次以内，不存在异常重复购买的情况。

(四) 招股书显示“委托代销模式下，公司委托代销商均为加盟商”。发行人对其加盟商同时存在加盟销售和委托代销的情形，请发行人补充披露：①发行人同时采用以上模式的原因及其合理性，发行人如何区分核算委托代销商品和其余商品。②发行人对加盟商销售管理的控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、珠宝品牌排他性等，说明加盟商是否实现最终销售及相关依据，是否存在向加盟商渠道压货、加盟商囤货的情形。

1. 发行人同时采用以上模式的原因及其合理性，发行人如何区分核算委托代销商品和其余商品。

报告期内，公司加盟商主要为加盟销售模式，加盟商委托代销模式占主营业务收入比重分别为 0.53%、0.37%、0.28%，占比极低。部分加盟商同时存在加盟销售与委托代销两种模式，主要系(1) 公司为促进产品流转，对部分周转较慢的产品采取委托代销形式；(2) 对新产品和部分节假日推广产品，采取委托代销形式。

公司单件产品具有唯一的产品编码，可以明确区分销售加盟商的商品和委托代销商品。报告期内，不存在加盟和委托代销模式下商品相互转化的情形。

2. 发行人对加盟商销售管理的控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、珠宝品牌排他性等，说明加盟商是否实现最终销售及相关依据，是否存在向加盟商渠道压货、加盟商囤货的情形。

(1) 发行人对加盟商销售管理的控制情况，包括库存量、终端零售价、折扣比例、珠宝品牌排他性等

加盟商依据自身销售情况、所在地区消费者偏好判断及自身资金情况，自行控制库存量，公司可以通过加盟商信息系统查看加盟店库存情况，对加盟商库存量给予指导建议。

公司与加盟商签订的《“MCLON 曼卡龙”珠宝特许经营经销合同》约定：“为维护企业形象，统一售价，乙方必须严格按照‘MCLON 曼卡龙’珠宝系列产品零售价格及政策进行销售，实行明码标价、明码实价，未经甲方许可乙方不得擅自涨价、降价或进行各种促销活动。各类珠宝产品的零售价由甲方在标签上统一打出。”公司产品有唯一的产品编码，产品销售给加盟商时已经确定了标签价格，其中计克类产品标识重量及工费价格。加盟商的终端零售价格必须依据公司制定的价格政策执行，即计件类与自营店同款同价、计克类按照加盟运营中心公布的统一金价执行。

公司通过加盟商信息系统限定了加盟店销售开单人员的折扣权限，超过折扣权限未经批准无法操作开单。如果加盟店因需确实要低于上述折扣的，必须向公司加盟运营中心提出申请，加盟运营中心审批通过后，方可销售开单。

公司加盟店具有品牌排他性，根据公司与加盟商签署的特许经销合同，不允许加盟商在公司加盟店销售非公司品牌的产品，公司采取的措施主要包括：1) 运营管理部对加盟店进行现场检查；2) 根据公司对加盟商以前年度经营情况经验判断，审计部对加盟店进行随机抽查；3) 加盟运营中心对加盟店进行不定期检查。对于违规销售其他公司品牌产品的加盟商给予一定的罚款处罚。

(2) 加盟商是否实现最终销售及相关依据，是否存在向加盟商渠道压货、加盟商囤货的情形

公司通过加盟商信息系统查看加盟店销售开单及库存，了解加盟商最终销售情况。加盟商根据自身经营需求采购商品，公司要求先款后货，从加盟商角度，公司向加盟商渠道压货或加盟商囤货将占用加盟商资金。报告期内，公司不存在向加盟商渠道压货、加盟商囤货的情形。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 获取公司与加盟商签订的《“MCLON 曼卡龙”珠宝特许经营经销合同》以及公司制定的《曼卡龙加盟业务政策》，了解公司对加盟商的管理政策；

(2) 访谈公司加盟业务相关管理人员，报告期内加盟商同时存在加盟销售和委托代销情况的原因，对加盟商库存量、终端零售价、折扣比例、销售品牌等管理情况；

(3) 访谈加盟商报告期内是否同时存在加盟销售和委托代销、对其库存的管理等情况；

(4) 比较报告期内主要加盟商进货量、加盟商零售开单量，分析报告期加盟商采购与销售之间的匹配性，不存在异常；

(5) 抽查公司对加盟商销售出库和收款匹配情况，不存在异常；

(6) 根据公司对主要加盟商的销售及零售开单，编制加盟商饰品进销存，并对主要加盟商独立寄发询证函，报告期内加盟商函证情况如下：

单位：万元

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
公司加盟销售收入	23,309.41	24,492.51	19,910.04
发函占加盟收入比例	99.57%	94.00%	100.00%
回函确认占加盟收入比例	90.65%	81.77%	84.26%

(7) 择取部分主要加盟门店库存进行抽盘，2017 年末、2018 年末及 2019 年下半年我们分别选择 6 家、3 家及 38 家门店进行抽盘，验证加盟店的进销存情况以及库存与销售收入的匹配情况，并观察了加盟商是否存在违反加盟协议相关约定的情况，不存在异常；

(8) 以公司全部加盟商对最终客户销售作为整体样本进行控制测试，采取随机抽样法，对终端消费者进行抽查，每年抽查 80 笔，以确认最终销售是否实现。抽查结果总体偏差率和实际偏差率均无异常。

经核查，我们认为，报告期内公司同时存在加盟销售和委托代销主要系周转较慢的部分产品、新产品和部分节假日推广产品导致，情况合理；公司可以通过加盟商信息系统查看加盟商最终销售情况；公司加盟销售要求先款后货；公司不存在渠道压货或加盟商囤货情形；报告期内，不存在加盟和委托代销模式下商品相互转化的情形。

(五) 反馈回复称“自营模式无法区分退货及换货”，请补充说明无法区分

退换货的原因，无法区分退换货是否属于行业共性，是否影响公司会计基础工作规范性及内控有效性。

1. 公司未区分退换货的原因

公司不单独考核退换货绩效，业务系统中将两者统一核算，因此公司未明确区分退换货。报告期内自营模式支付的退款金额占该模式收入的比例分别为0.11%、0.14%、0.18%，占比极低。通常退货同时退款，但退款除退货外，还包括换货退还价差等情况，因此，根据退款金额测算报告期内公司退货金额占自营模式收入比例低于上述退款金额比例，占比极低。

公司退、换货会计处理方式一致，在收到退换商品时按原销售金额直接冲减当期主营业务收入，同时冲回主营业务成本。因此不区分退换货不影响公司会计基础工作规范性。

2. 同行业上市公司退换货相关规定

经查阅同行业上市公司周大生招股书，该公司亦将自营模式下退、换货进行统一核算，不区分退换货。其余同行业可比上市公司未查询到关于退换货统一核算的信息。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 询问公司直营门店、专柜、电商相关管理人员，公司退货和换货范围和条件；

(2) 查看同行业上市公司招股说明书，未见公司退换货情况与同业上市公司存在显著差异。

经核查，我们认为，公司未区分退、换货系不单独考核退换货绩效，因此在系统未予以区分；周大生将退、换货进行统一核算，公司未区分退换货情况与周大生一致；公司对退换货会计处理一致，不区分退、换货不影响公司会计核算、会计基础工作规范性及内控有效性。

(六) 反馈回复称“加盟模式下未约定退货条款，且未发生退货行为”，请补充披露：①同行业可比公司加盟模式是否存在退货条款，是否存在加盟商退货的情况及其金额，发行人加盟模式下未约定退货条款且未发生退货行为是否属于行业共性；②请结合发行人加盟商退出情况，详细说明报告期加盟商退出

时但未出售的公司产品如何处理。

1. 同行业可比公司加盟模式是否存在退货条款，是否存在加盟商退货的情况及其金额，发行人加盟模式下未约定退货条款且未发生退货行为是否属于行业共性

同行业可比上市公司的加盟退货情况如下表所示：

项　目	周大生	莱绅通灵	爱迪尔
退货约定	公司原则上只接受加盟商撤店情况下的退货，退货时公司会根据货品的新旧、损耗程度进行扣损作价后安排退货。	一般情况下，加盟店不允许退货。如因加盟店经营不善导致关店需要退货，或者因加盟期满双方不再续约，加盟店需要退货。加盟店需提前 60 天向发行人提出退货申请，发行人书面同意后给予加盟店退货。	加盟商不再经营公司品牌，在合同期满后两个月内，加盟商余下的原有授权货品，由公司在扣除证书费、标签费、工费后按原始进货价的九折购回。终端配备品不参与购回。
实际退货比例	2014-2016 年分别为 0.37%、0.10%、0.04%。	根据招股书数据计算 2013-2015 年及 2016 年 1-6 月退货比例分别为 3.15%、1.35%、8.23%和 0.00%。2015 年关店家数较多，导致当年退货金额较高。	未披露。

注：其余同行业可比公司未能获取相关信息

公司与同行业可比公司加盟模式一致，持续合作情况下，通常不允许退货；加盟商不再合作后，公司不允许退货，同行业可比公司允许加盟商退货，但通常设定退货金额条件，例如根据周大生招股书披露“公司退货时按扣损作价后退回，此种方式下加盟商的损失较大，加盟商退货情况较少”。

报告期公司实际不存在加盟商退货的情况。

因此，公司加盟模式持续合作情况下未约定退货条款与同行业可比公司周大生、莱绅通灵、爱迪尔一致；不再合作后，公司不允许加盟商退货的约定较严格，同行业可比公司通常为设定条件退货，公司与其略有差异。

2. 请结合发行人加盟商退出情况，详细说明报告期加盟商退出时但未出售的公司产品如何处理

关闭加盟店的存货处理方式：(1) 拥有多个加盟店的加盟商，在关闭个别店面时，通常将库存调拨到其他加盟店销售；(2) 对于已经不再合作的加盟商，由加盟商自行处理尚未出售的产品，主要方式包括 1) 加盟商之间协商，销售给仍在经营的其他加盟商；2) 允许加盟商抹掉公司品牌标识在其他渠道自行销售，

但不允许加盟商公开宣传促销；3）加盟商将产品拆石、熔解后作为原料销售。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

（1）获取公司与加盟商签订的《“MCLON 曼卡龙”珠宝特许经营经销合同》以及公司制定的《曼卡龙加盟业务政策》，了解公司对加盟商退货、换货管理政策，加盟商退出后存货处理规定；

（2）访谈公司加盟业务相关管理人员，报告期内加盟商退换货情况及加盟店关闭后存货处理情况；

（3）查看同行业上市公司披露的加盟退换货的规定，以及加盟商退出后加盟存货的处理情况，同业上市公司与本公司在加盟持续期间均不允许加盟商退货，可以进行换货。

经核查，我们认为，报告期内，持续合作情况下，公司在加盟模式下不允许加盟商退货与同行业可比公司周大生、莱绅通灵和爱迪尔一致；报告期内公司未发生加盟商退货行为；公司加盟商退出时，未出售的公司产品由加盟商自行处理，与同行业可比公司略有差异。

（七）请发行人补充披露新冠肺炎疫情对公司 2020 年一季度和半年度的经营和财务影响，各类渠道门店数量的变化情况。

1. 2020 年一季度和半年度各类渠道门店数量的变化情况

2020 年一季度和半年度各类渠道门店数量及其变化情况如下：

单位：家

年度	销售模式	期初店数	本期开店	本期关店	期末店数
2020 年 1-6 月	街边直营店	5			5
	商场直营店	20	4	-4	20
	直营店合计	25	4	-4	25
	专柜	67	3	-4	66
	加盟店	69	4	-7	66
	合　计	161	11	-15	157
2020 年 1-3 月	街边直营店	5			5
	商场直营店	20	4	-1	23
	直营店合计	25	4	-1	28
	专柜	67	1	-1	67

年度	销售模式	期初店数	本期开店	本期关店	期末店数
	加盟店	69		-5	64
	合　计	161	5	-7	159

2020 年以来，公司门店数量基本保持稳定，较 2019 年年末略有减少。

2. 新冠肺炎疫情对 2020 年一季度和半年度的经营和财务影响

(1) 经营情况的影响

1) 销售方面

公司属于珠宝零售业，疫情发生以来，根据政府部门的疫情防控需要和指导原则，公司直营店、专柜以及加盟店所在的主要商场采取了临时停业、缩短营业时间等措施以应对风险，在此期间，公司销售影响较大。春节后公司积极响应政府号召，多方筹措各类防疫物资并严格实施各项防护举措，公司总部于 2020 年 2 月 12 日复工，线下门店于 2 月 16 日开始逐步复工，除武汉地区三家门店于 2020 年 4 月复工外，其余地区门店于 2020 年 3 月初已经全面实现复工。

销售收入方面，公司二月份受疫情冲击影响较大，三月份开始随着门店的逐步复工销售收入逐步回升，目前，公司销售已经恢复到正常水平。

2) 生产采购方面

公司于 2019 年 12 月开始根据库存情况进行春节备货，库存充足。公司主要原材料、成品供应商和委外加工商主要位于深圳地区，受疫情冲击较小。

(2) 财务情况的影响

公司 2020 年一季度及上半年的主要财务情况如下：

单位：万元

项　目	2020 年第一季度情况			2020 年上半年情况		
	2019 年 1-3 月	2020 年 1-3 月	变动幅度	2019 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动幅度
主营业务收入	24,157.61	13,083.92	-45.84%	44,289.02	37,016.87	-16.42%
扣除非经常性损益前后孰低的归母净利润	1,876.40	828.14	-55.87%	3,510.46	2,940.11	-16.25%

注：上述财务数据未经审计

受疫情影响，公司 2020 年一季度经营业绩下滑较大，2020 年上半年经营业绩亦有所下滑。

疫情发生以来，公司抓住新零售行业趋势，依托阿里云业务中台系统，大力拓展线上销售业务，通过在天猫、曼卡龙会员商城、微盟商城等平台加大推广力

度，拓宽销售渠道，增加顾客的购买频次，引导顾客形成线上消费新习惯，一定程度上减缓了疫情对公司业绩的不利影响。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 询问管理层及相关负责人，了解了公司门店的停复工情况；

(2) 询问管理层及相关负责人，了解了公司主要供应商、委外加工商的复工及供货情况，获取供应商关于复工的相关资料；

(3) 询问管理层及相关负责人，公司现金流、存货储备情况；

(4) 获取公司 2020 年各月财务报表，并与上年同期相比较，检查相关下滑金额及幅度。

经核查，我们认为，受疫情影响 2020 年一季度和半年度收入和净利润较上年同期有所下滑，但公司主营业务、经营环境等未发生重大不利变化，公司具有持续盈利能力。

五、关于客户。(1) 请以表格形式补充披露：①报告期自营店、专柜、电商自营店铺、电商平台、加盟店，每年新增、退出、持续经营（合作）的门店数量；②新增、退出、持续经营门店对应的营业收入、占当年营业收入比、门店平均收入；③结合以上数据，说明报告期是否存在新增、退出门店收入重大变动的情形，分析重大变动原因及其合理性。(2) 反馈回复中“报告期内前十大专柜销售合作方的具体情况”列示了前十大专柜下 4 种主要产品的财务信息，该 4 种产品加计金额与专柜销售总金额存在差异，请发行人补充说明未列示的其他产品的相关信息。(3) 加盟商方面：①关于加盟商实际控制人，请补充披露前十大实际控制人对应的加盟店信息，包括实际控制人名称、加盟店数量、与实际控制人合作起始时间、加盟店所在城市、对其销售收入金额、占加盟模式主营业务收入比、销售数量、毛利、毛利率；②报告期对加盟店穿透后其加盟商实际控制人的数量，是否存在经营注册当年即成为发行人客户的情形及其合理性，以上实际控制人及其近亲属是否曾为发行人股东或员工，交易价格是否公允；③请补充披露加盟商和加盟店的区别，并在申报材料各项描述中保持口径一致。(4) 请补充披露报告期直营门店与加盟店互相转化的情况，包括但

不限于具体门店名称、位置、开业时间、转化时间、营业收入和净利润及其占发行人业绩的比例、员工人数、面积、转化的原因、转化对方信息、转让价格及其对损益的影响、店铺中固定资产、存货和人员的安排，公司对直营店与加盟店转化是否设计了相应的内控制度，以上转化是否经相应的审批，对手方及其近亲属是否系公司关联方或前员工，是否存在代发行人承担成本或调解利润的情形。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 7）

（一）请以表格形式补充披露：①报告期自营店、专柜、电商自营店铺、电商平台、加盟店，每年新增、退出、持续经营（合作）的门店数量；②新增、退出、持续经营门店对应的营业收入、占当年营业收入比、门店平均收入；③结合以上数据，说明报告期是否存在新增、退出门店收入重大变动的情形，分析重大变动原因及其合理性。

1. 报告期自营店、专柜、电商自营店铺、电商平台、加盟店，每年新增、退出、持续经营（合作）的门店数量

单位：家

经营方式	期　间	期初店数	本期增加	本期减少	期末店数
直营店	2019 年度	27	4	6	25
	2018 年度	21	8	2	27
	2017 年度	18	9	6	21
专柜	2019 年度	59	10	2	67
	2018 年度	50	13	4	59
	2017 年度	42	10	2	50
电商自营店铺	2019 年度	4	1		5
	2018 年度	5		1	4
	2017 年度	5			5
电商平台[注]	2019 年度	1			1
	2018 年度	1			1
	2017 年度	1			1
加盟店	2019 年度	67	16	14	69
	2018 年度	47	26	6	67
	2017 年度	34	22	9	47

[注]公司销售给电商平台，由其销售至终端消费者，即唯品会

2. 新增、退出、持续经营门店对应的营业收入、占当年营业收入比、门店平均收入

单位：万元

经营方式	经营状态	2019年度			2018年度			2017年度		
		营业收入	收入占比	平均收入	营业收入	收入占比	平均收入	营业收入	收入占比	平均收入
直营店	新增	507.24	2.34%	126.81	1,571.13	6.45%	196.39	1,428.05	6.01%	158.67
	退出	999.23	4.60%	166.54	851.04	3.50%	425.52	711.09	3.00%	118.51
	持续	20,205.45	93.06%	962.16	21,920.02	90.05%	1,153.69	21,603.25	90.99%	1,800.27
	小计	21,711.92	100.00%	835.07	24,342.19	100.00%	913.33	23,742.39	100.00%	1,217.56
专柜	新增	1,211.28	2.92%	121.13	1,480.39	3.94%	113.88	909.89	2.50%	90.99
	退出	98.69	0.24%	49.35	631.07	1.68%	157.77	958.27	2.63%	479.14
	持续	40,146.85	96.84%	704.33	35,458.18	94.38%	770.83	34,568.39	94.87%	864.21
	小计	41,456.82	100.00%	658.04	37,569.64	100.00%	689.35	36,436.55	100.00%	792.10
加盟店	新增	3,464.28	14.86%	216.52	5,790.38	23.64%	222.71	4,573.24	22.40%	207.87
	退出	1,247.39	5.35%	89.10	335.17	1.37%	55.86	972.78	4.89%	108.09
	持续	18,610.89	79.84%	344.65	18,366.95	74.99%	447.97	14,870.72	72.84%	550.77
	小计	23,322.56	100.06%	342.98	24,492.51	100.00%	429.69	20,416.74	100.13%	504.12

注：持续经营系当年度之前开设，且截至当年末尚未关闭的门店；加盟店存在新增当年退出，故存在新增、退出、持续合计比例大于100%的情况

3. 报告期是否存在新增、退出门店收入重大变动的情形，分析重大变动原因及其合理性

报告期内，公司收入主要来自持续经营的门店，新增和退出门店收入不存在重大变动，对公司总体收入不存在重大影响。加盟店的新增收入占比高于直营店和专柜，主要系报告期内随着公司品牌市场知名度提高，公司战略上扩大加盟店覆盖面，加盟店数量持续增加，同时新增加盟店存在新店铺货的情况，导致新增加盟门店的收入高于直营店和专柜门店收入。

4. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 询问相关业务管理人员，报告期内公司直营店、专柜、电商、加盟店等新增、退出和持续经营情况；

(2) 结合公司经营策略、开关店时间、开关原因，对比分析新开、关闭、持续经营直营店、专柜的收入变动情况；

(3) 结合公司加盟商管理策略、新增及减少时间、原因，对比分析加盟店新增、减少、持续经营加盟店的收入变动情况。

经核查，我们认为，报告期内，公司收入主要来自持续经营的门店，新增和退出门店收入不存在重大变动，对公司总体收入不存在重大影响；加盟店的新增收入占比高于直营店和专柜，主要加盟店数量持续增加，同时新增加盟店存在新店铺货的情况，与公司品牌市场知名度提高，战略上扩大加盟店覆盖面的情况相符。

(二) 反馈回复中“报告期内前十大专柜销售合作方的具体情况”列示了前十大专柜下 4 种主要产品的财务信息，该 4 种产品加计金额与专柜销售总金额存在差异，请发行人补充说明未列示的其他产品的相关信息。

报告期内，公司前十大专柜销售计克类黄金、爱尚金、钻石饰品和爱尚炫 4 类主要产品加计金额与前十大专柜销售总金额存在差异，主要系其他素金饰品和其他镶嵌饰品销售金额小、数量多、品种繁杂，且占专柜模式下主营业务收入的比例低，因此反馈回复仅列示了其中的计克类黄金、爱尚金、钻石饰品和爱尚炫 4 类主要产品，故存在差异。报告期内前十大专柜其他素金饰品和其他镶嵌饰品销售占比如下：

单位：万元

专柜名称	对应商场名称	主要产品	销售金额	占比
2019 年度				
萧山银隆专柜	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	其他素金饰品	50.98	0.12%
		其他镶嵌饰品	25.82	0.06%
		小　计	76.81	0.19%
慈溪银泰专柜	慈溪银泰商业管理有限公司	其他素金饰品	37.03	0.09%
		其他镶嵌饰品	4.47	0.01%
		小　计	41.50	0.10%
杭州庆春银泰专柜	杭州银泰世纪百货有限公司	其他素金饰品	52.82	0.13%
		其他镶嵌饰品	3.06	0.01%
		小　计	55.88	0.13%
杭州城西银泰专柜	杭州银泰三江商业发展有限公司	其他素金饰品	42.76	0.10%
		其他镶嵌饰品	7.19	0.02%
		小　计	49.95	0.12%

上虞万和城专柜	浙江上百集团有限公司	其他素金饰品	32.47	0.08%
		其他镶嵌饰品	8.81	0.02%
		小　计	41.28	0.10%
富阳银泰专柜	杭州富阳银泰百货有限公司	其他素金饰品	24.62	0.06%
		其他镶嵌饰品	3.24	0.01%
		小　计	27.86	0.07%
杭州武林银泰专柜	浙江银泰百货有限公司	其他素金饰品	48.86	0.12%
		其他镶嵌饰品	1.89	0.00%
		小　计	50.75	0.12%
绍兴金帝银泰专柜	绍兴金帝银泰购物中心有限公司	其他素金饰品	34.40	0.08%
		其他镶嵌饰品	5.69	0.01%
		小　计	40.08	0.10%
上虞新大通专柜	绍兴大通购物中心有限公司	其他素金饰品	23.48	0.06%
		其他镶嵌饰品	1.59	0.00%
		小　计	25.07	0.06%
临平银泰专柜	杭州临平银泰百货有限公司	其他素金饰品	41.55	0.10%
		其他镶嵌饰品	11.51	0.03%
		小　计	53.06	0.13%
合　计			462.24	1.11%
2018年度				
萧山银隆专柜	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	其他素金饰品	73.83	0.20%
		其他镶嵌饰品	58.46	0.16%
		小　计	132.29	0.35%
慈溪银泰专柜	慈溪银泰商业管理有限公司	其他素金饰品	49.09	0.13%
		其他镶嵌饰品	3.12	0.01%
		小　计	52.20	0.14%
杭州庆春银泰专柜	杭州银泰世纪百货有限公司	其他素金饰品	42.70	0.11%
		其他镶嵌饰品	6.73	0.02%
		小　计	49.43	0.13%
杭州武林银泰专柜	浙江银泰百货有限公司	其他素金饰品	40.20	0.11%
		其他镶嵌饰品	2.57	0.01%
		小　计	42.78	0.11%
杭州城西银泰专柜	杭州银泰三江商业发展有限公司	其他素金饰品	42.73	0.11%
		其他镶嵌饰品	6.44	0.02%

		小　计	49.17	0.13%
上虞万和城专柜	浙江上百集团有限公司	其他素金饰品	34.62	0.09%
		其他镶嵌饰品	5.53	0.01%
		小　计	40.15	0.11%
临平银泰专柜	杭州临平银泰百货有限公司	其他素金饰品	39.46	0.11%
		其他镶嵌饰品	3.90	0.01%
		小　计	43.35	0.12%
绍兴金帝银泰专柜	绍兴金帝银泰购物中心有限公司	其他素金饰品	32.01	0.09%
		其他镶嵌饰品	1.85	0.00%
		小　计	33.86	0.09%
富阳银泰专柜	杭州富阳银泰百货有限公司	其他素金饰品	24.81	0.07%
		其他镶嵌饰品	2.63	0.01%
		小　计	27.44	0.07%
桐乡东兴专柜	浙江东兴商厦股份有限公司	其他素金饰品	32.56	0.09%
		其他镶嵌饰品	4.26	0.01%
		小　计	36.82	0.10%
合　计			507.49	1.35%
2017 年度				
萧山银隆专柜	杭州汇德隆银隆世贸中心商贸有限公司	其他素金饰品	104.41	0.29%
		其他镶嵌饰品	70.51	0.19%
		小　计	174.92	0.48%
慈溪银泰专柜	慈溪银泰商业管理有限公司	其他素金饰品	83.36	0.23%
		其他镶嵌饰品	4.87	0.01%
		小　计	88.23	0.24%
杭州庆春银泰专柜	杭州银泰世纪百货有限公司	其他素金饰品	81.92	0.22%
		其他镶嵌饰品	18.50	0.05%
		小　计	100.42	0.28%
杭州武林银泰专柜	浙江银泰百货有限公司	其他素金饰品	52.91	0.15%
		其他镶嵌饰品	7.64	0.02%
		小　计	60.55	0.17%
上虞新大通专柜	绍兴大通购物中心有限公司	其他素金饰品	52.96	0.15%
		其他镶嵌饰品	7.00	0.02%
		小　计	59.96	0.16%
上虞万和城专柜	浙江上百集团有限公司	其他素金饰品	44.63	0.12%

		其他镶嵌饰品	10.75	0.03%
		小　计	55.38	0.15%
杭州城西银泰专柜	杭州银泰三江商业发展有限公司	其他素金饰品	43.85	0.12%
		其他镶嵌饰品	4.95	0.01%
		小　计	48.80	0.13%
富阳银泰专柜	杭州富阳银泰百货有限公司	其他素金饰品	41.28	0.11%
		其他镶嵌饰品	8.06	0.02%
		小　计	49.34	0.14%
义乌伊美银泰专柜	义乌银泰百货有限公司	其他素金饰品	34.03	0.09%
		其他镶嵌饰品	4.00	0.01%
		小　计	38.03	0.10%
临平银泰专柜	杭州临平银泰百货有限公司	其他素金饰品	44.75	0.12%
		其他镶嵌饰品	9.48	0.03%
		小　计	54.23	0.15%
合　计			729.86	2.00%

注：占专柜模式主营业务收入比重

其他素金饰品主要包括 18K 金、铂 950、镶嵌足金等，其他镶嵌饰品主要包括爱尚彩、素翡翠、镶嵌翡翠等。报告期内其他素金饰品、其他镶嵌饰品各类主要产品销售数量、收入、成本、毛利率详见本问询函回复四（一）之说明。

（三）加盟商方面：①关于加盟商实际控制人，请补充披露前十大实际控制人对应的加盟店信息，包括实际控制人名称、加盟店数量、与实际控制人合作起始时间、加盟店所在城市、对其销售收入金额、占加盟模式主营业务收入比、销售数量、毛利、毛利率；②报告期对加盟店穿透后其加盟商实际控制人的数量，是否存在经营注册当年即成为发行人客户的情形及其合理性，以上实际控制人及其近亲属是否曾为发行人股东或员工，交易价格是否公允；③请补充披露加盟商和加盟店的区别，并在申报材料各项描述中保持口径一致。

1. 关于加盟商实际控制人，请补充披露前十大实际控制人对应的加盟店信息，包括实际控制人名称、加盟店数量、与实际控制人合作起始时间、加盟店所在城市、对其销售收入金额、占加盟模式主营业务收入比、销售数量、毛利、毛利率

单位：万元

实际控制人名称	加盟店数量	合作起始时间	所在城市	销售收入金额	占加盟主营业务收入比	产品	销售数量	销售金额	毛利	毛利率
2019 年度										
赵洪	4	2015 年-至今	浙江省湖州市、浙江省嘉兴市	3,847.07	16.50%	计克类黄金(千克)	74.60	2,183.36	72.88	3.34%
						爱尚金(千克)	14.59	504.22	71.42	14.16%
						其他素金饰品（件）	2,386	95.72	12.36	12.91%
						钻石饰品(件)	1,400	687.53	161.86	23.54%
						爱尚炫(件)	2,530	348.44	106.36	30.53%
						其他镶嵌饰品（件）	753	27.80	18.48	66.46%
沈冰冰	7	2015 年-至今	浙江省慈溪	2,627.31	11.27%	计克类黄金(千克)	43.94	1,301.77	68.58	5.27%

			市、浙江省余姚市			爱尚金(千克)	11.15	378.45	45.95	12.14%
						其他素金饰品（件）	2,871	92.04	16.77	18.22%
						钻石饰品(件)	1,209	500.87	96.31	19.23%
						爱尚炫(件)	3,022	352.51	90.82	25.76%
						其他镶嵌饰品（件）	616	1.68	0.41	24.52%
陈祖权	7	2013 年-至今	浙江省杭州市	2,158.32	9.26%	计克类黄金(千克)	29.90	867.16	27.08	3.12%
						爱尚金(千克)	4.83	167.98	28.73	17.10%
						其他素金饰品（件）	2,390	63.33	14.33	22.63%
						钻石饰品(件)	1,590	641.41	141.06	21.99%
						爱尚炫(件)	2,883	415.99	122.51	29.45%
						其他镶嵌饰品（件）	131	2.44	0.78	32.02%
盛兵	4	2014 年-至今	浙江省杭州市	1,729.21	7.42%	计克类黄金(千克)	38.65	1,126.44	41.80	3.71%
						爱尚金(千克)	3.49	122.87	17.17	13.98%
						其他素金饰品（件）	1,587	26.76	3.34	12.49%
						钻石饰品(件)	792	281.19	80.85	28.75%
						爱尚炫(件)	1,557	170.61	47.94	28.10%
						其他镶嵌饰品（件）	105	1.35	0.33	24.64%
来一帆	4	2014 年-至今	浙江省杭州市	1,319.56	5.66%	计克类黄金(千克)	25.19	744.12	24.45	3.29%
						爱尚金(千克)	5.19	181.16	27.76	15.32%
						其他素金饰品（件）	1,153	35.60	5.23	14.70%

						钻石饰品(件)	658	197.06	54.12	27.46%
						爱尚炫(件)	1,220	158.69	45.52	28.68%
						其他镶嵌饰品（件）	359	2.94	0.77	26.29%
朱建军	3	2018 年-至今	浙江省杭州市	924.64	3.97%	计克类黄金(千克)	15.52	447.96	15.41	3.44%
						爱尚金(千克)	2.82	96.79	15.37	15.88%
						其他素金饰品（件）	837	25.05	3.47	13.85%
						钻石饰品(件)	547	216.99	50.51	23.28%
						爱尚炫(件)	1,184	135.11	39.73	29.41%
						其他镶嵌饰品（件）	109	2.74	0.10	3.68%
李星光	3	2015 年-至今	浙江省金华市	847.06	3.63%	计克类黄金(千克)	14.63	428.06	13.74	3.21%
						爱尚金(千克)	3.23	109.75	15.28	13.92%
						其他素金饰品（件）	697	28.77	3.63	12.62%
						钻石饰品(件)	424	179.52	45.12	25.13%
						爱尚炫(件)	744	99.86	29.54	29.58%
						其他镶嵌饰品（件）	130	1.09	0.24	21.58%
筱磊	2	2017 年-至今	浙江省慈溪市、浙江省余姚市	806.80	3.46%	计克类黄金(千克)	14.94	438.17	14.10	3.22%
						爱尚金(千克)	2.22	78.49	10.70	13.63%
						其他素金饰品（件）	700	19.44	3.30	16.98%
						钻石饰品(件)	422	164.76	43.79	26.58%
						爱尚炫(件)	768	104.10	29.24	28.09%

						其他镶嵌饰品（件）	105	1.84	0.54	29.16%
龚传坤	3	2015年-至今	浙江省杭州市	785.50	3.37%	计克类黄金(千克)	16.49	467.47	11.76	2.52%
						爱尚金(千克)	1.66	57.42	7.67	13.35%
						其他素金饰品（件）	513	14.74	1.01	6.87%
						钻石饰品(件)	316	126.10	26.34	20.89%
						爱尚炫(件)	816	118.92	33.94	28.54%
						其他镶嵌饰品（件）	58	0.84	0.12	13.89%
毛泉红	1	2013年-至今	浙江省杭州市	632.44	2.71%	计克类黄金(千克)	13.48	393.84	22.71	5.77%
						爱尚金(千克)	1.77	64.24	12.39	19.29%
						其他素金饰品（件）	477	12.10	2.48	20.48%
						钻石饰品(件)	157	84.82	19.53	23.02%
						爱尚炫(件)	547	76.80	21.88	28.49%
						其他镶嵌饰品（件）	58	0.66	0.24	36.94%
小　计				15,677.91	67.26%			15,677.91	1,939.84	12.37%
2018年度										
赵洪	4	2015年-至今	浙江省湖州市、浙江省嘉兴市	3,967.48	16.20%	计克类黄金(千克)	92.39	2,331.38	65.71	2.82%
						爱尚金(千克)	14.40	432.01	65.19	15.09%
						其他素金饰品（件）	1,506	100.79	14.18	14.07%
						钻石饰品(件)	1,904	749.96	172.04	22.94%
						爱尚炫(件)	2,645	347.31	93.38	26.89%

						其他镶嵌饰品（件）	466	6.03	2.55	42.27%
沈冰冰	7	2015 年-至今	浙江省慈溪市、浙江省余姚市	2,497.58	10.20%	计克类黄金(千克)	47.93	1,221.52	54.72	4.48%
						爱尚金(千克)	10.39	314.84	47.29	15.02%
						其他素金饰品（件）	1,496	80.14	10.58	13.20%
						钻石饰品(件)	1,665	558.31	145.00	25.97%
						爱尚炫(件)	2,750	320.61	84.14	26.24%
						其他镶嵌饰品（件）	72	2.14	0.32	14.95%
陈祖权	5	2013 年-至今	浙江省杭州市	2,156.27	8.80%	计克类黄金(千克)	31.36	782.13	17.57	2.25%
						爱尚金(千克)	5.34	153.37	18.48	12.05%
						其他素金饰品（件）	1,404	70.90	6.84	9.64%
						钻石饰品(件)	1,878	862.23	198.16	22.98%
						爱尚炫(件)	1,904	282.82	65.23	23.06%
						其他镶嵌饰品（件）	35	4.83	0.51	10.60%
来一帆	4	2014 年-至今	浙江省杭州市	1,527.73	6.24%	计克类黄金(千克)	30.52	771.45	28.11	3.64%
						爱尚金(千克)	4.36	140.50	27.66	19.69%
						其他素金饰品（件）	808	47.20	5.67	12.01%
						钻石饰品(件)	1,019	381.63	96.60	25.31%
						爱尚炫(件)	1,391	182.95	52.26	28.57%
						其他镶嵌饰品（件）	304	4.00	0.78	19.56%
盛兵	3	2014 年-至今	浙江省杭州	1,387.34	5.66%	计克类黄金(千克)	30.84	779.76	20.51	2.63%

			市			爱尚金(千克)	3.81	113.67	17.04	14.99%
						其他素金饰品（件）	406	14.11	2.42	17.15%
						钻石饰品(件)	938	346.01	66.82	19.31%
						爱尚炫(件)	1,327	132.76	28.42	21.40%
						其他镶嵌饰品（件）	20	1.03	0.06	5.48%
李锦洪	5	2015 年-至今	浙江省杭州市	1,229.40	5.02%	计克类黄金(千克)	20.08	505.56	13.58	2.69%
						爱尚金(千克)	4.18	132.23	23.58	17.84%
						其他素金饰品（件）	807	40.76	5.93	14.55%
						钻石饰品(件)	961	355.23	94.42	26.58%
						爱尚炫(件)	1,377	194.70	51.79	26.60%
						其他镶嵌饰品（件）	11	0.93	0.30	31.70%
龚传坤	3	2015 年-至今	浙江省杭州市	1,129.84	4.61%	计克类黄金(千克)	24.91	616.53	10.61	1.72%
						爱尚金(千克)	1.57	48.17	7.79	16.17%
						其他素金饰品（件）	669	39.45	3.82	9.69%
						钻石饰品(件)	637	293.09	55.69	19.00%
						爱尚炫(件)	957	127.58	28.54	22.37%
						其他镶嵌饰品（件）	39	5.02	0.37	7.42%
毛泉红	1	2013 年-至今	浙江省杭州市	1,017.37	4.15%	计克类黄金(千克)	25.91	654.07	27.42	4.19%
						爱尚金(千克)	2.44	75.49	11.54	15.29%
						其他素金饰品（件）	359	22.10	1.26	5.69%

						钻石饰品(件)	411	173.84	44.75	25.74%
						爱尚炫(件)	628	91.71	19.15	20.88%
						其他镶嵌饰品（件）	7	0.17	-0.04	-25.46%
李星光	3	2015 年-至今	浙江省金华市	955.74	3.90%	计克类黄金(千克)	16.62	420.89	17.31	4.11%
						爱尚金(千克)	2.62	79.00	13.05	16.52%
						其他素金饰品（件）	459	25.79	3.39	13.13%
						钻石饰品(件)	682	335.31	86.88	25.91%
						爱尚炫(件)	605	93.69	24.67	26.33%
						其他镶嵌饰品（件）	36	1.05	0.21	20.36%
朱建军	2	2018 年-至今	浙江省杭州市	859.79	3.51%	计克类黄金(千克)	13.06	328.50	6.42	1.95%
						爱尚金(千克)	3.17	96.74	18.84	19.47%
						其他素金饰品（件）	936	40.94	5.85	14.29%
						钻石饰品(件)	714	267.33	70.00	26.18%
						爱尚炫(件)	900	123.91	32.23	26.01%
						其他镶嵌饰品（件）	226	2.37	0.73	30.84%
小　计				16,728.54	68.29%			16,728.54	2,088.32	12.51%
2017 年度										
赵洪	4	2015 年-至今	浙江省湖州市、浙江省嘉兴市	4,390.22	22.05%	计克类黄金(千克)	105.88	2,673.38	48.79	1.83%
						爱尚金(千克)	15.63	445.46	39.21	8.80%
						其他素金饰品（件）	1,928	108.64	7.82	7.20%

						钻石饰品(件)	2,109	881.80	161.37	18.30%
						爱尚炫(件)	2,032	269.95	60.74	22.50%
						其他镶嵌饰品（件）	490	10.99	1.40	12.74%
沈冰冰	4	2015 年-至今	浙江省慈溪市	1,605.16	8.06%	计克类黄金(千克)	31.22	793.52	25.66	3.23%
						爱尚金(千克)	7.52	216.46	24.93	11.52%
						其他素金饰品（件）	1,652	74.94	7.07	9.44%
						钻石饰品(件)	907	325.59	52.80	16.22%
						爱尚炫(件)	1,674	184.02	44.96	24.43%
						其他镶嵌饰品（件）	321	10.63	2.63	24.73%
来一帆	3	2014 年-至今	浙江省杭州市	1,356.85	6.81%	计克类黄金(千克)	24.35	620.37	20.13	3.24%
						爱尚金(千克)	5.21	157.54	18.54	11.77%
						其他素金饰品（件）	1,097	57.32	5.07	8.84%
						钻石饰品(件)	993	344.51	57.78	16.77%
						爱尚炫(件)	1,415	166.18	43.41	26.12%
						其他镶嵌饰品（件）	572	10.92	3.18	29.14%
龚传坤	2	2015 年-至今	浙江省杭州市	1,304.69	6.55%	计克类黄金(千克)	22.26	557.89	6.75	1.21%
						爱尚金(千克)	3.88	116.17	16.03	13.79%
						其他素金饰品（件）	890	48.02	2.42	5.04%
						钻石饰品(件)	1,068	420.23	79.31	18.87%
						爱尚炫(件)	1,280	154.49	29.97	19.40%

						其他镶嵌饰品（件）	320	7.89	1.62	20.59%
陈祖权	3	2013 年-至今	浙江省杭州市	1,248.21	6.27%	计克类黄金(千克)	18.07	447.44	4.77	1.07%
						爱尚金(千克)	5.03	148.71	15.86	10.66%
						其他素金饰品（件）	973	54.49	5.76	10.56%
						钻石饰品(件)	1,394	468.80	73.44	15.67%
						爱尚炫(件)	952	120.32	28.47	23.66%
						其他镶嵌饰品（件）	60	8.45	1.74	20.63%
盛兵	3	2014 年-至今	浙江省杭州市	1,231.79	6.19%	计克类黄金(千克)	36.81	829.81	-53.91	-6.50%
						爱尚金(千克)	3.82	95.46	-6.71	-7.03%
						其他素金饰品（件）	1,247	21.80	-4.72	-21.65%
						钻石饰品(件)	1,084	226.14	-59.26	-26.21%
						爱尚炫(件)	918	55.58	-9.25	-16.65%
						其他镶嵌饰品（件）	560	3.00	0.25	8.26%
毛泉红	1	2013 年-至今	浙江省杭州市	1,129.45	5.67%	计克类黄金(千克)	26.90	675.41	20.08	2.97%
						爱尚金(千克)	4.11	125.85	16.10	12.79%
						其他素金饰品（件）	813	48.55	0.76	1.56%
						钻石饰品(件)	480	169.55	30.20	17.81%
						爱尚炫(件)	875	101.73	17.13	16.84%
						其他镶嵌饰品（件）	208	8.35	2.26	27.09%
方良	2	2012 年-至今	浙江省温州	849.84	4.27%	计克类黄金(千克)	10.50	270.35	18.42	6.81%

			市			爱尚金(千克)	2.73	78.34	6.89	8.79%
						其他素金饰品（件）	869	53.30	3.62	6.80%
						钻石饰品(件)	879	316.04	51.18	16.19%
						爱尚炫(件)	1,129	126.30	24.22	19.18%
						其他镶嵌饰品（件）	125	5.52	1.30	23.60%
蒋凌敏	2	2017 年-至今	浙江省诸暨市	848.12	4.26%	计克类黄金(千克)	15.61	394.15	10.50	2.66%
						爱尚金(千克)	2.75	79.70	8.26	10.37%
						其他素金饰品（件）	664	37.04	4.63	12.51%
						钻石饰品(件)	586	243.33	41.67	17.12%
						爱尚炫(件)	703	85.53	23.59	27.58%
						其他镶嵌饰品（件）	88	8.37	2.34	27.95%
金加平	2	2013 年-至今	浙江省杭州市	747.73	3.76%	计克类黄金(千克)	17.71	446.74	7.40	1.66%
						爱尚金(千克)	1.72	48.00	3.06	6.37%
						其他素金饰品（件）	568	25.63	2.21	8.62%
						钻石饰品(件)	564	173.30	15.65	9.03%
						爱尚炫(件)	499	47.64	8.07	16.95%
						其他镶嵌饰品（件）	144	6.43	1.08	16.87%
小　计				14,712.06	73.89%			14,712.06	1,078.66	7.33%

2017 年度，公司对盛兵的销售毛利为负，主要系：(1) 盛兵为公司在富阳地区最重要的加盟商，对推广曼卡龙珠宝品牌，提高市场占有率具有重要的作用。2017 年为了支持盛兵扩大富阳市场，公司经过对富阳市场发展的评估后，降低了部分商品的批发价；(2) 由于 2016 年黄金价格不断上涨，对消费者购买信心有一定的影响，为促进 2017 年上半年黄金市场消费，公司加大了加盟商成人镯、儿童镯等足金产品销售折扣力度。

2. 报告期对加盟店穿透后其加盟商实际控制人的数量，是否存在经营注册当年即成为发行人客户的情形及其合理性，以上实际控制人及其近亲属是否曾为发行人股东或员工，交易价格是否公允

(1) 报告期对加盟店穿透后其加盟商实际控制人的数量

年份	加盟店数量	加盟商实际控制人数量
2019 年度	69	37
2018 年度	67	35
2017 年度	47	26

(2) 是否存在经营注册当年即成为发行人客户的情形及其合理性

公司制定了加盟商选取标准，主要包括以下指标：优质珠宝品牌代理零售商；具备完善运营管理团队；雄厚资金实力；具备各商业项目渠道人脉资源；有零售行业连锁从业经验、具备长远战略投资理念。

根据上述标准，公司对新增加盟商进行综合评估，重点关注加盟商的品牌意识、行业经验、资金实力、渠道开拓能力、经营管理和发展潜力等方面。通过综合评估后，公司与加盟商签订合作协议。

报告期内，公司新增加盟店对应的加盟主体主要为与公司合作多年的加盟商，上述加盟商具有多年的珠宝行业从业经验，熟悉公司产品，具有管理运营加盟店的能力，拥有一定的资金实力。

公司存在加盟店经营注册当年即成为公司客户的情形。加盟商基于纳税、缴纳员工社保、签署合同等各方面的需要，一般会新设经营实体作为公司的加盟店，符合零售行业特点，具有合理性。

(3) 加盟商实际控制人及其近亲属是否曾为公司股东或员工，交易价格是否公允

报告期内，加盟商实际控制人沈冰冰、来一帆、马洋曾为公司员工；同时沈

冰冰亦为公司间接股东。具体情况如下：

沈冰冰为浙江万隆曼卡龙投资有限公司（以下简称曼卡龙投资）和杭州迈卡企业管理咨询有限公司（以下简称迈卡咨询）的股东，为公司的间接股东（沈冰冰分别持有曼卡龙投资和迈卡咨询 1%和 67.87%的股权，其中曼卡龙投资和迈卡咨询分别持有公司 64.89%和 1.74%股权），穿透后计算，沈冰冰间接持有公司合计 1.83%股权，且与公司不存在其他关联关系，因而不属于企业会计准则、《上市公司信息披露管理办法》及证券交易所颁布的业务规则中规定的关联方，与公司不存在关联关系。沈冰冰曾担任公司客户经理，任职期间 2009 年 12 月 9 日至 2015 年 2 月 1 日。沈冰冰实际控制的门店均系沈冰冰、郭黎明和徐雪君三人共同出资经营，首期加盟资金来源均系三人自有资金，沈冰冰加盟门店经营较好，后续加盟资金主要来自于加盟店的经营积累。

来一帆曾担任公司采购员，任职期间 2011 年 11 月 1 日至 2014 年 3 月 12 日。来一帆系 2014 年 12 月成为公司加盟商，其首期加盟资金系家庭资金，后续加盟资金主要来自于加盟店的经营积累。

马洋曾担任公司小区经理，任职期间 2011 年 5 月 9 日至 2015 年 1 月 7 日。马洋控制的加盟门店规模较小，其加盟占用资金相对较少，其加盟资金均系自有资金。

上述个人因熟悉珠宝首饰行业且认同公司发展理念，辞职后成为公司加盟商继续从事珠宝零售业务，其加盟资金均系自有资金，公司及其实际控制人不存在为其加盟需要提供担保、授信或者其他资金往来的情形。

报告期内，公司对沈冰冰、来一帆、马洋控制的加盟店的销售情况如下：

单位：万元

期　间	实际控制人名称	销售收入（含委托代销）	占主营业务收入比例	毛利（含代销）	占总主营业务毛利比例	毛利率	其他加盟商毛利率
2019 年度	沈冰冰	2,641.93	2.96%	320.58	1.41%	12.13%	12.83%
	来一帆	1,325.27	1.49%	158.25	0.70%	11.94%	
	马洋	576.58	0.65%	109.36	0.48%	18.97%	
2018 年度	沈冰冰	2,500.12	2.73%	342.45	1.53%	13.70%	13.20%
	来一帆	1,528.53	1.67%	211.25	0.94%	13.82%	
	马洋	647.76	0.71%	79.93	0.36%	12.34%	
2017 年度	沈冰冰	1,615.63	1.94%	160.71	0.86%	9.95%	7.92%

	来一帆	1,363.66	1.64%	149.84	0.80%	10.99%	
	马洋	842.21	1.01%	73.99	0.39%	8.78%	

如上表所示，沈冰冰、来一帆、马洋的销售毛利率与其他加盟的毛利率不存在重大差异。2017 年度其他加盟商销售毛利率较低，主要受其他加盟商中盛兵销售毛利为负的影响较大，详见本问询函回复五(三)之说明。

马洋控制下的加盟店 2019 年度毛利率较高，主要系计件类产品销售占比高于其他加盟商，而计件类产品毛利高于计克类产品；2017-2018 年马洋毛利率较低，主要系采购计件类特价折扣商品较多，拉低了整体毛利率。

报告期内，公司对沈冰冰、来一帆、马洋的加盟店的定价政策与其他加盟商一致，即：计克类黄金、铂金饰品按照饰品成本加上服务费作为批发价格；计件类产品按照产品品类的不同在零售基准价的基础上乘以一定折扣率，作为批发价格；折扣率由公司根据不同品类产品的市场竞争情况，综合考量加盟商的利润空间制定。公司与沈冰冰、来一帆、马洋等加盟商的交易价格公允。

3. 请补充披露加盟商和加盟店的区别，并在申报材料各项描述中保持口径一致

加盟商是指与公司进行加盟合作的单位或个人，加盟店是指由加盟商跟公司签署特许经营合同后开设的零售点，所有货品的所有权归属于加盟商，工作人员隶属于加盟商。报告期内，同一加盟商可能开设多家加盟店。

4. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 访谈加盟商实际控制人、是否与公司存在关联关系等情况；

(2) 取得公司主要加盟店营业执照以及其他相关工商资料，核查该等加盟店实际控制人及实际控制人数量；

(3) 查看加盟商工商资料中显示的设立时间，加盟商存在经营注册当年即成为公司客户的情形，系加盟商经营需要，情况合理；

(4) 询问公司管理层或加盟部门相关管理人员，加盟商实际控制人及其近亲属与公司是否曾经存在雇佣关系，抽样对比上述个人控制下的加盟商销售价格与其他加盟商价格，销售价格不存在显著差异；

(5) 获取公司实际控制人、高级管理人员、销售负责人和财务人员的银行流水，核查是否与加盟客户有往来。

经核查，我们认为，加盟商存在经营注册当年即成为公司客户的情形，系加盟商经营需要，情况合理；加盟商实际控制人沈冰冰、来一帆和马洋曾为公司员工，沈冰冰为公司间接股东，上述人员因熟悉珠宝首饰行业且认同公司发展理念，辞职后成为公司加盟商继续从事珠宝零售业务，情况合理，交易价格与其他加盟商定价原则一致，交易价格公允；沈冰冰、来一帆和马洋加盟资金均系自有资金，公司及其实际控制人不存在为其加盟需要提供担保、授信或者其他资金往来的情形。

（四）请补充披露报告期直营门店与加盟店互相转化的情况，包括但不限于具体门店名称、位置、开业时间、转化时间、营业收入和净利润及其占发行人业绩的比例、员工人数、面积、转化的原因、转化对方信息、转让价格及其对损益的影响、店铺中固定资产、存货和人员的安排，公司对直营店与加盟店转化是否设计了相应的内控制度，以上转化是否经相应的审批，对手方及其近亲属是否系公司关联方或前员工，是否存在代发行人承担成本或调解利润的情形。

直营店与加盟店转化需经加盟管理中心、开发中心、审计部、运营管理部、财务部审批，并提交总经理批准后，方可签署或解除加盟协议，并办理货物、人员交接工作。

报告期内，公司直营门店和加盟店均为新设门店，不存在直营门店与加盟店互相转化的情况。

六、关于成本。（1）请按照计克类黄金、爱尚金、钻石饰品、爱尚炫等产品分类，补充披露发行人主营业务成本构成。（2）反馈回复称“公司与受托加工方的合作仅限于珠宝首饰的委托加工”，招股书显示深圳市兴深祥珠宝有限公司、深圳市美钻源珠宝首饰有限公司等公司同时系发行人受托加工方和新品成品供应商；请发行人补充披露向同一公司同时采购成品和委托加工的原因及其合理性，公司同一类产品是否存在既直接采购成品，又委托加工的情形，不同模式的单位成本存在的差异及合理性。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 8）

（一）请按照计克类黄金、爱尚金、钻石饰品、爱尚炫等产品分类，补充披露发行人主营业务成本构成

报告期内，主营业务成本按照计克类黄金、爱尚金、钻石饰品、爱尚炫等产品分类具体情况如下：

单位：万元

产品结构	分类情况	2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比例（%）	金额	比例（%）	金额	比例（%）
素金饰品	计克类黄金	38,569.70	58.03	39,691.87	57.25	35,324.04	54.72
	爱尚金	6,850.27	10.31	6,048.62	8.73	6,077.92	9.42
	其他素金饰品	2,485.56	3.74	2,336.41	3.37	2,851.36	4.42
	小　计	47,905.54	72.08	48,076.91	69.35	44,253.33	68.56
镶嵌饰品	钻石饰品	11,554.79	17.38	14,636.73	21.11	14,229.61	22.04
	爱尚炫	6,294.11	9.47	6,124.28	8.83	5,349.56	8.29
	其他镶嵌饰品	711.01	1.07	487.16	0.70	716.71	1.11
	小　计	18,559.91	27.92	21,248.17	30.65	20,295.88	31.44
合　计		66,465.44	100.00	69,325.07	100.00	64,549.21	100.00

（二）请发行人补充披露向同一公司同时采购成品和委托加工的原因及其合理性，公司同一类产品是否存在既直接采购成品，又委托加工的情形，不同模式的单位成本存在的差异及合理性

1. 请发行人补充披露向同一公司同时采购成品和委托加工的原因及其合理性，公司同一类产品是否存在既直接采购成品，又委托加工的情形

随着公司与上游受托加工方合作日益密切，受托加工方为进一步扩大产品销售，获取收益，其在提供加工服务的同时，提供成品供公司采购；同时盘活资金，提高资金使用效率，公司也会向受托加工方采购部分成品。公司同时存在委托加工产品和成品采购，且存在向同一受托加工方同时委托加工和采购成品的情况，符合公司的经营情况，也符合珠宝首饰零售行业的特点。

从产品类别来看，委托加工产品主要为计克类黄金、爱尚金、钻石饰品、爱尚炫和镶嵌足金等，外购成品主要为计克类黄金、爱尚炫、钻石饰品、18K饰品和翡翠等。因此，从产品大类来看，公司存在同一大类产品既直接采购成品，又委托加工的情形。从具体产品类别和款式来看，公司外购成品和委托加工产品侧重点各有不同，主要情况如下：

产品大类	具体产品类别和款式	
	委托加工	外购成品

计克类黄金	对于如采取手工花丝等工艺较为复杂的计克类黄金饰品，公司一般都通过委托加工进行生产	对于工艺简单的金条和客户通过预购平台预定的产品，公司一般采用外购成品方式
爱尚金	对于工艺较为复杂、价格较高的爱尚金产品，公司一般都通过委托加工进行生产	对于克重小、工艺简单的爱尚金产品，公司一般采用外购成品方式
钻石饰品	一般情况下 0.03 克拉以上的钻石饰品由公司提供主石，受托加工方进行镶嵌加工	0.03 克拉以下的钻石饰品主要采用采购成品方式
爱尚炫	少量特殊款式和公司提供钻石的产品通过委托加工进行生产	爱尚炫由 K 金加小粒群钻组成，若采用委托加工方式，公司需准备不同规格的小分数钻石，同时受托加工方也需要花费人力和时间去挑选，将增加双方的成本。因此爱尚炫产品主要为对外采购的成品

2. 委托加工与成品采购单位成本差异情况

报告期内，委托加工产品与外购成品主要同类产品的单位成本情况如下：

生产模式	产品	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		单价	比例（%）[注 1]	单价	比例（%）[注 1]	单价	比例（%）[注 1]
委托加工	计克类黄金（元/克）	281.16	69.26	242.21	64.46	244.37	56.76
	爱尚金（元/克）	297.95	16.88	258.92	12.91	259.26	12.16
	钻石饰品（元/件）	4,643.68	10.86	5,215.73	19.92	5,245.31	27.38
	爱尚炫（元/件）	642.00	1.40	1,429.25	0.85	1,148.68	0.81
小 计	-	-	98.40	-	98.14	-	97.11
外购成品	计克类黄金（元/克）	293.38	45.47	230.78	31.44	242.08	46.80
	爱尚金（元/克）[注 2]	261.70	1.50	-	-	269.18	3.11
	钻石饰品（元/件）	1,137.54	11.42	1,098.01	15.27	1,200.76	11.15
	爱尚炫（元/件）	942.12	28.88	1,069.10	42.18	1,067.41	28.17
小 计	-	-	87.27	-	88.89	-	89.23

[注 1]占委托加工产品成本总额或外购成品总额的比例

[注 2]爱尚金成品采购中配件数量较大、单价低，对爱尚金单位成本的影响较大，因此剔除配件采购成本和数量后计算单位成本。2018 年度爱尚金外购成品中除配件外，不存在其他饰品

报告期内，公司委托加工产品与外购成品主要同类产品的单位成本存在差异，主要系委托加工产品与外购成品款式多样，不同款式材质、工艺等方面差异较大，因此单件饰品成本存在差异。

公司委托加工产品与外购成品中计克类黄金饰品和爱尚金的单位成本差异较小，主要系计克类黄金饰品和爱尚金的成本主要受黄金价格波动影响，总体差异较小。

报告期内，钻石饰品外购单位成本小于委外加工单位成本，主要系公司外购

钻石饰品主要为 0.03 克拉以下的价格较低的戒指饰品，成本小于委外加工的 0.03 克拉以上价格较高的戒指饰品。

公司的爱尚炫产品主要为对外采购的成品，通过委外加工方式生产的较少。爱尚炫 2019 年度委托加工单位成本小于外购单位成本，主要系 2019 年度公司主推价格较低的小确喜项链和小心意系列，上述产品主要通过委外加工生产，拉低了爱尚炫总体委托加工单位成本。

（三）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 了解公司主要生产模式，分析公司生产模式是否符合实际经营情况和行业特点；

2. 询问公司采购负责人委外加工和成品采购的具体情况和业务流程；

3. 了解主要饰品品类委外加工方和成品供应商的基本情况；

4. 取得公司报告期各期委托加工清单和成品采购清单，分析报告期公司委托加工和成品采购模式下单位成本存在的差异及合理性。

经核查，我们认为公司向同一公司同时采购成品和委托加工符合公司的经营情况，具有合理性；公司同一类产品存在既直接采购成品，又委托加工的情形；公司委托加工和成品采购模式下单位成本存在的差异主要系委托加工产品与外购成品款式多样，不同款式材质、工艺等方面差异较大，因此单件饰品成本存在差异。

七、关于供应商和采购。（1）请在招股说明书中以表格形式补充披露报告期前五大供应商情况。（2）请结合钻石的采购金额与增值税返还金额，比较分析二者是否匹配，差异是否合理，采购是否真实。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 9）

（一）请在招股说明书中以表格形式补充披露报告期前五大供应商情况

报告期内，公司向前五名供应商采购的金额及占比情况如下：

单位：万元

项　目	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
2019 年度	上海黄金交易所	30,145.39	45.89%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方[注]	6,347.81	9.66%

	港福珠宝（深圳）有限公司	5,930.27	9.03%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,090.56	3.18%
	深圳市兴深祥珠宝有限公司	1,959.67	2.98%
	合　计	46,473.70	70.75%
2018 年度	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
	上海黄金交易所	37,128.49	51.87%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方[注]	5,294.68	7.40%
	深圳市兴深祥珠宝有限公司	3,467.96	4.84%
	港福珠宝（深圳）有限公司	2,556.54	3.57%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	2,270.91	3.17%
	合　计	50,718.58	70.85%
2017 年度	前五名供应商名称	采购额	占采购总额的比例
	上海黄金交易所	28,631.08	42.37%
	杭州航民百泰首饰有限公司及其关联方[注]	7,140.92	10.57%
	深圳市美钻源珠宝首饰有限公司	3,076.53	4.55%
	深圳市兴深祥珠宝有限公司	1,782.22	2.64%
	港福珠宝（深圳）有限公司	1,674.15	2.48%
	合　计	42,304.91	62.60%

[注]杭州航民百泰首饰有限公司、深圳市尚金缘珠宝实业有限公司因其受同一控制人控制，对其合并计算采购额

（二）请结合钻石的采购金额与增值税返还金额，比较分析二者是否匹配，差异是否合理，采购是否真实

公司子公司上海戴曼克森钻石贸易有限公司自上海钻石交易所销往国内市场的成品钻石，进口环节增值税实际税负超过 4%的部分由海关实行即征即退。报告期内，公司钻石进口采购金额与增值税返还金额的匹配性情况如下：

单位：万元

项　目	计算过程	2019 年度	2018 年度	2017 年度
实际即征即退金额	A	-	102.75	390.60
钻石进口金额	B	-	788.80	3,004.30
即征即退测算金额	C=B*（17%-4%）	-	102.54	390.56
差　异	D=A-C	-	0.21	0.04

注：2018 年二季度开始，公司直接向钻交所会员单位采购钻石，不存在增值税即征即退的情况。由于上海戴曼克森 2018 年度只有 1-3 月存在钻石进口，因此适用增值税率为 17%

如上表所示，公司钻石进口采购金额与增值税返还金额之间具有匹配性，采

购具有真实性。

（三）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 取得了公司报告期各期采购清单；

2. 根据报告期钻石进口金额复核增值税即征即退与实际返还金额是否存在偏差；

3. 获取了上海戴曼克森的相关资质证书，其税务主管机关出具的证明，并核查了报告期内上海戴曼克森钻石采购的纳税申报表及退税凭证。

经核查，我们认为公司钻石进口采购金额与增值税返还金额之间具有匹配性，采购具有真实性。

八、关于以旧换新模式，反馈回复显示“以旧换新换入的黄金金额分别为4,808.38 万元、3,649.99 万元、4,415.74 万元，采购的黄金原料分别为28,576.34 万元、37,128.49 万元、30,145.39 万元”，以旧换新占比较高；请补充披露：①换入后的旧品如何加工处理；②会计处理方法是否符合《企业会计准则》相关规定；③该模式销售产品类型和数量、收入金额、实际收到的款项金额、旧品抵扣的款项金额、结转的营业成本、毛利率；④换入产品类型和数量、产品的金额、产品单位成本；年末存货类型和数量、产品的余额、产品单位成本；⑤增值税、消费税的处理方式，税款缴纳是否合规。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 10）

（一）换入后的旧品如何加工处理

根据公司《货品仓库管理制度》、《镶嵌饰品拆石管理制度》，经采购确认极少数可上柜旧品，抛光、清洗后重新入库；不可上柜旧品，素金与镶嵌类饰品分别熔炼、拆石后形成金砖、裸石等原料，发委外加工商加工，形成新饰品后重新上柜销售。

为了规范以旧换新业务的开展，公司制定了《直营门店及专柜旧品管理规程》、《公司出售饰品以旧换新管理规程》等相关管理制度，制度规定：

1）对于公司出售的产品：无销货凭证且无钢印的，不予以旧换新；素金类饰品销货凭证遗失，但经确认属公司出售的，需经值班管理人员或店内负责人确

认后方可以旧换新；以旧换新的旧品需经鉴定后方可入库。

2）对于非公司出售的产品：旧品需公司专业人员鉴定后方可以旧换新。

公司通过检查销货凭证、钢印和通过专业人员进行旧品鉴定等方式，保证旧品的来源合法。

（二）会计处理方法是否符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第14号—收入》（2006）应用指南的规定，销售商品采用以旧换新方式的，销售的商品应当按照销售商品收入确认条件确认收入，回收的商品作为购进商品处理。

公司以旧换新业务，按收到的不含税货款及旧饰品的公允价值确定为主营业务收入，按新品成本结转确定为主营业务成本，旧饰品确认为存货，即收回的旧饰品作为购进商品进行会计处理，符合企业会计准则的规定。公司以旧换新的会计处理如下：

1. 新品销售确认收入

借：银行存款（消费者补差价）

　　存货（旧饰品公允价值）

　贷：主营业务收入（旧饰品公允价值+差价收入）

　　应交税费-应交增值税-销项税额（消费者补差价形成的应交增值税）

2. 结转成本

借：主营业务成本（新饰品的成本）

　　贷：库存商品（新饰品的成本）

以旧换新会计处理方法符合企业会计准则相关规定。

（三）该模式销售产品类型和数量、收入金额、实际收到的款项金额、旧品抵扣的款项金额、结转的营业成本、毛利率

以旧换新业务旧品抵扣的收入金额占公司主营业务收入比例如下：

单位：万元

项　目	2019年度	2018年度	2017年度
以旧换新旧品抵扣金额[注]	5,359.18	4,439.41	6,188.23
当期主营业务收入	89,219.41	91,697.24	83,303.53
占当期主营业务收入比例	6.01%	4.84%	7.43%

[注]以旧换新模式销售收入包括新饰品的差价和旧品抵扣金额（即收入确认时的旧品公允价值，下同），上述计算以旧换新占主营业务收入比例时采用旧品抵扣金额

同行业可比上市公司周大生、萃华珠宝在招股说明书中披露也存在以旧换新的情况，其中仅周大生披露了相关数据，公司与周大生的相关数据具体如下：

单位：万元

公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
曼卡龙公司	退、换货及以旧换新旧货金额	6,460.05	5,108.09	7,094.30
	当期自营模式收入	65,662.37	66,867.72	62,954.31
	占当期自营模式收入比例	9.84%	7.64%	11.27%
公司	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
周大生	退、换货及以旧换新旧货金额	10,024.41	9,518.97	12,768.97
	当期自营模式收入	110,184.32	119,136.10	128,384.92
	占当期自营模式收入比例	9.10%	7.99%	9.95%

注：参考周大生口径，采用退换货及以旧换新旧货的合并金额作为比较口径。自营模式包括直营店模式、专柜模式和电商模式

报告期内，公司以旧换新模式销售产品情况如下：

单位：万元

产　品	数量	营业收入	实收款项	旧品抵扣	营业成本	毛利率
2019 年度						
计克类黄金（千克）	168.23	5,686.07	2,028.13	3,657.94	4,519.42	20.52%
钻石饰品（件）	1491	2,307.42	1,528.85	778.56	1,418.37	38.53%
爱尚炫（件）	1607	561.41	197.18	364.23	291.68	48.05%
爱尚金（千克）	9.10	471.09	109.20	361.89	252.49	46.40%
其他（件）	1194	337.29	140.73	196.56	203.52	39.66%
小　计	-	9,363.28	4,004.10	5,359.18	6,685.47	28.60%
2018 年度						
计克类黄金（千克）	155.62	4,537.16	1,400.51	3,136.65	3,804.47	16.15%
钻石饰品（件）	1677	1,932.98	1,328.02	604.96	1,186.09	38.64%
爱尚炫（件）	1359	566.17	301.37	264.80	246.60	56.44%
爱尚金（千克）	6.74	397.12	154.21	242.91	177.38	55.33%
其他（件）	1093	287.26	97.17	190.08	242.49	15.59%
小　计	-	7,720.69	3,281.29	4,439.41	5,657.03	26.73%
2017 年度						
计克类黄金（千克）	193.50	5,801.90	1,820.81	3,981.09	4,778.88	17.63%
钻石饰品（件）	3123	2,893.40	1,854.61	1,038.79	1,867.69	35.45%

爱尚炫（件）	2208	696.13	320.23	375.91	364.90	47.58%
爱尚金（千克）	10.41	535.20	137.16	398.04	277.27	48.19%
其他（件）	2596	653.00	258.59	394.41	489.87	24.98%
小　计	-	10,579.64	4,391.41	6,188.23	7,778.62	26.48%

报告期内，仅自营模式存在以旧换新，以旧换新业务毛利率与自营模式毛利率对比如下：

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
以旧换新业务毛利率	28.60%	26.73%	26.48%
自营模式毛利率	30.04%	28.53%	27.10%
差异	-1.44%	-1.80%	-0.62%

如上表，以旧换新模式销售产品毛利率略低于自营模式毛利率。

（四）换入产品类型和数量、产品的金额、产品单位成本；年末存货类型和数量、产品的余额、产品单位成本

1. 换入产品类型和数量、产品的金额、产品单位成本

产品类型	项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
黄金以旧换新	金额（万元）	4,415.74	3,649.99	4,808.38
	重量（千克）	144.51	135.72	174.53
	单价（元/克）	305.56	268.93	275.50
铂金以旧换新	金额（万元）	245.80	250.03	451.75
	重量（千克）	12.34	13.17	21.15
	单价（元/克）	199.12	189.78	213.62
钻石以旧换新	金额（万元）	674.23	514.20	879.56
	数量（件）	1,517	1,480	2,812
	单价（元/件）	4,444.50	3,474.33	3,127.86
其他以旧换新	金额（万元）	23.41	25.18	48.54
	数量（件）	165	296	467
	单价（元/件）	1,418.94	850.68	1,039.50
小　计	金额（万元）	5,359.18	4,439.41	6,188.23

换入产品主要为黄金、铂金、钻石，占公司以旧换新收回旧品的 99%以上。

公司换入旧品无增值税专用发票，故按照含税金额确认旧品入账价值。如果剔除增值税影响后，换入旧品不含税成本如下：

产品类型	项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度

黄金以旧换新	金额（万元）	3,881.77	3,137.59	4,109.73
	重量（千克）	144.51	135.72	174.53
	单价（元/克）	268.61	231.17	235.47
铂金以旧换新	金额（万元）	215.94	214.89	386.11
	重量（千克）	12.34	13.17	21.15
	单价（元/克）	174.93	163.11	182.58
钻石以旧换新	金额（万元）	592.68	441.60	751.76
	数量（件）	1,517	1,480	2,812
	单价（元/件）	3,906.89	2,983.79	2,673.39
其他以旧换新	金额（万元）	20.61	21.64	41.49
	数量（件）	165	296	467
	单价（元/件）	1,249.32	731.23	888.46
小　计	金额（万元）	4,711.00	3,815.73	5,289.08

黄金以旧换新旧品单价与黄金原料采购单价比较如下：

项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
黄金以旧换新单价（元/克）	268.61	231.17	235.47
黄金原料采购单价（元/克）	269.91	233.98	235.41
差异额（元/克）	-1.30	-2.81	0.06
差异率	-0.48%	-1.20%	0.03%

如上表，如果剔除含税金额的增值税影响，黄金以旧换新旧品单价与当期黄金原料采购单价差异极小。

钻石以旧换新旧品单价，因钻石的采购价格受钻石克重、颜色、净度、切工的不同等级而价格跨度较大，以钻石旧换新取得旧品单价与当期平均采购单价不具有可比性。

2. 年末换入产品存货类型和数量、产品的余额、产品单位成本

产品类型	项　目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
黄金以旧换新	金额（万元）	133.89	222.21	84.38
	重量（千克）	3.95	8.38	3.08
	单价（元/克）	338.61	265.05	274.24
铂金以旧换新	金额（万元）	5.12	8.55	10.63
	重量（千克）	0.24	0.48	0.52
	单价（元/克）	217.35	177.95	203.56
钻石以旧换新	金额（万元）	43.41	50.40	66.45

	数量（件）	99	112	160
	单价（元/件）	4,384.55	4,500.39	4,152.90
其他以旧换新	金额（万元）	4.08	1.50	2.89
	数量（件）	12	21	25
	单价（元/件）	3,396.97	714.78	1,155.59
小　计	金额（万元）	186.50	282.67	164.35

（五）增值税、消费税的处理方式，税款缴纳是否合规

报告期内，公司以旧换新业务按照实际收取的不含增值税的全部价款计缴增值税和消费税。

根据财政部、国家税务总局《关于金银首饰等货物征收增值税问题的通知》（财税字〔1996〕74 号）规定“考虑到金银首饰以旧换新业务的特殊情况，对金银首饰以旧换新业务，可以按销售方实际收取的不含增值税的全部价款征收增值税。”公司以旧换新业务增值税处理方式符合相关法律法规的规定。

根据财政部、国家税务总局《关于调整金银首饰消费税纳税环节有关问题的通知》（〔1994〕财税字第 95 号）规定“纳税人采用以旧换新（含翻新改制）方式销售的金银首饰，应按实际收取的不含增值税的全部价款确定计税依据征收消费税。”公司以旧换新业务消费税处理方式符合相关法律法规的规定。

（六）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 询问了公司管理层、财务负责人、相关业务负责人报告期公司以旧换新业务的操作流程，旧品回收后的处理方式；

2. 抽查以旧换新取得旧品的鉴定结果单、产品证书等入账凭证，比较旧品及采购入库原料价格之间差异；对包括旧品在内的商品进行实地盘点，详见本问询函回复十（一）之说明；

3. 参照企业会计准则相关规定对比公司以旧换新业务的会计处理方法，会计处理方法符合企业会计准则相关规定；

4. 查询增值税、消费税关于以旧换新业务的相关法规，公司税款缴纳符合相关法律法规规定。

经核查，我们认为公司以旧换新取得的旧品除极少数抛光、清洗后重新上柜，主要用于熔炼、拆石形成原料后重新加工；以旧换新会计处理方法符合企业会计

准则相关规定；以旧换新业务增值税、消费税按照实际收取不含增值税的全部价款计缴增值税、消费税，符合相关法律法规规定。

九、关于毛利率。（1）发行人反馈回复中 2019 年各渠道销售综合毛利率为 25.45%，与招股说明书 22.50%不一致，请披露差异原因及其合理性。（2）关于素金饰品和镶嵌饰品，反馈回复“报告期内不同系列、细分种类销售的数量、收入、平均单价、毛利及毛利率”显示的毛利率与招股书“公司分产品毛利率情况”显示的毛利率存在差异，请披露原因及合理性，发行人是否存在其他素金饰品和镶嵌饰品未予披露，如有，请发行人补充披露未予披露产品的毛利率是否存在异常。（3）请补充披露天猫平台毛利率高于唯品会的原因；关于发行人收入占比前十的产品，同一期间其在天猫和唯品会的售价及毛利率是否存在重大差异、差异原因及合理性。电商销售产品类别与实体店是否有差异，会否影响实体店销售价格。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 11）

（一）发行人反馈回复中 2019 年各渠道销售综合毛利率为 25.45%，与招股说明书 22.50%不一致，请披露差异原因及其合理性

公司在反馈回复中 2019 年各渠道销售综合毛利率的披露数为 25.45%，招股说明书披露的各渠道销售综合毛利率为 25.50%，差异 0.05%，主要原因系笔误，反馈回复中的披露数 25.45%系汇总有误，各渠道的明细毛利率反馈回复与招股书一致。

（二）关于素金饰品和镶嵌饰品，反馈回复“报告期内不同系列、细分种类销售的数量、收入、平均单价、毛利及毛利率”显示的毛利率与招股书“公司分产品毛利率情况”显示的毛利率存在差异，请披露原因及合理性，发行人是否存在其他素金饰品和镶嵌饰品未予披露，如有，请发行人补充披露未予披露产品的毛利率是否存在异常

公司主营业务收入包括计克类黄金、爱尚金、其他素金饰品、钻石饰品、爱尚炫和其他镶嵌饰品 6 类，由于其他素金饰品和其他镶嵌饰品金额小、数量多、品种繁杂，占主营业务收入的比例低，因而反馈回复仅对其中的计克类黄金、爱尚金、钻石饰品和爱尚炫 4 类主要产品分销售模式进行了分析，故存在差异。

其他素金饰品和其他镶嵌饰品的毛利率分析详见本问询函回复四（一）之说明。

（三）请补充披露天猫平台毛利率高于唯品会的原因；关于发行人收入占比前十的产品，同一期间其在天猫和唯品会的售价及毛利率是否存在重大差异、差异原因及合理性。电商销售产品类别与实体店是否有差异，会否影响实体店销售价格

1. 天猫平台毛利率高于唯品会的原因

天猫平台毛利率高于唯品会主要由于销售模式、销售产品不同导致的。天猫平台为公司自营零售店铺，产品直接面向终端消费者，因而天猫平台销售价格较高，毛利率较高；唯品会系公司向唯品会公司销售，唯品会系批发平台，同时通过唯品会平台销售的产品大多为周转较慢促销品，定价较低，且唯品会按照扣点后价格与公司结算，因而唯品会毛利率较低。

2. 关于发行人收入占比前十的产品，同一期间其在天猫和唯品会的售价及毛利率是否存在重大差异、差异原因及合理性。电商销售产品类别与实体店是否有差异，会否影响实体店销售价格

报告期内，占公司收入占比前十的产品如下：

序号	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1	Dering 裸石（钻石裸石）	Destiny-Beauty 醉美（ZJ）（钻石戒指）	圆形光面抽丝（足金手镯）
2	初心（足金手镯）	圆形光面抽丝（足金手镯）	Divine-Beauty 醉美（钻石戒指）
3	初心（实心）（足金手镯）	Dering 裸石（钻石裸石）	缘梦(手镯)（足金手镯）
4	圆形光面抽丝（足金手镯）	Divine-Beauty 醉美（钻石戒指）	Destiny-Beauty 醉美(ZJ)（钻石戒指）
5	龙凤金条（金条）	双扣珍珠间金三角（足金项链）	龙凤呈祥（足金手镯）
6	缘定三生（足金手镯）	四叶吉祥手镯（足金手镯）	双扣珍珠间金三角（足金项链）
7	相守（足金手镯）	相守（足金手镯）	金笼间珍珠（足金项链）
8	Destiny-Beauty 醉美(钻石戒指）	龙凤呈祥（足金手镯）	缘定三生（足金手镯）
9	Destiny-Loyal 忠爱（钻石戒指）	龙凤金条（金条）	Destiny-Beauty 醉美（Z）（钻石戒指）
10	永恒的心（足金手镯）	缘定三生（足金手镯）	福星（足金手镯）

报告期内，公司占比收入前十的产品中，除 2018 年度圆形光面抽丝（足金手镯）和 2019 年相守（足金手镯）同时也在天猫平台和唯品会销售外，其余产品不存在重叠。该 2 款产品均为计克类黄金产品，定价机制均为参考当时的黄金价格结算，因而在定价机制上不存在重大差异。公司综合考虑电商平台促销活动、

扣点等因素，从而使得同款产品在不同平台售价会略有不同。由于天猫为自营店铺，因而该 2 款产品天猫毛利率高于唯品会。

电商销售产品类别主要分线上线下同款和电商专款。对于线上线下同款产品，零售价不存在重大差异，但在平台活动要求全店参与或平台对消费者进行补贴的情况下，可能存在价差，但价差幅度较小，不会影响实体店销售价格。

3. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 比对招股说明书与反馈意见回复数据，核查不一致的原因；

(2) 取得了公司收入成本表，核查其他素金饰品和其他镶嵌饰品的信息；

(3) 访谈了公司财务负责人，获取了前十大产品的数据，了解天猫和唯品会差异原因。

经核查，我们认为公司 2019 年各渠道销售综合毛利率招股说明书与反馈意见回复数据不一致系反馈意见回复笔误所致；素金饰品和镶嵌饰品毛利率招股说明书与反馈意见回复数据不一致系其他素金饰品和其他镶嵌饰品未予披露所致，公司已经在招股书补充披露，毛利率不存在异常；天猫平台毛利率高于唯品会主要系销售模式、销售产品等因素不同导致的；公司收入占比前十的产品，同一期间其在天猫和唯品会的售价及毛利率略有差异；电商销售产品类别主要分线上线下同款和电商专款，对于线上线下同款产品，零售价不存在重大差异，不会影响实体店销售价格。

十、关于存货。(1) 请保荐人、申报会计师补充说明各报告期末对发行人门店、仓库进行监盘的具体实施情况，对委托加工商、受托代销商所在地的委托加工物资和委托代销商品进行监盘或函证的具体实施情况，核查差异及其合理性。(2) 报告期内发行人是否开展黄金租赁业务、套期保值或其他类似业务，如有，请补充披露相关业务形式、业务规模、对手方信息、会计处理方式及会计处理的合规性、对财务报表的影响等。请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。(审核问询函问题 12)

(一) 请保荐人、申报会计师补充说明各报告期末对发行人门店、仓库进行监盘的具体实施情况，对委托加工商、受托代销商所在地的委托加工物资和委

托代销商品进行监盘或函证的具体实施情况，核查差异及其合理性

1. 请保荐人、申报会计师补充说明各报告期末对发行人门店、仓库进行监盘的具体实施情况

报告期各期末，我们对公司门店、仓库进行监盘的具体实施情况如下：

(1) 了解公司存货盘点过程，并查看公司制定的盘点计划，确认公司存货盘点范围，确保所有存货和存货地点都在抽盘范围内；

(2) 按照库存金额大小分层，在盘点仓库库存和存货余额较大门店（包括直营店和专柜）的基础上，随机抽取部分直营店及专柜进行盘点，对盘点过程进行监督。报告期各期末仓库及选取直营店和专柜核查情况及核查金额如下：

门店类型	盘点主体	盘点时间	监盘机构	盘点金额（万元）	占期末库存金额比例（%）
2019 年度					
直营店	萧山店	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	3,112.43	9.06
	萧山今古传奇	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	1,633.88	4.76
	杭州湖滨银泰店	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	313.23	0.91
	宁波宝龙广场店	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	137.82	0.4
	温州龙湾万达店	2019 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	121.38	0.35
	万象汇今古传奇店	2019 年 12 月 31 日	会计师、保荐机构	411.13	1.2
	萧山万象汇店	2019 年 12 月 31 日	会计师、保荐机构	432.12	1.26
	杭州万象城中岛店	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	171.61	0.5
	桐乡店	2019 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	195.28	0.57
	慈溪店	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	1,576.42	4.59
	余姚店	2020 年 1 月 4 日	会计师、保荐机构	427.66	1.24
	苍南银泰城店	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	177.09	0.52
	杭州西溪银泰城店	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	144.74	0.42
专柜	一区备货组织	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	29.33	0.09
	富阳银泰专柜	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	364.85	1.06
	宁波二百专柜	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	379.24	1.1
	二区备货组织	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	21.66	0.06
	宁波奥特莱斯专柜	2019 年 12 月 28 日	会计师、保荐机构	196.25	0.57
	宁波江东银泰专柜	2019 年 12 月 28 日	会计师、保荐机构	196.02	0.57
	温州大西洋专柜	2019 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	215.75	0.63
	上虞万和城专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	387.21	1.13

	诸暨一百专柜	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	193.99	0.56
	诸暨雄风百货专柜	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	226.31	0.66
	绍兴金帝银泰专柜	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	417.41	1.21
	绍兴国商专柜	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	200.78	0.58
	上虞新大通专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	601.33	1.75
	杭州庆春银泰专柜	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	542.71	1.58
	杭州大厦专柜	2019 年 12 月 30 日	会计师、保荐机构	266.45	0.78
	嘉兴江南大厦专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	238.85	0.7
	乐清银泰专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	139.35	0.41
	金华银泰城专柜	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	229.41	0.67
	临平银泰专柜	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	302.07	0.88
	桐乡东兴专柜	2019 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	242.51	0.71
	杭州下沙银泰专柜	2019 年 12 月 27 日	会计师、保荐机构	295.73	0.86
	义乌伊美银泰专柜	2019 年 12 月 26 日	会计师、保荐机构	291.8	0.85
	萧山银隆专柜	2019 年 12 月 30 日	会计师、保荐机构	779.3	2.27
	慈溪银泰专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	518.47	1.51
	二区备货组织	2020 年 1 月 4 日	会计师、保荐机构	12.95	0.04
	杭州城西银泰专柜	2020 年 1 月 2 日	会计师、保荐机构	413.29	1.2
	杭州武林银泰专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	370.67	1.08
	杭州百大专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	293.64	0.85
	嘉兴八佰伴专柜	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	386.85	1.13
	四区备货组织	2020 年 1 月 3 日	会计师、保荐机构	15.79	0.05
仓库及电商库		2020 年 1 月 1 日-1 月 2 日	会计师、保荐机构	5,552.24	16.16
小　计				23,177.01	67.48

2018 年度

直营店	萧山店	2018 年 12 月 28 日	会计师、保荐机构	3,129.68	8.88
	萧山今古传奇店	2018 年 12 月 28 日	会计师、保荐机构	2,150.99	6.1
	慈溪店	2018 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	1,466.86	4.16
	萧山万象汇店	2018 年 12 月 28 日	会计师、保荐机构	416.32	1.18
	湖滨银泰店	2019 年 5 月 16 日	会计师、保荐机构	321.28	0.91
专柜	萧山银隆百货专柜	2019 年 5 月 16 日	会计师、保荐机构	674.83	1.91
	庆春银泰专柜	2018 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	427.97	1.21
	武林银泰专柜	2019 年 5 月 16 日	会计师、保荐机构	386.34	1.1
	临平银泰专柜	2019 年 5 月 16 日	会计师、保荐机构	340.19	0.97

	杭州大厦专柜	2019 年 5 月 17 日	会计师、保荐机构	340.08	0.96
	杭州城西银泰专柜	2019 年 5 月 17 日	会计师、保荐机构	288.28	0.82
	杭州百货大楼专柜	2018 年 12 月 29 日	会计师、保荐机构	233.49	0.66
仓库及电商库		2018 年 12 月 29-31 日	会计师、保荐机构	5,900.17	16.74
小 计				16,076.48	45.62
2017 年度					
直营店	萧山店	2017 年 12 月 29 日	会计师	2,902.76	8.75
	萧山今古传奇	2017 年 12 月 29 日	会计师	1,805.25	5.44
	慈溪店	2017 年 12 月 31 日	会计师	1,381.18	4.16
	嘉兴店	2017 年 12 月 28 日	会计师	406.71	1.23
专柜	萧山银隆专柜	2017 年 12 月 28 日	会计师	564.48	1.7
	上虞万和城专柜	2017 年 12 月 26 日	会计师	398.38	1.2
	上虞老大通专柜	2017 年 12 月 26 日	会计师	332.17	1
	杭州大厦专柜	2017 年 12 月 27 日	会计师	316.3	0.95
	嘉兴戴梦得专柜	2017 年 12 月 28 日	会计师	220.41	0.66
仓库及电商库		2017 年 12 月 31 日-2018 年 1 月 1 日	会计师	9,312.89	28.07
小 计				17,640.53	53.17

(3) 对仓库、各直营店和专柜分别随机抽取 20 件进行账实核对，以确认饰品实际的基本信息（款式、重量、类别）与系统记录是否一致。

2. 对委托加工商、受托代销商所在地的委托加工物资和委托代销商品进行监盘或函证的具体实施情况

报告期各期末，公司对委托加工商、受托代销商所在地的委托加工物资和委托代销商品进行盘点；对未进行盘点的外协存货和委托代销商品，实施函证程序。报告期各期末，对外协存货、委托代销商品的盘点及函证程序情况如下：

单位：万元

项 目	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日
委托加工物资			
公司期末委托加工物资金额	819.69	604.47	815.17
盘点占委托加工物资比例	68.37%	35.27%	-
回函确认金额占委托加工物资比例	98.06%	91.70%	93.86%
委托代销商品			
公司期末委托代销商品金额	449.80	390.67	413.26

盘点占委托代销商品比例	24.30%	-	-
回函确认金额占委托代销商品比例	96.14%	93.30%	100.00%

3. 核查差异及其合理性

报告期内，公司存货实盘数量与报告期各期盘点日库存数量上不存在重大差异，存在零星差异主要是由于部分门店之间存在调货的情况，由于接收门店还未收到货品，调出门店系统暂时未做出库处理，该调出货品仍显示在调出门店系统中，导致产生差异；盘点过程中存在饰品已经销售、系统未做出库的情况，导致产生差异；部分饰品由于标签不清楚无法识别导致和系统产生差异。对于上述盘点差异，我们对门店提供的门店调拨单和销售票据进行了核查，并监督盘点人员将无法识别的标签输入系统中，未发现异常情况，盘点差异合理。

（二）报告期内发行人是否开展黄金租赁业务、套期保值或其他类似业务，如有，请补充披露相关业务形式、业务规模、对手方信息、会计处理方式及会计处理的合规性、对财务报表的影响等

报告期内，公司的黄金采购均为向上海黄金交易所的现货采购，不存在黄金租赁业务、套期保值或其他类似业务。

（三）核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

1. 取得了公司有关盘点的管理制度，核查公司盘点制度设计是否合理；

2. 了解公司存货盘点过程，并查看公司制定的盘点计划，确认公司存货盘点范围；

3. 了解公司报告期末存货的存放地点和存放状态；

4. 对公司期末库存执行监盘程序，对部分饰品进行抽盘，进行账实核对；

5. 对未进行抽盘的存货进行函证；

6. 询问公司采购业务负责人采购业务的流程，了解黄金采购的供应商情况和具体流程。

经核查，我们认为，我们已对各报告期末公司门店、仓库的存货进行了监盘，并对委托加工商、受托代销商所在地的委托加工物资和委托代销商品进行监盘和函证，监盘、函证结果不存在重大差异；报告期内，公司黄金采购均为向上海黄金交易所的现货采购，不存在黄金租赁业务、套期保值或其他类似业务。

十一、其他财务事项。（1）请按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容，在招股说明书中补充披露现金交易相关事项。（2）请补充披露：①萧山店现金收款金额占其营业收入比；②现金收款总额前五大店铺信息，萧山店与发行人其他店铺相比，其现金收款占比的合理性；③按月说明萧山店主营业务收入、毛利率、订单数量、现金收款金额、现金订单数量，披露萧山店是否存在个别月份现金收款较多或毛利率异常的情形。（3）补充说明 2 万元以上的现金收款对应的主要销售内容，中介机构核查的方法和结论意见。

请保荐人、申报会计师核查并发表明确意见。（审核问询函问题 13）

（一）请按照《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的相关内容，在招股说明书中补充披露现金交易相关事项

1. 现金交易的原因、必要性及合理性、是否符合行业经营特点

公司销售模式主要分为直营、专柜、加盟和委托代销模式，其中专柜、加盟和委托代销模式下，公司与商场、加盟商及代销商通过银行转账结算，在直营模式下，公司直接面对终端消费者，存在一定的现金销售，公司不存在现金采购行为。

公司为珠宝零售业，属于线下商业零售，零售业客户群体复杂、多样，体现在支付方式上则表现为多种支付方式并存，包括现金、银行转账、信用卡、支付宝、微信等一系列支付方式，公司存在现金收款符合公司所处行业特点，符合行业惯例。

同行业可比上市公司中也存在现金收款的情况，周大生和莱绅通灵在招股说明书中披露的现金收款比例与公司比较如下：

公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
曼卡龙公司	现金收款占当期营业收入比例	1.79%	3.05%	4.52%
	现金收款占当期直营店收入比例	7.41%	11.53%	15.94%
公司	项目	2016 年度	2015 年度	2014 年度
周大生	现金收款占当期营业收入比例	0.34%	0.38%	0.53%
	现金收款占当期直营店收入比例	21.92%	23.31%	25.09%
公司	项目	2015 年度	2014 年度	2013 年度
莱绅通灵	现金收款占当期营业收入比例	3.89%	5.62%	9.29%

公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	现金收款占当期直营店收入比例	10.99%	13.86%	18.42%

数据来源：同行业可比上市公司招股说明书或根据招股说明书整理。

注：周大生直营店收入为当期专卖店收入

公司现金收款符合行业惯例。

2. 相关方是否为关联方

公司的现金收款对象均为普通消费者，不属于公司的关联方。

3. 相关收入确认及成本核算原则与依据

(1) 收入确认原则及依据

直营现金销售模式下，公司已根据合同约定将产品交付给购货方，且产品销售收入金额已确定，已经收回货款或取得了收款凭证且相关的经济利益很可能流入，产品相关的成本能够可靠地计量时确认收入。

公司现金收款的情形下，收入确认依据为公司开具销货单，公司已经将饰品交付给消费者，并收到消费者支付的现金。

(2) 成本核算原则及依据

公司发出存货采用个别计价法以及加权平均法，公司成品采用个别计价法，黄金等原材料采用加权平均法。

公司采购生产模式分为两类，一类是成品采购模式，公司直接采购成品饰品，采购后直接出售，在该模式下，各产品采购价格即是产品成本，产品包装费、运费等直接计入销售费用；另一种是委外加工模式，公司采购黄金、钻石等原材料，经委外加工商加工后出售，在该模式下，公司按照原料采购单价加上与供应商结算的单件或单克加工费核算产品成本，产品包装费、运费等直接计入销售费用。

公司成本核算的依据为采购结算单中的采购成本单价以及委外结算单中的委外加工单价。

公司不存在体外循环及虚构业务情形。

4. 现金交易的金额及占比

报告期内，现金收款的金额及比例如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款（含增值税）	1,833.22	3,266.51	4,428.80
现金收款（不含增值税）	1,608.35	2,806.59	3,785.30

当期营业收入	89,660.21	91,967.21	83,740.62
占当期营业收入比例	1.79%	3.05%	4.52%

报告期内，现金收款的绝对金额及比例均呈现下降的趋势。公司已经提供支付宝、微信等多种收款方式供消费者选择，预计未来期间现金收款将继续下降。

公司主要现金收款与公司的平均消费水平和 POS 流水分布基本保持一致，公司现金交易流水不存在异常分布。

公司实际控制人及董监高等关联方与客户或供应商不存在资金往来。

公司报告期现金交易符合行业惯例，符合商业零售行业的特征，具有真实性、合理性和必要性，报告期内现金交易具有可验证性，相关内控具有有效性。

5. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 查阅与现金交易相关内控制度，核查了直营店现金收款的控制流程，并对控制流程进行内控测试，内控设计合理、运行有效；

(2) 访谈公司管理层及销售有关负责人，了解公司现金收款的范围和业务流程；

(3) 取得直营店现金收款的清单以及收入成本表，核查现金收款的门店、次数、金额数据；

(4) 随机抽取部分现金交易的客户进行电话回访，抽查部分现金交易凭证，了解是否为公司客户或供应商；

(5) 获取同行业上市公司的相关资料，同行业公司存在现金交易，符合行业惯例。

经核查，我们认为，报告期内公司现金交易符合行业惯例，符合商业零售行业的特征，具有真实性、合理性和必要性。

(二) 请补充披露：①萧山店现金收款金额占其营业收入比；②现金收款总额前五大店铺信息，萧山店与发行人其他店铺相比，其现金收款占比的合理性；③按月说明萧山店主营业务收入、毛利率、订单数量、现金收款金额、现金订单数量，披露萧山店是否存在个别月份现金收款较多或毛利率异常的情形

1. 萧山店现金收款金额占其营业收入比

报告期内，萧山店的现金收款金额占其营业收入比情况如表所示：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金收款金额（不含税）	1,073.44	1,786.92	2,359.68
销售收入	9,171.47	10,030.77	11,422.77
占比	11.70%	17.81%	20.66%

报告期内，萧山店现金收款的绝对金额和占比均呈现下降趋势。

2. 现金收款总额前五大店铺信息，萧山店与发行人其他店铺相比，其现金收款占比的合理性

报告期内，现金收款总额前五大店铺信息如下表所示：

序号	店面名称	地址	开业时间	营业面积（M^2）
1	萧山店	杭州市萧山区体育路 171-187 号	2010.6	319.27
2	慈溪店	慈溪市浒山环城南路 45 号	2010.6	323.00
3	余姚店	余姚市新建路 6-8 号	2010.6	172.00
4	诸暨店	诸暨市暨阳路 173-177 号	2010.6	189.30
5	萧山今古传奇店	杭州市萧山区体育路 191-199 号	2010.6	110.00
6	上虞万达广场店	绍兴市上虞区称山北路 399 号	2017.8	58.33
7	萧山万象汇店	杭州市萧山区北干街道金城路927号	2018.6	153.00

报告期各期，现金收款总额前五大店铺如下表所示：

单位：万元

期间	门店	现金销售额(不含税)	门店销售金额	占比
2019 年度	萧山店	1,073.44	9,171.47	11.70%
	慈溪店	182.17	2,241.66	8.13%
	余姚店	87.71	704.07	12.46%
	上虞万达广场店	53.03	383.77	13.82%
	萧山万象汇店	36.54	1,201.21	3.04%
2018 年度	萧山店	1,786.92	10,030.77	17.81%
	慈溪店	400.01	3,211.17	12.46%
	诸暨店	142.03	769.33	18.46%
	余姚店	103.81	912.27	11.38%
	萧山万象汇店	77.46	911.82	8.50%
2017 年	萧山店	2,359.68	11,422.77	20.66%
	慈溪店	544.40	3,185.68	17.09%
	诸暨店	190.03	1,058.34	17.96%
	余姚店	145.14	1,065.86	13.62%

	萧山今古传奇	106.34	492.73	21.58%

如上所示，萧山店现金收款比例未见重大异常。

报告期内前五大现金收款店铺中，除上虞万达广场店以及萧山万象汇店外，公司其他现金收款门店设立时间均较早，该类门店均位于老城区，品牌辨识度强，消费者粘性强，年龄结构相对偏大，对于支付宝、微信等新支付方式使用度不高，更倾向于使用现金，因而现金收款比例仍保持在一定水平。随着新的支付方式的推广，报告期内，公司现金收款的总量和比例均在不断下降。

3. 按月说明萧山店主营业务收入、毛利率、订单数量、现金收款金额、现金订单数量，披露萧山店是否存在个别月份现金收款较多或毛利率异常的情形

报告期内，萧山店每月主营业务收入、毛利率、订单数量、现金收款金额、现金订单数量如下表所示：

单位：万元、笔

期间	月份	主营业务收入	毛利率	订单数量	现金收款金额（不含增值税）	现金订单数量
2019年度	1月	690.17	31.91%	2,024	113.96	281
	2月	1,043.66	38.53%	1,859	123.01	287
	3月	829.50	33.75%	1,919	106.88	240
	4月	423.07	31.04%	1,354	76.28	186
	5月	754.37	35.55%	2,033	105.19	244
	6月	601.01	35.23%	1,527	47.25	127
	7月	457.08	34.62%	1,202	51.52	146
	8月	482.74	36.24%	2,339	35.85	145
	9月	1,881.14	27.88%	10,171	167.58	488
	10月	1,066.22	23.65%	3,910	139.56	272
	11月	401.27	37.28%	1,066	63.64	118
	12月	541.25	32.56%	2,204	42.72	96
	合计	9,171.47	32.16%	31,608	1,073.44	2,630
2018年度	1月	769.12	32.04%	2,116	147.88	315
	2月	1,196.65	32.56%	2,482	256.16	482
	3月	986.43	33.21%	2,372	154.64	366
	4月	663.52	30.73%	1,944	145.42	353
	5月	895.55	29.13%	2,478	147.09	361
	6月	601.65	26.99%	1,603	135.79	275
	7月	749.44	31.71%	1,923	93.25	225
	8月	859.22	32.48%	2,021	150.80	272
	9月	1,064.10	23.61%	2,889	205.13	420

	10月	825.83	34.64%	1,934	162.64	301
	11月	808.87	32.70%	1,850	90.20	224
	12月	610.40	35.41%	1,481	97.93	213
	合计	10,030.77	31.16%	25,093	1,786.92	3,807
2017年度	1月	1,399.32	30.88%	3,839	324.70	769
	2月	1,173.65	33.23%	3,507	244.22	673
	3月	1,006.18	31.01%	3,057	193.20	638
	4月	809.08	28.83%	2,895	190.04	578
	5月	1,066.59	25.12%	3,650	232.06	647
	6月	842.29	26.40%	2,486	122.62	402
	7月	724.21	26.07%	2,522	142.83	400
	8月	821.80	30.54%	2,397	162.00	404
	9月	697.22	29.25%	2,209	172.02	369
	10月	1,071.77	27.73%	2,697	255.46	535
	11月	917.96	35.50%	2,148	146.63	315
	12月	892.70	32.91%	3,371	173.89	358
	合计	11,422.77	29.93%	34,778	2,359.68	6,088

一般而言，销售收入高的月份现金收款数量相对也较多，公司一季度、国庆假期属于销售旺季，因而一季度、10月的现金收款也较高。

2019年9月和10月，公司单月销售金额较高，主要系2019年公司对萧山店重新装修前进行了较多促销活动，因而单月销售额较高，毛利率略低于平均值；2018年9月，萧山店进行了店庆促销，因而销售收入较高。

4. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 核查前五大现金收款门店的收款金额和营业收入占比，分析其数据合理性；

(2) 取得萧山店每月主营业务收入、毛利率、订单数量、现金收款金额、现金订单数量等数据，分析毛利率及收入的合理性。

经核查，我们认为，报告期内公司萧山店及其他前五大现金收款店铺现金收款占比具有合理性，萧山店个别月份现金收款较多主要系销售旺季以及受促销活动的影响，不存在重大异常。

(三) 补充说明2万元以上的现金收款对应的主要销售内容

1. 报告期内，现金收款2万以上的主要销售情况如下表所示：

单位：万元

期间	品类	销售金额（含增值税）	占比
2019 年度	计克类黄金	229.75	67.18%
	钻石	83.69	24.47%
	其他	28.56	8.35%
	合计	342.00	100.00%
2018 年度	计克类黄金	503.30	68.83%
	钻石	177.35	24.25%
	其他	50.56	6.92%
	合计	731.21	100.00%
2017 年度	计克类黄金	503.99	50.69%
	钻石	331.67	33.36%
	其他	158.56	15.95%
	合计	994.22	100.00%

[注]由于单笔订单存在多种支付方式并存的情况，此处的销售额包括了 2 万以上现金收款及其他支付方式并存的订单的金额

由于计克类黄金和钻石饰品单价高，报告期内，2 万以上现金收款对应的销售主要为计克类黄金和钻石饰品。

2. 核查程序及核查意见

我们履行了以下核查程序：

(1) 访谈公司管理层及销售有关负责人，了解公司单笔现金收款金额较高的原因；

(2) 取得 2 万元以上的现金收款的现金销售货物明细，核查是否存在重大异常。

经核查，我们认为，报告期内公司 2 万以上现金收款对应的销售主要为单价较高的计克类黄金和钻石饰品。

专此说明，请予察核。

天健会计师事务所（特殊普通合伙）　　中国注册会计师：

中国·杭州　　中国注册会计师：

二〇二〇年八月十日

统一社会信用代码

91330000579342121 3 (1/3)

营业执照

（副 本）

扫描二维码登录"国家企业信用信息公示系统"了解更多登记、备案、许可、监管信息

名　　称　天健会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　胡少先

经营范围　审计企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；信息系统审计；法律、法规规定的其他业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

成立日期　2011 年 07 月 18 日

合伙期限　2011 年 07 月 18 日 至 长期

主要经营场所　浙江省杭州市西湖区西溪路 128 号 6 楼

登记机关　浙江省市场监督管理局

2020 年 03 月 13 日

国家企业信用信息公示系统网址：http://www.gsxt.gov.cn

市场主体应当于每年 1 月 1 日至 6 月 30 日通过国家信用公示系统报送公示年度报告。

国家市场监督管理总局监制



会计师事务所

执业证书

名　　称：天健会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：胡少先

主任会计师：

经营场所：浙江省杭州市西溪路128号6楼

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000001

批准执业文号：浙财会〔2011〕25 号

批准执业日期：1998 年 11 月 21 日设立，2011 年 6 月 28 日转制

8-2-70

证书序号：0007666

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：

2019 年 12 月 25 日

中华人民共和国财政部制

证书序号：000390

会计师事务所
证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：胡少先

证书号：44　　发证时间：二〇〇九年十一月八日

证书有效期至：二〇二一年十一月八日

8-2-71

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会

8-2-72



姓　　名
Full name　张芹

性　　别
Sex　女

出生日期
Date of birth　1977-10-08

工作单位
Working unit　天健会计师事务所（特殊普通合伙）

身份证号码
Identity card No.　422429197710087662

会计师事务所（特殊普通合伙）

证书编号：330000011893
No. of Certificate

批准注册协会：浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：2000 年 10 月 13 日
Date of Issuance　/y　/m　/d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

注册会计师任职资格检查
（浙注协[2019]35号）
2019
检
浙江省注册会计师协会

年　月　日
/y　/m　/d

466

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会



姓　　名 Full name	李明明
性　　别 Sex	女
出生日期 Date of birth	1982-02-23
工作单位 Working unit	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
身份证号码 Identity card No.	211381198202230826

天健会计师事务所（特殊普通合伙）

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.

注册会计师任职资格检查
（浙注协[2019]45号）
2019 检
浙江省注册会计师协会
/y /m /d

证书编号：330000012210
No. of Certificate

批准注册协会：浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期：2010 年/y 03 月/m 31 日/d
Date of Issuance

8-2-73