

深圳市怡亚通供应链股份有限公司

关于深圳证券交易所对公司 2016 年年报问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事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。

深圳市怡亚通供应链股份有限公司（以下简称“公司”）于近日收到深圳证券交易所出具的《关于对深圳市怡亚通供应链股份有限公司 2016 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2017】第 277 号），公司就相关情况进行了自查，对问询函中所列问题向深圳证券交易所作出书面回复。现将回复内容公告如下：

1、请根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 2 号——年度报告的内容与格式》的要求，补充披露占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品或地区情况，包括相应的营业收入、营业成本、毛利率及同比变化情况和原因等，并对比同行业公司同类业务的毛利率，说明相关业务毛利率是否与同行业公司存在重大差异，如是，请解释原因。

回复：

报告期内，公司的广度供应链业务、深度供应链业务、全球采购业务和金融服务的分布情况如下：

单位：万元

项目	广度业务		深度业务		全球采购业务		金融服务		金额合计
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
营业总收入	1,696,248.30	29.10%	3,963,170.81	67.99%	131,948.00	2.26%	37,683.34	0.65%	5,829,050.44
营业成本	1,607,734.70	29.65%	3,678,009.98	67.83%	124,643.17	2.30%	12,040.14	0.22%	5,422,427.99
综合毛利	88,513.60	21.77%	285,160.83	70.13%	7,304.83	1.80%	25,643.20	6.30%	406,622.46
综合毛利率	5.22%		7.20%		5.54%		68.05%		6.98%

本报告期内，公司的营业总收入按商品属性细分行业分布如下：

单位：万元

行业	2016 年		2015 年		增减百分比
	营业收入	占比	营业收入	占比	
IT、通信	1,793,386.91	30.77%	1,565,828.71	39.21%	14.53%
家电	510,940.22	8.77%	127,531.13	3.19%	300.64%
医疗	82,186.87	1.41%	42,919.62	1.07%	91.49%
化工	366,661.18	6.29%	190,904.38	4.78%	92.07%
快速消费品	2,933,246.35	50.32%	1,926,135.03	48.23%	52.29%
其中：酒饮行业	844,621.82	14.49%	462,176.69	11.57%	82.75%
食品行业	815,709.68	13.99%	577,688.92	14.46%	41.20%
日化行业	646,794.43	11.10%	504,413.85	12.63%	28.23%
母婴行业	608,509.32	10.44%	368,651.94	9.23%	65.06%
其他快消品	17,611.10	0.30%	13,203.63	0.33%	33.38%
贵金属	---	---	17,764.05	0.44%	-100.00%
金融	37,683.34	0.65%	29,760.21	0.75%	26.62%
纺织品	28,614.06	0.49%	24,629.83	0.62%	16.18%
其他	76,331.52	1.30%	68,394.48	1.71%	11.60%
合计	5,829,050.44	100.00%	3,993,867.44	100.00%	45.95%

公司 2016 年实际营业总收入 582.91 亿元，比 2015 年同期增长 45.95%，主要原因有：

①家电行业收入较上年同期增加 38.34 亿元，增长 300.64%。主要原因为飞利浦、美的、苏泊尔等品牌家电收入大幅度上升。

②化工行业收入较上年同期增加 17.58 亿元，增长 92.07%。主要原因为公司于 2015 年成立的从事化工业务的子公司业务增长。

③快速消费品收入较上年同期增加100.71亿元，增长52.29%。主要原因为公司在“三合”行动中的持续发力，380分销平台各行业的市场占有率在不断提升，已形成分销平台核心竞争力，吸引大批优秀经销商加入怡亚通的平台。其中酒饮行业2016年营业收入比2015年同期增加38.24亿元，母婴行业2016年营业收入比2015年同期增加23.99亿元。

公司与国内其他供应链公司从事的细分行业不具有同质性，因此无法进行行细分行业对比分析。

2、2016 年，你公司实现营业收入 579.14 亿元，同比增长 46.10%，归属于

上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）5.19 亿元，同比增长 5.34%，请补充说明净利润增长幅度与营业收入增长幅度不匹配的原因及合理性。

回复：

公司净利润增长幅度低于营业收入增长幅度的原因：

（1）非经常性损益影响。公司 2016 年、2015 年非经常性损益分别为 2,246.07 万元、10,706.18 万元，扣除非经常性损益后的净利润分别为 49,629.18 万元、38,537.16 万元，扣非后的净利润同比增长 28.78%。

（2）融资费用增加。公司 2016 年业务增长所需资金主要来源有息债务融资，导致财务费用及小额贷款公司的利息支出较上年同期分别增长 51.97%、97.05%，高于营业收入的增长比例。

3、你公司 2016 年第一至第四季度实现的营业收入分别为 134.05 亿元、129.47 亿元、151.34 亿元和 164.28 亿元，净利润分别为 1.64 亿元、1.46 亿元、1.42 亿元和 6,732.88 万元。请结合历史年度各季度业绩变动情况、行业特性、经营模式，说明第四季度净利润大幅低于其他三个季度的原因、合理性及公司经营业绩是否存在季节性波动特征。

回复：

（1）从公司行业特性、经营模式分析，公司经营业绩不存在季节性波动特征

怡亚通致力于不断完善供应链商业生态圈，聚合所有合作伙伴，整合供应链纵向上下游以及横向不同产业间的优质资源，提供专业的全程供应链服务。作为国内供应链行业的先行者，公司主营业务分为五大集群架构，业务服务范围涵盖广度供应链、深度供应链、供应链金融、全球采购及产品整合供应链、互联网供应链。其中广度供应链与深度供应链业务收入占公司总收入 97%。

广度供应链是以上下游客户需求为核心，搭建采购业务、销售业务、物流业务服务平台。业务集中在 IT、通讯、电子、医疗、机械等非快消领域，业务领域不存在季节性变化。

深度供应链服务，将传统渠道代理商模式转变为平台运营模式，通过整合各区域优质经销商的渠道，实现国内外城市平台共享与分销体系优化，构建一个快

捷、高效的直供渠道，为客户实现供应链管理的优化，提高市场竞争力。主要业务领域涵盖IT与通信、日化、食品、母婴、酒饮、家电、日化等领域。由于业务涉及产品领域较分散，因此也不存在明显的季节性变化。

(2) 结合公司 2015 年、2016 年各季度毛利率变动，确定公司经营业绩不存在季节性波动特征

公司 2015 年、2016 年各季度收入、毛利如下：

单位：万元

项目	2016 年			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
业务收入	1,340,527.31	1,294,694.33	1,513,364.78	1,642,780.69
业务毛利	91,402.32	84,617.19	94,321.11	110,638.64
业务毛利率	6.82%	6.54%	6.23%	6.73%
项目	2015 年			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
业务收入	686,916.35	1,102,196.39	1,190,324.23	984,670.25
业务毛利	45,035.43	61,763.67	67,569.93	83,756.31
业务毛利率	6.56%	5.60%	5.68%	8.51%

公司 2015 年第四季度业务毛利率上升主要为公司将深度业务年终返利在年末确认，2016 年度已按季度进度在季度中确认。剔除上述因素外，公司 2015 年、2016 年各季度业务毛利率相对平稳，且营业收入呈快速增长态势，因此公司经营业绩不存在季节性波动特征。

(3) 公司第四季度净利润大幅低于其他三个季度的原因

公司在 2016 年第四季度业务毛利较前三季度稍有较长，但由于第四季度计提资产减值损失 6,120.65 万元，而前三季度累计计提资产减值损失 2,042.51 万元，导致公司第四季度净利润大幅低于其他三个季度。

4、根据年报披露，你公司互联网供应链服务结合互联网产品星链云商、星链云店、星链生活，助推中国零售商店转型升级，打造所有商店品牌的线上营销平台，请说明公司互联网供应链的具体业务模式、盈利模式、客户情况、竞争状况、各互联网产品的注册用户人数、活跃用户人数和运营情况及业务风险。

星链互联网平台介绍

回复：怡亚通星链互联网平台是以”供应链+互联网”为核心，依托怡亚通上下游众多供应商和海量商品资源，关注客户需求，打造星链云商、星链云店、星链友店、星链生活 O2O/B2B2C 在线服务平台。平台整合百万终端门店，数千知名品牌，数十万 SKU，提供优质商品和营销服务，为客户创造价值。凭借强大先发优势和线下资源搭建一站式交易服务平台，推动大众创业万众创新；帮助小商店变大超市；促进中国社区商店转型升级，开启流通新时代。

（1）互联网供应链业务模式

互联网供应链服务，以公司供应链服务优势为核心，结合互联网产品（星链云商、星链云店、星链友店、星链生活），助推中国零售商店转型升级，帮助上游品牌商实现全方位营销，抓住消费者心智。

星链云商是怡亚通为品牌商打造的集商品展示、线上采购、在线支付、订单管理、渠道管理、广告营销等功能于一体的 B2B 一站式交易营销服务平台。为品牌商的新品上市、订货会、促销活动、广告营销等提供精准的营销直达服务；为代理商的商品分销、门店集采、物流统配、采购规划等提供一站式商品交易服务；同时还提供统计报表、订单分析、动销情况等运营大数据服务，提升品牌的影响力和商品的动销力。星链云店及星链生活是围绕星盟计划，以 O2O 联盟形式，联合中国各区域小零售商并助于此类零售商转型升级，改善“散、乱、穷、小”的现状，从而使得传统零售终端实现互联网化、商城化、金融化传媒化及增值服务功能化。

星链云店是怡亚通专为零售门店开发的互联网 O2O 综合服务平台，零售门店通过星链云店可以实现一站式的门店商品采购，降低采购成本；共享怡亚通后台的海量正品货源延展实体货架、扩充销售品类；同时可以将实体门店商品进行 O2O 互联网化，拓宽销售渠道，服务更多消费者；让零售门店轻松打造自定义的 O2O 综合大超市。

星链友店是怡亚通为个人用户群体打造的手机开店工具。依托怡亚通强大的供应链优势，星链友店为店主提供全球海量美妆、母婴、食品、家居等优质正品货源。店主可实现零成本快速手机开店，无需进货，一键分销海量精选高毛利商品，轻松赚钱。

星链生活是怡亚通为消费者打造的本地生活服务平台，让消费者基于 LBS 定

位随时随地完成线上下单、线下享受的 O2O 全新购物体验。同时为企业、社区定制信息共享的虚拟平台，打破社交壁垒、构建圈内社群，共享企业生活、邻里生活、近店优惠，让企业更智慧、让社区更亲近、让沟通无障碍，让便利触手可达。

（2）盈利模式

互联网公司一般靠广告、竞价排名费、游戏充值、增值费等盈利，而 O2O 归根结底是靠服务获得佣金，其盈利模式是为供应商服务，为有购买力的用户服务来盈利。

以社区 O2O 为突破口，帮助商店实现更多销售收入，帮助品牌实现更大市场份额，帮助用户实现更便利更省钱。

（3）客户情况

主要包括：品牌商、厂商、分销代理商、终端门店、终端用户、大型集团企业。例如：雅培，美素，兰蔻，欧莱雅，伊利，雀巢，五粮液，乐扣乐扣，苹果，美的，水星家纺，帮宝适，贝因美，九阳，苏泊尔，西门子，飞利浦，爱华仕

（4）竞争状况

平台		阿里零售通	京东新路通	中商惠民	掌合天下
目标定位	定位	帮助线下零售店实现线上一站式进货及线下全方位服务。	为全国万千中小门店提供高品质供货及服务，帮助品牌厂商重释渠道价值。	一家以社区 O2O 运营服务为核心的企业	打造中国最专业的超市网络订货平台，助力中国五百万中小超市轻松做买卖！
	超市便利店	社区中小便利店、超市、小卖部、夫妻老婆店	中小门店，乡村的夫妻店	社区超市便利店，30-100 平方米面积的店铺。	500 平米以下、以便利店和夫妻店形式为主的非直营连锁中小型超市。
基本面	成立时间	2014.05	2016.01	2013.05	2013.07
	运营启动时间	2015.10	2016.03	2013.05	2014.02
	员工规模	员工+城市合伙人数千	数百人	5000 余人（仓储物流 000+）	4000 余人
	GMV 月度	启动期，2016 年目标交易额 100 亿	试点	百亿+	6-7 亿

（5）产品数据

- ① 云店的总注册用户数：43,000 多人；
- ② 活跃用户数：7,000 多人；
- ③ 星链生活正处于内测阶段，暂无相关数据。

（6）运营情况

目前星链生活 APP 已运行 1 年多时间，定位为综合类 O2O 平台，涵盖各品类实物商品以及增值服务、生活服务类商品，销售规模已达千万级。其中近店模块已有近十万家实体店铺加入，覆盖全国各省市地区。

（7）业务风险

① 信用风险：基于互联网络为交易平台的形式下，参与商业交易均在互联网上进行，双方并不存在与传统商业模式的面对面、磋商、签署文件等问题。由于电子报表、文件、合同等无纸介质的使用，电子商务的成功与否取决于消费者对网上交易的信任程度，电子商务的信任风险实质是由网络交易的虚拟化造成的。

② 法律风险：由于电子商务是在网络间进行的，是一个虚拟环境的交易，当前对这些虚拟交易的法律监管却并不完善，这些问题使得电子商务认证、交易会有不受法律保护的风险。另外，电子商务贸易还存在知识产权的风险，网络是个开放的平台，资源在网络中的传播是畅通的。在网络中资源的共享性使得有知识产权的资源受保护的力降低，因此可能带来电子商务交易的知识产权纠纷等法律的风险问题。

③ 市场风险：任何新产品或服务投向市场时都会面临一定的市场风险。在星链 O2O 互联网平台全新的经营模式中，融入了线上线下、物流等这些新型因素。但是这些因素能否很好的满足供应商、零售商、消费者之间的需求存在风险。

④ 渠道风险：O2O 势必要影响渠道利益，要下沉到渠道的终端，而终端的转型和变革潜伏着巨大的风险，无论是意识、人力、资金、组织和业务，以及竞争，因为转型变革不当，可能引起潜在的风险。

⑤ 质量风险：产品质量是 O2O 平台企业的生命线和底线，消费者投诉部分 O2O 平台产品质量差，售后服务跟不上，这也是平台公司需要重点关注的运行风险。价格竞争挤压利润空间，线下服务和线上宣传不匹配，产品质量堪忧，线下实体店为入驻或直营管理方式，产品和服务质量控制难有统一标准。

⑥ 隐形风险：消费者粘度低易流失是 O2O 平台需要防范的隐形风险。O2O 平台开展社会化营销，要建立口碑，提高消费者粘度。增加消费和提高下单成功率是平台要解决的难题。许多 O2O 平台前期利用各项优惠措施吸引大量商家和用

户注册并入驻，一定时期内形成充足平台流量，而线上流量转化成线下消费则遇到消费者粘度低易流失的困境。

5、2016 年末，你公司应收账款余额为 120.96 亿元，同比 2015 年末余额增长 44.61%，对按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项账龄在 1 年、1 至 2 年、2 至 3 年的应收账款坏账准备计提比例分别为 0.1%、1%、10%，请说明应收账款年末余额大幅增长的原因，并结合可比上市公司应收款项坏账准备的计提情况及截至目前的回款情况，说明公司应收账款坏账计提比例较低的原因及坏账准备计提的充分性。

回复：

(1) 公司应收账款年末余额大幅增长的原因

公司的应收账款主要是为客户在提供广度供应链服务过程中垫付的货款、税款及其他费用以及深度供应链业务和产品整合业务产生的应收客户款项。各业务的应收账款净额分布如下：

单位：万元

业务类型	2016. 12. 31	2015. 12. 31	增减变动	增减百分比
广度供应链业务	239,505.57	139,222.22	100,283.35	72.03%
深度供应链业务	935,621.18	670,387.60	265,233.58	39.56%
全球采购业务	22,566.12	17,556.40	5,009.72	28.53%
合计	1,197,692.87	827,166.22	370,526.65	44.79%

2016 年底应收账款净额较 2015 年底增长 37.05 亿元，增长比例 44.79%，其中广度供应链业务增长 10.03 亿元，深度供应链业务增长 26.52 亿元。

① 广度供应链业务应收账款增长分析

广度供应链业务是以采购执行和分销执行为代表的广度供应链业务要求供应链企业为客户提供供应链结算配套服务，其商业模式决定了公司为客户代付的各种款项较大，导致各个期末应收账款金额较大。报告期内，公司的广度供应链业务应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
----	------------------------------	------------------------------

应收账款	239,505.57	139,222.22
广度供应链业务量	3,402,071.60	3,769,196.89
周转天数	25.34	13.30

公司报告期内对广度供应链业务客户增加授信额度，导致应收账款占用资金有所增加，但周转天数依然相对较低。

② 深度供应链和全球采购业务应收账款增长分析

报告期内，深度供应链和全球采购业务的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度	2015 年 12 月 31 日 /2015 年度
深度供应链业务		
应收账款	935,621.18	670,387.60
深度供应链营业收入	3,963,170.81	2,542,037.64
周转天数	84.99	94.94
全球采购业务		
应收账款	22,566.12	17,556.40
全球采购营业收入	131,948.00	98,093.11
周转天数	61.57	64.43

公司的深度供应链业务和全球采购业务按照销售商品方式确认收入。从应收账款周转天数来看，深度供应链业务和全球采购业务 2016 年应收账款周转天数均少于上年周转天数，说明深度供应链应收账款增加主要是随业务收入扩张而增加。

(2) 应收账款账龄回收情况

报告期期末，按信用风险特征组合计提坏账准备的应收账款余额的账龄结构如下表：

单位：万元

项目	2016 年 12 月 31 日		2015 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比
1 年以内	1,108,215.26	92.51%	731,207.13	89.02%

1 至 2 年	75,686.35	6.32%	78,400.45	9.54%
2 至 3 年	9,182.53	0.77%	8,650.07	1.05%
3 年以上	4,765.16	0.40%	3,175.88	0.39%
合计	1,197,849.30	100.00%	821,433.53	100.00%

公司各期 1 年以内应收账款占全部应收账款的比例在 89%以上，且账龄结构相对稳定，因此公司发生坏账的风险较小，回收正常。

6、2016 年末，你公司其他应收款余额为 10.91 亿元，同比 2015 年末余额增长 91.01%，请说明其他应收款余额大幅增长的原因及截至目前的回款情况。

回复：

公司其他应收款主要为员工借款及备用金、押金、保证金、非关联方往来款，报告期增加主要是因非关联方往来款、处置长期股权投资款、股票期权行权款及押金增加所致。具体明细如下：

单位：万元

项目	2016.12.31	2015.12.31
非关联方往来款	25,370.27	3,855.25
应收出口退税	168.32	98.19
员工借款及备用金	12,890.18	15,380.00
处置长期股权投资款	8,450.77	---
股票期权行权款	5,009.47	17,279.19
押金	29,902.16	16,600.77
保证金	8,804.99	335.30
其他	18,538.64	3,588.06
合计	109,134.80	57,136.76

① 非关联方往来款增加 21,515.01 万元。主要为公司深度 380 业务在整合资源时，通常与品牌代理商新成立合资公司进行经营，品牌代理商的客户及原有存货均转给新成立合资公司，因此在新合资公司成立后，新合资公司向小股东支付货款。但实际业务运作中，由于部分客户关系由品牌代理商转移至新合资公司需要 3 个月以上的时间，为保持业务正常运作，在客户关系未转移至新合资公司之前，依然由品牌代理商供货给客户，待客户付款给品牌代理商后，然后将款项

返还给新合资公司。目前该部分款项已在陆续回款中。

② 报告期其他应收股票期权行权款 5,009.47 万元，已于 2017 年 1 月全部收回。

③ 报告期新增处置长期股权投资款 8,450.77 万元，其中福建省怡亚通深度供应链管理有限公司处置福建美日电器有限公司、福州雷诺电器有限公司、福建天赢贸易有限公司公司的股权转让款 7,700.77 万元，目前已经全部收回。

④ 押金、保证金及其他较年初增加了 36,721.66 万元，主要是业务增长增加的仓储、办公物业押金及业务保证金。

7、2016 年，你公司发生销售费用和财务费用分别为 3.57 亿元和 12.44 亿元，分别同比增长 106.00%和 51.97%，请结合费用的具体构成，说明销售费用和财务费用大幅增长的原因及合理性。

回复：

(1) 公司 2016 年销售费用大幅增长的主要原因为给供应商做营销推广、促销等活动产生的人工费用，该项费用于 2015 年反应在营业成本中。公司销售费用分类如下：

单位：万元

项 目	2016 年	2015 年
人工费用	16,209.33	---
市场业务费	11,074.61	12,654.53
广告宣传及样品费	4,153.02	4,535.25
其他	4,308.76	162.53
合 计	35,745.72	17,352.31

(2) 公司财务费用增加原因

公司财务费用分为一般业务与银行组合外汇业务产生的财务费用。其中一般业务产生的财务费用较上年同期增加 3.42 亿元，外汇银行组合外汇业务产生的财务费用较上年同期增加 0.83 亿元。

① 一般业务产生的财务费用增加主要由于扣除理财短期借款后有息债务增加导致一般业务利息支出增加 2.84 亿元及贴现费用增加 0.71 亿元所致。公司 2015 年、2016 年的银行借款、债券等有息债务分别为 196.37 亿元、237.57 亿

元；2015 年、2016 年理财短期借款分别为 42.08 亿元、24.70 亿元。扣除理财短期借款后的有息债务增加 58.58 亿元，增长比例 37.96%。

② 银行组合外汇业务的财务费用增加主要是汇兑损失增加，由于银行组合外汇业务是对外汇进行套保，因此当汇兑损失增加则公允价值变动收益也会相应增加。

公司 2015 年、2016 年财务费用明细如下：

单位：万元

项 目	2016 年度	2015 年度	增减变动
1、利息支出	88,205.82	70,792.51	17,413.31
其中：（1）一般业务	84,046.54	55,643.10	28,403.44
（2）银行组合外汇	4,159.28	15,149.40	-10,990.12
2、利息收入	-7,425.30	-15,930.64	8,505.34
其中：（1）一般业务	-3,995.24	-2,476.61	-1,518.63
（2）银行组合外汇	-3,430.06	-13,454.03	10,023.97
3、净汇兑亏损（收益以“-”号填列）	20,303.54	14,400.11	5,903.43
其中：（1）一般业务	10,797.13	14,203.63	-3,406.50
（2）银行组合外汇	9,506.41	196.48	9,309.93
4、贴现费用	14,033.58	6,900.13	7,133.45
5、其他财务费用	9,238.79	5,666.71	3,572.08
财务费用合计：	124,356.43	81,828.83	42,527.60
其中：一般业务	114,120.81	79,936.97	34,183.84
组合外汇支付业务	10,235.62	1,891.85	8,343.77

8、2016 年，你公司对除子公司外的公司担保发生额为 7.09 亿元，对子公司及子公司之间的担保发生额为 57.68 亿元，请根据本所《股票上市规则（2014 年修订）》第 9.11 条的规定，说明你公司是否针对全部担保事项及时履行审批程序和临时报告信息披露义务，并请结合上述担保事项的进展情况，说明截至目前是否存在因被担保方到期无法还款而使你公司履行担保责任的情形，如存在，请说明具体事由、金额、影响以及追偿措施。

回复：

（1）公司针对全部担保事项已及时履行审批程序和临时报告信息披露义务。

（2）公司对除子公司外的担保为公司 020 金融业务为流通领域行业小微客

户提供的担保，截止 2017 年 5 月 31 日由于流通领域行业小微客户资金周转困难等原因，公司履行担保责任代偿余额 8,955.21 万元。对于代偿款项，公司积极按照追偿措施进行处理。

公司 020 金融业务不良贷款的追偿措施：

① 成立不良贷款的清收队伍

A、总部成立不良贷款清收工作组：组长由周旭东担任，组员由组长指定及委派，确保不良贷款清收工作中能够上下联动、合力清收，有安排、有部署地开展；

B、省区成立历史不良清收工作组：省区金融负责人牵头，协调各省区及合资公司的资源，根据各省区不良贷款的实际情况，组建不低于两名成员的清收队伍。

② 不良贷款清收模式

A、自主清收：自主催收即为在不良贷款清收管理工作领导小组的指导协调下，各省区清收队伍亲自展开清收工作。

B、法律催收：法律清收即为通过法律手段，对不良贷款的具体案例进行催收，不良贷款清收管理工作领导小组及省区清收队伍共同完成。

(3) 截止 2017 年 5 月 31 日，公司对子公司及子公司之间的担保发生额为 70.14 亿元。不存在因被担保方到期无法还款而使公司履行担保责任的情形。

特此公告。

深圳市怡亚通供应链股份有限公司

2017 年 6 月 15 日