

# 关于对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的 年报问询函的回复

北京证券交易所上市公司管理部：

2024年5月21日，北京流金岁月传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”、“流金科技”）收到贵部出具的《关于对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的年报问询函》，公司就所提问题逐项进行逐项核查。现回复如下，请予以审核。

北京流金岁月传媒科技股份有限公司（流金科技）董事会、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）：

我部在上市公司2023年度报告事后审查中关注到以下情况：

## 问题1、关于收入及毛利率波动

报告期内，你公司营业收入7.60亿元，同比下降5.38%，营业成本6.23亿元，同比下降6.79%，归属于上市公司股东的净利润2021.11万元，同比下降3.73%；本期综合毛利率为18.11%，上期为16.87%。

按产品看，电视频道综合运营服务实现营业收入5.28亿元，同比下降8.01%，其中版权运营和电视节目营销服务营业收入下降明显，分别同比下降14.07%、83.08%；视频购物及商品销售实现营业收入1.77亿元，同比下降13.50%；微波器件营业收入3701.77万元，同比增长271.61%。产品毛利率看，版权运营毛利率37.96%，减少8.58个百分点；微波器件毛利率30.13%，增加17.34个百分点。

请你公司：

（1）结合产品类型、结算进度、收入确认时点等因素，说明报告期内营业收入降低的原因。

（2）结合下游需求、成本归集等因素，逐项说明各产品、尤其是说明版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件的收入成本变动原因及合理性，版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因及合理性。

请年审会计师对上述问题进行核查并发表核查意见。

【公司回复】

一、结合产品类型、结算进度、收入确认时点等因素，说明报告期内营业收入降低的原因。

2023 年度公司实现营业收入 76,027.18 万元，较上年同期下降 4,187.30 万元，收入按业务类型划分情况如下：

单位：万元

业务类型	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
电视频道综合运营服务	52,800.98	57,400.40	-4,599.42	-8.01%
其中：电视频道覆盖服务业务	48,750.13	50,505.60	-1,755.47	-3.48%
版权运营	3,591.55	4,179.60	-588.05	-14.07%
电视节目营销服务	459.29	2,715.19	-2,255.90	-83.08%
摄传编播解决方案产品	1,227.25	823.58	403.67	49.01%
视频购物及商品销售	17,729.50	20,497.22	-2,767.73	-13.50%
微波器件	3,701.77	996.14	2,705.63	271.61%
其他	567.69	497.14	70.55	14.19%
<b>合计</b>	<b>76,027.18</b>	<b>80,214.48</b>	<b>-4,187.30</b>	<b>-5.22%</b>

由上表可知，2023 年度公司营业收入下降较多主要是由于电视频道覆盖服务业务、版权运营、电视节目营销服务和视频购物及商品销售业务四项业务收入分别下降所致。

### 1、电视频道覆盖服务业务

公司在提供电视频道覆盖服务的过程中，主要为电视台提供覆盖方案设计、渠道代理、监测维护等服务。电视频道覆盖收入确认方式为：1) 固定金额覆盖服务模式上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入；2) 分成收费覆盖服务模式：对于销售合同中含有分成条款的合作客户（通常存在于购物频道客户），公司的销售金额按照合同约定分成比例计算得出，公司根据客户产品的实际销售情况每月进行结算并确认收入。

电视频道覆盖业务客户按客户分收入类型如下：

单位：万元

业务类型	2023 年度	2022 年度	变动额
------	---------	---------	-----

卫视及卡通频道	43,269.02	42,088.90	1,180.12
购物频道	5,481.11	8,416.70	-2,935.59
<b>合计</b>	<b>48,750.13</b>	<b>50,505.60</b>	<b>-1,755.47</b>

2023 年度电视频道覆盖服务业务收入较 2022 年度减少 1,755.47 万元，主要是由于购物频道客户收入下降所致。当前互联网及新媒体的迅速发展，对传统有线电视行业形成冲击，造成购物频道在有线电视渠道销量下降，购物频道客户主要以固定费用、分成或固定费用加分成的合作模式结算，受市场影响购物频道电视购物销量下降，使得公司电视频道覆盖业务购物频道客户收入也有所下降。

## 2、版权运营

版权运营业务包含电视剧发行业务及金麦客音乐版权业务。版权运营业务本期收入 3,591.55 万元较上年同期下降 588.05 万元，主要是由于版权运营中电视剧发行业务收入较上年同期下降 582.22 万元。

电视剧发行业务是公司基于在广电行业的多年服务经验和积累的数据信息，以买断发行或代理发行的方式，将优秀的电视剧推荐给合适的电视频道发行播出，同时满足内容制作方的播出需求和电视频道对优秀电视剧的需求。电视剧发行业务主要包括电视剧代理式发行、电视剧买断式发行。电视剧代理发行收入确认方式为：公司作为代理方将电视剧播映带和其他载体转移给购货方，且电视剧播映完毕后，按代理发行协议约定，将发行收入的一定比例按照净额法确认收入；电视剧买断发行模式收入确认为：在向电视剧版权方购入电视剧发行权后公司取得电视剧合法发行权和许可播放权，在公司将电视剧播映带和其他载体转移给购货方，且电视剧播映完毕后，相关经济利益很可能流入公司时确认收入，成本为电视剧版权采购成本及推广成本，并按项目归集、结转。

公司 2023 年度发行了《温暖的，甜蜜的》、《国士无双黄飞鸿》、《越过山丘》、《鼓楼外》、《紧急公关》、《小敏家》、《杠杆》、《二十不惑 2》、《输赢》等作品，其中发行单价超过 100.00 万元共有 9 部合计实现收入 2,714.21 万元。公司 2022 年度发行了《不惑之旅》、《你是我的城池营垒》、《幸福触手可及》、《生活像阳光一样灿烂》、《输赢》、《猎狐》、《破晓》、《觉醒年代》等作品，其中发行单价超过

100.00 万元的有 8 部合计实现收入 3,018.23 万元。公司对电视剧播映权采用“成本+利润”的方式定价，即以采购电视剧播映权价格的基础上加上合理毛利作为定价基础。公司主要将电视剧播映权出售给电视台客户，由于各个电视台所在区域的文化、经济、观众群体等存在差异，同时电视剧受题材、制作水平、演员阵容、播映轮次等因素的影响其播映权采购成本也会不同。因此，不同电视剧在不同电视台、不同时期的采购价格及销售价格存在差异。

电视台客户主要收入来源为广告收入、财政拨款等，根据国家广播电视总局发布的《2023 年全国广播电视行业统计公报》显示，2023 年全国电视广告收入 516.35 亿元，同比下降 6.67%。2023 年受电视台客户广告收入减少、预算收款延迟影响，电视台压缩电视剧采购单价，使得本期电视剧发行业务收入有所下降。

### 3、电视节目营销服务

电视节目营销业务是公司面向省级卫视频道、电视剧及电视节目制作发行公司等客户，在电视剧开播或节目上线前和播出期间，开展营销活动以提高节目的收视人群和播出效果。电视节目营销收入确认方式为在相关推广工作完成并经客户验收后确认收入。公司 2022 年度为东方卫视的《极限挑战》《超越》《盛装》《欢乐颂》《信仰》《林深见鹿》等节目、广东卫视《国乐大典》在 IPTV/OTT 等渠道提供营销推广服务；2023 年度为东方卫视提供《破晓东方》《今晚开放麦》《这就是中国 2023》等节目、海南卫视《大使家宴》、《全球国货之光》等节目提供营销推广服务。

2023 年 8 月国家广播电视总局联合工业和信息化部、国家市场监管总局、中央广播电视总台、中国消费者协会等有关单位，召开治理电视“套娃”收费和操作复杂工作动员部署会。会议要求统筹有线电视、IPTV 和互联网电视三大体系，制定专项实施方案开展试点工作和专项整治，解决电视“套娃”收费和操作复杂工作，基本实现有线电视和 IPTV 开机即看直播电视频道。

电视节目营销本期收入较上年同期下降 2,255.90 万元，主要是由于 2023 年度受国家政策调整影响，对电视节目营销业务模式产生较大影响。东方卫视减少了营销推广的节目数量和支出预算，东方卫视在 IPTV/OTT 渠道营销推广的节目数量由上年的 30 个减少至本期的 6 个，以及广东卫视 2023 年因《国乐大典》停

播的影响下，使得电视节目营销收入下降。

#### 4、视频购物及商品销售业务

视频购物及商品销售业务主要包含苹果 3C 产品、国乐酒及智能健康手表销售业务。其收入确认方式为：①送货上门的商品，以公司货物发出并经客户验收后确认收入；②上门自提的商品，以客户或其委托的第三方货运提取货物时确认收入。

2023 年度视频购物及商品销售业务收入较 2022 年度下降 2,767.73 万元，主要是由于 2022 年度通过参加拼多多“百亿补贴”活动，苹果 3C 产品线上渠道实现营业收入 5,751.83 万元，而 2023 年度因公司经营策略调整未参加拼多多“百亿补贴”活动导致苹果 3C 产品未产生线上渠道收入，使得本期视频购物及商品销售业务收入下降较多。

二、结合下游需求、成本归集等因素，逐项说明各产品、尤其是说明版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件的收入成本变动原因及合理性，版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因及合理性。

#### 1、各产品收入成本变动原因

2023 年度较 2022 年度各业务类型收入、成本及毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	收入		成本		毛利率
	变动额	变动率	变动额	变动率	变动
电视频道综合运营服务	-4,599.42	-8.01%	-4,152.45	-9.06%	0.91%
其中：电视频道覆盖服务业务	-1,755.47	-3.48%	-2,367.30	-5.71%	1.90%
版权运营	-588.05	-14.07%	-6.36	-0.28%	-8.58%
电视节目营销服务	-2,255.90	-83.08%	-1,778.79	-83.11%	0.14%
摄传编播解决方案产品	403.67	49.01%	211.97	52.57%	-1.17%
视频购物及商品销售	-2,767.73	-13.50%	-2,522.50	-12.98%	-0.58%
微波器件	2,705.63	271.61%	1,717.84	197.74%	17.34%
其他	70.55	14.19%	207.92	82.82%	-30.35%
合计	<b>-4,187.30</b>	<b>-5.22%</b>	<b>-4,537.20</b>	<b>-6.79%</b>	<b>1.38%</b>

#### 1) 电视频道覆盖服务业务

电视频道覆盖服务业务收入主要为收取电视台频道传输落地覆盖费，客户分为卫视及卡通频道客户和购物频道客户。其中与卫视及卡通频道以固定金额覆盖费模式结算，与购物频道客户合作模式分为固定金额覆盖费、分成模式收费或固定加分成模式。成本主要是有线电视网络公司及 IPTV 广电新媒体频点采购成本。

2023 年电视频道覆盖服务业务收入同比下降主要是由于受互联网及新媒体的迅速发展，购物频道在有线电视渠道销量下降，使得公司电视频道覆盖业务购物频道客户收入也有所下降，变动分析详见“1”之“（一）”之“1、电视频道覆盖服务业务”。

## 2) 版权运营

公司版权运营业务包含电视剧发行业务及金麦客音乐版权运营业务。成本主要为版权采购及推广成本支出。

版权运营业务按类型分收入及成本变动情况如下：

单位：万元

项目	收入			成本		
	2023 年	2022 年	变动金额	2023 年	2022 年	变动金额
电视剧发行业务	2,988.61	3,570.83	-582.22	2,001.13	2,037.31	-36.18
金麦客版权运营	602.95	608.77	-5.82	227.17	201.73	25.44
<b>合计</b>	<b>3,591.56</b>	<b>4,179.60</b>	<b>-588.04</b>	<b>2,228.30</b>	<b>2,239.04</b>	<b>-10.74</b>

版权运营业务按类型分收入及毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	收入			毛利率		
	2023 年	2022 年	变动率	2023 年	2022 年	变动率
电视剧发行业务	2,988.61	3,570.83	-16.30%	33.04%	42.95%	-9.90%
金麦客版权运营	602.95	608.77	-0.96%	62.32%	66.86%	-4.54%
<b>合计</b>	<b>3,591.56</b>	<b>4,179.60</b>	<b>-14.07%</b>	<b>37.96%</b>	<b>46.43%</b>	<b>-8.47%</b>

如上表本期版权运营收入下降主要是由于电视剧发行业务收入下降较多，减

少了 582.22 万元，成本较上年减少 36.18 万元。2023 年度受电视台客户广告收入下滑、预算收紧的影响，客户不断压缩电视剧版权采购预算，降低采购单价，使得公司谈判溢价能力下降，版权采购成本及推广支出变化不大的情况下，收入下降，使得毛利率下降较多。金麦客版权运营通过收取平台会员服务、推广服务等费用进行运营，收到用户支付平台服务费后与合作单位及播控方进行分账，本期毛利率下降主要是由于本期版权采购成本有所增加。

### **3) 电视节目营销服务**

电视节目营销业务是公司面向省级卫视频道、电视剧及电视节目制作发行公司等客户，在电视剧开播或节目上线前和播出期间，开展营销活动以提高节目的收视人群和播出效果，成本为 IPTV/OTT 渠道成本营销推广成本。2023 年电视节目营销业务收入、成本下降较大，主要是由于受国家政策调整影响，对电视节目营销业务模式产生较大影响，电视台客户缩减了营销推广预算支出，使得电视节目营销收入下降。详见“1”之“（一）”之“3、电视节目营销服务”。

### **4) 摄传编播解决方案产品**

2023 年度，公司摄传编播解决方案产品收入、成本较 2022 年度增加 49.01%、52.57%，主要系结合公司市场需求，持续创新设计与优化超高清解码技术等，本期新增深圳市佳创视讯技术股份有限公司湖北地球站项目、临猗县广播电视传输网络有限责任公司付费频道超高清、新媒体内容摄传编播技术服务项目等业务，使得本期专业卫星接收机业务、摄传编播技术服务收入较上年增加。

### **5) 视频购物及商品销售**

视频购物及商品销售业务主要包含苹果 3C 产品、国乐酒及智能健康手表销售业务。其收入确认方法为上门自提的商品，以客户或其委托的第三方货运提取货物时确认收入；送货上门的商品，以公司货物发出并经客户验收后确认收入，成本为商品采购成本，按照销售数量及加权平均成本结转销售产品成本。

2023 年度视频购物及商品销售业务收入较 2022 年度下降 2,767.73 万元，成本较 2022 年度下降 2,522.50 万元，主要是本期因公司经营策略调整未参加拼多多“百亿补贴”活动导致苹果 3C 产品未产生线上渠道收入，使得本期视频购物及

商品销售业务收入及成本下降较多。详见“1”之“（一）”之“4、视频购物及商品销售”。

## 6) 微波器件

公司控股子公司成都贡爵微电子有限公司，专业从事微波/毫米波芯片、模块、组件、分系统的研发、设计、生产及销售服务的高科技企业。自 2022 年 3 月末纳入公司合并范围以来，从生产、销售、产品、人才等方面不断完善经营体系。

生产方面，通过建立无尘车间、设备技术改造等不断提升生产能力；研发方面，持续推进研发建设，技术及质量体系不断完善，逐步建立了研发、生产和质量一体化的专业团队，构建了覆盖 X 波段、Ku 波段、Ka 波段的设计平台、为各型装备配套研制了百套组件，其中定型或技术水平达到固定状态产品数 2 项，产品广泛应用于弹载、机载等领域。聚焦产品的小型化、通用化、系列化发展，着力发展小型化、低成本、高可靠的产品。生产线特色工艺包括：微组装共晶焊、导电胶粘接、楔形键合、球形键合、微组装装配等，工艺保障能力最高频率可达 100GHz，全面覆盖目前装配的工艺要求。高密度 SIP 以及多芯片组合工艺涉及的微组装等关键工艺技术均掌握并得到应用。2023 年成功认定为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业，已申报发明专利 17 个，已授权 2 个，13 个进入实质审查，技术水平不断提升；销售方面，不断拓展销售渠道、加大市场开拓力度，通过与重庆西南集成等客户建立战略合作协议，与大客户之间合作规模不断提升。

微波器件业务 2023 年收入同比增长 271.61%，主要是不断拓展新客户、增加与大客户合作规模，产品种类逐渐丰富满足客户需求，收入快速增长。毛利率同比增长 17.34%，主要是由于产品结构逐渐丰富，同时收入增长产品分摊的制造成本降低，使得毛利率有所增加。

## 7) 其他业务

公司其他业务占公司收入占比低，本期收入较 2022 年度增加 70.55 万元，主要是由于公司持续拓展新业务，本期新增集成项目服务收入，因项目采购成本



较高，使得其他业务毛利率有所下降。

综上，公司各业务类型收入成本及毛利率变动具有合理性。

## **【年审会计师核查程序及核查结论】**

### **（一）核查程序**

1、评估与流金科技公司收入确认相关的会计政策，了解与收入确认相关的内部控制制度，评价相关内部控制设计和运行情况；

2、对于电视频道覆盖服务业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、采购合同等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

3、对于版权运营业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、客户播映记录等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

4、对于视频购物及商品销售业务、微波器件业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括订单、销售发票、发货记录、客户签收记录、客户验收记录等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

5、对电视节目营销服务、摄传编播解决方案产品、其他业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、验收资料等；

6、对主要业务类别营业成本执行细节测试、截止性测试；对电视频道覆盖服务业务进行抽样后执行重新计算程序；针对主要供应商执行函证程序；

7、获取流金科技收入成本汇总表，执行分析程序，复核各业务收入、成本变动原因及毛利波动合理性；获取各主要业务收入成本明细表，选取重要客户及重要项目执行分析程序，复核其成本归集过程、分析其收入、成本变动原因及毛

利水平合理性。

## （二）核查结论

1、公司已说明公司 2023 年度营业收入较 2022 年度降低的原因，具有合理性。

2、公司已说明各业务、包括版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件等业务的收入成本变动原因，具有合理性；已说明版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因，具有合理性。

### 问题 2、关于主要供应商的商业合理性

你公司 2023 年度第二大供应商为深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司及其关联方，该公司成立日期为 2022 年 4 月 29 日，实缴资本为 0 元，经营范围：电气设备销售，木材销售，日用玻璃制品销售等。公司对其年度采购金额 7428.11 万元，采购占比 11.39%。第五大供应商北京迪信通商贸股份有限公司是一家以从事零售业为主的企业，经营范围：批发、零售通信设备等，公司对其年度采购金额 2796.54 万元，采购占比 4.29%。

报告期内，公司预付款项余额较高，其中向四川宜府春酒业销售有限公司预付款项期末余额为 349.94 万元，向海南海视旅游卫视传媒有限责任公司预付款项期末余额为 300 万元。

请你公司：

（1）说明深圳市瑞贝斯通讯、北京迪信通商贸两家商贸公司成为公司第二大、第五大供应商的原因，公司向上述两家采购的业务内容，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排，请结合具体业务类型、合同履行情况、供应商合作背景、合作年限说明主要供应商变化的合理性，是否符合业务实际情况。

（2）说明公司 2023 年白酒业务的销售和采购情况，并结合向四川宜府春酒业销售有限公司白酒采购量和结算情况，说明预付采购金额是否具有合理性，以及期后采购入库和结转情况。

（3）说明海南海视旅游卫视传媒有限责任公司采购的业务内容、合同约定情况，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排、期后采购入库和结转

情况，是否存在长期未结转的情形，并结合市场供需情况、行业惯例等说明大额预付的原因及合理性。

### 【公司回复】

一、说明深圳市瑞贝斯通讯、北京迪信通商贸两家商贸公司成为公司第二大、第五大供应商的原因，公司向上述两家采购的业务内容，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排，请结合具体业务类型、合同履行情况、供应商合作背景、合作年限说明主要供应商变化的合理性，是否符合业务实际情况。

1、说明深圳市瑞贝斯通讯、北京迪信通商贸两家商贸公司成为公司第二大、第五大供应商的原因，公司向上述两家采购的业务内容，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排

深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司及其关联方（以下简称“瑞贝斯”）为上市公司爱施德（002416）旗下控股孙公司，根据爱施德年报披露其 2023 年收入为 921.60 亿元。瑞贝斯注册资本 1000 万元，根据爱施德于 2023 年 12 月 2 日披露的 2023-057 号《关于 2024 年预计为子公司融资额度提供担保的公告》，显示瑞贝斯主要财务数据如下：截至 2023 年 9 月 30 日，瑞贝斯资产总额 10,437.25 万元，负债总额 8,813.34 万元，净资产 1,623.91 万元；2023 年 1-9 月，瑞贝斯实现营业收入 221,713.63 万元，利润总额 675.06 万元，净利润 506.29 万元。北京迪信通商贸股份有限公司（以下简称“迪信通”）主要业务是向个体消费者销售手机、配件，同时提供增值软件服务及售后服务等综合服务，在全国拥有多家连锁零售门店，是苹果、华为、小米等多家上游厂商的授权经销商。公司向瑞贝斯及迪信通采购产品均为苹果 3C 产品，苹果 3C 产品为标准化产品，公司在挑选苹果 3C 产品供应商是主要通过检查供应商资质背景、货源、信誉等方面选取供应商，瑞贝斯及迪信通企业实力雄厚，均是苹果公司的一级授权经销商。

苹果 3C 产品归属视频购物及商品销售业务，是公司基于主营业务布局的增值业务。这两家公司资质背景较为良好，公司 2023 年向其采购金额增加，因此瑞贝斯、迪信通成为第二大及第五大供应商，公司向两家公司采购基于正常商业逻辑和真实交易背景，不存在其他利益安排。

**2、请结合具体业务类型、合同履行情况、供应商合作背景、合作年限说明主要供应商变化的合理性，是否符合业务实际情况**

苹果 3C 产品具有标准化的特征，从不同供应商采购的产品不存在差异，因此，公司在选定供应商时更加注重供应商的背景、信誉、价格和合同履行能力等。基于瑞贝斯实际控制人爱施德系苹果品牌在国内渠道规模最大的服务商，公司与瑞贝斯自 2022 年开始合作，双方在合作初期签订了《产品销售框架协议》，对合作标的、结算、交货、验收等进行总体约定。后续公司根据产品采购需求与瑞贝斯签订具体的订单式采购合同，对具体采购的产品、金额、数量、收付款、提货/收货等进行约定。公司与迪信通自 2023 年开始合作，双方根据采购需求签订购销合同：约定采购产品的基本信息、结算、交货、验收等信息。截至 2023 年末公司与瑞贝斯、迪信通均已按照合同的约定履行完各项权利义务。

公司采购苹果 3C 产品通过多渠道采购，同时侧重向供应商资质背景良好的优质供应商采购，2023 年公司扩大了向瑞贝斯、迪信通采购合作规模。因此，本年前五大供应商变化符合公司业务实际情况。

**二、说明公司2023年白酒业务的销售和采购情况，并结合向四川宜府春酒业销售有限公司白酒采购量和结算情况，说明预付采购金额是否具有合理性，以及期后采购入库和结转情况。**

**1、2023 年白酒业务的销售和采购情况**

2023 年公司白酒业务实现销售收入 818.98 万元，销售白酒按产品区分为贵酱系列白酒和川酱系列白酒，因贵酱系列白酒在市场上获认可程度更高，2023 年白酒业务销售重心由川酱系列向贵酱系列转变，2023 年川酱系列白酒实现销售收入 62.05 万元、贵酱系列白酒收入 756.94 万元。

因产品销售重心转变，白酒采购产品也有所转变，2023 年贵酱系列白酒共采购 609.37 万元，川酱系列白酒仅采购 2.48 万元的散装酒用于促销。

**2、结合向四川宜府春酒业销售有限公司白酒采购量和结算情况，说明预付采购金额是否具有合理性，以及期后采购入库和结转情况。**

公司的业务战略布局是以电视频道覆盖服务为核心，深耕广电领域，围绕电

视台等客户的实际需求发展衍生业务。公司通过与原酒供应商合作，利用其原酒生产资源结合公司丰富的卫视媒体资源，共同打造国乐酱酒品牌。在品牌建设、产品销售和广告投放等方面深度捆绑合作，通过业务整合，拓展新的业务发展方向。

2021 年业务发展初期，鉴于当时酱香型白酒市场价格整体呈上升趋势，为了更好的促进白酒品牌成长、保持产品采购成本的稳定性，2021 年 4 月与四川宜府春酒业销售有限公司（以下简称“宜府春酒业”）协商就川酱系列白酒的酒水部分价格锁定事宜达成合作协议，由公司预付 2,000.00 万元货款用于锁定酒水采购价格，锁定期 2021 年 4 月 21 日至 2023 年 12 月 31 日内不涨价，并于 2023 年 12 月签署补充协议将酒水锁定价格延长至 2024 年 12 月 31 日。此方式能较好的控制采购端成本，保证采购酒水成本处于稳定。截至 2023 年 12 月 31 日向宜府春酒业支付的货款已采购入库 1,650.06 万元，预付款项还剩余 349.94 万元。

酱香白酒储存时间越久口感越丰富越有利于市场销售，公司通常会保有一定储存量并根据市场销售策略灵活调整采购需求。因 2023 年白酒销售重心由川酱系列白酒向贵酱系列白酒转变，现有川酱系列白酒库存能够满足当前市场需求，2023 年至今公司与宜府春酒业协商暂停大规模采购川酱系列白酒，仅采购了 2.48 万元散装酒用于促销。报告期后预付款尚未采购入库和结转。

**三、说明海南海视旅游卫视传媒有限责任公司采购的业务内容、合同约定情况，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排、期后采购入库和结转情况，是否存在长期未结转的情形，并结合市场供需情况、行业惯例等说明大额预付的原因及合理性。**

**1、说明海南海视旅游卫视传媒有限责任公司采购的业务内容、合同约定情况，是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排、期后采购入库和结转情况，是否存在长期未结转的情形**

**(1) 采购的业务内容及合同约定情况**

2023 年 7 月公司与海南海视旅游卫视传媒有限责任公司（以下简称“海南海视”）订立《2023 年度 21 个省级卫视海南落地代理服务合同书》，合同约定由公

司负责执行 21 个卫视频道的标清和高清在海南广电网络的落地覆盖。合同约定主要条款如下：①合同含税总价款为 1400 万元，公司应于 2023 年 7 月 31 日前向海南海视支付 700 万元，剩余的款项按平均付款金额 140 万元逐月支付给海南海视，直至 2023 年 12 月 31 日前完成所有款项的支付；②在海南海视授权范围内，公司可代海南海视独立与各卫视频道签署落地覆盖合同，并完成合同款项的收取。海南海视须保护公司的销售，原则上海南海视不单独报价，如果出现卫视频道要求只与海南海视签订合同并向海南海视付款的情况，海南海视的报价也不得破坏合理的价格体系，且双方同意从公司应向海南海视支付的总服务费中予以扣除，扣除的标准为甲乙双方共同认可的该电视频道当年的合作价格；③海南海视承诺给予公司不超过 2 个卫视频道的不续签掉网，每掉网一个省级卫视从合同总价款中扣减 40 万元，同时海南海视须协助公司对省级卫视提出的高清落地予以必要的协助。为保证各卫视频道顺利落地，海南海视同意给予本协议项下每个落地频道 1-2 个月的免费收转时间，总数不超过 21 个月。

2023 年 12 月公司与海南海视订立《海南广电网络覆盖项目服务合同书》补充协议：因甘肃卫视、青海卫视、内蒙古卫视、黑龙江卫视与海南海视直接签署合同，福建东南卫视掉网因素影响，减少应支付合同金额 311.11 万元。公司 2023 年应付海南海视 1,088.89 万元，截至 2023 年 12 月 31 日公司实际向海南海视支付 1,388.89 万元，由此形成预付款项 300.00 万元。

**(2) 是否具有真实交易背景，是否存在其他利益安排、期后采购入库和结转情况，是否存在长期未结转的情形**

期末对海南海视预付账款 300 万元，为公司按照覆盖项目合同约定付款，因合同执行过程中部分卫视与海南海视直签，不再由公司执行落地覆盖业务而减少应付合同额形成预付款，预付款项基于正常业务合同形成，双方不存在其他利益安排。

海南网络 2024 年度落地覆盖合同目前正在协商谈判中，目前双方尚未签署 2024 年度落地覆盖合同，预付款尚未结转，待合同续签后预付款将作为 2024 年度合同款。

**2、结合市场供需情况、行业惯例等说明大额预付的原因及合理性。**

依据国家相关法律法规，电视频道信号只能通过有线电视网络、IPTV 专网或 OTT TV 网络传输后才能进入家庭终端。因此，有线电视网络公司等网络运营商对电视频道在网内落地传输具有选择权，电视台需要向网络运营商支付落地传输费。公司根据与客户事先确认的覆盖方案制定频点资源进行采购，面向各省/市/地/县级有线电视网络公司、IPTV 运营商、OTT TV 运营商采购频点资源，以保证省级卫视频道能顺利接入并播出。

近年来随着电视频道业务环境的变化，公司业务模式也在做相应调整，尤其自《全国有线电视网络整合发展实施方案》实施以来，有线电视网络整合持续推进。公司业务也从此前的电视台客户为中心“以销定采”经营模式演变为买断网络公司资源“以采定销”的经营模式。公司与各地区有线电视网络公司签署频点采购合同时约定拟卫视频点采购数量、合同金额、付款期限等，后期根据实际卫视落地覆盖数量确认应结算的金额，如出现卫视频道与网络公司直接签署合同，则相应核减合同金额。

如公司与中国广电山东网络有限公司（以下简称“山东网络”）于 2023 年 4 月签署卫视频道覆盖项目服务合同书：由公司执行 38 个频道在中国广电山东网络落地的覆盖合同的续签工作，合同总价款 1.16 亿元，公司应在 2024 年 3 月 30 日前分批按约定时间支付合同款项。同时在合同中约定：双方与 38 个频道共同商谈 2023 年覆盖签约，经山东网络确认各频道的签约金额后公司再执行覆盖签约。如电视台因政策等其他因素无法与公司完成覆盖合同签约需直接与山东网络签署覆盖合同的频道，经双方共同商谈确定该频道所签署的合同金额应在公司的总包协议金额中予以扣除。

又如公司与湖北省广播电视信息网络股份有限公司（以下简称“湖北网络”）于 2023 年 8 月签署各省级卫视卫星频道落地业务合作协议：由公司执行全国省级卫视等频道进入湖北省有线电视网的落地覆盖业务，合同金额 2,216.35 万元，公司需在 2023 年 12 月 31 日前支付全部落地覆盖费用。同时合同中约定：湖北网络须保护公司的销售，原则上湖北网络对协议执行范围内的频道不单独报价，如果出现频道要求只与湖北网络签订协议并向湖北网络付款的情况，湖北网络的报价以不破坏合理的价格体系为原则，且双方同意从公司应向湖北网络支付的总

包服务费中予以扣除，扣除的标准为经双方沟通确认的频道合作金额。若乙方已向甲方支付直签频道的传输费用，则甲方在与直签频道签署协议后 15 个工作日内退还乙方已支付费用。

海南网络 2023 年度落地覆盖业务因出现卫视频道与海南海视直签因素导致核减了原合同应支付金额，使得已支付合同款项超过应付款形成预付款，多预付款项待 2024 年度合同续签后将结转为 2024 年合同款。因此，在 2023 年末时点形成 300 万预付款具有合理性。

### **问题 3、关于应收账款**

报告期内，你公司应收账款期末余额 4.94 亿元，同比增长 19.65%，计提坏账 4557.71 万元，计提比例 9.22%，较期初下降 0.94%，账面价值为 4.49 亿元，同比增长 20.90%；应收账款、应收票据期末账面价值合计为 4.68 亿元，较期初同比增长 23.63%；本期末应收账款占营业收入比 58.99%，上期末应收占收入比 46.17%。

**请你公司：**

(1) 结合主要客户的结算方式、款项回收、信用政策变动等因素说明营业收入下降，应收账款上升且保持高位的原因及合理性。

(2) 列示 1 年以上应收账款客户情况，是否存在逾期。说明公司是否存在回款困难，目前公司已采取或拟采取的催款措施，以及公司期后回款情况。

(3) 结合主要客户履约能力、期后回款情况和同行业公司坏账计提情况等，说明应收账款坏账计提是否充分。

### **【公司回复】**

一、结合主要客户的结算方式、款项回收、信用政策变动等因素说明营业收入下降，应收账款上升且保持高位的原因及合理性。

如问询函“1、关于收入及毛利率波动”中所述，本期营业收入下降主要是受互联网行业持续快速发展，尤其是用户收看视听内容的习惯从电视大屏向手机移动端有所迁移，导致广播电视行业收入整体有所下滑，公司电视频道综合运营收入也同比下降 4,599.42 万元，同时公司内部经营策略调整本期视频购物及商品



销售业务收入也有所下降，综合导致公司收入下降。

报告期末应收账款余额为 49,419.63 万元，同比增加 8,115.84 万元，主要是大客户应收账款增加较多，期末前五大客户应收账款变动及期后回款情况如下：

单位：万元

客户名称	业务类型	2022 年末	2023 年末	变动金额	期后回款	客户信用政策
广东广播电视台	电视频道覆盖	1,206.04	6,016.00	4,809.96	1,958.00	每月 10 日前提供落地覆盖月进度报告，验收后每月 15 日支付上月费用
北京海科融信供应链管理有限公司	3C 产品销售	1,636.36	3,996.91	2,360.55	3,996.91	货物验收合格后 3 个月内付款
江西广播电视台	电视剧发行	994.50	702.50	-292.00	72.00	电视剧播映完毕后，授权期内分期付款
	电视频道覆盖	1,847.25	2,696.12	848.87	320.60	按照协议双方商定时间付款
	摄传编播解决方案产品	14.67	17.39	2.72		产品验收合格后支付
	小计	<b>2,856.42</b>	<b>3,416.01</b>	<b>559.59</b>	<b>392.60</b>	
家家购物股份有限公司	电视频道覆盖	2,014.70	2,103.97	89.27	21.40	合同约定付款时间付款
广东卫视文化传播有限公司	电视频道覆盖	1,192.00	742.00	-450.00		验收后每月 15 日支付上月费用
	电视剧发行	1,024.56	940.45	-84.11		电视剧版权三年授权期内分期付款
	电视节目营销服务	310.00	310.00			服务完成经验收合格后按阶段付款
	小计	<b>2,526.56</b>	<b>1,992.45</b>	<b>-534.11</b>		
合计		<b>10,240.08</b>	<b>17,525.34</b>	<b>7,285.26</b>	<b>6,368.91</b>	

公司按照不同业务特征、客户状况、历史合作情况等要素根据招投标或商务洽谈方式确定，报告期内公司与前五大客户的信用政策及结算方式未发生变化。期末前五大应收账款中广东广播电视台、北京海科融信供应链管理有限公司、江西广播电视台应收账款同比增加了 7,730.10 万元，占期末应收账款增加额的

95.25%。

广东广播电视台期末应收账款余额同比增加 4,809.96 万元, 主要是由于广东广播电视台 2023 年度收到政府财政拨款大幅减少, 本期向公司支付的落地覆盖费与 2022 年相比减少了 4,205.00 万元所致。

北京海科融信供应链管理有限公司(以下简称“海科融信”)期末应收账款余额增加 2,360.55 万元, 主要是由于在双十二电商节前后向海科融信销售产品较多, 期末尚在信用期内, 应收账款期后已全部回款。

江西广播电视台期末应收账款余额同比增加 559.59 万元, 主要是由于本期扩大了与江西广播电视台落地覆盖合作区域, 对其电视频道覆盖收入由 2022 年的 804.72 万元增加至 2023 年的 1,773.58 万元, 应收账款随收入的增加而增加。

因此, 本期收入减少主要是受行业政策及经营策略调整影响收入有所下降, 应收账款增加主要是由于广东广播电视台财政拨款减少、海科融信以及江西广播电视台本期收入增加等因素影响, 期末大客户应收账款增加较多所致。

二、列示1年以上应收账款客户情况, 是否存在逾期。说明公司是否存在回款困难, 目前公司已采取或拟采取的催款措施, 以及公司期后回款情况。

1、账龄 1 年以上的应收账款金额超过 300 万基本情况如下:

单位: 万元

客户名称	业务类型	1 年以上	期后回款	是否逾期
广东卫视文化传播有限公司	电视频道覆盖	742.00		是
	版权运营	940.45		是
	电视节目营销	310.00		是
江西广播电视台	电视频道覆盖	816.12	320.60	是
	版权运营	702.50	72.00	是
	摄传编播产品	11.95		否
家家购物股份有限公司	电视频道覆盖	1,676.30	21.40	是

客户名称	业务类型	1年以上	期后回款	是否逾期
广东嘉佳卡通影视有限公司	电视频道覆盖	1,350.00	50.00	是
江西风尚电视购物股份有限公司	电视频道覆盖	935.02		是
贵州电视文化传媒有限公司	电视频道覆盖	986.86		是
	版权运营	140.65	140.65	否
安徽广播电视台	版权运营	908.00	110.00	是
	电视频道覆盖	171.17		是
辽宁广播电视台	电视频道覆盖	772.82		是
云南广播电视台	电视频道覆盖	639.52	639.52	否
湖北广播电视台	版权运营	420.04	195.00	是
陕西电视产业集团有限公司	电视频道覆盖	494.98		否
浙江广播电视集团	电视频道覆盖	369.97	363.00	是
陕西华夏文化传媒股份有限公司	电视频道覆盖	300.00		否
<b>合计</b>		<b>12,688.35</b>	<b>1,912.17</b>	

主要客户 1 年以上账龄应收账款余额为 12,688.35 万元，占 1 年以上全部应收账款余额的 89.18%。近年来随着互联网及新媒体的迅速发展，对公司主要业务所依托的广播电视行业产生一定影响，电视台财政拨款延迟、广告收入下降，导致客户回款周期延长，部分应收账款超过信用期出现逾期情况。所列示的 1 年以上账龄主要客户的客户性质全部为事业单位或国有企业，虽然部分应收账款出现逾期情况，公司评估应收账款款项回收总体风险较低。

公司针对长期未回款的应收账款采取以下措施催收回款：持续与客户保持沟通，及时了解客户财政资金拨付情况以及内部审批进度等；通过债务重组（如与海南卫视等签署四方协议以房屋抵付应收账款）、资源置换（如电视台广告时段）、对部分客户采取发送催款函、律师函以及提起诉讼等多种途径催收回款。同时，公司积极持续拓展新业务，降低对广播电视行业的依赖。

三、结合主要客户履约能力、期后回款情况和同行业公司坏账计提情况等，

说明应收账款坏账计提是否充分。

如上文所列示期末前五大应收账款及1年以上超过300万元应收账款期后回款情况：电视频道覆盖业务、版权运营业务的电视台客户逾期未回款较多，主要是由于客户财政拨款减少或延迟、广告收入下降导致应收账款回款增加，客户性质全部为事业单位或国有企业，虽然部分应收账款出现逾期情况，公司评估应收账款款项回收总体风险较低。

**1、同行业可比上市公司坏账计提政策如下：**

项目	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
浩丰科技	5%	10%	20%	30%	50%	100%
数码视讯	5%	10%	20%	50%	50%	100%
当虹科技	5%	10%	20%	40%	80%	100%
光线传媒	3%	10%	20%	40%	60%	100%
捷成股份	5%	10%	30%	100%	100%	100%
湖北广电	5%	10%	20%	50%	50%	100%
<b>公司</b>	<b>1%</b>	<b>10%</b>	<b>50%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

同行业上市公司2023年末1年以内应收账款占比情况如下：

单位：万元

项目	1年以内应收账款	全部应收账款	占比
浩丰科技	14,380.72	19,480.11	73.82%
数码视讯	12,184.18	26,065.32	46.74%
当虹科技	18,316.48	46,407.82	39.47%
光线传媒	30,108.87	55,607.70	54.15%
捷成股份	152,499.69	225,798.40	67.54%
湖北广电	64,384.46	134,851.81	47.74%
<b>公司</b>	<b>35,191.18</b>	<b>49,419.63</b>	<b>71.21%</b>

与同行业可比公司相比，公司一年以内应收账款占比高于除浩丰科技以外的其他上市公司，应收账款一年以内回款良好。因此，公司1年以内的坏账准备计提比例为1%，较其他可比对象略低，公司1至2年的坏账准备计提比例可比公

司相同，2年以上的坏账准备计提比例较同行业可比公司更为严格。

## 2、以迁徙率模型评估预期信用损失

第一步：计算平均迁徙率及历史损失率

近几年应收账款按5年期限划分账龄如下：

单位：万元

项目	2023年12月31日	2022年12月31日	2021年12月31日	2020年12月31日
1年以内	35,191.18	29,951.43	20,318.95	21,588.20
1-2年	9,651.70	6,509.01	6,699.90	11,196.52
2-3年	2,672.25	3,191.13	2,471.04	2,825.68
3-4年	1,405.54	1,379.47	932.31	234.32
4-5年	229.41	253.15	157.22	58.00
5年以上	269.55	19.61	60.26	2.26
<b>合计</b>	<b>49,419.63</b>	<b>41,303.80</b>	<b>30,639.68</b>	<b>35,904.98</b>

迁徙率及历史损失率的计算过程

项目	2023年	2022年	2021年	迁徙率（平均数）	历史损失率
1年以内	32.22%	32.03%	31.04%	31.76%	1.27%
1-2年	41.05%	47.63%	22.07%	36.92%	4.00%
2-3年	44.05%	55.83%	32.99%	44.29%	10.84%
3-4年	16.63%	27.15%	67.10%	36.96%	24.48%
4-5年	98.73%	0.00%	100.00%	66.24%	66.24%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

第二步：以当前信息和前瞻性信息调整历史损失率

公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素对计算的历史信用损失率做出调整，以反映并未影响历史数据所属期间的当前状况及未来状况预测的影响

项目	计算历史损失率	前瞻性调整	预期信用损失率	按账龄计提的坏账计提比例	差异
1年以内	1.27%	10.00%	1.40%	1.00%	0.40%

项目	计算历史损失率	前瞻性调整	预期信用损失率	按账龄计提的坏账计提比例	差异
1-2年	4.00%	10.00%	4.40%	10.00%	-5.60%
2-3年	10.84%	10.00%	11.93%	50.00%	-38.07%
3-4年	24.48%	10.00%	26.93%	100.00%	-73.07%
4-5年	66.24%	10.00%	72.87%	100.00%	-27.13%
5年以上	100.00%	10.00%	100.00%	100.00%	0.00%

第三步：以预期损失率和账龄分析法下计算 2023 年末应收账款坏账准备如下：

单位：万元

项目	2023 年末应收账款余额	以预期信用损失率计算的坏账准备	按账龄比例计提计算的坏账准备
1 年以内	35,191.18	492.24	351.91
1-2 年	9,651.70	425.02	965.17
2-3 年	2,672.25	318.74	1,336.12
3-4 年	1,405.54	378.55	1,405.54
4-5 年	229.41	167.17	229.41
5 年以上	269.55	269.55	269.55
<b>合计</b>	<b>49,419.63</b>	<b>2,051.27</b>	<b>4,557.71</b>

1 年以内预期信用损失率为 1.40% 高于账龄法下比例 0.40%，1 年以上预期信用损失率均高于按账龄比例计算坏账比例，以账龄计提比例计算的坏账准备金额高于以预期信用损失率计算的坏账准备金额，公司按账龄计提比例计算的坏账准备计提金额更为充分。

公司的客户主要为电视台或最终控制方为电视台、省人民政府或省宣传部，公司 2 年以上应收账款的账龄占比低，坏账计提较同行业可比公司更为严格，近几年主要客户未发生坏账损失，公司评估应收账款款项回收总体风险较低，应收账款坏账准备的政策符合公司实际的客户结构及经营情况，公司坏账准备计提充分。

#### 问题 4、关于研发费用

报告期内，你公司研发费用本期发生额 2507.86 万元，同比增加 19.32%。研发费用-职工薪酬本期发生额 1720.71 万元，同比增加 550.88 万元，同比增加 47.09%；研发费用-直接投入本期发生额 342.34 万元，同比增加 15.25 万元，同比增加 4.66%；研发费用-委托外部开发费本期发生额 173.79 万元，同比减少 251.71 万元，同比减少 59.16%；研发费用-折旧摊销费本期发生额 179.76 万元，同比增加 91.09 万元，同比增加 102.72%；研发人员本期末 60 人，期初 43 人，研发投入 2507.86 万元，占营业收入的 3.30%。

请你公司：

(1) 结合业务发展、研发人员变动和研发项目进度情况，说明研发费用职工薪酬、直接投入、折旧与摊销、委托外部开发费变动的原因及合理性。

(2) 公司向税务机关申报加计扣除的研发费用金额与实际发生的研发费用金额是否存在差异。

#### 【公司回复】

一、结合业务发展、研发人员变动和研发项目进度情况，说明研发费用职工薪酬、直接投入、折旧与摊销、委托外部开发费变动的原因及合理性。

2023 年公司研发费用发生额 2,507.86 万元，同比增加 19.32%，研发费用变动情况如下：

单位：万元

项目	2023 年度	2022 年度	变动金额	变动比例
职工薪酬	1,720.71	1,169.83	550.88	47.09%
直接投入	342.34	327.09	15.25	4.66%
折旧、摊销费	179.76	88.68	91.08	102.71%
委托外部开发费	173.79	425.50	-251.71	-59.16%
其他	91.26	90.64	0.62	0.68%
合计	2,507.86	2,101.74	406.12	19.32%

2023 年研发费用中除委托外部开发费用有所下降外，其他研发费用均有所增加。

## 1、职工薪酬

公司确保主营业务稳定发展的同时，推动公司由电视频道运营服务商向流媒体平台的转变，不断增强硬件科技产品的研发实力、推进公司产品和内部项目管理的数字化。重点推动网络视听运营商、融媒体中心内容运营、音乐版权内容运营的迭代升级，强化微电子模组器件等产品的研发力度。基于融媒体技术的发展，推动电视频道覆盖及融媒体 C 端运营创新、企业内部数字化升级改造、版权业务与数字付费的生态建设。根据业务发展方向，公司组建了智能硬件研发部、数字中台研发部、金麦客研发部及贡爵微研发部四大研发部门，自 2022 年初至 2023 年末各部门研发人员数量如下：

部门	2022 年初	2022 年末	2023 年末
智能硬件研发部	17	21	26
数字中台研发部	7	10	14
金麦客研发部	10	8	7
贡爵微研发部		4	13
合计	34	43	60

如上表所示，公司研发人员数量由 2022 年初的 34 人增加至 2023 年末的 60 人，研发人员数量增长了 76.47%，除金麦客研发部门人员有所下降外，智能硬件、数字中台及贡爵微研发部门人员均持续增加。

因此，本年研发职工薪酬同比增加 47.09% 主要是由于公司持续加大科技转型力度，拓展以科技驱动为主的业务转型升级，基于业务发展规划，研发人员数量不断增加使得本期研发职工薪酬增长较多。

## 2、直接投入

研发费用直接投入主要核算研发活动直接消耗的材料、样品样机测试购置费，检验费及设计费等费用。本期研发费用直接投入增加了 15.25 万元，主要是由于本期微波器件研发项目中材料费用增加。

## 3、折旧与摊销



本期折旧、摊销费同比增加 91.08 万元，增长了 102.71%，主要是由于贡爵微波器件业务本期研发人员数量增加，扩大了研发办公面积、新购置了研发设备，微波器件业务研发固定资产折旧及办公场地折旧、摊销增加较多。

#### 4、委托外部开发费

公司对长期研发项目或核心技术由公司内部研发人员完成开发，对阶段性研发项目、定制化项目或自有技术储备不足的情况下则采用委托开发形式，通过内外部结合的形式充分利用内外部资源，实现优势互补，提高研发效率和成功率。本期委托外部开发费用同比减少了 251.71 万元，主要是由于 2022 年为补充技术支持公司在 5G 便携性超高清编码器、5G 网联无人机吊舱系统项目上委托外部机构发生开发费用 273.58 万元，研发项目完后本期不再发生两个研发项目的外部开发支出。

公司深度推进音视频技术、流媒体平台、微电子技术产品的搭建与创新，坚定地走数字化发展之路，加快以科技为引领的业务转型和升级，力争在流媒体、微电子技术等领域实现跨越式发展和业务增长。因此，本期研发费用变动具有合理性。

#### 二、公司向税务机关申报加计扣除的研发费用金额与实际发生的研发费用金额是否存在差异

公司 2023 年向税务申报加计扣除的研发费用金额与实际发生的研发费用存在差异，差异如下：

单位：万元

项目	实际研发费用	加计扣除研发费用	差异
职工薪酬	1,720.71	1,154.16	566.55
直接投入	342.34	316.25	26.09
折旧、摊销费	179.76	72.70	107.06
委托外部开发费	173.79	140.81	32.98
其他	91.26	33.57	57.69
<b>合计</b>	<b>2,507.86</b>	<b>1,717.49</b>	<b>790.37</b>

## 1、职工薪酬

研发费用职工薪酬差异主要是由于北京为公司业务发展重点地区，同时在成都、上海均有研发中心，因社保无法异地缴纳，其工资薪酬在外地子公司发放，内部采用委托子公司开发形式。在子公司单体财务报表部分研发人员职工薪酬体现为营业成本，合并报表层面则还原为研发费用职工薪酬，此部分研发职工薪酬单体报表因不属于研发费用而未进行加计扣除；在母公司报表中，因公司未对内部委托研发合同做技术开发合同备案处理，不满足境内委托研发费用加计扣除条件，而未进行加计扣除，金额合计 566.55 万元。

## 2、直接投入

同“1、职工薪酬”，在内部委托研发项目中，消耗直接投入 26.09 万元，此部分直接投入，在子公司单体财务报表体现为营业成本，合并报表层面则还原为研发费用直接投入，在子公司单体报表因不属于研发费用而未进行加计扣除；在母公司报表中，因公司未对内部委托研发合同做技术开发合同备案处理，不满足境内委托研发费用加计扣除条件，而未进行加计扣除。

## 3、折旧、摊销费

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（财税[2017]40号文）的相关规定，允许加计扣除的折旧费用指用于研发活动的仪器、设备的折旧费，房屋租赁费用、租入房屋的装修摊销不在研发费用加计扣除的税收优惠政策范围内，本期共有 107.06 万元属于房租租赁折旧、租入房屋装修摊销费用未进行研发费用加计扣除。

## 4、委托外部开发费

根据《财政部国家税务总局科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119号文）的相关规定，企业委托外部机构或个人进行研发活动所发生的费用，按照费用实际发生额的 80% 计入委托方研发费用并计算加计扣除；本期披露的委托外部开发费中，包括委外研发项目 164.91 万元、外采的新产品设计费 8.89 万元；其中委外研发项目费用按 80% 进行加计扣除，剩余 20% 未作为加计扣除填列的金额为 32.98 万元；外采的新产品设计费用 8.89 万元，根

据《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税〔2015〕119号），属于允许加计扣除的研发费用，全额加计扣除；综上，本期共有 32.98 万元委托外部开发费未申报研发费用加计扣除。

## 5、其他

根据《国家税务总局关于研发费用税前加计扣除归集范围有关问题的公告》（财税[2017]40号文）的相关规定，允许加计扣除的其他费用范围为“与研发活动直接相关的其他费用，如技术图书资料费、资料翻译费、专家咨询费、高新科技研发保险费，研发成果的检索、分析、评议、论证、鉴定、评审、评估、验收费用，知识产权的申请费、注册费、代理费，差旅费、会议费等。此项费用总额不得超过可加计扣除研发费用总额的 10%”。根据《财政部国家税务总局科技部关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119号文）的相关规定，在一个纳税年度内进行多项研发活动的，应按照不同研发项目分别归集可加计扣除的研发费用。

从享受税收优惠政策的谨慎性角度考虑，公司申报加计扣除时扣除了未在上述列举范围内的其他研发费用合计 55.13 万元，其中包括技术服务费 47.76 万元。此外，因内部委托研发费用发生的，在子公司单体财务报表体现为营业成本，合并报表层面则还原为研发费用直接投入，在母公司报表中，因公司未对内部委托研发合同做技术开发合同备案处理，不满足境内委托研发费用加计扣除条件，而未进行加计扣除的其他费用 2.56 万元。

综上，本期共有 57.69 万元其他费用未申报研发费用加计扣除。

## 问题 5、关于存货

报告期内，你公司原材料期末账面余额 789.25 万元，存货跌价准备 234.54 万元，期初账面余额 598.77 万元，存货跌价准备 234.54 万元；库存商品期末账面余额 3932.16 万元，存货跌价准备 39.09 万元，期初账面余额 3691.97 万元，存货跌价准备 40.66 万元；发出商品期末账面余额 501.88 万元，存货跌价准备 0 元，期初账面余额 237.27 万元，存货跌价准备 0 元。

请你公司：

(1) 说明库存商品、原材料减值测试的过程与依据,说明存货跌价准备计提是否充分。

(2) 结合发出商品明细、对应的主要客户情况、客户签收程序及期末未确认收货的具体原因、期后确认收入及回款情况、同行业可比公司情况等,说明发出商品余额较大的原因及合理性、是否符合行业惯例,存货跌价准备计提是否充分。

**【公司回复】**

一、说明库存商品、原材料减值测试的过程与依据,说明存货跌价准备计提是否充分。

**1、库存商品减值测试的过程与依据**

截至 2023 年 12 月 31 日库存商品按产品列示如下:

单位: 万元

产品明细	业务类型	金额	库龄	存货跌价准备
苹果 3C 产品	视频购物及商品 销售	2,128.53	1 年以内	
酒系列产品		1,606.27	1 年以内 600.67 1-2 年 1,005.60	
金麦客硬件产品			18.79	1 年以内 18.30 1-2 年 0.49
LJ6800 系列产品	专业卫星接收机	39.09	3 年以上	39.09
LJ7800 系列产品	研发及销售	93.17	1 年以内	
微波模组相关产品	微波器件	46.31	1 年以内	
<b>合计</b>		<b>3,932.16</b>		<b>39.09</b>

①苹果 3C 产品、金麦客硬件产品、微波器件产品

苹果 3C 产品、金麦客硬件产品、微波器件产品库龄较短,报告期末公司采用预计售价减去预计销售费用、相关税费后的可变现净值与成本孰低的方法进行跌价测试。报告期苹果 3C 产品、金麦客硬件产品、微波器件产品销售毛利为正,

可变现净值高于成本，不存在跌价风险。

## ②国乐酒产品

公司聘请评估机构以市价法对截至 2023 年 12 月 31 日存货中库存商品及周转材料中的国乐酒产品进行评估，由中水致远资产评估有限公司出具的以财务报告为目的申报的存货减值测试：中水致远评报字[2024]第 020346 号资产评估报告，评估结果为库存国乐酒整体评估增值率为 66.09%，国乐酒产品库存期末不存在跌价情况。

## ③专业卫星接收机产品

专业卫星接收机产品库存分为 LJ6800 系列产品和 LJ7800 系列产品，其中 LJ6800 系列专业卫星接收机库龄 3 年以上且市场需求减少，公司对其全额计提跌价准备；LJ7800 系列产品库龄在 1 年以内，预计售价减去预计销售费用、相关税费后的可变现净值高于存货账面成本，不存在跌价风险。

因此，除 LJ6800 系列专业卫星接收机因库龄 3 年以上且市场需求较少公司对其全额计提跌价准备外，其他库存商品库龄短，预计可变现净值高于存货账面成本，不存在跌价风险，期末库存商品存货跌价准备计提充分。

## 2、原材料减值测试的过程与依据

截至 2023 年 12 月 31 日原材料明细如下：

单位：万元

项目	项目	2023 年 12 月 31 日金额	存货跌价准备
剧本及影视版权	悍马烈日	176.54	176.54
	米娅快跑	58.00	58.00
	唐门毒宗	179.75	
	金牌月嫂	84.30	
	风水师	8.04	
	红花绿叶	96.60	
微波器件	微波器件原料辅料	112.78	
专业卫星接收机	配件类	53.62	

项目	项目	2023年12月31日金额	存货跌价准备
国乐酒	国乐酒定制瓶/盒等	19.62	
合计		<b>789.25</b>	<b>234.54</b>

根据《企业会计准则》及相关规定：需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额确定其可变现净值。如果用其生产的产成品的可变现净值高于成本，则该材料按成本计量；如果材料价格的下降表明产成品的可变现净值低于成本，则该材料按可变现净值计量，按其差额计提存货跌价准备。

①剧本及影视版权中《悍马烈日》、《米娅快跑》为公司聘请编剧创作的剧本，因已超出合同约定的版权改编授权期限，公司对其计提全额存货跌价准备；《唐门毒宗》、《金牌月嫂》、《风水师》不存在授权期的限制，预计的售价高于账面价值，期末不存在存货跌价风险。

《红花绿叶》为公司2023年采购的影视版权，2023年公司版权运营业务毛利率为37.96%，《红花绿叶》预计可变现净值高于账面成本，期末不存在跌价风险。

②微波器件原料辅料、专业卫星接收机配件类主要用于加工生产微波器件产品、专业卫星接收机，微波器件产品、专业卫星接收机销售毛利率为正，产品可变现净值高于成本，对应原材料不存在跌价风险。

③国乐酒定制瓶/盒等主要用于国乐酒产品的包装，期末库存国乐酒产品经评估不存在跌价，对应国乐酒定制瓶/盒等材料不存在跌价风险。

因此，除《悍马烈日》、《米娅快跑》因授权到期计提全额跌价准备外，其他原材料预计的售价高于账面价值，不存在应计提存货跌价准备的情形。

二、结合发出商品明细、对应的主要客户情况、客户签收程序及期末未确认收货的具体原因、期后确认收入及回款情况、同行业可比公司情况等，说明发出商品余额较大的原因及合理性、是否符合行业惯例，存货跌价准备计提是否充分。

发出商品按业务类型区分如下：

单位：万元

业务	产品	2023 年末	2022 年	变动金额
摄传编播解决方案产品	专业卫星接收机	230.86	236.64	-5.78
视频购物及商品销售	健康腕表	228.59		228.59
微波器件	微波模块产品	42.43	0.63	41.80
<b>合计</b>		<b>501.88</b>	<b>237.27</b>	<b>264.61</b>

发出商品核算客户借机测试、已发货未结算、研发部门临时领用等，期末余额较上年同期增加较多主要是由于本期新增健康腕表已发货未结算。

同行业可比公司关于发出商品描述如下：当虹科技（688039）在 2019 年首发上市招股说明书中描述：发出商品为已经发送至客户处但尚未达到收入确认的商品和测试试用机。测试试用机主要系当客户存在初步采购意向或需求但尚未签订协议之前，公司为了推动订单落地和维护客户关系，提前发至客户处进行测试的产品。雷电微力（301050）在 2021 年首发上市招股说明书中描述：发出商品主要为已交付客户尚未取得交付验收文件的产品，报告期内公司存在部分先发货后签订合同的情况，主要系公司的客户均为各大军工集团成员单位，相应采购审批流程较长。

摄传编播解决方案专业卫星接收机产品发出商品销售客户为各地区有线电视网络公司、视频购物及商品销售-健康腕表发出商品销售客户为中移动下属各专业公司、微波器件发出商品销售客户为中电科旗下公司。

发出商品主要客户类型为国央企单位，客户对产品质量要求高，内部验收程序时间长，存在先发货后签订合同的情况，期末发出商品客户已签收尚未签订合同或结算，各业务类型情况如下：

#### 1、摄传编播解决方案产品-专业卫星接收机

单位：万元

客户明细	产品明细	2023 年末	备注
中广影视卫星有限责任公司	LJ7900 分体机、LJ7800 标清等	65.54	每半年结算，期后未结算
研发部门领用	5G 背包、吊舱、接收机产品等	68.46	研发用途，使用后归还

客户明细	产品明细	2023 年末	备注
云南广播电视台	LJ7800 一体机标配	12.33	借机测试期后未结算
中国广电山西网络有限公司	LJ7800HD 一体机、MTE 整机等	15.13	借机测试期后未结算
杭州当虹科技股份有限公司	LJ7900 分体机标配	5.33	借机测试期后未结算
中国广电甘肃网络股份有限公司	LJ7900 一体机标配、LJ7800 双转码一体机	4.23	借机测试期后未结算
南昌广电数字网络有限公司	LJ7900 一体机标配、LJ7800 一体机标配	3.83	借机测试期后未结算
贵州省广播电视信息网络股份有限公司	LJ7800 一体机标配	3.43	借机测试期后未结算
其他零星客户合计	卫星接收机产品	52.58	少量结算
<b>合计</b>		<b>230.86</b>	

### 2、视频购物及商品销售-健康腕表

期末健康腕表发出商品余额 228.59 万元为公司本期新业态转型试点产品项目，客户为中移动及其下属专业公司（如中移物联网、中移终端公司、中移集成等）以及通过公开招标流程与上述单位签约的三方公司。期末发出商品均已交付至客户签收，因中移动内部决策流程较长，其与专业公司的合作协议未能完成签署，因此截至本问询函回复之日尚未与公司结算。

### 3、微波器件-微波模块产品

微波器件发出商品销售客户为重庆西南集成电路设计有限责任公司，其业务流程为公司根据客户采购意向发送给客户，因微波器件产品主要为器件模块，客户采购产品后用于加工生产，产品验收依赖于客户项目的整体验收情况，流程较长，期末余额为客户已收货尚未验收结算。期后收入确认及回款情况如下：

单位：万元

客户明细	产品明细	2023 年末	期后收入确认	客户回款
重庆西南集成电路设计有限责任公司	多功能信道模块、Ka 变频器	18.58	40.11	
重庆西南集成电路设计有限责任公司	频率源、国产化频率源等	23.85		
<b>合计</b>		<b>42.43</b>	<b>40.11</b>	

因此，发出商品期末余额增加主要是由于客户对产品质量要求高、测试周期长，内部验收审批周期长，期末已发货未结算增加。发出商品核算符合行业惯例，



摄传编播解决方案产品、视频购物及商品销售、微波器件毛利率为正，期末发出商品不存在存货跌价情况。

#### **问题 6、关于其他权益工具投资**

报告期内，你公司本期其他权益工具投资账面价值为 610 万元，本期较上期增加 25 万元，为对肇庆市国乐、惠州国乐世家商贸有限公司的追加投资，无公允价值的变动影响。

**请你公司：**

**说明对上述股权投资的估值情况，期末以成本作为公允价值计量的依据是否充分。**

#### **【公司回复】**

##### **1、新增股权投资的基本情况**

本期其他权益工具较上期增加 25 万元，为公司控股子公司四川流金酒业有限公司（以下简称“四川流金”）参与投资设立惠州国乐世家商贸有限公司（以下简称“惠州国乐”）、肇庆国乐世家商贸有限公司（以下简称“肇庆国乐”）。惠州国乐成立于 2023 年 10 月 18 日，注册资本 500 万元，其中四川流金认缴 20 万元、股权投资比例为 4%，截至 2023 年 12 月 31 日已支付首笔投资款 10 万元；肇庆国乐成立于 2023 年 5 月 22 日，注册资本 500 万元，其中四川流金认缴 15 万元、股权投资比例为 3%，截至 2023 年 12 月 31 日已支付投资款 15 万元。

四川流金参与投资设立上述公司股权的投资目的主要是通过在不同城市建立国乐运营中心，建立“文化+品牌+传播+体验+餐饮+销售”一体化的文化交互与场景营销式场所来拓展国乐酒销售渠道，并非为了近期出售，不属于集中管理的可辨认金融工具组合的一部分，亦非衍生工具。因此对上述公司的股权投资是非交易性的。对惠州国乐及肇庆国乐投资比例较低且均未派出董事、未实际参与经营，对相关公司不具有控制、共同控制或重大影响。根据金融工具准则的相关规定，在初始确认时，企业可以将非交易性权益工具投资指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。

惠州国乐及肇庆国乐成立时间短、尚处于起步阶段，其业绩及经营环境未有重大变化，为非公众公司，没有公开的市场价格、无可观察输入值。因此，以出资成本作为估值价格。

## 2、以成本作为公允价值计量的依据

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》第四十四条规定：企业对权益工具的投资和与此类投资相联系的合同应当以公允价值计量。但在有限情况下，如果用以确定公允价值的近期信息不足，或者公允价值的可能估计金额分布范围很广，而成本代表了该范围内对公允价值的最佳估计的，该成本可代表其在该分布范围内对公允价值的恰当估计。

企业应当利用初始确认日后可获得的关于被投资方业绩和经营的所有信息，判断成本能否代表公允价值。

- （一）与预算、计划或阶段性目标相比，被投资方业绩发生重大变化。
- （二）对被投资方技术产品实现阶段性目标的预期发生变化。
- （三）被投资方的权益、产品或潜在产品的市场发生重大变化。
- （四）全球经济或被投资方经营所处的经济环境发生重大变化。
- （五）被投资方可比企业的业绩或整体市场所显示的估值结果发生重大变化。
- （六）被投资方的内部问题，如欺诈、商业纠纷、诉讼、管理或战略变化。
- （七）被投资方权益发生了外部交易并有客观证据，包括发行新股等被投资方发生的交易和第三方之间转让被投资方权益工具的交易等。

惠州国乐及肇庆国乐成立时间短、尚处于起步阶段，经营环境、经营情况及财务状况等内外部因素未发生重大变化，公司投资比例较低，且投资公司为非公众公司，没有公开的市场价格、无可观察输入值。因此，以成本作为公允价值计量的依据具有合理性、确认依据充分。

北京流金岁月传媒科技股份有限公司

2024年5月31日



关于  
对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的  
年报问询函的回复

容诚专字[2024]100Z0792 号

容

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)  
中国·北京

## 关于对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的 年报问询函的回复

容诚专字[2024]100Z0792 号

北京证券交易所上市公司管理部：

贵部于 2024 年 5 月 21 日向北京流金岁月传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”、“流金科技”）发出的《关于对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的年报问询函》（年报问询函【2024】第 017 号）（以下简称“《问询函》”），本所作为流金科技的年报审计服务机构，对问询函中的相关问题进行了认真核实，就有关涉及会计师的问题回复如下：

### 问题 1、关于收入及毛利率波动

报告期内，你公司营业收入 7.60 亿元，同比下降 5.38%，营业成本 6.23 亿元，同比下降 6.79%，归属于上市公司股东的净利润 2021.11 万元，同比下降 3.73%；本期综合毛利率为 18.11%，上期为 16.87%。

按产品看，电视频道综合运营服务实现营业收入 5.28 亿元，同比下降 8.01%，其中版权运营和电视节目营销服务营业收入下降明显，分别同比下降 14.07%、83.08%；视频购物及商品销售实现营业收入 1.77 亿元，同比下降 13.50%；微波器件营业收入 3701.77 万元，同比增长 271.61%。产品毛利率看，版权运营毛利率 37.96%，减少 8.58 个百分点；微波器件毛利率 30.13%，增加 17.34 个百分点。

请你公司：

（1）结合产品类型、结算进度、收入确认时点等因素，说明报告期内营业

收入降低的原因。

(2) 结合下游需求、成本归集等因素，逐项说明各产品、尤其是说明版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件的收入成本变动原因及合理性，版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因及合理性。

请年审会计师对上述问题进行核查并发表核查意见。

回复：

#### 一、公司对问询问题的回复

(一) 结合产品类型、结算进度、收入确认时点等因素，说明报告期内营业收入降低的原因。

2023 年度公司实现营业收入 76,027.18 万元，较上年同期下降 4,187.30 万元，收入按业务类型划分情况如下：

单位：万元

业务类型	2023 年度	2022 年度	变动额	变动率
电视频道综合运营服务	52,800.98	57,400.40	-4,599.42	-8.01%
其中：电视频道覆盖服务业务	48,750.13	50,505.60	-1,755.47	-3.48%
版权运营	3,591.55	4,179.60	-588.05	-14.07%
电视节目营销服务	459.29	2,715.19	-2,255.90	-83.08%
摄传编播解决方案产品	1,227.25	823.58	403.67	49.01%
视频购物及商品销售	17,729.50	20,497.22	-2,767.73	-13.50%
微波器件	3,701.77	996.14	2,705.63	271.61%
其他	567.69	497.14	70.55	14.19%
合计	76,027.18	80,214.48	-4,187.30	-5.22%

由上表可知，2023 年度公司营业收入下降较多主要是由于电视频道覆盖服务业务、版权运营、电视节目营销服务和视频购物及商品销售业务四项业务收入分别下降所致。

#### 1、电视频道覆盖服务业务

公司在提供电视频道覆盖服务的过程中，主要为电视台提供覆盖方案设计、渠道代理、监测维护等服务。电视频道覆盖收入确认方式为：1) 固定金额覆盖

服务模式上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入；2）分成收费覆盖服务模式：对于销售合同中含有分成条款的合作客户（通常存在于购物频道客户），公司的销售金额按照合同约定分成比例计算得出，公司根据客户产品的实际销售情况每月进行结算并确认收入。

电视频道覆盖业务客户按客户分收入类型如下： 单位：万元

业务类型	2023 年度	2022 年度	变动额
卫视及卡通频道	43,269.02	42,088.90	1,180.12
购物频道	5,481.11	8,416.70	-2,935.59
合计	48,750.13	50,505.60	-1,755.47

2023 年度电视频道覆盖服务业务收入较 2022 年度减少 1,755.47 万元，主要是由于购物频道客户收入下降所致。当前互联网及新媒体的迅速发展，对传统有线电视行业形成冲击，造成购物频道在有线电视渠道销量下降，购物频道客户主要以固定费用、分成或固定费用加分成的合作模式结算，受市场影响购物频道电视购物销量下降，使得公司电视频道覆盖业务购物频道客户收入也有所下降。

## 2、版权运营

版权运营业务包含电视剧发行业务及金麦客音乐版权业务。版权运营业务本期收入 3,591.55 万元较上年同期下降 588.05 万元，主要是由于版权运营中电视剧发行业务收入较上年同期下降 582.22 万元。

电视剧发行业务是公司基于在广电行业的多年服务经验和积累的数据信息，以买断发行或代理发行的方式，将优秀的电视剧推荐给合适的电视频道发行播出，同时满足内容制作方的播出需求和电视频道对优秀电视剧的需求。电视剧发行业务主要包括电视剧代理式发行、电视剧买断式发行。电视剧代理发行收入确认方式为：公司作为代理方将电视剧播映带和其他载体转移给购货方，且电视剧播映完毕后，按代理发行协议约定，将发行收入的一定比例按照净额法确认收入；电视剧买断发行模式收入确认为：在向电视剧版权方购入电视剧发行权后公司取得电视剧合法发行权和许可播放权，在公司将电视剧播映带和其他载体转移给购货方，且电视剧播映完毕后，相关经济利益很可能流入公司时确认收入，成本为电

视剧版权采购成本及推广成本，并按项目归集、结转。

公司 2023 年度发行了《温暖的，甜蜜的》、《国士无双黄飞鸿》、《越过山丘》、《鼓楼外》、《紧急公关》、《小敏家》、《杠杆》、《二十不惑 2》、《输赢》等作品，其中发行单价超过 100.00 万元共有 9 部合计实现收入 2,714.21 万元。公司 2022 年度发行了《不惑之旅》、《你是我的城池营垒》、《幸福触手可及》、《生活像阳光一样灿烂》、《输赢》、《猎狐》、《破晓》、《觉醒年代》等作品，其中发行单价超过 100.00 万元的有 8 部合计实现收入 3,018.23 万元。公司对电视剧播映权采用“成本+利润”的方式定价，即以采购电视剧播映权价格的基础上加上合理毛利作为定价基础。公司主要将电视剧播映权出售给电视台客户，由于各个电视台所在区域的文化、经济、观众群体等存在差异，同时电视剧受题材、制作水平、演员阵容、播映轮次等因素的影响其播映权采购成本也会不同。因此，不同电视剧在不同电视台、不同时期的采购价格及销售价格存在差异。

电视台客户主要收入来源为广告收入、财政拨款等，根据国家广播电视总局发布的《2023 年全国广播电视行业统计公报》显示，2023 年全国电视广告收入 516.35 亿元，同比下降 6.67%。2023 年受电视台客户广告收入减少、预算收款延迟影响，电视台压缩电视剧采购单价，使得本期电视剧发行业务收入有所下降。

### 3、电视节目营销服务

电视节目营销业务是公司面向省级卫视频道、电视剧及电视节目制作发行公司等客户，在电视剧开播或节目上线前和播出期间，开展营销活动以提高节目的收视人群和播出效果。电视节目营销收入确认方式为在相关推广工作完成并经客户验收后确认收入。公司 2022 年度为东方卫视的《极限挑战》《超越》《盛装》《欢乐颂》《信仰》《林深见鹿》等节目、广东卫视《国乐大典》在 IPTV/OTT 等渠道提供营销推广服务；2023 年度为东方卫视提供《破晓东方》《今晚开放麦》《这就是中国 2023》等节目、海南卫视《大使家宴》、《全球国货之光》等节目提供营销推广服务。

2023 年 8 月国家广播电视总局联合工业和信息化部、国家市场监管总局、中央广播电视总台、中国消费者协会等有关单位，召开治理电视“套娃”收费和操

作复杂工作动员部署会。会议要求统筹有线电视、IPTV 和互联网电视三大体系，制定专项实施方案开展试点工作和专项整治，解决电视“套娃”收费和操作复杂工作，基本实现有线电视和 IPTV 开机即看直播电视频道。

电视节目营销本期收入较上年同期下降 2,255.90 万元，主要是由于 2023 年度受国家政策调整影响，对电视节目营销业务模式产生较大影响。东方卫视减少了营销推广的节目数量和支出预算，东方卫视在 IPTV/OTT 渠道营销推广的节目数量由上年的 30 个减少至本期的 6 个，以及广东卫视 2023 年因《国乐大典》停播的影响下，使得电视节目营销收入下降。

#### 4、视频购物及商品销售业务

视频购物及商品销售业务主要包含苹果 3C 产品、国乐酒及智能健康手表销售业务。其收入确认方式为：①送货上门的商品，以公司货物发出并经客户验收后确认收入；②上门自提的商品，以客户或其委托的第三方货运提取货物时确认收入。

2023 年度视频购物及商品销售业务收入较 2022 年度下降 2,767.73 万元，主要是由于 2022 年度通过参加拼多多“百亿补贴”活动，苹果 3C 产品线上渠道实现营业收入 5,751.83 万元，而 2023 年度因公司经营策略调整未参加拼多多“百亿补贴”活动导致苹果 3C 产品未产生线上渠道收入，使得本期视频购物及商品销售业务收入下降较多。

(二) 结合下游需求、成本归集等因素，逐项说明各产品、尤其是说明版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件的收入成本变动原因及合理性，版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因及合理性。

##### 1、各产品收入成本变动原因

2023 年度较 2022 年度各业务类型收入、成本及毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	收入		成本		毛利率
	变动额	变动率	变动额	变动率	变动
电视频道综合运营服务	-4,599.42	-8.01%	-4,152.45	-9.06%	0.91%
其中：电视频道覆盖服务业务	-1,755.47	-3.48%	-2,367.30	-5.71%	1.90%



项目	收入		成本		毛利率
	变动额	变动率	变动额	变动率	变动
版权运营	-588.05	-14.07%	-6.36	-0.28%	-8.58%
电视节目营销服务	-2,255.90	-83.08%	-1,778.79	-83.11%	0.14%
摄传编播解决方案产品	403.67	49.01%	211.97	52.57%	-1.17%
视频购物及商品销售	-2,767.73	-13.50%	-2,522.50	-12.98%	-0.58%
微波器件	2,705.63	271.61%	1,717.84	197.74%	17.34%
其他	70.55	14.19%	207.92	82.82%	-30.35%
合计	<b>-4,187.30</b>	<b>-5.22%</b>	<b>-4,537.20</b>	<b>-6.79%</b>	<b>1.38%</b>

### 1) 电视频道覆盖服务业务

电视频道覆盖服务业务收入主要为收取电视台频道传输落地覆盖费，客户分为卫视及卡通频道客户和购物频道客户。其中与卫视及卡通频道以固定金额覆盖费模式结算，与购物频道客户合作模式分为固定金额覆盖费、分成模式收费或固定加分成模式。成本主要是有线电视网络公司及IPTV广电新媒体频点采购成本。

2023年电视频道覆盖服务业务收入同比下降主要是由于受互联网及新媒体的迅速发展，购物频道在有线电视渠道销量下降，使得公司电视频道覆盖业务购物频道客户收入也有所下降，变动分析详见“1”之“（一）”之“1、电视频道覆盖服务业务”。

### 2) 版权运营

公司版权运营业务包含电视剧发行业务及金麦客音乐版权运营业务。成本主要为版权采购及推广成本支出。

版权运营业务按类型分收入及成本变动情况如下：

单位：万元

项目	收入			成本		
	2023年	2022年	变动金额	2023年	2022年	变动金额
电视剧发行业务	2,988.61	3,570.83	-582.22	2,001.13	2,037.31	-36.18
金麦客版权运营	602.95	608.77	-5.82	227.17	201.73	25.44
合计	<b>3,591.56</b>	<b>4,179.60</b>	<b>-588.04</b>	<b>2,228.30</b>	<b>2,239.04</b>	<b>-10.74</b>

版权运营业务按类型分收入及毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	收入			毛利率		
	2023年	2022年	变动率	2023年	2022年	变动率
电视剧发行业务	2,988.61	3,570.83	-16.30%	33.04%	42.95%	-9.90%
金麦客版权运营	602.95	608.77	-0.96%	62.32%	66.86%	-4.54%
合计	3,591.56	4,179.60	-14.07%	37.96%	46.43%	-8.47%

如上表本期版权运营收入下降主要是由于电视剧发行业务收入下降较多，减少了 582.22 万元，成本较上年减少 36.18 万元。2023 年度受电视台客户广告收入下滑、预算收紧的影响，客户不断压缩电视剧版权采购预算，降低采购单价，使得公司谈判溢价能力下降，版权采购成本及推广支出变化不大的情况下，收入下降，使得毛利率下降较多。金麦客版权运营通过收取平台会员服务、推广服务等费用进行运营，收到用户支付平台服务费后与合作单位及播控方进行分账，本期毛利率下降主要是由于本期版权采购成本有所增加。

### 3) 电视节目营销服务

电视节目营销业务是公司面向省级卫视频道、电视剧及电视节目制作发行公司等客户，在电视剧开播或节目上线前和播出期间，开展营销活动以提高节目的收视人群和播出效果，成本为 IPTV/OTT 渠道成本营销推广成本。2023 年电视节目营销业务收入、成本下降较大，主要是由于受国家政策调整影响，对电视节目营销业务模式产生较大影响，电视台客户缩减了营销推广预算支出，使得电视节目营销收入下降。详见“1”之“（一）”之“3、电视节目营销服务”。

### 4) 摄传编播解决方案产品

2023 年度，公司摄传编播解决方案产品收入、成本较 2022 年度增加 49.01%、52.57%，主要系结合公司市场需求，持续创新设计与优化超高清解码技术等，本期新增深圳市佳创视讯技术股份有限公司湖北地球站项目、临猗县广播电视传输网络有限责任公司付费频道超高清、新媒体内容摄传编播技术服务项目等业务，使得本期专业卫星接收机业务、摄传编播技术服务收入较上年增加。

### 5) 视频购物及商品销售

视频购物及商品销售业务主要包含苹果 3C 产品、国乐酒及智能健康手表销

售业务。其收入确认方法为上门自提的商品，以客户或其委托的第三方货运提取货物时确认收入；送货上门的商品，以公司货物发出并经客户验收后确认收入，成本为商品采购成本，按照销售数量及加权平均成本结转销售产品成本。

2023 年度视频购物及商品销售业务收入较 2022 年度下降 2,767.73 万元，成本较 2022 年度下降 2,522.50 万元，主要是本期因公司经营策略调整未参加拼多多“百亿补贴”活动导致苹果 3C 产品未产生线上渠道收入，使得本期视频购物及商品销售业务收入及成本下降较多。详见“1”之“（一）”之“4、视频购物及商品销售”。

#### 6) 微波器件

公司控股子公司成都贡爵微电子有限公司，专业从事微波/毫米波芯片、模块、组件、分系统的研发、设计、生产及销售服务的高科技企业。自 2022 年 3 月末纳入公司合并范围以来，从生产、销售、产品、人才等方面不断完善经营体系。

生产方面，通过建立无尘车间、设备技术改造等不断提升生产能力；研发方面，持续推进研发建设，技术及质量体系不断完善，逐步建立了研发、生产和质量一体化的专业团队，构建了覆盖 X 波段、Ku 波段、Ka 波段的设计平台、为各型装备配套研制了百套组件，其中定型或技术水平达到固定状态产品数 2 项，产品广泛应用于弹载、机载等领域。聚焦产品的小型化、通用化、系列化发展，着力发展小型化、低成本、高可靠的产品。生产线特色工艺包括：微组装共晶焊、导电胶粘接、楔形键合、球形键合、微组装装配等，工艺保障能力最高频率可达 100GHz，全面覆盖目前装配的工艺要求。高密度 SIP 以及多芯片组合工艺涉及的微组装等关键工艺技术均掌握并得到应用。2023 年成功认定为国家高新技术企业、四川省专精特新中小企业，已申报发明专利 17 个，已授权 2 个，13 个进入实质审查，技术水平不断提升；销售方面，不断拓展销售渠道、加大市场开拓力度，通过与重庆西南集成等客户建立战略合作协议，与大客户之间合作规模不断提升。

微波器件业务 2023 年收入同比增长 271.61%，主要是不断拓展新客户、增加与大客户合作规模，产品种类逐渐丰富满足客户需求，收入快速增长。毛利率

同比增长 17.34%，主要是由于产品结构逐渐丰富，同时收入增长产品分摊的制造成本降低，使得毛利率有所增加。

## 7) 其他业务

公司其他业务占公司收入占比低，本期收入较 2022 年度增加 70.55 万元，主要是由于公司持续拓展新业务，本期新增集成项目服务收入，因项目采购成本较高，使得其他业务毛利率有所下降。

综上，公司各业务类型收入成本及毛利率变动具有合理性。

## 二、年审会计师的核查程序及核查结论

### (一) 核查程序

1、评估与流金科技公司收入确认相关的会计政策，了解与收入确认相关的内部控制制度，评价相关内部控制设计和运行情况；

2、对于电视频道覆盖服务业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、采购合同等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

3、对于版权运营业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、客户播映记录等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

4、对于视频购物及商品销售业务、微波器件业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括订单、销售发票、发货记录、客户签收记录、客户验收记录等；针对资产负债表日前后确认的销售收入，执行截止性测试，以评估收入是否在恰当的期间确认；选取重要客户进行函证；

5、对电视节目营销服务、摄传编播解决方案产品、其他业务，在分析性复核的基础上，通过抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、验收资料等；

6、对主要业务类别营业成本执行细节测试、截止性测试；对电视频道覆盖服务业务进行抽样后执行重新计算程序；针对主要供应商执行函证程序；

7、获取流金科技收入成本汇总表，执行分析程序，复核各业务收入、成本变动原因及毛利波动合理性；获取各主要业务收入成本明细表，选取重要客户及重要项目执行分析程序，复核其成本归集过程、分析其收入、成本变动原因及毛利水平合理性。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、公司已说明公司 2023 年度营业收入较 2022 年度降低的原因，具有合理性；

2、公司已说明各业务、包括版权运营、电视节目营销服务、视频购物及商品销售和微波器件等业务的收入成本变动原因，具有合理性；已说明版权运营、微波器件毛利率大幅变动原因，具有合理性。

(此页无正文，为流金科技公司容诚专字[2024]100Z0792号报告之盖章页)



2024年5月31日



# 营业执照

(副本)(5-1)

统一社会信用代码

911101020854927874



扫描市场主体身份码  
了解更多登记、备案、  
许可、监管信息，体  
验更多应用服务。

名称 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)  
类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 肖厚发、刘维

经营范围

审查企业会计报表、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；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；软件开发；销售计算机、软件及辅助设备。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

出资额 8130 万元

成立日期 2013 年 12 月 10 日

主要经营场所

北京市西城区阜成门外大街 22 号 1 幢外  
经贸大厦 901-22 至 901-26

登记机关

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)  
业务报告附件专用

2024 年 03 月 25 日

证书序号: 0011869

### 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: 北京市财政局  
 二〇一三年六月廿六日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所

执业证书



名称: 容诚会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 肖厚发

主任会计师:

经营场所 北京市西城区阜成门外大街22号1幢外经贸大厦901-22至901-26

组织形式 特殊普通合伙

执业证书编号 11010032

批准执业文号 京财会许可[2013]0067号

批准执业日期 2013年10月25日

容诚会计师事务所(特殊普通合伙)  
 业务报告附件专用

(合伙)