

三六零安全科技股份有限公司
关于上海证券交易所对公司2020年年度报告
相关信息披露的监管工作函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

三六零安全科技股份有限公司（以下简称“三六零”或“公司”）近期收到上海证券交易所下发的《关于三六零安全科技股份有限公司 2020 年年度报告相关信息披露的监管工作函》（上证公函[2021]0614 号）（以下简称“《工作函》”）。公司对《工作函》关注的问题进行了认真核查和分析，现就《工作函》中的有关问题回复如下：

问题 1：年报显示，2018 年至 2020 年公司前五名客户销售额分别为 51.08 亿元、36.78 亿元、26.45 亿元，占年度销售总额 38.91%、28.64%、22.77%；前五名供应商采购额分别为 13.07 亿元、15.35 亿元、17.05 亿元，占年度采购总额 18.21%、25.82%、33.93%。公司前五名客户集中度呈下降趋势，前五名供应商集中度呈上升趋势。请公司：（1）区分各板块业务，列示近三年前五名客户（标识直接客户/代理商）及供应商的名称、是否存在关联关系、交易内容及金额、应收或应付款项余额、结算方式及是否存在变化；（2）充分说明公司主要客户及供应商是否存在较大变化及原因，前五名客户及供应商交易金额和集中度呈现前述趋势的原因及对相关业务的影响，上下游是否存在关联关系。请会计师发表意见。

公司回复：

一、区分各板块业务，列示近三年前五名客户（标识直接客户/代理商）及供应商的名称、是否存在关联关系、交易内容及金额、应收或应付款项余额、结算方式及是否存在变化。

以下表格中，公司将同一控制人控制的客户或供应商作为同一客户或供应商合并列示。下表所列示应收款项包括应收账款以及与经营业务相关的其他应收款，应付款项包括应付账款以及与经营业务相关的其他应付账款。

(一) 互联网广告及服务板块:

1、2018 年前五名客户

单位: 人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户	交易主体	收入金额	应收款项	应付款项(注)	结算方式
1	互联网广告及服务	代理商	客户 1	交易主体 1.1	1,972,203	516,660	260,969	每季度的服务费在下一个季度的第一个月 15 日前支付
				交易主体 1.2				
				交易主体 1.3				
				交易主体 1.4				
2	互联网广告及服务	直接客户	客户 2	交易主体 2.1	1,108,664	370,913	1,051	按月结算, 每月消费金额在当月的第二个月月底前支付
				交易主体 2.2				
				交易主体 2.3				
				交易主体 2.4				
				交易主体 2.5				
				交易主体 2.6				
				交易主体 2.7				
				交易主体 2.8				
				交易主体 2.9				
				交易主体 2.10				
				交易主体 2.11				
				交易主体 2.12				
3	互联网广告及服务	代理商	客户 3	交易主体 3.1	707,876	57,719	69,009	客户预存服务费, 后续按实际消费情况进行结算
				交易主体 3.2				每季度的服务费在下一个季度的第一个月 15 日前支付完毕且到账
4	互联网广告及服务	代理商	客户 4	交易主体 4.1	668,068	173,856	107,283	每季度的服务费在下一个季度的第一个月 15 日前支付完毕且到账
5	互联网广告及服务	代理商	客户 5	交易主体 5.1	651,605	-	42,210	客户预存服务费, 后续按实际消费情况进行结算
				交易主体 5.2				

注: 上述应付款项仅反映公司互联网广告及服务业务相关的应付款项, 主要系公司应付广告代理商返点及收到客户支付的业务保证金。因涉及公司重要商业信息, 上表中客户名称与交易主体分别使用相关序号代替。

2018 年度公司前五名客户均与公司不存在关联关系, 交易内容主要为通过搜索类产品、无线类产品(即移动端产品)及导航类产品进行广告投放, 且结算方式未发生重大变化。

2、2019 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户	交易主体	收入金额	应收款项	应付款项(注)	结算方式
1	互联网广告及服务	代理商	客户 1	交易主体 1.1	1,087,947	377,588	137,858	每季度的服务费在下一个季度的第一个月月底前支付完毕且到账
				交易主体 1.2				
				交易主体 1.3				
2	互联网广告及服务	直接客户	客户 2	交易主体 2.1	874,881	261,820	175	按月结算，每月消费金额在当月的第二个月月底前支付
				交易主体 2.2				
				交易主体 2.3				
				交易主体 2.4				
				交易主体 2.5				
				交易主体 2.6				
				交易主体 2.7				
				交易主体 2.8				
				交易主体 2.11				
				交易主体 2.12				
3	互联网广告及服务	代理商	客户 4	交易主体 4.1	614,462	199,017	88,474	每一个季度的服务费在下一个季度的第一个月月底前支付完毕且到账
4	互联网广告及服务	代理商	客户 3	交易主体 3.1	550,305	43,034	44,118	客户预存服务费，后续按实际消费情况进行结算
				交易主体 3.2				每一个季度的服务费在下一个季度的第一个月月底前支付完毕且到账
5	互联网广告及服务	代理商	客户 6	交易主体 6.1	550,282	-	20,401	客户预存服务费，后续按实际消费情况进行结算

注：上述应付款项仅反映公司互联网广告及服务业务相关的应付款项，主要系公司应付广告代理商返点及收到客户支付的业务保证金。因涉及公司重要商业信息，上表中客户名称与交易主体分别使用相关序号代替。

2019 年度公司前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要为通过搜索类产品、无线类产品（即移动端产品）及导航类产品进行广告投放，且结算方式未发生重大变化。

3、2020 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户简称	交易主体	收入金额	应收款项	应付款项(注)	结算方式
1	互联网广告及服务	代理商	客户 1	交易主体 1.1	670,952	229,962	110,670	每一个月的服务费在下一个月底前支付完毕且到账
				交易主体 1.2				
				交易主体 1.3				
2	互联网广告及服务	直接客户	客户 2	交易主体 2.1	615,322	196,768	175	每月的服务费在本月之后的第 3 个月月底之前支付完毕且到账
				交易主体 2.2				
				交易主体 2.3				
				交易主体 2.6				
				交易主体 2.7				
				交易主体 2.8				
				交易主体 2.11				
交易主体 2.12								
3	互联网广告及服务	代理商	客户 4	交易主体 4.1	531,034	199,249	77,735	每一个月的服务费在下一个月底前支付完毕且到账
4	互联网广告及服务	代理商	客户 6	交易主体 6.1	446,534	-	27,499	客户预存服务费，后续按实际消费情况进行结算
5	互联网广告及服务	代理商	客户 3	交易主体 3.1	380,754	8,250	31,186	客户预存服务费，后续按实际消费情况进行结算
				交易主体 3.2				每一个月的服务费在下一个月底前支付完毕且到账

注：上述应付款项仅反映公司互联网广告及服务业务相关的应付款项，主要系公司应付广告代理商返点及收到客户支付的业务保证金。因涉及公司重要商业信息，上表中客户名称与交易主体分别使用相关序号代替。

2020 年度公司前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要为通过搜索类产品、无线类产品（即移动端产品）及导航类产品进行广告投放，且结算方式未发生重大变化。

（二）智能硬件板块

1、2018 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户名称	收入金额	应收款项	应付款项 (注)	结算方式
1	智能硬件	渠道商	北京京东世纪贸易有限公司	360,596	82,438	3,583	交付产品，京东验收入库 45 天后，京东开始结算，京东于结算单核定付款日起 7 个工作日付款
2	智能硬件	渠道商	广州文明数码科技有限公司	46,758	5,094	3,500	提供 30 自然日的商业信用账期
3	智能硬件	渠道商	广州市车智连电子有限公司	37,542	-	-	提供 21 自然日的商业信用账期
4	智能硬件	渠道商	深圳市珈宝科技有限公司	33,375	-	50	提供 21 自然日的商业信用账期
5	智能硬件	渠道商	巴彦（上海）网络科技有限公司	31,271	4,774	2,500	客户签订订单后 5 日内全额支付订单金额

注：上述应付款项仅反映公司智能硬件业务相关的应付款项，主要系公司应付市场推广费及收到客户支付的业务保证金。

2018 年度公司智能硬件板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要包括行车记录仪、摄像机、路由器、扫地机器人、儿童手表等产品，且结算方式未发生重大变化。

2、2019 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户名称	收入金额	应收款项	应付款项 (注)	结算方式
1	智能硬件	渠道商	北京京东世纪贸易有限公司	454,818	123,685	-	交付产品，京东验收入库 45 天后，京东开始结算，京东于结算单核定付款日起 7 个工作日付款
2	智能硬件	渠道商	中国电信集团有限公司	184,117	68,072	150	提供 30 自然日的商业信用账期
3	智能硬件	渠道商	巴彦（上海）网络科技有限公司	63,008	-	1,500	客户签订订单后 5 日内全额支付订单金额
4	智能硬件	渠道商	联强国际贸易（中国）有限公司	48,026	11,286	-	提供 30 自然日的商业信用账期
5	智能硬件	渠道商	深圳市马路诚品信息科技有限公司	42,633	14,970	2,550	提供 21 自然日的商业信用账期

注：上述应付款项仅反映公司智能硬件业务相关的应付款项，主要系公司收到客户支付的业务保证金。

2019 年度公司智能硬件板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要包括行车记录仪、摄像机、路由器、扫地机器人、儿童手表等产品，且结算方式未发生重大变化。

3、2020 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	客户名称	收入金额	应收款项	应付款项 (注)	结算方式
1	智能硬件	渠道商	北京京东世纪贸易有限公司	368,565	87,954	-	交付产品，京东验收入库 45 天后，京东开始结算，京东于结算单核定付款日起 7 个工作日付款
2	智能硬件	渠道商	中国电信集团有限公司	260,466	111,674	209	在买方收到卖方提供的到货数量及金额对应的 100%增值税专用发票，且合同书面签署生效后，买方将从下个月 10 号起的四周内向卖方支付该批到货款
3	智能硬件	渠道商	中国移动通信集团有限公司	117,767	51,172	239	账期付款形式(账期自买方签收货物且卖方在 SCM Portal 网站发票校验最后提交之日计算)，账期为 30 天
4	智能硬件	渠道商	XPLORA Technologies AS	98,136	-	-	发货前 100%付款
5	智能硬件	渠道商	中国联合网络通信有限公司	78,742	11,598	-	按照买方关于电子商城运营和财务相关管理规定统一结算，双方按月汇总采购订单结算

注：上述应付款项仅反映公司智能硬件业务相关的应付款项，主要系公司收到客户支付的业务保证金。

2020 年度公司智能硬件板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要包括行车记录仪、摄像机、路由器、扫地机器人、儿童手表等产品，且结算方式未发生重大变化。

(三) 互联网增值服务板块

三六零的互联网增值服务以游戏业务为主，其运营模式包括联合运营、代理两种，对应收入分别来源于个人游戏玩家及第三方游戏平台。

在联合运营模式下，公司获得一款游戏产品运营权后，利用三六零自有的游戏平台发布并运营游戏产品。游戏玩家直接在三六零游戏平台注册进入游戏，并直接通过三六零游戏平台充值，因此，上述游戏玩家系公司的客户，其数量众多且单个玩家充值金额通常较小。

在代理模式下，公司获得一款游戏产品的代理权后，除在自有平台发布并运营外，还与其他一个或多个游戏平台公司进行合作，联合运营该款游戏。该种运营模式下，每个第三方平台公司各自负责游戏的推广和充值服务，并按照合作协议约定的分成比例同三六零进行业务结算。

公司游戏板块近三年前五名客户情况如下：

1、2018 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	交易主体	收入金额	应收款项 (注 1)	应付款项 (注 2)	结算方式
1	互联网增值服务	游戏平台	上海逸友网络信息技术有限公司	76,576	74,425	6,262	按月对账结算
2	互联网增值服务	游戏平台	上海纵游网络技术有限公司	10,676	-	8,096	按月对账结算
3	互联网增值服务	游戏平台	上海硬通网络科技有限公司	9,945	20,123	4,437	按月对账结算
4	互联网增值服务	游戏平台	珠海欢聚互娱科技有限公司	6,676	5,513	874	按月对账结算
5	互联网增值服务	游戏平台	天津云畅科技有限公司	3,930	4,667	2,367	按月对账结算

注 1：上述应收款项主要系公司在代理模式下应收游戏平台的游戏分成款。

注 2：上述应付款项仅反映公司游戏业务相关的应付款项，主要系公司在联合运营模式下应付游戏发行商的游戏分成款，相同交易主体的因销售产生的应收款项与因采购产生的应付款项均涉及不同合同项下的不同款游戏产品。

2018 年度公司游戏板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要为游戏分成款，且结算方式未发生重大变化。

2、2019 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	交易主体	收入金额	应收款项 (注 1)	应付款项 (注 2)	结算方式
1	互联网增值服务	游戏平台	上海逸友网络信息技术有限公司	57,393	92,163	13,602	按月对账结算
2	互联网增值服务	游戏平台	上海硬通网络科技有限公司	34,005	41,745	4,007	按月对账结算
3	互联网增值服务	游戏平台	江西贪玩信息技术有限公司	12,243	16,105	543	按月对账结算
4	互联网增值服务	游戏平台	珠海欢聚互娱科技有限公司	7,581	6,311	252	按月对账结算
5	互联网增值服务	游戏平台	上海翼殿信息技术有限公司	6,400	4,255	-	按月对账结算

注 1：上述应收款项主要系公司在代理模式下应收游戏平台的游戏分成款。

注 2：上述应付款项仅反映公司游戏业务相关的应付款项，主要系公司在联合运营模式下应付游戏发行商的游戏分成款，相同交易主体的因销售产生的应收款项与因采购产生的应付款项均涉及不同合同项下的不同款游戏产品。

2019 年度公司互联网增值服务板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要为游戏分成款，且结算方式未发生重大变化。

3、2020 年前五名客户

单位：人民币千元

序号	业务板块	客户类型	交易主体	收入金额	应收款项 (注 1)	应付款项 (注 2)	结算方式
1	互联网增值服务	游戏平台	上海逸友网络信息技术有限公司	24,277	69,426	3,184	按月对账结算
2	互联网增值服务	游戏平台	上海硬通网络科技有限公司	22,477	13,664	7,835	按月对账结算
3	互联网增值服务	游戏平台	APPLE INC	17,904	4,554	-	按月对账结算
4	互联网增值服务	游戏平台	北京空中信使信息技术有限公司	11,103	109	1,269	按月对账结算
5	互联网增值服务	游戏平台	上海赤月信息技术有限公司	11,077	4,643	347	按月对账结算

注 1：上述应收款项主要系公司在代理模式下应收游戏平台的游戏分成款。

注 2：上述应付款项仅反映公司游戏业务相关的应付款项，主要系公司在联合运营模式下应付游戏发行商的游戏分成款，相同交易主体的因销售产生的应收款项与因采购产生的应付款项均涉及不同合同项下的不同款游戏产品。

2020 年度公司互联网增值服务板块前五名客户均与公司不存在关联关系，交易内容主要为游戏分成款，且结算方式未发生重大变化。

(四) 近三年前五名供应商的情况如下：

由于公司采购的产品或服务中包括的服务器采购及带宽采购等难以区分至各业务板块，因此仅按照公司前五名供应商进行列示。

1、2018 年前五名供应商

单位：人民币千元

序号	业务板块	交易主体	交易内容	采购金额	应付款项	结算方式
1	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	实际控制人控制的公司（除上市公司外）（注）	流量采购、租赁等	345,373	78,652	根据不同业务类型及交易主体，结算方式各有差异。其中，流量采购业务按月结算，并于次月支付；租赁业务按月结算，在收到当月结算的发票后 10 日内预付下个月的费用。
2	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	浪潮电子信息产业股份有限公司	服务器采购	270,980	68,470	按月对账，自收到发票之日起 30 个工作日支付款项
3	互联网广告及服务	东莞市讯怡电子科技有限公司	流量采购	265,660	40,740	按月对账，自收到发票之日起 20 个工作日支付款项
4	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	中国电信股份有限公司	带宽采购	222,842	34,818	每月 30 日前付清上月服务费
5	互联网广告及服务	上海嵩恒网络科技有限公司	流量采购	201,714	20,033	每月 30 日前付清上月服务费

注：2018 年度，实际控制人控制的公司（除上市公司外）主要包括西安欧思奇软件有限公司、北京奇创优胜科技有限公司、北京奇智商务咨询有限公司、北京奇飞翔艺商务咨询有限公司。

2018 年度公司前五名供应商中除实际控制人控制的公司（除上市公司外）外均与公司不存在关联关系，且结算方式未发生重大变化。

2、2019 年前五名供应商

单位：人民币千元

序号	板块业务	交易主体	交易内容	采购金额	应付款项	结算方式
1	智能硬件	深圳市卓翼科技股份有限公司	智能硬件产品	349,457	86,084	发票后 30 日内支付订单全款
2	智能硬件	深圳市凯木金科技有限公司	智能硬件产品	327,678	43,729	发票后 30 日内支付订单全款
3	安全及其他	中建三局集团有限公司	基建	308,563	-	按照出具产值报告、竣工验收、完成结算审计及保修期满等工程进度节点支付工程款
4	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	实际控制人控制的公司（除上市公司外）（注）	流量采购及租赁等	290,391	79,345	根据不同业务类型及交易主体，结算方式各有差异。其中，流量采购业务按月结算，并于次月支付；租赁业务按月结算，在收到当月结算的发票后 10 日内预付下个月的费用。
5	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	华为软件技术有限公司、华为技术有限公司（以下统称“华为”）	流量采购及服务	258,985	20,871	双方的结算方式采用月度结算，在开具发票后 30 日内将确认的结算费用汇入对方指定帐户

注：2019 年度，实际控制人控制的公司（除上市公司外）主要包括西安欧思奇软件有限公司、北京奇创优胜科技术有限公司、北京奇智商务咨询有限公司、北京奇飞翔艺商务咨询有限公司。

2019 年度公司前五名供应商中除实际控制人控制的公司（除上市公司外）外均与公司不存在关联关系，且结算方式未发生重大变化。

3、2020 年前五名供应商

单位：人民币千元

序号	板块业务	交易主体	交易内容	采购金额	应付款项	结算方式
1	互联网广告及服务	华为软件技术有限公司	流量采购	659,682	62,920	双方的结算方式采用月度结算，在开具发票后 30 个自然日内将确认的结算费用汇入对方指定帐户
2	智能硬件	深圳市凯木金科技有限公司	智能硬件产品	306,400	45,644	发票后 30 日内支付订单全款
3	互联网增值服务	北京空中信使信息技术有限公司	版权金/IP/MG、技术许可费	299,678	1,268	版权金/IP/MG：合同签订支付第一笔价款，满足约定付款条件支付第二笔价款；技术许可费：15 日前收到对方的增值税专用发票和盖章结算单原件，当月支付，15 日后收到相应资料，递延到下月支付
4	互联网广告及服务/智能硬件/互联网增值服务/安全及其他	中国电信股份有限公司	IDC 资源	228,409	54,633	按月进行计费，并按月进行结算
5	智能硬件	深圳市卓翼科技股份有限公司	智能硬件产品	210,327	16,782	发票后 30 日内支付订单全款

2020 年度公司前五名供应商均与公司不存在关联关系，且结算方式未发生重大变化。

二、充分说明公司主要客户及供应商是否存在较大变化及原因，前五名客户及供应商交易金额和集中度呈现前述趋势的原因及对相关业务的影响，上下游是否存在关联关系。

(一) 充分说明公司主要客户及供应商是否存在较大变化及原因

1、互联网广告及服务板块，前五名客户是否存在变化情况及原因

互联网广告及服务板块前五名客户每年的交易金额存在较大变动，变动的主要原因是：受零售行业客户广告推广平台集中度提升的影响，零售行业的广告市场竞争更加激烈，导致公司零售行业的客户占比下降，例如客户 1 代理的大部分广告主都属于零售行业以及互联网媒体客户，受到影响较大。

(1) 2019 年同 2018 年比较情况

公司 2019 年前五名客户较 2018 年度变动情况如下：

客户简称	交易主体	变动情况	变动原因
客户 6	交易主体 6.1	成为当期前五名客户	该客户为公司广告业务代理商，从上期第六大客户变为当期第五大客户，属于正常波动
客户 5	交易主体 5.1	不再为当期前五名客户	该客户为公司广告业务代理商，降为当期第六大客户，属于正常波动
	交易主体 5.2		

(2) 2020 年同 2019 年比较情况

公司 2020 年前五名客户较 2019 年度无变动。

2、智能硬件板块，前五名客户是否存在变化情况及原因

(1)智能硬件板块，前五名客户 2019 年度同 2018 年度相比变化情况及原因如下：

交易主体	变动情况	变动原因
广州文明数码科技有限公司	不再为当期前五名客户	公司与该客户的合作模式发生变化，交易额降低，导致该客户未排进前五。
广州市车智连电子有限公司	不再为当期前五名客户	公司业务调整，逐步降低与该客户的合作，导致该客户未排进前五。
深圳市珈宝科技有限公司	不再为当期前五名客户	公司 2019 年增加产品品类，该客户销售占比降低，导致该客户未排进前五。
中国电信集团有限公司	成为当期前五名客户	公司与该客户合作，迅速拓展了全国渠道，导致该客户排进前五。
联强国际贸易（中国）有限公司	成为当期前五名客户	该客户作为公司智能硬件产品的渠道商，迅速拓展全国公开渠道，交易额增加，导致该客户排进前五。
深圳市马路诚品信息科技有限公司	成为当期前五名客户	公司业务调整，逐步增加与该客户的合作，交易额增加，导致该客户排进前五。

(2)智能硬件板块，前五名客户 2020 年度同 2019 年度相比变化情况及原因如下：

交易主体	变动情况	变动原因
巴彦（上海）网络科技有限公司	不再为当期前五名客户	公司进一步拓宽了三大运营商的销售渠道，运营商渠道业务占比加大，导致该客户未排进前五。
联强国际贸易（中国）有限公司	不再为当期前五名客户	公司进一步拓宽了三大运营商的销售渠道，运营商渠道业务占比加大，导致该客户未排进前五。
深圳市马路诚品信息科技有限公司	不再为当期前五名客户	公司进一步拓宽了三大运营商的销售渠道，运营商渠道业务占比加大，导致该客户未排进前五。
中国移动通信集团有限公司	成为当期前五名客户	公司进一步拓宽了三大运营商的销售渠道，运营商渠道业务占比加大。
中国联合网络通信有限公司	成为当期前五名客户	公司进一步拓宽了三大运营商的销售渠道，运营商渠道业务占比加大。
XPLORA Technologies AS	成为当期前五名客户	该客户为海外业务重点客户，公司积极拓展海外市场机会。

3、互联网增值服务板块，前五名客户是否存在变化及原因

(1) 2019 年度同 2018 年度相比变化情况及原因如下：

交易主体	变动情况	变动原因
上海纵游网络技术有限公司	不再为当期前五名客户	游戏充值流水降低，导致该客户未排进前五。
天津云畅科技有限公司	不再为当期前五名客户	游戏充值流水降低，导致该客户未排进前五。
江西贪玩信息技术有限公司	成为当期前五名客户	游戏充值流水增加，导致该客户排进前五。
上海翼殿信息技术有限公司	成为当期前五名客户	游戏充值流水增加，导致该客户排进前五。

(2) 2020 年度同 2019 年度相比变化情况及原因如下：

交易主体	变动情况	变动原因
江西贪玩信息技术有限公司	不再为当期前五名客户	游戏充值流水降低，导致该客户未排进前五。
珠海欢聚互娱科技有限公司	不再为当期前五名客户	游戏充值流水降低，导致该客户未排进前五。
上海翼殿信息技术有限公司	不再为当期前五名客户	游戏充值流水降低，导致该客户未排进前五。
APPLE INC	成为当期前五名客户	游戏充值流水增加，导致该客户排进前五。
北京空中信使信息技术有限公司	成为当期前五名客户	游戏充值流水增加，导致该客户排进前五。
上海赤月信息技术有限公司	成为当期前五名客户	游戏充值流水增加，导致该客户排进前五。

4、公司前五名供应商是否存在变化情况及原因

(1) 2019 年同 2018 年比较情况

公司 2019 年前五名供应商较 2018 年度变动情况如下：

交易主体	变动情况	变动原因
深圳市卓翼科技股份有限公司	成为当期前五名供应商	该供应商为公司智能硬件委托生产加工企业，因智能硬件业务量提升导致采购交易额增加。
深圳市凯木金科技有限公司	成为当期前五名供应商	该供应商为公司智能硬件委托生产加工企业，因智能硬件业务量提升导致采购交易额增加。
中建三局集团有限公司	成为当期前五名供应商	天津华苑产业园创新开放平台项目建设投入增加。
华为软件技术有限公司、 华为技术有限公司	成为当期前五名供应商	通过战略合作，公司加大了在相关企业推广渠道流量采购的力度。
浪潮电子信息产业股份有限公司	不再为当期前五名供应商	公司电子设备采购额降低，导致该供应商未排进前五。
东莞市讯怡电子科技有限公司	不再为当期前五名供应商	公司在相关合作平台流量采购额降低，导致该供应商未排进前五。
中国电信股份有限公司	不再为当期前五名供应商	与上期采购额基本持平，因智能硬件业务量提升及基建投入增加，导致该供应商未排进前五。
上海嵩恒网络科技股份有限公司	不再为当期前五名供应商	公司在相关合作平台流量采购额降低，导致该供应商未排进前五。

(2) 2020 年同 2019 年比较情况

公司 2020 年前五名供应商较 2019 年度变动情况如下：

交易主体	变动情况	变动原因
北京空中信使信息技术有限公司	成为当期前五名供应商	引进新游戏的游戏版权金投入增加。
中国电信股份有限公司	成为当期前五名供应商	与上期采购额基本持平，上期未排进前五名供应商。
中建三局集团有限公司	不再为当期前五名供应商	天津华苑产业园创新开放平台项目建设投入减少。
实际控制人控制的公司 (除上市公司外)	不再为当期前五名供应商	公司向关联公司采购流量的总体金额降低。

（二）前五名客户及供应商交易金额和集中度呈现前述趋势的原因及对相关业务的影响，上下游是否存在关联关系

1、前五名客户及供应商交易金额和集中度呈现前述趋势的原因及对相关业务的影响

前五名客户及供应商交易金额占总交易金额的比例：

	2018 年度	2019 年度	2020 年度
前五名客户交易金额占总交易金额的比例	38.91%	28.64%	22.77%
前五名供应商交易金额占总交易金额的比例	18.21%	25.82%	33.93%

从前述表格可以看出，公司互联网广告及服务业务的主要客户基本稳定，不存在较大变化。

公司前五名客户交易金额和集中度呈现下降趋势，主要是由于公司前五名客户均系互联网广告及服务业务客户，且公司互联网广告及服务业务整体收入呈现下降趋势，综合导致公司前五名客户的交易金额和集中度均呈现下降趋势。

公司供应商采购主要为流量采购、服务器等资产购买、智能硬件产品购买等。2018年度至 2020 年度，公司在部分业务上加大了与重要供应商的战略合作，因此集中度呈上升趋势。

2、上下游是否存在关联关系

（1）公司前五名客户与前五名供应商是否存在关联关系

①2018 年度至 2020 年度，公司前五名客户与下游前五名供应商关联关系情况如下：

上游客户名称	是否与下游前五名供应商存在关联关系
客户 1	否
客户 2	否
客户 3	否
客户 4	否
客户 5	否
客户 6	否
北京京东世纪贸易有限公司	否
广州文明数码科技有限公司	否
广州市车智连电子有限公司	否
深圳市珈宝科技有限公司	否
巴彦（上海）网络科技有限公司	否
中国电信集团有限公司	注

上游客户名称	是否与下游前五名供应商存在关联关系
联强国际贸易（中国）有限公司	否
深圳市马路诚品信息科技有限公司	否
中国移动通信集团有限公司	否
XPLORA Technologies AS	否
中国联合网络通信有限公司	否
上海逸友网络信息技术有限公司	否
上海纵游网络技术有限公司	否
上海硬通网络科技有限公司	否
珠海欢聚互娱科技有限公司	否
天津云畅科技有限公司	否
江西贪玩信息技术有限公司	否
上海翼殿信息技术有限公司	否
APPLE INC	否
北京空中信使信息技术有限公司	否
上海赤月信息技术有限公司	否

注：公司向中国电信股份有限公司及其控制的公司销售智能硬件产品，同时向其采购带宽服务，属于不同业务板块基于各自的业务需求进行的购销活动。

②2018 年度至 2020 年度，公司前五名供应商与上游前五名客户关联关系情况如下：

下游供应商名称	是否与上游前五名客户存在关联关系
实际控制人控制的公司（除上市公司外）	否
浪潮电子信息产业股份有限公司	否
东莞市讯怡电子科技有限公司	否
中国电信股份有限公司	详见上表注释
上海嵩恒网络科技股份有限公司	否
深圳市卓翼科技股份有限公司	否
深圳市凯木金科技有限公司	否
中建三局集团有限公司	否
华为	否
北京空中信使信息技术有限公司	否

如上表所示，公司不同业务板块之间上下游客户及供应商重合的情况主要是中国电信股份有限公司及其控制的公司。

(2) 公司各业务板块上下游客户及供应商存在重合的情况

①互联网广告及服务

单位：人民币千元

年度	交易方名称	销售内容	销售金额	采购内容	采购金额	重合原因
2018年	客户1	互联网广告及服务	1,972,203	流量采购	103,838	注1
2019年	华为	互联网广告及服务	34,509	流量采购	222,430	注2

上表均为年度销售及采购金额大于 30,000 千元的客户及供应商。

注1：2018年，如问题1、一所述，客户1系公司2018年第一大客户，公司与其销售交易内容主要包括搜索类产品、无线类产品及导航类产品等。同时，公司向其控制的交易主体1.2进行流量采购，主要系对我方产品的推广。

注2：华为系知名手机生产商，2019年公司向其采购的流量主要系将公司自有产品预装至华为手机中，并向其支付流量采购费用。同时，公司向华为销售交易的内容主要包括搜索类产品、无线类产品及导航类产品等。

②智能硬件

单位：人民币千元

年度	交易方名称	销售内容	销售金额	采购内容	采购金额	重合原因
2020年	北京京东世纪贸易有限公司	智能硬件	368,565	市场推广费	37,228	注

上表均为年度销售及采购金额大于 10,000 千元的客户及供应商。

注：2020年，公司向北京京东世纪贸易有限公司旗下的京东商城销售的智能硬件产品主要包括行车记录仪、摄像机、路由器、扫地机器人、儿童手表等产品。同时，公司亦会通过上述商城进行在线推广，并向其支付市场推广费。

③互联网增值服务

单位：人民币千元

年度	交易方名称	销售内容	销售金额	采购内容	采购金额	重合原因
2019年	上海逸友网络信息技术有限公司	互联网增值服务	57,393	游戏分成款	10,400	注
2020年	上海逸友网络信息技术有限公司	互联网增值服务	24,277	游戏分成款	10,252	
2020年	上海硬通网络科技有限公司/霍尔果斯星辉网络科技有限公司	互联网增值服务	22,477	游戏分成款	13,720	
2020年	北京空中信使信息技术有限公司	互联网增值服务	11,103	版权金/IP/MG、技术许可费	299,678	

上表均为年度销售及采购金额大于 10,000 千元的客户及供应商。

注：公司向上述公司的销售主要系代理模式下，公司与游戏平台公司的合作，由于上述游戏平台公司负责游戏的推广和充值服务，因此其按照合作协议约定的分成比例同三六零进行业务结算。在不同游戏下，公司亦会同游戏发行商及游戏平台合作，作为游戏平台向其提供互联网增值服务。此外，公司亦在 2020 年度同北京空中信使信息技术有限公司合作运营游戏。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、获取并查阅 2018 年度、2019 年度及 2020 年度公司与前五名客户及供应商签订的主要销售协议及采购协议等；

2、检查各板块业务近三年前五名客户收入金额、应收或应付款项余额，与年度审计中获取的信息进行核对；

3、通过公开信息查询近三年公司前五名客户及供应商的工商信息，检查其与公司之间是否存在关联关系；

4、询问公司管理层及相关业务人员，了解近三年前五名客户及供应商发生变化的原因、金额和集中度变动趋势的原因及对相关业务的影响等信息。

二、核查意见

经核查，我们认为，公司上述关于 2018 年度、2019 年度及 2020 年度前五名客户及供应商的说明与我们了解到的信息一致。

问题 2：根据年报及重组报告书，2016 年至 2020 年公司互联网广告及服务业务营业收入分别为 59.23 亿元、91.15 亿元、106.58 亿元、97.25 亿元、75.12 亿元，毛利率分别为 79.28%、81.43%、73.78%、72.00%、70.10%；2017 年至 2020 年相应收入预测数分别为 87.90 亿元、99.79 亿元、113.45 亿元、120.92 亿元，毛利率预测数分别为 78.87%、79.04%、79.22%、79.30%。公司广告业务 2018 年起毛利率出现下降并低于预测数，2019 年起收入出现下滑并低于预测数。请公司：（1）补充披露重组上市前后 PC 端和移动端的广告业务收入及主要产品的月活跃用户数、用户使用时长、市场渗透率等反映广告价值的运营数据，如有较大变化请说明原因；（2）补充披露重组上市前后按广告直接客户和广告代理客户分类的收入情况，外购流量成本等具体成本结构项目及金额，如有较大变化，分析原因及合理性；（3）结合需求端及成本端变化，量化分析近年广告业务呈现前述变化的原因，说明相关因素对公司盈利能力的影响及应对措施。请会计师发表意见。

公司回复：

一、补充披露重组上市前后 PC 端和移动端的广告业务收入及主要产品的月活跃用户数、用户使用时长、市场渗透率等反映广告价值的运营数据，如有较大变化请说明原因；

（一）重组上市前后 PC 端和移动端的广告业务收入情况

单位：人民币千元

类别	项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
PC 端广告收入	销售收入	5,679,598	7,187,657	7,811,462	6,898,917	4,586,058
	占比 (%)	75.60	73.91	73.29	75.69	77.43
移动端广告收入	销售收入	1,832,821	2,537,112	2,846,830	2,215,784	1,336,786
	占比 (%)	24.40	26.09	26.71	24.31	22.57
合计		7,512,419	9,724,769	10,658,292	9,114,701	5,922,844

2016 年至 2020 年公司重组上市前后，三六零 PC 端广告与移动端广告业务收入占比基本保持 3:1 的比例，变动趋势基本一致。同时，广告业务收入于 2016 年至 2018 年增速放缓，于 2019 年至 2020 年同比有小幅下滑。

(二) 重组上市前后 PC 安全产品和移动安全产品各自的市场占有率、月活跃用户数、市场渗透率、月度总运行时间等运营数据情况

产品		项目	2020 年	2019 年	2018 年	2017 年	2016 年
PC 端	360 搜索	月度覆盖用户数 (万人)	32,589	33,086	34,383	34,506	30,586
		市场渗透率	67.78%	67.58%	66.80%	65.70%	58.50%
		月度总有效使用时长 (万小时)	9,671	9,961	9,839	10,624	10,999
	360 安全卫士	月度覆盖用户数 (万人)	48,242	49,081	50,477	49,254	48,557
		市场渗透率	96.10%	95.38%	95.43%	92.14%	91.17%
		月度总有效使用时间 (万小时)	82,940	91,463	102,750	102,057	85,353
		月度总运行时长 (万小时)	7,936,767	7,355,877	7,591,142	7,717,382	8,243,572
	360 杀毒	月度覆盖用户数 (万人)	39,600	40,146	41,186	39,999	39,288
		市场渗透率	78.88%	78.01%	77.87%	74.82%	73.76%
		月度总有效使用时间 (万小时)	20,902	21,852	26,562	28,087	24,867
		月度总运行时长 (万小时)	10,802,572	9,667,864	9,508,500	10,201,800	11,251,082
	360 安全浏览器	月度覆盖用户数 (万人)	40,831	40,806	39,936	40,342	38,495
市场渗透率		81.3%	79.3%	75.50%	75.50%	72.30%	
月度总有效使用时间 (万小时)		822,026	851,314	895,391	889,470	943,591	
月度总运行时长 (万小时)		17,745,994	16,011,191	14,859,530	15,165,659	14,999,542	
移动端	360 手机卫士	月度活跃用户数 (万人)	15,215	17,125	17,349	16,988	16,143
		活跃渗透率	13.18%	15.09%	15.64%	15.66%	15.82%
		月度总运行时长 (万分钟)	4,366,435	3,990,020	3,640,208	2,043,059	2,078,422
	360 手机助手	月度活跃用户数 (万人)	15,100	16,505	15,235	13,265	11,393
		活跃渗透率	13.08%	14.54%	13.74%	12.50%	12.10%
		月度总运行时长 (万分钟)	627,843	663,433	631,876	290,135	198,181
	360 清理大师	月度活跃用户数 (万人)	7,568	10,411	9,177	7,827	3,872
		活跃渗透率	6.55%	9.17%	8.27%	7.40%	4.00%
		月度总运行时长 (万分钟)	378,436	623,766	464,672	195,916	45,199

注：1、PC 端数据、统计口径来源为艾瑞咨询；移动端数据、统计口径来源为 QuestMobile；

2、PC 端产品：

(1) 月度覆盖人数：该网站、软件在该月的独立访问用户总数，用户重复访问不重复统计；

(2) 市场渗透率：该网站、软件月度覆盖人数/该类所有网站/软件总月度覆盖人数；

(3) 月度总有效使用时间：该月中，用户使用该软件的有效使用时间总和；

(4) 月度总运行时间：该月中，用户运行该网站/软件的时间总和。

3、移动端产品：

(1) 月度活跃用户数：每月启动过该 App 的用户数；

(2) 活跃渗透率：每月该 App 的活跃用户数占全网活跃用户数的比例；

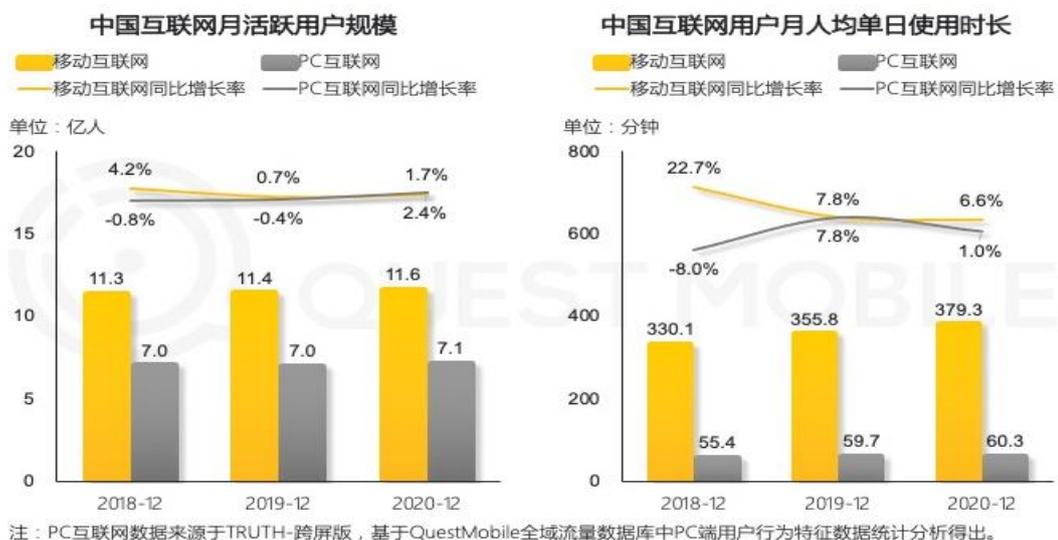
(3) 月度总运行时长：每月所有用户启动该 App 所消耗的总实际有效使用时长。

2016 年至 2020 年，PC 端产品中，360 安全浏览器月度覆盖用户数和月度总运行时长基本呈平稳增长趋势，360 安全卫士及 360 杀毒月度总有效使用时长呈缓慢下降趋势；移动端产品的月度活跃用户数、活跃渗透率、月度总运行时长等指标自 2016 至 2019 年期间呈增长趋势，2020 年出现下滑。

(三) 三六零互联网广告及服务变化的原因及合理性

1、市场用户规模的增速放缓

根据 CNNIC 和 QuestMobile 等权威数据显示，截至 2020 年 12 月，我国网民规模达 9.89 亿，互联网普及率达 70.4%，网民手机上网比例达 99.7%。随着互联网和移动互联网的大范围普及，2018 年至 2020 年，中国 PC 和移动互联网的月活跃用户规模及用户月人均单日使用时长已成总体稳定态势，增长率趋缓。受新冠疫情的影响，2020 年短视频、网络直播、网络支付和网络购物的用户规模增长最为显著，增长率均在 10% 以上，搜索引擎、浏览器以及其他工具类应用产品的用户活跃度及用户使用时长被进一步挤压，从而也导致公司 PC 端及移动端安全产品的用户活跃度、运行时长等指标发展呈现放缓趋势。



Source: QuestMobile TRUTH 中国移动互联网数据库 2020年12月

2、互联网广告市场增速放缓、竞争激烈

根据艾瑞咨询中国网络广告核心数据显示，2019年中国网络广告市场规模达6,464亿元，2016年至2019年期间，网络广告市场规模逐年增长，但增长率由32.1%平稳降至30.2%。2020年，受新冠疫情和整体经济环境下行影响，广告主投放预算大幅收紧，互联网广告市场增速进一步放缓，广告市场流量红利消退。近年来互联网广告的大客户集中在游戏、电商、互联网金融、汽车、快消品等领域，广告主预算更多地向营销运营、内容营销分配转移，更加注重营销效果。2020年度，受疫情影响，互联网流量进一步向移动端倾斜，广告投放预算也显著向短视频、直播等平台倾斜，信息流对广告推动效果仍旧十分明显，相关行业巨头市场份额占比逐步扩大，对传统互联网广告商形成较大冲击，行业竞争进一步加剧。

基于自身应用产品形态，三六零在PC端广告市场具有更为显著的优势，互联网广告销售收入也主要来自于PC端，受上述因素综合影响，2017年至2018年，公司广告业务收入增速由54%降至17%；2019年至2020年，广告业务收入呈逐年下滑趋势。

二、补充披露重组上市前后按广告直接客户和广告代理客户分类的收入情况，外购流量成本等具体成本结构项目及金额，如有较大变化，分析原因及合理性；

（一）重组上市前后按广告直接客户和广告代理客户分类的收入情况

单位：人民币千元

项目	2020年	2019年	2018年	2017年	2016年	
广告直接客户	收入	1,396,061	1,695,613	2,098,305	2,527,461	1,942,874
	占比(%)	18.58	17.44	19.69	27.73	32.8
广告代理客户	收入	6,116,358	8,029,156	8,559,987	6,587,240	3,979,970
	占比(%)	81.42	82.56	80.31	72.27	67.2
合计	7,512,419	9,724,769	10,658,292	9,114,701	5,922,844	

2016年至2020年，广告直接客户收入及占比总体均呈下降趋势；广告代理客户收入及占比总体呈波动上升的变化趋势。

三六零来自代理商客户的收入占比逐年上升，主要原因如下：

1、随着网络普及率的逐年提升，越来越多的客户选择将更多的广告预算投放到互联网和移动互联网，催生网络广告媒体形式日趋多样化，客户通常会选择多种媒体投放渠道进行组合营销以提高营销效果，因此，相较于亲自、逐一对接各种投放媒体，客户更倾向于选择专业的广告代理商提供整体营销解决方案、制定媒体采购计划、执行广告投放等服务，在提升营销效果的同时，降低了客户的投放沟通及人员成本；

2、从公司角度而言，最终客户通过代理商进行广告投放已成为行业惯例，代理商客户在协助公司进一步开拓最终客户方面有良好的促进效果，公司与专业水平较高的代理商客户进行业务对接，大幅提升了公司的运营效率，节省了人员成本。

（二）外购流量成本等具体成本结构项目及金额

单位：人民币千元

项目		2020年	2019年	2018年	2017年	2016年
TAC-流量获取成本	金额	1,869,585	2,148,712	2,290,219	1,027,276	830,257
	占比（%）	83.23	78.92	81.95	60.68	67.66
带宽	金额	222,599	231,191	245,120	228,436	119,760
	占比（%）	9.91	8.49	8.77	13.49	9.76
折旧	金额	117,167	137,924	157,990	165,771	218,931
	占比（%）	5.22	5.07	5.65	9.79	17.84
人员成本	金额	34,941	56,001	52,960	38,794	25,495
	占比（%）	1.56	2.06	1.90	2.29	2.08
其他	金额	1,937	148,948	48,202	232,597	32,738
	占比（%）	0.08	5.46	1.73	13.75	2.66
合计		2,246,229	2,722,776	2,794,491	1,692,874	1,227,181

重组上市前后，公司广告业务成本总体呈波动趋势，2016年至2018年稳定增长，自2019年起，公司进行更为积极的成本控制策略，开展精细化运营，进一步降本增效，广告业务成本呈下降趋势。

三六零作为互联网公司，在精细化运营自有流量的同时，也会通过外购流量的方式，进一步推广自身产品和业务、拓展新用户。公司流量获取成本自2018年大幅增长，并自2019年以来逐年稳步缩减，主要原因如下：

1、公司积极进行成本控制，开展精细化运营，在实现推广效率提升的同时，确保流量获取等相关成本同比进一步缩减。此外，2020年受新冠疫情影响，公司互联网广告及服务收入降幅扩大，也导致外购流量成本同比出现下降。

2、依托高渗透率的国民级应用产品，以及十余年来在网络安全领域的不懈深耕，公司已积累了海量的用户基础，通过自有流量的深耕及运营，公司推出的新产品、新业务可以得到更为迅速地推广和拓展，从而降低了成本。

综上，流量获取相关成本近年来呈下降趋势，但由于其对稳固公司活跃用户量、提升广告业务收入等方面仍起到积极的促进作用，因此在广告业务总成本的占比始终稳定在80%左右。相较流量成本而言，其他成本执行了更为严格的管控节流措施，成本金额下降的趋势更为显著。

三、结合需求端及成本端变化，量化分析近年广告业务呈现前述变化的原因，说明相关因素对公司盈利能力的影响及应对措施。

(一) 广告业务呈现的变化情况及原因

1、近年广告业务呈现的变化情况

2016年至2018年，三六零广告业务收入总体呈增长趋势，增长率有所下滑，2019年至2020年广告业务收入出现下滑趋势，并低于重组上市时预测数。2018年起相关业务毛利率出现下降并低于重组上市时预测数。流量获取等相关成本金额的变化与收入变化趋势基本一致，在2018年出现峰值，其中近三年外购流量成本在成本构成中的占比均稳定在80%左右。

2、变化原因

(1) 近年宏观经济下行，且受新冠疫情等突发事件影响，互联网广告市场增速持续放缓，互联网广告投放预算进一步削减，对广告市场环境、上下游企业经营状况等有一定影响；此外，新兴市场竞争对手的出现，挤压市场份额，市场竞争加剧，广告投放重心进一步向信息流、短视频、直播等创新平台倾斜，广告投放更加注重效果，且不断向头部平台集中；

(2) 艾瑞咨询报告数据显示，2019年信息流广告市场规模超1,700亿元，2020年仍将保持较高的年增长率，增速远超其他类型广告。信息流广告可较好地平衡商业效果和用户体验，成为更受广告主及用户青睐的形式，也是公司近年来大力发展的广告业务之一。三六零导航、搜索、浏览器等产品均积极向信息流化、内容化方向转型，率先创造了PC端信息流环境。但由于移动端产品偏向于工具型，活跃渗透率、运行时长等指标远低于PC端产品，需要通过外购流量等推广方式进一步拓展用户数、提升使用时长，因此2018年起，公司大幅增加了外部流量采购，且在后续年度降本增效的经营策略下，稳步调减流量获取成本，确保公司产品运营情况保持稳定水平。

(二) 公司经营稳定，具有持续盈利能力

三六零的主营业务为互联网安全技术的研发、互联网安全产品的设计、研发、推广，以及基于互联网安全产品的互联网广告及服务、互联网增值服务和智能硬件业务等商业化服务。自设立以来，三六零通过提供免费的安全产品和服务聚集了大量的用户并因此获得了海量的流量资源。在此基础上，通过互联网广告和互联网增值服务等业务进行商业化变现，获取收入和利润。同时，通过商业化业务获得的盈利，对安全业务进行反哺，

最终实现可持续发展。经过多年的发展，三六零持续盈利，上述商业模式得到了充分验证，三六零也借此成为中国领先的互联网公司。

（三）相关因素对公司盈利能力的影响及应对措施

面对复杂的市场环境、激烈的行业竞争和突如其来的疫情事件，公司积极尝试业务创新及转型，采用多种策略和形式继续稳固自身在 PC 端、移动端和竞价广告市场的优势地位。公司通过完成升级产品业务推进了平台转型，尝试挖掘新的业务增长点来精准匹配用户需求，加大重点行业拓展以持续扩展客户规模等。

未来公司将发挥在 PC 端的流量规模优势，加强在移动端的投入及产品创新，在短视频、信息流等内容型应用产品上再发力，力争打造自有私域流量池。智慧商业方面，公司将继续围绕创新平台、智能营销、企业服务三大业务布局，根据用户兴趣实现更加个性化的内容和服务推荐，满足企业客户提升变现效率的需求；进一步深耕垂直行业，针对具体行业的特点，提供更加精细化的营销解决方案；加强企业服务能力，充分利用自身资源为客户提供思维升级、实战锤炼、资源赋能、交易增长等全方位服务，助力企业客户加速数字化业务转型，打造共生共长的开放生态，多维度赋能企业发展。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问管理层及相关业务人员，了解 2016 年至 2020 年公司互联网广告及服务业务中主要产品的运营情况及其变动的的原因；

2、获取并检查公司按广告直接客户和广告代理客户列示的收入明细表及广告业务成本按结构项目拆分的明细表，并与年度审计中获取的财务信息进行核对；

3、询问管理层了解 2018 年度、2019 年度及 2020 年度互联网广告及服务收入及外购流量成本变动的的原因。

二、核查意见

经核查，我们认为，公司上述关于广告业务收入和成本及其变动原因的相关说明与我们了解到的信息一致。

问题 3：根据年报及重组报告书，2016 年至 2020 年公司以游戏业务为主的互联网增值服务业务营业收入分别为 26.24 亿元、16.98 亿元、11.78 亿元、9.58 亿元、11.34 亿元，2017 年至 2020 年相应收入预测数分别为 20.52 亿元、22.87 亿元、26.90 亿元、31.68 亿元。请公司补充披露：（1）重组上市前后游戏运营平台情况及手游、页游、端游等不同游戏种类的收入金额及运营数据，包括但不限于游戏数量、月均付费用户数、月均活跃用户数、月均 ARPU，如有较大变化请说明原因；（2）游戏相关业务模式、公司所处的产业链环节、近年是否发生较大变化及原因，分析说明公司互联网增值服务业务收入 2017 年起开始低于预测数、2018 年起出现明显下滑的原因，对公司盈利能力的影响及应对措施。请会计师发表意见。

公司回复：

一、重组上市前后游戏运营平台情况及手游、页游、端游等不同游戏种类的收入金额及运营数据，包括但不限于游戏数量、月均付费用户数、月均活跃用户数、月均 ARPU，如有较大变化请说明原因。

1、游戏业务概述

360 游戏是集游戏研发、发行、运营、推广和服务为一体的综合游戏资源平台，拥有运营包括页游、端游、移动端在线游戏、单机游戏分发等全品类互联网游戏的能力，三六零目前在整个互联网游戏产业链中主要承担网络游戏平台角色，主要负责游戏与最终用户之间的对接，利用自有玩家资源，并通过协调游戏开发商、发行推广商和充值支付渠道等各种资源，进行游戏的运营、维护，并完成用户充值和收益结算等业务。

公司游戏运营平台包括 360 手机助手（手游）、360 游戏大厅 wan.360.cn（页游、端游）和 www.youxi.com（页游、端游），出于业务聚焦等自身经营调整原因，Youxi 平台相关用户及业务自 2019 年起逐渐向 wan 平台转移，其他平台处于正常运营状态。

2、分类数据说明

三六零手游业务的相关运营各期指标具体情况如下：

类别	年份	收入 (千元)	游戏数量 (个)	月均付费用户数 (万人)	月均活跃用户数 (万人)	月均 ARPU (元)
手游	2016 年	1,603,382	2,679	80.38	1,117.13	23.15
	2017 年	1,061,795	2,820	52.68	840.42	16.80
	2018 年	680,882	2,371	45.53	842.27	12.83
	2019 年	429,444	1,933	28.71	499.62	16.13
	2020 年	298,917	1,398	19.14	320.27	18.54

注：游戏数量、月均付费用户数、月均活跃用户数、月均 ARPU 等业务数据仅反映公司自有平台的运营情况。

近年来随着移动互联网的普及及智能手机厂商的格局变化，中国手游市场规模逐年增长。面对新的行业现状，公司积极布局手游市场，对手游联运平台进行调整，并组建了重点联运小组，通过着重维护头部精品游戏，为重点厂商提供优质服务等方式，保证了每用户平均收入水平，实现了联运的整体稳定，并在一定程度上锻炼和积累了运营能力，进一步促进了独家代理业务的开展。由于上述公司策略的转变，自 2018 年以来，公司逐渐集中于重点手游业务，在月活下降的情况下，ARPU 因精细化运营而提升，从而减缓收入下滑。

三六零页游业务的相关运营各期指标具体情况如下：

类别	年份	收入 (千元)	游戏数量 (个)	月均付费用户数 (万人)	月均活跃用户数 (万人)	月均 ARPU (元)
页游	2016 年	993,275	385	23.89	414.68	27.22
	2017 年	596,463	477	18.91	292.75	25.90
	2018 年	464,735	556	10.42	205.08	25.77
	2019 年	501,161	531	8.69	188.94	24.59
	2020 年	482,084	471	7.70	233.09	19.35

注：游戏数量、月均付费用户数、月均活跃用户数、月均 ARPU 等业务数据仅反映公司自有平台的运营情况。

页游方面，在整个页游市场下滑的行业背景下，公司主动筛选游戏和投放渠道以提升运营效率，通过增加 H5、跨端游戏业务分支、独家代理优质游戏外放相关平台，对当前业务进行补充。2018 年至 2019 年，公司页游整体发展优于行业趋势，联运和独家代理表现处于行业领先地位，但是受页游行业整体下滑因素影响，活跃用户和付费用户均有所下降。2020 年，由于疫情放假时间延长及居家办公等影响，月均活跃用户数较 2019 年有所上升，但付费用户人数并未上升，导致月均 ARPU 有所下降。

三六零端游业务的相关运营各期指标具体情况如下：

类别	年份	收入 (千元)	游戏数量 (个)	月均付费用户数 (万人)	月均活跃用户数 (万人)	月均 ARPU (元)
端游	2016 年	16,420	11	0.64	10.51	14.40
	2017 年	33,820	14	1.23	24.07	25.23
	2018 年	30,030	12	0.87	27.79	16.79
	2019 年	26,540	9	0.63	14.96	28.63
	2020 年	281,216	12	13.93	75.65	62.46

注：游戏数量、月均付费用户数、月均活跃用户数、月均 ARPU 等业务数据仅反映公司自有平台的运营情况。

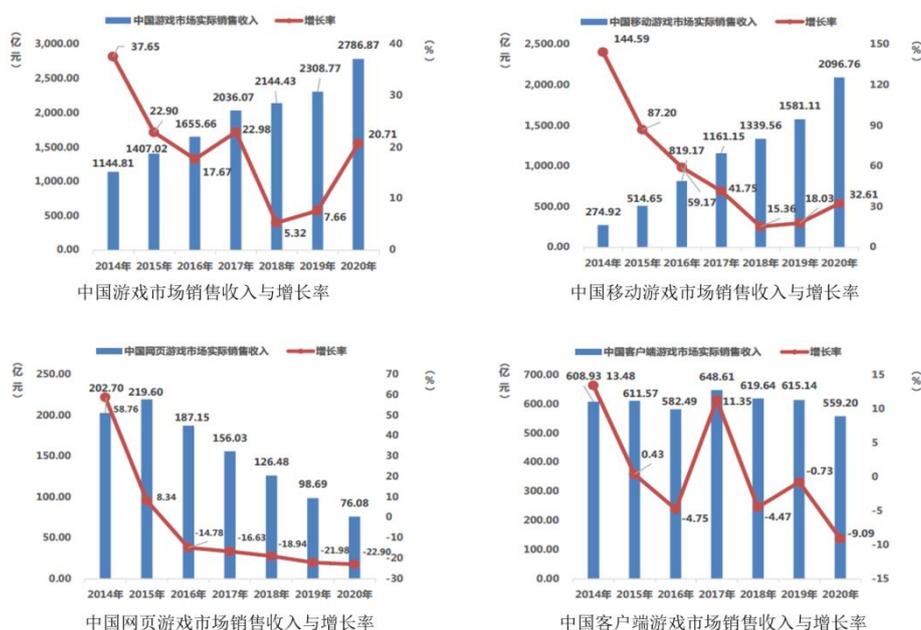
公司端游业务收入在游戏业务中占比较小，公司正在加强端游业务的发展，已完成对相关团队的调整和业务的梳理。2019 年，公司与海外知名游戏研发商开展战略合作，引入具有较高用户基础的精品端游产品，实现了 2020 年端游数据的高速增长。

二、游戏相关业务模式、公司所处的产业链环节、近年是否发生较大变化及原因，分析说明公司互联网增值服务业务收入 2017 年起开始低于预测数、2018 年起出现明显下滑的原因，对公司盈利能力的影响及应对措施。

我国网络游戏行业产业链主要包括：上游——研发商；中游——发行商及运营商；下游——渠道商；以及终端用户。其中发行商、运营商主要参与游戏的发行、运营和推广；而游戏渠道商的范围较广，包含各大游戏平台、应用市场等，是连接发行商和用户之间的桥梁。

在整个行业格局和政策影响的背景下，公司伴随外部形势对游戏业务战略布局不断调整升级。2016 年公司在行业处于联运渠道平台，2017 年起以联运业务为主，逐步向独家代理和自研模式的自有内容转型。通常而言，联运渠道处于产业链下游，同一款游戏可在多个联运平台上线发行；而独家代理商处于产业链中游，向上可与游戏研发商合作，拥有独家代理发行权，向下可对接多个联运渠道。向自研、独家代理、联运一体化方向转型后，可打通网络游戏全产业链，进一步提升品牌影响力及市场份额。

游戏工委（GPC）《2020 年中国游戏产业报告》数据显示，中国游戏产业近年来销售收入持续增长，其中移动游戏销售收入在细分市场占比较大并逐年上升，而网页游戏的市场规模呈显著下降趋势，端游市场销售收入规模相对保持稳定，增长率呈波动下滑趋势。具体详见下图：



随着移动互联网的普及和智能手机厂商的格局变化，手游市场的销售收入逐年快速提升，规模甚至远超页游与端游总和，手游的发行渠道也不再局限于传统游戏平台及应用市场，抖音、快手、微博等各类流量软件均已具备游戏分发能力。公司最初主要以联运为主的业务模式受到较大影响，导致 2016 年至 2018 年期间，在游戏业务中占比最高的手游相关收入出现较大幅度下滑。

此外，游戏行业自 2018 年 3 月起面临更为严格的发行政策调整，广电总局官网显示，2018 年游戏版号发放数量由 2017 年的九千余个下降至两千余个，游戏平台的产品储备严重不足，新游戏的推出速度大幅减缓。公司自 2017 年起逐渐拓展独家代理、自研等业务模式，受行业环境影响，独家代理游戏的数量很难达到预期水平，长期缺少新游戏上线；此外，由于游戏开发及版号获取的周期较长，自研模式难以有效缓解公司游戏储备不足的情况。

综上所述，因外部市场环境、产业政策出现重大变化，公司手游业务推进受到较大阻力，而手游业务在公司互联网增值业务中占比较大，进而导致互联网增值业务收入低于预期并呈下滑趋势。

面对目前的行业态势和市场格局，公司采取了以下应对措施：

- 1、由传统的联运模式向自研、独家代理、联运一体化方向转型，依托原联运平台

积累的用户优势,加强精细化运营;独家代理选择海内外优质大作,走精品化发行路线;着重发展自研业务,成为集研发、发行、渠道一体的综合游戏服务商。

2、走多端融合路线,借助公司PC端优势,把部分手游转为端游,由公司作为联运方,增强公司的盈利能力。

3、相较于国内市场,海外市场空间更为广阔,公司将在独家代理和自研方面持续发力,积极布局海外游戏市场,加速游戏出海,大力开拓新兴市场。

会计师核查意见:

一、核查程序

1、询问公司管理层及相关业务人员,了解2016年至2020年公司游戏业务收入、游戏相关业务模式、公司所处的产业链环节及其变动的的原因,以及互联网增值服务业务收入自2017年起下降的原因;

2、获取并检查公司按手游、页游及端游所列示的收入明细表,并与年度审计中获取的财务信息进行核对;

二、核查意见

经核查,我们认为,公司上述关于游戏业务收入及其变动原因的相关说明与我们了解到的信息一致。

问题 4：根据年报及重组报告书，2016 年至 2020 年公司智能硬件业务营业收入分别为 8.04 亿元、10.99 亿元、10.15 亿元、16.76 亿元、21.42 亿元，毛利率分别为 9.85%、20.74%、17.77%、14.98%、18.35%，2017 年至 2020 年相应收入预测数分别为 9.65 亿元、11.58 亿元、13.9 亿元、15.29 亿元，毛利率预测数分别为 14.61%、17.50%、20%、20%。请公司：（1）补充披露重组上市前后各品类下主要智能硬件产品的销售数量、销售收入及毛利率，并结合业务模式、具体成本结构项目及金额，分析说明近年智能硬件业务毛利率波动较大、2019 年起低于预测数的原因；（2）补充披露智能硬件产品的销售模式及各主要销售渠道的收入情况，是否为直接销售给最终用户，如为重组上市后新拓展的销售渠道请作相应说明；（3）结合问题 1—3 的核查情况，说明涉及业务板块各期的收入确认政策和时点是否发生变化，各期收入确认的准确性。请会计师发表意见。

公司回复：

一、补充披露重组上市前后各品类下主要智能硬件产品的销售数量、销售收入及毛利率，并结合业务模式、具体成本结构项目及金额，分析说明近年智能硬件业务毛利率波动较大、2019 年起低于预测数的原因；

（一）补充披露重组上市前后各品类下主要智能硬件产品的销售数量、销售收入及毛利率

2016 年至 2020 年公司主要智能硬件产品的销售数量、销售收入及毛利率情况如下：

项目	年度	产品 1	产品 2	产品 3	产品 4	产品 5
销量（千台）	2016	1,030	1,017	1,065	-	-
	2017	2,250	1,095	1,691	-	-
	2018	1,202	1,208	1,694	-	1,141
	2019	1,731	1,795	2,014	96	6,885
	2020	1,165	2,860	1,690	179	7,699
收入（千元）	2016	215,357	159,691	336,670	-	-
	2017	384,305	183,374	493,418	-	-
	2018	222,409	165,891	509,706	-	97,005
	2019	362,950	259,882	499,253	106,542	425,636
	2020	302,594	385,919	444,097	219,648	712,057
毛利率区间	-	9%-22%	13%-30%	7%-24%	20%-28%	5%-21%

注：公司于 2018 年开始规模销售产品 5，于 2019 年开始规模销售产品 4，在此处列示了产品 5 和产品 4 形成规模销售的数据信息，因涉及公司重要商业信息，上表中相关产品名称用产品 1—产品 5 代替。

(二) 结合业务模式、具体成本结构项目及金额, 分析说明近年智能硬件业务毛利率波动较大、2019 年起低于预测数的原因

1、公司智能硬件业务模式、成本构成项目及金额

公司主要通过 OEM 方式生产儿童智能手表、行车记录仪、智能摄像机、扫地机器人、路由器等产品。公司负责设计、研发等, 除核心元器件由公司负责采购外, 其他部分的零部件、制造则采用外协加工方式。公司依据外协厂商提供的物料成本和加工费来确定外协加工产品的采购价格。公司在按照合同约定的质量标准验收后, 按照购入的实际成本列入存货科目。在相关产品销售时, 经购货方确认收货后, 以移动加权平均法将销售存货的成本计入营业成本, 因此智能硬件产品的成本为结转的存货成本。

2、智能硬件业务毛利率波动较大、2019 年起低于预测数的原因

2016 年至 2020 年公司的智能硬件业务毛利率情况如下:

单位: 人民币千元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
营业收入	804,454	1,098,810	1,014,681	1,676,258	2,141,773
营业成本	725,205	870,918	834,389	1,425,089	1,748,690
毛利率	9.85%	20.74%	17.77%	14.98%	18.35%

2016 年至 2020 年公司的智能硬件产品毛利率波动主要集中体现为: 1) 2016 年和 2019 年毛利率水平相比较其他年份较低; 2) 2017 年、2018 年和 2020 年毛利率在 17.77% 至 20.74% 范围内, 保持相对稳定的水平。

2016 年毛利率较低主要是由于: 2016 年公司对产品 1 进行更新换代, 对旧款产品 1 通过降价的方式进行促销, 从而导致了智能硬件业务的整体毛利率有所下降。2019 年毛利率较低主要是由于: 2019 年公司加大对产品 5 的促销力度, 导致产品 5 毛利率较低, 从而导致智能硬件业务的整体毛利率有所下降。

自 2019 年开始, 芯片、屏幕、传感器等核心零部件价格开始逐渐上涨, 导致公司的智能硬件产品自 2019 年起实际毛利率低于预测值。

二、补充披露智能硬件产品的销售模式及各主要销售渠道的收入情况，是否为直接销售给最终用户，如为重组上市后新拓展的销售渠道请作相应说明

公司智能硬件的销售对象为经销商、运营商和最终用户，在销售对象完成验收并签字的时点即确认收入。其中，公司向经销商及运营商的销售均为卖断模式。

公司智能硬件的销售渠道可分为线上销售和线下销售。线上销售主要通过天猫、京东商城、苏宁易购等互联网电商平台进行；线下销售主要通过三大运营商、大型商店超市、3C 数码店等终端门店等进行。其中天猫旗舰店由公司自主运营，销售对象为最终用户；其余销售渠道的销售对象均为经销商和运营商。

三六零围绕自身在安全方面的独特优势开发智能硬件产品，凭借业界领先的产品安全性和稳定性，产品品类日趋多元。行车记录仪、摄像头等品类产品的市场占有率稳居行业前列，近年来线上及线下销售渠道逐步稳健拓展。在前期销售业务合作的基础上，2019 年至 2020 年，公司与中国联通围绕家庭安全应用达成战略合作、与中国移动正式达成智慧家庭生态战略合作、加入了中国电信翼起智家行动计划，同三大运营商均建立了稳定良好的合作关系；2020 年，公司扫地机器人、摄像头等产品加入华为智选生态，进一步拓宽了创新性销售渠道。此外，公司自 2019 年起积极开拓海外销售业务，发布定制化产品，聚焦优势区域，在亚马逊等知名平台拓展线上销售业务，并大力拓展线下平台、渠道，吸引了更广阔的用户群体。

2020 年度智能硬件业务前五名客户及销售渠道的收入情况如下：

单位：人民币千元

交易主体	销售渠道	销售对象是否最终用户	金额	占智能硬件收入比例
北京京东世纪贸易有限公司	线上销售	否	368,565	17%
中国电信集团有限公司	线下销售	否	260,466	12%
中国移动通信集团有限公司	线下销售	否	117,767	5%
XPLORA Technologies AS	线上销售	否	98,136	5%
中国联合网络通信有限公司	线下销售	否	78,742	4%

注：公司将同一控制人控制的客户作为同一客户合并列示。

三、结合问题 1—3 的核查情况，说明涉及业务板块各期的收入确认政策和时点是否发生变化，各期收入确认的准确性。

(一) 结合问题 1—3 的核查情况，说明涉及业务板块各期的收入确认政策和时点是否发生变化

2016 年至 2020 年，互联网广告及服务、智能硬件和互联网增值服务各期的收入确认政策和时点没有发生变化。各业务板块收入确认政策和时点如下：

1、互联网广告及服务

对于互联网广告及服务收入，根据合同中约定的结算方式：按固定费用结算的，在合同期内按直线法确认收入；按用户实际行为结算的(主要包括按点击次数、按展现数量或者按带来的销售量等)，按实际行为结算数量为基础计算确认收入。涉及商业折扣的，按照扣除商业折扣后的金额确定收入金额。

2、智能硬件

智能硬件在产品交付后，销售对象完成验收并签字的时点确认收入。

3、互联网增值服务

对于互联网游戏收入，根据协议约定，公司不承担游戏的主要运营责任，按照净额法确认收入，即以游戏币收入扣除给游戏开发商的分成款项后的余额确认收入。收入一般在游戏币的消耗时点确认；其中部分游戏，由于公司承担游戏内相关道具数据的维护责任，因此收入在道具的消耗时点确认。

(二) 各期收入确认的准确性

三六零主要业务类型包括互联网广告及服务、智能硬件和互联网增值服务，同一业务类型均按照相同的收入确认方法，收入确认时点符合会计准则规定，收入确认金额准确。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问公司管理层及相关业务人员，了解 2016 年至 2020 年公司智能硬件业务主要产品的销售收入、毛利率、业务销售模式及其变动原因，以及 2020 年度公司主要销售渠道的收入情况；

2、获取并查阅公司与主要客户之间签署的合同，评价收入确认的时点是否与业务流程相匹配，是否符合企业会计准则的规定；

3、获取并检查公司 2016 年至 2020 年智能硬件产品收入明细表及 2020 年度主要销售渠道收入明细表，并与年度审计中获取的财务信息进行核对；

二、核查意见

经核查，我们认为，公司上述关于智能硬件业务收入金额、毛利率及其变动原因的相关说明与我们了解到的信息一致。2016 年至 2020 年，公司各业务板块收入确认的政策及时点符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 5: 根据年报及相关公告, 重组标的三六零科技集团有限公司(以下简称三六零科技)的业绩承诺为 2017 年至 2020 年扣非后归母净利润分别不低于 22 亿元、29 亿元、38 亿元、41.5 亿元, 实际盈利数分别为 27.52 亿元、35.68 亿元、38.66 亿元、35.67 亿元。上市公司合并报表 2017 年至 2020 年扣非后归母净利润分别为 27.52 亿元、34.18 亿元、35.25 亿元、25.47 亿元, 低于三六零科技且差异逐渐增大。扣除三六零科技业绩, 上市公司整体合计亏损且亏损逐年增大。请公司说明相关原因及合理性, 是否存在实际归属于三六零科技的成本费用由上市公司其他主体承担的情况, 三六零科技的实际业绩核算是否会计准则规定, 业绩承诺实现情况是否准确。请会计师发表意见。

公司回复:

一、业绩承诺的基本情况

公司于 2017 年 11 月 2 日召开的第四届董事会第十一次会议及 2017 年 11 月 20 日召开的 2017 年第三次临时股东大会审议, 同意公司向三六零科技全体股东非公开发行 6,366,872,724 股人民币普通股, 每股面值人民币 1.00 元, 购买三六零科技 100%股权。本次发行经中国证监会于 2018 年 1 月 26 日核准并出具了《关于核准江南嘉捷电梯股份有限公司重大资产重组及向天津奇信志成科技有限公司等发行股份购买资产的批复》(证监许可[2018]214 号)。

本次发行股份购买资产所发行股份的定价基准日为公司第四届董事会第十一次会议决议公告日, 本次发行股份购买资产发行价格为经除权除息调整后的定价基准日前 20 个交易日公司股票交易均价的 90%, 为人民币 7.89 元/股。据此计算, 公司向三六零科技全体股东发行股份的数量合计 6,366,872,724 股。截至 2018 年 2 月 28 日, 经江苏省工商行政管理局核准股东变更申请, 本次重大资产重组向三六零科技全体股东发行的 6,366,872,724 股已全部发行完毕。

根据公司与三六零科技之全体股东签署的《业绩承诺及补偿协议》及《业绩承诺及补偿协议之补充协议》(以下合称“补偿协议”), 三六零科技之全体股东承诺本次重大资产重组实施完毕后, “标的资产在 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年度四年内实现的合并报表范围扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于 220,000 万元、290,000 万元、380,000 万元、415,000 万元。在 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年度任一年内, 截至当期期末累计实际实现净利润数不低于截至当期期末累计承诺净利润数。”

二、标的资产的界定范围

根据补偿协议的约定，本次业绩承诺的标的资产是三六零科技之全体股东持有的三六零科技 100% 股权。三六零科技主要从事互联网技术（特别是互联网安全技术）的研发及网络安全产品的设计、研发、运营，以及基于网络安全产品的互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件业务等商业化服务。三六零科技免费提供互联网安全和移动安全产品，为用户提供安全的互联网活动接入点和信息内容。由此，三六零科技积累了大量用户，在此基础上三六零科技将业务拓展至互联网广告及服务业务、互联网增值服务、智能硬件业务等业务领域。

于重组交易发生时点，三六零科技的业务包括互联网广告及服务、互联网增值服务及智能硬件销售，上述业务是三六零科技主营业务收入来源。因此，在计算三六零科技业绩承诺实现情况时，其界定范围是上述业务范围的延续。

三、安全业务的开展

2016 年 7 月 29 日，周鸿祎先生、天津奇信通达科技有限公司（为三六零科技的股东，于 2017 年 2 月与三六零科技吸收合并后注销）与齐向东先生、奇安信（原北京奇安信科技有限公司，现已更名为奇安信科技集团股份有限公司，以下简称“奇安信”）签署了《关于 360 企业安全业务之框架协议的执行协议》。根据协议第 6.2 条对业务及资产分拆及归属的约定，奇安信将从事针对企业类客户提供安全软硬件与安全服务的业务；未经其同意，三六零不得直接或间接从事前述业务。

2019 年 4 月，随着三六零转让其全部持有奇安信的股权，三六零与奇安信之间不再存在股权关系。周鸿祎先生、三六零及三六零科技与齐向东先生、奇安信共同签署《终止协议》，双方同意终止《关于 360 企业安全业务之框架协议的执行协议》。各方在原协议项下的权利和义务均不再享有或履行，各方亦无需承担原协议中的任何违约及/或赔偿责任。自此之后，三六零可以从事针对企业类客户提供安全软硬件与安全服务的业务。

2019 年 5 月，三六零宣布启动政企安全 3.0 战略，正式进军政企领域，开展相关商业化业务。公司将基于“360 安全大脑”，综合运用物联网、移动通信、人工智能、区块链、云计算、大数据、边缘计算、网络安全(IMABCDE-S)等核心技术，帮助客户应对高级别的网络攻击、提升实网防护能力，全力推动网络安全行业由传统的合规驱动向实战驱动和效果驱动升级。在开展互联网广告及服务、互联网增值服务、智能硬件等业务的基础上，三六零将这些业务所积累的核心安全能力应用到政企安全、城市安全等领域。

三六零拥有海量安全大数据、顶级安全专家团队以及长期实战中所积累的漏洞资源、威胁情报、攻防知识库等核心安全能力，并在此基础上构建了全球最大的分布式智能安全系统——“360 安全大脑”。经过在网络安全领域多年的深耕及积累，公司产品和服务适用的对象范围已从个人及家庭生活领域，逐步拓展到党政军企、城市、社会等领域，由网络空间安全逐步延伸至物理空间安全。

区别于传统合规驱动的网络市场，三六零着眼于更加蓝海的实战驱动、效果驱动市场。在网络威胁等级越来越高的背景下，公司致力于解决目前用户在网络安全实战过程中难以看见威胁和防御威胁等痛点，基于在大数据、云技术、人工智能、攻防能力、漏洞资源库、威胁情报和知识库等领域核心能力的积累，为客户在实战过程中提供有效防护，帮助客户有效提升实网攻防状态下的防护能力。

三六零从全国重点城市、重点行业和关键基础设施行业切入，逐步深入推进“大安全”战略。公司以网络安全产业基地为载体，通过“360 安全大脑”为客户提供威胁情报监测、高级威胁应对、实战攻防演练及人才培养等高级别的安全服务和产品。报告期内，公司已与部分直辖市开展城市级全方位的安全合作，为当地并辐射周边区域提供安全服务和运营。未来，公司将紧跟数字化发展趋势，为党政军企客户提供多维度的高端安全能力赋能，从实战应用角度帮助用户提升应对网络威胁的能力。

同时，新基建的大背景下，城市数字化、智能化的市场巨大。特别在近期一些重大事件面前，暴露出目前城市普遍响应能力不足，在应急响应、分析研判、指挥决策、综合治理等领域依然还有很大提升空间。基于三六零多年来在互联网行业所积累的大数据、云、人工智能、IoT 等技术，结合公司过去在网络空间安全领域所具备的丰富经验和应对能力，公司通过开展城市安全业务，应对城市物理空间中所遇到的安全威胁，提升城市在数字化背景下的综合治理能力。

三六零城市安全业务主要包括社区安全、校园安全、园区安全、应急管理、城市管理及公共安全等应用场景，通过自研及生态厂商合作，构建城市安全整体解决方案并扩展自身在物理空间安全的预警处置能力。公司与各地政府主管部门合力打造城市数字孪生平台，通过建设城市安全大脑，提供全面实时的事前预防预警、事中控制处置和事后分析回溯等能力，为建设新型数字孪生及智慧城市提供一站式、全场景、全方位的城市安全防护服务。

为配合政企安全业务的开展，公司下设成立了天津三六零安服科技有限公司、三六

零智慧科技（天津）有限公司等全资子公司（以下简称“政企实体”）用于承载政企安全业务，相关收入、成本及费用由政企实体单独核算。政企安全业务自 2019 年 4 月开展以来，已成功签署重庆市合川区 360 网络安全协同创新产业园一期项目合同（合同金额为 2.40 亿元）、天津市高新区网络安全协同创新产业基地项目 EPC 总承包项目合同（合同金额为 2.51 亿元）、苏州网络安全协同创新暨安全大脑项目（合同金额 2.61 亿元）等，但由于该业务仍处于发展初期，因此在 2019 年和 2020 年中政企实体仍处于亏损状态。

在形成《业绩承诺及补偿协议》以及重大资产重组定价计算时，三六零科技的盈利预测未包括政企安全业务。因此，在计算 2017 年度至 2020 年度重大资产重组业绩承诺实现情况时，标的资产不包括政企实体所承载的安全业务。

四、实际业绩承诺完成情况的计算

根据年报及相关公告，重组标的三六零科技 2017 年至 2020 年实际盈利数分别为 275,188 万元、356,789 万元、386,603 万元、356,656 万元。上市公司合并报表 2017 年至 2020 年扣非后归母净利润分别为 275,188 万元、341,850 万元、352,462 万元、254,677 万元。扣除重组标的三六零科技的业绩后，上市公司的其他实体于 2017 年度至 2020 年度的亏损分别为人民币 0 万元、14,939 万元、34,141 万元、101,979 万元，其中 2018 年度亏损主要为公司所承担的重组上市相关费用；2019 年度至 2020 年度亏损主要为政企安全业务于发展初期产生的经营亏损，以及三六零安全作为母公司发生的相关费用。

如上文所述，政企安全业务是三六零于 2019 年开始开展的新型业务，政企安全业务所产生的相关损益不计入标的资产业绩承诺的范围。同时，由于政企安全业务处于拓展阶段，公司于 2019 年和 2020 年持续投入研发，在 APT 研究、AI 流量检测及工业互联网和车联网安全领域不断探索及研究，并布局更多网络安全领域，全力打造“大安全”生态，致使业务投入大于收益，整体经营情况处于亏损状态。

公司已按照中国证券监督管理委员会颁布的《上市公司重大资产重组管理办法》(中国证券监督管理委员会令第 127 号)(以下简称“管理办法”)以及公司与三六零科技全体股东(即业绩承诺人)签署的《业绩承诺及补偿协议》及《业绩承诺及补偿协议之补充协议》的规定编制和列报了实际盈利数与承诺净利润差异情况说明。综上所述，公司于 2019 年起开展的政企安全业务由新成立的政企实体所承载，并独立核算相关收入、成本及费用。不存在实际归属于三六零科技的成本费用由上市公司其他主体承担的情况，三六零科技的实际业绩的核算符合会计准则规定，业绩承诺实现情况准确。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问管理层，了解业绩承诺标的的范围及扣除三六零科技业绩后上市公司整体合计亏损且亏损逐年增大的原因；

2、获取公司与三六零科技全体股东(即业绩承诺人)签署的《业绩承诺及补偿协议》及《业绩承诺及补偿协议之补充协议》，并检查管理层是否已按照上述协议恰当编制了三六零科技集团有限公司实际盈利数与承诺净利润差异情况说明；

二、核查意见

经核查，我们未发现公司存在实际归属于三六零科技的成本费用由上市公司其他主体承担的情况，相关说明与我们了解到的信息一致。

问题 6：年报显示，2016 年至 2020 年公司经营活动现金净流量持续减少，分别为 51.57 元、41.43 亿元、37.48 亿元、27.60 亿元、19.43 亿元。2020 年一至四季度营业收入分别为 22.50 亿元、27.21 亿元、30.02 亿元、36.41 亿元，归母净利润分别为 3.60 亿元、7.59 亿元、5.88 亿元、12.06 亿元，扣非后归母净利润分别为 3.39 亿元、5.85 亿元、5.72 亿元、10.50 亿元，经营活动现金流量净额分别为-0.38 亿元、3.48 亿元、8.06 亿元、8.27 亿元。请公司：（1）结合货款收回情况、采购支付情况、费用支付情况等，逐年分析各主要业务的现金流情况，说明经营活动现金流逐年减少的原因，相关因素是否具有持续性，以及对公司业务的影响；（2）2020 年公司各季度的收入和利润波动较大，尤其是第四季度，经营活动现金流环比变化较小，收入和利润环比增长明显，且上述情况与 2019 年情况存在差异，请说明出现前述情形的原因及合理性。请会计师发表意见。

公司回复：

一、结合货款收回情况、采购支付情况、费用支付情况等，逐年分析各主要业务的现金流情况，说明经营活动现金流逐年减少的原因，相关因素是否具有持续性，以及对公司业务的影响；

2016-2020 年度，公司经营活动现金流量主要数据如下：

单位：人民币千元

经营活动产生的现金流量	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度
销售商品、提供劳务收到的现金	10,003,286	13,755,398	15,596,446	14,671,565	13,852,887
收到的税费返还	15,685	2,330	2,624	5,345	5,396
收到其他与经营活动有关的现金	4,982,951	1,322,051	469,067	697,004	439,411
经营活动现金流入小计	15,001,922	15,079,779	16,068,137	15,373,914	14,297,694
购买商品、接受劳务支付的现金	6,344,383	5,953,258	7,319,805	7,099,499	7,340,761
支付给职工以及为职工支付的现金	1,739,090	2,169,382	2,510,461	2,687,295	3,075,124
支付的各项税费	651,523	1,490,764	1,428,475	1,694,066	1,030,583
支付其他与经营活动有关的现金	1,110,186	1,323,846	1,061,601	1,133,125	908,256
经营活动现金流出小计	9,845,182	10,937,250	12,320,342	12,613,985	12,354,724
经营活动产生的现金流量净额	5,156,740	4,142,529	3,747,795	2,759,929	1,942,970

2016 年至 2020 年，公司经营活动现金流量净额分别为 5,156,740 千元、4,142,529 千元、3,747,795 千元、2,759,929 千元、1,942,970 千元。

经营活动现金流逐年减少的分析如下：

1、2016 年同 2017 年比较

单位：人民币千元

经营活动产生的现金流量：	2016 年度	2017 年度	变动
销售商品、提供劳务收到的现金	10,003,286	13,755,398	3,752,112
收到的税费返还	15,685	2,330	(13,355)
收到其他与经营活动有关的现金	4,982,951	1,322,051	(3,660,900)
经营活动现金流入小计	15,001,922	15,079,779	77,857
购买商品、接受劳务支付的现金	6,344,383	5,953,258	(391,125)
支付给职工以及为职工支付的现金	1,739,090	2,169,382	430,292
支付的各项税费	651,523	1,490,764	839,241
支付其他与经营活动有关的现金	1,110,186	1,323,846	213,660
经营活动现金流出小计	9,845,182	10,937,250	1,092,068
经营活动产生的现金流量净额	5,156,740	4,142,529	(1,014,211)

2017 年经营活动产生的现金流量净额同比下降 10.14 亿元，其中：1) 销售商品、提供劳务收到的现金增加 37.52 亿，主要是由于互联网广告及服务收入同比增加 31.92 亿元导致经营活动现金流入增加；2) 其他与经营活动有关现金流入净减少 38.75 亿元，主要是由于 2016 年筹备重组上市，公司拆分奇安信等原子公司形成的经营活动往来款项所致；3) 购买商品、接受劳务支付的现金同比减少 3.91 亿元，主要是游戏业务收入下降，相应导致成本下降；4) 支付给职工及为职工支付的现金增加 4.30 亿元，主要是由于人员变动及年度调薪导致薪酬费用（不含股份支付）同比增加 6.18 亿元；5) 支付的各项税费增加 8.39 亿元，主要是由于支付所得税和增值税增加。

2、2017 年同 2018 年比较

单位：人民币千元

经营活动产生的现金流量：	2017 年度	2018 年度	变动
销售商品、提供劳务收到的现金	13,755,398	15,596,446	1,841,048
收到的税费返还	2,330	2,624	294
收到其他与经营活动有关的现金	1,322,051	469,067	(852,984)
经营活动现金流入小计	15,079,779	16,068,137	988,358
购买商品、接受劳务支付的现金	5,953,258	7,319,805	1,366,547
支付给职工以及为职工支付的现金	2,169,382	2,510,461	341,079
支付的各项税费	1,490,764	1,428,475	(62,289)
支付其他与经营活动有关的现金	1,323,846	1,061,601	(262,245)
经营活动现金流出小计	10,937,250	12,320,342	1,383,092
经营活动产生的现金流量净额	4,142,529	3,747,795	(394,734)

2018年经营活动产生的现金流量净额同比下降3.95亿元，其中：1)销售商品、提供劳务收到的现金增加18.41亿，主要是由于互联网广告及服务业务收入同比增加15.44亿元导致经营活动现金流入增加；2)其他与经营活动有关现金流出净增加5.91亿元，主要是由于支付的业务保证金、押金同比增加1.26亿元，系业务扩张所致；同时，其他经营相关的销售费用、管理费用、研发费用及其他支出同比增加1.89亿元，系日常经营活动开支增加所致；另外其他与经营活动有关的往来款净流入减少0.98亿元，系2017年结算奇安信等原子公司历史与经营活动相关的业务款项所致；3)购买商品、接受劳务支付的现金同比增加13.67亿元，主要是由于互联网广告及服务的成本投入上升所致；4)支付给职工及为职工支付的现金增加3.41亿元，主要是由于年度调薪导致薪酬费用同比增加4.04亿元。

3、2018年同2019年比较

单位：人民币千元

经营活动产生的现金流量：	2018年度	2019年度	变动
销售商品、提供劳务收到的现金	15,596,446	14,671,565	(924,881)
收到的税费返还	2,624	5,345	2,721
收到其他与经营活动有关的现金	469,067	697,004	227,937
经营活动现金流入小计	16,068,137	15,373,914	(694,223)
购买商品、接受劳务支付的现金	7,319,805	7,099,499	(220,306)
支付给职工以及为职工支付的现金	2,510,461	2,687,295	176,834
支付的各项税费	1,428,475	1,694,066	265,591
支付其他与经营活动有关的现金	1,061,601	1,133,125	71,524
经营活动现金流出小计	12,320,342	12,613,985	293,643
经营活动产生的现金流量净额	3,747,795	2,759,929	(987,866)

2019年经营活动产生的现金流量净额同比下降9.88亿元，其中：1)销售商品、提供劳务收到的现金减少9.25亿，主要是由于互联网广告及服务业务收入同比减少9.34亿元导致经营活动现金流入减少；2)购买商品、接受劳务支付的现金减少2.20亿元，主要是由于智能硬件业务的应付存货采购款增加所致；3)支付的各项税费同比增加2.65亿元，主要是由于2019年新增处置奇安信税款所致；4)支付给职工及为职工支付的现金增加1.77亿元，主要是由于支付的上一年度绩效奖金增加所致。

4、2019 年同 2020 年比较

单位：人民币千元

经营活动产生的现金流量：	2019 年度	2020 年度	变动
销售商品、提供劳务收到的现金	14,671,565	13,852,887	(818,678)
收到的税费返还	5,345	5,396	51
收到其他与经营活动有关的现金	697,004	439,411	(257,593)
经营活动现金流入小计	15,373,914	14,297,694	(1,076,220)
购买商品、接受劳务支付的现金	7,099,499	7,340,761	241,262
支付给职工以及为职工支付的现金	2,687,295	3,075,124	387,829
支付的各项税费	1,694,066	1,030,583	(663,483)
支付其他与经营活动有关的现金	1,133,125	908,256	(224,869)
经营活动现金流出小计	12,613,985	12,354,724	(259,261)
经营活动产生的现金流量净额	2,759,929	1,942,970	(816,959)

2020 年经营活动产生的现金流量净额同比下降 8.17 亿元，其中：1) 销售商品、提供劳务收到的现金减少 8.19 亿元，主要是由于主营业务收入减少 12.36 亿元导致经营活动现金流入下降；2) 购买商品、接受劳务支付的现金增加 2.41 亿元，主要系支付引进新游戏的版权金所致；3) 支付给职工及为职工支付的现金增加 3.88 亿元，主要是由于人员增加以及年度调薪导致各项薪酬费用增加 4.88 亿元；4) 支付各项税费减少 6.63 亿元，主要是由于 2019 年缴纳处置奇安信税款所致。

综上所述，2016 年至 2020 年公司经营活动现金流量中，销售商品、提供劳务收到的现金、收到的税费返还、购买商品、接受劳务支付的现金及支付给职工以及为职工支付的现金与公司主要业务的经营及投入状况相关，而收到其他与经营活动有关的现金、支付的各项税费及支付其他与经营活动有关的现金因部分重大交易或事项导致各年度现金流量的变化不具有稳定性，主要是由于上述重大交易或事项不具有持续性造成的。

2016 年至 2020 年，公司期末现金及现金等价物余额分别为 2,072,884 千元、3,234,707 千元、2,733,765 千元、628,868 千元、5,792,372 千元。同时，公司为提高资金使用效率，并满足短期流动性需要，在招商银行开通了法人账户透支业务。公司能够利用账面现金及现金等价物和法人账户透支业务满足日常经营活动中的现金需要，上述各年度经营活动现金流逐渐减少未对公司业务产生重大影响。

二、2020 年公司各季度的收入和利润波动较大，尤其是第四季度，经营活动现金流环比变化较小，收入和利润环比增长明显，且上述情况与 2019 年情况存在差异，请说明出现前述情形的原因及合理性。

1、2020 年度分季度收入和利润情况

(1) 2020 年度分季度主要财务数据

单位：人民币千元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
	(1-3 月份)	(4-6 月份)	(7-9 月份)	(10-12 月份)
营业收入	2,250,329	2,721,251	3,002,280	3,640,871
归属于上市公司股东的净利润	359,858	758,941	587,999	1,205,707
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	339,139	585,431	572,072	1,050,125
经营活动产生的现金流量净额	(38,308)	348,275	806,180	826,823

(2) 2020 年各季度收入波动情况：

2020 年四个季度收入分别为 22.50 亿元、27.21 亿元、30.02 亿元和 36.41 亿元，四个季度收入环比逐渐递增，第四季度最高，季节波动主要受以下因素影响：

第一，互联网广告及服务业务在年度内一般呈现前低后高，主要因为广告主一般在年初制定全年广告投放预算，并在剩余月度逐渐投放。2020 年受新冠疫情影响，广告主前期投放更加谨慎，随着疫情缓解，广告主集中在第三季度和第四季度进行广告投放；

第二，智能硬件业务收入波动，主要受电商“618”及“双十一”活动影响，带动硬件销售增长，全年一般在第二季度和第四季度收入较高；

第三，安全及其他业务收入，第四季度收入占比较高，主要由于安全业务客户群体主要为相关政府部门及大型国有企业，一般会在年底完工验收。因此第四季度占比为各季度最高。

(3) 2020 年各季度利润波动情况：

2020 年四个季度归属于上市公司股东扣非净利润分别为 3.39 亿元、5.85 亿元、5.72 亿元和 10.50 亿元，第二、三季度较第一季度有所改善，第四季最高。主要受以下因素影响：

第一，受新冠疫情逐步恢复影响，各季度盈利情况环比逐步改善；

第二，第四季度各业务板块收入增加拉动利润上升；

第三，第四季度对联营和合营企业的投资收益（损益调整）增加 2.74 亿元，该项增加是由于联营企业 Opera Limited 进行业务处置交易导致其当期净利润增加，公司采用

权益法对其计提投资收益，从而导致公司净利润及扣除非经常性损益后的净利润上升。

(4) 第四季度经营活动现金流环比变化较小：

第四季度收入环比增加 6.39 亿元，扣非净利润增加 4.78 亿元，经营活动现金流量净额增加 0.21 亿元，现金流量环比增加低于扣非净利润主要是由于：

第一，收入环比增幅较大的安全及其他应收账款存在一定信用账期，虽然于年末验收后确认收入，但并未于收入确认当期回款，因此虽然收入增加现金未同步流入；

第二，由于长投股权投资项目 Opera Limited 进行业务处置事项导致的对联营和合营企业投资收益增加，虽然增加扣非净利润，但无实际现金流入，不影响当期现金流量。

2、2020 年各季度波动情况同 2019 年存在差异的原因

2019 年度分季度主要财务数据

单位：人民币千元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
	(1-3 月份)	(4-6 月份)	(7-9 月份)	(10-12 月份)
营业收入	2,702,658	3,221,843	3,597,316	3,319,278
归属于上市公司股东的净利润	647,449	3,405,048	1,123,622	804,316
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	637,187	972,258	976,173	939,003
经营活动产生的现金流量净额	436,562	762,624	655,722	905,021

2019 年收入为第三季度最高，第四季度次之；扣非净利润第二、三、四季度接近，2019 年季度分布与 2020 年度存在一定差异主要是由于：2019 年 8 月，公司对外转让从事境外互联网广告及服务业务的控股子公司摩比神奇(北京)信息技术有限公司（以下简称“摩比神奇”），导致第四季收入环比有所下降。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问管理层，了解 2016 年至 2020 年经营活动现金流变动的主要原因及合理性、相关因素及对公司业务的影响；

2、询问管理层，了解 2020 年各季度收入和利润波动的原因；

3、将公司经营活动现金流、收入和利润情况与年度审计中获取的财务信息进行核对。

二、核查意见

经核查，我们认为，公司的关于 2016 年至 2020 年经营活动现金流的变动的主要原因，以及 2020 年各季度收入、利润波动的说明与我们了解到的情况一致。

问题 7：年报显示，2017 年至 2020 年公司来源于境外的对外交易收入分别为 5.10 亿元、1.83 亿元、3.76 亿元、2.75 亿元，毛利率分别为 97.93%、93.16%、65.19%、60.65%，2020 年末境外资产 33.45 亿元。请公司：（1）补充披露境外业务和产品构成、主要经营实体及其主要财务数据，境外业务主要客户、供应商情况，以及是否存在关联关系；（2）结合境外业务的发展情况，分析近年来公司境外收入波动较大、毛利率持续下降的原因及对公司的影响。请会计师发表意见。

公司回复：

一、补充披露境外业务和产品构成、主要经营实体及其主要财务数据，境外业务主要客户、供应商情况，以及是否存在关联关系；

（一）境外业务和产品构成

公司来源于境外的对外交易主要是指境外子公司产生的收入。2017 年至 2020 年公司来源于境外的对外交易收入分别为 5.10 亿元、1.83 亿元、3.76 亿元、2.75 亿元，占公司整体业务收入的比重较小。

2020 年末，公司境外资产为 33.45 亿元，主要系长期股权投资 19.35 亿元（股票代码 OPRA.O），其中 Opera Limited 及 Colour Life Services Group Co., Limited（股票代码 01778.HK，以下简称“Colour Life”）期末余额分别为 13.87 亿元及 2.16 亿元）、货币资金 12.93 亿元（详见问题 8 公司回复）。

公司境外子公司 Qifei International Development Co.Limited（以下简称“Qifei”）于 2016 年投资 Kunhoo Software LLC。2018 年，Kunhoo Software LLC 全体股东股权同比例置换为 Opera Limited 的股权，Opera Limited 为 Kunhoo Software LLC 的母公司，其主要产品为网络浏览器。

Qifei 于 2016 年取得 Colour Life 的 20,502,000 股普通股，并于 2019 年追加认购 22,956,000 股普通股。Colour Life 的主要业务为物业管理服务、增值服务和工程服务。

2017 年至 2019 年公司来源于境外的对外交易收入主要是互联网广告及服务收入；2020 年公司来源于境外的对外交易收入主要是互联网广告及服务收入、互联网增值服务业务收入及智能硬件业务收入，其中互联网增值服务业务主要是项目 L 向境外用户提供网络服务，智能硬件业务的主要销售产品为智能儿童手表等。

（二）主要经营实体及其主要财务数据

2017 年至 2020 年公司境外业务的主要经营实体及其主要财务数据信息如下，其中

摩比神奇的主要业务为互联网广告及服务，360 Kids Guard 的主要业务为智能硬件业务，项目 L 的主要业务是互联网广告及服务和互联网增值服务业务。

摩比神奇主要财务数据

单位：人民币千元

项目	2017年12月31日 /2017年度	2018年12月31日 /2018年度	2019年8月31日 /2019年1月-8月(注)
总资产	645,652	458,893	654,972
总负债	440,476	229,538	314,250
营业收入	494,688	154,678	308,521
净利润	111,068	(1,005)	102,204

注：公司于2019年8月对外转让所持子公司摩比神奇63.35%股权，并丧失对摩比神奇的控制权。

360 Kids Guard 主要财务数据

单位：人民币千元

项目	2019年度	2020年度
总资产	28,242	66,346
总负债	26,826	64,778
营业收入	30,734	96,754
净利润	1,230	257

注：公司自2019年起积极开拓海外销售业务，360 Kids Guard 的营业收入占2020年境外收入的35%，成为境外业务的主要经营实体。

项目 L 主要财务数据

单位：人民币千元

项目	2020年9月30日/2020年1月-9月
总资产	130,939
总负债	130,719
营业收入	117,130
净利润	75,087

注：2020年1月，三六零取得项目 L 的控制权，并将其纳入合并范围。2020年9月，三六零对海外业务进行战略调整，对外转让其所持有的项目 L 全部股权。

(三) 境外业务主要客户、供应商情况，以及是否存在关联关系

2017 年至 2020 年境外业务历年主要客户和供应商的情况汇总：

客户名称	是否为关联方	销售内容
Facebook ireland limited	否	互联网广告及服务
Google, inc.	否	互联网广告及服务、互联网增值服务
Mopub, inc.	否	互联网广告及服务
Opera Software AS (注)	是	互联网广告及服务
Everyone Happy Entertainment Limited	否	互联网广告及服务
Pt kredit utama fintech	否	互联网广告及服务
XPLORA Technologies AS	否	智能硬件
APPLE INC	否	互联网广告及服务

注：该客户为公司联营企业的子公司且为实际控制人担任董事的公司之子公司。

供应商名称	是否为关联方	采购内容
Parbat hong kong limited	否	市场推广费
Proterozoic(hk) technology company limited	否	市场推广费
Domob ruida limited	否	市场推广费
Mobvista international technology limited	否	市场推广费
Papaya Group Co., Limited	否	市场推广费
Amazon web services, inc	否	市场推广费
大田环球有限公司	否	硬件销售成本
立讯电子科技（昆山）有限公司	否	硬件销售成本
Digital Ocean Inc.	否	带宽租赁费
Amazon Web Services, Inc.	否	带宽租赁费

二、结合境外业务的发展情况，分析近年来公司境外收入波动较大、毛利率持续下降的原因及对公司的影响。

2017 年至 2019 年，公司境外业务收入主要来源于子公司摩比神奇，2018 年至 2019 年互联网广告市场竞争激烈，增速持续放缓，广告主的广告预算投入趋于谨慎，且不断向头部平台集中，信息流、视频、电商类广告等细分市场优势扩大。受此影响，2018 年至 2019 年公司境外收入波动较大。2019 年 8 月公司处置所持摩比神奇全部股权，导致 2020 年境外业务收入同比降低。

2017 年至 2018 年，公司境外业务毛利率水平相对稳定。2019 年摩比神奇为应对激烈的市场环境，加大了代理推广力度，增加了广告引流成本，因此 2019 年毛利率同比有所降低。此外，公司自 2019 年起积极开拓智能硬件海外销售业务，由于其毛利率水

平相对较低，亦导致 2019 年至 2020 年整体境外业务的毛利率出现下降。

由于公司境外业务收入占公司整体业务收入的比重较小，2017 年至 2020 年的比重分别为 4.17%、1.39%、2.92%、2.37%，境外业务收入波动未对公司整体业务收入产生影响。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问公司管理层及相关业务人员，了解 2017 年至 2020 年公司境外业务和产品构成，境外收入波动较大和毛利率持续下降的原因；

2、获取并检查公司境外业务主要经营实体的主要财务数据，以及境外业务主要客户和供应商的信息和关联方情况，并与年度审计中获取的财务信息进行核对；

二、核查意见

经核查，我们认为，公司上述关于 2017 至 2020 年境外业务和产品构成、主要经营实体及其主要财务数据、境外主要客户和供应商及其与公司的关联方关系以及境外收入波动、毛利率波动原因的相关说明与我们了解到的信息一致。

问题 8：年报显示，公司货币资金期末余额 265.56 亿元，期初余额 194.63 亿元，本期增加主要系非公开发行收到募集资金 48.55 亿及新增银行短期借款 19.7 亿，期末存放在境外的款项总额 12.93 亿元。请公司：（1）结合营运资金收支、经营或投资需要，说明在保有较高货币资金情况下新增借款并募集资金的原因及必要性，是否存在与大股东或其他关联方联合或共管账户的情况，货币资金是否存在潜在限制性安排或被他人实际使用的情况；（2）补充披露货币资金境外存放的业务背景、业务主体、存放地点和使用安排，公司是否可有效控制、随时支取并汇回境内。请会计师发表意见。

公司回复：

一、结合营运资金收支、经营或投资需要，说明在保有较高货币资金情况下新增借款并募集资金的原因及必要性，是否存在与大股东或其他关联方联合或共管账户的情况，货币资金是否存在潜在限制性安排或被他人实际使用的情况；

（一）公司营运资金的收支、经营及投资总体情况说明

1、公司重组上市前后货币资金存放情况

单位：人民币千元

项目	2017 年末	2018 年末	2019 年末	2020 年末
库存现金	45	34	3	-
银行存款	9,871,101	14,846,738	17,185,810	23,150,276
其他货币资金	141,549	130,216	2,276,926	3,405,605
合计	10,012,695	14,976,988	19,462,739	26,555,881

随着公司业务发展以及经营活动现金流入，货币资金余额自重组上市以来呈现持续增长趋势。2020 年末，公司通过非公开发行股票共募集资金 49.30 亿元，华泰联合证券有限责任公司按规定扣除相关保荐承销费用后将募集资金余额划付至公司指定账户，实际到账 48.55 亿元。扣除募集资金影响后，2018 年至 2020 年，公司货币资金余额的年度增长比例分别为 49.58%、29.95%、11.50%，增长率呈逐年放缓趋势。

2、2017年至2020年，公司经营活动、投资活动现金流量主要数据如下：

单位：人民币千元

项目	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
经营活动产生的现金流量净额	4,142,529	3,747,795	2,759,929	1,942,970
投资活动产生的现金流量净额	9,045,579	(4,042,486)	(4,119,882)	(3,131,705)

2019年至2020年，公司营业收入出现下滑，经营活动产生的现金流量净额也呈现下滑趋势；因战略布局投资项目、积极实施中长期现金管理等事项，投资活动产生的现金流量持续保持流出大于流入的态势。

综上所述，公司货币资金余额增长率逐年放缓，且经营活动产生的现金流量净额也呈下滑态势。面对日益激烈的市场竞争，为保障公司的日常经营、核心业务的持续投入以及把握突发的业务机会，公司通过债权和股权方式适当融资，可以为战略执行提供更为充分的资金支持，进一步夯实主营业务，培育新兴战略业务，有效提升公司的发展质量和效益。

（二）2020年度新增借款的原因及必要性

为进一步提高资金使用效率，并满足短期流动性需要，公司开通了银行法人账户透支业务。截至2020年末，公司（含子公司）已取得银行授信额度人民币为30.90亿元，其中已使用的额度为人民币19.70亿元，占期末总资产的比例为4.45%。

公司使用法人账户透支业务进行短期借款的融资流程较为便捷，可以满足日常运营的临时性资金周转需求，减少自有资金的长期闲置，进而提高资金使用效率。

（三）公司募集资金的原因及必要性

2018年5月，为了实现公司的“大安全”战略生态建设，公司披露了《非公开发行A股股票预案》，拟募集资金投资于包含360大数据中心在内的九大募投项目，项目资金总需求约132.40亿元。由于公司自有资金周转率较高，大部分已有明确支出用途，缺乏长期项目建设的资金，难以通过自有资金实施全部项目；此外，由于公司为轻资产互联网公司，通过债权方式融资难以取得大额长期资金，且融资成本较高，不适宜用于长期项目建设。采用股权融资可以配合公司长期资产的投入，降低偿债风险，缓解项目效益释放前的短期偿债压力，有利于夯实公司资本，提高抗风险能力，适合公司未来发展状况。因此，公司计划通过非公开发行方式募集部分资金。

2020年12月，公司以12.93元/每股的价格，向特定对象共发行人民币普通股381,308,030股，本次发行的募集资金总额为49.30亿元，扣除发行费用后，募集资金净

额为 48.39 亿元。通过本次非公开发行以及后续募集资金投资项目的开展，可有效保障公司各项业务的开展及战略规划的实施，构筑新的利润增长点，为公司股东持续创造丰厚的回报。

（四）公司不存在与大股东或其他关联方联合或共管账户的情况，货币资金不存在潜在限制性安排或被他人实际使用的情况

报告期末，公司货币资金受限情况如下：

单位：人民币千元

所有权受限制的资产类别	2020 年末
法人账户透支业务已质押银行存款	3,200,000
商业承兑汇票保兑保贴业务已质押银行存款	200,000
保函保证金存款及其他	5,584
合计	3,405,584
受限资金占货币资金总额比例	12.82%

2019 年，为提高资金使用效率并满足短期流动性需要，公司在银行开通法人账户透支业务，并质押了相应的定期存款。2020 年末，公司质押定期存款的金额为 32 亿元。同时，为提高资金使用效率，公司于 2020 年在银行开通商业承兑汇票保兑保贴业务，质押定期存款 2 亿元，截至 2020 年末，公司尚未使用该项业务的相关授信额度。

综上，公司货币资金余额中受限货币资金主要为开通法人账户透支业务及商业承兑汇票保兑保贴业务而质押给银行的定期存款，其他均为签订项目履约保函而存入银行保证金账户的资金，保证金缴纳主体及对应业务发生主体均一一对应。各报告期末受限货币资金占货币资金总额的比例较低，不会对公司的日常经营、投资等事项造成影响。

公司不存在与大股东或其他关联方联合或共管账户的情况，不存在货币资金潜在限制性安排或被他人实际使用的情况。

二、补充披露货币资金境外存放的业务背景、业务主体、存放地点和使用安排，公司是否可有效控制、随时支取并汇回境内。

报告期末公司存放于境外的货币资金明细如下表所示：

单位：人民币千元

公司	币种	期末原币金额	期末折算成人民币金额	占境外资金比重	占货币资金总额比重	存放地点
True Thrive Limited (注)	CNY	4,837	1,194,956	92.45%	4.50%	花旗银行香港分行 招商银行香港分行 中国民生银行香港分行
	HKD	29				
	USD	182,393				
GameWave China Holdings Limited	CNY	10,296	16,973	1.31%	0.06%	招商银行香港分行
	USD	1,023				
Cyber Knight Limited	SGD	2,500	14,864	1.15%	0.06%	招商银行香港分行
	USD	388				
Qifei	CNY	5,121	10,701	0.83%	0.04%	招商银行香港分行
	HKD	4,116				
	USD	324				
其他	CNY	6,526	55,022	4.26%	0.21%	招商银行香港分行 花旗银行香港分行 韩亚银行香港分行 星展银行（DBS）香港分行
	HKD	1,274				
	USD	6,494				
	SGD	918				
	KRW	87,346				
合计			1,292,516	100.00%	4.87%	

注：True Thrive Limited 成立于 2015 年 10 月，注册于开曼群岛，其主营业务为投资管理，为公司全资控股子公司。2020 年末，其账面美元货币资金主要系 2018 年重大资产重组完成前取得，绝大部分以定期存款的形式存放于中国香港地区的银行中。公司当前将其作为境外投资项目的资金储备。截至 2020 年末，该公司无重大的对外投资项目。

True Thrive Limited、Game Wave China Holdings Limited、Cyber Knight Limited 及 Qifei 为公司境外货币资金的主要存放主体，其主营业务均为投资管理。为满足日常投资经营活动需要，及时把握投资机会，上述公司需要保有一定量的外币储备。

上述货币资金主要集中存放于民生银行香港分行和招商银行香港分行，其中活期存款 80,429 千元；定期存款 1,212,087 千元，期限均在一年内、流动性较强，且不存在冻结、担保或其他使用限制，公司均可有效控制、随时支取并在满足国家相关法律法规要求的情况下汇回境内。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、访谈公司管理层及财务人员，了解公司保有较高货币资金情况下新增借款并募集资金的原因及必要性；了解公司资金境外存放的业务背景、业务主体、存放地点和使用安排，以及公司是否可有效控制、随时支取并汇回境内；

2、获取 2020 年主要业务实体的银行账户清单，检查是否存在与大股东或其他关联方联合或共管账户的情况；

3、获取 2020 年末货币资金余额重大的境内主要实体的企业信用报告，检查是否存在与货币资金相关的质押担保事项；

4、检查 2020 年末货币资金受限制信息披露的准确性和完整性；

5、获取并检查 2020 年末公司存放于境外的货币资金明细表，与我们在 2020 年年
度审计中获得的信息进行核对。

二、核查意见

经核查，我们认为：公司上述关于在保有较高货币资金情况下新增借款并募集资金的原因及必要性的说明与我们了解到的情况一致；2020 年末未发现公司与大股东或其他关联方存在联合或共管公司账户的情况；公司上述关于 2020 年末货币资金境外存放的业务背景、业务主体及金额、存放地点、使用安排的说明与我们在 2020 年度审计中了解的信息一致。

问题 9：年报显示，公司商誉期末余额 17.1 亿元，包括 MV Holding Company Limited（以下简称 MV Holding）商誉 6.46 亿元及本期收购的瀚思安信（北京）软件技术有限公司（以下简称瀚思安信）商誉 3.67 亿元、贵州守望领域数据智能有限公司（以下简称贵州守望）商誉 1.75 亿元等，期末无商誉减值准备余额。其中，2020 年公司以 4.68 亿元收购瀚思安信 95.33% 股权，前期于 2019 年投资持有的瀚思安信 4.67% 股权，按购买日公允价值重新计量确认投资损失 810 万元；贵州守望购买日净资产账面价值为负、购买日至期末净利润为负。此外，2020 年 1 月公司以 6990 万美元(折合人民币 4.88 亿元) 收购项目 L100% 股权，增加项目 L 商誉 3.9 亿元，2020 年 9 月因海外业务战略调整以 7005 万美元(折合人民币 4.64 亿元) 出售项目 L 全部股权。请公司：

（1）结合瀚思安信近年经营情况及主要财务指标，说明分两步收购的主要考虑，两次交易定价依据及公允性，原持有股权本期确认投资损失的原因，相关会计处理及依据；

（2）结合贵州守望的主要业务及经营情况，说明其亏损原因，公司收购的必要性及合理性；

（3）结合上述公司情况及 MV Holding 等公司的主要业务及经营情况，说明相关商誉是否存在减值风险，交易对方或非全资子公司的其他股东是否与公司股东及董监高等关联方相关；

（4）结合项目 L 的具体业务情况、交易对方及是否存在关联关系，详细说明短期内购买又出售项目 L 的主要考虑及合理性，交易定价依据及公允性，是否涉及占用公司资金等潜在利益安排。请会计师发表意见。

公司回复：

一、结合瀚思安信近年经营情况及主要财务指标，说明分两步收购的主要考虑，两次交易定价依据及公允性，原持有股权本期确认投资损失的原因，相关会计处理及依据

（一）结合瀚思安信近年经营情况及主要财务指标，说明分两步收购的主要考虑

瀚思安信（北京）软件技术有限公司（以下简称“瀚思安信”）成立于 2014 年，是一家致力于以大数据的收集、处理与分析技术为驱动，帮助企业实时、自动侦测已经发生或即将发生的内部与外部安全威胁的网络安全公司。瀚思安信主要产品包括日志安全分析系统、客户行为分析系统、网络流量分析系统及威胁情报平台。

瀚思安信在 2017 年度至 2020 年上半年主要财务指标信息如下：

单位：人民币千元

	2017 年度	2018 年度	2019 年度	2020 年 1 月-6 月	2018 年度 比上年同期 增减	2019 年度 比上年同期 增减
营业收入	30,417	40,165	60,404	21,811	32%	50%
净亏损	18,169	17,700	38,592	46,638	(3%)	118%

注：瀚思安信已于 2020 年 7 月收购后，成为公司全资控股子公司，相关人员及业务已整合至公司现有安全业务主体，因此 2020 年全年数据不具有可比性。

2019 年度，三六零宣布启动政企安全 3.0 战略，正式进军政企安全领域，开展相关商业化业务。公司将基于“360 安全大脑”，综合运用物联网、移动通信、人工智能、区块链、云计算、大数据、边缘计算、网络安全等核心技术，帮助客户应对高级别的网络攻击、提升实网防护能力，全力推动网络安全行业由传统的合规驱动向实战驱动和效果驱动升级。基于公司整体业务发展战略的需要以及战略投资规划，三六零开展产业链上下游企业的投资，拟采用小比例参股投资的模式，与目标公司的核心技术团队进行初步接洽合作。基于上述战略投资规划和公司业务发展需要，三六零于 2019 年 7 月作为战略投资人出资人民币 30,000 千元购买瀚思安信 4.67%的股权。

2020 年 7 月，三六零通过收购其他股东所持的瀚思安信 95.33%股权，取得瀚思安信的控制权，并将其纳入合并范围。三六零收购瀚思安信的全部股权的主要原因如下：1、瀚思安信自 2017 年起即保持良好的业务发展趋势，其营业收入 2018 年和 2019 年均保持较高的增长水平，分别同比增加 32%和 50%。2、2020 年度，三六零升级政企安全战略，积极推进各项经营管理工作，不断提升核心竞争力；构建了以 360 安全大脑为核心的新一代安全能力体系，该体系接连服务于重庆、天津、青岛、鹤壁、上海、苏州、郑州、贵州等全国多个地标城市的安全基础设施建设和运营，树立了标志性的城市级安全服务典范，构建起以安全大脑为核心的协同防御体系，整体提升了国家、政府、城市应对数字时代高级威胁的安全能力；三六零的政企安全战略发展与瀚思安信的主营业务发展方向高度契合。3、自 2019 年三六零战略投资瀚思安信后，通过对瀚思安信进一步的了解以及与瀚思安信核心技术团队的接洽合作，三六零认为收购瀚思安信后，其大数据安全分析能力能够与三六零现有安全业务解决方案产生协同效应。

（二）两次交易定价依据及公允性

2019 年度，三六零以人民币 30,000 千元的对价向瀚思安信直接增资，获取了瀚思安信 4.67%的股权。针对本次交易，三六零依据网络安全创业企业常见估值方法，市场法进行估值定价。公司管理层选取了受相同经济因素的影响、未来成长性相同或相似的 A 股上市公司作为参照，以营业收入比率乘数作为评估价值比率，同时考虑了流动性折扣等因素影响，从而评估确定的瀚思安信投后估值约为人民币 6.42 亿元。三六零以该估值作为厘定其所持有瀚思安信 4.67%股权的定价基础，经与交易各方公平协商确定交易价格，本次交易定价具有公允性。

2020 年，三六零与瀚思安信的原股东达成股权转让协议，以人民币 449,519 千元的现金对价及人民币 17,996 千元股权对价，即向瀚思安信的部分原股东发行合计约 1.53% 的三六零子公司北京鸿腾智能科技有限公司(以下简称“鸿腾智能”)股权，用以收购瀚思安信 95.33%的股权。针对本次交易，三六零引入了外部评估师对股东全部权益价值进行了评估并据此作为定价的依据。外部评估师采用了企业自由现金流折现模型对瀚思安信评估基准日的股东全部权益价值进行评估，以未来年度的自由现金流量作为基础，并考虑非经营性资产负债等因素，评估确定瀚思安信的股东权益价值为 488,335 千元。三六零以该估值作为厘定其所持有瀚思安信 95.33%股权的定价基础，经与交易各方公平协商确定交易价格，本次交易定价具有公允性。

（三）原持有股权本期确认投资损失的原因，相关会计处理及依据

根据企业会计准则第 33 号——合并财务报表（2014 年修订）第四十八条，企业因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。

三六零于 2019 年完成对瀚思安信的第一次投资后，由于能够对瀚思安信产生重大影响，将其作为以权益法核算的长期股权投资。

2020年7月，三六零向瀚思安信追加投资并取得控制权，根据企业会计准则，购买日之前持有的被购买方的股权按该股权在购买日的公允价值进行重新计量。在购买日三六零原持有瀚思安信4.67%股权的公允价值为人民币20,820千元，其账面价值为人民币28,922千元。公允价值与账面价值之间的差额人民币8,102千元投资损失计入当期损益。原持有股权的公允价值低于账面价值的原因是瀚思安信2020年1月至6月的业绩表现未完全达到2019年初始投资时的预期。三六零于2020年追加投资时重新评估瀚思安信股权的公允价值，收购日原持有的4.67%股权的公允价值低于前次购买日的公允价值。

会计师核查意见：

一、核查程序

- 1、询问公司管理层，了解收购背景，检查收购协议的主要条款；
- 2、询问公司管理层，了解两次交易定价依据；
- 3、取得瀚思安信收购日的评估报告，引入内部估值专家对收购日可辨认净资产的公允价值评估结果进行复核；
- 4、检查公司对原持有瀚思安信的股权在本期确认投资损失的会计处理。

二、核查意见

经核查，我们认为：公司在收购日对原持有瀚思安信的股权的相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；公司上述关于分两步收购的主要考虑的说明和原持有股权本期确认投资损失的原因说明与我们在2020年年度审计中了解到的信息一致。

二、结合贵州守望的主要业务及经营情况，说明其亏损原因，公司收购的必要性及合理性

2019年9月，公司与贵州守望及其原股东达成投资协议，以人民币176,750千元的对价增资，从而获得贵州守望50.50%的股权。2020年11月，公司取得贵州守望的控制权，并将其纳入合并范围。

(一) 结合贵州守望的主要业务及经营情况，说明其亏损原因

贵州守望的主要业务为通过智能终端制造和边缘计算中心，结合数据采集、人工智能分析和大数据分析，向企业提供综合解决方案和运营支撑。贵州守望的主要产品类型包括智慧门禁终端、社区安全机器人、安全服务 APP、社区全量数据采集平台、蝶眼智能公安实战系统等，其主要应用于城市实有人口数据智能采集、人口流动情况分析和及管理以及街道网格员数据智能台账管理等领域。贵州守望 2020 年度收入约为人民币 110,456 千元，成本约为人民币 105,622 千元，净亏损约为人民币 86,366 千元。2020 年度亏损的主要原因是贵州守望增加工程项目建设产生的费用开支以及为拓展新项目和优化产品线产生的职工薪酬和市场推广费用的增加所导致。

(二) 公司收购的必要性及合理性

三六零收购贵州守望具有必要性和合理性，主要原因为：1、随着城市化建设由数字化逐步向智慧化方向迈进，利用大数据、云计算、区块链、人工智能等前沿技术及产品是推动城市治理能力现代化的必由之路，三六零预计社区网络安全基础建设将成为智慧化城市建设的重要环节。2、根据三六零的战略发展规划，社区安全是 360 大安全战略-城市安全大脑的重要组成部分。随着市场竞争日趋激烈，三六零亟需通过投资并购的方式增强城市安全大脑的业务能力并快速占领市场。3、贵州守望的智能终端产品和系统能够满足三六零关于城市安全大脑发展的需求，三六零通过收购贵州守望，可以奠定城市安全大脑基础，进军数字化城市建设领域，优化社区安全领域产品及解决方案，并获取一定的市场份额。

综上所述，公司收购贵州守望具有必要性和合理性。

会计师核查意见：

一、核查程序

- 1、询问公司管理层，了解收购背景，检查收购协议的主要条款；
- 2、获取 2020 年度贵州守望财务信息，并询问管理层了解公司贵州守望主要业务及经营情况。

二、核查意见

经核查，我们认为：公司上述关于贵州守望亏损的原因、收购贵州守望的必要性和合理性说明与我们在 2020 年年度审计中了解到的信息一致。

三、结合上述公司情况及 MV Holding 等公司的主要业务及经营情况，说明相关商誉是否存在减值风险，交易对方或非全资子公司的其他股东是否与公司股东及董监高等关联方相关；

(一) 结合上述公司情况及 MV Holding 等公司的主要业务及经营情况

三六零形成商誉的被投资单位的主要业务及经营情况如下：

单位：人民币千元

被投资单位名称或形成商誉的事项	主要业务	所属资产组	2020 年期末商誉余额
MV Holding Company Limited 及其控制的公司	互联网广告及服务	互联网及智能硬件资产组	646,227
瀚思安信及其控制的公司	政企安全业务	安全业务资产组	366,670
深圳市蜂联科技有限公司及其控制的公司	智能硬件业务	互联网及智能硬件资产组	170,778
GameWave Group Limited 及其控制的公司	游戏业务	互联网及智能硬件资产组	133,432
贵州守望及其控制的公司	数字城市业务	安全业务资产组	174,861
深圳达阵科技有限公司及其控制的公司	智能硬件业务	互联网及智能硬件资产组	57,203
沃通电子认证服务有限公司	电子认证业务	互联网及智能硬件资产组	50,938

三六零取得上述公司的控制权并将其纳入并表范围后，出于业务模式、业务发展、业务有效管理等方面的考虑，三六零将上述公司的原有人员和业务线整合至互联网及智能硬件资产组或安全业务资产组。互联网及智能硬件资产组的主要业务为互联网广告及服务、智能硬件和互联网增值服务；安全业务资产组的主要业务为安全业务服务。

三六零 2020 年全年共实现营业收入人民币 11,614,731 千元，同比下降 9.55%，其中互联网广告及服务收入为人民币 7,512,419 千元，同比下降 22.75%；智能硬件业务收入为人民币 2,141,773 千元，同比增长 27.77%；互联网增值服务收入为人民币 1,134,216 千元，同比增长 18.41%；安全及其他业务收入为人民币 807,968 千元，同比增长 70.73%。

2020 年度，互联网及智能硬件资产组的业绩表现受到互联网广告及服务收入的影响，经营业绩表现较上年同期有所下降，主要是因为：三六零受到新冠疫情的影响，同时宏观经济形势面临较为严峻的挑战，互联网广告投放预算进一步削减，广告市场竞争激烈，公司经营计划的推进和落地进度受到一定阻力，致使公司互联网广告及服务经营业绩较上年同期有所下降。2020 年度，三六零安全业务资产组的营业收入随着公司安全业务的拓展，保持良好的增长速度。

（二）说明相关商誉是否存在减值风险

根据企业会计准则的规定，三六零于每个资产负债表日进行商誉减值测试，具体过程如下：

1、资产组的界定

三六零进行商誉减值测试时，将商誉分摊至安全业务资产组或互联网及智能硬件资产组。互联网及智能硬件资产组的业务为互联网广告及服务、智能硬件和互联网增值服务；安全业务资产组的业务为安全业务。三六零在认定资产组时，充分考虑管理层对生产经营活动的管理方式、资源配置决策及业绩评价方式，认定的资产组能够独立产生现金流量。

2、商誉所在资产组的可收回金额的确定方式

三六零以预计互联网广告及服务、智能硬件和互联网增值服务业务的未来现金净流量的现值确定互联网及智能硬件资产组的可收回金额，以预计安全业务的未来现金净流量的现值确定安全业务资产组的可收回金额。三六零将互联网及智能硬件资产组和安全业务资产组的可收回金额分别与各对应资产组的账面价值进行比较，以判断商誉是否存在减值。

3、关键参数

（1）预测期为报表日后 5 年，后续为稳定期。

预测期内，三六零管理层基于资产组过去的业绩，考虑对市场发展的预期所估计的预计销售额和毛利率的影响，对未来年度的现金流量进行预测。稳定期内的现金流量按照稳定的增长率为基础计算，该稳定增长率基于相关行业的长期平均增长率。

（2）折现率

商誉减值测试采用税前折现率，该折现率根据加权平均资本成本和资本资产定价模型确定，涉及的主要参数包括无风险报酬率、市场风险溢价、公司特定风险溢价、Beta 系数等。互联网及智能硬件资产组采用 16.98% 的折现率，安全业务资产组采用 16.93% 的折现率进行计算。

（3）于 2020 年 12 月 31 日，三六零引入了外部评估师，采用预计未来现金流量现值法评估了上述商誉所属资产组的可收回金额。根据外部评估师的评估结果，2020 年 12 月 31 日，互联网及智能硬件资产组账面价值低于采用预计未来现金流量现值法确定

的资产组可收回金额。安全业务资产组账面价值低于采用预计未来现金流量现值法确定的资产组可收回金额，确定商誉无需计提减值准备。三六零认为上述假设发生的任何合理变化均不会导致商誉的账面价值超过其可收回金额，因此相关商誉不存在减值风险。

(三)交易对方或非全资子公司的其他股东是否与公司股东及董监高等关联方相关

MV Holding Company Limited 等公司的交易对手方信息，以及非全资子公司的其他股东信息列示如下：

被投资单位名称	交易对手方	非全资子公司的其他股东	是否为关联方
MV Holding Company Limited	Gifted Media Holding Company Limited Good Join Investment Ltd. Magical Bright Holding Ltd. Lightspeed Venture Partners VIII, L.P. Granite Global Ventures III L.P. GGV III Entrepreneurs Fund L.P. Quantum Strategic Partners Ltd.	不适用	否
瀚思安信	上海恒毓投资中心(有限合伙) 南京高科新创投资有限公司 天津全明星企业管理咨询中心(有限合伙) 天津全景视界科技中心(有限合伙) 北京国科嘉和金源投资基金中心(有限合伙) 杭州滨江众创投资合伙企业(有限合伙) 马鞍山正和尚康股权投资合伙企业(有限合伙) 杭州和谐领进投资合伙企业(有限合伙) 宁波智汇赢投资管理合伙企业(有限合伙) 北京苹果天使二期投资中心(有限合伙) 北京和谐超越投资中心(有限合伙) 江苏紫金文化产业二期创业投资基金(有限合伙) 南京瑞达信沅股权投资合伙企业(有限合伙)	不适用	否
深圳市蜂联科技有限公司	东莞市天泽信实业投资有限公司	东莞市天泽信实业投资有限公司 深圳中科星河壹号股权投资合伙企业(有限合伙) 深圳市地平线希望贰号合伙企业(有限合伙) 嘉兴首建樞椈六号投资合伙企业(有限合伙)	否
GameWave Group Limited	Big Red Group Limited Success Roadmap Limited Roadmap Investment Limited Lightwave Speed Limited	不适用	
贵州守望	直接增资	令狐克珺 张宏飞 王朝海 贵州守望领域企业管理中心(有限	否

被投资单位名称	交易对手方	非全资子公司的其他股东	是否为关联方
		合伙) 宁波梅山保税港区睿熙投资合伙企业(有限合伙)	
深圳达阵科技有限公司	宁波大榭艾普基股权投资合伙企业(有限合伙) 宁波大榭集问股权投资合伙企业(有限合伙) 南昌牛鲨科技合伙企业(有限合伙)	不适用	否
沃通电子认证服务有限公司	深圳市同云科技有限公司 张干夫	王高华 张干夫	否

根据上表所示,三二零历年收购的交易对手方以及非全资子公司的其他股东均不是公司股东及董监高等关联方。

会计师核查意见:

一、核查程序

- 1、询问公司管理层,了解收购背景,检查公司收购协议的主要条款;
- 2、检查交易对手方、非全资子公司的其他股东与公司是否存在关联方关系;
- 3、获取公司 2020 年末商誉减值测试的评估报告及底稿,评价管理层对商誉所在资产组的确定是否恰当,检查计算公式并执行重新计算;
- 4、引入内部估值专家对 2020 年末商誉减值测试进行复核,评估公司管理层商誉减值测试所采用的估值方法、主要假设及参数和计算逻辑,如未来现金流预测中所使用的相关预测逻辑是否合理,现金流计算是否准确。

二、核查意见

经核查,我们认为:2020 年末公司的商誉不存在重大减值风险,公司上述关于关联方关系的说明与我们在 2020 年及以前年度审计中了解到的信息一致。

四、结合项目 L 的具体业务情况、交易对方及是否存在关联关系,详细说明短期内购买又出售项目 L 的主要考虑及合理性,交易定价依据及公允性,是否涉及占用公司资金等潜在利益安排。

(一)结合项目 L 的具体业务情况、交易对方及是否存在关联关系,详细说明短期内购买又出售项目 L 的主要考虑及合理性

项目 L 的主要业务为向境外用户提供网络服务,其主要收入来源即通过海外手机

应用商店中所下载的 APP 产生的网络服务收入以及通过海外广告联盟系统产生的互联网广告收入。三六零购买 L 项目的交易对方为项目 L 的母公司 LinkSure Global Holding Limited。三六零处置 L 项目的交易方为 ALPHA PEGASUS PTE.LTD.。两次交易中涉及的交易对方与三六零均不存在关联关系。

三六零于 2020 年 1 月完成 L 项目的收购。2020 年度，因外部环境影响，三六零对海外业务的发展和规划进行了调整，经审慎考虑，于 2020 年 9 月，向 ALPHA PEGASUS PTE.LTD.出售所持有的项目 L 的全部股权。

(二) 交易定价依据及公允性，是否涉及占用公司资金等潜在利益安排

针对项目 L 的购买交易，三六零引入了外部评估师对项目 L 全部股东权益的公允价值进行了评估并据此作为定价的依据。外部评估师采用了企业自由现金流折现模型对项目 L 评估基准日的股东全部权益价值进行评估，以未来年度的自由现金流量作为基础，并考虑非经营性资产负债等因素，评估确定项目 L 的股东权益价值折合人民币为 487,636 千元，本次交易定价具有公允性。针对项目 L 的处置交易，前后两次交易时间较短，且项目 L 在三六零持有期间内的经营业绩情况未发生明显的变化。项目 L 的收购对价为 69,900 千美元（折合人民币为 487,636 千元），处置对价为 70,050 千美元（折合人民币为 463,766 千元），其处置时点的估值与购买时点的估值基本一致。

2020 年 1 月，三六零向项目 L 的原股东 LinkSure Global Holding Limited 全额支付收购价款。于 2020 年 12 月，三六零从项目 L 的购买方 ALPHA PEGASUS PTE.LTD. 处，全额收到了项目 L 股权转让款。上述交易均不涉及占用公司资金等潜在利益安排。

会计师核查意见：

一、核查程序

- 1、询问公司管理层，了解项目 L 收购及处置交易背景；
- 2、检查收购及处置协议的主要条款；
- 3、检查交易对手是否与公司存在关联方关系；
- 4、取得被收购公司购买日的评估报告，引入内部估值专家对购买日可辨认净资产的公允价值评估结果进行复核；
- 5、检查了收购和处置项目 L 的收款和付款银行流水信息。

二、核查意见

经核查，我们认为：公司上述关于关联方关系的说明、短期内收购又处置项目 L 的合理性说明及定价依据与我们在 2020 年年度审计中了解到的信息一致。

问题 10：年报披露，2018 年至 2020 年公司投资活动产生的现金流量净额分别为-40.42 亿元、-41.20 亿元、-31.32 亿元。请公司说明近年投资活动大额现金净流出的原因及具体流向，形成的相关资产及其经营状况、所获收益情况、是否存在减值风险，投资标的及资金流向是否与关联方相关，是否履行相应决策程序和信息披露义务。请会计师发表意见。

公司回复：

一、投资活动现金流出的原因及具体流向

2018 年至 2020 年，公司投资活动现金流出小计分别为人民币 15,666,828 千元、10,178,290 千元及 12,864,134 千元，投资活动现金流出的主要项目如下：

单位：人民币千元

项目	原因及具体流向	2020 年	2019 年	2018 年
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	外购固定资产、无形资产以及建设在建工程，用于公司日常经营活动所需	557,721	664,145	499,517
投资支付的现金	围绕公司战略对外进行股权投资，扩展公司产品布局，完善经营能力	1,878,327	458,516	593,161
取得子公司支付的现金净额		1,073,182	19,103	43,024
支付其他与投资活动有关的现金	主要为公司为提高闲置资金的使用效率而购买的原到期日超过三个月的定期存款，以及为满足短期流动性需要向银行质押定期存款以获得授信额度	9,354,904	9,036,526	14,531,126
其中：支付限制性资金		77,618	2,264,914	1,276
购买原到期日超过三个月的定期存款支付的现金		9,213,956	6,028,110	13,511,499
投资活动现金流出小计		12,864,134	10,178,290	15,666,828

二、形成的相关资产及其经营状况、所获收益情况、是否存在减值风险

1、购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金

2018年至2020年，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金分别为人民币499,517千元、664,145千元、557,721千元。其中（1）2018年至2020年，公司购建固定资产支付的现金分别为人民币351,981千元、292,452千元、305,171千元，购置固定资产导致账面原值增加分别为人民币392,475千元、256,574千元、186,467千元，主要用于购置服务器等电子设备，其中向关联方采购的金额分别为人民币118千元、0千元、32千元。作为互联网安全企业，公司的众多产品和服务会产生海量的数据，并且公司众多产品均为利用大数据技术进行处理和开发，因此对计算和存储资源需求不断增加。截至2020年末，公司账面的固定资产均处于使用状态中，不存在减值风险；（2）2018年至2020年，公司购建无形资产支付的现金分别为人民币1,029千元、4,609千元、157,479千元，购置无形资产导致账面原值增加分别为4,307千元、5,811千元、148,138千元，其中2020年无形资产购置主要为公司积极引入海内外高品质游戏，提升公司在PC端的游戏业务营业能力，向游戏研发商采购的游戏运营权。截至2020年末，相关游戏运营情况良好，无形资产无减值迹象；（3）2018年至2020年，公司购建在建工程支付的现金分别为人民币146,507千元、367,084千元、95,071千元，在建工程账面余额增加分别为126,834千元、345,663千元、87,904千元，主要系近年来公司持续对天津华苑产业园创新开放平台项目的建设投入。截至2020年末，上述在建工程仍处于施工建设阶段，尚未产生相关收益。公司未来的使用计划未发生重大变化，在建工程无减值迹象。以上长期资产为公司日常经营所需，其相关收益在各项业务的经营利润中体现。

2、投资支付的现金

2018年至2020年，公司投资支付的现金分别为人民币593,161千元、458,516千元、1,878,327千元，主要为公司新增股权投资项目导致的现金流出。公司将该等投资项目在可供出售金融资产（原金融工具准则下）、其他权益工具、其他非流动金融资产、长投股权投资科目等科目中核算。其中，主要投资完成的项目情况如下：

单位：人民币千元

项目	投资期间	投资支付的现金	形成的相关资产	所获收益类型	其他说明
北京网元圣唐娱乐科技有限公司	2018年	160,000	其他权益工具投资 (原可供出售金融资产)	其他综合收益	注1
山石网科通信技术有限公司	2019年	124,271	其他权益工具投资 (原可供出售金融资产)	其他综合收益	注2
Colour Life	2019年	106,601	长期股权投资	投资收益	注3
北京澎思智能科技有限公司	2019年	100,000	长期股权投资	投资收益	注4
天津金城银行股份有限公司	2020年	1,281,492	长期股权投资	投资收益	注5
山石网科通信技术股份有限公司	2020年	467,778	其他权益工具投资 (原可供出售金融资产)	其他综合收益	注2
南京赛宁信息技术有限公司	2020年	70,000	长期股权投资	投资收益	注6

注1：北京网元圣唐娱乐科技有限公司（以下简称“网元圣唐”）是一家游戏研发商。2018年，三六零通过认购新发行增资额的方式出资人民币160,000千元获得网元圣唐9.7%的股权。因出于战略目的而计划长期持有，三六零将其指定为其他权益工具投资核算（2018年旧金融工具准则下，作为可供出售金融资产核算），不存在减值风险。2020年，三六零以人民币200,241千元的对价，对外转让其持有的网元圣唐的全部股权。截至2020年12月31日，公司不再持有该被投资公司股权，于持有期间因公允价值变动累计获得人民币40,241千元的利得，已由其他综合收益转入未分配利润。

注2：山石网科通信技术有限公司（以下简称“山石网科”）是一家于科创板上市的网络安全行业技术研发厂商。2018年，三六零以人民币124,271千元对价向原股东购买山石网科4%的股权，并于2019年支付了上述款项。因出于战略目的而计划长期持有，三六零将其指定为其他权益工具投资核算（2018年旧金融工具准则下，作为可供出售金融资产核算），不存在减值风险。2020年，三六零通过大宗交易和集中竞价的方式，累计出资人民币467,778千元购买山石网科股票共计12,604,505股。截至2020年12月31日，山石网科经营状况正常。三六零合计持有山石网科9.99%的股权，于持有期间因公允价值变动获得人民币88,775千元的利得，并将其计入其他综合收益。

注 3: Colour Life 是一家于香港联交所上市的社区服务企业。2019 年, 三六零通过认购新发行增资额的方式出资人民币 106,601 千元获得 Colour Life 22,956,000 股普通股。认购完成后, 三六零合计持有 Colour Life 43,458,000 股普通股, 占其已发行股份数的 3.05%。本次交易完成后, 三六零持有 Colour Life 的股权比例虽不足 20%, 但根据投资协议和公司章程, 三六零有权对被投资单位委派董事, 公司能够对 Colour Life 的生产经营决策产生重大影响, 三六零将其作为按权益法核算的长期股权投资。截至 2020 年 12 月 31 日, Colour Life 经营状况正常, 且处于盈利状态。三六零于 2019 年和 2020 年按照权益法确认的投资收益分别为人民币 6,545 千元及 21,785 千元, 不存在减值风险。

因公司实际控制人、董事长兼总经理周鸿祎先生在 Colour Life 时任非执行董事, 三六零于 2019 年投资 Colour Life 构成关联交易。公司第五届董事会第十二次会议审议通过了《关于投资彩生活服务集团有限公司暨关联交易的议案》, 其中关联董事周鸿祎先生回避了表决, 非关联董事一致审议通过了该议案。公司董事会审计委员会发表书面审核意见, 对上述议案相关事项进行了事前认可并发表独立意见, 同意公司本次投资暨关联交易事项。上述事项的具体情况详见公司登载于上海证券交易所网站的相关公告(2019-030 号、2019-036 号)。

注 4: 北京澎思科技有限公司(曾用名: 北京澎思智能科技有限公司, 以下简称“澎思智能”)是一家人工智能生态平台公司。2019 年, 三六零通过认购新发行增资额的方式出资人民币 100,000 千元的对价获得澎思智能 12.82% 的股权。三六零持有澎思智能的股权比例虽不足 20%, 但根据投资协议和公司章程三六零有权对被投资单位委派董事, 能够对澎思智能的生产经营决策产生重大影响, 将其作为按权益法核算的长期股权投资。三六零于 2019 年和 2020 年按照权益法确认的投资损失为人民币 5,120 千元及 13,741 千元。截至 2020 年 12 月 31 日, 澎思智能虽处于亏损状态, 但其经营状况正常, 并于 2020 年 11 月再次获得战略投资, 其股权价值未发生大幅下跌。同时, 其经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场未发生重大变化, 因此不存在减值风险。

注 5: 天津金城银行股份有限公司(以下简称“天津金城银行”)是天津自贸区内注册设立的一家民营法人银行。2020 年 9 月, 三六零以人民币 1,281,492 千元的对价购买天津金城银行 30% 的股权。三六零有权对被投资单位委派董事, 能够对天津金城银行的生产经营决策产生重大影响, 将其作为按权益法核算的长期股权投资。截至 2020 年 12 月 31 日, 天津金城银行经营状况正常, 且处于盈利状态。三六零于 2020 年按照权益法确认投资收益人民币 4,496 千元, 不存在减值风险。

根据监管要求，公司投资天津金城银行股权的同时需出具《关于投资入股天津金城银行的声明与承诺》。因其中包括对外担保事项，公司于 2020 年 6 月召开第五届董事会第十八次会议、2020 年第二次临时股东大会，分别审议通过了《关于投资入股天津金城银行股份有限公司的议案》《关于签署<天津金城银行股份有限公司之股份转让协议>的议案》《关于出具<投资入股天津金城银行的声明与承诺>的议案》，同意公司投资入股天津金城银行，并授权公司管理层决定和处理投资入股天津金城银行过程中的各项具体事宜、签署相关法律文件和协议。上述事项的具体情况详见公司登载于上海证券交易所网站的相关公告（2020-032 号、2020-033 号、2020-034 号、2020-040、2020-041、2020-045、2020-046 号）。

注 6：南京赛宁信息技术有限公司（以下简称“南京赛宁”）是一家网络安全公共服务平台。2020 年，三六零继初始投资之后通过认购新发行增资额的方式出资人民币 70,000 千元再次获得南京赛宁 11.97%的股权。三六零有权对被投资单位委派董事，能够对南京赛宁的生产经营决策产生重大影响，将其作为按权益法核算的长期股权投资。截至 2020 年 12 月 31 日，南京赛宁经营状况正常，且处于盈利状态。三六零合计持有南京赛宁 20%的股权，并于 2018 年至 2020 年按照权益法确认的投资收益人民币(53)千元、1,787 千元及 1,342 千元，不存在相关减值风险。

3、取得子公司支付的现金净额

2018 年至 2020 年，公司取得子公司支付的现金净额分别为人民币 43,024 千元、19,103 千元、1,073,182 千元。其中，主要投资项目情况如下，

单位：人民币千元

项目	投资期间	投资支付的现金	形成的相关资产	所获收益类型	其他说明
项目 L	2020 年	456,084	子公司	合并净利润	注 1
瀚思安信(北京)软件技术有限公司及其控制的公司（以下简称“瀚思安信”）	2020 年	444,798	子公司	合并净利润	注 2
贵州守望领域数据智能有限公司及其控制的公司（以下简称“守望领域”）	2020 年	124,602	子公司	合并净亏损	注 3
深圳达阵科技有限公司及其控制的子公司（以下简称“深圳达阵”）	2019 年	19,103	子公司	合并净亏损	注 4
深圳市蜂联科技有限公司及其控制的子公司（以下简称“深圳蜂联”）	2018 年	43,024	子公司	合并净亏损	注 5

注 1：2019 年 12 月，三六零与项目 L 的原股东达成股权转让协议，以美元 69,900 千元(折合人民币 487,636 千元)的对价自项目 L 原股东处购买项目 L100%的股权。2020 年 1 月，公司取得项目 L 的控制权，并将其纳入合并范围。2020 年 9 月，公司对海外业务进行战略调整，对外转让其所持有的项目 L 全部股权，转让价款为美元 70,050 千元(折合人民币 463,766 千元)，对应合并财务报表层面享有该子公司净资产份额为人民币 440,289 千元。自购买日至丧失控制权日，项目 L 在合并范围内产生收入人民币 117,130 千元，产生净利润人民币 75,087 千元。

注 2：2020 年 4 月，三六零与瀚思安信的原股东达成股权转让协议，以人民币 449,519 千元的现金对价及人民币 17,996 千元股权对价，即向瀚思安信的的部分原股东发行合计约 1.53%的鸿腾智能股权，自瀚思安信原股东处购买瀚思安信 95.33%的股权。2020 年 7 月，本次股权转让交易完成，公司取得瀚思安信的控股权，并将其纳入合并范围。自购买日至 2020 年末，瀚思安信在合并范围内产生收入人民币 15,220 千元，产生净利润人民币 5,056 千元，且由于公司通过整合瀚思安信的大数据安全分析能力与公司现有安全业务解决方案产生的协同效应，公司可进一步完善安全业务解决方案。

注 3：2020 年 11 月，三六零以人民币 176,750 千元的对价获得守望领域 50.50%的股权。根据守望领域的章程，三六零能够通过股东会和董事会持有被投资方半数以上的表决权，从而主导被投资方相关活动，并将其纳入合并范围。自购买日至 2020 年末，守望领域在合并范围内产生收入人民币 45,200 千元，产生净亏损人民币 6,465 千元，但由于公司通过整合守望领域现有物联网终端解决方案与公司现有安全业务解决方案产生的协同效应，公司可进一步完善安全业务解决方案。

注 4：2019 年 4 月，三六零与深圳达阵的原股东达成股权转让协议，以人民币 30,000 千元的对价取得深圳达阵 75%股权，获得深圳达阵的控股权，并将其纳入合并范围。自购买日至 2020 年末，深圳达阵在合并范围内产生收入人民币 411,411 千元，产生净亏损人民币 38,650 千元，但由于深圳达阵能够对三六零智能硬件业务产生协同效应，公司可进一步补充现有产品和服务。

注 5：深圳蜂联原为三六零按权益法核算的长期股权投资。截至购买日前三六零持有深圳蜂联的持股比例为 35.78%。2018 年 5 月，三六零通过购买其他股东所持有的 10.54%的股权，支付对价人民币 55,000 千元，并与其中一名股东签署《一致行动协议》取得对深圳蜂联的控股权，构成非同一控制下企业合并。此次交易完成后，公司对深圳蜂联的持股比例增至 46.32%。自购买日至 2020 年末，深圳蜂联在合并范围内产生收入人民币 1,079,154 千元，产生净亏损人民币 181,031 千元，但由于深圳蜂联能够对三六零智能硬件业务产生协同效应，公司可进一步补充现有产品和服务。

4、支付其他与投资活动有关的现金

2018 年至 2020 年，公司支付其他与投资活动有关的现金分别为人民币 14,531,126 千元、9,036,526 千元、9,354,904 千元。其中，公司为提高闲置资金的使用效率而购买原到期日超过三个月的定期存款，分别支付的现金为人民币 13,511,499 千元、6,028,110 千元、9,213,956 千元，分别收回的现金为人民币 8,034,000 千元、1,053,616 千元、7,366,212 千元，产生的净现金流出为 5,477,499 千元、4,974,494 千元、1,847,744 千元。上述定期存款主要是由招商银行发行的定期存款及银行大额存单产品，招商银行按照约定的年利率按期支付存款利息。公司于 2018 年至 2020 年获得的利息收入分别为人民币 344,438 千元、人民币 606,598 千元、人民币 779,430 千元，其中主要来源于上述定期存款利息，因此不存在减值风险。

另外，公司为提高资金使用效率，并满足短期流动性需要，于 2019 年在招商银行股份有限公司深圳分行开通的法人账户透支业务，获得银行授信额度人民币 2,000,000 千元，并同时质押定期存款人民币 2,250,000 千元。该等质押资产用于公司日常经营付款活动所需，其相关收益在各项业务的经营利润中体现。截至 2020 年 12 月 31 日，公司法人账户透支业务使用正常，已使用的银行授信额度(银行借款)为人民币 1,970,179 千元，上述质押存款不存在减值风险。

三、投资标的及资金流向是否与关联方相关，是否履行相应决策程序和信息披露义务

除前述关联方交易外，2018 年至 2020 年公司投资活动标的及现金流出均与关联方不相关。公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产均来自第三方供应商，形成的相关资产用于公司日常经营活动；公司投资及取得子公司主要通过认购被投资公司新增注册资本的形式，或通过购买第三方原股东持有的股权，形成的股权由上市公司或其子公司持有；支付其他与投资活动有关的现金流向招商银行等银行机构，形成的存款产品由上市公司或其子公司持有。

另外，公司建立了相关内部控制制度，并按照内部决策流程、相关法律法规以及公司章程的规定履行了相应的审批程序和信息披露义务。

会计师核查意见：

一、核查程序

1、询问管理层投资活动现金流出主要投资交易事项的相关背景及交易目的，了解上述事项形成的资产及其经营状况、所获收益情况及存在的减值风险；

2、检查主要投资项目的交易对手方和其他股东与公司的关联方关系；

3、检查主要投资项目的交易合同及银行流水等支持性证据；

4、结合公司章程及相关法律法规，检查主要投资交易事项的信息披露情况；

二、核查意见

经核查，我们认为：公司的上述关于 2018 年至 2020 年投资活动流出的主要原因及具体流向，形成的资产及其经营状况、所获收益情况、是否存在减值风险的说明与我们了解到的情况一致；除上述已披露的关联交易外，公司投资标的及资金流向与关联方不相关。

以上是公司对《工作函》中的有关问题具体回复情况。

特此公告。

三六零安全科技股份有限公司董事会

2021年7月17日