

广东天龙油墨集团股份有限公司 关于对深交所 2019 年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

广东天龙油墨集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 5 月 20 日收到深圳证券交易所《关于对广东天龙油墨集团股份有限公司 2019 年年报的问询函》（创业板问询函【2020】第 269 号）（以下简称“《问询函》”），公司高度重视，对《问询函》所涉问题进行了回复，具体内容公告如下：

问题 1、请按照主要媒体投放渠道分类列示最近两年的营业收入、营业成本、毛利率的变动情况，结合同行业公司情况说明其合理性，并向我部报备：（1）上述分类标准下的营收收入、营业成本和毛利率的具体情况；（2）报告期内前十大客户及其对应的媒体投放渠道、往来款项及其账龄。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、公司最近两年按主要媒体投放渠道的营收收入、营业成本和毛利率的具体情况如下：

单位：万元

2019 年				2018 年		
媒体名称	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
媒体 1	184,085.42	178,140.42	3.23%	121,092.51	115,632.90	4.51%
媒体 2	174,327.71	170,177.20	2.38%	56,630.67	56,723.79	-0.16%
媒体 3	163,504.05	159,410.01	2.50%	183,342.23	177,654.76	3.10%
媒体 4	86,801.85	82,190.88	5.31%	73,990.49	70,843.84	4.25%

二、收入变化情况

2018年至2019年，公司主要媒体销售收入从644,488.16万上升到748,882.54万，销售收入增长了16.20%；收入增长主要因媒体1、媒体2收入增长导致。

媒体1和媒体2信息流广告增长较快。信息流广告具备原生性和精准触达的特点，较好地平衡了商业效果和用户体验，同时相对容易标准化和规模化。从长远角度，随着诸多广告形式向信息流的转化，信息流广告还有较大的增长空间。公司洞察到信息流产品的良好发展趋势，重点发力并布局信息流媒体，促进媒体1、媒体2两大媒体平台销售收入的增长。

三、毛利率变化情况

媒体1业务2019年毛利率为3.23%，较2018年下降1.28个百分点，主要原因为：近年来媒体为了快速开发并抢占市场，均给出较大力度优惠政策，以便吸引如品众创新在内的较大体量代理商加入，随着媒体自身的发展、市场覆盖率提升及代理商间竞争的加剧，公司2019年从媒体1获得的返点下降，从而导致毛利率有所下降。

媒体2业务2019年毛利率为2.38%，较2018年上升2.54个百分点，主要原因为：2018年与该媒体业务处于初始阶段，公司完成的业绩较少，盈利较低，因此毛利率较低；2019年公司深入发展与该媒体的相关业务，完成的业绩情况较好，盈利能力提高，因此毛利率上升。

媒体3业务2019年毛利率为2.50%，较2018年下降0.60个百分点，主要原因为：随着该媒体持续发展市场逐步成熟，2019年该媒体代理商政策持续趋于紧缩，从而导致该媒体毛利率略有下降。

媒体4业务2019年毛利率为5.31%，较2018年上升1.06个百分点，主要原因为：该媒体发展稳定，公司在2019年度成为该媒体TOP级代理商，因在媒体端获得较好的排名，相应的毛利率有所上升，该媒体的业绩增长对整个市场品众创新的代理商品牌格局亦产生积极影响。

四、同行业对比情况

公司营业收入、营业成本、毛利率以及变动情况与同行业的利欧股份（股票代码：002131）、佳云科技（股票代码：300242）、科达股份（股票代码：600986）的比较如下：

单位：万元

2019 年				2018 年		
公司名称	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
利欧股份	1,149,104.04	1,069,165.28	6.96%	993,154.93	907,949.65	8.58%
佳云科技	550,625.91	524,753.13	4.70%	560,600.17	535,917.09	4.40%
科达股份	1,880,038.90	1,778,803.16	5.38%	1,384,241.26	1,250,805.44	9.64%
平均值	1,193,256.28	1,124,240.52	5.68%	979,332.12	898,224.06	7.54%

由上表可知，2019 年同行业可比上市公司互联网营销板块平均收入增长了 21.84%，公司新媒体营收较 2018 年增长了 13.73%，与同行业相比公司新媒体业务增长的趋势是一致的。

2018 年、2019 年同行业可比上市公司互联网营销板块平均毛利率分别为 7.54%、5.68%，公司新媒体行业的毛利率分别为 5.48%、4.56%，略低于同行业可比上市公司的毛利率。同行业可比公司毛利率比上年下降，公司新媒体行业的整体毛利率变化趋势与同行业可比公司毛利率变化趋势一致。

五、会计师核查意见

我们针对新媒体业务收入、成本、毛利率实施的审计程序主要包括：

（一）对销售与收款有关内部控制循环进行了解，并评价了相关内部控制的有效性。

（二）访谈管理层了解收入确认政策，检查主要客户合同相关条款，并分析评价实际执行的收入确认政策，复核相关会计政策是否一贯地运用。

（三）利用 IT 专家的工作，对被审计单位信息系统进行测试。

（四）对营业收入实施分析程序，与历史同期、同行业的毛利率进行对比，分析毛利率变动情况，复核收入的合理性。

（五）针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对至各模式下收入确认的支持性凭证，并评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

（六）针对来自于广告客户和搜索引擎平台的业务收入，分别执行了以下程序：

1) 来自于搜索引擎平台的返利收入

① 复核经搜索引擎平台确认的返利金额，检查其返利政策与合同约定返利政策是否一致，确认品众创新账面确认的返利金额与媒体确认的返利金额是否一致。

② 向搜索引擎平台函证本期充值、返利金额，对于未收到回函的，执行替

代测试，以确保期末应收搜索引擎平台账款的准确性。

③ 针对大额收款流水执行检查程序，确认搜索引擎平台返利款的付款单位为搜索引擎平台。

2) 针对来自于广告客户的收入包括按照实际点击量的消耗计费收入和搜索页展示收入，执行了如下主要程序：

① 获取经搜索引擎平台确认的当期广告客户在该搜索引擎平台的实际广告投放情况，包括按点击量计提广告的实际消耗量和展示广告的实际投放量，核对来自搜索引擎平台的投放信息是否与品众创新据以计算收入的消耗量金额一致。

② 针对大额收款流水执行检查程序，确认广告投放款的付款单位为广告客户。

③ 向广告客户函证本期充值、消耗及回款情况，确保品众创新账面记录的广告客户充值消耗金额的准确性。

④ 对本期新增广告客户进行背景调查，关注是否存在关联方交易。

(七) 针对营业成本，向重要媒体实施独立的函证程序，函证内容包括本期的充值额、付款额及消耗等信息。

经核查，我们认为最近两年来公司收入、成本、毛利率变动合理，与同行业公司变动趋势基本趋同，毛利率变化与同行业大多数公司趋势基本趋同。

我们针对报告期内前十大客户及其对应的媒体投放渠道、往来款项及其账龄核查程序包括：

(一) 对销售与收款有关内部控制循环进行了解，并评价了相关内部控制的有效性。

(二) 检查客户合同，分析客户信用政策，评价期末应收账款余额的合理性。

(三) 通过分析应收账款的账龄和客户信誉情况，并执行应收账款函证及替代测试程序，评价应收账款坏账准备计提的合理性。

(四) 实施分析性复核程序，评价应收账款余额的合理性。

(五) 针对大额收款流水执行检查程序，确认收款单位为广告客户。

(六) 通过检查客户期后回款金额，评价客户期末应收余额的合理性。

经核查，我们认为公司前十大客的往来款项核算符合企业会计准则的规定。

问题 2、请按照行业分别列示具体的成本结构，并说明与去年同期相比是否发生较大变化，如是，请说明原因及合理性。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、公司业务由油墨化工、林产化工、数字营销三大板块构成，2019 年、2018 年成本结构及变动原因如下：

行业	油墨化工		林产化工		数字营销	
	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年	2019 年	2018 年
直接材料	83.12%	83.53%	93.39%	94.22%	100.00%	100.00%
直接人工	9.62%	9.21%	0.94%	0.68%	-	-
制造费用	7.26%	7.26%	5.67%	5.10%	-	-
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

油墨化工板块 2019、2018 年成本结构总体变化不大。直接材料占比略有下降，主要原因为部分原材料价格下降导致。

林产化工板块 2019 年成本结构总体变化不大。其中直接材料占比较 2018 年，下降 0.83 个百分点，主要原因为部分原材料价格下降。

数字营销板块 2019 年、2018 年成本均为采购款，成本结构未发生变化。

二、会计师核查意见

我们针对生产成本实施的审计程序主要包括：

（一）对生产与仓储有关内部控制循环进行了解，并评价了相关内部控制的有效性。

（二）对生产经营能力及规模进行调查，获取企业生产产量或其他工作量等原始记录，对企业生产产量进行合理推算，确定企业生产经营能力及规模的上限，对企业生产产量进行合理推算。

（三）获取或编制生产成本、在产品、自制半成品发生额明细表，复核加计是否正确，并与总账数、明细账合计数核对是否相符。

（四）实质性分析程序，考虑可获得信息的来源、可比性、性质和相关性以及与信息编制相关的控制，评价在对记录的金额或比率作出预期时使用数据的可靠性，对已记录的金额做出预期，评价预期值是否足够精确以识别大错报，将已

记录金额与预期值进行比较，识别需要进一步调查的差异，调查差异。

（五）对生产成本计价方法进行测试，了解被审计单位的生产工艺流程和成本核算方法，检查成本核算方法与生产工艺流程是否匹配，获取资产负债表日前最近的成本计算表，检查成本计算单的正确性，将直接材料与材料耗用汇总表、直接工资总额与工资分配表、制造费用总额与制造费用明细表及相关账项核对一致。

（六）检查生产成本是否已按照企业会计准则的规定在财务报表中作出恰当列报。

（七）针对数字营销行业营业成本，向重要媒体实施独立的函证程序，函证内容包括本期的充值额、付款额及消耗等信息。

经核查，我们认为公司 2019 年、2018 成本结构未发生重大变化。

问题 3、审计报告将你公司新媒体业务收入的确认作为关键审计事项之一，称从事新媒体业务的北京品众创新互动信息技术有限公司（以下简称“品众创新”）实现的收入占你公司收入的 86.34%，其主要业务为搜索引擎广告代理服务。但你公司的收入结构显示，搜索引擎营销实现的收入仅占互联网营销收入的 30.88%。请会计师说明上述描述是否符合公司实际情况，会计师针对新媒体业务是否执行了充分适当的审计程序。

回复：

品众创新定位是基于大数据应用的精准营销服务商，在 2017 年以前主要集中在搜索引擎等媒体的互联网广告代理业务，媒体投放平台主要集中在百度、360、搜狗等。随着移动互联网的崛起，主要互联网搜索广告营销平台逐步从早期的爆发式增长到趋于稳定，品众创新的互联网搜索广告营销代理业务增长速度亦趋于平稳。虽然品众创新近年来亦着重开展移动互联网广告平台如今日头条和腾讯的业务，取得了一定成效，但传统的搜索引擎业务占比依然较高。

信息流广告由搜索引擎广告发展而来，审计报告中搜索引擎包含信息流业务，而年度报告报告中收入结构中显示的收入分类是按照产品线细分的类别。搜索引擎营销、信息流等都属于新媒体的广告代理服务收入。

会计师核查意见：

我们针对新媒体业务收入确认实施的审计程序主要包括：

(一) 对销售与收款有关内部控制循环进行了解，并评价了相关内部控制的有效性。

(二) 访谈管理层了解收入确认政策，检查主要客户合同相关条款，并分析评价实际执行的收入确认政策，复核相关会计政策是否一贯地运用。

(三) 利用IT专家的工作，对被审计单位信息系统进行测试。

(四) 对营业收入实施分析程序，与历史同期、同行业的毛利率进行对比，分析毛利率变动情况，复核收入的合理性。

(五) 针对资产负债表日前后记录的收入交易，选取样本核对至各模式下收入确认的支持性凭证，并评估收入确认是否记录在恰当的会计期间。

(六) 针对来自于广告客户和搜索引擎平台的业务收入，分别执行了以下程序：

1) 来自于搜索引擎平台的返利收入

① 复核经搜索引擎平台确认的返利金额，检查其返利政策与合同约定返利政策是否一致，确认品众创新账面确认的返利金额与媒体确认的返利金额是否一致。

② 向搜索引擎平台函证本期充值、返利金额，对于未收到回函的，执行替代测试，以确保期末应收搜索引擎平台账款的准确性。

③ 针对大额收款流水执行检查程序，确认搜索引擎平台返利款的付款单位为搜索引擎平台。

2) 针对来自于广告客户的收入包括按照实际点击量的消耗计费收入和搜索页展示收入，执行了如下主要程序：

① 获取经搜索引擎平台确认的当期广告客户在该搜索引擎平台的实际广告投放情况，包括按点击量计提广告的实际消耗量和展示广告的实际投放量，核对来自搜索引擎媒体平台的投放信息是否与品众创新据以计算收入的消耗量金额一致。

② 针对大额收款流水执行检查程序，确认广告投放款的付款单位为广告客户。

③ 向广告客户函证本期充值、消耗及回款情况，确保品众创新账面记录的广告客户充值消耗金额的准确性。

④ 对本期新增广告客户进行背景调查，关注是否存在关联方交易。

综上所述，我们认为上述描述是符合公司实际情况的，对新媒体业务收入我们执行了充分恰当的审计程序。

问题 4、报告期内，你公司采购高度集中，前五大供应商合计采购金额占年度采购总额比例为 79.55%。请补充说明前五大供应商是否与去年同期发生较大变化，如是，请说明合理性。同时向我部报备前五大供应商的具体情况、对应的往来款项及其账龄。

回复：

公司 2018 年度、2019 年度的前五大供应商采购情况如下：

单位：万元

2019 年度			2018 年度		
供应商名称	采购金额 (含税)	占公司采购 总额的比例	供应商名称	采购金额 (含税)	占公司采购总 额的比例
媒体 1	188,812.62	22.06%	媒体 3	185,956.36	23.81%
媒体 2	178,643.72	20.87%	媒体 1	122,561.62	15.69%
媒体 3	165,328.46	19.32%	媒体 5	80,516.60	10.31%
媒体 4	86,391.36	10.09%	媒体 4	74,050.97	9.48%
媒体 5	61,718.60	7.21%	媒体 6	68,962.97	8.83%
合计	680,894.76	79.55%	合计	532,048.53	68.12%

从上述数据可以看出，前五大供应商与去年同期相比，除媒体 2 在 2019 年进入前五大供应商及供应商排名变动之外，主要供应商没有发生其他变化。2019 年公司前五大供应商采购情况变动原因为：2019 年互联网营销行业发生深刻变化，从以搜索引擎为代表的流量时代转入以信息流媒体为代表的内容场景时代，2019 年信息流广告增长较快。公司根据这一趋势，重点投放信息流媒体——主要为媒体 1、媒体 2 两大媒体平台，公司对不同媒体投放规模的变化，导致主要供应商采购情况与去年同期发生变化。

问题 5、报告期末，你公司应收账款余额为 157,599.86 万元，同比增长 35.48%；报告期内转回应收账款坏账准备 1,098.57 万元。

(1) 请向我部报备所处行业分类列示按账龄计提坏账准备的应收账款的账

龄和坏账准备计提情况，并说明应收账款期末余额增幅高于营业收入增幅的原因及合理性；

回复：

公司按行业应收账款、营业收入的变化情况如下：

单位：万元

行业	2019 年应收账款余额	2018 年应收账款余额	应收账款变动率	收入变动率
油墨化工行业	16,416.70	16,841.04	-2.52%	6.89%
林产化工行业	6,158.97	9,375.24	-34.31%	-44.26%
数字营销行业	135,024.20	90,114.77	49.84%	12.07%
合计	157,599.86	116,331.05	35.48%	8.13%

公司数字营销行业收入规模较 2018 年增长 12.07%，而应收账款余额较 2018 年增长 49.84%，是公司应收账款增长的主要原因。

2019 年是代理商开始逐步差异化发展年，是考验代理商适应市场变化能力并及时把握先机的关键年，市场对代理商的要求不再单一，2019 年品众创新继续秉承全媒体大数据整合营销的理念，继续信息流+搜索+厂商的多方向模式发展，由于媒体结构的调整布局，2019 年第四季度公司新媒体业务收入较上年同期增长 51%，导致 2019 年末应收账款余额增幅度大于全年收入增加幅度。

另，公司期末应收账款前十名截至本公告出具日，除按单项计提的应收账款外，回款率为 99.53%。

(2) 请补充说明报告期内应收账款坏账准备转回的具体情况，以及前期坏账准备计提是否合理；

回复：

公司报告期内应收账款坏账准备转回情况具体如下：

单位：万元

单位名称	2018 年 12 月 31 日余额	2018 年计提比例 (%)	2019 年转回坏账准备金额	转回或收回方式
安城重工（香港）有限公司	2,824.62	100.00	250.00	抵货款
广州新峰菲德网络科技有限公司	815.76	26.45	215.76	银行转账
淄博市临淄峰泉化工有限公司	500.00	100.00	493.41	银行承兑汇票
广州荔支网络技术有限公司	136.79	50.29	68.79	银行转账
东峡大通（北京）管理咨询有限公司	368.98	100.00	35.00	银行转账
暴风集团股份有限公司	187.32	100.00	30.00	银行转账
合计	4,833.46		1,092.96	

以上应收账款坏账准备转回的合理性说明：

安城重工（香港）有限公司：2018 年末该公司偿债能力显著下降，公司为此采取了法律诉讼措施，并按谨慎原则将该公司全部应收账款计提坏账准备，2019 年公司进一步加大收款力度，经努力，安城重工（香港）有限公司的实际控制人以其名下公司在公司的 250.00 万元相关款项，来抵偿其对公司的应收账款，故而对安城重工（香港）有限公司的应收账款收回 250.00 万。

广州新蜂菲德网络科技有限公司：2018 年广州新蜂菲德网络科技有限公司拖欠公司推广服务费 815.76 万元，公司于 2019 年 1 月 7 日向法院提起诉讼并申请财产保全，结合案件实际情况及对方公司还款能力的判断，公司按谨慎原则对其计提 215.76 万元坏账。2019 年经双方协商签订还款承诺书，且已支付完毕，故而转回。

淄博市临淄峰泉化工有限公司：2018 年末，因淄博市临淄峰泉化工有限公司存在债权债务争议，公司预计难以收回，按谨慎原则对其全部应收账款计提坏账准备，2019 年公司经过努力基本收回了该款项。

广州荔支网络技术有限公司：2018 年广州荔支网络技术有限公司拖欠公司广告款 136.79 万元，公司于 2019 年 2 月 12 日向法院提起诉讼，于 2019 年 3 月 19 日做财产保全，结合案件实际情况及对方公司还款能力的判断，公司按谨慎原则对其计提 68.79 万元坏账。2019 年公司与广州荔支网络技术有限公司达成和解并已支付所欠广告款，故将 2018 年计提的坏账准备转回。

东峡大通（北京）管理咨询有限公司：2018 年计提的东峡大通（北京）管理咨询有限公司拖欠公司广告款 368.98 万元，公司于 2018 年 6 月 14 日向法院提起诉讼并做财产保全，结合案件实际情况及对方公司还款能力的判断，公司按谨慎原则对其计提 368.98 万元坏账准备。2019 年 4 月 17 日公司与虽与其达成调解协议，但未按协议执行。2019 年 5 月 24 日公司申请强制执行，2019 年 9 月 25 日执行案款到账 35.00 万元，故 2019 年末公司将转回坏账准备 35.00 万元。

暴风集团股份有限公司：2018 年暴风集团股份有限公司拖欠公司广告款，公司于 2018 年 11 月 20 日向法院提起诉讼，立案并申请财产保全，于 2018 年 12 月 20 日双方签订补充协议，但未完全按协议执行。截止 2018 年 12 月 31 日该公司欠公司 187.32 万元，公司按谨慎原则对其全额计提坏账准备。暴风集团股份有限公司于 2019 年向公司支付 30.00 万元，故公司 2019 年将 2018 年已计

提坏账准备的 30.00 万元转回，截至 2019 年 12 月 31 日其余款项未按协议支付。

(3) 报告期内新增的主要单项计提预期信用损失的应收账款的具体情况，说明对其单项计提坏账准备的原因及合理性；

回复：

报告期内新增主要单项计提预期信用损失的应收账款的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	期末余额			计提理由	是否合理
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)		
成都美乐乐贸易有限公司	1,421.94	710.97	50	2019 年经营困难，偿债能力显著下降	是
上海欢兽实业有限公司	1,033.05	1,033.05	100	2019 年经营恶化，偿债能力显著下降	是
广西梧州松脂股份有限公司	583.69	583.69	100	2019 年经营恶化，偿债能力显著下降，有失信被执行	是
鱼湾（南京）信息技术有限公司	304.50	152.25	50	2019 年经营困难，偿债能力显著下降	是
天津瑞丰达橡胶助剂有限公司	238.94	238.94	100	2019 年经营恶化，偿债能力显著下降	是
北京行圆汽车信息技术有限公司	215.29	107.65	50	2019 年经营困难，偿债能力显著下降	是
北京壹微阳光科技有限公司	178.23	89.11	50	2019 年经营困难，偿债能力显著下降	是

(4) 请向我部报备应收账款前十名的具体情况，包括不限于对象、交易内容、账龄及期后回款情况（如适用）。请会计师对上述问题进行核查并发表明确意见。

会计师核查意见

我们针对应收账款的余额及其变动、坏账准备的计提及转回实施的重要审计程序包括：

(一) 对于应收账款坏账准备，了解管理层采用预期信用损失模型计算损失准备计提坏账准备的内部控制，评价这些内部控制的设计和运行有效性，并进行测试；

(二) 对于单独计提坏账准备的应收账款，选取样本获取管理层对预计未来可收回金额做出估计的依据，包括公司与客户是否仍在持续交易、公司内部坏账计提或核销审批流程、与客户签订的还款协议、期后实际还款情况、并复核其合理性。

(三) 我们获取管理层对做出估计的依据包括历史信用损失经验、历史回款情况以及前瞻性信息等考虑因素进行复核, 测算在预期信用损失模型下通过违约风险敞口和整个存续期信用损失率所估设计提的坏账准备是否充分合理。

(四) 复核以前年度已计提坏账准备的应收账款的后续实际核销或转回情况, 评价管理层过往预测的准确性。

(五) 通过分析应收账款的账龄和客户信誉情况, 并执行应收账款函证及替代测试程序, 评价应收账款坏账准备计提的合理性。

(六) 实施分析性复核程序, 评价应收账款余额的合理性。

根据已执行的审计工作, 我们认为公司期末应收账款的余额真实及其变动原因合理, 应收账款的余额、坏账准备的计提及转回符合企业会计准则的规定。

问题 6、报告期末, 你公司预付账款期末余额为 17,031.17 万元, 同比下降 24.09%; 应付账款期末余额为 45,960.74 万元, 同比增长 100.38%; 预收账款期末余额为 16,025.24 万元, 同比下降 30.10%。请结合报告期营业收入的变动情况、你公司与主要媒体和客户的合作模式、结算政策等情况, 补充说明上述报表科目变化的原因及合理性。同时请向我部报备预付账款、应付账款前五名和预收账款前十名的具体情况, 包括不限于对象、交易内容、账龄情况(如适用)。请会计师对预付账款的真实性进行核查并发表明确意见。

回复:

一、预付账款、应付账款、预收账款变动情况及原因

公司 2019 年、2018 年预付账款、应付账款、预收账款具体情况如下:

单位: 万元

报表项目	2019 年	2018 年	变化比率
预付账款	17,031.17	22,436.69	-24.09%
应付账款	45,960.74	22,936.32	100.38%
预收账款	16,025.24	22,925.27	-30.10%

公司预付账款 2019 余额年较 2018 年下降 24.09%, 主要原因为 2019 年品众创新主要发展信息流媒体, 而信息流媒体根据代理商的业绩目标给予一定的信用额度, 从而导致预付媒体的预付款减少。

公司应付账款 2019 年余额较 2018 年增长 100.38%, 主要系 2019 年品众创新主要发展信息流媒体, 而信息流媒体根据代理商的业绩目标给予一定的信用额

度，从而导致应付账款余额增长。

公司预收账款 2019 余额年较 2018 年下降 30.10%，因公司年度末信息流媒体的收入增长较高，公司给予部分客户一定的信用账期，从而导致公司 2019 年末预收账款减少。

二、会计师核查意见

我们针对预付账款实施了以下具体审计程序：

（一）了解被审计单位的内部控制，并对对被审计单位采购与付款循环实施内控审查，以证实被审计单位采购与付款流程符合企业内部控制应用指引规范。

（二）检查被审计单位与供应商签订的合同及相关协议，查看相关经济业务往来是否符合商业实质，合同履行是否符合相关规定。

（三）从被审计单位获取被审计单位预付账款的明细表，复核加计是否正确，并与总账数、报表数据核对是否相符；查核有无重复付款情况或在收到由预付款项购买的物资时未冲减预付款项而增加应付款项的情况（即在预付账款和应付账款两个科目中同时挂账）。

（四）获取预付账款的账龄并检查其账龄分析是否正确。

（五）针对发生金额、期末余额较大的往来单位进行函证以证实期末余额是否正确。

（六）对重要供应商以及未回函供应商实施替代程序，替代程序如下：

- 1、检查预付款项的银行流水，以证实预付账款借方发生额的准确性；
- 2、从明细账中抽取一些凭证，检查其原始单据是否真实有效，账务处理是否符合会计准则。

（七）实施分析性复核程序，评价预付账款余额的合理性。

基于上述审计程序，我们认为预付账款是真实的，符合企业会计准则的规定。

问题 7、报告期末，你公司其他应收款-媒体保证金的期末余额为 16,352.22 万元，占期末流动资产的 6.85%。请结合与主要媒体和客户的合作模式、结算政策等情况，补充说明媒体保证金产生的原因、金额的确定方式以及回收周期，并报备媒体保证金金额前五名的具体情况以及对上述媒体实现的营业收入。请会计师对媒体保证金的真实性进行核查并发表意见。

回复：

一、媒体保证金产生的原因、金额的确定方式以及回收周期

媒体保证金由公司广告投放业务产生，公司数字营销业务过程中，客户和公司签订合同时，客户会向公司承诺一年内达到一定额度的最低广告投放额，不同的最低额度涉及到不同的折扣，额度越高折扣越高，客户在全年陆续投放广告时均按合同约定的折扣率结算，客户与公司签订框架合同后，公司再跟媒体签订对应的框架合同并约定相对应的折扣率。为防止客户最终广告投放额达不到框架合同约定金额但前期又享受优惠折扣给公司造成损失，公司收取客户一定金额的保证金，同样，媒体也会向公司收取一定金额的保证金，公司收取客户保证金时计入其他应付款，公司支付给媒体的保证金计入其他应收款。因媒体的框架合同广告投放规则，公司支付保证金后造成其他应收款保证金余额较高。

公司和客户签订的框架合同基本上都是一年一签，当年度框架合同完成后，如果客户次年继续合作，会将保证金转入下一个年度的框架金额中，差额再进行补足或者转为广告投放款，同样，公司跟媒体的合作也采取同样的方法。

二、会计师核查意见

我们对媒体保证金的真实性实施的审计程序主要包括：

（一）获取合作框架合同，检查合同中约定的保证金与相关单位保证金余额是否相符。

（二）进行细节性测试，与银行对账单进行核对，确认收款单位为媒体单位。

（三）实施分析性程序，与历史同期等进行对比，分析变动情况，确认保证金余额的合理性。

（四）对保证金余额实施函证程序，确保保证金余额的真实性、准确性。

经上述审计程序，我们认为公司媒体保证金符的核算符合企业会计准则的规定，余额系真实的。

问题 8、报告期末，你公司存货-原材料期末余额为 9,715.37 万元，占存货期末余额的 45.79%；存货-产成品期末余额为 7,779.73 万元，占存货期末余额的 36.66%。请结合报告期内原材料和产成品价格的变动情况补充说明你公司未对原材料和产成品计提坏账准备的原因及合理性。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、存货及跌价准备

（一）存货期末余额分析

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	变化比率
存货期末余额（原材料+产成品）	17,495.10	21,259.47	-17.71%
当期营业收入（油墨+林产）	95,193.96	117,860.74	-19.23%

注：公司原材料、产成品由油墨化工行业、林产化工行业产生，为使数据具有可比性，营业收入亦按油墨化工行业、林产化工行业统计。

2019 年度公司根据市场需求情况，适时调整了采购和生产的节奏，原材料、产成品余额与营业收入基本呈同比例下降，不存在因收入下降造成存货积压情况。

（二）公司的处理

公司期末对存货进行全面清查后，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备。产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；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；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

以前减记存货价值的影响因素已经消失的，减记的金额予以恢复，并在原已计提的存货跌价准备金额内转回，转回的金额计入当期损益。

①预计售价的确定

对于产成品和用于出售的材料等直接用于出售的存货，公司以该存货的预计售价减去预计销售费用相关税费后的金额，确定其可变现净值。产成品又分为有合同的和无合同的产品。对于有合同的产成品，在期末确认未来预计售价时，直接以签订合同价格作为预计售价；对于尚未签订合同的产品，公司按照行业市场现货价格作为预计售价。

②销售费用、税费的确定

公司根据全年发生的销售费用、税费占销售收入的比重来确定销售费用率、

税率，以预计售价乘以销售费用率、税率计算销售费用、税费。

③存货可变现净值

对于产成品和用于销售的材料，公司以预计销售价格扣除销售费用、税费后的金额作为可变现金额，与产成品和用于销售的材料成本进行比较，将可变现金额低于账面价值的部分确认为存货跌价损失，计提存货跌价准备。

对于需进一步加工的原材料以及在产品，公司以原材料以及在产品所生产的产成品的估计售价减去材料、在产品加工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，确定可变现净值。销售费用、税费的确定与上述②所述方法相同。

存货跌价准备计提情况复核如下：

①整体复核

分行业存货	毛利率	税费率	销售费用率
油墨化工行业	28.26%	0.80%	10.46%
林产化工行业	17.14%	0.54%	4.16%

按类别测算整体存货毛利率大于存货出售预计的销售费用率、税费率，未出现大幅跌价情形。

②对公司期末原材料、产成品的库龄进行了分析，经分析，期末库龄主要为1年以内，未发现1年以上大额异常库存。

③对公司存货按准则要求实施减值测试，存货跌价准备主要系林化产业产品中个别产品，将该部分存货可变现净值低于成本的部分141.51万元计提存货跌价准备，经测试其他原材料、产成品未出现减值。

二、主要原材料和产成品价格的变动情况

松节油、松脂为生产蒎烯、歧化松香的主要原材料，2019年蒎烯、歧化松香的销售价格下降，但下降幅度小于原材料松节油、松脂价格下降幅度。

树脂（由石化产品生产）、颜料为油墨生产的主要原材料，2019年石化产品和颜料中的钛白粉价格下跌，油墨单位生产成本略有下降，但油墨销售价格未发生明显变化。

三、会计师核查意见

我们针对存货减值实施了以下具体审计程序：

（一）对与存货相关内部控制进行了解、评估和测试，确认是否有效。

(二) 对存货执行监盘程序, 确认期末存货的真实性。

(三) 编制营业成本倒扎表, 将存货发生额与营业成本进行比较分析, 确认存货发生额的准确性和完整性。

(四) 对存货执行细节测试, 与获取相关的合同, 发票、进出库单据等, 确认存货发生额真实性。

(五) 对存货执行截止测试程序以判断存货出入库是否计入正确的会计期间。

(六) 检查公司存货跌价准备测试过程, 评价计提的存货跌价准备是否充分。

(七) 执行存货计价测试程序, 检查存货的入账基础和计价方法是否正确。

经核查, 我们认为公司期末原材料、产成品的跌价准备计提符合企业会计准则的规定。

问题 9、报告期末, 你公司商誉期末余额为 8, 507. 54 万元, 2019 年度未计提商誉减值准备。请结合资产组相关企业的发展情况、经营业绩等情况, 说明预计未来现金流量现值时采用的预测期增长率、毛利率、折现率及其相关参数的合理性, 本期减值测试与以前年度商誉减值测试时所使用的关键参数存在差异的原因及合理性。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复:

一、品众创新

2019 年公司预计北京品众创新互动信息技术有限公司未来现金流量现值时采用的预测期增长率、毛利率、折现率及相关参数具体情况如下:

项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	永续期
收入增长率	16.98%	11.44%	9.69%	7.88%	6.00%	0.00%
毛利率	3.89%	3.92%	3.87%	3.87%	3.87%	3.87%
期间费用率	2.51%	2.54%	2.49%	2.49%	2.55%	2.55%
折现率	15.41%	15.41%	15.41%	15.41%	15.41%	15.41%

业绩预测主要指标的合理性:

(一) 收入增长率

2017 年全国互联网广告总收入约 2,995 亿元, 年增长率为 29.93%; 2018 年全国互联网广告总收入约 3,694 亿元, 年增长率为 24.17%。2019 年全国互联网广告总收入约 4,367 亿元, 年增长率为 18.2%; 北京品众创新互动信息技术有限公司预

测的媒介代理业务的增速符合互联网广告市场整体增长趋势。

北京品众创新互动信息技术有限公司已与多家媒体签订 2020 年的年度框架合同，媒体任务较以前年度有了一定的增长。管理层基于政策层面、市场趋势的判断、结合 1 季度业绩等，预计未来 5 年的收入增速在 6.00%-16.98% 区间。

（二）毛利率

2019 年度，企业的媒体结构出现了进一步集聚的现象，排名前 3 的媒体收入占比提升，而该类媒体的毛利率是低于企业整体毛利率水平的。从未来收入结构分析，该类媒体相关收入占比仍将进一步提高，这就导致综合毛利率仍有下行趋势。但从单媒体分析，2019 年底出于保护代理商利益，避免恶性竞争，公司排名靠前媒体出台了相关政策，严格控制代理商返点的行为，且公司准备减少毛利率较低的媒体业务规模，管理层基于此，预测未来部分媒体毛利率将出现小幅度反弹。综合考虑，预计未来毛利率在 3.87%-3.92% 区间。

（三）期间费用率

参照北京品众创新互动信息技术有限公司历史费用构成，以及与收入、人员等其他因素的关系。对于与营业收入关联性较强，根据历史数据预计的费用率进行估算。对于相对固定的费用则按趋势预测法进行一般性估算。对于存在非正常变动因素的，在剔除历史期非正常变动因素的基础上予以预测。管理层预计未来期间费用占收入比在 2.49%-2.55% 区间。

（四）折现率

本次评估采用加权平均资本成本定价模型(WACC) (税前)。

$$R = R_e \times W_e / (1 - T) + R_d \times W_d$$

各项参数的选取过程如下：

1) 无风险收益率的确定

无风险收益率是指在当前市场状态下投资者应获得的最低收益率。在我国，国债是一种比较安全的投资，因此国债收益率可视为投资方案中最稳妥，也是最低的收益率，即安全收益率。本次评估，参考 Wind 资讯的债券相关资料，选取中长期国债的到期收益率 3.9672%。

2) 市场平均风险溢价的确定

市场风险溢价(Market Risk Premium)是投资者投资股票市场所期望的超过无风险收益率的部分，是市场预期回报率与无风险利率的差。

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额

本次评估市场风险溢价取 7.24%。

3) 风险系数 β 值的确定

β 值被认为是衡量公司相对风险的指标。通过 Wind 证券资讯终端系统，查取可比上市公司的评估基准日有财务杠杆的 β 值、债务与权益资本比值，并求取平均数，企业所得税率为 16.72%，换算为无财务杠杆的 β 值，取其算术平均值，即 1.104。本次评估采用可比上市公司的资本结构，则风险系数 β 值为 1.1925。

4) 公司特定风险的确定

公司特定风险是指企业在经营过程中，由于市场需求变化、生产要素供给条件变化以及同类企业间的竞争，资金融通、资金周转等可能出现的不确定性因素对产权持有单位预期收益带来的影响。

综合考虑企业的生产经营规模、经营状况、财务状况及流动性等，企业主要从事互联网广告代理服务，企业有稳定的媒体服务商和广告主客源，企业具有良好的发展势头、业务规模不断扩大，确定企业的特定风险系数为 1%。

5) 权益资本成本折现率的确定

将选取的无风险收益率、风险收益率代入折现率估算公式计算得出折现率为 13.60%。

$$Re=Rf+\beta \times MRP+Rc$$

$$=13.60\%$$

6) 加权平均资本成本折现率的确定

根据上市公司基准日资本结构情况

Wd: 债务资本价值在投资性资本中所占的比例 8.78%;

We: 权益资本价值在投资性资本中所占的比例 91.22%;

$$\text{则: } R=Re \times We / (1-T) + Rd \times Wd$$

$$=15.41\%$$

折现率为 15.41%。

二、优力互动

2019 年公司预计北京优力互动数字技术有限公司（以下简称“优力互动”）未来现金流量现值时采用的预测期增长率、毛利率、折现率及相关参数具体情况如下：

项目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续期
收入增长率	-3.50%	10.00%	11.69%	8.14%	4.84%	0.00%
毛利率	42.59%	41.59%	40.59%	40.59%	40.59%	40.59%
期间费用率	35.24%	34.25%	32.81%	32.22%	32.40%	32.40%
折现率	16.07%	16.07%	16.07%	16.07%	16.07%	16.07%

业绩预测主要指标的合理性：

（一）收入增长率：2017年全国互联网广告总收入约2,995亿元，年增长率为29.93%；2018年全国互联网广告总收入约3,694亿元，年增长率为24.17%；2019年全国互联网广告总收入约4367亿元，年增长率为18.2%。北京优力互动数字技术有限公司预测营业收入的增速符合互联网广告市场整体增长趋势。

近年来，优力互动在互联网营销领域的发展速度较快，其核心竞争力主要体现在拥有丰富互联网营销经验的管理团队、较强的研发能力与快速积累的流量、客户资源等方面。目前优力互动已经覆盖的客户群而言，主要包括了国际知名客户。2019年，优力互动优化客户结构，公司主动减少与毛利率较低客户的合作，收入出现下滑。

管理层基于政策层面、市场趋势的判断，预计未来5年的收入增速在-3.50%-11.69%区间。2020年受疫情的影响，加上企业将继续优化客户结构，减少低毛利客户合作，开发更多高毛利客户，故预计2020年收入仍继续呈下降趋势。

（二）毛利率：2019年，企业的毛利率呈上升趋势，主要是因为企业优化客户结构，减少与低毛利率客户的合作，导致企业毛利率呈上升趋势。未来年度，管理层将以优化客户结构，提高综合服务能力，增加客户粘性为宗旨，预计企业的毛利率相对较为稳定，略有下浮。预计未来毛利率在40.59%-42.59%区间。

（三）期间费用率：优力互动已经经营多年，期间费用率相对较为稳定。对于与营业收入关联性较强，根据历史数据预计的费用率进行估算。对于相对固定的费用则按趋势预测法进行一般性估算。对于存在非正常变动因素的，在剔除历史期非正常变动因素的基础上予以预测。综上，管理层预计未来期间费用占收入比在32.22%-35.24%区间。

（四）折现率

本次评估采用加权平均资本成本定价模型(WACC) (税前)。

$$R = R_e \times W_e / (1 - T) + R_d \times W_d$$

各项参数的选取过程如下：

1)无风险收益率的确定

无风险收益率是指在当前市场状态下投资者应获得的最低收益率。在我国，国债是一种比较安全的投资，因此国债收益率可视为投资方案中最稳妥，也是最低的收益率，即安全收益率。本次评估，参考 Wind 资讯的债券相关资料，选取中长期国债的到期收益率 3.9672%。

2)市场平均风险溢价的确定

市场风险溢价(Market Risk Premium)是投资者投资股票市场所期望的超过无风险收益率的部分，是市场预期回报率与无风险利率的差。

市场风险溢价=成熟股票市场的基本补偿额+国家风险补偿额

本次评估市场风险溢价取 7.24%。

3)风险系数 β 值的确定

β 值被认为是衡量公司相对风险的指标。通过 Wind 证券资讯终端系统，查取可比上市公司的评估基准日有财务杠杆的 β 值、债务与权益资本比值，并求取平均数，企业所得税率为 15%，换算为无财务杠杆的 β 值，取其算术平均值，即 1.1040。本次评估采用可比上市公司的资本结构，则风险系数 β 值为 1.1944。

4)公司特定风险的确定

公司特定风险是指企业在经营过程中，由于市场需求变化、生产要素供给条件变化以及同类企业间的竞争，资金融通、资金周转等可能出现的不确定性因素对产权持有单位预期收益带来的影响。

企业主要从事互联网营销业务，综合考虑企业的生产经营规模、经营状况、财务状况及流动性等，确定优力互动的特定风险系数为 2%。

5)权益资本成本折现率的确定

将选取的无风险收益率、风险收益率代入折现率估算公式计算得出折现率为 14.61%。

$$Re=Rf+\beta \times MRP+Rc$$

$$=14.61\%$$

6)加权平均资本成本折现率的确定

根据上市公司基准日资本结构情况

Wd: 债务资本价值在投资性资本中所占的比例 8.78%；

We: 权益资本价值在投资性资本中所占的比例 91.22%;

则: $R = R_e \times W_e / (1 - T) + R_d \times W_d$

=16.07%

折现率为 16.07%。

三、主要参数对比情况

被投资单位名称 或形成商誉的事项	2019 年			2018 年		
	增长率(%)	毛利率(%)	折现率(%)	增长率(%)	毛利率(%)	折现率(%)
北京品众创新互动信息技术有限公司	6.00-16.98	3.87-3.92	15.41	9.14-11.36	4.21-4.32	14.99
北京优力互动数字技术有限公司	-3.5-11.69	40.59-42.59	16.07	1.01-3.72	30.48	17.13

2019 年公司预计北京品众创新互动信息技术有限公司未来现金流量现值时收入增长率为 6.00%-16.98%，较 2018 年存在一定差异，主要原因为品众创新调整了媒体结构，资源更多的向头部媒体（头条、腾讯）倾斜，而该类媒体自身的增长动力要高于行业平均水平，故从短期来看，收入增长幅度会高于 2018 年末的估计，但从长期来看，品众创新结合自身资金情况，预测更为谨慎；毛利率为 3.87%-3.92%，较 2018 年略有降低，主要原因为品众创新收入结构发生了一定变化，头部媒体收入较 2018 年度大幅提升，而公司头部媒体毛利率较低；折现率为 15.41%，较 2018 年略有上升，主要原因为资本结构发生了一定变化。

2019 年公司预计北京优力互动数字技术有限公司未来现金流量现值时收入增长率为-3.5%-11.69%，较 2018 年存在一定差异，主要原因为优力互动优化客户结构，减少与低毛利率客户的合作，导致 2019 年收入同比下降 20.8%，管理层目前积极开发新客户，增加老客户的黏性，预计未来年度收入会呈现一定的增长；毛利率为 40.59%-42.59%，较 2018 年呈上升趋势，主要原因为优力互动收入结构发生了一定变化，优化客户结构，减少与低毛利率客户的合作，导致毛利率上升；折现率为 16.07%，较 2018 年略有下降，主要原因为本次折现率采用加权平均资本成本定价模型(WACC) (税前)，优力互动 2018 年的所得税率为 25%，2019 年取得高新技术证书，享受 15%的所得税优惠，故导致折现率下降。

四、会计师核查意见

我们在审计过程中主要执行了如下程序：

(一) 评价与编制折现现金流预测相关的关键内部控制的设计和运行有效性。

(二) 评价由管理层聘请的外部评估机构的独立性、客观性、经验和资质。

(三) 利用估值专家的工作，评价管理层估计各资产组可收回价值时采用的假设和方法。

(四) 通过将收入增长率、永续增长率和成本上涨等关键输入值与过往业绩、管理层预算和预测及行业报告进行比较，审慎评价编制折现现金流预测中采用的关键假设及判断。

(五) 通过将折现率与同行业类似企业的折现率进行比较，评价折现的现金流量预测中采用的风险调整折现率。

(六) 获取管理层的关键假设敏感性分析，包括折现现金流预测运用的收入增长率和风险调整折现率，评价关键假设变动对管理层在其减值评估发表的结论造成的影响，以及是否存在管理层偏好的任何迹象。

(七) 通过对比上一年度的预测和本年度的业绩进行追溯性审核，以评估管理层预测过程的可靠性和历史准确性。

通过上述程序，我们认为公司进行商誉减值测试时其相关参数及其变动合理。

问题 10、报告期内，公司研发人员为 361 人，研发人员数量占比为 20.35%，研发投入金额 4,021.79 万元，研发投入占营业收入比例为 0.46%，均较去年同期均大幅增长。请补充说明报告期内研发投入各项数据与去年同期相比大幅增加的原因及合理性，研发投入计入的会计科目及核算情况，以及研发费用核算是否准确。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、研发费用增长原因

广东天龙油墨集团股份有限公司研发费用本期较上期增长 2,241.01 万元，主要原因为下属子公司精细化工、优力互动研发投入增加所致，该 2 家子公司合计增加 2,048.47 万元，占增加总额的 91.41%。

公司下属子公司精细化工为提高创新能力，经管理层决定，对精细化工加大研发投入力度。成立研发技术中心，增加研发专门人才引进，实现公司产业升级，

提升产品质量，增加市场竞争力，是公司经营策略之一。2019 年度精细化工新启动了羧基功能化离子液体催化 α -蒎烯水合工艺项目等 6 个研发项目，合计新增研发费用 1,347.97 万元。

公司下属子公司优力互动是一家集线上线下整合营销服务，新媒体广告发布，社交媒体运营，数字化程序体验搭建，系统软件开发为一体的互联网全媒体营销服务公司。优力互动持续服务于微软、奔驰、米其林等国际大品牌客户，同时作为腾讯、优酷等国内主流网络视频平台代理商。历经 13 年的发展，优力互动已经成为 30 多家行业领先企业整合营销解决方案的供应商。本着为广告主提供更加优质的互联网全媒体营销服务及继续保持公司业务强劲势头，经公司管理层决定，2019 年度优力互动加大研发投入，先后引进行业内专业人才 32 名，启动互联网微博大数据抓取及分析系统等 4 个研发项目，其中大数据抓取项目的年度数据流转量达到数十亿条，并通过了国家高新技术企业认定。该公司本期研发费用较上期新增 700.50 万元。

二、会计核算

公司按研究阶段与开发阶段两个部分分别进行核算，其中，研究阶段是指为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。开发阶段是指在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

公司内部研究开发项目在研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

公司内部研究开发项目在开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日起转为无形资产。

三、会计师核查意见

我们在审计过程中主要执行了如下程序：

（一）获取研发支出明细表，复核加计是否正确，并与研发支出总账数和明细账合计数核对是否相符，并将所属的“资本化支出”明细账期末余额与报表数核对是否相符。

（二）检查管理层编制的有关可行性报告和研发项目预算等文件资料。

（三）实施分析性程序，分析研发费用波动的原因及合理性。

（四）向有关技术人员了解各项研发项目的进展。

（五）检查各项支出是否与研究开发直接相关。

经核查，我们认为公司 2019 年度研发费用较上期变动原因合理，研发费用核算符合企业会计准则的规定。

问题 11：报告期内，你公司劳务外包的工时总数为 172,331 小时，同比增长 897.29%，劳务外包支付的报酬总额为 2,211.74 万元，同比增长 2,963.38%。请结合业务变化补充说明劳务外包同比大幅增长的原因，以及劳务外包工时数与劳务外包报酬增幅存在较大差异的合理性。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、劳务外包增长的原因及劳务外包工时数与劳务外包报酬增幅存在差异的原因

2019 年公司劳务外包除了林产化工劳务外包以外，主要增加了全资子公司优力互动的外包业务。

2018 年，优力互动为扩大开发定制化的营销资源，为品牌广告主提供更新颖专业的解决方案，将互联网重点行业分析业务直接委托给其他公司实施，该业务的主要范围是针对互联网用户最关注且最活跃的社交、视听影音、生活服务、电商、游戏 5 个行业进行持续性研究及分析，通过收集整理内容资讯和数据，分析各个行业在互联网中的表现及对互联网用户的影响程度，国家政策对行业的直接和间接影响，互联网用户在日常互联网行为中的特性、行为喜好、行为习惯等，定期出具行业大数据分析，为企业主提供宏观数据分析和趋势预测。优力互动不

直接参与该项业务，根据项目进度及项目完成情况进行结算，按照项目服务费进行处理。

2019年，优力互动根据自身的专业人员配备及项目管理经验，为了实现对项目更灵活、更可控的运作及管理，在2018年的合作基础上，改变了实施方式，按照专业人员的不同级别和人次等采取劳务外包方式合作，由此改变了原有的外部项目服务管理模式。优力互动制定研究策略、方向及研究目标，主导业务的实施，外包公司则通过提供劳务、派遣人员等方式负责技术方案的具体实施和结果输出。合作模式的改变导致统计口径相应改变，该项业务被定义为劳务外包业务。以上统计口径的改变未对公司净利润产生重大影响。

由于劳务外包的增量来源于新媒体业务，新媒体劳务外包业务以工时计的单位劳动报酬高于林产化工业务的劳动报酬，因此劳务外包工时数与劳务外包报酬均增加的情况下，劳务外包的报酬增幅高于工时数增幅。

二、会计师核查意见

我们在审计过程中主要执行了如下程序：

- (一) 了解劳务外包合同签订及劳务人员安排情况。
- (二) 检查劳务费用结算的依据。
- (三) 检查合同、发票、结算依据的一致性。
- (四) 实施分析性程序，分析劳务外包波动的原因及合理性。
- (五) 检查各项劳务支出是否与公司的经营活动直接相关。

经核查，我们认为公司2019年度劳务外包的会计处理符合企业会计准则的规定。

问题 12、报告期内，你公司销售费用-代理服务费用发生额为 1,163.38 万元，去年同期无此项目。请补充说明该项费用的具体情况，并报备代理服务费用主要的交易对象、金额、对应的合同。请会计师进行核查并发表明确意见。

回复：

一、代理服务费用产生的原因

公司为加强油墨板块的销售渠道建设管理、销售价格管理、销售策划活动与建议、货款回收、客户关系维护、基础工作管理等工作，将部分工作交给专业团队实施专业代理。

实施专业代理，有利于公司简化业务流程，很大程度上减轻了货款回收的工作量，提升工作效率；从长期来看能有效降低公司销售费用和坏账损失，优化公司资产；按照现行法律和公司的规章制度，对此类业务的提成奖惩激励标准的制定、执行难以达到平衡，实施专业代理后能降低公司法律风险。

服务费主要包含收款服务费、激励奖励、渠道建设服务及违约责任等。

二、会计师核查意见

我们在审计过程中主要执行了如下程序：

- （一）向管理层了解其商业目的，判断费用发生的原因。
- （二）获取合同了解代理服务的相关内容并检查费用的支出情况。
- （三）结合本期与上期的收入和费用进行测算，验算该项代理费能否达到其商业目的。

经核查，我们认为公司销售费用-代理服务费的会计处理符合企业会计准则的规定。

问题 13、报告期内，你公司的其他收益-增值税进项税加计抵减发生额为 3,290.54 万元，去年同期无此项目。请补充说明该项目的具体情况。

回复：

根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号，以下简称“《第 39 号公告》”）规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额；本公告所称生产、生活性服务业纳税人，是指提供邮政服务、电信服务、现代服务、生活服务取得的销售额占全部销售额的比重超过 50%的纳税人。根据《增值税会计处理规定》（财会〔2016〕22 号）的有关规定，生产、生活性服务业纳税人取得资产或接受劳务时，应当按照《增值税会计处理规定》的相关规定对增值税相关业务进行会计处理；实际缴纳增值税时，按应纳税额借记“应交税费——未交增值税”等科目，按实际纳税金额贷记“银行存款”科目，按加计抵减的金额贷记“其他收益”科目。

公司部分子公司属于生活性服务-现代服务行业纳税人，符合《第 39 号公告》的规定，自 2019 年 4 月 1 日开始，享受增值税可抵扣进项税额加计抵减的税收

优惠政策，并计入其他收益-增值税进项税加计抵减项目。具体情况如下：

单位：元

项目	金额
增值税销项税额	472,282,703.69
增值税可抵扣进项税额	429,385,559.71
增值税可加计抵减额	33,473,916.54
计入其他收益金额	32,905,412.05

特此公告

广东天龙油墨集团股份有限公司董事会

二〇二〇年六月一日