

关于对广博集团股份有限公司 2020年年报问询函相关事项的专项说明

深圳证券交易所公司部：

贵部《关于对广博集团股份有限公司2020年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2021〕第348号，以下简称问询函）已收悉。我所作为广博集团股份有限公司（以下简称广博股份公司）2020年度财务报表审计机构，现就问询函有关事项回复如下：

1. 报告期内，你公司实现营业收入25.93亿元，同比增长19.77%；实现净利润-2.37亿元，同比减少1,942.47%；经营活动产生的现金流量净额765万元，同比下降93.99%。请你公司：

（1）2018年至2020年，你公司扣非后净利润分别为-7亿元、-480万元、-2.45亿元。年审会计师对你公司2020年财务报告出具了标准无保留审计意见。请说明你公司持续经营能力是否存在不确定性，是否可能触及《股票上市规则（2020年修订）》第13.3条规定的其他风险警示情形。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、2018年至2020年扣非后净利润亏损主要原因

1、2018年度公司扣非后净利润为-7亿元，主要系对灵云传媒资产组计提商誉减值6.21亿元以及对持有的汇元通13.94%的股权计提长期股权投资减值1.17亿元。

2、2019年度公司扣非后净利润为-480万元，主要系对应收汇元通控股业绩补偿款计提坏账准备所致：

3、2020年度扣非后净利润为-2.45亿元，主要系对灵云传媒资产组计提商誉减值1.25亿元以及对应收汇元通控股业绩补偿款计提坏账准备所致。

二、公司持续经营能力

1、销售情况

公司目前主营业务为文具的生产与销售以及互联网广告营销与服务，同时公司大力发展跨境电商业务。2018年-2020年公司分行业销售情况如下：

单位：人民币万元

行业名称	2018 年	2019 年	2020 年
互联网广告营销与服务	102,710.40	98,170.65	122,273.52
文具行业	90,448.60	106,555.41	120,625.86
跨境电子商务	11,103.39	11,255.18	15,787.77
小 计	204,262.40	215,981.25	258,687.15

公司文具业务主要包括学生文具、文创生活以及时尚办公文具三大品类，公司借助供应链整合能力，为办公、学生、时尚生活文具提供全面的解决方案。通过多年的经营，公司逐步积累了品牌优势、研发优势以及渠道优势等。目前公司已经建立了遍布全球主要文具市场的营销网络，在中国香港、美国、越南等地设立了海外公司，在国内主要城市建有销售网络，与国内外重要顾客以及供应商如沃尔玛、家乐福、Staples建立了“长期、稳定、双赢”的合作伙伴关系。报告期内，公司渠道建设工作大力推进，销售呈现多渠道齐头共进的特点，2018年-2020年公司文具业务收入逐年稳步增长。

公司互联网广告营销与服务，主要为广告媒体和广告主提供广告相关的专业中介运营服务，灵云传媒近年来加大了以信息流广告为主的移动新媒体广告业务的市场开拓力度，2018年-2020年公司互联网广告营销与服务收入总体上保持增长态势。

2、经营方面

公司运营管理水平不断提升。文具制造坚持以提效降本为根本，调整优化采购、设备管理等组织架构与人员配置，提升服务响应速度。宁波越南两大生产基地协同发展保障销售。市场拓展模式效果显著，千城万店、海外品牌拓展战略稳步推进。

互联网广告服务业务面对未来大量创新业务不断涌现的竞争格局，围绕核心客户不断优化自身经营管理能力及运营团队。充分利用数字渠道对比传统广告渠道的显著优势，发挥团队规模优势，承接唯品会、滴滴出行等大客户的投放预算。

3、财务方面

公司部分财务项目如下：

单位：人民币万元

项 目	2020 年 12 月 31 日		2020 年 1 月 1 日	
	金额	占比	金额	占比
流动资产	117,656.64	69.98%	129,926.90	68.11%
其中：货币资金	10,792.96	6.42%	16,509.95	8.66%
交易性金融资产	24,648.32	14.66%	22,201.09	11.64%
应收账款	54,243.60	32.26%	47,830.87	25.07%
非流动资产	50,474.97	30.02%	60,825.77	31.89%
资产总额	168,131.61	100.00%	190,752.67	100.00%
负债总额	89,340.38		88,068.44	

所有者权益	78,791.23	102,684.22
-------	-----------	------------

公司的主要资产为货币资金、应收账款、长期股权投资及固定资产，各项资产期初期末占比变动较小，资产结构稳定。流动资产占资产总额69.98%，资产流动性较高，其中货币资金、理财产品、应收账款等易变现的资产占比相对较高，资产变现能力较强。

综上所述，公司主营业务运营状况稳定、营业收入规模较好、资产结构稳定，持续经营能力不存在不确定性，不会触及《股票上市规则（2020年修订）》第13.3条规定的其他风险警示情形。

年审会计师核查意见：

经核查，我们认为公司持续经营能力稳定，不触及《股票上市规则（2020年修订）》第13.3条规定的其他风险警示情形。

2. 报告期内，你公司来自关联方北京云锐国际文化传媒有限公司及其关联方（以下简称“云锐国际及其关联方”）的采购额为6.31亿元，同比增长34.31%，占年度采购总额的30.53%。年审会计师将互联网广告业务关联采购真实性和交易价格公允性识别为关键审计事项。请你公司：

（1）……

（2）你公司集中向前述关联方采购的必要性，并结合采购合同及结算单等，说明采购价格、采购价格的支付进度是否明显异于云锐国际及其关联方向第三方销售情况，如是，请说明原因及是否存在向关联方输送利益的情形。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

如前题所述，公司向关联方采购系双方基于市场化的选择，具有必要性。公司审计机构对灵云传媒关联交易事项展开核查，选取样本抽查关联交易明细对应的合同、充值确认单、付款记录、发票等，并结合函证等程序判断关联交易真实性；通过对关联方延伸核查进一步复核关联采购交易真实性及交易价格公允性，具体包括：与关联方管理层进行访谈了解其销售定价政策和决策程序；查看关联方与主要媒体的授权代理协议；查阅关联方的业务台账；抽查关联方与其他单位的业务合同、结算单等，将灵云传媒结算价与对第三方单位结算价比较，判断交易价格是否公允。经抽查，未发现交易价格明显异于云锐集团向其他第三方销售的情况。

灵云传媒向云锐集团采购价款支付均为预付，由于目前主流互联网媒体的信息流广告业

务均要求广告主先充值后投放，相应充值垫付资金的成本转嫁至代理商，而代理商出于对客户充值需要的及时响应考虑，一般会按照未来几天的预估消耗在广告账户里提前充值。云锐集团销售时，对代理商一般均要求预付充值款，所以灵云传媒向云锐集团预付款项符合行业惯例和业务模式。

综上所述，灵云传媒上述日常关联交易基于市场化选择，遵循市场化原则。关联交易遵循市场定价原则，关联交易价格公允，采购价款的支付进度与云锐集团向其他第三方销售一致，不存在向关联方输送利益的情形。

年审会计师核查意见：

经核查，我们认为公司关联方采购的采购价格、采购价款的支付进度未明显异于云锐集团向第三方销售情况，不存在向关联方输送利益的情形。

3. 年报显示，你公司使用远期结售汇避免汇兑损失，初始投资额 6,720 万元，报告期内售出金额 1.37 亿元，期末余额为 0，报告期内实际损益 205 万元。此外，报告期内，你公司财务费用 4,060 万元，同比增长 1.31 倍，主要原因是汇兑损失增加 2,649 万元。请你公司：

(1) ……

(2) 说明衍生品投资实际损益的确认时点及依据，以及会计处理合规性。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

根据《企业会计准则第22号—金融工具确认和计量》的相关规定，公司将远期结汇合约认定为衍生金融工具，并分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的交易性金融资产/交易性金融负债，按照金融工具的确认和计量方式进行相应的处理。对于尚未到期的远期结汇合约，公司选取公开市场上与合约剩余到期日期限近似的远期外汇汇率牌价，作为远期结汇合约公允价值的确认依据。

在签订远期结汇合约时，公司不进行会计处理；在资产负债表日，对于尚未到期的远期结汇合约，公司选取资产负债表日至合约交割日期近似的远期市场汇率，将该汇率与合约约定交割汇率的差额确认为公允价值变动损益，并根据损益方向确认为对应的金融资产或金融负债；到期/择期交割远期结汇合约时，公司将按照交割日市场汇率计算的合约价值同该项合约当前账面价值之间的差额计入投资收益。

年审会计师核查意见：

经核查，我们认为公司与衍生品投资有关的会计处理方式符合企业会计准则的规定。

4. 《年度关联方资金占用专项审计报告》显示，你公司与关联自然人（即持股 5%以上股东及其亲属）存在非经营性资金往来，期初余额 514.32 万元，报告期内往来额 65.65 万元，期末余额 0，形成原因为应收账款补偿预计。请说明前述资金往来的形成背景、是否具备商业合理性，是否构成对关联方的财务资助及你公司履行的审议程序和信息披露义务。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

公司于2015年5月7日完成对灵云传媒100%股权的收购，公司与原灵云传媒股东任杭中、杨广水及杨燕签订了《盈利预测补偿与奖励协议》，协议就灵云传媒应收账款进行了特别约定：如目标公司截至2019年12月31日仍未收回 2018年末应收账款（为避免疑问，截至2018年12月31日已计提坏账部分不计算在内），任杭中、杨广水及杨燕承诺按照（80%:10%:10%）的比例分别以现金的方式向目标公司进行补偿，并于2020年4月30日前补偿完毕；如在2020年1月1日以后收回上述2019年12月31日尚未收回的2018年末应收账款，则目标公司将在收到每一笔上述应收账款的5日内，将相应金额的补偿款返还给业绩承诺方，但该等返款款项总金额以业绩承诺方依照本款前述约定向目标公司作出的补偿金额为限。

截至2019年12月31日，灵云传媒仍未收回2018年末应收账款19,477,082.95元，扣除2018年度已计提坏账11,895,772.96元，余额为7,581,309.99元。任杭中、杨广水及杨燕应向灵云传媒支付应收账款补偿金分别为现金6,065,047.99元、758,131.00元、758,131.00元。公司依据《盈利预测与奖励协议》之约定，于2020年4月22日分别通知任杭中、杨燕、杨广水本次补偿的事宜及补偿的具体金额、方式，截至2020年4月30日灵云传媒已收到任杭中、杨广水及杨燕支付的补偿款合计7,581,309.99元，任杭中、杨广水、杨燕关于应收账款补偿承诺履行完毕。

因补偿协议约定，如在2020年1月1日以后收回上述2019年12月31日尚未收回的2018年末应收账款，则目标公司将在收到每一笔上述应收账款的5日内，将相应金额的补偿款返还给业绩承诺方。考虑到业绩承诺方2020年4月30日前补偿给灵云补偿款存在期后回款补偿金需返回的可能，2019年度公司按账龄1年以上的应收账款在本年补提的坏账金额5,714,630.60元确认为其他应收款和营业外收入，同时按任杭中、杨广水及杨燕80%:10%:10%

的比例分别确认为4,571,704.48元, 571,463.06元, 571,463.06元。任杭中系公司持股5%以上股东, 杨燕系公司持股5%以上股东任杭中兄长之配偶, 截止2019年末该两位业绩承诺方的应收款补偿款预计为514.12万元。

2020年1月1日以后灵云传媒收回上述2019年12月31日尚未收回的2018 年末应收账款1,137,148.60元, 灵云传媒将相应的补偿款即1,137,148.60元按比例分别返还给业绩承诺方。因仍未收回的2018年末应收账款无法收回的可能性进一步加大, 公司将实际已收到的应收账款补偿款7,581,309.99元, 扣除2019年度已确认部分5,714,630.60元及本期收到并返还给业绩承诺方的1,137,148.60元后的差额729,530.79元确认为其他应收款和营业外收入。其中关联自然人任杭中和杨燕为656,577.71元。

公司于2020年4月20日召开第七届董事会第二次会议、第七届监事会第二次会议审议通过了《关于西藏山南灵云传媒有限公司应收账款补偿情况的议案》, 并于4月22日及5月6日发布了相关公告及进展公告。

综上, 公司该笔应收账款补偿预计具备商业合理性, 不构成对关联方的财务资助, 公司履行相应的审议程序和信息披露义务。

年审会计师核查意见:

经核查, 我们认为应收账款补偿预计按协议约定履行, 具备商业合理性, 不构成对关联方的财务资助。

5. 2015 年, 你公司完成西藏山南灵云传媒有限公司(以下简称“灵云传媒”)100%股权的收购, 交易作价 8 亿元, 形成商誉 7.46 亿元。截至报告期末, 你公司已对商誉全额计提减值准备, 其中 2018 年计提 6.21 亿元, 2020 年计提 1.25 亿元。请你公司:

(1)

(2) 2018 年至 2020 年, 你公司净利润分别为-6.77 亿元、0.13 亿元、-2.37 亿元。请结合问题(1)的回复并对比分析 2018 年至 2020 年商誉减值测试情况, 包括可收回金额的确定方法、重要假设、关键参数(包括收入增长率、毛利率、利润率、折现率等), 说明是否存在跨期调节商誉减值准备以规避退市风险警示的情形。请评估师、年审会计师核查并发表明确意见。

回复:

一、2018年至2020年商誉减值测试可收回金额的确定方法保持一致

由于公开披露的资产交易大部分交易标的为股权，以包含商誉的相关资产组作为交易标的的案例极少，因此难以直接获得包含商誉的相关资产组的直接销售协议价格，也不存在直接的活跃交易市场。故2020年末，2019年末和2018年末商誉减值测试，均为通过估算预计未来现金流量的现值确定资产组可收回金额。

二、2018年至2020年商誉减值测试重要假设保持一致

针对企业所得税问题，根据藏政发[2018]25号文件，2018年-2021年企业所得税免征地方留存部分。2018年至2020年商誉减值测试时，预测期西藏山南灵云传媒有限公司的所得税率按西部大开发政府优惠税率15%进行预测，其中2021年度西藏山南灵云传媒有限公司的所得税免征地方留存部分。其他重要假设也均保持一致。

三、关键参数对比情况

1、2018年至2020年商誉减值测试关键参数对比表

单位：人民币万元

减值测试年份	指标	2018年	2019年E	2020年E	2021年E	2022年E	2023年E	2024年及以后年度	预测期复合增长率	预测期平均数
2018年末	营业收入	102,715.12	100,164.10	105,867.57	110,843.85	113,579.05	115,788.02	115,788.02	2.42%	--
	增长率	-22.21%	-2.48%	5.69%	4.70%	2.47%	1.94%	-	--	2.46%
	毛利率	11.24%	10.61%	9.62%	9.22%	8.99%	8.85%	8.85%	--	9.46%
	营业利润率	9.21%	7.00%	6.31%	6.04%	5.99%	5.89%	5.89%	--	6.25%
	税后折现率	--	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	--	13.08%
减值测试年份	指标	2019年	2020年E	2021年E	2022年E	2023年E	2024年E	2025年及以后年度	预测期复合增长率	预测期平均数
2019年末	营业收入	98,170.65	93,375.10	103,769.73	112,323.82	121,906.26	127,229.40	127,229.40	5.32%	--
	增长率	-4.42%	-4.88%	11.13%	8.24%	8.53%	4.37%	-	--	5.48%
	毛利率	5.89%	6.97%	6.97%	6.92%	6.88%	6.88%	6.88%	--	6.93%
	营业利润率	3.03%	3.64%	3.86%	3.89%	3.97%	3.98%	3.98%	--	3.87%
	折现率	--	11.20%	11.20%	11.20%	11.20%	11.20%	11.20%	--	11.20%
减值测试年份	指标	2020年	2021年E	2022年E	2023年E	2024年E	2025年E	2026年及以后年度	预测期复合增长率	预测期平均数
2020	营业收入	122,273.52	131,842.54	139,687.97	148,380.23	158,000.90	168,639.86	168,639.86	6.64%	--

年末	入									
	增长率	24.55%	7.83%	5.95%	6.22%	6.48%	6.73%	-	--	6.64%
	毛利率	4.50%	4.78%	4.82%	4.85%	4.89%	4.93%	4.93%	--	4.86%
	营业利率率	1.51%	2.24%	2.33%	2.45%	2.57%	2.70%	2.70%	--	2.46%
	折现率	--	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	13.00%	--	13.00%

2、关于2018年至2020年商誉减值测试预测的收入增长率变化情况说明

2018年至2020年商誉减值测试时，历史期和预测期收入增长率情况如下：

减值测试年份	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	预测期复合增长率
2018年末	-22.21%	-2.48%	5.69%	4.70%	2.47%	1.94%	--	--	2.42%
2019年末	-22.21%	-4.42%	-4.88%	11.13%	8.24%	8.53%	4.37%	--	5.32%
2020年末	-22.21%	-4.42%	24.55%	7.83%	5.95%	6.22%	6.48%	6.73%	6.64%

（1）2018年末商誉减值测试的预测期收入增长率

2019年至2023年预测期收入平均增长率分别为-2.48%、5.69%、4.70%、2.47%、1.94%，2018年至2023年复合增长率为2.42%，主要原因如下：

A. 2018年3月29日，原国家新闻出版广电总局发布《游戏申报审批重要事项通知》，称由于机构改革，所有游戏版号的发放全面暂停，直到2019年初恢复版号发放，且版号的发放速度尚未回复到2018年初值。这直接导致灵云传媒游戏客户的广告投入大幅度减少。

B. 2018年度部分新媒体业务因受到负面舆情影响而停止投放。

（2）2019年末商誉减值测试的预测期收入增长率

2020年至2024年预测期收入平均增长率分别为-4.88%、11.13%、8.24%、8.53%、4.37%，2019年至2024年复合增长率为5.32%，主要原因是，灵云传媒考虑到企业主要客户预计将加大海外投放力度，与灵云传媒增加海外地区的合作区域，企业另一主要客户与灵云传媒增加自建广告投放系统代运营业务，为企业未来业绩提供增长点，预计2021年营业收入将相比2020年提升。

（3）2020年末商誉减值测试的预测期收入增长率

2021年至2025年预测期收入平均增长率分别为7.83%、5.95%、6.22%、6.48%、6.73%，2020年至2025年复合增长率为6.64%，主要原因是，2020年灵云传媒主要客户加大合作力度，收入同比增长24.55%，企业预计未来与核心客户的合作进一步加深，因此灵云传媒基于灵云传媒已签订的合同、协议、发展规划、历年经营趋势等因素综合分析，预测灵云传媒未来五年的主营业务收入。

3、关于2018年至2020年商誉减值测试预测的毛利率变化情况说明

2018年至2020年商誉减值测试时，历史期和预测期毛利率水平如下：

减值测试年份	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	预测期平均数
2018年末	11.24%	10.61%	9.62%	9.22%	8.99%	8.85%	--	--	9.46%
2019年末	11.24%	5.89%	6.97%	6.97%	6.92%	6.88%	6.88%	--	6.93%
2020年末	11.24%	5.89%	4.50%	4.78%	4.82%	4.85%	4.89%	4.93%	4.86%

2018年-2020年企业实际毛利率分别为11.24%、5.89%、4.50%，2018年-2020年商誉减值测试时，预测未来五年的毛利率平均数分别为9.46%、6.93%、4.86%，毛利率预测均主要基于企业历史期业务毛利情况和未来业务结构。

因互联网营销行业竞争日趋激烈，媒体资源马太效应日趋明显，大部分用户和流量聚焦于相对少数头部媒体，如腾讯、今日头条、百度信息流、爱奇艺等。从中介端即定位类似于灵云传媒的互联网营销服务商来看，同类公司数量庞大、市场准入门槛较低，分散化程度加剧，各互联网营销服务商对优质客户和头部媒体资源的争夺日益激烈，互联网广告代理业务价格也日趋透明，致使灵云传媒信息流广告营销业务毛利较逐年下滑，2018年至2020年商誉减值测试时，各年度商誉减值测试时，预测未来年度业务毛利率平均值较上年度商誉减值测试预测期毛利率平均值下降具有合理性。

4、关于2018年至2020年商誉减值测试预测的营业利润率变化情况说明

2018年至2020年商誉减值测试时，历史期和预测期营业利润率水平如下：

商誉减值测试年份	指标	2018年	2019E	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E及以后年度
2018年末	毛利率	11.24%	10.61%	9.62%	9.22%	8.99%	8.85%	8.85%
	期间费用率	2.34%	3.61%	3.31%	3.18%	2.99%	2.96%	2.96%
	营业利润率	9.21%	7.00%	6.31%	6.04%	5.99%	5.89%	5.89%
商誉减值测试年份	指标	2019年	2020E	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E及以后年度
2019年末	毛利率	5.89%	6.97%	6.97%	6.92%	6.88%	6.88%	6.88%
	期间费用率	2.98%	3.34%	3.11%	3.03%	2.91%	2.89%	2.89%
	营业利润率	3.03%	3.64%	3.86%	3.89%	3.97%	3.98%	3.98%
商誉减值测试年份	指标	2020年	2021E	2022E	2023E	2024E	2025E	2026E及以后年度
2020年末	毛利率	4.50%	4.78%	4.82%	4.85%	4.89%	4.93%	4.93%
	期间费用率	2.51%	2.54%	2.49%	2.41%	2.32%	2.24%	2.24%
	营业利润率	1.51%	2.24%	2.33%	2.45%	2.57%	2.70%	2.70%

2018年、2019年和2020年各次商誉减值测试期间费用率主要参考企业发展规划和历史

年度该等费用的支出情况预测。对比企业各次商誉减值测试期间费用率和毛利率情况，2018年，企业预测营业利润率为7.00%-5.89%；2019年末商誉减值测试时，企业预测营业利润率为3.64%-3.98%，2020年末商誉减值测试时，企业预测未来利润率为2.24%-2.70%；2019年、2020年商誉减值测试预测利润率较上年末减值测试下降的主要原因为企业毛利较上年度有较大幅度下滑所致。

5、关于2018年至2020年商誉减值测试折现率变化情况说明

2018年、2019年、2020年商誉减值测试均采用了资本加权平均成本模型(WACC)确定税后折现率的方法，且可比公司选取一致。

2018年、2019年、2020年商誉减值测试可比公司选取范围未发生变化，均为下列公司：

证券代码	证券简称	主营产品类型	上市日期
002315.SZ	焦点科技	网站	2009-12-09
300113.SZ	顺网科技	通信系统与平台	2010-08-27
300242.SZ	佳云科技	广告代理、广告设计	2011-07-12
603598.SH	引力传媒	广告代理	2015-05-27
603729.SH	龙韵股份	广告代理	2015-03-24
300392.SZ	腾信股份	互联网服务	2014-09-10

但由于无风险利率、市场风险溢价、 β 系数、资本结构等分别受评估基准日后到期的长期国债的到期收益率、证券市场相关指数以及可比公司相关数据等的影响，产生合理差异。2018年-2020年各年末商誉减值测试指标及取数依据如下：

序号	2020年末商誉减值测试		2019年末商誉减值测试		2018年末商誉减值测试	
	取数	取数依据	取数	取数依据	取数	取数依据
权益比	0.9247	行业水平	0.9377	行业水平	1.0000	企业自身
债务比	0.0753	行业水平	0.0623	行业水平	0.0000	企业自身
贷款加权利率	0.0465	2021年3月公布的LPR	0.0475	2020年3月公布的LPR	0.0000	不涉及
国债利率	0.0314	根据中国资产评估协会网站公布的中央国债登记结算公司(CCDC)提供的国债收益率，选取10年期国债收益率作为无风险利率	0.0369	参照国家近五年发行的中长期国债利率的平均水平，按照十年期以上国债利率平均水平确定无风险收益率	0.0368	评估基准日至国债到期日剩余期限在5年以上的记账式国债，计算其到期收益率，并取所有国债到期收益率的平均值
可比公	0.1064	选取有代表	0.0990	对上证综合	0.1037	通过估算

司收益率		性的上证综指作为标的指数，分别以周、月为数据频率采用算术平均值进行计算并年化至年收益率，并分别计算其算术平均值、几何平均值、调和平均值，经综合分析后确定市场期望报酬率		指数自 1992 年 12 月 31 日全面放开股价、实行自由竞价交易后至 2020 年 6 月 30 日期间的指数平均收益率进行测算，得出市场期望报酬率的近似		2001—2018 年每年的市场风险超额收益率，即以沪深 300 指数的成份股的几何平均年收益作为 Rm
适用税率	15%	行业众数	15%	行业众数	9%、15%	企业自身所得税率
权益 β	1.2837	行业数据	1.1332	行业数据	1.1056	行业数据
特性风险系数	0.0100		0.0100		0.0200	
权益成本	0.1377		0.1173		0.1308	
债务成本(税后)	0.0395		0.0404		0.0000	
WACC	0.1303		0.1125		0.1308	
折现率(税后)	0.1300		0.1120		0.1308	
折现率(税前)	0.1553		0.1327		0.1522	

综上所述，公司2018年至2020年，可收回金额的确定方法保持一致，商誉减值测试重要假设、关键参数具有合理性，不存在跨期调节商誉减值准备以规避退市风险警示的情形。

年审会计师核查意见：

经核查，公司在2018年至2020年商誉减值测试时，可收回金额的确定方法一致，商誉减值测试重要假设、关键参数具有合理性，不存在跨期调节商誉减值准备以规避退市风险警示的情形。

6. 2016 年度，你公司完成对 Geoswift Asset Management Limited（即汇元通公司）13.94%股权的收购，交易作价 4,600 万美元。交易对方 Geoswift Holding Limited（即汇元通控股）以及宁波梅山保税港区韦德投资管理有限责任公司（以下简称“宁波韦德”）承诺汇元通公司 2016 年至 2018 年税前利润分别不低于 2,900 万美元、3,900 万美元及 4,900 万美元。因汇元通公司于业绩承诺期内实际实现的税前利润未达承诺税前利润，汇元通控股应向你公司支付业绩补偿款 1.53 亿元，宁波韦德对上述业绩补偿事项承担连带保证责任。

2020 年 12 月，你公司披露公告称，将汇元通公司 13.94%股权出售给关联方宁波梅山保税港区融畅股权投资合伙企业（有限合伙），交易价格 1,600 万元，交易产生投资损失 220 万元。请你公司：

（1）……

（2）……

（3）梳理近年来对应收业绩补偿款的会计处理及合规性。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

公司于2016年6月18日取得汇元通股权时由业绩承诺方汇元通控股作出业绩承诺，具体业绩承诺条款如下：

汇元通控股向公司承诺，于业绩承诺期（即2016年、2017年及2018年）汇元通每年度的承诺税前利润应分别不低于2,900万美元、3,900万美元及4,900万美元。公司与汇元通控股约定，如汇元通于业绩承诺期实际实现的税前利润总额和未达到合计承诺税前利润，则应由业绩承诺方以美元现金方式向公司进行补偿。补偿上限为业绩承诺方获得交易价格的50%（上限为2,300万美元）。

汇元通公司于业绩承诺期内（2016年-2018年）实现的税前利润未达承诺税前利润的业绩承诺补偿款，属于或有对价。根据《企业会计准则第22号—金融工具的确认和计量》规定，企业在非同一控制下的企业合并中确认的或有对价构成金融资产的，该金融资产应当分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，不得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。据证监会会计部《2017年上市公司年报会计监管报告》的规定，与合营或联营企业投资相关的或有对价应参照企业合并或有对价的有关规定进行会计处理。

2017年度由于汇元通实际税前利润未达到业绩承诺利润，根据《盈利预测补偿协议》及补充协议约定的补偿金额计算方式，预计业绩承诺方需补偿2,300万美元，根据企业会计准则或有对价相关规定，或有对价属于《企业会计准则第22号——金融工具的确认和计量》中的金融工具，采用公允价值计量，公允价值变化产生的利得和损失应按该准则规定计入当期损益。2017年末以公允价值计量且其变动计入其他损益的金融资产账面价值为15,028.66万元。

2018年业绩承诺期已到期，汇元通公司于业绩承诺期内（2016年-2018年）实际实现的税前利润未达承诺税前利润。根据《盈利预测补偿协议》及补充协议约定的补偿金额计算方式，业绩承诺方应向公司支付补偿款2,300万美元，原计入以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产转为一项应收款，与金融资产相关的公允价值变动损益转为投资收益。2018年末其他应收款-业绩补偿款的账面价值为14,996.09万元。

2019年、2020年业绩承诺方及担保方向公司出具两次《承诺函》，确认尚欠的业绩补偿款金额，并承诺于2020年3月31日前支付补偿款人民币3,000万元，剩余补偿款最后支付日期不晚于2020年12月31日，2019年根据业绩承诺方的还款意愿及还款能力，计提坏账准备1,505.57万元，2019年末其他应收款-业绩补偿款的账面价值为13,004.09万元。

2020年1月1日至3月26日业绩承诺方汇入业绩补偿款人民币3,020万元，此后至今未有任何款项汇入，且业绩承诺方及担保方出具的《承诺函》已到期。综合考虑业绩承诺方的还款意愿以及资产情况，基于谨慎性原则，依据汇元通2020年末净资产的7%（押记股份）作为补偿款可回收金额，差额部分计提坏账准备8,346.56万元。2020年末其他应收款-业绩补偿款的账面价值为881.48万元。

年审会计师核查意见：

经核查，我们认为汇元通业绩补偿涉及的相关会计处理符合《企业会计准则》规定。

7. 年报显示，你公司应收账款期末余额为 5.84 亿元，其中应收前两名客户期末余额分别为 1.75 亿元、0.97 亿元，占应收账款总额的 30.01%、16.68%，均未计提坏账准备。请说明客户一和客户二的基本情况（包括名称、注册资本、关联关系、主营业务及主要经营和财务数据），截至目前回款情况（金额及比例），你公司未计提坏账准备的原因及合规性。请年审会计师核查并发表明确意见。

回复：

公司期末应收账款前两名客户分别为广州唯品会电子商务有限公司、Didi Mobility Information Technology Pte. Ltd.。

客户一广州唯品会电子商务有限公司注册资本21,000万元人民币，系纽交所上市公司唯品会(NYSE:VIPS)在国内的运营实体之一，主营业务为互联网在线销售品牌折扣商品，涵盖名品服饰鞋包、美妆、母婴、居家等各大品类。2020年，唯品会(NYSE:VIPS)营业总收入1,018.58亿元，营业利润62.42亿元，净利润59.19亿元，基本每股收益43.73元。广州唯品会电子商务有限公司与公司无关联关系。2020年末公司应收唯品会1.75亿元已于2021年3月之前全部回款。

客户二Didi Mobility Information Technology Pte. Ltd.，系滴滴出行境外运营的公司之一，注册地新加坡。滴滴出行主营业务为提供出租车召车、网约车、顺风车、公交、共享单车、共享电单车、代驾、汽车服务、配送、货运及物流、社区团购和金融等多元化服务。根据滴滴出行2021年6月10日公布的IPO招股书显示，滴滴出行2020年营业总收入1,417.36亿元，营业利润-137.88亿元，净利润-106.08亿元。Didi Mobility与本公司无关联关系。2020年末公司应收Didi的0.97亿元已于2021年2月之前全部回款。

公司互联网广告营销与服务以广告代理模式为主，服务客户包括唯品会、滴滴出行等大型互联网企业，根据客户回款能力以及资信情况，完成服务后一般给予广告主1至3个月的账期。公司互联网广告营销与服务应收账款坏账准备计提政策为账龄4个月内不计提，期末应收账款前两名广州唯品会1.75亿元、Didi Mobility0.97亿元账龄均在4个月内，期后均已全部回款，故未计提坏账准备。

公司整理分析了部分同行业上市公司依据账龄组合应收账款的坏账计提比例，比如下：

序号	同行业公司	1 年内处理方式					1 年以上处理方式					
		0~4 个月	5 月~1 年	0~6 个月	7 月~1 年	0~1 年	1~2 年	2~3 年	3 年以上	3~4 年	4~5 年	5 年以上
1	ST 龙韵 (603729)					5%	65%	70%		80%	100%	100%
2	利欧股份 (002131)					0.5%	10%	20%	100%			
3	佳云科技 (300242)					5%	10%	30%		50%	50%	100%
4	天龙集团 (300063)			0.95%	4.63%		20.46%	63.39%	100%			
5	灵云传媒	0%	5%				30%	50%	100%			

公司互联网广告营销与服务业务应收账款坏账准备计提方法、计提比例与同行业上市公司处理方法基本一致，符合行业特点、具有合理性。

年审会计师核查意见：

经核查，我们认为公司期末应收账款前两名客户未计提坏账准备，与客户资信情况相匹配，符合行业特点及公司实际经营情况，具有合理性。

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
2021年6月25日



中汇
会计师事务所
(特殊普通合伙)