

广东天龙科技集团股份有限公司 关于对深交所 2020 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。

广东天龙科技集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2021 年 6 月 25 日收到深圳证券交易所《关于对广东天龙科技集团股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函【2021】第 492 号，以下简称《问询函》），公司高度重视，经认真分析，审慎核查，对《问询函》所涉及的相关问题进行了回复，具体内容公告如下：

问题 1、报告期内，你公司互联网营销业务实现营业收入 97.72 亿元，同比增长 27%，毛利率为 4.21%，呈持续小幅下滑趋势。

（1）请区分投放渠道说明营业收入、毛利率的变动情况，结合市场环境、同行业公司情况等说明变动原因及合理性，预期毛利率是否会持续下滑，并充分提示相关风险。

（2）报备相关业务前十名客户名称、对应终端客户情况、投放渠道、期末应收账款余额、账龄及期后回款情况。

请会计师核实并发表明确意见。

回复：

一、公司 2019 年度、2020 年度主要投放渠道的营业收入、毛利率情况具体如下：

单位：万元

媒体名称	2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
媒体 1	321,048.51	311,196.79	3.07%	184,085.42	178,140.42	3.23%
媒体 2	304,520.09	294,455.00	3.31%	174,327.71	170,177.20	2.38%

媒体 3	169,880.38	164,762.21	3.01%	163,504.05	159,410.01	2.50%
媒体 4	52,743.62	49,251.91	6.62%	86,801.85	82,190.88	5.31%

二、收入变化情况

公司互联网营销业务收入从 2019 年的 771,887.23 万元，上升到 2020 年的 977,228.32 万元，收入增长了 27%；收入增长主要因媒体 1、媒体 2 收入增长导致。

媒体 1、媒体 2 收入增长的原因与行业发展密切相关。虽从整个信息流广告行业来看增速有所放缓，但对于网络广告的推动作用仍十分明显。艾瑞咨询称，信息流广告具备内容原生性和精准触达的特点，充分适配媒体原生环境，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。长期来看，随着众多广告形式向信息流转化，信息流广告仍有较大的增长空间。

2020 年虽受疫情影响，但在互联网营销媒介工具发生新变化的趋势下，广告主的预算分配更多地向内容营销运营和精准化信息流转移。在整个互联网广告大趋势的变化下，2020 年公司将整体业务重心调整在信息流的业务中，加大对信息流营销业务的投入，进一步完善专业运营团队，由编导、摄像、演员、制片、运营组成的团队高效协作，各司其职，大大提高了素材生产产能。公司在拓展原有客户的基础上，大力开发新客户，成为两大媒体的 TOP 重要代理商，直接带动公司全年营收较上年同期增长 27%。

三、毛利率变化情况

媒体 1 2020 年毛利率为 3.07%，较 2019 年下降 0.16 个百分点，主要原因为：媒体发展之初为了快速开发并抢占市场，给出较大力度的媒体政策，以便吸引如品众创新在内的较大体量代理商加入，在这个时期进入的代理商基本都能从媒体方获得相对理想的收益。随着媒体自身发展、市场覆盖率提升以及代理商之间竞争的加剧，毛利率有所下降，但下降幅度较小。

媒体 2 2020 年毛利率为 3.31%，较 2019 年上升 0.92 个百分点，主要原因为：2019 年公司与该媒体业务处于合作的发展磨合阶段，公司完成的业绩不高，盈利较低，因此毛利率较低；2020 年，随着公司深入发展与该媒体的相关业务，完成业绩情况较好，盈利能力提高，因此毛利率上升。

媒体 3 2020 年毛利率为 3.01%，较 2019 年上升 0.51 个百分点，主要原因

为：虽然该媒体的市场份额开始逐年呈现下降趋势，但公司坚持深耕，挖掘更多合作的可能性，持续提高原客户的营销服务水准，力求扩大广告预算，同时拓展更多领域新客户，通过提高服务水平保持毛利率稳定且略微上升。

媒体 4 2020 年毛利率为 6.62%，较 2019 年上升 1.31 个百分点，主要原因为：该媒体发展稳定，公司在 2020 年度继续为该媒体 TOP 级代理商，并在该媒体获得较好排名，毛利率相应有所上升。

四、同行业公司情况

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）、省广集团（股票代码：002400）的比较如下：

单位：万元

公司名称	2020 年			2019 年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
利欧股份	1,291,138.15	1,228,256.97	4.87%	1,149,104.04	1,069,165.28	6.96%
佳云科技	698,976.26	670,037.36	4.14%	550,625.91	524,753.13	4.70%
省广集团	1,328,444.93	1,191,235.77	10.33%	1,152,586.29	979,219.26	15.04%
平均	1,106,186.45	1,029,843.37	6.45%	950,772.08	857,712.56	8.90%

由上表可知，同行业平均收入 2020 年较 2019 年增长了 16.35%，公司互联网营销板块 2020 年收入较 2019 增长了 27%，与同行业相比增长的趋势是一致的。

2019 年、2020 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 8.90%、6.45%，公司新媒体行业的毛利率分别为 4.56%、4.21%，低于同行业可比上市公司的毛利率。

同行业可比上市公司毛利率比上年同期下降，公司互联网营销板块整体毛利率变化趋势与同行业可比上市公司毛利率变化趋势一致。

五、预期毛利率变化趋势

报告期内，同行业可比上市公司毛利率逐年下降，下降幅度不断变小，天龙集团的综合毛利率变化趋势与同行业可比上市公司毛利率变化趋势一致。预测未来，天龙集团的毛利率将整体保持相对稳定。

2016 至 2017 年间，同业竞争者提供相同的产品，用户转换成本低，市场竞争主流为价格竞争。2018 年以来，随着市场价格体系的逐渐透明，市场平均毛

利水平已处于较低水平，竞争重心逐步转移至服务上来，价格战已不再成为主流的竞争手段，市场新进入者与退出者逐渐形成平衡，市场平均毛利水平趋于稳定。

互联网营销行业经过近几年的发展，购买者、供应商、同业竞争者以及潜在竞争者的影响力已趋于平衡，市场价格水平已趋向透明化，毛利水平下降空间不大，预计未来行业平均毛利水平将趋于稳定。

2020年，品众创新在几大头部媒体的排名持续上升，重点布局巨量引擎和腾讯社交广告，新增快手媒体代理，抢占市场先机，进一步完善信息流媒体布局。客户端行业布局上进一步优化，深挖网服、教育行业，加强游戏行业的风险控制。继续加大布局短视频，以短视频的质量获取更多创意点击率和后端转化率，赢得客户及市场的认可；布局品众创新广告数据全链路中台，以“广告+技术+数据”推动数字营销行业智能化转型。公司重视组织的创新发展，着力搭建体系化服务。北京、上海、广州三大主要基地完成搬迁扩建，确保满足区域服务需求，保持战斗力和凝聚力。公司投资控股海南乾乾网络科技有限公司、天津年年有娱信息技术有限公司，进一步加强在短视频制作、娱乐营销方面的投入。2020年是公司“二五”规划的收官之年，公司制订了新的“三五”规划。在未来五年，公司将深耕现有互联网营销、油墨化工、林产化工三大产业，依托科技创新、技术革新，打造高附加值产品，提升客户服务能力，建立和完善现代化企业制度，不断提升经营能力和管理水平。综上，虽然报告期内同行业可比公司毛利率呈下降趋势，但基于未来媒体对代理商客户服务能力的要求、同行业充分竞争的发展状况、结合天龙集团发展战略，未来预测期内，天龙集团的毛利率将保持相对稳定。

会计师核查意见：

我们针对天龙集团新媒体业务收入、成本、毛利率实施的审计程序主要包括：

(1) 对销售与收款有关内部控制循环进行了解，并评价相关内部控制的有效性。

(2) 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。

(3) 利用IT专家的工作，对被审计单位信息系统进行测试。

(4) 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。

(5) 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。

(6) 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页面展示收入，执行了如下主要程序：

① 获取经媒体平台确认的当期广告客户在该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，核对来自媒体平台的投放信息是否与品众创新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 向广告客户函证消耗情况，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。对未回函的广告客户实施替代程序。

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。

(7) 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消耗额、付款额等信息。对未回函的实施替代程序。

经核查，我们认为天龙集团 2020 年年度收入、成本、毛利率变动合理，与同行业公司变动趋势基本趋同。

问题 2、报告期末，你公司应收账款账面余额为 19.90 亿元，较期初增长 17%，其中单项计提坏账准备金额 2,655 万元。

(1) 请补充说明新增单项计提坏账准备的具体情况，结合主要业务内容、账龄、相关客户的资信情况、偿债能力等说明单项计提坏账的原因及合理性。

(2) 请补充说明应收账款前十名客户的交易内容、账龄、坏账准备计提及期后回款情况，报备具体客户名称。

请会计师对问题（1）核实并发表明确意见。

回复：

一、公司报告期末新增单项计提坏账准备

公司报告期末新增单项计提坏账准备具体情况如下：

单位：万元

序号	单位名称	新增单项计提坏账准备金额
1	武汉慧选优品传媒有限公司	1,241.34
2	成都美乐乐贸易有限公司	692.83
3	广西金秀松盛胶粘剂制品有限公司	196.31

4	鱼湾（南京）信息技术有限公司	187.62
5	三惠（福建）工贸有限公司	111.95
6	北京英才昊德网络科技有限公司	110.29
7	北京行圆汽车信息技术有限公司	107.65
8	其他公司合计	6.95
合计		2,654.93

二、单项计提的原因及合理性

公司报告期末新增单项计提坏账准备有所增加，主要计提理由如下：

武汉慧选优品传媒有限公司：报告期末应收账款 1,241.34 万元，账龄为 183 天以内及 183 天-1 年。该应收账款系天龙集团向其提供网络广告推广服务产生，因该公司经营恶化，偿债能力显著下降，经过催收无果，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 1,241.34 万元。

成都美乐乐贸易有限公司：报告期末应收账款 1,381.54 万元，账龄为 183 天以内及 1-2 年。该应收账款系天龙集团向其提供网络广告推广服务产生，2019 年末按单项计提坏账准备计提比率为 50%。因该公司经营进一步恶化，偿债能力进一步下降，经过催收无果，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 692.83 万元。

广西金秀松盛胶粘剂制品有限公司：报告期末应收账款 392.61 万元，账龄为 1-2 年及 2-3 年。该应收账款系天龙集团向其销售产品产生的，2019 年末按账龄组合计提坏账准备。因该公司经营发生改变，经过多种措施催收无果，公司预计可回收金额只有应收账款的一半。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 196.31 万元。

鱼湾（南京）信息技术有限公司：报告期末应收账款 339.88 万元，账龄为 1-2 年。该应收账款系天龙集团向其提供网络广告推广服务产生，2019 年末按单项计提坏账准备计提比率为 50%。因该公司经营进一步恶化，偿债能力进一步下降，经过催收无果，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 187.62 万元。

三惠（福建）工贸有限公司：报告期末应收账款 223.90 万元，账龄为 2-3 年。该应收账款系天龙集团向销售产品产生，2019 年末按单项计提坏账准备计提比率为 50%。该公司已停止生产经营，被强制执行后已无偿债能力，也无有效

财产可执行，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 111.95 万元。

北京英才昊德网络科技有限公司：报告期末应收账款 110.29 万元，账龄为 183 天-1 年。该应收账款系天龙集团向其提供网络广告推广服务产生。因该公司经营恶化，偿债能力显著下降，经过多次催收无果，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 110.29 万元。

北京行圆汽车信息技术有限公司：报告期末应收账款 215.29 万元，账龄为 1-2 年及 2-3 年。该应收账款系天龙集团向其提供网络广告推广服务产生，2019 年末按单项计提坏账准备计提比率为 50%。因该公司经营进一步恶化，偿债能力进一步下降，经过多次催收无果，公司预计可回收金额为 0。所以本公司 2020 年末新增单项计提坏账准备 107.65 万元。

三、应收账款前十名客户的交易内容、账龄、坏账准备计提及期后回款情况，

单位：万元

客户名称	期末应收账款余额	交易内容	账龄	坏账准备	期后回款
客户一	29,986.60	网络广告推广	183 天以内	299.87	29,986.60
客户二	16,878.45	网络广告推广	183 天以内	168.78	13,081.70
客户三	8,283.41	网络广告推广	183 天以内	64.14	8,283.41
客户四	5,976.94	网络广告推广	183 天以内	59.77	5,976.94
客户五	5,795.60	网络广告推广	183 天以内	36.89	5,795.60
客户六	4,711.30	网络广告推广	183 天以内	47.11	4,711.30
客户七	4,169.29	网络广告推广	183 天以内	41.69	4,169.29
客户八	3,245.59	网络广告推广	183 天以内	32.46	3,245.59
客户九	2,944.79	网络广告推广	183 天以内	23.93	0.00
客户十	2,679.57	网络广告推广	183 天以内	26.80	2,679.57
合计	84,671.54			801.44	77,930.00

说明：客户二被并购后，回款流程变长导致回款滞后，款项已经在陆续支付中；公司与客户九签订的代理服务协议约定为垫付周期 6 个月，未到付款时间。

会计师核查意见：

我们针对天龙集团按单项计提坏账准备的应收账款实施的审计程序主要包括：

(1) 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；

(2) 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。

(3) 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。

(4) 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。

经核查，我们认为天龙集团报告期末，按单项计提坏账准备的应收账款计提原因合理。

问题 3、报告期末，你公司预付款项余额为 2.15 亿元，较期初增长 27%，期末余额前五名均为预付广告服务费。请补充说明与上述供应商的具体合作模式，预付比例，报告期内相关渠道实现的营业收入情况，并报备预付款项余额前五名供应商名称。请会计师核实预付款项前五名余额真实性并发表明确意见。

回复：公司互联网营销行业营业收入由 2019 年的 77.18 亿元，增长到 2020 年的 97.72 亿元，同比增长 27%。报告期末，公司预付款项余额为 2.15 亿元，较期初增长 27%。预付款项余额的增长幅度与营业收入的增长幅度，基本一致。

报告期末预付前五名的合作模式、预付比例及营业收入情况如下：

一、合作方式及预付比例

单位一媒体合作模式为在媒体的应用端口，提供搜索、展示、移动推广、信息流（包括但不限于媒体浏览器、媒体视频直播等）等媒体资源上开展包括但不限于 CPT、CPD、CPM、CPC、CPA 等形式的业务推广，付款形式为 100%预付。

单位二媒体合作模式为在媒体的应用分发平台、信息流（包括但不限于媒体浏览器、媒体视频等）及流量联盟等媒体资源上开展包括但不限于 CPT、CPD、CPM、CPC 形式的业务推广，付款形式为 100%预付。

单位三媒体合作模式为在媒体的平台上代理电商金融行业的信息服务业务，付款形式为 100%预付。

单位四合作模式为从事该媒体技术和信息发布产品（主要包括“竞价类技术与信息发布服务”和“品牌专区类技术与信息发布服务”）的代理业务，付款形式为100%预付。

单位五媒体合作模式为享受媒体搜索类、竞价类、展示类产品、其他媒体产品的经销权。付款形式为按充值付款，没有固定比例。

二、报告期内相关渠道实现的营业收入情况

单位：万元

单位名称	2020年预付账款期末余额	2020年度营业收入
单位一	4,967.64	36,325.77
单位二	4,567.46	51,278.20
单位三	1,484.98	13,690.56
单位四	1,453.24	11,524.52
单位五	1,156.18	19,886.50
合计	13,629.50	132,705.54

说明：2020年度营业收入仅为对该供应商的营业收入，未包含与该供应商同属一个集团的其他公司的营业收入。

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）对采购与付款有关内部控制循环进行了解，评价内部控制设计和运行的有效性，并进行测试。

（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；

（四）获取预付账款的账龄明细表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。

（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，我们认为预付账款前五名是真实的，符合企业会计准则的规定。

问题 4、报告期末，你公司存货余额为 2.68 亿元，较期初增长 26%，计提跌价准备 186 万元。报告期内你公司林产化工、油墨化工业务规模均呈下滑趋势。请结合相关业务开展情况、相关产品销售价格及毛利率变动情况说明存货大幅增长的原因及合理性，是否存在减值迹象，跌价准备计提是否充分。请会计师核实并发表明确意见。

回复：

一、业务开展情况及毛利率情况

报告期内公司林产化工、油墨化工板块主营业务收入合计为 89,783.46 万元，较上年下降 5,410.50 万元，下降比例为 5.68%，业务规模略有下降。

与 2019 年相比公司林产化工板块整体毛利率呈下降趋势。毛利率下降的主要原因为松节油、松脂价格上升，公司位于产业中上下游中段，采购及销售单价议价空间有限，从而导致公司销售单价上涨幅度低于原材料采购单价上涨幅度。

公司为了降低原材料价格上升带来的不利影响采取了以下措施：1、改善工艺，加强存货管理。2、积极开辟多个采购渠道，增加海外大宗采购，力求原材料价格优势。3、预判原材料价格趋势，积极合理囤积相关原材料。4、与客户协商调整产品销售价格。

与 2019 年相比公司油墨化工板块整体毛利率变化幅度不大。

二、存货构成及增加原因

报告期末，公司存货为 2.68 亿元，较期初增长 26%，增长 5,604.11 万元。具体情况如下：

单位：万元

板块	2020年	2019年	增加额
油墨化工	8,637.08	8,490.67	146.41
林产化工	18,185.99	12,728.29	5,457.70
合计	26,823.07	21,218.96	5,604.11

油墨化工板块同比存货增加 146.41 万元。主要因为原材料存货同比增长，增长的原因是预判原材料中的某一种颜料未来价格趋势上升，在年中就该颜料一年的用量与供应商签订了购销合同，年底供应商要求上述合同全部执行完毕从而造成存货同比有所增长。

林产化工板块同比存货增加 5,457.70 万元。主要因原材料增加 3,121.09

万元、在产品增加 1,536.98 万元导致。2020 年原材料（松节油、松脂）价格呈上升趋势，公司预判 2021 年原材料价格将持续上涨，为储备 2021 年上半年生产的原料需求，于 11 月、12 月份加大了原材料的采购量；受国外疫情影响，年底航线排队拥堵，公司部分自制半成品（公司归集披露于在产品中）集中存储于企业，未进行下一步工序完成最终产品生产。

三、跌价准备

（一）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。

（二）存货跌价准备计提情况复核

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	31.44%	0.90%	7.11%
林产化工行业	12.82%	0.39%	1.15%

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186.07万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。

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，确认存货发生额的真实性。
- （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 5、报告期内，你公司销售费用中“代理服务费”为 3,102 万元，主要为油墨板块客户关系维护、货款回收等服务费用，较上年增长 167%。请补充说明在油墨板块业务规模下滑的情况下，相关费用大幅增长的原因及合理性，列示各服务提供商的费用金额、服务内容、结算依据，你公司与相关主体是否存在关联关系，并报备业务合同。请会计师核实并发表明确意见。

回复：公司 2020 年度销售费用中代理服务费 3,102 万元，其中油墨板块 1,277.60 万元、林产化工板块 62.18 万元、数字营销板块 1,762.19 万元。

油墨板块 2020 年代理服务费较上年增长 114.22 万元，主要原因为 2019 年为公司将客户关系维护、货款回收等服务外包的第一年且为年度中开始实施，实施时间不足一年。

2020 年度天龙集团油墨板块代理服务费具体情况如下：

单位：万元

服务商名称	费用金额	服务内容	结算依据	是否为关联方
供应商一	400.34	贸易代理、销售渠道建设、销售价格管理、销售策划活动参与与建议、货款回收、客户关系维护、其他约定的外包服务	合同、对账单、发票	否
供应商二	187.33	贸易代理、销售价格管理、货款回收、客户关系维护、其他约定的外包服务	合同、对账单、发票	否
供应商三	193.96	贸易代理、销售价格管理、货款回收、客户关系维护、其他约定的外包服务	合同、对账单、发票	否
供应商四	119.45	贸易代理、销售价格管理、货款回收、客户关系维护、其他约定的外包服务	合同、对账单、发票	否
供应商五	81.74	贸易代理、销售渠道建设、销售价格管理、销售策划活动参与与建议、货款回收、客户关系维护、其他约定的外包服务	合同、对账单、发票	否
供应商六	102.67	销售代理服务	合同、对账单、发票	否
供应商七	151.51	销售代理服务	合同、对账单、发票	否
供应商八	40.60	劳务费	合同、对账单、发票	否
合计	1,277.60			

新媒体板块的服务费，主要用于新媒体业务的短视频制作和运营服务等。

数字营销板块 2020 年服务费 1,762.19 万元，2019 年在“销售费用—办公、通讯及其他费用”归集金额，金额为 833.10 万元，报告期内较去年同期增加 929.09 万元。增加主要原因为：信息流媒体借助内容传播，客户对于短视频信息流的服务高标准要求。针对不同的投放人群要有针对性原创内容视频，高质量短视频素材需求量大，从而导致视频费用以及营销费用增加。

2020 年度天龙集团数字营销板块服务费情况如下：

单位：万元

服务商名称	费用金额	服务内容	结算依据	是否为关联方
供应商一	563.71	营销服务费	合同、对账单、发票	否
供应商二	305.84	视频费用	合同、对账单、发票	否
供应商三	274.77	视频费用	合同、对账单、发票	否
供应商四	78.54	广告服务费	合同、对账单、发票	否
供应商五	61.84	视频费用	合同、对账单、发票	否
供应商六	477.50	零散的视频费用及营销服务费等	合同、对账单、发票	否
合计	1,762.19			

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）获取代理服务费用明细表复核加计是否正确，并与报表数、总账数及明细账合计数核对是否相符；

（二）向管理层了解其商业目的，判断费用发生的原因；

（三）通过网上查询，获取各服务商的工商资料，查看是否存在关联关系；

（四）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；

（五）获取代理服务费用结算的单据，检查费用支出是否准确；

（六）获取资产负债表日前后代理服务费用明细账，选取项目进行测试，检查支持支持性文件，查看代理服务费用是否计入正确的会计期间；

（七）实施分析性复核程序，评价代理服务支出的合理性；

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，且相关供应商与公司不存在关联关系。

问题 6、报告期内，你公司营业外收入中“业绩对赌补偿”为 750 万元。请补充说明相关业绩补偿的具体情况、计算依据、收回情况，会计处理是否符合准则有关规定。请会计师核实并发表明确意见。

回复：依据天龙集团与王文娟、张曦于 2014 年 9 月 12 日签署《关于广州橙果广告有限公司之合作协议》（以下简称“合作协议”）的相关内容，公司通过收购王文娟、张曦持有广州橙果广告有限公司（以下简称“广州橙果”）的 60% 股权的方式与王文娟、张曦合作经营广州橙果，公司持有 60% 股权，王文娟持有 27% 股权，张曦持有 13% 股权。合作协议约定股权转让款为人民币 6,000.00 万元。王文娟、张曦确保广州橙果经审计的净利润（以扣除非经常性损益后孰低的数据为准）2014 年达到 1,300.00 万元，2015 年达到 1,755.00 万元，2016 年达到 2,369.00 万元。公司应在合作协议生效后 5 个工作日内支付王文娟、张曦 1,000.00 万元（其中王文娟 675.00 万元，张曦 325.00 万元），工商变更完成后 15 个工作日内，支付 2,000.00 万元（其中王文娟 1,350.00 万元，张曦 650.00 万元）。若广州橙果经审计的净利润达到上述约定的业绩指标，则公司应在广州橙果 2014 年、2015 年、2016 年经营成果审计完成后 30 日内分别向王文娟、张曦支付 1,000.00 万元、1,000.00 万元、1,000.00 万元（其中王文娟三年分别支付 675.00 万元、675.00 万元、675.00 万元，张曦三年分别支付 325.00 万元、325.00 万元、325.00 万元）。若广州橙果经审计的净利润与上述指标存在差异，则按照如下原则处理：一、在考核年度（包括 2014 年、2015 年、2016 年，下同）内，如截至某一考核时点广州橙果实现的已完结的考核年度内合计净利润不足已完结的考核年度内合计承诺数的，公司有权暂扣当年度应支付的股权转让款，直至下一考核时点广州橙果实现的合计净利润达到合计承诺数的，与下一年度转让款一并支付。二、考核年度结束后，如广州橙果实现的合计净利润金额不足合计承诺金额的，则对广州橙果估值调整为 10,000.00 万元*考核年度广州橙果实现的合计净利润金额/考核年度广州橙果承诺的合计净利润金额，并相应调整本次股权转让总价款。

公司分别于 2014 年 7 月、2014 年 9 月、2014 年 10 月、2015 年 6 月支付王

文娟、张曦股权转让款合计 4,000.00 万元(其中王文娟 2,700.00 万元,张曦 1,300.00 万元)。广州橙果 2014 至 2016 年经审计的累计净利润(扣除非经常性损益后孰低值)为 17,697,336.87 元,未能完成 5,424.00 万元的考核目标,根据合作协议约定,公司收购王文娟持有的广州橙果 40.5%股权的转让款应调整为 13,214,272.55 元,收购张曦持有的广州橙果 19.5%股权的转让款应调整为 6,362,427.53 元。即公司确认的 2000 万元股权转让款不需支付外,王文娟应退还公司 13,785,727.45 元,张曦应退还公司 6,637,572.47 元。

因王文娟、张曦未能如期退还上述股权转让款,公司向广东省肇庆市高要区人民法院(以下简称“高要区人民法院”)提起诉讼。高要区人民法院于 2018 年 8 月 11 日判决王文娟退还公司 13,785,727.45 元及违约金(该违约金以王文娟应退金额为基数、按年利率 7.8%的标准自 2017 年 1 月 1 日起计算至清偿之日止);张曦退还公司 6,637,572.47 元及违约金(该违约金以张曦应退金额为基数、按年利率 7.8%的标准自 2017 年 1 月 1 日起计算至清偿之日止)。2019 年 4 月 17 日,高要区人民法院扣划王文娟 278,359.84 元、张曦 99,727.10 元至公司账户。之后公司与王文娟签订和解协议,约定王文娟欠公司本金、违约金、利息及案件受理费合计 17,879,381.41 元,扣除 2019 年 4 月 17 日法院扣划的 278,359.84 元,剩余应还款 17,601,021.57 元分五期支付给公司:第一期:2019 年 12 月 31 日前支付 400 万元;第二期:2020 年 6 月 20 日前支付 350 万元;第三期:2020 年 12 月 20 日前支付 350.00 万元;第四期:2021 年 6 月 20 日前支付 350.00 万元;第五期:2021 年 12 月 20 日前把剩余款项合计 3,101,021.57 元结清。

公司分别于 2020 年 1 月 20 日、2020 年 9 月 3 日收到 400.00 万元及 350.00 万元,合计 750.00 万元。公司将其计入营业外收入,主要原因为:并购方收取现金补偿款及违约金是并购方在双方对赌中获取的利得,且该利得是偶然性的。由于业绩补偿及违约金仅针对并购重组交易结束后的一段时间,因此在一般情况下,这笔补偿款及违约金具有暂时性。即并购方应将收到的现金补偿款及违约金计入当期损益,贷记“营业外收入”科目。这样能够更好地反映这项经济业务的实质。

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) 向管理层了解业绩对赌补偿的背景;

- (二) 获取并检查了业绩对赌协议
- (三) 获取并检查了诉讼过程中的相关资料及相关的和解协议。
- (四) 检查公司收到相关款项的银行流水及银行进账单。
- (五) 检查业绩对赌的相关会计处理。

经核查，我们认为公司业绩对赌补偿的会计处理符合企业会计准则的规定。

特此公告

广东天龙科技集团股份有限公司董事会

二〇二一年七月二日