证券代码：603598 证券简称：引力传媒 公告编号：2020-043

引力传媒股份有限公司关于上海证券交易所对公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函回复的公告

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。

引力传媒股份有限公司(以下简称“公司”)于 2020 年 5 月 21 日收到上海证券交易所《关于引力传媒股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管问询函)(上证公函【2020】0554 号)。收函后，公司就《问询函》中所提的问题逐项进行了认真分析，现将相关回复具体内容公告如下：

一、关于商誉减值准备。报告期内，公司就 2017 年收购标的珠海视通超然文化传媒有限公司(以下简称珠海视通)计提商誉减值准备 3.17 亿元，商誉余额从 5.90 亿元降至 2.73 亿元，其中收购珠海视通形成的商誉余额从 3.38 亿元降至 0.21 亿元。年报显示，2019 年度珠海视通经审计后实现净利润 3,631.61 万元，扣非净利润 3,333.46 万元，全年业绩承诺完成率为 66.14%。请公司补充披露：(1)本次计提减值准备的具体商誉减值测试过程及关键参数；(2)请结合标的所处行业背景、同行业可比公司情况，以及收购标的全年经营情况、相关财务指标变化等信息，补充披露上述收购标的本期经营业绩较前期业绩承诺出现较大差异的原因，是否存在经营基本面大幅恶化的情况；(3)2018 年，珠海视通公司实现净利润 5025.39 万元，扣非净利润为 4275.75 万元，2018 年度业绩承诺完成率为 101.81%，压线完成业绩承诺，未计提商誉减值。请公司结合本期计提大额商誉减值准备的情况，补充论证 2019 年行业情况较 2018 年发生何种重大变化，导致两期计提情况出现大幅差异，相关会计处理是否具有一致性和审慎性，是否存在前期减值计提不充分的情形。请公司年审会计师事务所对上述问题核查并发表意见。

公司回复：

(1)本次计提减值准备的具体商誉减值测试过程及关键参数。

公司聘请中瑞世联资产评估集团有限公司对 2019 年 12 月 31 日珠海视通超然文化传媒有限公司(以下简称“珠海视通”)与商誉相关资产组的可收回价值进行了评估，并出具了“中瑞评报字【2020】第 000340 号”《资产评估报告》。根据评估报告所述，采用收益法评估的珠海视通与商誉相关资产组的可回收价值为 2,090.00 万元，采用公允价值减处置费用法评估的珠海视通与商誉相关资产组的可回收价值为 18.99 万元。资产可回收价值的估计，应当根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定，因此珠海视通与商誉相关资产组的可收回价值为 2,090.00 万元。珠海视通资产组相关的商誉金额为 33,760.71 万元，商誉所属资产组其他资产期末账面价值 18.62 万元，因此包含商誉在内的珠海视通资产组期末账面价值为 33,779.33 万元，可收回价值小于其账面价值，因此与珠海视通资产组相关的商誉存在减值，2019 年计提商誉减值金额为 31,689.33 万元。

公司按照《企业会计准则》的相关规定进行了商誉减值测试，珠海视通商誉减值测试的具体过程与方法如下：

(一)资产组的确定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定，有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可回收价值。企业难以对单项资产的可回收价值进行估计的，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可回收价值。资产组的认定，应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据；同时，在认定资产组时，应当考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等；资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

1、商誉作为不可辨认无形资产，无法单独对其可回收价值进行估计，因此只能以商誉所属资产组为基础确定资产组的可回收价值。

2、珠海视通为独立的经营主体，收购至评估基准日主要业务一直是电视广告业务和网络视频广告业务，2019 年第四季度开始布局短视频商业化和 KOL 营销业务，因短视频商业化和 KOL 营销业务与原有的电视广告代理业务和网络视频广告业务模式不同，属于新业务，故最后确定将珠海视通原有业务(电视广告业务和网络视频广告业务)整体认定为一个资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉的减值测试。上述资产组，与商誉的初始确认及并购以后年度进行减值测试时的资产组业务内涵相同，保持了一致性。

3、根据证监会发布的《关于 2019 年度商誉减值审计与评估专题检查情况的通报》，及会计准则的相关规定，资产组一般以长期资产为主，不包括流动资产、流动负债、非流动负债、溢余资产与负债、非经营性资产与负债，除非不考虑相关资产或负债便难以预计资产组的可回收价值。

综上，本次把珠海视通归属原有业务(电视广告业务和网络视频广告业务)资产组的全部可辨认的长期资产及分摊的商誉确定为资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉减值测试。

(二)评估方法的确定

珠海视通属于轻资产公司，经营所依赖的主要资源除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包括销售团队、管理团队及客户资源等重要的无形资源，因此珠海视通商誉所属资产组的可收回价值优先采用收益法(预计未来现金流量现值法)进行确定。如果预计未来现金流量现值法的评估结果低于包含商誉在内的资产组的账面价值，再进一步采用公允价值减去处置费用的评估方法。

(三)收益法评估的具体过程与方法

1、关键假设

(1)假设评估基准日后商誉资产组所在企业在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

(2)假设评估基准日后商誉资产组所在企业采用的会计政策和本次评估时所采用的会计政策在重要方面保持一致。

(3)假设商誉资产组所在企业相关的利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等评估基准日后不发生重大变化。

(4)假设商誉资产组所在企业于预测期内均匀获得净现金流。

(5)假设评估基准日后商誉资产组所在企业的产品或服务保持目前的市场竞争态势。

(6)假设商誉资产组所在企业已签租约合法、有效；已签租约实际履行，不会改变和无故终止。

(7)假设商誉资产组所在企业现有业务能够持续进行，主营业务、产品结构以及销售策略和成本控制等不发生重大变化。

2、预测期

在对珠海视通收入、成本、费用、资本结构、风险水平等综合分析的基础上，结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素，确定预测期为 5 年，即 2020 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，2025 年之后为稳定期。

3、关键参数

(1)营业收入预测：珠海视通主要从事电视广告业务和网络视频广告业务。电视媒体以北京卫视为主，网络视频以爱奇艺、优酷、腾讯等互联网视频媒体。珠海视通每年服务多个品牌，涵盖食品饮品、医药健康、护肤美容、手机数码、移动 APP 等不同行业的品牌产品。

电视广告是一种经由电视传播的广告形式，通常用来宣传商品、服务、组织、概念等。大部份的电视广告是由外面的广告公司制作，并且向电视台购买播放时数。电视广告发展至今天，其长度从数秒至数分钟皆有。各式各样的产品皆能经由电视广告进行宣传，从家用清洁剂、农产品、服务，甚至到政治活动都有。根据测算，从 2015 年开始到 2019 年，电视广告行业收入增速基本为负，收入规模不断下降，在经历了高速增长之后迎来拐点。

结合行业发展趋势和珠海视通现有客户合同资源，对电视媒介代理业务收入预测期下降比例分别为 20%、10%、5%、0%、0%；对网络视频数字营销业务收入预测期下降比例分别为 30%、30%、25%、20%、10%。

(2)毛利率预测：2019 年电视媒介代理业务由于个别项目及媒体政策变动导致整体毛利率较高，电视广告媒介代理业务毛利率按照 2017 年和 2018 年实际平均毛利率预测；网络视频媒介毛利率按照 2019 年实际毛利率进行预测。预测期综合毛利率分别为 9.15%、9.34%、9.58%、9.90%、9.97%。

(3)销售费用、管理费用率预测：销售费用和管理费用主要为职工薪酬和房租，未来预测期间对职工薪酬根据现有人员结构和薪酬标准为基础，考虑地区和行业状况，薪酬标准按年 5.00%增长率进行预测；房租预测参考房屋租赁合同按 5%增长率进行预测。对于其他费用项目，则主要采用了趋势预测分析，参考历史年度该费用实际发生额占营业收入的比率为基础进行预测。

(4)净利率预测：基于珠海视通历史利润率变动趋势，并考虑行业的充分竞争，预测期净利率分别为 4.65%、4.65%、4.04%、3.57%、3.32%。

(5)折旧、摊销预测：以珠海视通现有资产为基础对现有资产预测期应计提折旧金额进行计算得到，对于今后每年资本性支出形成的各类资产，以现有资产的折旧政策对预测期应计提折旧进行计算得到。

(6)营运资金增加额预测：通过对珠海视通公司最近几年营运资金与营业收入比例的分析和判断，结合公司未来发展规划、营运资金周转次数等，确定未来年度营运资金与营业收入的比例，从而预测未来年度的营运资金，并以此确定营运资金的增加额。

(7)折现率的确定：

折现率采用加权资金成本 WACC，即期望的总投资收益率，为期望的股权收益率和所得税调整后的债权收益率的加权平均值。

①无风险收益率的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。根据同花顺资讯系统所披露的信息，10 年期以上国债在评估基准日(2019 年 12 月 31 日)的到期年收益率为 3.98%，此次估值以该收益率作为无风险收益率。

②市场风险溢价的确定

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

其中：成熟股票市场的基本补偿额取 2018 年 12 月美国股票与国债的算术平均收益差 5.96%；国家风险补偿额取 0.98%。

则：MRP=5.96%+0.98%=6.94%

③确定股票市场风险系数 β(Levered β)。

选取 WIND 资讯公司公布的 β 计算器计算对比公司的 β 值，对比公司的 β 值为含有自身资本结构的 β 值，将其折算为不含自身资本结构的 β 值

根据以下公式，计算对比公司的 βu：βu=βL/[1+(1−T)×D/E]

式中：D—债权价值；E—股权价值；T—适用所得税率。

将对比公司的 βu 计算出来后，取其平均值作为珠海视通资产组的 βu。

④确定珠海视通的资本结构比率

本次珠海视通的资本结构取对比公司资本结构平均值，将已经确定的珠海视通资本结构比率代入到如下公式中，计算珠海视通 βL：βL=βu×[1+(1−T)×D/E]

式中：D—债权价值；E—股权价值；T：适用所得税率。

⑤估算珠海视通公司特有风险收益率 Rs

个别风险报酬率：个别风险指的是企业相对于同行业企业的特定风险，主要有：A 企业所处经营阶段；B 历史经营状况；C 主要产品所处发展阶段；D 企业经营业务、产品和地区的分布；E 公司内部管理及控制机制；F 管理人员的经验和资历；G 对主要客户及供应商的依赖；H 财务风险。出于上述考虑，此次估值中的个别风险报酬率确定为 1.50%。

⑥债权收益率的确定

珠海视通实际利率与 1 年期贷款利率差异不大，本次估值选用 1 年期贷款利率 4.35%作为债权收益率。

⑦珠海视通折现率的确定

折现率 r 采用(所得)税前加权平均资本成本(WACCBT)确定，公式如下：

$$WACCBT = \frac{WACC}{1-T}$$

$$WACC = R_e\frac{E}{D+E} + R_d\frac{D}{D+E}(1-T)$$

其中：WACC 为加权平均收益率；E 为股权价值；Re 为股权收益率；D 为付息债权价值；Rd 为债权收益率；T 为企业所得税率。

根据上述计算得到珠海视通加权平均收益率为 15.36%，作为珠海视通与商誉相关资产组的折现率。

(四)计算商誉减值金额

珠海视通商誉所属资产组公允价值减处置费用的净额为 18.99 万元，采用收益法评估的未来现金流量的现值为 2,090.00 万元。

资产可回收价值的估计，应当根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。因此珠海视通与商誉相关的资产组的可回收价值为 2,090.00 万元。

单位：万元

商誉账面价值	归属于少数股东的商誉账面价值	全部商誉账面价值	资产组内其他资产期末账面价值	包含商誉的资产组账面价值	资产组期末预计可收回金额	商誉减值金额
33,760.71	-	33,760.71	18.62	33,779.33	2,090.00	31,689.33

如上表所示，截至 2019 年 12 月 31 日，珠海视通与商誉相关资产组的可收回金额为 2,090.00 万元。珠海视通资产组相关的商誉金额为 33,760.71 万元，商誉所属资产组其他资产期末账面价值 18.62 万元，因此包含商誉在内的珠海视通资产组期末账面价值为 33,779.33 万元，可收回价值小于其账面价值，因此与珠海视通资产组相关的商誉存在减值，2019 年计提商誉减值金额为 31,689.33 万元。

公司按照《企业会计准则》的相关规定进行了商誉减值测试，珠海视通商誉减值测试的具体过程与方法如下：

(一)资产组的确定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》规定，有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可回收价值。企业难以对单项资产的可回收价值进行估计的，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可回收价值。资产组的认定，应当以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据；同时，在认定资产组时，应当考虑企业管理层管理生产经营活动的方式和对资产的持续使用或者处置的决策方式等；资产组一经确定，各个会计期间应当保持一致，不得随意变更。

1、商誉作为不可辨认无形资产，无法单独对其可回收价值进行估计，因此只能以商誉所属资产组为基础确定资产组的可回收价值。

2、珠海视通为独立的经营主体，收购至评估基准日主要业务一直是电视广告业务和网络视频广告业务，2019 年第四季度开始布局短视频商业化和 KOL 营销业务，因短视频商业化和 KOL 营销业务与原有的电视广告代理业务和网络视频广告业务模式不同，属于新业务，故最后确定将珠海视通原有业务(电视广告业务和网络视频广告业务)整体认定为一个资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉的减值测试。上述资产组，与商誉的初始确认及并购以后年度进行减值测试时的资产组业务内涵相同，保持了一致性。

3、根据证监会发布的《关于 2019 年度商誉减值审计与评估专题检查情况的通报》，及会计准则的相关规定，资产组一般以长期资产为主，不包括流动资产、流动负债、非流动负债、溢余资产与负债、非经营性资产与负债，除非不考虑相关资产或负债便难以预计资产组的可回收价值。

综上，本次把珠海视通归属原有业务(电视广告业务和网络视频广告业务)资产组的全部可辨认的长期资产及分摊的商誉确定为资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉减值测试。

(二)评估方法的确定

珠海视通属于轻资产公司，经营所依赖的主要资源除了固定资产、营运资金等有形资源之外，还包括销售团队、管理团队及客户资源等重要的无形资源，因此珠海视通商誉所属资产组的可收回价值优先采用收益法(预计未来现金流量现值法)进行确定。如果预计未来现金流量现值法的评估结果低于包含商誉在内的资产组的账面价值，再进一步采用公允价值减去处置费用的评估方法。

(三)收益法评估的具体过程与方法

1、关键假设

(1)假设评估基准日后商誉资产组所在企业在现有管理方式和管理水平的基础上，经营范围、方式与目前方向保持一致。

(2)假设评估基准日后商誉资产组所在企业采用的会计政策和本次评估时所采用的会计政策在重要方面保持一致。

(3)假设商誉资产组所在企业相关的利率、汇率、赋税基准及税率、政策性征收费用等评估基准日后不发生重大变化。

(4)假设商誉资产组所在企业于预测期内均匀获得净现金流。

(5)假设评估基准日后商誉资产组所在企业的产品或服务保持目前的市场竞争态势。

(6)假设商誉资产组所在企业已签租约合法、有效；已签租约实际履行，不会改变和无故终止。

(7)假设商誉资产组所在企业现有业务能够持续进行，主营业务、产品结构以及销售策略和成本控制等不发生重大变化。

2、预测期

在对珠海视通收入、成本、费用、资本结构、风险水平等综合分析的基础上，结合宏观政策、行业周期及其他影响企业进入稳定期的因素，确定预测期为 5 年，即 2020 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日，2025 年之后为稳定期。

3、关键参数

(1)营业收入预测：珠海视通主要从事电视广告业务和网络视频广告业务。电视媒体以北京卫视为主，网络视频以爱奇艺、优酷、腾讯等互联网视频媒体。珠海视通每年服务多个品牌，涵盖食品饮品、医药健康、护肤美容、手机数码、移动 APP 等不同行业的品牌产品。

电视广告是一种经由电视传播的广告形式，通常用来宣传商品、服务、组织、概念等。大部份的电视广告是由外面的广告公司制作，并且向电视台购买播放时数。电视广告发展至今天，其长度从数秒至数分钟皆有。各式各样的产品皆能经由电视广告进行宣传，从家用清洁剂、农产品、服务，甚至到政治活动都有。根据测算，从 2015 年开始到 2019 年，电视广告行业收入增速基本为负，收入规模不断下降，在经历了高速增长之后迎来拐点。

结合行业发展趋势和珠海视通现有客户合同资源，对电视媒介代理业务收入预测期下降比例分别为 20%、10%、5%、0%、0%；对网络视频数字营销业务收入预测期下降比例分别为 30%、30%、25%、20%、10%。

(2)毛利率预测：2019 年电视媒介代理业务由于个别项目及媒体政策变动导致整体毛利率较高，电视广告媒介代理业务毛利率按照 2017 年和 2018 年实际平均毛利率预测；网络视频媒介毛利率按照 2019 年实际毛利率进行预测。预测期综合毛利率分别为 9.15%、9.34%、9.58%、9.90%、9.97%。

(3)销售费用、管理费用率预测：销售费用和管理费用主要为职工薪酬和房租，未来预测期间对职工薪酬根据现有人员结构和薪酬标准为基础，考虑地区和行业状况，薪酬标准按年 5.00%增长率进行预测；房租预测参考房屋租赁合同按 5%增长率进行预测。对于其他费用项目，则主要采用了趋势预测分析，参考历史年度该费用实际发生额占营业收入的比率为基础进行预测。

(4)净利率预测：基于珠海视通历史利润率变动趋势，并考虑行业的充分竞争，预测期净利率分别为 4.65%、4.65%、4.04%、3.57%、3.32%。

(5)折旧、摊销预测：以珠海视通现有资产为基础对现有资产预测期应计提折旧金额进行计算得到，对于今后每年资本性支出形成的各类资产，以现有资产的折旧政策对预测期应计提折旧进行计算得到。

(6)营运资金增加额预测：通过对珠海视通公司最近几年营运资金与营业收入比例的分析和判断，结合公司未来发展规划、营运资金周转次数等，确定未来年度营运资金与营业收入的比例，从而预测未来年度的营运资金，并以此确定营运资金的增加额。

(7)折现率的确定：

折现率采用加权资金成本 WACC，即期望的总投资收益率，为期望的股权收益率和所得税调整后的债权收益率的加权平均值。

①无风险收益率的确定

国债收益率通常被认为是无风险的，因为持有该债权到期不能兑付的风险很小，可以忽略不计。根据同花顺资讯系统所披露的信息，10 年期以上国债在评估基准日(2019 年 12 月 31 日)的到期年收益率为 3.98%，此次估值以该收益率作为无风险收益率。

②市场风险溢价的确定

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

其中：成熟股票市场的基本补偿额取 2018 年 12 月美国股票与国债的算术平均收益差 5.96%；国家风险补偿额取 0.98%。

则：MRP=5.96%+0.98%=6.94%

③确定股票市场风险系数 β(Levered β)。

选取 WIND 资讯公司公布的 β 计算器计算对比公司的 β 值，对比公司的 β 值为含有自身资本结构的 β 值，将其折算为不含自身资本结构的 β 值

根据以下公式，计算对比公司的 βu：βu=βL/[1+(1−T)×D/E]

式中：D—债权价值；E—股权价值；T—适用所得税率。

将对比公司的 βu 计算出来后，取其平均值作为珠海视通资产组的 βu。

④确定珠海视通的资本结构比率

本次珠海视通的资本结构取对比公司资本结构平均值，将已经确定的珠海视通资本结构比率代入到如下公式中，计算珠海视通 βL：βL=βu×[1+(1−T)×D/E]

式中：D—债权价值；E—股权价值；T：适用所得税率。

⑤估算珠海视通公司特有风险收益率 Rs

个别风险报酬率：个别风险指的是企业相对于同行业企业的特定风险，主要有：A 企业所处经营阶段；B 历史经营状况；C 主要产品所处发展阶段；D 企业经营业务、产品和地区的分布；E 公司内部管理及控制机制；F 管理人员的经验和资历；G 对主要客户及供应商的依赖；H 财务风险。出于上述考虑，此次估值中的个别风险报酬率确定为 1.50%。

⑥债权收益率的确定

珠海视通实际利率与 1 年期贷款利率差异不大，本次估值选用 1 年期贷款利率 4.35%作为债权收益率。

⑦珠海视通折现率的确定

折现率 r 采用(所得)税前加权平均资本成本(WACCBT)确定，公式如下：

$$WACCBT = \frac{WACC}{1-T}$$

$$WACC = R_e\frac{E}{D+E} + R_d\frac{D}{D+E}(1-T)$$

其中：WACC 为加权平均收益率；E 为股权价值；Re 为股权收益率；D 为付息债权价值；Rd 为债权收益率；T 为企业所得税率。

根据上述计算得到珠海视通加权平均收益率为 15.36%，作为珠海视通与商誉相关资产组的折现率。

(四)计算商誉减值金额

珠海视通商誉所属资产组公允价值减处置费用的净额为 18.99 万元，采用收益法评估的未来现金流量的现值为 2,090.00 万元。

资产可回收价值的估计，应当根据其公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。因此珠海视通与商誉相关的资产组的可回收价值为 2,090.00 万元。

单位：万元

商誉账面价值	归属于少数股东的商誉账面价值	全部商誉账面价值	资产组内其他资产期末账面价值	包含商誉的资产组账面价值	资产组期末预计可收回金额	商誉减值金额
33,760.71	-	33,760.71	18.62	33,779.33	2,090.00	31,689.33

1)加快回收应收款项，2020 年 1-3 月公司累计业务回款 90,201.58 万元，收款金额超过 2019 年末应收账款余额 74,110.11 万元，2020 年 3 月末应收账款余额较期初已减少 4,185.75 万元；

2)合理使用供应商账期。公司在合同约定的条件下，最大限度的使用供应商给予的账期政策，提高资金收支的统筹管理水平。

后续改善计划和措施：

1)公司加强应收账款的回款，降低传统低毛利、垫款周期长业务的规模，科学统筹资金收支，提高资金使用效率；

2)做好金融机构授信管理，有效合理的使用综合授信额度，对到期授信提前做好偿还安排。

3)公司非公开发行股票已取得中国证监会正式批复，目前已在筹备启动股票发行事宜，预计下半年将完成股票发行和资金募集，预计募集资金 5.45 亿元，公司资产负债率将大幅降低，资本结构相应得到改善。

(2)公司在货币资金的注释部分未列示其受限情况，请公司核实并补充披露本期货币资金是否存在任何形式的权益、支付等受限情况，并说明在货币资金余额上行的情况下仍维持较高负债规模的原因及合理性；

1)货币资金受限情况已在 2019 年年度报告“第十一节、财务报告”之“七、合并财务报表项目注释 81、所有权或使用权受到限制的资产”中进行披露。截止 2019 年 12 月 31 日，公司受限货币资金金额为 22,848,264.76 元，主要为银行承兑保证金。

2) 截止 2019 年 12 月 31 日公司货币资金余额为 33,854.20 万元，较年初增长 75.57%，货币资金的增长主要系经营活动现金流增加所致，2019 年度经营活动现金流量净额为 20,955.66 万元。公司 2019 年底流动负债金额为 99,236.21 万元，上述款项尚未到达偿还或支付节点。公司货币资金余额上行的情况下仍维持较高负债规模，系收付款的时间差所致。

2019 年度公司继续加强应收款项的回收管理，使销售收款保持良好的状态，同时通过消耗前期的预付款项等措施，使经营活动现金流量净额增幅较大，货币资金余额增加。截止资产负债表日，流动负债中项目尚未到达支付节点，在报表上呈现出货币资金余额与流动负债均保持较高规模的现象，这一现象是正常合理的，随着流动负债陆续到期偿还，这一现象会明显缓解。

(3) 公司前期披露定期报告显示，2019 年三季报末货币资金余额 2.17 亿元，请公司结合行业收付款政策、相关业务结算周期等，补充披露 2019 年末货币资金余额较 9 月 30 日显著增长的原因及合理性。

2019 年 12 月 31 日与 2019 年 9 月 30 日相比，公司货币资金增加 12,190.43 万元，主要系 2019 年第四季度经营活动现金净流量增加所致。

第四季度现金流情况如下：

单位：万元

现流表项目	2019 年度	2019 年前三季度	2019 年第四季度
经营活动产生的现金流量净额	20,955.66	5,430.25	15,525.41
投资活动产生的现金流量净额	-9,138.15	-12,172.02	3,033.87
筹资活动产生的现金流量净额	3,327.95	11,386.51	-8,058.55
现金及现金等价物净增加额	15,145.47	4,644.74	10,500.73

注：现金及现金等价物的净增加额与货币资金增加额的差异为票据保证金。

单位：万元

项目	本年金额	2019 年前三季度	2019 年第四季度
1.将净利润调节为经营活动现金流量：	—	—	
净利润	-21,098.73	6,117.22	-27,215.95
加：资产减值准备	31,844.04		31,844.04
信用减值损失	4,737.20	2,259.67	2,477.53
固定资产折旧	135.70	105.31	30.39
无形资产摊销	82.45	62.20	20.24
长期待摊费用摊销	60.90	60.89	0.01
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“-”填列)	4.60	4.60	
固定资产报废损失(收益以“-”填列)	1.73	0.10	1.62
公允价值变动损失(收益以“-”填列)			
财务费用(收益以“-”填列)	899.18	726.58	172.60
投资损失(收益以“-”填列)	-212.17	-9.83	-202.34
递延所得税资产的减少(增加以“-”填列)	-871.66	-663.28	-208.38
递延所得税负债的增加(减少以“-”填列)	-9.06	-6.79	-2.26
存货的减少(增加以“-”填列)			
经营性应收项目的减少(增加以“-”填列)	-7,595.86	-12,689.05	5,093.20
经营性应付项目的增加(减少以“-”填列)	14,190.65	9,462.64	4,728.01
其他	-1,213.31		-1,213.31
经营活动产生的现金流量净额	20,955.66	5,430.25	15,525.41

2019 年第四季度经营活动产生现金流量净额较高的主要原因为：

(1)2019 年第四季度营业规模较前三季度增长幅度明显 (2019 年各季度收入情况见三、(2)表格)，经营性利润较高，第四季度扣除非付现及非经营性损益后利润为 5,704.19 万元，占全年的 39.72% ，使得经营活动产生的现金流增加；

(2) 积极回收应收账款并在业务开展过程中尽量减少预付账款的支出。2019 年末与 2019 年三季度末相比，应收账款由 78,036.84 万元下降至 74,125.26 万元，在第四季度收入规模增长的情况下应收账款余额下降，销售商品收到的款项增加；预付账款由 25,499.49 万元下降至 21,617.77 万元，该部分款项在以前期间已支付，无需再付款，付款的减少促进资金回流，使得经营活动产生的现金流增加；

(3)合理使用供应商账期。公司在合同约定的条件下，最大限度的使用供应商给予的账期政策，统筹资金收支。2019 年末与三季度末相比，应付账款及应付票据由 50,595.68 万元增长至 53,948.78 万元，增长幅度为 6.63%，高于 2019 年三四季度成本的增长幅度 (2019 年第三、四季度成本金额分别为 82,084.17 万元、85,161.25 万元，增长幅度为 3.75%)；

综上，2019 年第四季度在利润的增长、回收应收款项、合理统筹资金收支等因素下，使得经营活动产生的现金流量净额有较大幅度增长，同时货币资金余额增长。

三、关于应收账款。年报显示，公司应收账款期末账面价值 6.26 亿元，同比增长 19.50%，占本期营业收入的 20.87%、期末总资产的 38.72%，账龄主要为 1 年以内。公司合计计提应收账款坏账准备 1.15 亿元。报告期末按欠款方归集的前五名应收账款余额合计 3.97 亿元，占应收账款余额的比例达 53.54%，相应计提的坏账准备金额为 2009.17 万元。请公司补充披露：(1)应收账款前五名对象的名称、账款形成原因，并结合上述应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营能力与财务状况，补充披露相应应收账款是否存在无法足额收回的风险，坏账准备计提是否充分；(2) 年报披露，本期公司经营活动现金流量净额为 2.10 亿元，较去年同比增加 1976%，主要系公司强化了应收账款管理。公司本期货币资金余额也从 1.93 亿元增至 3.39 亿元。请公司补充披露，在本期营业收入规模下滑、经营活动现金流量净额及期末货币资金余额均增长的情况下，应收账款余额本期仍同比增长较快的原因及合理性。

公司回复：

(1)应收账款前五名对象的名称、账款形成原因，并结合上述应收账款的账龄、逾期情况、欠款方经营能力与财务状况，补充披露相应应收账款是否存在无法足额收回的风险，坏账准备计提是否充分；

1)截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名情况如下：

单位：万元

单位名称	年末余额	其中：逾期金额	是否关联方	产生原因	账龄	占年末余额的比例(%)	坏账准备年末余额
群邑集团	19,225.59		否	广告款	1 年以内	25.94	961.28
唯品会集团	6,548.59		否	广告款	1 年以内	8.84	327.43
京东集团	4,972.29		否	广告款	1 年以内	6.71	248.61
谋熠集团	4,930.49	3,190.05	否	广告款	2 年以内	6.65	271.73
杭州易宏集团	4,002.39	762.20	否	广告款	1 年以内	5.40	200.12
合计	39,679.36	3,952.25				53.54	2,009.17

2)公司坏账计提政策如下：

“应收款项包括应收账款、其他应收款等。

(1)坏账准备的确认标准

本集团在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款 (如偿付利息或本金发生违约或逾期等)；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

(2)坏账准备的计提方法

① 单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

本集团将金额为人民币 100 万元以上的应收款项确认为单项金额重大的应收款项。

本集团对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

② 按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

A. 信用风险特征组合的确定依据

本集团对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

母公司与纳入合并范围内子公司相互之间发生的应收款项不计提坏账准备。

B. 根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征(债务人根据合同条款偿还欠款的能力)按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项目	确定组合的依据
无收款保证的往来款	账龄分析法
取得收款保证的往来款	不计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账　龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1 年以内	5	5
1-2 年	30	30
2-3 年	50	50
3 年以上	100	100

③ 单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

本集团对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，单独进行减值测试，有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备，例如：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

(3)坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。”

3)回款情况

群邑(上海)为国际 4A 广告公司，隶属于 WPP 集团，下属传立、竞立、尚扬、迈势、邑策等媒体公司，主要业务包括市场调研、媒介策划、媒介购买、广告投放等。群邑在中国的媒介承揽额超过 40 亿美元，在中国 8 个城市设有分支机构，在中国拥有 1500 多名员工。该客户与公司合作以来未出现过合同违约情况，信用记录良好。截止 2020 年 4 月 30 日，上述应收账款余额已全部收回。经与欠款方沟通以及查阅相关公开资料，欠款方经营状况未发生重大异常。

唯品会成立于 2008 年 8 月，总部设在广州。唯品会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。2012 年 3 月 23 日，唯品会在美国纽约证券交易所(NYSE)上市。自上市以来，截至 2019 年 12 月 31 日，唯品会已连续二十九个季度实现盈利。该客户与公司合作以来未出现过合同违约情况，信用记录良好。截止 2020 年 4 月 30 日，上述应收账款余额已全部收回。经与欠款方沟通以及查阅相关公开资料，欠款方经营状况未发生重大异常。

京东(JD.com)是中国最大的自营式电商企业，2014 年 5 月 22 日，京东在纳斯达克挂牌，股票代码：JD。2015 年 11 月 12 日，京东商城入选 MSCI 中国指数。根据京东公布财报显示：京东集团 2019 财年全年归属于普通股东净利润为 121.84 亿元，同比增长 589%，营业收入为 5768.88 亿元，同比增长 24.86%。该客户与公司合作以来未出现过合同违约情况，信用记录良好。2020 年 1-4 月，公司已收到京东集团 2019 年期末欠款 1,995.00 万元，收款金额占上年末应收款项的 40.12%，上年末款项已部分收回，经与欠款方沟通以及查阅相关公开资料，欠款方经营状况未发生重大异常，剩余款项无法足额收回的风险较低。

上海谋熠广告有限公司是一家以移动互联网媒体代理为核心业务的移动互联网媒介营销公司，公司在上海、北京均设有办公室，核心成员来自 4A 媒介集团及数字媒介平台。公司成立于 2015 年 5 月，目前为多家 top 100 的移动媒体的核心代理，并与数十家国内主流 4a 媒介集团及知名品牌均达成长期合作。公司主要代理乐堡啤酒、可口可乐、联合利华等国际大品牌。该客户与公司合作以来未发生坏账损失，信用记录良好。2020 年 1-4 月，公司已收到谋熠集团 2019 年期末欠款 1,508.84 万元，收款金额占上年末应收款项的 30.60%，上年末款项已部分收回。经与欠款方沟通以及查阅相关公开资料，欠款方经营状况未发生重大异常。根据该客户的历史回款情况、经营现状、资信状况等，公司判断其具备还款能力，目前正在积极催收中，剩余款项无法足额收回的风险较低。

杭州易宏广告有限公司办公室地址位于浙江省杭州市，于 2016 年 11 月 17 日注册成立，注册资本为 200 万，公司主要经营设计、制作、代理、发布国内广告等服务。该客户与公司合作以来未发生坏账损失，信用记录良好。2020 年 1-4 月，公司已收到杭州易宏集团