证券代码:603021 证券简称:山东华鹏 公告编号:临 2021-037

山东华鹏玻璃股份有限公司关于2020年年度报告信息披露监管工作函回复公告

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。

山东华鹏玻璃股份有限公司(以下简称"公司"或"山东华鹏")收到上海证券交易所下发的《关于对山东华鹏玻璃股份有限公司2020年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函【2021】0458号),根据工作函要求,经公司核查,现就相关事项逐项回复如下:

年报显示,公司主营玻璃制造以及地理信息业务,2020年实现营业收入9.94亿元,同比增长14.73%,净利润4905万元,扣非后净利润-8973万元,主要通过非经常性损益实现盈利;公司经营活动产生的现金流量净额-5172万元,同比减少940.40%,回款金额大幅下降。

问题Ⅰ 年报披露,公司玻璃制造业务以玻璃瓶罐、玻璃器皿业务为主,报告期内公司玻璃瓶罐业务实现营业收入4.78亿元,同比降低25.07%,毛利率9.55%,较上期减少4.25个百分点;玻璃器皿业务实现营业收入9638万元,同比增长3.33%,毛利率25.20%,较上期增长10.41个百分点,报告期内生产量同比下降27.67%,但期末库存量增长42.04%。请公司:一、补充披露最近三年公司玻璃瓶罐、玻璃器皿业务主要经营数据,包括但不限于营业收入、营业成本、毛利率、经营活动现金流量等,并说明同比变化情况及原因;二、结合市场竞争情况,公司产品结构、销售价格、成本构成变化情况,量化分析报告期内公司玻璃瓶罐业务收入及毛利率大幅下滑、玻璃器皿业务收入及毛利率上升的原因;三、结合近三年公司玻璃器皿产品构成变化、市场竞争状况、产品价格、产销量、库存情况变化等,进一步说明其在生产量下降、库存量增加的情况下,盈利能力大幅提升的原因及合理性。

【回复】

一、补充披露最近三年公司玻璃瓶罐、玻璃器皿业务主要经营数据,包括但不限于营业收入、营业成本、毛利率、经营活动现金流量等,并说明同比变化情况及原因。

表1:瓶罐业务2018年-2020年主要经营数据

单位:万元

项目	2018年	2019年	2020年	2020年剔除运费影响后
营业收入	60,516.98	63,765.46	47,776.88	47,776.88
营业成本	47,202.25	54,966.93	43,212.88	39,892.12
毛利率(%)	22.00	13.80	9.55	16.50
经营活动现金流量净额	5,680.42	5,482.71	3,593.36	3,593.36

说明:2020年1月1日开始执行新收入准则,将原在销售费用中核算的运费调整至营业成本中的合同履约成本,2020年瓶罐业务营业成本受此影响数为3,320.76万元,占营业收入的比例为6.95%,剔除此影响后,瓶罐业务2020年毛利率为16.50%,较2019年有增长。

1、瓶罐业务营业收入、营业成本及毛利率波动原因

(1)2019年较2018年瓶罐销售的产品结构调整,销售单价增加,2019年营业收入增加;2020年因受疫情影响、菏泽华鹏因政府规划旧城区改造停产,销售规模减小,2020年营业收入减少。

(2)2019年部分原材料采购价格上涨、薪酬结构调整,人工成本增加以及甘肃石岛2019年投产固定资产折旧增加等原因,导致2019年单位产品生产成本增加,2019年营业成本增加;2020年较2019年单位成本变化不大,销售量减少,2020年营业成本减少。

(3)2019年较2018年单位产品售价提高增长幅度8.47%,单位产品成本增加增幅20.09%,2019年收入增幅低于成本增幅,造成毛利下降;2020年较2019年单位产品成本小幅下降、单位售价小幅上升,剔除运费影响因素后,2020年毛利率有上升。

2、瓶罐业务近三年经营活动现金流量净额变动趋势

2020年较2019年大幅下降,主要原因为本期菏泽华鹏因政府拆迁停产清理供应商欠款以及辞退员工支付职工辞退福利现金流增加所致;2019年和2018年变化不大。

表2:器皿业务2018年-2020年主要经营数据

单位:万元

项目	2018年	2019年	2020年	2020年剔除运费影响后
营业收入	11,908.74	9,326.80	9,637.55	9,637.55
营业成本	7,365.29	7,947.61	7,208.41	6,889.05
毛利率(%)	38.15	14.79	25.20	28.52
经营活动现金流量净额	2,885.51	618.96	-1,077.32	-1,077.32

说明:2020年1月1日开始执行新收入准则,将原在销售费用中核算的运费调整至营业成本中的合同履约成本,2020年器皿业务营业成本受此影响数为319.36万元,占营业收入的比例为3.31%,剔除此影响后,器皿业务2020年毛利率为28.52%。

1、器皿业务营业收入和营业成本及毛利率波动原因

(1)2019年较2018年玻璃器皿产品销量下降36.28%,造成营业收入减少;2020年较2019年营业收入增加310万元,变动不大。

(2)玻璃器皿产量降低,2019年较2018年单位成本增加47.05%,造成营业成本增加;2020年较2019年单位成本增加46.11%,销售量降幅37.92%,造成营业成本减少。

(3)2019年较2018年单位成本增加47.05%,单位售价增加6.73%,2019年售价增幅低于成本增幅,造成毛利率下降;2020年较2019年单位成本增加39.64%,单位售价增加66.46%,2020年售价增幅高于成本增幅,造成毛利率上升。

2、器皿业务近三年经营活动现金流量净额呈下降趋势,其中,2020年较2019年减少,主要原因为收入变动不大,但疫情造成销售回款减少;2019年较2018年减少,主要原因为2019年销售收入减少,销售商品收到的现金较上期减少。

二、结合市场竞争情况,公司产品结构、销售价格、成本构成变化情况,量化分析报告期内公司玻璃瓶罐业务收入及毛利率大幅下滑、玻璃器皿业务收入及毛利率上升的原因。

表1:2020年产品结构和销售情况明细表

分类	销售数量(万只)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	销售价格(元/只)	剔除运费后毛利率(%)	不剔除运费后毛利率(%)
瓶罐						
大口瓶	35,959.36	17,250.76	14,868.97	0.48	13.81	6.63
小口瓶	37,886.51	30,526.13	25,023.15	0.81	18.03	11.20
合同履约成本-运费			3,320.76			
瓶罐合计	73,845.87	47,776.88	43,212.88	0.65	16.50	9.55
器皿						
一次成型产品	149.77	157.59	156.93	1.05	0.42	-4.20
水晶杯	1,434.71	6,924.36	5,447.36	4.83	21.33	17.68
拉伸产品	217.21	2,555.60	1,284.76	11.77	49.73	47.40
合同履约成本-运费			319.36			
器皿合计	1,801.69	9,637.55	7,208.41	5.35	28.52	25.20
总计	75,647.56	57,414.43	50,421.29		18.52	12.18

表2:2019年产品结构和销售情况明细表

分类	销售数量(万只)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	销售价格(元/只)	毛利率(%)
瓶罐					
大口瓶	56,836.62	29,262.90	26,590.02	0.51	9.13
小口瓶	42,917.29	34,502.56	28,376.91	0.80	17.75
瓶罐合计	99,753.91	63,765.46	54,966.93	0.64	13.80
器皿					
一次成型产品	1,177.66	1,512.64	1,474.16	1.28	2.54
水晶杯	1,578.19	7,010.14	5,926.10	4.44	15.46
拉伸产品	146.53	804.02	547.35	5.49	31.92
器皿合计	2,902.38	9,326.80	7,947.61	3.21	14.79
总计	102,656.30	73,092.25	62,914.53		13.92

表3:2018年产品结构和销售情况明细表

分类	销售数量(万只)	营业收入(万元)	营业成本(万元)	销售价格(元/只)	毛利率(%)
瓶罐					
大口瓶	59,688.73	31,798.19	24,177.24	0.53	23.97
小口瓶	43,181.87	28,718.78	23,025.01	0.67	19.83
瓶罐合计	102,870.60	60,516.98	47,202.25	0.59	22.00
器皿					
一次成型产品	1,866.66	2,865.02	2,700.60	1.53	5.74
水晶杯	1,930.04	7,892.57	4,243.61	4.09	46.23
拉伸产品	158.66	1,151.15	421.09	7.26	63.42
器皿合计	3,955.36	11,908.74	7,365.29	3.01	38.15
总计	106,825.96	72,425.72	54,567.54		24.66

通过上表对三年产品结构和销售价格的列示,因2020年1月1日执行新收入准则,将原在销售费用中核算的运费调整至营业成本中核算,为了同期数据可比,将运费单列,未分配到产品成本中,表格列示以2020年营业成本中运费剔除后计算的毛利率与前期毛利率进行对比。

1、瓶罐业务营业收入、营业成本及毛利率波动原因:

(1)营业收入:2019年公司根据市场变化,调整优化产品结构,2019年较2018年小口瓶产品销售单价由0.67元/只上涨至0.80元/只,销售比重由41.98%增加到43.02%,综合导致营业收入2019年较2018年小幅增加5.37%;2020年因疫情影响、菏泽华鹏因政府规划旧城区改造停产等,2020年较2019年瓶罐产品销量由9.98亿只下降到7.38亿只,导致营业收入大幅下降。

(2)营业成本:2019年受国家环保政策影响,部分原材料采购价格上涨,2018年底甘肃石岛在建工程转固导致2019年折旧费用增加以及2019年公司薪酬改革人工成本增加等原因,导致产品单位成本提高,进而影响2019年营业成本较2018年增长16.45%;2020年因销售量减少,营业收入大幅下降对应营业成本下降。

(3)毛利率:2019年部分原材料采购价格上涨、人工成本增加以及甘肃石岛投产折旧增加等原因,导致生产成本增加,影响单位营业成本增加,毛利率下滑。2020年,瓶罐产品平均销售单价上涨0.01元/只,平均单位成本降低0.01元/只,导致毛利率有小幅上升。考虑运费按新收入准则计入合同履约成本中,产品毛利率呈下滑波动。

2、器皿业务营业收入、营业成本及毛利率波动原因:

(1)营业收入:2018年底高档玻璃器皿建设项目投产,2019年折旧费用增加,产能未完全释放,单位成本增加,进而导致营业成本增加。玻璃器皿产品销量由3,955.36万只下降到2,902.38万只,2019年销量较2018年降幅36.28%。2020年营业收入较2019年增加310.75万元,增幅3.33%,变动不大。

(2)营业成本:2019年、2020年同2018年比较,2018年底高档玻璃器皿建设项目投产折旧计提增加,导致生产成本增加,影响单位营业成本增加;销售量自2018年-2020年分别为3,955.36万只、2,902.38万只、1,801.69万只。单位成本的增加以及销售量的下降,导致营业成本增加。

(3)毛利率:公司优化产品结构,致力于打造玻璃器皿高端产品,进一步开拓了高档玻璃器皿市场,高品质高毛利的拉伸杯组合套装产品销售增加,拉伸产品2020年销售价格较2019年增加6.28元/只,毛利率增长较大。

表4:2018年-2020年产品营业成本构成情况明细表

产品类型	成本项目	2020年 销量(万只)	营业成本金额(万元)	平均单位成本(元)	占比
瓶罐	直接材料	73,845.87	17,358.28	0.24	43.51
	动力		3,885.00	0.05	9.74
	燃料		5,818.96	0.08	14.59
	人工		3,513.21	0.05	8.81
	折旧		6,105.68	0.08	15.31
	制造费用		3,210.99	0.04	8.05
	小计		39,892.12	0.54	100.00
器皿	直接材料	1,801.69	2,333.30	1.30	33.87
	动力		1,089.31	0.60	15.81
	燃料		481.27	0.27	6.99
	人工		724.89	0.40	10.52
	折旧		1,619.73	0.90	23.51
	制造费用		640.55	0.36	9.30
	小计		6,889.05	3.82	100.00

(续表)

产品类型	成本项目	2019年 销量(万只)	营业成本金额(万元)	平均单位成本(元)	占比
瓶罐	直接材料	99,753.91	24,249.71	0.24	44.12
	动力		5,273.95	0.05	9.59
	燃料		9,252.22	0.09	16.83
	人工		4,846.18	0.05	8.82
	折旧		7,335.10	0.07	13.34
	制造费用		4,009.77	0.04	7.29
	小计		54,966.93	0.55	100.00
器皿	直接材料	2,902.38	2,635.72	0.91	33.16
	动力		1,370.28	0.47	17.24
	燃料		585.76	0.20	7.37
	人工		772.18	0.27	9.72
	折旧		1,666.17	0.57	20.96
	制造费用		917.50	0.32	11.54
	小计		7,947.61	2.74	100.00

(续表)

产品类型	成本项目	2018年 销量(万只)	营业成本金额(万元)	平均单位成本(元)	占比(%)
瓶罐	直接材料	102,870.60	20,548.73	0.20	43.53
	动力		4,645.02	0.05	9.84
	燃料		7,628.04	0.07	16.16
	人工		3,938.69	0.04	8.34
	折旧		5,776.29	0.06	12.24
	制造费用		4,665.48	0.05	9.88
	小计		47,202.25	0.46	100.00
器皿	直接材料	3,955.36	2,717.56	0.69	36.90
	动力		1,291.57	0.33	17.54
	燃料		633.08	0.16	8.60
	人工		663.11	0.17	9.00
	折旧		1,025.46	0.26	13.92
	制造费用		1,034.50	0.26	14.05
	小计		7,365.29	1.86	100.00

通过上表对瓶罐和器皿产品营业成本构成占比分析:

1、瓶罐产品,2019年较2018年单位成本增幅17.02%,主要原因为2019年部分原材料、燃料价格上升等所致;2020年较2019年单位成本降幅1.82%,变动不大。

2.器皿产品,2019年较2018年单位成本增幅34.56%,2020年较2019年单位成本增幅39.42%,主要原因为产量逐年降低,单位成本中的折旧增加,以及材料价格上涨等因素所致。

综上所述,通过对三年产品结构、销售价格、成本构成变化分析可知:

1、玻璃瓶罐业务收入及毛利率大幅下滑主要原因为:报表2020年营业成本中包含运费成本,导致2020年毛利率大幅下滑,扣除运费成本后毛利率较2019年变化较小。

2、玻璃器皿业务收入及毛利率上升的主要原因为:2020年提高了高品质拉伸杯销售推广,销售数量和单价有较大提高,从而引起毛利率上升。

三、结合近三年公司玻璃器皿产品构成变化、市场竞争状况、产品价格、产销量、库存情况变化等,进一步说明其在生产量下降、库存量增加的情况下,盈利能力大幅提升的原因及合理性。

表1:2018年-2020年器皿按产品类型产销存明细表

项目	产品类型	2020年 数量(万只)	占比(%)	2019年 数量(万只)	占比(%)	2018年 数量(万只)	占比(%)
产量	一次成型			913.59	24.81	1,958.56	44.35
	水晶杯	2,251.09	84.52	2,417.92	65.68	2,212.45	50.11
	拉伸杯	412.18	15.48	350.17	9.51	244.78	5.54
	小计	2,663.27	100.00	3,681.68	100.00	4,415.79	100.00
销量	一次成型	149.77	8.31	1,177.66	40.58	1,866.66	47.19
	水晶杯	1,434.71	79.63	1,578.17	54.38	1,930.04	48.8
	拉伸杯	217.21	12.06	146.54	5.04	158.67	4.01
	小计	1,801.69	100.00	2,902.37	100.00	3,955.37	100.00
库存量	一次成型	27.57	0.95	177.34	8.65	441.41	34.76
	水晶杯	2,291.69	78.72	1,475.29	71.99	635.54	50.05
	拉伸杯	591.66	20.33	396.71	19.36	192.88	15.19
	小计	2,910.92	100.00	2,049.34	100.00	1,269.83	100.00

通过对器皿产品三年结构变化列示可知,器皿产品总产量、销量逐年减少,库存量逐年增加。拉伸杯产销库存量逐年增加,一次成型产品产销库存量逐年减少,上述变化与公司优化产品结构调整产品生产工艺、类别等所致。

表2:器皿按产品类型销售收入、成本及毛利分析表

项目	产品类型	2020年 金额(万元)	占比(%)	2019年 金额(万元)	占比(%)	2018年 金额(万元)	占比(%)
销售收入	一次成型	157.59	1.64	1,512.64	16.22	2,865.02	24.06
	水晶杯	6,924.36	71.85	7,010.14	75.16	7,892.56	66.28
	拉伸杯	2,555.60	26.52	804.02	8.62	1,151.16	9.67
	小计	9,637.55	100.00	9,326.80	100.00	11,908.74	100.00
销售成本	一次成型	156.93	2.28	1,474.17	18.55	2,700.60	36.67
	水晶杯	5,447.36	79.07	5,926.10	74.56	4,243.61	57.62
	拉伸杯	1,284.76	18.65	547.34	6.89	421.08	5.71
	小计	6,889.05	100.00	7,947.61	100.00	7,365.29	100.00
销售毛利	一次成型	0.66	0.02	38.47	2.79	164.42	3.62
	水晶杯	1,259.00	45.81	1,084.04	78.6	3,648.95	80.31
	拉伸杯	1,488.84	54.17	256.68	18.61	730.08	16.07
	小计	2,748.50	100.00	1,379.19	100.00	4,543.45	100.00
销售单价(元/只)	一次成型	1.05		1.28		1.53	
	水晶杯	4.83		4.44		4.09	
	拉伸杯	11.77		5.49		7.26	

通过对器皿各产品三年销售收入、成本构成比分析可知,在器皿产品整体产销量下降、库存量增加的情况下,2020年盈利能力大幅提升的原因主要为高附加值拉伸杯销售量的增加,近年面对器皿市场竞争激烈的现状,公司优化产品结构着力推出了利润空间较大的拉伸杯组合套装产品,同时加大市场推广,2020年取得了较好的成效,盈利能力得到大幅提升。

随着国内技术的快速发展,普通玻璃杯的生产技术国内已取得突破,设备整体投资相比进口设备大幅降低,整体产能迅速扩大,导致低端产品价格竞争异常激烈。对于中高端器皿产品,尤其是高档拉伸杯产品,中高端市场客户青睐度较高,价格竞争压力较小。

综上,通过对近三年公司玻璃器皿产品构成、市场竞争状况、产品价格、产销量、库存情况等分析可知,在生产量下降、库存量增加的情况下,盈利能力大幅提升的原因为高毛利的拉伸杯组合套装产品销售数量和销售单价提高所致。

问题Ⅱ 年报显示,公司地理信息业务主要通过控股子公司天元信息开展,2020年实现营业收入3.38亿元,同比增长363.65%。根据公司2020年12月29日披露的发行股份购买资产预案,公司拟收购天元信息剩余45%股权,其2018年、2019年以及2020年1-10月净利润分别为3575万元、4508万元、5004万元,经营活动产生的现金流量金额分别为-1361万元、-4505万元以及-5399万元,与盈利状况相差较大。请公司:一、结合天元信息所处市场情况,自身竞争优势、业务拓展情况,说明其业务快速增长的原因;二、补充披露近三年天元信息前十大客户名称、关联关系、交易内容、交易金额、结算模式、信用政策、报告期末应收款项情况及原因;三、分账龄披露天元信息应收账款余额、坏账准备计提情况,结合应收款项逾期情况说明坏账准备计提是否充分;四、结合经营过程中款项支付、收回情况,以及应收应付款项变化情况,说明天元信息经营活动现金流量净额偏离净利润的原因。

【回复】

一、结合天元信息所处市场情况、自身竞争优势、业务拓展情况,说明其业务快速增长的原因。

(一)所处市场情况:根据《中国地理信息产业报告(2020)》显示,我国地理信息产业正面临着以互联网、大数据为依托的信息化多业共生、融合发展的模式。云计算、物联网、大数据和人工智能等技术的使用推动了地理信息产业更快发展并不断融合,催生出了符合大众需求的新产品、新内容,推动测绘地理信息服务向个性化、智能化方向发展,提升了测绘地理信息产业能力及服务范围,加速实现信息获取实时化、信息处理自动化、信息服务网络化、信息应用社会化。这些变革对测绘地理信息保障服务能力提出了新的要求,为业内优质企业提供了发展机遇。根据《中国地理信息产业发展前景与投资战略规划分析报告》指出,在政府服务需求方面,地理信息技术在政府部门管理和决策系统、数字城市、智慧城市、智慧交通等领域发挥着越来越重要的基础作用,并与自然资源管理、国土空间规划、应急响应、环保监测紧密融合。在经济领域需求方面,实现了位置服务与新经济深度融合,定位监控服务成为运营车辆、船舶的标配,高精地图与自动驾驶市场深度融合,遥感技术与精细农业、金融保险期货、气象等市场融合不断加深。在社会生活需求方面,除手机地图和汽车导航成为出行必备工具之外,基于位置的智能可穿戴设备市场也在迅速增长。

(二)自身竞争优势:(1)技术优势:天元信息与多家高校、研究所等科研院所协作,专门进行GIS和GNSS前沿技术的开发和研究。天元信息拥有多项先进技术并获取了相应的软件著作权和知识产权,目前拥有125项软件著作权和32项专利。天元信息拥有一支人才结构合理、整体素质较高的专业技术队伍。(2)人员优势:天元信息还专门聘请了包括知名教授在内的数十名高级顾问。天元信息的核心管理层深耕地理信息领域多年,具有丰富的运营管理经验,能够准确把握行业发展动向,并结合具体情况对发展规划及时作出战略性调整,从而为发展提供持续动力。天元信息与多家高校、研究所等科研院所协作,专门进行GIS和GNSS前沿技术的开发和研究。(3)业务规模优势:天元信息经过多年发展,已经形成测绘技术及地理信息系统建设服务、管网(管廊)检测测绘及运维服务、智慧城市系统集成建设及应用平台开发服务等多类综合性业务格局,初步形成覆盖城市管理从规划设计、施工建设至运营维护全生命周期的一体化服务能力。天元信息在深耕主业的基础上,向林业、土规、建筑等其他领域深入拓展,实施上下游延伸发展战略,在地理信息产业链中已形成了明显的优势。天元信息在中国地理信息产业百强排名逐年递进,2020年排名由93名上升至第55名。

(三)业务拓展情况:天元信息目前在全国各个省份开展业务,(1)油田技术业务主要开展了地下管线探测、管道腐蚀性检测、地下管道及场站三维建模、无人机巡线、二三维地理信息系统建设、PNN测井及微地震服务等,已全面覆盖胜利油田、大港油田、大庆油田、新疆油田、长庆油田等国内陆上油田。(2)地方性测绘及地理信息业务主要通过与各地自然资源局、农业局、环保局、应急局、住建局、交通局、城管局、水利局、民政局等深入合作,开展了智慧城市(园区)、大数据研究、三维城市建模、国土三调、国土空间规划、不动产确权登记、自然资源确权、林业确权、城市排水清水清疏及黑臭水体治理、第一次全国自然灾害综合风险普查、农村违建危建清查、农村土地确权、地铁及城市轨道监测、城市综合管线普查、城市内涝监测、河湖管理范围线划定及确权、地名地址普查、行政区划图编制等工作。(3)天元信息在济南及西安成立了研发机构,开发了国土空间规划基础信息平台、国土空间规划"一张图"实施监督信息系统、天元智慧园区数字化管理平台、天元公路养护安全物联监控系统、天元河长制管理平台等平台系统,为"数据+平台+应用"的业务推广模式奠定了有力的基础。

天元信息业务立足山东面向全国,在完成对山东省内全部地级市的开拓基础上,开拓了江苏、浙江、福建、广东、江西、湖南、湖北、陕西、安徽、四川、广西、新疆、黑龙江、吉林、辽宁、河南、甘肃、云南、贵州等19个省份市场,下一步将继续开拓内蒙古、北京、上海、天津、河北、海南等地市场,实现全国范围内的产业布局及市场扩张。天元信息获得中国地理信息产业协会评定的2020中国地理信息产业高成长企业TOP50强中第22位。

国家发展改革委和国家测绘地理信息局在《测绘地理信息事业"十三五"规划》中提出了推进新型基础测绘建设、开展地理国情常态化监测、加强应急测绘建设、统筹航空航天遥感测绘、推进全球地理信息资源开发的重点任务,使地理信息行业具有良好的发展潜力。天元信息抓住行业发展机遇,积极拓展自身及地域业务,做大做强,项目承接规模大幅上升,随着业务的快速增长,天元信息2019年实现收入2.25亿元、2020年实现收入3.38亿元,同比增长50.00%。由于山东华鹏取得天元信息55%股权时点为2019年10月31日,因此2019年并入年报收入金额为11-12月份7,286万元,同比增长363.65%,2020年、2019年合并期间不同比。

通过对天元信息所处市场情况、自身竞争优势、业务拓展情况等分析,公司认为天元信息业务快速增长是合理的。

二、补充披露近三年天元信息前十大客户名称、关联关系、交易内容、交易金额、结算模式、信用政策、报告期末应收款项情况及原因。

2018年前十大客户情况表

单位:万元

序号	客户名称	关联关系	交易内容	交易金额	会计核算模式	收支结算模式	信用政策	2018年报告期末应收款项	2018年报告期末应收款原因
1	2018客户1	非关联方	测绘技术服务	655.86	完工百分比	按阶段性结算	验收无质量问题结清余款		
2	2018客户2	非关联方	设备软件系统	601.89	完工百分比	按阶段性结算	验收完工付款		
3	2018客户3	非关联方	测绘技术服务	571.82	完工百分比	按阶段性结算	完成100%工作量,经县级、市级、省级验收合格后支付100%		
4	2018客户4	非关联方	测绘技术服务	499.06	完工百分比	签订之日7日内预付30%其余按阶段性结算。	完工并验收合格7日内日结清	158.70	支付款项存在付款审批流程较长,此笔应收款项于2019年6月13日全额收回
5	2018客户5	非关联方	测绘技术服务	419.29	完工百分比	签订之日7日内预付30%其余按阶段性结算。	完工并验收合格7日内日结清		
6	2018客户6	非关联方	测绘技术服务	389.16	完工百分比	按阶段性结算	信用期三个月	52.86	款项支付需要根据甲方收款情况进行支付,此笔应收款于2019年1月、3月、12月分批收回
7	2018客户7	非关联方	管网工程及运维服务	315.47	完工百分比	按阶段性结算	验收合格后60日	846.33	长期客户,每年提供服务,每年根据预算情况支付款项,2019年收款金额为619.24万元
8	2018客户8	非关联方	测绘技术服务	296.43	完工百分比	按阶段性结算	完工验收后付清		
9	2018客户9	非关联方	测绘技术服务	288.47	完工百分比	按阶段性结算	完工验收后付清		
10	2018客户10	非关联方	测绘技术服务	275.78	完工百分比	按阶段性结算	完工验收后付清		
	合计			4,313.23				1,057.89	

2019年前十大客户情况表

单位:万元

序号	客户名称	关联关系	交易内容	交易金额	会计核算模式	收支结算模式	信用政策	2019年报告期末应收款项	2019年报告期末应收款原因
1	2019客户1	非关联方	测绘技术服务	1,483.82	完工百分比	按阶段性结算	22年2月25日前支付完毕		
2	2019客户2	非关联方	测绘技术服务	1,209.48	完工百分比	按阶段性结算	完工验收后付清		
3	2019客户3	非关联方	测绘技术服务	913.64	完工百分比	按阶段性结算	验收合格后6个月一次性支付余款		
4	2019客户4	非关联方	测绘技术服务	744.34	完工百分比	按阶段性结算	完工验收后付清		
5	2019客户5	非关联方	测绘技术服务	706.32	完工百分比	15%预付款+阶段性结算	验收18个月后付清余款		
6	2019客户6	非关联方	测绘技术服务	676.69	完工百分比	按阶段性结算	验收后15日内日付清	7.84	为公司长期客户,应收款属于项目质保验收款。账龄一年以内
7	2019客户7	非关联方	测绘技术服务	537.32	完工百分比	按阶段性结算	验收一个月后付清		
8	2019客户8	非关联方	测绘技术服务	444.87	完工百分比	按阶段性结算	验收合格后付清		
9	2019客户9	非关联方	测绘技术服务	416.60	完工百分比	按阶段性结算	验收后付清工程款	34.31	此公司为公司长期客户,2019年回款总额为58.11万元,账龄一年以内
10	2019客户10	非关联方	测绘技术服务	361.61	完工百分比	按阶段性结算	验收后30日内付清		
	合计			7,494.69				42.15	

2019年以前天元信息收入确认政策为完工百分比法,会计处理参考《企业会计准则讲解(2010)》第十六章建造合同第三节合同收入与合同费用中关于完工百分比法中的存货和应收账款有关核算方法进行处理,未结算项目合同成本和合同毛利在存货中核算,待双方结算时已结算的合同价款转入应收账款核算,因此期末应收账款较少。

2020年前十大客户情况表

单位:万元

序号	客户名称	关联关系	交易内容	交易金额(不含税)	会计核算模式	收支结算模式	信用政策	2020年报告期末应收款项	2020年报告期末应收款原因
1	2020客户1	非关联方	测绘技术服务	968.39	终验法	按阶段性结算	验收合格后提供发票后付款	400.13	合同约定付款期内,正常履约
2	2020客户2	非关联方	测绘技术服务	898.11	终验法	按阶段性结算	验收后30日内付至95%,剩余一年内付清	904.40	合同约定付款期内,正常履约
3	2020客户3	非关联方	测绘技术服务	802.53	终验法	按阶段性结算	验收合格付款50%,其余两年内付清	642.02	逾期216万元,其余款项正常履约
4	2020客户4	非关联方	测绘技术服务	762.99	终验法	15%预付款+阶段性结算	验收后6个月内支付至80%,其余18个月内付清余款	603.17	合同约定付款期内,正常履约
5	2020客户5	非关联方	测绘技术服务	751.57	终验法	按阶段性结算	验收合格后6个月一次性支付余款	1,279.53	两个项目中,一个项目572.76万元逾期;另外一个项目,按合同约定,正常履约
6	2020客户6	非关联方	测绘技术服务	735.88	终验法	按阶段性结算	验收合格提供发票后15日内日付款	716.74	为公司长期客户,根据业务情况分次支付
7	2020客户7	非关联方	软件开发及应用	718.95	终验法	40%预付款+阶段性结算	验收后支付至95%,一年内支付尾款	381.04	合同约定付款期内,正常履约
8	2020客户8	非关联方	测绘技术服务	646.67	终验法	按阶段性结算	验收付至95%,其余两年内付清	651.20	合同约定付款期内,正常履约
9	2020客户9	非关联方	测绘技术服务	614.86	终验法	按阶段性结算	按照项目阶段支付进度款,验收后付清	630.06	合同约定付款期内,正常履约
10	2020客户10	非关联方	测绘技术服务	545.27	终验法	按阶段性结算	2022年底前支付结算金额的款项	577.99	合同约定付款期内,正常履约
	合计			7,445.22				6,786.28	

注1:根据《新收入准则》规定,公司在2020年1月1日会计核算模式由完工百分比法变为终验法,详见问题Ⅶ中第三问回复。

注2:2020年末前十大客户应收账款较以前年度增加较大,系天元信息根据新收入准则的规定,于2020年1月1日对在原收入准则下,已完工未结算但客户取得控制权的项目,发生的成本和毛利从存货中转到应收账款核算,符合新收入准则的规定,"在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务控制权时,按照分摊至该项履约义务的交易价格确认收入"。

注3:2018-2020年前十大客户情况表中,2018年客户9与2019年客户10为同一客户,2019年客户3与2020年客户5为同一客户,2019年客户5与2020年客户4为同一客户,2019年客户6与2020年客户6为同一客户。

三、分账龄披露天元信息应收账款余额、坏账准备计提情况,结合应收款项逾期情况说明坏账准备计提是否充分。

(一)应收账款、坏账准备计提与同行业公司对比情况

同行业应收账款账龄结构情况

单位:万元

账龄期限	天元信息 账面余额	比例(%)	中海达 账面余额	比例(%)	伟志股份 账面余额	比例(%)	正元地理 账面余额	比例(%)
1年以内	25,865.78	56.59	59,838.25	53.80	5,110.77	32.15	31,357.79	32.76
1至2年	10,237.35	22.40	26,532.65	23.86	4,567.40	28.74	30,351.39	31.71
2至3年	4,647.30	10.17	14,779.73	13.29	2,492.10	15.68	14,140.16	14.77
3至4年	2,456.76	5.37	3,651.71	3.28	1,897.53	11.94	11,932.91	12.47
4至5年	1,117.40	2.44	3,983.88	3.58	1,190.05	7.49	4,560.47	4.76
5年以上	1,385.90	3.03	2,436.93	2.19	637.03	4.01	3,381.47	3.53
合计	45,710.50	100.00	111,223.15	100.00	15,894.88	100.00	95,724.19	100.00

通过上表可知:行业1年以上应收账款占比均较高,其中天元信息占比43.41%,中海达46.20%,伟志股份67.85%,正元地理67.24%,天元信息好于可比公司。通过对比可比公司,其业务模式、业务类型、客户群体等基本类似,行业主要客户群体均存在部分业务收款周期较长的行业共性,主要原因为客户支付项目款需经过各项审批程序,从提交结算资料到客户确认结算结果需要一定时间等多种因素影响导致客户付款时超过合同约定的付款期限。

同行业应收账款坏账准备计提比例情况

单位:万元

账龄期限	天元信息 账面余额	坏账金额	坏账计提比例(%)	伟志股份 账面余额	坏账金额	坏账计提比例(%)	正元地理 账面余额	坏账金额	坏账计提比例(%)
1年以内	25,865.78	1,293.29	5.00	5,110.77	354.62	6.94	31,357.79	1,030.98	3.29
1至2年	10,237.35	1,556.71	15.21	4,567.40	553.57	12.12	30,351.39	4,552.71	15.00
2至3年	4,647.30	1,394.19	30.00	2,492.10	519.85	20.86	14,140.16	4,242.05	30.00
3至4年	2,456.76	1,228.38	50.00	1,897.53	543.64	28.65	11,932.91	7,756.39	65.00
4至5年	1,117.40	782.18	70.00	1,190.05	405.33	34.06	4,560.47	2,964.30	65.00
5年以上	1,385.90	1,385.90	100.00	637.03	637.03	100.00	3,381.47	3,381.47	100.00
合计	45,710.58	7,640.65	16.72	15,894.88	3,014.04	18.96	95,724.19	23,927.91	25.00

通过对比:账龄1年以内、3-4年应收账款坏账准备,天元信息的计提比例位于可比公司中间;账龄1-2年、2-3年、4-5年应收账款坏账准备,天元信息的计提比例与正元地理基本一致,高于伟志股份;账龄5年以上应收账款坏账准备计提比例均为100%。

通过与同行业公司相比,天元信息应收账款账龄结构符合行业共性,各账龄段应收账款的坏账准备计提比例与可比公司基本相符。

(二)应收账款逾期情况

1、定义

逾期应收账款指超过合同约定付款期限后仍未收回的款项。对于长期合作的客户,以最后一笔货款的付款期限为起算点。

2、逾期情况

应收账款逾期情况统计

单位:万元

账龄分布	政府部门	事业单位	国有企业	民营企业	合计
1年以内	1,439.98	54.51	320.88	283.82	2,099.19
1至2年	2,004.70	311.81	306.80	429.84	3,053.14
2至3年	309.11	674.03	625.22	2,699.41	4,307.77
3至4年	61.75	54.00	1,095.70	1,245.31	2,456.76
4至5年		362.38	2.40	752.62	1,117.40
5年以上	8.65	91.90	861.54	423.81	1,385.90
合计	3,824.19	1,548.63	3,212.54	5,834.80	14,420.16

逾期应收账款形成原因:(1)应收账款逾期账龄1年以内、1-2年中政府部门、事业单位及国有企业占比较高,主要因天元信息在2019年获取甲级测绘资质后,在全国范围内参与政府部门、事业单位公开招投标项目,项目承接进入快速增长期,由于客户支付项目款需经过各项审批程序,导致客户实际支付款项时超过信用期限的情况。(2)应收账款逾期账龄2年以上中民营企业占比较高,主要原因为天元信息在2018年以前多通过分包业务方式承接地方测绘业务,付款方式多采取背靠背支付,民营客户的甲方也以政府部门、事业单位为主,受付款审批流程长影响,天元信息收到客户回款的时间进一步延迟。

3、应对措施

公司采取多种措施对逾期应收账款进行催收:(1)将逾期应收账款催收列入年度考核重要指标,(2)定期拜访客户催款的同时了解客户的生产经营情况,对于一次性付款确实困难的客户允许分期付款,但必须签订还款协议,(3)对多次催收仍拒不付款或出现款项无法收回迹象的客户,采取诉讼方式收款,(4)对于确实无法收回的逾期款项及时计提坏账准备。

因政府部门、事业单位及国有企业整体信誉度好,公司对逾期项目逐项分析后预计在未来3年内85%左右的逾期应收账款可陆续回款,已计提坏账准备金额7,640.65万元可以整体包含住逾期应收账款产生的坏账损失。

4、主要项目明细

前30名应收账款逾期明细

单位:万元

项目名称	客户性质	客户	逾期合计	账龄分布情况
项目1	国有企业	客户1	716.56	32.92万元1-2年、683.64万元5年以上
项目2	民营企业	客户2	580.04	2-3年
项目3	民营企业	客户3	576.92	2-3年
项目4	政府部门	客户4	572.86	1-2年
项目5	国有企业	客户5	518.57	3-4年
项目6	国有企业	客户6	444.45	3-4年
项目7	政府部门	客户7	339.08	1年以内
项目8	政府部门	客户8	293.86	1-2年
项目9	民营企业	客户9	269.69	4-5年
项目10	国有企业	客户10	264.20	2-3年
项目11	事业单位	客户11	238.00	1-2年
项目12	政府部门	客户12	235.28	1-2年
项目13	民营企业	客户13	228.89	2-3年
项目14	政府部门	客户14	216.99	1-2年
项目15	政府部门	客户15	216.00	1年以内
项目16	民营企业	客户16	215.43	3-4年
项目17	民营企业	客户17	204.58	5年以上
项目18	事业单位	客户18	198.68	2-3年
项目19	民营企业	客户19	198.44	3-4年
项目20	国有企业	客户20	189.44	2-3年
项目21	政府部门	客户21	183.96	1年以内
项目22	民营企业	客户22	183.51	3-4年
项目23	政府部门	客户23	169.81	1-2年
项目24	政府部门	客户24	165.00	1-2年
项目25	政府部门	客户25	164.00	1年以内
项目26	事业单位	客户26	152.59	4-5年
项目27	国有企业	客户27	152.00	1-2年
项目28	民营企业	客户28	146.67	1年以内
项目29	民营企业	客户29	144.93	5年以上
项目30	政府部门	客户30	140.14	1-2年
合计			8,320.57	

注:上表客户4与2020年前十大客户5为同一客户,上表客户5与客户6为同一客户,上表客户9与客户22为同一客户,上表客户10与2018年前十大客户6为同一客户,上表客户11与2018年前十大客户9为同一客户,上表客户15与2020年前十大客户3为同一客户。

(三)应收账款坏账风险控制措施

公司针对应收账款情况通过以下措施进行催收,减少坏账风险:

1、商务中心牵头通过对应收款项的全面梳理,制定了年度清收计划,分级落实管理责任,确定回款责任人,实施应收账款逾期建档清收销号制度。

2、商务中心每月召开清收例会,按照清收工作进度及时调整清收计划和方案,开展了三方抵账、法律诉讼等多种措施进行清理清收。

3、应收款项经办人为直接责任人,区域负责人付总责,根据应收账龄情况实行人员在岗清收或离岗专职清收,并通过暂扣绩效工资加强清收力度。商务中心派专人跟进督导,保障清收工作按计划完成。对确实不能收回的应收款项,及时取得相应的证据,及时进行处理。

4、对新增应收款项,将业务从签订合同、施工、完工、回款全过程纳入线上管控管理,实现全程管理和动态监控。要求每笔款项在合同中制定回款计划,落实回款责任人,规定回款期限,从源头减少应收款项坏账损失风险。在月度经营考核中,明确以回款金额作为当期经营绩效考核依据,促进了应收款项的快速回笼。

综上所述,通过对同行业中可比公司账龄结构比较,分析应收账款坏账计提情况以及结合逾期应收账款催收情况,并结合公司内部对应收账款坏账风险采取的防范措施等分析,天元信息应收账款坏账准备计提充分。

四、结合经营过程中款项支付、收回情况,以及应收应付款项变化情况,说明天元信息经营活动现金流量净额偏离净利润的原因。

(一)根据经营过程中款项支付、收回情况分析

天元信息2018年经营过程中主要款项收回及支付情况,营业收入1.28亿元,提供劳务收回的现金0.66亿元,收回投标保证金等0.11亿元,经营活动现金流入总额为0.77亿元;营业成本0.55亿元,购买商品、接受劳务支付现金0.25亿元,为职工支付的现金0.39亿元,支付的税费0.10亿元,支付投标保证金及其他等0.17亿元,经营活动现金流出总额为0.91亿元,经营活动现金流量净额-0.14亿元。

天元信息2019年经营过程中主要款项收回及支付情况,营业收入2.25亿元,提供劳务收回的现金1.11亿元,收回投标保证金等0.31亿元,经营活动现金流入总额为1.42亿元;营业成本1.07亿元,购买商品、接受劳务支付现金0.61亿元,为职工支付的现金0.68亿元,支付的税费0.10亿元,支付投标保证金及其他等0.48亿元,经营活动现金流出总额为1.87亿元,经营活动现金流量净额-0.45亿元。

天元信息2020年经营过程中主要款项收回及支付情况,营业收入3.37亿元,提供劳务收回的现金1.41亿元,收回投标保证金等0.35亿元,经营活动现金流入总额为1.76亿元;营业成本1.51亿元,购买商品、接受劳务支付现金0.77亿元,为职工支付的现金0.78亿元,支付的税费0.11亿元,支付投标保证金及其他等0.70亿元,经营活动现金流出总额为2.36亿元,经营活动现金流量净额-0.60亿元。

经分析,天元信息近三年经营活动现金流量均为负数,与盈利状况相差较大,主要原因是近年天元信息产业布局调整和市场扩张,业务必须的资金投入如人工成本、外协成本及期间费用等投入增加,应收款项受行业平均回款周期长,导致经营活动现金流出高于现金流入。

(二)根据应收应付款项变化情况分析

天元信息近三年现金流量偏离净利润较大主要因存货、经营性应收项目和经营性应付项目变动影响较大导致,其中2018年存货增加15,923.30万元,经营性应收项目减少8,927.73万元,经营性应付项目增加641.86万元,合计影响减少经营活动现金流量净额6,353.71万元;2019年存货增加25,278.93万元,经营性应收项目减少11,261.01万元,经营性应付项目增加2,116.24万元,合计影响减少经营活动现金流量净额11,901.68万元;2020年经营性应收项目增加18,963.84万元,存货减少575.42万元,经营性应付项目增加138.34万元,合计影响减少经营活动现金流量净额18,250.08万元。

(三)同行业近三年营业收入、净利润、和经营活动现金流量净额对比情况:

2018-2020年天元信息收入、净利润和经营活动现金流量净额走势图

2018-2020年中海达(300177)收入、净利润和经营活动现金流量净额走势图

2018-2020年正元地理收入、净利润和经营活动现金流量净额走势图

通过与可比公司数据进行对比,2018至2020年间可比公司经营活动产生的现金流量净额与净利润偏离较大,符合行业特点。其中:

1、正元地理在2019年度营业收入较2018年度增长,中海达(300177)在2020年度营业收入较2019年度增长,均处于业务上升期且经营活动现金流量净额均为负值,天元信息在2019年度营业收入较2018年度增长,在2020年度营业收入较2019年度增长,业务处于快速扩张时期,经营活动现金流量净额为负,与可比公司趋势一致。

2、可比公司正元地理的主要客户为政府部门、中海达(300177)的主要客户为政府部门、事业单位和国有企业等,与天元信息的主要客户类型相似,由于政府、事业单位支付项目款项要经过各项审批程序,从提交结算资料到客户确认结算结果需要一定时间,因此回款周期滞后于业务的增长,同时,占比较大的人工成本等具有刚性支付的特点,导致经营活动现金流量净额低于净利润,符合天元信息的业务模式及结算特点。

综上所述,通过对经营过程中款项支付、收回情况,以及应收应付款项变化情况,并对比同行业近三年营业收入、净利润、和经营活动现金流量净额变动趋势情况,认为天元信息经营活动现金流量净额偏离净利润是合理的。

问题Ⅲ 年报披露,公司于2020年12月31日董事会审议通过,对外转让"威伦维客"玻璃棉系列商标权,报告期内产生收益4245万元。截至报告期期末,上述商标权转让所得款尚未收到。请公司补充披露:一、目前转让"威伦维客"玻璃棉系列商标权的交易进展情况,包括付款时间安排以及商标权实际过户使用进度等情况,结合交易对方资信状况,评估后续付款是否存在违约风险;二、公司在报告期期末未收取款项、未办理商标权过户的情况下,确认转让收益是否符合企业会计准则相关规定,并说明具体依据;三、公司"威伦维客"玻璃棉系列产品收入利润规模,并结合有关协议安排,评估转让系列商标权是否会降低公司产品竞争力、影响上市公司自身玻璃制品业务生产经营。

【回复】

一、目前转让"威伦维客"玻璃棉系列商标权的交易进展情况,包括付款时间安排以及商标权实际过户使用进度等情况,结合交易对方资信状况,评估后续付款是否存在违约风险。

(一)目前转让"威伦维客"玻璃棉系列商标权的交易进展情况如下:

1、合同主要内容

公司根据经营发展需要,调整产业结构,优化产业布局,2020年12月与廊坊神州玻璃棉制品有限公司(以下简称"廊坊神州")签订了《"威伦维客"品牌买卖合同》,并召开第七届董事会第十九次会议审议通过了《关于出售"威伦维客"系列商标的议案》,转让"威伦维客"玻璃棉系列商标权,按照合同约定,将"WILLVIV"和"威伦维客"两个商标及第17、19、21类进行转让,共协商作价4,500万元,合同签订10日内廊坊神州需支付10%合同款,商标过户到廊坊神州后30日内,需要支付总价款的40%,2021年12月31日前需支付剩余50%的款项。

公司已委托律师事务所对"威伦维客"玻璃棉商标转让买卖合同的成立与生效和交易标的转让的效力做出法律评审分析。律师事务所认为:"威伦维客"玻璃棉商标买卖合同于2020年12月31日已经生效;山东华鹏于2020年12月31日完成了《"威伦维客"品牌买卖合同》约定交易标的事实交付,廊坊神州已事实上排他地取得了交易商标的独占、使用、许可使用和禁止使用等权力。

2、业务开展情况

公司名下威伦维客商标在出售前仅授权公司下属孙公司山东华赢新材料有限公司(以下简称"山东华赢")使用,在开展业务中,山东华赢仅委托神州节能科技集团有限公司(以下简称"神州集团",神州集团为廊坊神州的母公司)一家企业代工生产威伦维客品牌产品,并与神州集团签署了威伦维客品牌代工《合作协议书》。因公司与廊坊神州签署了《威伦维客品牌买卖合同》,公司不再享有商标的控制权,没有廊坊神州的授权同意,公司及山东华赢不再享有使用权。因此,山东华赢与神州集团于2020年12月30日签署了《合作终止协议》,代工生产合作业务终止。

经了解,自2021年以来,廊坊神州仅委托神州集团使用该商标,神州集团已使用威伦维客商标进行生产玻璃棉产品,并销售给经销商或自销,公司与其他经销商均按照神州集团的定价政策,采购神州集团威伦维客的相关产品。公司作为经销商采购相关商品后,选择优质客户,按照市场价格对外销售。因威伦维客商标已对外出售,公司失去了对该商标的控制权,2021年1-5月份月均销售较去年大幅减少。

公司已于2020年12月31日将商标证书原件交付廊坊神州;2020年12月31日已按协议约定收到首笔转让款450万元;2021年5月1日威伦维客商标已完成过户手续;2021年6月2日收到第二笔商标转让款1,800万元。

(二)结合交易对方资信状况,评估后续付款是否存在违约风险分析

廊坊神州成立于2003年,注册资本6,000万元,主营玻璃棉及其制品。廊坊神州为神州节能科技集团有限公司(以下简称"神州集团")控股子公司,其中神州集团持股60%。神州集团注册资本1亿元,是集绝热保温、吸音降噪材料的研发、制造、服务于一体的节能环保型企业。经查询,神州集团目前为总资产超过20亿元,年产值达25亿元的大型集团企业,拥有国内最先进的生产设备和技术,创造了可观的经济效益和社会效益,且未发现廊坊神州和神州集团存在重大涉诉问题,未发现行政处罚信息、经营异常信息,未列入违法失信企业名单。

公司在与廊坊神州签订"威伦维客"品牌买卖合同前后对神州集团及其子公司廊坊神州进行了现场走访、调研和分析,廊坊神州资信状况良好,信誉度较高。截止目前交易双方均按合同约定履行义务,且公司正在积极与对方沟通后续付款进度,争取尽早收回剩余款项,公司综合判断认为,后续存在违约风险的可能性较小。

二、公司在报告期期末未收取款项、未办理商标权过户的情况下,确认转让收益是否符合企业会计准则相关规定,并说明具体依据。

(一)相关准则规定

《企业会计准则第14号-收入》应用指南"四、关于收入的确认"的相关规定:"企业应当在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权,是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益,也包括有能力阻止其他方主导该商品的使用并从中获得经济利益。"同时,参照《企业会计准则讲解2010》无形资产中的采用分期付款方式购买无形资产的案例,款项是否支付不是无形资产购买日确定的必要条件,作为无形资产出售方,对于采用分期收款方式出售无形资产,判断无形资产出售日的原则与购买无形资产应该是一致的,即是否收取商标转让款并不是判断无形资产出售日的必要条件。

《企业会计准则第6号-无形资产》第二十二条规定"企业出售无形资产,应当将取得的价款与该无形资产账面价值的差额计入当期损益。"

(二)会计处理情况

1、威伦维客品牌买卖合同于2020年12月31日生效;自2020年12月31日起廊坊神州有权使用并控制威伦维客商标;同日,公司将商标证书原件交付对方,没有廊坊神州的授权同意,其他任何第三方无权使用该商标,因此廊坊神州对商标拥有现时权利。

2、威伦维客品牌相关产品的生产、销售和服务等已完全移交廊坊神州,且廊坊神州已仅授权神州集团使用该商标,其他方仅作为廊坊神州或神州集团的经销商或终端用户,廊坊神州已经有使用该商标获利的能力。因此廊坊神州主导了商标使用,并能获取几乎全部经济利益。

3、威伦维客商标转让属于分期收款出售无形资产,公司于2020年12月31日收到首笔转让款450万元,预计后续存在违约的风险可能性较小。期后,公司已按合同约定,于2021年6月2日收到第二笔转让款1,800万元。

综上分析,公司认为2020年12月31日之前廊坊神州拥有了威伦维客商标的控制权,能够主导该商标的使用,并能获取几乎全部经济利益,也能阻止其他方使用。因此根据《企业会计准则第14号-收入》和《企业会计准则第6号-无形资产》的规定和双方签订合同的履行情况,公司于报告期内确认了商标转让收益符合企业会计准则的规定。

三、公司"威伦维客"玻璃棉系列产品收入利润规模,并结合有关协议安排,评估转让系列商标权是否会降低公司产品竞争力、影响上市公司自身玻璃制品业务生产经营。

公司"威伦维客"玻璃棉系列产品2018年-2020年收入利润情况如下:

单位:万元

项目	2018年度	2019年度	2020年度
主营业务收入	6,621.32	5,356.96	6,710.32
主营业务成本	6,038.23	4,375.35	5,369.28
净利润	61.36	484.31	728.39
经营活动现金流量净额	155.90	-519.23	-0.57

公司玻璃板块主营业务收入2018年至2020年分别为7.90亿元、7.84亿元和6.56亿元。"威伦维客"玻璃棉2018年-2020年主营业务收入分别占玻璃板块主营业务收入8.38%、6.83%和10.23%。玻璃板块主营业务收入主要来自玻璃器皿和玻璃瓶罐收入,公司玻璃器皿和瓶罐生产销售使用的商标主要为石岛牌商标、弗罗萨商标和SD商标等,"威伦维客"商标只用于玻璃棉生产销售。

因菏泽市规划发展需要,公司玻璃棉生产基地被菏泽市住建局征收,玻璃棉生产线被动停产。公司出于战略性考虑和经营发展需要,转让"威伦维客"玻璃棉系列商标,主要基于以下几方面原因:

一是新建玻璃棉生产基地项目需要环评手续、节能指标等严格审查,在环保政策、能源消费量指标控制日趋严格的条件下,难以寻找到合适的生产基地;项目停产后,公司曾在全国多地进行考察论证,最终均由于受环保及能源指标控制等影响未能达成投资意向。

二是新建玻璃棉项目所需的房产、土地、窑炉等前期基础投资预计1.5亿元以上,建设周期1年以上,在公司资金相对紧张、建设周期较长的情况下不适宜再投资新建项目。

三是为了维护"威伦维客"品牌玻璃棉行业的价值,公司开始使用贴牌生产,但在开展业务过程中,受到同行业竞争者质疑和投诉,业务开展难度增大,势必会影响品牌的价值。

综上,公司综合考虑项目投入产出、建设周期、审批手续等因素,为维护玻璃棉系列商标的价值,降低未来长期贴牌销售可能对品牌价值的不利影响,决定对外转让"威伦维客"系列商标。商标的转让对公司玻璃棉业务竞争力会产生一定影响,但不会影响公司玻璃瓶罐和玻璃器皿的产品竞争力,不会对上市公司自身玻璃制品业务生产经营产生较大影响。

问题Ⅳ 年报披露,报告期内公司控股子公司菏泽华鹏处置资产产生收益5774万元。请公司补充披露处置主要资产项目明细、发生时间、对应产品产销情况等,说明上述资产处置对公司生产经营是否可能产生不利影响,以及公司采取的应对措施。

【回复】

一、处置主要资产项目明细、发生时间、对应产品产销情况

报告期内公司处置资产产生收益5,774万元是由菏泽华鹏、安庆华鹏处置资产产生的,其中:

因菏泽政府规划旧城区改建需要,菏泽住建局对座落在菏泽经济开发区人民路以东,规划支路以南,漓江路以北,规划兴民路以西的土地、房产及附属物等进行征收,2019年4月24日下发"关于停止生产加快企业搬迁的通知",公司于2020年3月23日召开了第七届董事会第四次会议,于2020年4月8日召开了2020年第二次临时股东大会,审议通过了《关于全资子公司拟签订房屋征收货币补偿协议的议案》。2020年4月12日签订《房屋征收货币补偿协议》。报告期内,处置部分资产,产生收益4,469.14万元。

因安庆市高新技术开发区土地规划需要,安庆高新区管委会对位于环城西路以东、霞虹路以北、梧桐路以南占地面积63,625.73平方米(约95.44亩)土地按总计人民币1,789.46万元进行收购补偿,公司于2020年3月27日召开了第七届董事会第五次会议,审议通过了《关于全资子公司拟签订土地使用权收购补偿协议的议案》。2020年3月30日签订《土地使用权收购补偿协议》。报告期内,土地已交付,补偿资金已全部到位,产生收益1,305.01万元。

主要资产处置明细如下:

主要资产处置明细

单位:万元

资产名称	发生时间	原值	累计折旧	净值	处置金额	处置收益
仓库	2020年12月	99.01	79.16	19.85	323.35	303.51
三期配料房	2020年12月	115.00	54.22	60.78	185.08	124.30
4#行列机	2020年12月	169.77	76.25	93.52	144.72	51.20
3期拌料房	2020年12月	180.00	73.40	106.60	324.61	218.01
5#行列机	2020年12月	188.06	84.52	103.54	160.23	56.69
10#行列机	2020年12月	224.28	54.27	170.01	263.09	93.08
办公楼	2020年12月	249.47	180.79	68.68	284.40	215.71
熔制车间	2020年12月	284.09	226.51	57.59	723.95	666.36
6#行列机	2020年12月	306.33	137.43	168.90	261.36	92.47
11#行列机	2020年12月	312.46	73.99	238.47	369.03	130.56
2#10双行列机	2020年12月	344.45	80.82	263.64	407.97	144.34
三期大棚	2020年12月	369.18	195.89	173.30	344.40	171.10
二期熔制车间	2020年12月	444.57	295.85	148.73	868.39	719.66
8双制瓶机(3号机)	2020年12月	478.39	197.32	281.07	434.95	153.88
土地使用权	2020年3月	638.72	154.28	484.45	1,789.46	1,305.01
三期车间	2020年12月	1,067.40	149.90	917.50	1,333.31	415.81
窑炉	2020年12月	10,266.59	2,046.28	8,220.32	7,694.41	-525.90
合计		15,737.77	4,160.88	11,576.95	15,912.71	4,335.79

报告期内发生处置费用409.32万元计入资产处置损益。

对应产品产销情况如下:

1、处置资产对菏泽华鹏的影响

产销量明细表

项目	2019年 产量(万吨)	销量(万吨)	销售收入(万元)	2020年 产量(万吨)	销量(万吨)	销售收入(万元)
菏泽华鹏	6.17	5.81	12,143.26	0.38	1.83	3,517.42

注:从上表可以看出,资产处置对菏泽华鹏的产量、销量和销售收入产生了一定的影响。公司通过对生产能力的综合调度,保留优质客户资源不流失,降低了对公司的整体影响。

2、处置资产对安庆华鹏的影响

安庆华鹏因安庆市高新技术开发区土地规划需要处置部分未使用土地,对产品产销没有影响,公司正常运营生产。

二、资产处置对公司生产经营的影响,以及公司采取的应对措施

菏泽华鹏因政府拆迁处置资产对公司生产经营有一定影响,公司通过生产能力的综合调度,保留优质客户资源不流失,菏泽华鹏原有优质客户按照地理位置产品等综合情况分别由山东华鹏本部、江苏石岛和安庆华鹏继续服务;安庆华鹏因安庆市高新技术开发区土地规划需要处置部分未使用土地,对产品产销没有影响。

综上,公司子公司菏泽华鹏资产处置对公司生产经营产生一定的影响,公司已采取积极的应对措施将影响降到最低;安庆华鹏资产处置对公司生产经营没有影响。

问题Ⅴ 年报披露,报告期内,公司由于处置和报废导致房屋及构筑物、机器设备原值分别减少6152万元、1.38亿元;由于转入在建工程导致机器设备原值减少1.85亿元。上述金额对公司账面资产影响较大。请公司:一、分别列示处置和报废导致房屋及构筑物、机器设备减少的具体金额和发生原因,并结合会计处理情况说明对公司本期经营业绩的影响;二、核实并披露公司目前房屋及构筑物、机器设备的主要情况,包括主要资产账面原值及累计折旧、性质用途、入账时间、使用状态、对应产品产能、实际产量等,说明是否存在资产减值风险;三、补充披露固定资产转入在建工程的具体情况,包括固定资产性质、主要用途、使用时间、使用状态、转入在建工程事由等;四、说明报告期内公司发生大额固定资产转入在建工程是否符合企业会计准则相关规定,是否具备业务实质。如是,请具体说明相关适用情形。

【回复】

一、分别列示处置和报废导致房屋及构筑物、机器设备减少的具体金额和发生原因,并结合会计处理情况说明对公司本期经营业绩的影响。

1、因处置导致房屋及构筑物、机器设备减少的具体金额和发生原因

报告期内由于政府规划等原因,处置的房屋及构筑物、机器设备,明细情况如下:

单位:万元

资产类别	原值	折旧	净值
房屋建筑物	6,135.56	3,486.14	2,649.42
机器设备	13,052.13	5,292.73	7,759.40
合计	19,187.69	8,778.87	10,408.82

2、因报废导致房屋及构筑物、机器设备减少的具体金额和发生原因

报告期内由于政府规划等原因,报废的房屋及构筑物、机器设备,明细情况如下:

单位:万元

资产类别	原值	折旧	净值
构筑物	16.23	13.37	2.86
机器设备	764.45	703.03	61.42
合计	780.68	716.39	64.29

3、结合会计处理情况说明对公司本期经营业绩的影响

报告期内处置固定资产导致公司非经常性损益增加,形成处置收益8,544.30万元,占营业利润的比例为96.92%,占利润总额的比例为99.50%。处置固定资产产生的资产处置收益主要为菏泽华鹏、安庆华鹏征收土地房屋建筑物补偿价款所致,菏泽华鹏处置资产主要交易对手方为菏泽市住房与城乡建设局,安庆华鹏处置资产主要交易对手方为安庆高新技术产业开发区管理委员会。《企业会计准则第16号——政府补助》中定义的政府补助应具有无偿性特征,即企业取得来源于政府的经济资源,不需要向政府交付商品或服务等对价。而征收补偿款的取得需交付土地房屋建筑物,公司认为征收补偿款不满足政府补助的确认条件,因此不作为政府补助处理,按照补偿价款扣减固定资产净额以及处置费用后计入资产处置损益。

综上,报告期内公司主要由于政府规划等原因处置固定资产,导致公司本期经营业绩增加。

二、核实并披露公司目前房屋及构筑物、机器设备的主要情况,包括主要资产账面原值及累计折旧、性质用途、入账时间、使用状态、对应产品产能、实际产量等,说明是否存在资产减值风险。

1、公司目前房屋及构筑物、机器设备的主要情况如下:

主要房屋及构筑物明细

(下转D42版)