（上接 D33 版）

按组合计提坏账准备的应收票据中银行承兑汇票信用风险较低，公司未计提坏账准备。

按组合计提坏账准备的应收票据中商业承兑汇票包含对房地产企业的应收商业承兑汇票 84,928.84 万元，债务人均为融创系公司。公司与对上述债权与融创系公司达成的解决方案为：融创系公司先向公司兑付商业承兑汇票，再由公司认购投入融创的信托理财产品，将原无担保的应收融创系票据置换为由融创优质房地产项目的土地使用权足额抵押并追加融创集团担保的信托理财资产，有效降低应收融创系公司款项的信用风险。截至 2022 年 6 月末，前述 84,928.84 万元商业承兑汇票中 82,633.93 万元已全部兑付，并置换成信托理财资产；剩余 2,294.91 万元商业承兑汇票尚未到期，待到期日前进行兑付并置换。

按组合计提坏账准备的应收票据中商业承兑汇票除应收融创系公司的票据外，期末无应收其他房地产公司的票据，剩余应收票据主要为应收青岛海尔等客户的票据，信用风险较低，期后均已正常兑付，无逾期情况。由于上述应收商业承兑汇票信用风险较低，且票据期限均在一年以内，公司按照预计信用损失率 2%计提坏账准备。

（2）报告期末应收账款坏账准备计提情况

单位：万元

种 类	2021.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
单项计提坏账准备	10,088.72	1.81	4,029.79	39.94	6,058.93
按组合计提坏账准备	548,098.84	98.19	11,629.32	2.12	536,469.53
合 计	558,187.56	100.00	15,659.10	2.81	542,528.46

1）期末单项计提坏账准备的应收账款

单位：万元

单位名称	账面余额	坏账准备	计提比(%)	计提理由
恒大系公司	9,180.20	3,121.27	34.00	债务人资金紧张，且出现债务违约情况，信用风险显著增加
REBOX B.V.	307.85	307.85	100.00	债务人经营困难，预计无法收回
广东雪莱特光电科技股份有限公司	600.67	600.67	100.00	债务人经营困难，预计无法收回
小 计	10,088.72	4,029.79	39.94	

对应收恒大系款项的坏账准备计提情况业经公司第五届董事会第三十一次会议及 2022 年第一次临时股东大会审议通过。公司对恒大系公司的应收账款坏账准备计提充分，详见本回复问题 1 第（1）题的相关回复。

2）期末按组合计提坏账准备的应收账款

期末按组合计提坏账准备的应收账款中包含对房地产企业的应收账款余额共计 12,299.04 万元，其中应收融创系公司的应收账款 12,262.62 万元，应收其他房地产公司的应收账款 36.42 万元。对融创系的应收账款，公司与其确定的解决方案为：融创系公司先偿还应收账款，再由公司认购投入融创的信托理财产品的方式，将原无担保的融创系应收账款全部置换为由融创优质房地产项目的土地使用权足额抵押并追加融创集团担保的信托理财资产。目前上述对融创系应收账款的解决方案由于涉及融创系公司的主体较多，各方还在沟通、实施过程中，公司对融创系的应收商业承兑汇票 82,633.93 万元已通过该种方式解决，该方案实施的可行性较高，能有效降低公司对融创系应收账款相关的信用风险。截至 2021 年 12 月 31 日，公司对融创系应收账款以预期信用损失为基础计提坏账准备 371.88 万元。

期末按组合计提坏账准备的应收账款中除应收融创等房地产公司的应收账款外，其他应收账款主要为公司常年合作客户，对上述客户的应收账款未出现明显的逾期情况，期后回款正常，信用风险较低。

对按组合计提坏账准备的应收账款，公司严格按照相关会计政策规定，依据应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表确定相应的坏账准备。

综上，公司针对应收票据及应收账款制定了严格的坏账准备计提政策，在充分考虑单个客户信用风险的基础上，公司以单项金融工具为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失（如应收恒大系债权及其他债务人经营困难，预计无法收回的应收款项单项计提坏账准备）；当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合评估预期信用风险和计量预期信用损失（如按账龄组合计提坏账准备）。因此，公司报告期末应收票据及应收账款坏账准备计提充分。

三、核查程序及核查意见

针对应收票据及应收账款坏账准备计提，年审会计师主要实施了以下审计程序：

1、了解与应收款项减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、复核以前年度对应收款项已计提坏账准备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；

3、复核管理层对应收款项进行减值测试的相关考虑和客观证据，评价管理层是否充分识别已发生减值的款项；

4、访谈管理层，了解公司避免应收款项出现损失的解决方案，相关解决方案对应收款项减值计提以及年度报告披露的影响；

5、对融创系公司进行访谈，了解融创系公司偿还公司债务的方案；获取公司购买融创相关信托计划的审批文件、投资协议、银行回单，以及信托计划向融创提供借款相关的担保协议、抵押物价值评估报告等支持性文件；

6、对应收款项期后回款情况进行检查；

7、获取管理层关于应收款项形成、增减变动、减值计提等方面的书面说明，评价管理层对应收款项计提坏账准备的合理性；

8、检查应收款项减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，年审会计师认为，公司针对应收票据及应收账款制定了严格的坏账准备计提政策，公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。报告期末公司应收票据及应收账款坏账准备计提充分。

问题 5、年报显示，北京风行在线技术有限公司（以下简称“风行在线”）报告期内实现营业收入 4.98 亿元，同比下降 28.49%，实现净利润 0.24 亿元，同比扭亏为盈。报告期末，你公司“风行在线公司及风行视频公司资产组”商誉账面余额为 10.10 亿元，商誉减值准备余额 4.48 亿元。请你公司结合风行在线经营情况，详细说明商誉减值测试过程中参数选取的依据和合理性，认真自查相关商誉减值准备计提是否充分、准确。请年审会计师核查并发表明确意见。

【问题回复】

（一）风行在线的经营情况

1、风行在线整体业务经营情况

（1）风行在线业务介绍

风行在线主要经营两大类业务，互联网平台运营业务及互联网电视销售业务。

互联网平台运营业务分为 PC/ 移动互联网视频平台业务、互联网电视运营业务两大板块业务。PC/ 移动互联网视频平台业务主要是在 PC 客户端、WEB 网页和智能手机、pad 上进行的互联网视频业务，可称之为小屏业务；互联网电视运营业务主要是以风行自主开发的 FUNUI 互联网电视操作系统和橙子短视频互联网电视 app 为基础开展的互联网电视运营业务，可称之为大屏业务。互联网平台运营业务主要的收入来源是广告业务收入、对客户的增值服务收入等，成本主要是人工成本、广告服务成本、带宽成本（互联网企业流量成本，给联通、电信等运营商）和购买电视剧、电影等的版权成本。

互联网电视销售业务，是指销售风行在线自有品牌“风行互联网电视”相关的业务。

报告期内风行在线营业收入、毛利率、净利润情况如下：

单位：万元

项 目	2021 年	2020 年
营业收入	49,798.85	69,635.31
毛利率	42.13%	13.20%
净利润	2,399.21	-7,476.90

1）营业收入

2021 年风行在线全部业务实现收入 49,798.85 万元，同比下降 28.49%，收入下降的主要原因是一方面新冠疫情常态化影响，互联网平台运营业务收入减少 5,232.22 万元；另一方面互联网电视销售业务常年亏损，公司主动收缩相关业务，相关收入减少 14,604.24 万元。

2）毛利率及净利润

风行在线 2021 年毛利率为 42.13%，较上年增长了 28.94 个百分点；2021 年净利润为 2,399.21 万元，相较 2020 年增加了 9,876.11 万元。2021 年毛利率及净利润均大幅增加，主要原因是：

A、互联网平台运营业务成本下降

虽然互联网平台运营业务收入有所下降，但成本下降幅度更大，从而增加毛利率及净利润。

① 广告服务成本下降

互联网平台运营业务中的广告服务收入分为代理销售和直接销售，代理销售模式下由代理商向公司引荐客户，公司向代理商支付广告服务成本，相关成本较高，而直接销售模式下由公司自主与客户对接，广告服务成本较低。

代理销售模式下，广告服务费成本具有阶梯式下降的特性，2020 年的对代理商的服务费比例相对较高，2021 年随着与部分代理商的合作程度加深，服务费比例有所下降。同时，2021 年由于代理销售模式下广告服务收入下滑，公司进一步与代理商协商降低服务费比例。直接销售模式下，2021 年公司自主开拓了南孚电池等直销客户，相关广告服务成本较低。

② 带宽成本下降

近年来风行在线通过研发投入，优化网络传输，采用视频更高压缩算法，在不降质量的情况下降带宽，另外提升 P2P 效果，让带宽进一步下降，从而大幅减少带宽成本。

B、互联网电视销售业务销售策略调整

2020 年度以前，风行在线为拓展自有品牌“风行互联网电视”市场，存在大量促销的情形，销售价格及毛利率较低，亏损额较大。2021 年调整销售策略，互联网电视销售业务不再亏损销售，虽然销售额也大幅减少，但毛利率提升，亏损额大幅减少。

C、费用管控

2021 年风行在线通过加强对标管理，严格控制各项成本费用，降低可控费用增强了公司盈利水平，例如变更租赁场地减少租赁费用、优化人员结构等。

2、风行在线资产组业务经营情况

公司将分摊了商誉后风行在线 PC/ 移动互联网视频平台业务经营性资产认定为资产组。

风行在线资产组 2021 年实现收入 29,452.04 万元，同比下降 12.50%；2021 年毛利率为 27.17%，较上年增长了 3.15%；2021 年净利润为 1,231.05 万元，相较 2020 年增加了 2,292.62 万元。收入下降主要是因为新冠疫情常态化影响，广告服务收入减少；毛利率及净利润增加主要是因为成本下降幅度较大所致，具体原因详见本回复问题 5 第（一）题之第 1 问的相关回复。

（二）说明商誉减值测试过程中参数选取的依据和合理性，认真自查相关商誉减值准备计提是否充分、准确

1、风行在线商誉减值测试的总体情况

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的要求，公司对企业合并所形成的商誉，无论是否存在减值迹象，公司每年年度终了都对商誉进行减值测试。

公司聘请了北京北方亚事资产评估事务所（特殊普通合伙）对收购风行在线形成的商誉进行减值测试，明确评估目的系确定风行在线 PC/ 移动互联网视频平台业务资产组在评估基准日的可收回金额，为公司管理层准备财务报告进行商誉减值测试提供价值参考。对商誉所在资产组或资产组组合的认定，公司、风行在线与评估人员、审计人员进行了三方沟通，并取得了一致意见。商誉所在资产组是将分摊了商誉后风行在线 PC/ 移动互联网视频平台业务经营性资产认定为一个资产组，并以该资产组为基础进行相关商誉减值的测试。公司在将商誉分摊至相关资产组或资产组组合时，充分关注了归属于少数股东的商誉。公司在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，按照相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的部分，确认商誉的减值损失。

纳入评估范围的资产组为风行在线及其子公司武汉风行在线技术有限公司、上海东方宽频传播有限公司、天津经纬通信息技术有限公司、风行视频技术（北京）有限公司的 PC/ 移动互联网视频平台业务对应的经营性资产、负债及应分摊的合并商誉组成的资产组。风行在线子公司深圳风行多媒体有限公司是风行在线 2016 年注册成立的，系公司收购风行在线后成立，主要从事硬件的销售，不在资产组范围内，亦不在本次评估范围内。

2、风行在线商誉减值测试过程

（1）确定商誉减值测试的方法

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，商誉减值金额应按照资产组可收回金额低于其账面价值的部分确定，而可收回金额应当根据资产组的公允价值减去处置费用后的净额与资产组预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。

1）资产组预计未来净现金流量现值的确定方法

现金流量的现值（即收益法）是基于一种普遍接受的原则。该原则认为一个企业的整体价值或资产组价值可以用企业或资产组未来现金流的现值来衡量。收益法评估中最常用的为折现现金流模型，该模型将资产经营产生的现金流用一个适当的折现率折为现值。

运用收益法，即运用现金流的折现法通常分为如下四个步骤：

① 预期未来一段有限时间的正常经营净现金流量；

② 采用适当折现率将现金流折成现值，折现率应考虑相应的形成该现金流的风险因素和资金时间价值等因素；

③ 确定该有限时间段后（永续期）的资本性支出；

④ 将现金流现值相加，确定资产组的市场价值。

资产组预计未来净现金流量现值应该采用资产组在现有管理层经营管理下，在未来资产寿命期内可以产生的经营现金流量的现值。

预计未来现金流量应当以资产组管理层批准的最近财务预算或者预测数据为基础，通常最长不得超过 5 年，除非资产组管理层能够证明更长的期间是合理的。

根据运用收益法的现金流折现同资产组预计未来现金流量的现值为 94,314.06 万元。

2）资产组的公允价值减去处置费用后净额的确定方法

首先采用收益法对北京风行 PC/ 移动互联网视频平台业务资产组公允价值进行估算，然后，测算资产组的处置费用，最后，计算资产组公允价值减处置费用后的净额。经测算，公允价值减处置费用后的净额为 94,046.62 万元。

综上，风行在线资产组未来净现金流量的现值为 94,314.06 万元，公允价值减处置费用后的净额为 94,046.62 万元，根据孰高原则，确定资产组的可收回金额为 94,314.06 万元。

（2）商誉减值的具体计算过程

单位：万元

项目名称	风行在线	
1）对子公司持股比例	63.38%	
2）包含商誉的资产组 或资产组组合的账面价 值	①对应资产组或资产组组合的账面价值	4,615.62
	②母公司商誉账面价值	101,033.08
	③100%商誉	160,369.96
	合计=①+③	164,985.58
3）可收回金额	①资产组的公允价值减去处置费用后的净额	94,046.62
	②资产组预计未来现金流量的现值	94,314.06
	③可回收金额取①和②中较高者	94,314.06
4）商誉减值金额=(2)-3))*1		44,791.82

（3）对收购风行在线核心参数的分析

1）营业收入预测说明

本次预测管理层根据资产组的生产经营情况，以历史数据为基础，在综合考虑行业的发展趋势、未来发展战略及业务拓展规划、资产组核心竞争力、经营状况等因素的基础上进行了适当预计。具体预测如下：

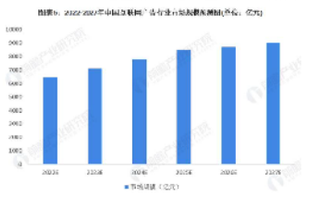
单位：万元

项目	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年
广告收入	19,189.33	20,851.02	21,893.57	22,633.05	23,312.04
会员收入	12,828.80	17,960.31	24,246.42	29,095.71	30,841.45
增值收入	2,834.71	3,378.07	3,869.89	4,191.37	4,346.72
游戏收入	113.31	101.98	91.78	82.60	72.69
技术收入	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
合 计	35,566.14	42,891.38	50,701.67	56,602.73	59,172.90

上表可见，预测期收入主要来源于广告收入及视频业务的会员收入。

① 广告收入预测

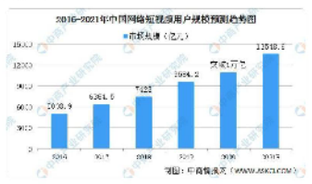
2022 年 -2027 年中国互联网广告行业市场规模预测情况如下：



根据资产组的预测过程得出资产组中广告收入 2022 年至 2026 年的销售额复合增长率为 5.01%，该复合增长率略低于前瞻产业研究院公布的 2022 年 -2027 年中国互联网广告行业的市场规模复合增长率 6.73%。主要原因系原资产组的业务属于传统领域，在没有大资本整合的前提下，未来行业不会有大的变动，未来资产组的战略规划守住 PC 移动端的运营。围绕大平台持续整合运营，未来将采取稳健运营的方式，原有资产组保持稳定增长。2021 年受国家政策互联网行业整体受到影响，资产组收入有一定下降，尤其是广告业务收入有所下降，基于稳健考虑，预期的收入复合增长率略低于行业平均水平。

② 会员收入预测

资产组的会员收入与短视频业务存在一定相关性，2016 年 -2021 年中国网络短视频市场规模数据如下：



上表可见，国家版权局、中国音像与数字出版协会、中商情报网公布的 2016 年 -2021 年中国网络短视频市场规模复合增长率 22.55%。

资产组的会员收入的增值，主要是用户数及 ARPU 的增长，2019 年 -2021 年资产组会员收入相关数据如下：

年份	累计用户数(万人)	会员年度收入(万元)	会员收入增长率	会员年度累计 RP
2019 年	460.47	3,176.22		6.90
2020 年	762.40	5,787.37	82.21%	7.59
2021 年	889.97	8,552.53	47.78%	9.61

一方面，风行在线通过销售风行电视与 JVC 品牌电视、与海尔等合作联合品牌电视，与广州视琨电子科技有限公司、深圳市鼎盛光电有限公司、深圳市金锐显数码科技有限公司等电视核心部件厂商合作拓展主要面向下沉市场的电视用户，同时以代运营的方式整合暴风等电视终端用户，实现用户数的不断增长；另一方面，公司通过精细化运营体系，不断开展营销活动、优化产品性能，提升用户观看体验，增加用户粘性，最终实现 ARPU 提升。

根据资产组的预测过程得出资产组中会员收入 2022 年至 2026 年的销售额复合增长率为 25.25%，该复合增长率低于 2020 年及 2021 年会员收入增长率，主要原因是相关业务系公司近年的业务发展重点，2019 年的会员收入基础规模较小，对应 2020 年及 2021 年的增长较快，预测期会员业务逐步趋于稳定发展，增长规模相对趋于稳定；但其复合增长率略高于国家版权局、中国音像与数字出版协会、中商情报网公布的 2016 年 -2021 年中国网络短视频市场规模复合增长率 22.55%，主要原因系资产组短视频业务前期规模相对较小，未来风行在线将加大相关投入，作为风行在线业务发展的重点，预计其复合增长率将略高于行业平均水平。

综上，本次资产组营业收入增长率预测具有合理性。

2）营业成本和期间费用预测说明

营业成本和期间费用主要包括人工成本、宽带成本、版权成本、广告业务服务费、增值分成及其他等费用等。人工成本以企业目前的人员数量、工资 标准及各项社会保险费的计提比例为基础，随着未来收入的变动，考虑人员数量的相应变化，同时人员工资标准以一定的幅度进行增长。宽带成本、版权成本、广告业务服务费、增值分成以历史数据结合预测期收入变动为基础考虑一定比例的增长。其他费用以历史年度成本占收入的比为基础进行综合预测。

资产组各项成本费用基于历史数据结合预测期收入变动为基础考虑一定比例的增长具有合理性。

3）折现率的确定

预计未来现金流量以管理层批准的最近 5 年财务预算或者预测数据为基础，选取税前加权平均资本成本(WACCBT)为折现率。

折现率确定过程如下：

① 股权回报率的确定

第一步：确定无风险收益率

选取到期日距评估基准日 10 年以上的国债到期收益率 3.74%（中位数）作 为无风险收益率。

第二步：确定股权风险收益率

借助 wind 资讯专业数据库对我国沪深 300 各成份股的平均收益率进行了测算分析，测算结果为 17 年（2005 年 -2021 年）的市场平均收益率（对数收益率 Rm）为 11.66%，对应 17 年（2005 年 -2021 年）无风险报酬率平均值（Rf1）为 3.97%，则本次评估中的市场风险溢价（Rm-Rf1）取 7.69%。

第三步：确定可比公司相对于股票市场风险系数 β（Levered Beta）。

选取华谊兄弟、华录百纳、省广集团、思美传媒、蓝色光标、佳云科技、腾信股份、广电网络、华扬联众共 9 家可比上市公司作为计算 β（Unlevered β）的依据。经计算，可比上市公司剔除资本结构因素的 β（Unlevered β）平均值为 0.7519。

第四步：确定目标资本结构比率

评估师采用可比公司的资本结构，计算过程如下：

D/(E+D)=13.71%

E/(E+D)=86.29%

第五步：估算被评估企业在上述确定的资本结构比率下的 Levered Beta

β =0.8528。

第六步：估算特有风险收益率 Rs

综合商誉资产组所在企业的规模风险报酬率和个别风险报酬率，确定特有风险调整系数为 2.00%。

第七步：计算现行股权收益率

Re= Rf + β ×ERP + Rs=12.50%。

② 债权回报率的确定

有效的一年期 LPR 是 3.80%，评估师采用的债权年期望回报率为 3.80%。

③ 税前总资本加权平均回报率的确定

WACCBT=WACCBT=Ke × E/(D+E)/(1-T)+ Kd × D/(D+E)=13.08%。

根据上述计算得到税前总资本加权平均回报率为 13.08%，故以 13.08%作为折现率。

折现率各参数预测依据充分，与相应的宏观、行业、特定市场、特定市场主体的风险因素相匹配，与未来现金净流量均一致采用税前口径，故折现率具有合理性。

（4）商誉减值的具体计算结果

单位：万元

项目	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	永续年度
一、营业收入	35,566.14	42,891.38	50,701.67	56,602.73	59,172.90	59,172.90
减：营业成本	26,171.11	29,049.84	31,975.19	33,251.90	34,687.18	34,687.18
税金及附加	154.12	187.49	228.08	257.08	266.34	266.34
营业费用	172.84	208.43	246.39	275.06	287.55	287.55
管理费用	2,066.82	5,948.80	10,242.64	13,953.64	14,681.15	14,681.15
财务费用						
二、营业利润	2,066.82	5,948.80	10,242.64	13,953.64	14,681.15	14,681.15
三、息税前利润						
四、息前税后净利润	2,066.82	5,948.80	10,242.64	13,953.64	14,681.15	14,681.15
加：折旧摊销	4,745.98	4,979.47	5,734.92	5,404.57	5,773.76	5,773.76
减：资本性支出	2,600.00	3,700.00	4,450.00	5,130.00	5,663.00	5,773.76
营运资本增加额	4,518.67	-703.65	-750.24	-566.84	-246.89	0.00
五、企业自由现金流量	-305.87	7,931.92	12,277.80	14,795.05	15,038.79	14,681.15
六、折现率	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%	13.08%
折现期	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	0.00
折现系数	0.94	0.83	0.74	0.65	0.58	4.13
折现值	-287.64	6,596.29	9,029.34	9,622.02	8,649.22	60,704.84
七、未来现金流量现值	94,314.06					

综上所述，风行在线商誉减值测试的核心参数选取及其方法合理、相关测算依据充分，具体测试过程计算准确。

（三）核查程序及核查意见

针对风行在线商誉减值，年审会计师主要实施了以下审计程序：

(1) 了解与商誉减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

(2) 复核管理层以前年度对未来现金流量现值的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；

(3) 了解并评价管理层聘用的外部估值专家的胜任能力、专业素质和客观性；

(4) 评价管理层在减值测试中使用方法的合理性和一致性；

(5) 评价管理层在减值测试中采用的关键假设的合理性，复核相关假设是否与总体经济环境、行业状况、经营情况、历史经验、运营计划、经审批预算、会议纪要、管理层使用的与财务报表相关的其他假设等相符；

(6) 测试管理层在减值测试中使用数据的准确性、完整性和相关性，并复核减值测试中有关信息的内在一致性；

(7) 测试管理层对预计未来现金流量现值的计算是否准确；

(8) 比较商誉所属资产组的账面价值与其可收回金额的差异，确认是否存在商誉减值情况；

(9) 检查与商誉减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

经核查，年审会计师认为，管理层对商誉减值迹象的判断合理，商誉减值测试过程，以及相关假设、主要参数、预测数据的选取和运用符合《企业会计准则第 8 号——资产减值》和《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》的要求，公司商誉减值准备计提充分、准确。

问题 6、报告期内，你公司实现营业收入 225.38 亿元，同比增长 11.65%。其中，境内营业收入 124.09 亿元，境外营业收入 101.29 亿元。境内业务毛利率 21.20%，同比上升 13.16 个百分点，境外业务毛利率 9.25%，同比下降 15.39 个百分点。LED 产业链营业收入 45.72 亿元，毛利率 20.65%，同比上升 9.01 个百分点。

（1）请你公司详细说明境内、境外业务毛利率和毛利率变动情况均存在较大差异的原因。

（2）请你公司结合 LED 产业链产品结构、产品定价、成本构成等情况，详细说明 LED 产业链毛利率明显上升的原因。

【回复】

公司 2021 年已完成“上游芯片、中游封装、下游应用”的 LED 全产业链深度布局，产品主要分为 LED 芯片、LED 封装、LED 照明、LED 显示，主要占比如下表所示：

类别	2020 年收入占比	2020 年毛利率	2021 年收入占比	2021 年毛利率	毛利率变动幅度
LED 芯片	9.80%	-19.77%	20.60%	38.93%	58.70%
LED 封装	58.59%	11.69%	62.26%	14.22%	2.53%
LED 照明	31.61%	21.27%	17.03%	21.91%	0.63%
LED 显示	-	-	0.10%	39.34%	39.34%
LED 全产业链	100.00%	11.64%	100.00%	20.65%	9.01%

根据上表显示，影响较大的是 LED 芯片和 LED 封装，毛利率分别上升 58.70%、2.53%；LED 照明毛利率变动不大；LED 显示收入占比较小，影响不大。

LED 芯片业务 2021 年实现净利润 30,392.31 万元，同比增长 353.59%，毛利率由 -19.77%增至 38.93%。主要原因系：1）一方面，2020 年处于产品认证及产能逐步放量的阶段，2021 年基本实现满产满销，另一方面，公司持续提升自动化水平打造高效运营和高端智造，生产成本进一步下降，因此产品单位成本大幅度下降；2）随着销售渠道及品牌影响力的提高，芯片在 LED 通用照明、传统 LED 背光、显示领域已占据主要市场份额，并逐步覆盖高光效照明、Mini LED 背光等高附加值产品，因此，芯片产品定价由最初低于市场的优惠价打开销售路径，到与市场价齐平、以质取胜，再到引领市场提高售价三个阶段，从而影响产品毛利率大幅提升。

LED 封装业务 2021 年实现销售收入 29.51 亿元，同比增长 26.25%；实现净利润 2.08 亿元，同比增长 94.27%。净利润增幅远远高于销售收入，盈利能力显著提高，得益于毛利率较去年同期上涨了 2.53%。主要原因系 LED 行业整体景气度较高，封装产品供小于求，自 2020 年 9 月开始，产品销售价格逐渐上调，因此提升了整体毛利率。

问题 7、2021 年第四季度，你公司实现营业收入 43.55 亿元，同比下降 29.36%，环比下降 37.57%。2022 年第一季度，你公司实现营业收入 37.33 亿元，同比下降 28.70%，环比下降 14.30%。请你公司说明自 2021 年第四季度起公司营业收入连续下滑的原因，与同行业其他公司相比是否存在较大差异，公司基本面是否已发生变化，是否需进行必要的风险提示。

【问题回复】

一、营业收入主要构成及变动情况

1、营业收入主要构成

类别	营业收入	占营业收入比重	同比增减
多媒体视听产品及运营服务	17,565,827,215.50	77.94%	9.95%
LED 产业链	4,571,895,691.89	20.29%	24.17%
供应链管理	400,387,148.15	1.78%	-24.18%
合计	22,538,110,055.54	100.00%	11.65%

2、业务板块发展概述

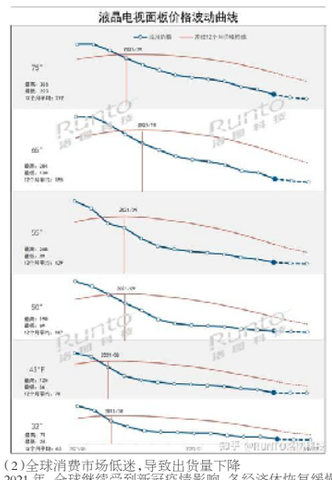
公司主营业务收入主要分多媒体视听产品及运营服务、LED 全产业链，其中多媒体视听产品及运营服务的主要构成为液晶电视 ODM 制造，占业务板块比重超过 70%、占营业总收入比重超过 50%，是影响公司业务规模的主要因素；LED 全产业链自 2017 年开始布局，是公司近几年战略业务拓展的重心，随着产能逐步释放，预计占营业收入的比重越来越大，未来将成为公司业绩的重要影响因素。因此，公司从液晶电视 ODM 制造及 LED 业务两个方面分析营业收入变化原因。

二、分产品分析营业收入下滑原因

1、液晶电视 ODM 制造

（1）主要原材料价格下降，导致产品单价下降

液晶电视面板是电视生产工艺中的主要原材料，占原材料成本的 70%甚至更高，是影响液晶电视 ODM 整机价格的重要因素。自 2021 年下半年以来，液晶电视面板全尺寸的价格一路下跌，多数尺寸甚至达到了历史最低值。面板价格的下跌，对于 ODM 厂商来说，直接导致其生产的电视产品出厂价格向下调整，进而影响到公司整体的营业收入。下图摘自洛图科技，为 2021 年下半年以来，液晶电视面板各主要尺寸价格波动情况：



（2）全球消费市场低迷，导致出货量下降

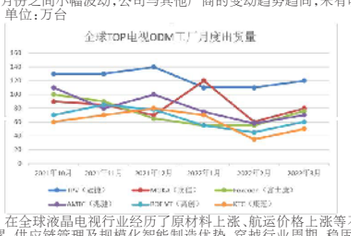
2021 年，全球继续受到新冠疫情影响，各经济体恢复缓慢，消费者采购能力整体趋弱。根据洛图科技（RUNTO）发布的《全球电视代工市场出货月度追踪（Global TV ODM Market Shipment Monthly Tracker）》报告中显示：2021 年，全球电视代工厂（包含长虹、康佳、创维、海信等品牌工厂）出货共 9760 万台，同比下滑 9.4%。其中，上半年增长 9.7%；规模的萎缩主要发生在下半年，同比下降 21.8%。2022 年以来，全球经济在各国贸易保护和局部地缘政治冲突下，下行压力继续加大，北美、欧洲乃至中国消费市场需求进一步疲软。ODM 厂商 2022 年 1-3 月出货总量出现双降，环比、同比下降趋势仍未改变。

公司 2020 年液晶电视 ODM 业务的出货量约 1200 万台，根据 DISCIEN 的统计数据，出货量排名为全球第二；2021 年出货量保持 1000 万台以上，根据洛图（RUNTO）统计数据，排名稳居全球第二；2022 年在全球消费市场低迷的背景下，公司预计全年出货量可能会出现下滑。

（3）公司在保持市场占有率的同时，推动技术迭代升级

在液晶电视 ODM 领域，公司的主要竞争对手为 TPV（冠捷）、Foxcoon（富士康）、MOKA（茂佳）、BOE（高创）、KTC（康冠）等。根据权威科技产业研究机构 RUNTO 洛图科技的月度统计，公司整理了出货量排名前六的厂商进行对比。由下图可见，自 2021 年第四季度起，排名第一的 TPV（冠捷）维持在月度百万级出货物量，保持相对稳定，其他厂商出货量总体处于下降趋势中，月份之间小幅波动，公司与其他厂商的变动趋势趋同，未有明显异常。

单位：万台



在全球液晶电视行业经历了原材料上涨、航运价格上涨等不利环境，公司凭借多年的技术积累、供应链管理及规模化智能制造优势，穿越行业周期，稳固了以液晶电视为核心的家庭显示市场的领先地位。一方面，提高大尺寸产品的销售占比，虽然整体出货量下降，但公司在大尺寸市场却实现了逆势增长，2021 年公司液晶电视 60 寸以上大尺寸产品销售占比提升 3.4 个百分点，产品线盈利能力显著提高；另一方面，积极向智能化产品转型升级，在 AI 和 IoT 等新兴技术的推动下，公司不断提高智能化产品的占比，并持续推广搭载 Roku、Android TV 和 Fire TV 的整机解决方案，2021 年海外电视产品中智能电视的销售占比近 95%。

2、LED 产业链

公司已完成“上游芯片、中游封装、下游应用”的 LED 全产业链深度布局，在 LED 通用照明、传统 LED 背光、显示领域已占据主要市场份额，并持续提升高端照明、Mini LED 背光、Mini LED 显示等高端产品的占比。2021 年全年实现营业收入 45.72 亿元，同比增长 24.17%，随着产品不断推出、产能逐步释放，未来将逐步提高主营业收入占比，成为公司重要的业绩增长点。

三、公司基本面未发生变化，无需进行风险提示

为应对公司营业收入出现下滑的局面，公司积极采取多种措施维持主营业务稳定，并保持业务盈利能力。

1、稳定客户关系，积极开拓新客户

近年来，公司 ODM 业务稳步发展，市场规模和市场占有率持续扩大。公司与现有重要客户保持稳固的合作关系，并积极布局中国、北美以外的其他市场，进一步区域覆盖率，以应对局部市场消费低迷的情况。

2、丰富产品结构，加大中高端市场布局

公司通过品类拓展，向办公、商用、教育及医疗等新型显示领域快速布局，逐步实现由“液晶电视”向“智慧显示”升级，构建智慧显示行业的产业集群，并依托互联网内容运营实现多场景智慧生活。

3、全面推进 LED 产业链拓展

全力支持 LED 产业链的发展，持续加强 LED 芯片及 LED 封装的技术水平，积极布局高附加值产品，稳步扩产，逐步提高市场占有率；并引入专业技术团队，打造 Mini COB 显示产品，推出全新的大屏显示解决方案，将 LED 全产业链的协同优势最大化，助力公司快速发展成为行业内的龙头企业。

综上所述，公司自 2021 年第四季度起营业收入下滑，主要系受市场环境变化影响，与同行业公司变化幅度一致。2022 年，公司将进一步巩固现有市场，并逐步提高业务盈利能力，公司基本面未发生变化，无需进行风险提示。

问题 8、2019 年度至 2021 年度，你公司经营活动产生的现金流量净额分别为 -14.81 亿元、-0.09 亿元和 21.05 亿元。请你公司详细说明本期经营活动产生的现金流量净额大幅增长的原因。

【问题回复】

一、公司近三年经营活动现金流情况

单位：万元

项目	2019 年	2020 年	2021 年
经营活动现金流入小计	1,415,008.45	1,726,412.91	2,475,704.35
经营活动现金流出小计	1,563,075.11	1,727,321.41	2,265,155.80
经营活动产生的现金流量净额	-148,066.66	-908.51	210,548.55

二、逐年分析现金流量变动原因

2019 年销售收入为 133.06 亿，净利润为 11.60 亿，经营性现金流净额为 -14.81 亿。其中，经营活动现金流入 141.50 亿，经营活动现金流出 156.31 亿，现金流出大于流入 14.81 亿，主要原因系报告期内客户货款及垫款净流出 43.62 亿元，客户货款及垫款净增加 / 减少额主要为供应链管理业务的现金流，供应链管理业务系公司向产业链合作伙伴及其供应商提供资金融通服务而产生的债权，该债权由产业链合作伙伴提供担保。若是剔除去客户货款及垫款流出影响，则经营活动产生的现金流量净额为 28.81 亿。

2020 年销售收入为 201.86 亿，较 2019 年增加 68.80 亿，净利润为 17.64 亿，较 2019 年增加 6.04 亿，经营性现金流净额为 -0.09 亿。其中，经营活动现金流入 172.64 亿，经营活动现金流出 172.73 亿；销售收入和净利润较去年同期均增加，但现金流入和流出基本平衡；主要原因系 2