证券代码：000676　　证券简称：智度股份　　公告编号：2023-036

智度科技股份有限公司 关于深圳证券交易所 2022 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、误导性陈述或者重大遗漏。

智度科技股份有限公司（以下简称“公司”或“智度股份”）于 2023 年 6 月 7 日收到深圳证券交易所上市公司管理二部下发的《关于对智度科技股份有限公司 2022 年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2023〕第 286 号，以下简称“问询函”）。公司董事会高度重视，组织相关部门对问询函中的问题进行了认真核查，现回复如下：

一、报告期内，你公司实现营业总收入 27.28 亿元，较减少 53.31%，实现归属于上市公司股东的净利润为 -4.04 亿元，较上年同期减少 403.24%；经营活动产生的现金流量净额 7.86 亿元，较上年同期增加 333%。请你公司结合报告期内公司业务类型、经营状况、同行业可比公司情况、产销量变动、毛利率变化等说明公司净利润及扣非后净利润大幅下降的原因及合理性，以及公司净利润为负但经营活动产生的现金流量净额大幅增加的原因。

公司回复：

（一）公司净利润及扣非后净利润大幅下降的原因及合理性。

1、报告期内，公司经营情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	变动额	变动率
营业收入	265,831.96	568,208.59	−302,376.64	−53.22%
利息收入	7,019.67	16,225.06	−9,205.39	−56.74%
营业总收入	272,851.63	584,433.65	−311,582.02	−53.31%
归属于上市公司股东的净利润	−40,479.29	13,349.15	−53,828.44	−403.24%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	−41,975.02	5,833.07	−47,808.09	−819.60%
经营活动产生的现金流量净额	78,596.67	18,143.79	60,452.88	333.19%

2、报告期内，公司分行业的毛利情况如下：

单位：万元

业务分类	2022 年	2021 年	变动额	变动率	2022 年毛利率	2021 年毛利率	变动情况
数字营销业务	14,201.06	26,139.65	−11,938.60	−45.67%	9.06%	5.62%	3.44%
互联网媒体业务	42,493.25	34,916.14	7,577.11	21.70%	41.31%	38.33%	2.98%
其他业务	2,508.26	2,975.62	−467.35	−15.71%	40.88%	24.90%	15.98%
其他业务收入	0.96	10.07	−9.11	−90.47%	100.00%	100.00%	0.00%
互联网金融业务	3,881.38	9,242.66	−5,361.28	−58.01%	55.29%	56.97%	−1.67%
小计	63,084.90	73,284.13	−10,199.23	−13.92%	23.12%	12.54%	10.58%

3、报告期内，公司主要财务指标变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	同比变动	变动比例
营业收入	265,831.96	568,208.59	−302,376.63	−53.22%
利息收入	7,019.67	16,225.06	−9,205.39	−56.74%
主营业务成本	206,628.43	504,167.12	−297,538.69	−59.02%
手续费及佣金支出	3,138.30	6,982.40	−3,844.10	−55.05%
主营业务毛利	59,203.53	64,041.47	−4,837.94	−7.55%
金融业务毛利	3,881.38	9,242.66	−5,361.28	−58.01%
税金及附加	316.36	759.51	−443.15	−58.35%
期间费用	44,875.61	54,547.33	−9,671.72	−17.73%
其他收益	2,475.23	4,570.02	−2,094.79	−45.84%
投资收益	2,285.54	5,215.88	−2,930.34	−56.18%
公允价值变动收益	14.24	1,406.23	−1,391.99	−98.99%
信用减值损失	−13,733.23	−13,047.48	−685.75	5.26%
资产减值损失	−44,223.06	−2,948.96	−41,274.10	1399.62%
资产处置收益	39.5	138.29	−98.79	−71.44%
营业外收入	33.56	213.95	−180.39	−84.31%
营业外支出	53.44	2,011.75	−1,958.31	−97.34%
所得税	3,627.01	−1,240.87	4,867.88	−392.30%
净利润	−38,895.74	12,754.34	−51,650.08	−404.96%
归母净利润	−40,479.29	13,349.15	−53,828.44	−403.23%
非经常损益	1,495.73	7,516.08	−6,020.35	−80.10%
扣非后净利润	−41,975.02	5,833.07	−47,808.09	−819.60%

报告期内，公司管理层紧密围绕董事会的战略安排，夯实第一曲线互联网媒体和数字营销业务的基本盘，努力发展第二曲线的自有声学品牌业务，同时推进第三曲线元宇宙、数据科技业务、区块链技术及应用场景，稳定开展各项经营管理工作，积极优化资源配置，提升核心竞争力、经营能力和综合实力。公司牢牢树立“现金流第一、利润第二、收入第三”的经营策略，持续、主动收缩低毛利业务、新零售等业务板块，加强现金流的管控及风险控制等相关工作并择机优化业务结构，优化资源配置。

报告期内，公司整体毛利率 23.12%，较上年同期 12.54%提升 10.58 个百分点。同时，公司进一步严控各项费用类支出，销售费用和管理费用与上年同期相比分别下降 23.48%和 10.17%、财务费用与上年同期相比大幅下降 85.44%。公司在提升整体毛利率、控制费用提升经营效率等方面取得一定成效，公司基本面以及后续持续经营能力进一步得到加强。

报告期内，公司净利润及扣非后净利润大幅下降，造成公司业绩亏损主要原因系 2022 年对相关资产计提资产减值准备。

（1）应收款项减值 1.37 亿元

根据《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》（财会〔2017〕7 号），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。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，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失 1.37 亿元。

（2）商誉减值 2.99 亿元

在国内外复杂的形势下，我国经济发展遇到多重超预期因素冲击，需求收缩、供给冲击、预期转弱，国内宏观经济增速放缓，市场下行压力增大，相关行业情况及整体消费环境变化等因素的影响，部分子公司经营未达预期，公司根据中国证监会《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》及《企业会计准则第 8 号－资产减值》的相关规定，对全部资产组进行了系统性减值测试，其中上海智度亦复信息技术有限公司（以下简称“上海亦复信息公司”）、北京掌汇天下科技有限公司（以下简称“掌汇天下”）、海南诚品区块链技术有限公司（以下简称“海南诚品公司”）资产组形成的商誉出现减值迹象，综合客观因素和未来业务发展判断，公司对以上三家子公司所在资产组的商誉计提减值准备 2.99 亿元。

（3）长期股权投资减值约 0.54 亿元

公司对各项长期股权投资进行了减值测试，其中，参股公司北京奇酷工场科技有限公司（以下简称“奇酷公司”）所在行业为游戏行业，2022 年度受市场影响，多项市场指标出现下滑，根据测试结果，公司对此项长期股权投资新增计提减值准备约 0.54 亿元。

（4）无形资产减值 0.77 亿元

子公司智度投资（香港）有限公司（以下简称“智度香港公司”）于中国大陆以外地区向 BitMaintech 公司购买云算力服务所产生的数字资产（比特币），公司根据年底复核情况，预计可收回金额低于其账面价值，为此，公司计提无形资产减值损失 0.61 亿元；子公司 Genimous Interactive Investment Co. Ltd.根据年度无形资产减值测试并结合公司实际经营情况、行业政策及外部形势变化等影响，公司判断无形资产中客户关系一项已无使用价值和转让价值，属于不能满足公司运营要求的资产且不再为公司带来经济利益的流入。经清理确认，需要计提的无形资产减值损失金额为人民币 0.16 亿元。

（二）报告期内，同行业可比公司的比较

单位：万元

序号	公司名称	2022 年度 营业收入	2022 年度 归母净利润	2022 年度 毛利率(%)	2022 年度 信用减值损失	2022 年度 资产减值损失	2021 年度 营业收入	2021 年度 归母净利润	2021 年度 毛利率(%)	变动 营业收入	变动 归母净利润	变动 毛利率(%)	变动比例(%) 营业收入	变动比例(%) 归母净利润(%)	变动比例(%) 毛利率(%)
1	蓝色光标	3,668,258.53	−217,515.73	4.69	34,324.92	203,835.74	4,007,791.36	52,180.93	6.34	−339,532.83	−269,696.66	−1.65	−8.47	−516.85	−26.03
2	浙文互联	1,473,716.08	8,080.66	4.33	12,644.06	0.00	1,429,379.18	29,438.37	5.78	44,336.89	−21,357.72	−1.45	3.10	−72.55	−25.10
3	华扬联众	850,430.27	−64,659.63	11.36	25,673.39	21,038.63	1,321,373.60	22,898.75	11.03	−470,943.32	−87,558.37	0.33	−35.64	−382.37	0.03
4	天下秀	412,890.93	17,992.22	21.75	3,567.26	6,473.75	451,167.19	35,428.62	22.28	−38,276.26	−17,436.40	−0.53	−8.48	−49.22	−2.38
5	利欧股份1	2,026,833.76	−44,312.53	4.91	28,949.75	6,826.08	2,028,090.71	−101,939.53	4.38	−1,256.95	57,627.00	0.53	−0.06	56.53	12.10
6	博瑞传播2	46,839.49	4,024.64	16.30	1,044.10	269.15	66,420.84	7,860.46	13.21	−19,581.35	−3,835.82	3.09	−29.48	−48.80	23.39
7	三人行	565,298.99	73,636.81	16.68	3,110.19	138.95	357,096.58	50,498.02	21.15	208,202.41	23,138.79	−4.47	58.30	45.82	−21.13
8	思美传媒	418,568.13	−40,913.26	5.67	−858.18	39,375.95	445,059.50	5,933.95	7.20	−26,491.37	−46,847.21	−1.53	−5.95	−789.48	−21.25
9	省广集团	1,459,963.46	21,286.36	10.09	8,541.17	13,921.96	1,300,300.03	18,386.52	10.12	159,663.43	2,899.84	−0.03	12.28	15.77	−0.30
10	广博股份	248,641.08	−3,621.75	14.04	6,852.41	2,286.58	284,313.88	1,841.06	11.94	−35,672.80	−5,462.81	2.10	−12.55	−296.72	17.59
平均		1,117,144.07	−24,600.22	10.98	12,384.91	29,416.68	1,169,099.29	12,252.72	11.34	−51,955.21	−36,852.94	−0.36	−4.44	−300.77	−3.18
智度股份		265,831.96	−40,479.29	22.27	13,733.23	44,223.06	568,208.59	13,349.15	11.27	−302,376.64	−53,828.44	11.00	−53.22	−403.24	97.60

注：1、利欧股份毛利率仅指其互联网业务的毛利率；2、博瑞传播的毛利率仅指其媒体业务的毛利率

2022 年仍然处于广告行业的低迷期，根据中关村互动营销实验室发布的《2022 中国互联网广告数据报告》的数据，中国互联网广告行业全年实现广告收入 5,088 亿元人民币（不含港澳台地区），同比下降 6.38%，市场规模在连续多年增长后首次出现下降。广告主对互联网广告营销业务需求持续下降，部分大公司已经削减了大笔的广告营销支出。根据《广告时代》的统计，腾讯在 2022 年前九个月的广告和营销支出削减了 31%——这也是 2022 年以来跌幅最大的广告主；阿里巴巴在截至 9 月 30 日的六个月里，将其销售和营销费用削减了 14%（以人民币计）。“效率”“优化”成为互联网媒体公司营销支出的关键词。受此影响行业内公司营业收入及利润均受到不同程度的影响。

根据上述 10 家同行业上市公司 2022 年度营业收入、毛利率及净利润变化情况可以看出，7 家上市公司营业收入较上一年度同比发生不同幅度的下降，6 家上市公司毛利率发生不同幅度的下降，半数公司有不同程度的亏损，且 4 家公司较上年同期相比业绩下滑幅度超过 100%（部分公司也对相关资产计提较大金额的减值）。从上述同行业上市公司营业收入及净利润数据可以看出，多数公司营业收入与净利润普遍下滑，公司与同行业可比公司经营业绩总体趋势一致，与行业盈利趋势相符，公司 2022 年度净利润及扣非后净利润大幅下降存在合理性。

（三）公司净利润为负但经营活动产生的现金流量净额大幅增加的原因

1、营业收入、经营活动产生的现金流量净额分析

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	变动额	变动率
营业收入	265,831.96	568,208.59	−302,376.64	−53.22%
利息收入	7,019.67	16,225.06	−9,205.39	−56.74%
经营活动产生的现金流量净额	78,596.67	18,143.79	60,452.88	333.19%
1、互联网媒体及数字营销业务等经营活动产生的现金流量净额	47,190.05	18,776.12	28,413.93	151.33%
其中：境内互联网媒体及数字营销业务等经营活动产生的现金流量净额	16,839.01	9,102.02	7,736.98	85.00%
境外互联网媒体及数字营销业务等经营活动产生的现金流量净额	30,351.05	9,674.10	20,676.95	213.74%
2、互联网金融相关经营活动现金净额	31,406.62	−632.33	32,038.95	5066.81%

报告期内经营活动产生的现金流量净额 78,596.67 万元，较 2021 年 18,143.79 万元增长 60,452.88 万元，增长率 333.19%。这主要得益于公司围绕董事会的战略安排，树立“现金流第一、利润第二、收入第三”的经营策略，持续、主动收缩低毛利业务、新零售等业务板块，加强现金流的管控及风险控制等相关工作并择机优化业务结构，优化资源配置。

具体而言，按照上述经营策略，（1）数字营销业务板块，公司加强资金管控以及应收账款的催收力度，综合采取业务催收、豁免罚息、诉讼、庭外和解等多种手段强化催收的效果，互联网媒体及数字营销业务等经营活动产生的现金流量净额增加额 28,413.93 万元，同时，互联网媒体业务利润增长明显，带动经营性现金流入相应增加。（2）互联网金融业务，为确保公司资金安全、降低坏账风险、公司综合采取了降低贷款周期、收紧客户资信审查尺度、加强客户贷后信用追踪以及业务催收、豁免罚息、诉讼、庭外和解等多种手段，确保到期贷款收回。同时，结合宏观经济增速放缓的背景，公司综合考虑整体业务风险，择机收缩了部分资信较低客户的贷款，客户贷款及垫款净增加额为贷款资金回收 35,876 万元，该板块经营活动产生的现金流量净额较上年增加 32,038.95 万元。

2、净利润同经营活动现金流量调整分析

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动额	变动率
净利润	−38,895.74	12,754.34	−51,650.08	−404.96%
加：资产减值损失	44,223.06	2,948.96	41,274.10	1399.61%
信用减值损失	13,733.23	13,047.48	685.75	5.26%
固定资产折旧	173.31	231.51	−58.20	−25.14%
使用权资产折旧	1,883.15	2,119.96	−236.81	−11.17%
无形资产摊销	1,610.96	2,450.31	−839.36	−34.26%
长期待摊费用摊销	76.09	122.34	−46.26	−37.81%
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	−39.50	−138.29	98.79	−71.44%
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	0.31	1,980.34	−1,980.03	−99.98%
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	−14.24	−1,406.23	1,391.99	−98.99%
财务费用（收益以“-”号填列）	1,199.64	2,531.58	−1,331.94	−52.61%
投资损失（收益以“-”号填列）	−2,285.54	−5,215.88	2,930.34	−56.18%
递延所得税资产减少（增加以“-”号填列）	867.82	−2,378.75	3,246.57	−136.48%
递延所得税负债增加（减少以“-”号填列）	858.42	−310.14	1,168.56	−376.79%
存货的减少（增加以“-”号填列）	383.28	−6,683.18	7,066.46	−105.74%
经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	69,473.69	91,659.23	−22,185.54	−24.20%
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	−14,651.26	−94,012.31	79,361.05	−84.42%
其他		−1,557.49	1,557.49	
经营活动产生的现金流量净额	78,596.67	18,143.79	60,452.88	333.19%

2022 年度，净利润与经营活动现金流量的差异，主要系非付现成本、非现金性损失事项的影响，如无形资产减值准备、长期股权投资减值准备、商誉减值准备、折旧摊销等，及按照公司经营策略，收缩低毛利业务，加强资金管控，积极回收应收款项等综合因素影响、调整所致。

二、根据年报，你公司分季度营业收入分别为 8.19 亿元、7.17 亿元、5.60 亿元、3.63 亿元；归属于上市公司股东的净利润分别为 0.31 亿元、0.47 亿元、0.40 亿元、-5.24 亿元；经营活动产生的现金流量净额分别为 0.84 亿元、2.09 亿元、4.22 亿元、0.70 亿元。

（1）请你公司结合行业情况、收入确认和成本费用归集及结转政策说明第四季度净利润明显较低的原因，并结合公司业务季度趋势以及近两年分季度财务数据变化分析上述季度间收入、净利润走势的合理性，以及营业收入与净利润分季度变化不匹配的依据及合理性。

公司回复：

一、公司收入确认政策

本公司收入按业务性质分类主要包括实效类广告服务收入、排期投放类广告服务收入、搜索流量分成收入、互联网金融业务收入，各类业务收入确认的具体方法如下：

1、实效类广告服务

公司提供广告投放代理服务，客户在公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务。公司按照广告有效投放量确认收入，将应付客户返点作为应付客户对价冲减交易价格。

2、排期投放类广告服务

公司与客户约定广告投放方案或排期表（包括媒体、位置、时间等），根据投放方案或排期表执行广告发布，客户在公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司各月按照广告投放方案或广告排期的执行进度确认收入，将应付客户返点作为应付客户对价冲减交易价格。

3、搜索流量分成

公司提供广告和互联网应用引流服务，获取搜索流量分成，客户在公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务。公司各月根据广告和互联网应用中实际发生的有效引导流量按比例确认收入。

4、互联网金融业务

利息收入，按照实际利率法确认。

手续费及佣金收入，按权责发生制原则在提供相关服务时确认。

2022 年公司收入确认政策未发生重大变化，各季度均是延续以前年度收入确认的原则确认收入，同时相应结转成本费用。

二、2022 年、2021 年分季度说明主要财务情况

2022 年度公司的分季度主要财务数据如下表：

单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
营业收入（含金融利息收入）	85,063.39	74,041.71	77,119.39	36,627.14	272,851.63
营业成本（含手续费及佣金支出）	69,384.64	57,450.04	63,164.93	19,767.12	209,766.73
毛利额	15,678.75	16,591.67	13,954.46	16,860.02	63,084.90
期间费用	10,294.14	11,554.69	9,896.47	13,130.32	44,875.62
信用减值损失（损失以“-”号填列）	−1,062.64	−606.59	−1,936.40	−10,127.60	−13,733.23
资产减值损失（损失以“-”号填列）	−241.58	−118.59	34.00	−43,896.89	−44,223.06
归属于上市公司股东的净利润	3,119.45	4,728.24	4,040.25	−52,367.23	−40,479.29
扣除减值损失影响后的净利润	4,423.67	5,453.42	5,942.65	1,657.26	17,477.00

2021 年度公司的分季度主要财务数据如下表：

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
营业收入（含金融利息收入）	189,158.50	164,934.07	135,035.74	95,305.34	584,433.65
营业成本（含手续费及佣金支出）	169,855.30	149,360.01	119,320.47	72,613.74	511,149.52
毛利额	19,303.20	15,574.06	15,715.27	22,691.60	73,284.13
期间费用	13,885.23	14,474.26	11,771.68	14,416.16	54,547.33
信用减值损失（损失以“-”号填列）	−696.30	−1,667.54	−1,445.19	−9,238.45	−13,047.48
资产减值损失（损失以“-”号填列）	–	93.72	−109.17	−2,933.52	−2,948.97
归属于上市公司股东的净利润	6,332.93	2,613.01	6,688.08	−2,284.87	13,349.15
扣除减值损失影响后的净利润	7,029.23	4,186.83	8,242.44	9,887.1	29,345.6

两期对比变动情况如下：

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	合计
营业收入（含金融利息收入）	−104,095.11	−90,892.36	−57,916.35	−58,678.20	−311,582.02
营业成本（含手续费及佣金支出）	−100,470.66	−91,909.97	−56,155.54	−52,846.62	−301,382.79
毛利额	−3,624.45	1,017.61	−1,760.81	−5,831.58	−10,199.23
期间费用	−3,591.09	−2,919.57	−1,875.21	−1,285.84	−9,671.71
信用减值损失（损失以“-”号填列）	−366.34	1,060.95	−491.21	−889.15	−685.75
资产减值损失（损失以“-”号填列）	−241.58	−212.31	143.17	−40,963.37	−41,274.09
归属于上市公司股东的净利润	−3,213.48	2,115.23	−2,647.83	−50,082.36	−53,828.44

由上表可知，2022 年归属于上市公司股东的净利润为 -40,479.29 万元，较上年同期减少 53,828.44 万元；2022 年四季度归属于上市公司股东的净利润为 -52,367.23 万元，较上年同期减少 50,082.36 万元，2022 年第四季度净利润减少主要是公司计提资产减值损失 43,896.89 万元影响所致。

两期各季度营业收入、归属于上市公司股东的净利润（扣除减值损失）走势分析

图 1：两期各季度收入趋势分析

由上图可见，公司近两年各季度收入变动趋势基本一致，均呈现出前三个季度收入较高，第四个季度收入较低的一致趋势。据分析，公司近两年季度收入波动主要受公司的广告主的年度广告投放需求前高后低、广告投放节奏前快后慢、广告投放预算的使用不均匀等周期性因素影响所致。

图 2：两期各季度毛利率趋势

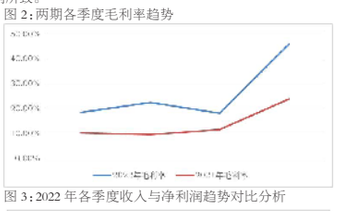
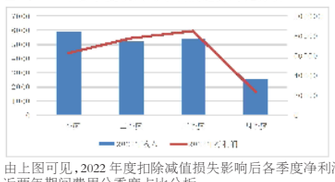


图 3：2022 年各季度收入与净利润趋势对比分析



由上图可见，2022 年度扣除减值损失影响后各季度净利润与收入变动趋势基本一致。

近两年期间费用分季度占比分析

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2022 年期间费用	10,294.14	11,554.69	9,896.47	13,130.32
占全年期间费用比例	22.94%	25.75%	22.05%	29.26%
2021 年期间费用	13,885.23	14,474.26	11,771.68	14,416.16
占全年期间费用比例	25.46%	26.54%	21.58%	26.43%

由上表可知，2022 年各季度期间费用占全年期间费用比例波动较小，与上年同期占比基本一致。

（一）资产减值损失较大主要原因分析如下：

1、商誉减值

2022 年末，公司计提商誉减值准备情况：

单位：万元

资产组	商誉原值	期初账面价值	本年计提减值	期末账面价值
掌汇天下业务（上海猎鹰、掌汇天下）	6,783.17	6,783.17	6,113.17	670.00
上海亦复信息公司	26,819.96	26,819.96	23,773.28	2,819.75
海南诚品公司	13.39	13.39	13.39	–
合计	33,389.60	33,389.60	29,899.85	3,489.75

（1）掌汇天下业务商誉减值

1）掌汇天下业务商誉的形成

上海猎鹰网络有限公司（以下简称“上海猎鹰”）于 2015 年 6 月 30 日收购掌汇天下 53.125%股权，智度股份于 2016 年 4 月 30 日收购掌汇天下 46.875%股权，智度股份合计持有该公司 100%股权。

智度股份收购掌汇天下 46.875%股权产生商誉 3,062.54 万元，上海猎鹰收购掌汇天下 53.125%股权产生商誉 3,720.63 万元。2020 年 7 月上海猎鹰将其持有的掌汇天下 53.125%股权转让给智度股份，智度股份直接持有掌汇天下 100%股权，公司将掌汇天下业务整体视为一个资产组。智度股份持有掌汇天下所形成的商誉初始确认金额为 6,783.17 万元。

2）掌汇天下经营情况

A、主要财务数据

单位：万元

项目	2021 年	2022 年	2023 年 Q1
营业收入	3,394.67	2,146.58	434.70
营业利润	645.79	121.49	23.19

B、主营业务情况

掌汇天下主要业务是运营 Android 移动应用商店——应用汇 Appchina.com，该商店的核心功能是通过开发者上传、爬虫技术来汇聚移动互联网规模级的应用软件，通过推荐、榜单、搜索、分类以及其他的 App 发现功能，为用户提供移动 App 的发现、浏览、搜索、下载、安装、评价、攻略、社区等服务，并从应用开发者处获取推广收入。

2022 年掌汇天下营业收入和营业利润同比大幅下滑，主要原因如下：

受移动互联网流量红利逐降、手机厂商应用商店轮快发展，移动应用商店同质化竞争严重，市场上新增需求量减少，而公司自身的经营方向并未发生大的变化，创新能力下降，对市场、核心用户的需求把握不足，随着市场的不景气，大客户的预算减少，且无重要新增的客户，导致掌汇天下的应用平台应用汇的流量锐减，竞争力明显下降，公司业绩出现大幅下滑。基于以上判断掌汇天下业务商誉资产组发生减值迹象。

3）掌汇天下业务商誉减值情况

根据中水致远资产评估有限公司于 2023 年 4 月 25 日出具的以 2022 年 12 月 31 日为基准日的中水致远评报字[2023]第 010097 号《智度科技股份有限公司并购北京掌汇天下科技有限公司所涉及的以财务报告为目的的商誉减值测试项目资产评估报告》，与商誉相关的掌汇天下业务资产组的可收回金额为 670 万元。经分析，商誉发生减值 6,113.17 万元。

（2）上海亦复信息公司商誉减值

1）上海亦复信息业务商誉的形成

2016 年，智度股份以发行股份购买资产的方式收购上海亦复信息公司原股东全部股权，收购价款 38,500 万元，收购时上海亦复信息公司可辨认净资产的公允价值 11,680.04 元，形成商誉 26,819.96 万元。

2）上海亦复信息公司经营情况

A、主要财务数据

单位：万元

项目	2021 年	2022 年	2023 年 Q1
营业收入	449,180.12	139,804.46	38,322.67
营业利润	8,525.35	3,218.26	690.72

B、主营业务情况

上海亦复信息公司主要业务为从事互联网营销专业服务，公司以效果营销为主导，以客户需求为导向，为客户提供基于互联网和移动互联网的数字整合营销方案。公司有多样化的营销手段，积累了海量互联网用户的特征数据，公司在深入了解客户业务与品牌发展战略、长期与短期营销需求的基础上，为客户定制并实施具有针对性的互联网和移动互联网营销方案，帮助客户有效提高营销的精准度和效率、降低营销成本，更好地达到营销目标。

2022 年上海亦复信息公司营业收入和营业利润同比大幅下滑，主要原因如下：

受国内宏观经济放缓、行业市场环境变化、互联网流量红利逐降及市场竞争加剧等因素，导致客户在营销预算和营销计划持续放缓和收缩，由此预算需求降低投放减少，以及公司进一步优化数字营销板块业务结构，将毛利率较低同时环账风险比较高的效果营销业务进行大幅收缩的影响，数字营销业务营业收入大幅减少，营业利润下降，基于以上判断上海亦复信息业务商誉资产组发生减值迹象。

3）上海亦复信息业务商誉减值情况

根据中水致远资产评估有限公司于 2023 年 4 月 25 日出具的以 2022 年 12 月 31 日为基准日的中水致远评报字[2023]第 010098 号《智度科技股份有限公司收购上海智度亦复信息技术有限公司所涉及的以财务报告为目的的商誉减值测试项目资产评估报告》，与商誉相关的上海亦复业务资产组组合可收回金额为 2,819.75 万元，经分析，商誉发生减值 23,773.28 万元。

2、无形资产减值

2022 年公司对数字资产（比特币）计提资产减值损失 6,080.87 万元，对无使用价值和转让价值的客户关系计提资产减值损失 1,628.50 万元，两项无形资产计提资产减值损失合计为 7,709.38 万元。

无形资产减值准备具体情况如下：

（1）对数字资产（比特币）计提减值准备

1）无形资产的形成

公司数字资产（比特币），系公司之子公司智度香港公司于中国大陆以外地区向 Bit Maintech 公司购买云算力服务所产生的数字资产（比特币）。

2）无形资产的确认和计量

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》，无形资产是指企业拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。比特币属于公司拥有的没有实物形态的可辨认非货币性资产，且合同或法律没有规定使用寿命，无法合理确定该等资产为公司带来经济利益期限，属于使用寿命不确定的无形资产。

无形资产按照采购成本进行初始计量，即购买云算力服务支付的价款及相关直接费用。公司于每年年度终了，对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

3）无形资产发生减值计提减值准备的依据与方法

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》，使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试。可收回金额应当根据资产的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。

报告期末，公司对持有的数字资产（比特币）进行减值测试，存在减值迹象，由于其预计可收回金额低于其账面价值，因此计提减值准备 6,301.43 万元。具体如下（已折合为人民币）：

项 目	账面价值	可收回金额	无形资产减值准备
无形资产-数字资产（比特币）	116,994,591.29	53,980,243.71	63,014,347.57

减值测试计算方法：

公司持有的数字资产（比特币）账面价值为 16,798,465.28 美元，折合人民币 116,994,591.29 元；公司以比特币的市场报价（期末收盘单价）作为其公允价值，确定其可收回金额。报告期末，可收回金额 = 期末收盘单价 × 预计持有数量 - 预计未来采购成本 =7,750,659.58 美元，折合人民币 53,980,243.74 元；其账面价值大于可收回金额，存在减值，减值金额为 9,047,805.70 美元，折合人民币 63,014,347.57 元（含外币报表折算差额）。

（2）对无使用价值和转让价值的客户关系计提减值准备

1）无形资产的确认和计量

公司于 2016 年 5 月收购 Spigot,Inc.对价分摊时识别形成的客户关系，公司将其作为使用寿命不确定的无形资产。

2）无形资产发生减值计提减值准备的依据

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第四条关于“因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试”的规定，公司在报告期末对客户关系进行了减值测试。结合公司实际情况、行业政策及外部形势变化等影响，公司判断无形资产已无使用价值和转让价值，属于不能满足公司运营要求的资产且不再为公司带来经济利益的流入。

3、长期股权投资减值

2022 年公司对持有奇酷公司的长期股权投资进行减值测试，并计提减值准备 5,423.81 万元。

奇酷公司系公司之联营企业，公司持股比例为 20%，按照权益法核算。奇酷公司于 2014 年成立，注册资本 1000 万元。奇酷公司以手机游戏的定向研发、代理发行为主营业务，以 3D 重度手游为主，休闲手游为辅。

2022 年度，奇酷公司代理游戏的代理合约期限陆续到期，奇酷公司与游戏开发商未续签代理协议，以及奇酷公司自研游戏产品市场反馈效果不理想，导致奇酷公司 2022 年收入 1,020.97 万，较上年同期减少 75.49%，净利润 -2,123.51 万元，较上年同期减少 6,100.31%。

经中水致远资产评估有限公司出具《北京奇酷工场科技有限公司股东部分权益公允价值估值报告》（中水致远评咨字[2023]第 010023 号），对奇酷公司部分权益的公允价值进行了估值，公司持有股权的评估值为 581.20 万元，2022 年本公司对持有奇酷公司的长期股权投资进行减值，减值金额为 5,423.81 万元。

综上所述，2022 年前三季度间收入、净利润走势较为平稳，第四季度由于计提大额资产减值准备导致净利润出现季节性波动，由此造成了公司营业收入与净利润分季度变化差异较大。因此，公司 2022 年度营业收入与净利润分季度变化的差异具有合理性。

（2）请结合公司业务模式、近两年公司成本费用变动情况、同行业可比上市公司情况分析公司经营活动产生的现金流量净额的季度间差异较大的原因及合理性。

1、近两年各业务板块经营活动现金流分布如下表所示：

2022 年度现金流量季度情况

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
经营活动产生的现金流量净额	8,442.09	20,911.46	42,206.71	7,036.42
互联网媒体及数字营销业务等经营活动产生的现金流量净额	15,946.52	11,882.79	15,614.92	3,745.82
其中：境内互联网媒体及数字营销业务等	6,753.19	2,745.15	10,740.92	−3,400.26
境外互联网媒体及数字营销业务等	9,193.33	9,137.64	4,874.00	7,146.08
互联网金融相关经营活动现金净额	−7,504.43	9,028.67	26,591.79	3,290.59

2021 年度现金流量季度情况

| 项目 | 第一季度 | 第二季度