

关于对宁波富邦精业集团股份有限公司

重大资产重组草案信息披露的问询函的回复

天职业字[2019]38920 号

关于对宁波富邦精业集团股份有限公司

重大资产重组草案信息披露的问询函的回复

天职业字[2019]38920 号

上海证券交易所：

宁波富邦精业集团股份有限公司（以下简称“宁波富邦”）拟支付现金 1.28 亿元，收购江苏常奥体育发展有限公司（以下简称“公司”、“标的公司”、“常奥体育”）55%股权，我们作为标的公司会计师，根据贵所问询函的要求，结合方案调整情况及公司最新经营情况，我们进行了认真核查、研究和分析，对问询函中提到的问题逐项落实并进行书面回复如下，请审阅指正。

说明：

一、如无特别说明，本回复报告中所用的术语、名称、简称与关于对宁波富邦精业集团股份有限公司重大资产重组草案中的相同。

二、本回复报告中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，这些差异是四舍五入造成。

5、草案披露，标的公司 2017 年、2018 年、2019 年 1—9 月营业收入分别为 3527 万元、7181 万元、7521 万元，归母净利润分别为-554 万元、61 万元、1348 万元，标的公司报告期内业绩增速较快。请公司：（1）三项业务板块成立以来的主要财务数据，是否存在重大变化及具体的原因；（2）结合各板块业务模式、行业格局，具体说明公司三项业务的具体盈利模式；（3）结合报告期内各板块业务开展、毛利率波动、收入确认政策等，分析说明标的公司业绩短期内实现较大增幅的原因及合理性，业绩增长是否具有可持续性。请财务顾问及会计师发表明确意见。

回复：

一、三项业务板块成立以来的主要财务数据，是否存在重大变化及具体的原因

（一）三项业务板块成立以来的主要财务数据及变动情况

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年	2016 年	2015 年	2014 年
马拉松业务收入	2,499.70	2,413.53	1,427.60	1,075.14	498.29	92.77
足球业务收入	2,419.82	1,559.29	1,691.34			
其他业务收入	162.89	340.44	406.47	199.53	164.55	72.84
传统体育业务净利润	1,141.72	206.73	-204.50	-379.41	119.57	-9.73
传统体育业务归属母公司净利润	1,141.72	212.76	-158.75	-364.33	119.57	-9.73
职业电竞俱乐部业务收入	2,438.89	2,867.25	1.94			
职业电竞俱乐部净利润	300.03	-171.92	-449.53	-5.81		
电竞业务归属母公司净利润	206.55	-151.31	-395.57			
归属母公司净利润合计	1,348.27	61.45	-554.32	-370.14	119.57	-9.73

注：2014 年-2016 年数据未经审计

（二）各业务板块成立以来的主要财务数据变动分析

报告期内标的公司主营业务收入主要来源于马拉松业务、足球业务、职业电竞俱乐部业务，常奥体育通过母公司和全资子公司运营马拉松、足球等传统体育

业务，通过非全资子公司赤焰狼和杭州竞灵运营职业电竞俱乐部业务。马拉松、足球及职业电竞俱乐部三项业务板块成立以来发展变化情况具体如下：

1、马拉松业务

常奥体育成立于 2014 年 7 月，当年主要承办了首届常州西太湖半程马拉松，随着品牌效应与市场声誉的积累沉淀，常奥体育马拉松业务立足江苏并向其他地区拓展，截至目前，常奥体育已在北京、江苏、江西、浙江、内蒙、安徽、云南、黑龙江 7 个省份 11 个城市承办（包含运营和执行）了约 30 场马拉松赛事，在我国多个一、二、三线城市成功布局，其赛事服务和赛事品质赢得了良好的口碑，马拉松业务的收入规模相应增长。报告期内，马拉松业务呈现快速增长态势，2017 年常奥体育举办了南京溧水山地半程马拉松、常州西太湖半程马拉松、金坛茅山山地半程马拉松共 3 场马拉松赛事，而 2018 年、2019 年 1-9 月分别举办了 10 场、9 场马拉松赛事，除原有合作赛事新举办了牡丹江镜泊湖国际马拉松、北京长城马拉松、庐山马拉松、呼和浩特马拉松等马拉松赛事，赛事规模的增加导致马拉松赛事承办收入、赛事赞助收入等相应增长（不同马拉松赛事规模不同，且部分赛事常奥体育为执行方，为赛事运营方提供执行支持、协助管理及咨询服务等，故马拉松业务收入与赛事数量非同比例增长）。

2、足球业务

常奥体育凭借赛事承办经验的积累自 2017 年开始拓展足球赛事业务，2017 年和 2018 年常奥体育承办多场足球赛事并打造了常州“龙城杯”国际足球邀请赛、CSC 国际足球俱乐部超级杯等足球赛事，并相应取得赛事承办、赛事赞助、门票等多项收入；随着赛事经验及足球业务资源的积累，2018 年协助将镇江华萨足球俱乐部迁至昆山并更名为昆山足球俱乐部，并于 2019 年全面承接了该俱乐部的运营管理工作，提供俱乐部运营制度体系搭建、训练基地设计规划咨询、俱乐部青训体系搭建、品牌推广咨询等一系列全方位的专业服务。2017 年和 2018 年常奥体育足球业务收入主要来源于足球赛事业务，而 2019 年足球业务主要来源于昆山足球俱乐部运营管理业务，一方面系公司邀请的西甲球队西班牙人欧联

杯比赛时间与原约定的邀请赛时间冲突，经友好协商双方取消 2019 年邀请赛，另一方面系常奥体育集中资源承接职业足球俱乐部运营管理减少其他足球赛事业务所致。

3、职业电竞俱乐部业务

常奥体育自 2016 年开始通过子公司赤焰狼拓展职业电竞俱乐部业务，赤焰狼于 2016 年 10 月组建 PRW 电子竞技俱乐部参与英雄联盟次级联赛，2017 年因英雄联盟职业联赛（LPL）取消升降级制度并实行联盟化（固定席位制），即次级联赛队伍无法参与 LPL，故常奥体育于 2018 年解散该俱乐部；由于看好移动电竞未来的发展，常奥体育于 2018 年收购杭州竞灵成为其旗下 Hero 久竞职业电竞俱乐部的实际控制人，目前下设王者荣耀、和平精英、王者模拟战三个分部，杭州竞灵 2018 年获得了王者荣耀职业联赛（KPL）固定参赛席位，和平精英、王者模拟战均为 2019 年新开启的职业赛事，职业电竞联盟体制正在逐步建立中。由于 2017 年为组建团队的投入阶段，故 2017 年来源于职业电竞俱乐部业务的营业收入较少，随着 KPL 联盟体系逐步成熟与电子竞技行业的发展，常奥体育以电竞赛事奖金、KPL 联盟分成、电竞队员经纪转会、商业赞助、商务合作等多种盈利方式形成收入，报告期内电子竞技业务收入规模实现迅速增长。

二、结合各板块业务模式、行业格局，具体说明公司三项业务的具体盈利模式

（一）马拉松赛事业务盈利模式

标的公司马拉松赛事的业务模式为通过担任中国田径协会、地方体育局、地方人民政府等机关单位赛事活动、商业开发与市场推广的承办方或运营推广单位，负责整个赛事的制定、准备、举办，具体内容如下：

赛事阶段	具体内容
赛事制定	结合赛事运营预算制定赛事计划
赛事准备	自主招商或制定招商计划，确定赛事冠名商、赞助商；组织宣传、参赛报名、物资采购、现场搭建等工作；与安保、医疗、交通、车辆等组织对接部署方案
赛事举办	赛事直播及按计划完成赛事、产品的宣传

马拉松赛事运营是马拉松经济的重要组成部分，是盘活马拉松经济的核心环

节。国内承办马拉松等相关运动的公司较少，单个公司往往能覆盖多地区赛事举办。就目前格局而言，马拉松赛事运营公司大致可以分为三大阵营：一是以港股上市公司智美体育（证券代码：1661.HK）为代表的民营阵营，二是以中奥路跑和东浩兰生为代表的国有阵营，三是以 IMG 和八方环球（Octagon）为代表的国外阵营。常奥体育作为民营企业，自 2014 年成立后立足于江苏，并在政策全力支持全民健身的背景下向多个一、二、三线城市拓展，建立了一定的行业领先优势，受到业界广泛认可。常奥体育凭借其优秀的赛事运营能力在 2017 年第三届中国国际体育投融资总裁年会暨体育 BANK2017 颁奖盛典上被评选为十家“年度最佳体育赛事运营机构”之一，目前拥有江苏省内多场马拉松赛事的独家运营权，是中国田径协会 41 家马拉松官方赛事运营公司之一。标的公司马拉松赛业务盈利模式如下：

要素	具体内容
收入端	常奥体育作为赛事运营方或赛事执行方为马拉松赛事提供服务并获得相应收入。作为赛事运营方，常奥体育自主办方取得运营权或自主开发赛事，并对赛事进行运营、组织、推广及管理，获得赛事运营收入、报名费收入、赛事赞助收入等。除拥有自有 IP 外，该等情况下赛事的运营权基本为三年以上。作为赛事执行方，常奥体育主要为赛事运营方提供执行支持、协助管理及咨询服务等，该等赛事执行服务基于赛事运营方的需求单次发生，合同金额均相对较小。
成本端	电视台转播费、赛事现场搭建费、招商费、物资采购费（可由赞助商的物资赞助覆盖）、安保费用、赛事现场管理费用等
盈利方式	收入超过成本即实现盈利

（二）足球赛事及职业足球俱乐部运营管理业务盈利模式

标的公司足球赛事的业务模式主要为标的公司凭借其运营管理经验引进并运营、承办或协办足球赛事，根据办赛的标准和要求，协调比赛的赛事组织和现场管理，负责比赛的宣传推广及市场化运营，安排比赛的电视、广播和网络传播等。

职业足球俱乐部管理的业务模式主要为中国足球协会乙级联赛参赛的昆山足球俱乐部提供运营、管理服务，具体内容包括组织俱乐部运营管理团队，提供专业的组织架构和服务体系，构建俱乐部流程规范制度，聘请高水平的足球俱乐部教练和训练、营养、康复、医疗团队，提供日常运营管理服务，负责球队日常竞赛训练，建设俱乐部青训体系，提供招商、球迷衍生品的开发及销售，提供训

练基地设计规划咨询、品牌推广咨询等全面的专业服务。

标的公司作为专业的赛事运营机构，自 2017 年起组织运营足球赛事，运营了包括 CSC 国际足球俱乐部超级杯、常州“龙城杯”国际足球邀请赛等赛事，邀请国际米兰、沙尔克 04 等国际知名俱乐部至国内比赛或与国内俱乐部同场竞技。2019 年常奥体育全面承接了中国足球协会乙级联赛昆山足球俱乐部的运营管理工作。

中国足球协会设置的男子足球联赛分为中国足球协会超级联赛（简称“中超”）、甲级联赛（简称“中甲”）、乙级联赛（简称“中乙”）、会员协会冠军联赛（简称“中冠”）、全国青少年男子足球超级联赛等。2019 年，中超、中甲均为 16 支足球俱乐部，中乙分南区、北区，各有 16 支足球俱乐部。

根据 2019 年中国足球联赛升降级制度，2020 年中甲联赛从 16 支扩军至 18 支，2019 赛季中甲最后 1 名直接降级，中乙常规赛南北区第 1 名直接升级，南区第 2-3 名和北区第 2-3 名通过主客场交叉对决产生中乙第 3 名直接升级，中乙第 4 名和中甲第 15 名、中乙第 5 名和中甲第 14 名进行升降机附加赛，胜者参加中甲，负者参加中乙。降级方面，中乙南北区垫底球队直接降级，另外 2 支中乙球队将通过乙冠附加赛与中冠第 5、6 名争夺两个中乙席位，这 2 支参加乙冠附加赛的中乙球队由南北区第 14-15 名交叉对决产生。

2018 年，镇江华萨足球俱乐部（转让并更名前的昆山足球俱乐部）位列中乙南区 14 支俱乐部积分榜排名第 7 位。2019 年，昆山足球俱乐部位列中乙南区 16 支俱乐部积分榜第 5 位。

标的公司足球赛事及职业足球俱乐部运营管理业务盈利模式如下：

要素	足球赛事	职业足球俱乐部
收入端	赛事承办收入、门票收入	为昆山足球俱乐部提供服务并获得俱乐部运营管理服务收入、青训体系搭建收入、品牌推广服务收入等
成本端	球队邀请费用、赛事现场搭建费、赛事现场管理费用等	专业运营管理团队的人力及运营管理费用、青训体系搭建成本等
盈利方式	收入超过成本即实现盈利	收入超过成本即实现盈利

（三）职业电竞俱乐部运营管理业务盈利模式

标的公司职业电竞俱乐部运营管理业务的业务模式为投入资金运营职业电竞俱乐部，参与各种职业电竞比赛，通过参与竞技获得赛事奖金和联盟分成；持续维护公共关系，获得粉丝及受众，提升俱乐部的品牌价值，形成可持续的商业生态平台。基于上述商业生态平台，俱乐部帮助赞助商通过赞助交易产生收入，包括团队或队员赞助收入，品牌在营销传播中使用团队或队员特定知识产权所支付的款项，以及任何作为赞助方案的广告销售。同时，常奥体育通过系统的选拔机制和定制化的培训管理获得队员转会收入。

杭州竞灵目前旗下设立王者荣耀、和平精英、王者模拟战三个分部，拥有王者荣耀职业联赛（KPL）固定参赛席位（目前共有 16 席）。Hero 久竞 2018 年获 KPL 春季赛总冠军、秋季赛总冠军、冬季冠军杯总冠军、年度最佳俱乐部。标的公司职业电竞俱乐部运营管理业务盈利模式如下：

要素	具体内容
收入端	一部分为腾讯根据相关约定按运营成绩和赛事成绩分配的联盟分成及赛事奖金，其分配资金来源源于 KPL 整体商业化运作取得的赛事版权收入、商业赞助收入、周边收入等；另一部分为俱乐部自主开发的商业赞助、直播收入、转会收入、其他商业化收入等。
成本端	电竞队员的薪酬、运营管理费用、席位费摊销、购买职业队员的转会费摊销等
盈利方式	收入超过成本即实现盈利，电竞队员转会为赚取队员买卖差价

三、结合报告期内各板块业务开展、毛利率波动、收入确认政策等，分析说明标的公司业绩短期内实现较大增幅的原因及合理性，业绩增长是否具有可持续性

（一）报告期内，各业务板块收入确认政策

业务板块	具体业务模式	收入确认政策
马拉松业务	赛事承办	报名费收入：取得报名费收入的全部权利且门票收入的金额能可靠计量时确认收入 赞助收入：赛事成功举办后一次性确认收入 承办收入：赛事成功举办后一次性确认收入
足球业务	足球赛事承办	门票收入：取得门票收入的全部权利且门票收入的金额能可靠计量时确认收入

业务板块	具体业务模式	收入确认政策
		承办收入：赛事成功举办后一次性确认收入
	职业足球俱乐部管理	成果性服务项目：成果通过验收时确认收入 阶段性服务项目：在服务期内分摊确认项目收入
职业电竞俱乐部业务	参与联盟赛事	电竞赛事奖金：赛事完成后一次性确认收入 联盟分成：在赛季所属期间确认分成收入
	队员技术转让	队员转会：转会手续完毕后确认收入
	商务合作	若是一次性服务，则按照服务完成时点一次性确认收入；若是持续性服务，则根据合作期间分摊确认收入。
其他业务	排球等赛事承办	在承办期分摊确认收入
	体育场馆运营	在运营期分摊确认收入
	体育培训	在培训服务期分摊确认收入

标的公司各项业务收入确认政策符合会计准则的规定，报告期内收入确认政策保持一致，不存在提前延后确认收入的情况，报告期内业绩快速增长系标的公司各业务板块快速发展所致。

（二）报告期内标的公司业绩实现较大增幅的原因及合理性

报告期内，标的公司各业务板块营业收入、营业成本、毛利率变动情况如下：

单位：万元

项目	业务板块	2019 年 1-9 月		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
营业收入	马拉松业务	2,499.70	33.23%	2,413.53	33.61%	1,427.60	40.47%
	足球业务	2,419.82	32.17%	1,559.29	21.72%	1,691.34	47.95%
	职业电竞俱乐部业务	2,438.89	32.43%	2,867.25	39.93%	1.94	0.06%
	其他业务	162.89	2.17%	340.44	4.74%	406.47	11.52%
营业收入小计		7,521.30	100.00%	7,180.51	100.00%	3,527.35	100.00%
毛利率	马拉松业务	35.87%		21.62%		-3.29%	
	足球业务	59.19%		32.53%		28.85%	
	职业电竞俱乐部业务	25.46%		6.20%		-20511.61%	

其他业务	-15.29%	21.91%	12.69%
综合毛利率	38.89%	19.30%	2.67%
归属于母公司的净利润	1,348.27	61.44	-554.32

报告期各期标的公司营业收入分别为 3,527.35 万元、7,180.51 万元和 7,521.30 万元，归属于母公司的净利润分别为-554.32 万元、61.44 万元、1,348.27 万元。报告期内标的公司业绩增速较快，一方面是由于标的公司不断延伸、拓展业务板块，业务规模的增加导致营业收入在报告期内迅速增长，另一方面系标的公司三个业务板块毛利率报告期内逐期增长所致，具体分析如下：

1、营业收入快速增长的原因及合理性

报告期各期，常奥体育营业收入分别为 3,527.35 万元、7,180.51 万元、7,521.30 万元，呈快速增长态势，主要系常奥体育业务三个业务板块不断拓展及延伸所致：①马拉松业务：标的公司由 2017 年共举办 3 场马拉松赛事，而 2018 年及 2019 年 1-9 月分别 10 场、9 场马拉松赛事，收入相应增长（不同马拉松赛事规模不同，并且部分赛事常奥体育为执行方，为赛事运营方提供执行支持、协助管理及咨询服务等，故马拉松业务收入与赛事数量非同比例增长）；②足球业务：标的公司 2017 年开始拓展足球赛事，随着赛事经验及业务资源的积累，常奥体育 2019 年全面承接了中国足球协会乙级联赛昆山足球俱乐部的运营管理工作；③职业电竞俱乐部业务：常奥体育于 2018 年通过子公司杭州竞灵获得王者荣耀职业联赛（KPL）固定参赛席位，随着 KPL 联盟体系逐步成熟与电子竞技行业的发展，常奥体育电竞业务收入相应增长。各业务板块发展变化情况参见本回复之“问题 5”之“一、三项业务板块成立以来的主要财务数据，是否存在重大变化及具体的原因”。

报告期内，标的公司营业收入快速增长具有真实业务背景，收入增长合理。

2、毛利率快速增长的原因及合理性

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度
马拉松业务	35.87%	21.62%	-3.29%
足球业务	59.19%	39.24%	28.85%

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度
职业电竞俱乐部业务	25.46%	6.20%	-20,511.61%
其他业务	-15.29%	21.91%	12.69%
合计	38.89%	19.30%	2.67%

报告期内，标的公司毛利率分别为 2.67%、19.30%、38.89%，整体呈上升趋势，主要系除其他业务外，随着各业务板块的拓展和延伸、规模效应及品牌效应提升，盈利能力逐期上升所致，具体情况如下：

(1) 马拉松业务

单位：万元

赛事项目	2019 年 1-9 月			2018 年度			2017 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
溧水马拉松	1,242.53	866.74	30.24%	992.64	776.50	21.77%	322.58	234.69	27.25%
常州马拉松				926.03	787.89	14.92%	890.14	1,083.95	-21.77%
茅山马拉松	280.40	158.77	43.38%	273.28	154.63	43.42%	214.88	155.86	27.47%
庐山马拉松	413.17	227.88	44.85%						
呼和浩特马拉松	339.33	227.23	33.03%						
其他马拉松	224.27	122.48	45.39%	221.58	172.73	22.04%	-	-	-
合计	2,499.70	1,603.10	35.87%	2,413.53	1,891.76	21.62%	1,427.60	1,474.50	-3.29%

报告期内，常奥体育马拉松业务毛利率分别为-3.29%、21.62%、35.87%，呈逐期增长趋势。主要系常奥体育自 2014 年开始承办马拉松赛事以来，业务处于快速发展阶段，报告期内常奥体育举办了南京溧水山地半程马拉松、常州西太湖半程马拉松、金坛茅山山地半程马拉松等多项大小型马拉松赛事，随着举办马拉松赛事数量的迅速增加与赛事经验的积攒，常奥体育马拉松赛事业务的规模效应日渐凸显，赛事运营的成本控制逐步加强，赞助收入增加，盈利能力相应提升，马拉松业务毛利率相应上升。报告期内各马拉松业务毛利率变动具体情况如下：

①溧水马拉松：报告期各期毛利率分别为 27.25%、21.77%和 30.24%。溧水马拉松收入成本 2018 年较 2017 年均大幅增加，主要系合作模式变化所致，2018 年

及 2019 年主办方将赛事转播预算分配给常奥体育，由常奥体育直接对接电视台的转播采购，此合作模式由于同时增加大额收入成本导致毛利率降低；剔除转播采购的影响后，溧水马拉松 2018 年、2019 年 1-9 月的毛利率分别为 29.72%和 38.92%，2019 年毛利率提升主要由于随着赛事运营质量、人数、知名度的提升，当年新增南京溧水商贸旅游集团有限公司 358.00 万元的赞助收入所致。

②常州马拉松：常州马拉松于每年 10 月举办故 2019 年 1-9 月尚未确认收入成本，2017 年和 2018 年毛利率分别为-21.77%、14.92%，相较于其他马拉松其毛利率水平较低，主要系：常州马拉松是国内为数不多的企业自有 IP 马拉松赛事，政府采购收入较少，主要依赖于标的公司自行开发商务收入，2017 年为了推动该赛事评选中国田径协会“金牌赛事”，物资采购等各方面都以较高规格进行，亦采购了央视的转播而未采用地方卫视转播，导致项目当年亏损；2018 年常州马拉松吸取上年经验，严格成本把控、提高商务开发力度故毛利率较 2017 年上升。

③茅山马拉松：报告期各期茅山马拉松毛利率分别为 27.47%、43.42%和 43.38%，该项目规模较小，各期成本均在 150 多万，毛利率提升主要系随着项目品牌知名度的提升收入逐期增加所致。

④庐山马拉松、呼和浩特马拉松：庐山马拉松毛利率为 44.85%，呼和浩特马拉松毛利率为 33.03%，均为常奥体育 2019 年新增马拉松项目，受益于常奥体育前期的马拉松承办与运营经验及规模效应，项目成本控制情况良好，并且庐山马拉松得益于当地政府及赞助商的大力支持毛利率较高。

(2) 足球业务

单位：万元

业务板块	2019 年 1-9 月			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
足球赛事	64.32	18.09	71.88%	1,358.35	891.72	34.35%	1,691.34	1,203.43	28.85%
职业足球俱乐部运营管理	2,355.51	969.56	58.84%	200.94	55.77	72.24%	-	-	-
合计	2,419.82	987.65	59.19%	1,559.29	947.50	39.24%	1,691.34	1,203.43	28.85%

报告期各期，常奥体育足球业务毛利率分别为 28.85%、39.24%、59.19%，呈增长趋势，主要由于标的公司办赛经验的积累以及业务内容不断拓展所致，具体如下：

①2017 年、2018 年常奥体育足球业务收入毛利率分别为 28.85%、39.24%，两年收入主要来源于足球赛事承办业务。2017 年常奥体育开拓足球赛事业务，先后举办了常州“龙城杯”国际足球邀请赛、国际足球俱乐部超级杯、中国足协中国之队国际足球赛、中国足协中国之队 U23 国际足球赛等赛事。同时随着承办经验的积累毛利率相应提升。

②2019 年 1-9 月常奥体育足球业务毛利率为 59.19%，较以前年度大幅增长主要系常奥体育 2018 年下半年协助昆山足球俱乐部完成俱乐部的组建工作，并于 2019 年开始全面承接了昆山足球俱乐部的委托运营管理业务，因昆山足球俱乐部为新成立的足球俱乐部，除俱乐部的日常管理运营等业务外，常奥体育为昆山足球俱乐部提供了构建规范运营制度、引进高水平教练及队员、为冲甲搭建青训体系等一系列全方位的专业服务，上述业务由于涉及市场资源、人才团队、信息渠道等无形壁垒，为毛利率水平较高的高附加值业务，故导致整体毛利率水平相应提高。

（3）职业电竞俱乐部业务

单位：万元

主体	2019 年 1-9 月			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
杭州竞灵	2,437.92	1,748.87	28.26%	2,516.95	1,955.01	22.33%	-	36.49	-
赤焰狼	0.97	69.13	-7,020.57%	350.29	734.38	-109.65%	1.94	363.74	-18,632.45%
合计	2,438.89	1,818.00	25.46%	2,867.25	2,689.39	6.20%	1.94	400.23	-20,511.61%

报告期各期，常奥体育职业电竞俱乐部业务的毛利率分别为-20,511.61%、6.20%、25.46%，毛利率快速上升，主要系常奥体育通过子公司赤焰狼（主要从事英雄联盟电竞项目）以及杭州竞灵（主要从事王者荣耀电竞项目）从事职业电竞俱乐部业务，随着常奥体育电竞业务逐步发展毛利率相应提升，具体情况如下：

①赤焰狼于 2016 年 10 月组建赤焰狼 PRW 电子竞技俱乐部参与英雄联盟次级联赛，由于 2017 年英雄联盟职业联赛（LPL）取消升降级制度并实行联盟化（固定席位制），即次级联赛队伍无法参与 LPL，战队无法取得参赛收入及奖金，报告期持续亏损，常奥体育于 2018 年解散该俱乐部并转让或遣散队员，故报告期内赤焰狼均处于投入阶段，各期均呈亏损状态。

②剔除赤焰狼影响后，标的公司 2018 年、2019 年 1-9 月职业电竞俱乐部业务毛利率分别为 22.33%、28.26%，主要系杭州竞灵于 2018 年取得王者荣耀职业联赛（KPL）参赛席位，通过联赛奖金及分成、商业赞助、版权收益、商业合作、直播分成等多种方式实现盈利，其运营模式逐渐成熟、成本控制逐渐完善，随着 KPL 联盟体系逐步成熟与电子竞技行业的发展，职业电竞俱乐部业务毛利率水平相应上升。

（4）其他业务

报告期各期，标的公司其他业务毛利率分别为 12.69%、21.91%、-15.29%，其他业务主要包括排球赛事运营、羽毛球赛事运营、体育场馆运营、体育培训等，报告期内其他业务营业收入规模较小，故受个别赛事项目影响导致盈利波动较大。

2019 年 1-9 月毛利率下滑主要系一方面常奥体育承办的 2019-2020 中国女排超级联赛于 2019 年 11 月 2 日至 2020 年 1 月 21 日举行，1-9 月尚未确认相关票务、广告等收入；另一方面常奥体育 2019 年马拉松、足球及职业电子竞技业务规模均迅速增加，为了集中管理资源开发潜力较大的业务，常奥体育暂时减少了其他业务尤其是场馆运营及体育培训等方面资源、人力投入，导致其他业务收入及毛利率相应下降。

（三）业绩增长是否具有可持续性分析

报告期各期标的公司营业收入分别为 3,527.35 万元、7,180.51 万元和 7,521.30

万元，归属于母公司的净利润分别为-554.32 万元、61.44 万元、1,348.27 万元，报告期内标的公司业绩增速较快，不断延伸、拓展业务板块，历史经营业绩展现了快速发展态势。

1、马拉松业务方面：标的公司于 2014 年开始从事马拉松业务，报告期内承办马拉松赛事数量快速增长，马拉松业务营业收入从 2014 年 92.77 万元增长至 2019 年 1-9 月的 2,499.70 万元，马拉松业务业绩增速较快。近年来，马拉松运动以其低门槛等优势较好地满足了群众强身健体的刚需，赛事审批制度改革、转播权市场放开等一系列政策有效促进了以马拉松为代表的大众体育的崛起。标的公司目前拥有江苏省内多场马拉松赛事的独家运营权，是中国田径协会 41 家马拉松官方赛事运营公司之一。其中常州西太湖半程马拉松、南京溧水山地半程马拉松赛、金坛茅山山地半程马拉松赛事均为中国田径协会共同主办的 A 类认证赛事。从标的公司马拉松业务发展态势及已签订的多个马拉松长期合作合同来看，马拉松业务业绩增长可持续性。

2、足球业务方面：2019 年，常奥体育全面承接了昆山足球俱乐部的运营管理工作，目前常奥体育已通过招投标程序与昆山足球俱乐部签订了 5 年合作协议（2020 年-2025 年），与昆山足球俱乐部形成了长期稳定的合作关系。昆山足球俱乐部为 32 支中国足球协会乙级联赛俱乐部之一，在国家大力发展足球运动的背景下该俱乐部以冲甲为目标当前正处于投入及冲刺阶段，足球业绩增长具有可持续性。

3、电竞业务方面：杭州竞灵与腾讯签署了 10 年期限的《王者荣耀职业赛事联盟协议》，杭州竞灵享有 KPL 王者荣耀职业联赛的赛事分成收入与赛事奖金收入，并且俱乐部在直播、场外赞助等方面拥有较大的自主开发权利，王者荣耀处于移动电竞市场领先地位，未来 KPL 赛事将进一步通过国际化、主场化增加赛事影响力和商业开发，。预计未来市场潜力较大。此外，标的公司根据行业变化及市场热点挖掘与发展具备市场潜力的新型电竞项目，建立完善的人才团队选拔培养体系，目前已开设了王者荣耀、和平精英、王者模拟战三个电竞职业战队分部，电竞业务业绩增长具有可持续性。

综上所述，标的公司经营情况良好，报告期内标的公司业绩快速增长，各业

务板块均签订了确定的项目或合作协议，未来持续经营具有可预期性和稳定性。

四、会计师核查意见

经核查，会计师认为：报告期内，标的公司收入确认政策符合《会计准则》规定且一贯执行，标的公司业绩短期内实现较大增幅与各板块业务发展情况匹配。在核心团队稳定性及主要业务板块经营环境不发生重大变动情况下，我们认为标的公司业绩增长具有可持续性。

6、草案披露，标的公司 2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月应收账款账面余额分别为 110 万元、1799 万元、3474 万元，近年来应收账款规模增长迅速。请公司补充披露：（1）结合标的公司业务模式、信用政策、所处行业地位等，说明应收账款增速较快的原因；（2）相关坏账准备计提是否充分合理。请财务顾问及会计师发表明确意见。

回复：

一、结合标的公司业务模式、信用政策、所处行业地位等，说明应收账款增速较快的原因；

（一）报告期内，公司业务模式、信用政策、所处行业地位情况

常奥体育作为体育产业运营商，自设立以来，常奥体育主要从事体育赛事的组织运营和职业体育俱乐部的运营管理业务。报告期内，常奥体育凭借成熟的赛事执行标准体系，丰富的赛事运营经验，组织运营了马拉松、足球、篮球、羽毛球等体育赛事，在赛事运营尤其是马拉松业务领域公司建立了一定的行业领先优势，受到业界广泛认可，常奥体育凭借其优秀的赛事运营能力在 2017 年第三届中国国际体育投融资总裁年会暨体育 BANK2017 颁奖盛典上被评选为十家“年度最佳体育赛事运营机构”之一，目前拥有江苏省内多场马拉松赛事的独家运营权，是中国田径协会 41 家马拉松官方赛事运营公司之一。在赛事运营的基础上，常奥体育组建专业化团队从事职业俱乐部的运营管理，标的公司为昆山足球俱乐部的运营管理机构，拥有并运营 Hero 久竞职业电竞俱乐部。

标的公司马拉松等赛事业务收入主要来源于政府采购（赛事承办收入）和商业赞助，根据行业惯例，一般约定分阶段收款，故相应应收账款余额较少。而运

营管理的足球俱乐部业务和电竞俱乐部的主要客户为国有企业或互联网行业知名企业腾讯，鉴于标的公司与客户深度合作长远发展，考虑到客户内部的计量结算等审批流程，相关应收账款信用期较长，标的公司分业务板块的具体业务模式及相应信用政策情况如下：

业务板块	业务模式	信用政策
马拉松业务	常奥体育作为专业的赛事运营机构，担任中国田径协会、地方体育局、地方人民政府等机关单位赛事活动、商业开发与市场推广的承办方或运营推广单位，常奥体育获得报名费收入、赛事承办收入、赛事赞助收入等	报名费收入：比赛前预收票款； 赛事承办、赞助收入：一般赛前支付 70%，赛后 15 天左右结清尾款，根据客户流程审批情况 6 个月左右的信用期。
足球业务	足球赛事：常奥体育凭借其运营管理经验引进并运营、承办或协办足球赛事，根据办赛的标准和要求，协调比赛的赛事组织和现场管理，负责比赛的宣传推广及市场化运营，安排比赛的电视、广播和网络传播等。常奥体育获得门票收入、赛事承办收入。 职业足球俱乐部运营管理：为昆山足球俱乐部提供专业的组织架构和服务体系，构建俱乐部流程规范制度，聘请高水平的足球俱乐部教练和训练、营养、康复、医疗团队，提供日常运营管理服务，负责球队日常竞赛训练，建设俱乐部青训体系，提供招商、球迷衍生品的开发及销售，提供训练基地设计规划咨询、品牌推广咨询等全面的专业服务。常奥体育获得运营管理收入。	足球赛事： 门票收入：比赛前预收票款； 承办收入：比赛举办后 6 个月至 1 年； 职业足球俱乐部运营管理： 合同签署五个工作日内支付合同款项的 30%；根据工作进度，提交工作完成情况报告后五个工作日内支付合同款项的 40%；联赛结束后，资产负债表日前根据年度考核结果，结清尾款。
职业电竞俱乐部业务	常奥体育投入资金运营职业电竞俱乐部，参与各种职业电竞比赛，通过参与竞技获得赛事奖金和联盟分成；通过持续维护公共关系，获得粉丝及受众，提升俱乐部的品牌价值，形成可持续发展的商业生态平台，基于上述商业生态平台，俱乐部帮助赞助商推广获得商务推广收入；通过系统的选拔机制和定制化的培训管理获得队员转会收入。	赛事奖金及联盟分成：赛事完结、联盟分成正式结算后，公司提交合格增值税专用发票后 45 个自然日内支付结算金额的 80%；公司提交完税凭证后 45 个自然日内支付尾款。 赞助、商业推广收入： 持续性商务合作：按月结算，并在签订合同后预收基础结算款； 成果性商务合作：合同签订后预收基础款项，合作完成后 1 个月内结清款项 队员转会：转会协议生效后 5 日内结清款项。

业务板块	业务模式	信用政策
其他业务	女排赛事等办赛，取得门票销售及办赛收费收入；体育场馆运营及青少年体育培训，取得培训及门票收入；	门票收入：比赛前预收票款； 培训收入：按月支付。

（二）各报告期末，公司应收账款余额增速较快的原因

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月/ 2019 年 9 月 30 日		2018 年度/ 2018 年 12 月 31 日		2017 年度/ 2017 年 12 月 31 日	
	应收余额	营业收入	应收余额	营业收入	应收余额	营业收入
马拉松业务	707.51	2499.7	137.53	2413.53	88.86	1427.6
足球业务	881.04	2,419.82	20.00	1,559.29	-	1,691.34
职业电竞俱乐部业务	1,875.24	2,438.89	1,634.31	2,867.25	-	1.94
其他业务	9.90	162.89	6.70	340.44	21.36	406.47
合计	3,473.69	7,521.30	1,798.54	6,979.57	110.22	3,527.35

（三）应收账款增长较快的原因

常奥体育应收账款主要为各项赛事及俱乐部相关的赞助款项、运营收入、赛事奖金等。报告期各期末，常奥体育应收账款余额分别为 110.22 万元、1,798.55 万元、3,473.69 万元，近年来应收账款增速较快，主要系 2017 年常奥体育以承办马拉松等赛事业务等为主，收入来源为报名费或门票收入、赛事承办和赞助收入等；报名费或门票通常为预收方式，而赛事承办、赞助收入通常根据项目实施进度分阶段预收款项，部分尾款由于项目总体审计核算等流程存在 6 个月左右信用期，因此应收账款相应较少；此外，标的公司自 2018 年起开展职业足球俱乐部和职业电竞俱乐部运营管理业务产生的应收账款信用期较长，导致应收账款快速增长，常奥体育各业务板块应收账款变动具体情况如下：

1、马拉松业务

报告期各期末，马拉松业务应收账款余额分别为 88.86 万元、157.53 万元、707.51 万元，报告期内各年末应收账款余额较小而 2019 年 9 月末应收余额较大，主要原因系：马拉松赛事业务收入来源主要为报名费收入、政府办赛费用及赞助

收入，报名费通常赛前收取，政府办赛费用及赞助款项通常分阶段付款，部分应收承办费尾款可能由于项目总体审计核算等流程存在 6 个左右的信用期，故马拉松业务整体应收账款余额较小。2019 年 9 月 30 日应收账款余额较高，主要系衡水马拉松、茅山马拉松、呼和浩特马拉松赛事分别在 2019 年 3 月底、4 月中旬和 5 月底完赛，待总体审计完成后整体结算。三项马拉松项目分别增加期末应收账款 29.94 万元、255 万元和 260 万元，故期末余额较高。截至本回复出具日，标的公司已收回呼和浩特马拉松 260 万元承办费。

2、足球业务

报告期各期末，足球业务应收账款余额分别为 0.00 万元、20.00 万元、881.04 万元，应收账款余额大幅增加，主要原因系 2017 年和 2018 年足球业务以承办足球赛事为主，收入来源主要为门票收入、办赛费用和赞助收入。足球赛事均在年中举行，相关款项在各期末已结清 2017、2018 年末应收账款余额为零；2019 年 9 月末应收余额大幅增加主要系 2019 年常奥体育全面承接了昆山 FC 足球俱乐部运营管理工作，根据运营管理服务协议约定，尾款在 2019 年第四季度支付，并在完成年度管理成绩考核完成后结清 2019 年度管理服务费，由于尚未到协议约定付款节点，故应收账款余额增加 881 万，截至本回复出具日，应收账款在期后已收回 732.00 万元，回款情况良好。

3、职业电竞俱乐部业务

报告期各期末，电子竞技业务应收账款余额分别为 0.00 万元、1,634.31 万元、1,875.24 万元，电竞业务应收余额 2018 年末、2019 年 9 月末大幅增长，主要原因系标的公司 2017 年电竞项目均处于投入阶段，2018 年子公司杭州竞灵成功获得王者荣耀职业联赛（KPL）固定参赛席位，随着 KPL 联盟体系逐步成熟与电子竞技行业的发展，常奥体育以电竞赛事奖金、KPL 联盟分成、电竞队员经纪转会、商业赞助、商务合作等多种盈利方式形成收入，故 2018 年末及 2019 年 9 月末常奥体育电子竞技业务应收账款余额大幅增加，电竞业务应收账款主要为应收腾讯的赛事分成及奖金收入，其最终分配来源为腾讯对 KPL 整体赛事版权、商业赞助等商业化开发，由于腾讯需相关收入回款后再分配且内部审批流程时间较长，一般于结算期后 6-12 个月内支付结算款，导致常奥体育职业电竞俱乐部业务产生的应收账款账期较长。

4、其他业务

其他业务包括排球赛事运营、羽毛球赛事运营、体育场馆运营、体育培训等，收入规模较小各期末应收账款余额较小。

综上所述，公司根据业务性质、双方合作关系等综合考虑确定信用政策，报告期内信用政策保持一致。报告期内常奥体育应收账款快速增加，主要系拓展职业足球俱乐部及电竞俱乐部的运营管理业务并且两项业务应收账款信用期较长所致，应收账款增长与公司业务发展背景匹配、符合经营特点及行业惯例，变动合理。

二、坏账准备计提是否充分合理

单位：万元

项目	账龄	余额	比例	坏账准备	账面价值	计提比例
2019-09-30	1年以内（含1年）	3,438.77	98.99%	171.94	3,266.83	5.00%
	1-2年（含2年）	6.90	0.20%	1.38	5.52	20.00%
	2-3年（含3年）	7.75	0.22%	3.87	3.88	50.00%
	3年以上	20.27	0.59%	20.27		100.00%
	合计	3,473.69	100.00%	197.46	3,276.23	5.68%
2018-12-31	1年以内（含1年）	1,770.53	98.44%	88.53	1,682.00	5.00%
	1-2年（含2年）	7.75	0.43%	1.55	6.20	20.00%
	2-3年（含3年）	12.04	0.67%	6.02	6.02	50.00%
	3年以上	8.23	0.46%	8.23		100.00%
	合计	1,798.55	100.00%	104.33	1,694.22	5.80%
2017-12-31	1年以内（含1年）	87.64	79.52%	4.38	83.26	5.00%
	1-2年（含2年）	12.32	11.17%	2.46	9.85	20.00%
	2-3年（含3年）	2.23	2.02%	1.12	1.12	50.00%
	3年以上	8.03	7.29%	8.03		100.00%
	合计	110.22	100.00%	15.99	94.23	14.51%

报告期各期末，常奥体育应收账款账龄较短，其中账龄为1年以内（含1年）的应收账款余额占比分别为79.52%、98.44%、98.99%，应收账款账龄集中在一年以内，符合公司信用政策，报告期内亦未出现应收账款核销情况。

报告期内常奥体育应收对象主要为国企、事业单位与互联网行业知名企业腾讯，客户信誉度较高，应收账款坏账风险较小。截至审计基准日 2019 年 9 月 30 日，公司应收账款余额 100 万以上共计 3,063.06 万元，占应收账款期末余额的 88.18%。截至本回复出具日，余额在 100 万以上的应收账款在期后已收回 1,467.00 万元，回款比例 47.89%，期后回款情况良好。标的公司已结合自身业务情况及《会计准则》制定了较为谨慎的坏账政策并计提了充分坏账准备，标的公司坏账准备计提情况与同行业可比公司对比如下：

名称	1年以内	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
中体产业	0%	1%	50%	50%	50%	50%
智美体育	1.23%	44.37%	97.89%	97.89%	97.89%	97.89%
三夫户外	5%	10%	20%	50%	80%	100%
标的公司	5%	20%	50%	100%	100%	100%

三、会计师核查意见

经核查，会计师认为：报告期内，标的公司应收账款与营业收入的变化相匹配，报告期内应收账款余额增速较快，主要是由于业务快速发展及新拓展业务信用期较长所致；标的公司信用政策未发生明显变化，标的公司期后回款情况良好；标的公司已结合自身业务情况及《会计准则》制定了坏账政策并计提了充分坏账准备，坏账准备计提充分。

7、草案披露，2017 年、2018 年和 2019 年 1-9 月，标的公司向前五大客户的销售额占当期营业收入的比例分别为 47.32%、51.21%和 63.19%，公司客户集中度逐年提高，其中，深圳市腾讯计算机系统有限公司既是公司前五大客户，同时为公司前五大供应商。请公司补充披露：（1）区分马拉松赛事运营、足球俱乐部运营以及电竞俱乐部运营等业务，说明各业务板块前五大客户和供应商情况；（2）结合同行业可比公司情况，说明标的公司客户集中度较高且逐年提高的原因和合理性；（3）结合标的公司与深圳市腾讯计算机系统有限公司的业务合作模式，说明其既是前五大客户又是前五大供应商的原因和合理性。请财务顾问及会计师发表明确意见。

回复:

一、区分马拉松赛事运营、足球俱乐部运营以及电竞俱乐部运营等业务,说明各业务板块前五大客户和供应商情况;

(一) 马拉松业务主要客户及供应商情况

报告期各期, 马拉松业务前五名客户分别占马拉松业务收入的 88.97%、76.11%、76.58%, 主要为承办费及赞助费, 标的公司报告期内承接马拉松项目较少, 客户相对集中; 前五名供应商分别占马拉松业务总采购额的 53.50%、53.33%、48.89%, 主要为转播费、现场搭建费、招商服务费以及其他采购类支出, 前五名供应商占比较高主要系采购转播费金额较大所致。马拉松业务主要客户及供应商情况如下:

1、主要客户情况

单位: 万元

期间	序号	客户	交易额	占比	交易类型	合作赛事
2019 年 1-9 月	1	南京市溧水区体育局	739.96	29.60%	承办费	溧水马拉松
	2	南京溧水商贸旅游集团有限公司	358.49	14.34%	赞助费	溧水马拉松
	3	九江文旅元智文化传媒有限公司	329.87	13.20%	承办费	庐山马拉松
	4	人民体育(北京)有限公司	245.28	9.81%	承办费	呼和浩特马拉松
	5	常州江东现代传媒有限公司	240.57	9.62%	承办费	茅山马拉松
	合计		1,914.17	76.58%		
2018 年度	1	南京市溧水区体育局	789.36	32.71%	承办费	溧水马拉松
	2	江苏江南农村商业银行股份有限公司	471.70	19.54%	赞助费	常州马拉松
	3	常州江东现代传媒有限公司	231.13	9.58%	承办费	茅山马拉松
	4	常州市体育局	112.74	4.67%	承办费	常州马拉松
	5	人民网股份有限公司黑龙江分公司	70.28	2.91%	承办费	镜泊湖马拉松
	合计		1,675.21	69.41%		
2017 年度	1	江苏江南农村商业银行股份有限公司	471.70	33.04%	赞助费	常州西马马拉松
	2	南京市溧水区体育总会	225.91	15.82%	承办费	溧水马拉松
	3	常州江东现代传媒有限公司	188.68	13.22%	承办费	茅山马拉松

期间	序号	客户	交易额	占比	交易类型	合作赛事
	4	常州市体育竞赛管理中心	113.21	7.93%	承办费	常州马拉松
	5	奇思国际广告（北京）有限公司	94.34	6.61%	赞助费	常州马拉松
	合计		1,093.84	76.62%		

2、主要供应商情况

单位：万元

期间	序号	供应商	交易额	占比	交易类型
2019 年 1-9 月	1	江苏省广播电视集团有限公司	360.85	27.94%	转播费
	2	江苏盛岩展览有限公司	101.04	7.82%	现场搭建费
	3	南京市溧水区体育局	80.00	6.19%	招商服务费
	4	江苏漫通传媒有限公司	50.00	3.87%	招商策划费
	5	中国田径协会	39.43	3.05%	服务成本费
	合计		631.32	48.89%	
2018 年度	1	江苏省广播电视集团有限公司	768.87	36.33%	转播费
	2	江苏盛岩展览有限公司	152.30	7.20%	现场搭建费
	3	南京市溧水区体育总会	80.00	3.78%	招商服务费
	4	人民体育（北京）有限公司	75.47	3.57%	策划服务费
	5	银河星光（北京）文化传播有限公司	51.89	2.45%	航拍费
	合计		1,128.53	53.33%	
2017 年度	1	中视体育娱乐有限公司	518.87	32.42%	转播费
	2	江苏盛岩展览有限公司	150.66	9.41%	现场搭建费
	3	广州素纯服饰有限公司	68.80	4.30%	服装费
	4	银河星光（北京）文化传播有限公司	61.32	3.83%	航拍费
	5	博罗县新鑫五金制品有限公司	55.09	3.44%	物资采购费
	合计		854.74	53.41%	

（二）足球业务主要客户及供应商情况

2017 年和 2018 年常奥体育足球业务收入主要来源于足球赛事业务，常奥体育承办多场足球赛事并打造了常州“龙城杯”国际足球邀请赛、CSC 国际足球俱

乐部超级杯等足球赛事，并相应取得赛事承办收入、赛事赞助收入、门票收入，采购支出主要为邀请球队的支出以及办赛支出。2019 年常奥体育足球业务收入基本来源于俱乐部管理业务，主要原因系：1、常奥体育邀请的西甲球队西班牙人闯入欧联杯，其比赛时间与原约定的邀请赛时间冲突，经友好协商，取消了 2019 年邀请赛；2、常奥体育集中资源开展职业足球俱乐部运营管理工作而减少承接其他足球赛事业务所致。足球业务内容的变化导致 2019 年成本足球业务成本主要为常奥体育派驻团队的薪酬及相关运营管理费用，发生采购较少。足球业务主要客户及供应商情况详见下表：

1、主要客户情况

单位：万元

期间	序号	客户	交易额	占比	交易类型	交易内容
2019 年 1-9 月	1	昆山足球俱乐部有限公司	2,355.51	97.34%	运营管理费	俱乐部运营
	2	江苏省足球运动协会	33.02	1.36%	承办费	青训比赛
	3	南京市溧水区体育局	28.30	1.17%	承办费	青训比赛
	4	其他零星客户	3.00	0.12%	其他	青训比赛
	合计		2,419.82	100.00%		
2018 年度	1	蒋伟国	325.47	20.88%	门票收入	超级杯门票款
	2	昆山阳澄湖文商旅集团有限责任公司	200.94	12.89%	运营管理费	俱乐部服务
	3	昆山市体育中心发展有限公司	146.23	9.38%	承办费	超级杯昆山站
	4	江苏苏宁足球俱乐部有限公司	71.02	4.55%	承办费	国足足球赛
	5	苏州市体育实业投资发展有限公司	61.46	3.94%	承办费	国足 U23 足球赛
	合计		805.12	51.64%		
2017 年度	1	包头市体育局	594.34	35.14%	承办费	包头足球节
	2	龚逸山	188.68	11.16%	门票收入	龙城杯门票收入
	3	江苏江南实业集团有限公司	141.51	8.37%	赞助费	龙城杯冠名款
	4	江苏省足球运动协会	80.23	4.74%	承办费	青训赛事等
	5	常州市武进区体育局	22.14	1.31%	承办费	青训赛事
	合计		1,026.90	60.72%		

2、主要供应商情况

单位：万元

期间	序号	供应商	交易额	占比	交易内容
2019 年 1-9 月	1	苏州福特博体育文化有限公司	143.69	72.89%	青训服务费
	2	昆山正元名饮商贸有限公司	18.92	9.60%	物资采购费
	3	江苏鼎信利达建设管理有限公司	16.89	8.57%	中标服务费
	4	武进区湖塘兰新安定副食品店	10.06	5.10%	物资采购费
	5	其他零星采购	7.56	3.84%	物资采购费
	合计		197.12	100.00%	
2018 年度	1	沙尔克 04 足球俱乐部	232.57	47.09%	球队邀请费
	2	修咸顿（上海）体育文化发展有限公司	95.52	19.34%	球队邀请费
	3	中国福特宝足球产业发展公司	70.75	14.33%	赛事代理费
	4	河北华夏幸福足球俱乐部有限公司	25.47	5.16%	球队邀请费
	5	南京苏宁常奥赛事运营有限公司	18.87	3.82%	赛事服务费
	合计		443.18	89.73%	
2017 年度	1	国际米兰足球俱乐部	383.53	57.16%	球队邀请费
	2	常州万鸿保安服务有限公司	54.68	8.15%	安保费
	3	常州奥体场馆管理有限公司	47.17	7.03%	俱乐部活动服务费
	4	SANHETOURSS.L.	39.69	5.92%	旅行社服务费
	5	北京百乐科技有限公司	29.93	4.46%	赛事服务费
	合计		555.00	82.72%	

（三）电竞业务主要客户及供应商情况

报告期内，电竞业务前五名客户分别占电竞业务收入的 100.00%、92.00%、77.33%，客户相对集中，收入构成主要为转会费收入及赛事奖金及分成；前五名供应商分别占电竞业务总采购额的 39.58%、76.03%、42.92%，主要为根据协议约定按自行开发的商务赞助支付给腾讯的分成费，以及队员住宿的房租费、物业费，其中 2018 年购入 KPL 联盟席位权支出 1,200 万元（含税），导致 2018 年供应商集中度加强。电竞业务主要客户及供应商情况如下：

1、主要客户情况

单位：万元

期间	序号	客户	交易额	占比	交易类型
2019 年 1-9 月	1	上海耀竞电子科技有限公司	679.25	27.85%	转会费
	2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	619.57	25.40%	赛事奖金及分成

期间	序号	客户	交易额	占比	交易类型
	3	腾讯科技（成都）有限公司	273.11	11.20%	赛事奖金及分成
	4	广州虎牙信息科技有限公司	219.77	9.01%	赞助收入
	5	上海达布流易体育文化有限公司	94.34	3.87%	转会费
	合计		1,886.04	77.33%	
2018 年度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1,666.37	58.12%	赛事奖金及分成
	2	坤舟信息技术（杭州）有限公司	424.53	14.81%	赞助收入
	3	上海微锡文化发展有限公司	291.26	10.16%	转会费
	4	上海星奥文化传播有限公司	177.36	6.19%	转会费
	5	北京达佳互联信息技术有限公司	78.30	2.73%	赞助收入
	合计		2,637.82	92.00%	
2017 年度	1	江苏一站地网络科技有限公司	1.94	100.00%	赞助费
	合计		1.94	100.00%	

2、主要供应商情况

单位：万元

期间	序号	供应商名称	交易额	交易占比	交易类型
2019 年 1-9 月	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	155.74	19.55%	分成费
	2	厦门庆寿堂文化传媒有限公司	69.43	8.72%	转会服务费
	3	上海蕾曦文化传媒有限公司	56.60	7.11%	直播签约代理费
	4	宋佰茂	32.40	4.07%	房租费
	5	上海泛悦互娱文化发展有限公司	27.78	3.49%	直播代理运营费
	合计		341.96	42.92%	
2018 年度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1,218.55	63.82%	KPL 席位费及分成费
	2	上海煜义文化传播有限公司	131.07	6.86%	转会服务费
	3	钟楼区北港望野电竞服务工作室	72.50	3.80%	转会服务费
	4	上海武卿体育文化有限公司	16.00	0.84%	转会服务费
	5	熊新峰	13.50	0.71%	房租费
	合计		1,451.62	76.03%	
2017 年度	1	江苏高正物业管理有限公司	7.36	13.82%	物业费
	2	常州完美空间装潢设计有限公司	5.86	11.00%	装饰费
	3	长江龙城科技有限公司	4.86	9.14%	房租费
	4	潘涛	1.55	2.92%	房租费

期间	序号	供应商名称	交易额	交易占比	交易类型
	5	迪锐克斯科技无锡有限公司	1.44	2.70%	服装费
		合计	21.07	39.58%	

二、结合同行业可比公司情况，说明标的公司客户集中度较高且逐年提高的原因和合理性；

(一) 常奥体育前五大客户：

报告期内，常奥体育前五大客户具体情况如下：

单位：万元

期间	序号	客户	归属板块	收入金额	占比
2019 年 1-9 月	1	昆山足球俱乐部有限公司	足球业务	2,355.51	31.32%
	2	南京市溧水区体育局	马拉松业务	739.96	9.84%
	3	上海耀竞电子科技有限公司	职业电竞俱乐部业务	679.25	9.03%
	4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	职业电竞俱乐部业务	619.57	8.24%
	5	南京溧水商贸旅游集团有限公司	马拉松业务	358.49	4.77%
		合计		4,752.78	63.19%
2018 年度	1	深圳市腾讯计算机系统有限公司	职业电竞俱乐部业务	1,666.37	23.21%
	2	南京市溧水区体育局	马拉松业务	789.36	10.99%
	3	江苏江南农村商业银行股份有限公司	马拉松业务	471.70	6.57%
	4	坤舟信息技术（杭州）有限公司	职业电竞俱乐部业务	424.53	5.91%
	5	蒋伟国	足球业务	325.47	4.53%
		合计		3,677.43	51.21%
2017 年度	1	包头市体育局	足球业务	594.34	16.85%
	2	江苏江南农村商业银行股份有限公司	马拉松业务	471.70	13.37%
	3	南京市溧水区体育总会	马拉松业务	225.91	6.40%
	4	常州江东现代传媒有限公司	马拉松业务	188.68	5.35%
	5	龚逸山	足球业务	188.68	5.35%
		合计		1,669.30	47.32%

报告期各期，常奥体育前五大客户的占比分别为 47.32%、51.21%、63.19%，

报告期内，常奥体育客户集中度较高且逐年提高，主要系其所处行业特征及公司所处的发展阶段所致。常奥体育从事的业务主要包括马拉松业务、足球业务、职业电竞电竞俱乐部业务，这些业务单一赛事或俱乐部服务的采购金额较大，并且报告期内常奥体育处于快速发展阶段，报告期内拓展了职业足球俱乐部和职业电竞俱乐部的运营管理业务，导致报告期内客户集中度逐期提升。2018 年常奥体育收购杭州竞灵拓展电竞业务板块，导致 2018 年新增腾讯（赛事奖金及联盟分成收入）和坤舟信息技术（杭州）有限公司（俱乐部赞助收入）成为前五大客户，2019 年腾讯（赛事奖金和联盟分成收入）和上海耀竞电子科技有限公司（电竞队员转会收入）成为前五大客户；2019 年常奥体育全面承接昆山足球俱乐部的运营管理业务，导致昆山足球俱乐部有限公司成为 2019 年新增第一大客户。报告期内常奥体育收入构成情况如下：

单位：万元

业务类型	项目	2019 年 1-9 月		2018 年度		2017 年度	
		收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
马拉松业务	溧水马拉松	1,242.53	16.52%	992.64	13.82%	322.58	9.15%
	常州马拉松		0.00%	926.03	12.90%	890.14	25.24%
	茅山马拉松	280.40	3.73%	273.28	3.81%	214.88	6.09%
	其他马拉松	976.77	12.99%	221.58	3.09%		0.00%
足球业务	足球赛事承办	64.32	0.86%	1,358.35	18.92%	1,691.34	47.95%
	职业俱乐部管理	2,355.51	31.32%	200.94	2.80%		0.00%
职业电竞俱乐部业务	王者荣耀	2,437.92	32.41%	2,516.95	35.05%		0.00%
	英雄联盟及其他	0.97	0.01%	350.29	4.88%	1.94	0.05%
其他业务	排球赛事	14.39	0.19%	61.68	0.86%	30.43	0.86%
	场馆运营及体育培训	148.50	1.97%	278.76	3.88%	376.04	10.66%
合计		7,521.31	100.00%	7,180.50	100.00%	3,527.35	100.00%

目前 A 股上市公司中，暂不存在与标的资产业务形态、服务内容一致的上市公司，结合常奥体育各项业务发展情况及行业特点具体分析如下：

1、马拉松业务：马拉松业务所产生的营业收入主要来源于当地政府支付的承办费及赞助费。报告期内，标的公司大型马拉松赛事主要有常州马拉松、溧水马拉松、茅山马拉松，其主要收入来源为体育局承办费用，客户集中度相对较高，

随着承办马拉松项目数量提升及收入规模的增长，标的公司客户集中度会相应下降。

2、足球业务：2018 年以前常奥体育主要从事足球赛事运营业务，足球赛事类似马拉松赛事收入一部分来源于承办费或赞助费，足球赛事举办的赞助商相对集中，导致足球赛事运营业务的营业收入的客户集中度相对较高；自 2018 年常奥体育承接昆山足球俱乐部职业足球俱乐部的运营管理业务，其营业收入来源于服务对象，根据行业惯例，一般不存在一家服务机构同时向多家足球俱乐部提供管理运营服务，该特征导致职业足球俱乐部运营管理业务的客户集中度相对较高。

3、职业电竞俱乐部业务：标的公司电竞收入主要来源赛事奖金、联盟收入分成以及队员转会收入。KPL 职业联赛为腾讯举办，赛事奖金、联盟收入金额相对较大，均由腾讯支付，故电竞业务集中度较高。

综上所述，常奥体育报告期内客户集中度较高且逐期提高一方面主要由于行业特点及公司发展阶段所致，不存在重大客户依赖情况；另一方面主要系常奥体育下游客户采购的服务专业性、系统性、复杂性较高，常奥体育通过与合作，凭借自身在服务质量、效率、效果方面的优势，取得客户认可培育客户粘性，与主要客户建立并维系了良性的共生关系。此外，常奥体育未来将通过重点客户合作形成的品牌效应和示范效应积极拓展新的客户，随着其业务的发展和赛事项目的增加客户集中度将逐步降低。

三、结合标的公司与深圳市腾讯计算机系统有限公司的业务合作模式，说明其既是前五大客户又是前五大供应商的原因和合理性。

单位：万元

客户/供应商	业务内容	2018 年交易金额	2019 年 1-9 月交易金额
客户	赛事奖金及联盟分成	1,666.37	619.57
供应商	参赛席位费和分成	1,218.55	155.74
	其中：参赛席位费	1,132.08	
	商业赞助分成	86.47	155.74

报告期内，常奥体育职业电竞俱乐部业务系通过下属子公司杭州竞灵与腾讯合作，双方在 2018 年签署《王者荣耀职业赛事联盟协议》，杭州竞灵通过该协议取得了王者荣耀职业赛事（KPL）的参赛席位权。2018 年、2019 年 1-9 月腾讯既是前五大客户又是前五大供应商，具体说明如下：

2018 年、2019 年 1-9 月腾讯作为客户，杭州竞灵在 2018 年和 2019 年 1-9 月分别获得赛事奖金、联盟分成收入 1,666.37 万元和 619.57 万元。根据《王者荣耀职业赛事联盟协议》，具有 KPL 参赛席位的队伍可通过参与官方比赛获得赛事奖金、联盟收入分成，故腾讯为常奥体育电子竞技业务的主要客户。

2018 年、2019 年 1-9 月腾讯作为供应商，杭州竞灵向腾讯采购参赛席位权 1,132.08 万元（不含税金额），在 2018 年和 2019 年 1-9 月分别向腾讯采购商业赞助分成 86.47 万元和 155.74 万元。1、参赛席位权：根据联盟协议约定，杭州竞灵自协议生效之日起至协议到期终止（2018 年 10 月 24 日-2028 年 10 月 24 日）或提前解除之日，在通过腾讯准入审核并足额支付席位费 1,200.00 万元（含税金额）的前提下，杭州竞灵具备参加王者荣耀职业赛事（KPL）的席位权利并享有获得相应收益的权利。故当年杭州竞灵采购参赛席位权 1,132.08 万元（不含税）；2、商业赞助分成：根据联盟协议约定，俱乐部自行开发的商业赞助收入基础条款部分以及转会费收入的 10%需支付给腾讯，故报告期内 2018 年、2019 年 1-9 月杭州竞灵根据自行开发商业赞助相关收入计提应支付给腾讯的分成分别为 86.47 万元和 155.74 万元。

综上所述，腾讯成为常奥体育的前五大客户及前五大供应商均系根据《王者荣耀职业赛事联盟协议》相关约定所致，具有合理的业务背景，不涉及其他利益安排。

四、会计师核查意见

经核查，会计师认为标的公司客户集中度较高且逐年提高，主要为业务结构变动影响，符合标的公司经营情况及行业惯例，深圳市腾讯计算机系统有限公司成为标的公司前五大客户及前五大供应商系根据《王者荣耀职业赛事联盟协议》相关约定所致，具有合理的业务背景，不涉及其他利益安排。

9、草案披露，标的公司按支付的转会费用确认为无形资产账面原值，并按转会协议有效期进行摊销；此外，标的公司将其取得的参赛席位权确认为无形资产，并根据协议有效期 10 年进行摊销。请公司说明相关会计处理的依据与合理性，是否符合《企业会计准则》的相关规定。请财务顾问及会计师发表明确意见。

回复:

一、标的公司无形资产具体情况

(一) 标的公司采用的无形资产政策

无形资产包括席位费、队员技术、商标等,按成本进行初始计量。

使用寿命有限的无形资产,在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销,无法可靠确定预期实现方式的,采用直线法摊销。具体年限如下:

项目	摊销年限(年)
席位费	10
队员技术	5年以下(含5年)
商标	1

使用寿命确定的无形资产,在资产负债表日有迹象表明发生减值的,按照账面价值与可收回金额的差额计提相应的减值准备;使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产,无论是否存在减值迹象,每年均进行减值测试。

(二) 标的公司无形资产情况

报告期内,标的公司无形资产情况如下:

单位:万元

项目	2019-09-30		2018-12-31		2017-12-31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
参赛席位权	1,018.87	84.59%	1,103.77	89.33%	-	-
队员技术	185.67	15.41%	131.78	10.67%	28.09	100.00%
合计	1,204.54	100.00%	1,235.55	100.00%	28.09	100.00%

二、相关会计准则规定

《企业会计准则第6号——无形资产》规定:

第三条 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。满足以下条件之一的,符合无形资产定义中的可辨认性标准:

（一）能够从企业中分离或者划分出来，并能单独或者与相关合同、资产或负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或者交换。

（二）源自合同性权利或其他法定权利，无论这些权利是否可以从企业或其他权利和义务中转移或者分离。

第四条 无形资产同时满足下列条件的，才能予以确认：

（一）与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；

（二）该无形资产的成本能够可靠地计量。

第十二条 无形资产应当按照成本进行初始计量。

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。

第十六条 企业应当于取得无形资产时分析判断其使用寿命。

无形资产的使用寿命为有限的，应当估计该使用寿命的年限或者构成使用寿命的产量等类似计量单位数量；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，应当视为使用寿命不确定的无形资产。

三、无形资产确认的合理性

（一）参赛席位权

参赛席位权系常奥体育下属子公司杭州竞灵与腾讯签署《王者荣耀职业赛事联盟协议》并足额支付席位费取得的王者荣耀职业赛事（KPL）参赛席位权。符合《企业会计准则》中无形资产定义及确认条件：1、参赛席位权满足“源自合同性权利的标准”，属于企业拥有或控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产；2、取得（KPL）参赛席位权，取得赛事奖金及联盟分成，有关的经济利益很可能流入企业；3、该无形资产的成本，根据《王者荣耀职业赛事联盟协议》能够可靠地计量。故参赛席位确认为无形资产符合《企业会计准则》规定。

（二）队员技术

队员技术系常奥体育下属子公司杭州竞灵与其他电竞俱乐部签署《转会协

议》，约定电竞选手转会至杭州竞灵，并重新签订劳务合同，参加相关电竞赛事，并根据协议约定支付转会费用，转会费用作为确认为队员技术价值的依据。符合《企业会计准则》中无形资产定义及确认条件：1、转会球员使用权利满足“源自合同性权利的标准”，属于企业拥有或控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产；2、取得电竞队员权利，参与职业联赛获的赛事奖金及联盟分成，有关的经济利益很可能流入企业；3、该无形资产的成本，根据《转会协议》能够可靠地计量。故电竞队员确认为无形资产符合《企业会计准则》规定。

四、无形资产摊销期限的合理性

（一）参赛席位权

标的公司根据协议有效期 10 年对参赛席位权进行摊销，标的公司与腾讯之间签订的《王者荣耀职业赛事联盟协议》约定该协议有效期为 10 年，如协议未提前解除或终止的，该俱乐部在联盟合法、有效运营的期限内始终拥有王者荣耀职业赛事的参赛席位，目前王者荣耀职业赛事（KPL）发展及预期收益良好，标的公司亦无提前解除合同计划。基于协议约定及行业发展情况，标的公司合理预计该无形资产使用寿命为 10 年，故按 10 年摊销。

（二）队员技术

标的公司根据转会协议约定进行摊销。根据转会协议，转会选手需按照王者荣耀职业赛事联盟官方的规定与转入俱乐部签署协议并向官方备案，转会选手方可代表转入俱乐部参加王者荣耀职业赛事，具体确定队员技术摊销年限时，标的公司结合自身业务情况以电竞选手的职业生涯剩余年限与劳务合同约定期限两者孰低的年限确定摊销年限。职业电竞选手一般年龄在 18-24 岁，该时期人的反应较其他时期迅速，大多职业电竞选手在 25 岁左右退役，因此标的公司以 25 岁作为电竞选手的退役年限，据此确定电竞选手的职业生涯剩余年限。

五、会计师核查意见

经核查，会计师认为标的公司将其取得的参赛席位权确认为无形资产，并根据协议有效期 10 年进行摊销；按支付的职业队员转会费用确认为无形资产账面原值，并按转会协议约定进行摊销。相关会计处理符合《企业会计准则》相关规

定。

10、草案披露，公司 2019 年 1-9 月实现营业收入 7521 万元，同比增长 4.75%，营业成本 4597 万元，同比下降 20.67%，降幅较大。请公司：（1）营业成本大幅下降的原因及合理性；（2）结合各板块业务开展情况，说明营业收入与营业成本变动幅度不一致的原因，与同行业公司趋势是否一致。请财务顾问及会计师发表明确意见。

回复：

一、营业成本大幅下降的原因及合理性

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月		2018 年度	
	成本	成本占比	成本	成本占比
马拉松业务	1,603.10	34.88%	1,891.76	32.65%
足球业务	987.65	21.49%	947.50	16.35%
职业电竞俱乐部业务	1,818.00	39.54%	2,689.39	46.41%
其他业务	187.79	4.09%	265.85	4.59%
合计	4,596.54	100.00%	5,794.50	100.00%

常奥体育营业成本 2019 年 1-9 月为 4,596.54 万元，较 2018 年全年数低 1,197.96 万元，2019 年 1-9 月营业成本占 2018 年全年营业成本比例为 79.33%。前述变化主要系：（一）期限不同。前述 2019 年系 1-9 月营业成本，第四季度成本尚未发生，2018 年系全年营业成本；（二）2018 年职业电竞俱乐部业务营业成本较高，主要系常奥体育子公司赤焰狼 2018 年以前运营 PRW 电子竞技俱乐部，该俱乐部于 2016 年 10 月成立并组建队伍，参加英雄联盟次级联赛，由于 2017 年英雄联盟职业联赛（LPL）取消升降级制度并实行联盟化（固定席位制），即次级联赛队伍无望升级参与 LPL，故常奥体育于 2018 年下半年解散了该俱乐部，剔除 PRW 电子竞技俱乐部相关成本后，标的公司 2018 年职业电竞俱乐部业务营业成本为 1,955.01 万元，均为杭州竞灵运营的 Hero 久竞电子竞技俱乐部相关成本，2019 年 1-9 月杭州竞灵营业成本 1,818.00 万元，年化后为 2,424.00 万元，较 2018 年增幅为 21.50%，主要系电竞俱乐部业务规模及人员增加所致，营业成本变动合理。

二、结合各板块业务开展情况，说明营业收入与营业成本变动幅度不一致的原因，与同行业公司趋势是否一致。

单位：万元

业务板块	项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	变动金额	变动比例
马拉松业务	营业收入	2,499.70	2,413.53	86.17	3.57%
	营业成本	1,603.10	1,891.76	-288.66	-15.26%
足球业务	营业收入	2,419.82	1559.29	860.53	35.56%
	营业成本	987.65	947.50	40.15	4.24%
职业电竞俱乐部业务	营业收入	2,438.89	2,867.25	-428.36	-14.94%
	营业成本	1,818.00	2,689.39	-871.39	-32.40%
其他业务	营业收入	162.89	340.44	-177.55	-52.15%
	营业成本	187.80	265.86	-78.06	-29.36%
合计	营业收入	7,521.3	7,180.5	340.8	4.75%
	营业成本	4,596.6	5,794.5	-1,198.0	-20.67%

标的公司 2019 年 1-9 月实现营业收入 7,521 万元，同比增长 4.75%，营业成本 4597 万元，同比下降 20.67%，营业收入与营业成本变动幅度不一致，但相关变动符合公司业务特点和行业特性，由于标的公司业务为体育行业细分领域且当前规模较小，无可比上市公司，结合各板块业务开展情况具体分析如下：

（一）马拉松业务

标的公司马拉松业务存在营业收入与营业成本非线性变动特点，由于马拉松业务处于逐步开拓期目前赛事数量尚未达到执行团队可承办的最大工作量，故报告期内赛事收入逐期增加但成本尤其是执行团队人工成本未同比例增加，此外随着马拉松行业的发展、马拉松赛事品牌和声誉的积累，相应商务开发收入增加导致营业成本变动幅度与营业收入变动幅度不一致。

（二）足球业务

2018 年足球业务收入主要为足球赛事承办，营业收入金额 1,358.35 万元，占当年足球业务收入比重 87.11%。2019 年标的公司由赛事承办转为承接附加值更高的职业足球俱乐部的运营管理业务，全面承接昆山足球俱乐部委托运营管理，2019 年 1-9 月实现营业收入 2,355.51 万元，占同期足球业务收入比重为 97.34%，

业务内容、毛利率不同导致收入成本变动。

（三）职业电竞俱乐部业务

标的公司电竞业务于 2018 年解散一直处于投入阶段的 PRW 电子竞技俱乐部导致 2019 年营业成本相应减少。营业收入与营业成本变动幅度不一致导致标的公司毛利率增加。

三、会计师核查意见

经核查，会计师认为，营业成本大幅下降主要系非全年数据影响并且标的公司停止亏损的电竞俱乐部投入所致，营业收入与营业成本变动幅度不一致与标的公司业务发展情况相符，具有合理业务背景。



中国注册会计师：



中国注册会计师：





统一社会信用代码

911101085923425568

营业执照

(副本)

扫描二维码
“国家企业信用
信息公示系统”
了解更多登记、
备案、许可、监
管信息



名称 天联国际会计师事务所 (特殊普通合伙)

类型 特殊普通合伙企业

执行事务合伙人 邱靖之

经营范围

审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；软件开发、技术咨询、技术服务；应用软件开发；基础软件服务；计算机系统处理（数据中心的银行产品中心、PUE值在1.4以上的云计算数据中心除外）；企业管理咨询；销售计算机、软件及辅助设备。（下期出资时间为2019年06月30日，依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。）

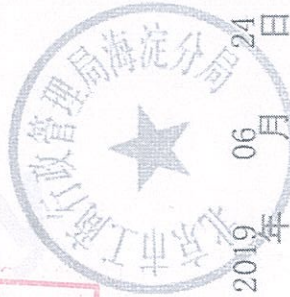
成立日期 2012年03月05日

合伙期限 2012年03月05日至长期

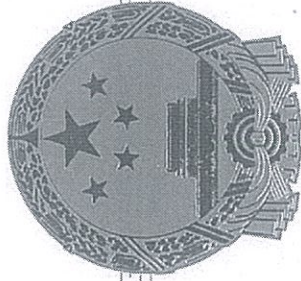
主要经营场所 北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

天联国际会计师事务所 (特殊普通合伙)
与原件核对一致
(XV)

登记机关



2019年06月24日



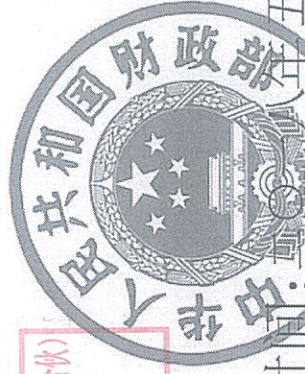
证书序号: 000406

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准
天职国际会计师事务所 (特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人:

邱立清之
与原件核对一致
(XV)



证书号: 08

发证时间: 二〇二〇年五月二十八日

证书有效期至: 二〇二〇年五月二十八日

证书序号:0000175

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批,准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的,应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的,应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

会计师事务所

执业证书

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)

名称:

邱靖之

首席合伙人:

主任会计师:

经营场所:

北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A-1和A-5区域

特殊普通合伙

组织形式:

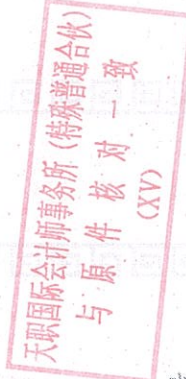
11010150

执业证书编号:

京财会许可[2011]0105号

批准执业文号:

批准执业日期:2011年11月14日



发证机关:

二〇一八年七月二十六日

中华人民共和国财政部制



姓名 韩雁光
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1981-08-19
Date of birth
工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)广州分所
Working unit
身份证号码 411381810819001
Identity card No.

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
与原件核对一致
(XV)

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after



韩雁光(110002400146), 已通过广东省注册会计师协会2018年任职资格检查。通过文号: 粤注协〔2018〕68号。



110002400146

年 月 日
/y /m /d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格, 继续有效一年。
This certificate is valid for another year after



韩雁光(110002400146), 已通过广东省注册会计师协会2019年任职资格检查。通过文号: 粤注协〔2019〕94号。



110002400146

年 月 日
/y /m /d



姓 名 杨勇
Full name
性 别 男
Sex
出生日期 1989-01-20
Date of birth
工作单位 天职国际会计师事务所(特殊普通
Working unit 通合伙)广州分所
身份证号码 500383198901209154
Identity card No.

天职国际会计师事务所(特殊普通合伙)
与原件核对一致
(XV)

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.



杨勇(110101505175)，已通过广东省注册会计师协会2019
年任职资格检查。通过文号：粤注协(2019) 94号。



110101505175

/y /m /d

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after
this renewal.

年 月 日
/y /m /d