

广东高乐股份有限公司

关于对深圳证券交易所 2019 年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容的真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

广东高乐股份有限公司（以下简称“高乐股份”或“公司”）于 2020 年 7 月 6 日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对广东高乐股份有限公司 2019 年年报的问询函》（中小板年报问询函【2020】第 337 号），公司高度重视，现对相关问题回复如下：

问题 1：

根据你公司披露的《关于公司控股子公司深圳市异度信息产业有限公司 2019 年度业绩承诺未实现情况说明及致歉公告》，深圳市异度信息产业有限公司（以下简称“异度信息”）2019 年实现扣除非经常性损益后的净利润（以下简称“扣非后净利润”）-1,996.51 万元，未能完成其 6,190.00 万元的业绩承诺。你对异度信息全额计提 2.43 亿元商誉减值准备。

（1）请你公司补充披露商誉减值测试的核心参数选取及其方法、相关测算依据，并结合异度信息的经营状况、外部环境等，说明你公司报告期内对异度信息全额计提商誉减值准备是否必要、合理，是否存在通过商誉减值对当期财务报表进行不当盈余管理的情形。

问题回复：

公司已根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，在资产负债表日（2019 年 12 月 31 日）判断包含商誉在内的公司各项资产是否存在可能发生资产减值的迹象，并进行减值测试，对包含商誉在内的公司各项资产存在减值迹象的，按照准则规定估计其可收回金额。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定，可收回金额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。公司收购深圳市异度信息产业有限公司（以下简称“异度信息”）形成的商誉所属的资产组，高乐股份管理层没有销售意图、不存在销售协议价格、近期无相关活跃交易市场，同时难以获取同行业类似资产组交易案例，故商誉减值测试无法可靠估计商誉所属资产组的公允价值（公允价值）减去处置费用的净额，商誉减值测试采用资产预计未来现金流量现值的模式计算其可收回金额。

一、 收购异度信息形成的商誉减值测试过程与方法

1. 商誉所属资产组的确定

《企业会计准则第 8 号——资产减值》第十八条规定：有迹象表明一项资产可能发生减值的，企业应当以单项资产为基础估计其可收回金额。企业难以对单项资产的可收回金额进行估计的，应当以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。

异度信息按照能否独立产生现金流入以及公司对其生产经营活动的管理与监控方式、对资产使用和处置的决策方式等作为考虑的重要因素，认定商誉所属的资产组。商誉所属资产组为异度信息与商誉相关的资产组的资产及负债（商誉所属资产组的经营性净资产）。

异度信息与商誉相关的资产组的资产及负债（商誉所属资产组的经营性净资产），包括与异度信息长远发展要求相适应，能够形成核心竞争力的资产或经济资源。其金额为根据经审计的 2019 年 12 月 31 日资产负债表余额，扣除溢余资产（指超过生产经营所需，且自由现金流量预测不涉及的资产）、非经营性资产与负债（指与生产经营无关的且自由现金流量预测不涉及的资产和负债）后的净额。

异度信息与商誉相关的资产组的资产及负债（商誉所属资产组的经营性净资产）账面价值如下：（单位：人民币元）

| 资产类型 | 账面金额（元） |
|-------|---------------|
| 货币资金 | 10,887,098.42 |
| 应收账款 | 48,327,180.72 |
| 预付款项 | 99,011,195.39 |
| 其他应收款 | 523,990.14 |

| 资产类型 | 账面金额（元） |
|---------|----------------|
| 存货 | 34,360,454.31 |
| 其他流动资产 | 718,511.21 |
| 流动资产合计 | 193,828,430.19 |
| 固定资产 | 33,643,002.24 |
| 无形资产 | 1,910,623.02 |
| 长期待摊费用 | 54,658.11 |
| 非流动资产合计 | 35,608,283.37 |
| 资产总计 | 229,436,713.56 |
| 应付票据 | 7,007,655.00 |
| 应付账款 | 7,315,868.41 |
| 预收款项 | 5,026,328.12 |
| 应付职工薪酬 | 5,557,672.55 |
| 应交税费 | 6,824,794.75 |
| 其他应付款 | 2,148,004.82 |
| 流动负债合计 | 33,880,323.65 |
| 预计负债 | 3,314,555.30 |
| 非流动负债合计 | 3,314,555.30 |
| 负债合计 | 37,194,878.95 |
| 资产组合计 | 192,241,834.61 |

2. 商誉减值测试的具体过程、选取参数的原因

i、商誉减值测试的重要假设

公司在进行商誉减值测试时以资产的当前状况为基础，不包括与将来可能会发生的、尚未作出承诺的重组事项有关或者与资产改良有关的预计未来现金流量，未来发生的现金流出包括为了维持资产正常运转或者原定正常产出水平所必需的现金流出。

公司进行商誉减值测试时所依赖的重要假设主要包括如下方面：

(i) 各项资产均以资产负债表日的实际存量、余额为前提；

(ii) 假设预测期的外部经济环境不会发生不可预见的重大变化，有关信贷利率、汇率、赋税基准及税率，政策性征收费用等不发生重大变化；

(iii) 不考虑公司股权或相关资产可能承担的抵押、担保事宜对预计未来现金流量的影响，也不考虑国家宏观经济政策发生变化以及遇有自然力和其它不可抗力对资产价格的影响；

(iv) 假定公司的收入、成本、费用于年度内均匀发生，现金流为期中产生，并能获得稳定收益，且5年后公司进入稳定期(各年收益总体平均与第5年相同)。

(v) 假定公司未来经营按照运营计划如期实施，公司在现有的管理方式和管水平的基础上，经营范围、方式与现时方向保持一致。

ii、企业自由现金流量的确定

营业收入：以经审计的近3年的经营业绩、2020年预算以及行业数据为基础，遵循现行有关法律、法规的规定，根据国家宏观政策，研究了异度信息所处行业的现状与前景，分析了公司的优势与劣势，尤其是所面临的市场环境和未来的发展前景及潜力，并依据公司战略规划，经过综合分析后预测。

营业成本：参照历史年度材料消耗、工资变动、及其他费用变动水平预测。

税金及附加：按照现行税收法律、法规规定的税率计算。

期间费用：区别线性相关费用、非线性相关费用、变动费用、固定费用、参照历史年度费用发生金额预测。

折旧、摊销、资本性支出：根据企业会计政策、现有固定资产、长期待摊费用及预测期内更新固定资产和长期资产的情况确定。

异度信息预测期年度的企业自由现金流如下表所示：（单位：人民币万元）

| 项目 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 永续期 |
|---------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|
| 一、营业收入 | 11877.82 | 11996.59 | 12116.56 | 12237.73 | 12360.1 | 12360.1 |
| 减：营业成本 | 3882.23 | 3960.04 | 4039.89 | 4121.16 | 4204.49 | 4204.49 |
| 营业税金及附加 | 129.74 | 129.64 | 92.99 | 98.98 | 111.73 | 111.73 |
| 营业费用 | 2245.14 | 2102.2 | 2021.62 | 2720.57 | 2911.86 | 2911.86 |

| 项目 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 永续期 |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 管理费用 | 2004.47 | 2165.3 | 1849.61 | 1660.79 | 2209.73 | 2209.73 |
| 财务费用 | 1.6 | 1.6 | 1.6 | 1.6 | 1.6 | 1.6 |
| 二、营业利润 | 3614.64 | 3637.82 | 4110.85 | 3634.62 | 2920.69 | 2920.69 |
| 三、息税前净利润 | 3614.64 | 3637.82 | 4110.85 | 3634.62 | 2920.69 | 2920.69 |
| 加：固定资产折旧 | 1736.29 | 915.19 | 432.49 | 781.18 | 1442.92 | 1272.39 |
| 长期资产摊销 | 28.34 | 22.88 | 22.88 | 22.88 | 22.88 | 22.88 |
| 借款利息（税后） | | | | | | |
| 减：资本性支出 | | 46.99 | 2437.03 | 2092.89 | 1315.13 | 868.71 |
| 营运资金增加额 | 261.81 | 295.73 | 174.07 | 184.3 | 171.35 | |
| 四、息税前现金流 | 5117.46 | 4233.16 | 1955.12 | 2161.48 | 2900.01 | 3347.33 |

iii、折现率的确定

根据企业会计准则的规定，为资产减值测试的目的计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率，该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求的必要报酬率。在确定折现率时，首先考虑以该资产的市场利率为依据，但鉴于该资产的利率无法从市场获得，因此使用替代利率估计。在估计替代利率时，根据企业加权平均资金成本（WACC）确定。

（i）选取对比公司

由于异度信息为非上市公司，无法直接计算其 Beta 系数，无法直接估算出其 CAPM，因此采用在主营业务、经营业绩和资产规模等相当或相近的上市公司作为对比公司，通过估算对比公司的 Beta 系数来估算异度信息的 Beta 系数，并进而估算 CAPM。

在选取对比公司时考虑了以下因素：

- （1）对比公司所从事的行业或其主营业务；
- （2）对比公司近年的经营业绩情况；
- （3）对比公司的资产规模；
- （4）对比公司股票单一发行 A 股股票，且至少有 2 年的上市历史、股票交易活跃；

(5) 对比公司股票与选定的股票市场指标指数的 t 相关性检验全部通过。

(ii) 加权资金成本 (WACC) 的估算

WACC (Weighted Average Cost of Capital) 代表期望的总投资回报率, 是期望的股权回报率和所得税调整后的付息债务资本成本的加权平均值。

第一步, 计算截至资产负债表日 (2019 年 12 月 31 日) 股权资金回报率和利用公开的市场数据计算债权资金回报率。

第二步, 计算加权平均股权回报率和付息债务资本成本。

为确定股权回报率, 利用资本定价模型 (CAPM)。CAPM 是通常估算股权投资者期望收益率的方法。用下列公式表述:

$$Re = R_f + \beta \times ERP + R_t$$

其中: R_e : 权益资本成本

R_f : 无风险报酬率

β : 权益的系统风险系数

ERP : 市场风险超额回报率

R_t : 公司特定风险调整系数

分析估算 CAPM, 采用以下几步:

第一步, 确定无风险收益率 R_f

国债收益率通常被认为是无风险的, 因为持有该债权到期不能兑付的风险很小, 可以忽略不计。根据财政部官网公布的 2019 年 12 月 31 日无风险报酬率 (适用于有限年期等于 5 年的场景), 经查询后得出无风险报酬率为 3.14%。

第二步, 确定股权市场风险超额回报率 ERP

市场风险超额回报率是投资者投资股票场所期望的超过无风险收益率的部分。参照国内外相关部门估算市场风险超额回报率的思路, 利用 Wind 资讯查询系统估算 2019 年度中国股权市场风险超额回报率。

A、收集沪深 300 成分股 2006-2018 年的每年平均收益;

B、计算 2006-2018 年每年年末无风险收益率;

C、计算 2006-2018 年每年 ERP;

D、计算 2006-2018 年每年 ERP 的平均值

由于几何平均值可以更好表述收益率的增长情况, 因此采用几何平均值计算

得到 ERP 更切合实际，由于本次测试标的资产的持续经营期超过 10 年，为消除个别因素的影响，我们选择剔除最大、最小值后的平均值 ERP=6.62%作为目前国内市场股权超额收益率期望值比较合理，即 2019 年度中国股权市场风险超额回报率为 6.62%。

第三步，确定对比公司相对于股票市场风险系数 β （Levered Beta）

β 被认为是衡量公司相对风险的指标。目前中国国内 Wind 资讯公司是一家从事于 β 研究并给出计算 β 值的计算公式的公司，本次选取该公司公布的 β 计算器计算对比公司的 β 值，股票市场指数选择的是沪深 300 指数，选择沪深 300 指数主要是考虑该指数是国内沪深两市第一个跨市场指数，并且组成该指数的成份股是各行业内股票交易活跃的领头股票。选择该指数最重要的一个原因是在估算国内股票市场 ERP 时采用的沪深 300 指数的成份股，在估算 β 值时与 ERP 相匹配。

采用上述方式估算的 β 值是含有对比公司自身资本结构的 β 值。

第四步，计算对比公司 Unlevered β 和估算异度信息 Unlevered β

根据以下公式，分别计算对比公司的 Unlevered β ：

$$\text{Unlevered}\beta = \text{Levered}\beta / [1 + (1 - T)(D/E)]$$

式中：D：对比公司债权市场价值；

E：对比公司股权市场价值；

T：对比公司适用所得税税率；

将对比公司的 Unlevered β 计算出来后，取其平均值作为异度信息的 UnLevered β 。

通过 wind 资讯平台可直接查出对比公司 UnleveredBeta 值，具体如下表：

| 证券代码 | 证券简称 | Beta(剔除财务杠杆) | 原始 Beta | 年末所得税率 |
|-----------|------|--------------|---------|--------|
| 002230.SZ | 科大讯飞 | 1.1562 | 1.2622 | 0.00% |
| 002261.SZ | 拓维信息 | 1.0891 | 1.1330 | 15.00% |
| 300010.SZ | 立思辰 | 0.9066 | 1.0504 | 25.00% |
| 300235.SZ | 方直科技 | 1.1131 | 1.1720 | 15.00% |
| 300359.SZ | 全通教育 | 0.9741 | 1.0771 | 15.00% |
| 均值 | | 1.0478 | 1.1389 | |

第五步，确定异度信息的资本结构比率

在确定异度信息目标资本结构时参考了以下指标：

- A、对比公司资本结构平均值；
- B、异度信息自身账面价值计算的资本结构。

最后选取对比公司资本结构平均值确定异度信息目标资本结构 D/E。

第六步，估算异度信息在上述资本结构比率下的 levered β

将已经确定的异度信息资本结构比率代入到如下公式中，计算异度信息

levered β ：

对比公司资本结构平均值确定异度信息目标资本结构 D/E=0.00%

T=基准日所得税费用/基准日利润总额=12.5%

Levered β =Unlevered β * [1+(1+T)* D/E]= 1.0913

式中：D/E 目标资本结构；T 适用所得税率

第七步，估算公司特定风险调整系数 Rt

公司特定风险主要主要体现在以下几方面：

| 序号 | 因素 | 公司特征 |
|----|-------------|----------------------------|
| 1 | 企业所处经营阶段 | 业务处于稳步增长阶段 |
| 2 | 利润增长状况 | 经营业绩逐年发展 |
| 3 | 所在行业发展阶段 | 教育行业处于稳步上升发展阶段 |
| 4 | 公司内部管理及控制机制 | 公司内部管理机制及控制机制健全 |
| 5 | 管理人员的经验和资历 | 管理人员经营丰富，资历较深，对行业发展有较强的掌控力 |

经综合分析判断，异度信息的特定风险取值为 5.60%

第八步，计算异度信息权益资本成本

将恰当的数据代入 CAPM 公式中，计算出异度信息的权益资本成本，得数值 Re = 15.96%。

第九步，付息债务资本成本的确定

深圳市异度信息产业有限公司付息债务为共 1 笔权平均利息率为 6.12%。根据企业预测 2020 年新增借款 800 万，借款综合利率为 4.46%，后续至永续年度预测不再变化。

第十步，加权资金成本 WACC 的确定

权益资本成本和付息债务资本成本加权平均计算总资本加权平均回报率，权

重为异度信息目标资本结构比例。加权资金成本回报率 WACC 利用以下公式计算：

$$WACC = Re \times We + (Rd \times (1 - T) \times Wd)$$

其中：Re 为公司普通权益资本成本

Rd 为公司债务资本成本

We 为权益资本在资本结构中的百分比

Wd 为债务资本在资本结构中的百分比

T 为公司有效的所得税税率

税前折现率 = WACC / (1 - 所得税税率)

由此计算 WACC = 15.30%。

利用上述公式计算出税前 WACC 为 17.49%。

| 年度 | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 | 2024 年 | 2025 年 |
|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 所得税 | 12.50% | 15% | 15% | 15% | 15% | 15% |
| 评估对象的 β 权益 | 1.0913 | 1.0900 | 1.0900 | 1.0900 | 1.0900 | 1.0900 |
| 折现率 RCAPM | 15.96% | 15.96% | 15.96% | 15.96% | 15.96% | 15.96% |
| D/E | 6.61% | 6.61% | 6.61% | 6.61% | 6.61% | 6.61% |
| 债务资本报酬率 | 6.12% | 4.46% | 4.46% | 4.46% | 4.46% | 4.46% |
| 债务成本 | 0.33% | 0.24% | 0.24% | 0.24% | 0.24% | 0.24% |
| 权益成本 | 14.97% | 14.97% | 14.97% | 14.97% | 14.97% | 14.97% |
| 折现率 | 15.30% | 15.21% | 15.21% | 15.21% | 15.21% | 15.21% |
| 税前折现率 | 17.49% | 17.89% | 17.89% | 17.89% | 17.89% | 17.89% |

iv、与商誉相关资产组可回收价值测试的具体数据

(单位：人民币 万元)

| 项目 | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 | 2024 年 | 永续期 |
|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 资产组税前现金流量 | 5117.46 | 4233.16 | 1955.12 | 2161.48 | 2900.01 | 3347.33 |
| 折现率 | 17.49% | 17.89% | 17.89% | 17.89% | 17.89% | 17.89% |
| 折现系数 | 0.8511 | 0.7195 | 0.6103 | 0.5177 | 0.4392 | 2.4551 |
| 现值 | 4355.47 | 3045.76 | 1193.21 | 1119.00 | 1273.69 | 8218.04 |

| 项目 | 2020年 | 2021年 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 永续期 |
|--------|-------|-------|-----------|-------|-------|-----|
| 资产组净现值 | | | 19,205.16 | | | |

3. 商誉减值测试计算结果及结论

商誉减值测试计算过程如下：

| 项目 | 金额（万元） |
|---------------------|-----------|
| 商誉账面余额 | 24,309.69 |
| 商誉减值准备余额 | |
| 商誉的账面价值 | 24,309.69 |
| 未确认归属于少数股东权益的商誉价值 | 21,342.31 |
| 包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值 | 45,651.99 |
| 资产组的账面价值 | 19,224.18 |
| 包含整体商誉的资产组的公允价值 | 64,876.18 |
| 资产组预计未来现金流量的现值 | 19,205.16 |
| 商誉减值损失 | 45,651.99 |
| 合并报表确定的商誉减值损失 | 24,309.69 |

疫情期间，厂家跟教育使用部门的产品展示，业务洽谈停滞，业务拓展受限，具体项目落地都带来负面影响，以及疫情期间在线教育行业提供免费服务，校园加强疫情防控，异度信息公司收入和利润空间都得到进一步压缩。异度信息2020年上半年经营继续不及预期，利润亏损，经营压力持续加大，预计2020年异度信息销售收入持续下降，利润亏损，经营环境压力进一步加大。（具体财务数据以公司定期报告披露为准）

综上所述，公司报告期内对异度信息全额计提商誉减值准备是合理的，不存在通过在商誉减值对当期财务报表进行不录盈余管理的情形。

（2）请年审会计师说明对商誉减值执行的审计程序与获取的审计证据，并对上述事项进行核查并发表明确意见。

问题回复：

我们执行的主要审计程序包括：

1) 了解、评价和测试管理层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) 将相关资产组的实际经营结果与以前相关预测数据进行比较，以评价管理层对现金流量的预测是否可靠；

3) 评估了管理层进行减值测试相关的关键假设、未来现金流和折现率的合理性，并复核了管理层计算商誉及进行商誉减值测试的过程；

4) 复核商誉减值在财务报表中的披露情况。

【经核查，我们未发现公司在商誉减值测试中存在商誉所属资产组划分不合理、商誉减值测试过程与方法不合理、商誉减值测试计算不准确、商誉减值准备计提不充分等不符合《企业会计准则》规定的情形。】

(3) 请你公司补充披露就上述业绩承诺未完成事项，业绩承诺方应对上市公司履行的业绩补偿的具体金额及计算过程，并说明截至回函日相关业绩补偿的履行情况及后续安排。

问题回复：

异度信息原股东 2019 年度业绩未完成按以下条款进行现金补偿，具体公式如下：2019 年应补偿金额=(2018 年、2019 年两年标的公司累积承诺净利润数-2018 年、2019 年两年标的公司累积实现净利润数)÷2018、2019 年累积承诺净利润数总和×[本次股权交易总价款×(2018、2019 年两年承诺净利润总和÷2017、2018、2019 三年的承诺净利润总和)]-2018 年已补偿金额。计算过程：2019 年应补偿金额=[(5160+6190)-(5375.80-1996.51)]÷(5160+6190)×[36000×(5160+6190)÷(4300+5160+6190)]-0=18335.18（万元）。

公司已于 2020 年 6 月 4 日向异度信息原股东快递告知函，告知因异度信息 2019 年度经审计业绩承诺未完成须向公司支付现金业绩补偿款，截至回函日公司尚未收到异度信息原股东 2019 年度业绩承诺未完成的业绩补偿款，后续公司将通过加紧催收，协商具体补偿方案，或者通过法律程序（包括但不限于诉讼）等方式积极维护公司合法权益。

问题 2：

你公司于 2020 年 4 月 30 日披露《2019 年主要经营业绩》，预计公司 2019 年

实现净利润 0.16 亿元。而《2019 年年度报告》显示你公司实际实现净利润-3.29 亿元，较《2019 年主要经营业绩》下滑 2,156.25%。请你公司说明导致上述差异的具体原因和事项，以及你公司未在披露《2019 年主要经营业绩》充分考虑相关原因的合理性。

问题回复：

公司于 2020 年 5 月 30 日披露 2019 年年度报告披露归属于上市公司股东的净利润与在披露《2019 年主要经营业绩》中存在较大差异，且未在 2020 年 4 月 30 日披露《2019 年主要经营业绩》中充分考虑的主要原因是：

1、受新冠肺炎疫情的影响，公司及子公司复工复产推迟，尤其是控股子公司部分湖北籍财务人员返岗受阻，以及受进场时间、地区隔离规定及防疫检查等多种影响，以致审计人员进入控股子公司现场审计时间严重滞后，疫情期间，受全国各地学校停课停学影响，控股子公司教育信息业务的终端客户主要为学校，且所服务学校多区域广，整体影响审计计划推进时间，导致经审计沟通确认财务数据的时间严重滞后，2020 年 5 月 25 日，经公司与审计会计师、异度信息管理层多方沟通，初步确认，异度信息 2019 年的利润亏损，但尚未能确定出具体金额。

2、经公司与异度信息管理层加强多次沟通协调确认，于 2020 年 5 月 27 日确认控股子公司异度信息 2019 年度归属于母公司的净利润-1791.40 万元，与未经审计披露的 2019 年主要经营业绩中的控股子公司归属于母公司的净利润 7293.18 万元，两者相差 9084.58 万元，主要原因是经公司与异度信息管理层确认对异度信息部分确认收入的调整以及对部分账龄较长的应收款项进行全额计提。

3、鉴于公司控股子公司深圳市异度信息产业有限公司 2019 年经营未达预期，利润亏损，因 2019 年业绩承诺 6190 万元，业绩承诺未完成，未完成业绩承诺差额达 8000 万元，公司管理层对收购和增资异度信息股权形成的商誉进行评估和审计机构确认，公司因收购异度信息形成的商誉需全额减值，并于 2020 年 5 月 28 日召开董事会确认，全额计提了商誉减值准备 24309.69 万元，同时对合并对价分摊期末全额计提减值 6022.54 万元，合计计提资产减值损失 30332.23 万元。

问题 3:

报告期内，你公司实现营业收入 7.12 亿元，同比下降 14.19%；实现净利润 -3.29 亿元，同比下降 3,015.38%；实现扣非后净利润-3.41 亿元，同比下降 2,832.62%；实现经营活动产生的现金流量净额（以下简称“现金净流量”）0.09 亿元，同比下降 59.17%。请结合行业发展、市场供求、收入与成本、期间费用、产能利用率等因素，说明你公司 2019 年度营业收入、净利润、扣非后净利润和现金净流量均有不同程度下滑的原因，主营业务的持续盈利能力是否存在重大不确定性，以及你公司为提高盈利能力拟采取的具体措施。

问题回复:

报告期内，公司主营业务主要包括玩具和互联网教育两大块。

一、行业发展、市场供求情况

1、玩具行业情况

2019 年以来，为应中美贸易摩擦带来的不确定性，玩具出口企业积极拓展美国以外市场来，加大了对新兴市场的开拓力度，如“一带一路”沿线国家、东南亚地区国家等。2019 年尽管外贸环境变数增加，玩具出口标准提升造成贸易壁垒等复杂严峻的外贸环境，但从数据来看，我国玩具出口仍旧逆势上扬。根据中国海关总署统计数据显示，2019 年，我国玩具出口额为 2152 亿元人民币，同比 2018 年增长了 29.6%。当前，全球疫情形势严峻，全球贸易形势也错综复杂，玩具产业国际市场面临的不确定因素仍然较多。

国内市场方面，根据中国产业信息网，智研咨询发布的《2020-2026 年中国电子教育玩具行业市场前景规划及投资机遇分析报告》数据显示：中国玩具市场受益于消费升级，零售市场持续增长，2019 年我国玩具零售规模约 837 亿元，同比增加 5.93%，预计 2020 年零售规模可达 890 亿元人民币。在二胎政策全面放开及继续全面深化改革开放的大背景下，随着国民经济的发展，消费水平的提升，以及年轻一代父母消费观念的转变，我国儿童玩具人均消费预计仍会有较大的增长空间。随着消费升级和观念提升，家长更加注重玩具产品的教育属性，益智娱乐类玩具发展迅速，具有故事内涵和优质内容的玩具产品引领玩具市场潮流。随着互联网技术、人工智能蓬勃发展，智能化终端的快速应用，智能类、互

动类产品越来越受欢迎。同时，玩具产品与文化产品融合越来越深，知名 IP 形象授权的玩具产品有望继续保持热销态势。简而言之，动漫 IP 玩具、科教和 STEAM 玩具、虚拟现实玩具、儿童机器人等高科技玩具产品有望继续引领市场向高水平、健康的方向发展。

2、互联网教育行业情况

从行业市场规模看，多年来，为配合国家教育现代化战略实施，教育信息化一直是国家教育资金的重要投入方向。近年来，我国财政性教育支出占 GDP 的比重逐渐上升，已经稳定在 4% 以上，但是无论从财政性教育支出占 GDP 比重还是生均教育经费投入水平来看，我国与发达经济体仍有明显差距，无论从总量还是比例上提升空间巨大。《教育信息化十年发展规划》征求意见稿中曾提出，“各级政府在教育经费中按不低于 8% 的比例列支教育信息化经费，保障教育信息化拥有持续、稳定的政府财政投入”。可以预期，随着 GDP 增长和教育经费增加，未来较长一段时间，国家的教育信息化投入仍将持续稳步增长。与国家主导的教育信息化建设稳步推进相匹配，近年来，以民间资本引领的互联网教育服务市场也迈入了高速发展期。在国家“互联网+”战略推动下，云计算、大数据、物联网、泛在网络、虚拟现实、人工智能等信息技术逐步得到广泛应用，为互联网教育服务业务带来难得历史发展机遇。据中国互联网络信息中心（CNNIC）数据显示，截至 2019 年 6 月，中国在线教育用户规模达 2.32 亿，较 2018 年末增加 3122 万；手机在线教育用户规模达 1.99 亿，与 2018 年底相比增长 530 万。

自新型冠状病毒发生以来，受制于疫情“隔离”等带来的影响，更加大了对在线教育的渗透和需求，根据中国新闻周刊报道，腾讯的有关统计数据显示，K12 在线教育目标人群触达渗透率，在疫情期间从原有的 37.5% 升至 56.7%，同比增长了一半，另外还激活了 20% 的高意愿潜在用户。有 53% 的家长表示疫情期间使他们更多地关注和了解在线教育，并且有 33% 的家长亲自尝试了上网课，在整个体验过程中，重新定义了用户对在线教育的认知。疫情推动了在线教育的发展，进一步促进信息技术与教育教学实践深度融合，线上授课方式培育和改变，推动课堂革命，创新教育教学模式，促进育人方式转变，使在线教育用户不断向三四五线城市渗透，培养出“下沉市场”的在线教育用户的使用习惯，加快了在线教育的发展趋势，扩大了市场需求空间和潜力。

二、公司营业收入及营业成本两年情况

公司 2018 年、2019 年实现营业收入分别为 83,024.82 万元、71,243.12 万元,2019 年营业收入同比下降 14.19%;营业成本 2018 年为 59,521.87 万元、2019 年为 51,028.70 万元,2019 年营业成本同比下降 14.27%,分行业收入及成本具体见下表:

单位:万元

| 项 目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增加 | 同比增加幅度 |
|-----------|-----------|-----------|------------|---------|
| 玩具销售收入 | 51,121.72 | 46,001.99 | 5,119.73 | 11.13% |
| 玩具销售成本 | 39,713.59 | 36,424.70 | 3,288.89 | 9.03% |
| 互联网教育销售收入 | 20,121.40 | 37,022.83 | -16,901.43 | -45.65% |
| 互联网教育销售成本 | 11,315.11 | 23,097.17 | -11,782.06 | -51.01% |

公司玩具业务在国内国外市场竞争激烈,生产成本上升、全球需求放缓、中美贸易战持续升级等因素影响下,国际市场面临较大经营压力中,公司紧跟市场趋势,以用户为中心,加强研发设计,提升产品质量,积极拓展渠道,努力巩固市场份额。外销和内销收入都比上年增加,2019 年实现销售收入 51,121.72 万元,同比 2018 年增加 11.13%;同时销售成本也同比增加 9.03%。

互联网教育业务收入下降,2019 年销售收入 20,121.40 万元,同比 2018 年下降 45.65%,但销售成本同比下降 51.01%。

三、公司期间费用对比,具体见下表:

单位:万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增加 | 同比增加幅度 |
|------|-----------|-----------|----------|--------|
| 销售费用 | 8,878.97 | 7,755.05 | 1,123.92 | 14.49% |
| 管理费用 | 7,294.73 | 7,300.26 | -5.53 | -0.08% |
| 研发费用 | 3,427.54 | 3,003.30 | 424.24 | 14.13% |
| 财务费用 | 1,359.60 | 849.93 | 509.67 | 59.97% |
| 合计 | 20,960.84 | 18,908.54 | 2,052.30 | 10.85% |

(1) 销售费用

公司销售费用 2019 年为 8,878.97 万元，同比 2018 年增加 14.49%，其中工资、运输费、代理费、包装费、广告费的同比增长主要是由于玩具业务销售收入的增加引起的，代理费主要为销售佣金支出，按照公司的销售政策和实际签署的销售协议，公司仅对部分客户约定有销售佣金条款，在 2019 年度由于存在销售佣金条款约定的客户的销售结构占比发生增长，导致 2019 年度销售佣金支出出现了较大幅度的增加，广告费为加大公司产品推广增加了宣传广告支出，具体见下表：

单位：万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增幅 |
|------------|----------|----------|---------|
| 办公费 | 36.85 | 157.43 | -76.59% |
| 报关费 | 25.26 | 23.12 | 9.26% |
| 超市费用 | 1,608.37 | 1,787.57 | -10.02% |
| 工资 | 2,185.28 | 1,880.70 | 16.20% |
| 广告费 | 524.03 | 425.11 | 23.27% |
| 其他费用 | 328.36 | 232.17 | 41.43% |
| 运输费 | 1,854.38 | 1,401.51 | 32.31% |
| 装卸费 | 21.76 | 25.58 | -14.93% |
| 差旅费 | 240.70 | 226.68 | 6.18% |
| 应酬费 | 244.71 | 263.28 | -7.05% |
| 展览费 | 32.92 | 27.34 | 20.41% |
| 商场专柜装修费 | 58.09 | 57.01 | 1.89% |
| 销售赠品费 | 14.81 | 12.44 | 19.05% |
| 代理费 | 795.64 | 189.06 | 320.84% |
| 包装费 | 215.58 | 177.17 | 21.68% |
| 保险费 | 24.44 | 22.21 | 10.04% |
| 质量保证金 | 22.20 | 195.41 | -88.64% |
| 房租及物管费 | 149.14 | 149.32 | -0.12% |
| 折旧费 | 410.70 | 353.13 | 16.30% |
| 中标服务及项目评审费 | 35.79 | 106.91 | -66.52% |
| 装修费 | 49.96 | 41.90 | 19.24% |
| 合计 | 8,878.97 | 7,755.05 | 14.49% |

(2) 管理费用

公司管理费用 2019 年 7,294.73 万元，同比 2018 年减少 5.53 万元，下降 0.08%，具体见下表：

单位：万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增幅 |
|----|--------|--------|------|
|----|--------|--------|------|

| | | | |
|----------|----------|----------|---------|
| 工资及福利费 | 3,114.47 | 2,988.31 | 4.22% |
| 社会保险费 | 593.40 | 554.46 | 7.02% |
| 办公费 | 223.92 | 132.68 | 68.77% |
| 保险费 | 33.32 | 32.94 | 1.15% |
| 差旅费 | 242.19 | 156.51 | 54.74% |
| 低值易耗品摊销 | 4.21 | 20.61 | -79.57% |
| 工会经费 | 24.58 | 25.46 | -3.46% |
| 折旧费 | 1,594.27 | 1,565.91 | 1.81% |
| 培训费 | 5.04 | 8.74 | -42.33% |
| 汽车费用 | 138.01 | 111.41 | 23.88% |
| 无形资产摊销 | 99.26 | 89.51 | 10.89% |
| 租金物管费 | 203.27 | 218.58 | -7.00% |
| 其他费用 | 345.26 | 461.13 | -25.13% |
| 修理费 | 34.77 | 33.39 | 4.13% |
| 应酬费 | 265.88 | 171.94 | 54.64% |
| 专利费 | 45.67 | 139.47 | -67.25% |
| 审计费 | 82.04 | 117.47 | -30.16% |
| 咨询顾问费 | 21.30 | 121.20 | -82.43% |
| 信息披露费 | 20.75 | 30.19 | -31.27% |
| 律师费 | 68.30 | 20.76 | 229.00% |
| 残疾人就业保障金 | 21.34 | 40.51 | -47.32% |
| 环保费 | 43.59 | 35.19 | 23.87% |
| 评估费 | 18.87 | 43.89 | -57.01% |
| 基金管理费 | 51.02 | 180.00 | -71.66% |
| 合计 | 7,294.73 | 7,300.26 | -0.08% |

(3) 研发费用

公司 2019 年研发费用为 3427.54 万元，同比 2018 年增加 424.24 万元，同比增加 14.13%。增加原因主要是公司一：公司始终坚持技术引领，自主创新，持续加大研发投入力度；二、部分研发费用投入未达到资本化条件，转入当期费用。

单位：万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增幅 |
|-----------|----------|----------|----------|
| 办公费 | 4.46 | 12.02 | -62.90% |
| 差旅费 | 27.17 | 60.98 | -55.44% |
| 福利费 | 27.72 | 61.05 | -54.59% |
| 工资 | 2,158.59 | 1,861.96 | 15.93% |
| 会务费 | - | 34.27 | -100.00% |
| 技术检测服务费费用 | 60.92 | 111.62 | -45.42% |
| 交通通讯费 | 1.82 | 9.91 | -81.63% |
| 快递费 | 0.22 | 0.24 | -8.33% |

| | | | |
|--------|----------|----------|---------|
| 培训费 | 0.18 | 1.45 | -87.59% |
| 其他 | 66.34 | 6.49 | 922.19% |
| 社保公积金 | 33.18 | 55.03 | -39.71% |
| 物管房租水电 | 106.63 | 99.82 | 6.82% |
| 业务招待费 | 137.63 | 78.90 | 74.44% |
| 原材料 | 216.88 | 282.89 | -23.33% |
| 折旧 | 566.82 | 323.35 | 75.30% |
| 租赁费 | 16.30 | 3.32 | 390.96% |
| 汽车费用 | 2.68 | - | 100.00% |
| 合计 | 3,427.54 | 3,003.30 | 14.13% |

(4) 财务费用

财务费用 2019 年为 1,359.60 万元，同比 2018 年增加 509.67 万元，增加的原因是由于汇率变动，2019 年的汇兑收益同比减少所致。

单位：万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增幅 |
|--------|----------|----------|---------|
| 利息支出 | 1,330.31 | 1,434.07 | -7.24% |
| 减：利息收入 | 25.45 | 20.12 | 26.49% |
| 汇兑损益 | -234.57 | -631.14 | -62.83% |
| 银行手续费 | 289.31 | 67.12 | 331.03% |
| 合计 | 1,359.60 | 849.93 | 59.97% |

如上所述，公司 2019 年期间费用总体比 2018 年增加，主要是销售费用的增加。但广告费和代理费的增加促进了玩具业务的销售增长。

四、产能利用率情况

公司按照订单安排生产，并且公司根据市场需求，调整了部分产品结构，公司产能利用率不及预期。

2018 年、2019 年公司玩具产能情况见下表：

| 项目 | 2019 年（万套） | 2018 年（万套） | 同比增幅 |
|--------|------------|------------|--------|
| 玩具生产数量 | 396.27 | 354.86 | 11.67% |
| 设计生产数量 | 1041.00 | 1041.00 | - |
| 产能利用率 | 38.06% | 34.08% | 3.98% |

公司根据接单产品特点，考虑成本效益，将部分订单产品委托外部加工，减

少了公司产能利用率。

五、公司 2018 年、2019 年净利润、扣非后净利润及经营现金流量变动情况

公司 2018 年、2019 年实现归属于上市公司股东的净利润分别为 1,128.28 万元，-32,893.54 万元；实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润分别为 1,249.60 万元，-34,146.72 万元；经营现金流量分别为 859.45 万元，2,104.89 万元，下降幅度非常大。从上述分析中，公司虽然 2019 年营业收入下降 14.19%，期间费用 10.85% 增加，但成本也相同比下降 14.27%；非经常性损益方面 2019 年比 2018 年增加 1374.49 万元。公司 2019 年净利润，扣非后净利润及经营现金流量的下滑除了营业收入下降外，最主要的是计提资产减值损失，信用减值损失引起的，具体见下表：

单位：万元

| 项目 | 2019 年 | 2018 年 | 同比增加 | 同比增加幅度 |
|-----------------|------------|-----------|------------|-----------|
| 营业收入 | 71,243.12 | 83,024.82 | -11,781.70 | -14.19% |
| 营业成本 | 51,028.70 | 59,521.87 | -8,493.17 | -14.27% |
| 期间费用 | 20,960.84 | 18,908.54 | 2,052.30 | 10.85% |
| 其他收益 | 711.97 | 1,024.63 | -312.66 | -30.51% |
| 投资收益 | 1,343.84 | 168.61 | 1,175.23 | 697.01% |
| 信用减值损失 | -3,016.74 | | -3,016.74 | 0.00% |
| 资产减值损失 | -33,151.41 | -1,071.61 | -32,079.80 | 2993.61% |
| 归属于上市公司股东的净利润 | -32,893.54 | 1,128.28 | -34,021.82 | -3015.38% |
| 归属于上市公司股东的扣非净利润 | -34,146.72 | 1,249.60 | -35,396.32 | -2832.62% |
| 经营活动产生的现金流量净额 | 859.45 | 2,104.89 | -1,245.44 | -59.17% |

目前公司玩具出口业务受国外新冠疫情影响，上半年出口订单下降；鉴于异度信息 2019 年度对赌业绩没有完成，且 2020 年订单不及预期，2020 年异度信息对教育板块业务的业绩贡献存在一定不确定性。综上所述，公司主营业务持续盈利能力存在一定不确定性。

六、公司为提高盈利能力拟采取的具体措施如下：

2020 年，公司将积极面对新冠疫情带来的挑战和机遇，紧紧围绕自身发展战略和市场需求推动业务发展，持续优化治理模式、资产结构和业务布局，着力提

升公司整体盈利水平和竞争实力，不断增强公司可持续发展能力。拟重点做好如下经营工作：

1、玩具与相关业务

(1) 优化产品结构和业务布局，着力提升管理效率和经营效益。

(2) 紧跟市场流行趋势，结合新零售市场形势，加强益智类、教育互动类、智能类、竞技类产品开发，丰富动漫 IP 形象授权产品品项，提升产品差异化竞争实力。

(3) 加强国内渠道布局和拓展，提高市场开拓和产品销售策划能力，巩固加强合作客户互动沟通，加大礼品、优品市场业务开拓，继续保持拓展母婴市场和早教机构等相关渠道，开拓盲盒玩具市场，并着力布局新媒体玩具销售渠道，不断提升国内玩具市场业务占比，保障销售渠道优势，提升公司整体抗风险的能力。

(4) 继续巩固和拓宽国际市场渠道，积极加大拓展新兴市场，优化国际市场业务布局，稳定老客户，发展新客户，平衡对各地区的出口，优化全球销售格局，努力提升国际市场业务和抗风险的能力。

2、互联网教育业务

(1) 持续升级“互联网+智慧教育”方案，加大优质的智慧教育硬件软件产品供应商、智慧学习内容提供商、智慧教育运营服务商等资源整合力度，逐步构建智慧教育产业链合作生态，进一步拓展区域市场，扩大用户规模。

(2) 抓住疫情推动了在线教育的发展机会，加强智慧教育生态服务平台、培训和在线学习平台等业务平台及自有产品研发力度。建设“云教学”基础环境，拓展互联网+教育培训业务。积极响应国家相关政策，切入中小学课后服务业务领域，进一步深化拓展云录播、云课堂等应用产品。

(3) 持续提升智慧教育运营服务水平，做好平台运维及客户服务，打造“标杆示范”学校，产品服务双驱动，提升学校、教师、学生使用智慧教育应用的活跃度，推进基于优质服务的精准运营，大力拓展教师与学生增值业务市场。

(4) 加强教育信息安全培训和管理，保障网络信息安全，做好区域客户后续的运营服务支持。

(5) 重拳聚焦打造重点区域、重点教育资源均衡大项目，并依据教育部主导

的“三个课堂”为建设目标，加深与运营商大项目合作力度。

(6) 据市场需求，全力主打推出“教师助手”产品系列，倾力打造师生共享生态圈，让专业的教师有展示自己教学能力的舞台，成为“网红老师”梦工厂，让师生交互更动感的共享平台。

(7) 针对 K12 创新推出三个课堂，即“专递课堂、名师课堂、名校网络课堂”优化解决方案，加强常态化教室作战计划；强化教育云服务运营平台建设，实现产品“采购+服务”和销售与年度服务收入相结合的双模式，为增加长期持续收入夯实基础。

问题 4:

报告期内，你公司第一至四季度的实现营业收入分别为 2.26 亿元、1.28 亿元、2.44 亿元和 1.14 亿元；现金净流量分别为-0.30 亿元、-0.15 亿元、-0.50 亿元和 1.04 亿元。请结合成本、费用、非经常性损益、收付款政策、会计确认政策、行业特征等因素，说明现金净流量前三季度均为负而第四季度为正且远高于其他季度的原因及合理性，是否与营业收入的变动趋势相匹配。

问题回复:

公司第一至第四季度经营活动现金流量净额分别为-2,989.94 万元、-1,484.92 万元、-5,018.44 万元、10,352.74 万元。具体见下表:

单位：万元

| 项目 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 营业收入 | 22,588.59 | 12,785.64 | 24,431.89 | 11,437.00 |
| 其中：玩具行业 | 14,669.44 | 6,307.88 | 19,029.54 | 11,114.86 |
| 互联网教育 | 7,919.15 | 6,477.76 | 5,402.35 | 322.14 |
| 营业成本 | 15,449.40 | 9,640.78 | 16,226.51 | 9,712.01 |
| 其中：玩具行业 | 10,846.62 | 6,158.87 | 14,920.35 | 7,787.75 |
| 互联网教育 | 4,602.78 | 3,481.91 | 1,306.16 | 1,924.26 |
| 期间费用 | 4,845.24 | 4,515.84 | 4,769.17 | 6,830.59 |
| 其中：玩具行业 | 3,790.63 | 3,256.15 | 3,659.17 | 4,525.50 |
| 互联网教育 | 1,053.72 | 1,259.18 | 1,017.87 | 2,304.25 |
| 非经常性损益 | 47.17 | 786.95 | 487.24 | -68.19 |
| 销售商品、提供劳务收到的现金 | 20,034.15 | 13,734.60 | 14,709.79 | 29,308.76 |
| 其中：玩具行业 | 13,518.35 | 7,306.55 | 10,241.44 | 22,387.19 |
| 互联网教育 | 6,515.80 | 6,428.05 | 4,468.35 | 6,921.57 |

| | | | | |
|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 购买商品、接受劳务支付的现金 | 18,708.70 | 9,772.99 | 13,072.36 | 13,067.51 |
| 其中：玩具行业 | 9,550.61 | 6,071.19 | 12,028.38 | 7,676.23 |
| 互联网教育 | 9,158.09 | 3,701.80 | 1,043.98 | 5,391.28 |
| 支付给职工及为职工支付的现金 | 2,640.09 | 3,134.15 | 4,448.00 | 2,996.98 |
| 其中：玩具行业 | 1,987.16 | 2,502.13 | 3,772.35 | 2,399.53 |
| 互联网教育 | 652.09 | 632.86 | 675.65 | 597.45 |
| 支付的各项税费 | 1,738.86 | 802.34 | 342.59 | 899.27 |
| 其中：玩具行业 | 437.99 | 38.75 | 71.76 | 476.96 |
| 互联网教育 | 1,300.87 | 763.59 | 270.83 | 422.31 |
| 支付的其他与经营活动有关的现金 | 775.00 | 2,117.01 | 2,741.11 | 5,324.68 |
| 其中：玩具行业 | 1,168.28 | 244.98 | 1,380.99 | 5,306.40 |
| 互联网教育 | -393.48 | 1,871.95 | 1,081.65 | 18.28 |
| 经营活动产生的现金流量净额 | -2,989.94 | -1,484.92 | -5,018.44 | 10,352.74 |
| 其中：玩具行业 | -767.00 | 637.42 | -6,256.91 | 7,886.31 |
| 互联网教育 | -2,222.92 | -2,122.70 | 1,516.46 | 2,466.41 |

公司玩具销售基本上都是赊销，销售依据合同约定的结账周期收款。2019 年外销占 65%，外销客户主要为老客户，公司给予其账期为 90-180 天；内销收款期一般为 60-90 天。因此，1 季度收回的货款外销货款占了 65.03%，而这部分货款很大一部分是 2018 年 3,4 季度的货款；2 季度收回的货款中部分是 2018 年 4 季度及部分 2019 年 1 季度货款；3 季度货款回款较多有很多是 1 季度的货款；4 季度回款最多，是公司为加速资金流转，加大应收账款催收力度，因此 4 季度回款最多。

1 季度现金流量净额为负的原因是为生产备货以及支付上年应缴税费。2 季度现金流量净额为负的原因是 2 季度是生产旺季，支付员工工资增加，且 2 季度本身回款少。3 季度现金流量净额为负的原因主要是支付采购款增加且货款回笼较少。4 季度现金流量净额为正，主要是本季回款较多，主要是支付的采购款大幅度减少且人员工资也相对减少，因此现金流量净额为正。

互联网教育业务销售收入 2019 年除 4 季度外，其他 3 个季度销售收入变化不大。货款回款除 3 季度稍微减少，其他 3 个季度都比较均衡。现金流量净额在 1、2 季度为负，由于公司支付上年末应缴税费，企业年终奖发放、以及预付供应商货款；因此造成 1、2 季度现金流量净额为负。

问题 5:

报告期末，你公司货币资金余额为 0.55 亿元，同比减少 65.69%。请详细说明货币资金大幅减少的原因，资金的具体用途和流向，及对公司生产经营和流动性的影响。

问题回复:

截止 2019 年 12 月末，公司货币资金余额 5488.64 万元，比 2018 年 12 月 31 日的 15996.19 万元减少 10507.55 万元，减少幅度为 65.68%。货币资金同比大幅度减少的原因主要是报告期内归还银行借款、兑付应付票据、预付供应商货款等所致。

报告期内，公司异度信息兑付应付票据 1254 万元、预付供应商货款增加 4335 万元。

报告期内，公司归还银行短期借款净额 850 万元；归还长期借款 3401.76 万元。

以上资金支付均为公司正常业务，公司将通过合理融资和资金使用保证公司生产经营和流动性不受影响。

问题 6:

报告期末，你公司预付款项余额为 1.24 亿元，同比增加 53.09%，其中按预付对象归集的余额前五名占比预付款项总金额的 91.13%。请说明预付账款大幅增长的具体原因及合理性，并补充披露预付款项前五大单位交易背景、对应合同签订和执行情况，相关交易是否具有商业实质，与你公司、公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系。

问题回复:

报告期内，公司的互联网教育业务稳步推进，布局不断扩展，全资子公司高乐教育以互联网+智慧教育技术和产品研发运营为核心，为区域及学校的教育信息化建设提供整体规划及实施服务。教育信息化方面，以提升“三通两平台”（宽带网络校校通、教学资源班班通、学习空间人人通和教学资源公共服务平台、教育管理公共服务平台）的建设、管理、应用水平为抓手，通过“硬件+软件+平台+

运营”相结合的方式，提供智慧教育一揽子解决方案，服务范围覆盖云基础设施、教育云平台、智能软/硬件、数字校园、智慧教研、智慧学习、智慧管理、智慧互联、增值服务等方面，全面打造互联网+智慧教育服务生态环境。控股子公司异度信息从事教育信息化核心技术的研发、嵌入式硬件产品的开发；以云服务为支撑，开发基于 K12 教育的信息化应用；以核心技术为支撑，打造各类信息化技术与教育教学的融合应用的系统及解决方案。

为稳步的推进公司在互联网教育业务领域的持续发展，公司向该业务领域继续进行了较大的投入。截止 2019 年 12 月 31 日预付账款余额的前 5 大预付对象中，深圳市易飞腾科技有限公司(以下简称易飞腾)、广东幽澜机器人科技有限公司(以下简称广东幽澜)、深圳市中福信息科技有限公司（以下简称中福科技）、深圳市新思远实业有限公司（以下简称新思远）共 4 家均为公司互联网教育业务板块的主要供应商。

公司 2019 年 12 月 31 日预付账款的预付对象中不存在关联方，前五大预付对象及其预付款余额情况如下：（单位：人民币万元）

| 单位名称 | 金额 | 占预付账款总额的比例% | 来源合并范围内的会计主体 |
|----------------|-----------|-------------|--------------|
| 深圳市易飞腾科技有限公司 | 7,742.41 | 60.85% | 异度信息 |
| 广东幽澜机器人科技有限公司 | 1,859.50 | 14.61% | 高乐教育 |
| 深圳市中福信息科技有限公司 | 1,406.85 | 11.06% | 异度信息 |
| 深圳市新思远实业有限公司 | 159.90 | 1.26% | 异度信息 |
| 广东阳光视界教育科技有限公司 | 150.22 | 1.18% | 高乐股份 |
| 合计 | 11,318.88 | 88.96% | |

公司 2019 年 12 月 31 日预付账款前五名单位与公司发生的具体交易为：易飞腾为异度信息的主要供应商，向异度信息供应计算机多媒体产品及其软硬件、外围设备；中福科技向异度信息供应一体机；新思远向异度信息供应计算机整机、计算机外围设备、无线数据设备。广东幽澜为高乐教育的主要供应商，向高乐教育供应计算机硬件设备、配套设备并提供信息系统集成服务；广东阳光视界教育科技有限公司为高乐股份 2019 年新增供应商，高乐股份向其采购工艺品。

公司在 2019 年度业务开展正常，与 2018 年度相比公司未更改、调整采购政策，与供应商的采购模式、付款模式未发生重大变化。公司 2019 年末预付账款余

额 12,447.32 万元、2018 年末预付账款余额 8,112.22 万元，2019 年末预付账款余额同比增加 4,335.10 万元。造成 2019 年末预付账款余额同比大幅增长主要源于异度信息、高乐教育为履行在手项目合同进行正常备货的采购付款，2019 年末异度信息对易飞腾的预付款余额 7,742.41 万元为采购多媒体产品的预付款项，对中福科技的预付款余额 1,406.85 万元为采购一体机的预付款；高乐教育为如约履行承接的“教育信息系统集成业务”项目合同向广东幽澜采购计算机硬件设备、配套设备，2019 年末高乐教育对广东幽澜的预付款余额 1,859.50 万元为正常采购预付款项；高乐股份对广东阳光视界教育科技有限公司的预付款余额 150.22 万元为正常采购预付款项。

异度在 2019 年预付较大金额的采购款原因及用途：

1) 大量备货原因：在 2018 年年底时，控股子公司异度信息开始在部分省份的教育均衡项目试点成功的基础上，加大对新开发嵌入式产品的量产行为，嵌入式产品为定制化，从底板的生产到测试、软件植入、再调试、烤机、烤老化测试，需要 3 到 5 个月的周期，2019 年年初，异度所用的嵌入式部分芯片受到外围环境的影响，出现部分型号断货，考虑项目的持续性供货，及项目储备、教育行业备货周期较长等原因，因而需要提前开始准备备货。

2) 大量备货分类及用途：备货类型中，主要分主机终端类、服务器类，其中，主机终端类备货的匹配量是依据年度项目预测推进进度来备货的；服务器是按照 TO B（为学校提供同步课堂服务）类服务费收入产生的需求备货。公司为支撑各地项目的平台运营、云端服务，要部署相对一大批的前端管理服务器与后端支撑服务器，来支撑空中课堂、同步课堂、家校互通等运营服务，疫情期间，已为大量家庭提供空中课堂公益服务，为服务运营拓展奠定基础。

目前相关合同还在执行中。

经查，公司控股股东、实际控制人、公司董事、监事、高级管理人员之间与易飞腾、广东幽澜、中福科技、新思远、广东阳光视界教育科技有限公司这五家供应商不存在关联关系或其他利益关系。控股子公司异度信息为保证产品的稳定供给，锁定原料价格、降低采购成本，在 2019 年对长期合作的供应商采取预付账款方式采购定制产品。公司所有的产品都是有定制要求，且公司相关的支付符合行业惯例和相关协议约定。从 2016 年开始，大部分产品都是交给易飞腾、中福科

技、新思远实业这 3 家供应商，严格按公司的要求定制生产，长期以来，已经建立了互信的合作关系。

问题 7:

报告期末，你公司固定资产中存在未办妥产权证书的固定资产 4.24 亿元，占固定资产比例为 65.31%。请你公司说明上述未办妥产权证书的固定资产的建成时间、投入使用情况、相关产权证书办理进度以及对公司的影响，并说明相关会计处理是否符合《企业会计准则》的有关规定。请年审会计师发表明确意见。

问题回复:

公司经营所在地，国有土地使用权（“土地使用权普府国用（2013）第特 02427 号”）地块上的附着物包括：办公楼、厂房、仓库、宿舍及公寓楼等，尚未办妥产权证书。上述固定资产于 2016 年建成，2017 年 2 月投入使用。为解决公司资金问题，公司以经营所在地的国有土地使用权做抵押标的，并于 2017 年向中国民生银行股份有限公司揭阳分行申请贷款，签订《最高额抵押合同》，合同编号“公高抵字第 17242017GL001 号”，期限为 2017 年 10 月 15 日至 2022 年 10 月 15 日（相关信息已在 2017 年度报告中披露），且于 2017 年 10 月在普宁市国土资源局办理抵押权登记手续。经与不动产管理部门沟通，土地在抵押期间无法办理附着物办公楼、厂房、仓库、宿舍及公寓楼的产权证书，需待解除抵押后方能办理，目前办理产权证书的有关资料都已准备完毕，公司正对该事项进行积极跟进，待公司与中国民生银行股份有限公司揭阳分行签订的《最高额抵押合同》抵押担保期限届满，解除抵押手续后即可办理。以上固定资产目前使用情况正常，不影响公司正常运营，对公司日常经营不构成重大障碍。

年审会计师意见:

【经核查，上述未办妥产权证书的固定资产的情况说明属实，相关会计处理符合《企业会计准则》的有关规定。】

特此公告。

广东高乐股份有限公司

董 事 会

2020年7月14日