

证券代码: 000676

证券简称: 智度股份

公告编号: 2022-031

智度科技股份有限公司

关于深圳证券交易所2021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 2022 年 5 月 20 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 2021 年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2022〕第 358 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，现将回复公告如下：

1、根据年报，你公司 2021 年度实现收入 56.82 亿元，同比下降 46.98%，其中互联网媒体业务实现收入 9.11 亿元，同比下降 17.88%；数字营销业务实现收入 46.52 亿元，同比下降 51.09%。你公司称报告期内优化数字营销业务结构，大幅收缩毛利率较低的实效营销业务使得收入下降。

(1) 请你公司补充说明数字营销业务的具体结构，包括细分业务名称、近三年实现的收入、毛利率，并结合相关数据说明你公司收入下滑的原因及合理性，生产经营环境是否存在重大不利变化。

公司回复：

数字营销业务细分近三年实现的收入、毛利率数据如下：

表 1：营业收入

单位：万元

项目	2021 年度	较 2020 年度 变动比例 (%)	2020 年度	较 2019 年度 变动比例 (%)	2019 年度
数字营销	465,162. 32	-51.09	951,138 .46	10.80	858,428 .69
其中：效果营销	428,699. 83	-53.15	915,135 .43	21.11	755,632 .03
整合营销	36,462.49	1.28	36,003.03	-64.98	102,796 .66

表 2：毛利率

项目	2021 年度	较 2020 年度 同期增减	2020 年度	较 2019 年度 同期增减	2019 年度
数字营销	5.62%	4.34%	1.28%	-2.79%	4.07%
其中：效果营销	5.50%	-0.13%	5.63%	-0.84%	6.47%
整合营销	7.03%	38.26%	-31.23%	-41.49%	10.26%

公司的数字营销业务可细分为效果营销和整合营销。

效果营销业务，公司会借助数据挖掘和数据分析技术，对互联网用户的网络浏览行为进行跟踪分析，并根据分析结果对互联网用户进行精确识别，在网络广告投放过程中，向特定用户推送最适合该用户需求的商品和服务。在执行阶段，公司运用技术系统及工具，进行网站、搜索引擎等营销业务的监测及效果估值，包括对所有网站广告的投放时间、位置、频次、方式、内容等的全方位监测，以及广告点击、转化、消费等后续行为的深度跟踪，并根据检测结果对策略进行调整，以达到客户的要求。

整合营销业务，公司为客户提供一站式、全方位资源整合的网络营销模式，

持续为客户提供专业的互联网线上营销、社交话题传播、视频直播等的策划与执行服务，围绕客户需求制定和优化营销方案，整合选取投放媒体渠道，侧重于客户品牌推广、展示。

2019 年至 2020 年营业收入、毛利率变动如下：

单位：万元

项目	2020 年营业收入	2020 年营业成本	2020 年毛利率	营业收入比上年同期增加	营业成本比上年同期增加	毛利率比上年同期增加
数字营销业务	951,138.46	938,992.87	1.28%	10.80%	14.02%	-2.79%
其中：效果营销	915,135.43	891,747.06	2.56%	21.11%	21.95%	-0.67%
整合营销	36,003.03	47,245.81	-31.23%	-64.98%	-48.79%	-41.49%

2020 年至 2021 年营业收入、毛利率变动如下：

单位：万元

项目	2021 年营业收入	2021 年营业成本	2021 年毛利率	营业收入比上年同期增加	营业成本比上年同期增加	毛利率比上年同期增加
数字营销业务	465,162.32	439,022.67	5.62%	-51.09%	-53.25%	4.34%
其中：效果营销	428,699.83	405,124.40	5.50%	-53.15%	-54.57%	2.94%
整合营销	36,462.49	33,898.27	7.03%	1.28%	-28.25%	38.26%

营业收入变动原因分析：

a.2020 年第一、二季度，公司数字营销业务板块，因疫情影响办公、生活日常习惯，在此期间相关游戏公司、短视频公司、网络服务公司加大广告投放，在此因素影响下公司营业额较 2019 年同期有明显幅度的增长。上述 2020 年第一、二季度营业额的增长预期同公司年度运营、资金规划存在差异，对公司资金

安排、运营计划亦产生一定压力，因此，公司相应调整了 2020 年下半年的经营规划，对整体数字营销业务板块进行了收缩。

b.2021 年度，随着国内疫情好转，品牌客户需求逐步回升，公司优化业务结构，通过聚焦核心媒体、优质的品牌客户提升毛利，结合年度运营、资金规划，对数字营销业务继续收缩。上述因素综合影响，公司 2021 年度营业收入较 2020 年度大幅减少。

毛利率变动原因分析：

a.2020 年毛利率下降的主要原因为：第一，2020 年公司数字营销业务营业额增长，公司获取客户、抢占市场，在客户返点政策上有所让步；第二，为了获取客户，为客户提供优化服务，导致成本增加；第三，受新冠疫情影响，各合作媒体业务线利润均不同程度下降，其中整合营销部分，由于品牌广告预算降低，收入未达预期，但公司仍需承担芒果 TV 互联网电视平台广告独家代理成本，导致当期芒果 TV 互联网电视平台广告项目毛利为-12,117.86 万元；其他整合营销业务板块，毛利额较上年同期减少 60%以上。

b.2021 年度，随着国内疫情好转，品牌客户需求逐步回升，结合年度运营、资金安排，公司通过优化业务结构，对数字营销业务继续收缩，通过聚焦核心媒体、优质的品牌客户提升毛利，同时与芒果 TV 互联网电视平台广告项目的合作方式由买断式改为非买断式的独家代理，上述因素综合影响，公司 2021 年度毛利率较 2020 年度增加。

公司认为，上述营业收入、毛利率的变动符合公司业务规划，生产经营环境不存在重大不利变化。

(2) 你公司互联网媒体业务收入连续三年下降，请结合相关子公司经营情况、行业情况、业务模式、主要客户等说明连续三年收入下降的原因及合理性，日常经营是否存在重大不利影响。

公司回复：

公司互联网媒体业务主要包含上海猎鹰网络科技有限公司(以下简称“上海猎鹰”)的移动广告联盟业务、北京掌汇天下科技有限公司(以下简称“掌汇天下”)的应用商店“AppChina 应用汇”业务及海外互联网媒体业务子公司 SPIGOT,INC.(以下简称“SPE”)、Position Mobie Ltd. (以下简称“PM)的第三方流量入口业务。

互联网媒体业务细分公司近三年实现的收入、毛利率数据如下：

表 1：营业收入

单位：万元

项目	2021 年度	较 2020 年度 变动比例 (%)	2020 年度	较 2019 年度 变动比例 (%)	2019 年度
互联网媒体业务	91,085.44	-17.88	110,911.25	-42.46	192,750.64
其中：上海猎鹰	-17.12	-100.32	5,430.05	-77.17	23,784.17
SPE+PM	87,707.89	-12.92	100,719.08	-38.05	162,587.97

表 2：毛利率

项目	2021 年度	较 2020 年度 同期增减	2020 年度	较 2019 年度同 期增减	2019 年度
互联网媒体业务	38.29%	9.31%	28.99%	-12.81%	41.79%
其中：上海猎鹰	-22.94%	-58.75%	35.82%	-12.64%	48.46%
SPE+PM	37.32%	10.25%	27.07%	-12.80%	39.87%

1、上海猎鹰

上海猎鹰移动广告联盟业务通过自研移动端媒体矩阵产生的自有流量和第三方产品聚合并承载庞大的优质中长尾流量/精品流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，提供丰富的用户画像标签和精准定向，为客户提供高效、快捷、受众精准的一站式服务，同时帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。

2020 年，受流量红利逐降及新冠疫情影响，广告流量更集中于头部搜索、社交类应用、短视频应用等场景，上海猎鹰互联网媒体业务下滑严重，客户广告预算降低，导致上海猎鹰互联网媒体业务营业收入和毛利率下降。2020 年，上海猎鹰互联网媒体业务实现营业收入 5,430.05 万元，同比减少 77.17%，毛利率同比下降 12.64%，全面收缩并逐步停运该业务板块。

2021 年，延续 2020 年行业趋势及对该业务运营策略不变，公司全面停运该业务板块。

单位：万元

项目	2021 年度	较 2020 年度变动比例 (%)	2020 年度	较 2019 年度变动比例 (%)	2019 年度
营业收入	-17.12	-100.32	5,430.05	-77.17	23,784.17
营业成本	-21.05	-100.60	3,485.12	-71.57	12,258.79
毛利率 (%)	-22.94	-58.75	35.82	-12.64	48.46

上海猎鹰主要客户情况：

上海猎鹰互联网媒体业务主要客户为二级广告代理及终端广告主，部分客户业务规模较小，抗风险能力弱，受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，经营及信用状况恶化，回款放缓或无法收回，同时，客户投放预算降低，业务风险增加，公司全面停运该业务板块，并对涉及风险客户追讨欠款。

2、掌汇天下

掌汇天下的主要产品是基于 Android 系统的本土化应用商店“AppChina 应用汇”，长期而持续为中国用户提供最全面，最方便的服务。用户可以方便地通过手机客户端，Web 端、Wap 端以及 Pad 版等多个途径使用。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。

2020 年及 2021 年，受流量红利逐降、手机厂商应用商店较快发展及新冠疫情影响，市场上新增需求量减少，主要客户预算降低，而公司自身的经营方向并未发生大的变化，随着市场竞争的加剧，公司的营业收入出现大幅下降。同时，随着市场稳定，收入规模下降，企业调整营销策略，缩减了推广规模从而降低了成本，导致毛利率持平或略有上升。

掌汇天下主要客户情况：

掌汇天下互联网媒体业务主要客户为互联网 APP 终端广告主直接投放，企业资质良好，回款及时。

3、SPE+PM

公司互联网媒体业务主要包括 PC 端流量入口和移动端流量入口业务，海外子公司 SPE 主要从事 PC 端流量入口业务，PM 公司主要从事移动端流量入口业务。PC 端流量入口业务主要围绕搜索这一 PC 端互联网流量重要入口开展，SPE 拥有自研浏览器、安全软件、邮件管理软件、内容网站等系列自主研发的

应用产品，通过大数据和算法对发行渠道和产品用户进行多维度分析，从而以低成本获取高质量的用户，同时为用户提供搜索入口服务，并将搜索请求分发给雅虎、谷歌、必应等互联网企业，从而获得可观的商业变现收入。移动端流量入口业务主要围绕移动端产品矩阵开展，PM 公司在各个垂类赛道开发多样化的移动应用，如天气、娱乐、新闻、文件扫描等，为用户提供优质的内容和良好的使用体验，通过广告展示、搜索、应用聚合等形式，向谷歌、Meta、雅虎、沃尔玛、亚马逊等全球知名企业提供精准流量变现服务，目前拥有超过 400 万的月活用户。

2020 年，美国经济受新冠疫情影响较大，广告主在广告上的投入大幅缩减，广告单价下降幅度明显。同时，谷歌等重要供应商调整插件分发政策，自 2020 年 8 月底以来，谷歌调整了分发政策，此项政策的变化导致了 SPE 用户流失及单位获客成本增加，营业收入及营业毛利未达预期。2020 年，SPE+PM 实现营业收入 14,583.59 万美元，同比减少 38.86%，毛利率同比下降 14.04%。

2021 年，随着美国新冠疫情得到有效控制和疫苗逐步普及等影响，经济形式逐渐好转，海外子公司凭借较强的技术壁垒、优质的品牌客户以及优秀的业务团队，不断开拓进取，产品多样化的策略成果显著，互联网媒体业务营业收入实现多样化构成。2021 年的收入下降主要系桌面端浏览器插件业务受到谷歌政策影响，公司进一步减少了这方面投入，转而以发展自研浏览器业务为主，以降低平台政策的风险。同时，公司更加注重投资回报率的要求，在广告投放上更加谨慎，收入及成本同比下降，毛利率略有提升。此外，公司对互联网媒体业务进行战略升级，提升移动端业务在互联网媒体业务中的占比，2021 年度，PC 端实现收入 8,862.90 万美元，移动端业务实现收入 4,630.82 万美元，移动端业务

收入及毛利在互联网媒体业务中的占比均显著提升，营业收入占比由 16.16% 提升至 34.32%，营业毛利占比由 0.45% 提升至 7.81%。

自 2020 年以来，美国财政部就美国个人数据安全问题陆续展开对 Spigot 等海外子公司进行国家安全审查，这些严重影响了海外互联网媒体业务团队的士气和业务发展的方向。2021 年 10 月 1 日（北京时间），公司及 SPE 等下属海外子公司（以下简称“公司方”）与由美国财政部和美国司法部代表的美国政府（统称“CFIUS Monitoring Agencies”，以下简称“CFIUS”）签署美国《国家安全协议》，就美国国家安全问题达成全面协议。本次就美国国家安全问题达成全面协议，排除海外子公司业务发展的不确定性，有利于公司海外业务稳步发展，不断为互联网用户提供优质、便利的服务，商业变现能力不断增强，提高公司持续经营能力。

单位：万美元

项目	2021 年度	较 2020 年度 变动比例 (%)	2020 年度	较 2019 年度 变动比例 (%)	2019 年度
营业收入	13,493.72	-7.47	14,583.59	-38.86	23,851.02
营业成本	8,525.81	-20.04	10,662.80	-24.32	14,088.89
毛利率 (%)	36.82	9.93	26.88	-14.04	40.93

SPE+PM 主要客户情况：

SPE+PM 主要客户为 Verizon Media Group（原为 Yahoo!），2021 年度贡献营业收入 8,274.84 万美元，占营业收入总额的 61.32%。2020 年度贡献营业收入 9,152.33 万美元，占营业收入总额的 62.76%。2019 年度营业收入为 19,905.39 万美元，占营业收入总额的 83.46%。Verizon Media Group 是美国纽约证券交易所上市公司 Verizon Communications Inc. (VZ) 旗下媒体部门，公开披露的财务数据显示 Verizon Communications Inc. 2021 年度

实现营业收入 1,336 亿美元和净利润 220.65 亿美元，截至 2021 年 12 月 31 日资产总额为 3,666 亿美元以及净资产为 832 亿美元。Verizon Media Group 作为国际知名企业，在互联网广告行业占有率较高，一直与公司保持长期合作关系，Verizon Media Group 经营和信用状况良好。公司认为营业收入、毛利率的变动符合公司业务规划，日常经营不存在重大不利影响。

(3) 根据年报，报告期内你公司研发人员数量下降 42.64%，请说明研发人员数量减少的原因，对你公司日常经营是否存在影响。

公司回复：

1、公司研发人员占比整体持平

2020 年，公司拥有研发人员 258 人，占公司员工总人数的 28.83%；2021 年拥有研发人员 148 人，占公司员工总人数的 25.74%。虽然报告期内公司研发人员数量有所下降，但研发人员占比与上年同期基本持平，公司研发人员的数量变化主要系根据公司业务发展情况进行相应调整。

2、研发人员数量变化的主要原因

(1) 优化调整互联网媒体业务及数字营销业务结构，减少相应研发人员数量

2020 年受流量红利逐降及国内外新冠疫情影响，广告流量更集中于头部搜索、社交类应用、短视频应用等场景，客户广告预算降低，2020 年下半年开始，公司对互联网媒体业务及数字营销业务进行战略调整。2021 年，公司延续 2020

年行业趋势基础上，结合年度运营、资金规划，进一步优化调整互联网媒体及数字营销业务结构，相应板块的研发人员数量有所减少。

(2) 原控股子公司深圳市范特西科技有限公司不再纳入公司合并报表范围，本报告期相应研发人员不纳入统计范围

为控制上市公司经营风险，降低管理成本，公司于 2020 年 12 月 21 日召开第八届董事会第四十一次会议审议通过了《关于出售全资子公司 100% 股权暨关联交易的议案》，同意公司将所持有的深圳市范特西科技有限公司（以下简称“深圳范特西”）100% 股权转让给深圳市可达互娱有限公司。2020 年 12 月 31 日起，深圳范特西不再纳入本公司合并报表范围。2020 年底范特西拥有研发人员 49 人，2021 年度，深圳范特西的研发人员不再纳入本公司研发人员统计范围。

(3) 区块链、元宇宙板块研发人员数量增加

本报告期，公司持续加码以区块链为主的技术投入，积极推动智度区块链底层技术赋能产业升级和智慧治理，不断推进应用项目落地；2021 年四季度，公司开始筹备元宇宙项目，并于 2022 年 1 月 21 日与智度集团、国光电器共同投资设立了合资公司广州智度宇宙技术有限公司，努力发展公司第三曲线，加速元宇宙业务布局。本报告期，公司区块链、元宇宙业务板块研发人员有所增加。

3、对公司日常经营不存在重大影响

综上所述，报告期内公司研发人员数量下降，但是研发人员占比与上年同期基本持平，研发人员在公司整体人员结构上未发生重大变化。报告期内，研发人员数量变化，主要系公司围绕公司战略，夯实第一曲线数字营销业务基本盘，优

化调整互联网媒体及数字营销业务结构，并因 2020 年末出售子公司，相关研发人员本报告期未纳入研发人员统计范围；同时，公司大力发展第三曲线，区块链、元宇宙业务研发人员数量有所增加。上述研发人员调整符合公司整体发展战略，对公司日常经营不存在重大影响。

2、根据年报，报告期末你公司应收账款账目余额为 15.47 亿元，累计计提坏账准备 6.53 亿元，其中按单项计提坏账准备的应收账款合计 39 笔，合计余额为 8.60 亿元，较期初增长 1.17 亿元，计提坏账 6.16 亿元，较期初增长 0.94 亿元。

2020 年末，你公司单项计提坏账准备的应收款合计 34 笔，合计余额为 7.43 亿元，计提坏账准备 5.23 亿元，较 2020 年初增加 4.63 亿元。

(1) 我部在对 2020 年年报的问询函中对你公司单项计提坏账的具体情况重点问询。请你公司补充列示 2021 年末单项计提坏账的具体情况，包括但不限于实际名称、账龄、余额、坏账计提比例、交易内容、是否具备商业实质、是否为你公司关联方等，结合对我部 2020 年年报问询函的回复以及欠款方 2021 年度的相关情况，说明报告期内新增按单项计提、以及多笔应收款坏账计提增加的原因及合理性，并说明你公司截至目前采取的催收措施及进展。

公司回复：

1、补充列示 2021 年末单项计提坏账的具体情况：

单位：万元

序号	公司名称	公司简称	公司代号	应收账款余额	坏账准备	坏账计提比例 (%)	应收账款账龄	交易内容	是否具有商业实质	是否为公司关联公司	是否为公司的主要客户
1	VerizonMedia	Yahoo	单位 4	13,669.69	--	--	0-3 个月	广告推广	是	否	是
2	上海游吟网络科技有限公司	上海游吟	单位 30	9,352.28	7,475.27	79.93	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	是
3	憩与（上海）网络科技有限公司	憩与网络	单位 25	8,941.00	7,649.92	85.56	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	是
4	上海颜视科技有限公司	上海颜视	单位 36	7,444.21	6,520.39	87.59	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	是
5	硬核联盟（北京）科技有限公司	硬核联盟	单位 15	6,544.33	4,624.88	70.67	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	是
6	单位 23	单位 23	单位 23	5,871.04	5,283.94	90.00	1-2 年、2-3 年、3 年以上	广告推广	是	否	是
7	上海临奥文化传媒有限公司	上海临奥	单位 27	5,086.79	4,578.11	90.00	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	是
8	单位 29	单位 29	单位 29	3,358.62	2,884.04	85.87	1-2 年、2-3 年	广告推广	是	否	否

9	单位 31	单位 31	单 位 31	3,183.19	2,864.87	90.00	2-3 年、3 年 以上	媒 体 返现	是	否	否
10	单位 5	单位 5	单 位 5	3,123.23	2,342.43	75.00	1-2 年	广 告 推广	是	否	是
11	单位 18	单位 18	单 位 18	2,945.18	2,945.18	100.00	3 年以上	广 告 推广	是	否	否
12	单位 14	单位 14	单 位 14	2,196.17	1,901.44	86.58	1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否
13	单位 46	单位 46	单 位 46	1,990.27	950.27	47.75	0-3 个月、 4-12 个月	珠 宝 饰 品 销售	是	否	否
14	单位 8	单位 8	单 位 8	1,671.17	1,671.17	100.00	4-12 个月、 2-3 年	广 告 推广	是	否	否
15	单位 9	单位 9	单 位 9	1,329.34	1,329.34	100.00	4-12 个月、 1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否
16	单位 24	单位 24	单 位 24	1,169.46	1,169.46	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否
17	单位 32	单位 32	单 位 32	1,127.25	1,127.25	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否
18	单位 22	单位 22	单 位 22	1,106.24	1,106.24	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否
19	单位 21	单位 21	单 位 21	987.24	987.24	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推广	是	否	否

20	单位 11	单位 11	单 位 11	898.95	674.21	75.00	4-12 个月	广 告 推 广	是	否	是
21	上海晴理电子商务有限公司	上海晴理	单 位 26	757.70	474.19	62.58	1-2 年、2-3 年	广 告 推 广	是	否	是
22	单位 1	单位 1	单 位 1	561.81	516.81	91.99	4-12 个月、 1-2 年	广 告 推 广	是	否	否
23	单位 37	单位 37	单 位 37	557.04	557.04	100.00	1-2 年、2-3 年、3 年以上	广 告 推 广	是	否	否
24	单位 12	单位 12	单 位 12	476.01	476.01	100.00	2-3 年、3 年 以上	广 告 推 广	是	否	否
25	单位 19	单位 19	单 位 19	344.43	258.32	75.00	0-3 个月、 4-12 个月	广 告 推 广	是	否	是
26	单位 20	单位 20	单 位 20	327.50	327.50	100.00	4-12 个月	广 告 推 广	是	否	否
27	单位 38	单位 38	单 位 38	277.73	226.61	81.59	0-3 个月、 4-12 个月	广 告 推 广	是	否	否
28	单位 39	单位 39	单 位 39	178.75	178.75	100.00	4-12 个月	广 告 推 广	是	否	否
29	单位 10	单位 10	单 位 10	122.36	122.36	100.00	2-3 年	广 告 推 广	是	否	否
30	单位 28	单位 28	单 位 28	111.13	92.69	83.41	2-3 年	广 告 推 广	是	否	否

31	单位 40	单位 40	单 位 40	96.51	96.51	100.00	1-2 年	广 告 推 广	是	否	否
32	单位 41	单位 41	单 位 41	67.55	67.55	100.00	4-12 个月、 1-2 年	广 告 推 广	是	否	否
33	单位 42	单位 42	单 位 42	48.60	48.60	100.00	1-2 年	广 告 推 广	是	否	否
34	单位 7	单位 7	单 位 7	34.98	34.98	100.00	2-3 年、3 年 以上	广 告 推 广	是	否	否
35	单位 33	单位 33	单 位 33	17.22	17.22	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推 广	是	否	否
36	单位 6	单位 6	单 位 6	16.00	16.00	100.00	1-2 年、2-3 年	广 告 推 广	是	否	否
37	单位 43	单位 43	单 位 43	11.76	11.76	100.00	4-12 个月、 1-2 年	广 告 推 广	是	否	否
38	GoogleLLC	Google	单 位 16	5.56	--	--	0-3 个月	广 告 推 广	是	否	否
39	单位 3	单位 3	单 位 3	1.51	1.51	100.00	2-3 年	广 告 推 广	是	否	否
合计				86,009.76	61,610.03	71.63	—	—	—	—	—

公司为客户提供广告投放、游戏联运等服务，双方签署的合同内容显示交易双方均可从相关交易中获利，该等交易具备商业实质。

注：上表中“是否为公司的主要客户”以是否为公司主要子公司的主要客户为口径进行判断。

2、按单项计提应收收款坏账计提增加的情况：

(1) 2021 年末新增按单项计提坏账准备的原因及合理性，目前采取的催收措施及进展

① 2021 年末新增按单项计提坏账准备的应收账款明细如下：

单位：万元

公司简称	应收账款余额	坏账准备	单项计提的原因	目前催收措施	目前催收进展
单位 5	3,123.23	2,342.43	债务人资不抵债，信用风险增加	2021 年 7 月提起诉讼	等待法院排期开庭
单位 11	898.95	674.21	逾期支付，信用风险增加	与对方协商还款	正在协商中
单位 19	344.43	258.32	集团母公司苏宁发生债务危机	与对方协商还款	正在协商中
单位 46	1,990.27	950.27	回款逾期且还款能力较低	与对方协商还款	约定最终还款日期并由对方实际控制人承担连带责任
单位 12	476.01	476.01	款项账龄 2-3 年、3 年以上，2020 年末预期信用损失率为 35.92%，公司于 2021 年 6 月工商注销,2021	通过电话、微信、邮件等方式催收	——
单位 20	327.50	327.5	逾期支付服务费，信用风险增加	2021 年 10 月提起诉讼	2022 年 3 月法院已判决支持公司全部诉请，待判决公告送达生效后跟进判决履行情况

单位 38	277.73	226.61	逾期支付服务费, 信用风险增加	2021 年 7 月提起诉讼	2021 年 10 月 14 日接受法院调解, 2022 年 1 月 4 日申请法院强制执行调解协议
单位 39	178.75	178.75	逾期支付服务费, 信用风险增加	2021 年 5 月提起诉讼	等待诉讼结果
单位 40	96.51	96.51	逾期支付服务费, 信用风险增加	通过电话、微信、邮件等方式催收	正在协商中
单位 41	67.55	67.55	逾期支付服务费, 信用风险增加	通过电话、微信、邮件等方式催收	正在协商中
单位 42	48.60	48.6	逾期支付服务费, 信用风险增加	通过电话、微信、邮件等方式催收	正在协商中
单位 7	34.98	34.98	逾期支付服务费, 信用风险增加	通过电话、微信、邮件等方式催收	正在协商中
单位 43	11.76	11.76	逾期支付服务费, 信用风险增加	通过电话、微信、邮件等方式催收	正在协商中
合计:	7,876.27	5,693.50			

② 2021 年末新增按单项计提坏账准备原因及合理性，目前采取的催收措施及进展

A. 单位 5、单位 11、单位 9

单位 5 是一家零售服务商的采购中心，主要从事家电、办公设备、百货等的连锁销售和服务，是上海菲索广告有限公司（以下简称“上海菲索”）及上海亦复广告有限公司（以下简称“上海亦复广告”）的主要客户之一。

2019 年至 2020 年，单位 5 与上海菲索有限公司签署《网络广告发布合同》，委托上海菲索有限公司在爱奇艺 PPS、腾讯视频发布相关广告，涉及 5 个项目，上海菲索已按照合同约定完成相关广告发布，并取得了相关下单邮件、结算单、排期表、广告效果截图等资料，与单位 5 的交易具备商业实质。

2020 年，单位 5 与上海亦复广告签署《网络广告发布合同》委托上海亦复广告在腾讯视频发布相关广告，合同期限为 2020 年 9 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日，并就广告费用等事宜达成一致，广告发布位置、规格、时长等以单次广告发布排期表为准。上海亦复广告已按照合同约定完成相关广告发布，并取得了相关下单邮件、结算单、排期表等资料，与单位 5 的交易具备商业实质。

基于上述合同及合同执行情况，2019 年至 2021 年上海菲索及上海亦复广告对单位 5 确认应收及收款情况如下：

单位：万元

年度	应收账款期初余额	收入金额 (含税)	回款金额	应收账款期末余额
2019 年度	4,173.13	15,344.32	7,798.19	11,719.26
2020 年度	11,719.26	3,575.01	5,321.64	9,972.63

2021 年度	9,972.63	-0.02	6,849.38	3,123.23
---------	----------	-------	----------	----------

上海菲索及上海亦复广告自 2020 年第三季度开始对尚未收回的款项发函催收，2021 年 7 月对尚未收回的款项对单位 5 提起诉讼，由于单位 5 为分公司，不具备法人资格，遂将其总公司列为第二被告并要求其承担民事责任。后法院通知该案同被告的其他在诉案件一起被提审到南京市中级人民法院集中管辖。2021 年 11 月 10 日上海菲索及上海亦复广告代理律师、业务人员应法院通知到南京与单位 5 指定人员调解，双方未能达成调解方案。2021 年 12 月中下旬，法院安排双方到庭调解，双方未能达成调解方案，截至 2022 年 4 月 26 日等待法院排期开庭。

根据单位 15 的总公司 2022 年 1 月末发布的《2021 年度业绩预告》，2021 年 6 月以来，该公司由于流动性持续不足的问题，商品库存严重不足，销售和采购规模同时大幅下降，导致采购成本提高对应经营利润大幅下降等事项，该公司预计 2021 年实现归属于上市公司股东的净利润亏损 423 亿元— 433 亿元，结合该公司相关公告信息，公司判断单位 5 信用风险显著增加，结合单位 5 历史回款情况、经营和信用状况、该公司及关联方的公开诉讼情况以及对未来经济状况的预测，对预计可收回金额及发生概率进行估计，预计收回金额约为 25%，按照 75%计提坏账准备。

单位 11 与单位 19 均为单位 15 的总公司下属控股子公司，是上海亦复子公司的主要客户，2021 年期末应收账款余额均为 2021 年发生业务产生的，账龄为 1 年以内。公司与单位 11 及单位 19 保持沟通并协商还款事宜，但由于上述所述事项，公司判断单位 15 的总公司和单位 11 及单位 19 的信用风险显著增加，因此对预计可收回金额及发生概率进行估计，单项计提坏账准备，预计收

回金额约为 25%，对 2021 年末应收单位 11 与单位 19 的款项按照 75%的比例计提坏账准备。

B.单位 46

单位 46 主要经营钻石批发/镶嵌、黄金及翡翠产品的研发、生产、销售和品牌连锁运营，是广州智度优选供应链有限公司（以下简称“智度优选”）的主要客户。

2021 年 3 月单位 46 与智度优选签订《供货合作协议》，根据该协议，智度优选向单位 46 供货并实现终端销售，智度优选在单位 46 取得相关商品控制权时点即在完成商品交付时确认收入，交易具备商业实质。

基于上述协议，单位 46 在发货后 30 天内将对应货款及运费结算给智度优选，即信用期为 30 天。2021 年末，智度优选应收单位 46 余额 1,990.27 万元，其中逾期金额 1,935.18 万元，逾期占比 97.23%。2022 年 1-3 月单位 46 回款 220.50 万元。2021 年末，公司判断单位 46 信用风险显著增加，结合单位 46 历史回款情况、经营和信用状况以及期后回款情况，对预计可收回金额及发生概率进行估计，按照 47.75%计提坏账准备。

C.单位 12

单位 12 是一家信息服务商。公司子公司上海猎鹰为其提供广告推广服务。

2018 年 8 月单位 12 与上海猎鹰签订《互联网信息服务及技术服务框架合同》，合同约定由上海猎鹰运用自有或合作渠道平台为单位 12 自有或者单位 12 客户产品提供信息推广服务，合同有效期自 2018 年 8 月 1 日至 2019 年 7

月 31 日。合同签订后上海猎鹰按照约定为单位 12 提供了信息推广服务，并通过结算单对投放产品及结算金额进行确认，上海猎鹰与单位 12 的交易具备商业实质。

基于上述合同，2019 年至 2021 年上海猎鹰对单位 12 确认应收及收款情况如下：

2019 年至 2021 年上海猎鹰对单位 12 收入确认及收款情况如下：

单位：万元

年度	应收账款期初余额	收入金额 (含税)	收款金额	应收账款期末余额
2019 年度	555.37	405.64	485.00	476.01
2020 年度	476.01	--	--	476.01
2021 年度	476.01	--	--	476.01

2020 年受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，单位 12 没有回款，上海猎鹰通过电话联系的方式同单位 12 沟通，了解单位 12 运营情况、与公司进一步合作的安排，望其按照合同约定及时付款。2020 年末未发现单位 12 信用风险显著上升，公司对单位 12 按账龄组合计提坏账 170.99 万元，，坏账准备计提比例约为 36%。2021 年 6 月，单位 12 注销，款项全部无法收回，公司于 2021 年末划分为单项计提坏账准备，并全额计提坏账准备。D.单位 20

单位 20 为互联网信息服务商。西藏亦复广告有限公司（以下简称“西藏亦复”）为其提供广告推广服务。

2021 年 4 月西藏亦复与单位 20 签订《网络信息推广服务合同》，合同约定由西藏亦复通过巨量引擎为单位 20 的产品“神宠西游记”提供信息推广服务，合同有效期自 2021 年 4 月 6 日至 2021 年 12 月 31 日。合同签订后西藏亦复

按照约定为单位 20 提供了信息推广服务，并通过邮件核对每月结算金额。西藏亦复与单位 20 的交易具备商业实质。

2021 年 9 月，西藏亦复向单位 20 发出了律师函，要求单位 20 于 2021 年 9 月 15 日前支付已逾期的服务费，单位 20 未支付。2021 年 10 月西藏亦复对单位 20 提起诉讼并申请了财产保全。截至 2022 年 4 月 26 日案件正在审理中。

2021 年末，单位 20 已有逾期事实及诉讼等情况，公司判断单位 20 信用风险显著增加，对应收余额 327.50 万元全额计提坏账准备。

E.单位 38、单位 39、单位 40、单位 41、单位 42、单位 7、单位 43

单位 38、单位 39、单位 40、单位 41、单位 42、单位 7、及单位 43 均为互联网信息服务商，上海亦复及其子公司为该等客户提供广告推广服务。

该等客户均与上海亦复及其子公司签订“推广服务合同”，上海亦复及其子公司均按照相关合同预定的服务内容提供了信息推广服务，并与该等客户核对了每月结算金额，相关交易具备商业实质。

2021 年度，该等公司均出现了逾期支付服务费的情况，上海亦复及其子公司已通过电话、微信、邮件等方式催收，并对部分客户提起诉讼。

2021 年末，公司判断该等客户信用风险显著增加，结合该等客户回款情况、经营和信用状况以及对未来经济状况的预测，对预计可收回金额及发生概率进行估计，对应收余额计提坏账准备。

(2) 2021 年末对上年末单项计提坏账准备的应收账款本期增加计提的原因及合理性，目前采取的催收措施及进展

① 2021 年末对上年末单项计提坏账准备的应收账款本期增加计提的明细

如下：

单位：万元

公司简称	应收账款余额	坏账准备金额	坏账准备本期增加	坏账准备增加的原因	催收措施	催收进展 注 2
上海游吟	9,352.28	7,475.27	935.22	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	一审已判决,被告提起上诉。
憩与网络	8,941.00	7,649.92	894.10	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	正在审理中
上海颜视	7,444.21	6,520.39	744.43	2021 年末回款,信用风险增加	2021 年第 2 季度提起诉讼	正在审理中
硬核联盟	6,544.33	4,624.88	654.43	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	正在审理中
单位 23	5,871.04	5,283.94	451.48	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	正在审理中
上海临奥	5,086.79	4,578.11	409.48	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	一审已判决,被告提起上诉。
单位 29	3,358.62	2,884.04	335.86	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	已审理终结,已申请强制执行
单位 14	2,196.17	1,901.44	219.62	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	正在审理中
单位 31	3,183.19	2,864.87	176.35	2021 年末回款,信用风险增加	2020 年第 4 季度提起诉讼	已审理终结,已申请强制执行

单位 1	561.81	516.81	368.04	2021 年恢复合作,新业务发生,应收余额增加,应收余额全额计提坏账	2019 年第四季度提起诉讼,2021 年第三季度提起追加诉讼申请	一审已判决,被告提起上诉
单位 9	1,329.34	1,329.34	73.71	应收余额调整,同时信用风险增加	2020 年第一季度提起诉讼	已审理终结,已申请强制执行,执行法院裁定终结本次执行
单位 8	1,671.17	1,671.17	0.24	应收余额调整,同时信用风险增加	2021 年第二季度提起诉讼	已审理终结,已申请强制执行
合计:	55,539.95	47,300.18	5,262.96			

注 1: 上表中不包含本期坏账准备计提减少或无变动的客户。

注 2: 截至本公告披露日的催收进展情况。

② 2021 年末上期按单项计提坏账准备本期增加计提的原因及合理性, 目前采取的催收措施及进展

A.单位 14、单位 15、单位 23、单位 25、单位 27、单位 29、单位 30、单位 31、及单位 36

该等客户均为上海猎鹰客户,上海猎鹰为其提供广告推广服务。2020 年受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响,这些客户回款放缓,应收款项回款账期增长且信用状况恶化,回款金额和比例显著低于以前年度,回款风险显著升高,公司于 2020 年末将相关应收账款按照单项计提坏账准备。

2020 年及 2021 年公司通过成立清收小组,现场、电话进行催收,并采用发送律师函、提起诉讼、财产保全等催收措施,具体催收进展见上表。但这些客

户 2021 年仍未回款，且账龄进一步增长，回款风险较 2020 年末进一步升高，因此公司于 2021 年末对预计可收回金额及发生概率重新进行估计，加大了信用减值损失的计提比例。

B.单位 1、单位 8、及单位 9

该等客户均为公司之子公司上海亦复客户，上海亦复为其提供广告推广服务。上海亦复根据上述客户历史回款及具体催收进展情况（见上表），并对诉讼执行结果进行估计，认为未来回款可能性较低，对预计可收回金额及发生概率进行估计，对该等客户全额计提坏账，导致期末坏账增加 369.04 万元。

(2) 根据年报，你公司将对单位 1 的应收款按单项计提坏账准备，应收款余额为 1.37 亿元，但你公司未计提坏账准备。请你公司说明单位 1 的具体名称、账龄、欠款原因、交易是否具备商业实质、是否构成关联方，以及你公司将该笔欠款划分至单项计提却未计提坏账的原因及合理性。

公司回复：

单位 4（年报披露为单位 1）为公司海外子公司（以下简称“SPE+PM”）的主要客户 Verizon Media Group（原为 Yahoo!），SPE+PM 向其提供第三方流量入口服务，双方以当月有效流量为基础按月进行结算，结算金额以双方达成一致意见的结算单为准，相关交易具备商业实质。

单位 4(年报披露为单位 1)是美国纽约证券交易所上市公司旗下媒体部门，在互联网广告行业市场占有率较高，SPE+PM 公司一直与该公司保持长期合作

关系，与公司不存在关联关系。

单位 4（年报披露为单位 1）在 2021 年末应收账款余额为 1.37 亿元，账龄为 0-3 个月，全部为 2021 年 11-12 月确认收入形成的应收账款，截至 2022 年 4 月 26 日已 100%回款。公司给予单位 4（年报披露为单位 1）的信用期为 45 天，历史上均按照此信用期回款，历史回款率为 100%，历史损失率为 0%，公司于 2021 年末对该客户的应收账款回款金额和概率做出估计，应收单位 4（年报披露为单位 1）款项的预期信用损失率为 0，因此未计提坏账。

(3) 根据年报，你对按组合计提坏账的应收款按账龄分类计提。其中 0 至 3 个月、4 至 12 个月、1 至 2 年、2 至 3 年的计提比例较 2020 年度和 2019 年度均存在差异。请你公司补充说明计提坏账准备的具体测算估计过程及依据，同以往年度存在差异的原因及合理性，你公司坏账准备的计提是否充分，是否存在跨期计提坏账准备调节利润的情形。

请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

1、补充说明计提坏账准备的具体测算估计过程及依据

公司以预期信用损失为基础，对应收账款进行减值会计处理并确认损失准备。当单项应收账款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，公司依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，应收账款划分的组合 1 为应收境内企业客户，组合 2 为应收境外企业客户，组合 3 为应收合并范

围内关联方（金额为 0）。

对于划分为组合的应收账款，公司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，通过账龄迁徙率计算预期信用损失率。迁徙率模型是通过计算在一个时间段内没有收回而迁徙至下一个时间段的应收账款的比例来确定预期信用损失率的方法。2019 年度至 2021 年度，公司基于平均迁徙率的减值矩阵并通过前瞻性调整确定各组合的预期信用损失率。具体方法如下：

(1) 公司依据历史上每个年度的不同风险组合对应的应收账款账龄在下一年度未收回的比例的平均值计算各账龄的平均迁徙率，并依据平均迁徙率计算历史损失率：

账龄	平均迁徙率	历史损失率
0-3 个月	a	$a \times c \times d \times e$
4-12 个月	b	$b \times c \times d \times e$
1-2 年	c	$c \times d \times e$
2-3 年	d	$d \times e$
3 年以上	e	e

(2) 公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素使用当期数据对历史数据进行调整，以反映当前状况和未来预测的影响：

历史损失率	前瞻性调整	预期信用损失率
A	B	$C = A * (1 + B)$

2、公司 2019 年末至 2021 年末按组合计提坏账准备情况：

(1) 组合 1：应收境内企业客户

单位：万元

应收境内企业客户	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1年以内	61,041.47	612.30	1.00	124,575.54	2,331.38	1.87	195,621.42	3,123.57	1.60
其中：0-3个月	37,486.30	145.69	0.39	85,371.77	533.57	0.62	132,804.17	661.43	0.50
-12个月	23,555.17	466.60	1.98	39,203.77	1,797.81	4.59	62,817.25	2,462.14	3.92
1-2年	507.53	282.73	55.71	3,989.23	863.66	21.65	13,522.62	2,971.13	21.97
2至3年	1,926.44	1,909.06	99.10	864.10	790.45	91.48	256.10	213.33	83.30
3年以上	832.57	832.57	100.00	80.79	80.79	100.00	181.85	181.85	100.00
合计	64,308.01	3,636.66	5.66	129,509.66	4,066.28	3.14	209,581.99	6,489.87	3.10

(2) 组合 2：应收境外企业客户

单位：万元

应收境外 企业客户	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	应收账款	坏账 准备	预期信 用损失 率(%)	应收账款	坏账 准备	预期信 用损失 率(%)	应收账款	坏账 准备	预期信 用损失 率(%)
1 年以内	4,326.13	28.27	0.65	2,496.50	15.81	0.63	2,797.20	16.15	0.58
其中： 0-3 个月	4,256.20	21.28	0.50	2,461.42	12.31	0.50	2,774.40	13.87	0.50
4- 12 个月	69.93	6.99	10.00	35.08	3.51	10.00	22.80	2.28	10.00
1-2 年	7.93	1.59	20.00	--	--	--	--	--	--
合 计	4,334.07	29.86	0.69	2,496.50	15.81	0.63	2,797.20	16.15	0.58

3、说明同以往年度存在差异的原因及合理性，公司坏账准备的计提是否充分，是否存在跨期计提坏账准备调节利润的情形。

公司 2019 年末至 2021 年末按账龄组合计提中，各账龄段计提比例变动情况：

(1) 组合 1：应收境内企业客户

应收境内 企业客户	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
	预期信用损失率(%)	预期信用损失率(%)	预期信用损失率(%)
1 年以内	1.00	1.87	1.60
其中：0-3 个月	0.39	0.62	0.50
4-12 个月	1.98	4.59	3.92
1-2 年	55.71	21.65	21.97

2-3 年	99.10	91.48	83.30
3 年以上	100.00	100.00	100.00
合计	5.66	3.14	3.10

应收境内企业客户组合综合预期信用损失率 2020 年末为 3.14%，略高于 2019 年末的 3.10%，变化较小。2020 年末应收境内企业客户组合中除 1-2 年账龄段预期信用损失率 21.65%较 2019 年末的 21.97%略低外，1 年以内、2-3 年账龄段的预期信用损失率较 2019 年末均有一定增加。

应收境内企业客户组合综合预期信用损失率 2021 年末为 5.66%，较 2020 年末的 3.14%大幅上升。2021 年末应收境内企业客户组合中，1 年以内账龄段的预期信用损失率为 1%，较 2020 年末的 1.87%减少 0.87 个百分点，1-2 年账龄段的预期信用损失率为 55.72%，较 2020 年末的 21.65%增加 34.07 个百分点，2-3 年账龄段的预期信用损失率为 99.10%，较 2020 年末的 91.48%增加 7.62 个百分点。3 年以上账龄段的预期信用损失率 3 年末均为 100%。

对于划分为组合的应收账款，公司通过账龄迁徙率计算预期信用损失率。迁徙率模型是通过计算在一个时间段内没有收回而迁徙至下一个时间段的应收账款的比例来确定预期信用损失率的方法。2020 年度，公司发现金额重大的信用风险显著增加的应收账款，该等应收账款 2019 年度大部分仍为组合计提，2020 年度转入单项计提，2021 年度，公司进一步复核并评估应收账款的坏账风险，对信用风险显著增加的应收账款按照单项计提坏账准备，进一步增加了单项计提坏账准备的应收账款，公司计算组合迁徙率时不再包含该等单项计提坏账准备的应收账款。

假设 2021 年末仍按照 2020 年末各个账龄的预期信用损失率计提坏账，模拟前及模拟后计提结果如下：

应收境内企业客户	2021.12.31 报表金额			2020.12.31 报表金额		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1 年以内	610,414,719.10	6,122,955.66	1.00	1,245,755,395.89	23,313,786.98	1.87
其中：0-3 个月	374,862,997.30	1,456,944.59	0.39	853,717,666.53	5,335,694.06	0.62
4-12 个月	235,551,721.80	4,666,011.07	1.98	392,037,729.36	17,978,092.92	4.59
1 至 2 年	5,075,284.25	2,827,327.51	55.71	39,892,287.54	8,636,603.79	21.65
2 至 3 年	19,264,383.96	19,090,631.12	99.10	8,641,003.16	7,904,533.76	91.48
3 年以上	8,325,734.73	8,325,734.73	100.00	807,871.63	807,871.63	100.00
合计	643,080,122.04	36,366,649.02	5.66	1,295,096,558.22	40,662,796.16	3.14

应收境内企业客户	2021.12.31 模拟金额			模拟金额与报表差额	
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备
1 年以内	610,414,719.10	13,135,974.61	2.15	--	7,013,018.95

应收境内企业客户	2021.12.31 模拟金额			模拟金额与报表差额	
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备
其中： 0-3 个月	374,862,997.30	2,324,150.58	0.62	--	867,205.99
4-12 个月	235,551,721.80	10,811,824.03	4.59	--	6,145,812.96
1 至 2 年	5,075,284.25	1,098,799.04	21.65	--	-1,728,528.47
2 至 3 年	19,264,383.96	17,623,058.45	91.48	--	-1,467,572.67
3 年以上	8,325,734.73	8,325,734.73	100.00	--	--
合计	643,080,122.04	40,183,566.83	6.25	--	3,816,917.81

根据上述模拟测算结果,假设 2021 年末仍按照 2020 年末各个账龄的预期信用损失率计提坏账,模拟计提金额高于 2021 年末实际计提金额 381.69 万元,2021 年度公司实现归母净利润 1.33 亿元,模拟差异占归母净利润比例 2.86%。

假设 2020 年末仍按照 2019 年末各个账龄的预期信用损失率计提坏账,模拟前及模拟后计提结果如下:

应收境内企业客户	2020.12.31 报表金额			2019.12.31 报表金额		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1 年以内	1,245,755,395.89	23,313,786.98	1.87	1,956,214,226.30	31,235,680.45	1.60
其中： 0-3 个月	853,717,666.53	5,335,694.06	0.62	1,328,041,682.60	6,614,318.04	0.50

应收境内企业客户	2020.12.31 报表金额			2019.12.31 报表金额		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
4-12个月	392,037,729.36	17,978,092.92	4.59	628,172,543.70	24,621,362.41	3.92
1至2年	39,892,287.54	8,636,603.79	21.65	135,226,203.84	29,711,349.02	21.97
2至3年	8,641,003.16	7,904,533.76	91.48	2,561,039.30	2,133,257.42	83.30
3年以上	807,871.63	807,871.63	100.00	1,818,456.70	1,818,456.70	100.00
合计	1,295,096,558.22	40,662,796.16	3.14	2,095,819,926.14	64,898,743.59	3.10

应收境内企业客户	2020.12.31 模拟金额			模拟金额与报表差额	
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备
1年以内	1,245,755,395.89	19,636,467.32	1.58	--	-3,677,319.66
其中：0-3个月	853,717,666.53	4,268,588.33	0.50	--	-1,067,105.73
4-12个月	392,037,729.36	15,367,878.99	3.92	--	-2,610,213.93
1至2年	39,892,287.54	8,764,335.57	21.97	--	127,731.78
2至3年	8,641,003.16	7,197,955.63	83.30	--	-706,578.13
3年以上	807,871.63	807,871.63	100.00	--	
合计	1,295,096,558.22	36,406,630.16	2.81	--	-4,256,166.00

根据上述模拟测算结果，假设 2020 年末仍按照 2019 年末各个账龄的预期

信用损失率计提坏账,模拟计提金额低于 2020 年末实际计提金额 425.62 万元, 2020 年度公司归母净亏损 29.02 亿元, 模拟差异占归母净亏损比例 0.15%。

2021 年末 1 年以内、1-2 年账龄段的预期信用损失率变动主要系上海猎鹰和上海亦复的预期信用损失率变动所致, 具体分析如下:

① 2019 年末至 2021 年末应收境内企业客户账龄组合中, 上海猎鹰和上海亦复各账龄段坏账准备占比:

坏账准备占比	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	上海猎鹰占比 (%)	上海亦复占比 (%)	小计 (%)	上海猎鹰占比 (%)	上海亦复占比 (%)	小计 (%)	上海猎鹰占比 (%)	上海亦复占比 (%)	小计 (%)
1 年以内	0.00	35.51	35.51	13.22	82.14	95.36	38.20	49.56	87.77
其中: 0-3 个月	0.00	16.40	16.40	0.53	87.30	87.83	24.50	66.14	90.64
⁴ -12 个月	0.00	41.47	41.47	16.99	80.60	97.59	41.88	45.11	87.00
1-2 年	95.19	4.19	99.38	70.30	29.36	99.66	59.50	17.39	76.89
2-3 年	99.77	0.00	99.77	95.23	4.38	99.61	0.00	73.07	73.07
3 年以上	90.72	3.15	93.88	0.00	80.17	80.17	0.00	42.28	42.28
合计	80.55	7.03	87.57	41.03	55.77	96.80	45.63	35.40	81.03

如上表所示, 上海猎鹰和上海亦复应收账款坏账准备合计占公司应收账款坏

账准备总额最近三年末的比例分别为 81.03%，96.80%，87.57%，上海猎鹰和上海亦复应收账款预期信用损失率的变动对公司整体应收账款预期信用损失率变动影响重大。

上海猎鹰最近三年末应收账款 1 年以内账龄段金额占比逐年下降，1 年以上账龄段金额占比逐年上升，主要系公司管理层 2020 年对上海猎鹰的业务进行战略调整，同时受到新冠疫情对宏观经济的影响及广告下游客户的影响，客户广告预算降低，部分客户信用状况恶化，导致其经营基本面发生变化。2020 年度上海猎鹰实现营业收入 3.08 亿元，同比下降 64.92%，2021 年度，上海猎鹰实现营业收入 0.03 亿元，营业收入大幅减少，部分客户信用状况恶化、回款能力及意愿降低。

② 上海猎鹰 2019 年末至 2021 年末应收坏账准备计提情况：

单位：万元

应收境内企业客户	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1 年以内	0.01	--	6.76	2,277.99	308.31	13.53	53,372.16	1,193.33	2.24
其中：0-3 个月	0.01	--	6.76	85.14	2.84	3.34	32,004.60	162.07	0.51
4-12 个月	--	--	38.82	2,192.85	305.46	13.93	21,367.56	1,031.25	4.83
1-2 年	380.35	269.14	70.76	2,310.35	607.16	26.28	8,824.63	1,767.91	20.03

2-3 年	1,904. 71	1,904. 71	100.00	825.70	752.74	91.16	--	--	--
3 年以上	755.33	755.33	100.00	--	--	--	--	--	--
合 计	3,040. 41	2,929. 18	96.34	5,414. 04	1,668. 20	30.81	62,196. 79	2,961. 23	4.76

上海猎鹰 2020 年末应收境内企业客户组合中账龄 0-3 个、4-12 个月、1-2 年的预期信用损失率较 2019 年分别增加了 2.83%、9.10%、6.25%，2-3 年为 2021 年末新增加账龄。预期信用损失率增加的原因为受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，公司下游客户回款放缓，应收款项回款账期增长，公司结合客商回款情况及客商信用状况，调高了前瞻性调整比例，增加了预期信用损失计提比例。

上海猎鹰 2021 年的应收境内企业客户组合中账龄 0-3 个月、4-12 个月、1-2 年、2-3 年的计提比例较 2020 年分别增加了 3.42%、24.89%、44.48%、8.84%，3 年以上为 2021 年末新增加账龄。计提比例增加的原因为受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，公司下游客户回款放缓，应收款项回款账期进一步增长，且公司于 2020 年下半年对上海猎鹰进行业务调整，减少了与客户的合作，致使 2021 年 2-3 年、3 年以上长账龄段的款项回款大幅减少，计算相应账龄段的历史损失率增加，并导致预期信用损失率增加。

上海猎鹰 2018 年、2019 年、2020 年应收境内企业客户组合在以后年度的回款比例分别为 100.00%、50.42%、34.66%。由此可见 2018 年及以前年度形成的应收账款在 2019 年回款比例较高，回款正常，并且这些客户在 2019 年末未发生信用情况恶化的迹象。2020 年受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市

市场环境因素影响，公司下游客户回款开始放缓，应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化，回款金额和比例显著低于以前年度，因此公司认为从 2020 年度开始客户回款风险显著升高，将部分应收账款按照单项计提坏账准备，并在计算应收境内企业客户组合预期信用损失率时增加了前瞻性调整比例。

③ 上海亦复 2019 年末至 2021 年末应收坏账准备计提情况：

单位：万元

应收境内企业客户	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率(%)
1 年以内	37,044.14	217.41	0.59	116,679.94	1,914.92	1.64	132,463.98	1,548.19	1.17
其中：0-3 个月	19,919.63	23.90	0.12	81,948.37	465.82	0.57	95,652.75	437.47	0.46
-12 个月	17,124.51	193.51	1.13	34,731.57	1,449.10	4.17	36,811.23	1,110.72	3.02
1-2 年	118.40	11.84	10.00	1,646.72	253.60	15.40	1,924.94	516.70	26.84
2-3 年	--	--	--	34.60	34.60	100.00	155.88	155.88	100.00

3 年 以 上	26.26	26.26	100.0 0	64.77	64.77	100.0 0	76.88	76.88	100.0 0
合 计	37,188. 80	255.5 1	0.69	118,426. 03	2,267.8 9	1.92	134,621. 68	2,297.6 5	1.71

上海亦复应收境内企业客户组合综合预期信用损失率 2020 年末为 1.92%，高于 2019 年末的 1.71%，变化较小。

上海亦复应收境内企业客户组合综合预期信用损失率 2021 年末为 0.69%，较 2020 年末的 1.92%降低，主要系上海亦复 2021 年度加大了应收账款的催款力度，回款情况较以前年度好，对信用风险显著增加的应收账款转入单项计提坏账，不存在跨期计提坏账准备调节利润的情形。

上海亦复 2019 年末应收账款账龄组合期后回款比例为 93.10%（截至 2020 年末），2020 年末应收账款账龄组合期后回款比例约为 99.11%（截至 2021 年末），2021 年末应收账款账龄组合中的前 5 大客户（占比约 40.21%）中已有三家全额回款，期后回款比例为 74.47%（截至 2022 年 4 月 26 日）。

综上所述，2020 年应收账款账龄组合在 2021 年回款比例为 99.11%，回款比例较高，在此基础上前瞻性调整因素计算出 2021 年信用减值损失率，因此坏账准备计提合理。

(2) 组合 2: 应收境外企业客户

应收境外 企业客户	2021.12.31		2020.12.31		2019.12 .31
	预期信用 损失率 (%)	较上年变动比例 (%,"-"为减少)	预期信用 损失率 (%)	较上年变动比 例(%,"-"为减 少)	预期信用 损失率 (%)

1 年以内	0.65	3.17	0.63	8.62	0.58
其中：0-3 个月	0.50	0.00	0.50	0.00	0.50
4-12 个月	10.00	0.00	10.00	0.00	10.00
1-2 年	20.00	—	—	—	—
合 计	0.69	9.52	0.63	8.62	0.58

应收境外企业客户组合全部为 SPE+PM 公司应收账款账龄组合，具体情况如下：

应收境外企业客户组合 2019 年末至 2021 年末坏账准备计提情况

单位：万元

应收境外企业客户	2021.12.31			2020.12.31			2019.12.31		
	应收账款	坏账准备	预期信用损失率 (%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率 (%)	应收账款	坏账准备	预期信用损失率 (%)
1 年以内	4,326.13	28.27	0.65	2,496.50	15.81	0.63	2,797.20	16.15	0.58
其中：0-3 个月	4,256.20	21.28	0.5	2,461.42	12.31	0.5	2,774.40	13.87	0.5
4-12 个月	69.93	6.99	10	35.08	3.51	10	22.80	2.28	10
1-2 年	7.93	1.59	20	--	--	--	--	--	--
合 计	4,334.07	29.86	0.69	2,496.50	15.81	0.63	2,797.20	16.15	0.58

应收境外企业客户组合中 0-3 个月及 4-12 个月的预期信用损失率在最近三年末不存在差异，1-2 年为 2021 年末新增加账龄段，金额仅为 7.93 万元。2020 年末坏账准备较 2019 年末减少比例约为 2%，2021 年度坏账准备较 2020 年

末增加比例约 89%，变动均系应收账款的期末余额变动所导致，不存在跨期计提坏账准备调节利润的情形。

应收境外企业客户组合 2019 年末应收账款期后回款比例为 100%（截至 2020 年末），2020 年末应收账款期后回款比例约为 99.68%（截至 2021 年末），2021 年末应收账款账龄组合中的前 5 大客户（占比约 83%）期后回款比例为 100%（截至 2022 年 4 月 26 日）。此外根据 SPE+PM 公司历年应收账款的期后回款情况，极少出现逾期收款，应收账款均能够收回，发生实际坏账的可能性较小。

综上所述，公司 2021 年末应收账款坏账准备计提充分，不存在跨期计提坏账准备调节利润的情形。

会计师回复：

（一）核查程序

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，针对上述问题我们执行的主要程序如下：

1、了解并评价了与应收账款坏账准备相关的内部控制的设计有效性，并测试了关键控制执行的有效性；

2、对应收账款的形成过程获取审计证据，包括检查与应收账款相关的广告投放记录、检查信息系统中的广告投放记录、从联运充值端口查看各月充值流水并与游戏联运收入进行核对，检查公司与客户签署的结算单等；

3、获取了公司应收账款坏账准备计提表，复核了管理层预期信用损失率的计算过程、复核并抽查了管理层编制的应收账款账龄的准确性、复核并检查了公司与客户的交易内容、检查了 2019 年度至 2021 年度回款情况、获取了期后银行流水，检查了应收账款的期后收款情况、检查了公司与应收账款债务人是否存在关联关系等；

4、对于单项计提坏账准备的应收账款，复核了会计估计的合理性，并复核了管理层对可收回金额的判断依据，包括客户历史回款情况、诉讼情况、经营情况、未来还款计划等；

5、对于组合计提坏账准备的应收账款，复核了管理层计算历史损失率及迁徙率的过程，并对管理层的计算结果进行复算。

6、复核并检查了管理层 2021 年末对应收账款坏账准备的计提依据，评价坏账准备计提金额的合理性。

（二）会计师意见

基于执行的审计程序，我们认为，公司对于上述问询函问题 2 的说明，与我们在执行智度股份公司 2021 年度财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致。

3、根据年报，报告期末你公司其他应收款账面余额为 3.27 亿元，其中应退回合同预付款 1.73 亿元，较期初增长 0.19 亿元。根据你公司对我部 2020 年年报问询函的回复，应退回合同预付款主要系你公司前期预付的广告投放款无

法收回，你对四家欠款方计提约 1.38 亿元的坏账准备。请你公司结合前期回复内容说明报告期内新增应退回合同预付款的具体情况，包括欠款方名称、账龄、余额、坏账计提比例、是否为关联方，说明你公司新增计提坏账的情况以及计提的原因及合理性，并说明你公司截至目前采取的催收措施及进展。

公司回复：

(1) 新增应退回合同预付款的具体情况

2021 年其他应收款-应退回合同预付款较期初增长 0.19 亿元，主要系上海亦复子公司上海谛视文化传媒有限公司（以下简称“上海谛视”）对单位 47 的预付货款。具体情况如下：

单位：万元

计提坏账方式	公司名称	其他应收款余额	坏账准备	坏账计提比例 (%)	单项计提时间	其他应收款账龄	款项性质	是否具有商业实质	是否为公司的关联公司
按账龄组合计提	单位 47	1,871.69	10.35	0.55	2021 年	1 年以内	应退回合同预付款	是	否

2020 年 1 月 1 日，单位 47 与上海谛视签订采购合同，该合同为框架协议，合同期限为 2020 年 1 月至 2021 年 12 月。根据合同条款，上海谛视需要预付单位 47 采购货款。2021 年下半年，单位 5 陷于债务危机，上海谛视停止与单位 5 的业务，因此预付货款转为其他应收款。

(2) 坏账计提的情况以及计提的原因及合理性

基于单位 47 与上海谛视之间合作关系良好,且已签订回款协议。截至 2021 年末,单位 47 持续按照协议约定的回款计划回款,信用状况未恶化,回款风险未显著上升,公司对单位 47 按账龄组合计提坏账。

(3) 催收措施及进展

公司主要通过电话沟通的方式催收,双方沟通状况良好。截至 2022 年 4 月 28 日,单位 47 累计回款 1,390 万,回款率 74.26%。截至 2022 年 5 月末,单位 47 已按照协议约定全部回款。

综上,为公司前期新增应退回合同预付款的具体情况,公司新增计提坏账具有合理性,并且公司已根据业务实际情况采取了适当的催收措施。

4、上海猎鹰网络科技有限公司系你公司通过重大资产重组收购的标的公司,你公司收购上海猎鹰时约定的业绩承诺期为 2015 年、2016 年、2017 年和 2018 年,业绩承诺期内上海猎鹰均实现承诺业绩。业绩承诺期结束后:2019 年度,上海猎鹰实现净利润 1.18 亿元,较 2018 年下降 47.78%;2020 年度,上海猎鹰实现收入 3.08 亿元,同比下降 64.92%,实现净利润-8.47 亿元;2021 年度,上海猎鹰实现收入 0.03 亿元,同比下降 98.83%,净利润-0.80 亿元,期末净资产-6.06 亿元。

根据工商信息及此前中国证监会对你公司审计机构出具的警示函,上海猎鹰存在上海临奥文化传媒有限公司、上海颜视科技有限公司等客户函证联系电话相同,上海临奥文化传媒有限公司、上海游吟网络科技有限公司等客户同供应商上海骋荣网络科技有限公司、上海硕钜网络科技有限公司联系地址、联系电话及邮

箱均相同的情形，且上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户均于上海猎鹰业绩承诺期届满后变更控股股东或实际控制人。

此外，根据你公司此前对我部 2020 年年报问询函的回复，2020 年度上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户的回款率较 2019 年大幅下跌，上海猎鹰于 2020 年对包括上述客户在内的十余家欠款方按单项计提大额坏账准备。

(1) 请你公司补充收购上海猎鹰 2015 年以来的主要财务数据，并结合上海猎鹰经营情况、客户情况、行业发展情况说明承诺期满后 3 年内业绩持续大幅下降、净资产为负的原因与合理性。

公司回复：

1、上海猎鹰 2015 年度-2018 年度业绩承诺完成情况：

智度股份公司与上海易晋网络科技有限公司(以下简称“上海易晋网络公司”)等上海猎鹰原股东分别于 2015 年 9 月、2015 年 11 月和 2015 年 12 月签署了《标的资产盈利预测补偿协议》、《标的资产盈利预测补偿协议的补充协议》及《标的资产盈利预测补偿协议的补充协议(二)》。上海易晋网络公司等上海猎鹰原股东承诺上海猎鹰在 2015 年至 2018 年各年度，拟实现的扣除非经常性损益及配套募集资金对盈利预测的影响数后归属于母公司股东的净利润分别不低于 8,838 万元、11,700 万元、15,210 万元及 18,252 万元。上海猎鹰在承诺期内业绩承诺实现情况如下：

单位：万元

年度	承诺净利润	实际净利润 ^{注2}	是否完成业绩承诺
2015 ^{注1}	8,838.42	9,435.61	是
2016 ^{注1}	11,700.00	12,107.50	是

2017 ^{注1}	15,210.00	15,983.75	是
2018 ^{注1}	18,252.00	20,742.24	是

注：

①2015 至 2016 年度财务数据业经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了无保留意见审计报告，2017 至 2018 年度财务数据业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了无保留意见审计报告。

②实际盈利数是指上海猎鹰公司于上述年度净利润扣除非经常性损益及配套募集资金对盈利预测的影响数后的净利润。

2、上海猎鹰 2015-2021 年度主要财务数据：

单位：万元

年度	资产总额	负债总额	净资产	营业收入	归母净利润
2015 年 ^{注1}	39,252.30	7,054.21	32,198.09	28,071.91	8,831.99
2016 年 ^{注1}	52,310.22	7,424.82	44,885.40	68,887.97	12,648.88
2017 年	102,833.27	59,860.20	42,973.07	235,930.92	16,309.12
2018 年	118,371.23	67,552.66	50,818.57	136,480.67	22,561.77
2019 年	125,703.20	63,433.23	62,269.97	87,866.41	11,244.71
2020 年 ^{注2}	34,800.48	78,895.32	-44,094.84	37,855.16	-91,897.86
2021 年 ^{注2}	24,538.09	76,706.60	-52,168.51	3,754.10	-7,341.61

注：

① 2015 至 2016 年度财务数据业经瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了无保留意见审计报告，2017 至 2021 年度财务数据业经致同会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了无保留意见审计报告。

② 2020 年 7 月，上海猎鹰将原子公司深圳市范特西科技有限公司（以下简称“深圳范特西”）、北京掌汇天下科技有限公司（以下简称“掌汇天下”）的股权全部转让至智度股份。为保证 2020 年度主要财务数据与以前年度的可比性，表格中上海猎鹰主要财务数据包含了深圳范特西和掌汇天下 2020 年度的利润表数据，以及掌汇天下 2020 年 12 月 31 日的资产负债表数据。深圳范特西自 2020 年 12 月 31 日起不再纳入合并范围，2021 年度上海猎鹰主要财务数据包含了掌汇天下 2021 年度的利润表数据及资产负债表数据。

3、上海猎鹰 2019 年度主要业务经营情况：

2019 年度，上海猎鹰的业务主要包括数字营销业务（包括信息流业务及整合营销业务）、互联网媒体业务及游戏业务，上海猎鹰实现营业收入 8.79 亿元，较上年下降 35.62%，归母净利润 1.12 亿元，较上年下降 50.16%。

上海猎鹰 2019 年度业绩较业绩承诺期大幅下降主要有三个原因，一是上海猎鹰缩减了信息流广告代理业务投放规模，导致此业务产生的收入和利润较 2018 年度降低；二是受到头部媒体的冲击、互联网流量红利衰退以及突发不利事件的影响，上海猎鹰互联网媒体业务、游戏业务等毛利下降；三是因实施股权激励计划导致 2019 年度股份支付费用大幅增加，使 2019 年度的净利润降低。具体情况如下：

(1) 上海猎鹰信息流广告代理业务规模于 2017 年达到历史峰值，2018 年开始下降，下降原因主要是该业务的毛利率很低，公司业务整体毛利率被拉低不符合公司的发展定位，并且该业务占用公司资金，公司管理层决定控制信息流广告代理业务的投放量。2019 年公司管理层对数字营销业务板块进行整体调整，对信息流业务进行战略收缩，该项业务 2019 年实现营业收入 2.35 亿元，较上年下降 4.45 亿元，下降比例为 65.39%，使得当年整体营业收入下降。

(2) 上海猎鹰的互联网媒体业务主要通过自研移动端媒体矩阵产生的自有流量和第三方产品聚合流量，基于大数据分析技术进行实时信息处理，为客户提供高效、快捷、受众精准的推广服务，同时帮助媒体以更加高效的形式实现流量变现最大化。2019 年度，市场上头部媒体逐步建立自有广告聚合媒体平台，极大的方便了第三方中小媒体 App 应用的商业变现对接，受到头部媒体的冲击以及互联网流量红利衰退的影响，上海猎鹰互联网媒体业务出现一定程度的下滑，

该项业务 2019 年实现营业收入 2.98 亿元，较上年下降 0.94 亿元，下降比例为 23.97%，毛利下降 0.47 亿元，较上年下降 26.17%。

(3) 上海猎鹰子公司深圳范特西主要从事与美国职业男子篮球联赛相关的体育类游戏研发和运营，2019 年 10 月受突发的美国男子职业篮球联赛事件的不利影响，导致深圳范特西原定于 2019 年度上线的新游戏未能按照预期时间发行，原有游戏的市场也受到负面影响，毛利较上年下降 2,487 万元，下降比例 27.56%。

(4) 因公司 2018 年 11 月实施股权激励计划导致相关年度股份支付费用大幅增加，2019 年上海猎鹰确认股份支付费用 4,212.92 万元，较上年增加 4,093.97 万元，导致上海猎鹰 2019 年度净利润下降。

4、上海猎鹰 2020 年度主要业务经营情况：

2020 年度，上海猎鹰的业务主要包括数字营销业务（包含信息流业务及整合营销业务）、互联网媒体业务及游戏业务，上海猎鹰实现营业收入 3.79 亿元，较上年下降 56.92%，归母净利润-9.19 亿元，较上年下降 917.25%。

上海猎鹰 2020 年度出现大额亏损主要有两个原因，一是管理层对上海猎鹰的业务进行战略调整，且客户广告预算降低，导致其经营基本面发生变化，2020 年度毛利为-1.24 亿元，二是受到新冠疫情对宏观经济及广告下游客户的影响，部分客户信用状况恶化，公司计提大额信用减值损失。具体情况如下：

(1) 2020 年，受流量红利递减及新冠疫情影响，广告流量更集中于头部搜索、社交类应用、短视频应用等场景，上海猎鹰互联网媒体业务下滑严重，客户广告预算降低，导致上海猎鹰互联网媒体业务营业收入和毛利率下降。公司自

下半年开始缩减互联网媒体业务（Fmobi 业务、阅读业务、预装业务）和信息流二代业务，至第四季度交易额几乎可以忽略。

(2) 2020 年上海猎鹰与湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司签订了“芒果 TV”互联网电视平台广告实行买断模式独家代理协议，根据协议，上海猎鹰拥有芒果 TV 互联网电视平台 2020 年度广告独家代理权，上海猎鹰有权对合作的广告资源进行独家售卖。由于受到新冠疫情影响，广告收入未达预期，但上海猎鹰仍需承担芒果 TV 互联网电视平台广告独家代理成本，导致当期上海猎鹰芒果 TV 互联网电视平台广告项目毛利为负，对利润总额影响金额为-12,117.86 万元。

(3) 原上海猎鹰子公司深圳范特西 2020 年度持续受到美国职业男子篮球联赛相关业务在中国运营政策的影响，2020 年度深圳范特西亏损约 7,629.63 万元，对利润总额的影响金额为-7,629.63 万元。

(4) 受到流量红利衰退以及新冠疫情的影响，上海猎鹰原互联网媒体业务下滑严重，应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化。2020 年度，上海猎鹰加大了应收账款催收力度，并于第四季度对部分客户提起诉讼，同时，上海猎鹰结合客户回款情况及信用状况，对当期信用风险显著增加的应收款项计提了大额信用减值损失，对利润总额的影响金额为-62,066.36 万元。

5、上海猎鹰 2021 年度主要业务经营情况：

2021 年，延续 2020 年行业趋势及对上海猎鹰业务运营策略不变，全面停运上海猎鹰业务板块，2021 年度基本无业务收入。2021 年度，根据应收款项的可回收情况，补提应收账款信用减值损失 7,157 万元，2021 年度亏损

7,341.61 万元。

6、上海猎鹰主要客户情况：

上海猎鹰互联网媒体业务主要客户为二级广告代理及终端广告主，部分客户业务规模较小，抗风险能力弱，受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，经营及信用状况恶化，回款放缓或无法收回，同时，客户投放预算降低，业务风险增加，公司全面停运该业务板块，并对涉及风险客户追讨欠款。

综上所述，2019 年度、2020 年度上海猎鹰业绩下滑主要是受到头部媒体的冲击、互联网流量红利衰退、确认股份支付费用、突发不利事件以及新冠疫情的影响，业绩承诺期满后业绩下滑主要是受到宏观行业环境变化以及新冠疫情的影响，并公司从 2020 年四季度开始对上海猎鹰原有互联网媒体业务及数字营销业务进行大幅收缩。由于 2020 年度亏损 8.47 亿元，导致 2020 年末净资产为负数。2021 年，公司全面停运上海猎鹰业务板块，2021 年度基本无业务收入，并补提前期应收账款信用减值损失 7,157 万元，以致 2021 年末净资产为负。

(2) 请你公司结合上述情况，详细核查并说明上海猎鹰以往年度同前述客户及供应商发生交易的真实性和商业实质、上述客户及供应商之前是否存在关联关系，是否同你公司或业绩承诺方存在关联关系或其他利益关系，相关客户回款率大幅下滑的实际原因，业绩承诺期内是否通过利润调节或虚构收入等方式实现业绩达标的情形。请独立董事核查并发表明确意见。

公司回复：

1、上海猎鹰以往年度同前述客户及供应商发生交易的真实性和商业实质

公司全称	公司简称	客户\供应商	交易年度
上海游吟网络科技有限公司	游吟网络公司	客户	2018-2020
上海颜视科技有限公司	颜视科技公司	客户	2018-2020
上海临奥文化传媒有限公司	上海临奥公司	客户	2018-2020
上海骋荣网络科技有限公司	骋荣网络公司	供应商	2018-2020
上海硕钜网络科技有限公司	上海硕钜公司	供应商	2017-2020

(1) 上海游吟公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海游吟公司是上海猎鹰公司的游戏联运商，上海猎鹰公司对相关游戏进行推广，按照玩家充值金额和分成比例从上海游吟公司收取游戏联运分成收入。2018 至 2020 年度，上海猎鹰公司为上海游吟公司推广和投放的产品主要包括探探、全民萌萌消、龙族幻想、蘑菇街、萌妹三国、三国伏魔传、京东、快手、拼多多、传奇召唤师等产品。

(2) 颜视科技公司与上海猎鹰公司的交易情况

颜视科技公司与上海猎鹰公司签署了互联网信息服务及技术服务框架合同，上海猎鹰公司为其在 FMOBI 平台上进行广告投放。2018 至 2020 年度，上海猎鹰公司为颜视科技公司推广和投放的产品主要包括猫咪扭蛋、电玩城、全民 k 歌、360 借条、最佳东方、王的崛起等产品。

(3) 临奥公司与上海猎鹰公司的交易情况

2018 年度，临奥公司与上海猎鹰公司签署游戏 CPS 推广协议，约定上海

猎鹰公司推广临奥公司代理的游戏产品，上海猎鹰公司按照游戏实际充值流水乘以分成比例向临奥公司收取分成收入。2019 年度，临奥公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同，合同期间为 2019 年 8 月 1 日至 2021 年 8 月 1 日，上海猎鹰公司为临奥公司提供广告推广服务。2018 至 2020 年度，上海猎鹰公司为临奥公司推广和投放的产品主要包括携程旅行、淘集集、哔哩哔哩等产品。

(4) 上海骋荣公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海骋荣公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同，约定骋荣公司为上海猎鹰公司提供广告推广服务。上海骋荣公司为上海猎鹰公司的供应商。上海骋荣公司 2018 至 2020 年度为上海猎鹰公司推广的主要产品包括探探、猎鹰阅读、去买、妩媚街、趣购、闲趣捕鱼、凯乐斗地主、猫咪扭蛋、王的崛起、电玩城、蓝洞棋牌、幻想计划、抢货、丝芙兰、滴滴专车、咪咕视频等产品。

(5) 上海硕钜公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海硕钜公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同，约定硕钜公司为上海猎鹰公司提供广告推广服务。上海硕钜公司为上海猎鹰公司的供应商。上海硕钜公司 2018 至 2020 年度为上海猎鹰公司推广的主要产品包括 Hi-wifi、最佳阵容、闲趣捕鱼、凯乐斗地主、群乐麻将、去买、妩媚街、体育快讯、猫咪扭蛋、王的崛起、电玩城、弯弯游戏、火线狙击、蓝洞棋牌、全民萌萌消、聊吧、掌门一对一等，投放的产品主要为游戏类产品。

2、公司与上述客户及供应商的交易存在商业实质。

公司与上述客户签署的服务协议具备商业实质、公司为客户投放的广告产品真实、客户对公司投放的数量及金额出具结算单进行确认、公司为客户提供的游戏联运收入与客户充值端口显示的金额一致，公司在将控制权转移至客户时确认收入。

公司与上述供应商签署的服务协议具备商业实质、供应商为公司推广产品的数量及金额经过公司的确认，公司各月按照与供应商确认的应结算金额确认成本。

3、上述客户及供应商之前是否存在关联关系，是否同公司或业绩承诺方存在关联关系或其他利益关系

公司对上述客户及供应商核查内容如下：

临奥公司系 2015 年 6 月 29 日于上海成立的有限责任公司，临奥公司成立时的法人为王强（以下称为“临奥公司原法人”），王强持有临奥公司 51% 的股份，2018 年 1 月 24 日，王强将其持有的临奥公司股权转让给陆炳鑫，同时，临奥公司的法人由王强变更为陆炳鑫。

骋荣网络公司系 2014 年 10 月 22 日于上海成立的有限责任公司，骋荣网络公司成立时的法人为王强，王强持有上海骋荣公司 100% 的股份。2018 年 1 月 22 日，王强将其持有的上海骋荣公司股权转让给王俊杰，同时，上海骋荣公司的法人由王强变更为王俊杰。

游吟网络公司系 2014 年 10 月 20 日于上海成立的有限责任公司，公司成立时，王强担任上海游吟公司的董事及法人代表。2020 年 7 月，王强成为游吟网络公司的股东，并于 2021 年 3 月将股份对外转让，且不再担任游吟网络法人代表。

上海硕钜网络科技有限公司（以下简称“上海硕钜公司”）成立于 2015 年 8 月，股东及法人代表均为自然人高祝青。

根据上述信息，2018 年 1 月前，上海临奥公司与上海骋荣公司受同一自然人王强控制，构成关联方关系。2018 年 1 月 22 日、24 日，王强将上海临奥公司及上海骋荣公司股权分别转让给陆炳鑫、王俊杰，公司通过天眼查查询，未发现陆炳鑫及王俊杰存在关联关系，未发现自 2018 年 1 月起上海临奥公司和上海骋荣公司存在主要投资者、关键管理人员重叠的情况。

2018 年度，王强将上海临奥公司股权转让给陆炳鑫后，2018 年 5 月上海临奥公司有新自然人股东童峥进入，2018 年度童峥同时持有游吟网络公司股权及上海临奥公司的股权，但是其对游吟网络公司仅持股 5%，且未在相关公司担任法人代表。2019 年度，陆炳鑫及童峥将上海临奥公司股权对外转让，不再担任上海临奥公司股东。

上海临奥公司与上海骋荣公司在 2018 年 1 月前，即受同一自然人王强控制，构成关联方关系时均未与上海猎鹰发生交易；上海猎鹰与上海临奥公司、上海猎鹰与上海骋荣公司均在 2018 年 1 月后，即上海临奥公司与上海骋荣公司不再具有关联关系后方才分别发生各自交易。

上海临奥公司与游吟网络公司在 2018 年度存在相同自然人股东童峥，根据持股比例及法人代表的任职情况，该自然人在 2018 年度对上海临奥公司具有重大影响、对游吟网络公司不具有重大影响，因此根据企业会计准则的相关规定，上海临奥公司及游吟网络公司未被同一方控制或共同控制，因此不属于企业会计准则规定的关联方。

未发现上海硕钜公司股东、董事及高管人员与游吟网络公司、上海临奥公司及上海骋荣公司的股东及法人代表重叠的情况。

上述部分客户及供应商登记的注册地址和电话相近的公司为游吟网络、上海临奥及骋荣网络公司，游吟网络为王强担任法人代表的公司，上海临奥及骋荣网络公司为 2018 年 1 月以前存在共同股东王强的公司，公司在注册时期的地址和电话相近，2018 年 1 月进行股权转让后，上海临奥及骋荣网络公司登记的电话

已变更。

综上核查,上述客户及供应商同公司或业绩承诺方不存在关联关系或其他利益关系。

4、相关客户回款率大幅下滑的实际原因,业绩承诺期内是否通过利润调节或虚构收入等方式实现业绩达标的情形

上海游吟公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 7,010 万元及 2,095 万元,上海颜视公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 3,500 万元及 150 万元,上海临奥公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 1,760 万元及 2,159 万元,上海游吟公司与上海颜视公司 2020 年度回款金额较 2019 年度大幅下降。2020 年度,受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响,应收账款未能及时收回,公司多次催收上海游吟公司及上海颜视公司等客户款项,对方仍未履行付款义务,上海猎鹰公司对该等公司提起诉讼。

针对相关客户回款率大幅下滑,公司采取的措施主要如下:

受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响,公司下游客户回款放缓,应收款项回款账期增长且部分客户信用状况恶化,公司结合客商回款情况及客商信用状况,基于谨慎性原则,根据企业会计准则及公司会计政策的相关规定,计提的信用减值损失同比增加。

2020 年 1-7 月,受新冠疫情爆发及后续国内各地疫情反复的影响,公司更多的是由商务人员采用电话联系的方式同客户沟通,了解客户公司运营情况、与公司进一步合作的安排,望其按照合同约定及时付款,这段时间公司亦考虑到客户受疫情影响,各方资金回笼都有压力,主要以电话沟通为主,并没有加大催款

力度。

2020 年第三季度，随着国内疫情的有效控制，公司加大催款力度，主要为反复电话催收及结合年度内相关客户业务开展、回款情况走访，前三季度中，虽回款没有按照预期收回，但陆续有资金回笼，同时公司也注意到部分客户运营受疫情及市场变化影响较大，信用状况不佳，针对该情况，公司在定期报告中对该情况做出提示，并加大计提了信用减值损失。

2020 年第四季度，公司管理层通过商务人员反馈的信息进行梳理，并同时安排除商务人员外的法务、财务人员共同成立清收小组，现场、电话加大力度推进，过程中识别出部分客户信用状况恶化，针对该情况同时转变催收方式，采用发送律师函、提起诉讼、财产保全等强硬催收，并在 2020 年度财报中按照已识别风险计提相应的信用减值损失。

上海猎鹰与上述三家客户在 2018 至 2020 年度存在业务关系，2018 年度确认相关收入时，具有双方签署的合同、结算单、游戏联运充值记录、上海猎鹰为三家客户进行了广告投放，相关交易真实发生，收入确认时点符合企业会计准则的相关规定，2018 年末确认的应收款项基本在 2019 至 2020 年度收回。

综上所述，上述相关客户回款率大幅下滑主要出现在 2020 年及之后，不存在业绩承诺期内通过利润调节或虚构收入等方式实现业绩达标的情形。

独立董事核查意见：

经查阅有关会计记录，询问公司信息披露相关部门工作人员，以及与公司年审会计师进行的沟通等核查程序，独立董事认为：（1）上海猎鹰及其子公司与前述客户及供应商发生的交易，主要发生在2020年8月份之前（本届独立董事任期之前）；（2）上海猎鹰以往年度同前述客户及供应商发生的交易具有商业实质，上述客户及供应商之前不存在关联关系，与公司或业绩承诺方不存在关联关系或其他利益关系，上海猎鹰相关客户回款率大幅下滑受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境等多方面因素影响，上海猎鹰业绩承诺期内不存在通过利润调节或虚构收入等方式实现业绩达标的情形。

（3）请年审会计师结合前述问题及中国证监会出具的警示函中涉及的内容，核查并说明上海猎鹰相关客户及供应商存在工商信息相同的实际原因，是否存在关联关系及其他利益关系，相关客户回款率大幅下滑的实际原因及合理性，上海猎鹰同上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户及供应商的交易、支付的款项是否具备真实性和商业实质，并就上海猎鹰业绩承诺期内业绩的真实性发表明确意见。

会计师回复：

（一）说明上海猎鹰相关客户及供应商存在工商信息相同的实际原因，是否存在关联关系及其他利益关系，相关客户回款率大幅下滑的实际原因及合理性，上海猎鹰同上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户及供应商的交易、支付的款项是否具备真实性和商业实质

1、上海猎鹰相关客户及供应商存在工商信息相同的实际原因，是否存在关

联关系及其他利益关系

(1) 上海临奥文化传媒有限公司、上海颜视科技有限公司等客户函证联系电话相同

上海临奥与上海颜视 2018 年度函证发函联系电话相同,但收件地址与收件人均不相同,两家公司函证回函寄件人及地址、电话均不存在重叠。2019 年度及之后年度上海临奥与上海颜视函证发函及回函相关信息不存在重叠的情形。我们在进行 2018 年审计时对相关公司的注册信息进行了查询,查询到的公司注册信息如下:

公司简称	年度	股东	法人	注册地址	联系电话
上海临奥	2018	陆炳鑫、童峥	陆炳鑫	上海市嘉定区科福路 358_368 号 4 幢 1 层 E 区 J521 室	021-54666286
上海颜视	2018	上海鼎德实业有限公司	吴晓军	上海市金山区亭林镇松育路 181 号 2 幢 405 室	021-64332442

注:上表信息来源于天眼查或发票信息。

通过股东、法人、注册地址、注册电话的查询,我们未发现地址及电话相同的情形,亦未发现股东或法人代表相同的关联关系情形。

(2) 上海临奥文化传媒有限公司、上海游吟网络科技有限公司等客户同供应商上海骋荣网络科技有限公司、上海硕钜网络科技有限公司联系地址、联系电话及邮箱均相同

2019 年执行 2018 年度审计时，查询上述公司的注册信息如下：

公司简称	股东	法人	注册地址	联系电话
游吟网络	上海思游网络科技有限公司；童峥；施静怡	王强	上海市嘉定区银翔路 515 号 1108 室	021-69955107
上海临奥	陆炳鑫、童峥	陆炳鑫	上海市嘉定区科福路 358_368 号 4 幢 1 层 E 区 JT2366 室	021-54666286
骋荣网络	王俊杰	王俊杰	上海市嘉定区南翔镇科福路 358_368 号 4 幢 1 层 B 区 1074 室	021-69955107
上海硕钜	高祝青	高祝青	上海市金山区金山卫镇长春村 1044 号 1 幢 133 号	15802163153

2020 年执行 2019 年度审计时，查询上述公司的注册信息如下：

公司简称	股东	法人	注册地址	联系电话
游吟网络	上海思游网络科技有限公司；童峥；施静怡	王强	上海市嘉定区南翔镇科福路 358_368 号 4 幢 1 层 B 区 1082 室	021-69955107
上海临奥	张丽；王君成；上海旌隆创业投资合伙企业（有限合伙）	王君成	上海市嘉定区科福路 358_368 号 4 幢 1 层 E 区 JT2366 室	17712513703

骋荣网络	王俊杰	王俊杰	上海市嘉定区南翔镇科福路 358_368 号 4 幢 1 层 B 区 1074 室	13816150043
上海硕钜	高祝青	高祝青	上海市金山区金山卫镇长春村 1044 号 1 幢 133 号	15802163153

2021 年执行 2020 年度审计时，查询上述公司的注册信息如下：

公司简称	股东	法人	注册地址	联系电话
游吟网络	王强；童峥；施静怡	王强	上海市嘉定区南翔镇科福路 358_368 号 4 幢 1 层 B 区 1082 室	021-69955107
上海临奥	张丽；王君成；上海旌隆创业投资合伙企业（有限合伙）	王君成	上海市嘉定区科福路 358_368 号 4 幢 1 层 E 区 JT2366 室	17712513703
骋荣网络	王俊杰	王俊杰	上海市嘉定区南翔镇科福路 358_368 号 4 幢 1 层 B 区 1074 室	13816150043
上海硕钜	高祝青	高祝青	上海市金山区金山卫镇长春村 1044 号 1 幢 133 号	15802163153

注：上表信息来源于天眼查或发票信息。

2019 年度骋荣网络与上海硕钜的注册邮箱相同。

临奥公司系 2015 年 6 月 29 日于上海成立的有限责任公司，临奥公司成立时的法人为王强（以下称为“临奥公司原法人”），王强持有临奥公司 51%的

股份，2018 年 1 月 24 日，王强将其持有的临奥公司股权转让给陆炳鑫，同时，临奥公司的法人由王强变更为陆炳鑫。

骋荣网络公司系 2014 年 10 月 22 日于上海成立的有限责任公司，骋荣网络公司成立时的法人为王强，王强持有上海骋荣公司 100% 的股份。2018 年 1 月 22 日，王强将其持有的上海骋荣公司股权转让给王俊杰，同时，上海骋荣公司的法人由王强变更为王俊杰。

游吟网络公司系 2014 年 10 月 20 日于上海成立的有限责任公司，公司成立时，王强担任上海游吟公司的董事及法人代表。2020 年 7 月，王强成为游吟网络公司的股东，并于 2021 年 3 月将股份对外转让，且不再担任游吟网络法人代表。

上海硕钜网络科技有限公司（以下简称“上海硕钜公司”）成立于 2015 年 8 月，股东及法人代表均为自然人高祝青。

根据上述信息，2018 年 1 月前，上海临奥公司与上海骋荣公司受同一自然人王强控制，构成关联方关系。2018 年 1 月 22 日、24 日，王强将上海临奥公司及上海骋荣公司股权分别转让给陆炳鑫、王俊杰，审计项目组通过天眼查查询，未发现陆炳鑫及王俊杰存在关联关系，未发现自 2018 年 1 月起上海临奥公司和上海骋荣公司存在主要投资者、关键管理人员重叠的情况。

2018 年度，王强将上海临奥公司股权转让给陆炳鑫后，2018 年 5 月上海临奥公司有新自然人股东童峥进入，2018 年度童峥同时持有游吟网络公司股权及上海临奥公司的股权，但是其对游吟网络公司仅持股 5%，且未在相关公司担任法人代表。2019 年度，陆炳鑫及童峥将上海临奥公司股权对外转让，不再担任上海临奥公司股东。

上海临奥公司与上海骋荣公司在 2018 年 1 月前，即受同一自然人王强控制，构成关联方关系时均未与上海猎鹰发生交易；上海猎鹰与上海临奥公司、上海猎

鹰与上海骋荣公司均在 2018 年 1 月后,即上海临奥公司与上海骋荣公司不再具有关联关系后方才分别发生各自交易。

上海临奥公司与游吟网络公司在 2018 年度存在相同自然人股东童峥,根据持股比例及法定代表人的任职情况,该自然人在 2018 年度对上海临奥公司具有重大影响、对游吟网络公司不具有重大影响,因此根据企业会计准则的相关规定,上海临奥公司及游吟网络公司未被同一方控制或共同控制,因此不属于企业会计准则规定的关联方。

未发现上海硕钜公司股东、董事及高管人员与游吟网络公司、上海临奥公司及上海骋荣公司的股东及法人代表重叠的情况。

上述部分客户及供应商登记的注册地址和电话相近的公司为游吟网络、上海临奥及骋荣网络公司,游吟网络为王强担任法定代表人的公司,上海临奥及骋荣网络公司为 2018 年 1 月以前存在共同股东王强的公司,公司在注册时期的地址和电话相近,2018 年 1 月进行股权转让后,上海临奥及骋荣网络公司登记的电话已变更。

(3) 上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户均于上海猎鹰业绩承诺期届满后变更控股股东或实际控制人

公司与上海易晋网络科技有限公司(以下简称“上海易晋网络公司”)等上海猎鹰原股东分别于 2015 年 9 月、2015 年 11 月和 2015 年 12 月签署了《标的资产盈利预测补偿协议》、《标的资产盈利预测补偿协议的补充协议》及《标的资产盈利预测补偿协议的补充协议(二)》。上海易晋网络公司等上海猎鹰原股东的业绩承诺期为 2015 至 2018 年度。

上述公司 2018 年度至 2021 年度控股股东或实际控制人的情况如下:

游吟网络	股东	法人	疑似实际控制人
------	----	----	---------

2018 年度	上海思游网络科技有限公司 92%；童峥 5%；施静怡 3%	王强	王春婉
2019 年度	上海思游网络科技有限公司 92%；童峥 5%；施静怡 3%	王强	王春婉
2020 年度	上海思游网络科技有限公司 92%；童峥 5%；施静怡 3%	王强	王春婉
2021 年度	马玉峰 92%；童峥 5%；施静怡 3%	马玉峰	马玉峰

上海颜视科技	股东	法人	疑似实际控制人
2018 年度	上海鼎德实业有限公司 100%	吴晓军	吕红兵、廖丽贞
2019 年度	上海鼎德实业有限公司 100%	吴晓军	吕红兵、廖丽贞
2020 年度	王玉环 100%	王玉环	王玉环
2021 年度	王玉环 100%	王玉环	王玉环

上海临奥	股东	法人	疑似实际控制人
2018 年度	陆炳鑫、童峥	陆炳鑫	陆炳鑫
2019 年度	张丽 49%；王君成 41%；上海旌隆创业投资合伙企业（有限合伙） 10%	王君成	张丽

2020 年度	张丽 49%；王君成 41%；上海旌隆创业 投资合伙企业（有限合伙） 10%	王君成	张丽
2021 年度	张丽 49%；王君成 41%；上海旌隆创业 投资合伙企业（有限合伙） 10%	王君成	张丽

注：上表信息来源于天眼查信息。

游吟网络公司的控股股东及疑似实际控制人于 2021 年度变更，距离业绩承诺期满间隔超过 2 个完整年度，上海颜视科技公司的控股股东及疑似实际控制人于 2020 年度变更，距离业绩承诺期满间隔超过 1 个完整年度，上海临奥公司的控股股东及疑似实际控制人于 2019 年度变更，距离业绩承诺期满间隔时间较短。上述公司的控股股东及疑似实际控制人发生变更系股东的转让行为，上海猎鹰公司与上述公司开展广告投放或 CPS 游戏联运业务，相关业务不与客户的股东变动产生必然联系。

2、相关客户回款率大幅下滑的实际原因及合理性

上海游吟公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 7,087 万元及 2,095 万元，上海颜视公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 3,500 万元及 150 万元，上海临奥公司 2019 及 2020 年度回款金额分别为 4,024 万元及 2,159 万元。2020 年度，受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，应收账款未能及时收回，公司多次催收上海游吟公司及上海颜视公司等客户款项，对方仍未履行付款义务，上海猎鹰公司对该等公司提起诉讼。

3、上海猎鹰同上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户及供应商的交易、支付的款项是否具备真实性和商业实质

(1) 上海游吟公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海游吟公司是上海猎鹰公司的游戏联运商，上海猎鹰公司对相关游戏进行推广，按照玩家充值金额和分成比例从上海游吟公司收取游戏联运分成收入。2018 至 2020 年度，上海猎鹰公司为上海游吟公司推广和投放的产品主要包括探探、全民萌萌消、龙族幻想、蘑菇街、萌妹三国、三国伏魔传、京东、快手、拼多多、传奇召唤师等产品。

(2) 颜视科技公司与上海猎鹰公司的交易情况

颜视科技公司与上海猎鹰公司签署了互联网信息服务及技术服务框架合同，上海猎鹰公司为其在 FMOBI 平台上进行广告投放。2018 至 2020 年度，上海猎鹰公司为颜视科技公司推广和投放的产品主要包括猫咪扭蛋、电玩城、全民 k 歌、360 借条、最佳东方、王的崛起等产品。

(3) 临奥公司与上海猎鹰公司的交易情况

2018 年度，临奥公司与上海猎鹰公司签署游戏 CPS 推广协议，约定上海猎鹰公司推广临奥公司代理的游戏产品，上海猎鹰公司按照游戏实际充值流水乘以分成比例向临奥公司收取分成收入。2019 年度，临奥公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同，合同期间为 2019 年 8 月 1 日至 2021 年 8 月 1 日，上海猎鹰公司为临奥公司提供广告推广服务。2018 至 2021 年度，上海猎鹰公司为临奥公司推广和投放的产品主要包括携程旅行、淘集集、哔哩哔哩等产品。

(4) 上海骋荣公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海骋荣公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同，约定骋荣公司为上海猎鹰公司提供广告推广服务。上海骋荣公司为上海猎鹰公司的

供应商。上海骋荣公司 2018 至 2020 年度为上海猎鹰公司推广的主要产品包括去买、妩媚街、趣购、闲趣捕鱼、凯乐斗地主、猫咪扭蛋、王的崛起、电玩城、蓝洞棋牌、幻想计划、抢货、丝芙兰、滴滴专车、借了吗、僵尸捕鱼、御宅幻想、探探、微商加盟、手机助手等产品。

(5) 上海硕钜公司与上海猎鹰公司的交易情况

上海硕钜公司与上海猎鹰公司签署互联网信息服务及技术服务框架合同,约定硕钜公司为上海猎鹰公司提供广告推广服务。上海硕钜公司为上海猎鹰公司的供应商。上海硕钜公司 2018 至 2020 年度为上海猎鹰公司推广的主要产品包括 Hi-wifi、最佳阵容、闲趣捕鱼、凯乐斗地主、群乐麻将、去买、妩媚街、体育快讯、猫咪扭蛋、王的崛起、电玩城、弯弯游戏、火线狙击、蓝洞棋牌、全民萌萌消、聊吧、掌门一对一等,投放的产品主要为游戏类产品。

(二) 核查程序

我们按照中国注册会计师审计准则的要求,针对上述问题我们执行的主要程序如下:

1、通过天眼查对上海猎鹰公司的主要客户及供应商的注册信息进行查询,并关注该等公司及上海猎鹰公司的股东、董事及高管人员是否存在相互关联、构成关联关系的情形;

2、对上海游吟公司、上海颜视公司及上海临奥公司等主要客户的回款金额进行检查和分析,对上海游吟公司及上海颜视公司的回款金额在 2020 年度大幅下降的情形进行关注,了解管理层的诉讼进展,并复核管理层计提坏账准备的依据及合理性;

3、我们对上海游吟公司执行了以下审计程序：

(1) 通过工商信息查询，了解了上海游吟公司的经营范围与上海猎鹰公司的业务内容相匹配，且与上海猎鹰不具有关联关系；

(2) 检查了销售合同，对重要的合同条款进行检查并记录；

(3) 检查了双方盖章确认的结算单，将结算单金额与账面金额进行核对，验证了收入的真实性与准确性；

(4) 我们的信息系统测试团队对 Fmobi 系统进行一般控制测试及应用控制测试，核对了信息系统中的广告投放记录与结算单及财务账面收入的一致性；

(5) 查阅了广告投放产品是否为真实存在的产品，进而确定收入真实性；

(6) 针对 CPS 联运业务，从联运充值端口查看各月充值流水，与结算单及账面收入进行核对；

(7) 对上海游吟公司进行函证；

(8) 检查了审计期间及期后的银行回款情况；

(9) 对期后实施特定的审计程序，如是否存在大额期后销售退回等事项。

4、我们对颜视科技公司执行了以下审计程序：

(1) 通过工商信息查询，了解了颜视科技公司的经营范围与上海猎鹰公司的业务内容相匹配，且与上海猎鹰不具有关联关系；

(2) 检查了销售合同，对重要的合同条款进行检查并记录；

(3) 检查了双方盖章确认的结算单，将结算单金额与账面金额进行核对，验证了收入的真实性与准确性；

(4) 对颜视科技公司进行函证；

(5) 我们的信息系统测试团队对 Fmobi 系统进行一般控制测试及应用控制测试，核对了信息系统中的广告投放记录与结算单及财务账面收入的一致性；

(6) 查阅了广告投放产品是否为真实存在的产品，进而确定收入真实性；

(7) 检查了审计期间及期后的银行回款情况；

(8) 对期后实施特定的审计程序，如是否存在大额期后销售退回等事项。

5、我们对上海临奥公司执行了以下审计程序：

(1) 通过工商信息查询，了解了临奥公司的经营范围与上海猎鹰公司的业务内容相匹配，且与上海猎鹰不具有关联关系；

(2) 检查了销售合同，对重要的合同条款进行检查并记录；

(3) 检查了双方盖章确认的结算单，将结算单金额与账面金额进行核对，验证了收入的真实性与准确性；

(4) 我们的信息系统测试团队对 Fmobi 系统进行一般控制测试及应用控制测试，核对了信息系统中的广告投放记录与结算单及财务账面收入的一致性；

(5) 查阅了广告投放产品是否为真实存在的产品，进而确定收入真实性；

(6) 针对 CPS 联运业务，从联运充值端口查看各月充值流水，与结算单及账面收入进行核对；

- (7) 对临奥公司进行函证；
- (8) 检查了审计期间及期后的银行回款情况；
- (9) 对期后实施特定的审计程序，如是否存在大额期后销售退回等事项。

6、我们对上海骋荣公司执行了以下审计程序：

- (1) 检查采购合同，记录合同重要条款，判断是否存在商业实质；
- (2) 抽查发票及付款回单；
- (3) 对上海骋荣公司进行函证；
- (4) 对上海骋荣公司进行走访；
- (5) 查询公开网络信息，判断该公司是否真实存在；判断其业务范围是否与被审计单位的业务相关联，能否为被审计单位提供相关服务；判断其是否与被审计公司存在关联关系；
- (6) 我们的信息系统测试团队对 FMOBI 业务相关的信息系统进行一般控制测试及应用控制测试，并关注系统中的交易记录，从而确定交易的真实性；
- (7) 获取并检查结算单，将结算单金额与账面金额进行核对。

7、我们对上海硕矩公司执行了以下审计程序：

- (1) 检查采购合同，记录合同重要条款，判断是否存在商业实质；
- (2) 抽查发票及付款回单；
- (3) 对硕矩公司进行函证；
- (4) 查询公开网络信息，判断该公司是否真实存在；判断其业务范围是否与被审计单位的业务相关联，能否为被审计单位提供相关服务；判断其是否与被审计公司存在关联关系；
- (5) 我们的信息系统测试团队对 FMOBI 业务相关的信息系统进行一般控

制测试及应用控制测试，并关注系统中的交易记录，从而确定交易的真实性；

(6) 获取并检查结算单，将结算单金额与账面金额进行核对

(三) 会计师意见

基于执行的审计程序，我们认为：

上海猎鹰公司同上海游吟、上海颜视、上海临奥等客户及上海骋荣网络、上海硕钜等供应商的交易、支付的款项具备真实性和商业实质，上海猎鹰公司在 2017 及 2018 年度实现的业绩均已完成业绩承诺。

5、根据年报，报告期末你公司存货账面余额为 0.68 亿元，较期初增长 49.67 倍，你公司计提存货跌价准备 0.24 亿元。请你公司补充说明存货的构成、库龄，结合业务开展情况说明报告期内存货大幅度增加的原因，并说明对报告期内新增存货计提跌价准备比例达 35% 的原因及合理性。请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

(一) 报告期内存货大幅度增加的原因

2021 年末，公司存货余额主要由两块业务构成，一是自有品牌声学产品音响耳机存货 283.58 万元，二是新零售首饰饰品业务存货 6,534.49 万元。

公司自有声学品牌业务为结合公司在数字营销领域多年深耕积累的经验，以及对消费品市场领域的专业化人才队伍建设。公司子公司广州威发拥有“Vifa”、爱浪以及珠江三大品牌/品牌授权，产品涵盖家庭影院类产品、便携

式户外音响、蓝牙耳机等声学品类。公司专注于音频技术的研究开发与产品应用，用精湛的电声技术，精良的制造工艺，优质的产品质量打动消费者；在营销策略上，不同于传统企业，公司构建全产品矩阵，明确品牌各自定位及受众，以精准的数字营销能力及扎实的跨境营销体系，使其产品远销海内外。

公司新零售业务为以大数据为基础、直播平台为渠道，提供品牌方和流量端智能匹配，落实到“货找人”的零售平台。目前新零售业务主要聚焦珠宝首饰品类，智度优选整合供应链资源，业务涵盖珠宝首饰设计、研发、生产、定制、零售及批发。

（二）存货计提跌价准备比例达35%的原因及合理性

1、广州威发存货计提跌价准备情况：

公司之子公司广州威发成立于2020年6月22日，2020年末存货88.62万元，2021年末存货283.58万元，2021年营业收入1,098.11万元，毛利率为27.37%，存货周转率4.29。2021年末，按照账面存货结存金额与按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额进行比较，未发现减值。

2、智度优选存货计提跌价准备情况：

公司之子公司智度优选公司2021年度开展饰品销售业务，在业务规划及业务洽谈初期，其主要客户的主要终端零售平台为抖音，公司按照预计的年度销售额进行备货，但是2021年第4季度抖音平台的饰品零售政策发生变化，导致终端零售市场受到冲击，因此智度优选公司的销售额下降，产品未能按照预期计划实现销售，2021年末形成库存6,534.49万元。2021年11-12月智度优选

采取降价销售策略，毛利率较低，因此智度优选判断期末存货存在减值迹象，2021年末，按照账面存货结存金额加上预计将发生的成本、费用减去预计售价后，超过账面价值的部分，计提存货跌价准备2,423万元。

会计师回复：

（一）核查程序

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，针对上述问题执行的主要程序如下：

- 1、了解与存货跌价准备计提相关的业务流程及内部控制，测试并评价与存货跌价准备计提相关的关键内部控制的设计和运行有效性；
- 2、询问了管理层，了解公司的经营及产品战略；
- 3、对公司年末存货盘点情况进行了监盘，并对监盘存货进行了抽盘；
- 4、对金额重大的客户进行函证并进行视频访谈，确认相关业务的商业背景及收入真实性；
- 5、了解与存货跌价准备计提相关的业务流程及内部控制，测试并评价与存货跌价准备计提相关的关键内部控制的设计和运行有效性；
- 6、了解了管理层确定存货可变现净值的方法，判断是否符合企业会计准则的相关规定，是否与公司的业务情况相符；

7、取得管理层编制的存货跌价准备计算表，复核了管理层计提存货跌价准备时使用的关键数据，包括库存商品的预计售价及期后的实际销售价格、管理层预计后续将要发生的成本费用依据等。

（二）会计师意见

基于执行的审计程序，我们认为：

公司对于上述问询函问题 5 的说明，与我们在执行智度股份公司 2021 年度财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致。

6、根据年报，报告期末你公司合同资产账面余额为 1.28 亿元，其中按单位 14 的 0.50 亿元按单项计提坏账 0.44 亿元。请你公司补充单位 14 的具体名称、账龄、形成原因、相关交易是否具备真实性和商业实质、是否构成关联方，你公司计提坏账准备的充分性和适当性。请年审会计师核查并发表明确意见。

公司回复：

（一）补充列示单位14的具体情况

单位：万元

公司名称	合同资产余额	减值准备	减值计提比例(%)	账龄	形成原因	是否具备真实性和商业实质	是否为公司 的关联公司
单位 14	5,025.44	4,351.03	86.58	2-3 年	广告推广	是	否

上海猎鹰公司2019年与单位14签订《LEXUS雷克萨斯2019年网络投放项目网络广告发布合同》，合同约定上海猎鹰公司按照广告发布排期表及具体要求在爱卡汽车媒体发布广告，广告发布结束后经单位14验收并出具验收报告后支付广告费。基于此合同及上海猎鹰为单位14发布的LEXUS雷克萨斯广告情况，上海猎鹰2019年确认对单位14的收入金额（不含税）为4,740.98万元，应收账款金额（含税）5,025.44万元。上海猎鹰公司确认收入时，取得了客户合同、排期表、公司业务人员与客户对消耗金额的邮件确认记录以及对应项目供应商的合同、排期表、付款记录等资料，该业务具备真实性和商业实质，收入确认符合相关会计政策。但因单位14未出具合同规定的验收报告进行确认，上海猎鹰尚未具备无条件收款权利，公司自2020年1月1日开始执行新收入准则后，该笔应收款项从应收账款科目重分类至合同资产科目。

根据天眼查显示的单位14信息，单位14的股东为两位自然人陈某和王某，法人代表为自然人股东之一王某，2022年2月14日，法人代表由王某变更为靳某。该三名自然人均未与公司的主要股东、董事、监事及高管重合，单位14与公司不存在关联关系。

（二）计提坏账准备的充分性和适当性

受新冠疫情、宏观经济放缓和行业市场环境因素影响，单位14回款放缓，回款账期增长且信用状况恶化，公司加大催收力度但仍未能收回款项。2020年末及2021年末，公司分别计提合同资产减值准备3,848.48万元及4,351.03万元。2020年末，公司根据对单位14款项催收过程中债务人的反馈及对未来各种可收回情况概率的判断等为依据。考虑历史回款、当前状况以及对未来经

济状况的预测等信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认合同资产减值金额。2021年单位14仍未回款，账龄增长，资产减值风险增加，公司于2021年末加大了减值准备的计提比例。

会计师回复：

（一）核查程序

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，针对上述问题我们执行的主要程序如下：

- 1、获取了公司与单位 14 签署的合同，对合同条款进行检查，判断合同是否存在商业实质；
- 2、检查了双方盖章确认的排期表、部分投放展示效果，确认广告投放的真实性；
- 3、通过天眼查对单位 14 的注册信息进行检查，关注其股东、法人代表、高管是否与上海猎鹰公司存在关联；
- 4、了解并评价了与合同资产减值准备相关的内部控制的设计有效性，并测试了关键控制执行的有效性；
- 5、获取了公司合同资产减值准备计提表，复核了管理层对可收回金额的判断依据和计算过程。
- 6、上述合同资产均形成在 2019 年度，2019 年审对公司与单位 14 间的交易额和资金往来发生额进行函证，并取得确认无误的回函。

（二）会计师意见

基于执行的审计程序，我们认为：

公司对于上述问询函问题 6 的说明，与我们在执行智度股份公司 2021 年度财务报表审计过程中所了解的情况在所有重大方面一致。

7、根据年报，报告期末你公司其他流动资产余额为 6.60 亿元，主要包括个人贷款，期末账面总额为 4.47 亿元，你公司计提贷款减值准备 0.41 亿元。请你公司详细说明你公司贷款及垫款业务的具体情况，包括但不限于经营主体、取得的牌照及许可情况、贷款业务的客户、客户是否同你公司存在关联关系，是否构成资金占用，说明你公司针对贷款业务设计的内部控制及有效性，相关内控能否保证资金的安全性，并结合小额贷款业务的利息收入、利息及手续费支出、贷款损失情况说明开展贷款业务的必要性和合理性。

公司回复：

1、公司贷款及垫款业务的具体情况（经营主体、取得的牌照及许可情况、贷款业务的客户、关联关系等）

智度股份公司于 2017 年 9 月 21 日收到广州市越秀区金融工作局印发的《关于同意设立广州市智度互联网小额贷款有限公司的通知》，广州市智度互联网小额贷款有限公司（以下简称“智度小贷”）于 2017 年 9 月 22 日取得营业执照，注册资本为 50,000.00 万元，公司类型为有限责任公司（法人独资），为智度股份全资子公司，主营业务为小额贷款业务（具体经营项目以金融管理部门核发批文为准）。智度小贷成立后积极筹备开业相关事宜，于 2017 年 11 月 22 日收到广州市越秀区金融工作局印发的《关于同意广州市智度互联网小额贷款有限

公司开业的通知》，于当日起正式展业经营。

智度小贷的主营业务为依托智度股份的行业优势，利用互联网进行展业，主要面向有稳定收入来源、无不良信用记录的个人或企业客户，以自有资金为客户提供小额借款服务。2021 年度，智度小贷发放贷款 566 余万笔，累计放贷 28.62 亿元。智度小贷在展业过程中严格按照相关金融监管机构要求，审慎展业，所有客户均是智度小贷依托智度股份在数字营销领域的行业经验及资源能力，通过互联网自主获取，贷款业务小额分散。

贷款业务的客户截至 2021 年 12 月 31 日，公司现金贷客户合计贷款余额 4.42 亿元，该等客户均系通过互联网平台申请小额贷款的客户，共 34.54 万名客户，平均贷款余额 1,280.70 元。

截至 2021 年 12 月 31 日，公司员工贷客户合计贷款余额 380.00 万元，经过对每位贷款人身份的核实，公司与该等客户不存在关联关系，不构成资金占用。

2、针对贷款业务设计的内部控制有效，保证资金安全

公司针对贷款业务建立了内部控制制度并在报告期内有效执行。具体内容如下：

(1) 公司设立了适当的治理结构，对智度小贷内设立董事会、贷审会，董事会授权贷审会对公司日常经营重大项目的设立及运营计划做审议、审批；

(2) 公司设立并执行了与贷前审核相关的内部控制，在征信管理、贷款审批等环节，不同类型资产或不同产品均需贷审会进行审批，重大的合同签署和大

额资金使用均需经过审批；

(3) 公司设立并执行了与贷后催收相关的内部控制，定期对贷后款项进行风险监控、对逾期款项进行催收；

(4) 公司设立并执行了与信息系统相关的内部控制；

(5) 公司设立并执行了与财务报告相关的内部控制。

报告期内，公司贷款业务内部控制设计和执行有效，相关内控能保证资金的安全性。

3、结合小额贷款业务的利息收入、利息及手续费支出、贷款损失情况说明开展贷款业务的必要性和合理性。

智度股份在互联网行业深耕多年，具有明显的人才优势、技术优势、资金优势以及平台优势，发起设立互联网小额贷款公司能有效整合公司优势资源，完成公司“互联网流量入口、流量经营平台、流量变现及产业服务”的战略布局，是必要且合理的。智度小贷自开业以来，依托智度股份在互联网行业的资源优势，以科技引领金融创新，致力于开展安全、透明、专业的互联网贷款业务，是智度股份三位一体战略的重要组成部分。智度小贷自主研发了基于 AI、大数据技术的互联网小贷系统、风控决策引擎、运营管理系统、智能引流平台，并通过互联网线上展业，开展小额分散的普惠金融业务。

2021 年度小额贷款业务的利息收入、利息及手续费支出、贷款损失情况如下：

(1) 利息收入和利息支出

项目	2021 年度	2020 年度
利息收入	162,250,598.34	62,163,110.36
—存放银行	329,259.53	96,636.15
—存放同业	--	--
—发放贷款及垫款	161,921,338.81	62,066,474.21
利息支出	--	--
—存放银行	--	--
—拆入资金	--	--
利息净收入	162,250,598.34	62,163,110.36

(2) 手续费及佣金收入和手续费及佣金支出

项目	2021 年度	2020 年度
手续费及佣金收入	--	--
—交易手续费净收入	--	--
手续费及佣金支出	69,824,013.85	21,837,424.94
—银行手续费支出	899,955.06	798,974.85
—第三方渠道手续费支出	68,924,058.79	21,038,450.09
手续费及佣金净支出	69,824,013.85	21,837,424.94

(3) 发放贷款及垫款

项目	2021.12.31	2020.12.31
个人贷款及垫款	442,331,155.96	357,000,721.53
贷款	442,331,155.96	357,000,721.53
应收利息	4,696,727.10	4,129,043.58
贷款及垫款总额	447,027,883.06	361,129,765.11
减：贷款减值准备	40,612,915.82	17,968,203.01
其中：单项计提数	--	336,161.47
组合计提数	40,612,915.82	17,632,041.54
小 计	406,414,967.24	343,161,562.10
减：贷款期限一年以内的发放贷款及垫款	406,414,967.24	343,161,562.10
贷款及垫款账面价值	--	--

(4) 贷款减值准备

项目	2021 年度发生额		
	单项计提减值准备	组合计提减值准备	合计
2020 年 12 月 31 日 余额	336,161.4 7	17,632,041 .54	17,968,20 3.01
本期计提	--	28,155,501 .30	28,155,50 1.30
本期核销	336,161.4 7	5,174,627. 02	5,510,788 .49
本期转出	--	--	--
其他	--	--	--
期末余额	--	40,612,915 .82	40,612,91 5.82

(5) 信用减值损失

项 目	2021 年度	2020 年度
发放贷款及垫款减值损失	-28,155,501.30	-13,288,172.02

2021 年度计提发放贷款及垫款坏账准备金额为 28,155,501.30 元。

截止 2021 年 12 月 31 日,智度小贷在贷余额 4.42 亿元,在贷客户数 34.54

万户，逾期超过 90 天的在贷余额 2,312.30 万元，占 2021 年度总放款金额的 0.81%，占在贷余额的 5.23%。2021 年，智度小贷实现收入 16,225.06 万元，手续费支出 6,982.40 万元。

综上，公司认为开展贷款业务存在必要性和合理性。

特此函复。

智度科技股份有限公司董事会

2022 年 6 月 10 日