

## 北京流金岁月传媒科技股份有限公司

### 关于对北京证券交易所的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、准确和完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带法律责任。

#### 北京证券交易所上市公司管理部：

2023年6月5日，北京流金岁月传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”、“流金科技”）收到贵部出具的《关于对北京流金岁月传媒科技股份有限公司的年报问询函》（年报问询函【2023】第018号）（以下简称“问询函”），公司就问询函所提问题逐项进行了回复说明。现回复如下，请予以审核。

#### 北京流金岁月传媒科技股份有限公司（流金科技）董事会、天风证券股份有限公司、容诚会计师事务所（特殊普通合伙）：

我部在上市公司2022年年度报告事后审查中关注到以下情况：：

##### 1、关于经营业绩

报告期内，营业收入80,371.83万元，同比下降7.01%；营业成本66,812.78万元，同比下降5.97%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润778.82万元，同比下降86.25%；毛利率16.87%，同比下降0.92个百分点。

根据年报披露，你对2022年收入分类进行调整：将专业卫星数字接收机研发销售业务、哈勃全媒体监播服务系统归类为摄传编播解决方案产品，将电视剧发行业务、金麦客版权运营及其他版权运营归类为版权运营业务，电视广告代理业务收入较低归入其他业务中。调整后，你公司版权运营实现营业收入4,179.6万元，营业成本2,234.66万元，分别同比下降41.82%、44.53%；电视节目营销实现营业收入2,715.19万元，营业成本2,140.18万元，分别同比下降41.39%和28.43%，毛利率下降14.27个百分点；摄传编播解决方案产品实现营业收入823.58万元，营业成本403.2万元，分别同比增加19.82%和77.24%，毛利率下

降 15.86 个百分点。

分季度看，报告期内，你公司各季度实现营业收入分别为 15,439.35 万元、15,848.19 万元、21,387.12 万元、27,697.17 万元，各季度实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为 1,357.97 万元、925.97 万元、233.07 万元、-1,738.19 万元。2022 年第一季度至第四季度，营业收入持续增加，净利润水平持续降低，第四季度发生亏损。

请你公司：

(1) 说明 2022 年收入分类进行调整的原因及合理性，并根据 2022 年的收入分类，逐项列示各产品 2021 年的营业收入、营业成本及毛利率情况，说明具体变动原因；尤其是结合下游需求、成本归集等因素，说明版权运营、电视节目营销、摄传编播解决方案产品的收入成本、毛利率大幅变动原因及合理性；

(2) 结合产品类型、结算进度、收入确认时点、成本归集等因素，说明第一季度至第四季度，营业收入持续增加，净利润水平持续降低的原因及合理性；列示各季度的毛利率情况，说明各季度毛利率水平的变动原因及合理性。

**【公司回复】**

一、说明 2022 年收入分类进行调整的原因及合理性，并根据 2022 年的收入分类，逐项列示各产品 2021 年的营业收入、营业成本及毛利率情况，说明具体变动原因；尤其是结合下游需求、成本归集等因素，说明版权运营、电视节目营销、摄传编播解决方案产品的收入成本、毛利率大幅变动原因及合理性

1、2022 年收入分类进行调整的原因及合理性

(1) 2022 年主要收入分类调整列示如下：

前次分类	本次分类
电视频道综合运营服务	电视频道综合运营服务
其中：电视剧发行业务	版权运营
其他-金麦客版权运营及其他版权运营	
专业卫星数字接收机	摄传编播解决方案产品
其他-哈勃全媒体监播服务系统	
电视广告代理服务	其他
其他	

## (2) 收入分类调整原因及合理性分项说明

### ① 版权运营

随着公司近几年版权业务的发展，版权运营逐渐从单一的电视剧版权发行向音乐版权、视听节目版权等业务拓展，因音乐版权、视听节目版权前期收入较少在业务分类中归入其他业务。2022年金麦客家庭娱乐平台版权收入超过600万元、截至年报问询函回复之日用户已突破950万，金麦客版权运营正逐步成为公司重要业务板块，将其从其他业务收入分类里与电视剧代理发行业务合并为版权运营类目，能更加客观反映公司收入明细组成。

### ② 摄传编播解决方案产品

公司以传统自研的专业卫星接收编解器为业务基础，结合客户需求和市场导向，整合现有5G+4K/8K超高清视频传输技术优势，丰富了公司相关产品线，逐步实现了向广播电视行业上游的内容制作人员提供如5G超高清直播背包与超高清视频云处理技术等服务，具备涵盖视频信号采集、视频传输、视频分发、频道运营、内容监控为一体化的综合解决方案能力。

在专业卫星数字接收机研发销售业务基础上新增了哈勃全媒体监播技术服务、5G网联无人机云台相机产品及组件、5G移动直播背包等产品，部分产品已经开始投入市场推广应用，原有的电视专业卫星接受解码器不足以包含现有产品类别，基于当前业务发展需要及未来业务拓展布局，因此重分类了摄传编播解决方案产品。

### ③ 将原有的电视广告代理业务归入其他收入类别

电视广告代理业务规模逐年缩小，收入占比低，利润也较低，非公司主要业务发展方向，因此将其重分类到其他业务中。

## 2、2022年及2021年各业务类型收入、成本、毛利率及变动情况

### (1) 2022年及2021年各业务类型收入、成本、毛利率情况： 单位：万元

产品分类	2022年			2021年		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
电视频道综合运营服务	57,400.40	45,850.21	20.12%	63,905.55	49,762.71	22.13%
其中：电视频道覆盖业务	50,505.61	41,475.37	17.88%	52,089.68	42,744.12	17.94%
版权运营	4,179.60	2,234.66	46.53%	7,183.36	4,028.29	43.92%
电视节目营销	2,715.19	2,140.18	21.18%	4,632.51	2,990.30	35.45%

摄传编播解决方案产品	823.58	403.20	51.04%	687.35	227.48	66.90%
视频购物及商品销售	20,497.22	19,439.58	5.16%	21,112.34	20,514.55	2.83%
微波器件	996.14	868.75	12.79%			
其他	497.14	251.04	49.50%	727.71	549.47	24.49%
合计	<b>80,214.48</b>	<b>66,812.78</b>	<b>16.71%</b>	<b>86,432.95</b>	<b>71,054.21</b>	<b>17.79%</b>

(2) 2022 年及 2021 年各业务类型收入、成本及毛利率变动情况

产品分类	收入		成本		毛利率
	变动额	变动率	变动额	变动率	变动
电视频道综合运营服务	-6,505.15	-10.18%	-3,912.50	-7.86%	-2.01%
其中：电视频道覆盖业务	-1,584.07	-3.04%	-1,268.76	-2.97%	-0.06%
版权运营	-3,003.76	-41.82%	-1,793.63	-44.53%	2.61%
电视节目营销	-1,917.32	-41.39%	-850.12	-28.43%	-14.27%
摄传编播解决方案产品	136.23	19.82%	175.72	77.24%	-15.86%
视频购物及商品销售	-615.12	-2.91%	-1,074.97	-5.24%	2.33%
微波器件	996.14	—	868.75	—	—
其他	-230.58	-31.68%	-298.43	-54.31%	25.01%
合计	<b>-6,218.47</b>	<b>-7.19%</b>	<b>-4,241.44</b>	<b>-5.97%</b>	<b>-1.09%</b>

根据上表列示，收入、成本、毛利率变动金额或变动比例较大主要为电视频道覆盖业务、版权运营、电视节目营销及摄传编播解决方案产品。

①电视频道覆盖业务：2022 年较 2021 年收入下降 3.04%、成本下降 2.97%、毛利率下降 0.06%，主要是购物频道客户收入下降影响，2022 年及 2021 年购物频道收入分别为 9,719.05 万元、8,416.70 万元，下降 1,302.35 万元。

购物频道客户主要以固定费用、分成或固定费用加分成的合作模式结算，2022 年受市场影响购物频道电视购物销量不佳，影响了公司购物频道覆盖业务收入。

②版权运营：2022 年较 2021 年收入下降 41.82%、成本下降 44.53%、毛利率增加 2.61%。版权运营客户主要为湖北广播电视台、广东卫视文化传播有限公司、安徽广播电视台，2022 年受经济下行以及广播电视行业技术环境、商业模式等综合影响，电视台客户广告收入下滑，进而削减了电视剧版权采购预算，导致公司本年电视剧发行业务同比降幅较大，下游需求降低，向公司采购随之降低。2022 年较 2021 年三家电视台收入变动分别为 930.00 万元、-2,808.03 万元、-

1,506.85 万元。

③电视节目营销：电视节目营销 2022 年收入较 2021 年下降 41.39%、毛利率较 2021 年下降 14.27%。公司电视节目营销服务客户主要是上海东方卫视，2022 年上半年上海东方卫视受疫情影响广告收入下滑较多，台里大幅削减了电视节目营销预算，竞争也更加激烈，导致公司对东方卫视的收入从 2021 年的 4,632.51 万元减少至 2022 年的 2,422.64 万元，同时毛利率也下降较多。

④摄传编播解决方案产品：2022 年较 2021 年收入增长 136.23 万元，变动 19.82%、成本增长 175.72，变动 77.24%、毛利率下降 15.86%。

项目	收入			成本			毛利率		
	2022 年	2021 年	变动	2022 年	2021 年	变动	2022 年	2021 年	变动
专业卫星数字接收机研发及销售	388.01	389.00	-0.99	229.00	135.59	93.40	40.98%	65.14%	-24.16%
哈勃全媒体监播服务系统	435.57	298.35	137.22	174.20	91.89	82.31	60.01%	69.20%	-9.19%
合计	<b>823.58</b>	<b>687.35</b>	<b>136.23</b>	<b>403.2</b>	<b>227.48</b>	<b>175.72</b>	<b>51.04%</b>	<b>66.90%</b>	<b>-15.86%</b>

专业卫星数字接收机研发及销售 2022 年毛利率较 2021 年下降 24.16%，主要是由于对 LJ6800 型号接收机因库龄 3 年以上，该型号产品主要用于地市县、乡镇、企业等小型网络前端以及无线发射台收转央视开路频道的标清节目，由于全国有线网络整合以及卫视频道高清数字化普及，有线网络公司对标清节目的收转需求逐步减少，从而导致该型号设备需求减少，销售较慢，2022 年公司对其打折销售所致。

哈勃全媒体监播服务系统 2022 年收入较上年增加 261.37 万元增长 150.04%，主要是由于 2022 年联通哈勃项目已完工验收实现营业收入 219.60 万元，毛利率较上年下降 9.19%，主要是新开拓辽宁省网项目毛利率相对较低所致。

二、结合产品类型、结算进度、收入确认时点、成本归集等因素，说明第一季度至第四季度，营业收入持续增加，净利润水平持续降低的原因及合理性；列示各季度的毛利率情况，说明各季度毛利率水平的变动原因及合理性

1、结合产品类型、结算进度、收入确认时点、成本归集等因素，说明第一季度至第四季度，营业收入持续增加，净利润水平持续降低的原因及合理性

2022 年第一季度至第四季度营业收入及利润情况如下： 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	15,439.35	15,848.19	21,387.12	27,697.17
归属于上市公司股东的净利润	1,375.07	958.47	808.38	-1,042.40

(1) 收入变动原因

2022 年主营业务各类型收入按季度份如下：

单位：万元

项目	一季度	二季度	三季度	四季度
电视频道综合运营服务	8,808.58	10,967.03	15,024.92	22,599.87
其中：电视频道覆盖业务	6,615.30	9,066.85	13,594.39	21,229.07
版权运营	1,275.74	1,172.63	907.98	823.25
电视节目营销	917.54	727.55	522.55	547.55
摄传编播解决方案产品	216.63	84.36	57.52	465.07
视频购物及商品销售	6,385.84	4,187.16	6,076.72	3,847.49
微波器件	0.00	364.69	59.14	572.31
其他	28.30	244.95	168.82	55.07
合计	<b>15,439.35</b>	<b>15,848.19</b>	<b>21,387.12</b>	<b>27,539.81</b>

电视频道覆盖业务、视频购物及商品销售为公司收入占比最大的两类业务，第一至第四季度收入占比分别为 84.21%、83.53%、92.01%、91.06%，其收入的变动对公司整体收入影响较大。

①电视频道覆盖服务业务

公司在提供电视频道覆盖服务的过程中，主要为电视台提供覆盖方案设计、渠道代理、监测维护等服务，电视频道覆盖业务的盈利模式：公司为电视台提供卫视频道的落地服务，在电视台卫视覆盖预算与实际渠道执行成本的价差中获得利润。

电视频道覆盖收入确认方式为：1) 固定金额覆盖服务模式上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入；2) 分成收费覆盖服务模式：对于销售合同中含有分成条款的合作客户（通常存在于购物频道客户），公司的销售金额按照合同约定分成比例计算得出，公司根据客户产品的实际销售情况每月进行结算并确认收入。成本主要是有线电视网络公司及 IPTV 广电新媒体频点采购成本。

公司电视频道覆盖行业通常是按年度签订合同，主要集中在四季度签署合同，进行覆盖效果验收。因此，电视频道覆盖收入确认在第四季度占比高。

## ②视频购物及商品销售业务

视频购物及商品销售业务主要为苹果 3C 产品及国乐酒销售业务，其收入确认方法为上门自提的商品，以客户或其委托的第三方货运提取货物时确认收入；送货上门的商品，以公司货物发出并经客户验收后确认收入，成本结转根据销售产品按照加权平均结转成本。

视频购物及商品销售业务一季度公司参加了拼多多“百亿补贴”活动，苹果 3C 产品线上渠道增长迅速，实现销售收入 5,631.77 万元。三季度为苹果新品发布期，公司抢抓窗口期收入增加较多。

### (2) 利润变动原因

2022 年四个季度归属于上市公司股东的净利润逐步下降，主要是由于毛利额下降及计提的信用减值损失和存货跌价准备

2022 年第一季度至第四季度毛利额及计提的信用减值损失、存货跌价准备情况如下： 单位：万元

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
毛利额	3,304.39	4,160.44	3,357.42	2,736.81
信用减值损失	291.44	-346.80	-151.04	-1,333.18
存货跌价准备	0.63	0.47	-0.47	-234.54

### ①毛利额

2022 年主营业务各类型按季度毛利额列示如下： 单位：万元

项目	一季度	二季度	三季度	四季度
电视频道综合运营服务	2,870.41	3,692.96	2,975.87	2,010.95
其中：电视频道覆盖业务	1,795.80	3,023.88	2,535.91	1,674.67
版权运营	889.15	501.91	341.94	211.93
电视节目营销	185.46	167.17	98.02	124.35
摄传编播解决方案产品	136.43	24.84	15.22	243.89
视频购物及商品销售	296.34	241.27	299.32	220.72
微波器件	0.00	29.56	12.76	85.07
其他	1.21	171.81	54.25	18.83
合计	<b>3,304.39</b>	<b>4,160.44</b>	<b>3,357.42</b>	<b>2,579.46</b>

电视频道覆盖业务、版权运营对公司整体毛利贡献最大的两类业务，第一至第四季度收入占比分别为 81.25%、86.68%、83.40%、73.14%。

### 1) 电视频道覆盖业务

电视频道覆盖业务第二季度毛利贡献多、第四季度毛利较少。二季度毛利贡献高原因：一方面是，根据公司电视频道覆盖收入确认政策，上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入。广东卫视全国落地覆盖业务及嘉佳卡通全国落地覆盖业务销售端采购端频点落地合同在第二季度基本签署完成，确认 1-2 季度对应的收入成本；另一方面，项目毛利率高，毛利贡献大，公司自 2017 年开始执行广东卫视全国落地覆盖业务、自 2018 年开始嘉佳卡通全国落地覆盖业务，两家电视台在覆盖支出方面的预算相对稳定，同时公司不断优化落地覆盖区域、控制覆盖成本，两个卫视覆盖项目第二季度分别贡献毛利 1,132.91 万元、636.39 万元。四季度毛利较少原因：受疫情影响，好享购、风尚购、快乐购等购物频道销量下降导致公司收入下降、部分落地覆盖区域出现亏损，使得四季度毛利下降。

### 2) 版权运营

2022 年电视台客户广告收入下滑，进而削减了电视剧版权采购预算，导致公司本年电视剧发行业务同比降幅较大，下游需求降低，向公司采购随之降低。版权运营业务季度收入逐步减低、毛利也随之减少。

#### ②信用减值损失：

2022 年信用减值损失计提-1,539.58 万元，其中一季度为转回 291.44 万元，主要是由于一季度收到广东卫视电视频道业务、四川卫视电视剧发行业务长账龄应收款项，坏账损失转回。第四季度计提信用减值损失较多主要是收入占比高，确认应收账款在四季度末账龄变长，计提信用减值损失增加较多。

#### ③存货跌价准备

四季度计提存货跌价准备较多主要是公司对超出授权期的电视剧剧本计提全额跌价准备。

综上，因主营业务毛利额下降及计提信用减值损失和存货跌价准备增加导致季度净利润逐步下降。

### 2、列示各季度的毛利率情况，说明各季度毛利率水平的变动原因及合理性

公司 2022 年一至四季度毛利率分别为 21.40%、26.25%、15.70%、9.88%，各季度毛利率变动较大，主要是由于电视频道覆盖业务收入占比高、不同项目毛



利率差异较大、确认时点不同所致。

2022年电视频道覆盖业务总体毛利率为17.88%，按季度分一至四季度分别为27.15%、33.35%、18.65%、7.89%，其中一二季度毛利率较高、四季度毛利率较低。①一季度经济大省客户收入占电视频道覆盖收入的53.98%，经济大省及直辖市电视台覆盖预算支出高，其毛利较高，因此一季度电视频道覆盖业务毛利率较高；②部分客户全国落地覆盖业务项目执行合同年限久。成本端公司不断优化落地覆盖区域、控制覆盖成本，二季度确认收入及毛利较多，同时本季度确认收入的东南卫视覆盖项目和运营商渠道卫视直播覆盖项目利润率较高，进一步提高了二季度毛利率；③四季度购物频道销量下降严重，公司取得的分成收入减少，好享购、风尚购、快乐购等购物频道部分落地覆盖区域出现亏损导致四季度毛利率下降较多。

因此，电视频道覆盖业务各季度因落地覆盖收入确认进度及覆盖区域因素导致毛利率变化较大，使得公司整体毛利率变化较大。

#### 【会计师核查程序及核查结论】

##### （一）核查程序

1、了解收入分类调整的原因，结合业务的相关性及核查程序，确认调整的合理及列报的准确性；

2、获取公司的合同台账，针对不同收入类型，查验与确认收入相关的对应资料，包括主要销售合同、发票、验收单据、记账凭证以及回款情况等，分析其相关性、合理性，进而判断其真实性、准确性；

3、重点关注主要项目合同的主要条款、结算进度、收入确认时点、成本的归集；

4、结合企业信息查询工具，询问公司相关人员，检查是否与客户存在关联关系及关联交易事项；

5、结合函证程序，并抽查收入确认的相关单据，检查已确认的收入的真实性；

6、针对不同类型的收入，执行分析性复核程序，对收入、成本及毛利率变动情况，结合客户需求、业务实质、市场情况，进行分析，判断其变动的合理性。

##### （二）核查结论

经核查，会计师认为：

- 1、公司 2022 年收入分类调整合理，符合公司业务的实际情况；
- 2、收入、成本、毛利率变动与客户需求、商业实质、市场情况相吻合，具有合理性；
- 3、结合产品类型、结算进度、收入确认时点、成本归集等因素，第一季度至第四季度，营业收入持续增加，净利润水平持续降低具有合理性，各季度毛利率变动与实际情况相符。

## 2、关于会计政策变更

据年报披露，你公司 2022 年度电视频道覆盖业务服务的主要内容从方案设计为主，向覆盖期内的信号监测维护为主转变，公司的履约业务由履约时间点向履约时间段转变。因此，你公司将覆盖业务收入确认政策调整为：上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入。同时，你公司对 2021 年度的收入确认进行了追溯调整。

请你公司：

(1) 结合本期主要业务合同主要条款、该项业务开展的实际情况说明本期收入确认相关会计政策变更的合理性，是否符合企业会计准则相关规定；

(2) 结合 2022 年与 2021 年履约义务的具体变化情况，说明 2021 年收入确认政策是否有误，若存在，是否应进行会计差错更正；若无误，对 2021 年收入确认进行追溯调整的原因及合理性。

### 【公司回复】

一、结合本期主要业务合同主要条款、该项业务开展的实际情况说明本期收入确认相关会计政策变更的合理性，是否符合企业会计准则相关规定

#### 1、电视频道覆盖业务概述

电视频道覆盖业务是公司持续经营多年的主营业务，该业务主要为电视台客户提供覆盖方案设计、渠道代理、监测维护等服务，前期业务发展过程中方案设计是服务内容的核心，紧紧围绕电视台客户需求提供一站式综合覆盖服务，根据业务的初始形成过程及会计核算的延续性，公司一直采用按履约时点确认收入的

会计政策。

随着业务环境的变化，公司业务模式也在做相应调整。自《全国有线电视网络整合发展实施方案》实施以来，有线电视网络整合持续推进。2020年9月组建中国广电股份至今，广电全国一网、统一运营管理的大格局基本形成“一省一网”格局正逐步稳定，为公司电视频道覆盖业务集中规模化、买断有线网频点资源，再反向销售给电视台提供了有利条件。为此，公司业务也从此前的电视台客户为中心“以销定采”经营模式演变为买断网络公司资源“以采定销”的经营模式。公司此前主要围绕电视台的全国落地覆盖需求，为电视台提供覆盖方案设计、渠道代理落地服务，公司接受电视台委托根据覆盖方案与全国各地有线网络公司洽谈入网合作形式。一省一网格局形成过程中，公司也在积极开拓加强与各省有线网络公司的合作，通过买断有线网络公司的频点资源，策划频点资源价值最大化的市场策略，再向电视台营销覆盖落地方案，业务模式更像上游有线网络公司的代理运营商角色。业务发展过程中与电视台客户的合作内容及业务模式也在逐渐发生变化。

## 2、本期收入确认相关会计政策变更情况

业务类型	收入确认方式	
	变更前	变更后
固定金额覆盖服务模式	<p>A.根据合同约定，公司需要向客户提交《竣工报告》用于客户覆盖部门的验收时，公司在取得客户出具的验收报告时确认收入；</p> <p>B.根据合同约定，公司需要向客户提交广电网络公司签署的《收转确认表》用于客户覆盖部门验收时，公司在向客户提交了经广电网络公司签署的《收转确认表》时确认收入；</p> <p>C.公司与个别全国覆盖服务客户的销售合同中，约定了客户对公司每月覆盖服务情况进行验收，公司根据验收情况每月与客户进行结算并按月确认收入；</p>	<p>上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入。</p>
分成收费覆盖服务模式	<p>对于销售合同中含有分成条款的合作客户（通常存在于购物频道客户），公司的销售金额按照合同约定分成比例计算得出，公司根据客户产品的实际销售情况每月进行结算并确认收入；</p>	
固定金额+分成收费覆盖服务模式		

## 3、主要业务合同条款及业务开展实际情况说明

以《广东卫视信号落地有线电视网（2022）服务合同》为例，公司于2022年3月与广东广播电视台签订《广东卫视信号落地有线电视网（2022）服务合同》，由公司执行广东卫视在全国部分有线电视网络及部分星级宾馆酒店信号落地业

务，覆盖期间为 2022 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，合同金额 8347 万元。合同约定公司应于每月 10 日前向广东广播电视台提供上一个月的落地覆盖月度进度报告，由电视台组织核查及验收，并于每月 15 日前向公司支付相应费用，付款时间为 2022 年 4 月 15 日之前支付 2092 万元、2022 年 5 月至 2023 年 1 月每月 15 日之前向公司支付 695 万元。

由于合同签署前公司没有向广东广播电视台收款的权利，2022 年 1-2 月虽然电视信号已经接入但因未签订合同，收入金额无法准确计量，根据谨慎性原则暂不确认收入。2022 年 3 月合同签署后，根据与各有线电视网络公司的合同签署进度，供应商采购合同签署后上下游合同金额确定，已覆盖传输期一次确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入。

与供应商（广电网络公司）签订采购合同与客户情形相似，由于都属广电系统，因此在招投标、财政预算、商务谈判等方面具有相似性，在未签订合同之前，相关的采购价格较难估计。

因此采用新收入确认方法，即上下游合同签署后，已传输服务期一次性确认收入，剩余期间按协议约定服务期限分摊确认收入，符合会计谨慎性原则，也符合公司实际情况。

#### **4、企业会计准则相关规定**

“根据《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定：会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息的，应当采用追溯调整法处理，将会计政策变更累积影响数调整列报前期早期初留存收益，其他相关项目的期初余额和列报前期披露的其他比较数据也应当一并调整，但确定该项会计政策变更累积影响数不切实可行的除外。

根据《企业会计准则》的上述规定，结合主要业务主要合同条款及业务开展实际情况，公司认为，本次会计政策变更属于能够提供更可靠、更相关的会计信息的情况，故公司采用追溯调整法，对前期收入确认进行了追溯调整，相应调整了申报财务报表相关数据。”

**二、结合2022年与2021年履约义务的具体变化情况，说明2021年收入确认政策是否有误，若存在，是否应进行会计差错更正；若无误，对2021年收入确认进行追溯调整的原因及合理性**

## 1、2022 年与 2021 年履约义务的具体变化情况

### ①销售端电视台客户履约义务的转变

公司为电视台客户提供的电视频道覆盖服务，业务前期侧重覆盖方案设计和渠道代理信号接入服务。因电视频道覆盖业务具有特殊性，一般电视信号接入后，电视台的受众群体、内容质量相对稳定，频点位置相对固定，如有位置变动才会对覆盖效果影响较大，因此与电视台签订的合同主要履约义务中强调网络公司出具的信号收转确认表或验收报告作为公司完成履约义务的证明，部分合同约定的收款进度与信号接入验收进度相关联。近几年随着业务形态的发展，合作条款逐步有变化和调整，越来越多的项目付款条件变更为按月付款，合同条款也越来越弱化对网络公司收转确认表的要求，同时合同强化了对信号传输过程中的监测维护服务要求。在监测维护方面公司自主研发哈勃全媒体监看系统，系统通过分布在全国各地电视网络运营商的远程终端，将各地有线网、运营商 IPTV 和 OTT 机顶盒信号采集回传到云平台，实现远程机顶盒画面的实时查看、远程节目切换与控制等功能，使得客户能够实时监测全国各地内容覆盖落地情况，因此电视频道覆盖业务服务的主要内容从方案设计为主，向覆盖期内的信号监测维护为主转变，公司的履约业务由履约时间点向履约时间段转变。

### ②采购端网络公司履约情况的转变

公司 2020 年、2021 年、2022 年买断有线网络公司频点资源，反向销售给电视台的采购额依次为 13,883.12 万元、15,419.94 万元、27,680.85 万元，占电视频道覆盖业务成本的百分比依次为 28.40%、39.04%、59.88%，到 2022 年度占比已超过 50%，业务形态发生了较大的变化，公司由电视台代理商身份向有线网络公司的代理运营商角色转变。

2022 年度公司显著扩大了与主要有线电视网络公司买断频点资源的合作规模，合同签署对比情况如下：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
山东省有线电视网络	4625.50 万元	5677.65 万元	13820 万元
河南省有线电视网络	440 万元	1260 万元	2022 至 2024 年三年合同金额不低于 1.7 亿其中 2022 年度为 6742 万元
湖北省有线电视网络	4750.60 万元	2675.99 万元	2703.12 万元

太原市有线电视网络	1800 万元	1800 万元	2022 至 2024 年三年合同金额 3833 万元
甘肃省有线电视网络		1052 万元	2022 至 2024 年三年合同金额 4140.74 万元
海南省有线电视网络	1450 万元	1430 万元	1430 万元
宁波市有线电网网络	1650 万元	1500 万元	1095 万元
温州市有线电视网络		949.5 万元	700 万元

## 2、对 2021 年收入确认进行追溯调整的原因及合理性

根据《企业会计准则第 28 号—会计政策、会计估计变更和差错更正》的相关规定：会计政策变更能够提供更可靠、更相关的会计信息的，应当采用追溯调整法处理，将会计政策变更累积影响数调整列报前期早期初留存收益，其他相关项目的期初余额和列报前期披露的其他比较数据也应当一并调整，但确定该项会计政策变更累积影响数不切实可行的除外。

公司 2020 年、2021 年买断有线网络公司频点资源，反向销售给电视台的采购额占电视频道覆盖业务成本的百分比依次为 28.40%、39.04%，自 2021 年开始上升趋势较为明显，采购额于 2022 年度占比达到 59.88%。基于会计可比性原则和 2021 年采购额上涨趋势性，公司于 2022 年 1 月 1 日对电视频道覆盖业务收入确认会计政策进行变更，并对 2021 年财务报表进行追溯调整。公司认为，本次会计政策变更属于能够提供更可靠、更相关的会计信息的情况，为保持财务报表数据的可比性，公司采用追溯调整法对前期收入确认进行了追溯调整，相应调整了申报财务报表相关数据。

### 【会计师核查程序及核查结论】

#### （一）核查程序

- 1、了解收入确认会计政策变更的原因；
- 2、了解收入确认政策变更前后项目执行的变化情况；
- 3、取得公司收入确认变更前后项目台账，比较会计政策对收入、成本影响金额；
- 4、获取公司的合同台账，针对收入确认政策变更的覆盖业务，查验与确认收入相关的对应资料，包括主要销售合同、发票、回款情况等，分析其会计政策变更的合理性及数据的影响。

#### （二）核查结论

经核查，会计师认为：

2021 年收入确认政策无误，由于 2022 年发生的交易或者事项与以前相比具有本质差别而采用新的会计政策，变更后符合公司业务发展的实际情况，收入确认政策变更及追溯调整能够提供更可靠、更相关的会计信息，因此收入确认会计政策变更合理，符合会计准则相关规定。

### 3、关于应收账款

报告期末，你公司应收账款账面余额 41,303.80 万元，较年初余额上升 34.80%；其中，账龄 2 年以上的应收账款账面余额为 4,843.36 万元，较上年增长 1,222.53 万元。2022 年末，你公司应收账款共计提坏账准备 4,198.21 万元。

请你公司：

(1) 结合 2022 年营业收入下降的客观情况，以及前五名客户情况、结算方式、信用政策等因素，说明公司应收账款账面余额增长的原因及合理性；

(2) 结合期后回款情况等因素，说明坏账准备计提是否充分。

#### 【公司回复】

一、结合2022年营业收入下降的客观情况，以及前五名客户情况、结算方式、信用政策等因素，说明公司应收账款账面余额增长的原因及合理性

#### 1、2022 年营业收入下降原因

2022 年公司实现营业收入 80,371.83 万元，较上年下降 6,218.47 万元，主要是由于电视频道综合运营服务业务收入下降了 6,505.15 万元。公司电视频道综合运营服务主要为电视台提供电视频道落地覆盖、电视剧发行及电视节目营销服务，受经济下行压力以及广播电视行业商业环境变化等综合影响，电视台广告收入下滑，降低了预算支出进而影响了公司收入。2022 年电视频道覆盖收入较上年下降了 1,584.07 万元，版权运营中电视剧发行业务收入较上年下降了 1,917.32 万元、电视节目营销收入较上年下降了 3,153.67 万元。

#### 2、应收账款增长原因

1、2022 年前五大客户应收账款情况如下：

单位：万元

客户集团	单体客户名称	业务类型	2022 年末	2021 年末	结算方式	信用政策
海南广播电视总台及其关联方	海南海视旅游卫视传媒有限责任公司	电视频道覆盖	824.19	924.19	现金结算	收到收转确认表后一个月内支付
	海南海视旅游卫视传媒有限责任公司	广告代理	415.00	415.00		按合同约定付款时限付款
	北京身未动心已远传媒文化有限公司	视频购物及商品销售	1,882.98	1,433.16		交货后 3 个月付款
	小计		<b>3,122.17</b>	<b>2,772.35</b>		
广东广播电视台及其关联方	广东广播电视台	电视频道覆盖	1,206.04	286.87	现金结算	验收后每月 15 日支付上月费用
	广东嘉佳卡通影视有限公司	电视频道覆盖	1,750.00	1,400.00		按合同约定付款时限付款
	广东卫视文化传播有限公司	电视频道覆盖	1,192.00	1,806.00		验收后每月 15 日支付上月费用
		电视节目营销	310.00			服务完成经验收合格后按阶段付款
		电视剧发行	1,024.56	684.11		电视剧版权三年授权期内分期付款
小计		<b>5,482.60</b>	<b>4,176.98</b>			
拼多多渠道	上海寻梦信息技术有限公司	视频购物及商品销售	2.04	185.65		客户签收后 2-3 月回款
上海东方娱乐传媒集团有限公司及其关联方	上海东方娱乐传媒集团有限公司	电视频道覆盖	1,364.25	1,439.48	现金结算	按合同约定时间点付款
	上海东方娱乐传媒集团有限公司	电视节目营销	50.00	342.78		协议盖章后 15 日内付款
	上海东方梦想家文化创意发展有限公司	电视节目营销		160.00		协议盖章后收到发票后付款
	上海东方希杰商务有限公司	电视频道覆盖		14.68		结算单盖章后 20 个工作日内付款
	小计		<b>1,414.25</b>	<b>1,956.94</b>		
湖北省广播电视信息网络股份有限公司	湖北省广播电视信息网络股份有限公司	电视频道覆盖	474.79	1,248.00	现金结算/银行承兑汇票	根据每月网络公司签约情况根据提交材料付款
		专业卫星接收机	31.31	48.09		按阶段付款
	小计		<b>506.10</b>	<b>1,296.09</b>		
<b>合计</b>			<b>10,527.16</b>	<b>10,388.01</b>		

2022 年前五大客户应收账款年初与年末变化不大，公司 2022 年应收账款较 2021 年增加了 10,664.11 万元，主要是由于电视频道覆盖业务电视台客户应收账款增加较多。

主要增加情况、截至 2023 年 5 月 31 日期后回款列示如下： 单位：万元



业务类型	客户类型	2022年	2021年	变动	期后回款
北京广播电视台	卫视频道	2,587.68	524.07	2,063.61	2,063.61
天津海河传媒中心		1,399.75	390.64	1,009.11	
广东广播电视台		1,206.04	286.87	919.17	695.00
浙江广播电视集团		870.35	118.33	752.02	162.80
辽宁广播电视台		997.32	438.14	559.18	100.00
河南广播电视台		911.35	440.03	471.32	503.00
家家购物股份有限公司	购物频道	2,014.70	1,000.00	1,014.70	41.20
家有购物集团股份有限公司		879.83	172.97	706.86	730.06
江西风尚电视购物股份有限公司		1,076.90	601.16	475.74	141.88
合计		11,943.92	3,972.21	7,971.71	4,437.55

根据国家广播电视总局发布的《2022年全国广播电视行业统计公报》显示，2022年全国电视广告收入553.23亿元，同比下降19.11%。电视台客户主要收入来源为广告收入、财政拨款等，2022年度电视台客户电视广告收入下滑较多，购物频道受疫情影响物流不畅及直播电商的兴起影响业绩下降，导致卫视频道及购物频道客户均延长了回款周期。

## 二、结合期后回款情况等因素，说明坏账准备计提是否充分

### 1、期后回款

2022年末应收账款账面余额41,303.80万元，截至2023年5月31日应收账款期后回款14,262.84万元，期后回款占比34.53%。公司主要客户均为电视台，受财政拨款、广告收入下降及内部审批流程较长，回款较慢。客户性质为国有企业、事业单位，行业信誉良好，不存在无法收回应收账款情况。

### 2、同行业可比上市公司坏账计提政策

项目	1年以内	1-2年	2-3年	2-3年	3-4年	5年以上
浩丰科技	5%	10%	20%	30%	50%	100%
数码视讯	5%	10%	20%	50%	50%	100%
当虹科技	5%	10%	20%	40%	80%	100%
引力传媒	5%	30%	50%	100%	100%	100%
光线传媒	3%	10%	20%	40%	60%	100%

捷成股份	5%	10%	30%	100%	100%	100%
湖北广电	5%	10%	20%	50%	50%	100%
公司	1%	10%	50%	100%	100%	100%

与同行业可比公司相比，公司1年以内的坏账准备计提比例为1%，较其他可比对象略低，公司1至2年的坏账准备计提比例与除引力传媒外的其他可比对象相同，公司2年以上的坏账准备计提比例较同行业可比公司更为严格。

因此，公司的客户主要为电视台，为国有企业、事业单位性质、行业信誉良好，且公司2年以内应收账款的账龄为88.27%，近几年公司未发生过坏账损失，收款情况良好，应收账款坏账准备的政策符合公司实际的客户结构及经营情况，公司坏账准备计提充分。

### 【会计师核查程序及核查结论】

#### （一）核查程序

1、查阅了公司主要销售合同、应收账款明细账、账龄分析表、销售政策、坏账计提政策等资料，检查了应收账款的期后回款情况、坏账核销情况等，对公司坏账准备计提情况进行了核查；

2、查看同行业可比公司报告期内执行的相关会计政策及会计估计信息，并与公司情况进行对比；

3、根据企业金融工具减值的会计政策和会计估计，应收账款按类似信用风险特征（账龄）进行组合，并基于所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，对应收账款坏账准备的预期信用损失率进行估计测算；

4、通过公开信息查询主要未回款客户经营情况，分析应收账款是否存在无法收回风险；

5、了解公司主要债务人的经营状况，结合历史坏账情况、账龄情况，评估坏账准备计提的合理性；

6、获取公司主要客户的销售收入、毛利率水平、应收款项、应收款项逾期及期后回款情况；

7、分析公司收入增长和应收账款增长趋势；

8、结合函证程序，检查已确认的应收账款债权的真实性。

#### （二）核查结论

经核查，会计师认为：

- 1、公司应收账款余额增长合理，未发现异常；
- 2、结合期后回款情况，公司应收账款坏账准备计提充分。

#### 4、关于其他应收款

你公司其他应收款期末账面余额为 3,354.93 万元，较年初余额增长 31.97%。你公司解释其他应收款大幅增长的原因为代理模式电视剧业务代收代付款项增长。

根据年报披露，代收代付款期末余额 2,514.97 万元，较年初余额增长 41.41%。主要明细包括，四川卫视文化传播有限公司 1,265.90 万元（账龄 2 年内），湖北省广播电视信息网络股份有限公司（以下简称湖北广播电视公司）991.68 万元（1-2 年），海南海视旅游卫视传媒有限责任公司 240 万元（1 年以内）。同时，其他应收款中还包括湖北广播电视公司保证金 170.58 万元；你对湖北广播电视公司的预付款项期末余额为 121.87 万元。

请你公司：

（1）结合代理模式电视剧业务模式，说明代收代付款项的产生原因、约定的结算期限等具体情况，以及账龄较长款项尚未结算的原因；

（2）说明对湖北广播电视公司同时存在代收代付款项、预付款项的原因及合理性，说明保证金的具体情况。

#### 【公司回复】

一、结合代理模式电视剧业务模式，说明代收代付款项的产生原因、约定的结算期限等具体情况，以及账龄较长款项尚未结算的原因

其他应收款中主要代收代付款项如下：

单位：万元

客户	对应业务类型	余额	账龄	占比
四川卫视文化传播有限公司	电视剧发行业务	1,265.90	1年以内、1至2年	50.33%
湖北省广播电视信息网络股份有限公司	电视频道覆盖业务	991.68	1至2年	39.43%
海南海视旅游卫视传媒有限责任公司	电视频道覆盖业务	240.00	1年以内	9.54%

客户	对应业务类型	余额	账龄	占比
合计		2,497.58		99.31%

#### 1、四川卫视文化传播有限公司

公司电视剧发行业务主要分为买断发行和代理发行两种模式。买断发行模式为公司向电视剧的版权方买断电视剧一定期限及一定区域内的播映发行权，公司自主定价发行，赚取发行收入与播映发行权采购支出的差额收益。在该模式下，公司对发行情况自负盈亏，收入相对较高，风险相对较大，买断发行模式下，公司供应商为电视剧版权内容方，客户为各电视台、视频网站及新媒体版权集成商。电视剧代理发行模式为公司接受电视剧版权方的委托，在一定期限、一定区域内为版权内容方提供发行服务，按发行收入的一定比例赚取代理发行服务收入。在该模式下按代理发行协议约定，将发行收入的一定比例确认为代理费收入，收入按净额法确认。

2018年11月公司与四川卫视文化传播有限公司签署电视剧《莫斯科行动》播映权许可使用合同，合同金额1,763.08万元，合同约定的回款模式为在电视剧首播完毕后的六个月内支付合同总额的30%、首播完毕后的十二月内支付30%、播映完毕后的十八个月内支付剩余40%。公司与版权方签订版权采购合同约定的付款模式为公司在收到签约电视台、播出机构等购片单位支付的播映权许可费及三费扣除对应比例发行代理费后，将剩余款项支付给版权方，公司与版权方的付款时限与电视台的回款挂钩。电视剧《莫斯科行动》于2018年11月底完成首播，由于电视台版权部门主要通过广告费收入作为其版权支出的经济来源，市场化相对高，较少有财政拨款，受电视台广告收入波动的影响，四川卫视文化传播有限公司版权业务回款相对较慢，因此公司向版权方支付版权采购款也较慢，版权方为尽快回笼资金于2021年9月版权方与公司签订补充协议：公司在2022年6月30日之前将尚未支付的1,199.08万元版权采购款按8折959.26万元支付。公司为保持与版权方及电视台客户良好的和合作关系，同时也能够降低版权成本赚取更多利润，在尚未收到电视台播映权许可费之前向版权方支付了电视版权费，支付的款项通过其他应收款代收代付款核算。截至2022年12月31日本项目四川卫视尚有1,265.90万元未回款，公司与四川卫视每年均有业务合作及业务回款，后续公司将加大沟通力度、积极催收本项目的回款。

## 2、湖北省广播电视信息网络股份有限公司

公司对湖北省广播电视信息网络股份有限公司（以下简称“湖北广电”）991.68 万元代收代付款产生原由：公司自 2017 年开始与湖北广电在电视频道覆盖业务开始合作，并于 2020 年开始至今与湖北广电开展全国卫视落湖北省有线电视网络落地覆盖业务和湖北卫视在全国各地有线网络落地覆盖业务合作，双方在电视频道覆盖业务、专业卫星接收机销售业务等方面保持合作。

2021 年 10 月公司与湖北广电签订《湖北卫视落地全国各级有限电视网业务合作协议》合同金额为 5,722.00 万元，同年 11 月公司与湖北广电签订《各省级卫视卫星频道落地业务合作协议》由公司执行全国省级卫视频道进入湖北省有线电视网落地，合同金额为 2,806.84 万元。作为合作协议的条款之一关于历史应收账款的约定“山西卫视、河南卫视、宁夏卫视三家卫视未能在 2021 年 12 月 31 日之前向湖北广电支付历史 991.68 万元应收账款，则由公司向湖北广电垫付三家卫视应付湖北广电的 991.68 万元应收账款，后续由公司协助湖北广电对三家卫视的应收账款进行催收，待湖北广电收到三家卫视回款后将公司垫付的款项返还给公司，公司收取 8%的服务费”，截至 2022 年 12 月 31 日因三家卫视尚未付款，湖北广电亦未返还公司所付款项。本垫付项目有利于促进公司与湖北广电持续稳定开展全国卫视落湖北省有线电视网络落地覆盖业务和湖北卫视在全国各地有线网络落地覆盖业务合作，有利于上市公司主营业务发展。

截至本问询函回复之日三家卫视已支付湖北广电 314 万元历史应收账款，同时公司正在与湖北广电洽谈 2023 年度湖北卫视全国落地覆盖业务和全国卫视在湖北省网落地覆盖业务，双方将统筹协商款项收回事宜。

## 3、海南海视旅游卫视传媒有限公司

海南海视旅游卫视传媒有限公司是海南卫视旗下运营主体之一，公司自 2013 年起与海视卫视在电视频道覆盖、电视节目营销、专业卫星接收机、视频购物及商品销售、哈勃监播监测系统等方面开展合作，双方保持良好合作关系。公司从 2020 年开始为海南卫视提供全国落地覆盖服务，三年合同签约金额均超过 4600 万元，由海南卫视财政专项拨款支付，合同款均已支付完毕。

公司自 2021 年开始负责海南卫视在河北省网的落地覆盖业务，2021 年之前为海南海视旅游卫视传媒有限公司（以下简称“海南海视”）与河北省网直接合

作，海南海视主要依靠广告收入等经营性回款，受广告收入减少影响款项支付较慢。为更好的服务公司大客户开拓更多业务、创造客户价值、满足各方需求，2022年6月河北广电、海南海视与公司子公司北京云视互动文化传播有限公司（以下简称：云视互动）三方协商同意并签订了《债权、债务转让合同》：河北广电将其海南海视2018年1月1日至2018年12月31日的240万元落地覆盖费欠款转移给云视互动，由云视互动向河北广电支付240万元，海南海视将对其应付河北广电的240万元应付款转移给云视互动。合同生效后债权债务变更为海南海视应付云视互动240万元、云视互动应付河北广电240万元。

河北广电为尽快收回债权，于2022年6月与云视互动签订《补充协议》：给予云视互动应支付河北广电的240万元债权15%折扣优惠，按照204万元结算，其中164万元以货币或银行承兑汇票方式支付，剩余40万元以“国乐酒·角”（计：陆拾贰箱）抵充款项。经过三方协议债权债务转移及补充协议，公司产生了240万元的代收款，以折扣后204万元的价格支付了债务，并在抵充款项中实现了国乐酒的销售，为公司带来了更多利润。

因近几年电视台用户下降广告收入减少影响，回款相对滞后，云视互动应收海南海视的240万元双方另行协商支付，预计在2-3年内收回。

## 二、说明对湖北广播电视公司同时存在代收代付款项、预付款项的原因及合理性，说明保证金的具体情况

### 1、代收代付款

公司对湖北广电的代收代付款见本问询回复“4、关于其他应收款1结合代理模式电视剧业务模式，说明代收代付款项……、”中描述。

### 2、预付款项

2021年11月公司与湖北广电签订《各省级卫视卫星频道落地业务合作协议》由公司执行全国省级卫视频道进入湖北省有线电视网落地，合同金额为2,806.84万元。在2022年合同执行过程中，因陕西卫视与湖北广电直接签署合同，对应频点采购121.87万元从存货转至预付账款。

### 3、保证金款项

公司应收湖北广电保证金170.58万元为全国卫视在湖北省有线电视网络落地覆盖业务履约保证金56.14万元和湖北卫视在全国各地有线网络落地覆盖业务

履约保证金 114.44 万元。

2021 年 11 月公司与湖北广电签订《各省级卫视卫星频道落地业务合作协议》由公司执行全国省级卫视频道进入湖北省有限电视网落地，合同金额为 2,806.84 万元。根据合同约定公司需向湖北广电支付合同总额的 2%即 56.14 万元作为履约保证金。2022 年 9 月公司与湖北广电续签了《各省级卫视卫星频道落地业务合作协议》，合同金额为 2,703.12 万元。根据合同约定公司需向湖北广电支付合同总额的 2%即 54.06 万元作为履约保证金。基于业务简化处理双方商定以 2021 年签订合同的 56.14 万元履约保证金，继续作为《湖北省网 2022》的履约保证金，待《湖北省网 2022》合同执行完成后退还。

2021 年 10 月公司与湖北广电签订《湖北卫视落地全国各级有限电视网业务合作协议》合同金额为 5,722.00 万元。根据合同约定，公司需向湖北广电支付合同总额 2%即 114.44 万元作为履约保证金。2022 年 9 月公司与湖北广电续签《湖北卫视落地全国各级有限电视网业务合作协议》合同金额为 5246.50 万元。根据合同约定公司需向湖北广电支付合同总额的 2%即 104.93 万元作为履约保证金。基于业务简化处理双方商定公司以 2021 年度合同支付的 114.44 万元履约保证金，继续作为 2022 年度合同的履约保证金，待《湖北卫视联合运营 2022》合同执行完成后退还。

综上所述，公司对湖北广播电视同时存在代收代付款项、预付款项、保证金为不同业务项目的往来款项，具有合理性。

### 【会计师核查程序及核查结论】

#### （一）核查程序

1、取得公司代收代付清单，核查公司代收代付的对象、金额、内容、资金转移过程等情况，并分析交易的合理性；

2、了解代收代付款产生的原因，结算情况，了解期后回款的计划安排；

3、通过公开信息查询主要未回款客户经营情况，分析其他应收款是否存在无法收回风险；

4、取得公司预付款项清单，核查公司大额预付款项的对象、交易背景、金额、内容、资金转移过程等情况，并分析交易的合理性；

5、结合函证程序，并抽查代收代付款收入确认的相关单据及预付款项相关

单据，检查业务的真实性、合理性。

(二) 核查结论

经核查，会计师认为：

- 1、代理模式电视剧业务模式收入确认准确，代收代付款项合理，预期可收回款项；
- 2、了解代收代付款项、预付款项、保证金形成的原因，与业务背景吻合，财务处理准确。

5、关于供应商、应付账款和应付票据

报告期内，你对前五名供应商的累计采购金额为 45,175.64 万元,占比 52.31%,采购集中度增加 10.39 个百分点。2022 年，你公司应付账款期末余额为 15,652.77 万元，较年初减少 18.60%；应付票据期末余额为 26,807.15 万元，较年初 1,000 万元大幅增长。

请你公司：

(1) 结合采购内容等因素，说明 2022 年前五名供应商较前一年度是否发生变化，向主要供应商采购集中度增加的原因；

(2) 结合采购合同执行情况、票据支付方、货款结算方式、在手订单及未来经营计划、资金安排等说明应付票据大幅上升的原因及合理性，是否存在开具无真实交易背景票据的情形。

【公司回复】

一、结合采购内容等因素，说明2022年前五名供应商较前一年度是否发生变化，向主要供应商采购集中度增加的原因

2022 年及 2021 年度前五名供应商采购情况如下：

单位：万元

年度	供应商名称	采购内容	采购额	采购占比
2022 年	中国广电网络股份有限公司	频点资源	27,763.16	32.15%
	江苏罗特能源科技有限公司	苹果 3C 产品	5,498.59	6.37%
	深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司及其关联方	苹果 3C 产品	5,228.09	6.05%
	华数数字电视传媒集团有限公司	频点资源	3,618.82	4.19%



年度	供应商名称	采购内容	采购额	采购占比
	海南广播电视总台及其关联方	频点资源/营销推广	3,066.98	3.55%
	<b>合计</b>		<b>45,175.64</b>	<b>52.31%</b>
2021 年	中国广电网络股份有限公司	频点资源	17,107.20	21.37%
	北京苏宁易购销售有限公司	苹果 3C 产品	4,991.53	6.23%
	海南广播电视总台及其关联方	频点资源/营销推广	4,666.04	5.83%
	北京京东世纪信息技术有限公司	苹果 3C 产品	3,633.57	4.54%
	华数数字电视传媒集团有限公司	频点资源	3,161.73	3.95%
	<b>合计</b>		<b>33,560.07</b>	<b>41.92%</b>

注 1：中国广电网络股份有限公司：2021 年“全国一网”整合逐步推进，中国广电网络股份有限公司包括旗下控股及参股公司：中国广电山东网络有限公司、北京歌华有线电视网络股份有限公司、中国广电辽宁网络股份有限公司、中国广电河南网络有限公司、中国广电甘肃网络股份有限公司、中国广电四川网络股份有限公司等关联公司。

注 2：深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司及其关联方包括：深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司、深圳市优友通讯器材有限公司均为爱施德（002416）旗下公司。

注 3：华数数字电视传媒集团有限公司及其关联方包括：宁波华数广电网络有限公司、华数传媒网络有限公司、浙江华数广电网络股份有限公司、中广（温州）有线信息网络有限公司、新昌华数数字电视有限公司、中广（舟山）有线信息网络有限公司、中广有线信息网络有限公司及其分公司等公司。

注 4：海南广播电视总台及其关联方包括：海南海视旅游卫视传媒有限责任公司、北京身未动心已远传媒文化有限公司。

从供应商采购渠道对比 2022 年与 2021 年的前五大供应商，频点资源/营销推广供应商中国广电网络股份有限公司、华数数字电视传媒集团有限公司、海南广播电视总台及其关联方三家公司无变化，苹果 3C 产品供应商因价格、货源、票据支付等商业因素由北京苏宁易购销售有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司变更为上市公司爱施德旗下深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司及其关联方和行业内规模较大的江苏罗特能源科技有限公司。

从供应商采购金额对比 2022 年与 2021 年的前五大供应商，2022 年公司向前五大供应商采购金额 45,175.64 万元较 2021 年增加了 11,615.57 万元，主要是是由于向中国广电网络股份有限公司旗下各地区有线电视网络公司采购增加了 10,655.96 万元。

在电视频道覆盖业务中，公司需要先行购买有线网络的频道落地权，再帮助电视台利用公司已经购买的有线网络频道落地权实现落地，频点集中采购可以获得更为优惠的频道落地价格。全国有线电视网络整合及广电有线网络“一省一网”

格局，为电视频道频点集中规模化采购提供了有利条件。

2022年4月公司与中国广电山东网络有限公司签订了《卫视频道代理覆盖项目服务合同书》：中国广电山东网络有限公司授权公司执行聚鲨环球购物、家有购物等42个频道在中国广电山东网络落地的覆盖合同续签工作，合同总金额1.382亿元。2022年4月公司与中国广电河南网络有限公司签订了《各省级卫视卫星频道落地业务（2022-2024）合作协议》：中国广电河南网络有限公司授权公司执行协议指定区域内各省级卫视、购物等频道（河南卫视、河南省内地面频道以及河南对等落地频道除外）在河南广电有线电视网络的2022-2024年度的传输业务，包括频道落地、协议的谈判、签署、费用的收取、信号接入监测。三年合同金额不低于1.70亿元，其中2022年度合同执行43个卫视落地覆盖，合同金额6,742.00万元。

公司2022年扩大了与山东有线电视网络、河南有线电视网络的合作规模，向中国广电山东网络有限公司采购卫视频点合作规模从2021年的15个卫视5,677.65万元增加至2022年的42个卫视13,820.00万元，向中国广电河南网络有限公司采购卫视频点由2021年的9个卫视1,260.00万元增加至2022年的43个卫视6,742.00万元（2022-2024年三年不低于1.7亿），两个大项目频点集中采购合同金额较上年增加了13,624.35万元。

因此，主要供应商采购集中度增加的原因主要是由于公司扩大了与有线电视网络公司的采购规模，为电视频道覆盖业务未来的发展储备了大量的频点资源。

二、结合采购合同执行情况、票据支付方、货款结算方式、在手订单及未来经营计划、资金安排等说明应付票据大幅上升的原因及合理性，是否存在开具无真实交易背景票据的情形

2022年末应付票据开具明细情况如下：

单位：万元

收票人	采购内容	合同金额	结算方式	应付票据余额	合同执行情况
江苏省广电有线信息网络股份有限公司	频点资源	2,925.31	银行电汇/银行承兑汇票	1,621.07	执行中
中国广电河北网络股份有限公司	频点资源	473.00	银行电汇/银行承兑汇票	473.00	执行完毕
深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司	苹果 3C 产品	4,897.34	银行承兑汇票	4,897.34	执行完毕

收票人	采购内容	合同金额	结算方式	应付票据余额	合同执行情况
吉视传媒股份有限公司 长春分公司	频点资源	107.10	银行电汇/银行承 兑汇票	107.10	执行完毕
华数传媒网络有限公司	频点资源	404.80	银行电汇/银行承 兑汇票	404.80	执行完毕
吉视传媒股份有限公司 长春分公司	频点资源	119.53	银行电汇/银行承 兑汇票	119.53	执行完毕
江苏罗特能源科技有限 公司	苹果 3C 产 品	6,213.41	银行承兑汇票	5,479.44	执行完毕
陕西广电网络传媒（集 团）股份有限公司	频点资源	140.00	银行电汇/银行承 兑汇票	140.00	执行完毕
上海尚世影业有限公司	电视剧版权	487.16	银行电汇/银行承 兑汇票	100.00	执行完毕
浙江华数广电网络股份 有限公司	频点资源	270.00	银行电汇/银行承 兑汇票	170.00	执行完毕
中国广电河南网络有限 公司	频点资源	6,720.00	银行电汇/银行承 兑汇票	3,500.00	执行完毕
中国广电江西网络有限 公司	频点资源	73.00	银行电汇/银行承 兑汇票	73.00	执行完毕
中国广电辽宁网络股份 有限公司	频点资源	634.74	银行电汇/银行承 兑汇票	500.00	执行完毕
中国广电山东网络有限 公司	频点资源	13,820.00	银行电汇/银行承 兑汇票	8,200.00	执行中
中国广电四川网络股份 有限公司	频点资源	691.00	银行电汇/银行承 兑汇票	579.00	执行中
中国广电重庆网络股份 有限公司	频点资源	657.47	银行电汇/银行承 兑汇票	442.87	执行完毕
<b>合计</b>				<b>26,807.15</b>	

2022 年末应付票据按开具业务类型分主要为电视频道覆盖业务 16,330.37 万元、视频购物及商品销售 10,376.78 万元和电视剧发行业务 100.00 万元，其中电视频道覆盖业务和视频购物及商品销售开具的银行承兑汇票合计占比 99.63%。

#### （1）电视频道覆盖业务

自 2020 年 9 月组建中国广电股份至今有线电视网络整合持续推进，广电全国一网、统一运营管理的大格局基本形成“一省一网”格局正逐步稳定，为公司电视频道覆盖业务集中规模化、买断有线网频点资源，再反向销售给电视台提供了有利条件。公司与各地区有线电视网络公司合作稳定，近几年合作规模逐渐增大、合同签署年限逐步增长。公司 2020 年、2021 年、2022 年买断有线网络公司频点

资源，反向销售给电视台的采购额依次为 13,883.12 万元、15,419.94 万元、27,680.85 万元，占电视频道覆盖业务成本的百分比依次为 28.40%、39.04%、59.88%，主要省市有线电视网络公司整包业务如下：

项目	2020 年	2021 年	2022 年
山东省有线电视网络	4625.50 万元	5677.65 万元	13820 万元
河南省有线电视网络	440 万元	1260 万元	2022 至 2024 年三年合同金额不低于 1.7 亿其中 2022 年度为 6742 万元
湖北省有线电视网络	4750.60 万元	2675.99 万元	2703.12 万元
太原市有线电视网络	1800 万元	1800 万元	2022 至 2024 年三年合同金额 3833 万元
甘肃省有线电视网络		1052 万元	2022 至 2024 年三年合同金额 4140.74 万元
海南省有线电视网络	1450 万元	1430 万元	1430 万元
宁波市有线电网网络	1650 万元	1500 万元	1095 万元
温州市有线电视网络		949.5 万元	700 万元

大项目合同执行对资金付款要求高，公司与供应商协商部分合同款项以银行承兑汇票方式支付，能够减低资金付款压力，减少流动资金占用，优化负债结构。

## （2）视频购物及商品销售业务

2022 年视频购物及商品销售业务中苹果 3C 产品共采购支付 22,700.34 万元，其中向江苏罗特能源科技有限公司采购支付 5,479.44 万元银行承兑汇票、向深圳市瑞贝斯通讯器材有限公司采购支付 4,897.34 万元银行承兑汇票。银行承兑汇票具有信用好、兑性强的特点，可以背书转让，也可以申请贴现。在合同签署前公司即与两家供应商协商以银行承兑汇票的方式支付货款。

电视频道覆盖业务和视频购物及商品销售业务作为公司收入占比最高的两类业务，每年采购付款较多，以银行承兑汇票方式支付能够减少对经营资金的占用，优化债务结构。未来公司计划增加银行承兑汇票、国内信用证等方式付款，多余流动资金用于开展业务并保障公司的资金安全。

因此，公司开具的银行承兑汇票均基于真实业务，年末应付票据大幅上升合理，不存在开具无真实交易背景票据的情况。

## 【会计师核查程序及核查结论】

### （一）核查程序

1、评价并测试与采购业务确认相关的关键内部控制，复核相关的会计政策是否正确且被一贯运用；

2、获取公司的采购合同台账，查验与采购相关资料，包括主要采购合同、发票、发货单、物流单、记账凭证以及付款情况等，分析其相关性、合理性；

3、结合行业发展和公司具体经营情况，执行分析性复核程序，判断采购业务的合理性；

4、结合收入成本分类，对采购执行分析性复核程序，分析各类型供应商采购情况及占比变化；

5、通过公开信息查询主要供应商信息，与采购内容、采购规模分析对比，是否相吻合；

6、获取应付票据开票明细，并对应用票据支付的采购项目资料进行核查，结合应付账款的函证，确认交易背景的真实性；

7、了解企业票据结算上升原因，获取企业征信报告及票据承兑协议，判断票据结算的合理性；

8、对应付票据、大额采购及应付账款余额进行函证。

## （二）核查结论

经核查，会计师认为：

1、公司前五大供应商较前一年度采购变化合理，向主要供应商采购集中度增加，与业务发展规划、资源需求吻合，具有商业合理性。

2、应付票据交易具有真实的交易背景，票据结算方式与行业背景相符，与企业的经营计划资金安排一致。

## 6、关于存货

你公司存货期末余额为 21,393.87 万元，较年初余额增长 38.84%。其中，在产品、库存商品年末余额分别为 16,606.10 万元、3,691.97 万元，较年初分别增长 40.05%、90.80%。库存商品跌价准备计提比例为 1.10%，原材料跌价准备计提比例为 39.17%，上一年度原材料未计提跌价准备。

请你公司：

（1）结合在产品、库存商品的具体内容、产品类型、业务开展情况、新客

户拓展情况等因素说明 2022 年期末余额大幅增长的原因及合理性；

(2) 结合各类存货的具体内容说明库存商品、原材料的存货跌价准备的计算方式和依据，以及计提是否充分。

**【公司回复】**

一、结合在产品、库存商品的具体内容、产品类型、业务开展情况、新客户拓展情况等因素说明2022年期末余额大幅增长的原因及合理性

1、在产品

在产品核算电视频道覆盖业务外购的尚未满足收入确认条件的频点资源成本。2022 年在产品期末余额 16,606.10 万元较 2021 年末的 11,857.37 万元增加了 4,748.73 万元，主要是由于河南省有线电视网络库存频点增加了 3,801.98 万元、山东省有线电视网络库存频点 1,760.30 万元。

报告期公司扩大了与山东省有线电视网络、河南省有线电视网络的合作规模，向中国广电山东网络有限公司采购卫视频点合作规模从 2021 年的 15 个卫视 5,677.65 万元增加至 2022 年的 42 个卫视 13,820.00 万元，向中国广电河南网络有限公司采购卫视频点由 2021 年的 9 个卫视 1,260.00 万元增加至 2022 年的 43 个卫视 6,742.00 万元。在山东省有线电视网络渠道增加了 27 个客户，在河南省有线电视网络渠道增加了 34 个客户。

报告期在产品期末余额增长主要由于公司扩大了与河南有线电视网络、山东有线电视网络合作规模，截至 2022 年末部分库存频点已销售但未到传输服务期和尚未对外实现销售所致。一方面通过集中采购向供应商要求更多的价格优惠，可以有效降低分摊在每个卫视频道上的覆盖成本，另一方面为电视频道覆盖业务后期的经营储备了良好的频点市场资源，有利于提升收入及盈利水平。在产品期末余额增长具有商业合理性。

2、库存商品

2022 年及 2021 年库存商品期末按产品类型分如下： 单位：万元

产品类型	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	变动额	变动比例
专业卫星接收机	572.93	980.49	-407.56	-41.57%
国乐酒产品	1,731.09	907.38	823.71	90.78%

金麦客音响	16.47	47.11	-30.64	-65.04%
苹果 3C 产品	1,328.37		1,328.37	100.00%
微波器件	43.11		43.11	100.00%
<b>小计</b>	<b>3,691.97</b>	<b>1,934.98</b>	<b>1,756.99</b>	<b>90.80%</b>

2022 年末库存商品期末余额较 2021 年大幅增长原因主要是由于国乐酒及苹果 3C 产品库存增加较多。

#### ① 国乐酒产品

国乐酒属于现货交易的大众消费品，其产品特征决定了难以根据确定的销售额再去生产备货，其日常生产备货周期需要 3 个月左右，而且瓶储半年后再投放市场口感更佳，为满足日常销售需要有一定的库存备货。另外，截止 2022 年 12 月 31 日公司与部分有线网络公司供应商达成 500 万元国乐酒销售冲抵覆盖费的合作意向，公司将以市场价 500 万元的国乐酒抵付部分电视频道覆盖费，为此公司额外提前储备了部分库存。产品方面 2022 年为进一步丰富产品国乐酒产品体系，公司控股子公司四川流金酒业有限公司与贵州酱酒集团销售有限公司合作开发了新的贵酱系列国乐酒产品，2022 年末贵州国乐酒库存增加了 255.38 万元。

因此，国乐酒期末库存增加主要是由于新产品开发及大客户销售备货所致，具有合理性。

#### ② 苹果 3C 产品

公司业务主要围绕广电行业客户开展多元化经营，在电视频道覆盖服务、版权运营、电视节目营销、专业卫星数字接收机销售、苹果 3C 产品销售等领域开展合作。2022 年 6 月中国广电正式宣布启动 5G 网络服务，加入通信市场，广电 5G 业务正在蓬勃发展，公司广电行业在具有良好的客户资源优势。2022 年苹果 3C 业务新开拓了未来电视有限公司，未来电视是中央广播电视总台旗下控股公司，公司与其在哈勃终端信号监看监播业务、金麦客 APK 推广等方便均有合作。

2022 年末苹果 3C 产品库存 1,328.37 万元为开展业务经营正常备货留存，主要为 iPhone 14、iPhone 13 系列苹果手机，其中 iPhone 14 Pro 及 Max 系列产品 1003 台价值 832.19 万元，iPhone 14 手机 160 台价值 93.96 万元，iPhone 13 手机 900 台价值 402.02 万元，总计库存 2063 台价值 1328.17 万元，截至本问询函回复之日，上述库存已全部对外实现销售并实现 29.29 万元的利润，2022 年库存商

品期末余额增长具有商业合理性。

二、结合各类存货的具体内容说明库存商品、原材料的存货跌价准备的计算方式和依据，以及计提是否充分

2022 年及 2021 年末存货明细如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日			2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	存货跌价准备	账面价值	账面余额	存货跌价准备	账面价值
在途物资	12.10		12.10	9.62		9.62
原材料	598.77	234.54	364.23	506.63		506.63
周转材料	247.67		247.67	250.32		250.32
在产品	16,606.10		16,606.10	11,857.37		11,857.37
库存商品	3,691.97	40.66	3,651.31	1,934.97	483.89	1,451.08
发出商品	237.27		237.27	849.71		849.71
<b>合计</b>	<b>21,393.88</b>	<b>275.20</b>	<b>21,118.68</b>	<b>15,408.62</b>	<b>483.89</b>	<b>14,924.73</b>

2022 年末存货跌价准备为对库存商品中 LJ6800 型号专业卫星接收机因库龄 3 年以上且市场需求大幅减少，公司对其期末余额计提全额跌价准备、对原材料中已超过授权期的剧本计提全额跌价准备。

1、库存商品

2022 年 12 月 31 日库存商品明细如下：

单位：万元

产品明细	业务类型	金额	库龄	存货跌价准备
苹果 3C 产品	视频购物及商品销售	1,328.37	1 年以内	
酒系列产品	视频购物及商品销售	1,731.09	1 年以内	
金麦客音响产品	视频购物及商品销售	16.47	1 年以内	
LJ6800	专业卫星接收机研发及销售	40.66	3 年以上	40.66
LJ7800	专业卫星接收机研发及销售	122.75	1 年以内	
芯片	专业卫星接收机研发及销售	82.92	1 年以内 40.27 1-2 年 42.65	



产品明细	业务类型	金额	库龄	存货跌价准备
其他配件	专业卫星接收机研发及销售	326.60	1 年以内 223.40 1-2 年 102.70	
中频对数放大器	微波器件	43.11	1 年以内	
合计		<b>3,691.97</b>		<b>40.66</b>

报告期视频购物及商品销售业务、微波器件销售毛利率分别为 2.11%、12.79%，可变现净值高于成本，期末不存在跌价准备。专业卫星数字接收机业务库存商品中 LJ6800 系列专业卫星接收机库龄 3 年以上且市场需求大幅减少，公司对其全额计提跌价准备，其他产品库龄短，预计售价高于存货账面成本，不存在跌价风险。

因此，除 LJ6800 系列专业卫星接收机因库龄 3 年以上且市场需求大幅减少，公司对其全额计提跌价准备外，其他库存商品库龄短，预计售价高于存货账面成本，不存在跌价风险。

## 2、原材料

原材料主要是外购电视剧剧本及其他业务材料、配件。

2022 年 12 月 31 日原材料明细如下：

单位：万元

项目	项目	2022 年 12 月 31 日金额	存货跌价准备
剧本	悍马烈日	176.54	176.54
	米娅快跑	58.00	58.00
	唐门毒宗	179.75	
	金牌月嫂	84.30	
	风水师	8.04	
微波器件	微波器件原料辅料	45.18	
专业卫星接收机	配件	25.59	
国乐酒	国乐酒定制瓶/盒等	21.36	
合计		<b>598.76</b>	<b>234.54</b>

微波器件、专业卫星接收机、国乐酒预计可变现净值高于成本，不存在跌价风险。截至 2022 年末原材料剧本中《悍马烈日》、《米娅快跑》因已超出合同约定的改编电视剧版权授权期，公司对其计提全额存货跌价准备，《唐门毒宗》、《金

牌月嫂》、《风水师》为公司聘请编剧创造的剧本，公司拥有剧本所有的著作权，不存在授权期的限制。

(1)《唐门毒宗》已创作完毕，其为国家一级编剧改编，目前集数为 60 集，剧本题材为古装言情，同类题材剧本售价约为 15 万元/集，预计售价为 900 万元。

(2)《金牌月嫂》为原创剧本，编剧为国家一级编剧，目前集数为 30 集，剧本题材为都市情感，同类题材剧本售价约为 12 万元/集，预计售价为 360 万元。

(3)《风水师》为原创剧本，目前集数为 12 集，剧本题材为都市冒险，同类题材剧本售价约为 3 万元/集，预计售价为 36 万元。

公司的剧本在题材、内容等方面未与国家现有政策相抵触，除《悍马烈日》、《米娅快跑》因授权到期计提全额跌价准备外，其他原材料预计的售价高于账面价值，不存在应计提存货跌价准备的情形。

### 【会计师核查核查程序及核查结论】

#### (一) 核查程序

1、了解并检查公司存货相关内控制度，访谈采购部门负责人及其他相关人员，进行穿行测试和控制测试，评价相关内部控制设计是否合理，执行是否有效；

2、了解行业发展情况、业务特征、市场需求、及业务拓展情况，了解公司各类存货增长的原因并分析其合理性，分析营业收入变动幅度与存货变动是否匹配；

3、获取存货明细表，对存货科目执行分析性复核程序，包括分析存货增长的原因、各大类产品成本出现波动的原因等；

4、获取存货明细表，了解存货分类，核算内容，对实物存货了解存放地点、存货状态以及库龄，对期末存货执行监盘程序，在监盘过程中关注及了解资产的存放状态及是否存在积压情况等；对在产品以频点资源形式结存的存货，检查采购合同，并通过对对应销售合同的核查进行配比分析，整体分析存货是否存在减值迹象以判断减值准备计提的合理性和充分性；

5、对存货跌价准备进行测试，分析公司存货跌价准备计提的充分性、合理性。

#### (二) 核查结论

经核查，会计师认为：

上述关于各类存货增长的原因，存货跌价准备计提金额是否充分、谨慎的情况说明，与我们在核查过程中了解到的情况无重大不一致情形。基于执行的核查程序，我们未发现公司存货跌价准备计提金额不充分、不谨慎或不符合企业会计准则的情况。

## **7、关于销售费用、管理费用和研发费用**

报告期内，你公司销售费用发生额为 5,454.88 万元，同比上升 50.43%。你公司解释原因为加大了业务宣传及人才招聘力度，广告及策划推广费增加、员工人数及办公场地增加使得人力成本、折旧摊销增加。2022 年，你公司广告设计宣传费发生额为 2,330 万元，同比上升 105.07%；职工薪酬发生额 1,446.07 万元，同比上升 28.47%。

报告期内，你公司管理费用发生额为 3,932.56 万元，同比上升 40.02%，其中，职工薪酬发生额 1,844.79 万元，同比上升 79.93%；中介服务费发生额为 537.95 万元，同比上升 40.75%；招待费本年发生额为 335.77 万元，同比上升 259.59%。

报告期内，你公司研发费用发生额 2,101.74 万元，同比上升 34.94%，其中，委托外部开发费本年发生额 425.50 万元，同比上升 149.18%。

**请你公司：**

**(1) 结合广告宣传的具体内容、形式等因素，说明本年度广告设计宣传费大幅增加的原因及合理性，相关费用归集是否真实准确；**

**(2) 分岗位类型分区域列示管理人员数量、薪酬，说明管理费用中职工薪酬本期增幅较大的原因及合理性；并结合业务开展情况等说明中介服务费、招待费增幅较大的原因及合理性；**

**(3) 结合委外研发的具体内容、研发进展、合作安排、合作对象情况等因素，说明委托外部开发费大幅上升原因及合理性。**

### **【公司回复】**

**一、结合广告宣传的具体内容、形式等因素，说明本年度广告设计宣传费大幅增加的原因及合理性，相关费用归集是否真实准确**

2022 年广告设计宣传费发生额 2,330.00 万元较上年增加 1,193.80 万元，增

长 105.07%,主要是由于经营国乐酒支出的电视广告费增加较多, 2022 年及 2021 年广告设计宣传费按类型划分如下: 单位: 万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动额
国乐电视广告	1,855.07	896.22	958.85
国乐活动宣传类广告	280.69	144.88	135.81
国乐其他媒体广告费	88.82	21.89	66.93
其他广告宣传设计费	105.42	73.21	32.21
<b>合计</b>	<b>2,330.00</b>	<b>1,136.20</b>	<b>1,193.80</b>

### 1、国乐电视广告费

国乐酒是公司利用丰富的媒体资源,通过多项业务整合,与电视台在品牌建设、产品销售和广告投放合作方面的深度融合进行打造的品牌,国乐酒目前仍处于品牌认知的建立阶段,需要通过广告投放来进行宣传推广。2021 年电视广告费为广东卫视《国乐大典》第三季冠名费及硬广费用 739.29 万元、广东卫视《南方盛典》冠名费 94.34 万元、央视广告费 37.55 万元以及广东卫视《国乐大典》第四季冠名费 25.04 万元,2022 年电视广告费为广东卫视《国乐大典》第四季冠名费及硬广费用 739.29 万元、东南卫视 2022 年度《东南军情》冠名费及硬广费用 754.72 万元及四川卫视、漯河电视台等电视广告费。2022 年国乐电视广告费较 2021 年增加了 958.85 万元,主要是由于 2022 年新增东南卫视 2022 年度《东南军情》冠名费及硬广费用、四川卫视、漯河电视台等电视广告费。公司电视广告费用根据电视播放时间按期分摊确认。

### 2、国乐活动宣传类广告费

国乐活动宣传类广告费主要包括行业展会、产品发布会、品鉴会、招商会、赞助用酒等发生的费用,2022 年国乐酒开发了贵酱系列产品,通过参加展览展示会拓展营销渠道、扩大国乐品牌影响力,活动宣传类广告费增加较多,在实际活动发生时确认费用。

### 3、国乐其他媒体广告费

线下广告主要包括户外广告、电梯广告、高铁广告以及其他新媒体广告等,2022 年其他媒体广告费增加 66.93 万元主要是新增高铁广告费 59.43 万元,国乐其他媒体广告费在广告发布期分摊确认费用。

### 4、其他广告宣传设计费

其他广告宣传设计费主要为公司及金麦客发生的市场推广及宣传费用，在实际宣传推广时确认费用。

因此 2022 年销售费用中广告设计宣传费增加较多主要是由于新增广告冠名使得电视广告费增加较多，通过广告投放扩大了国乐酒的品牌知名度及影响力。广告设计宣传费在实际发生时按照权责发生制在确认费用，费用归集真实、准确。

二、分岗位类型分区域列示管理人员数量、薪酬，说明管理费用中职工薪酬本期增幅较大的原因及合理性；并结合业务开展情况等说明中介服务费、招待费增幅较大的原因及合理性

1、分岗位类型分区域列示管理人员数量、薪酬，说明管理费用中职工薪酬本期增幅较大的原因及合理性

2022 年及 2021 年管理费用职工薪酬按主要项目划分如下： 单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动	变动比例
工资薪金及五险一金	1,585.98	903.15	682.83	75.61%
工会经费及职工教育经费	126.55	79.78	46.77	58.62%
福利费	132.27	42.34	89.93	212.40%
<b>合计</b>	<b>1,844.80</b>	<b>1,025.27</b>	<b>819.53</b>	<b>79.93%</b>

2022 年管理费用中职工薪酬较 2021 年增加了 819.53 万元，主要是由于 2022 年员工人数及人均工资增加，福利费、工会经费及职工教育经费也随之增加。

2022 年及 2021 年工资薪金及五险一金按地区分如下： 单位：万元

项目	2022 年			2021 年			变动	
	人数	费用总额	人均	人数	费用总额	人均	人数	人均
成都	28	737.18	26.33	17	423.78	24.93	11	1.40
北京	44	780.83	17.75	26	446.35	17.17	18	0.58
其他	14	67.97	4.86	5	33.03	6.61	9	-1.75
<b>合计</b>	<b>86</b>	<b>1,585.98</b>	<b>18.44</b>	<b>48</b>	<b>903.16</b>	<b>18.82</b>	<b>38</b>	<b>-</b>

2022 年及 2021 年工资薪金及五险一金按岗位类型分如下： 单位：万元

项目	2022 年			2021 年			变动	
	人数	费用总额	人均	人数	费用总额	人均	人数	人均
管理人员	13	649.75	49.98	11	448.36	40.76	2	9.22
行政人员	18	215.04	11.95	15	155.57	10.37	3	1.58
财务人员	12	199.56	16.63	12	194.12	16.18	0	0.45

综合运营	43	521.63	12.13	10	105.11	10.51	33	1.62
合计	86	1,585.98	18.44	48	903.16	18.82	38	-

2022年职工薪酬中工资薪金及五险一金较2021年增加较多主要由于是员工人数增加了38人、每个岗位人均工资薪金及五险一金增加所致。

为不断提升公司业务转型创新能力和综合运营管理宣传水平，2022年涵盖客户交付运营、解决方案设计、军工保密、企划宣传、广州/上海/济南各驻地办事处等综合运营岗位增加了38人。公司每年对员工进行考核，并根据2021年度公司业绩及考核结果在2022年度对优秀员工进行调薪，北京、成都地区人均薪酬较上年增加了1.40万元和0.58万元，广州、上海等地因招聘的助理类基层岗位居多，人均工资薪金有所下降，各类型岗位整体上人均薪酬较上年均有所增加。

因此，管理费用中职工薪酬本期增长主要是由于员工人数及人均薪资增加所致，增长具有合理性。

2、结合业务开展情况等说明中介服务费、招待费增幅较大的原因及合理性  
2022年及2021年中介服务费、招待费如下： 单位：万元

项目	2022年度	2021年度	变动额
中介服务费	537.94	382.20	155.74
招待费	335.77	93.38	242.39
合计	873.71	475.58	398.13

#### (1) 中介服务费

2022年中介服务费较2021年增加155.74万元，主要是由于：①公司聘请数字化咨询公司对发展战略、组织架构、产品和业务、客户市场和生态、内部管理、技术研发的现状和需求等方面支付数字化转型咨询费87.40万元；②公司聘请人力咨询机构对公司人力资源六大模块全系统搭建支付服务费29.13万元；③2022年因申请再融资新增律师费28.30万元。

#### (2) 招待费

2022年招待费较2021年增加242.39万元，主要是由于：①公司于2021年11月于在北交所上市，上市后公司在2021年12月委托子公司四川流金定制了上市纪念酒约105.44万元，在2022年招待使用。②公司管理层为开拓创新业务及2022年公司因申请再融资中介机构发生的招待费较上年度增加较多。

因此，2022年管理费用中介服务费、招待费主要是由于战略规划、业务开

拖、上市再融资等支出的费用，较上年增长具有合理性。

三、结合委外研发的具体内容、研发进展、合作安排、合作对象情况等因素，说明委托外部开发费大幅上升原因及合理性

1、委外开发的基本情况

合作对象	合作内容	合同金额	合作安排	研发进展
北京视阔科技有限公司	5G 便携性超高清编码器委托开发	122.64	按照公司《5G 便携性超高清编码器技术协议》技术标准的要求进行开发，完成 5G 便携性超高清编码器的研制，制定通信协议、产品联调、测试等工作	已完成
	5G 网联无人机超高清吊舱委托开发	150.94	1) 基于 M10V 超高清视频采集，编码，码流发送以及大疆 X-PORT 接口云台接口控制核心模块的硬件和软件开发； 2) 基于奥林巴斯 M43 镜头的控制硬件和软件开发； 3) 基于 IMX383 图像传感器的硬件和软件开发，实现通过奥林巴斯镜头采集 4K 超高清视频，通过 M10V 实现 2 路视频编码，其中一路分辨率为 4K 超高清，另外一路分辨率为高清。 4) 基于索喜 M10V 芯片的核心板硬件和软件开发； 5) 基于索喜 M10V 芯片接口板的硬件和软件开发； 6) 完成大疆 X-PORT 接口的功能对接，完成硬件和软件的开发工作；实现通过 X-PORT 接口实现大疆遥控器对 5G 网联无人机超高清吊舱的控制和视频预览功能。 7) 完成中移哈勃模块的功能对接，完成硬件和软件的开发工作。通过哈勃模块实现 5G 网联连接，并将 M10V 编码码流传送到流媒体服务器。	已完成
北京晶彩聚优科技有限公司	信息保障系统综合接收机项目	75.47	负责信息保障系统综合接收机天线、广播接收模块的研制，并配合完成性能测试、验收试验等工作。配合制定通信协议、产品联调、测试等工作。 1) 负责调频/中波鞭状天线的研制。调频广播接收频段能够覆盖 76MHz~108MHz，中波广播接收频段能够覆盖 520kHz~1720kHz；最大增益超过 0dB 2) 负责 Ku 波段一键对星天线的研制。Ku 波段射频输入频率能够覆盖 950 MHz~1450 MHz；最大增益超过 36dB 3) 负责 L 波段平板天线的研制。L 波段射频输入频率能够覆盖 1467 MHz~1492 MHz；	

合作对象	合作内容	合同金额	合作安排	研发进展
			<p>最大增益超过 5dB</p> <p>4) 负责地面数字电视鞭状天线的研制。接收频率能够覆盖 470 MHz~600 MHz。</p> <p>5) 具备调频/中波广播信号接收能力。调频覆盖 76MHz~108MHz, 中波覆盖 520kHz~1720kHz。频率步进 1KHz</p> <p>6) 具有频扫功能, 能够自动搜索广播频道。</p> <p>7) 能够同时接收不少于 4 路广播信号节目;</p> <p>8) 具备音频内容同步存储能力;</p> <p>9) 具备存储内容可转化为三种标准 WAV 音频编码格式能力 (IMA ADPCM 32kbps;u-LAW 64kbps;linear 128kbps)。</p>	
北京云景融智科技有限责任公司	5G 网联无人机视频流媒体实时互动播放定制模块开发	37.66	根据技术规范书的要求完成 5G 网联无人机视频流媒体实时互动播放定制模块开发, 提交不限于研发过程材料、中间成果以及最终成果等开发成果, 提供在项目实施过程的专业咨询、培训、安装、调试、检测等相关服务。	正在进行
哨兵信息科技有限公司	5G 网联无人机视频流媒体实时互动播放定制模块检测	1.89	在 5G 网联无人机视频流媒体实时互动播放定制模块项目中实施过程的专业咨询、培训、安装、调试、检测等相关服务	已完成
成都汉唐盛视科技有限公司	4K 卫星接收解码器	17.48	<p>①基于甲方 AVS24K 超高清解码器的指纹板, 输入分辨率为 3840x2160P50 的 AVS24K 码流, 开发 AVS24K 超高清视频二代指纹嵌入功能, 输出分辨率为 3840x2160P50 的嵌入指纹信息的 AVS24K 码流;</p> <p>②基于上述 AVS24K 超高清视频二代指纹嵌入功能, 支持 SAO 参数的自适应检测和指纹嵌入、仅限嵌入一个 B 帧视频; 根据主机指纹显示命令及时显示主机发送过来的指纹信息, 最多不超过 12 个十六进制字符; 指纹信息须与原始 B 帧视频叠加显示, 字符水平排列、大小需清晰可见、字体易辨认不混淆; 指纹显示位置根据主机命令可以任意指定显示在屏幕有效区域; 指纹嵌入和显示具备较强的鲁棒性, 即使经过后续设备分辨率转换 (4K 降为高清、标清等)、视频格式转换 (AVS2 转为 HEVC、AVS+、AVC、MPEG2 等)、码率转换 (码率降低为原始的 20%等) 均能正常辨认出指纹信息;</p>	已完成
成都容合电子技术有限公司	信道模块 GJM005 涉及开发	9.71	按照 2C702 信道模块技术协议的要求负责信道模块的涉及开发, 配合完成首批性能指标调试、测试及协调、只能完成信道模块 GHM005 的验收交付	已完成



合作对象	合作内容	合同金额	合作安排	研发进展
	信道模块 GJM004 涉及开发	9.71	按照 YMI2B702CJA 询问信道模块技术协议的要求负责信道模块 GJM004 的设计开发, 配合完成首批性能指标调试、测试及协调、只能完成信道模块 GHM005 的验收交付	已完成

## 2、委外研发合作对象的基本情况

### ①北京视阔科技有限公司

公司名称:	北京视阔科技有限公司
成立时间:	2016-06-27
法定代表人:	黄伟
注册地址:	北京市海淀区上地六街 17 号全部 4F6411 号房间
注册资本:	100 万元人民币
经营范围:	一般项目: 技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广; 通信设备制造; 通讯设备销售; 移动通信设备制造; 移动通信设备销售; 移动终端设备销售; 软件开发; 电器辅件销售; 电子元器件与机电组件设备销售; 电子专用设备销售; 日用家电零售; 光伏设备及元器件销售; 机械电气设备销售; 五金产品零售; 计算机系统服务; 信息技术咨询服务; 电子产品销售; 机械设备销售; 网络与信息安全软件开发; 安全技术防范系统设计施工服务; 工业互联网数据服务; 电气设备销售; 摄影扩印服务; 照相机及器材销售; 专业设计服务; 工业设计服务; 摄像及视频制作服务。(除依法须经批准的项目外, 凭营业执照依法自主开展经营活动) 许可项目: 计算机信息系统安全专用产品销售。
股权结构	黄伟持股 100%

北京视阔科技有限公司是专业提供视音频编解码产品和传输技术服务的技术企业。业务涵盖从设计、研发、生产及后期维护的整个流程。其在高清音视频编解码传输领域有丰富的经验。

### ②北京晶彩聚优科技有限公司

公司名称:	北京晶彩聚优科技有限公司
成立时间:	2016-08-29
法定代表人:	王慧娟
注册地址:	北京市石景山区实兴大街 30 号院 3 号楼 2 层
注册资本:	100 万元人民币
经营范围:	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务; 设计、制作、代理、发布广告; 会议服务; 经济贸易咨询; 市场调查; 企业营销策划; 电脑动画设计; 委托加工电子产品; 销售五金交电(不从事实体店经营)、金属材料、文化用品、体育用品、工艺品、机械设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、通讯设备; 技术进出口、货物进出口、代理进出口; 互联网信息服务。(企业依法自主选择经营项目, 开展经营活动;

	依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股权结构	王慧娟持股 65%、林秦持股 35%

北京晶彩聚优科技有限公司主要从事通信信息控制系统、通信信息控制技术、信息保障系统接收机等相关产品的研究开发业务。

### ③北京云景融智科技有限责任公司

公司名称:	北京云景融智科技有限责任公司
成立时间:	2013-01-16
法定代表人:	李文
注册地址:	北京市海淀区紫金数码园 3 号楼 10 层 1009
注册资本:	2000 万元人民币
经营范围:	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；计算机软硬件及辅助设备零售；信息技术咨询服务；会议及展览服务；5G 通信技术服务；软件开发；信息系统集成服务；工业控制计算机及系统销售；电子产品销售；文具用品零售；办公用品销售；日用品销售；礼品花卉销售；通讯设备销售；通讯设备修理；广告设计、代理；广告发布。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：基础电信业务；互联网信息服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）（不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）
股权结构	李文持股 70%、李君持股 30%

北京云景融智科技有限责任公司是国内领先的 ICT 应用方案提供商，主营业务涵盖 5G 通信技术服务、软件开发、信息系统集成服务、工业控制计算机及系统销售等工作。

### ④哨兵信息科技集团有限公司

公司名称:	哨兵信息科技集团有限公司
成立时间:	2019-01-10
法定代表人:	张晓彬
注册地址:	中国（四川）自由贸易试验区成都市天府新区湖畔路西段 6 号天府菁蓉中心 C 区 7 栋 2 单元 3 层
注册资本:	6500 万元人民币
经营范围:	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；工程管理服务；企业管理；企业管理咨询；业务培训（不含教育培训、职业技能培训等需取得许可的培训）；会议及展览服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：检验检测服务。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
股权结构	张晓彬持股 70%、周晶晶持股 30%

哨兵信息科技集团有限公司（简称“哨兵科技”）拥有 CNAS、CMA、风险评估、ISO27001 等多项资质，各类知识产权 20 余项。国家工业信息安全发展研究中心成立了国家工业控制系统与产品安全质量监督检验中心西南实验室（简称“西南实验室”），哨兵科技作为西南实验室落地实体企业，开展西南地区工业信息安全业务，支撑政府主管部门提升网络安全监管能力。

⑤成都汉唐盛视科技有限公司

公司名称:	成都汉唐盛视科技有限公司
成立时间:	2014-09-29
法定代表人:	代红梅
注册地址:	成都市高新区新合作路 89 号 5 栋 17 楼 1717 号
注册资本:	200 万元人民币
经营范围:	软件开发；信息技术咨询服务；信息系统集成服务；集成电路设计；数据处理和存储服务（不含基础电信业务、增值电信业务）；教育咨询（不含出国留学及中介服务）；企业管理咨询；商务信息咨询；销售：电子产品、计算机软件及辅助设备。（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）。
股权结构	代红梅持股 40%、谭世海持股 20%、李强持股 20%、李周瀚持股 20%

成都汉唐盛视科技有限公司是集科、工、贸为一体的，专业从事数字电路产品软硬件研发、生产及销售以及计算机软件研发的高新技术企业。产品涉及并广泛应用于多个领域：DVB 数字电视、无线通信设备、网络通信、工业控制等，并可根据用户需要设计开发定制特殊用途和规格的产品。

⑥成都容合电子有限公司

公司名称:	成都容合电子有限公司
成立时间:	2021-03-10
法定代表人:	罗川
注册地址:	成都高新区西芯大道 3 号 1 栋 1 层 103-2 号
注册资本:	100 万元人民币
经营范围:	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；软件开发；企业管理；电子产品销售；软件销售；电子元器件批发；计算机软硬件及辅助设备批发；信息系统集成服务。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）许可项目：货物进出口；技术进出口。（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，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）
股权结构	罗川持股 40%

成都容合电子有限公司专业从事微波、毫米波和太赫兹各频段组件模块

的研发、制造和服务，主要配套雷达、电子对抗、识别等领域，应用于车载、便携、弹载等平台。低噪声接收、高效率功率合成等 W 频段收发技术国内领先；多频段综合化、超宽带功率合成、低功耗等超宽带信道技术国内先进。

### 3、委托外部开发大幅上升的原因及合理性

公司委外开发的技术需求均与 5G 背包产品、5G 网联无人机吊舱系统、高清视频卫星传输设备、4K 解码设备改造升级相关，属于公司正在积极打造摄传编播相关产品及解决方案的能力组成部分，当前市场竞争环境难以靠解码器单一产品获胜，需要更丰富的产

品线和更强的综合解决方案能力，而公司传统自有的技术储备不足以独立完成全部新产品的开发，通过自有研发与委托研发相结合的模式积极与外部合作机构，能进一步增强公司创新研发实力。从提高公司综合竞争力的角度，结合公司的行业客户优势，通过委外合作加大研发投入推出更多新产品具有合理性。

## 【会计师核查程序及核查结论】

### （一）核查程序

1、针对广告设计宣传费，取得了费用的交易明细，并抽查了相关合同、付款凭证、发票，查看支出是否真实合理、审批手续是否健全、会计处理是否正确、费用归集是否准确；

2、了解大额广告设计宣传费的交易背景、宣传目的、宣传效应，分析交易发生的真实性与合理性；

3、对报告期内的费用进行截止性测试，抽查资产负债表日前后大额的期间费用凭证，追查至相应原始凭证，核对原始凭证发生日期与公司入账日期是否在同一会计期间，以确认报告期不存在大额费用跨期的情况；

4、获取企业花名册及工资明细表，执行分析性复核程序，分析各年人员的变动、人均薪酬变动，了解变动原因，分析变动合理性；

5、获取中介服务费、招待费发生明细，对大额费用抽取原始凭证，核查合同、发票、付款等，确认金额发生的准确性；了解交易背景，判断费用发生合理性；

6、获取委外研发明细，核查委外研发合同、发票、付款、验收相关资料，结合对应研发项目的立项、过程资料等核查，了解其发生的必要性和合理性；

7、通过企业信息查询工具，检查是否与委外研发合作对象存在关联关系及关联交易事项，检查其经营范围等是否与委外研发内容相关。

## （二）核查结论

经核查，会计师认为：

1、本年度广告设计宣传费增加与企业业务规划、发展方向一致，交易发生真实，相关费用归集准确；

2、管理费用中职工薪酬本期增长主要是由于员工人数及公司薪资结构调整增加所致，增长具有合理性；

3、管理费用中介服务费、招待费增长与公司战略规划、业务开展、上市、再融资等相关，费用增长具有合理性；

4、委外研发与公司研发活动相关，合作对象经营范围与研发内容相关，合作形成阶段性成果或成果交付，交易发生具有必要性及合理性。

## 8、关于白酒业务

自2020年10月起，你公司开始经营“国乐”系列酒产品销售业务，四川宜府春酒业销售有限公司（以下简称四川宜府春）为“国乐”系列酒产品的供货商。2021年4月，公司与四川宜府春签订了《酒水价格锁定协议》向其支付了预付款，向对方一次性支付酒水预付款2,000万元，2021年4月21日—2022年12月31日之间，锁定价格的酒水总数上限为120万瓶。截至2022年末，你对四川宜府春预付款项余额为352.42万元。

2022年度，你对四川流金其他应收款期末余额为4,794.66万元。四川流金实现营业收入1,255.38万元，亏损2,671.50万元。

2022年4月，你公司控股子公司四川流金酒业有限公司（以下简称四川流金）与贵州酱酒集团销售有限公司（以下简称贵州酱酒）共同出资设立贵州酱酒国乐酒业有限公司（以下简称贵州国乐），四川流金持股90%，贵州酱酒持股10%。四川流金及贵酱国乐均主要从事白酒类商品销售业务。

请你公司：

（1）结合2021年4月21日至2022年全年，“国乐”系列酒产品销售业务的经营模式、主要客户群体、销售渠道、总销售数量、尚未售出的数量、销售单

价、销售金额等因素，说明 2021 年向四川宜府春一次性支付 2000 万元锁价 120 万瓶酒是否合理必要；存货中白酒是否存在减值迹象，减值计提是否充分。

(2) 说明你公司对四川流金的其他应收款形成的具体原因，结合四川流金 2022 年度的经营情况，说明是否存在无法收回风险，后续收回款项的安排；

(3) 说明设立贵州国乐的原因及必要性，列示贵州国乐的注册资本规模，是否实缴出资，经营资金来源，2022 年经营业绩等情况；

(4) 结合同行业白酒品牌的建立推广所需时间和经济投入等因素，四川流金的运营现状及对你公司盈利水平的影响，说明你公司持续开展白酒业务是否有利于提高上市公司经营质量，以及下一步白酒相关业务的经营规划。

### 【公司回复】

一、结合2021年4月21日至2022年全年，“国乐”系列酒产品销售业务的经营模式、主要客户群体、销售渠道、总销售数量、尚未售出的数量、销售单价、销售金额等因素，说明2021年向四川宜府春一次性支付2000万元锁价120万瓶酒是否合理必要；存货中白酒是否存在减值迹象，减值计提是否充分

国乐酒是公司利用丰富的媒体资源，通过多项业务整合，与电视台在品牌建设、产品销售和广告投放方面深度融合进行品牌打造。然后依托品牌影响力通过经销商代销和直销的模式赚取产品销售价差。采购模式上采取定向生产模式，产品的基酒选择、勾调工艺、产品定价策略均由公司核定。

销售模式方面，主要分为经销模式与直销两种。经销模式下，公司与经销商签订经销合同，对经销区域、产品类别、销售渠道、供货价格、结算方式、交货方式、权利义务等进行约定，公司将商品销售给经销商，由经销商在经销合同约定的期限和区域内，向消费者销售商品。主要分为传统渠道经销商、传统渠道团购经销商、广电渠道经销商、品鉴馆模式经销商等，目前重点拓展了广东、福建、四川、河南、山东等市场。直销模式主要通过电商、企业团购、零售等形式开展业务。

2021 年 4 月 21 日至 2022 年 12 月 31 日国乐酒销售及库存情况如下：

期间	系列	销售数量 (瓶)	销售单价 (元/瓶)	销售金额 (元)	2022 年末库 存数量 (瓶)
2021.4.21.- 2021 年 12 月	川酱系列	29,943	411.37	12,317,797.99	/
2022 年度	川酱系列	30,905	318.77	9,851,471.65	81,300
	贵酱系列	21,127	127.91	2,702,344.60	26,798
合计		81,975		24,871,614.24	108,098

公司 2022 年度与贵州酱酒集团合作打造了新的贵州酱酒系列，与四川宜府春酒业销售有限公司（以下简称“宜府春酒业”）锁价合作的系川酒系列产品，自 2021 年 4 月 21 支付锁酒款项以来，川酱系列国乐酒累计售出 60848 瓶，销售金额累计为 22,169,269.64 元，2022 年销售额与 2021 年相比略有下降，主要系部分客户分流到贵酱系列产品所致。2021 年锁价时基酒市场价格不稳定，公司拟投入大量品牌建设费用，品牌推广的同时公司希望产品品质和生产采购价格均能稳定可靠，而锁价则能有效的控制产品成本稳定，也利于在白酒品牌以及基酒资源过度集中的行业内保证国乐品牌酒水品质稳定，与国乐本身产品质量把控以及市场定位产品理念契合。

根据泸州·中国白酒商品批发价格指数体系发布的 2021 年度全国白酒批发价格总指数显示，2021 年白酒价格呈逐步上涨趋势。

时间	定基指数	环比指数
2021 年 1 月	106.39	100.51
2021 年 2 月	106.45	100.05
2021 年 3 月	106.64	100.18
2021 年 4 月	106.72	100.08
2021 年 5 月	107.09	100.35
2021 年 6 月	107.33	100.22
2021 年 7 月	107.43	100.09
2021 年 8 月	107.89	100.43
2021 年 9 月	107.92	100.03
2021 年 10 月	107.78	99.87
2021 年 11 月	107.73	99.95

时间	定基指数	环比指数
2021年12月	107.83	100.09

为了更好的促进国乐品牌成长与国乐酒产品的稳定、可持续性销售，公司与宜府春经过多轮协商谈判、本着互利共惠、共同发展的原则，双方经过友好协商就“国乐”系列酒产品的酒水部分的价格锁定事宜达成合作协议，支付 2000 万元预付款用于锁定酒水价格，锁定期限自 2021 年 4 月 21 日至 2023 年 12 月 31 日，实际可锁定的酒水价值超过 1 亿元。公司预测至少具备 2000 万元酒水的消化能力，按销售预期较为理想状态则采购需求有可能达 1 亿元，经过多轮谈判后按预期 1 亿元的采购额进行协商定价，按 2000 万元进行采购预付，此方式能较好的控制采购端成本。截至 2022 年 12 月 31 日锁酒预付款剩余 352.42 万元，预计至 2023 年末锁酒款将全部灌装生产完成，预计灌装数量为 3 万瓶左右。

基于白酒品类特性，纯粮酿造大曲坤沙高端酱酒伴随着时间推移，其品质和价格会逐步提高，高端白酒毛利率更高，存货的入账成本远低于销售价格，故未计提减值准备。

## 二、说明你公司对四川流金的其他应收款形成的具体原因，结合四川流金 2022 年度的经营情况，说明是否存在无法收回风险，后续收回款项的安排

### 1、说明你公司对四川流金的其他应收款形成的具体原因

①2020 年至 2022 年四川流金冠名了广东卫视《国乐大典》第三季、第四季和东南卫视《东南军情》，三次节目冠名费用共计 2924 万元，国乐酒作为公司新孵化的酱酒品牌，需要通过广告投放进行扩大知名度，新品牌的孵化和培育需要周期，前期大规模广告投入会加速品牌化的形成；②基于白酒业务发展预期，锁定酒水采购价能有效控制业务发展过程中成本变动的需求，减少行业采购成本上涨等不确定性因素，2021 年协议向“四川宜府春酒业”支付 2000 万元锁定酒水价款。因四川流金注册资金规模少，自身资金有限，需向公司借款用于支付广告费及锁酒款。

为进一步支持四川流金的业务发展，公司根据相关规定及公司章程约定，于 2021 年 1 月 29 日召开 2021 年第一次总经理办公会会议，审议通过了《关于向控股子公司四川流金酒业有限公司提供借款的议案》，公司向四川流金提供借款总额不超过 5000 万元，借款期限三年，借款利息不低于流金岁月向银行贷款融



资的成本，根据 2021 年度四川流金经营情况来核定最终借款利率；并于 2022 年 4 月 6 月召开 2022 年第二次总经理办公会会议，根据公司 2022 年向北京银行贷款年利率为 3.85%，且实际发生的贷款利息还能向政府申请一定比例的贷款贴息补助，最后确认公司向四川流金提供的借款根据借款金额、借款时间按照年化 4% 的利率收取利息。

公司与四川流金于 2021 年 3 月 30 日签订《最高额借款协议》，协议约定公司向四川流金提供不超过 5000 万元借款，借款期限自每笔借款提款后三年、借款利率为年化 4%。截至 2022 年 12 月 31 日，四川流金借款及已偿还明细如下：

借款日期	借款金额 (万元)	借款期限	利率 (%)	已偿还借款 (万元)
2021 年 4 月 20 日	2,000.00	三年	4	238.00
2021 年 8 月 12 日	1,000.00	三年	4	
2021 年 10 月 15 日	100.00	三年	4	
2021 年 10 月 29 日	230.00	三年	4	
2021 年 11 月 30 日	980.00	三年	4	
2021 年 12 月 1 日	32.00	三年	4	
2021 年 12 月 17 日	42.00	三年	4	
2022 年 1 月 4 日	370.00	三年	4	
2022 年 1 月 26 日	70.00	三年	4	
2022 年 1 月 28 日	14.00	三年	4	
合计	4,838.00	-	-	238.00

截至 2022 年 12 月 31 日，四川流金向公司累计借款 4838 万元、累计应收利息 274.66 万元，其中已提前偿还本金 238 万元、利息 80 万元，截至 2022 年 12 月 31 日，四川流金还欠公司借款本金 4,600.00 万元、借款利息 194.66 万元。

## 2、结合四川流金 2022 年度的经营情况，说明是否存在无法收回风险，后续收回款项的安排

2022 年四川流金因投放较多电视广告导致亏损 2,671.50 万元。四川流金目前经营正逐步步入正轨，2023 年一季度营业收入 323.69 万元较 2022 年一季度增长 41.09%，业务处于上升期。国乐经过前期品牌建设已具有一定知名度，自 2023 年起公司将不再大额投放电视广告，大幅减少广告支出后，四川流金 2023 年有望实现盈利。

自 2022 年 6 月起公司已签约 5000 万借款额度尚未使用的 162 万元不再向

四川流金提供借款支持，也不再新增任何借款，亦不会以投资款等任何形式向四川流金提供资金支持。因四川流金尚处于业务初期阶段需要一定流动资金用于正常经营，因此偿还公司借款速度较为缓慢。四川流金未来将通过股东借款、外部股权融资等多种方式来积极偿还公司借款，公司给四川流金的借款目前不存在无法收回的情况。

**三、说明设立贵州国乐的原因及必要性，列示贵州国乐的注册资本规模，是否实缴出资，经营资金来源，2022年经营业绩等情况**

**1、设立贵州国乐的原因及必要性**

贵州是中国酱香型白酒的标志性原产地和主产区，贵州酱酒集团是由“政府牵头、省市共建”的国有企业，注册资金 50 亿元。贵州酱酒集团强大的生产供应链产能整合能力，及全国资背景综合性集团公信力，和其合作能进一步丰富国乐酒产品价格体系，满足不同价格、口味群体消费者需求。有利于“国乐”品牌的发展，因此双方协商共同设立“贵州国乐”公司，共同打造贵酱风格的“国乐”品牌产品。

**2、列示贵州国乐的注册资本规模，是否实缴出资，经营资金来源，2022 年经营业绩等情况**

截至 2022 年 12 月 31 日贵州国乐的股权结构如下： 单位：万元

名称	注册资本	持股比例	实收资本
四川流金酒业有限公司	1800.00	90.00%	550.00
贵州酱酒集团销售有限公司	200.00	10.00%	
合计	2,000.00	100.00%	550.00

截至 2022 年 12 月 31 日四川流金实际出资 550 万元，出资资金来源主要为四川流金日常营运资金以及销售回款，贵州酱酒集团销售有限公司尚未出资。

根据公司与贵州酱酒集团有限公司签订的《投资合作协议》约定：双方首期出资额为注册资本的 50%，即贵州酱酒集团销售有限公司出资 100 万元，四川流金酒业有限公司出资 900 万元，双方需在合资公司基本账户开通后 5 个工作日内实际出资到位，剩余注册资金应于 2022 年 12 月 31 日前实缴到位。贵州酱酒集团销售有限公司在四川流金每期注册资金注入后 3 个工作日内完成注册资金的实缴，因四川流金延迟履行出资义务导致贵州酱酒集团销售有限公司延迟出资的

不视为违约。因四川流金实际出资时间晚于贵州国乐公司账户开户日期 5 个工作日后且尚未完成 50%的首期出资款，目前贵州酱酒集团销售有限公司尚未履行出资义务。

贵州国乐于 2022 年 6 月 20 日注册成立，公司成立即开展贵酱系列产品推进工作，着手贵酱“诗经”系列产品设计、产品打样、生产，产品上市投放市场时间为 2022 年 10 月，至 2022 年末已实现销售收入为 270.23 万元，净利润-10.24 万元。

**四、结合同行业白酒品牌的建立推广所需时间和经济投入等因素，四川流金的运营现状及对你公司盈利水平的影响，说明你公司持续开展白酒业务是否有利于提高上市公司经营质量，以及下一步白酒相关业务的经营规划**

白酒产业是长周期产业。白酒产品的酿造工艺决定了白酒产业的长周期属性，也注定了白酒产业重资产、长投入、长回报的产业规律。中国白酒产业一直处于稳步发展的增长通道，长周期产业属性非常明显，白酒品牌的建立需要在营销渠道建设、广告投放、品牌建设、数字化升级等方面需要持续投入。

四川流金积极发力品牌建设、渠道建设、营运方式创新等，着力夯实市场基础，营造市场品牌氛围，为产品注入强有力的品牌基因。公司管理层认为四川流金业务能沉淀主营业务带来的广电媒体资源，为公司长远业绩增长助力，同时考虑到白酒业务的长周期属性和潜在业务风险，公司将不会新增对四川流金的投入，谨慎发展此项业务。

#### **【保荐机构核查程序及核查结论】**

##### **（一）核查程序**

- 1、查阅公司提供借款及收到还款的会计凭证。
- 2、查阅广东卫视《国乐大典》第三季、第四季和东南卫视《东南军情》冠名的协议。
- 3、查阅四川流金 2022 年一季度、2022 年度及 2023 年一季度财务报表。
- 4、查阅四川流金向四川宜府春酒业销售有限公司采购“国乐”系列酒产品的协议。
- 5、查阅 2021 年 4 月 21 日至 2022 年 12 月 31 日国乐酒销售清单及截至 2022

年 12 月 31 日库存清单。

6、查阅贵州国乐的工商档案。

7、查阅四川流金出资凭证。

8、查阅双方签订的《投资合作协议》。

9、查阅贵州国乐 2022 年度财务报表。

10、通过 <http://www.lzbjgzs.com/IndexList.aspx> 网站查询 2021 年度全国白酒批发价格总指数。

## （二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、2021 年向四川宜府春一次性支付 2000 万元锁价 120 万瓶酒具有商业合理性和必要性。

2、2022 年末，公司存货中白酒不存在减值迹象，减值计提充分。

3、公司已说明对四川流金的其他应收款形成的具体原因，四川流金将通过股东借款、外部股权融资等方式来积极偿还流金科技借款，目前不存在坏账无法收回的情况。

4、公司已说明设立贵州国乐的原因及必要性；已列示说明贵州国乐的注册资本规模，实缴出资金额，经营资金来源，2022 年经营业绩等情况。

5、公司管理层认为白酒业务能沉淀主营业务带来的媒体资源，为公司长远业绩增长助力，同时考虑到白酒业务的长周期和潜在业务风险，公司将不会新增对四川流金公司的投入，谨慎发展此项业务。

## 9、关于贡爵微电子有限公司

你公司分别在 2022 年 3 月、8 月、12 月先后 3 次通过股权转让形式，受让成都贡爵微电子有限公司股权(以下简称贡爵微)，从不持股到持股比例为 55%、63.5%及目前的 83.5%。

根据年报披露，贡爵微成立于 2019 年 3 月 14 日，注册资本 1000 万元，主要从事微波/毫米波芯片的研发、生产和销售。报告期，贡爵微实现营业收入 996.21 万元，亏损 229.33 万元。同时，你公司本期新增微波器件收入 996.14 万元，长期待摊费用期末余额 423.27 万元,较期初增长 42.06%，你公司解释主要因

2022 年贡爵微车间装修费增加所致。

请你公司：

(1) 列示 3 次股权转让的出让方情况、受让金额、定价依据以及目前的股权结构，说明与股权出让方是否存在关联关系；结合贡爵微的主营业务、技术情况、经营业绩等因素，说明持续购买贡爵微股权原因及必要性，以及对你公司净利润和未来业绩的持续影响；

(2) 说明贡爵微的主要产品、主要客户情况，以及你公司关于微波器件收入确认的具体方法；

(3) 说明贡爵微的营运资金来源，说明你公司与贡爵微少数股东是否存在关联关系，说明你公司提供贡爵微车间装修费是否损害上市公司利益。

#### 【公司回复】

一、列示3次股权转让的出让方情况、受让金额、定价依据以及目前的股权结构，说明与股权出让方是否存在关联关系；结合贡爵微的主营业务、技术情况、经营业绩等因素，说明持续购买贡爵微股权原因及必要性，以及对你公司净利润和未来业绩的持续影响

1、列示 3 次股权转让的出让方情况、受让金额、定价依据以及目前的股权结构，说明与股权出让方是否存在关联关系

#### (1) 三次股权转让情况

##### ①第一次股权转让

2022 年 3 月公司及自然人龙杰、赵举光、邓鹏与贡爵微原股东尹正平、胡正明签订《增资协议》，约定由公司、龙杰、赵举光、邓鹏共同向贡爵微增资 900 万元，增资完成后贡爵微注册资本从 100 万元增加至 1000 万元，贡爵微成为公司控股子公司，2022 年 3 月末贡爵微股权结构如下： 单位：万元

名称	认缴资本	持股比例
北京流金岁月传媒科技股份有限公司	550.00	55.00%
龙杰	200.00	20.00%
赵举光	130.00	13.00%
邓鹏	20.00	2.00%
尹正平	99.00	9.90%

名称	认缴资本	持股比例
胡正明	1.00	0.10%
合计	<b>1,000.00</b>	<b>100.00%</b>

经四川华君会计师事务所有限公司出具川华君会审字（2022）第 231 号审计报告，2022 年 3 月 31 日贡爵微净资产为-225,524.46 元。基于贡爵微 2022 年 3 月末净资产为基础，按照每股 1 元价格向贡爵微增资入股。

### ②第二次股权转让

2022 年 7 月贡爵微召开股东会决议：同意龙杰将其持有的 200 万元股权转让给成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）（贡爵微员工持股平台，以下简称“贡爵微合伙企业”），同意股东邓鹏将其持有的 20 万股股权转让给贡爵微合伙企业，同意股东尹正平将其持有的 99 万股股权转让给贡爵微合伙企业，同意股东胡正明将其持有的 1 万元股权转让给贡爵微合伙企业，同意股东赵举光将其持有的 45 万元股权转让给贡爵微合伙企业，同意股东赵举光将其持有的 85 万元股权转让给公司。此次股权转让于 2022 年 8 月 16 日完成了工商变更，2022 年 3 月末贡爵微股权结构如下： 单位：万元

股东名称	认缴金额	持股比例
北京流金岁月传媒科技股份有限公司	635.00	63.50%
成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）	365.00	36.50%
合计	<b>1,000.00</b>	<b>100.00%</b>

### ③第三次股权转让

2022 年 12 月贡爵微召开股东会决议：同意贡爵微有限合伙将其持有的 200 万元（占注册资本的 20%）股权转让给公司。股权转让价格为每股 1 元，于 2022 年 12 月 27 日完成了工商变更。

经三次股权转让后贡爵微目前的股权结构为： 单位：万元

股东名称	认缴金额	持股比例
北京流金岁月传媒科技股份有限公司	835.00	83.50%
成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）	165.00	16.50%
合计	<b>1,000.00</b>	<b>100.00%</b>

自公司取得贡爵微控制权以来业务未发生重大变化，因此第二次及第三次股

权转让经各方协商后，参照公司增资入股价格按照每股 1 元进行股权转让。

(2) 股权出让方的基本情况

① 贡爵微原股东情况

尹正平，女，中国国籍，身份证号码 51023119750908\*\*\*\*，住所为四川省威远县严陵镇顺城街\*号\*幢附\*号。尹正平系贡爵微的原法定代表人。

胡正明，男，中国国籍，身份证号码 51340119520726\*\*\*\*，住所为四川省南充市顺庆区半环巷\*号附\*号。胡正明系贡爵微的原监事。

② 贡爵微少数股东情况

截至 2022 年 12 月贡爵微合伙企业持股平台成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）持有贡爵微 16.50% 股权比例，其股权结构如下：单位：万元

股东名称	认缴金额	持股比例
张振	270.00	73.9726%
赵举光	45.00	12.3288%
龙杰	30.00	8.2192%
邓鹏	20.00	5.4795%
合计	1,000.00	100.0000%

赵举光，男，中国国籍，身份证号码 51082419860927\*\*\*\*，住所为四川省成都市高新区天府三街\*号\*栋\*号，现任贡爵微副总经理；

邓鹏，男，中国国籍，身份证号码 51010219680308\*\*\*\*，住所为四川省绵阳市涪城区跃进路\*号\*生活区\*栋\*号，现担任贡爵微执行董事。

张振，男，中国国籍，身份证号码 51023019790826\*\*\*\*，住所为重庆市南岸区南平西路\*号\*幢\*号，现任贡爵微总经理

龙杰，女，中国国籍，身份证号码 51292319781010\*\*\*\*，住所为四川省成都市金牛区黄金栋\*号\*栋\*号，现任贡爵微副总经理。

邓鹏和赵举光为公司子公司员工，看好贡爵微未来的发展情景，愿意跟公司一起出资投资，分别兼任贡爵微执行董事、副总经理。张振和龙杰为贡爵微引进的高级管理人才，分别担任贡爵微总经理、副总经理。

因此，公司与贡爵微原股东尹正平及胡正明、现股东成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）及其股东之间，除邓鹏和赵举光为公司子公司员工外不存在

关联关系。

## 2、结合贡爵微的主营业务、技术情况、经营业绩等因素，说明持续购买贡爵微股权原因及必要性，以及对你公司净利润和未来业绩的持续影响

(1) 结合贡爵微的主营业务、技术情况、经营业绩等因素，说明持续购买贡爵微股权原因及必要性

贡爵微主营业务为微波电子元器件、微波模块以及组件的研发、设计、生产和销售服务，技术水平处于军用微波电路国内领先水平，特别是小型化和超宽带收发电路方面，具有一定领先性。贡爵微产品应用于军用和民用相关领域，团队具备研发、设计、生产及销售的专业能力，所属微波组件行业有国家政策的支持，具有市场发展潜力。因此，长期来看，公司投资贡爵微能获取一定的收益，且贡爵微民用毫米波模块与公司现有 5G 通讯技术相匹配，符合公司科技转型的战略目标。贡爵微 2022 年为公司实现营业收入 996.21 万元，在手订单持续增加，公司持续购入贡爵微股权具有合理性和必要性。

2022 年贡爵微实现营业收入 996.21 万元，净利润-229.33 万元。占公司营业收入的 1.24%，占归属上市公司股东净利润为 10.92%，因贡爵微尚在成长起步阶段收入占公司收入整体比重比低，随着订单的持续增加，短期内不会对公司净利润和业绩产生重大不利影响。

## 二、说明贡爵微的主要产品、主要客户情况，以及你公司关于微波器件收入确认的具体方法

贡爵微的主要产品为微波组件模块如：滤波器、鉴相器、限副器、信道模块、宽带收发组件等，主要客户为国内微波/毫米波器件需求企业、集成电路设计加工企业、高校研究院等，例如：电科芯片（600877）旗下重庆西南集成电路设计有限责任公司、烟台三航雷达服务技术研究有限公司、石家庄创天电子科技有限公司、哈尔滨工业大学等。

公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的相关规定，结合自身业务性质及业务流程，参照同行业可比上市公司国光电器（002045）、国睿科技（600562）等，制定了微波器件收入确认的具体方法：微波器件销售业务属于在某一时刻履行履约义务依据合同约定向客户交付商品，客户收到商品并检验合格，签收确认，商品的控制权已转移给客户，并且有关经济利益很可能流入，公司以收到签收单



作为商品收入确认依据。

### 三、说明贡爵微的营运资金来源，说明你公司与贡爵微少数股东是否存在关联关系，说明你公司提供贡爵微车间装修费是否损害上市公司利益

贡爵微注册资本 1000 万元，股东已全部实缴到位，营运资金主要来源于股东投入的资金。贡爵微少数股东邓鹏和赵举光为公司子公司员工，除此之外，公司与贡爵微少数股东不存在关联关系。

2022 年贡爵微租入成都电子科技大学西区科技园（成都市高新西区天辰路 88 号）9 栋 2 单元 101、201、301、401 号，房屋建筑面积为 1418.1 平方米，并对其进行装修，装修工程划分为办公室内装修工程和洁净车间净化装修工程，2022 年 12 月完成所有装修并进行装修工程竣工决算。截至 2022 年 12 月贡爵微长期待摊费用账面余额 203.01 万元，其中办公室内装修工程 75.25 万元、洁净车间净化装修工程 127.76 万元。

由于贡爵微主要产品微波组件模块生产制造需要在净化车间内进行，净化车间装修工程为产品生产所需的必要投入，有利于其业务的开展。因此，公司提供贡爵微车间装修费不会损害上市公司利益。

#### 【保荐机构核查程序及核查结论】

##### （一）核查程序

- 1、查阅贡爵微的工商档案。
- 2、查阅贡爵微近三次股权转让协议。
- 3、查阅贡爵微 2022 年财务报表。
- 4、查阅贡爵微目前在手订单数量。
- 5、通过企查查或启信宝等网络核查方式，查询贡爵微现有自然人股东与自然股东的是否存在关联关系。
- 6、取得贡爵微出具的《关于成都贡爵微电子有限公司关联关系的确认函》。
- 7、查阅公司员工名册，了解贡爵微现有自然人股东是否在公司任职的情况。
- 8、查阅贡爵微装修工程合同及竣工决算报告。

##### （二）核查结论

经核查，保荐机构认为：

1、公司与贡爵微原股东尹正平及胡正明、现股东成都贡爵微企业管理合伙企业（有限合伙）及其股东之间，除邓鹏和赵举光为公司子公司员工外不存在关联关系。

2、公司持续购买贡爵微股权原因具有合理性且具有必要性。

3、因贡爵微尚在成长起步阶段收入占公司收入整体比重比低，随着订单的持续增加，短期内不会对公司净利润和业绩产生重大不利影响。

4、公司已说明贡爵微的主要产品、主要客户情况，以及公司关于微波器件收入确认的具体方法。

5、贡爵微营运资金主要来源于股东投入的资金，贡爵微少数股东邓鹏和赵举光为公司子公司员工，除此之外，公司与贡爵微少数股东不存在关联关系。

6、由于贡爵微主要产品微波组件模块生产制造需要在净化车间内进行，净化车间装修工程为产品生产所需的必要投入，有利于其业务的开展。因此，公司提供贡爵微车间装修费不会损害上市公司利益。

北京流金岁月传媒科技股份有限公司

董事会

2023年6月19日