（上接B101版）

48.38%和47.29%，与大象股份较为接近。

另外，标的公司媒体经营权的供应商为政府部门机构、公交车集团公司、地铁公司或已取得相关广告经营权的其他媒体公司，标的公司一般通过招标、拍卖、协商等方式取得媒体经营权，取得方式及流程符合相关程序规定，价格可以一定程度反映市场价格水平。

4、分析并补充披露相关媒体资源经营权到期或提前终止后，续期或新取得经营权的成本是否将大幅增长，若是，龙帆广告的经营业绩是否面临重大不利影响，实现业绩承诺是否面临重大不确定性

标的公司在获取媒体资源经营权的过程中，一般采取较为谨慎的策略，根据对相关媒体资源所在区域、媒体资源质量以及媒体资源成本等因素的综合考量，在保证一定盈利空间的情况下才会考虑续期或新取得经营权，从而对媒体资源经营权的取得成本存在一定的控制。

标的公司历史上的主要合同续约情况如下：

序号	城市	媒体资源类型	合同期限		合同条款变动
			续约前	续约后	
1	北京	公交候车亭	2004.11-2014.12	2015.01-2024.12	单价增长10%
2	沈阳	公交候车亭	2007.07-2017.07	延期至2021.02	每个标准灯箱单价提高100元
3	南昌	公交候车亭	2007.08-2015.08	2015.09-2020.08	续约后首年单价较续约前未年单价增长10%
4	广州	公交候车亭	2005.11-2010.06	2010.07-2020.07	计费标准从按照点位计算改为按灯箱计算，每5年递增5%
5	深圳	公交候车亭	2005.03-2011.11	2011.12-2021.11	候车亭建设费用由中标公司自行承担，无其他费用

从实际续约情况来看，标的公司历史上在较为重要的城市均实现了续签，且续签成本未出现大幅增长。未来经营中，公司将以保障盈利能力为前提，预计不会出现续期和新取得的经营权成本大幅增长的情况，但不排除在企业未来经营中出现经营权成本大幅增长的情况，假如未来获取经营权的成本大幅增加，对企业的经营业绩存在产生重大不利影响的风险。

公司已就上述回复内容在预案（修订稿）“第五章标的资产基本情况”之“九、主营业务发展情况”之“（四）标的公司的主要经营模式”中进行补充披露。

针对标的公司在媒体资源续约过程中可能存在的成本上升风险，公司对预案（修订稿）之“第九章风险因素”之“二、交易标的的业务与经营风险”之“（四）媒体资源成本上升的风险”进行补充披露，并作出重大风险提示如下：

“（五）媒体资源成本上升的风险

标的公司户外交通媒体资源以公交候车亭和地铁为主，而营业成本主要来自于媒体资源的经营权费用。如未来更多的竞争者加入本行业，与标的公司就媒体资源的经营权展开竞争，使得标的公司现有媒体到期后重新取得的成本增加，或新增媒体资源取得成本增加，或由于其他原因导致续约的成本较原有价格有较大增幅，增加标的公司的运营成本和现金支出，进而对标的公司经营业绩产生不利影响。”

（二）媒体经营权相关的会计处理和依据，包括但不限于无形资产和存货的确认、成本结转政策等，以及近两年及一期的相关财务数据

媒体经营权合同按结算方式不同分别进行会计处理：（1）对于一次性预付整个经营期限的经营权，按照合同条款在合同期内对方单位不能单方面收回该项经营权，此类经营权作为特许经营权处理，按照合同金额确认为无形资产-特许经营权，同时按照合同金额和经营期限按月摊销并结转主营业务成本；（2）对于按期付款的经营权，由于该类合同大多已由对方单位建好站亭等媒体资产且不按时付款将导致合同终止，该类合同按照合同金额和经营期限按期确认主营业务成本。

1、确认为无形资产-特许经营权

报告期内，对无形资产-特许经营权进行摊销并结转主营业务成本的情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-5月	2017年度	2016年度
特许经营权摊销	306.78	871.98	1,016.59

报告期各期末，无形资产-特许经营权的余额如下：

单位：万元

项目	2018年5月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
特许经营权	1,982.06	2,288.85	3,160.83

报告期内，无形资产-特许经营权不存在减值的情况。

2、按期确认经营权租赁费用

报告期内，对按期支付的媒体经营权计提相关租赁费用并计入主营业务成本的具体情况如下：

单位：万元

项目	2018年1-5月	2017年度	2016年度
经营权租赁费用	6,092.98	14,239.88	11,906.59

公司已就上述回复内容在预案（修订稿）“第五章标的资产基本情况”之“六、财务会计信息”之“（八）媒体经营权相关的会计处理”中进行补充披露。

（三）取得经营权后建设候车亭等设备的会计处理和依据，近两年及一期财务数据

取得经营权后，标的公司大多聘请第三方供应商建造候车亭、电话亭、自行车亭等广告牌，与第三方供应商签订合同，合同约定建造费用金额、结算期限及预计工期等内容。工程结束后，标的公司对工程进行验收并出具验收报告，并按照合同金额在验收日计入长期待摊费用，并按剩余经营权期限和预计可使用年限孰低摊销计入主营业务成本。

2016年度、2017年度和2018年1-5月，长期待摊费用-自建媒体资产的具体变动情况及余额如下：

单位：万元

2015年12月31日	本期增加金额	本期摊销金额	2016年12月31日
10,834.07	2,523.41	2,200.40	11,157.08
2016年12月31日	本期增加金额	本期摊销金额	2017年12月31日
11,157.08	5,708.51	3,044.96	13,820.63
2017年12月31日	本期增加金额	本期摊销金额	2018年5月31日
13,820.63	5,336.35	1,717.52	17,439.46

公司已就上述回复内容在预案（修订稿）“第五章标的资产基本情况”之“六、财务会计信息”之“（九）取得经营权后建设候车亭等设备的会计处理”中进行补充披露。

（四）中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问及会计师认为：标的公司相关媒体资源经营权到期或提前终止后，续期或新取得经营权的成本未发现将大幅增长的情形，预计不会对标的公司未来生产经营造成重大不利影响，但未来不排除由于媒体经营权成本大幅增长而对公司经营业绩产生不利影响的可能，上市公司亦已对相关风险进行了补充披露。标的公司对于媒体经营权和自建媒体资产的会计处理符合企业会计准则的要求。

问题十一

请补充披露标的公司行业和经营模式相关信息，并进行同行业比较分析：（1）龙帆广告所处行业是否存在进入壁垒、公司的行业定位和核心竞争力；（2）公司的整体市场占有率及在重点城市的占有率；（3）直客和渠道销售模式下毛利率和盈利模式是否存在差异。请财务顾问发表意见。

回复：

（一）龙帆广告所处行业是否存在进入壁垒、公司的行业定位和核心竞争力

1、进入行业的主要壁垒情况

（1）媒体资源壁垒

户外广告媒体运营公司的核心竞争要素之一为媒体资源。媒体资源的数量规模和地理位置等方面决定了其广告展示的区域范围、受众数量、转化率等核心指标。户外广告行业具有龙头效应，行业内龙头企业通过运营多年的经验优势掌握了相对优质的媒体资源，并且通过优质服务与供应商签署了长期合作协议，形成较为稳健的合作关系，具有明显的先发优势。户外广告行业同样具有规模效应，单个或少量媒体投放效果不佳，广告主倾向于进行规模化、跨区域的广告投放从而达到展示目的，行业新入者短期内难以有效建立具有一定规模的媒体资源网络，客户需求因素导致对新进入者形成了媒体资源壁垒。

（2）人才壁垒

户外广告行业属于资源密集型行业，通常需要拥有多年户外广告媒体运营经验的人才方可胜任。从行业上游来看，媒体资源的供应方通常为国家单位部门或下属国有企业，对于媒体资源运营团队的资质、历史业绩及行业经验等方面的要求均较为严苛，会持续考察团队的各项胜任能力；从行业下游来看，在具备一定媒体资源覆盖网络的基础上，具有丰富行业及运营经验的人才能够为品牌广告主提供更加有效的营销解决方案从而得到客户认可并形成稳定的合作关系。行业新入者短期内通常缺少具备媒体运营经验或资源的人才，进而导致人才壁垒。

（3）客户资源壁垒

在户外广告媒体行业中，户外广告媒体运营商通常偏好与已经具备一定规模的品牌广告主客户进行合作，长期为其提供服务可稳定增加营业收入。但与此类广告主建立长期战略合作的门槛较高。此类广告主客户选择媒体运营商的条件较为严格，媒体经营商在满足广告主需求的媒体点位，还需要考虑媒体点位的地理位置、受众量、刊例价格等因素。并且，具有一定规模的品牌广告主客户通常会拥有或聘请专业团队对媒体运营商的媒体数量规模、过往案例、服务水平、以及市场口碑等综合因素进行考量。规模较小或区域型的户外媒体运营商通常无法满足上述条件，无法与此类广告主形成长期合作关系，从而导致行业壁垒形成客户资源壁垒。

（4）资金壁垒

户外广告媒体运营行业属于资金密集型行业，户外广告媒体运营商需要具备较强的资金实力。首先，广告媒体运营商需要支付资源使用费以获取核心地段的媒体资源的运营权；其次，在建设媒体资源的过程中，需要支付设备采购及安装费用；最后，在日常运营过程中，媒体资源的日常维护及人工成本也需要费用支持。因此，户外广告媒体运营行业在媒体资源的建设及后续运营过程中均需要持续的进行资金投入，形成了行业的资金壁垒。

2、行业定位

龙帆广告专注于户外广告媒体运营领域，经过多年发展，已在全国范围内建立了跨区域、跨媒体的媒体资源经营网络，其户外广告媒体网络覆盖全国十七个一至四线核心城市。由于户外广告行业中的优质媒体资源相对稀缺，在企业规模化运营的态势下形成相对区域垄断，龙帆广告专注于户外广告媒体运营领域，具有多年户外媒体行业经验，媒体资源总量超过五万个，形成规模化运营优势。龙帆广告在户外广告领域具有较高的市场知名度，其运营的媒体资源数量和营业收入在户外广告行业中位居前列。龙帆广告分别于2017年被14届中国户外传播大会组委会评为“中国公交媒体公司25强”，于2018年被15届中国户外传播大会组委会评为“中国户外传媒业十佳新媒体”等。

3、核心竞争力

龙帆广告的核心竞争力包括媒体运营规模和媒体运营经验。

（1）媒体运营规模

截至2018年5月31日，龙帆广告自有媒体资源网络覆盖全国17个城市，在覆盖一线城市的同时布局武汉、长沙、沈阳等二、三、四线城市。龙帆广告的媒体资源中，公交候车亭达到18,619个，电话亭达到6,813个，地铁媒体达到32,107个，其余还包括了公交车体及自行车亭等资源，合计媒体资源数量达到59,222个。公司目前自有媒体中，60%以上的运营期限为10年或以上，地铁媒体经营期限为6年，为公司长远发展奠定了坚实基础。

（2）媒体运营经验

龙帆广告成立于2005年，拥有十年以上的户外媒体资源运营经验。多年行业经验的积累使龙帆广告对媒体资源价值有较为精准的判断，在投标竞价时能够通过综合考虑城市宏观经济、产业结构、人口数量及结构、消费习惯等宏观因素及线路地理位置、站点数量、商圈类型等微观因素，从而以合理报价获得较为优质的媒体资源。

（二）公司的整体市场占有率及在重点城市的占有率

由于覆盖区域广、媒体形式丰富且市场参与者众多，户外媒体广告行业的竞争较为分散。根据中国广告协会发布数据，2016年我国广告经营额达6,789.13亿元，而广告经营企业多达87.51万户，广告企业户均经营额仅77.58万元。

在候车亭广告领域，根据CODC户外广告研究，2016年度和2017年度国内候车亭广告投放总额分别为52.94亿元和64.06亿元，标的公司的候车亭广告收入金额在相应年度分别为3.39亿元和3.67亿元，简单以金额计算的市场占有率分别为6.40%和5.73%，在候车亭广告领域位列前茅。公司的地铁广告业务是2018年的新增业务，目前尚刚刚起步，但已取得武汉地铁1号线、3号线一期、8号线一期全线媒体独家经营权。

截至目前，标的公司已在全国17个城市投资建设户外媒体资源，主要为候车亭媒体资源及地铁媒体资源。

在候车亭媒体广告市场中，龙帆广告在全国14个城市投资建设户外媒体资源，目前自有媒体及取得运营权的候车亭媒体资源总量约1.86万个。公司候车亭媒体资源主要分布在深圳、北京、合肥、青岛和武汉等地。根据公司的内部统计，截至2018年5月31日，公司在上述城市的候车亭资源数量及占当地候车亭媒体资源的大致比例如下：

城市	资源数量	资源数量在当地市场的大致占比
深圳	4,304	约55%
北京	2,471	约30%
合肥	1,766	约65%
青岛	1,649	约65%
武汉	1,507	约30%

在上述城市中，标的公司在当地市场拥有较高的候车亭媒体资源数量，是该市场的龙头企业之一；另外，公司在长沙、长春、沈阳等城市也拥有较多的候车亭媒体资源。综合来看，公司是国内领先的公交车候车亭媒体资源运营商。

在地铁媒体广告市场中，龙帆广告已经取得了武汉7条地铁线路中的1号线、3号线一期、8号线一期全线媒体独家经营权；除龙帆广告外，武汉地区的地铁媒体广告经营者还包括新疆天山畜牧生物工程股份有限公司（运营武汉地铁2号线、6号线）和江西华赣文化旅游传媒集团有限公司（运营武汉地铁4号线）等。标的公司在武汉地区的地铁媒体广告市场中已取得较为重要的市场地位。

公司已就上述回复内容在预案（修订稿）“第五章标的资产基本情况”之“九、主营业务发展情况”之“（三）标的公司所处行业情况”中进行补充披露。

（三）直客和渠道销售模式下毛利率和盈利模式是否存在差异

标的公司的盈利模式为赚取广告实际销售价格和广告资源获取之间的差价。“直客”是指直接与公司洽谈广告投放并与公司签订投放合同的广告主；“渠道”是指广告代理公司，其代表最终广告主与公司洽谈投放广告业务并签订投放合同。直客和渠道仅体现在客户身份不同，但对于龙帆在销售流程、谈判定价等方面并无显著区别，因此，直客和渠道销售模式下，公司的盈利模式不存在显著差异。

在定价方式上，标的公司在确定的刊例价基础上，根据客户具体情况给予一定的折扣率。其中，刊例价的确定主要基于具体媒体资源所在的地区、受众量、媒体类别和媒体资源内部等级等因素；针对具体客户，在实际销售过程中，公司则综合考虑最终品牌客户的行业和品类、合作期限、广告投放额、媒体资源质量、投放的季节性等因素给予其不同程度的折扣，从而得出实际销售价格。因此，标的公司的定价方式（包括刊例价和折扣率的确定）与客户的类型（直客还是渠道）无直接的对应关系，而是要综合考虑客户的具体情况确定的。

标的公司的成本主要为广告发布代理费和自有媒体资源成本，其中广告发布代理费为采购代理媒体资源进行发布所需支付的费用，与客户类型无直接对应关系；自有媒体资源成本包括年度广告媒体摊销及经营权使用费，按照使用期限进行摊销，与销售情况不直接对应。综上所述，标的公司成本和毛利率主要与媒体资源的采购形式相关，与具体的销售模式没有对应关系，标的公司在统计分析时未按照客户类型对毛利率进行区分。

公司已就上述回复内容在预案（修订稿）“第五章标的资产基本情况”之“九、主营业务发展情况”之“（四）标的公司主要经营模式”中进行补充披露。

（四）中介机构核查意见

经核查，独立财务顾问认为：标的公司所处行业在媒体资源、人才、客户资源及资金等方面存在进入壁垒；标的公司在户外广告领域具有较高的市场知名度，其运营的媒体资源数量和营业收入在户外广告行业中位居前列，具有核心竞争力。

独立财务顾问核查了报告期内主要直客及渠道客户的盈利模式和折扣率水平，无明显差异；同时独立财务顾问核查了标的公司成本的主要构成，其与客户类型无直接对应关系。经核查，独立财务顾问认为：标的公司的直客和渠道销售模式仅为客户类型的不同，盈利模式不存在差异，在定价方式上亦不存在与客户类型的直接对应关系。

问题十二

请补充披露龙帆广告近两年及一期的完整财务报表数据、主要会计政策以及其他关键财务和经营数据，包括但不限于：（1）应收应付账款、预收预付款项、相关账龄和前五名分析、无形资产和存货等项目明细、各项减值准备计提等；（2）经营活动产生的现金流量净额，若变化较大请说明原因；（3）分产品类型披露主营业务收入、成本的具体构成和毛利率等，并说明毛利率显著高于同行业的原因。请财务顾问及会计师发表意见。

回复：

（一）请补充披露龙帆广告近两年及一期的完整财务报表数据

1、合并资产负债表

单位：元

项目	2018年5月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
流动资产：			
货币资金	146,915,847.57	12,562,761.21	10,651,128.88
应收票据及应收账款	310,979,721.73	239,696,639.02	175,670,553.52
预付款项	8,589,999.52	16,918,637.43	25,969,398.69
其他应收款	28,892,332.17	43,012,821.37	15,948,485.20
流动资产合计	495,377,900.99	312,090,859.03	228,239,566.29
固定资产	2,089,840.27	2,196,606.25	2,507,338.73
长期待摊费用	174,394,634.46	138,206,284.44	111,570,829.48
无形资产	19,820,630.56	22,888,467.86	31,608,300.78
递延所得税资产	7,257,823.51	4,845,838.80	3,217,549.21
非流动资产合计	203,562,928.80	168,137,197.35	148,904,018.20
资产总计	698,940,829.79	480,228,056.38	377,143,584.49
流动负债：			
应付票据及应付账款	94,225,994.81	66,184,507.90	54,931,979.32
预收款项	12,992,061.77	9,611,277.81	33,792,441.11
应付职工薪酬	4,149,627.38	5,187,238.23	5,914,260.24
应交税费	11,758,275.09	23,460,988.58	15,095,162.65
其他应付款	3,661,333.23	3,990,579.15	3,898,234.97
一年内到期的非流动负债			2,180,000.00
流动负债合计	126,787,292.28	108,434,592.67	115,812,078.29
非流动负债：			
长期应付款	4,920,000.00	4,920,000.00	4,920,000.00
非流动负债合计	4,920,000.00	4,920,000.00	4,920,000.00
负债合计	131,707,292.28	113,354,592.67	120,732,078.29
所有者权益：			
实收资本	10,862,069.00	10,000,000.00	10,000,000.00
资本公积	210,296,086.07	61,157,155.07	
盈余公积	10,833,657.21	10,833,657.21	10,833,657.21
未分配利润	332,470,929.83	282,260,357.88	232,446,351.04
归属于母公司所有者权益合计	564,461,742.11	364,251,170.16	253,280,008.25
少数股东权益	2,771,795.40	2,622,287.55	3,131,497.95
所有者权益合计	567,233,537.51	366,873,457.71	256,411,506.20
负债和所有者权益总计	698,940,829.79	480,228,056.38	377,143,584.49

2、合并利润表

单位：元

项目	2018年1-5月	2017年度	2016年度
一、营业总收入	214,526,806.27	456,955,926.00	414,545,410.85
其中：营业收入	214,526,806.27	456,955,926.00	414,545,410.85
二、营业总成本	150,258,044.32	371,464,259.48	288,100,321.93
其中：营业成本	111,011,396.14	240,849,596.03	213,970,495.41
税金及附加	7,708,632.66	8,893,932.22	10,368,576.75
销售费用	11,107,697.39	26,816,463.79	26,215,840.99
管理费用	10,077,477.01	84,548,279.22	22,412,427.57
财务费用	10,502.28	18,936.78	14,081.70
资产减值损失	10,342,338.84	10,337,051.44	15,118,899.51
加：其他收益			
投资收益（损失以“-”号填列）		-8,505,223.30	
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	64,268,761.95	76,986,443.22	126,445,088.92
加：营业外收入	880,651.48	815,976.48	16,894,685.16
减：营业外支出	6,924.09	66,623.41	516,997.31
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	65,142,489.34	77,735,796.29	142,822,776.77
减：所得税费用	14,782,409.54	28,430,999.85	42,236,370.89
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	50,360,079.80	49,304,796.44	100,586,405.88
（一）按经营持续性分类			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	50,360,079.80	49,304,796.44	100,586,405.88
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类			
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	149,507.85	-509,210.40	-299,148.75
2.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	50,210,571.95	49,814,006.84	100,885,554.63
六、其他综合收益的税后净额			
七、综合收益总额	50,360,079.80	49,304,796.44	100,586,405.88
归属于母公司股东的综合收益总额	50,210,571.95	49,814,006.84	100,885,554.63
归属于少数股东的综合收益总额	149,507.85	-509,210.40	-299,148.75

3、合并现金流量表

单位：元

项目	2018年1-5月	2017年度	2016年度
一、经营活动产生的现金流量：			
销售商品、提供劳务收到的现金	156,299,277.93	393,256,892.12	384,779,803.63
收到的税费返还			
收到其他与经营活动有关的现金	69,842,939.61	53,662,686.47	81,511,147.39
经营活动现金流入小计	226,142,217.54	446,919,578.59	466,290,951.02
购买商品、接受劳务支付的现金	66,531,669.00	196,241,349.01	222,234,510.95
支付给职工以及为职工支付的现金	15,802,446.81	36,000,081.29	31,388,869.07
支付的各项税费	47,944,030.60	45,126,549.58	102,221,834.65
支付其他与经营活动有关的现金	57,787,202.24	98,717,341.12	71,799,713.39
经营活动现金流出小计	188,065,348.65	376,085,321.00	427,644,928.06
经营活动产生的现金流量净额	38,076,868.89	70,834,257.59	38,646,022.96
二、投资活动产生的现金流量：			
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额			12,313.12
投资活动现金流入小计			12,313.12
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	53,723,782.53	68,922,625.26	30,279,192.80
投资活动现金流出小计	53,723,782.53	68,922,625.26	30,279,192.80
投资活动产生的现金流量净额	-53,723,782.53	-68,922,625.26	-30,266,879.68
三、筹资活动产生的现金流量：			
吸收投资收到的现金	150,000,000.00		
收到其他与筹资活动有关的现金		8,700,000.00	52,546,891.73
筹资活动现金流入小计	150,000,000.00	8,700,000.00	52,546,891.73
支付其他与筹资活动有关的现金		8,700,000.00	56,147,069.13
筹资活动现金流出小计		8,700,000.00	56,147,069.13
筹资活动产生的现金流量净额	150,000,000.00		-3,600,177.40
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响			
五、现金及现金等价物净增加额	134,353,086.36	1,911,632.33	4,778,965.88
加：期初现金及现金等价物余额	12,562,761.21	10,651,128.88	5,872,163.00
六、期末现金及现金等价物余额	146,915,847.57	12,562,761.21	10,651,128.88

（二）主要会计政策和会计估计

1、应收款项

应收款项包括应收账款、其他应收款等。

（1）坏账准备的确认标准

公司在资产负债表日对应收款项账面价值进行检查，对存在下列客观证据表明应收款项发生减值的，计提减值准备：①债务人发生严重的财务困难；②债务人违反合同条款（如偿付利息或本金发生违约或逾期等）；③债务人很可能倒闭或进行其他财务重组；④其他表明应收款项发生减值的客观依据。

（2）坏账准备的计提方法

①单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项坏账准备的确认标准、计提方法

公司将单项期末金额为100万元以上（含100万元）的应收款项，确定为单项金额重大的应收款项。

公司对单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益，单独测试未发生减值的金融资产，包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项，不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试。

②按信用风险组合计提坏账准备的应收款项的确定依据、坏账准备计提方法

A．信用风险特征组合的确定依据

公司对单项金额不重大以及金额重大但单项测试未发生减值的应收款项，按信用风险特征的相似性和相关性对金融资产进行分组。这些信用风险通常反映债务人按照该等资产的合同条款偿还所有到期金额的能力，并且与被检查资产的未来现金流量测算相关。

不同组合的确定依据：

项目	确定组合的依据
无风险组合	属于保证金、押金性质的应收款项；企业内部部门或在职职工为从事经营业务而发生的暂借款、备用金等性质应收款项
关联方组合	对关联方之间形成的应收款项单独进行减值测试，公司对与公司股东、本部及其下属公司形成的应收款项，原则上不计提坏账准备，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备
账龄组合	包括除上述组合之外的应收款项，公司根据以往的历史经验对应收款项计提比例作出最佳估计，参考应收款项的账龄进行信用风险组合分类

B．根据信用风险特征组合确定的坏账准备计提方法

按组合方式实施减值测试时，坏账准备金额系根据应收款项组合结构及类似信用风险特征（债务人根据合同条款偿还欠款的能力）按历史损失经验及目前经济状况与预计应收款项组合中已经存在的损失评估确定。

不同组合计提坏账准备的计提方法：

项目	计提方法
无风险组合	不计提坏账准备
关联方组合	原则上不计提坏账准备，如有客观证据表明其发生了减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。
账龄组合	账龄分析法

账龄组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的组合计提方法

账龄	应收账款计提比例（%）	其他应收款计提比例（%）
1年以内	5	5
1-2年	10	10
2-3年	20	20
3年以上	100	100

③单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

单项计提坏账准备的理由为：存在客观证据表明公司将无法按应收款项的原有条款收回款项。

坏账准备的计提方法为：根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

（3）坏账准备的转回

如有客观证据表明该应收款项价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。但是，该转回后的账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该应收款项在转回日的摊余成本。

2、长期股权投资

本部分所指的长期股权投资是指公司对被投资单位具有控制的长期股权投资。

（1）投资成本的确定

对于非同一控制下的企业合并取得的长期股权投资，在购买日按照合并成本作为长期股权投资的初始投资成本，合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性证券的公允价值之和。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。

除企业合并形成的长期股权投资外的其他股权投资，按成本进行初始计量，该成本视长期股权投资取得方式的不同，分别按照公司实际支付的现金购买价款、公司发行的权益性证券的公允价值、投资合同或协议约定的价值、非货币性资产交换交易中换出资产的公允价值或原账面价值、该项长期股权投资自身的公允价值等方式确定。与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出也计入投资成本。

（2）后续计量及损益确认方法

公司财务报表采用成本法核算能够对被投资单位实施控制的长期股权投资。

①成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

②处置长期股权投资

在合并财务报表中，母公司在不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的长期股权投资，处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司净资产的差额计入股东权益；母公司部分处置对子公司的长期股权投资导致丧失对子公司控制权的，按会计准则要求进行相关会计政策处理。

其他情形下的长期股权投资处置，对于处置的股权，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用成本法核算的长期股权投资，处置后剩余股权仍采用成本法核算的，其在取得对被投资单位的控制之前因采用权益法核算或金融工具确认和计量准则核算而确认的其他综合收益，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，并按比例结转当期损益；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动按比例结转当期损益。

3、固定资产

（1）固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产仅在与其有关的经济利益很可能流入公司，且其成本能够可靠地计量时才予以确认。固定资产按成本并考虑预计弃置费用因素的影响进行初始计量。

（2）各类固定资产的折旧方法

固定资产从达到预定可使用状态的次月起，采用年限平均法在使用寿命内计提折旧。各类固定资产的使用寿命、预计净残值和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
运输设备	年限平均法	8	0-5	11.88-12.50
办公设备	年限平均法	5	0-5	19.00-20.00

预计净残值是指假定固定资产预计使用寿命已满并处于使用寿命终了时的预期状态，公司目前从该项资产处置中获得的扣除预计处置费用后的金额。

（3）固定资产的减值测试方法及减值准备计提方法

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“7、长期资产减值”。

（4）其他说明

与固定资产有关的后续支出，如果与该固定资产有关的经济利益很可能流入且其成本能可靠地计量，则计入固定资产成本，并终止确认被替换部分的账面价值。除此以外的其他后续支出，在发生时计入当期损益。

当固定资产处于处置状态或预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的差额计入当期损益。

公司至少于年度终了对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核，如发生改变则作为会计估计变更处理。

4、在建工程

在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项工程支出、工程达到预定可使用状态前的资本化的借款费用以及其他相关费用等。在建工程在达到预定可使用状态后结转为固定资产。

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“7、长期资产减值”。

5、无形资产

（1）初始计量及后续计量

无形资产是指本公司拥有或者控制的没有实物形态的可辨认非货币性资产。

无形资产按成本进行初始计量。与无形资产有关的支出，如果相关的经济利益很可能流入本公司且其成本能可靠地计量，则计入无形资产成本。除此以外的其他项目的支出，在发生时计入当期损益。

使用寿命有限的无形资产自可供使用时起，对其原值减去预计净残值和已计提的减值准备累计金额在其预计使用寿命内采用直线法分期平均摊销。使用寿命不确定的无形资产不予摊销。

期末，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命和摊销方法进行复核，如发生变更则作为会计估计变更处理。此外，还对使用寿命不确定的无形资产的使用寿命进行复核，如果有证据表明该无形资产为企业带来经济利益的期限是可预见的，则估计其使用寿命并按照使用寿命有限的无形资产的摊销政策进行摊销。

（2）具体确认原则

对于一次性预付整个经营期限总费用的长期经营权，按照合同条款约定在合同期内对方不能单方收回该经营权，本公司按合同成本确认为特许经营权，并在经营期限内按照直线法摊销。

（3）无形资产的减值测试方法及减值准备计提方法

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见本节之“7、长期资产减值”。

6、长期待摊费用

（1）长期待摊费用为已经发生但应由报告期和以后各期负担的分摊期限在一年以上的各项费用。公司的长期待摊费用主要包括自有媒体资产、装修费。长期待摊费用在预计受益期间按直线法摊销。

（2）摊销年限

类别	摊销年限	依据
自媒体资产	3-10年	预计使用年限
装修费	3年	预计使用年限

7、长期资产减值

对于固定资产、无形资产以及对子公司的长期股权投资等非流动非金融资产，公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产的公允价值根据公平交易中销售协议价格确定；不存在销售协议但存在资产活跃市场的，公允价值按照该资产的买方出价确定；不存在销售协议和资产活跃市场的，则以可获取的最佳信息为基础估计资产的公允价值。处置费用包括与资产处置有关的法律费用、相关税费、搬运费以及为使资产达到可销售状态所发生的直接费用。资产预计未来现金流量的现值，按照资产在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量，选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

8、收入

（1）销售商品

销售商品收入满足下列条件的，予以确认：

1）已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；

2）既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；

3）收入的金额能够可靠地计量；

4）相关的经济利益很可能流入；

5）相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

（2）提供劳务

在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，于资产负债表日按照完工百分比法确认提供的劳务收入。劳务交易的完工进度按已经提供的劳务占应提供劳务总量的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：①收入的金额能够可靠地计量；②相关的经济利益很可能流入企业；③交易的完工程度能够可靠地确定；④交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

（3）让渡资产使用权

让渡资产使用权收入同时满足下列条件时，确认