证券代码:600167　　证券简称:联美控股　　公告编号:2019-018

联美量子股份有限公司
关于对上海证券交易所2018年年度报告的事后审核问询函的回复公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、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责任。

联美量子股份有限公司于2019年4月17日收到上海证券交易所下发的《关于对联美量子股份有限公司2018年年度报告的事后审核问询函》(上证公函【2019】0458号)(以下简称"《问询函》")。针对《问询函》内容,现回复并公告如下:

一、关于供暖及蒸汽业务

1.年报披露,公司2018年供暖及蒸汽业务实现营业收入17.45亿元,同比增加13.88%。请公司补充披露:(1)前述业务的商业模式及结算方式;(2)前述业务的前五大客户,及其占该部分营业收入的比例;(3)按居民用户及工商业用户分别披露收入,并结合经营区域居民户数、工商业数量及供暖面积说明合理性;(4)报告期内公司供暖、供汽单价,及其定价方式,并与周边地区销售单价进行比较。请会计师发表意见。

回复:

(1)前述业务的商业模式及结算方式

供暖及蒸汽业务的业务商业模式为:将热力销售给辖区内的居民取暖用户及工商业用户,供暖用户按照"建筑面积×单价"的方法进行费用结算。蒸汽用户依照用户需求量×单价方式进行销售。公司的供热形式为直接面对最终供热客户,供暖费及蒸汽费用向居民用户及工商业用户直接收取,不存在中间商模式。

供暖及蒸汽业务的结算模式为:(1)供暖业务中,对于居民用户,公司的主要结算模式为现金结算或银行结算。公司一般在供暖季开始前向居民用户收取供暖费,对于未缴纳供暖费的居民客户,公司将在供暖季开始后约定的时间内对其关检停止服务,待其缴纳供暖费后重新开检供暖。对于非居民用户,公司的主要结算模式为银行结算。公司一般于供暖季开始前向非居民用户收取供暖费,最晚不迟于当年12月31日,如未收到结算款将停止供暖,直到收到结算款后,开始继续提供服务。(2)供蒸汽业务中,公司一般于月底与用户就当月蒸汽使用量进行核对确认,并于次月收取结算款。如未收到结算款则停止供汽,直到收到结算款后,开始继续提供供汽服务。

公司供暖及蒸汽业务的收入确认政策为:当商品(供暖、供水、发电)所有权上的重要风险和报酬转移给买方,本公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权,相关的收入已经收到或取得了收款的证据,并且与销售该商品相关的成本能够可靠地计量时,确认销售收入的实现。供暖收入按受益期在第一年的11月份至第二年的3月份分五个月按月平均结转收入。

(2)前述业务的前五大客户,及其占该部分营业收入的比例

2018年度,公司供暖及蒸汽业务实现营业收入1,745,174,375.57元,同比增长13.88%,其中,供暖及蒸汽业务前五大客户情况如下:

客户名称	2018年	占该部分营业收入的比例
沈阳飞机工业(集团)有限公司	79,304,891.28	4.54%
东北大学	19,880,346.03	1.14%
辽宁省浑南体育训练基地(辽宁体育训练中心(CJD馆))	14,312,293.62	0.82%
沈阳大学	8,649,048.44	0.50%
泰州新源电工器材有限公司	8,026,463.17	0.46%
合计	130,173,042.54	7.46%

(3)按居民用户及工商业用户分别披露收入,并结合经营区域居民户数、工商业数量及供暖面积说明合理性

2018年度供暖及蒸汽业务按居民用户及工商业用户划分情况如下:

客户名称	2018年
居民户供暖收入	1,035,857,134.47
工商业用户供暖收入	581,915,182.63
供暖业务小计	1,617,772,317.10
蒸汽收入	127,402,058.47
合计	1,745,174,375.57
当年居民户数	462,505户
当年工商业数量	39,765户
供暖业务客户小计	492,270户
蒸汽用户数	60户
居民户加权平均供暖面积	4,033.81万平米
工商业用户加权平均供暖面积	2,176.59万平米
供暖业务小计	6,210.40万平米
蒸汽吨数	619,181.97吨

以上加权平均供暖面积=上一供暖季供暖面积*3/5+本供暖季供暖面积*2/5

根据沈阳市统计局数据,截至2017年末(2018年未数据尚未公布),全市总户数272.15万户,其中:浑南区13.76万户,皇姑区30.55万户,沈北新区11.66万户,于洪区18.10万户,大东区25.59万户,沈河区26.86万户,和平区25.28万户。

截至2018年年末,公司在沈阳市范围内提供供热服务的居民户数45.25万户,具体情况如下:

公司	居民用户数(户)	服务区域	总供暖面积(万平方米)	户均供暖面积(平方米)
沈阳新北	55,531	沈河区、皇姑区	515.37	92.81
国新新能源	78,872	沈北新区、皇姑区	521.16	66.08
国惠环保	76,817	于洪区、和平区	688.83	89.67
沈水湾	7,556	和平区	113.77	150.57
国润低碳	52,190	浑南区	417.51	80.00
浑南热力	181,539	浑南区	1,777.18	97.90
合计	452,505		4,033.81	89.14

以上居民用户户数的统计口径为:以《商品房买卖合同》、房屋产权证和沈阳市房产局测绘大队提供的《商品房分层分户表》为依据,以上按照房屋数量的统计口径与统计局按照户籍口径统计数据差别较大,如:我公司所属浑南热力、国润低碳公司提供供热服务的浑南区居民用户数23.37万户,与统计局公布的浑南区户籍户数13.76万户(2017年数据)有较大差距,原因为相当数量的居民用户在浑南区拥有住房但户籍并不在浑南,此差异现象各地普遍存在。

工商业用户包括企事业单位、商业网点等,因无对应统计数据,暂无法对比。

(4)报告期内公司供暖、供汽单价,及其定价方式,并与周边地区销售单价进行比较

公司供暖业务收费标准在沈阳市全境范围内实行统一定价,根据沈阳市物价局文件(沈价发[2015]25号)及(沈价审批[2008]92号):居民住宅供热价格26元/平方米,对没有单位供暖职工福利的,居民个人支付23.30元/平方米,差额部分(2.70元/平米)由财政补贴。非居民住宅价格32元/平方米。

公司沈阳地区蒸汽业务收费标准为政府定价和市场定价并存,其中,沈阳新北的蒸汽价格按照沈阳市物价局文件(沈价审批[2008]136号)采用阶梯定价,蒸汽价格区间(含税)为:195元/蒸吨-293元/蒸吨;国新新能源的蒸汽价格(含税)为225元/蒸吨,属于市场定价行为,在沈阳市规定的正常价格区间;江苏联美在泰州地区的蒸汽业务收费标准为政府定价,蒸汽价格区间(含税)为:220元/蒸吨-260元/蒸吨。

2.年报披露,公司期末固定资产余额29.16亿元,报告期内供暖及蒸气业务发生折旧成本2.54亿元,同比减少5.37%。请公司补充披露:(1)供暖供汽业务主要生产设备的期末余额、折旧政策、折旧年限、折旧率、残值率及剩余使用年限;(2)供暖供汽业务折旧成本占收入的比例,并与同行业公司比较说明是否具有合理性。

回复:

(1)供暖供汽业务主要生产设备的期末余额、折旧政策、折旧年限、折旧率、残值率及剩余使用年限

公司2018年末与供暖及蒸汽业务直接相关的主要固定资产期末余额如下::

	房屋建筑物	机械设备	传导设备	合计
账面原值	938,891,855.86	2,093,344,905.77	1,821,018,984.38	4,853,255,746.01
累计折旧	205,272,957.95	866,092,012.32	959,598,695.45	2,030,963,665.72
账面净值	733,618,897.91	1,227,252,893.45	861,420,288.93	2,822,292,080.29
其中:已提足折旧的账面原值	1,483,695.35	58,794,357.15	469,430,608.28	529,708,660.78
折旧政策	20-35年 残值率5%	14年 残值率5%	10年 残值率5%	
	除已提足折旧仍继续使用的固定资产等外,本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法计算			
平均剩余折旧年限	约15年	约9年	约6年	

上述资产,包括公司旗下热电联产业务中与发电密切相关的共用资产的期末原值和累计折旧。

上述剩余折旧年限为公司根据折旧政策进行的理论计算。

公司经在2018年报第93页披露了相关折旧政策如下:

"固定资产的分类:房屋建筑、机器设备、传导设备、运输设备、媒体运营设备、办公设备、电子设备及其他。"

除已提足折旧仍继续使用的固定资产等外,本公司对所有固定资产计提折旧。计提折旧时采用平均年限法计算,固定资产分类折旧年限、预计净残值率及折旧率如下:

类别	折旧年限(年)	残值率(%)	年折旧率(%)
房屋及建筑物	35	5.00	2.71
构筑物	20	5.00	4.75
传导设备	10	5.00	9.50
机器设备	14	5.00	6.79
媒体运营设备	8		12.50
工具器具	5	5.00	19.00
运输设备	4-8	5.00	11.875-23.75
办公家具	5	0.00-5.00	19.00-20.00
电子设备	3-5		20.00-33.33

(2)供暖供汽业务折旧成本占收入的比例,并与同行业公司比较说明是否具有合理性

公司2018年度及2017年度供暖供汽业务折旧成本占收入的比例情况如下:

	2018年度	2017年度	2016年度
公司供暖供汽业务折旧成本	254,356,276.29	268,792,858.57	260,808,297.51
公司供暖供汽业务营业收入	1,745,174,375.57	1,532,411,362.48	1,273,374,152.43
公司折旧成本占收入的比例	14.57%	17.54%	20.48%
公司固定资产总体成新率	57.24%	59.89%	64.36%
惠天热电供暖供汽业务折旧成本	年报尚未出具	172,468,139.04	158,742,503.11
惠天热电供暖供汽业务营业收入	年报尚未出具	1,546,560,815.53	1,403,241,739.88
惠天热电折旧成本占收入的比例	年报尚未出具	11.15%	11.31%
惠天热电固定资产总体成新率	年报尚未出具	60.26%	55.53%

公司的固定资产总体成新率与惠天热电不存在重大差异,公司的固定资产成新率略新于惠天热电。公司折旧成本占供暖供汽业务营业收入的比例高于可比公司惠天热电,主要原因为:惠天热电的管网类资产折旧年限高于公司。例如:公司传导设备折旧年限为10年,2017年该类资产公司计提的折旧为151,522,925.83元,而惠天热电的传导设备为14年,同期计提的折旧为97,713,792.67元)

公司折旧成本占供暖供汽业务营业收入的比例与同行业公司比较具备合理性。

3.年报披露,公司供暖供汽业务发生燃料成本5.4亿元,占该项业务总成本的50.47%,燃料成本金额同比增加16.94%。请公司补充披露:(1)前五大煤炭供应商名称及采购金额,占总采购金额的占比,煤炭所处区域位置、采购数量;(2)报告期内煤炭的总采购量,及其会计核算方式,并说明是否符合相关会计准则的要求;(3)结合报告期供暖供汽业务收入的变化,说明燃料成本变动趋势,及其合理性。请会计师发表意见。

回复:

(1)前五大煤炭供应商名称及采购金额如下

公司2018年度前五大煤炭供应商供应情况如下:

煤炭供应商名称	采购金额
内蒙古霍林河露天煤业股份有限公司	310,856,712.78
扎鲁特旗扎哈泉尔煤业有限公司	16,587,266.90
霍林郭勒市宝发煤业有限责任公司	15,240,309.21
铁法煤业(集团)有限责任公司煤炭销售分公司	15,275,282.30
沈阳沈北煤矿有限公司蒲河煤矿	2,518,227.96
合计	360,477,799.14

以上采购金额不包括增值税及相关运杂费。

公司的煤炭主要来源于内蒙古通辽地区,品种以3500大卡/公斤的褐煤为主。

(2)报告期内煤炭的总采购量,及其会计核算方式,并说明是否符合相关会计准则的要求情况

公司燃煤采购到货时按到货数量和合同单价暂估入库,实际使用时按燃料的实际消耗量乘以加权平均价格的方法结转燃料成本。

加权平均价格=(期初燃煤金额+当期采购金额)/(期初燃煤数量+当期采购数量)

(3)结合报告期供暖供汽业务收入的变化,说明燃料成本变动趋势,及其合理性。

报告期内,供暖面积从5600万平米增加到6200万平米,面积增加10.71%,燃料成本从461,370,092.46元增加至539,515,911.64元,增加了16.94%,燃料的增长超过供暖面积的增长,主要原因是燃煤价格与上期比较虽然变动不大,但是运杂费的上涨导致燃煤成本总体有所上涨;环保材料因为环保标准的提高有所上涨;生物质燃料价格因为区域竞争本年比去年大幅增加。燃料成本变动趋势合理。

4.年报披露,公司期末存货余额1.68亿元,同比增长146.27%,公司称主要由于加大煤季囤煤力度所致。请公司补充披露:(1)存货构成,并分项披露库龄、存货盘点方式、会计师监盘情况;(2)结合前述问题,煤价走势、平均采购煤价及业务模式说明公司报告期内存货波动的合理性。请会计师发表意见。

回复:

(1)存货构成,并分项披露库龄、存货盘点方式、会计师监盘情况

公司2018年末存货余额为167,578,417.69元,相比2017年末存货余额68,045,467.09元同比增长146.27%。2018年末存货余额中,原材料部分为167,463,585.86元,其中煤炭部分库存余额为:149,807,921.06元,生物质燃料部分库存余额为:4,581,099.91元,剩余部分具体主要包括环保材料以及维修备件等。具体列示如下:

存货类别	2018年库存金额	库龄
煤炭	149,807,921.06	小于9个月
生物质燃料	4,581,099.91	小于6个月
环保材料以及维修备件	13,189,396.72	小于1年
合计	167,578,417.69	

公司供暖季为每年11月1日至次年3月31日(江苏联美的工业蒸汽业务外),其他时间为非供暖季(即淡季),主要进行煤炭采购、设备及管网维修、技术改造和工程建设等生产活动,因为供暖企业独特的季节因素,燃料(包括煤炭和生物质燃料)及环保材料的库存周期非常短,公司绝大部分燃料及辅助环保材料的库龄均小于9个月。

除沈阳新北和江苏联美两家热电联产企业外,其他公司的燃料均会在供暖季结束时消耗完毕。公司每年3月31日供暖季结束会进行一次存货全面盘点,通常情况燃料的库存较小(江苏联美除外),盘点难度较低。为保证自然年度财务核算准确,公司每年12月31日会进行一次燃料全面盘点,盘点方法通过丈量和计算燃煤煤堆体积开多点位提取煤堆密度后相乘的方法进行。会计师参加每年年末的盘点并有选择的参加3月31日的季末盘点。

(2)结合前述问题、煤价走势、平均采购煤价及业务模式说明公司报告期内存货波动的合理性

供暖是关系到国计民生的重要工程,保证供暖品质是公司的重要战略。公司在保障客户用热需求基础上,综合考量燃煤的经济性及采购量的合理性,选用了热值较低的褐煤,炉型设计与煤种相匹配,保证了良好的供暖品质,也提升了整体经营活动的经济性。发热量较低的褐煤,主要产区为内蒙古霍林河地区,受到运输半径的限制,主要销售区域为蒙东和东北地区;因此,与动力煤价格走势相比,褐煤价格波动相对稳定。且该季褐煤价为公司保障供暖安全的重要手段,不但能减少供暖期燃煤采购的运输困难以及安全库存压力,还可以取得相对优质的整体价格。

首先,该季褐煤的背景目的是解决褐煤供应安全的问题。2017年末至次年初市场供应十分紧张,公司当年的该季囤煤约10万吨,未达预期,依赖11月和12月供暖季期间大量采购补上了缺口,当年年末实际存煤约1万吨,公司认为库存的安全边际较低;2018年煤炭市场供应紧张的情况有所缓解,公司在上年煤炭采购经验的基础上,及时调整采购节奏,提前布局新的煤场,当年该季囤煤量达到约90万吨,当年年末实际存煤约94万吨,极大程度上避免了燃煤库存安全边际较低的风险。

2018年度及2017年度该季各月囤煤情况如下:

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	该季合计
2018年-万吨	3.5	31.4	15.4	12.0	11.49	10.4	10.9	9.6	89.29
2017年-万吨	0.7	2.3	4.6	3.1	1.4	1.2	5.7	19.00	

所以从该季囤煤的直接效果看,该季囤煤保障了公司煤炭供应的安全。

其次,该季囤煤的效益有利于公司从供应商获取更为优惠的价格。煤炭供应商的生产能力以及铁路的货运能力在供暖季5个月内无法满足公司供暖季的全部煤炭需求,如果公司在供暖季出现燃煤短缺,就必须通过其他非长期供应商补充煤炭缺口,届时市场格煤价格会高于长协价较多。从煤炭供应商的角度,由希望煤炭客户的采购是持续的,以保证煤炭供应商稳定、均衡的生产安排。

基于公司该季囤煤的策略和承诺,公司从供应商取得了相对优惠的价格。公司该季囤煤在正常成功实施后,煤炭供应与经营活动相匹配,煤炭平均价格也保持了相对稳定。

公司2018年年末存货余额为167,578,417.69元,相比2017年末存货余额68,045,467.09元同比增长146.27%。其中2018年末煤炭部分库存余额为149,807,921.06元,2017年煤炭部分库存余额为55,150,540.47元,燃煤库存余额的变化为94,705,380.59元。库存余额的变化主要因为煤炭库存数量的变化。公司认为煤炭年末库存余额保持在现有水平,是公司重视煤炭供应安全的结果。

5.年报披露,公司供暖及蒸汽业务毛利率38.74%,大幅高于同行业。请公司结合同行业可比公司情况说明业务毛利率的合理性。

回复:

公司在2019年3月14日发布的"联美量子股份有限公司关于媒体报道的澄清公告"中就"公司在供暖业务上毛利率长期领先同行业的原因"做过详细分析,具体内容如下:

因为地理位置不同以及供暖收费价格不同的影响,公司认为A股相对可比的对标上市公司为惠天热电(代码:000692)。

联美量子2015年-2018年期间,供暖业务的毛利率如下:

2015年	2016年	2017年	2018年
业务收入	1,091,800,857.69	1,273,374,152.43	1,532,411,362.48	1,745,174,375.57
业务成本	707,333,608.29	842,487,928.13	957,401,850.87	1,069,085,641.27
业毛利	384,467,249.30	430,886,224.30	575,009,511.61	676,088,734.30
业毛利率	35.21%	33.82%	37.52%	38.74%

公司供暖毛利率长期维持在35%-40%区间。

2016年惠天热电产重组并入上市公司的标的之一沈阳新北毛利率2015年-2018年期间情况如下:

2015年	2016年	2017年	2018年
业务收入	252,969,774.98	360,157,178.69	469,396,277.83	582,826,656.88
业成本	144,877,187.31	226,445,813.98	320,373,156.75	379,362,818.72
业毛利	108,092,587.67	133,711,364.71	149,022,121.08	203,473,838.16
业毛利率	42.73%	37.13%	31.75%	34.91%

2016年重大资产重组并入上市公司的标的之一国惠新能源毛利率2015年-2018年期间情况如下:

2015年	2016年	2017年	2018年
业务收入	293,582,775.03	324,878,110.82	412,279,147.74	473,960,258.69
业成本	177,616,252.30	214,425,393.85	262,039,862.87	289,664,391.21
业毛利	115,966,522.73	110,452,716.97	150,239,284.87	184,305,867.48
业毛利率	39.50%	34.00%	36.44%	38.89%

惠天热电(代码:000692)供暖业务同期的毛利率如下:

2015年	2016年	2017年	2018年
业务收入	1,346,920,154.94	1,403,241,739.88	1,546,560,815.53	尚未披露
业成本	1,254,232,941.91	1,429,929,519.22	1,552,276,646.38	尚未披露
业毛利	92,687,213.03	-26,687,779.34	-5,715,830.85	尚未披露
业毛利率	6.88%	-1.90%	-0.27%	尚未披露

供热、供电、供气业务收费价格均为政府定价,而成本端均为市场定价,所以,对源、管网、用户端、收费、建筑物的保温状况的这五个方面对成本的控制非常重要,直接影响公司的盈利能力及毛利率水平:

第一,从热源端来看,从建厂开始的锅炉选型,公司就经过了多次的技术论证。公司选择锅炉的型号,并不是以锅炉最高燃烧效率为唯一标准,而是需要分析当地最经济、最适用的煤种来设计和定制最适合的锅炉,公司采用附近储量较为丰富的霍林河的褐煤,并针对此煤炭低热值但经济性凸出的特性,与哈工大等高校一起研发设计了适合该煤种的炉型,炉型和燃煤匹配度高。此外,在燃煤采购方面,公司采用长协价、该季囤储等措施降低成本,并在煤炭运输和仓储上加强管控,减少各个环节的损耗,有效控烂了煤炭成本。

第二,从网端因输送端来看,公司拥有数百公里的管网,其保温特性直接关系到供暖的成本高低,公司采用精细化管理手段,严格监控施工进程,确保管网质量,保温材料性能以及明确施工方式,在管网的热损除到行业最低。

第三,热网平衡。做到热网平衡,不仅因民的采暖舒适度会有所提升,公司的供热成本也会由此大幅下降。公司在这方面通过技术以及管理达到热网平衡的最佳效果,采用人工巡检与自动巡检相结合、换热站多维监控,并对巡检人员的温控效果进行业绩考核,确保热网平衡。

第四、收费端。公司制定了严格的管控程序,严查私开栓行为,同时实行精细化管理,最大程度实现分户改造,做到应收尽收。

第五、在客户质量方面,公司下的供暖企业供暖区域主要集中于浑南、于洪、沈河区,其供暖服务客户多为新建建筑,建筑节能等级较好,保温效果好。而惠天热电主要供暖区域集中分布于沈阳老城区,其区域内建筑节能等级与公司所在区域相比多为非节能建筑,公司供暖区域每平米的热耗远低于非节能建筑的每平米热耗,因此,公司燃煤成本相对较低,毛利率水平相对较高。

惠天热电(000692.SZ)也曾于2015年6月27日在《关于2014年年报问询函回复的公告》中就其"毛利率水平及变动幅度是否与行业其他上市公司存在显著偏离"有过类似回复:

"本公司供暖业毛利率水平居于联美控股和金山股份之间。本公司供暖业务毛利率水平低于联美控股的主要原因如下:

(1)联美控股供热区域位于沈阳市浑南新区,用热户多为新开发的小建和住宅,多为新建的节能建筑,供热成本较低;本公司供热区域主要集中在沈阳市城区内,用热户多为老旧小区住宅,多为非节能建筑,供热成本较高。

(2)联美控股热源厂的锅炉烟囱多为往复炉排热水锅炉,适合燃烧价格较低的热值在3500大卡左右的褐煤,本公司热源厂的锅炉炉型多为链条炉排热水锅炉,适合燃烧价格较高的热值在4800大卡以上的烟煤或精煤,燃料价格差异导致供热成本差异较大,所以联美控股供暖业务毛利率水平高于本公司。"

通过对以上源端、管网、用户端、收费端的管控和技术应用,并凭借供暖区域建筑物保温方面的自然优势,使得公司供暖业务毛利率始终保持行业领先水平。

二、关于兆讯传媒

6.年报披露,报告期内公司实现广告发布业务收入3.75亿元,同比增加64.81%。请公司补充披露:(1)广告发布业务的结算模式、收入确认政策、内控政策,并结合合同主要条款说明收入确认是否符合会计准则要求;(2)广告发布业务的前五大客户、占广告发布业务总收入的占比,以及与公司是否存在关联关系。

回复:

(1)广告发布业务的结算模式、收入确认政策、内控政策,并结合合同主要条款说明收入确认是否符合会计准则要求

2018年度公司实现广告发布业务收入3.75亿元,2017年度公司实现广告发布业务收入3.38亿元,同比增长10.95%。

在结算模式方面,兆讯传媒的广告发布业务的结算模式主要有两种:

1.刊前付款:即客户在广告发布之前支付广告发布费,包括一次性刊前付款和根据上刊进度分次刊前付款,主要适用于中小客户和国庆、春运等黄金时段发布广告的客户。

2.刊后付款:即客户在广告发布之后分次或一次性支付广告发布费,主要适用于战略性大客户和长期合作、信誉良好的大客户、4A公司等,公司一般给予一至六个月的信用期。

在收入确认方面,兆讯传媒收入主要为广告发布业务收入,收入确认权责发生制为原则。公司已经在2018年年报第93页披露了广告发布收入的收入确认政策:"公司与客户签订广告发布合同后,按照与客户确认的广告投放计划约定的具体投放区域、投放时间和投放媒体等执行广告发布。广告发布后,公司每月根据已投放广告的完成情况确认为当期收入"。上述收入确认已同时满足下列条件:

(1)广告已经播出;

(2)收入的金额能够可靠计量;

(3)相关经济利益很可能流入企业;

(4)相关的已发生或将发生的成本能够可靠计量。

因此,公司收入确认符合会计准则的要求。

从合同签订、广告素材审查、广告上刊、发票开具到收入确认、合同收款,公司均建立了较为完善的内控制度,从流程和制度上建立了不相容岗位相分离、双人复核等内控措施,保证了收入确认的真实性、准确性和完整性。

内控政策方面公司在以下几个环节设立了关键控制点。

合同签订环节:

销售人员将广告发布合同提报营销中心主管领导审批后,由公司法务和财务部门分别审核会签,最后报经总裁审批后签署执行。

合同上刊和收入确认环节:

广告发布合同签订后,销售人员根据广告发布合同中的具体发布计划,填写"开播申请",并交由营销中心销售服务部审核。

销售服务部根据合同对"开播申请"进行审核并签字确认后,将"开播申请"连同广告素材交由内容中心进行广告素材审查、内容制作和编排。

内容中心将制作和编排好的内容申播单及广告素材交由运营中心进行网络传输,实现广告发布;同时内容中心将制作和编排完成的"开播申请"签字确认后交财务中心和营销中心销售服务部。

每个月末,营销中心销售服务部根据广告发布合同、广告投放计划、经内容中心签字确认的"开播申请"等资料,统计当月上刊完成额,编制上刊额完成情况表并交由财务中心审核。

财务中心主管会计根据广告发布合同、广告投放计划、经内容中心签字确认的"开播申请"等,对营销中心销售服务部统计的上刊额完成情况表进行审核确认,并经公司主管领导签字确认后,进行收入确认。

销售收款环节:

销售人员在合同约定的收款时间前,填写"开具发票申请"交营销中心销售服务部,销售服务部根据合同审核后签字确认,并提交财务中心。

财务中心主管会计根据合同条款和客户性质,对"开具发票申请"进行审核确认,交财务中心领导签字后,交由财务中心开票员开具增值税专用发票或普通发票。财务中心开票员开出发票后,将发票将由财务中心主管会计审核确认后,登记发票登记簿,并由营销中心销售服务部领取发票并在发票登记簿中确认签字。营销中心销售服务部领取发票后,交由销售人员,由销售人员向客户收取广告发布费。

客户支付广告发布费后,由财务中心出纳打印银行回单交财务中心主管会计,同时向销售人员、营销中心主管领导、营销中心销售服务部、财务中心主管会计、财务中心领导发送通知邮件。财务中心主管会计根据合同审核收款金额、付款方、付款用途等,审核无误后进行账务处理。

(2)广告发布业务的前五大客户、占广告发布业务总收入的占比,以及与公司是否存在关联关系

截至2018年12月31日止,兆讯传媒广告发布业务前五大客户占广告发布业务总收入的比例为24.10%,前五大客户与公司均不存在关联关系。详见下表:

序号	单位名称	收入金额	占总收入的比例	与本公司关系
1	第一名	20,083,557.94	5.36%	非关联
2	第二名	18,317,704.70	4.89%	非关联
3	第三名	17,924,528.30	4.78%	非关联
4	第四名	17,547,169.81	4.68%	非关联
5	第五名	16,455,690.03	4.39%	非关联
	合计	90,328,650.78	24.10%	

7.年报披露,公司期末应收账款余额4.02亿元,同比增加26.4%;期末预收广告费余额1822.24万元,同比下降45.87%。请公司补充披露:(1)前五大应收账款欠款方、应收金额、账龄、业务背景,以及与公司是否存在关联关系;(2)与广告发布业务相关的应收账款金额及占应收账款期末余额的比例;(3)公司业务模式、销售政策、结算方式、市场环境、客户资源是否发生重大变化,并结合前述因素说明公司应收账款及预收账款变化趋势的原因及合理性。

回复:

(1)前五大应收账款欠款方、应收金额、账龄、业务背景,以及与公司是否存在关联关系

截至2018年12月31止,兆讯传媒前五大应收账款欠款方、应收金额、账龄、业务背景以及与公司是否存在关联关系如下:

序号	单位名称	应收账款金额	账龄	与本公司关系
1	第一名	19,000,000.00	6个月以内	非关联
2	第二名	18,600,000.00	6个月以内	非关联
3	第三名	16,316,700.00	6个月以内12,687,351.65元;7-12个月3,629,348.35元	非关联
4	第四名	11,000,000.00	6个月以内	非关联
5	第五名	9,500,000.00	6个月以内	非关联
	合计	74,416,700.00		

(2)与广告发布业务相关的应收账款金额及占应收账款期末余额的比例

截至2018年12月31日止,兆讯传媒广告发布业务相关的应收账款余额为159,382,195.60元,占公司应收账款期末余额的比例为36.64%。

(3)公司业务模式、销售政策、结算方式、市场环境、客户资源是否发生重大变化,并结合前述因素说明公司应收账款及预收账款变化趋势的原因及合理性

兆讯传媒在业务模式、销售政策和结算方式方面未发生重大变化,市场环境和客户资源方面持续向好,具体情况如下:

1.兆讯传媒的业务模式方面:兆讯传媒从事的广告发布业务模式为在国内铁路客运站自主建设的数字媒体,通过与国内各铁路局下属负责管理辖区内广告媒体资源的广告公司签署媒体资源使用协议,取得协议范围内相应铁路客运站的长期数字媒体资源广告经营权。通过在对应站点的候车室、检票口、进出站及站内主要通道等旅客密集区域自主安装数字视频机和数字刷屏机等数字媒体,为广告主提供广告发布的全方位服务。兆讯传媒的业务模式2018年未发生重大变化。

2.兆讯传媒的销售政策方面:兆讯传媒的销售政策是根据媒体资源站点当地的经济情况、客流量、通车类别等因素,将其划分为不同媒体资源级别,并组合成多套广告发布方案供广告客户选择,以满足客户个性化、定制化广告投放需求。兆讯传媒执行刊例价制度,所有刊例价每年都根据公司战略及市场情况进行调整,并针对部分节假日进行调整。

3.兆讯传媒的结算方式方面:兆讯传媒对广告客户的结算方式主要分为两种:针对一般中小型企业、新合作企业等,结算执行刊前付款原则;针对行业头部客户、长期合作客户、龙头客户等会给与一定的付款账期,账期为1个月-6个月不等。兆讯传媒的结算方式2018年未发生重大变化。

4.兆讯传媒的市场环境方面:兆讯传媒是随着中国高铁网络建设同步发展的。2018年,全国完成铁路完成旅客发送量33.7亿人次,其中高铁及动车组发送量20.1亿人次,同比增长16.8%,占比60%。根据"十三五"规划,到2020年,中国高速铁路里程将达到3万公里,覆盖80%以上的城市常住人口100万以上的城市。高铁时代的全面到来为兆讯传媒的未来发展营造非常有利的外部环境。兆讯传媒经过近十年的发展,形成了全国重要枢纽站点的布局,其中近70%属于高铁及动车类车站,资源区域囊括了京沪、京广、京哈、沪汉蓉、陇海等四纵四横高铁主动脉,覆盖了长三角、珠三角、环渤海、东南沿海等多个经济发达区域,从而形成了以高铁动车站点为核心,布局全国铁路网的数字媒体广告发布平台。兆讯传媒的市场环境2018年持续向好。

5.兆讯传媒的客户资源方面:兆讯传媒的客户资源逐年丰富,广泛覆盖各行业,尤其在与知名品牌客户的合作上,从尝试投放到加大投放,最终形成对高铁媒体、兆讯媒体的高度认可而进行强势投放。知名品牌客户占比呈逐年上升趋势,合作愈发稳定。兆讯传媒的客户资源2018年持续向好。

兆讯传媒应收账款及预收账款变化趋势的原因及合理性:主要原因是公司从战略角度考量,对位龙头客户、长期合作客户可申请给予一定账期。随着兆讯高铁媒体合作的龙头客户数量逐年增多,与此类客户所匹配的结算方式账期会有小幅上升,但整体变化并不显著,与收入增幅匹配良好。

在应收账款及预收账款变化趋势的原因及合理性方面,公司具体分析如下:

1.广告发布收入的确认以权责发生制为原则,根据广告发布合同已完成的实际发布额来确认,销售回款是根据合同约定的付款时间收取的,合同约定的付款时间与销售收入的确认时间不同步形成应收账款。由于收入确认原则、销售合同结算方式和信用政策没有较大变化,因此随着收入增长,各年末应收账款余额变动趋势在保持平稳的基础上,略有增长。

2.2017年度及2018年度,广告发布业务收入增长率分别为18.95%和10.95%,应收账款余额增长率分别为3.08%和-0.07%,2018年末应收账款余额较为平稳,增长率远低于收入增长率。2017年末及2018年末,广告发布业务收款与广告发布业务收入的比例分别约为106%和99%,广告发布业务回款情况良好,应收账款风险可控,应收账款余额变动与公司广告发布合同结算方式和信用政策相符,具备合理性。

3.预收账款是由于客户在广告发布前提前支付广告发布费而形成的。2017年年至2018年末,公司预收账款的余额分别为33,666,526.18元和18,222,362.33元,同比下降45.87%,主要原因为:

(a)、大部分广告发布合同的发布周期不超过一年,广告发布完成后,预收的广告发布费即结转为收入,各年末预收账款余额均是跨年度广告合同预收款而形成,因此各年末预收账款余额均较低。

(b)、2017年末预收账款余额较高,主要是由于2017年12月份,公司新签了一份较大金额的跨年度合同,广告发布期为2017年12月至2018年12月,当月预收了1500万的广告发布费而导致的。

8.年报披露,报告期内兆讯传媒广告发布业务毛利率64.81%。请公司补充披露:(1)期末公司拥有的广告位数量、区域位置、广告位利用率;(2)按直接客户和间接客户披露广告发布业务收入及占比;(3)结合同行业可比公司情况定量分析公司毛利率的合理性。

回复:

(1)期末公司拥有的广告位数量、区域位置、广告位利用率

截至2018年12月31日止,兆讯传媒已实现覆盖全国29个省/自治区/直辖市,共6043台数字媒体资源。公司运营的铁路客运站站点按照省份区域分布如下:

序号	省份	运营的铁路站点数量
1	安徽	6
2	北京	1
3	福建	18
4	甘肃	2
5	广东	51
6	广西	20
7	贵州	6
8	海南	9
9	河北	3
10	河南	10
11	黑龙江	11
12	湖北	16
13	湖南	13
14	吉林	17
15	江苏	20
16	江西	2
17	辽宁	21
18	内蒙	14