证券代码：002912 证券简称：中新赛克 公告编号：2019-035

深圳市中新赛克科技股份有限公司 关于深圳证券交易所 2018年年报问询函的回复公告

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、误导性陈述或重大遗漏。

深圳市中新赛克科技股份有限公司（以下简称“中新赛克”、“公司”或“本公司”）近日收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对深圳市中新赛克科技股份有限公司2018年年报的问询函》（中小板年报问询函【2019】第295号），函中就公司2018年年度报告审查过程中关注的事项要求公司进行回复。根据问询函的要求，公司对相关问题进行了认真地自查与分析，现就相关问题回复如下：

问题1、报告期内，你公司实现营业收入6.91亿元，较上年增长38.85%；实现归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）2.05亿元，较上年增长54.73%。

（1）请按产品说明你公司的业务模式，包括但不限于产品类型及具体应用、自身定位及产业上下游情况、产销模式、市场容量及占有率、竞争环境等情况，并对比同行业公司经营状况说明你公司报告期内主营业务开展情况；

回复：

一、分产品业务模式及业务开展情况介绍

公司报告期内主营业务产品包括宽带互联网数据汇聚分发管理产品（以下简称“宽带网产品”）、移动接入网数据采集分析产品（以下简称“移动网产品”）、网络内容安全产品、大数据运营产品，各产品业务模式和业务开展情况具体如下：

（一）宽带网产品

1、产品类型及具体应用

宽带网产品为硬件产品（含嵌入式软件），类型可细分为机架式、盒式、加速卡，其中机架式宽带网产品主要包括机架式单板、机架式机框。宽带网产品主要用于网络可视化领域，实现网络原始数据采集、深度检测、分层解析、按需筛选等功能，配合其他软件系统可完成对网络的分析、统计等应用。

2、自身定位及产业上下游

宽带网产品主要定位是特定行业市场的技术领先者。该特定市场的主要特点是前期需前沿理论预研、市场调研、结合客户规划需求反复验证极端环境的适应能力并调整技术路线，确定最终技术规范；中期需在招投标前完成符合性验证测试；后期需在有极高可靠性要求的现网环境下长期稳定运行。

宽带网产品产业链上游包括原材料、加工服务厂家，原材料包括芯片/元器件、内存卡等，加工服务主要包括PCBA焊接和金属外壳的加工等，下游主要为建设单位和集成商。

3、产销模式

生产模式：公司为非生产型企业，总体采用“以销定产，并保持适当安全库存”，以委外生产为主、自行生产为辅，统一采购、层层检测的生产模式。公司产品的生产过程主要包括硬件制造、组装、高温老化、出厂测试、质检入库等步骤。当前硬件制造、大部分组装及部分高温老化业务通过委外生产完成，公司把自行生产重心主要放在出厂测试和质检入库等质量控制环节上。公司每月基于市场项目统计数据，进行分析和决策，制定当月以及后续三个月的生产计划，同时留有一定余量作为安全库存，以应对突发需求的供货。对于宽带网产品的市场项目，一般周期较长，故备货周期也较长。

销售模式：公司历史上主要通过经销商开拓市场，随着公司规模的扩大和产品系列的拓展，经过近几年努力，逐渐发展成直销为主、经销为辅的销售模式。如下表所示，近三年宽带网产品各销售模式的营业收入占比情况基本平稳，略有波动。

单位：万元

销售模式	2018年		2017年		2016年	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
直销	27,906.18	73.27%	21,962.36	86.04%	14,438.25	84.17%
经销	10,178.33	26.73%	3,562.08	13.96%	2,715.04	15.83%

4、市场容量及占有率

目前宽带网产品所处的细分行业因其保密要求较高，同时相关上市公司仅有恒为科技（上海）股份有限公司（以下简称“恒为科技”）公布了同口径的宽带网产品的经营数据，因此相关市场容量及占有率难以计算。

根据智研咨询发布的《2018-2024年中国网络可视化市场专项调研及投资前景分析报告》，预计2018年网络可视化市场规模为199.89亿元，前端和后端市场占比约为2:8，公司宽带网产品市场规模约为40亿。2018年公司宽带网产品销售收入约3.8亿元，市场占有率约为10%，在同类宽带网产品厂商中排名靠前。

5、竞争环境

公司当前聚焦于特定细分行业市场，该市场对产品各项性能要求比较高，需要通过符合性入围测试及设备长期稳定运行测试等程序。目前参与厂家数量有限，竞争环境较为平稳。同时公司正积极开发新产品，拓展其他细分行业市场。

6、同行业公司经营状况对比

选取与公司宽带网产品相近的恒为科技进行对比：

	营业收入（万元）	营业收入较上年度变动比例	毛利率	毛利率较上年度变动比例	销售渠道	客户	所处行业	研发投入占营业收入比例	研发投入较上年度变动比例
恒为科技	36,177.62	56.42%	59.08%	-1.63%	直销为主	建设单位为主	信息安全行业	17.89%	38.54%
中新赛克	38,121.65	49.35%	83.57%	-2.89%	直销为主，经销为辅	集成商为主	信息安全行业，网络运维等行业	24.17%	40.66%

公司尽管与恒为科技在销售模式、所处细分行业等方面有一定的差异，但得益于网络可视化领域的投资增长，公司与恒为科技收入均有较大幅度增长，且公司与恒为科技均加大了研发投入力度，以保持产品竞争力，均取得了比较好的经营成果。

（二）移动网产品

1、产品类型及具体应用

移动网产品为硬件产品（含嵌入式软件），可分为固定式、移动式等形态。主要应用于公共安全的预警、应急处置、统筹研判等场景，可实现移动网的空口信息的数据采集、分层解析、按需筛选。

2、自身定位及产业上下游

移动网产品主要定位以高性能、高集成度、高服务水平的优势致力于成为第一梯队供应商。

移动网产品的上游包括生产原材料、加工服务的相关企业。原材料包括芯片/元器件、各类功能模块、内存卡、PCB等，加工服务主要包括PCBA焊接和金属外壳的加工等；下游主要为政府部门。

3、产销模式：

生产模式：公司为非生产型企业，总体采用“以销定产，并保持适当安全库存”，以委外生产为主、自行生产为辅，统一采购、层层检测的生产模式。公司产品的生产过程主要包括硬件制造、组装、高温老化、出厂测试、质检入库等步骤。当前硬件制造、大部分组装及部分高温老化业务通过委外生产完成，公司把自行生产重心主要放在出厂测试和质检入库等质量控制环节上。公司每月基于市场项目统计数据，进行分析和决策，制定当月以及后续三个月的生产计划，同时留有一定余量作为安全库存，以应对突发需求的供货。

销售模式：移动网产品在全国各市、区/县均有建设采购的需求，需求地域范围广泛，但项目金额相对较小，因此近几年来，公司也一直采用直销为主、经销为辅的销售模式。如下表所示，近三年移动网产品各销售模式营业收入占比情况基本平稳：

单位：万元

销售模式	2018年		2017年		2016年	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
直销	15,921.89	74%	14,138.59	76%	8,485.58	84%
经销	5,546.10	26%	4,386.71	24%	1,599.58	16%

4、市场容量及占有率

移动网产品包含固定式和移动式两类，因不同类产品应用场景、部署方式、需求量不同，市场容量有所差异。因该细分行业保密要求也较高，难以获得相关市场信息，因此市场容量和占有率难以计算。

根据公司所参与的市场项目需求情况，作如下估算：

固定式产品以区县为单位进行建设，按照区县地域规模大小，每个区县建设需求量从十几台至两百台不等，结合当地建设意愿、预算情况以及建设进程，全国整体建设规模大约在30,000套左右，建设周期3至5年。2016年为4G固定式产品的建设元年，2017、2018、2019年处于4G建设规模高峰期，每年的建设平均规模预计在总量的30%左右，约为8,000至10,000套。

移动式产品同样以区县以及地市为单位进行建设，每个区县以及地市均会有4G制式的采购需求，平均每个区县需求1套，地市2至3套，因为预算等原因，假定全国的建设覆盖比例在70%左右，因此全国整体市场规模预计4,000套左右。与固定式产品建设分布周期一致，4G移动式产品同样集中在2017、2018、2019三年进行建设，故2018年的建设规模预计在1,000套左右。

公司移动网产品2018年共销售1,189套，据上述估测市场容量，公司占有率约为11%左右，位居行业前列。

5、竞争环境

电信运营商无线通信技术的升级换代是移动网产品发展的主要驱动力。4G运营商牌照于2013年12月发放，而2016年是移动网4G产品的销售元年。时间推移到2018年，随着4G移动网产品的技术门槛降低，市场参与厂商增多，导致行业竞争逐步加剧。截至2018年底，该细分行业获得销售许可的单位达数十家，竞争较为激烈。上述数十家参与单位多数为规模较小、研发能力有限的中小企业，只能聚焦研发生产某类单一产品，在产品丰富程度、售后服务水平上也存在一定局限性，相对而言，公司在多制式整合、场景融合、多产品融合方面具备较强的产品竞争力。

6、同行业公司经营状况对比

目前上市企业中没有与移动网产品完全相同的可比公司，但以移动网产品为主营业务的公司有被上市公司并购的情形。根据神思电子技术股份有限公司（以下简称“神思电子”）2018年3月6日披露的《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（草案）（修订稿）》以及2019年4月11日披露的《2018年年度报告》，神思电子的收购标的因诺微科技（天津）有限公司（以下简称“因诺微”）与公司移动网产品相似度较高，具有一定的可比性。公司与因诺微2018年度营业收入与毛利率情况对比如下：

单位：万元

公司简称	营业收入	营业成本	毛利率
中新赛克	21,468.00	6,055.11	71.79%
因诺微	5,763.02	703.46	87.79%

2018年度公司较同行可比厂商因诺微移动网产品营业收入较高的原因是公司移动网产品的类别较为丰富，市场空间相对广阔，公司移动网产品包括移动式和固定式，而因诺微仅销售移动式产品。但固定式产品由于单各项目金额较高，竞争相对激烈，毛利率相对较低，从而拉低了公司移动网产品的综合毛利率。

综上所述，移动网产品地域需求比较广泛，各厂家均获得一定的生存空间，公司产品在一定区域具备较高竞争力。随着4G移动网产品市场的渗透率提高，市场竞争逐步加剧，公司一方面不断提高产品和整体解决方案的竞争力，一方面研发了宽频无线信号态势感知等新产品，形成从2G到5G的移动网产品平台，提供更全面的电磁空间安全解决方案，有望开拓新的市场领域，继续保持良好经营能力。

（三）大数据运营产品

1、产品类型及具体应用

大数据运营产品主要为软件产品，主要包括大数据基础软件系统产品和行业大数据分析软件系统产品。

大数据基础软件系统提供大数据核心引擎，实现海量数据的存储、计算、检索等功能。根据客户不同的需求，大数据基础软件系统可运行于x86、ARM、RISC等系列通用服务器和存储设备中，服务于有集成大数据引擎需求的客户。

行业大数据分析系统是一种大数据运营领域应用系统，基于大数据基础软件系统的丰富能力，结合不同行业的需求和应用场景，实现不同行业的数据存储、数据分析、数据挖掘等应用，使得不同行业的大数据所有者能便捷地存储、分析、挖掘拥有的数据，快速、高效实现数据价值，基于数据进行分析、呈现、决策。

2、自身定位及产业上下游

公司大数据基础软件系统产品定位为向各类中小企业提供大数据引擎需求，作为基础的大数据平台系统助力整体系统的搭建。

行业大数据分析系统产品定位为信息安全领域的细分行业市场的整体解决方案提供者，结合对信息安全、大数据运营等业务和技术发展趋势的理解和研究，满足客户一定的定制化需求，利用大数据分析技术给客户带来更大价值。

大数据运营产品产业链上游包括通用产品及开源技术提供者，通用产品包括服务器、存储设备、操作系统、数据库等，开源技术包括虚拟化、云计算、大数据底层系统和组件等；产业链下游主要为最终用户或集成商。

3、产销模式

大数据运营产品为公司自主研发，以市场需求导向为产品设计理念，高效结合市场需求和技术，将大数据分析技术积累转化为系统产品。

大数据运营产品的当前主要客户为省、地市、区县等各级政府部门和中小集成商。公司当前选取部分区域作为重点市场，采取直销的销售模式，并根据客户需要对产品提供安装、调试、培训和技术支持等服务。

4、市场容量及占有率

大数据运营产品可以应用于各行各业，市场容量巨大，整个大数据产业有较多第三方行业报告，但公司当前所处的细分行业处于起步阶段，部分涉密，尚没有相关第三方数据行业报告，且公司所处细分行业的主要竞争方向尚未上市，公开数据较少，因此根据公司产品所处市场特点作如下估算：

根据民政部公布的数据，截至2017年12月，全国共有34个省级行政区域，334个地级行政区域，2,851个县级行政区域。截止2018年12月底，公司大数据运营产品已在2个省级平台完成态势感知系统的部署，市场覆盖率为5.88%；在61个区县级平台完成部署，市场覆盖率为2.14%。同时公司针对海外运营商存在的结算问题，开发了运营商行业大数据分析系统即运营商流量监管系统，已经签署订单，项目正在执行中，公司也将继续在海外不同国家拓展该类系统。

5、竞争环境

对于省级市场，原有软件系统市场由数家传统厂商占据，但随着大数据时代的到来，可利用大数据技术进行系统整合和功能创新，带来了新的商业机遇，新厂家纷纷尝试进入，竞争也相对加剧。公司作为市场新进入者也投入了较大的人力物力资源，并获得了一定的市场份额。

对于地市、区县市场，目标客户整体尚处于建设规划阶段，但客户建设意愿逐步上升。由于地市、区县市场较为分散和广阔，但当前市场参与厂家不多，因此竞争也相对平稳。

6、同行业公司经营状况对比

大数据运营产品当前主要在信息安全行业拓展，进一步聚焦在政府市场领域。由于在该行业的供应商没有公开数据，无法进行对比。因此简要对公司大数据运营产品经营状况说明如下：

省级市场：该市场每年都有相应的市场投资预算，公司通过发展与既有厂家差异化的功能，获得了一定的市场份额，取得了良好经营效益。公司将继续与战略客户合作，不断拓展产品功能，同时与宽带网产品协同形成新的整体解决方案，提高产品竞争力，拓展更多市场。

地市/区县级市场：该市场尚处于起步期，随着客户建设意愿逐步强烈，市场将逐步形成规模投资效应。在该市场，目前厂家有限，各厂家在各自的重点区域进行拓展，各厂家应该都能获得一定的份额。

海外市场：该市场也尚处于起步期，主要竞争对手为海外厂家，厂家数量较少。由于项目建设金额比较大，从与客户需求调研开始，期间经历预算申请、测试、招投标、项目执行等阶段，项目周期较长。公司已有签署订单，项目在执行中。公司在海外市场耕耘多年，对海外市场特点比较了解，积累了相应的市场拓展力量，当前获取了一些商机，有望持续获取订单。

（四）网络内容安全产品

1、产品类型及具体应用

公司的网络内容安全产品为软件产品，属于信息安全领域的范畴。网络内容安全产品采用协议识别和内容深度智能分析等技术，提供全面精细的网页过滤、敏感信息监控、全程网络行为监管，实现动态、多层次的网络内容安全管理，达到净化网络环境、规范网络行为和维护网络内容安全的目的。公司早期主要在海外市场进行销售，近年，利用常年的技术积累，公司在国内也拓展出电信诈骗防范系统等应用，主要用于分析、识别电信诈骗活动等业务。

2、自身定位及产业上下游

公司在网络内容安全产品方面在国际市场定位为性价比最优的厂家；在国内细分行业市场定位为具有创新性，能够融合电信技术和互联网技术，能够融合宽带网产品和网络内容安全产品于一体的综合解决方案提供者。

网络内容安全产品产业链上游包括通用产品及开源技术提供者，通用产品包括服务器、存储设备、操作系统、数据库等，开源技术包括虚拟化、云计算、大数据等；产业链下游主要是海内外政府机构及系统集成商。

3、产销模式

网络内容安全产品为自主研发，根据客户系统级的需求进行整体产品研发和部分定制开发。结合产品特点和市场发展阶段，当前主要采用直销模式，以选定的各海内外重点区域为经营重点，在每个重点区域投入销售、方案经营、售后服务等资源，着力挖掘重点区域需求，提供更符合客户需求的解决方案。

4、市场容量及占有率

海外市场目前没有相应的统计数据，当前公司已获得十余个国家级系统建设项目订单。国内市场目前主要从事电信诈骗防范系统业务，该系统主要部署在省级市场，在全国省级行政区域中，公司目前已布局12个省份。随着国内对电信诈骗防范形势的不断发展以及相关技术的不断演进，公司也将不断更新产品功能，进行产品升级。

5、竞争环境

在海外市场，主要竞争对手为海外厂商，整体全球国家级市场容量非常广阔，公司经过数年的市场开拓和技术积累，网络内容安全产品具备一定的竞争力。在公司目标销售区域，如非洲和东南亚地区，个别国家竞争较为激烈，但大部分国家竞争较为平稳。在国内电信诈骗防范系统市场上，目前竞争对手数量有限，竞争比较平稳。

6、同行业公司经营状况对比

网络内容安全产品主要在海外市场进行拓展，该市场没有相关行业企业的数据，无法进行对比，因此简要对产品经营状况说明如下：

随着各国互联网和移动通信网络的发展，利用网络进行网络犯罪、恐怖活动的情形日益增多，政府需要加大应对力度，因此对网络内容安全产品的需求比较旺盛。公司主要聚焦于发展中国家市场，这些市场尚处于起步期，公司目前投入资源进行市场拓展，项目一般会经历需求获取、需求交流和固化、预算申报、测试、招投标，工程执行等环节，一般周期较长。公司经过十多年的海外拓展，已经取得了一定的市场份额，积累了海外商业经验和相应的销售、售前技术、售后服务的人才。同时，公司继续扩展产品的功能，提升产品竞争力，预期会产生持续收益。

利用前期产品研发积累的经验，公司在国内推出了电信诈骗防范系统，在2017年开始拓展，目前获得了一定的市场份额。随着电信诈骗方式的不断发展，客户对电信诈骗防范系统提出了升级的需求，公司顺应客户需求，不断改进产品，提高产品竞争力，随着国家各省预算的逐步到位，预期产品会继续获取市场相应份额。

（2）请结合你公司主营业务开展情况和本报告期内成本、期间费用等因素的变化情况，分产品说明你公司净利润增长高于营业收入增长的具体原因及合理性。请年审会计师发表明确意见。

回复：

公司本报告期主营业务开展情况如第1题第（1）问所述，公司本报告期及上年同期相关财务指标如下表所示：

单位：万元

相关指标	2018年	2017年	变动金额	变动比例
营业收入	69,120.80	49,781.06	19,339.74	38.85%
营业成本	14,746.26	10,439.93	4,306.33	41.25%
毛利润	54,374.54	39,341.13	15,033.41	38.21%
毛利率	78.67%	79.03%		-0.36%
税金及附加	1,816.05	1,015.61	800.44	78.81%
销售费用	16,259.09	12,047.54	4,211.55	34.96%
管理费用	5,569.78	4,737.40	832.38	17.57%
研发费用	16,708.98	11,879.07	4,829.91	40.66%
期间费用（不含财务费用）小计	38,537.86	28,664.01	9,873.85	34.45%
期间费用率（不含财务费用）	55.75%	57.58%		-1.83%
财务费用	-2,605.02	-72.50	-2,532.52	3493.13%
资产减值损失	2,797.81	316.68	2,481.13	783.48%
其他收益	8,256.21	4,710.81	3,545.40	75.26%
投资收益	-14.33	14.37	-28.70	-199.76%
资产处置收益	2.23	-1.85	4.08	-220.86%
营业利润	22,071.95	14,140.66	7,931.29	56.09%
营业外收入	293.89	348.38	-54.49	-15.64%
营业外支出	34.29	19.29	15.00	77.73%
所得税费用	1,856.06	1,236.62	619.44	50.09%
净利润	20,475.48	13,233.12	7,242.36	54.73%

公司2018年与2017年相比净利润增长幅度高于营业收入增长幅度主要由营业收入及毛利润、期间费用、财务费用、其他收益等变动因素综合影响，其中期间费用、财务费用、其他收益的影响相对较大。

一、营业收入、营业成本及毛利润的影响

公司不存在多种经营，未按照产品类别编制分部报告。

本报告期，营业收入较上年增长38.85%，营业成本较上年增长41.25%，营业成本增幅略高于营业收入增幅，导致公司产品综合毛利率与上年相比，从79.03%下降至78.67%。本报告期及上年同期各类产品毛利润及结构占比情况如下表所示：

单位：万元

产品类别	2018年		2017年		变动比例
	毛利润金额	占比	毛利润金额	占比	
宽带网产品	31,858.48	58.59%	22,069.19	56.10%	44.36%
移动网产品	15,412.89	28.35%	14,710.57	37.39%	4.77%
网络内容安全产品	4,916.44	9.04%	2,018.50	5.13%	143.57%
大数据运营产品	1,382.31	2.54%	416.66	1.06%	231.76%
其他	804.43	1.48%	126.21	0.32%	537.35%
合计	54,374.54	100.00%	39,341.13	100.00%	38.21%

由上表可见，公司本报告期分产品的毛利润结构与上年相比未发生明显变化，其中，毛利润占比最高的宽带网产品占比较上年略有增长，宽带网产品毛利润较上年增长略高于营业收入增长幅度；移动网产品本报告期营业收入增幅仅15.88%，且毛利率有一定程度的下滑，导致其毛利润占比有所下降，毛利润增幅低于营业收入增幅；网络内容安全产品和大数据运营产品由于本年营业收入增幅较上年大幅增长，毛利润占比较上年均有所提升，毛利润增幅亦高于营业收入增幅。但总体来看，公司整体毛利润增幅与营业收入增幅基本一致。

二、期间费用（不含财务费用）变动的影响

公司上市后，针对业务规模快速扩张的现状，2018年进一步加强了对于预算及费用的管控，经营管理的精细化程度进一步加深。同时，公司继续高度重视产品研发和技术创新，持续加大研发投入。公司2018年度期间费用（不含财务费用）的变动趋势与营业收入一致，整体增长幅度略低于营业收入。

三、财务费用变动的影响

公司本报告期货币资金平均余额较上年大幅增长，现金管理效益得到提高，本报告期利息收入从上年的538.49万元上升至2,284.39万元。同时，由于人民币兑美元贬值，本报告期实现汇兑收益342.96万元，而上年同期产生汇兑损失429.37万元，综合导致2018年财务费用较上年大幅降低。

四、其他收益变动的影响

本报告期公司收到较多的预收账款，根据税法的相关规定公司及时缴纳增值税款并申请软件增值税退税，导致其他收益中软件增值税退税部分由上年的4,130.37万元增长至7,690.86万元，较上年增长86.20%，远高于营业收入增幅。

综上所述，本报告期公司主营业务较上年未发生明显变化，各类产品研发与市场开拓均取得了一定的进展，各类产品毛利润总额较上年同期变动比例基本与营业收入变动幅度基本匹配。本年净利润增幅高于营业收入增幅的主要原因是：1）公司经营管理的精细化程度进一步加深，对于预算及费用的管控进一步加强，整体期间费用（不含财务费用）增幅低于营业收入增幅；2）公司货币资金平均余额较上年大幅增加，现金管理效益得到提高，利息收入大幅增加，并且由于人民币兑美元贬值形成的汇兑收益，导致财务费用较上年大幅降低；3）本报告期收到较多的预收账款，根据相关税收规定公司及时缴纳增值税款，并申请软件增值税退税，导致其他收益较上年也大幅增加。

五、年审会计师发表明确意见

经核查，会计师认为公司净利润增长高于营业收入增长真实、合理。

问题2、报告期内，你公司经营活动产生的现金流量净额为2.26亿元，较上年增长7.50%。请结合你公司收入确认政策、信用政策、付款安排及收付款情况说明你公司经营活动产生的现金流量净额变动与营业收入、净利润变不匹配的具体原因及合理性。

回复：

本报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额为2.26亿元，较上年增长7.50%，低于营业收入的增幅38.85%和净利润的增幅54.73%。公司本报告期执行的收入确认政策、信用政策、付款安排及收付款情况的具体情况如下：

一、收入确认政策

报告期内，公司收入确认具体方法如下：

（一）产品销售收入

无需安装调试或只需简单安装调试(不构成合同主要条款)的软硬件产品销售，在产品交付给客户后确认收入；需安装调试且安装调试构成合同主要条款的软硬件产品销售在项目实施完成并经客户验收合格后确认收入。

（二）技术服务收入

1、对于定期维护服务、技术支持、技术咨询、技术培训等技术服务，合同明确约定服务期限的，在合同约定的服务期限内平均确认收入；

2、合同约定验收条款的，在劳务已经提供，按合同约定取得验收单、收到价款或取得收取款项的证据时，确认劳务收入；

3、其他技术服务采用完工百分比法确认收入，在资产负债表日，如果能够取得可靠的外部证据(指客户等独立外部第三方确认的完工进度表)支持完工进度，按照完工进度确认收入；如果不能够取得可靠的外部证据支持完工进度，采取简化的完工百分比法，即在取得客户的验收证明(包括但不限于验收报告、完工证明或使用证明)时确认收入。

（三）既有产品销售又有技术服务的销售业务

此类销售业务是指同一合同中既约定了产品销售又约定了技术服务，若合同中产品销售收入和技术服务收入能够区分且能够单独计量的，则分别按照产品销售收入和服务收入确认方法确认收入；若产品销售收入和服务收入不能区分，或虽能够区分但不能单独计量的，则一并作为产品销售按照产品销售收入确认方法进行收入确认。

报告期内，公司收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定，与上年保持一致。

二、信用政策

公司根据实际经营情况制定了《客户信用政策管理制度》，对应收账款进行分类分级管理。公司按照客户经营情况、销售规模、合作时间，以往业务的收款记录、项目具体情况等各项指标进行综合评级，并对经销商根据其注册资本、回款情况等进行专门的经销商评级，经新增客户评审或年度客户/经销商信用评审及内部审批流程后授予客户和经销商相应的信用期。具体情况如下：

客户评级	客户分类标准及审批程序	信用期	
		建设单位、系统集成商	经销商
S级	历史合作年份超过3年，年度交易规模超过1000万元，且历史无实际坏账发生，或经销售事业部、方案经营部、财务部综合评估为公司战略级客户并由总经理审批	180-360天	90-180天
A级	历史合作年份超过2年，年度交易规模超过500万元且历史无实际坏账发生，或经销售事业部、方案经营部、财务部综合评估为公司重要级客户	90-180天	60-90天
B级	历史合作年份超过1年，年度交易规模在500万以下	30-90天	30-60天
C级	财务状况与信用不稳定客户，历史出现过坏账或呆滞	0-30天	0-30天

报告期内，公司一贯执行上述信用政策，主要客户信用政策未发生明显变化。

三、付款安排

公司付款政策依据采购合同具体付款条款执行，一般以采购的物资验收入库之日作为信用期计算起始日期，外协加工费一般以加工返回的半成品验收入库之日作为信用期计算起始日期，信用期满公司发起付款申请经审批后向供应商支付款项。

报告期内，公司一贯执行上述付款政策，与上年保持一致。

四、收付款情况

本报告期及上年同期，公司经营活动收付款情况如下：

单位：万元

项目	本年数	上年数	变动比例
销售商品、提供劳务收到的现金	83,609.93	79,185.51	5.59%
收到的税费返还	8,740.39	5,077.06	72.15%
收到其他与经营活动有关的现金	8,916.44	2,963.98	200.83%
经营活动现金流入小计	101,266.76	87,226.55	16.10%
购买商品、接受劳务支付的现金	22,337.64	24,909.94	-10.33%
支付给职工以及为职工支付的现金	21,341.05	15,054.13	41.76%
支付的各项税费	18,457.72	10,498.23	75.82%
支付其他与经营活动有关的现金	16,516.81	15,728.66	5.01%
经营活动现金流出小计	78,653.22	66,190.97	18.83%
经营活动产生的现金流量净额	22,613.54	21,035.57	7.50%

（一）销售商品、提供劳务收到的现金

2018年公司销售收款较上年仅增长5.59%，低于净利润和营业收入的增长幅度，主要原因是：

1、上年度主要客户回款情况较好，其中第一大客户神州数码信息系统有限公司当年实现营业收入9,376.90万元，占当年营业收入总额的18.84%，该客户当年全额回款；

2、2018年虽收到较多预收款，但其中10,625.23万元预收款为收到的银行承兑汇票，截至2018年末尚未产生现金流入。

（二）收到的税费返还及支付的各项税费

2018年，公司收到的税费返还较上年增长72.15%，支付的各项税费较上年增长75.82%，增长幅度基本一致，并高于净利润和营业收入增长幅度。主要因为本年度收到较多的预收款，增值税纳税义务已经产生，公司缴纳相关税费并申请软件增值税退税，导致缴纳的增值税和退还的增值税同时大幅增加。

（三）收到其他与经营活动有关的现金

2018年较上年增长200.83%，主要原因是收到的各类保证金较多。

（四）购买商品、接受劳务支付的现金

2018年较上年下降10.33%，主要原因是上年为中国电信侧配套工程项目提前备货而进行大量集中采购，支付较多的采购款。

（五）支付给职工以及为职工支付的现金

2018年较上年增长41.76%，与营业收入增长幅度基本保持一致，主要原因是公司业务规模扩张、员工人数增长。

（六）支付其他与经营活动有关的现金

2018年较上年增长5.01%，低于净利润和营业收入增长幅度，主要是支付的各类保证金较上年有所减少所致。

综上所述，与上年度相比，公司收入确认政策、信用政策、付款安排未发生重大变化。公司报告期经营活动产生的现金流量净额与净利润水平基本匹配，但较上年同期增幅较低，经分析公司收付款情况，主要原因是销售商品提供劳务收到现金增幅较上年增幅较小，其具体原因是：1、受当年大客户付款方式的影响，2017年当年实现销售当年收到回款的比例较高，导致2017年销售收款较高；2、2018年部分预收账款体现为应收票据，尚未全部产生现金流入。

问题3、报告期内，你公司宽带互联网数据汇聚分发管理产品（以下简称“宽带网产品”）毛利率为83.57%，较上年下降近3个百分点；移动接入网数据采集分析产品（以下简称“移动网产品”）为71.79%，较上年下降近8个百分点。

（1）请结合你公司所处行业竞争环境、市场地位、行业毛利率及同类公司经营情况，说明你公司核心竞争力；按产品列示最近三年的主营业务成本构成明细表，并逐项分析说明你公司毛利率水平及变动趋势的合理性。

回复：

一、请结合你公司所处行业竞争环境、市场地位、行业毛利率及同类公司经营情况，说明你公司核心竞争力

（一）宽带网产品

1、所处行业竞争环境

公司宽带网产品所处的主要细分行业的特征是一般每年会有不同的应用场景需求，对产品的功能性能均会提出不同要求，因此需要厂商在前期进行前沿理论预研、市场调研，结合客户规划需求反复验证极端环境的测试并调整技术路线，确定最终技术规范；中期需在招投标前完成符合性验证测试；后期需在有极高可靠性要求的现网环境下长期稳定运行，每个应用场景下的项目落地周期长达数年。鉴于上述行业特征，当前在该细分行业参与的厂商数量有限，竞争比较平稳。

2、市场地位

公司在该细分行业经营多年，市场份额始终为第一梯队，针对部分应用场景，部分产品指标高于其他厂家。报告期内，公司也在尝试突破其他细分行业市场，主要是利用公司在多维度流量分类核心技术方面取得的突破，形成了独具特色的DFX+态势感知的解决方案。

3、可比公司宽带网产品毛利率对比

选取行业内公司恒为科技作为对比公司，毛利率对比如下：

产品名称	2018年度	2017年度	2016年度
恒为科技网络可视化基础架构产品	59.08%	60.70%	60.23%
中新赛克宽带网产品	83.57%	86.46%	84.17%

注：数据来源为恒为科技披露的定期报告及技招股说明书。

公司毛利率比同行业公司较高的原因为：1、应用细分行业不同：公司主要聚焦在信息安全行业，最终用户对可靠性、稳定性要求较高，技术门槛较高，竞争比较平稳，产品价格较高，恒为科技除在信息安全行业外，还包括网络优化与运维等竞争比较激烈的行业，产品价格较低，拉低了毛利率；2、客户结构不同：公司客户主要是建设单位，而恒为科技主要客户为集成商，向建设单位销售的价格一般高于向集成商销售的价格。

公司能够始终在该细分行业市场的需求变化中占领市场的一定份额，是凭借以下核心竞争力：1、对市场需求和发展的充分理解：公司在国内较早从事宽带网产品研发，在产品不断应用中与客户充分合作与探讨，积累了丰富的经验，深刻领会技术发展趋势，对市场需求和发展有充分理解。2、领先的专业技术能力和创新能力：自公司成立起就专注于宽带网产品研发，精通固网、移动网、软件定义网络（SDN）、网络功能虚拟化（NFV）、5G等技术架构并了解其演进趋势，技术积累丰富；2012年率先研发并在高端市场商用高集成度100G高速率宽带网产品，参与编写、修改多项国家级信息安全技术规范，参与国家科技支撑计划、国家重点研发计划和国家信息安全专项项目、宽带网产品多次做为国家级实验室标准样品示范测试、积极参与研讨5G网络的宽带网产品标准规范，引领行业技术发展方向，2018年宽带网产品新获授权专利6项，新增申请专利26项，新获取计算机软件著作权27项；3、完善的供应链管控能力：公司建立了稳定的原材料及核心部件自购渠道、完善的供应商管理制度、严格的来料品控、建立合格的供应商数据库，与信誉良好的供应商建立长期合作关系，提高了运营效率以及交付能力。

（二）移动网产品

1、所处行业竞争环境

电信运营商无线通信技术的升级换代是移动网产品发展的主要驱动力。4G运营商牌照于2013年12月发放，而2016年是移动网4G产品的销售元年。时间推移到2018年，随着4G移动网产品的技术门槛降低，市场参与厂商增多，导致行业竞争逐步加剧。截至2018年底，该行业获得销售许可的单位达数十家，竞争较为激烈。

2、市场地位

上述数十家参与单位多数为规模较小、研发能力有限的中小企业，只能聚焦研发生产某类单一产品，在产品丰富程度、售后服务水平上也存在一定局限性，相对而言，公司在多制式整合、场景融合、多产品融合方面具备较强的产品竞争力，市场份额位居前列。

3、可比公司宽带网产品毛利率对比

选取同行业公司因诺微进行比较，毛利率对比如下：

单位：万元

公司简称	营业收入	营业成本	毛利率
中新赛克	21,468.00	6,055.11	71.79%
因诺微	5,763.02	703.46	87.79%

行业毛利率水平比较高，主要是因为建设单位地域分散，且单项目金额较小，项目需经历需求跟踪、测试、试用、投标及后期交付和维保等环节，公司的人、财、物等的费用较高，故需要较高毛利率支撑。

2018年度中新赛克较同行可比厂商因诺微销售额较大的原因是中新赛克产品类别丰富，市场空间相对广阔。中新赛克销售产品包括移动式和固定式，而因诺微仅销售移动式产品，因此公司收入额较高。固定式由于单个项目金额较高，竞争相对激烈，毛利率较低，从而拉低了公司移动网产品的毛利率。

移动网产品之所以能够在市场中始终保持前列，主要是凭借以下核心竞争力：1、领先的技术和研发能力：公司形成了一支上百人专业化研发团队，具有较强的技术和研发能力，在电磁波特性、软硬件设计、算法等方面有深厚的技术积累，拥有5项发明专利、7项实用新型专利，并获得16项计算机软件著作权。核心技术人员研发经验丰富，具有较强的自主研发能力；2、持续的创新能力：公司面向客户的实际需求，锐意进取，不断改进产品，加快产品迭代速度。对于固定式产品，加大了各类制式整合以及适配各自应用场景这两个维度出发，形成了高集成度的一体化，小型化，形态多元化的产品方向；对于移动式产品，主要体现在以下三方面：（1）进一步丰富产品制式及设备间联动性，形成了多制式、多工作模式联合使用的多种组合方案；（2）丰富了产品形态及加大了产品集成度，产品体积进一步缩小，使用户在面临各类使用场景时有了更多的选择；（3）对产品进行了统一平台融合管理，进一步提升了产品的使用效率。公司正在开发电磁空间态势感知系统，产品将从运营商频段向更宽的频段发展，市场空间也将更加广阔，能够保证未来的竞争优势。3、全面的市场布局和完善的售后服务体系：随着公司的发展，公司销售和售前技术、售后技术资源不断扩大，合作伙伴也在不断增加，使公司产品向市场的通路不断扩大，公司的产品品牌和服务品牌得到进一步增强。

二、按产品列示最近三年的主营业务成本构成明细表，并逐项分析说明你公司毛利率水平及变动趋势的合理性

公司2016年至2018年分产品主营业务成本构成明细表及毛利率如下：

单位：万元

产品类别	2018年		2017年		2016年	
	营业成本	毛利率	营业成本	毛利率	营业成本	毛利率
宽带网产品	6,260.31	83.56%	3,455.25	86.46%	2,714.53	84.17%
移动网产品	6,055.11	71.79%	3,814.73	79.41%	2,043.20	79.74%
网络内容安全产品	519.60	90.44%	312.60	86.59%	691.96	87.48%
大数据运营产品	354.72	79.58%	88.40	82.50%	14.24	93.39%
其他	1,556.51	35.02%	2,768.94	4.36%	1,294.79	5.25%
合计	14,746.26	78.67%	10,439.93	79.03%	6,758.73	80.32%

（一）宽带网产品

由上表可见，公司近3年宽带网产品毛利率维持在80%以上的较高水平，其中，2017年毛利率较2016年有所上升，主要是毛利率较高的单板占宽带网产品销售额的比重由77.02%提高至80.33%所致；2018年毛利率较2016年有所下降，其中单板的销售占比为79.67%，与上年基本保持一致，但2018年单板中毛利率最高的100G单板销售额占单板销售额的比重由36.32%下降为33.83%，同时由于竞争对手同类型产品的推出，价格有所下降，该类型单板毛利率由96.91%下降为92.16%，导致2018年宽带网产品毛利率较2017年有所下降。综上所述，公司宽带网产品近3年毛利率相对较稳定，毛利率变化的主要原因是销售的具体型号产品结构以及该型号产品毛利率变化。

（二）移动网产品

由上表可见，公司近3年移动网产品毛利率总体呈下降趋势，其中，2017年毛利率与2016年基本保持一致，仅略有下滑；2018年毛利率较2017年下降超过8个百分点，主要原因是：1、具体产品类型销售结构变化：毛利率相对较高的移动式产品销售额占移动网产品销售额比重由58.89%下降为52.71%；2、固定式产品具体型号销售结构变化：2018年固定式产品中4G产品销售额占固定式产品销售总额的比重由18.57%上升至77.31%，该型号产品含价格较高的外购模块，成本较高，毛利率偏低，因此该型号产品销售比重大幅上升直接导致固定式产品毛利率由72.41%下降至63.87%；3、移动式产品竞争加剧、价格下降：受市场趋近饱和、竞争加剧影响，移动式产品平均单价从57.72万元下降至52.15万元，导致该类产品毛利率从83.98%下降至79.10%。综上所述，公司移动网产品毛利率近3年呈现下降趋势，主要原因是产品销售结构变化，以及主要产品价格下降。

（三）网络内容安全产品

公司近3年网络内容安全产品销售结构及毛利率如下表所示：

类别	2018年		2017年		2016年	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
软件	95.01%	92.79%	87.19%	92.03%	92.00%	88.62%
服务	4.99%	45.75%	12.81%	49.58%	8.00%	74.35%

由上表所示，公司近3年网络内容安全产品收入的软件和服务占比有所波动。销售占比均较高的网络内容安全产品软件由于开发成本已费用化，成本主要由安装调试相关的交付成本构成，毛利率维持在较高水平，且不同产品间毛利率有一定差异；相关技术服务毛利率较低，由价格和内容差异较大，各年度提供服务的收入和毛利率波动较大，符合网络内容安全产品特性。总体而言，低毛利率的技术服务销售占比在各年度间的变化直接导致了网络内容安全产品毛利率的波动。

（四）大数据运营产品

公司近3年大数据运营产品销售结构及毛利率如下表所示：

类别	2018年		2017年		2016年	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
大数据基础软件产品	68.43%	85.72%	52.56%	88.25%	84.73%	100.00%
大数据存储	9.96%	37.32%	36.04%	75.01%	3.97%	46.76%
大数据技术服务	21.62%	79.59%	11.39%	79.62%	11.30%	60.19%

公司近3年大数据运营产品毛利率呈逐年下降趋势，其中2017年毛利率自93.39%下降为82.50%，主要是毛利率相对较低的大数据存储产品销售占比增加所致；2018年毛利率较2017年继续下降，主要原因是：1、毛利率相对较低的技术服务占比上升；2、2018年销售的部分基础软件产品存在部分与其他公司合作的情形，相关技术合作费用计入成本导致基础软件产品毛利率较上年有所下降；3、本年销售的大数据存储产品主要是OEM产品，毛利率较低。公司近3年大数据运营产品毛利率逐年下降，主要原因是销售结构变化及与其他公司合作导致项目实施成本提高。

（五）其他产品

公司销售的其他产品主要是外购的配套设备及软件，一般情况下毛利率相对较低，其毛利率水平主要受个别订单影响，不存在明显变化趋势。

（2）报告期末，你公司机器设备、电子设备账面余额合计3,468.39万元。请按生产线列示你公司产能情况，包括但不限于产能、产能利用率，单位产品生产成本及同行业对比情况，分析说明你公司毛利率的主要驱动因素，收入和成本的配比是否恰当、准确。

回复：

一、公司生产模式

公司为非生产型企业，总体采用“以销定产，并保持适当安全库存”，以委外生产为主、自行生产为辅，统一采购、层层检测的生产模式。公司生产过程主要包括硬件制造、组装、高温老化、出厂测试、质检入库等步骤。当前硬件制造、大部分组装及部分高温老化业务通过委外生产完成，公司把自行生产重心主要放在出厂测试和质检入库等质量控制环节上，因此生产设备较少。2018年末，公司机器设备和电子设备账面价值3,468.39万元，其中生产及测试设备价值仅71.90万元。

二、毛利率的主要驱动因素分析

报告期内，公司产能、产能利用率、单位产品生产成本及同行业对比情况具体如下：

（一）产能及产能利用率

1、外协生产环节

2018年，公司拥有古德电子、亿齐电子、安费诺、厦门胜华、苏州杰恩等主要的五家合作外协厂商，上述外协厂商均能满足公司委外生产的需求，尚未发生无法按时交付的情形。此外，PCBA贴片市场比较成熟，竞争激烈，产能供应非常充分，可供选择的外协厂商也较多，因此，并不存在产能不足的情形。同时，由于公司与外协厂商的合作均是按单生产，因此，也不存在产能浪费的情形。

2、自行生产环节

公司自身产能理论上应受生产人力投入、生产车间面积、生产设备容量的影响。公司生产人员仅进行产品组装、测试等工作，对专业性要求较低，人力市场上招聘难度也较低。公司目前生产线占地面积约为800平方米，也不构成生产瓶颈，且公司南京市雨花台区科技研发大楼即将投入使用，完全能够保障生产场地需求。同时，公司目前使用的生产设备均为通用性较高的测试仪器，由于该部分设备价格较低，购置和使用方便。总体而言，以上因素均不会造成产能瓶颈，公司自行生产产能充足。

综上所述，根据公司的生产和经营模式，公司并不存在产能和产能利用率的问题。

（二）单位产品生产成本及同行业对比情况

本报告期及上年同期公司单位产品生产成本如下：

单位：万元

产品大类	产品小类	2018年单位生产成本	2017年单位生产成本	同比变动
宽带网产品	板卡	25,354.45	17,977.36	41.04%
	机框	41,299.62	33,893.67	21.85%
	加速卡	2,580.47	2,102.89	22.71%
	盒式	16,964.74	12,569.06	34.97%
移动网产品	固定式	29,004.75	13,798.37	110.20%
	移动式	66,238.04	60,806.52	8.93%

由于公司具体产品型号众多，且单位成本又相差较大，而具体产品型号的产量结构变化会导致单位产品生产成本的较大变动，故相关数据不具备可比性。

并且公司产品划分类型与同行业公司并不一致，也无法获取同行业公司同类产品单位产品生产成本的相关信息。

所以，分析公司产能、产能利用率、单位产品生产成本及同行业对比情况无法得出公司毛利率的主要驱动因素。

（三）公司毛利率的主要驱动因素

公司产品毛利率受单价和单位成本的影响，其中成本受原材料、直接人工、加工费、制造费用和劳务成本影响，本报告期公司毛利率敏感性分析如下表所示：

1、各影响因素变动10%对毛利率的影响

项目	毛利率	单价	成本					
			原材料	直接人工	加工费	制造费用	劳务成本	成本小计
实际值	78.67%	100	18.94	0.56	0.71	0.08	1.04	21.33
变动1	1.94%	10%						
变动2	-2.37%	-10%						
变动3	-1.89%		10%					8.88%
变动4	1.89%		-10%					-8.88%
变动5	-0.06%			10%				0.26%
变动6	0.06%			-10%				-0.26%
变动7	-0.07%				10%			0.33%
变动8	0.07%				-10%			-0.33%
变动9	-0.01%					10%		0.04%
变动10	0.01%					-10%		-0.04%
变动11	-0.10%						10%	0.49%
变动12	0.10%						-10%	-0.49%

2、各影响因素变动30%对毛利率的影响

项目	毛利率	单价	成本					
			原材料	直接人工	加工费	制造费用	劳务成本	成本小计
实际值	78.67%	100	18.94	0.56	0.71	0.08	1.04	21.33
变动1	4.92%	30%						
变动2	-9.14%	-30%						
变动3	-5.68%		30%					26.64%
变动4	5.68%		-30%					-26.64%
变动5	-0.17%			30%				0.79%
变动6	0.17%			-30%				-0.79%
变动7	-0.21%				30%			1.00%
变动8	0.21%				-30%			-1.00%
变动9	-0.02%					30%		0.11%
变动10	0.02%					-30%		-0.11%
变动11	-0.31%						30%	1.46%
变动12	0.31%						-30%	-1.46%

由上表可见，公司毛利率主要受产品单价和成本驱动，其中成本由原材料、直接人工、加工费、制造费用和劳务成本构成，其中单价和原材料价格变动对毛利率影响相对较大，但由于公司毛利率一直处于80%左右较高的水平，在各类驱动因素变动不大（变动率低于10%）的情况下，毛利率对驱动因素的变动并不敏感，但各类驱动因素变动较大（变动率高于30%），特别是单价下降较大时，毛利率受单价影响较大。

公司综合毛利率水平较高还是决定于行业特征、竞争格局及公司的竞争地位等因素，另外：1、对于宽带网产品，公司所处细分行业项目跟踪周期长，对产品技术要求较高，竞争比较平稳，所以单价较高，同行业可比公司恒为科技毛利率也相对较高；2、对于移动网产品，由于项目分散，项目投入人财物费用较高，行业整体毛利率较高。

三、收入和成本的配比是否恰当、准确

公司通过产成品归集的成本费用在相关产品实现销售确认收入时以出库当月月末一次加权平均法进行计价并结转至营业成本；通过劳务成本归集的成本费用在提供的劳务确认收入时结转至营业成本。公司收入与成本费用的归集符合《企业会计准则》的相关规定，符合配比性原则。

四、年审会计师发表明确意见，并说明执行的主要审计程序及实施结果。

会计师实施了以下主要核查程序：

1、了解公司生产模式及业务流程，了解公司产品主要核算方法和核算过程；

2、对成本结转相关流程与内控制度进行了了解与访谈，并执行内控测试；

3、分析比较各月及前后期间同一产品的单位成本是否存在异常波动和调节成本的情况存在，并检查月度毛利率是否存在异常；

4、取得报告期内收入成本明细表，分产品类别对报告期毛利率变动进行分析；

5、对库存商品的发出进行了计价测试，未发现异常，编制了成本倒轧表以确认成本结转的完整与准确性，此外，我们对据以结转成本的库存商品出库单进行了查验，核对出库单的数量、发出日期、客户名称、合同编号及客户验收记录，均与实际销售数量情况相符，成本结转未发现异常。

经核查，会计师认为公司的毛利率变动符合业务特点和实际经营情况，具备合理性；公司报告期收入与相关成本费用归集符合配比原则。

问题4、报告期末，你公司应收票据及应收账款余额为4.6亿元，占总资产的21.55%，较上年末增长196.37%；报告期内，你公司计提坏账准备合计2,298.76万元，收回或转回坏账准备金额为零。

（1）请补充披露近三年“按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况”的具体情况，包括但不限于交易发生的背景，期末余额，占相应账款合计数的比例，应收账款计提的坏账准备金额，对应营业收入金额，客户与你公司及实际控制人、你公司董事、监事、高管及其亲属和持股5%以上的股东是否存在关联关系等，并说明上述前五名客户的变化情况及合理性；

回复：

一、近三年按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

截至2016年12月31日：

单位：万元

客户名称	交易背景	应收账款余额	占整体应收账款比例	减值计提金额	营业收入金额
中国移动通信集团有限公司（以下简称“中国移动”）	宽带网产品销售	6,719.63	34.56%	1,075.83	8,776.43
肯尼亚政府	移动网产品销售 网络内容安全产品销售	2,663.45	13.70%	133.17	6,143.88
信通科创科技股份有限公司（以下简称“信通科创”）	宽带网产品销售	2,220.06	11.42%	165.18	1,678.96
厦门市美亚柏科信息股份有限公司（以下简称“美亚柏科”）	宽带网产品销售 移动网产品销售	954.61	4.91%	47.73	1,739.68
太极计算机股份有限公司（以下简称“太极股份”）	宽带网产品销售	626.01	3.22%	190.45	1,151.87
合计		13,183.77	67.80%	1,612.37	19,490.82

注：

1、中国移动通信集团有限公司包含中国移动通信集团有限公司、中国移动通信集团江西有限公司、中国移动通信集团上海有限公司、中国移动通信集团四川有限公司、中国移动通信集团宁夏有限公司、中国移动通信集团江苏有限公司；

2、厦门市美亚柏科信息股份有限公司包含厦门市美亚柏科信息股份有限公司、厦门美亚中敏科技有限公司、珠海市新德汇信息技术有限公司、厦门安胜网络科技有限公司。

截至2017年12月31日

单位：万元

客户名称	交易背景	应收账款余额	占整体应收账款比例	减值计提金额	营业收入金额
山东易华录信息技术有限公司（以下简称“山东易华录”）	移动网产品销售	1,350.40	7.64%	67.52	1,442.74
国家互联网应急中心	宽带网产品销售	1,299.84	7.35%	139.63	2,992.81
美亚柏科	宽带网产品销售	1,222.31	6.91%%	95.70	3,464.44
中国移动	宽带网产品销售	1,043.78	5.90%	274.60	-
南京金浦科技开发总公司（以下简称“金浦科技”）	宽带网产品销售	864.10	4.89%	43.21	2,552.91
合计		5,780.43	32.69%	620.65	10,450.68

截至2018年12月31日

单位：万元

客户名称	交易背景	应收账款余额	占整体应收账款比例	减值计提金额	营业收入金额
信通科创	宽带网产品销售	6,758.41	17.15%	344.81	8,823.51
任子行	宽带网产品销售	3,939.20	9.99%	370.57	4,591.27
中国移动	宽带网产品销售	3,148.08	7.99%	158.83	8,987.79
中国电信集团系统集成有限责任公司（以下简称“电信集成”）	宽带网产品销售	2,406.69	6.11%	166.29	-
深圳市中兴康讯电子有限公司（以下简称“中兴康讯”）	网络内容安全产品销售	1,853.15	4.70%	364.12	2,097.31
合计		18,105.52	45.94%	1,404.62	24,499.88

注：深圳市任子行科技开发有限公司包含深圳市任子行科技开发有限公司、任子行网络技术股份有限公司。

二、上述客户与公司及实际控制人、你公司董事、监事、高管及其亲属和持股5%以上的股东是否存在关联关系

信通科创实际控制人周游，持有平潭综合实验区因纽特投资有限公司40%的股权，平潭综合实验区因纽特投资有限公司为本公司持股5%以上的股东，故信通科创与公司持股5%以上的股东存在关联关系。

除上述情况外，上述表中近三年前五名其他客户与公司及实际控制人、公司董事、监事、高管及其亲属和持股5%以上的股东均不存在关联关系。

三、上述前五名客户的变化情况及合理性

（一）2017年较2016年的变化情况及合理性

新增客户山东易华录、国家互联网应急中心和金浦科技三家公司，减少肯尼亚政府、信通科创和太极股份，原因如下：

1、国家互联网应急中心和金浦科技2017年度项目验收，货款未到账期，导致应收账款余额增加进入前五名；山东易华录2017年度项目验收，受下游客户回款滞后的影响，2017年末未能按期回款，应收账款金额较高，进入应收账款前五名。

2、肯尼亚政府于2017年和2018年支付项目剩余款项，2018年末无应收账款余额，且2018年未产生应收账款，不再列于公司应收账款余额前五大客户；信通科创2017年收到下游客户回款后付款给公司，降低了当年的应收账款，不再列于前五大客户；太极股份2017年营业收入较低，应收余额较低，不再列于前五大客户。

（二）2018年较2017年的变化情况及合理性

新增客户信通科创、任子行、电信集成和中兴康讯，减少客户山东易华录、国家互联网应急中心、美亚柏科和金浦科技，主要原因如下：

1、2018年公司与电信集成签订了关于中国电信侧配套工程项目的设备及服务的十二省的合同，合同总金额4.96亿元，该合同在2018年度均已发货并取得到货证明，但该项目尚未完成验收。依据合同约定，公司可依据付款通知书及到货证明开具增值税发票并收取100%的合同货款，为加速客户回款速度，公司已将合同对应的全部发票开出。截至2018年末，部分发票对应的货款未能收取，但公司已申报纳税，因此将销项税额对应的债权计入应收账款，导致应收账款期末余额增加。信通科创、任子行和中兴康讯2018年度项目验收，由于尚未收到下游客户回款，因此未支付货款给公司，导致应收账款余额列于当年前五大。

2、依据合同约定，山东易华录、国家互联网应急中心、美亚柏科和金浦科技于2018年回款，应收账款余额减少，不再列于前五大客户。

综上所述，公司近三年应收账款前五大客户的结构均发生较大变化，主要原因为相关项目客户验收与货款支付存在时间差，以及应收增值税税金导致应收余额增加，符合公司实际情况。

四、年审会计师发表明确意见，并说明执行的主要审计程序及实施结果

会计师以近三年各期末公司的应收账款明细表为基础，函证主要客户的应收账款，核查公司与主要客户签订的框架协议和订单中的信用政策条款，并在部分主要客户现场走访过程中核实信用政策条款的实际执行情况；取得报告期内各年销售收入明细表，核查主要客户销售合同、出库单、物流单据、验收单、发票。

经核查，会计师认为近三年各期末公司的应收账款变动符合公司实际情况，相关变动原因是合理的。

（2）请说明报告期内你公司信用政策、付款安排、客户结构是否发生重大变化，进一步分析说明你公司应收账款增长幅度远高于营业收入增长幅度的原因及合理性，重点说明账龄在1年以内的应收账款大幅增长的具体原因，相关营业收入是否真实、准确，应收账款是否真实、准确，账龄划分是否恰当、准确；

回复：

一、报告期内公司信用政策、付款安排、客户结构的情况

（一）信用政策

参见“问题2”之回复。

报告期内，公司一贯执行上述信用政策，主要客户信用政策未发生明显变化。

（二）付款安排

客户付款受销售合同具体付款条款以及财政预算、下游客户回款等因素影响，一般以设备到货客户验收或安装调试完成后客户验收之日作为信用期计算起始日期，信用期满公司对客户应收账款进行催收。

报告期内，客户付款安排无重大变动。

（三）客户结构

2015年至2018年应收账款与营业收入按客户性质分布如下：

单位：万元

客户分类	2018年			2017年			2016年			2015年		
	应收账款	营业收入	应收账款占营业收入比例	应收账款	营业收入	应收账款占营业收入比例	应收账款	营业收入	应收账款占营业收入比例	应收账款	营业收入	应收账款占营业收入比例
集成商	14,510.21	19,664.90	73.80%	7,538.22	27,161.87	27.80%	4,389.52	9,187.64	47.80%	6,123.88	9,964.45	61.50%
建设单位	10,904.43	29,992.81	36.40%	6,519.25	14,325.91	45.50%	10,591.43	20,600.55	51.40%	4,005.53	12,892.51	31.10%
经销商	12,890.67	16,571.55	77.80%	3,626.98	8,245.38	44.00%	4,464.19	4,555.05	98.00%	5,723.89	6,357.82	90.00%
其他	1,108.20	2891.54	38.30%	0.08	47.9	0.20%	0.12	4.48	2.70%	0.82	1.65	49.70%
合计	39,413.51	69,120.80	57.00%	17,684.53	49,781.06	35.50%	19,445.26	34,347.73	56.60%	15,854.12	29,216.43	54.30%

二、公司应收账款增长幅度远高于营业收入增长幅度的原因及合理性

（一）营业收入规模扩大，应收账款同步增长

2018年营业收入69,120.80万元，同比2017年营业收入增长38.85%，应收账款同步增长。

（二）客户结构变动

公司2018年营业收入中经销商占比及金额较2017年提高，公司经销商主要是信通科创，该客户为公司长期合作的经销商，历史回款周期较长。2018年公司营业收入总额中该客户营业收入占比为12.77%，但回款额较低，形成较多的应收账款，导致应收账款大幅增加。

（三）2017年末应收账款余额较低

根据上表的相关数据进行分析，2015年至2018年，除2017年应收账款占营业收入比例为35.5%外，其余年份应收账款占营业收入比例均较为稳定在50%以上。2017年应收账款占营业收入比例明显偏低的原因是神州数码信息系统有限公司（以下简称“神州数码”）10,970.98万元合同条款约定“到货后支付100%的商业承兑汇票”，未约定分阶段支付进度款，该项目在2017年完成到货验收，客户在当年全额开具了商业承兑汇票并到期兑付，年末无应收账款。该客户为2017年第一大客户，该合同未形成年末应收账款导致2017年应收账款余额偏低，因此2018年末应收账款比较基数偏低。

（四）中国电信侧配套工程项目开票影响

2018年末公司应收账款增幅远高于营业收入增幅，除上述原因和营收规模增长的原因外，还有中国电信侧配套工程项目开票的影响。根据合同条款约定，公司已对2018年与电信集成签订的相关合同开具了全额发票，但截至2018年末，尚有部分款项未收回，而该部分发票对应的增值税款已缴纳，根据《企业会计准则》的相关规定，该部分增值税款（2,406.69万元）计入应收账款，但该部分应收账款与营业收入不存在直接对应关系，导致应收账款的增长幅度与营业收入存在差异。综上所述，公司应收账款增长幅度远高于营业收入增长幅度主要是营业规模扩大、客户结构变动、上年末应收账款较低以及中国电信侧配套工程项目开票影响所致。

三、账龄在1年以内的应收账款大幅增长的具体原因

2015年至2018年账龄1年以内应收账款与营业收入分布如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年	2015年
营业收入	69,120.80	49,781.06	34,347.73	29,216.43
应收账款	39,413.51	17,684.53	19,445.26	15,854.12
一年内应收账款	31,071.99	12,809.91	12,509.34	12,623.02
一年内应收账款占比	78.84%	72.44%	64.33%	79.62%
一年内应收账款占营业收入比例	44.95%	25.73%	36.42%	43.21%

上述数据表明，公司账龄1年以内的应收账款占整体应收账款的比例较高的原因与公司应收账款增长幅度远高于营业收入增长幅度的原因基本一致。

四、相关营业收入是否真实、准确，应收账款是否真实、准确，账龄划分是否恰当、准确；

（一）报告期内公司收入确认具体方法

参见“问题2”之回复。

报告期内，公司收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定，与上年保持一致。

（二）公司应收账款计入方式

公司应收账款计入分两类方式，一类为当年新增营业收入，公司营业收入确认符合《企业会计准则》，如前述，公司收入确认当月计入应收账款；另一类为未确认收入已开票的税金在纳税义务发生当月计入应收账款，并按应收账款计入当月划分账龄，公司应收账款核算符合一贯性原则，账龄划分恰当、准确。

五、年审会计师发表明确意见，并说明执行的主要审计程序及实施结果

会计师以近三年各期末公司的应收账款明细表为基础，函证主要客户的应收账款及销售额，确定应收账款及销售收入的真实性及准确性；核查与主要客户签订的框架协议和订单中的信用政策条款，并在部分主要客户现场走访过程中核实信用政策条款的实际执行情况，关注报告期内信用政策是否发生变化；核查主要客户销售合同、出库单、物流单据、验收单、发票；了解公司账龄划分依据，结合收入确认时点分析其合理性。

经核查，会计师认为近三年公司信用政策、付款安排、客户结构未发生重大变化；应收账款增长幅度远高于营业收入增长幅度符合公司实际情况，相关原因是合理的；营业收入及应收账款是真实、准确的；账龄划分是恰当准确的。

（3）请说明应收票据及应收账款期后回款情况，包括但不限于已回款金额、已到期未回款金额、到期未回款的具体原因，并结合付款条款、信用政策、期后回款、客户履约能力等情况说明坏账准备的计提是否充分、合理；

回复：

一、应收票据及应收账款期后回款情况

（一）应收票据期后回款情况

截至2018年末公司应收票据11,583.52万元，期后回款11,433.52万元，期后应收票据除湖南斯耐浦科技有限公司150万未到期外，其余应收票据已全额到期兑付。

（二）应收账款期后回款情况

单位：万元

截至2018年末应收账款余额	期后回款金额	期后未回款金额	已到期未回款金额	已到期未回款占比
39,413.51	8,668.09	30,745.42	19,393.89	63.1%

上述数据表明，公司已到期未回款的金额占比较高，上述超期未回款客户主要为政府部门、运营商和长期合作的集成商、经销商，历史回款情况较好，未发生过坏账情况，超期未回款发生坏账的风险较低。同时，公司对应收账款的回收建立了如下管控措施：

1、公司定期与客户核对应收款项，保证双方往来账务清晰；

2、完善催收机制，催款方式包括电话、传真、上门拜访等方式。销售人员需同时做好日常催收台帐记录，每月对台帐记录进行整理、归档。

3、逾期应收账款的清理作为回款指标的组成部分，列入公司销售部门的年度考核KPI，同时也是每个销售人员的季度和年度重要考核指标，与事业部和员工的绩效奖金直接挂钩。

公司2018年末应收账款期后部分已回款，部分到期未回款，主要客户如下：

单位：万元

客户名称	截至2018年末应收余额	期后回款金额	期后未回款金额	已到期未回款金额	减值计提金额	到期未回款占比	合同约定付款条件
信通科创	6,758.41	1,500.00	5,258.41	5,258.41	344.81	27.1%	到货款80%，验收款20%
任子行	3,939.20	721.04	3,218.15	3,046.31	370.57	15.7%	到货款70%，验收款30%
国家互联网应急中心	1,060.13	-	1,060.13	808.91	275.26	4.2%	预付款30%，到货款50%，初验款15%，尾款5%
太极股份	639.81	-	639.81	639.81	589.32	3.3%	到货款100%
中电福富	928.33	134.09	794.24	574.87	46.42	3.0%	到货款70%，初验款20%，终验款10%
合计	13,325.88	2,355.13	10,970.75	10,328.31	1,626.38	53.3%	

上述客户已到期未回款的具体情况如下：

1、信通科创

该客户为公司2018年已到期未回款的第一大客户，占整体已到期未回款总额的27.1%。信通科创近两年应收账款的回款情况为：2016年末应收账款余额为2,220.06万元，2017年全额回款；2017年末应收账款余额为728.99万元，2018年回款694.57万元。上述数据表明，信通科创回款情况良好，仅回款周期较长。同时，历史上未发生过关于信通科创的坏账。

信通科创应收账款回款周期较长主要是因为信通科创的下游客户主要为政府和运营商，该类客户付款审批周期长、付款进度慢，所以信通科创对公司实际付款进度较合同条款有所延后。但信通科创作为公司长期合作客户，信誉良好，公司给予其较长的信用周期，并按账龄计提了坏账准备。同时，公司与信通科创定期进行对账，并已安排专门人员跟催回款情况。

2、任子行

任子行与本公司共同承接三大运营商的相关项目，以实际收到运营商回款后，对公司进行付款。任子行近两年应收账款的回款情况为：2016年末应收账款余额433.27万元，2017年回款428.77万元；2017年末应收账款余额857.43万元，2018年回款647.59万元。上述数据表明，任子行回款情况良好，仅回款周期较长。同时，历史上未发生过关于任子行的坏账。

任子行应收账款回款周期较长主要是因为任子行的下游客户主要为运营商，该类客户付款审批周期长，付款进度慢，所以任子行对公司实际付款进度较合同条款有所延后。但任子行作为公司长期合作客户，信誉良好，公司给予其较长的信用周期，并按账龄计提了坏账准备。同时，公司与任子行定期进行对账，并已安排专门人员跟催回款情况。

3、国家互联网应急中心

该客户为本公司重点建设单位客户，受财政预算审批和资金到位周期较长影响，付款进度较慢，但不存在资金压力问题。该客户未发生过坏账，公司按账龄计提了坏账准备。

4、太极股份

应收账款为历史合同未回款，逾期时间较长，本公司已按照超期年限计提了92.1%的减值。

5、中电福富

该客户与公司共同承接三大运营商的相关项目，以实际收到运营商回款后，对公司进行付款。运营商回款周期较长，导致实际付款进度较合同条款有所延后，该客户作为公司长期合作客户，信誉良好，历史未发生过坏账，公司按账龄计提了坏账准备。

（下转A26版）