证券代码:002123　　证券简称:梦网集团　　公告编号:2020-037

梦网荣信科技集团股份有限公司第七届董事会第二十一次会议决议公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、董事会会议召开情况

梦网荣信科技集团股份有限公司(以下简称“公司”)第七届董事会第二十一次会议通知及会议材料于2020年5月22日以传真、电子邮件等方式发送给公司全体董事、监事和高级管理人员,会议于2020年5月26日以现场加通讯方式进行表决。会议应参与表决董事9人,实际参与表决董事9人。本次会议符合《公司法》及公司章程的有关规定,会议的召开合法、有效。

二、董事会会议审议情况

会议审议并通过了以下决议:

(一)以9票同意,0票反对,0票弃权,审议通过了《关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的议案》。

鉴于公司原激励对象张剑豪、刘舒、任凤江等21人因离职已不符合激励条件,同时,公司2018年激励计划首次授予未达到第二期行权/解锁条件及预留授予未达到第一期行权条件,根据《上市公司股权激励管理办法》、公司《2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)》等相关规定,同意公司将上述原因确认的共计674.9549万份股票期权及514.9549万股限制性股票进行注销/回购注销,回购价格为5.39元/股。

独立董事对该议案发表了独立意见。

具体内容详见同日刊登于《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的《梦网荣信科技集团股份有限公司关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的公告》(公告编号:2020-039)。

特此公告。

梦网荣信科技集团股份有限公司
董事会
2020年5月27日

证券代码:002123　　证券简称:梦网集团　　公告编号:2020-038

梦网荣信科技集团股份有限公司第七届监事会第十三次会议决议公告

本公司及监事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

一、监事会会议召开情况

梦网荣信科技集团股份有限公司(以下简称“公司”)第七届监事会第十三次会议通知于2020年5月22日以传真、电子邮件等书面形式通知了公司全体监事,会议于2020年5月26日以现场表决的形式召开。会议应出席监事三人,实际出席监事三人,符合《公司法》及《公司章程》的有关规定,会议的召开合法有效。

二、监事会会议审议情况

会议由监事会主席石永旗先生主持,审议并通过了以下决议:

以3票同意,0票反对,0票弃权,审议通过了《关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的议案》。

监事会经审议认为:鉴于公司原激励对象张剑豪、刘舒、任凤江等21人因离职已不符合激励条件,同时,公司2018年激励计划首次授予未达到第二期行权/解锁条件及预留授予未达到第一期行权条件,根据《上市公司股权激励管理办法》、公司《2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)》等相关规定,同意公司将上述原因确认的共计674.9549万份股票期权及514.9549万股限制性股票进行注销/回购注销,回购价格为5.39元/股。

具体内容详见同日刊登于《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(www.cninfo.com.cn)的《梦网荣信科技集团股份有限公司关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的公告》(公告编号:2020-039)。

特此公告。

梦网荣信科技集团股份有限公司
监事会
2020年5月27日

证券代码:002123　　证券简称:梦网集团　　公告编号:2020-039

梦网荣信科技集团股份有限公司关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

特别提示:

1、本次注销的股票期权涉及261名激励对象,注销的股票期权数量为674.9549万份,占公司回购注销前总股本的0.8274%;

2、本次回购注销的限制性股票涉及261名激励对象,回购注销的限制性股票数量为514.9549万股,占公司回购注销前总股本的0.6313%,回购价格为5.39元/股;

3、上述注销完成后,公司总股本将由815,750,735股减少为810,601,186股。公司此次回购限制性股票的资金总额为人民币2,775.6069万元,资金来源为公司自有资金。

梦网荣信科技集团股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年5月26日召开第七届董事会第二十一次会议和第七届监事会第十三次会议,审议通过了《关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的议案》,鉴于2018年股票期权与限制性股票激励计划(以下简称“2018年激励计划”)原激励对象张剑豪、刘舒、任凤江等21人因个人原因离职不再符合公司2018年激励计划激励条件,同时,公司2018年激励计划首次授予第二期行权/解锁条件未达到及预留授予第一期行权条件未达到,根据《上市公司股权激励管理办法》(以下简称“《管理办法》”)、公司《2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)》(以下简称“《草案》”)等相关规定,公司决定将上述原因确认的共计674.9549万份股票期权及514.9549万股限制性股票进行注销/回购注销。本次注销/回购注销不影响公司股权激励计划的实施。现将有关情况公告如下:

一、公司2018年激励计划概述

1、2018年6月11日,公司分别召开了第六届董事会第三十次会议和第六届监事会第十二次会议,审议通过了《关于(2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)及其摘要的议案》、《关于(2018年股票期权与限制性股票激励计划实施考核管理办法)的议案》。公司独立董事就本次激励计划相关事项发表了独立意见,北京国枫律师事务所出具了法律意见书。

2、2018年6月12日,公司通过内部网站发布了《2018年股票期权与限制性股票激励计划激励对象名单》,将公司本次拟激励对象姓名及职务予以公示,公示时间为2018年6月12日至2018年7月10日。在公示期限内,公司监事会未收到公司员工针对上述激励对象提出的异议。2018年7月11日,公司在巨潮资讯网披露《梦网荣信科技集团股份有限公司监事会关于2018年股票期权与限制性股票激励计划激励名单的审核及公示情况说明》,经审核,公司监事会认为:列入本次激励计划的激励对象均符合《公司法》、《管理办法》等相关法律法规及公司《2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)》规定的各项条件,其作为本次激励计划的激励对象合法、有效。

3、2018年7月16日,公司召开2018年第二次临时股东大会,审议通过了《关于(2018年股票期权与限制性股票激励计划(草案)及其摘要的议案》、《关于(2018年股票期权与限制性股票激励计划实施考核管理办法)的议案》、《关于提请股东大会授权董事会办理公司2018年股票期权与限制性股票激励计划有关事项的议案》。

4、2018年7月23日,公司分别召开了第六届董事会第三十二次会议和第六届监事会第十三次会议,审议通过了《关于调整2018年股票期权与限制性股票激励计划相关事项的议案》、《关于向激励对象授予股票期权与限制性股票的议案》。公司独立董事对此发表了独立意见,北京国枫律师事务所出具了法律意见书。

5、2018年9月11日、2018年9月14日,公司分别披露了《关于2018年股票期权与限制性股票激励计划之限制性股票首次授予登记完成的公告》、《关于2018年股票期权与限制性股票激励计划之股票期权首次授予登记完成的公告》,公司完成了2018年激励计划股票期权和限制性股票的首次授予登记工作,授予的限制性股票上市日为2018年9月12日。本次激励计划共向275名激励对象授予1,518.8180万份股票期权,预留320万份股票期权,行权价格为9.8元/股;向275名激励对象授予1,518.8180万股限制性股票,授予价格为5.39元/股。

6、2019年1月11日,公司分别召开了第六届董事会第四十四次会议和第六届监事会第十六次会议,审议通过了《关于回购注销已不符合激励条件的激励对象已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》、《关于注销已不符合激励条件的激励对象已获授但尚未行权的股票期权的议案》、《关于注销2018年激励计划中未授予部分股份的议案》,以上议案经公司于2019年1月28日召开的2019年第二次临时股东大会审议通过。鉴于2018年激励计划原激励对象姚兰、魏中坤、陈方兴、李稷文、陈碧友等5人因个人原因离职,不再符合公司2018年激励计划激励条件,根据《管理办法》、《草案》等相关规定,公司决定对上述5人持有的已获授但尚未解锁的限制性股票进行回购注销,共计16.74万股,回购价格为5.39元/股;对持有的已获授但尚未行权的股票期权进行注销,共计16.74万份;将回购用于2018年激励计划的1,601.9380万股股份中未授予的83.12万股股份注销。公司独立董事对此发表了独立意见,北京国枫律师事务所出具了法律意见书。

7、2019年5月27日,公司分别召开了第七届董事会第二次会议和第七届监事会第二次会议,审议通过了《关于注销部分股票期权及回购注销部分限制性股票的议案》,以上议案经公司于2019年6月12日召开的2019年第四次临时股东大会审议通过。鉴于本次激励计划原激励对象蔡振华、熊嘉玮、余双等9人因个人原因离职不再符合激励条件,同时,本次激励计划第一期行权/解锁条件未达到,根据《管理办法》、《草案》等相关规定,公司决定将上述原因确认的共计412.2695万份股票期权及412.2695万股限制性股票进行注销/回购注销。公司独立董事对此发表了独立意见,北京国枫律师事务所出具了法律意见书。

8、2019年6月24日,公司分别召开了第七届董事会第三次会议和第七届监事会第三次会议,审议通过了《关于向激励对象授予预留股票期权的议案》。公司独立董事对此发表了独立意见,北京国枫律师事务所出具了法律意见书。

9、2019年10月15日,公司披露了《关于2018年股票期权与限制性股票激励计划之预留股票期权授予登记完成的公告》,公司完成了2018年激励计划预留股票期权的授予登记工作。本次激励计划预留股票期权向14名激励对象授予320万份股票期权,行权价格为13.68元/股。

10、2019年11月9日,公司披露了《关于2018年激励计划相关股份注销完成的公告》,经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认,公司本次2018年激励计划中未授予831,200股股份相关注销事宜已于2019年11月7日办理完成。

11、2019年11月13日,公司披露了《关于2018年激励计划部分股票期权注销完成的公告》,经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认,公司2018年激励计划中因离职及第一期行权条件未达到而确认的共计429.0095万份股票期权注销事宜已于2019年11月11日办理完成。

12、2019年11月16日,公司披露了《关于2018年激励计划部分限制性股票回购注销完成的公告》,经中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司审核确认,公司2018年激励计划中因离职及第一期行权条件未达到而确认的共计429.0095万股限制性股票注销事宜已于2019年11月14日办理完成。

二、注销/回购注销原因、数量及价格

(一)注销/回购注销原因说明

1、激励对象不再符合公司激励条件

原激励对象张剑豪、刘舒、任凤江等21人因离职已不符合激励条件,公司将按照《草案》相关条款规定,注销上述人员已获授但尚未行权的股票期权及回购注销已获授但尚未解锁的限制性股票。

2、2018年激励计划首次授予第二期行权/解锁条件未达到

根据公司《草案》,首次授予第二期行权/解锁条件为:2019年度公司净利润达到5亿元。公司2019年剔除本激励计划实施影响后的归属于上市公司股东的净利润为-27,290.63万元,未达到公司2018年股票期权与限制性股票激励计划规定的首次授予第二期行权/解锁条件。根据《草案》,公司应将首次授予中仍符合激励条件的共计240名激励对象已获授股票期权及限制性股票总额的各35%进行注销/回购注销。

3、2018年激励计划预留授予第一期行权条件未达到

根据公司《草案》,预留授予第一期行权条件为:2019年度公司净利润达到5亿元。公司2019年剔除本激励计划实施影响后的归属于上市公司股东的净利润为-27,290.63万元,未达到公司2018年股票期权与限制性股票激励计划规定的预留授予第一期行权条件。根据《草案》,公司应将符合激励条件的共计14名激励对象已获授股票期权总额的50%进行注销。

(二)注销/回购注销数量与价格

此次注销/回购注销的数量:原激励对象张剑豪、刘舒、任凤江等21人因离职已不符合激励条件,对前述人员已获授但尚未行权的股票期权共计11.958万份及已获授但尚未解锁的限制性股票共计11.958万股进行注销/回购注销;2018年激励计划中首次授予仍符合激励条件的激励对象因公司2019年度业绩未达到第二期行权/解锁条件,对其尚未行权/解锁的502.9969万份股票期权及502.9969万股限制性股票进行注销/回购注销;预留授予仍符合激励条件的激励对象因公司2019年度业绩未达到第一期行权条件,对其尚未行权的160万份股票期权进行注销。

共计注销674.9549万份股票期权,占2018年激励计划所涉及的标的股票总数1,409.8085万份的47.8756%,占公司总股本的0.8274%;共计回购注销514.9549万股限制性股票,占2018年激励计划所涉及的标的股票总数1,089.8085万股的47.2519%,占公司总股本的0.6313%。

此次回购限制性股票的价格:2018年激励计划限制性股票与股票期权自授予以来,公司未有资本公积转增股本、派送股票红利、股份拆细、配股、缩股、派息等影响公司总股本数量或股票价格的情况,因此无需对授予的限制性股票与股票期权的数量和价格进行调整。此次回购限制性股票的价格为5.39元/股。

此次回购限制性股票的资金总额及来源:资金总额为人民币2,775.6069万元,资金来源为公司自有资金。

三、本次注销后股本结构变动表

本次注销股票期权不会影响公司股本的变动。

本次回购注销2018年激励计划部分限制性股票后,公司总股本将由815,750,735股减少为810,601,186股,股本结构变动如下:

类别	本次变动前		本次变动	本次变动后	
	股份数量(股)	比例(%)	股份数量(股)	股份数量(股)	比例(%)
一、限售流通股	153,421,599	18.81	-5,149,549	148,272,050	18.29
高管锁定股	130,873,514	16.04	0	130,873,514	16.15
股权激励限售股	22,548,085	2.76	-5,149,549	17,398,536	2.15
二、无限售流通股	662,329,136	81.19	0	662,329,136	81.71
三、总股本	815,750,735	100.00	-5,149,549	810,601,186	100.00

注:以上数据均为四舍五入保留两位小数所得,最终股本结构表以在中登办理完毕回购注销手续后下发的为准。

四、本次注销/回购注销对公司的影响

1、本次注销/回购注销后,公司总股本将由815,750,735股减少为810,601,186股;

2、本次注销/回购注销相关事项不会对公司的经营业绩产生重大影响,不会对公司的财务状况和经营成果产生实质性影响,亦不会影响公司的正常生产经营和管理团队的勤勉尽职。公司管理团队将继续认真履行工作职责,努力为股东创造价值。

五、后续安排

本次注销/回购注销相关股份后,不影响后续激励计划的实施。公司将股权激励计划作为公司人才发展战略的重要组成部分,进一步优化企业管理经营,使各方共同推动公司持续、健康发展,为股东带来更高效、更持久的回报。

六、独立董事意见

我们一致认为公司此次注销/回购注销股票期权及限制性股票的依据、程序、数量及价格合法、合规,不会影响公司的持续经营,也不会损害公司及全体股东利益,同意董事会将上述原因确认的共计674.9549万份股票期权及514.9549万限制性股票进行注销/回购注销,限制性股票的回购价格为5.39元/股。

具体内容详见公司同日刊登于巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的《梦网荣信科技集团股份有限公司独立董事关于第七届董事会第二十一次会议相关事项的独立意见》。

七、监事会意见

具体内容详见公司同日刊登于《中国证券报》、《证券时报》、《上海证券报》和巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的《梦网荣信科技集团股份有限公司第七届监事会第十三次会议决议公告》(公告编号:2020-038)。

八、律师出具的法律意见

北京国枫律师事务所出具了法律意见书,认为:公司已就本次回购注销/注销事项履行了相关批准程序,公司本次回购注销/注销事项的具体情况符合《股权激励办法》和《股票激励计划》的规定。

九、备查文件

1、第七届董事会第二十一次会议决议;

2、第七届监事会第十三次会议决议;

3、独立董事关于第七届董事会第二十一次会议相关事项的独立意见;

4、北京国枫律师事务所《关于梦网荣信科技集团股份有限公司2018年股票期权与限制性股票激励计划之回购注销限制性股票及注销股票期权事项的法律意见书》(国枫律证字[2018]AN150-6号);

5、深交所要求的其它文件。

特此公告。

梦网荣信科技集团股份有限公司
董事会
2020年5月27日

证券代码:002027　　证券简称:分众传媒　　公告编号:2020-022

分众传媒信息技术股份有限公司关于深交所中小板公司管理部对公司2019年年报问询函回复的公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整,简明清晰,通俗易懂,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

分众传媒信息技术股份有限公司(以下简称“分众传媒”、“公司”)近期收到深圳证券交易所中小板公司管理部下发的《关于对分众传媒信息技术股份有限公司2019年年报的问询函》(中小板年报问询函【2020】第79号),就问询函提出的问题,公司立即组织相关部门进行讨论及深入分析。现将问询情况回复并公告如下:

1、根据年报,2017年、2018年、2019年你公司分别实现营业收入120.14亿元、145.51亿元、121.36亿元,归属于母公司所有者的净利润(以下简称“净利润”)分别为60.05亿元、58.23亿元、18.75亿元,平均销售毛利率分别为72.72%、66.21%、45.21%,销售净利率分别为50%、40%、15%。请你公司:

(1)近三年,你公司销售毛利率和销售净利润均逐年下滑,请结合主要影响因素的具体情形详细按业务类型分析毛利率及净利率变动的原因,变动趋势是否与同行业公司存在重大差异,你公司业务模式的核心竞争力是否发生重大不利变化。

答复:公司近三年各业务类型的营业收入、营业成本、销售毛利率以及收入成本变动幅度情况如下:

单位:万元

业务名称	2018年				2017年		
	收入	成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	收入	成本	毛利率
楼宇媒体	1,207,591.1	361,239.6	70.09%	28.69%	65.24%	938,345.7	218,611.9	76.70%
影院媒体	238,175.8	122,413.0	48.60%	2.08%	23.79%	233,313.5	98,886.0	57.62%
其他	9,361.6	7,996.6	14.58%	-68.48%	-21.41%	29,696.1	10,175.2	65.74%
合 计	1,455,128.5	491,649.2	66.21%	21.12%	50.04%	1,201,355.3	327,673.1	72.72%

单位:万元

业务名称	2019年					2018年		
	收入	成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	收入	成本	毛利率
楼宇媒体	1,004,943.0	524,958.8	47.76%	-16.78%	45.32%	1,207,591.1	361,239.6	70.09%
影院媒体	198,271.3	131,456.6	33.70%	-16.75%	7.39%	238,175.8	122,413.0	48.60%
其他	10,380.5	8,545.0	17.68%	10.88%	6.86%	9,361.6	7,996.6	14.58%
合 计	1,213,594.8	664,960.4	45.21%	-16.60%	35.25%	1,455,128.5	491,649.2	66.21%

近三年来,由于中国的广告市场需求不佳,叠加公司百身客户结构调整的影响,导致公司营业收入从增速放缓到有所下滑;同时,公司自2018年二季度起大幅扩张电梯类媒体资源,导致公司2018年下半年及2019年全年媒体资源租金、设备折旧、人工成本及运营维护成本等均有较大幅度增长,具体分析如下:

2018年,随着中国广告市场的增速前高后低,最终全行业微涨2.9%。公司营业收入增速在2018年下半年开始放缓,全年增速为21.12%。

2018年,公司楼宇媒体和影院媒体的营业成本分别较2017年上涨65.24%和23.79%。主要是由于:

1)为实现公司中长期战略目标,自2018年第二季度起,公司大幅扩张电梯电视和电梯海报媒体资源规模,致使公司电梯电视和电梯海报业务的媒体租赁成本较2017年上涨58.33%;同时,影院媒体租赁成本较上年增长24.39%;

2)公司在扩张媒体资源的同时更新换代了电梯电视及电梯海报媒体设备,并使用4G网络推送发布并监测广告,因此除媒体租赁成本大幅上涨外,媒体设备折旧费用、人工成本及其他运营维护成本也分别比2017年增长73.7%、40.7%和116.6%。

公司2019年营业收入较2018年同期有所下滑主要是由于:

(1)受宏观经济影响中国广告市场需求疲软,行业景气度欠佳,根据CTR数据显示中国2019年前三季度广告市场整体下滑8.0%;

(2)公司互联网类广告主因市场融资环境等原因调减广告预算(2019年,公司互联网类广告客户带来的销售收入约为24.91亿元,较2018年的56.05亿元大幅下降了约55.56%)。

为此,公司正调整客户结构、旨在增加有较高抗经济周期能力的日用消费品行业客户在公司整体客户结构中的占比,具体客户结构占比情况如下:

单位:元

	2019年		2018年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	12,135,948,050.91	100%	14,551,285,132.73	100%	-16.60%
日用消费品	4,196,555,158.78	34.58%	3,455,361,750.76	23.75%	21.45%
互联网	2,490,799,136.48	20.52%	5,605,000,477.45	38.52%	-55.56%
交通	1,568,126,381.76	12.92%	1,676,650,858.11	11.52%	-6.47%
商业及服务	1,085,300,893.86	8.94%	713,974,220.01	4.91%	52.01%
娱乐及休闲	991,364,896.79	8.17%	1,005,823,955.20	6.91%	-1.44%
房产家居	765,866,684.80	6.31%	946,425,284.28	6.50%	-19.08%
通讯	359,934,445.81	2.97%	599,713,195.71	4.12%	-39.98%
杂类	678,000,452.63	5.59%	548,335,391.21	3.77%	23.65%

虽然,公司的客户结构调整和转型已初显成效,以日用消费品为代表的传统行业广告主对公司媒体价值认可度不断提升,2019年来自于日用消费品行业客户广告收入达41.97亿元,较2018年的34.55亿元上升了21.45%,但是仍未能完全对冲互联网类广告客户的下滑,公司2019全年全买现营业收入仍较2018年同期下降了16.60%。

2019年下半年起公司开始着手优化和梳理媒体资源点位,2019年末公司境内自营的电梯电视媒体和电梯海报媒体分别减少低效的点位3.3万和15.8万个。但楼宇媒体无论是媒体资源点位数量还是预计的年租金成本峰值出现在2019年二季度末三季度初,因此2019年公司的媒体租赁成本较2018年仍然增长了32.71%。与此配套,媒体设备折旧费、媒体开发及运营人员的薪酬福利、媒体设备安装费、物料消耗费、电梯海报印刷费以及广告的网络推送费等成本均有不同程度的上涨,最终导致公司2019年楼宇媒体的营业成本较2018年上涨45.32%。同时,影院方收取的广告时段的平均媒体租赁成本也有不同程度的上升,公司支付给院线映前广告时段的媒体租赁成本较2018年上涨了7.80%,影院广告业务的营业成本较2018年增加了7.39%。

业务模式与公司楼宇媒体比较接近的城市纵横(上海)文化传媒股份有限公司(NEEQ:837199)(以下简称“城市纵横”)2019年年度报告披露的毛利率和销售净利率水平,与公司楼宇媒体的毛利率与销售净利率不存在显著差异;业务模式与公司影院媒体比较接近的万达电影股份有限公司(SZ:002739)(以下简称“万达电影”)2019年年度报告披露的毛利率水平与公司影院媒体的毛利率也基本相近,而万达电影除了影院广告业务外,还有影院票房和影视剧制作等业务,故其销售净利润率与公司不存在可比性。

电梯是中国甚至亚洲大部分人口众多的城市必备的基础设施。公司拥有覆盖几十万栋办公楼和公寓楼的电梯电视和电梯海报媒体资源,对城市主流消费人群在每天上下班、外出和回家必经的楼宇电梯封闭的环境当中,形成高频次的有效到达。公司已经成为线下流量的核心入口,在媒体资讯越来越碎片化的时代,将越来越成为品牌引爆的核心方式。

同时,自阿里巴巴及其关联方战略入股分众传媒以来,双方致力于共同探索新零售大趋势下数字营销的模式创新,公司的媒体业务展开了面向未来的数字化变革与探索。目前公司已实现云端在线推送,并在2019年内将绝大部分屏幕物联网化,实现了远程在线监控屏幕的播放。由于与阿里巴巴的后台打通,公司实现了数据同流,成为客户品牌数字资产累积的重要一环。公司的智能屏也从全城播出、通过大数据分析不同楼宇消费偏好,可以根据楼宇具体情况进行千楼千面的投放。

综上,虽然经济周期的波动、竞争的扰动在短时期内确实会对公司经营业绩造成一定的影响,但是公司的核心竞争力未发生重大不利变化。

(2)2019年你公司的媒体租赁成本为46.95亿元,占营业成本的70%,较2018年增长32.71%。但截至2019年末,公司自营电梯电视媒体及自营电梯海报媒体的台数均出现不同程度的减少,特别是电梯媒体台数下降将近9%。请详细说明公司在媒体数量下降的前提下,租赁成本大幅上升的原因及合理性。请会计师就营业成本的真实、准确、完整性进行核查并发表意见。

答复:自2018年第二季度起,公司大幅扩张电梯电视和电梯海报媒体资源规模,至2019年二季度末三季度初,无论是媒体资源的台数还是预计的年租金成本均达峰值。具体情况如下:

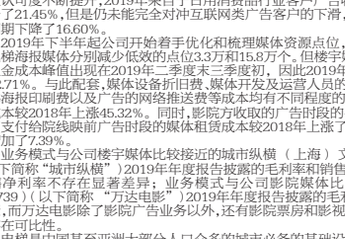
1)公司境内自营电梯电视媒体2018年年平均媒体台数约42.0万个,2019年年平均媒体的台数约72.3万个,约增加了30.3万个,增幅约为72.14%。

	境内自营电梯电视媒体台数		
单位:万台	2019年	2018年	增减
年初	70.1	28.4	146.83%
上半年平均月末	73.1	30.0	143.67%
上半年末	74.2	33.3	122.82%
下半年平均月末	71.3	56.0	27.32%
年末	66.8	70.1	-4.71%
全年平均	72.3	42.0	72.14%

2)公司境内自营海报媒体2018年年平均媒体台数约156.5万个,2019年年平均媒体不数约192.5万个,约增加了40万个,增幅约为23.00%。

	境内自营电梯海报媒体台数		
单位:万个	2019年	2018年	增减
年初	193.8	121.2	59.90%
上半年平均月末	197.2	132.5	48.83%
上半年末	196.2	152.4	28.74%
下半年平均月末	187.1	184.5	1.41%
年末	178.0	193.8	-8.15%
全年平均	192.5	156.5	23.00%

3)公司2019年及2018年各月末的境内自营电梯电视、电梯海报媒体资源情况如下:



公司2019年上半年末境内自营电梯电视、电梯海报媒体资源数量较2018年上半年末分别增加了40.9万台、43.8万个,增幅为122.82%、28.74%;公司2019年上半年平均月末境内自营电梯电视、电梯海报媒体资源数量较2018年上半年平均月末分别增加了43.1万台、64.7万个,增幅为143.67%、48.83%,故公司2019年上半年媒体租赁成本为171,131.20万元,较2018年同期增长101.37%。

公司自2019年下半年起对于媒体资源进行了初步优化和梳理,2019年末公司境内自营电梯电视和电梯海报媒体较2018年末分别减少低效的点位3.3万台、15.8万个,降幅为4.71%、8.15%;公司2019年下半年平均月末境内自营电梯电视、电梯海报媒体资源数量较2018年下半年平均月末分别增加了15.3万台、2.6万个,增幅为27.32%、1.41%,故2019年下半年媒体租赁成本为166,063.45万元,仅较2018年同期增长14.68%。

综上所述,虽然从时点数看,2019年年底公司媒体资源数量较2018年年底有所下滑,但由于公司2019年年均境内电梯电视和电梯海报媒体的数量分别较2018年上涨了72.14%和23.00%,最终导致公司2019年的媒体租赁成本较2018年增长32.71%。

注:年均媒体资源数量=AVERAGE(年初数+1月末数+2月末数+···+12月末数)

会计师核查及发表意见情况:

我们阅读了上述公司说明,这些信息与我们执行2019年度财务报表审计时获得的信息没有重大不一致。

针对公司2019年的营业成本,我们实施的主要审计程序包括但不限于:

1、了解、评估和测试与采购付款业务流程相关的关键内部控制,评价公司相关内部控制设计合理性和执行有效性;

2、利用本所内部信息技术专家的工作,评估与媒体租赁成本相关的信息系统环境一般控制、应用控制的设计和执行有效性以及系统依据业务逻辑准确完整地处理交易数据的可靠性;

3、对公司营业成本执行分析性程序,通过对营业成本的结构和年度波动等进行对比分析以查验营业成本波动的合理性;

4、对媒体租赁成本执行检查程序,包括业务系统数据与财务系统数据的整体核对、业务系统信息与期末点位信息核对、核对合同信息并重新计算成本的摊销金额、查验银行回单等程序;

5、抽样选取部分供应商执行函证程序。

核查意见:基于上述审计程序,我们未发现公司营业成本存在重大异常。

2、根据年报,你公司前五大客户合计销售金额为19.6亿元,占总营业收入比例为16.15%,其中第一大客户销售金额5.63亿元,占比为4.64%,为关联方销售。同时,我部关注到媒体报道称你公司可能存在配合部分客户虚增广告费用的情形。请你公司:

(1)该关联方的基本情况、销售产品类型、2018年对该关联方的销售金额、截至2019年末应收账款余额及期后回款情况以及最近两年销售额变动的原因。

答复:公司第一大客户系阿里巴巴(中国)网络技术有限公司(以下简称“阿里网络”)及其关联方。

2018年7月,阿里网络拟通过协议转让的方式受让公司股东Power Star Holdings (Hong Kong) Limited(以下简称“Power Star (HK)”)及Glossy City (HK) Limited(以下简称“Glossy City (HK)”)所持有的公司合计774,401,600股股份,占公司总股本的5.28%;阿里网络的关联方Alibaba Investment Limited(以下简称“Alibaba Investment”)和New Retail Strategic Opportunities Fund, L.P.(以下简称“New Retail”)拟通过股权转让的方式受让Giovanna Investment Cayman Limited(以下简称“Giovanna Cayman”)持有的Giovanna Investment Hong Kong Limited100%的股权及Gio2 Cayman Holdings Ltd(以下简称“Gio2 Cayman”)持有的Gio2 Hong Kong Holdings Limited100%的股权,间接持有公司2.71%的股权。

具体内容详见刊登于2018年7月19日《证券时报》、巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的相关公告。

鉴于上述股权交易完成后,阿里网络及其一致行动人将合计持有(直接、间接)公司7.99%的股权,根据《深圳证券交易所股票上市规则》的规定,阿里网络及其关联方将成为公司关联法人,因此公司分别于2018年7月25日、2018年8月13日召开了公司第六届董事会第二十三次(临时)会议、2018年第一次临时股东大会,审议通过了《公司关于拟与关联方签署业务合作框架协议暨关联交易的议案》,同意双方在各相关领域(包括但不限于广告服务,技术服务等)未来三年内开展总额不超过50亿元业务合作。

具体内容详见刊登于2018年7月27日、2018年8月14日《证券时报》、巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的相关公告。

截至2018年12月21日,公司股东已完成全部前述股权转让事宜,其中:阿里网络、Power Star(HK)及Glossy City(HK)收到中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司出具的《证券过户登记确认书》,相关股份过户登记手续已办理完毕;阿里网络的关联方Alibaba Investment和New Retail与Giovanna Cayman、Gio2 Cayman已根据《股份转让协议》及《补充协议》完成了交割。至此,阿里网络及其一致行动人合计持有(直接、间接)公司7.99%的股权,系持有公司5%以上股份的关联法人。

具体内容详见刊登于2018年7月19日、2018年8月11日、2018年12月25日《证券时报》、巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的相关公告。

2018年和2019年阿里网络及其关联方广告发布金额,应收账款余额等详见下表列示:

单位:元

	成为关联方后的销售收入	全年销售收入	占年度销售收入总额比例	应收账款余额
2018年	8,299,220.49	582,741,852.15	4.00%	282,275,087.23
2019年	563,443,225.03	563,443,225.03	4.64%	195,218,706.10

如上所示,阿里网络及其关联方在2018年广告发布金额为582,741,852.15元,2019年为563,443,225.03元,同比下降幅度仅为3.31%,因此两年销售额变动不大。截至目前,2019年12月31日的应收账款余额有21,652,275.33元尚未收回。

(2)说明报告期内前五名客户的销售具体内容、截至目前的回款情况,是否存在期后冲销收入等情形,收入是否真实、准确。

答复:报告期内前五名客户的销售情况如下:

单位:元

	客户描述	2019年销售内容	2019年销售收入	2019年12月31日应收账款余额	应收账款余额期后回款金额
第一名	电商平台A	广告发布收入	563,443,225.03	195,218,706.10	173,566,430.77
第二名	4A广告公司a	广告发布收入	424,718,684.11	281,685,540.57	143,842,115.89
第三名	4A广告公司b	广告发布收入	397,549,346.37	74,856,393.21	74,411,445.21
第四名	4A广告公司c	广告发布收入	328,623,898.42	67,229,842.13	52,220,846.77
第五名	电商平台B	广告发布收入	245,448,053.57	147,673,258.80	74,510,592.00

经目查,上述客户不存在期后冲销收入等情形,上述收入真实且准确。

报告期内前五名客户中第二名“4A广告公司a”代理的广告涉及快消、汽车等多个行业。受汽车行业相关广告款项回款周期较长等因素影响,致使其在2019年末有较多应收账款未回。鉴于双方的长期合作关系,同时参考其历史相关回款情况均较为稳定并无重大应收风险,故公司将其分类为“应收账款组合1-按行业分类的客户”并对相关应收账款计提坏账准备。截至2019年12月31日,4A广告公司a应收账款余额为281,685,540.57元,计提的坏账准备为39,023,514.89元,整体预期损失率为13.85%,无核销情况发生。

报告期内公司对前五名客户中第五名“电商平台B”的应收账款主要受其内部审批流程的影响,回款周期有所延长。鉴于双方的长期合作关系,同时考虑其为海外知名上市公司且整体回款一直较为稳定,故公司认为并无重大回收风险,同样将其分类为“应收账款组合1-按行业分类的客户”并对相关应收账款计提坏账准备。截至2019年12月31日,电商平台B应收账款余额为147,673,258.80元,计提的坏账准备为30,945,994.79元,整体预期损失率为20.96%,无核销情况发生。

(3)全面自查是否存在配合客户虚增广告费用的情形,是否存在确认广告收入后,又以其他方式将所返还客户的情形。请会计师核查并发表核查意见。

答复:经自查,公司不存在配合客户虚增广告费用的情形,不存在确认广告收入后又以其他方式返还客户的情形,其中,对于相关媒体质疑公司作为“瑞幸咖啡”广告供应商之一,是否配合客户虚增广告费用的事宜,公司进行了重点核查,具体情况如下:

“瑞幸咖啡”自2018年起分别在公司电梯媒体、影院媒体发布广告以进行品牌营销和产品推广,下表为公司与“瑞幸咖啡”之间历年来的业务往来情况:

单位:元

楼宇媒体	销售收入(含税)	销售回款	年末/期末应收账款余额
2018年	166,967,016.60	144,955,026.00	22,011,990.60
2019年	203,866,151.75	164,557,374.00	61,320,768.35
2020年1季度	68,534,501.65	64,855,270.00	65,000,000.00
影院媒体	销售收入(含税)	销售回款	年末/期末应收账款余额
2018年	9,950,000.00	9,950,000.00	-
2019年	16,999,800.00	16,999,800.00	-
2020年1季度	-	-	-

截至目前,公司已收回两年又一期内对瑞幸咖啡实现销售收入的全部款项。除上述