证券代码:600293　　股票简称:三峡新材　　编号:临2020-023号

湖北三峡新型建材股份有限公司
关于2019年年度报告的信息披露监管问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实、准确和完整承担个别及连带责任。

湖北三峡新型建材股份有限公司(以下简称“公司”)2020年6月4日收到上海证券交易所上市公司监管一部《关于对湖北三峡新型建材股份有限公司2019年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函【2020】0654号,以下简称“问询函”),公司就问询函所涉事项进行了认真核查,现将相关问题回复公告如下:

1.商誉相关情况。根据年报,2019年末公司商誉余额12.15亿元,其中因投资深圳恒波形成的商誉余额9.19亿元。报告期内对深圳恒波资产组组合计提商誉6,584.86万元,其中对深圳恒波手机版块资产组进行减值测试时,预期收入复合增长率为22.28%。请公司:(1)进一步披露2019年商誉减值测试的具体步骤和详细计算过程,如涉及资产评估报告请一并披露;(2)结合收购时估值计算的关键指标和过程,与2019年商誉减值测试的估值的具体指标、结论进行对比,如存在差异,请说明原因;(3)结合“中邮诉讼”事件对深圳恒波的影响,以及深圳恒波的移动互联网终端机服务业务营收同比下降82.27%的情况,说明预期深圳恒波手机版块收入复合增长率为22.28%的合理性,进而说明是否存在为避免亏损而商誉减值不充分的情况。

公司回复:

(1) 进一步披露2019年商誉减值测试的具体步骤和详细计算过程,如涉及资产评估报告请一并披露;

2019年深圳恒波手机板块资产组预计未来现金流量现值测算的具体情况如下:

1)主营业务收入的预测

恒波未来3-5年的战略构想是构建移动智联垂直供应链生态平台,通过全渠道加垂直供应链组合,打造独特的行业竞争优势,创造企业核心竞争力。主要业务构成分为零售业务、分销批发、电子商务、创客渠道、内容服务、工业制造等模块。零售及分销的业务范围包括移动终端、数码3C、泛智能产品、运营商营业厅代理运营、运营商业务代理等;国内电商渠道包括京东、天猫、唯品会、拼多多、苏宁易购、国美在线等主流电商平台旗舰店;主要分销运作模式有产品独家包销、产品批量承销、产品尾货包销、产品区域包销、供应链金融等;运营商合作业务内容包括运营商业务代理,运营商营业厅委托运营;

创客业务“平台+创客”为恒波商业模式转型升级的重要路径,通过恒波自身在移动智联垂直产业链上的供应链优势、渠道品牌优势、运营管理优势,对个体创客在商品采购、品牌化、店铺运营上予以共享赋能,实现资源高度互补,实现成本效益的最大化。

内容服务恒波全渠道零售能力及分销体系为内容服务提供了便捷的接入通道,从应用软件的分发推广,向高附加值的网络游戏独家代理与运营方向发展,形成了客户价值的有效增值。包括:网络游戏独家代理,网络应用软件代理,游戏的研发、发行、推广、运营服务;

工业制造包括国内运营商定制化产品的生产,海外客户的定制化ODM,自有品牌产品的研发与生产。

2020年随着“中邮系列诉讼案”进一步明朗,公司融资功能会逐渐恢复,2018-2019年资金紧张状态会得到缓解;发挥上市公司的融资功能,增加公司流动资金;2020年为5G元年,将会逐步迎来换机潮,渠道和零售销售机会大增。在以后的3-5年内,现有4G手机绝大部分将被替换,换机周期缩短,集聚的市场需求将会爆发。据机构预测,5G会带来行业的重新增长,市场机会巨大。同时5G也会带来多形态智能终端的快速增长,除手机以外的其他智能终端、智能家居、智能穿戴也将逐步普及。行业即将迎来春天,公司流动资金得到补充后,将会加大渠道和零售业务的拓展和开发,营业规模在现有基础上将会极大增加,运营资金周转速度更快,经营效率会更高。

虽然受到疫情影响,但中国的5G建设仍旧呈现强劲发展之势。据数据显示,在今年一季度,中国三大电信运营商已在全国开通约16万个5G基站,覆盖了50多个城市。

根据Counterpoint智能手机市场追踪数据显示,中国智能手机市场三月份环比增长超过40%,市场复苏迹象明显。中国是全球最大的消费市场,2019年智能手机销量占全球市场超过26%,预计2020年中国5G手机销量将占全球5G市场超过50%。在网络与终端双侧向好的背景下,头部手机厂商无不加快对5G市场的投入力度。

根据规划,今年年底前,三大运营商将开通60万5G基站,覆盖全国所有地级以上城市,5G SA实现全球首发商用。在国内5G建设全面布建的驱动下,5G手机的普及和换机潮正在加速到来。4月13日,中国信通院发布了2020年3月国内手机市场运行分析报告。3月国内智能手机出货量环比仍然下降21.9%,但环比2月增长232%,恢复至1月水平,整体市场复苏明显。其中,5G手机出货量环比增长161%。

这一趋势也反映在市场新机型中。信通院数据显示,3月上市新机型39款,同比下降25%,其中4G手机11款,5G手机24款,5G手机新机型占比为62%,这意味着,在出货量端,5G手机渗透率正在快速提升。

营业收入(手机板块)预测表(金额单位:人民币万元):

项目名称	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
主营业务收入合计	202,479.96	291,279.41	334,971.32	357,236.43	375,098.25
自有门店零售	18,759.45	22,511.34	25,888.05	28,476.85	29,900.69
配件零售(含其他)	1,411.32	1,693.59	1,947.62	2,142.39	2,249.50
电信进驻厅销售	5,857.21	7,028.65	8,082.95	8,891.25	9,335.81
移动进驻厅销售	1,669.80	2,003.76	2,304.33	2,534.76	2,661.50
电商	1,368.64	1,642.37	1,888.73	2,077.60	2,181.48
电商配件销售	2.48	2.98	3.42	3.77	3.95
批发	162,782.87	244,174.31	280,800.45	297,648.48	312,530.91
运营商成本	10,628.17	12,222.40	14,055.76	15,461.34	16,234.40
其他业务收入合计	7,251.11	7,686.18	8,147.35	8,636.19	9,068.00
收入合计	209,731.07	298,965.58	343,118.66	365,872.62	384,166.25

2)营业成本的预测

手机板块营业成本的预测,根据公司实际运行水平、2019年及以后以各业态的具体情况来预测营业成本。

对自有门店零售,电信、联通、移动进驻厅销售,根据其历史毛利率水平并参照行业平均水平。

对电商业务,2017-2018年公司处在国内电商项跨境电商转型期,2017年毛利率下降幅度较大。2018-2019年随着跨境电商的发展毛利率回归到正常水平。

对手机批发业务,2017-2019年,毛利率水平呈下降趋势,以后年度毛利率维持在2.5%以下。

对运营商佣金,主要是恒波及其子公司与运营商合作,借助于运营商门店销售手机,运营商放号取得佣金,成本就是支付给外包单位的分成。

其他业务成本为提供增值服务的成本。

企业未来年度(手机板块)营业成本(金额单位:人民币万元):

项目名称	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
主营业务成本合计	186,253.40	270,878.48	311,238.70	330,806.48	346,790.75
自有门店零售	16,977.31	20,147.66	23,169.80	25,202.02	26,462.12
配件零售(含其他)	1,002.04	1,202.46	1,382.82	1,521.10	1,597.16
电信进驻厅销售	4,890.78	5,868.93	6,749.27	7,424.20	7,795.41
移动进驻厅销售	1,401.96	1,677.15	1,924.11	2,116.52	2,222.34
电商	1,282.56	1,539.39	1,770.12	1,947.13	2,044.48
电商配件销售	2.17	2.61	3.00	3.30	3.47
批发	159,283.04	238,802.48	274,342.05	290,504.93	304,717.64
运营商成本	1,413.56	1,637.80	1,897.53	2,087.28	1,948.13
其他业务成本合计	580.09	614.89	651.79	690.90	725.44
成本合计	186,833.49	271,493.37	311,890.49	331,497.38	347,516.19

3)现金流量的预测

预测期内每年现金流量=息税前利润+折旧与摊销-资本性支出-净营运资金变动

=(营业收入-营业成本-税金及附加-期间费用)+折旧与摊销-资本性支出-净营运资金变动

根据以上各单项的预测计算,最后得出未来各年度资产组(手机销售板块)现金流量(金额单位:人民币万元):

项目	预测期数据					永续年
	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	
一、营业收入	209,731.08	298,965.61	343,118.70	365,872.66	384,166.29	384,166.29
减:营业成本	186,833.49	271,493.37	311,890.49	331,497.38	347,516.19	347,516.19
税金及附加	498.44	540.86	699.51	739.09	800.50	775.47
销售费用	5,660.02	5,326.52	5,274.74	5,393.58	5,458.47	5,539.00
管理费用	6,784.27	5,793.91	6,310.71	6,767.49	5,890.24	5,539.71
二、EBIT	9,954.86	15,810.95	18,943.25	21,475.12	24,500.89	24,795.92
加:折旧与摊销	2,547.13	2,064.31	2,258.46	2,553.95	2,217.26	1,666.72
减:资本性支出	–	5,000.00	–	1,200.00	–	1,604.74
净营运资金变动	33,277.16	14,245.29	7,023.47	3,589.14	2,897.91	–
三、资产组现金流量	-20,775.17	-1,370.03	14,178.24	19,229.93	23,820.24	24,857.90

4)折现率的确定

根据众联评估报告,折现率采用(所得)税前资本资产加权平均成本模型(WACCBT):

WACCBT=Ke×E/(D+E)/(1-t)+Kd×D/(D+E)

①权益资本成本Ke计算:评估基准日的无风险利率为3.68%,目标资本结构的Beta系数为1.1047,市场风险溢价为7.05%,公司特定的风险调整系数取值为1.64%,则权益资本成本为:Ke= Rf1+Beta×ERP+Rc=3.68%+1.1047×7.05%+1.64%=13.10%

②目标资本结构D/E:选取5家可比公司的资本结构作为目标资本结构D/E=69.95%

③债务资本成本Kd:基准日资产组所在企业债务资本成本Kd=7.67%

④加权资本成本WACCBT的确定

WACCBT=Ke×E/(D+E)/(1-T)+Kd×D/(D+E)=13.10%×58.84%/(1-25%)+7.67%×41.16%=13.44%

5)预计未来现金流量的现值的确定

资产组未来现金流量各年折现值按以下公式确定合计数值:

$$P=\sum_{t=1}^{n}\left[R_t\times(1-r)^t\right]-\frac{R_n}{r}\times(1+r)^{-n}$$

经计算得出资产组现金流折现值(销售板块)合计数为120,453.00 万元,计算结果详见下表(金额单位:人民币万元):

项 目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	永续年
七、税前现金流量	-20,775.17	-1,370.03	14,178.24	19,229.93	23,820.24	24,857.90
税前折现率	13.44%	13.44%	13.44%	13.44%	13.44%	13.44%
折现期间	0.50	1.50	2.50	3.50	4.50	
税前折现系数	0.9389	0.8277	0.7296	0.6432	0.5670	4.2188
税前折现值	-19,506.81	-1,133.97	10,344.44	12,368.69	13,506.08	104,873.97
八、税前现金流量折现值						120,453.00

注:现金流折现时间在现金流预测期内按年(期)中折现考虑。

6)2019年深圳恒波手机板块资产组商誉减值测试结果

项目名称	账面价值:(1)								
	本公司持股比例	对应资产组的账面价值(A)	应分配的商誉账面价值(B1)	未确认的归属于少数股东权益的商誉价值(B2)	合计(包含商誉的账面价值)(A+B1+B2)	预计未来现金流量的现值(2)(注)	(3)=(1)-(2)	计提的减值准备(3)>0]
深圳恒波手机板块资产组	100%	432,399,986.81	837,982,603.97	–	1,270,382,590.78	1,204,533,980.00	65,848,610.78	65,848,610.78

注:深圳恒波手机板块资产组预计未来现金流量的现值系按照湖北众联资产评估有限公司出具的众联评报字[2020]第1097号。

(2)结合收购时估值计算的关键指标和过程,与2019年商誉减值测试的估值的具体指标、结论进行对比,如存在差异,请说明原因;

本次商誉减值测试所涉及的商誉为2016年(基准日2015年12月31日)三峡新材收购深圳恒波100%股权形成,本次商誉减值测试手机板块与股权收购时关键指标对比如下:

对比指标	2015年(收购)	2019年(商誉减值测试)
预测期收入复合增长率	22.15%	22.28%
预测期平均毛利率	9.28%	9.13%
折现率	12.19%	13.44%

注:2019年折现率为税前折现率。

1)收入复合增长率

收购时和2019商誉减值测试预测期收入复合增长率分别为和22.15%、22.28%,2019年预测未来5年收入复合增长率回归到收购时的收入增长水平。其合理性分析如下:

过去多年里,国产手机靠着国内市场的人口红利野蛮生长,随着智能手机普及率触及天花板,手机行业进入配置过剩时代,以及消费升级背景下中高端手机占比提高,消费者的换机频率大为减缓,手机出货量减少。2016年,国内智能手机出货量达到最高峰5.22亿部,此后出货量连续两年下滑。2018年全年,智能手机出货量3.96亿部,同比下降15.5%,降幅下滑3.9个百分点。到2019年手机行业“寒冬”的态势依旧未能改变:手机产销量持续下滑,新上市机型数量下降。2019年中国智能手机市场出货量为3.69亿台,而2018年我国智能手机出货量为3.96亿台,同比减少约2700万台。

5G商用开启,2020年将成为全球手机市场的特殊时间窗口,下半年会开始进入发展快车道。根据权威机构IDC的预测,2020年5G手机的全球出货量将达到1.9亿部,占智能手机总出货量的14%。另据中国移动公布的数据及供应链调研,2020年中国5G手机规模将达到1.5亿部。

据悉,2019年有超30款5G移动终端上市,但短期内不会大范围普及。因此,近几年,智能手机出货量将不会大幅增长。2019年智能手机出货量继续下跌,手机产销量持续下滑,新上市机型数量下降。据了解,2019年中国智能手机市场出货量为3.69亿台,而2018年我国智能手机出货量为3.96亿台,同比减少约2700万台。按照智能手机2-3年换机频率来看,预计跌幅或收缩,未来几年随着5G手机市场爆发,2025年全国智能手机出货量或将达到2016年水平。

2)预测期平均毛利率

收购时和2019年商誉减值测试预测期平均毛利率分别为9.28%、9.13%。市场利润空间的变化和公司产品结构的不同引起综合毛利率的波动。2019年公司资金困难,没有充裕的现金经营批发业务,批发业务萎缩,公司利用在行业积累多年的资源开展了服务类业务,2019年实际毛利高达15%。预测2020-2024年综合毛利率9.13%,在公司业务类型的优化和5G高毛利的经营环境下是谨慎合理的。

3)折现率

收购时和2019年商誉减值测试折现率分别为12.19%、13.44%。2019年商誉减值测试计算资产组未来现金流量现值使用的折现率为税前折现率。股权收购时税后折现率折算为税前折现率为16.25%。经对比折现率计算参数,股权收购时无风险利率Rf、BETA系数、市场风险溢价ERP较2019年商誉减值测试时高,而目标资本结构D/E较低,致折现率高。折现率差异在合理的范围内。

(3)结合“中邮诉讼”事件对深圳恒波的影响,以及深圳恒波的移动互联网终端机服务业务营收同比下降82.27%的情况,说明预期深圳恒波手机版块收入复合增长率为22.28%的合理性,进而说明是否存在为避免亏损而商誉减值不充分的情况。

1)深圳恒波的移动互联网终端机服务业务营收同比下降82.27%原因分析

①深圳恒波及其所属子公司发生“中邮诉讼系列案件”。在“金融去杠杆”的政策环境下,合作银行因公司涉及重大诉讼,陆续开始收贷;在跟从和践踏效应影响下,深圳恒波正常融资环境和功能迅速恶化。银行贷款及其他金融工具融资规模从2018年期初的13亿元下降到2019年的6.3亿元,减少幅度超过50%,资金短缺导致经营业绩受到巨大影响。

②通讯行业目前处于相对成熟阶段,通常伴随技术创新与升级创造市场需求。2019年处于4G“未年”,据行业数据显示,为近5年来市场容量最低的一年,终端产品替换周期增长,消费者处于换机等待观望中,销售机会减少,整个行业业绩在过去一年表现不佳。

2)预期深圳恒波手机版块收入复合增长率为22.28%的合理性

①2020年随着“中邮系列诉讼案”终审裁决的来临,公司融资功能会逐渐恢复,2018-2019年资金紧张状态会得到缓解;发挥上市公司的再融资功能,增加公司流动资金。

②2020年为5G元年,将会逐步迎来换机潮,渠道和零售销售机会大增。在以后的3-5年内,现有4G手机绝大部分将被替换,换机周期缩短,集聚的市场需求将会爆发。因此预测未来市场容量随着5G到来迎来行业的重新增长。

③批发业务收入占比大且资金需求量大,随着公司资金紧张情况缓解,2020年批发收入达到162,782.87万元,仅为2018年批发收入654,824.17万元的25%,为2017年批发收入837,529.78万元的19%。因此从企业历史收入情况看,虽然2020年收入增幅较高,但仍处于较低水平。至预测期末年2024年,营业收入达到384,166.29万元,仅为2018年收入总额的50%,不到历史高峰2017年的40%,仅恢复到2014年的水平略高。

④22.28%的收入复合增长率是2019年的低基数造成的,该增长率对应的实际收入水平相对历史水平及未来的市场份额仍然很低,在企业资金得到缓解、无不可抗力事件的假设前提下是可以实现的。

3)说明是否存在为避免亏损而商誉减值不充分的情况

①2019年深圳恒波商誉减值测试手机板块减值额6,584.86万元;2018年深圳恒波商誉减值测试手机板块资产组减值额7,496.92万元。

②2019年的深圳恒波商誉减值是在2016年和2018年计提了商誉减值、2019年计提了商标减值的基础上商誉的资产组的减值,经过三次计提减值以及每年的折旧摊销,资产组账面价值逐渐减少,基数减小导致减值额度并不能真实反映减值幅度。

③2019年末较2018年末企业管理层对未来市场预期更加明朗乐观:2018年末公司面临的是市场下行和诉讼缠身,2019年末公司面临市场重启和诉讼胜诉的预期。

④收入的预测和主要指标参数的选取计算是谨慎合理的。

综上,本次商誉减值测试不存在为避免亏损而商誉减值不充分的情况。

会计师意见:

(1)我们在对公司 2019 年报财务报表审计中主要执行的审计程序如下:

①测试与商誉减值相关的关键内部控制的设计和运行有效性;

②评估减值测试方法的适当性及资产组(资产组组合)划分的合理性;

③测试管理层减值测试所依据的基础数据,并将管理层依据的基础数据与收购时预测的数据进行对比,利用外部的估值专家评估管理层减值测试中所采用的关键假设及判断的合理性;

④测试商誉减值测试模型的计算准确性。

(2)会计师意见:我们认为公司在参考历史收入增长率的基础上,分析行业发展状况、自身发展计划后,预测的收入复合增长率是合理的,不存在为避免亏损而商誉减值不充分的情况。

2.应收账款相关情况。根据年报,2019年末公司应收账款余额13.33亿元,同比微降5.64%,远小于营业收入的降幅66.23%。从账龄来看,1年以内应收账款余额占比约30%,1-2年应收账款余额占比约60%。2019年应收账款周转率2.32次,同比下降约70%。2019年末应收账款坏账准备余额7,947.24万元,占应收账款原值5.63%。请公司补充披露:(1)前五名应收账款欠款方名称、交易事项、余额及占比、账龄、坏账计提情况、是否关联方;(2)2018-2019年营业收入持续下滑,但2年以内应收账款余额依旧较高的原因及合理性;(3)结合公司各类产品的信用销售政策、结算方式、客户结构以及同行业可比公司有关情况,说明公司应收账款周转率大幅下降的原因;(4)结合营收大幅下降、应收账款余额却依旧高企的情况,以及主要客户的还款能力,说明坏账准备是否存在计提不充分的情况;(5)说明公司拟采取何种措施提高应收账款回收效率。

公司回复:·

(1)前五名应收账款欠款方名称、交易事项、余额及占比、账龄、坏账计提情况、是否关联方;

前五名应收账款欠款方名称、交易事项、余额及占比、账龄、坏账计提情况、是否关联方情况如下:

单位:元

单位名称	交易事项	余额	占比	账龄		计提坏账	是否是关联方
				1年以内	1-2年		
深圳市隆宇奇贸易有限公司	销售货款	232,279,711.48	16.44%	–	232,279,711.48	23,227,971.15	否
深圳市果网供应链有限公司	销售货款	62,622,879.00	4.43%	21,616,041.00	41,006,838.00	2,266,502.31	否
深圳市大福供应链有限公司	销售货款	58,007,224.00	4.11%	24,465,064.00	33,542,160.00	1,921,758.64	否
珠海市马可云供应链有限公司	销售货款	56,598,542.00	4.01%	11,369,213.00	45,229,329.00	2,375,158.58	否
中国移动通信集团广东有限公司深圳分公司	销售货款及运营商劳务收入	47,326,919.55	3.35%	41,812,407.43	5,514,512.12	693,849.68	否
合计		456,835,276.03	32.34%	99,262,725.43	357,572,550.60	30,485,240.36	

(2)2018-2019年营业收入持续下滑,但2年以内应收账款余额依旧较高的原因及合理性;

2018年-2019年营业收入持续下滑主要系公司移动互联网终端销售及服务板块的业务下滑,公司两年以内应收账款合计13.05亿元,其中移动互联网终端销售及服务板块的2年以内的应收账款合计11.6亿元,占公司两年以内应收账款比例98.97%。移动互联网终端销售及服务板块应收账款余额较高主要系:①目前处于4G向5G换代的窗口期,4G手机即将退场,5G手机价格偏高市场购买欲不高,整个行业业绩不佳,下游客户受市场环境的影响出现不同程度的经营困难、资金链紧张情况;②公司下游部分客户合作方系运营商,运营商对其合作方的资金支付均存在一定延期,上述原因导致公司下游客户回款不理想,最终未能及时结清本公司货款。

(3)结合公司各类产品的信用销售政策、结算方式、客户结构以及同行业可比公司有关情况,说明公司应收账款周转率大幅下降的原因;

公司目前包含玻璃生产销售、移动互联网终端销售及服务两类业务,经测算各板块应账款周转率如下表:

单位:元

项目	玻璃板块		移动互联网终端销售及服务板块		合计	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
应收账款-期初	191,414,310.73	126,368,703.55	921,397,875.77	1,323,587,154.51	1,112,812,186.50	1,449,955,858.06
应收账款-期末	126,368,703.55	166,767,680.15	1,323,587,154.51	1,245,796,432.70	1,449,955,858.06	1,412,564,112.85
营业收入	1,475,114,680.80	1,690,475,119.82	7,947,073,276.23	1,491,068,566.86	9,422,187,957.03	3,181,543,686.68
应收账款周转率	9.28	11.53	7.08	1.16	7.35	2.22

公司应收账款周转率下降,主要系移动互联网终端销售及服务板块的周转率下降所致。

移动互联网终端销售及服务销售政策及结算方式如下:A、电子产品零售业务开出销售出库单并经客户签收后确认收入,零售一般采用现款现货的销售政策;B、电子产品批发业务,一般采用先款后货或现款现货的销售政策,部分常年合作的客户,经客户申请公司审批后可以给予6-9月账期;C、代办运营商服务提供相关服务劳务后,且从运营商后台管理系统提取服务数据进行核对,经双方核对相符后确认收入,代办运营商按照与运营商提供服务种类不同,会有1-24个月的结算周期。移动互联网终端销售及服务板块应收账款期末余额约92%系批发客户及应收运营商的应收账款,由于整个行业不景气,下游客户的资金紧张,回款较慢,从而导致应收账款周转率下降。

公司移动互联网终端销售及服务板块的周转率与同行业公司对比如下表:

移动互联网终端销售及服务板块		
公司	2019年应收账款周转率	备注
三峡新材	1.16	批发业务占比68.81%
爱施德	35.26	批发业务占比71.93%
天音控股	65.60	批发业务占比85.5%
迪信通	6.21	
行业平均	35.69	

公司应收账款周转率低于行业平均,主要系以下原因,①爱施德、天音控股公司主要系各大品牌手机的国代商,其在行业中地位相对于本公司更具有优势,其给予下游客户的结算期也更短;②2018年度开始受诉讼及银行抽贷影响,公司手机业务规模大幅下降,行业口碑及信誉受损,公司为维持渠道资源及市场份额,对部分常年合作优质客户给予信用期,上述原因导致公司应收账款周转率下降。

(4)结合营收大幅下降、应收账款余额却依旧高的情况,以及主要客户的还款能力,说明坏账准备是否存在计提不充分的情况;

2018-2019年公司各板块业务应收账款、营业收入情况如下:

单位:元

项目	玻璃板块		移动互联网终端销售及服务板块		合计	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
应收账款	109,966,804.99	143,828,757.07	1,302,837,993.47	1,189,262,967.51	1,412,804,798.46	1,333,091,724.58
营业收入	1,475,114,680.80	1,690,475,119.82	7,947,073,276.23	1,491,068,566.86	9,422,187,957.03	3,181,543,686.68

由上表可以看出公司营业收入大幅下降,主要系移动互联网终端销售及服务板块收入下降。

2019年12月31日公司采用预期信用损失模式,按照相当于整个存续期内预期损失的金额计量应收账款的损失准备。对于移动互联网终端销售及服务板块应收账款,本集团参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄表与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失。

2019年12月31日,公司的预期信用损失率的确认是基于迁徙模型所测测算出的历史损失率并在此基础上进行前瞻性因素的调整所得出,具体过程如下:

①确认历史数据集合

2019年12月31日,公司选取2015年末、2016年末、2017年末、2018 年末应收账款账龄数据计算历史损失率:

项目	2019年12月31日	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日	2015年12月31日
1年以内(含1年)a	321,115,843.16	1,189,417,969.44	872,527,849.31	355,755,504.42	139,150,263.44
1-2年(含2年)b	840,176,827.95	101,693,223.54	42,143,834.04	5,017,737.28	1,430,286.28
2-3年(含3年)c	75,889,981.87	13,872,503.61	2,893,712.16	291,068.00	–
3-4年(含4年)d	6,623,800.65	2,879,763.11	291,068.00	–	–
4-5年(含5年)e	505,304.22	291,068.00	–	–	–
5年以上f	111,068.00	–	–	–	–
合计	1,244,422,825.85	1,308,154,527.70	917,856,463.51	361,064,309.70	140,580,561.72

注:应收账款账龄数据不包含单项计提减值的应收账款。

②计算平均迁徙率:

项目	注释	迁徙率计算过程	迁徙率
1年以内(含1年)	a	(b2019+b2018+b2017+b2016)/(a2018+a2017+a2016+a2015)	38.68%
1-2年(含2年)	b	(c2019+c2018+c2017+c2016)/(b2018+b2017+b2016+b2015)	61.85%
2-3年(含3年)	c	(d2019+d2018+d2017+d2016)/(c2018+c2017+c2016+c2015)	57.42%
3-4年(含4年)	d	(e2019+e2018+e2017+e2016)/(d2018+d2017+d2016+d2015)	25.12%
4-5年(含5年)	e	(f2019+f2018+f2017+f2016)/(e2018+f2018+e2017+f2017+e2016+f2016+e2015+f2015)	38.16%
5年以上	f	t/t	100.00%

③计算历史损失率

项目	注释	迁徙率	使用本时间段及后续所有时间段的迁徙率计算历史损失率计算过程	历史损失率
1年以内(含1年)	a	38.68%	a*b*c*d*e*f	1.32%
1-2年(含2年)	b	61.85%	b*c*d*e*f	3.40%
2-3年(含3年)	c	57.42%	c*d*e*f	5.50%
3-4年(含4年)	d	25.12%	d*e*f	9.58%
4-5年(含5年)	e	38.16%	e*f	38.16%
5年以上	f	100.00%	f	100.00%

④确定坏账损失

公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素,将计算的历史信用损失率与公司原会计政策下估计的坏账损失率进行对比,按照原会计政策估计的坏账损失率计提的坏账更高,基于谨慎性考虑,企业继续按照原坏账损失比例计提坏账准备。按照原会计政策计提的坏账与预计损失模型计提额坏账对比如下表:

经与公司原计提比例进行比较,出于谨慎考虑,选取原计提比例作为本期坏账计提比例

账龄	金额	原计提比例	计提坏账	预计损失率	计提坏账
1年以内(含1年)	321,115,843.16	1.00%	3,211,158.43	1.32%	4,238,729.13
1-2年(含2年)	840,176,827.95	5.00%	42,008,841.40	3.40%	28,566,012.15
2-3年(含3年)	75,889,981.87	10.00%	7,588,998.19	5.50%	4,173,949.00
3-4年(含4年)	6,623,800.65	30.00%	1,987,140.20	9.58%	634,560.10
4-5年(含5年)	505,304.22	50.00%	252,652.11	38.16%	192,824.09
5年以上	111,068.00	100.00%	111,068.00	100.00%	111,068.00
单项减值	1,373,606.85	100.00%	1,373,606.85	100.00%	1,373,606.85
合计	1,245,796,432.70		56,533,465.17		39,290,749.33

2019年末公司对移动互联网终端销售及服务板块应收账款单项金额1000万元以上的客户(共计24户9.58亿元)安排专人对账催款,目前客户均承诺按约定账期结清货款。同时公司通过各种渠道时刻关注客户额资信情况,目前并未发现客户资信出现问题、导致公司款项无法收回的情况。

综上,公司不存在坏账准备计提不充分的情况。

(5)说明公司拟采取何种措施提高应收账款回收效率。

公司计划通过以下手段提高应收账款回收率:①公司业务部门成立应收账款催收小组,由业务经理负责,业务经理每月向公司总经理汇报回款情况;②公司内部制定回款奖励制度,将回款纳入业务部门绩效考核;③对于催款后仍不能回款的客户拟运用法律手段加大催款力度。

会计师意见:

(1)我们在对公司 2019 年报财务报表审计中主要执行的审计程序如下:

①了解和测试与应收账款日常管理及可收回性评估相关的关键内部控制,评价相关控制是否恰当设计并得到有效执行;

②取得公司应收账款明细表,基于分层选样方法下,对选中的样本执行函证程序;

③通过天眼查查询主要的客户的信息,核实客户是否存在异常经营状况、是否存在重大法律风险、与本公司是否存在关联方;

④了解公司催款措施,核实公司的催款记录以及公司与客户达成的还款计划;

⑤取得公司与客户签订的销售合同,了解公司给予客户的信用政策,对于期末余额较大、账龄较长的客户进行电话访谈,了解客户未回款的原因及期后还款计划;

⑥对于以组合为基础计量预期信用损失的应收账款,我们获取了管理层编制的预计信用损失率对照表,评价信用风险组合划分的合理性并根据具有类似信用风险特征组合的历史信用损失经验及前瞻性估计,复核管理层预期信用损失率计算的准确性;重新计算坏账准备计提金额是否准确;

(2)会计师意见:我们认为公司基于当前可观察以及考虑前瞻性因素,按照预期信用损失率计算的坏账准备是充分的。

3.存货相关情况。根据年报,2019年末存货余额3.25亿元,同比增长60.44%,其中库存商品、发出商品分别占比39.09%、34.41%。2019年公司存货周转率10.18次,同比下降60.37%。2019年末存货跌价准备253.72万元,占存货比例仅0.78%。请公司补充披露:(1)存货具体包含哪些库存商品和发出商品,在营业收入和营业成本大幅下滑的情况下,存货余额大幅增长的原因及合理性;(2)对比历史和同行业存货跌价准备计提情况,说明2019年存货跌价准备计提是否充分;(3)说明公司拟采取何种措施提高存货周转效率。

公司回复:

(1)存货具体包含哪些库存商品和发出商品,在营业收入和营业成本大幅下滑的情况下,存货余额大幅增长的原因及合理性;

2018-2019年公司各板块的库存商品、发出商品及营业收入、营业成本的情况如下表:

单位:元

项目	玻璃板块		移动互联网终端销售及服务板块		合计	
	2018年	2019年	2018年	2019年	2018年	2019年
库存商品	29,824,946.81	48,875,947.89	61,778,298.99	78,513,312.56	82,603,245.80	127,389,260.45
发出商品	–	–	80,747,665.06	111,765,541.11	80,747,665.06	111,765,541.11
营业收入	1,475,114,680.80	1,690,475,119.82	7,947,073,276.23	1,491,068,566.86	9,422,187,957.03	3,181,543,686.68
营业成本	1,315,234,308.33	1,495,916,924.23	7,250,807,266.93	1,187,458,509.38	8,566,041,575.26	2,683,375,433.61

公司玻璃板块本年收购新疆普耀新型建材有限公司(以下简称新疆普耀),新疆普耀本年纳入玻璃板块合并范围,导致玻璃板块库存商品、营业收入、营业成本均上升。新疆普耀公司地处新疆地区,由于受自然环境影响,每年10月之后新疆地区陆续上冻,户外生产逐渐停滞,故新疆普耀12月份积压的存货占收入比例较高,到次年解冻后会陆续发货。

营业收入和营业成本大幅下滑的情况下,存货余额大幅增长主要系移动互联网终端销售及服务板块导致。移动互联网终端销售及服务板块库存商品及发出商品在收入大幅下滑的情况下期末余额上升,主要系公司基于已经签订的合同,增加部分备货。与上年同期比较移动互联网终端销售及服务板块库存商品增加主要系公司孙公司宜宾深港智能科技有限公司(以下简称宜宾深港)新增库存商品2088万,基于宜宾深港与客户签订的合同,期末账上已有预收客户1545.92万元,该单业务对应货物尚未完全发出,导致期末库存商品增加。发出商品增加主要系公司已经发出商品客户尚未验收导致。剔除已经签订订单对应的备货及客户未签收的在途货物,移动互联网终端销售及服务板块存货并未出现增长。

(2)对比历史和同行业存货跌价准备计提情况,说明2019年存货跌价准备计提是否充分;

分版块与公司历史存