证券代码:600070　证券简称:浙江富润　公告编号:2021-037

浙江富润数字科技股份有限公司关于2020年年度报告的信息披露监管工作函回复公告

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。

浙江富润数字科技股份有限公司（以下简称“公司”）于2021年6月1日收到上海证券交易所上市公司监管一部下发的《关于浙江富润数字科技股份有限公司2020年年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2021】0558号）（以下简称《监管工作函》）。收到《监管工作函》后，公司积极组织财务部门、中介机构等各方共同对《监管工作函》中涉及的问题进行逐项落实和回复，现公告如下：

问题1.年报显示，公司报告期实现营业收入30.39亿元，同比下滑2.88%，实现归母净利润-4.33亿元，去年同期为4.85亿元。公司2016年通过收购泰一指尚涉足信息服务业务，报告期内信息服务业务实现营业收入20.96亿元，占公司总营业收入的68.77%；其中，互联网广告业务实现营业收入18.78亿元，同比增长23.84%，毛利率为3.34%，同比减少2.56个百分点；数据营销业务实现营业收入1.70亿元，同比增长363%，毛利率为58.23%，同比减少25.49个百分点。请公司补充披露：（1）互联网广告业务和数据营销业务的具体业务模式、收入确认方式，并说明是否符合《企业会计准则》的规定；（2）报告期主要媒介资源采购渠道及成本变化情况，前五大客户销售变化情况，并结合上述数据和可比上市公司情况，说明公司互联网广告业务和数据营销业务收入增长但毛利率大幅下滑的原因及合理性。请公司年审会计师核查并发表意见。

回复：

（一）互联网广告业务和数据营销业务的具体业务模式、收入确认方式，并说明是否符合《企业会计准则》的规定

1.互联网广告业务

互联网广告业务的业务模式：子公司杭州泰一指尚科技有限公司（以下简称泰一指尚）根据广告主需求，为其量身定制从营销策略制定、媒体投放、营销效果监测和优化等全套解决方案，从而帮助客户媒体投放、广告主营销效果最大的营销价值。泰一指尚目前的互联网广告业务主要系腾讯优势，泰一指尚利用渠道优势，为客户进行主流广告平台（腾讯广点通、百度信息流、头条系平台、抖音平台及快手平台等）的开户及充值，并提供投放策略建议等，通过差价或者供应商返点获取利润；业务链上，泰一指尚一般不直接对接广告平台，由广告平台一级代理商直接对接广告平台，泰一指尚通过一级代理商为客户进行广告平台充值；充值完成后，由终端客户自行进行已充值账户的广告投放等操作。

互联网广告业务的收入确认方式：泰一指尚承接业务后，与客户签订互联网广告服务合同或根据具体营销需求签订单笔服务合同，该框架服务合同约定服务内容、服务期限、结算方式等相关内容。一般合同约定泰一指尚提供互联网广告服务最终以双方确认的广告投放排期单约准，广告投放排期单约定了投放媒体、位置、时间等要素。广告投放完成后，对已按照经客户确认的广告投放排期单完成了媒介投放且客户无异议时，按照执行的广告投放排期单所确定的金额确认互联网营销服务收入；对于未具体规定广告投放排期的，按照经双方确认的结算单金额确认互联网广告业务收入。针对媒体给予泰一指尚的广告投放返点，按照权责发生制确认并相应冲减营业成本。

（2）数据营销业务

数据营销业务的业务模式：泰一指尚公司自主开发了DMP、DMC、DMR等多款数据管理、分析平台，帮助客户实现内部运营及外部用户数据的管理，从而使其发现公司内部管理与运营的问题，识别用户真实需求和行为，帮助其优化公司内部管理流程，制定最有效的营销策略。在营销数据服务方面，对于不具备强大的数据分析能力，且独立搭建数据管理平台意愿不强的广告主，泰一指尚公司一般采取提供技术服务模式，以某知名通信设备商为例，泰一指尚公司为其签署合作协议，利用自身在数据分析方面的人才和软件优势，为该公司提供消费者画像、市场环境分析、营销效果评估等数据分析服务，从而实现更为低成本和高效率的营销。

数据营销业务收入确认方式：数据营销业务合同中约定服务期限的，则属于在某一时段内履行的履约义务，按照服务期限以分期确认数据营销业务收入；数据营销业务未约定服务期限的，属于在某一时点履行的履约义务，其收入的具体确认标准为：泰一指尚承接业务后，与客户签订数据服务合同或者大数据分析平台建设服务合同等，一般合同中约定服务内容、结算方式、验收条款等相关内容。泰一指尚提供数据营销业务后，对于合同中约定需经客户验收的，在取得客户验收报告后确认数据营销业务服务收入。

2.互联网广告业务和数据营销业务收入确认符合《企业会计准则》的规定

根据《企业会计准则第14号——收入》第五条关于收入确认的相关规定：

“第五条 当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：

（一）合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；

（二）该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；

（三）该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；

（四）该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；

（五）企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。”

同时，根据《企业会计准则第14号—收入》关于收入确认时点/时段的规定：

“第十一条 满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：

（一）客户在企业履行的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。

（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。

（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

具有不可替代用途，是指因合同限制或实际可行性限制，企业不能轻易地将商品用于其他用途。

有权就累计至今已完成的履约部分收取款项，是指在由于客户或其他方原因终止合同的情况下，企业有权就累计至今已完成的履约部分收取能够补偿其已发生成本和合理利润的款项，并且该权利具有法律约束力。”

泰一指尚与客户签订互联网广告合同或者数据营销业务合同，提此向客户提供相关服务或数据，其中对于合同中约定服务期限的业务，客户可以在单一时段履行的履约义务，按照服务期限分期确认收入；对于合同中未约定服务期限的业务，在相关服务已提供，客户消耗了相关劳值资源或者取得公司提供的营销数据后，可以为客户带来经济利益，属于在某一时点履行的履约义务，在服务已提供并经客户确认后确认收入。上述收入确认方法符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）报告期主要媒介资源采购渠道及成本变化情况，前五大客户销售变化情况，并结合上述数据和可比上市公司情况，说明公司互联网广告业务和数据营销业务收入增长但毛利率大幅下滑的原因及合理性

1.报告期主要媒介资源采购渠道及成本变化情况

2019及2020年度，子公司泰一指尚主要媒介资源采购渠道及采购成本如下：

主要媒介平台	2020年度		2019年度	
	采购金额（元）	占当期互联网营销服务采购成本的比例（%）	采购金额（元）	占当期互联网营销服务采购成本的比例（%）
抖音平台	424,497,624.09	23.39	346,595,710.60	24.29
腾讯广告	382,170,113.97	21.06	294,960,971.00	20.67
今日头条	393,437,031.38	21.68	140,774,518.21	9.87
快手平台	148,342,316.40	8.17		
百度	41,779,432.29	2.30	19,552,333.56	1.37
广点通	15,277,678.00	0.84	83,488,559.33	5.85
智能开机	8,487,632.57	0.47	18,392,166.69	1.29
小计	1,413,991,828.70	77.91	903,764,259.39	63.34

由上表可见，2020年度，泰一指尚进一步加强了与头部投放平台抖音、腾讯和今日头条的合作，在该类平台的采购成本进一步增加；同时2020年度泰一指尚新投放平台供应商，开始与快手平台进行合作，2020年度向快手平台采购14,834.23万元，占互联网营销服务采购成本的8.17%。2020年度，泰一指尚在传统的广点通、智能开机广告采购成本下降。

泰一指尚目前互联网广告业务与媒体平台多采用CPC、CPM的计费方式，CPC即点击计费，指只有当用户点击了广告链接，系统才会扣费，广告被展现以及观看不收费。CPC通常采用竞价模式进行展现，出价高的广告优先获得展示的机会，最终广告的点击价格按照一定系数进行计算。CPM即千次展示收费，即一千个人看到广告所产生费用。广告主根据自己的营销策略、成本、目标受众、时间、地点、下载设备任何关系，收费标准与投放的媒体平台、投放产品、投放时间等因素相关，因终端广告主的需求不同，投放产品、投放时间等存在较大差异，因此各个项目的计费标准也有所差异。

2.前五大客户销售变化情况

2019及2020年度，公司前五大客户销售情况如下：

（1）2020年度前五大客户及销售情况

单位:元

客户名称	2020年度营业收入	2019年度营业收入
拉萨美娱传媒有限公司	207,532,962.27	
上海移然信息技术有限公司	190,326,129.14	16,509,433.96
西藏蓝韵广告有限公司	143,923,839.64	
北京凌众时代广告有限公司	117,119,113.71	
北京瑞士网络科技有限公司	97,978,173.12	
小计	756,880,217.88	16,509,433.96

（2）2019年度前五大客户及销售情况

单位:元

客户名称	2019年度营业收入	2020年度营业收入
盐城乙然信息技术有限公司	335,564,341.20	28,089,082.07
宁波悦通智科网络科技有限公司	69,958,680.19	
上海楼然信息技术有限公司	65,325,709.43	
北京众信易保科技有限公司宁波分公司	63,264,150.94	
舟山市威标广告有限公司	61,750,913.48	7,780,052.58
小计	595,863,795.24	7,780,052.58

注:上楼楼然信息技术有限公司、上海楼然信息技术有限公司、盐城乙然信息技术有限公司系受同一实际控制人控制的公司。泰一指尚对上述三家公司的收入变动主要系上述三家公司之间内部业务结构的统筹安排。

由上表可见，2019及2020年度，公司前五大客户销售情况较较大，主要与子公司泰一指尚所处行业有关。2019年和2020年互联网广告行业整体环境发生显著变化，行业发展趋向成熟，广告服务类公司的竞争越来越充分，导致利润空间降低。互联网头部“巨无霸”媒体显现，全网流量由分散化向四大头部媒体平台聚集，聚集度高达90%以上，强化了媒体平台价格话语权和与客户直接对接的能力，导致媒体（