

证券代码:600462 证券简称:ST九有 编号:临2022-033

湖北九有投资股份有限公司关于董事辞职的公告

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。

湖北九有投资股份有限公司(以下简称“公司”)董事会于近日收到公司董事郑妮女士的书面辞职报告,郑妮女士因个人原因申请辞去公司第八届董事会董事、董事会提名委员会委员、辞职后,郑妮女士将不再担任公司任何职务。

根据《公司法》、《公司章程》等有关规定,郑妮女士的辞未导致公司董事会成员低于法定人数,不会影响公司董事会正常工作。郑妮女士的辞职报告自送达公司董事会之日起生效。公司董事会将按照相关规定,尽快完成相关职务的补选工作。

公司董事会对郑妮女士在公司任职期间为公司发展所作作出的贡献表示衷心的感谢!

特此公告。

湖北九有投资股份有限公司董事会
2022年5月30日

证券代码:600462 证券简称:ST九有 编号:临2022-032

湖北九有投资股份有限公司关于上海证券交易所以《关于湖北九有投资股份有限公司2021年年度报告的信息披露监管问询函》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。

湖北九有投资股份有限公司(以下简称“公司”、“上市公司”或“九有股份”)于2022年5月20日收到上海证券交易所以上市公司管理二部下发的《关于湖北九有投资股份有限公司2021年年度报告的信息披露监管问询函》(上证公函[2022]0463号)(以下简称“问询函”),公司现就问询函所涉及的问题回复如下:

一、年报显示,报告期公司实现营业收入2.69亿元,同比上升39.09%,其中公共营销服务业务和互联网信息服务业务分别实现营业收入1.66亿元和787万元,同比增加16.71%和138.99%,对应毛利率分别为19.23%和10.46%,同比增长0.43个百分点和36.34个百分点。前五名客户销售额1.64亿元,占年度销售总额61.10%;前五名供应商采购额0.69亿元,占年度采购总额25.40%,较上年同期分别下降4.13%和下降4.27%。

请公司补充披露:(1)结合销售模式、采购模式、上下游、营销和信息服务的内容与方式、结算安排等,说明公司开展公共营销以及互联网信息服务的具体业务模式;(2)结合互联网信息服务价格、成本构成和变动趋势,客户毛利率波动情况等,量化分析报告期内公司在互联网信息服务业务收入同比增长较大但毛利率下降较大的原因及合理性,是否与同行业公司存在较大差异,同时就其可持续性进行分析;

(3)公共营销服务业务和互联网信息服务业务前五大客户和前五大供应商名称、交易金额及同比变动情况、合作年限,是否为报告期新增,与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系;(4)销售集中度较高的原因,是否存在行业特征,是否存在对特定客户依赖程度较高的情形;(5)采购集中度大幅下降的原因,报告期内是否新增了大量供应商,如是,新增供应商与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系。请年审会计师发表意见。

公司回复:

1.结合销售模式、采购模式、上下游、营销和信息服务的内容与方式、结算安排等,说明公司开展公共营销以及互联网信息服务的具体业务模式。

(1)公司目前主要经营业务为公共营销服务业务,主要是面向各个行业客户,以专业的策划及执行能力为客户提供品牌营销与营销服务。2021年,公司公共营销服务业务占公司整体收入的91.94%。除此之外,公司近两年开拓了互联网信息服务业务、互联网文化娱乐服务等业务在有序开展中。2021年度,互联网信息服务业务占公司整体收入的5.00%,其他业务收入5.06%。

(2)公共营销服务业务

公共营销的业务模式:公司的大额销售业务主要依靠客户公开招标,公司投标中标实现。公司大宗采购有长期合作的供应商,也有零星采购形成采购的临时供应商。上市公司主要包括一些媒体机构、数字开发公司、传媒公司及营销物料厂商等,这些供应商性质各异,但绝大多数为非公众公司。公司下游主要为大型国企、上市公司。

公共营销业务:包括线上线下到线的公共服务,线下的营销推广活动、数字营销、品牌咨询等。每个客户的结算方式各异,但共同点为以项目目标为导向,按照阶段核定结算金额,账期通常在1年以内。公司所做的以上业务旨在为客户建立长远品牌形象,同时可能带来公司的产品有效推广,大幅增加客户产品销量。尤其是对客户产品、新服务所做的营销,使用能迅速被社会公众辨识进而占领市场。

(3)互联网信息服务业务

互联网信息服务的业务模式:公司从事互联网推广营销服务,属于中国证监会发布的《上市公司行业分类目录》,公司处为“信息传输、软件和信息技术服务业”项下的“I64 互联网信息服务”;根据国家统计局发布的《国民经济行业分类》(GB/T4754-2017),属于“I7251 互联网信息服务”。

公司互联网信息服务业务主要分为:互联网效果类广告代理服务,业务模式为公司将客户需要投放的广告通过供应商的互联网渠道发布,最终在电脑或移动设备上呈现,客户根据广告所实现的商业效果与公司进行结算。常用的商业效果包括APP下载、APP安装、用户注册、商品购买、用户点击等,公司主要以CPA(每次广告点击支付费用)、CPCP(广告每次点击付费模式)模式进行结算。公司互联网信息服务业务客户目前主要为所投放广告APP、电商平台、游戏广告公司的开发公司或运营公司的广告代理商,供应商主要为具备渠道资源的互联网媒体公司,业务盈利来源于互联网效果营销服务的收入与向互联网媒体公司购买流量的成本之差。

2.结合互联网信息服务收入、成本构成和毛利率下降、客户毛利率波动等情况,量化分析报告期内公司互联网信息服务业务收入同比增长较快但毛利率下降较大的原因及合理性,是否与同行业公司存在较大差异,同时就其可持续性进行分析;

公司2021年取得的互联网信息服务业务收入主要为互联网广告收入,服务价格根据客户投放广告的产品类型、投放模式、投放渠道等因素综合定价,单价从几元几百元不等,互联网信息服务成本主要由投放渠道成本构成。

2021年公司实现互联网信息服务收入0.78亿元,同比增加135.99%,增长较快主要是因为公司是从2020年起开展互联网信息服务业务,开展当年开拓客户较少,服务时间较短,而在2021年在2020年的基础上继续拓展业务,业务规模得到了较快的增长。

2021年公司互联网信息服务业务毛利率为10.46%,较同期毛利率46.80%减少36.34个百分点。2021年公司所服务的互联网广告客户,均非直接客户,即客户本身也是“广告代理商,因此相比与直接客户合作,公司的利润空间有所减少。公司非直接客户,毛利率基本维持在10%-15%之间,个别产品以CPC结算,该结算模式毛利率较低(1%-5%),因此公司尽量减少以CPC结算的广告投放。

2021年互联网信息服务业务收入前五大客户毛利率情况如下:

| 序号 | 互联网信息服务业务收入 | 收入(万元) | 毛利率 | 单个客户毛利率变动 | 收入来源 |
|----|-------------|----------|--------|-----------|--------|
| 1 | 客户A | 2,075.28 | 13.03% | 39.15% | 26,024 |
| 2 | 客户B | 1,739.76 | 10.88% | 10.88% | 22,226 |
| 3 | 客户C | 979.75 | 6.01% | 9.13% | 13,529 |
| 4 | 客户D | 796.72 | 10.00% | 10.00% | 10,145 |
| 5 | 客户E | 696.20 | 16.77% | 15.77% | 7,881 |
| 6 | 其他客户 | 1,137.07 | 8.00% | 8.26% | 10,871 |
| 合计 | 7,270.78 | 10.46% | | 30,676 | |

注:相关客户的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,故对客户要求相关单位名称不予披露。

由此可见,公司大客户客户的综合毛利率处于10%-15%的正常水平,个别客户的毛利率偏低,主要是因客户本身所购的代理服务较从低而进一步减少了利润空间,或者客户投放的某款产品毛利率较低所致。2020年公司实现互联网信息服务收入0.33亿元,毛利率46.80%。

以下均为2020年互联网信息服务业务收入前五大客户毛利率情况:

| 序号 | 互联网信息服务业务收入 | 收入(万元) | 毛利率 | 收入来源 |
|----|---------------|--------------|---------|--------|
| 1 | 客户A | 7,709,767.28 | 60.06% | 34,747 |
| 2 | 客户B | 5,191,444.89 | 60.36% | 31,678 |
| 3 | 客户C | 4,739,228.29 | 54.05% | 13,826 |
| 4 | 客户D | 3,298,225.33 | 50.26% | 10,871 |
| 5 | 客户E | 2,482,103.12 | 30.77% | 7,426 |
| 6 | 其他客户 | 6,072,204.74 | 11.26% | 20,276 |
| 合计 | 30,372,533.63 | 46.00% | 100,000 | |

注:相关客户的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,故对客户要求相关单位名称不予披露。

与2021年度相比,2020年毛利率较高,主要是因为公司2020年承接了两个占比比较大的高毛利率项目,提高了整体毛利率,其中一个项目为公司为客户的某款春节节目进行推广推广,最终以引流的方式打赏流水比例结算并佣金(CPS结算模式)。该项目执行过程中,公司利用自身的推广资源,以较低的成本获得了较好的引流效果。第二个项目是公司根据客户2的需求,以自有团队为客户所推广的产品提供了制作推广短视频的增值服务,由此实现了高毛利率。除此之外,其他客户的毛利率处于10%-15%的正常水平。

(2)同行业对比情况

经过调查,同行业公司规模较大的企业,根据客户类型(直接或代理)、客户所处行业、渠道模式(直接或代理)不同,业务毛利率大部分在12%-25%之间,有优质客户和渠道的企业毛利率超过25%,甚至达到40%以上,如美光科技(300020)互联网广告业务毛利率23.78%、亚细亚(300612)广告代理业务毛利率15.79%、蓝色光标(300058)全案推广服务业务毛利率17.22%。公司互联网信息服务业务起步较晚,业务规模较小,可实现10.46%的毛利率处于行业水平。

3.公共营销服务业务和互联网信息服务业务前五大客户和前五大供应商名称、交易金额及同比变动情况、合作年限,是否为报告期新增,与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系;公共营销服务业务前五大客户和前五大供应商信息如下:

| 序号 | 名称 | 交易金额(万元) | 占比变动情况 | 合作年限 | 是否为报告期新增 | 上市公司、实际控制人、控股股东及其关联方是否存在关联关系 |
|-----|-----|-----------|--------|------|----------|------------------------------|
| 客户1 | 客户A | 19,124.00 | 11.26% | 11 | 否 | 否 |
| 客户2 | 客户B | 1,526.00 | 9.13% | 8 | 否 | 否 |
| 客户3 | 客户C | 872.80 | 6.01% | 4 | 否 | 否 |
| 客户4 | 客户D | 690.60 | 4.13% | 10 | 否 | 否 |
| 客户5 | 客户E | 571.20 | 3.42% | 10 | 否 | 否 |

注:公共客户及供应商的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,公司可能影响客户与其客户的关系,故对客户及供应商要求相关单位名称不予披露。

公共营销服务业务和互联网信息服务业务前五大客户和前五大供应商名称、交易金额及同比变动情况、合作年限,是否为报告期新增,与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系;互联网信息服务业务前五大客户和前五大供应商信息如下:

| 序号 | 名称 | 交易金额(万元) | 占比变动情况 | 合作年限 | 是否为报告期新增 | 上市公司、实际控制人、控股股东及其关联方是否存在关联关系 |
|------|------|----------|---------|------|----------|------------------------------|
| 供应商1 | 供应商A | 1,620.00 | -64.07% | 5 | 否 | 否 |
| 供应商2 | 供应商B | 1,038.00 | 122.57% | 1 | 否 | 否 |
| 供应商3 | 供应商C | 984.21 | -36.70% | 2 | 否 | 否 |
| 供应商4 | 供应商D | 690.60 | 102.74% | 4 | 否 | 否 |
| 供应商5 | 供应商E | 419.00 | -32.27% | 3 | 否 | 否 |
| 供应商6 | 供应商F | 143.80 | 1.00% | 1 | 否 | 否 |

注:公共客户及供应商的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,公司可能影响客户与其客户的关系,故对客户及供应商要求相关单位名称不予披露。

公共营销服务业务和互联网信息服务业务前五大客户和前五大供应商名称、交易金额及同比变动情况、合作年限,是否为报告期新增,与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系;销售集中度较高的原因,是否存在行业特征,是否存在对特定客户依赖程度较高的情形;

销售集中度较高的原因是由于第一大客户收入占比较高,参考同行业公司2021年度前五名客户占销售总额的比例,紫天科技(300280)69.90%、富阳信息(300612)51.60%、三人行(600168)69.58%,自身客户集中度较高为普遍现象。公司重视销售方面集中度较高的原因,通过拓展新客户,提升自身经营的独立性和风险防范能力,力求在追求经营效益和风险防范之间实现动态平衡,且随着客户其他业务的发展,公司第一客户收入占比在逐步下降,销售集中度较高的情况正逐步改善。

5.采购集中度大幅下降的原因,报告期内是否新增了大量供应商,如是,新增供应商与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方是否存在关联关系。

采购集中度大幅下降主要原因为:公司原有大供应商承接的业务趋饱和,公司将新增业务的采购需求分散至其他若干供应商,因此导致采购集中度下降。报告期内公司根据业务需求,持续完善和更新供应商库,并未大量新增供应商,新增的供应商与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方不存在关联关系。

年审会计师核查程序及过程:

在2021年度财务报表审计过程中,针对贵部提出的上述事项我们进行“重点关注,在审计策略和审计计划中将收入确认为关键审计事项,将收入、成本核算识别为可能存在重大错报风险的领域,并执行了包括但不限于以下审计程序:了解公司营销以及互联网信息服务的具体业务情况、客户类型、地域分布及收入实现情况;了解并评价其收入、成本确认政策及方法是否合理;取得收入、成本明细表,检查重要项目客户及供应商合同、销售单据等原始凭证;结合业务类型、营销价格、成本发生分析毛利率变动的原因;了解公司采购及销售情况,分析行业客户、供应商集中度情况,查询同行业上市公司公开信息,了解是否存在依重大客户及供应商的情况;查询国家企业信用信息公示系统(http://www.gsxt.gov.cn/index.html)及第三方企查查查询天眼查等https://www.tianyancha.com/核实客户名称、供应商是否与公司、控股股东、实际控制人、董监高人员存在关联关系;结合应收账款、应收账款逾期及收款情况,进一步验证收入、成本确认的准确性。

经核查,我们没有发现九有股份上述补充披露事项与我们审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

二、年报显示,公司分季度营业收入分别为6246.73万元、8725.27万元、2231.02万元、3628.67万元,归母净利润分别为-821.89万元、-3110.42万元、-1509.02万元、-2689.44万元,而经营活动现金流量净额分别为-6044.20万元、-1608.77万元、-13382.71万元、1106.67万元,波动趋势与净利润差异。

请公司补充披露:(1)结合各业务经营情况、收入确认的具体政策、确认时点及依据等,分析行业同期、同行业公司收入规模较大但亏损较多的原因;(2)结合公司所处行业特征、业务开展情况以及同行业公司情况,说明第四季度经营活动现金流由负转正以及净利润出现大幅背离的原因及合理性。请年审会计师发表意见。

公司回复:

1.结合各业务经营情况、收入确认的具体政策、确认时点及依据等,分析说明第二、四季度收入规模较大但亏损较多的原因;

公司收入确认原则

(1)收入是公司日常活动中形成的,会导致所有者权益增加且与股东投入资本无关的经济利益的总流入。公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务(简称商品)的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的,公司在合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务,按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司在与客户转让商品前所约定的可变更的对价金额,不包括代第三方收取的款项。公司确认的交易价格不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极不会发生重大转回的金额。合同中存在重大融资成分的,公司按照假定客户在取得该商品控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格,该交易价格与合同承诺的对价之间的差额,在合同期间内采用实际利率法摊销。

满足下列条件之一,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:①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益;②客户有权控制公司履约过程中在建的商品;③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途,且公司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。

对于在某一时段内履行的履约义务,公司在履约期间按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时,公司已经发生的成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的成本金额确认收入,直至履约进度能够合理确定。对于在某一时点履行的履约义务,公司在客户取得相关商品控制权时点确认收入。

(2)公司与主要提供收入的主要活动相关的会计政策披露如下:

①广告业务:广告业务推广业务收入,售前销售,直接收入,让渡资产使用权收入,②商务推广业务收入确认和计量的总体原则:在项目执行完毕并收取收款权利时确认。

③广告推广业务收入确认和计量的总体原则:根据实际点击、下载、注册、登录等约定服务的实际数量,经双方确认后确认收入。

④商品销售收入确认和计量的总体原则:在客户取得相关商品的控制权时,确认收入。

⑤直接收入确认和计量的总体原则:在公司完成经纪服务,网络视频已经播出并获取观众打赏资金,并且结算数据经公司和网络视频直播平台核对确认后,业务收入已经实现按照约定条款能够实际实现时确认收入。

公司各业务业务收入情况各季度明细如下: 单位:万元

| 行业/业务类型 | 第一季度 | 第二季度 | 第三季度 | 第四季度 | 合计 |
|-----------|----------|----------|----------|----------|-----------|
| 公共营销服务业务 | 4,120.00 | 4,746.27 | 4,670.51 | 2,647.76 | 16,184.54 |
| 互联网信息服务业务 | 1,215.00 | 1,028.23 | 2,331.54 | 3,009.68 | 6,584.45 |
| 其他业务 | 70.00 | 46.27 | 1,137.17 | 621.19 | 2,975.63 |
| 合计 | 5,365.00 | 5,820.77 | 8,139.22 | 6,278.63 | 25,603.62 |

公司第二、四季度收入规模较大主要是由于第二、四季度收入规模较大主要是由于第二、第四季度客户的营销、推广需求较为集中,公司业务量也随之增加,而第三季度主要是由于公司部分业务主体进行人员结构调整,业务转移调整,以及部分大客户内外部业务结构调整减少订单等原因,第四季度确认收入规模较大的原因主要为第二季度确认2021年12月、2021年12月确认为调供券供应链建设银行借款信用担保

损失5,598,721.54元。

2.结合公司所处行业特征、业务开展情况以及同行业公司情况,说明第四季度经营活动现金流由负转正以及净利润出现大幅背离的原因及合理性。

公司第四季度经营活动现金流由负转正以及净利润出现大幅背离,其原因系公司在第四季度经营、业绩结算使得现金流量由负为正及第四季度确认相关费用及信用担保损失导致净利润仍为负数。

我们没有发现九有股份上述披露内容与我们审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

三、年报显示,公司应收账款期末余额为5698.47万元,同比增加22.68%,坏账计提比例为1.00%,其中账龄1年以上应收账款为402.06万元,占比7.06%;期末余额前五名应收对象的应收款占比67.52%。同时,公司预付款项期末余额为2237.19万元,未计提坏账准备,其中账龄1年以上预付款项为167.43万元,占比7.49%;期末余额前五名预付对象的预付占比65.47%。

请公司补充披露:(1)应收账款、预付账款对象归属的期末余额前五名的具体情况,包括对象名称、款项形成的原因、账龄、坏账准备计提情况及依据,以及是否与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方存在关联关系;(2)应收账款、预付账款项下五大交易对象集中度较高的原因,是否符合行业特征,是否存在对特定客户的应收账款回收或者特定供应商难以继续提供服务的风险;(3)结合前五名应收账款对象客户的信用、应收占比及变动情况,是否为新增客户等,说明报告期内是否存在放宽信用政策实现增收的情形;(4)结合合同可比公司坏账计提政策及应收账款回收情况,供应商持续提供服务的能力等,说明应收账款坏账准备计提是否充分、计提比例是否合理,预付账款是否需要计提坏账准备。请年审会计师发表意见。

公司回复:

1.应收账款、预付账款对象归属的期末余额前五名的具体情况,包括对象名称、款项形成的原因、账龄、坏账准备计提情况及依据,以及是否与上市公司、实际控制人、控股股东及关联方存在关联关系;

应收账款对象前五名的具体情况如下:

| 序号 | 名称 | 期末余额(万元) | 账龄 | 应收占比 | 期初余额 | 坏账准备计提比例及依据 |
|-----|-----|----------|--------|--------|----------|-------------|
| 客户1 | 客户A | 1,363.00 | 6个月以内 | 23.92% | 1,363.00 | 未计提坏账准备 |
| 客户2 | 客户B | 1,057.00 | 6个月以内 | 18.56% | 1,057.00 | 未计提坏账准备 |
| 客户3 | 客户C | 690.60 | 6个月以内 | 12.12% | 690.60 | 未计提坏账准备 |
| 客户4 | 客户D | 490.60 | 6个月以内 | 8.63% | 490.60 | 未计提坏账准备 |
| 客户5 | 客户E | 342.80 | 6个月以内 | 6.02% | 342.80 | 未计提坏账准备 |
| 合计 | 合计 | 5,943.00 | 67.52% | 0.752% | 5,733.00 | |

预付账款对象前五名的具体情况如下:

| 序号 | 名称 | 期末余额(万元) | 账龄 | 应收占比 | 期初余额 | 坏账准备计提比例及依据 |
|-----|-----|----------|--------|--------|----------|-------------|
| 客户1 | 客户A | 1,077.00 | 6个月以内 | 48.16% | 1,077.00 | 未计提坏账准备 |
| 客户2 | 客户B | 690.60 | 6个月以内 | 30.87% | 690.60 | 未计提坏账准备 |
| 客户3 | 客户C | 490.60 | 6个月以内 | 21.92% | 490.60 | 未计提坏账准备 |
| 客户4 | 客户D | 342.80 | 6个月以内 | 15.32% | 342.80 | 未计提坏账准备 |
| 客户5 | 客户E | 164.80 | 6个月以内 | 7.37% | 164.80 | 未计提坏账准备 |
| 合计 | 合计 | 2,765.80 | 65.47% | 0.752% | 2,765.80 | |

注:相关客户的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,故对客户及供应商要求相关单位名称不予披露。

根据行业及公司历史信用损失经验,公司对每个客户的信用期3-6个月,对于形成6个月以后未回款的应收账款,均按账龄计提坏账准备,报告期内公司不存在放宽信用政策实现增收的情形。

4.结合合同可比公司坏账计提政策及应收账款回收情况,供应商持续提供服务的能力等,说明应收账款坏账准备计提是否充分、计提比例是否合理,预付账款是否需要计提坏账准备。

公司2021年期末应收账款主要由广告公司的应收账款构成,公司采用“中国同行业公司紫天科技(300280)、蓝色光标(300612)的坏账准备,与公司坏账计提的比例对比如下:

| 应收账款 | 坏账准备(万元) | 计提比例 | 应收账款 | 坏账准备(万元) | 计提比例 |
|------|----------|--------|------|----------|--------|
| 客户1 | 1,363.00 | 0% | 客户1 | 1,363.00 | 0% |
| 客户2 | 1,057.00 | 0% | 客户2 | 1,057.00 | 0% |
| 客户3 | 690.60 | 0% | 客户3 | 690.60 | 0% |
| 客户4 | 490.60 | 0% | 客户4 | 490.60 | 0% |
| 客户5 | 342.80 | 0% | 客户5 | 342.80 | 0% |
| 合计 | 4,943.00 | 0.752% | 合计 | 4,943.00 | 0.752% |

注:相关客户的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,故对客户及供应商要求相关单位名称不予披露。

根据行业及公司历史信用损失经验,公司对每个客户的信用期3-6个月,对于形成6个月以后未回款的应收账款,均按账龄计提坏账准备,报告期内公司不存在放宽信用政策实现增收的情形。

4.结合合同可比公司坏账计提政策及应收账款回收情况,供应商持续提供服务的能力等,说明应收账款坏账准备计提是否充分、计提比例是否合理,预付账款是否需要计提坏账准备。

公司2021年期末应收账款主要由广告公司的应收账款构成,公司采用“中国同行业公司紫天科技(300280)、蓝色光标(300612)的坏账准备,与公司坏账计提的比例对比如下:

| 应收账款 | 坏账准备(万元) | 计提比例 | 应收账款 | 坏账准备(万元) | 计提比例 |
|------|----------|--------|------|----------|--------|
| 客户1 | 1,077.00 | 0% | 客户1 | 1,077.00 | 0% |
| 客户2 | 690.60 | 0% | 客户2 | 690.60 | 0% |
| 客户3 | 490.60 | 0% | 客户3 | 490.60 | 0% |
| 客户4 | 342.80 | 0% | 客户4 | 342.80 | 0% |
| 客户5 | 164.80 | 0% | 客户5 | 164.80 | 0% |
| 合计 | 2,765.80 | 0.752% | 合计 | 2,765.80 | 0.752% |

注:相关客户的信息涉及商业秘密,公开可能影响客户与其客户的关系,故对客户及供应商要求相关单位名称不予披露。

根据行业及公司历史信用损失经验,公司对每个客户的信用期3-6个月,对于形成6个月以后未回款的应收账款,均按账龄计提坏账准备,报告期内公司不存在放宽信用政策实现增收的情形。

损失5,598,721.54元。

2.结合公司所处行业特征、业务开展情况以及同行业公司情况,说明第四季度经营活动现金流由负转正以及净利润出现大幅背离的原因及合理性。

公司第四季度经营活动现金流由负转正以及净利润出现大幅背离,其原因系公司在第四季度经营、业绩结算使得现金流量由负为正及第四季度确认相关费用及信用担保损失导致净利润仍为负数。

我们没有发现九有股份上述披露内容与我们审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

三、年报显示,公司应收账款期末余额为5698.