证券代码:002848　证券简称:高斯贝尔　公告编号:2023-050

高斯贝尔数码科技股份有限公司
关于深圳证券交易所2022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。

高斯贝尔数码科技股份有限公司(以下简称“公司”)2023年5月26日收到深圳证券交易所上市公司管理二部下发的《关于对高斯贝尔数码科技股份有限公司2022年年报的问询函》(公司部年报问询函〔2023〕第211号),对于问询函中提及的事项,公司董事会高度重视,积极核查有关情况,现就相关问题回复如下:

1、自2017年上市以来,你公司各年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润均为负值。2022年,你公司实现净利润-540.14万元;主营新材料、智慧项目及其他产品当期毛利率分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%。请说明当年净利润亏损的具体原因,主营产品当期毛利率为负值的原因及合理性,你公司生产经营环境是否发生重大不利变化,并结合所属行业状况、经营环境、主营业务盈利能力等情况,说明你公司经营业绩是否存在持续下滑风险,持续经营能力是否存在重大不确定性。

回复:

1) 主营产品当期毛利率为负值的原因分析

按产品分类,公司收入及毛利率对比

单位:万元

产品	2022年				2021年			
	营业收入	占总收入比	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
数字电视产品	19,286.69	50.85%	17,299.87	10.30%	18,984.06	17,437.02	8.15%
家居智能产品	3,741.86	9.87%	3,196.80	14.57%	19,584.95	17,372.35	11.30%
新材料	2,433.55	6.42%	2,921.89	-20.07%	3,970.54	4,041.96	-1.80%
智慧项目	890.90	2.35%	976.90	-9.65%	4,879.59	4,811.11	1.40%
其他产品及服务	8,069.36	21.28%	7,241.77	10.14%	6,336.56	6,037.32	20.50%
其他	3,517.20	9.27%	4,217.00	-19.90%	3,917.49	4,904.30	-25.19%
合计	37,929.56	100.00%	35,854.23	5.47%	57,673.18	53,604.06	7.06%

公司2022年营业收入37,929.56万元,比上年同期减少34.23%,主要因2022年2月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致,毛利率5.47%,比上年同期减少1.59个百分点。其中新材料、智慧项目及其他当期毛利率为负值,分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%,主要原因:

(1)新材料:

新材料主要为高频、高速覆铜板等产品,属公司未来主营业务发展方向,该类产品报告期实现收入2,433.55万元,占当期总收入的6.42%,综合毛利率为-20.07%,该类业务目前对公司整体经营业务影响较小,其毛利率为负主要原因为:

a) 该类产品为重资产投入行业,固定投入较大,截至报告期末公司该项目已累计固定投入7,638.14万元,已形成200万平米规模,报告期公司实际产出量为25.6万平米,产出效能比仅12.8%。

b) 公司报告期实际实现收入仅2,433.55万元,根据产能模型测算盈亏平衡点约为4,500万元。因公司生产高端的高频高速板材,高频板主要应用于5G建设,而2022年国家对于5G建设有延缓的情况;高速板主要应用于服务器、光模块等产品上,还在测试验证中,验证期较长,尚未形成批量供货,导致新材料产销量均未达到预期,产出效能比低导致单位固定成本分摊偏高,毛利率为负值。

(2)智慧项目:

该类业务公司以企业技术服务及资源整合为主导,以部分自有产品及外购配套为辅助、及提供施工安排等,目前在市场上尚未取得明显竞争优势。本报告期实现收入890.9万元,比上年同期4,879.59万元减少81.74%,主要原因是:1)因智慧行业基本要垫资,公司为了合理使用资金,部分项目暂停实施也未办理验收手续,暂不能确认收入;2)考虑到智慧行业项目回款周期长(1年以上),信用风险大,公司择优选择行业及项目,故导致落地项目同比减少。 因收入减少较多,而固定费用(人工成本)没有同比减少,则毛利率为负值。

(3)其他

“其他”主要指的公司对外加工业务,并非公司主营产品。这部分业务主要为临时需要留住熟练工人时而接,体量小,没有核心加工单价优势,人工费用高,导致毛利率为负值。

上述三项毛利率为负值的产品总收入为6,841.65万元,占公司总收入18.04%,而传统主营产品——数字电视产品本报告期收入为19,286.69万元,占总收入的50.85%,比上年同期的18,984.05万元增加1.59%,本报告期毛利率为10.3%,比上年同期的8.15%增长2.15个百分点,公司主要主营产品的收入及毛利率都比上年同期有所增长。因此,公司经营环境没有发生重大变化。

2) 公司当年净利润亏损的具体原因分析

公司2022年盈利数据指标及同行业比较情况:

单位:万元

指标　　可比公司	高斯贝尔	同洲电子	四川九洲	银河电子
营业收入	37,929.56	25,480.76	388,460.79	131,066.27
营业成本	35,854.23	23,649.58	301,768.28	84,825.18
毛利率	5.47%	7.19%	22.32%	35.28%
税金及附加	276.56	271.18	1,499.24	1,688.87
期间费用	6,863.21	7,626.65	61,629.00	30,183.29
费用率	18.09%	29.93%	15.87%	23.03%
信用减值损失(损失为“-”)	-1,816.12	-453.19	-5,897.42	-585.60
资产减值损失(损失为“-”)	-908.92	-352.41	-2,410.89	-1,148.10
营业利润	-581.35	-5,336.37	23,272.06	19,940.66
利润总额	-520.96	-4,794.64	23,330.65	19,883.56
净利润	-590.68	-4,761.17	2,414.25	19,581.08
营业利润率	-1.53%	-20.95%	5.99%	15.21%
净利率	-1.56%	-18.69%	0.62%	14.94%

公司2021-2022损益表数据对比:(单位:万元)

项目	2022年度	2021年度	增减幅	增减幅
一、营业收入	37,929.56	57,673.17	-19,743.61	-34.23%
减:营业成本	35,854.23	53,604.06	-17,749.83	-33.11%
税金及附加	276.56	414.99	-138.43	-33.36%
销售费用	2,311.91	4,174.94	-1,863.03	-44.62%
管理费用	3,348.48	4,666.74	-1,318.26	-28.25%
研发费用	2,767.42	4,721.18	-1,953.76	-41.38%
财务费用	-1,564.61	1,776.46	-3,341.07	-188.07%
其中:利息费用	1,103.18	893.58	209.60	23.46%
利息收入	68.66	92.49	-23.83	-25.76%
加:其他收益	707.33	895.64	-188.31	-21.03%
投资收益(损失以“-”号填列)	6,496.95	0	6,496.95	#DIV/0!
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-1,816.12	280.15	-2,096.27	-748.27%
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-908.92	-1,574.48	665.56	-42.27%
资产处置收益(损失以“-”号填列)	4.86	0	4.86	#DIV/0!
三、营业利润(亏损以“-”号填列)	-581.35	-12,083.88	11,502.53	95.19%
加:营业外收入	104.24	187.49	-83.25	-44.40%
减:营业外支出	43.85	120.79	-76.94	-63.70%
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	-520.96	-12,017.19	11,496.23	95.66%
减:所得税费用	69.72	484.25	-414.53	-85.60%
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	-590.68	-12,501.44	11,910.76	95.28%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,801.65	-13,987.96	5,186.31	37.08%
毛利率	5.47%	7.06%		-1.59%
费用率	18.09%	28.6%		-8.51%

公司本报告期净利润亏损的具体原因:

a) 营业收入下降的影响。2022年公司营业收入37,929.56万元,比上年同期57,673.17万元减少34.23%,主要因2022年2月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致。

b)毛利率下降的影响。公司2022年毛利率为5.47%,比上年同期的7.06%减少1.59个百分点。主要因新材料、智慧项目、及其他产品的毛利率为负值,分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%,拉低了综合毛利率。在营业收入下降34.23%的情况下,费用率仅下降8.51个百分点,毛利额不足以覆盖期间费用。

c)信用减值损失计提的影响。公司3年期以上应收账款比上年同期增加2,592.03万元,账龄法计提坏账比例增加;印度市场历史欠款(本公告中所指的“历史欠款”主要为2020年前印度等境外客户欠款)回款不理想,导致总体预期信用损失率仍居高不下,增加了单项坏账计提比例。所以,本报告期计提信用减值损失1,816.12万元,比上年同期增加了2,096.27万元,增幅748.27%。

从公司与同行业盈利数据指标比较来看,公司本期毛利率为5.47%,在同行业中偏低,费用率18.09%、净利润-1.56%,处于中偏下水平。从公司本报告期与上年同期损益数据来看,本报告期归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-8,801.65万元,比上年同期-13,987.96万元增加37.08%;本报告期费用率18.09%比上年同期的26.6%降低8.51个百分点。

综上,公司持续经营能力不存在重大不确定性,但短期内仍然可能在业绩下滑和经营亏损的风险,为此,公司经营层计划采取以下应对措施来有效改善公司目前的经营状况:

1、增加主营业务收入

a.增加数字电视相关产品主营业务收入,增加海外机顶盒产品销售力度,增加IPTV/OTT机顶盒销售收入,增加卫星接收天线类产品的销售力度,目标市场以印度、南美、中东、东南亚为主,国内市场重点完成广电国网5G发射机项目验收和收入确认,增加广电应急广播项目的市场开拓力度。

b.在国内广电和海外市场导入公司新规划的网通类产品,公司WIFI6路由器产品已经在上海东方有线实现批量供货,目前正在进行光猫+WIFI6产品的测试,针对海外市场,公司已安排在印度和中东市场进行产品测试和相关认证,网通类产品技术发展快,市场需求强劲,公司将持续进行市场导入,在现有运营商渠道完成市场导入,增加营业收入

c.加快高速覆铜板产品在中兴通讯和浪潮信息的认证进度,在高频和高速覆铜板领域完成这两个重要目标客户的市场导入,为公司新材料板块长远业绩增长奠定基础

2、降低运营成本

a.继续优化组织和人员结构,精简人员,降低总体人力成本,提高人均效益;

b.和大股东以及郴州当地政府一起多方努力,打通公司正常融资路径,降低公司融资成本;

C.降低物料采购成本。公司将整合优化供应链资源,以市场和订单为驱动,降低物料采购成本,增加公司产品竞争力。

3、降低总体应收款,减少应收款计提金额。公司持续缩减信用政策,减少总体应收款金额,同时针对历史欠款,加大清缴力度,针对欠款金额排名前二十大客户进行专项检讨并制定专项措施,通过法律途径、技术手段、商务谈判等各类手段最大限度压缩历史欠款金额。

4、降低库存金额,减少库存计提金额。公司将根据订单出货计划排单生产并安排物料进货入库,避免产生新库存积压,同时针对现有老旧库存专项制定库存去化方案,在2023年降低库存绝对值,减少总体库存计提金额。

公司是国内领先的数字电视行业从前端到终端全套系统产销研一体的企业,近年来,在原有主业基础上,公司积极推动新材料协同发展、高效赋能,坚持创新驱动发展战略,不断优化产业结构,聚焦数字电视与新材料两条主线,把握数字经济发展新机遇,提高企业发展水平。公司经营层有信心推动公司在这两个业务板块实现业绩增长,也会基于上述各项举措狠抓落实与执行,全力以赴改善公司经营各项指标。

2、报告期内,你公司实现营业收入3.79亿元,同比减少34.23%,扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后营业收入金额为3.54亿元。你公司主营家居智能、新材料、智慧项目等产品分别实现营业收入3,741.86万元、2,433.55万元、890.9万元,同比分别减少80.89%、38.71%、81.74%。请按产品类别说明营业收入下滑的具体原因,下滑幅度与同行业可比公司相比是否存在重大差异及合理性,并结合主营产品的订单获取情况、所在行业发展形势、公司产品竞争力、客户合作情况、2023年一季度销售情况等说明营业收入下滑的趋势是否持续,你公司针对收入下滑采取的应对措施,并充分揭示经营风险。

回复:

1) 公司及同行业公司营收产品对比数据列示:(单位:万元)

高斯贝尔:

产品	2022年	2021年	增减
数字电视产品	19,286.69	18,984.05	1.59%
家居智能产品	3,741.86	19,584.95	-80.89%
新材料	2,433.55	3,970.54	-38.71%
智慧项目	890.90	4,879.59	-81.74%
其他产品及服务	8,069.36	6,336.56	27.19%
其他	3,517.20	3,917.49	-10.22%
合计	37,929.56	57,673.18	-34.23%

四川九洲:

产品分类	2022年	2021年	增减
智能终端产品	191,866.39	171,643.72	11.78%
空管产品	100,071.54	85,278.94	17.35%
物业管理	3,769.70	3,395.14	11.06%
微波射频产品	18,388.45	21,127.66	-12.97%
密钥器件	37,510.06	44,646.18	-15.98%
其他	30,692.10	13,629.93	125.18%
其他业务收入	6,172.55	14,692.84	-57.99%
合计:	388,460.79	354,403.31	9.61%

同洲电子:

产品分类	2022年	2021年	增减
机顶盒及相关设备业务	3,264.02	8,025.61	-59.33%
平台交付及运维	1,154.41	1,408.92	-18.06%
电池业务	10,143.58	490.20	1969.27%
电子烟方案板业务	457.40		
加工业务	457.74	901.86	-49.24%
贸易业务	7,897.81		
其他业务	2,105.81	3,097.86	-32.02%
合计:	25,480.77	13,924.45	82.99%

银河电子:

产品分类	2022年	2021年	增减
特种智能机电产品	69,912.24	59,465.82	17.57%
智能数字电视终端	24,305.69	22,396.04	8.53%
新能源产品	32,062.26	54,701.45	-41.41%
其他	4,796.18	5,914.94	-18.91%
合计:	131,066.27	142,478.25	-8.01%

按产品分析公司本报告期收入下降的原因:

a.家居智能产品:

2022年销售额3,741.86万元,2021年销售额19,548.95万元,减少15,807.09万元,减幅80.89%。主要因2022年2月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致。

b.新材料:

2022年销售额2,433.55万元,2021年销售额3,970.54万元,减少38.71%。主要因公司生产高端的高频高速板材,高频板主要应用于5G建设,而2022年国家对于5G建设有延缓的情况;高速板主要应用于服务器、光模块等产品上,还在测试验证中,验证期较长,尚未形成批量供货。

c.智慧项目:

2022年销售额890.9万元,2021年销售额4,879.59万元,减少81.74%。主要原因是:1)因智慧行业基本要垫资,公司为了合理使用资金,部分项目暂停实施也未办理验收手续,暂不能确认收入;2)考虑到智慧行业项目回款周期长(1年以上),信用风险大,公司择优选择行业及项目,故导致落地项目同比减少。

公司本报告期实现营业收入3.79亿元,比上年同期5.77亿元减少1.98亿元,减幅34.23%,扣除2022年2月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司影响减少1.59亿,实际减少0.39亿元,减幅6.76%。上述三类产品在同行业公司各产品中可比性不高,但公司的主营产品数字电视产品可与四川九洲的智能终端产品、同洲电子的机顶盒及相关业务、银河电子的智能数字电视产品类比。本报告期数字电视产品销售额19,286.69万元,占总收入的50.85%,比上年同期18,984.05万元增长1.59%,在同行业公司中处于中偏下水平,不存在重大差异。

2) 公司主营产品的订单获取情况、所在行业发展形势、公司产品竞争力、客户合作情况

经过多年合作,公司与印度、孟加拉、非洲、南美和北美等境外主要客户已达成较为紧密的合作关系,在手订单和预测订单基本符合公司预期。此外,公司还根据客户需求,积极开发新产品,以期通过新产品的开发更好的满足客户需求,开拓新市场。

伴随着互联网的高速发展和智能化进程的持续推进,电视机顶盒从数字机顶盒逐步发展为网络智能机顶盒,目前,网络智能机顶盒主要包括IPTV机顶盒和OTT机顶盒。二者均连接电视和宽带网,功能和服务较为相似,主要提供直播服务;OTT机顶盒通过公共互联网传输,提供的内容更为丰富。

机顶盒将在全球数字化进程中扮演越来越重要的角色,市场潜力巨大。预测2023年全球电视机顶盒市场需求达3.37亿台,其需求呈稳步增长的态势。

2023年一季度销售对比情况:(单位:万元)

产品名称	2023年1-3月	2022年1-3月	增减
智慧项目	390.23	701.10	-44.34%
家居产品	0.00	3,741.86	-100.00%
新材料	235.01	562.79	-53.26%
数字电子产品	2,744.22	4,680.20	-41.37%
其他产品及服务	732.62	1,378.03	-46.84%
其他业务	445.14	893.52	-50.18%
合计:	4,547.22	11,897.5	-61.78%

上表可见,公司一季度销售收入同比存在下滑情形。公司应对措施:

(1)公司将进一步加大覆铜板材料研发和市场推广力度,力争成为该领域的主流材料供应商,投资高速板生产线,加快中兴和浪潮认证进度,提高高速板的生产量,抢占更大的市场份额。

(2)公司进一步加大网通类相关产品的研发和市场投入,国内积极参与由广电国网主导的产品入库工作,参与广电国网及三大电信运营商的各类新终端产品采购项目,快速提升公司国内市场业绩,海外加快新产品市场导入进度,优先在印度等重点区域形成批量供货并营业收入。

(3)加快国网发射机700M移频项目复出商品确认验收工作,尽快将发出商品转化为销售收入,预计2023年度可实现收入8,000余万元。

(4)公司将继续优化公司治理和人员结构,提高制造和管理效率,提升产品竞争力和毛利率水平。

尽管公司已采取上述具体措施改善公司经营业绩,仍可能因为覆铜板材料认证时间进度过长,广电国网及三大电信运营商的采购项目延缓,海外市场不同国家和地区经济安全形式发生变化,从而影响公司在新材料、网通类相关产品和海外数字电视产品的相关业绩,公司存在经营状况和业绩指标未达预期的风险。

3、报告期末,你公司应收账款账面余额为3.3亿元,占营业总收入的比重为86.95%;本期计提坏账准备1,956.28万元,累计计提坏账准备1.66亿元,整体计提比例为50.4%。

(1)请详细说明你公司收入确认政策、入账依据、核算过程,确认收入的判断是否审慎、依据是否充分,并结合公司销售信用政策、信用期限、主要客户销售结算条款、行业惯例等,说明应收账款占营业收入比重较高的原因及合理性,你公司是否存在放宽信用政策增加销售收入的情形。

回复:

公司遵循《企业会计准则第14号-收入》相关规定确认销售收入,具体方法:内销收入在公司根据合同约定将产品交付给客户、客户确认货物符合相关技术标准和事先约定的标准并确认收货、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认;外销产品收入主要采用FOB的贸易条款,“货物越过船舷”即标志着已将产品所有权的主要风险和报酬转移给购货方,根据合同约定将产品报关,取得报关单,外销产品已结关,并取得船运公司出具的提单,且已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。其他产品收入确认参照内销、外销产品收入确认的具体方法,其他服务收入在相关服务已提供,已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

收入入账依据主要包括:销售合同、发货单、客户签字确认的货物验收单、报关单、销售发票及收款的银行回单等。公司的销售模式主要是经销模式:即公司的产品直接销售给经销商,再由经销商销售给分销商或零售终端,最后由零售终端销售给消费者。

会计核算过程:

a.收到经销商货款时,相关会计分录:

借:银行账款

贷:预收账款/应收账款

b.发出商品暂未确认收入时,相关的会计分录如下:

借:发出商品

贷:库存商品

c.符合收入确认规定,且依据充分时确认收入,相关的会计分录如下:

借:预收账款/应收账款

贷:主营业务收入

应交税费—应交增值税(销项税额)/境内销售

借:主营业务成本

贷:发出商品

综上分析,公司确认收入的判断是审慎的、依据是充分。

公司2022年较2021年应收账款占营业收入比较情况:

单位:万元

项 目	2022年末		2021年末	
	金额	应收占营业收入比	金额	应收占营业收入比
营业收入	37,929.56		57,673.17	
应收账款余额	32,980.59	86.95%	39,645.78	68.74%
其中:1年以内	9,466.03	24.93%	16,565.40	28.72%
1-2年	3,049.71	8.04%	2,700.09	4.68%
2-3年	2,121.50	5.59%	4,617.99	8.01%
3-4年	4,574.94	12.06%	8,290.62	14.38%
4-5年	8,492.86	22.39%	3,614.59	6.27%
5年以上	5,295.54	13.94%	3,857.10	6.69%

从上述表格中可以看出,公司2022年末应收账款占营业收入比为81.89%,较2021年末增加18.21个百分点。其中账龄在1年以内的应收账款占营业收入比为24.93%,较2021年末下降3.79个百分点,但账龄在1年以上的应收账款占营业比为56.96%,较2021年末增加16.94个百分点,其中账龄在3年以上的应收账款占营业收入比为37.39%,较2021年末增加10.05个百分点。导致应收账款占营业收入比重高的主要原因:一是历史欠款回款未能达到预期,应收余额没有明显改善,2022年末应收账款余额32,980.59万元,2021年末应收账款余额39,645.78万元,减少6,665.19万元,减幅16.81%;其次是由于近年公司信用政策收紧,营业收入体量缩小,2022年度实现营业收入37,929.56万元,比2021年度减少19,743.61万元,减幅34.23%,应收账款的减少幅度大于营收的减少幅度,所以,应收账款占营业收入的比重高。

公司目前信用政策:公司境内客户信用账期一般为1-12个月,境外客户信用账期一般为2-9个月。主要以银行转账方式结算,部分采取商业承兑汇票,信用证(国外)、银行托收等方式结算。

公司前五大客户信用政策及结算方式

序号	客户名称	信用政策	结算方式
1	EAGLE KINGDOM TECHNOLOGIES LIMITED	月结60天	现汇
2	Trigon (Hong Kong) Technology Co., Limited	月结60天	现汇
3	合肥哈姆科技有限公司	订金40%尾款月结30天	现汇
4	深圳伊帕思新材料技有限公司	月结30天	银承、现汇
5	INYANTRA TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	1.货到印度后四个月之内付款 2.收到货后3个月内付款 3.6%发货前付款,6%是单电放前付款,90%以提单时间为准,单天内付清	现款

公司近年来持续优化国内和海外客户结构,持续收紧信用政策,主动放弃长账期项目和订单,公司营业收入体量缩小,公司历史欠款的回收不及预期,导致公司应收账款占营业收入比重较高。公司欠款总额在逐年降低,不存在放宽信用政策增加销售收入的情形。

公司针对历史欠款已经进行充分计提,经营层也将加大历史欠款的清缴力度,针对欠款金额排名前二十大客户进行专项检讨并制定专项措施,通过法律途径、技术手段、商务谈判等各类手段最大限度压缩历史欠款金额,但是由于不同国家法律法规的差异,欠款客户实际经营情况的差异,公司依然面临部分历史欠款无法收回的风险。

(2)年报显示,按单项计提预期信用损失的应收账款账面余额为1.77亿元,坏账准备计提比例为81.4%,涉及境内外多个客商。请以列表形式披露按单项计提坏账准备应收账款的形成原因、账龄、业务背景、是否具备商业实质、客户资信及财务状况、关联关系、拖欠原因、催收措施、各年末坏账准备计提情况、计提依据及合理性。

回复:

公司按单项计提坏账准备的应收账款的划分依据:年末根据客户的回款情况、财务状况、经营情况等,综合分析其应收款项,并对其单独进行减值测试,根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额,确认减值损失,计提坏账准备。

1、单项计提坏账准备的应收账款明细如下:

单位:万元

单位简称	账面余额	坏账准备	计提比例(%)	应收款项内容	形成时间年度区间	商业实质是/否	计提原因	所属国度
客户一	9,209.14	6,446.40	70.00%	销售货款	2018-2020	是	近几年公司与该客户的交易量减少,2020年5月以来,中印政治形势紧张,相关款项的可收回性存在重大不确定性,经管理层谨慎评估,对其计提坏账准备	印度
客户二	2,131.18	2,131.18	100.00%	销售货款	2017-2021	是	该国经济和安全局势较差,市场需求减少,客户经营困难	巴基斯坦
客户三	1,136.17	1,136.17	100.00%	销售货款	2017	是	部分货款有投保中信保,历史未投保部分,客户拒绝回款。	巴西
客户四	1,015.56	806.66	79.43%	销售货款	2017-2021	是	该国经济风险较大,经管理层谨慎评估,对其计提坏账准备	土耳其
客户五	925.06	925.06	100.00%	销售货款	2017-2018	是	客户公司已停业,相关款项收回可能性不大	印度尼西亚
客户六	605.35	302.68	50.00%	销售货款	2018-2020	是	该客户应收款主要系2018年交易形成,应两年交易量极少,相关款项的可收回性存在重大不确定性	泰国
客户七	529.32	529.32	100.00%	销售货款	2017-2022	是	该国行业需求减少,客户经营困难	喀麦隆
客户八	379.54	379.54	100.00%	销售货款	2016-2017	是	客户运营困难,且印度经济风险较大	印度
客户九	226.35	226.35	100.00%	销售货款	2017	是	该公司已停业,处严重亏损状态,评估风险较大	尼泊尔
客户十	200.04	200.04	100.00%	销售货款	2018-2021	是	该公司业务停滞倒闭破产	英国
客户十一	197.31	197.31	100.00%	销售货款	2017-2020	是	该公司对方资产难力差,评估风险较大	中国
客户十二	184.20	184.20	100.00%	销售货款	2015-2016	是	该公司已停止运营,评估风险较大	印度
客户十三	152.41	152.41	100.00%	销售货款	2019	是	该公司运营困难	印度
客户十四	119.09	119.09	100.00%	销售货款	2015-2016	是	客户已停止运营,恢复正常运营可能性较小	印度
客户十五	112.33	86.27	76.80%	销售货款	2017-2020	是	业务停滞,且客户已停业,款项预计中信保索赔后净额计提	喀麦隆
客户十六	101.27	101.27	100.00%	销售货款	2018-2019	是	欠款照长期多,我司品质责任,客户失联等原因,业务部门多方催讨无果	印度
其他境外小额	367.04	367.04	100.00%	销售货款	2010-2021	是	因国际形势紧张、长期拖欠等因素相关款项收回存在较大不确定性的境外应收小额款项(共44家)	印度、以色列、伊拉克、巴基斯坦等
其余境内小额	151.77	151.77	100.00%	销售货款	2010-2019	是	客户拖欠等因素相关款项收回存在较大不确定性的国内应收小额款项(共28家)	境内
合计	17,743.11	14,442.73						

2、单项计提坏账准备的应收账款账龄、业务背景、客户资信及催收情况

单位:万元

单位简称	账面余额	账龄				期后回款情况	业务背景	客户资信	催收情况
		1年内	1-2年	2-3年	3年以上				
客户一	9,209.14			742.77	8,466.37	317.02	客户2015年与公司开展合作,是公司国际市场系统推广的重要合作伙伴。	客户2015.5.27日成立,注册资金10万元,代理企业,主营电子产品进出口。	1.公司物同客户与其下游运营商直接电话。 2.通过技术支持方式加强催收。 3.商讨折扣或打包方式。 4.通过法律手段催收。
客户二	2,131.18	5.22		10.52	2,115.44		2013年建立合作,因巴基斯坦政府对数字化推动政策,为抵住巴基斯坦市场,通过预款半年的方式到货款才电报新国以及机顶盒,后因政府未能及时推进数字化,导致款项产生。	成立于2000年,推销企业主营数字电视的硬产品,中网络解决方案,数字电视广播系统。	1.公司物同客户与其下游运营商直接电话。 2.通过技术支持方式加强催收。 3.商讨折扣或打包方式。 4.通过法律手段催收。
客户三	1,136.17				1,136.17		巴西机顶盒经销商,该笔欠款为2017年销售机顶盒未收回全款造成。	客户成立于2001.5月,股份制,主营数字电视产品,数字电视技术服务等。	1.由公司收款小组进行包括第三方收款机构在内的催收。 2.通过中信保索赔。
客户四	1,015.56		63.38		952.18	150.89	该客户是南美主运营的卫星和无线收费数字电视系统总营商,此笔欠款为2017-2019年期间给客户出货的机顶盒订单,未能收回全款。	客户成立于2001.11,股份制,主营数字电视产品,数字电视技术服务等。	公司与客户正成欠款和解协议,客户按协议还款。
客户五	925.06				925.06		客户为当地代理商,为当地普及提供机顶盒,该笔欠款为2017-2018年销售机顶盒,未收回全部货款而造成的。	该公司已查不到资信信息。	相关款项已经过笔笔核实。
客户六	605.35			162.41	442.94		泰国的代理商,拍卖拍卖的运营商和控制商提供机顶盒。	该客户信用情况一般,存在一定风险	公司与客户正成欠款和解协议,客户按协议还款。
客户七	529.32	22.63		6.96	499.72		喀麦隆节日期提供商和无线收费系统运营商,此笔欠款为销售机顶盒,未收回全部货款造成。	当地无线收费数字电视运营商,与公司有十余年的合作历史。	持续跟踪客户情况,同时关注客户国经营状况
客户八	379.54				379.54		2016年建立合作,客户自营网络正值扩张,大量增资机顶盒,政府对政策数字化,导致客户和政府压,后因市场原因,客户销售出现困难。	成立于2006年,可能还资金为1500万元,私营(合伙制企业),主营有线运营(多系统运营商)。	1.通过技术支持方式加强催收。 2.商讨折扣方式分次收回
客户九	226.35				226.35		客户为有线电视运营商,2016年与公司合作,因本地股东投资出现问题,造成项目开通延后,公司因此一直未能按期支付,2020年该客户日常经营停滞。	公司本地股东,实力强大,资金雄厚,股东如有投资,公司或将作为产品商品,供应方,客户在支付新订单款的同时,支付部分之前欠款。	公司与客户正成欠款和解协议,客户按协议还款。
客户十	200.04	8.36	4.53		187.15		加勒比海区域的运营商兼代理商,该笔欠款为销售机顶盒未收回全款造成。	私人运营商,目前经营情况较差。	公司与客户正成欠款和解协议,客户按协议还款。
客户十一	197.31			0.08	197.23		2017年与公司签订机顶盒销售合同	客户成立于1992.12.30,经营范围:电子及数字电视相关产品的技术开发与销售等,公司及法人已被限制高消费	1.通过技术支持方式加强催收。 2.商讨折扣方式分次收回。
客户十二	184.20				184.20		2011年建立合作,该客户主要协助公司在印度进行网络推广,公司通过预收了公司机顶盒销售款,后因合作市场宣传用,应收款主要产生于2015-2016年间。	客户成立于2008.11.17,注册资金500万元,私营,主营有线电视运营及网络服务运营商。	1.通过技术支持方式加强催收。 2.商讨折扣方式分次收回。
客户十三	152.41				152.41		2015年建立合作,该该回度数字化转换后的客户未曾有过机顶盒处理经验,因此没有设备以满足市场需求,因印度政府政策原因,2016年之后机顶盒销售数量大幅减少,该款主要产生于2019年间。	于2014.5.24成立,注册资金15.62万元,私营,主营有线电视运营,是Rajasthan地区运营商。	1.通过技术支持方式加强催收。 2.商讨折扣方式分次收回
客户十四	119.09				119.09		2015年建立合作,客户协助公司拓市场推广,公司通过收款的方式转售机顶盒以及提供终端产品、医疗设备等因素,公司支持其他代理商客户。	客户成立于2007.3.6,注册资金100万元,私营,主营网络服务以及网络方案提供。	找回度有一家客户成功将第三方收款机构打包处理。
客户十五	112.33			39.00	73.33	34.09	喀麦隆有线电视运营商和基子运营商,2009年开始合作至今,以前其销售和回款进度较慢。	目前该客户经营困难,资信情况较差,需进行详细的调查。	1.和客户保持联系,持续催收。 2.同时关注客户经营状况。
客户十六	101.27				101.27		2016年建立合作,公司看重该客户合作,数字一定规模支持造成部分账款未能收回。	客户成立于2007.3.6,注册资金100万元,私营,主营网络服务以及网络方案提供,是孟买主要运营商之一。	计划找印度国有一家客户成为地第三方收款机构打包处理
其余境外小额	367.04		24.96	22.29	319.81				持续跟催,通过中信保追讨
其余境内小额	151.77				151.77				继续催务客户回款,必要时走司法程序
合计	17,743.11	27.86	96.68	988.57	16,630.00	502.01			

公司管理层对客户管理高度重视,为加强风险防范,规避应收账款风险,公司财务、营销、法务及风控部门多维度联动管控。通过上门催收、签订分期回款协议及法律诉讼多个途径催收。截止回函期,部分客户已有回款方案并按计划进行。参考历史信用损失经验,考虑当前状况以及对未来经济状况的预测以及不同客户的信用风险特征,遵循谨慎性原则,经对截至2022年末的客户进行信用状况评估,计算预期信用损失,据此确定以单项为基础计量预期信用损失,并对以上客户单项计提应收账款坏账