

证券代码:600556 证券简称:天下秀 公告编号:临2024-036

天下秀数字科技(集团)股份有限公司关于为全资子公司申请银行综合授信提供担保的进展公告

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法律责任。

●本次担保是否涉及反担保:无。

●被担保人名称:北京天下秀广告有限公司(以下简称“北京广告”)系公司的全资子公司。

●本次担保金额及已实际为其提供的担保余额:本次担保金额为人民币10,000万元;截至公告披露日,公司及合并报表范围内的子公司累计提供且尚在存续期的担保总额为155,500万元(不同担保主体对同一被担保主体的融资事项提供担保的,担保金额不重复计算),占公司最近一期经审计净资产的40.56%。其中,公司为向金融机构申请综合授信提供的担保金额为人民币155,500万元,为公司子公司提供的业务担保金额为人民币0万元。上述担保均在2023年年度股东大会核定的担保额度范围内。

●对外担保逾期累计数量:无。

为了全力支持“下属子公司的业务发展,天下秀数字科技(集团)股份有限公司(以下简称“公司”)近日与上海银行股份有限公司北京分行(以下简称“上海银行北京分行”)签署了《最高额保证合同》,约定公司为北京广告向上海银行北京分行申请银行综合授信提供担保,本次担保的最高债权额为人民币10,000万元,该额度授信期限至2025年3月28日届满,担保的方式为连带责任保证。

公司于2024年5月20日召开第十一届董事会第八次会议、第十一届监事会第八次会议审议通过2023年年度股东大会,审议通过了《关于公司2024年度对外担保额度预计的议案》,具体内容详见公司于2024年4月23日、2024年5月21日在上海证券交易所网站及指定信息披露的公告。

由于本次担保金额为10,000万元,因此本次担保的金额在上述授权范围内,无需另行提报董事会及股东大会审议。

二、被担保人基本情况

(一)基本情况

被担保人:北京天下秀广告有限公司
注册地址:北京市朝阳区三里屯西街5号G座1层101

法定代表人:袁淑娟

注册资本:10,000万元

经营范围:设计、制作、代理、发布广告;广告信息咨询;展览服务;经济贸易咨询;组织文化艺术交流活动(不含演出);技术推广服务;电脑软件服务;应用软件服务(不含硬件软件);出租商业用房;出租办公用房;餐饮服务(仅限地上经营)。 (市场主体依法自主选择经营范围,开展经营活动;餐饮服务(仅限地上经营)依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)

(二)经营情况

被担保公司的主要财务数据如下:

项目	2023年12月31日 (经审计)	2024年3月31日 (未经审计)
资产总额	993,368.08	952,246.13
负债总额	427,437.41	416,183.18
所有者权益	565,930.64	536,062.95
流动负债总额	424,569.64	414,268.82
资产负债率	135.9497	136.0626
项目	2023年度(经审计)	2024年1-3月(未经审计)
营业收入	463,266.72	102,442.36
净利润	8,466.18	603.84

(三)关联关系

被担保方系公司全资子公司,本公司持有其100%股权。

三、担保协议的主要内容

1.合作背景:

被担保人:天下秀数字科技(集团)股份有限公司
债权人:上海银行股份有限公司北京分行

2.担保方式:连带责任保证

3.担保的主债权本金:本次担保的最高债权本金为人民币10,000万元。

4.保证期间:自《最高额保证合同》生效之日起至主合同(即《综合授信合同》)项下的债务履行期限(含展期、延期)届满之日起止。

5.担保费用情况:主合同项下全部债务本金人民币10,000万元及利息(包括逾期罚息和复利)、违约金、赔偿金和债权人实现债权而发生的费用。

四、董事会意见

公司于2024年4月22日召开第十一届董事会第八次会议,审议通过了《关于公司2024年度对外担保额度预计的议案》,具体内容详见公司于2024年4月23日在上海证券交易所网站及指定信息披露的公告。

五、累计对外担保数量及逾期担保的数量

截至公告披露日,公司及合并报表范围内的子公司累计提供且尚在存续期的担保总额为155,500万元(不同担保主体对同一被担保主体的融资事项提供担保的,担保金额不重复计算),占公司最近一期经审计净资产的40.56%。其中,公司为向金融机构申请综合授信提供的担保金额为人民币155,500万元,为公司子公司提供的业务担保金额为人民币0万元。

特此公告。

天下秀数字科技(集团)股份有限公司董事会
二〇二四年六月三
证券代码:600556 证券简称:天下秀 公告编号:临2024-035

天下秀数字科技(集团)股份有限公司关于上海证券交易所对公司2023年年度报告的信息披露监管工作函回复的公告

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法律责任。

天下秀数字科技(集团)股份有限公司(以下简称“公司”或“天下秀”)于2024年5月11日收到上海证券交易所《关于天下秀数字科技(集团)股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公字[2024]0494号)(以下简称《工作函》,收到《工作函》后,公司及相关部门就《工作函》关注的函询事项进行了认真核查,现就《工作函》相关问题回复公告如下:

问题1:年报披露,公司于2019年吸收合并北京天下秀科技股份有限公司(以下简称原天下秀公司),其全体股东承诺2019年、2020年、2021年上市公司合并报表扣非归母净利润均不低于4.25亿元、3.35亿元、4.35亿元,实际完成率分别为103.65%、111.42%和103.22%。因业绩承诺未达标,公司于2022年、2023年扣非归母净利润分别为1.04亿元、0.74亿元,分别同比下降75.34%、28.08%,而当期收入同比变动比例分别为-9.48%、-1.77%。请公司补充披露:(1)业绩承诺期前后主要客户、供应商、关联交易金额及其所涉关联关系,当期成本费用构成变化情况及原因,说明是否存在业绩承诺未达标成本费用情形;(2)结合业务模式、公司所处产业链地位、客户及供应商竞争格局等,说明利润变动幅度大于收入的原因及合理性;(3)结合近年行业发展情况、竞争格局及同行业公司经营情况等,说明重组后业绩承诺是否存在行业发展趋势、是否与同行业公司存在明显差异及其合理性。请年审会计师、重组财务顾问发表意见。

公司回复:

一、业绩承诺期前后主要客户、供应商、对应交易金额及其所涉关联关系,当期成本费用构成变化情况及原因,说明是否存在业绩承诺未达标成本费用情形

(一)业绩承诺期前后主要客户、供应商、对应交易金额及其关联关系

2019-2023年,公司前五大客户情况如下:

年份	序号	客户名称	销售金额(万元)	占营业收入比例	是否存在关联关系
2019年	1	欧莱雅(中国)有限公司	56,633.27	12.99	否
	2	华为技术有限公司	42,069.70	10.01	否
	3	腾讯广告(上海)商贸有限公司	27,294.62	6.06	否
	4	生活集团	21,006.14	4.80	否
	5	新商盟集团及其关联方	20,449.49	4.56	共同控制人之一新商盟集团之关联公司

年份	序号	客户名称	销售金额(万元)	占营业收入比例	是否存在关联关系
2020年	1	欧莱雅(中国)有限公司	196,530.06	35.82	否
	2	腾讯广告(上海)商贸有限公司	28,294.68	5.19	否
	3	生活集团	20,769.97	3.78	否
	4	生活集团	26,546.63	4.83	否
	5	华为技术有限公司	16,701.76	3.06	否

年份	序号	客户名称	销售金额(万元)	占营业收入比例	是否存在关联关系
2021年	1	欧莱雅(中国)有限公司	159,491.41	4.20	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	2	腾讯广告(上海)商贸有限公司	152,003.06	39.00	否
	3	腾讯广告(上海)商贸有限公司	27,430.40	6.08	否
	4	生活集团	27,053.13	6.00	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	5	生活集团	16,466.69	3.79	否

年份	序号	客户名称	销售金额(万元)	占营业收入比例	是否存在关联关系
2022年	1	欧莱雅(中国)有限公司	42,506.93	33.89	否
	2	新商盟集团及其关联方	16,140.85	12.57	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	3	生活集团	15,474.48	5.06	否
	4	伊纳悦集团	13,220.68	4.52	否
	5	京东集团	11,991.89	4.28	否

年份	序号	客户名称	销售金额(万元)	占营业收入比例	是否存在关联关系
2019年	1	欧莱雅(中国)有限公司	17,480.53	29.30	否
	2	北京尚趣网络科技有限公司	12,881.80	6.51	否
	3	北京尚趣网络科技有限公司	9,063.71	4.58	否
	4	华为技术有限公司	7,216.59	3.95	否
	5	京东集团	6,490.48	3.29	否

注:以上为同一控制合并后数据。

2019-2023年,公司前五大客户的合计销售金额占营业收入的比例分别为26.97%、32.30%、33.00%、36.02%和39.29%,呈不断上升趋势。该主要客户技术能力的日益提升,服务效率的持续优化以及数据资源积累,公司与品牌商的合作进一步加深。业绩承诺期前后,主要客户基本保持稳定,无重大变化。

2020-2023年,新浪集团及其关联方均为公司前五大客户之一,系公司的关联方,公司主要为提供新媒体营销服务,向其销售金额及收入的比例分别为27.5%、6.00%、3.78%和4.86%,占比相对较小,无重大影响。除新浪集团及其关联方外,公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方持有公司5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有权益。

2019-2023年,公司前五大供应商情况如下:

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2019年	1	字节跳动集团	160,174.23	40.50	否
	2	字节信息科技(上海)有限公司	72,763.03	21.12	否
	3	北京腾讯文化发展有限公司	10,688.34	3.08	否
	4	字节信息科技(上海)有限公司	10,408.77	3.02	否
	5	新浪集团及其关联方	10,184.46	2.86	共同控制人之一新商盟集团之关联公司

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2020年	1	字节跳动集团	152,000.39	47.22	否
	2	字节信息科技(上海)有限公司	68,066.47	19.06	否
	3	北京腾讯文化发展有限公司	14,264.03	4.12	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	4	字节信息科技(上海)有限公司	13,563.05	4.51	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	5	字节科技(上海)有限公司	12,136.74	3.77	否

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2021年	1	字节跳动集团	250,463.13	77.67	否
	2	字节信息科技(上海)有限公司	133,767.30	38.64	否
	3	字节信息科技(上海)有限公司	32,182.45	9.39	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	4	新浪集团及其关联方	20,730.11	5.99	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	5	快手集团	6,832.35	1.97	否

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2022年	1	字节跳动集团	59,396.71	25.33	否
	2	新浪集团及其关联方	15,398.37	6.78	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	3	字节信息科技(上海)有限公司	7,990.17	3.37	否
	4	字节信息科技(上海)有限公司	2,961.91	0.97	否
	5	腾讯集团及其关联方	1,362.05	0.59	否

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2023年	1	字节跳动集团	20,772.74	13.96	否
	2	新浪集团及其关联方	17,480.08	11.97	共同控制人之一新商盟集团之关联公司
	3	腾讯集团广告业务安全平台	7,901.32	5.32	否
	4	快手集团	2,340.92	1.56	否
	5	华扬联众数字技术股份有限公司	1,790.16	1.25	否

注:以上为同一控制合并后数据。

2019-2023年,公司向前五大供应商的采购金额占公司采购总额的比重分别为30.66%、37.04%、59.43%、77.67%和76.68%。为提高平台广告投放的规范性、便利双方支付结算,保障线上广告资金安全,抖音、快手、小红书、B站等主流新媒体传播平台于2019年、2020年陆续上线了官方广告安全平台,相关媒体资源采购需通过官方广告交易平台审核投放。因此公司主要供应商结构持续调整,积极与主流新媒体传播平台开展基于框架合

同下的合作,供应商中的相关媒体资源广告代理商逐渐向主流新媒体传播平台转换,前五大供应商的采购金额占金额占比逐年下降。

2019-2023年,公司向字节跳动集团的采购金额占公司采购总额的比重分别为13.96%、25.33%、39.64%、47.22%和46.50%。字节跳动集团,主要原因系:字节跳动集团作为国内新媒体传播平台的龙头企业,其广告投放“效果”较好,客户营销需求较大,在新媒体营销领域的占有率呈逐步上升趋势,因此公司对字节跳动集团的采购金额占比逐步提高。

2019-2023年,新浪集团及其关联方为公司报告期内前五大供应商之一,公司向新浪集团及其关联方采购商品和接受劳务的内容主要包括平台广告、媒体资源采购、宣传推广费,向其采购金额占采购总额的比例分别为11.97%、6.78%、5.59%、4.12%和2.96%,占比相对较小,无重大影响。除新浪集团及其关联方外,公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方持有公司5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有权益。

(二)2019-2023年公司成本费用情况如下:

项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
营业总收入	420,203.03	412,890.33	461,167.19	306,040.04	197,730.83
营业成本	344,476.22	323,087.30	360,638.14	234,466.03	147,459.69
毛利额	18,026.81	21,763.03	22,226.81	23,574.01	27,744.44
销售费用	29,097.45	31,886.08	28,983.18	13,749.51	10,509.94
管理费用	21,584.82	20,476.21	10,409.69	8,401.03	6,822.15
研发费用	10,566.09	16,598.36	12,946.07	7,472.23	5,321.92
财务费用	1,632.37	2,406.40	2,341.45	-20.43	1,067.69
期间费用合计	57,322.65	67,280.74	54,568.49	28,190.45	20,513.26
期间费用率	13.65%	16.29%	12.18%	9.24%	10.37%

1、营业成本变化情况

2019-2021年,公司营业收入逐步上升,营业成本也随之增加。2022年,受宏观经济环境的影响,客户广告投放需求较为低迷,公司营业收入有所下降,营业成本随之降低。2023年随着宏观经济环境复苏,公司营业收入小幅增长,营业成本也随之增加。

2、毛利率变化情况

2019-2023年,公司整体毛利率分别为27.44%、23.39%、22.28%、21.75%和18.02%,呈下降趋势。公司的红人经济生态链创新业务占比相对较低,影响较小,整体毛利率变化主要受收入占比超过30%的红人营销平台业务毛利率下降影响。公司区分红人营销平台业务及收入红人经济生态链创新业务的数据及毛利率情况如下:

业务类型	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
红人营销平台业务	收入	410,062.48	395,542.43	428,964.77	286,112.06	194,027.11
	收入占比	97.59%	95.89%	92.85%	96.76%	98.13%
	毛利率	17.90%	21.69%	22.25%	23.55%	27.63%
	毛利额	10,145.05	17,345.60	22,402.42	9,927.88	3,703.72
	收入占比	2.41%	4.20%	4.55%	3.24%	1.87%
红人经济生态链创新业务	收入	10,199,753.03	412,890.33	4,161,167.19	936,040.04	197,730.83
	收入占比	2.49%	0.10%	0.90%	0.30%	0.10%
	毛利率	22.97%	23.61%	22.82%	12.75%	17.71%
	毛利额	2,329,733.03	97,280.74	95,927.23	12,076.15	3,422.27
	合计	18,026.81	21,763.03	22,226.81	23,574.01	27,744.44

2019-2023年,公司红人营销平台业务分客户类型的收入及毛利率变化情况如下:

客户类型	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
品牌客户	收入	309,292.58	276,896.36	273,688.29	166,236.42	90,022.49
	收入占比	74.43%	69.88%	63.88%	58.14%	46.40%
	毛利额	16,070.78	10,777.78	20,033.91	20,811.78	29,328.78
	收入	30,986.39	32,427.94	48,473.66	40,191.78	77,235.37
	收入占比	7.56%	8.21%	11.30%	13.57%	39.81%
中小客户	毛利额	26,978.78	20,686.29	20,262.90	20,469.34	22,771.81
	收入	489,776.52	386,283.12	366,352.93	80,624.46	76,709.26
	收入占比	17.02%	21.81%	24.90%	30.20%	13.80%
	毛利额	22.17%	25.28%	25.18%	30.09%	36.06%
	合计	410,062.48	395,542.43	428,964.77	286,112.06	194,027.11
红人营销平台业务合计	收入	17.90%	21.69%	22.25%	23.55%	27.63%
	毛利额	17.90%	21.69%	22.25%	23.55%	27.63%

2019-2023年,公司红人营销平台业务毛利率由27.63%下降至17.90%。一方面,为增强业务稳定性、保障长远发展,近年来公司持续加大与品牌客户合作,品牌客户收入规模有所提升;同时,中小客户受宏观经济变化冲击较大,中小客户和以小客户为主的大理理商客户采购额有所降低,导致公司客户结构逐渐向品牌客户倾斜,品牌客户收入占比由2019年的46.40%提升至2023年的74.43%。由于品牌客户采购规模较大,议价能力较强,毛利率相对较高,其占比提升导致整体毛利率下降。另一方面,受宏观经济波动等因素影响,下游客户营销投入更加谨慎,公司品牌客户毛利率呈下降趋势,且2023年中小客户和代理商客户毛利额也有所下降,导致红人营销平台业务整体毛利率进一步下滑。

3、期间费用使用情况

2019-2023年,公司期间费用具体如下:

单位:人民币万元					
项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
销售费用	29,097.45	31,886.08	28,983.18	13,741.50	10,506.94
管理费用	21,584.82	20,408.71	15,480.69	8,601.03	5,922.15
研发费用	10,566.09	16,572.36	12,946.07	7,472.23	5,321.92
财务费用	115.37	-1,616.40	-2,441.45	-924.31	-1,667.65
期间费用合计	57,362.85	67,239.74	54,968.49	20,890.45	20,513.36