证券代码:600228　证券简称:返利科技　公告编号:2024-036

返利网数字科技股份有限公司关于对上海证券交易所《关于返利网数字科技股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》的回复公告

本公司董事会及全体董事保证公告内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要风险提示:

● 行业波动风险。返利网数字科技股份有限公司(以下简称“公司”或“本集团”)所处行业属于电子商务平台下游产业,互联网流量红利消退,拓展及保持用户成本上升、难度增加;新兴电商平台高速扩张,消费者偏好变化,商家在传统电商平台的营销预算投入受到新兴电商平台的吸引,行业面临变革压力、周期波动的挑战,公司部分产品或服务受到影响而存在波动的风险,请投资者充分注意风险。

● 业绩补偿股份回购注销风险。截至本公告披露日,业绩补偿义务方上海睿净企业管理咨询事务所(有限合伙)(以下简称“上海睿净”)未在约定期限内履行2022年股份补偿相关承诺,其2022年应补偿股份为2,054,866股,公司已向人民法院提起诉讼,积极维护公司及股东合法权益。依据公司股东大会相关决议,2023年各补偿义务方应补偿股份合计为182,263,652股,相关手续正在办理中,最终结果及具体时间进展存在不确定性。公司将密切关注有关进展,依据有关规定及时披露有关信息,提醒投资者注意相关风险。

其他相关风险详见本公告“三、其他说明及风险提示”部分。

近期,公司收到上海证券交易所上市公司监管二部《关于返利网数字科技股份有限公司2023年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函[2024]0657号)(以下简称“《监管工作函》”)。公司收到《监管工作函》后,组织券商、审计机构对《监管工作函》所涉及的问题积极进行了逐项核查落实,就相关内容进行回复并披露如下:

一、关于主营业务变动

近年来,公司主营业务包括在线导购服务、整合营销及广告服务、平台技术服务、其他服务等。报告期内收入构成变动较大,折扣券代运营业务收缩,新增社群拉新广告服务,导致平台技术服务收入占比下降,广告推广业务收入占比上升。

1.关于广告推广业务。年报显示,2023年广告推广营业收入为8,572.54万元,同比增长66.76%;毛利率为72.73%,同比增加18.12个百分点。报告期内新增社群拉新服务,实现收入3,100万元,占广告收入的40%;展示类广告收入亦提升明显,占广告收入的30%。

请公司:(1)补充披露社群拉新广告业务的具体开展模式,包括上下游类型、公司提供的服务内容、主要考核指标、结算周期等收入确认方式是总额法还是净额法,是否符合《企业会计准则》的规定,并列示该业务前五大客户、供应商的名称,是否为公司关联方,交易内容及金额等信息;(2)补充披露展示类广告新增客户的名称、交易内容及金额、给予客户的信用政策及回款情况等,并说明该业务收入确认方式是总额法还是净额法,是否符合《企业会计准则》的规定;(3)结合报告期内广告推广业务变动情况,定量分析广告业务毛利率大幅增长的具体原因。

请年审会计师针对涉及公司业务收入的问题,说明就公司业务销售收入的真实性、准确性所实施的审计程序,并说明所获审计证据的充分性与适当性。请年审会计师、重组独立财务顾问对前述问题发表意见。

公司回复:

(一)社群拉新广告业务主要为公司为社群运营商客户提供拉新、增粉广告服务,依据《企业会计准则》及业务运营实际情况,相关业务收入结算方式为总额法。

1.社群业务行业概况

(1)社群业务简介

品牌方或社群运营商通过运营微信群、粉丝群等,在吸引用户关注后,将商品、服务或优惠信息以推送、对话、页面展示等方式连接消费者,实现内容、社交互动或商品销售、服务提供,进而获取相应销售收入或其他收益。社群品牌方或运营商获取用户的渠道,既包括线下门店、公域传播、跨互联网平台获取,也包括自我营销、广告推广吸引关注,扩大粉丝或用户关注等。

终端用户是私域社群的起点和终点。部分品牌商或社群运营商基于实现运营目标、扩大用户规模等原因,除采取自我推广宣传方式外,还会选择委托各类服务商进行推广宣传,提升社群运营规模及转化。根据配套服务的分工角色不同,可以分为流量代理服务商、广告或营销服务商、运营维护服务商(代运营)、信息数据服务方等服务方。流量代理服务商、广告服务商、运营维护服务商(代运营)、信息数据服务方通过提供的不同服务类型及服务约定,对品牌方和社群运营方收取相应服务费用。

(2)私域社群广告业务主要参与方(行业上下游)

从社群拉新广告业务而言,私域社群业务主要参与方(行业上下游)有:①基础平台:社群平台服务商,目前主要为腾讯下属的微信、字节跳动下属的抖音等平台,平台商根据其自身的运营或服务协议相应收取商家费用或供商家免费使用。②上游:流量代理服务商,流量代理服务商一般在抖音、腾讯、快手、微博等高频、活跃的视频类、社交类流量平台具备代理、投放资源及渠道,通过接受客户委托,将推广内容通过各类方式触达平台用户,一般根据投放量或约定的效果指标获取代理推广服务收入;③中游:广告服务商(公司),广告服务商接受社群品牌方或运营商的委托,利用自身投放策略选择能力或广告素材创作能力,为社群品牌方或运营商提供广告、宣传、推广方案及服务。基于效果考核的社群推广服务,广告服务商一般会选择流量代理服务商进行流量投放、增大广告收益,最终根据与社群品牌方或运营商的广告服务约定收取服务费用;④下游:私域社群品牌方、运营维护服务商(代运营),社群运营商,如前所述,品牌方、代运营方或社群运营商为微信群、粉丝群的实际运营管理方及获益方,根据其社群拓展需要,接受广告服务商的推广服务并支付广告费。

2.公司的社群拉新广告业务流程、考核指标、结算周期及会计确认

2023年,公司尝试新增社群拉新广告服务,基于公司在快团团、本地社区等业务的经验积累,逐步开拓以社群拉新为主的广告服务业务。公司的社群拉新广告服务主要模式为:公司接受客户拉新、增粉需求委托,开展相关广告业务目标设定、渠道筛选、模型测算、数据监测及投放策略优化等,为社群运营商提供推广信息陈列展示、增加曝光度或吸引用户关注等服务,通过相关流量代理服务商在视频类、社交流量平台进行营销推广,放大广告效果,最终帮助社群运营商实现终端用户拉新增粉、规模增加等运营目标,助力社群运营商在私域运营的效果转化。基于公司在优惠信息供给、整合营销方面的长期经验及团队积累,公司在社群拉新成本控制方面具有一定优势。

(1)业务流程

①客户向公司提出社群拉新、增粉的委托或需求,包括但不限于用户画像、目标渠道、拉新增粉数量或效果等;②公司结合行业价格、获客成本等因素向客户进行报价,经双方协商确定服务价格或收费方案;③公司按照客户需求,经过模型测算、渠道筛选、方案拟定等,为客户提供推广服务商在视频类、社交等高流量平台进行投放,吸引用户通过推广链接或界面点击添加、关注社群号、根据引导进入客户社群,期间进行数据监测及投放策略优化;④公司与流量代理商结算投放费用;⑤公司与客户依据协议进行拉新增粉的核对并结算相关广告费用。

(2)主要考核指标及结算周期

社群拉新广告业务考核指标主要以用户实际添加企业微信或进群数量为基准,经公司与客户协商确定。报告期内,公司与主要社群拉新广告客户约定的考核指标为:①2023年5月至2023年9月,公司与客户以用户实际进群数据进行结算。②2023年10月起,头部客户因前期进群用户转化效果波动,进而要求对公司推广效果设置考核指标,考核指标为完成拉新3个月后的留存率;公司与客户确认拉新数据后,公司确认合同价款55%的广告收入;完成拉新3个月后,公司根据双方认可的考核结果,确认验收完成部分的广告收入。留存率考核是客户经与公司协商,对公司提出的拉新质量保证要求。相关留存率考核期间,公司针对已经交付的拉新粉丝的留存率质量进行跟踪,根据考核结果与客户进行结算。

结算周期:按月对账、确认上月结算金额并开票,客户收到发票后6个月内分期支付。

2023年内,公司社群拉新广告业务完成结算3,118.70万元。此外,2023年10月–12月已完成拉新服务但留存率考核尚未到期的部分,公司基于审慎性原则并严格结合业务及收入确认标准,在业务考核期结束后,就双方认可的考核结果进行业务结算,2024年结算收入429.41万元。

(3)收入确认方式

根据《企业会计准则第14号——收入》第34条之规定,企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权,判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的,该企业为主要责任人,应当按照已收或应收对价总额确认收入;否则,该企业为代理人,应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入,该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额,或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

针对2023年度社群拉新广告业务,公司结合业务运营实质、风险及责任分担、自主决策等方面情况,采用总额法确认相关业务收入,具体分析如下:

序号	主要考虑因素	是否满足	具体说明
1	向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权	是	公司向客户转移拉新、增粉用户前,能够自主控制广告服务的全部劳务行为(模型测算、渠道筛选、方案拟定、数据监测及投放策略优化)以及对应的用户关注权益或潜在经济利益,虽然公司委托了部分流量代理商在相关渠道进行流量投放或其他辅助服务,在公司依广告服务协议约定转交前进增粉用户或潜在经济利益前,客户或第三方不控制或享有该等拉新增粉广告推广服务所带来的用户关注及其经济利益。
2	企业是否能够自主选择供应商与客户	是	自主选择客户方面:①公司可以自主选择是否开展相关广告推广业务及客户;②潜在客户磋商业务、提出社群拉新需求时,公司可以自主选择何种方案或是否为客户服务;③公司有终止客户委托或停止为客户提供广告服务的权利或能力。 自主选择供应商方面:①客户在广告服务协议中未指定供应商进行推广,公司可根据客户的需求自主决定是否选择推广供应商以及选择何种供应商;②客户在广告服务协议中若指定目标渠道的,公司亦可根据不同推广供应商的动态推广效果而自主选用、停用相关供应商。
3	是否有权自主决定所交易商品的价格	是	公司作为社群运营客户的一级推广服务商,可以自主与客户友好协商,确定社群拉新推广服务的销售价格、推广效果约定或验收标准; 公司可以与流量代理商协商投推广曝光量等作为推广效果进行推广费用的结算。 因此,在社群拉新广告服务中,公司拥有自主决定广告服务价格的定价权。
4	是否承担向客户转让商品的主要责任及风险	是	公司与客户、供应商分别签订销售、采购合同,公司与客户、供应商三方之间的责任义务能够有效区分,结合准则及相关主要条款,具体如下: 从采购端(供应商、流量代理商)来看:供应商未以任何形式授权或许可公司代理其商业服务活动,公司承诺无论公司与公司客户之间形成或存在任何法律关系,公司均应以自己的名义与其客户签订相应协议并作为协议当事人直接享有权利和承担义务,如因公司违反与公司客户签署协议约定或因公司客户约定不明等出现任何争议或纠纷的,由公司自行与客户解决,供应商不承担任何形式的法律责任。信息推广结果和效果受多种因素影响,包括但不限于公司产品状况、内容素材质量、投放策略和外部竞争环境变化等,但无论采用何种信息推广方式和计费方式,供应商和信息服务平台均不对公司和客户使用相关合同服务的推广效果及公司产品的销量、经营业绩、投资收益等作任何明示或暗示承诺。 从销售端(客户)来看:合作期间,若公司出现任何违规行为,一经发现,客户有权履行为严重程度要求公司返还其已支付的费用,且有权不再支付尚未支付的费用。交付义务前,公司承担推广服务验收的主要风险。同时,公司对向客户所提供的社群拉新广告服务承担了质量和效果保证责任。 从购销核心交付过程来看:公司在向客户实质性交付广告服务实质内容(即拉新增粉服务)前,无法将无论是自营或外购的推广支出、推广效果的变动风险动态、以及推介行为对应的法律责任转嫁给客户,同时采购及销售过程,资金流入流出均通过公司完成。 综上,公司承担了交易的主要责任及风险。

如前所述,公司在开展社群拉新广告业务的过程中,公司向客户转让前拥有对相关广告服务的控制权,公司承担拉新推广等广告服务的主要责任及风险,能够自主选择并且可以自主定价,公司系该广告服务的主要责任人。因此,公司采用总额法确认收入,相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2024年1–5月,考虑到互联网电商在上半年处于行业淡季,公司社群拉新广告业务发展方向为继续保持头部客户的合作,基于客户履约能力评估等因素,公司与1家中小客户停止合作,该业务未有新增客户。截至2024年5月31日,公司社群拉新广告业务收入1,500万元左右(未经审计)。结合行业发展空间、业务季节波动、消费行为及社群拉新广告客户投放预算等因素,公司审慎判断社群拉新广告业务有望保持一定的持续性。

3.社群拉新广告业务客户情况

社群拉新广告业务系公司2023年拓展新增的业务,尚处于业务发展初期,同时公司社群拉新广告业务团队规模有限,公司优先服务头部客户等原因,公司社群拉新广告业务客户较为集中。2023年,公司社群拉新广告业务客户如下:

单位:万元人民币

序号	客户名称	销售金额(不含税)	服务内容	是否为公司关联方
1	敬蕊(上海)信息科技有限公司	3,081.98	社群拉新广告	否
2	赣州腾速企业管理咨询服务有限公司	25.96	社群拉新广告	否
3	上海球袭科技有限公司	10.76	社群拉新广告	否
合计	/	3,118.70	/	/

公司与敬蕊(上海)信息科技有限公司(以下简称“上海敬蕊”)于2023年5月起开始合作,因与赣州腾速企业管理咨询服务有限公司(以下简称“赣州腾速”)、上海球袭科技有限公司(以下简称“上海球袭”)开始时间合作较晚、且合作规模较小,故2023年上海敬蕊占同类业务收入比例较高。前述客户系相关企业微信号、微信社群的实际运营方或控制方,主要运营社群、向用户推荐销售电商平台的商品。前述客户基于业务拓展需求委托公司开展拉新、增粉服务,用户关注其企业微信号或加入其微信社群后,前述客户向用户推送美妆、零食、日用百货等类别的商品,实现收益。

经公开信息检索、内部核查,上海敬蕊、赣州腾速、上海球袭与公司均不存在关联关系。

(1)上海敬蕊基本信息

公司名称	敬蕊(上海)信息科技有限公司
统一社会信用代码	91310112MA1GEE2P54
企业性质	有限责任公司(自然人独资)
注册资本	1,000万元人民币
注册地址	上海市崇明区崇镇宏海公路2050号(上海崇镇经济开发区)
法定代表人	陈建帮
主要办公地点	上海市宝山区长逸路188号1幢10层A区160室
成立日期	2021年4月12日
主营业务	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;信息系统集成服务;网络与信息安全软件开发;信息系统运行维护服务;信息技术咨询服务;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);人工智能公共服务平台技术咨询服务;大数据服务;数据处理服务;计算机系统服务;数据处理和存储支持服务;云计算装备技术服务;工业互联网数据服务;电子元器件零售;电子元器件批发;软件开发;互联网数据服务;日用百货销售;数字文化创意技术装备销售;办公设备销售;互联网销售(除销售需要许可的商品);社会经济咨询服务;企业管理咨询;咨询策划服务;市场营销策划;企业形象策划;广告设计、代理;广告发布(非广播电台、电视台、报刊出版单位);广告制作;品牌管理;日用杂品销售;组织文化艺术交流活动;平面设计(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。

(2)赣州腾速企业管理咨询服务有限公司

公司名称	赣州腾速企业管理咨询服务有限公司
统一社会信用代码	91360702MA7DJWTC5N
企业性质	有限责任公司(自然人投资或控股)
注册资本	100万元人民币
注册地址	江西省赣州市章贡区长征大道31号(赣州商会大厦)8–1#S052#写字楼(集群注册)
法定代表人	葛跃光
主要办公地点	江西省赣州市章贡区长征大道31号8–1 S052写字楼
成立日期	2021年11月26日
主营业务	一般项目:企业管理咨询,国内贸易代理,信息系统集成服务,技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广,信息技术咨询服务,平面设计,市场营销策划,互联网销售(除销售需要许可的商品),信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务)(除许可业务外,可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目)

(3)上海球袭基本信息

公司名称	上海球袭科技有限公司
统一社会信用代码	91310114MA1GY6U0C
企业性质	有限责任公司(自然人独资)
注册资本	100万元人民币
注册地址	上海市奉贤区莘奉公路4869号1层
法定代表人	魏雪丽
主要办公地点	上海市奉贤区莘奉公路4869号1层
成立日期	2021年6月1日
主营业务	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;工程和技术研究和试验发展;建筑材料销售;卫生洁具销售;五金产品零售;互联网销售(除销售需要许可的商品);国内贸易代理(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目:建设工程设计;各类工程建设活动;住宅室内装饰装修(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)。

4.社群拉新广告业务前五大供应商情况

因公司社群拉新广告业务系2023年新增的业务拓展,公司主要依据相关供应商推广投放特性,选择在抖音、快手、腾讯、微博等视频、社交流量平台具有优势的供应商开展合作,吸引潜在终端用户关注。2023年,公司社群拉新广告业务前五大供应商列示如下:

单位:万元人民币

序号	供应商名称	采购金额(含税)	采购内容	是否为公司关联方
1	傲星集团	1,170.74	广告推广	否
2	广州市快推网络技术有限公司	1,052.01	广告推广	否
3	广州山水网络科技有限公司	410.96	广告推广	否
4	江西国联文化传媒有限公司	199.13	广告推广	否
5	上海盟聚信息科技有限公司	179.63	广告推广	否
合计	/	3,012.47	/	/

注1:公司供应商杭州傲星辉煌科技有限公司(以下简称“杭州傲星”)为供应商江西傲星科技有限公司(以下简称“江西傲星”)之全资子公司,前述两家供应商上表统称“傲星集团”。上表中采购金额按同一客户进行合并统计;

注2:公司与上表中部分供应商存在其他推广业务合作,上表仅统计公司因社群拉新广告业务的采购金额。

经公开信息检索、内部核查,前述供应商与公司不存在关联关系。公司与前述供应商以点击或曝光量等为依据进行结算,未设置考核指标,付款时间整体为公司接受供应商服务后一个月左右。

(1)傲星集团下属企业

①杭州傲星基本信息

公司名称	杭州傲星辉煌科技有限公司
统一社会信用代码	91330183MA2KD6P036
企业性质	有限责任公司(非自然人投资或控股的法人独资)
注册资本	1,000万元人民币
注册地址	浙江省杭州市富阳区银湖街道富闻路9号银湖创新中心11号2层257室
法定代表人	杨丽云
主要办公地点	浙江省杭州市钱塘区杭州市江干区下沙佳宝科创中心4号楼609
成立日期	2021年1月7日
主营业务	一般项目:软件开发;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;信息系统集成服务;智能基础制造装备制造;软件外包服务;信息系统运行维护服务;日用百货销售;网络与信息安全软件开发;农副产品销售;钟表与计时仪器销售;宠物食品及用品零售;乐器批发;汽车装饰用品销售;办公用品销售;体育用品及器材零售;户外用品销售;日用品销售;家用视听设备销售;家用电器销售;照相机及器材销售;照相器材及望远镜零售;化妆品零售;服装服饰零售;鞋帽零售;工艺美术品及收藏品零售(象牙及其制品除外);箱包销售;厨具卫具及日用杂品零售;家具销售;家居用品销售;食用农产品零售;水产品零售;针纺织品销售;针纺织品及原料销售;互联网销售(除销售需要许可的商品);广告设计、代理;广告制作;广告发布(非广播电台、电视台、报刊出版单位);市场营销策划;企业管理咨询;会议及展览服务;平面设计;组织文化艺术交流活动;人工智能应用软件开发(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目:食品经营;食品互联网销售;第二类增值电信业务;网络文化经营;互联网信息服务(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)。

②江西傲星基本信息

公司名称	江西傲星科技有限公司
统一社会信用代码	91361100MA396QT250
企业性质	其他有限责任公司
注册资本	1,2039528万元人民币
注册地址	江西省上饶市高铁经济试验区茶圣东路666号4幢4–1
法定代表人	杨丽云
主要办公地点	江西省上饶市高铁经济试验区茶圣东路文创中心3号楼4楼
成立日期	2020年4月3日
主营业务	许可项目:互联网信息服务,出版物批发,出版物零售,电子出版物制作,第二类增值电信业务(依法须经批准的项目,经相关部门批准后在许可有效期内方可开展经营活动,具体经营项目以审批结果为准)。一般项目:数字技术服务,数据处理服务,数字内容制作服务(不含出版发行),计算机系统服务,软件开发,软件销售,信息系统运行维护服务,技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广,信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务),市场营销策划,信息技术咨询服务,广告设计、代理,广告制作,平面设计,广告发布,企业管理,网络与信息安全软件开发,信息系统集成服务,智能基础制造装备销售,会议及展览服务,组织文化艺术交流活动,软件外包服务,人工智能应用软件开发(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)

(2)广州市快推网络技术有限公司(以下简称“快推网络”)基本信息

公司名称	广州市快推网络技术有限公司
统一社会信用代码	91440101MA5CPU6627
企业性质	其他有限责任公司
注册资本	100万元人民币
注册地址	广州市天河区元岗路310号之二406、407室
法定代表人	欧哲
主要办公地点	广州市天河区元岗路310号之三201室
成立日期	2019年4月25日
主营业务	计算机软硬件及辅助设备零售;计算机软硬件及辅助设备批发;软件开发;信息技术咨询服务;技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;平面设计;会议及展览服务;礼仪服务;健康咨询服务(不含诊疗服务);项目策划与公关服务;市场营销策划;企业形象策划;体育赛事策划;体验式拓展活动及策划;版权代理;广告发布(非广播电台、电视台、报刊出版单位);广告制作;广告设计、代理;通讯设备销售;信息系统集成服务;网络技术服务;数据处理服务;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);信息技术咨询服务;软件外包服务;企业管理;(除销售需要许可的商品)工业设计服务;数字内容制作服务(不含出版发行);专业设计服务;数字文化创意软件开发;企业管理;企业管理咨询;社会经济咨询服务;国内贸易代理;数据处理和存储支持服务;科技中介服务;咨询策划服务;第二类增值电信业务;互联网信息服务;

(3)广州山水网络科技有限公司(以下简称“山水网络”)基本信息

公司名称	广州山水网络科技有限公司
统一社会信用代码	91440106MA59ACPX0Q
企业性质	有限责任公司(自然人独资)
注册资本	100万元人民币
注册地址	广州市天河区东圃二马路67号22、23、24房部位23–404房(仅限办公)
法定代表人	郭壮新
主要办公地点	广州市天河区东圃二马路67号盈科智谷23–404室
成立日期	2015年10月14日
主营业务	母婴生活护理(不含医疗服务);市场营销策划;组织文化艺术交流活动;广告制作;广告设计、代理;图文设计制作;工艺美术品及礼仪用品销售(象牙及其制品除外);类发饰品销售;洗具销售;办公用品销售;日用木制品销售;日用杂品销售;卫生陶瓷制品销售;灰具销售;物联网设备销售;游艺用品及室内游艺器材销售;音响设备销售;钟表与计时仪器销售;办公设备耗材销售;软件销售;电气机械设备销售;皮革制品销售;汽车装饰用品销售;互联网销售(除销售需要许可的商品);灯具销售;玩具、动漫及游艺用品销售;户外用品销售;粮包销售;眼镜销售(不含隐形眼镜);钟表销售;母婴用品销售;礼品花卉销售;日用品销售;个人卫生用品销售;针纺织品销售;日用品批发;家用电器零配件销售;家具零配件销售;家居用品销售;劳动保护用品销售;特种劳动防护用品销售;卫生用品和一次性使用医疗用品销售;化妆品批发;电子元器件批发;日行车及零配件批发;办公设备销售;仪器仪表销售;计算机软硬件及辅助设备批发;五金产品批发;第二类医疗器械销售;第一类医疗器械销售;照相器材及望远镜批发;游艺及娱乐用品销售;工艺美术品及收藏品批发(象牙及其制品除外);珠宝首饰批发;体育用品及器材批发;文具用品批发;家用电器销售;日用百货销售;厨具卫具及日用杂品批发;鞋帽批发;服装服饰批发;针纺织品及原料销售;食用农产品批发;农副产品销售;保健食品(预包装)销售;食品销售(仅销售预包装食品);食品互联网销售(仅销售预包装食品);信息技术咨询服务;物联网技术服务;软件开发;网络技术服务;网络文化经营;出版物互联网销售;出版物零售;出版物批发;第二类增值电信业务;广播电视节目制作经营;营业性演出;音像制品制作;食品销售;

(4)江西国联文化传媒有限公司(以下简称“国联文化”)基本信息

公司名称	国联文化
统一社会信用代码	91360104MA3995W15M
企业性质	其他有限责任公司
注册资本	1,000万元人民币
注册地址	江西省上饶市高铁经济试验区茶圣东路666号4幢4–1
法定代表人	杨丽云
主要办公地点	江西省上饶市高铁经济试验区茶圣东路文创中心3号楼4楼
成立日期	2020年4月3日
主营业务	许可项目:食品销售(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动,具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准)一般项目:网络技术服务,软件开发,信息技术咨询服务,技术服务,技术开发,技术咨询,技术交流,技术转让,技术推广,广告设计、代理,计算机软硬件及辅助设备零售,家居用品销售,服装服饰零售,针纺织品销售,粮包销售,电子产品销售,家用电器销售,日用百货销售,化妆品零售,建筑陶瓷制品销售,特种陶瓷制品销售,国内贸易代理,互联网销售(除销售需要许可的商品)(除许可业务外,可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目)

(5)上海盟聚信息科技有限公司(以下简称“盟聚信息”)基本信息

公司名称	盟聚信息
统一社会信用代码	91310113MA1GK69Q9L
企业性质	有限责任公司(自然人投资或控股的法人独资)
注册资本	220,000万元人民币
注册地址	上海市宝山区长江路258号3幢B1–7001室
法定代表人	游凤梅
主要办公地点	上海市宝山区长江路258号
成立日期	2015年12月29日
主营业务	一般项目:技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广;人工智能应用软件开发;软件销售;软件开发;广告制作;广告发布;广告设计、代理;数字广告发布;市场营销策划;企业形象策划;平面设计;国内贸易代理;计算机软硬件及辅助设备零售;信息咨询服务(不含许可类信息咨询服务);信息技术咨询服务;软件外包服务;企业管理;企业管理咨询;电子产品销售;电影摄制服务;电影制片;摄影扩印服务;摄像及视频制作服务。(除依法须经批准的项目外,凭营业执照依法自主开展经营活动)

(二)2023年,公司展示类广告业务策略、拓展策略及渠道方式发生调整,展示类广告客户数量及收入有所恢复。公司展示类广告新增客户主要为公司传统广告业务中的新拓客户,依据《企业会计准则》及业务实际,相关业务收入结算方式为总额法。

1.报告期内公司展示类广告业务概况

2022年,受公共卫生事件等因素影响,广告行业整体下滑。2023年,随着市场环境逐渐恢复,中国互联网广告行业逐步回暖。随着2023年下半年广告投放信心的略微回暖,公司加大了重点客户的开拓,公司签约广告客户投放整体增加,广告收入有所增长。2023年,公司积极采取调整广告类业务策略、客户拓展策略及广告渠道等方式拓展展示类广告客户数量及收入。因此,2023年的展示类广告同比2022年增长较为明显,收入恢复到2021年的水平。公司2023年展示类广告业务具体情况如下:

(1)展示类广告类业务策略优化调整

公司目标客户拓展由大平台、大品牌转向新品牌、小众品牌商家。2022年底开始,结合公司自身广告策划、推广能力及与不同客户群体的匹配性,公司对展示类广告业务拓展策略进行了调整,将客户开拓目标从大平台、大品牌、知名品牌客户转向新兴的消费品牌和小众品牌客户。

加强组织结构、团队调整,降低不必要的开支。随着公司经营策略调整,公司对应进行了组织结构及销售团队调整,对销售人员、业务渠道进行了精简,同时对销售、商务拓展等费用进行了精细化管理,降本控费。

(2)展示类广告客户拓展策略调整

在广告资源投放方面,公司广告资源向大单客户倾斜。2023年,因公司展示类广告客户策略的调整及广告业务调整、团队规模减小,公司将广告客户重点集中在收入100万以上的大客户,降低小客户的维护成本,展示类广告客户呈现头部化趋势。2023年,展示类客户广告投放的主要目的为自身产品(新品)推广、提升品牌度等。从广告客户方面分析,2023年公司广告收入100万以上的客户数量上升了30%、投放金额同比增加。

在重要节点营销方面,公司积极引导部分原有客户新增投放公司的展示广告。公司结合与原有客户的历史合作经验,基于对原有客户营销、推广需求的深度了解,在广告主行业或季节性营销关键节点(Campaign节点)、广告主自身新品上市宣传等关键期,为客户提供定制化广告宣传提案,获得了上海丰收盟庄食品有限公司(以下简称“上海丰收”)等公司原有广告客户转增投展示类广告。

在客户拓新方面,公司通过产业链协同拓展、用户画像拟合等方式拓展新客户。2023年,在传统大广告主投放收缩的背景下,公司为提升广告业务、增加客户拓展的成功率、更好服务客户,根据自身已有业务合作方的产业链上下游、返利APP用户画像,寻找、重点突破产业链协同较好的客户、用户画像重叠度较高的新兴品牌客户,成功拓展了小米生态链企业上海摩象网络科技有限公司(以下简称“上海摩象”)等客户。

(3)展示类广告业务渠道优化调整

2023年,为有效提升公司业务,公司建立以核心管理层为领导的战略客户拓展项目组。公司充分利用相关社交、媒介资源,快速筛选和接洽潜在客户,采取缩短中间商环节、加强广告直客销售管理等方式,进而尽量压缩磋商成本、提升拓客效率及成功率、增强合作互信,同时节约了不必要的销售商务支出、节省代理中间商的各项支出等,一定程度提高了业务毛利率和业务收益。

(4)报告期内公司展示类广告客户情况

2023年,公司展示类广告客户主要为原有客户转增投放展示类广告、新拓客户投放展示类广告,新增客户大部分为新兴消费品牌或小众品牌客户。公司2023年新增展示类广告客户情况如下:

客户名称	是否2023年新增展示类客户	是否存在历史合作	备注
上海丰收蟹庄食品有限公司	是	是	历史客户转增展示类合作
长坡(杭州)饮品有限公司	是	是	历史客户转增展示类合作
上海类融商务咨询有限公司	是	是	广告业主方为历史展示类老客户,更换投放渠道
艺龙网信息技术(北京)有限公司	是	是	长期导购合作客户部分转展示类合作
上海令妍生物科技有限公司	是	否	2023新增客户
上海乐享似锦科技股份有限公司	是	否	2023新增客户
上海乐臭企业管理有限公司	是	否	2023新增客户
上海摩象网络科技有限公司	是	否	2023新增客户
上海润米科技有限公司	是	否	2023新增客户
美洋数字传播有限公司	是	否	2023新增客户

2.展示类广告新增客户概况

本报告期新增展示类客户10家,含税交易金额2,021.95万元,截至本公告披露日,合计回款比例为89.98%,具体明细如下表:

单位:万元人民币

序号	客户名称	交易金额(含税)	服务内容	信用政策	截至本公告披露日回款比例(%)
1	上海丰收蟹庄食品有限公司	600.00	自有媒体广告投布	服务结束30日内	100.00
2	长坡(杭州)饮品有限公司	414.75	自有媒体广告投布	服务结束30日内	100.00
3	上海令妍生物科技有限公司	315.00	自有媒体广告投布	服务结束且对账无误30日内	100.00
4	上海乐享似锦科技股份有限公司	300.00	自有媒体广告投布	服务结束、对账无误且收到发票10日内	50.00
5	上海乐臭企业管理有限公司	173.80	自有媒体广告投布	对方验收且收到发票30日内	100.00
6	上海摩象网络科技有限公司	105.00	自有媒体广告投布	对方验收且收到发票180日内分批支付	50.00
7	上海润米科技有限公司	96.00	自有媒体广告投布	签署协议后120日内	100.00
8	上海类融商务咨询有限公司	7.20	自有媒体广告投布	协议生效后14日内	100.00
9	艺龙网信息技术(北京)有限公司	7.20	自有媒体广告投布	对方验收且收到发票20日内	100.00
10	美洋数字传播有限公司	4.00	自有媒体广告投布	对方验收且服务季度结束后60日内	100.00
合计	/	2,021.95	/	加权平均回款比例	89.98

注1:本表仅统计列示2022年未与公司发生展示类广告业务且仅在2023年度内与公司发生展示类广告的客户,不包含前述并集表述以外的客户。

注2:乐享似锦已向公司申请延期付款。

注3:依据公司与上海摩象开票及付款约定,相关款项应当于2024年8月前支付,相关应收账款未逾期。

截至本公告披露日,公司2024年展示类广告收入为150万元左右(未经审计),尚未新增客户。一方面,上半年属于互联网电商广告行业相对淡季,客户投放意愿及投放预算分布均相对较低;另一方面,公司与部分客户签署了广告投放框架协议,相关客户品牌展示类投放预算主要集中在下半年。公司主要向客户了解品牌的当年规划、营销目标、新品主推品计划等,为下半年的设计投放计划及方案做准备,围绕着稳住原有客户、拓展新客户目标开展业务。

3.前述客户的展示类广告业务采用总额法收入确认符合会计准则规定

公司自营的展示类广告服务主要为公司利用自身媒体资源(APP、网站、小程序等),向客户提供广告展示服务,广告展示位置包括开机屏、首页焦点图、弹窗等,公司根据发布位置及发布时长等与客户结算。公司同客户签订《互联网广告发布合同》,依据双方商议约定的服务条款为其提供广告发布服务,广告发布完毕、经客户验收后,公司确认收入。该种展示类广告服务收入的确认方式为总额法,公司对该种展示类广告的收入确认方式未发生变化。

报告期内,公司新增的上海丰收等展示类客户10