证券代码:603721 证券简称:中广天择 公告编号:2024-020

中广天择传媒股份有限公司 关于上海证券交易所对公司2023年年度报告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。

中广天择传媒股份有限公司（以下简称“公司”或“中广天择”）近期收到上海证券交易所《关于中广天择传媒股份有限公司2023年度报告的信息披露监管工作函》（上证公函【2024】0713号）（以下简称“工作函”）。现就《工作函》中有关问题回复如下：

1.年报披露，公司报告期营业收入为2.32亿元，同比增长9.31%；归母净利润为-0.09亿元，由盈转亏，扣非后归母净利润为-0.47亿元，亏损同比扩大。报告期内，公司主营的传媒业务收入为2.11亿元，主要包括节目销售及制作服务、电视剧播映权运营、影视剧投资、MCN运营、数字版权保护及服务，对应营业收入分别同比变化10.76%、-26.80%、42.92%、88.34%、48.71%，其中数字版权保护及服务为2022年新增业务。此外，公司2023年新增文旅运营业务。

请公司补充披露：（1）近两年新增相关业务的主要考虑，具体业务模式、主要客户和供应商及对应交易金额、收入确认方法，目前盈亏情况及对公司业绩的影响；（2）结合行业发展情况、竞争格局、主要客户及是否存在关联关系，说明传媒各类业务收入变化较大的原因及合理性，相关收入确认是否准确；（3）结合各类业务成本费用情况，说明公司营业收入增长但利润亏损加大的原因及合理性，是否涉及贸易类业务或不具备商业实质的业务；（4）结合上述情况，进一步说明公司营业收入规模较小、主业盈利能力较弱的原因，相关因素是否具有持续性，后续改善盈利能力的措施，并就相关不确定性充分提示风险。请年审会计师对问题（1）（2）（3）发表意见。

公司回复：

（1）近两年新增相关业务的主要考虑，具体业务模式、主要客户和供应商及对应交易金额、收入确认方法，目前盈亏情况及对公司业绩的影响：

1）数字版权保护及服务

①数字版权保护及服务包括数字版权保护及数字版权交易业务，业务模式如下：

数字版权保护业务。公司为客户提供版权评估和管理服务，将客户的原创作品上传到公司平台并提供区块链存证凭证，同时监测作品在互联网的传播情况。与客户签订服务协议后，公司通过V链平台（该平台是由公司控股子公司湖南马栏山天择微链科技有限公司开发及运营的全域数字资产交易及保护平台）根据客户需求为作品提供区块链存证凭证和监测及存证服务后（部分监测及存证服务向第三方外采）公司通过提供版权综合管理服务获取利润。

数字版权交易业务。公司通过V链平台与版权方合作，分析和评估互联网上的音视频作品。选择未经授权且使用量大、无版权争议且具有独创性的作品，与版权方协商购买著作权。公司购买著作权及销售著作权均为独立交易及独立定价。公司购买著作权后，根据公司平台分析潜在客户，依据客户对版权的需求定价，完成签约，提供区块链存证凭证和监测及存证服务（部分监测及存证服务向第三方外采），完成著作权转让。公司通过版权汇集、溯源、监测、评估和存证等全流程服务获利。

②主要客户和供应商及对应交易金额

2022至2023年，客户需求变化导致数字版权业务从保护转向交易，故客户及供应商变化较大，下表列示的主要客户和供应商与公司均无关联关系，2022年度及2023年度数字版权保护及服务客户及供应商交易金额列示如下：

主要客户交易金额

单位:万元

年度	客户名称	销售内容	交易金额
2023年度	湖南文曲知识产权服务有限公司	著作权及版权监测报告、区块链存证证明	323.08
	湖南纯阳文化传媒集团有限公司		191.77
	湖南礼至文化传播有限公司		142.92
	长沙策邦文化传播有限公司		130.07
	湖南新联盛国际贸易有限公司	版权监测报告及存证证明、区块链存证凭证	113.21
	合计		901.05
2022年度	辽宁君合知识产权代理有限公司	著作权及版权监测报告、存证证明、区块链存证凭证	223.82
	圣创信息科技（辽宁）有限公司		237.88
	北版（辽宁）知识产权服务有限公司		213.11
	深圳市刺猬传媒有限公司		146.51
	长沙泰情网络科技有限公司		2.80
	合计		824.12

主要供应商交易金额

单位:万元

年度	供应商名称	采购内容	交易金额
2023年度	辽宁君合知识产权代理有限公司	著作权	384.26
	北版科技（辽宁）有限公司	版权监测报告、存证证明	373.16
	大连溪亭鸿鹭策划服务有限公司	著作权	178.26
	配配通（上海）贸易服务有限公司	APP开发	27.96
	阿里云计算有限公司	云储存服务	26.06
	合计		989.71
2022年度	北方国家版权交易中心有限公司	版权监测报告、存证证明	781.60
	长沙新正畅信息技术有限公司	蚂蚁区块链项目软件	160.38
	配配通（上海）贸易服务有限公司	APP开发	27.70
	湖南橙誉信息技术有限公司	网页开发	28.96
	湖南立标装饰有限公司	零星装修	26.79
	合计		1,025.43

③收入确认方法

数字版权保护业务。在数字版权保护业务中，公司在向客户提供区块链存证凭证、版权监测报告及存证证明时，已完成合同履约义务，在该业务中，公司通过办理自有区块链的存证凭证和部分采购第三方版权监测及存证服务的控制权后，将服务整合成组合产出转让给客户，在客户邮件签收后，获得了相关控制权，公司随即按总额确认收入。

数字版权交易业务。在数字版权交易业务中，公司向客户转让著作权及版权监测报告、区块链存证证明时，已完成合同履约义务，在该业务中，公司自第三方取得著作权的控制权后，通过办理自有区块链存证凭证、著作权及部分采购监测报告整合成组合产出转让给客户，客户邮件签收后，获得了相关控制权，公司随即按总额确认收入。

④目前盈亏情况及对公司业绩的影响

数字版权保护及服务业务发生在湖南马栏山天择微链科技有限公司（以下简称“微链公司”），微链公司2022年度开始培育投入数字版权保护及服务业务并产生收入，2022年度和2023年度该业务收入分别为834.38万元、1,240.80万元，成本分别为788.52万元、1,167.72万元，毛利额分别为45.86万元、73.08万元。业务尚在培育期，规模不大，尚不能覆盖人员成本及办公成本等全部业务运营成本。

2）文旅运营收入

①具体业务模式

文旅运营业务主要是通过意蜂接城市文脉资源打造的文旅消费新产品，公司结合采购的编排策划、音乐、舞蹈及其他制作服务等，投入演出场地设备及装修，自主研发出品红色多维沉浸式《恰同学少年》青春剧场项目，项目制作完成后，公司通过票务代理机构及微信小程序等销售门票实现收入，按照各期实际发生的运营费用及建设期投入的摊销金额结转成本，公司通过提供文旅消费新产品来吸引客户实现盈利。

②主要客户和供应商及对应交易金额

文旅运营业务于2022年4月份开始立项投入，2023年度开始产生收入，公司与下表列示的主要客户及供应商与公司均无关联关系，交易金额列示如下：

主要客户交易金额

单位:万元

序号	客户名称	销售内容	2023年度
1	天津新银视项目科技有限公司	文旅运营门票	368.88
2	北京大麦文化传媒发展有限公司	文旅运营门票	363.27
3	万程（上海）旅行社有限公司	文旅运营门票	100.78
4	长沙明我文化传播有限公司	文旅运营门票	4.34
5	中国建筑第五工程局有限公司	文旅运营门票	2.50
	合计		839.97

主要供应商交易金额

单位:万元

年度	供应商名称	采购内容	交易金额
2023年度	湖南长沙丁字建筑（集团）有限公司	工人文化宫工程款	310.62
	湖南图迈文化创意有限公司	制作服务	216.69
	岳麓山旅游文化开发有限公司	场地租赁	166.27
	广州彩烟灯光股份有限公司	制作服务	142.59
	湖南智丽商文化传播有限公司	制作服务	117.67
	合计		953.84
2022年度	湖南长沙丁字建筑（集团）有限公司	工人文化宫工程款	62.14
	岳麓山旅游文化开发有限公司	场地租赁	39.79
	湖南华中碳芯有限公司	制作服务	33.40
	湖南芒那文化传媒有限公司	制作服务	36.70
	燕麟时空国际工程顾问（北京）有限公司	制作服务	27.18
	合计		198.21

③收入确认方法

文旅运营业务在公司售出《恰同学少年》青春剧场项目门票且客户已使用时，公司已完成合同履约义务，客户已取得文旅消费产品的相关控制权，公司依据票务代理机构后台导出的已使用订单、对账单或者小程序后台截图等依据确认收入。

④目前盈亏情况及对公司业绩的影响

文旅运营业务于2022年度开始投入，2023年度开始产生收入，投入及当期盈利情况如下：

单位:万元

期间	项目	2022年投入金额	2023年投入金额	累计投入金额	2023年结转成本金额
项目建设期	演出专用设备及软件	12.29	714.66	726.95	84.42
项目建设期	长期冷藏费用	359.92	979.06	1,329.98	97.27
项目运营期	直接成本		548.73	548.73	526.94
合计		363.21	2,242.44	2,605.65	708.62

文旅运营业务前期投入金额共计2,605.65万元，投入金额主要包括演出专用设备及软件、装修及节目的编排策划等，2023年度文旅运营业务实现收入897.65万元，成本为708.62万元，毛利额为189.03万元。文旅运营项目已初步盈利，但尚未收回前期全部投入成本，后续仍有1897.03万元的投入成本待在运营期内摊销。

（2）结合行业发展情况、竞争格局、主要客户及是否存在关联关系，说明传媒各类业务收入变化较大的原因及合理性，相关收入确认是否准确；

公司2022年度和2023年度各类业务收入及毛利情况列示如下：

单位:万元

项目	类别	2023年度收入	2023年度收入占比(%)	2022年度收入	2022年度收入占比(%)	变化幅度（%）	2023年毛利率(%)	2022年毛利率(%)
主营业务	节目销售及制作服务	9,112.51	39.28	8,227.17	38.76	10.76	6.65	15.49
	MCN运营	4,492.00	19.36	2,385.08	11.24	88.34	26.17	22.30
	电视剧播映权运营	4,258.01	18.35	5,816.84	27.41	-26.80	43.78	31.38
	数字版权保护及服务	1,240.80	5.35	834.38	3.93	48.71	5.89	5.50
	影视剧投资	1,126.13	4.85	787.93	3.71	42.92	22.71	20.76
	文旅运营	897.65	3.87			不适用	21.06	
	其他产品	0.24		3.23	0.02	-92.48	-17.19	-0.46
小计		21,127.34	91.06	18,054.64	85.07	17.02	19.70	21.28
其他业务	影视剧投资	414.34	1.79	1,526.39	7.19	-72.85	100.00	100.00
	其他	1,658.88	7.15	1,642.83	7.74	0.98	36.57	36.61
小计		2,073.22	8.94	3,169.21	14.93	-34.58	49.24	67.14
合计		23,200.57	100.00	21,223.85	100.00	9.31	22.34	28.13

注1:主营业务中的其他产品收入为公司线上销售商品收入，其他业务中的其他收入包括三方合作办学、房屋租赁及管理服务及会展服务收入。

注2:主营业务中的影视剧投资收入为公司自制或投资的影视剧，交付客户前公司拥有影视剧的控制权，按照影视剧发行收益分成；其他业务中的影视剧投资业务收入是依据合同约定获取投资收益的保本型影视剧收入。

注3:2023年度电视剧播映权运营业务收入大幅下降毛利却大幅上涨，原因主要系：①客户结构发生变化，公司基于传统电视台采购能力下降，积极拓展新媒体电视剧销售渠道，同时不同客户对于电视剧的交付制作有定制化要求，2023年的交付制作成本相比2022年有所减少导致毛利上涨；②全国版电视剧业务收入下滑，公司按照预计收入法结转成本，部分前期已摊销完毕成本的电视剧本期实现部分收入导致毛利上涨。

结合行业发展情况、竞争格局说明传媒各类业务收入变化较大的原因及合理性：

1）节目销售及制作服务：节目销售和制作服务行业正在快速变化，竞争激烈，市场越来越集中在爱奇艺、腾讯视频、优酷、bilibili等大平台。公司在服务传统电视台的同时，积极拓展互联网平台业务。例如，公司向传统电视台类客户制作如《朗读者》第1季、《我们在行动》等节目，向互联网平台客户制作《守护解放西》、《了不起的儿科医生》（深圳）等节目，除《朗读者》第1季，公司仅为其提供策划及拍摄服务，其他3个节目公司都提供全程节目制作服务，包括策划、拍摄、后期制作等关键环节；2022年度公司节目销售及制作服务营业收入9,112.51万元，较上年增加10.76%，收入变化不大。

2）MCN运营：近年来，MCN运营行业规模持续增长，呈现行业营收规模头部与尾部差距较大，行业优质主播及平台集中度高的特点。2023年度公司MCN运营营业收入4,492.00万元，较上年增加88.34%，主要是公司提前规划布局，在2022年度进入美团直播业务的供应商体系，2023年度美团开始大力进行直播业务的布局，公司顺势扩大了直播业务规模，从而实现了营业收入的大幅增长。

3）电视剧播映权运营：剧集发行和播出格局正在发生变革，视频平台已逐渐主控剧集发行。传统电视台对电视剧的采购能力下降，首播周正在减少，二轮剧、多轮剧在卫视黄金档播出断成常态。由于传统电视台缩减对电视剧的采购预算和需求量，2023年度公司电视剧播映权运营营业收入4,258.01万元，较上年减少26.80%。

4）数字版权保护及服务：数字版权保护及服务行业得益于技术发展、市场需求增加和法律环境改善，同时行业竞争激烈，需参与者不断创新和适应市场。2023年度该业务收入1,240.80万元，较上年增加48.71%，增长主要因为这是2022年新开展的业务，经过一年发展，加上数字化转型和用户知识产权意识提升，以及公司推出了新服务模式满足不同客户需求，收入略有增长。

5）影视剧投资：随着我国影视产业快速发展，资本、人才不断涌入，经营主体国补富多元，市场竞争日益激烈。2023年度公司影视剧投资营业收入1,126.13万元，较上年增加42.92%，主要受益于2023年度公司参与共同开发制作的影视剧项目结算收入的增加。

6）文旅运营：文旅运营市场的竞争格局相对分散，主要由一些企业和地方政府投资运营的项目占据主导地位，不同地区的文旅运营企业在资源、政策、市场等方面存在差异，导致竞争格局也存在一定的差异。文旅运营业务是2023年度公司新开拓的业务，2023年文旅运营营业收入897.65万元，主要是红色沉浸式文旅演出《恰同学少年》青春剧场的成功开演贡献的收入。

公司与下表列示的客户均无关联关系，对应交易情况列示如下：

单位:万元

时间	客户名称	交易内容	交易金额
2023年度	汉海信息技术（上海）有限公司	MCN运营	1,746.99
	上海斑鸠数码科技有限公司	节目销售及制作服务	1,520.43
	上海耀舞文化传播有限公司	节目销售及制作服务	1,226.42
	北京三快在线科技有限公司	MCN运营	960.94
	杭州优聚文化创意有限公司	MCN运营	941.52
	合计		6,396.30
2022年度	海口经济学院	其他业务-合作办学	1,150.52
	上海东方娱乐传媒集团有限公司	节目销售及制作服务	1,007.92
	杭州优聚文化创意有限公司	MCN运营	963.64
	洛阳龙门旅游集团有限公司	影视剧投资	730.59
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	节目销售及制作服务	696.49
	合计		4,549.18

公司前五大客户变化较大主要是MCN运营收入2023年增长较多所致，节目销售及制作服务的客户主要是互视频道、视频平台和大型制作公司，如上海东方娱乐传媒集团有限公司(东方卫视)、上海觉数码科技有限公司(B站子公司)、腾讯、上海甜狮文化传播有限公司；MCN运营业务的客户主要是美团、抖音等平台，例如美团控股或参股的汉海信息技术（上海）有限公司、北京三快在线科技有限公司和抖音授权的MCN机构杭州优蜜文化创意有限公司；电视剧播映权业务的客户主要是传统电视台，影视剧投资业务的客户主要是影业公司，数字版权保护及服务的客户主要是知识产权用户，文旅业务的客户主要是售票平台。

公司各类业务收入开始前公司与客户均签订合同，依据合同约定条款完成服务并交付客户后，获取客户签字或盖章确认的交付确认函或者邮件交付的确认单、平台导出的结算单或客户提供的对账单等资料，按照经客户确认的完成服务金额确认收入，即客户可以从服务或产品中获益，且同客户提供服务的承诺与合同中其他承诺可单独区分，公司将其识别为单独的履约义务，以合同中明确约定且公司有权获取的交易对价来计量，服务或产品交付给客户并取得客户验收确认时确认收入，相关收入确认真实、准确且符合会计准则的相关规定。

（3）结合各类业务成本费用情况，说明公司营业收入增长但利润亏损加大的原因及合理性，是否涉及贸易类业务或不具备商业实质的业务；

公司2022年度和2023年度营业收入、成本费用如下表：

单位:万元

项目	2023年度	2022年度	变化金额	变化幅度(%)
营业收入	23,200.57	21,223.85	1,976.72	9.31
营业成本	18,016.51	15,254.53	2,761.98	18.11
毛利额	5,184.06	5,969.32	-785.27	-13.16
销售费用	1,822.83	1,640.40	182.43	11.12
管理费用	4,126.96	3,559.83	567.33	15.94
研发费用	1,082.48	910.70	171.78	18.86
财务费用	-371.11	-192.59	-178.52	不适用
信用减值损失	-1,717.04	-362.56	-1,354.48	不适用
资产减值损失	-1,327.78	-80.97	-1,246.81	不适用
所得税费用	-1,968.45	-11.62	-1,956.43	不适用
净利润	-986.11	1,228.71	-2,215.82	-180.19

公司2023年度实现主营业务收入23,200.57万元，较上年增长9.31%，营业收入增长但利润亏损加大的主要原因如下：

1）大额信用减值损失和资产减值损失的计提。截至2023年12月31日，考虑到个别客户经济状况及个别存货市场发生变化，公司基于谨慎性原则，计提了1,717.04万元信用减值损失和1,327.78万元资产减值损失，合计确认减值损失3,044.82万元：①本期信用减值损失计提主要是影视剧投资款减值引起，2022年末其他流动资产核算的影视剧投资款账面余额6,421.49万元，减值准备余额284.74万元；2023年末其他流动资产核算的影视剧投资款账面余额3,903.87万元，减值准备余额1,457.40万元(其中:2023年计提减值准备1,172.66万元)；

②本期资产减值损失的计提主要系销售进度缓慢的存货计提存货跌价准备所致。

2）折旧及摊销费的增加。公司于2022年6月搬迁马栏山新办公楼，2023年度的房屋折旧及物业费，较2022年度增加615.07万元，导致管理费用折旧及摊销费同比增长较多，研发费用折旧及摊销费也同比小幅上涨。

3）公司2023年度整体毛利下滑，其中：①2023年公司其他业务毛利较 2022年减少1,106.89万元。2022年其他业务毛利较高主要受益于公司前期投资的影视剧项目于2022年收回产生的收益，鉴于市场环境的风险变化，公司逐步压缩影视剧投资业务的投入，因此2023年度影视剧投资收益大幅减少；②节目销售及制作服务成本增加，毛利压缩。由于近年文化传媒行业普遍低迷，各大视频平台、头部卫视平台均在收缩投资和降低成本，视频节目及影视剧的版权价格均出现一定程度下降；行业成本透明化程度提升，市场竞争加剧，导致公司主营业务收入增速放缓，毛利空间进一步压缩。

公司不存在贸易类业务或者不具备商业实质的业务，对于其他业务收入，公司已基于谨慎性按照上交所发布的《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号—财务类退市指标：营业收入扣除》规定对其进行扣除。

（4）结合上述情况，进一步说明公司营业收入规模较小、主业盈利能力较弱的原因，相关因素是否具有持续性，后续改善盈利能力的措施，并就相关不确定性充分提示风险。

营业收入规模较小、主业盈利能力较弱的主要原因有以下几点：

1）公司营业收入规模较小。公司早期主要客户为电视台，随着新媒体等新兴文化传播方式的兴起和快速渗透，观众对于视频文化资源的需求和观看习惯发生变化，各电视台对于内容的投入逐年减少，直接影响公司节目销售及制作服务、电视剧播映权运营的收入规模。近年来公司与多家互联网平台开展合作，已弥补电视台收入减少的影响，目前公司与互联网平台合作的收入规模较小，因此公司整体营业收入规模仍较小。互联网平台及电视台都需要持续更新内容播出，对视频内容的需求是持续性的。由于广电行业下行的原因，公司对电视台的销售收入规模期内不会有大大的变化；随着公司与互联网平台合作业务的增加，预计短期内收入规模会有增长。

2）公司主业盈利能力较弱。由于各大互联网平台、头部卫视平台均在收缩投资和降低成本，视频节目价格出现一定程度下降，导致公司主业盈利利润下滑。由于行业成本透明化程度提升，市场竞争加剧，短期内互联网平台、头部卫视平台采购视频节目的价格不会有大大的变化，公司将持续加强成本费用的管控，随着年内销售规模的增长，项目边际成本会有所下降，主业盈利能力也会得到相应改善。

3）开拓新业务。公司新开拓数字版权保护业务、数字版权交易业务、文旅运营业务、短剧业务等仍处在培育期，盈利空间尚未打开。开拓的新业务目前存在不确定性，新业务后续发展情况存在一定的不确定性。

4）大额信用减值损失和资产减值损失的计提。2023年，公司对个别客户经济状况变化及个别节目存货的市场需求变化进行了逐项分析，基于谨慎性原则，计提了1,717.04万元的信用减值损失和1,327.78万元的资产减值损失，合计确认减值损失3,044.82万元，大额信用减值损失和资产减值损失的计提对公司2023年净利润影响较大。后续是否还会有大额信用减值损失和资产减值损失的计提需要结合账面的实际情况判断，存在一定的不确定性。

2024年，公司主要采取以下措施：

1）聚焦主营业务。公司深耕内容领域，以研发和制作纪录片、大型专题节目、综艺等为主营业务。经过多年的深耕，公司职业纪录片“守护系列”IP已形成规模，成为公司的强势内容品牌。截止披露日公司2024年确定项目有29个，正在执行项目有20个，主要为《守护解放西5》、《我的梦想我的城》第四季、《点亮历史的灯火》、《大地的童话》、《出道吧！科技小院！》等项目。

因市场环境变化、政策变化、客户需求变化等因素的影响，上述项目执行存在不确定性，项目执行中可能会中止，项目制作完成后，可能会发行失败或收益未达预期，公司则面临应收账款回收或存货减值风险。

2）加速新业务拓展。视频素材的销售和运营业务是2024年公司根据市场变化重点发展的业务之一。一是利用我们原有的销售网络图千台一网和聚视频素材，搭建广电行业以部分省级卫视和城市电视台为主的视频数据集，形成视频版权素材的规模集成；二是基于客户对视频素材的刚性需求，把我们集成的具备原创高清纪实类视频素材提供给客户进行模型训练，目前在合作的客户包括万兴科技和上海阶跃等公司。

公司今年还将推出更多文旅产品，如岳麓山“长沙之眼”项目、《巫水河边月正圆》水上苗乡数字幻游项目等。

以上业务均为近年新增业务，业务模式、收入模规及盈利能力均存在一定的不确定性，文旅项目是否能按预期演出也存在不确定性，新业务现阶段对公司不存在重大影响。

3）加强成本费用控制。公司围绕企业运营管理、经营重点等方面，强化管理、精准施策，努力提升运营效率，并探索和梳理在公内可推广、可复制的策略和模式，更好赋能公司各业务板块运营效率的提升。通过运用AIGC技术优化后期剪辑的周期及成本、运用AI技术优化拍摄的周期及成本等改善措施的落实，提升运营质量。

通过优化人员结构，提高设备利用率等举措，持续加强对成本的控制和改善。同时，控制降低三项费用、降低采购价格转移成本压力等措施，降本增效。

公司目前处于转型升级关键阶段，但鉴于市场环境、行业政策等变化因素，如果上述举措不能够得到有效执行落地，公司未来盈利能力仍可能面临一定的风险，敬请广大投资者注意投资风险。

（5）年审会计师意见

1）公司近两年新增相关业务具有商业合理性，公司已准确列示具体业务模式、主要客户和供应商及对应交易金额、收入确认方法、目前盈亏情况及对公司业绩的影响；

2）公司已结合行业发展情况、竞争格局等说明传媒各类业务收入变化较大的原因，传媒各类业务收入变化的原因具有合理性，相关收入确认准确，符合会计准则的相关规定；

3）公司已结合各类业务成本费用情况，说明营业收入增长但利润亏损加大的原因，亏损加大主要系就值损失的计提、办公成本增加及毛利下滑所致，亏损加大的原因具有合理性，公司收入不涉及贸易类业务或不具备商业实质的业务。

2.年报披露，公司应收账款期末账面余额为1.68亿元，同比增长24.76%，增幅明显高于营业收入增速，其中账龄1年以上应收账款占比约为37%。本期按组合计提坏账准备422.79万元，按单项计提坏账准备105.10万元。

请公司补充披露：（1）近两年应收账款涉及的主要客户名称、交易内容、对应金额、账龄、坏账准备，是否构成关联交易，对于一年以上应收账款分析说明账龄较长的原因；（2）应收账款余额增长明显高于营业收入增速的原因及合理性，信用政策及结算周期是否发生变化，相关收入确认是否合规；（3）结合客户资信情况、账龄结构及历史逾期情况，说明应收账款的回收风险，相关坏账准备计提是否充分、合理。请年审会计师发表意见。

公司回复：

（1）近两年应收账款涉及的主要客户名称、交易内容、对应金额、账龄、坏账准备，是否构成关联交易，对于一年以上应收账款分析说明账龄较长的原因；

近两年公司应收账款前十名情况列示如下：

单位:万元

时间	单位名称	交易内容	应收账款账面余额	账龄	坏账准备余额	其中:本期计提	应收账款净值
2023年12月31日	汉海信息技术（上海）有限公司	MCN运营	2,178.13	1年以内	65.34	65.34	2,112.79
	上海斑鸠数码科技有限公司	节目销售及制作服务	1,298.91	1年以内	38.97	33.36	1,259.94
	上海甜狮文化传播有限公司	节目销售及制作服务	910.00	1年以内	27.30	27.30	882.70
	南昌广播电视发展有限公司	电视剧播映权运营	736.22	1至5年	202.17	85.86	534.06
	东阳奇树有鱼文化传媒有限公司	影视剧投资	666.65	1年以内	20.00	14.20	646.65
	好样文化娱乐股份有限公司	节目销售及制作服务	539.11	5年以上	539.11		
	北京三快在线科技有限公司	MCN运营	480.65	1年以内	14.42	10.87	466.23
	湖北广播电视台电视经济频道	节目销售及制作服务	473.80	1年以内	14.21	14.21	459.58
	浙江海宁奇迹动漫影视文化传媒有限公司	节目销售及制作服务	471.00	5年以上	471.00		
	安徽广播电视台	节目销售及制作服务	460.00	1至5年	133.10	56.38	316.90
	合计		8,204.47		1,525.63	307.51	6,678.84
2022年12月31日	上海东方娱乐传媒集团有限公司	节目销售及制作服务	1,120.80	1年以内	33.62	33.62	1,087.18
	南昌广播电视发展有限公司	电视剧播映权运营	621.05	1至4年	116.32	46.06	504.73
	好奇心（北京）影业有限公司	影视剧投资	600.00	1年以内	18.00	18.00	582.00
	好样文化娱乐股份有限公司	节目销售及制作服务	539.11	5年以上	539.11	-20.00	
	安徽广播电视台	节目销售及制作服务	474.60	1至4年	76.73	3.26	397.87
	浙江海宁奇迹动漫影视文化传媒有限公司	节目销售及制作服务	471.00	5年以上	471.00		
	深圳市腾讯计算机系统有限公司	节目销售及制作服务	360.16	1年以内	10.82	2.97	349.74
	上海喵星文化传媒股份有限公司	节目销售及制作服务	311.06	1年以内	9.33	9.33	301.72
	深圳市刺猬传媒有限公司	节目销售及制作服务及数字版权保护及服务	304.30	1至3年	17.28	9.16	287.02
	上海雅润文化传媒有限公司	电视剧播映权运营	303.46	5年以上	303.46	-0.16	
	合计		5,105.93		1,595.67	102.23	3,510.26

公司与上述客户均无关联关系，上述一年以上应收账款账龄较长的原因如下：

1）电视台类客户

电视台类客户中南昌广播电视发展有限公司、安徽广播电视台等账龄较长，主要是由于互联网视频平台的扩张挤压了传统电视台的市场份额，导致传统电视台整体广告业务量下滑，传统电视台资金普遍承压，造成回款较为缓慢。从公司过往的催收经验来看，对电视台的款项，如果公司采取强有力的措施（如律师函、起诉等），款项基本能够回收，极少出现坏账，如历史上金鳞较大账龄较长的云南电视台、郑州电视台、广西电视台等应收款项均取得回款，考虑到电视台类客户在行业内的口碑及后期可能的合作，公司暂未采取强硬措施。

2）非电视台类客户

非电视台类客户好样文化娱乐股份有限公司、浙江海宁奇迹创造影视文化传媒有限公司委托公司进行节目制作；上海雅润文化传媒有限公司与公司签订电视剧合作协议，约定由公司提供电视剧的购买、编排、播出及提供咨询、策划、包装、宣传、推广等技术支持和相关服务；深圳市刺猬传媒有限公司委托公司进行节目制作，同时开展部分数字版权保护业务。上述非电视台类客户账龄较长，主要系公司催收后对方一直未还款，但公司已完成合同履约义务，结算金额对方也无异议，公司对好样文化娱乐股份有限公司、浙江海宁奇迹创造影视文化传媒有限公司、上海雅润文化传媒有限公司已采取诉讼措施追偿相关款项，冻结好样文化娱乐股份有限公司房产6套，目前仍在通过律师寻找浙江海宁奇迹创造影视文化传媒有限公司、上海雅润文化传媒有限公司的进一步财产线索，针对深圳市刺猬传媒有限公司，公司已将其列为重点催收客户积极催收。

（2）应收账款余额增长明显高于营业收入增速的原因及合理性，信用政策及结算周期是否发生变化，相关收入确认是否合规：

2023年末公司应收账款余额16,837.53万元，同比增长24.76%，2023年度公司营业收入为23,200.57万元，同比上涨9.31%，应收账款余额增长明显高于营业收入增速，主要系美团直播2023年第3季度开始正式规模上线，2023年度实现含税收入3,094.04万元，未及时开票回款形成应收账款余额2,920.61万元所致。

2023年因为美团开始大力发展直播业务，基于美团直播业务的结算流程与迅猛增长的业务量未完全匹配，实际执行过程如下单、报价、执行、验收等都是美团业务人员通过邮件验收确认，待邮件验收确认后美团采购部门在系统上传验收资料后方可启动开票工作。考虑到邮件订单是合同约定的下单方式，结合实际执行情况，在直播业务发生后，公司合同履约义务已完成，不再提供其他服务，邮件订单金额与最终结算金额一致，故公司以收到美团邮件验收的时点确认收入，收入确认合规。2023年度美团业务含税收入金额、应收账款余额及期后回款情况列示如下：

单位:万元

客户	账上含税收入	截止2023/12/31已开票金额	截止2023/12/31已收款金额	应收账款余额	期后已开票金额	期后回款金额
汉海信息技术（上海）有限公司	2,268.63	229.18	90.50	2,178.13	1,525.05	1,619.02
北京三快在线科技有限公司	530.46	124.09	49.81	480.65	403.38	480.65
北京酷讯科技有限公司	207.14	117.46	33.11	174.03	89.69	174.03
厦门同步时科技有限公司	87.80			87.80	64.03	51.49
合计	3,094.04	470.72	173.43	2,920.61	2,082.15	2,225.99

注:期后回款统计至2024年5月31日，上述四家客户都是美团控股或参股公司。

除美团直播类客户信用期为开票后60天外，2023年末应收账款中节目销售及制作类客户无明显信用政策，按节目制作进度以及节目交付进度支付款项，电视剧播映权类客户包括年度整体合作类客户及单剧采购类客户，单剧采购类客户无明显信用政策，年度整体合作类客户一般为次月对上月款项进行结算并支付，主要客户信用政策及结算周期未发生变化，相关收入合规。

（3）结合客户资信情况、账龄结构及历史逾期情况，说明应收账款的回收风险，相关坏账准备计提是否充分、合理。

1）客户资信情况及历史逾期情况

公司应收账款主要来自于电视台、美团及各大平台，报告期内主要客户的经营情况没有发生重大不利变化，虽回款较慢，但整体具有较好的偿债能力，电视台类客户及非电视台类客户都存在部分客户出现逾期，由于受客户资金预算的影响，部分款项支付周期较长，但最终形成坏账的情况较少，回收风险相对较小。

2）应收账款账龄结构、期后回款情况及回收风险

截止2023年12月31日，应收账款余额1.68亿元，应收账款账龄结构及期后回款情况如下：

单位:万元

账龄	应收账款余额	占比(%)	期后回款金额	期后回款比例(%)
1年以内	10,602.96	62.97	6,179.57	58.28
1-5年	3,608.01	21.43	412.00	11.42
其中:1-2年	1,643.93	9.76	241.21	14.67
2-3年	1,096.68	6.45	108.28	9.96
3-4年	773.08	2.22	39.08	10.48
4-5年	504.32	3.00	23.42	4.64
5年以上	2,628.56	15.60	12.00	0.46
合计	16,837.53	100.00	6,603.57	39.22

注:期后回款数据统计至2024年5月31日

从上表可知，2023年末账龄在1年以内的应收账款期后回款比例较高，预计可回收性风险较小；5年以上的应收账款期后基本难以收回，公司已按照制定预期信用政策对该部分应收账款100%计提坏账准备；1-5年应收账款期后回款存在一定的期后回收比例，整体回收速度相对较慢，账龄越长，可回收风险越高，公司针对账龄越长的应收账款坏账计提比例亦越高。

3）坏账准备计提是否充分、合理

近两年末，公司应收账款坏账比例计提情况如下：

单位:万元

| 时间 | 项目 | 应收账款余额 | 本期计提/收回或转回的坏账准备金额 | 坏账准备余额 | 计提比例(%) |