（上接A13版）

知性煤炭或商贸，2015年公司收购智明星通100%股权，智明星通主营显卡设计和代理，报告期实现营业收入12360亿元，较2015年下降60.8%，从未计提过商誉减值准备，报告期公司收购朗知性煤68%股权，朗知性煤2022、2023年净利润为6840.12万元、6477.19万元，2024年即亦引母净利润为8908.93万元，同比增长39.06%，2024年承诺归母净利润不低于8906.00万元，业绩承诺完成率为101.18%。

理公司：（一）补充披露朗知性煤近三年前五名客户和应收商的名称、关联关系、销售和采购内容及金额，结合政策、期末待结算款项、应收账款金额，并结合行业特点说明销售、采购、结算政策与同行业可比公司之间是否存在较大差异；（二）补充披露朗知性煤报告期净亏损主要经营业绩及净现受动情况，说明朗知性煤与同行业可比公司业绩是否存在较大差异，各板块收入确认是否符合《企业会计准则1号规定，是否存在为实现业绩目标而调节利润的情况；（三）结合朗知性煤董事会原位安排，决策机制，日常经营实际决策流程，主要经营管理人员安排等，说明上市公司对朗知性煤是否实现有效控制；（四）结合智明星通并表以来业绩情况，说明报告期及前期业绩大幅下降年份对智明星通进行商誉减值测试的过程、关键参数的选取依据及依据，结合实际业绩与预测业绩对比情况，说明关键参数选取的合理性和可回收金额确定的合理性，是否存在商誉减值计提不充分情形。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）补充披露朗知性煤近三年前五名客户和应收商的名称、关联关系、销售和采购内容及金额、结算政策、期末待结算款项、应收账款金额，并结合行业特点说明销售、采购、结算政策与同行业可比公司之间是否存在较大差异。

朗知性煤的销售、采购和结算政策与同业可比公司之间并无较大差异，销售结算政策基本为开票后45-90天，如下是近三年前五大客户和供应商的销售和采购情况统计：

单位：万元

客户					
2024年					
序号	客户名称	销售收入金额（含税）	关联关系情况	销售内容	年末应收账款余额
1	岚图汽车销售服务有限公司	16,860.50	无	整合营销	18,373.81
2	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	19,981.91	无	整合营销	7,210.56
3	客户1	19,083.76	无	整合营销	6,106.97
4	一汽红旗汽车销售有限公司	4,482.51	无	整合营销	4,632.84
5	广汽埃安新能源汽车股份有限公司	4,669.68	无	整合营销	4,230.00
合计		65,088.36			40,554.18
2023年					
序号	客户名称	销售收入金额（含税）	关联关系情况	销售内容	年末应收账款余额
1	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	19,446.07	无	整合营销	11,865.62
2	客户1	10,775.52	无	整合营销	6,361.64
3	上海汽车集团股份有限公司乘用车分公司	4,167.49	无	整合营销	5,310.10
4	智己汽车科技有限公司	5,916.33	无	整合营销	5,227.66
5	岚图汽车销售服务有限公司	4,290.83	无	整合营销	4,548.28
合计		44,596.24			33,313.30
2022年					
序号	客户名称	销售收入金额（含税）	关联关系情况	销售内容	年末应收账款余额
1	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	18,162.53	无	整合营销	9,167.38
2	上海汽车集团股份有限公司乘用车分公司	9,287.52	无	整合营销	7,854.61
3	上汽通用汽车有限公司	7,481.04	无	整合营销	2,422.46
4	商合（青岛）汽车销售服务有限公司	2,419.79	无	整合营销	2,226.92
5	北京现代汽车有限公司销售分公司	3,197.81	无	整合营销	1,768.73
合计		40,555.69			23,440.10
供应商					
2024年					
序号	供应商名称	采购金额	关联关系情况	采购内容	年末应付账款余额
1	武汉星图新视网科技有限公司	5,440.89	无	数据管销	-2,409.41
2	合肥万瑞信息科技有限公司	5,383.02	无	数据管销	2,721.18
3	快客行（上海）广告有限公司	4,794.64	无	数据管销	-25.00
4	武汉巨量星图科技有限公司	4,377.25	无	数据管销	-731.36
5	凤凰卫视文化传媒（北京）有限公司	3,252.60	无	数据管销	0.00
合计		23,249.30			-672.59
2023年					
序号	供应商名称	采购金额	关联关系情况	采购内容	年末应付账款余额
1	武汉巨量星图科技有限公司	7,463.82	无	数据管销	-1,647.18
2	合肥万瑞信息科技有限公司	1,582.16	无	数据管销	418.57
3	北京思整文化传媒有限公司	1,112.05	无	数据管销	587.38
4	上海印斯哥文化传播有限公司	1,065.50	无	数据管销	-108.58
5	上海千娟曼娱文化传播有限公司	1,041.04	无	数据管销	-740.07
合计		12,264.57			-1,489.88
2022年					
序号	供应商名称	采购金额	关联关系情况	采购内容	年末应付账款余额
1	武汉巨量星图科技有限公司	3,721.26	无	数据管销	-1,904.89
2	上海厘米文化传播有限公司	1,864.25	无	数据管销	-11.75
3	上海千娟曼娱文化传播有限公司	1,405.58	无	数据管销	-750.10
4	腾视度（北京）文化传播有限公司	1,077.57	无	数据管销	-169.34
5	上海微趣文化传媒有限公司	962.23	无	数据管销	189.90
合计		9,030.89			-2,646.18

（二）补充披露朗知性煤报告期分别主要经营数据，结合同行业可比公司经营业绩及季度变动情况，说明朗知性煤与同行业可比公司业绩是否存在较大差异，各板块收入确认是否符合《企业会计准则3号规定，是否存在为实现业绩目标而调节利润的情况；

朗知性煤报告期分季度主要经营数据及同行业可比公司经营业绩及季度变动情况列示如下表：

主体	朗知传媒（亿元）				蓝色光标（亿元）				浙文互联（亿元）				因赛集团（亿元）				宣亚国际（亿元）			
期间	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	2.51	3.61	2.99	6.55	167.82	150.76	146.65	153.74	20.27	17.47	18.14	21.05	17.6	2.31	2.94	1.82	1.50	1.82	0.96	2.54
营业成本	2.33	2.90	1.84	6.06	153.18	146.25	142.00	151.00	18.96	15.63	16.56	19.28	12.5	1.83	2.30	1.32	1.33	1.36	0.67	2.05
营业利润	-0.14	0.46	0.17	0.64	0.94	1.26	-0.64	-4.43	0.25	0.44	1.17	-0.69	0.16	0.11	0.26	-0.48	-0.18	0.10	-0.09	-0.12
净利润	-0.11	0.37	0.14	0.53	0.80	1.00	-0.62	-4.16	0.25	0.37	0.95	-0.90	0.14	0.11	0.24	-0.75	-0.20	0.07	-0.10	-0.13

朗知性煤客户主要系汽车领域的知名企业，该类客户通常执行较为严格的采购制度，其中，采购计划、立项、预算、审批等流程一般集中在上半年，剔除，协议签署及履约投放时主要集中在下半年，受此影响，整合营销传播行业具有一定的季节性特征，第一季度为行业传统淡季，第四季度为行业传统旺季。

以下为朗知传媒2022年及2023年分季度数据：

单位：亿元

项目	2022年				2023年			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	1.17	1.52	2.16	3.33	0.99	1.74	2.27	5.34
营业成本	1.02	1.28	1.72	2.51	0.58	1.48	2.35	4.15
营业利润	0.00	0.03	0.25	0.66	-0.07	-0.12	0.30	0.72
净利润	0.00	-0.03	0.24	0.49	-0.10	-0.14	0.27	0.60

以上2022年和2023年朗知传媒各季收入占比与2024年情况基本一致，朗知传媒以产生广告营销业务为主，产生广告产品组合，全流动用户运营，将内容营销作为业务，尤其是汽车客户，第四季度是收入确认的高峰。与蓝色光标、浙文互联和因赛集团项目业务存在差异，朗知传媒的汽车行业客户占比更高，因此第四季度的收入和净利润的比重略高于其他公司。

同业分业务明细比较：因赛集团年报显示，因赛集团媒体业务收入占比26.25%，业务类型方面，品牌管理和战略咨询业务占比30.61%，整合营销占比69.3%。蓝色光标2024年年报显示，出售广告投放业务占比29.5%，且来广行业以搜索和电商为主，占比72.88%，朗知传媒以从分并渠道获取浙文互联的业务构成，从年报看，浙文互联也存在品牌管销和数字文化的业务板块，朗知传媒未有海外业务，也未有单独的品牌管销、战略咨询和数字文化业务。

朗知传媒的收入确认符合《企业会计准则3和行业惯例，不存在刻意调节的情况

（三）结合朗知传媒董事会原位安排，决策机制，日常经营实际决策流程，主要经营管理人员安排等，说明上市公司对朗知传媒是否实现有效控制；

报告期内文传媒与范兴红等张婆的股份转让协议，表决权委托协议之安排，中文传媒实际享有表决权持股份额占朗知传媒总股本58%，系表决权过半且表决权数最多的股东，足以对朗知传媒股东会的决议产生决定影响。中文传媒通过公司治理安排，实现对朗知传媒实施有效控制。

1. 在公司治理结构层面和机制的公司实施有效控制

根据《股份转让协议》，朗知传媒三届董事会，目前，朗知传媒董事会由九人组成，均为非独立董事。中文传媒提名3名董事，分别为吴德、毛剑波、倪所平，创始人范兴红，张飞为朝金名董事。根据《公司章程》，董事会决议的表决实行一人一票制，且作出决议须经全体董事过半数通过。中文传媒提名的董事在朗知传媒董事会中占过半数席位，同时，针对重大经营事项，还需经中文传媒提名的全体董事一致通过。由此可见，中文传媒对朗知传媒实施有效控制。

为强化对朗知传媒的管控，中文传媒将以下重大经营事项纳入严格决策机制，该管控措施已依法载入朗知传媒公司章程。具体涵盖：

董事会职权	股东会职权
董事会行使下列职权： （一）召集股东会，并向股东会报告工作； （二）执行股东会的决议； （三）决定公司的经营计划和投资方案； （四）制订公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （五）制订公司增加或者减少注册资本、发行债券或其他证券及上市方案； （六）制订公司重大收购、收购本公司股票或者合并、分立和解散或者变更公司形式的方案； （七）在股东会授权范围内，决定对外投资、收购出售资产、资产抵押、对外担保事项、关联交易等事项； （八）决定公司内部管理机构的设置； （九）决定聘任或者解聘公司总经理及其报酬事项；根据总经理的提名，聘任或者解聘公司副总经理、财务负责人等高级管理人员，并决定其报酬事项和奖惩事项； （十）制定公司的基本管理制度； （十一）制订公司章程的修改方案； （十二）听议公司管理股东及持股平台转让公司股权事项； （十三）听议公司转让下属公司股权事项； （十四）听议公司在一年内处置1,000万元以上的经营性资产的事项； （十五）股权激励事项； （十六）听取执行董事、监事、高级管理人员的工作报告； （十七）听取公司总经理的工作汇报并检查总经理的工作； （十八）法律、法规规定以及股东会授予的其他职权。 超过股东会授权范围的事项，应当提交股东会审议。	股东会是公司的权力机构，依法行使下列职权： （一）选举和更换董事，监事，决定有关董事、监事的报酬事项； （二）审议批准董事会的报告； （三）审议批准监事会的报告； （四）审议批准公司的利润分配方案和弥补亏损方案； （五）对公司增加或者减少注册资本作出决议； （六）对发行公司债券作出决议； （七）对公司合并、分立、解散、清算或者变更公司形式作出决议； （八）修改本章程； （九）对公司聘用、解聘会计师事务所作出决议； （十）审议批准公司对其他企业投资事项； （十一）审议批准本章程第三十六条规定的担保事项； （十二）审议批准本章程第三十七条规定的重大关联交易事项； （十三）审议公司在一年内购买、出售重大资产超过公司最近一期经审计总资产30%的事项； （十四）审议批准变更募集资金用途事项； （十五）审议股权激励计划； （十六）审议法律、行政法规、部门规章或本章程规定应当由股东会决定的其他事项。 股东会可以授权董事会对发行公司债券作出决议。

中文传媒通过董事会、股东会等公司治理机制，对朗知传媒日常经营及重大发展中的关键事项进行审议决策，确保管理规范与运营合规。

2. 在生产经营层面对标的公司实施有效控制

中文传媒从以下方面在生产经营层面对朗知传媒实施控制：

（1）加强财务和经营统一管理

目前入计文传媒以后，朗知传媒保留中文传媒在财务和经营等方面的独立和管理，中请协助投资均需要得到中文传媒审批，相关重大生产经营决策，投融资决策均需要按照中文传媒子公司管理制度及其内部管理制度执行。

（2）加强关键人员、内部控制环节管理

中文传媒委派董事长郭宇君任朗知传媒法定代表人，负责对外签署重要文件。同时健全公司内控管理制度，从业务管理、等资管理、投资管理、预算管理、内部监督等多维度完善管控体系，推动企业管理规范化。

综上，结合朗知传媒董事会原位安排，决策机制，日常经营实际决策流程，主要经营管理人员安排等，中文传媒可以对朗知传媒实现有效控制。

（四）结合朗知传媒并表以来业绩情况，说明报告期及朗知业绩大幅下滑年份对朗知传媒进行商誉减值测试的过程、关键参数的选取依据及依据，结合实际业绩与预测业绩对比情况，说明关键参数选取的合理性和可回收金额确定的合理性，是否存在商誉减值计提不充分情形。

回复：（一）收购以来各年度主要经营数据

单位：万元

项目	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
营业收入	312,454.09	473,846.02	397,877.83	312,093.03	209,841.55
净利润	34,043.27	61,001.54	72,436.30	75,597.14	62,073.54
扣除非经常性损益前净利润	34,043.27	61,073.32	72,452.64	75,597.14	62,073.54
扣除非经常性损益后净利润	32,886.11	59,730.60	66,088.10	66,610.81	53,778.46
扣除非经常性损益后净利润增长率	/	81.58%	10.64%	0.79%	-19.26%

续上表

单位：万元

项目	2020年度	2021年	2022年度	2023年度	2024年度
营业收入	174,186.53	184,084.67	153,172.33	133,505.38	123,616.65
净利润	53,790.36	84,856.50	48,089.80	42,220.08	35,518.71
扣除非经常性损益前净利润	53,790.36	84,856.50	48,089.80	42,274.42	35,556.26
扣除非经常性损益后净利润	44,834.85	19,971.76	23,894.61	27,111.31	33,387.77
扣除非经常性损益后净利润增长率	16.83%	-55.45%	19.64%	13.46%	23.15%

并购以来朗知传媒实现扣非净利润分别为2021年、2022年和2023年扣除非经常性损益后净利润分别为1.9亿元、2.4亿元、2.7亿元，扣非净利润呈现稳步增长的趋势，其中，2021年扣非净利润下滑主要系当年度新冠疫情影响，朗知传媒线下业务受到一定的冲击，但线上业务实现了较为稳定的增长，2022年、2023年线下业务逐步恢复，线上业务保持稳定增长，2024年线下业务进一步恢复，线上业务保持稳定增长，公司业绩实现了稳定增长。

（二）报告期及前期业绩大幅下滑年份商誉减值测试的过程、关键参数的选取依据及依据，结合实际业绩与预测业绩对比情况，说明关键参数选取的审慎性和可回收金额确定的合理性，是否存在商誉减值计提不充分情形。

1.报告期及前期业绩大幅下滑年份商誉减值测试的过程如下：

单位：万元

项目	2021年	2022年	2023年	2024年
包含商誉的资产组账面值	249,126.10	248,063.02	250,579.35	249,263.17
预期期收入增长率	25%-18.1%	-10.2%-3.3%	-0.89%-5.0%	-12.04%-8.0%
未来期增长率	2.0%	2.1%	2.1%	1.5%
税前折现率	15.15%	14.25%	12.16%	11.09%
商誉资产组可收回金额	390,600.00	252,400.00	255,987.00	256,740.00

经测试，该次减值测试未发现本次包含商誉的资产组账面价值，商誉未出现减值。

2.报告期及前期业绩大幅下滑年份商誉减值测试关键参数选取依据及依据

（1）关键参数选取依据

2024年商誉减值测试关键参数的选取情况

单位：万元

智明星通	实际	预期期					永续期
	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年及以后
营业收入	123,616.65	108,737.91	110,209.58	119,082.93	126,967.80	130,826.17	132,788.57
收入增长率	/	-12.0%	1.4%	8.1%	6.6%	3.0%	1.5%
毛利率	67.9%	61.3%	58.4%	57.6%	57.6%	58.0%	58.0%
所得税率	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
净利率	27.0%	19.5%	15.9%	16.7%	16.6%	18.4%	18.4%
净利润	27,111.31	21,176.03	17,533.75	19,895.38	21,068.65	24,126.14	24,466.90
折现率	11.09%						
可收回金额	256,740.00						

2023年商誉减值测试关键参数的选取情况

单位：万元

智明星通	实际	预期期					永续期
	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年及以后
营业收入	133,505.38	132,314.99	138,925.11	144,063.85	147,744.08	148,737.70	151,181.19
收入增长率	/	-0.9%	5.0%	3.7%	2.6%	0.7%	2.1%
毛利率	61.3%	61.7%	59.90%	58.6%	58.4%	58.5%	58.5%
所得税率	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
净利率	20.3%	11.2%	13.4%	16.0%	16.2%	18.1%	18.1%
净利润	23,894.61	14,784.37	18,560.31	23,006.94	23,881.14	26,964.24	27,530.49
折现率	12.16%						
可收回金额	256,987.00						

2022年商誉减值测试关键参数的选取情况

单位：万元

智明星通	实际	预期期					永续期
	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年及以后
营业收入	153,172.33	137,557.00	136,254.00	139,734.00	144,330.00	148,002.00	151,110.04
收入增长率	/	-10.2%	-0.9%	2.6%	3.3%	2.5%	2.1%
毛利率	58.1%	65.4%	60.9%	62.2%	61.5%	61.5%	61.5%
所得税率	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
净利率	15.6%	17.0%	20.8%	19.9%	19.0%	17.4%	17.4%
净利润	23,894.61	23,396.28	28,304.96	27,794.10	27,379.05	25,741.82	26,282.40
折现率	14.25%						
可收回金额	252,400.00						

2021年商誉减值测试关键参数的选取情况

单位：万元

智明星通	实际	预期期					永续期
	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年及以后
营业收入	184,084.67	198,565.00	234,460.00	246,958.00	255,292.00	261,560.00	266,791.20
收入增长率	/	7.9%	18.1%	5.3%	3.4%	2.5%	2.0%
毛利率	64.6%	56.7%	56.1%	58.3%	57.9%	58.9%	58.9%
所得税率	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
净利率	10.9%	5.4%	7.8%	10.2%	10.5%	11.7%	11.7%
净利润	19,971.76	10,815.12	18,312.31	25,195.49	26,897.73	30,496.67	31,110.24
折现率	15.15%						
可收回金额	260,600.00						

（2）预期的现金流收益

1）详细预期期的确定

鉴于朗知传媒2024年业绩正常，生产经营稳定，可保持长时间的运行，故收益期取永续确定，参考《企业会计准则》以及智明星通经营情况，2021-2024共计四次评估的基准日时点虽然不同，但商誉减值测试的预期期均为5年，5年以后即为永续期。

2）资产相关未来收益预测

公司管理层根据公司目前的经营状况，未来公司业务规划、市场需求情况、竞争情况及行业政策分析等因素综合分析的基础上，对未来发展趋势做出谨慎判断。基于经营情况，管理层对未来年度做个指标预测如下：

①营业收入

未来年度预期考虑了在研及已上线的游戏产品；运用预测模型企业发展规划，考虑了新增游戏的收入，并参考了游戏行业整体复合增长率综合预计游戏业务收入。

②毛利率及营业成本

公司主营业务成本主要由职工薪酬、代理费成分或成本（委托开发成本、技术服务分成）、服务器租赁费、网页服务费、平台渠道费（渠道手续费、支付工具费用、技术分成-平台）、固定资产折旧及版权摊销费、房租、技术服务费、差旅费等费用构成。

③所得税率

未来年度预期考虑了在研及已上线的游戏产品；运用预测模型企业发展规划，考虑了新增游戏的收入，并参考了游戏行业整体复合增长率综合预计游戏业务收入。

④毛利率及营业成本

公司主营业务成本主要由职工薪酬、代理费成分或成本（委托开发成本、技术服务分成）、服务器租赁费、网页服务费、平台渠道费（渠道手续费、支付工具费用、技术分成-平台）、固定资产折旧及版权摊销费、房租、技术服务费、差旅费等费用构成。

⑤净利润

预期期净利润主要结合上述营业收入预期、基准日毛利率及费用率组成结构进行综合测算。

⑥未来增长率

参考同行期间ND、Wind、IMF等机构发布的3年预期未来及我国历史近10年的3年数据综合测算。

⑦折现率的确定

折现率，又称期望投资回报率，是基于收益法确定评估价值的重要参数。根据《企业会计准则第8号——资产减值》的规定，为了资产减值测试中估算资产预计未来现金流量现值时所使用的折现率应为是反映当时市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。如果用于估计折现率的基础是税后的，应将其调整为税前的折现率。

综上，2021-2024共计四次评估的基准日虽不同，外部宏观环境、市场风险、市场趋势等因素存在一定的差异，但因商誉减值测试的预期期均为5年，5年以后即为永续期，商誉减值测试的关键参数选取的审慎性和可回收金额确定的合理性，是否存在商誉减值计提不充分等情形。

（三）结合实际业绩与预测业绩对比情况，说明关键参数选取的审慎性和可回收金额确定的合理性。

（1）2022年商誉减值测试的盈利预测与2024年业绩实际实现情况如下：

单位：万元

智明星通	预测数据	实际业绩
	2024年	2024年
营业收入	132,314.99	123,616.65
毛利率	61.67%	67.90%
净利润率（扣非归母）	11.2%	27.0%
所得税率	15.0%	15.0%

2023年商誉减值测试时，2024年度预测实现基础是按开新游戏上线速度与流量增加对新游戏收费和高级费收入影响进行测算，2024年预期期间收入增长率为2.9%，游戏的分成率多为参照分成比例，2024年预期期间收入完成率为104.4%，游戏的分成率多为参照分成比例，随着新游戏收入下降，分成率也有下降；同时，新游戏未达预期，但存量游戏发行渠道成本低于新游戏发行渠道成本，因此整体毛利率较预期数低上升；存量游戏进入稳定期，2024年管理层对存量游戏的推广成本较预期大幅下降，2024年整体净利率较预期数高。

2023年商誉减值测试，考虑智明星通未来发展情况，经营业绩完成预期，结商誉，包含商誉的资产组可收回金额高于其账面价值，商誉不存在减值迹象。

（2）2022年商誉减值测试的盈利预测与2023年业绩实际实现情况对比如下：

单位：万元

智明星通	预测数据	实际业绩
	2023年	2023年
营业收入	137,557.00	133,505.38
毛利率	65.4%	61.3%
净利润率（扣非归母）	17.0%	20.3%
所得税率	15.0%	15.0%

2022年商誉减值测试时，管理层判断存量游戏处于成熟期，存量游戏的收入会逐年下降；对于TWD，管理层经过已运行的数据并根据其未来规划和投放资源的情况，预期该游戏2023年收入规模将在2022年实现基础上下降，2023年实际收入完成预期数的77.1%，基本实现期望，2023年实际业务结构中代理游戏与自研游戏的结构投资期有所变化，带来了整体毛利率的变动，2023年管理层根据公司管理层下，根据游戏规模大小选取代理广投入，提高游戏业务盈利水平，因此2023年净利润实际完成高于原有预测数据。

2022年商誉减值测试，考虑智明星通核心团队没有发生明显变化，核心游戏运营情况较稳定，经营业绩完成预期，结商誉，包含商誉的资产组可收回金额高于其账面价值，商誉不存在减值迹象。

（3）2021年商誉减值测试的盈利预测与2022年业绩实际实现情况对比如下：

单位：万元

智明星通	预测数据	实际业绩
	2022年	2022年
营业收入	198,565.00	153,172.33
毛利率	56.7%	58.1%
净利润率（扣非归母）	5.4%	15.6%
所得税率	25.0%	6.0%

2021年商誉减值测试，管理层判断存量游戏处于成熟期，存量游戏的收入会逐年下降；对于新游戏，管理层结合已运行的数据及市场上同类游戏的情况判断，通过增加KVK、OVO、异度分裂等品类，游戏预加了收费品种的内容，2021年新游戏表现较差，2021年年末企业受到国家反法关于虚假宣传、高额营销费用以及较为困难，预测时考虑所得税税率由15%上调为25%。

2022年受疫情下、宅经济的刺激效应影响基础盈，游戏市场竞争加剧，TWD在2021年4月正式上线后，根据游戏进程和表现配合投放推广，管理层在产品端和发行端配合下持续调优，该游戏的实际收入情况较预期有一定变化，低于2021年末预期数据。营业成本中游戏分成成本与游戏收入规模相关，其中，随存量代理游戏规模的减少，该部分对游戏原动力的影响分成比例随之下降，2022年实际毛利率较高于预期毛利率，2022年管理层在保持稳定运营前提下，根据游戏表现减少市场推广投入，提高了这些游戏的盈利水平，2023年未企业受到国家经济关于虚假宣传、高额营销费用的影响，预期同步考虑所得税税率由15%上调为25%，但实际2023年所得税税率由15%上调为20%，因此实际业绩低于商誉资产，主要是推广费、部分运营及所得税变化影响，2022年净利润实际完成高于原有预期数据。

2021年商誉减值测试时，考虑智明星通核心团队没有发生明显变化，核心游戏运营情况较稳定，经营业绩完成预期，结商誉，包含商誉的资产组可收回金额高于其账面价值，商誉不存在减值迹象。

（4）公司主要运营游戏2024年度数据情况

游戏名称	月末总注册用户（万户）	月活跃用户（万户）	付费用户数（万户）	游戏月流水（亮钻金额-万元）	ARPU（万元）	ARPPU（万元）
《阿王的纷争》	23,847.23	94.11	5.09	4,195.37	0.006	0.08
《The Walking Dead: Survivors》	3,386.39	82.60	3.36	3,443.06	0.004	0.10

（月末总注册用户为期末注册用户数据；本报告期ARPU=游戏月流水/月活跃用户；ARPPU=游戏月流水/付费用户数）

（5）切换存新游戏情况

序号	项目名称	游戏类型	研发阶段	预计对公司未来发展的影响
1	Flame项目	SLG手游	研发后期，预计2025年内上线	进一步增强研发实力，丰富游戏产品线，贡献新的业绩增长点
2	尖兵项目	SLG手游	研发后期，预计2025年内上线	进一步增强研发实力，丰富游戏产品线，贡献新的业绩增长点
3	Nova项目	SLG手游	研发后期，预计2025年内上线	进一步增强研发实力，丰富游戏产品线，贡献新的业绩增长点

（6）2024年度商誉减值测试中有关预期重要未来现金流量的年末预期数据

	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年
净利润（亿元）	2.11	1.75	1.98	2.10	2.41

除上期数，智明星通的商誉减值测试经过较为充分的风险考量，符合会计准则相关规定，不存在前期应计提而未计提的情形。

【年审会计师意见】

（一）核查程序

1. 按照审计准则，对集团财务报表审计的特殊考虑，对组成部分注册会计师提出工作要求，了解朗知传媒的收入确认政策，并复核相关部分会计师的工作；

2. 查阅收购协议等资料，了解公司对外投权收购的情况，包括收购对象、主营业务、收购比例、交易金额、形成商誉金额、业绩对赌、董事会席位、决策机制安排等；

3. 了解并评价朗知传媒的决策机制、经营安排、制定会计等，关注中文传媒对朗知传媒是否具有实质控制；

4. 访谈公司管理层，了解报告期内的背景及目的，结合营业收入和净利润实现情况，关注是否达到了收购预期；

5. 了解并评价对商誉所属资产组的认定，以及商誉减值测试的政策和方法；

6. 评价管理层确定商誉可收回金额相关的关键内容和控制的设计和运行有效性；

7. 获取公司及其聘请第三方评估机构编制的商誉减值测试工作底稿及详细资料，进行数据复核和检查；

8. 核查管理层聘请的独立第三方评估机构的资质，独立性及专业胜任能力。

（二）核查结论

基于实施的审计程序，我们未发现朗知传媒的收入确认存在不符合《企业会计准则》的规定，未发现上市公司对朗知传媒存在不能实现有效控制的情形，公司对智明星通商誉减值测试的具体调算过程，与我们核查的情况一致，我们未发现报告期各期商誉减值测试存在重大差异，选取的关键参数和可回收金额合理，不存在商誉减值计提不充分情形。

六、关于投资理财。年报显示，报告期公司长期股权投资期末余额19.26亿元，多家合营、联营企业确认投资损失，但未计提减值准备；其他非流动金融资产期末余额10.24亿元，方案拟分别投资于“中际东方动权益”、绿权投资期末余额10.26亿元，其中分别和昌隆资医药产业投资中心（有限合伙）期末余额1428.66万元，累计计提减值准备71850万元，1428.66万元本金已逾期。

请公司：（一）补充披露长期股权投资及其他非流动金融资产中主要被投资单位的基本情况，包括投资背景、股权结构、出资情况、经营状况，说明与公司之间是否存在业务及资金往来，相关资金是否流向关联方或其他潜在利益方；（二）如长期股权投资及其他非流动金融资产中被投资单位为投资基金的，进一步披露基金的具体规模、资产构成等，说明底层资产权益是否涉及关联方，触发公司是否在存在差额补足义务或为其他合伙人承担风险等潜在责任的安排；（三）结合非或委托理财是否逾期及是否为非标投资，补充披露逾期或非标等潜在风险的安排；（四）补充披露逾期或非标投资的资金来源、款项用途、退出安排的主要内容，结合协议实际履行情况、底层资产经营状况、相关方资信能力变化说明逾期原因及合理性、减值计提依据及充分性，相关资金是否流向关联方及其他潜在利益方，请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）补充披露长期股权投资及其他非流动金融资产中主要被投资单位的基本情况，包括投资背景、股权结构、出资情况、经营状况，说明与公司之间是否存在业务及资金往来，相关资金是否流向关联方或其他潜在利益方。

截至2024年末，长期股权投资及其他非流动金融资产中主要被投资单位的基本情况如下：

被投资单位	投资背景				股权结构及出资情况				经营状况及减值计提原因	是否存在业务及资金往来	相关资金是否实际流向关联方或其他潜在利益方
	基本情况	投资年份	投资金额（万元）		股东名称或姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	实缴资本（万元）			
共青城中天文投创业投中心（有限合伙）	中天文投为厦门挑战者创业投资合伙企业（有限合伙）基金的子基金，母基金主要投向为游戏、大消费、TMT领域成长期及初创期项目。	2018年	6,000.00		中文天地出版传媒集团股份有限公司	6,000.00	40.00	6,000.00	正常运营，未计提减值	否	否
					北京挑战者科技有限公司	6,000.00	40.00	6,000.00			
					厦门信芯云平创业投资有限公司（原名为：厦门果果挑战者创业投资有限公司）	2,850.00	19.00	2,850.00			
					厦门登舟星辰投资管理有限公司	150.00	1.00	150.00			
					上海雨树凌点投资合