（上接B061版）

2023年前十大客户业务内容，金额，账龄，信用政策等（表12）单位：万元

公司	是否关联方	期末余额	坏账	账龄	业务内容	信用政策	是否逾期	逾期金额	期后回款截止2026043 0
客户1	否	3,058.81	152.94	1年以内	KOL/KOC，短视频，数字媒体运营等	收票后95天内付款	是	408.00	3,058.81
客户2	否	1,997.67	1,990.57	1-2年及3年以上	广告业务	收票后20个工作日内付款	是	1,997.67	-
客户3	否	1,786.17	1,786.17	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,786.17	-
客户4	否	1,388.49	69.42	1年以内	KOL/KOC，综艺节目植入等	收票后30天/60天内付款	否	-	1,388.49
客户5	否	1,259.22	1,129.14	1年以内及3年以上	广告业务，达人采买	收票后90天内付款	是	1,248.94	136.92
客户6	否	1,238.64	61.93	1年以内	短剧，短视频制作，KOL等	收票后90个工作日内付款	否	-	1,238.64
客户7	否	1,210.84	1,210.84	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,210.84	-
客户8	否	830.00	41.50	1年以内	综艺广告植入	根据合同节点付款	否	-	830.00
客户9	否	686.61	686.61	3年以上	广告业务	收票后45天内付款	是	686.61	-
客户10	否	552.81	552.81	3年以上	广告业务	收票后20个工作日内付款	是	552.81	-
合计		14,009.26	7,681.94					7,891.04	6,652.87

2024年前十大客户业务内容，金额，账龄，信用政策等（表13）单位：万元

公司	是否关联方	期末余额	坏账	账龄	业务内容	信用政策	是否逾期	逾期金额	期后回款截止26430
客户1	否	2,133.49	1,172.85	1年以内及3年以上	广告业务，KOL	收票后90天内付款	是	1,585.89	1,013.33
客户2	否	1,997.67	1,997.67	3年以上	广告业务	收票后20个工作日内付款	是	1,997.67	-
客户3	否	1,786.17	1,786.17	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,786.17	-
客户4	否	1,642.65	82.13	1年以内	短剧，短视频制作，KOL及直播等。	收票后90个工作日内付款	是	33.61	1,642.65
客户5	否	1,541.46	77.07	1年以内	KOL/KOC，短视频，数字媒体运营等	收票后95天内付款	否	-	1,541.46
客户6	否	1,385.04	69.25	1年以内	抖音运营，KOL，达人资源采买等	收票后30个工作日内付款	否	-	1,385.04
客户7	否	1,210.84	1,210.84	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,210.84	-
客户8	否	1,210.00	60.50	1年以内	广告投放	根据合同节点付款	否	-	1,210.00
客户9	否	1,000.00	50.00	1年以内	综艺节目品牌植入	根据合同节点付款	是	1,000.00	-
客户10	否	890.00	44.50	1年以内	小红书种草及推广	预付方式	是	890.00	890.00
合计		14,797.31	6,550.99					8,504.18	7,682.47

2025年前十大客户业务内容，金额，账龄，信用政策等（表14）单位：万元

公司	是否关联方	期末余额	坏账	账龄	业务内容	信用政策	是否逾期	逾期金额	期后回款截止26430
客户1	否	3,522.74	176.14	1年以内	KOL/KOC，短视频，数字媒体运营等	收票后95天内付款	否	-	3,522.74
客户2	否	2,224.19	111.21	1年以内	抖音运营，KOL，达人资源采买等	收票后30个工作日内付款	否	-	1,340.96
客户3	否	2,117.49	1,993.99	1年以内	KOL及平台资源采买	项目验收合格后3个月内付款	是	1,987.49	158.17
客户4	否	1,997.67	1,997.67	3年以上	广告业务	收票后20个工作日内付款	是	1,997.67	-
客户5	否	1,786.17	1,786.17	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,786.17	-
客户6	否	1,210.84	1,210.84	3年以上	广告业务	4A公司，收到其甲方客户付款后付款	是	1,210.84	-
客户7	否	1,188.09	59.40	1年以内	KOL/KOC，综艺节目植入，数媒运营等	收票后30天/60天内付款	否	-	1,188.09
客户8	否	1,187.14	59.36	1年以内	市场分析，平台运营及推广服务	收到《充值确认单》，已垫款后30日内付款	是	159.36	1,113.69
客户9	否	1,122.29	1,122.29	3年以上	广告业务	收票后90天内付款	是	1,122.29	-
客户10	否	1,030.13	51.51	1年以内	天猫达播业务等	收票后90个工作日内付款	是	618.27	740.43
合计		17,386.76	8,568.58					8,882.09	8,064.08

（2）说明与上述主要客户发生交易时所采用的信用评估，回款政策及执行情况，是否存在潜在关联方，是否存在回款逾期后持续发生交易的情况；

2023年前十大客户信用评估，回款政策，执行情况等（表15）单位：万元

公司	期末余额	坏账合计	信用评估及回款政策	执行情况	是否存在潜在关联方	逾期后是否持续交易
客户1	3,058.81	152.94	知名外资品牌，信用等级优；约定收 票 后 95 天付款	回款完毕	否	是，客户内部付款审批流程偶有延后，部分因发票上传系统操作流程导致款项支付延迟，不属于恶意拖欠款项。
客户2	1,997.67	1,990.57	头部4A广告公司，信用等级良，收票后20个工作日内付款	多为三年以上应收款，计提坏账比例99.65%	否	否
客户3	1,786.17	1,786.17	头部4A广告公司，信用等级良，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户4	1,388.49	69.42	知名日化品牌，信用等级优，账期30/60天	回款完毕	否	未逾期
客户5	1,259.22	1,129.14	头部4A广告公司，信用等级良，收票后90天内付款	三年以上逾期部分已全额计提坏账；剩余一年以内按5%计提，一年内应收款回款完毕	否	是，1.早期业务模式差异：过往合作采用媒体资源打包买断模式，将多家电视台的广告资源整合结算，以整体价格向客户销售，导致结算周期拉长； 2. 客户内部人事变动频繁：作为头部4A广告公司，其内部业务对接人员更迭频繁，前后任对接人信息交接不畅，导致回款流程受阻。 3.目前双方已切换为订单与投放一一对应的全新结算模式，新项目对账清晰、回款可控，相关款项均已正常回款。
客户6	1,238.64	61.93	知名品牌企业，信用等级良，账期90个工作日	回款完毕	否	未逾期
客户7	1,210.84	1,210.84	头部4A广告公司，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户8	830.00	41.50	新媒体企业，按合同节点结算，信用等级良	回款完毕	否	未逾期
客户9	686.61	686.61	头部4A广告公司，信用等级良，账期45天	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户10	552.81	552.81	头部4A广告公司，信用等级良，账期20个工作日	三年以上，全额计提坏账	否	否
合计	14,009.26	7,681.94				

2024年前十大客户信用评估，回款政策，执行情况等（表16）单位：万元

公司	期末余额	坏账合计	信用评估及回款政策	执行情况	是否存在潜在关联方	逾期后是否持续交易
客户1	2,133.49	1,172.85	头部4A广告公司，信用等级良，收票后90天内付款	三年以上逾期部分已全额计提坏账；剩余一年以内按5%计提，一年内应收款回款完毕	否	是，1. 早期业务模式差异：过往合作采用媒体资源打包买断模式，将多家电视台的广告资源整合结算，以整体价格向客户销售，导致结算周期拉长； 2. 客户内部人事变动频繁：作为头部4A广告公司，其内部业务对接人员更迭频繁，前后任对接人信息交接不畅，导致回款流程受阻。 3. 目前双方已切换为订单与投放一一对应的全新结算模式，新项目对账清晰、回款可控，相关款项均已正常回款。
客户2	1,997.67	1,997.67	头部4A广告公司，信用等级良，收票后20个工作日内付款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户3	1,786.17	1,786.17	头部4A广告公司，信用等级良，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户4	1,642.65	82.13	知名品牌企业，信用等级良，账期90个工作日	回款完毕	否	是，某品牌体系下属企业付款审批流程周期偏长，造成款项延后支付，无恶意拖欠行为。
客户5	1,541.46	77.07	知名外资品牌，信用等级优；约定收票后95天付款	回款完毕	否	未逾期
客户6	1,385.04	69.25	知名家电品牌，信用等级优；约定收票后30个工作日内付款	回款完毕	否	未逾期
客户7	1,210.84	1,210.84	头部4A广告公司，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户8	1,210.00	60.50	新媒体企业，按合同节点结算，信用等级良	回款完毕	否	未逾期
客户9	1,000.00	50.00	传统媒体企业，按合同节点结算，信用等级良	业务仍在结算中，还未开票	否	否
客户10	890.00	44.50	新媒体企业，预付款模式，信用等级良	回款完毕	否	是，客户常规付款周期较长，款项延迟为正常流程所致，非恶意拖欠。
合计	14,797.31	6,550.99				

2025年前十大客户信用评估，回款政策，执行情况等（表17）单位：万元

公司	期末余额	坏账合计	信用评估及回款政策	执行情况	是否存在潜在关联方	逾期后是否持续交易
客户1	3,522.74	176.14	知名外资品牌，信用等级优；约定收票后95天付款	回款完毕	否	未逾期
客户2	2,224.19	111.21	知名家电品牌，信用等级优；约定收票后30个工作日内付款	回款完毕	否	未逾期
客户3	2,117.49	1,993.99	新媒体企业，项目验收合格后3个月内付款，信用等级良	已逾期，对逾期未回款部分全额计提坏账	否	否
客户4	1,997.67	1,997.67	头部4A广告公司，信用等级良，收票后20个工作日内付款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户5	1,786.17	1,786.17	头部4A广告公司，信用等级良，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户6	1,210.84	1,210.84	头部4A广告公司，结算依赖上游甲方回款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户7	1,188.09	59.40	知名日化品牌，信用等级优，账期30/60天	回款完毕	否	未逾期
客户8	1,187.14	59.36	新媒体企业，收到《充值确认单》，垫款后30日内付款，信用等级良	截止26年4月，期后回款比例93.81%	否	是，客户内部付款审批流程繁琐、时效较慢所致，不属于恶意拖欠。
客户9	1,122.29	1,122.29	头部4A广告公司，信用等级良，收票后90天内付款	三年以上，全额计提坏账	否	否
客户10	1,030.13	51.51	知名品牌企业，信用等级良，账期90个工作日	截止26年4月，期后回款比例71.88%	否	是，某品牌体系下属企业付款审批流程周期偏长，造成款项延后支付，无恶意拖欠行为
合计	17,386.76	8,568.58				

（3）结合同行业可比公司情况，说明公司应收账款占营业收入比重较高、坏账准备计提比例较高的原因及合理性，前期坏账准备计提是否充分、及时；

同行业可比公司应收账款占营业收入的比例与龙韵的对比情况（表18）单位：万元

股票代码	名称	25年应收账面余额	24年应收账面余额	23年应收账面余额	25年营收	24年营收	23年营收	应收占营收比例25	应收占营收比例24	应收占营收比例23
300612	宣亚国际	15,048.84	40,560.01	43,742.45	34,951.07	68,309.02	104,892.24	43.06%	59.38%	41.70%
603825	ST华扬	154,534.65	168,690.57	247,335.71	139,132.76	203,093.99	549,986.46	111.07%	83.06%	44.97%
600088	中视传媒	30,292.06	25,775.18	21,024.08	103,748.43	113,750.47	111,490.40	29.20%	22.66%	18.86%
300058	蓝色光标	1,447,010.22	1,222,958.60	1,127,417.62	6,869,267.24	6,079,691.62	5,261,593.37	21.06%	20.12%	21.43%
600880	博瑞传播	42,260.86	43,167.85	49,222.88	45,574.67	57,859.82	61,440.55	92.73%	74.61%	80.11%
603729	ST龙韵	33,992.57	30,151.44	21,450.44	33,882.95	33,817.42	32,991.98	100.32%	89.16%	65.02%

同行业可比公司应收账款净值占营业收入的比例与龙韵的对比情况（表19）单位：万元

股票代码	公司	25应收账款净值	24应收账款净值	23应收账款净值	25年营收	24年营收	23年营收	应收账款净值占营业收入比例25	应收账款净值占营业收入比例24	应收账款净值占营业收入比例23
300612	宣亚国际	9,949.89	35,145.60	39,428.57	13,855.37	68,309.02	104,892.24	71.81%	51.45%	37.59%
603825	ST华扬	70,529.51	91,220.91	181,131.47	139,132.76	203,093.99	549,986.46	50.69%	44.92%	32.93%
600088	中视传媒	18,819.87	14,389.58	9,572.60	103,748.43	113,750.47	111,490.40	18.14%	12.65%	8.59%
300058	蓝色光标	1,366,928.49	1,137,994.96	1,037,973.30	6,869,267.24	6,079,691.62	5,261,593.37	19.90%	18.72%	19.73%
600880	博瑞传播	25,319.58	31,625.22	41,337.17	45,574.67	57,859.82	61,440.55	55.56%	54.66%	67.28%
603729	ST龙韵	19,343.97	19,786.07	11,513.61	33,882.95	33,817.42	32,991.98	57.09%	58.51%	34.90%

3.1、公司应收账款占营业收入比重较高的原因及合理性：

1.收入规模变化：2023年至2025年龙韵的营收规模基本保持小幅波动、无明显增长，但存量垫资应收持续增加，营业收入小幅增加但应收账款存量部分累积，推高应收/收入比值。2.业务转型影响，2023年至2025年传统电视广告下行，龙韵从传统广电向新媒体信息流投放转型，新媒体项目垫资规模较大、中小流量客户回款不确定性提升。3.为了维系头部客户业务，龙韵被动接受客户延期付款：若强硬执行合同3个月账期、拒收延后付款，客户会切换竞品服务商，为保住大客户订单，公司在实际回款上妥协，默许客户付款延期。4.会计准则收入确认与实际开票时点不一致：龙韵公司投放成果验收完毕即确认营业收入，收入确认时点早于开票时点，开票时点受品牌大客户集中付款审批制度影响，实际上的平均回款周期约6个月。2023年至2025年龙韵公司应收账款原值占收入比例分别为100.32%，89.16%，65.02%，与同行业公司ST华扬，博瑞传播相差幅度较小，应收账款净值占收入比例分别为57.09%，58.51%，34.90%，与同行业公司ST华扬，博瑞传播，相差幅度较小，具备合理性。

3.2、坏账计提比例较高原因及合理性

公司根据应收账款的迁徙率模型计算预期信用损失模型，目前龙韵应收账款坏账比例为1年以内5%、1-2年67%、2年及以上计提100%，该计提比例是基于历史坏账损失及资产可回收性审慎测算，具备合理性；

2025年末龙韵1-2年的应收账款金额较大，约为3,570.00万，此部分计提的坏账金额为2,392.00万，上述应收账款均为2024年开展业务形成，主要的业务模式为公司向华为采购华为视频的综艺栏目广告资源为客户进行品牌广告投放。暂未收回的主要原因是合作方出现人员更迭，加之双方内部对账流程较长，导致回款有所延后，回款延后主要为阶段性流程类客观因素，不存在客户无力偿付、恶意拖欠情形，双方债权债务清晰无争议。为加快资金回收，公司安排专人持续跟进，截至本说明出具日，已有多家客户陆续回款。该部分应收账款已依据公司会计政策足额计提坏账准备，减值计提充分。表格如下：（表20）单位：万元

单位名称	业务发生日期	1-2年原值	1-2年坏账	交易内容
客户1	2024年9月	1,000.00	670.00	广告投放
客户2	2024年6月	590.00	395.30	广告投放
客户3	2024年9月	585.00	391.95	广告投放
客户4	2024年12月	485.00	324.95	广告投放
客户5	2024年11月	460.00	308.20	广告投放
客户6	2024年2月	240.00	160.80	数字化营销服务
客户7	2024年11月	210.00	140.70	广告投放

此外，因新增客户东方彩木（上海）数字科技有限公司偿付能力不足，相关款项期后持续逾期，基于谨慎性原则，公司对其期后逾期未偿还部分全额计提了1,987.49万元的坏账准备，上述大额单项计提进一步拉高了整体坏账计提比例。结合公司客户结构、应收账款还能率、历史坏账损失、以及单项客户回款风险，公司坏账计提比例具备合理性。

3.3、坏账准备计提是否充分：

龙韵按照新金融工具准则，结合客户实际情况，测算预期信用损失率，截止2025年末，龙韵单项计提坏账的应收账款原值2,394.14万元，坏账计提金额2,394.14万元，按账龄组合计提坏账的应收账款原值31,598.43万元，坏账计提金额12,254.46万元，同行业上市公司如蓝色光标，博瑞传播等普遍执行1年以内3%-5%、1-2年10%-20%、2-3年30%-50%、3年以上全额计提100%的坏账政策，对比龙韵现行的1年以内5%、1-2年67%、2年以上100%的坏账政策，坏账准备计提足额，高于同行业计提比例。东方彩木因偿付能力不足，相关款项期后持续逾期，故对期后未偿还的逾期应收单项计提1,987.49万元坏账准备，与同行业对无回款保障的应收账款全额计提减值的处理方式一致，坏账准备计提充分。

（4）结合交易背景、业务模式、资金回款等情况，说明对上述客户销售收入的确认政策及确认依据，相关业务是否具有商业实质，相关收入确认是否符合会计准则相关规定。请年审会计师发表意见。

A、公司回复

（一）交易背景、业务模式、资金回款情况、收入确认依据

（表21）单位：万元

公司	收入项目	交易内容	总额/净额	交易背景	业务模式	25年度资金回款	收入确认依据
客户1	数字化营销全案服务	广告素材制作及其他	总额	客户有购买广告素材的需求，公司有制作广告素材的资质	公司基于客户的营销目标，制作匹配客户需求的广告方案，筛选匹配方案的供应商，沟通时间安排	5,300.68	核销报告
		充值收入	净额	客户有直播间投流需求，公司有投流方案和执行人员	公司根据客户的需求进行充值，并根据客户的指令代为操作账号进行直播间引流投放		投放消耗截屏
客户2	数字化营销全案服务	达人及种草广告	总额	客户有达人广告投放需求，公司有达人资源	公司基于客户的达人投放需求，制作匹配客户需求的达人名单、脚本设计联系达人排期和最终广告投放	1,803.51	效果评价确认单
客户3	数字化营销全案服务	达人及种草广告	净额		公司基于客户的达人投放需求，联系达人投放广告	224.97	结算单
客户4	广告媒介代理业务	传统广告	总额	客户代理的品牌有在电视台等媒介投放广告的需求，公司有电视台的资源	公司基于客户的营销目标，在公司媒体资源的电视台投放广告。	0.00	广告播出表
客户5	广告媒介代理业务	传统广告	总额			0.00	
客户6	广告媒介代理业务	传统广告	总额			0.00	
客户7	数字化营销全案服务	综艺及其他	总额	客户有在综艺项目投放广告的需求，公司有电视台和互联网媒体的综艺资源	公司基于客户的营销目标，推荐综艺节目、制作广告方案、设计广告脚本，对接广告投放素材、沟通时间安排等	4,131.87	结案报告、邮件结算截图等
客户8	数字化营销全案服务	达人及种草广告	净额	客户有达人广告投放需求，公司有达人资源	公司基于客户的达人投放需求，联系达人投放广告	1,908.93	结算单
客户9	数字化营销全案服务	达人及种草广告	总额		公司基于客户的达人投放需求，制作匹配客户需求的达人名单、脚本设计联系达人排期和最终广告投放	1,013.33	结算单
客户10	数字化营销全案服务	达播广告	总额	客户有需求寻找达人直播间销售公司产品，公司有直播资源	公司基于客户的直播需求，推荐直播达人名单、沟通商务政策、对接直播排期、监督直播效果等	553.91	达播完工证明
			净额		客户指定直播达人，公司根据客户需求对接直播达人，对接直播排期等		

（二）收入确认政策

公司主营业务主要为广告媒介代理、数字化营销全案服务，依据《企业会计准则第14号——收入》，按控制权转移原则确认收入：

1、广告媒介代理业务

确认政策：区分主要责任人与代理人判定总额/净额核算：公司自主采购媒体资源、承担投放风险、自主管控排期定价采用总额法，广告完成刊播投放、履约完毕确认收入；仅居间撮合、不承担资源风险、仅收取代理佣金采用净额法，投放落地验收后按佣金确认收入。

确认依据：客户合同、PO订单、投放指令、媒体出具刊播/上线投放回执、投放执行验收对账单。

2、数字化营销全案服务

确认政策：合同无分阶段约定的，全套调研、创意、制作、投放、效果评估服务全部交付并经客户验收后一次性确认收入；合同约定分阶段的，按各节点客户验收资料、采用产出法确定履约进度分期确认收入。

确认依据：项目服务合同、各阶段成果签收单、成片及投放验收资料、结案与效果评估报告、客户阶段性/整体验收文件。

公司上、下游主要为头部品牌公司、一线电视及网络媒体平台等，具备真实业务经营资质，不存在虚构业务情形。

公司收入确认严格遵循新收入准则五步法模型，以正式合同、PO订单作为履约合同，满足合同成立要件，完成履约义务识别、交易价格确定与分摊；在广告投放落地、全案成果经客户验收时，客户取得相关服务控制权，满足收入确认条件，收入确认时点合规；6-9个月回款周期属于合同项下信用条款，系应收账款后续结算安排，属于金融工具规范范畴，与履约义务是否完成、控制权是否转移相互独立，准则不要求因赊销延后确认收入；媒介业务总额/净额、全案履约进度的核算判断均契合准则对主要责任人、履约进度计量的相关规定。

综上，公司收入确认政策合理、依据充分，业务具备商业实质，收入确认符合会计准则要求。

B、会计师回复

一、核查过程

我们针对上述问题实施的核查程序如下：

1、获取企业编制的应收账款账龄分析表，复核加计是否准确，并与总账数和明细账合计数核对是否相符；

2、了解、评估与应收账款信用减值损失计提政策相关内部控制的设计，复核了管理层对应收账款历史数据迁徙的分析和评估；对选定的样本检查相关支持文件以验证应收账款账龄的准确性；对重大应收账款，复核管理层对信用风险评估结论的恰当性。并测试关键控制的有效性；

3、对于单项确认应收账款的信用减值损失，我们了解管理层判断的理由，并评估信用减值损失计提的充分性；

4、对于按照信用风险特征组合计提坏账的应收账款，我们复核了管理层对于信用风险特征组合的设定，并抽样复核了账龄等关键信息，获取信用减值损失计提明细表，检查计提方法是否按照信用减值损失政策执行；重新计算信用减值损失计提金额是否准确。

5、对应收账款重点客户进行函证，并对函证的整个过程保持控制，函证内容包含交易金额及往来余额，有差异的客户回函原因并核查对账调节表，未回函的客户则补充替代测试，替代测试包括查阅销售合同，销售发票，及回款单据；

6、对应收账款主要客户进行工商查询，核查客户股东、实控人及高管信息，识别是否存在未披露关联关系；

7、检查应收账款主要客户的期后回款情况，查看开票后相关客户回款是否在信用期内，检查应收账款逾期后是否持续交易；

8、获取主要客户的信用记录评价表，查看每年是否对重要客户进行信用评级，评级是否合理；

9、查询同行业可比公司官方披露数据，了解公司与同行业公司的主要客户差异；查看相关销售合同，结合账龄，分析应收账款占营业收入比重较高的原因；

二、核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：

1、23-25年被审计单位的应收账款期末余额前十名客户的期末金额及账龄划分准确，相关交易真实，信用政策合理，前十大应收账款的逾期金额及期后回款金额准确，坏账准备已充分计提，上述公司与龙韵不存在关联关系；

2、23-25年被审计单位的应收账款前十名客户中，除东方彩木（上海）数字科技有限公司外其他公司对应的销售收入确认政策及确认依据符合会计准则相关规定，相关业务具有商业实质，客户的信用评估准确，回款政策及执行情况良好，不存在潜在关联方。其中部分前十大客户虽逾期后继续开展业务，但并非无底线赊销，该类客户均为历年合作客户，整体回款风险较低；

3、被审计单位应收账款占营业收入比重较高，坏账计提比例较高具备合理性，前期坏账准备计提充分且及时。

问题7、请公司：（1）补充披露愚恒影业近三年主要运营项目收益及进展，结合行业情况以及愚恒影业主要作品和主要客户等情况，说明近三年业绩变动的原因及合理性，是否具备持续盈利能力。

A、公司回复：

一、补充披露愚恒影业近三年主要运营项目收益及进展

（一）2023年主要运营项目情况

（表22）单位：万元

序号	项目名称/作品	分类	收入	收入占比	毛利	毛利占比
1	《家宴4》	综艺	1,603.77	5.21%	830.48	9.73%
2	《行进中国》	综艺	1,561.23	5.07%	1,079.37	12.65%
3	《行进中国-黄河篇》	综艺	931.71	3.03%	614.97	7.21%
4	《蜀锦人家》	电视剧	5,980.19	19.42%	951.46	11.15%
5	《老大夫小大夫》	电视剧	1,168.49	3.80%	692.70	8.12%
6	《沸腾人生》	电视剧	306.72	1.00%	366.67	4.30%
7	《奔腾年代》	电视剧	113.05	0.37%	60.92	0.71%
合计			11,665.15	37.89%	4,596.56	53.88%

2023年度收入主要来源于电视节目、短视频业务及影视剧。电视节目方面，《家宴4》《行进中国》《行进中国-黄河篇》等综艺节目完成制作并播出；影视剧方面，《蜀锦人家》完成整体转让交付，《老大夫小大夫》播出并实现发行收入，《沸腾人生》《奔腾年代》完成多轮发行收益结算；短视频业务主要为品牌客户提供文案策划、视频制作及新媒体推广服务，按项目履约完毕、取得收款权利时确认收入。多板块业务同步落地，推动全年收入及毛利处于较高水平（各业务板块的毛利水平，参见表-25）。

（二）2024年主要运营项目情况

（表23）单位：万元

序号	项目名称/作品	分类	收入	收入占比	毛利	毛利占比
1	《行进中国运河篇》	综艺	1,160.34	8%	895.50	21%
2	《不可思议的旅行》	综艺	1,008.91	7%	457.02	11%
3	《行进中国黄河篇》	综艺	835.64	6%	607.78	14%
4	《出发吧去露营2》	综艺	336.70	2%	179.99	4%
5	《金鸡啼晓》	综艺	424.53	3%	379.01	9%
6	《沉浮谁主问苍茫》	电视剧	283.02	2%	-16.98	0%
7	《荒野迷踪》	电视剧	88.68	1%	34.31	1%
合计			4,137.81	27%	2,536.63	59%

2024年度收入以短视频业务、电视节目为主，影视剧收入大幅回落。短视频业务延续原有服务模式并保持收入规模；电视节目完成《出发吧去露营2》《行进中国-运河篇》《不可思议的旅行》等综艺制作播出；受行业环境影响，多部电视剧拍摄、发行进度不及预期，影视剧板块收入显著下滑，进而拉低愚恒影业整体营收与毛利。

（三）2025年主要运营项目情况

（表24）单位：万元

序号	项目名称/作品	分类	收入	收入占比	毛利	毛利占比
1	《行进中国运河篇》	综艺	1,044.47	5%	780.52	22%
2	《出发吧去露营2》	综艺	712.12	3%	412.87	11%
3	《行进中国山海篇》	综艺	325.36	2%	196.09	5%
4	《榜上佳婿》	电视剧	13,252.70	65%	409.17	11%
5	《这个世界不看脸》	电视剧	261.51	1%	261.51	7%
6	《奔腾年代》	电视剧	28.64	0%	15.50	0%
7	《警察陆令》	电视剧	8.49	0%	1.50	0%
合计			15,633.30	77%	2,077.17	58%

2025年收入重心转回影视剧板块，电视节目、短视频业务受AI冲击收入有所下降。影视剧《榜上佳婿》《这个世界不看脸》实现收入确认，其中《这个世界不看脸》完成多轮发行收益结算；电视节目推出《行进中国-山海篇》《声声乐尔》等作品；短视频业务依旧为品牌提供新媒体全案推广服务，受行业环境影响收入规模收缩。

二、结合行业情况以及愚恒影业主要作品和主要客户等情况，说明近三年业绩变动的原因及合理性

（一）愚恒影业基本经营情况

愚恒影业主营业务涵盖综艺节目、精品电视剧（含网络剧）制作、宣传与发行，同时布局短视频运营、直播、艺人经纪、品牌代言等配套业务，核心营收来源为影视剧、短视频业务，电视剧节目收入，报告期内主营业务未发生重大调整。

愚恒影业长期合作客户资源稳定，核心合作方包括上海腾讯企鹅影视文化传播有限公司、湖南快乐阳光互动娱乐传媒有限公司、国内多家省级广播电视台等主流长视频平台与播出渠道；品牌类客户包含维达纸业（中国）有限公司、山东福瑞达生物股份有限公司等知名消费品牌，客户结构覆盖内容采购方与广告投放方，合作关系具备持续性。

（二）愚恒影业近三年业务收入及毛利整体情况如下：

（表25）单位：万元

年度	项目	电视剧	短视频业务（含直播）	综艺	其他	合计
2023年	项目收入	7,625.05	8,089.53	14,131.39	942.72	30,788.70
	项目毛利	2,128.35	1,962.81	3,952.44	487.43	8,531.02
2024年	项目收入	655.97	8,814.02	5,385.62	201.56	15,057.17
	项目毛利	136.46	2,229.00	1,853.63	104.01	4,323.09
2025年	项目收入	13,549.61	3,961.34	2,449.88	450.50	20,411.33
	项目毛利	765.67	1,526.19	1,309.18	-0.05	3,600.99

2023-2025年，愚恒影业营业务总收入分别为30,788.70万元、15,057.17万元和20,411.33万元，收入整体呈现2023年高位运行，2024年大幅下滑，2025年触底回升的波动特征；综合毛利随收入同步变动，2024年毛利近乎腰斩，2025年收入回暖但毛利持续承压。业绩波动系影视综艺行业整体下行、微短剧分流市场资源、影视项目拍摄/发行节奏错位，细分业务受新技术冲击多重因素叠加导致，与行业整体发展态势高度契合，变动具备合理性。

（三）近三年影视综艺行业整体环境分析

2023-2025年，国内长视频、传统综艺行业持续面临结构性压力，是愚恒影业业绩波动的核心外部原因：

1、宏观经济影响品牌营销预算收缩

整体消费市场偏弱，广告主普遍收紧营销投放预算。传统电视综艺、长剧集偏弱，乳企、日化、食品等传统综艺核心赞助方大幅削减投放，优先选择投入产出比更明确的营销渠道，直接导致综艺项目招商难度加剧、内容采购价格下行。

2、微短剧爆发分流流量与广告预算

2023年起微短剧进入高速发展期，2024-2025年逐步完成规模化、精品化转型，凭借短时长、高互动、强转化的特点，抢占大量用户时长与品牌广告预算。大量品牌从传统综艺、长剧集转向短剧植入与信息流广告，进一步挤压传统影视综艺的盈利空间，行业整体营收、毛利率承压。

3、影视项目天然具备周期波动性

电视剧、网络剧为重资产、长周期、单项目体量高的项目制业务，收入与成本集中在播出、发行节点确认。若单年度头部剧集拍摄延期、排播推迟，将直接导