

关于北京元隆雅图文化传播股份有限公司  
重组问询函的回复

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

## 关于北京元隆雅图文化传播股份有限公司 重组问询函的回复

致同专字（2021）第 110A011345 号

深圳证券交易所：

致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）收到了北京元隆雅图文化传播股份有限公司（以下简称“元隆雅图”）转来的贵所于 2021 年 5 月 18 日出具的《关于对北京元隆雅图文化传播股份有限公司的重组问询函》（许可类重组问询函【2021】第 10 号）（以下简称“问询函”），现对问询函中所涉问题进行分析，回复如下：

### 问询函问题 6：

“报告书显示，上海谦玛网络科技有限公司（以下简称“标的公司”）的销售模式分为直接销售和渠道销售，针对渠道销售模式下的客户以及绝大部分直接销售模式下的客户，标的公司一般给予 15 天到 120 天的信用期。标的公司报告期各期末应收账款余额分别为 9,184.93 万元、15,772.71 万元，分别占当年营业收入的 29.55%、29.26%，应收账款占营业收入的比例较大。请你公司：

（1）结合标的公司的销售模式、结算方式、回款周期等，详细说明标的公司报告期内应收账款逐年大幅增长的原因，以及占营业收入比例较高的合理性；

（2）说明标的公司的信用政策与同行业可比公司是否存在较大差异，标的公司信用政策是否较同行业公司更为宽松；

（3）结合应收账款账龄、期后回款情况等，说明标的公司应收账款减值准备计提是否充分；

（4）独立财务顾问及会计师进行核查并发表明确意见。”

### （一）公司回复

(1) 结合标的公司的销售模式、结算方式、回款周期等，详细说明标的公司报告期内应收账款逐年大幅增长的原因，以及占营业收入比例较高的合理性。

①销售模式

标的公司主要从事新媒体营销业务，包括基于品牌需求，向客户提供策略策划、创意设计、文案撰写、内容制作、新媒体媒介投放与效果监测等服务。

标的公司的最终客户为各行业的广告主，销售模式主要包括直接销售和渠道销售。直接销售主要采取提案竞标比稿的方式，指的是标的公司的销售团队和人员直接面向广告的最终需求方，通过与广告主的沟通和接触，了解广告主的营销需求，并根据广告主自身特色及营销需求制定个性化营销提案，之后参与客户的竞标，从而将标的公司的服务与客户的需求联系起来。渠道销售是指公司通过网络广告公司、网络公关公司等渠道，获取广告主的广告需求，根据广告主需求制定营销方案，并将营销方案通过合作的新媒体平台、MCN、KOL 等新媒体资源进行投放。报告期内，标的公司销售模式未发生重大变化。

标的公司所从事的新媒体营销业务存在较强的节假日特征，客户通常在节假日期间进行大规模促销。由于双十一、双十二、圣诞、元旦的促销是客户进行促销活动的主要周期，因此标的公司年末应收账款余额相应较高。

按季度列示报告期销售收入情况如下（单位：万元）：

期间	2019 年度	占当年收入比重%	2020 年度	占当年收入比重%
一季度	4,139.54	13.31	8,209.03	15.22
二季度	4,014.93	12.92	13,819.65	25.64
三季度	11,427.22	36.76	14,018.75	26.01
四季度	11,504.95	37.01	17,857.26	33.13
合计	<b>31,086.63</b>	<b>100.00</b>	<b>53,904.69</b>	<b>100.00</b>

如上表所示，标的公司第三季度、第四季度销售收入占比较高，因此，期末应收账款余额相应较高。

按销售模式列示报告期销售收入及应收账款余额情况如下（单位：万元）：

销售模式	销售收入金额		应收账款余额		应收账款余额占营业收入的比例%	
	2019 年	2020 年	2019.12.31	2020.12.31	2019 年	2020 年
直接销售	26,828.26	49,330.94	7,984.13	12,622.42	25.68	23.42

渠道销售	4,258.37	4,573.75	1,256.30	3,294.79	4.04	6.11
合计	<b>31,086.63</b>	<b>53,904.69</b>	<b>9,240.43</b>	<b>15,917.21</b>	<b>29.72</b>	<b>29.53</b>

## ② 结算方式及回款周期

标的公司下游客户主要包括美妆、快消、电商、互联网、母婴客户等行业国内外知名企业等，标的公司在与客户签署销售合同时，通常会根据客户的经营状况、资信水平、双方谈判等因素，对客户给予一定的信用期限。

按销售模式列示回款周期及结算方式如下：

销售模式	合同约定的回款周期	合同约定的结算方式
直接销售	15-120 天	银行汇款
渠道销售	60-90 天	银行汇款

报告期，应收账款期末余额前五名销售模式、信用政策、结算方式列示如下（单位：万元）：

2019 年 12 月 31 日，期末应收账款前五名客户：

单位名称	期末应收账款余额	占应收账款总额比例%	合同约定回款周期	销售模式	结算方式
欧莱雅（中国）有限公司	4,396.19	47.58	收发票后 60 日付款	直接销售	银行汇款
苏宁易购集团股份有限公司 苏宁采购中心	1,229.71	13.31	收发票后 90 日付款	直接销售	银行汇款
浙江天猫技术有限公司	1,104.05	11.95	收发票后 20 日付款	直接销售	银行汇款
北京时尚光辉广告有限公司	337.66	3.65	收发票后 60 日付款	渠道销售	银行汇款
高丝化妆品销售（中国）有限公司	250.00	2.71	收发票后 20 日付款	直接销售	银行汇款
合计	<b>7,317.61</b>	<b>79.19</b>	--	--	--

2020 年 12 月 31 日，应收账款前五名客户：

单位名称	期末应收账款余额	占应收账款总额比例%	合同约定回款周期	销售模式	结算方式
欧莱雅（中国）有限公司	3,046.50	19.14	收发票后 60 日付款	直接销售	银行汇款
浙江天猫技术有限公司	2,775.68	17.44	收发票后 20 日付款	直接销售	银行汇款
北京谦玛数字	1,303.82	8.19	收发票后 30 日付款	渠道销售	银行汇款



营销顾问有限公司					
爱茉莉太平洋贸易有限公司	1,121.41	7.05	收发票后 60 日付款	直接销售	银行汇款
上海际享文化传媒有限公司	937.33	5.89	收发票后 90 日付款	渠道销售	银行汇款 银行承兑
合计	<b>9,184.74</b>	<b>57.70</b>	--	--	--

按结算方式列示报告期客户回款情况：

结算方式	2019 年度	占比%	2020 年度	占比%
银行存款	32,211.00	99.67	62,117.43	96.88
支付宝	62.50	0.19	368.46	0.57
承兑票据	44.00	0.14	1,633.46	2.55
合计	<b>32,317.50</b>	<b>100.00</b>	<b>64,119.35</b>	<b>100.00</b>
占营业收入比例%	103.96	--	118.95	--

标的公司报告期各期通过银行存款收款占比 96%以上，支付宝结算占比小于 1%，承兑汇票结算比例小于 3%，其中：2019 年度承兑汇票金额 44.00 万元已于 2020 年度收款；2020 年度承兑票据结算主要是由于苏宁易购集团股份有限公司商业承兑汇票和北京瑞辰友道营销顾问有限公司银行承兑汇票结算增加所致，商业承兑期限为 1-3 个月，银行承兑期限为 6 个月。

2020 年度承兑票据结算总额 1,633.46 万元，当期已到期收款 1,462.06 万元，占当期承兑汇票结算总额的 89.50%，应收票据期末余额 171.40 万元已在 2021 年 3 月底前全部到期收款。

### ③应收账款占营业收入比例较高的合理性

标的公司 2019 年末、2020 年末应收账款净额分别为 9,184.93 万元、15,772.71 万元，分别占当年营业收入的 29.55%、29.26%。标的公司主要客户包括阿里巴巴、欧莱雅等国内外知名企业，该类客户具备较高的品牌声誉，信用情况良好。

与可比上市公司应收账款净值占当期营业收入比例（%）情况如下：

证券简称	2019.12.31	2020.12.31
天下秀	34.49	48.98
华扬联众	41.97	53.94
省广集团	21.83	23.71

思美传媒	29.34	23.94
腾信股份	28.12	20.09
蓝色光标	26.56	22.55
三人行	26.80	32.96
平均值	<b>29.87</b>	<b>32.31</b>
标的公司	29.55	29.26

如上表所示，标的公司 2020 年度营业收入较 2019 年度大幅增长 73.40%，应收账款期末余额增长的主要原因系营业收入增长对应增长所致，增长幅度与收入规模增长相匹配。应收账款期末余额占收入的比例报告期变动不大，低于同行业上市公司平均值，符合行业特征，具有合理性。

(2) 说明标的公司的信用政策与同行业可比公司是否存在较大差异，标的公司信用政策是否较同行业公司更为宽松。

由于可比公司未披露其信用政策而应收账款周转率可体现其信用政策执行的实际效果，以下将标的公司的应收账款周转率与可比公司进行对比：

证券简称	应收账款周转率（次/年）		平均周转天数（天/次）	
	2019 年度	2020 年度	2019 年度	2020 年度
天下秀	5.57	2.81	66.00	130.00
华扬联众	2.43	1.96	150.00	186.00
省广集团	4.60	4.69	79.00	78.00
思美传媒	3.91	4.33	93.00	84.00
腾信股份	3.59	2.99	102.00	122.00
蓝色光标	4.18	4.88	87.00	75.00
三人行	4.15	4.12	88.00	89.00
平均值	<b>4.06</b>	<b>3.68</b>	<b>90.00</b>	<b>99.00</b>
标的公司	3.42	4.32	107.00	84.00

如上表所示，标的公司应收账款周转率和平均周转天数与同行业公司平均值接近，平均周转天数在信用期 15 天至 120 天之间，客户信用状况较好，信用政策符合行业特征，与同行业公司相比较为合理。标的公司的信用政策较同行业公司上市公司无明显宽松迹象。

(3) 结合应收账款账龄、期后回款情况等，说明标的公司应收账款减值准备计提是否充分。

①应收账款账龄及坏账准备计提充分性分析

报告期各期末应收账款余额账龄情况如下（单位：万元）：

账龄	2019.12.31	2019年占比%	2020.12.31	2020年占比%
0-6个月	8,480.97	91.78	14,913.37	93.69
7-12个月	721.16	7.80	740.12	4.65
1年以内小计	9,202.13	99.59	15,653.49	98.34
1至2年	38.30	0.41	263.72	1.66
合计	<b>9,240.43</b>	<b>100.00</b>	<b>15,917.21</b>	<b>100.00</b>
减：坏账准备	55.50	0.60	144.50	0.91
应收账款净值	<b>9,184.93</b>	--	<b>15,772.71</b>	--

标的公司于2019年1月1日起执行新金融工具准则，以预期信用损失率为基础计提坏账准备。当单项应收账款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，标的公司依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失。

按坏账准备的计提方法列示如下（单位：万元）：

类别	2019.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	预期信用损失率(%)	
按单项计提坏账准备	228.90	2.48	32.09	14.02	196.81
按组合计提坏账准备	9,011.53	97.52	23.41	0.26	8,988.12
合计	<b>9,240.43</b>	<b>100.00</b>	<b>55.50</b>	<b>0.60</b>	<b>9,184.93</b>

续上表：

类别	2020.12.31				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	预期信用损失率(%)	
按单项计提坏账准备	254.59	1.60	127.30	50.00	127.30
按组合计提坏账准备	15,662.62	98.40	17.20	0.11	15,645.42
合计	<b>15,917.21</b>	<b>100.00</b>	<b>144.50</b>	<b>0.91</b>	<b>15,772.71</b>



标的公司与可比上市公司的坏账准备计提比例（%）对比如下：

账龄	0-6 个月	7-12 个月	1 至 2 年
天下秀	--	2.95	27.19
华扬联众	0.60	0.60	8.00
思美传媒	5.00	5.00	10.00
三人行	0.50	5.00	30.00
腾信股份	5.00	5.00	10.00
蓝色光标	0.14	1.47	30.00
省广集团	0.50	0.50	10.00
标的公司	--	2.19	48.65

注：同行业数据来源为各上市公司 2020 年年报。

如上所示，标的公司应收账款期末余额账龄为 0-6 月的各期占比均 90%以上，1 年以内占比 98%以上，账龄超过 1 年未及时收回的应收账款，通常通过诉讼等法律形式及时催收，涉诉应收账款单独计提坏账准备，2020 年末单独计提坏账准备的应收账款已于 2021 年 4 月通过诉讼调解的方式全部收回，应收账款坏账准备计提政策与同行业上市公司相比无重大差异，计提金额充分。

## ②期后回款及坏账准备计提充分性分析

2020 年 12 月 31 日应收账款期末余额 15,917.21 万元，截至 2021 年 5 月 21 日期后回款总额 14,049.49 万元，占应收账款期末余额的比例为 88.27%。

其中：应收账款期末余额前五名客户期后回款情况如下（单位：万元）：

单位名称	期末应收账款余额	占应收账款总额比例%	账龄	截至 5 月 21 日回款金额	期后回款占比%
欧莱雅（中国）有限公司	3,046.50	19.14	7-12 个月 36.43 万元，剩余为 0-6 个月以内	3,046.50	100.00
浙江天猫技术有限公司	2,775.68	17.44	0-6 个月	2,775.68	100.00
北京谦玛数字营销顾问有限公司	1,303.82	8.19	0-6 个月	1,129.76	86.65
爱茉莉太平洋贸易有限公司	1,121.41	7.05	0-6 个月	1,065.37	95.00
上海际享文化传媒有限公司	937.33	5.89	7-12 个月 57.63 万元，1-2 年 8 万元，剩余为 0-6 个月	375.27	40.04



合计	9,184.74	57.70	--	8,392.58	91.38
----	----------	-------	----	----------	-------

如上所示，标的公司应收账款期末余额账龄较短，期后回款比例较高，截至 2021 年 5 月 21 日应收账款前五名客户回款占比 91.38%，应收账款总额回款已达 88.27%，主要客户基本能在合同约定的回款周期内回款。

综上，标的公司报告期应收账款增长幅度与收入规模增长相匹配，应收账款占营业收入比例符合行业特征；与同行业可比公司相比，标的公司信用政策不存在较大差异，处于合理水平，无明显宽松迹象；应收账款账龄较短，期后回款比例较高，主要客户基本能在合同约定的回款周期回款，客户信用情况良好，应收账款坏账准备计提政策符合企业会计准则规定，与同行业可比公司相比无重大差异，坏账准备计提充分。

## （二）会计师回复

我们已阅读公司上述回复说明，基于我们对标的公司 2019 年度至 2020 年度财务报表审计工作，我们认为上述说明与我们在执行财务报表审计工作过程中了解的信息一致。

我们按照中国注册会计师审计准则的要求，设计和执行了相关程序，针对上述问题我们执行的主要程序如下：

- 1、了解并测试管理层与应收账款相关的内部控制的有效性；
- 2、评估管理层使用的预期信用损失计算模型与方法的合理性；
- 3、评估管理层对应收账款信用风险组合划分方法的恰当性；
- 4、结合业务模式及行业特点对营业收入及应收账款变动执行分析程序；
- 5、查询报告期新增的主要客户工商登记信息并执行访谈程序；
- 6、选取样本，检查与收入和应收账款确认相关的支持性文件，包括客户合同、订单、销售发票、客户结算单、结案报告及发布链接等；
- 7、选取样本，对客户报告期交易额以及应收账款余额实施函证程序，对未回函的实施替代测试程序；
- 8、选取样本，对金额重大的应收账款，检查与其可回收性相关的支持性证据，包括：期后回款、客户的历史信用、经营情况和还款能力等，分析其可回收性。

经核查，我们认为：

标的公司报告期内应收账款逐年大幅增长的原因系营业收入大幅增长以及双十一、双十二、圣诞、元旦的促销周期所致，标的公司应收账款增长幅度与收入规模增长相匹配，应收账款占营业收入比例符合行业特征。

与同行业可比公司相比标的公司信用政策不存在较大差异，处于合理水平，无明显宽松迹象。标的公司应收账款账龄较短，期后回款比例较高，主要客户基本能在约定的回款周期回款，客户信用情况良好，应收账款坏账准备计提政策符合企业会计准则规定，与同行业可比公司相比无重大差异，坏账准备计提充分。

本回复仅向深交所报送及披露（如适用）使用，不得用于任何其他目的。

致同会计师事务所（特殊普通合伙）

中国·北京

二〇二一年五月三十一日