

关于上海证券交易所
《关于天下秀数字科技(集团)股份有限公司
2023年年度报告的信息披露监管工作函》
有关财务问题回复的专项说明

关于上海证券交易所
《关于天下秀数字科技(集团)股份有限公司
2023 年年度报告的信息披露监管工作函》
有关财务问题回复的专项说明

中汇会专[2024]8553 号

上海证券交易所：

由天下秀数字科技(集团)股份有限公司(以下简称公司或天下秀公司)转来的贵所于 2024 年 5 月 11 日下发的《关于天下秀数字科技(集团)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】0494 号,以下简称工作函)奉悉。我们作为天下秀公司的年报会计师,对工作函中需要我们回复的财务问题进行了审慎核查。现就工作函有关财务问题回复如下：

问题1：年报披露，公司于2019年吸收合并北京天下秀科技股份有限公司（以下简称原天下秀公司），其全体股东承诺2019年、2020年、2021年上市公司合并报表扣非后归母净利润分别不低于2.45亿元、3.35亿元、4.35亿元，实际完成率分别为103.65%、111.42%和103.22%。但业绩承诺期满后，公司2022年、2023年扣非后归母净利润分别为1.04亿元、0.74亿元，分别同比下降75.34%、28.96%，而当期收入同比变动比例分别仅为-8.48%、1.77%。

请公司补充披露：（1）业绩承诺期前后主要客户、供应商、对应交易金额及其所涉关联关系，当期成本费用构成变化情况及原因，说明是否存在跨期确认成本费用情形；（2）结合业务模式、公司所处产业链地位、客户及供应商竞争格局等，说明利润变动幅度大于收入的原因及合理性；（3）结合近年行业发展情况、竞争格局及同行业公司经营情况等，说明重组前后业绩变化是否符合行业发展趋势、是否与同行业公司存在明显差异及其合理性。请公司年审会计师、

重组财务顾问发表意见。

公司回复：

一、业绩承诺期前后主要客户、供应商、对应交易金额及其所涉关联关系，当期成本费用构成变化情况及原因，说明是否存在跨期确认成本费用的情形

(一) 业绩承诺期前后主要客户、供应商、对应交易金额及其关联关系

2019-2023 年，公司前五大客户情况如下：

单位：人民币万元、%

年份	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例	是否存在关联关系
2023年	1	欧莱雅（中国）有限公司	55,613.37	13.23	否
	2	华为终端有限公司	42,064.70	10.01	否
	3	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	27,394.26	6.52	否
	4	宝洁集团	21,006.14	5.00	否
	5	新浪集团及其关联方	20,440.49	4.86	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	合计			166,518.96	39.62
2022年	1	欧莱雅（中国）有限公司	62,394.68	15.11	否
	2	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	30,769.97	7.45	否
	3	宝洁集团	26,545.83	6.43	否
	4	华为终端有限公司	16,701.76	4.05	否
	5	新浪集团及其关联方	15,591.41	3.78	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	合计			152,003.65	36.82
2021年	1	欧莱雅（中国）有限公司	62,727.40	13.90	否
	2	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	27,430.40	6.08	否
	3	新浪集团及其关联方	27,053.13	6.00	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	4	宝洁集团	16,846.69	3.73	否
	5	雀巢集团	14,860.05	3.29	否

年份	序号	客户名称	销售金额	占营业收入比例	是否存在关联关系
	合计		148,917.67	33.00	
2020年	1	欧莱雅（中国）有限公司	42,505.83	13.89	否
	2	新浪集团及其关联方	16,140.85	5.27	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	3	宝洁集团	15,471.48	5.06	否
	4	伊利集团	13,220.98	4.32	否
	5	京东集团	11,504.47	3.76	否
	合计		98,843.61	32.30	
2019年	1	欧莱雅（中国）有限公司	17,680.53	8.94	否
	2	宝洁集团	12,881.89	6.51	否
	3	北京再想网络科技发展有限公司	9,053.71	4.58	否
	4	华为终端有限公司	7,216.59	3.65	否
	5	京东集团	6,498.48	3.29	否
	合计		53,331.20	26.97	

注：以上为同一控制合并后数据。

2019-2023 年，公司向前五大客户的合计销售金额占营业收入比例分别为 26.97%、32.30%、33.00%、36.82%和 39.62%，呈不断上升趋势。随着公司技术实力的日益提升、服务效率的持续优化以及数据深度积累，公司与品牌客户的合作进一步加强。业绩承诺期前后，主要客户基本保持稳定，无重大变化。

2020-2023 年，新浪集团及其关联方均为公司前五大客户之一，系公司的关联方，公司主要为其提供新媒体营销服务，向其销售金额占收入的比重分别 5.27%、6.00%、3.78%和 4.86%，占比相对较低，无重大影响。除新浪集团及其关联方外，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述客户中拥有权益。

2019-2023 年，公司前五大供应商情况如下：

单位：人民币万元、%

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
2023年	1	字节跳动集团	160,174.22	46.50	否
	2	行吟信息科技（上海）有限公司	72,753.93	21.12	否
	3	北京腾讯文化传媒有限公司	10,598.34	3.08	否
	4	幻电科技（上海）有限公司	10,408.77	3.02	否
	5	新浪集团及其关联方	10,198.44	2.96	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	合计			264,133.70	76.68
2022年	1	字节跳动集团	152,006.39	47.22	否
	2	行吟信息科技（上海）有限公司	58,105.47	18.05	否
	3	北京腾讯文化传媒有限公司	14,534.50	4.51	否
	4	新浪集团及其关联方	13,263.03	4.12	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	5	幻电科技（上海）有限公司	12,135.74	3.77	否
	合计			250,045.13	77.67
2021年	1	字节跳动集团	133,757.30	38.64	否
	2	行吟信息科技（上海）有限公司	32,182.45	9.30	否
	3	新浪集团及其关联方	20,730.11	5.99	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	4	幻电科技（上海）有限公司	12,204.68	3.53	否
	5	快手集团	6,832.35	1.97	否
	合计			205,706.89	59.43
2020年	1	字节跳动集团	59,386.71	25.33	否
	2	新浪集团及其关联方	15,886.37	6.78	共同控制人之一新浪集团之关联公司
	3	行吟信息科技（上海）有限公司	7,901.17	3.37	否
	4	幻电科技（上海）有限公司	2,285.91	0.97	否
	5	海南超凡网络科技有限公司	1,382.08	0.59	否
	合计			86,842.24	37.04
2019	1	字节跳动集团	20,027.74	13.96	否

年份	序号	供应商名称	采购额	占采购总额比例	是否存在关联关系
年	2	新浪集团及其关联方	17,169.08	11.97	否
	3	成都入胜广告有限公司	2,761.33	1.92	否
	4	快手集团	2,240.92	1.56	否
	5	华扬联众数字技术股份有限公司	1,799.16	1.25	否
		合计	43,998.23	30.66	

注：以上为同一控制合并后数据。

2019-2023 年，公司向前五大供应商的采购金额占公司采购总额的比重分别为 30.66%、37.04%、59.43%、77.67%和 76.68%。为提高平台广告投放的规范性，便利交易双方支付结算，保障交易各方资金安全，抖音、快手、小红书、B 站等主流新媒体传播平台于 2019 年、2020 年陆续上线了官方广告交易平台，相关媒体资源采购需通过官方广告交易平台审核投放。因此公司主要供应商结构持续调整，积极与主流新媒体传播平台开展基于框架合同下的合作，供应商中的相关媒体资源广告代理商逐渐向主流新媒体传播平台转换，前五大供应商的合计采购金额占比不断提高。

2019-2023 年，公司向字节跳动集团的采购金额占公司采购总额的比重分别为 13.96%、25.33%、38.64%、47.22%和 46.50%，呈逐年提高趋势，主要原因系：字节跳动集团作为国内新媒体传播平台的龙头企业，红人营销推广效果较好，客户营销需求较大，在新媒体营销领域的占有率呈提高趋势，因此公司对字节跳动集团的采购金额及占比逐步提高。

2019-2023 年，新浪集团及其关联方为公司报告期内的前五大供应商之一，公司向新浪集团及其关联方采购商品和接受劳务的内容主要包括平台分成、媒体资源采购、宣传推广费，向其采购金额占采购总额的比例分别为 11.97%、6.78%、5.99%、4.12%和 2.96%，占比相对较低，无重大影响。除新浪集团及其关联方外，公司董事、监事、高级管理人员、主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东未在上述供应商中拥有权益。

（二）2019-2023 年公司成本费用构成情况

2019-2023 年，公司成本费用情况如下：

单位：人民币万元

项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
营业总收入	420,203.03	412,890.93	451,167.19	306,040.04	197,730.83
营业成本	344,476.22	323,087.30	350,638.14	234,466.83	143,469.09
毛利率	18.02%	21.75%	22.28%	23.39%	27.44%
销售费用	25,097.45	31,805.08	28,983.18	13,741.50	10,936.94
管理费用	21,584.82	20,498.71	15,480.69	8,601.03	5,922.15
研发费用	10,565.00	16,572.36	12,946.07	7,472.23	5,321.92
财务费用	115.37	-1,616.40	-2,441.45	-924.31	-1,667.65
期间费用合计	57,362.65	67,259.74	54,968.49	28,890.45	20,513.36
期间费用率	13.65%	16.29%	12.18%	9.44%	10.37%

1、营业成本变化情况

2019-2021年，公司营业收入逐步上升，营业成本也相应的增加。2022年，受宏观经济环境的影响，客户广告投放需求较为低迷，公司营业收入有所下降，营业成本随之降低。2023年随着宏观经济环境复苏，公司营业收入小幅增长，营业成本也随之增加。

2、毛利率变化情况

2019-2023年，公司整体毛利率分别为27.44%、23.39%、22.28%、21.75%和18.02%，呈下降趋势。公司红人经济生态链创新业务占比较低、影响较小，整体毛利率变化主要受收入占比超过90%的红人营销平台业务毛利率下滑影响。公司区分红人营销平台业务及红人经济生态链创新业务的收入及毛利率情况如下：

单位：人民币万元

业务类型	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
红人营销平台业务	收入	410,062.48	395,542.43	428,964.77	296,112.06	194,027.11
	收入占比	97.59%	95.80%	95.08%	96.76%	98.13%
	毛利率	17.90%	21.69%	22.25%	23.55%	27.63%
红人经济生态链创新业务	收入	10,140.55	17,348.50	22,202.42	9,927.98	3,703.72
	收入占比	2.41%	4.20%	4.92%	3.24%	1.87%
	毛利率	22.87%	23.05%	22.88%	18.61%	17.71%

业务类型	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
合计	收入	420,203.03	412,890.93	451,167.19	306,040.04	197,730.83
	毛利率	18.02%	21.75%	22.28%	23.39%	27.44%

2019-2023年，公司红人营销平台业务分客户类型的收入及毛利率变化情况如下：

单位：人民币万元

客户类型	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
品牌客户	收入	309,292.58	276,806.36	273,688.29	166,236.82	90,022.49
	收入占比	75.43%	69.98%	63.80%	56.14%	46.40%
	毛利率	16.07%	19.77%	20.03%	20.81%	28.32%
中小客户	收入	30,986.39	32,472.94	48,473.65	40,191.78	77,235.37
	收入占比	7.56%	8.21%	11.30%	13.57%	39.81%
	毛利率	26.57%	28.56%	28.32%	29.40%	23.71%
代理商客户	收入	69,783.52	86,263.13	106,802.83	89,683.46	26,769.25
	收入占比	17.02%	21.81%	24.90%	30.29%	13.80%
	毛利率	22.17%	25.28%	25.18%	26.00%	36.60%
红人营销平台业务合计	收入	410,062.48	395,542.43	428,964.77	296,112.06	194,027.11
	毛利率	17.90%	21.69%	22.25%	23.55%	27.63%

2019-2023年，公司红人营销平台业务毛利率由27.63%逐渐下降至17.90%。一方面，为增强业务稳定性、保障长远发展，近年来公司持续加强与品牌客户合作，品牌客户收入规模有所提升；同时，中小客户受宏观经济变化冲击较大，中小客户和以中小客户为主的代理商客户采购额有所降低，导致公司客户结构逐渐向品牌客户倾斜，品牌客户收入占比由2019年的46.40%提升至2023年的75.43%。由于品牌客户采购规模较大、议价能力较强，毛利率相对更低，其占比提升导致整体毛利率下降。另一方面，受宏观经济波动等因素影响，下游客户营销投入更加审慎，公司品牌客户毛利率呈下降趋势，且2023年中小客户和代理商客户毛利率也有所下降，导致红人营销平台业务整体毛利率进一步下滑。

3、期间费用变动情况

2019-2023年，公司期间费用具体如下：

单位：人民币万元

项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
销售费用	25,097.45	31,805.08	28,983.18	13,741.50	10,936.94
管理费用	21,584.82	20,498.71	15,480.69	8,601.03	5,922.15
研发费用	10,565.00	16,572.36	12,946.07	7,472.23	5,321.92
财务费用	115.37	-1,616.40	-2,441.45	-924.31	-1,667.65
期间费用合计	57,362.65	67,259.74	54,968.49	28,890.45	20,513.36
期间费用率	13.65%	16.29%	12.18%	9.44%	10.37%

2019年-2022年，公司利息收入较多，财务费用整体为负值；同时，为支撑业务发展，公司员工团队规模有所扩大，人员数量及薪酬总额有所增加，且市场宣传活动及日常经营管理活动增多，导致销售费用、管理费用和研发费用呈上升趋势。2023年，公司结合市场环境和实际经营情况，对员工结构和规模进行了优化，期间费用和期间费用率均有所降低。

2019-2023年，公司销售费用、管理费用和研发费用具体构成如下：

单位：人民币万元

费用	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
销售费用	职工薪酬及劳务费	18,548.45	21,532.86	18,027.17	8,688.19	7,333.26
	宣传推广费	2,500.28	5,171.82	5,114.65	2,066.07	1,387.92
	使用权资产折旧	1,604.43	2,069.74	1,858.92	-	-
	其他	2,444.29	3,030.65	3,982.44	2,987.25	2,215.75
	合计	25,097.45	31,805.08	28,983.18	13,741.50	10,936.94
管理费用	职工薪酬	11,195.07	10,866.00	8,489.73	4,485.71	2,579.85
	咨询服务费	2,594.49	2,633.70	2,002.71	1,015.52	1,244.09
	办公及差旅费	2,184.73	2,438.21	2,011.03	1,884.29	1,007.51
	长期资产折旧摊销	2,502.11	1,754.89	926.43	200.53	214.00
	其他	3,108.41	2,805.91	2,050.79	1,014.99	876.71
	合计	21,584.82	20,498.71	15,480.69	8,601.03	5,922.15
研发费用	职工薪酬	9,948.90	15,158.76	11,851.04	6,808.30	4,909.56
	其他	616.11	1,413.60	1,095.03	663.93	412.36
	合计	10,565.00	16,572.36	12,946.07	7,472.23	5,321.92

费用	项目	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
	职工薪酬合计	39,692.42	47,557.63	38,367.94	19,982.20	14,822.66
	销售费用、管理费用、 研发费用总计	57,247.27	68,876.14	57,409.94	29,814.76	22181.00853
	职工薪酬占比	69.34%	69.05%	66.83%	67.02%	66.83%

其中，管理费用的“长期资产折旧摊销”金额逐年增长，主要原因系随着业务规模扩大，公司租赁并装修了新办公楼、购买了自有房产并购买了多项商标等无形资产，导致相关的装修费摊销、房产折旧和无形资产摊销金额增加。管理费用中“其他”部分金额增长，主要原因系随着业务规模扩大，自2020年开始，公司红人经济生态链创新业务开始产生项目外包费用，2023年的金额为1,350.97万元，同时业务招待费从2019年的186.56万元上升至2023年的653.71万元；此外，自2021年因会计准则变更新增“使用权资产折旧”科目，2023年该项费用为602.90万元。

整体来看，公司销售费用、管理费用和研发费用均以职工薪酬为主，职工薪酬变化是公司费用变化的主要影响因素。2021-2023年，公司员工数量和薪酬整体情况如下：

项目	2023年	2022年	2021年
月平均数量（人）	1,327	1,783	1,663
薪酬总额（万元）	39,692.42	48,873.19	38,966.00
人均薪酬（万元/人）	29.91	27.41	23.43

如上表所示，公司2022年平均人数和人均薪酬均有所上涨，导致薪酬总额增加9,907.19万元，占当期费用增长总额的80.60%；2023年员工人数大幅降低，导致薪酬总额降低9,180.77万元，占当期费用减少总额的92.76%。

2022年，公司营业收入有所下滑但人员数量和薪酬总额保持增长，主要系公司出于业务发展战略及维持团队稳定性的考虑，短期内并未因收入下滑对员工规模进行调整，且吸纳储备相关人才为业务发展做好准备；同时基于自身业务快速发展的历史情况并结合市场化薪酬水平提高员工薪酬，导致2022年薪酬支出较2021年有所增长，期间费用率增长较高。2023年，公司结合市场环境和实际经营情况，对员工结构和规模进行了优化，大幅减少了基础员工数量，导致员工总数有所降低、留存员工人均薪酬有所上升，整体上削减薪酬支出9,180.77万元，期

间费用和期间费用率均有所降低。

（三）是否存在跨期确认成本费用的情形

公司设有独立的财务部门，具备规范的财务核算体系、财务会计制度；设计、执行和维护必要的与成本费用相关的内部控制，以保证成本费用核算的及时性、准确性。业务人员会在业务实施过程中的相关数据及资料上传至业务系统，财务人员定期从业务系统下载相关数据及资料进行相应的账务处理。为应对日益繁杂且庞大的核算工作，公司不断提升财务核算的信息化程序，以此提高会计核算的准确率，确保不存在成本费用跨期的情形。

但公司业务存在单量多、单价低的特点，加之公司前期财务核算信息化程度不够完善，对于收入成本的核算，部分通过手工操作完成。由于业务数据较为庞大以及财务复核程序和手段不够完善，导致公司 2020-2022 年存在成本跨期的情形，2020-2021 年分别多确认成本 807.45 万元、757.23 万元，占营业成本的比重分别为 0.34%、0.22%；2022 年少确认成本 737.88 万元、占营业成本的比重为 0.23%。上述数据已经公司全面梳理自查、公司年审会计师确认，并已形成整改报告上报广西证监局。由于上述影响金额较小，未达到重要性水平，未对公司对应期间的关键财务指标产生重大影响，且不影响各期业绩承诺的实现，根据《企业会计准则》相关规定，无需对往期报表进行追溯重述。除上述情况外，2019-2023 年公司不存在其他成本费用跨期事项。

针对公司存在的上述问题，公司已责成财务部及相关业务部门不断提高财务核算信息化程度，进一步完善对账机制，并严格按照会计准则的要求进行会计核算，完善会计稽核工作，不断提高会计核算的及时性和准确性，避免跨期确认成本费用的情形。

二、结合业务模式、公司所处产业链地位、客户及供应商竞争格局等，说明利润变动幅度大于收入的原因及合理性

（一）公司业务模式、所处产业链地位、客户及供应商竞争格局情况

1、公司业务模式

（1）业务概况

公司是一家立足于红人新经济领域的平台型企业，主营业务包括红人营销平

台业务及红人经济生态链创新业务，其中红人营销平台业务是基于大数据技术为红人（内容创业者）与企业提供在线红人营销服务的撮合与交易平台，是公司的业务核心；红人经济生态链创新业务具体包括红人职业教育、潮流内容街区“西五街”、电商、IMSOCIAL 加速器、TOPKLOUT 克劳锐等创新业务。

(2) 各类业务收入确认方式及依据

公司红人营销平台业务及红人经济生态链创新业务项下已形成收入的主要业务项目的情况如下：

单位：人民币万元、%

一级分类	二级分类	2023 年营业收入	2023 年收入占比	业务开始时间	业务介绍	收入确认方式和依据	收入确认类型
红人营销平台业务	平台自助式交易服务	19,627.33	4.67	2012 年	公司建立了基于自有技术开发的互联网自媒体交易平台，为客户提供自助式自媒体交易服务。该等平台是针对有社交媒体推广需要的广告主和有意愿发布广告的自媒体推出的社交媒体推广平台。广告主根据自身的营销需求，在线自助完成新媒体供应商的筛选。新媒体供应商接受广告投放业务后，在线与广告主进行沟通，最终完成内容创作及发布。相关交易由广告主和新媒体供应商自主完成，公司将从新媒体供应商用户的实际结算收益中收取一定比例的技术服务费。该业务模式下，公司主要的采购成本包括：平台相关的设备折旧和无形资产摊销及平台运营成本，以及微任务平台向北京微梦支付的平台分成。	在新媒体供应商完成广告投放，并展示约定的时间后，公司根据交易总额收取一定比例的平台技术服务费，该服务费在新媒体供应商完成广告投放后一次性确认收入。收入确认依据为平台系统根据既定规则自动判断业务完成，即自媒体用户在发布该订单的广告信息并展示 24 小时后，确认收入	净额法

一级分类	二级分类	2023 年营业收入	2023 年收入占比	业务开始时间	业务介绍	收入确认方式和依据	收入确认类型
	新媒体营销客户代理服务	390,435.15	92.92	2013 年	<p>公司合作的新媒体覆盖微博、抖音、小红书、微信等多个主流新媒体，为客户提供智能化的新媒体营销解决方案。公司一般与客户签订框架合同，约定协议有效期、销售单价、结算周期、信用政策等。后续针对客户具体的投放需求，公司会根据具体的项目订单等为客户提供相关推广服务，并于服务完成后按约定时间结算、收款，投放前根据双方确定的自媒体账号定价，自媒体账号执行发布完毕即视为履约完成。该业务模式下，公司在客户需求的基础上采购抖音、小红书等新媒体传播平台的媒体资源，同时为满足客户的综合性营销需求，基于项目执行安排，需要向外部媒体资源供应商采购其他线上或线下媒体资源、创意资源等。</p>	<p>公司根据与客户的业务约定，为客户提供推广投放服务及相关的服务，根据实际投放情况向客户收取服务费，在新媒体供应商完成投放时确认收入。新媒体供应商完成投放的确认时点为新媒体供应商发布该订单广告，且经客户和公司确认已按要求提供完成</p>	总额法
红人经济生态链创新业务	红人职业教育	400.52	0.10	2020 年	<p>公司基于在红人营销领域所积累的新媒体营销经验及自媒体资源，开发各类红人营销相关的课程。根据客户的具体需求，进一步为客户定制培训方案，包括开课时间、地点、师资、排课方案等。最后根据培训方案完成课堂教学或线上教学，并提供课后的增值服务。该业务模式下，公司主要采购成本包括：教学硬件系统的开发及维护、课程的开发、讲师薪资等。</p>	<p>客户在公司提供培训服务的同时即取得并消耗服务履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务。公司按与客户约定的培训服务期间，每月按实际消耗课时结转确认收入</p>	总额法
	电商业务	5,342.78	1.27	2020 年	<p>公司通过红人营销、红人分销方式销售休闲类零食、生活物资等产品，通过网上电子商务平台实现对外销售。该业务模式下，公司主要采购成本为产品的外部采购成本。</p>	<p>在产品已发货并获得客户确认收货后确认收入，如客户未及时确认收货，则在系统默认的收货确认时间结束后确认收入</p>	总额法

公司业绩承诺期前后，上述主要业务未发生变动，收入确认方式和依据保持一致。

2、所处产业链地位、客户及供应商竞争格局

公司是一家新媒体营销服务商，是新媒体营销广告产业中连接广告主和自媒体的桥梁。新媒体营销行业为互联网营销行业的细分行业，市场化程度较高、行业集中度较低，各服务商市场占有率较低，竞争较为激烈。公司作为国内第一批进入红人经济行业的企业之一，已发展成为我国红人营销领域内具有一定综合竞争优势的企业。

公司主要服务的客户涵盖护肤品、网服电商、食品饮料、化妆品、日用品、3C 数码等行业，其中商家客户资源包括品牌客户、中小客户及广告主的代理商客户。其中品牌客户经营情况稳定、采购需求较大，是公司业务的重点支柱和拓展方向；但由于其议价能力较强，毛利率相对中小客户和代理商客户较低。近两年，受宏观经济波动因素影响，品牌客户广告营销投入更加审慎；中小客户自身经营情况受到较大冲击，导致整体广告营销需求和投放能力下滑，部分中小客户信用状况有所恶化。

公司根据客户需求筛选和推荐新媒体供应商，为客户提供视频、直播、文章、图文等红人营销服务形态。公司主要采购内容为红人营销平台业务相关的媒体资源，包括抖音、小红书等新媒体传播平台的媒体资源（红人及 MCN 等），以及其他线上或线下媒体资源、创意资源等。目前公司与市场主流自媒体平台微博、抖音、快手、小红书等均深度合作，同时与众多媒体资源供应商建立了长期、稳定的合作关系。但随着中国自媒体营销市场需求的持续快速增长，优质媒介资源仍具有稀缺性，具备较强的议价能力。

（二）利润变动幅度大于收入的原因及合理性

2022 年和 2023 年，上市公司利润水平有所降低，主要受市场环境及经济下行的多重因素影响，公司下游客户的广告投放需求有所下降同时公司的业务节奏被打乱，业务执行端受到一定影响，导致收入不及预期。

2022 年，公司实现扣非后归母净利润 10,370.56 万元，较 2021 年下降 31,678.28 万元，主要原因为收入下降，此外毛利率下降、期间费用率上升和当期资产减值损失增加等也对利润下降有一定影响。受市场环境及经济下行等多重因

素影响，公司 2022 年收入不及预期，实现营业收入 412,890.93 万元，较 2021 年下降 38,276.26 万元。由于公司存在固定成本和费用，导致收入波动对利润的影响幅度大于收入变动幅度。同时，受品牌客户收入占比提升和品牌客户毛利率下降等因素影响，公司整体毛利率较 2021 年下降 0.53%，导致毛利润较 2021 年下降 10,725.41 万元；因员工薪酬增加等因素影响，期间费用较 2021 年上升 12,291.26 万元，期间费用率同比增加 4.11%。此外，受外部宏观环境因素及经济下行等因素的影响，公司部分投资标的的经营情况不及预期，在此情况下公司计提了相应的资产减值准备，（主要为：①控股子公司北京爱马思国际文化科技有限公司业绩下滑，根据商誉减值测试计提商誉减值准备 2,360.45 万元；②公司提供 6,970 万元可转贷投资的湖南沁肤季贸易有限公司经营情况有所下滑，结合债权的可回收性，相应计提减值准备 3,843.00 万元），资产减值损失金额绝对值为 6,473.75 万元，较 2021 年 507.53 万元大幅增加 5,966.22 万元，亦对净利润下降造成影响。

2023 年，公司实现扣非后归母净利润 7,367.24 万元，较 2022 年下降 3,003.33 万元，主要原因为毛利率下降、当期信用减值损失增加等。2023 年，受品牌客户收入占比提升和行业整体盈利空间收窄影响，公司整体毛利率较 2022 年下降 3.73%，导致毛利润较 2022 年下降 14,076.81 万元。同时，受宏观经济波动影响，其中部分客户出现被列为失信被执行人、存在较多诉讼事项、被法院裁定破产清算等信用恶化情形，导致公司应收账款坏账损失和其他应收款坏账损失增加，2023 年信用减值损失金额为 9,811.36 万元，较 2022 年 3,567.26 万元增加较多。

综上所述，2022 年和 2023 年公司营业收入较 2021 年均有所降低，主要受市场环境及经济下行的多重因素影响，公司下游客户的广告投放需求有所下降，同时公司的业务节奏被打乱，业务执行端受到一定影响，导致收入不及预期。此外受行业盈利空间收窄、客户结构变化、公司经营策略调整等因素影响，公司的毛利率有所降低，期间费用率有所提升；同时，各年度的资产减值损失、信用减值损失等有所波动，导致公司 2022 年和 2023 年扣非后归母净利润有所下降，利润变动幅度大于收入变动幅度，具有合理性。

三、结合近年行业发展情况、竞争格局及同行业公司经营情况等，说明重组前后业绩变化是否符合行业发展趋势、是否与同行业公司存在明显差异及其合理性

（一）近年行业发展情况、竞争格局

公司所处行业为新媒体营销行业，即基于互联网平台，利用信息技术与工具满足公司与客户之间交换概念、产品及服务的过程，通过在线活动创造、宣传、传递客户价值，并对客户关系进行管理，以达到一定营销目的的新型营销活动。在数字经济背景下，新媒体营销行业的市场容量呈持续扩大趋势，但受近年宏观经济波动影响，下游企业的广告投放需求受到一定冲击，尤其是中小企业受冲击更为明显。目前随着宏观经济稳定发展，下游客户的需求正在逐步恢复和释放。

（二）同行业公司经营情况

互联网营销行业市场化程度较高，行业较为分散，各服务商市场占有率较低。公司在互联网营销行业内的主要同行业公司 2019-2023 年营业收入、毛利率和扣非后归母净利润变动情况如下

单位：人民币万元

项目	公司名称	2023 年	2022 年	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	蓝色光标	5,261,593.37	3,668,258.53	4,007,791.36	4,052,689.09	2,810,571.77
	思美传媒	555,854.71	418,568.13	445,059.50	396,054.63	299,700.38
	华扬联众	549,986.46	850,430.27	1,321,373.60	914,376.56	1,050,679.01
	宣亚国际	104,892.24	110,782.45	91,744.21	61,938.87	35,422.87
	悦普集团	-	-	145,567.50	70,503.14	50,315.67
	新榜信息	142,276.66	154,322.13	127,005.68	-	-
	天下秀	420,203.03	412,890.93	451,167.19	306,040.04	197,730.83
营业收入 变化率	蓝色光标	43.44%	-8.47%	-1.11%	44.19%	-
	思美传媒	32.80%	-5.95%	12.37%	32.15%	-
	华扬联众	-35.33%	-35.64%	44.51%	-12.97%	-
	宣亚国际	-5.32%	20.75%	48.12%	74.86%	-
	悦普集团	-	-	106.47%	40.12%	-
	新榜信息	-7.81%	21.51%	-	-	-
	平均值	5.56%	-1.56%	42.07%	35.67%	-
	天下秀	1.77%	-8.48%	47.42%	54.78%	-
毛利率	蓝色光标	3.44%	4.69%	6.34%	6.43%	8.92%
	思美传媒	4.05%	5.67%	7.20%	7.34%	17.10%
	华扬联众	10.79%	11.36%	11.03%	12.96%	11.72%

项目	公司名称	2023年	2022年	2021年	2020年	2019年
	宣亚国际	16.98%	20.65%	20.36%	21.78%	40.49%
	悦普集团	-	-	17.81%	18.61%	21.85%
	新榜信息	12.56%	12.25%	13.54%	-	-
	平均值	9.56%	10.92%	12.71%	13.42%	20.02%
	天下秀	18.02%	21.75%	22.28%	23.39%	27.44%
扣非后归母净利润	蓝色光标	15,013.71	-189,856.89	65,549.86	58,870.06	45,357.86
	思美传媒	-14,506.88	-43,644.91	2,902.54	-118,922.86	-10,787.59
	华扬联众	-65,173.85	-63,294.06	23,929.09	21,984.89	20,110.85
	宣亚国际	-7,917.84	5,201.43	982.35	-3,772.98	933.04
	悦普集团	-	-	10,800.72	2,641.62	3,382.51
	新榜信息	3,936.55	2,253.77	3,939.06	-	-
	天下秀	7,367.24	10,370.56	42,048.85	37,324.31	25,253.61

如上表所示，受益于市场需求和行业规模的持续提升，2019-2021年同行业公司收入规模整体增长较快；但2022年因市场环境波动和宏观经济下行因素影响，营业收入普遍有所下降，2023年经济环境有所好转，营业收入有所回升。在收入整体增长的背景下，受下游客户价格敏感度提升、整体议价能力增强等因素影响，互联网营销行业盈利空间受到挤压，2019-2023年同行业公司毛利率呈持续降低趋势。同时，受宏观经济波动因素影响，蓝色光标、思美传媒、华扬联众等行业内知名企业2022年和2023年扣非后归母净利润较之前年度显著降低。公司营业收入、毛利率和扣非后归母净利润的变动趋势与同行业公司不存在明显差异。

（三）公司重组前后业绩变化是否符合行业发展趋势、是否与同行业公司存在明显差异及其合理性

综上所述，公司于2019年吸收合并北京天下秀科技股份有限公司后，受益于行业的快速发展和公司竞争力的持续提升，2019-2021年营业收入和扣非后归母净利润持续增长；2022年，因市场环境波动和宏观经济下行等因素影响，行业内公司整体经营状况发生不利变化，公司营业收入增长受阻，同时毛利率下降、费用率提升，导致扣非后归母净利润下滑；2023年，公司营业收入小幅上涨，但因毛利率下滑，导致扣非后归母净利润进一步下降。公司的业绩变化符合行业发展趋势，与同行业公司不存在明显差异。

四、年审会计师的核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了如下核查程序：

- 1、取得公司 2019-2023 年收入成本明细表，对公司各年度主要客户及供应商的构成、交易金额等变动情况进行分析，了解主要客户及供应商是否存在关联关系；
- 2、获取公司 2019-2023 年财务报表，对当期成本费用构成变化情况进行分析，了解其变化的具体原因，判断是否与公司实际情况相符，是否存在异常；
- 3、访谈公司采购负责人和财务负责人，了解采购和付款相关流程，获取公司相关内部控制制度，了解公司采购付款相关的内部控制，评价其内部控制设计是否合理，并对采购与付款循环执行穿行测试和控制测试，评价相关内部控制设计及运行有效性；
- 4、对公司费用审批支付相关的内部控制进行了解，评价其内部控制设计是否合理；对费用支付内部控制执行穿行测试和控制测试，评价公司费用支付内部控制设计和运行的有效性；
- 5、获取各自媒体平台期末余额截图以及充值、消耗流水，与公司账面数据进行核对，是否存在差异，是否存在成本跨期的情形；
- 6、对公司成本实施截止性测试，从资产负债表日前后两个月的成本明细表中，抽样核对采购合同、结算单、发票、付款审批记录、付款凭证等，以评价相关成本是否被记录于恰当的会计期间，是否存在跨期情形；
- 7、实施分析程序，对总体毛利率及分项目毛利率进行分析，检查收入与成本的匹配性，是否存在异常情况，成本确认是否准确，是否存在多记或少记成本的情形；
- 8、采用抽样的方式对供应商实施函证程序，确认当期采购金额以及期末余额的准确性，是否存在成本跨期的情形；
- 9、获取公司费用明细表，分析销售费用构成项目的变动情况以及变动趋势的合理性，抽查大额费用的相关合同、付款凭证等，检查费用是否跨期；通过公开

渠道查询公司同行业可比公司费用率，分析是否具有可比性，是否存在重大差异；

10、对公司费用进行截止性测试，获取资产负债表前后两个月的费用明细表中，抽样检查合同、发票、申请单、付款凭证等，核查费用是否存在跨期的情况；

11、对公司前期存在成本跨期事项进行了解，访谈公司财务负责人，了解公司对相关事项的整改落实情况，并对相关整改措施执行情况进行了解，评价整改的有效性，是否可以保证后续成本核算的准确性；

12、访谈公司高级管理人员，对公司业务情况、公司所处产业链地位、2022年及2023年收入及净利润变动原因等进行了解；获取同行业可比公司同期经营数据，分析变动趋势是否与公司存在差异；通过查阅公开信息，对近年公司所处行业的发展情况，竞争格局进行了解。

（二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

1、业绩承诺期前后公司主要客户、供应商基本保持一致，未出现重大变化；主要客户及供应商中除了新浪集团及其关联方之外，其余均不存在关联关系。

2、公司具备规范的财务核算体系、财务会计制度；设计、执行和维护必要的与成本费用相关的内部控制，以保证成本费用核算的及时性、准确性。针对前期由于财务核算信息化程度不够完善，所导致的部分成本跨期的情况，公司已通过进一步完善对账、复核机制，提高会计核算的及时性和准确性，报告期内不存在重大跨期确认成本费用情形。

3、在宏观经济环境波动的情形下，2022年和2023年公司营业收入较2021年均有所降低，同时受行业盈利空间收窄、客户结构变化、公司经营策略调整等因素影响，公司的毛利率有所降低，期间费用率有所提升；同时，各年度的资产减值损失、信用减值损失等有所波动，导致公司2022年和2023年扣非后归母净利润有所下降，利润变动幅度大于收入变动幅度，具有合理性。

4、公司于2019年吸收合并北京天下秀科技股份有限公司后，受益于行业的快速发展和公司竞争力的持续提升，2019-2021年营业收入和扣非后归母净利润持续增长；2022年，因市场环境波动和宏观经济下行等因素影响，行业内公司整体经营状况发生不利变化，公司营业收入增长受阻，同时毛利率下降、费用率提

升，导致扣非后归母净利润下滑；2023年，公司营业收入小幅上涨，但因毛利率下滑，导致扣非后归母净利润进一步下降。公司的业绩变化符合行业发展，与同行业公司不存在明显差异。

问题2：年报披露，报告期末，公司应收账款账面余额23.92亿元，占总资产比重达40.57%，其中账龄一年以内的占比约90%。公司按账龄组合对0-6个月、7-12个月的应收账款计提坏账准备的比例分别为0和2.95%，平均计提比例0.39%。报告期内，公司新增计提坏账准备8539.60万元，同比增加207%，其中按单项计提4984.93万元，按账龄组合计提3554.67万元。此外，前期公司因公司财务复核程序和手段不到位，个别应收账款会计处理不规范，导致公司2020年至2022年定期报告信息披露存在差错。

请公司补充披露：（1）报告期内主要客户名称、获取订单时间、对应收账款余额，结合行业特点、结算模式和可比公司情况，说明公司应收账款规模较大的原因；（2）报告期内按单项计提坏账准备涉及的具体客户、交易内容、是否存在关联关系，结合交易对方的资信情况、原定结算安排和公司已采取或拟采取的催款措施，说明全额计提坏账准备的原因及合理性；（3）结合上述情况，说明客户回款情况是否存在重大变化或趋势性不利因素，公司按账龄组合确定的坏账准备计提比例是否恰当、计提是否充分；（4）公司本期如何针对前期存在的会计处理不规范问题予以整改，如何确保本期定期报告财务数据准确无误。请公司年审会计师对问题（2）-（4）发表意见。

公司就问题（2）-（4）回复如下：

一、报告期内按单项计提坏账准备涉及的具体客户、交易内容、是否存在关联关系，结合交易对方的资信情况、原定结算安排和公司已采取或拟采取的催款措施，说明全额计提坏账准备的原因及合理性

（一）报告期内按单项计提坏账准备涉及的具体客户、交易内容、是否存在关联关系

单位：人民币万元

客户名称	期末应收 账款余额	账龄			
		7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
上海绿地优鲜超市有限公司	1,125.69	-	1,125.69	-	-
苏宁易购集团股份有限公司	613.47	-	-	446.41	167.06
广州蓝旗传媒有限公司	538.63	-	538.63	-	-
非常达仁（上海）文化传播有限公司	422.94	-	422.94	-	-
河北媛福达商贸集团有限公司	421.35	421.35	-	-	-
康铂创想（北京）科技有限公司	348.83	-	-	348.83	-
北京芸知众文化传媒有限公司	331.60	-	58.42	273.18	-
上海欢兽实业有限公司	172.48	-	-	-	172.48
广州上度文化传媒有限公司	158.60	-	158.6	-	-
北京寺库商贸有限公司	146.46	-	-	146.46	-
深圳市游良文化传播有限公司	138.16	-	138.16	-	-
上海媛福达供应链管理有限公司	133.61	133.61	-	-	-
西藏恒信凯鸿经贸有限责任公司	116.01	-	-	116.01	-
其他	489.58	-	187.93	301.65	-
合计	5,157.41	554.96	2,630.37	1,632.54	339.54

续上表

客户名称	期末坏账 准备余额	计提比例 (%)	交易内容	是否 关联方
上海绿地优鲜超市有限公司	1,125.69	100.00	电商业务	否
苏宁易购集团股份有限公司	613.47	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
广州蓝旗传媒有限公司	538.63	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
非常达仁（上海）文化传播有限公司	422.94	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
河北媛福达商贸集团有限公司	421.35	100.00	电商业务	否
康铂创想（北京）科技有限公司	348.83	100.00	新媒体营销客户代理服务	否

客户名称	期末坏账准备余额	计提比例 (%)	交易内容	是否关联方
北京芸知众文化传媒有限公司	331.60	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
上海欢兽实业有限公司	172.48	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
广州上度文化传媒有限公司	158.60	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
北京寺库商贸有限公司	146.46	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
深圳市游良文化传播有限公司	138.16	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
上海媛福达供应链管理有限公司	133.61	100.00	电商业务	否
西藏恒信凯鸿经贸有限责任公司	116.01	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
其他	489.58	100.00	新媒体营销客户代理服务	否
合计	5,157.41	100.00		

(二) 交易对方的资信情况、原定结算安排和公司已采取或拟采取的催款措施

客户名称	结算安排	资信情况	公司已采取或拟采取的催款措施
上海绿地优鲜超市有限公司	产品发货经客户签收并开具增值税专用发票后 30 天内付款	被列为失信被执行人、限制高消费、存在较多诉讼事项、已被法院裁定破产清算	已向破产管理人申报相关债权
苏宁易购集团股份有限公司	完成推广投放服务并开具增值税专用发票后 90 天内付款	连续三年亏损已被 ST, 已被列为失信执行人, 存在较多金额较大的诉讼事项, 大额票据逾期无法兑付	已通过法律诉讼途径进行催款
广州蓝旗传媒有限公司		被列为失信被执行人, 限制高消费, 存在金额较大的强制执行标的	
非常达仁(上海)文化传播有限公司		被列为失信被执行人、被强制执行但无可执行财产、已被法院裁定破产清算	
河北媛福达商贸集团有限公司	产品发货经客户签收并开具增值税专	被列为失信被执行人、限制高消费、存在较多	后续公司将采用法律诉讼手段进

客户名称	结算安排	资信情况	公司已采取或拟采取的催款措施
	用发票后 30 天内付款	诉讼事项	行催款
康铂创想（北京）科技有限公司	完成推广投放服务并开具增值税专用发票后 30 天内付款	已被列为被执行人、限制高消费、限制出境、存在较多诉讼事项	
北京芸知众文化传媒有限公司	完成推广投放服务并开具增值税专用发票后 90 天内付款	已被列为失信被执行人、限制高消费、存在较多诉讼事项、公司已对其申请强制执行、但尚未收到欠款	已采用法律手段进行催款
上海欢兽实业有限公司		已被吊销进入破产清算程序	已向破产管理人申报相关债权
广州上度文化传媒有限公司		被列为失信被执行人，限制高消费，存在金额较大的强制执行标的	已通过法律诉讼途径进行催款
北京寺库商贸有限公司		被列为失信被执行人、限制高消费、股权冻结、已进入破产清算程序	已向破产管理人申报相关债权
深圳市游良文化传播有限公司		被列为失信被执行人、被强制执行但无可执行财产、已被法院裁定破产清算、存在较多诉讼事项	已申请仲裁且生效，已申请财产保全措施，并申请强制执行
上海媛福达供应链管理有限公司		产品发货经客户签收并开具增值税专用发票后 30 天内付款	被列为失信被执行人、限制高消费、存在较多诉讼事项
西藏恒信凯鸿经贸有限责任公司	完成推广投放服务并开具增值税专用发票后 30 天内付款	被列为失信被执行人、限制高消费、存在较多诉讼事项、已进入破产清算程序	已向破产管理人申报相关债权

综上所述，报告期内按单项计提坏账准备涉及的客户，均面临生产经营困难，存在较多诉讼事项，信用风险显著增加，偿债能力明显恶化，相应款项预计难以收回，故基于谨慎性考虑，全额计提坏账准备，具有合理性。

二、结合上述情况，说明客户回款情况是否存在重大变化或趋势性不利因素，公司按账龄组合确定的坏账准备计提比例是否恰当、计提是否充分

(一) 公司最近三年应收账款账龄构成情况

单位：人民币万元

账龄	2023年12月31日	占比(%)	2022年12月31日	占比(%)	2021年12月31日	占比(%)
1年以内	231,019.50	89.87	247,358.36	92.52	233,931.80	94.30
其中0-6月	199,658.66	77.67	217,896.97	81.50	199,657.47	80.48
7-12月	31,360.83	12.20	29,461.39	11.02	34,274.33	13.82
1-2年	13,265.09	5.16	12,158.55	4.55	10,147.85	4.09
2-3年	5,711.06	2.22	5,167.17	1.93	2,491.92	1.00
3年以上	7,062.26	2.75	2,678.51	1.00	1,510.61	0.61
合计	257,057.91	100.00	267,362.59	100.00	248,082.18	100.00

由上表可知，近年来公司1年以上应收账款占比小幅上升，但应收账款账龄结构整体较为稳健，1年以内的应收账款占比基本保持在90%左右，不存在重大不利变化。

(二) 公司最近三年销售回款情况

单位：人民币万元

项目	2023年度	2022年度	2021年度
销售商品、提供劳务收到的现金	454,815.56	432,522.28	389,966.34
主营业务收入	420,203.03	412,890.93	451,167.19
销售收现率(%)	108.24%	104.75%	86.43%

由上表可知，公司近三年销售商品、提供劳务收到的现金呈上升趋势，销售回款情况在持续不断好转，其中2022年、2023年销售收现率均在100%以上，公

司对客户信用管理的重视及管控力度不断加强。

(三) 公司最近三年按账龄组合计提坏账准备的应收账款构成情况

单位：人民币万元、%

账 龄	2023-12-31			
	账面余额	账龄结构占比	坏账准备	计提比例
1 年以内	230,436.88	91.48	908.69	0.39
其中：0-6 月	199,633.75	79.25	-	-
7-12 月	30,803.13	12.23	908.69	2.95
1 至 2 年	10,662.39	4.23	2,899.10	27.19
2 至 3 年	4,078.52	1.62	2,191.39	53.73
3 年以上	6,722.72	2.67	6,722.72	100.00
合计	251,900.50	100.00	12,721.90	5.05

续上表

账 龄	2022-12-31			
	账面余额	账龄结构占比	坏账准备	计提比例
1 年以内	247,358.36	92.77	869.11	0.35
其中：0-6 月	217,896.97	81.72	-	-
7-12 月	29,461.39	11.05	869.11	2.95
1 至 2 年	12,158.55	4.56	3,305.91	27.19
2 至 3 年	4,627.17	1.74	2,486.18	53.73
3 年以上	2,506.03	0.94	2,506.03	100.00
合计	266,650.11	100.00	9,167.23	3.44

续上表

账 龄	2021-12-31			
	账面余额	账龄结构占比	坏账准备	计提比例
1 年以内	233,931.80	94.57	1,011.09	0.43
其中：0-6 月	199,657.47	80.71	-	-

7-12月	34,274.33	13.86	1,011.09	2.95
1至2年	9,607.85	3.88	2,612.37	27.19
2至3年	2,319.44	0.94	1,246.24	53.73
3年以上	1,510.61	0.61	1,510.61	100.00
合计	247,369.70	100.00	6,380.31	2.58

由上表可知，按账龄组合计提坏账准备的应收账款账龄结构整体保持稳定，1年以内的应收账款占比均在90%以上。本期3年以上的应收账款占比有所上升，主要系以前年度合作的部分中小客户，受宏观经济环境影响，生产经营暂时出现困难，导致回款不畅，针对3年以上应收账款，公司按照100%计提比例计提减值准备。

三、公司本期如何针对前期存在的会计处理不规范问题予以整改，如何确保本期定期报告财务数据准确无误

前期公司因公司财务复核程序和手段不到位，个别应收账款会计处理不规范，主要系公司以前年度确认的部分应收营销服务款540.00万元，后经确认原交易对手方涉嫌合同欺诈，公司已对合同各相关方提起诉讼，截至目前相关案件公司胜诉，等待执行阶段。由于相关服务实际不具有商业实质，根据《企业会计准则》的规定，不应确认应收账款，本期公司已进行整改。

上述不规范系由于财务人员进行账务处理有误所导致，并非由于公司财务基础薄弱或内部控制缺失所导致，公司应收账款的财务总体较为规范，符合《企业会计准则》的要求；公司针对前期存在的会计处理不规范问题制定了全面、详细的整改措施，进一步加强对公司财务人员进行《企业会计准则》等相关知识培训，加强专业学习，提高业务能力，降低人为核算错误的风险，促使上市公司财务管理工作水平不断提升，确保公司未来财务数据准确无误。

四、年审会计师的核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了如下核查程序：

- 1、获取报告期内按单项计提坏账准备的应收账款清单、检查相关应收账款形

成对应的销售合同、执行记录、结算单、发票等资料，对相关交易内容、结算安排等进行了解；通过“天眼查”等公共信用信息查询平台，对按单项计提坏账准备涉及的客户进行背景调查，通过核查其主要股东信息、董监高等信息确认是否与公司存在关联关系；

2、了解、评价与预期信用损失计量相关的内部控制的设计恰当性和运行有效性；

3、对于按照单项金额评估的应收账款，选取样本复核管理层基于债务人的财务状况和资信情况、历史还款记录以及对未来经济状况的预测等对预期信用损失进行评估的依据。我们将管理层的评估与我们在审计过程中取得的证据相验证，包括债务人的背景信息、以往的交易历史和回款情况、公司与债务人诉讼清单、法院裁决、判决书及利用国家工商企业信息系统等公共信用信息查询平台检查债务人的信用风险、经营情况、法律诉讼事项等，评价管理层单项计提坏账准备的合理性；

4、对与应收账款日常管理及可收回性评估相关的内部控制的设计及运行有效性进行了解、评估及测试；访谈公司财务负责人，了解公司对于按单项计提坏账准备涉及的应收账款公司已采取或拟采取的催款措施；

5、对公司近三年应收账款账龄构成情况进行分析，判断公司应收账款账龄是否存在重大不利变化；对公司销售回款情况进行了解，分析客户回款是否存在重大变化或趋势线不利因素；查询同行业可比公司应收账款坏账计提政策及计提比例；

6、对于按照信用风险特征组合计提坏账的应收账款，获取并检查应收账款明细表和账龄分析表、坏账准备计提表，重新计算管理层计提的应收账款坏账准备金额，核实坏账准备计提金额的准确性；

7、分析公司资产负债表日预期信用损失率，结合应收账款历年回款情况及期后回款情况，判断基于迁徙率模型测算的历史损失率是否合理，坏账准备计提是否充分；

8、访谈公司财务负责人，针对广西证监局下发的《行政监管措施决定书》中个别应收账款会计处理不规范的具体情况进行了了解，分析其产生的原因，是否由

于财务核算基础薄弱、内部控制缺失所造成，是否还存在其他会计处理不规范的情形；了解公司针对前期存在的会计处理不规范问题的整改措施，关注相关整改措施的具体落实执行情况，整改后公司财务核算、内部控制是否能够保证本期定期报告财务数据准确无误。

（二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

1、报告期内公司对部分应收账款全额计提坏账准备，系相关客户生产经营困难，存在较多诉讼事项，信用风险显著增加，偿债能力明显恶化，相应款项预计难以收回，基于谨慎性考虑，全额计提坏账准备，具有合理性；

2、报告期内，公司应收账款账龄结构整体较为稳定，客户回款情况良好，不存在重大变化或趋势性不利因素，应收账款坏账计提政策与同行业相比不存在重大差异，公司按账龄组合确定的坏账准备计提比例恰当、计提充分；

3、公司个别应收账款会计处理不规范系由于财务人员进行账务处理有误所致，并非由于公司财务基础薄弱或内部控制缺失所导致，公司应收账款的财务总体较为规范，符合《企业会计准则》的要求；公司针对前期存在的会计处理不规范问题制定了全面、详细的整改措施，进一步加强对公司财务人员进行《企业会计准则》等相关知识培训，加强专业学习，提高业务能力，降低人为核算错误的风险，促使上市公司财务管理工作水平不断提升。本期公司已针对前期个别应收账款会计处理不规范之处进行改正，可以保证公司本期定期报告财务数据准确无误。

问题3：年报披露，报告期末，公司其他非流动资产账面余额1.22亿元，主要为长期资产购置款。根据前期公告，相关款项为公司于2022年1月委托关联方北海我秀都会数字科技有限公司（以下简称北海我秀都会）建设直播基地项目所支付的1.2亿元项目意向金。

请公司补充披露：（1）结合行业发展趋势、自身业务需求、直播基地周边地价、建设成本、预期效益等情况，说明建设直播基地的必要性和合理性；（2）

北海我秀都会的业务资质、项目建设经验和主要经营团队，说明公司委托其建设直播基地的原因及考虑；（3）结合与北海我秀都会的协议条款、直播基地的建设周期、预计达到可使用状态时间等，说明公司提前支付大额意向金的原因及合理性，相关支付安排是否符合商业惯例；（4）结合前述情况以及项目实际建设进度和意向金的存放使用状态，说明相关交易是否构成关联方资金占用或存在其他利益输送情形。请公司年审会计师、独立董事就问题（4）发表意见。

公司就问题（4）回复如下：

一、结合前述情况以及项目实际建设进度和意向金的存放使用状态，说明相关交易是否构成关联方资金占用或存在其他利益输送情形

截至目前，该直播基地建设项目尚在建设过程中，主体结构已建设完成，预计2024年底交付。经查阅北海我秀都会相关财务资料，上述意向金已于2023年前全部投入项目建设过程中。公司向北海我秀都会预付的意向金为根据合同约定而发生，均已用于项目建设支出，不构成关联方资金占用、不存在其他利益输送情形。

二、年审会计师核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了如下核查程序：

1、对公司及北海我秀都会管理层进行访谈，获取了《直播基地购买意向书》，了解公司向北海我秀都会支付意向金的合作背景，分析判断该事项是否具有商业实质，是否符合商业逻辑。

2、对项目建设现场进行走访，了解项目实际建设进度并对北海我秀都会的银行流水进行了核查，检查意向金是否用于项目建设，是否存在被挪作他用的情形。

（二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

公司委托北海我秀都会建设直播基地并支付意向金，是基于合理的商业背景

而发生的真实交易，目前直播基地项目建设进展顺利，意向金已全部用于项目建设，不构成关联方资金占用、不存在其他利益输送情形。

问题4：年报披露，报告期末，联营公司我爱我秀（北京）信息技术有限公司（以下简称我爱我秀）尚欠公司往来款余额9257万元，公司对其计提坏账准备余额890万元。相关款项系其我爱我秀作为公司控股子公司期间（2020年7月至2022年6月），公司向其提供的借款。而根据前期公告，我爱我秀称其将在2023年12月31日之前归还上述款项，但报告期内仅还款1000万元。

请公司补充披露：（1）结合我爱我秀的经营及资信情况，说明其未能按期完成还款的原因，是否构成违约，公司已采取和拟采取的具体追偿措施；（2）结合逾期还款情况，说明相关款项是否存在较大回收风险，公司对上述欠款计提减值准备的依据及合理性。请公司年审会计师就问题（2）发表意见。

公司就问题（2）回复如下：

一、结合逾期还款情况，说明相关款项是否存在较大回收风险，公司对上述欠款计提减值准备的依据及合理性。

我爱我秀已按照最新的还款协议的约定，将2023年应偿还的欠款金额汇入公司账户，故而未构成逾期。我爱我秀2023年生产经营情况总体趋势向好，2023年末资产状况与上年相比，基本保持一致，未出现明显恶化，我爱我秀资产足够偿还所欠公司往来款，故而相关款项不存在较大回收风险。

考虑到我爱我秀2023年经营及资信情况良好，信用风险未出现明显变化，且从我爱我秀2023年末资产状况来看，足够偿还所欠公司往来款，故而对应收我爱我秀的款项按账龄组合计提坏账准备，与公司其他款项坏账准备计提政策一致，具体计提过程如下：

单位：人民币万元、%

账龄	账面余额	坏账准备	计提比例
1年以内(含1年)	472.79	11.83	2.50

账 龄	账面余额	坏账准备	计提比例
其中：0-6 个月	236.12	-	-
7-12 个月	236.67	11.83	5.00
1-2 年	8,783.87	878.39	10.00
小计	9,256.66	890.22	9.62

公司对于我爱我秀所欠款项的减值准备的计提依据充分，具有合理性。

二、年审会计师的核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了如下核查程序：

1、对公司财务负责人进行访谈，获取了《关于往来款还款安排的补充协议》，了解我爱我秀无法在2023年12月31日前偿还全部欠款的原因，对于公司与我爱我秀重新商定的还款计划进行了解，并分析判断其合理性，是否符合商业逻辑；

2、获取我爱我秀盖章财务报表，对其资产状况、2023年经营及现金流量情况进行了解，对其信用风险、偿债能力进行分析；

3、对我爱我秀管理层进行访谈，对我爱我秀偿债意愿及能力，未来发展计划等进行了解；

4、对我爱我秀所欠款项的减值准备计提情况进行了解，分析判断相关款项计提减值准备的依据是否充分、合理。

（二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

我爱我秀已按照最新的还款协议的约定，将2023年应偿还的欠款金额汇入公司账户，未构成逾期还款。我爱我秀2023年生产经营情况总体趋势向好，2023年末资产状况与上年相比，基本保持一致，未出现明显恶化，我爱我秀资产足够偿还所欠公司往来款，相关款项不存在较大回收风险。

我爱我秀2023年经营及资信情况良好，信用风险未出现明显变化，且从我爱

我秀2023年末资产状况来看，足够偿还所欠公司往来款，故而对应收我爱我秀款项按照账龄组合计提坏账准备，计提依据充分，具有合理性。

问题5：年报披露，公司自2019年起持续对北京爱马思国际文化科技有限公司（以下简称北京爱马思）进行增资并于2022年完成收购，形成商誉3963万元，当期即计提商誉减值准备2360万元，本期新增计提339万元。前期公告显示，公司收购北京爱马思的交易对方承诺，若北京爱马思2023年营业收入低于1300万元，则交易对方将向公司进行股份补偿或现金补偿。

请公司补充披露：（1）结合历年来对北京爱马思的出资及北京爱马思经营情况，说明公司对北京爱马思投资款的主要流向，公司持续对其进行投资并最终收购的原因及合理性，是否与北京爱马思业绩表现趋势匹配；（2）结合北京爱马思的业绩情况、商誉减值测试选取的主要参数和测试过程，说明公司在收购当期即计提大额商誉减值准备且次年再度计提的原因、相关减值计提的具体依据；（3）北京爱马思2023年收入实现情况以及交易对方的承诺履行情况，若未按约定进行补偿，进一步说明公司已采取及拟采取的措施，并充分提示风险。请年审会计师就问题（2）发表意见。

公司就问题（2）回复如下：

一、结合北京爱马思的业绩情况、商誉减值测试选取的主要参数和测试过程，说明公司在收购当期即计提大额商誉减值准备且次年再度计提的原因、相关减值计提的具体依据

（一）北京爱马思的业绩情况

2019-2023年，北京爱马思的营业收入为351.34万元、303.53万元、833.45万元、229.91万元、1,730.65万元。由于北京爱马思尚处于业务拓展期，规模效应尚未显现，期间费用占比较高，且受公共卫生事件和相关宏观环境因素影响，2019-2023年，持续处于亏损状态。

（二）商誉减值测试选取的主要参数和测试过程

1、北京爱马思商誉减值情况概述

(1) 2022 年度商誉减值情况

公司于2022年初完成对北京爱马思的收购后，当年的公共卫生事件和宏观环境波动再次对北京爱马思线下业务造成重大不利影响，使得其当期营业收入出现较大程度下滑。

2022年末，考虑到北京爱马思全年业绩的下降，出现了较为明显的商誉减值迹象，在此情况下，公司对北京爱马思的商誉进行减值测试，委托评估机构天源资产评估有限公司对北京爱马思2022年12月31日的未来现金流量的现值进行评估。

根据天源资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（天源评报字（2023）第0279号），经测试，包含商誉资产组或资产组组合可收回金额为3,250.00万元。商誉减值测试模型的主要假设参数如下：

单位：人民币万元

项目	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	稳定年度
营业收入	1,320.00	2,640.00	3,564.00	3,992.00	4,192.00	4,192.00
净利润	-223.97	203.7	363	425.73	438.49	436.83
税前自由现金流量	-122.62	246.89	495.21	579.62	503.65	586.34
折现率	14.20%	14.20%	14.20%	14.20%	14.20%	14.20%

截至2022年12月31日，北京爱马思经审计的包含商誉的资产组账面价值为7,589.07万元，资产组可收回金额3,250.00万元，两者之间的差额为4,339.07万元。基于此，按照公司对北京爱马思的持股比例，相应计提商誉减值准备2,360.45万元。

基于上述情况，为保护上市公司利益，避免潜在的投资损失，公司与爱马思其余股东于2023年3月签订股份补偿协议，以北京爱马思2022年未经评估的股权价值3,250.00万元作为双方股份补偿的估值基准，公司2022年3月收购北京爱马思10.89万元注册资本所实际支付的交易对价544.29万元占上述估值的比例应为16.75%，与公司实际取得的股权比例6.52%之间的差额为10.24%。因此，交易对方合计向公司补偿10.24%股权，相关股权变更已于2023年12月完成工商登记。

(2) 2023 年度商誉减值情况

2023年末，受到宏观经济复苏情况不及预期的影响，同时由于场地使用限制以及经营策略调整，北京爱马思会展业务开展不如预期，仅完成2022年度商誉减值时盈利预测会展收入的75.42%，相应资产组出现了减值迹象，公司对北京爱马思的商誉进行减值测试，委托评估机构对北京爱马思2023年12月31日的未来现金流量的现值进行评估。

根据天源资产评估有限公司出具的《资产评估报告》（天源评报字（2024）第0269号），经测试，包含商誉资产组或资产组组合可收回金额为2,470.00万元。商誉减值测试模型的主要假设参数如下：

单位：人民币万元

项 目	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年	2028 年	稳定年度
营业收入	1,692.00	2,284.00	2,627.00	2,837.00	2,979.00	2,979.00
净利润	-56.17	184.23	275.98	326.89	290.92	293.46
税前自由现金流量	-116.29	206.65	304.82	268.15	391.86	368.62
折现率	12.35%	12.35%	12.35%	12.35%	12.35%	12.35%

截至 2023 年 12 月 31 日，北京爱马思经审计的包含商誉的资产组账面价值为 3,093.32 万元，资产组可收回金额 2,470.00 万元，两者之间的差额为 623.32 万元。基于此，按照公司对北京爱马思的持股比例，相应计提商誉减值准备 339.09 万元。

2、商誉减值测试过程

2022年度及2023年度，公司根据《企业会计准则第8号—资产减值》及《会计监管风险提示第8号—商誉减值》的规定对商誉进行减值测试。公司采用收益法（未来现金流量折现法）模型计算资产组的未来现金流量现值。根据测算的资产组可回收金额与包括商誉在内的资产组账面价值进行比较，以判断商誉是否存在减值。

2022年、2023年北京爱马思会展业务资产组账面价值及商誉减值测试过程具体如下表：

单位：人民币万元

项 目	2022 年度	2023 年度
资产组的构成	北京爱马思会展业务及相关资产，具体包括固定资产、长期待摊费用等。	

资产组的账面价值 (A)	303.20	146.52
分摊至本资产组的商誉账面价值 (B)	3,963.51	1,603.06
归属于子公司少数股东的商誉 (C)	3,322.36	1,343.74
包含商誉的资产组的账面价值 (D=A+B+C)	7,589.07	3,093.32
包含商誉的资产组的可收回金额 (E) [注 1]	3,250.00	2,470.00
商誉减值损失 (F=D-E)	4,339.07	623.32
其中：少数股东应确认的商誉减值损失 (G)	1,978.62	284.23
公司应确认的商誉减值损失 (H=F-G)	2,360.45	339.09

注 1：包含商誉的资产组的可收回金额系根据天源资产评估有限公司出具的资产评估报告（天源评报字（2023）第 0279 号、天源评报字（2024）第 0269 号）确定。

注 2：其中 IP 营销收入为 2023 年新开拓业务，不计入包含商誉的展会业务资产组所属收入。

（三）结合前述情况，说明公司在收购当期即计提大额商誉减值准备且次年再度计提的原因、相关减值计提的具体依据

经过上述分析可知，公司自2019年起持续对北京爱马思进行增资并于2022年完成收购，但2022年由于公共卫生事件和宏观环境波动导致当期业绩下滑，出现了较为明显的商誉减值迹象，故当期计提了部分商誉减值准备；2023年，受到宏观经济复苏不及预期的影响，同时由于场地使用限制以及经营策略调整，北京爱马思会展业务开展不如预期，商誉出现减值迹象，故进一步计提商誉减值准备。

2022年及2023年，公司均严格依照《企业会计准则第8号—资产减值》等准则的要求，结合对包含商誉的资产组可收回金额的测试结果，对北京爱马思商誉减值准备予以计提，两次商誉减值测试中包含商誉的资产组的可收回金额系根据天源资产评估有限公司出具的资产评估报告（天源评报字（2023）第0279号、天源评报字（2024）第0269号）确定，商誉减值测试过程关键参数、参数选取符合相关准则要求，具备合理性。

二、年审会计师的核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，年审会计师主要实施了如下核查程序：

1、了解公司与商誉减值相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

2、复核管理层以前年度对未来现金流量现值的预测和实际经营结果，评价管理层过往预测的准确性；

3、评价管理层聘任的外部估值专家的胜任能力，专业素质及执行评估工作的独立性、客观性；

4、评价管理层在减值测试中采用的关键假设的合理性，复核相关假设是否与总体经济环境、行业状况、经营情况、历史经验、运营计划等相符；

5、测试管理层在减值测试中使用数据的准确性、完整性和相关性，并复核减值测试中有关信息的内在一致性；对预测收入和采用的折现率等关键假设进行敏感性分析，以评价关键假设的变化对减值评估结果的影响以及考虑对关键假设的选择是否存在管理层偏向的迹象；

6、获取北京爱马思 2023 年末的商誉减值评估报告，将评估结果与商誉减值过程进行核对，判断计提减值准备是否充分；检查与商誉减值相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报。

（二）核查意见

经核查，年审会计师认为：

公司自2019年起持续对北京爱马思进行增资并于2022年完成收购，但2022年年末由于当期业绩下滑明显，出现了较为明显的商誉减值迹象，故当期计提了部分商誉减值准备；2023年，受到宏观经济复苏情况不及预期的影响，同时由于场地使用限制以及经营策略调整，北京爱马思会展业务开展不如预期，商誉出现减

值迹象，故进一步计提商誉减值准备。

公司商誉减值准备计提依据充分、具有合理性，符合企业会计准则的相关规定。

专此说明，请予审核。

（以下无正文）

(此页无正文)

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)



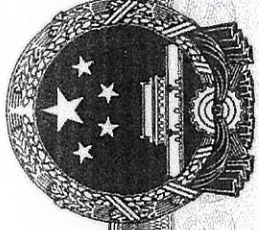
中国注册会计师:

中国注册会计师:

报告日期: 2024年6月6日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码

91330000087374063A (1/1)



扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息

名称 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

类型 特殊合伙企业

执行事务合伙人 余强

出资额 贰仟贰佰万元整

成立日期 2013年12月19日

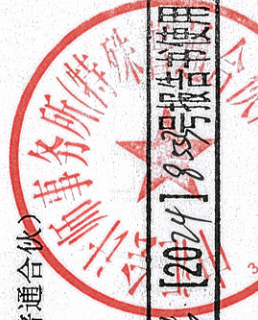
主要经营场所

浙江省杭州市上城区新业路8号华联时代大厦A幢601室

经营范围

审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。（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）

仅供中汇会计师事务所[2024]853号报告使用



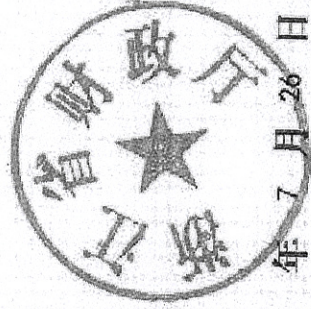
登记机关

2024年04月16日

证书序号: 0015241

说明

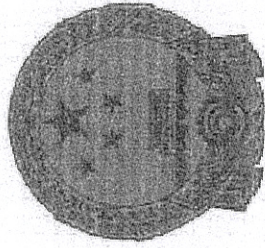
- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



发证机关:

2022 年 7 月 26 日

中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书

名称: 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 余强

主任会计师:

经营场所:

【仅供中汇参专[2020]855号报告使用】

杭州市上城区新业路8号华联时代

大厦A幢601室

组织形式:

特殊普通合伙

执业证书编号:

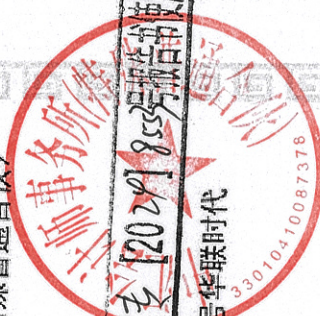
33000014

批准执业文号:


浙财会〔2013〕54号

批准执业日期:

2013年12月4日




THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS
中国注册会计师协会



姓名: 会刚锋
Full name: _____
性别: 男
Sex: _____
出生日期: 1979-10-25
Date of birth: _____
工作单位: 浙江南方会计师事务所有限公司
Working unit: _____
身份证号码: 33900519791025181X
Identity card No.: _____






会刚锋 330002410004

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2018 检

20120101

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2019 检

20120101

年度检验登记
Annual Renewal Registration


本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2020 检

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.




2021 检

20140101

年度检验登记
Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



2017 检

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

浙江南方会计师事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

年月日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出
Agree the holder to be transferred from

浙江南方会计师事务所
CPAs

转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

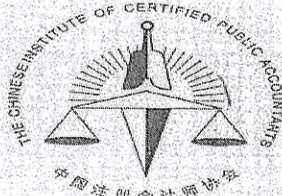
年月日

同意调入
Agree the holder to be transferred to

浙江南方会计师事务所
CPAs

转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs

年月日



姓名 余书杰
 Full name _____
 性别 男
 Sex _____
 出生日期 1992-10-02
 Date of birth _____
 工作单位 天健会计师事务所(特殊普通合伙)
 Working unit _____
 身份证号码 330127199210025314
 Identity card No. _____



年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号: 330000011046
 No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs Zhejiang Province Institute of CPAs

发证日期: 2020年04月08日
 Date of issuance

年 / 月 / 日
 / /

年度检验登记
 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.

年 / 月 / 日
 / /

注册会计师工作单位变更事项登记
 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

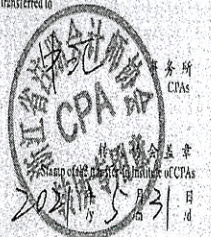
同意调出
 Agree the holder to be transferred from

事务所
 CPAs

转出协会盖章
 Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

年 / 月 / 日
 / /

同意调入
 Agree the holder to be transferred to



事务所
 CPAs

转出协会盖章
 Stamp of the transfer-out Institute of CPAs

年 / 月 / 日
 / /