

证券代码：300038

证券简称：数知科技

公告编号：2020-041

北京数知科技股份有限公司

关于深圳证券交易所对公司 2019 年报问询函的回复公告

北京数知科技股份有限公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

北京数知科技股份有限公司（以下简称“公司”）于 2020 年 4 月 28 日收到深圳证券交易所（以下简称“深交所”）创业板公司管理部下发的《关于对北京数知科技股份有限公司的年报问询函》（创业板年报问询函【2020】第 87 号）（以下简称“《问询函》”）。针对《问询函》中提出的问题，公司积极组织相关人员进行逐项落实和核查，现对所涉及的事项逐一回复如下：

1. 近三年来，你公司预付款项期末余额分别为 2.69 亿元、7.2 亿元、11.73 亿元，规模持续扩大。

（1）请列示各业务类型对应的预付账款前十名的具体情况，包括预付对象及金额、交易背景、相关合同签署情况及主要条款、预付款项进度、结算情况及期末余额，预付对象是否与上市公司或大股东存在关联关系或任何形式的业务和资金往来、是否存在关联方资金占用的情形；

回复：根据公司整体业务规划，公司将业务类型分为智能通信物联网板块、智慧营销板块和数据智能应用与服务业务三个板块。报告期，公司预付账款期初余额为 72,005.06 万元，截止 2019 年 12 月

31 日，公司账面预付款项为 117,340.65 万元，按照业务类型对应的预付款项前十名情况如下所示：

1) 智慧营销业务

序号	公司名称	交易金额（元）	交易内容、合同签署情况及主要条款	预付款项进度、结算情况及期末余额	是否是关联方
1	第一名	52,507,858.45	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 37,379,604.51 元	否
2	第二名	193,800,960.00	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 26,873,980.80 元	否
3	第三名	206,067,076.75	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 21,190,036.72 元	否
4	第四名	238,688,100.00	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 19,481,891.27 元	否
5	第五名	54,965,095.32	亚马逊云费用预付款项，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，按照使用量进行结算，期末余额 10,735,779.38 元	否
6	第六名	252,795,532.50	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 8,884,497.58 元	否
7	第七名	8,699,725.54	网络服务数据中心使用预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项按照实际使用量消耗，期末余额 8,267,852.85 元	否
8	第八名	16,797,156.06	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 6,319,535.32 元	否
9	第九名	61,582,357.83	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 3,759,781.48 元	否
10	第十名	20,350,575.00	媒体资源预付款，已签订业务合同，根据资源使用量按月结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额 2,567,348.06 元	否

2) 数据智能应用及服务

序号	公司名称	交易金额（元）	交易内容、合同签署情况及主要条款	预付款项进、 结算情况及期末余额	是否是关联方
1	第一名	106,384,200.00	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额60,464,200.00	否
2	第二名	216,510,000.00	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额55,510,000.00元	否
3	第三名	234,600,041.45	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额34,047,352.82元	否
4	第四名	26,000,000.00	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项尚未达到结算标准进行结算，期末余额26,000,000.00元	否
5	第五名	200,253,493.82	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额25,546,464.55元	否
6	第六名	41,708,000.00	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额18,460,000.00元	否
7	第七名	148,665,330.21	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额16,869,830.21元	否
8	第八名	73,444,000.00	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额16,720,000.00元	否
9	第九名	99,193,655.35	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项逐步进行结算，期末余额16,500,000.00元	否
10	第十名	11,141,951.91	数据、媒体流量采购款，已签订业务合同，根据为客户服务过程中消耗流量进行结算	项目正常开展，预付款项尚未达到结算标准进行结算，期末余额11,141,951.91元	否

3) 智能通信物联网业务

序号	公司名称	金额（元）	交易内容、合同签署情况及主要条款	预付款项进度、结算情况及期末余额	是否是关联方
1	第一名	65,169,175.48	委托加工通信塔等产品，签署委托加工框架协议，根据实际生产量进行结算	根据项目进度，在客户验收后与供应商进行结算，目前客户尚未进行验收，期末余额65,169,175.48元	否

2	第二名	20,000,000.00	提供智能通信物联网建设工程项目材料, 签署业务合作框架协议, 根据工程完工量进行结算	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 20,000,000.00 元	否
3	第三名	15,219,689.35	提供智能通信物联网建设技术支持和人员派遣服务。签署业务合作框架协议, 根据实际工作量进行结算	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 15,219,689.35 元	否
4	第四名	11,250,099.00	提供智能通信物联网建设技术支持和人员派遣服务。签署业务合作框架协议, 根据实际工作量进行结算。	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 11,250,099.00 元	否
5	第五名	10,000,000.00	提供智能通信物联网建设工程项目材料, 签署业务合作框架协议, 根据工程完工量进行结算	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 10,000,000.00 元	否
6	第六名	7,377,637.53	委托加工通信塔等产品, 签署委托加工框架协议, 根据实际生产量进行结算	根据项目进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 7,377,637.53 元	否
7	第七名	29,000,000.00	提供智能通信物联网建设工程项目施工服务。签署业务合作框架协议, 根据工程完工量进行结算	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户已经逐步开始验收, 期末余额 9,380,010.79 元	否
8	第八名	3,376,130.57	提供通信驻地网、室分建设工程服务。签署业务合作框架协议, 按照工程完工量进行结算。	根据工程进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 3,376,130.57 元	否
9	第九名	2,851,945.70	专网移动警务终端项目, 签署采购协议, 按照产品交付和验收进行结算	根据项目进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 2,851,945.70 元	否
10	第十名	1,250,000.00	智慧城市项目, 签署机房租赁协议	根据项目进度, 在客户验收后与供应商进行结算, 目前客户尚未进行验收, 期末余额 1,250,000.00 元	否

为保障公司业务的正常开展, 公司会发生预付款业务。公司根据与各类供应商签订的供货、提供服务等合同, 支付预付款项用于购买货物、支付工程费用及广告流量款等, 从而获取各类供应商提供的相

关货物、技术服务及广告服务、数据、媒体流量等。在取得与供应商的结算依据后，根据业务进度结转成本。公司当期应结转的预付款均已按合同约定履约完成后进行结转，期末未结转的预付款项项目是因为合同尚处于正常的履约过程中。预付的供应商与上市公司或大股东之间不存在关联关系或任何形式的业务和资金往来、预付款项由于正常业务活动产生，不存在关联方资金占用的情形。

（2）结合智慧营销业务的经营模式、结算周期、行业惯例及业态发展等，对比同行业公司，说明大额储备媒体、数据及流量资源的原因及合理性，是否符合行业惯例；

回复：智慧营销业务经营模式概括为：

- ① **DSP** 为广告主或其代理公司提供程序化广告发布服务。广告主或其代理公司根据实时竞价的价格以及广告点击或展示的数量，向 **DSP** 支付广告投放的报酬，包括但不限于媒体费用，及策略制定、优化投放、数据报告提供等服务费用。
- ② **SSP** 向 **DSP** 采购广告主的广告发布需求，通过其上下文定位技术将 **DSP** 平台承接的广告需求与目标集团承接的媒体资源相匹配，并将匹配完成后的广告进行发布。这个部分中，**SSP** 按百分比从 **DSP** 收取广告发布服务费。**SSP** 向媒体主提供的广告发布服务，并按照展示量或点击量完成成本结算。
- ③ 媒介代理业务是以年度或阶段性预购等形式，与媒体流量方或其代理公司合作，获取优惠的采购价格政策，广告点位流量储备或优先采买权。根据客户需求或媒体流量的适配性，

将媒体广告点位流量出售给广告主或其代理公司。

- ④ 社交营销业务是为广告主或其代理公司提供包括社交媒体采买、社交营销内容规划、社交营销策略规划、创意输出、社媒广告发布等服务。

公司智慧营销业务主要包括精准营销媒体变现业务(即基于上下文检索的页面推送、消费勘察业务等)、自有媒介运营及自有媒介插件业务、以及代理互联网媒体广告平台资源,为客户提供互联网广告投放运营业务等。智慧营销业务在消费者浏览或点击广告主投放的广告素材后,公司即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间,公司按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。与媒体供应商根据当期有效点击曝光或点击进行结算,根据媒体供应商的结算资料按月进行结算并结转成本。媒体供应商包括各大门户网站、出版集团、信息采集组织,以及各种媒体代理商。一般媒体付款分为预付和非预付两种类型,基于强势优质媒体资源,公司会采取预付款的模式,按照月度实际消耗量结算,即先向供应商支付采购款,然后与客户开展业务使用媒体或流量资源;在非强势媒体的媒介购买上,媒体给予采购账期,即先与客户开展业务使用媒体或流量资源,然后与供应商结算付款。此外,部分业务用户获取成本根据用户安装量进行支付,在用户生命周期中按照收入情况匹配成本分摊。

数据智能应用与服务是公司根据客户的需求,通过公司的定向、数据运营优化能力,为客户提供精准高效的定向投放,根据定向数据

流量的消耗，按周期与客户进行结算，同时在数据服务过程中消耗的定向数据流量，与供应商进行结算，根据结算资料进行结转确认成本。作为公司发展重点业务方向，2019 年，公司在数据智能应用与服务业务上进行积极探索，公司通过提前储备媒体资源、数据流量的方式，能够获得更优惠的媒体及流量采买价格，同时能预先锁定客户群刚需的流量资源，进而在价格、流量优先权、账期等方面获得较大的竞争优势，凭借此优势能够更好的巩固现有客户合作，同时获得更多新客户合作机会，扩大市场占有份额。

通常公司会根据经营计划在每年年末与优质媒体供应商商议未来一年的业务规划、采购策略和方案，确认媒体资源和数据流量采购是否采用预付模式，这样能从商业机会、资源质量、可持续发展等方面保持更好的稳定性和可靠性，增强公司的竞争力。

随着互联网技术的发展，新的媒体形式不断涌现，作为互联网营销的媒体流量资源亦呈现出多种发展趋势，由传统的 BAT 垄断互联网流量入口发展到现在的媒体流量资源垄断化、渠道化、移动化和精准化等现状。近年来，在互联网营销服务中，客户的媒体购买需求已呈现出集中于优质强势媒体，采购规模化等新的特点。

大额媒体储备主要集中在优质媒体上主要是因为优质媒体的广告资源在整个市场中拥有其独特性和稀缺性，且这些媒体的广告资源价格昂贵。为了在未来与供应商保持长期稳定良好的媒体关系，同时获得最具有竞争力的采购价格，公司采取向重要供应商预付款的方式，以获得谈判主动权并取得一些权益回报，例如：客户服务满意度、客

户支持效率、以及远期其他增值权益。此外，对于建立和加强媒体关系会形成较大的影响力，增强公司成为优质客户核心合作伙伴的机会，提升公司知名度。这也是互联网行业中一种惯常的媒介策略。

作为对接广告主和媒体主的互联网营销厂商，提前储备媒体流量资源，是目前行业一种惯常的商业手段和竞争策略。部分行业公司预付账款情况如下所示：

单位：元

公司 \ 年度	2019 年	2018 年	预付款项增减比例
智度股份	393,310,691.31	182,703,769.16	115.27%
麦达数字	22,142,359.37	10,172,847.56	117.66%
腾信股份	240,698,106.63	135,319,761.48	77.87%
联创股份	115,414,551.33	78,366,932.01	47.27%
思美传媒	173,049,092.36	123,452,746.78	40.17%
华扬联众	322,607,892.32	247,074,374.34	30.57%

综上，在数字营销和数据智能应用与服务业务中，大额储备媒体、数据及流量资源的符合公司业务状况和发展阶段，有利于提升公司在媒体价格、流量储备、账期等层面的核心竞争力，具有必要性和合理性。通过抢占优势媒体、数据资源进行业务布局是行业发展中的惯常方式，符合行业惯例。

（3）针对账龄超过 1 年的主要预付款项，说明其对象、交易内容、期后结算情况，是否符合商业惯例，是否已采取有效措施维护上市公司利益。

回复：公司账龄超过 1 年的大额预付款项情况如下：

债务单位	期末余额（元）	交易内容	期后结算情况
唐山市丰润区中祥金属结构制造有限公司	7,377,637.53	委托加工通信塔等产品，签署委托加工框架协议，根据实际生产量进行结算。	根据业务完工量进行结算
河北国华铁塔制造有	5,241,281.41	委托加工通信铁塔及灯杆等产品，提供仓储保	根据业务完工量

限公司		管、改造加工、二次镀锌及物流发货等服务。供签署委托加工框架协议，根据实际生产和服务量进行结算。	进行结算
杭州诺纳信息技术有限公司	3,376,130.57	驻地网、室内分布建设工程实施服务，签署委托加工框架协议，按照工程完工量进行结算	根据业务完工量进行结算
海通恒信国际租赁有限公司	3,035,377.88	融资租赁服务费，在租赁期内进行摊销	正常摊销
北京国资融资租赁股份有限公司	2,134,826.49	融资租赁服务费，在租赁期内进行摊销	正常摊销

唐山市丰润区中祥金属结构制造有限公司为公司通信塔供应商，该公司交付给公司的产品尚未完成最终客户的验收工作，所以公司尚未对该公司的产品进行验收和确认。

河北国华铁塔制造有限公司为公司通信塔和智慧灯杆供应商，该公司交付给公司的产品尚未完成最终客户的验收工作，所以公司尚未对该公司的产品进行验收和确认。

杭州诺纳信息技术有限公司为公司智能通信物联网板块建设工程提供商，该公司为公司建设的工程尚未完成最终客户的验收工作，所以公司尚未对该公司的产品进行验收确认。

海通恒信国际租赁有限公司为公司提供基于通信塔的融资租赁业务。根据融资租赁业务合同，公司向融资租赁公司缴纳融资租赁履约保证金，根据合同约定该笔款项将于合同到期后退回或者冲抵最后一期融资租赁本金和利息。预付款项主要为与融资租赁业务相关的服务费，根据企业会计准则的规定，对该笔款项在融资租赁期限内进行摊销。

北京国资融资租赁股份有限公司为公司提供基于通信塔的融资租赁业务。根据融资租赁业务合同，公司向融资租赁公司缴纳融资租赁履约保证金，根据合同约定该笔款项将于合同到期后退回或者冲抵

最后一期融资租赁本金和利息，预付款项主要为与融资租赁业务相关的服务费，根据企业会计准则的规定，对该笔款项在融资租赁期限内进行摊销。

（4）请会计师对于预付款项及业务的真实性发表意见，并详细说明针对公司预付媒体、数据及流量资源采购费用的审计过程。

回复：会计师执行的审计核查程序：

我们在对数知科技年度财务报表审计期间，针对公司预付媒体、数据及流量资源采购费用的审计程序包括：

- 1) 检查了公司的采购合同及结算记录；
- 2) 对重要的供应商进行核查，确定主要供应商是否与上市公司或大股东存在关联关系或任何形式的业务和资金往来、是否存在关联方资金占用的情形；
- 3) 根据确定的重要性水平对确定的重要供应商进行了交易金额及余额函证；
- 4) 对公司的交易系统记录进行了穿行核查，并对付款记录进行了检查；
- 5) 对期后的结算情况进行检查核对。

会计师核查意见：

经核查，公司预付款项是根据合同约定支付的采购、租赁服务费等款项，尚处于合同约定的正常的履约过程中，不存在关联方资金占用以及无法收回的情形。

2. 你公司应收账款期末余额为 31.13 亿元，较期初增加 47.76%，应收账款前五名期末余额合计 16.68 亿元，占应收账款余额 53.6%，本期营业收入 57.21 亿元，较上年增长 4.9%，应收账款增长率远高于营业收入增长率。

(1) 请结合行业特点、同类公司的应收账款情况、公司业务模式、销售信用政策等，说明应收账款余额较高、增长幅度远高于营业收入增长幅度、主要客户应收账款占比提升的原因及合理性，公司信用政策是否发生变更，应收账款坏账准备的计提是否充分，是否符合行业惯例；

回复：2019 年，公司业务主要包括智慧营销、数据智能应用与服务以及智能通信物联网业务等领域。

1) 智慧营销和智能通信物联网行业特点

当前互联网及移动互联网营销份额已经是整体营销行业中的绝对主力板块。整体互联网营销近几年处在急剧变化的阶段，传统的以“营销策略+媒体点位”为基础的营销模式，受到来自三方面变革的冲击。①投放模式：基于数据与技术的程序化流量采买，很大程度上解决了传统互联网营销精准性低、投放效率低的问题，逐渐成为广告主及代理公司更偏重的投放模式。②营销目标：以往广告主的营销目标，更多的集中在品牌曝光层面，即消费者看到广告即可。随着移动终端成为消费者最主要的触媒渠道，电商平台成为消费者主要的消费渠道，基于投放及监测技术的逐渐完善，数字营销、尤其是移动端数字营销，已可全链路实时追踪营销效果。同时，受经济环境影响，广

告主以往纯粹的品牌曝光需求以逐步向营销效果需求转变，多数广告主当前的营销目标，已逐渐转向对线上营销效果、尤其是线上销售转化效果的考核，且预期范围内该类营销需求仍会大幅增加。③第一方自建平台：企业数字资产活用、营销数字化转型、大数据营销应用已成为市场共识，国内外各大企业均已开始布局搭建企业自有大数据智能营销管理平台与私域流量，尽管这一变化尚处于萌芽阶段，但预期未来 5-10 年将很大程度上影响现有营销模式。

从通信基础设施服务行业特征来看，行业竞争激烈，相对于运营商等大客户，企业在产业链中话语权相对较低，项目实施过程时间较长，项目在执行、验收和回款都需要有较长的周期，企业因此也需垫付较多的资金，同时也会形成一定规模的应收账款，是行业比较普遍存在的情况。

2) 同行业可比上市公司对比数据

在智慧营销及数据智能应用与服务领域，与同行业公司比较情况如下：

单位：元						
证券简称	应收账款 2018 年报	应收账款 2019 年报	营业总收入 2018 年报	营业总收入 2019 年报	营业收入增长比例 (2019/2018)	应收账款增长比例 (2019/2018)
旗天科技	279,307,706.24	309,278,720.50	2,305,336,479.69	1,233,452,879.49	-46.50%	10.73%
思美传媒	653,029,284.40	879,416,514.50	5,282,529,062.68	2,997,003,820.80	-43.27%	34.67%
麦达数字	215,080,139.19	235,541,121.43	1,035,533,828.46	763,029,246.12	-26.32%	9.51%
因赛集团	119,958,069.10	152,306,992.00	423,446,336.47	392,668,484.97	-7.27%	26.97%
引力传媒	523,998,358.27	626,192,407.11	3,147,127,036.11	2,999,796,247.39	-4.68%	19.50%
宣亚国际	140,540,231.26	193,378,696.98	369,281,216.23	354,228,722.98	-4.08%	37.60%
天龙集团	1,163,310,492.58	1,575,998,639.27	7,967,709,804.43	8,673,655,780.29	8.86%	35.48%
北巴传媒	213,618,692.25	264,367,173.34	4,794,061,978.30	5,228,325,330.29	9.06%	23.76%
紫天科技	305,547,384.37	618,952,492.88	668,551,888.01	861,317,447.66	28.83%	102.57%

壹网壹创	94,332,269.91	176,289,984.90	1,012,796,031.64	1,450,821,188.98	43.25%	86.88%
数知科技	1,997,826,729.42	2,951,967,831.92	5,454,088,588.48	5,721,465,227.30	4.90%	47.76%

在智能通信物联网领域，与同行业公司比较情况如下：

单位：元

证券简称	应收账款 2018 年报	应收账款 2019 年报	营业总收入 2018 年 报	营业总收入 2019 年报	营业收入增长 比例 (2019/2018)	应收账款增长 比例 (2019/2018)
万马科技	298,549,655.0500	478,717,387.0500	152,785,162.4900	290,399,389.1800	60.35%	90.07%
长江通信	147,704,241.3400	176,267,835.8700	70,791,804.4100	104,168,900.4400	19.34%	47.15%
天孚通信	442,889,123.3600	522,930,856.1100	128,697,781.1700	168,415,126.8700	18.07%	30.86%
意华股份	1,387,670,693.8800	1,627,754,038.0000	399,130,987.3900	540,627,608.8100	17.30%	35.45%
东方通信	2,404,822,502.7000	2,683,202,690.4900	808,998,796.0000	980,762,861.2300	11.58%	21.23%
亨通光电	33,865,762,437.4500	31,760,021,429.4600	8,185,372,015.9300	10,225,752,148.1700	-6.22%	24.93%
鹏博士	6,859,677,741.91	6,049,857,295.95	328,563,162.98	420,974,063.42	-11.81%	28.13%
东土科技	954,521,594.5900	815,987,277.8100	829,998,404.5800	830,944,323.0900	-14.51%	0.11%
长飞光纤	11,359,764,086.0000	7,769,175,495.0000	2,976,756,984.0000	3,123,505,778.0000	-31.61%	4.93%
数知科技	1,997,826,729.42	2,951,967,831.92	5,454,088,588.48	5,721,465,227.30	4.90%	47.76%

通过上述与同行业公司的对比看，公司的应收账款与营业收入的增长比例处于中间水平，属于公司业务经营所致的合理变动。

3）公司业务模式、销售信用政策等

①智慧营销业务在消费者浏览或点击广告主投放的广告素材后，公司即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间，公司按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。

智慧营销业务账期根据客户的特征进行划分。境外业务方面，Yahoo 的收入按照月度进行对账，账期是 45 天；对于 Yahoo 以外的客户，一般账期为 2 个月；对于基于自动化对接的业务，公司为了保持和相关广告主的合作，账期由公司和广告主进行协商，账期一般为 3 个月。境内业务根据不同客户的情况，账期一般为 3-6 个月，少量业务的账期会在 9-12 个月。

②数据智能应用与服务是公司根据客户的需求，通过公司的定向、数据运营优化能力，为客户提供精准高效的定向投放，根据定向数据流量的消耗，按周期与客户进行结算。根据客户和业务的不同情况，账期一般为 3-9 个月，少量账期会在 1-1.5 年。

③智能通信物联网是公司根据业务情况进行投标，在中标后，进行项目所需材料的采购、工程施工、软件开发以及设备安装等，在客户进行验收后，进行收入确认，同时结转项目对应的成本。根据客户和业务的不同，应收账款的回款账期为 1-3 年。

4) 公司 2019 年度各项业务进展正常，收入保持稳定。应收账款增长幅度高于营业收入增长幅度主要原因：

①在智慧营销领域，公司继续稳步推进该项业务稳步发展。BBHI 稳步发展，不断加大在业务拓展及研发方面的投入，通过人工智能、大数据等技术的加持，储备行业前沿技术，根据客户需求拓展新的产品和业务形式。境内业务中进一步深耕细作，积极布局，不断开拓新的品牌客户，培育新的业务线。第四季度，智慧营销业务实现了快速增长，相关业务已经完成且已经与客户办理结算，后续付款受不同广告主的账期约定、现金流状况及广告主内部付款流程等因素影响，需要一定的周期，目前相关款项正在陆续回收中。

②在数据智能应用与服务领域，公司通过研发中心和大数据研究院，引进高端数据研发团队，通过加强在通用平台及细分行业的研究，实现在信用、扶贫、教育、交通等领域快速布局，通过场景落地有力支撑大数据板块的发展。公司承接了山东、河北、北京等城市的

环保、政务等大数据服务业务，以及在智慧营销客户的数据优化、分析等业务，项目已完工，款项尚未回收。该领域目前处于业务快速增长期，项目结算后到回款需要一定周期，因此此类业务的应收账款处于持续增长的阶段。

3) 在智能通信物联网领域，公司继续推进战略转型的安排

公司积极拓展在智慧物联网业务的布局，相关业务快速发展，2019 年完成了北京市西城区、怀柔区等区县智慧步道、智慧园区等项目，以及推进河北省石家庄市智慧园区项目等多个智慧园区建设，项目均已完工，款项尚未收回。该类业务多为政府类项目，结算周期较长，一般为 1-3 年，导致此类业务应收账款增加比较多。

在通信基础设施运营业务方面，近几年公司陆续投入数亿元用于通信基站建设，通过业务合作以及融资租赁、保理融资等模式支持中小建设商建设通信基础基站，为通信基础设施租赁运营项目储备项目源。此类基础设施项目周期一般在一年左右，且保持滚动投入状态，此类业务的应收账款保持一定的水平。

公司继续对通信塔业务结构进行调整，通过降价等方式加大了通信塔的销售力度。目前产品正在逐步进行销售，款项尚未全部回收。此类业务的应收账款增长较快。

上述业务结构调整和升级，导致应收账款的余额较上年年末增加较为明显。公司也正在积极采取措施进一步调整并优化业务结构，加强应收账款的回款管理。截止目前，2019 年业务产生的应收账款共实现回款约 10 亿元。

报告期内，公司根据战略业务布局，积极开拓市场，公司信用政策未发生重大变化，公司销售政策、收入确认政策和账期保持基本一致，符合行业惯例。

(2) 请列示各业务类型对应的应收账款前五大客户、本期交易金额、交易内容、结算方式、账期、应收账款余额、坏账准备、当期以及期后回款情况,说明是否存在通过放松信用政策刺激销售的情况

回复: 根据公司战略布局和业务规划,将整体业务分为三个板块,分别为智慧营销业务、数据智能应用及服务业务、智能通信物联网业务,各类业务应收账款前五大客户情况如下:

1) 智慧营销

单位: 元

序号	单位名称	交易内容	交易金额	结算方式	应收账款余额	账龄	坏账准备	期后回款
1	第一名	广告发布代理	2,392,522,759.19	次月月初计算当月费用,45日付款	373,987,382.20	一年以内	18,699,369.11	373,987,382.20
2	第二名	广告发布代理	405,000,000.00	执行单或结算单执行结束后180天内	365,000,000.00	一年以内	18,250,000.00	236,441,208.17
3	第三名	广告发布代理	137,970,000.00	次月月初计算当月费用,45日付款	71,233,849.28	一年以内	3,561,692.46	32,261,475.01
4	第四名	广告发布代理	123,867,118.55	按月结算,自然月结束后60天内付款	44,701,279.12	一年以内	2,235,063.96	44,701,279.12
5	第五名	广告发布代理	79,699,251.11	按月结算,自然月结束后60天内付款	18,676,772.07	一年以内	933,838.60	18,676,772.07
	小计	-	3,274,994,568.34	-	873,599,282.67	-	43,679,964.13	706,068,116.57

2) 数据智能应用与服务

单位: 元

序号	单位名称	交易内容	交易金额	结算方式	应收账款余额	账龄	坏账准备	期后回款
1	第一名	信息服务	384,922,175.00	按月结算, 自然月结束后 60 天内付款	348,810,000.00	一年以内	17,440,500.00	61,322,517.09
2	第二名	信息服务	117,342,555.59	《合同执行单》确认后 180 日内	100,000,000.00	一年以内	5,000,000.00	6,518,069.03
3	第三名	信息服务	55,000,000.00	执行单(或结算单)执行结束后 90 日内	42,760,000.00	一年以内	2,138,000.00	-
4	第四名	信息服务	9,650,000.00	《技术服务执行单》执行结束后 180 日内	9,650,000.00	一年以内	482,500.00	500,000.00
5	第五名	信息服务	39,933,851.37	按月结算, 自然月结束后 45 天内付款	2,624,579.13	一年以内	131,228.96	212,943.00
	小计		506,848,581.96		503,844,579.13		25,192,228.96	68,553,529.12

3) 智能通信物联网

序号	单位名称	交易内容	交易金额(单位: 元)	结算方式	余额(单位: 元)	账龄	坏账准备	期后回款
1	第一名	服务通信基础设施中小建设商进行建设和运营通信基础设施	816,341,316.68	根据工程建设进度和项目运营情况进行结算。三年内分期付款完成	435,941,316.68	1 年	4,359,413.17	-
2	第二名	通信塔等相关产品	76,497,929.00	产品交付验收后进行结算。两年内分期付款完成	76,497,929.00	1 年	764,979.29	-
3	第三名	通信塔等相关产品	73,501,943.00	产品交付验收后进行结算。两年内分期付款完成	73,501,943.00	1 年	735,019.43	-
4	第四名	通信塔等相关产品	102,394.95	产品交付验收后进行结算。两年内分期付款完成	62,707,789.95	1-2 年	6,261,563.45	-
5	第五名	通信产品	56,811,449.72	产品交付验收后进行结算, 一年内分期付款支付完成	56,811,449.72	1 年	568,114.50	9,409,388.71

	小计		1, 023, 255, 033 . 35		705, 460, 428. 3 5		12, 698, 089. 84	9, 409, 388 . 71
--	----	--	--------------------------	--	-----------------------	--	------------------	---------------------

综上，公司在各个领域的应收账款情况与同行业相比趋势保持一致，应收账款坏账准备的计提充分，不存在通过放松信用政策刺激销售的情况。

（3）会计师核查意见

经核查，我们认为公司应收账款坏账准备的计提充分，不存在通过放松信用政策刺激销售的情况。

3. 报告期末，你公司商誉账面余额 63.73 亿元，其中 2016 年收购 BBHI 形成商誉 56.28 亿元，截至目前未计提商誉减值准备；2015 年收购日月同行形成商誉 5.14 亿元，累计计提减值 5,843 万元。BBHI 业绩承诺期为 2017 年至 2019 年，承诺净利润分别为 7,158.70 万美元、8,590.50 万美元、9,993.10 万美元，实际完成净利润分别为 7,640.35 万美元、9,575.29 万美元、9,110.24 万美元，业绩承诺累计完成率为 102%，2019 年未完成业绩承诺且较 2018 年净利润下滑；日月同行业绩承诺期为 2015 年至 2017 年，业绩承诺累计完成率为 103%，业绩承诺期满后第一年净利润即下滑 33.01%。

（1）请结合 BBHI 的经营情况、盈利前景说明 BBHI 业绩承诺期内出现净利润下滑、业绩承诺精准达标的原因及合理性，承诺期内各期业绩是否真实、准确，并说明本次对 BBHI 商誉进行减值测试的详细过程，关键参数、主要假设、预测指标的确定依据，与重组报告书、以前报告期减值测试所选取参数、假设、指标的差异及合理性，

当期不计提商誉减值准备是否合理，相关会计估计及会计处理是否符合《企业会计准则》的规定；

回复：1) BBHI 业绩承诺期内出现净利润下滑、业绩承诺精准达标的原因及合理性，承诺期内各期业绩是否真实、准确。

①BBHI 利润表项目变动情况

单位：万元人民币

项 目	2017 年	2018 年	2019 年
收入	227,494.50	329,688.19	357,934.72
增长率	25.49%	44.92%	8.57%
成本	164,390.05	235,002.66	259,575.57
毛利率	27.74%	28.72%	27.48%
营业税金及附加	85.90	230.68	29.22
税金/收入	0.04%	0.07%	0.01%
营业费用	1,362.67	1,184.35	1,669.78
营业费用/收入	0.60%	0.36%	0.47%
管理费用	5,958.76	27,263.80	30,002.84
管理费用/收入	2.62%	8.27%	8.38%
净利润	51,641.69	63,363.52	63,517.92
预期信用损失	63.97	58.24	1,150.91
剔除坏账准备影响后净利润	51,434.02	62,984.08	63,411.04
增长率	13.94%	22.46%	0.68%

通过上述数据可以看出，BBHI2019 年的营业收入增长同比较 2018 年和 2017 年出现下降，而当期成本费用较上年出现一定幅度增加，这是导致其利润略有下降的主要原因。

②BBHI 2019 年净利润略有下降主要原因

BBHI 净利润略有下降的主要原因包括：公司因适应市场需求加大了平台的投资，BBHI 尝试与最终媒体主进行更广泛的合作，研发直接对接媒体主的高度自动化的广告平台（“Programmatic”），前期投入较大；2019 年各个浏览器开发商调整了插件政策，要求插件内

容提供商增加更大的透明度，并且整体规则进行了细化，因此导致公司自有媒介插件业务略微放缓，公司正在同浏览器开发商的就政策细节进行沟通，在达成共识后采取对业务持续性更稳妥的策略扩张。由于境内外市场开拓投入增加导致当期营业费用、管理费用较上年出现一定幅度增加。

BBHI 承诺期内财务数据已经审计，各期业绩真实、准确。

2) 本次对 BBHI 商誉进行减值测试的详细过程，关键参数、主要假设、预测指标的确定依据，与重组报告书、以前报告期减值测试所选取参数、假设、指标的差异及合理性，当期不计提商誉减值准备是否合理，相关会计估计及会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

①. 本次减值测试评估假设

A. 一般假设

资产持续经营假设：资产持续经营假设是指评估时需根据被评估资产按目前的用途和使用的方式、规模、频度、环境等情况继续使用，或者在有所改变的基础上使用，相应确定评估方法、参数和依据。

B. 特殊假设

a. 本次评估假设评估基准日外部经济环境不变，国家现行的宏观经济不发生重大变化。

b. 企业所处的社会经济环境以及所执行的税赋、税率等政策无重大变化。

c. 本次盈利预测建立在企业及评估对象管理层对未来的经营规划及落实情况，如企业的实际经营情况与经营规划发生偏差，假设企

业及评估对象管理层采取相应补救措施弥补偏差。

d. 本次评估的未来预测是基于现有的市场情况对未来的一个合理的预测，不考虑今后市场会发生目前不可预测的重大变化和波动，如政治动乱、经济危机等影响。

e. Media.net 即 BBHI 作为 Yahoo 在原生广告业务方面的重要合作伙伴，为 Yahoo Gemini Advertising 提供重要技术支持。而以原生广告作为组成部分的 Mavens 业务也支撑了 Yahoo 过去数年在广告领域的持续增长。Verizon 旗下 AOL 的核心技术在于其可编程广告平台，Verizon 可以将 AOL by One 平台与 Yahoo 原生广告技术加以整合，以服务其整合后巨大的客户和流量资源。为了保持其在原生广告方面的优势，稳步推进整合进程，Verizon 将一定程度上依赖于 Media.net 为 Yahoo 提供的核心技术合作。本次评估假设 Yahoo 与 BBHI 的合作关系将保持稳定。

f. 本次评估假设 Yahoo 等主要客户在合同执行到期后仍可续签。

g. 企业未来的经营管理团队尽职，并继续保持现有的经营管理模式。

h. 评估对象在未来经营期内的资产规模、构成，主营业务、业务的结构，收入与成本的构成以及销售策略和成本控制等能按照公司规划预测发展。

i. 不考虑未来可能由于管理层、经营策略以及商业环境等变化导致的资产规模、构成以及主营业务、业务结构等状况的变化所带来的损益。

j. 为了如实测算资产组的可收回价值，此次资产评估采用公平交易中企业管理能够达到的最佳的未来价格估计数进行预计。

k. 为了如实测算资产组组合的预计未来现金流量的现值，此次评估采用公平交易中企业管理能够达到的最佳的未来价格估计数进行预计，排除企业由于内部关联交易而对资产未来现金流量产生的影响。

l. 评估对象截至目前所签的合同有效，且能够得到执行。

m. 企业部分办公经营场所为租赁，本次评估假设企业按照基准日现有的经营能力在未来经营期内以合理的价格持续租赁。

n. 本次评估假设企业及产权持有单位提供的基础资料和财务资料真实、准确、完整。

o. 本次评估测算的各项参数取值不考虑通货膨胀因素的影响。

②商誉减值测试评估具体过程

A. 行业发展情况及 BBHI 经营情况

根据行业研究报告，全球广告支出已经连续十年实现增长（2010年至2019年），MAGNA 预计2020年将实现更多增长：总体增长5.7%，线性下滑0.7%，数字增长11.7%。北美市场将增长6.5%，亚太市场将增长5.9%，欧洲、中东和非洲市场将增长4.1%，拉美市场将增长6.1%。

BBHI 集团是全球领先的互联网广告供应端平台公司，在程序化购买产业链中属于 SSP 平台。公司具有领先的上下文检索技术，根据用户正在浏览/搜索的网页内容自动和动态的选择性展示用户可能会感兴趣的广告，为 Yahoo（已被 Verizon 收购，现更名为 Oath/Verizon

Media)等国际级广告主实现了精准营销。2018年8月, BBHI与Oath延长了合作协议至2023年8月3日。

技术方面, 作为业内顶级数字营销公司, BBHI在数据挖掘与系统管理方面不遗余力, 不仅重视对大数据相关应用进行研究与分析, 积极招聘相关人才, 组建相关部门做好技术储备工作, 更是自主开发了媒介购买下单系统、网络公司供应商管理系统, 针对区域化营销建立并开发了公司OA管理系统。

B.营业收入预测

BBHI 2017年-2019年营业收入情况如下:

单位: 万元人民币

项目名称	2017年	2018年	2019年
Yahoo收入	198,235.36	243,233.14	239,250.76
增长率	35.72%	22.70%	-1.64%
其他客户收入	29,259.14	86,455.05	118,683.96
收入总额	227,494.50	329,688.19	357,934.72
增长率	25.49%	44.92%	8.57%

a.雅虎业务

2019年由于雅虎对供应商的数据和算法提出了新的要求, 各个浏览器开发商调整了插件政策, 对整体规则进行了细化。BBHI正在就上述政策细节与雅虎等合作方进行沟通确认, 因此2019年Yahoo的收入略有下降。

截至目前BBHI正积极更新自身算法及技术研发, 结合BBHI和雅虎稳定的合作关系以及公司的研发能力, 同时公司投入的两项新业务包括Customer Research和Programatic一年后预计进入收入增长期, 本次盈利预测结合2019年月度收入情况, 以及行业增长情况确定预

测期雅虎业务收入增长率为 5%。

b.其他客户

除雅虎外，BBHI 积极拓展其他国际知名的 DSP 平台业务，2019 年其他客户收入较 2018 年大幅上升，达到 37.28%，对以后年度，根据 BBHI 预测每年新增客户数 5 名，单位客户广告预算结合行业增长率确定为 5%。本次收入具体如下：

单位：万元人民币

项目名称	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
主营业务收入	358,006.90	401,671.32	426,118.99	452,007.26	479,419.06	508,442.02	508,442.02
YAHOO 收入	239,250.76	251,213.30	263,773.97	276,962.67	290,810.80	305,351.34	305,351.34
其他客户收入	118,756.14	150,458.01	162,345.03	175,044.60	188,608.26	203,090.68	203,090.68
客户数	176.00	181.00	186.00	191.00	196.00	201.00	201.00
平均客户广告预算	674.75	831.26	872.82	916.46	962.29	1,010.40	1,010.40

c.成本费用预测

成本费用主要包括媒体端分成（TAC）、职工薪酬、折旧摊销等。

2019 年 BBHI 月度媒体分成比例稳定，本次盈利预测根据收入挂钩测算；对职工薪酬，根据以后年度公司所需人员数量进行预测，人均工资保持小幅增长；对折旧摊销，结合 BBHI 折旧摊销政策以及截至 2019 年 12 月 31 日固定资产、无形资产、长期待摊费用账面金额进行测算。对其他费用，按照各项费用性态分别进行测算。

未来年度成本费用预测情况如下：

单位：万元人民币

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年及以后
收入	357,934.72	401,671.32	426,118.99	452,007.26	479,419.06	508,442.02	508,442.02
成本	259,575.57	291,293.51	309,023.06	327,797.33	347,676.46	368,724.02	368,724.02
毛利率	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%
税金及附加	29.22	32.79	34.78	36.90	39.13	41.50	41.50
税金/收入	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%	0.01%
营业费用	1,669.78	1,873.81	1,987.86	2,108.63	2,236.50	2,371.90	2,371.90

项目	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年及以后
营业费用/收入	0.47%	0.47%	0.47%	0.47%	0.47%	0.47%	0.47%
管理费用	30,002.84	33,313.90	36,134.94	38,650.90	40,699.36	42,471.26	42,471.26
管理费用/收入	8.38%	8.29%	8.48%	8.55%	8.49%	8.35%	8.35%

未来预测中各项费用水平符合 BBHI 历史年度经营情况，具有可实现性。

d.追加资本

在本次盈利预测中，BBHI 主要有资本性投资，还有未来经营期内为持续经营所需的基准日现有资产的更新和营运资金增加额。由此本次减值测试所定义的追加资本为：

追加资本=资本性支出+资产更新+营运资金增加额

I 资本性支出估算

资本性支出是企业为实现市场开拓、规模扩张、业绩增长等战略目标而需要对其现有资产规模进行补充、扩增的支出项目。

II 资产更新投资估算

按照收益预测的前提和基础，在维持现有及可预期投资转增的资产规模和资产状况的前提下，结合企业历史年度资产更新和折旧回收情况，预计未来资产更新改造支出。

III 营运资金增加额估算

营运资金追加额系指企业在不改变当前主营业务条件下，为保持企业持续经营能力所需的新增营运资金，如正常经营所需保持的现金、应收账款等所需的基本资金以及应付的款项等。营运资金的追加是指随着企业经营活动的变化，获取他人的商业信用而占用的现金，正常经营所需保持的现金等；同时，在经济活动中，提供商业信用，相应

可以减少现金的即时支付。通常其他应收账款和其他应付账款核算的内容绝大多为与主业无关或暂时性的往来，需具体甄别视其与所估算经营业务的相关性个别确定。本报告所定义的营运资金增加额为：

$$\text{营运资金增加额} = \text{当期营运资金} - \text{上期营运资金}$$

通过历史年度营运资金和收入的变动关系测算预测期各期的营运资金。

e.收益的预测结果

根据上述各项预测数据，BBHI 未来几年的现金流量预测见下表：

未来年度的现金流量预测

金额单位：万元人民币

项 目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年
主营业务收入	401,671.32	426,118.99	452,007.26	479,419.06	508,442.02	508,442.02
减：主营业务成本	291,293.51	309,023.06	327,797.33	347,676.46	368,724.02	368,724.02
业务税金及附加	32.79	34.78	36.90	39.13	41.50	41.50
营业费用	1,873.81	1,987.86	2,108.63	2,236.50	2,371.90	2,371.90
管理费用	33,313.90	36,134.94	38,650.90	40,699.36	42,471.26	42,471.26
EBIT	75,157.30	78,938.35	83,413.51	88,767.60	94,833.34	94,833.34
加：折旧	792.86	792.86	792.86	792.86	792.86	792.86
摊销	2,556.11	3,468.79	4,381.47	4,744.44	4,744.44	4,744.44
EBITDA	78,506.27	83,200.00	88,587.84	94,304.90	100,370.64	100,370.64
减：营运资金追加额	12,438.47	6,952.80	7,362.49	7,795.78	8,253.99	-
资本性投资	4,563.39	4,563.39	4,563.39	4,563.39	4,563.39	-
资产更新性投资	792.86	792.86	792.86	792.86	973.91	5,537.30
净现金流量	56,637.87	66,612.33	71,347.91	76,341.49	81,439.20	89,693.18

f.折现率的确定

I 无风险收益率 r_f ，通过彭博金融数据库导出当地无风险利率加权平均确定无风险收益率，为 3.20%。

II 市场期望报酬率 r_m

根据彭博金融数据库确定市场期望报酬率为 9.76%（税后）。

III 税前折现率测算

BBHI 从事广告营销,因此本次 β_u 值取 4 家同类可比上市公司股票,以 2017 年 1 月至 2019 年 12 月的市场价格测算估计,其未来市场预期平均风险系数 $\beta_t=1.1372$,计算得出无杠杆 $\beta_u=0.8784$,最后得到 BBHI 权益资本预期风险系数的估计值 $\beta_e=0.8784$ 。考虑到 BBHI 在公司的融资条件、资本流动性以及公司的治理结构和公司资本债务结果等方面与可比上市公司的差异性所可能产生的特性个体风险,设公司特性风险调整系数 $\epsilon =0.035$ 。

W_d 为 0, W_e 为 1, 得:

$$r=3.20\%+0.8784 \times (9.76\%-3.20\%) +3.5\%=12.46\%$$

IV 税前折现率的确定

由于在预计资产的未来现金流量时均以税前现金流量作为预测基础的,而用于估计折现率的基础是税后的,应当将其调整为税前的折现率,以便于与资产未来现金流量的估计基础相一致。具体方法为以税后折现结果与前述税前现金流为基础,通过单变量求解方式,锁定税前现金流的折现结果与税后现金流折现结果一致,并根据税前现金流的折现公式倒求出对应的税前折现率。代入公式:

$$\sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_{n+1}}{r(1+r)^n} = \sum_{i=1}^n \frac{Ra_i}{(1+r_a)^i} + \frac{Ra_{n+1}}{r_a(1+r_a)^n}$$

税前折现率估算结果为 13.19%。

V 营运资金期初投入的确定

营运资金期初投入根据 BBHI 2019 年末货币资金加上应收款项扣除应付款项计算确定为 101,794.85 万元。

VI 未来现金流量现值的确定

将得到的预期净现金流量代入公式，即可得到 BBHI 与商誉相关的资产组组合的未来现金流量现值为 685,506.86 万元，即：

$$P = \sum_{i=1}^n \frac{R_i}{(1+r)^i} + \frac{R_n}{r(1+r)^n} - \text{铺底营运资金}$$
$$= 685,506.86 - 101,794.85$$
$$= 583,712.00 \text{ 万元}$$

未来现金流量现值的估算

金额单位：万元人民币						
项目	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2024 年
预计未来净现金流量	60,711.55	70,890.95	75,869.09	81,152.87	86,579.36	94,833.34
折现率	13.19%	13.19%	13.19%	13.19%	13.19%	13.19%
折现系数	0.9399	0.8304	0.7336	0.6482	0.5726	0.5059
现值	57,064.86	58,868.50	55,661.10	52,599.98	49,578.21	411,734.22
预测期现金流量现值	685,506.86					
铺底营运资金	101,794.85					
资产组可收回金额	583,712.00					

③与重组报告书、以前报告期减值测试所选取参数、假设、指标的差异及合理性

本次减值测试与重组报告书、以前年度减值测试选取参数、指标对比如下：

单位：万美元						
项目		2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年
净利润	重组报告书	11,034.31	11,781.23	12,016.85	12,377.36	12,748.68
	2018 年减值测试	10,832.08	12,060.62	13,473.69	14,121.27	14,121.27
	本次减值测试	10,304.28	10,822.67	11,436.23	12,170.29	13,001.92
毛利率	重组报告书	26.96%	26.66%	26.66%	26.66%	26.66%
	2018 年减值测试	26.77%	26.77%	26.77%	26.77%	26.77%
	本次减值测试	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%	27.48%
净利润率	重组报告书	21.02%	20.76%	20.76%	20.76%	20.76%
	2018 年减值测试	17.45%	17.66%	17.93%	17.90%	17.90%
	本次减值测试	17.70%	17.52%	17.45%	17.51%	17.64%
折现率（税后）	重组报告书	12.52%				

	2018 年减值测试	12.59%
	本次减值测试	12.46%

通过上述对比数据看，三次评估净利润、毛利率、净利润率、折现率的取值基本相符，无明显差异，具有可合理性。

④当期不计提商誉减值准备是否合理，相关会计估计及会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

综上所述，BBHI 未来盈利能力良好，与商誉相关资产组预计未来现金流量现值高于商誉与资产组账面值，因此当期不计提商誉减值准备具有合理性，符合《企业会计准则》的规定。

（2）请说明日月同行业绩承诺期内精准达标、业绩承诺期满后盈利能力大幅下滑的原因及合理性，承诺期内业绩是否真实、准确，以前期间是否存在商誉减值计提不充分的情况；

回复：日月同行主营业务为互联网软件营销相关业务，主要涉及 PC 端（电脑客户端）业务和移动端业务。日月同行对互联网营销行业有深入研究，对客户及渠道资源的本质需求有专业准确的理解，逐步形成了以互联网软件产品营销为核心的业务体系，构建了互联网联营平台，在互联网营销领域拥有了自己的核心业务和核心客户，形成了行业先发优势。2017 年及以前，日月同行主要业务重心在 PC 端业务，顺应行业的发展趋势，凭借其互联网联营平台优秀的数据挖掘和用户行为分析能力，对大量的媒体渠道资源进行整合、分类、优化，为客户提供精准营销和全案营销服务，提升了媒体渠道资源变现效率和优质客户获取能力。日月同行在客户资源及媒介渠道资源的优势具有较强的可复制性与拓展性，客户资源稳定，业绩承诺期内（2017

年及以前）盈利能力较好。

2018 年受市场大环境变化的影响，随着移动端手机用户的普及，移动端广告营销越发占据互联网营销行业的重要位置，针对行业的导向趋势，企业 2018 年开始业务转型开拓移动端市场，将 PC 端的资源优势向移动端拓展，PC 端业务有所下滑且移动端业务尚未上量，故 2018 年业绩有所下降；2019 年仍为业务转型期，企业管理层规划主要集中在新客户的开发和老客户的转型上，故 2019 年实际收入规模有所上升，但移动端业务毛利相对 PC 端低，导致业绩下滑。

2018 年，日月同行根据现有客户及渠道资源进行分析，利用其资源优势，将 PC 端的业务模式以及客户需求把控、数据分析、资源优化整合等核心能力复制拓展到移动端，绑定 PC 端大客户的移动端产品营销，推动业务模式向移动端拓展。客户资源具有较强的可复制性，但客户的转型需要一定的时间和市场适应力，收入规模有所下降。2018 年日月同行根据在手的框架合同、在执行项目及未来合作计划进行盈利预测，结合实际成本费用情况，分析测算出 2018 年商誉产生减值情况。其结果符合公司 2018 年及历史期经营情况、行业发展以及客户合作预期等情况，具有合理性。

2019 年，日月同行处于业务转型的过渡期，受行业趋势所向，移动端市场大环境竞争激烈，毛利下降，故日月同行结合实际情况根据 2020 年框架合同及客户合作意向合同谨慎预测，商誉减值大于 2018 年。

综上所述，历史年度日月同行财务数据已经审计，各期业绩真实、

准确，商誉减值计提充分，具有合理性。

(3) **BBHI** 和日月同行同属于互联网营销行业，请结合互联网营销行业特性、发展趋势及市场环境，说明公司对 **BBHI** 商誉进行减值测试选取的主要假设（如折现率等）与日月同行存在差异的原因及合理性。

回复：BBHI、日月同行评估参数选取情况对比如下表：

项目	BBHI		日月同行		备注
	2019 年	预测期	2019 年	预测期	
毛利率	27.48%	27.48%	26.05%	27.27%	基本相符
EBIT/收入	17.75%	17.45%-17.7%	18.28%	18.7%-18.8%	基本相符
折现率（税后）	12.46%		13.61%		由于业务区域不同（BBHI 绝大部分业务在境外，日月同行业务全部在境内）故折现率存在差异
折现率（税前）	13.19%		18.05%		以税后折现结果与税前现金流为基础，通过单变量求解方式，锁定税前现金流的折现结果与税后现金流折现结果一致，并根据税前现金流的折现公式倒求出对应的税前折现率

BBHI 和日月同行的毛利率、息税前利润率基本相符。对折现率，由于 BBHI 为境外公司，绝大部分业务亦在境外，本次可比公司选取境外上市公司的财务、市值指标测算 β 系数；日月同行为境内公司，业务亦位于境内，本次评估选择 A 股上市公司作为可比公司测算 β 系数，造成折现率取值的差异。本次评估核对了本次减值测试、历史年度减值测试以及重组报告书所采用的税后折现率取值，经核实，BBHI 和日月同行历次评估的折现率取值均无明显差异。

(4) 会计师核查意见：

经核查，我们认为公司 BBHI 当期不计提商誉减值准备是合理的，相关会计估计及会计处理符合《企业会计准则》的规定；业绩承诺期日月同行业绩真实、准确，商誉减值计提充分，具有合理性；BBHI

为境外公司，绝大部分业务亦在境外，本次可比公司选取境外上市公司的财务、市值指标测算β 系数；日月同行为境内公司，业务亦位于境内，本次评估选择 A 股上市公司作为可比公司测算β 系数，因此折现率出现差异是合理的。

4. 报告期末，你公司应付账款余额 5.99 亿元，同比增长 52.65%；应付票据余额 5.68 亿元，同比增长 4.82%；报告期内营业成本 43.49 亿元，同比增长 6.72%。

（1）请列示各业务类型对应的应付账款余额及应付票据余额前五名的对象、是否为关联方、金额、形成原因、账龄等；

回复：根据公司业务情况，对公司各业务类型对应应付账款余额与应付票据余额前五名情况如下所示：

1）智慧营销业务

序号	名称	应付账款金额	形成原因	账龄	是否关联方
1	第一名	119,273,000.00	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
2	第二名	17,788,875.17	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
3	第三名	12,953,436.13	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
4	第四名	12,150,841.07	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
5	第五名	11,290,673.10	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
	小计	173,456,825.47			

2）数据智能应用与服务业务

序号	名称	应付账款金额	形成原因	账龄	是否关联方
1	第一名	12,244,371.30	已经结算，因未到付款期限尚未	一年	否

			支付的款项	以内	
2	第二名	4,700,000.00	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
3	第三名	2,955,823.47	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
4	第四名	2,381,000.00	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
5	第五名	210,000.00	已经结算，因未到付款期限尚未支付的款项	一年以内	否
	小计	22,491,194.77			

序号	名称	应付票据金额	形成原因	账龄	是否关联方
1	第一名	93,543,663.69	使用银行承兑汇票，支付媒体流量采购款	一年以内	否
2	第二名	89,284,836.31	使用银行承兑汇票，支付媒体流量采购款	一年以内	否
3	第三名	40,497,500.00	使用银行承兑汇票，支付媒体流量采购款	一年以内	否
4	第四名	38,569,817.00	使用银行承兑汇票，支付媒体流量采购款	一年以内	否
5	第五名	24,620,000.00	使用银行承兑汇票，支付媒体流量采购款	一年以内	否
	小计	286,515,817.00			

3) 智能通信物联网业务

序号	名称	应付账款金额	形成原因	账龄	是否关联方
1	第一名	24,960,862.20	专网项目，已经结算，因未到付款期限，尚未支付的款项	一年以内	否
2	第二名	20,070,991.00	基站机房建设，已经结算，因未到付款期限，尚未支付的款项	一年以内	否
3	第三名	16,845,111.38	通信工程项目，已经结算，因未到付款期限，尚未支付的款项	一年以内	否
4	第四名	16,478,520.00	系统集成项目，已经结算，因未到付款期限，尚未支付的款项	一年以内	否
5	第五名	15,304,600.00	系统集成项目，已经结算，因未到付款期限，尚未支付的款项	一年以内	否
	小计	93,660,084.58			
序号	名称	应付票据金额	形成原因	账龄	是否关联方
1	第一名	61,100,000.00	使用银行承兑汇票，为中小通信基础设施建设商支付工程及材	一年以内	否

			料款项		
2	第二名	29,000,000.00	使用商业承兑汇票，支付工程及材料款项	一年以内	否
3	第三名	20,000,000.00	使用银行承兑汇票，支付工程及材料款项	一年以内	否
4	第四名	10,000,000.00	使用银行承兑汇票，支付技术及材料款项	一年以内	否
5	第五名	6,600,000.00	使用商业承兑汇票，支付工程及材料款项	一年以内	否
	小计	126,700,000.00			

（2）结合具体业务的结算方式及结算周期，说明应付账款、应付票据大幅增加的原因及合理性。

回复：智慧营销业务在消费者浏览或点击广告主投放的广告素材后，公司即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间，公司按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。与媒体供应商根据当期有效点击曝光或点击进行结算，根据媒体供应商的结算资料按月进行结算并结转成本。

数据智能应用与服务是公司根据客户的需求，通过公司的定向、数据运营优化能力，为客户提供精准高效的定向投放，根据定向数据流量的消耗，按周期与客户进行结算，同时在数据服务过程中消耗的定向数据流量，与供应商进行结算，根据结算资料进行结转确认成本。

智能通信物联网业务是公司根据业务情况进行投标，在中标后，进行项目所需材料的采购、工程施工、软件开发以及设备安装等，在客户进行验收后，进行收入确认，同时结转项目对应的成本。在此之前发生的采购、工程款项均进入预付账款进行核算。对于拥有账期的供应商，根据工程进度、项目验收和客户回款进行款项支付。

在业务合作过程中，公司对长期合作的供应商，会取得较好的商

业信用政策，形成应付账款，或者使用银行或者商业承兑汇票，进行采购款的支付。报告期末，公司应付账款余额 5.99 亿元，同比增加 2.06 亿元，增长 52.65%；应付票据余额 5.68 亿元，同比增加 3,120 万元，同比增长 5.81%。公司应付账款、应付票据增加的原因：

1) 在智慧营销业务与数据智能应用的业务上，公司依据合作规模、以及与部分供应商建立的长期良好稳定合作关系，增强公司议价能力。通常，公司会根据客户回款情况及自身资金使用需求，与供应商协商付款时间以及付款方式进行款项支付，导致应付账款和应付票据比例有所增加。

2) 在智能通信物联网业务中，公司与部分智能通信物联网材料和服务供应商建立了较好的长期合作关系，材料供应商给予公司较好的信用政策。通常，公司会根据工程实施进度、项目验收和客户回款情况及自身资金使用需求，与供应商协商付款时间以及付款方式进行款项支付，导致公司应付账款和应付票据有所增加。

3) 公司继续与金融机构和供应商良好的合作关系，应付票据与以前年度水平保持稳定。

随着公司在智慧营销、智能通信物联网领域的积累，逐渐与供应商开始建立起较为良好的合作关系，从而获得了更优惠的商业条件、更宽松的信用政策，为公司的业务发展提供了有力支持。公司应付账款、应付票据增加的具有合理性。

5. 报告期末，你公司其他应收款余额 3.57 亿元，其中“股份合并范围外往来款” 2.32 亿元；其他应付款余额 1.54 亿元，其中“往

来款” 1.07 亿元。

(1) 请补充说明上述往来款所涉及的具体事项、交易对手方、交易背景、形成时间、约定还款期限等，是否具备商业实质，相关方与公司主要股东是否存在关联关系或潜在利益安排，是否存在非经营性资金占用或对外提供财务资助的情形，公司是否履行了相应审批程序，并说明本期往来款大幅增加的原因及后续的会计处理安排；

回复：1) 相关往来款情况如下：

公司 2019 年 12 月 31 日其他应收款余额 3.57 亿元，其中股份合并范围外往来款 2.32 亿元，主要明细如下：

单位名称	金额(单位：元)	交易背景	形成时间	后续处理安排
吉林胜诺投资中心（有限合伙）	113,400,961.99	吉林胜诺对子公司北京梅泰诺基础设施投资有限公司的通信基础设施建设项目工程和材料形成的欠款。吉林胜诺与北京基础签订股权转让协议，吉林胜诺将其持有的吉林中胜通信设备安装有限公司的 49%的股权转让给北京基础，北京基础拟用上述其他应收款抵付部分股权转让款。	2019 年	2020 年 9 月前完成全部股权交割手续
北京众诚力合商贸有限公司	30,000,000.00	联合投标业务保证金	2019 年	项目实施完成后，根据业务实施情况进行结算
北京梅泰诺工程技术有限公司	24,414,365.85	前期为公司全资子公司，2018 年末对外出售，并出具承诺函，2019 年该公司进行业务梳理，双方协商从 2020 年开始分期进行偿付欠款	2012 年至 2019 年	2020-2022 年分期偿还
Mithera Capital Management LLC	12,040,921.20	海外业务和资产管理服务费	2019 年	根据业务和资产管理周期及效果进行结算
武汉梅泰诺移动信息技术有限公司	10,000,000.00	双方合作移动充值业务支付的业务保证金	2017 年	该项业务在 2019 年已经结束，保证金会在业务完成后的一年内陆续退回

合计	189,856,249.04			
----	----------------	--	--	--

除上述款项外，其余应收往来款金额 4,189.00 万元，主要为押金、履约保证金和项目工程借款等。

通过了解相关合同文件等资料，检查以上公司的工商资料，投资协议，公司章程等文件，以及通过核对上市公司董监高及持股 5%以上的股东名单，判断上市公司及其董监高人员、持股 5%以上的股东与上述公司不存在关联关系。其他应收款项系与公司正常经营相关，款项在支付过程中均按照公司的付款审批流程进行审核，往来客户均为公司业务发生的客户，上述公司均与公司主要股东不存在关联关系或潜在利益安排，不存在非经营性资金占用或者对外提供财务资助的情形。因此，根据交易金额及性质判断，审批权限在公司总裁办公会，因此不属于应披露事项。

公司 2019 年 12 月 31 日其他应付款余额 1.54 亿元，其中“往来款”1.07 亿元，具体主要明细如下：

单位名称	金额	交易背景	形成时间	还款期限
第一名	35,000,000.00	购买全资子公司部分股权意向金	2019 年	股权转让交易确定后转为股权转让款或者退回
第二名	30,000,000.00	购买全资子公司部分股权意向金	2019 年	股权转让交易确定后转为股权转让款或者退回
第三名	16,000,000.00	联合投标业务保证金	2019 年	项目完成后退回
第四名	9,099,000.00	通信塔委托加工保证金	2019 年	项目成后退回
小计	90,099,000.00			

除前述款项外，其余应付往来款金额 1,717.96 万元，主要包括为收取的施工队的保证金、以及已经收到发票但尚未支付的其他款项等。

以上其他应付款项系与公司正常经营相关，往来客户均为公司业务发生的客户，上述公司均与公司主要股东不存在关联关系或潜在利益安排，不存在非经营性资金占用或者对外提供财务资助的情形。

(2) 针对账龄超过 1 年的其他应收款，补充披露其对象名称、应收金额、形成原因，根据预期信用损失的确定方法，结合上述对象的信用特征及历史回款情况、同行业可比公司等说明公司未对其他应收款计提坏账准备的原因及合理性，坏账准备计提是否充分。

回复：截至 2019 年 12 月 31 日，账龄超过一年的其他应收款金额 192,754,288.48 元，其中大额款项明细如下表：

名称	应收金额（单位：元）	形成原因
孟宪坤	60,000,000.00	公司收购华坤公司收购意向金
北京梅泰诺工程技术有限公司	24,414,365.85	前期为公司全资子公司，2018 年末对外出售，并出具承诺函，2019 年该公司进行业务和账务梳理，双方协商从 2020 年开始分期进行偿付欠款
海通恒信国际租赁有限公司	11,700,000.00	融资租赁保证金
武汉梅泰诺移动信息技术有限公司	10,000,000.00	双方合作移动充值业务支付的业务保证金
北京市文化科技融资租赁股份公司	10,000,000.00	融资租赁保证金
北京国资融资租赁股份有限公司	4,021,500.00	融资租赁保证金
中关村科技租赁有限公司	3,900,000.00	融资租赁保证金
永赢金融租赁有限公司	1,800,000.00	融资租赁保证金
小计	125,835,865.85	

对于其他应收款，根据新的企业会计准则的规定，公司按照一般方法，即“三阶段”模型计量损失准备。

公司在计量金融工具发生信用减值时，评估信用风险是否显著增加考虑了以下因素：借款人经营成果实际或预期的显著变化；借款人

所处的监管、经济或技术环境的显著不利变化；预期将降低借款人按合同约定期限还款的经济动机的显著变化；借款人预期表现和还款行为的显著变化。

公司根据款项性质将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

其他应收款组合 1：保证金、押金及低风险款项

其他应收款组合 2：关联方款项

其他应收款组合 3：往来款及代垫款项

公司根据其他应收款组合，并根据其他应收款历史损失率以及未来预期信用损失情况综合确定组合计提坏账准备的比率，具体计提比率如下：

账 龄	计提比例（%）
1 年以内（含 1 年）	1 或 5
1 至 2 年	10
2 至 3 年	20
3 至 4 年	100
4 至 5 年	100
5 年以上	100

根据历史回款情况，款项性质等综合分析，公司其他应收款坏账准备计提原因合理，坏账准备计提充分。

对于其他应收款中应收吉林胜诺投资中心(有限合伙)款项 1.134 亿元未计提坏账准备，原因为该款项为吉林胜诺对本公司全资子公司北京梅泰诺基础设施投资有限公司的通信基础设施建设项目工程和材料形成的欠款。吉林胜诺与北京基础签订股权转让协议，吉林胜诺将其持有的吉林中胜通信设备安装有限公司的 49%的股权转让给北京基础，北京基础拟用上述其他应收款抵付部分股权转让款，该笔款项

的回收不存在任何风险，所以根据款项的损失率以及未来预期信用损失情况综合考虑，未对该款项计提坏账准备。

(3) 会计师核查意见

经核查，我们认为公司上述往来款所涉及的具体事项、交易对手方、交易背景、形成时间、约定还款期限等，具备商业实质，相关方与公司主要股东不存在关联关系或潜在利益安排，不存在非经营性资金占用或对外提供财务资助的情形；公司未对其他应收款计提坏账准备的原因合理，坏账准备计提充分。

6. 《2019 年度控股股东及其他关联方占用资金情况汇总表》显示，报告期末，你公司应收子公司及公司投资的其他公司等关联方的非经营性往来款余额约 1.69 亿元。请详细披露上述非经营性资金往来所涉及的具体事项、相关事项的形成过程和原因，你公司是否履行相应的审批程序和信息披露义务，相关方就解决资金占用和非经营性往来已采取或拟采取的解决措施。

回复：截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收合并范围内子公司的往来款金额合计约为 1.62 亿元。该往来余额主要是由于上市公司对下属子公司资金进行统一归集，统一管理所致。非经营性资金往来具体明细如下表所示：

资金占用方名称	占用方与上市公司的关联关系	上市公司核算的会计科目	2019 年年初占用资金余额(单位：元)	2019 年度占用累计发生金额(不含利息)	2019 年度偿还累计发生金额	2019 年期末占用资金余额	占用形成原因	占用性质
宁波诺信睿聚	子公司	其他应收款	7,276.32	13,329.91	20,606.23		资金周	非经营

信息技术有限 责任公司							转	性往来
百思博睿(北 京)数据科技有 限公司	子公司	其他应收款	7,390.00	1.8	7,391.80		资金周 转	非经营 性往来
黑鸟泰格(海 南)数据科技有 限公司	子公司	其他应收款	10.77	14.03		24.8	资金周 转	非经营 性往来
北京云数启源 科技有限公司	子公司	其他应收款	31.29	470.05		501.33	资金周 转	非经营 性往来
北京鼎元信广 科技发展有限公司	子公司	其他应收款	11,386.76	19,017.96	30,404.73		资金周 转	非经营 性往来
浙江金之路信 息科技有限公 司	子公司	其他应收款	5,847.86	13,540.58	12,126.00	7,262.44	资金周 转	非经营 性往来
浙江赛福通信 设备有限公司	子公司	其他应收款	39.72	39.72	39.72		资金周 转	非经营 性往来
上海锦阜投资 管理中心(有限 合伙)	子公司	其他应收款	7,162.00	2,394.64	9,556.64		资金周 转	非经营 性往来
数知(北京)物 联科技有限公 司	子公司	其他应收款	3,159.54	1,875.28	346.2	4,688.62	资金周 转	非经营 性往来
北京梅网通信 科技有限公司	子公司	其他应收款	2,518.80	1,946.68	4,465.47		资金周 转	非经营 性往来
江苏健德铁塔 有限公司	子公司	其他应收款	1,016.58	768.68	1,785.26		资金周 转	非经营 性往来
北京数知智能 技术有限公司	子公司	其他应收款	656.74	133.56	22.28	768.02	资金周 转	非经营 性往来
中通合信(北 京)移动信息技 术有限公司	子公司	其他应收款	482.49	105.75	15	573.24	资金周 转	非经营 性往来
北京数知云信 息技术有限公 司	子公司	其他应收款	2.01	2,495.86	106.32	2,391.55	资金周 转	非经营 性往来
诺睿投资有限 公司(NUO RUI INVESTMENTS LIMITED)	子公司	其他应收款	0.09			0.09	代付杂 费	非经营 性往来
北京梅泰诺工 程技术有限公司※	原子公司	其他应收款	2,546.18		0.25		资金周 转	非经营 性往来

根据《中国证券监督管理委员会、国务院国有资产监督管理委员会关于规范上市公司与关联方资金往来及上市公司对外担保若干问题的通知（证监发[2003]56号，2003.08.28起施行）》（根据2017年12月7日中国证监会公告〔2017〕16号《关于修改、废止〈证券公司次级债管理规定〉等十三部规范性文件的决定》修改）（以下简称“《通知》”），《通知》中“关联方”按财政部《企业会计准则—关联方关系及其交易的披露》规定执行。纳入上市公司合并会计报表范围的子公司对外担保、与关联方之间进行的资金往来适用《通知》规定。

根据公司财务管理相关规定，公司及纳入合并会计报表范围内的子公司，所有资金的进行统一划拨和归集，资金使用均按照公司相关规定进行审批。公司子公司在公司合并财务报表的范围内，经查询工商登记信息，并与公司主要股东及董监高情况核对，我们未发现与公司5%以上股东、实际控制人存在关联关系，不属于《通知》中规定的“关联方”，内部资金划拨不属于关联方资金占用的情况。公司不存在《通知》中所述的应履行而未履行相应的审批程序和信息披露义务的关联方资金往来的情况。

会计师核查意见：经核查，我们认为公司与合并范围内子公司的资金往来已履行相应的审批程序。

7. 报告期末，你公司流动负债余额合计 30.15 亿元，同比增加 33.62%，其中短期借款 10.53 亿元，同比增加 38.97%；货币资金余额 19.16 亿元，其中 4.2 亿元因外保内贷及保证金等受限。

(1) 请结合公司目前的资金情况、生产经营现金流状况、负债结构、偿付安排、债务到期期限、融资渠道和能力及未来的资金支出计划等，说明公司是否存在流动性风险以及公司拟采取的应对措施；

回复：截至 2019 年 12 月 31 日，公司货币资金余额为 19.16 亿元，流动资产余额为 66.63 亿元，流动负债为 30.15 亿元，营运资产余额为 36.49 亿元。2019 年，公司经营性现金流量为-1.11 亿元，主要因为报告期内公司根据业务战略定位和调整，加大了业务发展；在智能通信物联网板块，为了拓展市场同时为通信基础设施投资业务扩大和锁定项目源以及资产，加大对该项业务的投入；在智慧营销业务板块，继续加强与相关媒体的合作，储备媒体资源；在数据智能应用与服务业务板块，在业务发展过程中，为了抢占市场，提前储备了媒体资源和数据流量。

2019 年负债结构主要包括短期借款、应付票据、应付账款、长期借款等，具体列式如下所示：

金额单位：元

项 目	2019 年 12 月 31 日	占比
流动负债：		
短期借款	1,052,678,175.13	29.21%
应付票据	568,200,200.00	15.77%
应付账款	599,715,020.83	16.64%
预收款项	85,517,245.41	2.37%
应付职工薪酬	44,659,584.58	1.24%
应交税费	215,834,213.07	5.99%
其他应付款	154,136,527.51	4.28%
一年内到期的非流动负债	93,998,419.93	2.61%
其他流动负债	200,000,000.00	5.55%
长期借款	260,866,390.97	7.24%
长期应付款	299,130,131.14	8.30%
递延收益	3,093,816.60	0.09%
递延所得税负债	25,429,413.63	0.71%

负债合计	3,603,259,138.80	100.00%
------	------------------	---------

公司一直保持高等级的信用评级，长期以来与金融机构、政府建立了良好的合作关系，正在通过多种手段盘活公司资产，通过有效的投资并购及资源整合，为公司的可持续发展提供资金支持。

2020 年，公司需要偿还的短期借款和一年以内到期的非流动负债的余额合计为 11.47 亿元，此外需要投入日常经营支出、公司对外投资、固定资产投资、研发投入等。2020 年初，新型冠状病毒疫情在国内外先后爆发，疫情对公司境内、外子公司业务均造成了一定程度的影响。公司部分客户及政府单位等复工延迟，采购速度放缓，公司原有订单推后、在手订单实施、验收放缓，同时，公司新业务的拓展、以及业务回款均因受影响速度减慢。从资金情况来看，受疫情影响，公司流动性存在一定压力。公司根据疫情发展，正在及时调整业务侧重点。

2020 年，公司为了满足未来的资金支出需求正在采取如下措施：

1) 为应对资金支出计划，防范流动性风险，公司严格把控短期和长期的流动资金需求，以确保维持充裕的流动资金储备。另外，公司与主要客户和供应商保持了长期稳定的合作关系，并针对销售收款和采购付款均建立了完善的内部控制制度。加强预算管理，合理安排资金，增强资金使用的计划性，提高资金使用效率，同时不断改善资本结构及偿债能力，保障公司资金链的安全。

2) 进一步调整并优化业务结构，加强应收账款的回款管理。一方面，公司积极开展智慧营销等现金流状况良好的业务，回款速度快，有效降低公司过往应收账款账期过长所带来的风险。另一方面，公司

完善了应收账款催收和管理制度，针对规模较大的应收账款，建立了有效的催收和考核机制。公司将应收账款以项目为单位，分解落实到各业务单元，实时跟踪，定期进行汇总分析，确保每笔应收账款有跟踪、有反馈。

3) 积极拓展和加深金融机构的合作，沟通整体的信贷额度，对于本公司需要在 2020 年偿还的短期借款进行续授信、以长期借款置换短期借款。随着融资市场环境变化，公司加大与担保公司的合作，获得授信额度，增加公司的融资能力。

4) 同认可公司战略和未来发展规划的潜在投资者进行合作，其中包括 Cordiant VII Infrastructure & Real Assets Debt 以及 Allianz EM Loans S.C.S 公司，完成 3,600 万美元外债借款，用于开展基础设施领域国际合作、推进优势资源整合、布局“一带一路”重点项目，满足公司短期流动性需求，促进进一步的业务发展。

5) 寻求发行可转换公司债机会，拟募集资金不超过 19.39 亿元，满足数知云平台建设、智慧信用产业化项目、智慧新媒体项目等业务资金投入需求。

(2) 年报显示，由于开展业务增加借款，报告期内公司财务费用较上年增加 92.45%，请结合业务模式和行业特点，说明公司持有大额货币资金同时大幅增加借款的原因及合理性；

回复：公司 2018、2019 年期末公司及子公司货币资金及付息债务（主要是短期、长期借款和长期应付款）分布及变动情况如下：

金额单位：万元

	2018 年末	2019 年末	变动金额	变动率 (%)
--	---------	---------	------	---------

货币资金	194,868.43	191,558.27	-3,310.17	-1.70%
付息债务	144,906.49	170,667.31	25,760.82	17.78%

公司的货币资金余额包括为了满足业务运转的周转资金、由于外保内贷等原因形成的受限保证金、募集资金等方面。因此剔除受限资金，定期存款质押、境外货币资金及募集资金等因素影响后，公司境内实际可用货币资金余额为 77,617.04 万元。公司付息负债剔除定期存款质押及境外货币资金影响后金额为 101,857.24 万元。

公司截至 2019 年 12 月 31 日计息负债具体情况如下：

金额单位：元

	2018 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
短期借款	759,777,036.55	1,052,678,175.13
一年以内到期的非流动负债	139,000,000.00	93,998,419.93
长期借款	172,692,374.44	260,866,390.97
长期应付款	377,595,477.00	299,130,131.14
付息债务合计	1,449,064,887.99	1,706,673,117.17

在短期借款方面，2019 年较去年同期增长约 2.92 亿元，增长比例为 38.97%。其中，新增 100%保证金的短期借款 2.8 亿元，包括 100%保证金银行承兑汇票 7,000 万元、国内证保证金 1,150 万元、定期存单质押（外存内贷业务）19,850 万元，上述新增借款累计使用自有资金合计 2.8 亿元。新增定期存单质押 19,850 万元主要原因为 2019 年四季度业务量增加，通过外存内贷方式使用境外资金，用于境内业务采购。截止目前，随着业务逐步回款，公司定期存单质押贷款余额已下降到 1.41 亿元人民币。2019 年在扣除以上因素后，公司短期借款以及付息债务均与 2018 年基本持平，未有大幅波动。

报告期内，公司财务费用情况如下表所示：

金额单位：元

项 目	本期发生额	上期发生额
利息费用	85,991,752.79	62,014,540.97

减：利息收入	38,723,353.46	47,295,190.69
减：汇兑收益	1,168,447.92	1,056,386.32
手续费支出	30,828,150.73	26,107,665.58
其他支出		202,375.44
合 计	76,928,102.14	39,973,004.98

公司财务费用较去年同期增长较快的原因：

1) 银行贷款利率较 2018 年均有所提升；部分银行贷款利率提升幅度较大；

2) 部分银行需增加担保公司作为增信手段，因此公司在 2019 年加大了与担保公司的合作，从而增加了担保费用，导致财务成本升高。

随着城市信息化建设进程的提速，以及物联网、人工智能、云计算、大数据等技术的深度应用，智慧城市建设发展步入新阶段。公司不断完善现有生态布局，逐步建立了大数据、社会信用、智慧物联、通信设施复用、精准智慧营销、应急管理 etc 应用场景的产业化能力。

公司将数据智能应用与服务业务，包括大数据、环保、安全、政务和扶贫领域等作为重要的发展方向，主要基于以下考虑：

1) 因为以上方向符合国家产业政策导向、有利于公司抓住新一轮产业升级和技术红利的机遇、有利于公司提升可持续自主创新能力；

2) 因为公司依托领先的技术优势和丰富的项目应用落地经验，着力融合应用新模式、新业态，深化大数据、云计算、人工智能等新技术在智慧城市信息化建设中的应用，进一步开拓智慧城市业务，培育新增长点，持续推进智慧城市信息化建设业务向纵深发展。

3) 疫情也一定程度上凸显了人工智能+互联网+大数据与物联网深度结合的刚需。本次疫情也为大数据、人工智能、智慧城市等相关

业务强化客户认知，以及疫情之后的业务发展进一步打磨了产品并积累了良好的客户口碑，为公司相关业务的长期发展提供了良好的应用基础与示范验证。

4) 公司智慧物联网客户多为各级政府、运营商等，偿债能力较强，业务质量比较好，盈利能力较为稳定，具备较强的持续可发展空间。

在数据智能应用与服务业务中，公司拥有基于智能通信物联网的技术储备，但是对于数据智能应用与服务业务中相关基建和人力的前期投入仍然需要进行大量的储备。从研发和项目投入期，公司需要承担较高的人工成本、基于数据智能应用与服务的新基建的建设、融资环境带来的高资金使用成本。随着上述业务的发展和产业化的逐步推进，对于资金等资源也有持续性投入的需求。

因此公司为了保证可持续的发展，上述剔除相关影响的可用货币资金不能满足业务需求，因而根据经营需要保持了付息负债。公司现有的货币资金与付息债务结构是为维持企业正常经营和保障未来的措施。

(3) 请说明货币资金的具体存放地点，是否存在被控股股东或其他关联方挪用、占用或其他权利受限的情形。

回复：截止 2019 年 12 月 31 日，公司及子公司货币资金情况如下：

单位：元

类 别	期末余额	期初余额
现金	238,522.27	187,852.47
银行存款	1,658,069,363.12	1,724,803,075.36
其他货币资金	257,274,766.38	223,693,411.58

类 别	期末余额	期初余额
合计	1,915,582,651.77	1,948,684,339.39

按地域划分的货币资金存放情况如下：

单位：万元

存放地区	金额	资金情况
中国大陆	121,827.53	受限资金：11,805.23 募集资金：58,065.46
中国香港	31,110.57	受限资金：30,189.90
阿联酋	31,792.80	不受限
毛里求斯	76.92	不受限
美国	2,401.70	不受限
印度	4,073.16	不受限
日本	275.59	不受限
合计	191,558.27	

截至2019年12月31日，公司受限的资金合计42,022.83万元，其中，银行承兑汇票保证金10,000万元，信用证保证金1,150万元，超过3个月以上的保函保证金655.23万元，定期存款质押30,189.90万元，境外子公司信用卡开卡保证金44,000.00美元，折合人民币金额为30.70万元，合计42,022.83万元。同时，公司有固定的投向的募集资金58,065.46万元。

按照货币资金所属公司的存放情况如下：

单位：万元

单位名称	2019年末	占比	存放地点
股份公司	47,313.23	24.70%	境内
北京基础	8,086.91	4.22%	境内
金之路	1,260.66	0.66%	境内
宁波诺信	132,193.14	69.01%	境内、香港、迪拜、印度等
日月同行	403.66	0.21%	境内
融资租赁	193.46	0.10%	境内
数知信用	190.76	0.10%	境内
江苏建德	235.46	0.12%	境内
其余公司等	1,680.99	0.88%	境内
小计	191,558.27	100%	

注：宁波诺信期末货币资金包含项目募集资金和定期存款质押。

公司资金用于正常运营，货币资金按照经营需求进行存放和使用，截止 2019 年 12 月 31 日，公司货币资金不存在被控股股东或其他关联方挪用、占用的情形，也不存在除以上受限情况外其他权利受限的情形。

8. 报告期内，境外业务实现收入 32.03 亿元。请会计师补充说明对公司业绩真实性、境外收入真实性的核查情况，包括合同签订及执行情况、收入成本确认依据及其合理性、收入增长合理性、成本真实性、与同行业可比公司相比毛利率变化的合理性、客户真实性等，并就核查手段、核查范围的充分性及有效性、公司业绩的真实性发表明确意见。

回复：（1）公司境外收入和毛利率分析情况

1）公司 2018 年度、2019 年度境外业务收入和毛利率情况

单位：元

2019 年度			2018 年度		
收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
3, 203, 386, 779. 28	2, 352, 896, 201. 87	26. 55%	3, 342, 978, 833. 71	2, 503, 187, 465. 81	25. 12%

2）与同行业可比公司毛利率对比分析

单位名称	2019 年度	2018 年度
蓝色光标（证券代码：300058）	20. 20%	21. 52%
智度股份（证券代码：000676）	39. 85%	48. 72%
麦达数字（证券代码：002137）	18. 72%	23. 00%
可比公司平均毛利	26. 26%	31. 08%
数知科技	26. 55%	25. 12%

通过上述可比公司的毛利率数据看，公司境外业务的毛利率是处于可比公司的中间水平，公司境外业务的毛利率 2019 年度和 2018 年

度相比略有上升，总体看是处于一个相对稳定的状态。通过与同行业上市公司毛利率对比分析，公司境外业务 2019 年度与可比公司的平均毛利率水平较为接近，公司境外业务的毛利率变化是合理的。

（2）境外主要客户的合同签订及执行情况

公司境外经营的主体为 BBHI，BBHI 的客户集中度相对较高，收入主要集中在 Yahoo. Inc。BBHI 主要客户合同签订及执行况如下：

序号	客户	合同生效日	合同期	合同执行情况	备注
1	第一名	2018 年 8 月 2 日	5 年	正常	期限和终止协议自生效日起生效，本协议任何一方可以自协议期满前 120 日内发出续约通知，除非另一方在收到书面续约通知后的四十五 (45) 天内，就其不打算续约发出书面通知，否则每次续约均应有效。合同尚处于合同约定期限内。
2	第二名	2019 年 1 月 1 日	1 年	正常	
3	第三名	2019 年 1 月 1 日	1 年	正常	
4	第四名	2019 年 1 月 1 日	1 年	正常	
5	第五名	2017 年 11 月 10 日	5 年	正常	合同尚处在约定的期限内。

（3）境外业务收入确认的时点及依据

BBHI 境外的业务是智慧营销服务，业务收入确认方法是在广告访问者对广告主的广告页面进行有效访问或对投放广告的域名进行有效点击后，公司即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间，公司按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。公司每个月按照取得的与客户的结算单确定的服务金额确认相应的收入。

（4）执行的审计核查程序

1) 营业收入

BBHI 境外公司营业收入客户相对比较集中，因而审计核查的重点客户范围是相对集中的，Yahoo, Inc 是我们本年度重点审计单位。

①针对 Yahoo, Inc 执行的审计程序

A. 了解 BBHI 的财务系统，根据 BBHI 境外公司授权登录其会计核算系统 NetSuite（美国甲骨文公司开发，甲骨文公司以下简称“Oracle”）导出 Daybook 记录。获取 Schellman 向 Oracle 公司对 Oracle+NetSuite 系统出具的自 2018 年 10 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日止的根据美国注册会计师准则 SaaS（Software as a Service）系统内部控制有效性的鉴证报告，并获得了 Oracle 公司出具的自 2019 年 10 月 1 日起至 2019 年 12 月 31 日止关于 NetSuite 系统没有发生同鉴证报告结论重大不一致情况的过桥声明。

B. 根据 Daybook 将全年的收入数据进行汇总与余额表、报表进行核对。

C. 经了解，BBHI 每个月与 Yahoo, Inc 对账，我们获取每个月对账单发票（Invoices）与账面数据进行核对。并根据发票（Invoices）信息，对 Yahoo, Inc 按净额法确认收入部分进行复核，确定其真实性和准确性。

D. 检查与 Yahoo, Inc 签订的合同，BBHI 与 Yahoo, Inc 签订的为 5 年期的合同，合同期间为 2018 年 8 月 2 日至 2023 年 8 月 3 日。2018 年度进行了现场审计，已经获得了合同复印件并现场复核了原件，本年度为连续审计继续利用 2018 年度审计工作底稿已获取的合同进行核验。

E. 向 BBHI 获取 Yahoo, Inc 的通讯录, 我们采取电子邮件函证与纸质函证同时向 Yahoo, Inc 发函的函证方式, 因为新冠疫情的影响, 审计过程中首先通过电子邮件的方式进行函证。获取 Yahoo, Inc 的通讯录后对通讯录内容进行独立的核实记录并与去年的通讯录进行核对, 确定其真实性和准确性。

F. 结合应收款项及银行流水记录对收入回款进行检查验证并记录。

②针对其他客户执行的审计程序

A. 根据 BBHI 境外公司授权登录其会计核算系统编制审计明细表, 并核对系统入账收入和客户定期对账记录以及签订的服务业务合同。

根据选择的样本获取对应的服务合同及定期对账记录。2018 年度审计现场已收集服务合同延续下来的客户, 利用上年度的底稿合同进行核验确定其真实性, 并做了比对记录。

部分以前年度的客户, 审计机构取得了本年新签订的合同。

B. 取得和客户的定期对账单, 确定其真实性和准确性。

C. 向覆盖收入 80%以上的客户发交易询证函, 并按审计准则规定严格控制函证过程并做好相关记录。我们采取电子邮件函证与纸质函证同时发函的函证方式, 因为新冠疫情的影响, 审计过程中首先通过电子邮件的方式进行函证。获取通讯录后对通讯录内容进行独立的核实记录并与去年的通讯录进行核对, 确定其真实性和准确性。

D. 检查主要客户的业务收入回款记录, 结合应收款项及银行流水记录对收入回款进行检查验证并记录。

2) 营业成本及应付账款

BBHI 营业成本主要为广告发行费、域名续约费、技术服务费等，公司拥有 27,000 多家媒体主供应商，BBHI 为了高效核算，自建成本核算系统 Accounting Force，通过与主客户 Yahoo 监控数据对接，可以对供应商按月度归集成本，Accounting Force 系统显示为 Publisher Revenue，每月向媒体主供应商支付金额，在 Accounting Force 系统显示为 Pay Out，针对该部分可执行以下审计程序：

①对 Publisher Revenue 前 15 大数据记录项目进行了数据导出，对 Pay Out 与银行对账单付款信息进行比对。

②对 Publisher Revenue 主营业务成本进行了期后付款检查。

③对成本核算系统 Accounting Force 系统进行 IT 审计，验证了系统的安全和可靠性。

④根据选择的样本获取对应的采购合同及定期对账记录电子版。2018 年度审计现场已收集合同延续下来的供应商，利用上年度的获取的合同进行核验确定其真实性，并做好比对记录。本期新增供应商则获取新采购合同并核验。

⑤结合供应商情况，确定函证样本范围并获取公司提供主要债权人的通讯信息，逐个进行独立核实和记录。在确定无误的情况下，我们采取电子邮件函证与纸质函证同时发函的函证方式，因为新冠疫情的影响，审计过程中首先通过电子邮件的方式进行函证；收到函证回函后，对函证回函信息进行比对，确定与函证收函方地址一致，确定回函的真实可靠性。

⑥取得和供应商定期对账记录，确定其真实性和准确性。

⑦根据营业收入变化情况对比分析营业成本变动的合理性。

(5) 会计师核查意见

经核查，我们认为公司境外收入、成本真实完整，客户真实存在，合同签订及执行情况正常，收入、成本确认依据充分，与同行业可比公司相比其毛利率变化合理。

9. 报告期内，公司前五名客户合计销售金额占销售总额的 65.44%，其中第一大客户销售额占销售总额的 41.82%。

(1) 请结合公司业务模式及相关合同条款，定量分析公司智慧营销业务是否重点依赖与 Yahoo 进行的程序化购买合作，对 Yahoo 销售集中度高的合理性，如与 Yahoo 合作发生变化或中断是否对公司生产经营产生重大不利影响，如是，请说明公司防范客户过度依赖风险的措施；

回复：公司利用自有的先进的上下文检索广告技术，为媒体提供广告平台服务。媒体利用本公司的广告平台对自家内容所带有的广告进行优化、招标投标、合规审查、投放、效果监控等。

雅虎 Yahoo 是公司在智慧营销领域重要的客户。近三年来，Yahoo 占公司的收入比例逐年下降。2017 年、2018 年、2019 年，Yahoo 占公司的营业收入总额的比例分别为 48.25%、44.60%和 41.82%。公司一直积极应对单一重大客户依赖性，且效果良好。

BBHI 于 2018 年 8 月 2 日同 Yahoo 签订了五年期的《广告投放合

同》。双方的权利和义务包括：1) Media.net 按要求显示广告结果；2) Yahoo 及时提供广告并支付对价-Yahoo 或 Yahoo 相关方需要在相关结果显示在相关网站中的公历月份结束后的 45 日内向 BBHI 付款。3) 排他性条款-Media.Net Ltd. 有权在《广告投放合同》期限内进行与排他性条款相冲突的其他商业活动，只要在一个日历年内该类商业活动所产生的收入不超过总收入的约定比例并且流量质量符合要求（可以开展与 Yahoo 之外的客户合作，实现约定比例以内的流量变现）。合同除延长合作期限、放宽了对 Media.net 排他性条款的限制、增强信息保护之外对原合作的商业合作内容未做其他实质性变更，同时合同签订引入 Verizon Media，公司将进一步稳固 Yahoo 业务的长期合作关系，将有助于双方共享更加丰富的市场资源。

作为平台的提供者，同时又是广告的投标方，公司正在通过逐步实现了客户的多元化，减少对 yahoo 的依赖。主要措施包括：

1) 在 BBHI 与 Yahoo 的合同中，约定了公司对于其他合作客户的限制，但该限制仅限于搜索类的广告。因此公司积极拓展搜索广告之外的模式，例如展示类广告、效果类广告、市场调研类广告等。这些类型的广告，与 Yahoo 的合同是没有限制的。

2) 公司积极寻找同 Yahoo 模式相同的客户，在 Yahoo 合同存在对方履约困难时，可以将 Yahoo 的模式积极转换到替代用户上。

3) 公司通过间接方式获取流量，在遵守 Yahoo 的合同约定的基础上，与其它客户进行合作。公司通过第三方公司或是集中市场和广告联盟（即“Marketplace”）的方式，接入其它客户，包括谷歌，脸

书，亚马逊等。

4) 在保持与雅虎、谷歌等合作基础上，通过加强与其他中小客户的合作，同时加强重点潜在客户的合作力度，降低对雅虎的依赖程度。

(2) 补充披露与前五大客户之间的合作方式、合同订立期限、主要条款、提供的服务类型、不同广告服务形式下确认的收入情况及计费方式、定价依据、结算条款、结算对象、各客户近三年实现的营业收入及毛利率、相关应收款及回款情况等。

回复：前五大客户情况表如下：

客户	合作方式	合同订立期限	主要条款	提供的服务类型	收入情况及计费方式	结算条款
第一名	广告发布代理	2018 年 8 月至 2023 年 8 月	(1) 按要求显示广告结果；(2) 客户及时提供广告并支付对价客户及相关方需要在相关结果显示在相关网站中结束后的 45 日付款。	智慧营销	按照流量计费	次月月初计算当月费用，45 日付款
第二名	广告发布代理	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	(1) 信息发布安排以甲乙双方盖章确认的执行单或结算单为准；(2) 以相关网站数据为准，双方核对执行单或结算单无误后，180 天内付款。	智慧营销	实际结算以双方盖章确认的执行单或结算单为准	执行单或结算单执行结束后 180 天内
第三名	广告发布代理，数据服务	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	(1) 结算数据以投放平台为准；(2) 按月结算，自然月结束后 60 天内付款。	平台投放，信息服务	结算数据以投放平台为准	按月结算，自然月结束后 60 天内付款
第四名	广告发布代理	2019 年 6 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	(1) 信息发布安排以甲乙双方盖章确认的执行单或结算单为准；(2) 以相关网站数据为准，双方核对执行单或结算单无误后，180 天内付款。	智慧营销	实际结算以双方盖章确认的执行单或结算单为准	执行单或结算单执行结束后 180 天内
第五名	广告发布代理	2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	(1) 结算数据以投放媒体平台为准；(2) 按月结算，自然月结束后 45 天内付款。	平台投放	结算数据以投放媒体平台为准	按月结算，自然月结束后 45 天内付款。

各客户近三年相关情况表：

单位：元

客户	2019 年营业收入	2018 年营业收入	2017 年营业收入	2019 应收账款	2018 应收账款	2017 应收账款	期后回款情况
第一名	2,392,522,759.17	2,432,331,435.31	1,486,823,959.33	373,987,382.20	419,348,843.03	340,455,011.97	373,987,382.20
第二名	540,935,439.49	-	-	365,000,000.00	-	-	269,111,208.17
第三名	508,789,293.55	134,226,377.51	-	393,511,279.12	27,168,347.81	-	106,951,519.66
第四名	164,179,245.22	-	-	-	-	-	-
第五名	137,970,000.00	118,223,492.95	48,173,488.89	71,233,849.28	137,264,000.00	37,424,682.58	32,261,475.01

10. 年报显示，你公司合并资产负债表中年末未分配利润为 18.69 亿元，银行存款 16.58 亿元，但近三年现金分红总额占合并报表中归属于上市公司普通股股东的净利润的比率分别为 12.88%、12.94%、5.08%，现金分红比例较低。

（1）请对比同行业上市公司，结合行业特点、公司业务模式及发展阶段、资金情况以及资金需求、盈利能力、各年度主要财务指标等，量化分析公司现金分红比例持续较低的原因及合理性，是否符合公司章程、股东回报规划等规定的利润分配政策，是否损害中小股东的利益，以及你公司为提升现金分红能力拟采取的措施；

回复：目前，我国已在城镇化、区域经济、新基建、5G 等领域陆续出台一系列措施，公司储备并继续加大投入万物互联、无时延的 5G 技术与物联网布局，真正形成 5G 时代的互联网+行业应用（即用信息化手段改造传统产业），创造产品、服务能力便利政府管理、公

民生活。公司所处的大数据应用领域的市场需求依然较大，市场整体处于较快发展中。

1) 公司现金分红比例的合理性

报告期内，公司紧紧围绕“致力于成为最专业的大数据服务提供商”的发展战略，通过夯实基础、储备提升能力、转化生产力；以平台化的运作，实现产融结合；借助内部研发、孵化项目，外部引进人才技术、境内外并购，实现产业升级转型。毕十年之功，经过转型发展，公司已逐步构建完成 123^N 业务模式，实现促增长、调结构，逐步提高有概念、有前景的业务收入与利润比重。近年来，公司积极抓住领域发展机遇，围绕主业，深化公司略落地改革，不断提高核心竞争力，营业规模逐年扩大，为公司高质量、可持续发展奠定了基础。

2019 年，公司实现营业收入 57.21 亿元，同比增加 4.90%；实现归属于上市公司股东的净利润 5.76 亿元，同比降低 9.12%。截止报告期末，公司总资产 146.73 亿元，同比增长 9.62%。

目前，公司处于业务转型和战略升级期。初步搭建了智慧营销、数据智能应用与服务、智能通信物联网三大业务板块，正在逐步将公司打造为一家以技术和数据作为驱动的大数据科技公司。根据 2020 年经营计划和产业发展规划，公司业务处于快速增长和投入阶段。公司智慧营销业务日常经营周转的资金需求量较大；对于数据智能应用与服务业务中相关基建和人力的前期投入仍然需要进行大量的储备。从研发和项目投入期，公司需要承担较高的人工成本、基于数据智能应用与服务的新基建的建设、融资环境带来较高的资金使用成本。随

着上述业务的发展和产业化的逐步推进，公司整体对于资金也有持续性投入的需求。

前期投入是公司进行产业布局的准备，为公司的持续发展提供动力，是公司发展的必要基础，公司留存未分配利润将用于后续创新业务发展和流动资金周转等用途，有利于经营业绩的提升和长远发展，更好地为股东带来长远回报，更有利于公司和股东的利益。

公司最近三年权益分派情况如下：

分红年度	权益分派方式	现金分红金额 (元)(含税)	分红年度合并报 表中归属于上市 公司普通股股东 的净利润(元)	现金分红金额占合 并报表中归属于上 市公司普通股股东 的净利润的比率	母公司未分配利 润(元)	现金分红金额占 未分配利润的比 率
2019 年	每 10 股送现金 0.25 元(含税)	29,295,678.08	575,922,750.45	5.09%	50,051,048.97	58.53%
2018 年	每 10 股送现金 0.7 元(含税)	82,027,898.61	633,739,964.32	12.94%	166,698,993.36	49.21%
2017 年	每 10 股送现金 1.50 元(含税)， 并每 10 股转增 18 股	62,776,453.05	487,268,383.64	12.88%	237,140,896.11	26.47%

公司近三年累计分红比例 30.91%，符合《公司章程》和《公司未来三年股东回报规划（2018-2020 年）》的要求。

同行业上市公司分红情况：

单位：元

公司名称	2019 年现金分红金额(含税)	2019 年	2018 年	2017 年
智度科技	30,498,002.23	4.92%	4.29%	5.49%
利欧集团	40,528,825.23	13.18%	0.00%	14.59%
每日互动	20,005,000.00	18.36%	0.00%	0.00%
浙江富润	40,537,658.56	8.35%	18.70%	31.41%
华体科技	13,268,645.00	14.13%	14.18%	18.91%
华虹计通	-	0.00%	0.00%	0.00%
洲明科技	14,667,895.11	10.31%	11.08%	11.16%
鹏博士	-	0.00%	30.72%	30.82%
三川智慧	52,001,663.10	27.18%	21.27%	26.30%

科达股份	-	0.00%	5.01%	10.23%
宣亚国际	-	0.00%	0.00%	72.04%
联创互联	-	0.00%	0.00%	20.66%
均值	18,523,335.95	7.81%	9.85%	21.21%
数知科技	29,295,678.08	5.09%	12.94%	12.88%

在业务模式及规模类似的同行业 13 家上市公司中，其中 5 家未现金分红。公司近三年分红水平处于行业平均水平。

综上，充分考虑当前所处行业的特点以及未来资金需求情况，兼顾公司可持续发展与股东回报的需求，公司制定了持续稳定的利润分配政策，公司现有现金分红比例水平符合行业发展状况，符合的公司发展情况，具有合理性。

2) 是否符合相关规定

《公司章程》规定“除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润(合并报表可分配利润和母公司可分配利润孰低)的 10%。”，其中“特殊情况”指重大投资计划或者重大现金支出；公司在 2015 年 3 月 28 日披露的《未来三年（2015 年-2017 年）股东回报规划》、2018 年 3 月 24 日披露的《未来三年（2018 年-2020 年）股东回报规划》、2020 年 4 月 25 日披露的《未来三年（2020 年-2022 年）股东回报规划》中，均规定“除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正的情况下，采取现金方式分配股利，每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润(合并报表可分配利润和母公司可分配利润孰低)的 10%。”，其中“特殊情况”指重大投资计划或者重大现金支出；根据《深圳证券交易所

创业板上市公司规范运作指引（2015 年修订）》的规定，“7.3.8 上市公司制定利润分配方案时，应当以母公司报表中可供分配利润为依据。同时，为避免出现超分配的情况，公司应当以合并报表、母公司报表中可供分配利润孰低的原则来确定具体的利润分配比例。”。

一直以来，为了回报投资者，公司重视现金分红的作用，在剔除掉 2016 年度存在的重大投资计划以外，公司自 2010 年上市后坚持了每年现金分红的政策，至今已累计实施九个年度，累计分红 2.22 亿元。为了改善现金分红能力，公司自 2012 年开始坚持制定《未来三年股东回报规划》，实现了现金分红的制度化和规范化，提升了公司长期投资价值。

根据公司经审计的财务报表显示，公司 2017-2019 三年的未分配利润均以母公司为统计口径，近三年现金分红金额占未分配利润的比率分别为 26.47%、49.21%、58.53%，符合公司章程、股东回报规划等规定的利润分配政策，没有损害中小股东的利益，

3) 改善现金分红能力采取的措施

未来，公司将加强持续盈利能力，强化内部管理，加大研发投入，加快推动研发产品的市场化，实现新的突破，以良好的经营业绩回报投资者。

（2）请说明公司主要子公司的现金分红政策、最近三年的盈利情况及现金分红情况，是否存在大额未分配利润留存于子公司的情形，以及你公司拟采取的措施。

回复：对于公司持股比例超过 50%的子公司，或者虽然持股比例

未超过 50%，但是依据协议或者公司所持股份的表决权能对被持股主体的董事会、股东会/股东大会的决议产生重大影响的主体，分红政策如下：

首先，子公司当年盈利且累计未分配利润为正时，在满足子公司正常提取法定公积金、正常生产经营及必要资金支出安排的情况下，公司将在法律法规及《公司章程》允许的职权范围内，通过行使股东权利促使其以现金方式分配股利，且每年以现金方式分配的利润不少于该子公司当年实现的可供分配利润的百分之十，具体的利润分配由子公司股东会审议决定。

第二，公司子公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得影响子公司持续经营能力。子公司分配当年税后利润时，应按下述顺序进行：（1）弥补上一年度的亏损；（2）提取百分之十的法定公积金，法定公积金累计额为子公司注册资本的百分之五十以上的，可以不再提取；（3）经股东会决议，可以提取任意公积金；（4）子公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照公司所持有子公司股权比例分配，但章程规定不按持股比例分配的除外。

第三，利润分配要求：

①利润分配的形式：子公司优先采取现金分红的方式。

②利润分配的期间间隔：在子公司当年盈利且累计未分配利润为正数的前提下，原则上子公司每年度至少进行一次利润分配。在有条件的情况下，子公司可以进行中期现金利润分配。

③子公司现金分红的具体条件和比例：除年度将发生重大资金

支出等特殊情况下，每年应按子公司当年盈利且累计未分配利润为正的条件下，积极采取现金方式分配股利，并以现金方式分配的利润不少于当年实现可供股东分配利润的百分之十。子公司应当综合考虑公司所处的行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策。

单位：万元

子公司	盈利情况			分红金额			分红比例			近三年 平均分 红比例
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年	
BBHI	63,517.92	63,524.21	51,641.69	27,593.99	19,902.21	20,276.82	43.44%	31.33%	39.26%	37.93%
日月同行	3,775.58	4,377.85	6,535.11	0	5,000	7,700	0.00%	114.21%	117.83%	86.46%
金之路	2,272.08	1,460.78	1,271.59	0	5,000	3,400	0.00%	342.28%	267.38%	167.85%

注：BBHI 财务数据以美元计价，按照当期汇率折算为人民币金额。

公司重要子公司近三年的分红比例均达到要求，其中日月同行、金之路均将历史留存收益进行了分红，BBHI 的股利分配基于每年实现的收益，扣除用于 BBHI 的日常经营以及扩展新业务所需要相应的支出。支出主要包括：第一，为了巩固技术领先地位，相关研发人员和研发项目支出的增加；第二，吸引更多的广告主，积极拓展除 Yahoo 以外的客户，采购更多的资源流量，向高质量的媒体主或媒体主的知名代理采购流量。综合考虑上述因素之后，BBHI 在董事会批准后，将可分红金额汇入 BBHI 母公司香港诺睿投资有限公司。香港诺睿投资有限公司收到 BBHI 分红款后，将分红款留存在香港诺睿继续开展境外业务或采用外保内贷等方式为境内业务的开展提供资金。

综上，公司近三年不存在大额未分配利润留存于子公司的情况，公司将继续以各项制度为基础，积极地改善子公司分红情况。

11. 年报显示,“公司旗下的 **Media.net** 作为全球收入仅次于 **Google AdSense** 的第二大广告技术平台,在全球范围内拥有 20,000 多家媒体资源,**Media.net** 的产品形式包括上下文和搜索广告、媒体购买、可下载产品、显示和本地广告、电子邮件和潜在客户广告、视频广告等”。

(1) 请详细说明“20,000 多家媒体资源”的数据来源、统计口径与方式,及认定 **Media.net** 为全球第二大广告技术平台的依据;

回复:Media.net 是全球第二大基于上下文检索的广告技术平台。第一名是 Google 的 AdSense。从全球的角度看,前两大搜索平台分别为 Google 和 Yahoo/Bing。Google 使用 AdSense 作为其上下文检索的广告平台,Yahoo/Bing 使用 Media.net 作为其上下文检索的广告平台,Media.net 位于 AdSense 之后为全球第二上下文检索的广告技术平台。

公司 2019 年 Media.net 系统中按照供应商编号的合作方数量约为 33,000 个(其中包含代理类供应商,供应商对应多个媒体资源)。2019 年的不活跃供应商(公司定义的不活跃媒体指公司 2019 年合作的媒体中,媒体分成、本期付款、本期广告消耗和年末未付余额均为 0 的媒体和代理)约为 5700 个,实际有效媒体资源数约为 27,300 个。Media.net 同媒体或代理签订合作协议后,Media.net 接入媒体和代理后,媒体主在 Media.net 后台形成“Publisher ID”编码,该编码为阿拉伯数字和英文字母组合名称,每个 Publisher ID 编码具有唯一性。

(2) 请分类披露不同类型广告最近三年的销售收入及毛利率情况、及其前五大媒体主和广告主的情况；

回复：最近三年不同类型广告的销售收入和毛利率情况如下：

单位：元

类型	销售收入（万元）			毛利率		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
供给方平台	320,310.13	335,706.23	172,382.40	26.54%	24.43%	27.41%
需求方平台	26,099.95	13,847.01	21,380.14	17.53%	41.68%	38.73%
互联网营销方案策划和内容制作	18,707.50	10,909.20	-	22.03%	22.49%	-

供给方平台前五大广告主和媒体主如下表所示：

单位：元

前五大广告主	2019 年	前五大广告主	2018 年	前五大广告主	2017 年
2019 年第一名	2,392,522,759.19	2018 年第一名	2,432,331,435.31	2017 年第一名	1,486,823,959.33
2019 年第二名	136,270,293.55	2018 年第二名	134,226,377.51	2017 年第二名	69,189,052.51
2019 年第三名	108,820,213.19	2018 年第三名	118,223,492.95	2017 年第三名	29,922,203.00
2019 年第四名	104,396,512.79	2018 年第四名	76,787,708.94	2017 年第四名	21,130,238.61
2019 年第五名	91,915,569.37	2018 年第五名	61,822,578.42	2017 年第五名	18,491,268.34

单位：元

前五大媒体主	2019 年	前五大媒体主	2018 年	前五大媒体主	2017 年
2019 年第一名	263,647,128.31	2018 年第一名	267,098,388.84	2017 年第一名	251,738,988.75
2019 年第二名	219,845,469.63	2018 年第二名	201,798,059.54	2017 年第二名	81,832,907.66
2019 年第三名	205,174,105.80	2018 年第三名	197,612,262.02	2017 年第三名	67,703,571.04
2019 年第四名	203,557,920.25	2018 年第四名	170,676,273.49	2017 年第四名	61,715,851.39
2019 年第五名	162,951,393.18	2018 年第五名	114,331,303.84	2017 年第五名	47,280,618.98

需求方平台前五大广告主和媒体主如下表所示：

单位：元

前五大广告主	2019 年	前五大广告主	2018 年	前五大广告主	2017 年
2019 年第一名	231,132,075.31	2018 年第一名	79,103,192.28	2017 年第一名	53,387,429.97
2019 年第二名	16,102,276.39	2018 年第二名	11,128,294.27	2017 年第二名	28,869,799.40
2019 年第三名	227,703.76	2018 年第三名	8,022,939.56	2017 年第三名	12,634,913.61
2019 年第四名	114,449.91	2018 年第四名	6,844,261.98	2017 年第四名	10,275,582.38
2019 年第五名	94,339.62	2018 年第五名	4,124,412.90	2017 年第五名	5,637,131.74

单位：元

前五大媒体主	2019 年	前五大媒体主	2018 年	前五大媒体主	2017 年
2019 年第一名	66,037,735.85	2018 年第一名	15,507,179.84	2017 年第一名	30,311,319.12
2019 年第二名	2,384,073.58	2018 年第二名	13,830,409.13	2017 年第二名	26,747,741.59
2019 年第三名	1,365,908.39	2018 年第三名	11,851,652.92	2017 年第三名	22,600,490.03
2019 年第四名	1,271,545.22	2018 年第四名	7,000,000.00	2017 年第四名	10,077,818.80

2019 年第五名	801,886.79	2018 年第五名	4,531,147.00	2017 年第五名	8,419,325.20
-----------	------------	-----------	--------------	-----------	--------------

互联网营销方案策划和内容制作前五大广告主和媒体主：

单位：元

前五大广告主	2019 年	前五大广告主	2018 年	前五大广告主	2017 年
2019 年第一名	103,424,528.30	2018 年第一名	91,801,689.44	2017 年第一名	-
2019 年第二名	20,977,036.83	2018 年第二名	2,830,188.64	2017 年第二名	-
2019 年第三名	14,396,226.42	2018 年第三名	2,123,980.12	2017 年第三名	-
2019 年第四名	3,773,584.91	2018 年第四名	1,792,452.81	2017 年第四名	-
2019 年第五名	2,509,761.32	2018 年第五名	1,601,943.35	2017 年第五名	-

单位：元

前五大媒体主	2019 年	前五大媒体主	2018 年	前五大媒体主	2017 年
2019 年第一名	133,928,946.85	2018 年第一名	46,622,641.51	2017 年第一名	-
2019 年第二名	8,055,636.62	2018 年第二名	6,415,094.34	2017 年第二名	-
2019 年第三名	2,491,254.53	2018 年第三名	1,886,792.45	2017 年第三名	-
2019 年第四名	883,018.87	2018 年第四名	1,047,254.72	2017 年第四名	-
2019 年第五名	634,584.91	2018 年第五名	377,358.49	2017 年第五名	-

(3) 请补充披露各不同类型广告的收入、成本确认的原则、时点、依据，是否符合会计准则的规定，以及为确保经营数据核算准确的技术保障和内控措施。

回复：公司会计政策中关于广告收入、成本确认的原则如下：

在同时满足以下条件时确认收入的实现：

- 1) 收入的金额能够可靠地计量；
- 2) 相关的经济利益很可能流入企业；
- 3) 交易的完工进度能够可靠地确定；
- 4) 交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

对于合同明确约定服务期限的，在合同约定的服务期限内，按进度确认收入；对于合同明确约定服务成果需经客户验收确认的，根据客户验收情况确认收入。具体如下：

互联网营销服务收入确认方法为：在广告访问者对广告主的广告

页面进行有效访问或对投放广告的域名进行有效点击后，公司即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间，公司按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。

云端共享软件授权使用服务费收入确认方法为：公司根据使用者在云端使用软件的次数及约定的单次软件使用费，在提供服务期间确认软件授权使用收入。”

具体到每个广告收入类型，收入、成本确认的原则详细描述如下：

1) 供给方平台收入、成本：

供给方平台收入按照形式分为媒体变现业务（即基于上下文检索的页面推送、消费勘察业务等）、自有媒介运营和自有媒介插件业务等。三种业务的收入确认方式一致：在广告访问者对广告主的广告页面进行有效访问或对投放广告的域名进行有效点击后，即完成与广告主约定的广告投放服务。在提供服务期间，按照与广告主约定的结算标准确认已完成投放服务的广告投放业务收入。

三种业务方式的成本确认有所区别：

①媒体变现业务成本在完成与广告主约定的广告投放服务时确认相关的流量采购成本。

②自有媒介运营成本在完成与广告主约定的广告投放服务时摊销预先采购的流量所对应的预付款项。由于自有媒介运营很多优质流量来源于 Google 或者 Facebook，公司同流量代理进行合作，预先采购流量，并根据每月的实际的流量消耗情况，对预付款项中的流量采购成本进行摊销。

③自由媒介插件的成本来源于安装插件的获客成本。获客成本为公司获得插件安装客户时一次性向获客方支付。公司获客后根据自由媒介插件成本生命周期总价值计算客户的生命周期（LTV）并进行留存分析(Cohort Analysis)。获客成本在 LTV 中进行摊销。

为确保经营数据核算准确的主要技术保障和内控措施有：

①利用系统数据追踪供应商的流量变现情况，系统中留存点击信息，根据公司的反作弊规则对于形成收入的有效点击进行累计，并自动匹配广告主信息。

②公司销售部门每月将有效点击形成的收入同客户进行核对，取得客户的对账单，如存在客户对账单记录金额和公司系统数据的重大不一致，公司同客户进行协商解决。

③公司根据客户认可的收入数据所对应的有效点击，匹配供应商的流量采购成本，按照公司客户认可的流量情况同媒体主进行流量成本的结算。如果客户认可的收入数据同公司系统数据存在不一致，公司符合供应商的流量情况并迭代公司的反作弊机制。

④对于自有媒介运营预先采购的流量，公司技术人员向业务团队汇总当月公司的消耗数量。公司业务团队每月同流量代理确认实际消耗的金额，计算未消耗流量成本余额。

⑤对于自由媒介插件获客成本，公司技术人员每月提取客户流量数据，分析客户的平均生命周期，查看当期客户的平均生命周期同历史期间的平均生命周期的差异，财务人员对摊销的会计估计进行复核。如果平均生命周期较历史预测大幅度缩短，加速摊销获客成本相关的

预付款项余额。

2) 需求方平台收入、成本：

需求方广告平台业务按收费形式细分为移动端 CPA（Cost Per Action）收入、CPT（Cost Per Time）收入和 CPM（Cost Per Mille）收入三种形式：

①CPA 收入是指依据每个移动端互联网访问者对营销投放所采取的行动次数计费的收入实现方式。日月同行基于客户需求在移动端互联网平台完成营销投放，按与客户约定的单价，在移动端互联网访问者实际完成每次行动时确认收入；CPA 依据与渠道商约定的采购单价，移动端互联网访问者通过渠道商完成每次行动时相应结转成本；

②CPT 收入是指日月同行以自有或具有运营权的互联网广告位为客户提供营销投放服务，双方约定具体的营销投放位置和投放时长，在约定收益期内分摊确认收入；CPT 依据与互联网媒体签订的合同金额，在合同约定期限内平均分摊结转成本；

③CPM 收入是指日月同行为客户产品提供网站设为首页、搜索、网络联盟广告等流量增值服务，按与客户约定的单价每完成千次展示时确认收入；CPM 依据与媒体或渠道约定的采购单价，每完成千次展示时结转成本。

为确保经营数据核算准确的主要技术保障和内控措施有：

①利用系统数据记录广告主的收入情况。对于 CPT 收入，公司广告系统按照营销投放市场和金额记录收入，并结转相应的媒体成本；对于 CPA 和 CPM 收入，系统中留存收入活动信息，并按照系统中的

合同收入确认方式和规则计算 CPA 和 CPM 收入。

②公司销售部门每月将有效点击形成的收入同客户进行核对，取得客户的对账单，如存在客户对账单记录金额和公司系统数据的重大不一致，公司同客户进行协商解决。如果客户认可的收入数据因作弊原因同公司系统数据存在重大不一致，公司符合供应商的流量情况并迭代公司的反作弊机制。

3) 互联网营销方案策划和内容制作的收入、成本：

互联网营销方案策划和内容制作收入在合同约定的服务期限内，按进度确认收入；对于合同明确约定服务成果需经客户验收确认的，根据客户验收情况确认收入。互联网营销方案策划和内容制作业务周期较短，在年度框架协议的规定下，一般单次方案实施不超过 3 个月。

公司财务人员和业务团队共同维护业务表格和财务表格，按照项目记录营销方案策划和内容制作的收入、成本、毛利、费用分摊、利润、收款和付款情况。财务人员和业务人员每月进行数据对比。

公司不同类型的广告收入、成本确认符合会计准则的规定，为确保经营数据核算准确的技术保障和内控措施的设计和执行为有效的。

（4）会计师核查意见

经核查，我们认为公司不同类型广告最近三年的销售收入及毛利率波动合理，不同类型广告的收入、成本确认的原则、时点、依据符合会计准则的规定以及为确保经营数据核算准确的技术保障和内控措施有效运行和控制。

12. 报告期内，你公司销售费用、管理费用同比分别增长 32.49%、26.60%，公司解释为业务转型招聘新人员所致。请结合公司业务转型的具体内容、人员调整的实际情况，具体说明公司区分销售人员、技术人员、市场运营人员的标准，该等人员对应的薪酬水平，并分析上述费用大幅增长的原因及合理性。

回复：报告期内，公司销售费用比上年同期增长 32.49%，其中，销售和市场人员的人工成本占总增长额的 85%、其他费用占 15%。管理费用比上年同期新增 26.60%，其中，新增高级管理和行政管理人員人工成本占总增长额的 76.65%、其他费用占 24%。2019 年，公司各业务板块上均加大了对专业人员的储备和布局，导致管理费用和销售费用中人工成本均有较大幅度的增长，同时公司积极引进海外和境内高级管理人才使管理费用人工成本进一步上升。

公司于 2015 年开始涉足互联网营销行业，并通过 2017 年收购的 BBHI，实现了境内外、多领域的互联网产业布局，目前公司涉及互联网营销的 SSP 和 DSP 等多个技术平台，并不断通过新技术、新媒体来实现产品及内容的丰富。在此基础上，公司借助互联网及大数据积累的资源 and 优势，开始在数据智能应用与服务领域进行布局，推出了针对信用、环保、扶贫、交通、安防、园林等多个细分领域的产品及应用，目前已在全国多个地区落地实施；与此同时，公司抓住行业发展趋势，借助 5G 商用的契机，在原有通信基础设施运营的基础上，用信息技术改造传统产业，实现了智慧物联在垂直领域的多场景应用。

近几年，公司通过在业务、产品、人员等多方面的尝试及努力，不断完善现有生态布局，推动着公司成为专业大数据服务提供商的战略转型。

伴随着公司的业务转型，公司及时进行人员结构的调整，近两年的人员专业构成及教育程度如下表所示：

专业构成			
专业构成类别	2019 年	2018 年	同比增长
销售人员	118	41	187.80%
技术人员	835	600	39.17%
财务人员	22	16	37.50%
行政人员	17	10	70.00%
市场运营人员	772	616	25.32%
管理人员	145	138	5.07%
合计	1,909	1,421	34.34%
教育程度			
教育程度类别	2019 年	2018 年	同比增长
硕士及以上	239	189	26.46%
本科	1,414	1,085	30.32%
大专	212	113	87.61%
中专、高中及以下	44	34	29.41%
合计	1,909	1,421	34.34%

在人员专业构成方面，公司基于战略转型及“大数据+人工智能”为主的业务布局，对相关人员的分类标准如下：

（1）销售人员：在大市场的战略思路下，配合大市场概念，建立并维护良好的客户关系，完成既定销售任务指标，定期进行客户拜访和回访，负责跟踪销售回款情况，保证客户按合同及时付款。

（2）技术人员：公司在技术人员配备上不同于传统技术人员的系统维护、内部软件开发及知识产权管理等职能，更偏向于自然语言处理、大数据区块链为主且经验更为丰富的高端人才，对于职位的配置也以系统架构师、大数据产品经理、大数据工程师等为主。同时，

核心技术人员服务于公司大的技术中台，实现研发统一规划、管理、开发及研发成果沉淀，一部分技术人员偏向业务团队的售前咨询及技术交付，实现业务从咨询到交付的全过程维护。

（3）市场运营人员：市场运营人员主要为大市场职能，负责全业务的渠道管理与区域管理，并统筹公司生态合作、区域总部基地的落实工作，在内部理顺协同各业务线关系、整合打造聚焦的基地型市场统一战线。相对于传统的销售人员，无论在职能上还是专业素养上要求都更高。

截止 2019 年末，公司境外人员的数量超过 1300 人，较去年小幅增加百余人，人员结构及数量未有明显差异，总体上保持了稳定的趋势。在境内，公司人员数量增长较多，增长比例为 34.24%，主要是公司持续加大在人工智能、大数据等领域的投入力度，引进了一批在信用、环保等领域的高素质人才加入。公司新引入的人员主要位于北京，其中销售人员、技术人员、市场运营人员的增幅较大，对应的人均薪资标准约为 2-2.5 万元/月，考虑到保险和公积金等因素，公司承担了较高的人员支出成本。此外，随着社会经济的发展，员工工资呈现自然增长的趋势。

综上所述，公司销售费用、管理费用等的增长是合理的。

13. 年报显示，“公司已储备并全面布局新基建的主要内容：5G+物联网（产业互联网）、大数据+AI（人工智能），作为战略储备的基础，并用区块链、边缘计算等新技术赋能”，2019 年公司研发投入总

额为 3.14 亿元，同比增长 171.54%。请说明你公司在新基建相关领域的业务情况，所拥有的 5G、物联网、大数据、数字营销、人工智能、机器学习、区块链、边缘计算等技术的研发能力及研发项目情况，包括应用领域、投入金额、是否获得专利、研发所处阶段、对应业务模式、业务进展、业绩情况等，并量化分析布局新基建对公司财务状况和生产经营的影响。

回复：2020 年 3 月，中央提出加快新型基础设施建设（简称“新基建”），包括 5G 网络，数据中心、人工智能、物联网为代表的新型基础设施，释放增长新动能，推动实现高质量发展。“新基建”将带动产业链上下游以及各行业应用投资超过 3.5 万亿元。随着“新基建”的加速启动，5G、人工智能、物联网等新兴产业也将迎来重大发展机遇。

一、 公司所拥有的技术的研发能力及研发项目情况等

（1）2017-2019 年，公司立项开展研发项目共计 102 项。其中：
①数据智能应用与应用业务领域 42 项，涵盖 5G、大数据、机器学习、区块链、边缘计算、人工智能技术②智能通信物联网业务领域 20 项，涵盖物联网、5G、大数据、人工智能、区块链技术③智慧营销业务领域 40 项，涵盖大数据、人工智能，机器学习、数字营销技术，经过多年的持续研发和投资，不断增强自身在广告定位、产量优化和机器学习方面的能力，在垂直领域处于行业先进水平。

（2）公司积极开展技术研发在产业应用领域的落地，其中部分研发项目正在逐步试点或处于初步产业化阶段，尚未达到规模化应用。

上述研发项目研发阶段情况具体见附表一。

业务板块	涉及技术	研发成果	2019 年投入金额 (元)	2018 年投入金额 (元)	2017 年投入金 额 (元)
数据智能 应用与服务	大数据、机器学习、 区块链、边缘计算、 人工智能	PrettyData 大数据分析平 台、数知定制化申报与受理平 台等 50 项知识产权、软著。	19,143,898.78	17,511,558.00	7,344,995.53
智能通信 物联网业 务	5G、通信设施、智慧 物联	智慧灯杆可视化管理系统 V2.0 等、铁塔资源管理与运 营支撑系统 V1.0[TROS]等 10 项专利及软件著作权等。	5,541,648.71	1,627,252.90	12,337,847.83
智慧营销	大数据、人工智能、 机器学习、数字营销	广告平台投放速率控制系统 研发、广告平台信息流广告服 务系统研发等 8 项专利及软 件代码。	69,041,630.48	37,693,693.82	52,332,983.05
汇总			93,727,177.97	56,832,504.72	72,015,826.41

二、 公司在新基建相关领域的业务情况

“新基建”（包含 5G 基站、特高压、城际高速铁路和城市轨道
交通、新能源汽车充电桩、大数据中心、人工智能、工业互联网）受
国家政策强劲支持。公司将积极参与新基建建设，结合自身业务情况，
在 5G 网络、物联网建设及运营、人工智能应用等方面发力，全面提
升基础网络覆盖和承载能力，为数字经济提供网络基础设施。

1、构建 5G 技术基础、以智慧灯杆业务为载体的“SMILE 城市”
智慧城市平台产品，实现集城市安全（Safety）、运营管理
（Management）、信息共享（Information）、休闲娱乐（Leisure）、
环境生态（Environment）于一体的智慧化城市管理平台，助力城市
精细化治理和民生精准化服务，实现智能照明+5G 通信+环境监测+
城市管理+视频 监控+智能充电+位置服务+智慧交通+景区旅游+园
区+互联 网+物联网+大数据的一站式解决方案。从 2019 年开始，公
司陆续参与了雄安新区、北京什刹海智慧公园、西单文化广场智慧路

灯、金融街智能步道、怀柔新城杨雁路公交站台智能化改造、张家口冬奥会建设等项目。

2、大力推进通信基础设施的投资与运营业务，结合 5G+物联网，可做万物互联的复用。目前，通信基础设施业务拥有 4000 多基通信塔，主要业务包括通信基站站址的投资、建设、运营和维护，原有下游客户主要为三大通信运营商、铁塔公司、广告租赁公司以及其他物联网应用公司等。

3、打造领先的大数据资产整合服务商以及解决方案提供商，建设大数据中心，机房实施建设方案、网络资源池建设、计算资源池建设、存储资源池建设、云安全解决方案、虚拟化软件和云管理平台方案。搭建公司运维服务团队，服务于公司基础设施的流程管理、资源管理以及自动化与标准化管理。

4、开展大数据在信用产业的应用，公司已经成为国家发改委开展“双公示”评估、“信易+”服务和失信专项治理等工作的第三方信用服务团队，北京市经信局“北京市大数据行动计划”18 家单位之一，公司正在逐步建立以围绕公司大数据融合平台为核心的行业应用解决方案以及满足重点垂直行业应用的可持续、可运营的行业大数据应用平台。基于公司数据来源、数据建模、人才梯队的积累可为政府、企业、个人提供大数据资源及模型的支持，提供标准化、科学化的管理与应用，积极推进在营销、环保、信用、应急、扶贫等行业深度应用。 截止目前，公司信用团队已经开始为 16 个省、33 个城市提供信用服务，形成了国家、省、地市及县区的四级政府社会信用体系建

设服务能力，各类信用服务已经覆盖商务诚信、政务诚信、社会诚信和司法公信等全领域。公司已开始着手在北京建设信用产业园、信用产业创新中心、信用孵化器、信用数据专区、信用产业基金“五位一体”的北京信用产业发展模式。

5、打造国内领先的大数据人工智能营销平台。凭借优质数据，领先算法，整合媒介矩阵，专业运营能力，为客户提供专业的「大数据整合营销解决方案」与「品效合一的广告投放」服务，同时兼备系统开发及品牌搭建能力。

三、 布局新基建对公司财务状况和生产经营的影响

截至 2020 年 3 月 1 日，13 个省市发布了 2020 年重点项目投资计划清单，金额合计 33.83 万亿。新基建由狭义到广义又可以细分为四个层次：（1）5G、大数据、人工智能、云计算、物联网、区块链直接相关的基础设施，如 5G 基站、IDC 数据中心等；（2）电子化、智能化改造城市传统的基础设施，比如智慧城市、智慧交通；（3）新能源、新材料的配套基础设施，比如充电桩等；（4）科技园区、核心都市圈的城际高铁。短期内，可以直接受益的包括 5G 基建、大数据中心建设等投资。长期看，智慧城市、人工智能、大数据应用行业将获得巨大的发展空间。

公司已经布局新基建相关产业及技术，投入了大量人力物力，具备了一定的基础，尽管从短期来看，新基建的市场效应尚未体现，布局新基建意味着前期研发，业务试点、产业化布局的大量资金投入，会影响公司当期的现金流，同时新基建前期开展项目多为政府主导的

基础设施建设类项目，一般实施周期都比较长，客户都为各级政府，因此在应收账款的回收等方面周期比较长。从生产经营成果来看，短期还是以市场培育，资金投入为主，初期销售收入增长有限。

从长期来看，5G、物联网等方面建设会在相当长的一段时间保持持续高速增长。随着前期基础设施建设接近完成，大数据落地场景将逐渐清晰，未来发展趋势将偏向软件及平台的开发和探索落地更多的应用场景。目前，政府大数据的主要应用场景为社会治理。社会治理领域，政府大数据应用包括安防、交通、舆情、信用等领域，据赛迪测算，未来3年中国公共信用数字化市场将保持20.3%的平均增速，市场前景广阔。

“新基建”给公司的“人工智能”+“大数据”技术带来了巨大的历史机遇，将在人工智能产业造就十年一遇、现象级的高速增长，搭上“新基建”快车，公司发展也将获益匪浅。依托国家新基建政策利好的大背景，基于自身多年在新基建领域的布局和技术积累，以及在全国多省市的项目落地，同时利用5G、大数据、机器学习、数字营销、物联网、区块链、边缘计算、人工智能技术，在未来利用新基建领域相关建设，为公司获得更多业务机会，形成持续稳定的销售收入，实现公司业绩的不断提升。

14. 近期你公司包括总裁、副总裁、独立董事在内的多名高层人员发生变动。请说明公司目前管理层的稳定性和公司治理状况，上述人员的变动对内部管理和经营决策的影响，公司下一步的经营计划，

并分析公司是否存在内部控制失效的风险。

回复：公司于 2020 年 4 月 25 日披露《关于部分独立董事和高级管理人员变更的公告》(公告编号:2020-020),公司独立董事 Jonathan Jun Yan 先生、副总裁程华奕先生、田丰先生、Xiaodong Zhang（张晓东）均因个人原因申请辞去其担任的相关职务。辞职后，Xiaodong Zhang（张晓东）先生继续担任公司首席科学家，其他人员不继续在公司任职。

姓名	职务	任职日期	离任原因
张志勇	董事长, 董事（总裁）	2009/2/1	
陈鹏	董事	2018/10/15	
武利民	董事	2019/12/10	
朱莲美	独立董事	2016/12/5	
李焰	独立董事	2020/5/20 股东大会通过 后生效	
Jonathan Jun Yan	独立董事	2018/10/15	个人原因
范贵福	监事会主席	2013/7/8	
范贵福	监事	2009/2/1	
张朔	监事	2016/5/16	
朱娜	职工监事	2015/7/17	
张志勇	总裁	2018/10/15	职务调整
程华奕	副总裁	2017/5/19	个人原因
陈鹏	副总裁	2018/10/15	
田丰	副总裁	2018/10/15	个人原因
张晓东	副总裁	2018/10/15	职务调整
时忆东	财务总监	2016/1/20	
陈鹏	董事会秘书	2015/8/3	
陈利人	首席科学家	2018/10/15	
武利民	CEO	2020/4/25	
黄建华	总裁	2020/4/25	

本次公司的管理层调整主要是因为公司治理优化及业务结构升级等原因形成的正常人员职务变化。目前公司核心管理经营人员稳定，正在专注于公司的经营目标的执行。本次的人事调整将有利于进一步强化管理团队的执行力。

公司董事长、总裁张志勇先生辞去总裁职务，辞职后将继续担任董事长职务。张志勇先生辞去总裁职务是为了优化公司治理结构、加强公司内控建设、提高公司决策效率。随着公司规模扩大，为了适应建立现代企业制度的需要，确保公司法人治理结构规范运作，保证公司管理层贯彻执行和组织实施董事会决议，切实履行公司日常经营管理的职权职责，根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司治理准则》和《公司章程》等法律法规，公司对组织架构进行了优化调整，制定了《首席执行官（CEO）及总裁工作细则》，适用于首席执行官、总裁、副总裁、财务总监等公司经营高级管理人员。首席执行官对董事会负责，在董事会授权范围内对外代表公司行使经营责任和社会责任。总裁、副总裁及其他高级管理人员对首席执行官负责，协助首席执行官工作，负责各自分管的工作。公司将核心管理团队的建设更聚焦于核心业务的市场、资源以及企业运营管理能力等方面，优化核心团队的目标是进一步精简团队、提升运营效率。

经公司董事长张志勇先生提名，董事会聘任董事 Limin Wu（武利民）先生担任公司 CEO，聘任黄建华先生担任公司总裁职务，与董事会秘书和财务总监组成新的高管团队。公司根据实际发展需求重新聘任了高管人员，公司原高级管理人员离职前均办理了工作交接，前任高管离职不影响公司正常工作的开展。

公司独立董事 Jonathan Jun Yan 先生因个人原因辞职后，公司董事会提名李焰女士为公司独立董事，本次独立董事的任职资格待深

圳证券交易所审核无异议后提交公司股东大会审议通过即生效。在此期间，Jonathan Jun Yan 先生将继续履行公司独立董事、战略委员会召集人、薪酬与考核委员会及审计委员会委员的职责。

综上所述，新的核心团队的搭建使公司管理架构更精简、更趋合理，上述人员变动并未对公司稳定性造成影响，也未对公司内部管理和经营决策造成重大影响，亦不会对公司生产经营、重大决策、内部控制有效性等事项造成重大不利影响。公司治理结构严格按照公司严格按照《公司法》、《证券法》、《创业板股票上市规则》、《创业板上市公司规范运作指引》、《上市公司治理准则》以及有关的法律法规、规范性文件的要求，建立了以股东大会、董事会、监事会和管理层为主体的“三会一层”的治理模式，同时明确职责权限、议事规则，形成了权责分明、各司其责、相互制衡、协调运作的法人治理结构，为规范公司治理、提高决策水平、保护股东权益提供了制度保障。

公司在 2018-2020 年经营计划中，提出了“立足‘大数据基础+智能云’技术作为支撑，逐步将公司打造为一家以技术和数据作为驱动的大数据科技公司”的目标，通过大数据分析、用户画像并结合云计算及人工智能相关技术，实现在互联网、大数据和人工智能领域的多个细分行业进入领先地位。在三年规划的最后一年，作为数字经济时代的参与者，面对技术创新及普及的速度不断加快的现实情况，公司对未来的经营发展提出了一系列新的要求：致力于成为最专业的大数据服务提供商，为客户提供优秀的城市信息基础设施智慧化及城市精细化管理，实现公司业务布局及落地。经营层面，公司提出了 123^N

业务模式，即昨天的 1 个基础：新基建，今天的 2 个能力：互联网+数字经济（社群引导的共享经济），明天的 3^N 个应用（收益）。该业务模式衍生出的商业模式是一种基于新基建的数字经济可复制边际成本极低边际收益极高的蓝海模式。

在公司管理层带动下，公司将通过积极参与全国经济建设，秉承“政府引导、政企协力、落户本地、市场运作”的指导思想，通过自身在城域物联网基础设施的投资建设运营能力、大数据及人工智能赋能能力，以及在信用、环保、扶贫、应急、公安、交通、旅游、教育等垂直行业解决方案的支撑能力、海内外智慧城市先进方案的整合能力，打造共建、共享、共赢的产业新生态，以投资建设运营理念，助力各地政府招商引资、招才引智，真正落实城市信息基础设施智慧化及城市管理精细化。

公司按照风险导向原则确定纳入内控评价范围的主要单位、业务和事项以及高风险领域。纳入评价范围的主要业务和事项包括：公司治理结构、企业文化、人力资源管理、资金管理、采购与付款、销售与收款、财务管理及报告、固定资产管理、对控股子公司管理、关联交易、对外担保、重大投资、信息披露管理；重点关注的高风险领域主要包括：资金管理、采购与付款、销售与收款、财务管理及报告、固定资产管理、对控股子公司管理、关联交易、对外担保、重大投资、信息披露管理等。

2020年4月，公司根据集团发展情况对原有制度进行了更新、修订，公司管理层将严格按照公司各项规章制度执行经营计划，公司不

存在内部控制失效的风险。

15. 年报显示，公司本期以公允价值计量的金融资产变动损益约 1.05 亿元，主要原因是拉卡拉股票投资公允价值变动，“合并财务报表项目注释”中“其他权益工具投资”显示，投资拉卡拉（北京）信用管理有限公司期末余额 791 万元。请结合公司对拉卡拉的投资比例、持有意图等，说明两处披露不一致的原因，对拉卡拉投资的相关会计处理及公允价值变动的确认是否符合新金融工具准则的规定。

回复：近年来，基于战略发展考虑，公司参与投资了拉卡拉支付股份有限公司，同时参与设立了拉卡拉（北京）信用管理有限公司，相关情况如下：

（1）关于投资拉卡拉支付股份有限公司（以下简称“拉卡拉”）相关情况

2014 年 5 月，公司使用自有资金 1500 万元对拉卡拉支付股份有限公司进行投资。拉卡拉于 2019 年 4 月 25 日在深交所创业板上市，公司持有 155.16 万股股票。本次投资为战略性投资，互联网金融行业是目前中国发展最快，最具发展潜力的行业之一，通过投资拉卡拉，公司可以与拉卡拉建立并深化良好的业务合作机会，分享行业未来高速发展所带来的投资收益。

截至 2019 年 12 月 31 日，公司持有拉卡拉股票的市值为 121,754,052.00 元。根据财政部 2017 年 3 月对《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的规定，“金融资产”会计政策所示“本公

司将同时符合下列条件的金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产：①本公司管理金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；②该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。” 2019 年，公司对该项投资按照新修订的准则进行了确认，其中市值较上年余额约 1.05 亿元的变动的计入“公允价值变动损益”。公司对拉卡拉的相关会计处理及公允价值变动的确认符合新金融工具准则的规定。

（2）关于投资拉卡拉（北京）信用管理有限公司（现名“考拉昆仑信用管理有限公司”）相关情况

2014 年 9 月，公司使用自有资金 750 万元与四家公司联合设立了拉卡拉（北京）信用管理有限公司，后更名为“考拉昆仑信用管理有限公司”（以下简称“考拉信用”）。考拉信用主要从事个人和小微企业信用状况评估业务。考拉信用是国家发改委“信用中国”个人信用信息授权查询渠道之一，是北京市经信委首批“信用大数据创新试点应用示范项目”单位，是全国首批“综合服务机构试点单位”。2018 年 1 月，中国互联网金融协会和考拉信用等八家征信机构，共同发起成立百行征信有限公司。考拉信用作为发起人及董事之一，积极支持百行征信的发展，全力促进信用行业健康有序运行。

基于战略考虑，公司投资考拉信用旨在抓住国内的社会信用市场化的契机，积累信用领域的行业经验，与公司数据服务、信息资源整合，为公司拓展新的业务机会。经过多年的积累，在信用业务领域，公司成为全国首批 26 家综合信用服务机构试点单位之一以及北京大

数据行动计划首批数据合作单位之一，将通过智慧信用在政务、行业等多领域的应用，加快在全国信用体系建设的推广力度。同时，公司正在通过与内生的环保、扶贫等业务的有机结合，推动环保信用、扶贫信用等城市信用体系的完善。未来，公司和考拉信用在信用管理的领域存在广泛的合作空间，同时也为公司信用业务开展提供了良好的支撑。

公司的会计政策规定：“对于非交易性权益工具投资，本公司可在初始确认时将其不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产。该指定在单项投资的基础上作出，且相关投资从发行者的角度符合权益工具的定义”。公司投资考拉信用是出于战略目的计划长期持有的投资，根据企业会计准则的规定将其指定为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，截止 2019 年 12 月 31 日，该公司的公允价值为 791 万元。公司对考拉信用的相关会计处理及公允价值变动的确认符合新金融工具准则的规定。

16. 请补充披露年报“资产构成重大变动情况”部分中，同比增减变动比例超过 30%的项目，结合公司本期有关运营能力、偿债能力等相关的财务数据，说明大幅变动的主要影响因素。

回复：“资产构成重大变动情况”变动比例超过 30%的项目如下：

科目	2019/12/31	2019/1/1	变动比例	变动原因
交易性金融资产	121,754,052.00	16,338,348.00	645.20%	交易性金融资产主要是公司持有的拉卡拉股票。2019 年公允价值变动主要原因是拉卡拉股票上涨所致。
应收账款	2,951,967,831.92	1,997,826,729.42	47.76%	2019 年公司业务板块方面：（1）在智能通信物联网领域，公司对通信塔进行业务结构调整，加大了通信塔销售和通信基础设施租赁运营项目源储备力度；同时公司积极

				拓展在智慧物联网业务的布局，完成了多个智慧园区建设，目前项目均已完工，款项尚未收回；（2）在智慧营销领域，公司继续稳步推进业务稳步发展，相关业务已经完成，款项正在陆续回收中；（3）在数据智能应用和服务板块，公司承接了环保、政务等大数据服务业务，以及在智慧营销客户的数据优化、分析等业务，项目均已完工，款项尚未回收。上述业务结构调整和升级，导致应收账款的余额较上年年末增加较为明显。
预付款项	1, 173, 406, 540 . 09	720, 050, 619. 8 2	62. 96%	主要是公司根据战略发展方向和行业发展趋势，加大了对数据流量和媒体流量资源的采购和布局所致。
其他应收款	356, 999, 077. 1 5	196, 099, 885. 5 8	82. 05%	主要是由于公司因签订股权转让协议收购少数股东持有公司孙公司少数股东份额，截至 2019 年末公司尚未完成股权交割事项所致。
存货	91, 919, 331. 57	416, 666, 437. 2 9	-77. 94%	主要是公司对通信塔产品销售业务进行调整，采购原材料减少，同时加大了库存通信塔等产品销售力度所致。
长期股权投资	15, 740, 432. 92	8, 614, 570. 10	82. 72%	主要是公司追加投资参股子公司北京诺信云网公司所致。
在建工程	28, 501, 774. 72	79, 317, 342. 39	-64. 07%	主要是公司自建用于租赁通信基础设施项目完工转入固定资产项目所致。
开发支出	214, 596, 758. 7 4	136, 183, 316. 4 1	57. 58%	主要是因为公司为保障持续核心竞争力，公司在大数据挖掘分析技术、数字营销、人工智能技术、机器学习、数据可视化等前沿技术应用领域重点投入，研发人员、研发投入持续增长所致。

17. 请补充说明“合并财务报表项目注释”中“营业外收入——无法支付的款项”对应事项的具体内容及形成原因。

回复：“合并财务报表项目注释”中“营业外收入——无法支付的款项”为报告期期末公司及其子公司对于无法支付的应付账款予以核销的款项，具体情况如下：

应付款项单位	无法支付的应付款项 （单位：元）
江苏健德铁塔有限公司	1, 969, 111. 12
北京鼎元信广科技发展有限公司	1, 526, 000. 96
数知科技股份有限公司	518, 236. 47
其余子公司等	66, 808. 28
合计	4, 080, 156. 83

上述应付账款为业务合同尾款，应付账龄均在 5 年及以上。经过

与业务部门确认，上述款项无需进行支付。因此，公司将上述不需支付的应付账款确认“营业外收入——无法支付的款项”。

特此公告。

北京数知科技股份有限公司

董事会

2020年5月13日