

广东省广告集团股份有限公司 关于深圳证券交易所问询函的回复公告

本公司及董事会全体成员保证公告内容真实、准确和完整，公告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

广东省广告集团股份有限公司（以下简称“公司”）于 2018 年 2 月 28 日收到深圳证券交易所下发的《关于对广东省广告集团股份有限公司的问询函》（中小板问询函【2018】第 233 号），现就问询函中的相关问题回复如下：

问题一、2017 年 10 月 25 日，你公司披露的《2017 年第三季度报告正文》中预计 2017 年度归属于上市公司股东的净利润（以下简称“净利润”）区间为 6,112 万元至 18,337 万元。2018 年 2 月 28 日，你公司披露了《2017 年度业绩快报及业绩预告修正公告》和《关于 2017 年度计提资产减值准备的公告》，你公司 2017 年计提资产减值准备合计 68,177.03 万元，同时将 2017 年预计净利润修正为亏损 18,506 万元。请补充披露你公司计提资产减值准备的具体情况，包括但不限于你公司实施的减值测试程序、判断依据及合理性。

回复如下：

公司 2017 年计提的资产减值准备主要包括两部分，一部分为由于广告业务市场竞争加剧，公司控股的部分子公司经营业绩下滑而计提的商誉减值准备，另一部分为受宏观因素影响，公司中小客户的应收款项回收风险加大，预计未来可收回金额低于账面价值而计提相应的应收款项坏账准备。

对于商誉减值准备的计提，公司严格按照会计准则规定的要求，对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试，根据测试结果计算的可回收金额与账面价值的差异确认为商誉的减值准备。本次减值测试的主要工作由北京中科华评估有限公司实施，管理层对评估结果评价与讨论后作出审慎的判断。

公司 2017 年末计提应收款项坏账准备大幅增加的原因包括行业应收款项普遍较高的原因以及信用风险增加的原因。广告营销行业存在普遍的垫资现象，因此行业应收款项普遍较高。信用风险增加主要是受宏观因素影响，中小广告主的资金压力进一步加大，部分业务的结算周期延长使得公司的回款周期变长，预期部分业务的实际回款率以及回款进度将下降。因此公司于本期末，在全面考虑集团主要客户的信用风险，以及对其偿债能力作出识别与评估，判断对其应收款项的可回收性，进而有针对性地对部分客户作出谨慎的坏账准备计提。本年度公司应收款项坏账准备的计提是从业务实际出发、是符合会计准则要求的，主要采用信用风险特征组合的计提方法以及采用账龄分析法计提方法进行测算。此外，应收款项坏账准备的计提并不意味着应收款项无法收回，公司管理层将对应收款项采用严格的管理手段催收以减少公司的实际损失。而日后收回相关的应收款项后，将作坏账准备冲回处理。

综上所述，公司 2017 年度拟计提的资产减值准备合计 68,177.03 万元，占公司 2016 年度经审计的归属于上市公司股东的净利润绝对值的比例 111.54%，其中，2017 年拟计提的应收款项减值准备金额为 46,314.89 万元，占公司 2016 年度经审计的归属于上市公司股东的净利润绝对值的比例 75.77%；2017 年拟计提的商誉减值准备金额为 19,675.17 万元，占公司 2016 年度经审计的归属于上市公司股东的净利润绝对值的比例 32.19%。根据《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引》的规定，公司本次计提资产减值准备需提交董事会和监事会审议，公司已于 2018 年 2 月 26 日召开第四届董事会第九次会议和第四届监事会第七次会议审议通过了《关于公司 2017 年度计提资产减值准备的议案》，并由董事会对公司 2017 年度计提资产减值准备的合理性进行了说明。

年审会计师对公司坏账准备计提的意见如下：

经我们初步审核，公司拟计提的资产减值准备合计 68,177.03 万元，其中公司 2017 年度预计计提坏账准备合计 46,314.89 万元，2017 年预计计提的商誉减值准备金额为 19,675.17 万元。公司本次计提资产减值准备需提交董事会和监事会审议，公司已于 2018 年 2 月 26 日召开第四届董事会第九次会议和第四届监事

会第七次会议审议通过了《关于公司 2017 年度计提资产减值准备的议案》，并由董事会对公司 2017 年度计提资产减值准备的合理性进行了说明。公司本次商誉减值测算过程合理，符合会计准则有关减值计提规定的要求。公司主要采用信用风险特征组合评价方法以及账龄分析法对应收款项坏账准备作出计提，公司应收款项的账龄划分方法与前期一致，对应收款项坏账准备的计提符合公司会计政策和会计估计的规定。

问题二、你公司在三季度报告中对 2017 年度全年业绩进行预告时，是否充分考虑了上述资产减值准备的影响；如否，请说明原因及其合理性。

回复如下：

公司在第三季度报告中对 2017 年度全年业绩进行预告时已经考虑了所收购个别标的公司商誉减值的影响以及业务回款的影响因素。此外在三季报中对全年业绩预测时，公司在前三季度已经完成业绩的基础上结合对第四季度的经营目标和回款目标进行了初步的预测，并且责成相关业务部门加大工作力度，务必完成全年的经营目标和回款目标。

但是进入 2017 年四季度以来，中小广告主的资金压力超出了公司当初的预计，业务的结算进度和回款进度都受到不同程度的影响，尽管公司管理层已经努力去实现目标，但受行业状况和中小广告主资金压力的双重影响下，遗憾未如期完成。公司 2017 年业绩与原预测下滑，主要原因是回款低于预期导致应收款项坏账准备计提金额超出当初的判断。应收款项占比高、回款周期长是广告营销行业的普遍特征，由于公司近年来业务规模快速扩大，应收款项余额也大幅上升，因公司采用账龄分析法计提坏账准备，账龄时间越长计提坏账比例越高，因此业务的回款金额和速度直接影响了公司坏账准备的计提金额，进而直接影响公司的净利润。而四季度的回款不达预期，导致公司全年业绩预测出现较大调整，但应收款项按账龄计提坏账准备并不表示应收款项无法收回，日后收回款项后会将之前计提的坏账准备冲回。

问题三、你公司认为需要说明的其他情况。

回复如下：

经公司全面自查，公司无其他应予以说明而未说明事项。公司董事会对本次业绩预告修正给投资者带来的不便致以诚挚的歉意，今后公司将进一步加强业绩预告前瞻性管理，更加谨慎、合理制定经营目标，尽可能降低业绩预测误差。

特此公告

广东省广告集团股份有限公司

董 事 会

二〇一八年三月八日