证券代码：603268　　证券简称：松发股份　　公告编号：2020 临-024

广东松发陶瓷股份有限公司关于上海证券交易所对公司 2019 年年度报告的信息披露监管工作函回复的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担个别及连带责任。

广东松发陶瓷股份有限公司(以下简称“公司”)于 2020 年 6 月 3 日收到上海证券交易所出具的《关于广东松发陶瓷股份有限公司 2019 年年度报告的信息披露监管工作函》(上证公函[2020]0651 号)(以下简称“工作函”)，要求公司对 2019 年年度报告相关问题作补充披露。根据上交所要求，公司已认真核查工作函中所提及的业务和事项，现做回复如下：

一、关于公司经营情况

公司主营陶瓷制品、在线教育直播服务业务，2019 年实现营业收入 5.80 亿元，归属于上市公司股东的净利润 2,841 万元，分别同比下降 1.8%、24.5%。

1、年报披露，公司陶瓷业务营业收入 5.02 亿元，同比下降 1.56%，毛利率 26.56%，同比减少 4.71 个百分点，毛利率下降主要系产品降价，半成品采购增加，以及募投项目投产使得原材料投入、折旧费用增加。请公司补充披露：(1)结合陶瓷产品结构特点、销售价格变动情况，说明产品价格变动对陶瓷业务毛利率的具体影响，并与同行业公司进行比较；(2)新增募投项目投产对折旧费用、产能的具体影响，以及公司在产能提升的情况下，增加半成品采购的必要性；(3)结合主要原材料采购数量、采购价格、消耗量及同比变化情况，说明原材料投入对陶瓷业务毛利率的具体影响。

【公司回复】

(1)结合陶瓷产品结构特点、销售价格变动情况，说明产品价格变动对陶瓷业务毛利率的具体影响，并与同行业公司进行比较。

公司 2019 年度陶瓷业务收入 502,061,138.43 元，同比下降 1.56%，毛利率 26.56%，同比减少 4.71 个百分点，具体分产品情况如下：

单位：元

主营业务分产品情况						
分行业	营业收入	营业成本	毛利率(%)	营业收入比上年增减(%)	营业成本比上年增减(%)	毛利率比上年增减(%)
陶瓷行业	502,061,138.43	368,720,279.27	26.56%	-1.56%	5.19%	-4.71%
其中：						
日用瓷	456,800,536.63	340,625,584.86	25.43%	-4.92%	2.13%	-5.15%
精品瓷	45,260,601.80	28,094,694.41	37.93%	53.16%	65.22%	-4.53%

① 陶瓷产品的结构特点

公司日用瓷产品的种类繁多，器型尺寸跨度大，设计开发更新快，花面种类多，日常因销售客户订单的配置不同及需求不同，配头包装的要求差异，导致各年度的生产器型、花面、种类、大小数量存在差异，生产成本不同及价格变动对毛利率带来一定的影响。

② 销售价格变动

公司日用瓷和精品瓷的销售渠道主要是连锁商超、酒店餐饮、电商平台和礼品定制渠道。连锁商超和电商渠道竞争激烈，消费者对日用陶瓷产品的品牌意识不强，同类产品比价效应明显，渠道平台基于自身运营需求与公司协商价格调整；礼品定制因为市场选择渠道增加和材质选择多元化，公司会根据市场情况给予一定的价格优惠。公司上述价格的调整是基于维持公司合理毛利率的前提，综合巩固市场及开拓业务新增长点等因素做出的。2019 年度公司陶瓷行业的毛利率为 26.56%，保持正常的毛利率水平。

2019 年度公司价格出现下降的主要产品以大类归集及按照 2018 年度相同明细产品的售价进行模拟测算的明细如下：

品种大类	2019 年销售数量(只/套)	2019 年销售金额(元)	按 2018 年售价模拟销售金额(元)	销售收入影响金额(元)
碗	3,174,909.00	24,222,107.45	26,815,397.20	-2,593,289.75
杯	2,597,994.00	21,458,681.85	23,874,448.42	-2,415,766.57
盘	2,560,313.00	21,074,715.41	24,815,849.41	-3,741,134.00
餐具	250,566.00	17,023,714.74	18,937,658.31	-1,913,943.57
合计	8,583,782.00	83,779,219.45	94,443,353.34	-10,664,133.89

从上表可以看出，因售价的变动，上述产品为公司贡献的营业收入有所下降，如按照 2018 年相同明细产品的售价进行测算，可以增加 2019 年度的销售收入金额为 10,664,133.89 元，占 2019 年度陶瓷行业营业收入(502,061,138.43 元)的 2.12%，所以部分产品售价的下降，导致公司毛利率的下降。

③ 同行业毛利率比较

同行业毛利率分析如下：

时间	四通股份	文化长城	本公司
2019 年	30.18%	27.04%	26.56%
2018 年	27.49%	32.20%	31.27%

注：上市公司数据来源于各公司披露的 2019 年年度报告。

2018 年度公司陶瓷产品毛利率为 31.27%，2019 年度公司陶瓷产品毛利率为 26.56%，毛利水平波动处于正常范围。公司 2019 年度因价格变动及成本上升的影响，导致毛利率下降。

(2)新增募投项目投产对折旧费用、产能的具体影响，以及公司在产能提升的情况下，增加半成品采购的必要性。

① 新增募投项目投产对折旧费用、产能的具体影响

公司于 2015 年 9 月 7 日召开 2015 年第一次临时股东大会，审议通过了《变更年产 2,300 万件日用陶瓷生产线建设项目实施主体和实施地点并向全资子公司增资的议案》。为降低公司经营成本、提高公司营运效率，公司将“年产 2,300 万件日用陶瓷生产线建设项目”资金投入到全资子公司潮州市雅森陶瓷实业有限公司(以下简称“雅森实业”)，不改变募集资金投资项目的建设内容和方式。为符合项目建设的要求，雅森实业需拆除原有的部分厂房和设备重新建设。该项目投资总额为 95,009,663.45 元，至 2018 年 12 月建设完成，交付使用，结转入固定资产。

按照“年产 2,300 万件日用陶瓷生产线建设项目”投产第一年达到设计能力的 50%，第二年达到设计能力的 80%，第三年达到设计产能的 100%的规划，该项目处于产能、效益提升阶段，尚未达到预计产能。2019 年度该项目预计产能 1150 万件，即项目投产第一年达到设计能力的 50%，实际产量 1512.19 万件，处于产能逐步提升的过程中。该项目 2019 年度新增累计折旧 3,795,212.91 元，影响当年完工产品成本。

② 增加半成品采购的必要性

公司采购的半成品主要是规整通用类器型，用于订单配套销售，产品及工艺技术要求不高、需求量大、器型单一(如圆碗、小碟、圆盘、勺、马克杯等白胎瓷)的产品。即公司将购入的白胎瓷通过花样设计、检选、修整、贴花、烤花等工艺加工后，用于订单的配套销售及单一器型类客户的销售。

公司增加半成品白胎瓷对外采购是公司现阶段产能补充及满足产品订单及时交货的需要：

a.新增酒瓶订单的影响

公司于 2019 年 1 月 11 日披露了《广东松发陶瓷股份有限公司关于签订战略合作框架协议的公告》(2019 临-001)：2019 年 1 月 9 日，公司与上海高诚创意科技集团有限公司(以下简称“高诚创科”)签订《战略合作框架协议》，双方就陶瓷酒瓶产品的开发、生产及运营进行合作。公司应当确保必要的合作生产场地、生产所需设备，并且协调内部资源，以满足高诚创科的产能需求。公司为了满足高诚创科的采购需求，对原有的生产场所进行重新调整，占用了部分内销产品生产线专门用于酒瓶订单的生产。

b.内销订单特点的影响

公司自产产品多为特异型创意产品，主要以外销为主，而外购半成品主要为规整通用器型产品，更多面向境内市场。公司主要内销客户为连锁商超、电商平台、星级酒店、餐饮业、礼品定制及家庭个人等，内销产品订单具有多品种、多规格、多批次、少批量等特点，此类订单中的陶瓷杯、陶瓷盘等白胎瓷制造工艺相对简单、器型具有一定的通用性，通过集中对外采购以实现配套生产，可以确保相关订单及时交付，同时使得公司产能可以满足特异型创意产品的生产，确保外销订单交货时间，符合公司生产模式及经营需要。

(3)结合主要原材料采购数量、采购价格、消耗量及同比变化情况，说明原材料投入对陶瓷业务毛利率的具体影响。

公司报告期内主要原材料采购数量、采购价格同比变化情况：

名称	单位	2019 年			2018 年			采购均价同比
		采购数量	均价	金额(元)	采购数量	均价	金额(元)	
瓷泥	公斤	23,545,489.61	1.11	26,218,800.91	31,849,811.84	1.07	34,219,146.21	3.74%
燃气	kg/m³	9,782,005.70	3.41	33,388,708.96	12,703,888.04	3.70	47,032,106.51	-7.84%
包装材料及配件	只/套	12,798,503.97	3.06	39,107,055.96	19,837,898.99	2.97	58,882,312.10	3.03%
合计		-	-	98,714,565.83	-	-	140,133,564.82	-

公司报告期内完工产品主要原材料消耗量同比变动情况：

名称	单位	2019 年			2018 年			耗用量同比	耗用金额同比
		完工产品耗用量	均价	金额(元)	完工产品耗用量	均价	金额(元)		
瓷泥	公斤	23,219,351.59	1.04	24,202,784.42	27,544,275.50	1.06	29,317,323.45	-15.70%	-17.45%
燃气	kg/m³	9,118,793.38	3.43	31,235,784.98	11,185,724.70	3.67	41,024,802.85	-18.48%	-23.86%
包装材料及配件	只/套	14,477,599.22	3.13	45,260,979.96	17,709,839.04	2.88	50,969,574.00	-18.25%	-11.20%
合计		-	-	100,699,549.36	-	-	121,311,700.30	-	-

从上表可以看出，公司 2019 年度自产产品较 2018 年度有所减少，主要原材料中瓷泥、燃气的耗用数量也相应减少，其中瓷泥在完工产品中的耗用量同比减少 15.70%，燃气同比减少 18.48%；包装材料及配件同比减少 18.25%，系外购白胎瓷需要公司自行包装及各年度因产品类型不一样，需要用的包装物规格及数量不尽相同所致。

因公司募投项目处于产能、效益提升阶段，尚未达到预计产能，本年度公司新增酒瓶订单，对原有的生产场所进行重新调整，占用了部分内销产品生产线，专门用于酒瓶订单的生产及为满足产品订单及时交货的需要，公司本年度增加规整型通用器型半成品的采购，导致自产产品有所下降。2019 年度外购产品金额为 127,735,464.68 元，平均采购单价为 3.37 元，而 2018 年度外购产品金额为 136,913,655.65 元，平均采购单价为 2.95 元，2019 年度采购单价较 2018 年度增长 14.24%，采购成本上升，从而导致毛利率的下降。

【会计师意见】

主要核查程序：

(1)获取公司销售收入明细账、销售成本明细账，分析复核同类产品的销售单价、销售毛利率；

(2)检查陶瓷产品成本计算表、入库单、领料单、出库单、工资表、水电费耗用表、采购合同、发票、付款单据等原始资料，与本期明细账、记账凭证相核对，核查产品成本归集及结转的是否真实以及相关会计核算的是否合规；

(3)查询同行业可比上市公司年度报告等文件，分析公司与同行业可比上市公司毛利率波动对比情况；

(4)获取外购半成品采购合同、明细账、入库记录等原始资料，分析复核外购半成品的采购金额、采购数量、型号、平均采购单价等；

(5)对存货的出入库情况执行截止性测试，核实产品成本费用核算是否存在跨期的情况，核实存货的真实性、完整性。

基于我们所实施的核查程序，没有发现上述说明中与财务报告相关的信息，与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

2、年报披露，公司积极巩固陶瓷产品出口业务，2019 年实现境外收入 3.75 亿元，同比微增 0.08%，期末应收境外客户款项 8,252 万元。请公司补充披露：(1)公司境外业务经营模式，包括产品品类、销售方式、结算方式、收入确认政策、信用账期制度等；(2)公司境外应收款项对应主要客户资信情况、欠款余额、是否在信用期限以内，以及是否存在无法收回的风险；(3)公司对境外业务采取的风险控制措施，实际执行效果，可能存在的风险以及公司拟采取或已采取的应对措施。

【公司回复】

(1)公司境外业务经营模式，包括产品品类、销售方式、结算方式、收入确认政策、信用账期制度等。

① 产品品类及销售方式

公司外销产品主要是中高档陶瓷和强化瓷产品，客户群体主要为经销商、连锁商超及酒店等。公司通过设立展示中心、设立销售专柜、参与展会及利用电子商务平台等多种方式开拓销售业务。从分布区域来看，公司产品主要销往北美洲、澳大利亚、欧洲、东南亚等国家及地区。

② 结算方式

公司外销产品的结算货币主要为美元，通过银行转账、信用证等形式收取货款。

③ 外销收入确认政策

根据合同条款，当产品运达指定的出运港口或地点，公司对出口货物完成报关及装船后，出口产品所有权上的风险和报酬已经转移，与销售产品相关的收入和成本能可靠计量，公司确认外销收入。

④ 境外客户信用账期制度

外销客户是公司的重要客户群，许多重要客户与公司合作时间较长，建立了良好的合作关系。公司凭借多年的经营管理经验，制定了《国际营销部客户分级制度》，根据销售额、信用记录及合作期限等维度将外销客户分类为 A、B、C 和 D 四个级别。不同等级的客户给予不同的信用政策如下：

级别	结算方式和信用要求
A	信用期限为月结 3 至 6 个月，最大限度满足客户的要求，为客户提供最优质服务，每周至少联系 1 次；
B	信用期限为月结 3 个月，尽量满足客户的要求，为客户提供优质服务，每半月至少联系 1 次；
C	客户需先付 10%-30%的定金，信用期限为月结 3 个月，尽量满足客户的要求，为客户提供优质服务，每半月至少联系 1 次；
D	客户需先付 10%-30%的定金，信用期限为月结 2 个月，每月至少联系 1 次，满足客户合理要求的同时，对于有发展前途的客户要细心培育，逐步淘汰个别销售额小且忠诚度低的客户。

(2)公司境外应收款项对应主要客户资信情况、欠款余额、是否在信用期限以内，以及是否存在无法收回的风险。

公司境外应收款项对应的主要客户情况如下表：

单位：万元

序号	单位	简介	2019 年期末应收余额	资信级别	其中逾期金额	逾期期后回款金额	逾期金额期后回款比例
1	第一名	该公司为连锁商超客户，销售区域主要为英国	970.21	A	-	-	-
2	第二名	该公司为连锁商超客户，销售区域主要为澳大利亚	726.24	A	57.02	57.02	100.00%
3	第三名	该公司主要从事陶瓷贸易，销售区域主要为美国、加拿大	672.35	A	-	-	-
4	第四名	该公司主要从事陶瓷贸易，销售区域主要为欧洲、北美	640.15	A	-	-	-
5	第五名	该公司主要从事陶瓷贸易，销售区域主要为欧洲、北美	630.14	A	86.37	86.37	100.00%
合计			3,639.09	-	143.39	143.39	

注：逾期期后回款金额为截至本信息披露监管工作函回复日的回款金额。

由上表可见，公司境外应收款项对应的主要客户资信情况良好，大部分的应收余额均在信用期内，存在金额较小的逾期，且期后均已收回，不存在应收账款无法收回的风险。

(3)公司对境外业务采取的风险控制措施，实际执行效果，可能存在的风险以及公司拟采取或已采取的应对措施。

公司通过多年的外销业务经验积累，制定了多项措施对境外业务可能存在的风险进行管控，具体措施如下：

①公司定期综合考虑客户历史合作情况、销售及回款情况、第三方信用报告等因素，根据《国际营销部客户分级制度》，对客户进行信用评级；

②财务部会同营销中心定期与客户进行对账，保证应收账款金额的准确性；

③财务部定期编制账龄分析表，统计逾期应收账款明细，并会同营销部分析逾期应收账款形成的原因，是否存在无法收回的风险。营销部根据逾期情况及逾期金额并结合客户的信用等级相应采取催收措施，对逾期较长或逾期金额较大的客户采取限制销售等方式督促回款；

④建立健全员工考核制度，对营销部设立客户满意度、回款及时性等考核指标；

⑤公司及其子公司潮州市联骏陶瓷有限公司(以下简称“联骏陶瓷”)和深圳市嘉和陶瓷有限公司(以下简称“深圳嘉和”)均向中国出口信用保险公司购买了短期出口信用保险中小企业综合保险，就买方拒收风险、客户拖欠和破产风险、政治风险及信用证风险进行了保障，赔偿比例为 90%，其中：公司保险金额为 1,800.00 万美元、赔偿限额为 162.00 万美元，联骏陶瓷和深圳嘉和目前保险金额为 3,000.00 万美元、赔偿限额为 220.00 万美元。

综上，公司已制定了多项行之有效的措施，在日常业务中严格执行，以规避外销业务中可能存在的风险，确保了外销业务的顺利开展及应收款项的顺利回收。

【会计师意见】

主要核查程序：

(1)通过查阅公司相关销售合同、获取收入确认的相关会计政策及访谈管理层等方式，评估外销收入确认原则是否符合企业会计准则的规定；

(2)针对公司境外销售，采取抽样方法检查销售合同、销售订单、销售发票、报关单、货运装船提单等，并通过商务局及电子口岸系统获取及检查出口销售收入数据；

(3)访谈公司管理层及营销部员工，了解主要外销客户与公司的合作情况、结算方式，检查及分析应收款项对应主要客户资信情况、欠款余额、逾期情况及期后回款情况，分析公司是否存在货款难以收回的情形；

(4)采取抽样方法，选取公司主要外销客户函证 2019 年度的销售金额及期末应收账款余额、预收款项余额；

(5)抽取资产负债表日前后确认的大额外销收入，实施截止性测试，评估收入是否在恰当的期间确认。

基于我们所实施的核查程序，没有发现上述说明中与财务报告相关的信息，与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

3、年报披露，公司在线教育直播服务业务主要分布在子公司北京醍醐兄弟科技发展有限公司(以下简称醍醐兄弟)，2019 年实现营业收入 7,533 万元，同比下降 4.58%，毛利率 82.46%，同比提高 3.61%，主要系应摊销的专利费用减少。报告期内，醍醐兄弟实现净利润 4,156.08 万元，低于业绩承诺 68.92 万元，且其向关联方北京大米科技有限公司(以下简称大米科技)提供技术服务金额 6,966 万元，同比微增，占同类业务比例 92.49%。关联关系认定主要依据醍醐兄弟原实际控制人之一陈广涛之妻持有大米科技 1.61%股权并担任该公司董事。请公司补充披露：(1)专利费用摊销涉及专利技术名称、权属，公司购买专利使用权限范畴、使用期限、交易金额、摊销金额确认等，以及是否可能存在被要求终止使用的风险；(2)公司与大米科技合作安排，包括合作背景、具体业务内容、交易定价、有关合同期限、续约条件等，是否可能存在单一客户依赖风险，以及公司已采取或拟采取的应对措施；(3)补充披露醍醐兄弟主要财务数据、盈利水平及同比变化情况，并与同行业公司进行比较说明合理性。

【公司回复】

(1)专利费用摊销涉及专利技术名称、权属，公司购买专利使用权限范畴、使用期限、交易金额、摊销金额确认等，以及是否可能存在被要求终止使用的风险。

醍醐兄弟无形资产为软件著作权，涉及明细如下：

单位：万元

软件名称	金额	取得时间	摊销年限	2018 年度摊销金额	2019 年度摊销金额
多贝云小班教室系统	163.80	2016/06/21	3 年	80.96	33.73
社群课系统	298.02	2016/08/12	3 年	137.81	80.39
多贝云回放导出系统	256.81	2016/09/30	3 年	115.15	76.77
合计	718.64	-	-	333.92	190.89

上述软件著作权详细证载信息如下：

序号	软件名称	登记号	著作权人	版本号	开发完成日期
1	多贝云小班教室系统	2017SR100460	北京多贝兄弟信息技术有限公司	V1.0	2016-06-21
2	社群课系统	2017SR104042	北京多贝兄弟信息技术有限公司	V1.0	2016-08-12
3	多贝云回放导出系统	2017SR100268	北京多贝兄弟信息技术有限公司	V1.0	2016-09-30

如上表所示，该等软件著作权的著作权人为醍醐兄弟之全资子公司北京多贝兄弟信息技术有限公司，软件著作权的保护年限是 50 年，使用年限会根据公司业务开展情况而决定，不存在被要求终止使用的风险。

(2)公司与大米科技合作安排，包括合作背景、具体业务内容、交易定价、有关合同期限、续约条件等，是否可能存在单一客户依赖风险，以及公司已采取或拟采取的应对措施。【注：本题回复中的“公司”特指“醍醐兄弟”】

① 合作背景

公司自主研发了“多贝云教室”(原名“网校通”)和“麒麟云教室”，其主要提供针对在线教育行业的全球网络直播通讯加速系统和在线教室解决方案。北京大米科技有限公司(品牌为 VIPKID，以下简称“大米科技”)作为国际领先的少儿在线教育品牌，其业务模式为聘请居住在北美的外教对中国学员进行在线授课，因此其业务模式对中美之间跨洋互联网网络的稳定性、连通性和负载性能均有极其苛刻的高标准要求，而公司从 2011 年开始研发的全球加速网络技术和互动教室系统能够提供满足大米科技业务标准的技术服务，从 2013 年起至今，双方一直处在稳定的合作中。

② 具体业务内容

A. 业务一：多贝云教室(原名“网校通”)有关的网络服务

a. 业务内容：公司利用服务器及相关软件(即“多贝云教室”)为大米科技提供网络课程所需要的网络加速服务和在线教室系统。在大米科技使用多贝云教室的过程中，需要公司持续提供网络加速和在线教室系统所需要的更新研发及日常运维服务。

b. 交易定价：大米科技支付的服务费预先充值至多贝云教室系统中，具体收费标准为根据使用的教室类型课次数不同，根据教室类型每课次扣费 0-2 元不等。

c. 合同期限：2013 年 12 月 11 日初次签署合同，未指定结束日期；2017 年 3 月 30 日合同更新，有效期 1 年，即自 2017 年 3 月 30 日起至 2018 年 3 月 29 日；到期后续签该合同，合同有效期限为 2 年，即自 2018 年 3 月 30 日起至 2020 年 3 月 29 日止；到期后续签该合同，合同有效期为 2020 年 3 月 30 日至 2020 年 12 月 31 日止。

d. 续签条件：在有效期届满前协商续签事宜。

B. 业务二：“麒麟公有云在线教室”有关的网络服务

a. 业务内容：公司利用服务器及相关软件(即“麒麟公有云在线教室”)为大米科技提供升级版在线教室所需要的网络加速服务和在线教室系统。在大米科技使用麒麟公有云在线教室的过程中，需要公司持续提供升级版在线教室的更新研发及日常运维服务。

b. 交易定价：大米科技支付的服务费预先充值至麒麟公有云教室系统中，具体收费标准为根据使用的教室类型课次数不同，根据教室类型每课次扣费 0-2 元不等。

c. 合同期限：2017 年 10 月 1 日签署合同，合同有效期 1 年，即自 2017 年 10 月 1 日起至 2018 年 9 月 30 日；到期后续签该合同，合同有效期限为 3 年，即自 2018 年 10 月 1 日起至 2021 年 9 月 30 日止。

d. 续签条件：未进行明确约定。

C. 业务三：“麒麟私有云在线教室”有关的网络服务

a. 业务内容：公司在大米科技指定的其私有服务器及网络环境内部署网络加速系统和在线教室系统(即“麒麟私有云在线教室”)，为大米科技提供网络直播课程所需要的相应技术功能。在大米科技使用麒麟私有云在线教室的过程中，需要公司持续提供在线教室的更新研发及日常运维服务。

b. 交易定价：2019 年 4 月 1 日前大米科技支付的服务费按自然月结算，具体收费标准为根据使用的课次数不同，每课次收费 0-2 元不等；2019 年 4 月 1 日后改为包月封顶收费。

c. 合同期限：2018 年 4 月 10 日签署框架合作协议，未指定结束日期。2019 年 4 月 10 日签署补充协议，协议有效期为 2019 年 4 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日。

d. 续签条件：未进行明确约定。

③ 依赖风险及应对

公司自 2013 年至今与大米科技的业务合同多次进行续签，建立了稳定的合作关系。公司的核心技术优势在于提供跨国间的超远距离网络加速，并基于加速网络提供在线教室系统的整体解决方案。该技术目前主要的应用场景是北美外教在线一对一培训，而大米科技占有了该市场超过一半以上的市场份额。因此公司能够为大米科技提供优质的技术服务，且与大米科技的合作符合公司的发展战略与经营模式，保证了公司盈利能力的持续性和稳定性，但同时也导致公司在一定程度上存在对主要客户依赖的风险。因此，公司正在努力采取措施以控制和降低对大客户依赖的经营风险。

对于单一客户依赖的经营风险，公司采取的解决措施包括：

A. 在多贝云和麒麟云系统上为大米科技提供深度个性化和定制化的一对一教室私有云服务，以巩固现有大客户大米科技的合作关系，同时积极开发一对多教室以服务其他在线大班教学客户，降低对现有大客户的依赖。

B. 通过开发专网通双师系统以开拓线下远程小班客户市场。通过软硬件结合的大屏产品提供以高清为卖点的远程实体教室解决方案，以提升所能覆盖的客户类型和教学场景。

(3)补充披露醍醐兄弟主要财务数据、盈利水平及同比变化情况，并与同行业公司进行比较说明合理性。

① 主要财务数据及盈利水平变动情况

单位：万元

项目	2019.12.31/2019 年度	2018.12.31/2018 年度	增减变动额	变动幅度
流动资产	8,982.16	8,104.20	877.96	10.83%
非流动资产	838.03	430.08	407.95	94.85%
资产总额	9,820.18	8,534.29	1,285.89	15.07%
负债总额	442.12	1,133.37	-691.25	-60.99%
股东权益	9,378.06	7,400.92	1,977.14	26.71%
营业收入	7,532.57	7,894.04	-361.47	-4.58%
净利润	3,970.07	3,288.92	681.15	20.71%
扣非后净利润(不考虑超额利润奖励的计提及冲回的影响)	4,156.08	3,485.50	670.58	19.24%

公司非流动资产 2019 年末较 2018 年末增加 407.95 万元，增长 94.85%，主要原因是公司 2019 年新增对北京爱度艺文科技有限公司投资 500 万元；

公司负债 2019 年末较 2018 年末减少 691.25 万元，下降 60.99%，主要原因是：

a.公司 2018 年预收货款在 2019 年度达到收入确认条件，导致预收款项余额由 2018 年末的 572.61 万元下降至 2019 年末的 136.70 万元；

b.因 2019 年度经营业绩未达到考核要求，本年度高管年终奖金有所下降，从而使得应付职工薪酬余额由 2018 年末的 262.55 万元下降至 2019 年末的 136.54 万元。

公司净利润 2019 年度较 2018 年度增加 681.15 万元，增长 20.71%，主要原因是：

a.公司 2019 年度毛利率较 2018 年度有所增长；

b.公司 2018 年出于公司未来业务发展需要，在坚持自主研发的基础上，同时委托外部具有丰富经验的技术公司针对“AI 鉴黄和人脸识别项目”、“PC 客户端相关功能的开发”、“直播小程序的开发”等项目进行研发，2019 年该等委外项目已经完成，并运用于相应的产品，2019 年度公司的研发着重于自研的方式发展核心技术，如继续深入研究“高并发高性能私有协议流媒体服务器”、“麒麟云大班 WebRT 方案直播教室”等项目，导致研发费用由 2018 年度的 1,506.38 万元下降至 2019 年度的 1,193.79 万元。

② 同行业上市公司盈利水平对比

公司的核心产品主要服务于跨国在线教育这一垂直领域，提供能够支持在全球范围内低于 200ms 延迟的加速网络以及与之配套的在线教室解决方案。在公开渠道可查询的可比数据中，目前没有与公司的主要业务和经营模式完全可比的技术公司。

【会计师意见】

主要核查程序：

(1)获取并检查醍醐兄弟的软件著作权证书，进行摊销测试，访谈公司管理层，了解该等软件著作权的用途以及是否可能存在被要求终止使用的风险；

(2)获取并检查醍醐兄弟与大米科技签订的相关合同，并访谈公司管理层，核查该等交易的合作安排，包括合作背景、具体业务内容、交易定价、有关合同期限、续约条件等；

(3)结合电话访谈、公开渠道查询等方式，观察及了解大米科技的经营情况及其与醍醐兄弟的合作情况；

(4)针对信息技术服务收入依赖 IT 系统的特点，对醍醐兄弟收入确认相关的数据进行核查，将财务账面确认的收入与数据库中记录的信息进行双向核对；

(5)向大米科技寄发询证函，函证 2019 年度的销售金额及期末应收账款余额；

(6)复核醍醐兄弟主要财务数据、盈利水平及同比变化情况。

基于我们所实施的核查程序，没有发现上述说明中与财务报告相关的信息，与我们在审计过程中获取的相关资料在所有重大方面存在不一致之处。

4、年报披露，公司并购资产潮州市联骏陶瓷有限公司(以下简称联骏陶瓷)2016 年至 2019 年实际完成业绩(不考虑各期超额利润奖励计提及冲回的影响)为 3,318.37 万元、3,358.58 万元、3,720.09 万元及 3,374.98 万元，累计净利润为 13,772.02 万元，超过业绩承诺 72.02 万元。前期公司临时公告披露，公司于 2016 年 8 月取得联骏陶瓷控制权，交易对方承诺 2016 年至 2019 年联骏陶瓷业绩分别不低于 3,000 万元、3,300 万元、3,600 万元、3,800 万元，合计业绩不低于 13,700 万元，业绩以扣除非经常性损益后净利润与净利润孰低者为准；同时，联骏陶瓷 2016 年至 2019 年会计年度收现比不低于 65%。请公司补充披露：(1)结合联骏陶瓷主要财务数据，说明年报披露业绩口径与前期临时公告披露口径是否存在差异，以及业绩承诺期间联骏陶瓷收现比值是否符合承诺要求；(2)对照公司收购联骏陶瓷有关协议约定，进一步核实联骏陶瓷业绩承诺履行情况；(3)结合行业、公司经营变化情况，说明联骏陶瓷经营业绩下降的原因，以及是否可能存在进一步下降的风险。

【公司回复】

(1)结合联骏陶瓷主要财务数据，说明年报披露业绩口径与前期临时公告披露口径是否存在差异，以及业绩承诺期间联骏陶瓷收现比值是否符合承诺要求。

① 公司前期临时公告披露业绩承诺情况

公司于 2016 年 8 月 26 日披露了《广东松发陶瓷股份有限公司关于使用自筹资金及部分募集资金购买资产的公告》(2016 临-056)，公告中主要披露了如下事项：

A. 交易概述

2016 年 8 月 25 日，公司以现场方式召开第二届董事会第十四次会议，审议通过了《关于签署＜曾文光、蔡少玲与广东松发陶瓷股份有限公司关于潮州市联骏陶瓷有限公司股权转让协议＞的议案》。同日，公司签署了《曾文光、蔡少玲与广东松发陶瓷股份有限公司关于潮州市联骏陶瓷有限公司股权转让协议》(以下简称“《股权转让协议》”)，公司拟以自筹资金 12,120 万元、募集资金 9,000 万元收购曾文光先生、蔡少玲女士合计持有的联骏陶瓷 80%股权。

B. 业绩承诺

根据《股权转让协议》约定，曾文光先生及蔡少玲女士承诺：

a.联骏陶瓷 2016 年度至 2019 年度实现业绩(“扣除非经常性损益后净利润与净利润孰低者”)分别为 3,000 万元、3,300 万元、3,600 万元及 3,800 万元，累计净利润总数为 13,700 万元。

b.联骏陶瓷 2016 年至 2019 年每个会计年度收现比不低于 65%。上述每个会计年度的收现比按以下公式计算：每个会计年度的收现比 = 每个会计年度销售商品、提供劳务收到的现金 / 每个会计年度主营业务收入。

C. 业绩奖励

若联骏陶瓷 2016 年至 2019 年累计实现的净利润超过 13,700 万元、联骏陶瓷 2016 年至 2019 年销售商品、提供劳务收到的现金占每年实现的主营业务收入的比例均达到 65%，则松发股份同意在业绩承诺期结束时，将上述超额利润的 50%作为对联骏陶瓷的董事长及核心管理层的奖励。

具体奖励方案由联骏陶瓷董事长制定并报松发股份董事会审议通过后执行。

② 年报披露联骏陶瓷的业绩承诺情况

公司在 2019 年年报中对联骏陶瓷的业绩承诺情况披露如下：

联骏陶瓷 2016 年度至 2019 年度实际完成业绩(不考虑各期超额利润奖励计提及冲回的影响)为 3,318.37 万元、3,358.58 万元、3,720.09 万元及 3,374.98 万元，累计净利润为 13,772.02 万元，超过业绩承诺 72.02 万元。

③ 年报披露业绩口径与前期临时公告披露口径不存在差异

a.《股权转让协议》有关业绩承诺及超额奖励的相关约定

临时公告披露口径披露的业绩为扣除非经常性损益后净利润与净利润孰低者，并约定如联骏陶瓷超额完成业绩承诺，将获得超额利润奖励。

公司与曾文光及蔡少玲约定，对于联骏陶瓷 2016 年度至 2019 年度累积完成的净利润超过 13,700 万元部分，同意对于上述超额利润中的 50%，在公司指定具有证券资格的会计师事务所对联骏陶瓷出具 2019 年审计报告后，向联骏陶瓷董事长及核心管理层支付超额奖励的 50%；在满足 2020 年度净利润不低于 2019 年度净利润(即 3800 万元)，且 2020 年度收现比不低于 65%的前提下，经具有证券业务资格的会计师事务所审计并出具 2020 年审计报告后，支付剩余超额奖励。故公司每年在进行会计核算时，会基于联骏陶瓷当年实现的业绩(扣除非经常性损益后净利润与净利润孰低者)及未来经营预测，根据《股权转让协议》的约定计提或冲回超额利润奖励。

b.各年度业绩明细

联骏陶瓷各年度业绩明细如下：

单位：万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度	2019 年度	合计
业绩承诺净利润	3,000.00	3,300.00	3,600.00	3,800.00	13,700.00
净利润	3,469.41	3,393.26	3,893.80	3,672.60	14,429.07
扣除非经常性损益后净利润	3,318.37	3,358.58	3,720.09	3,374.98	13,772.02
计提或冲回超额奖励后的扣非后净利润	3,318.37	3,170.10	3,660.05	3,570.92	13,719.44
超额奖励计提及冲回金额	-	188.48	60.04	-230.51	18.01

从上表可以看出，联骏陶瓷各年度扣除非经常性损益后净利润均低于净利润，符合《股权转让协议》中实现业绩为扣除非经常性损益后净利润与净利润孰低者的约定；联骏陶瓷 2016 年度至 2019 年度累计实际完成业绩(不考虑各期超额利润奖励计提及冲回的影响)为 13,772.02 万元，超过业绩承诺 72.02 万元，根据《股权转让协议》约定应该计提超额奖励 18.01 万元。

2016 年度公司未计提联骏陶瓷的超额奖励，主要系公司于 2016 年 9 月 26 日将联骏陶瓷纳入合并财务报表，2016 年度合并时间仅为 2016 年 9 月 26 日至 2016 年 12 月 31 日，公司与联骏陶瓷在内部管理、销售渠道开发及供应商优化等方面尚处整合提升阶段，故 2016 年度公司未计提超额奖励；公司 2017 年度综合考虑联骏陶瓷整合情况及当年实现业绩也超过承诺业绩、未来业绩将稳步增长及预计未来年度超额完成承诺利润的可能性较大等因素，在 2017 年度计提 2016 年度及 2017 年度超额奖励 188.48 万元；公司 2019 年度结合联骏陶