

新华都购物广场股份有限公司关于对 2019 年年报问询函的回复公告

证券代码:002264 证券简称:新华都 公告编号:2020-049

本公司及董事会全体成员保证信息披露内容的真实、准确和完整,没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

新华都购物广场股份有限公司(以下简称“公司”)于2020年6月29日收到深圳证券交易所《关于对新华都购物广场股份有限公司2019年年报的问询函》(中小板年报问询函【2020】第248号)(以下简称“问询函”)。收到问询函后,公司高度重视,对问询事项进行了认真核查。现就深圳证券交易所的问询函进行逐项回复说明。具体如下:

【回复说明:1】
报告期内,你公司实现营业收入60.06亿元,同比下降12.33%;实现归属于上市公司股东的净利润-7.56亿元,同比下降4.519.09%;实现归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润(以下简称“扣非后净利润”)-6.36亿元,同比下降4,374.09%;经营活动产生的现金流量净额为-1.47亿元,同比下降117.64%。

(1)请结合你公司经营情况、业务类型、毛利率变动、行业发展情况、同行业公司可比公司情况等,说明你公司业绩下滑的具体原因及合理性,并结合净利润大幅度下降情况,说明你公司经营环境是否发生重大变化,持续经营能力是否存在重大不确定性,以及你公司拟采取的改善措施。

【回复说明:1】
公司主要经营互联网营销和超市百货业务。近2年主要经营业绩情况如下:
单位:人民币亿元

项目	2019年	2018年	变动率
营业收入	60.06	68.50	-12.33%
综合毛利率	21.77%	22.40%	-2.81%
三费费率	23.42%	21.60%	8.43%
归属于上市公司股东的净利润	-7.56	0.17	-4547.06%
归属于上市公司股东的扣非净利润	-6.36	-0.14	-4442.86%
经营活动产生的现金流量净额	-1.47	-0.68	-116.18%

2、同行业可比公司情况
单位:人民币亿元

项目	2019年	2018年	变动率
营业收入	76.01	81.31	-6.52%
综合毛利率	15.24%	16.69%	-8.69%
归属于上市公司股东的净利润	0.38	-3.55	-110.72%
经营活动产生的现金流量净额	-1.00	-2.26	-55.52%
营业收入	39.79	41.33	-3.74%
综合毛利率	20.71%	20.79%	-0.38%
归属于上市公司股东的净利润	1.60	1.12	43.89%
经营活动产生的现金流量净额	0.79	3.21	-75.22%
营业收入	196.61	183.98	6.87%
综合毛利率	24.11%	22.95%	5.05%
归属于上市公司股东的净利润	17.63	14.34	22.98%
经营活动产生的现金流量净额	848.77	705.17	20.36%
营业收入	21.56%	22.14%	-2.62%
归属于上市公司股东的净利润	15.64	14.80	5.63%
经营活动产生的现金流量净额	4.16	17.61	-76.36%
营业收入	155.48	152.08	2.23%
综合毛利率	25.72%	25.49%	1.06%
归属于上市公司股东的净利润	0.10	4.31	-97.63%
经营活动产生的现金流量净额	8.45	5.91	42.91%

3、公司业绩下滑的主要原因及合理性
公司2016年1月完成对久爱数和(北京)科技有限公司、久爱(天津)科技发展有限公司、泸州聚酒致和电子商务有限公司三家子公司(以下简称“标的公司”)的100%股权收购,形成商誉6.78亿元。因标的公司2019年净利润出现大幅度下滑,公司聘请会计师事务所和资产评估机构对商誉进行减值测试,根据减值测试结果,公司期末计提商誉减值准备4.61亿元。超市百货板块,公司2019年度关闭了长期亏损且扭亏无望的门店56家,同时处置了部分长期亏损子公司的股权,资产清理和处置费用等共造成损失2.33亿元。

4、主要改善措施
随着宏观经济增速放缓,社会消费品零售增速回落,网上零售额同比增速虽持续放缓,但是增速仍显著高于线下,网络消费占比进一步提升,互联网经济成为经济增长新引擎,传统零售业仍未摆脱影响和冲击。公司发展的经营亏损集中在超市百货板块,随着本期对长期亏损的子公司的集中清理完成,后续业绩已具备企稳;互联网营销板块业绩虽有所下滑,但2019年度仍实现净利润0.56亿元;2020年1季度公司已实现归母净利润1.00亿元,公司持续经营能力不存在重大影响。

后续公司将继续以“新华都·新零售”为战略目标开展各项工作,坚持资本和能力双轮驱动的战略:

- (1)持续聚焦互联网营销核心业务,不断提升自身的精细化服务能力和运用技术手段提高竞争力,更加积极顺应行业新趋势;以数据为导向实现跨业务、跨平台的数据交互,以数据交互为目标,有效推动产品数据化、推广数据化以及消费者数据化三大核心能力的深化培育,快速实现市场规模和盈利能力增长。
- (2)稳定保持内生性增长,追求质量效益增长,包括注重内部品类结构、组织架构、供应链整合、管理深度的调整,落实精细化管理,推动效率提升和效能优化,推动新零售的改造;持续推进线业务,实现业态共生、资源互补、商品精准,进而促进线下业务增值,全面实现增值、提质的目标;优化业务结构,实现经营数字化。
- (3)建立、健全公司长效激励机制,完善内部激励机制,提升团队凝聚力、树立企业人才的核心价值,引入一育一留一升并重、充分调动公司高级管理人员及核心业务人员的积极性,提升组织经营管理能力,注重精细化管理,促进公司稳定、健康发展。
- (4)依托资本市场平台,重视内生性增长及并购重组机遇,立足主业,推进公司业务转型升级及持续健康发展,提升公司市场价值。
- (2)请你公司说明各个季度营业收入的波动情况与净利润及经营活动产生的现金流量净额显著不同的原因及合理性,是否存在跨期结转成本或计提费用等情形。

【回复说明:1】
会计师事务所对上述问题核查并发表明确意见。

项目	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
营业收入	16.59	13.43	13.12	16.91
归属于上市公司股东的净利润	0.28	-1.49	-0.81	-5.54
经营活动产生的现金流量净额	2.74	-1.10	-0.69	-2.51

2、各个季度营业收入的波动情况与净利润及经营活动产生的现金流量净额显著不同的原因及合理性

公司主营互联网营销和超市百货业务,经营淡旺季受节假日影响较大。第一季度受春节最重要的传统节日春节消费因素影响,销售表现靓丽,盈利水平相对较高,其次依次为第四季度、第三季度、第二季度。2019年第一季度营业收入16.59亿元,占全年营业收入的27.63%,2019年第一季度综合毛利率为3.83亿元,占全年综合毛利率的29.28%。第四季度亏损较大,主要受计提商誉减值损失4.61亿元的影响。

由于互联网营销业务主要集中在每年的11、12、12、春节期间,因客户集中备货及结算周期等原因,导致第四季度产生的应收账款余额较大。次年第一季度到集中结算期,现金回款增长,导致经营活动产生的现金流量净额在第二个季度出现较大。

综上,公司不存在跨期结转成本或计提费用等情形。

【回复说明:1】
2015年12月,你公司收购久爱数和(北京)科技有限公司、久爱(天津)科技发展有限公司和泸州聚酒致和电子商务有限公司(以下合称“标的公司”)100%股权形成商誉6.78亿元。报告期内,你公司对上述商誉计提减值4.61亿元。

(1)请补充披露上述标的公司三又一期业绩和经营情况、主要财务指标,是否存在业绩大幅下滑情形,外外部条件及生产经营环境是否发生重大不利变化,并预计未来是否存在进一步业绩下滑和商誉减值风险。

【回复说明:1】
1.标的公司基本情况
标的公司是以数据研究为基础的效果营销公司,主要业务模式为:为品牌商提供互联网全渠道营销服务。

基于长期积累的互联网平台、终端营销需求、品类及商品海量数据库,以及丰富的网络销售平台运营经验,为品牌商制定互联网全渠道营销服务方案,帮助品牌客户进行数字营销,产品定向开发以及电商全平台的销售运营。

数字营销服务:通过品牌定位、品牌形象设计、品牌策划以及符合电子商务渠道特点的技术/推广手段,以更低的成本提高客户品牌与产品的曝光率,快速提升品牌影响力。

电商运营服务:为品牌商提供从产品规划与管理、渠道分层与管理、互联网营销与推广、电商运营与分析、仓储物流等供应端协同服务及运营一体化服务。

产品定制开发服务:通过对服务品牌商在行业内的深入了解,结合自身在互联网上拥有品牌策划能力、数据研究能力和渠道运营能力,与品牌商共同制定符合互联网人群以及渠道销售特点的产品,帮助品牌商提升互联网渠道销售的销售额。

项目名称	2017-12-31/ 2017年度	2018-12-31/ 2018年度	2019-12-31/ 2019年度	2020-3-31/ 2020年1季度
资产总额	91,000.55	57,863.85	124,574.82	110,162.01
负债总额	25,238.85	24,611.98	85,654.08	69,299.91
所有者权益	23,761.70	33,251.88	38,900.46	40,952.10
营业收入	66,722.82	115,902.00	113,381.97	24,266.69
净利润	9,456.92	11,144.83	6,371.56	2,306.39
净利润	8,576.25	9,489.45	5,638.60	2,051.14

注:2020-3-31/2020年1季度的财务数据未经审计。

从上述可见,标的公司2019年度净利润出现较大幅度下降。

3.标的公司业绩下滑的主要原因
公司所处的经营环境并未发生重大变化,互联网营销业务还处在发展阶段,但具体营销方式在不断的变化中。其中互联网推广已成为广告客户的主要投放方式之一,市场规模保持良好增长发展趋势。根据《2019年中国互联网广告发展报告》,2019年我国互联网广告总收入约4,367亿元,比2018年增长18.2%。受市场推广力度加大,导致市场推广费用增加。2019年为了应对新的营销趋势以及环境,建立了数据中心团队、短视频运营团队、直播团队,以提高整体核心竞争力,增加了推广成本。

受互联网行业竞争加剧,公司资产减值减少等的影响,标的公司互联网运营服务业务利润也较上年同期比大幅度下降。

为公允反映公司截至2019年12月31日的财务状况,公司根据《企业会计准则第8号—资产减值》、证监会《会计监管风险提示第8号—商誉减值》相关规定,结合标的公司实际经营情况和资产现状,评估商誉所在资产组组合的未来现金流量现值低于资产组组合(含商誉)账面价值,存在商誉减值。根据公司对商誉的中联资产评估集团有限公司出具的《新华都购物广场股份有限公司拟对合并久爱(天津)科技发展有限公司、久爱数和(北京)科技有限公司及泸州聚酒致和电子商务有限公司股权形成的商誉进行减值测试资产评估报告》(中联评报字(2020)第450号),包含商誉的资产组减值测试资产组可收回金额为2.19亿元,低于账面价值6.80亿元,本期确认商誉减值损失4.61亿元。

截至2019年末的商誉减值,是公司结合标的公司目前实际经营和对外来经营变化的合理预期所做的综合判断和评估。随着未来经营环境的变化和对标的公司实际经营状况,商誉价值还可能会发生进一步变化。公司未来每年年终终了聘请会计师事务所和资产评估机构对商誉进行减值测试,如果未来标的公司未能达到预期收益,则商誉还将存在进一步减值的风险,可能对公司当期业绩造成不同程度的影响。最终结果以中介机构审计数据为准,敬请投资者注意可能存在商誉减值风险。

(2)请结合上述标的资产减值迹象出现的具体时点及判断依据,说明前期减值计提是否充分,是否存在利用商誉减值调节利润的情形,相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

【回复说明:1】

1.资产减值迹象出现的具体时点及判断依据

根据《企业会计准则第8号—资产减值》及相关会计准则规定,企业合并所形成的商誉,无论是否存在减值迹象,每年都应当进行减值测试,测试结果表明包含分摊商誉的资产组或资产组组合的可收回金额低于其账面价值的,应当确认相应的减值损失。

2016年至2018年,公司每年均对商誉进行减值测试,并聘请了资产评估机构出具专门的资产评估报告以及会计师事务所出具审计意见,均未出现减值迹象,故前期未对该项商誉计提减值。2019年前三季度,标的公司营业收入同比下降18%,净利润同比下降15.69%。最终经审计确认,2019年全年营业收入同比下降2.17%,净利润则下降40.58%,存在重大减值迹象。

根据公司聘请的中联资产评估集团有限公司出具的《新华都购物广场股份有限公司拟对合并久爱(天津)科技发展有限公司、久爱数和(北京)科技有限公司及泸州聚酒致和电子商务有限公司股权形成的商誉进行减值测试资产评估报告》(中联评报字(2020)第450号),包含商誉的资产组或资产组组合可收回金额为2.19亿元,低于账面价值6.80亿元,本期确认了商誉减值损失4.61亿元。

2.公司前期减值准备计提充分、不存在利用商誉减值调节利润的情形,相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

(3)请结合核查标的公司前期业绩的真实性、业绩承诺完成情况。

【回复说明:1】
2016年至2018年,公司完成对标的公司100%股权的收购。根据协议,标的公司2015年度、2016年度和2017年度承诺的净利润(扣除非经常性损益后的净利润)分别不低于5,070.00万元、6,500.00万元、8,520.00万元。标的公司实现的净利润情况如下:
单位:人民币万元

项目	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年
业绩承诺	5,070.00	6,500.00	8,520.00		
实际完成情况	5,248.23	6,594.86	8,582.17	9,489.45	5,638.60

上述业绩实际完成情况均经天健会计师事务所(特殊普通合伙)审计,经再次核查,未发现标的公司业绩存在虚假、调节等情形。2015-2017年度承诺期结束后,公司对商誉进行了专项减值测试,并由中联资产评估集团有限公司出具了《新华都购物广场股份有限公司商誉减值测试所涉及久爱数和资产组组合预计未来现金流量的现值项目估值报告》(中联评估字(2018)第533号),经天健会计师事务所(特殊普通合伙)复核,未发现该商誉存在减值。

(4)请补充披露标的资产近三年减值测试的过程及关键参数,说明相关参数的选取过程,各年减值测试采用主要参数变动情况,原因及合理性。

【回复说明:1】
1.标的公司2017年商誉减值测试过程:

采用收益法对标的公司商誉所在资产组组合可收回价值进行计算,具体方法选用预计未来现金流量现值法。以商誉所在资产组组合预测期息税前现金流净额为基础,采用折现率折现求现值,得出标的公司可收回价值。

在预计未来现金流量现值模型中,需要进一步解释的事项如下:

①息税前现金流量的计算
息税前现金流净额=息税前利润+折旧和摊销-资本性支出-营运资金追加额
息税前利润=营业收入-营业成本-税金及附加-管理费用-销售费用

②商誉所在资产组组合可收回价值的计算

可收回价值计算公式如下:

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

R_i:估计对象未来第i年的息税前净现金流量;
r:折现率;

n:估计对象的未来经营期;

③影响未来现金流量主要参数如下:

1)折现率
根据企业会计准则的规定,为了资产减值测试的目的,计算资产未来现金流量现值时所使用的折现率应当是反映当前市场货币时间价值和资产特定风险的税前利率。该折现率是企业在购置或者投资资产时所要求必要报酬率。

估值采用资本资产定价模型(CAPM)确定折现率:

$$r_e = r_f + \beta_e \times (r_m - r_f) + \varepsilon \quad (7)$$

式中:
r_e:无风险报酬率;
r_m:市场风险报酬率;
β_e:权益资本的预期市场风险系数;

需要说明的是,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,以确保与资产未来现金流量的估计基础相一致。

2)预测期
根据《企业会计准则第8号—资产减值》第十一条的规定,“建立在预算或者预算基础上的预计现金流量最多涵盖5年,企业管理层如能证明更长的期间是合理的,可以涵盖更长的期间”,取预测期间为2018年至2022年。

3)收益法
在公司章程和法律法规无特殊规定的情况下,且公司不存在已知的存续瑕疵时,则假设公司可持续经营,故收益法按永续经营。

通过上述分析,公司认为对标的公司商誉减值测试过程符合企业会计准则的规定,关键参数假设是合理的,未计提商誉减值理由充分。

2.标的公司2018年及2019年商誉减值测试过程

①具体计算公式如下:

P:预计未来现金流量现值;

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

式中:
R_i:未来第i年的预期收益(企业税前自由现金流量);
R_n:收益期的预期收益(企业税前自由现金流量);
r:税后折现率;

n:未来预测收益期;

权益资本现金流量=剔除溢余资产后的流动资产-剔除溢余及付息债务后负债后的流动负债

②收益法指标
资产现值指过程中产生的现金流量的计算公式如下:

R-EBITDA-追加资本

EBITDA:为息税前摊销前利润,其计算公式如下:

EBITDA=营业收入-营业成本-营业税金-营业费用-管理费用+折旧摊销

其中:追加资本=资产性更新投资+营运资金增加额+资本性支出

③预测期
2018年度:根据《企业会计准则第8号—资产减值》第十一条的规定,“建立在预算或者预算基础上的预计现金流量最多涵盖5年,企业管理层如能证明更长的期间是合理的,可以涵盖更长的期间”,取预测期间为2018年至2024年。

2019年度:根据《企业会计准则第8号—资产减值》第十一条的规定,“建立在预算或者预算基础上的预计现金流量最多涵盖5年,企业管理层如能证明更长的期间是合理的,可以涵盖更长的期间”,取预测期间为2020年至2024年。

④收益法
2018年度:根据所在行业的发展情况,结合各标的公司的实际经营情况,取5年作为详细预测期,自详细预测期截止至2023年,此后为永续预测期,在此阶段中,保持稳定的收益水平永续。

2019年度:根据所在行业的发展情况,结合各标的公司的实际经营情况,取5年作为详细预测期,自详细预测期截止至2024年,此后为永续预测期,在此阶段中,保持稳定的收益水平永续。

⑤折现率
按照收益法与折现率口径一致的原则,折现率选取(所得税)税前加权平均资本成本(WACC)。

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,确定税前现金流的折现结果与税后现金流量折现结果一致,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:

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

2018年度税前折现率估算结果为13.77%。

2019年度税前折现率估算结果为13.6%。

通过上述分析,公司认为对标的公司商誉减值测试过程符合企业会计准则的规定,关键参数假设是合理的,减值计提充分。

【回复说明:1】
2019年,你公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为20.18%,2018年,你公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为10.92%。

(1)报告期内,你公司对第一大客户的销售额为8.35亿元,占年度销售总额比例为13.90%。请你公司说明对第一大客户所销售产品的主要类别,近三年销量变动情况,以及该客户的基本经营情况。

【回复说明:1】
2019年度,你公司于10月22日发布更正公告(2019-077),对2017年度、2018年度前五名客户的销售情况进行了更新,2018年公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为15.51%。具体详见巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)的相关公告。

公司对第一大客户所销售产品的主要类别为酒水及日用品类等产品。近三年的销售情况如下:
单位:人民币元

项目	2017年	2018年	2019年
第一大客户	407,275,977.07	733,396,685.71	834,640,847.85

该客户为国内最大的互联网自营销售平台,在电商领域拥有较好的声誉,销售产品丰富,品类齐全,拥有强大的自有物流体系,业务遍布全国各地,是公司长期、稳定合作的重要客户之一。

该客户近三年的销售呈现增长趋势,主要原因:近几年相关品类销售大盘处于增长态势;公司多年深耕的营销积累,加大推广力度;公司拓展新品类,品牌客户服务数量不断增加。

(2)请列表对比分析本期前五名客户与去年同期前五名客户的变动情况。

【回复说明:1】
公司2019年前五名客户与去年同期前五名客户的变动情况如下:

序	2019年前五名客户	2018年前五名客户
号	客户名称	客户名称
1	客户1	客户1
2	客户2	客户4
3	客户3	客户5
4	客户4	客户6
5	客户5	客户7
合计	1,211,885,715.44	1,062,327,930.19

公司本期前五名客户与去年同期发生了部分变化,主要原因是:报告期内与客户2、部分业务合作模式由代代销转为经销模式;2019年与客户6合作到期后未续签合同,已停止合作;新增客户5为上期客户,本期销售占比增加。

【回复说明:1】
报告期内,你公司应收账款期末账面余额为6.26亿元,期初账面余额为3.85亿元,其中你公司按组合计提坏账准备的应收账款账面余额为5.24亿元,同比上升

62.52%。据你公司披露,应收账款上升的主要原因为互联网营销业务进货结算时间

下降,按组合计提坏账准备的应收账款账面余额上升的原因及合理性,并分析对你公司生产经营的影响。

【回复说明:1】
1.公司主要经营互联网营销和超市百货业务。超市百货业务营业收入2019年度487,169.93万元,较2018年度569,099.37万元下降14.40%。互联网营销业务2019年度实现营业收入113,381.97万元,2018年度实现营业收入115,902.00万元,同比下降2.17%。公司营业收入下降主要受超市百货业务营业收入下降影响。

2.公司应收账款集中在互联网营销业务,该业务主要集中在每年的双11、双12、春节期间,因客户集中备货及结算周期等原因导致期末结存的应收账款余额较大,由于2020年春节的提前,导致应收账款占用更为集中。本年度公司与主要客户的经营模式、信用政策和结算方式未发生重大变化。

3.由于互联网营销业务期间集中和客户账期的影响,导致该板块短期资金压力需求增加。截至2019年12月31日,标的公司从母公司借入的流动资金余额为3.61亿元。

综上,公司计提坏账准备的应收账款账面余额上升具有合理性,不会对公司正常经营产生重大影响。

(2)报告期内,你公司对按组合计提坏账准备的应收账款计提坏账准备1,274.81万元。请结合上述应收账款账龄情况、客户信用状况、行业特点等情况,说明预期信用损失模型参数选取的依据及合理性,坏账准备的计提是否审慎。

【回复说明:1】
1.公司具体会计政策

按组合计提预期信用损失的应收款项

(1)具体组合及计量预期信用损失的方法

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款承兑汇票	承兑汇票出票人	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率,该组合预期信用损失率为0%
应收账款——合并范围内关联往来组合	款项性质	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表,计算预期信用损失
应收商业承兑汇票		

(2)应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款账面余额	应收账款坏账准备	预期信用损失率(%)
1年以内(含,下同)			5
1-2年		10	10
2-3年		20	20
3-4年		30	30
4-5年		60	60
5年以上		100	100

2.预期信用损失模型参数选取的依据及合理性

公司根据财政部2017年颁布的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量(修订)》(企业会计准则第23号——金融资产转移(修订))《企业会计准则第24号——套期会计(修订)》及《企业会计准则第37号——金融工具列报(修订)》(以下统称“新金融工具准则”)进行会计计量,新金融工具准则以预期信用损失法替代了原金融工具准则规定的根据实际已发生减值损失确认减值准备的方法。对于应收账款,无论是否存在重大融资成分,公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计提其损失准备。当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时,公司依据信用风险特征对应收账款划分组合,在组合基础上计算预期信用损失。

公司以账龄为依据划分应收账款类似信用风险特征组合,相同账龄的客户具有类似预期损失率。公司参考历史信用损失经验,结合当前状况以及对未来经济状况的预测,通过平均迁徙率计算预期信用损失率具体过程如下:

账龄	近3年平均迁徙率(%)	理论违约损失率(%)	本年考虑前瞻性调整后的预期信用损失率(%)	原应收账款坏账计提比例(%)
1年以内(含,下同)	0.99	0.08	5.00	5.00
1-2年	52.35	7.61	10.00	10.00
2-3年	43.61	14.54	20.00	20.00
3-4年	33.33	33.33	30.00	30.00
4-5年		100.00	60.00	60.00
5年以上		100.00	100.00	100.00

由上表可见,运用迁徙法计算预期信用损失率整体远低于原账龄计提比例,基于谨慎性和一致性原则,同时考虑前瞻性因素,公司估计的预期信用损失率与原账龄计提比例一致。

3.账龄组合坏账准备计提情况

(1)2019年末采用账龄组合计提坏账准备的应收账款

单位:人民币元

账龄	账面余额	坏账准备
----	------	------