证券代码：002848 证券简称：高斯贝尔 公告编号：2023-050

高斯贝尔数码科技股份有限公司 关于深圳证券交易所 2022 年年报问询函的回复公告

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。

高斯贝尔数码科技股份有限公司（以下简称“公司”）2023 年 5 月 26 日收到深圳证券交易所上市公司管理二部下发的《关于对高斯贝尔数码科技股份有限公司 2022 年年报的问询函》（公司部年报问询函〔2023〕第 211 号），对于问询函中提及的事项，公司董事会高度重视，积极核查有关情况，现就相关问题回复如下：

1、自 2017 年上市以来，你公司各年度归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润均为负值。2022 年，你公司实现净利润-540.14 万元；主营新材料、智慧项目及其他产品当期毛利率分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%。请说明当年净利润亏损的具体原因，主营产品当期毛利率为负值的原因及合理性，你公司生产经营环境是否发生重大不利变化，并结合所属行业状况、经营环境、主营业务盈利能力等情况，说明你公司经营业绩是否存在持续下滑风险，持续经营能力是否存在重大不确定性。

回复：

1）主营产品当期毛利率为负值的原因分析

按产品分类，公司收入及毛利率对比

单位：万元

产品	2022 年				2021 年		
	营业收入	占总收入比	营业成本	毛利率	营业收入	营业成本	毛利率
数字电视产品	19,286.69	50.85%	17,299.87	10.30%	18,984.05	17,437.02	8.15%
家居智能产品	3,741.86	9.87%	3,196.80	14.57%	19,584.95	17,372.35	11.30%
新材料	2,433.55	6.42%	2,921.89	-20.07%	3,970.54	4,041.96	-1.80%
智慧项目	890.90	2.35%	976.90	-9.65%	4,879.59	4,811.11	1.40%
其他产品及服务	8,059.36	21.25%	7,241.77	10.14%	6,336.56	5,037.32	20.50%
其他	3,517.20	9.27%	4,217.00	-19.90%	3,917.49	4,904.30	-25.19%
合计	37,929.56	100.00%	35,854.23	5.47%	57,673.18	53,604.06	7.06%

公司 2022 年营业收入 37,929.56 万元，比上年同期减少 34.23%，主要因 2022 年 2 月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致，毛利率 5.47%，比上年同期减少 1.59 个百分点。其中新材料、智慧项目及其他当期毛利率为负值，分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%，主要原因：

（1）新材料：

新材料主要为高频、高速覆铜板等产品，属公司未来主营业务发展方向，该类产品报告期实现收入 2,433.55 万元，占当期总收入的 6.42%，综合毛利率为-20.07%，该类业务目前对公司整体经营业务影响较小，其毛利率为负主要原因为：

a）该类产品为重资产投入行业，固定投入较大，截至报告期末公司该项目已累计固定投入 7,638.14 万元，已形成 200 万平米规模，报告期公司实际产出量为 25.6 万平米，产出效能比仅 12.8%。

b）公司报告期实际实现收入仅 2,433.55 万元，根据产能模型测算盈亏平衡点约为 4,500 万元。因公司生产高端的高频高速板材，高频板主要应用于 5G 建设，而 2022 年国家对于 5G 建设有延缓的情况；高速板主要应用于服务器、光模块等产品上，还在测试验证中，验证期较长，尚未形成批量供货，导致新材料产销量均未达到预期，产出效能比低导致单位固定成本分摊偏高，毛利率为负值。

（2）智慧项目：

该类业务公司以企业技术服务及资源整合为主导，以部分自有产品及外购配套为辅助、及提供施工安排等，目前在市场上尚未取得明显竞争优势。本报告期实现收入 890.9 万元，比上年同期 4,879.59 万元减少 81.74%，主要原因是：1）因智慧行业基本要稳资，公司为了合理使用资金，部分项目暂停实施也未办理验收手续，暂不能确认收入；2）考虑到智慧行业项目回款周期长（1 年以上），信用风险大，公司择优选择行业及项目，故导致落地项目同比减少。 因收入减少较多，而固定费用（人工成本）没有同比减少，则毛利率为负值。

（3）其他

“其他”主要指的公司对外加工业务，并非公司主营产品。这部分业务主要为临时需要留住熟练工人时而接，体量小、没有核心加工单价优势，人工费用高，导致毛利率为负值。

上述三项毛利率为负值的产品总收入为 6,841.65 万元，占公司总收入 18.04%，而传统主营产品--数字电视产品本报告期收入为 19,286.69 万元，占总收入的 50.85%，比上年同期的 18,984.05 万元增加 1.59%，本报告期毛利率为 10.3%，比上年同期的 8.15%增长 2.15 个百分点，公司主要主营产品的收入及毛利率都比上年同期有所增长。因此，公司经营环境没有发生重大变化。

2）公司当年净利润亏损的具体原因分析

公司 2022 年盈利数据指标及同行业比较情况：

单位：万元

可比公司 指标	高斯贝尔	同洲电子	四川九洲	银河电子
营业收入	37,929.56	25,480.76	388,459.79	131,066.27
营业成本	35,854.23	23,649.58	301,768.28	84,825.18
毛利率	5.47%	7.19%	22.32%	35.28%
税金及附加	276.56	271.18	1,499.24	1,688.87
期间费用	6,863.21	7,626.65	61,639.00	30,183.29
费用率	18.09%	29.93%	15.87%	23.03%
信用减值损失(损失为“-”)	-1,816.12	-453.19	-5,897.42	-585.60
资产减值损失(损失为“-”)	-908.92	-352.41	-2,410.89	-1,145.10
营业利润	-581.35	-5,316.37	23,272.06	19,940.66
利润总额	-520.96	-4,794.64	23,330.65	19,883.56
净利润	-590.68	-4,761.17	2,414.25	19,581.08
营业利润率	-1.53%	-20.86%	5.99%	15.21%
净利率	-1.56%	-18.69%	0.62%	14.94%

公司 2021-2022 损益表数据对比：（单位：万元）

项目	2022 年度	2021 年度	增减额	增减幅
一、营业收入	37,929.56	57,673.17	-19,743.61	-34.23%
减：营业成本	35,854.23	53,604.06	-17,749.83	-33.11%
税金及附加	276.56	414.99	-138.43	-33.36%
销售费用	2,311.91	4,174.94	-1,863.03	-44.62%
管理费用	3,348.48	4,666.74	-1,318.26	-28.25%
研发费用	2,767.42	4,721.18	-1,953.76	-41.38%
财务费用	-1,564.61	1,776.46	-3,341.07	-188.07%
其中：利息费用	1,103.18	893.58	209.60	23.46%
利息收入	68.66	92.49	-23.83	-25.76%
加：其他收益	707.33	895.64	-188.31	-21.03%
投资收益(损失以“-”号填列)	6,495.95	0	6,495.95	#DIV/0!
信用减值损失(损失以“-”号填列)	-1,816.12	280.15	-2,096.27	-748.27%
资产减值损失(损失以“-”号填列)	-908.92	-1,574.48	665.56	-42.27%
资产处置收益(损失以“-”号填列)	4.86	0	4.86	#DIV/0!
二、营业利润(亏损以“-”号填列)	-581.35	-12,083.88	11,502.53	95.19%
加：营业外收入	104.24	187.49	-83.25	-44.40%
减：营业外支出	43.85	120.79	-76.94	-63.70%
四、利润总额(亏损总额以“-”号填列)	-520.96	-12,017.19	11,496.23	95.66%
减：所得税费用	69.72	484.25	-414.53	-85.60%
五、净利润(净亏损以“-”号填列)	-590.68	-12,501.44	11,910.76	95.28%
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	-8,801.65	-13,987.96	5,186.31	37.08%
毛利率	5.47%	7.06%		-1.59%
费用率	18.09%	26.6%		-8.51%

公司本报告期净利润亏损的具体原因：

a）营业收入下降的影响。2022 年公司营业收入 37,929.56 万元，比上年同期 57,673.17 万元减少 34.23%，主要因 2022 年 2 月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致。

b）毛利率下降的影响。公司 2022 年毛利率为 5.47%，比上年同期的 7.06%减少 1.59 个百分点。主要因新材料、智慧项目、及其他产品的毛利率为负值，分别为-20.07%、-9.65%、-19.9%，拉低了综合毛利率。在营业收入下降 34.23%的情况下，费用率仅下降 8.51 个百分点，毛利额不足以覆盖期间费用。

c）信用减值损失计提的影响。公司 3 年期以上应收账款比上年同期增加 2,592.03 万元，账龄法计提坏账比例增加；印度市场历史欠款（本公告中所指的“历史欠款”主要为 2020 年前印度等境外客户欠款）回款不理想，导致总体预期信用损失率仍居高不下，增加了单项坏账计提比例。所以，本报告期计提信用减值损失 1,816.12 万元，比上年同期增加了 2,096.27 万元，增幅 748.27%。

从公司与同行业盈利数据指标比较来看，公司本期毛利率为 5.47%，在同行业中偏低，费用率 18.09%、净利润-1.56%，处于中偏下水平。从公司本报告期与上年同期损益数据来看，本报告期归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润-8,801.65 万元，比上年同期-13,987.96 万元增加 37.08%；本报告期费用率 18.09%比上年同期的 26.6%降低 8.51 个百分点。

综上，公司持续经营能力不存在重大不确定性，但短期内仍然可能存在业绩下滑和经营亏损的风险，为此，公司经营层计划采取以下应对措施来有效改善公司目前的经营状况：

1、增加主营业务收入

a.增加数字电视相关产品主营业务收入，增加海外机顶盒产品销售力度，增加 IPTV/OTT 机顶盒销售收入，增加卫星接收天线类产品的销售力度，目标市场以印度、南美、中东、东南亚为主，国内市场重点完成广电国网 5G 发射机项目验收和收入确认，增加广电应急广播项目的市场开拓力度。

b.在国内广电和海外市场导入公司新规划的网通类产品，公司 WIFI6 路由器产品已经在上海东方有线实现批量供货，目前正在进行光猫+WIFI6 产品的测试，针对海外市场，公司已安排在印度和中东市场进行产品测试和相关认证，网通类产品技术发展快，市场需求强劲，公司将持续进行市场导入，在现有运营商渠道完成市场导入，增加营业收入

c.加快高速覆铜板产品在中兴通讯和浪潮信息的认证进度，在高频和高速覆铜板领域完成这两个重要目标客户的市场导入，为公司新材料板块长远业绩增长奠定基础

2、降低运营成本

a.继续优化组织和人员结构，精简人员，降低总体人力成本，提高人均效益；

b.和大股东以及梁州当地政府一起多方努力，打通公司正常融资路径，降低公司融资成本；

C.降低物料采购成本。公司将整合优化供应链资源，以市场和订单为驱动，降低物料采购成本，增加公司产品竞争力。

3、降低总体应收款，减少应收款计提金额。公司持续缩减信用政策，减少总体应收款金额，同时针对历史欠款，加大清缴力度，针对欠款金额排名前二十大客户进行专项检讨并制定专项措施，通过法律途径、技术手段、商务谈判等各类手段最大限度压缩历史欠款金额。

4、降低库存金额，减少库存计提金额。公司将根据订单出货计划排单生产并安排物料进货入库，避免产生新库存积压，同时针对现有老旧库存专项制定库存去化方案，在 2023 年降低库存绝对值，减少总体库存计提金额。

公司是国内领先的数字电视行业从前端到终端全套系统产销研一体的企业，近年来，在原有主业基础上，公司积极推动新材料协同发展、高效赋能，坚持创新驱动发展战略，不断优化产业结构，聚焦数字电视与新材料两条主线，把握数字经济发展新机遇，提高企业发展水平。公司经营层有信心推动公司在这两个业务板块实现业绩增长，也会基于上述各项举措狠抓落实与执行，全力以赴改善公司经营各项指标。

2、报告期内，你公司实现营业收入 3.79 亿元，同比减少 34.23%，扣除与主营业务无关的业务收入和不具备商业实质的收入后营业收入金额为 3.54 亿元。你公司主营家居智能、新材料、智慧项目等产品分别实现营业收入 3,741.86 万元、2,433.55 万元、890.9 万元，同比分别减少 80.89%、38.71%、81.74%。请按产品类别说明营业收入下滑的具体原因，下滑幅度与行业可比公司相比是否存在重大差异及合理性，并结合主营产品的订单获取情况、所在行业发展形势、公司产品竞争力、客户合作情况、2023 年一季度销售情况等说明营业收入下滑的趋势是否持续，你公司针对收入下滑采取的应对措施，并充分揭示经营风险。

回复：

1）公司及同行业公司营收产品对比数据列示：（单位：万元）

高斯贝尔：

产品	2022 年	2021 年	增减
数字电视产品	19,286.69	18,984.05	1.59%
家居智能产品	3,741.86	19,584.95	-80.89%
新材料	2,433.55	3,970.54	-38.71%
智慧项目	890.90	4,879.59	-81.74%
其他产品及服务	8,059.36	6,336.56	27.19%
其他	3,517.20	3,917.49	-10.22%
合计	37,929.56	57,673.18	-34.23%

四川九洲：

产品分类	2022 年	2021 年	增减
智能终端产品	191,865.39	171,643.72	11.78%
空管产品	100,071.54	85,278.94	17.35%
物业管理	3,759.70	3,385.14	11.06%
微波射频产品	18,388.45	21,127.66	-12.97%
智能应用	37,510.06	44,645.15	-15.98%
其他	30,692.10	13,629.83	125.18%
其他业务收入	6,172.55	14,692.84	-57.99%
合计：	388,459.79	354,403.31	9.61%

同洲电子：

产品分类	2022 年	2021 年	增减
机顶盒及相关设备业务	3,264.02	8,025.61	-59.33%
平台交付及运维	1,154.41	1,408.92	-18.06%
电池业务	10,143.58	490.20	1969.27%
电子烟方案取业务	457.40		
加工业务	457.74	901.86	-49.24%
贸易业务	7,897.81		
其他业务	2,105.81	3,097.86	-32.02%
合计：	25,480.77	13,924.45	82.99%

银河电子：

产品分类	2022 年	2021 年	增减
特种智能机电产品	69,912.24	59,465.82	17.57%
智能数字电视终端	24,305.59	22,396.04	8.53%
新能源产品	32,052.26	54,701.45	-41.41%
其他	4,796.18	5,914.94	-18.91%
合计：	131,066.27	142,478.25	-8.01%

按产品分析公司本报告期收入下降的原因：

a.家居智能产品：

2022 年销售额 3,741.86 万元，2021 年销售额 19,548.95 万元，减少 15,807.09 万元，减幅 80.89%。主要因 2022 年 2 月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司所致。

b.新材料：

2022 年销售额 2,433.55 万元，2021 年销售额 3,970.54 万元，减少 38.71%。主要因公司生产高端的高频高速板材，高频板主要应用于 5G 建设，而 2022 年国家对于 5G 建设有延缓的情况；高速板主要应用于服务器、光模块等产品上，还在测试验证中，验证期较长，尚未形成批量供货。

c.智慧项目：

2022 年销售额 890.9 万元，2021 年销售额 4,879.59 万元，减少 81.74%。主要原因是：1）因智慧行业基本要稳资，公司为了合理使用资金，部分项目暂停实施也未办理验收手续，暂不能确认收入；2）考虑到智慧行业项目回款周期长（1 年以上），信用风险大，公司择优选择行业及项目，故导致落地项目同比减少。

公司本报告期实现营业收入 3.79 亿元，比上年同期 5.77 亿元减少 1.98 亿元，减幅 34.23%，扣除 2022 年 2 月出售子公司深圳市高斯贝尔家居智能电子有限公司影响减少 1.59 亿，实际减少 0.39 亿元，减幅 6.76%。上述三类产品在同行业公司各产品中可比性不高，但公司的主营产品数字电视产品可与四川九洲的智能终端产品、同洲电子的机顶盒及相关业务、银河电子的智能数字电视产品类比。本报告期数字电视产品销售额 19,286.69 万元，占总收入的 50.85%，比上年同期 18,984.05 万元增长 1.59%，在同行业公司中处于中偏下水平，不存在重大差异。

2）公司主营产品的订单获取情况、所在行业发展形势、公司产品竞争力、客户合作情况

经过多年合作，公司与印度、孟加拉、非洲、南美和北美等境外主要客户已达成较为紧密的合作关系，在手订单和预测订单基本符合公司预期。此外，公司还根据客户需求，积极开发新产品，以期通过新产品的开发更好的满足客户需求，开拓新市场。

伴随着互联网的高速发展和智能化进程的持续推进，电视机顶盒从数字机顶盒逐步发展为网络智能机顶盒，目前，网络智能机顶盒主要包括 IPTV 机顶盒和 OTT 机顶盒。二者均连接电视和宽带网，功能和服务较为相似，主要提供直播服务；OTT 机顶盒通过公共互联网传输，提供的内容更为丰富。

机顶盒将在全球数字化进程中扮演越来越重要的角色，市场潜力巨大。预测 2023 年全球电视机顶盒市场需求达 3.37 亿台，其需求呈稳步增长的态势。

2023 年一季度销售对比情况：（单位：万元）

产品名称	2023 年 1-3 月	2022 年 1-3 月	增减
智慧项目	390.23	701.10	-44.34%
家居产品	0.00	3,741.86	-100.00%
新材料	235.01	502.79	-53.26%
数字电子产品	2,744.22	4,680.20	-41.37%
其他产品及服务	732.62	1,378.03	-46.84%
其他业务	445.14	893.52	-50.18%
合 计：	4,547.22	11,897.5	-61.78%

上表可见，公司一季度销售收入同比存在下滑情形。公司应对措施：

（1）公司将进一步加大覆铜板材料研发和市场推广力度，力争成为该领域的主流材料供应商，投资高速板生产线，加快中兴和浪潮认证进度，提高高速板的生产量，抢占更大的市场份额。

（2）公司进一步加大网通类相关产品的研发和市场投入，国内积极参与由广电国网主导的产品入库工作，参与广电国网及三大电信运营商的各类新终端产品采购项目，快速提升公司国内市场业绩，海外加快新产品市场导入进度，优先在印度等重点区域形成批量销售提升营业收入。

（3）加快国网发射机 700M 移频项目发出商品确认验收工作，尽快将发出商品转化为销售收入，预计 2023 年度可实现收入 8,000 余万元。

（4）公司将继续优化公司治理和人员结构，提高制造和管理效率，提升产品竞争力和毛利率水平。

尽管公司已采取上述具体措施改善公司经营业绩，仍可能因为覆铜板材料认证时间进度过长，广电国网及三大电信运营商的采购项目延缓，海外市场不同国家和地区经济安全形式发生变化，从而影响公司在新材料、网通类相关产品和海外数字电视产品的相关业绩，公司存在经营状况和业绩指标未达预期的风险。

3、报告期末，你公司应收账款账面余额为 3.3 亿元，占营业总收入的比重为 86.95%；本期计提坏账准备 1,956.28 万元，累计计提坏账准备 1.66 亿元，整体计提比例为 50.4%。

（1）请详细说明你公司收入确认政策、入账依据、核算过程，确认收入的判断是否审慎、依据是否充分，并结合公司销售信用政策、信用期限、主要客户销售结算条款、行业惯例等，说明应收账款占营业收入比重较高的原因及合理性，你公司是否存在放宽信用政策增加销售收入的情形。

回复：

公司遵循《企业会计准则第 14 号-收入》相关规定确认销售收入，具体方法：内销收入在公司根据合同约定将产品交付给客户，客户确认货物符合相关技术标准和事先约定的标准并确认收货、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认；外销产品收入主要采用 FOB 的贸易条款，“货物越过船舷”即标志着已将产品所有权的主要风险和报酬转移给购货方，根据合同约定将产品报关，取得报关单，外销产品已结关，并取得船运公司出具的提单，且已收取货款或取得了收款权力且相关的经济利益很可能流入时确认。其他产品收入确认参照内销、外销产品收入确认的具体方法，其他服务收入在相关服务已提供，已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

收入入账依据主要包括：销售合同、发货单、客户签字确认的货物验收单、报关单、销售发票及收款的银行回单等。公司的销售模式主要是经销模式：即公司的产品直接销售给经销商，再由经销商销售给分销商或零售终端，最后由零售终端销售给消费者。

会计核算过程：

a.收到经销商货款时，相关会计分录：

借：银行账款

贷：预收账款/应收账款

b.发出商品暂未确认收入时，相关的会计分录如下：

借：发出商品

贷：库存商品

c.符合收入确认规定，且依据充分时确认收入，相关的会计分录如下：

借：预收账款/应收账款

贷：主营业务收入

应交税费—应交增值税（销项税额）/境内销售

借：主营业务成本

贷：发出商品

综上分析，公司确认收入的判断是审慎的、依据是充分。

公司 2022 年较 2021 年应收账款占营业收入比较情况：

单位：万元

项 目	2022 年末		2021 年末	
	金额	应收占营业收入比	金额	应收占营业收入比
营业收入	37,929.56		57,673.17	
应收账款余额	32,980.59	86.95%	39,645.78	68.74%
其中：1 年以内	9,455.03	24.93%	16,565.40	28.72%
1-2 年	3,049.71	8.04%	2,700.09	4.68%
2-3 年	2,121.50	5.59%	4,617.99	8.01%
3-4 年	4,574.94	12.06%	8,290.62	14.38%
4-5 年	8,492.86	22.39%	3,614.59	6.27%
5 年以上	5,286.54	13.94%	3,857.10	6.69%

从上述表格中可以看出，公司 2022 年末应收账款占营业收入比为 81.89%，较 2021 年末增加 18.21 个百分点。其中账龄在 1 年以内的应收账款占营业收入比为 24.93%，较 2021 年末下降 3.79 个百分点，但账龄在 1 年以上的应收账款占营业比为 56.96%，较 2021 年末增加 16.94 个百分点，其中账龄在 3 年以上的应收账款占营业收入比为 37.39%，较 2021 年末增加 10.05 个百分点。导致应收账款占营业收入比重高的主要原因：一是历史欠款回款未能达到预期，应收余额没有明显改善，2022 年末应收账款余额 32,980.59 万元，2021 年末应收账款余额 39,645.78 万元，减少 6,665.19 万元，减幅 16.81%；其次是由于近年公司信用政策收紧，营业收入体量缩小，2022 年度实现营业收入 37,929.56 万元，比 2021 年度减少 19,743.61 万元，减幅 34.23%，应收账款的减少幅度不及营收的减少幅度，所以，应收账款占营业收入的比重高。

公司目前信用政策：公司境内客户信用账期一般为 1-12 个月，境外客户信用账期一般为 2-9 个月。主要以银行转账方式结算，部分采取商业承兑汇票，信用证（国外）、银行托收等方式结算。

公司前五大客户信用政策及结算方式

序号	客户名称	信用政策	结算方式
1	EAGLE KINGDOM TECHNOLOGIES LIMITED	月结 60 天	现汇
2	Trigon (Hong Kong) Technology Co., Limited	月结 60 天	现汇
3	合肥妙趣科技有限公司	订金 40%尾款月结 30 天	现汇
4	深圳严帕思新材料科技有限公司	月结 30 天	银承、现汇
5	INYANTRA TECHNOLOGIES PRIVATE LIMITED	1、货到印度后四个月之内付款 2、收到货后 3 个月内付款 3.5%发货前付款，5%提单电放前付款，90%以提单时间为准，45 天内付清	现款

公司近年来持续优化国内和海外客户结构，持续收紧信用政策，主动放弃长账期项目和订单，公司营业收入体量缩小、公司历史欠款的回收不及预期，导致公司应收账款占营业收入比重较高。公司欠款总额在逐年降低，不存在放宽信用政策增加销售收入的情形。

公司针对历史欠款已经进行充分计提，经营层也将加大历史欠款的清缴力度，针对欠款金额排名前二十大客户进行专项检讨并制定专项措施，通过法律途径、技术手段、商务谈判等各类手段最大限度压缩历史欠款金额，但是由于不同国家法律法规的差异，欠款客户实际经营情况的差异，公司仅然面临部分历史欠款无法收回的风险。

（2）年报显示，按单项计提预期信用损失的应收账款账面余额为 1.77 亿元，坏账准备计提比例为 81.4%，涉及境内外多个客商。请以列表形式按露按单项计提坏账准备应收账款的形成原因、账龄、业务背景、是否具备商业实质、客户资信及财务状况、关联关系、拖欠原因、催收措施、各年末坏账准备计提情况、计提依据及合理性。

回复：

公司按单项计提坏账准备的应收账款的划分依据：年末根据客户的回款情况、财务状况、经营情况等，综合分析其应收款项，并对其单独进行减值测试，根据其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

1、单项计提坏账准备的应收账款明细如下：

单位：万元

单位简称	账面余额	坏账准备	计提比例%	应收款项内容	形成时间年度区间	期后回款情况	计提原因	所属国度
客户一	9,209.14	6,446.40	70.00%	销售货款	2018-2020	是	近几年公司与该客户的交易量减少，2020 年 5 月以来，中印政治形势紧张，相关款项的可收回性存在重大不确定性，经管理层谨慎评估，对其计提坏账准备	印度
客户二	2,131.18	2,131.18	100.00%	销售货款	2017-2021	是	该国经济和安全局势较差，市场需求减少，客户经营困难	巴基斯坦
客户三	1,136.17	1,136.17	100.00%	销售货款	2017	是	部分货款有投保中信保，历史未投保部分，客户拒绝回应。	巴西
客户四	1,015.56	806.66	79.43%	销售货款	2017-2021	是	该国经济风险较大，经管层谨慎评估，对其计提坏账准备	土亚那
客户五	925.06	925.06	100.00%	销售货款	2017-2018	是	客户公司已停业，相关款项收回可能性不大	印度尼西亚
客户六	605.35	302.68	50.00%	销售货款	2018-2020	是	该客户应收款主要系 2018 年交易形成，近两年交易量极少，相关款项的可收回性存在重大不确定性	泰国
客户七	529.32	529.32	100.00%	销售货款	2017-2022	是	该国行业需求减少，客户经营困难	哈萨隆
客户八	379.54	379.54	100.00%	销售货款	2016-2017	是	客户运营困难，且印度经济风险较大	印度
客户九	226.35	226.35	100.00%	销售货款	2017	是	该公司已停业，处严重亏损状态，评估风险较大	尼泊尔
客户十	200.04	200.04	100.00%	销售货款	2018-2021	是	该公司业务萎靡濒临破产	美国
客户十一	197.31	197.31	100.00%	销售货款	2017-2020	是	其公后对方资产能力差，评估风险较大	中国
客户十二	184.20	184.20	100.00%	销售货款	2015-2016	是	该公司已停止运营，评估风险较大	印度
客户十三	152.41	152.41	100.00%	销售货款	2019	是	该公司运营困难	印度
客户十四	119.09	119.09	100.00%	销售货款	2015-2016	是	客户已停止运营，恢复出现常运营可能性较小	印度
客户十五	112.33	86.27	76.80%	销售货款	2017-2020	是	业务停滞，且客户已停业，扣除预计中信保索赔后海外预计提	哈克隆
客户十六	101.27	101.27	100.00%	销售货款	2018-2019	是	欠款期长，评估风险较大	印度
其余境外小额	367.04	367.04	100.00%	销售货款	2010-2021	是	对国际形势紧张、长期拖欠等因素相关款项收回存在较大不确定性的境外应收小额款项（共 44 家）	印度、以色列、巴基斯坦等
其余境内小额	151.77	151.77	100.00%	销售货款	2010-2019	是	客户每天等因素相关款项收回存在较大不确定性的国内应收小额款项（共 20 家）	境内
合计	17,743.11	14,442.73						

2、单项计提坏账准备的应收账款账龄、业务背景、客户资信及催收情况

单位：万元

单位简称	账面余额	账龄				期后回款情况	业务背景	客户资信	催收情况
		1 年内	1-2 年	2-3 年	3 年以上				
客户一	9,209.14		742.77	8,466.37	317.02		客户 2015 年与公司开展合作，是公司印度市场系统推广的重要合作伙伴。	客户于 2015.5.27 日成立，注册资金 10 万卢比，民营企业，主营电子产品进出口。	1.公司协同客户与其下游运营商直接追款，2.通过技术支持方式施加影响，3.商讨折扣或打包方式。4.通过法律手段催收。
客户二	2,131.18	5.22		10.52	2,115.44		2013 年建立合作，因巴基斯坦政府对数字对讲机进行改造，为抓住巴基斯坦市场，通过发放半年的方式销售数字电视前端以及机顶盒，后因政府未能解决方案，及时推进数字化，导致账款产生。	成立于 2000 年，独立企业，主营数字电视前端产品，IP 网络设备，主营数字电视解决方案，以及网络运营商。	1.公司协同客户与其下游运营商直接追款，2.通过技术支持方式施加影响，3.商讨折扣或打包方式。4.通过法律手段催收。
客户三	1,136.17				1,136.17		巴西机顶盒经销商，该笔欠款为 2017 年销售机顶盒未收回全款造成。	客户成立于 2001.5.15，主营电子产品制造。	1. 由公司欠款小组寻求打包给第三方收款机构；2.通过中信保索赔。
客户四	1,015.56	63.38		952.18	150.89		该客户是南美主亚那的卫星和无线收费数字电视系统运营商，此笔欠款为 2017-2019 年期间给客户出货的机顶盒订单，未催收回全款。	客户成立于 2001.1.1，股份制，主营数字电视产品，数字电视技术服务等。	公司与客户达成欠款和解协议；客户按协议还款。
客户五	925.06			925.06			客户为当地代理商，给运营商提供机顶盒，该笔欠款为 2017-2018 年销售机顶盒，未收回全部货款而造成的。	该公司已查不到资信信息。	相关款项收回可能性不大
客户六	605.35			162.41	442.94		泰国的代理商，给泰国的运营商和经销商提供机顶盒。	该客户信用情况一般，存在一定风险	公司与客户达成欠款和解协议，客户按协议还款。
客户七	529.32	22.63		6.96	499.72		哈麦隆节日源提供商和无线收费系统运营商，此笔欠款为销售机顶盒，未收回全部货款造成。	当地无线收费数字电视运营商，与公司十余年的合作历史。	持续跟催，同时关注客户国经营状况
客户八	379.54				379.54		2016 年建立合作，客户自营网络正值扩张，大量租赁机顶盒，因政府放缓数字化，导致库存积压，后因市场原因，客户销售出现困难。	成立于 2006 年，可偿还资金为 1500 万卢比，私营（合伙制公司企业），主营有线运营（多系统运营商）。	1.通过技术支持方式对运营商施加影响，2、商讨折扣方式分次收回
客户九	226.35			226.35			客户为有线电视运营商，2016 年与公司合作，因本地股东投资资金延误，造成项目开通延后，公司货款一直未能按期支付，2020 年该客户日常经营停滞。	项目设有开通，公司处于非正常运营状态，客户资信情况较差。	公司本地股东变化，要求新股东加有投资，公司将继续作为产品提供方，客户在支付新订单款的同时，支付部分之前欠款。
客户十	200.04		8.36	4.53	187.15		加勒比海区域的运营商兼代理商，该笔欠款为销售机顶盒未收回全款造成。	私人运营商，目前经营情况较差。	公司与客户达成欠款和解协议，客户按协议还款。
客户十一	197.31			0.08	197.23		2017 年与公司签订机顶盒销售合同	客户于 1992.12.30，经营范围：电子及数字电视相关技术开发与销售等，公司及法人已被限制高消费。	按新协议，货款已展期，后续密切关注。
客户十二	184.20				184.20		2011 年建立合作，该客户主要协助公司在印度进行网络推广，公司通过放账方式销售前端系统以及机顶盒作为市场宣传用，应收账款主要产生于 2015-2016 年间。	客户成立于 2008.11.17，注册资金 500 万卢比，私营，主营有线电视行业以及网络运营商。	1.通过技术支持方式对运营商施加影响，2、商讨折扣方式分次收回。
客户十三	152.41				152.41		2015 年建立合作，这逢印度数字化转换启动，客户大量提货机顶盒及前端设备以满足市场需求，因印度政府政策原因，2018 年之后机顶盒销售放款，货款主要产生于 2019 年间。	于 2014.5.24 成立，注册资金 1.5 亿占比，上市有限公司，主营数字电视有线运营，是 Rajasthan 邦大运营商。	1.通过技术支持方式对运营商施加影响，2、商讨折扣方式分次收回。
客户十四	119.09				119.09		2015 年建立合作，客户协助公司做市场推广，公司通过放款的方式销售前端以及机顶盒作为终端产品，因市场竞争等因素，公司支持其他代理商客户。	客户于 2007.3.6，注册资金 100 万卢比，私营，主营网络服务以及网络方案提供。	找印度现有一家客户成当地第三方收款机构打包处理。
客户十五	112.33			39.00	73.33	34.09	哈麦隆有线电视运营商和盒子经销商，2009 年开始合作至今，目前其销售和回款进度较慢。	客户目前该地区经营情况较差，资信情况较差，重新进行评估和调查。	1、和客户保持联系，持续跟催，2、同时关注客户经营状况。
客户十六	101.27				101.27		2016 年建立合作，公司看重该客户合作，给予一定账期支持，造成部分账款未能收回。	客户于 2007.3.6，注册资金 100 万卢比，私营，主营网络服务以及网络方案提供，是孟买主要运营商之一。	计划找印度现有一家客户成当地第三方收款机构打包处理
其余境外小额	367.04		24.95	22.29	319.81			