证券代码：600358　　证券简称：国旅联合　　公告编号：2026-临023

国旅文化投资集团股份有限公司关于上海证券交易所对公司2025年年度报告的信息披露监管问询函回复的公告

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法律责任。

国旅文化投资集团股份有限公司（以下简称"公司"）于2026年4月2日收到上海证券交易所出具的《关于国旅文化投资集团股份有限公司2025年年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2026】0584号）（以下简称《问询函》）。公司收到《问询函》后高度重视，立即组织相关部门并会同公司年报审计机构，就《问询函》所涉及的问题逐项核查落实并予以回复，现将具体内容公告如下：

本回复中，若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。如无特别说明，本回复中使用的简称或名词释义与《国旅文化投资集团股份有限公司2025年年度报告》一致。

问题1.关于互联网营销业务收入。年报显示，公司2025年实现营业收入4.27亿元，同比增17.12%，主要来源于互联网营销业务收入3.16亿元，同比增长10.25%。该业务模式为根据客户推广需求进行广告投放，主要客户群体为游戏行业，投放主要媒体为B站、抖音、快手等互联网媒体。同时2025年末，公司B站幻电返货余额1369.20万元，较2024年末余额4384.04万元同比大幅下降；一年以内应收账款余额1.47亿元，较2024年末余额8221.77万元同比大幅增长。

请公司：（1）补充披露互联网营销业务近三年前五大客户和供应商变动情况，包括但不限于名称、成立时间、合作时间、是否关联方、交易金额及占比，并结合客户及供应商变动情况说明业务模式是否发生变化，如是进一步说明针对变化后的业务模式采取的收入确认政策是否审慎、合规；（2）补充披露B站幻电返货计算过程及依据，并结合是否约定阶梯定价、销售奖励及兑换周期、结算及变现方式，说明是否在营销渠道、客户获取等方面依赖B站等主要供应商，返货余额大幅下降是否符合行业趋势，是否对公司持续盈利能力产生不利影响；（3）补充披露互联网营销业务应收账款余额前五大欠款方名称、销售产品类型、销售时间、销售金额和占当期营业收入的比例、账期、回款情况，并结合一年内应收账款大幅增长、B站返货余额大幅下降的变动趋势，说明相关收入确认的会计政策、具体依据，是否符合《企业会计准则》等规定，是否存在提前确认收入、年末突击确认收入情形。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）补充披露互联网营销业务近三年前五大客户和供应商变动情况，包括但不限于名称、成立时间、合作时间、是否关联方、交易金额及占比，并结合客户及供应商变动情况说明业务模式是否发生变化，如是进一步说明针对变化后的业务模式采取的收入确认政策是否审慎、合规；

1、近三年前五大客户变动情况

互联网营销业务的核心经营主体为公司控股子公司北京新线中视文化传播有限公司（以下简称"新线中视"），近三年前五大客户均为游戏行业头部厂商及优质合作对象，与公司及控股股东、实际控制人、董监高及其关联方均无关联关系，具体变动情况如下（本回复所列表格中的金额如无特别说明，均以人民币万元为单位）：

序号	客户名称	成立时间	合作时间	是否关联方	2025年交易额	占互联网营销收入比	2024年交易额	占互联网营销收入比	2023年交易额	占互联网营销收入比
1	客户一及其关联方	2000-02-24	5年	否	13,054.12	41.30%	12,095.27	42.23%	12,987.26	25.88%
2	客户二及其关联方	2006-06-02	5年以上	否	5,260.62	16.64%	4,517.86	15.77%	17,935.03	35.74%
3	上海米哈游影铁科技有限公司	2019-02-26	5年以上	否	1,849.11	5.85%	2,659.67	9.29%	5,289.66	10.54%
4	广州库洛科技有限公司及其关联方	2017-03-02	5年	否	3,079.62	9.74%	1,747.04	6.10%	494.16	0.98%
5	上海英雄互娱网络科技有限公司	2021-04-23	3年	否	1,752.44	5.54%	201.28	0.70%	30.15	0.06%
6	北京迪光数字科技有限公司	2021-03-08	4年	否	1,721.41	5.45%	1,616.97	5.65%	2,576.81	5.14%
7	上海蛙扑网络技术有限公司	2005-06-16	2年	否	/	/	/	/	746.53	1.49%
合计					26,717.32	84.52%	22,838.09	79.74%	40,059.60	79.83%

如上表所示，客户一、客户二、米哈游等头部游戏厂商均稳居前三大客户行列，其中客户一、库洛合作期限均为5年，客户二、米哈游合作超5年，合作关系均稳固，为公司互联网营销业务提供了持续稳定的收入支撑。除上述核心头部客户外，公司同步深耕拓展并持续维护中腰部优质客户资源，广州库洛科技有限公司合作期限达5年、上海英雄互娱网络科技有限公司合作满3年、北京迪光数字科技有限公司合作4年，均为公司基于自身业务发展规划重点维护的优质合作对象。上述客户布局与维护动作，推动客户结构实现了良性优化调整。

2、近三年前五大供应商变动情况

序号	供应商名称	成立时间	合作时间	是否关联方	2025年采购额	占互联网营销采购比	2024年采购额	占互联网营销采购比	2023年采购额	占互联网营销采购比
1	B站	2014-09-11	5年以上	否	27,231.67	77.31%	21,954.26	75.66%	36,157.52	79.47%
2	头条及其关联方	2017-12-07	5年以上	否	2,983.32	8.47%	2,113.41	7.28%	3,177.81	6.98%
3	广州航艇科技有限公司	2022-03-02	2年	否	813.52	2.31%	399.10	1.38%	/	/
4	上海小花猫文化传播有限公司	2017-11-17	1年	否	217.25	0.62%	/	/	/	/
5	尊岸广告（上海）有限公司	2012-10-16	2年	否	203.09	0.58%	/	/	/	/
6	北京快手广告有限公司	2016-09-23	5年	否	/	/	1,271.08	4.38%	402.38	0.88%
7	广州炫楷科技有限公司	2020-04-21	2年	否	/	/	467.77	1.61%	124.68	0.27%
8	侠客行（上海）广告有限公司	2014-05-09	2年	否	/	/	35.28	0.12%	584.93	1.29%
9	红顶天文化传媒（北京）有限责任公司	2016-10-11	2年	否	11.48	0.03%	/	/	623.56	1.37%
合计					31,460.33	89.32%	26,240.90	90.43%	41,070.88	90.26%

如上表所示，近三年新线中视前五大供应商采购集中度整体保持稳定，合计占比分别为89.32%、90.43%、90.26%。其中，B站作为公司互联网营销业务第一大供应商，合作时间超5年，合作关系长期稳固，其采购占比始终保持高位，仍是核心合作媒体。为进一步降低单一媒体依赖风险，公司持续推进渠道分散化战略：一方面深化与头条等成熟媒体的长期合作（合作超5年），2025年采购占比提升至8.47%，与B站形成核心媒体互补格局；另一方面主动拓展优质中小媒体资源，2024-2025年陆续新增广州航艇科技有限公司、上海小花猫文化传播有限公司、尊岸广告（上海）有限公司等合作供应商，同时根据业务需求动态调整与北京快手广告有限公司、广州炫楷科技有限公司、侠客行（上海）广告有限公司等媒体的合作节奏，逐步扩大供应商合作范围。

3、业务模式未发生重大变化

近三年，新线中视互联网营销业务核心模式始终为"根据客户推广需求制定传播计划，通过B站、抖音等互联网媒体进行广告投放，或提供策划、设计、制作等综合营销服务"，业务本质未发生变更。

客户结构从以客户一、客户二头部游戏厂商为主，逐步拓展广州库洛、上海英雄互娱等中腰部游戏企业及文旅、消费类客户并存的格局；供应商聚焦B站等核心媒体（主要因B站内容属性与游戏营销需求高度契合，新线中视基于商业利益考虑），同时持续拓展抖音、小红书等新兴渠道，近三年业务模式未发生重大变化。

4、收入确认政策审慎合规

公司收入确认严格按照《企业会计准则第14号——收入》及相关解释要求，结合广告效果营销业务实质制定明确政策：公司承接业务后，按照客户要求选择媒体投放广告，经与客户确认投放计划，在广告见诸媒体后根据广告实际投放量确认，或按照合同约定，相关服务已提供完毕，经与客户确认相关劳务成果时确认收入实现。

新线中视主营业务为互联网广告营销服务。根据《企业会计准则第14号——收入》第三十四条规定，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，判断交易身份为主要责任人或代理人；主要责任人应当按照已收或应收对价总额确认收入。结合业务实质与行业惯例，新线中视互联网广告营销业务符合主要责任人认定标准，应按总额法确认收入，具体说明如下：

（1）承担向客户转让广告服务的首要履约责任

新线中视独立与客户一、客户二等游戏客户签订营销服务合同，全权负责广告投放方案策划、媒体资源采购、投放执行、数据监测、效果优化及对账结算等全流程服务，系对客户承担履约义务的首要责任方。媒体供应商仅根据公司指令执行投放操作，不直接对客户承担服务责任，客户仅向公司主张履约相关权利，符合准则中"承担主要责任"的核心要求。

（2）承担广告服务相关的主要经营风险

新线中视需预先向B站等媒体平台充值并取得虚拟广告流量，独立承担流量采购成本、资金占用成本及媒体政策变动风险；需按照客户约定的效果指标完成履约，若投放未达约定要求，需独立承担客户扣款、项目亏损等履约风险；并独立承担游戏客户应收账款回款逾期、无法收回的信用风险，并非仅提供居间服务且不承担主要经营风险。

（3）拥有广告服务的自主定价权

新线中视结合游戏客户类型、投放规模、媒体采购成本、媒体返货政策及投放执行难度等实际业务因素，自主与客户协商确定服务价格、结算方式及付款周期，并非按照固定比例或固定金额收取代理佣金，符合准则中"自主决定交易价格"的判断条件。

（4）转让服务前实质控制广告流量资源

新线中视根据客户投放需求，自主向媒体平台采购并预付资金，取得平台虚拟广告流量的完整控制权，可自主支配投放渠道、投放时段、目标人群及流量消耗节奏。在向游戏客户提供广告投放服务前，公司已实际占有、支配并控制广告流量资源，具备主导使用并获取全部经济利益的权利。

综上，公司严格按照企业会计准则相关规定，结合广告效果营销业务实质采用总额法确认收入，收入确认时点判断准确、依据充分、证据链完整；总额法核算符合主要责任人认定及控制权判断标准，与业务模式保持一致。公司收入确认政策执行审慎、合规，报告期内未发生重大变更，不存在提前确认、突击确认收入等违规情形，能够真实、公允反映公司经营成果。

（二）补充披露B站幻电返货计算过程及依据，并结合是否约定阶梯定价、销售奖励及兑换周期、结算及变现方式，说明是否在营销渠道、客户获取等方面依赖B站等主要供应商，返货余额大幅下降是否符合行业趋势，是否对公司持续盈利能力产生不利影响；

1、B站返货计算过程及依据

B站幻电返货是新线中视作为B站核心代理商，在开展广告投放业务时，B站根据双方签署的《网络推广服务协议》及当期实际业务履约情况给予的营销激励，以虚拟货币形式存入新线中视在B站的专属"返货账户"，与"现金账户"（由公司现金充值形成）共同用于抵扣广告投放成本，本质为供应商返利。

（1）账务处理依据

公司自媒体供应商取得的广告返货，属于与广告流量采购相关的供应商返利，本质系对广告流量采购成本的调整，不属于公司向客户提供服务的对价。根据中国证券监督管理委员会发布的《2019年上市公司年报会计监管报告》指出，"年报分析发现，个别上市公司根据与供应商签订的合同，将从供应商取得的按照存货采购金额一定比例结算的返利等确认为收入。上述情况下，企业并未向供应商提供单独的商品或服务，其从供应商取得的采购返利实质为存货购买价款的调整，应冲减存货成本或营业成本"。

（2）计算依据及过程

新线中视返货计算严格遵循协议约定及实际业务数据，核心依据包括《网络推广服务协议》、《哔哩哔哩商业化效果代理商季度政策》、B站平台现金充值记录、广告投放消耗明细（含现金币/返货币消耗数据）、返货到账系统截图、月度/季度返货结算单等，所有数据均经B站平台系统校验核对确认。

近三年，公司返货计算方式未发生重大变更，保持一贯性与合规性，具体计算过程如下：

①返货单币价值 = 当期现金消耗总额 ÷（当期现金消耗总额 + 当期实际收到的返货金额）

②当期消耗返货成本 = 当期实际消耗返货数量 × 返货单币价值

其中，"当期实际收到的返货金额"包含基础返货、阶梯激励返货、季度专项激励及增量激励等全部返货类型；"当期现金消耗总额""当期实际消耗返货数量"均取自B站广告投放后台统计数据，与新线中视账务记录双向核对一致，返货核算流程真实、准确，符合企业会计准则及业务实际约定。

2、结合相关约定说明渠道及客户获取依赖情况

（1）阶梯定价、销售奖励及兑换周期、结算及变现方式

阶梯定价与销售奖励：在《哔哩哔哩商业化效果代理商季度政策》中明确约定了阶梯定价及销售奖励机制。返货激励采用"固定基础返点+任务完成率阶梯系数调节+季度专项激励+季度增量激励"的三层体系：按月度/季度广告投放任务完成率分档设置阶梯系数，完成率越高对应系数越高，整体属于与投放规模、任务达成直接挂钩的阶梯定价模式；销售奖励包括季度专项激励（基于代理综合运营水平考核）和季度增量激励（基于特定推广目的考核指标），两项激励均按季度核算发放，具体金额以B站出具的结算单为准。

兑换周期：返货无固定兑换期限，自到账之日起长期有效，可根据广告投放需求随时通过"返货账户"抵扣成本，使用灵活无限制。

结算方式：返货实行"按月核算发放、季度找平"机制：月度按当期投放数据预发基础返货，季度最后一个月根据全季度实际达成金额及对应返货率综合结算，末月发放金额 =季度应结算总金额 - 前期已预发金额；季度专项激励、季度增量激励按季度集中结算发放，实际金额以B站渠道最终下发数据为准。

变现方式：返货仅支持抵扣B站平台内广告投放成本，不可直接提现、转让或兑换其他权益，结算时自动冲减应付B站的广告费用，符合B站代理商返货统一规则。

（2）是否依赖B站等主要供应商

新线中视的供应商，主要集中于B站。这种情况主要是由于新线中视是一家侧重内容创意的传播公司，而B站的内容属性和受众群体更适合新线的营销策略，同时基于商业利益考虑，新线中视主动做出的市场选择。但在营销渠道及客户获取方面，公司不存在对B站的依赖。具体说明如下：

媒体供应商集中情况：近三年新线中视向B站采购金额占互联网营销业务采购总额的比例始终维持在75%以上的高位水平，但整体呈现小幅波动态势，未形成持续上升趋势。该依赖系公司主动市场选择的结果，新线中视侧重内容创意传播，B站的ACG内容属性、年轻核心受众群体与公司核心游戏客户的营销需求高度契合，且B站针对代理商的阶梯激励政策具备商业吸引力，因此形成阶段性合作聚焦，具有充分的商业合理性。

为降低单一媒体依赖风险，公司一方面加大抖音及中小媒体渠道投放力度，深化与头条及其关联方等成熟媒体的长期合作，与B站形成核心媒体互补格局；另一方面主动拓展优质中小媒体资源，持续优化供应商结构。

营销渠道、客户获取不依赖B站：新线中视自成立起，聚焦于游戏领域的互联网广告营销。经过近十年的发展，已形成一定的内容创意及整合营销优势。公司核心客户为米哈游等头部游戏厂商，客户合作的建立与深化，主要基于公司自身的内容创意能力、全链路营销服务能力及行业积累的良好口碑，合作洽谈、合同签署均由公司与客户直接对接推进，不通过B站等供应商引荐或背书，客户获取具有完全独立性，未形成对B站的依赖。

3、返货余额大幅下降的原因及影响说明

2025年末返货余额较2024年末同比下降68.77%，该变动系媒体政策收紧与公司主动资金管理策略共同作用的结果，相关变动对采购成本、盈利水平存在一定影响，具体说明如下：

（1）返货余额下降符合媒体政策收紧趋势

2024-2025年，国内头部互联网媒体平台（含B站）受行业竞争格局优化、盈利诉求提升等因素影响，普遍调整广告代理合作政策，整体呈现收紧返点优惠、下调返点比例的趋势，属于行业理性调整的共性现象。其中，公司与B站合作的基础返点比例下调，直接导致当期可获取的新增返货规模同比减少，该政策调整不影响公司与B站的核心合作关系，但将客观上提高公司媒体采购的实际成本水平。

（2）公司主动资金管理策略加速返货消耗

2025年，伴随核心客户合作深化，账期有所延长，公司应收账款规模相应增加，资金占用压力阶段性上升。为优化现金流管理、减少现金流出、提升资金使用效率，公司主动调整返货使用策略，加快历史累计返货的消耗节奏，将返货优先用于日常广告投放款项抵扣，以媒体端虚拟权益替代现金采购，有效降低了当期现金支出压力。该举措属于公司正常的经营性资金管理行为，随着2026年核心客户应收账款逐步收回，公司现金流将进一步充盈，无需依赖返货抵扣缓解资金压力，返货余额波动不会对经营稳定性造成影响。

（3）返货余额下降的影响

返货本质为供应商给予的采购成本抵扣项，并非公司核心盈利来源，其余额变动不会改变业务盈利的核心逻辑。返货余额为累计未使用的返货权益，属于存量指标，受媒体端返点政策收紧影响，当期新增返货规模减少，使得公司广告投放的实际单位成本有所上升。

2025年，新线中视互联网营销业务毛利率为4.78%，较上年提升0.5个百分点，主要得益于客户结构优化与业务运营效率提升，在一定程度上对冲了媒体返点下调带来的成本压力。未来若媒体返点政策持续收紧，返货规模进一步下降，可能继续对新线中视采购成本及盈利水平产生一定影响，公司将持续通过拓宽客户结构、拓展多元媒体投放及优化渠道结构等方式应对相关压力。

（三）补充披露互联网营销业务应收账款余额前五大欠款方名称、销售产品类型、销售时间、销售金额和占当期营业收入的比例、账期、回款情况，并结合一年内应收账款大幅增长、B站返货余额大幅下降的变动趋势，说明相关收入确认的会计政策、具体依据，是否符合《企业会计准则》等规定，是否存在提前确认收入、年末突击确认收入情形。

1、互联网营销业务应收账款前五大欠款方

互联网营销业务应收账款余额前五大欠款方均为游戏行业优质企业，与公司无关联关系，回款情况整体良好，具体情况如下：

序号	欠款方名称	销售产品类型	销售时间	2025年销售额	占互联网营销收入比	账期	2025年末余额	截至回函日回款情况
1	客户一及其关联方	游戏广告投放	2025年8-12月	13,054.12	41.30%	120天	7,683.21	3,225.30
2	客户二及其关联方	游戏广告投放	2025年8-12月	5,260.62	16.64%	120天	1,700.08	984.74
3	上海米哈游影铁科技有限公司	游戏广告投放	2025年9-12月	1,849.11	5.85%	90天	748.58	561.48
4	广州库洛科技有限公司及其关联方	游戏广告投放	2025年9-12月	3,079.62	9.74%	90天	612.39	1,075.54
5	上海鹰角网络科技有限公司	游戏广告投放	2025年11-12月	339.42	1.07%	45天	359.78	0.00
合计				23,582.89	74.60%		11,104.04	5,847.06

公司前五名客户均为游戏行业头部企业及经营情况稳定良好的企业，具备较强的资金实力和履约能力。报告期内，公司与该等客户合作历史较长，合作模式成熟，未发生逾期付款情形，截止本问询函回复日，上述应收账款回款正常（上海鹰角网络科技有限公司回款滞后主要系发票流转流程延后所致，不存在回款风险）。

2、一年内应收账款大幅增长、B站返货余额大幅下降的变动趋势说明

2025年末一年内应收账款大幅增长，主要系两方面合理因素叠加：一是互联网营销业务收入同比增长10.36%，业务规模扩大自然带动应收账款增长；二是核心客户合作深化后，账期延长导致期末余额阶段性上升，相关应收账款均对应已真实履约的广告业务，无虚增情形。

B站返货余额下降与收入确认无直接关联：一方面系2025年头部媒体普遍收紧返点政策，B站基础返点比例下调导致新增返货减少；另一方面系公司为应对应收账款资金占用压力，主动加快返货抵扣节奏以优化现金流，该变动仅影响资产结构与现金流安排，不涉及收入确认逻辑调整，更不影响收入的真实性与完整性。

3、收入确认会计政策、依据及合规性

公司互联网营销业务收入确认严格遵循《企业会计准则第14号——收入》核心要求，以"客户取得相关服务控制权、履约义务完全履行"为判断核心，具体政策如下：公司承接业务后，按照客户要求选择媒体投放广告，经与客户确认投放计划，在广告见诸媒体后根据广告实际投放量确认，或按照合同约定，相关服务已提供完毕，经与客户确认相关劳务成果时确认收入实现。

收入确认的具体依据包括但不限于：①双方签署的合作框架合同及补充协议；②客户盖章或正式邮件确认的投放计划单；③媒体代理商系统后台生成的可追溯投放数据；④客户最终确认的结算单及对账记录等。

上述政策、依据与公司互联网营销业务相契合，近三年未发生重大变更，收入确认时点准确、依据充分，符合《企业会计准则》及监管相关规定。

4、不存在提前确认收入、年末突击确认收入的情形

结合业务特性、收入分布、证据链完整性及期后回款情况，公司不存在提前确认收入、年末突击确认收入的情形，具体说明如下：

（1）收入季度分布均衡，无年末异常冲高

2025年一至四季度互联网营销业务收入分别为7,112.90万元、8,333.25万元、8,856.98万元、7,306.83万元，各季度收入呈平稳波动态势，第四季度收入未出现显著异常增长，不存在年末集中突击确认收入的迹象。

（2）收入具备完整真实的业务证据链

公司收入均有对应真实的广告投放行为，已形成"合同—投放计划—媒体数据—客户确认—结算"的全流程证据闭环，不存在无业务背景的虚增收入，也不存在对未完成投放提前确认收入的情况。

（3）期后回款情况印证收入真实性

截至回函日，2025年末应收账款前五大欠款方已累计回款5,847.06万元，整体回款比例达52.66%，其中客户一及其关联方、客户二及其关联方等核心客户回款均符合账期约定，未出现逾期情形，进一步验证了相关收入的真实合规，不存在提前确认收入的问题。

综上，2025年末应收账款大幅增长系业务规模扩大与账期调整的合理结果，B站返货余额下降系行业政策变化与公司现金流管理策略导致，两者均不影响收入确认的核心逻辑。公司收入确认会计政策审慎合规，确认依据充分完整，严格遵循《企业会计准则》相关规定，不存在提前确认收入、年末突击确认收入的情形。

【会计师回复】

经核查，新线中视互联网营销业务近三年前五大客户、供应商变动系正常市场调整，业务模式未发生重大变化，收入确认政策与业务实质相匹配，相关会计处理符合《企业会计准则》规定。B站返货相关计算依据充分、会计处理合规，返货余额下降系行业政策调整及公司现金流管理安排所致。2025年末应收账款大幅增长主要系业务规模扩大及核心客户账期调整导致，期后回款情况正常，未发现公司存在提前确认收入、年末突击确认收入等违规情形。

问题2.关于电商业务收入。年报显示，公司电商业务由2024年1月现金收购的江西省海际购进出口有限公司运营，2024年及2025年相关业务收入金额分别为5077.96万元、8148.40万元，同比增长60.08%。同时，公司将上述业务认定为贸易业务，但未予以营业收入扣除，公司2024年及2025年营业收入扣除项目合计金额分别为56.37万元、31.08万元。

请公司：（1）补充披露电商业务采购付款、仓储物流、分销渠道及形式、销售收款及定价依据，并结合关键合同条款，说明电商业务采取总额法或净额法核算的具体依据，是否符合《企业会计准则》相关规定，是否与公司的业务实质相匹配；（2）补充披露电商业务前五大客户及供应商具体情况，包括但不限于名称、成立时间、经营范围、注册资本、合作期限、是否新增客户/供应商，销售/采购的具体产品、金额和截至回函日的回款情况，经营规模与其订单金额是否匹配，以及是否与公司、控股股东、实控人、董监高及其关联方等存在关联关系或其他潜在利益安排；（3）对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号——业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，全面核实营业收入扣除是否充分、准确、完整，是否存在其他需要予以扣除的收入，是否存在规避退市风险警示的情形。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）补充披露电商业务采购付款、仓储物流、分销渠道及形式、销售收款及定价依据，并结合关键合同条款，说明电商业务采取总额法或净额法核算的具体依据，是否符合《企业会计准则》相关规定，是否与公司的业务实质相匹配；

1、电商业务整体运营情况

公司电商业务由子公司江西省海际购进出口有限公司（以下简称"海际购"）运营。海际购成立于2020年9月，核心业务为跨境电商零售进口，聚焦电子、奶粉、个护、美妆、保健品等核心品类。2023年6月，上市公司披露现金收购海际购100%股权的议案，2024年1月完成资产交割。近两年海际购收入具体明细如下：

项目	2025年	2024年	变动率
电商供应链服务业务（净额法）	232.95	244.58	-4.75%
电商零售业务（总额法）	7,896.70	4,833.38	63.38%
其他业务收入	18.75	0.00	/
合计	8,148.40	5,077.96	60.47%

如上表所述，2025年营业收入增长，主要是由于电商零售业务（总额法）增加所致。2025年海际购公司持续强化渠道建设，拓展客户资源，紧抓海外头部品牌新品上市的窗口期，依托稳定货源与成熟渠道运营优势实现相关收入的显著增长，本次收入增长具备充分合理的商业背景，交易真实。

2、电商业务模式介绍

（1）电商供应链服务业务（净额法）

电商供应链服务业务为受托执行式供应链服务，公司根据客户明确指令，向其指定供应商批量采购进口商品，并协助办理报关、保税区入库等手续，按客户需求分批交付。由于公司在该业务中未取得商品控制权，仅提供采购执行及流程服务，符合《企业会计准则第14号——收入》中"代理人"判断标准，故采用净额法确认收入。

（2）电商零售业务（总额法）

海际购跨境电商零售业务分为B2C线上旗舰店自营直销、BBC多渠道分销两种模式，两种模式均按总额法确认收入。报告期电商零售业务总收入7,896.70万元，其中自营直销模式收入4,073.16万元，占比51.58%；多渠道分销收入3,823.54万元，占比48.42%。

B2C线上旗舰店自营直销模式：海际购取得品牌采购链路后，通过京东、天猫国际、拼多多、唯品会等主流电商平台开设旗舰店、专卖店，直接面向终端消费者销售商品，依据平台销售结算单确认收入；

BBC多渠道分销模式：即"商家-商家-顾客"模式，海际购向京东自营、唯品会自营等平台供货，由平台通过其自营商城完成终端销售后，平台向海际购出具结算单时确认相关收入。

3、电商零售业务（总额法）关键环节说明

（1）采购付款

海际购自主筛选优质海外供应商，基于市场需求及销售计划与供应商签订采购合同，明确采购品类、数量、单价及付款条款；付款方式以电汇为主，按合同约定的结算周期支付货款，拥有供应商选择权及采购条款谈判权，不存在受第三方指定采购的情形。

（2）仓储物流

商品进口后存放于海际购指定的跨境贸易保税区仓库，由海际购与保税仓运营方签订《仓储服务协议》，明确货物存储、保管及出库流程；海际购定期对库存商品进行盘点，自主管控库存水平，商品入库后所有权及毁损、灭失、滞销等风险均由海际购承担，仓储物流费用由海际购自行支付。

（3）分销渠道及形式

渠道类型：核心渠道为京东、天猫国际、拼多多、唯品会等头部电商平台，同时布局自有小程序等辅助渠道，形成"主流平台为主、自有渠道补充"的分销格局；

分销形式：B2C模式通过平台旗舰店直接触达终端消费者，提供"下单-清关-配送-售后"全链路服务；BBC模式通过向平台自营体系供货，借助平台流量及履约能力实现商品分销，两种模式均由海际购主导商品流转及服务衔接。

（4）销售收款

B2C模式：终端消费者通过平台支付系统将货款支付至海际购平台店铺账户，平台按约定周期与海际购结算，扣除平台服务费后将剩余款项划转至海际购银行账户；

BBC模式：电商平台按双方约定的结算周期（通常为月度或季度）与海际购对账，确认实际销售数量及金额后，将货款支付至海际购指定账户，无第三方代收代付情形。

（5）定价依据

海际购结合采购成本、平台服务费、市场竞争价格、平台补贴政策及预期毛利率，自主制定商品销售价格；可根据市场供需变化、促销活动需求灵活调整定价，定价决策具备独立性。

4、总额法与净额法核算的具体依据及合规性说明

根据《企业会计准则第14号——收入》等规定的要求，企业应根据"转让商品前是否拥有对该商品的控制权"，判断其身份为主要责任人或代理人：拥有控制权的为主要责任人，按总额法确认收入；否则为代理人，按净额法确认收入。结合业务实质及关键合同条款，具体认定依据如下：

（1）电商供应链服务业务（净额法）的认定依据

如前文所述，该业务中公司仅根据客户指令执行采购，不拥有商品控制权，不承担存货、价格等核心风险，仅收取固定比例服务费，符合"代理人"认定标准，按净额法确认收入。

（2）电商零售业务（总额法）的认定依据

海际购在B2C、BBC两种模式下均为主要责任人，按总额法确认收入，核心依据如下：

控制权判断要素	业务实质表现	关键合同条款支撑
转让前拥有商品控制权	自主选择供应商、签订采购合同并支付货款，商品入库后取得所有权，转让给客户（消费者或平台）前均由海际购掌控	《采购合同》约定"已支付货款部分的货物所有权归公司。货物交付公司之前的毁损、灭失风险由销售方承担。"；《仓储物流协议》明确"货物到仓后，若货物未能通过中国海关的检验，货物产生退运或被销毁处理的，则由此产生的所有责任、后果、损失及费用等，均由公司自行承担。因商品的性质、包装不符合约定或者超过有效保质期造成仓储物变质、损坏的，公司承担相关风险"
承担主要履约责任	B2C模式下，海际购负责商品售后、质量保障及无理由退货；BBC模式下，平台有权无条件退回滞销或残次商品，相关损失由海际购承担	《平台服务协议》约定"公司应按照平台规则规定提供售后服务。平台有权对公司的售后服务情况进行监测、数据统计、视情况介入售后处理，并依据公司与平台签署的平台协议及平台规则，对售后服务不达标或不符合规则要求作出处理。"；《供货协议》明确"平台可无理由退回未售出商品，海际购需全额退款"，平台无理由退货给公司，非质量问题公司不能再退回上游供应商。
拥有自主定价权	自主制定销售价格，可根据市场情况调整，不受供应商或平台强制约束	相关合同未限定销售价格，仅约定平台服务费比例，定价决策由海际购独立作出
承担核心风险	独立承担存货滞销、价格波动、信用违约等风险，供应商及平台不提供风险兜底	无供应商或平台承诺保底销售、价格补贴等条款，库存积压及货款回收风险均由海际购自行承担
结算方式非佣金制	与平台按商品销售金额结算，而非按固定比例收取佣金，收入金额与销售规模直接挂钩	《供货协议》约定"结算金额 = 实际销售数量 × 供货单价"，无佣金计提相关条款

5、核算方式的合规性与业务实质的匹配性

海际购针对不同业务类型采用的总额法与净额法核算，严格遵循《企业会计准则第14号——收入》相关规定，核心判断逻辑与业务实质高度契合：供应链服务业务中，公司仅提供采购执行服务，无商品控制权及核心风险承担，按净额法确认收入符合"受托服务"的业务本质；跨境电商业务中，海际购自主完成采购、仓储、销售全流程管控，拥有商品控制权，承担主要风险及履约责任，按总额法确认收入如实反映了"自主经营、自负盈亏"的业务实质。

综上，公司电商业务区分不同模式采用对应核算口径，其中电商供应链服务业务按净额法核算；B2C直销与BBC分销模式均采用总额法，两种模式均以终端销售完成、平台出具结算清单为收入确认时点，在控制权实质转移时确认收入。上述会计处理严格遵循企业会计准则的相关规定，与业务实质相匹配。

（二）补充披露电商业务前五大客户及供应商具体情况，包括但不限于名称、成立时间、经营范围、注册资本、合作期限、是否新增客户/供应商，销售/采购的具体产品、金额和截至回函日的回款情况，经营规模与其订单金额是否匹配，以及是否与公司、控股股东、实控人、董监高及其关联方等存在关联关系或其他潜在利益安排；

1、前五大客户情况

电商业务前五大客户均为境内外知名电商平台或跨境贸易企业，合作关系稳定，交易背景真实，具体情况如下：

序号	客户名称	对应电商平台	成立时间	经营范围	注册资本	合作期限	是否新增客户	销售产品类型	2025年销售额	占年度销售总额比例	25年末应收账款余额	截至回函日回款情况	关联关系
1	HONGKONG WALNUT STREET LIMITED及其关联方	拼多多	2015年4月	国际贸易、跨境电商	港币1元	2022年至今	否	电子产品、母婴类产品、保健品、美妆个护品	2,719.39	33.37%	17.97	17.97	无
2	JD.COM INTERNATIONAL LIMITED及其关联方	京东国际	2012年2月	电商平台运营	299,000万港币	2021年至今	否	电子产品、母婴类产品、保健品	2,491.79	30.58%	1.24	1.24	无
3	TMALL GLOBAL UNIVERSAL CO., LIMITED及其关联方	天猫国际	2009年8月	电商平台运营	7.7亿港币	2021年至今	否	美妆个护品、保健品、电子产品	1,718.70	21.09%	158.34	158.34	无
4	ALIPAY.COM CO.,LTD及其关联方	支付宝	2004年12月	支付及电商服务	人民币15亿元	2022年至今	否	电子产品、美妆个护品	534.61	6.56%	0	0	无
5	VIPSHOP INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED及其关联方	唯品会	2010年10月	电商平台运营	100万美元	2022年至今	否	服装、鞋靴、箱包	234.59	2.88%	16.20	16.20	无
合计									7,699.09	94.48%	193.75	193.75	

如上表所示，海际购前五大客户均为国际知名电商平台或其关联企业，成立时间久、注册资本充足，经营规模与订单金额具备显著匹配性；各客户合作期限均超3年，合作关系长期稳固，均非新增合作对象。

2、前五大供应商情况

电商业务前五大供应商均为境外正规贸易企业或品牌授权经销商，采购产品均为公司核心品类，具体情况如下：

序号	供应商名称	成立时间	经营范围	注册资本	供应商类型	是否新增供应商	主要采购产品	采购额（万元）	占年度采购额比例	25年末预付余额	截至回函日期后交付情况	关联关系
1	FLYING DRAGON HONG KONG LIMITED	2015年11月	洗护及个人护理用品销售	10,000 HKD	经销商	否	美妆个护品	3,713.96	13.88%	0.00	0.00	无
2	VIT HOLDINGS LIMITED	2011年4月	保健品、化妆品、个护产品的零售和批发	10,000 HKD	经销商	否	个护产品	2,261.21	8.45%	195.50	195.50	无
3	POWER CLEAN LIMITED	2021年5月	电子产品的研发、生产、销售及国际贸易	10,000 HKD	电商业务供应商	是	电子产品	2,128.14	7.95%	0.00	0.00	无
4	EMEICLUB INTERNATIONAL TRADING LIMITED	2017年12月	奢侈品采购批发	11,000,000HKD	经销商	否	箱包、服装、鞋靴	1,881.32	7.03%	0.00	0.00	无
5	SAS VOLCAN	2023年5月	进出口业务、医药/药妆/化妆品/食品批发分销	8000.00 EUR	经销商	否	个护产品	1,406.48	5.26%	147.44	147.44	无
合计								11,391.12	42.57%	342.94	342.94	

3、其他说明

（1）经营规模匹配性

前五大客户及供应商均为经营年限较长、业务布局成熟的企业，其中客户多为头部电商平台或大型跨境经销商，供应商均有品牌方采购链路，其年经营规模（贸易额/供应额）均在1亿元以上，与向公司采购/销售的订单金额具备显著匹配性，无"小公司大订单"的异常情形。

（2）关联关系及潜在利益安排

经全面核查，上述前五大客户、供应商与公司、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方均不存在任何关联关系，亦无未披露的代理、委托、资金拆借、担保等潜在利益安排，所有交易均基于真实商业需求，定价遵循市场公允原则，具备合理商业实质。

（3）回款及付款情况

截至问询函回复日，2025年度前五大客户应收账款期后回款比例达100%，前五大供应商采购款项基本都已支付，无逾期回款或付款情形，交易结算流程规范，资金流与业务流一致。

（三）对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号——业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》有关规定，全面核实营业收入扣除是否充分、准确、完整，是否存在其他需要予以扣除的收入，是否存在规避退市风险警示的情形。

2025年度，上市公司营业收入42,716.76万元，其中电商业务收入8,148.10万元，互联网数字营销及旅游目的地业务收入合计34,568.66万元。公司电商业务由海际购公司开展，核心为面向终端消费者的跨境电商零售业务，主要包括B2C、BBC两种模式。两种模式下，公司均于终端消费者完成购买并确认收货、平台出具结算清单时确认收入，商品滞销、跌价、残损及消费者退货等核心风险在终端销售前均由公司承担，结算安排均以终端销售结果为前提，本质均为面向终端用户的跨境电商零售业务，不属于《财务类退市指标：营业收入扣除》应当予以扣除的项目。

对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号——业务办理》附件第七号《财务类退市指标：营业收入扣除》相关规定，公司已对营业收入扣除的充分性、准确性、完整性进行全面核实，逐项排查是否存在应扣未扣收入及规避退市风险警示的情形，具体情况见下表：

项目	金额	具体扣除情况	是否存在其他应当扣除尚无扣除的情况
营业收入金额	42,716.76		
营业收入扣除项目合计金额	56.37		
营业收入扣除项目合计金额占营业收入的比重	0.13%		
（一）与主营业务无关的业务收入			
1.正常经营之外的其他业务收入	56.37	咨询、租赁等其他业务收入	否
2.不具备资质的类金融业务收入			否
3.本会计年度以及上一会计年度新增贸易业务所产生的收入			否
4.与上市公司现有正常经营业务无关的关联交易产生的收入			否
5.同一控制下企业合并的子公司期初至合并日的收入			否
6.未形成或难以形成稳定业务模式的业务所产生的收入			否
小计	56.37		
（二）不具备商业实质的收入			
1.未显著改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额的交易或事项产生的收入			否
2.不具有真实业务的交易产生的收入			否
3.交易价格显失公允的业务产生的收入			否
4.本会计年度以显失公允的对价或非交易方式取得的企业合并的子公司或业务产生的收入			否
5.审计意见中非标准审计意见涉及的收入			否
6.其他不具有商业合理性的交易或事项产生的收入			否
小计			
（三）与主营业务无关或不具备商业实质的其他收入			
营业收入扣除后金额	42,660.39		

2025年度公司营业收入扣除后金额为42,660.39万元，即使剔除全部电商业务收入后，剩余营业收入规模仍高于3亿元，不会导致公司股票触及"营业收入低于3亿元且净利润为负"的退市风险警示的情形。

【会计师回复】

经核查，公司电商业务总额法与净额法核算依据充分，符合《企业会计准则》相关规定且与业务实质匹配；电商业务前五大客户、供应商信息披露完整，与公司及控股股东、实际控制人、董监高及其关联方均不存在关联关系及其他潜在利益安排，交易真实公允，经营规模与订单金额匹配。公司营业收入扣除严格对照《上海证券交易所上市公司自律监管指南第2号——业务办理》相关规定执行，扣除充分、准确、完整，未发现应扣除未扣除收入及规避退市风险警示的情形。

问题3.关于新线中视商誉减值。年报显示，公司前期因收购新线中视形成商誉原值8831.55万元，本期计提商誉减值117.29万元，累计计提7102.65万元。公司进行商誉减值测试时预计未来5年营业收入平均增长率11%、平均利润率2.84%，稳定期利润率5.62%，与前期业绩表现存在较大差异。以前年度财务报告显示，新线中视2023年至2025年营业收入分别为5.02亿元、2.86亿元及3.16亿元，净利润分别为1396.89万元、-1540.66万元及-508.78万元。

请公司：（1）列表对比近三年对商誉相关资产组减值测试的主要参数、选取依据、计算过程，分析主要参数的选取是否发生变化，以及变化原因及合理性；（2）结合新线中视近三年业务开展情况、主要财务数据、在手订单变化等情况，说明主要参数选取的合理性、本期计提商誉减值的充分性，以及是否存在以前年度计提不充分的情况。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）列表对比近三年对商誉相关资产组减值测试的主要参数、选取依据、计算过程，分析主要参数的选取是否发生变化，以及变化原因及合理性；

1、近三年减值测试主要参数对比

公司年末对新线中视商誉相关资产组开展减值测试，近三年减值测试主要参数对比如下：

项目	2025年减值测试	2024年减值测试	2023年减值测试
预测期收入平均增长率	11.00%	13.00%	6.67%
预测期平均毛利率	7.48%	7.35%	9.90%
预测期平均管理费用率（管理费用/营业收入）	2.62%	2.71%	4.18%
预测期平均利润率（利润总额/营业收入）	2.84%	2.15%	5.35%
稳定期营业收入增长率	0.00%	0.00%	0.00%
稳定期毛利率	9.69%	9.53%	10.34%
稳定期管理费用率（管理费用/营业收入）	2.35%	2.29%	3.68%
稳定期利润率（利润总额/营业收入）	5.62%	4.60%	6.32%
折现率（税前口径）	13.51%	13.37%	13.81%
是否发生减值	是	是	是
评估方法	未来现金流量现值法	未来现金流量现值法	未来现金流量现值法

2、主要参数选取依据、变动原因及合理性

公司近三年减值测试参数均基于新线中视历史经营数据、行业发展趋势、在手订单及管理层审慎判断确定，参数变动与业务实际、行业环境匹配，具备合理性：

（1）2024年减值测试参数（较2023年）变动原因及合理性

预测期收入平均增长率：由6.67%上调至13.00%，主要因2024年营业收入大幅下滑，基于低基数下收入修复预期合理上调，具备商业逻辑。

2024年新线中视营业收入较上年下降2.15亿元，主要系核心大客户受内部业务流程优化调整影响，其游戏广告营销项目投放节奏阶段性放缓，导致来自该客户的收入减少1.34亿元；叠加宏观经济波动、行业竞争加剧等因素，共同导致2024年公司收入规模下滑。虽然面临上述短期挑战，但新线中视凭借深厚的行业积累与优质的服务能力，迅速调整客户结构并积极拓展新业务。数据显示，2025年该核心客户业务已呈现显著回暖趋势，月均投放规模已从2024年的376.49万元/月恢复至657.58万元，业务修复趋势明确。本次将预测期收入增长率上调至13.00%，是管理层基于低基数下的业绩修复预期，结合公司历史营收规模（2020-2023年营收均保持在4.5亿元以上）、在手核心订单、行业复苏趋势及客户结构优化措施做出的审慎调整，具备充分合理性。

预测期平均毛利率：由9.90%下调至7.35%，主要系2024年游戏行业整体下行，核心供应商媒体投放政策收紧，行业整体毛利率呈下降趋势，为贴合实际经营情况，审慎下调预测期平均毛利率，与行业整体水平保持一致。

预测期平均管理费用率：由4.18%下降至2.71%，主要因预测期收入持续恢复增长，收入规模扩大摊薄固定性管理费用以及优化管理费用管控、压降非必要支出，费用率显著改善。

预测期平均利润率：由5.35%下调至2.15%，受2024年收入大幅下滑、行业毛利率压缩、固定费用刚性支出等因素影响，新线中视出现亏损，基于审慎性原则，大幅下调预测期平均利润率，充分反映经营风险。

稳定期营业收入增长率：由原有测算调整为0.00%，符合行业稳定期增长惯例，测算更趋谨慎。

稳定期毛利率、管理费用率、利润率：随预测期指标同步下调，与经营及盈利趋势保持一致。

折现率：由13.81%微降至13.37%，系市场无风险利率、风险溢价正常波动所致，变动合理。

评估方法：各年均采用未来现金流量现值法（收益法），测算方法保持一贯性，符合《以财务报告为目的的评估指南》相关要求。

（2）2025年减值测试参数（较2024年）变动原因及合理性

预测期收入平均增长率：由13.00%下调至11.00%，因收入基数回升，结合实际经营增速审慎下调，与业务增长趋势一致。

预测期平均毛利率：由7.35%微升至7.48%，2025年新线中视优化成本管控，毛利率较2024年略有改善，因此预测期平均毛利率同步微升，符合实际经营改善情况。

预测期平均管理费用率：由2.71%微降至2.62%，2025年实际管理费用中因人员结构持优化，工资进一步下降，基于管理费用基数的合理下降，预测期费用平均增长率相应下调，符合实际经营情况。

预测期平均利润率：由2.15%回升至2.84%，随收入修复、毛利率改善、费用优化实现盈利小幅回升，符合基本面改善趋势。

新线中视2024年、2025年净利润分别为-1,540.63万元、-508.78万元，亏损幅度呈持续收窄态势。剔除财务费用等影响后，公司2024年、2025年息税前利润（扣非）分别为-21.20万元、333.18万元，2025年已实现经营性业务层面扭亏为盈。2024至2025年为公司业务结构调整与客户修复期，后续随着游戏广告业务逐步回暖、客户结构持续优化、营销渠道不断拓展及经营效率稳步提升，公司盈利水平将逐步修复，因此预测期利润率回归正值具备合理的业务支撑。

稳定期毛利率、管理费用率、利润率：随预测期指标同步小幅优化，与盈利修复趋势保持一致。

折现率：由13.37%微升至13.51%，波动幅度极小，系市场环境正常变动所致。

评估方法：各年均采用未来现金流量现值法（收益法），测算方法保持一贯性，符合《以财务报告为目的的评估指南》相关要求。

3、近三年商誉减值测试的计算过程

公司严格遵循《企业会计准则第8号——资产减值》相关规定，开展商誉减值测试：以税前口径折现率对资产组预计未来现金净流量进行折现，测算确定资产组可收回金额；将经评估确认的可收回金额与资产组账面价值（含商誉原值）对比，若可收回金额低于账面价值，其差额部分全额确认为商誉减值准备并足额计提，整个测算过程合规、审慎、客观。

按照上述减值测试计算方法，近三年公司持续对新线中视资产组组合的可收回金额进行专业评估，并依规完成商誉减值测试，具体测算数据如下：

项目	2023年	2024年	2025年
预计未来现金净流量的现值①	25,896.00	18,764.09	21,465.76
资产组或资产组组合的账面金额②	26,223.47	20,475.44	21,695.74
差额③=①-②	-327.47	-1,711.35	-229.98
计提商誉减值④=③*51%	-167.01	-872.79	-117.29

2024年新线中视资产组预计未来现金流量现值有所下降，主要受行业竞争加剧等阶段性因素影响，导致减值差额扩大，当年计提商誉减值相应增加；2025年随着业务结构优化、渠道拓展及经营效率提升，资产组预计未来现金流量现值有所回升，减值差额收窄，当年计提商誉减值相应减少。经测试，近三年新线中视资产组组合可收回金额均低于其账面金额，公司已按照测算差额及持股比例足额计提商誉减值。

（二）结合新线中视近三年业务开展情况、主要财务数据、在手订单变化等情况，说明主要参数选取的合理性、本期计提商誉减值的充分性，以及是否存在以前年度计提不充分的情况。

1、近三年业务与财务情况

新线中视近三年核心财务数据如下：

年度	2023年	2024年	2025年
营业收入	50,180.67	28,641.86	31,609.96
营业成本	45,500.22	27,428.34	30,098.06
净利润	1,396.89	-1,540.63	-508.78
经营活动产生的现金流量净额	454.51	4,078.04	-1,849.49

2023年：随游戏版号发放常态化及市场回暖，业绩快速回升，营业收入达5.02亿元，同比增长11.10%，净利润恢复至1,396.89万元，经营状况良好。

2024年：行业环境竞争激烈，客户投放预算收缩超预期，营业收入降至2.86亿元，净利润亏损1,540.63万元。同期启动文旅业务转型，但尚未形成规模收入。

2025年：业务逐步企稳，游戏广告收入止跌回升，文旅业务开始贡献收入，全年营业收入3.16亿元，同比增长10.48%，亏损收窄至508.78万元；业务结构持续优化，游戏业务与文旅业务协同发展，经营基本面逐步改善。

2、上年预测数据本年实现情况对比

将2024年商誉减值测试预测数据与2025年实际经营数据进行对比，核心指标完成情况如下：

项目	上年减值预测数据	2025年实际经营数据
营业收入	30,073.95	31,609.96
营业成本	28,531.66	30,098.06
营业税金及附加	17.03	16.60
销售费用	189.77	166.98
管理费用	1,013.77	995.14
财务费用	781.09	759.20
息税前利润（扣非）	321.73	333.18

公司2025年度实际营业收入31,609.96万元，较上年减值预测数据30,073.95万元超出1,536.01万元，超出比例5.11%；息税前利润（扣非）实际金额为333.18万元，较上年减值预测数据321.73万元超出11.45万元，超出比例3.56%。从报表营业数据来看，主要经营指标已完成上年预测数据。但2025年度因销售收入增加，导致营运资金增加约3,737.43万元，资产组包含了营运资金，未来需要产生更多的现金流来弥补；虽然2025年营业利润和未来营业利润会增加，但利润增加而产生的现金流折现值与资产组账面金额尚有差距，资产组可收回金额仍低于其账面价值。

3、在手订单及业务拓展情况

2026年公司坚持"稳中求进、提质增效"，游戏业务深化与头部客户合作，新增多家优质游戏客户；非游戏业务拓展汽车等多元客户；文旅业务落地多项区域合作，抖音、虎牙等平台投放预算大幅增长，核心客户收入预期显著提升，收入增长具备可持续性，为业绩修复提供坚实支撑。

4、主要参数选取的合理性

收入增长率：2025年预测收入增长率11.00%，与公司实际收入增速、在手订单支撑的增长水平基本一致，未做激进预估，与业务企稳回升趋势匹配。

毛利率及利润率：预测期2026-2030年毛利率分别为4.64%、5.94%、7.21%、8.46%、9.69%，预测期平均毛利率7.48%、平均利润率2.84%，稳定期毛利率9.69%、利润率5.62%，与公司历史正常盈利水平及行业合理区间基本匹配。2025年公司处于业务企稳回升初期，受阶段性成本压力及业务结构调整影响，毛利率4.78%处于短期低位。2026年预测毛利率4.64%略低于2025年实际水平，主要考虑成本管控、业务结构优化措施的效果尚未完全显现，同时为保障业务拓展而加大前期市场投入，对短期毛利率形成一定压力，未对毛利率做激进上调，预测相对审慎。2027年起，随着公司业务规模持续扩大，一方面收入规模增长将摊薄人工、运营等固定成本，规模效益逐步释放；另一方面，成本管控深化、高毛利业务占比提升等措施的效果将逐步体现，推动毛利率稳步回升至5.94%、7.21%、8.46%、9.69%，高于2025年实际水平。稳定期毛利率9.69%与公司2023年毛利率9.32%的历史正常经营水平基本一致，整体与公司盈利修复趋势相匹配。

管理费用率：预测期2026-2030年管理费用率分别为3.10%、2.83%、2.58%、2.46%、2.35%，预测期平均管理费用率2.62%、稳定期管理费用率2.35%，主要基于公司持续优化费用管控、压降运营成本的实际举措确定。2025年实际管理费用率3.15%，预测期2026年管理费用率为3.10%，随着公司收入规模增长以及基于公司管理效率提升及成本管控措施，管理费用率逐年下降。

折现率：税前口径折现率13.51%，基于市场无风险利率、行业风险溢价、公司特有风险等客观指标测算确定。

5、本期减值计提充分性及往期计提合规性

（1）本期减值充分性

本期公司严格遵循《企业会计准则第8号——资产减值》规定，采用未来现金流量现值法对包含商誉的资产组进行减值测试，测试过程以2025年度实际经营数据、在手订单、未来盈利预测及行业趋势为基础，审慎确定各项预测参数与税前折现率，测算确定资产组可收回金额。经测试，资产组可收回金额低于账面价值的差额为229.98万元，公司按持股比例足额计提商誉减值117.29万元，计提金额与测试差额一致，不存在少提、漏提、缓提情形。截至2025年末，商誉累计计提比例达80.42%，已充分覆盖行业竞争加剧、客户投放波动、业绩未达预期、未来盈利存在不确定性等各项风险，本期商誉减值计提依据充分、金额足额、会计处理合规。

（2）往期计提合规性

公司2023-2024年度均严格按照企业会计准则相关规定，以资产组当期实际经营数据、在手订单、行业发展趋势、未来盈利预测为基础，采用未来现金流量现值法连续、一贯开展商誉减值测试，测试流程、参数选取、预测依据、折现率确定均保持审慎合规，未随意变更测试方法与关键参数。2024年度受行业竞争加剧、主要客户收入大幅下滑、资产组经营业绩显著低于预期影响，公司已结合当期实际经营情况及未来审慎预测，足额计提商誉减值872.79万元，及时、公允、充分反映资产组减值风险。公司历年商誉减值测试均以当期可获取的完整经营数据为依据，测试过程合规、计提金额足额、会计处理及时，不存在以前年度商誉减值计提不充分、未及时计提、测试依据不完整或会计处理不当的情形，符合企业会计准则相关规定。

【会计师回复】

经核查，公司近三年商誉减值测试的主要参数选取依据充分、变动合理，未发现测算过程不符合《企业会计准则》相关规定；本期商誉减值计提充分，往期减值计提合规，未发现存在前期计提不充分的情况。

问题4.关于其他权益工具投资和递延所得税资产。年报显示，2025年末公司其他权益工具投资账面价值3016.24万元，主要为2018年及以前形成的对南通慕华股权投资中心、北京猫眼视觉科技有限公司、成都武侯联云体育文娱产业股权投资基金合伙企业等的投资，相关投资自形成以来账面价值持续下降。2025年末公司递延所得税资产1180.55万元，已连续三年增长，但公司归母净利润连续三年亏损、扣非后归母净利润已连续超十年为负。此外，截至2025年末，公司归母净资产5415.75万元，2021年以来逐年下降。

请公司：（1）列表补充披露各项主要投资的投资金额、持股比例、投资时间、派驻董监高情况、历年账面价值及评估依据、公允价值变动等基本情况，并结合投资标的底层资产经营情况及财务数据等，说明相关减值计提是否充分、恰当；（2）补充披露递延所得税资产形成及增加的具体原因，列示详细计算过程，并结合自身经营情况说明未来期间能否产生足额的应纳税所得额，持续确认递延所得税资产的相关判断依据是否充分审慎，是否符合《企业会计准则》相关规定；（3）结合问题3和4，说明是否存在通过调节资产减值、递延所得税资产等科目，以规避触及净资产为负数的财务类退市风险警示情形。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）列表补充披露各项主要投资的投资金额、持股比例、投资时间、派驻董监高情况、历年账面价值及评估依据、公允价值变动等基本情况，并结合投资标的底层资产经营情况及财务数据等，说明相关减值计提是否充分、恰当；

1、主要投资基本情况

序号	企业名称	投资成本	持股比例	投资时间	派驻董监高	2023年账面价值	2024年账面价值	2025年账面价值	2025年公允价值变动/减值	估值方法	估值依据
1	大中華金融控股有限公司	3209.33万港元	1.53%	2016/9/1	无	1,227.95	110.07	107.36	-2.71	市场价格模型法	港股停牌价、中基协估值方法
2	哈尔滨均信融资担保股份有限公司	933.19	1.27%	2012/7/26	无	471.75	244.95	226.80	-18.15	市场法	新三板年末收盘价
3	北京猫眼视觉科技有限公司	900.00	5.00%	2016/5/19	无	592.87	507.07	507.07	-	市场可比企业法	营收、利润、同行业可比参数
4	北京八达岭野生动物世界有限公司	1,864.53	12.00% → 1.41%	2002/6/10	无	1,864.53	1,864.53	-	-1,864.53	成本法结合可收回金额判断	股权稀释、诉讼败诉、或有负债，预计变现价值为0
5	南通慕华股权投资中心（有限合伙）	2,000.00	8.00%	2016/4/1	不适用	2,000.00	2,000.00	1,335.85	-664.15	净资产份额法	底层资产回购法，融资估值法确定公允价值
6	成都武侯联云体育文娱产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）	2,000.00	9.52%	2018/1/24	不适用	839.15	839.15	839.15	-	净资产份额法	以确定可回收现金做公允价值
合计						6,996.25	5,565.77	3,016.23	-2,549.54		

注：上表中，合伙企业未设置董事、监事及高级管理人员，派驻情况标注为"不适用"。

2、各项投资减值计提充分适当

（1）大中華金融控股有限公司（简称"大中华金融"）

底层资产经营及财务情况：大中华金融为香港联交所主板上市公司（股票代码：00431.HK），主营金融及保险业务。公司因未满足港交所上市规则第13.24条持续上市条件，于2024年9月2日起停牌，截至报告期末尚未复牌，停牌前收盘价为0.01港元/股。

减值计提充分性：公司严格按照中国证券投资基金业协会《关于停牌股票估值的参考方法》，采用市场价格模型法，以停牌价结合期末汇率折算确认公允价值。2025年仅因汇率小幅波动确认公允价值变动损失2.71万元，期末账面价值107.36万元。截至报告期末，公司已累计计提减值2,651.38万元，充分覆盖该项投资风险，减值计提充分、恰当。

（2）哈尔滨均信融资担保股份有限公司（简称"均信担保"）

底层资产经营及财务情况：均信担保为新三板挂牌企业（证券代码：430558），主营融资担保业务。2024年实现营业收入11,071.11万元、归母净利润3,278.22万元，期末总资产165,948.56万元、归母净资产114,766.22万元。

减值计提充分性：公司以新三板年末收盘价作为公允价值（第一层次输入值），符合会计准则优先计量要求。2025年均信担保股价持续下行，公司补充计提减值18.15万元，期末账面价值226.80万元。估值方法具备连续性、稳定性与可验证性，减值计提与标的经营下滑、市场价格下跌趋势相匹配，计提充分、恰当。

（3）北京猫眼视觉科技有限公司（简称"猫眼视觉"）

底层资产经营及财务情况：猫眼视觉主营5G+AR工业级软件开发应用，产品应用于工业设备检修、技能培训等场景。根据猫眼视觉提供的财务报表显示，2024年标的实现营业收入1,227.48万元、净利润-11.10万元，期末净资产140.78万元；2025年实现营业收入810.91万元、净利润142.65万元，期末净资产283.43万元，经营状况持续改善并实现扭亏为盈。

减值计提充分性：标的为非上市股权，公司采用市场可比企业法，综合参考营业收入、利润、业务前景等指标进行估值，并于2024年计提减值85.80万元。2025年标的经营扭亏为盈，公司仍按上述方法进行减值测试，无需进一步计提减值，该项投资减值计提充分、恰当。

（4）北京八达岭野生动物世界有限公司（简称"八达岭公司"）

底层资产经营及财务情况：八达岭公司为生态旅游公园运营主体，根据八达岭公司提供的财务报表显示，2025年实现营业收入1,993.31万元、净利润-429.75万元，期末净资产13,052.43万元。2025年，标的控股股东未经公司同意，以债转股方式引入第三方，导致公司持股比例由12%被动稀释至1.41%，公司股东知情权、优先认缴权遭受严重侵害。公司作为原告，向被告八达岭公司就八达岭公司的减资与增资决议提起诉讼，并将一系列相关公司列为第三人，诉讼请求撤销相关决议内容以及持股比例被动稀释相关工商登记程序，北京市延庆区人民法院受理了案件，具体内容详见公司于2025年5月31日披露的《国旅文化投资集团股份有限公司涉及诉讼的公告》（公告编号：2025-临050）；2025年10月，北京市延庆区人民法院出具《民事判决书》，驳回公司全部诉讼请求，具体内容详见公司于2025年10月28日披露的《国旅文化投资集团股份有限公司涉及诉讼一审判决结果的公告》（公告编号：2025-临087）。

减值计提充分性：鉴于股东权利严重受损、标的存在巨额或有负债偿付风险、可回收价值存在重大不确定性，公司无法通过常规估值模型可靠计量其公允价值，审慎判断可回收金额为0元，于2025年全额计提减值1,864.53万元，符合企业会计准则相关规定。

（5）南通慕华股权投资中心（有限合伙）（简称"慕华基金"）

底层资产经营及财务情况：慕华基金聚焦教育领域投资，实际募资2.5亿元，累计投资17个项目，期末在管项目13个。受教育行业政策调整影响，部分底层项目估值承压，基金管理人已审慎下调相关项目估值；根据慕华基金提供的财务报表显示，截至2025年末，基金净资产为16,690.24万元。

减值计提充分性：公司持有合伙份额无公开交易市场，采用净资产份额法，结合行业估值、项目退出进度、流动性风险综合确定公允价值。2025年按8%合伙份额计算投资公允价值，并计提减值664.15万元，期末账面价值1,335.85万元，减值金额准确反映底层资产价值变动情况，计提充分。

（6）成都武侯联云体育文娱产业股权投资基金合伙企业（有限合伙）（简称"武侯基金"）

底层资产经营及财务情况：武侯基金已进入清算退出阶段，无实质性在管投资项目，资产以银行存款为主。根据武侯基金提供的财务报表显示，2025年实现净利润78.51万元（主要为存款利息收入），期末总资产、净资产均为19,389.20万元，其中银行存款9,220.70万元，无有息负债、对外担保及不良资产，资产安全性与流动性充足。

减值计提充分性：公司初始投资成本2,000万元，已累计计提减值1,160.8万元，期末账面价值839.15万元。基金已进入清算期，底层资产以活期存款为主，无减值迹象；按持有份额测算可分配金额约877.81万元，高于账面价值。公司以可分配现金确定公允价值，减值计提充分。

（二）补充披露递延所得税资产形成及增加的具体原因，列示详细计算过程，并结合自身经营情况说明未来期间能否产生足额的应纳税所得额，持续确认递延所得税资产的相关判断依据是否充分审慎，是否符合《企业会计准则》相关规定。

1、递延所得税资产形成及增加的具体原因

（1）未经抵消的递延所得税资产明细：

项目	年末余额		年初余额	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
租赁负债	510.32	115.79	455.77	85.98
资产减值准备	3,984.46	995.94	3,560.28	890.07
可抵扣亏损	275.26	68.82	-	-
合计	4,770.05	1,180.55	4,016.05	976.05

（2）未经抵消的递延所得税负债明细：

项目	年末余额		年初余额	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税负债	可抵扣暂时性差异	递延所得税负债
使用权资产	474.75	107.61	430.14	83.41
500万以下固定资产一次性扣除	-	-	316.91	15.85
合计	474.75	107.61	747.05	99.26

（3）变动原因分析

1）租赁相关暂时性差异

公司依据企业会计准则规定对应确认租赁负债和使用权资产，因会计处理与税法税前扣除规则存在差异，分别形成可抵扣暂时性差异、应纳税暂时性差异，对应确认递延所得税资产115.79万元、递延所得税负债107.61万元，二者对净资产的净影响仅8.18万元。该差异为同一租赁业务的配套暂时性差异，金额小、匹配度高，对公司财务报表项目无重大影响。

2）递延所得税资产整体分布

报告期末公司递延所得税资产1,180.55万元，其中子公司新线中视占1,124.53万元，其他主体仅56.00万元，核心集中于盈利稳定的核心经营主体。

3）资产减值准备相关递延所得税资产

该部分差异源于新线中视应收账款、其他应收款计提的坏账准备。新线中视主营互联网游戏广告营销，受行业结算周期影响应收款项规模较大，报告期内公司按预期信用损失模型计提的减值准备增加，使得可抵扣暂时性差异增至3,984.46万元，对应确认递延所得税资产995.94万元，同比增加105.87万元。

4）可抵扣亏损相关递延所得税资产

该部分系新线中视全资子公司北京新线2025年产生应纳税所得额亏损275.26万元。北京新线与新线中视协同完成公司业务，历史年度均为盈利状态，且新线中视整体保持盈利，公司预计未来五年可取得足额应纳税所得额弥补该亏损，因此确认递延所得税资产68.82万元，为本年度新增事项。

5）本期增加原因

综上，报告期内递延所得税资产较期初增加204.50万元，主要系核心子公司新线中视资产减值准备增加、新增可抵扣亏损共同导致。

2、递延所得税资产计算过程

公司根据会计准则的规定确认递延所得税资产，具体计算过程如下：

核算主体	项目	期末金额	适用税率	期末递延所得税资产金额	期初递延所得税资产金额	增加额
新线中视	可抵扣暂时性差异（资产减值等）	3,984.46	25%	995.94	890.07	105.87
新线中视	可结转以后年度弥补的亏损	275.26	25%	68.82	-	68.82
新线中视	租赁负债	270.05	25%/20%	59.77	15.85	43.92
小计		4,529.77		1,124.53	905.92	218.61
母公司及其他主体	租赁负债	240.27	25%/20%	56.02	70.13	-14.11
合计		4,770.04		1,180.55	976.05	204.50

3、未来期间能产生足够应纳税所得额及持续确认判断依据

（1）新线中视经营及盈利预测情况

1）新线中视历史盈利情况

新线中视2013年成立，近十年（2015-2024年）累计应纳税所得额22,998.33万元，历史盈利能力稳定，历史年度应纳税所得额情况如下：

年度	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
应纳税所得额	131.59	2,695.48	1,506.95	1,444.19	2,860.60	3,932.80	2,730.90	3,665.55	2,622.32	1,407.95

2）新线中视未来盈利情况

新线中视2025年实现营业收入3.16亿元，同比增长10.36%，核心客户包括米哈游等头部游戏厂商，业务模式成熟稳定，具备持续盈利能力。未来，公司依托B站平台流量红利，在深化与头部客户长期合作的基础上，持续拓展优质中腰部客户群体，进一步拓宽收入来源；同时通过优化媒体采购结构、控制运营成本，不断提升盈利水平。

结合公司未来经营规划，新线中视未来五年盈利预测如下：

项目	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	合计
营业收入	33,190.46	38,169.03	43,894.38	48,283.82	53,112.20	216,649.89
营业成本	31,650.11	35,902.94	40,729.51	44,198.54	47,965.78	200,446.88
利润总额	-315.38	331.06	1,155.94	2,004.01	2,987.45	6,163.08
净利润	-315.38	319.14	863.54	1,498.86	2,236.09	4,602.25

预计未来5年累计实现净利润4,602.25万元，足以覆盖可抵扣暂时性差异及未弥补亏损的转回需求。

（2）持续确认递延所得税资产的判断依据及合规性分析

根据《企业会计准则第18号——所得税》第十三条、第十五条规定，企业应当以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损的应纳税所得额为限确认相关递延所得税资产，公司本次判断依据充分且审慎：公司严格按照准则要求，仅对预计可实现抵扣的差异确认递延所得税资产，未超范围、超标准确认；新线中视核心客户合作稳定、渠道持续拓展、成本管控能力不断优化，具备持续盈利的业务基础，且可抵扣亏损结转年限为5年，结合盈利预测可在有效期内足额弥补，不存在逾期无法抵扣的风险。

综上，公司递延所得税资产的形成原因清晰，计算过程准确，报告期内递延所得税资产的增加，主要系核心子公司新线中视业务发展带来的资产减值准备增加及可抵扣亏损新增所致。结合新线中视历史盈利情况及未来经营规划，公司有确凿证据表明未来期间能够产生足额的应纳税所得额，用以抵扣相关可抵扣暂时性差异及可抵扣亏损。公司持续确认递延所得税资产的判断依据充分、审慎合理，符合企业会计准则及相关监管规定的要求。

（三）结合问题3和4，说明是否存在通过调节资产减值、递延所得税资产等科目，以规避触及净资产为负数的财务类退市风险警示情形。

公司不存在通过调节资产减值、递延所得税资产等科目，规避净资产为负退市风险警示的情形，具体说明如下：

1、其他权益工具投资减值

公司对其他权益工具投资按公允价值计量且变动计入其他综合收益，估值方法、减值标准前后一致，未因净资产阈值调整会计政策。本期合计计提减值及公允价值变动损失直接冲减净资产，高风险项目已足额计提，不存在少提减值虚增净资产的情形。

2、商誉减值

近三年商誉减值测试均采用未来现金流量现值法，关键参数基于经营数据、行业趋势审慎确定，无人为调节参数少提减值的情形。商誉累计计提比例达80.42%，减值计提客观公允，未少计提商誉减值准备。

3、递延所得税资产

公司递延所得税资产集中于盈利稳定的新线中视，对持续亏损主体未确认任何递延所得税资产，确认范围审慎。确认依据为新线中视历史盈利及未来可实现的应纳税所得额，未滥用会计处理虚增净资产。

综上所述，公司相关会计处理严格遵循企业会计准则，所有判断均基于客观证据与经营事实，不存在通过主观调节资产减值、递延所得税资产等科目虚增净资产、规避财务类退市风险警示的情形。

【会计师回复】

经核查，我们未发现公司对其他权益工具投资存在减值计提不充分的情形；递延所得税资产的确认、计量与披露符合《企业会计准则第18号——所得税》相关规定，持续确认的判断依据充分、审慎；亦未发现公司存在通过调节资产减值、递延所得税资产等相关科目，以规避触及净资产为负的财务类退市风险警示的情形。

问题5.关于经营活动现金净流量为负。年报显示，公司经营活动产生的现金流量净额为-7499.16万元，上年同期为1214.00万元。其中，销售商品、提供劳务收到的现金4.36亿元，同比减少2.16亿元；支付的其他与经营活动有关的现金1.79亿元，同比增加1.46亿元。

请公司：（1）分业务类型补充说明销售商品、提供劳务收到的现金大幅减少的原因，并结合相关变动情况、信用政策、经营收付现情况等因素，说明公司经营活动产生的现金流量净额由正转负的具体原因及合理性；（2）补充披露支付的其他与经营活动有关的现金中往来款的主要构成，包括但不限于交易对象、金额、发生时间、款项用途以及形成原因等，并说明交易对方是否与公司存在关联关系。请年审会计师发表意见。

【公司回复】

（一）分业务类型补充说明销售商品、提供劳务收到的现金大幅减少的原因，并结合相关变动情况、信用政策、经营收付现情况等因素，说明公司经营活动产生的现金流量净额由正转负的具体原因及合理性；

2025年度公司经营活动产生的现金流量净额为-7,499.16万元，较上年同期1,214.00万元由正转负；其中销售商品、提供劳务收到的现金4.36亿元，同比减少2.16亿元，支付的其他与经营活动有关的现金1.79亿元，同比增加1.46亿元，相关变动均与业务模式、结算政策及经营收付节奏高度相关，具体说明如下：

1、销售商品、提供劳务收到的现金大幅减少的分业务原因

本期销售收现同比大幅减少，主要系子公司新线中视（互联网数字营销业务）、海际购（跨境购/供应链服务业务）收现规模同步下降所致，其中新线中视同比减少1.11亿元，海际购同比减少1.05亿元。

互联网数字营销业务（新线中视）：2025年度新线中视营业收入3.16亿元，同比增长10.36%，公司对米哈游等核心客户延长信用账期，回款周期拉长导致应收账款大幅增加。2025年末应收账款余额15,693.52万元，较2024年末增加6,684.30万元、增幅74.19%，大量经营性资金沉淀于应收款项，直接导致销售收现规模下降。

跨境购/供应链服务业务（海际购）：本期海际购收入8,148.40万元，同比增长60.47%，销售收现0.80亿元，较上年1.85亿元减少1.05亿元。其中电商零售业务采用平台滚动结算模式，现金流保持稳定；供应链服务业务按会计准则采用净额法核算收入，公司需先行垫付供应商货款，期后再向客户收回款项，资金收付存在时间错配，是导致销售收现下降的核心原因。

2、经营活动现金流量净额由正转负的具体原因及合理性

结合销售收现变动、信用政策、收付现结构及业务特性，公司经营活动现金流净额由正转负具备合理商业逻辑，具体原因如下：

收入增长与回款滞后形成错配：报告期公司营业收入同比增长16.71%，但应收账款余额同比增幅达56.58%，受"收入确认在前、回款在后"的结算模式影响，销售收现同比大幅减少，现金流入未能同步匹配收入增长。

核心客户信用政策调整拉长回款周期：互联网数字营销业务核心客户信用期延长，导致存量及新增业务回款同步延后，直接拉低经营性现金流入规模。

海际购业务模式加剧资金收支错配：海际购主营跨境电商，需先行垫付供应商货款、代付采购款，本期业务规模快速扩张，代付采购款、预付货款等刚性现金支出大幅增加；且净额法核算下收入仅体现净额，但现金流出为全额垫付金额，现金支出增速远高于回款增速，成为现金流由正转负的重要原因。

上游预付刚性支出大幅增加：海际购垫付采购款支出扩大，上游整体现金支出增速显著高于下游回款增速，导致经营活动现金流量净额为负。

（二）补充披露支付的其他与经营活动有关的现金中往来款的主要构成，包括但不限于交易对象、金额、发生时间、款项用途以及形成原因等，并说明交易对方是否与公司存在关联关系。

1、往来款主要构成明细

2025年度公司支付的其他与经营活动有关的现金中往来1.63亿元，主要为子公司海际购供应链服务业务为客户代付的货物采购款，具体明细如下：

交易对象	金额	发生时间	款项用途
FLYING DRAGON HONG KONG LIMITED	3,415.63	2025.12	货物采购款
EMEICLUB INTERNATIONAL TRADING LIMITED	1,881.32	2025.09	货物采购款
VIT HOLDINGS LIMITED	1,756.37	2025.08	货物采购款
养个蛙（武汉）科技有限公司	1,047.35	2025.09	货物采购款
SAS VOLCAN	820.63	2025.09	货物采购款
SHENG XI DU (HONG KONG) INTERNATIONAL TRADING LIMITED	650.76	2025.11	货物采购款
TGMA COMPANY LIMITED	610.89	2025.06	货物采购款
杭州欧仓科技有限公司	597.50	2025.09	货物采购款
JT (HK) SCM CO LIMITED	380.58	2025.02	货物采购款
NHL INTERNATIONAL PTY LTD	334.89	2025.06	货物采购款
其他供应链服务业务供应商小计	2,926.09	2025年	货物采购款
合计	14,422.01		

2、关联关系说明

上述往来款交易对象均为海际购供应链服务业务的合作供应商，对应货物采购款的销售回款已基本收回。该等交易对象与公司、公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关联方不存在任何关联关系，亦不存在关联方资金占用、违规资金拆借、虚构交易等违规情形。

【会计师回复】

经核查，公司销售商品、提供劳务收到的现金减少及经营活动现金流量净额为负的原因与实际经营情况相符、具备合理性，未发现重大异常及不合理情形；支付的其他与经营活动有关的现金中往来款披露完整、款项用途真实合规，未发现交易对方与公司存在关联关系情形，相关会计处理符合企业会计准则规定。

特此公告。

国旅文化投资集团股份有限公司董事会
2026年5月14日