

## 鸿利智汇集团股份有限公司

### 关于深圳证券交易所《关于对鸿利智汇集团股份有限公司的关注函》的回复

深圳证券交易所创业板公司管理部：

鸿利智汇集团股份有限公司（以下简称“公司”或“本公司”）于 2019 年 7 月 16 日收到贵部发来的《关于对鸿利智汇集团股份有限公司的关注函》创业板关注函（2019）第 220 号（以下简称《关注函》，公司及董事会在收到上述函件后高度重视，对关注函的内容进行了认真分析和讨论，现对关注函的有关问题回复如下：

一、你公司 2016 年重组收购深圳市速易网络科技有限公司（以下简称“速易网络”）100%股权形成商誉 7.18 亿元，速易网络 2016 年至 2018 年业绩承诺完成率分别为 125.94%、111.83%、101.10%。截至 2018 年末该项商誉未计提减值准备，预计 2019 年半年末全额计提商誉减值。请你公司：

（一）按季度列示速易网络 2016 年至 2019 年 6 月互联网营销、汽车互联网业务期末在手订单、销售收入、毛利率、净利率及变动情况，并结合互联网营销业务的具体内容、盈利模式说明网络信贷规模收缩对速易网络互联网营销业务发展的具体影响及开始时间；结合车险新规落地的具体时间、主要内容说明车险新规对速易网络车险业务的具体影响及开始时间；结合汽车互联网服务的具体内容、盈利模式说明国内新车销量对公司汽车互联网营销业务的具体影响、开始时间；说明前述影响是否与行业变动趋势一致。

回复：

1、按季度列示速易网络 2016 年至 2019 年 6 月互联网营销、汽车互联网业务期末在手订单、销售收入、毛利率、净利率及变动情况。

速易网络主要业务为互联网营销业务和汽车互联网服务业务，数据列示如下：

单位：万元

季度	类别	2016年			2017年			2018年			2019年1-6月		
		营业收入	毛利率	净利率	营业收入	毛利率	净利率	营业收入	毛利率	净利率	营业收入	毛利率	净利率
Q1	互联网营销	5,581.98	47.14%	31.76%	7,984.15	39.98%	26.97%	5,850.65	34.10%	24.71%	14,088.76	14.56%	11.20%
	汽车互联网	511.44	45.07%	8.23%	993.96	33.69%	17.99%	1,311.61	38.02%	21.26%	934.13	2.06%	-7.50%
	其他	-	-	-	-	-	-	2,538.15	8.66%	-5.35%	2,348.48	11.24%	-4.25%
	合计	6,093.43	46.96%	29.79%	8,978.11	39.29%	25.98%	9,700.42	27.97%	16.38%	17,371.38	13.44%	8.11%
Q2	互联网营销	5,510.57	40.69%	28.61%	8,147.46	38.31%	25.22%	8,934.04	40.92%	30.83%	10,420.36	8.91%	4.72%
	汽车互联网	699.44	35.86%	13.52%	945.44	45.21%	22.96%	948.94	30.66%	14.05%	81.90	-55.60%	-241.24%
	其他	-	-	-	-	-	-	1,361.64	19.89%	-6.77%	3,345.00	10.94%	0.33%
	合计	6,210.00	40.14%	26.91%	9,092.90	39.03%	24.98%	11,244.61	37.51%	24.86%	13,847.25	9.02%	2.20%
Q3	互联网营销	9,289.75	42.94%	29.07%	7,187.84	36.16%	27.29%	11,114.52	39.29%	29.87%			
	汽车互联网	907.75	37.72%	16.37%	1,342.83	37.62%	15.29%	915.13	44.95%	13.88%			
	其他	-	-	-	-	-	-	1,528.18	17.23%	-11.14%			
	合计	10,197.50	42.47%	27.94%	8,530.67	36.39%	25.40%	13,557.83	37.18%	24.17%			
Q4	互联网营销	8,378.34	37.55%	19.65%	8,688.44	30.87%	23.70%	8,167.00	24.36%	19.89%			
	汽车互联网	1,027.62	35.10%	-4.27%	1,558.52	35.86%	25.92%	2,901.37	37.58%	23.19%			
	其他	-	-	-	6,849.74	1.13%	-3.68%	3,927.96	7.25%	-4.51%			
	合计	9,405.96	37.28%	17.04%	17,096.71	19.41%	12.93%	14,996.33	22.43%	14.13%			
合计	互联网营销	28,760.64	41.75%	26.76%	32,007.90	36.22%	25.71%	34,066.21	35.24%	26.84%	24,509.12	12.16%	8.45%
	汽车互联网	3,146.25	37.64%	7.67%	4,840.75	37.73%	20.77%	6,077.05	37.71%	19.94%	1,016.03	-2.59%	-26.34%
	其他	-	-	-	6,849.74	1.13%	-3.68%	9,355.93	11.10%	-6.15%	5,693.48	11.06%	-1.56%
	合计	31,906.89	41.35%	24.88%	43,698.39	30.89%	20.56%	49,499.19	30.98%	19.76%	31,218.63	11.48%	5.49%
	与上年同期 变化百分比	-----	-----	-----	36.96%	-10.46%	-4.33%	13.27%	0.09%	-0.80%	49.05%	-21.61%	-15.44%

因行业业务特性，速易网络和客户签署的合作协议基本为框架协议，合同中只约定了业务的合作模式和结算价格，没有约定订单金额，每月的实际收入需根据当月的实际推广量乘以合同中约定的单价进行结算，故根据其经营模式不存在在手订单。

## 2、速易网络互联网营销业务状况

速易网络互联网营销业务主要包括互联网信贷产品营销业务、互联网车险营销业务、互联网寿险营销业务等，其业务情况如下：

### (1) 互联网信贷产品营销业务

互联网信贷产品营销业务主要为金融机构、网贷机构等企业提供信贷产品的互联网效果营销服务。速易网络帮助客户（广告主）推广其旗下的信贷产品或服务，客户（广告主）向速易网络支付营销/推广服务费，同时速易网络向互联网媒体渠道支付采购成本，两者之间的差额形成速易网络的互联网信贷产品营销业务盈利。

## 2016年-2019年上半年互联网信贷产品营销业务经营情况

单位：万元

季度	类别	2016年	2017年	2018年	2019年1-6月
Q1	营业收入	1,543.69	3,331.47	935.40	2,429.36
	毛利率	54.88%	40.65%	29.71%	19.90%
	净利率	38.51%	27.51%	20.83%	16.06%
Q2	营业收入	2,063.89	2,810.97	1,272.23	1,313.70
	毛利率	43.07%	38.51%	37.48%	11.35%
	净利率	33.16%	25.37%	27.28%	7.09%
Q3	营业收入	3,548.97	2,544.07	1,532.99	
	毛利率	38.67%	31.09%	42.08%	
	净利率	24.81%	22.58%	33.02%	
Q4	营业收入	4,012.19	2,497.11	1,646.12	
	毛利率	34.20%	25.95%	19.51%	
	净利率	15.58%	19.40%	15.44%	
合计	营业收入	11,168.75	11,183.62	5,386.74	3,743.06
	毛利率	40.12%	34.65%	31.95%	16.89%
	净利率	24.93%	24.04%	24.17%	12.91%
与上年同期变化百分比	营业收入	-----	0.13%	-51.83%	69.55%
	毛利率	-----	-5.47%	-2.70%	-17.29%
	净利率	-----	-0.89%	0.14%	-11.63%

2016年前，由于网络信贷刚刚兴起，相关部门鼓励创新，对互联网信贷行业的监管政策较少，促进了国内互联网信贷行业的快速发展。

2017年，国家监管部门陆续颁布网络借贷信息中介备案指引、资金存管业务指引，网络信息中介信息披露指引等，引导互联网信贷行业自律及规范运营；

2018年开始，由于行业内部分公司问题频发，国家监管部门开始治理互联网网贷行业。

2019年1月21日，互联网金融风险专项整治工作领导小组办公室、P2P网贷风险专项整治工作领导小组办公室联合发布了《关于做好网贷机构分类处置和风险防范工作的意见》，2019年3月27日，深圳市互联网金融协会发布《深圳市网络借贷信息中介机构良性退出指引》。

2019年二季度，部分省市开始引导互联网信贷中介进行良性退出，同时，部分国内互联网信贷头部平台开始谋求转型。预计未来一段时期，国内互联网信贷行业仍将处于收缩或转型期，速易网络互联网信贷营销业务持续受到影响。

### 2019年1-6月互联网信贷产品营销业务收入

单位：万元

月份	201901	201902	201903	201904	201905	201906
收入	986	606	871	734	324	280

## (2) 互联网车险营销业务模式

互联网车险营销业务主要为财险公司提供车险产品的互联网营销服务。速易网络帮助客户（广告主）推广其旗下的车险产品，客户（广告主）向速易网络支付营销推广服务费，同时速易网络向互联网媒体渠道支付采购成本，两者之间的差额形成速易网络的互联网车险营销业务盈利。

## 2016年-2019年上半年互联网车险营销业务经营情况

单位：万元

季度	类别	2016年	2017年	2018年	2019年1-6月
Q1	营业收入	2,883.54	2,088.82	2,611.82	8,662.34
	毛利率	43.10%	39.50%	40.78%	8.83%
	净利率	28.62%	26.69%	30.95%	1.73%
Q2	营业收入	1,850.11	2,199.87	4,202.55	6,666.83
	毛利率	33.95%	36.86%	44.19%	6.78%
	净利率	19.44%	23.72%	34.12%	-3.53%
Q3	营业收入	3,227.46	2,226.22	4,950.30	
	毛利率	40.05%	44.17%	43.27%	
	净利率	25.88%	34.37%	33.99%	
Q4	营业收入	1,707.01	2,753.10	3,948.48	
	毛利率	42.13%	42.99%	25.67%	
	净利率	24.38%	35.25%	21.38%	
合计	营业收入	9,668.12	9,268.02	15,713.15	15,329.18
	毛利率	40.16%	41.03%	38.68%	7.93%
	净利率	25.20%	30.37%	30.35%	-0.56%
与上年同期变化百分比	营业收入	-----	-4.14%	69.54%	124.95%
	毛利率	-----	0.88%	-2.35%	-34.95%
	净利率	-----	5.17%	-0.03%	-33.46%

2019年车险新规对速易网络互联网车险营销业务的影响：

2019年1月21日，中国银保监会办公厅发布《关于进一步加强车险监管有关事项的通知》，对保险公司车险业务提出新的要求。受此影响，保险公司通过“互联网+电话营销”结合向车主推广车险产品的营销方式投产比（即单位营销费用产出的保单额）出现下滑，保险公司基于经营需要开始减少该模式下的营销

费用预算，而速易网络互联网车险营销业务作为保险公司“互联网+电话营销”模式下互联网推广端，业务受到较大影响。部分客户在2019年5月调整车险营销CPA结算单价，因新结算单价过低而采购成本未有下降导致该业务毛利率大幅降低，速易网络暂停了与部分客户的合作。

为了应对市场变化，速易网络在2019年上半年重点开拓新的目标客户，营业收入有所增长，新开拓客户主要采取CPC模式进行结算，因CPC结算模式速易网络无须对广告投放转化效果负责，毛利率较低。互联网车险营销业务毛利率出现大幅下降。

两种业务模式的释义：

CPA (Cost Per Action)，即按有效用户来计价付费，特点是按投放实际效果计价而不限广告投放量， $\text{结算额} = \text{CPA 单价} \times \text{有效用户量}$ 。

CPC (Cost Per Click)，即按点击付费，根据广告内容被点击的次数收费， $\text{结算额} = \text{CPC 单价} \times \text{点击量}$ 。

### (3) 互联网寿险营销业务

互联网寿险营销业务主要为人寿保险公司提供寿险产品的互联网营销服务。速易网络帮助客户（广告主）推广其旗下的寿险产品，客户（广告主）向速易网络支付营销推广服务费，同时速易网络向互联网媒体渠道支付采购成本，两者之间的差额形成速易网络的互联网寿险营销业务盈利。

#### 2016年-2019年上半年互联网寿险营销业务经营情况

单位：万元

季度	类别	2016年	2017年	2018年	2019年1-6月
Q1	营业收入	1,009.86	2,266.64	1,611.74	1,022.78
	毛利率	45.10%	40.23%	39.29%	43.41%
	净利率	28.62%	27.22%	30.12%	38.54%
Q2	营业收入	1,496.08	2,794.66	2,840.22	128.46
	毛利率	43.37%	40.64%	44.67%	55.45%
	净利率	31.54%	27.64%	34.64%	50.95%
Q3	营业收入	2,416.70	2,241.75	2,370.08	
	毛利率	53.73%	34.60%	42.35%	
	净利率	40.24%	26.34%	32.74%	
Q4	营业收入	2,564.60	1,580.47	1,718.21	
	毛利率	39.02%	39.45%	44.25%	

	净利率	22.19%	31.86%	39.48%	
合计	营业收入	7,487.23	8,883.51	8,540.25	1,151.24
	毛利率	45.46%	38.80%	42.93%	44.75%
	净利率	30.75%	27.95%	34.23%	39.92%
与上年同期变化百分比	营业收入	-----	18.65%	-3.86%	-74.14%
	毛利率	-----	-6.66%	4.13%	2.03%
	净利率	-----	-2.80%	6.28%	6.92%

2019年4月2日,银保监会下发《2019年保险中介市场乱象整治工作方案》的通知,对保险中介市场进行整治,公司寿险业务的部分广告主为了谨慎起见,要求与其合作的营销推广服务机构具备保险代理或保险经纪资质,因公司暂时未取得相关资质,部分寿险广告主停止了与我司继续开展业务合作,导致公司寿险营销业务大幅减少。

### 3、汽车互联网服务业务

速易网络汽车互联网服务主要为互联网用户提供新车报价、违章查询等服务,并将用户流量变现获取收入。客户向速易网络支付的营销费用与速易网络向供应商支付的采购成本和自身运营成本之间的差额形成汽车互联网服务业务的盈利。

#### 2016年-2019年上半年汽车互联网服务业务经营情况

单位:万元

季度	类别	2016年	2017年	2018年	2019年1-6月
Q1	营业收入	511.44	993.96	1,311.61	934.13
	毛利率	45.07%	33.69%	38.02%	2.06%
	净利率	8.23%	17.99%	21.26%	-7.50%
Q2	营业收入	699.44	945.44	948.94	81.90
	毛利率	35.86%	45.21%	30.66%	-55.60%
	净利率	13.52%	22.96%	14.05%	-241.24%
Q3	营业收入	907.75	1,342.83	915.13	
	毛利率	37.72%	37.62%	44.95%	
	净利率	16.37%	15.29%	13.88%	
Q4	营业收入	1,027.62	1,558.52	2,901.37	
	毛利率	35.10%	35.86%	37.58%	
	净利率	-4.27%	25.92%	23.19%	
合计	营业收入	3,146.25	4,840.75	6,077.05	1,016.03
	毛利率	37.64%	37.73%	37.71%	-2.59%
	净利率	7.67%	20.77%	19.94%	-26.34%

与上年同期 变化百分比	营业收入	-----	53.86%	25.54%	-55.05%
	毛利率	-----	0.08%	-0.02%	-37.53%
	净利率	-----	13.10%	-0.82%	-44.57%

新车报价业务是速易网络汽车互联网收入的重要来源，公司新车报价业务收入主要来自于和国内互联网汽车平台合作的线上新车营销推广，受到国内新车销量下滑影响，各大互联网汽车平台拥有的自有流量基本能满足其新车推广业务需求，开始逐步减少对外采购，2019年上半年开始陆续停止合作，未续签合同。因在互联网新车推广环节，国内几家大平台占据了较高的市场份额，公司暂未寻找到新的合作方，导致公司该块业务收入大幅下滑。

#### 4、同行业对比

速易网络同行业绩变化情况如下：

(1) 广东佳兆业佳云科技股份有限公司，主要根据广告主设定的营销目标，对传播内容和互联网流量资源进行整合，通过自身拥有的媒体资源为客户提供快速、精准、高效的推广服务，并从中获取收益。目前的业务主要为应用商店、程序化购买、搜索引擎营销等。佳云科技 2019 年第一季度报告归属于母公司所有者的净利润比上年同期下降 12.86%，2019 年半年度业绩预告比上年同期下降：69.43%~40.91%。整个半年度看，主要下降出现在 2019 年第二季度。

(2) 山东联创产业发展集团股份有限公司，主要分为程序化购买业务、搜索引擎营销业务、信息流业务和其他业务（内容营销、创意设计、公关服务、品牌推广策划等）。联创互联 2019 年第一季度报告归属于母公司所有者的净利润比上年同期上升 28.97%，2019 年半年度业绩预告比上年同期持平：-13.95%至 11.36%。整个半年度看，主要下降出现在 2019 年第二季度。

(3) 上海络慧网络信息科技有限公司，主要通过整合网络资源优势，为金融服务提供数字化、智能化的营销服务方案。（该企业为非上市公司，无法从公开信息中获取其财务数据）

(4) 天津归壹科技有限公司，主要为金融/保险机构和用户提供互联网金融或保险信息撮合服务。（该企业为非上市公司，公司无法从公开信息中获取其财务数据）

速易网络与上述企业均属于互联网营销行业，整体环境相同。但是每家企业

的发展战略不同，因此在互联网营销行业的业务模式的侧重点不同（包括各公司的服务对象、客户行业以及服务方式的不同），因此，互联网新规对各企业的影响也不尽相同。速易网络的主要客户比较集中于金融领域，受到金融监管趋严的影响更为明显。

（二）说明你公司 2018 年对该项商誉减值测试时是否已充分考虑事项（一）的影响，2018 年末计提商誉减值准备的原因及合理性；列表对比 2019 年半年末与 2018 年该项商誉减值测试关键参数、关键假设（包括但不限于预测期、各预测期营业收入增长率、净利率、折现率等）的差异情况，并就差异原因及合理性进行详细分析。

回复：

1、说明你公司 2018 年对该项商誉减值测试时是否已充分考虑事项（一）的影响，2018 年末计提商誉减值准备的原因及合理性。

根据会计监管风险提示第 8 号文相关规定，公司聘请的第三方评估机构广东联信资产评估土地房地产估价有限公司于 2019 年 2 月开始对速易网络并购形成的商誉进行评估。网络信贷、车险、寿险新政实施初期，对速易网络业务发展没有重大影响，且历史年度业务收入稳定。在做商誉相关资产组未来现金流量预测时，考虑到速易网络所从事相关业务结构稳定，公司管理相对规范化，以前年度政策实施对业务发展并未出现重大的负面影响，且正在充分拓展新业务及客户，结合行业发展趋势，预测收入增长率与毛利率如下：

年度	2019 年	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年
收入增长率	10.02%	11.57%	13.52%	9.54%	6.98%
毛利率	37.32%	36.93%	36.74%	36.16%	35.32%

经测算，商誉相关资产组未来现金流量的现值（可回收金额）为 94,660.19 万元大于资产组账面净值 84,921.78 万元，因此，在 2018 年度不计提商誉减值准备。

2、列表对比 2019 年半年末与 2018 年该项商誉减值测试关键参数、关键假设（包括但不限于预测期、各预测期营业收入增长率、净利率、折现率等）的差异情况，并就差异原因及合理性进行详细分析。

速易网络商誉减值测试关键参数、关键假设对比表

序号	参数及假设	2018 年	2019 年 6 月 30 日
1	预测期	预测期为 5 年，收益期为永续	预测期为 5 年，收益期为永续
2	折现率	16.40%	16.75%
3	营业收入增长率	2019-2023 年营业收入增长率： 10.02%、11.57%、13.52%、9.54%、6.98%	2019-2023 年营业收入增长率： 15.68%、29.88%、 10.02%、8.03%、0.24%
4	净利率	2019-2023 年净利率：28.07%、 27.76%、27.73%、27.30%、26.54%	2019-2023 年净利率： 4.34%、1.43%、1.21%、 1.52%、1.41%

(1) 预测期对比差异原因：无差异。

(2) 折现率对比差异原因：

①相同点：两次评估的折现率计算公式是相同的，均采用的是采用全部资本加权平均成本（Weighted Average Cost of Capital 或 WACC），公式如下：

加权平均资本成本（WACC）的估算公式如下：

$$WACC = E / (D+E) \times Re + D / (D+E) \times (1-t) \times Rd$$

$$= 1 / (D/E+1) \times Re + D/E / (D/E+1) \times (1-t) \times Rd$$

上式中：WACC：加权平均资本成本；

D：债务的市场价值；

E：股权市值；

Re：权益资本成本，其中：

$$Re = Rf + \beta \times MRP + RC$$

Rf：无风险收益率；

$\beta$ ：企业风险系数；

MRP：市场风险溢价；

RC：企业特有风险超额收益率；

Rd：债务资本成本；

D/E：资本结构；

t：企业所得税率。

②虽然两次评估的计算公式相同，数据来源也均 Wind 资讯，但由于基准日查询到的参数不同致使最终评估的折现率产生差异，具体差异如下：

序号	主要参数	2019 年 6 月 30 日	2018 年
----	------	-----------------	--------

一	对比公司无形财务杠杆贝塔系数:		0.9052	0.9486
二	无风险率收益:		4.1321%	3.9800%
三	被评估单位的贝塔系数		0.9052	1.0768
四	特有风险超额收益率 Rc			
	Rc=		2.00%	3.0
五	超额风险收益率 (Rf-Rm)		7.10%	6.94%
六	股权收益率			
	公式	股权收益率=无风险率收益+超额风险 收益率 (Rf-Rm) × 被评估单位风险系数 Beta+公司特有风险超额收益率 (Rc)		
	股权收益率=		12.56%	14.45%
七	债权收益率 (取一年期贷款利率)		4.35%	4.90%
八	资本结构	D/E	0.00%	18.02%
九	所得税率		25%	25
十	加权资金成本 (WACC)			
	公式	加权资金成本 (WACC) = 股权收益率 × 股权比例 + 债权收益率 × 债权比例 × (1 - 所得税率)		
十一	加权资金成本 (WACC) (税前) =		16.75%	16.40%

(3) 营业收入增长率对比差异原因:

①车险业务, 2019 年新增多家保险公司客户, 收入呈上升趋势。暂估如下:

年度/项目	预测年度					
	2019 年 7-12 月	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年度	2024 年度
车险销售收入 (万元)	17,000	38,000	40,000	45,000	45,000	45,000

②受国家鼓励政策影响, 增加 ETC 业务, 预计 2019 年后半年会增加 3,102.00 万元, 以后年度会有所回落。

③预计未来一段时期, 国内互联网信贷行业仍将处于收缩或转型期, 速易网络互联网信贷营销业务持续受到影响, 营业收入下降。

④受到国内新车销量下滑影响, 各大互联网汽车平台开始逐步减少对外采购, 2019 年上半年开始陆续停止合作, 未续签合同。公司暂未寻找到新的合作方, 导致公司该块业务收入大幅下滑;

⑤随着国家对保险中介市场进行整治, 公司寿险业务的部分广告主为了谨慎起见, 要求与其合作的营销推广服务机构具备保险代理或保险经纪资质, 因公司

暂时未取得相关资质，部分寿险广告主停止了与速易网络继续开展业务合作，导致速易网络寿险营销业务大幅减少。

尽管寿险业务停止，受车险和 ETC 业务上涨的因素影响，总体上营业收入仍然呈上升趋势，而且相比 2018 年评估的预测数据增幅要大。

(4) 净利率对比差异原因：

净利率差异的主要原因是毛利率差异导致，毛利率差异的主要原因是：

①2019 年 1 月 21 日，中国银保监会办公厅发布《关于进一步加强车险监管有关事项的通知》，对保险公司车险业务提出新的要求。受此影响，保险公司通过“互联网+电话营销”结合向车主推广车险产品的营销方式投产比（即单位营销费用产出的保单额）出现下滑，部分客户在 2019 年 5 月调整车险营销 CPA 结算单价，因新结算单价过低而采购成本未有下降导致该业务毛利率大幅降低，速易网络暂停了与部分客户的合作。原预测的收入占比达到 30%以上。

新开拓客户主要采取 CPC 模式进行结算，因 CPC 结算模式速易网络无须对广告投放转化效果负责，毛利率较低，最新预测的收入占比达到 50%以上。

②公司寿险营销业务大幅减少

2019 年 4 月 2 日，银保监会下发《2019 年保险中介市场乱象整治工作方案》的通知，对保险中介市场进行整治，公司寿险业务的部分广告主为了谨慎起见，要求与其合作的营销推广服务机构具备保险代理或保险经纪资质，因公司暂时未取得相关资质，部分寿险广告主停止了与我司继续开展业务合作。原预测的收入占比达 25%左右，新预测没有寿险业务收入。

③公司互联网信贷营销业务毛利率下滑

2019 年二季度，部分省市开始引导互联网信贷中介进行良性退出，同时，部分国内互联网信贷头部平台开始谋求转型。预计未来一段时期，国内互联网信贷行业仍将处于收缩或转型期，速易网络互联网信贷营销业务持续受到影响，信贷业务采购成本有所上升，导致互联网信贷业务毛利率下滑。

(三) 请结合《会计监管风险提示第 8 号—商誉减值》说明 2019 年半年末对速易网络资产组商誉减值迹象识别判断的具体过程，首次出现商誉减值迹象的时点，相关判断是否谨慎合理，并充分说明 2019 年半年末对该项商誉全额计

**提减值准备的依据及合理性，是否通过计提大额商誉减值准备“洗大澡”。**

**回复：**

速易网络 2019 年 5 月业绩大幅下滑引起公司关注，公司对速易网络客户进行了调研，速易网络 CPC 业务模式下业绩存在下降风险。公司谨慎评估了监管新规对速易网络的持续影响，速易网络资产组出现商誉减值迹象，经过公司讨论研究后决定聘请第三方评估机构对速易网络商誉相关资产组进行评估。

2019 年 7 月初第三方评估机构北京经纬仁达资产评估有限公司开始进场进行评估，根据其初步测算结果，对速易网络商誉相关资产组需全额计提减值，公司的相关判断是基于速易网络的业绩情况变化、未来趋势及减值测试的初步结果，并以此进行业绩预告，不存在计提大额商誉减值准备“洗大澡”的情况。

**（四）请说明速易网络 2016 年至 2018 年业绩是否真实、准确，是否存在跨期确认收入情形。**

**回复：**

速易网络遵守《企业会计准则》规定，如实记录公司业绩。

速易网络的收入确认以权责发生制为基础，以实际为客户提供服务为前提，且须经客户确认后方可作为当期收入的确认依据，收入确认依据包括与客户合作协议、向客户开具的发票、双方确认的结算函等。成本确认以供应商实际提供服务为前提，根据双方确认的结算函金额进行入账，成本确认依据包括与供应商的采购合同、双方确认的结算函、供应商开具的发票及付款回单等。税金及附加和期间费用等，均按照权责发生进行确认。

2016 年-2018 年速易网络共实现收入 12.51 亿元，截至 2019 年 7 月 19 日，已回款 12.22 亿元。

速易网络 2016-2018 年度均由中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具标准无保留意见的审计报告，业绩真实、准确，不存在跨期确认收入情形。

**二、 你公司 2016 年收购东莞市金材五金有限公司（以下简称“金材五金”）70%股权形成商誉 1.65 亿元，2018 年计提商誉减值准备 0.6 亿元，预计 2019 年半年末计提 1.04 亿元。请你公司：**

**（一）按季度列示金材五金 2016 年至 2019 年 6 月销售收入、毛利率、净**

利率及变动情况，详细分析产品转型、消费电子行业波动对金材五金 2019 年上半年收入、利润的影响及合理性。

回复：

金材五金是一家金属粉末注射成形产品生产企业。公司依托精密模具、快速成型、表面处理、真空镀膜、CNC 加工中心等主要技术手段，以手机等消费电子为主，兼顾医疗器械、汽车电子市场领域，提供精密模具和精密结构件产品及服务。主要产品有手机摄像头支架、手机卡托、手机按键和手机金属中框等，主要客户有 VIVO、OPPO、富诚达、长盈、众茂、蓝思科技、伯恩光学等。

1、金材五金按季度列示 2016 年至 2019 年 6 月销售收入、毛利率、净利率及变动情况如下：

2016 年-2019 年上半年金材业务经营情况

单位：万元

季度	类别	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-6 月
Q1	营业收入	1,258.81	2,633.20	3,618.98	2,859.99
	毛利率	61.72%	48.43%	31.89%	-3.63%
	净利率	32.64%	30.59%	14.70%	-21.36%
Q2	营业收入	2,184.27	4,118.34	5,117.84	6,630.21
	毛利率	59.11%	41.22%	27.77%	18.66%
	净利率	29.99%	21.68%	14.74%	7.44%
Q3	营业收入	2,906.82	5,103.53	6,633.34	
	毛利率	54.90%	36.24%	37.37%	
	净利率	41.09%	21.58%	23.40%	
Q4	营业收入	3,608.26	5,881.10	5,918.39	
	毛利率	43.78%	35.35%	39.07%	
	净利率	29.64%	18.08%	20.60%	
合计	营业收入	9,958.16	17,736.17	21,288.55	9,490.20
	毛利率	52.66%	38.91%	34.61%	11.94%
	净利率	33.44%	21.78%	19.06%	-1.24%
与上年同期 变化百分比	营业收入	-----	78.11%	20.03%	8.62%
	毛利率	-----	-13.75%	-4.30%	-17.54%
	净利率	-----	-11.66%	-2.72%	-15.96%

2、详细分析产品转型、消费电子行业波动对金材五金 2019 年上半年收入、利润的影响及合理性。

金材五金 2019 年上半年收入同期上升 8.62%、但毛利率下降 17.54%主要原因如下：

(1) 目前，手机行业转型由 4G 转 5G，行业需求增加但手机结构件加工行业产能过剩，竞争日趋激烈，产品单价下降明显，如摄像头五金产品平均价格下降约 20%左右。

(2) 2019 年，受消费电子行业波动性影响，品牌商对每款产品的预估量相对保守，导致实际生产中计划不稳定，订单波动性大，造成人力和产能资源浪费。

(3) 由于手机结构件加工行业竞争激烈，在保持原有业务的基础上，金材五金谋求产品转型，如 5G 通讯的基站结构件、人工智能设备所需要精密齿轮传动机构、消费五金以及部分医疗汽车零部件新品等，加大了对研发和品质的投入，导致管理成本上升。

2019 年新产品的试制和打样产生了较大的初期投入成本，且新产品良率及产量较低，从而影响企业整体盈利性

(4) 由于产品生产技术的变化需要，金材五金投入了新的生产设备，折旧固定成本上升；

(二) 列表对比 2019 年半年末与 2018 年对金材五金有关商誉减值测试关键参数、关键假设（包括但不限于预测期、各预测期营业收入增长率、净利率、折现率等）的差异情况，就差异原因及合理性进行详细分析，并说明公司本期计提商誉减值的原因及其合理性、以前年度商誉减值准备计提的充分性，是否通过计提大额商誉减值准备“洗大澡”。

回复：

1、列表对比 2019 年半年末与 2018 年对金材五金有关商誉减值测试关键参数、关键假设（包括但不限于预测期、各预测期营业收入增长率、净利率、折现率等）的差异情况，就差异原因及合理性进行详细分析。

金材五金商誉减值测试关键参数、关键假设对比表

序号	参数及假设	2018 年	2019 年 6 月 30 日
1	预测期	预测期为 5 年，收益期为永续	预测期为 5 年，收益期为永续

2	折现率	14.30%	13.87%
3	增长率	2019-2023 年营业收入增长率： -7.54%、9.51%、7.94%、7.41%、5.38%	2019-2023 年营业收入增长率： -8.45%、16.98%、9.65%、10%、5%
4	净利率	2019-2023 年净利率：26.22%、25.83%、 25.45%、24.95%、24.42%	2019-2023 年净利率：3.03%、10.51%、 13.10%、8.70%、11.13%

(1) 预测期对比差异原因：无差异

(2) 折现率对比差异原因：2018 年无风险报酬率 3.98%、企业风险系数 $\beta$  0.9257、市场风险溢价为 6.94%、企业特定风险调整系数 Rc 为 1.8%。2019 年无风险报酬率 4.1321%、企业风险系数 $\beta$  0.7973、市场风险溢价为 7.10%、企业特定风险调整系数 Rc 为 2.0%。

①相同点：两次评估的折现率计算公式是相同的，均采用的是采用全部资本加权平均成本（Weighted Average Cost of Capital 或 WACC），公式如下：

加权平均资本成本（WACC）的估算公式如下：

$$\begin{aligned} WACC &= E / (D+E) \times Re + D / (D+E) \times (1-t) \times Rd \\ &= 1 / (D/E+1) \times Re + D/E / (D/E+1) \times (1-t) \times Rd \end{aligned}$$

上式中：WACC：加权平均资本成本；

D：债务的市场价值；

E：股权市值；

Re：权益资本成本，其中：

$$Re = R_f + \beta \times MRP + RC$$

Rf：无风险收益率；

$\beta$ ：企业风险系数；

MRP：市场风险溢价；

RC：企业特有风险超额收益率；

Rd：债务资本成本；

D/E：资本结构；

t：企业所得税率。

②虽然两次评估的计算公式相同，数据来源也均 Wind 资讯，但由于基准日查询到的参数不同致使最终评估的折现率产生差异，具体差异如下：

序号	主要参数	2019年6月30日	2018年
一	对比公司无形财务杠杆贝塔系数:	0.7973	0.9257
二	无风险率收益:	4.1321%	3.9800%
三	被评估单位的贝塔系数	0.7973	0.9257
四	特有风险超额收益率 Rc		
	Rc=	2.00%	1.8
五	超额风险收益率 (Rf-Rm)	7.10%	6.94%
六	股权收益率		
	公式	股权收益率=无风险率收益+超额风险收益率 (Rf-Rm) × 被评估单位风险系数 Beta+公司特有风险超额收益率 (Rc)	
	股权收益率=	11.79%	12.20%
七	债权收益率 (取一年期贷款利率 )	4.75%	4.90%
八	资本结构	D/E	0.00%
九	所得税率	15%	15%
十	加权资金成本 (WACC)		
	公式	加权资金成本 (WACC) = 股权收益率 × 股权比例 + 债权收益率 × 债权比例 × (1-所得税率)	
十一	加权资金成本 (WACC) (税前) =	13.87%	14.30%

### (3) 营业收入增长率对比差异原因:

经过对比分析,两次评估的营业收入增长率除 2020 年有较大差异外,其他各年度相对平稳,主要原因是:

①未来手机行业因 4G 转 5G,消费者对 5G 的需求将有一波手机换机潮,带动收入增长;

②金材五金在非手机五金行业有新的收入增长,如 5G 通讯的基站结构件、人工智能设备所需要精密齿轮传动机构、消费五金以及部分医疗汽车零部件等新品的收入;

③金材五金将搬迁至新的工业园区,并增加相关的生产设备,产能增加。

### (4) 净利率对比差异原因:

①受消费电子市场行情影响,手机结构件加工行业需求增加但行业产能过剩,竞争日趋激烈,金材五金产品单价下降明显,导致相同数量产品的销售收入下降,毛利率降低;

②2019 年以后,为适应市场需求,提高企业竞争能力实现产品转型,金材

五金加大了对研发和品质的投入，每年增加费用 10%以上，导致管理成本上升，总体利润下降；

③由于产品生产技术的变化需要，金材五金投入了新的生产设备，折旧费用增加，单位成本上升，毛利率下降。

## **2、说明公司本期计提商誉减值的原因及其合理性、以前年度商誉减值准备计提的充分性，是否通过计提大额商誉减值准备“洗大澡”。**

金材五金 2016 年度至 2018 年度业绩承诺完成率 100.92%，但 2018 年度未完成业绩承诺，其未来盈利能力低于预期金额，出现减值迹象。综合考虑金材五金历史年度经营状况较为稳定，未来随着 5G 的大规模应用，手机更新换代加快，预计未来消费电子产品的销售量会呈增长趋势。通过测算金材五金商誉相关资产组未来现金流量的现值（可回收金额）为 42,982.46 万元比商誉相关资产组账面净值 49,007.34 万元低 6,024.88 万元，计提商誉减值准备 6,024.88 万元。2018 年金材五金商誉相关资产组资产评估由广东联信资产评估土地房地产估价有限公司出具资产评估报告，2018 年度商誉减值准备计提充分。

金材五金 2019 年上半年业绩情况下降，引起公司关注，经调研，金材五金资产组出现商誉减值迹象，经过公司讨论研究后决定聘请第三方评估机构对金材五金商誉相关资产组进行评估。

2019 年 7 月第三方评估机构北京经纬仁达资产评估有限公司开始进场进行评估，根据其初步测算结果，对金材五金商誉相关资产组需全额计提减值，公司的相关判断是基于金材五金的业绩情况变化及减值测试的初步结果，并以此进行业绩预告，不存在计提大额商誉减值准备“洗大澡”的情况。

**（三）请说明金材五金 2016 年至 2018 年业绩是否真实、准确，是否存在跨期确认收入情形。**

**回复：**

金材五金遵守《企业会计准则》规定，如实记录公司业绩。

金材五金属于生产制造业，主要经营模式为商品的生产销售。收入的确认以客户下单的实际出货为基础，经双方确认无误并回传对账单、开具发票为收入确认依据，同时根据收入与成本配比原则，结转确认收入的产品成本。税金及附加

和期间费用等，均按照权责发生进行确认。金材五金 2016-2018 年营业收入合计 4.90 亿元，截至 2019 年 7 月 19 日，已回款 4.44 亿元。

金材五金 2016-2018 年度均由中审众环会计师事务所（特殊普通合伙）审计并出具标准无保留意见的审计报告，业绩真实、准确，不存在跨期确认收入情形。

上述问题一、二涉及的 2019 年相关数据均为初步测算数据，实际数据以 2019 年半年度报告为准。

**三、你公司 2015 年通过增资持有开曼网利有限公司（以下简称“开曼网利”）10%股权，2018 年末投资余额为 0.69 亿元，开曼网利通过下属子公司协议控制的北京网利科技有限公司（以下简称“北京网利”）运营网络交易撮合（P2P）平台网利宝。公司 2018 年对该项投资未计提减值准备，预计 2019 年半年末全额计提。请你公司：**

**（一）补充说明北京网利办公场所关闭的具体时间和具体原因、实际控制人赵润龙失联的具体时间，公司知晓上述事实的具体时间、是否及时履行信息披露义务；截至上述事实发生日，网利宝的运营情况，公司是否需承担平台项目有关赔偿义务，公司就上述投资回收所采取的补救措施情况。**

**回复：**

**1、北京网利办公场所关闭的具体时间和具体原因、实际控制人赵润龙失联的具体时间及公司知晓的具体时间。**

2019 年 4 月 30 日，公司在网利宝投资者群了解到有网利宝的投资者提出网利宝目前出现了逾期还款，投资人上门维权和挤兑等传闻，同日，公司管理层与赵润龙联系，询问北京网利经营是否正常及是否有投资者上门维权，次日，赵润龙回复称北京网利发生网利宝产品投资人因回款逾期上门维权并挤兑、员工离职、公章失控等问题，导致无法正常办公。

此后公司方面一直无法和赵润龙取得联系。2019 年 5 月 23 日，公司派员到北京网利办公场所现场查看情况，发现其办公场所已关闭，随后到北京市公安局朝阳分局经济犯罪侦查支队了解，未得到明确回复。

**2、公司是否及时履行信息披露义务。**

公司最初知悉北京网利事件传闻时，已积极进行求证，并向公安机关询问事

件状态及进展，但公安机关并未予明确答复，公司据此认为事件性质尚处于不确定状态，同时考虑到媒体传言并未导致公司股价出现异常，为避免误导投资者，公司并未进行信息披露。

直至7月份，考虑到事情发生逾2个月并无好转，公司预估该项投资可收回机会很小，故在2019年7月13日《2019年半年度业绩预告》(公告编号:2019-066)中进行披露。

### **3、网利宝的运营情况。**

公司的间接持股的子公司鸿利（BVI）有限公司持有 Wang Li Finance Corporation（以下简称“开曼网利”）10%的优先股，开曼网利通过在香港设立的网利金融有限公司在北京设立全资子公司北京网利信息技术有限公司（以下简称“网利信息”），网利信息通过协议控制北京网利。

公司人员经现场查看确认，北京网利的办公场所已经关闭。

网利宝2019年5月16日在其网站发布通告，内容为“对于近期的回款延迟，给各位用户带来不便，公司深表歉意。近期，网贷行业变化加快。北京市互联网金融协会于近日召开了《鼓励网贷机构行业内、跨行业、机构内整合优化》以及《鼓励国资背景机构入股、整合网贷机构》的工作会议。公司基于整体考虑，正式开展公司整合重组的工作。在此期间，平台加大力度对借款人催收，陆续回款，并暂停增发新标”。

公司是仅持有开曼网利10%的优先股股东，由于公司不参与北京网利的经营管理，且无法与赵润龙或北京网利其他人员取得联系，目前公司无法准确获知网利宝的具体经营情况。

### **4、公司是否需承担平台项目有关赔偿义务，公司就上述投资回收所采取的补救措施情况。**

2015年5月，公司间接持股的子公司鸿利（BVI）有限公司以1000万美元认购开曼网利10%的B类优先股，鸿利（BVI）有限公司是开曼网利的优先股股东，开曼网利的子公司通过协议控制网利宝的运营主体北京网利。公司仅投资了开曼网利，也不参与网利宝平台项目的运营，并不存在对平台项目逾期债务兜底赔偿义务。

公司目前正在积极关注事件进展，如投资损失发生，公司将考虑通过诉讼等合法途径维护公司的正当权益。

(二) 补充说明有关开曼网利股权投资减值准备金额确认过程及依据，并对比 2018 年的计提过程及依据，说明公司本期计提减值准备的原因及其合理性、以前年度减值准备计提的充分性，是否存在不当会计调节情形。

回复：

基于问题（一）回答所述，公司预估开曼网利股权投资的可收回机会很小，预计未来无现金流入，确认损失 0.69 亿元。

公司仅投资了开曼网利，也不参与网利宝平台项目的运营，2019 年初公司从其管理层获悉北京网利运营的网利宝平台业务运作正常，北京网利在 2019 年 2 月提供的 2018 年未经审计的财务报表显示其 2018 年经营情况为盈利，未出现减值情况。此外，2019 年 3 月 11 日，开曼网利致函公司 2018 年审计会计师事务所，告知开曼网利及其附属子公司（含北京网利）正筹备赴美上市，基于以上情况，公司在 2018 年未对其进行资产减值计提。公司不存在不当会计调节情形。

特此回复！

鸿利智汇集团股份有限公司董事会

