

关于对北京随视传媒科技股份有限公司的 年报问询函的回复

全国中小企业股份转让系统有限公司：

北京随视传媒科技股份有限公司（以下简称“公司”或“随视传媒”）于 2023 年 7 月 11 日收到贵司下发的关于对北京随视传媒科技股份有限公司的年报问询函（公司一部年报问询函【2023】第 149 号），公司就问询函涉及的相关问题进行了核查，现回复说明如下：

1、关于经营情况

你公司报告期营业收入 971,459.48 元，较上年 5,210,568.57 元减少 81.36%，其中技术性服务收入 249,941.54 元，较上年同期减少 94.39%。你公司报告期毛利率 26.33%，上年同期毛利率为 55.99%。你公司解释毛利率同比下降系技术性服务及自有品牌产品销售价格不断降低导致。

你公司 2020 年、2021 年和 2022 年，经审计的归属于挂牌公司股东的净利润分别为-3,427,980.13 元、-3,046,768.15 元和-8,166,182.82 元。

请你公司：

（1）结合行业背景、市场供求及竞争情况、销售模式、技术性服务业务开展情况等，说明收入下降的原因及合理性；

公司回复：

根据今年 6 月 20 日，贝恩联合凯度消费者指数发布《2023 中国购物者报告，系列一》中相关数据分析指出：2022 年，中国快速消费品市场受到新冠疫情的显著影响。在整体经济增速放缓，消费者购买力锐减，以及供应链和物流中断等多重因素叠加影响下，2022 年，中国快速消费品市场较 2021 年微增 1.5%，且各个季度的表现波动较大。尽管在 2022 年上半年保持了 2.8%的韧性增长，并在第三季度劲增 6.3%，但第四季度受到疫情爆发的影响，快速消费品市场销售额下跌 3.9%。2022 年前三季度，整体快速消费品市场的销量有所增长，但在第四季度下跌 1.2%，这也是自 2020 年第一季度以来，销量首次出现下滑。这主要是由于随着疫情防控措施放开，消费者囤货热情减退，同时仍在消耗前期囤积的存货。此外，新冠感染高峰也削弱了消费者的购买意愿。2020 年开始出现的价格紧缩趋

势在 2022 年延续，甚至进一步加剧——整体快速消费品平均售价的降幅从 2021 年的约 1%扩大到 2.5%。尽管全国居民消费价格指数（CPI）在 2022 年同比上涨 2%，成本也进一步走高，但消费者由于经济压力加大，对快速消费品的支付意愿仍有所降低。饮料品类在 2022 年受到疫情影响严重，增长乏力，全年销售额同比仅增长 1.1%。由于疫情期间物流受阻，以及针对网红和直播行业的监管力度不断加强，2022 年，电商渠道整体增长放缓，全年增速由 2021 年的约 14%降至 2%。

公司 2022 年的主营业务为新消费自有品牌电商业务，产品为针对白领女性的茶饮，销售模式包括电商平台、社交媒体、直播带货等。在前述背景之下，公司 2022 年经营亦受到较大冲击。具体情况如下：1、经营策略上，基于经济形势及疫情发展的不确定性，公司在多方市场调研的基础上进行了预判，疫情冲击下的大环境不利于对茶饮类这种低奢侈消费品、民生非必需品的消费新品牌的大量投入及扩张。为应对市场消费品购买动力不足、生产成本增加、货运滞阻等因素，公司及时采取安全收缩的经营策略，暂缓大批量新品上市及市场推广计划，以避免市场萎缩、销售不畅引发的亏损进一步扩大。2、在日常业务开展上，2022 年全国范围内疫情不断反复，管控持续时间较长，公司自有品牌电商业务接连遭受了物流仓储停运、代工厂停工停产、大量订单被取消的打击。且为响应政府号召，配合相关防疫政策落实，公司多次采用全员线上居家办公，原定的线下产品调研及原材料采购等工作一再延迟。后续虽已恢复正常办公，但因各地疫情仍有反复，产品人员无法依照原计划驻工厂指导、监督生产及配合采购、验收等，导致多个计划内产品未能如期上市，销售计划严重滞后。

在技术性服务业务开展方面：公司自 2019 年 11 月起与国内某大型视频内容发布平台合作，为该平台提供内容聚合服务，该业务持续至 2021 年 7 月。自 8 月份起，公司停止了与该平台的合作，主要基于以下考虑：（1）新冠疫情对品牌广告影响非常大，该平台在连续多年无法扭亏的同时，会员数量遇瓶颈、平台优质视频内容匮乏，订阅用户流失量较大；（2）近两年国家大力整顿娱乐圈，发布相关措施加强了对网络综艺节目、选秀节目的管理，对平台的业绩收入产生进一步的负面影响，导致平台对合作业务的预算进行了收缩。预算收缩后，本来较低的内容聚合业务的毛利率进一步被压缩，公司无利可图；（3）且该平台于年内

大规模裁员，自身经营存在不稳定因素，业务风险较大。公司管理层在综合评估上述因素后，为保障公司资金安全及股东利益，决定暂停该项业务。同时，由于受疫情影响，内容推广服务客户大量削减内容推广预算，该业务的新客户开发也被迫暂停。

前述两项业务的发展情况，是导致 2022 年公司收入减少的主要原因。

(2) 说明净利润连续三年亏损的主要原因，并结合你公司盈利能力、资产结构及偿债能力等，说明你公司持续经营能力是否存在重大不确定性。

公司回复：

净利润连续三年亏损的主要原因：净利润连续三年亏损的主要原因：2020 年，公司终止了自 2018 年来重点投入资源的内容营销业务，原因为公司所合作的某大型电商购物平台对内容营销机构的政策调整为限价与长周期垫款的集中采购模式，导致公司在该业务上无法获得更多有利润的客户项目，且加大了资金回收风险；又于 2021 年 8 月被迫中止了技术性服务业务（原因详见前文（1）的回复内容），在前述两项需要垫款且资金回收风险较大的业务中止后，公司主营业务开始转向新消费电商品牌，因该业务拓展前期，在用户需求分析、市场调查、品牌定位、运营团队搭建、用户积累以及店铺排名的基础流量导入等方面投入较大，此时又恰逢新冠疫情爆发，公司经营及新消费电商品牌业务发展持续受到疫情封控重创，业务发展迟滞，故造成了 2020-2022 年三年连续亏损。

公司持续经营能力：

(一) 盈利能力

单位：元

	本期	上年同期	增减比例%
营业收入	971,459.48	5,210,568.57	-81.36%
毛利率%	26.33%	55.99%	-
归属于挂牌公司股东的净利润	-8,166,182.82	-3,046,768.15	-
归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-6,736,056.03	-4,053,520.11	-
加权平均净资产收益率%（依据归属于挂牌公司股东的净利润计算）	-5.99%	-2.16%	-
加权平均净资产收益率%（依据归属于挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润计算）	-4.93%	-2.88%	-
基本每股收益	-0.18	-0.07	-

(二) 偿债能力

单位：元

	本期期末	上年期末	增减比例%
资产总计	133,708,295.26	141,169,190.01	-7.26%
负债总计	2,432,249.51	1,734,002.72	-48.62%
归属于挂牌公司股东的净资产	131,154,289.49	139,320,472.31	-5.86%
归属于挂牌公司股东的每股净资产	2.93	3.11	-5.86%
资产负债率%（母公司）	0.58%	1.04%	
资产负债率%（合并）	1.82%	3.28%	
流动比率	125.25	53.67	
利息保障倍数	-	-	

近几年，受市场整体环境及疫情影响，市场需求不断变化，市场疲软，且公司所处行业正处于快速变革期，与国内同类产品的电商公司相比，公司所占市场份额较小，市场基本成熟，行业毛利率逐年下降且竞争激烈。虽然公司近3年因个别业务终止造成收入下降，持续亏损，暂时未能扭亏为盈，但管理层持续关注行业新发展、新动态，结合自身的行业内资源、优势，积极探索其他抗风险能力强，有助于公司良性发展的新业务。

截至2022年12月31日，公司总资产为133,708,295.26元，归属于股东的净资产为131,154,289.49元，公司货币资金为99,536,165.90元，交易性金融资产为14,784,565.36元，可用资金99,536,165.90元，足够保障未来持续经营及业务拓展。

报告期内，公司不存在债券违约、债务无法按期偿还的情况；不存在董事、监事、高级管理人员无法履职情况；不存在拖欠员工工资或者无法支付供应商货款的情况；不存在主要生产、经营资质缺失或者无法续期，无法获得主要生产、经营要素（人员、土地、设备、原材料）的情况。公司业务、资产、人员、财务、机构等完全独立，保持良好的公司独立自主经营的能力；会计核算、财务管理、风险控制等各项重大内部控制体系运行良好；经营管理层、核心业务人员队伍稳定。

我们认为公司持续经营能力不存在重大不确定性。

2、关于客户和供应商

为避免商业秘密泄露，你公司豁免披露前五大客户及前五大供应商等信息。你公司报告期对第一大客户和第二大客户销售金额分别为562,679.03元和

240,538.94 元，年度销售占比分别为 57.92%和 24.76%。

请你公司：

(1) 结合与前五大客户和前五大供应商保密条款的具体内容，说明未披露重要客户及供应商信息的原因及合理性，是否存在通过不披露重要客户及供应商的方式隐瞒关联交易的情形；

公司回复：

公司与各大客户、供应商所签署的保密条款中主要约定了：甲乙双方对本合同的内容，以及在本合同履行过程中获得的对方的保密信息(包括但不限于员工个人信息、商业战略等应当予以保密的信息)均负有保密的义务，不得将该些保密信息用于其它用途，或以任何形式向任何第三方泄露。

公司 2022 年主营业务收入为自有品牌电商业务，前五大收入基本来自于各电商平台的自营店铺收入，前五大供应商主要是围绕自有品牌电商业务开展的代加工厂、原料物料、仓储物流等供应商，并不存在通过不披露重要客户及供应商的方式隐瞒关联交易的情形。

公司申请豁免披露前五大客户及前五大供应商等信息，除基于公司与各大客户、供应商所签署的保密条款考虑外，另一考虑是由于电商的竞争环境压力比较大，代工厂、直播机构、达人 KOL 在与公司合作前都会询问公司在各电商平台店铺的销售数据，公司若在年报上披露每个平台的网店收入数据将不利于公司与各代工厂、直播机构、达人 KOL 等合作机构的谈判，不利于公司在实际经营和对外合作中争取更有利的条件。

(2) 结合客户情况、合作历史、在手订单等情况，说明是否存在大客户依赖。

公司回复：目前公司收入主要为自有品牌电商业务，业务收入主要来自于几大传统电商平台的店铺收入，对大平台依赖程度较高，若大平台流量下滑，则存在业务规模缩减并终止合作的相关风险。

3、关于其他权益工具投资

你公司报告期末货币资金余额 9,953.61 万元，其他权益工具投资报告期

增加 1,600 万元，系投资私募股权基金所致。

2022 年 10 月，你公司拟投资不超过 3,500 万元参与建银创信投资基金管理（北京）有限公司（以下简称“建银创信”）设立并管理的私募基金“嘉兴建叶随视股权投资合伙企业（有限合伙）”。2022 年 12 月，你公司签署合伙协议。根据公开信息查询，该私募基金注册资本 1,610 万元，你公司持股比例为 99.38%。请你公司：

（1）结合货币资金余额和资金使用计划等，说明公司经营亏损的情况下投资私募业务的原因；

公司回复：

截止至 2022 年 6 月，公司未经审计的货币资金余额为 100,310,478.35 元，2022 年上半年营业收入为 547,981.58 元，投资私募股权基金的合伙协议于 2022 年 12 月签署，最终投资金额为 1600 万元。

公司在经营亏损的情况下决定进行该项投资业务的原因：结合前文第 1、第 2 部分对于自 2020 年以来三年业务收入下降及亏损的分析，公司在主营业务开展受疫情管控影响，严重滞后，且经济形势及疫情发展不确定的情况下，公司积极进行市场调研，思考并寻求有助于公司业务转型，能增加收入来源与抗风险能力强的业务及投资机会，在结合疫情发展及国家相关政策的调整，广泛听取董事、股东、专业人士及多方面意见，并经过投委会审慎评估、分析筛选后，我们将目标锁定在了受疫情及国内外政经环境等因素影响相对较小的医疗健康、国产替代、绿色能源等行业方向。

公司与建银创信合作设立的私募基金“嘉兴建叶随视股权投资合伙企业（有限合伙）”，是公司为定向投资上海某单一医疗健康企业项目而成立的股权投资基金，在充分对项目进行跟踪研究，聘请第三方专业机构进行了业务、法律、财务尽调，又经过了公司投决会、董事会、股东大会的讨论表决后所作出的投资决定。

我们评估认为，对该项目的投资能在不影响公司主营业务正常发展、保证公司运营资金充足的前提下，进一步提高自有资金使用效率，以期获得一定投资收益的同时，便于公司接触到更多其他行业相关的优质项目，为公司更快更好地发展提供帮助。

(2) 结合合伙协议的主要内容、基金的收益分配原则、基金投资项目、基金管理等情况，说明公司对私募股权基金是否纳入合并范围的判断依据及合理性；
公司回复：

合伙企业全体合伙人设立合伙企业的目的为：对特定投资项目进行投资，也即合伙企业对单一标的公司进行直接股权投资。根据合伙协议的条款约定，公司作为有限合伙人，建银创信作为普通合伙人/执行事务合伙人/基金管理人，除财产出资份额外，公司没有对合伙事务的执行及管理权。合伙企业投资特定投资项目所获得的收入按照合同约定在合伙企业收到款项后的约定时间内，由普通合伙人向各合伙人进行收益分配。

我们认为，根据合伙协议的约定及公司本身作为有限合伙人的身份，公司对该有限合伙没有实际控制，也无其他实际业务，仅是以基金的方式进行财务投资，列在长期权益投资科目下，无需纳入合并范围。

(3) 说明公司与建银创信合作的背景，公司的主要股东、董监高等与其是否存在关联关系。

公司回复：

公司自 2020 年成立投资部门，旨在为公司寻找有助于公司主营业务发展和业务转型的各类优质团队及项目，在公司投资部门前期寻找投资项目的工作过程中，公司曾与建银国际共同考察过多项投资项目，建立了良好的合作关系，经过两年多的调研与考察，我们认为建银国际是具有实力与良好信誉的投资机构。

本次基金设立人及管理人为建银创信投资基金管理（北京）有限公司（以下简称“建银创信”），建银创信为建银国际下属企业（同为建行背景），是业内知名投资机构。建银创信主要从事私募基金管理业务，基金管理人登记编码 P1002870。多年来，建银创信在募、投、管和退等环节依法合规开展各项基金管理工作，通过设立单一项目投资基金的方式，先后成立了 4 家 SPV，投资了四个 PE 项目，总规模为 5.126 亿元，又于 2018 年 12 月接受委托出任 1 家盲池基金的管理人，规模 6 亿元。公司评估建银创信作为基金普通合伙人及管理人，投资决策风格谨慎、流程规范、投资专业度高，有多个医疗健康行业的成功案例，能

在一定程度上防范投资风险。

公司的主要股东、董监高等与建银创信不存在关联关系。

北京随视传媒科技股份有限公司

2023年7月27日

