

证券代码:000793 证券简称:华闻集团 公告编号:2021-004

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

华闻传媒投资集团股份有限公司(以下简称“公司”或“华闻集团”)于2021年2月1日收到深圳证券交易所《关于华闻传媒投资集团股份有限公司的关注函》(公司部关注函〔2021〕第18号)(以下简称《关注函》)。根据要求,公司对《关注函》中所提问题逐项进行核查、说明,并聘请年审会计师事务所对相关问题进行核查、发表意见。现就《关注函》所提问题及相关回复公告如下:

问题:

2021年1月30日,你公司披露的《2020年度业绩预告》显示,你公司预计亏损15.00亿元至10.50亿元,扣除非经常性损益后的净利润亏损17.08亿元至21.58亿元,亏损的主要原因是车音智能科技有限公司(以下简称“车音智能”)、北京国广广告有限公司(以下简称“国广广告”)等部分子公司受疫情冲击业绩下降,公司计提商誉减值10亿元—14亿元,我部对此表示关注。请你公司对以下事项进行说明:

1. 请你公司结合车音智能和国广广告经营模式,详细说明车音智能和国广广告受疫情影响的具体情况,并结合所属行业发展情况、经营环境、财务指标变化、市场发展前等进行比较分析与同行业公司的可比性情况,并详细说明在2020年度计提大额商誉减值的合理性;

回复:

(一)车音智能

1. 受疫情影响的具体情况

2020年新冠肺炎疫情在全球的迅速蔓延,让刚刚经历2019年“寒冬”的汽车产业再遭严寒,对汽车行业的影响集中体现,产销下降、厂车和经销商停工停产、供应链出现中断、车展普遍延期等,带来的延期影响包括:车厂出于对未来发展的悲观预期,大幅削减预算,大量新项目退出或者缩水;因为销售公司无法开工,导致付款延迟,延缓地影响到各级供应商;由于行业企业整体面临类似问题,又导致了同业竞争加剧,以下游供应商破产倒闭所带来的负面影响等。从第二季度开始,得益于国内疫情的控制情况,以及品牌、经销商的积极自救,汽车行业整体状况有所恢复,产销回升,特别是商用车、豪华车、新能源车等板块呈现增长态势,下半年产销回升状况明显。但全年来看,产销分别为2,522.5万辆和2,531.1万辆,同比仍呈下降趋势,且汽车行业目前仍在消化此前积累的库存,处理疫情造成的破坏。

车音智能作为汽车产业链中的一环,前期受疫情的冲击较大,各类业务的收入与毛利均出现大幅度的下降的情况。疫情期间实行封闭管理,业务人员复工不足,部分项目推迟、停摆,但人工工资、房租等成本费用照常开支,导致车音智能业务出现大额亏损。同时,针对春节正常推迟的影响,部分项目延迟、推迟招徕,售前工作推迟,营销活动减少,行业竞争加剧,此外,疫情影响导致客户回款较慢、融资进度变慢,车音智能面对资金压力不得不精简人员,停止部分业务,对外投资项目。

具体表现为:

(1)车音智能车载电子硬件业务目前是以一级供应商的身份向供货于主机厂,自去年疫情爆发以来,受行业以及主机厂销量下滑的影响,车音智能电子硬件业务的一级供应商要求车音智能提供12至18个月的账期以缓解自身的压力。对于车音智能而言,自身就存在资金流动性困难,鉴于此,2020年年末车音智能电子硬件业务,无法正常开展;

(2)车音智能应用软件业务并不是满足汽车驾驶基本功能的标配软件,而是针对于提升汽车娱乐、驾驶体验、线下服务等功能的应用软件,在主机厂费用列支中归属于营销费用;受疫情及行业格局变化的影响,各主机厂大幅减少了营销费用并加大自身投入,因此对配套车载软件的需求处于停摆状态;

(3)技术支持及售后服务运营业务因车厂项目和核算调整、媒体投诉等影响也有所缩减。

2. 在2020年度计提大额商誉减值的情况

(1)所属行业发展情况及经营环境

从行业规模上看,中国的汽车市场自2008年起,历经了十年的快速发展,在2017年达到顶峰。然而此后伴随着宏观经济的下行和购置税补贴的退出,中国汽车市场自2018年下半年起进入下滑通道。2020年新冠疫情爆发,导致车企生产和销售停摆,虽然各种层出不穷汽车刺激政策,但2020年全年仍呈现下滑的发展趋势。

从行业趋势上看,最大的变化就是整个汽车行业加快了数字化、智能化的转变过程。行业的主体,除了传统的主机厂之外,包括互联网公司、高科技公司,出行公司在内越来越多的公司携资入局,参与到汽车生态;加上,国家从政策层面对新能车、智能网联的支持,以5G为代表的基础设施建设等影响,加速了这一转变过程。虽然软件定义汽车的趋势越来越明显,但主机厂“选择自主加强或与大品牌合作加强数字化、智能化程度,这将导致传统车联网公司软件销售规模将进一步大幅减少,且销售价格会走低,未来车联网公司必须依靠服务运营获得收益。

从经营策略上看,主机厂两极分化严重。供应商受到的直接、间接压力会更大,主要还是受到疫情期间的付款延迟、项目延迟等影响。在智能网联领域,虽然有国家政策的大力支持,但是受到BAT等强势互联网巨头、华为等大型科技企业介入的影响,主机厂更愿意从实力、生态、品牌口碑等方面出发,选择大厂商;而且很多主机厂为了掌握主动权,提高数据安全,自己投入巨资研发。传统上对主机厂依赖较大的车联网公司,或更多或少地遭遇了困难,特别是一季度的疫情影响已造成行业内不少数字营销等领域供应商也出现了一定程度的亏损,大量营销公司因资金紧张,项目被迫取消等因素倒闭。

(2)财务指标变化

单位:万元

车音智能财务指标	2020年 (未经审计)	2019年	变化情况
总资产	107,386.04	117,483.06	-8.57%
净资产	59,133.66	64,023.00	-7.63%
营业收入	30,988.15	32,096.06	-3.45%
营业成本	50,884.03	49,396.25	-28.75%
归属母公司所有者的净利润	-13,886.39	19,486.39	-170.85%

(3)市场发展前景以及与同行业公司的可比情况

① 现有业务前景尚不明朗

当前国际环境仍然复杂严峻,全球疫情蔓延在欧美等国家造成二次冲击,进一步延缓世界经济复苏进程,间接影响我国经济增长,同时,近期芯片供应紧张问题也将在短期内对汽车生产造成一定影响。而车音智能主要业务一直围绕国内乘用车主机厂展开,汽车行业走势的不确定性将给车音智能带来业务量减少、收入下降的风险。

虽然商用车在2020年下半年呈现出较好的发展态势,车音智能亦在2020年继续同通用五菱、一汽解放、东风汽车等商用车品牌开展合作,同时,针对商用车在内陆地区更多的特定需求,计划在2021年继续发挥商用车领域,以抵御乘用车市场下行带来整体收入下降的风险。但是,2020年商用车的增长存在一定特殊性,受疫情影响比较大,故而仍需保持谨慎态度。

② 资金流动性紧张

由于疫情的影响,2020年上半年汽车制造业实现利润同比降幅超过20%,财务状况的恶化造成以整车厂为主体的整个供应链体系均出现资金链紧张,车音智能回款压力较大。虽然这种状况在2020年下半年随着疫情的好转有所缓解,仍导致车音智能部分核心客户现金流紧张,进而影响了车音智能回款速度。此外,车音智能目前大部分项目为周期一年以上的长期项目,需要长期预先付出大量成本,增加了资金紧张程度。未来,车音智能将继续做好客户财务状况的事前风险评估工作,同时持续寻找融资机会,争取缓解资金流动性的风险。

③ 同行业公司对比

从事汽车行业信息化、智能化及智能出行相关产品的开发、生产、销售及服务的路畅科技(证券代码:002813)2020年前三季度营业收入40,327.58万元,较上年同期下降14.44%,净利润-3,748.04万元,较上年同期下降45.49%,主要是其汽车相关用品业务收入大幅度收缩所致;从事车轮生产的民智互动(证券代码:002355)2020年前三季度营业收入104,273.34万元,较上年同期下降24.83%,净利润-15,156.31万元,较上年同期下降1,252.79%,主要受疫情影响影响,加之汽车行业下游主要客户市场需求减少、竞争加剧,以及成本费用增加所致。

综上,新冠疫情冲击及行业发展放缓,导致了车厂需求减少甚至停摆,行业竞争加剧等外部环境变化,也导致了车音智能资金紧张程度加剧、融资进度延缓、被迫减员、研发停滞、软硬件业务难以维系等自身困难凸显,车音智能出现了整体业务规模及利润双双大幅下降的情况。在业务调整的阶段,无法全身心投入技术支持及售后服务运营业务改善经营现状,未来收入和利润下降。为此,公司在审计机构及评估机构尚未进行初步审计和评估前,预计2020年度拟对2018年收购车音智能时形成的商誉计提减值100,000-140,000万元。

(二)国广广告

1. 受疫情影响的具体情况

2020年伊国国内市场受到全球性爆发新冠疫情的严重打击,全国各行业生产经营活动普遍陷入停顿或半停顿,导致第一季度国广广告业务收入几乎为零。在第二季度疫情有所好转后,北京地区又出现疫情反弹,部分刚开始恢复广告投放计划客户再次被迫停止广告投放广告,导致国广广告在上半年出现亏损。下半年虽然国内疫情有所缓和,但北京地区的家装建材、娱乐休闲、旅游度假、金融等行业受到疫情管控措施的影响,全年经营情况未见好转,特别是家装建材、娱乐休闲、旅游度假等行业基本无广告发布。

受新冠疫情影响,国广广告全年广播广告合同履约率和订单量及广告播出时长同比大幅下降,国广广告2020年共计完成广播广告订单956个,较2019年同期订单1376个,减少订单421个,整体毛利率30.6%;全年播出时长约19044分钟,较2019年同期整体下降52.2%;受新冠疫情影响导致的收入损失约2,500万元。包括广播业务收入支柱行业汽车、房地产广播广告收入分别下降58%和46%;家装、演出广播广告收入分别下降62%和75%;特别是餐饮广播广告收入下降达到了96%。

2. 国广广告面临的行业趋势及经营形势

(1)所属行业发展情况及经营环境

2020年突如其来新冠肺炎疫情在对中国经济造成巨大损害的同时,广告业作为市场经济体系中的重要环节,也受到了很大的冲击,全国广告市场收入规模同比出现了前所未有的严重下滑,从央级广电媒体到全国性广告公司和众多中小广告公司的广告收入较2019年均大幅下降。

当前,各行业广告主在2020年广告投放广告呈现出两个特点,一是大幅度压缩广告花费预算,二是更加关注以“直播带货”为热点的网络媒体平台。CTR的监测数据显示,2020年前三季度媒体整体广告花费同比下滑15.4%,当年减少广告预算的广告比例10年来首次高于增加预算的广告主比例。虽然第三季度后期经济出现复苏,广告花费的降幅开始出现收窄,但整体广告市场仍处于疫情压力之下的结构性调整状态,预计在2021年绝大部分广告主的营销预算会继续向头部媒体、顶级资源集中,向营销活动策划、以下降称“国际台”三大广播频率环球资讯广播(News Radio)、劲曲联播(HIT FM)轻松调频(RIZ FM)在国内城市的覆盖率继续收缩,收听率和影响力进一步降低。

根据权威收听数据显示,国际台北京台(北京、上海、深圳、广州、重庆)2020年整体听众规模同期相比大幅缩水。年度听众规模1667.6万人,较去年同期1908万人下降12.6%;月平均听众规模614万人,较去年同期628万人下降2.5%;月平均听众规模267万人,较去年同期356万人下降23.8%;每天平均收听规模79万人,较去年同期103万人下降23.77%。

(2)财务指标变化

单位:万元

国广广告财务指标	2020年 (未经审计)	2019年	变化情况
总资产	42,288.03	46,469.03	-7.28%
净资产	20,076.59	21,793.96	-8.33%
营业收入	23,471.15	26,836.58	-12.54%
营业成本	36,372.19	38,263.25	-4.98%
归属母公司所有者的净利润	-2,620.37	1,946.69	-226.19%

(3)市场发展前景

随着互联网、智能手机的发展,娱乐方式日新月异,近几年传统广播电视广告市场规模逐步处于停滞以至于下降趋势。2019年初,全国传统广播电视广告销售收入近四年首次出现了下降,仅为497.6亿元,同比下降22.55%。

同时受新冠肺炎疫情冲击,中国消费市场2020年上半年社会消费品零售总额损失达到2.2万亿元,仅城市快消品这个单一市场的损失就预估将高达440亿元。受疫情的影响,消费者消费习惯开始改变,势必会深刻影响广告主媒体投放的意愿。

根据最新调研广告主所进行的连续调研显示,2020年广告主整体的营销动力不足。计划减少投入的广告主占比在调研开展11年来,首次超过了计划增加预算的广告主比例。根据数据,2020年8月调研数据显示,日用品、家电等行业71.1%的广告主进一步削减广告营销费用,将69%至73%的广告预算分配给直播和短视频;交通类的广告主对短视频和直播的需求量也大幅提高,相对分配给其他传统媒体的广告预算占比继续下降。

2020年广告主对于媒体平台的投放倾向预计会继续延续至2021年,传统媒体如电视、广播、报纸广告的广告占比将进一步下滑,直播和短视频的广告投放量占比将继续上升。

另外,伴随着新媒体的发展,广播受众也在逐步减少。根据数据,2020年较2019年相比,北京、上海、深圳、广州一线城市广播受众普及及人口除深圳地区略有增长外,北京下降8.51%、上海下降6.3%、广州下降13.31%,2021年广播受众下滑趋势预计将继续延续。

2020年下半年,2021年初北京地区再次出现疫情反复,国广广告合作代理商和主要客户普遍延期,由于2021年疫情形势变化未预知,因此无法确定全年的广告投放费用,导致国广广告在2021年广播广告业务收入仍存在较大变数。

综上,国广广告面临的行业趋势及经营形势均不容乐观。公司2013年通过同一控制下企业合并取得国广广告100%股权,根据《企业会计准则》的相关规定在报表合并日未确认商誉,因此,国广广告不涉及商誉减值的风险。

问题:

2. 你公司2019年年报、2020年半年报及三季报显示,你公司并未对车音智能和国广广告计提商誉减值,请你公司详细说明,你公司最近三年商誉减值测试方法、参数选取及依据是否存在差异,公司最近三年商誉减值的计提是否合理,是否符合企业会计准则的相关规定。请会计师对最近三年商誉减值测试及计提的合规性发表明确意见。

回复:

(一)商誉减值测试方法

根据企业会计准则及相关文件规定,商誉减值测试为评估确定资产组组合的可回收价值。可回收价值等于被评估资产组组合预计未来现金流量的现值或者公允价值减去处置费用后的净额孰高者。

1. 预计未来现金流量的现值

资产组组合预计未来现金流量的现值,按照资产组组合在持续使用过程中和最终处置时所产生的预计未来现金流量,选择恰当的折现率对其进行折现后的金额加以确定。

2. 公允价值减去处置费用后的净额

资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额,根据公平交易中销售协议价格减去可直接归属于该资产组组合处置费用的金额确定。不存在销售协议但存在活跃市场的,按照该资产组组合的市场价格减去处置费用后的金额确定。在不存销售协议和活跃市场的情况下,则以可获得的最佳信息为基础,估计资产组组合的公允价值减去处置费用后的净额,该净额参照同行业类似资产组组合的最近交易价格或者结果进行估计。

最近三年均以资产组组合预计未来现金流量的现值作为商誉减值测试的方法。

(二)最近三年车音智能商誉减值参数选取

年度	预测期及预测范围	预测期收入增长率	稳定期收入增长率	折现率
2019年	2019-2020年为预测期,2020年为预测范围	25%-26%, 27%,17%,13%	0.00%	14.55%,14.7% (税前折现率)
2020年	2020-2021年为预测期,2021年为预测范围	21%,24%, 24%,12%,13%	0.00%	13.8% (税前折现率)
2021年	2021-2026年为预测期,2026年为预测范围	62%,67%, 10%,10%,10%	0.00%	14.62% (税前折现率)

注:上述三年商誉减值测试中盈利预测均以基准日为基础,经分析行业的变化发展及企业历年的经营业绩变化预测,折现率均采用税前折现率进行计算。

(三)最近三年商誉减值测试过程

1. 2018年车音智能商誉减值测试

(1)经营分析

2018年车音智能实现营业收入为102,314.25万元,实现归属于母公司所有者的净利润19,811.08万元,相比2017年度,车音智能收入增长61,102.03万元,增长比例约为148%,净利润增长7,839.29万元,增长比例约98.67%。

2018年度车音智能经营情况良好,收入和毛利保持稳定增长,业务增长的主要原因:①基于车载电

子硬件现有客户的衍生需求,不断开发与供应全新的产品,例如为一汽丰田4S店提供店头设备、为车企提供分时租赁T-box车辆终端产品等,相比于2017年,实现收入与毛利的大幅增长。②为上汽通用开发的车载应用软件已应用别克新君威、GL8、英朗(互联网)、凯迪拉克XTA、CT6(中期款)等车型上,提供源源不断的数据积累与技术支持,在车机HMI(人机界面)开发领域的技术优势将得到强化,相比于2017年,应用软件收入实现毛利的小幅增长。③移动互联网时代,车企纷纷借助APP与车主建立更良好的联系,为车音智能带来大量车车主服务平台开发与运营的订单;另外,车企也在不断加大数字化转型,借助信息技术平台与互联网技术,提升自身及经销商的运营管理效率,车音智能依托车联网技术能力获得较多相关订单,相比2017年,技术开发及服务运营实现收入与毛利的快速增长。④向数字营销平台开发及运营领域强力转型,2018年市场的变化导致各车企纷纷加大数字化营销步伐,由此车音智能获得了大量订单收入和不少优质客户的服务权限。⑤保险业务的收入与毛利相比2017年均保持良好增长,成为车音智能业务增长的重要来源。

(2)未来现金流预测

金额:万元

项目名称	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年及以后年度
主营业务收入	127,756.08	160,120.64	202,638.23	238,027.08	269,079.47	269,079.47
主营业务成本	64,626.69	106,175.62	140,263.96	166,910.59	196,014.61	196,014.61
折现率	14.55%	14.52%	14.55%	14.50%	14.50%	14.50%
净利润	650	150	250	350	450	
折现率	32,379.37	17,862.03	16,777.68	22,307.08	25,144.02	220,769.84
经营性资产组可回收金额			356,027.53			
非经营性资产组价值			-3,338.17			
资产组可回收金额评估值			352,689.36			

(3)商誉减值测试分析

深圳(北京)资产评估公司以2018年12月31日为基准日,对商誉减值测试涉及的车音智能资产组可回收价值进行了评估,于2019年4月28日出具了京亚评报字[2019]第049号报告书,经评估,车音智能可回收金额为301,639.36万元,高于商誉相关资产组金额293,027.00万元,未计提商誉减值准备。

2. 2019年车音智能商誉减值测试

(1)经营分析

2019年车音智能实现营业收入为92,094.05万元,归属于母公司所有者的净利润19,605.39万元,相比2018年度,车音智能收入下降10,220.19万元,下降比例约为10%,净利润下降206.69万元,下降比例约为1%。

2019年度,汽车行业整体疲软和下滑的大形势下,车音智能整体收入及利润基本稳定维持在2018年水平,主要原因:①车音智能的语音软件相比2018年实现收入与毛利的大幅增长,主要来自于车音智能语音幻影软件和车载应用软件的销售,此类软件产品均为车音已经开发成熟并广泛应用于汽车相关车联网服务业务上,在业内享有良好口碑,且成熟软件类产品成本已在开发初期摊销完毕,导致报告期毛利相对较高。②针对车音智能系统平台开发及一汽丰田经销商支展系统的开发项目,一汽解放的俱乐部和电动车运营、捷路乐的声光识别项目,以及为一汽凌波提供的金融购车活动运营等。同时还拓展了除车厂以外的新客户,如中国银联股份有限公司、聚龙微信金融租赁有限公司、北京零一点投资有限公司、蒙牛科技有限公司、深圳市科兴物联网信息科技有限公司等,均为汽车服务、汽车金融、共享出行、汽车大数据、智能客外呼服务等相关领域的合作公司,车音智能运用自身已经在车厂长期实践的技术、平台和经验,利用好的产品向此类客户提供标准化定制化的产品,为车音智能带来了良好的收入和利润回报。③2019年第四季度车音智能全面开展了广告投放业务,为一汽丰田、一汽解放、天津一汽、北汽现代、一汽红旗等品牌提供了渠道广泛的媒体广告投放服务。④硬件业务收入来自于上汽集团DVR项目、上汽通流媒体后视项目,为各主机厂提供店头设备、分时租赁T-box车载产品以及各品牌测试场OBD设备等。⑤保险业务受资金流动性影响,2019年进展较为缓慢,但依然为车音智能创造了部分收入。

(2)未来现金流预测

金额:万元

项目名称	2019年	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度及以后年度
主营业务收入	111,530.06	138,821.41	157,949.54	177,134.20	199,626.07	199,626.07
成本和折旧摊销(DTA)	30,476.06	36,002.29	40,032.14	44,886.08	50,052.33	50,502.33
折现率	29,704.17	32,379.37	30,080.34	34,215.29	39,300.22	40,492.27
折现率	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%	13.60%
现金流现值和			359,014.52			

(3)商誉减值测试分析

北京中诚信资产评估有限责任公司以2019年12月31日为基准日,对商誉减值测试涉及的车音智能资产组可回收价值进行了评估,于2020年4月1日出具了中诚信评字(2020)第40027号报告书,经评估,车音智能可回收金额为329,014.52万元,高于商誉相关资产组金额315,060.43万元,未计提商誉减值准备。

3. 2020年车音智能商誉减值测试

鉴于从2020年第二季度开始,车音智能的经营状况,同款项较较第一季度有所恢复,根据企业会计准则及公司相关规定,2020年半年报及三季报,公司暂未对车音智能进行商誉减值测试。2020年终了,公司对车音智能进行商誉减值测试,发现减值迹象,拟计提商誉减值。

(1)经营分析

2020年,受到疫情和车音智能自身经营情况的影响,车音智能的业绩受到较大影响,整体发展也面临诸多挑战。2020年车音智能实现营业收入为39,988.15万元,实现归属于母公司所有者的净利润-13,890.50万元,相比2019年度,车音智能收入下降52,105.90万元,下降比例为57%,净利润下降33,495.89万元,下降比例约171%。收入及利润下降原因为:

① 现金流方面影响

从2019年下半年开始,车音智能的现金流就比较紧张,主要是因为部分业务垫款压力较大。但是由于包括银行付款、购车借款等融资渠道基本正常,还是保持了正常的运营节奏。2020年因融资渠道受限与北京行圆互动广告有限公司的经济诉讼中,车音智能受到了牵连,导致车音智能本部与上海车音智能科技有限公司、重庆车音智能,这一问题导致车音智能的正常现金流出现严重影响。特别是,银行授信业务遭遇了较大困难,部分贷款到期,银行表示因车音智能出现诉讼,无法放贷。同时,由于一汽丰田等核心客户无法正常上账,不能按时结款(一汽丰田由商业业务的广告投放业务造成重要现金流来源),而员工工资、办公房租、银行还贷及还贷、经营税费等支出依然需要支付,因此造成现金流遭遇更大困境。

② 资金及人员投入方面影响

近年来车音智能基于业务的拓展对公司进行了一定的扩张,人员、资金成本负担较大。疫情发生后,车音智能迅速采取了措施,关闭了人员精简过程,关闭了新加坡办公室、北京、上海、深圳三地均更换了办公地点,但是由此也带来巨大的人员精简成本。

③ 从业务模式上,车音智能的既有业务也受到非常大的冲击。

A. 车载电子硬件实现收入约1,737.42万元,下降33.18%。车音智能的硬件开发一直以委托生产为主,在疫情影响下,供货需求明显减少。

B. 针对配套车实现收入约31.96万元,应用软件业务收入下降99.82%。受疫情及行业格局变化的影响,主机厂对配套车软件的需求处于停摆状态。

汽车行业传统上整体相对保守,对于智能化、数字化方面的变革,准备不足,缺乏对能力。车音智能依靠战略前瞻眼光和客户资源,提前部署了一些项目,期望在行业中形成复现,这也是前几年软件业务占领了一定的市场和服务。

由于2020疫情影响下,车企迅速意识到转型的紧迫性,开始投入进行自主研发。宝马、长城、吉利等多企业建立了自己的营销公司或车联网产品公司,以高新同供应竞争抢占市场。

证券代码:000537 证券简称:广宇发展 公告编号:2021-016

天津广宇发展股份有限公司关于为所属公司商业承兑汇票提供担保的进展公告

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

一、担保情况发展

天津广宇发展股份有限公司(以下简称“广宇发展”或“公司”)2020年12月11日召开的第九届董事会第五十八次会议及2020年12月28日召开的2020年第五次临时股东大会审议通过了《关于为所属公司商业承兑汇票提供担保的议案》,为满足公司及所属公司业务发展需要,公司向中信银行申请金额不超过人民币5亿元的授信额度,用于所属公司向上游供应商开具商业承兑汇票,公司作为商业承兑汇票承兑保证人,为所属公司全额承担到期商业承兑汇票担保连带责任保证,担保总金额合计不超过人民币5亿元,担保期限不超过一年。股东大会授权董事会,并同意董事会授权公司经营层,依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定,从维护公司利益最大化的原则出发,全力维护对上述公司担保事宜,授权期限为股东大会决议通过之日起至担保事宜办理完毕之日。具体详见2020年12月12日及12月29日发布的巨潮资讯网(http://www.cninfo.com.cn)上的相关公告。

为满足业务发展需要,苏州鲁能广宇置地有限公司(简称“苏州鲁能广宇”)拟向中信银行申请金额不超过人民币5,000万元的授信额度,用于向上游供应商开具商业承兑汇票。公司作为商业承兑汇票承兑保证人,为所属公司全额承担到期商业承兑汇票担保连带责任保证,担保总金额合计不超过人民币5,000万元,担保期限不超过一年。

2021年2月4日,公司召开第五次办公会,审议通过上述事项。该担保事项不构成关联交易担保。二、上市公司担保担保使用情况

2020年12月11日召开的第九届董事会第五十八次会议及2020年12月28日召开的2020年第五次临时股东大会审议通过《关于为所属公司商业承兑汇票提供担保的议案》,公司为所属公司商业承兑汇票提供总金额不超过5亿元担保(其中,为资产负债率超过70%的公司提供担保金额为5亿元,为资产负债率低于70%的公司提供担保金额为0元)。10,000万在公司2020年第五次临时股东大会决议担保使用额度范围内。

本次担保,公司为所属公司商业承兑汇票担保金额为10,000万元,本次担保发生后,对所属公司商业承兑汇票担保金额为15,000万元。公司为所属公司商业承兑汇票提供担保金额剩余35,000万元,具体如下:

审议担保事项	被担保方	资产总额(万元)	本次担保提供担保金额(万元)	本次担保提供担保金额(万元)	剩余担保金额(万元)
50,000	江苏鲁能广宇(集团)有限公司	81,605	5,000	5,000	
	南京鲁能恒裕房地产开发有限公司	90,600	5,000	5,000	35,000
	苏州鲁能广宇置地有限公司	98,405	0	5,000	
	合计		10,000	15,000	

三、被担保企业基本情况

1. 基本情况

公司名称:苏州鲁能广宇置地有限公司

成立日期:2016年10月17日

注册地址:苏州市相城区元和街道嘉元府969号1单元A座589室

法定代表人:尹少峰

注册资本:20,000.00万元人民币

主营业务:房地产开发经营、酒店管理、物业管理、工程项目管理服务、企业管理咨询、科技信息咨询、旅游项目开发与管理、销售建筑材料、装饰工程的设计与施工、会务服务、餐饮服务、住宿服务、体育

在此情况下,车音智能既有的软件版本在业界已经不具备较强的竞争力,而且车音智能为了摆脱困境,首先大量精简研发人员,导致研发能力降低,当前阶段不足以保障软件研发的持续进行。此消彼长,软件研发收入大幅减少。

C. 技术开发及服务运营实现收入约37,072.26万元,下降42.01%。这方面收入占总体比重较大,仍然是车音智能的核心业务组成部分。2020年在极端困难的情况下,车音智能仍然维持了大部分核心客户,并且在新客户方面有所拓展,但是业务的规模有所下降。特别是,已经持续三年的、一直作为车音智能的核心业务的一汽丰田电商业务,因为媒体款未能按时支付,导致媒体投诉,相关合作在11月合同结束之后被迫终止。一汽大众、一汽解放等企业的相关业务也有所萎缩且在第三季度后也难有起色。

另外,由于竞争激烈导致的恶性竞争,以及在极端困难下维持业务进行,维持热款能力等,都导致了利润的大幅下降。

(2)未来现金流预测

金额:万元

项目名称	未来预测					
	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	永续年度
主营业务收入	64,649.00	94,318.00	103,749.02	114,124.58	125,537.04	125,537.04
利息收入	37,708.56	-6,139.02	2,897.09	3,179.06	3,498.32	8,461.79
折旧摊销利得(EBITDA)	3,670.77	5,628.57	6,170.03	6,762.91	7,418.19	7,418.19
折现率	14.82%	14.82%	14.82%	14.82%	14.82%	14.82%
现金流现值和			66,755.40			