

**山西科新发展股份有限公司**  
**关于上海证券交易所**  
**《关于山西科新发展股份有限公司 2022 年半年度报**  
**告的信息披露监管问询函》的回复公告**

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个别及连带责任。

山西科新发展股份有限公司（以下简称“公司”）于 2022 年 8 月 29 日收到上海证券交易所《关于山西科新发展股份有限公司 2022 年半年度报告的信息披露监管问询函》（上证公函【2022】2465 号，以下简称“《问询函》”），接到《问询函》后，公司及董事会高度重视，立即组织各相关部门对《问询函》中所提到的问题逐项进行回复，现将具体回复内容公告如下：

**问题一、半年报显示，2022 年上半年，公司实现营业收入 0.82 亿元，同比下降 74.26%。2021 年年报显示，2021 年实现营业收入 5.91 亿元，同比下降 46.94%。请公司结合主营业务实际经营情况，分业务说明营业收入大幅下滑的具体原因，充分提示经营等相关风险。**

公司回复：

（一）营业收入大幅下滑的具体原因

公司的营业收入主要由租赁分部、传媒分部、装饰分部三个板块组成，近年增减情况如下(单位：人民币万元)：

业务分部	2022 半年度	2021 半年度	半年 同比增减	2021 年度	2020 年度	年度 同比增减
租赁分部	758.36	736.63	2.95%	1,481.22	1,520.46	-2.58%
传媒分部	2,105.90	7,712.42	-72.69%	14,559.82	35,204.40	-58.64%
装饰分部	5,330.15	23,383.16	-77.21%	43,068.02	74,672.40	-42.32%
合计	8,194.41	31,832.21	-74.26%	59,109.06	111,397.26	-46.94%

公司近年来业绩下滑的主要原因是传媒业务和装修装饰业务的下游客户需求出现锐减，具体如下：

公司于 2018 年三季度开始从事传媒类业务，当时公司管理层为扭转上市公司经营的不利局面，维护广大股东利益，依托控股股东和主要管理层的业务资源，审时度势选择传媒这一轻资产领域进行业务尝试，取得了一定的经营成果。

2019 年，随着公司传媒业务的走上正轨，传媒业务收入同比增长 1,788.33%，占营业收入比例 85.18%，公司基本确立了以租赁业务和传媒业务为基础，同时准备拓展装修装饰业务进一步增加上市公司盈利能力。

2020 年，疫情对公司业务造成了一定影响，就传媒业务来看，公司不得不收缩线下品宣展会业务，同时增加线上广告投放业务份额，传媒业务收入同比增长 81.35%，但碍于线上业务毛利较低，传媒业务的整体毛利率比上年下降了 13%，传媒业务净利润下降 45.78%。就装修装饰业务来看，随着部分项目达到了收入确认点，其营业收入比例同比上升了 5,119.41%。总体来看，虽然传媒业务发展

不及预期，但装修装饰业务取得了初步成果，公司的主营业务仍然呈增长态势，但增长速度明显放缓。

2021 年，疫情进入常态化，对公司经营造成了较大影响，就传媒业务来看，公司的线下业务基本陷入停滞，一是客户需求断崖式下降；二是受限于防疫政策，业务拓展举步维艰，传媒业务整体转型线上服务，计划以电商营销及线上广告作为业务突破点，当年传媒业务毛利率基本稳定，但整体业务规模萎缩了 58.64%，该业务板块由盈利转为亏损；就装修装饰业务来看，2021 年房地产市场迎来了国家的宏观调控，整体业务量下滑了 42.32%。总体来看，由于两项主要业务均受到了不可抗力因素的冲击，公司整体业务收入同比下降了 46.94%。

2022 年，疫情进入第三年，同时地产行业受政策调控呈现极端不景气态势，叠加全球经济形势下滑、美元加息以及俄乌冲突等因素，国内地产行业购销疲软，大幅压缩预算，对公司经营造成了极大影响，就传媒业务来看，公司传媒业务量进一步下滑，由于回款付款压力增大，产生了较多诉讼，核心业务人员纷纷离职，尽管管理层先后尝试了业务转型、人员精简，依然未能扭转经营颓势，2022 年半年度收入再次下降 72.69%并亏损 30.64 万元。装修装饰业务来看，在维护大客户业务的基础上，积极与其他深圳本土地产及相关行业的公司进行沟通洽谈，积极参与深圳相关政府项目、国企项目的接洽与投标工作，但是受新冠疫情及行业政策、市场需求收缩以及公司主要客户业务萎缩和公司自身市场竞争力的限制等多种因素的影响，公司 2022

年上半年装修装饰业务营业收入减少 77.21%。总体来看公司半年度营收下降 74.26%。

## （二）风险提示

建筑装修装饰行业的发展与国家经济的发展息息相关，宏观经济的周期性波动及公司客户所处的地产行业的政策变化都对建筑装修装饰行业发展有着较大影响。

根据公开信息的相关数据，2021 年 1-12 月，中国商品住宅精装项目新开盘累计数量 3,489 个，同比下降 6.8%；开盘房间累计数量 286.1 万套，同比下降 12.1%。2022 年 1-6 月，中国商品住宅精装项目新开盘累计数量 943 个，同比下降 42.1%；开盘房间累计数量 70.5 万套，同比下降 48.9%。虽然在 2022 年上半年，国家对地产相关行业政策有所改善，但如果房地产行业持续去杠杆，建筑装修装饰服务的市场需求将可能继续收缩。

加之近年来，公司重点发展装饰装修类业务，通过各类资源形成了对大客户的依赖。后续如果受客户行业政策发生变化及主要客户业务萎缩等多种因素的影响，导致部分装修装饰项目的减少或者延期，将会影响公司的业绩，对公司后续经营情况也将造成一定的影响。

另外，报告期内，承租公司物业多年的大客户山西国美电器有限公司（简称“山西国美”）因经营问题出现欠租情况，公司为及时收回租金，维护自身合法权益，已经于 8 月底向当地法院提起诉讼，公司将根据进展在三季度评估研判其的坏账准备计提金额。公司租赁类业务存在出租率下降的风险。

综上，受限于外部客观环境及自身市场竞争力限制等因素，经管理层审慎讨论分析后，已决定剥离传统的传媒业务，此后公司的业务将以装修装饰工程与写字楼租赁为主，如果疫情形势及地产行业情况不发生改变，公司将会面临明显的经营压力。

为此，公司未来需根据国家政策和市场情况，并结合公司现状，积极探索适合公司发展的项目和业务，适时作出战略调整，从而为公司发展带来新的支点。

**问题二、公司公告显示，2022年8月，公司以1470.87万元的价格向深圳德飞商业管理有限公司出售深圳市广和山水传媒有限公司（以下简称山水传媒）100%股权。山水传媒2018年8月成立，系公司广告传媒业务的开展主体。2017年以来，公司主营业务先后经历了自有房屋租赁、高端红酒贸易、广告传媒业务、建筑装修装饰工程等变化。请公司补充说明以下事项：**

**（1）公司与山水传媒之间是否存在未清偿完毕的债权债务关系，如有，请补充说明相关债权债务关系的形成原因及时间、是否逾期、解决方式等；**

公司回复：

截止上述股权出售时，公司（含下属子公司）和山水传媒之间未结清的债权债务信息如下表（单位：人民币万元）：

序号	债权方	债务方	金额	形成原因	形成时间	逾期否
1	深圳市广和山水传媒有限公司	深圳市前海山水天鹤信息科技有限公司	1.89	开展业务形成的应收账款	2021年1月	未逾期
2	深圳市广和山水传媒有限公司	深圳市前海山水天鹤信息科技有限公司	508.25	资金调拨形成的往来款	2022年6月	未逾期

序号	债权方	债务方	金额	形成原因	形成时间	逾期否
3	深圳市广和山水传媒有限公司	深圳提达装饰工程有限公司	37.52	开展业务形成的应收账款	2022年5月	未逾期
4	深圳市广和山水传媒有限公司上海分公司	深圳市前海山水天鹤信息科技有限公司	728.85	资金调拨形成的往来款	2022年1-6月	未逾期
5	深圳市广和山水传媒有限公司上海分公司	山西科新发展股份有限公司	34.00	资金调拨形成的往来款	2022年7-8月	未逾期
山水传媒作为债权方的合计金额			1,310.51	-		
6	山西科新发展股份有限公司	深圳市广和山水传媒有限公司	48.00	资金调拨形成的往来款	2022年7-8月	未逾期
科新发展作为债权方的合计金额			48.00	-		

上表所载明的债权债务，由参与上述股权出售交易的相关方约定，按如下方式解决，约定原文为：“甲方保证在目标公司的股权转让工商股权变更全流程发起当日向目标公司付清上市公司母公司对目标公司的欠款 12,625,001.09 元(截止 2022 年 8 月 22 日暂定金额，具体金额以目标公司股权实际交割日为准)。”

为顺利推进交易流程，截止本问询函回复日，上表所载的序号为 2、4、5、6 项债权债务均已结清；序号为 1、3 项债权债务，系开展业务形成的应收业务款，后续将依据上述约定及业务的实际进展情况及时结清。

**(2) 结合近年来开展广告传媒业务的具体经营情况，说明本次出售子公司股权的合理性；**

公司回复：

公司传媒类业务始于 2018 年三季度，自业务开展以来，其经营成果及经营质量的部分核心数据如下(单位：人民币万元)

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
传媒类收入	2,105.90	14,559.82	35,204.40	19,412.40	1,028.02

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度	2018年度
传媒类成本	1,905.93	12,670.94	31,097.61	14,549.94	582.29
毛利率	9.50%	12.97%	11.67%	25.05%	43.36%
传媒类净利润	-30.64	-216.38	1227.25	2262.93	69.60
净利率	-1.45%	-1.49%	3.49%	11.66%	6.77%
经营活动现金流量净额	36.74	-361.66	-2,928.47	3,247.46	-516.84

2018年，公司引入传媒人才，积极开展品牌策划和宣传推广等线下服务开始，开启传媒类业务，由于2018年是搭平台的初创期，规模小，业务较单一，盈利能力、资金流等参考性有限；

2019年，经过一段时间的摸索，公司在凭借原有业务基础，继续开展传统线下业务的同时，抓住行业发展趋势，及时介入正处于红利期的线上媒体广告投放等业务，因此2019年营收规模、盈利水平、现金流均处在一个较好的水平；

2020年，突如其来的新冠疫情，一定程度给公司毛利率较高的线下业务带来了冲击，但毛利率较低的线上业务却在疫情期间逆势增长，收入规模虽然获得较大增长，但盈利能力、现金流均明显转弱；

2021年，疫情后遗症逐步显现，线上、线下业务竞争进一步加剧的同时，2021年传媒类业务收入规模大幅下滑，毛利水平和现金流也未有明显改善，传媒公司出现亏损，和供应商的诉讼也随之而来；

2022年，疫情再次反复，公司传媒类业务面临的困境进一步加剧，团队核心成员开始相继离职另谋出路，公司虽多次尝试进行团队和业务整合，但收效甚微，公司2022年半年度传媒类业务经营成果和质量加速下滑，继续亏损，诉讼纠纷持续增加；经公司经营管理层

对既有资源和业务进行梳理、分析和转型尝试，结合团队对新业务开拓的情况和对行业的判断，认为传统传媒类后续增长乏力，再坚持下去公司很难获得较好的经营成果，为进一步控制公司整体经营风险，最终决定剥离传媒类业务，并于 2022 年 8 月签署了相关股权转让协议，进行了公示公告。

**(3)公司近年来主业变动频繁,本次出售广告传媒业务主体后,对后续经营有何发展计划;**

**公司回复:**

公司近年通过各种尝试，最终搭建了三大业务分部，分别为租赁分部、传媒分部、装饰分部。山水传媒公司股权转让后，公司后续整体经营发展如何发展，是公司面临的重要问题。

首先，租赁分部业务，其营业收入主要来源于出租公司自有房产，取得租金及相关收入，规模不大，成长性有限，近几年来具有相对持续稳定的盈利能力和现金流创造能力，公司后续将继续通过扩大服务等措施外拓招商，吸引和挖掘潜在客户；

其次，装饰分部是公司最晚开展的业务，近阶段，受国家地产政策调控、经济下行、以及疫情反复等多方面影响，加上公司自身积累和沉淀不足，经营业绩持续大幅下滑，但考虑到该分部业务占公司总业务量的权重值大，目前也仍保有一定体量的在建项目和新签工程项目，同时，基于国家经济基本盘稳定的需要，行业存在下行趋势放缓转向平稳向好的可能，因此，公司后续在经营风险和资金风险可控



的基础上，仍将通过增强公司在该领域的积累和沉淀，努力保持其相对稳定和持续，同时寻找到新的客户资源，努力降低对大客户的依赖；

再次，除保持上述两项业务持续稳定外，公司计划将更多的精力关注和寻找适合公司发展的新的产业，在合适的时机，在推进公司原有业务平台稳定提升的同时，向新的业务领域转型。

**(4) 前期公告显示，公司建筑装修装饰工程业务客户集中度较高，存在大客户依赖风险，请结合目前各业务的主要客户及对应收入情况，说明客户集中度和依赖度，并充分提示存在的风险。**

公司回复：

公司目前的业务主要由租赁分部、传媒分部、装饰分部三部分组成，其中：

1、公司装饰装修类业务，始于 2019 年四季度，其营业收入，占公司总收入比重，及客户集中度如下表(单位：人民币万元)：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
装饰装修收入 (A)	5,330.15	43,068.02	74,672.40	1,430.67
公司总收入(B)	8,194.41	59,109.06	111,397.26	22,790.29
装饰装修收入占比(A/B)	65.05%	72.86%	67.03%	6.28%
装饰装修前十大客户收入(C)	3,575.00	35,786.49	60,971.69	1,430.67
装饰装修前十大客户收入占比(C/A)	67.07%	83.09%	81.65%	100.00%

从上表可以看出，剔除 2019 年初创阶段，近年公司装饰装修类业务收入占公司总收入比重高达 65%以上，前十大客户收入占装饰装修类收入比重高达 67%以上，不管是从装饰装修单类业务收入来看，还是从总收入层面看，公司客户集中度和大客户依赖度均较高。

公司已意识到这一经营风险，但由于公司在装饰装修行业是新选手，在品牌、经验、资质、管理、风险应对等方面均缺乏足够的经验和积累，拓展新客户的能力相对比较有限，未能有效摆脱客户相对集中，对大客户的依赖较高的状态。从公司对未来发展经营计划来看，公司将在努力保持该类业务的持续稳定的同时，寻求客户多元化。目前，公司也正在围绕优质的国企、央企项目开展新客户拓展工作，对业务开展范围进行发散，从由原来的住宅精装为主，逐步向医疗类、酒店类、写字楼公装类拓展，因受制于公司自身的管理短板，这种转变和突破需要时间，客户集中度和对大客户的依赖情况在未来一段时间可能仍将持续，公司将努力逐步降低这一集中和依赖状态；

2、公司传媒类业务，其成立背景和装饰装修类业务类似，受疫情和行业景气度双重影响，其经营业绩大幅下滑，公司已经于 2022 年 8 月将其进行剥离并进行了公告，其对主要客户依赖的情况后续不会对公司的经营产生明显影响；

3、租赁类业务，收入比重小，相对持续稳定，且租户众多，不存在明显的客户高度集中和大客户依赖现象。

**问题三、定期报告显示，2020 年年末、2021 年年末、2022 年半年度期末，应收账款余额分别为 2.96 亿元、2.34 亿元、2.59 亿元，计提的坏账准备分别为 0.27 亿元、0.25 亿元、0.29 亿元。请公司：**

**(1) 补充说明应收账款各期期末余额前五名的具体情况，包括单位名称、是否为关联方、应收账款形成原因、时间、是否逾期等事项；**

**公司回复：**

1、公司 2020 年末，应收账款前五名相关信息如下表(单位：人民币万元)：

客户名称	是否关联方	应收账款余额	坏账准备金额	形成原因	形成时间	是否逾期	其他备注说明
深圳莱华置业有限公司	否	11,996.44	599.82	按进度确认应收结算款	2020 年	否	账龄小于 1 年，正常回款周期内，未逾期。
深圳深业物流集团股份有限公司	否	5,494.46	274.72	按进度确认应收结算款	2020 年	否	
沈阳泰盛投资有限公司	否	2,722.45	136.12	按进度确认应收结算款	2020 年	否	
观致汽车销售有限公司	否	1,710.54	85.53	按进度确认应收结算款	2020 年	否	
深圳笋岗莱华商业有限公司	否	1,292.75	64.64	按进度确认应收结算款	2020 年	否	
合计		23,216.64	1,160.83				

2、公司 2021 年末，应收账款前五名相关信息如下表(单位：人民币万元)：

客户名称	是否关联方	应收账款余额	坏账准备金额	形成原因	形成时间	是否逾期	其他备注说明
深圳莱华置业有限公司	否	11,244.02	562.20	按进度确认应收结算款	2021 年	否	账龄小于 1 年，正常回款周期内，未逾期。
深圳深业物流集团股份有限公司	否	3,010.39	202.44	按进度确认应收结算款	2020-2021 年	部分逾期	其中： 1、约 2,491.21 万元账龄小于 1 年，处在正常回款周期内，未逾期； 2、约 519.18 万元账龄超过 1 年，超出正常回款周期，已经逾期。
深圳笋岗莱华商业有限公司	否	1,775.40	88.77	按进度确认应收结算款	2021 年	否	账龄小于 1 年，正常回款周期内，未逾期。
沈阳泰盛投资有限公司	否	1,665.48	83.27	按进度确认应收结算款	2021 年	否	

深圳吉祥产业运营有限公司	否	823.72	41.19	按进度确认 应收结算款	2021年	否	
合计		18,519.02	977.87				

3、公司 2022 年 6 月 30 日，应收账款前五名相关信息如下表(单

位：人民币万元)：

客户名称	是否关联方	应收账款 余额	坏账准备 金额	形成原因	形成 时间	是否 逾期	其他备注说明
深圳莱华置业有限公司	否	12,908.67	645.43	按进度确认 应收结算款	2021- 2022年	否	账龄小于1年， 正常回款周期 内，未逾期。
汕头市潮商城镇综 合治理有限公司	否	1,085.70	60.34	按进度确认 应收结算款	2021- 2022年	部分 逾期	其中： 1、约 1,025.12 万元账龄小于 1年，处在正常 回款周期内， 未逾期； 2、约 60.58 万 元账龄超过 1 年，超出正常 回款周期，已 经逾期。
深圳深业物流集团 股份有限公司	否	1,358.62	163.62	按进度确认 应收结算款	2020- 2022年	部分 逾期	其中： 1、约 751.64 万元账龄小于 1年，处在正常 回款周期内， 未逾期； 2、约 606.98 万元账龄超过 1年，超出正常 回款周期，已 经逾期。
深圳吉祥产业运营 有限公司	否	1,064.67	87.27	按进度确认 应收结算款	2021- 2022年	部分 逾期	其中： 1、约 724.33 万元账龄小于 1年，处在正常 回款周期内， 未逾期； 2、约 340.34 万元账龄超过 1年，超出正常

							回款周期，已经逾期。
深圳笋岗莱华商业有限公司	否	2,090.95	144.83	按进度确认 应收结算款	2021- 2022 年	部分 逾期	其中： 1、约 1,688.16 万元账龄小于 1 年，处在正常回款周期内，未逾期； 2、约 402.79 万元账龄超过 1 年，超出正常回款周期，已经逾期。
合计		18,508.61	1,101.49				

公司近两年一期应收账款前五名客户未发生较大变化，主要系公司客户高度集中和大客户依赖所致，上述客户主要是宝能系及其相关的企业客户；上述应收账款系公司与客户持续正常开展业务时产生，截止 2022 年 6 月 30 日，除处在正常回款周期内的应收账款余额和载明的逾期金额外，其他均已经正常回款。公司 2022 年上半年收入下降，但截至 2022 年 6 月末，应收账款金额未同比下降，主要是近期回款压力加大，以及根据会计准则，营业收入和应收账款的确认存在一定的后延导致。

关于逾期，随着经济下滑，受国家地产政策调控及疫情的持续影响，公司下游主要客户生产经营发生困难，特别是 2022 年以来，公司对主要客户的回款难度明显加大，出现了一定的应收账款逾期现象。为有效控制风险，维护公司利益，公司一方面多途径加强业务回款，跟进催收；另一方面，对部分项目和客户采取法律手段，通过诉讼追收应收账款。同时要求装饰分部负责人、公司法务等各相关部门对有一定风险的近 20 个项目/客户，及时获取充分的工程验收资料，

在 2022 年 9 月 30 日前，分批次完成网上立案工作，并视后续回款情况适时采取进一步行动。

**(2) 结合各项业务的收入确认、销售政策及信用政策等因素，说明各项业务的赊销率及变动情况；**

**公司回复：**

公司目前的业务主要由租赁分部、传媒分部、装饰分部三部分组成，其中：

1、租赁分部，公司依据租赁协议，按月确认租金及相关收入；公司的租户是通过向市场公开发布招租信息获得；租金的收取均以支付周期期初预收的方式进行，支付周期则因客户不同而不同，分为按月度、按季度、按半年度以及按年度支付，正常情况下不存在赊销行为，但公司 2022 年上半年，因客户山西国美资金困难，未能及时支付租金产生了暂时偶发性的赊销现象，公司为保护上市公司利益，争取收回租金，已经通过太原中院起诉山西国美。

2、传媒分部，考虑到公司 2022 年 8 月已经将该分部业务进行了剥离出售，相关资产负债已经不归公司管理和控制，也不再纳入公司合并范围，公司目前也没有继续开展传统传媒类业务的规划，因此其收入确认、销售政策、信用政策及赊销率和公司经营已经没有必然的联系和参考借鉴作用，因此不再赘述。

3、装饰分部，装饰分部的收入来自工程施工服务。业务合同签订后，公司组建项目部，实施施工作业。施工过程中，项目部按月归集实际成本，按实际成本占预算成本的比确认完工进度百分比，然后，

公司每月按照完工进度确认工程收入；公司业务的获取，主要通过招投标（分为公开招标和邀请招标）和既有客户资源介绍的方式开展；结算及信用政策方面，公司该部分业务执行的是按工程进度付款，施工过程中，公司按施工进度的一定比例申请结算确认应收账款，然后申请客户付款，正常情况下，公司项目的整体施工期在 6-9 个月，由于资料准备、审核及流程执行有一定周期，公司业务实际回款周期维持在 12 个月左右，同时，由于 2020 年开始的新冠疫情一定程度干扰了公司业务的正常进程，导致公司相关项目有不同程度的延缓，相应回款周期也有所波动。

公司近两年一期装饰业务分部的赊销率如下表（单位：人民币万元）：

项目	2022 年 1-6 月/2022-6-30	2021 年/2021-12-31	2020 年/2020-12-31
装饰装修收入	5,330.15	43,068.02	74,672.40
装饰装修应收账款	24,287.82	21,298.24	24,463.52
赊销率	227.83% *注释	49.45%	32.76%

注释：考虑计算结果的可比性，在计算 2022 年 1-6 月/2022-6-30 该列相关数据时，对收入采取了乘以 2 处理。

上表显示，公司装饰装修类业务年度赊销率持续上升，主要是由以下两方面因素导致：1）公司应收账款的确认较营业收入的确认存在明显的滞后性（最主要的原因）；2）公司应收账款回款压力逐步增大，回款速度逐步放缓。针对该两项原因的具体分析和解答详见下面“本问询函之问题三之第（3）小问”。

**（3）定量分析营业收入大幅下降的同时，应收账款始终维持在较高水平的具体原因，是否与同行业可比公司保持一致，相关债权确**

**认、计量和列报是否真实、准确；是否符合《企业会计准则》的相关规定；**

**公司回复：**

公司目前的业务主要由租赁分部、传媒分部、装饰分部三部分组成，公司严格按照《企业会计准则》规定，结合公司业务特点进行财务确认计量和核算列报。近年公司各分部业务应收账款、营业收入相关变动情况如下表（单位：人民币万元）：

项目	2022 年 1-6 月 /2022-6-30*注释 1	2021 年度/2021-12-31	2020 年度/2020-12-31
租赁分部营业收入	758.36	1,481.22	1,520.46
传媒分部营业收入	2,105.90	14,559.82	35,204.40
装饰分部营业收入	5,330.15	43,068.02	74,672.40
合计	8,194.41	59,109.06	111,397.26
租赁分部应收账款*注释 2	1,493.63	1,209.16	1,376.34
传媒分部应收账款	2,979.27	3,427.47	6,467.51
装饰分部应收账款	24,287.82	21,298.24	24,463.52
合计	28,760.72	25,934.87	32,307.37
租赁分部应收占收入比	98.48%	81.63%	90.52%
传媒分部应收占收入比	70.74%	23.54%	18.37%
装饰分部应收占收入比	227.83%	49.45%	32.76%
公司应收占收入比	175.49%	43.88%	29.00%

注释 1：考虑计算结果的可比性，在计算 2022 年 1-6 月/2022-6-30 该列相关数据时，对收入采取了乘以 2 处理。

注释 2：表中租赁分部应收账款有 1,081.80 万元是 2020 年度以前形成的历史欠款，均已 100%计提坏账准备。

1、租赁分部，公司租赁分部收入、应收账款占比均不大，收入和回款相对持续稳定，不存在明显的营业收入和应收账款波动趋势不一致的情况，“2022 年 1-6 月/2022-6-30”数据有所偏离，主要系客



户山西国美资金困难，未能及时支付租金产生了暂时偶发性赊销 226.52 万元，公司为保护上市公司利益，已经就该欠款通过太原中院起诉山西国美。

2、传媒分部，公司传媒类营业收入和应收账款的波动趋势存在一定程度的不一致，这种不一致主要从 2021 年下半年就开始呈现，导致这一情况的原因主要系传媒类业务经营不断下滑造成，“本问询函之问题一和问题二之第（2）小问”均有详细阐述，此处不再重复；考虑到公司 2022 年 8 月已经将该分部业务进行了剥离出售，此处不再就同行业数据展开对比分析。

3、装饰分部，公司装饰营业收入和应收账款的波动趋势存在一定程度的不一致，尤其是在 2022 年上半年，导致这种现象的主要原因有：

（1）公司装饰类应收账款的确认较营业收入的确认存在一定的滞后性

公司装饰装修项目施工过程中，公司按施工进度确认装饰装修收入时，贷记“营业收入”，借记“合同资产”，但依据项目合同约定，按进度确认的营业收入只能在达到约定结算条件后，再按比例（不同项目具体比例不同）逐步从“合同资产”结转确认为“应收账款”，应收账款的确认滞后于收入的确认（比如有的合同约定：项目施工中，按累计进度收入的 75%左右结算确认应收账款；项目施工完工，按累计进度收入的 85%左右结算确认应收账款；项目完成最终审核结算，按结算总额的 97%左右结算确认应收账款；剩余 3%为质保，质保期结

束后才结转确认为应收账款)。公司装饰装修业务，施工及收入确认的高峰期在 2020 年度和 2021 年度，此时营业收入的确认速度快于应收账款的确认速度；到了 2022 年上半年，老项目大量施工完工进入审核结算阶段，收入确认有限，但达到结算条件确认应收账款的速度提升，加之 2022 年疫情反复，新项目承接时间晚，施工进度放缓，没有明显进度收入更加剧了这一状况。这一业务核算特点导致了装饰类营业收入和应收账款波动趋势不一致，近两年一期，公司装饰类业务营业收入及应收账款确认差异对比表如下（单位：人民币万元）：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度
装饰装修营业收入(A)	5,330.15	43,068.02	74,665.48
装饰装修含税营业收入(B)	5,750.83	46,561.08	80,830.61
装饰装修应收账款确认金额(C)	19,837.79	37,845.99	69,325.68
同一期间确认差异(B-C)	-14,086.96	8,715.08	11,504.92

(2) 公司装饰类应收账款回款压力逐步增大，回款速度逐步放缓。

公司装饰类业务存在着客户集中度较高，大客户依赖程度较高的现状。近年来，由于疫情反复、经济下行和国家房地产调控政策，给公司的大客户带来不利影响，导致公司回款压力大增，回款速度减缓甚至出现一定金额的逾期应收账款，这种情况从 2021 年下半年开始逐步明显，“本问询函之问题一和问题三之第（1）、（2）小问”均有阐述，此处不再重复。

4、考虑到近年公司营业收入中，装饰装修收入占总收入 65%以上（相应，应收账款占总应收账款 75%以上），其对公司整体营业收

入和应收账款结构有着决定性的影响。占据着绝对的主导地位，是导致公司营业收入和应收账款不一致最主要因素，我们选取了规模近似的部分装饰装修行业的公司进行比较分析，相关数据如下表：

公司简称	近两年一期应收账款占营业收入比		
	2022年1-6月/2022-6-30	2021年度/2021-12-31	2020年度/2020-12-31
1 中装建设	55.34%	41.04%	46.69%
2 德才股份	70.40%	68.11%	60.24%
3 洪涛股份	137.74%	108.54%	70.36%
4 建艺集团	113.76%	90.41%	89.99%
5 亚厦股份	45.24%	33.64%	40.49%
6 宝鹰股份	65.13%	75.48%	42.43%
7 柯利达	37.83%	38.49%	42.37%
8 全筑股份	115.53%	47.99%	41.39%
9 中天精装	65.53%	57.66%	54.40%
10 美芝股份	49.88%	131.70%	80.68%
平均值	75.64%	69.31%	56.91%
公司装饰分部数据	175.49%	43.88%	29.00%
注释：考虑计算结果的可比性，在计算 2022 年 1-6 月/2022-6-30 该列相关数据时，对收入采取了乘以 2 处理。			

通过上表比较，公司装饰类应收账款和营业收入的关系，2020 年和 2021 年并未显著偏离行业对比公司，2022 年半年度经营大幅下滑存在一定偏离，相关原因分析上面已有阐述。公司经营业绩持续下滑，应收账款回收风险也在逐步增加是客观事实，公司将努力加大回款力度，进一步控制经营风险。

**(4) 结合前五名欠款方的财务状况、债权逾期时间等情况，说明坏账准备计提是否充分、合理。**

公司回复：

截止 2022 年 6 月 30 日，公司整体应收账款（含前五大）坏账

准备计提情况如下表（单位：人民币万元）：

坏账准备计提分类	序号	客户名称	应收账款余额	坏账准备计提金额	综合计提比例
按账龄计提坏账准备	1	深圳莱华置业有限公司	12,908.67	645.43	5.00%
	2	深圳深业物流集团股份有限公司	1,358.61	163.62	12.04%
	3	深圳笋岗莱华商业有限公司	2,090.95	144.83	6.93%
	4	深圳吉祥产业运营有限公司	1,064.67	87.27	8.20%
	5	汕头市潮商城镇综合治理有限公司	1,085.70	60.34	5.56%
	6	河北宝能地产有限公司	1,000.12	53.36	5.34%
	7	深圳第壹空间运营管理有限公司	655.77	51.87	7.91%
	8	沈阳泰盛投资有限公司	1,019.82	50.99	5.00%
	9	深圳托吉斯商业有限公司	915.70	45.78	5.00%
	10	深圳宝能致达实业有限公司	425.82	21.29	5.00%
	11	其他客户	4,932.95	301.91	6.12%
		小计		27,458.79	1,626.71
个别认定单项计提坏账准备	1	太原新天龙经营管理有限公司	508.58	508.58	100.00%
	2	杭州万全电子有限公司	198.59	198.59	100.00%
	3	湖南华海高科电子有限公司	180.74	180.74	100.00%
	4	珠海金正电器有限公司	68.25	68.25	100.00%
	5	观致汽车销售有限公司	149.41	89.65	60.00%
	6	中山市卓尔龙贸易有限公司	22.57	22.57	100.00%
	7	济南轻骑摩托车厂财务	13.95	13.95	100.00%

坏账准备 计提分类	序 号	客户名称	应收账款余额	坏账准备计提 金额	综合计 提比例
	8	鞍安梅花自行车厂财务	9.02	9.02	100.00%
	9	中山市创富服装贸易有限公司	8.51	8.51	100.00%
	10	其他客户	142.31	142.31	100.00%
		小计	1,301.93	1,242.17	95.41%
		合计	28,760.72	2,868.88	9.97%

上表显示，公司应收账款坏账准备整体计提比例接近 10%；公司对坏账准备的计提，会定期进行复核判断，根据客户的具体经营状况，合理充分的划分为按账龄计提和按个别认定单项计提，以满足公司对应收账款坏账准备的充分计提和分类风险管理的需要，并且充分详实地向投资者进行披露；

随着经济下滑，国家地产政策调控的持续影响，公司主要大客户（包括前五名）回款难度明显增加，短期甚至出现了部分逾期现象，但这些客户目前均正常开展经营活动，基于公司对这些大客户长期接触，较高程度的熟悉了解，综合考虑到他们的整体综合实力，公司判断该部分客户目前资金困难属于阶段性的，对他们的应收账款仍按账龄进行坏账准备计提；但也有部分客户，经营已经处于非正常状态，应收账款形成时间长，因素复杂，收回难度确实很大，公司综合判断，采取了个别认定单独计提坏账准备计提。

公司后续将随时关注应收款客户的经营状况，如果有进一步信息表明应收账款回收风险发生明显变化，将及时进行合理的坏账准备计提和调整，甚至考虑采取较为激进的回款政策，如诉讼回款等，合理控制应收账款风险。

特此公告。

山西科新发展股份有限公司董事会

二零二二年九月十三日