



证券代码:002848 证券简称:高斯贝尔 公告编号:2020-064

高斯贝尔数码科技股份有限公司关于2019年年报问询回复的公告

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

高斯贝尔数码科技股份有限公司(以下简称“公司”或“本公司”)于2020年6月30日收到了深圳证券交易所下发的《关于对高斯贝尔数码科技股份有限公司2019年年报的问询函》(中小板年报问询函[2020]第271号),针对问询函中提及的事项,回复如下:

一、报告期内,公司营业收入为6.31亿元,较上年下降20.22%,归属于上市公司股东的净利润(以下简称“净利润”)为1,015.24万元,扣除非经常性损益的净利润连续三年为负,请你公司说明近四年营业收入连续下降及近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因,并分业务板块对比同行业公司公司的经营情况说明你公司持续盈利能力是否存在重大不确定性。

回复:
(一)公司近三年营业收入及扣除非经常性损益后净利润情况

	年份	2016年	2017年	2018年	2019年
营业收入		1,100,598,439.71	1,078,131,837.36	790,957,048.81	631,005,687.19
营业成本		868,553,826.88	839,076,444.44	681,900,920.62	526,048,996.52
毛利		232,044,612.83	238,055,392.92	109,056,128.19	104,956,690.67
毛利率		20.95%	22.09%	13.79%	16.57%
三项费用总额		175,019,499.77	220,403,060.81	170,302,223.93	138,263,116.73
三项费用占比		15.90%	20.45%	21.54%	21.91%
扣除非经常性损益的净利润(元)		62,722,085.41	-12,439,135.42	-81,881,053.53	-34,187,915.33
扣除非经常性损益的净利润率		5.70%	-1.15%	-10.35%	-5.42%

1.公司近三年营业收入持续下滑的原因
(1)海外印度市场第四期模拟电视关停计划推迟,机顶盒及前端产品销售减少致营业收入下降;

(2)境内受电信、移动等运营商竞争影响,传统广电行业严重受挫,机顶盒等产品销售明显下降。近年来由于来自国内互联网电视的冲击及三大电信运营商IPTV业务的竞争日趋激烈,传统广电运营商用户流失严重,数字机顶盒采购需求逐步减少。当传统广电运营商用户大规模流失后,其运营资金回收进一步恶化,导致行业经营陷入恶性循环,也缺乏资金采购类似产品,广电运营商无奈给用户提供免费IPTV机顶盒的推广方式,导致广电运营商机顶盒采购数量大幅度减少,业务运营举步维艰。此外,广电运营商回款周期长,公司为了控制总体应收账款的规模,主动放弃一些账期长的招投标项目,也对营业收入产生了一定影响。国家广电总局主导的无线地面波发射项目实施完毕,短期内暂无新的项目需求,公司高毛利的发射机等前端产品销售大幅度降低。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年毛利率22.09%,比2016年下降4.45个百分点。下降原因主要为受DDR内存、FLASH闪存、PCB电路板、铜板为主要的各种原材料大幅涨价的影响,导致机顶盒业务利润大幅下降。原材料价格上涨,如PCB板价格上涨了4.6%,铜板价格上涨了。此外,印度市场机顶盒价格下降,导致毛利率有所下降。2019年毛利率16.57%,比2017年下降5.52个百分点。下降原因主要为:①原材料采购价格下降,芯片等关键电子元器件价格涨幅较大(如SDRAM内存、CPU等);②产品结构变化,毛利率低的产品占比增加,如SDRAM内存、CPU等;③产品结构变化,毛利率低的产品占比增加,如SDRAM内存、CPU等。

3.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)公司产品销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

2.公司近三年扣除非经常性损益后净利润连续亏损的原因:
(1)销售收入下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(2)因销售毛利率下降
2017年比2016年下降2.04%,2018年比2017年下降26.63%,2019年比2018年下降20.22%。

(3)境内市场的萎缩,使境外市场国内同行竞争加剧,市场价格快速走低,导致销售收入下降。

疫情)及近期中印边境紧张局势给公司带来了一定的被动,但是公司生产经营基本正常,经营模式没有发生重大变化。在新的疫情形势下,公司将继续发挥数字电视及智能家居领域产品和系统平台优势,以高性价比和优质服务开拓海外市场,同时做好业务结构调整及加速企业转型和升级。

目前公司已逐步将投入系统集成、智慧社区市场服务、物联网新材料等领域,特别是公司拥有完全自主知识产权的高精度位置跟踪设备,已获得国家集成电路重大项目验收通过,取得了工工资质等国家相关认证并已向中国多家通信公司送样认证,且已批量供货多家应用公司。未来公司将加大上述领域的研发和市场投入,以获取更多项目及新产品市场规模。公司持续盈利能力不存在重大不确定性。

二、根据年报,公司境外销售收入为3.83亿元,较上年下降38.47%,占营业收入比重为60.76%,本报告期境外销售毛利率同比上升5.51个百分点。请详细披露境外销售的具体模式、主要国家和地区以及对应的产品种类及其金额,并说明过去三年公司境外销售毛利率变动的原因及合理性。请年审会计师对境外销售真实性发表意见。

回复:
(1)境外销售的具体模式
境外产品销售模式为以销定产,采取自有品牌直销、ODM贴牌等方式相结合。其中:智能家居产品采取ODM贴牌销售方式,数字电视产品中的数字电视前端设备及软件产品使用公司自有品牌直销,数字电视终端设备则以ODM贴牌方式销售。ODM贴牌方式境外销售的均系公司拥有自主知识产权产品,包括核心技术、样式、品设计、设计制造,产供销符合国家行业标准,同时也符合境外市场的有关认证要求。

公司境外销售主要以FOB贸易形式为主,境外客户通过信用证、TT等手段进行结算。对信用不佳的或无商业信誉的客户购买中国出口信用保险公司的保险防范信用风险。公司境外客户中,主要以运营商和贸易商两种为主。运营商的需要与当地政策以及其自身经营情况相关,贸易商需求主要看其在亚非拉地区的分销能力。

2)境外销售主要国家及对应的销售产品及金额:

序号	主要销售地区	产品类别	销售额(万元)
1	中国香港	数字电视产品	10,094.16
		其他产品及服务	222.21
		小计	10,316.37
2	印度	数字电视产品	7,394.00
		其他产品及服务	235.10
		小计	7,629.10
3	日本	智能家居产品	3,866.18
		其他产品及服务	265.74
		小计	4,131.92
4	美国	智能家居产品	3,008.08
		其他产品及服务	265.74
		小计	3,273.82
5	德国	智能家居产品	2,279.39
6	马来西亚	数字电视产品	1,443.61
7	泰国	数字电视产品	1,390.22
8	韩国	数字电视产品	960.81
		其他产品及服务	88.00
		小计	1,048.81
9	墨西哥	智能家居产品	840.93
10	阿根廷	数字电视产品	87.55
11	印度尼西亚地区	数字电视产品、智能家居产品、其他产品及服务	4,627.40
		合计	38,303.96

3)过去三年公司境外销售毛利率变动的原因及合理性说明:
公司2017-2019年境外销售毛利率为:

年度	销售毛利率	较上年同期增减	备注
2017	16.06%	-5.51%	
2018	10.58%	-9.86%	
2019	20.41%	-4.96%	

2017年公司产品销售毛利率为20.41%较2016年度降低4.96个百分点,主要原因受受DDR内存、FLASH闪存、PCB电路板、铜板为主要的各种原材料大幅涨价的影响,导致机顶盒业务利润大幅下降。原材料价格上涨,如PCB板价格上涨了4.6%,铜板价格上涨了。此外,印度市场机顶盒价格下降,导致毛利率有所下降。

2018年外销毛利率10.58%,较2017年下降9.86个百分点,下降主要原因有:
(1)受经济大环境的影响,市场需求萎缩,同行之间的竞争白热化。境外印度市场第四期模拟电视关停后,出口步伐放缓。在这种买方掌握主动权的经济环境中,接受定价相对被动,导致销售毛利率下降。

(2)原材料采购价格上涨,芯片等关键电子元器件价格涨幅较大(如:SDRAM内存、CPU等);②产品结构变化,毛利率低的产品占比增加,如SDRAM内存、CPU等;③产品结构变化,毛利率低的产品占比增加,如SDRAM内存、CPU等。

(3)印度政府鼓励本地制造,提高整机关税税率,公司部分订单改为CKD出货,导致毛利率下降。

(4)公司产品销售模式主要为“以销定产”,本期因销量下降导致产量减少进而影响制造成本及销售成本上升,因受订单减少导致产量不足影响,单位成本与上年同期比,机顶盒类产品制费平均上升2.6元/台,智能家居产品制费平均上升5.3元/台。

2019年外销毛利率16.06%,较2018年度提高5.51个百分点,上主要原因有:
(1)公司2019年采取了降费增效、优化产品等措施,同时控制应收账款规模,主动放弃部分毛利低账期长的客户,导致毛利有所增加;

(2)2019年部分材料采购价格较2018年有所回落,导致2019年部分产品毛利较上年有所增加。2019年主要材料价格变化如下:

序号	材料大类	2019年均价	2018年均价	同比增减
1	铜板	14.42	16.06	-10.17%
2	铜板	17.92	18.53	-3.28%
3	铜板	4.80	4.91	-2.24%
4	铜板	12.33	14.31	-14.52%
5	CPU	21.58	22.65	-4.71%
6	FLASH	1.49	1.77	-16.02%
7	SDRAM	3.55	3.88	-8.52%
8	铜板	9.18	10.00	-3.21%
9	铜板	1.63	1.18	-4.26%

(3)高毛利的电商业务增加迅速。2019年“亚马逊”电商收入较上年同期增加773.87%,贡献净利润545万元,导致外销整体毛利增加1.42个百分点。

(4)2019年人民币兑元汇率较2018年有所上升,出口公司以美元结算,在相同美元价格上,使得上销毛利率上升1.42个百分点。

公司近三年外销产品毛利率变化主要受市场变化所致,出口公司积极采取应对措施,通过开拓新的业务领域(如电商业务)、优化产品、降费增效等措施,增强产品的竞争力,减少市场变化带来的影响。

三、报告期内,你公司应收账款账面价值为4.84亿元,占资产比例为45.40%。

(一)结合合同行业可比公司、主要客户信用政策等情况,说明你公司应收账款占总资产比例较高的原因的合理性,并说明你公司近三年应收账款周转率变动以及是否存在重大回款风险。

回复:
1.客户信用政策情况
公司境内客户信用期一般为12个月,境外客户信用期一般为3-9个月,少数客户信用期限在1年以上。

公司在商业谈判时,按照不同的客户信用给予不同的销售政策。1)对信用较好的客户,给予一定的赊销额度(回款期12个月);2)对信用一般的客户,原则上要求现款现货,如无法现款现货,要求有信用担保;3)对信用较差的客户,要求现款现货,并且仔细审查。对于符合信用政策的,给予信用期限,信用额度需要支付押款;4)对信用不良客户,不予任何信用交易,坚决要求现款现货,先款后货。

2019年度前十大客户信用政策如下:

序号	客户名称	2019年主要信用政策
1	第一名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
2	第二名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
3	第三名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
4	第四名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
5	第五名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
6	第六名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
7	第七名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
8	第八名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
9	第九名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期12个月,半年之内付清。
10	第十名	1)100%信用额度,半年内付清;2)3%预收货款,5%预收货款,90%以账期1