

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
关于深圳证券交易所《关于对万兴科技集团
股份有限公司的关注函》的回复

大华核字[2023]0012142 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

大华会计师事务所（特殊普通合伙）
关于深圳证券交易所《关于对万兴科技集团股份有限公司
的关注函》的回复

目 录	页 次
一、 大华会计师事务所（特殊普通合伙）关于深圳 证券交易所《关于对万兴科技集团股份有限公 司的关注函》的回复	1-10

大华会计师事务所（特殊普通合伙） 关于深圳证券交易所《关于对万兴科技 集团股份有限公司的关注函》的回复

大华核字[2023]0012142号

深圳证券交易所创业板公司管理部：

我所接受委托，对万兴科技集团股份有限公司（以下简称“万兴科技”或“公司”）2022年度财务报表进行了审计，公司于2023年5月8日收到贵部发来的《关于对万兴科技集团股份有限公司的关注函》（创业板关注函【2023】第201号，以下简称关注函）。根据关注函的相关要求，我们已对关注函所提及的需会计师发表专项意见的事项进行了审慎核查，现汇报如下：

一、【关注函问题2】

问题2、2022年年报显示，报告期内你公司前五名客户合计销售金额占年度销售总额比例为66.31%；前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例为56.71%。请你公司：

（1）结合你公司主营业务销售模式及采购模式，说明销售、采购集中度较高的原因及合理性，是否存在过度依赖个别客户或供应商的情形，与同行业可比公司是否存在差异。

（2）说明近三年前五大客户、供应商变动情况及合理性，报告期内是否存在重大变化，结合前述情况说明公司主要销售渠道和供应链是否稳定、持续。

（3）向我部报备最近三年前五大客户、供应商名单、金额、销售/采购内容、应收、应付账款、预收、预付账款金额、相关客户、供应商与你公司控股股东、实际控制人及董监高等是否存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形。

请年审会计师核查并发表明确意见。

【公司回复】

（一）、公司销售、采购集中度较高的合理性以及与同行业可比公司的比较情况

公司是一家主要从事数字创意类软件产品与服务的设计、研发、销售和运营的国家级高新技术企业，公司数字创意类软件产品以“视频创意”为核心，通过“自主研发、自主品牌、自建渠道的模式”与“开放合作构建生态网络的思维”，主要以互联网线上交易方式为全球用户提供高效、高质的视频创意类、绘图创意类、文档创意类、实用工具类软件产品及服务。

1、客户集中度

（1）销售模式

公司采用了直销、经销、分销相结合的互联网线上销售模式，多种销售模式为公司产品销售提供了高效、经济和丰富的互联网营销渠道。

①直销模式

直销模式是指终端客户通过登录公司的自有电子商务网站购买软件，由公司直接将产品销售给终端客户，通过第三方支付平台向终端客户收取软件销售款。第三方支付平台仅为公司产品销售提供代收服务，产品由公司直接销售给终端客户。

②经销模式

经销模式是指最终客户购买公司软件，选择通过第三方电子商务平台为付款渠道，最终客户完成货款支付后，第三方电子商务平台基于最终客户的订单信息和支付信息向公司在线发送采购需求，公司根据第三方电子商务平台的要求向终端客户发送产品注册码，客户激活软件即可使用。基于软件产品以及互联网在线销售的特性，第三方电子商务平台未先从公司处购进产品储存。

③分销模式

分销模式是指公司将开发完成的软件产品通过互联网发送至分销商平台，分销商平台为公司软件销售业务提供整体推广、用户引流以及支付服务，最终客户在分销商平台上搜索到公司的软件产品，直接付费下载，无需产品注册码即可使

用。

(2) 前五大客户情况

2022 年公司前五大客户均为第三方支付平台、第三方电子商务平台和 Google 应用商店等，收入占比为 66.31%。

公司披露的客户在销售模式下主要承担支付结算作用，而公司的终端客户主要为 C 端用户，分布在 200 多个国家和地区，数量众多，单个用户的支付金额较小，结算币种较多，为支撑客户多币种结算需求，提升客户支付体验，需通过第三方支付平台或第三方电子商务平台支付结算。公司业务在全球区域内发展，根据业务开展情况及第三方支付平台、第三方电子商务平台的知名度和应用区域等，公司选择知名度较高、可应用区域较广的国际知名平台进行合作，例如 PayPal、Oceanpayment 等。

公司为增加第三方平台的多样性，为用户提供更便捷的支付渠道，减少对单一平台的依赖，提高安全性，近年来持续拓展第三方支付平台和第三方电子商务平台，例如近三年新增与华为商城等的合作，公司 2020 年—2022 年前五大收款结算客户的集中度分别为 75.67%、67.56%和 66.31%，呈持续下降的趋势。

综上所述，公司销售客户集中度较高与公司的销售模式相符，且公司积极拓展第三方支付平台和第三方电子商务平台以增加平台的多样性，公司终端客户较为分散，不存在向单个客户的销售占销售总额的比例超过 50%或严重依赖于少数客户的情况。

2、供应商集中度

(1) 采购模式

公司采购主要是营销推广等广告服务采购，2021 年及 2022 年因公司购买土地使用权、万兴科技创意大厦对长沙高新技术产业开发区土地储备中心和长沙中电产业园发展有限公司有大额采购，剔除该类偶发性采购，其余前五大供应商采购内容均为广告服务采购。

公司的主营业务专注于数字创意类软件产品的研发和在线销售，终端用户具有分布广泛、数量众多、单次购买金额较小等特点，传统的营销方式难以实现广告效果，而搜索引擎付费广告依托互联网，具有将广告精准投向不同地区、不同时段、不同语言的终端用户的特点。

为了便于全球终端用户发现和了解公司产品，公司建立了多种营销渠道，其中，搜索引擎付费广告营销方式是公司获得网络流量最重要的方式。因此，公司选择与全球知名的搜索引擎公司 Google、Bing 合作，与国内知名的搜索引擎公司百度等合作，由其提供搜索引擎付费广告服务，开展高效的互联网营销。

（2）前五大供应商情况

2022 年，公司前五大供应商除长沙中电产业园发展有限公司外，均为广告服务供应商。

2022 年公司与长沙中电产业园发展有限公司交易额较大，主要是因为当期公司向其购买了万兴科技创意大厦，支付购房款 15,911.58 万元。

对于营销推广等广告服务，公司主要合作的平台为 Google，直接合作的供应商包括 Google 官方及其代理商。除 Google 外，公司在其他渠道投放的广告支出占比均较低，不超过 5%，公司对其不存在重大依赖。公司 2020 年—2022 年在 Google 官方及其代理商的广告采购占当期采购额总比例分别为 35.11%、37.02%和 32.15%，合作金额及占采购总额的比重均较高，主要原因包括：

①搜索引擎付费广告营销方式是公司获得网络流量最重要的方式

公司主要通过互联网在线销售软件产品，终端用户具有分布广泛、数量众多、单次购买金额较小等特点，传统的营销方式难以实现广告效果，而付费广告依托互联网，具有将广告精准投向不同地区、不同时段、不同语言的终端用户的特点。为了便于全球终端用户发现和了解公司产品，公司建立了多种营销渠道，其中，搜索引擎付费广告营销方式是公司获得网络流量最重要的方式之一。

②Google 在全球搜索引擎占据领导性地位

Google 在全球搜索引擎领域占据领先地位。根据 StatCounter 数据显示，2020 年—2022 年 Google 在全球搜索引擎市场份额中占比分别为 92.10%、92.00%及 92.10%，占有绝对领导性地位。由于 Google 占国际搜索市场主要份额，通过 Google 等搜索引擎投放付费广告，可以直接有效地使得公司产品信息更容易为消费者获取，带动公司网站访问量的提升，从而促进经营业绩的增长。因此，公司目前产品在全球的推广主要通过 Google 平台进行。

综上所述，公司对 Google 官方及其代理商的采购占比较高，因为其在全球搜

索引引擎占据领导性地位，而搜索引擎付费广告营销方式是公司获得网络流量最重要的方式。故公司采购较为集中符合互联网营销软件行业特征，不存在过渡依赖的情形。

3、前五大客户及供应商占比与同行业可比公司比较情况

公司	2022 年度	2021 年度	2020 年度
前五大客户占比			
讯连科技	65.94%	60.66%	52.18%
福昕软件	25.35%	20.50%	18.60%
万兴科技	66.31%	67.56%	75.67%
前五大供应商占比			
讯连科技	未披露	未披露	未披露
福昕软件	33.24%	26.44%	31.14%
万兴科技	56.71%	50.38%	42.23%

注 1：选取销售区域主要为海外的同行业公司。

注 2：讯连科技为台湾省上市公司。

(1) 前五大客户销售额占比比较情况

如上表所示，受销售模式、业务内容、客户群体不同的影响，公司以及同行业可比公司之间前五大客户收入占比存在一定的差异。其中，讯连科技客户集中度与公司较为相似，福昕软件客户集中度较低，主要原因系福昕软件销售收入主要来源于机构客户，前五大客户为直接向其采购的终端机构客户；而公司客户主要为 C 端个人客户，终端客户数量众多且分布在多个国家和地区、涉及多币种结算，为支撑客户多币种结算需求，提升客户支付体验，公司通过第三方支付平台或第三方电子商务平台进行统一收款，再定期与公司结算，故公司以收款结算客户第三方支付平台和第三方电子商务平台为口径统计前五大客户进行列示，故公司前五大客户集中度高于福昕软件。综上，公司前五大客户占比情况与同行业存在一定差异，但符合公司实际经营情况。

(2) 前五大供应商采购额占比比较情况

如上表所示，公司及同行业可比公司前五大供应商采购额占比存在一定的差异，主要原因在于销售模式、业务内容及客户群体等因素的差异导致主要采购内容也存在差异。福昕软件的采购集中度较低，主要是因为福昕软件采购内容包括广告服务、市场推广、技术授权等，而公司的采购内容主要是广告服务，采购内容单一，且主要供应商为在全球搜索引擎占有领导地位的 Google，故公司前五大

采购占比较高，符合公司实际经营情况。

(二) 最近三年前五大客户及供应商变动情况

1、最近三年前五大客户情况如下：

客户名称	是否为前五大		
	2022 年度	2021 年排名	2020 年排名
A 公司	是	是	是
B 公司	是	是	是
C 公司	是	是	是
D 公司	是	是	是
E 公司	是	是	否
F 公司	否	否	是

如上表所示，近三年前五大客户变动不大，仅有 E 公司至 2021 年进入前五大、F 公司于 2021 年退出前五大。因 2021 年收购控股公司杭州格像科技有限公司其与 E 公司合作内容包括广告服务收入、产品销售业务等，同时公司加大移动安卓端业务投入，扩大了与 E 公司的合作规模，故至 2021 年 E 公司进入前五大，因手续费率较高减少与 F 公司的合作，其 2021 年为公司第 6 大客户，2022 年退出前十大。

公司近三年前五大客户较为稳定，变动情况与公司的经营战略、业务方针相匹配，公司与该等大型第三方支付平台和第三方电子商务平台建立了长期稳定的合作关系，公司主要销售渠道稳定且持续。

2、最近三年前五大供应商情况如下：

供应商名称	采购内容	是否为前五大			备注
		2022 年度	2021 年度	2020 年度	
G 公司	Google 广告服务	是	是	是	Google 官方
H 公司	购楼款项	是	否	否	
I 公司	Google 广告服务	是	否	否	Google 代理商
J 公司	Google 广告服务	是	否	否	Google 代理商
K 公司	Bing 广告服务	是	是	否	Bing 代理商
L 公司	土地购买款	否	是	否	
M 公司	Google 广告服务	否	是	是	Google 代理商
N 公司	Google、Facebook 广告服务	否	是	否	Google 代理商
O 公司	Bing 广告服务	否	否	是	Bing 代理商
P 公司	百度广告服务	否	否	是	

供应商名称	采购内容	是否为前五大			备注
		2022 年度	2021 年度	2020 年度	
Q 公司	Yahoo 广告服务	否	否	是	

如上表所示，公司近三年前五大采购供应商除长沙中电产业园发展有限公司、长沙高新技术产业开发区土地储备中心是因为购买房屋建筑物及土地使用权以外，其他供应商均是广告供应商。

近三年公司广告服务供应商不存在重大变动。公司主要选择与全球知名的搜索引擎公司 Google、Bing、百度、Yahoo 合作，由其提供搜索引擎付费广告服务，开展高效的互联网营销，并根据广告服务供应商的投资收益率指标进行动态合作调整。近些年，Google、Bing 为了大力拓展中国市场，授权了一些代理商开展市场业务，公司会根据代理地区及优惠政策变化情况调整优化所合作的代理商。2021-2022 年公司因购买房屋建筑物及土地使用权，导致百度、Yahoo 退出了前五大供应商，但公司与百度、Yahoo 仍保持密切合作，在 2021 年排名分别为第 6 位和第 7 位、2022 年排名分别为第 8 位和第 12 位。

(三) 公司与前五大客户、供应商不存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形

1、最近三年前五大客户情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售额	是否存在关联关系
2022 年度			
1	A 公司	28,829.23	否
2	B 公司	16,706.04	否
3	C 公司	12,233.20	否
4	D 公司	10,658.85	否
5	E 公司	9,826.89	否
	合计	78,254.21	
2021 年度			
1	A 公司	20,451.70	否
2	C 公司	16,753.04	否
3	B 公司	13,618.57	否
4	D 公司	12,893.09	否
5	E 公司	5,814.68	否
	合计	69,531.07	

序号	客户名称	销售额	是否存在关联关系
2020 年度			
1	A 公司	20,263.98	否
2	C 公司	17,542.51	否
3	D 公司	15,791.05	否
4	B 公司	12,894.33	否
5	F 公司	7,397.20	否
合计		73,889.08	

前五大客户为公司的收款结算客户主要为第三方支付平台和第三方电子商务平台,其中 E 公司销售迅速增长的原因主要系收购杭州格像后广告业务收入增加所致,其他平台销售收入均为软件产品销售收入,上述客户与公司控股股东、实际控制人及董监高等不存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形。

2、最近三年前五大供应商情况如下:

单位: 万元

序号	供应商名称	采购内容	采购额	是否存在关联关系
2022 年度				
1	G 公司	Google 广告服务	16,803.87	否
2	H 公司	购楼款项	15,911.58	否
3	I 公司	Google 广告服务	3,962.96	否
4	J 公司	Google 广告服务	3,170.66	否
5	K 公司	Bing 广告服务	2,365.65	否
合计			42,214.71	
2021 年度				
1	G 公司	Google 广告服务	15,214.33	否
2	L 公司	土地购买款	2,323.06	否
3	K 公司	Bing 广告服务	2,239.79	否
4	M 公司	Google 广告服务	2,157.08	否
5	N 公司	Google、Facebook 广告服务	1,709.66	否
合计			23,643.92	
2020 年度				
1	G 公司	Google 广告服务	17,567.07	否
2	M 公司	Google 广告服务	3,746.97	否
3	O 公司	Bing 广告服务	1,579.81	否
4	P 公司	百度广告服务	1,453.48	否
5	Q 公司	Yahoo 广告服务	1,288.03	否

序号	供应商名称	采购内容	采购额	是否存在关联关系
	合计		25,635.36	

近三年公司前五大供应商主要为国际知名广告服务供应商，与公司控股股东、实际控制人及董监高等不存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形。

【年审会计师核查程序及核查意见】

1、核查程序：

我们履行了以下主要程序：

（1）、了解和评价管理层与销售、采购流程相关的关键内部控制设计合理性和运行的有效性；

（2）、访谈公司销售、采购及财务负责人，了解公司与主要客户、供应商的合作情况、前五大客户及供应商较为集中的原因、是否存在关联关系、是否存在过度依赖；

（3）、与同行业数据比较，客户及供应商集中度是否与同行业存在重大差异，是否符合行业特征；

（4）、关注前五大客户及供应商变动情况，并访谈销售及采购负责人了解存在变动的的原因，是否与公司经营战略相匹配，主要销售及采购渠道是否稳定且持续；

（5）、通过企查查、全国企业信用信息公示系统等公开渠道查询公司主要客户及供应商工商信息，同时获取主要客户及供应商的无关联关系声明函，核实公司主要客户、供应商与公司控股股东、实际控制人及董监高是否存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形。

2、核查意见

经核查，会计师认为：

（1）、公司主要客户、供应商较为集中与公司的经营模式相匹配，不存在过度依赖个别客户或供应商的情形，与同行业存在差异主要系销售模式、业务内容及客户群体不同所致，具有合理性；

（2）、近三年前五大客户不存在重大变化，公司主要销售渠道稳定且持续，前五大供应商除 2021 年、2022 年因公司购买土地使用权及万兴科技创意大厦，长沙高新技术产业开发区土地储备中心、长沙中电产业园发展有限公司进入前五

大外，其他供应商均是广告供应商不存在重大变动，公司主要采购渠道稳定且持续；

(3)、最近三年前五大客户、供应商与公司控股股东、实际控制人及董监高等不存在关联关系或其他可能导致利益倾斜的情形。

大华会计师事务所(特殊普通合伙) 中国注册会计师： _____
谭智青

中国·北京 中国注册会计师： _____
王毓锋

二〇二三年五月十七日