



立信会计师事务所(特殊普通合伙)

关于苏州浩辰软件股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市申请文件审核问询函的回复

信会师函字[2022]第 ZA232 号

上海证券交易所：

我们接受苏州浩辰股份有限公司的委托，负责苏州浩辰股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市的审计工作，我们对公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度的会计报表进行了审计。依照相关的法律、法规规定，形成我们的相关判断，公司的责任是提供真实、合法、完整的会计资料。

根据贵所于 2021 年 12 月 17 日出具的《关于苏州浩辰软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函》（上证科审（审核）（2021）742 号）（以下简称“审核问询函”），我们对贵所要求申报会计师核查的问题进行了审慎核查，现答复如下：

本问询函回复中简称与《苏州浩辰软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》中简称具有相同含义，其中涉及招股说明书、**审核问询函回复**的修改及补充披露部分，已用楷体加粗予以标明。

本问询函回复中若出现合计数值与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

本问询函回复中的字体：

审核问询函所列问题	黑体（加粗）
审核问询函所列问题的回复	宋体
涉及对招股说明书（申报稿）、 审核问询函回复 修改、补充的内容	楷体（加粗）

5.关于销售费用

5.1 关于推广服务费

根据申报材料：（1）报告期内发行人存在从部分离职员工设立的十一家推广服务商采购销售推广服务的情形，推广区域主要集中在广州、成都、苏州及其周边地区，且仅为发行人提供销售推广服务，上述供应商已于 2020 年、2021 年陆续注销，部分推广服务商员工已重新入职发行人；（2）发行人在广州、成都设有销售分公司，成立时间均为 2020 年 5 月份；（3）报告期内推广服务费分别为 122.57 万元、1,049.33 万元、356.16 万元和 0.00 万元，推广服务费定价依据与内部销售团队业绩考核机制相似，推广服务商贡献收入分别为 274.60 万元、2,374.30 万元、803.33 万元和 0.00 万元；（4）报告期内推广服务商曾存在收取公司款项后代公司支付员工个人业绩提成、房租及押金款等款项的情形。

请发行人说明：（1）员工离职后至销售分公司成立前，公司自身是否具备在相应地区开展销售服务的人员与能力；向该十一家推广服务商采购的原因与合理性，未向其他推广服务商采购的原因；推广服务商仅为发行人提供服务的原因及合理性，于 2020 年、2021 年集中注销的合理性；（2）销售推广服务的具体内容，新拓展客户的数量、收入金额及占比，是否存在与公司原有客户重叠的情况及原因，推广服务费与各推广服务商贡献收入的匹配性；（3）各推广服务商的基本情况，包括注册资本、股权结构、员工数量及构成（区分发行人离职员工与新招募员工）、所对应离职员工在发行人处原任职务等，是否与其推广服务能力相匹配；推广服务费与发行人销售人员薪酬的具体计算方法与过程，实现相同规模收入的费用比较情况，并结合上述内容说明销售推广服务采购的必要性和价格公允性；（4）通过供应商发放员工业绩提成的原因及合理性，报告期内涉及金额、供应商及对应员工，并结合该等代付事项说明发行人是否实际控制上述推广服务商。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并说明：（1）对推广服务商及对应发行人离职员工银行流水的核查情况，推广服务商及上述人员是否与发行人及其关联方、客户、供应商等存在资金往来，是否存在异常情形；（2）销售人员银行流水核查的选取标准，以 4 万元作为大额的依据，核查比例、取得核查证据是否支持核查结论；（3）对发行人与推广服务商之间的商务沟通记录、采购服务留痕证据的核查情况，对推广服务的真实性、公允性的核查论证过程及结论；（4）结合上述事项对推广服务费

是否构成销售返利、推广服务商是否代发行人承担成本费用发表明确意见，并对发行人采购及付款的内部控制是否健全有效发表明确意见。

请保荐机构、发行人律师对发行人业务获取的具体方式及其合法合规性进行核查，并对发行人是否存在通过推广服务商进行商业贿赂的情形发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）员工离职后至销售分公司成立前，公司自身是否具备在相应地区开展销售服务的人员与能力；向该十一家推广服务商采购的原因与合理性，未向其他推广服务商采购的原因；推广服务商仅为发行人提供服务的原因及合理性，于 2020 年、2021 年集中注销的合理性

1、员工离职后至销售分公司成立前，公司自身是否具备在相应地区开展销售服务的人员与能力

（1）广州地区、成都地区主要以委托推广服务商提供销售推广服务的方式开展销售活动，苏州地区主要以公司自身销售团队开展销售活动

广州地区、成都地区销售人员离职后至销售分公司成立前，公司在广州、成都及其周边地区（具体包括广东、广西、海南、云南、福建、四川、重庆等省份）开展销售活动主要以委托推广服务商提供销售推广服务的方式进行。公司自身短期内在该等地区尚未补充建立专门销售团队，大客户部及其他地区销售团队经向公司报备后会在当地获取少量客户订单。此外，公司渠道部也会与当地经销商合作在当地开展销售推广活动。以 2019 年为例，公司当年在广州、成都及其周边地区实现销售收入 2,471.65 万元，其中推广服务商贡献收入 2,075.12 万元，大客户部等公司自身直销团队贡献收入 252.59 万元，经销商渠道贡献收入 143.94 万元，除推广服务商外的自身直销团队及经销商渠道合计贡献收入占比为 16.04%。

苏州地区销售人员离职后至重新入职公司前，公司在苏州及周边地区（具体包括苏州、嘉兴等 10 个城市）开展销售活动依旧主要以公司自身直销团队为主，公司在苏州及周边地区开展销售服务的人员及能力较为充足。以 2019 年为例，公司当年在苏州及周边地区实现销售收入 1,777.91 万元，其中苏州吉思达软件科技有限公司销售人员贡献收入 177.29 万元（含 2019 年 1-8 月该等人员离职前贡献收入），公司自身直销团队贡献

收入 1,558.79 万元，经销商渠道贡献收入 41.84 万元，除推广服务商外的自身直销团队及经销商渠道合计贡献收入占比为 90.03%。

(2) 对于自身直销服务人员与能力相对不足的广州、成都地区，公司通过委托当地推广服务商提供销售推广服务的方式开展销售活动，与行业惯例相符且对公司整体销售活动影响有限

1) 同行业可比公司方面

公司在国内市场销售模式以直销为主，主要通过自建直销团队的方式开展销售活动，与此同时，在公司直销团队覆盖能力相对不足的广州、成都及周边地区与当地推广服务商开展合作销售推广公司软件产品，有利于开发及维护发行人在区域市场的客户资源，提升客户服务质量，与行业惯例相符。

经查阅同行业可比公司公开信息披露文件，金山办公在其报告期内（2016.1-2019.3）存在支付代理推广费的情况，代理推广费主要系金山办公为进一步扩大 WPS Office 软件产品国内区域市场份额并提升其属地化产品服务质量向合作方支付的费用；盈建科在其非买断式代理销售模式下，存在经由代理商介绍与最终用户签订软件销售、技术开发或服务合同，向客户直接销售软件产品、升级版本授权、交付开发或服务成果，并将代理销售协议约定的代理商销售费用（销售分成）支付给代理商的情形。

2) 推广服务商收入贡献方面

报告期内，推广服务商贡献收入分别为 2,143.96 万元、960.89 万元及 **56.43 万元**¹，合计 **3,161.27 万元**，占报告期公司营业收入的比例为 **5.49%**，占比较低。2019 年推广服务商贡献收入占公司营业收入的比例为 13.98%，占比较低。因此，从推广服务商收入贡献方面，公司不会对推广服务商及其员工形成重大依赖。

3) 销售区域方面

报告期内，公司境内销售主要在华东地区、华南地区、华北地区，这三个地区合计销售金额占国内销售收入比例分别为 85.64%、77.12%和 **79.46%**，其中又是以华东地区占比最高，分别为 47.45%、44.01%和 **47.50%**。公司华东地区主要以直销模式为主，销售团队主要为公司自身的销售团队，苏州地区推广服务商对公司收入贡献极低；华南地

¹ 2021 年度推广服务商贡献收入 **56.43 万元**，主要为以前年度签约并完成软件产品交付，但在 2021 年完成免费升级履约义务而确认的软件授权业务收入，以及以前年度签约但在 2021 年完成客户验收的技术服务业务收入。

区虽然受广州推广服务商影响较大，但整个华南地区对公司收入贡献占比有限；华北地区公司未采购离职员工推广服务商提供软件推广业务。因此，从销售区域方面，公司不会对推广服务商及其员工形成重大依赖。

4) 销售人数方面

截至 2021 年 12 月 31 日，公司销售人员共计 258 名，其中曾在推广服务商从业的人员 31 人，仅占公司销售总人数的 12.02%，境内销售依旧以直销为主。因此，从销售人数方面，公司已建立独立的销售渠道，公司不会对推广服务商及其员工形成重大依赖。

5) 成熟的团队培养体系及良好的产品认可度

发行人前身浩辰有限设立于 2001 年，已深耕 CAD 软件领域二十年，建立起成熟的销售团队培养体系，并成功培育了一批优秀的销售团队及骨干成员。另外，随着发行人产品市场知名度的不断提升，客户对浩辰 CAD 软件产品的认可度逐步增加。凭借发行人成熟的团队培养体系及良好的产品认可度，即便推广服务商及其员工停止为公司销售推广软件产品，公司亦可通过委派现有销售骨干、在当地重新培育销售团队等方式，在较短期间内夯实当地销售力量，维护区域客户资源。

6) 相关销售人员已重新入职公司

2020 年 10 月起，公司已停止与前述推广服务商发生业务往来，相关销售人员已重新入职公司，并由公司进行管理，该等推广服务商的销售渠道亦重新由公司掌握。

综上，自员工离职后至销售分公司成立前，苏州及周边地区主要以公司自身直销团队开展销售活动，公司在苏州及周边地区开展销售服务的人员及能力较为充足；广州、成都及周边地区短期内尚未补充建立专门销售团队，自身直销服务人员及能力相对不足，主要通过委托推广服务商提供销售推广服务的方式开展销售活动，该种方式与行业惯例相符且对公司整体销售活动影响有限。

2、向该十一家推广服务商采购的原因与合理性，未向其他推广服务商采购的原因

公司向该十一家推广服务商采购软件产品销售推广服务，而未向其他推广服务商采购，主要原因包括：

(1) 该十一家推广服务商的负责人及主要销售人员在创立或加入推广服务商前曾

在公司任职，分别负责在广州、成都、苏州及其周边地区推广销售浩辰 CAD 软件产品，在相关地区具有良好的产品销售渠道和客户群体，且对公司产品熟识度较高，开拓新客户及服务既有客户的能力较强。

（2）该十一家推广服务商由公司离职员工创办，公司与其负责人及主要销售人员之间的合作历史及信任基础深厚，沟通更加顺畅，选择与该十一家推广服务商合作有利于提高开展销售活动的沟通和工作效率。

（3）该十一家推广服务商在创立初期，销售渠道和客户群体依旧主要集中在 CAD 软件行业，而公司为国内领先的 CAD 相关软件提供商，同时为推广服务商负责人及主要销售人员曾经就职的企业，该十一家推广服务商选择与公司开展合作的意愿较为强烈。

因此，公司选择向该十一家推广服务商采购了软件推广服务，而未向其他推广服务商采购，交易具有合理性。

3、推广服务商仅为发行人提供服务的原因及合理性

推广服务商报告期内仅为发行人提供软件推广服务，是由于离职人员在创业初期，对产品的知识储备及销售经验主要集中在浩辰 CAD 软件产品，对其他软件产品的市场开拓短期内尚未形成收入，导致该等推广服务商报告期内的收入均来自浩辰软件推广服务收入，相关情形具有合理性。

4、推广服务商于 2020 年、2021 年集中注销的合理性

2020 年上半年，受新冠疫情因素影响，前述推广服务商经营压力较大，且对后续疫情发展预期不明朗，相关销售人员有意重新入职公司。鉴于前述销售人员销售经验较为丰富，且前述销售人员重新入职公司有利于进一步加强公司对客户资源的管理，因此公司同意相关推广服务商员工入职公司，同时，公司基于规范运行考虑，要求该部分重新入职的人员在一定期限内清理并注销该等推广服务商。据此，前述十一家推广服务商于 2020 年 11 月至 2021 年 5 月期间陆续办理完成了工商注销手续，相关情形具有合理性。

（二）销售推广服务的具体内容，新拓展客户的数量、收入金额及占比，是否存在与公司原有客户重叠的情况及原因，推广服务费与各推广服务商贡献收入的匹配性

1、销售推广服务的具体内容

报告期内，公司接受了部分离职员工设立的 11 家推广服务商提供的软件推广服务，主要服务内容包括为公司寻求业务机会，推广公司软件产品，撮合公司与软件用户完成签约。对于给予信用期的客户，推广服务商还应当及时跟进客户回款情况，做好应收账款催收工作。

2、新拓展客户及公司原有客户的数量、收入金额及占比

报告期内，推广服务商主要以开拓新客户为主，维护老客户为辅，新开拓客户在客户数量、实现收入方面占比均超过 85%以上。

推广服务商贡献收入对应的客户中，新拓展客户及公司原有客户的数量情况如下：

单位：家

推广服务商	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	新拓展客户	原有客户	新拓展客户	原有客户	新拓展客户	原有客户
广州华尔讯软件科技有限公司	1	-	13	2	17	2
广州世创软件科技有限公司	-	2	2	2	24	6
广州市宁迅科技有限公司	7	-	57	6	204	11
广州市鹏源科技有限公司	2	-	19	4	44	-
广州佑辰科技有限公司	1	-	10	-	32	1
广州粤智软件科技有限公司	4	1	46	2	107	16
成都博瑞志诚科技有限公司	1	-	13	2	76	7
四川江和华科技有限公司	-	-	20	-	11	1
四川青羽雕科技有限公司	2	-	20	2	17	1
四川蜀渝国软科技有限公司	-	-	14	4	6	2
苏州吉思达软件科技有限公司	8	-	15	-	20	1
合计	26	3	229	24	558	48
占比	89.66%	10.34%	90.51%	9.49%	92.08%	7.92%

报告期内，推广服务商贡献收入中，新拓展客户及公司原有客户贡献收入金额及占比如下：

单位：万元

推广服务商	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	新拓展客 户	原有 客户	新拓展客 户	原有 客户	新拓展客 户	原有 客户
广州华尔讯软件科技有限公司	0.18	-	39.20	19.61	75.34	3.04
广州世创软件科技有限公司	-	2.17	45.14	3.44	91.98	35.13
广州市宁迅科技有限公司	34.67	-	183.39	5.44	523.51	15.89
广州市鹏源科技有限公司	9.30	-	36.50	13.79	190.50	-
广州佑辰科技有限公司	0.09	-	34.21	-	86.05	0.64
广州粤智软件科技有限公司	3.39	0.31	107.77	2.47	396.80	41.22
成都博瑞志诚科技有限公司	1.34	-	76.97	7.47	293.47	31.39
四川江和华科技有限公司	-	-	77.03	-	110.26	3.36
四川青羽雕科技有限公司	0.75	-	121.39	48.58	126.16	3.18
四川蜀渝国软科技有限公司	-	-	65.80	29.40	37.78	9.43
苏州吉思达软件科技有限公司	4.21	-	43.28	-	67.21	1.63
合计	53.94	2.49	830.69	130.20	1,999.06	144.90
占比	95.59%	4.41%	86.45%	13.55%	93.24%	6.76%

3、与公司原有客户存在重叠的原因

推广服务商向公司推荐的客户中，存在与公司原有客户重叠的情形，主要原因如下：

推广服务商的主要销售人员从发行人离职前，主要在广州、成都、苏州及其周边区域销售公司软件产品，在当地有较好的销售渠道及客户群体。在前述人员从发行人离职并加入推广服务商后，当其之前对接的老客户需要再次采购公司软件产品时，通常会直接联系前述销售人员，由前述销售人员撮合公司与老客户完成签约。同时，由于该等销售人员长期在相关地区开展软件销售推广活动，较公司其他直销团队能够更加敏锐的发现客户潜在需求，当发现相关地区老客户具有潜在采购需求时亦会通过主动上门及电话推销等方式向老客户销售软件产品。

此外，当广州、成都地区销售人员离职后，公司短期内尚未在相关地区建立直销团队，自身销售服务覆盖能力在前述地区相对有所不足，因此通过委托推广服务商在当地开拓新客户的同时，继续为老客户提供服务，有利于提高公司在当地的销售服务能力及客户服务质量，维护区域客户资源，提升市场口碑。

因此，推广服务商向公司推荐的客户中存在与公司原有客户重叠的情形具有合理

性。

4、推广服务费与各推广服务商贡献收入的匹配性

报告期内，推广服务费与各推广服务商贡献收入、销售回款的匹配性情况如下：

单位：万元

项目	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
贡献收入	广州华尔讯软件科技有限公司	0.18	58.81	78.38
	广州世创软件科技有限公司	2.17	48.57	127.11
	广州市宁迅科技有限公司	34.67	188.83	539.39
	广州市鹏源科技有限公司	9.30	50.29	190.50
	广州佑辰科技有限公司	0.09	34.21	86.69
	广州粤智软件科技有限公司	3.70	110.24	438.02
	成都博瑞志诚科技有限公司	1.34	84.44	324.86
	四川江和华科技有限公司	-	77.03	113.62
	四川青羽雕科技有限公司	0.75	169.97	129.34
	四川蜀渝国软科技有限公司	-	95.19	47.21
	苏州吉思达软件科技有限公司	4.21	43.28	68.84
	合计	56.43	960.89	2,143.96
贡献收入（含税）		61.42	1,080.09	2,432.88
销售回款		-	803.33	2,374.30
推广服务费		-	356.16	1,049.33
推广服务费/贡献收入（含税）		-	32.98%	43.13%
推广服务费/销售回款		-	44.34%	44.20%

注：2021 年度推广服务商贡献收入 56.43 万元，主要为以前年度签约并完成软件产品交付，但在 2021 年完成免费升级履约义务而确认的软件授权业务收入，以及以前年度签约但在 2021 年完成客户验收的技术服务业务收入。

由上表可见，推广服务费变动情况与各推广服务商贡献收入（含税）变化情况基本一致但略有波动，略有波动的主要原因是由于根据协议约定，推广服务费系根据销售回款为依据确定，而非根据销售收入确定，具体如下：

推广服务费=结算期内的销售回款金额*服务费率±扣减或奖励金额，由于部分销售订单存在信用账期，导致各期销售回款金额与销售收入确认金额存在一定差异，同时导致销售收入贡献主体与销售回款贡献主体产生一定差异。具体而言，在 2020 年相关销售人员重新入职公司时，部分销售合同由该等销售人员作为推广服务商员工撮合签署并实现了软件交付，但所对应的货款由该等人员重新入职公司后作为公司员工进行了催收

并实现了回款，该情形下销售收入贡献主体为推广服务商，销售回款贡献主体为浩辰自身销售团队，进而导致 2020 年推广服务商贡献的销售回款低于当期含税销售收入。

受此上述因素影响，报告期各期销售回款金额与推广服务商贡献收入（含税）金额存在一定差异，进而导致推广服务费/贡献收入（含税）的比例略有波动，但推广服务费/销售回款的比例基本稳定。

（三）各推广服务商的基本情况，包括注册资本、股权结构、员工数量及构成（区分发行人离职员工与新招募员工）、所对应离职员工在发行人处原任职务等，是否与其推广服务能力相匹配；推广服务费与发行人销售人员薪酬的具体计算方法与过程，实现相同规模收入的费用比较情况，并结合上述内容说明销售推广服务采购的必要性和价格公允性

1、各推广服务商基本情况、与其推广服务能力的匹配性

（1）广州世创软件科技有限公司

公司名称	广州世创软件科技有限公司
成立日期	2013 年 6 月 14 日
注销时间	2021 年 1 月 19 日
注册资本	50 万元
股权结构	杜红涛持有广州世创 100%股权
法定代表人	荣光友
员工数量及构成	发行人离职员工 4 人，新招募员工 1 人，合计 5 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为向明琴，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人任广州区域销售、技术支持人员等职务。

（2）广州佑辰科技有限公司

公司名称	广州佑辰科技有限公司
成立日期	2019 年 1 月 18 日
注销时间	2020 年 11 月 12 日
注册资本	10 万元
股权结构	莫其珍持有广州佑辰 100%股权
法定代表人	莫其珍
员工数量及构成	发行人离职员工 2 人，新招募员工 3 人，合计 5 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为陈刚，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人主要担任广州陈刚销售团队销售成员。

(3) 广州华尔讯软件科技有限公司

公司名称	广州华尔讯软件科技有限公司
成立日期	2019 年 8 月 15 日
注销时间	2020 年 11 月 10 日
注册资本	10 万元
股权结构	毕明亮持有广州华尔讯 100%股权
法定代表人	毕明亮
员工数量及构成	发行人离职员工 2 人，新招募员工 1 人，合计 3 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为毕明亮，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人主要担任广州毕明亮销售团队销售成员。

(4) 广州市鹏源科技有限公司

公司名称	广州市鹏源科技有限公司
成立日期	2019 年 8 月 15 日
注销时间	2020 年 12 月 23 日
注册资本	10 万元
股权结构	朱朋、侯马超各持有广州鹏源 50%股权
法定代表人	朱朋
员工数量及构成	发行人离职员工 5 人，新招募员工 4 人，合计 9 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为朱朋，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人主要担任广州朱朋、侯马超销售团队销售成员。

(5) 广州粤智软件科技有限公司

公司名称	广州粤智软件科技有限公司
成立日期	2018 年 11 月 6 日
注销时间	2021 年 3 月 24 日
注册资本	10 万元
股权结构	冯战英持有广州粤智 100%股权
法定代表人	冯战英
员工数量及构成	发行人离职员工 13 人，新招募员工 13 人，合计 26 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为冯志娟，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人主要担任广州冯志娟、黄雄燕、陈刚、毕明亮等销售团队销售成员及广州区域技术支持人员。

(6) 广州市宁迅科技有限公司

公司名称	广州市宁迅科技有限公司
------	-------------

成立日期	2018 年 11 月 5 日
注销时间	2021 年 5 月 31 日
注册资本	10 万元
股权结构	潘秋莹持有广州宁迅 100%股权
法定代表人	潘秋莹
员工数量及构成	发行人离职员工 14 人，新招募员工 7 人，合计 21 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为马文榄，离职前在发行人任华南区销售代表，其余离职员工离职前在发行人主要担任广州马文榄、侯马超、朱朋等销售团队销售成员。

(7) 成都博瑞志诚科技有限公司

公司名称	成都博瑞志诚科技有限公司
成立日期	2018 年 1 月 11 日
注销时间	2020 年 12 月 3 日
注册资本	50 万元
股权结构	胡金元持有博瑞志诚 100%股权
法定代表人	胡金元
员工数量及构成	发行人离职员工 13 人，新招募员工 9 人，合计 22 人
所对应离职员工原任职职务	2019 年 1 月起由李本清等人实际运营，李本清离职前在发行人任华西北区大区经理，其余离职员工离职前在发行人主要担任李本清、徐建、叶丽华等销售团队销售成员。

(8) 四川青羽雕科技有限公司

公司名称	四川青羽雕科技有限公司
成立日期	2019 年 4 月 11 日
注销时间	2020 年 11 月 26 日
注册资本	50 万元
股权结构	李本清持有青羽雕 100%股权
法定代表人	李本清
员工数量及构成	发行人离职员工 3 人，新招募员工 5 人，合计 8 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为李本清，离职前在发行人任华西北区大区经理，其余离职员工离职前在发行人主要担任成都李本清、刘俊妍等销售团队销售成员。

(9) 四川蜀渝国软科技有限公司

公司名称	四川蜀渝国软科技有限公司
成立日期	2019 年 4 月 9 日

注销时间	2021 年 1 月 5 日
注册资本	200 万元
股权结构	范翠香持有蜀渝国 100%股权
法定代表人	范翠香
员工数量及构成	发行人离职员工 2 人，新招募员工 3 人，合计 5 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为谈燕，离职前在发行人任华西北区大区经理，其余离职员工离职前在发行人主要担任成都谈燕销售团队销售成员。

(10) 四川江和华科技有限公司

公司名称	四川江和华科技有限公司
成立日期	2019 年 4 月 11 日
注销时间	2020 年 12 月 10 日
注册资本	50 万元
股权结构	叶丽华持有江和华 100%股权
法定代表人	叶丽华
员工数量及构成	发行人离职员工 3 人，新招募员工 1 人，合计 4 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为叶丽华，离职前在发行人任华西北区大区经理，其余离职员工离职前在发行人主要担任成都叶丽华销售团队销售成员。

(11) 苏州吉思达软件科技有限公司

公司名称	苏州吉思达软件科技有限公司
成立日期	2019 年 1 月 10 日
注销时间	2020 年 12 月 29 日
注册资本	20 万元
股权结构	胡亦平持有吉思达 90%股权，胡亦明持有吉思达 10%股权
法定代表人	胡亦平
员工数量及构成	发行人离职员工 3 人，新招募员工 2 人，合计 5 人
所对应离职员工原任职职务	该公司负责人为胡亦平，离职前在发行人任华东区大区经理，其余离职员工离职前在发行人主要担任苏州胡亦平销售团队销售成员。

推广服务商主要从事软件销售推广业务，主要经营要素为销售人员及销售渠道，通常采用轻资产运营模式，无需进行大额资本投入，因此普遍存在注册资本较低、股权结构简单的特点。报告期内，该等推广服务商大多具有丰富的软件产品销售经验，在相关地区销售渠道畅通，因此，该等推广服务商的基本情况与其推广服务能力相匹配。

2、推广服务费与发行人销售人员薪酬的具体计算方法、过程、及费用比较情况

(1) 推广服务费的具体计算方法及过程

1) 合同约定条款:

根据发行人(甲方)与广州、成都地区推广服务商(乙方)签订的《营销服务合同》,“服务费用以销售回款金额为基础确定,服务费率(即:服务费/销售回款金额)45%,服务费=结算期内的销售回款金额*服务费率。甲方有权根据乙方合同期间实际业务开展情况对服务费用予以酌情扣减或奖励。”

根据发行人(甲方)与苏州地区推广服务商(乙方)签订的《营销服务合同》,“服务费用以销售回款金额为基础确定,服务费率(即:服务费/销售回款金额)30%,服务费=结算期内的销售回款金额*服务费率。甲方有权根据乙方合同期间实际业务开展情况对服务费用予以酌情扣减或奖励。”

2) 推广服务费的计算方法:

根据前述合同约定,推广服务费=结算期内的销售回款金额*服务费率±扣减或奖励金额,其中,广州、成都地区推广服务商推广服务费率为45%,苏州地区推广服务费率为30%。

3) 以销售回款为结算基础与市场惯例相符:

经查阅并对比其他存在支付推广服务费或类似费用的上市公司、拟上市公司相关申报披露文件,公司支付的推广服务费以销售回款为结算依据与市场惯例相符。具体对比如下:

公司名称	推广服务费或类似费用的结算依据
北路智控 (创业板 IPO, 已通过上市委会议)	销售服务费通常依据销售主合同回款金额比例向服务商付款。
威派格 (603956.SH)	公司以取得客户款项为基础向居间服务商支付服务费。
梅轮电梯 (603321.SH)	居间商促成客户与甲方订立电梯采购合同的, 在客户按电梯采购合同向公司支付货款后五日内, 公司依比例向居间商支付等额服务费; 居间商未能促成电梯采购合同的, 公司不支付任何费用。
华研精机 (301138.SZ)	公司与终端客户签订合同后, 终端客户按照合同向公司支付货款, 公司收到货款后, 按照服务费协议向代理商支付销售服务费。
力芯微 (688601.SH)	销售服务费主要依据其开拓和维护的客户所对应的销售金额乘以一定的销售服务费率计算确定; 销售服务费率由双方根据开拓和维护客户的难

公司名称	推广服务费或类似费用的结算依据
	度、贡献程度、客户销售价格、客户采购规模等因素协商确定。公司在收到对应的客户回款后，向外部销售服务单位支付销售服务费。
深南电路 (002916.SZ)	在直接开发方式下，公司销售人员直接与意向客户洽谈并确定合作关系。为有效开拓海外市场并提升销售收入，公司通过外部代理商（销售顾问）联系部分意向客户。经代理商（销售顾问）介绍与客户接洽并确定业务合作关系后，公司直接与客户签署购销合同、确认订单，向其发送货物并进行货款结算；公司与外部代理商（销售顾问）另行签署代理（销售顾问）协议，约定按照销售回款的一定比例向其支付销售佣金。
凯旺科技 (301182.SZ)	销售服务费主要是公司支付给上海茂煌贸易有限公司（以下简称“上海茂煌”）的业务介绍费。公司与上海茂煌签订委托合同，委托上海茂煌开拓涉韩业务（包括韩华泰科为代表的韩资企业在华及海外法人业务）并提供相关业务咨询服务，由上海茂煌向公司推荐业务资源，协助促成相关业务。报告期内，上海茂煌向公司提供业务咨询服务的主要客户为韩华泰科（含韩华泰科通过天津吉恩思商贸有限公司采购的产品）。根据合同规定，上海茂煌按照客户销售回款的一定比例收取服务费。
灿勤科技 (688182.SH)	根据《销售代表聘用协议书》约定，销售佣金依据客户回款的一定比例计算。
新益昌 (688383.SH)	按每一次代理服务完成的设备销售回款的一定比例支付或者根据新益昌给予YS的结算价格与YS和终端客户协商的价格的差额结算。
志特新材 (300986.SZ)	根据与居间商签订的协议约定，居间费用按客户回款的一定比例计算。

因此，公司以销售回款为结算基础向推广服务商结算服务费用，与市场惯例相符。

4）推广服务费的计算过程：

单位：万元

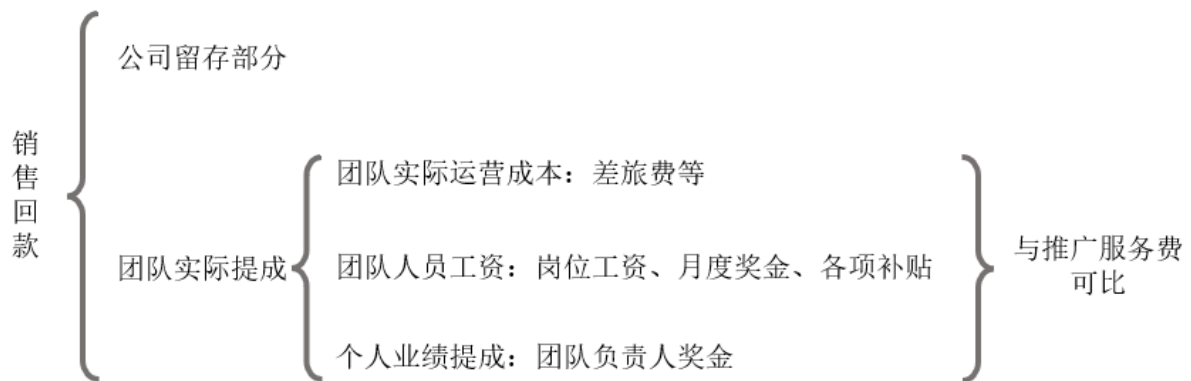
区域	项目	2021 年度	2020 年	2019 年	合计
广州	贡献的收入	50.12	490.97	1,460.08	2,001.17
	销售回款（A）	-	371.48	1,613.93	1,985.41
	协议服务费率（B）	-	45.00%	45.00%	45.00%
	扣除或奖励金额（C）	-	-0.03	-2.85	-2.88
	推广服务费（D=A*B+C）	-	167.13	723.42	890.55
	实际服务费率（D/A）	-	44.99%	44.82%	44.85%
成都	贡献的收入	2.09	426.64	615.04	1,043.77
	销售回款（A）	-	392.71	664.02	1,056.73
	协议服务费率（B）	-	45.00%	45.00%	45.00%
	扣除或奖励金额（C）	-	0.56	-1.00	-0.44
	推广服务费（D=A*B+C）	-	177.28	297.81	475.09
	实际服务费率（D/A）	-	45.14%	44.85%	44.96%
苏州	贡献的收入	4.21	43.28	68.84	116.34
	销售回款（A）	-	39.14	96.35	135.49

区域	项目	2021 年度	2020 年	2019 年	合计
	协议服务费率（B）	-	30.00%	30.00%	30.00%
	扣除或奖励金额（C）	-	0.00	-0.80	-0.80
	推广服务费（D=A*B+C）	-	11.74	28.11	39.85
	实际服务费率（D/A）	-	30.01%	29.17%	29.41%

（2）发行人销售人员薪酬体系、具体计算方法及过程

1）发行人销售人员薪酬体系

报告期内，公司为充分调动销售人员工作积极性，针对不同销售渠道、市场环境等，制定了差异化的薪酬激励方案。对于境内线下直销团队，公司主要采用团队承包制方式进行考核。在团队承包制的考核模式下，销售团队以每个考核周期所实现的销售回款为基础，按照阶梯式提成比例计提团队业绩提成。团队业绩提成主要用于支付团队实际运营成本、团队人员工资、个人业绩提成等，其中，团队实际运营成本包括销售团队开展业务所产生的差旅费等开支，团队人员工资包括岗位工资、月度奖金（限普通销售人员）及其他各项补贴，个人业绩提成为支付给团队负责人的奖金，等于团队业绩提成在扣除团队实际运营成本、团队人员工资等开支后剩余部分。团队承包制下销售人员薪酬体系简要示意图如下：



由上图可见，团队实际运营成本、团队人员工资、个人业绩提成之和构成团队实际提成部分，与推广服务费具有更好的可比性。

2）具体计算方法及过程

报告期内，发行人为充分调动销售人员工作积极性，针对不同销售区域、团队过往业绩等因素，制定了差异化的业绩考核指标及业绩提成方案，同时，为适应各年度市场环境的变化及公司营销战略的调整，同一销售团队在各年度的团队提成方案也有所变

化。为便于将推广服务费比例和发行人团队实际提成比例进行比较，增强相关指标的可比性，以下将对广州、成都、苏州区域销售人员离职前的团队实际提成及薪酬计算过程进行分析。此外，考虑到 2018-2019 年期间，公司通常以当年二季度至次年一季度为一个业绩考核周期，对采用团队承包制的销售团队进行业绩考核，而相关离职人员主要自 2018 年底开始离职创业，因此可比期间选取 2018 年 4 月至 12 月。

2018 年 4 月至 12 月期间，广州、成都、苏州区域销售团队的团队实际提成及人员薪酬的主要计算过程如下：

单位：万元

区域	项目	2018 年 4-12 月
广州	贡献的收入	1,035.25
	销售回款（A）	1,227.41
	实际团队提成比例（B）	41.90%
	实际团队提成（C=A*B）	514.30
	其中：实际团队运营成本（D）	103.46
	销售团队人员薪酬（E=C-D）	410.84
成都	贡献的收入	529.51
	销售回款（A）	609.02
	实际团队提成比例（B）	39.77%
	实际团队提成（C=A*B）	242.20
	其中：实际团队运营成本（D）	48.36
	销售团队人员薪酬（E=C-D）	193.84
苏州	贡献的收入	178.22
	销售回款（A）	210.73
	实际团队提成比例（B）	34.39%
	实际团队提成（C=A*B）	72.48
	其中：实际团队运营成本（D）	14.15
	销售团队人员薪酬（E=C-D）	58.33

（3）实现相同规模收入的费用比较情况及交易公允性分析

由于实现相同规模收入的费用情况随销售团队和销售期间不同而有所差异，为增强相关指标的可比性，以下将分别对比分析推广服务费与相关人员离职前在发行人领取费用情况，以及相近期间发行人总体销售人员在发行人领取的费用情况。

1) 实现相同规模收入情况下的费用比较情况

①推广服务费情况

报告期内，实现单位贡献收入时的推广服务费情况如下：

单位：万元

项目	贡献收入	推广服务费	实现单位贡献收入时的推广服务费
广州区域	2,001.17	890.55	0.45
成都区域	1,043.77	475.09	0.46
苏州区域	116.34	39.85	0.34
合计	3,161.27	1,405.50	0.44

②相关人员离职前在发行人对应团队实际提成情况

由于推广服务商负责人及主要销售骨干在加入推广服务商前曾在发行人任职，采用团队承包制的方式在广州、成都、苏州及其周边区域开展销售业务。因此，以下将选取该等销售人员离职前（2018年4月至12月）的团队实际提成情况进行对比分析。

该等销售人员离职前，实现单位贡献收入时的团队实际提成情况如下：

单位：万元

项目	贡献收入	团队实际提成	实现单位贡献收入时的团队实际提成
广州区域	1,035.25	514.30	0.50
成都区域	529.51	242.20	0.46
苏州区域	178.22	72.48	0.41
合计	1,742.99	828.98	0.48

③相近期间发行人总体销售人员团队实际提成情况

由于相关员工在2020年中自推广服务商离职并入职发行人，2020年推广服务费不在完整会计年度内发生，该期间可比性较弱。同时，由于推广服务费主要发生在2019年度，2019年为与推广服务费发生期间相对一致的销售期间，因此，以下将选取2019年发行人总体销售人员团队实际提成情况进行比较。此外，考虑到境内销售团队考核方式包括团队承包制在内的多种考核方式，各考核方式有所差异，因此，发行人总体销售人员团队实际提成情况仅统计2019年实行团队承包制的销售团队总体情况。

2019年实行团队承包制的销售团队中，实现单位贡献收入时的团队实际提成情况

如下：

单位：万元

项目	贡献收入	团队实际提成	实现单位贡献收入时的团队实际提成
实行团队承包制的销售团队	3,576.86	1,588.91	0.44

2) 实现同等销售回款情况下的费用比较情况

根据前述推广服务费及实际团队提成金额的计算方法及过程，推广服务费及实际团队提成金额均以销售回款为结算基础。由于各期增值税法定税率有所变动，以及应收账款催收情况有所差异等原因，因此各期销售收入与销售回款存在一定差异。

实现同等销售回款下推广服务费与实际团队提成的费用对比情况如下：

①推广服务费情况

报告期内，实现单位销售回款时的推广服务费情况如下：

单位：万元

项目	销售回款	推广服务费	实现单位销售回款时的推广服务费
广州区域	1,985.41	890.55	0.45
成都区域	1,056.73	475.09	0.45
苏州区域	135.49	39.85	0.29
合计	3,177.63	1,405.50	0.44

②相关人员离职前在发行人对应团队实际提成情况

相关销售人员离职前，实现单位销售回款时的团队实际提成情况如下：

单位：万元

项目	销售回款	团队实际提成	实现单位销售回款时的团队实际提成
广州区域	1,227.41	514.30	0.42
成都区域	609.02	242.20	0.40
苏州区域	210.73	72.48	0.34
合计	2,047.16	828.98	0.40

③相近期间发行人总体销售人员团队实际提成情况

2019 年实行团队承包制的销售团队中，实现单位销售回款时的团队实际提成情况如下：

单位：万元

项目	销售回款	团队实际提成	实现单位销售回款时的团队实际提成
实行团队承包制的销售团队	3,848.48	1,588.91	0.41

双方签署的营销服务协议中约定的推广服务费率（即单位销售回款下的推广服务费）系双方参考相关人员离职前的实际提成比例经协商后确定。

经对比，实现单位销售回款时的推广服务费和相关人员离职前在发行人领取团队实际提成、以及相近期间发行人总体销售人员团队实际提成不存在明显差异。其中，苏州地区相关费率低于广州、成都地区，主要是由于不同地区客户开发难度、区域市场竞争程度以及团队过往业绩有所差异，浩辰软件在苏州地区知名度较高，开发难度较小，公司结合前述情况及相关团队离职前的实际提成比例情况，与苏州地区推广服务商商谈确定了相对偏低的费率，导致推广服务费率略低，存在合理性。

综上，发行人采购销售推广服务的采购价格公允。

3、采购销售推广服务的必要性分析

发行人向该等十一家推广服务商采购销售推广服务，有利于充分利用该等推广服务商在当地的销售渠道及客户资源，提高公司在当地的销售服务能力及客户服务质量，维护区域客户资源，提升市场口碑。具体详见本题“一、（一）、2”的相关内容。

因此，发行人采购销售推广服务具有必要性。

（四）通过供应商发放员工业绩提成的原因及合理性，报告期内涉及金额、供应商及对应员工，并结合该等代付事项说明发行人是否实际控制上述推广服务商

2019-2020 年期间，公司向推广服务商支付的款项中，分别有 61.50 万元和 5.75 万元为 1 名公司员工通过推广服务商变相领取的个人业绩提成。推广服务商收到该等款项后，将款项最终支付给该名公司员工，具体情况及交易金额详见招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“四、公司内部控制的自我评估意见以及注册会计师的鉴证意见”之“（一）公司内控不规范及整改情况”之“2、员工通过费用报销形式变相领取个人业绩提成”以及招股说明书“第七节 公司治理与独立性”之“九、关联方、关联关系和关联交易”之“（三）关联交易”之“2、偶发性关联交易”之“（3）关联方代收代付款项”之“1）关联方代公司支付款项”。

1、通过供应商发放员工业绩提成的原因及合理性

在对推广服务商银行流水核查过程中，发现 1 名员工在 2020 年底前存在出于降低其个人所得税税负等原因考虑，通过推广服务商变相领取了员工个人业绩提成的情况。

针对前述事项，公司已将相关费用在财务上还原为相应期间职工薪酬，督促相关人员补缴了个人所得税。

根据国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务所于 2021 年 11 月 15 日出具的《说明》，上述事项已进行了个人所得税更正申报，并补缴了相关个人所得税；同时根据国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务所出具的《涉税信息查询结果告知书》，公司在 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日期间未发现有违法违规记录。

2、报告期内涉及金额、供应商及对应员工

2019-2020 年期间，公司向推广服务商支付的具体金额、公司名称、对应员工如下：

单位：万元

公司名称	涉及员工	2020 年	2019 年
成都博瑞志诚科技有限公司	胡勇志	5.75	61.50
合计		5.75	61.50

3、结合代付事项说明公司是否实际控制离职员工设立的十一家推广服务商

(1) 前述代付事项是 1 名员工为降低其个人税负而产生的，而非由公司推动产生。

如本题“一、（四）、1”中所述，前述代付事项是 1 名员工为降低其个人税负而产生的，而非由公司推动产生。

(2) 公司无法通过推广服务商公司章程、协议或其他安排以及股东会、董事会、监事会及经营管理对十一家推广服务商构成控制。

根据《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答（二）》问题 5 关于实际控制人认定的相关解答，“实际控制人是拥有公司控制权的主体。在确定公司控制权归属时，应当本着实事求是的原则，尊重企业的实际情况，以发行人自身的认定为主，由发行人股东予以确认。保荐机构、发行人律师应通过对公司章程、协议或其他安排以及发行人股东大会（股东出席会议情况、表决过程、审议结果、董事提名和任命等）、董事会（重大决策的提议和表决过程等）、监事会及发行人经营管理的实际运作情况的核查对实际控制人认定发表明确意见。”

根据该等推广服务商的工商档案、公司章程、股东会及董事会决议等资料，并经推广服务商相关负责人确认，公司未直接或间接持有推广服务商股份，无法通过实际支配推广服务商股份表决权决定推广服务商董事成员选任，未委派相关人员担任其高级管理人员或其他关键岗位人员，不参与推广服务商的实际经营管理及决策，因此公司无法对推广服务商构成控制。

综上所述，发行人无法实际控制上述推广服务商。

二、申报会计师核查情况

（一）对推广服务商及对应发行人离职员工银行流水的核查情况，推广服务商及上述人员是否与发行人及其关联方、客户、供应商等存在资金往来，是否存在异常情形

1、核查程序及情况

（1）关于推广服务商银行流水的核查

针对上述问题，申报会计师主要核查程序如下：

1）查阅了 11 家推广服务商的银行流水，通过检查交易对方名称等相关信息，分析推广服务商是否与发行人及其关联方、客户、供应商存在资金往来；

2）逐笔登记并分析了单笔交易金额在 1 万元²以上的大额资金交易情况，并针对其中不同的交易原因获取了如下支持性证据：

对于因收取推广服务费产生的资金流入，查阅了推广服务商与发行人之间的费用结算单、发行人支付推广服务费的财务记账凭证等；

对于因代收代付发行人款项而产生的资金流入，与发行人财务负责人及推广服务商负责人访谈了解了代收代付形成的原因，查阅了发行人员工以费用报销形式从推广服务商的领取薪酬记录、离职时尚未结清薪酬明细、代付房租的相关合同单据等；

对于因收到其他服务商款项而产生的资金流入，查阅了相关推广服务商员工在不同推广服务商主体之间的工作记录及工资表；

对于因支付员工薪酬而产生的资金流出，查阅了推广服务商员工工资明细表、财务

² 推广服务商资金支出包括员工薪酬、员工日常报销及其他运营开支，由于员工日常报销及其他运营开支通常具有单笔金额较小的特点，为更加全面、准确地反映推广服务商资金用途，故选取了 1 万元作为大额资金交易核查标准。

凭证等单据；

对于因支付员工日常报销而产生的资金流出，查阅了财务记账凭证、发票等单据；

对于因支付费用报销形式领取的薪酬而产生的资金流出，查阅了推广服务商从发行人代收款项的记录、相关员工领取款项后的最终用途等；

对于因支付其他服务商款项而产生的资金流出，查阅了相关推广服务商员工在不同推广服务商主体之间的工作记录及工资表；

对于因支付社保及生育津贴、租房相关费用、税费而产生的资金流出，查阅了相关财务凭证、交易对方户名等；

对于因其他原因产生的资金流入流出，向推广服务商相关负责人访谈了解了相关原因，并针对具体情况履行了相应核查程序。

经核查，报告期内推广服务商的大额资金交易均为银行转账方式，具体情况如下：

单位：万元

方向	交易原因	2021 年度	2020 年度	2019 年度
流入	推广服务费	-	544.08	772.80
	代收费用报销形式领取的薪酬	-	5.75	61.50
	代收离职时尚未结清薪酬	-	12.29	104.81
	收到其他服务商款项	-	-	56.14
	代收房租及押金款	-	13.40	-
	员工归还备用金	-	-	4.29
	国家生育津贴	-	3.04	-
	合计	-	578.56	999.55
流出	员工薪酬	-	461.36	549.45
	员工日常报销	-	26.76	102.84
	支付费用报销形式领取的薪酬	-	5.75	61.50
	支付其他服务商款项	-	-	56.14
	社保、生育津贴及税费	5.59	19.80	52.70
	租房相关费用	-	20.14	7.43
	员工备用金	-	-	8.87
	工商注册费用	-	-	2.22
	团建费	-	-	1.15

方向	交易原因	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	合计	5.59	533.82	842.29

注：收到其他服务商款项、支付其他服务商款项是指因推广服务商的部分员工曾先后在不同推广服务商任职，随着劳动关系转移至下一家推广服务商，上一家推广服务商尚未支付的薪酬会支付给下一家推广服务商，由下一家推广服务商向该等员工予以支付，由此导致不同推广服务商之间存在少量资金往来。

（2）关于对应发行人离职员工银行流水的核查

经查阅发行人及推广服务商员工花名册，报告期内推广服务商员工合计 85 人，相关人员任职路径如下：

序号	任职路径	任职路径说明	人数	截至 2021 年 12 月 31 日尚在发行人任职的销售人员人数
1	发行人-推广服务商-发行人	曾经在发行人任职，从发行人离职后加入推广服务商，之后又从推广服务商离职并入职发行人	32	23
2	发行人-推广服务商	曾经在发行人任职，从发行人离职后加入推广服务商，之后又从推广服务商离职并自行择业	13	-
3	推广服务商-发行人	由推广服务商自行对外招募，之后又从推广服务商离职并入职发行人	16	8
4	仅推广服务商	由推广服务商自行对外招募，之后又从推广服务商离职并自行择业	24	-
合计			85	31

1) 对截至 2021 年 12 月末尚在发行人任职且曾在推广服务商任职的人员银行流水核查情况

申报会计师查阅了截至 2021 年 12 月末在发行人任职且曾在推广服务商任职的主要销售人员的银行流水，核查人员共计 30 人（截至 2021 年末尚在职的 31 名销售人员中 1 名员工已于 2022 年 1 月离职，因而未能核查）。核查人数方面，被核查人员数量占推广服务商员工总人数 85 人的比例为 35.29%，占曾在推广服务商任职且 2021 年 12 月末尚在发行人任职员工人数 31 人的比例为 96.77%。岗位重要性方面，被核查人员已基本覆盖推广服务商负责人及主要销售骨干。销售回款贡献方面，报告期内被核查人员在推广服务商任职期间贡献销售回款占推广服务商贡献销售回款总额的比例为 64.45%。领取薪酬、报销款等方面，经查阅报告期内推广服务商单笔交易金额在 1 万元以上的资金交易明细表，被核查人员自推广服务商领取的薪酬、报销款等各项资金流入占推广服务商资金总流出的比例为 60.20%。

针对所获取的银行流水资料，逐笔登记并分析了单笔交易金额在 4 万元以上的资金

流入流出情况，就交易对象、交易原因等向当事人进行了核实确认。

2) 对第 1) 项中未覆盖的推广服务商员工银行流水的核查情况

对于第 1) 项中未覆盖的剩余 **55 名** 推广服务商员工的个人银行流水，申报会计师通过查阅发行人及其控股股东、实际控制人、董事（不含独立董事及外部董事）、监事（不含外部监事）、高级管理人员和关键岗位人员、以及推广服务商的银行流水，检查该等银行账户与第 1) 项中未覆盖的剩余 **55 名** 推广服务商员工是否存在异常资金往来。

3) 对推广服务商员工银行流水的核查结论

经核查，推广服务商员工在推广服务商任职期间，除离职初期从发行人领取离职前发行人尚未结清的在职期间薪酬及费用报销款外，已核查个人银行流水的 **30 名** 推广服务商员工不存在与发行人及其关联方、客户、供应商等的异常资金往来情况；其余 **55 名** 推广服务商员工不存在与发行人及其关联方的异常资金往来情况。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内推广服务商除与发行人存在已在招股说明书中披露的采购推广服务、代收代付款项等事项所涉资金往来外，不存在与发行人及其关联方、客户、供应商等的异常资金往来情况；

(2) 推广服务商员工在推广服务商任职期间，除离职初期从发行人领取离职前发行人尚未结清的在职期间薪酬及费用报销款外，已核查个人银行流水的 **30 名** 推广服务商员工不存在与发行人及其关联方、客户、供应商等的异常资金往来情况；其余 **55 名** 推广服务商员工不存在与发行人及其关联方的异常资金往来情况。

(二) 销售人员银行流水核查的选取标准，以 4 万元作为大额的依据，核查比例、取得核查证据是否支持核查结论

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师主要核查程序如下：

(1) 获取并查阅了公司主要销售人员的银行流水。核查范围为截至 **2021 年 12 月** 末在职的公司主要销售人员（含曾经离职开办推广服务商的离职人员），核查比例如下：

项目	核查人数（人）	总人数（人）	核查比例
曾在推广服务商任职的销售人员	30	31	96.77%
未在推广服务商任职的销售人员	25	227	11.01%
合计	55	258	21.32%

（2）逐笔登记并分析了单笔交易金额在 4 万元以上的资金流入流出情况，就交易对象、交易原因、是否存在向客户商业贿赂或代发行人承担成本等向当事人进行了核实确认。

销售人员银行流水核查以 4 万元作为大额的依据如下：

1）经查阅并对比其他上市公司或拟上市公司相关申报披露文件，相关公司对主要销售人员银行大额流水的核查标准通常为 4-5 万元左右，发行人选取 4 万元作为主要销售人员大额流水的核查标准与相关公司相比较为谨慎。

公司简称	销售人员流水大额标准
禾迈股份（688032.SH）	5 万元
创耀科技（688259.SH）	5 万元
新风光（688663.SH）	5 万元
粤万年青（301111.SZ）	4 万元
明冠新材（688560.SH）	4 万元

2）除单笔交易金额在 4 万元以上的交易外，对交易金额在 4 万元以下的交易进行了抽查，并对其中具有重要影响或存在异常的资金往来纳入了相关核查范围进行了详细核查。经核查，单笔交易金额在 4 万元以下的交易通常不具有重要影响或异常情形，相关风险较低。

综上，通过对比其他上市或拟上市公司相关申报披露文件，并结合发行人销售人员自身银行流水交易特征等，申报会计师选取 4 万元作为销售人员大额流水核查标准合理、审慎。

（3）针对大额资金交易的相关原因，申报会计师针对不同交易情形取得了相应核查证据对交易原因进行核实确认，相关核查证据包括但不限于当事人访谈记录、交易对手方访谈记录、奖金发放记录、微信聊天记录等资料。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，销售人员银行流水核查选取 4 万元作为核查标准合理、

审慎，销售人员核查人数为**55**人，占报告期末销售人员总数的**21.32%**，所取得的核查证据可以支持相关核查结论。

（三）对发行人与推广服务商之间的商务沟通记录、采购服务留痕证据的核查情况，对推广服务的真实性、公允性的核查论证过程及结论

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

（1）与公司销售负责人及推广服务商主要人员进行访谈，了解推广服务商开展销售推广活动及与发行人结算费用的具体流程及主要执行单据。

（2）针对推广服务商开展销售推广活动，抽取并查阅了推广服务商开展销售推广活动对应的销售合同、收货确认单、银行收款单、与客户的沟通记录等资料。

（3）针对推广服务商与发行人结算费用过程，获取并查阅了双方签署的营销服务合同、发行人记录的销售回款明细、推广服务费结算单、银行付款单等资料。

（4）针对推广服务费的公允性，与公司销售负责人及推广服务商主要人员访谈了解了推广服务费的定价依据及计算过程，以及发行人销售人员薪酬体系及计算过程，对比分析了推广服务费率与相关销售人员离职前实际团队提成比例等。

2、核查情况

（1）推广服务商开展销售推广活动的具体流程及主要执行单据

推广服务商发现潜在业务机会后，通过上门拜访、电话推销等方式对潜在客户开展营销活动。当客户决定采购发行人软件产品后，将客户推荐给发行人，完成合同签订。合同签订完成后，发行人及时向客户发货，并收取货款。发行人收取客户货款后，登记该笔业务收款信息及对应的推广服务商业务员姓名，用于期末与推广服务商结算服务费使用。

经查阅推广服务商开展销售推广活动所对应的销售合同、收货确认单、银行收款单等主要执行单据，查阅了相关销售人员与客户的沟通记录及发行人销售回款台账等资料，申报会计师认为，推广服务商提供软件产品销售推广服务具有真实性。

（2）推广服务商与发行人结算费用的具体流程及主要执行单据

推广服务商通常以季度为结算周期，对结算周期内推广服务商贡献的销售回款进行对账，同时确认当期推广服务费采购额，推广服务费采购金额经双方确认无误后由双方代表在结算单上签字。发行人根据结算单确认金额向推广服务商支付相应费用，并获取推广服务商开具的增值税发票。

经查阅推广服务商与发行人的费用结算单、付款凭证及发票，申报会计师认为，推广服务商与发行人结算的推广服务费具有真实性。

综上，推广服务商为发行人提供推广服务具有真实性。

（3）推广服务费公允性分析

推广服务费公允性具体论证过程详见本题“一、（三）、2”。

3、核查结论

经核查，申报会计师认为，推广服务商为发行人提供推广服务具有真实性、公允性。

（四）结合上述事项对推广服务费是否构成销售返利、推广服务商是否代发行人承担成本费用发表明确意见，并对发行人采购及付款的内部控制是否健全有效发表明确意见

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师主要核查程序如下：

（1）查阅了发行人与推广服务商签署的营销服务合同以及推广服务商贡献业务所对应的销售合同，并查阅了相关推广服务的主要执行单据；

（2）查阅了推广服务商及其主要人员的银行流水等资料；

（3）就推广服务费是否构成销售返利、推广服务商是否代发行人承担成本费用与发行人财务负责人、推广服务商主要负责人进行访谈确认；

（4）获取了发行人采购及付款相关内部控制制度，与发行人财务负责人、采购负责人进行访谈，了解发行人采购及付款业务流程，并对内部控制运行有效性进行测试。

2、核查情况

（1）推广服务费是否构成销售返利

销售返利通常是企业指根据与客户签署的销售合同、企业已公开宣布的政策、特定

声明或者以往的习惯做法等，基于客户采购情况而给予客户的现金或实物返利。

发行人向推广服务商支付的推广服务费，是基于推广服务商为发行人提供软件推广服务业务而支付的相关销售费用，相关款项未支付给发行人客户，因此不构成销售返利，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

(2) 推广服务商是否代发行人承担成本费用

经查阅推广服务商及其主要人员的银行流水等资料，报告期内推广服务商除与发行人存在已在招股说明书中披露的采购推广服务、代收代付款项等事项所涉资金往来外，不存在与发行人及其员工、关联方、客户、供应商等的异常资金往来情况，不存在代发行人承担成本费用的情况。

(3) 发行人采购及付款的内部控制

报告期内，发行人建立了《采购管理制度》《费用报销管理制度》《应付（预付）账款管理规定》《资金管理制度》等采购及付款相关的内部控制制度，通过上述制度实现了采购计划、采购执行、采购结算、采购付款等职责的分离，采购的计划和付款经过适当的授权审批流程控制，供应商的选择及评价有利于公司获得质优价廉的产品或服务。采购过程可控，业务数据和凭证处理规范，所采购产品或服务符合公司使用需求。截至报告期末，公司采购及付款相关内部控制制度健全，运行情况良好。

3、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 发行人向推广服务商支付的推广服务费不构成销售返利，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定；

(2) 推广服务商不存在代发行人承担成本费用的情况；

(3) 截至报告期末，公司采购及付款相关内部控制制度健全，运行情况良好。

5.2 关于其他销售费用

根据申报材料：(1)除推广服务费外销售费用主要包括薪酬支出和推广宣传费；(2)报告期内薪酬支出占销售费用比率分别为 76.26%、60.67%、71.69%和 77.63%，除 2019 年外均高于同行业可比公司均值，销售人员平均薪酬低于可比公司；(3)报告期内推广宣传费分别为 396.58 万元、883.90 万元、1,146.55 万元和 557.26 万元。

请发行人说明：（1）薪酬支出占销售费用比率总体高于可比公司平均值、人均薪酬低于可比公司的原因及合理性，发行人平均每销售人员贡献收入金额与可比公司的比较情况及合理性；（2）推广宣传费的具体构成、定价方式及公允性，报告期内金额变动原因及变动趋势是否与同行业可比公司一致。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）薪酬支出占销售费用比率总体高于可比公司平均值、人均薪酬低于可比公司的原因及合理性，发行人平均每销售人员贡献收入金额与可比公司的比较情况及合理性

报告期内，发行人及可比公司销售人员薪酬支出占销售费用的比率（以下简称“薪酬占比”）、销售人员人均薪酬、销售人员人均创收变化情况如下：

单位：万元

2021 年度			
项目	薪酬占比	人均薪酬	人均创收
中望软件	62.04%	33.29	124.36
金山办公	55.94%	43.86	370.00
盈建科	63.51%	44.95	175.51
广联达	68.85%	30.44	156.55
致远互联	71.54%	30.58	109.76
平均值	64.38%	36.62	187.24
发行人	77.51%	24.00	92.24
2020 年度			
项目	薪酬占比	人均薪酬	人均创收
中望软件	58.03%	30.44	131.82
金山办公	57.39%	44.12	360.03
盈建科	67.56%	41.68	166.02
广联达	72.13%	27.08	119.74
致远互联	78.01%	28.19	83.88
平均值	66.63%	34.30	172.30
发行人	71.69%	22.34	82.21

2019 年度			
项目	薪酬占比	人均薪酬	人均创收
中望软件	57.33%	31.00	131.54
金山办公	56.23%	41.51	338.23
盈建科	66.13%	44.42	169.93
广联达	73.22%	25.50	111.87
致远互联	72.80%	26.42	84.42
平均值	65.14%	33.77	167.20
发行人	60.67%	24.08	83.26

注 1：可比公司数据来自上市公司公开披露的定期报告、招股说明书、首发上市审核问询函回复等；

注 2：薪酬占比=销售费用薪酬支出/销售费用；

注 3：人均薪酬=销售费用薪酬支出/销售人员平均人数；

注 4：人均创收=销售收入/销售人员平均人数；发行人人均收入已剔除推广服务商贡献收入影响；

注 5：考虑到公开信息的可获取性，可比公司销售员工人数=（期初销售员工人数+期末销售员工人数）÷2；发行人销售员工人数为各月末平均人数；

注 6：金山办公于 2021 年度重新划分了专业构成类别，2021 年期末销售员工人数为销售人员及运营人员人数之和。

由上表所知，发行人薪酬占比除 2019 年外均高于可比公司平均水平，人均薪酬及人均创收低于可比公司，主要原因是由于发行人与同行业可比公司虽然均属于软件企业，但在产品结构、销售模式、公司规模等方面存在一定差异，导致相关财务指标有所差异，具体如下：

发行人是国内领先的研发设计类工业软件提供商，主要从事 CAD 相关软件的研发及推广销售业务，报告期内销售收入主要来自 CAD 软件业务收入等，通过在全国 9 个销售区域设立网点，在当地招聘营销人员，采用电话、E-mail、参与行业展会、广告推广以及拜访客户等方式向客户推广产品及服务。由于前述销售人员推广公司软件产品的业务积极性及力度对公司销售收入具有直接影响，因此前述人员的薪酬开支为报告期内公司销售费用的主要用途。同时，由于公司通过在相关销售区域已设立销售网点，有效降低了销售人员的出差需求，并通过有效的财务管理措施合理控制销售人员业务招待费等相关费用报销，减少了销售部门差旅费、业务招待费等相关支出，进一步提高了公司销售人员薪酬占比。在人均创收和人均薪酬方面，由于与同行业公司相比，报告期内公司重点开发中小客户市场，大客户市场布局较晚，效果还未显现，中小客户客单价相对偏低，导致人均创收相对较低，进而导致公司人均薪酬偏低。此外，同行业公司均为上市公司，公司规模高于发行人，进一步导致公司人均薪酬偏低。

因此，发行人薪酬占比、人均薪酬、人均创收与同行业可比公司存在差异主要是由

于发行人与同行业可比公司虽然均属于软件企业，但在产品结构、销售模式、公司规模等方面存在一定差异所致，差异原因具有合理性。

（二）推广宣传费的具体构成、定价方式及公允性，报告期内金额变动原因及变动趋势是否与同行业可比公司一致

1、推广宣传费的具体构成、定价方式及公允性

报告期内，推广宣传费的具体构成如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
广告推广费	1,084.30	989.89	795.69
会议费	43.37	54.10	34.83
展会费	60.25	79.28	22.10
材料制作费	7.16	0.95	4.08
其他	14.05	22.33	27.19
合计	1,209.13	1,146.55	883.90

（1）广告推广费

报告期内，广告推广费的主要供应商、采购内容、定价方式如下：

单位：万元

序号	供应商名称	采购内容	主要定价方式	交易金额		
				2021 年度	2020 年度	2019 年度
1	百度时代网络技术（北京）有限公司	线上广告推广	CPC	493.25	584.22	363.31
2	华为软件技术有限公司	线上广告推广	CPD	144.10	115.00	202.91
3	Google Asia Pacific Pte. Ltd.	线上广告推广	CPC、CPM	104.56	51.72	70.14
4	苏州慕名信息技术有限公司	线上广告推广	CPC	67.53	53.63	29.24
5	北京中商讯信息科技有限公司	线上广告推广	根据供应商市场报价并经协商确定	15.12	28.70	18.07
合计				824.57	833.27	683.66

注：苏州慕名信息技术有限公司为奇虎公司提供的 360 推广和聚效推广服务在苏州等地区的唯一授权总代理商；北京中商讯信息科技有限公司主要从事企业互联网形象管理业务，拥有国内外众多知名媒体合作资源，为发行人提供网络媒体宣传稿件撰写及发布等服务。

广告推广费主要为支付给百度、华为、谷歌等知名互联网平台的线上广告推广费用，定价方式系根据互联网平台提供的推广数据按照 CPC（按点击量计费）、CPD（按下载

量计费）、CPM（按每千人展示量计费）等行业常见结算方式进行结算。除此之外，广告推广费还包括少部分向杂志社等线下广告推广商支付的广告推广费用，定价方式系根据线下广告推广商公开市场报价确定。广告推广费定价方式合理，具有公允性。

（2）会议费

会议费主要为参加行业技术交流会或召开产品发布会所产生的会议费用，定价方式系根据会议举办方提供的报价单等为依据确定，定价方式合理，交易价格公允。

（3）展会费

展会费为参加各项行业展览会所产生的展会参会费、展台搭建费等相关费用，定价方式系根据展会举办方、展台施工方提供的报价单等为依据确定，定价方式合理，具有公允性。

（4）材料制作费

材料制作费为公司各项纸质、视频等宣传材料的制作费用，定价方式系根据材料制作方的市场公开报价为依据确定，定价方式合理，交易价格公允。

（5）其他

其他费用主要为短信推送费用等为与宣传推广相关的零星开支，定价方式系根据材料制作方的市场公开报价为依据确定，定价方式合理，具有公允性。

2、报告期内金额变动原因及变动趋势是否与同行业可比公司一致

报告期内，发行人与同行业可比公司推广宣传费对比如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件	4,100.29	2,306.09	1,913.87
金山办公	19,629.95	12,938.19	9,760.13
盈建科	699.23	110.16	297.78
广联达	10,764.31	5,888.45	5,866.53
致远互联	3,966.31	2,535.74	2,504.63
平均值	7,832.02	4,755.73	4,068.59
发行人	1,209.13	1,146.55	883.90

注 1：数据来源为可比公司公开披露的招股说明书、定期报告等文件；

注 2：中望软件可比数据为其销售费用中的业务推广服务费；金山办公可比数据为其销售费用中的宣传推广费用；

盈建科可比数据为其销售费用中复印印刷费、会议费、广告费之和；广联达可比数据为其销售费用中广告及业务宣传费；致远互联可比数据为其销售费用中市场活动、会议费之和。

报告期内，公司推广宣传费金额分别为 883.90 万元、1,146.55 万元和 **1,209.13 万元**，呈现增长趋势。公司推广宣传费增加主要原因为**报告期内**公司为进一步提升品牌知名度及市场影响力，增加了广告投放力度，导致广告推广费用有所增加，进而推广宣传费相应增加。

报告期内，同行业可比公司的推广宣传费用整体呈现增长趋势，公司推广宣传费变动趋势与可比公司基本一致。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师主要核查程序如下：

- 1、获取并查阅了发行人薪酬明细表、推广宣传费明细表等相关资料；
- 2、查阅了可比公司的招股说明书、定期报告等公开披露文件；
- 3、复核了发行人销售人员薪酬支出占销售费用的比率、销售人员人均薪酬、销售人员人均创收的计算过程，并与可比公司相关指标对比，分析相关指标变化原因的合理性；
- 4、抽取查阅了主要推广宣传费的记账凭证、交易合同、发票、付款单据等资料，查阅了相关交易的报价单并分析交易公允性；
- 5、与发行人财务负责人就相关薪酬指标与可比公司差异原因、推广宣传费具体构成及定价依据情况等进行访谈了解。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人薪酬占比、人均薪酬、人均创收与可比公司存在差异主要是由于发行人与同行业可比公司虽然均属于软件企业，但在产品结构、销售模式、公司规模等方面存在一定差异，差异原因具有合理性；
- 2、报告期内发行人推广宣传费主要由广告推广费、会议费、展会费、材料制作费及其他开支构成，定价方式合理，具有公允性。

6.关于经销

6.1 关于经销模式

根据申报材料：（1）发行人采用直销和经销相结合的销售模式，报告期内经销收入占主营业务收入比例分别为 31.39%、39.44%、39.99%和 38.01%，少数经销商专门销售发行人产品；（2）境内少量采用经销模式，经销收入金额分别为 242.27 万元、375.79 万元、828.79 万元和 692.99 万元，经销商数量迅速增加且变动较大，留存率分别为 59.09%、64.06%、55.22%和 87.50%；（3）境外主要采用经销模式，经销收入金额分别为 3,227.31 万元、5,521.90 万元、6,456.55 万元和 3,404.88 万元。

请发行人说明：（1）直销模式和经销模式下的销售价格、销售毛利与毛利率，与同行业可比公司是否存在差异及原因，境内和境外经销销售价格、毛利率是否存在差异及原因；（2）专门销售发行人产品经销商的基本情况及其原因，销售的发行人产品内容、金额及占比；（3）境内、境外主要经销商的基本情况、开始合作时间、销售收入及毛利占比，报告期各期新增、退出经销商销售收入和毛利占比；单个境内经销商的平均收入金额变动情况，报告期内留存率较低的原因及合理性，是否符合行业惯例；（4）经销商折扣和返利的相关内控制度和会计处理，返利政策及其变化情况，返利占经销收入比例；（5）报告期内主要经销商的主要终端客户名称及终端销售实现情况，经销商及终端客户与发行人及其关联方之间有无关联关系或其他利益安排，是否存在非经营性资金往来；（6）2019 年度境外经销收入金额大幅增加的原因，报告期内申报出口免征增值税的销售收入与境外收入的匹配性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并说明对经销收入及终端客户的核查情况，包括核查方法、核查比例、样本选取方法等，以及对经销商期末库存及期后销售的核查情况，并对经销收入的真实性发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

(一) 直销模式和经销模式下的销售价格、销售毛利与毛利率，与同行业可比公司是否存在差异及原因，境内和境外经销销售价格、毛利率是否存在差异及原因

1、直销模式和经销模式下的销售价格、销售毛利与毛利率，与同行业可比公司是否存在差异及原因

公司是国内领先的研发设计类工业软件提供商，基于多年 CAD 核心技术积累、产品创新能力以及行业经验，发展出 CAD 软件业务、CAD 云化业务、互联网广告推广业务及其他业务。根据各业务所涉产品种类、授权方式等不同，CAD 软件业务又可进一步细分为 2D CAD 业务、3D CAD 业务、其他相关软件业务等。由于各细分业务板块的盈利模式、产品种类、授权方式等存在差异，因此具体细分业务板块下的销售价格、销售毛利、毛利率情况亦有所不同。

单位：万元

项目					2021 年		2020 年		2019 年	
					金额	占比	金额	占比	金额	占比
CAD 软件业务	2D CAD	永久授权	新购	数 量 授 权	11, 684. 45	50. 29%	9,240.19	50.71%	8,044.85	53.80%
				场 地 授 权	2, 925. 70	12. 59%	3,290.09	18.06%	3,897.86	26.07%
			升级		1, 817. 04	7. 82%	1,542.61	8.47%	846.89	5.66%
		订阅		268. 80	1. 16%	517.32	2.84%	235.44	1.57%	
	3D CAD		1, 954. 67	8. 41%	620.07	3.40%	-	-		
	其他相关软件		10. 69	0. 05%	14.01	0.08%	12.32	0.08%		
CAD 云化业务					1, 129. 69	4. 86%	436.29	2.39%	269.23	1.80%
互联网广告推广业务					3, 116. 54	13. 41%	2,216.71	12.17%	1,139.65	7.62%
其他					327. 86	1. 41%	342.71	1.88%	506.97	3.39%
合计					23, 235. 45	100. 00%	18,220.00	100.00%	14,953.22	100.00%

报告期内，公司 CAD 软件业务中的 2D CAD 永久授权业务收入与互联网广告推广业务收入之和分别为 13,929.26 万元、16,289.60 万元和 **19,543.74 万元**，占主营业务收入的比例分别为 93.15%、89.41%和 **84.11%**，为公司主要的收入贡献来源，因此下文将对该等细分业务板块进行重点分析。

(1) CAD 软件业务

1) 2D CAD 新购数量授权

报告期内，2D CAD 软件数量授权业务销售收入金额分别为 8,044.85 万元、9,240.19 万元和 **11,684.45 万元**，占主营业务收入的比例分别为 53.80%、50.71%和 **50.29%**，为报告期内最主要的收入来源。

报告期内，2D CAD 软件数量授权业务的直销及经销销售价格、销售毛利、毛利率如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格（元/套）	直销	3,244.36	3,120.60	3,571.89
	经销	1,046.95	1,125.40	1,182.80
毛利（万元）	直销	5,415.26	3,376.76	2,882.61
	经销	6,039.51	5,728.06	5,039.33
毛利率	直销	97.62%	98.23%	98.17%
	经销	98.41%	98.72%	98.65%

① 销售价格

报告期内，直销模式销售价格分别为 3,571.89 元/套、3,120.60 元/套和 **3,244.36 元/套**，销售价格略有波动，主要是由于公司根据市场需求情况采取了灵活且富有竞争力的定价策略所致。2020 年度，随着新冠疫情爆发，公司日常业务拓展活动受到一定不利影响，为促进软件产品销售，公司在 2020 年度相应降低了直销价格。2021 年度，随着国内新冠疫情逐步得到控制，公司销售推广活动逐步回归正常，直销价格有所回升。

报告期内，经销模式销售价格分别为 1,182.80 元/套、1,125.40 元/套和 **1,046.95 元/套**，销售价格有所**下降**，且基本维持在直销价格 30%-40%水平之间，主要是由于经销模式下软件产品的销售推广通常由经销商负责，为激励经销商销售公司产品，公司通常会给予经销商较低的价格折扣。同时，考虑到经销模式下销售定价已相对较低，且与经销商合作整体较为稳定，因此经销模式下定价基本稳定，仅基于为应对市场竞争及扩大市场份额考虑，在报告期内给予经销商的销售价格有略微下调。此外，公司经销模式下以境外销售为主，而境外销售通常以外币结算，受 2020 年下半年以来人民币汇率升值影响，经销价格也有所下降。

②销售毛利

报告期内，直销模式下销售毛利为 2,882.61 万元、3,376.76 万元和 **5,415.26 万元**，经销模式下销售毛利为 5,039.33 万元、5,728.06 万元和 **6,039.51 万元**，直销及经销模式下销售毛利均有所增长，主要原因是由于随着报告期内销售数量的持续增加，公司 2D CAD 数量授权业务销售收入稳步增长。

③销售毛利率

报告期内，直销模式下销售毛利率分别为 98.17%、98.23%和 **97.62%**，经销模式下销售毛利率分别为 98.65%、98.72%和 **98.41%**，整体处于较高水平，除 **2021 年度**直销模式下销售毛利率略有下降外，其余年度基本保持稳定。公司销售毛利率维持较高水平，主要是由于公司主要产品浩辰 CAD 软件为标准化软件产品，其生产过程较为简单，生产成本仅包括单价较低的外购加密锁、包装物、光盘等材料成本以及少量的生产及发货人员薪酬、当期外部授权费用等，销售边际成本较低，因此毛利率通常较高，与行业惯例相符。**2021 年度**，直销模式下销售毛利率略有下降，主要是由于公司本期增加了国内生产及发货人员的薪资待遇导致。

④与同行业可比公司的比较分析

发行人同行业可比公司中，中望软件主要从事 CAD/CAM/CAE 等研发设计类工业软件的研发、推广与销售业务，产品及收入结构与公司更加接近；金山办公、盈建科、广联达、致远互联因产品及收入结构与公司有所差异，在销售价格等指标方面与公司数据可比性较弱。

A.销售价格的比较分析

单位：元/套

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件 (2D CAD 数量授权中的企业 板块产品)	直销	未披露	未披露	3,096.37
	经销	未披露	未披露	1,401.09
金山办公	直销	主要产品为办公软件，与公司销售价格可比性较弱；同时，根据其公开披露文件， 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-3 月 期间，金山办公产品使用授权业务中，同版本、同行业的软件价格，经销商提货均价均低于其直销均价		
	经销			
盈建科	直销	主要产品为建筑结构设计和 BIM 相关软件产品，与公司销售价格可比性较弱		
	经销			

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
广联达 (数字造价业务)	直销	其数字造价业务板块正在推进云转型，且产品类型与公司存在差异，销售价格可比性较弱		
	经销			
致远互联	直销	主要产品为协同管理软件，与公司销售价格可比性较弱		
	经销			
浩辰软件 (2D CAD 新购数量授权业务)	直销	3,244.36	3,120.60	3,571.89
	经销	1,046.95	1,125.40	1,182.80

注 1：数据来源为同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开披露文件；

注 2：中望软件 2D CAD 企业板块产品包括中望 CAD 平台软件及基于中望 CAD 二次开发的专业软件。

2019 年，公司 2D CAD 软件数量授权业务中直销价格略高于中望软件，经销价格略低于中望软件，主要是由于软件产品销售价格通常受到产品品质、市场及品牌影响力、竞争态势等多重因素影响，发行人及同行业可比公司通常会参考前述因素制定适合自身的销售定价政策，且统计口径可能略有不同，因而销售价格也会相应有所差异。

B.销售毛利及毛利率的比较分析

由于同行业可比公司未持续披露报告期内 2D CAD 新购数量授权业务板块的销售毛利、毛利率情况，因此无法直接与同行业可比公司对比该具体细分业务板块相关数据。公司 2D CAD 软件业务整体毛利、毛利率与同行业可比公司的对比分析详见本题“一、（一）、1、（1）、4”的相关内容。

2) 2D CAD 新购场地授权

报告期内，2D CAD 软件场地授权业务销售收入金额分别为 3,897.86 万元、3,290.09 万元和 **2,925.70 万元**，占主营业务收入的比例分别为 26.07%、18.06%和 **12.59%**，为报告期内第二大收入来源。

报告期内，2D CAD 软件场地授权业务的直销和经销销售价格、销售毛利、毛利率如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格（万元/家）	直销	6.69	6.53	6.23
	经销	14.68	103.02	5.10
毛利（万元）	直销	2,812.28	3,025.73	3,821.25
	经销	43.48	205.79	4.98
毛利率	直销	97.59%	98.11%	98.16%

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
	经销	98.75%	99.88%	97.76%

① 销售价格

对于软件需求数量较多的用户，公司可以采用场地授权方式。公司授予此类用户在其经营场所不限装机数量或约定最大装机数量使用某一版本软件的权利，针对整个场地收取授权使用费用。对于场地授权业务，包括浩辰软件、中望软件在内的企业通常会根据客户个体差异，如客户业务规模、所处行业、员工人数等因素并结合具体谈判结果确定，因而在不同客户之间的销售价格会存在较大差异。

2020 年度，经销模式场地授权单价为 103.02 万元/家，价格较高，原因是由于当年公司经销商北京新航世纪科技有限公司的终端客户中国铁建股份有限公司采购了场地授权软件，由于中国铁建股份有限公司业务规模较大、员工人数较多，对公司 CAD 软件产品的使用需求量较大，因此该笔交易中公司给予北京新航世纪科技有限公司的经销价格较高。同时，2020 年经销模式下场地授权数量较少，导致北京新航世纪科技有限公司的销售价格整体拉高了当年平均交易价格。

2021 年度，经销模式场地授权单价为 14.68 万元/家，价格较高，原因是由于当期经销模式下场地授权家数较少，同时终端客户开山集团股份有限公司（300257.SZ）对公司 CAD 软件产品使用需求量较大，交易定价较高，因此本期交易均价相对较高。

②销售毛利

报告期内，直销模式下销售毛利为 3,821.25 万元、3,025.73 万元和 **2,812.28 万元**，整体呈现下降趋势，是由于报告期内公司调整销售策略，逐渐收紧了场地授权业务，从而使得场地授权客户数量下降，场地授权业务收入规模及销售毛利有所下降。

报告期内，经销模式下销售毛利为 4.98 万元、205.79 万元和 **43.48 万元**，存在一定波动，主要是由于报告期内经销模式下场地授权数量较少，且每家场地授权的销售价格相差较大，导致报告期内销售毛利有所波动。

③销售毛利率

报告期内，直销模式下销售毛利率分别为 98.16%、98.11%和 **97.59%**，经销模式下销售毛利率分别为 97.76%、99.88%和 **98.75%**，整体处于较高水平，与同行业高毛利率的特征相符。

④与同行业可比公司的比较分析

同行业可比公司中，中望软件、金山办公存在场地授权业务，广联达、盈建科、致远互联未披露其存在场地授权业务，因此，以下仅对中望软件、金山办公场地授权业务进行对比分析。

A.销售价格的比较分析

单位：万元/家

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件 (场地授权业务)	直销	未披露	未披露	27.38
	经销	未披露	未披露	17.47
金山办公 (场地授权业务)	直销	2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-3 月期间，场地授权的价格一般不少于一万元。		
	经销			
浩辰软件 (2D CAD 新购场地授权业务)	直销	6.69	6.53	6.23
	经销	14.68	103.02	5.10

注：数据来源为同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开披露文件。

2019 年，公司 2D CAD 软件场地授权业务中销售单价整体低于中望软件，主要原因是公司为提升市场占有率采用差异化销售策略，降低了场地授权标准，提供面向中小企业的场地授权，导致公司场地授权家数较多，平均单价较小。

B.销售毛利及毛利率的比较分析

由于同行业可比公司未持续披露报告期内 2D CAD 新购场地授权业务板块的销售毛利、毛利率情况，因此无法直接与同行业可比公司对比该具体细分业务板块相关数据。公司 2D CAD 软件业务整体毛利、毛利率与同行业可比公司的对比分析详见本题“一、（一）、1、（1）、4”的相关内容。

3) 2D CAD 软件升级授权

报告期内，2D CAD 软件升级授权的销售收入金额分别为 846.89 万元、1,542.61 万元和 1,817.04 万元，占主营业务收入的比例分别为 5.66%、8.47%和 7.82%。

报告期内，2D CAD 软件升级授权的直销及经销销售价格、销售毛利、毛利率如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格-数量授权 升级 (元/套)	直销	706.91	846.23	788.03
	经销	428.85	470.79	494.96

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格-场地授权 升级 (万元/家)	直销	2.25	1.39	1.69
	经销	44.46	1.33	3.23
毛利 (万元)	直销	640.85	615.49	221.65
	经销	1,142.88	904.46	612.76
毛利率	直销	97.63%	98.23%	98.18%
	经销	98.47%	98.74%	98.65%

① 销售价格

公司升级授权服务根据原软件版本授权模式的不同,可以分为对数量授权软件的升级服务和对场地授权软件的升级服务,定价方式为参考原新购合同中软件销售价格的一定比例并基于双方的商务谈判而最终确定。由于各期升级授权合同所对应的原新购合同中的交易价格会根据其具体新购授权方式(数量授权、场地授权)、签署年份等因素不同而有所差异,导致报告期内升级授权销售价格有所不同。

在对数量授权软件的升级服务方面,报告期内直销授权均价为 788.03 元/套、846.23 元/套和 706.91 元/套,交易价格受原新购授权合同中的交易价格、签署年份等因素不同而有所差异。报告期内经销授权均价为 494.96 元/套、470.79 元/套和 428.85 元/套,交易价格整体处于下降趋势,主要是受公司对日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.交易价格影响所致,具体如下:

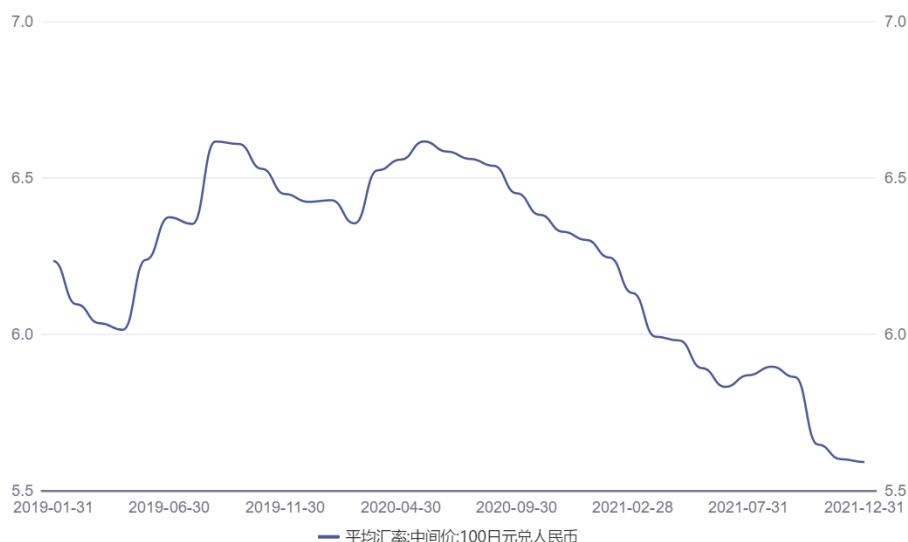
A.日本 CAD 市场是亚洲主要的 CAD 市场之一,为了更好地提升公司在日本市场的占有率,公司给予了日本经销商相对较为优惠的升级授权价格。报告期内,随着公司软件产品在日本市场认可度增加,日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.对公司升级服务的采购量相应增加,公司对 System Metrix Co.,Ltd.升级授权销售金额占公司各期经销升级授权总金额的比例分别为 40.60%、48.04%和 43.66%,其中 2020 年度占比提升较为显著,导致结构性降低了公司当期经销升级授权均价。

B.公司对 System Metrix Co.,Ltd.升级授权销售价格系参考其对外销售价格为依据确定,由于报告期内 System Metrix Co.,Ltd.对外销售的软件升级服务中,售价较低的软件版本的销售占比提升较快,导致其升级服务的平均对外销售价格有所降低,进而公司对其升级服务的经销价格相应有所降低,进一步拉低了报告期内经销升级授权均价。

C.报告期内,公司与日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.以日元币种进行结算,

受 2020 年下半年以来日元兑人民币持续贬值影响，2021 年度公司向 System Metrix Co., Ltd. 的销售均价同比有所下降。

平均汇率:中间价:100日元兑人民币



数据来源: 同花顺iFinD

在对场地授权软件的升级服务方面，报告期内直销授权均价为 1.69 万元/家、1.39 万元/家和 **2.25 万元/家**，经销授权均价为 3.23 万元/家、1.33 万元/家和 **44.46 万元/家**，交易价格存在一定波动，主要原因是由于报告期内场地授权软件的升级数量相对较少，且原新购授权合同中的交易价格根据客户个体差异而存在较大差异，导致报告期内升级授权均价容易受到个别客户升级销售价格的影响而产生波动。具体而言，2019 年经销升级授权均价为 3.23 万元/家，是河南省城乡建筑设计院有限公司通过经销商采购了公司软件升级授权服务，因该客户规模较大、员工较多，对软件需求使用量较大，因此公司与其商谈了较高的销售价格，进而导致当年销售均价较高。**2021 年度经销升级授权均价为 44.46 万元/家**，主要是由于 2020 年公司通过经销商向终端客户中国铁建股份有限公司销售的软件产品交易金额较高，且约定了免费升级服务，因而在 2021 年度免费升级服务条款履约完成时确认的升级交易金额较高，进而推高了当期经销升级授权整体均价。

②销售毛利

报告期内，直销模式下销售毛利为 221.65 万元、615.49 万元和 **640.85 万元**，经销模式下销售毛利为 612.76 万元、904.46 万元和 **1,142.88 万元**，均呈现增长趋势，这主

要是由于一方面随着公司 2D CAD 软件用户规模持续扩大以及软件升级迭代质量不断提高，用户选择升级的需求和意愿增强；另一方面，自 2020 年 1 月起实行新收入准则，将免费升级服务识别为单项履约义务进行单独确认，作为升级授权收入核算。

③销售毛利率

报告期内，直销模式下销售毛利率分别为 98.18%、98.23%和 **97.63%**，经销模式下销售毛利率分别为 98.65%、98.74%和 **98.47%**，整体处于较高水平，与同行业高毛利率的特征相符。

④与同行业可比公司的比较分析

A.销售价格的比较分析

同行业可比公司未单独披露其软件产品的升级服务销售均价情况，因此无法直接与同行业可比公司对比该具体细分业务板块相关数据。

B.销售毛利及毛利率的比较分析

由于同行业可比公司未持续披露报告期内 2D CAD 升级授权板块的销售毛利、毛利率情况，因此无法直接与同行业可比公司对比该具体细分业务板块相关数据。公司 2D CAD 软件业务整体毛利、毛利率与同行业可比公司的对比分析详见本题“一、（一）、1、（1）、4）”的相关内容。

4）公司 2D CAD 软件业务整体毛利、毛利率与同行业可比公司的比较分析

公司 2D CAD 软件业务整体毛利、毛利率与同行业可比公司对比情况如下：

①销售毛利的比较分析

单位：万元

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件 (自产软件业务)		58,127.17	44,824.10	34,608.20
金山办公 (主营业务)		285,070.46	198,283.70	135,176.16
盈建科 (软件销售业务)		14,693.24	11,209.01	13,988.47
广联达 (数字造价业务)		352,016.07	262,806.27	230,328.61
致远互联 (协同管理软件)		64,787.72	50,388.86	46,513.53
浩辰软件	直销	9,057.05	7,428.76	7,072.09

(2D CAD 软件业务)	经销	7,300.34	6,936.25	5,742.07
---------------	----	----------	----------	----------

注 1：数据来源为同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开披露文件；

注 2：金山办公于 2021 年度重新划分了产品类型及收入分类口径，因此上表选取金山办公主营业务进行对比分析。

报告期内，公司及同行业可比公司销售毛利整体呈现增长趋势，主要是由于中美贸易摩擦的外部环境风险和国内政策利好双重因素驱动工业软件国产化替代进程加速，同时随着国内对软件知识产权保护力度不断加强，软件正版化趋势明显，国内工业软件市场需求快速增长所致。

公司销售毛利小于同行业可比公司，主要是由于公司规模有所不同，以及浩辰软件销售毛利仅为 2D CAD 软件业务的毛利，而同行业可比公司因未披露具体业务板块而使用其全部软件相关销售毛利，统计口径有所差异所致。

②销售毛利率的比较分析

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件 (自产软件业务)		99.64%	99.73%	99.70%
金山办公 (主营业务)		86.92%	87.71%	85.59%
盈建科 (软件销售业务)		96.37%	99.01%	99.15%
广联达 (数字造价业务)		92.31%	94.17%	93.95%
致远互联 (协同管理软件)		70.55%	74.96%	74.65%
浩辰软件 (2D CAD 软件业务)	直销	97.61%	98.23%	98.17%
	经销	98.42%	98.71%	98.65%

报告期内，浩辰软件 2D CAD 软件业务毛利率与同行业可比公司（除致远互联外）均处于较高水平，符合同行业高毛利率的特征，具有合理性。

(2) 互联网广告推广业务

报告期内，互联网广告推广业务销售收入金额分别为 1,139.65 万元、2,216.71 万元和 3,116.54 万元，占主营业务收入的比例分别为 7.62%、12.17%和 13.41%，为报告期内重要的利润增长点。

报告期内，互联网广告推广业务均为直销模式，其销售毛利、毛利率如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

毛利（万元）	2,685.23	1,827.66	789.64
毛利率	86.16%	82.45%	69.29%

1) 销售毛利

报告期内，互联网广告推广业务销售毛利分别为 789.64 万元、1,827.66 万元和 **2,685.23 万元**。受益于报告期内互联网广告推广业务销售收入快速增长，销售毛利同步实现了较快增长。报告期内互联网广告推广业务销售收入增长的具体原因分析详见本回复“问题 3.2、一、（三）”。

2) 销售毛利率

报告期内，互联网广告推广业务销售毛利率分别为 69.29%、82.45%和 **86.16%**，呈现增长趋势，主要是由于随着浩辰 CAD 看图王活跃用户规模不断扩大，互联网广告推广业务收入增速较快，但相关成本主要由运营人员薪酬、云服务等构成，成本弹性相对较低，从而使得互联网广告推广业务毛利率加快增长。

3) 与同行业可比公司的比较分析

同行业可比公司中，金山办公存在互联网广告推广业务，中望软件、广联达、盈建科、致远互联未披露其存在互联网广告推广业务，因此，以下仅对金山办公互联网广告推广业务进行对比分析。

① 销售毛利的比较分析

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
金山办公	28,986.30	27,226.74	31,985.36
浩辰软件 (互联网广告推广业务)	2,685.23	1,827.66	789.64

注 1：数据来源为同行业可比公司招股说明书、定期报告等公开披露文件；

注 2：2019-2020 年金山办公销售毛利数据为其互联网广告服务板块销售毛利，2021 年金山办公重新划分了产品类型及收入分类口径，相关数据为其互联网广告服务及其他业务销售毛利。

浩辰软件互联网广告推广业务销售毛利低于同行业可比公司金山办公，主要原因是金山办公的公司规模、活跃用户数量显著高于公司所致。

② 销售毛利率的比较分析

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
金山办公	71.46%	78.00%	79.16%

浩辰软件 (互联网广告推广业务)	86.16%	82.45%	69.29%
---------------------	--------	--------	--------

注：2019-2020 年金山办公销售毛利数据为其互联网广告推广服务板块销售毛利率，2021 年金山办公重新划分了产品类型及收入分类口径，相关数据为其互联网广告推广服务及其他业务销售毛利率。

2019 年，公司互联网广告推广业务毛利率低于金山办公，是因为 2019 年公司互联网广告推广业务收入较低，规模效应尚未得到显现，导致毛利率较低。2020 年起，随着公司互联网广告推广业务收入增加，销售毛利率持续提高，超过了金山办公。金山办公由于其软件对服务器需求较大，导致其互联网广告推广服务中 IDC 服务器租赁及 CDN 宽带服务的成本开支较大，进而 2020 年-2021 年在互联网广告推广服务收入高于公司的情况下，销售毛利率低于公司。

除前述 CAD 软件业务中的 2D CAD 永久授权业务与互联网广告推广业务外，发行人其他细分业务类型还包括 CAD 云化业务、3D CAD 软件业务等，该等业务交易金额较小，目前尚处于起步阶段。

2、境内和境外经销销售价格、毛利率是否存在差异及原因

(1) CAD 软件业务

1) 2D CAD 新购数量授权

公司 2D CAD 新购数量授权业务中，境内主要以直销模式为主，境外主要以经销模式为主，因此经销模式下境外销售收入为主要来源。报告期内，2D CAD 新购数量授权经销模式下境外销售收入占比分别为 93.53%、93.25%和 83.78%。

报告期内，2D CAD 新购数量授权经销模式下，境内及境外销售价格、毛利率对比如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格 (元/套)	境内	1,653.75	1,628.02	1,364.93
	境外	977.50	1,100.78	1,171.98
毛利率	境内	97.61%	98.22%	98.16%
	境外	98.57%	98.75%	98.68%

报告期内，境内销售价格分别为 1,364.93 元/套、1,628.02 元/套和 1,653.75 元/套，境外销售价格分别为 1,171.98 元/套、1,100.78 元/套和 977.50 元/套，境内销售价格整体高于境外销售价格，主要原因一方面是由于公司在境内市场宣传推广投入大，境外市场推广工作主要由经销商承担，因而公司给予境内经销商定价高于境外经销商；另一方

面，由于境外经销商与公司合作更加稳定，且采购量较大，因而公司给予境外经销商价格更加优惠。

2019 年度，公司境内销售价格略低于其余期间，主要是由于境内经销数量相对较少的情况下，2019 年公司经销商的终端客户中国铁建股份有限公司、国网福建省电力有限公司福州供电公司采购了公司软件产品，由于该等客户采购数量较大，因此公司给予了较为优惠的价格，进而拉低了当年销售均价所致。

报告期内，公司境外销售价格有所下降，主要是由于公司为应对市场竞争及扩大市场份额在报告期内给予境外经销商的销售价格有略微下调，以及受 2020 年下半年以来人民币汇率升值影响经销价格有所下降所致。

2) 2D CAD 新购场地授权

报告期内，公司场地授权均为境内销售，境内销售价格、销售毛利率情况详见本题“一、（一）、1、（1）、2）”的相关内容。

3) 2D CAD 软件升级授权

报告期内，2D CAD 软件升级授权包括对场地授权软件的升级服务和对数量授权软件的升级服务。其中，对场地授权软件的升级服务均由境内产生，境内经销销售价格、销售毛利率情况详见本题“一、（一）、1、（1）、3）”的相关内容；对数量授权软件的升级服务主要由境外产生，境内外经销销售价格、毛利率情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
价格 (元/套)	境内	493.93	840.17	1,470.44
	境外	424.34	464.86	476.57
毛利率	境内	97.60%	98.22%	98.16%
	境外	98.58%	98.75%	98.68%

报告期内，境内平均销售价格分别为 1,470.44 元/套、840.17 元/套和 493.93 元/套，境外平均销售价格分别为 476.57 元/套、464.86 元/套和 424.34 元/套。境内经销价格通常高于境外经销价格，主要是由于升级服务的销售价格与原新购授权合同中的交易价格密切相关，由于公司给予境内经销商的新购软件销售价格通常高于境外经销商，导致境内经销升级售价通常高于境外经销升级售价。

报告期内，境内平均销售价格持续降低，主要是因为报告期内升级销售定价较低的大客户采购数量占比持续提升所致。报告期内，随着公司软件产品高质量的迭代升级及对大客户的持续开发，大客户采购软件升级服务的意愿有所增强。以采购数量在 50

套及以上的终端客户为例，报告期各期，该等终端客户采购升级服务数量占公司经销模式下境内升级数量的比例分别为 0.00%、16.29%、52.70%，由于该等终端客户采购数量较大，因而公司给予经销商的升级授权价格较低，经销模式下境内升级授权均价随着该等终端客户采购数量占比持续提升而相应下降。

报告期内，境外平均销售价格持续降低，具体原因详见本题“一、（一）、1、（1）、3）”的相关内容。

（2）互联网广告推广业务

报告期内，互联网广告推广业务销售收入均为直销收入，不存在经销模式。

（二）专门销售发行人产品经销商的基本情况及其原因，销售的发行人产品内容、金额及占比

报告期内，专门销售公司产品的经销商基本情况如下：

项目	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构
昆明浩辰思达科技有限公司	2006 年 2 月	50 万元	昆明市民航路 406 号万裕国际精英公寓 8 楼 D、E 号	欧荣 90%； 秦谊 10%
无锡鑫赏众悦科技有限公司	2020 年 10 月	100 万元	无锡市梁溪区上马墩路 156 号 3299 室	王龙龙 95%； 刘梅 5%

报告期内，昆明浩辰思达科技有限公司专门经销公司软件产品，原因主要为昆明浩辰思达科技有限公司主要负责人系兼职经营浩辰 CAD 软件业务，因此报告期内仅开展浩辰 CAD 软件代理业务，且销售规模较小；无锡鑫赏众悦科技有限公司专门经销公司软件产品，原因是该经销商具有一定 3D CAD 行业经验，但创业时间不久，目前仅代理浩辰软件，尚未拓展其他产品线。

报告期内，公司通过上述经销商实现经销收入分别为 41.31 万元、9.29 万元和 9.16 万元，占各期经销收入的比例分别为 0.84%、0.13%和 0.11%，金额较小且占比较低，公司对其不存在依赖的情形。

（三）境内、境外主要经销商的基本情况、开始合作时间、销售收入及毛利占比，报告期各期新增、退出经销商销售收入和毛利占比；单个境内经销商的平均收入金额变动情况，报告期内留存率较低的原因及合理性，是否符合行业惯例

1、境内、境外主要经销商的基本情况、开始合作时间

(1) 境内报告期各期前五大经销商的基本情况、开始合作时间

序号	经销商名称	成立时间	注册资本（万元）	法定代表人	第一大股东	开始合作时间
1	辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司	2008.08.27	17,850 万元人民币	李斌	辽宁瑞华实业集团有限公司-51.00%	2020 年
2	北京新航世纪科技有限公司	2014.10.09	1,000 万元人民币	赵凤春	金鑫-95%	2017 年
3	昆山聚光喊信息科技有限公司	2019.11.18	500 万元人民币	孙刘凯	黄梅-100%	2020 年
4	东莞市实赢软件科技有限公司	2009.10.16	100 万元人民币	魏国祯	李晓艳-100%	2009 年
5	苏州群雁信息技术有限公司	2017.12.25	200 万元人民币	陈秋	陈秋-100%	2020 年
6	厦门云天傲科技有限公司	2016.08.25	100 万元人民币	张天霞	廖金梅-50%，张天霞-50%	2016 年
7	昆明浩辰思达科技有限公司	2006.02.24	50 万元人民币	欧荣	欧荣-90%	2006 年
8	苏州东澳网络科技有限公司	2019.04.29	1,080 万元人民币	沈斌	沈斌-100%	2020 年
9	广州明拓信息科技有限公司	2006. 04. 14	50 万元人民币	张哲铭	张哲铭-70%	2017 年

注 1：数据来源为前述经销商在全国企业信用信息公示系统、天眼查等平台查询结果。

注 2：2020 年公司新增主要经销商数量较多，主要是由于公司当年为拓展浩辰 3D 业务而加大了经销商网络建设力度所致。

(2) 境外报告期各期前五大经销商的基本情况、开始合作时间

序号	经销商名称	成立时间	国家或地区	注册资本	第一大股东	开始合作时间
1	System Metrix Co.,Ltd.	1999.9.1	日本	4,000 万日元	Koichi Nagaoka-75.00%	2012 年
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	2004.5.13	韩国	4 亿韩元	JUNG,CHUNG-GU-40%	2008 年
3	TMSys Sp. z o.o.	2010.11.19	波兰	1 万元兹罗提	BRYK Tomasz Adam-50%；OGORZALEK	2014 年

序号	经销商名称	成立时间	国家或地区	注册资本	第一大股东	开始合作时间
					Maciej-50%	
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	1994.9.13	泰国	1.4 亿元泰铢	Mr.Prapas Tangadulrat-57.149%	2008 年
	P.T.Indonesia AppliCAD	2013.7.12	印度尼西亚	31.86 亿元印尼盾	AppliCAD Public Co.,Ltd.-67%	2013 年
5	Tecnobit S.r.l.	1988.9.1	意大利	10,400 欧元	ROSSI GIUSEPPE GIOVANNI-100%	2015 年
6	Spice Technologies Trading L.L.C	2016.9.7	阿拉伯联合酋长国	30 万迪拉姆	MR. AHMED ESSA AMIRI-51%	2016 年
	Cadmate Software LLP	2017.7.4	印度	9.9 万卢比	Robbie Jacob Philip-33.3%, ; Mannil Geevarghese Sonny Kutty-33.3%、; Stanley Geevarghese Sunny-33.3%	2017 年
7	Sistem24 Bilisim ve Danismanlik Hizmetleri Ltd.Sti.	2006.9.1	土耳其	10 万土耳其里拉	Belgin Kaya-44.50%	2008 年

注 1：数据来源为前述经销商的中信保信用报告等。

注 2：AppliCAD Public Co.,Ltd.、P.T.Indonesia AppliCAD 系同一控制下企业；Cadmate Software LLP 的主要股东 Stanley Geevarghese Sunny 同时担任 Spice Technologies Trading L.L.C 的总经理，故 Spice Technologies Trading L.L.C 和 Cadmate Software LLP 予以合并披露。

Spice Technologies Trading L.L.C 成立即与发行人发生业务的原因是，其前身是 SPICE TECHNOLOGIES L.L.C（成立于 2007 年 9 月 7 日，位于阿拉伯联合酋长国，主营业务计算机软硬件贸易），该公司经营者具有充足的行业经验，在 2016 年之前已经与发行人建立合作关系。2016 年，为更好服务于中东、印度市场，推广 CADMATE 品牌，其新设了主体，与发行人采用 OEM 合作模式（详见本回复“问题 6.2、一、（二）”）；Cadmate Software LLP 系 Spice Technologies Trading L.L.C 经营者为开拓印度市场在 2017 年而设立的企业，其经营模式与 Spice Technologies Trading L.L.C 一致，成立即与发行人的合作。因此，上述两家公司成立当年即与发行人合作是合理的。

2、境内、境外主要经销商的销售收入及毛利占比

(1) 境内主要经销商销售收入、毛利及占主营业务的比例

1) 2021 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	北京新航世纪科技有限公司	194.93	0.84%	190.25	0.88%
2	昆山聚光喊信息科技有限公司	113.25	0.49%	55.33	0.26%
3	辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司	99.52	0.43%	92.93	0.43%
4	苏州群雁信息技术有限公司	95.95	0.41%	56.85	0.26%
5	厦门云天傲科技有限公司	75.55	0.33%	69.04	0.32%
合计		579.20	2.49%	464.40	2.16%

2) 2020 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	北京新航世纪科技有限公司	226.17	1.24%	222.15	1.31%
2	苏州群雁信息技术有限公司	63.05	0.35%	12.19	0.07%
3	苏州东澳网络科技有限公司	49.10	0.27%	48.22	0.29%
4	昆山聚光喊信息科技有限公司	46.17	0.25%	16.89	0.10%
5	广州明拓信息科技有限公司	24.50	0.13%	24.08	0.14%
合计		408.99	2.24%	323.53	1.91%

3) 2019 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	北京新航世纪科技有限公司	79.65	0.53%	78.19	0.56%
2	昆明浩辰思达科技有限公司	41.32	0.28%	40.56	0.29%
3	广州明拓信息科技有限公司	41.28	0.28%	40.52	0.29%
4	厦门云天傲科技有限公司	24.63	0.16%	24.16	0.17%
5	东莞市实赢软件科技有限公司	24.44	0.16%	23.99	0.17%
合计		211.32	1.41%	207.42	1.48%

(2) 境外主要经销商销售收入、毛利及占主营业务的比例

1) 2021 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	System Metrix Co.,Ltd.	2,413.27	10.39%	2,379.12	11.05%
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	1,152.71	4.96%	1,128.63	5.24%
3	TMSys Sp. z o.o.	910.21	3.92%	895.37	4.16%
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	289.45	1.25%	285.20	1.32%
	P.T.Indonesia AppliCAD	35.24	0.15%	34.75	0.16%
5	Sistem24 Bilisim ve Danismanlik Hizmetleri Ltd.Sti.	134.89	0.58%	132.98	0.62%
合计		4,935.77	21.24%	4,856.05	22.55%

2) 2020 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	System Metrix Co.,Ltd.	2,883.48	15.83%	2,847.59	16.85%
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	1,066.35	5.85%	1,040.13	6.16%
3	TMSys Sp. z o.o.	837.94	4.60%	826.69	4.89%
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	362.53	1.99%	357.77	2.12%
	P.T.Indonesia AppliCAD	31.13	0.17%	30.74	0.18%
5	Tecnobit S.r.l.	116.59	0.64%	115.14	0.68%
合计		5,298.03	29.08%	5,218.07	30.88%

3) 2019 年度

单位：万元

序号	经销商名称	销售金额	销售占比	销售毛利	毛利占比
1	System Metrix Co.,Ltd.	2,464.22	16.48%	2,431.79	17.39%
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	845.70	5.66%	831.97	5.95%
3	TMSys Sp. z o.o.	613.77	4.10%	606.08	4.33%
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	303.15	2.03%	299.22	2.14%
	P.T.Indonesia AppliCAD	43.15	0.29%	42.58	0.30%
5	Spice Technologies Trading L.L.C	141.21	0.94%	139.35	1.00%
合计		4,411.20	29.50%	4,350.98	31.11%

3、报告期各期新增、退出经销商销售收入和毛利占比

(1) 境内新增、退出经销商的销售收入和毛利占比

单位：万元

经销商	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增	本期销售收入	391.75	406.01	74.55
	占本期主营业务收入比例	1.68%	2.23%	0.50%
	本期销售毛利	342.35	263.60	73.06
	占本期主营业务毛利比例	1.58%	1.56%	0.52%
退出	上期销售收入	36.66	38.72	64.09
	占上期主营业务收入比例	0.20%	0.26%	0.58%
	上期销售毛利	30.33	38.01	62.82
	占上期主营业务毛利比例	0.14%	0.27%	0.61%

2020 年度，公司境内新增经销商销售收入、毛利增长较快，主要原因是由于 2020 年公司为拓展浩辰 3D 业务而加大了经销商网络建设力度，导致当年新增经销商销售收入、毛利增加较快。2021 年度，公司境内新增经销商销售毛利增长较快，主要原因是由于 2021 年新增经销商销售产品中毛利率较高的 2D CAD 产品占比较高所致。

(2) 境外新增、退出经销商的销售收入和毛利占比

单位：万元

经销商	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
新增	本期销售收入	1.45	12.18	7.06
	占本期主营业务收入比例	0.01%	0.07%	0.05%
	本期销售毛利	1.43	11.20	6.97
	占本期主营业务毛利比例	0.01%	0.07%	0.05%
退出	上期销售收入	0.29	9.30	25.13
	占上期主营业务收入比例	0.00%	0.06%	0.23%
	上期销售毛利	0.28	9.18	24.72
	占上期主营业务毛利比例	0.00%	0.07%	0.24%

由上表可见，报告期各期新增、退出经销商销售收入及毛利占比较低，对公司销售业务影响较小。

4、单个境内经销商的平均收入金额变动情况、是否符合行业惯例

报告期内，单个境内经销商的平均收入金额变动情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当年发生销售的经销商数量（家）	154	83	49
境内经销收入（万元）	1,719.38	828.79	375.79
境内经销商平均销售收入（万元/家）	11.16	9.99	7.67

报告期内，单个境内经销商的平均收入金额与同行业可比公司对比情况如下：

可比公司	单家经销商销售额
中望软件	未披露单个境内经销商的平均销售收入
金山办公	未披露单个境内经销商的平均销售收入
广联达	未披露单个境内经销商的平均销售收入
盈建科	2017 年、2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月，单个境内经销商的平均销售收入分别为 376.53 万元/家、460.38 万元/家、517.47 万元/家、242.87 万元/家。
致远互联	2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月，单个境内经销商的平均销售收入分别为 16.57 万元/家、20.87 万元/家、26.74 万元/家、13.94 万元/家。
发行人	2019 年、2020 年和 2021 年，单个境内经销商的平均销售收入分别为 7.67 万元/家、9.99 万元/家、11.16 万元/家。

同行业可比公司中望软件、金山办公和广联达未披露单个境内经销商的平均收入。盈建科和致远互联由于产品类型、产品定价、产品应用领域等方面与公司有所不同，导致单家经销商销售金额存在一定差异，具有合理性。

5、公司境内经销商报告期内留存率较低的原因及合理性、是否符合行业惯例

报告期内，公司境内经销商留存率分别为 64.06%、55.22%和 **87.50%**。**2019-2020 年度**，公司境内经销商留存率较低的主要原因是公司境内销售以直销为主，经销为辅，境内经销商体系目前仍处于发展期，优质经销商数量及占比依旧有较大改善空间，公司为持续优化经销商体系，对于销售较小、经销效果不理想的经销商，在经销协议到期后不再续签。

同行业公司境内经销商留存率情况如下：

可比公司	境内经销商留存率
中望软件	未披露
金山办公	2016 年、2017 年、2018 年及 2019 年 1-3 月经销商留存率分别为 50.42%、52.11%、72.73%和 46.60%
广联达	未披露
盈建科	2018 年、2019 年及 2020 年，盈建科境内经销商数量为 4-5 家，境内经销商留存率分别为 80.00%、100.00%和 80.00%
致远互联	未披露

由上表可知，公司境内经销商留存率较低的情况与金山办公基本一致，其他同行业公司未披露相关数据或因境内经销商数量过少而不具备可比性。

（四）经销商折扣和返利的相关内控制度和会计处理，返利政策及其变化情况，返利占经销收入比例

公司制定了经销商价格及经销商折扣的内控制度，对于经销商因竞争订单、促销活动等原因需要提供销售折扣的，经公司审批同意后经销商折扣方可生效。报告期内，公司经销商折扣的会计处理为，折扣金额直接减计销售收入，公司按照折扣后的金额与经销商结算并确认收入。

报告期内，公司未实施过经销商销售返利。

（五）报告期内主要经销商的主要终端客户名称及终端销售实现情况，经销商及终端客户与发行人及其关联方之间有无关联关系或其他利益安排，是否存在非经营性资金往来

1、境内主要经销商

报告期内，公司境内主要经销商的终端销售实现情况如下：

序号	经销商名称	占经销收入排名			终端销售实现情况	是否存在关联关系	是否存在利益输送	是否存在非经营性资金往来
		2021	2020	2019				
1	辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司（注）	10	-	-	2021 年末 CAD 软件库存 400 套，尚未实现终端销售	否	否	否
2	北京新航世纪科技有限公司	5	5	8	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
3	昆山聚光喊信息科技有限公司	7	17	-	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
4	东莞市实赢软件科技有限公司	32	34	24	仅 2019 年末有 12 套 CAD 软件库存备货，期后已实现销售。其余各期末无库存	否	否	否
5	苏州群雁信息技术有限公司	11	11	-	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
6	厦门云天傲科技有限公司	15	60	23	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
7	广州明拓信息科技有限公司	57	24	17	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
8	昆明浩辰思达科技有限公司	162	53	16	期末无备货，终端销售实现情况良好	否	否	否
9	苏州东澳网络科技有限公司	-	15	-	期末无备货，终端销售实现情况良好	否	否	否

注：辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司成立于 2008 年，为专业从事智能化矿山产品研发及生产的国家级高新技术企业和双软企业。2020 年 11 月，该经销商与清华大学联合成立地下空间智能建造联合研究中心，致力于推动矿山智能化发展，随后于 2020 年 12 月成为公司矿山领域的唯一经销商，于 2021 年 5 月从公司采购了 400 套 2D CAD 软件（不含税金额 88.50 万元），并向公司支付了全部货款，该经销商在此基础上需进行一定的行业二次开发并嵌入其自有产品中对外销售。因其下游终端用户从推广试用到正式购买需要一定时间，目前仍处于终端用户试用阶段，截至本回复出具日尚未正式实现对外销售。

2、境外主要经销商

报告期内，公司境外主要经销商的终端销售实现情况如下：

序号	经销商名称	占经销收入排名			终端销售实现情况	是否存在关联关系	是否存在利益输送	是否存在非经营性资金往来
		2021	2020	2019				
1	System Metrix Co.,Ltd.	1	1	1	非买断式经销, 期末无 CAD 软件库存, 销售实现情况良好	否	否	否
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	2	2	2	仅少量备货, 报告期各期末 CAD 软件库存数量分别为 79 套、161 套和 159 套, 截至 2022 年 3 月末已全部实现销售	否	否	否
3	TMSys Sp. z o.o.	3	3	3	仅少量备货, 报告期各期末 CAD 软件库存数量分别为 24 套、3 套和 0 套, 终端销售实现情况良好	否	否	否
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	4	4	4	仅少量备货, 报告期各期末库存数量分别为 0 套、0 套和 1 套, 截至 2022 年 1 月末已全部实现销售	否	否	否
	P.T.Indonesia AppliCAD							
5	Tecnobit S.r.l.	9	7	12	仅少量备货, 报告期各期末库存数量分别为 0 套、6 套和 15 套, 截至 2022 年 3 月末已全部实现销售	否	否	否

序号	经销商名称	占经销收入排名			终端销售实现情况	是否存在 关联关系	是否存在利 益输送	是否存在非经 营性资金往来
		2021	2020	2019				
6	Spice Technologies Trading L.L.C	8	9	5	期末无库存，终端销售实现情况良好	否	否	否
	Cadmate Software LLP							
7	Sistem24 Bilisim ve Danismanlik Hizmetleri Ltd. Sti.	6	8	6	仅少量备货，报告期各期末库存数量分别为 0 套、0 套和 19 套，截至 2022 年 1 月末已全部实现销售	否	否	否

报告期内，由于公司采用经销模式的主要为 CAD 软件产品，买断式经销商一般在获取下游客户订单的基础上才会向公司下单采购，而公司 CAD 软件产品具有交付迅速的特点，因此，发行人主要买断式经销商除少量备货及个别新增经销商拓展细分行业而尚未实现终端销售外，基本不存在库存，终端销售实现情况良好。发行人非买断式经销在经销商完成销售后按月对账，期末不存在 CAD 软件库存。

报告期内，主要经销商及主要终端客户与发行人及其关联方之间无关联关系或其他利益安排，不存在非经营性资金往来。

（六）2019 年度境外经销收入金额大幅增加的原因，报告期内申报出口免征增值税的销售收入与境外收入的匹配性

1、2019 年度境外经销收入金额大幅增加的原因

公司秉承全球化发展战略，重视与境外经销商的合作关系，与日本、韩国等多个亚洲国家或地区的经销商建立了稳定的战略合作关系，公司与该等国家和地区经销商合作时间较长，经销商区域客户资源特别是大客户资源积累较为丰富，是公司境外收入的主要来源。

2019 年度公司境外经销收入 5,600.58 万元，较 2018 年度同比增加 2,342.74 万元，增幅为 71.91%。2019 年境外收入大幅增加主要得益于对经销商 System Metrix Co.,Ltd.、Modoo Solution Co.,Ltd.的销售收入大幅增加所致。日本经销售 System Metrix Co.,Ltd. 是公司境外最大的经销商，2019 年度销售收入为 2,464.22 万元，较 2018 年度增加 1,506.56 万元，增幅为 157.32%，大幅增长的原因主要在于：

（1）产品品质提升且服务及时，得到市场认可

日本 CAD 市场是亚洲主要 CAD 市场之一，日本经销商 System Metrix Co.,Ltd 从事 CAD 软件行业多年，行业经验丰富，市场运营能力突出。由于公司与其深度战略合作关系，使得公司产品能够快速创新、完善以适应日本市场的需求特点。从公司 2013 年推出自主核心技术的 CAD 平台软件产品开始，经过多年来不断创新和完善，产品的功能性、易用性、兼容性和稳定性持续提高，到 2018 年产品品质已基本达到国际同行业水平，加之版本更新及时，服务响应迅速，从而使得市场认可度快速提升，在日本市场竞争力显著增强，用户规模不断积累并持续扩大。

（2）国际厂商的商业模式变化带来商机

随着欧特克等国际厂商全面推行订阅模式，并推出相应优惠政策以吸引客户转向订阅模式。比如日本市场，2015 年下半年欧特克推出三年订阅优惠包，在三年优惠包到期后欧特克产品的订阅价格上升，2018-2019 年部分原欧特克订阅产品客户转而寻求性价比更高的可兼容 CAD 软件。由于公司产品具有对欧特克 CAD 兼容性强、性价比高以及“永久授权+订阅”模式灵活等显著优势，因此公司抓住欧特克因商业模式变化导致客户外溢的商机，进一步扩大了销售规模。

（3）日本合作经销商推广效果显现

早期日本经销商主要以线下推广销售为主，面向造船、汽车、工程建设等多个行业，拥有日本三菱电机等一批大型企业用户。随着公司 CAD 产品品质的提升、客户群体的扩大以及市场认可度的提高，日本经销商除传统线下销售外，从 2018 年开始进行线上推广和销售，取得了良好的市场反应。

2、报告期内申报出口免征增值税的销售收入与境外收入的匹配性

根据《财政部、国家税务总局关于调整出口货物退税率的补充通知》（财税[2003]238 号），计算机软件出口（海关出口商品码 9803）实行免税，其进项税额不予抵扣或退税。根据《财政部、国家税务总局关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36 号）附件《营业税改征增值税试点过渡政策的规定》，纳税人提供技术转让、技术开发和与之相关的技术咨询、技术服务，经所在地省级科技主管部门进行认定并报主管税务机关备查后，免征增值税；境内单位和个人向境外单位提供离岸服务外包业务，适用增值税零税率政策。

报告期内，公司根据税法规定出口销售经税务局备案适用出口免税政策，因此公司报告期内的境外销售收入除境外会员收入外均为出口免税收入。公司申报出口免税的主体为母公司苏州浩辰软件股份有限公司。报告期内，公司申报出口免税的销售收入与主营业务收入中境外收入的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年	2019 年
境外主营业务收入	6,769.60	6,639.80	5,600.58
减：申报出口时间与会计确认时间差异的收入	-1,327.48	-32.43	418.13

项目	2021 年度	2020 年	2019 年
减：属于境外收入但不满足出口免税的收入 ^注	188.26	68.01	32.48
合计金额	7,908.82	6,604.21	5,149.96
申报出口免征增值税的销售收入	7,908.82	6,604.21	5,149.96
差异	-	-	-

注：属于境外收入但不满足出口免税的收入：公司境外会员收入，不满足出口免税政策，公司按照规定申报增值税。

如上表所示，除申报出口时间与会计确认时间的差异外，公司申报出口免税的销售收入与主营业务收入中境外收入相匹配。

二、申报会计师核查情况

（一）对发行人说明的核查情况

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

（1）获取发行人不同模式下的销售明细表和成本明细表，统计和复核直销模式和经销模式下的销售价格、销售毛利与毛利率，结合对管理层的访谈，分析价格、毛利与毛利率变动原因，对比分析境内及境外经销价格、毛利率的差异及原因，并与同行业可比公司进行比较分析；

（2）获取专门销售发行人产品的经销商明细表，通过查询工商信息及公开信息，了解经销商基本情况；通过查阅相关经销协议、访谈主要经销商及获取相关情况说明，了解专门经销发行人产品的原因；统计经销商销售发行人产品的内容、金额及占比，分析发行人对此是否构成依赖；

（3）通过查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查、客户官网等公开信息，以及获取中国出口信用保险公司出具的相关资信报告等途径，了解境内、境外主要经销商的基本情况；通过访谈境内、境外主要经销商，了解双方开展合作的背景、开始合作时间等信息；获取境内、境外经销商销售明细表及成本明细表，统计和复核销售收入、毛利占比，以及报告期各期新增、退出经销商销售收入和毛利占比情况，分析相关变动的原因；统计和分析单个境内经销商的平均收入金额变动情况，结合对发行人管理层访谈，分析报告期内境内经销商留存率较低的原因及合理性，并通过与同行业公司情况对比分析是否复核行业管理；

(4) 获取和查阅发行人经销商折扣和返利的相关内控制度，了解经销商折扣和返利的相关内控规定；访谈发行人管理层，了解发行人经销商折扣和返利的相关政策及变动情况，并结合收入明细账了解相关的会计处理方法；访谈境内、境外主要经销商及查阅经销协议，核实经销商折扣和返利的实际规定和执行情况；

(5) 对报告期内主要经销商的主要终端客户的核查详见本题“二、(二)、2”的相关内容；

(6) 获取报告期各期境外经销收入明细表，结合对管理层访谈，分析 2019 年度境外经销收入金额大幅增加的原因；获取发行人的出口免征增值税申报表，并将申报出口免征增值税的销售收入与境外收入进行对比，分析两者的匹配关系。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为：

(1) 报告期内，发行人直销模式和经销模式下的销售价格、销售毛利与毛利率与同行业可比公司不存在重大差异。发行人境内和境外经销销售毛利率差异较小，但销售价格存在一定的差异，主要是由于：一方面，发行人产品价格系根据各个国家地区的经济发展水平及客户购买力，并参考主要同类竞争对手的对标产品的价格制定，各个国家地区之间存在一定的差异；另一方面，发行人境外主要采取经销模式，境外市场上国际厂商占据更大的竞争优势，公司为拓展境外市场而采取了更具竞争力的定价策略。公司在目前仍属于市场开拓阶段，为抢占境外市场份额而采取的灵活价格策略是合理的。

(2) 报告期内，专门销售公司产品的经销商家数和收入较小，占总体经销收入的比例较低，公司对其不存在依赖的情形。

(3) 报告期内境内经销留存率较低具有合理性，与同行业可比公司金山办公基本一致，其他同行业公司未披露相关数据或因境内经销商数量过少而不具备可比性。

(4) 报告期内，发行人未实施过经销商销售返利，经销商折扣已经建立内控制度，会计处理符合企业会计准则的规定。

(5) 报告期内除部分经销商存在少量备货及个别新增经销商拓展细分行业而尚未实现终端销售外，经销商不存在压货的情形，发行人不存在通过经销商以压货的方式确认收入的情形，经销商收入真实。报告期内，发行人经销商及终端客户与发行人及其关

关联方之间无关联关系或其他利益安排，不存在非经营性资金往来。

(6) 2019 年度境外经销收入金额大幅增加的原因合理；发行人申报出口免税的收入与主营业务收入中境外收入除申报出口时间与会计确认时间的差异外，不存在重大差异。

(二) 对经销收入及终端客户的核查情况

1、对经销收入的核查情况

(1) 核查程序和方法

1) 查阅发行人内部控制制度，了解、评估和测试与销售收入有关的内部控制设计和运行有效性；

2) 通过与管理层的访谈，了解发行人的销售模式、定价策略、信用政策、结算方式、客户情况及报告期内收入波动原因等；检查主要的销售合同，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求，收入确认时点是否恰当，是否与行业惯例存在显著差异；

3) 对主要经销商背景进行信息调查，通过查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查、客户官网等公开信息，以及获取中国出口信用保险公司出具的相关资信报告等途径，核查主要客户的成立时间、注册资本、注册地址、主要股东、经营范围、管理层、经营状况等基本情况，分析其交易额是否与其经营规模和注册资本相匹配，相关交易内容是否与其经营范围匹配，确认其与发行人是否存在关联关系或其他利益安排、是否存在非经营性资金往来；

4) 对主要经销商进行函证，对销售金额、应收金额等财务数据的准确性进行确认，对未及时收到回函的经销商客户执行替代程序；

5) 对主要经销商客户进行实地或视频访谈，了解双方开展合作的背景、交易流程、产品销售、款项结算等情况，对其业务真实性等相关情况进行确认；

6) 对主要经销商客户收入进行细节测试，查验销售合同或订单、发货单、物流记录、交货邮件、收货确认单、对账单、发票、收款凭证等单据，以确认销售收入真实性和完整性，核实付款单位与订单客户是否一致；

7) 对收入进行截止性测试，获取各报告期末前后的销售记录、记账凭证、收入确

认支持性文件，核查相应的发货单、物流记录、交货邮件、收货确认单、对账单、发票等，判断发行人收入是否被记录于恰当的期间；

8) 对主要经销商进行软件激活测试，通过对比所选取样本对应的激活码与授权管理系统中的生产记录/激活记录进行比对，分析软件销售后的激活情况，评价发行人销售收入的真实性；

9) 聘请第三方独立 IT 评估机构，通过对发行人信息系统内控评估，以及对运营数据与财务数据进行分析，确认发行人业务数据的真实性、各业务数据与财务系统数据的一致性；

10) 核查发行人银行流水，获取发行人报告期内所有银行账户流水，查验是否存在第三方代付等情况，是否与客户或终端客户之间存在非经营性资金往来，验证收入的真实性；

11) 核查实际控制人及董监高和关键岗位人员流水，获取发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事、外部董事除外）、监事（外部监事除外）、高管、关键岗位人员的个人银行账户资金流水，查验是否存在将资金用于代发行人承担成本、费用或进行自我交易而虚增收入，以及是否与客户或终端客户之间存在非经营性资金往来等情形。

(2) 样本选取方法和核查比例

1) 样本选取方法：鉴于发行人经销商客户集中度相对较高，因此申报会计师选取样本的范围以各期前 20 大经销商为主，并辅以随机抽样的原则对前 20 大以外的经销商进行核查。

2) 报告期内，申报会计师对于经销商收入核查比例如下：

项目	占 2021 年度经销收入比例	占 2020 年度经销收入比例	占 2019 年度经销收入比例
函证发函	94.21%	96.29%	97.12%
函证回函	89.55%	92.98%	92.56%
访谈核查	92.49%	94.10%	95.03%
细节测试	58.05%	50.21%	53.50%
激活测试	71.81%	65.47%	66.99%
去重后核查合计	96.73%	99.05%	98.72%

注：对于未回函客户，均已实施替代程序

其中，对境内经销收入的核查情况如下：

项目	占 2021 年度境内经销收入比例	占 2020 年度境内经销收入比例	占 2019 年度境内经销收入比例
函证发函	87.55%	75.45%	74.44%
函证回函	70.05%	73.35%	74.44%
实地/视频访谈	81.42%	86.85%	89.75%
细节测试	68.93%	71.87%	77.58%
激活测试	62.49%	58.45%	13.50%
去重后核查合计	87.60%	91.81%	90.68%

注：对于未回函客户，均已实施替代程序

其中对 2019 年度境内经销收入激活测试比例较低是因为 2019 年度，境内经销商销售规模较小，且加密方式主要为加密锁，通过自研激活码和 Flexnet 激活码加密的收入仅占 19.34%，因此样本较少，激活测试的比例较低。

其中，对境外经销收入的核查情况如下：

项目	占 2021 年度境外经销收入比例	占 2020 年度境外经销收入比例	占 2019 年度境外经销收入比例
函证发函	96.02%	98.97%	98.66%
函证回函	94.85%	95.50%	93.80%
实地/视频访谈	95.50%	95.03%	95.39%
细节测试	55.09%	47.43%	51.86%
激活测试	74.34%	66.37%	70.63%
去重后核查合计	99.22%	99.98%	99.27%

注：对于未回函客户，均已实施替代程序

申报会计师对境内境外经销收入采取一致的核查方式，同一核查方式的境内境外经销收入核查比例存在差异主要系境内境外经销商客户集中度、订单集中度、授权加密方式等存在差异所致。境外经销商集中度的较高、主要采用 Flexnet 授权加密，因此境外经销收入的函证、访谈、激活测试等核查比例相对高于境内经销收入，而细节测试比例则会因订单较为分散，核查比例相对低于境内经销收入细节测试核查比例。

2、对终端客户的核查情况

（1）核查程序和方法

1）获取主要经销商对外销售清单，通过抽样查阅终端客户的工商记录、官网等公开信息，了解终端客户的基本信息和经营状况，分析与发行人是否存在关联关系；

2）在对主要经销商访谈过程中，按照“一拖一”的原则对终端用户进行实地或

视频访谈，了解和验证经销商与下游客户之间的交易环节、流程、相关控制情况及核查终端用户的购买和使用等情况，以及确认其与发行人是否存在关联关系或其他利益安排；

3) 对于采用自研激活码或 FlexNet 激活码授权的软件产品，终端用户使用软件前需要进行激活，通过抽样核查经销商的终端客户激活情况，评价发行人经销收入的真实性；

4) 通过抽样选取经销商对外销售单据核查样本，获取经销商相应订单的对外销售的内部单据与外部单据，包括但不限于销售合同/订单、发货记录、银行回款记录等。获取相应对外销售单据后，将相关单据进行对比，确认交易双方名称、数量、规格、金额是否具有匹配性，银行回款信息是否与经销商销售的客户信息一致；

5) 通过终端客户官网、第三方招投标网站、企查查以及经销商提供的招投标资料，抽查终端客户招标及经销商中标等信息，核查境内经销商与其终端客户交易的真实性。

(2) 核查比例

报告期内，申报会计师对终端用户的核查比例如下：

终端销售核查方式		核查比例		
		2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内经销	激活核查	62.49%	58.45%	13.50%
	经销商对外销售单据核查	29.26%	53.61%	59.08%
	经销商招投标业务核查	1.97%	0.00%	0.00%
	穿透访谈	7.43%	14.16%	11.78%
	去重后核查比例	69.06%	82.13%	65.88%
境外经销	激活核查	74.34%	66.37%	70.63%
	经销商对外销售单据核查	9.16%	6.26%	8.08%
	穿透访谈	0.12%	0.13%	0.37%
	去重后核查比例	75.33%	66.91%	71.78%
经销合计	激活核查	71.81%	65.47%	66.99%
	经销商对外销售单据核查	13.45%	11.64%	11.33%
	经销商招投标业务核查	0.42%	0.00%	0.00%
	穿透访谈	1.68%	1.73%	1.10%

	去重后核查比例	73.99%	68.64%	71.40%
--	---------	--------	--------	--------

注 1：报告期内申报会计师已履行“一拖一”访谈程序的经销商收入占总经销收入比例分别为 85.03%、85.60%和 78.57%，由于经销商下游客户订单较为分散，报告期内对终端访谈的收入占当期经销收入的比例较低。

申报会计师在对境内、境外经销商的终端销售核查方式一致，根据公司产品特点，通过激活测试为主并结合检查经销商对外销售单据、穿透访谈的综合核查方法来核实经销商终端销售实现情况，因此采取“一拖一”方式对终端客户访谈及样本选取比例较低符合公司实际情况。

申报会计师对经销商终端销售去重后核查覆盖比例均在 70%左右，能够确认经销商最终销售实现等情况。

3、对经销商期末库存及期后销售的核查情况

申报会计师对主要经销商实施实地或视频访谈程序时，会向经销商询问其报告期内与发行人的交易、备货及对外销售情况，此外还会获取经销商报告期内关于发行人产品的对外销售及库存情况的相关数据，**并与激活情况核对**。对于期末库存较大的经销商，通过获取期后其对外销售数据以及抽取经销商对外销售的合同、订单、回款单据等资料确认期后实现销售的情况。

报告期各期末，发行人主要经销商客户（前二十大）的 CAD 软件存货合计分别 266 套、486 套和 **829 套**，截至 **2022 年 3 月**末尚未实现销售的为 **441 套**，其中辽宁瑞华实业集团高新技术有限公司的未实现销售库存 CAD 软件 400 套。

辽宁瑞华实业集团高新技术有限公司成立于 2008 年，为专业从事智能化矿山产品研发及生产的国家级高新技术企业和双软企业。2020 年 11 月，该经销商与清华大学联合成立地下空间智能建造联合研究中心，致力于推动矿山智能化发展，随后于 2020 年 12 月成为公司矿山领域的唯一经销商，于 2021 年 5 月从公司采购了 400 套 2D CAD 软件（不含税金额 88.50 万元），并向公司支付了全部货款，该经销商在此基础上需进行一定的行业二次开发并嵌入其自有产品中对外销售。因其下游终端用户从推广试用到正式购买需要一定时间，目前仍处于终端用户试用阶段，截至本回复出具日尚未正式实现对外销售。

发行人采用经销模式销售的主要为 CAD 软件产品，具有生产周期很短、交付快捷迅速的特点，因此，买断式经销商一般在获取下游客户的基础上才会向发行人下单采购，发行人主要买断式经销商除少量备货及个别新增经销商拓展细分行业而尚未实现终端销售外，基本不存在库存，终端销售实现情况良好。发行人与非买断式经销在经销商完成销售后按月对账，期末不存在 CAD 软件库存。

总体而言，报告期内除部分经销商存在少量备货及个别经销商拓展细分行业而未实现终端销售外，经销商不存在压货的情形，发行人不存在通过经销商以压货的方式确认收入的情形，经销收入真实。

4、核查结论

经核查，申报会计师认为：报告期各期末，发行人主要经销商客户期末库存数量较少，期后销售情况良好，经销收入真实。

6.2 关于经销商 System Metrix Co.,Ltd.

根据申报材料：（1）System Metrix Co.,Ltd.为发行人唯一非买断式经销客户及报告期内第一大客户，发行人对其销售收入分别为 957.67 万元、2,464.22 万元、2,883.48 万元和 1,497.25 万元；（2）报告期内，发行人与 System Metrix Co.,Ltd.等个别客户存在仅提供软件但以客户品牌进行销售的情形。

请发行人说明：（1）发行人仅对 System Metrix 采用非买断式经销模式的原因，SystemMetrix 对应的主要下游客户情况，对 System Metrix Co.,Ltd.的销售政策和销售价格与其他海外经销商是否存在差异，并结合上述情况说明是否对其下游销售渠道存在依赖；（2）仅提供软件但以客户品牌进行销售的原因、产品内容、金额及占比，是否符合行业惯例，以客户品牌进行销售的产品质量管控、售后责任约定等情况。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

(一) 发行人仅对 System Metrix 采用非买断式经销模式的原因, System Metrix 对应的主要下游客户情况, 对 System Metrix Co.,Ltd.的销售政策和销售价格与其他海外经销商是否存在差异, 并结合上述情况说明是否对其下游销售渠道存在依赖

1、发行人仅对 System Metrix Co.,Ltd.采用非买断式经销模式的原因

报告期内,公司仅对 System Metrix Co.,Ltd.采用非买断式经销模式的主要原因在于:

日本是亚洲主要的 CAD 市场之一,市场规模较大, System Metrix Co.,Ltd.是日本知名 CAD 软件企业,报告期内为公司的第一大客户。由于公司与其之间订单频繁,交易量大,而境内外在节假日规定等方面存在差异,导致在春节、国庆等节假日期间公司难以及时处理其订单,此外,日本用户对服务需求较多,响应及时性要求高,因此,为提升合作效率,更好地开展日本地区业务,公司授予 System Metrix Co.,Ltd.自主生成软件激活码的权限(仅可生成激活码,不可删除或修改),并在其完成对外销售后,双方按照销售清单进行结算,形成了公司与其之间的非买断式经销模式,具有合理性。由于其经销商销售量远小于 System Metrix Co.,Ltd.,故未授予其他经销商自主生成软件激活码的权限,其他经销商仍采用买断式经销模式。

2、System Metrix Co.,Ltd.对应的主要下游客户情况

公司经销商 System Metrix Co.,Ltd.的主要下游客户成立时间较早,规模较大,无异常情况。

3、对 System Metrix Co.,Ltd.的销售政策和销售价格与其他海外经销商是否存在差异

公司对 System Metrix Co.,Ltd.的销售政策和销售价格与其他主要境外经销商情况的差异,主要表现在:

项目	System Metrix Co.,Ltd.	Modoo Solution Co.,Ltd.	TMSys Sp. z o.o.	AppliCAD Public Co.,Ltd	Spice Technologies Trading L.L.C
经销模式	非买断式	买断式	买断式	买断式	买断式
结算周期/信用期	3 个月	1 个月	1 个月	1 个月	3 个月
是否可以自行生成激活码	是	否	否	否	否

在销售价格方面，公司境外经销商价格和零售指导价格系根据各个国家地区的经济发展水平及客户购买力，并参考主要同类竞争对手的对标产品的价格制定，各个国家地区的经销商价格存在一定的差异。

公司境外销售主要以 2D CAD 新购永久授权为主，以此为例，报告期内 System Metrix Co.,Ltd.与其他主要境外经销商 2D CAD 新购永久授权销售价格对比情况如下：

单位：元/套

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
System Metrix Co.,Ltd.	1,027.14	1,154.36	1,187.88
其他境外经销商	950.15	1,060.49	1,158.75
境外经销商整体	977.50	1,100.78	1,171.98

从上表可以看出，报告期内，公司对 System Metrix Co.,Ltd.的销售价格与其他境外经销商相比不存在重大差异。

（4）结合上述情况说明是否对其下游销售渠道存在依赖

由于公司与 System Metrix Co.,Ltd.之间交易频繁，为提升合作效率，更好地开展日本地区业务，公司对 System Metrix Co.,Ltd.采用了非买断式经销模式。公司对 System Metrix Co.,Ltd.的销售政策与其他经销商相比存在一定的差异，但匹配实际业务的需求和特点，在交易价格等方面不存在重大异常。公司对 System Metrix Co.,Ltd.收入占公司营业收入的比重分别为 16.06%、15.51%和 10.22%，占比较低，公司对其下游销售渠道不存在重大依赖。

（二）仅提供软件但以客户品牌进行销售的原因、产品内容、金额及占比，是否符合行业惯例，以客户品牌进行销售的产品质量管控、售后责任约定等情况

1、仅提供软件但以客户品牌进行销售的原因、产品内容、金额及占比，是否符合行业惯例

（1）公司仅提供软件但以客户品牌进行销售的原因

公司为充分开拓市场，根据不同国家和地区的市场特点、偏好或经销商业务要求，存在仅提供软件但以客户品牌对外销售的情况，具体而言：

①部分国家和地区的用户成熟度高、偏好本土品牌，因此经销商以其自有本土品牌对外销售浩辰 CAD 产品更易于被用户接受和选择；

②部分经销商在销售公司软件产品前已经具有 CAD 软件行业的经验（如在当地为二次开发商），其自有品牌在自身领域已具有较高的沉淀和知名度，浩辰软件以经销商自有品牌销售更有利于产品的市场推广；

③部分经销商自身主营其他业务，通过采购浩辰 CAD 产品并以自有品牌对外销售，以填补自身尚未涉足的 CAD 软件领域，其经销浩辰 CAD 产品时为保持对外品牌的统一性，使用其自有品牌单独或捆绑自有产品对外销售。

比如，日本是亚洲主要 CAD 市场之一，市场规模较大，但日本市场客户成熟度高，对本土品牌和世界知名品牌的偏好度较高，且对软件品质和服务的要求严格。日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.成立于 1999 年，深耕 CAD 软件行业多年，是日本较为知名的 CAD 软件企业，旗下 CAD 品牌“IJCAD”在日本拥有良好的品牌知名度。日本是公司早期开拓的境外市场之一，由于早期公司在境外市场品牌成熟度较低，公司与 System Metrix Co.,Ltd.合作，借助其成熟的品牌和销售网络，以 System Metrix Co.,Ltd.自有品牌对外销售公司 CAD 软件产品，能够更好的满足日本市场对 CAD 软件品质的要求和本土品牌的偏好，同时能更有效的提供高质量的本地化服务，更有利于客户开发和市场竞争。

（2）产品内容、金额及占比

报告期内，公司仅提供软件但以客户品牌进行销售的产品主要为公司 2D CAD 软件，报告期内销售收入及占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
System Metrix Co.,Ltd.	2,413.27	10.22%	2,883.48	15.83%	2,464.22	16.48%
辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司	88.50	0.37%	-	-	-	-
Cadmate Software LLP	106.41	0.45%	15.46	0.08%	-	-
Spice Technologies Trading L.L.C	11.15	0.05%	71.83	0.39%	141.21	0.94%
IBS Aktiengesellschaft	53.33	0.23%	56.32	0.31%	40.56	0.27%
Construction Informatics and Consultancy JSC	61.88	0.26%	21.74	0.12%	10.57	0.07%
东莞市实赢软件科技有限公司	30.83	0.13%	18.75	0.10%	24.44	0.16%
山东山大华天软件有限	18.64	0.08%	11.06	0.06%	-	-

名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
公司						
洛阳鸿业信息科技有限公司	14.27	0.06%	18.03	0.10%	-	-
Ibercad, Lda	8.57	0.04%	2.48	0.01%	9.99	0.07%
CSI Portugal	7.23	0.03%	4.88	0.03%	-	-
广东南方数码科技股份有限公司	-	-	13.27	0.07%	-	-
天津市渤海新能科技有限公司	-	-	-	-	0.53	0.00%
总计	2,814.06	11.91%	3,117.30	17.11%	2,691.53	18.00%

报告期内，公司仅提供软件但以客户品牌进行销售的收入金额略有波动，主要是由于 System Metrix Co.,Ltd.销售收入金额的波动所致。

(3) 是否符合行业惯例

在以客户品牌对外销售的情况下，公司主要应客户需求更换产品的商标、界面及其他部分外观，在产品架构、功能等方面保留原设计，产品无实质性差异。

公司根据不同国家和地区的市场特点、偏好或经销商客户要求，存在仅提供软件但以客户品牌对外销售的情况。一方面，客户出于自身产品生态、统一品牌的考虑，通过类似于 OEM 模式填补或增强自身尚未涉足的软件产品领域，避免较高的研发投入成本及时间成本，同时客户可以更专注于自有品牌的建设与推广。另一方面，公司选择的合作对象主要是 CAD 软件二次开发商或拥有行业背景的规模厂商，其自身具备一定的客户资源及销售渠道，有益于公司产品销售的拓展。因此，公司 CAD 软件产品部分采用以客户品牌对外销售的模式具备商业合理性，符合行业惯例。

国内软件行业上市公司中存在此类模式的包括金山办公、奇安信、安恒信息、任子行等，具体情况如下：

名称	相关披露
金山办公 (688111)	“1、发行人与日本金山在经销合作方面的主要协议及主要条款内容……（1）甲方授予乙方在区域内开展本业务，具体包括：a.自行或通过第三方单独销售甲方基于本技术所开发的日文版软件产品的软件授权；b.自行或通过第三方以 OEM 或捆绑销售的方式销售甲方基于本技术所开发的日文版软件授权……”
奇安信（688561）	“报告期内，公司与蓝信移动签署了《软件 OEM 采购合同》…”，“报告期内，公司与云安宝就其核心产品签署了《软件 OEM 采购合同》…”，“报告期内，公司与和信创天就其核心产品签署了《软件 OEM 采购合同》及《ODM 合作协

名称	相关披露
	议》...”。
安恒信息 (688023)	“...2019 年 1-6 月确认收入的天池云安全管理平台订单中部分属于 OEM，销售价格相对较低...”
任子行 (300311)	“发行人报告期内通用安全审计产品存在少量 OEM 销售收入...”

信息来源：招股说明书、IPO 审核公开信息、定期报告

2、以客户品牌进行销售的产品质量管控、售后责任约定等情况

质量管控方面，对于以客户品牌进行销售的产品质量管控与公司以自有品牌销售的产品质量管控保持一致。售后责任约定方面，公司对以客户品牌进行销售的经销商提供技术支持，终端客户的售后服务由经销商提供，必要情况下，公司也可通过邮件、电话等方式提供支持服务。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

1、对发行人管理层进行访谈，了解发行人与 System Metrix Co.,Ltd.合作背景、销售模式、定价策略，与其他境外经销商之间的差异情况，是否对其下游销售渠道存在依赖，以及仅提供软件但以客户品牌进行销售的原因、内容、质量管控、售后责任约定等情况；

2、获取 System Metrix Co.,Ltd.对外销售明细清单，统计主要下游客户的情况；查阅主要下游客户的官网等公开信息，了解终端客户的基本信息和经营状况；

3、统计和复核价格情况，并与其他主要境外经销商的销售价格水平对比，分析是否存在差异及差异原因；

4、获取发行人仅提供软件但以客户品牌进行销售的相关协议、销售明细表，统计发行人仅提供软件但以客户品牌进行销售的产品内容、金额及占比，查阅质量管控、售后责任约定等情况；

5、通过查询公开信息、与发行人管理层访谈，了解同行业可比公司采用仅提供软件但以客户品牌进行销售的情况。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人仅对 System Metrix Co.,Ltd.采用非买断式经销模式具有合理性，发行人对其销售政策与其他主要境外经销商存在一定的差异，但销售价格差异较小，发行人对其下游销售渠道不存在重大依赖。

2、发行人仅提供软件但以客户品牌进行销售的模式具备商业合理性，符合软件行业的惯例。

7.关于收入

7.1 关于收入确认政策

根据申报材料：（1）CAD 软件业务中永久授权模式与订阅模式下均包括升级服务，报告期内升级业务收入包括用户单独购买的付费升级服务与 2020 年起实施新收入准则后合同中约定的免费升级服务，升级服务在向客户交付升级密钥或升级服务期满时确认收入；（2）发行人直销和买断式经销软件授权业务与外购软件销售业务收入确认政策为软件产品向客户交付并经客户确认后确认收入，非买断式经销收入确认政策为每月与客户进行对账，对账后取得客户销货清单后确认收入；（3）互联网广告推广业务根据合作平台、第三方机构或客户提供的结算数据或双方对账确认后确认收入；（4）报告期内发行人存在软件代理业务。

请发行人说明：（1）永久授权模式与订阅模式下免费与付费升级服务的合同约定与服务内容、是否拆分不同的履约义务及收入确认方法，升级服务按照时点法确认收入的原因及合理性；（2）直销和买断式经销与外购软件销售业务收入确认的具体时点和主要凭据；（3）广告推广业务客户提供结算清单和双方确认后台数据的周期、方式，业务具体结算方式，年末如何确认收入以及是否存在收入跨期的情形；（4）软件代理业务的收入确认方法；（5）请按照不同产品的业务模式梳理收入确认政策，包括收入确认时点、依据等。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，说明报告期内发行人销售循环的主要内部控制节点、相关单据及实际执行情况，对发行人收入确认依据的核查情况，并对发行人收入确认政策是否符合《企业会计准则》的规定发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）永久授权模式与订阅模式下免费与付费升级服务的合同约定与服务内容、是否拆分不同的履约义务及收入确认方法，升级服务按照时点法确认收入的原因及合理性

1、永久授权模式与订阅模式下免费与付费升级服务的合同约定与服务内容；

授权模式	区域	合同约定与服务内容	
		免费升级	付费升级
永久授权	境内/ 境外	约定期限内，许可方向被许可方提供免费的产品升级服务	被许可方使用浩辰 CAD 系列软件产品的性质为：升级；被许可方在约定期限内付款；许可方在约定期限内发货
订阅	境内	约定期限内，许可方向被许可方提供免费的产品升级服务	—
	境外	授权使用期限内有权使用最新版本（国际惯例）	—

2、是否拆分不同的履约义务及收入确认方法；

（1）公司根据合同中不同的履约义务进行了分拆，分别确认相应收入

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）第九条约定：“合同开始日，企业应当对合同进行评估，识别该合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是某一时点履行，然后，在履行了各单项履约义务时分别确认收入。履约义务，是指合同中企业向客户转让可明确区分商品的承诺。履约义务既包括合同中明确的承诺，也包括由于企业已公开宣布的政策、特定声明或以往习惯做法等导致合同订立时客户合理预期企业将履行的承诺”。

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）第十条约定：企业向客户承诺的商品同时满足下列条件，应当作为可明确区分：

- （一）客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中收益；
- （二）企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可明确区分。

下列情形通常表明企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺不可单独区分：

1、企业需要提供重大的服务以将该商品与合同中承诺的其他商品整合成合同约定的组合产出转让给客户；

2、该商品将对合同中承诺的其他商品予以重大修改或定制；

3、该商品与合同中承诺的其他商品具有高度关联性。

公司的主营业务主要为向客户销售标准软件产品。在具体执行时，为客户提供软件产品新购和升级服务，同时各系列产品新购和升级均存在相应的官方报价。公司标准销售合同条款主要包括以下内容：1）约定销售标的物（客户购买的各系列软件产品或者升级产品）的数量和金额；2）约定升级服务的数量和金额；3）付款及交货方式；4）公司提供的售后服务。

公司根据合同约定，识别的单项履约义务为：1）软件产品新购或付费升级：向客户交付相应软件产品或升级密钥并经客户确认后，即完成相应的履约义务。2）软件产品免费升级：公司在实际签订软件销售合同时，存在部分销售合同基于商业谈判需求，在合同中注明为客户提供免费升级服务的条款。由于免费升级服务为合同中明确的承诺，满足新收入准则对可明确区分商品的规定。因此，公司根据新收入准则的规定以及自身的业务特征，对所有存在“提供免费升级”条款的销售合同进行归类，将每个合同约定的“免费升级”服务识别为单项履约义务。

公司未将合同中约定的售后服务作为单项履约义务进行识别。合同中约定的售后服务，主要是公司向客户提供软件使用的方式说明或解答软件使用相关的技术咨询问题。对于此项内容，公司的常规处理方式是通过官网、热线电话等方式为客户提供一系列自助式服务，帮助客户解决产品使用过程中的问题，属于常规技术支持性质的内容。因此公司在软件产品销售过程中提供的售后服务是为了保证所销售软件产品的客户体验，并非向客户提供的一项单独服务，不能独立于软件销售，与软件销售具备高度关联性，且不收取合同金额以外的任何费用，不能够单独计价，客户不能单独选择是否购买该项服务。由于售后服务不满足新收入准则“企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分”规定，因此公司未将售后服务识别为单项履约义务。

综上所述，公司将免费升级服务拆分为单项履约义务外，无其他单项履约义务，公司就销售合同识别的单项履约义务之间划分清晰。

（1）收入确认的方法：

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）第十四条规定：“企业应当按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入”，第二十条规定“合同中包含

两项或多项履约义务的，企业应当在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。企业不得因合同开始日之后单独售价的变动而重新分摊交易价格”，第二十一条规定“企业在类似环境下向类似客户单独销售商品的价格，应作为确定该商品单独售价的最佳证据。单独售价无法直接观察的，企业应当综合考虑其能够合理取得的全部相关信息，采用市场调整法、成本加成法、余值法等方法合理估计单独售价。在估计单独售价时，企业应当最大限度地采用可观察的输入值，并对类似的情况采用一致的估计方法。市场调整法，是指企业根据某商品或类似商品的市场售价考虑本企业的成本和毛利等进行适当调整后，确定其单独售价的方法。成本加成法，是指企业根据某商品的预计成本加上其合理毛利后的价格，确定其单独售价的方法。余值法，是指企业根据合同交易价格减去合同中其他商品可观察的单独售价后的余值，确定某商品单独售价的方法”。

对于合同中包含软件产品销售与免费升级服务的，公司将交易价格在两项履约义务间进行分摊，软件产品向客户交付并经客户确认后确认收入，升级服务在向客户交付升级密钥或升级服务期满时确认收入。

3、升级服务按照时点法确认收入的原因及合理性；

《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）的相关规定如下：

“第三十六条：企业向客户授予知识产权许可的，应当按照本准则第九条和第十条规定评估该知识产权许可是否构成单项履约义务，构成单项履约义务的，应当进一步确定其是在某一时段内履行还是在某一时点履行。

企业向客户授予知识产权许可，同时满足下列条件时，应当作为在某一时段内履行的履约义务确认相关收入；否则，应当作为在某一时点履行的履约义务确认相关收入：

（一）合同要求或客户能够合理预期企业将从事对该项知识产权有重大影响的活动；

（二）该活动对客户将产生有利或不利影响；

（三）该活动不会导致向客户转让某项商品。

第三十七条：企业向客户授予知识产权许可，并约定按客户实际销售或使用情况收取特许权使用费的，应当在下列两项孰晚的时点确认收入：

（一）客户后续销售或使用行为实际发生；

（二）企业履行相关履约义务。”

公司向客户提供的软件升级服务，在向客户提供完软件升级服务后，该履约义务就已完成，不满足《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）“第三十六条（三）该活动不会导致向客户转让某项商品要求”规定。因此，公司按照企业会计准则的规定将软件升级服务识别为以某一时点确认收入的单项履约义务，具体表现在向客户提供软件升级服务后或在合同约定的升级期满时确认相应收入。

（二）直销和买断式经销与外购软件销售业务收入确认的具体时点和主要凭据

报告期，公司直销和买断式经销与外购软件销售业务收入确认的具体时点和主要凭据如下：

区域	销售模式	收入确认时点	主要凭据
境内	直销	按照合同/订单约定，向客户交付产品，并经客户签收后确认收入	销售合同、销售订单、发货单、客户签收单
	买断式经销		
	外购软件销售		
境外	买断式经销	按照合同/订单约定，向客户交付产品，并经客户确认后确认收入	销售合同、销售订单、发货邮件、对账单
	直销		

（三）广告推广业务客户提供结算清单和双方确认后台数据的周期、方式，业务具体结算方式，年末如何确认收入以及是否存在收入跨期的情形

报告期内，公司主要广告推广业务客户的结算方式如下：

客户名称	结算方式	结算周期
深圳市腾讯计算机系统有限公司	开发者收益每自然月结算一次。开发者确认并同意，展示次数、点击次数、有效效果量，有效推广收入等数据，均以腾讯系统相应的统计数据为准。在每月 20 日之前将上个自然月的在腾讯管理系统查询到的收益等相关数据的对账单打印出来加盖公章，并将相应合格发票一同邮寄给腾讯。到票和对账单后 30 个工作日支付。	1 个自然月
腾讯科技（深圳）有限公司		
湖北今日头条科技有限公司	浩辰软件可选择按照 API 和/或 SDK 的接入形式，由北京有竹居/今日头条向浩辰软件分配收益。结算周期为 1 个自然月。在每个自然月第 10 个工作日之前向浩辰软件提供上一个结算周期的结算数据。每期结算数据确认后，到票后 15-20 个工作日付款。	1 个自然月
北京有竹居网络技术有限公司		

超鼎盛华（北京）科技发展有限公司	双方按照分成模式进行费用结算； 超鼎盛华每个自然月第5个工作日之前提供上一个结算周期的结算数据。结算数据确认后，到票15-20个工作日付款。	1个自然月
	双方按照分成模式进行费用结算； 超鼎盛华于次月10日前提供上月客户端广告位收入的数据账单。在收到账单的5个工作日内进行数据核对确认。每月应支付的广告费用，确定账单之日起5个自然日付款。	
上海美约文化传播有限公司	上海美约文化传播有限公司在每月15日之前将上个自然月的浩辰软件收益等相关数据以结算单的方式发送到浩辰软件联系邮箱或以其他书面方式提供给浩辰软件。浩辰软件需根据结算单内的金额，开具相应合格增值税专用发票并邮寄给上海美约文化传播有限公司。浩辰软件对结算金额如有异议，应在收到上海美约文化传播有限公司结算单后的3日内书面向上海美约文化传播有限公司提出，逾期视为认可。到票和其他要求凭证后5个工作日内付款。	1个自然月

注1：深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技（深圳）有限公司为关联企业，公司于2019年首次与深圳市腾讯计算机系统有限公司开展合作，于2020年6月合作主体变更为腾讯科技（深圳）有限公司；湖北今日头条科技有限公司与北京有竹居网络技术有限公司为关联企业，公司于2019年首次与北京有竹居网络技术有限公司开展业务合作，于2020年合作主体变更为湖北今日头条科技有限公司。

注2：超鼎盛华（北京）科技发展有限公司存在两个结算方式系2019年原合同到期，在合同续签过程中经双方协商一致，对对账时间和账期进行了重新约定。

如上表所示，报告期内，公司与互联网广告推广业务客户主要根据每个月双方确认的结算数据或对账单中所归属的期间确认收入，不存在收入跨期的情形。

（四）软件代理业务的收入确认方法

《企业会计准则第14号——收入》（财会〔2017〕22号）第三十四条规定企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

（三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

- （一）企业承担向客户转让商品的主要责任。
- （二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。
- （三）企业有权自主决定所交易商品的价格。
- （四）其他相关事实和情况。

报告期内，发行人主要采用总额法确认软件代理收入，仅广东三品软件科技有限公司的代理收入为净额法确认。

对于除广东三品软件科技有限公司软件代理业务外，发行人代理的软件产品，发行人有权自主决定所交易商品的价格，承担向客户转让商品的主要责任，发行人在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险，发行人向客户转让前能够控制该商品，自第三方取得商品和其他资产控制权后，再转让给客户，发行人为主要责任人，故发行人采用总额法确认软件代理收入，符合企业会计准则规定。

对于广东三品软件科技有限公司软件代理业务，发行人只收取手续费，向客户转让前不能够控制该商品，为代理人，因此，发行人采用净额法确认相关收入。

（五）请按照不同产品的业务模式梳理收入确认政策，包括收入确认时点、依据等

报告期内，公司产品销售主要为软件产品销售、会员增值服务、技术授权、互联网广告推广和技术服务，不同业务和产品类型的具体收入确认政策如下：

2020 年 1 月 1 日以前

业务类型	业务模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
CAD 软件业务 ^{注 1}	直销、买断式经销	产品向客户交付并经客户确认后确认收入	客户确认时间	客户签收单/对账单
	非买断式经销	公司与客户进行对账，对账后取得客户销货清单后确认收入	收到销货清单时确认至所属期间	销货清单
CAD 云化业务	直销、买断式经销	会员增值服务：会员服务根据用户购买的会员服务期间分期确认收入	服务期间	交易明细及服务期
		技术授权：客户取得授权时确认收入	邮件交付后	发货邮件

业务类型	业务模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
互联网广告推广业务	直销	根据合作平台、第三方机构或客户提供的结算数据或双方对账确认后确认收入	收到结算清单或对账确认时确认至所属期间	结算清单或对账单
技术服务业务	直销、买断式经销	受托开发：在合同约定各履约义务完成并取得客户验收后确认收入	客户验收时间	验收单
		技术服务收入：完成合同约定的服务内容或在合同约定的服务期满时确认收入	客户验收时间/服务期间	验收单/服务期

2020 年 1 月 1 日以后

业务类型	业务模式	收入确认方法	收入确认时点	收入确认依据
CAD 软件业务 ^{注 1}	直销、买断式经销	对于标准通用软件，合同中包含软件产品销售与免费升级服务的，将交易价格在两项履约义务间进行分摊，软件产品向客户交付并经客户确认后确认收入；升级服务在向客户交付升级密钥或升级服务期满时确认收入； 对于外购软件销售，产品向客户交付并经客户确认后确认收入	客户确认时间/升级服务期满	客户签收单/对账单/升级服务期
	非买断式经销	公司与客户进行对账，对账后取得客户销货清单后确认收入	收到销货清单时确认至所属期间	销货清单
CAD 云化业务	直销、买断式经销	会员增值服务：会员服务根据用户购买的会员服务期间分期确认收入	服务期间	交易明细及服务期
		技术授权：客户取得授权时确认收入	邮件交付后	发货邮件
互联网广告推广业务	直销	根据合作平台、第三方机构或客户提供的结算数据或双方对账确认后确认收入	收到结算清单或对账确认时确认至所属期间	结算清单或对账单
技术服务业务	直销、买断式经销	受托开发：在合同约定各履约义务完成并取得客户验收后确认收入	客户验收时间	验收单
		技术服务收入：完成合同约定的服务内容或在合同约定的服务期满时确认收入	客户验收时间/服务期间	验收单/服务期

注 1：订阅业务属于公司 CAD 软件业务，其与永久授权业务一样，都是授予客户标准化软件的使用权，主要是软件授权期限存在差异。因此，公司在向客户交付有使用期限的产品并经客户确认后，已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，客户已取得商品控制权，公司一次性确认收入。

报告期内，主营业务按业务类型和销售模式分类情况如下：

单位：万元

项目		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
CAD 软件业务	直销	10,714.23	46.11%	7,991.61	43.86%	7,213.67	48.24%
	经销	7,947.13	34.20%	7,232.68	39.70%	5,823.69	38.95%
	小计	18,661.35	80.31%	15,224.29	83.56%	13,037.37	87.19%
CAD 云化业务	直销	1,118.75	4.81%	435.43	2.39%	261.48	1.75%
	经销	10.94	0.05%	0.86	0.00%	7.74	0.05%
	小计	1,129.69	4.86%	436.29	2.39%	269.23	1.80%
互联网广告推广业务	直销	3,116.54	13.41%	2,216.71	12.17%	1,139.65	7.62%
	经销	-	-	-	-	-	-
	小计	3,116.54	13.41%	2,216.71	12.17%	1,139.65	7.62%
其他	直销	240.79	1.04%	290.91	1.60%	440.71	2.95%
	经销	87.08	0.37%	51.80	0.28%	66.26	0.44%
	小计	327.86	1.41%	342.71	1.88%	506.97	3.39%
整体	直销	15,190.30	65.38%	10,934.66	60.01%	9,055.52	60.56%
	经销	8,045.14	34.62%	7,285.34	39.99%	5,897.70	39.44%
	合计	23,235.45	100.00%	18,220.00	100.00%	14,953.22	100.00%

注：主营业务中其他收入主要为技术服务收入、软件代理收入和其他零星收入

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，以及报告期内发行人销售循环的主要内部控制节点、相关单据及实际执行情况、对发行人收入确认依据等事项，申报会计师主要核查程序如下：

1、获取发行人销售相关内控制度，访谈发行人财务及销售部门负责人，了解公司主要产品、销售模式、收入确认政策变化及其执行等具体情况；

2、获取发行人主要销售合同、订单等，检查相关文件中有关收入确认的关键条款，查看主要交易内容、合同中的权利和义务约定、信用政策等条款，核查是否与内部控制制度相符；

3、对报告期内发行人通用合同条款进行检查，了解发行人销售合同中的通用条款约定，评价发行人是否按照新收入准则的规定识别了所有的单项履约义务，各单项履约

义务之间划分是否清晰；

4、核查发行人免费升级服务的拆分方法，结合相关收入合同条款，评价分摊方法及相关依据是否准确、充分，是否符合企业会计准则的规定和核算要求；

5、核查升级服务为某一时点还是某一时段履约义务的方法是否准确，确认依据是否充分，是否符合企业会计准则的规定和核算要求；

6、获取发行人主要互联网广告推广业务合同，检查合同约定结算方式、结算周期等关键条款，复核发行人年（期）末收入确认情况，核查是否存在跨期情形；

7、获取发行人主要软件代理合同，检查合同约定发货方式、签收条款、结算方式及付款条款等关键性条款，复核发行人收入确认方式是否准确，是否符合企业会计准则的规定；

8、获取发行人销售的记账凭证及对应的合同、订单、发货单、结算单等原始单据，核实收入确认金额、时点记录是否准确，与会计准则是否相符；

9、对主要客户通过实地或视频访谈等方式了解真实业务背景、交易具体内容以及销售合同相关条款的履行情况；

10、查阅可比公司的公开披露信息，确认可比公司的收入确认会计政策、收入确认依据和收入确认时点；

11、梳理发行人收入确认会计政策并与可比公司及收入准则进行比对，确认发行人的收入确认政策与可比公司是否存在重大差异，是否符合收入准则的要求。

（二）核查情况

1、报告期内发行人销售循环的主要内部控制节点、相关单据及实际执行情况

报告期内，发行人销售循环的主要内部控制节点为签订合同/订单、产品发货、客户签收/对账、向客户开具发票、记录销售及回款，相关单据及实际执行情况如下：

业务类型	区域	内部控制节点	实际执行情况	保存单据
CAD 软件业务	境内	合同签订及账期审批、产品发货、客户签收、开票、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 系统根据合同生成销售订单和发货单, 生产部安排发货; (3) 根据合同约定, 财务部门开具发票; (4) 财务部每月根据发货记录、客户签收单确认收入; (5) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、发货单、客户签收单、发票、银行回单
	境外	买断式: 合同签订及账期审批、接收客户销售订单、产品发货、对账、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 客户需要时, 向公司下销售订单; (3) 根据销售订单, 销售提出出货申请, 生产人员根据出货申请表安排发货; (授权 2.0 系统上线后, 销售人员在授权系统下单并自动出货) (4) 根据合同约定与客户进行对账; (5) 财务根据客户确认的对账单记录收入; (6) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、销售订单、发货邮件、对账单、银行回单
		非买断式: 合同签订及账期审批、对账、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 具体销售发货由经销商自行生产及安排; (3) 根据合同约定与客户进行对账; (4) 财务根据客户确认的销货清单记录收入; (5) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、销货清单、银行回单
CAD 云化业务		会员业务: 会员充值记录	(1) 公司根据浩辰 APP 后台管理系统导出客户交易明细, 财务按照服务期间记录收入; (2) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	交易明细及服务期
		技术授权业务: 合同签订及账期审批、产品发货、开票、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 系统根据合同生成销售订单和发货单, 生产部安排发货; (3) 根据合同约定, 财务部门开具发票; (4) 财务部每月根据发货记录确认收入; (5) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、发货邮件、发票、银行回单
互联网广告推广业务		合同签订及账期审批、对账、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 浩辰 APP 后台管理系统根据配置展示 APP 广告; (3) 根据合同约定与客户进行结算数据对账; (4) 财务根据客户确认的结算清单或对账单记录收入; (5) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、结算清单或对账单、发票、银行回单

业务类型	区域	内部控制节点	实际执行情况	保存单据
技术服务业务		合同签订及账期审批、验收、记录销售及收款	(1) 公司与客户确定销售意向后, 签订销售合同, 同时确定信用政策, 相关合同签订须经审批; (2) 根据合同约定开发/服务任务, 安排人员进行开发或服务; (3) 项目完成, 经客户验收; 或服务期满记录收入; (4) 财务部收款后, 根据银行回单将收款计入对应的收款账户	销售合同及审批、验收单、发票、银行回单

2、对发行人收入确认依据的核查情况

申报会计师以发行人报告期各期主要销售合同/销售订单为单位选取测试样本，对测试样本的合同、销售订单、发货单/邮件、签收单、发票、销货清单、结算清单、对账单、验收单、银行回单等单据进行核查，确认营业收入的真实性和准确性。报告期各期，经申报会计师核查的收入金额占各期主营业务收入的比例分别为 58.50%、58.97% 及 63.87%。

（三）核查结论

经核查，申报会计师认为：

发行人收入确认依据不存在重大异常，发行人收入确认政策在所有重大方面符合《企业会计准则》的规定。

7.2 关于 CAD 软件业务收入

根据申报材料：（1）发行人主营业务收入主要来源于 CAD 软件业务，包括 2D CAD 业务、3D CAD 业务和其他相关软件，合计收入占主营业务收入比例分别为 91.67%、87.19%、83.56%和 78.86%；（2）2D CAD 软件新购业务销售中，报告期内数量授权模式下销售平均单价逐年下降，销售数量明显上升，场地授权模式下场地授权家数明显减少；（3）2D CAD 软件升级业务收入分别为 675.21 万元、846.89 万元、1,542.61 万元和 1,014.33 万元，规模持续上升；（4）2D CAD 订阅业务收入规模较小但增长迅速，报告期内复合增长率为 709.73%；（5）2020 年起浩辰 3D 实现销售，2020 年度和 2021 年 1-6 月分别实现销售收入 620.07 万元和 533.38 万元；（6）报告期内发行人同时使用自主研发的注册码授权系统和 Flexnet 的授权系统。

请发行人补充披露：（1）按照直销、经销分别披露报告期内 CAD 业务前五大客户的收入及占比；（2）按照不同产品类型，披露下载安装渠道、授权方式。

请发行人说明：（1）结合 CAD 软件业务在不同销售模式下新老用户收入贡献金额及比例、单个客户收入金额的变动情况，说明该业务的开拓情况；（2）2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内外销售数量和平均单价的变动原因，场地授权模式下授权家数减少的原因，销量、价格和场地授权家数的变动趋势是否与同行业可比公司类似业务一致；（3）2D CAD 软件升级业务收入中免费升级和付费升级业务占比，报告期内销售数量和平均单价的变动情况及原因；（4）订阅业务和浩辰 3D 业务的主要客户及

报告期内客户数量、销售数量、平均单价的变动及原因，结合上述情况说明两种业务的开拓情况及未来发展趋势；（5）采用公司注册码授权系统和 Flexnet 授权系统的产品及收入比例，已购买公司产品但未激活的产品数量、对应收入金额及占比，收入确认和产品激活平均时间间隔的变动情况；（6）增值税即征即退金额与销售收入的匹配性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

回复：

一、发行人披露

（一）按照直销、经销分别披露报告期内 CAD 业务前五大客户的收入及占比

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况和主要客户”之“（二）主要客户”部分补充披露如下：

“报告期内，公司直销、经销模式下 CAD 软件业务前五大客户情况具体如下：

（1）直销模式下 CAD 软件业务前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 CAD 软件业务收入比重
2021 年度			
1	中国海洋石油集团有限公司	158.53	0.85%
2	四川省水利水电勘测设计研究院有限公司	158.05	0.85%
3	中国机械工业集团有限公司	112.44	0.60%
4	世源科技工程有限公司	107.52	0.58%
5	四川发展（控股）有限责任公司	75.12	0.40%
合计		611.67	3.28%
2020 年度			
1	北京城建集团有限责任公司	255.26	1.68%
2	中国建筑科学研究院有限公司	253.91	1.67%
3	国家电网有限公司	192.48	1.26%
4	江苏浩森建筑设计有限公司	176.99	1.16%
5	中国电子工程设计院有限公司	171.68	1.13%
合计		1,050.32	6.90%
2019 年度			
1	中国建筑集团有限公司	146.02	1.12%

序号	客户名称	销售金额	占 CAD 软件业务收入比重
2	中国化学工程股份有限公司	140.71	1.08%
3	国家电网有限公司	101.93	0.78%
4	北京首都创业集团有限公司	47.17	0.36%
5	海湾安全技术有限公司	44.83	0.34%
合计		480.66	3.69%

注：①2021 年度：中国机械工业集团有限公司包括中机十院国际工程有限公司、广州擎天德胜智能装备有限公司、中海（广州）工程勘察设计有限公司、扬动股份有限公司、中国电器科学研究院股份有限公司等 9 家同一控制下企业；四川发展（控股）有限责任公司包括四川能投宜宾电力工程建设有限公司、四川能投兴文电力有限公司、四川能投建工集团有限公司、四川能投发展股份有限公司、四川简阳能投建工发展有限公司等 20 家同一控制下企业；②2020 年度：北京城建集团有限责任公司包含北京市园林古建筑设计研究院有限公司、北京城建设计发展集团股份有限公司、北京天卉源绿色科技研究院有限公司、北京华宇星园林古建筑设计有限公司、北京城建轨道交通建设工程有限公司等 24 家同一控制下企业；中国建筑科学研究院有限公司包含中国建筑技术集团有限公司、建研科技股份有限公司、建研（北京）结构工程有限公司、建研（北京）抗震工程结构设计事务所有限公司、建研地基基础工程有限责任公司等 5 家同一控制下企业；国家电网有限公司包含国网四川省电力公司经济技术研究院、西安众源电力设计有限公司（第二名称：西安电力设计院）、嘉兴恒创电力设计研究院有限公司、重庆市腾泰电力有限责任公司、重庆市新纪元电力勘察设计有限公司等 22 家同一控制下企业；中国电子工程设计院有限公司包含世源科技工程有限公司、中国电子工程设计院有限公司 2 家同一控制下企业；③2019 年度：中国建筑集团有限公司包含中建铁路投资建设集团有限公司、中建三局西部投资有限公司、中建三局绿色产业投资有限公司、中建三局集团有限公司、中建三局基础设施建设投资有限公司等 9 家同一控制下企业；国家电网有限公司包含十堰巨能电力设计有限公司、衢州光明电力投资集团有限公司、衢州光明电力设计有限公司、盘锦金通得工程建设有限公司、龙游泽龙电力工程有限公司等 17 家同一控制下企业；北京首都创业集团有限公司包含新乡首创水务有限责任公司、马鞍山首创水务有限责任公司、淮南首创水务有限责任公司、北京首创污泥处置技术有限公司、北京首创生态环保集团股份有限公司等 12 家同一控制下企业。

（2）经销模式下 CAD 软件业务前五大客户

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占 CAD 软件业务收入比重
2021 年度			
1	System Metrix Co., Ltd.	2,408.54	12.91%
2	Modoo Solution Co., Ltd.	1,130.00	6.06%
3	TMSys Sp. z o.o.	884.07	4.74%
4	AppliCAD Public Co., Ltd.	287.00	1.54%
	P. T. Indonesia AppliCAD	34.42	0.18%
5	北京新航世纪科技有限公司	194.93	1.04%
合计		4,938.97	26.47%

序号	客户名称	销售金额	占 CAD 软件业务收入 比重
2020 年度			
1	System Metrix Co.,Ltd.	2,877.09	18.90%
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	1,058.88	6.96%
3	TMSys Sp. z o.o.	817.35	5.37%
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	358.58	2.36%
	P.T.Indonesia AppliCAD	31.13	0.20%
5	北京新航世纪科技有限公司	226.17	1.49%
合计		5,369.19	35.27%
2019 年度			
1	System Metrix Co.,Ltd.	2,450.13	18.79%
2	Modoo Solution Co.,Ltd.	833.99	6.40%
3	TMSys Sp. z o.o.	582.99	4.47%
4	AppliCAD Public Co.,Ltd.	298.40	2.29%
	P.T.Indonesia AppliCAD	43.15	0.33%
5	Spice Technologies Trading L.L.C	141.21	1.08%
合计		4,349.87	33.36%

”

（二）按照不同产品类型，披露下载安装渠道、授权方式

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务、主要产品及服务的情况”之“（三）主要经营模式”之“2、销售模式”中补充披露如下：

“3）不同产品类型的下载安装渠道和授权方式

报告期内，公司 CAD 软件业务不同产品类型的下载安装渠道和授权方式主要情况如下：

产品类型	下载安装渠道	授权方式
2D CAD	产品光盘、官方网站、经销商网站、第三方软件下载平台或网站等	数量授权、场地授权
3D CAD		
其他相关软件	官方网站、经销商网站、第三方软件下载平台或网站等	数量授权

”

二、发行人说明

(一) 结合 CAD 软件业务在不同销售模式下新老用户收入贡献金额及比例、单个客户收入金额的变动情况，说明该业务的开拓情况

报告期内，CAD 软件业务在不同销售模式下新老客户的收入情况如下：

单位：万元

期间	项目	直销			经销			整体		
		新客户	老客户	小计	新客户	老客户	小计	新客户	老客户	合计
2021 年度	收入金额	8,108.28	2,605.95	10,714.23	496.61	7,450.51	7,947.13	8,604.89	10,056.46	18,661.35
	收入占比	75.68%	24.32%	100.00%	6.25%	93.75%	100.00%	46.11%	53.89%	100.00%
	客户数量(家)	2,212	696	2,908	83	135	218	2,295	831	3,126
	单个客户收入金额	3.67	3.74	3.68	5.98	55.19	36.45	3.75	12.10	5.97
2020 年度	收入金额	6,689.79	1,301.82	7,991.61	439.01	6,793.67	7,232.68	7,128.80	8,095.49	15,224.29
	收入占比	83.71%	16.29%	100.00%	6.07%	93.93%	100.00%	46.83%	53.17%	100.00%
	客户数量(家)	1,959	495	2,454	53	98	151	2,012	593	2,605
	单个客户收入金额	3.41	2.63	3.26	8.28	69.32	47.90	3.54	13.65	5.84
2019 年度	收入金额	6,661.30	552.37	7,213.67	146.27	5,677.42	5,823.69	6,807.57	6,229.80	13,037.37
	收入占比	92.34%	7.66%	100.00%	2.51%	97.49%	100.00%	52.22%	47.78%	100.00%
	客户数量(家)	1,969	173	2,142	41	76	117	2,010	249	2,259
	单个客户收入金额	3.38	3.19	3.37	3.57	74.70	49.78	3.39	25.02	5.77

1、在直销模式下，报告期内公司 CAD 软件业务新客户收入金额**稳中有升**，收入金额分别为 6,661.30 万元、6,689.79 万元和 **8,108.28 万元**，占直销总收入的比例分别为 92.34%、83.71%和 **75.68%**，收入贡献比例有所下降，单个客户收入金额**小幅提升**。老客户收入贡献金额及比例持续上升，其中 2020 年度增长幅度较大的原因在于大客户增加和软件升级收入提高。单个客户收入金额**有所波动**，其中 2020 年度下降，主要是由于软件升级的客户占比较大所致；**2021 年度上升**，主要是由于单价较高的 3D CAD 软

件收入占比提升所致。

在直销模式下，公司新客户收入贡献金额**稳中有升，但收入贡献比例有所下降**。随着公司产品品质的提升，售后服务品质的增强，以及充分挖掘老客户的后续需求，老客户复购呈增加趋势，对产品的粘性增强，对收入贡献程度提高。

2、在经销模式下，报告期内公司与主要经销商保持了稳定的合作关系，经销收入主要来源于老客户，同时不断拓展销售渠道，持续发展经销商规模，新老客户的收入贡献比例较为稳定。**2020-2021 年公司为了拓展浩辰 3D 业务而加大了经销商网络建设力度，经销商数量持续增加，从而使得报告期内单个新客户收入金额有所波动，单个老客户收入金额有所降低。**

总体而言，报告期内公司持续加大新客户开发力度，并积极服务和挖掘老客户的新需求，公司客户数量不断增加，新客户收入贡献金额稳步增长，老客户收入贡献不断提升，**单个客户收入金额变动具有合理性**，销售收入持续扩大，公司 CAD 软件业务开拓情况良好。

(二)2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内外销售数量和平均单价的变动原因
因，场地授权模式下授权家数减少的原因，销量、价格和场地授权家数的变动趋势是否与同行业可比公司类似业务一致

1、2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内外销售数量和平均单价的变动原因

报告期内，2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内外销售数量和平均单价情况如下：

项目		境内	境外	合计
2021 年度	金额（万元）	6,464.31	5,220.14	11,684.45
	数量（套）	22,903	52,813	75,716
	单价（元/套）	2,822.47	988.42	1,543.19
2020 年度	金额（万元）	3,773.50	5,466.69	9,240.19
	数量（套）	13,222	49,354	62,576
	单价（元/套）	2,853.96	1,107.65	1,476.63
2019 年度	金额（万元）	3,243.44	4,801.41	8,044.85
	数量（套）	10,558	40,852	51,410

项目		境内	境外	合计
	单价（元/套）	3,072.03	1,175.32	1,564.84

报告期内，2D CAD 软件新购业务数量授权模式下销售数量持续增长，2020 年度和 2021 年度销售数量分别增长了 21.72%和 21.00%；报告期内，公司 2D CAD 软件新购业务数量授权模式下销售平均单价整体呈小幅下降趋势，相对稳定。具体如下：

（1）境内销售数量和平均单价的变动原因

报告期内，2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内销售数量持续增长，2020 年度和 2021 年度销售数量分别增长了 25.23%和 73.22%，主要原因在于：

一方面中美贸易摩擦的外部环境风险和国内政策利好双重因素驱动工业软件国产化替代进程加速，同时随着国内对软件知识产权保护力度不断加强，软件正版化趋势明显，国内工业软件市场需求快速增长；

另一方面，公司历经 20 年发展，坚持自主创新的研发路线，已在 CAD 软件的显示引擎、性能优化、数据处理、协同设计等方面取得突破，实现运行速度、功能完备度、可靠性、可扩展性等方面接近或局部超越国际主流产品，部分技术达到国际先进水平，已发展成为国内领先的 CAD 软件开发商，公司 CAD 产品的市场竞争力和品牌知名度持续提高；

此外，面对市场竞争，近年来公司不断加大市场开发力度，销售团队和营销网络逐步加强，客户规模持续扩大。

报告期内，公司 2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内销售平均单价整体呈小幅下降趋势，这主要是由于 CAD 软件市场竞争较为激烈，为应对市场竞争及扩大市场份额，公司采取了更具竞争力的定价策略。其中 2020 年度平均单价下降 7.10%，主要是由于受新冠疫情影响，市场形势严峻，公司为获取重要订单而采取了较大的销售折扣，此外，2020 年实行新收入确认政策，公司将免费升级识别为单项履约义务进行单独确认也对销售平均单价产生影响。

（2）境外销售数量和平均单价的变动原因

报告期内，2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境外销售数量持续增长 2020 年度和 2021 年度销售数量分别增长了 20.81%和 7.01%，主要原因在于：

公司重视境外市场的开拓，公司 2007 年成功发布第一款浩辰 CAD 英文版，开始进军境外市场，先后与多个国家和地区的合作伙伴建立了稳定业务关系，境外主要区域市场整体保持较好的增长态势，主要是因为：一方面，公司 2D CAD 软件历经多次优化和迭代，产品品质持续提高，且具有良好的性价比优势，市场认可度得到提升。另一方面，公司境外销售主要采取经销模式，公司与主要境外经销商合作关系稳定，境外经销商紧跟市场竞争趋势，积极进行产品推广、市场开拓和客户开发工作，加之公司产品本身的品质和性价比优势，境外市场尤其是亚洲和欧洲市场开拓情况良好，境外销售数量持续增加。

报告期内，公司 2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境外销售平均单价整体呈小幅下降趋势，其中 2020 年和 2021 年平均单价分别下降了 5.76%和 10.76%，这主要是由于受新冠疫情等因素影响，境外市场形势较为严峻，为应对新冠疫情的冲击，公司根据境外市场情况采取了较多的销售折扣促销，从而使得境外销售的实际平均单价出现下降情况。

2、场地授权模式下授权家数减少的原因

报告期内，2D CAD 新购场地授权模式销售情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
场地授权金额（万元）	2,925.70	3,290.09	3,897.86
场地授权家数（家）	434	474	626
场地授权单价（万元/家）	6.74	6.94	6.23

场地授权是指公司对于软件需求数量较多的用户授予其在其经营场所不限装机数量或约定最大装机数量使用某一版本软件的权利，针对整个场地收取授权使用费用。场地授权定价方式基于客户业务规模、所处行业、员工人数等具体情况并通过协商谈判具体确定，与销售数量不直接相关，与客户的支付能力、使用软件的人数直接相关。

报告期内，公司场地授权模式下销售家数持续减少，主要是由于近年来随着中美贸易摩擦的外部环境风险和国内政策利好双重因素驱动工业软件国产化替代进程加速，同时随着国内对软件知识产权保护力度不断加强，软件正版化趋势明显，国内工业软件市场环境得到大幅改善。场地授权是公司早期为开拓市场而采用的销售策略之一，随着国内工业软件市场环境的改善，公司调整销售策略，逐渐收紧了场地授权业务，从而使得场地授权客户数量下降，场地授权业务收入规模有所下降。

3、销量、价格和场地授权家数的变动趋势是否与同行业上市公司类似业务一致

(1) 销量、价格的变动趋势是否与同行业上市公司类似业务一致

2D CAD 软件新购业务数量授权模式下，发行人销售数量、价格变动趋势与中望软件（688083.SH）、福昕软件（688095.SH）对比情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度	变动趋势
中望软件	数量（节点）	-	-	72,431	2019 年同比大幅增长
	单价（元/节点）	-	-	1,820.72	2019 年同比略有增长
福昕软件	数量（套）	-	-	468,668	2019 年同比大幅增长
	单价（元/套）	-	-	526.47	2019 年同比略有下降
发行人	数量（套）	75,716	62,576	51,410	报告期内稳步增长
	单价（元/套）	1,543.19	1,476.63	1,564.84	报告期内整体有所下降

注 1：数据来源：上市公司招股说明书

注 2：中望软件数据为其中望 CAD 平台及其二次开发软件产品数据

注 3：福昕软件数据为其 PDF 编辑器产品永久授权销售数据

由上表可知，公司 2D CAD 软件业务的销量与同行业上市公司中望软件和福昕软件在 2019 年度趋势相同，均增长幅度较大；公司与福昕软件销售价格呈小幅下降趋势，中望软件销售价格呈小幅上涨趋势，同行业上市公司产品销售价格均未发生大幅波动，价格变动相对稳定。

(2) 场地授权家数的变动趋势是否与同行业可比公司类似业务一致

场地授权作为行业内的一般销售方式，在软件公司销售模式中较为常见，同行业可比上市公司中望软件、金山办公也存在场地授权的模式。

2D CAD 新购场地授权模式下，报告期内，发行人授权金额、授权家数及单家授权单价情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
场地授权金额（万元）	2,925.70	3,290.09	3,897.86
场地授权家数（家）	434	474	626
场地授权单价（万元/家）	6.74	6.94	6.23

目前同行业可比上市公司中仅中望软件详细披露了场地授权的金额、家数和单价，具体情况如下：

中望软件	2020 年 1-6 月	2019 年度
------	--------------	---------

中望软件	2020 年 1-6 月	2019 年度
场地授权金额（万元）	564.72	3,718.67
场地授权家数（家）	76	159
场地授权单价（万元/家）	7.43	23.39

数据来源：中望软件招股说明书等公开信息披露文件

与中望软件相比，发行人场地授权家数相对较多、授权单价相对较低，一方面是由于发行人为提升市场占有率采用差异化销售策略，降低了场地授权标准，提供面向中小企业的场地授权；另一方面是中望软件 2019 年受中国宝武钢铁集团有限公司和福建省亿鑫海信息科技有限公司订单金额较大等因素影响，其 2019 年授权单价有所升高。

报告期内，发行人场地授权家数呈下降趋势，与中望软件存在一定差异，主要是由于发行人调整销售策略，逐渐收紧了场地授权业务，从而使得场地授权客户数量下降。

综上，报告期内发行人与中望软件场地授权家数变化趋势有所差异，主要是由于双方客户基础不同以及销售策略差异所致。

（三）2D CAD 软件升级业务收入中免费升级和付费升级业务占比，报告期内销售数量和平均单价的变动情况及原因

1、2D CAD 软件免费升级和付费升级的情况

报告期内，2D CAD 软件升级服务收入中免费升级和付费升级收入占比情况如下：

单位：万元

名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
付费升级	1,513.32	83.28%	1,424.93	92.37%	846.89	100.00%
免费升级	303.72	16.72%	117.68	7.63%	-	-
合计	1,817.04	100.00%	1,542.61	100.00%	846.89	100.00%

报告期内，公司 2D CAD 软件升级收入主要来源与用户付费升级，报告期内占比分别为 100.00%、92.37%和 83.28%。

2、报告期内销售数量和平均单价的变动情况及原因

报告期内，按照授权模式不同，2D CAD 软件升级服务的销售数量和平均单价情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
数量授权	金额（万元）	1, 606. 19	1,391.64	836.90
	数量（套）	32, 959	25,065	15,263
	单价（元/套）	487. 33	555.21	548.32
场地授权	金额（万元）	210. 85	150.97	9.99
	数量（家）	75	109	5
	单价（元/家）	28, 113. 47	13,850.77	19,984.10
合计	金额（万元）	1, 817. 04	1,542.61	846.89

（1）数量授权

报告期内，2D CAD 软件升级服务数量授权的销售数量持续增加，主要是由于一方面随着公司 2D CAD 软件用户规模持续扩大以及软件升级迭代质量不断提高，尤其是公司 CAD 软件版本升级周期稳定，持续迭代升级后产品品质、易用性、兼容性等持续提升，用户选择升级的需求和意愿增强，另一方面，自 2020 年实行新收入确认政策，公司将免费升级识别为单项履约义务进行单独确认，作为升级收入核算，亦增加了软件升级的销售数量。

报告期内，2D CAD 软件升级服务数量授权的销售平均单价整体呈下降趋势，主要是由于受公司向日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.交易价格影响所致。

一方面，日本 CAD 市场是亚洲主要 CAD 市场之一，为了更好地提升公司在日本市场的占有率，公司给予了日本经销商 System Metrix Co.,Ltd.相对较为优惠的升级授权价格，随着 System Metrix Co.,Ltd.升级收入的占比提高，导致结构性降低了公司报告期内经销升级授权均价。

另一方面，公司对 System Metrix Co.,Ltd.升级授权销售价格系参考其对外销售价格为依据确定，由于报告期内 System Metrix Co.,Ltd.对外销售的软件升级服务中，售价较低的软件版本的销售占比提升较快，导致其升级服务的平均对外销售价格有所降低，进而公司对其升级服务的经销价格相应有所降低，进一步降低了报告期内升级授权均价。

（2）场地授权

报告期内，2D CAD 软件升级服务场地授权的授权家数和单家收费存在一定波动，主要原因是由于报告期内场地授权软件的升级家数相对较少，且原新购授权合同中的交易价格根据客户个体差异而存在较大差异，导致报告期内升级授权均价容易受到个别客

户升级销售价格的影响而产生波动。

(四) 订阅业务和浩辰 3D 业务的主要客户及报告期内客户数量、销售数量、平均单价的变动及原因, 结合上述情况说明两种业务的开拓情况及未来发展趋势

1、订阅业务的主要客户及报告期内客户数量、销售数量、平均单价的变动及原因

(1) 订阅业务的主要客户

报告期内, 公司 2D CAD 订阅业务的主要客户如下:

单位: 万元

序号	客户名称	销售金额	占订阅业务收入比重
2021 年度			
1	江苏筑森建筑设计有限公司	43.36	16.13%
2	Tecnobit S.r.l.	30.17	11.22%
3	中国盐业集团有限公司	22.55	8.39%
4	北京中建建筑设计院有限公司	21.25	7.90%
5	中国电力建设集团有限公司	17.62	6.56%
合计		134.96	50.21%
2020 年度			
1	中国建筑科学研究院有限公司	241.91	46.76%
2	中国电子工程设计院有限公司	80.65	17.65%
3	江苏筑森建筑设计有限公司	43.36	8.38%
4	Tecnobit S.r.l.	40.10	7.75%
5	建研科技股份有限公司	34.65	6.70%
合计		440.67	87.24%
2019 年度			
1	中国化学工程股份有限公司	140.71	59.76%
2	CSI Caribe LLC	26.93	11.44%
3	TMSys Sp. z o.o.	18.17	7.72%
4	Assistance Soft Service Europe S.A.S	12.41	5.27%
5	Tecnobit S.r.l.	9.77	4.15%
合计		208.00	88.34%

注: 上述客户中, 中国建筑科学研究院有限公司包含中国建筑技术集团有限公司、建研科技股份有限公司 2 家同一控制下企业; 中国电子工程设计院有限公司包含世源科技工程有限公司、中国电子工程设计院有限公司等 2 家同一控制下企业; 中国盐业集团有限公司包含中盐安徽红四方股份有限公司、中盐工程技术研究院有限公司等 2 家同一控制下企业; 中国电力建设集团有限公司包含山东电力建设第三工程有限公司、中国电建集团河北省电力勘测设计研究院有限公司等 2 家同一控制下企业

(2) 报告期内，公司 2D CAD 订阅业务的客户数量、销售数量、平均单价等情况如下：

项目		2021 年度	2020 年度	2019 年度
数量授权	销售金额（万元）	166.64	176.05	94.73
	客户数量（家）	86	90	34
	销售数量（套·年）	5,594.49	3,636.96	1,815.46
	平均单价（元/套·年）	297.86	484.05	521.81
场地授权	销售金额（万元）	102.16	341.27	140.71
	客户数量（家）	9	4	1
	平均单价（元/家）	113,515.14	853,181.30	1,407,079.66
合计	销售金额（万元）	268.80	517.32	235.44

注：数量授权模式下的订阅授权销售数量根据实际订阅期限按年折算。

近年来国际知名工业软件厂商纷纷从永久授权模式向订阅模式转型。为顺应行业发展趋势，公司推出订阅模式供客户灵活选择。公司重视订阅业务的发展，参考市场竞争对手情况制定了合理的销售策略和价格，在业务开展过程中根据客户预算安排、使用需求等情况灵活推荐授权模式，加之近年来国内软件正版化趋势明显，故**报告期内**订阅业务的家数、数量**整体呈现较快增长趋势**。其中 2020 年度较快增长主要是由于开拓了中国建筑技术集团有限公司、世源科技工程有限公司等大客户采购金额较大所致。

报告期内，订阅业务价格存在一定的波动，主要是由于订阅业务处于起步阶段，业务规模仍然较小，各个客户之间销售规模和价格存在一定的差异，从而影响整体价格的变动。**受上述因素共同影响，销售金额存在一定波动。**

(3) 订阅模式和永久授权模式的主要区别如下：

项目	订阅模式	永久授权模式
授权期限	授予用户一段时间内使用软件的权利	授予用户永久使用软件的权利
收费模式	用户通常可以选择不同授权期限如半年、一年、三年等，并支付相应订阅费用	用户可以选择按数量授权或按场地授权，并支付永久授权费用
适用客户群体	用户的短期采购成本相对较低，适用于降低短期采购预算、习惯于订阅模式或需要临时使用 CAD 软件的用户	用户的长期使用成本相对较低，对于一些以 CAD 软件作为日常办公工具的用户来说，永久授权模式可以极大地降低用户长期使用成本

报告期内，公司以永久授权模式为主，同时为满足客户不同需求亦提供订阅模式。客户根据自身预算安排、软件使用需求等实际情况选择不同的授权方式，目前，公司的

客户主要选择永久授权模式，也存在部分为降低短期采购预算、习惯于订阅模式或需要临时使用 CAD 软件的客户选择订阅模式。

(4) 结合上述情况说明 2D CAD 软件订阅业务的开拓情况及未来发展趋势

永久授权模式和订阅模式均是产品型软件企业主流的业务模式，但国内外厂商盈利模式仍存在差异。从国产 2D CAD 厂商来看，永久授权模式仍是主流的盈利模式。报告期内，公司以永久授权模式为主，主要是由公司当前的产品特点和业务发展阶段所决定的，同时为满足客户不同需求亦提供订阅模式。公司重视订阅业务的市场开拓，**2019-2021 年度 2D CAD 订阅业务客户家数、销售数量整体呈较快增长趋势**，客户质量有所提高，已成功开拓了中国建筑技术集团有限公司、中国化学工程股份有限公司等知名企业。报告期内订阅业务发展较快，为公司未来向订阅授权模式转型奠定了良好的基础。

2、浩辰 3D 业务的主要客户及报告期内客户数量、销售数量、平均单价的变动及原因

(1) 浩辰 3D 业务的主要客户情况

报告期内，公司浩辰 3D 业务的主要客户如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	占浩辰 3D 业务收入比重
2021 年度			
1	昆山聚光臧信息科技有限公司	104.81	5.36%
2	苏州群雁信息技术有限公司	92.32	4.72%
3	苏州英凯德信息技术有限公司	51.21	2.62%
4	常州康普瑞汽车空调有限公司	44.25	2.26%
5	中化工程沧州冷却技术有限公司	39.03	2.00%
合计		331.61	16.96%
2020 年度			
1	苏州群雁信息技术有限公司	61.73	9.95%
2	无锡贝斯特精机股份有限公司	44.25	7.14%
3	扬州市庆源电气成套设备有限公司	44.25	7.14%
4	昆山聚光臧信息科技有限公司	39.66	6.40%

序号	客户名称	销售金额	占浩辰 3D 业务收入比重
5	苏州中门子工业炉科技有限公司	35.40	5.71%
合计		225.28	36.33%

(2) 报告期内，浩辰 3D 业务的客户数量、销售数量、平均单价等情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度
销售收入（万元）	1,954.67	620.07
客户数量（家）	290	69
销售数量（套）	1,060	441
平均单价（元/套）	18,440.25	14,060.53

为丰富产品线结构，更好的满足客户对 3D CAD 软件的需求，公司于 2019 年起与西门子开展合作，购买其 3D CAD 组件授权并基于此推出浩辰 3D 软件。2019 年度浩辰 3D 未实现销售，2020 年开始浩辰 3D 软件实现销售，2020 年度和 2021 年度客户数量分别为 69 家和 290 家，分别实现收入 620.07 万元和 1,954.67 万元，市场开拓情况良好。

在市场开拓初期，为促进市场开发工作，公司给予部分直销客户的优惠力度较大，从而使得 2020 年的平均单价相对较低。随着浩辰 3D 软件销售局面逐步打开，2021 年的销售优惠力度降低，销售单价有所提高。

(3) 结合上述情况说明浩辰 3D 业务的开拓情况及未来发展趋势

报告期内，浩辰 3D 软件市场开拓情况良好，客户家数、平均单价均呈上升趋势，基于浩辰 3D 软件良好的产品品质及公司多年深耕 CAD 领域的行业积累，未来浩辰 3D 业务发展趋势良好。

(五) 采用公司注册码授权系统和 Flexnet 授权系统的产品及收入比例，已购买公司产品但未激活的产品数量、对应收入金额及占比，收入确认和产品激活平均时间间隔的变动情况

1、采用公司注册码授权系统和 Flexnet 授权系统的产品及收入比例

报告期内，公司 CAD 软件业务中采用公司注册码授权系统和 Flexnet 授权系统（含授权 1.0 和授权 2.0）的产品及收入比例情况如下：

单位：万元

授权系统	产品名称	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
注册码授权系统	2D CAD	85.63	0.46%	3,906.61	25.66%	6,091.21	46.72%
	3D CAD	-	-	4.07	0.03%	-	-
	其他相关软件	-	-	2.55	0.02%	0.56	0.00%
	小计	85.63	0.46%	3,913.23	25.70%	6,091.77	46.73%
FlexNet 授权系统(授权 1.0 和授权 2.0)	2D CAD	16,610.37	89.01%	10,683.60	70.17%	6,933.84	53.18%
	3D CAD	1,954.67	10.47%	616.00	4.05%	-	-
	其他相关软件	10.69	0.06%	11.46	0.08%	11.76	0.09%
	小计	18,575.72	99.54%	11,311.06	74.30%	6,945.60	53.27%
合计		18,661.35	100.00%	15,224.29	100.00%	13,037.37	100.00%

报告期内，FlexNet 授权系统（含授权 1.0 和授权 2.0）的收入占比持续上升，与公司授权系统的变化情况相符。

2、已购买公司产品但未激活的产品数量、对应收入金额及占比

报告期内，客户已购买但截至 2022 年 3 月末尚未激活的 CAD 软件产品数量、对应收入金额及占整体 CAD 软件授权业务收入的比例情况如下：

项目		2D CAD	3D CAD	其他相关软件	合计
2021 年度	数量（套）	30,216	221	162	30,599
	金额（万元）	2,428.62	431.58	5.27	2,865.47
	占比	13.01%	2.31%	0.03%	15.36%
2020 年度	数量（套）	19,587	13	26	19,626
	金额（万元）	1,507.17	21.28	1.33	1,529.78
	占比	9.90%	0.14%	0.01%	10.05%
2019 年度	数量（套）	11,154	-	43	11,197
	金额（万元）	985.09	-	1.73	986.83
	占比	7.56%	-	0.01%	7.57%

总体而言，报告期内公司已销售但未激活的 CAD 软件产品对应收入金额较小，占比较低，激活情况良好。

3、收入确认和产品激活平均时间间隔的变动情况

报告期内，公司 CAD 软件产品中当期确认收入并在当期激活的平均时间间隔分别约为 21 天、19 天和 19 天，总体而言平均时间间隔较为稳定。

（六）增值税即征即退金额与销售收入的匹配性

1、公司软件产品销售收入中符合即征即退政策的销售额

根据《关于软件产品增值税政策的通知》（财税【2011】100 号），增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按法定税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。公司销售自行开发生产的软件产品享受上述增值税即征即退政策。

报告期内，公司境内 2D CAD 自产软件、其他相关软件收入和 CAD 云化业务-技术授权服务下的自产软件销售，符合增值税即征即退申报条件，境外的软件销售享受软件产品出口免税政策，不适用于即征即退申报情形。

单位：万元

业务类型	产品类别	境内外	是否符合即征即退政策	主营业务收入		
				2021 年度	2020 年度	2019 年度
CAD 软件业务	2D CAD	境内	是	10,358.33	8,110.76	7,541.93
		境外	否	6,337.67	6,479.45	5,483.12
	3D CAD	境内	否	1,954.67	620.07	-
	其他相关软件	境内	是	-	2.55	0.52
		境外	否	10.69	11.46	11.80
CAD 云化业务	会员增值服务	境内/外	否	901.35	286.61	217.87
	技术授权服务	境内	是	228.34	149.67	43.61
		境外	否	-	-	7.74
互联网广告推广业务	互联网广告推广业务	境内/外	否	3,116.54	2,216.71	1,139.65
其他	技术服务	境内/外	否	141.63	249.53	59.29
	软件代理	境内/外	否	131.34	52.23	406.74
	售后服务及其他	境内/外	否	54.90	40.95	40.95
合计				23,235.45	18,220.00	14,953.22

2、境内自产软件销售收入与增值税纳税申报表中的即征即退销售额的对比关系

公司境内自产软件销售符合增值税即征即退申报条件，与增值税纳税申报表中的即征即退销售额对比如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
即征即退销售额(增值税纳税申报表)	10,616.00	8,710.42	7,607.90
加：（1）本期确认收入但在其他年度开票申报销售额的项目（=A+B+C+D）	332.56	113.14	98.05
2019 年度以前（A）	-	0.78	96.87
2019 年度（B）	-	112.37	-
2020 年度（C）	332.56	-	1.18
2021 年度（D）	-	-	-
（2）本期确认收入但截止报告期期末未开票申报销售额的项目	-	-	-
减：（3）本期已开票申报销售额但其他年度确认收入的项目（=E+F+G+H）	-	333.74	133.87
2019 年度以前（E）	-	-	21.50
2019 年度（F）	-	1.18	-
2020 年度（G）	-	-	112.37
2021 年度（H）	-	332.56	-
（4）本期已开票但截至报告期期末未确认收入的项目	275.05	1.70	6.61
（5）新收入准则调整收入金额	140.39	285.64	-
开票申报时间性差异调整后销售额：	10,533.12	8,202.49	7,565.46
加：（6）自产软件销售中不符合即征即退条件的收入	53.54	60.50	20.60
合计金额	10,586.67	8,262.99	7,586.06
境内 2C CAD 永久授权模式\升级\订阅的收入，CAD 云化业务境内技术授权服务收入	10,586.67	8,262.99	7,586.06
差异	-	-	-

3、增值税即征即退金额与即征即退销售额的勾稽关系

报告期内，公司增值税即征即退金额与即征即退销售额的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度	公式
即征即退销售额（增值税纳税申报表）	10,616.00	8,710.42	7,607.90	A
即征即退项目销项税（增值税纳税申报表）	1,380.08	1,132.01	1,026.70	B=A*13%（或16%）（注1）
即征即退项目进项税（增值税纳税申报表）				C
即征即退应纳税额（增值税纳税申报表）	1,380.08	1,132.01	1,026.70	D=B-C
应计增值税即征即退金额	1,061.60	870.70	798.47	E=D-A*3%
财务计提的增值税即征即退金额	1,061.22	870.70	797.77	F
应计增值税即征即退金额与财务计提金额的差异	0.38（注3）	0.00	0.70（注2）	G=E-F
实际收到的增值税即征即退金额	1,061.22	870.70	797.77	H
截至 2022 年 4 月 15 日仍未收到的退税金额	0.00	0.00	0.00	I=F-H

注 1：2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日，公司境内销售软件产品适用 16% 增值税税率。根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日起，增值税一般纳税人发生增值税应税销售行为或进口货物，原适用 16% 税率的，税率调整为 13%。

注 2：2019 年应计增值税即征即退金额与财务计提金额差异 0.70 万元，原因为公司申报填写即征即退金额时资料有误，公司实际申请退税时更正了退税申报，并提交了更正说明，国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务所按照公司实际申报的退税的金额进行了退税，实际退税金额为 797.77 万元，并未多退税额。

注 3：2020 年应计增值税即征即退金额与财务计提金额差异 0.38 万元，原因为公司申报填写即征即退金额时资料有误，公司实际申请退税时更正了退税申报，并提交了更正说明，国家税务总局苏州工业园区税务局第一税务所按照公司实际申报的退税的金额进行了退税，实际退税金额为 1,061.22 万元，并未多退税额。

三、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

1、获取发行人 CAD 业务销售明细，统计并复核报告期内 CAD 业务直销、经销前五大客户的收入及占比；

2、与发行人业务负责人访谈，查阅销售合同，浏览发行人网站、第三方软件下载平台或网站等，了解发行人 CAD 产品的下载安装渠道和授权方式；

3、获取 CAD 软件业务公司新老客户明细，按照不同销售模式统计并复核不同销售模式下新老用户收入贡献金额及比例、单个客户收入金额的变动情况，并结合与发行人管理层的访谈，分析发行人 CAD 软件业务的开拓情况；

4、统计并复核 2D CAD 软件新购业务数量授权模式下销售数量和平均单价等情况，结合与发行人管理层的访谈，分析销售数量和平均单价的变动原因；与发行人管理层进行访谈，查阅主要场地授权业务合同，并结合同行业公司可比公司的场地授权业务有关情况，分析发行人场地授权模式下授权家数减少的原因，以及销量、价格和场地授权家数的变动趋势与同行业公司类似业务的比较情况；

5、获取 2D CAD 软件升级收入明细，统计并复核免费升级和付费升级收入及占比情况，查阅主要升级服务合同，结合与发行人管理层的访谈，分析报告期内软件升级销售数量和平均单价的变动情况及原因；

6、获取订阅业务和浩辰 3D 业务销售明细，统计并复核客户数量、销售数量、平均单价及主要客户情况，查阅主要订阅业务和浩辰 3D 业务合同，结合与管理层的访谈和行业发展情况，分析订阅业务和浩辰 3D 业务的客户数量、销售数量、平均单价的变动原因，以及业务的开拓情况及未来发展趋势；

7、获取产品销售明细及软件激活情况记录，统计并分析已销售但未激活的产品数量、对应收入金额及占比，以及收入确认和产品激活平均时间间隔的变动情况，与公司管理层进行访谈，分析评价已销售产品激活率和激活间隔时间的合理性；

8、增值税即征即退金额与销售收入的匹配性核查包括：

（1）获取并检查了发行人增值税纳税申报表、主管税务机关税收优惠备案证明、主管税务机关出具的不存在重大违法违规证明文件等资料，了解发行人纳税申报情况；

（2）重新测算增值税即征即退金额并与财务计提金额进行核对，核查发行人会计核算是否准确，差异原因是否合理，并获取国税局退税的银行回单，检查退税款是否已收回，期末未收回的应收退税款是否存在收回风险；

（3）获取发行人享受增值税优惠政策的软件产品清单，及相应的计算机软件著作权登记证书、增值税优惠备案回执等相关文件，检查是否符合增值税优惠政策的相关规定；了解发行人软件销售业务类型，获取软件销售收入明细表、增值税纳税申报表、所得税汇算清缴报告、完税凭证、销售及采购明细等信息，了解软件收入情况、收入确认时点等，重新计算发行人相关软件产品销售金额对应享受的增值税税收优惠的金额，分析其勾稽关系，与增值税申报表申报的软件收入之间是否存在差异。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

- 1、报告期内，发行人内新客户收入贡献金额稳步增长，老客户收入贡献不断提升，单个客户收入总体较为稳定，销售收入持续扩大，CAD 软件业务开拓情况良好；
- 2、报告期内，2D CAD 软件新购业务数量授权模式下境内外销售数量和平均单价的变动原因合理；场地授权模式下授权家数减少系发行人销售策略收紧所致，销量、价格和场地授权家数的变动趋势与是同行业可比公司相比无重大差异；
- 3、报告期内，公司 2D CAD 软件升级收入主要来源与用户付费升级，销售数量和平均单价的变动情况情况合理；
- 4、报告期内，2D CAD 软件订阅业务和浩辰 3D 业务的客户数量、销售数量、平均单价的变动原因合理，业务开拓情况良好，未来发展趋势向好；
- 5、报告期内 FlexNet 授权系统的收入占比持续上升，与发行人授权系统变化情况相符；报告期内发行人已销售但未激活的 CAD 软件产品对应收入金额较小，占比较低，激活情况良好；报告期内 CAD 软件产品的收入确认和产品激活平均时间间隔较为稳定；
- 6、报告期内，发行人增值税即征即退金额与即征即退销售额匹配。

7.3 关于收入核查

根据申报材料：（1）保荐机构对主要客户进行函证和访谈，回函确认金额占主营业务收入比例分别为 50.47%、59.13%、62.31%和 60.90%；访谈金额占主营业务收入比例分别为 47.92%、52.23%、52.53%和 47.42%；（2）已履行“一拖一”访谈程序的经销商收入占经销收入分比例别为 49.07%、40.83%、43.62%和 38.49%；未说明对境内及直销收入的核查情况；（3）报告期内，发行人注册码系统的应用层面和数据库层面自身无密码策略，未有数据库与服务器操作系统层面的超级用户操作日志，且无法查看激活状态，第三方授权 1.0 系统下线后服务器资源已释放，无法评估报告期内该系统各层面密码策略；保荐机构对经销收入和境外收入核查时均进行了软件激活测试，通过抽样对客户的密钥发货记录与激活情况进行比对。

请保荐机构、申报会计师说明：（1）收入函证、访谈的样本选取方法，回函确认比例及访谈比例较低的原因，是否存在回函差异及原因，细节测试的执行情况，并结

合核查情况对发行人销售收入的真实性、准确性发表明确意见；（2）经销收入核查中“一拖一”访谈程序的具体内涵及比例较低原因，对境内收入和直销收入的具体核查情况；（3）软件激活的核查情况，包括抽样方法、核查内容、核查证据及发现的异常情况，对于采用公司注册码授权系统及授权 1.0 系统的软件销售如何进行激活测试；（4）对发行人信息系统的核查情况，核查结果是否存在异常及原因，相关分析性复核过程，发行人如何确保授权系统激活码、交易数据及相关系统管理内控的有效性，并对发行人与信息系统相关的内部控制是否有效发表明确意见。

回复：

申报会计师核查

一、收入函证、访谈的样本选取方法，回函确认比例及访谈比例较低的原因，是否存在回函差异及原因，细节测试的执行情况，并结合核查情况对发行人销售收入的真实性、准确性发表明确意见

（一）收入函证、访谈的样本选取方法，回函确认比例及访谈比例较低的原因，是否存在回函差异及原因

1、样本选取方法

函证和访谈样本的选取方法为：根据重要性原则，将客户交易金额进行排序，按照不同销售模式及客户集中程度，以经销模式的前二十大客户为主，直销模式的前五十客户为主，其他样本采用随机抽样，函证收入金额占收入总额的比例达 60%~70%左右，访谈收入金额占收入总额的比例达 40%~50%左右，同时结合大额应收账款补充函证或访谈样本。

2、回函确认比例及访谈比例较低的原因

（1）函证情况

单位：万元

销售模式	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直销模式	发函金额	7,776.01	5,816.20	4,968.50
	发函金额占比	51.19%	53.19%	54.87%
	回函金额	5,945.52	4,843.33	3,650.52
	回函金额占比	39.14%	44.29%	40.31%
经销模式	发函金额	7,579.43	7,015.09	5,727.63
	发函金额占比	94.21%	96.29%	97.12%

合计	回函金额	7,204.23	6,774.13	5,459.20
	回函金额占比	89.55%	92.98%	92.56%
	发函金额	15,355.44	12,831.29	10,696.14
	发函金额占比	66.09%	70.42%	71.53%
	回函金额	13,149.75	11,617.47	9,109.72
	回函金额占比	56.59%	63.76%	60.92%

(2) 访谈情况

单位：万元

销售模式	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直销模式	访谈客户收入金额	4,699.28	2,867.12	2,216.79
	访谈客户收入占比	30.94%	26.22%	24.48%
经销模式	访谈客户收入金额	7,440.76	6,855.74	5,604.41
	访谈客户收入占比	92.49%	94.10%	95.03%
合计	访谈客户收入金额	12,140.04	9,722.86	7,821.20
	访谈客户收入占比	52.25%	53.36%	52.30%

如上表所示，报告期内，回函确认比例及访谈比例较低的原因系直销客户回函、访谈比例较低所致。相较于经销模式，发行人直销客户数量较多、交易分散、单个客户交易金额普遍较小，且每年直销客户以新增客户为主，虽然函证数量较多，但比重仍不高，从而拉低总体回函和访谈比例。

对于函证和访谈未覆盖的客户，申报会计师执行了替代程序：

1) 查阅发行人内部控制制度，了解、评估和测试与销售收入有关的内部控制设计和运行有效性；

2) 通过与管理层的访谈，了解发行人的销售模式、定价策略、信用政策、结算方式、客户情况及报告期内收入及波动原因等；检查主要的销售合同，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求，收入确认时点是否恰当，是否与行业惯例存在显著差异；

3) 抽样执行细节测试，查验销售合同或订单、发货单、物流记录、交货邮件、签收单、销货清单、结算清单、对账单、验收单、发票、收款凭证等单据，以确认销售收入真实性；

4) 软件激活测试，通过对比所选取样本对应的激活码与授权管理系统中的生产记录/激活记录，分析软件销售后的激活情况，评价发行人销售收入的真实性；

5) 对收入进行截止性测试, 获取各报告期末前后的销售记录、记账凭证、收入确认支持性文件, 核查相应的发货单、物流记录、交货邮件、销货清单、结算清单、对账单、验收单、签收单、发票等, 判断发行人收入是否被记录于恰当的期间;

6) 核查发行人银行流水, 获取发行人报告期内所有银行账户流水, 查验是否存在第三方代付等情况, 验证收入的真实性;

7) 核查实际控制人及董监高和关键人员流水, 获取发行人控股股东、实际控制人、董事(独立董事、外部董事除外)、监事(外部监事除外)、高管、关键岗位人员的个人银行账户资金流水, 查验是否存在将资金用于代发行人承担成本、费用或进行自我交易而虚增收入等情形。

(3) 回函差异及原因

单位: 万元

差异原因	2021 年度	2020 年度	2019 年度
时间性差异	46.12	89.01	-
其他		-2.27	0.09

注: 回函差异金额为: 发函金额与回函金额之间的差异。

上述差异中, 2020 年度和 2021 年度时间性差异主要系客户未收到发行人开具的发票未入账导致。

(二) 细节测试的执行情况

报告期内, 细节测试的执行情况如下:

单位: 万元

销售模式	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
直销模式	核查金额	10,170.70	7,086.56	5,591.61
	核查金额占比	66.96%	64.81%	61.75%
经销模式	核查金额	4,669.86	3,657.68	3,155.30
	核查金额占比	58.05%	50.21%	53.50%
合计	核查金额	14,840.56	10,744.24	8,746.91
	核查金额占比	63.87%	58.97%	58.50%

(三) 结合核查情况对发行人销售收入的真实性、准确性发表明确意见

经核查, 申报会计师认为: 发行人的销售收入真实、准确。

二、经销收入核查中“一拖一”访谈程序的具体内涵及比例较低原因，对境内收入和直销收入的具体核查情况

（一）经销收入核查中“一拖一”访谈程序的具体内涵及比例较低原因

经销商收入核查中“一拖一”访谈程序是指，在对选取的经销商访谈过程中，选取至少一家该经销商的终端客户进行访谈，由于公司客单价不高，经销商对外销售订单较为分散，申报会计师在核查经销销售实现情况时，结合公司产品销售特点，采取激活测试为主并结合检查经销商对外销售单据、穿透访谈的综合核查方法来验证经销销售实现情况，因此选择此种方式来进行穿透访谈，以了解和验证经销商与下游客户之间的交易环节、流程、相关控制情况及销售的实现情况。

首次申报时，2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月申报会计师已履行“一拖一”访谈程序的经销商收入占总经销收入比例分别为 49.07%、40.83%、43.62% 和 38.49%，占比相对较低的主要原因在于：一方面，发行人与第一大经销商 System Metrix Co.,Ltd.采用非买断式经销模式，且所经销产品以其品牌对外进行销售，由于浩辰 CAD 产品在最终对外销售时不显示发行人品牌，难以直接对终端客户就浩辰 CAD 产品情况进行访谈，因而未能对其终端客户进行“一拖一”访谈；另一方面，发行人除少部分经销商经销收入较大外，大部分经销商经销收入较小，分散程度较高，执行“一拖一”访谈程序的难度较大。

本次问询回复过程中，为扩大经销商终端客户的核查覆盖比例，经多次沟通协调，补充了对 System Metrix Co.,Ltd.等部分经销商终端用户的“一拖一”访谈，补充访谈后，报告期内已履行“一拖一”访谈程序的经销商收入占总经销收入比例分别为85.03%、85.60%和 78.57%，报告期内对终端访谈的收入占当期经销收入的比例分别为 1.10%、1.73%和 1.68%。

考虑到沟通难度并访谈效率，在具体执行时申报会计师自待穿透访谈经销商销售清单中随机抽取 3 家下游客户，请经销商完成至少 1 家，实际执行穿透访谈的经销商合计 46 家，其中 1 家经销商访谈 3 家终端客户，3 家经销商访谈 2 家终端客户，其余经销商访谈终端客户 1 家。

由于经销商下游客户订单较为分散，报告期内对终端访谈的收入占当期经销收入的比例较低。申报会计师根据公司产品特点，通过激活测试为主并结合检查经销商对

外销售单据、穿透访谈的综合核查方法来核实经销商终端销售实现情况，因此采取“一拖一”方式对终端客户访谈及样本选取比例较低符合公司实际情况。申报会计师对经销商终端销售去重后核查覆盖比例均在 70%左右，该核查比例能够确认经销商最终销售实现等情况。

（二）对境内收入和直销收入的具体核查情况

报告期内，发行人境内采取以直销为主、经销为辅的销售模式，境外采取以经销为主、直销为辅的销售模式。报告期内，境内直销收入占境内主营业务收入的比例分别为 95.98%、92.84%和 **89.56%**，境内直销收入占整体直销收入的比例分别为 99.13%、98.32%和 **97.08%**，因此境内收入主要为直销收入，而直销收入也主要来源于境内，由于对境内收入和直销收入的核查存在高度重合，因此合并说明如下：

1、核查程序

对境内收入和直销收入，申报会计师主要核查程序如下：

（1）查阅发行人内部控制制度，了解、评估和测试与销售收入有关的内部控制设计和运行有效性；

（2）通过与管理层的访谈，了解发行人的销售模式、定价策略、信用政策、结算方式、客户情况及报告期内收入波动原因等；检查主要的销售合同，评价收入确认的会计政策是否符合企业会计准则的要求，收入确认时点是否恰当，是否与行业惯例存在显著差异；

（3）对主要境内客户和直销客户的背景进行信息调查，通过国家企业信息信息系系统、企查查等途径，核查主要境内客户和直销客户的成立时间、注册资本、注册地址、主要股东、经营范围、管理层、经营状况等基本情况，分析其交易额是否与其经营规模和注册资本相匹配，相关交易内容是否与其经营范围匹配，确认其与发行人是否存在关联关系；

（4）对主要境内客户和直销客户进行函证，对报告期内的销售金额、应收账款余额等财务数据的准确性进行确认，对未及时收到回函的客户执行替代程序；

（5）对主要境内客户和直销客户进行实地或视频访谈，了解双方开展合作的背景、交易流程、产品销售、款项结算等情况，对其业务真实性等相关情况进行确认；

(6) 对主要境内客户和直销客户的收入进行细节测试，查验销售合同或订单、发货单、物流记录、签收单、结算清单、对账单、验收单、发票、收款凭证等单据，以确认销售收入真实性和完整性，核实付款单位与订单客户是否一致；

(7) 对收入进行截止性测试，获取各报告期末前后的销售记录、记账凭证、收入确认支持性文件，核查相应的发货单、物流记录、签收单、发票等，判断发行人收入是否被记录于恰当的期间；

(8) 对主要境内客户和直销客户进行软件激活测试，通过对比所选取样本对应的激活码与授权管理系统中的生产记录/激活记录，分析软件销售后的激活情况，评价发行人销售收入的真实性；

(9) 核查发行人银行流水，获取发行人报告期内所有银行账户流水，查验是否存在第三方代付等情况，验证收入的真实性；

(10) 核查实际控制人及董监高和关键岗位人员流水，获取发行人控股股东、实际控制人、董事（独立董事、外部董事除外）、监事（外部监事除外）、高管、关键岗位人员的个人银行账户资金流水，查验是否存在将资金用于代发行人承担成本、费用或进行自我交易而虚增收入等情形。

2、核查情况

通过上述核查，境内客户和直销客户的具体核查比例如下：

(1) 境内客户核查比例如下：

项目	占 2021 年度境内收入 比重	占 2020 年度境内收入 比重	占 2019 年度境内收入 比重
函证	43.42%	47.07%	42.02%
访谈	37.04%	30.97%	27.31%
细节测试	68.12%	65.98%	62.89%
激活测试	45.07%	35.80%	22.29%
去重后核查合计	78.11%	80.10%	76.45%

(2) 直销客户核查比例如下：

项目	占 2021 年度直销收入 比重	占 2020 年度直销收入 比重	占 2019 年度直销收入 比重
函证	39.14%	44.29%	40.31%

访谈	30.94%	26.22%	24.48%
细节测试	66.96%	64.81%	61.75%
激活测试	42.14%	33.80%	22.67%
去重后核查合计	76.31%	78.54%	75.40%

3、核查结论

通过上述程序，经核查，申报会计师认为：报告期内，发行人境内收入和直销收入真实、准确，回款情况良好。

三、软件激活的核查情况，包括抽样方法、核查内容、核查证据及发现的异常情况，对于采用公司注册码授权系统及授权 1.0 系统的软件销售如何进行激活测试

（一）软件激活的核查情况

1、抽样方法

发行人主要通过自研激活码授权、FlexNet 激活码授权和加密锁授权三种方式对所销售的 CAD 软件进行授权。其中加密锁一般在交付终端客户前已写入了授权信息，终端客户在收到加密锁后将其插入已安装 CAD 软件的电脑设备上，即可实现对 CAD 软件的授权和使用，具有即插即用的特点。由于加密锁在交付终端客户前已经完成授权，不需要客户额外进行激活操作，因此，软件激活测试不包括加密锁授权部分，仅对注册码授权系统中自研激活码授权和授权系统（含 1.0 和 2.0）中 FlexNet 激活码授权的 CAD 软件销售进行激活测试。

在样本选择方面，根据重要性原则，将客户交易金额进行排序，按照不同销售模式及客户集中程度，选取经销模式前二十大客户和直销模式前五十大客户中采用自研激活码授权和 FlexNet 激活码授权的 CAD 软件销售交易作为样本，并在此基础上采取随机抽样的方式抽取经销前二十大客户和直销前五十大客户以外的其他样本。

2、核查内容

对于自研激活码授权，根据所选取样本对应的激活码（激活文件中的核心数据），与注册码授权系统中的激活码生成记录进行核对，重点检查生产日期、产品码（拟授权设备的唯一特征值）、产品名称、版本、数量等，分析是否存在异常情况。

对于 FlexNet 激活码授权，根据所选取样本对应的激活码，与授权 2.0 系统（包含授权 1.0 系统的授权数据）中的激活记录核对，重点检查激活日期、机器指纹码（拟授权设备的唯一特征值）、产品名称、版本、数量等，分析是否存在异常情况。

3、核查证据

对采用自研激活码授权和 FlexNet 激活码授权的已销售 CAD 软件激活核查所获取的证据主要包括：

（1）自研激活码授权

所选取样本对应的激活码及注册码授权系统的生产记录。

（2）FlexNet 激活码授权

所选取样本对应的激活码及授权 2.0 系统（包含授权 1.0 系统的授权数据）中的激活记录。

4、异常情况

申报会计师本次对发行人软件激活核查中未发现异常情况。

（二）对于采用公司注册码授权系统及授权 1.0 系统的软件销售如何进行激活测试

1、注册码授权系统

注册码授权系统属于典型的线下授权系统，其主要功能为计算激活码和完成加密锁授权。针对自研激活码授权的主要流程为：客户提取待激活设备的产品码向发行人申请软件授权，由专门生产人员根据订单和申请在注册码授权系统中生成激活文件，客户将激活文件导入待激活设备即可实现软件激活。由于注册码授权系统下客户不需要与发行人服务器交互即可完成软件激活，因此完成激活文件生产，即代表了授权已激活。

注册码授权系统是发行人自研的单机线下本地化的授权工具，安装在发行人专用电脑上，在其他电脑上无法运行，该专用电脑设置了相关密码，仅限专门生产人员登录进行授权生产并自动生成相应生产记录，同时配备专门的视频监控设备。因此，注册码授权系统不存在常规意义上的服务器操作系统、应用层管理员、数据库管理员，亦不存在应用层密码策略和超级用户操作日志。

注册码授权系统的激活测试方法为：将所选取样本对应的激活码与发行人注册码授权系统中的激活码生产记录进行核对，重点检查生产日期、产品码、产品名称、版本、数量等，分析软件激活文件是否已经生成和记录，授权是否存在异常情况，以判断发行人销售的真实性。

2、授权 1.0 系统

发行人授权 1.0 系统及授权 2.0 系统均使用了 FlexNet 软件授权管理方案，其系 Flexera Software LLC.的主要产品，该公司总部位于美国伊利诺伊州，是一家致力于为用户提供软件授权管理方案、软件资产管理方案、应用程序打包解决方案的国际知名公司。FlexNet 授权管理方案被国内外软件企业广泛使用，包括 CAD 软件行业欧特克、中望软件等，加密技术成熟可靠，客户认可程度较高。

授权 1.0 系统是发行人研发的基于 FlexNet 加密机制的授权管理系统，可根据软件产品信息生产激活码，客户收到激活码后在待激活电脑设备上运行 CAD 软件，输入激活码后可生成激活申请文件，向发行人服务器申请激活授权，服务器记录激活申请文件及其中的机器指纹，产生激活响应文件发送到待激活电脑设备上，实现授权与电脑设备的绑定，从而实现软件激活。

发行人授权 1.0 系统部署于阿里云服务器上。为了加强授权管理，优化业务环节，提升工作效率，发行人开发了授权 2.0 系统，由于该系统仍使用 FlexNet 软件授权管理方案，与授权 1.0 系统之间可全面兼容和衔接。2020 年 10 月 17 日，授权 2.0 系统正式上线，授权 1.0 系统的授权相关数据迁移至授权 2.0 系统，授权 1.0 系统在 1 个半月后释放了云服务器资源，无法直接查看原始各层面密码策略，仅保留线下服务器备份。授权 1.0 系统授权相关数据在授权 2.0 系统中可正常使用和查询，因此，授权 1.0 系统的激活码激活记录可在授权 2.0 系统中进行查询。

授权 1.0 系统的激活测试方法为：将所选取样本对应的激活码与授权 2.0 系统中的激活记录核对，重点检查激活日期，机器指纹、产品名称、版本、数量等，分析软件是否被正常激活和使用，是否存在异常情况，以判断发行人销售的真实性。

3、激活测试情况

申报会计师对报告期内发行人 CAD 软件业务的激活测试情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
激活测试金额	12,177.55	8,465.68	6,003.75
激活测试金额占 CAD 软件业务收入的比例	65.26%	55.61%	46.05%

经核查，报告期内发行人 CAD 软件的销售及激活情况良好。

四、对发行人信息系统的核查情况，核查结果是否存在异常及原因，相关分析性复核过程，发行人如何确保授权系统激活码、交易数据及相关系统管理内控的有效性，并对发行人与信息系统相关的内部控制是否有效发表明确意见

(一) 发行人如何确保授权系统激活码、交易数据及相关系统管理内控的有效性

1、核心业务系统

报告期内，发行人覆盖核心业务的系统主要为：用友系统、CRM 系统、注册码授权系统、授权 1.0 系统、授权 2.0 系统、浩辰 APP 管理后台系统及用友财务系统等，相关系统基础信息详见下表：

系统类型	系统名称	上线时间	系统来源	服务业务	系统功能
业务系统	用友系统	2014 年 4 月	外购	CAD 软件业务	主要功能包括预算管理、费用统计、销售管理、合同管理、发货管理、库存管理
	CRM 系统	2021 年 3 月	外购		主要功能为客户档案和销售订单的管理
	注册码授权系统	2008 年 3 月	自开发		主要功能为计算激活码和加密锁授权
	授权 1.0 系统	2012 年 7 月	自开发		主要功能为授权管理、产品库管理、权限管理
	授权 2.0 系统	2020 年 10 月	自开发		主要功能为订单创建、订单审批、订单管理、授权管理、授权自动出货、授权变更、授权同步及变更日志管理、加密锁授权绑定、产品库管理、人员权限控制管理
	浩辰 APP 管理后台系统	2016 年 6 月	自开发	CAD 云化业务、互联网广告推广业务	主要功能为用户管理、会员管理、会员订单管理，以及运营数据分析、友盟 U-Push 配置、云图网页版广告配置等
财务系统	用友财务系统	2007 年 6 月	外购	财务管理	主要功能为总账、费用管理、固定资产等

2、授权加密机制

报告期内，发行人使用的授权管理系统和加密机制基本情况如下：

业务类型	应用期间（报告期内）	授权管理系统	加密机制
境内 CAD 软件业务	2019 年初	注册码授权系统	自研激活码
			加密锁

业务类型	应用期间（报告期内）	授权管理系统	加密机制
	2019 年初-2020 年 10 月	注册码授权系统	自研激活码
			加密锁
		授权 1.0 系统	FlexNet 激活码
	2020 年 10 月后	注册码授权系统	自研激活码
		授权 2.0 系统	FlexNet 授权
			加密锁
境外 CAD 软件业务	2019 年 1 月-2020 年 10 月	授权 1.0 系统	FlexNet 授权
		注册码授权系统	加密锁
	2020 年 10 月后	授权 2.0 系统	FlexNet 授权
			加密锁

上述各类加密机制的操作和管理流程如下：

（1）境内 CAD 软件业务加密授权机制

2019 年初，浩辰 CAD 2018 版软件采用自研激活码或加密锁的授权加密机制，激活码由生产部生产人员在用友系统生成发货单并审核通过后，由生产人员通过注册码授权系统生成，激活码生成的同时记录其生产日志；加密锁则在交付终端客户前已写入授权信息。激活码和加密锁分别以邮件或快递的形式发送给客户。

2019 年初至 2020 年 10 月，浩辰 CAD 软件的授权软加密技术逐步从自研激活码加密技术转变为 FlexNet 加密技术。自浩辰 CAD 2019 版软件起，发行人不再使用自研激活码机制进行软件授权，而采用 FlexNet 软件授权管理技术进行授权管理，在授权 1.0 系统中生成激活码并保留相关记录；加密锁加密的形式与之前未发生变化。

2020 年 10 月起，发行人正式上线了授权 2.0 系统，实现了系统自动生产激活码、发出激活码、统一管理授权订单等功能；完成了用友系统与授权 2.0 系统的自动对接；生产部生产人员在授权 2.0 系统中可根据用友系统发货单号，自动抓取用友系统中审核通过的发货单信息，并完成授权自动出货；若加密物类型为 FlexNet 授权，授权 2.0 系统会自动生成激活码，并以邮件的方式发送至客户。加密锁的加密机制也从线下生成的形式变为通过服务器绑定授权并保存记录。

（2）境外 CAD 软件业务授权加密机制

2019 年 1 月至 2020 年 10 月，境外 CAD 软件业务采用 FlexNet 或加密锁授权加密

机制，其中 FlexNet 授权在授权 1.0 系统中生成激活码并保留相关记录，加密锁授权在注册码授权系统中生产，与境内无差异。

发行人于 2020 年 10 月上线授权 2.0 系统后，实现了 FlexNet 和加密锁授权加密的统一管理，实现了订单创建、订单审批、活动管理、自动生成激活码、发送激活码、许可变更和同步日志等功能。

发行人于 2020 年 10 月上线授权 2.0 系统后，实现了境内、境外加密授权统一管理，实现了通过系统创建订单、订单审批、活动管理、自动生成激活码、发送激活码及许可变更或者同步日志等功能。加密锁授权与前一时期的区别主要在于加密锁由线下生成变为通过服务器绑定授权并保存记录。

发行人通过上述信息系统对核心业务数据、激活码进行记录和管理，按一定频次从不同数据源获取各类核心业务数据后，根据财务核算要求进行相应财务处理。

3、公司对核心业务信息系统内控：

针对授权系统激活码、交易数据的有效性管理，发行人使用用友系统、CRM 系统、注册码授权系统、授权 1.0 系统、授权 2.0 系统、浩辰 APP 管理后台系统及用友财务系统等进行管理，并对上述信息系统设计了如下的管控措施：

（1）IT 治理与管理

1）发行人在公司控制层面对信息系统相关内容进行了治理和管理。对于信息系统方面管理人员的任命及其工作期间的胜任情况进行了监督和管控，监督相关管理人员承担其所担当职位的工作职责，相应人员具备该职位所要求的专业知识、商业经验和管理能力。

2）在信息系统战略方面，发行人管理层定期召开战略会议讨论包括公司 IT 战略和发展方向在内的规划事宜，在进行业务规划的同时，也将业务支撑系统的建设进行了相应规划，从而达到支撑公司业务发展并提高精细化管理的目的。公司管理层较为重视信息系统在内部控制中的作用，在构建信息系统时考虑多层次体系，以支持公司信息系统运营。

3）在信息系统组织架构层面，发行人成立了云平台研发中心、云平台产品中心、平台研发中心，应用与 BIM 研发中心和 MFG 研发中心。各部门的部门架构、岗位设

置、人员分工及职责说明规定在公司的《IT 组织架构》文档中。

4) 在信息系统相关内审内控方面, 发行人已经配置审计部专职人员从事内部审计工作, 以职业标准独立开展工作, 监督公司内部控制机制得到执行。内部审计人员也可独立接受公司内部管理或安全事件及线索的反馈, 对于发现的问题可随时直接向审计委员会和管理层汇报。内部审计涵盖公司经营活动中与财务报告和信息披露事务相关的所有业务环节。

(2) 与业务及财务相关的信息系统一般控制

1) 信息系统制度建设: 发行人在制度体系建设中考虑了信息系统方面的风险, 已经建立了包括《开发管理规范》《研发项目启动制度》《研发项目过程管控制度》《研发项目跟踪监控制度》《研发项目结项制度》《互联网产品设计与发布制度》《研发产品质量管理》制度在内的研发相关管理制度, 《浩辰网络安全建设总体规划》《信息安全设置》《资源安全相关制度》《系统安全设置》《机房管理制度》制度在内的安全管理制度等一系列 IT 相关管理制度, 以指导 IT 相关工作程序和流程。

2) 信息系统变更管理: 在信息系统变更管理过程中, 发行人已经设立产品经理、研发经理等关键岗位, 对信息系统的变更情况进行需求分析、需求评审、立项、研发管理及研发相关评审、发布及发布评审等变更过程进行跟踪。各关键岗位人员的分工、职责说明通过《IT 组织架构》进行了相关要求, 并且遵循最小授权原则和职责分离原则, 以确保变更各环节得到适当的管理和限制。

在实际操作中, 自开发系统由原始需求方提出需求规则, 由产品经理分析需求并形成需求文档, 产品经理组织原始需求方、研发经理、项目相关人员进行需求评审。研发经理组织研发计划、详细设计的编写与评审。研发完成后由测试人员进行单元测试、系统测试、发布测试及测试报告评审。测试报告通过后由研发经理组织各个环节的负责人进行发布评审, 全部评审通过后由运维人员完成部署和上线, 测试人员对正式环境进行复核验证并输出发布测试报告, 并及时通知所有项目干系人复核。各关键环节由相应负责人进行审批, 满足职责分离原则要求。

3) 信息系统安全管理: ①在信息系统的用户权限管理方面, 员工账号或权限的开通及变更时, 需要填写对应申请表发起申请, 经过业务负责人的审批后, 由相应系统的管理员为其进行账号权限变更; 员工离职时离职审批流程待直属领导审批后, 经过各信

息系统管理员审批并执行账户注销；②在信息系统的安全访问及网络安全方面，发行人针对系统的应用层、数据库层和操作系统层均设置了一定强度的密码策略，对各系统的安全性起到了一定程度的保障。发行人根据各项安全制度对网络安全进行全面防护。

④信息系统运维管理：发行人根据业务实际需求定期进行数据备份、备份恢复性验证及日志审查；根据信息系统备份要求及数据内容制定相对应的策略，日志保存时间不低于 180 天、程序备份保存时间不低于 3 次迭代发布，数据库备份需实时备份且备份保存时间不低于 180 天，文件备份的保存时间不低于 30 天；相关日志审查人员需定期对应用系统的操作日志、数据库操作日志、服务器操作日志进行审查。

（3）与业务及财务相关的信息系统应用控制

发行人根据业务环节规划设计了相应的系统支撑，并在系统中设计了一定的自动控制，具体控制描述如下：

信息系统	自动控制流程
注册码授权系统	根据输入的软件版本号、数量、生效时长等参数后，自动生成序列号； 根据输入的产品码、序列号等参数后，自动生成激活码； 读取加密锁设备，根据输入的软件版本号、数量等参数后，生成授权文件、将授权写入到加密锁中
授权 1.0 系统	根据输入的软件版本、数量、语言、经销商、销售人员等参数后，自动生成激活码； 自动更新用户激活软件后的激活码激活状态及生成相应的许可同步日志
授权 2.0 系统	境内通过用友系统的发货单号获取发货单信息创建订单，并完成发货单号、销售订单编码与授权 2.0 系统的授权订单编码关联； 境外通过授权 2.0 系统创建订单，审批通过后自动生产授权信息及许可变更日志，并同步至用友系统的销售订单及发货单，完成授权 2.0 系统的授权订单编码与发货单号、销售订单编码关联； 自动更新用户激活浩辰 CAD 软件后的激活码激活状态及生成相应许可同步日志
浩辰 APP 后台管理系统	自动记录注册信息与会员信息、用户订单交易信息、添加并发布优惠券信息，并更新优惠券使用状态、自动生成兑换码信息、根据配置展示 APP 广告等
用友系统	自动同步 CRM 系统中录入的正式客户档案信息； 自动控制销售流程：根据导入的企业用友系统中的销售机会信息/CRM 系统中的合同申请表、出货申请表的信息，生成用友系统合同工作台和销售订单；发货时根据销售订单自动生成发货单，并同步浩辰 CAD 授权 2.0 系统生成的授权订单信息； 自动生成销售专用发票和合同编号生成收款单
CRM 系统	维护境内客户信息及销售机会信息
用友财务系统	录入的每笔凭证金额自动计入分类账和试算平衡表； 对每笔录入系统的凭证进行检查，检查每笔录入系统的凭证借贷相等；对每笔录入的凭证进行顺序编号，以使凭证编号连续； 对各凭证的制单人与审核人岗位职责分离进行自动控制； 每笔凭证生成设置审批和修改限制；

信息系统	自动控制流程
	关账控制

（二）对发行人信息系统的核查情况，核查结果是否存在异常及原因

针对上述信息系统，申报会计师会同 IT 审计团队总体上对其执行了信息系统一般控制（ITGC）测试、信息系统功能有效性的应用控制（ITAC）测试及关键业务数据分析的计算机辅助审计核查（CAATs）。具体各项审计内容测试方法和总体审计结论概述如下：

1、信息系统一般控制（ITGC）测试

通过访谈信息系统管理人员、查阅信息系统管理制度，抽查关键业务流程表单，对公司 IT 控制环境、逻辑访问、系统变更、系统开发、数据修改和计算机运行等方面进行审查，了解信息系统一般控制情况的总体可靠性。

具体一般控制核查程序如下：

系统名称	执行的核查程序
浩辰 CAD 软件授权系统、用友系统、CRM 系统、浩辰 APP 后台管理系统、用友财务系统	①访谈研发负责人了解系统变更流程，核查系统开发变更流程是否经过合理授权与审批； ②访谈系统管理员，了解系统的权限管理流程，并获取报告期内入职员工记录，以此为基础抽查新增用户账号的样本，检查权限变更是否存在适当的管理层审批；获取报告期内离职用户名单并与系统用户账号进行比对，以确认是否存在离职未禁用账号，离职是否经过恰当的流程； ③查看公司 IT 人员组织架构图与 IT 制度体系，核查组织架构是否明确，管理制度是否健全； ④查看系统应用层、数据库层及操作系统层的安全策略，确认其安全策略设置是否有效； ⑤查看系统后台操作系统、数据库用户列表，确保为授权用户； ⑥查看系统应用层、数据库层及操作系统层审计日志的开启情况，确认公司是否对系统的用户行为进行记录； ⑦其他有关系统环境的测试，包括网络安全配置、物理安全、数据备份、运维事件管理等方面的测试。

经核查，发行人信息系统在系统开发与程序变更、系统运维、信息安全等领域设计的内部控制整体有效。

2、针对信息系统功能有效性的应用控制（ITAC）测试

（1）访谈销售负责人和研发负责人，了解发行人主要的业务流程和相关系统的应用控制情况；

(2) 就关键业务流程执行系统控制穿行测试，以验证系统运行的可靠性。

经核查，发行人业务系统能够真实、准确、完整地记录发行人的经营活动，发行人对 CAD 软件业务、CAD 云化业务等相关的核心业务应用控制整体有效。

3、针对关键业务数据分析的计算机辅助审计核查（CAATs）

针对关键业务数据分析的计算机辅助审计核查（CAATs）详见本回复“问题 7.3、四、（三）”。

（三）相关分析性复核过程

业务类型	分析重点	分析性复核过程	核查结果
CAD 软件业务	发货单与销售台账数据勾稽、回款单与银行流水勾稽；激活码生成、授予及激活情况及其与业务单据勾稽；用户使用及激活行为时间分布	1、业务数据与财务数据一致性分析； 2、根据数据间的逻辑关系，独立运用数据分析工具，计算数据指标，进行趋势和集中性分析； 3、记录结果，并对可能的异常进行分析与调查。	总体未发现与业务逻辑或业务场景不相符的异常；未发现存在对财务报表有重大影响的数据分析结果
CAD 云化业务-会员收入	看图王 APP 用户行为数据；会员收入摊销数据与财务数据		
互联网广告推广业务	月度广告推广收入及收入来源；推广结算数据与第三方点击数据、推广结算单与财务数据		

（四）核查结论

经核查，申报会计师认为：

基于公司发展、管理和业务的内在需要，发行人建立了符合公司业务现状的信息管理体系，发行人在 IT 治理与管理、系统开发及程序变更、系统运维、信息安全等系统一般控制领域和 CAD 软件业务、CAD 云化业务与互联网广告推广业务等应用控制领域的关键控制活动设计合理且有效执行。

8.关于研发费用

根据申报材料：（1）发行人研发费用包括职工薪酬、折旧与长期待摊费用及其他，其中职工薪酬占比分别为 91.53%、89.86%、92.60%和 96.92%，比例高于可比公司平均水平；（2）发行人西安、北京分公司同时从事研发和销售推广业务，海外营销中心下设海外研发部；（3）研发费用加计扣除金额分别为 115.40 万元、215.91 万元、193.22 万元和 13.90 万元，包括软件移植费、技术服务费等扣除项；（4）发行人研发费用率

分别为 14.68%、16.14%、16.37%和 17.62%，远低于可比公司均值，研发人员平均薪酬水平低于可比公司。

请发行人说明：（1）职工薪酬占比高于同行业可比公司均值的原因，结合部门设置和人员岗位职责，说明研发人员的界定标准，是否存在同时从事研发和其他工作的人员，薪酬的分摊是否准确；（2）软件移植费和技术服务费的具体内容及对应的研发项目，报告期内金额变动原因；（3）研发费用率低于同行业可比公司均值的原因，结合研发人员平均薪酬水平较低的情况说明如何保持持续研发能力及技术先进性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并对研发费用的归集是否准确及相关内控是否有效运行发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）职工薪酬占比高于同行业可比公司均值的原因，结合部门设置和人员岗位职责，说明研发人员的界定标准，是否存在同时从事研发和其他工作的人员，薪酬的分摊是否准确

1、研发费用中职工薪酬占比与同行业可比公司的对比及差异原因

报告期内，发行人研发费用中职工薪酬占比及与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件	81.03%	84.05%	83.82%
金山办公	82.94%	78.38%	81.65%
盈建科	74.09%	95.39%	96.43%
广联达	81.48%	82.90%	88.70%
致远互联	87.34%	86.93%	96.39%
平均值	81.38%	85.53%	89.40%
发行人	97.46%	92.60%	89.86%

数据来源：上市公司招股说明书、定期报告

由上表可知，发行人研发费用中职工薪酬占比在 2019 年与同行业可比公司平均水平基本一致，在 2020 年及 2021 年高于同行业可比公司平均水平。发行人薪酬占比与同行业可比公司存在差异的主要原因是由于发行人与同行业可比公司在产品结构、研发模式等方面存在差异，因此研发费用构成有所不同，导致研发费用中薪酬占比有所差异。

具体而言，金山办公、盈建科、广联达、致远互联的主要产品均非 CAD 软件，该等公司根据其自身产品研发需求进行研发投入，进而研发费用构成与发行人存在一定差异。与该等公司相比，中望软件主要产品为 CAD 软件，与发行人可比性更强。报告期内，发行人研发费用中薪酬占比高于中望软件，主要原因包括：

（1）发行人将外购的各类软件功能组件等技术授权费作为营业成本归集，而中望软件将该等支出作为研发费用归集所致；

（2）发行人与中望软件均存在将产品非核心功能的研发活动委托给外部第三方进行的研发支出。2019 年，中望软件委托开发费金额为 516.57 万元，发行人类似开支（软件移植费、技术服务费）金额分别为 128.05 万元，发行人该等开支金额低于中望软件。2020 年度及 2021 年度，中望软件未单独披露其委托开发费金额。

如剔除前述因素影响³，在可比的 2019 年度，发行人研发费用中薪酬占比分别为 94.76%，中望软件为 92.52%，较为接近。

2020 年及 2021 年，发行人研发费用中薪酬占比有所提高，一方面是由于发行人研发人员数量及薪资待遇持续增加；另一方面是由于 2021 年受相关二次开发合作伙伴的研发工作安排和进度影响，软件移植服务采购投入减少所致。

2、研发人员的界定标准

（1）研发部门设置和人员岗位职责

公司研发团队主要分布在北京、西安等地，负责公司底层核心技术和产品的研发及管理工作；由管理层研究和制定公司的技术发展战略和研发战略，统一负责公司重大研发项目的立项决策，推进产品技术战略的执行和跨部门的协作与沟通。自上而下的进行新产品的开发和原有产品的升级工作，分工明确，效率较高。

公司研发部门主要包括平台研发中心、应用与 BIM 研发中心、MFG 研发中心、云平台研发中心及云平台产品中心。平台研发中心主要负责 CAD 平台各项新技术研发和平台产品迭代升级，是 CAD 平台核心技术输出的关键部门；应用与 BIM 研发中心主要负责基于 CAD 平台的建筑工程行业软件的二次开发，以及 BIM 软件的技术研究和开发

³ 发行人研发费用中的薪酬占比（剔除前述因素影响后）=职工薪酬/（研发费用-软件移植费-技术服务费）；中望软件外购功能组件等授权的支出作为研发费用中的技术开发服务费之技术服务费列示，委托开发费用作为技术开发服务费之委托开发费中列示，因此中望软件研发费用中的薪酬占比（剔除前述因素影响后）=职工薪酬/（研发费用-技术服务费-委托开发费）。

工作；MFG 研发中心主要负责浩辰 CAD 机械软件的研发和维护工作，以及基于浩辰 CAD 的定制开发任务，同时负责浩辰 3D 软件的开发和维护工作；云平台研发中心主要负责 CAD 软件云化相关技术的研发和服务支撑，完成浩辰 CAD 看图王系列软件开发工作；云平台产品中心主要负责浩辰 CAD 看图王的应用层设计工作，根据用户需求，设计产品界面，与云平台研发中心配合支持浩辰 CAD 看图王相关产品的运营工作。

除上述专职研发部门外，发行人海外营销中心下设有海外研发部，负责针对境外市场客户对软件产品的使用需求进行相应产品功能改进，也承担了一定的研发任务。

(2) 研发人员具体涉及的部门、界定标准

公司对研发人员的界定标准是根据员工所属部门及承担的岗位职责进行认定的。具体研发人员范围包括平台研发中心、应用与 BIM 研发中心、MFG 研发中心、云平台研发中心及云平台产品中心从事研发活动的人员，以及海外营销中心下设海外研发部人员。公司研发部门及人员职责清晰，研发人员界定标准合理、明确。

(3) 同时从事研发和其他工作的人员情况及其薪酬分摊方法

公司研发部门中，MFG 研发中心中少量人员存在同时从事 CAD 机械软件研发工作，以及基于浩辰 CAD 的定制开发工作的人员；平台研发中心主要负责 CAD 平台各项新技术研发和平台产品迭代升级，是 CAD 平台核心技术输出的关键部门，同时，在 2021 年下半年少量人员还同时承担了瑞华 CAD 保存私有格式定制开发任务。财务部门根据人力部门编制、研发负责人审批确认的工时表中记录的实际研发工时，将相关人员的职工薪酬在研发费用和其他相关成本或费用间进行分摊，并按研发项目进行归集。

(4) CAD 软件销售过程中技术支持人员的工作内容及相关会计处理

公司 CAD 软件销售业务主要由国内营销中心和海外营销中心负责，前述部门主要由销售人员构成，同时还配置了一定数量的技术支持人员。技术支持人员工作内容主要包括：

1) 软件售前技术支持：协助销售人员与客户或潜在客户进行业务需求沟通，进行产品交流演示，项目招投标支持等。

2) 软件售后支持：对客户进行产品培训，现场或通过在线工具等方式为客户解决产品使用中的疑问，为客户提供技术服务支持等。

3) 软件问题反馈跟踪：针对客户提出的软件问题，与产品研发部进行对接，完成软件问题反馈跟踪工作。

4) 其他：定期或不定期参加技术交流会及行业研讨会，充分利用自身的专业知识及行业的理解，对产品规划提供有建设性的意见，协助产品不断提升竞争力。

由上可知，CAD 软件销售过程中技术支持人员的工作内容主要围绕销售业务进行，公司据此将相关人员薪酬计入销售费用。此外，在公司技术服务业务中，少量技术支持人员还会为公司技术服务业务提供一定的技术服务支持，公司将该等人员的职工薪酬按照其实际参与技术服务业务的工时进行分摊，按项目计入相关业务成本。报告期内，公司不存在将 CAD 软件销售过程中技术支持人员的员工薪酬计入研发费用的情况。

因此，CAD 软件销售过程中技术支持人员员工薪酬不存在计入研发费用的情况，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）软件移植费和技术服务费的具体内容及对应的研发项目，报告期内金额变动原因

1、软件移植费和技术服务费的具体内容

工程建设及制造领域包含众多的细分行业，为了更好的服务于细分行业客户，CAD 软件行业形成了 CAD 平台软件+基于 CAD 平台软件进行二次开发的、服务于细分行业的应用软件的生态体系。软件移植费即为北京鸿业同行科技有限公司、北京理正软件股份有限公司、上海利驰软件有限公司等多家知名二次开发合作伙伴将其开发的细分行业应用软件移植到浩辰 CAD 平台软件而产生的费用，该等开支有助于建设浩辰 CAD 应用生态圈，提升公司产品使用体验。

技术服务费主要是公司为提升产品品质而向第三方支付的设计咨询服务费用、技术开发费用等少量服务费用。

报告期内，公司软件移植费及技术服务费的具体明细如下：

序号	费用类别	供应商	具体内容
1	软件移植费	杭州飞时达迪赛信息技术有限公司	将“飞时达工业总图设计软件 GPCADZ5.0”产品移植到浩辰 CAD 2020 平台软件
2	软件移植费	上海欣电信息技术有限公司	将“欣电电气自动化设计辅助软件 3.0”移植到浩辰 CAD 2020 平台软件
3	软件移植费	北京理正软件股份有限公司	将“理正协同设计平台 V4.2”移植至浩辰 CAD2020 平台软件

序号	费用类别	供应商	具体内容
4	软件移植费	北京贝睦创筑信息技术有限公司	提供岩土勘察专业咨询技术支持,协助判断相关软件移植成果是否达到相应标准
5	软件移植费	北京理正软件股份有限公司	将“理正工程地质勘察软件工勘 9.0 版”、“理正工程地质勘察软件电力 9.0 版”、“理正工程地质勘察软件公路 9.0 版”、“理正工程地质勘察软件铁路 9.0 版”产品移植到浩辰 CAD 2019 平台软件
6	软件移植费	北京艾克斯特科技有限公司	将“ExtechTeamDesigner 设计之星 8.0”产品移植到浩辰 CAD 2020 平台软件
7	软件移植费	广州天越电子科技有限公司	将“天越室内覆盖智能设计软件”产品移植到浩辰 CAD 2020 平台软件
8	软件移植费	北京众城比泰科技有限责任公司	将“众城 CAD 智能协同校审系统”移植至浩辰 CAD 平台（及后续版本）
9	软件移植费	西安方舟交通科技有限责任公司	将“桥梁通 8.0”产品移植至浩辰 CAD 2020 平台软件
10	软件移植费	北京鑫炎凯德科技有限公司	将“老虎板王结构绘图软件 2020 专业版本”移植至浩辰 CAD 2020 平台软件
11	软件移植费	贺州市平桂区黄田华创软件开发服务部	将“金林钣金展开软件”移植至浩辰 CAD 2020 平台软件
12	软件移植费	上海利驰软件有限公司	在浩辰 CAD 平台上开发 SuperWORKS 软件
13	软件移植费	龙祯祥	将“湘源控制性详细规划 CAD 系统”最新版本 7.02 版移植至浩辰 CAD 2019 平台软件
14	软件移植费	北京鸿业同行科技有限公司	将“鸿业暖通空调设计软件”最新版本移植到浩辰 CAD 平台软件
15	软件移植费	上海金曲信息技术有限公司	将“金曲 CAD 工具包”移植到浩辰 CAD 2019 平台软件
16	软件移植费	北京德恩普科技发展有限公司	将“G-Net 城镇燃气管网软件”移植至浩辰 CAD 2019 平台软件
17	软件移植费	福州言土软件开发有限公司	将“筋斗切剖面软件”移植至浩辰 CAD 2018 平台软件
18	软件移植费	北京信狐天诚软件科技有限公司	将“T/LMA 软件绘图模块”移植至浩辰 CAD 2019 平台软件
19	技术服务费	北京电信通畅达信息技术有限公司	CAD 看图王产品聊图功能即时通讯部分服务费
20	软件移植费 / 技术服务费	其他零星费用	安全技术服务费等其他零星开支

2、软件移植费和技术服务费对应的研发项目

公司开展研发活动时，会将研发任务按功能模块进行拆分，并按照模块单元进行研发项目管理。但由于软件移植费和技术服务费系针对公司整体应用软件生态体系建设或提升平台软件整体性能的相关开支，而非针对具体软件功能模块的支出，因此相关开支已按各项目研发人员薪酬支出占比归集至各研发项目之中。

3、软件移植费和技术服务费报告期内金额变动原因

报告期内，公司软件移植费金额分别为 128.05 万元、163.75 万元和 0.00 万元。由于软件移植费用主要和应用软件的规模以及软件在行业内的影响力有关，同时也和公司的市场策略及规划有关，据此公司在 2019-2020 年期间移植了包括 SuperWORKS 软件、飞时达工业总图设计软件等相关行业主要的应用软件，导致软件移植服务支出金额**相对较高**。**2021 年度**，受相关二次开发合作伙伴的研发工作安排和进度影响，当期软件移植服务支出出现波动。

报告期内，公司技术服务费金额分别为 0.00 万元、1.37 万元和 0.00 万元，该等开支多为偶发性的费用支出，受报告期各期具体研发任务的采购需求变化而有所变化。

（三）研发费用率低于同行业可比公司均值的原因，结合研发人员平均薪酬水平较低的情况说明如何保持持续研发能力及技术先进性

1、研发费用率与同行业可比公司对比情况及差异原因

报告期内，发行人研发费用率与同行业可比公司的对比情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
中望软件	32.79%	33.14%	29.91%
金山办公	32.98%	31.44%	37.91%
盈建科	20.90%	18.26%	16.11%
广联达	23.97%	27.43%	27.37%
致远互联	17.56%	15.67%	12.77%
平均值	25.64%	25.19%	24.81%
发行人	17.60%	16.37%	16.14%

数据来源：上市公司招股说明书、定期报告

报告期内，发行人研发费用率与盈建科、致远互联相近，低于中望软件、金山办公和广联达。主要原因是由于金山办公、广联达等同行业可比公司的主要产品非 CAD 软件，该等公司根据其自身产品研发需求进行研发投入，进而研发费用率与发行人存在一定差异。中望软件主要产品为 CAD 软件，研发费用率高于发行人，主要是由于中望软件对其 3D CAD 软件、CAE 软件研发投入较大所致，除此之外，本题“一、（一）、1”中所述研发费用归集口径、委托开发费等因素也对研发费用率差异有一定影响。

2、发行人保持持续研发能力及技术先进性的主要措施

受公司发展阶段、收入规模等因素影响，发行人研发费用率及人均薪酬与同行业可比公司整体存在一定差距。为保持持续研发能力及技术先进性，发行人主要措施如下：

（1）持续改善研发人员工作待遇，加强研发团队建设及培养

公司将通过持续完善研发人员薪酬体系，保障研发人员绩效奖金等相关福利待遇，建立更具竞争力的晋升发展体系等措施，持续改善研发人员工作待遇水平，提高研发队伍的稳定性和工作积极性。同时，发行人还将加强对内部研发人员的指导与培训，加大高水平、复合型专业人才引进力度，不断提升研发队伍的综合素质，建立健全较为完善的研发团队管理机制，为公司持续研发能力提供人才保障。

（2）拓宽融资渠道，增强资金实力

目前公司尚未进入资本市场，筹资渠道依旧主要来源于自有资金等方式，融资能力相对不足，已无法满足公司日益增加的研发资金投入需求。因此，公司将以本次首次公开发行股票为契机，尽早登陆资本市场，借助资本市场拓宽融资渠道，增强融资能力和资金实力，为公司持续研发能力提供资金保障。

（3）深耕 CAD 软件领域，提高资金使用效率，持续保持在研发设计类工业软件的领先水平

公司将深耕 CAD 软件领域，以客户需求为导向，将有限的资金优先投向于解决行业痛点问题及技术发展瓶颈，持续提升公司在核心技术先进性水平。此外，公司还将全面实施精细化管理，进一步加强成本费用管控，减少不必要的成本支出，努力提升资金使用效率，持续保持在研发设计类工业软件的领先水平。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

1、了解及评价了与研发费用核算相关的内部控制的设计和执行情况，并对控制的运行有效性进行了测试；

2、与发行人研发负责人访谈了解了研发部门设置情况、部门及人员岗位职责情况、保持持续研发能力和技术先进性的主要措施等事项，与发行人财务负责人访谈了解了研

发费用的归集方法、对于同时从事研发和其他工作的人员的薪酬分摊方法等事项；

3、获取并查阅了发行人按研发项目归集的研发费用明细表，复核发行人研发费用的支出范围和费用归集是否准确，并评价其适当性；

4、获取并查阅了发行人员工花名册、工资表等相关资料，了解计入研发费用的人员范围，复核了人员薪酬归集的准确性和合理性，重新计算了研发费用中职工薪酬占比、研发费用率、研发人员平均薪酬等财务指标，并与同行业可比上市公司进行比较分析；

5、获取并查阅了发行人软件移植费和技术服务费明细表，了解主要核算内容，并抽样检查了费用确认相关的支持性文件，包括采购合同、审批文件、发票、银行付款单等，与研发负责人访谈了解了报告期内金额变动的原因；

6、分析了发行人保持持续研发能力和技术先进性的主要措施的可行性；

7、与公司销售负责人、财务负责人访谈了解 CAD 销售过程中技术支持人员的工作内容及相关人员薪酬的会计处理，复核了人员薪酬归集的准确性和合理性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人研发费用中职工薪酬占比在 2019 年与同行业可比公司平均水平基本一致，在 2020 年及 **2021 年**高于同行业可比公司平均水平，相关原因具有合理性；研发人员的界定标准清晰、准确；对于同时从事研发和其他工作的少量人员，相关人员薪酬在研发费用和其他相关成本或费用间进行分摊，并按研发项目进行归集，薪酬分摊准确。

2、软件移植费和技术服务费的采购内容真实，相关开支已按比例归集至各研发项目，报告期内变动原因具有合理性。

3、受公司发展阶段、收入规模等因素影响，发行人研发费用率及人均薪酬与同行业可比公司整体存在一定差距；为保持持续研发能力及技术先进性，发行人已制定了一系列措施，相关措施具有可行性。

4、报告期内，发行人研发费用的归集准确，符合《企业会计准则》的相关规定；发行人研发相关内控制度于报告期期末运行有效。

5、报告期内，CAD 软件销售过程中技术支持人员员工薪酬不存在计入研发费用的情况，相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

9.关于成本与毛利率

根据申报材料：（1）发行人主要采购内容包括广告推广、销售推广、技术授权、云服务等内容，但未披露报告期内的采购情况；（2）报告期内发行人主营业务成本分别为 698.67 万元、965.53 万元、1,321.67 万元和 784.40 万元，主要包括人工成本、技术授权费、外购软件成本、云服务费等项目；（3）技术服务毛利率分别为 33.95%、72.44%、61.74%和 77.53%，存在一定波动；（4）CAD 云化业务与互联网广告推广业务成本均包括运行维护人员薪酬、技术授权费及云服务费等项目，二者报告期内毛利率水平均迅速上升；（5）保荐机构、申报会计师对主要供应商进行函证确认的比例分别为 68.28%、76.35%、72.52%和 60.36%，访谈比例分别为 69.06%、74.93%、68.21%、34.03%。

请发行人补充披露：主要采购内容的总体采购情况，包括采购金额、占比等。

请发行人说明：（1）不同业务的成本构成及变动原因，技术授权的具体内容、在各业务中发挥的作用，公司业务的成本结构与同行业可比公司类似业务是否存在差异及合理性；（2）技术服务的具体内容、主要客户及毛利率波动原因；（3）负责看图王功能运行维护和广告运行维护的人员如何区分，外部技术授权费和云服务费如何分摊至 CAD 云化业务和互联网广告推广业务，结合与同行业可比公司相同或类似业务对比情况说明上述业务毛利率水平及变动的合理性。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并对采购及成本核算的真实性、准确性和完整性发表明确意见，说明：对供应商的具体核查情况，包括核查方法、核查比例、样本选取方法等，核查比例较低的原因。

回复：

一、发行人披露

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要供应商”中对主要采购内容的总体采购情况进行了补充披露，具体内容如下：

“（一）发行人采购情况

公司在日常经营过程中涉及的主要采购内容为推广宣传费、推广服务费、技术授权费、外购软件成本、云服务费等，用于公司产品营销、功能实现、APP 运营支撑等，上

述采购内容合计占比分别为 98.41%、96.54%和 97.20%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
推广宣传费	1,209.13	53.91%	1,146.55	50.95%	883.90	36.48%
推广服务费	-	-	356.16	15.83%	1,049.33	43.30%
技术授权费	808.68	36.06%	578.33	25.70%	223.76	9.23%
外购软件成本	83.48	3.72%	32.37	1.44%	192.13	7.93%
云服务费	78.69	3.51%	59.16	2.63%	35.51	1.47%
合计	2,179.99	97.20%	2,172.57	96.54%	2,384.65	98.41%

”

二、发行人说明

（一）不同业务的成本构成及变动原因，技术授权的具体内容、在各业务中发挥的作用，公司业务的成本结构与同行业可比公司类似业务是否存在差异及合理性

1、公司不同业务的成本构成及变动原因

（1）CAD 软件业务

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
技术授权费	741.52	79.89%	571.28	81.92%	221.60	69.57%
人工成本	118.84	12.80%	65.34	9.37%	57.91	18.18%
物料支出	31.19	3.36%	36.38	5.22%	38.04	11.94%
其他	36.64	3.95%	24.37	3.49%	0.99	0.31%
合计	928.19	100.00%	697.38	100.00%	318.53	100.00%

CAD 软件业务成本主要由技术授权费、人工成本、物料支出等构成。其中，技术授权费自 2019 年起增长较快，主要原因为 2019 年起公司与西门子开始合作，向西门子购买 3D CAD 组件授权，其后随着浩辰 3D 软件推向市场，3D CAD 组件授权费用相应增加；人工成本报告期内呈稳步增长趋势，主要原因是公司员工薪酬水平提高、人员数量增加所致；物料支出主要为加密锁等物料的支出，成本总体较为稳定。

(2) CAD 云化业务

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	144.05	63.46%	92.93	86.53%	76.78	86.74%
技术授权费	67.16	29.59%	7.05	6.56%	2.17	2.45%
云服务费	14.54	6.40%	6.58	6.12%	5.70	6.44%
其他	1.23	0.54%	0.84	0.78%	3.87	4.38%
合计	226.98	100.00%	107.39	100.00%	88.52	100.00%

CAD 云化业务成本主要由人工成本、技术授权费、云服务费等构成。其中，人工成本主要是浩辰 CAD 看图王相关运维人员的人员薪酬，占 CAD 云化业务成本比例较高，且随着员工人数及员工薪酬水平的提高，金额稳步增长；技术授权费的金额及占比于 2021 年度增长较为显著，主要是由于浩辰 CAD 看图王增加了即时通讯功能导致相关技术授权费用增加。

(3) 互联网广告推广业务

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	366.89	85.06%	331.71	85.26%	299.94	85.69%
云服务费	60.25	13.97%	50.86	13.07%	29.81	8.52%
折旧及租金	4.17	0.97%	6.48	1.67%	20.26	5.79%
合计	431.31	100.00%	389.05	100.00%	350.01	100.00%

互联网广告推广业务成本主要由人工成本、云服务费等构成。其中，人工成本主要是浩辰 CAD 看图王相关运维人员的人员薪酬，占 CAD 云化业务成本比例较高，且随着员工人数及员工薪酬水平的提高，金额稳步增长；云服务费主要是为支撑互联网广告推广业务等所支付的云服务器租赁及云存储服务等费用，报告期内云服务费逐步增加，主要是由于随着 CAD 看图王用户数量的快速增长，对云服务器的响应能力、存储空间以及安全保障提出更高要求，从而使得云服务费用支出随之增加。

(4) 其他业务

1) 技术服务业务

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人工成本	31.45	98.17%	75.43	79.00%	15.85	96.99%
技术服务费	-	0.00%	17.84	18.69%	-	-
其他	0.59	1.83%	2.21	2.31%	0.49	3.01%
合计	32.03	100.00%	95.48	100.00%	16.34	100.00%

2) 软件代理业务

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外购软件成本	83.48	100.00%	32.37	100.00%	192.13	100.00%

技术服务业务成本主要由人工成本、技术服务费等构成，软件代理业务均由外购软件成本构成。由于该等业务主要系为满足客户需求而提供的附加服务，并非公司的主要聚焦方向，业务具有一定随机性，导致相关成本变动具有一定随机性。

2、技术授权的具体内容、在各业务中发挥的作用

报告期内，公司技术授权费在各业务中的金额情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2D CAD	169.00	20.90%	105.66	18.27%	113.95	50.93%
3D CAD	572.53	70.80%	465.62	80.51%	107.64	48.11%
CAD 看图王	67.16	8.30%	7.05	1.22%	2.17	0.97%
合计	808.68	100.00%	578.33	100.00%	223.76	100.00%

报告期内，公司技术授权的具体内容、收费方法、及在各业务中发挥的作用如下：

授予人	技术名称	具体内容	收费方法	在各业务中发挥的作用		
				2D CAD	3D CAD	CAD 看图王
Flexera Software LLC.	加密技术	提供基于微软 Windows 32、64 位操作系统的软件许可技术	授权费用根据公司使用了 Flexnet 加密技术的软件产品毛收入为依据确定，公司取得授权方每年开具的报价单后根据报价单金额支付	实现软件的软授权功能	实现软件的软授权功能	不涉及
Open Design Alliance	DWG 图纸互操作技术	提供 DWG、DGN 图纸互操作功能，支持 DWG、DGN、PDF、DWF、STL 等数据交换	根据授权方官网公布的年度固定会员费用为依据收取	实现 DWG 图纸互操作及 DGN、DWF、STL、SAT 等数据格式交换	不涉及	实现 DWG 图纸互操作；实现看图王电脑版 DGN、DWF、SAT 数据格式交换
Square One BV dba Visual Integrity	PDF 格式转化技术	将 PDF 文件转换为可编辑的 DWG/DXF 数据格式的工具，可集成软件应用程序中，实现 PDF 文件读写转换	授权费用根据协议约定的年度固定金额为依据收取	在 PDF 转 DXF 工具中使用其技术读取和解析 PDF 文件，实现 PDF 转换为 DXF 功能	不涉及	看图王电脑版中使用其技术读取和解析 PDF 文件，实现 PDF 转换为 DXF 功能
SIEMENS INDUSTRY SOFTWARE LIMITED	2D 图形尺寸约束技术	2D 几何约束求解器，利用尺寸和几何约束提高草图生产率	授权费用根据协议约定的季度固定金额为依据收取	可用于 2D 图形尺寸约束求解	不涉及	不涉及
Spatial Corp.	3D 实体建模技术	提供三维模型创建、修改、查询、管理以及验证和修复技术，同时集成了线框、曲面和实体造型的功能，支持流形和非流形拓扑，具备非常丰富的几何运算集	授权费用由年度分销费和季度特许权使用费组成。其中，年度分销费根据协议约定的年度固定金额为依据收取；季度特许权使用费按照当季度的实际销售数量收取一定比例的提成费	在浩辰 CAD 的三维功能中使用其技术实现 3D 实体的读写、创建和编辑	不涉及	看图王电脑版实现 3D 实体的读写
西门子工业软件（上海）	3D 软件组件包	提供包括几何计算引擎、约束求解器、渲染引擎等底层技术	公司每个财政年度（指合同生效日期开始，每持续 12 个月的期限）向西门子工	不涉及	构成浩辰 3D CAD 软	不涉及

授予人	技术名称	具体内容	收费方法	在各业务中发挥的作用		
				2D CAD	3D CAD	CAD 看图王
有限公司		在内的 3D 软件核心组件, 功能模块涵盖零件设计、装配设计、钣金设计、工程图、焊接和管路设计、逆向设计、运动和力学仿真等	业软件(上海)有限公司支付设定的最低承诺数量对应的费用。同时, 根据公司销售情况, 如超出该费用的部分按双方合同约定的方式另行计算		件的主要功能模块	
中移互联网有限公司	号码认证	面向移动互联网应用提供的手机用户身份认证服务	授权费用根据成功认证用户手机号码的次数为依据计费, 且不低于最低消费额	不涉及	不涉及	在浩辰 CAD 看图王移动版一键登录功能中提供号码认证服务
北京电信通畅达信息有限公司	即时通信 IM	提供即时通信服务	授权费用包括基础服务资费和增值服务资费。其中, 基础服务资费根据协议约定金额按月度固定收取, 套餐外超量使用部分根据超量使用情况额外收取; 增值服务资费根据协议约定金额按月或日购买, 按月结算。	不涉及	不涉及	在浩辰 CAD 看图王协作模块中用来实现即时通信功能
腾讯云计算(北京)有限责任公司						

3、公司业务的成本结构与同行业可比公司类似业务是否存在差异及合理性

(1) CAD 软件业务

同行业可比公司中，存在标准化软件授权业务的公司的业务成本构成情况如下：

1) 中望软件（CAD 软件授权业务）

单位：万元

项目		2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
原材料成本	2D CAD	10.65	27.60%	26.5	25.29%	18.14	30.93%	16.19	36.07%
	3D CAD	0.86	2.23%	4.7	4.49%	4.45	7.59%	3.44	7.66%
人工费用	2D CAD	24.22	62.76%	39.8	37.98%	28.95	49.37%	20.83	46.40%
	3D CAD	2.86	7.41%	7.06	6.74%	7.1	12.11%	4.43	9.87%
其他成本	2D CAD	-	-	26.72	25.50%	-	-	-	-
合计		38.59	100.00%	104.78	100.00%	58.64	100.00%	44.89	100.00%

2) 金山办公（办公软件授权业务）

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	61.91	1.27%	195.99	1.31%	242.41	2.74%	220.7	3.56%
软件介质及包装物	2.11	0.04%	20.3	0.14%	20.92	0.24%	38.14	0.62%
售后服务成本	203.07	4.17%	721.06	4.80%	574.11	6.48%	357.22	5.77%
授权分成成本	0.17	0.00%	-4.67	-0.03%	-67.09	-0.76%	24.54	0.40%
外购配套销售软硬件	36.19	0.74%	78.66	0.52%	123.25	1.39%	148.05	2.39%
服务器折旧	-	-	-	0.00%	0.03	0.00%	3.85	0.06%
授权摊销	10.48	0.22%	7.2	0.05%	4.44	0.05%	-	0.00%
其他成本	-	-	0	0.00%	0.86	0.01%	5.61	0.09%
合计	313.93	6.44%	1,018.53	6.79%	898.94	10.14%	798.11	12.88%

注：金山办公 2017-2018 年授权分成成本未负，是由于其在 2017 年得知自 2015 年 7 月起无需支付后续的 VBA 功能组件费用，故冲销 2015 年 7 月后已计提费用所致。

3) 广联达

广联达未披露其标准化软件板块业务成本结构。

4) 盈建科

单位：万元

项目	2020 年 1-6 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
无形资产摊销	47.30	75.07%	90.56	75.26%	87.45	76.24%	86.74	79.10%
服务成本等	15.43	24.49%	29.62	24.61%	27.26	23.76%	22.92	20.90%
技术开发和服务	-	-	-	-	-	-	-	-
软件使用费	0.28	0.44%	0.16	0.13%	-	-	-	-
合计	63.01	100.00%	120.34	100.00%	114.71	100.00%	109.66	100.00%

5) 致远互联

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
员工薪酬	2,184.07	38.87%	4,055.11	31.86%	2,586.91	25.67%	1,702.83	18.87%
外包服务	2,050.58	36.49%	5,621.60	44.17%	5,176.87	51.38%	4,949.75	54.84%
商品采购	833.84	14.84%	1,528.11	12.01%	1,028.84	10.21%	732.26	8.11%
第三方产品	550.85	9.80%	1,521.14	11.95%	1,283.84	12.74%	1,640.42	18.18%
合计	5,619.34	100.00%	12,725.96	100.00%	10,076.46	100.00%	9,025.27	100.00%

同行业可比公司中，公司与中望软件均属于 CAD 软件领域企业，在人工、物料等方面成本构成方面较为接近，但公司技术授权费用占比高于中望软件，主要是由于公司将外购的各类软件功能组件等授权的支出作为营业成本归集，而中望软件将该等支出作为研发费用归集所致；金山办公的主要成本为 IDC 服务器与 IDC 带宽服务、售后服务成本，其他成本较少，主要原因是其软件云化程度较高所致；盈建科营业成本较低，主要由无形资产摊销、服务成本等构成，主要原因为盈建科根据其自身实际情况仅将外购无形资产摊销、比特授权成本、阿里云服务成本等归集至成本所致；致远互联成本主要由员工薪酬、外包服务、商品采购等，主要原因是其软件产品需要较多的个性化开发所致。

因此，公司软件授权业务与同行业可比公司类似业务成本构成差异主要由各公司根据其产品特点、自身实际情况等产生，具有合理性。

(2) CAD 云化业务

公司 CAD 云化业务主要由浩辰 CAD 看图王的会员增值服务和授权构成，且

以会员增值服务为主。同行业可比公司中，金山办公的办公服务订阅业务主要由 WPS 会员、稻壳会员、机构客户订阅、词霸业务等构成，且以 WPS 会员、稻壳会员为主，业务模式较为相似。

金山办公的办公服务订阅业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	755.57	30.93%	2,145.67	28.24%	1,206.17	28.21%	687.31	28.86%
员工薪酬	103.7	4.24%	270.04	3.55%	309.33	7.23%	298.91	12.55%
功能服务采购	41.8	1.71%	157.16	2.07%	156.63	3.66%	-	-
会员功能服务采购	1,279.32	52.37%	3,770.15	49.61%	1,881.31	44.00%	1,120.73	47.05%
授权摊销	57.9	2.37%	197.31	2.60%	183.42	4.29%	125.3	5.26%
版权分成	89.56	3.67%	722.95	9.51%	382.62	8.95%	73.08	3.07%
其他成本	115.08	4.71%	336.03	4.42%	156.12	3.65%	76.52	3.21%
合计	2,442.94	100.00%	7,599.31	100.00%	4,275.60	100.00%	2,381.85	100.00%

由上表可见，金山办公的办公服务订阅业务成本构成中，IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、会员功能服务采购的成本占比显著高于公司，主要原因为其软件在线交互功能较多，对服务器需求较大，导致其办公服务订阅业务中 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务的成本开支较大，以及其因需向第三方文件模板版权所有人或其他服务提供商支付分成款，导致当期会员功能服务费开支较大。

因此，公司 CAD 云化业务与同行业可比公司类似业务成本构成差异主要由各公司根据其产品特点、自身实际情况等产生，具有合理性。

（3）互联网广告推广业务

同行业可比公司中，金山办公亦存在互联网广告推广业务，具体成本构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-3 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	1,662.77	78.59%	4,481.43	70.24%	2,630.6	71.32%	2,533.94	84.02%

技术服务费	384.12	18.15%	1,411.16	22.12%	993.0	26.92%	448.71	14.88%
服务器折旧	-	-	-	-	0.33	0.01%	30.08	1.00%
其他	68.97	3.26%	487.33	7.64%	64.36	1.74%	3.22	0.11%
合计	2,115.86	100.00%	6,379.92	100.00%	3,688.40	100.00%	3,015.95	100.00%

由上表可见，金山办公的互联网广告推广业务成本构成中，IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、技术服务费的成本占比显著高于公司，主要原因为其软件对服务器需求较大，导致其互联网广告推广服务中 IDC 服务器租赁及 CDN 宽带服务的成本开支较大，以及其因向具备电商属性的阿里妈妈以广告收入的一定比例支付技术服务费，导致当期技术服务费开支较大。

因此，公司互联网广告推广业务与同行业可比公司类似业务成本构成差异主要由公司根据其产品特点、自身实际情况等产生，具有合理性。

（4）其他业务

公司其他业务主要由技术服务业务和软件代理业务构成，且金额较小。技术服务业务方面，因技术服务的具体服务内容不同，成本构成相应差异较大，公司技术服务业务与同行业可比公司技术服务业务成本构成的可比性较差。软件代理业务方面，同行业可比公司中望软件与公司均存在软件代理业务，且成本均由外购软件成本构成，成本构成一致。

综上所述，公司部分业务的成本结构与同行业可比公司存在一定差异，差异主要由各公司根据其产品特点、自身实际情况等产生，具有合理性。

（二）技术服务的具体内容、主要客户及毛利率波动原因

技术服务业务主要指公司应客户需要，向客户提供的各项技术开发及服务。报告期内，公司技术服务的主要客户、具体内容、收入及毛利率情况如下：

1、2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	具体内容	收入	占比	毛利率
1	上海东硕环保科技股份有限公司	PID 辅助设计软件开发项目	47.17	33.31%	73.01%
2	华为技术有限公司	数据底座数据驱动 CAD 自动辅助绘图（二期）	33.44	23.61%	88.14%
3	中核苏阀科技实业股份有限公司	定制化 CAD 软件功能优化	11.42	8.06%	75.77%

4	辽宁瑞华实业集团高新科技有限公司	瑞华 CAD 保存私有格式二次开发项目	11.02	7.78%	59.14%
5	软控股份有限公司	与 PLM 连接接口开发	8.46	5.97%	78.78%
合计			111.50	78.73%	76.90%

2、2020 年度

单位：万元

序号	客户名称	具体服务	收入	占比	毛利率
1	华为技术有限公司	数据底座数据驱动 CAD 自动辅助绘图（一期）	81.57	32.69%	47.41%
2	国网浙江省电力有限公司信息通信分公司	信息系统运行维护和技术服务支持	46.04	18.45%	76.61%
3	上海东硕环保科技有限公司	二维配管软件开发项目	37.74	15.12%	66.39%
4	无锡威孚高科技集团股份有限公司	CAD 软件集成项目	31.60	12.67%	55.22%
5	三一集团有限公司	CAD 软件定制开发	17.92	7.18%	77.55%
合计			214.87	86.11%	-

3、2019 年度

单位：万元

序号	客户名称	具体服务	收入	占比	毛利率
1	国网湖北省电力有限公司经济技术研究院	软件兼容性分析、CAD 软件维护	12.74	21.48%	87.26%
2	System Metrix Co.,Ltd.	日本日建脚手架软件 C#标注命令移植	9.88	16.66%	31.67%
3	东方电气集团东方锅炉股份有限公司	基于国产二维绘图软件的工程应用研究	8.38	14.13%	76.74%
4	乐山市城乡规划设计院	售后维护技术服务	6.60	11.14%	79.24%
5	中核苏阀科技实业股份有限公司	图纸识别及转换功能	4.72	7.96%	70.51%
合计			42.31	71.36%	-

公司技术服务业务主要系为满足客户需求而提供的附加服务，并非公司的主要聚焦点方向。由于该类项目之间涉及到诸多个性化需求，销售定价通常受多种因素影响，因而各项目之间毛利率存在一定差异。

（三）负责看图王功能运行维护和广告运行维护的人员如何区分，外部技术授权费和云服务费如何分摊至 CAD 云化业务和互联网广告推广业务，结合与同行业可比公司相同或类似业务对比情况说明上述业务毛利率水平及变动的合理性

1、负责看图王功能运行维护和广告运行维护的人员区分

公司看图王功能运行维护及广告运行维护的职责主要由互联网营销中心以及互联网研发中心下设立的云服务运维部中的部分员工共同负责，公司根据该等员工用于投入看图王功能运行维护和广告运行维护的实际工作时长，将该等员工薪酬用于在 CAD 云化业务和互联网广告推广业务之间进行分摊。

2、外部技术授权费的分摊方法

对于公司 CAD 云化业务中使用的外部授权服务，如该服务涉及在包括 CAD 云化业务的多个业务中使用，则根据各项业务当期实现收入情况进行分摊，并计入当期营业成本；如该服务仅用于 CAD 云化业务，则全部计入 CAD 云化业务的营业成本。

公司互联网广告推广业务报告期内不涉及使用外部授权服务，因此未分摊技术授权费用。

3、云服务费

报告期内，CAD 云化业务和互联网广告推广业务均涉及使用云服务，公司根据各项业务当期收入实现情况将云服务费在各个项目之间进行分摊。

4、结合与同行业可比公司相同或类似业务对比情况说明上述业务毛利率水平及变动的合理性

公司 CAD 云化业务主要由浩辰 CAD 看图王的会员增值服务和技术授权构成，且以会员增值服务为主。同行业可比公司中，金山办公的办公服务订阅业务主要由 WPS 会员、稻壳会员、机构客户订阅、词霸业务等构成，且以 WPS 会员、稻壳会员为主，业务模式较为相似。此外，金山办公亦存在互联网广告推广业务。因此以下选取金山办公与公司进行比较分析。

报告期内，公司与金山办公相关业务毛利率对比如下：

公司	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
金山办公	办公服务订阅业务/国内个人办	82.79%	84.71%	80.83%

公司	项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
	公服务订阅业务			
	互联网广告服务/互联网广告推广服务及其他业务	71.46%	78.00%	79.16%
发行人	CAD 云化业务	79.91%	75.38%	67.12%
	互联网广告推广业务	86.16%	82.45%	69.29%

注：2019-2020 年金山办公将其 WPS 会员、稻壳会员等划分至办公服务订阅业务，互联网广告推广划分至互联网广告服务。2021 年度金山办公重新划分了产品类型及收入分类口径，口径调整后 WPS 会员、稻壳会员等划分至国内个人办公服务订阅业务，互联网广告推广划分至互联网广告推广服务及其他业务。

报告期内，金山办公的办公服务订阅业务及互联网广告推广业务毛利率均较为稳定，维持在 80%左右。与之相比，发行人报告期内 CAD 云化业务和互联网广告推广业务的毛利率增长较为迅速，主要原因为公司在报告期初 CAD 看图王软件活跃用户数量相对较低，随着报告期内活跃用户数量持续增加，CAD 云化业务和互联网广告推广业务收入实现快速增长，规模效应逐步得以显现，进而毛利率逐年增加。

2020 年起，随着公司互联网广告推广业务收入增加，销售毛利率持续提高，超过了金山办公。金山办公由于其软件对服务器需求较大，导致其互联网广告推广服务中 IDC 服务器租赁及 CDN 宽带服务的成本开支较大，进而使其 2020 年销售毛利率在互联网广告推广业务收入高于公司的情况下，销售毛利率低于公司。

因此，公司 CAD 云化业务及互联网广告推广业务报告期内销售毛利率变化具有合理性。

三、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对采购及成本核算的真实性、准确性和完整性，申报会计师核查程序如下：

1、通过查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查、客户官网等公开信息，获取中国出口信用保险公司出具的相关资信报告，对主要供应商进行访谈确认等方式，核查主要供应商的基本情况，包括但不限于成立时间、注册资本、控股股东及实际控制人、与发行人的合作年限，是否与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员之间存在关联关系；

2、获取并查阅发行人营业成本明细账，核查报告期各期供应商采购金额是否存在重大变化，针对重大变化分析其原因及合理性；

3、核查报告期内是否存在新增主要供应商、自然人供应商、名称相似、工商登记资料异常、注册地址相近、成立时间较短的主要供应商等特殊情形，分析上述情形是否存在合理原因；

4、通过检查发行人采购合同及相关采购的市场价格，核查发行人与供应商的采购价格是否公允、是否存在明显偏低的情形；

5、对主要供应商进行函证、访谈，样本选取方法为选取报告期内各期前十大供应商并随机选取其他小额采购供应商进行函证及访谈。

申报会计师对供应商的函证及访谈确认比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
采购总金额	2,242.81	2,250.49	2,423.18
访谈供应商采购金额	1,433.06	1,589.67	1,826.12
访谈供应商采购金额占比	63.90%	70.64%	75.36%
发函金额	1,774.37	1,801.67	2,085.08
发函比例	79.11%	80.06%	86.05%
回函金额	1,463.69	1,618.77	1,802.03
回函比例	65.26%	71.93%	74.37%

2021 年度访谈比例较低，主要原因是部分供应商未接受访谈请求，如华为技术有限公司、阿里云计算有限公司等。对于上述采购，申报会计师已通过查看发行人与前述供应商的采购合同、账户充值及消耗记录、银行付款凭证等方式进行了核实。

6、核查内部董事、监事、高级管理人员和关键岗位人员的银行流水，确认是否与主要供应商及其实际控制人存在资金往来。

7、获取发行人营业成本明细账，并访谈业务部门负责人，了解发行人产品的主要成本构成以及成本核算方法；

8、对报告期各期存货的收发存情况进行检查；

9、取得报告期内发行人各主要产品成本结构中人工成本、技术授权费、物料支出等的占比情况，分析其波动情况是否合理；

10、获取并查阅报告期内技术授权成本明细表、采购合同等，与发行人相关业务负责人进行访谈沟通，了解报告期内技术授权的具体内容、在各业务中发挥的作用；

11、获取并查阅了报告期内技术服务业务的收入及成本构成明细表、业务合同等，与发行人相关业务负责人进行访谈沟通，了解报告期内技术服务的具体内容、主要客户及毛利率波动原因；

12、查阅同行业可比公司公开信息披露文件，对比分析发行人与同行业可比公司同类业务的成本构成、毛利率水平及变动情况是否存在差异及合理性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人采购及成本核算具备真实性、准确性和完整性。

10.关于应收款项

10.1 关于应收账款

根据申报材料：（1）发行人应收账款账面价值分别为 1,041.65 万元、1,655.15 万元、1,588.65 万元和 2,077.28 万元；（2）账龄 1 年以内应收账款占比分别为 71.53%、93.52%、90.87%和 92.47%，2018 年末对预计无法收回的 394.25 万元应收账款单独计提坏账准备，并于 2019 年对其中的 348.37 万元进行核销。

请发行人说明：（1）对不同业务和销售模式下主要客户的信用政策及变化情况，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；（2）报告期内应收账款的逾期情况及逾期应收账款的期后回款情况，2018 年单独计提坏账准备的应收账款对应的客户和信用政策，以及预计无法收回的原因。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并对应收账款相关内部控制是否有效执行发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）对不同业务和销售模式下主要客户的信用政策及变化情况，是否存在放宽信用政策刺激销售的情形

报告期内，公司不同业务和销售模式下的主要客户的信用政策情况如下：

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
CAD 软件业务	直销	国家电网有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括乐山城电电力工程设计有限公司内江分公司等，其中，乐山城电电力工程设计有限公司内江分公司信用政策为自合同签署之日起 15 个工作日内付款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括国网四川省电力公司经济技术研究院等，其中国网四川省电力公司经济技术研究院信用政策为合同价格为人民币 10 万元以下的，验收并到票后 30 个工作日内支付全部货款；合同价格为人民币超过 10 万元的，验收并到票后 30 个工作日内支付 90% 货款，质保期开始后满 1 年，客户完成支付手续后 30 个工作日内支付 10% 的质保金	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括海宁市金能电力实业有限公司等，其中海宁市金能电力实业有限公司信用政策为合同金额人民币 10 万元以下的，验收并到票后 30 个工作日内支付全部货款；合同价格为人民币超过 10 万元的，验收并到票后 30 个工作日内支付 90% 货款，质保期开始后满 1 年，客户完成支付手续后 30 个工作日内支付 10% 的质保金	否
		中国建筑科学研究院有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中国建筑技术集团有限公司等，其中中国建筑技术集团有限公司信用政策为合同生效后 7 个工作日内支付 20%，交付合同项下全部软件并经验收合格后 7 个工作日后支付 70%，验收合格后并在 1 年质保期满后 7 个工作日内支付 10%	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中国建筑技术集团有限公司等，其中中国建筑技术集团有限公司信用政策为合同生效后 7 个工作日内支付 20%，交付合同项下全部软件并经验收合格后 7 个工作日后支付 70%，验收合格后并在 1 年质保期满后 7 个工作日内支付 10%	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括建研地基基础工程有限责任公司等，其中建研地基基础工程有限责任公司信用政策为自合同正式签署之日起 10 个工作日内支付货款	否
		北京城建集团有限责任公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括北京市园林古建筑设计研究院有限公司等，其中北京市园林古建筑设计研究院有限	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括北京市园林古建筑设计研究院有限公司等，其中北京市园林古建筑设计研究院有限	-	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注 1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
			公司信用政策为自合同正式签署之日起 7 个工作日内到票后支付 50%货款, 剩余 50%货款待公司移植成功相关应用软件后 7 个工作日内支付	公司信用政策为自合同正式签署之日起 7 个工作日内到票后支付 50%货款, 剩余 50%货款待公司移植成功相关应用软件后 7 个工作日内支付		
		中国电子工程设计院有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体为世源科技工程有限公司, 信用政策为自合同签署之日起 15 个工作日内支付款项	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括世源科技工程有限公司等, 其中世源科技工程有限公司信用政策为自合同签署之日起 7 个工作日内支付款项	-	是
		中国化学工程集团有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中化工程沧州冷却技术有限公司等, 其中中化工程沧州冷却技术有限公司信用政策为自合同正式签署之日起 7 个工作日内支付货款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体为中化工程沧州冷却技术有限公司, 信用政策为自合同正式签署之日起 7 个工作日内支付货款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体为中国化学工程股份有限公司, 信用政策为自合同签署之日起收到发票后 10 个工作日内支付货款	否
		中国建筑集团有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括北京中建建筑设计院有限公司等, 其中北京中建建筑设计院有限公司的信用政策为产品验收合格后 15 个工作日内付款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中建三局集团有限公司等, 其中中建三局集团有限公司的信用政策为项目验收确认后 30 日内支付款项	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中建三局集团有限公司等, 其中中建三局集团有限公司的信用政策为项目验收确认后 30 日内支付款项	否
		江苏浩森建筑设计有限公司	-	2021 年 1 月 1 日前支付	-	否
		中国海洋石油集团有限公司	买方收到软件产品, 经验收合格后支付全部合同价款	-	-	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
		四川省水利水电勘测设计研究院有限公司	被许可方收到产品并完成安装调试后,10个工作日内以银行转账方式支付本合同项下总价款的90%,剩余10%款项在支付本合同项下90%款项满6个月后,许可方提供余款收据,被许可方在10个工作日内支付余款	-	-	否
		北京首都创业集团有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括重庆首汇置业有限公司等,其中重庆首汇置业有限公司信用政策为自合同正式签署之日起30个工作日内支付货款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括成都首阅华创置业有限公司等,其中成都首阅华创置业有限公司信用政策为自合同正式签署之日起10个工作日内支付货款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括北京首创生态环保集团股份有限公司等,其中北京首创生态环保集团股份有限公司信用政策为到票后10个工作日内支付货款	否
		中国机械工业集团有限公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括中机十院国际工程有限公司等,其中中机十院国际工程有限公司的信用政策为被许可方自合同签署之日起15个工作日内以电汇方式向许可方支付合同总价款的15%款项,于2022年1月15日前支付合同总价款25%款项,于2022年9月15日前支付合同总价款30%款项,于2023年3月15日前支付合同总价款最后30%款项	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括常州江南环境工程有限公司等。其中常州江南环境工程有限公司的信用政策为合同签署之日起1个工作日内支付款项	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括兰州电源车辆研究所有限公司等。其中兰州电源车辆研究所有限公司的信用政策为软件安装调试完成后5个工作日一次性支付	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
	销售模式	四川发展(控股)有限责任公司	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要包括四川能投宜宾电力工程建设有限公司、四川能投建工集团设计研究院有限公司等。其中,四川能投宜宾电力工程建设有限公司的信用政策为到票后 10-30 个工作日内或收到四川能投高县电力有限公司付款后的 15 个工作日内付款;四川能投建工集团设计研究院有限公司的信用政策为合同签署后 10 个工作日内付款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要为四川能投建工集团设计研究院有限公司等,其中四川能投建工集团设计研究院有限公司的信用政策为合同签署后 10 个工作日内付款	报告期内公司与该客户下多个子公司存在交易。本期交易主体主要为四川能投建工集团设计研究院有限公司等,其中四川能投建工集团设计研究院有限公司的信用政策为合同签署后 5-10 个工作日内付款	是
		海湾安全技术有限公司	-	-	自合同签署之日起 5 个工作日内支付款项	否
	经销	System Co.,Ltd. Metrix	在 3 月、6 月、9 月、12 月的季度结算后的下一个月末前支付	在 3 月、6 月、9 月、12 月的季度结算后的下一个月末前支付	在 3 月、6 月、9 月、12 月的季度结算后的下一个月末前支付	否
		Modoo Solution Co.,Ltd.	月度结算;下月第一周支付上月订单金额	月度结算;下月第一周支付上月订单金额	月度结算;下月第一周支付上月订单金额	否
		TMSys Sp. z o.o.	月度支付;每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	月度支付;每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	月度支付;每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	否
		AppliCAD Co.,Ltd. Public	信用期 30 天;每月 15 日支付款项,12 月款项在 12 月 28 日支付	信用期 30 天;每月 15 日支付款项,12 月款项在 12 月 28 日支付	信用期 30 天;每月 15 日支付款项,3 月款项在 3 月 28 日支付	是
		P.T.Indonesia AppliCAD			未提供信用期	
		北京新航世纪科技有限公司	自合同签署之日起 10 个工作日内至 3 个月内支付款项	自合同签署之日起 10 个工作日内至 3 个月内支付款项,部分合同未约定账期	自合同签署之日起 3-30 个工作日内支付款项,部分合同未约定账期	是

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
CAD云化业务	直销	Spice Technologies Trading L.L.C	预付货款	预付货款	预付货款	否
		Cadmate Software LLP	预付货款	预付货款	-	
		珠海金山办公软件有限公司	到票后 15 个工作日内付款	到票后 15 个工作日内付款	到票后 15 个工作日内付款	否
		上海爱数信息技术股份有限公司	自合同生效并收到许可方开具的正式发票之日起 3-30 个工作日内支付款项	自收到许可方可开通正式授权和正式发票之日起 30 个工作日内支付款项；自合同生效和收到正式发票之日起 30 个工作日内付款	自收到许可方可开通正式授权和正式发票之日起 30 个工作日内支付款项	是
		北京联想协同科技有限公司	确认许可软件分发数量统计结果的 10 个工作日内支付；收到并接受公司的服务及可交付物以及公司相关的合格发票后 60 日内支付款项	确认许可软件分发数量统计结果的 10-20 个工作日内支付	确认许可软件分发数量统计结果的 10 个工作日内支付	是
		上海鸿翼软件技术股份有限公司	自收到许可方软件授权和正式发票之日起 30 个工作日内付款；自合同生效后和收到正式发票之日起 30 个工作日内付款；自合同生效后和收到正式发票之日起 60 日内付款；合同期内，可随时申请授权，并在收到正式发票之日起 30 日内支付相应金额；合同期结束后，未达 20 万按 20 万计算，超量部分于合同期满后的 30 日内支付不足款项	自收到公司软件授权和正式发票之日起 30 个工作日内付款；自合同生效后和收到正式发票之日起 30 个工作日内付款	-	是
		郑州宇通客车股份有限公司	-	第一期付款：到票发票及合同约定相关验收资料后 30 个工	-	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
				作日内, 预付合同总价的 20% 作为预付款; 第二期付款: 产品预验收合格后, 到票发票及合同约定相关验收资料后 30 个工作日内, 支付合同总价 30%作为预验收款; 第三期付款: 产品最终验收合格后, 到票票及合同约定相关验收资料后 30 个工作日内, 支付合同总价 50%作为验收款		
	经销	广东志朗智能科技有限公司	合同签署之日起 10 日内支付货款	-	-	否
		Modoo Solution Co.,Ltd.	-	-	月度结算; 下月第一周支付上月订单金额	否
互联网广告推广业务	直销	湖北今日头条科技有限公司(注2)	每1个自然月结算, 结算数据确认后, 到票后 15 个工作日内支付	每1个自然月结算, 结算数据确认后, 到票后 15 个工作日内支付	-	否
		北京有竹居网络技术有限公司(注2)	-	-	每1个自然月结算, 结算数据确认后, 到票后 15-20 个工作日内支付	
		腾讯科技(深圳)有限公司(注3)	每1个自然月结算, 收到发票和对账单等凭证后 30 个工作日内付款	每1个自然月结算, 收到发票和对账单等凭证后 30 个工作日内付款	每1个自然月结算, 收到发票和对账单等凭证后 30 个工作日内付款	否
		深圳市腾讯计算机系统有限公司(注3)	-			
		超鼎盛华(北京)科技发展有限公司	次月 10 日前提供上月对账单, 确定对账单之日起 5 个自然日内支付	次月 10 日前提供上月对账单, 确定对账单之日起 5 个自然日内支付	每个自然月第 5 个工作日前提供上一个自然月结算数据, 结算数据经确认且到票后 15-20 个工作日内支付	是

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
		Google Asia Pacific Pte. Ltd.	如果公司账户在谷歌发出付款时一直处于良好状态, 谷歌将账户中反映的余额等于或超过适用的付款阈值的任何一个日历月的后一个日历月的月底支付	如果公司账户在谷歌发出付款时一直处于良好状态, 谷歌将账户中反映的余额等于或超过适用的付款阈值的任何一个日历月的后一个日历月的月底支付	-	否
		杭州艾狄墨搏数字科技有限公司	-	次月 10 日前提供数据账单, 收到后 5 日内对账确认后开票, 到票后 35 个工作日内付款	次月 10 日前提供数据账单, 收到后 5 日内对账确认后开票, 到票后 35 个工作日内付款	否
		上海美约文化传播有限公司	每月 15 日之前结算上个自然月发行人收益等相关数据, 到票后 5 日内付款	每月 15 日之前结算上个自然月发行人收益等相关数据, 到票后 5 日内付款		否
		上海猎鹰网络有限公司	-	每月 15 日之前结算上个自然月发行人收益等相关数据, 到票后 5 日内付款	-	否
其他业务	直销	江苏迎阳无纺机械有限公司	-	-	自合同签署之日起 5 个工作日内支付款项; 合约签订后 5 个工作日预付 70%, 剩余 30% 在货到安装结束后 5 个工作日内付清	否
		华为技术有限公司	第一阶段的开发成果验收通过支付 60%; 第二阶段的开发成果验收通过, 且客户收到公司的认证登记回执等相关材料, 支付 30%; 第三阶段的开发成果验收通过支付 10%, 且在收到所有单据后 30 个日历日内付款	第一阶段的开发成果验收通过支付 60%; 第二阶段的开发成果验收通过, 且客户收到公司的认证登记回执等相关材料, 支付 30%; 第三阶段的开发成果验收通过支付 10%, 且在收到所有单据后 30 个日历日内付款	-	否
		国家电网有限公司	报告期内公司与该客户下多个	本期公司与该客户下包括国网	本期公司与该客户下包括国网	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
			子公司存在交易。本期交易主体湖州电力设计院有限公司的信用政策为服务完成并经客户验收合格后,凭验收合格单及发票办理申请手续,办理完毕后 30 个工作日内支付	浙江省电力有限公司信息通信分公司等多个主体存在交易,其中国网浙江省电力有限公司信息通信分公司的信用政策为公司按合同约定时间要求正常履行满 3 个月,且履约服务符合约定要求,客户在 30 个工作日内向发行人支付合同价格 40%;公司按合同约定时间要求正常履行满 9 个月,到票后,支付合同价格 50%;公司履约完毕,且无索赔(有索赔的待索赔完成后),到票后支付向公司支付合同价格的 10%	湖北省电力有限公司经济技术研究院等多个主体存在交易,其中国网湖北省电力有限公司经济技术研究院的信用政策为自合同签订后 30 个工作日内支付总价 50%的款项,交付验收后支付总价 50%的款项	
		昆山佳仕德自动化设备有限公司	-	-	自合同签署之日起的 3 个工作日内付清款项;合同签订后 3 个工作日内支付 74.28%,尾款为软件维护费,其中 12.28%需 2020 年 8 月内支付,剩余 12.28%需 2021 年 8 月内支付	否
		张家港中集圣达因低温装备有限公司	-	-	合约签订后 10 个工作日内支付 70%,2018 年 8 月 15 日前支付 15%,2019 年 8 月 15 日前支付 15%	否
		上海东硕环保科技股份有限公司	预付款 30%;合同签订后 5 个工作日内,到票后 10 个工作日内支付;进度款 40%;对当月应用软件功能按照测试进行测试和调试,测试合格到票后 10	预付款 30%;合同签订后 5 个工作日内,到票后 10 个工作日内支付;进度款 40%;对当月应用软件功能按照测试进行测试和调试,测试合格到票后 10	-	否

业务类型	销售模式	主要客户	主要客户信用政策			报告期是否发生变化(注1)
			2021 年度	2020 年度	2019 年度	
			个工作日内支付；验收 10%：对整体应用软件功能测试和验证，成果测试合格后，出具初验证书并到票后 10 个工作日内支付；试运行 20%：软件正常运行三个月且无任何问题后并到票后 10 个工作日内付清尾款	个工作日内支付；验收 10%：对整体应用软件功能测试和验证，成果测试合格后，出具初验证书并到票后 10 个工作日内支付；试运行 20%：软件正常运行三个月且无任何问题后并到票后 10 个工作日内付清尾款		
		无锡威孚高科技集团股份有限公司	-	合同签署并到票后 15 个工作日内支付 30%，项目上线并到票后支付 50%，项目通过验收后 3 个月内并到票后 15 个工作日内 20%	-	否
		Modoo Solution Co.,Ltd.	月度结算；下月第一周支付上月订单金额	月度结算；下月第一周支付上月订单金额	月度结算；下月第一周支付上月订单金额	否
	经销	TMSys Sp. z o.o.	月度支付；每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	月度支付；每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	月度支付；每月的 25 号之前对上个月所有订单付款	否

注 1：CAD 软件业务直销模式下，公司报告期内存在与部分集团客户下的多个主体发生交易的情形。由于相关信用政策通常与各个交易主体单独协商确定，因此报告期各期因与集团客户具体交易主体变化所产生的信用政策变化情况，不视为与该集团客户信用政策的变更。

注 2：湖北今日头条科技有限公司与北京有竹居网络技术有限公司为关联企业，发行人于 2019 年首次与北京有竹居网络技术有限公司开展业务合作，于 2020 年合作主体变更为湖北今日头条科技有限公司。

注 3：深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技（深圳）有限公司为关联企业，发行人于 2019 年首次与深圳市腾讯计算机系统有限公司开展合作，于 2020 年 6 月合作主体变更为腾讯科技（深圳）有限公司。

如上表所示，报告期内，公司不同业务和销售模式下的主要客户的信用政策大部分保持稳定，少部分客户信用政策虽存在变化，但整体而言变化不大。报告期内，客户信用政策变化的主要原因包括：

1、公司 CAD 软件业务中的境外经销模式业务和互联网广告推广业务通常以框架合同为基础开展业务，如原框架合同有效期满，公司与部分客户在框架合同续期过程中会根据双方以往合作情况对客户信用政策进行重新约定；

2、公司 CAD 软件业务中的境内销售业务等通常需要就每笔交易单独签订销售合同，公司在实际业务开展过程中，会根据每笔交易客户或终端客户的采购规模、具体商谈情况等因素，确定每笔交易的信用政策，进而导致同一客户同一年度的多笔合同或不同年度的合同约定的信用政策存在一定差别。

因此，报告期内，公司对主要客户的信用政策及信用期未发生重大变化，不存在利用放宽信用政策刺激销售的情形。

（二）报告期内应收账款的逾期情况及逾期应收账款的期后回款情况，2018 年单独计提坏账准备的应收账款对应的客户和信用政策，以及预计无法收回的原因

1、报告期内应收账款的逾期情况及逾期应收账款的期后回款情况

报告期各期末，应收账款的逾期情况及逾期账款的期后回款情况如下：

单位：万元

时点	未逾期应收账款	逾期应收账款	逾期应收款期后回款金额	逾期应收账款期后回款比例(截至 2022 年 4 月 15 日)
2019.12.31	807.24	1,122.65	1,042.63	92.87%
2020.12.31	700.74	1,190.77	1,098.48	92.25%
2021.12.31	1,518.53	952.45	692.15	72.67%

如上表所示，截至 2022 年 4 月 15 日，除 2021 年 12 月 31 日期末余额因期后国内多个地区疫情爆发且催款时间较短而导致期后回款比例较低外，其余各期期末逾期应收账款期后回款比例均在 90%以上。

2、2018 年单独计提坏账准备的应收账款对应的客户和信用政策，以及预计无法收回的原因

2018 年单独计提坏账准备的应收账款对应的客户名称和信用政策如下：

单位：万元

客户名称	应收账款	合同约定信用政策
苏州柯利达装饰股份有限公司	25.00	自合同签署之日起 5 个工作日内支付
宁波索诺工业自控设备有限公司	13.50	在客户确认需求分析且与易飞 ERP 成功挂节后，支付项目总金额的 50%；项目检收结束后，支付项目款项剩余的 40%；系统正常运行半年以后，支付剩余款项 10%
青岛欧讯智能技术有限公司	12.42	合同签署之日起 30 个工作日内支付
江苏国贸酝领智能科技股份有限公司	12.00	合同签署之日起 5 个工作日内支付
西北化工研究院设计所	11.72	合同签署之日起 5 个工作日内付款
西安创元建筑设计院有限公司	10.50	合同签订生效之日起 3 日内支付 7.5 万元，剩余 7.5 万元在 2013 年 12 月 31 日付清
北京东联盛科技发展有限责任公司	10.44	合同签署之日起 3 个工作日内付款
铜陵晟王铁路装备股份有限公司	9.50	合同签署之日起 3 个工作日内付款
湖南金晨信息技术有限责任公司	9.30	合同签署之日起 10 个工作日付合同项下的 10.20 万元，剩余款项于 2018 年 9 月底前支付
苏州元璋精工科技股份有限公司	9.00	合同签订之日起 2 日内先付 3 万元，满足合同约定里程碑后 2 日内付清剩余 9 万元
徐州华军建筑设计有限公司	8.00	合同签署之日起 3 个工作日内付款
江苏龙腾门业有限公司	8.00	合同签订之日起 3 个工作日内支付 2 万元，2015 年 2 月 30 日前支付 3 万元，2015 年 6 月 30 日前支付 5 万元
北京中科科美真空技术有限责任公司	7.50	合同签订之日起 5 日内支付 4.5 万元，项目验收之日起 5 日内支付 9.0 万元，项目验收 1 年之日起 5 日内 1.5 万元
江苏海航电气科技有限公司	7.50	合同签署之日起 3 个工作日内支付 3.75 万元；货到安装后支付 1.25 万元；通过验收后 1 个月内付 3.75 万元，3 个月内付 2.50 万元，1 年内付清剩余 1.25 万元
南通力达环保设备有限公司	7.00	自本合同正式签署之日起 5 个工作日内支付 20%；项目实施结束后支付 70%；剩余 10%在合同签订 1 年内支付
北京市工业设计研究院河南分院	6.00	自合同签订之日起支付 30%，在 2014 年 12 月 31 日前支付 40%，余款 30%在 2015 年 5 月 29 日之前付清
湖州锐格物流科技有限公司	6.00	合同签署之日起 5 个工作日内付款
浙江精一重工有限公司	6.00	合同签署之日起 5 个工作日内支付
重庆前沿石油天然气工程有限公司	5.80	合同签署之日起 22 个工作日内支付 2 万元，剩余尾款 4.80 万元于 2017 年 6 月 30 前付清
青岛艾格林科贸有限公司	5.80	未约定账期
苏州易斯特工程技术有限公司	5.50	合同签署之日起 5 个工作日内支付
青岛海尔空调电子有限公司	5.50	合同签署之日起 3 个工作日内支付

客户名称	应收账款	合同约定信用政策
徐州大亚自动装备有限公司	5.40	合同生效后5个工作日内, 公司进行软件安装, 安装结束后客户支付50%款项, 3个月内付清剩余50%款项
郑州崇晟电子科技有限公司	5.23	合同签署之日起5个工作日内付款
厦门帕安建筑设计咨询有限公司	5.00	合同签署之日起3个工作日支付3万元, 在2016年2月28日前支付2万元, 在2016年7月30日前支付5万元
浙江新宇建筑设计有限公司	5.00	合同签署之日起3个工作日付款
苏州环球集团科技股份有限公司	4.65	合同签署之日起3个工作日内支付6.2万元, 软件安装调试后支付4.65万元, 实施验收结束后两个月内支付尾款4.65万元
浙江中维建筑工程设计有限公司	4.50	合同生效之日起2天内支付50%, 发货后付款20%, 客户使用熟练后支付剩余30%
青岛鼎臻科技有限公司	4.22	合同签署之日起3个工作日内支付
浙江省仙居县博达异型橡塑有限公司	4.00	合同签署之日起3个工作日内支付
江苏昊美光电科技有限公司	3.80	根据合同约定的里程碑时点支付款项
扎鲁特旗农电公司	3.70	合同签署之日起3个工作日内支付
哈尔滨融电电力设备经销有限公司	3.68	合同签署之日起3个工作日内支付
无锡市中捷减震器有限公司	3.50	合同签署之日起3日内支付3.5万元, 剩余尾款3.5万元在2013年3月之前支付
东莞市正软软件有限公司	3.49	合同签署之日起5个工作日内支付
浙江双雄门业有限公司	3.40	合同签订生效之日起3天内支付3.40万元, 剩余尾款3.4万元在满足合同约定里程碑后支付
海南华磊建筑设计咨询有限公司 第十一分公司	3.28	收到软件并到票后支付50%合同金额, 剩余50%款项于2015年7月底之前支付
苏州九易矿机设备有限公司	3.20	合同签订生效之日起3天内向许可方支付1万元, 软件安装完成后支付3.20万元货款, 实施结束后7个工作日内支付3万元
佛山市雅绅宝制冷设备制造有限公司	3.01	合同签订生效之日起2天内支付3.01万元, 剩余尾款3.01万元在安装后付清
苏州苏明装饰股份有限公司	3.00	合同签署之日起5个工作日内支付
江苏华豪航海电器有限公司	3.00	合同签订生效之日起3天内支付3万元, 剩余款项3万元在满足合同约定里程碑后付清
浙江恒通机械有限公司	3.00	合同签署之日起3个工作日内付款
芜湖新兴铸管有限责任公司	3.00	合同生效之日起3天内支付13万元, 剩余3万元作为质保金在满足合同约定里程碑后支付
广西智鑫电力设计有限公司	3.00	分三期付款, 第一期货到付款3万元, 第二期2012年12月31号前支付3万元, 第三期2013年3月31号前付清剩余3万元
苏州中卫宝佳净化工程有限公司	2.92	合同签署之日起5个工作日内支付
南宁浩辰软件咨询服务有限公司	2.85	合同签署之日起15个工作日付款

客户名称	应收账款	合同约定信用政策
陕西省建筑设计研究院有限责任公司	2.84	合同签署之日起 3 个工作日内支付
苏州优敖智能科技有限公司	2.80	合同签署之日起 5 个工作日内支付
苏州苏农园艺景观有限公司	2.80	合同签订生效之日起 10 天内向支付 5 万元，安装调试完毕后支付剩余 5 万元尾款
上海昶九信息科技有限公司	2.70	合同签署之日起 3 个工作日内支付
石家庄都市建筑设计有限公司	2.60	合同签署之日起 5 个工作日内支付
江苏泽宇环境工程有限公司	2.50	合同签署之日起 3 个工作日内付款
中能重基国际工程技术（北京）有限公司陕西分公司	2.50	到货并安装调试正常后支付 80%，到票后支付尾款
博广热能股份有限公司	2.40	合同签署之日起 3 个工作日内支付
上海共生自动化科技有限公司	2.40	合同签署之日起 5 个工作日内支付
遂昌县建筑设计室	2.40	合同生效日之日起 3 日内且到票后支付 4 万元，剩余尾款 4 万元在满足合同约定里程碑后支付
东莞市毅豪精密机械有限公司	2.10	合同签署之日起 3 个工作日内付款
靖江市林龙电机制造有限公司	2.00	合同正式签订之日起 1 日内支付 2 万元，剩余 2 万元尾款在满足合同约定里程碑后支付
东莞市亮美五金制品有限公司	2.00	合同未约定
陕西省交通规划设计研究院	2.00	软件安装调试完成之日起 7 个工作日内支付 90%，剩余 10%于软件安装完成正常使用六个月且公司对客户进行一次免费培训后支付
其余零散客户	68.40	由双方具体协商确定
合计	394.25	

上述客户款项主要为报告期以前年度形成，大部分款项账龄在 3 年以上，预计无法收回的原因主要包括：（1）部分客户因经营不善或已注销、转让等，无力或无法还款；（2）部分客户以各种理由拖延付款，经公司多次追讨依旧无法收回。鉴于前述款项较为零散，且追讨成本较高，因此公司认为上述款项预计无法收回，并单独计提了坏账准备。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师主要核查程序如下：

1、访谈公司销售部门负责人，了解公司的销售流程、销售政策、信用政策，了解管理层与信用控制、账款回收和评估减值准备相关的关键财务报告内部控制，并评价和测试这些内部控制的设计和运行有效性；

2、获取发行人合同台账及各业务主要客户合同，查看主要客户报告期内的合同账期，核查是否存在放宽信用政策刺激销售的情形；

3、获取应收账款期末余额明细表，结合合同约定账期，确认应收账款逾期情况；查验逾期应收账款客户的回款单据，查验逾期应收账款的回款情况；

4、获取 2018 年末单独计提坏账的客户清单及相应合同，查看合同约定账期情况，并向销售人员及财务人员了解该系列客户款项预计无法收回的原因。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人应收账款相关内部控制所有重大方面有效执行。

10.2 关于其他应收款

根据申报材料：（1）报告期各期末发行人其他应收款分别为 1,920.60 万元、532.51 万元、523.18 万元和 712.51 万元，其中 2018 年应收彩明贸易 1,342.04 万元外销代收货款，相关款项于 2019 年收回；（2）彩明贸易实控人刘峰与发行人董秘俞怀谷曾为同事关系，2018-2019 年期间，发行人存在通过彩明贸易收取境外客户货款的情形，交易金额分别为 953.11 万元、649.48 万元。

请发行人说明：报告期内彩明贸易第三方回款所对应的客户、销售订单及销售金额，收款后未及时向发行人支付的原因，发行人是否对应收彩明贸易款项收取利息费用及计算过程，彩明贸易与发行人及回款对应客户是否存在关联关系或其他利益安排；请发行人提供与彩明贸易的相关合作协议（如有）。

请保荐机构和申报会计师对上述事项进行核查，说明报告期内发行人及其关联方与彩明贸易及其实控人之间有无异常资金往来，并对第三方回款所对应营业收入的真实性、彩明贸易是否占用发行人资金及相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

(一) 报告期内彩明贸易第三方回款所对应的客户、销售订单及销售金额，收款后未及时向发行人支付的原因，发行人是否对应收彩明贸易款项收取利息费用及计算过程，彩明贸易与发行人及回款对应客户是否存在关联关系或其他利益安排

1、报告期内彩明贸易第三方回款所对应的客户、销售订单及销售金额情况

2019 年度，为便于外销业务回款，发行人委托彩明贸易代为收取外销业务货款折合人民币 649.48 万元，截至 2019 年 8 月末，发行人已停止前述代收货款的行为。由于 2019 年公司逐步停止了通过彩明贸易收款的行为，导致 2019 年下半年相关客户销售回款陆续改由公司银行账户直接收款；同时，2019 年通过彩明贸易收款期间相关客户也会将少部分回款直接支付给公司银行账户。受此影响，2019 年度通过彩明贸易回款所对应的客户同时存在通过彩明贸易和公司银行账户回款的情形。

2019 年，通过彩明贸易回款所对应的主要客户、销售订单、销售金额及销售回款情况如下：

单位：万元

序号	客户名称	销售订单	销售收入	销售回款		
				通过彩明贸易回款	通过公司回款	合计
1	Modoo Solution Co.,Ltd.	845.70	845.70	297.12	496.91	794.04
2	Spice Technologies Trading L.L.C	141.21	141.21	55.58	73.15	128.74
3	Tecnobit S.r.l.	68.57	68.57	52.21	46.92	99.14
4	Accelty Techsolutions LLP	62.18	62.18	31.88	18.20	50.08
5	Assistance Soft Service Europe S.A.S	48.34	48.34	30.56	15.60	46.16
6	CSI Caribe LLC	33.83	33.83	26.26	6.86	33.12
7	ACE-Hellas S.A.	69.18	69.18	25.43	43.66	69.08
8	Imaging Systems Engineering Company	82.07	82.07	18.93	55.16	74.09
9	ACAD Pte Ltd.	32.42	32.42	10.08	14.55	24.63
10	Central de Soluciones Tecnologia & Software Ltda.	17.97	17.97	9.01	10.63	19.64
合计		1,401.48	1,401.48	557.06	781.65	1,338.70

由上表可知，2019 年度通过彩明贸易回款的主要客户的销售订单、销售金额与销售回款情况基本一致，销售订单、销售金额与回款金额之间的少量差异是由于回款的时

间性差异及汇率变动等因素影响所致。

2、彩明贸易收款后未及时向发行人支付的原因

为节省因彩明贸易境外银行账户频繁向公司账户转账而产生的手续费，且当时公司账面资金相对较为充裕，足以满足日常经营需求等原因，因此彩明贸易收款后，公司未及时收回货款。随着 2019 年公司规范性意识提高，截至 2019 年 12 月末公司向彩明贸易收回了前述货款。

3、发行人是否对应收彩明贸易款项收取利息费用及计算过程

（1）2019 年度，公司形成对彩明贸易其他应收款，是基于公司为便于外销业务回款，主动委托彩明贸易代收外销业务回款而产生，而非无贸易背景的资金拆借产生，发行人不收取彩明贸易利息费用具有合理性；

（2）考虑到离岸账户美元存款利率较低，根据该账户开户银行于 2022 年 1 月 6 日公布的美元离岸存款利率仅为 0.03%，据此测算，2019 年期间应收彩明贸易款项所产生的利息为 0.28 万元，金额较低。

因此，发行人未向彩明贸易收取利息费用。

4、彩明贸易与发行人及回款对应客户是否存在关联关系或其他利益安排

经查阅公司工商登记资料、彩明贸易公司注册文件、主要回款客户的《海外资信报告》等相关资料，并与彩明贸易实际控制人进行访谈确认等，彩明贸易与公司及回款对应客户不存在关联关系或其他利益安排。

（二）请发行人提供与彩明贸易的相关合作协议（如有）

公司董事会秘书、副总经理俞怀谷与彩明贸易实际控制人刘峰曾为同事关系，基于对刘峰等人的信任，公司委托彩明贸易代收外销业务货款时仅对委托代收货款事项进行了口头约定，未签署书面合作协议。

报告期内，公司与彩明贸易合作情况良好，双方不存在因第三方回款而产生纠纷的情况，且截至 2019 年 8 月末，公司已停止通过彩明贸易代收货款的行为，截至 2019 年 12 月末彩明贸易已将代收货款余款全部支付至公司，前述行为已得到规范，相关风险已消除。

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

1、就彩明贸易第三方回款的相关背景、收款后未及时向发行人支付的原因等相关事项与发行人管理层、彩明贸易实际控制人进行访谈了解；

2、获取报告期内彩明贸易第三方回款的统计明细表，分析第三方回款的原因、商业合理性、准确性，并抽查相关销售合同、发货单据、银行流水等原始交易凭证，对存在大额第三方回款的境外客户进行访谈及函证，以核查第三方回款及销售的真实性；

3、查阅了浦发银行于 2022 年 1 月 6 日公布美元离岸存款利率，复核了彩明贸易款项未收回期间所产生的利息计算过程，分析发行人未向彩明贸易收取利息费用的合理性；

4、查阅了发行人工商登记资料、彩明贸易公司注册文件、主要回款客户的《海外资信报告》等相关资料，查阅了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的情况调查表，网络检索了主要回款客户的公开披露信息，与彩明贸易实际控制人及发行人管理层访谈确认，以检查彩明贸易与发行人及回款对应客户是否存在关联关系或其他利益安排；

5、与发行人管理层及彩明贸易实际控制人访谈了解双方是否签署相关合作协议及未签署的原因、影响；

6、对发行人报告期内是否存在诉讼情况进行网络核查，以确认发行人报告期内是否因第三方回款导致货款纠纷情况；

7、核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事（独立董事、外部董事除外）、监事（外部监事除外）、高级管理人员银行账户明细及资金收支情况，核查其是否与彩明贸易及其实际控制人存在资金往来；

8、查阅《上市公司 2011 年年度报告信息披露工作备忘录第 3 号——上市公司非经营性资金占用及其他关联资金往来的专项说明》、《科创板上市公司自律监管指南第 7 号——年度报告相关事项》中关于资金占用的相关规定，并分析彩明贸易是否构成占用发行人资金的情形；

9、检查发行人对彩明贸易回款事项的会计处理，分析是否符合《企业会计准则》的相关规定。

（二）核查情况

1、报告期内发行人及其关联方与彩明贸易及其实际控制人之间的资金往来情况

2021年3月15日，发行人董秘俞怀谷因支付家庭购房款需要曾向彩明贸易实际控制人刘峰借取了20万元，并于2021年5月1日归还。除该笔私人借支以及题述公司通过彩明贸易代收货款事项外，发行人及其关联方与彩明贸易及其实际控制人之间不存在其他资金往来情况，交易不存在异常。

2、第三方回款所对应营业收入的真实性

经查阅第三方回款明细表，抽取查阅了相关销售合同、发货单据、银行流水等原始交易凭证，对存在大额第三方回款的境外客户进行访谈及函证等。经核查，彩明贸易第三方回款所对应的营业收入具有真实性。

3、彩明贸易是否占用发行人资金

根据上海证券交易所发布的《上市公司2011年年度报告信息披露工作备忘录第3号——上市公司非经营性资金占用及其他关联资金往来的专项说明》、《科创板上市公司自律监管指南第7号——年度报告相关事项》的相关规定：非经营性资金占用是指上市公司为大股东及其附属企业垫付的工资、福利、保险、广告等费用和其他支出；代大股东及其附属企业偿还债务而支付的资金；有偿或无偿、直接或间接拆借给大股东及其附属企业的资金；为大股东及其附属企业承担担保责任而形成的债权；其他在没有商品和劳务对价情况下提供给大股东及其附属企业使用的资金。大股东及其附属企业是指控股股东或实际控制人及其附属企业、前控股股东或实际控制人及其附属企业。附属企业是指控股股东、实际控制人控制的企业，但不含上市公司以及上市公司控制的企业。

根据前述规定，彩明贸易不存在占用发行人资金的行为，具体原因包括：

（1）彩明贸易并非发行人大股东及其附属企业，且彩明贸易代收货款未流向发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业；

（2）发行人应收彩明贸易款项是基于发行人为便于外销业务回款，委托彩明贸易代收外销业务回款而产生，而非无贸易背景的资金拆借产生，不符合前款规定中所述非

经营性资金的若干情形；

(3) 2018 年末，发行人基于节省频繁交易产生的手续费等原因考虑，未及时收回彩明贸易代收货款。随着 2019 年发行人规范性意识提高，发行人已向彩明贸易收回了前述货款。

因此，彩明贸易不存在占用发行人资金的行为。

(4) 相关会计处理是否符合《企业会计准则》的规定

彩明贸易收取发行人外销业务回款时，发行人根据回款金额借记其他应收款-他方代收款，贷记应收账款；发行人收回彩明贸易代收款时，借记银行存款，贷记其他应收款-他方代收款。相关会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

(三) 核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、2019 年度通过彩明贸易回款的主要客户主要为对当地商业环境较为熟悉的境外经销商，销售订单、销售金额与销售回款情况基本一致；

2、彩明贸易收款后未及时向发行人支付的原因具有合理性；

3、发行人未向彩明贸易收取利息费用具有合理性；

4、彩明贸易与公司及回款对应客户不存在关联关系或其他利益安排；

5、发行人委托彩明贸易代收外销业务货款时仅对委托代收货款事项进行了口头约定，未签署书面合作协议，合作期间未因第三方回款产生纠纷的情形，且随着 2019 年 12 月末彩明贸易第三方回款事项得以规范，相关风险已基本消除；

6、报告期内发行人及其关联方与彩明贸易及其实际控制人之间的资金往来不存在异常；

7、彩明贸易第三方回款所对应的营业收入具有真实性；

8、彩明贸易不存在占用发行人资金的行为；

9、相关会计处理符合《企业会计准则》的规定。

11.关于合规与内控

11.3 关于内控

根据申报材料：（1）在新三板挂牌期间，因公司 2014 年年报披露过程中未披露财务报表附注，全国股转公司在 2015 年 8 月 11 日对公司及公司董事会秘书俞怀谷采取出具警示函的自律监管措施；（2）报告期内，发行人存在利用个人账户对外收付款项、员工通过费用报销形式变相领取个人业绩提成、第三方回款、关联方资金拆借等财务内控不规范事项。

请发行人说明：针对前述内控不规范事项，发行人建立了哪些内控制度及具体内容，能否有效运行并持续防范出现类似情况，并视情况做风险提示。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师对上述事项核查并发表意见，进一步论证公司内控制度是否健全、运行是否有效。

回复：

一、发行人说明

（一）发行人内控制度、具体内容及其执行情况

1、财务会计核算体系

公司制定了完善的财务相关的内部控制制度，会计政策及会计估计符合《企业会计准则的要求》，会计科目设置符合《企业会计准则》及应用指南的规定，会计档案保管、会计人员岗位职责管理等符合《会计基础工作规范》的要求。

2、不相容职务分离及档案管理等会计控制基础工作

公司财会人员分工明确，各岗位能够起到互相牵制的作用。公司在销售与收款、采购与付款以及资金管理等主要业务循环具有清晰、合理的流程设置及职责划分，业务授权、业务执行、资金收付、资产保管与使用、记账和审核等关键职能均由相关的被授权人员分工进行，各岗位相互制约、相互监督，已有效实现不相容职务的分离。

3、审计委员会的设立和职责履行情况

公司在董事会下设立了审计委员会，制定了《董事会审计委员会工作制度》，相关规章制度较为齐全，为审计委员会和内审部门的规范运作打下了制度基础。审计委员会

由3人构成，其中2名独立董事。审计委员会下设审计部，负责内审工作。公司审计委员会设立后，根据其内部审计计划安排公司审计部实施了相关的内部审计工作，并就审计报告事项及时与管理层进行了充分沟通并落实改进建议，切实履行了相关职责。

4、信息披露方面具体制度

公司依据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上海证券交易所科创板股票发行上市规则》等法律、法规、规范性文件制定了《信息披露管理制度》，从基本原则、披露内容、披露程序、内部控制及监督机制、监督管理与法律责任等方面对信息披露进行了明确规定。

根据公司《信息披露管理制度》的有关规定，信息披露义务人应当真实、准确、完整、及时地披露信息，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；信息披露义务人应当同时向所有投资者公开披露信息；公司的董事、监事、高级管理人员应当忠实、勤勉地履行职责，保证披露信息的真实、准确、完整、及时、公平；公司董事会秘书及证券事务代表是公司信息披露的具体执行人和上海证券交易所的指定联络人，协调和组织公司的信息披露事项，包括健全和完善信息披露制度，确保公司真实、准确、完整、及时地进行信息披露。

为了规范公司治理结构，加强公司与投资者和潜在投资者之间的沟通，公司设置了证券事务中心作为公司投资者关系管理的职能部门，公司董事会秘书俞怀谷为公司投资者关系管理负责人，具体负责公司投资者关系的日常管理工作。公司公开发行股票上市后，将严格按照相关法律法规、交易所的规定与《信息披露管理制度》的规定履行信息披露义务，切实保障投资者权益。

5、财务管理方面具体制度

公司设置了财务部门专职财务核算，财务部门岗位分工明确、职责清晰，各岗位之间相互制约和监督，财务部门相关人员能够按照内部分级审批等内控程序进行银行账户管理、资金划转等与资金业务相关的工作。公司按照财政部关于企业内部控制规范相关文件的要求建立会计管理体系，制定了《费用报销管理制度》《薪酬福利管理办法》《经销商管理制度》《采购管理制度》《资金管理制度》《应收（预收）账款管理制度》《防范控股股东及关联方资金占用管理制度》等涵盖费用报销、员工薪酬、日常销售及采购、资金管理等方面的内部控制制度，并针对报告期内存在的内控不规范事项进行了修改完

善。

费用报销方面，公司通过制定预算进行成本费用的控制，设置了“纵横两条线”，“纵向”通过各职能部门、销售部门控制本部门及下属部门成本费用，“横向”通过财务部门检查预算执行情况，并针对不同的费用发生类型规定了具体的报销范围。针对报告期内发生的内控不规范事项，公司进一步加强了对费用报销的审查力度，修订和完善了相关财务管理制度，明确要求不得通过费用报销形式变相领取员工业绩提成或其他薪酬，对于交易金额超过4万元的费用报销，员工在提供报销申请时，除需提供发票外，还需提供采购合同、付款记录等支持性证据，确认费用是否真实发生，相关费用审批需经公司财务负责人审批通过。

员工薪酬方面，公司针对不同层级及岗位员工制定了差异化的薪酬模式并规定了具体薪酬计算规则，代扣代缴员工个人所得税。针对报告期内发生的内控不规范事项，公司向所有部门及相关员工重申并诠释《费用报销管理制度》里“保证在预算范围内实报实销”的条款，加强了采购服务验收环节、费用审核及复核环节的查验力度，杜绝极少数部门员工通过费用报销形式领取薪酬。

日常销售及采购方面，公司与经销商签订经销协议前，需首先对经销商资质进行审核，未审核通过的不得签订经销协议。对于日常采购，建立合格供应商名录，付款方式优先货到付款，其次分期付款，最后银行转账。针对报告期内发生的内控不规范事项，公司进一步修订和完善了相关财务管理制度，在《应收（预收）账款管理制度》增加了对于第三方回款的专项条款，加强了对第三方回款的管理。

资金管理方面，公司发生资金支付时需履行支付申请、支付审批、支付复核、办理支付等审批流程，公司日常资金使用须由部门负责人、财务会计审批、财务主管或财务负责人审批、总经理审批通过，重要资金支付业务需由董事会决策和审批。针对报告期内发生的内控不规范事项，公司进一步修订和完善了相关财务管理制度，要求各部门取得的资金应当及时送交财务部门入账处理，不得截留使用，严禁取得资金不入账、账外设账，公司不得有偿或无偿地拆借公司的资金给控股股东及其他关联方使用。

此外，根据立信出具的《内部控制鉴证报告》（信会师报字〔2022〕第11869号），公司于2021年12月31日按照《企业内部控制基本规范》的相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。因此，截至2021年12月31日，公司已制定了完善、

健全的内部控制制度，相关内控控制制度运行情况良好，可以有效运行并持续防范出现类似情形。

（二）发行人已就前述内控不规范事项补充披露了风险提示

针对前述内控不规范事项，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、内控风险”中补充披露了相关风险，具体如下：

“（二）内控不规范的风险

报告期内，公司存在利用个人账户对外收付款项、员工通过费用报销形式变相领取个人业绩提成、第三方回款、关联方资金拆借等财务内控不规范事项。此外，在新三板挂牌期间，因公司 2014 年年报披露过程中未披露财务报表附注，全国股转公司在 2015 年 8 月 11 日对公司及公司董事会秘书俞怀谷出具了警示函的自律监管措施。

公司针对前述内控不规范的情形已经采取整改规范措施，并进一步修改完善了相关内部控制制度，以防范类似情况再次发生，但仍然存在未来若公司内控制度不能得到有效执行，或内控不规范导致公司利益受损，进而损害投资者利益的风险。”

二、申报会计师核查情况

（一）核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

- 1、查阅发行人制定的相关内部控制制度，了解内部控制制度及流程设计的合理性及执行情况，并对内部控制运行有效性进行测试；
- 2、对发行人财务负责人及信息披露负责人进行访谈，了解相关内控不规范情形的整改措施及整改后的内控运行情况；
- 3、查阅了发行人招股说明书，了解相关风险提示是否充分；

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为，截至本回复出具日，公司已制定了完善、健全的内部控制制度，相关内控控制制度运行情况良好，可以有效运行并持续防范出现类似情形。

14.关于其他问题

14.2 关于房产纠纷

根据申报材料：（1）2012 年 8 月发行人与乐普盛通约定购买办公楼，2020 年 2 月支付乐普盛通全部购房款，但截至目前未能正常办理房屋产权登记，原因系发行人尚未取得电子城 IT 产业园的入园许可；（2）发行人已就该纠纷多次撤回诉讼申请并再次起诉，目前双方的诉讼尚在审理当中；（3）2017-2020 年发行人关于乐普盛通诉讼事项分别计提预计负债 58.87 万元、150.00 万元、150.00 万元和 14.22 万元；（4）发行人将该房产确认为融资租入固定资产并进行摊销，2018 年和 2019 年固定资产申报报表较原始报表调增金额分别为 1,411.94 万元和 1,372.47 万元。

请发行人说明：（1）发行人尚未取得电子城 IT 产业园入园许可的原因、影响及后续处理进程；（2）发行人多次撤回诉讼申请并再次起诉的原因及合理性，长期无法取得该办公楼产权登记对发行人业务的影响；（3）就该房产购买及诉讼事项的相关会计处理及财务影响。

请保荐机构、发行人律师对上述事项（1）（2）进行核查，请保荐机构、申报会计师对上述事项（3）进行核查，并发表明确意见。

回复：

一、发行人说明

（一）发行人尚未取得电子城 IT 产业园入园许可的原因、影响及后续处理进程

2012 年 9 月 1 日，中关村科技园区电子城科技园管理委员会发布《中关村科技园区电子城科技园项目准入管理意见》（电管发[2012]9 号），文件对项目准入条件及项目准入程序作出了详细规定。其中项目准入程序包括：1、申请入驻单位应向园区一级开发建设有限公司提出入园申请；2、园区一级开发建设有限公司负责对申请项目进行初审；3、经初审符合入园标准后，园区一级开发建设有限公司将相关材料报电子城管委会审核，审核认为符合入园标准的，提请联席会审议；4、审议通过后，由园区一级开发建设有限公司根据联席会决定与入驻单位签订意向协议，并在协议中写入约束性条款；5、项目正式协议签署前应先研究确定土地出让方式，并报区政府有关会议审议；6、项目建设主体在签订国有土地使用权出让合同后，报电子城管委会和园区一级开发建设有限公司备案。2019 年 5 月 25 日，北京市朝阳区房屋管理局、中关村科技园区朝阳园管理委员会等八部门

发布《朝阳区关于建成产业项目买受人审核有关问题的通知》，根据上述通知，买受人应是区政府或园区管理委员会审定的企业或专业园、公共服务平台、孵化器运营机构。

2019年12月24日，乐普盛通取得不动产权证书。公司已于2020年7月9日提交《申请落户报告》，由于项目准入程序步骤较多，截至本回复出具日，公司尚未完成项目准入程序，因此尚未取得电子城IT产业园入园许可，致使公司已购买的电子城IT产业园503号办公楼暂无法办理产权登记。

公司将按照中关村科技园区电子城科技园管理委员会等相关部门规定，积极配合项目准入审核部门要求及时提供和补充相关材料，尽早完成项目准入程序从而完成已购买的电子城IT产业园503号办公楼的产权变更登记。

（二）发行人多次撤回诉讼申请并再次起诉的原因及合理性，长期无法取得该办公楼产权登记对发行人业务的影响

截至本回复出具日，发行人与乐普盛通的诉讼情况如下：

时间	事项	主要原因
2019年8月30日	发行人第一次提起民事诉讼	要求乐普盛通继续履行《办公楼买卖合同》并保全标的物
2020年3月6日	发行人变更诉讼请求	乐普盛通已取得房产证，发行人要求变更登记至发行人名下
2020年12月27日	发行人第一次撤回诉讼申请	审结时限即将到期
2020年12月27日	发行人第二次提起民事诉讼	要求乐普盛通继续履行《办公楼买卖合同》并保全标的物
2021年9月22日	发行人第二次撤回诉讼申请	审结时限即将到期
2021年10月14日	发行人第三次提起民事诉讼	要求乐普盛通继续履行《办公楼买卖合同》并保全标的物

发行人正按照项目准入审核部门要求积极办理入园许可以便早日完成产权变更登记。在此期间，为确保已购办公楼不出现被抵押、被出售等特殊状况，发行人申请人民法院对其进行财产保全。依据《中华人民共和国民事诉讼法》第一百零一条规定，申请人在人民法院采取保全措施后三十日内不依法提起诉讼或者申请仲裁的，人民法院应当解除保全。

《中华人民共和国民事诉讼法》第一百四十九条规定，人民法院适用普通程序审理的案件，应当在立案之日起六个月内审结。有特殊情况需要延长的，由本院院长批准，可以延长六个月；还需要延长的，报请上级人民法院批准。虽然发行人与乐普盛通签订的《办公楼买卖合同》合法有效，但本案的房产变更登记需取得电子城IT产业园的入

园许可，同时结合《中华人民共和国民事诉讼法》关于审结时限的要求，在每次起诉审结时限届满时如仍未取得入园许可，则发行人先行撤回诉讼申请同时第一时间再次提起民事诉讼，以确保已购房产被及时财产保全。

综上，发行人多次撤回诉讼申请并再次起诉具备合理性。

发行人与乐普盛通之间的争议房产为浩辰软件北京分公司办公所在地。北京分公司主营业务为软件开发、技术推广服务，并兼有部分销售与推广业务。其业务发展无需投入大量机器设备或固定资产，办公场所的可替代性较强，因此长期无法取得该办公楼产权登记对发行人业务不会产生重大不利影响。

（三）就该房产购买及诉讼事项的相关会计处理及财务影响

1、房屋购买事项的相关会计处理及财务影响

（1）基本事实

根据公司于 2012 年 8 月与乐普盛通签署的《办公楼买卖合同》，乐普盛通以先租后售的方式向公司出售北京市朝阳区电子城 IT 产业园 503 号办公楼，其中租金金额合计 750 万元，购房款金额 1,250 万元，上述款项已分别于 2012 年 8 月 31 日和 2020 年 2 月 4 日支付完毕。截至本回复出具日，上述房产仍未过户至发行人名下。

（2）相关会计处理

根据前述合同约定，2012 年 8 月《办公楼买卖合同》签署时乐普盛通已实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁，根据当时有效的企业会计准则的相关规定，本次交易符合融资租赁的认定条件。在融资租赁开始日，公司确认了融资租赁固定资产和长期应付款，并按照公司自有房产的使用期限计提相应折旧。2021 年 1 月 1 日起新租赁准则实施后，该房产作为首次执行日前已存在的融资租赁，公司在首次执行日按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债。

（3）财务影响

报告期内，本次房屋购买事项的财务影响如下：

1) 2021 年 1 月 1 日新租赁准则实施以前

单位：万元

报表科目		2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
固定资产	原值	1,661.92	1,661.92
	累计折旧	328.92	289.45
长期应付款		-	1,250.00
主营业务成本		5.38	5.03
管理费用		16.15	16.38
研发费用		9.87	9.87
销售费用		8.07	8.19

注：公司于 2020 年 2 月按照合同约定向乐普盛通支付了 1,250 万元购房款。

2) 2021 年 1 月 1 日新租赁准则实施以后

单位：万元

报表科目		2021 年 12 月 31 日/2021 年度
使用权资产	原值	1,661.92
	累计折旧	368.39
主营业务成本		5.40
管理费用		16.14
研发费用		9.87
销售费用		8.07

2、诉讼事项的相关会计处理及财务影响

(1) 基本事实

2017 年 8 月，《办公楼买卖合同》中约定的 5 年租赁期已满。因涉诉房屋的产权证书尚未办理完成，公司未支付购房款金额，并继续实际占用使用该房屋。2019 年 12 月，乐普盛通办理取得了该房屋不动产权证书。2020 年 2 月，公司随即依照合同约定向乐普盛通支付全部购房款 1,250 万元。

(2) 相关会计处理

根据公司诉讼律师江苏新高的（苏州）律师事务所出具的法律意见书，自 2017 年 8 月租赁期满至 2020 年 2 月公司支付完成 1,250 万元购房款期间，在不考虑双方履行合同过程中是否存在违约情形及违约责任大小的条件下，若乐普盛通主张公司按照 150 万元/年向其支付租金，则该请求存在获得法院支持的可能性。基于谨慎性原则，公司

在 2017 年 8 月至 2020 年 2 月期间，按照年租金 150 万计提了相应的预计负债。

（3）财务影响

报告期内，乐普盛通诉讼事项对公司财务影响如下：

单位：万元

报表科目	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
预计负债	373.10	373.10	358.87
主营业务成本	-	1.94	19.11
管理费用	-	5.82	62.26
研发费用	-	3.56	37.50
销售费用	-	2.91	31.13

二、申报会计师核查情况

（三）就该房产购买及诉讼事项的相关会计处理及财务影响的核查

1、核查程序

针对上述问题，申报会计师核查程序如下：

（1）获取发行人与乐普盛通的《办公楼买卖合同》，核查该办公楼买卖的业务实质，判断企业的会计处理是否符合企业会计准则的规定。

（2）获取发行人与乐普盛通的诉讼文件及法律意见书，复核发行人预计负债的计提情况及会计处理。

2、核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人与乐普盛通的房产购买及诉讼事项的相关会计处理符合企业会计准则的相关规定，对发行人报告期内财务数据不存在重大影响。

（以下无正文）



立信会计师事务所(特殊普通合伙)

BDO CHINA SHU LUN PAN CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS LLP

(本页无正文, 为《立信会计师事务所(特殊普通合伙)关于苏州浩辰软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件审核问询函的回复》之签章页)



中国注册会计师:

陈黎



中国注册会计师:

高云玲



中国·上海

2022年6月20日