关于杭州光云科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件
的审核问询函之回复

保荐机构（主承销商）

（北京市朝阳区建国门外大街 1 号国贸大厦 2 座 27 层及 28 层）

上海证券交易所：

贵所于 2019 年 7 月 9 日出具的《关于杭州光云科技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）[2019]378 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。杭州光云科技股份有限公司（以下简称“光云科技”、“发行人”、“公司”）与中国国际金融股份有限公司（以下简称“保荐机构”）、上海市瑛明律师事务所（以下简称“发行人律师”）、立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”、“立信”）等相关方对审核问询函所列问题进行了逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复使用的简称与《杭州光云科技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》（上会稿）中的释义相同。

目 录

目 录 **3**

一、关于发行人股权结构、董监高等基本情况 **5**

问题 1 5
问题 2 32
问题 3 38
问题 4 44
问题 5 50
问题 6 63

二、关于发行人核心技术 **70**

问题 7 70
问题 8 84

三、关于发行人业务 **92**

问题 9 92
问题 10 99
问题 11 100
问题 12 109
问题 13 132
问题 14 150
问题 15 157
问题 16 173
问题 17 188
问题 18 189

四、关于公司治理与独立性 **193**

问题 19 193

五、关于财务会计信息与管理层分析 **220**

问题 20 220
问题 21 222
问题 22 226
问题 23 244
问题 24 284
问题 25 336
问题 26 354
问题 27 360
问题 28 382
问题 29 405
问题 30 416
问题 31 420
问题 32 432

六、关于其他事项 461

问题 33 461
问题 34 462
问题 35 468
问题 36 469
问题 37 482
问题 38 483
问题 39 488
问题 40 492

一、关于发行人股权结构、董监高等基本情况

问题 1

申请材料显示，发行人设立以来存在多次增资和股权转让。

请发行人说明：（1）历次增资及股权转让的背景、原因、价格确定依据及公允性、款项实际支付情况；（2）自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况，非发行人员工的自然人股东入股原因及合理性，是否与发行人的客户、供应商存在关联关系，是否存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排；法人股东的成立时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或管理人；法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员是否存在关联关系、亲属关系、委托持股、信托持股或其他可能输送不当利益的关系；（3）云峰新呈、阿里创投等外部股东与发行人及其股东是否签署有对赌协议或者其他类似安排；（4）历次股权转让及整体变更时发行人股东履行纳税义务情况，是否存在违法违规情形。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）历次增资及股权转让的背景、原因、价格确定依据及公允性、款项实际支付情况

光云有限 2013 年 8 月 29 日设立，设立时注册资本为 50 万元，光云软件持有其 100%股权。光云有限自设立后历次增资及股权转让的背景、原因、价格确定依据及公允性、款项实际支付情况如下：

1、2013 年 12 月，光云有限第一次股权转让

2013 年 12 月，光云软件将其持有的光云有限 82%股权（对应注册资本出资额 41 万元）、18%股权（对应注册资本出资额 9 万元）分别作价 41 万元、9 万元转让给谭光华、姜兴。

本次股权转让为股东持股方式调整，谭光华、姜兴从通过光云软件间接持有光云有限股权变更为直接持有光云有限股权；股权转让价格按照对应的光云有限注册资本出资额确定，即每 1 元注册资本作价 1 元，具有公允性；本次股权转让价款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

2、2014 年 11 月，光云有限第二次股权转让

2014 年 11 月，谭光华、姜兴分别将其持有的光云有限 82%股权（对应注册资本出资额 41 万元）、18%股权（对应注册资本出资额 9 万元）作价 41 万元、9 万元转让给光云投资。

光云投资系于 2014 年 10 月 31 日注册成立的有限责任公司，于本次股权转让时，光云投资的注册资本为 1,000 万元，汇光投资（谭光华及其父亲谭智生合计持有汇光投资 100%股权）持有光云投资 82%的股权，好约网络（姜兴及其配偶马征合计持有好约网络 100%股权）持有光云投资 18%的股权。

本次股权转让为股东持股方式调整，谭光华、姜兴从直接持有光云有限股权变更为间接持有光云有限股权，股权转让价格按照对应的光云有限注册资本出资额确定，即每 1 元注册资本作价 1 元，具有公允性；本次股权转让价款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

3、2015 年 7 月，光云有限第一次增资

2015 年 7 月，光云有限注册资本由 50 万元增加至 100 万元，新增注册资本 50 万元由光云投资以货币方式认缴。本次增资系因公司经营需要，由原股东增资，增资价格为每 1 元注册资本作价 1 元，具有公允性；本次增资已经立信于 2015 年 10 月 16 日出具的《验资报告》（信会师报字[2015]第 610730 号）验证确认。

4、2015 年 10 月，光云有限第二次增资

2015 年 10 月，光云有限注册资本由 100 万元增加至 149.5739 万元，本次新增注册资本 49.5739 万元分别由好约网络、华营投资、华彩投资、兴龙杰投资按照如下方式认缴：

序号	股东名称	投资总额（万元）	认缴注册资本出资额（万元）	计入资本公积金额（万元）
1	好约网络	472.5480	23.6274	448.9206
2	华营投资	320.5160	16.0258	304.4902
3	华彩投资	152.6260	7.6313	144.9947
4	兴龙杰投资	45.7880	2.2894	43.4986
合计		**991.4780**	**49.5739**	**941.9041**

本次增资的原因为优化股东持股结构、实施股权激励及引进外部投资者：（1）好约网络系由姜兴、马征夫妇共同投资控制的企业，好约网络本次向光云有限增资系为实现姜兴、马征原通过光云投资持股转为通过好约网络持股之目的，优化持股方式；（2）华营投资、华彩投资为发行人及其下属公司中高层管理及骨干员工的持股平台，华营投资、华彩投资本次向光云有限增资的原因系为实施股权激励；（3）兴龙杰投资实际控制人张杰西与发行人实际控制人谭光华系朋友关系（张杰西之父亲与姜兴曾系同事关系，二人系经姜兴介绍认识），光云有限及股东均同意引进兴龙杰投资作为投资者。根据本次增资新增股东的书面说明，新增股东向光云有限出资的资金来源均为自有资金或自有经营资金，资金来源合法；该等股东持有的光云有限股权均为其自身真实持有，不存在受托或委托他人持有光云有限股权的情况。

本次增资的增资价格为每1元注册资本作价20元，系参照光云有限截至2015年7月31日的净资产值1,716.38万元（每一元注册资本净资产为17.1638元）（未经审计）为基础并经各方协商确定，具有公允性；本次增资已经立信于2015年10月19日出具的《验资报告》（信会师报字[2015]第610731号）验证确认。

5、2015年11月，光云有限第三次股权转让

2015年11月，光云投资将其持有的光云有限15.3061%的股权（对应注册资本出资额22.8940万元）作价22.8940万元转让给谭光华、将其持有的光云有限1.0204%的股权（对应注册资本出资额1.5262万元）作价30.5240万元转让给真奇投资；好约网络将其持有的光云有限 1.0204%的股权（对应注册资本出资额1.5263万元）作价30.5260万元转让给真奇投资、将其持有的光云有限14.7761%的股权（对应注册资本出资额为22.1011万元）作价442.0220万元转让给祺御投资。

本次股权转让时，光云投资系由谭光华控制的企业（谭光华及其父亲谭智生通过汇光投资间接持有光云投资100%的股权），谭光华受让光云投资15.3061%股权的原因为谭光华调整持有光云有限部分股权的方式，由通过光云投资间接持股调整为直接持股及通过光云投资间接持股。

好约网络及祺御投资均为由姜兴、马征夫妇投资并控制的企业，姜兴、马征夫妇分别合计持有该两家企业 100%股权和 100%合伙份额，祺御投资受让好约网络持有的光云有限股权系为在不影响最终权益归属的情况下调整持股主体，实施税务筹划。

真奇投资系由谭光华与姜兴、马征夫妇共同投资的企业，谭光华持有真奇投资 50%的合伙份额，姜兴、马征夫妇合计持有真奇投资 50%的合伙份额，马征为真奇投资的执行事务合伙人。真奇投资分别受让光云投资、好约网络持有光云有限 1.0204%股权的原因为：谭光华及姜兴因个人资金需求，与部分投资者进行了初步接触，拟转让持有的光云有限部分股权，为税务筹划，光云投资、好约网络分别将其持有的光云有限 1.0204%的股权转让给真奇投资。

光云投资与谭光华之间的股权转让价格按照对应的光云有限注册资本额确定；光云投资、好约网络与真奇投资之间、好约网络与祺御投资之间的股权转让价格均系为参考光云有限其时的未经审计的净资产值为基础并经各方协商确定，具有公允性；本次股权转让价款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

6、2015 年 11 月，光云有限第三次增资

2015 年 11 月，光云有限注册资本由 149.5739 万元增加至 152.6264 万元，新增注册资本 3.0525 万元由南海成长出资 3,360 万元认缴，溢价部分出资 3,356.9475 万元计入公司资本公积。

本次增资原因系通过引进外部投资者优化股权结构，并解决光云有限业务发展所需资金；根据《杭州光云科技有限公司增资扩股之补充协议》的约定，本次增资公司的估值为 168,000 万元、增资价格约为 1,100.74 元/1 元注册资本出资额，系在光云有限 2016 年度利润预测及保证的基础上由各方协商确定，具有公允性；光云有限本次增资已经立信于 2015 年 11 月 26 日出具的信会师报字[2015]第 610736 号《验资报告》验证确认。

7、2015 年 11 月，光云有限第四次股权转让

2015 年 11 月，真奇投资将其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本 1.5262 万元）作价 1,680 万元转让给蓝江飞龙、将其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本 1.5263 万元）作价 1,680 万元转让给林天翼。

本次股权转让的原因及背景为：在光云有限引进南海成长作为外部投资者的过程中，蓝江飞龙及林天翼亦对光云有限的发展比较看好，并有意投资光云有限；同时由于股东谭光华、姜兴有资金需求，因此，经谭光华、姜兴与蓝江飞龙、林天翼协商，由谭光华及姜兴、马征夫妇共同控制的真奇投资分别向蓝江飞龙、林天翼转让其持有的光云有限 1%的股权，股权转让价格参照南海成长的增资价格确定为每 1 元注册资本作价 1,100.74 元，具有公允性；本次股权转让价款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

8、2016 年 1 月，光云有限第五次股权转让

2016 年 1 月，谭光华将其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本出资额 1.5262 万元）作价 1,950 万元转让给置展投资。

本次股权转让的原因系置展投资看好公司未来发展并有意投资取得公司股权，同时谭光华个人有资金需求，双方经协商后同意本次股权转让；根据《关于杭州光云科技有限公司股权转让协议之补充协议》的约定，本次股权转让对光云有限的估值为 195,000 万元，转让价格为每 1 元注册资本作价 1,277.68 元，系在光云有限 2016 年度利润预测及保证的基础上由双方协商确定，具有公允性；本次股权转让价款已经支付完毕，不存在纠纷或潜在纠纷。

9、2017 年 1 月，光云科技第四次增资

2017 年 1 月，光云科技注册资本由 6,000 万元增至 6,476.7309 万元，新增注册资本 476.7309 万元分别由云锋新呈、南海成长和多牛沄沣出资认购，具体出资认购情况如下：

序号	股东名称	投资总额（万元）	认缴注册资本出资额（万元）	计入资本公积金额（万元）
1	云锋新呈	11,066.9683	340.5221	10,726.4462
2	南海成长	2,213.3930	68.1044	2,145.2886
3	多牛沄沣	2,213.3930	68.1044	2,145.2886
合计		**15,493.7543**	**476.7309**	**15,017.0234**

本次增资的原因为进一步完善公司股东结构；根据《杭州光云科技股份有限公司增资扩股协议之补充协议》的约定，本次增资时公司的估值为 210,494.00 万元，增资价格为 32.50 元/股。本次估值及本次增资定价系在原有估值并结合公司

2016 年度盈利状况基础上由各方协商确定，具有公允性；本次增资已经立信于 2017 年 3 月 1 日出具的《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZF10708 号）验证确认。

10、2017 年 5 月，光云科技第五次增资

2017 年 5 月，公司注册资本由 6,476.7309 万元增至 6,810.4426 万元，新增注册资本 333.7117 万元由阿里创投出资 10,845.6303 万元认缴，溢价部分 10,511.9186 万元计入资本公积。

本次增资的原因为进一步完善公司股东结构；本次增资公司的估值系参照前次投资者于 2017 年 1 月增资时的公司估值确定为 210,494.00 万元，增资价格为 32.50 元/股，具有公允性；本次增资已经立信于 2017 年 5 月 9 日出具的《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZF10709 号）验证确认。

11、2017 年 6 月，光云科技第六次增资

2017 年 6 月，公司注册资本由 6,810.4426 万元增至 6,948.9042 万元，新增注册资本由深圳赛富和浙江恒峰出资认购：其中深圳赛富出资 2,250 万元认购公司 69.2308 万元出资额，超出注册资本部分计入公司资本公积；浙江恒峰出资 2,250 万元认购公司 69.2308 万元出资额，超出注册资本部分计入公司资本公积。

本次增资的原因为进一步完善公司股东结构；本次增资公司的估值系参照前次投资者于 2017 年 5 月增资时的公司估值确定为 210,494.00 万元，增资价格为 32.50 元/股，具有公允性；光云科技本次增资已经立信于 2017 年 6 月 20 日出具的《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZF10710 号）验证确认。

12、2017 年 8 月，光云科技第七次增资

2017 年 8 月，公司注册资本由 6,948.9042 万元增至 36,090 万元，新增注册资本以公司截至 2017 年 6 月 30 日的资本公积金 37,741.008589 万元（未经审计）中的 29,141.0958 万元进行转增，转增股本由各股东按其所持公司股份的比例分享。

本次增资原因系为满足公司上市发行 10%股票、股本最低不得低于 4 亿元的要求；本次增资为全体股东以其所享有的股份对应的资本公积金同比例转增，增资价格为每 1 元注册资本作价 1 元，具有公允性；光云科技本次增资已经立信于

2017 年 8 月 15 日出具的《验资报告》（信会师报字[2017]第 ZF10732 号）验证确认。

（二）自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况，非发行人员工的自然人股东入股原因及合理性，是否与发行人的客户、供应商存在关联关系，是否存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排；法人股东的成立时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或管理人；法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员是否存在关联关系、亲属关系、委托持股、信托持股或其他可能输送不当利益的关系

1、自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况，非发行人员工的自然人股东入股原因及合理性，是否与发行人的客户、供应商存在关联关系，是否存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排

（1）2 名自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况

截至本回复出具日，发行人的股东中仅谭光华、林天翼为自然人股东，该 2 名自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况具体如下：

谭光华的主要工作经历如招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员和核心技术人员情况简介”之“（一）董事会成员”部分所述：2008 年至 2009 年，就职于阿里巴巴（中国）网络技术有限公司，担任软件工程师；2009 年至 2017 年，就职于光云软件，担任执行董事兼总经理；2013 年至 2016 年，就职于光云有限，担任执行董事兼总经理；2016 年至今，就职于光云科技，担任董事长兼总经理，现任光云科技董事长兼总经理、光云投资执行董事、汇光投资执行董事、华营投资执行事务合伙人、淘云科技执行董事兼总经理、其乐融融执行董事兼经理、麦杰信息执行董事、杭州旺店执行董事兼总经理、凌电科技执行董事、深圳名玖执行董事。

林天翼主要工作经历：2011 年至 2014 年，任职苏州福斯特光伏材料有限公司总经理助理；2014 年至 2016 年，任职杭州福斯特应用材料股份有限公司供应链负责人；2016 年至今，任职杭州福斯特应用材料股份有限公司副总经理；林天翼未在发行人处任职。

林天翼投资发行人的原因及背景详见本回复之“问题 1”之“（一）历次增资及股权转让的背景、原因、价格确定依据及公允性、款项实际支付情况”之“7、2015 年 11 月，光云有限第四次股权转让”的相关内容。

（2）非发行人员工的自然人股东林天翼与发行人的客户、供应商不存在关联关系，亦不存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排

林天翼已出具确认函确认：（1）其与发行人报告期内前十大客户、供应商不存在关联关系（包括但不限于在该等企业中担任董事、监事、高级管理人员，持有该等企业股权或权益）；（2）用于本次投资的资金为其自有资金，其除以自身名义持有发行人 310.374 万股股份外（占发行人已发行股份总数 36,090 万股的 0.86%），不存在接受他人委托或委托他人直接或间接持有发行人股份的情形（包括但不限于通过委托持股、信托持股等方式代他人或委托他人持有股份）。

此外，林天翼未在发行人报告期内前十大客户、供应商中担任董事、监事、高级管理人员，亦未持有前述企业任何股权。

综上，非发行人员工的自然人股东林天翼入股发行人具有合理性，其与发行人报告期内前十大客户、供应商不存在关联关系，不存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排。

2、法人股东的成立时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或管理人

截至本回复出具日，发行人存在 13 名非自然人股东，该等 13 名非自然人股东的成立时间、注册资本、注册地、股权结构、实际控制人或管理人如下：

（1）光云投资

截至本回复出具日，光云投资的基本情况如下：

名称	杭州光云投资有限公司
成立日期	2014 年 10 月 31 日
注册资本	1,000 万元
注册地址	浙江省杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 23 层 2313 室
股东及其持股比例	汇光投资持有光云投资 100%股权
实际控制人	谭光华

截至本回复出具日，汇光投资持有光云投资 100%股权，其股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	谭光华	490.00	98.00
2	谭智生	10.00	2.00
合计		**500.00**	**100.00**

（2）祺御投资

截至本回复出具日，祺御投资的基本情况如下：

名称	宁波梅山保税港区祺御投资管理中心（有限合伙）
成立日期	2015 年 10 月 27 日
出资额	10 万元
注册地址	宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 H1524
合伙人及其持有份额	普通合伙人马征持有祺御投资 0.10%的合伙份额，有限合伙人姜兴持有祺御投资 99.90%的合伙份额
管理人/普通合伙人	马征

（3）华营投资

截至本回复出具日，华营投资的基本情况如下：

名称	杭州华营投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 9 月 16 日
出资额	500 万元
注册地址	浙江省杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 19 层 1917 室
管理人/普通合伙人	谭光华

截至本回复出具日，华营投资的合伙人结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谭光华	普通合伙人	233.33	46.67
2	张秉豪	有限合伙人	95.24	19.05
3	王祎	有限合伙人	42.86	8.57
4	陈才	有限合伙人	30.95	6.19
5	翁云鹤	有限合伙人	23.81	4.76
6	罗俊峰	有限合伙人	21.43	4.28
7	陈明	有限合伙人	14.29	2.86
8	董旭辉	有限合伙人	14.29	2.86
9	罗雪娟	有限合伙人	11.90	2.38

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
10	廖艺恒	有限合伙人	11.90	2.38
合计			**500.00**	**100.00**

（4）华彩投资

截至本回复出具日，华彩投资的基本情况如下：

名称	杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）
成立日期	2015 年 9 月 14 日
出资额	500 万元
注册地址	浙江省杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 19 层 1918 室
管理人/普通合伙人	胡军

截至本回复出具日，华彩投资的合伙人结构如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谭光华	有限合伙人	316.58	63.32
2	华铂投资	有限合伙人	40.42	8.08
3	彭石	有限合伙人	10.00	2.00
4	王云	有限合伙人	8.50	1.70
5	刘宇	有限合伙人	8.50	1.70
6	周杰	有限合伙人	8.50	1.70
7	倪志兴	有限合伙人	8.50	1.70
8	高晓聪	有限合伙人	8.50	1.70
9	汪佳玉	有限合伙人	5.95	1.19
10	余宏国	有限合伙人	5.10	1.02
11	章懂历	有限合伙人	5.01	1.00
12	欧洲游	有限合伙人	4.80	0.96
13	麦志斌	有限合伙人	4.20	0.84
14	杨森	有限合伙人	4.20	0.84
15	顾飞龙	有限合伙人	4.20	0.84
16	李东东	有限合伙人	4.20	0.84
17	胡军	普通合伙人	4.00	0.80
18	章舟杰	有限合伙人	3.60	0.72
19	梅伟峰	有限合伙人	3.60	0.72
20	刘明剑	有限合伙人	3.50	0.70

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
21	章浩	有限合伙人	3.47	0.69
22	顾焱	有限合伙人	3.20	0.64
23	何锦强	有限合伙人	3.00	0.60
24	谢小平	有限合伙人	3.00	0.60
25	甘森林	有限合伙人	2.40	0.48
26	付振	有限合伙人	1.80	0.36
27	钟亮	有限合伙人	1.80	0.36
28	吴小龙	有限合伙人	1.80	0.36
29	王震	有限合伙人	1.80	0.36
30	赵静	有限合伙人	1.60	0.32
31	黄龙	有限合伙人	1.60	0.32
32	杜翔	有限合伙人	1.50	0.3
33	黄杰	有限合伙人	1.20	0.24
34	张延辉	有限合伙人	1.20	0.24
35	程顺超	有限合伙人	1.20	0.24
36	代富海	有限合伙人	1.05	0.21
37	廖双文	有限合伙人	0.90	0.18
38	陈芳	有限合伙人	0.90	0.18
39	丁秀斌	有限合伙人	0.88	0.18
40	俞国永	有限合伙人	0.60	0.12
41	张文锋	有限合伙人	0.60	0.12
42	施雯	有限合伙人	0.60	0.12
43	徐文煜	有限合伙人	0.60	0.12
44	王亚琼	有限合伙人	0.36	0.07
45	陈先明	有限合伙人	0.36	0.07
46	姜玲芳	有限合伙人	0.36	0.07
47	许梦丹	有限合伙人	0.36	0.07
合计			**500.00**	**100.00**

（5）南海成长

截至本回复出具日，南海成长的基本情况如下：

名　　称	杭州南海成长投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2014 年 7 月 3 日

出 资 额	120,874 万元
注 册 地	浙江省杭州市江干区秋涛北路 76 号中豪大酒店主楼 403 室
管理人/普通合伙人	杭州同创伟业资产管理有限公司（委派代表：郑伟鹤）

截至本回复出具日，南海成长的合伙人及其出资额如下：

序号	合伙人名称	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州同创伟业资产管理有限公司	普通合伙人	8,500.00	7.03
2	杭州南海成长创科投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	28,872.00	23.89
3	深圳市平安德成投资有限公司	有限合伙人	24,315.00	20.12
4	招商财富资产管理有限公司	有限合伙人	16,000.00	13.24
5	杭州金投江干信息产业投资有限公司	有限合伙人	12,427.00	10.28
6	深圳精选投资咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	8.27
7	中再资产管理股份有限公司	有限合伙人	10,000.00	8.27
8	钜洲资产管理（上海）有限公司	有限合伙人	9,510.00	7.87
9	深圳同创伟业资产管理股份有限公司	有限合伙人	1,250.00	1.03
合计			**120,874.00**	**100.00**

南海成长已于 2015 年 5 月 14 日办理了私募基金备案，备案编码为 S29810，基金名称为“杭州南海成长投资合伙企业（有限合伙）”，基金管理人为深圳同创伟业资产管理股份有限公司（下称“深圳同创”）。深圳同创于 2014 年 4 月 22 日办理了私募基金管理人登记，登记编码为 P1001165。

南海成长的执行事务合伙人为杭州同创伟业资产管理有限公司（下称“杭州同创”），截至本回复出具日，深圳同创持有杭州同创 100%股权。深圳同创系于 2015 年 6 月 29 日获准在全国中小企业股份转让系统挂牌的企业，股票简称“同创伟业”，股票代码为 832793，根据深圳同创于 2019 年 8 月 29 日公布的《深圳同创伟业资产管理股份有限公司 2019 半年度报告》，深圳同创的实际控制人为郑伟鹤、黄荔（二人系夫妻关系）。

（6）兴龙杰投资

截至本回复出具日，兴龙杰投资的基本情况如下：

名　　称	兴龙杰投资咨询（北京）有限公司
成立时间	2010 年 3 月 9 日
注册资本	500 万元
注 册 地	北京市朝阳区广渠路 25 号院 2 号楼 17 层 2003
实际控制人	张杰西

截至本回复出具日，张杰西持有兴龙杰投资 100%股权。

（7）蓝江飞龙

截至本回复出具日，蓝江飞龙的基本情况如下：

名　　称	杭州蓝江飞龙投资管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2015 年 10 月 22 日
出 资 额	1,900 万元
注 册 地	上城区白云路 24 号 220 室-1
管理人/普通合伙人	浙江蓝江投资管理有限公司（委派代表：舒小刚）

截至本回复出具日，蓝江飞龙的合伙人及其出资额如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	浙江蓝江投资管理有限公司	普通合伙人	200.00	10.5263
2	彭华兵	有限合伙人	300.00	15.7895
3	杭州蓝莲投资有限公司	有限合伙人	200.00	10.5263
4	舒小刚	有限合伙人	200.00	10.5263
5	蔺　锴	有限合伙人	200.00	10.5263
6	毋琼丽（注）	有限合伙人	200.00	10.5263
7	陈　建	有限合伙人	200.00	10.5263
8	郑群隆	有限合伙人	200.00	10.5263
9	陈阳艳	有限合伙人	100.00	5.2632
10	王青锋	有限合伙人	100.00	5.2632
合计			**1,900.00**	**100.00**

注：毋琼丽系发行人副总经理赵剑之配偶。

蓝江飞龙已于 2016 年 8 月 1 日办理了私募基金备案，备案编码为 SE7578，基金名称为“杭州蓝江飞龙投资管理合伙企业（有限合伙）”。基金管理人为浙江蓝江投资管理有限公司（下称“蓝江投资”），蓝江投资于 2016 年 1 月 14 日办理了私募基金管理人登记，登记编码为 P1030323。

截至本回复出具日，蓝江投资的股东及其持股比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	舒小刚	800.00	80.00
2	彭华兵	100.00	10.00
3	蔺　锴	50.00	5.00
4	赵　剑（注）	50.00	5.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

注：赵剑系发行人副总经理，其于 2019 年 6 月 17 日经发行人第二届董事会第二次会议决议聘任。

（8）置展投资

截至本回复出具日，置展投资的基本情况如下：

名　　称	置展（上海）创业投资中心（有限合伙）
成立时间	2016 年 1 月 4 日
出 资 额	10,100.00 万元
注 册 地	中国（上海）自由贸易试验区浦电路 438 号 602-19 室
管理人/普通合伙人	中金祺德（上海）股权投资管理有限公司（委派代表：单俊葆）

截至本回复出具日，置展投资的合伙人及其出资额如下：

序号	合伙人名称	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	中金浦成投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	99.01
2	中金祺德（上海）股权投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.99
合计			**10,100.00**	**100.00**

截至本回复出具日，中金祺德（上海）股权投资管理有限公司的股东及其持股比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	单俊葆	40.00	40.00
2	李　可	30.00	30.00
3	刘书林	30.00	30.00
合计		**100.00**	**100.00**

（9）云锋新呈

截至本回复出具日，云锋新呈的基本情况如下：

名　　称	上海云锋新呈投资中心（有限合伙）

成立时间	2016 年 2 月 3 日
出 资 额	1,000,000.00 万元
注 册 地	上海市杨浦区军工路 1436 号 64 幢一层 K163 室
普通合伙人	上海众付资产管理中心（有限合伙）（委派代表：黄鑫）
管理人	上海云锋新创投资管理有限公司（以下简称“云锋新创”）

根据云锋新呈和云锋新创签署的《上海云锋新呈投资中心（有限合伙）委托管理协议》，普通合伙人拥有云锋新呈投资的选择或处置做出最终决策的权利或职权。云锋新呈的合伙人结构、实际控制人情况详见本回复之“问题 19”之“（二）结合云锋新呈、阿里创投的股权结构、最终控制人情况，说明是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露”之“1、云锋新呈的股权结构及最终控制人情况”。

（10）多牛沄沣

截至本回复出具日，多牛沄沣的基本情况如下：

名　　称	宁波多牛沄沣投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 12 月 21 日
出 资 额	2,300 万元
注 册 地	宁波象保合作区开发办公 3 号楼 107 室
管理人/普通合伙人	杭州沄沣投资管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：陈熹）

截至本回复出具日，多牛沄沣的合伙人及其出资额如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	杭州沄沣投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	103.50	4.50
2	孔小仙	有限合伙人	644.00	28.00
3	金炳土	有限合伙人	460.00	20.00
4	王春燕	有限合伙人	402.50	17.50
5	蒋海炳	有限合伙人	345.00	15.00
6	陈自力	有限合伙人	345.00	15.00
合计			**2,300.00**	**100.00**

多牛沄沣已于 2017 年 1 月 12 日办理了私募基金备案，备案编码为 SR5773，基金名称为“宁波多牛沄沣投资合伙企业（有限合伙）”，基金管理人为杭州沄

沣投资管理合伙企业（有限合伙）（下称“沄沣投资”）。沄沣投资于 2016 年 1 月 21 日办理了私募基金管理人登记，登记编码为 P1030637。

截至本回复出具日，沄沣投资的合伙人及其出资比例如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	俞咏琪	有限合伙人	750.00	75.00
2	陈　熹	普通合伙人	220.00	22.00
3	刘晓莉	有限合伙人	30.00	3.00
合计			**1,000.00**	**100.00**

（11）阿里创投

截至本回复出具日，阿里创投的基本情况如下：

名　　称	杭州阿里创业投资有限公司
成立时间	2006 年 10 月 10 日
注册资本	26,000 万元
注 册 地	杭州市滨江区网商路 699 号 1 号楼 3 楼 301 室

阿里创投的股权结构、实际控制人情况详见本回复之“问题 19”之“（二）结合云锋新呈、阿里创投的股权结构、最终控制人情况，说明是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露”之“2、阿里创投的股权结构及最终控制人情况”的相关内容。

（12）深圳赛富

截至本回复出具日，深圳赛富的基本情况如下：

名　　称	深圳市福田赛富动势股权投资基金合伙企业（有限合伙）
成立时间	2016 年 12 月 5 日
出 资 额	113,190.00 万元
注 册 地	深圳市福田区福田街道岗厦社区福华路 355 号岗厦皇庭大厦 7E
管理人/普通合伙人	深圳市赛富动势股权投资基金管理企业（有限合伙）（委派代表：金凤春）

截至本回复出具日，深圳赛富的合伙人及其出资比例如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳市赛富动势股权投资基金管理企业（有限合伙）	普通合伙人	2,204.00	1.9472
2	招商证券资产管理有限公司	有限合伙人	30,000.00	26.5041

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
3	深圳市引导基金投资有限公司	有限合伙人	25,000.00	22.0868
4	深圳市福田引导基金投资有限公司	有限合伙人	15,000.00	13.2521
5	宁波梅山保税港区钜献投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	8,500.00	7.5095
6	深圳市盘古玖号股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	5,974.60	5.2784
7	平阳箴言领航投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	5,300.00	4.6824
8	上海悦腾网络科技有限公司	有限合伙人	2,500.00	2.2087
9	深圳市盘古拾伍号股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	2,451.00	2.1654
10	张轩宁	有限合伙人	2,000.00	1.7669
11	祁晨琛	有限合伙人	2,000.00	1.7669
12	金诚信矿业管理股份有限公司	有限合伙人	2,000.00	1.7669
13	深圳市盘古拾壹号股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	1,760.40	1.5553
14	宁波保税区鋆聚投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,500.00	1.3252
15	宋兵莉	有限合伙人	1,500.00	1.3252
16	吴淑芬	有限合伙人	1,500.00	1.3252
17	上海沓磊投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,000.00	0.8835
18	余伟健	有限合伙人	1,000.00	0.8835
19	高俊彪	有限合伙人	1,000.00	0.8835
20	李建新	有限合伙人	1,000.00	0.8835
合计			**113,190.00**	**100.0000**

深圳赛富已于 2017 年 5 月 27 日办理了私募基金备案，备案编码为 ST1111，基金名称为“深圳市福田赛富动势股权投资基金合伙企业（有限合伙）”，基金管理人为深圳市赛富动势股权投资基金管理企业（有限合伙）（下称“赛富动势”）。赛富动势于 2017 年 1 月 17 日办理了私募基金管理人登记，登记编码为 P1061075。

截至本回复出具日，赛富动势的合伙人及其出资比例如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）	普通合伙人	1,650.00	55.00
2	深圳市动势投资顾问有限公司	普通合伙人	975.00	32.50

3	袁陈杰	有限合伙人	150.00	5.00
4	陈　律	有限合伙人	150.00	5.00
5	金凤春	有限合伙人	75.00	2.50
合计			**3,000.00**	**100.00**

1）天津赛富盛元投资管理中心（有限合伙）（下称“赛富盛元”）

截至本回复出具日，赛富盛元的合伙人及其出资比例如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类别	出资额（万元）	出资比例（%）
1	阎安生	有限合伙人	3,500.00	35.00
2	赵　钧	有限合伙人	2,400.00	24.00
3	金凤春	有限合伙人	2,000.00	20.00
4	谢学军	有限合伙人	2,000.00	20.00
5	天津喜玛拉雅投资咨询有限公司	普通合伙人	100.00	1.00
合计			**10,000.00**	**100.00**

赛富盛元已于 2014 年 3 月 25 日办理了私募基金管理人登记，登记编码为 P100661。截至本回复出具日，赛富盛元执行事务合伙人天津喜玛拉雅投资咨询有限公司的股权结构如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	赵　钧	120.00	50.00
2	李　佳	120.00	50.00
合计		240.00	100.00

2）深圳市动势投资顾问有限公司（下称“动势投资”）

截至本回复出具日，动势投资的股东及其持股比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	金凤春	990.00	99.00
2	俞诗盈	10.00	1.00
合计		**1,000.00**	**100.00**

（13）浙江恒峰

截至本回复出具日，浙江恒峰的基本情况如下：

名　　称	浙江恒峰国际控股有限公司
成立时间	2017 年 5 月 24 日

注册资本	100,000 万元
注 册 地	浙江省杭州市西湖区北山街道白沙泉 13-2 号
实际控制人	钱友定

截至本回复出具日，浙江恒峰的股东及其持股比例如下：

序号	股东姓名	出资额（万元）	持股比例（%）
1	钱友定	95,000.00	95.00
2	李　峰	5,000.00	5.00
合计		**100,000.00**	**100.00**

3、法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员是否存在关联关系、亲属关系、委托持股、信托持股或其他可能输送不当利益的关系

截至本回复出具日，发行人法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东、实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员具有关联关系的情况如下：

（1）光云投资为发行人控股股东，谭光华为发行人实际控制人。谭光华持有汇光投资 98.00%的股权，谭光华之父谭智生持有汇光投资 2.00%的股权，汇光投资持有光云投资 100%的股权；发行人副总经理赵剑之配偶毋琼丽持有蓝江飞龙 10.5263%的出资份额，赵剑持有蓝江飞龙普通合伙人蓝江投资 5.00%股权；

（2）部分发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员持有发行人员工持股平台出资份额，具体情况如下：

姓名	任职/身份	持股平台	出资比例（%）	合伙人性质
谭光华	董事长、总经理	华营投资	46.67	普通合伙人
		华彩投资	63.32	有限合伙人
		华铂投资	5.60	有限合伙人
张秉豪	副总经理、董事	华营投资	19.05	有限合伙人
王祎	副总经理、董事、核心技术人员	华营投资	8.57	有限合伙人
翁云鹤	副总经理	华营投资	4.76	有限合伙人
罗俊峰	监事、核心技术人员	华营投资	4.28	有限合伙人
董旭辉	监事	华营投资	2.86	有限合伙人
罗雪娟	监事	华营投资	2.38	有限合伙人

刘宇	副总经理、董事会秘书	华彩投资	1.70	有限合伙人
彭石	核心技术人员	华彩投资	2.00	有限合伙人
周杰	核心技术人员	华彩投资	1.70	有限合伙人
高晓聪	财务总监	华彩投资	1.70	有限合伙人
顾飞龙	核心技术人员	华彩投资	0.84	有限合伙人
顾焱	核心技术人员	华彩投资	0.64	有限合伙人
王震	核心技术人员	华彩投资	0.36	有限合伙人

（3）祺御投资基于其股东身份提名姜兴作为发行人董事、云锋新呈基于其股东身份提名曹宇琛作为发行人董事；

（4）置展投资有限合伙人之上层出资人中国国际金融股份有限公司担任发行人本次发行的保荐机构。

置展投资于 2016 年 1 月通过受让股权的方式成为发行人股东，现持有发行人 310.3740 万股股份，占本次发行前发行人股份总额的 0.86%；2016 年 2 月，保荐机构 IPO 项目组进场开展保荐业务相关尽职调查；2016 年 6 月，保荐机构与光云科技签署《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）股票与上市之辅导协议》、《委托协议》；2019 年 5 月签署《保荐协议》。置展投资入股发行人时，中国国际金融股份有限公司尚未担任发行人的辅导机构、财务顾问、保荐机构或者主承销商，保荐机构 IPO 项目组亦未实质开展相关业务，置展投资入股发行人符合《证券公司直接投资业务监管指引（2011）》及《证券公司直接投资业务规范（2014 修订）》的相关规定。

《证券发行上市保荐业务管理办法（2009 修订）》第四十三条规定：“保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人的股份合计超过 7%，或者发行人持有、控制保荐机构的股份超过 7%的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构”。截至本回复出具日，置展投资持有发行人 0.86%股份，未超过 7%。因此，中国国际金融股份有限公司担任发行人保荐机构符合《证券发行上市保荐业务管理办法（2009 修订）》第四十三条的规定。

发行人法人股东已出具《确认函》，除上述已披露关联关系外，截至本回复出具日，发行人的法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东和实际

控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员不存在关联关系、亲属关系、委托持股关系、信托持股关系或其他可能输送不当利益的关系。

（三）云峰新呈、阿里创投等外部股东与发行人及其股东是否签署有对赌协议或者其他类似安排

云锋新呈、阿里创投等外部股东与发行人及其股东曾存在签署对赌协议或其他类似安排的情况，具体情况如下：

1、南海成长与光云有限及谭光华、姜兴签署的《杭州光云科技有限公司增资扩股之补充协议》及出具的《关于杭州光云科技股份有限公司新增注册资本及原补充协议的确认函》

2015 年 10 月，南海成长与光云有限及谭光华、姜兴签署《杭州光云科技有限公司增资扩股之补充协议》，约定了包含公司于 2016 年会计年度实现的年度税后净利润（扣除非经常性损益）应不少于 14,000 万元、且应在 2020 年 8 月 1 日前在中国境内完成首次公开发行股票并上市在内的业绩承诺及补偿、上市承诺及回购安排、优先购买权、带领出售权、清盘补偿权等特殊条款及特殊利益安排的条款。

鉴于包括云锋新呈在内的投资人拟认购公司新增注册资本，南海成长于 2016 年 12 月 27 日出具《关于杭州光云科技股份有限公司新增注册资本及原补充协议的确认函》，就前述 2015 年 10 月签署的《杭州光云科技有限公司增资扩股之补充协议》项下业绩承诺及补偿条款进行了修改。

2、置展投资与光云有限及谭光华签署的《关于杭州光云科技有限公司股权转让协议之补充协议》、置展投资与谭光华签署的《业绩补偿协议》及《业绩补偿协议之补充协议》、《业绩补偿协议之补充协议（二）》

2016 年 1 月 22 日，置展投资与光云有限及谭光华签署《关于杭州光云科技有限公司股权转让协议之补充协议》，约定了包含公司于 2016 年会计年度实现的年度税后净利润应不少于 14,000 万元（业绩承诺对应的实际净利润的计算应扣除员工因员工股权激励计划获得股权而导致公司在中国会计准则下产生的非经营性的费用或成本）、且应在 2020 年 8 月 1 日前在中国境内完成首次公开发

行股票并上市在内的业绩承诺及补偿、上市承诺及回购安排、优先购买权、共同出售权、带领出售权、清盘补偿权等特殊条款及特殊利益安排的条款。

2017 年 4 月 28 日，置展投资与谭光华签署《业绩补偿协议》，就业绩承诺和业绩补偿重新进行约定。

因立信对公司财务报表前期会计差错进行追溯调整，置展投资与谭光华分别于 2018 年 1 月 11 日、2019 年 5 月 14 日签署《业绩补偿协议之补充协议》、《业绩补偿协议之补充协议（二）》，将《业绩补偿协议》约定的未经审计的净利润及业绩补偿款相关事宜进行了补充约定。根据《业绩补偿协议之补充协议（二）》及谭光华提供的付款凭证，双方之间的业绩承诺和业绩补偿事宜已经履行完毕，双方不存在任何纠纷或潜在纠纷。

3、云锋新呈、南海成长、多牛沄沣与光云科技及谭光华签署的《杭州光云科技股份有限公司增资扩股协议之补充协议》

2016 年 12 月 27 日，云锋新呈、南海成长、多牛沄沣与光云科技及谭光华签署《杭州光云科技股份有限公司增资扩股协议之补充协议》，约定了包含公司应在 2020 年 8 月 1 日前在中国境内完成首次公开发行股票并上市在内的上市承诺及回购安排、反稀释权、股权转让限制、优先认购权、优先购买权、共同出售权、清盘补偿权等特殊条款及特殊利益安排的条款。

4、阿里创投、云锋新呈、南海成长、多牛沄沣、置展投资与光云科技、谭光华以及其他现有股东签署的《杭州光云科技股份有限公司股东协议》

鉴于新投资人阿里创投的入股，2017 年 3 月 28 日，阿里创投、云锋新呈、南海成长、多牛沄沣、置展投资与光云科技、谭光华以及其他原有股东签署了《杭州光云科技股份有限公司股东协议》，约定：（1）本协议取代各方或其中几方先前达成的所有口头或书面协议、合同、意向书、承诺和通信；（2）约定了包含公司应在 2020 年 8 月 1 日前在中国境内完成首次公开发行股票并上市在内的上市承诺及回购、特别表决权、股东知情权、特别补偿权、反稀释权、股权转让限制、优先认购权、优先购买权、共同出售权、清盘补偿权、最优惠待遇、引入新股东等特殊条款及特殊利益安排的条款；（3）明确本协议项下的特殊条款及

特殊利益安排于公司向中国证监会递交上市的申报材料之日起自动终止且附条件自动恢复。

5、阿里创投、云锋新呈、南海成长、多牛沄沣、置展投资、深圳赛富、浙江恒峰与光云科技、谭光华以及其他现有股东重新签署的《杭州光云科技股份有限公司股东协议》

鉴于新投资人深圳赛富和浙江恒峰的入股，2017 年 6 月 15 日，阿里创投、云锋新呈、南海成长、多牛沄沣、置展投资、深圳赛富、浙江恒峰与光云科技、谭光华以及其他现有股东重新签署了《杭州光云科技股份有限公司股东协议》（下称“《股东协议》”），约定：

（1）本协议取代各方或其中几方先前达成的所有口头或书面协议、合同、意向书、承诺和通信（“先前协议”），公司、实际控制人和现有投资人在此自愿并不可撤销的同意全面终止先前协议，并放弃其在先前协议项下的任何权利并同意适用本协议的相关约定；

（2）约定了包含公司应在 2020 年 8 月 1 日前在中国境内完成首次公开发行股票并上市在内的上市承诺及回购（公司未对本轮新投资人深圳赛富和浙江恒峰作出上市承诺及回购承诺）、特别表决权、股东知情权、特别补偿权、反稀释权、股权转让限制、优先认购权、优先购买权、共同出售权、清盘补偿权、最优惠待遇、引入新股东等特殊条款及特殊利益安排的条款（下称“特殊条款”）；

（3）本协议项下的特殊条款以及根据届时有效的法律法规或上市规则的要求需在递交上市之申请日（或之间）解除的其他条款于公司向中国证监会递交上市的申报材料之日起自动终止（本协议项下其他不影响上市的条款应继续有效）。但若出现以下情况之一的，各方同意本协议的效力应自动恢复，并对各方具有约束力：（a）公司因任何原因在向中国证监会或相关证券交易所递交上市的申报资料后申请撤回相关资料的；（b）中国证监会或相关证券交易所驳回公司上市申请的。

6、谭光华、发行人各股东分别于 2019 年 5 月出具的《确认暨承诺函》

发行人实际控制人谭光华、发行人各股东分别于 2019 年 5 月出具《确认暨承诺函》，一致确认：（1）截至本函出具日止，除《股东协议》外，发行人股

东之间、发行人股东与发行人及发行人实际控制人未签署其他包含关于光云科技的业绩对赌或上市对赌的特殊条款或特殊利益安排的协议；（2）《股东协议》中关于上市对赌等特殊条款和特殊利益安排事项将根据《股东协议》的约定，于光云科技向中国证监会递交上市的申报材料之日起自动终止；（3）截至本函出具日止，发行人各股东与发行人及发行人股东、实际控制人之间未因《股东协议》的签署、履行或其他事项产生过任何争议或纠纷，亦不存在任何潜在争议或纠纷。

7、发行人及其全体股东于 2019 年 5 月签署的《杭州光云科技股份有限公司股东协议之补充协议》

鉴于发行人拟申报科创板上市，为完善《股东协议》的约定，发行人及其全体股东于 2019 年 5 月签署《杭州光云科技股份有限公司股东协议之补充协议》，明确《股东协议》第 11.6 条中自动终止的条件由“于公司向中国证监会递交上市的申报材料之日起自动终止”变更为“于公司向中国证监会或相关证券交易所递交上市的申报材料之日起自动终止”。

综上：（1）除《股东协议》外，发行人与发行人股东之前签署的先前协议已经全面终止；（2）除《股东协议》外，发行人股东与发行人、发行人实际控制人未签署其他包含关于光云科技业绩对赌或上市对赌的对赌协议或其他类似安排；（3）《股东协议》中的特殊条款已于光云科技向中国证监会或相关证券交易所递交上市的申报材料之日（即 2019 年 5 月 17 日）自动终止，除光云科技申请撤回上市申报相关资料或被中国证监会或相关证券交易所驳回上市申请外，该等特殊条款不会恢复效力；（4）截至本回复出具日，发行人全体股东之间、发行人全体股东与发行人、发行人实际控制人之间未因《股东协议》的签署、履行或其他事项产生任何争议或纠纷，亦不存在任何潜在争议或纠纷。

据此，截至本回复出具日，前述《股东协议》中的特殊条款已于光云科技向证券交易所递交上市的申报材料之日（即 2019 年 5 月 17 日）自动终止，除光云科技申请撤回上市申报相关资料或被中国证监会或相关证券交易所驳回上市申请外，该等特殊条款不会恢复效力，不会影响发行人股权结构的稳定性，亦不会对发行人本次上市构成实质性法律障碍。

（四）历次股权转让及整体变更时发行人股东履行纳税义务情况，是否存在违法违规情形

1、历次股权转让时发行人股东履行纳税义务情况

时间	主要内容	纳税情况
2013 年 12 月	光云软件将其持有的光云有限 82%的股权（对应注册资本出资额 41 万元）、18%的股权（对应注册资本出资额 9 万元）分别作价 41 万元、9 万元转让给谭光华、姜兴。	平价转让，未产生收益，无需纳税
2014 年 11 月	谭光华、姜兴分别将其持有的光云有限 82%股权（对应注册资本出资额 41 万元）、18%股权（对应注册资本出资额 9 万元）作价 41 万元、9 万元转让给光云投资。	平价转让，未产生收益，无需纳税
2015 年 11 月	光云投资将其持有的光云有限 15.3061%的股权（对应注册资本出资额 22.8940 万元）作价 22.8940 万元转让给谭光华、将其持有的光云有限 1.0204%的股权（对应注册资本出资额 1.5262 万元）作价 30.5240 万元转让给真奇投资；好约网络将其持有的光云有限 1.0204%的股权（对应注册资本出资额 1.5263 万元）作价 30.5260 万元转让给真奇投资、将其持有的光云有限 14.7761%的股权（对应注册资本出资额为 22.1011 万元）作价 442.0220 万元转让给祺御投资。	除平价转让未产生收益无需纳税部分外，光云投资为有限责任公司，其本次股权转让的溢价部分的企业所得税由该公司进行年度汇算清缴。
2015 年 11 月	真奇投资将其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本出资额 1.5262 万元）作价 1,680 万元转让给蓝江飞龙、其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本出资额 1.5263 万元）作价 1,680 万元转让给林天翼。	江西省樟树市地方税务局于 2015 年 11 月 26 日出具《税收完税证明》，本次股权转让涉及的个人所得税已缴纳完毕。
2016 年 1 月	谭光华将其持有的光云有限 1%的股权（对应注册资本出资额 1.5262 万元）作价 1,950 万元转让给置展投资。	杭州市地方税务局高新（滨江）税务分局于 2016 年 1 月 26 日出具《税收缴款书》，本次股权转让涉及的个人所得税已由谭光华缴纳完毕。

2、发行人整体变更时发行人股东履行纳税义务情况

2016 年 4 月 18 日，光云有限整体变更为股份公司。光云有限以截至 2016 年 1 月 31 日光云有限经审计的净资产值 67,482,664.65 元，按 1:0.8891 的比例折成股份公司的股份总额 6,000 万股，每股面值 1 元，股份公司的注册资本（股本总额）为 6,000 万元，净资产折股后超出股份公司注册资本部分 7,482,664.65 元计入股份公司的资本公积。各发起人缴纳所得税情况如下：

序号	股东姓名/名称	整体变更前注册资本出资额（万元）	整体变更后股本（万元）	缴纳所得税情况
1	光云投资	75.5798	2,971.17	无缴纳所得税义务
2	祺御投资	22.1011	868.83	
3	谭光华	21.3678	840.00	杭州市地方税务局高新（滨

				江）税务分局于 2017 年 3 月 1 日出具《税收缴款书》，自然人股东谭光华已缴纳本次股改涉及的个人所得税
4	华营投资	16.0258	630.00	无缴纳所得税义务
5	华彩投资	7.6313	300.00	
6	南海成长	3.0525	120.00	
7	兴龙杰投资	2.2894	90.00	
8	蓝江飞龙	1.5262	60.00	
9	林天翼	1.5263	60.00	林天翼因其投资成本高于本次股改后其享有的公司股份所对应的净资产值，无需缴纳个人所得税
10	置展投资	1.5262	60.00	无缴纳所得税义务
合　计		**152.6264**	**6,000.00**	——

根据《中华人民共和国企业所得税法》的有关规定，符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益为企业的免税收入。因此，企业类型为有限责任公司的光云投资和兴龙杰投资在发行人整体变更过程中无缴纳相关所得税的义务；根据《财政部、国家税务总局关于合伙企业合伙人所得税问题的通知》（财税[2008]159 号）的有关规定，合伙企业以每一个合伙人为纳税义务人。合伙企业合伙人是自然人的，缴纳个人所得税；合伙人是法人和其他组织的，缴纳企业所得税。因此，企业类型为有限合伙企业的发行人股东祺御投资、华营投资、华彩投资、南海成长、蓝江飞龙、置展投资本身在发行人整体变更过程中无需缴纳企业所得税。

综上，除上述无需履行纳税义务的情形外，发行人历次股权转让及整体变更时发行人股东已经履行了相应的纳税义务，不存在违法违规情形。

（五）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、访谈了发行人相关股东，了解历次股权转让、增资的背景及原因；

2、获取并审阅了发行人提供的相关工商登记资料、验资报告、股权转让协议、增资协议、股东协议、业绩补偿协议及补充协议、价款支付凭证及税款缴纳凭证；

3、获取并审阅了发行人自然人股东谭光华、林天翼出具的《调查表》及确认函，了解该 2 名自然人股东的工作经历、在发行人处任职情况以及是否与发行人的报告期内前十大客户、供应商是否存在关联关系；

4、获取并审阅了发行人提供的各法人股东的工商登记资料、公司章程或合伙协议；

5、通过国家企业信用信息公示系统查询了各法人股东及其上层出资人的情况，并与获取的各法人股东的工商登记资料等进行核对；

6、获取并审阅了发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员填写的《实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员调查表》及发行人全体股东出具的《确认函》，了解发行人法人股东及其股东、实际控制人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、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员之间的关联关系。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人已说明其历次增资及股权转让的背景，发行人历次增资及股权转让价格具有公允性，相关款项已实际支付。

2、非发行人员工的自然人股东入股发行人具有合理性，截至本回复出具日，与发行人报告期内的前十大客户、供应商不存在关联关系，不存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排；除已披露关联关系外，截至本回复出具日，发行人的法人股东及其股东、实际控制人与发行人及其控股股东和实际控制人、董监高、核心技术人员、本次发行的中介机构及其项目组成员不存在关联关系、亲属关系、委托持股关系、信托持股关系或其他可能输送不当利益的关系。

3、截至本回复出具日，前述《股东协议》中的特殊条款已于光云科技向证券交易所递交上市的申报材料之日（即 2019 年 5 月 17 日）自动终止，除光云科技申请撤回上市申报相关资料或被中国证监会或相关证券交易所驳回上市申请外，该等特殊条款不会恢复效力，不会影响发行人股权结构的稳定性，亦不会对发行人本次上市构成实质性法律障碍。

4、除无需履行纳税义务的情形外，历次股权转让及整体变更时发行人股东已经履行了相应的纳税义务，不存在违法违规情形。

问题 2

招股说明书披露，发行人 2015 年应确认的股权激励费用为 7,985.84 万元，受该事项等的影响，经追溯调整后发行人股改时点母公司财务报表未分配利润为-6,001.09 万元。

请发行人按照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》（以下简称《问答》）第十三条的要求进行信息披露。

请发行人结合股改时的净资产情况，以及本次追溯调整对整体变更时净资产的影响，说明整体变更时是否存在高于净资产折股的情形，如存在，对注册资本充足性的影响及相关整改措施、对本次发行上市的影响。

请保荐机构、发行人律师对上述事项以及《问答》第十三条要求的事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）请发行人按照《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》（以下简称《问答》）第十三条的要求进行信息披露

1、未分配利润为负的形成原因及是否已经消除

2019 年 3 月 20 日，立信出具了《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的说明》（信会师浙函字[2019]第 001 号），因确认股份支付、调整关联方为公司垫付成本费用、调整短信业务计价及光云软件业务合并的影响等事项对公司前期财务报表中存在的若干会计差错采用追溯重述法进行了调整。经追溯调整后，发行人股改时点 2016 年 1 月 31 日母公司财务报表未分配利润为-6,001.09 万元。

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人母公司财务报表未分配利润为 6,386.32 万元，上述于股改时点的未分配利润为负的情形已经消除。

2、整体变更后的变化情况和发展趋势，与报告期内盈利水平变动的匹配关系，对未来盈利能力的影响

整体变更完成后，公司的基本财务情况如下表所示：

单位：万元

项目	总资产	净资产	未分配利润	营业收入	净利润
2019.6.30/2019年1-6月（合并）	74,496.26	65,274.96	16,248.58	22,299.40	3,534.35
2018.12.31/2018年度（合并）	70,716.72	60,914.89	12,714.23	46,549.38	10,710.91
2017.12.31/2017年度（合并）	58,201.95	52,384.03	4,952.65	35,836.58	9,895.28
2016.12.31/2016年度（合并）	30,426.37	24,886.10	-4,584.56	26,224.99	2,112.96
2019.6.30/2019年1-6月（母公司）	60,645.11	55,510.10	6,386.32	7,954.70	1,413.47
2018.12.31/2018 年度（母公司）	56,497.39	532,70.91	4,972.85	18,259.55	4,493.24
2017.12.31/2017 年度（母公司）	53,756.78	50,957.72	3,428.93	17,024.96	9,411.06
2016.12.31/2016 年度（母公司）	27,896.77	23,898.01	-5,601.14	13,740.23	503.67

公司整体变更为股份公司后，得益于发行人前期的技术积累，报告期内发行人展现了较强的持续盈利能力。发行人整体变更后的业务发展情况和发展趋势与报告期内盈利水平变动情况一致，股改时点未分配利润为负未对发行人的业务发展和未来盈利能力构成不利影响。

3、整体变更的具体方案及相应的会计处理

2016年3月10日，光云有限以发起设立方式由有限责任公司整体变更为股份有限公司，同意以截至2016年1月31日的光云有限经审计确认的净资产额67,482,664.65元，按1:0.8891的比例折合为股份公司的股份总额6,000万股，由光云有限登记在册的全体股东以各自在光云有限注册资本中的出资比例所对应的净资产认购。截至2016年1月31日发行人母公司的所有者权益、整体变更的会计处理以及变更后的股东所有者权益如下：

单位：元

项目	整体变更前	整体变更的会计处理	整体变更后
实收资本	1,526,264.00	58,473,736.00	60,000,000.00
资本公积	41,550,076.08	-34,067,411.43	7,482,664.65
盈余公积	763,132.00	-763,132.00	-

未分配利润	23,643,192.57	-23,643,192.57	-
所有者权益合计	67,482,664.65	-	67,482,664.65

2017 年 11 月 30 日，立信对公司前期财务报表中存在的若干会计差错采用追溯重述法进行了调整，并出具了《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的说明》，因确认股份支付等事项，对公司 2016 年 1 月 31 日、2016 年 12 月 31 日的财务报表进行了调整。经追溯调整后，截至 2016 年 1 月 31 日光云科技母公司财务报表的净资产为 63,173,876.17 元，相应的会计处理如下：

单位：元

项目	追溯调整前	追溯调整的会计处理	追溯调整后
实收资本	1,526,264.00	-	1,526,264.00
资本公积	41,550,076.08	59,380,511.32	100,930,587.40
盈余公积	763,132.00	-513,132.00	250,000.00
未分配利润	23,643,192.57	-63,176,167.80	-39,532,975.23
所有者权益合计	67,482,664.65	-4,308,788.48	63,173,876.17

2017 年 12 月 5 日及 2017 年 12 月 20 日，发行人分别召开了第一届董事会第十次会议及 2017 年第四次临时股东大会，同意：（1）将公司审计基准日（2016 年 1 月 31 日）母公司财务报表的净资产由 67,482,664.65 元调整为 63,173,876.17 元；（2）于 2015 年 12 月 31 日登记在册的公司全体股东按照其时的持股比例返回已分配利润合计 488.98 万元；（3）将股改时的折股比例由 1：0.8891 变更为 1：0.9498，折成股份公司的股份总额 6,000 万股，每股面值 1 元，股份公司的注册资本（股本总额）为 6,000 万元。

2019 年 3 月 20 日，立信出具了《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的说明》（信会师浙函字[2019]第 001 号），对公司前期财务报表中存在的会计差错采用追溯重述法进行了调整，本次追溯调整仅调整确认属于实际控制人股权激励的股份支付费用，光云科技母公司截至 2016 年 1 月 31 日净资产总额仍为 63,173,876.17 元，相应的会计处理如下：

单位：元

项目	追溯调整前	追溯调整的会计处理	追溯调整后
实收资本	1,526,264.00	-	1,526,264.00

资本公积	41,550,076.08	79,858,423.87	121,408,499.95
盈余公积	763,132.00	-513,132.00	250,000.00
未分配利润	23,643,192.57	-83,654,080.35	-60,010,887.78
所有者权益合计	67,482,664.65	-4,308,788.48	63,173,876.17

本次追溯调整后，发行人以截至 2016 年 1 月 31 日的净资产整体变更的会计处理如下：

单位：元

项目	整体变更前	整体变更的会计处理	整体变更后
实收资本	1,526,264.00	58,473,736.00	60,000,000.00
资本公积	121,408,499.95	-58,223,736.00	63,184,763.95
盈余公积	250,000.00	-250,000.00	-
未分配利润	-60,010,887.78	-	-60,010,887.78
所有者权益合计	63,173,876.17	-	63,173,876.17

4、整体变更相关事项是否经董事会、股东会表决通过，相关程序是否合法合规

光云科技系由光云有限整体变更方式设立，其设立方式和程序详见招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之“（二）股份公司的设立”的相关内容。

如上述“3、整体变更的具体方案及相应的会计处理”部分所述，2017 年 12 月 5 日及 2017 年 12 月 20 日，发行人分别召开了第一届董事会第十次会议及 2017 年第四次临时股东大会，同意将股改时的折股比例由 1：0.8891 变更为 1：0.9498，折成股份公司的股份总额 6,000 万股，每股面值 1 元，股份公司的注册资本（股本总额）为 6,000 万元。

2019 年 4 月 15 日及 2019 年 5 月 5 日，发行人分别召开第一届董事会第十六次会议、2018 年度股东大会，审议通过《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的议案》，同意立信于 2019 年 3 月 20 日出具的《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的说明》，该追溯调整仅包含确认属于实际控制人股权激励的股份支付费用，光云科技母公司截至 2016 年 1 月 31 日净资产总额仍为 63,173,876.17 元。

综上，发行人整体变更及其后涉及股改时会计差错调整相关事项已经董事会、股东会（股东大会）表决通过，相关程序合法合规。

5、改制中是否存在侵害债权人合法权益的情形，是否与债权人存在纠纷

光云科技系通过整体变更方式设立的股份公司，整体变更后，发行人的注册资本显著增加。根据《公司法》第 9 条规定“……有限责任公司变更为股份有限公司的，或者股份有限公司变更为有限责任公司的，公司变更前的债权、债务由变更后的公司承继”，因此，光云有限全部债权、债务由光云科技承继，不存在通过自身资产的调整或者企业间资产转移等行为侵害债权人合法权益的情形，与债权人不存在纠纷。

6、是否已完成工商登记注册和税务登记相关程序，整体变更相关事项是否符合《公司法》等相关规定

2016 年 4 月 18 日，光云科技就整体变更事项在浙江省工商局办理完成了工商变更登记手续，并领取了统一社会信用代码为 91330108077312600N 的光云科技的《营业执照》。

根据《国家税务总局关于落实“三证合一”登记制度改革的通知》（税总函[2015]482 号）的相关规定，2015 年 10 月 1 日后新设企业领取由工商行政管理部门核发加载法人和其他组织统一社会信用代码的营业执照后，无需再次进行税务登记，不再领取税务登记证。

光云科技各发起人签署的《发起人协议》系各发起人的真实意思表示，符合有关法律、法规、规章和规范性文件的规定；公司创立大会的召开程序及所议事项、决议符合相关法律、法规、规章和规范性文件的规定；发行人的设立履行了审计、评估、验资及必要的内部决策程序，且履行了变更登记等手续；发行人的设立程序、资格、条件、方式等也均符合《公司法》等法律、法规、规章和规范性文件的规定。

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之“（二）股份公司的设立”中按照《问答》第十三条的要求就上述楷体加粗内容进行了补充披露。

（二）请发行人结合股改时的净资产情况，以及本次追溯调整对整体变更

时净资产的影响，说明整体变更时是否存在高于净资产折股的情形，如存在，对注册资本充足性的影响及相关整改措施、对本次发行上市的影响。

2016 年 3 月 10 日，发行人以截至 2016 年 1 月 31 日经审计确认的净资产额 67,482,664.65 元，按 1:0.8891 的比例折合为股份公司的股份总额 6,000 万股进行股改。

2017 年 11 月 30 日，经立信对公司前期财务报表中存在的若干会计差错追溯调整，截至 2016 年 1 月 31 日，光云科技母公司的净资产为 63,173,876.17 元。

2017 年 12 月 5 日及 2017 年 12 月 20 日，发行人分别召开了第一届董事会第十次会议及 2017 年第四次临时股东大会，同意（1）将公司审计基准日（2016 年 1 月 31 日）母公司财务报表的净资产由 67,482,664.65 元调整为 63,173,876.17 元；（2）将股改时的折股比例由 1：0.8891 变更为 1：0.9498，折成股份公司的股份总额 6,000 万股，每股面值 1 元，股份公司的注册资本（股本总额）为 6,000 万元。

2019 年 3 月 20 日，立信对公司前期财务报表差错的追溯调整仅调整确认属于实际控制人股权激励的股份支付费用，不影响母公司截至 2016 年 1 月 31 日的净资产总额。

综上，发行人整体变更时不存在高于净资产折股的情形。

（三）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人整体变更设立时的工商登记资料、董事会及股东会（股东大会）会议文件；

2、查阅了发行人第一届董事会第十次会议、2017 年第四次临时股东大会、第一届董事会第十六次会议及 2018 年度股东大会会议文件；

3、查阅了立信出具的《审计报告》（信会师报字[2016]第 610202 号）、《验资报告》（信会师报字[2016]第 610402 号）、2017 年 11 月 30 日出具的《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调整的说明》、2019 年 3 月 20 日出具的《关于杭州光云科技股份有限公司财务报表前期会计差错追溯调

整的说明》（信会师浙函字[2019]第 001 号）、《杭州光云科技股份有限公司审计报告及财务报表 2016-2018 年度》（信会师报字[2019]第 ZF10061 号）、《杭州光云科技股份有限公司审计报告及财务报表 2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-6 月》（信会师报字[2019]第 ZF10675 号）；

4、查阅了银信资产评估有限公司出具的《杭州光云科技有限公司股份制改制净资产价值评估项目评估报告》（银信评报字（2016）沪第 0249 号）、天津中联资产评估有限责任公司出具的《杭州光云科技股份有限公司股份制改制涉及的净资产价值追溯评估项目资产评估报告》（中联评报字[2019]D-0031 号）；

5、查询核验了公司营业执照，获取了浙江省市场监督管理局出具的无违法违规证明。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人已按照《问答》第十三条的要求在招股说明书中补充披露其由有限责任公司整体变更为股份有限公司的基准日未分配利润为负的形成原因、整体变更后的变化情况和发展趋势、与报告期内盈利水平变动的匹配关系、对未来盈利能力的影响、整体变更的具方案及相应的会计处理等内容。截至 2019 年 6 月 30 日，发行人未分配利润为负的情形已经消除。

2、发行人的整体变更事项已经董事会、股东会/股东大会通过，相关程序合法合规，改制中不存在侵害债权人合法权益的情形，与债权人不存在因光云有限改制引发纠纷的情形，已完成工商登记注册和税务登记，整体变更相关事项符合《公司法》等法律、法规、规章和规范性文件的规定。

3、发行人整体变更时不存在高于净资产折股的情形。

问题 3

招股说明书披露，发行人全资子公司淘云科技分别于 2016 年 7 月和 2018 年 2 月收购了其乐融融 45%、55%的股权。

请发行人说明：（1）上述收购的原因、背景，其乐融融与发行人业务之间的关系；（2）两次收购价格的确定依据及其公允性，收购价款的实际支付情况；（3）收购完成后其乐融融管理层、核心技术人员的稳定性，是否存在大量流失情形；

（4）结合收购前其乐融融资产总额、资产净额、营业收入、利润总额等占发行人相应指标的比例，说明收购前后发行人主营业务是否发生重大变化。

请保荐机构、发行人律师和申报会计师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）收购其乐融融的原因、背景，其乐融融与发行人业务之间的关系

在入股其乐融融前，公司在阿里巴巴商家服务市场综合店铺管理类软件中拥有较强的市场竞争优势，“超级店长”在综合店铺管理类第三方付费软件中用户数量排名前列；同时，公司在2014年拓展了“快麦”电子面单打印机业务，用于商家订单管理中的打单硬件环节，以提升商家打单效率。

随着电商领域的竞争日益激烈以及电商 SaaS 产业的快速发展，电商商家迫切需要提高在订单管理、客户管理、客服工具、流量推广等垂直细分业务环节的处理效率。尽管超级店长也具备打单功能，但为更好地适应客户对专业工具的需求，公司结合市场环境和客户需求的变化，基于自身在综合店铺管理类软件及快递电子面单打印业务方面的优势，决定拓展订单管理 SaaS 软件业务。

其乐融融的主要产品快递助手能够符合公司拓展业务的实际需要，且能与快麦打印机形成较好的协同效应，其亦具有一定的市场竞争力，因此公司决定通过投资其乐融融拓展相关订单管理业务。

但鉴于其乐融融2015年度仅实现净利润255.34万元（未经审计），且2016年1-5月出现小幅亏损的情况，因此，为了降低投资风险，公司根据其乐融融的整体财务及运营情况，并结合自身发展和资金现状，采取了较为谨慎的投资策略，决定以公司全资子公司淘云科技为投资主体，出资4,500万元收购其乐融融45%股权。

2016年7月收购其乐融融45%的股权以来，其乐融融的经营业绩实现了快速提升，2017年度的用户数量增长和盈利状况也符合公司的预期。为进一步加强公司在电商 SaaS 垂直细分领域的市场竞争能力，深化公司各电商 SaaS 产品、电子面单打印机、其乐融融快递助手产品的资源整合以及充分发挥协同效应，公司于2018年1月决定由淘云科技收购其乐融融剩余55%的股权。

其乐融融“快递助手”SaaS 软件与光云科技的业务均是为电商商家提供 SaaS

产品，是综合管理软件超级店长在订单管理类目中的垂直细分领域的拓展，与打印机硬件业务形成了一定的协同。

（二）两次收购价格的确定依据及其公允性，收购价款的实际支付情况

1、2016 年 7 月，淘云科技出资 4500 万元收购其乐融融 45%股权

公司 2016 年 7 月购买其乐融融 45%股权时主要基于以下两点因素确定估值水平：

（1）2015 年 11 月，第三方投资机构苏州工业园区八二五新媒体投资企业（有限合伙）入股其乐融融时，企业整体估值为 4,996.59 万元；以 2015 年度其乐融融未经审计净利润 255.34 万元计算，本次投资对应的估值 PE 倍数约为 19.57 倍。其乐融融原管理团队预计 2016 年度净利润为 600 万元至 1,000 万元，以上述 PE 倍数计算其当年估值约为 1.17 至 1.96 亿元。

（2）基于其乐融融管理层对 2017 年-2021 年业务增速的预测，并结合公司对快递助手的市场分析和理解，公司估测其乐融融的企业价值为 1.08-1.20 亿元。

基于上述测算，并经与其乐融融原股东协商确认，淘云科技本次收购其乐融融 45%股权对应其乐融融整体估值为 1 亿元。本次定价系各方公平协商的结果，定价公允。

本次股权转让价款的支付情况如下：

付款时间	金额（万元）
2016年7月	2,441.49
2016年8月	2,058.51
合计	4,500.00

2、2018 年 2 月，淘云科技出资 5,680 万元收购其乐融融 55%股权

公司投资其乐融融后，2016年度、2017年度其业绩发展整体符合公司预期，因此公司决定继续收购其乐融融剩余55%股权。

银信资产评估有限公司受托对其乐融融进行评估并出具了《杭州淘云科技有限公司拟股权收购涉及的北京其乐融融科技有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》（银信评报字（2018）沪第0012号）：截至2017年12月31日（评估基准日），采用收益法评估后其乐融融的股东全部权益价值为11,300.00万元。

经公司与其乐融融原股东马明、左永志协商一致，对其乐融融的估值确定为10,327.27万元，对应55%股权的收购金额为5,680万元。

本次收购定价与评估价值不存在重大差异，收购价格公允。

本次股权转让价款的支付情况如下：

付款时间	金额（万元）
2018年1月	3,408.00
2018年3月	1,139.84
2018年4月	1,132.16
合计	5,680.00

（三）收购完成后其乐融融管理层、核心技术人员的稳定性，是否存在大量流失情形

收购完成前后，其乐融融管理层、核心技术人员的变化情况如下：

	管理层人员	核心技术人员
收购前	马明、左永志	马国勇
收购后	谭光华、廖艺恒	马国勇

其乐融融收购完成前，马明为其乐融融总经理，主要负责日常各项经营管理工作，组织实施公司年度经营计划和投资方案；左永志为其乐融融产品总监，主要负责产品开发及产品发展方向，同时该二人亦为公司的主要股东；马国勇为其乐融融核心技术人员，主要负责技术团队的管理。

其乐融融收购完成后，马明及左永志自其乐融融离职，发行人委派谭光华和廖艺恒作为公司新的管理层。谭光华为发行人总经理、廖艺恒为发行人资深业务经理，两人多年深耕于电商软件业务，在产品研发及软件运营方面具有丰富的管理经验，有利于其乐融融公司运营的平稳过渡。马国勇为其乐融融的核心技术人员，继续负责公司技术团队的管理，未发生变动。

根据其乐融融分别截至2017年12月31日、2018年12月31日的《员工名单》，在收购完成后，其乐融融的技术人员、产品人员、运营人员、客服人员并未大量流失，前述人员在此期间的在职及离职情况如下：

岗位性质	2017.12.31	2018 年 1-12 月				2018.12.31
	在职人数	新聘人数	发行人及子公司调入人数	离职人数	调出至发行人及子公司人数	在职人数
技术人员	15	6	15	4	0	32

产品人员	3	0	5	1	1	6
设计人员	0	3	1	0	0	4
市场人员	0	0	2	0	0	2
运营人员	2	0	1	0	0	3
客服人员	34	13	7	5	2	47
管理人员	4	0	0	2	1	1
合计	**58**	**22**	**31**	**12**	**4**	**95**

其乐融融收购完成后，虽然原股东和管理层马明及左永志离职，但其乐融融的核心技术人员并未离职，其乐融融员工整体保持稳定，因此原管理团队的离职并未影响其乐融融的业务平稳过渡及发展。收购完成后，其乐融融的业务保持快速发展，具体如下：

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	数量/金额	增幅（注 2）	数量/金额	增幅	数量/金额	增幅	数量/金额
销售收入（万元）	5,000.26	25.33%	7,979.16	51.76%	5,257.82	60.83%	3,269.13
付费用户数量（万）（注 1）	48.48	9.86%	44.13	38.60%	31.84	54.19%	20.65
净利润（万元）	2,403.02	25.06%	3,843.07	147.68%	1,551.65	714.93%	-252.55

注 1：付费用户数量指会计期间内按照产品服务期限加权平均的有效用户数量；2016 年至 2018 年内，如某客户在 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/12=0.25 个用户；2019 年 1-6 月，如某客户在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/6=0.50 个用户。

注2：2019年1-6月销售收入增幅系2019年1-6月收入年化后相较于2018年度销售收入的增幅；2019年1-6月付费用户数量增幅的计算方法为（2019年1-6月付费用户数量/2018年度付费用户数量）-1；2019年1-6月净利润增幅的计算方法为2019年1-6月净利润年化后相较于2018年度净利润的增幅。

（四）结合收购前其乐融融资产总额、资产净额、营业收入、利润总额等占发行人相应指标的比例，说明收购前后发行人主营业务是否发生重大变化

其乐融融被公司收购前的2017年度主要财务数据占发行人相应指标的比例如下：

项目	其乐融融（万元）	光云科技（万元）	占比
资产总额	2,897.30	58,201.95	4.98%
资产净额	2,127.93	52,384.03	4.06%
营业收入	5,257.82	35,836.58	14.67%

利润总额	2,072.78	**10,330.53**	**20.06%**
净利润	1,551.65	**9,895.28**	**15.68%**

如上表所示，其乐融融被公司收购前的2017年各项主要财务数据占发行人相应指标的比例均相对较低。发行人收购其乐融融以后主营业务依然是紧密围绕为电商 SaaS 产品开展，其乐融融有效加强了发行人快递订单管理软件细分垂直领域的布局，为公司的继续发展奠定了良好基础。收购其乐融融前后，发行人的主营业务未发生重大变化。

（五）核查程序及核查意见

针对发行人全资子公司淘云科技收购其乐融融股权事项，保荐机构、发行人律师及申报会计师执行了如下核查程序：

1、获取并查阅了其乐融融工商档案信息，确认其乐融融股权演变情况和经营业务变化情况。

2、获取并查阅了发行人全资子公司淘云科技收购其乐融融股权事项的相关文件资料，包括发行人审议通过本次收购的会议文件、淘云科技投资决议、股权收购协议、支付股权转让款的银行单据等，确认股权转让过程的真实、有效，核实是否按照股权转让协议的约定如实支付股权转让款。

3、获取并审阅其乐融融原股东马明、左永志、苏州新媒体出具的确认函，了解股权转让是否为其真实意思表示、股权转让价格确定依据等事项。

4、对光云科技实际控制人谭光华进行访谈，了解光云科技投资其乐融融的背景情况，股权转让交易作价依据等事项。

5、对股权转让确定依据及其公允性执行了如下工作程序：

（1）针对2016年7月股权转让，获取公司管理层本次收购前对其乐融融未来经营的预测，及公司2016年6月出具的《北京其乐融融科技有限公司之业务评价报告》，并比较了预测价值与实际交易价格。

（2）针对2018年2月股权转让，获取并查阅了“银信评报字（2018）沪第0012号”《杭州淘云科技有限公司拟股权收购涉及的北京其乐融融科技有限公司股东全部权益价值评估项目资产评估报告》。

（3）获取并审阅了发行人董事、监事、高级管理人员出具的与马明及左永志不存在关联关系，也不存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排的书面确认。

6、获取其乐融融分别截至2017年12月31日、2018年12月31日的《员工花名册》，了解并核实其乐融融员工变动情况。

7、获取其乐融融2016年度、2017年度、2018年度的财务报表和审计报告，核查其乐融融经营变动情况。

经核查，保荐机构、发行人律师及申报会计师认为：

1、其乐融融与发行人均为电商商家提供 SaaS 产品，双方的业务具备协同性。发行人收购其乐融融股权为各方的真实意思表示，转让程序合法、合规。

2、2016年7月和2018年2月，发行人两次收购其乐融融的股权定价均公允，股权交易款已按照约定如实支付。

3、收购完成后，除原股东离职外，其乐融融的其他员工总体稳定，不存在大量流失的情形，其乐融融保持稳定发展。

4、收购其乐融融前后，发行人主营业务未发生重大变化。

问题 4

招股说明书披露，发行人报告期内注销了大连旺店、北京移动未来等 4 家子公司。

请发行人说明上述子公司：（1）报告期内的经营情况，主要财务数据（总资产、净资产、收入、利润总额、净利润）；（2）注销的原因，注销前是否存在违法违规事项，注销所履行的程序及合法合规性，注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）报告期内注销子公司的经营情况、主要财务数据

1、大连旺店

大连旺店已于 2017 年 1 月 15 日注销。报告期内，大连旺店未实际开展任何经营活动，主要财务数据如下：

单位：元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日

总资产	0	0
净资产	0	-5,200.00
项目	**2017 年度**	**2016 年度**
营业收入	0	0
利润总额	0	-5,200.00
净利润	0	-5,200.00

2、北京移动未来

北京移动未来被杭州旺店吸收合并后，已于 2018 年 6 月 22 日注销。报告期内，自发行人于 2016 年 1 月 20 日收购完成后，北京移动未来无实际经营活动，主要财务数据如下：

单位：元

项目	**2018 年 12 月 31 日**	**2017 年 12 月 31 日**	**2016 年 12 月 31 日**
总资产	0	2,008,214.71	2,023,095.41
净资产	0	1,668,595.02	1,683,475.72
项目	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
营业收入	0	0	0
利润总额	0	-14,880.70	3,111.31
净利润	0	-14,880.70	2,083.48

3、上海顽促

上海顽促已于 2017 年 12 月 4 日注销。报告期内，上海顽促未实际开展任何经营活动，主要财务数据如下：

单位：元

项目	**2017 年 12 月 31 日**	**2016 年 12 月 31 日**
总资产	0	174,498.12
净资产	0	301.86
项目	**2017 年度**	**2016 年度**
营业收入	0	0
利润总额	-1,627.54	402.48
净利润	-1,627.54	301.86

4、嘉兴快云

嘉兴快云已于 2017 年 12 月 8 日注销。报告期内，嘉兴快云主要为电商商家

提供店铺运营的相关服务，主要财务数据如下：

单位：元

项目	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
总资产	0	955.60
净资产	0	-22,745.94
项目	**2017 年度**	**2016 年度**
营业收入	218,990.29	0
利润总额	-326,827.15	-22,745.94
净利润	-326,827.15	-22,745.94

（二）注销的原因，注销前是否存在违法违规事项，注销所履行的程序及合法合规性，注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷

1、大连旺店

（1）注销原因

为拓展业务，发行人于 2016 年 3 月 15 日在辽宁省大连高新技术产业园区注册成立了全资子公司大连旺店。大连旺店成立后未实际开展经营活动，后由于发行人业务架构调整，发行人于 2016 年 11 月决定将其注销。

（2）注销所履行的程序及合法合规性

2016 年 11 月 30 日，发行人作出股东决定，决定注销大连旺店并成立清算组；大连旺店注销前、后如有债权、债务由股东按出资比例承担；2016 年 11 月 25 日大连旺店在《半岛晨报》第 A9 版刊登了注销公告。

大连高新技术产业园区地方税务局、大连高新技术产业园区国家税务局分别于 2016 年 12 月 30 日、2017 年 1 月 4 日出具准予注销登记的《税务事项通知书》；大连高新技术产业园区市场监管局于 2017 年 1 月 15 日出具《注销登记核准通知书》。大连旺店注销所履行的程序合法合规。

大连旺店清算组于 2017 年 1 月 11 日出具《清算报告》，截至 2017 年 1 月 10 日，大连旺店债权、债务已经清理完毕，大连旺店总资产 0 元、负债 0 元、所有者权益合计 0 元。大连旺店注销后如有债权债务由股东按出资比例承担。大连旺店设立后未实际开展经营活动，其注销不涉及资产、人员处置。

报告期内，大连旺店注销前不存在违法违规情形，不存在因注销程序瑕疵而受到主管部门处罚的记录；大连旺店注销后至今亦不存在任何纠纷。

2、北京移动未来

（1）注销原因

北京移动未来成立于 2012 年 8 月 21 日，旗下拥有“旺店商品”及“旺店交易”等淘宝千牛端产品。发行人于 2016 年 1 月 20 日自樟树市凌云德馨投资管理中心（有限合伙）、何德林、凌国全处合计受让北京移动未来 100%股权。收购完成后，基于对业务和人员的集中管理需要，公司以全资子公司杭州旺店吸收合并北京移动未来，并从事其相关业务。北京移动未来作为被吸收方，在吸收合并后注销。

（2）注销所履行的程序及合法合规性

2017 年 3 月 31 日，发行人作出《北京移动未来科技有限公司股东决定——关于同意公司被吸收合并的决定》，同意北京移动未来被杭州旺店吸收合并，吸收合并的基准日为 2017 年 3 月 31 日；同意当日签署的合并协议；同意在吸收合并的法定程序履行完毕且合并成功后，北京移动未来解散。2017 年 3 月 31 日，发行人作出《杭州旺店科技有限公司股东决定——关于同意公司吸收合并的决定》，同意吸收合并北京移动未来，吸收合并的基准日为 2017 年 3 月 31 日；同意当日签署的合并协议；同意在吸收合并的法定程序履行完毕且合并成功后，杭州旺店的注册资本由 100 万元增加至 150 万元，其余组织架构不变；同意修改后的《杭州旺店科技有限公司章程》。

2017 年 4 月 25 日，北京移动未来刊登了《吸收合并公告》；2018 年 4 月 29 日，北京移动未来刊登了《吸收合并更正公告》；2018 年 6 月 14 日，北京移动未来清算组出具《清算报告》；2018 年 6 月 14 日，发行人作出《北京移动未来科技有限公司股东决定》，同意清算组出具的清算报告，全部清算完毕；同意移动未来被杭州旺店吸收合并；同意注销移动未来。

北京市朝阳区地方税务局呼家楼税务所、北京市朝阳区国家税务局第二税务所分别于 2018 年 3 月 1 日、2018 年 3 月 20 日出具《清税证明》；北京市工商局

朝阳分局于 2018 年 6 月 22 日出具《注销核准通知书》、《合并注销证明》。北京移动未来注销所履行的程序合法合规。

北京移动未来清算组于 2018 年 6 月 14 日出具《清算报告》，北京移动未来各项债权债务已清理完毕、各项税款、职工工资已经结清；杭州旺店于 2018 年 9 月 20 日向杭州市高新区（滨江）市场监管局出具《债务清偿或债务担保的说明》，北京移动未来截止 2017 年 3 月 31 日无债务，至 2018 年 9 月 20 日未新增债务。鉴于北京移动未来因吸收合并而注销，其注销前的资产、负债、人员已由杭州旺店承继，北京移动未来注销前总资产 0 元、负债 0 元、所有者权益合计 0 元，注销时不涉及资产、人员处置。

报告期内，北京移动未来注销前不存在违法违规情形，不存在因注销程序瑕疵而受到主管部门处罚的记录；北京移动未来注销后至今亦不存在任何纠纷。

3、上海顽促

（1）注销原因

上海顽促成立于 2012 年 10 月 31 日，旗下拥有“流量关联宝”（后更名为“快麦 CRM”)产品。发行人于 2016 年 1 月 14 日自江国平处受让上海顽促 100%的股权，自 2016 年 1 月 14 日至上海顽促注销前，发行人持有上海顽促 100%股权。因上海顽促未实际开展业务，CRM 相关业务由发行人子公司快云科技开展，出于业务结构优化的考量，发行人决定注销上海顽促。

（2）注销所履行的程序及合法合规性

2017 年 9 月 4 日，发行人作出《股东决定》，决定解散上海顽促并成立清算组；2017 年 9 月 5 日，上海顽促在《文汇报》刊登了注销公告；2017 年 11 月 5 日，发行人作出《股东决定》，同意解散上海顽促、同意清算组出具的《清算报告》并由清算组向公司登记机关申请注销登记。

上海市金山区国家税务局第九税务所于 2017 年 9 月 4 日出具《清税证明》；上海市金山区市场监管局于 2017 年 12 月 4 日出具《准予注销登记通知书》。上海顽促注销所履行的程序合法、合规。

上海顽促清算组于 2017 年 11 月 5 日出具《清算报告》，截至 2017 年 11 月 5 日，上海顽促的债务已经全部清偿、财产已经处置完毕；发行人承诺若有未了事宜，发行人愿意在法律规定的范围内继续承担责任。上海顽促于注销时总资产为 0 元、负债为 0 元、净资产为 0 元。上海顽促注销时不涉及资产、人员处置。

报告期内，上海顽促注销前不存在违法违规的情形，不存在因注销程序瑕疵而受到主管部门处罚的记录；上海顽促注销后至今亦不存在任何纠纷。

4、嘉兴快云

（1）注销原因

为发展嘉兴地区业务，发行人于 2016 年 11 月 9 日在浙江省嘉兴市南湖区注册成立了全资子公司嘉兴快云。后由于发行人业务规划调整，决定将其注销。

（2）注销所履行的程序及合法合规性

2017 年 9 月 30 日，发行人作出股东决定，决定解散嘉兴快云并成立清算组。

根据嘉兴市南湖区政务服务和数据资源管理局（区行政审批局）官网披露的《公司简易注销登记流程》，“公司未开业、开业后债权债务未发生或债权债务已清理完毕，且全国企业信用信息公示系统上无异常信息”可适用简易注销流程；简易注销按照如下流程办理：1）税务办理注销登记；2）登录全国企业信用信息公示系统，并上传“全体投资人承诺书”进行公告；3）公告 45 天期满后，30 天内至该局提交《企业注销登记申请书》、《全体投资人承诺书》、营业执照正副本。

嘉兴快云于 2017 年 10 月 18 日至 2017 年 12 月 2 日期间上传并公告了《全体投资人承诺书》。嘉兴市南湖区国家税务局、嘉兴市地方税务局分别于 2017 年 11 月 1 日、2017 年 11 月 17 日出具《清税证明》；嘉兴市南湖区行政审批局于 2017 年 12 月 8 日出具《准予注销登记通知书》。嘉兴快云注销所履行的程序合法、合规。

嘉兴快云于注销时的总资产为 0 元、负债为 0 元、净资产为 0 元。嘉兴快云于注销时不涉及资产处置，人员由快云科技接收。

报告期内，嘉兴快云注销前不存在违法违规的情形，不存在因注销程序瑕疵而受到主管部门处罚的记录；嘉兴快云注销后至今亦不存在任何纠纷。

（三）核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、核查了大连旺店、北京移动未来、上海顽促、嘉兴快云报告期内各期末的原始财务报表、立信出具的《原始报表差异鉴证报告》；

2、审阅了上述公司设立至注销的工商档案、注销时的股东决定、工商及税务等注销登记文件；

3、获取并审阅了主管工商部门、税务部门出具的无违规证明、涉税证明；

4、查询了国家企业信用信息公示系统、工商主管部门、税务主管部门、中国裁判文书网、中国法院网、中国执行信息公开网等公开网站。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、大连旺店、北京移动未来、上海顽促、嘉兴快云注销前不存在违法违规事项；注销过程已履行了相应的法定程序，符合相关法律法规及《公司章程》的规定。

2、大连旺店、北京移动未来、上海顽促的注销不涉及资产、人员的处置或安置，不存在任何纠纷；嘉兴快云注销时，不涉及资产处置，人员由快云科技接收，不存在任何纠纷。

问题 5

华营投资、华彩投资、华铂投资系发行人的员工持股平台。谭光华持有华营投资 46.67%出资额，担任普通合伙人，持有华彩投资 63.32%的出资份额并作为有限合伙人。

请发行人说明：（1）三家员工持股平台之间的股东是否存在交叉，是否存在非发行人员工股东，如存在，入股原因及合理性；（2）三家员工持股平台历史上代持的原因、背景，目前是否仍存在代持情形，相关代持是否彻底解除；（3）员工持股计划是否按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查，是否存在

穿透后超过 200 人的情形；（4）华营投资、华彩投资、华铂投资与谭光华是否签署一致行动协议，一致行动协议的主要内容（如有），三家员工持股平台的锁定期是否符合监管要求。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）三家员工持股平台之间的股东是否存在交叉，是否存在非发行人员工股东，如存在，入股原因及合理性

1、三家员工持股平台的股东交叉情形

发行人三家员工持股平台存在股东交叉情形，具体如下：

序号	合伙人姓名	持股平台	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	谭光华	华营投资	普通合伙人	233.33	46.67
		华彩投资	有限合伙人	316.58	63.32
		华铂投资	有限合伙人	27.98	5.60
2	陈　才	华营投资	有限合伙人	30.95	6.19
		华铂投资	普通合伙人	7.46	1.49

华营投资、华彩投资设立之初均为实施公司的员工持股计划。华营投资系公司核心经营管理层的员工持股平台，持有公司股份比例较高，为稳定谭光华的控制权，谭光华作为华营投资的普通合伙人持有华营投资的合伙份额；鉴于实施公司员工持股计划时，谭光华并未将其持有的华彩投资出资份额全部转让，其仍持有部分华彩投资出资份额；鉴于公司两名员工分别于 2019 年 5 月、2019 年 6 月自公司离职，谭光华根据《杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》之约定，自该两名离职员工处受让了离职员工持有的华铂投资合伙份额，因而造成谭光华同时持有华营投资、华彩投资及华铂投资的合伙份额。

陈才于公司设立之初即为公司骨干员工，结合其对公司的贡献及忠诚度，公司将其作为有限合伙人持有华营投资的部分份额，将其作为普通合伙人持有华铂投资的部分份额，并负责华铂投资持股平台日常管理事务，因而形成其同时持有华营投资和华铂投资的合伙份额。

综上，发行人员工持股平台中谭光华、陈才的交叉持股情形具有合理性。

2、三家员工持股平台的合伙人在发行人及其子公司处的任职情况

截至本回复出具日，三家员工持股平台的合伙人在发行人及其子公司处的任职情况具体如下：

（1）华营投资合伙人的任职情况

序号	合伙人姓名	是否与公司或其子公司签订劳动合同	职务或任职部门
1	谭光华	是	总经理、董事长
2	张秉豪	是	副总经理、董事
3	王　祎	是	副总经理、董事
4	陈　才	是	快麦硬件事业部
5	翁云鹤	是	副总经理
6	罗俊峰	是	监事
7	陈　明	是	市场部
8	董旭辉	是	监事
9	罗雪娟	是	监事
10	廖艺恒	是	超级店长事业部、快递助手事业部、千牛事业部

（2）华彩投资合伙人的任职情况

序号	合伙人姓名/名称	是否与公司或其子公司签订劳动合同	职务或任职部门
1	谭光华	是	总经理、董事长
2	华铂投资	-	-
3	彭　石	是	快麦人工智能事业部
4	王　云	是	有成事业部
5	刘　宇	是	副总经理、董事会秘书
6	周　杰	是	超级店长事业部
7	倪志兴	是	销售部
8	高晓聪	是	财务总监
9	汪佳玉	是	人力资源部
10	余宏国	是	市场部
11	章懂历	是	销售部
12	欧洲游	是	研发部
13	麦志斌	是	研发部
14	杨　森	是	快麦人工智能事业部
15	顾飞龙	是	广告事业部

序号	合伙人姓名/名称	是否与公司或其子公司签订劳动合同	职务或任职部门
16	李东东	是	快麦电商事业部
17	胡　军	是	行政部
18	章舟杰	是	快麦大商家事业部
19	梅伟峰	是	快递助手事业部
20	刘明剑	是	快麦大商家事业部
21	章　浩	是	法务部
22	顾　焱	是	快麦大商家事业部
23	何锦强	是	研发部
24	谢小平	是	研发部
25	甘森林	是	快麦大商家事业部
26	付　振	是	销售部
27	钟　亮	是	快麦大商家事业部
28	吴小龙	是	千牛事业部
29	王　震	是	快麦人工智能事业部
30	赵　静	是	销售部
31	黄　龙	是	快递助手事业部
32	杜　翔	是	快麦电商事业部
33	黄　杰	是	快麦大商家事业部
34	张延辉	是	快麦电商事业部
35	程顺超	是	快麦电商事业部
36	代富海	是	快麦硬件事业部
37	廖双文	是	财务部
38	陈　芳	是	有成事业部
39	丁秀斌	是	快麦电商事业部
40	俞国永	是	快麦电商事业部
41	张文锋	是	有成事业部
42	施　雯	是	快递助手事业部
43	徐文煜	是	超级店长事业部
44	王亚琼	是	超级店长事业部
45	陈先明	是	超级店长事业部
46	姜玲芳	是	销售部
47	许梦丹	是	财务部

（3）华铂投资合伙人的任职情况

序号	合伙人姓名	是否与公司或其子公司签订劳动合同	任职部门
1	王成远	是	快麦大商家事业部
2	吴　为	是	广告事业部
3	谭光华（注）	是	总经理、董事长
4	邹雨婷	是	快麦电商事业部
5	沈文化	是	财务部
6	杨江印	是	研发部
7	陈锡锋	是	销售部
8	徐　康	是	快麦人工智能事业部
9	胡征南	是	超级店长事业部
10	杨　晨	是	广告事业部
11	杨智文	是	快麦人工智能事业部
12	吴忠美	是	有成事业部
13	柳江敏	是	千牛事业部
14	杨金塔	是	广告事业部
15	王　洋	是	有成事业部
16	陈　才	是	快麦硬件事业部
17	瞿骏涛	是	快麦硬件事业部
18	郭振斌	是	有成事业部
19	袁梦苏	是	快麦大商家事业部
20	王亚双	是	超级店长事业部
21	陈　萍	是	千牛事业部
22	陈伟明	是	快麦大商家事业部
23	冯　平	是	有成事业部
24	杜丹晖	是	快麦大商家事业部
25	汪丽丽	是	内审部
26	陈可慰	是	快麦大商家事业部
27	程　芳	是	广告事业部
28	顾天桥	是	快递助手事业部
29	李彦颖	是	快麦电商事业部
30	陈韵子	是	快麦电商事业部
31	黎井雄	是	快麦人工智能事业部

序号	合伙人姓名	是否与公司或其子公司签订劳动合同	任职部门
32	邵园萍	是	内审部
33	范学恩	是	超级店长事业部
34	项　巧	是	人力资源部
35	杨　威	是	快麦电商事业部
36	金　睿	是	人力资源部
37	方　莹	是	快递助手事业部
38	沈海英	是	采购部
39	李先锋	是	快麦硬件事业部
40	阮俊阳	是	超级店长事业部
41	谢永兵	是	采购部
42	郑伊君	是	市场部
43	管辉俊	是	有成事业部
44	曹祥宇	是	有成事业部
45	吴琪轩	是	快麦人工智能事业部
46	殷　杰	是	快递助手事业部
47	颜　胜	是	销售部
48	文雪妮	是	销售部

注：原快麦电商事业部马瑞莲已于 2019 年 6 月 27 日离职，并将其持有的华铂投资合伙份额转让给谭光华；原快麦大商家事业部周凯已于 2019 年 5 月 28 日离职，并将其持有的华铂投资合伙份额转让给谭光华。

综上，截至本回复出具日，发行人员工持股平台中不存在非发行人及子公司员工的合伙人。

（二）三家员工持股平台历史上代持的原因、背景，目前是否仍存在代持情形，相关代持是否彻底解除

截至本回复出具日，发行人三家员工持股平台不存在代持情形，历史上存在的代持已经彻底解除，历史上代持的原因、背景、代持解除主要情况如下：

1、华营投资历史上代持的原因、背景及解除情况

2015 年 9 月，华营投资设立，凌宏认缴 147.60 万元合伙企业出资额，占华营投资合伙企业份额的 29.52%。凌宏系谭光华表弟，其所持华营投资 29.52%的合伙份额系代谭光华持有。

鉴于华营投资设立时被激励对象和激励份额均未最终确定，因此，谭光华委托凌宏代持了部分合伙份额。

2016 年 12 月，公司结合 2016 年度的经营业绩及各被激励对象的工作成绩，对被激励对象及激励份额进行了调整。华营投资全体合伙人于 2016 年 12 月 12 日签署《杭州华营投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书——关于同意凌宏退伙的决定》及《杭州华营投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》，由凌宏将其持有的全部出资份额转让给谭光华等 10 位合伙人，凌宏退出华营投资并解除其与谭光华之间的合伙份额代持关系。2016 年 12 月 27 日，华营投资就上述合伙人及其持有的合伙份额变更事宜办理了工商备案手续。

本次合伙份额转让系为实施已经确定的股权激励方案而作出，转让的合伙份额中包含部分未实缴到位的出资，故未实缴部分对价为 0 元，实缴部分为平价转让。凌宏已经收到了全部的合伙份额转让价款，并将其收到的全部价款支付给了谭光华。本次合伙份额转让事项已经实施完毕并办理了工商备案手续，本次合伙份额转让完成后，凌宏解除了其与谭光华之间的合伙份额代持关系并不再持有或委托他人持有华营投资合伙份额。本次合伙份额转让及凌宏与谭光华之间的合伙份额代持关系、代持解除事项不存在争议或潜在纠纷。

2、华彩投资历史上代持的原因、背景及解除情况

2015 年 9 月，华彩投资设立，洪治国认缴华彩投资 5 万元的合伙企业出资额，占华彩投资合伙企业份额总额的 1%；洪敏敏认缴华彩投资 495 万元的合伙企业出资额，占华彩投资合伙企业份额总额的 99%。洪治国系谭光华舅舅、洪敏敏系谭光华表弟，洪治国、洪敏敏所持华彩投资合计 100%的合伙企业份额均系代谭光华持有。

鉴于华彩投资设立时被激励对象和激励份额均未最终确定，各合伙人亦未实缴出资。因此，谭光华委托洪治国、洪敏敏代持合伙份额。

2017 年 12 月，华彩投资确定第一批被激励对象及激励份额。2017 年 12 月 20 日，华彩投资合伙人洪治国、洪敏敏签署了《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意胡军成为华彩投资的普通合伙人，同意王云、刘宇、周杰、倪志兴、高晓聪、汪佳玉、余宏国成为华彩投资的

有限合伙人，同意洪治国退伙。洪治国退伙后，解除其与谭光华之间的合伙份额代持关系。同日，华彩投资的全体合伙人签署了反映上述合伙企业份额调整的《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2017 年 12 月 28 日，华彩投资就上述合伙人及其持有的合伙份额变更事宜办理了工商备案手续。

本次合伙份额调整系为实施已经确定的股权激励方案而作出，且洪敏敏和洪治国本次转让的合伙份额均未实缴到位，故为 0 对价转让；华彩投资的利润，由各合伙人按其认缴出资额按比例进行分配。本次合伙人及合伙份额变更事宜已经实施完毕并办理了工商备案手续，本次合伙份额调整完成后，洪治国解除了其与谭光华之间的合伙份额代持关系并不再持有或委托他人持有华彩投资合伙份额、洪敏敏仍代谭光华持有华彩投资 442.45 万元出资份额。本次合伙份额调整及洪治国与谭光华之间的合伙份额代持关系、代持解除事项不存在争议或潜在纠纷。

2018 年 12 月，华彩投资确定第二批被激励对象及激励份额，本次被激励对象共 89 人，其中通过华铂投资间接持有华彩投资出资份额的为 50 人，直接持有华彩投资出资份额的为 39 人。2018 年 12 月 24 日，华彩投资合伙人洪敏敏、胡军等 9 人签署了《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意谭光华、华铂投资、彭石等 41 人成为华彩投资的有限合伙人，同意洪敏敏退伙。洪敏敏退伙后，解除其与谭光华之间的合伙份额代持关系。同日，华彩投资的全体合伙人签署了反映上述合伙企业份额调整的《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2018 年 12 月 26 日，华彩投资就上述合伙人及其持有的合伙份额变更事宜办理了工商备案手续。

本次合伙份额调整系为实施已经确定的股权激励方案而作出，且洪敏敏本次转让的合伙份额均未实缴到位，故为 0 对价转让；华彩投资的利润，由各合伙人按其认缴出资额按比例进行分配。本次合伙人及合伙份额变更事宜已经实施完毕并办理了工商备案手续，本次合伙份额调整完成后，洪敏敏解除了其与谭光华的合伙份额代持关系并不再持有或委托他人持有华彩投资合伙份额。本次合伙份额调整及洪敏敏与谭光华之间的合伙份额代持关系、代持解除事项不存在争议或潜在纠纷。

3、华铂投资历史上代持的原因、背景及解除情况

2016 年 11 月，华铂投资设立，洪治国认缴华铂投资 5 万元的合伙企业出资额，占华铂投资合伙企业份额总额的 1%；洪敏敏认缴华铂投资 495 万元的合伙企业出资额，占华铂投资合伙企业份额总额的 99%。洪治国、洪敏敏所持华铂投资合计 100%的合伙企业份额均系代谭光华持有。

鉴于华铂投资设立时被激励对象和激励份额均未最终确定，各合伙人亦未实缴出资，因此，谭光华委托洪治国、洪敏敏代持合伙份额。

2018 年 12 月初，华铂投资初次确定部分激励对象。2018 年 12 月 18 日，华铂投资合伙人洪治国、洪敏敏签署了《杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意陈才成为华铂投资的普通合伙人，陈才出资额 5 万元，洪治国原出资额由 5 万元减少至 0 万元，并同意洪治国退伙。洪治国退伙后，解除其与谭光华之间的合伙份额代持关系。同日，华铂投资的全体合伙人签署了反映上述合伙企业份额调整的《杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2018 年 12 月 20 日，华铂投资就上述合伙人变更办理了工商备案手续。

本次合伙份额转让作出时，陈才已经确定为被激励对象，但其激励份额及其他被激励对象和激励份额暂未确定，因此仅洪治国先行将其持有的合伙份额转让给陈才；鉴于洪治国持有的合伙份额并未实缴，故为 0 对价转让。本次合伙份额调整完成后，洪治国解除了其与谭光华之间的合伙份额代持关系并不再持有或委托他人持有华铂投资合伙份额。本次合伙份额调整及洪治国与谭光华之间的合伙份额代持关系、代持解除事项不存在争议或潜在纠纷。

2018 年 12 月底，华铂投资确定剩余激励对象。2018 年 12 月 24 日，华铂投资合伙人洪敏敏、陈才签署了《杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意王成远、吴为等 49 人成为华铂投资的有限合伙人，同意洪敏敏退伙。洪敏敏退伙后，解除其与谭光华之间的合伙份额代持关系。同日，华铂投资的全体合伙人签署了反映上述合伙企业份额调整的《杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》。2018 年 12 月 25 日，华铂投资就上述合伙人及其持有的合伙份额变更办理了工商备案手续。

本次合伙份额调整系为实施已经确定的股权激励方案而作出，且洪敏敏本次

转让的合伙份额均未实缴到位，故为 0 对价转让；华铂投资的利润，由各合伙人按其认缴出资额按比例进行分配。本次合伙份额转让事项已经实施完毕并办理了工商备案手续，本次合伙份额转让完成后，洪敏敏解除了其与谭光华之间的合伙份额代持关系并不再持有或委托他人持有华铂投资合伙份额。本次合伙份额转让及洪敏敏与谭光华之间的合伙企业份额代持关系、代持解除事项不存在争议或潜在纠纷。

（三）员工持股计划是否按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查，是否存在穿透后超过 200 人的情形

1、员工持股计划是否按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查

发行人已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十六、已制定或实施的股权激励及相关安排”部分及“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺”之“（一）股东关于所持股份流通限制、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向的承诺”之“3、持有发行人 5%以上股份的股东华营投资承诺”及“4、发行人持股 5%以下股东云锋新呈、阿里创投、华彩投资、南海成长、兴龙杰投资、深圳赛富、浙江恒峰、多牛沄沣、蓝江飞龙、林天翼承诺”部分按照《问答》第十一条的要求披露员工持股计划的人员构成、是否遵循“闭环原则”、是否履行登记备案程序、股份锁定期等内容。

保荐机构及发行人律师已根据《问答》第十一条的要求进行充分核查，具体如下：

（1）发行人的员工持股计划未遵循“闭环原则”，发行人在计算股东人数时穿透计算持股计划的权益持有人人数，并不存在穿透后超过 200 人的情形。

截至本回复出具日，发行人的直接股东为 15 名，其中自然人股东 2 名，非自然人股东 13 名。该 13 名非自然人股东中的南海成长、蓝江飞龙、云锋新呈、多牛沄沣、深圳赛富已办理私募基金备案，各视为 1 名，合计 5 名；其余 8 名非自然人股东穿透计算后的股东人数为 114 名，扣除已直接持股的股东谭光华和在持股平台中重复持股的员工，光云投资穿透计算后为 1 名、华营投资穿透计算后为 9 名、华彩投资穿透计算后为 91 名，祺御投资穿透计算后为 2 名、兴龙杰投资穿透计算后为 1 名、置展投资穿透计算后为 4 名、阿里创投穿透计算后为 2 名、

浙江恒峰穿透计算后为 2 名。

综上，发行人穿透计算后的股东人数总计 119 名，未超过 200 名。

（2）员工持股平台的具体构成

截至本回复出具日，持股平台的合伙人均为发行人及其子公司的董事、监事、高级管理人员、核心人员及业务骨干，其具体的人员构成如下：

序号	激励对象	人数
1	董事及高级管理人员	6
2	监事	3
3	核心人员及业务骨干	92
合计		**101**

（3）员工持股平台的减持承诺

华营投资已出具承诺：“华营投资自光云科技股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接和间接持有的光云科技首次公开发行股票前已发行的股份(包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等)，也不得提议由光云科技回购该部分股份。”

华彩投资已出具承诺：“华彩投资自光云科技股票上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接或者间接持有的光云科技首次公开发行股票前已发行的股份(包括由该部分派生的股份，如送红股、资本公积金转增等)，也不由光云科技回购本企业直接或者间接持有的上述股份。”

（4）规范运行情况

华营投资、华彩投资及华铂投资是以员工持股平台为目的设立的有限合伙企业，不存在以非公开方式向投资者募集资金设立的情形，也不存在由基金管理人进行管理、基金托管人进行托管的情形，因此，华营投资、华彩投资及华铂投资无须按照《私募投资基金监督管理暂行办法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案管理办法（试行）》等相关法律法规规定履行登记备案程序。

报告期内，发行人员工持股平台不存在因违反工商、税务而被相关主管部门处罚的记录。截至本回复出具日，发行人员工持股平台并不存在任何尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件，亦未涉及任何刑事诉讼。

持股平台自设立至今合法存续，规范运行，历次合伙人及其持有的合伙份额变动均按照相关法律、法规的规定办理工商备案手续（详见招股说明书“第五节发行人基本情况”之“十六、已制定或实施的股权激励及相关安排”），不存在违反法律、法规及规范性文件而遭受重大行政处罚和其他违反合伙协议的情况。

综上，保荐机构及发行人律师已对员工持股计划是否遵循“闭环原则”、具体人员构成、员工减持承诺情况、规范运行情况及备案情况进行了充分核查并发表明确核查意见，符合《审核问答》第十一条的要求。

2、是否存在穿透后超过 200 人的情形

如本回复“问题 5”之“（三）员工持股计划是否按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查，是否存在穿透后超过 200 人的情形”之“1、员工持股计划是否按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查”部分所述，发行人不存在穿透后超过 200 人的情形。

（四）华营投资、华彩投资、华铂投资与谭光华是否签署一致行动协议，一致行动协议的主要内容（如有），三家员工持股平台的锁定期是否符合监管要求

截至本回复出具日，华营投资、华彩投资、华铂投资与谭光华未签署一致行动协议。

根据《公司法》第 141 条规定，公司公开发行股份前已发行的股份，自公司股票在证券交易所上市交易之日起一年内不得转让。根据《上市规则》第 2.4.4 条规定，上市公司控股股东、实际控制人减持本公司首发前股份的，……自公司股票上市之日起 36 个月内，不得转让或者委托他人管理其直接和间接持有的首发前股份，也不得提议由上市公司回购该部分股份。

发行人三家持股平台中，直接持有发行人股份的为华营投资和华彩投资，且均已作出锁定期的承诺。其中，华营投资的普通合伙人为谭光华，为谭光华控制，其已经按照《上市规则》的规定，参照实际控制人的减持承诺要求，承诺自光云科技股票上市之日起 36 个月内，不转让或者委托他人管理本企业直接和间接持有的光云科技首次公开发行股票前已发行的股份，也不得提议由光云科技回购该部分股份，符合监管要求。

华彩投资的普通合伙人为公司员工胡军，根据《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）合伙协议》的约定，胡军作为普通合伙人能够对华彩投资进行实际控制。谭光华对其通过华彩投资间接持有的发行人股份作出了符合《上市规则》的锁定承诺。胡军与谭光华之间不存在委托持股、签署一致行动协议或其他关联关系。因此，华彩投资非为实际控制人所控制，亦非实际控制人之一致行动人，无需参照实际控制人的要求进行锁定，其目前的锁定承诺亦符合监管要求。

华铂投资为华彩投资有限合伙人，并未直接持有发行人股份，其间接所持有的发行人股份已经通过华彩投资进行锁定，无需另行出具锁定承诺，符合监管要求。

综上所述，发行人三家员工持股平台的锁定期符合监管要求。

（五）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取并审阅了三家员工持股平台的工商登记材料、合伙协议、相关合伙人会议决议；

2、获取了发行人员工花名册以及三家持股平台合伙人与发行人签署的劳动合同，并访谈了发行人实际控制人谭光华及员工持股平台的相关合伙人；

3、获取三家持股平台工商、税务主管部门出具的合规证明，并查询国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网、信用中国等公开查询系统，核查报告期内发行人员工持股平台规范运营情况；

4、取得了华营投资、华彩投资出具的关于股份锁定期的承诺；

5、取得了谭光华、胡军就其不存在委托持股、签署一致行动协议或其他关联关系出具的《确认函》；

6、就员工持股平台历史上的代持及其解除事项，访谈了谭光华、洪敏敏、洪治国及凌宏，确认历史上的代持均已彻底解除，代持及代持的解除不存在争议或潜在纠纷。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人员工持股平台中谭光华、陈才的交叉持股情形的形成及原因具有

合理性；除此之外，发行人员工持股平台不存在其他交叉持股情形。截至本回复出具日，发行人员工持股平台中不存在非发行人及子公司员工的合伙人。

2、截至本回复出具日，发行人员工持股平台不存在代持情形，历史上存在的代持已经彻底解除。

3、发行人的员工持股计划已按照《问答》第十一条的要求进行信息披露和核查，发行人股东穿透核查后不存在超过 200 人的情形。

4、华营投资、华彩投资、华铂投资与谭光华未签署一致行动协议。三家员工持股平台的锁定期符合监管要求。

问题 6

招股说明书披露，发行人董事长兼总经理谭光华、董事张秉豪、张兴等人曾就职于阿里巴巴等单位，部分高管、核心技术人员曾就职于微软、百度、盛大网络、思科、科大讯飞等单位。最近两年，发行人董事、高管存在一定变动，其中财务总监也发生了变化。

请发行人说明：（1）董事、高级管理人员是否存在违反竞业禁止协议的情形，与原任职单位是否存在纠纷或潜在纠纷；（2）核心技术人员的认定依据，知识产权是否涉及研发人员在原单位的职务成果，研发人员是否违反竞业禁止的有关规定，是否存在违反保密协议的情形；报告期内研发人员的变动情况、研发人员的教育背景、学历构成、研发经历、薪酬水平以及与同行业上市公司的对比情况；（3）财务总监离职的具体原因，是否存在应披露未披露事项；董事、高管人员卸任或离职对发行人生产经营的影响，是否属于重大不利变化。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）董事、高级管理人员是否存在违反竞业禁止协议的情形，与原任职单位是否存在纠纷或潜在纠纷

《中华人民共和国劳动合同法》第二十四条规定：“竞业限制的人员限于用人单位的高级管理人员、高级技术人员和其他负有保密义务的人员。竞业限制的范围、地域、期限由用人单位与劳动者约定，竞业限制的约定不得违反法律、法

规的规定。在解除或者终止劳动合同后，前款规定的人员到与本单位生产或者经营同类产品、从事同类业务的有竞争关系的其他用人单位，或者自己开业生产或者经营同类产品、从事同类业务的竞业限制期限，不得超过二年。”

发行人现任董事（不含独立董事）、高级管理人员的竞业禁止情况如下：

序号	姓名	职务	是否存在竞业禁止	是否违反竞业禁止义务
1	谭光华	董事长、总经理	2009 年 7 月自阿里巴巴（中国）网络技术有限公司离职，2009 年 7 月创立光云软件，2013 年 8 月创立光云有限并工作至今，不存在竞业禁止	否
2	张秉豪	董事、副总经理	2013 年 3 月自盛大计算机（上海）有限公司离职，2013 年 4 月至 2014 年 7 月就职于光云软件，自 2014 年 8 月入职光云有限并工作至今，不存在竞业禁止	否
3	王　祎	董事、副总经理	2009 年 9 月至 2014 年 4 月就职于光云软件，2014 年 4 月入职光云有限并工作至今，不存在竞业禁止	否
4	姜　兴	董事	外部董事，未与发行人建立劳动关系	——
5	东　明	董事	外部董事，未与发行人建立劳动关系	——
6	曹宇琛	董事	外部董事，未与发行人建立劳动关系	——
7	翁云鹤	副总经理	2012 年 1 月自微软（中国）有限公司离职，2013 年 3 月自上海盛大网络发展有限公司离职，2013 年 8 月入职快云科技，不存在竞业禁止	否
8	刘　宇	副总经理、董事会秘书	2015 年 12 月自浙江大立科技股份有限公司离职，2016 年 1 月入职光云有限并工作至今，不存在竞业禁止	否
9	高晓聪	财务总监	2015 年 12 月自天健会计师事务所（特殊普通合伙）离职，2015 年 12 月入职光云有限并工作至今，不存在竞业禁止	否
10	赵　剑（注）	副总经理	2018 年 11 月自昆药集团股份有限公司离职，2019 年 2 月自华立科技股份有限公司离职，2019 年 2 月入职光云科技并工作至今，于 2019 年 6 月聘任为副总经理，不存在竞业禁止	否

注：2019 年 6 月 17 日，发行人召开第二届董事会第二次会议，决议聘任赵剑为副总经理。

发行人现任董事（不含独立董事）、高级管理人员已出具《确认暨承诺函（董事/高级管理人员）》，发行人副总经理、董事会秘书刘宇、副总经理赵剑、张秉豪已提供原任职单位出具的《解除劳动合同证明书》，发行人的董事（不含独立董事）、高级管理人员与其首次于发行人任职前两年内任职过的单位不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）核心技术人员的认定依据，知识产权是否涉及研发人员在原单位的职务成果，研发人员是否违反竞业禁止的有关规定，是否存在违反保密协议的情形；报告期内研发人员的变动情况、研发人员的教育背景、学历构成、研发经历、薪酬水平以及与同行业上市公司的对比情况

1、核心技术人员的认定依据

截至本回复出具日，发行人认定的核心技术人员为王祎、罗俊峰、顾飞龙、彭石、顾焱、周杰、王震，共计 7 人，认定依据如下：

王祎，2014 年 4 月入职公司，为公司产品和技术专家、董事兼副总经理，其在分布式动态扩容技术、大规模后台任务并行执行框架、全链路性能追踪技术、网站架构、实时处理、大数据分析等技术领域有多年研发经验。作为核心技术人员，参与了超级店长、超级快车、旺店系列、快递助手、快麦 ERP 等公司主要电商 SaaS 产品的研发和迭代升级工作。

罗俊峰，2013 年 9 月入职公司，为公司后端技术专家，在互联网电商领域有多年研发和架构经验。作为核心技术人员，参与了公司超级店长、快麦 ERP、快麦 CRM 等项目的研发和设计工作。在设计高并发、高负载、高可用性的分布式电商管理系统、电商 SaaS 应用弹性架构、分布式日志追踪系统等领域有丰富经验。

顾飞龙，2013 年 9 月入职公司，为公司大数据技术专家、广告事业部资深经理，在数据仓库搭建，大数据处理，离线大数据分析等技术领域有近 10 年的开发经验。作为核心技术人员，参与了公司数据报表及决策系统、大数据计算平台、直通车广告投放系统、CRM 会员营销等项目的研发工作。在海量日志收集、批量数据处理、淘宝直通车广告竞价算法、人群画像分析、数据检索等领域有长期的实践和丰富的产出。

顾焱，2013 年 9 月入职公司，为公司产品和技术专家，目前负责快麦大商家事业部产品，在网站架构、实时处理、信息搜索、大数据分析、分布式计算平台等技术领域有 10 多年研发经验。作为核心技术人员，参与了公司快麦 ERP、快麦 CRM、超级店长、超级快车等电商 SaaS 产品的研发工作。

周杰，2014 年 4 月入职公司，为公司 Web 泛前端领域专家、超级店长事业

部资深经理，其本人拥有 10 多年的研发经验和团队管理经验。作为核心技术人员，参与了公司产品发布流程规范的制定，制定了公司的前端开发/发布标准规范，以及开发出了基于 SPA 技术的前端技术框架 Raycloud、其下一代 MVC 的升级框架 Tatami、配合框架的测试解决方案和工具，以及线上监控方案和工具等。这些框架/技术/工具/标准帮助公司加快了开发流程，确保了 Web 产品的可靠性、稳定性、高效性，对当前以及未来可见范围的主流技术解决方案具有良好的兼容性和延展性，减少了未来升级的技术成本。

彭石，2017 年 12 月入职公司，为公司高级算法专家，在图像处理、深度学习、自然语言处理领域拥有七年以上工作经验。2012 年加入百度在线网络技术（北京）有限公司，任职于互联网数据研发部，工作内容包括全网的网页资源的发现、抓取、分类打标和更新入库策略，2013 年参与时效性新闻类网页资源的调度策略，2016 年初转入深度学习实验室，工作内容包括图像检索策略、图像模型训练以及百亿级图像的快速聚类系统。2017 年底加入光云科技，作为核心技术人员，参与公司电商领域的人工智能详情页生成技术、电商领域的图像前景提取技术、电商领域短视频处理技术、电商领域自然语言处理技术等项目的研发，并负责快麦设计的算法架构设计与核心技术开发。

王震，2018 年 4 月入职公司，在自然语言处理、图像处理、数据挖掘领域拥有六年以上研发经验。2013 年入职百度在线网络技术（北京）有限公司，任职于互联网数据研发部，工作内容包括网页数据抓取调度，外部数据资源引入，无线资源收录，网页内容分析挖掘等项目的算法策略研发工作。2016 年入职科大讯飞股份有限公司，任职于讯飞研究院，参与上海刑事案件智能辅助办案系统、智能客服问答交互引擎等项目的核心算法研发工作。2018 年加入光云科技，作为核心技术人员，参与公司电商领域自然语言处理技术、电商领域的人工智能详情页生成技术、快麦设计等项目研发，负责核心算法设计与研发。

综上，上述 7 名核心技术人员中，王祎、罗俊峰、顾飞龙、顾焱、周杰 5 名员工在公司长期任职，彭石、王震 2 名员工系公司引进的高端研发人才，该等人员均在公司产品及核心技术的研发工作中发挥了重要的带领作用。发行人综合考虑相关人员的工作职责、绩效表现、在核心技术开发中所承担的角色及贡献程度等因素，将上述 7 人认定为核心技术人员，符合公司的实际情况。

2、知识产权是否涉及研发人员在原单位的职务成果，研发人员是否违反竞业禁止的有关规定，是否存在违反保密协议的情形

发行人研发人员已出具《确认暨承诺函（核心技术人员/研发人员）》，发行人及其子公司拥有的原始取得的知识产权均为研发人员为执行发行人的任务或者主要利用发行人的物质技术条件形成，该等知识产权不涉及研发人员在原单位的职务成果，研发人员不存在违反竞业禁止、保密协议约定的情形。

3、报告期内研发人员的变动情况、研发人员的教育背景、学历构成、研发经历、薪酬水平以及与同行业上市公司的对比情况

（1）报告期内研发人员的变动情况

报告期内各期末，发行人研发人员人数情况如下：

岗位	2019.6.30		2018.12.31		2017.12.31		2016.12.31	
	人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
研发人员数量（人）	276	32.28%	315	39.67%	248	40.19%	227	41.72%

（2）研发人员的教育背景、学历构成、研发经历、薪酬水平以及与同行业上市公司的对比情况

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人研发人员教育背景情况如下：

专业	人数	比例
硕士及以上	16	5.80%
本科	217	78.62%
专科及以下	43	15.58%
合计	**276**	**100.00%**

报告期内各期末，发行人研发人员学历构成情况如下：

员工学历构成	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
硕士及以上	16	22	11	11
本科	217	244	190	163
专科及以下	43	49	47	53
合计	**276**	**315**	**248**	**227**

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人研发人员从事研发工作年限情况如下：

期限	人数	比例
6 年以上	11	3.99%
3-6 年	74	26.81%
3 年以下	191	69.20%
合计	**276**	**100%**

报告期内，研发人员的平均年薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
研发人员平均薪酬	24.76	23.50	21.15	18.77

注：上述薪酬包含社保、公积金。

报告期内，发行人研发人员的人均年度薪酬与同行业上市公司对比情况如下：

单位：万元

证券代码	同行业上市公司	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
835254	厦门欢乐逛科技股份有限公司	——	——	16.31	18.90
836858	上海爱用科技股份有限公司	14.00	13.38	12.20	10.08
838227	杭州美登科技股份有限公司	29.05	28.78	28.18	21.59
002301	深圳齐心集团股份有限公司	——	9.31	8.70	7.46
发行人员工平均年薪		**18.19**	**18.73**	**16.87**	**14.93**
发行人研发平均年薪		**24.76**	**23.50**	**21.15**	**18.77**

注 1：因可比公司未披露研发人员薪酬水平，故此处用可比公司人均薪酬来比较。可比公司人均薪酬按其定期报告披露的当期员工短期薪酬发生数除以当期期初期末员工平均人数进行模拟计算。为保持口径可比，对于发行人员工平均年薪采用同样口径进行模拟。

注 2：发行人研发人员平均年薪以报告期各期计入研发费用的工资薪金作为统计口径，计算公式为：研发人员平均年薪=(月工资汇总数+月社保公积金汇总数+年终奖)/(月研发人员数汇总数/12)。

注 3：厦门欢乐逛科技股份有限公司 2018 年 10 月 24 日摘牌，2018 年报数据未披露，无法做对比。

（三）财务总监离职的具体原因，是否存在应披露未披露事项；董事、高管人员卸任或离职对发行人生产经营的影响，是否属于重大不利变化

1、财务总监离职的具体原因，是否存在应披露未披露事项

田增达因其个人职业发展原因自发行人处离职，不存在应披露未披露事项，

与发行人之间亦不存在纠纷或潜在纠纷。

2、董事、高管人员卸任或离职对发行人生产经营的影响，是否属于重大不利变化

报告期内，除田增达外，自发行人处卸任或离职的董事、高级管理人员还包括潘水苗、严超。潘水苗系云锋新呈委派至发行人的外部董事，因其自 2019 年 4 月 17 日起担任圆通速递股份有限公司（上海证券交易所上市公司，股票代码为 600233）总裁一职，于 2019 年 5 月 5 日发行人换届选举时，云锋新呈另行提名了外部董事曹宇琛，潘水苗的卸任并未对发行人生产经营产生影响；因职务调整，严超于 2017 年 5 月 30 日辞去发行人副总经理一职，于 2018 年 8 月 8 日与发行人解除劳动关系，严超的离职及卸任并未对发行人生产经营产生重大影响；田增达于 2017 年 7 月 31 日辞任发行人财务总监职务，于其离职当日发行人召开第一届董事会第九次会议聘请高晓聪担任财务总监，高晓聪原系发行人财务经理，对公司财务状况熟悉，具有丰富的财务管理经验，因此，田增达的离职未对发行人生产经营产生重大不利影响。

综上，报告期内，发行人董事、高管人员卸任或离职并未对发行人生产经营产生重大影响，不属于重大不利变化。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取并审阅了发行人现任董事、高级管理人员提供的《实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员调查表》、《确认暨承诺函（董事/高级管理人员）》及公司副总经理、董事会秘书刘宇、副总经理赵剑、张秉豪提供的原任职单位出具的《解除劳动合同证明书》；

2、查询了中国裁判文书网、中国执行信息公开网等公开查询系统，核查发行人的董事（不含独立董事）、高级管理人员于其首次于发行人任职前两年内任职过的单位是否存在纠纷或潜在纠纷；

3、取得了发行人关于核心技术人员认定依据的书面说明、发行人提供的报告期内各期末发行人的研发人员名单；

4、取得了发行人持有的商标、专利、计算机软件著作权、域名等知识产权权属证书，并对随机抽取的 30 名研发人员进行访谈，取得全体研发人员出具的

《确认暨承诺函（核心技术人员/研发人员）》；

5、获取并审阅了发行人与田增达、严超签署的《解除劳动合同协议书》，并对田增达进行了访谈，取得其出具的《确认暨承诺函》。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、截至本回复出具日，发行人的董事（独立董事除外）、高级管理人员不存在违反竞业禁止协议的情形，与其首次于发行人任职前两年内任职过的单位不存在纠纷。

2、发行人及其子公司拥有的知识产权均未涉及研发人员在原单位的职务成果，研发人员不存在违反竞业禁止有关规定及保密协议约定的情形。

3、原财务总监田增达离职系因其个人职业发展原因，不存在应披露未披露事项；报告期内，发行人董事、高管人员卸任或离职并未对发行人生产经营产生重大影响，不属于重大不利变化。

二、关于发行人核心技术

问题 7

招股说明书披露，公司自成立以来，通过改良开源软件和自主研发相结合，形成了亿级订单实时处理架构技术、电商领域分词技术及淘宝直通车广告竞价投放技术等核心技术。截至招股说明书签署日，发行人及其子公司合计拥有 57 项计算机软件著作权、1 项专利、41 项域名。

请发行人说明：（1）上述核心技术的开发过程，是否存在对开源软件的依赖，是否存在法律风险，上述核心技术在发行人生产经营中的作用、对发行人业绩的贡献程度，在核心技术或产品、服务中的运用情况；（2）核心技术的市场前景以及是否存在较高替代性，与同行业竞争对手的对比情况；结合发行人产品竞争格局和发行人行业地位分析竞争对手的披露是否全面、是否具有可比性；（3）主要知识产权的形成过程，知识产权的归属是否存在纠纷或潜在纠纷；（4）发行人拥有的上述知识产权截至目前的法律状态，是否存在相关诉讼或仲裁、担保或其他权利限制，是否存在到期注销、终止等异常情况。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

请保荐机构结合《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》第五条、《问

答》第十条的相关要求，全面核查发行人是否符合科创板定位，说明核查的程序、方法、依据，并发表明确核查意见。

回复：

（一）上述核心技术的开发过程，是否存在对开源软件的依赖，是否存在法律风险，上述核心技术在发行人生产经营中的作用、对发行人业绩的贡献程度，在核心技术或产品、服务中的运用情况

应用软件的开发过程不可避免的需要利用到第三方开源软件，发行人目前的核心技术广泛使用了如下开源软件：Spring（一种开源流行的企业级 Java 应用程序开发框架）、Dubbo（一款高性能、轻量级的开源 Java 远程调用框架）、LevelDB（一种开源高性能非关系型数据库存储系统）、Nginx（一种被广泛使用的网页服务器）、TensorFlow（一种开源流行的深度神经网络训练框架，适用于各种图像处理和自然语言处理任务）等，上述开源软件在发行人的电商 SaaS 产品中具体应用情况如下：

序号	核心技术名称	对应的产品名称	涉及的开源软件
1	亿级订单实时处理架构技术	超级店长软件、快递助手软件、快麦 ERP 软件、旺店系列软件	Spring、Dubbo、Nginx、LevelDB
2	电商领域分词技术	超级店长软件、超级快车软件、旺店系列软件	Spring、Dubbo、Nginx
3	淘宝直通车广告竞价投放技术	超级快车软件	Spring、Dubbo、Nginx
4	电商领域的人工智能详情页生成技术	快麦设计软件	TensorFlow 、 Spring 、Dubbo、Nginx
5	电商领域的图像前景提取技术	超级店长软件、快麦设计软件	TensorFlow 、 Spring 、Dubbo、Nginx
6	电商 SaaS 应用弹性架构技术	超级店长软件、快递助手软件、快麦 ERP 软件、旺店系列软件	Spring、Dubbo、Nginx、LevelDB

由于应用软件开发的技术特点导致发行人的 SaaS 产品对上述开源软件有一定的依赖，但上述开源软件应用广泛、协议公开，且技术路线并不存在唯一不可替代性，因此发行人 SaaS 产品对于开源软件的技术依赖并不会对发行人的生产经营产生实质性不利影响。发行人利用开源软件的技术描述及技术路线可替代产品具体如下：

开源软件	可替代开源软件	可替代开源软件描述	现有开源软件授权协议
Spring	Google Guice	谷歌公司开源的轻量级依赖注入框架	Apache 许可证协议 2.0

Dubbo	Thrift	一个远程过程调用（RPC）框架，是由 Facebook 为“大规模跨语言服务开发”而开发的	Apache 许可证协议 2.0
Nginx	Apache	在业内被广泛使用，是最流行的 Web 服务器软件之一	BSD 协议
LevelDB	RocksDB	一个用于键值数据的高性能嵌入式数据库，它是由 Facebook 优化的 LevelDB 的一个分支	BSD 协议
TensorFlow	MXNet	一个开源深度学习软件框架，用于训练及部署深度神经网络	Apache 许可证协议 2.0

发行人目前 SaaS 产品涉及的开源软件主要使用 BSD 协议与 Apache 许可证协议 2.0，上述协议均允许个人、企业或组织免费使用，截至本回复出具日，发行人及其子公司不存在因使用上述开源软件而发生的相应著作权侵权诉讼、仲裁等法律争议，发行人及其子公司在符合 BSD 协议和 Apache 许可证协议 2.0 规定下使用上述开源软件不存在法律风险。

1、核心技术应用于发行人的主要电商 SaaS 产品

结合发行人主营业务分析，目前主要的电商 SaaS 产品超级店长、快递助手、超级快车、旺店系列等 SaaS 产品均涉及的核心技术有亿级订单实时处理架构技术、电商领域分词技术、淘宝直通车广告竞价投放技术、电商领域的图像前景提取技术、电商 SaaS 应用弹性架构技术，以上 SaaS 产品广泛运用于电商商家订单管理、商品管理、营销推广等环节，是发行人报告期内盈利的主要来源，应用核心技术的电商 SaaS 产品在报告期内实现的营业收入及毛利占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
核心技术产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
营业收入	22,299.40	46,549.38	35,836.58	26,224.99
营业收入比例	**68.41%**	**61.81%**	**48.95%**	**55.47%**
核心技术产品毛利	11,099.08	20,860.49	12,557.70	10,657.70
公司毛利	14,167.87	27,981.13	20,371.39	14,716.30
毛利占比	**78.34%**	**74.55%**	**61.64%**	**72.42%**

2、核心技术为发行人未来的产品研发方向提供技术支撑

发行人针对大中型商家的运营需求，拟在未来持续拓展快麦 ERP、快麦设计等 SaaS 产品。上述产品仍以亿级订单实时处理架构技术、电商领域的人工智能详情页生成技术、电商领域的图像前景提取技术及电商 SaaS 应用弹性架构技术

为核心技术架构，核心技术为发行人的未来发展规划奠定了技术基础，是发行人持续发展的技术支撑。

（二）核心技术的市场前景以及是否存在较高替代性，与同行业竞争对手的对比情况；结合发行人产品竞争格局和发行人行业地位分析竞争对手的披露是否全面、是否具有可比性

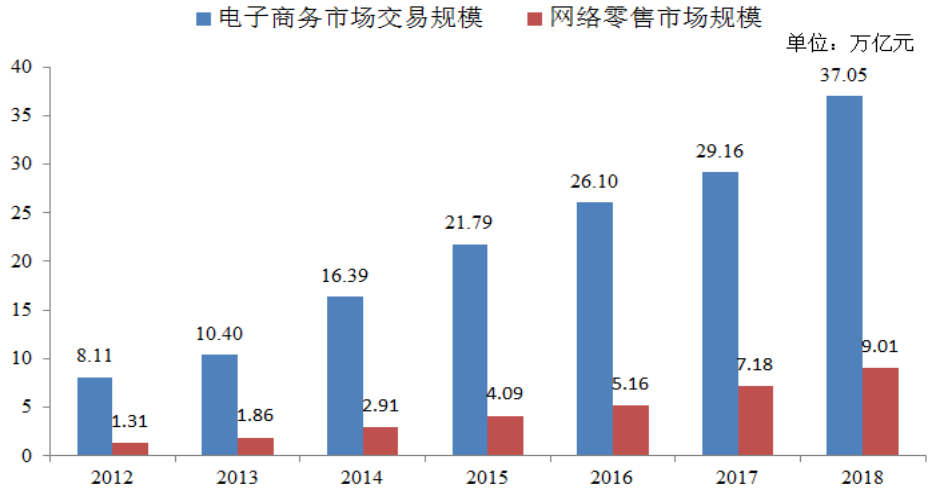
1、发行人核心技术产品的市场前景

发行人的核心技术主要应用于电商 SaaS 产品，电商 SaaS 产品的市场前景主要从电子商务市场的总体发展情况及整体 SaaS 行业的发展两个维度展开：

（1）我国电子商务市场及网络零售市场稳定增长

近年来，随着我国互联网基础设施的不断完善，网络购物用户数量持续增长，我国电子商务市场交易规模呈现高速增长的态势。根据国家统计局电子商务交易平台的统计，2017 年中国电子商务市场交易规模达到 29.16 万亿元，同比增长 11.7%，2012 年至 2017 年年均复合增长率达到 29.17%；2018 年网络零售市场交易规模为 9.01 万亿元，同比增长 25.49%，2012 年至 2018 年年均增速为 37.90%。

图：2012-2018 年网络零售交易规模和中国电子商务市场

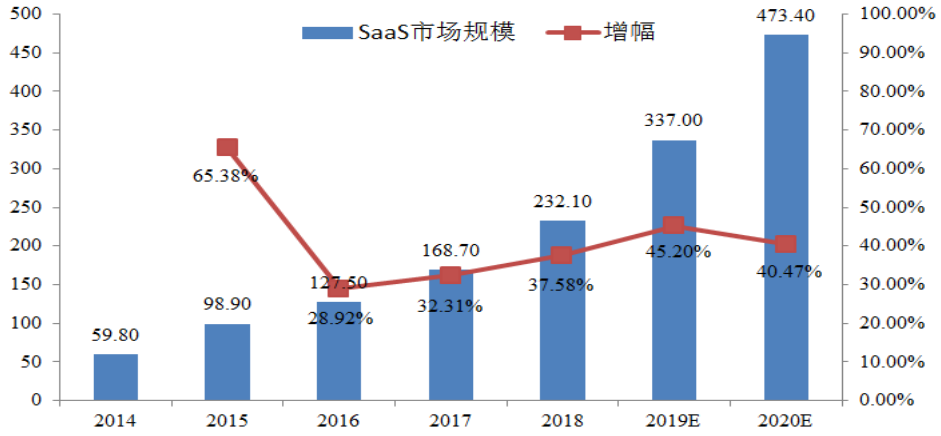


数据来源：国家统计局

备注：鉴于国家统计局未公布 2018 年电子商务市场交易规模，2018 年电子商务市场交易规模系预测数

（2）SaaS 行业市场空间广阔

随着云计算行业的迅速发展及我国中小企业上云需求的提升，我国 SaaS 行业的市场规模不断扩张。根据艾瑞咨询发布的报告，我国 SaaS 市场规模增长迅速，预计 2020 年 SaaS 市场将达到 473.40 亿元，未来发展空间十分广阔。



数据来源：艾瑞咨询

2、核心技术产品的可替代性

软件程序由特定计算机语言逻辑的代码编写，具有抽象性和复杂性的特征，很少存在只有一家企业能够做到某项特定功能的情况，对于应用软件开发而言更是如此。应用软件作为最贴近用户的信息技术应用产品，如何围绕用户需求提供不同的服务，在用户体验、稳定性及普适性上形成产品竞争的护城河是其核心价值的主要体现。

电商 SaaS 产品作为发行人的核心技术产品，同样具有应用软件的产品特性，行业中存在诸多与发行人 SaaS 产品的功能类似、模块相仿甚至价格趋同的竞争产品，但发行人 SaaS 产品的稳定性、产品功能的普适性、用户习惯的形成及研发能力是发行人 SaaS 产品行业领先、不可替代的决定性因素。

（1）发行人 SaaS 产品的稳定性

发行人作为电商行业中应用平台最广、服务品类最全的第三方 SaaS 产品提供商，日常为各平台数十万商家提供 SaaS 产品及增值服务，尤其在“双 11”、“618”等特定电商大促期间，发行人的峰值服务能力超过百万，面临数据调取环境复杂、后台运维压力大及应急处理能力要求高等情形。但自发行人成立以来，其提供的

电商 SaaS 产品从未出现大规模故障从而保障了电商商家能够平稳度过上述峰值时期，其稳定性获得了电商商家的广泛认可。

（2）发行人电商 SaaS 产品功能的普适性

电商商家数量众多，因商业形态、商家规模、交易品类等特征的不同，电商商家的需求各异，如何满足广大电商商家的需求是 SaaS 产品能否取得大量商家客户认可的关键。发行人电商 SaaS 产品应对商家的多样化需求，在订单管理、商品管理、营销管理、流量推广等功能上提供了快速便捷的功能设置，满足了绝电商商家基本运维需求及垂直细分类目需求等，付费用户数在阿里巴巴商家服务市场领先，具体排名如下：

产品	功能类目	2019 年 6 月 30 日付费用户数（万人）	类目付费用户排名
超级店长	商品管理	45.4	第 1 名
快递助手	订单管理	35.8	第 1 名
旺店交易	订单管理（千牛）	21.1	第 2 名
旺店商品	商品管理（千牛）	9.3	第 2 名
超级快车	流量推广	0.9	第 4 名

（3）电商 SaaS 产品用户习惯的形成

电商商家的分层结构具有典型的金字塔特点，中小规模商家作为参与者占比较高。对于数量庞大的中小电商商家而言，一旦对特定电商 SaaS 的使用形成了使用习惯，使用其他 SaaS 产品的切换成本较高。因此，用户习惯一旦形成，电商商家对电商 SaaS 产品便形成了一定的产品依赖。发行人如超级店长、快递助手、旺店交易、旺店商品等多款电商 SaaS 产品在阿里巴巴商家服务市场已经具备了一定的客户数量规模，其用户习惯的形成构筑了公司主要产品的护城河。

（4）发行人的研发能力

电商 SaaS 产品需要通过不断的研发投入进行新产品研发及迭代更新，核心技术具备良好的可复用性，可以让新产品开发周期缩短，上线速度加快，为产品赢得更多的市场推广时间。因此，如何根据用户需求不断提供新的价值创造是电商 SaaS 产品维持领先的关键因素之一。经过多年的运营与培养，发行人拥有了一支较为成熟的研发团队。截至 2019 年 6 月 30 日，公司研发人员为 276 人，占公司总人数的 32.28%。其中，具有本科以上学历的研发人员 233 人，占研发人

员的 84.42%。公司的研发团队具有丰富的行业经验，为现有产品的运行升级提供了技术保障，也为未来产品的研发奠定了基础。发行人报告期内的研发投入分别为 **3,625.56 万元、5,178.78 万元、8,472.98 万元及 4,410.72 万元**。

发行人与行业内主要企业的研发能力情况对比如下：

单位：万元

	2019 年 1-6 月		2018 年 1-6 月	
公司名称	**研发人员**	**研发费用**	**研发人员**	**研发费用**
欢乐逛	-	-	97	1,297.99
爱用科技	59	445.31	-	-
美登科技	30	595.96	-	-
有赞	-	12,872.28	-	-
发行人	276	**4,410.72**		

注：欢乐逛披露 2018 年 1-6 月数据主要系欢乐逛于后期摘牌，不再披露相关数据。

3、发行人产品的竞争态势及竞争对手的披露情况

电商 SaaS 产品品类繁多且各品类功能差异较大，发行人作为电商 SaaS 行业中品类最全的电商 SaaS 产品提供商，各产品面临的主要竞品情况如下：

光云产品	**竞品信息**
超级店长	欢乐逛：综合店铺管理工具付费用户数排名第二
快递助手	我打：订单管理类目付费用户数排名第二
旺店商品	爱用商品：同属于淘宝千牛的商品管理工具，付费用户基数大
旺店交易	爱用交易：同属于淘宝千牛的订单管理工具，付费用户基数大
超级快车	省油宝：淘宝直通车投放工具，目前其付费用户数类目第一
快麦 ERP	旺店通：业内知名度较高订单仓储管理系统。付费用户数排名前列
快麦设计	深绘美工机器人：属于详情页的智能制作工具，起步较早属于业内较为领先的产品
有成系列产品	销帮帮 CRM：与钉钉办公进行协同的 CRM 管理工具，在钉钉服务市场客户排名第一，与发行人产品有成 CRM 存在竞争关系；问卷星：属于问卷管理工具，在业内知名度较高，与发行人产品番茄表单有竞争关系

发行人主要产品与对标产品的用户数对比如下：

单位：万人

竞品	**竞品用户数**	**对标发行人产品**	**对标产品用户数**
美折	44.2	超级店长	45.4
爱用交易	23.8	旺店交易	21.1
爱用商品	8.9	旺店商品	9.3

省油宝	1.9	超级快车	0.9
欢乐逛	16.9	超级店长	45.4
我打	16.7	快递助手	35.8

注:付费用户数为截至 2019 年 6 月 30 日时点数，阿里巴巴商家服务市场各产品的付费用户数，美折是一款以打折促销功能为主的店铺管理产品，具备超级店长产品的部分功能。

发行人目前披露的竞争对手主要包括上海爱用宝科技股份有限公司、杭州麦苗网络技术有限公司、厦门欢乐逛科技股份有限公司、杭州美登科技股份有限公司、杭州有赞科技有限公司、上海微盟企业发展有限公司，包括上述主要竞品中的欢乐逛、爱用商品、爱用交易、省油宝及折扣促销软件美折，鉴于快麦 ERP、快麦设计及有成系列产品属于发行人在研项目，目前尚未产生显著商业效应，报告期内的收入占比较低，因此未将上述产品的服务商作为竞争对手产品予以列示。

为更全面地披露报告期内发行人主要产品的竞争对手，发行人将在招股说明书之“第六节 业务与技术”之 “二、发行人所处行业情况及竞争情况” 之“（五）行业竞争格局及行业内主要企业”之“（2）行业内主要企业”补充披露如下内容：

7）威海领新信息技术有限公司

威海领新信息技术有限公司成立于 2016 年，是一家业内领先的电子商务软件服务企业，主打产品我打是为一款简单高效的打单管理软件，付费用户数在卖家服务市场中一直位居前列。

资料来源：阿里巴巴商家服务市场公开信息

（三）主要知识产权的形成过程，知识产权的归属是否存在纠纷或潜在纠纷

1、主要知识产权的取得情况

截至本回复出具日，发行人及其子公司合计拥有 78 项计算机软件著作权、2 项专利、36 项域名，取得情况如下：

取得方式	计算机软件著作权	专利	域名
原始取得	72	2	28
继受取得	6	0	8
合计	**78**	**2**	**36**

（1）由发行人原始取得的知识产权

上表中由发行人及其子公司原始取得的知识产权均系由发行人及其子公司研发人员基于公司业务和发展需求在具体研发项目中利用公司所提供的物质技术条件创作/完成，并由公司承担责任的职务成果，由发行人及其子公司进行申请并取得所有权。

截至本回复出具日，发行人研发人员对于由发行及其子公司原始取得的知识产权的权属归属并无异议，该等知识产权的归属不存在纠纷或潜在纠纷。

（2）由发行人继受取得的知识产权

上表中由发行人及其子公司继受取得的知识产权的取得情况主要如下：

种类	出让方	受让方	数量	合计
计算机软件著作权	光云软件	发行人	5	6
	麦家科技	淘云科技	1	
域名	谭光华	发行人	1	8
	谭光华	快云科技	2	
	凌电科技	发行人	1	
	发行人	麦家科技	2	
	其乐融融	杭州旺店	1	
	杭州其乐融融科技有限公司滨江分公司（注）	其乐融融	1	

注：其乐融融杭州分公司于 2019 年 5 月 21 日更名为“杭州其乐融融科技有限公司滨江分公司”，并于 2019 年 7 月 23 日注销。

该等知识产权均系无偿取得，各出让方与受让方之间均已签署无偿转让协议，并完成了该等知识产权著作权人、域名注册人的变更手续。除谭光华与光云软件外，其他方的转让行为均发生在发行人全资子公司或全资子公司与其分公司之间，不存在纠纷或潜在纠纷。谭光华已经出具《确认函》，确认其对转让的知识产权的归属无异议，不存在纠纷或潜在纠纷；光云软件目前已经注销，不存在纠纷和潜在纠纷的可能。

综上，发行人主要知识产权的归属不存在纠纷或潜在纠纷。

（四）发行人拥有的上述知识产权截至目前的法律状态，是否存在相关诉讼或仲裁、担保或其他权利限制，是否存在到期注销、终止等异常情况

发行人拥有的上述知识产权的法律状态及具体情况详见招股说明书“第六节业务与技术”之“五、与业务相关的主要固定资产及无形资产”之“（二）无形资产”部分。截至本回复出具日，发行人拥有的知识产权不存在相关诉讼或仲裁、担保或其他权利限制。

截至本回复出具日，除下述 5 项域名已到期外，发行人拥有的其他知识产权不存在到期注销、终止等异常情况：

序号	域名	权利人	到期日期	网站网址	备案情况	取得方式
1	baqianlu.cn	发行人	2019.05.17	未使用	未备案	原始取得
2	baqianlu.com	发行人	2019.05.17	未使用	未备案	原始取得
3	pizcloud.cn	发行人	2019.05.17	未使用	未备案	原始取得
4	yunduiyu.cn	发行人	2019.05.17	未使用	未备案	原始取得
5	yunduiyu.com	发行人	2019.05.17	未使用	未备案	原始取得

根据《中国互联网信息中心域名注册实施细则（2012 年修订）》第五十二条的规定：“域名到期后自动进入续费确认期，域名持有者在到期后 30 日内确认是否续费，如书面表示不续费，域名注册服务机构有权注销该域名；如果域名持有者在 30 日内未书面表示不续费，也未续费，域名注册服务机构有权 30 日后注销该域名。”鉴于上述 5 项域名发行人并未实际使用，且对公司的业务经营没有影响，发行人在上述域名到期后未再续费。

（五）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、访谈了发行人管理层及核心技术人员，了解了发行人核心技术的特征及所利用的开源软件情况；

2、获取并查阅了 SaaS 行业及电子商务行业的研究报告、国家商务部网站、查询淘宝卖家服务市场(https://fuwu.taobao.com)；

3、获取了发行人主要产品及相应竞品的付费用户数及相关产品技术说明；

4、获取并审阅了《杭州光云科技股份有限公司知识产权管理制度》、发行人拥有的计算机软件著作权登记证书、实用新型专利证书、域名证书；

5、获取并审阅了发行人受让取得的知识产权相关的计算机软件著作权转让合同、域名转让协议及变更登记后的计算机软件著作权登记证书、域名证书；

6、通过查询中国法院网、中国裁判文书网及中国执行信息公开网等公开查询系统，核查发行人拥有的知识产权是否存在相关诉讼或仲裁、担保或其他权利限制；

7、取得了发行人关于主要知识产权形成过程的说明；研发人员出具的《确认暨承诺函（核心技术人员/研发人员）》。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、鉴于应用软件的特性，发行人 SaaS 产品对于开源软件存在一定的依赖，但该种依赖并不会对发行人生产经营产生实质性不利影响。截至本回复出具日，发行人及其子公司不存在因使用开源软件而发生的相应著作权侵权诉讼、仲裁等法律争议，发行人及其子公司在符合 BSD 协议和 Apache 许可证协议 2.0 协议的规定下使用开源软件不存在法律风险；

2、发行人已在招股书中补充披露了报告期内与发行人业务具有可比性、与发行人主要产品具有竞争关系的主要竞争对手；

3、发行人主要知识产权的归属不存在纠纷或潜在纠纷。

4、发行人的主要知识产权不存在相关诉讼或仲裁、担保或其他权利限制；除本回复已披露情形外，不存在到期注销、终止等异常情况。

（六）请保荐机构结合《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》第五条、《问答》第十条的相关要求，全面核查发行人是否符合科创板定位，说明核查的程序、方法、依据，并发表明确核查意见。

1、保荐机构就《上海证券交易所科创板企业上市推荐指引》第五条的相关内容履行了如下核查程序：

（1）是否掌握具有自主知识产权的核心技术，核心技术是否权属清晰、是否国内或国际领先、是否成熟或者存在快速迭代的风险

1）查阅了公司各项核心技术对应的电商 SaaS 产品相关的著作权证书；2）对公司主要客户进行了访谈；3）参考第三方研究报告等公开资料对公司技术水

平及公司产品与下游行业的关联性进行了研究；4）访谈了公司业务部门的主要负责人；5）获取并审阅了使用开源软件的相关协议。

（2）是否拥有高效的研发体系，是否具备持续创新能力，是否具备突破关键核心技术的基础和潜力，包括但不限于研发管理情况、研发人员数量、研发团队构成及核心研发人员背景情况、研发投入情况、研发设备情况、技术储备情况

1）查阅公司人才引进、人才激励、技术研发相关制度，了解研发机构设置、研发人才激励内容；2）查阅审计报告，获取研发费用明细等数据，确认研发费用的真实性，了解后续研发支出计划等；3）实地走访公司研发部门，确认主要研发设备的用途与公司主营业务及研发方向存在关联性；4）查阅公司软件著作权申请有关文件，确认公司各项软件著作权申请权真实性；5）查阅了核心技术人员的基本情况调查表及劳动合同；6）查阅了公司研发团队的人员构成情况；7）访谈了公司管理层及核心技术人员，了解了发行人目前的技术储备情况。

（3）是否拥有市场认可的研发成果，包括但不限于与主营业务相关的发明专利、软件著作权及新药批件情况，独立或牵头承担重大科研项目情况，主持或参与制定国家标准、行业标准情况，获得国家科学技术奖项及行业权威奖项情况

1）对公司软件著作权情况进行查册，确认其真实性；2）查阅公司研发项目材料和各类获奖证书，确认研发成果、主要荣誉和奖励情况真实性。

（4）是否具有相对竞争优势，包括但不限于所处行业市场空间和技术壁垒情况，行业地位及主要竞争对手情况，技术优势及可持续性情况，核心经营团队和技术团队竞争力情况

1）查阅第三方市场研究报告、竞争对手的公开资料，对公司所处电商 SaaS 行业展开市场规模、收入增长、竞争态势等方面研究；2）查阅行业的相关资料，确认公司市场地位真实性；3）访谈公司的业务人员，了解目前公司各产品线的竞品情况；4）获得并分析了阿里巴巴商家服务市场主要类目的产品排名情况；5）获取并统计了公司研发人员与核心技术人员，了解公司的研发团队情况。

（5）是否具备技术成果有效转化为经营成果的条件，是否形成有利于企业持续经营的商业模式，是否依靠核心技术形成较强成长性，包括但不限于技术应

用情况、市场拓展情况、主要客户构成情况、营业收入规模及增长情况、产品或服务盈利情况

1）取得了公司销售明细和相关制度，核查了公司核心技术产品的收入确认规则；2）审阅了审计报告，确认了公司营业收入、净利润、客户结构、销售模式等财务经营数据；3）取得并分析了公司核心技术产品占总体营业收入的占比及毛利占比情况；4）访谈公司管理层，了解公司业务围绕核心技术开展运营的基本情况。

（6）是否服务于经济高质量发展，是否服务于创新驱动发展战略、可持续发展战略、军民融合发展战略等国家战略，是否服务于供给侧结构性改革

1）访谈公司管理层，核查公司的经营情况；2）搜集有关国家政策和行业发展规划，了解公司所处业务的行业发展趋势。

2、保荐机构就《上海证券交易所科创板股票发行上市审核问答》第十条的相关内容履行了如下核查程序：

（1）发行人的研发投入是否主要围绕核心技术及其相关产品（服务）

1）取得了公司的研发台账，并核查了研发项目的归集情况；2）取得了审计报告，分析并核查了公司研发投入情况。

（2）发行人营业收入是否主要来源于依托核心技术的产品（服务），营业收入中是否存在较多的与核心技术不具有相关性的贸易等收入，核心技术能否支持公司的持续成长

1）取得了公司的审计报告，统计并分析了公司核心技术产品占发行人营业收入的占比及毛利占比；2）访谈公司管理层，了解公司整体业务开展与核心技术产品之间的业务联系。

（3）发行人核心技术产品（服务）收入的主要内容和计算方法是否适当，是否为偶发性收入，是否来源于显失公平的关联交易

1）取得了公司的审计报告，了解了公司核心技术产品的收入确认原则；2）访谈了公司管理层，了解公司核心技术产品的收入演变请款及行业原因；3）取

得并查阅了公司管理层及相关方的基本情况调查表，通过获得工商档案、公开渠道搜索企业信息等方式核查发行人核心技术产品中关联交易的情况。

（4）其他对发行人利用核心技术开展生产经营活动产生影响的情形

访谈公司管理层，了解对于发行人利用核心技术开展经营是否存在其他影响情况，了解公司业务演变情况及内在业务逻辑。

3、经上述核查程序，保荐机构得出的核查意见如下：

（1）公司在电商 SaaS 产品的各项技术已较为成熟，且在与电子商务相关的人工智能、大数据分析等领域持续投入研发，与新一代信息技术等战略性新兴产业关联度较高，不存在显著的快速迭代风险。公司亦通过不断的研发与技术创新维持核心技术处于行业领先水平；

（2）公司建立了较为完善的研发体系，各部门之间相互配合，形成技术共享、人员互通的技术平台机制；公司在电商 SaaS 行业拥有较为领先的技术储备，具备持续创新能力和突破核心关键技术的基础和潜力，具备一定的技术领先性；

（3）公司在电商 SaaS 领域内拥有较多的软件著作权研发成果，获得了行业多项荣誉、奖项，研发成果获得市场认可；

（4）公司所处行业具有较广阔的市场空间、良好的增长前景和较高的技术壁垒，公司在电商 SaaS 等市场具有较高的技术水平和市场地位，长期积累的技术优势在公司持续的研发投入下具有可持续性，核心经营团队长期稳定，公司整体具有较强的相对竞争优势；

（5）公司的核心技术成果与主营业务紧密相关。公司依靠其核心技术形成了较好的成长性；

（6）公司的产品符合各项国家战略的鼓励方向，能较好地服务于经济高质量发展，服务于创新驱动发展战略、可持续发展战略等国家战略和供给侧结构性改革；

（7）报告期内发行人研发投入均围绕电商 SaaS 产品，紧紧围绕核心技术及其相关产品；

（8）发行人报告期内的核心技术产品占营业收入的占比分别为 55.47%、48.95%、61.81%及 68.41%，核心技术毛利占比分别为 72.42%、61.64%、74.55%及 78.34%，报告期内公司核心技术是利润主要来源；

（9）发行人核心技术产品（服务）收入的收入确认方式恰当，并非为偶发性收入，不存在来源于显失公平的关联交易的情形

（10）不存在其他对发行人利用核心技术开展生产经营活动产生影响的情形。

综上，公司符合科创板鼓励的相关行业范围，依靠核心技术开展生产经营，具有较强成长性，符合科创板的定位。

问题 8

报告期内，公司核心技术产品收入分别为 14,546.79 万元、17,543.34 万元和 28,772.49 万元，占各期营业收入 55.47%、48.95%和 61.81%，主要为电商 SaaS 销售收入。请发行人披露：（1）报告期内核心技术产品收入占比较低的原因，结合业务发展战略、产品线布局、报告期内电商 SaaS 产品研发及市场拓展情况等充分说明公司是否主要依靠核心技术开展生产经营；（2）“业内领先”“行业领先”“电商 SaaS 领域的领先水平”的含义，“公司是电商 SaaS 行业少数具备人工智能详情页生成技术的企业之一”的依据，尽量使用量化数据、客观语言论证发行人的技术先进性和市场地位；（3）随着用友、金蝶等传统软件企业开始转型 SaaS 服务，发行人所面临的竞争态势以及相较用友、金蝶等传统软件企业是否存在竞争劣势和差距；（4）招股说明书第 177 页所列奖项的具体含义，该类奖项如何反映发行人的技术水平和市场地位。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）报告期内核心技术产品收入占比较低的原因，结合业务发展战略、产品线布局、报告期内电商 SaaS 产品研发及市场拓展情况等充分说明公司是否主要依靠核心技术开展生产经营

报告期内发行人核心技术产品收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
核心技术产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
营业收入	22,299.40	46,549.38	35,836.58	26,224.99
占营业收入比例	**68.41%**	**61.81%**	**48.95%**	**55.47%**

发行人核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上为满足电商商家的衍生服务需求提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品。发行人核心技术为电商 SaaS 产品相关的新一代信息技术，其核心技术产品收入主要是指电商 SaaS 产品收入，从发行人业务发展战略出发，为打造一站式的综合电商 SaaS 产品服务提供商，发行人除电商 SaaS 产品外，仍根据电商商家的需求提供包括以快麦打印机为代表的配套硬件、以快麦电商为代表的运营服务收入及以短信营销为主要运营方式的 CRM 短信等产品或服务。

尽管从收入口径统计，报告期内核心技术收入占比为 55.47%、48.95%、61.81%及 68.41%，但核心技术产品作为发行人业务开展的基础，是发行人盈利能力的主要支撑，报告期内发行人核心技术产品的毛利占比如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
核心技术产品毛利	11,099.08	20,860.49	12,557.70	10,657.70
公司毛利	14,167.87	27,981.13	20,371.39	14,716.30
毛利占比	**78.34%**	**74.55%**	**61.64%**	**72.42%**

除此之外，从业务开展的关联性角度出发，发行人电商 SaaS 产品快递助手可以快速链接配套硬件中的快麦打印机产品；发行人的运营服务中的超级快车人机、快麦电商等以结合电商 SaaS 产品超级快车的智能竞价技术为基础；发行人 CRM 短信的销售主要通过发行人电商 SaaS 产品超级店长的端口接入。因此，虽然配套硬件、运营服务及 CRM 短信并不依赖于发行人与电商 SaaS 产品相关的核心技术而开展，但其仍与发行人核心技术具有较为紧密的业务联系。

综上所述，**发行人电商 SaaS 产品作为核心技术产品收入报告期内的毛利占比分别为 72.42%、61.64%、74.55%及 78.34%，是发行人盈利的主要来源；发行人非核心技术产品或服务收入虽然不依赖于核心技术，但仍与 SaaS 产品具有紧密的业务运营联系；近年来，随着发行人产品线的逐步完善，核心技术产品的**

收入及毛利占比在报告期内呈现稳定提升的状态，未来随着发行人电商成熟型商家 SaaS 产品的逐步推出，核心技术产品的收入将进一步上升。因此发行人主要依靠核心技术开展运营。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“2、核心技术产品占营业收入、毛利贡献比例”补充披露上述回复中楷体加粗部分。

（二）“业内领先”“行业领先”“电商 SaaS 领域的领先水平”的含义 ，“公司是电商 SaaS 行业少数具备人工智能详情页生成技术的企业之一”的依据，尽量使用量化数据、客观语言论证发行人的技术先进性和市场地位

公司自成立以来，旗下产品多次被阿里巴巴商家服务市场评为“金牌淘拍档”，在行业内具有良好的口碑和品牌效应，在电商 SaaS 中处于领先地位，具体表现如下：

SaaS 行业的核心技术特点在于其稳定性与可靠性，电商领域具有客户集中、需求多样、特定时点（如“双 11”、“6.18”等）交易流量巨大的特征，因此电商 SaaS 产品的核心竞争力体现于服务的客户群体数量、交易高峰时点的峰值处理能力及应对多样化需求服务能力等。

1、服务的客户群体数量

根据 eMarketer，2018 年中国电商零售市场份额中，以淘宝与天猫为代表的阿里巴巴交易平台以 58.2%的交易份额占据首位。根据市场公开信息，发行人在阿里巴巴商家服务市场的电商 SaaS 客户服务数量（付费用户数）处于所属类目服务市场领先地位，具体情况如下：

产品	功能类目	2019 年 6 月 30 日付费用户数（万人）	类目付费用户排名
超级店长	商品管理	45.4	第 1 名
快递助手	订单管理	35.8	第 1 名
旺店交易	订单管理（千牛）	21.1	第 2 名
旺店商品	商品管理（千牛）	9.3	第 2 名
超级快车	流量推广	0.9	第 4 名

2、交易高峰时点的峰值处理能力

以公司主要电商 SaaS 产品超级店长、快递助手为例，超级店长通过大规模

后台任务并行执行框架，日常为数十万商家执行订单同步和店铺管理等任务，在电商平台大型促销活动期间（例如“双 11”，“6.18”等），该峰值处理能力可达百万；快递助手则在过往 12 个月内为 36 万商家累计稳定处理超过 60 亿笔订单，该框架稳定支撑了上百万商家短时间内产生的上亿次后台任务。

目前国内公开信息尚未披露有超过发行人订单处理量与峰值任务执行量的同领域电商 SaaS 产品，结合商家服务市场公开的付费商家用户数及电商商家日常交易执行量判断，发行人电商 SaaS 产品的交易高峰时点峰值处理能力目前处于行业领先水平。

3、电商商家多样化需求服务能力

电商商家在电子交易的过程中需求品类繁多，涉及商品管理、订单管理、店铺管理、商品折扣管理、客户营销管理、库存管理等各个类目，业内大部分的电商 SaaS 产品提供商仅提供一种或者几种类目的产品，发行人基于多年的电商 SaaS 产品开发经验及对电子商务交易过程的深度理解，研发了一系列满足电商商家整体交易链条的 SaaS 产品矩阵，可以为电商商家提供一站式服务。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（九）发行人在行业中的竞争地位及面临的机遇与挑战”之“1、产品市场地位”更新披露本题回复中楷体加粗部分。

4、发行人的快麦设计是少数具备人工智能详情页生成技术的电商 SaaS 产品之一

发行人的快麦设计产品通过人工智能技术，可以高效制作详情页，极大地提升设计师工作效率，完成该功能通常需要具备人工智能相关技术，同时使用平台的商品上传接口。发行人在阿里巴巴商家服务市场、京麦服务市场等通过“人工

智能”、“智能详情页”等关键词进行搜索，搜过结果显示的 SaaS 产品中同时具备商品上传目前具备类似相关能力描述的软件工具有快麦设计、深绘和智绘美工。因此发行人在招股书中描述为“发行人的快麦设计是少数具备人工智能详情页生成技术的电商 SaaS 产品之一”。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“1、核心技术”之“（4）电商设计领域的人工智能详情页生成技术”补充披露如下内容：

“发行人的快麦设计产品通过人工智能技术，可以高效制作详情页，极大地提升设计师工作效率，完成该功能通常需要具备人工智能相关技术，同时使用平台的商品上传接口。发行人在阿里巴巴商家服务市场、京麦服务市场等通过“人工智能”、“智能详情页”等关键词进行搜索，搜过结果显示的 SaaS 产品中同时又具备商品上传目前具备类似相关能力描述的软件工具有快麦设计、深绘和智绘美工。”

（三）随着用友、金蝶等传统软件企业开始转型 SaaS 服务，发行人所面临的竞争态势以及相较用友、金蝶等传统软件企业是否存在竞争劣势和差距

近年来，中小企业的云化趋势及传统客户的云部署倾向导致软件企业逐步渗入 SaaS 领域。在与新型的 SaaS 企业竞争过程中，传统软件公司凭借强大的信息技术能力、资金实力及大客户基础，形成了自身特有的竞争优势，成为 SaaS 领域不可忽视的竞争参与者。

发行人与用友、金蝶等传统软件企业相比的竞争劣势和差距主要体现为：

1、用友、金蝶等传统软件拥有丰富的企业级客户服务经验，具有较强的针对企业级客户的服务能力，在定制化软件的开发上拥有技术优势与经验优势。尽管这种优势在 SaaS 领域有所减弱，但对于部分企业级客户或者自身需求独特的客户而言，仍具有一定的吸引力；

2、用友、金蝶等传统软件企业基于大客户的需求，一般也提供 PaaS 服务，发行人主要面对的客户群体为中小型电商商家，暂时不具备 PaaS 服务的能力，无法满足该部分客户的需求；

3、用友、金蝶等传统软件企业发展长久，具备较强的资金实力，无论是新

产品的研发投入还是竞品收购上均有充足的资金及融资渠道予以支持，发行人作为一家未上市的电商 SaaS 企业，融资渠道相对有限，资金实力相比上述已上市软件企业有所差距。

虽然发行人与用友、金蝶等传统软件企业相比有上述劣势和差距，但发行人作为一家专业化的电商 SaaS 产品和服务提供商，在相关细分领域的从业经验、核心技术研发、客户积累等方面相比传统软件企业拥有一定的优势。在未来的 SaaS 服务市场，公司将充分借助上述优势与传统软件企业展开竞争。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（五）行业竞争格局及行业内主要企业”之“（1）市场化程度与竞争格局”之“4）传统软件企业逐步渗透至电商 SaaS 领域开展竞争”更新披露本题回复中楷体加粗部分。

（四） 招股说明书第 177 页所列奖项的具体含义，该类奖项如何反映发行人的技术水平和市场地位

截至报告期末，我国尚未成立电商 SaaS 的专业性协会，阿里巴巴、京东作为中国最主要的电商零售平台，其对于平台内主要电商 SaaS 产品的认可度基本反映了整个电商 SaaS 行业产品提供商的行业地位与服务能力，发行人报告期内的主要获奖情况如下：

奖项名称	颁发单位	颁发时间	奖项含义	颁奖规则	对应产品或主体
金牌淘拍档	阿里巴巴	2013 年-2017 年	奖项含义：淘拍档即优质的电商服务提供商，是从服务商群体中筛选出来的优秀企业，在所属领域提供优质的服务品质，是各领域的标杆代表，其提供的产品和服务质量经过淘宝审核，被授予“淘拍档”称号，拥有“淘拍档“授牌	每年的规则有所变动，其中以订阅金额、服务评分、续费率、GMV 等作为入选规则，具体评判标准不对外公示	超级店长
金服务奖	京东商城	2017 年	京东根据应用服务质量等多个维度进行评选，经过多方审核，最终评选出 35 家优质电商服务商，授予“金服务”称号	评审标准：1、面向京东全体服务商，评选以安全合作、服务展示、服务销量、用户认可四个维度进行评分；2、按各服务商评分排序取 35 名“金服务”获选服务商，将按照类目合理分配获奖比例	超级店长快递助手

宁聚服务奖	苏宁云台	2016年	由苏宁易购服务商大会颁发，旨在通过对优秀服务商的评选积极推广、深层次的合作，打造苏宁服务市场新生态	通过平台服务商的综合实力、业内影响力、服务评价等因素进行评定	超级绩效
银牌合作伙伴	阿里巴巴新零售体系	2018年	2018 年天猫新零售邀请部分优秀 ISV 进行战略合作，针对部分表现优异的新零售服务提供商予以嘉奖	天猫新零售服务商的专业能力涉及咨询、运营、培训、营销及智能硬件创新	快麦零售
新网商十佳服务商	天下网商	2016年	天下网商评选组委会联合第三方数据平台选出的优质电商服务商	天下网商评选组委会联合第三方数据平台，根据企业整合营销能力、多渠道运营思维、客户洞察以及服务创新等多维度评出了 10 家入围新网商服务商大奖的企业	光云科技
生态类大奖：最佳技术服务奖	浙江日报、淘宝天下	2018年	金麦奖由淘宝天下在 2013 年发起主办，是国内首个引入国际评奖标准的电商综合性奖项，是国内最具影响力和权威性的电商行业综合性奖项	评选规则：评选服务商领域内最具专业性和影响力的案例与团队，为业界树立品效协同的标杆	光云科技
“直通车优化”金牌淘拍档	阿里巴巴商家事业部	2015年上半年	见“超级店长”淘拍档定义	评选细则：1、2015 年 1 月 1 日-5 月 31 日的综合能力：包括活跃客户数，月活跃度，月消耗，续约率等效果指标；2、综合评分≥4.7	超级快车
阿里巴巴商家服务市场直通车托管类目淘拍档银牌	阿里巴巴商家事业部	2016年	见“超级店长”淘拍档定义	综合评分≥4.7 并综合考虑活跃客户数，月活跃度，月消耗，续约率等效果指标	超级快车
“数据淘拍档”银牌淘拍档	阿里巴巴商家事业部	2015年下半年	见“超级店长”淘拍档定义	银牌淘拍档：2015 年 1 月 1 日-6 月 30 日，按满天星累计有效赋码量排名，同时近一年内未收到警告以上违规处罚	旺店数据
金牌易伙伴	苏宁云台	2016年、2017年	苏宁将根据不同类目的考核标准，由上至下评选出类目 3%-5%的服务商作为年度金牌易伙伴	评选标准：1、线上交易额；2、在用商户数 ；3、服务评分	快递助手
“造星计划”星工具、精	1688服务市场	2018年	造星计划是阿里巴巴 1688 服务市场发起的 2018 年重点项目，面向全体企业开发者（简称 ISV），旨在“为	获胜条件：自由赛累计排名（权重 40%）+财年累计排名（权重 40%）+产品满意度排名（权重 10%）+企	快递助手

品工具			**用户赋能电商经营，为 ISV 助力发展创收”的宗旨，打造平台优质服务商和精品化应用，为开发者提供从产品开发到产品推广及服务的一系列扶持计划，树立市场标杆服务商，享有平台特殊资源及权益**	**业情况排名（权重 10%），相加按类目胜出名额筛选共计 23 款。①自由赛累计排名数据：三轮自由赛累计 GMV 排名②财年累计排名：财年累计付费用户数排名（>1 元）50%+财年累计 GMV 排名 50%：③产品满意度排名：APP 评分排名④企业情况排名：ISV 评分排名**	

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“3、专业资质、获奖情况和科研成果”之“（2）获奖情况”中更新披露本题回复中楷体加粗部分。

（五）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人的审计报告及报告期内的财务报表；

2、访谈了发行人的管理层及业务人员，了解了发行人各产品、各业务之间的技术联系；

3、查询并获取了发行人各产品的付费用户数及相关业务数据底稿；

4、获取并研究了发行人所处 SaaS 行业的相关研究报告，了解行业发展动向；

5、获取并审阅了发行人所获奖项的情况，查询了相关奖项的颁布标准。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

发行人核心技术是发行人业务开展的技术支撑与盈利来源，发行人主要依靠核心技术开展生产经营；发行人的 SaaS 产品与竞争对手相比，在付费用户数、稳定性及普适应等方面均位于市场领先地位；发行人与转型 SaaS 的传统软件企业相比，在大客户服务能力、PaaS 技术与融资渠道上存在一定劣势，但在电商领域中该劣势并不明显；发行人所获奖项在电子商务行业中较能体现其市场地位和影响力。

三、关于发行人业务

问题 9

请发行人结合政府主管部门关于电商 SaaS 行业的相关法规、政策及其变动情况，说明在行业准入、运营监管、资质管理等方面的变动趋势及对发行人的具体影响，是否会造成经营环境发生重大不利变化。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）关于电商 SaaS 行业的相关法规、政策及其变动情况

电商 SaaS 行业属于电子商务行业的细分领域，发行人为《中华人民共和国电子商务法》（下称“《电子商务法》”）中的电子商务经营者。自 2005 年起，国务院发布多篇关于电子商务的行政指导意见，包括《关于加快电子商务发展的若干意见》（国办发[2005]2 号）、《大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发[2015]24 号）等鼓励和促进电商行业发展，随后包括财政部、国家税务总局、国家工商总局、商务部、工信部等电子商务行业的相应主管政府部门亦发布相应指导政策促进电子商务行业的发展。2019 年 1 月 1 日，《电子商务法》的正式实施，代表着我国电子商务行业正式进入到规范时期。电商 SaaS 行业同样受其影响进入到规范治理时期，自 2005 年至今，关于电子商务行业的相关法规、政策主要如下：

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
1	2005.01.08	国务院办公厅	《关于加快电子商务发展的若干意见》	文件指出，充分认识电子商务对国民经济和社会发展的重要作用、加快电子商务发展、完善政策法规环境，规范电子商务发展、发挥企业的主体作用，大力推进电子商务应用等
2	2010.06.24	商务部	《关于促进网络购物健康发展的指导意见》	文件要求各级商务主管部门明确培育网络主体、拓宽网络购物领域、鼓励线上线下互动、重视农村网络购物市场、完善配套服务体系、保护消费者合法权益、规范网络市场秩序等七大任务。
3	2011.10.18	商务部	《商务部“十二五”电子商务发展指导意见》	文件指出，鼓励电子商务交易服务平台、技术服务平台、中介服务平台的发展，培育一批具有行业影响力，提供电子商务咨询、资讯、法律、信息技术、人力资源等专业服务的电子商务服务企业。鼓励电子商务服务技术创新和模式创新，推动商业模式、商业业态创新。引

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
				导鼓励中小企业应用第三方电子商务服务平台开拓国内外市场。
4	2011.12.15	商务部	《关于“十二五”电子商务信用体系建设的指导意见》	文件指出，健全电子商务信用体系的主要任务包括健全电子商务信用法规标准体系，建立电子商务信用统计监测体系，建设电子商务信用评估认证体系，开展电子商务信用建设示范，引导电子商务经营主体完善内部信用管理制度。
5	2013.10.31	商务部	《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》	文件指出，当前的重点任务包括：引导网络零售健康快速发展，加强农村和农产品电子商务应用体系建设，支持城市社区电子商务应用体系建设，推动跨境电子商务创新应用，加强中西部地区电子商务应用，鼓励中小企业电子商务应用，鼓励特色领域和大宗商品现货市场电子交易，加强电子商务物流配送基础设施建设，扶持电子商务支撑及衍生服务发展，促进电子商务示范工作深入开展。
6	2014.01.01	财政部、国税总局	《财政部、国家税务总局关于跨境电子商务零售出口税收政策的通知》	文件指出，符合条件的电子商务出口企业出口货物适用增值税、消费税退(免)税政策。
7	2014.03.15	国家工商总局	《网络交易管理办法》	文件指出，网络商品经营者销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由，鲜活易腐、定作等四类商品除外。
8	2015.01.06	国务院	《关于促进云计算创新发展培育信息产业新业态的意见》	到 2020 年，云计算应用基本普及，云计算服务能力达到国际先进水平，掌握云计算关键技术，形成若干具有较强国际竞争力的云计算骨干企业。云计算信息安全监管体系和法规体系健全。大数据挖掘分析能力显著提升。云计算成为我国信息化重要形态和建设网络强国的重要支撑，推动经济社会各领域信息化水平大幅提高。
9	2015.05.04	国务院	《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》	文件提出了鼓励营造宽松发展环境，促进电子商务就业创业，推动电子商务转型升级，完善物流基础设施，提升电商对外开放水平，构筑安全保障防线，健全支撑体系等多条指导意见。
10	2015.06.16	国务院办公厅	《国务院办公厅关于促进跨境电子商务健康快速发展的指导意见》	文件提出了支持国内企业更好地利用电子商务开展对外贸易、鼓励有实力的企业做大做强、优化配套的海关监管措施、完善检验检疫监管政策措施、明确规范进出口税收政策、完善电子商务支付结算管理、提供积极财政金融支持等多条指导意见。

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
11	2016.01.12	国务院	《国务院关于同意在天津等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区的批复》	文件指出，同意在天津市、上海市、重庆市、合肥市、郑州市、广州市、成都市、大连市、宁波市、青岛市、深圳市、苏州市等 12 个城市设立跨境电子商务综合试验区。着力在跨境电子商务企业对企业(B2B)方式相关环节的技术标准、业务流程、监管模式和信息化建设等方面先行先试，为推动全国跨境电子商务健康发展创造更多可复制推广的经验。
12	2016.02.02	国务院	《国务院关于深入推进新型城镇化建设的若干意见》	文件要求带动农村电子商务发展，加快农村宽带网络和快递网络建设，加快农村电子商务发展和“快递下乡”。支持适应乡村特点的电子商务服务平台、商品集散平台和物流中心建设，鼓励电子商务第三方交易平台渠道下沉，带动农村特色产业发展，推进农产品进城、农业生产资料下乡。完善有利于中小网商发展的政策措施，在风险可控、商业可持续的前提下支持发展面向中小网商的融资贷款业务。
13	2016.02.25	国务院办公厅	《国务院办公厅关于印发全民科学素质行动计划纲要实施方案(2016-2020 年)的通知》	文件指出，要加强农村科普信息化建设，实施农村青年电商培育工程，鼓励和支持农村青年利用电子商务创新创业。
14	2016.04.15	国务院办公厅	《国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》	文件指出，加快推动流通转型升级，支持企业充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动。加强智慧流通基础设施建设，加大对物流基地建设、冷链系统建设等的政策性扶持力度。鼓励拓展智能消费新领域，大力发展绿色流通和消费，深入推进农村电子商务，积极促进电子商务进社区。
15	2016.04.22	农业部、发改委、中央网信办等 8 部门	《“互联网+”现代农业三年行动实施方案》	文件指出，提升新型农业经营主体电子商务应用能力，推动农产品、农业生产资料和休闲农业相关优质产品和服务上网销售，大力培育农业电子商务市场主体，形成一批具有重要影响力的农业电子商务龙头企业和品牌，加快推进农产品跨境电子商务发展，促进农产品进出口贸易。
16	2016.05.13	国务院	《国务院关于深化制造业与互联网融合发展的指导意见》	文件指出，支持制造企业与互联网企业跨界融合。鼓励制造企业与互联网企业合资合作培育新的经营主体，建立适应融合发展的技术体系、标准规范、商业模式和竞争规则，形成优势互补、合作共赢的融合发展格局。推动中小企业制造资源与互联网平台全面对接，实现制

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
				造能力的在线发布、协同和交易，积极发展面向制造环节的分享经济，打破企业界限，共享技术、设备和服务，提升中小企业快速响应和柔性高效的供给能力。支持制造企业与电子商务企业开展战略投资、品牌培育、网上销售、物流配送等领域合作，整合线上线下交易资源，拓展销售渠道，打造制造、营销、物流等高效协同的生产流通一体化新生态。
17	2016.08.18	商务部	《第三方电子商务交易平台服务规范》(2016 年修订)	文件指出，加强第三方电子商务交易平台的服务规范，对于维护电子商务交易秩序，促进电子商务健康快速发展，具有非常重要的作用。
18	2016.11.02	国务院办公厅	《国务院办公厅关于推动实体零售创新转型的意见》	文件指出，促进线上线下融合。建立适应融合发展的标准规范、竞争规则，引导实体零售企业逐步提高信息化水平，将线下物流、服务、体验等优势与线上商流、资金流、信息流融合，拓展智能化、网络化的全渠道布局。鼓励线上线下优势企业通过战略合作、交叉持股、并购重组等多种形式整合市场资源，培育线上线下融合发展的新型市场主体。建立社会化、市场化的数据应用机制，鼓励电子商务平台向实体零售企业有条件地开放数据资源，提高资源配置效率和经营决策水平。
19	2016.12.24	商务部、中央网信办、发改委	《电子商务“十三五”发展规划》	文件首次赋予电子商务服务经济增长和社会发展的双重目标，确立了 2020 年电子商务交易额 40 万亿元、网络零售总额 10 万亿元和相关从业者 5,000 万人三个发展指标。文件提出了“十三五”时期建设电子商务发展框架的五大任务，包括加快电子商务提质升级，全方位提升电子商务市场主体竞争层次；推进电子商务与传统产业深度融合，全面带动传统产业转型升级；发展电子商务要素市场，推动电子商务人才、技术、资本、土地等要素资源产业化；完善电子商务民生服务体系，使全体人民在电子商务快速发展中有更多的获得感；优化电子商务治理环境，积极开展制度、模式和管理方式创新。
20	2017.01.17	商务部	《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	按照国家电子商务“十三五”发展规划，结合地方电子商务和经济发展情况，发挥政府的引导作用，实施体制机制和政策创新，强化市场的主导作用，进一步激发示范基地和电子商务企业活力，实现创新引领，协调发展。争取到 2020

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
				年，示范基地内电子商务企业数量达到10万家，孵化电子商务企业数量超过3万家，带动就业人数超过500万，形成园企互动、要素汇聚、服务完备、跨域合作、融合发展的电子商务集聚区。
21	2017.03.30	工信部	《云计算发展三年行动计划(2017-2019年)》	到2019年，我国云计算产业规模达到4300亿元，突破一批核心关键技术，云计算服务能力达到国际先进水平，对新一代信息产业发展的带动效应显著增强。云计算在制造、政务等领域的应用水平显著提升。
22	2017.05.19	中央网信办、国家质检总局、国家标准委	《“十三五”信息化标准工作指南》	到2020年，建立起体系清晰、框架合理的信息化标准体系，信息化标准工作机制更加健全，标准科研、创新供给、社会化服务等基础能力大幅提升，信息化标准在引领技术创新、驱动产业发展中的作用得到充分发挥,信息化标准走出去工作取得突破性进展，国际信息化标准规则的制定权和话语权明显提升。
23	2017.11.21	商务部办公厅、国家标准委办公室	《网络零售标准化建设工作指引》	到2020年，基本建成结构合理、衔接配套、覆盖全面、国际接轨，适应网络零售快速健康发展需要的网络零售标准体系。重点领域标准时效性、完备性、适用性显著提高；标准对网络零售主体责任、交易行为、市场秩序、竞争环境、服务水平、认证监测、质量追溯、诚信建设等方面的作用明显增强。
24	2018.03.30	中央网信办、中国证监会	《关于推动资本市场服务网络强国建设的指导意见》	充分发挥资本市场作用，推动网信企业加快发展。支持符合条件的网信企业利用主板、中小板、创业板、新三板、区域股权市场、债券市场等多层次资本市场做大做强。鼓励网信企业通过并购重组，完善产业链条，引进吸收国外先进技术，参与全球资源整合，提升技术创新和市场竞争能力。营造有利于各类投资主体参与的市场环境，为不同发展阶段的网信企业提供资本支持。充分发挥保荐机构、财务顾问、律师事务所、会计师事务所等机构的积极作用。
25	2019.01.01	财政部、海关总署、税务总局	《关于完善跨境电子商务零售进口税收政策的通知》	将跨境电子商务零售进口商品的单次交易限值由人民币2,000元提高至5,000元，年度交易限值由人民币20,000元提高至26,000元。
26	2019.01.01	全国人大常委会	《中华人民共和国电子商务法》	为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展，制定本法。
27	2019.06.17	国家工商总局、发改委、工	《关于印发2019网络市场监管专项行动(网剑行动)方案的通	提出以落实《电子商务法》为统领，规范网络经营行为，提出了七条重点任务，包括：(1)着力规范电子商务主体资格，

序号	生效时间	部门	法规、政策文件名称	主要内容
		信部、公安部、商务部等 8 部委	知》	营造良好准入环境；(2)严厉打击网上销售假冒伪劣产品、不安全食品及假药劣药，营造放心消费环境；(3)严厉打击不正当竞争行为；(4)深入开展互联网广告整治工作，营造良好广告市场环境；(5)依法打击其他各类网络交易违法行为，有效净化网络市场环境；(6)强化网络交易信息监测和产品质量抽查，营造良好消费环境；(7)落实电子商务经营者责任，营造诚信守法经营环境等内容。

（二）关于行业准入

根据《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》，国务院明确提出“减少束缚电子商务发展的机制体制障碍”、“简政放权、放管结合……最大限度减少对电子商务市场的行政干预”、“降低准入门槛。全面清理电子商务领域现有前置审批事项，无法律法规依据的一律取消，严禁违法设定行政许可、增加行政许可条件和程序。”目前在电商 SaaS 行业中，除了与支付相关的业务领域外，其余尚未出台相应的行业准入规则。截至目前，发行人业务中并未涉及互联网支付相关业务，该行业准入限制不会对发行人经营环境造成重大不利变化的影响。

（三）关于运营监管

目前电商 SaaS 行业的运营监管与电子商务行业保持一致，主要由商务部、工信部及市场监督管理部门共同协调。根据《电子商务法》第六条、第七条的相关规定，国务院有关部门按照职责分工负责电子商务发展促进、监督管理等工作。县级以上地方各级人民政府可以根据本行政区域的实际情况，确定本行政区域内电子商务的部门职责划分。电子商务行业的运营监管是多部门协同管理、多主体共同参与的体系。截至目前，运营监管方面不存在对发行人经营环境造成重大不利变化的影响。

（四）关于资质管理

资质管理层面电商 SaaS 行业并未有体系化的资质管理规则，而是针对各细分业务层面出具了具体的资质管理要求。发行人及其子公司目前的业务资质情况如下：

序号	持有人	资质名称	证书编号	许可范围	颁发机构	有效期	涉及业务
1	光云科技	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	B2-20184828	业务种类为“信息服务业务（不含互联网信息服务）”	中华人民共和国工业和信息化部	2018.12.18-2023 12.18	CRM短信
2	麦家科技	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	浙B2-20160620	在网站域名为“maijia.com”、“kuaimai.la”经营业务种类为“第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）”、业务覆盖范围为“不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展相应经营活动）”的服务项目	浙江省通信管理局	2016.08.15-2021.08.14	CRM短信
3	麦家科技	广播电视节目制作经营许可证	（浙）字第03033号	经营范围：制作、发行广播电视节目（时政、新闻及同类专题、专栏除外）	浙江省广播电视局	2019.04.01-2021.03.31	运营服务

发行人及其子公司已根据国家相关法律法规及行业标准的规定，取得开展现阶段业务所需的相关业务资质许可，根据现有相关法律、法规及规则的规定，截至本回复出具日，发行人及其子公司拥有的资质不存在续期风险，在资质管理方面不存在对发行人经营环境造成重大不利变化的影响。

（五）核查程序需及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取并查阅了电子商务行业及电商 SaaS 行业相关的法律法规；

2、获取并查阅了发行人业务开展所需的资质证书。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

近年来，电商 SaaS 行业作为电子商务行业的细分领域，随着《电子商务法》等法律法规的出台，逐渐步入规范运作的时期，发行人拥有目前业务开展需要的资质证书。根据现有相关法律、法规及规则的规定，截至目前，发行人及其子公司符合相应资质到期后的续期申请或重新认定条件，不存在不被核准续期的风险，也不存在不符合重新认定条件的风险，在资质管理方面不存在对发行人经营环境造成重大不利变化的影响。

问题 10

招股说明书披露，我国的电商 SaaS 仍属于新兴行业，参与者众多，但收入在亿元级别的规模化 SaaS 企业较少。收入规模主要是依据《2016 年阿里巴巴商业服务生态报告》。

请发行人结合最新数据，说明截至目前电商 SaaS 行业的收入规模分布情况，招股说明书中的相关表述是否符合目前的市场实际情况，所引用相关报告是否权威。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

经公开渠道查询，自《2016 年阿里巴巴业服务生态报告》后，暂未出现统计相关电商 SaaS 企业收入规模的相关统计报告。

发行人了查询了目前在资本市场相关渠道已经公开披露的电商 SaaS 企业的收入规模，具体如下：

序号	企业名称	最近一期披露的业务收入规模
1	美登科技	2018 年营业收入 6,596.46 万元
2	爱用宝	2018 年营业收入 5,454.44 万元
3	欢乐逛	2017 年营业收入 7,103.60 万元
4	麦苗网络	2018 年营业收入 6,815.57 万元
5	微盟	2018 年营业收入 3.47 亿元
6	中国有赞	2018 年营业收入 6.02 亿元
7	上海百胜	2018 年营业收入 2.28 亿
8	聚水潭	2018 年上半年营业收入 1.5 亿元
9	发行人	2018 年营业收入 4.65 亿元

上述企业均是国内排名靠前的电商 SaaS 产品的提供商，并于近几年登陆资本市场，美登科技、爱用宝、欢乐逛、麦苗网络等均长期获得金牌淘拍档等荣誉，旗下的电商 SaaS 产品如美折、爱用宝、欢乐逛、省油宝等 SaaS 产品在商家服务市场排名均位于前列，但上述电商 SaaS 企业的收入规模均未超过亿元。近年来，由于电商企业级 ERP 行业的兴起，由于电商 ERP 的客单价较高，因此在该领域出现了一批以上海百胜、聚水潭为代表的电商 ERP 企业；微盟、中国有赞则是

独立于淘系平台的电商 SaaS 服务提供商，上述企业是目前可公开查询的少数收入过亿的电商 SaaS 企业。综上，为更准确地描述电商 SaaS 行业的基本情况，发行人拟在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（五）行业竞争格局及行业内主要企业” 之“（1）市场化程度与竞争格局”更新披露为：

“1）参与者众多，规模化电商 SaaS 企业相对较少，近年来规模化电商 SaaS 企业的数量有所增加

电子商务产业的快速发展吸引了大量 SaaS 企业加入。整个电商服务市场的服务商数量众多，但普遍规模较小，规模化的大型服务提供商很少，市场集中度较低。根据公开网络渠道的搜索及近几年登陆资本市场的电商 SaaS 企业的披露信息，随着电商 SaaS 行业的发展，业内电商 SaaS 企业的规模有所增长，尤其是随着电商 ERP 类目的兴起，由于电商 ERP 类目客单价较高，因此 ERP 类目出现了一批收入规模较大的电商 SaaS 企业。”

核查意见：

保荐机构主要履行了以下核查程序：通过公开渠道搜索电商 SaaS 企业的收入规模，资料来源包括已登陆资本市场的公开资料、融资新闻等。

经核查，保荐机构在招股说明书中更新披露电商 SaaS 产品的行业情况。

问题 11

请发行人披露报告期内主要产品付费用户数的变动情况、主要付费用户的付费区间、付费方式，与报告期各期收入的匹配情况。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）发行人报告期内主要 **SaaS** 产品付费用户数、付费区间及收入匹配变动情况

付费用户的付费方式主要包括：有统一服务市场的电商平台（如阿里巴巴商家服务市场、京麦服务市场等），客户一次性向服务市场支付全部价款，服务市场在付费用户订购的服务期限内与发行人按月摊销结算或服务市场一次性支付全部价款与发行人，发行人按月确认收入；如不存在统一服务市场的电商平

台（如拼多多），则由电商商家直接向发行人支付全部价款，发行人按月确认收入。

发行人报告期内 SaaS 应用品类繁多，其中超级店长、快递助手、超级快车、旺店交易及旺店商品系主要产品，上述产品报告期内占电商 SaaS 产品的收入占比分别为 92.68%、92.78%、92.33%及 89.80%，上述产品的付费用户数、付费区间及收入进行匹配性分析具有一定的业务代表性。

1、报告期内发行人主要产品付费用户数经折算后情况及其增速

单位：位

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
超级店长	481,366	-13.09%	553,859	-6.98%	595,433	6.25%	560,415
快递助手	484,753	9.86%	441,265	新增业务	-	-	-
超级快车	7,674	-37.46%	12,270	-13.89%	14,249	5.38%	13,521
旺店交易	235,540	2.46%	229,886	87.27%	122,756	109.61%	58,564
旺店商品	98,809	0.99%	97,838	26.31%	77,457	120.02%	35,205

注 1：付费用户数量指会计期间内按照产品服务期限加权平均的有效用户数量；2016 年至 2018 年内，如某客户在 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/12=0.25 个用户；2019 年 1-6 月，如某客户在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/6=0.50 个用户。下同。

注 2：均价为年度内每个用户平均产生的收入金额；2019 年 1-6 月均价已年化处理；下同。

注 3：2019 年 1-6 月销售收入增幅系 2019 年 1-6 月收入年化后相较于 2018 年度销售收入的增幅；2019 年 1-6 月付费用户数量增幅的计算方法为（2019 年 1-6 月付费用户数量/2018 年度付费用户数量）-1；2019 年 1-6 月均价增幅的计算方法为（2019 年 1-6 月均价/2018 年度均价）-1。下同。

2、报告期内发行人主要 SaaS 产品超级店长、快递助手、超级快车、旺店交易、旺店商品其付费用户的付费区间及产品收入匹配性情况

（1）超级店长的付费区间与产品收入匹配性

1）超级店长付费区间

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
[0,50)	74,557	15.49%	99,809	18.02%	103,504	17.38%	123,640	22.06%
[50,100)	91,808	19.07%	93,202	16.83%	128,682	21.61%	147,637	26.34%
[100,200)	94,962	19.73%	108,575	19.60%	161,021	27.04%	159,966	28.54%

[200,300)	194,618	40.43%	241,856	43.67%	202,064	33.94%	129,172	23.05%
>=300	25,421	5.28%	10,417	1.88%	162	0.03%	-	0.00%
总计	481,366	100.00%	553,859	100.00%	595,433	100.00%	560,415	100.00%

注：付费区间指客户在特定期间的订单金额区间，下同

2）超级店长收入匹配性分析

报告期内超级店长的收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
超级店长	6,044.72	-9.01%	13,286.21	0.63%	13,202.95	14.29%	11,552.54

注：此处 2019 年 1-6 月的收入增长率均通过以下公式计算，（当期收入*2-上年全年收入）/上年全年收入，鉴于双 11、双 12 等电商大促活动集中于下半年，因此相应数据存在一定偏差。下同。

2017 年超级店长相比 2016 年的收入增长 14.29%，主要得益于超级店长付费用户数的及付费用户区间的结构优化（200 元-300 元价格区间的用户数占比提升）；随着电子商务行业的不断发展，大量电商商家的业务流程开始趋于精细化分工，对应垂直细分类目下的电商 SaaS 产品相应大量增加，对超级店长等综合管理类软件的用户基数造成一定分流，因此超级店长自 2018 年开始付费用户数量有所下滑，其中 2018 年相比 2017 年的收入仍微增 0.63%主要得益于付费用户结构区间的持续优化，2019 年上半年年化数据相比去年收入下滑 9.01%主要是由于付费用户数的有所下降，其次由于双 11、双 12 等电商大促均集中于下半年，因此以上半年数据年化到导致年化数据相对较低。

（2）快递助手的付费区间与产品收入匹配性

1）快递助手付费区间

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
[0,50)	173,358	35.76%	167,111	37.87%	-	-	-	-
[50,100)	66,752	13.77%	68,119	15.44%	-	-	-	-
[100,200)	206,864	42.67%	191,374	43.37%	-	-	-	-
[200,300)	16,019	3.30%	6,222	1.41%	-	-	-	-
>=300	21,760	4.49%	8,439	1.91%	-	-	-	-
总计	484,753	100.00%	441,265	100.00%	-	-	-	-

2）快递助手收入匹配性分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
快递助手	4,923.16	24.39%	7,915.87	-	-	-	-

自 2018 年发行人收购其乐融融并将其纳入合并报表后，快递助手作为发行人新的盈利增长点保持持续快速增长，主要原因系快递助手早期通过满足大量初创型、发展中商家的需求，实现了产品收入的快速增长，取得了订单管理类目的市场领先地位。2018 年，在发行人收购其乐融融后，研发并推出了更高阶的快递助手版本，即快递助手专业版。随着阿里巴巴平台商家分化日渐清晰，成熟型商家的重要性日益凸显，公司逐步聚焦于发展中和成熟型商家的需求，逐步推出部分高价产品版本，上述原因导致快递助手在 2019 年上半年的付费用户数提升及付费区间结构持续逐步优化（200 元-300 元的付费区间用户占比提升），因此 2019 年上半年快递助手的收入维持高速增长。

（3）超级快车的付费区间与产品收入匹配性

1）超级快车付费区间

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
[0,200)	3,527	45.96%	6,534	53.25%	6,086	42.71%	3,271	24.19%
[200,400)	1,080	14.07%	1,757	14.32%	3,391	23.80%	5,763	42.62%
[400,600)	749	9.76%	1,523	12.41%	2,307	16.19%	3,372	24.94%
>=600	2,318	30.21%	2,456	20.02%	2,465	17.30%	1,115	8.25%
总计	7,674	100.00%	12,270	100.00%	14,249	100.00%	13,521	100.00%

2）超级快车收入匹配性分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
超级快车	262.13	-31.49%	765.28	-23.23%	996.83	-2.49%	1,022.28

报告期内超级快车产品的收入持续下降，主要原因为随着电商行业的竞争日益激烈，电商广告投放的转化率日益降低，超级快车作为一款直通车、钻展

投放 SaaS 产品亦受到相应的市场冲击,尽管发行人通过推出新的超级快车版本、调整销售价格等方式希冀通过优化付费区间结构提升产品收入水平，但由于付费用户数的下滑，超级快车的收入规模仍整体呈现总体下降趋势。

（4）旺店交易的付费区间与产品收入匹配性

1）旺店交易付费区间

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
[0,50)	16,476	7.00%	25,850	11.24%	30,464	24.82%	22,465	38.36%
[50,100)	106,966	45.41%	122,636	53.35%	85,246	69.44%	35,323	60.32%
[100,200)	112,098	47.59%	81,400	35.41%	7,046	5.74%	776	1.33%
总计	235,540	100.00%	229,886	100.00%	122,756	100.00%	58,564	100.00%

2）旺店交易收入匹配性分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
旺店交易	1,753.22	8.19%	3,241.14	155.73%	1,267.41	127.18%	557.90

随着千牛端平台的成熟，旺店交易作为发行人在千牛端的重点 SaaS 产品快速增长，其中 2017 年、2018 年均保持 100%以上的增长率，主要得益于该产品付费用户数的持续增长及 2017 年开始推出新版本优化付费用户区间，2019 年上半年旺店交易的增速有所下滑，主要原因系用户数逐步趋稳、付费区间结构进一步优化所致。

（5）旺店商品的付费区间与产品收入匹配性

1）旺店商品付费用户数

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
[0,50)	10,788	10.92%	29,103	29.75%	30,089	38.85%	16,415	46.63%
[50,100)	54,240	54.89%	40,982	41.89%	44,689	57.70%	18,302	51.99%
[100,200)	33,781	34.19%	27,753	28.37%	2,679	3.46%	488	1.39%
总计	98,809	100.00%	97,838	100.00%	77,457	100.00%	35,205	100.00%

2）旺店商品收入匹配性分析

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
旺店商品	712.93	5.12%	1,356.43	67.71%	808.81	131.92%	348.75

旺店商品系发行人在千牛端的商品管理 SaaS 产品，随着千牛平台的成熟，2017 年收入增长主要受益于同期付费用户数的快速增长；2018 年的收入增长除付费用户数增长外，新版本的推出优化付费区间结构亦作出一定贡献；2019 年上半年的收入增速则有所放缓进入平稳状态。

3、发行人报告期内 CRM 短信充值用户数、付费区间及收入匹配变动情况

CRM 短信内嵌于超级店长等软件，采用先充值后消费的收费模式。付费用户通过产品的内购链接进行预充值并获得相应的短信数量，发行人根据付费用户实际使用量结算收入。

报告期内发行人 CRM 短信业务充值用户数变动情况如下：

单位：位

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
CRM 短信	29,053	-21.58%	74,098	-0.66%	74,593	21.66%	61,314

报告期内发行人主要 CRM 短信业务付费用户的付费区间情况如下：

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
(-1,300)	23,466	80.77%	58,885	79.47%	56,157	75.28%	43,203	70.46%
[300,700)	2,348	8.08%	5,542	7.48%	5,987	8.03%	7,641	12.46%
[700,1,000)	992	3.41%	2,648	3.57%	3,584	4.80%	2,893	4.72%
[1,000,5,000)	1,794	6.17%	5,510	7.44%	7,130	9.56%	6,110	9.97%
[5,000,10,000)	231	0.80%	797	1.08%	1,018	1.36%	886	1.45%
>=10,000	222	0.76%	716	0.97%	717	0.96%	581	0.95%
总计	29,053	100.00%	74,098	100.00%	74,593	100.00%	61,314	100.00%

鉴于 CRM 短信系发行人以 SaaS 产品为核心向客户提供的增值衍生业务，因此发行人并未投入过多的业务资源，报告期内 CRM 短信业务收入有所下滑，具体如下：

单位:万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
CRM 短信	1,441.30	-35.13%	4,443.74	-8.05%	4,832.52	28.80%	3,751.84

报告期内，CRM 短信系公司为提升综合服务能力而向电商商家提供的一种增值产品，其收入和毛利占比较低，对公司经营业绩的影响较为有限。2017 年、2018 年的收入波动主要受到付费用户数的影响，2019 年 1-6 月呈现较为明显的下滑趋势。该趋势一方面系 CRM 短信业务主要基于超级店长开展，在超级店长用户数量出现下滑的情况下，CRM 短信的用户也相应减少；另一方面，短信推送服务的行业竞争较为激烈，导致 CRM 短信业务客户流失。

4、发行人报告期内运营服务付费用户数、付费区间及收入匹配变动情况

运营服务主要包括快麦电商、超级快车人机两个产品，其销售可分为线上与线下两种模式。付费用户可通过电商平台服务市场线上直接订购发行人的运营服务，并按所购买运营服务期限，一次性向服务市场支付全部价款，服务市场在付费用户订购的服务期限内与发行人按月结算；付费用户亦可在线下直接签署书面合同并一次性支付运营服务费用，发行人根据服务期限逐月确认收入。报告期内快麦电商与超级快车人机的付费用户数变动情况如下:

单位：位

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
快麦电商	297	-33.26%	445	-25.08%	594	53.89%	386
超级快车人机	800	-9.71%	886	-11.13%	997	115.33%	463
合计	1,097	-17.58%	1,331	-16.34%	1,591	87.40%	849

报告期内发行人主要运营服务业务快麦电商其付费用户的付费区间情况如下:

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
(0,18000)	25	8.42%	57	12.81%	100	16.84%	107	27.72%
[18000,24000)	21	7.07%	58	13.03%	142	23.91%	157	40.67%
[24000,30000)	68	22.90%	120	26.97%	143	24.07%	40	10.36%
[30000,60000)	122	41.08%	119	26.74%	126	21.21%	46	11.92%

>=60000	61	20.54%	91	20.45%	83	13.97%	36	9.33%
总计	297	100.00%	445	100.00%	594	100.00%	386	100.00%

注：快麦电商的付费区间标准为该用户在特定年度内的订单金额。

报告期内发行人主要运营服务业务超级快车人机其付费用户的付费区间情况如下：

单位：元、位

付费区间	2019 年 1-6 月	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比	2016 年度	占比
(0,1000]	154	19.25%	114	12.87%	146	14.64%	22	4.75%
(1000,2000]	7	0.88%	14	1.58%	22	2.21%	44	9.50%
(2000,3000]	6	0.75%	13	1.47%	187	18.76%	302	65.23%
(3000,4000]	180	22.50%	261	29.46%	261	26.18%	0	0.00%
>4000	453	56.63%	484	54.63%	381	38.21%	95	20.52%
总计	800	100.00%	886	100.00%	997	100.00%	463	100.00%

报告期内发行人运营服务收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	增长率	2018 年度	增长率	2017 年度	增长率	2016 年度
运营服务	2,533.99	-14.62%	5,936.00	-8.13%	6,461.49	108.51%	3,098.88

发行人 2017 年运营服务收入相比 2016 年增长迅速，主要原因系快麦电商、超级快车人机两个主打产品付费用户数提升明显，且高付费区间用户数相比 2016 年显著增加；2018 年及 2019 年上半年，快麦电商和超级快车人机业务用户人数均出现了下滑，其主要原因是：

（1）自 2017 年下半年起，电商平台流量推广方式日趋多样，直播、短视频等场景的兴起，使得淘宝、京东等电商平台均在网页和 App 首页增加了视频、有好货、直播等产品投放入口，相应使得以搜索栏结果为主要广告投放渠道的直通车产品流量出现了分流。

（2）随着潜在网购用户数量趋稳，初创型和部分发展型商家的获客成本日益增长，对该部分商家而言直通车业务的边际效益呈现逐年下滑的态势，因此减少了直通车、钻展的投放，相应使得超级快车人机和超级快车业务用户出现了下滑。

（3）品牌客户和部分成熟型客户随着对平台获客渠道的深入了解，倾向于自建团队多渠道投放广告以提高运营效率，因此高客单价的快麦电商业务在2018年后也出现了下滑。

（4）快麦电商线下推广方式变化

发行人为更好的拓展快麦电商业务，由传统的集中授课方式转变为通过电商产业园区、电商商家集聚地集中拜访、电话销售等形式展开，推广方式变化过程会对快麦电商的业绩造成一定影响。

5、发行人报告期内配套硬件付费用户数、付费区间及收入匹配变动情况

发行人配套硬件业务的销售模式主要是经销模式，与经销商之间按照买断模式进行结算，配套硬件主要是标准件产品，因此终端付费用户数的统计与付费区间变化的情况与收入不存在明显的线性关系。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况与主要客户”之“（一）报告期内发行人主要产品的生产销售情况”补充披露本题回复中楷体加粗内容。

（二）核查程序及核查意见

保荐机构主要履行了以下核查程序：

1、获取并查阅了发行人报告期的审计报告及各期财务报表，统计并分析了发行人各产品线的收入情况、各电商 SaaS 产品的收入情况等；

2、获取了发行人各业务板块报告期内的付费用户数变动情况，分析付费用户数变动情况对于相应业务板块收入变动情况的影响；

3、获取了发行人各业务板块用户付费区间分布情况，分析各业务板块付费用户区间分布情况的变化对于各业务板块收入变动情况的影响；

4、获取并查阅了《杭州光云科技股份有限公司 2016-2019 年上半年度信息系统评估报告》，对部分产品的付费用户数进行了复核；

5、了解了发行人各业务板块的收入确认方法，确认了客户在报告期内的付费方式未曾发生较大变动；

6、访谈了发行人管理层，了解了发行人报告期内各业务板块收入变动的行业趋势与经营因素。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

发行人报告期内电商 SaaS 产品、CRM 短信、运营服务的付费用户数的变动情况、主要付费用户的付费区间、付费方式，与报告期各期收入的变动情况基本匹配。

问题 12

报告期内，公司前五名客户的合计销售金额分别为 3,614.82 万元、4,369.75 万元和 4,028.55 万元，占各期营业收入的比例分别为 13.78%、12.19%和 8.65%，客户分散度高。

请发行人按照产品类别，分别披露报告期内向前五大客户的销售情况。

请发行人说明：（1）报告期各期前五大客户情况（包括成立时间、注册资本、主要股东、主营业务、经营状况、对其销售产品种类、金额及占比等、占客户采购的同类产品的比例）、报告期内变动（包括新增客户、减少客户、销售金额变动）的原因及合理性；（2）报告期内上述客户与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）报告期各期前五大客户情况（包括成立时间、注册资本、主要股东、主营业务、经营状况、对其销售产品种类、金额及占比等、占客户采购的同类产品的比例）、报告期内变动（包括新增客户、减少客户、销售金额变动）的原因及合理性

1、配套硬件业务

（1）配套硬件业务前五大客户的名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例	变动情况	变动原因	占客户同类采购占比
2019 年 1-6 月	1	深圳市百合花科技有限公司	796.21	25.93%	相比去年同期收入减少 816.19 万元	因公司直销增加，造成经销商采购量下降	97%
	2	苏州乔斯特条码技术有限公司	191.54	6.24%	相比去年同期减少 15.43 万元	正常商业变动	40%
	3	合肥市达标商贸有限公司	118.90	3.87%	相比去年同期增长 4.32 万元	正常商业变动	40%
	4	南京冠洋网络科技有限公司	117.56	3.83%	相比去年同期减少 195.42 万元	因公司直销增加，造成经销商采购量下降	11%
	5	广州码客信息科技有限公司	78.02	2.54%	相比去年同期增加 33.66 万元	正常商业变动	17%
	合计		1,302.22	42.42%	-	-	
2018 年度	1	深圳市百合花科技有限公司	2,584.67	34.94%	相比 2017 年，销售收入增加 44.07 万元	正常商业变动	94.5%
	2	南京冠洋网络科技有限公司	457.68	6.19%	相比 2017 年，销售收入减少 408.82 万元	因经销商经销策略调整，故采购量有所减少	20%
	3	合肥市达标商贸有限公司	421.57	5.70%	系本年新增前五大客户	2018 年公司新开拓客户	80%
	4	苏州乔斯特条码技术有限公司	361.99	4.89%	相比 2017 年，销售收入增加 94.73 万元	正常商业变动	36%
	5	昆山宇艾英智能科技有限公司	202.64	2.74%	系本年新增前五大客户	系公司常年客户，近年来采购量有所增加	10%
	合计		4,028.55	54.46%	-	-	

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例	变动情况	变动原因	占客户同类采购占比
2017 年度	1	深圳市百合花科技有限公司	2,540.60	36.30%	相比 2016 年，销售收入增加 1,661.63 万元	公司快麦打印机销量较好，采购有所上升	93%
	2	南京冠洋网络科技有限公司	866.50	12.38%	相比 2016 年，销售收入减少 270.31 万元	因营销商经销策略调整，故采购量有所减少	39%
	3	无锡行创科技有限公司	354.99	5.07%	相比 2016 年，销售收入减少 437.32 万元	因营销商经销策略调整，故采购量有所减少	10%
	4	广州巨精贸易有限公司	340.40	4.86%	相比 2016 年，销售收入减少 70.65 万元	正常商业变动	21%
	5	苏州乔斯特条码技术有限公司	267.26	3.82%	系本年新增前五大客户	系公司常年客户，近年来采购量逐年上升	35%
	合计		4,369.75	62.43%	-	-	-
2016 年度	1	南京冠洋网络科技有限公司	1,136.81	23.55%	-	-	25%
	2	深圳市百合花科技有限公司	878.97	18.21%	-	-	91%
	3	无锡行创科技有限公司	792.31	16.41%	-	-	20%
	4	广州巨精贸易有限公司	411.05	8.51%	-	-	22%
	5	杭州荣达印刷厂	395.68	8.20%	-	-	30%
	合计		3,614.82	74.88%	-	-	-

注 1：深圳市百合花科技有限公司包括深圳市百合花科技有限公司、深圳佳腾百慧科技有限公司两家受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额；南京冠洋网络科技有限公司包括南京冠洋网络科技有限公司、南京科然办公用品有限公司两家受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额；苏州乔斯特条码技术有限公司、苏州伍德麦克物联信息技术有限公司两家受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额；广州巨精贸易有限公司包括广州巨精贸易有限公司、广州火掌信息科技有限公司两家受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额；昆山宇艾英智能科技有限公司包括昆山宇艾英智能科技有限公司、昆山纬客特印刷品有限公司等五家受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额；广州码客信息科技有限公司、广州艾印信息技术有限公司受同一实际控制人控制的销售客户，已合并计算销售额。

注 2：客户同类占比的数据来源于各客户提供的相关声明。

业务类型	客户名称		成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务	经营情况
配套硬件	深圳市百合花科技有限公司相关企业	深圳市百合花科技有限公司	2010 年 7 月 20 日	30 万元	深圳市福田区振华路桑达小区 306 栋 607 室	自然人梁社忆持有 70%的股份，自然人陈宝定持有 30%的股份	办公用品销售	2018 年营业收入约 3.5 亿元
		深圳佳腾百慧科技有限公司	2014 年 1 月 1 日	50 万元	深圳市龙岗区坂田街道五和社区和磡球场西四巷 8 号 307	自然人方晓杰持股 70%，自然人巴少玲持股 30%	办公用品销售	
	南京冠洋网络科技有限公司相关企业	南京冠洋网络科技有限公司	2010 年 7 月 27 日	30 万元	南京市栖霞区马群街道紫东路 1 号 E2 栋 346 室	自然人曹凯持有 83.33%的股份，自然人许良球持有 16.67%的股份	办公用品销售	2018 年营业收入 1.5 亿元
		南京科然办公用品有限公司	2012 年 11 月 23 日	100 万元	南京市栖霞区马群街道紫东路 1 号 5 幢	自然人张夏夏持有 50.00%的股份，自然人许洋持有 50.00%的股份	办公用品销售	
	合肥市达标商贸有限公司		2017 年 9 月 12 日	65 万元	合肥市滨湖区南京路 2588 号合肥要素市场 B 区 4 层 6R-D1	自然人黄内丽持有 99.00%的股份，自然人戴觉士持有 1.00%的股份	办公用品销售	2018 年营业收入将近 900 万元
	苏州乔斯特条码技术有限公司相关企业	苏州乔斯特条码技术有限公司	2013 年 1 月 7 日	500 万元	苏州市吴中区木渎镇珠江南路 999 号 3 幢 B405 室	自然人黄大都持有 50.00%的股份，自然人曾友瑾持有 50.00%的股份	办公用品销售	2018 年营业收入 2,000 万元
		苏州伍德麦克物联信息技术有限公司	2016 年 3 月 1 日	500 万元	苏州市吴中区木渎镇丹枫路 389 号建业科技园 A 区 505 室	自然人曾建平持有 50.00 的股份，自然人王小三持有 50.00%的股份	办公用品销售	
	广州码客信息科技有限公司相关企业	广州码客信息科技有限公司	2015 年 6 月 5 日	500 万元	广州市番禺区石碁镇雁洲村雁洲路 11 号二楼之一	自然人陈浩持股 50.00%，自然人余丽仪持股 30.00%，自然人彭福彬持股 20.00%	办公用品销售	2018 年销售收入为 0.44 亿元

		广州艾印信息技术有限公司	2017 年 11 月 28 日	500 万元	广州市番禺区石碁镇雁洲村雁洲路 5 号四楼 404	广州码客信息科技有限公司持股 95.00%，自然人范文持股 5.00%	办公用品销售	
	昆山宇艾英智能科技有限公司相关企业	昆山宇艾英智能科技有限公司	2013 年 10 月 14 日	100 万元	昆山市玉山镇紫竹路 699 号九方城市花园 8 号楼 141 室	自然人孙文珍持有 50.00%的股份，自然人陈群先持有 50.00%的股份	办公用品销售	2018 年营业收入 800 万元
		昆山微策网络科技有限公司	2014 年 8 月 18 日	100 万元	昆山市玉山镇紫竹路 699 号九方城市花园 8 号楼 141 室	自然人毛庆瑛持股 100%	办公用品销售	
		昆山旺点网络科技有限公司	2016 年 12 月 20 日	10 万元	昆山开发区黄浦城市花园 24 号楼 16 室	自然人陈群先持股 100%	办公用品销售	
		昆山纬客特印刷品有限公司	2013 年 6 月 25 日	50 万元	昆山市玉山镇紫竹路 699 号九方城市花园 8 号楼 141 室	自然人陈宇持股 60%，自然人毛庆瑛持股 40%	办公用品销售	
		昆山科涵电子商务有限公司	2016 年 7 月 7 日	50 万元	昆山开发区朝阳东路 109 号 2 幢 1001 室	自然人陈宇持股 50%，自然人毛庆瑛持股 50%	办公用品销售	
	无锡行创科技有限公司		2011 年 6 月 22 日	100 万元	无锡开发区 44-A 地块新区泰山路 2 号国际科技合作园 C 楼 5E3-1 座	自然人陈杰持股 50.50%，自然人马杰持股 28.50%，自然人张花持股 16.00%，自然人张雄明持股 5.00%	办公用品销售	2018 年营业收入约 5,000 万元
	广州巨精贸易有限公司相关企业	广州巨精贸易有限公司	2013 年 3 月 7 日	100 万元	广州市增城区新塘镇蟾蜍石路三号智云电商产业园 4 楼 401	自然人邹哲锐持股 50.00%，自然人邓玉琼持股 50.00%	办公用品销售	2018 年营业收入 1.3 亿元
		广州火掌信息科技有限公司	2014 年 11 月 10 日	200 万元	广州市增城区新塘镇蟾蜍石路三号智云电商产业园 4 楼 402	自然人邹年锐持股 50.00%，自然人邹哲锐持股 25.00%，自然人邓玉琼持股 25.00%	办公用品销售	
	杭州荣达印刷厂		2005 年 8	50 万元	浙江省杭州市萧山区所	自然人张栋持有全部份	办公用品	2018 年营业收入

		月 1 日		前镇山里王村山里王 561 号	额	生产、销售	4,000 万元

注：上表中的经营情况信息来源于主要客户的经营情况声明。

2、CRM 短信业务

（1） CRM 短信业务前五大客户的名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例
2019 年 1-6 月	1	福州榕巍电子商务有限公司	27.47	1.91%
	2	西安巨子生物基因技术股份有限公司	18.16	1.26%
	3	阿茶与阿古（淘宝 C 店）	10.90	0.76%
	4	晋江市女友卫生用品有限公司	9.73	0.67%
	5	福州腾榕电子商务有限公司	9.11	0.63%
	合计		75.37	5.23%
2018 年度	1	福州维意电子商务有限公司	146.38	3.29%
	2	福州中榕网络科技有限公司	120.78	2.72%
	3	福州胜途电子商务有限公司	79.39	1.79%
	4	丹东市航成食品有限公司	31.08	0.70%
	5	西安巨子生物基因技术股份有限公司	26.72	0.60%
	合计		404.35	9.10%
2017 年度	1	福州中榕网络科技有限公司	61.89	1.28%
	2	福州胜途电子商务有限公司	46.73	0.97%
	3	上海千趣商贸有限公司	39.83	0.82%
	4	日禾戎美服装股份有限公司	38.61	0.80%
	5	福州榕耀电子商务有限公司	37.39	0.77%
	合计		224.45	4.64%
2016 年度	1	丹东市航成食品有限公司	23.07	0.61%
	2	南通寝本道纺织品有限公司	21.58	0.58%
	3	广州驼首皮具有限公司	15.60	0.42%
	4	上海千趣商贸有限公司	11.57	0.31%
	5	广州都市女孩电子商务有限公司	11.11	0.30%
	合计		82.93	2.21%

注：福州中榕网络科技有限公司、梦想中榕（福建）网络科技有限公司及福州中榕电子商务有限公司系同一控制下企业，销售口径予以合并披露

（2）CRM 各期客户的工商基本信息及经营信息

业务类型	客户名称		成立时间/店铺开店时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务	经营情况
CRM 短信业务	福州榕巍电子商务有限公司		2018 年 9 月 20 日	100 万	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4 号楼 4 层 08 办公	自然人叶巍持股 100%	技术服务	2019 年 1-6 月销售收入接近 40 万
	西安巨子生物基因技术股份有限公司		2001 年 9 月 5 日	3,000.2858 万	西安市高新区锦业路 69 号创业研发园 C 区 20 号	自然人范代娣持股 61.67%，法人广东金荔投资有限公司持股 23.33%，法人中润经济发展有限责任公司持股 7.78%，法人西北大学持股 5%，自然人严建亚持股 2.22%	美妆销售	2018 年营业收入超过 6,000 万元
	阿茶与阿古（淘宝 C 店）		2014 年 2 月 1 日	-	-	-	服装销售	淘宝 5 年老店，系金牌卖家，销售稳定
	晋江市女友卫生用品有限公司（呗呗母婴旗舰店）		2004 年 03 月 25 日	118 万	晋江市磁灶镇大公山工业区(大埔村)	自然人张惠宁持股 70%，吴海丰持股 30%	母婴产品销售	天猫四年店，销售规模较大
	福州腾榕电子商务有限公司		2018 年 2 月 6 日	100 万	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4 号楼 4 层 10 办公	自然人王超翔持股 100%	-	-
	福州中榕网络科技有限公司相关企业	福州中榕网络科技有限公司	2014 年 9 月 2 日	1,000 万	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4 号楼 4 层 06 办公室	自然人张振翔持股 65%，自然人张振鹏持股 30%，自然人黄金银持股 5%	技术服务	2018 年销售收入超过 500 万元

		梦想中榕（福建）网络科技有限公司	2016 年 10 月 31 日	1,000 万	福建省福州市闽侯县上街镇乌龙江南大道 30 号福州清华紫光科技园-海峡科技研发区 1-2#号楼 10 层 1005 单元	自然人张振翔持股 70%，自然人张振鹏持股 30%	技术服务	
		福州中榕电子商务有限公司	2017 年 2 月 21 日	100 万元	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4 号楼 4 层 13 办公	自然人张振翔持股 70%，自然人张建锋持股 30%	技术服务	
	福州维意电子商务有限公司		2016 年 11 月 3 日	500 万元	福州高新区海西高新技术产业园创业大厦 B 区 24 层 310 室	自然人林意娴持股 51%，自然人颜岩威持股 49%	-	-
	福州胜途电子商务有限公司		2018 年 2 月 24 日	100 万	建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4 号楼 4 层 11 办公	自然人颜凌炜持股 100%	技术服务	2019 年 1-6 月收入接近 100 万元
	丹东市航成食品有限公司		2014 年 9 月 1 日	100 万元	丹东市振兴区表厂路 22 号 3 单元 1009 室	姜贵忠持有 100%的股权	食品销售	系天猫四年老店，经营稳定，销售规模较大
	上海千趣商贸有限公司		2006 年 3 月 22 日	12,646.9639 万	上海市长宁区长宁路 1027 号 908 室	法人株式会社千趣会持股 100%	童装销售	日本童装品牌 7 年天猫店铺，经营较为稳定
	日禾戎美服装股份有限公司		2012 年 3 月 13 日	16,800 万	常熟经济技术开发区高新技术产业园建业路 2 号 1 幢	法人苏州戎美匠心时装有限公司持股 70%，自然人温迪持股 15%，自然人郭健持股 15%	女装服饰销售	系淘宝平台规模较大的女装服饰旗舰店，2018 年销售过亿
	福州榕耀电子商务有限公司		2018 年 9 月 20 日	100 万	福建省福州市仓山区金山街道浦上大道 216 号福州仓山万达广场 C 区 C4#楼 4 层 07 办公	自然人王耀文持股 100%	技术服务	2019 年 1-6 月营业收入超过 30 万元

	南通寝本道纺织品有限公司（兰花情旗舰店）	2011 年 9 月 8 日	101 万	南通市崇川区桃坞路 99 号 6 层 18 室	法人南通市诺卫家纺科技有限公司持股 100%	床上用品销售	天猫五年店，销量规模较大
	广州驼首皮具有限公司	2012 年 8 月 6 日	100 万	广州市花都区狮岭镇新扬村新扬五队 58 号（可作厂房使用）	自然人薛攀持股 90%，自然人胡鲁持股 10%	-	-
	广州都市女孩电子商务有限公司（都市女孩高端服饰）	2015 年 7 月 29 日	100 万	广州市白云区京溪桥东侧广州新百佳小商品城 A22009 号档	自然人廖鹏晖持股 50%，自然人连少敏持股 50%	女装销售	三金冠淘宝店，经营稳定

注 1：由于 CRM 短信业务的客户单个采购金额较小且向发行人采购信息通道资源占其同类采购占比事宜涉及到电商商家内部商业机密，因此对于提供向发行人信息通道资源采购占其同类采购比例的配合程度较低。

注 2：上表中客户经营情况数据主要来源于客户提供的经营情况声明或通过公开渠道、淘宝、天猫平台店铺搜索等。

注 3：由于部分商家的经营数据无法获取，因此部分暂未获取的商家经营数据暂以“-”显示，下同。

（3）报告期内发行人 CRM 短信前五大客户变动（包括新增客户、减少客户、销售金额变动）的情况与原因

CRM 短信推送服务的行业竞争较为激烈，导致 CRM 短信业务销售均价在报告期内持续受到挤压，客户一般根据采购价格的高低来确认采购渠道。CRM 短信销售采购渠道众多，随着商家由于价格因素对电商商家采购渠道的调整，电商商家的采购金额每年均有所波动，也导致报告期内发行人 CRM 短信业务前五大客户的变动情形较大。

3、运营服务

（1）运营服务前五大客户的名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例
2019 年 1-6 月	1	绘儿乐（上海）贸易有限公司	93.80	3.70%
	2	上海宜足贸易有限公司	21.12	0.83%
	3	PV Capital (HK) Limited	18.87	0.74%
	4	上海恒生聚源数据服务有限公司	13.40	0.53%
	5	合肥芮峰商贸有限公司	11.32	0.45%
	合计		158.51	6.26%
2018 年度	1	山东优博电子商务有限公司	63.88	1.08%
	2	深圳市挺固五金科技有限公司	56.47	0.95%
	3	上海宜足贸易有限公司	37.56	0.63%
	4	苏州微易旭网络科技有限公司	28.30	0.48%
	5	上海宏原信息科技有限公司	24.81	0.42%
	合计		211.02	3.56%
2017 年度	1	山东优博电子商务有限公司	84.63	1.31%
	2	上海宏原信息科技有限公司	64.71	1.00%
	3	杭州空谷商贸有限公司（九额娘旗舰店）	21.41	0.33%
	4	华特迪士尼（中国）有限公司	20.74	0.32%
	5	上海开极照明科技有限公司	16.48	0.26%
	合计		207.97	3.22%
2016 年度	1	上海宏原信息科技有限公司	32.57	1.05%
	2	南通正轩之家家具有限公司	10.34	0.33%
	3	和美爱美爱生活（淘宝 C 店）	8.81	0.28%

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例
	4	广州升度服饰有限公司	8.49	0.27%
	5	东莞市强迪家居用品有限公司	8.08	0.26%
	合计		68.29	2.20%

（2）运营服务各期客户的工商基本信息及经营信息

业务类型	客户名称	成立时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务	经营情况
运营服务	绘儿乐（上海）贸易有限公司	2014 年 7 月 25 日	5,170 万元	中国（上海）自由贸易试验区英伦路 38 号三层 308 室	法人绘儿乐亚洲有限公司持股 100%	文具、玩具、文体用品的批发及零售	2018 年营业收入 6,900 万元
	上海宜足贸易有限公司	2012 年 6 月 18 日	100 万元	上海市金山区朱泾镇万联村万安 4110 号二栋 111 室	自然人王辉持股 90%，自然人冯贞持股 10%	男鞋销售	天猫四年店，经营规模较大
	PV Capital (HK) Limited	2013 年 2 月 8 日	-	-	-	-	-
	上海恒生聚源数据服务有限公司	2000 年 9 月 26 日	12,250 万元	中国（上海）自由贸易试验区峨山路 91 弄 61 号 7 楼西单元	法人恒生电子股份有限公司持股 57.13%，法人上海云鑫创业投资有限公司持股 14.29%，法人宁波高新区云汉股权投资管理合伙企业（有限合伙）持股 14.29%，法人宁波高新区云越股权投资管理合伙企业（有限合伙）持股 14.29%，自然人吴限峰持股 0.01%	金融资讯供应服务商	系恒生电子（600570.SH）旗下的金融资讯平台，2018 年实现营业收入 16,050.79 万元，净利润-369.73 万元
	合肥芮峰商贸有限公司	2015 年 10 月 29 日	50 万元	合肥市瑶海区当涂北路东聚贤山庄商住楼 1 幢 602 号	自然人殷晓峰持股 100%	女装销售	淘宝四皇冠优质店铺，经营较为稳定
	山东优博电子商务有限公司	2015 年 3 月 26 日	300 万元	山东省菏泽市牡丹区吴店镇工业园菏泽荣华新型	法人山东天华高新技术产业发展有限公司持股 100%	家具销售	2018 年营业收入 1,850.66 万元

				建材有限公司 2 号厂房			
	深圳市挺固五金科技有限公司	2013 年 8 月 20 日	100 万元	深圳市宝安区新桥街道新桥社区新和大道 8 号 A 栋 133	自然人李梅持股 100%	防盗门生产销售	2018 年营业收入超 6,000 万元
	苏州微易旭网络科技有限公司	2017 年 12 月 29 日	1,000 万元	苏州工业园区扬东路 277 号晶汇大厦 3 幢 312 室	自然人刘露持股 100%	电商平台	2019 年 1-6 月营业收入 2,000 万美元
	上海宏原信息科技有限公司	2013 年 5 月 14 日	170 万元	上海市徐汇区钦州北路 1001 号 12 幢 1601 部位 03 单元（名义地址：上海市钦州北路 1001 号 12 幢 18 层 1803 单元）	自然人史建明持股 36.03%，法人宁波镇海君鼎协立创业投资有限公司持股 31.62%，自然人李杰持股 17.65%，法人镇江君舜协立创业投资中心（有限合伙）持股 5.88%，法人上海云露网络科技有限公司持股 5.88%，自然人王沁持股 2.94%	-	-
	杭州空谷商贸有限公司（九额娘旗舰店）	2015 年 6 月 16 日	100 万元	杭州富阳区富春街道体育馆路 290 号 1005 室	自然人陈晚成持股 100%	服装鞋帽、日用百货、办公用品及建筑材料销售	2017 年营业收入 5,342 万元
	华特迪士尼（中国）有限公司	2004 年 12 月 7 日	1,000 万美元	中国（上海）自由贸易试验区世纪大道 88 号金茂大厦 31 楼 3105 室	法人 DISNEY ENTERPRISES，INC 持股 100%	文旅娱乐设施经营	系全球知名的文旅娱乐设施品牌
	上海开极照明科技有限公司	2013 年 10 月 17 日	500 万	上海市金山区山阳镇浦卫公路 16393 号 5 幢二层	自然人彭芳耀持股 51%，自然人陈静兰持股 49%	创意灯、礼品灯、蓝牙音响	2018 年营业收入 600 万元

				2011 室		等	
	南通正轩之家家具有限公司	2016 年 6 月 13 日	100 万	海安经济技术开发区东部大道 98 号	自然人曹银松持股 60%，自然人姜清华持股 40%	-	-
	和美爱美爱生活（淘宝 C 店）	2008 年 10 月 14 日	-	-	-	女装销售	淘宝十年老店，经营稳定
	广州升度服饰有限公司	2013 年 8 月 14 日	100 万	广州市白云区黄石街江夏村江夏北四路 8 号第壹社金夏创意园 8 楼 801A 号	自然人汪丽持股 50%，自然人童兰杰持股 50%	服装批发	2019 年 1-6 月实现营业收入 500 万元
	东莞市强迪家居用品有限公司	2011 年 7 月 22 日	50 万	东莞市南城区新基沽网坊 33 号	自然人程华持股 60%，自然人谭海燕持股 40%	桶装水电动抽水器、水桶支架、水桶	2018 年营业收入 5,000 万元

注 1：由于 CRM 短信业务的客户单个采购金额较小且向发行人采购信息通道资源占其同类采购占比事宜涉及到电商商家内部商业机密，因此对于提供向发行人信息通道资源采购占其同类采购比例的配合程度较低。

注 2：上表中客户经营情况数据主要来源于客户提供的经营情况声明或通过公开渠道、淘宝、天猫平台店铺搜索等。

（3）报告期内发行人运营服务前五大客户变动（包括新增客户、减少客户、销售金额变动）的情况与原因

发行人报告期内运营服务前五大客户中，山东优博电子商务有限公司系发行人 2017 年、2018 年店铺运营客户，该行业特征为店铺运营效果较为稳定后客户往往会收回运营权自行经营，因此自 2019 年开始该客户不再委托发行人店铺运营服务而改为自行经营；绘儿乐（上海）贸易有限公司自 2018 年与发行人建立产品分销的业务联系以来，对发行人的业务经营能力较为认可，因此委托发行人店铺运营服务，成为 2019 年 1-6 月新增前五大客户。总体而言，运营服务的行业特性导致电商商家由于自身原因调整运营服务战略、改变采购渠道等原因导致发行人报告期内运营服务前五大客户变动较大。

4、电商 SaaS 产品

（1）电商 SaaS 前五大客户的名称、金额及占比情况如下：

单位：万元

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例
2019 年 1-6 月	1	杭州亦优贸易有限公司	9.54	0.06%
	2	浙江菜鸟供应链管理有限公司	9.43	0.06%
	3	武义拓朴塑业有限公司	3.30	0.02%
	4	上海虎巴网络科技股份有限公司	2.88	0.02%
	5	义乌市涵驰电子商务有限公司	2.72	0.02%
	合计		27.87	0.18%
2018 年度	1	浙江菜鸟供应链管理有限公司	77.31	0.27%
	2	绍兴小麋人电子商务有限公司	3.83	0.01%
	3	北京宜然四季科技发展有限公司	2.73	0.01%
	4	温州经济技术开发区海城优乾洁具网店	2.64	0.01%
	5	台州联茂电子商务有限公司	2.46	0.01%
	合计		88.97	0.31%
2017 年度	1	浙江菜鸟供应链管理有限公司	8.49	0.05%
	2	广州尊雅实业有限公司	1.19	0.01%
	3	深圳市葵牌电子商务科技有限公司	0.90	0.01%
	4	帮帮熊玩具店（淘宝 C 店）	0.74	0.004%

年份	序号	客户名称	销售金额	占同类收入比例
	5	杭州圆菜工艺品有限公司	0.71	0.004%
	合计		12.03	0.08%
2016年度	1	长沙八星电子科技有限公司	0.38	0.003%
	2	个体工商户罗斌	0.38	0.003%
	3	深圳市五只狐狸珠宝有限公司	0.19	0.001%
	4	杭州丽冉贸易有限公司（羽凰旗舰店）	0.19	0.001%
	5	中国农家小二（纤指轻扬）	0.19	0.001%
	合计		1.33	0.009%

注 1：长沙八星电子科技有限公司、八星汽车用品专营店为同一控制下企业，已合并计算销售收入；残疾人圆梦良心店（残疾人圆梦店）与下世纪魅力在线均为自然人罗斌控制，已合并计算销售收入。

注 2:2016 年度多家客户的收入均为 0.19 万元排名并列，列表中列示部分客户。

（2）SaaS 产品业务各期客户的工商基本信息及经营信息

业务类型	客户名称	成立时间/开店时间	注册资本	注册地址	股权结构	主营业务	经营情况
	杭州亦优贸易有限公司	2014 年 4 月 14 日	100 万元	浙江省杭州市西湖区三墩镇金蓬街 358 号 1 幢 3 层 302 室	自然人李德法持股 50%，自然人沈月梅持股 50%	服装销售	2019 年 1-6 月实现营业收入 3,116 万元
	浙江菜鸟供应链管理有限公司	2012 年 7 月 4 日	1,000,000 万元	浙江省杭州市余杭区五常街道五常大道 168 号	菜鸟网络科技有限公司持有 100%的股权	供应链整合管理	全国知名的供应链管理平台
	武义拓朴塑业有限公司	2008 年 9 月 9 日	505 万元	武义县桐琴镇东皋凤凰工业区	自然人陈剑持股 51.09%，自然人陈响持股 24.75%，自然人陈世广持股 24.16%	-	-
	上海虎巴网络科技股份有限公司	2013 年 4 月 11 日	2,074 万元	上海市金山区朱泾镇贸易南路 254 号 206、207 室	自然人张俊持股 26.59%，上海骥越投资管理中心(有限合伙)持股 21.07%，自然人李文超持股 16.70%，开化硅谷天堂鸿瑞股权投资基金合伙企业(有限合伙)持股 10.28%，宁波市伯瀚投资管理合伙企业(有限合伙)持股 4.52%，其他股东 21.84%	高端时尚女装的代运营与销售	2018 年实现营业收入 1.47 亿元，净利润 2,328 万元
	义乌市涵驰电子商务有限公司	2018 年 11 月 30 日	100 万元	浙江省义乌市北苑街道春晖路 18 号 501 室	自然人孟详松持股 90%，自然人杜杰持股 10%	-	-
	绍兴小麋人电子商务有限公司	2016 年 5 月 11 日	10 万元	浙江省绍兴市柯桥区齐贤镇齐贤村浦沿 2 号家庭工业聚集点	自然人吴安娜持股 25%，自然人吴安妮持股 25%，自然人董潮持股 25%，自然人董书宇持股 25%	流行饰品	2018 年度销售额 85 万元
	北京宜然四季科技发展有限	2009 年 11	200 万元	北京市丰台区莲花	自然人岳星宇持股 80%，自然人赵	家居用品	天猫九年店，运

	公司	月 25 日		池南里 27 号楼 3 层 3041 室	鹏持股 20%	销售	营时间长，经营较为稳定
	温州经济技术开发区海城优乾洁具网店	2017 年 9 月 13 日	-	浙江省温州经济技术开发区海城街道邱宅村华滨路 53 号	自然人罗从旭为个体工商户经营者	洁具销售	一金冠金牌卖家，销售规模稳定
	台州联茂电子商务有限公司	2014 年 7 月 31 日	20 万元	台州市路桥区峰江街道上蔡村一区 127 号	自然人尚挺持股 51%，自然人徐玄哲持股 49%	喷雾器及配件、塑料制品	2019 年 1-6 月实现营业收入 1,000 万元
	广州尊雅实业有限公司	2017 年 9 月 14 日	500 万元	广州市番禺区桥南街福德路 341 号 1306 房 102	自然人姜浩持股 55%，自然人陈剑持股 45%	乳胶类产品销售	2019 年 1-6 月收入 210 万元
	深圳市葵牌电子商务科技有限公司	2013 年 10 月 14 日	500 万元	深圳市前海深港合作区前湾一路 1 号 A 栋 201 室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）	法人深圳市葵牌服饰有限公司持股 55%，自然人夏爱红持股 29%，自然人刘奎持股 16%	-	-
	帮帮熊玩具店（淘宝 C 店）	2016 年 1 月 10 日	-	-	-	玩具销售	淘宝四年店铺，是一家品牌授权特约专卖店，销量稳定
	杭州圆莱工艺品有限公司	2014 年 4 月 29 日	10 万元	浙江省杭州市萧山区萧山经济技术开发区红垦农场红泰六路 489 号 30 幢 2 层	自然人赵春霞持股 80%，自然人王连平持股 20%	-	-
	长沙八星电子科技有限公司相关企	长沙八星电子科技有限公司	2011 年 2 月 22 日	101 万元	湖南省长沙县星沙街道开元路与天华路交汇处东南角星	自然人刘嘉钒持股 95%，自然人肖志凯持股 5%	汽车用品销售	一皇冠淘宝店铺，经营较为稳定

	业	八星汽车用品专营店			隆国际广场第 1 栋一单元 2918 号		汽车用品销售	天猫六年店，经营规模较大
	罗斌	下世纪魅力在线	2017 年 1 月 4 日	-	成都市武侯区半边街村 1 组附 10 号	自然人罗斌为个体工商户经营者	川味食品销售	信誉五皇冠商铺，店铺经营稳定
		残疾人圆梦良心店（残疾人圆梦店）	2018 年 7 月 31 日	-	四川省成都市金牛区二环路北一段 10 号 1 栋 3 单元 14 楼 11 号	自然人罗斌为个体工商户经营者	川味食品销售	信誉四皇冠商铺，店铺经营规模较大
	深圳市五只狐狸珠宝有限公司		2013 年 11 月 26 日	100	深圳市坪山区马峦街道坪环社区振环路 1 号京基御景印象四期 2 栋 A 座 501	自然人曾建科持股 60%，自然人郭永林持股 40%	饰品销售	四冠淘宝店，经营较为稳定
	杭州丽冉贸易有限公司（羽凰旗舰店）		2009 年 9 月 1 日	100 万元	萧山区瓜沥镇明朗村	自然人陈娟持股 90%，自然人肖丽持股 10%	服装、鞋帽销售	天猫七年店铺，店铺经营规模较大
	中国农家小二（纤指轻扬）		2018 年 8 月 28 日	-	四川省自贡市高新区梨儿湾 B02 组团园丁苑东面裙房	个体工商户经营者为樊金花	食品销售	信誉四皇冠商铺，店铺经营规模较大

注 1：长沙八星电子科技有限公司、八星汽车用品专营店为同一控制下企业，已合并计算销售收入；残疾人圆梦良心店（残疾人圆梦店）与下世纪魅力在线均为自然人罗斌控制，已合并计算销售收入。

注 2：中国农家小二（纤指轻扬）、残疾人圆梦良心店（残疾人圆梦店）的经营主体注册时间较晚，主要原因系淘宝 C 店刚开始对商家的经营规范性要求不高，部分店铺是店铺运营一段时间后根据平台要求及自身发展需要认证了相应的经营主体。

注 3：上表中客户经营情况数据主要来源于客户提供的经营情况声明或通过公开渠道、淘宝、天猫平台店铺搜索等。

（3）报告期内发行人电商 SaaS 产品前五大客户变动（包括新增客户、减少客户、销售金额变动）的情况与原因

发行人电商 SaaS 产品单价较低，且每年发行人均会根据 SaaS 产品功能的调整与升级调整产品价格，亦会根据电商商家的需求推出新的 SaaS 产品，一旦产品版本变动导致价格发生调整或新产品的推出改变发行人既有 SaaS 产品的价格矩阵，即会使发行人报告期内电商 SaaS 产品的前五大客户发生较大变动。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况与主要客户”之“（二）报告期内发行人前五名客户销售情况”更新披露本题回复中楷体加粗部分内容。

（二）报告期内上述客户与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来

报告期内前述列示的各产品类别前五大客户与公司及公司控股子公司的业务、资金往来均为正常经营活动所发生，不存在非经营性资金往来，与发行人的控股股东、实际控制人及其控制的企业、持股 5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，不存在业务、资金往来。

（三）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、通过询证函、实地走访访谈、电话访谈及邮件确认的方式核查了发行人报告期内上述主要客户的真实性，并获取了部分客户出具的《无关联关系声明函》及部分客户的营业执照、公司章程及工商档案；

2、获取并审阅了发行人的审计报告与报告期财务报表；

3、访谈了公司管理层及业务人员，了解了发行人报告期内主要客户的变动原因；

4、通过国家企业信用信息公示系统查询了上述企业客户中可查询工商档案客户的股权结构、董事、监事、高级管理人员情况，并与发行人的控股股东、实际控制人、持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员对比是否存在交叉；

5、取得了部分客户出具的关于自身经营情况的相关声明；

6、通过淘宝、天猫平台搜索了解发行人部分商家店铺的相关经营信息；

7、调取并核查了发行人及其控股子公司报告期内银行流水，报告期内控股股东、实际控制人及其控制的企业主要账户的银行流水，报告期内董事（外部董事、独立董事除外）、监事、高级管理人员、财务部出纳人员全部账户的银行流水；

8、调取并核查了发行人实际控制人、董事（外部董事、独立董事除外）、监事、高级管理人员的报告期内支付宝、微信流水；

9、取得了发行人持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员出具的与前述客户不存在关联关系及业务、资金往来的确认函。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人业务中配套硬件主要采用经销商模式报告期内发行人配套硬件前五大客户相对稳定，其余发行人 CRM 短信、运营服务及 SaaS 产品业务的单一客户销售金额相对较小，各期的前五大客户波动性较大，总体而言各产品前五名客户的变动情况具有合理性；由于电子商务业务的发展特性，报告期内个别客户通过沟通、公开渠道查询已无法取得有效联系，因此无法确认相应的经营情况，其余发行人客户均已确认了相应的主营业务与经营情况。

2、报告期内上述客户与公司及公司控股子公司的业务、资金往来均为正常经营活动所发生，不存在非经营性资金往来，与发行人的控股股东、实际控制人及其控制的企业、持股 5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，不存在业务、资金往来。

问题 13

招股说明书披露，报告期内，公司供应商的集中度较高，公司前 5 名供应商采购额占营业成本比例分别为 91.25%、84.42%和 81.23%。

请发行人说明：（1）前五大供应商基本情况，包括：供应商成立时间、注册资本、实际控制人或控股股东、主营业务及规模、公司采购金额占其营业收入比例、合作历史，报告期内采购金额发生变动的原因；淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算 (北京)有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司、

阿里云计算有限公司等企业是否为同一控制下的企业，如是，采购金额请合并计算后披露；（2）对比产品市场价格或第三方可比价格，论证向前五大供应商采购的价格是否公允；（3）报告期内上述供应商与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）前五大供应商基本情况，包括：供应商成立时间、注册资本、实际控制人或控股股东、主营业务及规模、公司采购金额占其营业收入比例、合作历史，报告期内采购金额发生变动的原因；淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司、阿里云计算有限公司等企业是否为同一控制下的企业，如是，采购金额请合并计算后披露；

1、报告期内向前五大供应商的采购情况

根据阿里巴巴集团出具的确认函并经查询阿里巴巴集团披露的相关公开信息，淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司（已更名为‘阿里巴巴云计算（北京）有限公司’）、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、钉钉（中国）信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、阿里巴巴丝路有限公司、浙江天猫技术有限公司、阿里巴巴（深圳）技术有限公司、阿里巴巴（中国）教育科技有限公司均系阿里巴巴集团合并报表范围内的企业，应合并计算予以披露。

报告期内，公司前五名主要资源供应商的采购情况如下：

单位：万元

年份	序号	供应商名称	采购金额	占营业成本比例
2019 年 1-6 月	1	阿里巴巴集团旗下企业：	4,551.40	55.97%
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	3,140.63	38.62%
	1.2	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	700.23	8.61%
	1.3	阿里云计算有限公司	427.58	5.26%
	1.4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	150.55	1.85%

年份	序号	供应商名称	采购金额	占营业成本比例
	1.5	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	54.77	0.67%
	1.6	上海拉扎斯信息科技有限公司	41.23	0.51%
	1.7	浙江天猫技术有限公司	17.95	0.22%
	1.8	钉钉（中国）信息技术有限公司	8.72	0.11%
	1.9	阿里巴巴丝路有限公司	7.88	0.10%
	1.10	阿里巴巴（深圳）技术有限公司	1.86	0.02%
	2	厦门汉印电子技术有限公司	1,618.89	19.91%
	3	厦门容大合众电子科技有限公司	212.62	2.62%
	4	厦门爱印科技有限公司	168.93	2.08%
	5	杭州托宝网络有限公司	61.86	0.76%
	合计		6,613.70	81.33%
2018 年度	1	阿里巴巴集团旗下企业:	8,896.63	47.91%
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	6,152.94	33.14%
	1.2	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2,017.89	10.87%
	1.3	阿里云计算有限公司	481.00	2.59%
	1.4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	127.69	0.69%
	1.5	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	54.00	0.29%
	1.6	浙江天猫技术有限公司	21.29	0.11%
	1.7	上海拉扎斯信息科技有限公司	19.27	0.10%
	1.8	阿里巴巴丝路有限公司	13.74	0.07%
	1.9	钉钉（中国）信息技术有限公司	8.81	0.05%
	2	厦门汉印电子技术有限公司	5,741.95	30.92%
	3	厦门容大合众电子科技有限公司	566.15	3.05%
	4	厦门爱印科技有限公司	421.81	2.27%
	5	绘儿乐（上海）贸易有限公司	256.66	1.38%
	合计		15,883.20	85.53%
2017 年度	1	阿里巴巴集团旗下企业:	6,809.48	44.03%
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	4,125.48	26.68%
	1.2	阿里巴巴通信技术（北京）有限公司	2,021.08	13.07%
	1.3	阿里云计算有限公司	557.64	3.61%
	1.4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	89.19	0.58%
	1.5	浙江天猫技术有限公司	16.04	0.10%
	1.6	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	0.002	0.01%

年份	序号	供应商名称	采购金额	占营业成本比例
	1.7	上海拉扎斯信息科技有限公司	0.05	0.01%
	2	厦门汉印电子技术有限公司	5,717.36	36.97%
	3	厦门容大合众电子科技有限公司	673.24	4.35%
	4	上海客通信息科技有限公司	365.04	2.36%
	5	嘉兴市天鸿纸业有限公司	81.48	0.53%
	合计		13,646.60	88.24%
2016 年度	1	阿里巴巴集团旗下企业:	6,023.80	52.34%
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	3,308.82	28.75%
	1.2	阿里巴巴通信技术（北京）有限公司	2,042.43	17.75%
	1.3	阿里云计算有限公司	357.79	3.11%
	1.4	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	311.05	2.70%
	1.5	浙江天猫技术有限公司	2.73	0.02%
	1.6	阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	0.98	0.01%
	2	厦门汉印电子技术有限公司	4,475.54	38.89%
	3	厦门纳佰川贸易有限公司	145.83	1.27%
	4	上海客通信息科技有限公司	107.26	0.93%
	5	北京国都互联科技有限公司	102.11	0.89%
	合计		10,854.54	94.32%

注：厦门容大合众电子科技有限公司与厦门纳佰川贸易有限公司系同一控制下的企业，已合并计算。

2、阿里巴巴集团旗下企业情况

阿里巴巴 2017 财年、2018 财年、2019 年财年（采用从一季度末至次年一季度末的期间作为会计财年，如 2018 财年系 2017 年 4 月 1 日至 2018 年 3 月 31 日）的收入为 1,582.73 亿元、2,502.67 亿元、3,768.44 亿元，报告期内发行人向阿里巴巴集团旗下供应商整体采购金额分别 6,023.80 万元、6,809.48 万元、8,896.63 万元及 4,551.40 万元，采购金额占阿里巴巴营业收入比重极小。阿里巴巴集团系国内互联网龙头企业，发行人自业务开展伊始便与阿里巴巴集团旗下企业展开了业务合作。上述阿里巴巴集团旗下企业的基本情况如下：

供应商名称	成立时间	注册资本	注册地址	采购内容
淘宝（中国）软件有限公司	2004 年 12 月 7 日	37,500 万美元	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 3 幢 5 层 554 室	技术服务费、API

阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2004 年 12 月 3 日	1,652 万元人民币	北京市海淀区海淀东三街 2 号 7 层 701-29	信息通道资源
阿里云计算有限公司	2008 年 4 月 8 日	100,000 万元人民币	浙江省杭州市西湖区转塘科技经济区块 16 号 8 幢	服务器
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014 年 8 月 25 日	200 万元人民币	杭州余杭区五常街道文一西路 969 号 6 幢 2 层 201 室	直通车和钻展投放
阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	1999 年 9 月 9 日	512,233 万美元	浙江省杭州市滨江区网商路 699 号	技术服务费
钉钉（中国）信息技术有限公司	2018 年 3 月 13 日	200,000 万元人民币	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 3 幢 5 层 527 室	技术服务费
上海拉扎斯信息科技有限公司	2010 年 7 月 7 日	417 万元人民币	上海市普陀区真北路 788 号 520 室	交易手续费、信息通道资源
阿里巴巴丝路有限公司	2017 年 11 月 24 日	10,000 万元人民币	陕西省西安市高新区天谷八路 528 号国家电子商务示范基地东区 202 室	零售云压力测试服务
浙江天猫技术有限公司	2010 年 10 月 25 日	11,400 万美元	浙江省杭州市余杭区五常街道文一西路 969 号 3 幢 5 层 507 室	佣金费用
阿里巴巴（深圳）技术有限公司	2017 年 11 月 22 日	1,000 万元人民币	深圳市南山区粤海街道科苑南路 3239 号阿里云大厦 S1 号楼 501	佣金费用
阿里巴巴（中国）教育科技有限公司	2009 年 9 月 21 日	100 万美元	杭州市滨江区网商路 699 号 6 号楼 2 楼	推广费用

3、其他供应商基本情况

供应商名称	成立时间	注册资本（万元）	注册地址	股权结构	主营业务	经营情况[注]	合作历史
厦门汉印电子技术有限公司	2012 年 11 月 12 日	5,000	厦门火炬高新区创业园昂业楼 305A 室	自然人林锦毅持股 35.00%，自然人王海霞持股 20.00%，自然人王薇持股 20.00%，自然人邱荣健持股 20.00%，自然人林扬持股 5.00%	办公设备的制造及销售	2018 年实现营业收入约 8.6 亿元，发行人当期采购占其收入占比为 7%	2014 年开始合作
厦门容大合众电子科技有限公司	2010 年 12 月 20 日	2,053.06	厦门市同安区新民大道 889 号综合楼 101 室	法人厦门容信投资有限公司持股 48.71%，自然人许开明 41.40%，自然人林桦楠持股 3.43%，自然人许开河持股 2.44%，自然人杨礼铁持股 1.44%，法人厦门高立合众投资合伙企业（有限合伙）持股 1.24%，法人厦门高立众成投资合伙企业（有限合伙）持股 0.71%，自然人李程持股 0.63%	办公设备的制造及销售	2019 年 1-6 月实现营业收入约 9,400 万元，发行人当期采购额占其收入占比为 2%	2014 年开始合作
厦门爱印科技有限公司	2015 年 8 月 25 日	500	厦门市同安区美溪道湖里工业园 101 号第四、五层	法人上海万琛电子商务有限公司持股 100%	办公设备的制造及销售	2019 年 1-6 月实现营业收入 6,000 余万元，发行人当期采购额占其收入占比为 2%	2017 年开始合作
杭州托宝网络有限公司	2009 年 6 月 24 日	100	杭州市西湖区黄姑山路 29 号颐高大厦 1007 室	法人杭州托宝投资合伙企业（有限合伙）持股 90%，自然人袁仁泉持股 10%	第二类增值电信业务中的信息服务业务、技术	2018 年实现营业收入将近 8,000 万元，发行人当期采购额占其收入占	2017 年下半年开始合作

					服务、技术开发	比为 1%	
绘儿乐（上海）贸易有限公司	2014 年 7 月 25 日	5,170	中国（上海）自由贸易试验区英伦路 38 号三层 308 室	法人绘儿乐亚洲有限公司持股 100%	儿童、玩具、文体用品的批发及零售	2018 年实现营业收入 6,900 万元，发行人当期采购额占其收入占比为 4%	2018 年开始合作
上海客通信息科技有限公司	2014 年 4 月 30 日	1,000	上海市嘉定区南翔镇德力西路 88 号 1 幢 A 区 151 室	自然人蔡欣星持股 50%，自然人房宏光持股 50%	短信	2017 年营业收入超过 1,229.56 万元，发行人当期采购额占其收入占比为 29.69%	2014 年开始合作
嘉兴市天鸿纸业有限公司	2005 年 12 月 31 日	500	嘉北工业区秀义路南侧	自然人梅云持股 51%，自然人徐君持股 49%	纸张等耗材经营	2017 年实现营业收入 3,000 万元，发行人当期采购额占其收入占比为 2.72%	2016 年开始合作
北京国都互联科技有限公司	2007 年 2 月 12 日	5,000	北京市海淀区西四环北路 158 号慧科大厦三层 B 室	上市公司吴通控股集团股份有限公司持股 100%	企业移动信息化服务商	2016 年，国都互联实现营业收入 96,384.17 万元，净利润 12,246.11 万元，发行人当期采购额占其收入占比为 1%	2016 年开始合作

注：上述供应商的经营情况来自于其提供的相关经营情况说明

4、主要供应商报告期内采购金额发生变动的原因

单位：万元

供应商名称	2016年度	2017年度	2017年变动原因	2018年度	2018年变动原因	2019年上半年	2019年上半年变动原因
阿里巴巴集团旗下企业	6,023.80	6,809.48	主要系发行人业务量上升，增加相应的技术服务、API等采购	8,896.63	主要系发行人业务量上升，增加相应的技术服务、API等采购	4,551.40	主要系发行人业务量上升，增加相应的技术服务、API等采购
厦门汉印电子技术有限公司	4,475.54	5,717.36	发行人配套硬件销量上升	5,741.95	采购量相对稳定	1,618.89	发行人配套硬件销量总体有所下滑
厦门容大合众电子科技有限公司	145.83	673.24	发行人配套硬件销量上升	566.15	采购量相对稳定	212.62	发行人配套硬件销量总体有所下滑
厦门爱印科技有限公司	-	-	-	421.81	新增供应商	168.93	发行人配套硬件销量总体有所下滑
杭州托宝网络有限公司	-	23.79	新增供应商	145.78	信息通道资源渠道优化，境内外服务器采购上升	61.86	信息通道资源采购有所下降，服务器采购相对平稳
绘儿乐（上海）贸易有限公司	-	-	-	256.66	新增品类供应商	-	考虑前期采购与销售情况，当期未进行采购
上海客通信息科技有限公司	107.26	365.04	发行人采购渠道优化，采购量有所上升	90.45	采购量相对稳定	-	客通信息的信息通道资源采购价格较高，因此不再采购该供应商资源
嘉兴市天鸿纸业有限公司	45.20	81.48	发行人配套硬件销量上升，相应的耗材采购有所上升	16.38	有其他优质的采购渠道，对其采购量有所下降	8.77	采购量相对平稳
北京国都互联科技有限公司	102.11	33.67	发行人采购渠道优化，采购量有所下降	-	发行人采购渠道优化，不再进行采购	-	-

为更好地披露与发行人主营业务相关的资源采购情况，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人采购情况和主要原材料”之“（二）报告期内向前五名供应商采购情况”补充披露本题回复中楷体加粗部分内容。

（二）对比产品市场价格或第三方可比价格，论证向前五大供应商采购的价格是否公允

报告期内发行人前五大供应商采购的内容主要包括服务市场技术服务、信息通道资源、API、服务器、配套硬件等。

1、前五大供应商中服务市场技术服务采购公允性

服务市场技术服务是指 SaaS 产品提供商根据平台规则向电商平台支付的平台入驻分成费用。服务市场技术服务费一般均有公开的市场规则，报告期内发行人向前五大供应商采购的服务市场技术服务的主要包括淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司，主要对应阿里巴巴商家服务市场及 1688 服务市场，其相应具体结算规则如下：

入驻平台	平台规则公式网址	主要规则内容
阿里巴巴商家服务市场	http://terms.alicdn.com/legal-agreement/terms/suit_bu1_other/suit_bu1_other201704191112_77000.html?spm=a219a.7629140.0.0.5abb15d11QRkgY	2016.4.1 至 2017.3.31（或 2015.4.1 至 2016.3.31），累计销售收入未超过 15 万元，不需要支付服务费；超过 15 万元，服务商需按超过 15 万部分的 20%向阿里巴巴服务市场支付技术服务费
		2017.4.1 至 2017.4.30，累计销售收入未超过 15 万元，服务商不需要支付服务费；超过 15 万元，服务商需按超过 15 万部分的 20%向服务市场支付软件服务费
		2017.5.1 至今，服务商需按累计销售收入的 20%向服务市场支付服务费）
1688 服务市场	https://fuwu.1688.com/promotion/fuwupingtaiguizezhongxin/2016/index.html?spm=a2619h.11173181.jdbg9fnw.3.19eb5bafYxPs5X	SaaS 产品服务商收入 15 万元以内免费，超过 15 万元部分支付 20%的技术服务费
京东	http://jos.jd.com/doc/channel.htm?id=366	发行人提供产品类目的收费为销售收入的 15%
拼多多	-	不收取技术服务费

综上，包括发行人在内的电商 SaaS 服务提供商均遵循各电商平台的公开规则向服务市场支付服务市场技术服务费，详细论述请见“问题 15（一）”的相关回复。发行人根据公开的平台规则与淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司结算相应的技术服务费，相关采购定价公允。

2、前五大供应商中信息通道资源费采购公允性

发行人报告期内前五大供应商中涉及信息通道资源采购的包括阿里通信、客通信息、国都互联、托宝网络。鉴于信息通道行业是成熟度高且竞争充分市场，信息通道资源提供商与客户之间的结算规则基本为根据客户采购量在一定的价格区间给予相应的折扣金额，并不存在统一明示的采购价格。发行人前五大供应商中与信息通道资源业务相关的企业在报告期内的采购单价情况如下：

单价：元/条

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿里通信	0.0223	0.0229	0.0242	0.0289
客通信息	-	0.0200	0.0222	0.0283
国都互联	-	-	0.0274	0.0274
托宝网络	0.0226	0.0236	0.0245	-
发行人采购均价	0.0228	0.0227	0.0241	0.0289

从上表可知，发行人报告期内向多家信息通道资源提供商采购相关资源，各家资源提供商根据发行人的采购规模及资源类型给予不同的资源价格，与报告期内各期的采购均价并无明显差距，报告期内信息通道资源业务相关的前五大供应商采购价格公允。

3、前五大供应商中服务器、API 采购价格公允性

云计算的行业特性导致 SaaS 产品的开发依赖于 IaaS 的基础设施及 PaaS 的开发环境，因此发行人报告期内的服务器与 API 主要向阿里巴巴集团旗下企业阿里云计算有限公司及淘宝（中国）软件有限公司。

（1）云服务器采购价格公允性

报告期内，公司主要向阿里云计算有限公司、杭州托宝网络有限公司、吉林省高升科技有限公司采购服务器。2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司向上述供应商采购云服务器所相应确认的成本金额分别为410.12万元、552.60万元、711.85万元及496.18万元，所采购的服务器数量和均价变动情况如

下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
成本（万元）	496.18	711.85	552.60	410.12
数量（万台）	17.56	24.49	18.04	13.22
均价（元/台/天）	28.25	29.07	30.63	31.03

注：服务器数量系根据会计期间内每日在有效期内的服务器台数累加计算。

公司采购的服务器数量在报告期内整体呈上升趋势，主要原因系：1）公司电商 SaaS 软件等业务规模扩大，对数据处理、存储设备的需求增加； 2）2018 年度收购其乐融融快递助手业务，对服务器需求增加； 3）根据阿里云 2019 年 1 月 3 日的公告，其计划 2019 年逐步对聚石塔内的阿里云用户进行迁移。迁移期间，为保证数据安全，公司并行租赁了部分服务器，导致 2019 年 1-6 月服务器使用量大幅增加。

报告期内，服务器均价总体保持稳定，略呈下降趋势，主要系报告期内公司采购聚石塔、阿里云的服务器价格持续下降所致。以 2019 年 9 月 12 日可获取的相关服务器采购一年实际支付价格为例，其对比情况如下：

单位：元

服务器规格	类型	京东云价格	聚石塔（阿里云）	腾讯云
2 核,8G;500G	rds	11,314	9,945	11,712
4 核,16G;1000G	rds	22,629	19,125	23,425
4 核 8G 300G 带宽 5M	Ecs	4,511	4,918	6,030
4 核 16G 300G 带宽 5M	Ecs	5,771	5,673	7,863
8 核 16G 300G 带宽 5M	Ecs	8,077	7,590	9,695
8 核 32G 300G 带宽 5M	Ecs	10,597	9,100	13,360

由上表可知，目前京东云、阿里云及腾讯云三者的不同规格服务器价格均有所差异，且由于各自市场竞争策略有所区别，因此各类型服务器价格互有高低，但基本在同等价格区间浮动。

云服务器的采购基础价格可通过公开网址查询（https://www.aliyun.com/price/product#/ecs/detail），并根据不同客户的服务器租赁量及租赁规格进行统一折扣结算，阿里巴巴旗下企业的相关确认请参见本问题回复之“（四）核查程序及核查意见”中的相关程序。

（2）API 采购价格公允性

报告期内，公司 API 成本主要为根据阿里巴巴商家服务市场《开放平台技术服务费规则》支付的 API 费用。API 费用的变动和阿里巴巴商家服务市场的 API 定价规则变动和公司各期 API 调用情况相关。

阿里巴巴商家服务市场的服务收费包括 API 和数据推送费用。针对 API 费用，阿里巴巴商家服务市场依据 API 的功能、安全性和数据价值，将服务商可调用的 API 划分为基础 API 和增值 API，并可能随着业务发展有所调整；除免费 API 外，收费 API 根据 API 业务类型的不同以及发起 API 调用的来源（即聚石塔内调用、聚石塔外调用）不同，存在不同的收费价格。针对数据推送费用，阿里巴巴商家服务市场允许开发者通过使用数据同步服务，实现将淘宝的订单、商品、退款等主要数据直接实时、准确地推送给用户，服务市场按每个应用使用数据同步服务时每日新增订单量计费，每个应用当日新增订单量包括1）当日新增推送用户的历史订单量；2）所有推送用户的当日新增订单量。

报告期内，阿里巴巴商家服务市场 API 定价规则的主要变动情况如下：

<table>
<tr><th rowspan="2">期间</th><th colspan="4">API</th><th rowspan="2">数据推送</th></tr>
<tr><th>基础 API-塔内</th><th>基础 API-塔外</th><th>增值 API-塔内</th><th>增值 API-塔外</th></tr>
<tr><td>2016 年 1 月-2016 年 7 月</td><td rowspan="4">0.01 元/百次/Appkey</td><td>0.05 元/百次/Appkey</td><td rowspan="4">0.03 元/百次/Appkey</td><td rowspan="4">0.3 元/百次/Appkey</td><td rowspan="2">不收费</td></tr>
<tr><td>2016 年 7 月-2016 年 12 月</td><td rowspan="3">0.1 元/百次/Appkey</td></tr>
<tr><td>2017 年 1 月-2017 年 4 月</td><td>0.06 元/百单</td></tr>
<tr><td>2017 年 5 月-2018 年 7 月</td><td>100 万单及以下：0.05 元/百单
100 万单以上：0.02 元/百单</td></tr>
<tr><td>2018 年 8 月-2019 年 6 月</td><td>0.02 元/百次/Appkey</td><td>0.2 元/百次/Appkey</td><td>0.06 元/百次/Appkey</td><td>0.6 元/百次/Appkey</td><td>100 万单及以下：0.1 元/百单
100 万单以上：0.04 元/百单</td></tr>
</table>

注：因公司满足与平台协议约定的业务条件，2018年8月至2019年4月 API 费用实际按照上述定价规则的50%收取；2019年5月至2019年6月 API 费用实际按照上述定价规则的60%收取。

报告期内各期，公司在阿里巴巴商家服务市场的 API 和数据推送使用量变动情况如下：

期间	基础 API-塔内（亿次）	基础 API-塔外（亿次）	增值 API（亿次）	数据推送（亿单）	金额（万元）

期间	基础 API-塔内（亿次）	基础 API-塔外（亿次）	增值 API（亿次）	数据推送（亿单）	金额（万元）
2019 年 1-6 月	294.62	0.00	57.45	69.23	636.46
2018 年度	582.76	0.01	122.19	140.81	1,203.28
2017 年度	343.52	0.02	122.59	121.55	897.56
2016 年度	339.69	0.02	134.20	-	639.54

报告期内各期， 2016年度、2017年度、2018年度和2019年1-6月，公司 API 成本分别为639.54万元、897.56万元、1,210.60万元和639.72万元

如上所示：

2017年度公司 API 成本较2016年度增加258.02万元，主要系阿里巴巴商家服务市场自2017年1月1日起增加对数据推送服务的收费，公司本期新增数据推送费用226.95万元所致。

2018 年度至 2019 年 6 月，公司 API 成本较 2017 年度增加主要系基础 API 调用量和数据推送单量增加所致，主要原因包括①其乐融融纳入合并范围；②旺店系列用户数增加；③超级店长增加主动推送账单功能。

综上，报告期内发行人的 API 采购价格主要根据阿里巴巴商家服务市场公开的 API 定价规则，阿里巴巴旗下企业的相关确认请参见本问题回复之“（四）核查程序及核查意见”中的相关程序。

4、前五大供应商中配套硬件采购价格公允性

发行人报告期内涉及配套硬件的前五大供应商采购金额请参见本反馈“问题 15（二）5”。

不同型号之间热敏打印机的采购价格的差距较大，发行人报告期内采购的主要型号打印机价格如下：

单价：元/台

项目	型号	2019 年 1-6 月	渠道	2018 年度	渠道	2017 年度	渠道	2016 年度	渠道
厦门汉印	KM118	272.73	305.31	275.97	310.34	275.81	333.33	305.20	384.62
	KM218	250.85	272.57	262.98	265.52	263.25	271.79	-	-
	KM108	259.46	274.34	264.91	267.24	-	273.50	-	-
厦门容大	KM106	235.00	230.09	264.78		270.92	-	332.66	-
	KM118D	238.05	230.09	-	250.00	-	290.60	-	-

厦门爱印	KM202	234.73	234.51	238.24	237.07	-	-	-	-

注: 根据厦门汉印、厦门容大及厦门爱印出具的确认函：渠道价格指该等企业将该类打印机出售给其他渠道商的销售定价。

根据厦门汉印、厦门容大及厦门爱印提供的关于采购的相关声明，上述三家供应商向发行人提供的快麦打印机价格与对其他渠道提供的产品销售价格差距较小，部分产品因发行人采购量较大且发行人采购的打印机均用自身的品牌，因此发行人的采购价格略低于一般渠道价格，其中 KM118 系发行人电子面单打印机主要产品且发行人对于该产品的定制开发参与较多，因此发行人报告期内采购规模化效应明显，取得了相对优惠的采购价格。

珠海佳博科技股份有限公司（简称“佳博科技”）主要生产热敏条码打印机、热敏标签打印机和热敏电子面单打印机，其业务模式与厦门汉印、厦门容大类似。深圳市优博讯科技股份有限公司（300531.SZ）拟收购标的佳博科技，根据其 2019 年 6 月 1 日公告的《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》，佳博科技 2017 年、2018 年的热敏标签打印机的平均销售价格与发行人 2017 年、2018 年的平均采购价格对比情况如下：

单价：元/台

项目	2018 年度	2017 年度
佳博科技热敏标签打印机平均销售价格	237.99	247.02
发行人平均采购单价	283.19	290.40

发行人平均采购单价相比于佳博科技热敏标签打印机的平均销售价格略高，主要原因系佳博科技作为国内热敏标签打印机的龙头企业，产品包含了热敏条码打印机、热敏标签打印机等相对价格较低的产品；发行人的产品主要为电子面单打印机，产品销售价格相对较条码打印机和标签打印机较高，二者 2017 年、2018 年的价格变动趋势基本一致。

绘儿乐主要系向发行人提供儿童文具用品、天鸿纸业主要向发行人提供配套打印纸，其中天鸿纸业向发行人及其他公司平均销售单价的对比情况如下：

单位：元

类别	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	光云科技	其他	光云科技	其他	光云科技	其他	光云科技	其他
70g	18	19.5	19	20.5	18	19.5	16	17.5

90g	26.5	28	28.6	30	27.6	29	28	29.5
130g	-	-	-	-	24.5	26	24.5	26

鉴于报告期内发行人采购的硬件耗材数量较大，天鸿纸业在向发行人提供打印纸等耗材时给予了一定商业折扣，报告期内该折扣较为稳定。

绘儿乐向发行人及其他公司平均销售单价的对比情况如下：

单位：元

品种	光云	其他
绘儿乐 12 色基础水彩笔	11.77	16.62
绘儿乐 24 色基础水彩笔	22.93	39.09
绘儿乐 12 色 UC 标准蜡笔	6.03	8.84

绘儿乐出具了《关于给予淘云科技分销优惠价格的说明》，声明鉴于淘云系其在中国区最大的分销商，同时绘儿乐一直与发行人及子公司存在紧密的业务联系，系重要战略合作伙伴，因此相较于其他分销商，绘儿乐给予淘云科技较大的采购价格优惠，绘儿乐与淘云之间不存在任何的商业利益输送关系。

发行人配套硬件业务系 SaaS 产品的衍生业务，主要系满足电商商家快速打单需求附带提供的硬件产品，具有毛利低、盈利能力相对较弱的业务特点，产品的战略意义大于经营意义，报告期内发行人配套硬件业务的毛利率水平如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
配套硬件毛利	15.69%	9.51%	10.39%	7.90%

除绘儿乐及个别快麦打印机序列产品外，发行人报告期内配套硬件业务采购价格与供应商的市场价格总体保持一致。

（三）报告期内上述供应商与发行人及其关联方是否存在关联关系，有无业务、资金往来

报告期内上述供应商与公司及公司控股子公司的业务、资金往来均为正常经营活动所发生，不存在非经营性资金往来，与发行人的控股股东、实际控制人及其控制的企业、持股 5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，不存在业务、资金往来。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取并审阅了发行人的审计报告及各期财务报表；

2、通过走访或者函证的形式核查了发行人与供应商之间的交易情况、取得了阿里巴巴集团出具的关于与光云科技及其子公司发生业务、资金往来且属于阿里巴巴集团合并报表范围内企业名单的《确认函》；

3、保荐机构、发行人律师在报告期内多次要求实地访谈阿里巴巴集团旗下与公司存在业务往来的企业，未获允许。经阿里创投协调与发行人存在主要业务往来的淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司（已更名为‘阿里巴巴云计算（北京）有限公司’）、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司对中介机构的访谈问卷予以书面答复，并于 2019 年 6 月 25 日以邮件方式回复发行人及中介机构：

（1）淘宝（中国）软件有限公司在访谈问卷中确认：

“1、交易价格为官网公开售价。

2、我公司不存在向光云科技销售商品或提供服务的价格与向其他客户销售同类同档次产品或提供服务的价格有重大差异；不存在与光云科技除销售、服务协议外的其他协议安排（如返利协议，包括但不限于口头或书面形式）；不存在向光云科技输送利益的情形。

3、服务市场软件服务费价格没有变动，但 2017 年 5 月前存在免收服务费的优惠情况（即光云科技服务销售收入在 15 万元以内的部分，我公司免收服务费），2017 年 5 月后优惠措施取消。未来服务收费标准暂无变动计划，但不排除会进行变动的可能。

4、排名规则是基于多重指标的复杂算法，总体逻辑是基于服务商的服务价值&与商家业务的匹配程度做展现&排序，不会针对任一单个服务商或产品来调整排名规则。

5、我公司与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

（2）阿里云计算有限公司在访谈问卷中确认：

“1、交易价格为官网公开售价，无特殊折扣；价格遵循官网公开的列表价，随列表价调整而调整，没有特殊签订合同，遵循官网客户的统一销售协议。

2、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

（3）阿里巴巴云计算（北京）有限公司在访谈问卷中确认：

“1、公司与光云科技间交易按使用量扣费，根据月出具明细账单进行结算；不存在其他第三方为光云科技代为支付采购货款、服务费用的情况；无特殊返利，不存在输送利益。

2、向光云科技销售产品、提供服务价格最近没有变动，比较均衡。

3、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

（4）杭州阿里妈妈软件服务有限公司在访谈问卷中确认：

“1、光云科技作为平台正常的商家，在阿里妈妈平台进行推广。阿里妈妈主要提供技术服务和广告推广服务，交易金额以询证函确认金额为准；报告期内金额变化原因基于光云科技自身经营策略变化，阿里妈妈仅提供平台服务。

2、光云科技在阿里妈妈开设的店铺使用妈妈广告服务直通车和钻石展位。目前直通车的开通，商家都需要签订线上合同。商家开设直通车账号后先充值后消耗，商家设置与推广商品相关的关键词和出价，在买家搜索相应关键词时，推广商品获得展现和流量，实现精准营销，商家按所获流量（点击数）付费。直通车服务不存在先消耗后付费的授信模式。对于光云科技在淘宝上开设的店铺也不存在其他第三方为光云科技代为支付采购货款、服务费用的情况。

钻石展位服务也是需要商家签订线上合同后先充值后消耗。钻石展位为按展示付费（cpm）的基础上，增加按点击付费（cpc）的结算模式。光云科技所开的

钻石展位账户也不存在先消耗后付费的授信模式。

3、交易价格为官网公开售价，无特殊返利和输送利益情况，最近几年价格没有变动，和市场价格一致。

4、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

4、获取并审阅了部分供应商出具的关于自身主营业务及经营情况的说明；

5、通过公开渠道查询了部分供应商的主营业务与经营规模；

6、查询了阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场等平台的技术分成协议；

7、查询并计算了发行人报告期内向各信息通道资源提供商的采购均价；

8、获取了主要供应商关于向发行人提供的产品价格与其他客户产品价格的对比；

9、通过公开渠道查询了部分同行业供应商的产品价格；

10、调取并核查了发行人及其控股子公司报告期内银行流水，报告期内控股股东、实际控制人及其控制的企业主要账户的银行流水，报告期内董事（外部董事、独立董事除外）、高级管理人员、财务部财务人员及出纳全部账户的银行流水，发行人实际控制人、董事（外部董事、独立董事除外）、监事、高级管理人员的报告期内支付宝、微信流水；

11、取得了发行人持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员出具的与前述供应商不存在关联关系及业务、资金往来的确认函。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司（已更名为‘阿里巴巴云计算（北京）有限公司’）、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、钉钉（中国）信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、阿里巴巴丝路有限公司、浙江天猫技术有限公司、阿里巴巴（深圳）技术有限公

司、阿里巴巴（中国）教育科技有限公司均系同一控制下的企业，应合并计算予以披露；

2、发行人向报告期内前五大供应商的采购价格公允，不存在通过不公允的价格向发行人进行利益输送的情形；

3、报告期内上述供应商与公司及公司控股子公司的业务、资金往来均为正常经营活动所发生，不存在非经营性资金往来，与发行人的控股股东、实际控制人及其控制的企业、持股 5%以上股东、公司董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，不存在业务、资金往来。

问题 14

招股说明书披露，公司在淘宝、天猫、1688、速卖通、京东、拼多多、饿了么、苏宁、蘑菇街、Lazada 等各大电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务。

请发行人披露：（1）在上述各大电商平台开始销售产品的时间，报告期各期在各大电商平台的付费用户数量、收入金额、提供的产品类型以及对应类目排名情况；（2）结合来自各大电商平台的收入占比、开始销售产品的时间等准确披露发行人产品覆盖市场的情况；（3）报告期内，不同 SaaS 产品及增值服务的续费率、年度单价变动情况。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）在上述各大电商平台开始销售产品的时间，报告期各期在各大电商平台的付费用户数量、收入金额、提供的产品类型以及对应类目排名情况

发行人自成立以来，以阿里巴巴商家服务市场作为 SaaS 业务开展的起始点，逐步向多类型电商平台渗透，形成了以阿里巴巴商家服务平台为主，多平台全面发展的 SaaS 产品线格局，具体情况如下：

单位：万元

平台名称	开始销售时间	收入金额				提供产品类型
		2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	
淘宝、天猫	2013.8	12,803.09	25,588.81	17,440.65	14,515.65	超级店长、快递助手、旺店交易、超

						级快车等大部分电商 SaaS 产品
1688	2018.1	282.01	328.99	-	-	超级店长、快递助手
京东	2015.6	414.92	804.96	40.12	19.20	超级店长、快递助手
拼多多	2018.1	946.65	1,212.97	-	-	快递助手、推广宝
饿了么	2017.11	224.08	208.47	-	-	超级店长、店铺推广优化大师、爆单宝
苏宁	2018.1	5.54	7.89	-	-	快递助手
蘑菇街	2018.1	15.45	47.32	-	-	快递助手
钉钉	2018.4	83.80	26.88	-	-	有成 CRM、番茄表单、有成会议、有成财务
合计		14,775.54	28,226.29	17,480.77	14,534.85	

注:发行人于 2018 年将其乐融融快递助手纳入合并报表,因此快递助手的销售开始时间均按照 2018 年 1 月计算。

报告期内各平台主要产品的付费用户数（期末时点）及其排名情况如下：

单位：万人

平台名称	产品名称	付费用户数及排名							
		2019 年 1-6 月	排名	2018 年度	排名	2017 年度	排名	2016 年度	排名
淘宝、天猫	超级店长	45.4	1	51.9	1	57.6	1	59.4	1
	超级快车	0.9	4	0.9	4	1.3	3	1.6	3
	快递助手	35.8	1	36.2	1	31	1	25.5	1
	旺店商品	9.3	2	12.4	2	9.1	3	6.3	4
	旺店交易	21.1	2	26.2	1	17.8	2	11.2	3
1688	超级店长	0.03	88	0.02	-	-	-	-	-
	快递助手	2.5	2	2.2	-	1.1	-	0.7	-
京东	超级店长	0.1	11	0.1	-	0.2	-	0.03	-
	快递助手	1.6	2	1.8	-	1.7	-	1.1	-
拼多多	快递助手	10.5	-	8.3	-	4.1	-	0.3	-
	推广宝	0.5	-	0.2	-	-	-	-	-
饿了么	超级店长	0.6	-	1.0	-	0.08	-	-	-
	店铺优化大师	0.01	5	0.005	7	-	-	-	-
	爆单宝	1.0	1	1.4	1	-	-	-	-
苏宁	快递助手	0.06	3	0.06	3	0.03	3	0.03	3

蘑菇街	快递助手	0.2	2	0.2	2	-	-	-	-

注：如拼多多等个别平台因不存在统一的服务市场、排名数据未留存等原因无法取得相应的付费用户数及相应的排名。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（九）发行人在行业中的竞争地位及面临的机遇与挑战”之“1、产品市场地位”补充披露本题回复中楷体加粗部分。

（二）结合来自各大电商平台的收入占比、开始销售产品的时间等准确披露发行人产品覆盖市场的情况

1、主要电商平台的 SaaS 产品收入占比情况如下：

电商平台	各平台占比			
	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
淘宝、天猫	83.93%	88.93%	99.41%	99.79%
1688	1.85%	1.14%	-	-
京东	2.72%	2.80%	0.23%	0.13%
拼多多	6.21%	4.22%	-	-
饿了么	1.47%	0.72%	-	-
苏宁	0.04%	0.03%	-	-
蘑菇街	0.10%	0.16%	-	-
钉钉	0.55%	0.09%	-	-
其他平台	3.14%	1.90%	0.36%	0.08%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

其他平台包括贝贝、楚楚街、当当网、卷皮、折 800 等电商平台及线下均有少量的电商 SaaS 产品销售。

2、电商衍生产品及增值服务

发行人以电商 SaaS 产品为业务核心，根据客户需求提供包括配套硬件、CRM 短信及运营服务在内的电商衍生服务，公司的多平台战略主要指电商 SaaS 产品的多平台覆盖，其余电商衍生产品及增值服务的平台属性并不明显。如发行人的配套硬件业务，主要通过经销模式开展，经销商销售渠道多样，不存在明显的平台销售倾向；发行人 CRM 短信业务在客户预充值后，根据客户需求发送短信，客户最终的短信消耗平台并未有明确约定；除 2019 年从拼多多实现 120.97 万元的运营服务收入外，发行人运营服务主要集中于淘宝、天猫平台。

配套硬件业务主要为电子面单打印机销售，其可以分为直销和经销两种业务开展形式，运营服务、CRM 短信业务可以通过销售渠道则可以分为线上业务、线下业务，具体情况如下：

单位：万元

项目	渠道类型	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电子面单打印机	经销	1,859.53	5,170.50	6,042.58	4,421.34
	直销	949.30	1,782.19	712.20	309.78
CRM 短信	线上	1,397.78	3,908.08	4,832.52	3,751.84
	线下	43.52	535.67	-	-
运营服务	线上	1,662.1	3,359.84	3,538.97	2,271.32
	线下	871.99	2,576.17	2,922.52	827.55

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（七）发行人主要竞争优势与竞争劣势”之“1、发行人的竞争优势”之“（3）多平台多品类优势”补充披露本题回复中楷体加粗部分内容。

（三）报告期内，不同 SaaS 产品及增值服务的续费率、年度单价变动情况

1、报告期内，公司主要 SaaS 产品的续费率情况如下:

年度	超级店长	快递助手	旺店交易	旺店商品	超级快车
2016 年度	56.75%	72.98%	24.65%	17.97%	22.70%
2017 年度	53.98%	69.36%	32.31%	24.77%	22.25%
2018 年度	53.23%	71.48%	43.17%	30.74%	18.63%
2019 年 1-6 月	55.21%	71.30%	43.21%	27.01%	22.95%

注 1: 续费率计算公式，电商商家在所购产品期限到期日后三个月内续订产品的，视为续费用户。

注 2: 公司计算的主要产品续费率与阿里巴巴商家服务市场实时公布的续费率存在差异，主要原因如下：1、服务市场未公示其续费率计算期间及计算方法；2、公司无法取得服务市场于报告期内公告的所有实时续费率；3、公司按照注 1 的方法计算了各年度或半年度产品续费率，发行人在招股说明书及其他申请文件中列式的服务市场续费率为服务市场于 2019 年 11 月 30 日公布的实时数据。

报告期内主要电商 SaaS 产品的续费率总体较为稳定

2、报告期内，公司主要 SaaS 产品的单价情况变动具体如下:

1）超级店长

单位: 元

年份	版本	周期类别

		月	季度	半年	年
2016 年度	初级版	-	36	66	128
	中级版	-	59	105	179
	高级版	29	85	155	255
2017 年度	初级版	-	39	75	129
	中级版	-	69	125	199
	高级版	30	89	175	279
2018 年度	初级版	18	39	75	129
	中级版	-	69	-	229
	高级版	30	89	175	279
	专业版	60	179	329	600
2019 年 1-6 月	初级版	18	39	75	129
	高级版	30	89	175	279
	专业版	60	179	329	600

2）快递助手

单位: 元

年份	版本	周期类别			
		月	季度	半年	年
2016 年度	标准版	15	41	76	120
2017 年度	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	48	89	150
2018 年度	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	95	165
	专业版	-	158	278	498
2019 年 1-6 月	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	95	165
	专业版	58	158	278	498

3）旺店交易

单位: 元

年份	版本	周期类别			
		月	季度	半年	年
2016 年度	初级版	0	0	0	0
	高级版	-	45	75	98
2017 年度	高级版	20	52	85	138
2018 年度	高级版	-	52	85	138
2019 年 1-6 月	高级版	-	55	99	159

4）旺店商品

单位: 元

年份	版本	周期类别			
		月	季度	半年	年
2016 年度	初级版	0	0	0	0
	高级版	20	45	75	95
2017 年度	高级版	20	50	85	138
2018 年度	高级版	-	52	85	138
2019 年 1-6 月	高级版	-	52	85	138

5）超级快车

单位:元

年份	版本	超级快车			
		月	季度	半年	年
2016 年度	标准版	220	330	399	699
	旗舰版	300	499	599	1,000
2017 年度	基础版	220	330	399	699
	旗舰版	350	599	699	1,199
	锦囊版	-	-	1,399	2,499
	智囊版	-	-	2,199	3,998
2018 年度	基础版	190	330	399	699
	旗舰版	350	599	699	1,199
	至尊版	-	999	1,699	3,299
2019 年 1-6 月	基础版	190	330	403	627
	旗舰版	350	599	699	888
	至尊版	-	999	1,699	3,299

3、公司其他产品的价格变动情况

1）配套硬件的价格变动情况

发行人报告期内配套硬件产品主要系快麦打印机，其价格变动情况如下:

单位：元/台

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
快麦打印机均价	316.15	317.03	321.78	405.30

2）CRM 短信价格变动情况

单位：元/条

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
CRM 短信充值均价	0.0424	0.0417	0.0452	0.0497

3）运营服务价格变动情况

发行人报告期内运营服务主要是快麦电商、超级快车人机两个运营服务产品，其报告期内价格变动情况主要如下：

单位：元

年份	版本	超级快车人机&快麦电商			
		月	季度	半年	年
2016 年度	专业车手	1,500	2,888	-	-
	资深车手	2,500	5,888	-	-
	快麦电商-VIP 版	6,000	18,000	36,000	72,000
	快麦电商-定制版	8,000	24,000	48,000	96,000
2017 年度	专业车手	2,000	3,999	7,888	-
	资深车手	3,500	6,888	13,500	-
	快麦电商-VIP 版	6,000	18,000	36,000	72,000
	快麦电商-定制版	8,000	24,000	48,000	96,000
	快麦电商-大客户版	10,000	30,000	60,000	120,000
2018 年度	专业车手	2,000	3,999	7,888	14,999
	资深车手	3,500	6,888	13,500	24800
	金牌车手	5,000	9,888	18,999	37,888
	快麦电商-VIP 版	6,000	18,000	36,000	72,000
	快麦电商-定制版	8,000	24,000	48,000	96,000
	快麦电商-大客户版	10,000	30,000	60,000	120,000
2019 年 1-6 月	专业车手	2,000	3,888	7,600	14,888
	资深车手	3,500	7,888	14,800	27,000
	金牌车手	5,500	12,888	23,999	45,888
	快麦电商-VIP 版	6,000	18,000	36,000	72,000
	快麦电商-定制版	8,000	24,000	48,000	96,000
	快麦电商-大客户版	10,000	30,000	60,000	120,000

总体而言，发行人报告期内产品价格的变动趋势主要有两类，一是电商 SaaS 产品及运营服务产品，发行人根据客户需求及产品功能不断开发新的版本，通过新版本的推出及多周期版本的选择优化客户的订单价格；二是配套硬件及 CRM 短信业务由于市场竞争加剧导致总体销售价格保持下滑态势。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况与主要客户”之“（二）报告期内发行人主要产品续费率及销售价格变动情况”补充披露本题回复中楷体加粗部分内容。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、针对公司在各电商平台提供的产品的时间访谈了公司财务负责人和业务人员，了解各电商平台业务开展时间；

2、获得报告期内主要产品付费用户数量、付费区间分布、续费率、产品排名等核心业务数据，会同立信信息系统鉴证部对该等数据的真实性、准确性进行复核，并结合取得的业务数据对主要产品收入变动原因进行分析和确认。

3、查询并统计了发行人主要 SaaS 产品、电商衍生产品及增值服务在报告期内的价格变动情况；

4、统计并分析了电商 SaaS 产品分平台的收入情况，配套硬件、CRM 短信及运营服务线上线下、直销经销的分布情况，了解发行人业务开展的覆盖面。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人根据电商商家的需求和电商平台的发展情况，逐步拓宽入驻电商的平台，形成多平台发展策略，并已在招股说明书和反馈意见回复中如实披露了在各电商平台开始销售产品的时间，报告期各期在各大电商平台的付费用户数量、收入金额、提供的产品类型以及对应类目排名情况；

2、发行人已如实披露了其在各电商平台的收入占比以及产品覆盖市场的情况；

3、发行人已如实披露了报告期内不同 SaaS 产品及增值服务的续费率、年度单价变动情况。

问题 15

报告期内，发行人业务资源采购金额分别为 6,038.00 万元、7,315.11 万元、9,242.21 万元，主要包括服务市场技术服务费、信息通道资源费、API、服务器，配套硬件及配件耗材采购金额分别为 4,608.11 万元、6,591.80 万元、7,344.37 万元。

请发行人：（1）结合不同产品的采购内容、与供应商的具体合作模式及付费约定，从数量、金额等角度说明业务资源、配套硬件及配套耗材采购与产品销售的匹配性；（2）说明将东冠集团有限公司（浙江东冠资产管理有限公司）作为前五大供应商予以列示的原因，是否与报告期内主要采购资源相匹配；披露与

主要采购资源相对应的前五大供应商情况，包括报告期各期向前五大供应商采购的具体内容、金额及占发行人该类采购资源的比例，是否存在对单一或少数供应商的依赖，如存在，请充分揭示风险；（3）公司以 ODM 的方式采购电商配套硬件，产品的设计、开发和生产由第三方负责，请说明“委托第三方根据公司的技术方案进行设计和生产”的表述是否准确，相关技术方案的具体内容以及在产品设计生产中的重要性。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）结合不同产品的采购内容、与供应商的具体合作模式及付费约定，从数量、金额等角度说明业务资源、配套硬件及配套耗材采购与产品销售的匹配性

电商平台向电商 SaaS 产品服务商提供云计算基础设施、软件开发环境及数据调用支持等业务资源，报告期内，发行人与入驻电商平台的合作模式可以分为两类:1、具有明确的电商服务市场，发行人等电商 SaaS 产品服务商与服务市场签署相应的平台入驻协议，服务市场根据相应的公开规则向服务商收取一定的分成作为技术服务费，如阿里巴巴商家服务市场、京麦服务市场等；2、电商平台暂时没有专门的服务市场，主要通过提供数据接口供服务商提供电商 SaaS 产品，该类电商平台一般不收取相应的技术服务费，也不与服务商签署相应的入驻协议，报告期内发行人入驻电商平台的合作模式、入驻规则、付费约定、付费规则具体如下：

入驻平台	具体合作模式	对应采购资源	付费约定	付费规则	结算方式
淘宝、天猫	发行人与阿里巴巴商家服务市场前述平台入驻协议，服务商向商家服务市场相关方采购业务资源	技术服务费	平台在与服务商进行账款结算时将技术服务费予以扣除后的净额付与服务商	2016.4.1 至 2017.3.31（或 2015.4.1 至 2016.3.31）累计销售收入未超过 15 万元，不需要支付服务费；超过 15 万元，服务商需按超过 15 万部分的 20%向支付技术服务费。2017.4.1 至 2017.4.30 累计销售收入未超过 15 万元，服务商不需要支付服务费；超过 15 万元，服务商需按超过 15 万部分的 20%向服务市场支付软件服务费。2017.5.1 至今，服务商需按累计销售收入的 20%向支付服务费	服务市场按照产品周期分月给予回款的电商平台
		API	API 采用预充值模式，	除免费 API 外，收费 API 根据 API 业务类型的不同以及发起 API 调用的来源（即聚石塔内调用、聚石塔外调用）不同，存在不同的收费价格	API 调用者根据实际执行价格与付费 API 使用量与 API 提供商结算 API 调用费用
		服务器	服务器采用预充值模式	根据服务器的不同规则支付相应的服务器租赁费用	服务商根据实际执行的租赁服务器的价格计算服务器使用费
		信息通道资源	现付结算	事先协商确认的信息通道资源采购价	根据实际信息通道使用量结算信息通道资源费用
1688	发行人与 1688 服务市场前述平台入驻协议，服务商向 1688 服务市场相关方采购业务资源	技术服务费	平台在与发行人进行账款结算时将技术服务费予以扣除后的净额付与发行人	SaaS 产品服务商收入 15 万元以内免费，超过 15 万元部分支付 20%的技术服务费	服务市场按照产品周期分月给予回款的电商平台
拼多多	拼多多制定了接口授权申请规则，发行人根据该规则获取授权入口，向平台商家提供相应的	-	-	-	无服务市场，由平台商家直接向公司订购产品的电商平台

	SaaS 产品。发行人通过自建网站等方式推广该类平台 SaaS 产品				
京东	发行人根据其规则与京麦服务市场签订合作协议，并采购相应的业务资源	技术服务费	平台与发行人进行账款结算时将技术服务费予以扣除后的净额付与发行人	发行人提供产品类目的收费为销售收入的 15%	服务市场一次性回款的电商平台
		服务器	采用预充值模式	根据服务器的不同规格支付相应的服务器租赁费用	服务商根据实际执行的租赁服务器的价格计算服务器使用费
饿了么	发行人与饿了么签署平台入驻协议，饿了么暂时不收取技术服务费，发行人亦向其采购信息通道资源	技术服务费	-	-	-
		信息通道资源	现付结算	事先协商确认的信息通道资源采购价	根据实际信息通道使用量结算信息通道资源费用
钉钉	入驻钉钉平台无需签署相应的入驻协议，但要遵守相应的公示规则	技术服务费	平台在与发行人进行账款结算时将技术服务费予以扣除后的净额付与发行人	自 2018 年 4 月至 2018 年 11 月，光云应用服务在钉钉应用市场的分润比例为 10%；自 2018 年 12 月至 2019 年 3 月， 5 个应用服务（包括“有成 CRM”、“有成财务”、“有成会议”、“番茄表单”、“番茄表单教育版”）在钉钉应用市场的分润比例为 10%，2 个应用服务（包括“有成会务”和“有成智能会务”）在钉钉应用市场的分润比例为 20%；自 2019 年 4 月至今，光云应用服务中全部 7 个应用服务在钉钉应用市场的分润比例为 30%，但会根据季度返利政策具体调整	服务市场一次性给予回款的电商平台
苏宁	发行人与苏宁平台签署入驻电子协议，苏宁按照平台收费规则收取一	技术服务费	平台在与发行人进行账款结算时将技术服务费予以扣除后的净	苏宁对产品类目的收费比例为销售收入的 10%，但对部分产品类目采取免收费政策	服务市场按照产品周期分月给予回款的电商平台

	定的技术服务费		额付与发行人		
蘑菇街	发行人与蘑菇街小店开放平台签署相应的电子协议，暂不收取技术服务费	-	-	-	服务市场一次性回款的电商平台

1、技术服务费、服务器及 API

采购资源中技术服务、服务器及 API 主要对应 SaaS 产品的营业收入，其对应情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
服务市场技术服务费	2,630.74	5,120.47	3,235.59	2,669.28
API	639.72	1,210.60	897.56	639.54
服务器	502.14	644.46	653.55	420.89
SaaS 产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79

（1）技术服务

公司向各平台服务市场支付的技术服务费在报告期内逐年增长，主要系公司电商 SaaS 产品收入规模增加所致：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
服务市场技术服务费	2,630.74	5,120.47	3,235.59	2,669.28
电商 SaaS 产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
技术服务费/电商 SaaS 产品收入	17.25%	17.80%	18.44%	18.35%

报告期内，公司服务市场技术服务费的变动趋势与电商 SaaS 产品收入基本一致，2018 年以来技术服务费的占比略有下滑的主要原因是拼多多等无需支付技术服务费的平台收入有所提升。

报告期内，淘宝、天猫平台作为发行人最主要的电商 SaaS 产品经营平台，阿里巴巴商家服务市场的技术服务费占比最高，报告期内分别为 100.00%、99.76%、96.66%及 95.19%，公司向阿里巴巴商家服务市场支付的技术服务费在报告期内逐年增长，主要系公司电商 SaaS 产品收入规模增加所致：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿里巴巴商家服务市场技术服务费	2,504.17	4,949.66	3,227.92	2,669.28
该平台需支付技术服务费的电商 SaaS 产品收入	12,513.08	24,656.38	16,249.41	13,469.98
技术服务费/电商 SaaS 产品收入	20.01%	20.07%	19.86%	19.82%

报告期内，公司服务市场技术服务费的变动趋势与电商 SaaS 产品收入基本一致。

（2）API

API 调用量因公司提供的 SaaS 产品功能不同、供应商对于付费 API、收费 API 范围的改变及折扣政策的变更导致 API 费用与发行人 SaaS 产品收入呈一定关系，但并非为严格线性关系，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
API	639.72	1,210.60	897.56	639.54
SaaS 产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
API/电商 SaaS 产品收入比	4.19%	4.21%	5.12%	4.40%

2017 年度公司 API 成本占比有所提升，较 2016 年度增加 258.02 万元，主要系阿里巴巴商家服务市场自 2017 年 1 月 1 日起增加对数据推送服务的收费，公司本期新增数据推送费用 226.95 万元所致。2018 年起，基础 API 调用量和数据推送单量增加，主要系（1）其乐融融纳入合并范围，（2）旺店系列用户数增加，以及（3）超级店长增加主动推送账单功能，但总体的 API/电商 SaaS 产品收入占比趋势保持稳定。具体报告期内公司 API 成本的采购变动情况请详见“本反馈问询回复”之“问题 13”中关于 API 采购价格公允性之回复。

（3）服务器

报告期内，公司服务器成本主要为使用阿里聚石塔及阿里零售云所支付的云服务器租赁费用，其会随着公司 SaaS 产品业务量的提升而相应增加服务器的租赁费用，具体情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
服务器	502.14	644.46	653.55	420.89
电商 SaaS 产品收入	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
服务器/电商 SaaS 产品收入比	3.29%	2.24%	3.73%	2.89%

公司租用的服务器主要用于电商 Saas 产品运营和产品研发。2017 年、2018 年服务器费用由于摊销错误，导致 2017 年度服务器成本多摊销 79.97 万元，故

公司 2017 年度、2018 年度实际服务器成本分别应为 573.57 万元和 724.43 万元，实际服务器成本占电商 SaaS 产品收入的比例分别为 2.89%、3.27%、2.52%及 3.29%；此外，由于 2017 年公司加大研发投入，组建了研发团队投入快麦设计、快麦零售等新产品和技术的研发，租用了较多服务器，相应使得服务器收入占比较高；2018 年公司收购其乐融融后，其主打产品快递助手收入快速增长，相应降低了服务器收入占比；2019 年因阿里云公告其计划逐步对聚石塔内的阿里云用户进行迁移，为保证数据安全公司并行租赁了部分服务器，导致 2019 年 1-6 月服务器使用量大幅增加。报告期内公司服务器成本的采购变动情况请详见“本反馈问询回复”之“问题 13”中关于服务器采购价格公允性之回复。

2、短信信息通道资源

报告期内，公司信息通道资源费系为开展 CRM 短信业务而向短信通道服务商或运营商采购短信的成本，CRM 短信在客户发送时确认收入并在当期与供应商结算，因此 CRM 短信的收入与采购变动情况一致，具体如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
信息通道资源采购	741.21	2,294.47	2,550.12	2,308.29
CRM 短信收入	1,441.30	4,443.74	4,832.52	3,751.84

报告期内，公司 CRM 短信业务的毛利率变化主要受充值均价、采购均价变动的影响，具体如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
充值均价（元/条）	0.0424	0.0417	0.0452	0.0497
充值均价变动	1.68%	-7.74%	-9.05%	-
采购均价（元/条）	0.0228	0.0227	0.0241	0.0289
采购均价变动	0.44%	-5.81%	-16.61%	-

注：充值金额和充值均价均为含税金额。

如上表所示，2016 年度至 2018 年度，公司 CRM 短信的充值均价随市场价格降低而降低，采购均价随市场价格降低以及公司采购量提升而降低。2019 年 1-6 月，CRM 短信的充值均价和采购均价均略有提升，主要系上半年充值用户以小额充值为主，享受的充值折扣优惠较少，导致充值均价略有上升。

2017 年至今发行人信息通道资源采购占比相对稳定，2016 年当期的 CRM

短信的毛利水平相对较高。

3、配套硬件及耗材采购

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
配套硬件及耗材采购	2,106.01	7,344.37	6,591.80	4,716.01
配套硬件收入	3,070.10	7,397.14	6,999.23	4,827.48

发行人配套硬件及耗材采购中主要组成部分系快麦打印机产品，其采购均价与销售均价在报告期内的变动情况如下：

单位：元/台

项目	2019 年 1-6 月	变动比例	2018 年度	变动比例	2017 年度	变动比例	2016 年度
销售均价（税后）	316.15	-0.28%	317.03	-1.48%	321.78	-20.61%	405.30
采购均价（税后）	270.75	-4.40%	283.19	-2.48%	290.40	-20.20%	363.93

报告期内发行人快麦打印机的采购数量与销售数量情况如下：

单位：万台

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
采购数量	7.19	23.74	21.96	13.97
销售数量	8.88	21.93	20.99	11.67

发行人报告期内配套硬件及耗材采购金额与硬件收入总体匹配。2019 年 1-6 月的销售数量高于采购数量多的原因系 2018 年末库存压力有所上升，发行人一定程度上调整了采购与销售策略。

（二）说明将东冠集团有限公司（浙江东冠资产管理有限公司）作为前五大供应商予以列示的原因，是否与报告期内主要采购资源相匹配；披露与主要采购资源相对应的前五大供应商情况，包括报告期各期向前五大供应商采购的具体内容、金额及占发行人该类采购资源的比例，是否存在对单一或少数供应商的依赖，如存在，请充分揭示风险

东冠集团有限公司作为报告期内发行人前五大供应商与发行人之间的交易内容主要为房屋租赁，具体情况如下:

序号	承租方	出租方	房屋坐落地	房屋所有权证	用途	租赁面积（㎡）	租赁期限
1	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道	杭房权证高新更字第	办公	1,576.67	2017.1.16 至

序号	承租方	出租方	房屋坐落地	房屋所有权证	用途	租赁面积（㎡）	租赁期限
			588 号恒鑫大厦主楼 10 层	09097266 号			2021.1.15
2	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 15 层	杭房权证高新更字第 09097271 号	办公	1,518.18	2018.4.15 至 2021.4.14
3	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 13 层 1301-5 室	杭房权证高新更字第 09097269 号	办公	355.63	2017.1.22 至 2020.1.21
4	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 13 层 1301-7 室	杭房权证高新更字第 09097269 号	办公	386.85	2017.4.22 至 2020.4.21
5	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 1101-1 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	365.73	2018.3.16 至 2021.3.15
6	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 1101-2 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	257.01	2018.3.16 至 2021.3.15
7	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 1101-3 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	211.45	2018.3.16 至 2021.3.15
8	光云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 1101-4 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	355.63	2018.3.16 至 2021.3.15
9	其乐融融	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 1101-5 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	245.60	2019.3.16 至 2021.3.15
10	凌电科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 12 层 1201-3 室	杭房权证高新更字第 09097268 号	办公	211.45	2019.5.7 至 2019.11.6
11	淘云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 14 层 1401-1 室	杭房权证高新更字第 09097270 号	办公	140.00	2018.4.15 至 2021.4.14
12	杭州旺店	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道	杭房权证高新更字第	办公	140.00	2018.4.15 至 2021.4.14

序号	承租方	出租方	房屋坐落地	房屋所有权证	用途	租赁面积（㎡）	租赁期限
			588 号恒鑫大厦主楼 14 层 1401-8 室	09097270 号			
13	快云科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 14 层 1401-9 室	杭房权证高新更字第 09097270 号	办公	280.00	2018.4.15 至 2021.4.14
14	麦家科技	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 14 层 1401-10 室	杭房权证高新更字第 09097270 号	办公	166.39	2018.4.15 至 2021.4.14
15	麦杰信息	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦 11 层 1101-6 室	杭房权证高新更字第 09097266 号	办公	100.00	2018.3.16 至 2021.3.15
16	其乐融融	东冠集团有限公司	杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号恒鑫大厦主楼 14 层 1401-7 室	杭房权证高新更字第 09097270 号	办公	381.82	2019.4.15 至 2021.4.14

发行人报告期内主要租赁场所位于东冠集团所属物业恒鑫大厦主楼，尽管公司为轻资产运营的电商 SaaS 企业，但随着业务规模的扩大与公司职工人数的增长，主要经营地点的稳定性对于公司经营的重要程度日益提升，因此虽然房屋租赁并非发行人主营业务所需采购的关键业务资源，但发行人仍在原招股书中将东冠集团作为主要供应商予以披露。

若剔除房屋租赁、餐费采购等与发行人主营业务所需采购业务资源相关度较低的采购内容，发行人报告期内按主要业务资源分类的前五大供应商情况如下：

1、报告期内技术服务前五大供应商情况

年份	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占发行人该类采购资源比例
2019 年 1-6 月	1	阿里巴巴集团旗下企业：	2,567.66	-
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	2,504.17	95.19%
	1.2	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	54.77	2.08%
	1.3	钉钉（中国）信息技术有限公司	8.72	0.33%
	2	江苏京东信息技术有限公司	61.40	2.33%
	3	北京口袋时尚科技有限公司	1.68	0.06%

	4	上海微盟企业发展有限公司	0.00395	0.0002%
	合计			**2,630.74**
2018 年度	1	阿里巴巴集团旗下企业：	5,012.47	-
	1.1	淘宝（中国）软件有限公司	4,949.66	96.66%
	1.2	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	54	1.05%
	1.3	钉钉（中国）信息技术有限公司	8.81	0.17%
	2	江苏京东信息技术有限公司	107.97	2.11%
	3	上海智奥一号店信息技术有限公司	0.0142	0.0003%
	4	上海微盟企业发展有限公司	0.0056	0.0001%
	5	北京当当科文电子商务有限公司	0.0006	0.00001%
	合计			**5,120.46**
2017 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	3,227.92	99.76%
	2	江苏京东信息技术有限公司	7.67	0.24%
	合计			**3,235.59**
2016 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	2,669.28	100.00%
	合计			**2,669.28**

2、报告期内 API 前五大供应商情况

年份	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占发行人该类采购资源比例
2019 年 1-6 月	1	淘宝（中国）软件有限公司	636.46	99.49%
	2	深圳码隆科技有限公司	3.20	0.50%
	3	Google Asia Pacific Pte.Ltd	0.06	0.01%
	合计			**639.72**
2018 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	1,203.28	99.40%
	2	深圳码隆科技有限公司	7.32	0.60%
	合计			**1,210.60**
2017 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	897.56	100.00%
	合计			**897.56**
2016 年度	1	淘宝（中国）软件有限公司	639.54	100.00%
	合计			**639.54**

3、报告期内服务器前五大供应商情况

年份	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占发行人该类采购资源比例
2019 年	1	阿里云计算有限公司	427.58	85.15%

1-6 月	2	杭州托宝网络有限公司	61.70	12.29%
	3	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	11.81	2.35%
	4	腾讯云计算（北京）有限责任公司	1.05	0.21%
	合计			**502.14**
2018 年度	1	阿里云计算有限公司	481.00	74.64%
	2	杭州托宝网络有限公司	124.29	19.29%
	3	北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司	33.05	5.13%
	4	上海七牛信息技术有限公司	6.12	0.95%
	合计			**644.46**
2017 年度	1	阿里云计算有限公司	557.64	85.32%
	2	杭州托宝网络有限公司	27.56	4.22%
	3	吉林省高升科技有限公司	22.35	3.42%
	4	ADSL	13.90	2.13%
	5	Linode	9.50	1.45%
	合计			**630.95**
2016 年度	1	阿里云计算有限公司	357.79	85.01%
	2	吉林省高升科技有限公司	19.71	4.68%
	3	Linode	12.59	2.99%
	4	ADSL	10.07	2.39%
	5	DigitalOcean	7.86	1.87%
	合计			**408.02**

4、报告期内信息通道资源前五大供应商情况

年份	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占发行人该类采购资源比例
2019 年 1-6 月	1	阿里巴巴集团旗下企业：	739.07	
	1.1	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	700.23	94.47%
	1.2	上海拉扎斯信息科技有限公司	38.84	5.24%
	2	上海助通信息科技有限公司	1.05	0.14%
	3	上海大汉三通数据通信有限公司	0.57	0.08%
	4	江西聚梦实业有限公司	0.23	0.03%
	5	杭州托宝网络有限公司	0.16	0.02%
	合计			**741.08**
2018 年度	1	阿里巴巴集团旗下企业：	2,034.19	-

	1.1	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2,017.89	87.95%
	1.2	上海拉扎斯信息科技有限公司	16.30	0.71%
	2	上海客通信息科技有限公司	90.45	3.94%
	3	上海浩丝通讯科技有限公司	5.05	1.96%
	4	北京亿美软通科技有限公司	30.72	1.34%
	5	上海大汉三通数据通信有限公司	27.69	1.21%
	合计			**2,228.10**
2017 年度	1	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2,021.08	79.25%
	2	上海客通信息技术有限公司	365.04	14.31%
	3	北京安信捷科技有限公司	72.14	2.83%
	4	上海大汉三通数据通信有限公司	2.02	1.65%
	5	北京国都互联网有限公司	3.67	1.32%
	合计			**2,533.95**
2016 年度	1	阿里巴巴云计算（北京）有限公司	2,042.43	88.48%
	2	上海客通信息技术有限公司	107.26	4.65%
	3	北京国都互联科技有限公司	102.11	4.42%
	4	北京烽火信通信息技术有限公司	45.11	1.95%
	5	江苏新延信息科技有限公司	7.98	0.35%
	合计			**2,304.89**

5、配套硬件及耗材采购成本

年份	序号	供应商名称	采购金额（万元）	占发行人该类采购资源比例
2019 年 1-6 月	1	厦门汉印电子技术有限公司	1,618.89	76.87%
	2	厦门容大合众电子科技有限公司	212.62	10.10%
	3	厦门爱印科技有限公司	168.93	8.02%
	4	深圳市成为信息技术有限公司	49.17	2.33%
	5	广州市智崎衡器有限公司	13.86	0.66%
	合计			**2,063.47**
2018 年度	1	厦门汉印电子技术有限公司	5,741.95	78.18%
	2	厦门容大合众电子科技有限公司	566.15	7.71%
	3	厦门爱印科技有限公司	421.81	5.74%
	4	绘儿乐（上海）贸易有限公司	256.66	3.49%
	5	浙江太古文化产业发展有限公司	146.18	1.99%
	合计			**7,132.75**

2017 年度	1	厦门汉印电子技术有限公司	5,717.36	86.73%
	2	厦门容大合众电子科技有限公司	673.24	10.21%
	3	嘉兴市天鸿纸业有限公司	81.48	1.24%
	4	杭州太古纸张有限公司	25.68	0.39%
	5	厦门顶尖电子有限公司	22.35	0.34%
	合计			**6,520.12**
2016 年度	1	厦门汉印电子技术有限公司	4,475.54	94.90%
	2	厦门纳佰川贸易有限公司	145.83	3.09%
	3	杭州荣达印刷厂	49.43	1.05%
	4	嘉兴市天鸿纸业有限公司	45.20	0.96%
	合计			**4,716.01**

注：厦门容大合众电子科技有限公司与厦门纳佰川贸易有限公司系同一控制下的企业，已合并计算。

由于 SaaS 业务的开展依赖于 IaaS 的基础建设设施及 PaaS 开发环境，且发行人电商 SaaS 产品的服务对象主要在阿里旗下平台开展运营，因此发行人在云服务器、API、技术服务费及信息通道资源对于阿里集团旗下企业存在一定的采购依赖。阿里集团系美股上市公司（BABA），2019 财年（2018 年 4 月 1 日-2019 年 3 月 31 日）实现营业收入 3,768.44 亿元，净利润 878.86 亿元，是国内最大的电子商务平台，经营状况稳定，其交易规则、平台规则、服务器使用规则、数据调用规则均是公开信息，根据其平台性质并未向个别客户或者供应商提供不当利益倾斜，且发行人对阿里集团旗下企业的采购是依据业务性质和平台政策做出的，因此上述采购不会对发行人生产经营产生重大不利影响。

（三）公司以 ODM 的方式采购电商配套硬件，产品的设计、开发和生产由第三方负责，请说明“委托第三方根据公司的技术方案进行设计和生产”的表述是否准确，相关技术方案的具体内容以及在产品设计生产中的重要性。

公司采购的电商配套硬件主要产品为快麦打印机，公司快麦打印机采用 ODM 的方式进行采购，主要流程为公司严格筛选具备相应设计能力与生产能力的供应商，对打印机的打印头规格选择、处理速度参数设定、清晰度参数及外观设计等提出具体要求，由供应商根据公司的要求进行打印机的设计、开发并生产相应的产品样品，发行人对样品规格予以确认后供应商根据发行人订单进行打印机生产。

为更准确的描述公司 ODM 方式采购电商配套硬件的模式，发行人在招股说明书之“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品”之“（三）发行人主营业务模式”之“（2）电商配套硬件及配件耗材的采购”的补充披露如下内容：

公司以 ODM 的方式采购电商配套硬件，委托第三方根据公司的产品规格与外观设计要求进行电商配套硬件产品的设计和生产。公司筛选具有产品设计、生产能力的上游厂商作为供应商，供应商根据公司的产品技术要求进行产品设计，并按照订单为公司定制生产电商配套硬件。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、访谈了发行人的财务负责人及相关人员，了解发行人各业务资源的合作模式与结算方式；

2、获取并审阅了发行人审计报告及报告期内各期财务报表；

3、获取并审阅了发行人与东冠集团及其关联方之间的租赁协议；

4、查询了美股上市公司阿里巴巴的相关财务及业务信息；

5、访谈了相关的负责人，了解配套硬件业务的合作模式。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人报告期内业务资源、配套硬件及配套耗材采购与产品销售规模具有匹配性；

2、由于行业特性，发行人对淘宝（中国）等同一控制下的企业在业务资源采购上具有一定的依赖性，但发行人的业务资源采购均通过市场价格统一采购，该种依赖性并不会对发行人持续经营产生实质性影响；

3、发行人通过对快麦打印机的规格参数提出技术要求，由 ODM 厂商进行产品的具体设计与生产，发行人在招股书中已将该种模式进行更为准确的披露。

问题 16

报告期内公司的 SaaS 产品主要通过电商平台的服务市场进行在线销售，配套硬件以经销为主直销为辅，正在推进的快麦 ERP、快麦设计、快麦电商、快麦 CRM 等 SaaS 产品和服务主要通过线下推广来获取客户。

请发行人披露：（1）与主要电商平台的具体合作模式，双方权利、义务的约定，报告期内收益分成和收费政策的调整变化情况，发行人在不提供服务市场的电商平台上如何销售产品；（2） 发行人的获客来源，与可比公司对比发行人的主要获客成本以及在财务报表上如何体现；（3）快麦 ERP、快麦设计、快麦电商、 快麦 CRM 等 SaaS 产品的主要竞争对手，发行人是否具有相对竞争优势；发行人如何通过线下销售推广该类产品及服务，是否具备获客渠道、推广经验和相应资源，报告期内取得的实际效果；（4）销售配套硬件的可比公司采用经销商模式的情况，买断模式是否符合行业惯例，经销商的终端销售、期末存货、期后退货情况；（5）对经销商的信用政策、结算政策以及报告期内的变化情况，报告期内经销商的销售回款情况，应收账款变动是否与信用政策相匹配；（6）主要经销商的基本情况、所在区域、与发行人的合作历史以及是否与发行人及其关联方存在关联关系，经销商是否专门销售发行人产品；结合经销商的进入、退出及存续情况分析与经销商之间的合作稳定性。

请发行人说明：经销商的选取标准、定价机制、折扣返利政策、物流、退换货政策、销售回款政策、存货管理以及相关内部控制制度的建设和执行情况。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对经销业务的核查方式、核查比例、核查证据及核查结论，并对经销模式下收入的真实性、是否存在向经销商压货提前确认收入的情形发表明确意见。

答复：

（一）与主要电商平台的具体合作模式，双方权利、义务的约定，报告期内收益分成和收费政策的调整变化情况，发行人在不提供服务市场的电商平台上如何销售产品

根据发行人业务开展的实际情况与未来发展规划，发行人业务开展的主要电商平台为阿里巴巴商家服务市场（淘宝、天猫）、京麦服务市场（京东）、拼多多、饿了么，上述平台与发行人的合作模式为详细可见“本反馈回复”之“问题 15”

关于发行人与平台合作模式之内容。

（二）发行人的获客来源，与可比公司对比发行人的主要获客成本以及在财务报表上如何体现

发行人作为一家电商 SaaS 企业，与传统线下的 SaaS 企业相比，获客来源具有显著不同，主要原因系电商平台天然汇聚大量的电商商家客户，设立服务市场的该类平台自然流入的客户聚集效应有效的降低了电商 SaaS 产品提供商的获客成本，使得电商商家不再依赖于传统 SaaS 企业开展的线下推广模式，该部分获客成本一部分由平台收取的技术服务费予以体现。发行人的线上销售渠道包括电商平台自然流量的导入、网站宣传、直通车与钻展的投放等；线下销售渠道包括电话销售、销售人员电商产业聚集区和园区拜访、展会展示等，具体如下：

产品	获客渠道	主要获客成本	财务报表核算
SaaS 软件-超级店长、超级快车、旺店交易、快递助手等	服务市场——自然流量	无直接获客成本	营业成本-技术服务费
	服务市场——付费流量	直通车及钻展投放	销售费用
	其他网站宣传	自有网站 SEM 投放	销售费用
	线下推广	推广佣金	销售费用
SaaS 软件-快麦 ERP、快麦设计等	线上宣传	自有网站 SEM 投放	销售费用
	线下直销	销售人员薪酬	销售费用
CRM 短信	软件后台流量转化	无直接获客成本	-
	线下直销	销售人员薪酬	销售费用
配套硬件	线下宣传	销售人员薪酬	销售费用
		展会费用	销售费用
	线上宣传	直通车及钻展投放	销售费用
运营服务	线上推广	无直接获客成本	-
	线下直销	销售人员薪酬	销售费用

发行人与部分可比公司的 SaaS 产品的 2018 年获客成本对比如下：

单位：元/单

项目	光云获客成本	用友网络获客成本	金蝶国际获客成本
不考虑技术服务费	6	3,491.2	80,197.15
考虑技术服务费	45.22		

注: 发行人无法根据公开资料获取确切的获客成本数据，仅通过相关公司的财务

数据进行推算，计算结果与其实际获客成本可能存在较大偏差，用友网络 SaaS 用户的获客成本计算公式为：云服务模式收入/主营收入*销售费用/今年新增付费用户数，金蝶国际的获客成本为：金蝶云苍穹的收入/主营收入*销售费用/金蝶云苍穹新增用户数。金蝶云苍穹系金蝶国际针对中大型企业推出的 ERP SaaS 产品，客单价较高，因此其获客成本较高。

发行人以线下推广为主的快麦 ERP、快麦设计的获客成本如下：

单位：万元

产品	2018 年			2019 年 1-6 月		
	获取客户数	销售费用	获客成本	获取客户数	销售费用	获客成本
快麦设计	84	137.62	1.64	66	206.18	3.12
快麦 ERP	674	895.71	1.33	812	1,247.55	1.54

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（三）行业概况”之“1、行业发展概况”之“（3）电商 SaaS 行业的基本情况”补充披露本题回复中楷体加粗部分。

（三）快麦 ERP、快麦设计、快麦电商、快麦 CRM 等 SaaS 产品的主要竞争对手，发行人是否具有相对竞争优势；发行人如何通过线下销售推广该类产品及服务，是否具备获客渠道、推广经验和相应资源，报告期内取得的实际效果

产品	快麦 ERP	快麦设计	快麦电商	快麦 CRM
竞争对手	旺店通、聚水潭	深绘	省油宝、开车精灵	集客、维客
相对竞争优势	1、发行人拥有丰富的电商 SaaS 产品行业经验，产品中对于电商特性的结合更加突出；2、发行人具有完善的电商 SaaS 产品线，可以协同提供一站式电商服务；3、在服装、百货等细分领域发行人产品基于行业理解对于该行业商家的契合度具备一定的优势；4、发行人拥有稳定的中后台技术和较强的峰值处理能力，可以有效应对电商高峰期的技术处理量	1、与竞争对手相比，发行人的产品更适合中小商家的 C 店，客户群体数量更为广泛；2、发行人在详情页生成技术上，拥有更广泛的普适性。尤其适用于服饰细分领域的多类型详情页制作；3、发行人具备多年电商 SaaS 产品的运营、服务、维护的经验，保障系统的更加稳定运行	1、发行人拥有成熟的电商 SaaS 产品线，产品协同能力强；2、发行人的淘宝直通车广告竞价投放技术基于亿级词库结合大数据分析技术，可以实现多维度分析的竞价投放策略；3、发行人具备快速出词、海量词库的技术基础，可以做到每日为淘宝商家优化出词出价可达 2,000 万次，人群标签分类与定向匹配峰值超过 1,000 次/分钟	1、客户获取成本低，主要通过线上店长 CRM 进行转化；2、产品协同性比较好，属于发行人产品矩阵的一部分

线下推广方式	主要通过电话销售、电商产业集聚区地推的方式	主要通过电话销售、电商产业集聚区地推的方式	通过开展线下推广等方式开展	通过电销等方式开展
是否具备获客渠道、推广经验和相应资源	1、发行人已经建立了成熟的推广团队，并根据行业经验在各电商产业集聚地设立了相应的推广点；2、发行人拥有长期的电商商家累积资源，对于电商客户的需求理解透彻，可以准确把握电商商家的运营需求；3、发行人拥有大量的电商商家资源可以针对部分商家进行转化	1、发行人已经建立成熟的销售体系；2、发行人在推广电商新产品层面拥有丰富的经验；3、发行人拥有大量的电商商家可以针对部分商家需求进行转化	1、发行人的快麦电商产品是结合超级快车 SaaS 产品推出与人工车手推广能力结合的运营服务，与超级快车具有一定的行业协同效应；2、发行人拥有一批专业能力强、经验丰富的直通车车手	目前快麦 CRM 销售渠道尚待进一步完善。快麦电商线下业务开展规模较小，并未形成相应的推广经营与资源优势
取得效果	2019 年 1-6 月实现签约销售收款金额 1,164.19 万元	2019 年 1-6 月实现签约销售收款 145.78 万元	报告期内发行人运营服务收入为 3,098.88、6,461.49、5,936.00 及 2,533.99 万元	报告期内快麦 CRM 的收入分别为 18.17、19.99、24.21 及 9.71 万元

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“（九）发行人在行业中的竞争地位及面临的机遇与挑战”之“2、面临的机遇与挑战”之“（1）面临的机遇”之“3）聚焦中大型电商商家需求的趋势带来的机遇”补充披露本题回复中楷体加粗部分内容。

（四）销售配套硬件的可比公司采用经销商模式的情况，买断模式是否符合行业惯例，经销商的终端销售、期末存货、期后退货情况

1、经查阅相关公开信息，可比公司的经销商模式情况如下：

序号	公司名称	销售模式
1	佳博科技	佳博科技向经销商的销售均为买断式交易
2	中国长城	中国长城在已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方（通常为集团实体向客户交付产品的当日），根据累计风险估计销售退回及计提产品质量保证（预计负债、保用拨备）
3	齐心集团	内销模式下，齐心集团销售的各类商品，在货物发给客户后，于客户收到货物时确认销售收入

综上，**可比公司的办公设备与经销商的合作模式均为在货物交付并转移风险报酬时即确认收入，因此发行人买断模式符合行业惯例。**

2、报告期内各期发行人前五大经销商的终端销售情况及期末库存情况如下：

序号	公司名称	2019年1-6月进销存			2018年进销存			2017年进销存			2016年进销存		
		采购（台）	销售（台）	库存（台）	采购（台）	销售（台）	库存（台）	采购（台）	销售（台）	库存（台）	采购（台）	销售（台）	库存（台）
1	深圳市百合花科技有限公司/深圳佳腾百慧科技有限公司	27,554	27,721	384	85,802	85,905	551	85,035	84,808	654	25,288	24,879	409
2	广州巨精贸易有限公司/广州火掌信息科技有限公司	727	792	62	2,376	2,824	127	10,304	10,072	575	9,982	9,711	343
3	合肥市达标商贸有限公司	4,620	4,782	305	14,983	14,516	467	0	0	0	0	0	0
4	昆山宇艾英智能科技有限公司/昆山科涵电子商务有限公司/昆山旺点网络科技有限公司/昆山纬客特印刷品有限公司/昆山微策网络科技有限公司	2,419	2,270	256	6,684	6,648	107	6,200	6,225	71	2,131	2,035	96
5	苏州乔斯特条码技术有限公司/苏州伍德麦克物联信息技术有限公司	6,030	6,055	50	11,147	11,275	75	8,493	8,348	203	249	191	58
6	南京冠洋网络科技有限公司/南京科然办公用品有限公司	3,125	3,275	115	13,076	13,603	265	25,953	26,164	792	27,581	27,265	1,003
7	无锡行创科技有限公司	566	621	89	1,081	1,120	128	10,859	11,038	307	18,029	17,932	210
8	杭州荣达印刷厂	0	0	0	0	0	0	521	1,304	21	8,844	8,055	804
9	广州码客信息科技有限公司/广州艾印信息技术有限公司	2,593	2,502	126	2,279	2,262	35	1,518	1,500	18	0	0	0

注：经销商进销存数据来源于经销商提供的进销存声明。

3、期后退货情况

发行人与经销商签订的销售合同为买断式销售合同，除非质量问题、规格不符问题销售后不得退货，货物达到指定地点时，经销商应当立即对货物的品种、型号、规格、数量、包装等要素对货物进行验收并填写相关签收凭证。

报告期内发行人产品较为成熟，较少出现质量问题，如出现质量问题，一般通过换货、维修等方式处理，报告期内发行人主要产品快麦打印机的经销商期后换货情况如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
换货数量（台/个）	46	256	94	172
换货收入金额（万元）	1.55	7.64	2.16	6.34
当期经销商收入总额（万元）	1,880.99	5,207.56	6,012.88	4,417.16
换货占经销商收入的比例	0.08%	0.15%	0.04%	0.14%

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（2）配套硬件业务”中进行了补充披露。

（五）对经销商的信用政策、结算政策以及报告期内的变化情况，报告期内经销商的销售回款情况，应收账款变动是否与信用政策相匹配

1、报告期发行人对经销商的信用政策、结算政策以及报告期内的变化情况

发行人报告期内对于经销商总体的信用政策及结算政策为：根据经销商选取标准选取配套硬件业务经销商，并根据其出货量情况、回款情况及行业内信用变化评估确认资信等级，以此确认赊销账期和授信额度，经销商在信用期内通过银行转账的方式与发行人进行货款结算。

报告期内发行人经销商具体资信等级、赊销账期及授信额度情况判断标准如下：

季度月均出货量/平台销量排名	客户等级	最高授信额度	赊销账期	结算方式
一、经销商出货数量评定：				
月均出货量 3000 台以上	A+++	200 万	不高于 30 天	银行转账

月均出货量 1000-3000 台	A++	100 万	不高于 30 天	银行转账
月均出货量 500-1000 台	A+	50 万	不高于 30 天	银行转账
月均出货量 100-500 台	A	20 万	不高于 30 天	银行转账
月均出货量 100 台以下	B	15 万	不高于 30 天	银行转账
二、经销商市场占有率评定:				
经销商市场占有率排名 1-3 名	A+++	200 万	不高于 30 天	银行转账
经销商市场占有率排名 4-10 名	A++	100 万	不高于 30 天	银行转账
经销商市场占有率排名 10-20 名	A+	50 万	不高于 30 天	银行转账

2、报告期内主要经销商的应收账款与信用政策的匹配情况

报告期内，发行人根据前述的信用政策与结算政策对经销商进行资信等级评定，报告期内主要经销商的资信等级、应收账款余额的匹配情况如下:

单位：万元

经销商名称	年度	月均采购量	资信等级	期内应收款	期内回款	期末结余	应收账款周转天数
深圳市百合花科技有限公司	2016	2,107	A++	1,032.85	974.82	58.04	11.88
	2017	7,086	A+++	2,968.97	2,918.04	108.97	11.83
	2018	7,150	A+++	2,950.65	2,863.26	196.36	21.26
	2019H1	4,592	A+++	912.13	987.36	121.14	35.89
苏州乔斯特条码技术有限公司	2016	21	B	8.73	4.53	4.20	101.29
	2017	708	B	312.64	311.87	4.97	6.17
	2018	929	A+	421.35	404.94	21.37	13.10
	2019H1	1,005	A+	218.39	188.34	51.42	34.20
广州码客信息科技有限公司	2016	-	-	-	-	-	-
	2017	127	B	55.85	55.94	-0.09	-
	2018	190	A	109.40	109.31	0.00	-
	2019H1	432	A	89.06	89.11	-0.06	-
昆山宇艾英智能科技有限公司	2016	178	B	75.23	68.09	7.14	19.59
	2017	517	A	216.31	223.52	-0.07	6.88
	2018	557	A+	236.31	222.43	13.81	12.20
	2019H1	403	A+	80.31	81.17	12.94	34.36
南京科然办公用品有限公司	2016	2,298	A+	1,330.07	1,368.56	22.15	13.11
	2017	2,163	A++	1,013.81	1,019.22	16.73	8.08
	2018	1,090	A++	533.14	522.43	27.45	17.38
	2019H1	521	A+	134.57	150.81	11.21	29.60
合肥市达标商贸有限公司	2016	0	-	0	0	0	
	2017	0	-	0	0	0	
	2018	1,249	A+	489.16	451.28	37.88	16.17
	2019H1	770	A++	136.86	152.16	22.58	45.77

广州巨精贸易有限公司	2016	832	A	480.90	467.09	19.29	10.84
	2017	859	A+	398.27	391.28	26.28	24.09
	2018	198	A+	114.59	114.64	26.22	96.02
	2019H1	121	A	31.68	38.78	19.12	146.78
无锡行创科技有限公司	2016	1,502	A++	936.15	969.88	10.08	12.24
	2017	905	A++	415.31	373.28	52.10	31.53
	2018	90	A	40.99	91.18	1.91	276.18
	2019H1	94	B	19.41	14.57	6.75	46.03
杭州荣达印刷厂	2016	737	A+	462.94	487.51	2.24	13.22
	2017	43	B	19.43	21.67	0	24.33
	2018	0	-	0	0	0	-
	2019H1	0	-	0	0	0	-

注：期末应收款为负数主要原因系客户多支付了少量的采购金额。

由上可知，发行人报告期内的回款情况良好，无锡行创和苏州乔斯特因其期末应收余额较小导致计算周转天数出现异常，实际并未超出信用期；除部分经销商因期末购货量大、销售策略调整等因素超过账期付款外，报告期内绝大部分经销商均能遵循相应的信用政策及结算政策。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十二、资产质量分析”之“（一）资产结构及重要项目分析”之“2、流动资产构成及变化”之“（2）应收账款”中进行了补充披露。

（六）主要经销商的基本情况、所在区域、与发行人的合作历史以及是否与发行人及其关联方存在关联关系，经销商是否专门销售发行人产品；结合经销商的进入、退出及存续情况分析与经销商之间的合作稳定性

1、发行人报告期内配套硬件业务的主要经销商基本情况详见本回复第十二题之回复之“1、配套硬件业务”。

2、主要经销商与发行人之合作历史、关联关系情况及是否专门销售发行人产品等情况列示如下：

序号	公司名称	合作历史	是否关联关系	是否专门销售公司产品
1	深圳市百合花科技有限公司/ 深圳佳腾百慧科技有限公司	2015 年开始销售快麦打印机	否	否
2	广州巨精贸易有限公司/ 广州火掌信息科技有限公司	2015 年 5 月开始销售快麦打印机	否	否
3	合肥市达标商贸有限公司	2018 年开始销售快麦打印机	否	否
4	广州码客信息科技有限公司	2017 年开始销售快麦打印机	否	否

5	昆山宇艾英智能科技有限公司/ 昆山科涵电子商务有限公司/ 昆山旺点网络科技有限公司/ 昆山纬客特印刷品有限公司/ 昆山微策网络科技有限公司	2016 年开始销售快麦打印机	否	否
6	苏州乔斯特条码技术有限公司	2016 年开始销售快麦打印机	否	否
7	南京冠洋网络科技有限公司/ 南京科然办公用品有限公司	2014 年开始销售快麦打印机	否	否
8	无锡行创科技有限公司	2014 年开始销售快麦打印机	否	否
9	杭州荣达印刷厂	2015 年开始销售快麦打印机	否	否

发行人报告期内各期的经销存续率如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
报告期内经销商的存续率	73.08%	62.92%	60.00%	59.26%

注:年经销商存续率指上一年度为发行人经销商本年度依然是发行人经销商的存续比例

其中，发行人报告期内前十大经销商的销售占比及其年度存续情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
报告期内前十大经销商的销售占比	83.30%	84.55%	83.17%	88.58%
报告期内前十大经销商的存续率	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

综上，报告期内发行人配套硬件业务的主要经销商与发行人均有长期的合作历史，经营稳定，与发行人之间不存在关联关系，也不仅销售发行人单一产品，报告期内经销商存续比例较高，其中销售占比较高的前十大经销商在报告期内的存续率稳定。

发行人于招股说明书之“第六节 业务与技术”之“三、发行人销售情况与主要客户”之“（三）报告期内发行人前五名客户销售情况”补充披露如下内容：

“报告期内发行配套硬件业务主要经销商稳定性相对较高，大部分主要经销商已经与发行人建立了长期的业务合作关系，主要经销商与发行人之间不存在关联关系，也不存在单一销售发行人产品的情形。”

（七）经销商的选取标准、定价机制、折扣返利政策经销商的选取标准、定价机制、折扣返利政策、物流、退换货政策、销售回款政策、存货管理以及相关内部控制制度的建设和执行情况

1、经销商的选取标准

报告期内，公司经销商的主要选取标准如下：

（1）经营范围：主营业务为打印机等办公耗材；

（2）销售规模：在天猫、京东等主流电商平台有成熟的店铺及相对稳定的月销量，或者新开店铺的运营人员具有丰富的类似店铺运营经验；

（3）人员配备：有成熟的店铺运营团队（包括但不局限于运营、客服、仓管等）；

（4）行业地位、信用、声誉：在同行业中口碑较好，无恶意窜货、扰乱市场价格、经营假冒伪劣产品、赖账等劣迹；

（5）合作意愿：对快麦品牌有认同感，合作意愿强烈。

2、经销商的定价机制

发行人的定价机制是在产品基础价格的基础上根据经销商的具体情况协商确定出货价格：发行人产品基础定价根据采购成本、市场竞品价格等多种因素确定，经销商出货价格则会参考经销商规模、合作意向、预期采购量等因素协商确定。

在特定电商活动（如“618”、“双 11”等）期间，发行人针对产品促销情况，较日常价格视促销活动力度进行一定下调。

3、经销商的折扣返利政策

（1）常规返利

经销商常规返利需在年初由硬件事业部销售主管人员根据市场行情预估制定完毕，经由发行人审批同意后，书面文件下发给相关人员并抄送给财务部门，不得随意变更；常规返利原则上需在完成次月开始三个月内结算抵货款。

（2）补充促销活动返利

活动返利由发行人事先根据本期的活动计划确认返利规则，促销活动返利政策一般采用根据出货量阶梯返还一定比例货款的形式，由经销商在销售货款中进行抵扣，补充促销活动返利需在活动结束后的月份结算抵货款。

4、经销商的物流政策

发行人负责将货物运送至经销商指定地点并承担相应物流费用，通常情况下发行人采用零担物流的方式发货，如遇经销商紧急缺货且订单量较小的情况，发行人则会通过快递方式进行发货。

5、经销商的换货政策

经销商收货时发现交付的货物数量、质量不符合要求，应以书面形式提出由公司予以解决，经公司核准后属质量问题可执行换货，其余情况均不接受换货。

6、经销商的销售回款政策

公司通常给予经销商不高于 30 天的赊销账期，公司财务部门监控经销商回款情况，由销售人员负责货款催收。

7、存货管理

公司会制定季度采购备货计划，具体包括型号、数量、预计采购时间等信息，每月公司根据实际库存情况采购商品，并滚动更新采购计划。销售人员及时向经销商了解采购需求，由经销商根据自身需求进行采购。

公司在经销商管理、存货管理及财务管理等方面均建立了相应的内部控制制度予以规范，在实际经营过程中公司严格按照上述制度的规定执行，形成了有效的内部控制。

（八）核查程序及核查意见

保荐机构及申报会计师主要履行了以下核查程序：

1、获取并审阅了发行人的审计报告及报告期内各期财务报表；

2、计算了发行人的获客成本并比对了与其他 SaaS 企业的获客成本；

3、访谈了快麦系列产品的相关业务人员，并查询了快麦系列产品的竞品情况；

4、访谈发行人配套硬件的业务负责人，了解发行人配套硬件经销管理基本情况；

5、获取并查阅了发行人经销商管理、存货管理及财务管理等方面制度；

6、通过走访、函证等方式核查经销商的业务情况及与发行人的交易情况；

7、经销商业务核查情况如下：

（1）询问发行人管理层公司的销售模式及销售业务流程，查阅发行人相关内部控制制度，了解相关内部控制设计并执行穿行测试和控制测试，以评价相关控制是否设计合理并有效执行。

（2）了解发行人经销收入确认政策，获取并审阅发行人主要销售合同，关注与商品所有权上的主要风险和报酬转移的关键条款，对比同行业上市公司的收入确认政策，检查发行人收入确认政策是否符合企业会计准则的规定，与同行业是否存在重大差异。

（3）获取并审阅分析了报告期内产品结构变动、客户构成变动、月度收入波动、主要产品价格及销售量变动等，分析报告期内是否存在收入异常变动。

（4）对报告期内毛利率进行比较分析，分析差异原因，是否存在异常情况。

（5）对比报告期内主要经销商变动情况，分析报告期内经销商变动原因；对经销商进行背景调查，通过全国企业信用信息公示系统，对主要经销商进行了调查，了解其股东、经营范围、业务性质及营业规模等基本情况，查询主要经销商在主要电商平台网店产品的销售情况。

（6）对报告期内各期经销销售的主要经销商进行现场访谈。报告期内，我们共走访了22家经销商，对应经销收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
走访经销商收入	1,640.12	5,052.03	5,428.99	4,149.84
经销商收入总额	1,880.99	5,207.56	6,012.88	4,417.16
走访比例	87.19%	97.01%	90.29%	93.95%

（7）对经销商执行函证程序，保荐机构及会计师对发行人报告期内经销商根据收入分层抽样，对选出经销商寄发询证函。经销商发函及回函情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经销收入：				
发函金额	1,612.06	4,681.49	5,084.13	4,123.98

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经销商收入总额	1,880.99	5,207.56	6,012.88	4,417.16
发函比例	85.70%	89.90%	84.55%	93.36%
回函确认金额	1,569.09	4,653.06	4,909.79	3,983.27
回函占经销收入比例	83.42%	89.35%	81.65%	90.18%
应收账款：				
发函金额	267.53	342.44	235.43	176.91
期末余额	291.24	418.23	282.28	207.11
发函比例	91.86%	81.88%	83.40%	85.42%
回函确认金额	261.09	337.42	224.49	160.08
回函占期末余额比例	89.65%	80.68%	79.53%	77.29%

对未回函的经销商的相关业务证据进行了分析比对，核对其销售合同、订单、销售出库单、第三方货运单据、销售发票及银行进账单等。

（8）获取第三方物流对账单，结合发行人发货清单，选取样本，匡算物流发货重量是否存在异常，与发行人销售发货情况是否匹配，是否存在重大差异，经查验未发现异常情况，具体配套硬件及配件耗材查验比例如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
核查打印机发货数量（台）	39,807	135,703	154,440	84,271
总打印机发货数量（台）	62,018	167,850	190,270	109,654
核查比例	64.19%	80.85%	81.17%	76.85%

（9）对配套硬件销售收入执行细节测试，选取样本，检查经销销售收入相关的支持性文件，核对销售合同、订单、物流签收记录、销售发票及银行进账单等业务单据是否与账面记录一致。经查验未发现异常情况，具体配套硬件及配件耗材核查比例如下：

项目	2019年1-6月			2018年度		
	发货数量（万个）	收入金额（万元）	期内回款金额（万元）	发货数量（万个）	收入金额（万元）	期内回款金额（万元）
查验数据	5.17	1,294.27	1,613.57	21.04	4,574.91	4,553.43
总样本数据	7.47	1,880.99	2,108.48	22.85	5,207.56	6,158.88
核查比例	69.16%	68.81%	76.53%	92.08%	87.85%	73.93%
项目	2017年度			2016年度		

	发货数量（万个）	收入金额（万元）	期内回款金额（万元）	发货数量（万个）	收入金额（万元）	期内回款金额（万元）
查验数据	23.36	5,084.13	5,557.78	20.84	4,153.04	4,195.57
总样本数据	26.84	6,012.88	6,545.57	22.22	4,417.16	4,928.97
核查比例	87.02%	84.55%	84.91%	93.79%	94.02%	85.12%

（10）查阅发行人期后回款情况，检查相关回款凭证、银行进账单，确认发行人是否收回货款，是否存在回款期后退回等情况。

（11）获取了发行人物流运送时间，查验了接近资产负债表日前后的销售记录的准确性。

（12）检查资产负债表日后销售明细账，以识别是否存在重要的销售退回及冲回经检查。

（13）查验经销商对终端销售的真实性

我们在实地走访时取得了主要经销商的进销存声明，并从部分主要经销商的销售明细中抽取了部分终端用户进行电话访谈，或取得销售订单、快递记录等终端销售证据，以确认经销业务是否实现最终销售。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

1、发行人遵循各电商平台的服务市场规则入驻电商平台提供电商 SaaS 产品，在未提供服务市场的平台则主要通过接入电商平台接口；

2、发行人的获客来源主要通过电商平台天然集聚的自然流量及通过销售推广获得的付费流量，与传统 SaaS 企业相比，发行人由于电子商务行业客户聚集的特性因此获客成本相对较低；

3、发行人快麦系列产品主要针对中大型商家，主要依赖于线下渠道进行销售推广，发行人已经建立较为成熟的线下销售团队与销售体系，并取得了一定的商业效果；

4、销售配套硬件的可比公司采用经销商模式的情况与发行人相同，发行人经销商的最终销售情况、售后换货情况表明经销商基本实现了发行人产品的终端销售；

5、发行人根据经销商的经营情况与合作历史执行统一的信用政策与结算政

策，报告期内上述政策相对稳定；

6、经核查，发行人经销商与发行人之间不存在关联关系，报告期内主要经销商与发行人合作关系稳定，不存在仅销售发行人产品的情况；

7、发行人在经销商管理、存货管理及财务管理等方面均建立了相应的内部控制制度，并在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制；

8、发行人经销模式下收入真实，不存在向经销商压货提前确认收入的情形。

问题 17

招股说明书披露，公司及下属子公司未拥有任何房屋所有权。公司及其子公司合计租赁房屋 18 处，合计建筑面积 7,123.41 平方米。

请保荐机构、发行人律师结合相关租赁房屋的具体用途、对发行人的重要程度、租赁费用的公允性、租赁期限、到期后的续约安排、发行人的处置方案等，就上述情况是否对发行人的资产完整性构成重大不利影响发表明确意见。

回复：

（一）租赁房屋的具体用途、对发行人的重要程度

发行人租赁房屋的主要用途为日常生产经营场所，详见本回复“问题 15（二）”的相关表述。发行人的主营业务系基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品，发行人及其子公司的租赁场所主要用于员工日常办公，对房屋无特殊要求，且相关地区房屋租赁市场活跃，可选择范围广，具有较强的可替代性，因此发行人及子公司对租赁房屋不存在重大依赖。

（二）租赁期限、租赁费用的公允性

发行人的主要办公场所的租赁期限多为 3 年，租金均由发行人及子公司与出租人参考市场价协商确定，经查询、对比租赁房屋附近办公场所租赁费用，定价公允。

（三）租赁到期后的续约安排、发行人的处置方案

发行人及子公司将根据租赁合同的约定，在租赁期限届满前与出租人协商续

租事宜。对于即将到期（半年内）的租赁房屋，发行人将与出租方签署新的租赁协议。若届时因任何原因无法续租的，发行人及子公司将积极采取搬迁等措施保障发行人及子公司的日常经营不受影响。同时，发行人控股股东及实际控制人已作出承诺，若发行人及子公司租赁房产因未办理租赁备案或未取得房屋产权证书、不符合相关法律法规的规定或租赁合同的约定，导致租赁房产被收回、责令搬迁或光云科技及其子公司被处以罚款或遭受其他损失的，均由控股股东及实际控制人承担。

综上所述，发行人及子公司租赁房屋对其资产完整性不构成重大不利影响。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、取得了发行人出具的关于租赁房屋用途、相关地区房屋租赁市场情况的说明；

2、审阅了发行人提供的房屋租赁合同，通过公开网站（链家网（https://hz.lianjia.com）、安居客（https://hangzhou.anjuke.com）、58同城（https://hz.58.com））查询了租赁房屋附近办公场所租赁费用，并抽查了发行人支付租金的有关凭证；

3、获取了发行人控股股东及实际控制人出具的承诺。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：发行人及子公司租赁房屋对其资产完整性不构成重大不利影响。

问题 18

请发行人披露：（1）发行人及其子公司是否已取得业务开展所需的相关资质及业务资质许可的具体内容，是否符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内是否存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚；（2）相关产品和服务认证到期是否可以续期；若无法续期，是否对发行人生产经营产生重大不利影响。

请保荐机构、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

（一）发行人及其子公司是否已取得业务开展所需的相关资质及业务资质许可的具体内容，是否符合国家相关法律法规及行业标准规定，报告期内是否存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚

1、发行人及其子公司已取得业务开展所需的资质及业务资质许可

发行人及其子公司已取得业务开展所需的资质及业务资质许可的情况详见招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“3、专业资质、获奖情况和科研成果”之“（1）公司专业资质情况”部分。

根据《中华人民共和国电信条例》、《互联网信息服务管理办法（2011 年修订）》、《电信业务经营许可管理办法》、《广播电视节目制作经营管理规定（国家广播电影电视总局令第 34 号）》等国家相关法律法规及行业标准的规定，发行人及其子公司已取得业务开展所需的相关资质许可，该等业务资质及其许可的具体内容，符合国家相关法律法规及行业标准规定。

2、报告期内是否存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务的情形，是否受到相关行政处罚

发行人及其子公司所在地市场监督管理局已出具企业无违法违规证明，保荐机构已会同发行人律师走访浙江省通信管理局，报告期内，发行人及其子公司不存在违反相关规定超出资质规定范围开展业务而受到相关行政处罚的情形。

综上，**发行人及其子公司已根据国家相关法律法规及行业标准的规定，取得开展现阶段业务所需的相关业务资质许可；发行人报告期内不存在因违反相关规定超出资质规定范围开展业务而受到相关行政处罚的情形。**

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“3、专业资质、获奖情况和科研成果”之“（1）公司专业资质情况”部分补充披露了上述楷体加粗内容。

（二）相关产品和服务认证到期是否可以续期；若无法续期，是否对发行人生产经营产生重大不利影响

1、增值电信业务经营许可证

《电信业务经营许可管理办法》第二十七条规定：“经营许可证有效期届满需要继续经营的，应当提前 90 日向原发证机关提出延续经营许可证的申请；不再继续经营的，应当提前 90 日向原发证机关报告，并做好善后工作。未在前款规定期限内提出延续经营许可证的申请，或者在经营许可证有效期内未开通电信业务的，有效期届满不予延续。”第六条规定：“经营增值电信业务，应当具备下列条件：（一）经营者为依法设立的公司；（二）有与开展经营活动相适应的资金和专业人员；（三）有为用户提供长期服务的信誉或者能力；（四）在省、自治区、直辖市范围内经营的，注册资本最低限额为 100 万元人民币；在全国或者跨省、自治区、直辖市范围经营的，注册资本最低限额为 1,000 万元人民币；（五）有必要的场地、设施及技术方案；（六）公司及其主要投资者和主要经营管理人员未被列入电信业务经营失信名单；（七）国家规定的其他条件。”

发行人及麦家科技的基本情况、资金、专业人员等方面符合增值电信业务经营许可证到期后的续期申请或重新认定条件，不存在续期风险。

2、广播电视节目制作经营许可证

根据《广播电视节目制作经营管理规定》（国家广播电影电视总局令第 34 号，下称“34 号文件”）第六条的规定：“申请《广播电视节目制作经营许可证》应当符合国家有关广播电视节目制作产业发展规划、布局和结构，并具备下列条件：（一）具有独立法人资格，有符合国家法律、法规规定的机构名称、组织机构和章程；（二）有适应业务范围需要的广播电视及相关专业人员、资金和工作场所，其中企业注册资金不少于 300 万元人民币（根据《关于修订部分规章和规范性文件的决定（国家新闻出版广电总局令第 3 号）的规定，删除该项中的“资金”和“其中企业注册资金不少于 300 万元人民币”》）；（三）在申请之日前三年，其法定代表人无违法违规记录或机构无被吊销过《广播电视节目制作经营许可证》的记录；（四）法律、行政法规规定的其他条件。”

根据《国家广播电视总局办公厅关于做好 2019 年度<广播电视节目制作经营许可证>和<电视剧制作许可证（甲种）>换证工作的通知》（广电办发[2019]20 号）的规定：（a）对执行各项规章政策情况良好、有制作经营业绩、未发现违

规行为或存在轻微违规问题但及时整改到位的《广播电视节目制作经营许可证》持证机构，由发证机关换发新许可证。（b）对存在以下情况的《广播电视节目制作经营许可证》持证机构，不予换发新许可证：a）制作、经营内容导向偏差、低俗庸俗、社会广泛差评、产生不良社会影响的节目；b）以各种方式租借、转让、出售《广播电视节目制作经营许可证》；c）制作、经营或向境外提供含有法律法规或相关规定禁止内容的节目；d）含有境外资金背景或吸纳境外资金；股东中有境外机构或人员；e）未经批准擅自将节目销售出境或送境外参加展示展映活动；f）两年内未开展节目制作经营活动（对于发证日期在 2018 年 1 月 1 日之后的持证机构，不做制作经营业绩要求）；g）违反 60 号文件相关规定，参与违规买卖收视率或参与收视率造假等；h）违反 153 号文件相关规定，未按要求规范、及时缴纳税款等；i）其他违反法律法规和有关规定的情况。

浙江省广播电视局已向麦家科技核发新的《广播电视节目制作经营许可证》。麦家科技的基本情况、专业人员、工作场所、业绩审核等方面符合广播电视节目制作经营许可证到期后的续期申请或重新认定条件，不存在不被核准续期的风险，也不存在不符合重新认定条件的风险。

综上，**发行人及其子公司拥有的《增值电信业务经营许可证》、《广播电视节目制作经营许可证》到期后的续期申请或重新认定条件，不存在不被核准续期的风险，也不存在不符合重新认定条件的风险。**

发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“六、发行人的生产技术及研发情况”之“（一）发行人主要核心技术情况”之“3、专业资质、获奖情况和科研成果”之“（1）公司专业资质情况”部分补充披露了上述楷体加粗内容。

（三）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取了发行人提供的业务开展所需的资质或许可及业务资质许可证书；

2、检索了《电信业务经营许可管理办法》、《广播电视节目制作经营管理规定》、《国家广播电视总局办公厅关于做好 2019 年度<广播电视节目制作经营许可证>和<电视剧制作许可证（甲种）>换证工作的通知》（广电办发[2019]20

号）等相关法律法规及规范性文件；

3、获取了发行人及其子公司所在地市场监督管理局出具的企业无违法违规证明，并走访浙江省通信管理局、查询了浙江省广播电视局网站（http://www.zjxwcb.gov.cn）。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人及其子公司已根据国家相关法律法规及行业标准的规定，取得开展现阶段业务所需的相关业务资质许可；发行人报告期内不存在因违反相关规定超出资质规定范围开展业务而受到相关行政处罚的情形。

2、发行人及其子公司拥有的《增值电信业务经营许可证》、《广播电视节目制作经营许可证》到期后的续期申请或重新认定条件，不存在不被核准续期的风险，也不存在不符合重新认定条件的风险。

四、关于公司治理与独立性

问题 19

招股说明书披露，云锋新呈持有发行人 4.9%股权，阿里创投持有发行人 4.80%股权，发行人主要在淘宝、天猫等电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务，发行人供应商包括淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司、阿里云计算有限公司等阿里系公司。报告期内发行人已经注销或正在注销的关联方较多。

请发行人：（1）说明是否严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定披露关联方和关联交易，相关关联方是否与发行人营业范围或主营业务相同或类似，是否存在经营相竞争业务的情形；（2）结合云锋新呈、阿里创投的股权结构、最终控制人情况，说明是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露；（3）结合云锋新呈、阿里创投分别持有发行人 4.90%、4.80%股权、发行人主要在淘宝、天猫等电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务以及发行人与阿里系企业在客户取得、技术开发、系统对接、资金结算等方面的关系，说明阿里系企业是否存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本、为发行人研发提供基础平台或服务、对阿里系统存在依赖、

资金被阿里系企业占用等情形，相关情形是否会影响发行人的独立性，是否涉及利益输送情形，发行人是否具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力，请就上述事项进行重大事项提示；（4）结合阿里系控制或参股的与发行人业务相同或类似的其他企业的基本情况，包括成立时间、主营业务及主要产品、股权结构等，说明发行人与上述企业是否存在竞争或替代关系，相关风险是否充分揭示；（5）说明报告期内相关关联方注销的原因、合法合规性、资产处置情况、是否存在争议或潜在纠纷，报告期内是否存在重大违法行为，是否存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形；（6）说明报告期内关联交易的必要性、公允性及对独立性的影响。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）是否严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定披露关联方和关联交易，相关关联方是否与发行人营业范围或主营业务相同或类似，是否存在经营相竞争业务的情形

1、是否严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定披露关联方和关联交易

除招股说明书中楷体加粗补充披露关联方系为首次申报基准日后新增关联方外，发行人已严格按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”中“十四、关联方和关联关系”及“十五、关联交易”对发行人关联方与关联交易进行了披露。

2、相关关联方是否与发行人营业范围或主营业务相同或类似，是否存在经营相竞争业务的情形

发行人部分关联方与发行人的营业范围相似，但该等关联方实际经营主营业务与公司实际经营的主营业务不一致，不存在相竞争的情形。现存与发行人营业范围相似的关联方的经营范围及主营业务情况具体如下表：

序号	关联方名称	经营范围	主营业务情况	关联关系
1	浙江大器	服务：计算机软硬件、计算机信息技术、计算机网络技术、机电设备、医疗器械、光电技术、电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，承接机电设备安装工程，物流	提供机器人应用领域的资讯、解决方案和服务	实际控制人控制的企业

序号	关联方名称	经营范围	主营业务情况	关联关系
		信息咨询，市场营销策划，设计、制作、代理、发布国内广告（除网络广告发布）；网上销售：家用电器，电子产品，音响设备，数码产品，智能设备，智能机器人，计算机设备。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
2	五发网络	服务：计算机软硬件、网络技术、电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询，承接计算机网络工程（涉及资质证凭证经营），计算机系统集成。	未实际开展经营	发行人之参股公司
3	众安信息技术服务有限公司	一般经营项目是：信息技术服务；以承接服务外包方式从事管理或技术咨询服务，包括但不限于信息化规划、信息技术管理咨询、信息系统工程监理、计算机系统集成及软硬件的开发与销售等；市场信息咨询；商务信息咨询；从事广告业务（法律法规、国务院规定需另行办理广告经营审批的，需取得许可后方可经营）；会展策划；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；图文设计；市场营销策划；经营进出口业务。（以上法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	用新技术进行保险生态的信息化升级，包括提供区块链基础平台安链云在内的十余个领域的区块链解决方案	董事姜兴担任执行董事
4	众安（深圳）生命科技有限公司	一般经营项目是：生物、基因检测技术以及医药领域内相关的技术研发、技术服务、技术咨询、技术转让；实验室设备、仪器、实验室试剂（除危险化学品和易制毒化学品）；医疗器械经营；健康养生管理咨询（不含医疗行为）；计算机软硬件领域内的技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；会务策划；会展策划；农业技术、生物技术、新材料技术、节能环保技术的技术服务；生物制品的技术开发；生物科技产品的技术开发；电子产品，卫生用品、消毒用品、保健用品、化妆品的销售；电子商务（不得从事增值电信、金融业务）；从事广告业务；化工原料及产品的销售（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动），许可经营项目是：食品销售；二类、三类医疗器械的销售。	致力于探索检测技术、基因技术、细胞技术等前沿科技在大众健康领域的应用，帮助人们进行精准有效的健康管理	董事姜兴担任董事
5	杭州赛脑智能控制技术有限公司	服务：计算机软硬件、自动化控制系统、嵌入式系统、移动应用程序、智能控制技术的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让；批发、零售：自动化控制设备，电子元器件，办公自动化设备，仪器仪表，计算机及配件，汽车零配件，嵌入式芯片，五金交电；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批	与智能锁、智能安防相关的嵌入式软件开发及销售，移动系统开发及销售，嵌入式芯片开发及销售	董事姜兴及其配偶合计持股 36.85%

序号	关联方名称	经营范围	主营业务情况	关联关系
		准后方可开展经营活动）		
6	杭州势能科技有限公司	服务：计算机软硬件、自动化控制系统、嵌入式系统、移动应用程序、智能控制计算的技术开发、技术服务、技术咨询；批发、零售：自动化控制设备、电子元器件、办公自动化设备、仪器仪表、计算机配件、汽车零配件、镶入式芯片、五金交电；其他无需报经审批的一切合法项目	与智能锁、智能安防相关的嵌入式软件开发，移动系统开发，嵌入式芯片开发	董事姜兴及其配偶通过杭州赛脑智能控制技术有限公司间接持股 36.85%
7	好约网络	服务：计算机网络技术、互联网信息技术的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让。	针对汽车 4S 店、美容理发、休闲娱乐等场所的预约订购服务进行软件开发和销售	董事姜兴及其配偶合计持股 100%，姜兴配偶担任执行董事兼总经理
8	深圳小白领先科技有限公司	移动互联网产品的研发、销售，国内贸易（不含专营、专控、专卖商品），经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）	商旅软件的开发，查询并订购机票、查找酒店、差旅报销等差旅服务集成	董事姜兴持股 40%
9	深圳可爱医生网络技术有限公司	信息资源的技术开发与咨询；互联网数字内容的技术开发与咨询；互联网信息产品的销售（不含限制项目）	通过轻松及时的微信互动模式和创新型的服务保障体系，迅速拉近医患距离，实现便捷高效的在线复诊和健康咨询服务	董事姜兴担任董事并持股 40%
10	上海财来金融信息服务股份有限公司	金融信息服务（除金融许可业务），计算机网络专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务，技术转让，计算机系统集成及软硬件的开发与销售，金融数据处理服务，市场信息咨询，会展服务，企业管理咨询，投资咨询，企业形象策划，从事广告业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	金融信息服务，计算机网络专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务	董事姜兴担任董事长并持股 45%
11	浙江悠无限网络科技有限公司（吊销未注销）	批发、零售：预包装食品兼散装食品，乳制品（不含婴幼儿配方乳粉），酒类（在许可证有效期内方可经营）。服务：网络技术、电子商务技术、计算机软硬件、通信设备的技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让，商务信息咨询（除中介），设计、制作、代理国内广告，承办会展，投资管理；批发、零售：计算机软硬件及配件，通信设备及配件（除专控），五金交电，办公自动化设备，日用百货，洗涤用品，化妆品，家居用品，床上用品，机械设备及配件，办公用品，医疗器械（限一类），初级食用农产品（除食品、药品）。	以互联网信息技术为手段，以沟通城乡为目标，以整合资源为依托，“网络平台+实体店+连锁超市”的 O2O 社区便利店	董事姜兴担任董事并持股 16.67%
12	杭州牛盾网络技术有限	电信增值业务；服务：网络信息技术、计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询；批	智能云解析方案提供商，提供网	董事姜兴配偶持股 27.51%

序号	关联方名称	经营范围	主营业务情况	关联关系
	公司	发、零售：计算机软硬件，网络设备，电子产品（除电子出版物）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	站解析安全、路由路径优化服务	
13	浙江牛盾网络技术有限公司	网络信息技术、计算机软硬件技术开发、技术服务、技术咨询;软件开发；计算机软硬件、网络设备、电子产品销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	智能云解析方案提供商，提供网站解析安全、路由路径优化服务	董事姜兴配偶通过杭州牛盾网络技术有限公司间接持股22.01%
14	苏州睿络兴智能科技有限公司	智能化设备、物联网、计算机软硬件技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；家居智能化设备、家用电器的销售、安装、调试及售后服务；电子产品、计算机软硬件、通讯设备的销售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	家居智能化设备、家用电器的销售、安装、调试及售后服务；电子产品、计算机软硬件、通讯设备的销售	董事姜兴妹妹的配偶担任执行董事兼总经理并持股80%
15	上海牛购电子商务有限公司	电子商务（不得从事增值电信、金融业务），从事电子科技、网络科技领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让，从事货物及技术的进出口业务，通信设备、日用百货、计算机软硬件、办公用品、机械设备（除特种）及配件、汽车用品、电子产品批发零售。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	汽车用品、电子产品批发零售	董事姜兴妹妹的配偶担任执行董事，董事姜兴妹妹及其配偶合计持股51%
16	杭州绿仰科技有限公司	生产：第二类6854手术室、急救室、诊疗室设备及器具。（上述经营范围在批准的有效期内方可经营）。服务：电子产品、计算机软件、信息技术的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让，计算机系统集成；批发、零售：第一类医疗器械，电子产品，五金交电，计算机软硬件及配件。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	生产、销售二类医疗器械输液监控系统	董事东明担任董事
17	杭州铁鱼科技有限公司	计算机网络技术、计算机软硬件、计算机系统集成的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让；计算机网络工程施工；批发、零售：计算机软硬件及配件、电子产品（除电子出版物）	钓鱼爱好者软件	实际控制人谭光华、董事姜兴配偶曾于2018年10月分别持股10%，并于2018年10月17日将其所持股权全部转让给杨林
18	上海品码网络技术有限公司	从事网络科技、计算机软硬件、智能家电设备领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，家用电器、家具、水电设备、办公用品、数码产品、通讯设备、手机及配件、电子产品的维修、销售，计算机软件的安装、销售，自有设备租赁，广告的设计、制作、代理、发布，货物运输代理，国际货物运输代理，报关	以手机维修（包括寄送、送修、上门维修）为主营特色，专注数码维修领域的O2O服务平台	董事姜兴妹妹的配偶担任执行董事兼总经理，董事姜兴妹妹及其配偶合计持股100%

序号	关联方名称	经营范围	主营业务情况	关联关系
		服务，商务信息咨询，电子商务（不得从事增值电信、金融业务），建筑智能化建设工程专业施工，电脑销售及售后服务，自动化监控设备的安装及维护。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）		
19	杭州沃朴物联科技有限公司	技术研发、技术服务、技术成果转让：计算机软硬件、智能物联网、软件技术；销售：电子标签、终端设备、电子元器件、传感器、计算机软件、电子产品（除电子出版物）、自动化检测设备、各类防伪标签、智能硬件；承接自动化检测项目工程；货物进出口（法律、行政法规禁止经营的项目除外，法律、行政法规限制经营的项目取得许可证后方可经营）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	智能防伪溯源标签	董事姜兴配偶担任董事，姜兴及其配偶合计持股12.99%，汇光投资持股3.9%，张杰西持股1.56%
20	蓝鲸未来科技（杭州）有限公司	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：健康技术、电子商务技术；服务：企业管理咨询、商务信息咨询；批发零售：化妆品（除分装）、日用百货、数码产品、电子产品、服装服饰、针纺织品、工艺品、床上用品、鞋帽、办公用品、体育用品、计算机及配件、家用电器、照明电器、预包装食品兼散装食品、保健食品。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	通过“火拼市场”电商平台为消费者提供美妆个护、母婴用品、食品保健，居家生活等商品	董事东明担任董事
21	蓝鲸链合生态科技（杭州）有限公司	技术开发、技术服务、技术咨询、成果转让：生态技术、数据处理技术、计算机系统集成、计算机网络技术、电子商务技术、教育软件；销售：计算机软硬件、服装服饰、电子产品、日用百货、工艺礼品、家用电器、体育用品、针纺织品、珠宝首饰、化妆品（除分装）、卫生用品、办公用品、乐器、钟表眼镜（除角膜接触镜）、玩具、照相器材、文化用品、箱包、皮具、花卉盆景、通讯器材、五金灯具、建筑材料、装饰材料、初级食用农产品（除食品、药品）；服务：第二类增值电信业务中的信息服务业务（仅限互联网信息服务）；设计、制作、代理、发布：国内广告（除网络广告发布）；货物或技术进出口（国家禁止或涉及行政审批的货物和技术进出口除外）；食品经营。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）	通过“火拼市场”电商平台为消费者提供美妆个护、母婴用品、食品保健，居家生活等商品	董事东明担任董事

（二）结合云锋新呈、阿里创投的股权结构、最终控制人情况，说明是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露

1、云锋新呈的股权结构及最终控制人情况

（1）截至本回复出具日，云锋新呈的合伙人结构如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海众付资产管理中心（有限合伙）	普通合伙人	7,000	0.70
2	泛海控股股份有限公司	有限合伙人	300,000	30.00
3	刘广霞	有限合伙人	130,000	13.00
4	新华联控股有限公司	有限合伙人	100,000	10.00
5	巨人投资有限公司	有限合伙人	50,000	5.00
6	华谊兄弟（天津）互动娱乐有限公司	有限合伙人	50,000	5.00
7	苏宁控股集团有限公司	有限合伙人	50,000	5.00
8	吴光明	有限合伙人	50,000	5.00
9	王育莲	有限合伙人	26,000	2.60
10	宁波大榭旭腾创股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	20,000	2.00
11	周少明	有限合伙人	20,000	2.00
12	喻会蛟	有限合伙人	15,000	1.50
13	陈德军	有限合伙人	15,000	1.50
14	西藏雷泽资本投资有限公司	有限合伙人	10,000	1.00
15	深圳市宝德昌投资有限公司	有限合伙人	10,000	1.00
16	西藏福茂投资管理有限公司	有限合伙人	10,000	1.00
17	苏州金螳螂企业（集团）有限公司	有限合伙人	10,000	1.00
18	北京富华永盛投资管理咨询有限公司	有限合伙人	10,000	1.00
19	冯玉良	有限合伙人	10,000	1.00
20	彭晓林	有限合伙人	10,000	1.00
21	戚金兴	有限合伙人	10,000	1.00
22	方洪波	有限合伙人	10,000	1.00
23	卢宗俊	有限合伙人	10,000	1.00
24	邹文龙	有限合伙人	10,000	1.00
25	倪秀芳	有限合伙人	10,000	1.00
26	马瑞敏	有限合伙人	10,000	1.00
27	黄鑫	有限合伙人	10,000	1.00
28	西藏稳盛进达投资有限公司	有限合伙人	5,000	0.50
29	新希望投资集团有限公司	有限合伙人	5,000	0.50
30	周忻	有限合伙人	5,000	0.50
31	施永宏	有限合伙人	5,000	0.50
32	张丹凤	有限合伙人	5,000	0.50

序号	合伙人名称/姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例（%）
33	宗晔	有限合伙人	2,000	0.20
合计			**1,000,000**	**100.00**

（2）云锋新呈的实际控制人

云锋新呈已于2016年3月16日在中国证券投资基金业协会办理了私募基金备案，基金编号为SH1000。云锋新呈的基金管理人上海云锋新创投资管理有限公司（下称“云锋新创”）已办理了私募基金管理人登记，登记编码为P1008847。

根据云锋新呈与云锋新创签署的《上海云锋新呈投资中心（有限合伙）委托管理协议》的相关约定，“云锋新创受云锋新呈的委托，为其提供投资项目管理和行政事务服务，这种委托并不授予管理公司对有限合伙企业投资的选择或处置做出最终决策的权利或职权，该决策应仅由普通合伙人做出。”

云锋新呈的唯一普通合伙人为上海众付资产管理中心（有限合伙），其唯一普通合伙人为上海众付投资管理有限公司，上海众付投资管理有限公司持股60%的控股股东为王育莲。

云锋新呈已出具《确认函》，确认王育莲系云锋新呈的实际控制人。

2、阿里创投的股权结构及最终控制人情况

（1）截至本回复出具日，阿里创投的股权结构如下：

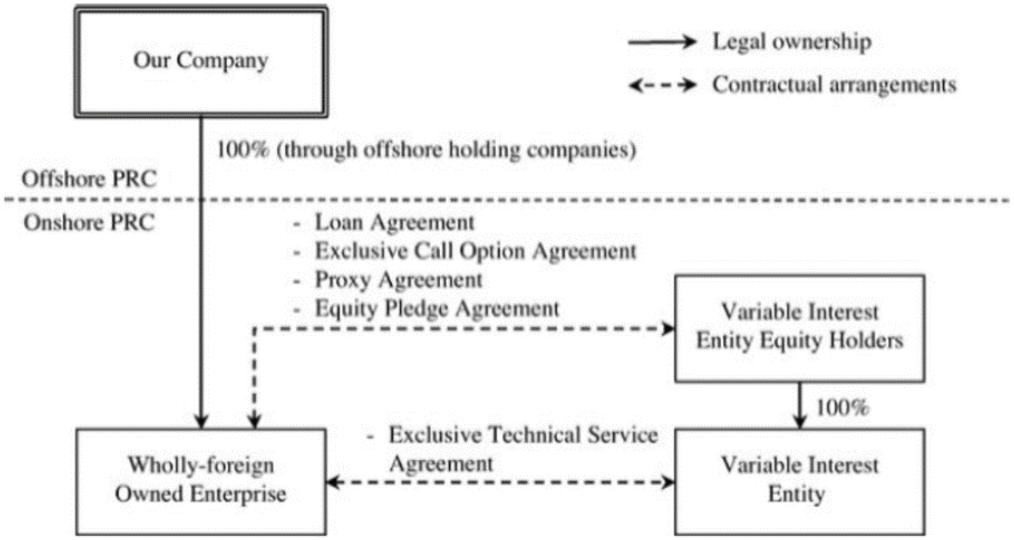
序号	股东姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	马云	20,800	80.00
2	谢世煌	5,200	20.00
合计		26,000	100.00

（2）阿里创投控制关系

根据阿里创投提供的资料及经查询国家企业信用信息公示系统，马云、谢世煌已将其合计持有的阿里创投100%股权质押给阿里巴巴（中国）有限公司（下称“阿里中国”），阿里中国系Alibaba Group Services Limited之全资子公司。

根据Alibaba Group Holding Limited（于2014年9月19日在美国纽约证券交易所挂牌上市，股票代码“BABA”，下称“阿里巴巴集团”）于2019年6月5日在美国证监会官方网站（即U.S.SECURITIES AND EXCHANGE

COMMISSION, https://www.sec.gov）披露的截止 2019 年 3 月 31 日的财年年度报告（即 Annual and Transition Report（foreign private issuer），下称“财年报告”）记载：1）Alibaba Group Services Limited 和 Hangzhou Ali Venture Capital Co., Ltd.（PRC）（即阿里创投）均为阿里巴巴集团的“重要子公司及合并报表实体”，详见财年报告 Exhibit 8.1；2）阿里创投为马云和谢世煌持股的可变利益实体（即 Variable Interest entity, 下称“VIE”），阿里巴巴集团通过下列示意图控制该 VIE：



因此，阿里创投为阿里巴巴集团通过阿里中国协议控制的 VIE。

根据前述阿里巴巴集团披露的截止 2019 年 3 月 31 日的财年年度报告，阿里巴巴集团无控制其 30%以上普通股的股东。阿里巴巴合伙（Alibaba Partnership）依据阿里巴巴集团章程有权提名（或在有限情况下，有权委任）阿里巴巴集团董事会简单多数成员。阿里巴巴合伙由 38 名合伙人组成，均为自然人，具体名单详见下表，每一合伙人均享有一票投票权。阿里巴巴合伙每年进行新合伙人的选举，新合伙人的产生需经 75%或以上的原有合伙人同意。

序号	姓名	年龄	性别
1	蔡景现（Jingxian CAI）	42	男
2	程立（Li CHENG）	44	男
3	戴珊（Trudy Shan DAI）	42	女
4	樊路远（Luyuan FAN）	45	男
5	方永新（Yongxin FANG）	45	男
6	胡喜（Felix Xi HU）	38	男

序号	姓名	年龄	性别
7	胡晓明（Simon Xiaoming HU）	49	男
8	蒋凡（Fan JIANG）	33	男
9	蒋芳（Jane Fang JIANG）	45	女
10	蒋江伟（Jiangwei JIANG）	37	男
11	井贤栋（Eric Xiandong JING）	46	男
12	刘振飞（Zhenfei LIU）	47	男
13	马云（Jack Yun MA）	54	男
14	倪行军（Xingjun NI）	41	男
15	彭蕾（Lucy Lei PENG）	45	女
16	彭翼捷（Sabrina Yijie PENG）	40	女
17	邵晓锋（Xiaofeng SHAO）	53	男
18	宋洁（Jie SONG）	40	女
19	Timothy A. STEINERT	59	男
20	孙利军（Lijun SUN）	42	男
21	童文红（Judy Wenhong TONG）	48	女
22	蔡崇信（Joseph C. TSAI）	55	男
23	王坚（Jian WANG）	56	男
24	王磊（Lei WANG）	39	男
25	王帅（Shuai WANG）	44	男
26	闻佳（Winnie Jia WEN）	42	女
27	吴敏芝（Sophie Minzhi WU）	43	女
28	武卫（Maggie Wei WU）	51	女
29	吴泳铭（Eddie Yongming WU）	44	男
30	吴泽明（Zeming WU）	38	男
31	俞思瑛（Sara Siying YU）	44	女
32	俞永福（Yongfu YU）	42	男
33	曾松柏（Sam Songbai ZENG）	52	男
34	张建锋（Jeff Jianfeng ZHANG）	45	男
35	张勇（Daniel Yong ZHANG）	47	男
36	张宇（Yu ZHANG）	49	女
37	赵颖（Ying ZHAO）	45	女
38	郑俊芳（Jessie Junfang ZHENG）	45	女

3、是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露

发行人基于以下因素，未将与阿里巴巴集团及旗下企业发生的交易按照关联交易披露：

（1）云锋新呈与阿里创投不存在一致行动关系，具体理由如下：

1）云锋新呈的实际控制人为王育莲、阿里创投为阿里巴巴集团协议控制的企业，两者不受同一控制人控制；

2）马云持有云锋新呈私募基金管理人云锋新创 40%股权、虞学东持有云锋新创 60%股权。但根据云锋新创提供的《上海云锋新创投资管理有限公司股东会决议》及《上海云锋新创投资管理有限公司章程修正案》，马云已于 2016 年 3 月不可撤销地放弃其所持有的云锋新创 40%股权相对应的投票权，马云无法通过其持有的云锋新创股权对云锋新呈实施任何重大影响。此外，根据前述《上海云锋新呈投资中心（有限合伙）委托管理协议》的约定，云锋新创仅为云锋新呈提供投资项目管理和行政事务服务，对云锋新呈投资的选择或处置作出最终决策的权利或职权由普通合伙人做出。

3）云锋新呈与阿里创投已分别出具《确认函》，确认两者均为独立的投资机构，并依据其内部投资决策程序独立的做出各项投资决定；两者投资光云科技系基于其独立判断，未与光云科技其他股东就投资光云科技达成一致行动的协议或安排；两者作为光云科技的股东，在参与光云科技的经营决策中，独立行使表决权和决策权，不存在与光云科技其他股东相互委托投票等可能导致被认定为一致行动安排的情形；两者均与光云科技其他股东之间不存在通过口头或书面的一致行动协议、承诺或其他安排，以谋求共同扩大对光云科技表决权数量的行为或事实。

综上，云锋新呈与阿里创投不存在一致行动关系。

（2）截至本回复出具日，阿里创投仅持有发行人 4.80%的股权，根据《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定，阿里创投未达到发行人关联方的认定标准，不构成发行人的关联方。

（3）阿里创投已出具《杭州阿里创业投资有限公司就杭州光云科技股份有限公司近三年前十大供应商或客户相关事项的声明》，阿里创投不会因与光云科技供应商的关联关系而作出导致权益向光云科技或供应商倾斜的行为、不会谋求

光云科技在业务方面给与其优先权利、不存在从事任何损害光云科技利益或向光云科技进行利益输送的行为。

综上，发行人未将与阿里巴巴集团及旗下企业发生的交易按照关联交易进行披露。

（三）结合云锋新呈、阿里创投分别持有发行人 4.90%、4.80%股权、发行人主要在淘宝、天猫等电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务以及发行人与阿里系企业在客户取得、技术开发、系统对接、资金结算等方面的关系，说明阿里系企业是否存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本、为发行人研发提供基础平台或服务、对阿里系统存在依赖、资金被阿里系企业占用等情形，相关情形是否会影响发行人的独立性，是否涉及利益输送情形，发行人是否具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力

1、云锋新呈与阿里创投的入股情况

云锋新呈系于 2017 年 1 月通过认缴增资的方式成为发行人股东，现持有发行人 1,768.4100 万股股份，占本次发行前发行人股份总额的 4.90%；阿里创投系于 2017 年 5 月通过认缴增资的方式成为发行人股东，现持有发行人 1,732.3200 万股股份，占本次发行前发行人股份总额的 4.80%。

如本回复正文问题 19 第 2 部分“结合云锋新呈、阿里创投的股权结构、最终控制人情况，说明是否应当将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露”所述，云锋新呈与阿里创投不受同一控制人控制，亦不存在一致行动关系；阿里创投仅持有发行人 4.80%股份，根据《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定，阿里创投不构成发行人的关联方。

2、阿里系企业不存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本的情形

（1）客户取得

发行人自成立起主要在淘宝、天猫等电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务，其获取客户的主要方式有以下两种：

方式一： 通过在线下向电商商家提供业务宣讲活动，同时展示发行人电商 SaaS 产品及增值服务，获取淘宝商家客户。在此种方式下，发行人获取客户与阿里巴巴集团旗下企业不存在关系。

方式二：发行人作为第三方服务商入驻淘宝(中国)软件有限公司（下称“淘宝中国”）下属的阿里巴巴商家服务市场（https://fuwu.taobao.com）展示电商 SaaS 产品及增值服务，并在商家服务市场投放付费广告，以此获取淘宝商家客户购买产品及服务。

根据商家服务市场公布的《服务市场管理规范》，商家服务市场是阿里巴巴旗下的一站式商家服务平台，为商家系统地提供工具软件、网店服务、资讯教程等卖家增值服务。商家服务市场里面所含的服务和应用涵盖商家店铺经营中的各个环节，服务按订购类型分为可在线订购类应用和非在线订购（即黄页展示类）的服务，服务种类包括装修展示、推广促销、后台管理、数据分析、整体托管、拍照摄影、直通车优化等。商家服务市场的服务包括由淘宝官方和第三方服务商提供的服务。在此种方式下，淘宝中国为发行人的上游平台供应商。

1）根据《服务市场管理规范》，商家服务市场致力于建设成为公开透明、公正文明、秩序良好的服务平台，其对所有符合其标准的服务商提供开放商家服务市场，因此，所有的服务商均可在其平台上展示电商 SaaS 产品及增值服务。

2）发行人作为第三方服务商入驻商家服务市场期间，严格按照《服务市场管理规范》开展电商 SaaS 产品及增值服务，未曾因阿里创投之投资入股而获取或谋求商家服务市场提供的任何优待或便利。有关付费用户数的变动详见本回复“问题 11”的论述。

3）对于向其投放付费广告的服务商，商家服务市场按照其内部政策予以广告展示位，鉴于其付费广告的投放标准和政策为其商业机密，发行人无法得知发行人的付费广告费用较同行业其他服务商是否存在优势或劣势。根据《审计报告》（信会师报字[2019]第 ZF10675 号），2016 年度，于阿里创投投资发行人前，发行人的销售费用为 1,785.96 万元，占发行人当期营业收入的比例为 6.81%；2017 年度、2018 年度、2019 年 1-6 月，于阿里创投投资发行人后，发行人的销售费用分别为 **2,554.49 万元、4,501.69 万元和 3,531.57 万元**，占发行人对应各期

营业收入的比例分别为 7.13%、9.67%和 15.84%，发行人并未因阿里创投之投资入股而减少其销售费用。有关销售费用的详细分析请见本回复“问题 27（二）”的相关表述。

4）阿里创投已出具《杭州阿里创业投资有限公司就杭州光云科技股份有限公司近三年前十大供应商或客户相关事项的声明》，确认其在作为发行人股东期间，“本公司不会因与光云科技前述供应商的关联关系而对前述供应商与光云科技之间的业务合作作出违反法律、行政法规、《杭州光云科技股份有限公司章程》和其他相关规定的行为，从而影响权益向光云科技或前述供应商倾斜。本公司不会利用自身对前述供应商的重大影响，谋求光云科技违反法律、行政法规、规章和其他相关规定在业务合作等方面给予本公司或本公司所控制的企业优于市场第三方的权利、与光云科技达成交易的优先权利等。本公司与光云科技、光云科技近三年供应商或客户之间遵循平等互利、诚实信用、等价有偿、公平合理的交易原则，以市场公允价格进行交易，不存在利用该等交易从事任何损害光云科技利益的行为。”

综上，阿里巴巴集团旗下企业不存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本的情形。

（2）技术开发和系统对接

在技术开发和系统对接上，根据《合作伙伴行为准则》等商家服务市场规则的要求，包括发行人在内的所有服务商均仅能在淘宝提供的电商工作平台（聚石塔，即阿里巴巴面向电商行业推出的云计算平台，用来支撑电商生态的发展）上开发用于商家服务市场内销售的 SaaS 产品，并通过调用淘宝开放平台 API 接口进行系统对接，因此，阿里巴巴集团旗下企业存在为发行人研发提供基础平台或服务的情形，发行人对其存在一定依赖。但 SaaS 产品的分类丰富，ISV 在开发具体的产品的过程只是使用平台提供的 IaaS 环境、PaaS 能力以及技术接口，具体的业务功能均由 ISV 自行完成，且该种合作模式为行业惯例，面向所有的服务商，并非因阿里创投投资发行人后导致，发行人亦并未因此而获得阿里巴巴集团旗下企业额外技术或系统支持。

截至 2019 年 6 月 30 日，公司研发人员数为 276 人，占公司总人数的 32.28%。其中，具有本科以上学历的研发人员数为 233 人，占研发人员总数的 84.42%。报告期内，公司 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月研发费用分别为 **3,625.56 万元、5,178.78 万元、8,472.98 万元及 4,410.72 万元**，占当期营业收入的比例分别为 13.82%、14.45%、**18.20%**及 **19.78%**，发行人并未因阿里创投之投资入股（2017 年 5 月）而减少其研发费用。有关研发人员及研发费用的分析详见本回复问题 27 的表述。

因此，阿里巴巴集团旗下企业存在为发行人研发提供基础平台或服务的情形，发行人对其存在一定依赖，但前述情形为行业惯例，不影响发行人的独立性，不涉及利益输送情形。

（3）资金结算

报告期内公司的 SaaS 产品主要通过各电商平台的服务市场（如阿里巴巴商家服务市场（fuwu.taobao.com）、京东京麦服务市场（fw.jd.com）等）进行在线销售。详细分析请见本回复“第 15 题（一）”和“第 29 题”的论述。

以超级店长软件为例：在阿里巴巴商家服务市场，通过商品管理类目找到超级店长，点开详情页后，电商商家根据需求选择相应版本及期限进行购买，一次性向服务市场支付全部价款后即可使用，服务市场在客户订购的服务期限内与公司按月摊销结算。服务市场与发行人进行结算时按照电商商家购买的不同类型应用在扣除其应收取的技术服务费后进行结算，具体如下：

充值型内购应用	双方按照用户确认账单的时间进行实时结算。 服务商应按照用户支付的可确认的应用服务费用的 5‰向服务市场支付服务市场技术服务费用。 结算费用支付时间依照淘宝核算费用的时间而定，一般在用户确认账单的第二个工作日，淘宝将结算费用汇往服务商支付宝账户。
周期型内购应用	双方按自然月进行结算，每个自然月为一个结算周期，而第一次结算的结算周期为应用产生销售收入之日至该月月末。每个自然月的最后一天的 24 时为该结算周期的结算时点。 服务商应依照用户支付的可确认的应用服务费用的 20%向服务市场支付服务市场技术服务费用。每月服务市场技术服务费用计算方式为当月销售收入×20%，服务市场在扣除当月服务市场技术服务费用后将当月剩余销售收入汇入服务商支付宝账户。 结算费用支付时间依照淘宝核算费用的时间而定，一般在次月结算时点后 30 天内，淘宝将当月结算费用汇往服务商支付宝账户。

发行人在京东和其他电商服务市场上的结算方式，与上述操作类似。

发行人与服务市场之间的资金结算方式符合其公布结算方式和行业结算惯例，阿里巴巴集团旗下企业不存在占用发行人资金的行为。

3、发行人具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力

除在阿里电商平台外，发行人已经在京东、拼多多等各大电商平台上提供 SaaS 产品及增值服务。报告期内，发行人在上述主要电商平台开展的业务及实现的销售收入情况如下：

单位：万元

平台	2019年1-6月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	主要产品
京东	414.92	804.96	40.12	19.20	快递助手、超级店长等
拼多多	946.65	1,212.97	-	-	快递助手、超级店长、推广宝等
其他	499.45	604.11	62.58	11.94	快递助手等

发行人旗下产品曾被评为京东京麦服务市场“金服务奖”、苏宁云台“金牌易伙伴”及阿里巴巴新零售“智慧商圈系统类”银牌合作伙伴，发行人具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力。

报告期内与发行人存在业务往来的淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算 （北京）有限公司、阿里巴巴通信技术（北京）有限公司（已更名为‘阿里巴巴云计算 （北京）有限公司’）、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、钉钉（中国）信息技术有限公司、上海拉扎斯信息科技有限公司、阿里巴巴丝路有限公司、浙江天猫技术有限公司、阿里巴巴（深圳）技术有限公司、阿里巴巴（中国）教育科技有限公司系阿里巴巴集团同一控制下企业，该等阿里巴巴集团旗下企业不存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本、为发行人研发提供基础平台或服务、占用发行人资金的情形；阿里巴巴集团旗下企业存在为发行人研发提供基础平台或服务的情形，发行人对阿里系统存在一定依赖，但前述情形为行业惯例，不影响发行人的独立性，不涉及利益输送情形，发行人具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力。

为更加充分揭示风险事项，如本回复第 33 题所述，发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“四、公司请投资者特别关注的风险因素”之“（五）电商

平台依赖风险”及第四节“风险因素”之“七、电商平台依赖风险”更新披露发行人电商平台依赖风险：

“公司所处电子商务支撑服务及衍生服务业主要在以淘宝、天猫及京东为代表的电商平台开展，该等平台掌握了大量的电子商务相关资源，在产业链中处于相对优势地位。上述电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商制定了收益分成、日常运行收费等规则。若电商平台调整收益分成和收费规则，将对服务提供商的经营业绩造成不利影响。

目前，公司的 SaaS 产品收入主要来源于包括淘宝、天猫在内的阿里巴巴集团旗下电商平台，报告期内上述平台的收入占公司 SaaS 产品收入的比例分别为 99.79%、99.41%、90.90%及 87.80%，基于 SaaS 行业的特性，公司对于平台提供的开发环境及基础设施存在一定的业务属性依赖。因此公司存在产品运营平台相对单一的风险。”

（四）结合阿里系控制或参股的与发行人业务相同或类似的其他企业的基本情况，包括成立时间、主营业务及主要产品、股权结构等，说明发行人与上述企业是否存在竞争或替代关系；

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：（1）鉴于阿里巴巴集团披露的截止 2019 年 3 月 31 日的财年年度报告中仅披露：”As of March 31, 2019, we conducted our business operations across approximately 700 subsidiaries and consolidated entities incorporated in China and approximately 520 subsidiaries and consolidated entities incorporated in other jurisdictions.”，其通过约 700 家中国境内实体及约 520 家中国境外实体开展经营活动，但并未披露其合并报表范围内子公司的具体名称及确切数量，故保荐机构及发行人律师仅能通过财年报告之 Exhibit 8.1“List of Subsidiaries and Consolidated Entities of Alibaba Group Holding Limited as of March 31, 2019”中披露的阿里巴巴集团控制的 54 家重要实体清单进行核查；（2）鉴于前述 54 家重要实体中有 34 家系境外实体，保荐机构及发行人律师难以对其对外投资情况进行核查，故仅对剩余 20 家中国境内重要实体的对外投资情况通过国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方网站进行核查（穿透核查至参股为止），得到上述 20 家中国境内重要实体控制或参股的 289 家中国境内企业情况，包括股权结构、成立时间、

经营范围，并通过部分企业的官方网址查询了该等企业的主营业务和主要产品；（3）通过国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方网站查询了浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司（以下简称“蚂蚁金服”）的对外投资情况（穿透至参股为止），共查询了蚂蚁金服控制或参股的259家中国境内企业情况，包括股权结构、成立时间、经营范围，并通过部分企业的官方网址查询了该等企业的主营业务和主要产品，蚂蚁金服控制或参股的上述企业不存在与发行人主营业务相同或类似的情形。

经核查，截至本回复出具日，阿里巴巴集团控制或参股的与发行人主营业务相同或类似的其他企业具体如下：

1、杭州数云信息技术有限公司(以下简称“杭州数云”)

杭州数云系阿里系参股的公司，阿里巴巴（中国）网络技术有限公司持有其444.6383万元注册资本出资额，占其注册资本总额的19.8676%。杭州数云目前的基本情况如下：

公司名称	杭州数云信息技术有限公司
统一社会信用代码	91330108571472167T
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	宋向平
注册资本	2,238.0108万元
住　　所	杭州市西湖区文三路235号立元商务楼3层302室
经营范围	技术开发、技术服务、技术咨询：计算机软、硬件，计算机信息技术；批发、零售：计算机软、硬件；服务：企业管理咨询；设计、制作、代理、发布：国内广告（除网络广告发布）
成立日期	2011年4月6日

杭州数云目前的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	注册资本出资额（万元）	持股比例
1	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	444.6383	19.8676%
2	天津红杉聚业股权投资合伙企业（有限合伙）	392.4000	17.5334%
3	上海敦敏投资中心（有限合伙）	343.9824	15.3700%
4	华院数据技术（上海）有限公司	256.5320	11.4625%
5	通鼎互联信息股份有限公司	246.1812	11.0000%
6	嘉兴中顾允迪股权投资合伙企业（有限合伙）	223.8010	10.0000%

7	宋向平	209.6664	9.3684%
8	段　勇	71.0670	3.1755%
9	俞　勇	36.7500	1.6421%
10	谢　宁	12.9925	0.5805%
合计		**2,238.0108**	**100.0000%**

杭州数云是一家定位于为 B2C 零售企业提供新一代精准营销软件产品和服务的软件服务商，其主营业务为提供基于数据挖掘和云计算的商业智能分析、营销自动化和客户关系管理的应用软件，主要产品有数据赢家、云加 CRM 等软件服务。光云科技的快麦 CRM 产品定位与云加 CRM 类似，但由于报告期内快麦 CRM 的收入分别为 18.17 万元、19.99 万元、24.21 万元及 9.71 万元，快麦 CRM 占光云科技整体收入比例较低，且用户数量较少，因此与杭州数云并未形成充分竞争的关系。

2、百世物流科技（中国）有限公司（以下简称“百世物流”）

百世物流系阿里系企业通过美股上市公司“百世集团（BEST Inc.）”间接持股的企业，百世物流目前的基本情况如下：

公司名称	百世物流科技（中国）有限公司
统一社会信用代码	913300006738906938
公司类型	有限责任公司（台港澳法人独资）
法定代表人	周韶宁
注册资本	23,300 万美元
住　　所	浙江省杭州市滨江区长河街道江南大道 588 号 23 层 2310 室
经营范围	研究、开发、技术服务：计算机信息技术、网络物流技术、无线通讯技术。经营道路运输(范围详见《中华人民共和国道路运输经营许可证》)，国际海运辅助业务(凭许可证经营)，国际货物运输代理：订舱(租船、包机、包舱)、托运、仓储、包装；货物的监装、监卸、集装箱拼装拆箱、分拨、中转及相关的短途运输服务；代理报关、报验、报检;缮制有关单证、交付运费、结算及交付杂费；国际展品、私人物品及过境货物运输代理；国际多式联运、集运(含集装箱拼箱);国内快递(范围详见《快递业务经营许可证》)；咨询及其他国际货运代理业务，从事服装服饰、工艺礼品、鞋帽、日用百货、电子产品、建筑材料、机械设备、五金交电、家用电器、一般劳保用品的批发零售及进出口业务(涉及许可证的凭证经营)，食品销售(凭许可证经营)，仓储服务(不含危险品)。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动)
成立日期	2008 年 4 月 23 日

截至本回复出具日，百世物流科技有限公司持有百世物流 100%股权。

百世物流是一家为国内外企业提供综合供应链设计和物流服务的企业，其主营业务为提供综合供应链、快递、快运和软件服务，其旗下灵通打单软件系光云科技产品快递助手的竞品。百世物流的主营业务聚焦于物流服务业，灵通打单为主营业务的衍生产品，服务于其物流行业的整体布局。快递助手与灵通打单存在竞争关系，但百世物流主营为物流服务，整体定位与光云科技有较大区别，且灵通打单业务收入占百世物流的整体收入比例较低，因此光云科技与百世物流并不形成直接竞争的关系。

3、上海商派网络科技有限公司（以下简称“上海商派”）

上海商派系阿里系参股的公司，阿里创投持有其 89.7019 万元注册资本出资额，占其注册资本总额的 11.40%。上海商派目前的基本情况如下：

公司名称	上海商派网络科技有限公司
统一社会信用代码	91310104794480009R
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
法定代表人	裴大鹏
注册资本	787.1465 万元
住　　所	上海市徐汇区桂林路 396 号 2 号楼 3-7 层
经营范围	计算机网络科技专业领域内的技术开发、技术咨询、技术服务、技术转让、增值电信业务（见许可证），计算机软硬件及辅助设备（除计算机信息系统安全专用产品）、建筑材料、金属材料、工艺礼品、日用百货、针纺织品、通讯器材、体育用品、家具、电子产品、眼镜（除角膜接触镜及护理液）的销售,设计、制作各类广告,利用自有媒体发布广告,展览展示服务，会务服务，建筑装饰装修建设工程设计与施工，从事货物与技术的进出口业务，第三方物流服务（不得从事运输），票务代理，企业形象策划，企业管理咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查，社会调研，民意调查，民意测试），商务信息咨询，文化交流活动策划（除经纪），电子商务（不得从事金融业务）。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）
成立日期	2006 年 10 月 10 日

截至本回复出具日，上海商派的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	注册资本出资额（万元）	持股比例
1	横琴焌泽管理咨询有限公司	184.0231	23.38%
2	阿里创投	89.7019	11.40%
3	何铭	67.0560	8.52%
4	李钟伟	67.0560	8.52%

5	珠海悦晟股权投资企业（有限合伙）	59.7058	7.59%
6	裴大鹏	50.9300	6.47%
7	上海歌斐鹏礼投资中心（有限合伙）	23.8823	3.03%
8	上海联钊企业管理中心（有限合伙）	23.8823	3.03%
9	宽带诚柏长江（湖北）投资基金合伙企业（有限合伙）	23.8823	3.03%
10	上海滨导企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	22.7004	2.88%
11	上海三途企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	22.7004	2.88%
12	上海至周企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	22.7004	2.88%
13	上海商湖企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	22.7004	2.88%
14	上海融翼投资合伙企业（有限合伙）	20.8972	2.65%
15	张辉	18.1940	2.31%
16	北京天星开元投资中心（有限合伙）	17.9117	2.28%
17	杭州险峰旗云投资合伙企业（有限合伙）	17.9117	2.28%
18	北京纳远明志信息技术咨询有限公司	14.5466	1.85%
19	计三勇	8.3820	1.06%
20	徐唤春	8.3820	1.06%
合计		**787.1465**	**100.00%**

上海商派是一家专业的电子商务系统及服务提供商，其主营业务系为大型传统企业和高端品牌企业提供 AMS（Application Management Services）企业级电子商务应用平台及咨询与管理服务的同时，为中高端企业提供 ECP（Enterprise Commerce Platform）跨平台多渠道企业级电子商务平台的全程解决方案，为中小企业客户提供易开店一站式快速建店解决方案。上海商派的主要产品有 Shopex、Ecshop、Ecstore、Ecmall、商派 ERP 等软件服务。光云科技的快麦 ERP 产品定位及目标用户与商派 ERP 产品类似，但由于快麦 ERP 目前占光云科技整体收入比例较低，因此与上海商派并未形成充分竞争的关系。

上述 3 家公司已经阿里创投出具的《确认函》确认，系由阿里系控制或参股的与发行人主营业务相同或类似的其他企业。

经发行人查询，上海百胜软件股份有限公司（以下简称“上海百胜”）亦属于由阿里系控制或参股的与发行人主营业务相同或类似的其他企业，具体如下：

上海百胜系阿里系参股的公司，阿里巴巴（北京）软件服务有限公司其 26.67%的股份。上海百胜目前的基本情况如下：

公司名称	上海百胜软件股份有限公司
统一社会信用代码	91310000134511148L
公司类型	股份有限公司(非上市、自然人投资或控股)
法定代表人	黄飞
注册资本	2,958.3 万元
住　　所	上海市浦东新区上丰路 700 号 9 幢 121 室
经营范围	在计算机软件及网络领域范围内从事技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务。销售计算机软件及外围设备、通信设备(除无线)、办公设备及电子元器件,从事货物和技术的进出口业务。【依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动】
成立日期	2000 年 2 月 2 日

截至本回复出具日，上海百胜的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股比例
1	阿里巴巴(北京)软件服务有限公司	26.67%
2	黄飞	23.36%
3	马龙飞	14.12%
4	上海胜鼎投资管理有限公司	6.67%
5	王红国	6.02%
6	其他股东	23.16%

根据上海百胜的公开信息，上海百胜的主营业务为在计算机软件及网络领域范围内从事技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务等；主要产品与服务项目为：“为零售行业提供信息化及运营咨询解决方案，以自主研发软件产品为核心，主营软件的研发、销售、实施服务、软硬件集成等增值服务，业务涵盖企业中台、云服务、零售分销、电子商务、移动应用、大数据应用、仓储物流、海外代运营等领域”。公司产品线包括：

前端智慧零售	会员营销应用、导购助手应用、微商城、手机收银、在线商城、智慧门店、品牌商智慧运营平台（胜券云平台）、门店管理（iPOS+/iPOS），移动零售（M6）等
企业中台	全渠道中台、云中台（MC3）、企业中台（E3+）、会员中台（iCRM）
后端管理	仓储物流管理（iWMS）、企业 ERP 管理（BSERP3）、时尚 ERP 管理（BS00+）

因此，上海百胜主要为零售企业提供产品及服务，与公司现有产品不存在替代和竞争关系。

（五）报告期内相关关联方注销的原因、合法合规性、资产处置情况、是

否存在争议或潜在纠纷，报告期内是否存在重大违法行为，是否存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形

报告期内发行人子公司的注销情况详见本回复之问题 4 之“（二）注销的原因，注销前是否存在违法违规事项，注销所履行的程序及合法合规性，注销后资产、人员的处置或安置情况，是否存在纠纷或潜在纠纷”部分，其余关联方注销的注销原因、合法合规性、资产处置情况、是否存在争议或潜在纠纷、报告期内是否存在重大违法行为、是否存在为发行人承担成本或其他输送利益情形的情况如下：

序号	注销关联方	注销原因	是否存在违法违规情形	资产处置情况	是否存在争议或潜在纠纷	报告期内是否存在重大违法行为	是否存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形
1	杭州触动	杭州触动所从事的电商购物软件等业务的市场环境较其设立初期发生较大变化，已不具备正常开展业务的条件，故将其注销	否	已妥善处置	否	否	否
2	真奇投资	真奇投资原持有发行人 2%股权（对应注册资本 3.0525 万元），后将其所持发行人全部股权转让给蓝江飞龙、林天翼，经全体合伙人一致同意决定注销	否	已妥善处置	否	否	否
3	杭州鱼鱼科技有限公司	由于公司设立之初的经营规划与后期市场竞争格局有较大出入，相关业务难以正常开展，因此股东决定将其注销	否	已妥善处置	否	否	否
4	光云软件	同一控制下业务整合，由发行人承接其相关业务后无实际经营业务	否	已妥善处置	否	否	否
5	宁波优思麦信息科技合伙企业（有限合伙）	长期未开展经营业务	否	已妥善处置	否	否	否
6	宿迁优思麦信息科技合伙企业（有限合伙）	长期未开展经营业务	否	已妥善处置	否	否	否

序号	注销关联方	注销原因	是否存在违法违规情形	资产处置情况	是否存在争议或潜在纠纷	报告期内是否存在重大违法行为	是否存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形
7	徐州越信信息技术有限公司	长期未开展经营业务	否	已妥善处置	否	否	否
8	杭州小斗科技有限公司	因技术难度较大，产品研发困难，经全体股东一致决定注销	否	已妥善处置	否	否	否
9	杭州多听科技有限公司	经营不善，股东会决议解散	否	已妥善处置	否	否	否

经查询上述注销关联方工商准予注销通知书、税务主管部门登记注销文件、注销清算报告及相关股东会决议，调取并核查发行人报告期内银行账户的流水、实际控制人报告期内银行账户、支付宝账户、微信账户的流水，查询国家企业信用信息公示系统及相关工商主管部门、税务主管部门等政府部门网站，并根据已注销关联方相关人员出具的关于是否存在利益输送的说明函以及对公司主要客户、供应商的访谈，已注销的关联方不存在为公司承担成本费用或其他输送利益情形。保荐机构、发行人律师认为上述已注销关联方的注销均履行了法定程序，注销程序合法合规，资产均已妥善处置，不存在争议或潜在纠纷，报告期内，相关关联方不存在重大违法行为，不存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形。

（六）报告期内关联交易的必要性、公允性及对独立性的影响

1、关联销售

（1）向其乐融融销售配套硬件

报告期内，发行人子公司淘云科技在控股其乐融融前向其乐融融销售快麦电子面单打印机及相关配件的行为系因快麦打印机和快递助手作为电子面单打印的软件和硬件环节，具备协同效应，符合发行人的利益。淘云科技向其乐融融的销售定价系按照同类产品向独立第三方销售价格确定，交易价格公允，不存在损害发行人及股东利益的情形。2016 年度、2017 年度，发行人与其乐融融发生的关联销售金额分别为 2.40 万元和 3.08 万元，占当期配套硬件业务销售收入的比例分别为 0.05%和 0.04%，金额整体较小，占比较低，未对发行人独立性产生不

利影响。

（2）向众安在线财产保险股份有限公司提供运营服务

报告期内，发行人子公司快云科技向众安在线财产保险股份有限公司提供“超级云托管-直通车”和“超级云托管-钻展”服务的行为系基于正常经营所需，符合发行人的利益。快云科技向众安在线财产保险股份有限公司提供服务的价格系双方协商确定，经对比快云科技向独立第三方提供类似服务的利润水平，交易定价公允。根据众安在线财产保险股份有限公司出具的《情况说明》：“我公司向杭州快云科技有限公司订购其在淘宝服务市场所提供的系列产品及其提供相应的托管服务和相对应的增值服务均系我公司根据自身业务需求及采购原则，综合考虑价格、服务质量等多方面因素，基于市场化原则多方比较后进行的采购，采购价格系参考市场价格由双方协商确认，定价公允，不存在利益输送等损害本公司或杭州快云科技有限公司利益的情形。”2017 年度和 2018 年度，上述关联销售的金额分别为 0.42 万元和 20.34 万元，占当期运营服务业务收入的比例分别为 0.01%和 0.34%，金额整体较小，占比较低，未对发行人独立性产生不利影响。

2、关联采购

（1）众安在线财产保险股份有限公司为发行人员工提供团队保险服务

报告期内，众安在线财产保险股份有限公司为公司及子公司员工提供团队保险服务的交易系发行人基于正常经营所需，符合发行人的利益。根据众安在线财产保险股份有限公司出具的《情况说明》：“我公司向杭州光云科技股份有限公司及其子公司销售的员工团体保险系双方按照市场价格协商确定，同时考虑到其采购量较大，根据本公司的内部销售政策给予了部分折扣，与销售给其它第三方的类似保险服务价格相似，定价公允，不存在利益输送等损害本公司或杭州光云科技股份有限公司及其子公司利益的情况。”2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司向众安在线财产保险股份有限公司采购保险服务的金额分别为 16.31 万元、19.25 万元、25.52 万元和 17.27 万元，占当期管理费用的比例分别为 0.25%、0.44%、0.53%和 0.59%，金额整体较小，占比较低，未对发行人独立性产生不利影响。

（2）委托众安信息技术服务有限公司开发识别接口产品

发行人子公司快云科技委托众安信息技术服务有限公司开发识别接口产品的交易系快云科技基于正常经营所需，符合发行人的利益。根据众安信息技术服务有限公司出具的《情况说明》：“我公司向杭州快云科技有限公司提供的开发识别接口服务的价格系双方根据市场价格协商确认，定价公允，不存在利益输送等损害本公司或杭州快云科技有限公司利益的情形。”公司 2018 年度确认技术服务费用 12.02 万元，占当期营业成本的比例为 0.06%，金额及占比均较小，未对发行人独立性产生不利影响。

3、关联方资金拆借

公司向杭州触动拆出资金 10.00 万元系偶发性的关联方资金拆借，杭州触动拆借的 10 万元资金金额较小且资金占用时间较短（2016 年 2 月 17 日至 2016 年 2 月 25 日）；发行人 2018 年度股东大会审议通过了《关于确认杭州光云科技股份有限公司 2016 年度至 2018 年度关联交易的议案》，全体股东对上述关联方资金拆借事项进行了确认，公司独立董事发表独立意见认为上述关联方资金拆借行为金额较小、且得到及时纠正，未对公司及股东造成重大不利影响。

4、其他关联交易

（1）2014 年度及 2015 年度，实际控制人谭光华为公司代垫部分款项。截至 2015 年 12 月 31 日，上述款项余额为 559.24 万元。实际控制人为公司代垫部分款项的事项发生于 2014 年度及 2015 年度，主要用于满足公司的日常经营需要，未侵占公司利益，且公司已于 2017 年度全额归还。该等事项发生于报告期前，报告期内发行人未再发生实际控制人为公司代垫成本费用的情况。

（2）公司依据《员工借款制度》向翁云鹤、严超分别提供的免息、用于家庭住房安置的借款 120 万元、50 万元已分别于 2017 年、2018 年得到全额归还；发行人于 2018 年度股东大会审议通过了《关于修订<杭州光云科技股份有限公司员工借款管理制度>的议案》，在该制度中明确规定“公司不得直接或者通过子公司向董事、监事、高级管理人员提供借款，公司向其他员工提供借款不得违反《公司法》等法律、法规、规范性文件和《公司章程》的规定”，即已对原《员工借款管理制度》予以了完善修正；发行人 2018 年度股东大会审议通过了《关于确认公司员工借款事项的议案》，全体股东对上述员工借款事项进行了确认；公司

独立董事已发表独立意见认为上述员工借款金额较小、且得到纠正，未对公司及股东造成重大不利影响。综上，上述借款金额不大且得到纠正，公司修改了《员工借款制度》以完善制度缺失，全体股东亦对借款予以确认，未对发行人及股东造成重大不利影响。

（七）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人的工商登记资料；

2、查阅了发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、发行人主要投资者个人、发行人控股股东及间接控股股东的关键管理人员填写的《调查表》，了解其对外投资、兼职信息、主要亲属信息；

3、对发行人的关联方通过国家企业信用信息公示系统等渠道进行了核查；

4、获取并审阅了关联方的营业执照、公司章程等工商登记资料，取得了主营业务情况的书面说明；

5、针对阿里创投、云锋新呈，查阅了其上层出资人情况，并获得了其中大部分向上穿透股东/合伙人的营业执照/身份证明文件、章程/合伙协议等资料，查询了中国及美国证券监管部门公开网站披露的信息，获取并审阅了云锋新呈与其管理人签署的委托管理协议，并取得了二者出具的确认函；

6、对发行人的主要客户、供应商进行了实地走访；

7、获取并核查了关联交易相关的合同、会计凭证及银行流水、同类产品或服务的市场价格；

8、查阅了阿里巴巴商家服务市场公布的《服务市场管理规范》等商家服务市场规则，获取了《杭州阿里创业投资有限公司就杭州光云科技股份有限公司近三年前十大供应商或客户相关事项的声明》；

9、查询了美国证券监管部门公开网站（https://www.sec.gov/）披露的阿里巴巴集团“重要子公司及合并报表实体”，并通过查询国家企业信用信息公示系统等公开网站核查“阿里系企业”控制或参股的与发行人业务相同或类似的其他企业的基本情况，取得了阿里创投出具的确认函。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、除本次反馈补充的关联方外，发行人已经按照《公司法》、《企业会计准则》及中国证监会的有关规定披露关联方和关联交易；存在与发行人营业范围相同或类似的关联方，但该等关联方未实际经营与发行人相竞争的业务。

2、阿里创投不构成发行人的关联方，无需将与阿里系企业发生的交易按照关联交易进行披露。

3、阿里巴巴集团旗下企业不存在为发行人获取客户提供便利、降低发行人的获客成本、占用发行人资金的情形；阿里系企业存在为发行人研发提供基础平台或服务的情形，发行人对阿里系统存在一定依赖，但前述情形为行业惯例，不影响发行人的独立性，不涉及利益输送情形，发行人具有独立拓展市场、开拓除阿里电商平台以外的其他客户的能力。

4、阿里巴巴集团控制或参股的企业中存在与发行人业务相同或类似的其他企业，但该等企业与发行人之间未形成充分或直接竞争关系。

5、报告期内已注销关联方的注销均履行了法定程序，注销程序合法合规，资产均已妥善处置，不存在争议或潜在纠纷，报告期内，相关关联方不存在重大违法行为，不存在为发行人承担成本费用或其他输送利益情形。

6、报告期内的关联交易系发行人正常经营活动所需，交易定价公允，未对发行人独立性产生不利影响。

五、关于财务会计信息与管理层分析

问题 20

请发行人披露财务报表审计中的关键审计事项，并结合关键审计事项进一步细化披露收入确认政策。

答复：

（一）补充披露财务报表审计中的关键审计事项

公司销售收入分为电商 SaaS 产品、配套硬件、CRM 短信和运营服务多种类型，每一种业务类型的收入确认方式有所不同，同时由于公司的客户主要为大量零散的电子商务卖家，因此申报会计师将“收入确认”确定为关键审计事项。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入和成本”中进行了补充披露。

（二）各业务类型的收入确认政策

1、电商 SaaS 产品

客户订购公司的超级店长、超级快车等软件服务并支付相应款项，公司在服务期间内按月摊销确认软件服务收入，并结转相应成本。

2、配套硬件

公司配套硬件产品主要分为经销模式和自营模式：

经销模式，公司与经销商签订买断式采购协议，公司在货物交付经销商时确认销售收入，并结转相应的成本；

自营模式，客户在各线上平台下单，公司向客户发货，在货物交付客户时确认收入，并结转相应的成本。

3、CRM 短信服务

客户订购公司短信营销等短信服务并支付相应款项，公司根据实际向客户提供的短信服务数量确认销售收入，并结转相应的成本。

4、运营服务

公司客户订购运营服务主要分为线上支付和线下订购两个渠道：

线上支付渠道，公司在服务期间内根据电商服务市场平台结算单按月确认软件服务收入，并结转相应成本；

线下收款渠道，公司在收到客户支付的相应款项后，在服务期间内按月分摊确认软件服务收入，并结转相应成本。

问题 21

2017 年 11 月、2019 年 3 月，申报会计师分别对公司前期财务报表中存在的若干会计差错采用追溯重述法进行了调整，调整事项涉及股份支付、短信收入确认、关联方为公司垫付成本费用等。

请发行人说明：（1）上述会计差错更正的原因及对发行人的影响程度，是否表明存在影响发行人会计基础工作规范性及内控有效性的情形，差错更正是否符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定；（2）2016 年 12 月 5 日北京移动未来因丢失发票被税务部门处罚 480 元，发行人内部控制是否存在缺陷，相关的整改措施及整改效果。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）上述会计差错更正的原因及对发行人的影响程度，是否表明存在影响发行人会计基础工作规范性及内控有效性的情形，差错更正是否符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定

1、报告期内追溯调整的原因及对发行人的影响程度

（1）2017 年 11 月追溯调整情况

2017 年 11 月，公司筹划申请首次公开发行股票事项，对于发现的财务报表编制错误，公司进行了更正并对财务报表进行追溯调整，主要涉及到如下内容：

会计差错类型	更正原因	调整方法	差错影响数	对报告期财务报表影响
少记成本费用	2015 年及以前，关联方存在为公司垫付成本费用的情况，公司未准确记录	根据实际费用发生期间追溯调整 2015 年及以前年度确认的成本费用，并确认对关联方的其他应付款。 同时受上述事项的追溯调整影响，减少母公司 2015 年度分红金额，调增应收股东的应归还分红款	调增 2015 年及以前年度成本费用少记金额 5,592,359.89 元	除对应收股东归还分红款计提 41,563.61 元坏账准备的影响外，对报告期内利润无影响
短信收入金额记录不准确	2016 年及以前，公司 CRM 短信业务销售价格计价不准确，导致短信收入确认金额记录不准确	根据重新计算的 CRM 短信业务准确金额追溯调整 2016 年度及以前各期确认短信收入金额，并调整相应税费	2015 年及以前短信收入金额多计金额 3,774,879.04 元，2016 年度短信收入少计金额 2,589,236.37 元	调整增加 2016 年度营业收入 2,589,236.37 元；对 2017 年及以后年度利润无影响

会计差错类型	更正原因	调整方法	差错影响数	对报告期财务报表影响
业务合并财务报表编制错误	公司承接光云软件相关业务，构成同一控制下业务合并，2015 年度合并报表编制错误未将光云软件相关业务纳入合并报表	将光云软件相关业务进行同一控制下业务合并进行追溯调整财务报表	2015 年度影响金额 145,730.53 元，调增资本公积同时调减未分配利润	对报告期内利润无影响
股份支付确认	公司编制 2015 年财务报表时未按照企业会计准则的规定确认对管理层股权激励的股份支付费用	追溯确认 2015 年度股份支付费用	2015 年度股份支付费用少计金额 59,380,511.32 元	对报告期内利润无影响

（2）2019 年 3 月追溯调整情况

2019 年 3 月，本次申请首次公开发行股票事项时，公司根据相关规定要求重新梳理了自公司成立起所有的股权激励情况。

2015 年实际控制人通过华彩投资、华营投资等平台持有公司股权，原未确认属于实际控制人股权激励的股份支付费用，本次申报时予以追溯调整确认。

会计差错类型	更正原因	调整方法	差错影响数	对报告期财务报表影响
股份支付确认	公司编制 2015 年财务报表时未确认实际控制人的股份支付费用	追溯确认 2015 年度股份支付费用	2015 年度股份支付费用少计金额 20,477,912.55 元	对报告期内利润无影响

（3）会计差错更正对报告期各期利润总额影响情况汇总

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
对合并利润总额影响金额（万元）	-	-	-	254.77

综上所述，公司有关追溯调整的事项主要发生在 2015 年及以前，对公司报告期内的财务报表不构成重大影响。

2、是否表明存在影响发行人会计基础工作规范性及内控有效性的情形

公司 2016 年变更设立股份有限公司，自股份公司设立起，公司逐渐完善内部控制制度，加强和规范企业内部管理，逐步提高管理水平。在财务核算规范方面，公司按照《会计基础工作规范》和《企业会计准则》制定了相应的会计核算管理制度，对会计核算过程中的各项具体会计工作的处理原则和方法进行了规范。上述会计差错更正主要系公司财务规范过程中发现的前期差错，公司为保证财务数据的可靠性对其进行调整，其中：

（1）少计成本费用、合并财务报表编制错误及股份支付确认差错发生在2015 年度及以前，系公司尚未建立完善的内部控制制度而发生的错报，报告期内公司建立并逐步完善相关制度规定，报告期内未再发生类似情况；

（2）2016 年及以前公司短信业务数据尚未实现与财务数据的对接，公司财务人员采取手工核算的方式计算短信业务收入，因手工核算限制，其采取月末一次加权法计算短信收入销售价格时未能具体至单个客户，从而导致短信收入金额记录不准确；针对短信业务会计核算过程中的遇到的问题，公司财务部提出短信业务财务数据系统对接需求，经由公司技术人员进行开发、测试，并经财务部并行测试验收后于 2017 年正式上线，公司根据系统上线后重新计算的短信业务准确金额追溯调整 2016 年度及以前各期确认短信收入金额，自短信业务数据实现与财务数据对接后，相关金额计算准确，报告期内，公司未发现其他类似情况。

综上所述，从 2016 年度开始，随着公司财务核算规范性的提高，公司日常财务核算过程中未再出现重大的会计处理差错，因此，不存在影响发行人会计基础工作规范性及内控有效性的情形。

3、差错更正是否符合《企业会计准则第 28 号》的规定

《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的相关规定如下：

第十一条 前期差错，是指由于没有运用或错误运用下列两种信息，而对前期财务报表造成省略或错报。

（一）编报前期财务报表时预期能够取得并加以考虑的可靠信息。

（二）前期财务报告批准报出时能够取得的可靠信息。前期差错通常包括计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实以及舞弊产生的影响以及存货、固定资产盘盈等。

第十二条 企业应当采用追溯重述法更正重要的前期差错，但确定前期差错累积影响数不切实可行的除外。

追溯重述法，是指在发现前期差错时，视同该项前期差错从未发生过，从而对财务报表相关项目进行更正的方法。

如上文规定所述，公司进行追溯调整事项均系《企业会计准则第 28 号》规定的因计算错误、应用会计政策错误、疏忽或曲解事实而造成的前期差错，公司采用追溯重述法进行更正符合会计准则的规定。

（二）2016 年 12 月 5 日北京移动未来因丢失发票被税务部门处罚 480 元，发行人内部控制是否存在缺陷，相关的整改措施及整改效果

北京移动未来系公司于 2016 年 1 月并购形成的子公司，基于北京距公司总部所在地杭州的地理位置较远，为节约管理及运营成本，公司并购北京移动未来后，对其业务进行了整体资源整合，人员和业务逐渐迁移至杭州，并于 2018 年完成对北京移动未来的吸收合并后将经营管理转至杭州总部统一筹划。北京移动未来在迁移过程中由于疏忽丢失发票，从而被税务部门处罚 480 元。

根据《中华人民共和国发票管理办法》(2010 年修订)第三十六条的规定：“跨规定的使用区域携带、邮寄、运输空白发票，以及携带、邮寄或者运输空白发票出入境的，由税务机关责令改正，可以处 1 万元以下的罚款；情节严重的，处 1 万元以上 3 万元以下的罚款；有违法所得的予以没收。丢失发票或者擅自损毁发票的，依照前款规定处罚”，移动未来因丢失发票被处罚款 480 元，金额较小，不属于重大或情节严重的行政处罚，不会对发行人的本次发行上市构成实质性不利影响。

事件发生后，公司管理层高度重视，组织公司财务部、相关子公司管理团队学习税收法规及公司管理规章，并对相关责任人员进行了批评教育。后续公司及各子公司未再出现丢失发票等被行政机关处罚的事项，相关事项已经完成整改，并取得了良好效果。

（三）核查情况及核查意见

针对上述事项保荐机构及申报会计师履行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解上述会计差错事项的形成原因、会计处理及整改措施。

2、复核发行人会计差错更正对财务报表的影响数据及相关依据。

3、获取发行人实际控制人银行及第三方支付平台流水，获取发行人董事（外部董事和独立董事除外）、监事、高级管理人员及出纳资金账户，核查有无垫付成本费用情况。

4、结合立信信息系统鉴证部出具的《杭州光云科技股份有限公司 2016-2019 上半年度信息系统评估报告》，对发行人 CRM 短信后台系统一般控制及应用控制进行评估，对与财务报告相关业务数据执行计算机辅助审计程序，复核短信收入确认的准确性。

5、获取并检查发行人会计差错更正履行的法律程序及相关会议决议等资料。

6、复核公司会计差错更正事项的披露情况。

7、检查发行人内部控制制度设计和执行情况。

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、上述会计差错更正已经董事会和股东大会批准，更正后能够合理保证财务报告的可靠性，不存在影响发行人会计基础工作规范性及内控有效性的情形，差错更正符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》的规定。

2、发行人针对相关处罚情况履行了整改措施，整改后发行人内部控制不存在重大缺陷。

问题 22

2016 年 1 月，发行人以 2,196.22 万元现金收购北京移动未来 100%股权并取得旺店系列运营软件，确认无形资产 2000 万元，商誉 528.08 万元。2018 年 9 月杭州旺店吸收合并北京移动未来。

请发行人在“报告期内的重大资产重组情况”中披露：（1）北京移动未来与发行人业务之间的关系，收购北京移动未来的原因、合理性以及收购后的整合措施及整合效果；（2）结合 2016 年 1 月收购北京移动未来 100%股权、2016 年 7 月收购其乐融融 45%股权的情况，测算北京移动未来、其乐融融收购前一个会计年度末的合计资产总额、资产净额或前一个会计年度的合计营业收入、利润总额等占发行人相应项目的比例，说明 2016 年多次收购行为对发行人主营

业务变化的影响程度。

请发行人说明：（1）收购北京移动未来所履行的决策程序，收购价格的确定依据及公允性，收购价款的实际支付情况，是否存在利益输送，是否存在业绩承诺或业绩对赌情况；（2）认定为非同一控制下企业合并的依据；（3）杭州旺店吸收合并北京移动未来的商业逻辑，2017 年 3 月 31 日双方签订《合并协议》但实际于 2018 年 9 月才完成吸收合并的原因；（4）确认为无形资产的运营软件的具体构成、评估方法及具体假设，折现率、收入分成率和收益年限的合理性，确认为无形资产的依据，是否符合无形资产的确认条件和计量要求；（5）分析并与可比公司对比说明该等运营软件按照 10 年进行直线摊销的合理性，是否存在减值迹象，减值测试的具体过程，减值计提是否充分；（6）结合收购后北京移动未来的简要财务数据和经营业绩情况，说明商誉是否存在减值迹象，报告期内发行人对其商誉减值测试的过程，相关参数估计是否合理，商誉减值是否充分计提。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）北京移动未来与发行人业务之间的关系，收购北京移动未来的原因、合理性以及收购后的整合措施及整合效果；

阿里巴巴平台于 2014 年推出千牛工作台，整合了卖家工作台、旺旺卖家版、消息中心、插件中心四大核心模块，电商商家可以通过插件中心中的千牛软件实现移动端交易管理、商品管理、退款等操作。千牛工作台较好地满足了电商商家的移动化店铺管理需求，因此在推出后用户规模实现了快速增长。

公司在收购北京移动未来之前，已自主研发并上线了超级商品、超级交易等千牛端电商 SaaS 产品，但因该等产品的上线时间相对较晚，未能在较短时间内在细分类目下获得有利排名，导致发展速度受到一定影响。而北京移动未来旗下的旺店交易、旺店商品等千牛端软件起步较早，已形成了一定的用户规模，在细分类目中排名领先。因此，在千牛端市场发展预期良好的背景下，公司希望通过收购并整合北京移动未来的千牛业务，加强在千牛端市场的产品竞争力，从而完善垂直细分领域的电商 SaaS 产品布局。

公司收购北京移动未来后，从人员、技术、产品等方面对其进行整合：

1、公司针对千牛业务新设了千牛事业部，由核心技术人员王祎牵头搭建新的业务团队，并与北京移动未来的原业务团队完成工作交接；

2、收购后公司基于自身的技术优势，通过分布式架构等技术对北京移动未来软件产品进行优化，进一步提升产品稳定性；

3、对产品功能进行升级，公司将自动评价、商品水印等功能整合到旺店系列产品中，从而吸引更多付费用户，加强了产品的盈利能力；

4、因旺店系列产品与公司超级商品、超级交易等产品在功能上具有一定相似性，公司为了在产品间进行区分，将旺店系列产品作为主打产品予以重点研发，超级商品等则主打基础款覆盖初创型客户，因而公司集中开发旺店系列产品，提高了开发运营效率。

经上述整合后，旺店交易、旺店商品等旺店系列产品的付费用户数和续费率均实现了有效提升，具体如下：

1、平均付费用户数：

付费用户数（万）	整合后				整合前
	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
旺店交易	23.55	22.99	12.28	5.86	2.76
旺店商品	9.88	9.78	7.75	3.52	2.83

注：2019 年 1-6 月数据已年化处理。

2、续费率：

产品续费率	整合后				整合前
	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度
旺店交易	43.21%	43.17%	32.31%	24.65%	12.40%
旺店商品	27.01%	30.74%	24.77%	17.97%	7.68%

注：续费率=续费用户/到期用户；续费用户为各期末前及期后三个月内续费的用户，到期用户为订单于各期末前到期的用户，其中，2019 年 1-6 月产品续费率系截至 2019 年 9 月 20 日的统计数据。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、报告期内的重大资产重组情况”之“（二）收购北京移动未来股权及收购其乐融融股权” 之“2、收购北京移动未来股权”中进行了补充披露。

（二）结合 2016 年 1 月收购北京移动未来 100%股权、2016 年 7 月收购其乐融融 45%股权的情况，测算北京移动未来、其乐融融收购前一个会计年度末的合计资产总额、资产净额或前一个会计年度的合计营业收入、利润总额等占发行人相应项目的比例，说明 2016 年多次收购行为对发行人主营业务变化的影响程度。

2015 年度被收购公司和光云科技的主要财务指标对比情况如下：

项目	北京移动未来	其乐融融	被收购公司合计	光云科技	占比
资产总额（万元）	124.86	1,038.17	1,163.03	10,516.06	11.06%
资产净额（万元）	124.86	829.88	954.74	8,982.90	10.63%
营业收入（万元）	483.19	1,697.02	2,180.21	16,677.25	13.07%
利润总额（万元）	-16.83	255.34	238.51	4,116.63	5.79%

注：北京移动未来、其乐融融 2015 年数据来源于其未经审计的财务报表；光云科技 2015 年数据来源于其 2015 年度审计报告。

如上表所示，光云科技 2016 年度收购北京移动未来 100%股权、其乐融融 45%股权的前一个会计年度末或前一个会计年度，北京移动未来和其乐融融的各项主要财务指标占光云科技相应项目的比例较低，并且北京移动未来和其乐融融与光云科技的主营业务均系为电子商务卖家提供 SaaS 产品，因此，2016 年多次收购行为对发行人主营业务变化的影响程度较小。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“四、报告期内的重大资产重组情况”之“（二）收购北京移动未来股权及收购其乐融融股权” 之“3、2016 年多次收购行为对发行人主营业务变化的影响程度”中进行了补充披露。

（三）收购北京移动未来所履行的决策程序，收购价格的确定依据及公允性，收购价款的实际支付情况，是否存在利益输送，是否存在业绩承诺或业绩对赌情况；

（1）北京移动未来收购定价依据

光云有限于 2015 年 9 月 3 日作出股东决定，同意公司收购北京移动未来 100%股权，并同意公司、公司董事会及其获授权人士签署与本次收购相关的协

议文件，包括但不限于收购框架协议、股权转让协议等，以及办理与本次收购相关的其他具体工作事宜。

根据对市场的理解，公司对千牛端市场发展预期良好。在此背景下，公司结合对北京移动未来旗下的“旺店交易、旺店商品”等千牛端软件的了解，对北京移动未来将来用户数量、销售收入、经营业绩等作出预测。基于此预测，并结合与北京移动未来原股东公平协商，公司确定本次收购的收购价格为 2,196.22 万元。本次定价系各方公平协商的结果，定价公允。

公司已根据本次交易相关的《股权收购框架协议》及《股权收购框架协议之补充协议》，于 2016 年 1 月底前全额支付北京移动未来 100%股权的收购价款及相关税费共计 2,196.22 万元。

（2）北京移动未来收购定价公允性分析

为更准确识别并确定北京移动未来收购日核心无形资产的公允价值，公司于2016年初聘请银信评估对北京移动未来拥有的旺店交易卖家平台专有技术等无形资产的价值进行评估，评估基准日为2015年12月31日。银信评估于2016年2月25日出具“银信咨报字（2016）浙第002号”《评估咨询报告》，对北京移动未来旗下核心的“旺店交易”等软件专有技术的评估值为2,000万元。

由于北京移动未来除了“旺店交易”等核心资产以外，无其他的大额资产，根据评估结果亦能够验证本次收购价格的公允性。

综上所述，本次交易对价系根据发行人管理层对北京移动未来预测估值的基础上并经股权交易各方公平协商的结果，并与银信评估的资产评估结果无重大差异，本次交易价格公允，不存在利益输送的情况。根据相关协议，本次交易不存在业绩承诺或业绩对赌情况。

（四）认定为非同一控制下企业合并的依据；

北京移动未来系凌国全与何德林于 2012 年 8 月共同出资设立的公司，截至 2016 年被光云科技收购前，北京移动未来的股权结构如下：

股东	实收资本（万元）	股权比例
樟树市凌云德馨投资管理中心（有限合伙）	49.50	99.00%
何德林	0.25	0.50%
凌国全	0.25	0.50%

股东	实收资本（万元）	股权比例
合计	50.00	100.00%

樟树市凌云德馨投资管理中心（有限合伙）系何德林与凌国全各出资 50%设立，即光云科技收购北京移动未来以前，北京移动未来为何德林与凌国全共同控制的公司。

综上所述，北京移动未来被光云科技收购前的实际控制人与光云科技的实际控制人为非同一人，也不存在关联关系或其他利益安排，因此，光云科技收购北京移动未来为非同一控制下企业合并。

（五）杭州旺店吸收合并北京移动未来的商业逻辑，2017 年 3 月 31 日双方签订《合并协议》但实际于 2018 年 9 月才完成吸收合并的原因；

光云科技收购北京移动未来后，基于对业务和人员的集中管理需要，以全资子公司杭州旺店对北京移动未来进行吸收合并，并从事原北京移动未来相关业务，北京移动未来相应注销。

《合并协议》签订后，公司在办理税务清算和工商变更登记时，未安排专职工作人员跟踪办理，与北京市工商局朝阳分局等主管行政管理机构的沟通协调存在一定滞后，吸收合并程序进展较为缓慢，导致实际于 2018 年 6 才完成北京当地工商行政手续，2018 年 9 月最终完成相应迁移手续。

（六）确认为无形资产的运营软件的具体构成、评估方法及具体假设，折现率、收入分成率和收益年限的合理性，确认为无形资产的依据，是否符合无形资产的确认条件和计量要求

1、确认为无形资产运营软件的具体构成

2016 年 1 月，光云科技收购北京移动未来 100%的股权，为按照《企业会计准则》及解释，证监会相关规定的要求，更准确识别北京移动未来拥有但未在单独报表中确认的可辨认无形资产，以准确进行非同一控制下企业合并的财务核算。公司特聘请银信资产评估有限公司对北京移动未来拥有的专项技术在 2015 年 12 月 31 日的价值进行了评估。经评估，北京移动未来相关专项技术的总价值为 2,000 万元。

由于北京移动未来的专项技术为其生产经营过程中必须的基础技术，各项技术之间互相依存，无法有效单独估计各项技术的预计未来现金流入情况，因此，公司根据评估结果，将识别出的北京移动未来专项技术作为整体确认“运营软件”并在无形资产科目核算。

运营软件为“旺店”系列软件的专有技术，具体构成如下：

序号	专有技术名称
1	旺店交易卖家平台专有技术
2	旺店商品卖家平台专有技术
3	旺店数据卖家平台专有技术
4	旺店促销卖家平台专有技术
5	旺店助手卖家平台专有技术
6	旺店营销卖家平台专有技术
7	旺店供销卖家平台专有技术
8	旺店客户卖家平台专有技术

2、评估方法及具体假设，折现率、收入分成率和收益年限的合理性

（1）评估方法

根据本次北京移动未来专有技术评估，可以收集到资料的情况确定对专有技术组合的评估采用收益法，即预测相关的产品的销售情况，计算未来可能取得的收益，通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益，即评估对象在未来收益中应占的份额，折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

（2）评估具体假设

①基础性假设

A 交易假设：假设评估对象处于交易过程中，评估师根据评估对象的交易条件等模拟市场进行估价，评估结果是对评估对象最可能达成交易价格的估计。

B 公开市场假设：假设评估对象及其所涉及资产是在公开市场上进行交易的，在该市场上，买者与卖者的地位平等，彼此都有获取足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的、非强制条件下进行的。

C 资产持续经营假设：假设在评估目的经济行为实现后，评估对象及其所涉及的资产将按其评估基准日的用途与使用方式持续使用。

②宏观经济环境假设

A 国家现行的经济政策方针无重大变化；

B 在预测年份内银行信贷利率、汇率、税率无重大变化；

C 产权持有单位所占地区的社会经济环境无重大变化；

D 产权持有单位所属行业的发展态势稳定，与产权持有单位生产经营有关的现行法律、法规、经济政策保持稳定。

③评估对象于评估基准日状态假设

A 除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及资产的购置、取得或开发过程均符合国家有关法律法规规定。

B 除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及资产均无附带影响其价值的权利瑕疵、负债和限制，假设评估对象及其所涉及资产之价款、税费、各种应付款项均已付清。

C 除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及的资产无影响其持续使用的重大缺陷，该等资产中不存在对其价值有不利影响的有害物质，该等资产所在地无危险物及其他有害环境条件对该等资产价值产生不利影响。

④限制性假设

本评估咨询报告假设由委托方提供的法律文件、技术资料等评估相关资料均真实可信。评估师亦不承担与评估对象涉及资产产权有关的任何法律事宜。

⑤预测假设

A 假设专有技术的使用范围、场所及对象与相关证书的核定使用商品情况一致；

B 假设专有技术的收入、成本等在年度内均匀稳定发生；

C 假设专有技术对应产品能够不断满足市场需求，其市场占有率不会有大的波动；

D 假设专有技术的权利人和使用人是负责的，有能力担当其职务，并有足够的能力合理使用和保护专有技术，能够维护专有技术的知名度；

E 假设专有技术对应的主要经营业务保持相对稳定不会遭遇重大挫折，总体格局维持现状；

F 假设专有技术许可实施不存在重大变化，权利人和使用者利用专有技术正常经营；

G 本次评估预测是基于权利人和使用者在正常合理使用该专有技术基础上生产的产品的市场占有率、盈利情况、竞争地位等不存在重大变化基础上的；

H 假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素，造成对企业重大不利影响。

（3）折现率的合理性

本次评估通过计算可比公司无形资产的折现率后，进行算术平均确定北京移动未来的无形资产折现率为 15%。确定折现率的过程具体说明如下。

①无风险报酬率的确定

根据截至评估基准日国债市场上长期（剩余期超过十年）国债的交易情况，计算取得平均到期年收益率 4.17%为无风险利率。

②市场风险溢价的确定

参考国内外针对市场风险溢价的理论研究及实践成果，结合相关研究，确定本次评估市场风险溢价取 7.05%。

③系统风险系数β的确定

可比公司的系统风险系数β通过“同花顺 ifind 终端”查询确定。

④公司特定风险调整系数

公司特定风险调整系数主要根据公司规模和预计未来盈利能力计算确定。

⑤付息负债和股东全部权益价值

对于可比公司的付息负债根据财务年报相关科目计算确定；股东全部权益市场价值根据股价和股份数并考虑大宗交易折扣后计算确定。

⑥确定折现率

通过可比公司年报及相关资料计算营运资金、有形非流动资产和无形非流动资产的比重确定无形资产折现率，综上分析，确定专利组合的折现率为15%。

综上所述，无形资产评估的折现率是基于北京移动未来预计规模和盈利能力，并在参考同行业可比公司系统风险的基础上计算并确定，折现率合理。

（4）收入分成率的合理性

本次评估中收入分成率通过综合评价法确定，主要是通过对影响分成率的诸多因素，包括技术水平、成熟度、经济效益、市场前景、投入产出比、社会效益、产业政策吻合度、技术保密程度等因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，最终结合经验数据确定分成率。

收入分成率具体确定过程如下：

①确定技术分成率的取值范围

根据联合国贸易发展组织对各国技术贸易合同的提成率进行的调查统计，认为无形资产分成率一般在产品销售收入的 0.5%—10%之间，公司所处行业为互联网服务行业，软件专有技术对营业收入的贡献较大，故收入分成率相对较高，综合分析，本次评估分成率的取值范围取值为7%—10%。

②确定技术分成率的调整系数

结合技术水平、技术成熟度、经济效益、市场前景、社会效益、政策吻合度、投入产出比、技术保密程度八项指标，按照待评估资产的状况打分确定分成率调整系数为74%。

③确定技术分成率

根据待估技术的取值范围和调整系数，可最终得到分成率。计算公式为：

确定待估技术分成率=分成率的取值下限＋（分成率的取值上限-分成率的取值下限）×调整系数=7%＋（10%-7%）×74%=9.22%

同时考虑到行业的技术更新，收入分成率需要考虑一定的衰减率，本次评估从2017年开始每年考虑5%的技术衰减率。

如：2017年分成率为9.22%×（1-5%）=8.76%，以此类推。

（5）收益年限的合理性

评估的专有技术为计算机软件，根据《计算机软件保护条例》中规定，软件著作权自软件开发完成之日起产生，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为50年，截止于软件首次发表后第50年的12月31日，但软件自开发完成之日起50年内未发表的，本条例不再保护。

从专有技术的经济寿命而言，计算机软件行业属于技术更新较快的行业，随着行业的发展和技术的进步，未来预计将会出现更好的技术替代现有的技术。结合北京移动未来专有技术和相应软件未来预期收益性，公司管理层预计该部分专有技术组合整体在15年内可以保持较好的收益性，综合分析并考虑基准日的选择，相关专有技术的经济年限预计到2030年12月31日止。

综上分析，评估时采用评估方法比较适当，符合相关评估准则的要求；评估时采用假设比较合理，与评估方法匹配；折现率、收入分成率和收益年限的确定比较合理，资产的估值结果比较合理。

3、确认为无形资产的依据，是否符合无形资产的确认条件和计量要求

光云科技非同一控制下企业合并北京移动未来中，通过聘请评估机构，充分识别可辨认无形资产，并将“运营软件”确认为无形资产，符合企业会计准则等相关规定。

《企业会计准则第6号——无形资产》、《企业会计准则解释第5号》、《资产评估执业准则》均对无形资产的确认进行了规定。此外，证监会出具的上市公司年报会计监管报告亦对非同一控制下企业合并辨别并确认无形资产进行了规定，具体如下：

（1）证监会《2013年上市公司年报会计监管报告》

非同一控制下企业合并中无形资产的识别与确认：在购买方层面，购买方在初始确认企业合并中购入的被购买方资产时，应充分识别这些被购买方拥有的、

但在其财务报表中未确认的无形资产，对于满足会计准则规定的可辨认标准的，应当确认为无形资产。

年报分析中发现，部分上市公司在非同一控制下企业合并中确认了大额商誉，商誉占合并对价的比例高达 80%甚至 90%以上，而大额商誉形成的主要原因之一是上市公司未能充分识别和确认被购买方拥有的无形资产。此类未充分识别和确认无形资产的情况在轻资产行业的企业合并中较为常见。

企业合并中无形资产的识别及确认不充分，直接结果是应确认为无形资产的金额被计入商誉，进而影响合并日后上市公司的经营业绩。商誉和无形资产在经济利益消耗方式、受益年限、后续计量方面都存在较大差异。无形资产应在使用寿命内系统地摊销，而商誉无需摊销、定期进行减值测试。由于商誉减值的判断受主观因素影响较大，因此，企业合并中无形资产确认不充分很可能会对购买日后上市公司的经营业绩产生影响，使得上市公司的经营业绩被高估。

（2）证监会《2018 年上市公司年报会计监管报告》

商誉减值测试问题：可辨认净资产确认不充分导致商誉虚高。年报分析发现，并购重组交易中普遍存在对被收购方可辨认净资产确认不充分并低估其公允价值的现象。这一现象在新兴行业（如医药生物、传媒、计算机等）表现尤为突出，这些行业的并购标的多为轻资产公司，其商业价值很可能来自于未确认的无形资产（如客户关系、合同权益等），对这类资产辨认不充分导致商誉金额在初始确认时被高估。

综合上述文件的规定，基本原则是将被购买方的符合可辨认性标准的无形资产予以充分确认出来，以避免多确认商誉，少确认无形资产，从而减少日常摊销，使得上市公司的经营业绩被高估的情况。

根据北京移动未来历史期经营情况可知，公司的运营软件（专有技术）与日常经营紧密相关，并为公司日常经营带来丰厚的经济利益，公司基于谨慎性原则将该部分运营软件评估并确认为无形资产的依据比较充分，满足无形资产的确认条件和计量要求，符合《企业会计准则》和证监会的相关规定。

（七）分析并与可比公司对比说明该等运营软件按照 10 年进行直线摊销的合理性，是否存在减值迹象，减值测试的具体过程，减值计提是否充分

1、运营软件按照 10 年进行直线摊销的合理性

（1）软件著作权的法律保护期限

根据《计算机软件保护条例》中规定，软件著作权自软件开发完成之日起产生，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日，但软件自开发完成之日起 50 年内未发表的，本条例不再保护。

（2）预期未来收益期限

结合公司该运营软件的发展前景和未来预期收益性，公司管理层预计该部分专有技术组合整体在 15 年内可以保持较好的收益性，相关专有技术的经济年限预计到 2030 年 12 月 31 日止。

（3）上市公司软件摊销期限对比

部分上市公司公告的软件著作权摊销期限如下：

公司名称	股票代码	摊销期限
航天信息	600271	10年
久其软件	002279	10年
久远银海	002777	10年
欧比特	300053	10年
数码科技	300079	10年
天泽信息	300209	10年
荣科科技	300290	10年

综上所述，公司对收购北京移动未来而获取的软件技术预期可产生较好经济效益的期限为 15 年，结合其他上市公司软件著作权的摊销期限，公司确定运营软件按照 10 年进行直线摊销，该摊销期限符合公司运营软件的预计收益情况，具备合理性。

2、运营软件是否存在减值迹象及减值测试情况

运营软件系光云科技非同一控制下企业合并北京移动未来所形成，收购完成后，北京移动未来的“旺店”系列软件业务全部转移到杭州旺店开展，后续北京

移动未来也被杭州旺店吸收合并，因此北京移动未来原“运营软件”的减值测试在杭州旺店开展。

杭州旺店专注于原北京移动未来“旺店”系列软件业务的运营，最近三年杭州旺店的销售收入和经营业绩持续稳定增长，公司并购北京移动未来形成的运营软件不存在减值迹象。

公司在对该运营软件进行减值测试时，结合并购北京移动未来形成的商誉一并进行减值测试，经测试，运营软件不存在减值情况，不需要计提减值准备。

具体减值测试过程详见本题“（八）”的有关内容。

（八）结合收购后北京移动未来的简要财务数据和经营业绩情况，说明商誉是否存在减值迹象，报告期内发行人对其商誉减值测试的过程，相关参数估计是否合理，商誉减值是否充分计提

1、商誉形成过程

2016 年 1 月，光云科技以货币资金 2,196 万元收购北京移动未来 100%的股权，根据银信资产评估有限公司评估情况，识别并确认北京移动未来拥有但未在单独报表中确认的可辨认资产 2,000 万元，计入无形资产“运营软件”。考虑确认该无形资产形成的递延所得税负债以后，将收购价格与移动未来科技可辨认资产负债之间的差额确认为商誉约 528 万元，商誉具体计算过程如下：

项目	金额（万元）
并购成本（A）	2,196.00
并购日北京移动未来账面净资产（B）	168.00
识别出的可辨认无形资产增值（C）	2,000.00
无形资产增值对应递延所得税负债（D）	500.00
商誉金额（E=A-B-C+D）	528.00

2、商誉不存在减值迹象

报告期内，杭州旺店的经营情况如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入（万元）	2,753	5,117	2,339	1,070
净利润（万元）	1,171	2,781	586	133
经营活动产生的	1,318	2,567	678	221

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
现金流量净额（万元）				

如上表所示，杭州旺店营业收入、净利润、经营活动现金流量净额均实现了快速增长，公司收购北京移动未来形成的商誉不存在减值迹象。

3、商誉减值测试过程

虽然公司收购北京移动未来形成的商誉不存在减值迹象，但公司仍按照《企业会计准则第 8 号——资产减值》的规定在报告期每期末进行商誉减值测试，经测试，公司收购北京移动未来形成的商誉不存在减值，不需计提商誉减值准备。

2016 年末、2017 年末、2018 年末和 2019 年 6 月末，公司收购北京移动未来形成的商誉减值测试结果如下：

项目	2019年6月末	2018年末	2017年末	2016年末
资产组可回收金额（万元）	12,186.99	18,038.86	6,912.68	5,988.55
包含商誉在内的资产组账面价值（万元）	1,515.58	1,590.58	1,740.58	1,890.58
是否发生减值	否	否	否	否

注：2019 年 6 月底，资产组可回收金额相比较 2018 年底出现较大幅度下降，主要是由于根据上市公司风险市场风险溢价情况计算并确定的折现率为 19%，高于以前年度确定的折现率 15%所致。

以 2019 年 6 月末公司最近一次针对收购北京移动未来形成的商誉进行减值测试情况为例，详细说明减值测试过程如下：

（1）商誉相关资产组可收回金额的确定方法

公司管理层以预计未来现金净流量的现值确定北京移动未来商誉相关资产组的可收回金额。

（2）资产组的确定

由于北京移动未来为轻资产公司，原收购时除结合未来预期收益评估确认的旺店系列运营软件以外无其他与商誉相关的资产组，后续该资产组转移到杭州旺店继续经营，因此公司进行商誉减值测试时，将杭州旺店经营的旺店系列运营软件作为与商誉相关的资产组。

（3）关键参数

①预测期为 2019 年至 2022 年（预测期共四年），后续为稳定期。

预测期四年符合证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》等法规的相关规定。

②预测期内主要财务数据的确定

单位：万元

项目	2019年7-12月	2020年度	2021年度	2022年度	永续期
营业收入	2,890.00	6,069.00	6,372.45	6,691.07	6,691.07
净利润	1,213.80	2,421.53	2,415.48	2,409.44	2,288.97
销售利润率	42.00%	39.90%	37.91%	36.01%	34.21%
经营活动现金流量金额	1,150.44	2,348.66	2,333.87	2,321.30	2,196.42

A：营业收入的预测

公司管理层预测，随着旺店系列软件的发展，截至 2019 年已经从快速增长期逐渐进入稳定期，因此 2019 年下半年和未来预测期内的营业收入以 2019 年上半年实际实现收入按照 5%的速度缓慢增长。预测期内，年度 5%的收入增长率，远低于杭州旺店历史营业收入增长速度，并且也低于国内经济增长率，相对比较谨慎。

B：利润的预测

公司基于过去三年一期的历史数据并考虑未来成本费用的适当增长，预测杭州旺店的成本、费用情况，并以此为基础，预测未来每年的利润。

杭州旺店 2017 年至 2019 年 6 月，三年一期平均销售利润率约为 44%，考虑到未来成本费用的适当增长，预测期杭州旺店的销售利润率参考历史数据并逐步降低，预测比较谨慎。

C：经营活动现金流量金额的预测

根据预测的每年利润，扣除预计每年增长的运营资本增加，预测每年的经营活动现金流量金额。

综上所述，杭州旺店预测期内的各项指标均以历史实际财务数据为基准，预测比较谨慎，预测结果合理。

③折现率的确定

公司根据杭州旺店预期未来业绩发展预期情况和所处行业同行业上市公司的风险市场风险溢价情况，计算并确定折现率为 19%。

管理层进行减值测试所采用的折现率相对比较谨慎，符合杭州旺店及其所处行业的发展情况，具备合理性。

（4）减值测试结果

经测试，截至 2019 年 6 月底，包含商誉在内的资产组减值测试情况如下：

项目	金额（万元）
资产组可回收金额（预计未来现金净流量的现值）	12,186.99
包含商誉在内的资产组账面价值	1,515.58

如上表所示，经测试，包含商誉在内的资产组预计未来可收回金额远高于其账面价值，商誉不存在减值情况，不需要计提减值准备。

（九）核查情况及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、向公司管理层进行访谈，了解北京移动未来的主营业务，公司收购北京移动未来的原因和相关考虑，收购价格的谈判和确定过程，收购完成后业务转移和吸收合并的背景，公司管理层对北京移动未来“旺店”业务采取的整合措施等，了解整合后的业务发展情况。

2、获取杭州旺店 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的财务报表，北京移动未来 2016 年度、2017 年度、2018 年度的财务报表；获取旺店系列软件最近三年一期的用户数变动情况。经获取并查阅有关数据信息，公司收购北京移动未来并进行业务整合以后，杭州旺店的收入和利润出现快速增长，取得了良好的整合效果。

3、取得 2015 年度北京移动未来和其乐融融的财务报表，并复核 2015 年度上述两家公司资产总额等主要财务指标占发行人相应项目的比例。经复核，公司计算结果无误，被收购公司各项主要财务指标占光云科技相应项目比例较低，2016 年多次收购行为对发行人主营业务变化的影响程度较小。

4、获取并查阅公司收购北京移动未来相关的股权收购协议、工商变更登记档案等资料。经查阅，公司收购北京移动未来已经履行了适当的审批，转让程序合法、合规。

5、对公司实际控制人谭光华、北京移动未来原股东凌国全进行访谈。各方确认，光云科技在收购北京移动未来过程中不存在利益输送、不存在业绩承诺和业绩对赌情况。

6、获取并查阅公司支付北京移动未来股权收购款的银行付款单据。经核查，公司已经按照协议约定如实支付股权转让款。

7、获取并查阅北京移动未来自成立起的工商档案资料。经核查，北京移动未来成立至被光云科技收购之前，实际控制人为凌国全和何德林，公司对于收购北京移动未来系非同一控制下企业合并的判断准确。

8、向公司管理层了解北京移动未来旺店业务和人员转移到杭州旺店的过程，获取杭州旺店吸收合并北京移动未来及北京移动未来注销的工商档案资料。经核查，杭州旺店吸收合并北京移动未来手续齐全，合法、合规。

9、获取并查阅银信资产评估有限公司出具的“银信咨报字（2016）浙第 002 号”评估咨询报告，了解评估师对北京移动未来专有技术的评估方法、评估主要假设、评估主要参数、评估结果等。经复核，评估师所采用的评估方法合理，评估主要参数选取合理，资产的评估结果比较合理。

10、了解并分析公司管理层对北京移动未来运营软件的预期收益情况的判断，公司对北京移动未来无形资产财务核算情况。经复核，公司在非同一控制下合并北京移动未来过程中对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认为无形资产的专有技术，进行充分辨认并确认为“运营软件”计入无形资产核算，符合企业会计准则和证监会的相关规定，公司的会计处理比较谨慎，有效避免了多确认商誉，少确认无形资产，使公司经营业绩被高估的情况。

11、查阅了部分上市公司的公告，了解可比公司软件著作权的会计摊销期限。经查阅，公司运营软件的摊销期限和摊销方法具备合理性，符合公司的实际情况。

12、取得并复核公司收购北京移动未来形成的商誉和运营软件的减值测试过程，对测试结果执行敏感性分析程序。经复核，公司减值测试过程符合企业会计

准则的规定，各项参数合理，减值测试结果准确，收购北京移动未来形成的商誉和运营软件不存在减值迹象，未发生资产减值，不需要计提资产减值准备。

经执行上述核查程序，保荐机构和申报会计师认为：

1、北京移动未来与发行人均服务于电子商务卖家，双方业务之间存在较强的互补关系，公司收购北京移动未来是基于其自身业务发展的考虑，具备合理性。本次收购后，通过业务整合和人员调整，旺店系列软件的销售收入实现了快速增长，取得了良好的整合效果。

2、2016 年收购北京移动未来 100%股权、收购其乐融融 45%股权等多次收购行为对发行人主营业务变化的影响程度较小。

3、公司收购北京移动未来的收购过程合法、合规，收购价格公允，已如约支付股权转让款，不存在利益输送，也不存在业绩承诺或业绩对赌的情况。

4、本次收购前北京移动未来与光云科技的实际控制人不同，公司将该次收购界定为非同一控制下企业合并的判断准确。

5、杭州旺店吸收合并北京移动未来，主要是为了加强内部管理的需要，本次吸收合并已经完整履行了相关手续，吸收合并过程合法、合规。

6、公司将非同一控制下企业合并中识别的北京移动未来可辨认无形资产确认为运营软件，符合企业会计准则和证监会的相关规定。公司的会计处理比较谨慎，有效避免了多确认商誉、高估经营业绩的情况。

7、公司运营软件的摊销期限和摊销方法，符合公司运营软件实际经营情况和预期收益情况，具备合理性。

8、公司收购北京移动未来后，旺店系列软件经营良好，并购形成的商誉和运营软件不存在减值迹象，未发生资产减值，不需要计提资产减值准备。

问题 23

2016 年 7 月、2018 年 1 月发行人全资子公司淘云科技分别收购其乐融融 45%、55%的股权并取得快递助手等运营软件、客户关系、商标权等无形资产，确认无形资产 6,390 万元，商誉 3,406.84 万元。

请发行人说明：（1）2016 年仅购买其乐融融 45%股权的原因，作价依据，购买价格是否公允；对于 2018 年 1 月购买日确认的运营软件、客户关系和商标权等三项无形资产，在此次收购作价时是否考虑，如何判断其价值；（2）结合其乐融融的公司章程及董事（会）席位、其他股东的持股比例、决策程序等因素，说明发行人在持股 45%股权时未构成控制并将其纳入合并报表范围的原因及依据；（3）每年末，公司对其乐融融的长期股权投资是否存在减值迹象，减值测试的具体方法和考虑因素；结合购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生损失 547.97 万元的情况，说明减值计提是否充分；（4）认定为非同一控制下企业合并的依据，其乐融融购买日的确定依据，在 2018 年 2 月 28 日完成工商变更登记的情况下，以 2018 年 1 月作为购买日是否恰当，是否符合企业会计准则的规定；（5）两次收购股权是否属于一揽子交易，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；（6）确定其乐融融股东全部权益价值的评估方法、具体假设及主要参数估计，评估增值 431.03%的合理性，收购价格是否公允，是否存在利益输送；以含有控制权因素的 100%股权评估价值计算购买日之前持有的 45%股权于购买日的公允价值是否合理，是否存在价值高估风险；（7）确认为无形资产的运营软件、商标权、客户关系的具体构成、评估方法及具体假设，折现率、分成收益和收益年限的合理性，客户关系的价值确定方法及主要参数估计，是否有充足的证据支持将上述未在账面反映的运营软件、商标权、客户关系确认为无形资产，入账价值是否公允，是否符合无形资产的确认条件和计量要求；（8）分析并与可比公司对比说明，上述无形资产按照 10 年进行直线摊销的合理性，客户关系按 10 年摊销是否符合电商行业特点、是否与商家客户的生命周期、公司客户的续费率、留存率等历史数据相匹配，是否存在减值迹象，减值测试的具体过程，减值计提是否充分；（9）商誉的确认过程，结合发行人收购后的整合效果、其乐融融的简要财务数据和经营业绩情况等，说明商誉是否存在减值迹象，发行人对其商誉减值测试的过程，相关参数估计是否合理，商誉减值是否充分计提；（10）是否存在业绩承诺或业绩对赌情况，收购后的整合措施及整合效果。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）2016 年仅购买其乐融融 45%股权的原因，作价依据，购买价格是否公允；对于 2018 年 1 月购买日确认的运营软件、客户关系和商标权等三项无形资产，在此次收购作价时是否考虑，如何判断其价值；

1、公司 2016 年购买其乐融融 45%股权的主要原因如下：

（1）根据公司出资前的尽职调查情况，其乐融融 2015 年度未经审计的净利润仅 255.34 万元，2016 年 1-5 月出现小幅亏损，其乐融融原管理团队预计 2016 年度净利润约为 600 万元至 1,000 万元。经公司管理层内部充分讨论后，认为其乐融融盈利能力存在不确定性，此项投资从估值角度具有一定风险；

（2）公司 2016 年初以 2,196.22 万元现金完成对北京移动未来的收购；在 2016 年 6 月之前，光云科技仅自南海成长融资 3,360 万元。截至 2016 年 6 月 30 日，公司合并报表的现金结存（含购买的理财产品）为 4,638.65 万元（未经审计）。而当时，其乐融融 100%股权估值约 1 亿元，收购其 100%股权对公司整体现金流的压力较大。

综上，公司采取了较适合该阶段经营情况的投资策略，以 4,500 万元购买其乐融融 45%的股权。

2、公司购买其乐融融 45%股权时购买价格的确认主要考量因素请参见本反馈问题 3（二）的相关表述。

3、此次收购作价已考虑相关无形资产的价值

公司在本次收购时，虽未单独预测并确定于 2018 年 1 月购买日确认的运营软件、客户关系和商标权等三项无形资产的价值，但是公司管理层在进行其乐融融价值测算和估值谈判时已综合考虑快递助手软件及其相关客户关系、商标权等为其乐融融未来业务发展所奠定的基础和将起到的促进作用，即在本次收购作价时已经考虑了有关无形资产的价值。

（二）结合其乐融融的公司章程及董事（会）席位、其他股东的持股比例、决策程序等因素，说明发行人在持股 45%股权时未构成控制并将其纳入合并报表范围的原因及依据；

2016 年 6 月 28 日，其乐融融股东会作出决议，同意苏州工业园区八二五新媒体投资企业（有限合伙）、马明及左永志将其持有的其乐融融合计 45%的股权转让给淘云科技，并同意修订《公司章程》。

本次股权转让前后，其乐融融的股权结构如下：

股东名称	转让前	转让后
马明	69.89%	49.90%
苏州工业园区八二五新媒体投资企业（有限合伙）	22.01%	-
左永志	8.10%	5.10%
淘云科技	-	45.00%
合计	**100.00%**	**100.00%**

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》（以下简称“《33 号准则》”）第七条的规定：“合并财务报表的合并范围应当以控制为基础予以确定。控制，是指投资方拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额。”因此，当且仅当投资方具备控制的三项基本要素时，即一投资方拥有对被投资方的权力，二因参与被投资方的相关活动而享有可变回报，三有能力运用对被投资方的权力影响其回报金额，才能表明投资方能够控制被投资方，并纳入合并财务报表的合并范围。

《33 号准则》中列示了投资方拥有对被投资方权力的几种常见情形，具体如下：

《33 号准则》中投资方拥有对被投资方权力的事项		淘云科技的实际情况	是否拥有权力
第十三条 除非有确凿证据表明其不能主导被投资方相关活动，下列情况，表明投资方对被投资方拥有权力：	（一）投资方持有被投资方半数以上的表决权的；	根据《北京其乐融融科技有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”），股东会会议由股东按照出资比例行使表决权；淘云科技仅持有其乐融融 45%的股权，不具备半数以上的表决权。	否
	（二）投资方持有被投资方半数或以下的表决权，但通过与其他表决权持有人之间的协议能够控制半数以上表决权的。	淘云科技与其乐融融其他股东马明、左永志均不存在一致行动协议，不存在控制半数以上表决权的情况。	否
第十四条 投资方持有被投资方半数或以下的表决权，但综合考虑下列事实和情况后，判断投资方持有的表决权足以使其目前有能	（一）投资方持有的表决权相对于其他投资方持有的表决权份额的大小，以及其他投资方持有表决权的分散程度；	本次股权转让完成后，马明仍持有其乐融融 49.90%的股权，为其乐融融单一第一大股东。	否
	（二）投资方和其他投资方	淘云科技和其乐融融的其他股东均不	

《33 号准则》中投资方拥有对被投资方权力的事项		淘云科技的实际情况	是否拥有权力
力主导被投资方相关活动的，视为投资方对被投资方拥有权力：	持有的被投资方的潜在表决权，如可转换公司债券、可执行认股权证等；	存在持有其潜在表决权的情况。	
	（三）其他合同安排产生的权利；	淘云科技和其乐融融的其他股东均不存在其他合同安排产生的权利。	
	（四）被投资方以往的表决权行使情况等其他相关事实和情况。	本次股权转让完成后，其乐融融发生住所、经营范围、法定代表人变更以及股东向淘云科技转让剩余 55%股权等事项均由股东会审议，经全体股东一致同意后进行。	
第十六条 投资方应当考虑其具有实际能力以单方面主导被投资方相关活动的证据，从而判断其是否拥有对被投资方的权力。投资方应考虑的因素包括但不限于下列事项：	（一）投资方能否任命或批准被投资方的关键管理人员；	根据《公司章程》，股东会会议由股东按照出资比例行使表决权；公司不设董事会，设执行董事一人，由股东会选举产生；公司设经理，由执行董事决定聘任或者解聘；经理对执行董事负责；执行董事为公司的法定代表人，由股东会选举产生。 鉴于：1、本次转让后淘云科技仅持有其乐融融 45%的股权，持股比例未达到半数； 2、其乐融融的法定代表人及执行董事仍为马明； 3、淘云科技未与马明、左永志签订一致行动协议或存在其他合同安排产生的权利； 4、淘云科技与马明、左永志不存在关联关系； 5、根据以往表决权行使情况，淘云科技无法单独对其乐融融的相关活动进行决策。 因此，淘云科技不存在《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第十六条所列示的情形。	否
	（二）投资方能否出于其自身利益决定或否决被投资方的重大交易；		
	（三）投资方能否掌控被投资方董事会等类似权力机构成员的任命程序，或者从其他表决权持有人手中获得代理权；		
	（四）投资方与被投资方的关键管理人员或董事会等类似权力机构中的多数成员是否存在关联方关系。		

综上，淘云科技无论在股东会层面或是在执行董事层面，都无法通过其持有的表决权对股东会和执行董事的决议事项作出决定。淘云科技持有其乐融融 45%股权时，不符合《33 号准则》对“控制”的定义，未对其乐融融构成控制，未将其乐融融纳入发行人的合并报表范围。

（三）每年末，公司对其乐融融的长期股权投资是否存在减值迹象，减值测试的具体方法和考虑因素；结合购买日之前原持有股权按照公允价值重新计量产生损失 547.97 万元的情况，说明减值计提是否充分；

1、公司对其乐融融长期股权投资减值测试的方法和减值测试结果

（1）其乐融融长期股权投资不存在减值迹象

公司 2016 年收购其乐融融 45%股权以后其乐融融的经营情况状况良好，通过与光云科技资源整合，其乐融融营业收入和盈利状况快速上升，公司对其乐融融的长期股权投资不存在减值迹象。

其乐融融 2016 年 8 月收购前后及 2017 年度、2018 年度、2019 年 1-6 月主要报表数据对比如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年8-12月	2016年1-7月
营业收入	5,000.26	7,979.16	5,257.82	1,589.49	1,679.64
净利润	2,403.02	3,843.07	1,551.65	-6.68	-245.87

（2）其乐融融长期股权投资减值测试的具体方法、考虑因素和测试结果

公司 2016 年以货币资金 4,500 万元收购其乐融融 45%的股权，2016 年度和 2017 年度按照权益法进行核算，并于年底重新测算预计未来收益，对长期股权投资进行减值测试。2018 年公司收购其乐融融剩余 55%股权后，其乐融融变更为公司的全资子公司并纳入合并报表范围，公司 2018 年底和 2019 年 6 月底未单独再开展长期股权投资的减值测试，而是结合商誉减值测试一并进行。

1）2016 年和 2017 年底长期股权投资减值测试方法

由于收益法是从企业的未来获利能力角度出发，以预测的收益为基础评估，是对股东全部权益价值较全面的考虑，因此公司管理层在 2016 年底和 2017 年底，根据其乐融融历史期的增长情况及行业发展趋势、业务体量的整体发展情况，预测未来其乐融融经营业绩情况，并折现加和后得出其乐融融整体股权的公允价值。使用其乐融融预计的整体股权价值，乘以公司持股比例，计算得出公司持有其乐融融的股权价值，并与公司长期股权投资账面价值进行比较确定长期股权投资是否发生减值。

2）长期股权投资减值测试考虑因素

①预测期

公司计算长期股权投资价值时使用的预测期为 5 年，5 年以后进入永续期。

②营业收入和经营利润等的确定

根据其乐融融历史经营数据、销售毛利率、销售净利率等信息和预期未来发展情况，确定预测期内营业收入和经营利润等数据。

③折现率

根据其乐融融的经营状况和未来预期，公司管理层采取 15%的折现率进行减值测试。

3）长期股权投资减值测试结果

根据上述长期股权投资减值测试办法，2016 年底和 2017 年底，公司持有其乐融融的股权价值不存在减值情况，不需要计提长期股权投资减值准备。

具体测试结果如下：

单位：万元

项目	2017 年末	2016 年末
长期股权投资账面价值	5,195.24	4,497.00
其乐融融全部股权测试价值	11,689.68	12,208.42
公司持有股份的测试价值	5,260.36	5,493.79
是否发生减值	否	否

注：长期股权投资账面价值为按照权益法核算并根据其乐融融损益调整后的金额。

4）管理层减值测试合理性的分析

淘云科技委托银信资产评估有限公司对其乐融融股东全部权益价值评估，并由其出具了“银信评报字（2018）沪第 0012 号”《资产评估报告》。经评估，于 2017 年 12 月 31 日，北京其乐融融科技有限公司股东全部权益的市场价值评估值为 11,300.00 万元。

银信资产评估有限公司评估的 2017 年 12 月 31 日其乐融融股东全部权益价值为 11,300.00 万元，公司管理层进行减值测试预测的其乐融融股东全部权益价值为约 11,689.00 万元，差异金额较小，说明公司管理进行减值测试的结果较为可靠。

2、购买日原持有股权按照公允价值重新计量产生损失 547.97 万元的情况说明

（1）企业会计准则的规定

《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》第四十八条规定：企业因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，在合并财务报表中，对于购买日之前持有的被购买方的股权，应当按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。

（2）重新计量确认投资损失的计算及导致产生投资损失的情况说明

公司管理层与其乐融融原股东马明、左永志参考银信资产评估对其乐融融股东全部权益价值的初步预测结果进行商业谈判，并最终确定剩余 55%股权的收购价格为 5,680 万元，即以实际成交价计算的其乐融融股东全部权益价值为约 1.03 亿元。

由于其乐融融非公众公司，股权不存在活跃交易市场，难以找到与其乐融融相同或类似企业的股权交易案例，同时在证券市场上也难以找到与其乐融融在行业、资产规模及结构、经营范围及盈利水平等方面类似的可比上市公司，因此无法在公开市场有效确定其乐融融股权的公允价值。同时，实际成交价格计算的股东全部权益价值略低于银信评估和管理层预测的价值，为避免高估资产价值、虚增商誉和利润，谨慎处理起见，公司管理层以实际交易确定的价格作为其乐融融股东全部权益的公允价值，并以此为基础进行重新计量购买日之前持有的被购买方股权的公允价值。

重新计量并确认投资损失的计算过程如下：

项目	金额（万元）
实际成交价格计算的其乐融融全部股权的公允价值	10,327.27
持有的原45%股权的公允价值	4,647.27
持有的原45%股权的账面价值	5,195.24
计算确定的投资收益	-547.97

如上表所示，若以银信评估确定的或公司管理层预测的其乐融融 2017 年底股东全部权益价值为基础计算公司持有的其乐融融原 45%股权的公允价值，无需确认-547.97 万元的投资损失，如此处理将会增加公司利润并且将高估商誉等资产的价值。公司管理层基于谨慎性原则考虑，按照实际成交价格为基础计算并确

定其乐融融股东全部权益的公允价值，计算比较谨慎，有效避免了高估资产和利润的情况。

3、减值计提充分性说明

综上所述，公司收购其乐融融以后，双方形成了良好的协同效应，其乐融融销售收入和经营利润持续快速增长，公司对其乐融融的长期股权投资不存在减值迹象。

公司 2016 年底和 2017 年底，根据收益法对所持有的其乐融融股权进行了减值测试，经测试不存在减值情况，不需要计提减值准备，测试方法合理，测试结果准确。

（四）认定为非同一控制下企业合并的依据，其乐融融购买日的确定依据，在 2018 年 2 月 28 日完成工商变更登记的情况下，以 2018 年 1 月作为购买日是否恰当，是否符合企业会计准则的规定；

1、认定为非同一控制下企业合并的依据

（1）其乐融融股权情况

其乐融融系自然人马明和左永志于2014年2月在北京共同出资设立的公司，马明持股 70%、左永志持股 30%，马明为其乐融融的实际控制人。

2015 年 9 月，其乐融融引进投资者苏州新媒体，截至 2016 年 7 月，光云科技通过子公司淘云科技收购其乐融融 45%股权前，其乐融融的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	收购前	
		认缴出资额（元）	持股比例（%）
1	马明	388,250.00	69.89
2	左永志	45,000.00	8.10
3	苏州新媒体	122,305.00	22.01
合计		**555,555.00**	**100.00**

2016 年 7 月，淘云科技收购其乐融融 45%股权至 2018 年 1 月再次收购剩余股权前，其乐融融股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	收购后	
		认缴出资额（元）	持股比例（%）

序号	股东姓名/名称	收购后	
		认缴出资额（元）	持股比例（%）
1	马明	277,222.00	49.90
2	左永志	28,333.00	5.10
3	淘云科技	250,000.00	45.00
合计		**555,555.00**	**100.00**

如上所述，自其乐融融成立之日起，马明一直为其第一大股东；2016 年 7 月淘云科技收购其乐融融 45%股权以后，马明依然保持第一大股东地位且和创始团队成员左永志共同持有过半数的股份。

（2）其乐融融管理层情况

马明和左永志自其乐融融设立之日起一直担任核心管理人员负责其乐融融的日常经营，直至 2018 年 1 月淘云科技收购其乐融融 100%股权后，马明和左永志方从其乐融融离职，其乐融融管理人员变更为谭光华和廖艺恒。从其乐融融管理团队变动情况判断，马明作为核心管理人员一直实际控制其乐融融。

综上所述，从股权结构、股东会、执行董事决议事项的表决权和日常经营管理等多个方面都能确认马明在 2018 年 1 月份从其乐融融离职以前系其乐融融的实际控制人，因此，光云科技收购其乐融融为非同一控制下企业合并。

2、购买日的确定依据

（1）股权收购的基本情况

基于 2017 年度其乐融融的发展情况较好，达到光云科技原投资时的预期，因此 2017 年底，光云科技向马明和左永志发出要约，收购其持有的其乐融融剩余股份。

1）股权转让签署情况

2018 年 1 月 4 日，光云科技的全资子公司淘云科技与马明和左永志签署《股权转让协议》，淘云科技收购马明和左永志持有的其乐融融剩余全部股权。

2）股权转让款支付情况

关于股权转让款的支付，各方在《股权转让协议》约定为 5,680.00 万元。

实际股权转让款支付情况如下：

款项内容	支付日期	支付金额（万元）	付款比例
首期款	2018年1月5日	3,408.00	60%
第二次付款	2018年3月16日	1,139.84	20%
第三次付款	2018年4月9日	1,132.16	20%
合计		**5,680.00**	**100%**

如上表所示，2018 年 1 月 5 日，光云科技支付股权转让款比例已经超过 50%。

3）管理权转移情况

马明和左永志将股权转让给淘云科技以后，于 2018 年 1 月 5 日办理移交手续从其乐融融离职，其乐融融的日常经营管理权转移给了谭光华和廖艺恒。

4）工商变更登记情况

其乐融融于 2018 年 2 月 27 日向北京市工商行政管理局朝阳分局递交变更股东和管理人员的申请，于 2018 年 2 月 28 日办妥该次工商变更登记事项。

综上所述，光云科技在 2018 年 1 月 5 日支付完第一笔股权转让款且马明和左永志于 2018 年 1 月从其乐融融离职时，已经取得了其乐融融的控制权，因工商变更登记时间滞后，导致在 2018 年 2 月 28 日方才完成工商变更登记手续。

（2）企业会计准则的规定

《企业会计准则第 20 号——企业合并》第十条：参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下的企业合并。非同一控制下的企业合并，在购买日取得对其他参与合并企业控制权的一方为购买方，参与合并的其他企业为被购买方。购买日，是指购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

（3）购买日的确定

根据企业会计准则的规定，光云科技于 2018 年 1 月实际取得其乐融融的控制权，因此光云科技将 2018 年 1 月确定为购买日。

（五）两次收购股权是否属于一揽子交易，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；

《企业会计准则第 33 号——合并财务报表应用指南》规定：企业通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并的，在合并财务报表上，首先，应结合分步交易的各个步骤的协议条款，以及各个步骤中所分别取得的股权比例、取得对象、取得方式、取得时点及取得对价等信息来判断分步交易是否属于“一揽子交易”。本准则第五十一条规定，各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况的，通常应将多次交易事项作为“一揽子交易”进行会计处理：1、这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；2、这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；3、一项交易的发生取决于至少一项其他交易的发生；4、一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

如果分步取得对子公司股权投资直至取得控制权的各项交易属于“一揽子交易”，应当将各项交易作为一项取得子公司控制权的交易，并区分企业合并的类型分别进行会计处理。

根据两次股权交易的协议约定，发行人两次收购其乐融融股权是独立的两次交易、独立进行谈判、独立签约付款、独立完成股权交割手续，虽然公司做出第二次收购的决策是基于 2017 年度其乐融融经营业绩良好且达到原定第一次收购时的预期，但是两次收购交易之间并不存在必然的联系，第二次股权收购并不影响第一次已经完成收购的股权及其权利，也不影响原实际控制人对其乐融融经营和管理的控制，因此两次收购股权不属于一揽子交易，公司目前会计处理符合企业会计准则的规定。

（六）确定其乐融融股东全部权益价值的评估方法、具体假设及主要参数估计，评估增值 431.03%的合理性，收购价格是否公允，是否存在利益输送；以含有控制权因素的 100%股权评估价值计算购买日之前持有的 45%股权于购买日的公允价值是否合理，是否存在价值高估风险；

淘云科技委托银信资产评估有限公司对其乐融融股东全部权益价值评估，并由其出具了“银信评报字（2018）沪第 0012 号”《资产评估报告》，经评估，于 2017 年 12 月 31 日，其乐融融股东全部权益的市场价值评估值为 11,300.00 万元。

1、评估师采取收益法确定其乐融融股东全部权益价值，评估过程中具体假设及主要参数设计、评估结果合理，收购价格公允，不存在利益输送情况

（1）评估方法

资产评估基本方法包括资产基础法、收益法和市场法。由于被评估单位有完备的财务资料和资产管理资料可以利用，资产取得成本的有关数据和信息来源较广，因此本次评估可以采用资产基础法。被评估单位业务已经逐步趋于稳定，在延续现有的业务内容和范围的情况下，未来收益能够合理预测，与企业未来收益的风险程度相对应的收益率也能合理估算，可以采用收益法对被评估单位的股东全部权益价值进行评估。由于在股权交易市场上难以找到与被评估单位相同或类似企业的股权交易案例，同时在证券市场上也难以找到与被评估单位在资产规模及结构、经营范围及盈利水平等方面类似的可比上市公司，故本次评估不宜用市场法。

综上分析，本次评估采用资产基础法和收益法，在综合分析两种评估方法得出评估结果的合理性、可靠性的基础上，确定其中一个评估结果作为评估对象的评估结论。

经评估，资产基础法和收益法的评估结果分别如下：

评估方法	金额（万元）
资产基础法	8,532.02
收益法	11,300.00

两种方法评估结果差异的主要原因是：1）两种评估方法考虑的角度不同，资产基础法是从资产的再取得途径考虑的，反映的是企业现有资产的重置价值。收益法是从企业的未来获利能力角度考虑的，反映了企业各项资产的综合获利能力。2）收益法在评估过程中不仅考虑了被评估单位申报的可辨认资产，同时也考虑了如公司拥有的雄厚的技术队伍、团结的管理团队和稳定的客户资源等对获利能力产生重大影响的因素，被评估单位属于轻资产企业，公司的人才资源、研发能力、市场开拓能力等对公司的竞争力和盈利能力起到决定性作用，而这些因素在资产基础法评估中难以体现其评估价值，这些因素都未在资产基础法中体现，因此收益法的评估结果高于资产基础法的评估结果。

由于收益法是从企业的未来获利能力角度出发，以预测的收益为评估基础，是对股东全部权益价值较全面的考虑，因此，本次评估最终选取收益法的结果作为评估结论，即其乐融融的股东全部权益价值为 11,300.00 万元。

（2）评估假设

1）基础性假设

①交易假设：假设评估对象处于交易过程中，评估师根据评估对象的交易条件等模拟市场进行估价，评估结果是对评估对象最可能达成交易价格的估计。

②公开市场假设： 假设评估对象及其所涉及资产是在公开市场上进行交易的，在该市场上，买者与卖者的地位平等，彼此都有获取足够市场信息的机会和时间，买卖双方的交易行为都是在自愿的、理智的、非强制条件下进行的。

③企业持续经营假设：假设在评估目的经济行为实现后，评估对象及其所涉及的资产将按其评估基准日的用途与使用方式在原址持续使用和经营。

2）宏观经济环境假设

①国家现行的经济政策方针无重大变化；

②在预测年份内银行信贷利率、汇率、税率无重大变化；

③被评估单位所占地区的社会经济环境无重大变化；

④被评估单位所属行业的发展态势稳定，与被评估单位生产经营有关的现行法律、法规、经济政策保持稳定；

3）预测假设

①假设评估对象所涉及企业在评估目的经济行为实现后，能按照规划的经营目的、经营方式持续经营下去，其收益可以预测；

②假设被评估单位生产经营所耗费的物资的供应及价格无重大变化；被评估单位的服务价格无不可预见的重大变化；

③假设被评估单位管理层勤勉尽责，具有足够的管理才能和良好的职业道德，被评估单位的管理风险、资金风险、市场风险、技术风险、人才风险等处于可控范围或可以得到有效化解；

④假设被评估单位在未来经营期内的资产规模、构成，主营业务，收入与成本的构成以及经营策略和成本控制等能按照被评估单位预测的状态持续，而不发

生较大变化。不考虑未来可能由于管理层、经营策略以及商业环境等变化导致的资产规模、构成以及主营业务等状况的变化所带来的损益；

⑤假设评估对象所涉及企业按评估基准日现有的管理水平继续经营，不考虑该企业将来的所有者管理水平优劣对企业未来收益的影响；

⑥假设评估基准日后被评估单位的现金流入为平均流入，现金流出为平均流出；

⑦假设被评估单位在未来的经营期限内 API 及相关成本按照被评估单位出具的情况说明发生变化；

⑧假设被评估单位在未来的经营期限内的财务结构、资本规模未发生重大变化；

⑨假设预测期被评估单位制定的目标和措施能按预定的时间和进度如期实现，并取得预期效益；应收款项能正常收回，应付款项需正常支付；

⑩假设无其他不可预测和不可抗力因素对被评估单位经营造成重大影响。

当以上评估前提和假设条件发生变化，评估结论将失效。

4）评估对象于评估基准日状态假设

①除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及资产的购置、取得或开发过程均符合国家有关法律法规规定。

②除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及资产均无附带影响其价值的权利瑕疵、负债和限制，假设评估对象及其所涉及资产之价款、税费、各种应付款项均已付清。

③除评估师所知范围之外，假设评估对象及其所涉及设备等有形资产无影响其持续使用的重大技术故障，该等资产中不存在对其价值有不利影响的有害物质，该等资产所在地无危险物及其他有害环境条件对该等资产价值产生不利影响。

（3）评估主要参数和评估结果

1）营业收入的确定

其乐融融营业收入主要来源于核心产品“快递助手”软件，结合其乐融融历史期的增长情况及行业的发展趋势、业务体量的整体发展情况预测，评估时对未来年度营业收入预测如下：

单位：万元

项目/年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
软件业务收入	5,883.32	6,353.99	6,735.23	7,071.99	7,390.23
收入增长率（年化）	15.00%	8.00%	6.00%	5.00%	4.50%
其他收入	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
合计	**5,933.32**	**6,403.99**	**6,785.23**	**7,121.99**	**7,440.23**

注：2023 年及以后进入永续期，营业收入不再增长。

上表中，经综合考虑电子商务行业的快速发展、其乐融融自身业务内容的不断拓展以及与各大平台合作的深入，预测其乐融融的主营业务收入将继续逐步增长。同时，考虑到行业增长逐步放缓的趋势、同类型软件应用竞争的影响以及其乐融融历史期的快速增长，预测期 2018 年至 2022 年各项业务的主营业务收入增长逐年下降趋于稳定且均低于历史期的增长率。

2）营业成本及毛利率的确定

其乐融融的营业成本主要系支付给平台的分成款、API 及服务器的使用成本等软件业务成本，这些成本与销售收入的关系比较密切，预计未来将随着营业收入的增长而增长。

历史期 2015 年至 2017 年，其乐融融的综合毛利率平均为 73.84%，在参考历史毛利率的基础上，考虑到行业竞争、人力成本提升等因素，本次评估未来年度的毛利率在毛利率基础上保持一个小幅下降的趋势，并逐步稳定在 67%-70%左右。

3）期间费用的确定

其乐融融的销售费用主要为工资和业务招待费等；管理费用主要包括工资、租赁费用、员工福利费等；财务费用包括利息收入和手续费。评估时根据各项费用的历史发生情况、费用性质和特点，并考虑企业未来发展进行预测，保持稳定且略有增长。

4）折现率的确定

本次评估选取与其乐融融类似的上市公司，按照加权平均资本成本（WACC）计算确定折现率。

根据其乐融融的经营状况和未来预期、行业风险系数、权益资本成本、债务资本成本等参数，计算确定的折现率为 15.48%。

综上所述，收益法评估中收入、成本及各项费用的测算、折现率的确定与其乐融融历史经营情况、发展趋势及行业的趋势基本一致，采用的各项参数均比较合理。按照收益法评估的其乐融融股东全部权益价值的评估值 11,300.00 万元，具有合理性。

（4）收购价格的公允性及是否存在利益输送

2018 年 1 月，公司收购其乐融融 55%股权时聘请了银信资产评估有限公司对其乐融融股东全部权益价值进行评估，在银信评估预测的基础上经公司与马明、左永志协商一致，最终确定本次收购其乐融融剩余 55%的价格为 5,680 万元，定价公允。

光云科技及其董事、监事、高级管理人员与马明及左永志不存在关联关系，也不存在委托持股、信托持股或其他形式的利益安排。

经光云科技实际控制人、马明、左永志确认，本次收购为各方的真实意思表示，转让程序合法、合规。

2、以含有控制权因素的 100%股权评估价值计算购买日之前持有的 45%股权于购买日的公允价值是否合理，是否存在价值高估风险

如上文所述：

（1）其乐融融非公众公司，其股权不存在活跃交易市场，在股权交易市场上难以找到与其乐融融相同或类似企业的股权交易案例，同时在证券市场上也难以找到与其乐融融在行业、资产规模及结构、经营范围及盈利水平等方面类似的可比上市公司，因此，以本次实际成交的价格为基础计算购买日之前持有的 45%股权于购买日的公允价值相对比较合理。

（2）以实际成交的价格计算的股权价值略低于银信评估的股权价值，相对更为谨慎，以实际成交的价格计算购买日之前持有的45%股权于购买日的公允价值，从计算结果看，有效避免了高估资产（商誉）和虚增利润。

因此，公司的公允价值确定方法合理，不存在价值高估风险。

（七）确认为无形资产的运营软件、商标权、客户关系的具体构成、评估方法及具体假设，折现率、分成收益和收益年限的合理性，客户关系的价值确定方法及主要参数估计，是否有充足的证据支持将上述未在账面反映的运营软件、商标权、客户关系确认为无形资产，入账价值是否公允，是否符合无形资产的确认条件和计量要求；

根据《资产评估执业准则——无形资产》，无形资产是指特定主体拥有或者控制的，不具有实物形态，能持续发挥作用并且能带来经济利益的资源。

执行无形资产评估业务，应当根据具体经济行为，谨慎区分可辨认无形资产和不可辨认无形资产，单项无形资产和无形资产组合。可辨认无形资产包括专利权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益、域名等。不可辨认无形资产是指商誉。

根据其乐融融历史期经营情况可知，其乐融融的运营软件、商标权和客户关系均与日常经营相关，并为公司日常经营带来经济利益，故在评估中确认为可辨认无形资产。

1、确认为无形资产的运营软件、商标权、客户关系的具体构成

（1）运营软件的具体构成

确认为运营软件的系其乐融融所拥有的各项软件著作权，具体如下：

序号	名称	软件著作权 登记书登记号
1	小蚁快件查询软件 V1.0	证书号：软著登字第 1141041 号 登记号：2015SR253956
2	小蚁商品管理软件[简称：小蚁商品管理]V1.0	证书号：软著登字第 1134834 号 登记号：2015SR247748
3	小蚁库存管理软件 V1.0	证书号：软著登字第 1140799 号 登记号：2015SR253713
4	小蚁财务软件[简称：小蚁财务]V1..0	证书号：软著登字第 1140757 号 登记号：2015SR253671
5	快递助手进销存软件[简称：快递助手进销存]2.0	证书号：软著登字第 1065072 号

序号	名称	软件著作权 登记书登记号
		登记号：2015SR177986
6	快递助手 APP 软件[简称：快递助手 APP]V1.0	证书号：软著登字第 1134829 号 登记号：2015SR247743
7	快递助手批量打印发货软件[简称：快递助手]5.0	证书号：软著登字第 1065068 号 登记号：2015SR177982

（2）商标权的具体构成

其乐融融的商标主要标识在公司自主研发的各类软件产品上，具体如下：

序号	商标注册证证书号	商标名称	核定使用商品	有效期限
1	18322906	Enjoyable	无线电广播；信息传送；电话通讯；计算机辅助信息和图像传送；卫星传送；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；提供互联网聊天室；提供数据库接入服务；数字文件传送；提供在线论坛	2026 年 12 月 20 日
2	18323125		计算机编程；计算机软件设计；计算机软件出租；计算机软件维护；替他人创建和维护网站；托管计算机站（网站）；计算机软件安装；计算机软件咨询；软件运营服务（SaaS）；信息技术咨询服务；通过网站提供计算机技术和编程信息；云计算	2026 年 12 月 20 日
3	18323191	其乐融融	计算机编程；计算机软件设计；计算机软件出租；计算机软件维护；替他人创建和维护网站；托管计算机站（网站）；计算机软件安装；计算机软件咨询；软件运营服务（SaaS）；信息技术咨询服务；通过网站提供计算机技术和编程信息；云计算	2026 年 12 月 20 日
4	18323039	其乐融融	无线电广播；信息传送；电话通讯；计算机辅助信息和图像传送；卫星传送；提供与全球计算机网络的电讯联接服务；提供互联网聊天室；提供数据库接入服务；数字文件传送；提供在线论坛	2026 年 12 月 20 日
5	18322795	其乐融融	广告宣传；广告代理；广告空间出租；计算机网络上的在线广告；为零售目的在通讯媒体上展示商品；广告版面设计；广告策划；进出口代理；替他人推销；市场营销	2026 年 12 月 20 日

3）客户关系的具体构成

其乐融融的客户关系主要系在历史经营过程中，与现有平台商户建立的长期合作关系。根据其乐融融主营产品的内容和特性，各大平台的商户选择其乐融融产品后，续期使用的概率较大，老客户的续期使用为其乐融融带来了经济效益，故评估确认上述客户关系为可辨认无形资产。

2、确认无形资产的评估方法及具体假设，折现率、分成收益和收益年限

（1）确认运营软件的评估方法、具体假设和主要参数

1）评估方法

对软件著作权组合的评估采用收益法，即预测相关的产品的销售情况，计算未来可能取得的收益，通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益，即评估对象在未来收益中应占的份额，折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

2）具体假设

①假设软件著作权的使用范围、场所及对象与相关证书的核定范围情况一致；

②假设软件著作权对应的软件产品所产生的收入、成本等在年度内均匀稳定发生；

③假设软件著作权对应的软件产品能够不断满足市场需求，其市场占有率不会有大的波动；

④假设软件著作权的权利人和使用人是负责的，有能力担当其职务，并有足够的能力合理使用和保护软件著作权组合；

⑤假设软件著作权对应的主要经营业务保持相对稳定不会遭遇重大挫折，总体格局维持现状；

⑥假设软件著作权许可实施不存在重大变化，权利人和使用者利用软件著作权正常经营；

⑦本次评估预测是基于权利人和使用者在正常合理使用该软件著作权和商标基础上生产的产品的市场占有率、盈利情况、竞争地位等不存在重大变化基础上的；

⑧假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素，造成对企业重大不利影响。

3）主要参数

①对应产品的收入预测

运营软件的业务收入根据其乐融融历史营业收入情况，并结合未来电子商务行业变动和竞争趋势等进行预测。其乐融融销售收入主要来源于核心软件产品“快递助手”，因此对应产品的收入预测与其乐融融股东全部权益价值评估所采用的软件业务收入的预测相同。

②分成率的确定

本次评估中收入分成率通过综合评价法确定，主要是通过对影响分成率的诸多因素，包括技术水平、成熟度、经济效益、市场前景、投入产出比、社会效益、产业政策吻合度、技术保密程度等因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，最终结合经验数据确定分成率。最终计算确定的分成率为 9.37%，考虑到软件著作权所涉及的领域技术更新比较快，软件著作权分成率需要考虑一定的衰减率，评估从 2018 年开始每年考虑 5%的技术衰减率。

③软件著作权组合分成收益的计算

软件著作权组合的分成收益=营业收入×收入分成率

④折现率的确定

折现率是将未来收益折算为现值的比率，根据本次评估特点和收集资料的情况，本次评估采用风险累加法确定折现率。根据对本评估项目的分析，确定折现率为 20%。

⑤收益年限的确定

根据《计算机软件保护条例》中规定，软件著作权自软件开发完成之日起产生，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日。

计算机软件行业属于技术更新较快的行业，随着行业的发展和技术的进步，未来将会出现更好的技术替代现有的技术。通过与企业管理层和有关专家座谈了解，认为委估软件著作权组合整体在 10 年内可以保持较好的收益性。

4）评估结果

根据软件著作权收入、分成率和折现率的参数，并套用有关计算模型计算得出软件著作权组合的评估值为 2,510.00 万元（取整）。

综上所述，运营软件评估中采用的评估方法、各项基础假设、各项参数和收益年限的确定均比较合理，评估结果合理。

（2）确认商标权的评估方法、具体假设和主要参数

1）评估方法

本次评估对商标组合的评估采用收益法，即预测相关的产品的销售情况，计算未来可能取得的收益，通过一定的分成率确定评估对象能够为企业带来的利益，即评估对象在未来收益中应占的份额，折现后加和得出该评估对象在一定的经营规模下在评估基准日的公允价值。

2）具体假设

①假设商标的使用范围、场所及对象与相关证书的核定范围情况一致；

②假设商标对应的软件产品所产生的收入、成本等在年度内均匀稳定发生；

③假设商标对应的软件产品能够不断满足市场需求，其市场占有率不会有大的波动；

④假设商标的权利人和使用人是负责的，有能力担当其职务，并有足够的能力合理使用和保护商标组合；

⑤假设商标对应的主要经营业务保持相对稳定不会遭遇重大挫折，总体格局维持现状；

⑥假设商标许可实施不存在重大变化，权利人和使用者利用软件著作权正常经营；

⑦本次评估预测是基于权利人和使用者在正常合理使用该软件著作权和商标基础上生产的产品的市场占有率、盈利情况、竞争地位等不存在重大变化基础上的；

⑧假设无其他人力不可抗拒因素及不可预见因素，造成对企业重大不利影响。

3）主要参数

①对应销售收入预测

其乐融融商标全部系日常经营活动中所使用，并主要用于核心软件产品“快递助手”，因此对应销售收入预测与其乐融融股东全部权益价值评估所采用的软件业务收入的预测相同。

②利润分成率的确定

本次评估中商标利润分成率通过综合评价法确定，主要是通过对影响分成率的诸多因素，包括行业特征、商标认可度、行业利润、行业中地位、法律保护状况等因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，最终结合经验数据确定分成率。本次评估时，最终确定的商标权利润分成率为 2.25%。

③折现率的确定

根据本次评估特点和收集资料的情况，本次评估采用风险累加法确定折现率。根据对本评估项目的分析，确定折现率为 20%。

④收益年限的确定

按照我国商标法的规定，商标注册成为无争议商标后，在合法续展的情况下，商标权可成为永久性收益的无形资产。由于公司的产品为日常消费产品，可以认定公司产品的周期为永续期，同时基于商标到期可以续展，且不随时间波动，综合上述各方面的因素，分析确定公司商标的收益期按永续期确定。

4）评估结果

根据商标相关产品收入、分成率和折现率的参数，并套用有关计算模型计算得出商标组合的评估值为 850.00 万元（取整）。

综上所述，商标权评估中采用的评估方法、各项基础假设、各项参数和收益年限的确定均比较合理，评估结果合理。

（3）确认客户关系的评估方法、具体假设和主要参数

1）评估方法

本次评估中对客户关系的评估采用多期超额收益法进行评估，主要估算步骤如下：

①确定客户关系的经济寿命期；

②预测经济寿命期内客户关系带来的营业收入；

③计算客户关系收益贡献额；

④采用适当折现率将客户关系收益贡献额折成现值；

⑤将经济寿命期内客户关系收益贡献额的现值相加并考虑税收摊销价值后确定客户关系的市场价值。

客户关系市场价值=客户关系收益贡献额折现值+税收摊销价值

客户关系收益贡献额=息税前利润（EBIT）－营运资金贡献额－长期资产贡献额－人力资源贡献额－所得税

息税前利润（EBIT）=现有客户营业收入-现有客户营业成本－营业费用－管理费用－财务费用

在无形资产进行转让时，受让方通常都可以将受让的无形资产按购买价值入账。按照会计准则的要求，无形资产账面价值应该在其经济寿命内逐年摊销，并且每年的摊销额可以税前列入成本、费用抵减所得税应纳税额。由于资产假设受让者减少所得税支出，因此可以为受让方产生收益，故具有价值属性。由于摊销抵税产生的价值就称为税务摊销价值。

2）具体假设

①假设评估对象所涉及企业在评估目的经济行为实现后，能按照规划的经营目的、经营方式持续经营下去，其收益可以预测；

②假设被评估单位生产经营所耗费的物资的供应及价格无重大变化；被评估单位的服务价格无不可预见的重大变化；

③假设被评估单位管理层勤勉尽责，具有足够的管理才能和良好的职业道德，被评估单位的管理风险、资金风险、市场风险、技术风险、人才风险等处于可控范围或可以得到有效化解；

④假设被评估单位在未来经营期内的资产规模、构成，主营业务，收入与成本的构成以及经营策略和成本控制等能按照被评估单位预测的状态持续，而不发生较大变化。不考虑未来可能由于管理层、经营策略以及商业环境等变化导致的资产规模、构成以及主营业务等状况的变化所带来的损益；

⑤假设评估对象所涉及企业按评估基准日现有的管理水平继续经营，不考虑该企业将来的所有者管理水平优劣对企业未来收益的影响；

⑥假设被评估单位在未来的经营期限内的财务结构、资本规模未发生重大变化；

⑦假设预测期被评估单位被评估单位制定的目标和措施能按预定的时间和进度如期实现，并取得预期效益；应收款项能正常收回，应付款项需正常支付；

⑧假设预测是基于基准日现存客户关系在正常合理维护基础上相关产品的市场占有率、盈利情况、竞争地位等不存在重大变化基础上的；

⑨假设无其他不可预测和不可抗力因素对被评估单位经营造成重大影响。

3）主要参数

①经济寿命周期确定

根据对评估基准日前年度的客户关系维持情况的分析，综合考虑评估基准日的客户关系现状综合确定其经济寿命为 10 年。

②客户流失率的确定

根据其乐融融所处行业特点、其乐融融客户管理及历史客户流失情况分析确定。

③其乐融融未来营业收入、营业成本、期间费用的预测

其乐融融未来预测期内营业收入、营业成本、期间费用的预测，详见上文“其乐融融股东全部权益价值评估”评估主要参数的确定。

④其乐融融评估基准日现有客户营业收入、营业成本、期间费用的预测

在其乐融融未来预测期内营业收入、营业成本和期间费用预测的基础上，考虑客户流失率，计算得到未来年度现有客户营业收入、营业成本和期间费用。

主要预测数据和经营成果如下：

单位：万元

项目/年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
现有客户营业收入	5,339.99	5,187.23	4,946.43	4,672.74	4,393.38
现有客户息税前利润	1,822.79	1,663.69	1,555.61	1,424.59	1,295.70
项目/年度	**2023 年度**	**2024 年度**	**2025 年度**	**2026 年度**	**2027 年度**
现有客户营业收入	3,954.04	3,558.64	3,202.78	2,882.50	2,594.25
现有客户息税前利润	1,166.13	1,049.52	944.57	850.11	765.10

注：现有客户预测期息税前利润为现有客户预测期营业收入减去现有客户预测期营业成本、期间费用等计算确定。

⑤现有客户软件著作权、商标贡献额的确定

现有客户软件著作权、商标贡献额的确定根据寿命期内的软件著作权、商标贡献额及客户留存率确定。即：

现有客户软件著作权、商标贡献额=软件著作权、商标贡献额×客户留存率

单位：万元

项目/年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
现有客户软件著作权和商标贡献额合计	619.44	577.42	528.60	479.60	433.28
项目/年度	**2023 年度**	**2024 年度**	**2025 年度**	**2026 年度**	**2027 年度**
现有客户软件著作权和商标贡献额合计	374.86	324.47	281.00	243.47	211.06

⑥现有客户营运资金贡献额的确定

营运资金追加额系指企业在不改变当前主营业务条件下，为保持企业持续经营能力所需的新增营运资金，如正常经营所需保持的现金、代客户垫付服务费（应收账款）等所需的基本资金以及应付的款项等。现有客户所需营运资金根据其寿

命期内的公司营运资金及客户留存率确定，按照现有客户所需营运资金与营运资金的预期收益率，计算现有客户营运资金贡献额。

营运资金的预期收益率采用现行 1 年期贷款基准利率，扣除 25%的所得税确定为 3.26%。

单位：万元

项目/年度	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
现有客户营运资金	1,535.92	1,521.26	1,458.14	1,387.63	1,313.54
现有客户营运资金贡献率	1,535.92	1,521.26	1,458.14	1,387.63	1,313.54
项目/年度	**2023 年度**	**2024 年度**	**2025 年度**	**2026 年度**	**2027 年度**
现有客户营运资金	1,182.19	1,063.97	957.57	861.81	775.63
现有客户营运资金贡献率	1,182.19	1,063.97	957.57	861.81	775.63

⑦现有客户固定资产的贡献额的确定

根据评估基准日的固定资产的评估价值，考虑资本性支出（现有固定资产改造更新支出除外）的影响，确定未来的年长期资产金额。长期资产贡献率根据现行五年期以上长期贷款利率 4.90%年金化计算确定为 12.29%，扣除 25%的所得税确定为 9.21%。

由于其乐融融为轻资产公司，固定资产金额较低，因此固定资产贡献额的影响金额较小，不再详细说明。

⑧现有客户人力资源贡献额的确定

人力资源属于商誉类无形资产，不作为可辨认的无形资产。采用超额收益法评估客户关系等无形资产时，需要扣除人力资源的收益贡献额。人力资源价值采用成本法进行评估确定。

⑨折现率的确定

本次评估选取与被评估单位类似的上市公司，按照加权平均资本成本计算确定折现率后，按照各资产的比重和回报率计算确定客户关系折现率，经计算，本次评估中客户关系的折现率确定为 16.00%。

4）评估结果

①客户关系收益贡献额折现

如上文所述，现有客户预期未来息税前利润扣除其他各类资产贡献合计后计算确定预计客户关系收益贡献额，经折现计算后为客户关系折现值。

单位：万元

项目/年份	2018 年度	2019 年度	2020 年度	2021 年度	2022 年度
现有客户息税前利润（a）	1,822.79	1,663.69	1,555.61	1,424.59	1,295.70
各类资产贡献合计（b）	709.09	662.64	608.20	553.69	502.07
客户关系收益贡献额（a-b）	658.00	585.13	558.51	514.75	469.70
客户关系收益贡献额折现	610.94	468.35	385.37	306.19	240.86
项目/年份	**2023 年度**	**2024 年度**	**2025 年度**	**2026 年度**	**2027 年度**
现有客户息税前利润（a）	1,166.13	1,049.52	944.57	850.11	765.10
各类资产贡献合计（b）	436.78	380.20	331.15	288.60	251.68
客户关系收益贡献额（a-b）	437.82	406.94	377.28	348.98	322.15
客户关系收益贡献额折现	193.54	155.08	123.94	98.83	78.65
客户关系折现值	**2,660.00（取整）**				

②客户关系税务摊销价值的确定

客户关系税务摊销价值具体如下：

单位：万元

客户关系折现值(A)	**2,660.00**
折现率(r)	16.00%
税率(T)	25%
税收摊销收益期限(n)	10
$\delta=\frac{1}{r}\left[1-\frac{1}{(1+r)^n}\right]$	4.83
$T\delta$	1.21
$n-T\delta$	8.79
税务摊销价值（B） $A(T\delta/(n-T\delta))$	**370.00**

③客户关系评估价值的确定

客户关系的评估值=客户关系收益贡献额折现额+税务摊销价值，即 3,030 万元。

综上分析，客户关系的评估按照资产评估准则采用了适用的评估方法进行；评估假设比较合理，与评估方法比较匹配；分成收益、折现率和收益年限等均按照相关评估准则和计算方法采用了评估基准日有效的参数，客户关系的估值比较合理。

3、是否有充足的证据支持将上述未在账面反映的运营软件、商标权、客户关系确认为无形资产

（1）确认无形资产符合相关法规的规定

上述运营软件、商标已取得相应的软件著作权、商标注册证书，详细请见“本问题、（七）、1”的相关表述，此外，光云科技非同一控制下企业合并其乐融融中，通过聘请评估机构，充分识别可辨认无形资产，并将“运营软件、商标权、客户关系”确认为无形资产，符合企业会计准则等相关规定。

（2）预期能够为公司带来长期、稳定的经济利益

其乐融融的运营软件、商标权、客户关系等主要系在历史经营过程中形成的，不具有实物形态，但是与日常经营相关，能长期、稳定发挥作用并且能带来经济利益的资源。公司管理层预计，基于其乐融融的基本业务情况，至少整体在 10 年内可以保持较好的收益性。

综上所述，将上述未在账面反映的运营软件、商标权、客户关系确认为无形资产是合理的，有充足的证据支持。

4、入账价值是否公允

如上文所述，运营软件、商标权、客户关系的评估方法和评估结果合理。公司按照银信评估后的价值确定为无形资产并核算，入账价值公允。

5、是否符合无形资产的确认条件和计量要求

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》、《企业会计准则解释第 5 号》、《2013 年上市公司年报会计监管报告》、《2018 年上市公司年报会计监管报告》等文件的规定，基于其乐融融历史经营情况，预计未来能够带来丰厚的经济利益，因此，公司基于谨慎性原则，将识别出的被购买方（其乐融融）的符合可辨认性标准的运营软件、商标权、客户关系等予以充分确认为无形资产，从而达到有效

避免多确认商誉，少确认无形资产，从而减少日常摊销，使得公司经营业绩被高估的情况。

（八）分析并与可比公司对比说明，上述无形资产按照 10 年进行直线摊销的合理性，客户关系按 10 年摊销是否符合电商行业特点、是否与商家客户的生命周期、公司客户的续费率、留存率等历史数据相匹配，是否存在减值迹象，减值测试的具体过程，减值计提是否充分；

1、无形资产按照 10 年进行直线摊销的合理性

（1）法律保护期限规定

1）软件著作权保护期限

根据《计算机软件保护条例》中规定，软件著作权自软件开发完成之日起产生，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日，但软件自开发完成之日起 50 年内未发表的，本条例不再保护。

2）商标权保护期限

按照我国商标法的规定，商标保护期限自商标注册公告之日起十年，但期满之后，需要另外缴付费用，即可对商标予以续展，次数不限。即，在合法续展的情况下，商标权可成为永久性收益的无形资产。同时，由于其乐融融的产品为日常消费产品，可以认定产品的周期为永续期；同时基于商标到期可以续展，且不随时间波动，综合上述各方面的因素，分析确定商标的收益期按永续期确定。

（2）预期未来收益期限

结合其乐融融的发展前景和未来预期收益性，管理层预计该部分无形资产整体在 10 年内可以保持较好的收益性。

（3）上市公司类似无形资产摊销期限对比

1）查询到的部分上市公司公告的软件著作权摊销期限情况如下：

公司名称	股票代码	摊销期限
航天信息	600271	10年
久其软件	002279	10年

公司名称	股票代码	摊销期限
久远银海	002777	10年
欧比特	300053	10年
数码科技	300079	10年
天泽信息	300209	10年
荣科科技	300290	10年

2）查询到的部分上市公司公告的商标权摊销期限情况如下：

公司名称	股票代码	摊销期限
东华软件	002065	10年
启明星辰	002439	10年
美亚柏科	300188	10年
科蓝软件	300663	10年

综上所述，公司对收购其乐融融而获取的无形资产预期未来能长期、稳定产生较好经济效益，参考其他上市公司类似无形资产的摊销期限，公司确定按照10年进行直线摊销，该摊销期限符合公司的预计收益情况，具备合理性。

2、客户关系按10年摊销是否符合电商行业特点

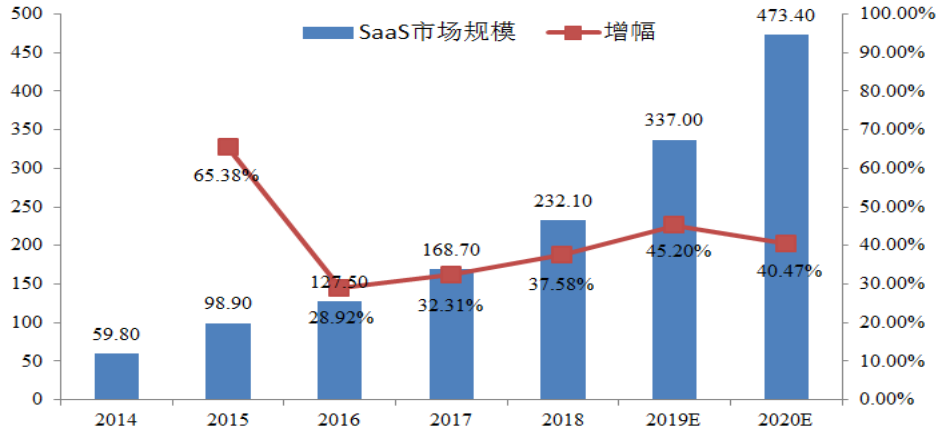
（1）电子商务行业总体发展情况

电子商务的快速发展源于20世纪90年代，经过二十多年的快速发展，电子商务经济以其开放性、全球化、低成本、高效率的优势，广泛渗透到生产、流通、消费及民生等领域，成为国民经济和社会发展新动力。

近年来，淘宝、京东、拼多多等各大第三方电商平台通过采取给予用户价格促销补贴、在城乡地区开设服务站下沉销售渠道、提升物流配送效率、拓展销售品类等方式， 吸引越来越多的消费者进行网络购物。目前，网络购物已逐渐深入我国居民的生活，成为重要的消费方式。

根据国家统计局电子商务交易平台的统计，2017 年中国电子商务市场交易规模达到29.16万亿元，同比增长11.7%，2012年至2017年年均复合增长率达到29.17%；2018年网络零售市场交易规模为9.01万亿元，同比增长25.49%，2012年至2018年年均增速为37.90%。

随着云计算行业的迅速发展及我国中小企业上云需求的提升，我国 SaaS 行业的市场规模不断扩张。根据艾瑞咨询发布的报告，我国 SaaS 市场规模增长迅速，预计 2020 年 SaaS 市场将达到 473.40 亿元，未来发展空间十分广阔。



数据来源：艾瑞咨询

综上，目前中国电子商务服务市场依然处于快速发展期，随着中国电子商务行业的发展，发行人所在的电子商务服务市场和发行人的核心业务 SaaS 软件服务预计仍将保持稳定的增长。

（2）其乐融融客户关系预期未来收益年限的考虑

其乐融融的核心产品“快递助手”软件相对比较成熟，能够有效满足客户的需求，已在国内各大主流电子商务平台成功入驻并广泛使用，在大多数合作平台同类软件中排名前列。

根据其乐融融历史年度的客户关系维持情况分析，综合考虑客户关系的情况，公司管理层确定客户关系的经济寿命为至少 10 年。

（3）收购完成后快递助手用户数变动情况

收购完成后，随着管理层对快递助手与光云科技现有资源的整合，产生了良好的协同效应，快递助手如下电商平台的用户数变动情况如下：

单位：万人

平台	2019 年 6 月底用户数	2018 年底用户数	2017 年底用户数
阿里巴巴商家服务市场	35.8	36.2	31
拼多多	10.5	8.3	4.1

平台	2019 年 6 月底用户数	2018 年底用户数	2017 年底用户数
1688	2.5	2.2	1.1
京东	1.6	1.8	1.7

如上表所示，快递助手的用户数量保持稳定增长态势。

（4）收购完成后快递助手经营业绩情况

随着快递助手用户数量的稳定增长，其乐融融的营业收入和利润总额也呈现稳定增长，具体如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度
营业收入	5,000.26	7,979.16	5,257.82
利润总额	2,754.69	4,950.76	2,072.78

综上所述，由于其乐融融的核心产品快递助手具备较强的市场竞争力，在国内电子商务市场及电商 SaaS 行业平稳发展的整体环境下，其乐融融的客户数量、经营业绩也保持稳定增长态势，在可预见的未来能够稳定为发行人带来经济回报，因此公司管理层预测其乐融融客户关系按 10 年摊销合理，符合整体电商行业稳定发展的行业特点。

3、无形资产减值测试过程

如上所述，运营软件、商标权、客户关系等无形资产系光云科技非同一控制下企业合并其乐融融所形成，收购完成后其乐融融的用户数量、销售收入、经营业绩都保持稳定增长，公司并购其乐融融形成的无形资产不存在减值迹象。

由于该类无形资产均系公司非同一控制下企业合并其乐融融形成，因此公司在对上述无形资产进行减值测试时，结合并购形成的商誉一并进行减值测试，经测试无形资产不存在减值情况，不需要计提减值准备。

具体减值测试过程详见本题（九）的有关内容。

（九）商誉的确认过程，结合发行人收购后的整合效果、其乐融融的简要财务数据和经营业绩情况等，说明商誉是否存在减值迹象，发行人对其商誉减值测试的过程，相关参数估计是否合理，商誉减值是否充分计提；

1、商誉的确认过程

公司将收购取得其乐融融股权的合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉，具体确认过程如下。

项目	金额（万元）
并购成本（A）	10,327.27
并购日其乐融融账面净资产（B）	2,127.93
识别出的可辨认无形资产增值（C）	6,390.00
其中：商标权评估值	850.00
运营软件（软件著作权）评估值	2,510.00
客户关系评估值	3,030.00
无形资产评估增值对应递延所得税负债（D）	1,597.50
商誉金额（E=A-B-C+D）	3,406.84

2、其乐融融被收购后的简要财务数据和经营业绩情况

报告期内，其乐融融的简要经营数据如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
营业收入（万元）	5,000.26	7,979.16	5,257.82	3,269.13
净利润（万元）	2,403.02	3,843.07	1,551.65	-252.55
经营活动产生的现金流量净额（万元）	1,759.93	4,774.76	1,995.28	-376.26

如上表所示，公司投资入股其乐融融以后，形成了良好的协同效应，尤其是2018年1月公司收购其乐融融100%股权以后，通过人员调整、资源和技术共享等方式，其乐融融的营业收入和净利润实现了快速增长，实现了良好的整合效果。

公司收购其乐融融形成的商誉不存在减值迹象。

3、发行人对收购其乐融融形成商誉的减值测试过程

虽然公司收购其乐融融形成的商誉不存在减值迹象，但公司仍按照《企业会计准则第8号——资产减值》的规定在报告期每期末进行商誉减值测试。经测试，公司收购其乐融融形成的商誉不存在减值，不需计提商誉减值准备。

2018年末和2019年6月末，公司收购其乐融融形成的商誉减值测试结果如下：

项目	2019年6月	2018年度
资产组可回收金额（万元）	24,790.89	30,400.73

项目	2019年6月	2018年度
包含商誉在内的资产组账面价值（万元）	7,480.47	7,720.09
是否发生减值	否	否

注：2019 年 6 月底，资产组可回收金额相比较 2018 年底出现较大幅度下降，主要是由于根据上市公司风险市场风险溢价情况计算并确定的折现率为 19%，高于以前年度确定的折现率 15%所致。

以 2019 年 6 月末公司最近一次针对收购其乐融融形成的商誉减值测试情况为例，详细说明商誉减值测试过程如下：

（1）商誉相关资产组可收回金额的确定方法

公司管理层以预计未来现金净流量的现值确定其乐融融商誉相关资产组的可收回金额。

（2）资产组的确定

由于其乐融融为轻资产公司，原收购时除结合未来预期收益评估确认的运营软件、商标权、客户关系等无形资产以外无其他与商誉相关的资产组，因此公司进行商誉减值测试时，与商誉相关的资产组仍只包括与未来经营相关的营业软件、商标权、客户关系等无形资产。

（3）关键参数

1）预测期为 2019 年至 2023 年（预测期共五年），后续为稳定期。

预测期五年符合证监会《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》等法规的相关规定。

2）预测期内主要财务数据的确定

单位：万元

项目	2019年7-12月	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	永续期
营业收入	4,972.32	10,597.04	11,656.74	12,239.58	12,851.56	12,239.58
净利润	2,237.55	4,530.23	4,734.10	4,722.26	4,710.45	4,486.15
销售利润率	45%	43%	41%	39%	37%	37%
经营活动现金流量金额	2,066.03	4,408.14	4,619.32	4,612.74	4,710.45	4,486.15

①营业收入的预测

随着快递助手软件的发展，快递助手已经在淘宝网等多个平台获得同类软件市场占有率第一。公司管理层预测，其乐融融未来销售收入将从快速增长期逐渐进入稳定增长期，因此未来预测期内的营业收入预计按照 10%-5%的速度缓慢增长（预测期内营业收入增长率逐年下滑，2022 年、2023 年营业收入增长率为 5%，2024 年进入永续期，预计营业收入不再增长）。

预测期内，年度收入增长率，远低于其乐融融历史营业收入增长速度，相对比较谨慎。

②利润的预测

公司基于过去三年一期的历史数据并考虑未来成本费用的适当增长，预测其乐融融的成本、费用情况，并以此为基础，预测未来每年的利润情况。

结合公司收购其乐融融 100%股权后的 2018 年度、2019 年 1-6 月平均销售利润率 46%，考虑到未来成本费用的适当增长，预测期其乐融融的销售利润率从 45%逐步降低到 37%，预测期的销售利润率低于历史实际水平，预测比较谨慎。

③经营活动现金流量金额的预测

根据预测的每年利润，扣除预计每年增长的运营资本增加，预测每年的经营活动现金流量金额。

综上所述，其乐融融预测期内的各项主要指标均以历史实际财务数据为基准，预测比较谨慎，预测结果合理。

3）折现率的确定

公司根据其乐融融未来业绩发展预期情况和所处行业同行业上市公司的风险市场风险溢价情况，计算并确定折现率为 19%。

管理层进行减值测试所采用的折现率相对比较谨慎，符合其乐融融及其所处行业的发展情况，具备合理性。

（4）减值测试结果

经测试，截至 2019 年 6 月底，包含商誉在内的资产组减值测试情况如下：

项目	金额（万元）
资产组可回收金额（预计未来现金净流量的现值）	24,790.89

项目	金额（万元）
包含商誉在内的资产组账面价值	7,480.47

如上表所示，经测试，包含商誉在内的资产组预计未来可收回金额远高于其账面价值，商誉不存在减值情况，不需要计提减值准备。

（十）是否存在业绩承诺或业绩对赌情况，收购后的整合措施及整合效果。

1、业绩承诺或业绩对赌情况

淘云科技 2016 年 6 月收购其乐融融 45%股权时，在《关于收购北京其乐融融科技有限公司 45%股权之股权转让协议》中与创始股东马明、左永志就其乐融融经营业绩情况作出如下约定：

“创始股东承诺，目标公司截至 2016 年 12 月 31 日的活跃付费用户数量不低于 25 万人；如目标公司截至 2016 年 12 月 31 日的活跃付费用户数量低于 25 万人，则各方同意对目标公司 100%股权的整体估值及股权转让价格同比例向下进行调整，即调整后的股权转让价格＝截至 2016 年 12 月 31 日目标公司实际活跃付费用户数量÷25 万×1 亿元×45%。如发生股权转让价格调整事项，则创始股东应于前述股权转让价格调整事项发生后按受让方的要求将调整前股权转让价格大于调整后股权转让价格的部分，以现金形式返还受让方，为免疑义，若前述股权转让价格调整导致八二五新媒体应予返还任何股权转让价款的，该等返还股权转让价款的责任亦由创始股东承担。

如目标公司快递助手软件截至 2016 年 12 月 31 日的活跃付费用户数量低于 20 万人，则受让方有权解除本协议。如因解除协议导致八二五新媒体、受让方遭受经济损失，则该等损失由创始股东承担。”

2016 年 12 月 31 日，其乐融融活跃付费用户数量为 27.19 万，上述经营业绩承诺已完成，未触发相关对赌条款。

除上述业绩承诺外，公司不存在其他与其乐融融收购相关的业绩承诺或业绩对赌情况。

2、整合措施及整合效果

公司 2018 年度收购其乐融融后，从人员、技术、产品、业务资源等方面对其进行整合：

（1）公司在保留其乐融融原有业务团队的基础上，增派新的管理人员和技术人员，加强对其乐融融经营活动的管理，并加深与原研发团队的技术合作；

（2）公司将原有电商 SaaS 产品积累的核心技术与服务经验运用至快递助手产品，有效提升了快递助手在电商大型促销活动等大数据量场景下的数据处理能力和稳定性，为产品功能的持续升级提供了有力的技术支持；

（3）公司推出快递助手专业版，完善了产品版本设置，版本定价亦有所提升；

（4）公司向其乐融融共享了市场、销售、客服等业务支持团队，运用丰富的行业经验和业务资源，加速快递助手多平台化进程。同时，公司通过向快递助手导入线下快递网点用户，进一步拓展了产品的获客渠道。

经过上述整合后，快递助手的数据处理能力和稳定性得到大幅提升，产品的用户体验得到有效保障，客单价、付费用户数等核心业务指标均呈现增长趋势，形成付费用户数在阿里巴巴商家服务市场订单管理类目排名第一、在多个电商平台订单管理类目排名前三的优势地位，具体如下：

1）快递助手在“双十一”当天的峰值订单处理量由 2017 年度（收购前）的 5,272.56 万提升至 2018 年度（收购后）的 6,219.27 万，增幅达到 17.96%。

2）2018 年度，快递助手合计实现销售收入 7,915.87 万元，同比增长 55.75%；在阿里巴巴商家服务市场外的主要电商平台拼多多、京东上分别实现销售收入 1,078.96 万元和 720.26 万元，同比分别增长 240.87%和 103.24%。

3）整合前后，快递助手产品平均付费用户数增长情况如下：

付费用户数（万）	整合后		整合前	
	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
快递助手	48.48	44.13	31.84	20.65

注：2019 年 1-6 月数据已年化处理。

（十一）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈公司管理层了解其乐融融与公司业务之间的关系、公司分次收购其乐融融的原因、收购价格的确定依据、收购后的整合措施及整合效果等。

2、取得并审阅公司收购其乐融融相关的股权转让协议以及其乐融融历次工商变更资料、公司章程、股东会和董事会会议文件等，判断公司在持有其乐融融45%股权时未将其纳入合并报表范围的合理性。

3、取得并审阅公司收购其乐融融相关的股权转让协议、工商资料、转让款支付凭证、资产评估报告等文件，核查收购其乐融融所履行决策程序的合法合规性，判断评估结果的合理性和收购价格的公允性。

4、获取并查阅其乐融融员工花名册、公司日常经营管理审批记录等。

5、取得其乐融融原股东苏州新媒体、马明、左永志关于历次股权转让的书面确认。

6、获取并查阅了其乐融融 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月的财务报表；获取并复核公司管理层对其乐融融长期股权投资的减值测试过程；对测试结果执行敏感性分析程序。

7、获取并复核公司管理层于 2018 年收购其乐融融剩余股权时对原持有股权按照公允价值重新计量产生损失的计算过程。

8、获取并查阅了银信资产评估有限公司出具的“银信评报字（2018）沪第0012 号”《资产评估报告》，了解并复核评估师对其乐融融股东全部权益价值评估，对运营软件、商标权、客户关系评估时所采用的评估方法、评估主要假设、评估主要参数、评估结果等。

9、了解并分析公司管理层对其乐融融运营软件、商标权、客户关系等的预期收益情况的判断，公司对其乐融融上述无形资产财务核算情况。

10、获取公司管理层关于软件著作权、商标权、客户关系等预期收益年限的认定，并结合电子商务行业的发展情况，判断公司管理层的认定是否合理。

11、查阅了部分上市公司的公告，了解可比公司软件著作权、商标权等无形资产的会计摊销期限。经查阅，公司无形资产的摊销期限和摊销方法与其他上市公司保持一致，具备合理性，符合公司的实际情况。

12、取得并复核公司收购其乐融融形成商誉的减值测试过程。经复核，公司减值测试过程符合企业会计准则的规定，减值测试结果准确，收购其乐融融形成的商誉和运营软件不存在减值迹象，未发生资产减值，不需要计提资产减值准备。

经执行上述核查程序，保荐机构和申报会计师认为：

1、2016 年 7 月，公司收购其乐融融 45%的股权，是在充分考虑其乐融融未来经营发展预测的基础上确定的收购作价，交易价格公允。

2、2016 年 7 月，公司收购其乐融融 45%的股权时并不能控制其乐融融，发行人未将其纳入合并报表范围符合《企业会计准则》的规定。

3、公司对其乐融融投资以后，其乐融融经营状况良好，长期股权投资不存在减值迹象，不需要计提减值准备。2018 年 1 月，公司于购买日重新计量购买日之前持有的其乐融融股权的公允价值并确认投资损失的计算结果准确，有效避免了高估资产价值、虚增商誉和虚增利润，公司管理层的处理更为谨慎。

4、光云科技于 2018 年 1 月实际取得光云科技的控制权，由于工商变更登记时间滞后，导致在 2018 年 2 月才完成工商变更登记手续，但工商变更登记手续未完成并不影响控制权的转移，因此公司将 2018 年 1 月份作为购买日并将收购其乐融融认定为非同一控制下企业合并的依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

5、光云科技两次收购其乐融融股权不属于一揽子交易，公司会计处理符合《企业会计准则》的规定。

6、其乐融融股东全部权益价值的评估方法、评估假设、评估主要参数及评估结果比较合理。交易各方参考评估价值，经协商确定收购价格，价格公允，不存在利益输送。公司管理层结合其乐融融的实际情况，以实际成交的价格计算购买日之前持有的 45%股权于购买日的公允价值，方法合理，能够有效避免高估资产（商誉）和虚增利润，不存在价值高估风险。

7、公司在非同一控制下合并北京其乐融融过程中对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认为无形资产的运营软件等，进行充分辨认并确认为无形资产核算，入账价值公允，符合《企业会计准则》和证监会的相关规定。公司的会计处理比较谨慎，有效避免了多确认商誉、高估经营业绩的情况。

8、公司运营软件、商标权、客户关系的摊销期限和摊销方法，符合公司实际经营情况和预期收益情况，与整体电商行业稳定发展的行业发展趋势相吻合，具备合理性。

9、公司收购其乐融融后，经营良好，并购形成的商誉和无形资产不存在减值迹象，未发生资产减值，不需要计提资产减值准备。

10、除 2016 年 6 月收购其乐融融 45%股权时存在业绩承诺外，公司不存在其他与其乐融融收购相关的业绩承诺或业绩对赌情况，收购后其乐融融经营业绩出现快速的增长，实现了良好的整合效果。

问题 24

报告期内，公司营业收入分别为 26,224.99 万元、35,836.58 万元、46,549.38 万元，其中，超级店长收入增速放缓，旺店系列收入高速增长，因 2018 年合并其乐融融快递助手产品贡献收入 7,915.87 万元。请发行人披露：（1）在电商平台商家服务市场提供的产品和服务确认收入的具体依据，发行人如何获取相关信息；（2）报告期内超级店长在京东等其他电商平台的收入增长缓慢的原因，其他电商平台与阿里巴巴平台市场的异同，发行人产品在其他电商平台是否具有竞争力，发行人是否具有在其他电商平台有效开拓客户的能力和竞争优势；阿里巴巴是否对发行人在其他电商平台开展业务存在限制、发行人主要为阿里平台服务是否影响其拓展其他电商平台的业务；（3）2018 年超级店长在阿里巴巴商家服务市场上的用户数量下降 8.08%的原因，该趋势是否具有持续性，发行人在该市场的市场份额是否出现下降，售价提升是否与可比公司同类产品变动一致；（4）报告期内旺店系列不同产品收入变动趋势不一致的原因，未来的主要收入增长点，旺店交易付费用户数量和销售均价可预见的变动趋势；（5）2018 年快递助手在阿里巴巴平台的销售均价同比增长 14.05%的原因以及未来可预见的变动趋势，售价提升是否与可比公司同类产品变动一致；（6）报告期内快麦电子面单打印机销售均价持续下降，2018 年销量增速仅 4.47%，结合该产品的市场竞争状况、发行人对该产品的目标定位及经营策略等分析该产品可预见的收入以及对发行人收入贡献的变动趋势；（7）快麦打印机推广中附赠配件、耗材的会计处理以及对发行人的财务影响；（8）2018 年运营服务业务、CRM

短信收入均同比下滑的原因；云托管业务销售模式的调整变化情况，以及由此导致的用户数量减少是否具有持续性，量化分析用户数量下降、销售均价提升对收入变动的影响；CRM 短信收入确认的依据、数据来源以及及时、准确性；（9）按季度分析营业收入的季节性波动情况，是否与下游电商行业的季节性特征一致；（10）报告期内第三方回款金额及占营业收入的比例均持续提高，未来可预见的变动趋势，发行人相关内控措施是否有效；（11）发行人业务、财务等信息系统的使用情况，信息系统相关的内部控制措施及运行情况，业务数据如何实现与财务数据的对接，如何保证收入确认的准确性。

请发行人结合 2018 年部分产品收入增速放缓甚至负增长的情况，说明此类产品是否存在市场瓶颈或者产品竞争力下降的情况，以及发行人所采取的应对措施及有效性，并在招股说明书中作充分的风险揭示。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师说明：（1）发行人的收入确认政策是否与可比公司一致，收入确认政策在报告期内是否得到一贯执行；（2）对不同产品线上（有商家服务市场、无商家服务市场的不同电商平台）销售、线下销售的核查方式、核查比例、核查证据及核查结论，对电商 SaaS 产品终端客户的核查情况，通过何种程序核实终端客户的真实性以及相关采购的真实性、有效性，并对收入的真实性、准确性发表明确意见；（3）对信息系统出具专项核查报告，详细说明对发行人信息系统的核查范围、核查人员、核查内容、核查方法、核查过程、核查证据及核查结论，并对发行人与信息系统相关内部控制的有效性，业务系统是否真实、准确、完整地记录发行人的经营活动，财务系统所引用的业务系统数据是否真实、准确、完整，业务系统的运营数据和财务系统的财务数据是否相匹配发表明确意见。

回复：

（一）在电商平台商家服务市场提供的产品和服务确认收入的具体依据，发行人如何获取相关信息；

公司在各电商平台提供产品和服务所对应的收入确认具体方法和依据详见本反馈回复问题 20。

公司在各电商平台获取收入确认的具体方法及相关依据如下：

分类	服务市场	客户订单信息获取方式	收入确认依据及过程
有服务市场并分月给予回款的电商平台	阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场、苏宁服务市场	公司入驻此类电商平台服务市场时需注册帐号，服务市场账房按月向公司推送本月订单的对账单信息，公司登录账号后于服务市场账房自行下载对账单。	公司内部营收系统根据电商平台订单数据计算收入金额，并与账房账单信息进行核对。公司依据核对后的电商平台服务市场对账单金额确认收入。
有服务市场并由服务市场一次性回款的电商平台	京东服务市场、饿了么、蘑菇街	公司入驻此类电商平台服务市场时需注册帐号，平台按月向公司推送本月订单的对账单信息，公司登录账号后自行下载对账单。	公司内部营收系统根据电商平台订单数据，并将其与电商平台对账单进行核对。 公司营收系统根据核对后的数据及服务期限对订单金额进行分摊，并相应确认收入。
无服务市场，由平台商家直接向公司订购产品的电商平台	拼多多、Lazada、速卖通	该等平台的电商商家直接向公司订购产品并支付价款，平台在客户向公司订阅时会生成相应的订单数据，公司通过平台开放的数据接口实时获取该等数据。	公司内部营收系统根据电商平台订单数据和服务期限对订单金额进行分摊，并相应确认收入。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入和成本”之“2、收入确认具体原则”中进行补充披露。

（二）报告期内超级店长在京东等其他电商平台的收入增长缓慢的原因，其他电商平台与阿里巴巴平台市场的异同，发行人产品在其他电商平台是否具有竞争力，发行人是否具有在其他电商平台有效开拓客户的能力和竞争优势；阿里巴巴是否对发行人在其他电商平台开展业务存在限制、发行人主要为阿里平台服务是否影响其拓展其他电商平台的业务；

1、电商 SaaS 行业的主要发展趋势

（1）产品由综合化逐渐转向专业化

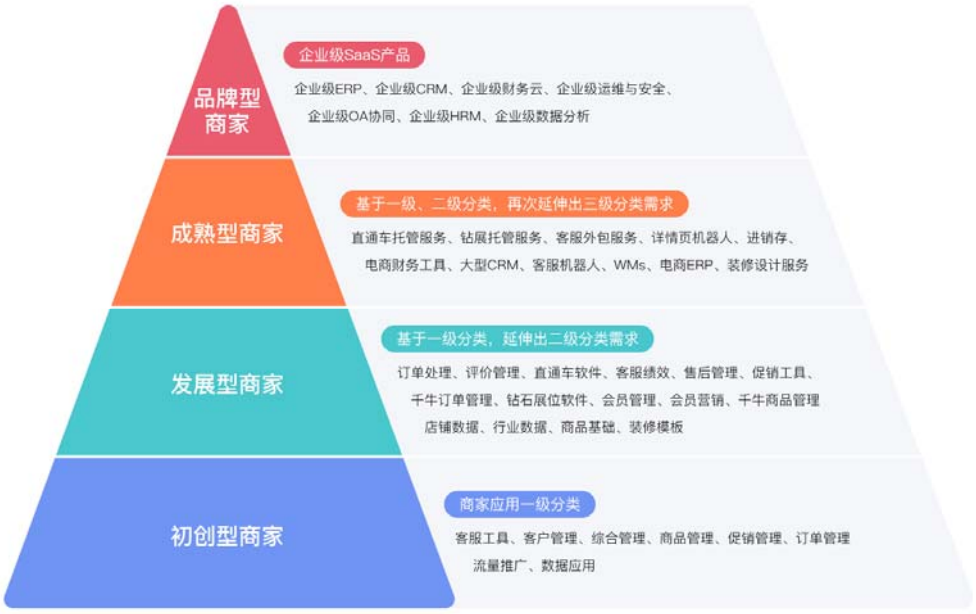
电子商务平台发展初期，入驻电商商家以小微企业为主，通常由一个和少数人员承担起运营、财务、客服、设计、仓配等多个角色，由此产生了以信息技术来全面优化业务活动或商业流程的需求。同时，早期开展电商 SaaS 业务的企业产品研发能力较为有限，因此早期电商 SaaS 产品以满足店铺综合管理需求为主，单款软件承担了较多的综合管理职责，但对电子商务各业务环节的专业及垂直细分功能仍处于探索和发展阶段，产品呈现出功能较全但较为基础的特征。

随着电商行业的逐渐发展，部分规模较大的商家逐步开始精细化分工，对电商 SaaS 产品的功能要求更加多样化和专业化。另一方面，电商平台为了满足店铺的经营需求，不断增加 SaaS 产品类目和技术接口设置，从而推动了更多的电商 SaaS 产品产生。由此，电商 SaaS 行业内的产品及服务类目逐渐增多，产业链分工日益明确，垂直细分领域的电商 SaaS 产品由于其专业性和高性价比呈现出更加快速的发展趋势。

目前，电商 SaaS 行业已形成了丰富的产品和服务类目，能够满足电商商家生产经营过程中的各类需求：

（2）用户分层和对应需求日渐清晰

电子商务行业在不断的发展、竞争和整合过程中，逐渐形成了较为清晰的金字塔型结构，各层电商商家对 SaaS 产品的需求也具备较为明显的特征：



如上图所示，金字塔结构的底层为数量最多、规模较小的初创型商家，该等商家未来不确定性较大，对电商 SaaS 产品处于摸索阶段，需求较为简单和基础，且对产品价格高度敏感；中层为发展中商家，该等企业已具备较为稳定的业务模式，对电商 SaaS 产品形成了一定黏性，但受限于自身业务规模投入预算有限，因此对性价比较高的垂直细分领域电商 SaaS 产品表现出较高的需求；顶层为少量成熟型商家和品牌型商家，该等商家在资金、获客渠道、供应链管理等方面具备明显的竞争优势，希望通过专业性更强的 SaaS 产品增强内部经营管理效率并提升盈利能力，对价格的敏感性较低，而更加注重产品效果。

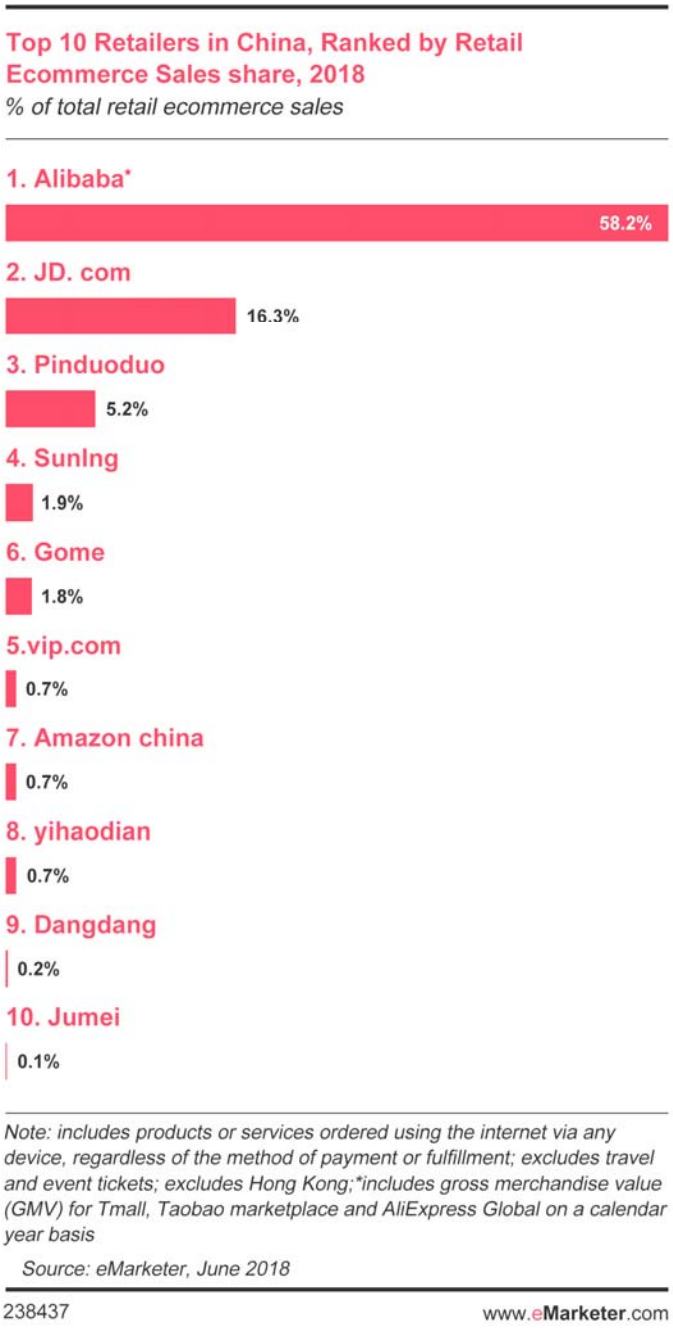
其中，成熟型商家和品牌型商家具有较高的客户稳定性、较多的垂直细分功能需求性以及较强的支付购买力，是电商 SaaS 企业重点争取的客户群体。未来，随着市场竞争的深入，成熟型商家和品牌型商家在电商行业的竞争优势将愈发明显，聚焦成熟型及品牌型商家需求、争夺该类客户资源是市场的必然趋势。

（3）用户多平台的发展趋势

电商 SaaS 行业的上游是以淘宝、天猫、京东为代表的电商平台，其积累了行业的大量资源，对电商 SaaS 企业有较大的影响力。近年来，以拼多多为代表的新型电商平台、以抖音、快手为代表的短视频平台及 AliExpress、Lazada、Wish 等跨境电商平台的出现，使得行业的多平台发展趋势愈发明显。为满足商家多平

台发展的需求，电商 SaaS 企业逐渐开发了符合各平台特色的产品和服务，呈现出多平台经营的特点。

虽然电商平台数量明显增多，但目前淘宝和天猫平台仍为行业内规模最大、入驻商家最多的平台。根据 eMarketer 的报告显示，截至 2018 年 6 月，我国市场份额排名前五的零售电商平台分别为阿里巴巴、京东、拼多多、苏宁和唯品会，其中阿里巴巴的市场份额达到 58.2%，远超排名第二的京东，而排名第四、第五的苏宁和唯品会的市场份额已不足 2%：



因此，虽然电子商务商家有较强的多平台发展需求，但由于阿里巴巴旗下平台仍是国内电子商务最大的平台，发行人在开拓新兴平台的同时，仍需保证在阿里巴巴旗下平台投入足够的产品开发和维护力度，以维持在该平台乃至整个行业内的竞争地位。

（4）光云的系列软件在上述趋势中的发展历程、自主研发和收购的原因

上述电商 SaaS 行业的发展趋势对公司产品系列的形成及变化产生了较为深远的影响。公司以核心产品超级店长为立足点，逐渐推出了超级快车、旺店系列、快递助手、快麦电商、配套硬件及 CRM 短信等一系列的 SaaS 产品和其他增值产品，公司相关产品及服务的演变情况如下：

公司较早研发并推出的超级店长为电商 SaaS 行业早期代表性产品之一。作为一款商家店铺综合管理 SaaS 产品，超级店长集合了商品管理、订单管理、店铺装修、客服绩效、数据分析等大量功能，强调通过自动化批量操作，提升电商商家各业务环节的经营效率。

随着电商商家的运营需求的逐步精细化，电商 SaaS 产品及服务类目逐渐增多，公司为满足客户需求，通过自主研发陆续推出了快麦绩效、超级快车等产品，在细分类目中均取得了一定的市场地位。随着电商 SaaS 产品垂直化、专业化的趋势进一步凸显，公司加大在垂直细分领域的产品研发投入，并择机以并购方式完善产业布局。公司旺店系列产品和快递助手分别为千牛平台和订单管理类目排名前列的电商 SaaS 产品，在 2016 年度至 2018 年度分别实现 106.72%和 59.96%

的复合年均收入增长。同时，公司借助快递助手、超级快车等产品，逐渐打开京东、拼多多、1688 等电商平台市场，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月公司电商 SaaS 产品在阿里巴巴商家服务市场外其他平台的销售收入分别为 31.14 万元、102.69 万元、3,183.68 万元和 2,450.91 万元，公司多平台化发展已初见成效。

公司主要产品对应的类目板块如下：

至此，公司已基本覆盖订单管理、商品管理、促销管理、流量推广、客服工具等各个类目板块，具备向平台多数初创型、发展中乃至部分成熟型商家提供几乎全业务流程的服务能力：

商家应用需求分类							
初创型商家	订单管理	商品管理	促销管理	流量推广	客服工具	客户管理	数据应用
发展型商家	商品基础工具 装修模板 千牛商品管理	商品基础工具 装修模板 千牛商品管理	互动营销 促销工具	直通车软件 钻石展位软件	售后管理 客服绩效	会员管理 会员营销	店铺数据 行业数据
成熟型商家	进销存 电商ERP WMS	详情页机器人 装修设计服务		直通车托管服务 钻展托管服务	客服机器人 客服外包服务	大型CRM	电商财务工具

注：上图中蓝色文字为公司已覆盖的应用类目，绿色文字为公司正在研发推广的应用类目。

但如上表所示，公司对成熟型商家需求的覆盖程度较低，而公司在经营过程中已经认识到成熟型商家在电商行业未来竞争格局中占据极为重要的地位。因此，公司借助为广大电商商家服务过程中积累的产品研发、迭代、运营和服务经

验，基于对成熟型商家需求的理解，培育并陆续推出了快麦 ERP、快麦设计等产品，并调整了快麦电商等原有产品的用户定位，逐渐开拓了一批头部成熟型电商客户。未来，公司将进一步梳理成熟型商家的业务流程，完善符合成熟型商家需求的产品和服务布局，以应对行业潜在竞争。

2、行业内主要平台情况及公司在该等平台的业务开展情况

受发展历程、经营策略等影响，各电商平台形成了不同的定位和特点，入驻商家对电商 SaaS 产品的需求亦存在一定差异，具体如下：

项目	阿里巴巴	京东	拼多多	苏宁	唯品会	饿了么	1688
平台类型	综合型电商平台	综合型电商平台	综合型电商平台	综合型电商平台	垂直型电商平台	本地生活服务平台	综合型 B2B 电商平台
商家类型	以第三方商家为主	自营为主	均为第三方商家	自营为主	自营为主	均为第三方商家	以第三方商家为主
商家结构	天猫平台以成熟型和品牌商家为主，淘宝平台以初创型和发展中商家为主，以店铺为核心进行商品展示	以成熟型电商和品牌电商为主	以初创型和发展中电商为主，以商品为核心进行展示	以成熟型电商和品牌电商为主	以成熟型电商和品牌电商为主	本地生活服务商家	以发展型和成熟型商家为主
是否设有服务市场	是	是	否	是	否	是	是
商家对电商 SaaS 产品的需求	天猫平台商家对企业级 SaaS 产品需求较大，淘宝平台商家对基础电商和垂直细分领域的专业 SaaS 产品的需求较大	对企业级 SaaS 产品需求较大，对基础电商 SaaS 产品的需求较小	由于未设立服务市场，且其运营以商品展示为侧重点，因此目前对基础电商 SaaS 产品的需求较大	对企业级 SaaS 产品需求较大，对基础电商 SaaS 产品的需求较小	对第三方电商 SaaS 产品的需求较少	对基础电商 SaaS 产品的需求较大	对基础类和垂直细分领域的专业电商 SaaS 产品均有一定需求

（1）阿里巴巴平台：阿里巴巴商家服务市场自 2009 年成立以来经历多年发展，成熟度较高。细分平台中，淘宝和天猫商家对电商 SaaS 产品的具体需求存在一定差异。淘宝平台以初创型和发展中商家为主，该等商家规模普遍较小，人员构成简单，通常由一个或少数人员承担多个角色，且淘宝平台以店铺为核心进行商品展示，因此该等商家对店铺综合管理、商品管理、订单管理等综合类电商 SaaS 产品存在较大需求。天猫平台以成熟型和品牌商家为主，业务流程分工明

确，对电商 SaaS 产品的专业性和性能要求较高，因此对企业 ERP、客服机器人、大型 CRM 等产品的需求较大。

（2）京东平台：京东平台部分为自营业务，由京东自行运营管理，不存在对外采购电商 SaaS 产品的需求。入驻京东平台的第三方商家主要为成熟型和品牌商家，该等商家对电商 SaaS 产品的需求与天猫平台商家类似，对店铺综合管理等基础电商 SaaS 产品的需求相对较小。

（3）拼多多平台：拼多多平台以初创型和发展中商家为主，该等商家对电商 SaaS 产品的需求与淘宝平台商家类似。由于拼多多平台当前以商品展示为主要展示模式，弱化店铺展示，故平台商家对综合类店铺管理软件的需求较少。

（4）苏宁平台：苏宁平台以成熟型电商和品牌电商为主，该等商家对电商 SaaS 产品的需求与京东平台第三方商家类似。

（5）唯品会平台：唯品会平台以自营业务为主，由唯品会统一运营管理，故平台整体对第三方电商 SaaS 产品的需求较少。

报告期内，公司在上述主要电商平台开展的电商 SaaS 业务及实现的销售收入情况如下：

单位：万元

平台	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度	主要产品
阿里巴巴商家服务市场	12,803.09	25,588.81	17,440.65	14,515.65	超级店长、旺店系列、快递助手等
除阿里巴巴商家服务市场外的主要阿里巴巴集团旗下平台（钉钉、1688、饿了么）	589.90	564.33	-	-	快递助手、超级店长、爆单宝等
京东	414.92	804.96	40.12	19.20	快递助手、超级店长等
拼多多	946.65	1,212.97	-	-	快递助手、超级店长、推广宝等
苏宁	5.54	7.89	-	-	快递助手等
唯品会	3.04	0.87	-	-	快递助手

如上所述，**受平台自身运营策略以及商家对电商 SaaS 产品需求倾向的影响，报告期内公司在阿里巴巴商家服务市场的收入占比较高；而随着公司多平台战略的推进，公司在钉钉、1688、饿了么等其他阿里巴巴集团旗下平台以及拼多多的营业收入呈现快速增长趋势。**

3、公司在京东平台收入增长较为缓慢的原因

公司先后在京东平台开展超级店长、快递助手等业务，各业务在报告期内的收入情况如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
超级店长	33.01	76.73	40.12	19.20
快递助手	369.63	720.26	-	-
其他	12.28	7.97	-	-
合计	**414.92**	**804.96**	**40.12**	**19.20**

根据京东年报披露，2016 年至 2018 年，京东平台上店铺数量分别为 12 万、17 万和 21 万，店铺数量趋于稳定。如前文所述，**京东平台部分为自营业务，本身不存在对外采购电商 SaaS 产品的需求，而入驻京东平台的第三方商家主要为成熟型和品牌商家，对基础电商 SaaS 产品的需求相对较小，导致公司上述产品在京东平台的整体增长空间受到一定影响。近年来，公司根据平台用户特征，通过产品改进，推出更加契合京东客户群体需求的产品。自 2018 年以来，公司在京东平台的收入有了较大的提升。**

4、公司在其他电商平台的客户开拓情况和竞争优势

如前文所述，主要电商平台中，拼多多商家对电商 SaaS 产品的需求与阿里巴巴平台商家相类似，因此公司在拼多多平台上的收入增长最为显著。报告期内，公司在拼多多平台上运营的主要产品包括快递助手、推广宝等，该等产品的收入增长情况如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度
快递助手	805.92	1,078.96
推广宝	99.05	18.39
小计	**904.97**	**1,097.34**

综合本小题 3、4 的分析可知，**公司产品在其他电商平台同样具备竞争力，在公司通过产品研发及根据不同平台的用户特征推出有针对性的产品后，在如**

京东、拼多多等其他平台上的收入有了较大的提升，公司具备在其他电商平台有效开拓客户的能力和竞争优势。

5、阿里巴巴对公司业务的影响

基于上述业务发展情况以及公司在拼多多等其他平台所取得的经营成果，阿里巴巴对公司在其他平台开展业务不存在明确限制，公司主要基于阿里巴巴旗下平台开展业务的情况不会对公司拓展其他电商平台的业务构成不利影响。

但另一方面，尽管公司在拼多多等其他电商平台的业务拓展已取得了一定成效，鉴于其他平台总体体量小于阿里巴巴平台，部分平台暂未设立服务市场或未对部分类目开放数据接口，以及平台商家对电商 SaaS 产品的需求存在一定差异，公司电商 SaaS 产品在其他平台的收入占比较小。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”、“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（1）电商 SaaS 产品”和“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、盈利能力或财务状况的主要影响因素分析”中进行补充披露。

（三）2018 年超级店长在阿里巴巴商家服务市场上的用户数量下降 8.08%的原因，该趋势是否具有持续性，发行人在该市场的市场份额是否出现下降，售价提升是否与可比公司同类产品变动一致；

报告期内各期，超级店长在阿里巴巴商家服务市场分别实现营业收入 11,533.34 万元、12,998.32 万元、13,035.21 万元和 5,944.21 万元，收入金额整体保持稳定；平均付费用户数量（指年度内按照产品服务期限加权平均的有效用户数量）分别为 56.03 万、59.44 万、54.63 万和 47.22 万，呈现一定下滑趋势。

基于前述阿里巴巴平台以及商家服务市场的发展过程，**随着电子商务行业的不断发展，大量电商商家的业务流程开始趋于精细化分工，对应垂直细分类目下的电商 SaaS 产品相应大量增加，对超级店长等综合管理类软件的用户基数造成一定分流。此外，随着 2017 年年末，拼多多等新型电商平台的兴起，对部分中小电商商家的电商平台分布造成了一定的分流效果，而拼多多平台初期以商品为核心进行展示，商家对超级店长等综合管理类软件的需求不大，导致超级**

店长的市场规模受到一定影响，超级店长的用户数量相对有所下滑。预计 2019 年全年，超级店长用户数量相对于 2018 年将有所下滑，在各版本售价基本保持稳定的情况下，预计收入将有所下滑。

报告期内，考虑到垂直工具、商家分化等因素对超级店长用户数量的影响已有所预期，公司通过产品功能升级和提升售价，对用户进行主动筛选，增加黏性和付费能力较强的发展中商家比例，并通过增加专业版吸引部分成熟型商家，从而提升超级店长用户群体的整体稳定性以及产品销售均价。在上述经营策略的影响下，超级店长的销售均价从 2016 年度的 205.86 元/人提升至 2019 年上半年度的 253.84 元/人（已年化）。

报告期内，超级店长的可比产品主要为美折和欢乐逛，该等产品亦采用了与超级店长相似的定价提升策略。以一年期版本为例，可比产品的定价情况如下：

单位：元

可比产品		2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
美折	尊享版	229	229	169	-
	高级版	128	128	128	128
欢乐逛	旗舰版（会员营销版）	1,888	1,888	1,888	-
	尊享版	188	188	176	168
	标准版	128	128	128	128
超级店长	专业版	600	600	-	-
	高级版	279	279	279	255
	中级版	229	229	199	179
	初级版	129	129	129	128

虽然超级店长用户数量在报告期内呈现一定的下滑趋势，但报告期内超级店长的付费用户数在阿里巴巴商家服务市场店铺管理类目下持续排名第一。暂无法取得超级店长市场份额情况相关的公开数据。

此外，公司已在京东、饿了么等其他电商平台开展超级店长业务，于报告期内各期分别实现收入 19.20 万元、204.62 万元、251.00 万元和 100.50 万元。虽然京东等其他平台因用户需求差异的原因导致超级店长在该等平台的收入增长相对缓慢，但**受电商商家多平台发展趋势的影响以及新型电商平台逐步增设服务市场的趋势，公司有望借助超级店长在阿里巴巴商家服务市场所形成的品牌**

效应，抓住现有平台转型发展和新平台崛起的机会，在其他平台获得新的收入增长机会。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析” 之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（1）电商 SaaS 产品”中进行补充披露。

（四）报告期内旺店系列不同产品收入变动趋势不一致的原因，未来的主要收入增长点，旺店交易付费用户数量和销售均价可预见的变动趋势；

报告期内，旺店系列产品的收入变动情况如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
旺店交易	1,753.22	3,241.14	1,267.41	557.90
旺店商品	712.93	1,356.43	808.81	348.75
超级商品	261.31	514.95	669.77	360.91
其他	157.16	372.49	134.11	417.02
合计	**2,884.63**	**5,485.01**	**2,880.10**	**1,684.58**

随着移动通讯技术和终端设备的发展与升级，阿里巴巴针对商家移动端操作店铺管理需求推出“千牛工作台”，逐渐吸引了一批对移动端操作场景存在需求的商家。同时随着阿里巴巴平台生态发展，大量电商商家逐步开始精细化分工，对垂直细分领域电商 SaaS 产品的需求快速提升。旺店系列实际为一系列基于千牛工作台的垂直细分领域电商 SaaS 产品，如旺店交易属于千牛订单管理类目，旺店商品及超级商品属于千牛商品管理类目。得益于上述行业背景，旺店系列产品在 2016 年度至 2018 年度实现 80.44%的复合年均收入增长。

另一方面，因各细分类目下电商 SaaS 产品所提供的功能不同，商家对各类目的需求程度亦存在一定差异，同时公司针对旺店交易重点投入研发，使其在报告期内的收入增速显著高于其他旺店系列产品。而旺店商品和超级商品同时归属于千牛商品管理类目，产品功能基本相同，公司在 2016 年收购北京移动未来后，考虑到旺店商品具备更强的用户基础和竞争优势，决定侧重发展旺店商品，因此旺店商品在报告期内亦实现较快的收入增长，而超级商品的收入则有所下滑。

报告期内，千牛端市场日趋成熟，各细分类目的竞争格局逐渐确立，导致旺店系列产品的整体用户数量呈现先升后降并逐渐趋稳的态势，而付费用户数则随着商家对移动端产品的逐渐接受和操作习惯的培养，呈现先增长后趋稳的态势。以旺店交易为例，报告期内各期月均免费用户数、付费用户数的变动情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
免费用户数（人）	1,023,078	1,118,653	1,535,632	1,345,716
付费用户数（人）	235,540	229,886	122,756	58,564

注 1：月均免费用户数=期间各月月末免费用户数÷期间月份数；
注 2：付费用户数指会计期间内按照产品服务期限加权平均的有效用户数量，计算逻辑为用户购买产品后，以（当期服务时长/当期会计核算期间时长）计入当年折算付费用户数，以（次期服务时长/次期会计核算期间时长）计入次年折算付费用户数，依次类推。2016 年至 2018 年内，如某客户在 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/12=0.25 个用户；2019 年 1-6 月内，如某客户在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/6=0.50 个用户。

未来，在千牛市场和移动端管理均步入稳健发展阶段的背景下，旺店系列产品的整体用户数将趋于稳定。对此，公司就旺店系列产品未来发展拟定了如下策略：

1、持续向免费用户提供优质的基础功能，加强其产品使用体验，同时对增值付费功能的转化链路和场景进一步深入挖掘，提升免费用户的付费订购比例。

2、聚焦发展中及部分成熟型商家，针对其专业化需求，研发并推出更高阶的产品版，借此拉升整体的销售均价。

3、拓展千牛端其它细分产品类目，实现更加全面的垂直领域布局，满足现有旺店系列产品的用户群体需求，为千牛系列产品长期发展提供潜在增长点。

综合上述发展趋势以及公司拟定的发展策略，公司预计 2019 年全年旺店系列产品的付费用户数趋于稳定，旺店系列产品整体收入基本保持稳定。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析” 之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（1）电商 SaaS 产品”中进行补充披露。

（五）2018 年快递助手在阿里巴巴平台的销售均价同比增长 14.05%的原因以及未来可预见的变动趋势，售价提升是否与可比公司同类产品变动一致；

快递助手早期通过满足大量初创型、发展中商家的需求，实现了产品收入的快速增长，奠定了订单管理类目的市场领先地位。随着阿里巴巴平台商家分化日渐清晰，成熟型商家的重要性日益凸显，公司逐步聚焦于发展中和成熟型商家的需求。2018 年，在公司收购其乐融融后，研发并推出了更高阶的快递助手版本，即快递助手专业版。基于该版本的研发投入和运营成本，并考虑到目标群体的付费意识和付费能力较强，公司对专业版设定了较高的版本售价。专业版上线后成功获得了一部分用户，使快递助手的销售均价有所拉升。

此外，公司对快递助手原有版本进行持续优化，并相应上调版本定价，进一步提升了当期快递助手的整体销售均价。

2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，快递助手不同版本的销售定价情况对比如下：

单位：元

年份	版本	周期类别			
		月	季度	半年	年
2017	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	48	89	150
2018	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	95	165
	专业版	-	158	278	498
2019 年 1-6 月	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	95	165
	专业版	58	158	278	498

报告期内，快递助手的可比产品主要为我打、易打单和灵通打单，该等产品一年期版本的定价情况如下：

单位：元

可比产品		2019 年 6 月末	2018 年末	2017 年末	2016 年末
我打	基础版	128	128	128	84
	标准版	180	180	180	180
易打单	连打高级版	138	138	128	-
灵通打单	不分版本	145	145	145	84

如上表所示，可比产品的定价提升主要发生于报告期初，而公司在收购其乐融融并对其进行整合后，快递助手的数据处理能力和稳定性、产品的用户体验、

产品功能等均得到了有效提升，产品差异化凸显。随着产品改进，快递助手的用户量持续提升。此外，公司通过推出更加高阶、定价更高的版本，报告期内实现销售均价的持续提升。

未来，考虑到初创型商家的庞大基数和较为有限的付费能力，公司将维持对产品的持续改进以及小幅提价的策略，用户仍将维持稳定的小幅增长。随着多平台策略的进一步实施，预计 2019 年全年用户数量及收入仍将保持增长。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析” 之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（1）电商 SaaS 产品”中进行补充披露。

（六）报告期内快麦电子面单打印机销售均价持续下降，2018 年销量增速仅 4.47%，结合该产品的市场竞争状况、发行人对该产品的目标定位及经营策略等分析该产品可预见的收入以及对发行人收入贡献的变动趋势；

为更好地服务客户，公司针对电商商家在运营过程中出现的电子面单打印需求提供了配套硬件等增值产品。报告期内，配套硬件产品的平均毛利率仅 10.87%，对公司经营业绩的影响有限，但该业务能够提升公司的综合服务能力，加强公司的竞争优势。

报告期内，公司配套硬件业务主要为快麦电子面单打印机销售，具体销售情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售收入（万元）	2,808.83	6,952.69	6,754.78	4,731.11
销量（台）	88,845	219,310	209,918	116,731
均价（元）	316.15	317.03	321.78	405.30

经过 2016 年度的增长后，公司快麦打印机收入在 2017 年度和 2018 年度基本保持稳定，2019 年上半年度有所下滑。

一方面，快麦打印机销售单价在报告期内持续下滑。报告期内，其他电子面单打印机品牌如佳博、汉印、启锐、芯烨等陆续进入市场，导致行业竞争加剧，电子面单打印机的销售单价均呈现下降趋势。

另一方面，快麦打印机销量增速放缓。报告期初，电子面单打印机在电商商家之中开始普及，因此存在需求的集中爆发。**2018 年起，电子面单打印机的普及率已经较高，市场需求增量逐渐缩小，进入存量产品更替的阶段，整体市场需求逐步稳定。同时，产品整体销售价格受市场竞争加剧的影响持续下滑，经销商利润空间受到一定压缩，部分经销商的推广积极性受到一定影响。**

针对上述情况，公司逐渐加大天猫、淘宝、京东、拼多多等平台打印机自营店铺的运营力度，报告期内自营销量逐渐提升。自营收入占比增加使配套硬件毛利率由 2018 年度的 9.51%快速提升至 2019 年 1-6 月的 15.69%，从而使该业务毛利水平整体仍保持小幅增长。

报告期内，配套硬件中打印机直销、经销模式下收入和占比变动情况如下：

单位：万元

销售模式	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
经销	1,859.53	66.20%	5,170.50	74.37%	6,042.58	89.46%	4,421.34	93.45%
直销	949.30	33.80%	1,782.19	25.63%	712.20	10.54%	309.78	6.55%
合计	**2,808.83**	**100.00%**	**6,952.69**	**100.00%**	**6,754.78**	**100.00%**	**4,731.11**	**100.00%**

预计 2019 年全年，公司仍将快麦打印机等配套硬件产品作为向电商商家提供综合性产品和服务的补充。在市场持续竞争的情况下，配套硬件的收入金额预期将有所下降；而随着公司电商 SaaS 产品收入持续提升，配套硬件收入占公司总收入的比例预计将有所下降。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（2）配套硬件业务”中进行补充披露。

（七）快麦打印机推广中附赠配件、耗材的会计处理以及对发行人的财务影响；

公司附赠配件、耗材属于推广促销的一种手段，即客户购买指定型号的打印机，公司赠送与之配套的配件或耗材，是公司为促进商品销售而在商品标价上给予的价格扣除，属于商业折扣行为。根据《企业会计准则第 14 号-收入》第七条规定，销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定

销售商品收入金额。因此，公司将配件、耗材与快麦打印机合并计价，并与快麦打印机一起确认销售收入。报告期内，公司耗材和配件由于整体单价较低，且使用周期较短，故公司进行会计处理时，视为低值易耗品，采用一次转销法进行处理，在随快麦打印机销售出库后一并结转对应成本。

报告期内，公司配件赠送成本占配套硬件成本比例较低，详细占比情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
配件及耗材（赠送部分）	58.58	232.99	53.28	128.69
配件及耗材（销售部分）	35.56	137.5	91.94	58.68
小计	**94.14**	**370.49**	**145.22**	**187.37**
配套硬件成本	2,588.30	6,693.39	6,272.12	4,445.99
赠送部分占比	**2.26%**	**3.48%**	**0.85%**	**2.89%**

公司配件赠送情况与市场变动情况和公司的营销政策直接相关，不同年份之间存在一定的波动性。具体说明如下：

2016 年度，公司为了尽快确立市场领先地位，提升市场占有率，采取赠送配件耗材推广策略。2017 年度，市场逐步趋稳，公司缩减赠送配件耗材的推广策略。2018 年度，公司根据市场竞争情况加大赠送力度。2019 年起，公司调整销售策略，对客户进行评估，经销商的补贴政策由以往的耗材赠送变更为返利模式。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（2）配套硬件业务”中进行补充披露。

（八）2018 年运营服务业务、CRM 短信收入均同比下滑的原因；云托管业务销售模式的调整变化情况，以及由此导致的用户数量减少是否具有持续性，量化分析用户数量下降、销售均价提升对收入变动的影响；CRM 短信收入确认的依据、数据来源以及及时、准确性；

1、CRM 短信业务情况

报告期内，公司 CRM 短信业务的收入及毛利情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
CRM 短信收入（万元）	1,441.30	4,443.74	4,832.52	3,751.84
收入占比	6.46%	9.55%	13.48%	14.31%
CRM 短信毛利（万元）	700.1	2,149.27	2,282.40	1,443.55
毛利占比	4.94%	7.68%	11.20%	9.81%
毛利率	48.57%	48.37%	47.23%	38.48%

报告期内，CRM 短信系公司为提升综合服务能力而向电商商家提供的一种增值产品，其收入和毛利占比较低，对公司经营业绩的影响较为有限。**2018 年起，CRM 短信的收入及毛利占比呈现较为明显的下滑趋势。该趋势一方面系 CRM 短信业务主要基于超级店长开展，在超级店长用户数量出现下滑的情况下，CRM 短信的用户也相应减少；另一方面，短信推送服务的行业竞争较为激烈，导致 CRM 短信业务销售收入下降。**

针对 CRM 短信的业务定位以及上述变动趋势，公司拟定了如下发展策略：

（1）公司仍将 CRM 短信作为核心电商 SaaS 产品内附的增值服务，通过提高该等电商 SaaS 产品的用户规模，间接提升 CRM 短信的潜在需求。

（2）公司将借助快麦 ERP、快麦设计等产品的线下推广渠道，针对存在较高 CRM 短信发送需求的客户销售快麦 CRM 产品，并借此提升综合服务能力。

报告期内，公司 CRM 短信系根据后台短信业务管理系统记录的用户充值金额、充值数量、发送数量等短信营收相关数据，计算并确认短信收入，收入确认的具体方法详见本反馈回复问题 20。

公司为了加强短信业务管理，建立了专门的短信业务管理系统，并建立了相应的管理制度。报告期内，公司短信业务管理系统运行平稳、核算准确，相关内部控制运行良好，有效地确保了公司 CRM 短信业务财务核算的准确性，详见本问题回复之（十一）。

2、运营服务业务情况

基于对行业未来发展趋势的判断，公司明确了“聚焦中大型商家需求、专注于垂直细分领域”的经营思路，继而于 2018 年度调整运营服务中的代表业务快麦电商业务的销售模式。销售模式调整之前，公司主要以线下专场业务宣讲

的形式进行推广，能够同时对接较多数量的中小商家用户，对订单数量的快速增长起到明显推进作用。随着市场培育程度提高，客户需求日渐明晰，集中宣讲、跟进转化模式的获客能力明显下降，加之公司经营思路调整，公司转而采用业务员“一对一”的推广方式，通过对接并服务各细分类目头部商家，借助其示范效应逐渐覆盖该类目下的其他大中型商家。

有关电商平台流量推广方式的演变及报告期内运营服务用户量变动的分析详细请参见问题 11 的相关表述。

在用户数量下滑的情况下，公司持续通过版本更迭和提价以及改善用户结构、提高高阶版本订购比例等方式，使产品销售均价保持上升趋势，从而降低因客户数量减少而对收入的影响。报告期内，快麦电商付费用户数量和销售均价对收入变动的影响如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售收入(万元)	1,292.51	3,420.66	4,124.64	2,130.64
付费用户数(人)	297.28	444.87	593.96	386.46
均价(元/年/人)	86,955.43	76,891.44	69,442.63	55,132.42

注：2019 年 1-6 月均价已年化处理。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中进行补充披露。

（九）按季度分析营业收入的季节性波动情况，是否与下游电商行业的季节性特征一致；

报告期内各期，公司营业收入季节性波动情况如下：

单位：万元

项目	第一季度		第二季度		第三季度		第四季度		合计
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比	
2019 年 1-6 月	10,679.22	-	11,620.18	-	-	-	-	-	22,299.40
2018 年度	10,000.04	21.48%	12,278.67	26.38%	11,724.87	25.19%	12,545.81	26.95%	46,549.38
2017 年度	7,286.19	20.33%	8,906.25	24.85%	9,137.07	25.50%	10,507.07	29.32%	35,836.58
2016 年度	4,753.46	18.13%	6,505.92	24.81%	6,587.11	25.12%	8,378.50	31.95%	26,224.99

公司营业收入呈现四季度收入占比较高、一季度收入占比较低、下半年收入占比高于上半年的季节性特征。上述营业收入季节性波动主要系“双十一”、“双十二”等大型电商节日主要集中于第四季度所致。而随着“618”等各类电商节日的兴起，报告期内公司营业收入季节性波动逐渐减小。

报告期内，主要电商平台和部分电商商家的营业收入季节性波动情况如下：

公司	2018Q4	2018Q3	2018Q2	2018Q1	2017Q4	2017Q3	2017Q2	2017Q1	2016Q4	2016Q3	2016Q2	2016Q1
电商平台各季度营业收入占比												
阿里巴巴	33.97%	24.66%	23.44%	17.94%	36.59%	24.29%	22.12%	17.00%	37.01%	23.83%	22.35%	16.81%
京东	29.18%	22.68%	26.47%	21.67%	30.40%	23.11%	25.44%	21.04%	31.23%	22.94%	25.08%	20.75%
拼多多	43.09%	25.70%	20.65%	10.55%	67.62%	24.26%	6.00%	2.12%	未披露	未披露	未披露	未披露
苏宁易购	29.38%	25.43%	24.92%	20.26%	29.82%	25.62%	24.66%	19.89%	30.03%	23.66%	24.86%	21.46%
唯品会	30.86%	21.10%	24.54%	23.51%	33.09%	21.00%	24.02%	21.88%	33.54%	21.21%	23.75%	21.50%
电商商家各季度营业收入占比												
小狗电器	未披露	未披露	未披露	未披露	35.76%	18.35%	27.45%	18.44%	36.86%	18.10%	24.60%	20.44%
御家汇	28.47%	27.85%	26.68%	17.00%	33.21%	28.92%	21.50%	16.38%	30.33%	24.76%	25.07%	19.83%
丽人丽妆	36.54%	17.55%	24.81%	21.10%	45.57%	18.96%	20.18%	15.29%	50.61%	16.28%	19.57%	13.55%
科沃斯	34.11%	21.57%	23.06%	21.26%	34.88%	21.91%	22.41%	20.79%	34.41%	24.32%	20.55%	20.72%
小熊电器	35.39%	19.34%	22.18%	23.09%	36.39%	22.39%	17.56%	23.67%	40.98%	20.63%	17.99%	20.40%

注：以上数据来自各公司招股说明书和年度报告。

如上表所示，下游电商行业亦普遍呈现第四季度销售收入占比较高的特征，与公司营业收入季节性波动情况基本一致。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“3、营业收入季节性分析”中进行补充披露。

（十）报告期内第三方回款金额及占营业收入的比例均持续提高，未来可预见的变动趋势，发行人相关内控措施是否有效；

报告期内各期，公司第三方回款金额及占营业收入的比例如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
第三方回款金额	115.59	206.36	309.48	53.42

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
占营业收入的比例	0.52%	0.44%	0.86%	0.20%

如上表所示，报告期内公司第三方回款金额和占当期销售收入的比例总体保持稳定，且第三方回款的绝对金额处于相对较低水平。

报告期内公司出现第三方回款的情况，主要是由于公司客户数量较多且部分客户为初创型和发展型商家，部分商户规范意识较弱，从而出现订购方与实际付款方不一致的情况。

公司已针对第三方回款制定了《第三方收款管理制度》，并要求在实际经营过程中根据该制度严格执行。报告期内，公司相关内部控制整体得到有效执行，但是由于公司客户数量众多，公司管理难度较大，导致仍然出现少量第三方回款情况。结合业务实际运营情况，2019 年，公司对《第三方收款管理制度》进行了进一步修订，明确了销售回款基本要求，加强销售回款管理，严格控制第三方销售回款比例，并建立明确的奖惩措施和实施准则。未来，公司各业务部、财务部等与销售收款循环相关的部门将持续按照《第三方收款管理制度》的要求强化对客户收款活动的规范，努力降低第三方回款金额和占比。

保荐机构和申报会计师已对发行人报告期内存在的第三方回款进行了充分的核查，核查程序详见本题“（十三）”之“6-8”的核查内容。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“4、报告期内第三方回款情况”中进行补充披露。

（十一）发行人业务、财务等信息系统的使用情况，信息系统相关的内部控制措施及运行情况，业务数据如何实现与财务数据的对接，如何保证收入确认的准确性。

1、公司业务、财务等信息系统的使用情况

光云科技销售营收报表系统（以下简称营收系统）是公司自行开发的内部业务系统，为公司内部提供营收报表输出功能。该系统于 2017 年度上线，目前主要由业务部和财务部共同使用。

用友U8财务系统为外购系统，为公司提供财务核算管理功能。该系统于2017年11月上线，目前使用部门为财务部。

2、信息系统相关的内部控制措施及运行情况

（1）营收系统的内部控制措施及运行情况

a) 开发和变更

营收系统自2017年5月起开发，2017年9月稳定上线，上线后不定期依据财务部门所提需求进行后续变更，研发部后台支持部经理会每月整理财务部针对营收系统的需求，并同财务部相关人员进行需求的讨论并确定需求的可行性。在需求确认后，由营收系统开发工程师进行系统开发，并由测试人员将git中的代码发布到测试环境中进行测试。待测试通过后，将通过项目发布系统发布系统变更，随后由需求方完成验收工作。

b) 安全管理：

登录营收系统的应用层、数据库层和操作系统层均需用户名和密码。

营收系统应用层用户需在登录钉钉后方可通过账号和密码进入营收系统界面。公司对营收系统的账号和权限的申请、变更和禁用流程进行了规范。员工入职由人事统一为其开通钉钉账号，若用户需使用业务系统或堡垒机，则需要进行额外的权限申请流程；员工离职时，需通过北森系统（人力资源部门使用的HR业务全流程一体化SaaS软件）发起离职申请，经领导审批确认后，系统自动删除该员工钉钉账号，钉钉账号回收后则无法登录各系统。

技术人员需通过堡垒机（用于隔离用户与生产环境的访问控制系统）登录应用服务器和数据库服务器，堡垒机设置了白名单列表，仅被授权的人员拥有堡垒机的权限，同时应用服务器中设有“webssh”账号供部分系统开发人员和管理人员查询线上服务以及服务器日志；数据库账号均为程序账号，相关人员通过坐标的方式来调用程序账号，不直接对数据库执行操作。

营收系统的应用层、操作系统和数据库均开启了操作日志记录功能。同时系统安全管理的不相容职责相互分离。

c) 运行维护：

营收系统制定了有效的数据备份机制，通过阿里云平台每天对数据库进行全量备份，备份时间为每天凌晨 3：00-4：00，能够实现 7 天数据紧急恢复；同时公司通过计划任务每天全量备份营收系统数据，备份结果存储于阿里云 ODPS 数据存储服务中。公司建立了有效的信息安全事件管理流程，通过阿里云平台和 Zabbix 监控系统对服务器性能和网络运行情况进行监控，监控范围包括 CPU 使用率、磁盘的使用率等参数，当监控参数的数值超过设定的阈值时，阿里云平台和 Zabbix 监控系统会通过钉钉、短信或邮件的形式向相关运维人员告警，运维工程师会对问题进行及时处理，处理完成后在运维管理平台中形成故障报告。

（2）用友 U8 财务系统的控制情况

a) 开发和变更

用友 U8 财务系统为外部采购系统，系统版本的审计、运行维护服务由外包商杭州容江科技有限公司负责，运行维护服务包括热线咨询、邮件服务、在线服务、现场服务和应用指导等。

b) 安全管理：

登录用友 U8 财务系统的应用层、数据库层和操作系统层均需用户名和密码。用友 U8 财务系统应用层设置了一定强度的密码策略，操作系统和数据库均开启了密码复杂性要求。

只有被授权人员拥有用友 U8 财务系统应用层的管理员权限，且此类权限分配在合理的人员手中。用友 U8 财务系统应用层用户新增、权限更改均需通过邮件申请，离职员工由系统管理员对其账号及时关闭。

操作系统和数据库有且仅有一个账号，由财务部管理层和研发部运维专家掌握该账号，对操作系统和数据库进行日常维护。

系统应用层、操作系统和数据库层均开启了操作日志记录功能，同时系统安全的不相容职责相互分离。

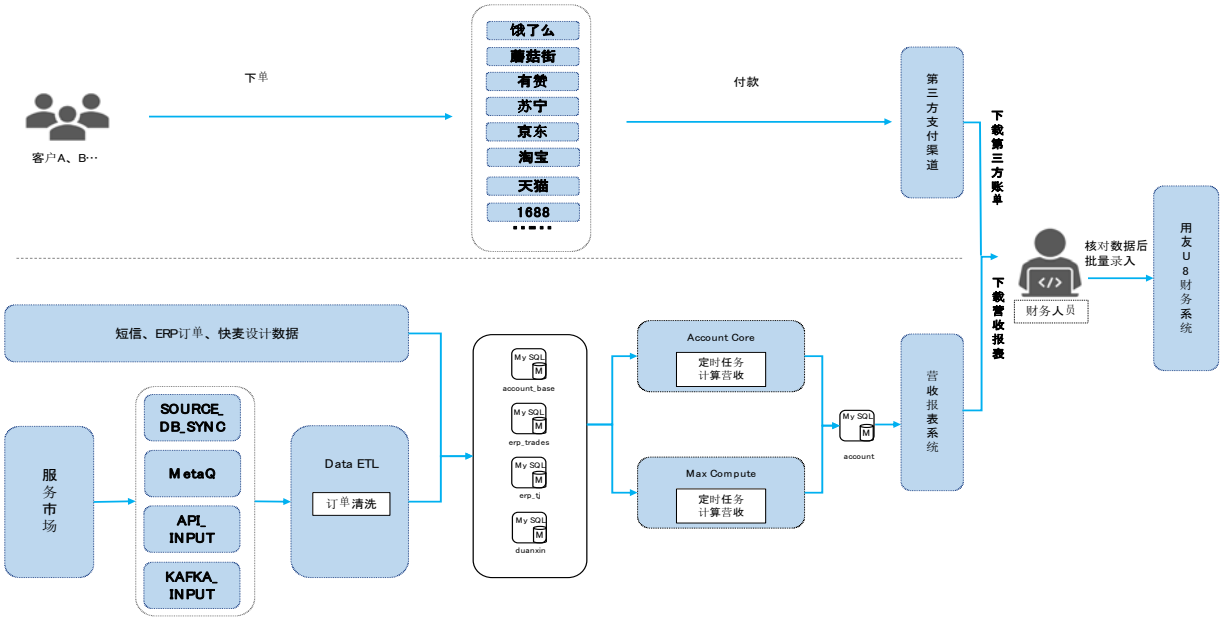
用友 U8 财务系统服务器存放于公司 10 楼机房，机房进出有相应的安全控制，同时配备了空调、烟雾报警器、消防、UPS 等物理安全设施。

c) 运行维护：

用友 U8 财务系统制定了有效的数据备份机制，系统通过计划任务每天凌晨 3 点进行账套备份，备份保留 15 天，超出 15 天的备份数据会由系统应用层管理员通过人工拷出方式存储于硬盘中。系统的问题和事件的管理及监控由外包商杭州容江科技有限公司负责，目前该系统与其他系统间无数据接口。

3、业务数据与财务数据的对接情况及收入确认准确性的保证措施

业务数据通过推送或主动获取的方式进入公司云数据库，由 Account Core 和 Max Compute 以定时任务的方式计算营收，后通过 account 账号推送至营收系统数据库中，财务部会计人员每月初从营收系统中下载上个月各业务营收报表，同时从资金专员处获取第三方平台账单，通过源订单 ID（商户订单号）进行匹配后核对金额，金额核对无误后在用友 U8 财务系统中批量录入凭证，具体如下图：



注：Max Compute（原名 ODPS）为阿里云提供的数据仓库解决方案，用以每月自动计算营收收入；

Account Core 是由公司使用 JAVA 开发，当财务人员对账出现差异时，重新获取订单并重新计算营收的解决方案；

订单清洗是将不同渠道来源获取的订单数据经过抽取、清洗转换之后加载到数据仓库的过程，目的是将不同渠道平台分散、零乱、标准不统一的订单数据进行整合，以便于营收系统统一进行营收报表计算。

公司通过营收系统实现各业务营收报表的生成与展示，针对营收系统公司设计了完善的控制措施以确保营收系统数据输入、输出及处理准确。每月公司

营收数据生成后，公司财务人员将获取各业务对账单并与报表进行核对，确保财务系统所依赖的营收数据准确。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十六、信息系统概述”中进行补充披露。

（十二）请发行人结合2018年部分产品收入增速放缓甚至负增长的情况，说明此类产品是否存在市场瓶颈或者产品竞争力下降的情况，以及发行人所采取的应对措施及有效性，并在招股说明书中作充分的风险揭示。

如本题（二）至（六）、（八）小题的相关描述，报告期内，公司超级店长、旺店系列、快麦电商、配套硬件、CRM 短信等产品均出现收入增速放缓或下滑的情况，具体原因和各产品未来发展趋势概括如下：

1、超级店长：作为综合性店铺管理软件，受到垂直类目工具、商家分化等因素的影响，用户数量出现一定下滑。超级店长在其他电商平台的销售收入持续增长，但受平台用户需求差异、平台自身增速和规模的影响，增速相对缓慢。预计2019年全年，超级店长用户数量相对于2018年将有所下滑，在各版本售价基本保持稳定的情况下，预计收入将有所下滑。其他平台业务持续拓展及产品销售结构持续优化则有望缓和用户数量变动对产品收入的影响。

2、旺店系列：受细分类目下商家需求差异以及公司经营策略的影响，报告期内旺店系列产品呈现不同的增长趋势，但整体仍保持良好增长。预计2019年全年，在千牛市场和移动端管理均步入稳健发展阶段的背景下，旺店系列的付费用户数和收入将基本保持稳定。

3、快麦电商：随着初创型和部分发展型电商商家直通车、钻展的代投放意愿降低，同时成熟型商家倾向于自建团队多渠道投放广告以提高运营效率，结合公司调整销售模式，导致快麦电商用户数量和收入在报告期内出现下滑。另一方面，直通车仍为电商商家获取流量的重要渠道，轻度人工干预的人机产品在算法升级的情况下有望保持增长。

4、配套硬件：快麦打印机销售均价受行业竞争影响持续下降，销售数量受市场增量需求减少等影响亦有所下滑。预计2019年全年，配套硬件收入或进一

步下降，但仍将持续加强客户黏性，较好地实现其本身业务定位。同时，随着自营比例增加，配套硬件毛利率提升将对该业务的利润水平起到一定作用。

5、CRM 短信：CRM 产品的销售收入受超级店长用户数量减少以及行业竞争的影响呈下滑趋势。预计 2019 年全年，CRM 短信作为内嵌于电商 SaaS 产品中的增值产品，其收入将有所下滑。

针对上述产品收入的下滑态势以及未来发展预期，公司拟定了以下发展策略，且部分已初见成效：

1、丰富成熟型商家 SaaS 产品

经过多年培育，公司自主研发的多款成熟型商家 SaaS 产品陆续开始灰度发布，并已于 2019 年上半年取得一定的销售成果。以快麦 ERP 和快麦设计为例，该等产品在报告期内的销售收款金额呈现快速增长趋势：

单位：万元

项目	2019 年度 1-6 月		2018 年度
	销售订单收款金额	变化幅度	销售订单收款金额
快麦 ERP	1,164.19	398.69%	466.90
快麦设计	145.78	415.31%	56.58
合计	**1,309.97**	**400.49%**	**523.48**

同时，公司通过上述产品的研发和推广，逐渐积累了一定的项目实施经验和行业知名度。随着现有订单逐渐确认为收入以及未来订单的持续增长，公司预计成熟型商家 SaaS 产品能对未来期间的销售收入起到较大促进作用。

2、以电商 SaaS 产品为核心打造产品矩阵并持续布局垂直细分领域

公司将持续以电商 SaaS 产品为核心，加强对成熟型商家和品牌型商家的服务和产品布局，通过提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务提升对电商客户的整体服务能力，增强用户粘性，巩固公司核心业务和整体竞争优势。

公司将针对电商企业经营管理的主要业务环节，通过自主研发和外延并购相结合的方式补充完善产品和服务所覆盖的垂直细分类目，进一步提升在电商 SaaS 领域的核心竞争力。

3、进一步推动公司产品多平台发展

公司将顺应行业发展和客户需求，持续开发适合其他电商平台的产品，针对平台特性和规则对产品与服务进行改良或创新。报告期内，公司快递助手、推广宝、爆单宝等产品在其他平台的销售收入已实现较为快速的增长，公司多平台发展战略已初步取得一定成效：

单位：万元

产品	平台	2019年1-6月	2018年度
快递助手	除阿里巴巴商家服务市场外的平台	1,423.29	2,162.06
推广宝及推广宝人机	拼多多	220.01	18.39
爆单宝	饿了么	95.18	33.94

4、AI 等技术的应用

公司通过电商 SaaS 领域的多年积累，研发储备了电商领域的人工智能详情页生成技术、电商领域的图像前景提取技术等，并应用于快麦设计等产品。公司通过这些核心技术，为电商 SaaS 产品的研发和功能升级提供了有力的技术支持，实现产品不断创新，满足更多的市场需求。

未来，公司将持续研发投入，不断升级现有技术能力，并开拓新技术领域，形成新的核心技术。随着公司适用于电商领域的自然语言处理技术、个性化推荐引擎、适用于电商领域的无线打印技术、适用于电商领域的短视频处理技术等在研技术的逐渐成熟与应用，公司在客服及客户管理、营销推广、商品管理、订单管理等类目下的相关产品或将能够取得更加明显的竞争优势，从而促进收入增长。

基于上述产品发展预期和经营策略，在超级店长等原有产品收入增长放缓或下滑以及快递助手、快麦 ERP、快麦设计等产品收入增长的双重作用下，公司 2019 年度收入预计将整体保持平稳。

公司已在招股说明书 “第四节 风险因素”之**“八、部分产品收入下降导致业绩下降的风险”**中，对部分原有产品的收入下滑预期作出如下风险提示：

“在电商 SaaS 产品由综合化向专业化发展、电商商家用户分层导致需求差异化凸显、电商平台间竞争加剧等背景下，部分公司产品在报告期内出现用户

数和收入下滑的情况。2018 年及 2019 年 1-6 月，发行人主要 SaaS 产品之一的超级店长用户数分别下降 6.98%和 13.09%，对应收入分别增长 0.63%和下降 9.01%；同时，发行人运营服务及 CRM 短信等增值产品收入呈现下降趋势，2019 年上半年，配套硬件亦出现下降趋势。

2019 年 1-6 月，发行人实现收入 22,299.40 万元，较 2018 年同期增长 0.09%，基本持平。公司在未来经营过程中，若公司电商 SaaS 产品及配套增值产品进一步下滑，则将对公司整体经营业绩产生不利影响。”

（十三）核查程序及核查意见

1、针对公司在各电商平台提供的产品和服务确认收入的具体依据及信息获取情况，访谈了公司财务负责人，了解各电商平台收入确认的具体方式和依据，并根据公司描述的信息获取方式，亲自获取月度对账单、订单信息等资料。

2、访谈公司各业务负责人、财务负责人、公司管理层和实际控制人，了解超级店长、旺店系列、快递助手、快麦电商、配套硬件、CRM 短信等主要产品在报告期内收入变动情况、变动原因和可预见的变动趋势。

3、获得报告期内主要产品付费用户数量、付费区间分布、续费率等核心业务数据，会同立信信息系统鉴证部对该等数据的真实性、准确性进行复核，并结合取得的业务数据对主要产品收入变动原因进行分析和确认。

4、询问了公司各期配件赠送的原因，复核了公司配件采购和消耗的会计处理方式，复核了公司配件产品的赠送数量。

5、访谈公司财务负责人，查阅《第三方收款管理制度》等第三方回款相关内控制度，了解公司对第三方回款的控制措施和执行情况，评估相关内部控制设计的合理性和有效性。

6、执行销售回款穿行和控制测试，确认公司回款相关内控措施的有效性。

7、获取报告期内第三方回款明细，抽查公司报告期内第三方回款是否均根据《第三方收款管理制度》等内控制度履行了相应的审核程序，并复核第三方回款金额计算的准确性。

8、针对公司信息系统，保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序：

（1）访谈营收系统管理员，了解系统变更流程并进行测试，查看其变更是否经过合理授权，开发是否经过测试，上线是否经过合理授权；

（2）查看营收系统和用友 U8 财务系统应用层、操作系统层和数据库层的密码策略，确认其密码策略设置是否有效；

（3）访谈权限管理员，了解营收系统和用友 U8 财务系统的权限管理流程；获取人事资料以及系统应用层用户清单，抽样检查用户授权是否合理；获取审计期间所有离职用户名单并与系统用户账号进行比对，以确认离职员工的账号是否及时删除；

（4）查看营收系统和用友 U8 财务系统审计日志的开启情况，确认公司是否对应用层、操作系统层和数据库层的用户行为进行记录；

（5）其他有关系统环境的测试，包括网络安全配置、数据备份、事件管理等方面的测试；

（6）查看营收系统接口清单，确认各接口源地址与目标地址逻辑准确性；

（7）查看营收系统接口传输日志，确认传输内容与预期逻辑一致，查看接口传输报错日志，确认失败传输能够被准确记录；

（8）执行穿行测试程序重新获取业务订单数据，与营收系统记录的订单数据进行核对，确认业务订单能够购被准确、完整获取并正确记录在系统数据库中；

（9）查看营收系统营收计算代码，确认计算代码逻辑准确性；

（10）重新执行营收系统营收计算脚本，与财务提供的营收报表进行核对，确认营收报表能够按照正确逻辑生成；

（11）检查抽样期间内业务对账数据及复核结果，确认对账流程经过复核且对账结果准确；

（12）核对抽样期间内营收报表与用友 U8 财务系统凭证，确保凭证能够被正确录入，凭证录入经过审核。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、公司在电商平台商家服务市场提供的产品和服务确认收入的依据主要是直接在电商平台商家服务市场获取的电商平台对账单，并由公司内部营收系统根据电商平台订单数据复核计算，公司营业收入确认依据充分，营业收入确认准确；

2、发行人多平台发展已初见成效，公司在其他电商平台的业务总体实现较快的增长，但是由于淘宝和天猫平台仍为国内行业最大、入驻商家最多的平台，公司在其他电商平台的业务收入比例仍相对较低；

3、阿里巴巴对公司在其他平台展开业务不存在明显限制，公司主要为阿里平台服务不会对公司拓展其他电商平台的业务构成重大不利影响；

4、公司现有产品的收入下滑主要由行业发展及客户需求的变化导致；

5、公司快麦打印机配件赠送的相关会计处理恰当，符合企业会计准则的规定；

6、公司营业收入季节性波动与电商行业的季节性特征一致；

7、报告期内，公司第三方回款金额和占当期销售收入的比例总体保持稳定，且相对处于较低水平，发行人关于第三方回款的内部控制整体执行有效；

8、公司对营收系统和用友 U8 财务系统的系统开发、变更权限、运维、安全、备份、逻辑访问等内部控制整体有效，财务系统所引用的业务系统数据真实、准确、完整，财务报表在总体上不存在由于信息系统相关风险导致的重大错报。

（十四）发行人的收入确认政策是否与可比公司一致，收入确认政策在报告期内是否得到一贯执行；

根据同行业上市公司和新三板挂牌企业招股说明书、公开转让说明书、年报等法定披露文件，公司各业务收入确认政策与可比公司的比较情况如下：

1、电商 SaaS 产品

公司电商 SaaS 产品的收入确认政策为：客户订购公司超级店长等电商 SaaS 产品并支付相应款项，公司在服务期间内按月摊销确认软件服务收入，并结转相应成本。

可比公司相关业务的收入确认方法如下：

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
爱用科技	836858.OC	通过向淘宝网商家提供软件应用服务及短信增值服务	每月结束后，按当月实际销售金额及受益期限计算确定。	收入确认原则不存在重大差异
美登科技	838227.OC	在淘宝卖家服务市场销售折扣软件	淘宝卖家客户在淘宝（中国）软件有限公司的商家平台按月度、季度、半年度和年度等时段购买公司营销促销软件，公司根据收到的淘宝（中国）软件有限公司账单按照软件服务期分期确认收入。	收入确认原则不存在重大差异
欢乐逛	835254.OC	公司提供电商会员服务和增值服务	客户在淘宝网平台按月度、季半年等时段购买软件会员服务，并预付软件会员服务费用，相关款项由淘宝网代为收取，并按照相关会计准则规定的收入确认原则就分期应确认的金额与公司逐月对账，公司按照对账结果分期确认收入。	收入确认原则不存在重大差异

2、配套硬件

公司配套硬件的收入确认政策为：经销模式，公司与客户签订买断式采购协议，公司在货物交付客户后确认销售收入，并结转相应的成本；自营模式，客户在各自营店铺下单，公司向客户发货，在货物交付客户后确认收入，并结转相应的成本。

可比公司相关业务的收入确认方法如下：

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
中国长城	000066.SZ	网络安全与信息化、高新电子、电源及其他业务	公司在已将产品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方（通常为集团实体向客户交付产品的当日）、公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权、也没有对已售出的产品实施有效控制、而客户已接受产品或不存在其他影响客户接受产品的未履行责任时确认，根据累计风险估计销售退回及计提产品质量保证（预计负债、保用拨备）。	收入确认原则不存在重大差异
齐心集团	002301.SZ	办公用品办公设备销售和 SaaS 软件服务	内销模式下，公司销售的各类商品，在货物发给客户于客户收到货物后，确认销售收入。	收入确认原则不存在重大差异

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
佳博科技	-	专用打印机的研发、生产、销售和服务	国内销售收入：根据公司与客户签订的合同或协议，按照客户要求发货，在客户收货并取得相关签收凭证后确认收入。	收入确认原则不存在重大差异

3、CRM 短信

公司 CRM 短信的收入确认政策为：客户订购公司 CRM 短信并支付相应款项，公司根据实际向客户提供的短信服务数量确认销售收入，并结转相应的成本。

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
爱用科技	836858.OC	通过向淘宝网商家提供软件应用服务及短信增值服务	每月结束后，按当月实际发送短信数量计算确定。	收入确认原则不存在重大差异
美登科技	838227.OC	在淘宝卖家服务市场销售折扣软件	未披露 CRM 短信业务的具体收入确认方法。	-
欢乐逛	835254.OC	提供电商会员服务和增值服务。	增值服务收入确认方法：公司提供以信息推送服务为核心的增值服务，并向客户预收信息推送款，月末根据客户实际推送信息数量确认收入。	收入确认原则不存在重大差异

4、运营服务

公司运营服务的收入确认政策为：线上支付渠道，公司在服务期间内根据电商平台服务市场结算单按月确认服务收入，并结转相应成本；线下收款渠道，公司在收到客户支付的相应款项后，在服务期间内按月确认运营服务收入，并结转相应成本。

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
若羽臣	-	线上代运营、渠道分销以及品牌策划	服务费结算方式下，公司在每月销售完成后按照双方约定的固定金额和/或按照双方确认的销售额扣除约定成本费用后的一定比例计算确认月度运营服务费收入	收入确认原则不存在重大差异

公司名称	证券代码	主营业务	收入确认方法	是否一致
昆汀科技	871115.OC	电子商务代运营及电子商务经销	电子商务代运营服务根据合同约定的服务期限和期限内收费总额分摊确认每月基础运营服务费和推广服务费	收入确认原则不存在重大差异

综上所述，公司收入确认政策与同行业可比公司不存在重大差异。报告期内，公司收入确认政策未发生变更。

（十五）对不同产品线上（有商家服务市场、无商家服务市场的不同电商平台）销售、线下销售的核查方式、核查比例、核查证据及核查结论，对电商 SaaS 产品终端客户的核查情况，通过何种程序核实终端客户的真实性以及相关采购的真实性、有效性，并对收入的真实性、准确性发表明确意见；

报告期内各期，公司各产品销售收入及占比情况如下：

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
电商 SaaS 产品	15,254.00	68.41%	28,772.49	61.81%	17,543.34	48.95%	14,546.79	55.47%
配套硬件	3,070.10	13.77%	7,397.14	15.89%	6,999.23	19.53%	4,827.48	18.41%
运营服务	2,533.99	11.36%	5,936.00	12.75%	6,461.49	18.03%	3,098.88	11.82%
CRM 短信	1,441.30	6.46%	4,443.74	9.55%	4,832.52	13.48%	3,751.84	14.31%
合计	**22,299.40**	**100.00%**	**46,549.38**	**100.00%**	**35,836.58**	**100.00%**	**26,224.99**	**100.00%**

报告期内，电商 SaaS 产品客户高度分散：以阿里巴巴商家服务市场超级店长为例，截至 2019 年 6 月末，该 SaaS 产品的付费用户数高达 45.40 万；2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，电商 SaaS 产品前五大客户的收入占该业务当期收入的比例分别为 0.01%、0.07%、0.31%和 0.18%。

公司配套硬件业务主要采用经销模式销售，客户集中度相对较高，2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，配套硬件业务前五大客户的收入占该业务当期收入的比例分别为 74.88%、62.43%、54.46%和 42.42%。

运营服务和 CRM 短信的客户相对分散。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，运营服务前五大客户的收入占该业务当期收入的比例分别为

2.20%、3.22%、4.75%和 6.26%，CRM 短信前五大客户的收入占该业务当期收入的比例分别为 2.21%、4.64%、9.10%和 5.23%。

1、收入核查整体情况

（1）对公司整体收入情况进行实质性分析程序

1）收入变动与员工人数的匹配性、收入的季节性波动及其合理性、收入按业务划分的波动情况及其合理性、销售客户的区域分布波动及其合理性、主要产品价格及销售量变动分析、营业收入的年度变动分析等，分析报告期内是否存在收入异常变动；

2）对报告期内主要业务的毛利率分别进行比较分析，分析波动原因，判断是否存在异常情况；并与同行业公司进行比较，判断是否存在重大差异；

3）对比报告期内分类别业务前五大客户的变动情况，分析报告期内客户变动原因。

（2）核查公司主要客户的真实性

1）对报告期内公司前十大客户进行背景情况调查，主要通过全国企业信用信息公示系统，了解主要客户的背景、业务性质及营业规模等基本情况，从而了解客户单位是否真实存在、与发行人发生业务交易是否合理等。经查验，报告期内公司主要客户真实存在，其与发行人发生业务往来合理。

2）选取样本，对公司报告期内的部分抽样客户，通过登录电子商务平台，搜索相关店铺，查询商家开店及店铺运营情况，以确定其店铺是否真实存在，是否对发行人产品有真实的需求。

项目	**2019 年 1-6 月**			**2018 年度**		
	抽取样本数	**成功样本数**	**成功率**	**抽取样本数**	**成功样本数**	**成功率**
电商 SaaS 产品	1,390	1190	85.61%	2,070	1,832	88.50%
运营服务	162	161	99.38%	382	304	79.58%
CRM 短信	265	243	91.70%	328	285	86.89%
合计	**1,817**	**1,594**	**87.73%**	**2,780**	**2,421**	**87.09%**
项目	**2017 年度**			**2016 年度**		
	抽取样本数	**成功样本数**	**成功率**	**抽取样本数**	**成功样本数**	**成功率**

电商 SaaS 产品	365	314	86.03%	394	283	71.83%
运营服务	49	49	100.00%	26	23	88.46%
CRM 短信	56	41	73.21%	50	42	84.00%
合计	**470**	**404**	**85.96%**	**470**	**348**	**74.04%**

如上表所示，选择出的样本中，客户店铺查询成功率较高。因发行人超级店长、旺店交易等产品均为基础电商 SaaS 产品，存在客户订购后因自身原因无法持续经营而闭店、报告期早期客户关店或更名等原因导致查询不到店铺的情况。针对未查询到店铺的样本，保荐机构和申报会计师进一步获取了相关店铺在报告期内登陆使用软件情况，未发现重大异常情况。

3）针对公司运营服务的客户，选取样本获取发行人工作人员与客户日常沟通记录的截图及企业登陆客户店铺的截图，佐证企业为客户提供服务的真实性。

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
运营服务	199	199	100.00%	237	237	100.00%
项目	2017 年度			2016 年度		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
运营服务	64	64	100.00%	22	22	100.00%

（3）对报告期内发行人营业收入、应收账款执行函证程序。

对发行人报告期内主要客户执行函证程序，客户函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业收入发函金额	1,705.85	4,870.03	5,190.51	4,173.44
营业收入发函比例	7.65%	10.46%	14.48%	15.91%
营业收入回函确认金额	1,662.88	4,841.60	5,016.17	4,032.73
回函确认金额占公司营业收入的比例	7.46%	10.40%	14.00%	15.38%
应收账款发函金额	298.05	352.00	235.43	176.91
应收账款发函比例	10.09%	11.70%	11.44%	10.05%
应收账款回函确认金额	291.61	346.98	224.49	160.08
回函确认金额占公司应收账款账面金额的比例	9.88%	11.53%	10.91%	9.09%

报告期内发函比例较低，主要系除配套硬件业务外，电商 SaaS 产品客户高度分散、运营服务和 CRM 短信的客户较为分散所致。

针对电商 SaaS 产品、运营服务中通过电商平台进行结算的业务，向公司主要经营平台函证结算金额，电商平台函证具体情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
发函结算金额对应的营业收入	15,088.87	29,984.22	20,979.62	16,829.96
占公司营业收入的比例	67.66%	64.41%	58.54%	64.18%
回函确认结算金额对应的营业收入	15,088.87	29,984.22	20,979.62	16,829.96
回函确认金额占公司营业收入的比例	67.66%	64.41%	58.54%	64.18%
应收账款发函金额	2,246.41	2,109.98	1,345.70	1,205.84
应收账款发函比例	76.09%	70.11%	65.38%	68.47%
应收账款回函确认金额	2,246.41	2,109.98	1,345.70	1,205.84
回函确认金额占公司应收账款账面金额的比例	76.09%	70.11%	65.38%	68.47%

对回函不符或未回函样本全部执行替代测试程序，检查与收入确认相关的销售合同或订单、销售出库单、第三方货运单据、销售发票及银行回单等支持性凭证，检查期后回款等，替代测试结果显示不存在重大异常情况。

综上，通过上述两种函证方法，保荐机构和申报会计师对发行人报告期内各产品收入确认金额及占比情况汇总如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	回函确认金额	总金额	回函确认比例	回函确认金额	总金额	回函确认比例
电商 SaaS 产品收入	13,460.44	15,254.00	88.24%	26,680.55	28,772.49	92.73%
配套硬件收入	1,569.09	3,070.10	51.11%	4,653.06	7,397.14	62.90%
运营服务收入	1,722.23	2,533.99	67.96%	3,434.42	5,936.00	57.86%
CRM 短信收入	-	1,441.30	-	57.79	4,443.74	1.30%
营业收入合计	**16,751.75**	**22,299.40**	**75.12%**	**34,825.82**	**46,549.38**	**74.81%**
应收账款账面余额	**2,538.02**	**2,952.49**	**85.96%**	**2,456.96**	**3,009.73**	**81.63%**
项目	2017 年度			2016 年度		
	回函确认金额	总金额	回函确认比例	回函确认金额	总金额	回函确认比例
电商 SaaS 产品收入	17,440.65	17,543.34	99.41%	14,515.65	14,546.79	99.79%
配套硬件收入	4,909.79	6,999.23	70.15%	3,983.27	4,827.48	82.51%
运营服务收入	3,603.56	6,461.49	55.77%	2,336.94	3,098.88	75.41%
CRM 短信收入	41.79	4,832.52	0.86%	26.82	3,751.84	0.71%

营业收入合计	**25,995.79**	**35,836.58**	**72.54%**	**20,862.69**	**26,224.99**	**79.55%**
应收账款账面余额	**1,570.20**	**2,058.24**	**76.29%**	**1,365.91**	**1,761.00**	**77.56%**

（4）对报告期内各期主要客户进行现场访谈

在对客户进行现场访谈中，实地查看其办公环境、经销商库存情况，并关注其实际经营状态，询问其与发行人之间的合作情况、业务交易方式及其采购发行人产品或服务情况等，关注走访过程中了解的信息与尽职调查过程中了解的情况是否相符。询问被访谈的客户及其关联方与发行人及其关联方是否存在关联方关系，询问其与发行人其他主要客户、供应商之间是否存在关联方关系，并取得客户对于其与发行人不存在关联关系声明函、发行人产品销售情况声明及合同真实、有效且履行正常的确认文件。

报告期内，保荐机构及申报会计师共对 30 家客户实施了现场走访，走访客户收入及占比情况如下：

单位：万元

走访客户对应营业收入	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
配套硬件	1,642.16	5,052.03	5,428.99	4,149.84
运营服务	0.36	6.19	78.45	13.76
CRM 短信	114.91	241.62	145.56	55.22
走访客户营业收入合计	**1,757.43**	**5,299.84**	**5,653.00**	**4,218.82**
公司营业收入总额	**22,299.40**	**46,549.38**	**35,836.58**	**26,224.99**
走访比例	**7.88%**	**11.39%**	**15.77%**	**16.09%**

走访金额占比较低主要系公司以服务市场线上销售为主，客户较为分散，且公司以服务市场出具的结算单为依据进行收入确认，可靠性较高；线上销售部分的收入核查以结算单和账房明细查验、IT 审计等程序代替。

（5）针对电商 SaaS 产品、运营服务和 CRM 短信客户分散程度较高的情况，以抽样方式选取样本进行电话访谈。

电话访谈对象主要为采取分层随机抽样的方式选取的样本和数据分析补充的样本，保荐机构和申报会计师对访谈对象的店铺信息、购买应用用途、订单金额、是否帮助公司刷单、是否为公司关联方等情况进行确认，电话访谈情况和结果如下：

1）电话访谈开展情况

保荐机构和申报会计师分别于 2017 年 5 月、2018 年 3 月、2018 年 12 月、2019 年 3 月和 2019 年 8 月分五次，对发行人共计 4,735 家客户进行了电话访谈。

项目	2019 年 1-6 月			2018 年		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
电商 SAAS 产品	1,040	310	29.81%	1,740	610	35.06%
运营服务	162	67	41.36%	382	217	56.81%
CRM 短信	234	60	25.64%	298	84	28.19%
配套硬件	16	8	50.00%	29	14	48.28%
合计	**1,452**	**445**	**30.65%**	**2,449**	**925**	**37.77%**
项目	**2017 年**			**2016 年**		
	抽取样本数	**成功样本数**	**成功率**	**抽取样本数**	**成功样本数**	**成功率**
电商 SAAS 产品	205	61	29.76%	314	96	30.57%
运营服务	49	29	59.18%	26	14	53.85%
CRM 短信	56	16	28.57%	50	11	22.00%
配套硬件	90	33	36.67%	44	13	29.55%
合计	**400**	**139**	**34.75%**	**434**	**134**	**30.88%**

注：成功样本为成功打通电话且对方单位接收项目组访谈并且提供了有效回复的数量。

访谈总体有效率在 30%-40%之间，主要原因为：项目组电话访谈过程中往往被误认为骚扰电话而被拒接或电话接通后受访者拒绝回答项目组的访谈，或者由于采购金额较小、采购期间相对较久远，受访者回复已遗忘，未能有效回复访谈问题。

由于电话访谈的成功率相对较低，项目组针对电话访谈的样本，登录电子商务平台查询店铺的开店情况和交易情况，以验证相关商户店铺是否真实存在、是否对发行人产品有真实的需求。查验情况如下：

项目	2019 年 1-6 月			2018 年		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
电商 SAAS 产品	1,040	856	82.31%	1,740	1,532	88.05%
运营服务	162	161	99.38%	382	304	79.58%
CRM 短信	234	215	91.88%	298	258	86.58%
合计	**1,436**	**1,232**	**85.79%**	**2,420**	**2,094**	**86.53%**

项目	2019 年 1-6 月			2018 年		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
项目	2017 年			2016 年		
	抽取样本数	成功样本数	成功率	抽取样本数	成功样本数	成功率
电商 SAAS 产品	205	172	83.90%	314	239	76.11%
运营服务	49	49	100.00%	26	23	88.46%
CRM 短信	56	41	73.21%	50	42	84.00%
合计	**310**	**262**	**84.52%**	**390**	**304**	**77.95%**

（6）对关联方资金流水进行核查，验证是否存在代收款等情况

对公司、实际控制人、董事（独立董事和外部董事除外）、监事、高级管理人员、出纳人员、实际控制人控制的其他企业的资金账户进行流水核查，未发现明显异常的情况。

（7）执行控制测试

询问发行人管理层公司销售模式、销售业务流程，查阅发行人相关内部控制制度，了解发行人销售与收款循环和与财务报告相关的内部控制设计，并执行穿行测试和控制测试，以评价相关控制是否设计合理并有效执行，包括合同签订审批、产品出库、收入确认、发票开具和应收账款收款等相关控制。经测试，发行人已经建立了适合自己和所处自身行业特点的内部控制，该内部控制设计合理并得到有效执行。

（8）信息系统测试

对公司信息系统运行稳定性、数据记录准确性、安全性等进行了测试。经测试，公司信息系统运行稳定，有关数据记录稳定，能够有效支持财务准确核算营业收入。

（9）了解发行人营业收入确认政策

根据发行人电商 SaaS 产品、配套硬件、CRM 短信、运营服务的业务实质、实际经营情况及相关交易合同条款，检查发行人营业收入确认政策是否符合发行人实际业务情况和《企业会计准则》及其应用指南的有关规定。经检查，发行人的收入确认政策符合《企业会计准则》的相关规定。

10）针对不同业务类型执行收入确认的细节测试和复核

针对发行人不同业务终端客户的真实性以及相关采购的真实性、有效性情况，采取细节测试、业务数据分析复核等方式进一步核查，具体情况见“2、分业务进一步核查情况”。

2、分业务进一步核查情况

（1）电商 SAAS 产品收入核查情况

1）了解电商平台结算规则

公司电商 SaaS 产品业务主要通过各电商平台进行线上销售。针对存在服务市场进行销售与结算的电商平台，如阿里巴巴商家服务市场、京东等，保荐机构及申报会计师获取了报告期内主要平台的服务协议或服务规则，了解平台与公司的合作方式、结算方式、信用周期等主要条款。

2）各电商平台收入确认取证及复核

公司电商 SaaS 产品业务主要通过各电商平台进行线上销售，对应的客户群体为电商平台商户，整体较为分散。以淘宝平台为例，根据《淘宝平台规则总则》：

第十条 【认证】会员应当根据淘宝平台的认证要求，提供会员本人（含自然人、法人及其负责人、非法人组织及其负责人等，下同）真实有效的信息。

（一）会员应当提供的信息包括但不限于：本人身份信息、有效联系方式、真实地址、支付宝相关信息等证明身份真实性、有效性、一致性的信息。会员提供的本人信息不完整、失效或可能不准确的，淘宝可不予通过认证。

（二）为保障会员认证信息的持续真实有效，淘宝可对已通过认证的会员信息进行复核。

第十四条 【开店与退出】会员满足相关条件后，方可根据淘宝网设置的流程创建店铺或变更店铺经营主体。正常情况下，一个会员作为卖家仅能开设一个店铺，具备一定持续经营能力、满足一定经营条件的诚信卖家，可享有开设多店的权益。

店铺在一定期间内持续无出售中商品的，淘宝网可以释放该店铺。

根据《淘宝网市场管理与违规处理规范》：

第五章 第十三条 不活跃商品清理

【适用情形】近 90 天内无编辑、无浏览且无成交的商品。

【市场管理措施】下架商品。

综上可知，以淘宝平台为例，根据相关平台规则，店铺注册均需实名认证，淘宝对店铺的活跃度亦有一定的要求，维持虚构店铺难度较大。且公司主要电商 SaaS 产品均价较低，客户较为分散，通过虚构客户方式虚增收入及利润难度较大。保荐机构和申报会计师通过以下程序验证收入真实性和客户真实性：（1）通过对各电商平台函证、账单数据核对等程序查验公司收入整体的真实性；（2）对主要 SaaS 产品的订购详情进行核验，并对异常订单进行详细复核；（3）对报告期内业务数据与财务数据进行交叉分析复核；（4）通过客户使用软件的行为分析和客户的经营情况分析印证店铺真实性和其采购行为的真实性。

①阿里巴巴商家服务市场

阿里巴巴商家服务市场将用户预付的款项根据服务期限分期计算出公司当月应确认的收入，以此为基础出具月度对账单并与公司结算。

保荐机构、申报会计师获取了阿里巴巴商家服务市场报告期内出具的对账单，将对账单金额与公司确认的收入金额以及实际收款金额进行比对。

经核查，公司在阿里巴巴商家服务市场上的电商 SaaS 产品收入确认真实、准确。

②京东服务市场

京东服务市场按照当月应用产品销售金额与公司对账并结算。公司将收取的款项确认为预收款项，并按照服务期限分摊确认收入。

保荐机构、申报会计师获取了京东服务市场报告期内出具的对账单，将对账单信息与公司后台订单信息及实际收款金额进行比对。保荐机构、申报会计师根据后台订单数据重新计算应归属当期的收入金额，并与账面收入金额进行比对。

经核查，公司在京东服务市场上的电商 SaaS 产品收入确认真实、准确。

③无服务市场的电商平台（如拼多多）

公司在无服务市场的电商平台（如拼多多）上进行销售时，客户的应用订购款直接全额打款至公司支付宝账号，公司对收取的款项在服务期限内分摊确认收入。

针对此类电商平台，保荐机构、申报会计师根据公司后台订单数据重新计算应归属当期的收入金额，并与账面收入金额进行比对。保荐机构、申报会计师获得了公司在该等平台的支付宝流水，并与公司后台订单数据进行双向核对。

经核对，差异金额较小，不存在明显异常，公司在其他电商平台上的电商 SaaS 产品收入确认真实、准确。

各平台收入查验比例如下：

单位：万元

平台名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
淘宝	12,803.09	25,588.81	17,440.65	14,515.65
拼多多	946.61	1,211.86	-	-
京东	410.44	797.74	40.12	19.20
1688	266.72	316.26	-	-
饿了么	224.08	208.47	-	-
钉钉	83.80	26.88	-	-
其他平台	51.39	175.27	8.49	-
线下	395.76	367.97	39.45	-
合计	**15,181.89**	**28,693.25**	**17,528.70**	**14,534.86**
电商 SaaS 产品收入金额	15,254.00	28,772.49	17,543.34	14,546.79
占比	**99.53%**	**99.72%**	**99.92%**	**99.92%**

3）核验主要电商 SaaS 产品的订购详情

获取发行人主要电商 SaaS 产品的订购详情，包括订购版本、订购价格、用户数量的详细信息，复核相关定价是否服务市场公开市场定价相符，是否存在异常订单的情况。

查验的产品主要为超级店长、超级快车、快递助手、旺店交易、旺店商品等10款软件，相关软件收入占报告期内SaaS软件收入的比例超过90%。经核验，未发现异常。

4）对公司报告期内的业务数据进行复核与分析

①针对阿里巴巴商家服务市场超级店长、超级快车软件、超级快车人机（线上）、旺店交易、旺店商品2016年度至2019年6月的交易情况以及阿里巴巴商家服务市场快递助手2018年度至2019年6月的交易情况，根据公司系统中的订单数据重算各期、各软件的业务收入，比较与账房分成数据之间的差异情况。针对拼多多平台、京东平台快递助手和拼多多平台推广宝及推广宝人机，根据系统中的订单数据重算2018年度至2019年6月各期、各软件业务收入，比较与公司当期收入确认金额的差异情况。经核对，差异金额较小，不存在明显异常。

报告期内，已核对产品的收入占当期收入的比例如下：

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
占电商SaaS产品当期收入的比例	88.35%	90.54%	91.61%	92.63%
占运营服务当期收入的比例	34.57%	29.46%	22.72%	17.63%

②针对阿里巴巴商家服务市场超级店长、超级快车软件、超级快车人机（线上）、云托管、旺店交易、旺店商品、快递助手以及拼多多平台、京东平台快递助手，统计报告期内月末有效用户数、月末累积用户数、当月新增用户数、当月续费用户数、当月过期用户数、当月订单总数、当月订单总金额、当月新增订单数、当月续订订单数等业务数据，并将该等数据的变动趋势进行相互比对，及与财务数据变动趋势进行比对。经核对，各产品业务数据的变动趋势不存在明显异常。

③通过客户使用行为分析印证客户采购发行人产品的真实性

针对报告期内阿里巴巴商家服务市场超级店长、旺店交易、旺店商品、快递助手以及拼多多平台、京东平台快递助手的全部付费用户，根据软件特性，按照证明力度由强至弱设置多项用户和使用行为真实性相关指标，并对符合各项指标的用户数和对应收入金额进行统计；若用户使用行为符合前一项指标，则不再将其纳入后续指标的统计中。

A. 以公司核心产品超级店长于阿里巴巴平台的情况为例，报告期内各期用户使用行为分析的相关指标统计结果如下：

指标	指标定义	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
		用户数占比	收入金额占比	用户数占比	收入金额占比	用户数占比	收入金额占比	用户数占比	收入金额占比
1	软件使用期间各期用户至少有一笔交易订单（该数据的取得需要用户登录软件并对软件使用其经营数据的行为进行授权）	89.31%	94.58%	75.90%	88.67%	62.48%	76.92%	58.04%	72.14%
2	用户订购软件后曾登录软件并进行操作或授权	3.62%	1.85%	16.27%	8.16%	27.42%	19.02%	32.28%	24.02%
3	用户在报告期内各期存在至少一笔店铺交易订单（该数据的取得需要用户订购软件）[注 1]	1.79%	0.75%	3.04%	1.21%	0.24%	0.16%	-	-
4	用户在报告期内各期存在店铺访问流量（该数据的取得需要用户订购软件）[注 1]	3.93%	2.07%	3.35%	1.38%	0.46%	0.30%	-	-
5	店铺信息，包括店铺信誉、注册时间、最近 30 天销量等	1.10%	0.62%	0.81%	0.35%	2.24%	0.92%	2.36%	0.91%
6	用户在整个报告期内存在至少一笔交易订单数[注 2]	-	-	0.21%	0.07%	2.89%	1.15%	2.04%	0.83%
7	无法获取以上用户行为数据	0.27%	0.13%	0.40%	0.16%	4.27%	1.53%	5.29%	2.10%
合计		100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

注 1：数据来源于阿里巴巴旗下产品御膳房，系云数据分析和加工平台，该数据的获取需用户订购软件；
注 2：数据来源于公司后台记录数据；
注 3：由于 2016 年度和 2017 年度事件相对久远，数据的抓取难度相对较大，无法获取以上用户行为数据的比例相对较高。

如上表所示，对用户和使用行为真实性证明力度较强的第一及第二项指标在报告期内各期的用户数占比分别为 90.31%、89.90%、92.17%和 92.92%，收入金额占比分别为 96.16%、95.94%、96.83%和 96.43%，可确认用户和使用真实性的比例较高。对超级店长第三至第七项指标以及无法获取相关业务数据的用户，保荐机构和申报会计师随机抽取了部分用户进行了电话访谈。

就部分购买超级店长但未取得其使用记录的用户，访谈了解到的可能原因包括：I. 用户购买超级店长仅为使用其中部分功能，该等功能仅需首次授权、设置后即可使用，且因超级店长功能众多、公司未统计全部功能的使用情况，故部分用户在报告期内无使用数据留存；II. 用户在报告期内已注销店铺，公司无法从平台获取相关数据；III. 超级店长与其他产品以组合形式销售，用户购买产品组合后未使用超级店长；IV. 超级店长单价较低，用户尝试性购买，但未使用。

B. 以拼多多平台主要产品快递助手为例，其 2019 年 1-6 月的用户使用行为分析的相关指标统计结果如下：

指标	指标定义	2019 年 1-6 月	
		用户数占比	收入金额占比
1	软件使用期间当期用户存在打单使用记录	89.18%	93.67%
2	用户订购软件后曾登录软件并进行操作或授权	4.96%	2.62%
3	用户在 2018 年存在打单使用记录	5.22%	3.24%
4	其他情形	0.64%	0.47%
合计		**100.00%**	**100.00%**

如上表所示，对用户和使用行为真实性证明力度较强的第一及第二项指标在报告期内各期的用户数占比为 94.14%，收入金额占比分别为 96.29%，可确认用户和使用真实性的比例较高。

整体而言，经核查，报告期内超级店长和快递助手的用户和使用行为真实性不存在明显异常。

保荐机构和申报会计师对其他产品执行了相似程序，整体结果均不存在明显异常。

综上所述，保荐机构和申报会计师已对报告期内各期 99.53%以上的电商 SaaS 服务收入进行了详细核查，未发现明显异常，公司电商 SaaS 产品收入真实、确认准确。

（2）配套硬件收入核查情况

1）配套硬件以经销为主直销为辅，针对经销模式的核查程序描述详见问题 16“（八）”以及本题“（十五）、1”的相关内容。

经核查，公司经销模式下配套硬件销售收入真实、准确。

2）对实际负责公司配套硬件物流配送的工作人员进行访谈，了解配套硬件日常收发运营管理方式，获取日常收发记录，判断内部控制是否有效。

3）获取报告期内打印机销售清单，判断是否存在大额异常采购客户，并将发货数量与确认收入数量等进行核对，核查是否存在重大差异。经核查，公司物流发运数量与公司财务确认收入数量相匹配，不存在重大差异。

4）获取第三方物流信息，与发行人销售发货情况是否匹配，验证销售真实性。根据发行人的发货记录清单，抽取由主要物流供应商承运、单笔发货超过 50 台打印机的订单，通过网络查询相应的发运和签收记录，并根据快递对账单及其他相关的单据对重量等数据进行核对。

已核查的打印机数量占当期打印机销售总数量的比例如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
打印机销售核查数量（台）	40,282	139,462	182,187	109,461
打印机销售总数量（台）	88,845	219,310	209,918	116,731
数量核查占比	45.34%	63.59%	86.79%	93.77%
配套硬件收入核查金额（万元）	1,265.31	4,518.22	6,346.85	4,161.91
配套硬件收入金额（万元）	3,070.10	7,397.14	6,999.23	4,827.48
收入核查占比	41.21%	61.08%	90.68%	86.21%

2018 年起发行人直销占比上升，直销终端客户单笔订单订购台数较少、订单量较多，导致核查占比下降。保荐机构及申报会计师对直销终端客户补充电话访谈及其他核查程序。电话访谈的相关核查程序请参见本问题“（十五）1（5）”的相关回复。

经核查，公司打印机物流记录信息真实、准确。

5）执行截止性测试

抽取报告期各期末配套硬件收入的入账记录，取得对应的发货明细，通过第三方物流公司官网按快递单号检索发货信息，以此对配套硬件收入进行截止性测试。

6）对配套硬件客户进行分层抽样电话访谈

保荐机构和申报会计师共分 5 次对公司 179 家硬件采购客户执行了电话访谈，以确认客户是否真实购买公司的硬件产品。经核查，未发现明显异常。

综上所述，保荐机构和申报会计师已对报告期内各期配套硬件收入进行了详细核查，未发现明显异常，公司配套硬件销售收入真实、确认准确。

（3）运营服务的收入核查

报告期内，公司运营服务主要包括超级快车人机和云托管。其中，超级快车人机主要以线上方式销售，云托管线上、线下销售收入占比基本相当。

1）针对运营服务线上收入，保荐机构和申报会计师执行与电商 SaaS 产品相一致的核查程序，包括获取并核对服务市场月度对账单、对主要经营平台进行函证、对业务数据进行复核与分析等，具体详见本题“（十五）、2、（1）、3）”的相关内容。

2）针对运营服务线下收入，保荐机构和申报会计师执行了如下核查程序：

①获取了公司运营服务的线下订单数据，与当期银行及支付宝收款金额进行核对，查验收款的真实性。经查验，公司运营服务线下收款真实。

②获取线下订购数据，按照每笔订单的受益期限进行摊销并复核公司账面收入确认金额是否准确。经复核，公司运营服务线下业务收入确认准确。

③获取并对相关合同进行查验，确保结算规则符合合同条款的约定。

④对运营服务客户的真实性及购买公司服务的合理性进行了查验

亲自获取了公司员工提供运营服务的证据，包括与客户的沟通记录、客户淘宝账号登录记录等，验证公司为相应客户确实提供了运营管理服务。

登录电商平台对客户店铺进行查询并确定相应客户店铺的交易情况，验证客户店铺是否真实存在。

核对订单款项支付方与客户店铺之间的关系，确定是否存在异常付款情况。经核查，未发现明显异常情况。

⑤对运营客户执行现场访谈

对于公司 5 家大额的运营客户，执行现场访谈。

3）对运营客户抽样执行电话访谈

保荐机构和申报会计师共分 5 次，对公司 619 家运营客户执行了电话访谈。

综上所述，保荐机构和申报会计师已对报告期内各期运营服务收入进行了详细核查，未发现明显异常，公司运营服务收入真实、确认准确。

（4）CRM 短信的收入核查

对公司报告期内的业务数据进行复核与分析，执行的主要程序包括：

1）从公司业务系统中获取报告期内的短信充值记录，比较与公司支付宝收款记录之间的差异情况；经核对，不存在重大差异。

2）复核报告期内 CRM 短信收入金额的准确性

根据公司 CRM 短信收入的确认方式，使用公司后台业务数据重算报告期内各期 CRM 短信收入金额，并与账面收入确认金额进行比较。经复核，不存在重大差异，详细情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
重算 CRM 短信收入 A	1,438.55	4,441.99	4,793.72	3,760. 52
CRM 短信收入金额 B	1,441.30	4,443.74	4,832.52	3,751.84
差异 C=A-B	-2.75	-1.75	-38.80	8.68
差异率 C/B	-0.19%	-0.04%	-0.80%	0.23%

3）执行分析性程序

①登陆发行人短信业务系统后台数据库，查询并记录报告期内各月的月初剩余短信总条数、月初剩余预付款总金额、月初有效用户数、充值总金额、充值总次数、充值短信总条数、赠送短信总条数、充值短信用户数、新增用户数、发送短信用户数、发送短信条数等业务数据。根据查询到的业务数据，测算公司各期短信业务销售收入是否合理；同时判断公司各期末结存的客户已购买但尚未使用的预收款金额是否准确；并将该等数据的变动趋势进行相互比对，查验相关充值条数与发送条数的相关性及其波动的季节性。经核查，未发现重大异常情况。

②通过分层，对不同充值金额区间的客户进行单价分析，对充值均价、收入均价、结存均价趋势进行分析。经分析，报告期内相关单价波动趋势一致，无异常。

4）执行细节测试

通过分层抽样，获取抽样客户报告期内的充值条数、结存条数、充值单价、收入确认单价、结存单价等明细数据，查验相关数据是否异常。

经上述程序查验的 CRM 短信收入比例如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
查验收入金额（万元）	67.86	188.28	410.99	96.55
收入金额（万元）	1,441.30	4,443.74	4,832.52	3,751.84
占比	4.71%	4.24%	8.50%	2.57%

查验比例较低主要系 CRM 短信客户高度分散所致。

5）对用户及收入真实性相关指标进行分析，具体包括：

①针对报告期内全部短信有效用户，分别统计收入金额和充值金额前 1000 名用户及其收入金额、充值总金额、充值次数、次均充值金额、充值条数、发送条数、充值消耗比（即短信发送数量/短信充值数量[注]）等明细。经核查，各指标整体不存在明显异常。（注：为避免实际充值数量为 0 导致无法计算充值消耗比的情况，定义“短信充值数量=实际充值数量+1”。）

②针对报告期内全部短信有效用户，统计充值消耗比分布情况。经核查，报告期内充值消耗比分布情况不存在明显异常。

③针对报告期内全部短信有效用户，统计用户各年充值金额和收入金额的分布情况。经核查，用户充值和收入分布情况不存在明显异常。

④针对报告期内全部短信有效用户，保荐机构和申报会计师获取了公司后台订单数据以及支付宝、微信流水记录，将店铺 ID 与订单支付 ID 进行匹配，统计 CRM 短信支付账户集中度情况。以支付宝账户为例，统计结果如下：

对应关系	2019 年 1-6 月		2016 年度至 2018 年度	
	支付宝账户数占比	充值金额占比	支付宝账户数占比	充值金额占比
一个支付宝账户对应 1 家店铺	75.31%	39.78%	93.33%	64.39%
一个支付宝账户对应 2-5 家店铺	18.72%	25.87%	6.62%	29.22%
一个支付宝账户对应 5 家以上店铺	5.97%	34.35%	0.05%	6.39%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

如上表所示，2016 年至 2018 年期间，99.95%的支付宝账号为不超过 5 家店铺进行过充值，对应充值金额占比为 93.62%。保荐机构和申报会计师访谈了解并通过公开渠道查询确认，部分商家在淘宝/天猫平台存在同时开设多家店铺的情况，因此 2016 年至 2018 年支付账户集中度分布不存在明显异常。2019 年 1-6

月，一个支付宝账户对应 5 家以上店铺的账户数和充值金额占比均明显上升，主要系自 2019 年 3 月起阿里巴巴对充值支付宝账号进行加密处理，公司仅能读取账号前三位字符和邮箱后缀（账号为邮箱）或前三位和最后四位数字（账号为手机号），导致支付账户和店铺匹配关系的精准度大幅下降。保荐机构和申报会计师进一步取得了 2019 年 1-2 月 CRM 短信支付账户集中度情况，其中 99.97%的支付宝账号为不超过 5 家店铺进行过充值，对应充值金额占比为 99.98%，不存在明显异常情况。

6）选取部分客户执行电话访谈

保荐机构和申报会计师共分 5 次，对 424 家 CRM 短信客户执行了电话访谈，访谈样本选取方法如下：

①对报告期内短信客户进行分层抽样选取；

②对 2016 年至 2018 年、2019 年 1-6 月期间，充值或收入 Top500 中充值消耗比小于等于 0.7 的用户以及次均充值超过 50,000 元的全部用户全部选取；

③对 2016 年至 2018 年、2019 年 1-6 月期间，充值消耗比在[0,1]之间的用户以及充值消耗比较低且收入或充值金额较高的用户，进行抽样选取；

④对 2016 年至 2018 年、2019 年 1-6 月期间，一个支付宝或微信账号对应 6 家以上店铺的用户全部选取。

综上所述，保荐机构和申报会计师已对报告期内各期 CRM 短信收入进行了详细核查，未发现明显异常，公司 CRM 短信收入真实、确认准确。

3、核查结论

经执行上述核查程序，保荐机构和申报会计师认为，发行人报告期内确认的收入真实、准确、完整。

（十六）对信息系统出具专项核查报告，详细说明对发行人信息系统的核查范围、核查人员、核查内容、核查方法、核查过程、核查证据及核查结论，并对发行人与信息系统相关内部控制的有效性，业务系统是否真实、准确、完整地记录发行人的经营活动，财务系统所引用的业务系统数据是否真实、准确、完整，业务系统的运营数据和财务系统的财务数据是否相匹配发表明确意见。

保荐机构和立信信息系统鉴证部已对公司信息系统出具专项核查报告，该等报告之结论为“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，发行人财务系统所引用的业务系统数据真实、准确、完整，发行人业务系统的运营数据和财务系统的财务数据真实、准确、完整，业务系统的运营数据和财务系统的财务数据相匹配，与信息系统运行相关的关键内部控制具备有效性。”

问题 25

报告期内，公司营业成本分别为 11,508.69 万元、15,465.18 万元和 18,568.25 万元，主要由配套硬件及配件耗材采购成本、服务市场技术服务费、信息通道资源费、员工薪酬、API 成本和服务器成本构成。《原始财务报表与申报财务报表的差异比较表》显示报告期内存在将员工薪酬从费用重分类为成本的情况。

请发行人披露：（1）在“主要会计政策和会计估计”中披露成本核算的具体方法；（2）报告期内主要成本项目的变动原因，结合主要采购对象的数量与价格变动，分析营业成本增减变化的影响因素；（3）报告期内电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商的收益分成和收费政策的调整变化情况以及对发行人营业成本的影响，未来可预见的变化趋势。

请发行人说明：（1）计入营业成本和费用的员工薪酬所对应的工作岗位的职责和具体工作内容，如何在成本、费用中进行准确区分；（2）是否存在同一员工同时承担技术服务、研发、销售等多项职责的情况，如存在，请说明该员工具有共享性质的薪酬支出在营业成本、研发费用、销售费用等之间的分摊方法，如按工时分配，请进一步说明工时管理相关的内部控制制度及执行的有效性。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，并对成本与费用划分的准确性及是否符合行业惯例、成本的完整性发表明确意见。

回复：

（一）在“主要会计政策和会计估计”中披露成本核算的具体方法；

公司为电商 SaaS 企业，不涉及具体生产，公司通过不断的研发投入完善和更新产品功能以满足日益变化的市场需求。公司与产品相关的成本主要包括：配

套硬件及配件耗材采购成本、服务市场技术服务费、信息通道资源费、员工薪酬、API 成本和服务器成本等。

1、电商 SaaS 产品

公司电商 SaaS 产品成本包括获取收入而支付与之相应的服务市场技术服务费、API 和服务器成本。

1）服务市场技术服务费

电商平台按月提供账房账单并与公司结算，公司根据账房账单，将相关费用计入实际发生当期的营业成本。

2）API 成本

电商平台根据公司实际发生 API 费用实时扣款结算，按月提供 API 账房账单给公司，公司根据账房账单将 API 费用计入实际发生当期的营业成本。

3）服务器成本

公司将专为 SaaS 产品而租赁的云服务器成本在服务器租赁期内平均摊销并计入营业成本。

2、配套硬件

公司配套硬件全部为外部采购成本，公司没有生产过程，配套硬件成本主要是配套硬件的采购成本。

公司将直接采购的配套硬件产品计入库存商品，在交付货物确认收入时采用月末一次加权平均法结转配套硬件产品的成本。

3、运营服务

公司将为提供运营服务而发生的员工工资薪酬及与之相应的服务器成本作为运营服务成本。

1）员工工资薪酬

公司运营服务由车手和品牌运营团队开展，对车手和品牌运营团队员工工资单独核算，每月根据结算的员工工资计入营业成本。

2）服务器成本

运营服务云服务器供应商按月提供对账单并与公司结算，公司根据账单，将专为运营服务而租赁的云服务器成本计入实际发生当期的营业成本。

4、CRM 短信

公司根据每月实际发送的短信数量与供应商进行结算信息通道资源费，并根据结算金额计入发送当月的营业成本。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“五、主要会计政策和会计估计”之“（一）收入和成本”之“3、成本核算具体方法”中进行补充披露。

（二）报告期内主要成本项目的变动原因，结合主要采购对象的数量与价格变动，分析营业成本增减变化的影响因素；

报告期内，公司主要成本项目及变动情况如下：

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
配套硬件及配件耗材	2,521.26	31.01%	6,679.82	35.97%	6,272.12	40.56%	4,445.99	38.63%
服务市场技术服务费	2,630.74	32.35%	5,120.47	27.58%	3,235.59	20.92%	2,669.28	23.19%
信息通道资源费	741.21	9.12%	2,294.47	12.36%	2,550.12	16.49%	2,308.29	20.06%
员工薪酬	580.00	7.13%	1,621.92	8.73%	1,519.44	9.82%	746.32	6.48%
API	639.72	7.87%	1,210.60	6.52%	897.56	5.80%	639.54	5.56%
服务器	502.14	6.18%	644.46	3.47%	653.54	4.23%	420.89	3.66%
其他	516.46	6.35%	996.51	5.37%	336.82	2.18%	278.37	2.42%
合计	**8,131.53**	**100.00%**	**18,568.25**	**100.00%**	**15,465.18**	**100.00%**	**11,508.69**	**100.00%**

如上表所示，报告期内公司营业成本主要为配套硬件及配件耗材成本、服务市场技术服务费、信息通道资源费、员工薪酬、API 成本和服务器成本。

1、配套硬件及配件耗材成本

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司配套硬件及配件耗材的成本分别为 4,445.99 万元、6,272.12 万元、6,679.82 万元和 2,521.26 万元，明细如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
快麦打印机	2,405.46	6,210.73	6,096.02	4,248.13
配件及耗材	94.14	370.49	145.22	187.37
其他	21.66	98.60	30.88	10.49
合计	2,521.26	6,679.82	6,272.12	4,445.99

报告期内，公司配套硬件及配件耗材的采购成本主要为快麦打印机的成本。报告期内各期，快麦打印机结转成本的数量和均价如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
结转成本数量（万台）	8.88	21.93	20.99	11.67
均价（元/台）	270.75	283.19	290.40	363.93

报告期内，快麦打印机均价整体呈下降趋势，主要系市场竞争加剧，产品销售单价呈下行趋势，以及随着市场逐步成熟、产品技术门槛降低，采购成本呈现同步下行趋势所致。

2、服务市场技术服务费

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司服务市场技术服务费分别为 2,669.28 万元、3,235.59 万元、5,120.47 万元和 2,630.74 万元。公司向各电商平台支付的服务市场技术服务费情况如下：

单位：万元

产品	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
阿里巴巴商家服务市场	2,504.17	95.19%	4,949.66	96.66%	3,227.92	99.76%	2,669.28	100.00%
京东服务市场	61.40	2.33%	107.97	2.11%	7.67	0.24%	-	-
其他平台	65.18	2.48%	62.83	1.23%	-	-	-	-
合计	2,630.74	100.00%	5,120.47	100.00%	3,235.59	100.00%	2,669.28	100.00%

如上表所示，报告期内公司服务市场技术服务费主要为根据《阿里巴巴商家服务市场服务协议》，向阿里巴巴商家服务市场支付的使用服务市场相关软件服务的使用费用。《阿里巴巴商家服务市场服务协议》的主要内容详见本题（三）的相关内容。此外，协议约定，流量推广-直通车优化、流量推广-钻石展位等特殊业务应用的服务商不需要向阿里巴巴支付技术服务费。

报告期内，公司提供的主要产品与服务中，超级店长、旺店系列软件、快递助手等需向阿里巴巴商家服务市场支付技术服务费，超级快车软件、超级快车人机和云托管等无需支付技术服务费。

报告期内，公司服务市场技术服务费的变动趋势与电商 SaaS 产品收入基本一致，其匹配关系请参见问题“15（一）1（1）”的相关解释。

3、信息通道资源费

报告期内，公司信息通道资源费系为开展 CRM 短信业务而向短信通道服务商或运营商采购短信的成本。公司与短信供应商签订采购合同并约定合同期间内的采购单价，公司按照合同约定单价及当期短信发送条数与供应商进行结算，并相应确认信息通道资源成本。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司信息通道资源费、短信发送条数和短信采购均价如下表所示：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
信息通道资源服务费（万元）	741.21	2,294.47	2,550.12	2,308.29
短信使用量（万条）	32,472.64	101,063.24	105,895.27	79,802.33
短信采购单价（元/条）	0.0228	0.0227	0.0241	0.0289

如上表所示，2017 年度公司信息通道资源费较 2016 年度有所上升，主要系当期短信发送数量大幅提升。2018 年度公司信息通道资源费较 2017 年度有所下降，主要系短信发送数量和短信采购均价均有所下降。其中，公司短信发送数量变动主要系客户需求发生变化所致；公司短信采购单价整体呈下降趋势，主要系随着移动通讯技术发展，短信发送成本下降所致。

4、员工薪酬

报告期内，公司计入主营业务成本的员工薪酬主要为开展超级快车人机和云托管业务所发生的员工薪酬。员工薪酬主要由工资、绩效、奖金和社保公积金构成，其中绩效、奖金与业绩挂钩。

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，成本中员工人均薪酬的变动情况和产品收入规模的匹配关系如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
成本中员工薪酬总额[注]（万元）	580.00	1,621.92	1,519.44	746.32
成本中平均员工人数（人）	73.17	89.42	92.92	59.25
人均薪酬（万元/人）	7.93	18.14	16.35	12.60
超级快车人机、云托管收入（万元）	2,237.99	5,169.63	5,632.69	2,676.97
人均创收（万元/人）	30.59	57.82	60.62	45.12
人均薪酬/人均创收	25.92%	31.37%	26.98%	27.88%

注：员工薪酬主要由工资、绩效、奖金和社保公积金构成。

如上表所示，2017 年度薪酬总额增加，主要系员工人数大幅增加，以及业绩提升导致人均薪酬增加。2018 年度，员工人数基本稳定，虽然人均创收略有下滑，但因绩效提点随工作年限增加而有所提升，导致人均薪酬较 2017 年度仍有小幅上升，从而导致 2018 年度薪酬总额小幅增长。2019 年 1-6 月，云托管业务的收入规模持续下降，导致平均员工人数和绩效、奖金均相应下降，薪酬总额随之减少。报告期内各期，人均薪酬与人均创收基本匹配。

5、API

报告期内，公司 API 成本主要为根据阿里巴巴商家服务市场《开放平台技术服务费规则》支付的 API 费用。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司 API 成本分别为 639.54 万元、897.56 万元、1,210.60 万元和 639.72 万元，API 费用的逐年增长和阿里巴巴商家服务市场的 API 定价规则变动和公司各期 API 调用情况相关。

有关阿里巴巴商家服务市场 API 定价规则请参见“问题 13（二）3”的相关表述。

报告期内各期，公司在阿里巴巴商家服务市场的 API 和数据推送使用量变动情况如下：

期间	基础 API-塔内（亿次）	基础 API-塔外（亿次）	增值 API（亿次）	数据推送（亿单）	金额（万元）
2019 年 1-6 月	294.62	0.00	57.45	69.23	636.46
2018 年度	582.76	0.01	122.19	140.81	1,203.28
2017 年度	343.52	0.02	122.59	121.55	897.56
2016 年度	339.69	0.02	134.20	-	639.54

2017 年度公司 API 成本较 2016 年度增加 258.02 万元，主要系阿里巴巴商家服务市场自 2017 年 1 月 1 日起增加对数据推送服务的收费，公司本期新增数据推送费用 226.95 万元所致。2018 年度至 2019 年 6 月，公司 API 成本较 2017 年度增加，主要系基础 API 调用量和数据推送单量增加所致，主要原因包括（1）其乐融融纳入合并范围，（2）旺店系列用户数增加，以及（3）超级店长增加主动推送账单功能。

6、服务器

报告期内，公司服务器成本主要为使用阿里聚石塔及阿里零售云所支付的云服务器租赁费用。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司服务器成本分别为 420.89 万元、653.54 万元、644.46 万元和 502.14 万元；其中 2017 年度因处理有误，导致多摊销应计入 2018 年度的服务器成本 79.97 万元（注：因金额差异较小，不构成前期会计报表重大差错，故公司未进行追溯调整），若进行调整公司 2017 年度、2018 年度实际服务器成本分别为 573.57 万元和 724.43 万元。

报告期内，公司主要向阿里云计算有限公司、杭州托宝网络有限公司、吉林省高升科技有限公司采购服务器。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司向上述供应商采购云服务器所相应确认的成本金额分别为 410.12 万元、552.60 万元、711.85 万元和 496.18 万元，所采购的服务器数量和均价变动情况如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
成本（万元）	496.18	711.85	552.60	410.12
数量（万台）	17.56	24.49	18.04	13.22
均价（元/台/天）	28.25	29.07	30.63	31.03

注：服务器数量系根据会计期间内每日在有效期内的服务器台数累加计算。

公司采购的服务器数量在报告期内整体呈上升趋势，主要系（1）公司电商 SaaS 软件等业务规模扩大，对数据处理、存储设备的需求增加；（2）2018 年度收购其乐融融快递助手业务，对服务器需求增加；（3）根据阿里云 2019 年 1 月 3 日的公告，其计划 2019 年逐步对聚石塔内的阿里云用户进行迁移。迁移期间

为保证数据安全，公司并行租赁了部分服务器，导致 2019 年 1-6 月服务器使用量大幅增加。

报告期内，服务器均价总体保持稳定，略呈下降趋势，主要系报告期公司采购聚石塔、阿里云的服务器价格持续下降所致。

7、其他

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司其他主营业务成本分别为 278.37 万元、336.82 万元、996.51 万元和 516.46 万元，主要为公司购买旺店系列软件在合并报表中确认的运营软件以及合并其乐融融在合并报表中确认的运营软件、客户关系和商标权的摊销。报告期内各期，上述无形资产的摊销金额分别为 183.33 万元、200.00 万元、839.00 万元和 419.50 万元。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“1、营业成本按性质划分及其变动分析”中进行补充披露。

（三）报告期内电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商的收益分成和收费政策的调整变化情况以及对发行人营业成本的影响，未来可预见的变化趋势。

报告期内，公司主要在阿里巴巴商家服务市场、京东服务市场以及拼多多平台开展线上业务。根据平台规则，阿里巴巴商家服务市场和京东服务市场针对入驻的服务商收取技术服务费，拼多多平台则不收取技术服务费。

1、阿里巴巴商家服务市场

根据《阿里巴巴商家服务市场服务协议》，报告期内技术服务费的收费政策变化如下：

时间段	收费政策	举例
2016.1.1-2017.3.31	2016年4月1日0:0至2017年3月31日23:59期间（或2015年4月1日0:0至2016年3月31日23:59期间）累计销售收入未超过15万元人民币的，服务商无需支付服务费；超过15万元人民币的，需按超过15万部分的20%向服务市场支付技术服务费。服务商通过服务市场向用户销售多个应	前述期间，如服务商有A、B两款一般业务应用，A 应用累计销售收入为 M（M 大于人民币15万元），B 应用累计销售收入为 N（N 大于人民币15万元），则服务商应向服务市场支付的技术服务费总额为（M-15万）×20%+（N-15万）×20%

时间段	收费政策	举例
	用的，应就每个应用单独支付技术服务费用	
2017.4.1-2017.4.30	2017年4月1日0:0至2017年4月30日23:59期间累计销售收入未超过15万元人民币的，服务商无需支付服务费；超过15万元人民币的，需按超过15万部分的20%向服务市场支付技术服务费。服务商通过服务市场向用户销售多个应用的，应就每个应用单独支付技术服务费用	前述期间，如服务商有A、B两款一般业务应用，A应用累计销售收入为M（M大于人民币15万元），B应用累计销售收入为N（N大于人民币15万元），则服务商应向服务市场支付的技术服务费总额为（M-15万）×20%+（N-15万）×20%
2017.5.1-2019.6.30	服务商需按累计销售收入的20%向服务市场支付技术服务费。服务商通过服务市场向用户销售多个应用的，应就每个应用单独支付技术服务费用	如服务商有C、D两款一般业务应用，C应用累计销售收入为X，D应用累计销售收入为Y，则服务商应向服务市场支付的技术服务费总额为X×20%+Y×20%

综上所述，阿里巴巴商家服务市场技术服务费分成比例未发生调整，仅具体计算基数出现微调。

2、京东服务市场

根据京东服务市场《服务市场资费标准》，服务商需根据其在平台销售应用的收入情况向京东支付使用技术服务的费用；技术服务费按照服务商在平台发布服务的类目对应的资费标准收取，其中软件服务技术服务费收取比例为15%，运营服务不收取技术服务费。服务商通过平台向用户销售多个应用的，服务商应就每个应用单独支付技术服务使用费用。

报告期内，京东服务市场技术服务费的收取标准未发生变化。

3、技术服务费收费政策变化对发行人营业成本的影响

如上所述，报告期内阿里巴巴商家服务市场和京东服务市场技术服务费的分成比例均未发生变化，仅阿里巴巴商家服务市场技术服务费的计算基数略有改变。由于报告期内公司在阿里巴巴商家服务市场上的主要电商SaaS产品的累计销售收入均远超过15万元，因此报告期内技术服务费收费政策变化对公司营业成本的影响极小。

4、未来可预见的变化趋势

如上文所述，报告期内阿里巴巴商家服务市场和京东服务市场技术服务费的分成比例、分配政策在报告期内均未发生重大变化。

根据 2019 年 6 月，淘宝（中国）软件有限公司的访谈问卷确认，未来服务市场技术服务费的收费标准暂无变动计划，但不排除会进行变动的可能。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（二）营业成本分析” 之“1、营业成本按性质划分及其变动分析”中进行补充披露。

（四）计入营业成本和费用的员工薪酬所对应的工作岗位的职责和具体工作内容，如何在成本、费用中进行准确区分

公司建立了比较完善的人员岗位职能管理规则，不同部门、岗位的员工根据各自岗位职责从事相应工作。公司按不同部门、岗位对员工薪酬进行区分，根据其岗位职责不同归集至对应成本、费用中，具体工作内容及会计核算口径如下：

核算科目	部门	岗位	主要岗位职责
营业成本	快麦电商事业部	直通车车手（人机、直通车）	负责直通车关键词的选择，直通车出价；负责直通车的六大报表的分析解读、数据优化及相关数据分析；负责提高直通车转换率；做好直通车投放的数据统计，并发送给运营进行数据分析。
		品牌（钻展）运营	负责淘宝天猫等品牌（钻石）展位的推广投放工作；对品牌（钻展）和店铺数据进行分析统计；跟客户进行数据反馈和日常工作沟通；配合店铺运营进行合适投放策略的推广；配合美工进行创意图片的设计制作。
销售费用	各事业部	客服专员	在线和电话解答客户疑问及记录客户需求；解决用户在产品使用过程中遇到得软件功能问题；付费客户不定期回访，每周客户需求、数据汇报；产品日常图片、数据审核。
	销售部	直销专员、电销专员	负责对集团内部客户进行回访，收集有效客户信息；通过电话、旺旺向意向客户介绍产品并销售，完成各项销售指标;通过电话沟通了解客户需求, 寻求销售机会并完成销售业绩；开发新客户，拓展与老客户的业务，建立和维护客户档案。
	市场部	市场专员	协助公司各条业务线展开合作、推广、调研、分销等活动；整合市场资源，拓展并维护合作伙伴关系，建立有效的线下推广渠道；配合运营方案落地，协助在电商园区、电商院校等地区推广；电商知名讲师或自媒体人合作对接与关系维护。
管理费用	证券部		负责公司股东大会、董事会、监事会会务组织和会议文件起草工作；负责公司信息披露工作；负责股东大会、董事会、监事会档案材料的归整工作；负责公司其他各项证券事务。
	人力资源部	招聘专员、HRBP 专员等	制订人事管理制度并实施人力资源规划，进行人员招聘、绩效管理、员工培训、薪酬福利管理、维护员工关系等人力资源管理工作；负责企业文化建设及各类团建活动的组织策划。

核算科目	部门	岗位	主要岗位职责
	行政部	行政专员	负责组织制订公司行政管理规章制度并监督执行；负责固定资产及办公用品管理和办公环境维护。
	财务部	会计人员、出纳人员	负责执行《企业会计准则》，结合公司实际情况制订公司会计核算制度和财务管理制度；组织完成会计核算和定期报告并进行财务分析，及时提供准确的财务信息和合理化建议；负责编制公司的财务预算和执行情况分析；负责公司税收筹划和资金筹划；建立、健全各项内部控制制度并进行监督；负责财务档案的定期分类、整理和归档。
	法务部	法务专员	负责规章制度的起草、修订、建立、完善法律风险管理体系，形成法律风险预警提示机制；负责公司合同文件的起草、修订、审核、传递、存档等管理工作。外部律师资源的对接、沟通、维护及协调。
	内审部	内审专员	负责对公司各内部机构、具有重大影响的参股公司的内部控制和风险管理的有效性、财务信息的真实性、完整性以及经营活动的效率和效果，开展内部审计。
	采购部	采购专员	根据公司生产经营计划，按需租赁办公场地，采购办公用品、水电等资源，以维持公司的日常运营。负责收集建立供应商档案资料，及时掌握市场动向，建立并执行质量跟踪备查方案。
	各事业部	Java 开发、前端开发、测试、数据、算法、C++工程师、产品经理、设计师	改善业务部产品的用户体验, 提升产品的稳定性和可扩展性；结合服务市场调研数据分析，提出业务部产品组件优化技术方案，并推进落地；跟进日常运营活动需求，完成运营活动的设计与开发；实时跟进业务产品后台、服务器、数据库常规升级；协助销售团队解决产品日常运行过程中疑难问题，BUG 修复；根据公司战略，制定所负责业务产品线的规划发展；与其他部门积极配合，跟踪产品实施效果以及业务发展状况，持续改善产品；管理品牌形象，把控各品牌整合推广、广告创意、营销传播、市场活动及发布会等品牌识别与设计。
		运营工程师	开展竞品与市场分析，结合业务产品展望市场与行业趋势，提出优化方案，推进方案落地；制定整体行业的销售策略，品类规划，流量分配机制；整合资源，设计制定并推进对外商业合作，有效撬动行业资源；不断优化现有运营机制，提升消费者体。
研发费用	研发部	Java 开发工程师	负责后端系统设计与模块开发；按照产品需求设计与编写高质量代码，完成核心模块的开发与上线；能快速的发现并解决上线过程中的问题；开发过程中提测质量和修复质量高；定期代码 review，保持代码简洁高效。
		前端开发工程师	负责前端页面开发制作和维护，配合后台开发人员实现系统界面和功能；能够灵活的使用前端开源组件完成产品的需求；参与前端组件、框架的开发工作；开发过程中提测质量和修复质量高。
		测试工程师	负责 Web 系统的功能测试/性能测试、安全和兼容性测试；根据产品需求和开发计划，进行测试需求分析，制定测试计划，编写测试方案和用例；执行测试并对测试过程中发现的问题进行分析和报告，并协助开发人员进行问题定位、解决及跟踪；上线后及时回归测试，保障线上系统稳定。

核算科目	部门	岗位	主要岗位职责
		运营工程师	项目用户运营，对用户留存和活跃负责，制定项目产品运营计划并实施；分析用户行为路径，协助产品技术挖掘用户需求、完善产品功能建设；通过数据分析，挖掘用户行为，建设用户标签体系；通过数据反馈和访谈调研等方式收集用户需求，结合产品发展情况，产出对产品和其它横向部门的需求并推进执行。
		数据工程师	项目数据仓库搭建；项目数据分析需求开发；结合项目客户需求及现状，利用阿里数据和其他数据来源，完成消费者特征、行为分析，总结现象和规律，利用多种分析手段，发现问题与机会；负责项目客户电商广告活动的数据分析，用专业的分析技能，为客户提供洞察和建议。
		算法工程师	参与各类策略型项目，与团队一起用算法解决项目问题；参与包括但不限于以下内容：自然语言处理、广告投放算法优化；负责项目广告策略研发，包括 CTR 预估，用户行为分析，广告定向，广告相关性等方向；持续优化算法方案，保障算法的准确性和稳定性。
		C++工程师	负责核心产品、项目的开发；负责具体代码的实现；参与新产品的讨论及开发，根据公司情况有意识进行新技术的研发；负责软件的性能优化、软件的体验改进。
		产品经理	负责项目功能模块设计及规划，对需求进行分析和抽象，独立完成产品方案设计工作；协调开发、测试资源推动项目产品需求落地；产品数据分析，挖掘数据间关联信息；对市场用户反馈问题进行及时跟进和解答；跟进项目进度，按时完成功能上线。
		设计师	负责项目功能界面风格创意设计工作；按照项目已定界面风格的原形标准，完成各级界面的延续性设计；负责项目功能整体界面与 icon 的设计制作，优化用户操作体验；跟进设计效果最终在产品的实现，保证设计品质与实现品质一致。

（五）是否存在同一员工同时承担技术服务、研发、销售等多项职责的情况，如存在，请说明该员工具有共享性质的薪酬支出在营业成本、研发费用、销售费用等之间的分摊方法，如按工时分配，请进一步说明工时管理相关的内部控制制度及执行的有效性

公司计入成本、费用的人员薪酬系依据员工所处的部门及岗位进行划分。同时，为了准确归集成本、费用，公司建立了比较完善的《转岗管理制度》，根据公司业务发展或工作需要，调配相应人力资源。如员工职责发生变化，人力资源部会及时调整人员所在部门及岗位，不存在同一员工同时承担技术服务、研发、销售等多项职责的情况。

公司财务部门每月根据工资计算表按照上述成本、费用归集方法分别计入营业成本、研发费用、销售费用及管理费用，涉及岗位调整人员相关薪酬将按照调整后的部门和岗位确定，不存在按照工时分配的情形。

（六）核查程序及核查意见

就前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、针对公司服务的最主要电子商务平台技术服务费收费标准未来变动计划，如本回复问题 13 所述，取得了淘宝（中国）软件有限公司访谈问卷；

2、访谈发行人管理层，了解发行人组织结构、岗位设置及相关内部控制制度；

3、访谈发行人财务部门负责人，了解发行人成本核算方法、员工薪酬的分配方法及成本、费用的归集口径；

4、检查发行人成本的核算内容和计算方法是否符合会计准则规定，是否符合发行人实际经营情况，报告期内是否保持一致；

5、成本核查情况

（1）执行了分析性复核程序

1）结合发行人业务模式和经营规模的变动情况，分析成本的主要构成，进而分析各年成本的构成及波动情况、存货周转率、供应商变动分析、与收入配比等，未发现明显异常。

2）内控制度有效性核查

对公司成本费用相关的内部控制的设计及执行情况进行了控制测试。以评价内部控制设计的合理性和执行的有效性，具体如下：

①公司内部控制结构的有效性：公司建立了《采购制度及采购流程》、《采购与付款管理流程》等相关供应商管理制度体系，建立了较完善的供应商管理组织结构、采购过程控制监督体系等。

②内部控制的执行情况：公司和供应商的货币资金收支、采购和付款、成本和费用管理、财务核算均严格按照财务管理制度和采购协议进行，核查发行人内

部控制执行一致性、有效性。

经测试，公司与成本费用相关的内部控制设计合理并得到有效执行。

3）对公司报告期内主要供应商进行函证，发函及回函情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业成本金额（A）	8,131. 53	18,568.25	15,465.18	11,508.69
营业成本发函金额（B）	7,080.29	15,566.68	13,329.76	10,248.38
发函金额占比（B/A）	87.07%	83.83%	86.19%	89.05%
回函确认金额（C）	7,080.29	15,566.68	13,253.27	10,101.16
回函确认金额占比（C/A）	**87.07%**	**83.83%**	**85.58%**	**87.77%**
应付账款金额（D）	308.41	488.11	441.64	424.04
应付账款发函金额（E）	232.94	426.64	374.68	392.94
发函金额占比（E/D）	75.53%	87.40%	84.84%	92.67%
回函确认金额（F）	232.94	426.64	374.68	392.94
回函确认金额占比（F/D）	**75.53%**	**87.40%**	**84.84%**	**92.67%**
预付账款金额（G）	1,746.60	1,157.50	646.94	890.57
预付账款发函金额（H）	1,441.61	1,021.78	461.10	683.80
发函金额占比（H/G）	82.54%	88.27%	71.27%	76.78%
回函确认金额（I）	1,441.61	1,021.78	461.10	683.80
回函确认金额占比（I/G）	**82.54%**	**88.27%**	**71.27%**	**76.78%**

4）对成本项目执行细节测试

获取并查验了供应商提供的对账单、结算规则等资料，并与公司财务账面记录信息进行核对。经查验，未发现重大差异，具体详见本部分“（2）具体成本查验项目”。

5）对公司报告期内主要供应商进行走访

走访确认的成本金额占公司当期全部成本的比例如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
公司营业成本金额（A）	8,131.53	18,568.25	15,465.18	11,508.69
走访供应商对应营业成本金额（B）	2,552.10	6,754. 32	6,758.55	4,560.58

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
走访占比（B/A）	31.39%	36.38%	43.70%	39.63%

报告期内走访比例较低主要系阿里巴巴集团旗下企业不接受现场访谈，2019 年 6 月，阿里巴巴集团旗下企业中淘宝（中国）软件有限公司、阿里云计算有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司已在访谈问卷中对 2016 年-2018 年的数据进行补充确认，确认比例如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
营业成本金额（A）	8,131. 53	18,568.25	15,465.18	11,508.69
邮件确认供应商对应营业成本金额（B）	4,268.43	8,651.83	6,704.20	5,709.04
邮件确认占比（B/A）	52.49%	46.59%	43.35%	49.61%

阿里巴巴集团旗下企业中淘宝（中国）软件有限公司、阿里云计算有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司已回函确认 2019 年 1-6 月相关数据。

6）对公司、实际控制人、董事（外部董事和独立董事除外）、监事、高级管理人员、实际控制人控制的其他企业的资金账户进行流水核查，未发现明显异常的情况。

（2）具体成本查验项目

发行人报告期主要成本包括配套硬件及耗材成本、服务市场技术服务费、信息通道资源费、API 调用成本、服务器成本、运营服务人工薪酬等。各成本项目查验过程如下：

1）配套硬件及耗材成本查验程序

①获取报告期内配套硬件及耗材的购货合同、请购单、购货发票、供应商送货单等并查验比对，未发现异常情况。查验情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
购货测试金额	1,505.14	5,158.31	4,143.55	3,970.79
配套硬件及耗材采购金额	2,106.01	7,344.37	6,591.80	4,716.01
查验比例	71.47%	70.23%	62.86%	86.17%

②对报告期内硬件采购入账金额、销售结转成本金额进行计价测试，查验发行人报告期计价方法是否保持一致性。查验测试情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
测试存货期末结存金额	438.25	784.92	391.95	158.62
期末存货金额	639.45	1,132.78	481.80	162.12
查验比例	68.53%	69.29%	81.35%	97.84%

③对存货执行监盘程序，经盘点，未发现异常情况。报告期各期末，盘点情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
盘点金额	637.79	1,106.79	461.23	160.95
期末存货金额	639.45	1,132.78	481.80	162.12
查验比例	99.74%	97.71%	95.73%	99.28%

2）服务市场技术服务费查验程序

①登录电商平台，查阅电商平台服务市场结算规则。经查阅，报告期内公司主要服务电商平台的市场技术服务费结算规则未发生重大调整。

②针对电商 SaaS 产品、运营服务中通过电商平台进行结算的业务，对公司实际的成本分成率与平台政策进行比对，查验是否存在明显差异。经查验，不存在明显差异。

③获取平台对账单数据及公司的收入确认原则复核并重新计算应确认的营业收入、营业成本金额，并将重新计算的结果与公司账面确认收入、成本进行对比，复核是否存在差错。经复核，不存在重大差异。

3）API 成本查验程序

①查询各个平台的 API 收费政策。经查验，报告期内仅阿里巴巴商家服务市场收取 API 调用费用。

②获取报告期内阿里平台每月的对账单与协议，根据调用次数与单价重新计算主要应用（超级店长、超级快车、旺店交易、快递助手）的 API 调用费用，

并与平台对账单金额进行比对，经查验，差异金额较小，未见异常情况。查验情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
查验金额	452.54	856.82	679.56	551.96
API 成本金额	639.72	1,210.60	897.56	639.54
查验比例	70.74%	70.78%	75.71%	86.31%

③复核 API 成本的完整性

报告期内电商 SaaS 产品 API 调用通过其绑定的服务账号进行结算和支付。保荐机构和申报会计师获取了公司所有在服务市场上进行销售的电商 SaaS 产品清单，匹配了电商 SaaS 产品绑定的服务账号，对服务账号中结算的 API 成本进行复核。经复核，公司所有服务账号 API 调用成本均已完整计入成本。

4）信息通道资源费查验程序

①获取每月供应商的短信采购对账单，将对账单与账面计提成本金额进行核对，经查验，差异金额较小，未见异常情况。查验情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
查验金额	740.97	2,294.47	2,550.12	2,308.29
信息通道资源费	741.21	2,294.47	2,550.12	2,308.29
查验比例	99.97%	100.00%	100.00%	100.00%

②获取与供应商签订的合同，将对账单短信单价与合同单价进行对比，经查验，结算单价与合同单价一致，未见异常情况。

③复核阿里巴巴云计算（北京）有限公司提供给公司短信单价与其他供应商提供的单价是否存在明显差异。经复核，上游供应商之间的单价不存在明显差异。

5）服务器成本查验程序

①获取企业在各个线上平台的服务器账号订购记录，通过平台结算记录复核账面订购订单是否完整。经复核，未发现存在遗漏情况。

②将获取的线上服务器订购记录，根据订单信息重新计算需在各个期间确认

的服务器金额，与发行人账面确认的服务器成本金额进行比较，经查验，未见重大金额差异。

③报告期内发行人线上服务器采购供应商主要为阿里云计算有限公司，对该平台订购的主要服务器账号，采用随机抽样的方式复核订单结算金额与约定的政策是否相符。经查验，实际订购结算价格与约定政策相符，未发现明显异常。

④对于其他平台的服务器供应商，复核签订的订购合同与对账单，将对账单单价与签订的合同单价进行比较，未见异常情况。同时，计算对账单金额需确认的服务器成本金额，与发行人确认的成本金额进行比对，未发现重大金额差异。

⑤通过查阅阿里云、京东云等云计算公司的官方网站，查验该等公司公开的云服务器价格，并与发行人订购信息进行了对比分析，未见明显异常；对上述云计算公司的定价政策进行了比较分析。

⑥查阅阿里云官网的公告信息，对 2019 年服务器迁移导致的服务器并行租赁的原因进行核实，并逐月比对了并行服务器的数量及金额。

6）运营服务人员薪酬查验程序

①检查发行人的工资计提表、工资发放表及发放工资的银行回单，以确认运营人员薪酬入账的准确性、完整性。经核对，公司运营人员薪酬入账准确、完整。

②结合发行人报告期各期工资表、运营人员员工人数，人员变动情况等与运营项目数量进行配比，复核运营人员数量与项目数量的匹配性。经核对，公司运营人员数量与运营服务项目数量基本匹配，未发现重大异常。

6、结合发行人员工岗位职责及工作内容，检查发行人员工薪酬分配是否根据员工提供服务的受益对象归集计入对应成本、费用，是否符合企业会计准则的规定，报告期内核算方法是否保持一致。经检查，公司报告期内工资薪酬的核算方法一致，符合企业会计准则的规定。

7、获取发行人报告期内员工花名册、员工工资表，抽查复核发行人员工薪酬是否归集准确并正确记录，是否存在异常变动。经检查，未发现异常变动。

8、获取发行人员工岗位变动情况表，抽查复核发行人员工岗位是否经过恰当的审批，相应薪酬归集核算是否准确。经检查，公司员工岗位调整需要经过适

当的审批，相关审批流程完整。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、发行人成本核算方法符合《企业会计准则》的规定。

2、报告期内，发行人发生的营业成本记录准确、完整，符合发行人实际经营情况与行业惯例。

3、报告期内电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商的收益分成和收费政策未发生重大调整，对发行人营业成本不构成重大影响，预计未来短期内不会发生重大调整。

4、公司按不同部门、岗位对员工薪酬进行区分，根据其岗位职责不同归集至对应成本、费用中，成本与费用划分准确。

5、不存在同一员工同时承担技术服务、研发、销售等多项职责的情况。

问题 26

报告期内，公司综合毛利率分别为 56.12%、56.85%和 60.11%，主要毛利贡献来自于电商 SaaS 业务。请发行人披露：

（1）报告期内电商 SaaS 业务、运营服务业务毛利率变动趋势与可比公司同类业务毛利率变动不一致的原因；（2）量化分析 CRM 短信业务毛利率逐年上升的原因，2018 年 CRM 短信业务毛利率显著高于可比公司同类业务毛利率的合理性；（3）结合快麦打印机采取 ODM 模式、报告期内销售均价持续下降的情况，分析配套硬件业务毛利率上升的原因，以及显著高于可比公司同类业务的合理性。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）报告期内电商 SaaS 业务、运营服务业务毛利率变动趋势与可比公司同类业务毛利率变动不一致的原因；

1、电商 SaaS 业务毛利率变动趋势与可比公司存在差异的原因

报告期内各期，光云科技与可比公司电商 SaaS 业务的毛利率情况如下：

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
欢乐逛	未披露	72.42%[注]	75.90%	75.33%
爱用科技	53.39%	64.31%	67.54%	72.14%
美登科技	74.03%	76.09%	77.65%	79.02%
平均值	**63.71%**	**70.94%**	**73.70%**	**75.50%**
中位数	**63.71%**	**72.42%**	**75.90%**	**75.33%**
光云科技	72.76%	72.50%	71.58%	73.26%

注 1：因欢乐逛已于 2018 年 10 月退市，根据其未经审计的 2018 年半年度报告，欢乐逛 2018 年 1-6 月会员服务的毛利率为 72.42%。

注 2：根据爱用科技半年度报告公告，2019 年半年报毛利率下降原因系营业成本科目核算口径发生变化所致。

注 3：美登科技 2019 年半年报未披露收入构成，因此无法取得其电商 SaaS 业务毛利率，上表列示其主营业务毛利率。

公司电商 SaaS 业务毛利率变动趋势与可比公司存在差异的主要原因为可比公司报告期内主要基于阿里巴巴商家服务市场开展电商 SaaS 业务，主要成本项目为按既定比例（20%）向服务市场支付的分成费用；公司自 2018 年 1 月收购快递助手业务后，非阿里巴巴旗下平台收入占比有所提升，公司在该等平台开展电商 SaaS 业务的分成比例低于阿里巴巴旗下平台，例如京东的分成比例为 15%，拼多多无分成费用。

综上所述，随着多平台、多业务类型发展规划的初见成效，公司 2018 年起电商 SaaS 业务毛利率较 2017 年小幅上升，2016 年度至 2018 年度毛利率水平与可比公司不存在重大差异。2019 年 1-6 月，根据爱用科技半年报披露，其“因 API、聚石塔、阿里云服务器费用由研发费用调整至主营业务成本科目，导致毛利率大幅下降”，公司与美登科技毛利率水平基本保持一致，不存在重大差异。

2、运营服务业务毛利率变动趋势与可比公司存在差异的原因

报告期内各期，光云科技与可比公司运营服务业务的毛利率情况如下：

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
若羽臣[注 1]	**未披露**	**79.82%**	**76.20%**	**67.55%**
昆汀科技[注 2]	37.66%	61.31%	68.28%	73.97%
平均值	**37.66%**	**70.57%**	**72.24%**	**70.76%**
光云科技	74.46%	71.89%	74.35%	72.08%

注 1：上表选择若羽臣“线上代运营”业务中收取服务费模式下的毛利率进行比对。

注 2：上表选择昆汀科技“代运营服务”业务进行比对。

运营服务的主要成本项目为人工成本。报告期内，可比公司运营服务的毛利率因具体业务形式存在差异而呈现不同的变动趋势。

整体而言，公司运营服务毛利率基本保持稳定，不存在明显异常。上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”中进行补充披露。

（二）量化分析 CRM 短信业务毛利率逐年上升的原因，2018 年 CRM 短信业务毛利率显著高于可比公司同类业务毛利率的合理性；

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司 CRM 短信业务的毛利率分别为 38.48%、47.23%、48.37%和 48.57%，呈逐年上升趋势。

公司 CRM 短信业务按照月末一次加权平均法，针对每一个客户分别确认收入，具体方法为：短信收入确认金额=本期短信使用均价×本期短信消耗数量，本期短信使用均价=（期初预收款余额+本期用户充值金额）/（期初短信结存数量+本期短信增加数量）。

公司 CRM 短信业务按照每月供应商出具的对账单确认并结转成本，通常情况下 CRM 短信成本=短信采购单价×本期短信发送数量。

报告期内，公司 CRM 短信业务的毛利率变化主要受充值均价、采购均价变动的影响，具体如下：

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
充值均价（元/条）	0.0424	0.0417	0.0452	0.0497
充值均价变动	1.68%	-7.74%	-9.05%	-
采购均价（元/条）	0.0228	0.0227	0.0241	0.0289
采购均价变动	0.44%	-5.81%	-16.61%	-

注：充值金额和充值均价均为含税金额。

如上表所示，2016 年度至 2018 年度，公司 CRM 短信的充值均价随市场价格降低而降低，采购均价随市场价格降低以及公司采购量提升而降低。2017 年度采购均价的下降幅度超过充值均价的下降幅度，导致毛利率上升。2019 年 1-6 月，CRM 短信的充值均价和采购均价均略有提升，其中充值均价的增幅较大，导致毛利率小幅上升。

报告期内，公司 CRM 短信毛利率与可比公司的比较情况如下：

单位：万元

公司名称	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	短信业务收入	毛利率	短信业务收入	毛利率	短信业务收入	毛利率	短信业务收入	毛利率
欢乐逛	未披露	未披露	未披露	未披露	1,837.14	45.99%	1,294.69	40.47%
爱用科技	166.83	37.02%	357.05	32.23%	440.69	41.88%	426.40	41.67%
美登科技	未披露	未披露	163.96	25.20%	10.00	17.15%	-	-
平均值	166.83	37.02%	260.51	28.72%	762.61	35.01%	860.55	41.07%
中位数	166.83	37.02%	260.51	28.72%	440.69	41.88%	860.55	41.07%
光云科技	1,441.30	48.57%	4,443.74	48.37%	4,832.52	47.23%	3,751.84	38.48%

如上表所示，公司 2018 年度 CRM 短信毛利率高于爱用科技和美登科技，而与欢乐逛不存在显著差异。CRM 短信的采购具有一定规模效应，爱用科技和美登科技的业务规模均远小于公司，因此采购成本相对较高，毛利率水平较低。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”中进行补充披露。

（三）结合快麦打印机采取 ODM 模式、报告期内销售均价持续下降的情况，分析配套硬件业务毛利率上升的原因，以及显著高于可比公司同类业务的合理性。

1、配套硬件业务毛利率上升的原因

报告期内，公司配套硬件业务分产品类别的毛利率变动情况如下所示：

单位：万元

产品类别	2019 年 1-6 月			2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率	收入	成本	毛利率
打印机	2,808.83	2,405.46	14.36%	6,952.69	6,210.73	10.67%	6,754.78	6,096.02	9.75%	4,731.11	4,248.13	10.21%
耗材与配件	114.21	94.14	17.58%	308.05	370.49	-20.27%	191.03	145.22	23.98%	77.55	187.37	-141.61%
小计	2,923.04	2,499.60	14.49%	7,260.74	6,581.22	9.36%	6,945.81	6,241.24	10.14%	4,808.66	4,435.50	7.76%
其他	147.05	88.70	39.68%	136.40	112.16	17.77%	53.41	30.88	42.19%	18.82	10.49	44.26%
配套硬件合计	**3,070.10**	**2,588.30**	**15.69%**	**7,397.14**	**6,693.39**	**9.51%**	**6,999.23**	**6,272.12**	**10.39%**	**4,827.48**	**4,445.99**	**7.90%**

配套硬件的毛利率主要受耗材和配件的影响。公司根据市场环境变化及自身经营的需要，灵活调整耗材与配件的赠送政策，2016 年度和 2018 年度公司耗材

与配件的赠送量较大，导致耗材与配件出现较大亏损，拉低了配套硬件业务整体毛利率。2019 年 1-6 月，各配套硬件产品的毛利率均呈上升趋势，其中打印机毛利率提升对配套硬件整体毛利率水平的影响最为明显。

报告期内，打印机产品毛利率整体呈先降后升的小幅波动趋势，主要系销售均价和采购均价波动所致，具体如下：

单位：元/台

项目	2019 年 1-6 月	变动比例	2018 年度	变动比例	2017 年度	变动比例	2016 年度
销售均价（不含税）	316.15	-0.28%	317.03	-1.48%	321.78	-20.61%	405.30
采购均价（不含税）	270.75	-4.40%	283.19	-2.48%	290.40	-20.20%	363.93

公司销售均价和采购均价在报告期内逐年下降，主要系市场竞争加剧所致。其中，2017 年度销售均价下降幅度较采购均价略高，打印机毛利率略有降低；2018 年度和 2019 年 1-6 月，采购均价下降幅度较销售均价下降幅度大，打印机毛利率相应上升。

综上，在销售均价持续下降的情况下，报告期内公司打印机产品的毛利率基本保持稳定，整体略呈上升趋势。

2、配套硬件业务毛利率同行业比较情况

2019 年 6 月 1 日，深圳市优博讯科技股份有限公司（300531.SZ）公告《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》，其拟收购标的珠海佳博科技股份有限公司（简称“佳博科技”）主要从事专用打印机的研发、生产、销售和服务，其主要产品为热敏条码打印机、热敏标签打印机和热敏电子面单打印机，与公司快麦打印机具有较高的相似性。佳博科技 2017 年度、2018 年度专用打印机的毛利率分别为 25.57%和 28.07%。公司配套硬件毛利率与更具可比性的佳博科技相比较低，主要系公司配套硬件系委托第三方根据公司的技术方案进行产品设计和生产，而佳博科技的产品主要为自主生产，仅在少数非核心生产环节采用委外加工模式。

公司已在招股说明书中补充披露了佳博科技的毛利率情况，具体如下：

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
中国长城	未披露	未披露	未披露	7.03%

公司名称	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
齐心集团	5.30%	5.95%	5.61%	5.10%
佳博科技	未披露	28.07%	25.57%	未披露
平均值	5.30%	17.01%	15.59%	6.07%
中位数	5.30%	17.01%	15.59%	6.07%
光云科技	15.69%	9.51%	10.39%	7.90%

注 1：上表选择中国长城“打印机、耗材及其他”业务进行比对；中国长城 2017 年起产品分类方式发生变化，无法取得 2017 年度及以后期间的打印机业务毛利率数据。

注 2：上表选择齐心集团“办公设备”业务进行比对。

因公司配套硬件产品以热敏打印机为主，中国长城和齐心集团因无法自公开渠道取得该细分产品类型的可比公司数据，故中国长城和齐心集团的具体产品类型与公司热敏打印机存在一定差异。

如上表所示，将更具可比性的佳博科技数据补充更新以后，公司配套硬件业务毛利率不存在显著高于同行业可比公司的情况。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（三）毛利与毛利率变动分析”中进行补充披露。

（四）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、对公司管理层、业务部门进行访谈，了解公司的销售模式、采购模式、行业竞争情况以及各业务的具体收入确认和成本结转方法。

2、对公司各年各类型业务收入进行分析性复核，尤其关注当年收入金额确认较大或毛利率较高的项目，结合成本核查程序，确认各项目毛利率的合理性。

3、获取同行业公司公开信息，将公司的毛利率与同行业公司类似业务的毛利率进行对比，核查是否存在异常。

其余核查程序请参见本反馈回复问题 24 和问题 25 中有关收入、成本的核查程序。

经核查，保荐机构和申报会计师认为，公司各业务的毛利率波动具有合理性，符合行业特征和公司自身经营情况。

问题 27

报告期内，公司期间费用分别为 11,999.58 万元、13,090.40 万元、20,056.24 万元，占营业收入的比例分别为 45.76%、36.53%、43.09%。期间费用中的员工薪酬占营业收入的比例分别为 23.73%、26.11%、31.29%。截至 2018 年末，发行人研发、技术人员共 318 人，占总人数的 40.05%。

请发行人披露：（1）结合各年度不同职能人员的构成及变动、人均工资、用工方式等，分析员工薪酬大幅增加的原因，以及工资总额增速远超员工人数增速的原因及合理性；（2）销售费用率逐年升高的原因，结合报告期内为创新产品与服务发生的销售费用及效果、销售费用的主要构成与可比公司的差异情况，分析发行人销售费用率显著高于可比公司的原因及合理性；（3）对于免费提供的质保服务是否计提质保金，质保金的计提方法、金额，与实际发生费用的匹配性，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；（4）销售费用中业务宣传费的主要用途，报告期内的波动原因以及与收入变动趋势不一致的原因；运输仓储费是否与配套硬件销售业务规模相匹配；（5）研发人员、技术人员的职责定位、具体工作内容差异、人员构成、归属部门、管理机制，是否能够准确区分，将技术人员发生的费用作为研发费用核算是否恰当，是否存在将其他成本、费用计入研发费用的情况；（6）2018 年其他研发费用为 405.87 万元，具体核算的主要内容。

请发行人说明：（1）报告期各期运营软件、商标权、客户关系的摊销金额及所在报表科目；（2）与业务宣传费、业务招待费等销售费用支出相关内部控制制度的建设和执行情况，此类费用支出是否存在直接或变相的商业贿赂情况；（3）研发费用的支出范围和归集方法，是否按照研发项目设立台账归集核算研发费用，房屋租金、折旧及摊销、其他日常费用等如何在研发与生产、销售、管理环节之间进行分摊，相关内部控制制度的建立及运行情况。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并对相关内部控制的有效性、费用归集的准确性、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。请发行人律师对发行人是否存在直接或变相商业贿赂情况进行核查并发表明确意见。

答复：

（一）结合各年度不同职能人员的构成及变动、人均工资、用工方式等，分析员工薪酬大幅增加的原因，以及工资总额增速远超员工人数增速的原因及合理性；

1、报告期内，公司职工薪酬与人员变动情况如下：

期间	职工薪酬金额（万元）	全年平均人数	人均年收入（万元）	变动幅度
2019 年 1-6 月	7,193.37	946.83	15.19	-3.62%
2018 年度	12,817.38	813.00	15.77	8.29%
2017 年度	8,821.54	605.92	14.56	13.88%
2016 年度	5,696.58	445.58	12.78	-

注 1：上表中全年平均人数为全年每月平均工资发放人数。

注 2：上述职工薪酬总额为发放的工资和奖金，不包含公司缴纳的社保公积金、福利费等费用。

注 3：2018 年度职工薪酬总额与审计报告中“工资、奖金、津贴和补贴”增加金额之间相差 150.89 万元，系非同一控制下合并其乐融融导致 2018 年初应付职工薪酬增加金额。

注 4：2019 年 1-6 月人均收入下降主要系本期销售人员增加较多，销售人员人均薪酬较低，导致公司整体人员人均薪酬下降。

2、报告期内，按照所属成本费用分别列示公司人员变动情况如下：

单位：人

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发人员全年平均人数	303.67	333.08	240.17	189.92
成本人员全年平均人数	73.17	89.42	92.92	59.25
销售人员全年平均人数	417.17	275.92	158.92	105.58
管理人员全年平均人数	152.83	114.58	113.92	90.83
合计	**946.83**	**813.00**	**605.92**	**445.58**

注：上表中全年平均人数为全年每月平均工资发放人数。

报告期内，员工薪酬整体增速较快，主要系以下两个原因所致：

（1）公司人员数量快速增长，全年平均人数从 2016 年的 446 人增长至 2019 年 1-6 月的 947 人，导致报告期内员工薪酬大幅增长。

公司人员数量增长主要为研发人员和销售人员人数增长。报告期内，公司持续加大研发项目投入，招聘了较多的研发人员。同时公司加大线下拜访、电销等方式的推广力度，导致报告期内销售人员数量大幅上升。

（2）人均薪酬整体上涨

公司根据自身经营情况和行业薪酬水平，对薪酬进行适当的调整。

行业整体薪酬在报告期内呈上涨趋势。根据国家统计局数据，信息传输、软件及信息技术服务行业 2016 年度至 2018 年度人均薪酬数据如下：

期间	年平均工资（万元）	增长幅度
2018 年度	14.77	10.91%
2017 年度	13.32	8.71%
2016 年度	12.25	-

根据国家统计局披露数据，2016 年至 2018 年信息传输、软件及信息技术服务行业年平均工资的年均涨幅为 9.81%，公司年均涨幅为 11.06%，基本符合行业整体情况。公司年均涨幅较行业略高，主要系公司地处杭州，信息传输、软件及信息技术服务行业薪酬整体情况略高于行业平均水平。

3、报告期内公司按照业务人员类型分类的人均薪酬变动情况如下：

部门	2019 年 1-6 月			2018 年至 2019 年 1-6 月人均薪酬波动比例	2018 年度			2017 年至 2018 年人均薪酬波动比例
	全年平均人数	薪酬总额（万元）	人均薪酬（万元）		全年平均人数	薪酬总额（万元）	人均薪酬（万元）	
研发人员	303.67	3,080.78	20.29	3.34%	333.08	6,540.12	19.64	8.66%
车手和品牌运营人员	73.17	516.52	14.12	-14.78%	89.42	1,481.52	16.57	10.84%
销售人员	417.17	2,299.75	11.03	5.20%	275.92	2,891.71	10.48	17.78%
管理人员	152.83	1,296.32	16.96	2.08%	114.58	1,904.03	16.62	12.78%
合计	946.83	7,193.37	15.19	-3.62%	813.00	12,817.38	15.77	8.29%

部门	2017 年度			2016 年至 2017 年人均薪酬波动比例	2016 年度		
	全年平均人数	薪酬总额（万元）	人均薪酬（万元）		全年平均人数	薪酬总额（万元）	人均薪酬（万元）
研发人员	240.17	4,339.99	18.07	12.53%	189.92	3,049.88	16.06
车手和品牌运营人员	92.92	1,388.94	14.95	30.11%	59.25	680.68	11.49
销售人员	158.92	1,414.07	8.90	18.08%	105.58	795.58	7.54
管理人员	113.92	1,678.54	14.73	14.34%	90.83	1,170.44	12.89
合计	605.92	8,821.54	14.56	13.88%	445.58	5,696.58	12.78

注 1：上表中全年平均人数为全年每月平均工资发放人数，销售人员、管理人员为计入销售费用、管理费用的人员，具体范围请参见“问题 25（四）”。。

注 2：上述职工薪酬总额为发放的工资和奖金，不包含公司缴纳的社保公积金、福利费等费用。

注 3：2019 年 1-6 月人均薪酬已年化处理。

如上表所示，报告期内研发人员工资基本保持稳定增长态势，年均增长幅度为 8.11%，高于公司整体薪酬增长水平，与公司重视研发、资源向研发部门倾斜的整体管理思想相吻合。

车手和品牌运营人员薪酬中绩效考核占比较高，2017 年度平均薪酬增幅较大，主要系当年运营服务增长迅猛，对应员工整体绩效较高；2019 年 1-6 月运营服务整体业绩下滑，导致人员数量和当期平均薪酬均相应有所下滑。

销售人员人均薪酬涨幅较大，主要系报告期内销售部门人员结构变化所致。2016 年度公司销售人员主要为客服人员，整体薪酬相对偏低，2017 年起公司负责产品推广、销售业务的人员增多，人均薪酬较高，使销售人员人均薪酬水平持续提升。

管理人员薪酬在报告期内的年均增长幅度为 9.60%，与公司整体人均薪酬的增长基本一致。

报告期内，公司整体人均薪酬增速缓于各个分类下的人均薪酬增速，主要系相对工资较低的销售人员占比提升较快所致。2019 年 1-6 月，公司人均工资略有下滑，主要系本年新增较多销售人员，及云托管业务人员薪酬下滑所致。

综上所述，**公司报告期内薪酬大幅增长主要系员工数量大幅增长和人均薪酬整体增长所致，公司整体人员数量和公司业务规模相匹配**，人均薪酬增长幅度与行业整体水平基本一致。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”中进行补充披露。

（二）销售费用率逐年升高的原因，结合报告期内为创新产品与服务发生的销售费用及效果、销售费用的主要构成与可比公司的差异情况，分析发行人销售费用率显著高于可比公司的原因及合理性；

1、报告期内，销售费用主要构成如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	金额	占销售费用比例	变化幅度	金额	占销售费用比例	变化幅度
工资及奖金	2,295.34	64.99%	58.85%	2,890.01	64.20%	104.04%

项目	2019 年 1-6 月			2018 年度		
	金额	占销售费用比例	变化幅度	金额	占销售费用比例	变化幅度
社保及公积金	395.20	11.19%	75.98%	449.15	9.98%	105.57%
员工薪酬小计	**2,690.54**	**76.19%**	**61.15%**	**3,339.16**	**74.18%**	**104.24%**
业务宣传费	404.35	11.45%	61.30%	501.37	11.14%	25.03%
业务招待费	37.33	1.06%	-4.67%	78.31	1.74%	-24.58%
运输仓储费	100.04	2.83%	-13.43%	231.12	5.13%	9.67%
交通差旅费	88.66	2.51%	8.67%	163.18	3.62%	69.95%
股份支付	137.59	3.90%	385.58%	56.67	1.26%	3,175.72%
其他	73.06	2.07%	10.79%	131.88	2.93%	24.10%
合计	3,531.57	100.00%	56.90%	4,501.69	100.00%	76.23%

注：2019 年 1-6 月变化幅度=2019 年 1-6 月金额*2/2018 年度金额-1。下同。

单位：万元

项目	2017 年度			2016 年度	
	金额	占销售费用比例	变化幅度	金额	占销售费用比例
工资及奖金	1,416.42	55.45%	78.55%	793.27	44.42%
社保及公积金	218.49	8.55%	35.66%	161.06	9.02%
员工薪酬小计	**1,634.91**	**64.00%**	**71.31%**	**954.33**	**53.44%**
业务宣传费	401.00	15.70%	-31.51%	585.51	32.78%
业务招待费	103.82	4.06%	14.50%	90.68	5.08%
运输仓储费	210.74	8.25%	235.59%	62.80	3.52%
交通差旅费	96.01	3.76%	65.32%	58.08	3.25%
股份支付	1.73	0.07%	-	-	
其他	106.27	4.16%	207.44%	34.57	1.94%
合计	**2,554.49**	**100.00%**	**43.03%**	**1,785.96**	**100.00%**

报告期内，公司销售费用主要由员工薪酬、业务宣传费和运输仓储费等构成。2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，公司员工薪酬支出分别为 954.33 万元、1,634.91 万元、3,339.16 万元和 2,690.54 元，分别占销售费用的 53.44%、64.00%、74.18%和 76.19%，是销售费用的主要构成部分。报告期内，公司销售人员薪酬呈快速增长趋势，主要系公司销售规模快速增长，销售人员数

量增加，销售人员结构变化以及销售人员平均薪酬水平有所上升共同所致，具体详见本题“（一）”中的相关内容。

报告期内，销售人员薪酬分业务类别的情况如下：

单位：万元

业务类别	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电商 SaaS 产品（不含 ERP/快麦设计）销售人员薪酬	574.62	1,158.07	790.96	621.96
运营服务销售人员薪酬	470.79	762.92	620.98	258.14
快麦 ERP 销售人员薪酬	1,181.98	813.65	-	-
快麦设计销售人员薪酬	191.86	123.78	-	-
CRM 销售人员薪酬	51.30	113.49	77.54	3.14
配套硬件销售人员薪酬	219.99	367.25	145.43	71.09
合计	**2,690.54**	**3,339.16**	**1,634.91**	**954.33**

报告期内，电商 SaaS 产品的销售人员主要为客服人员，其人员数量随业务规模扩大而增长，薪酬金额相应增加。运营服务的销售人员主要为电销和直销人员，负责运营业务的推广；2017 年度运营服务人员销售人员薪酬增长较快，主要系公司为推动运营服务发展，聘入较多销售人员所致。快麦 ERP 和快麦设计为公司 2018 年开始主推的两款创新产品，公司于 2018 年度开始组建销售渠道并于 2019 年起进一步加强渠道建设，同时该等产品主要以线下方式进行推广，对销售人员需求较大，故销售团队迅速扩张，员工薪酬大幅提升。配套硬件和 CRM 短信的销售人员薪酬主要为销售专员和客服人员的工资，报告期内该等业务销售人员薪酬占比相对较小。报告期内，销售人员薪酬持续快速增加，推动销售费用率逐年上升。

除员工薪酬外，公司销售费用主要为业务宣传费和运输仓储费。业务宣传费主要为公司线上和线下推广产品过程中所发生的的支出，具体分析详见本题“（四）”的相关内容。运输仓储费主要为公司销售配套硬件过程中发生的运输、仓储费用，运输仓储费与收入的匹配情况详见本题“（四）”的相关内容。

2、报告期内，公司创新产品主要为快麦 ERP 和快麦设计。上述创新产品的销售费用占比如下表：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月					2018 年度		
	销售费用金额	占总销售费用比例	销售费用变化幅度	收入	收入变化幅度	销售费用金额	占总销售费用比例	收入
快麦 ERP	1,247.55	35.33%	178.56%	283.38	104.63%	895.71	19.90%	276.97
快麦设计	206.18	5.84%	199.65%	31.82	1032.70%	137.62	3.06%	5.62
合计	**1,453.74**	**41.17%**	**-**	**315.20**	**-**	**1,033.32**	**22.95%**	**282.59**

注：2019 年 1-6 月变化幅度=2019 年 1-6 月金额*2/2018 年度金额-1。

2018 年度，公司对快麦 ERP、快麦设计进行灰度发布，在以往线上销售的基础上，扩建销售团队，通过线下推广等方式进行试用推广，导致销售费用明显增加。2019 年起，公司加强了对快麦 ERP、快麦设计等产品的销售渠道建设，导致 2019 年 1-6 月整体销售费用大幅上升。创新产品的销售费用主要为人员薪酬，占到销售费用支出的 90%以上。

与之对应，2018 年度至 2019 年 6 月，快麦 ERP 和快麦设计的整体收入亦呈快速增长趋势。因快麦 ERP、快麦设计采用分摊方式确认收入，收入确认金额整体较小，故为更加真实体现公司快麦 ERP、快麦设计等创新产品销售推广的效果，以下列示了公司 2018 年度至 2019 年 1-6 月创新产品的销售收款金额：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度
	销售收款金额	变化幅度	销售收款金额
快麦 ERP	1,164.19	398.69%	466.90
快麦设计	145.78	415.31%	56.58
合计	**1,309.97**	**400.49%**	**523.48**

注：2019 年 1-6 月变化幅度=2019 年 1-6 月金额*2/2018 年度金额-1。

如上表所示，随着销售费用投入不断加大，创新产品销售收款金额呈现快速增长趋势。

剔除上述创新产品收入及销售费用影响，报告期内公司销售费用与收入增长情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售费用	3,531.57	4,501.69	2,554.49	1,785.96
创新产品销售费用	1,453.74	1,033.32		

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
销售费用股份支付金额	**137.59**	**56.67**	**1.73**	
剔除**上述费用**后的销售费用金额	1,940.24	3,411.69	2,552.76	1,785.96
剔除**上述费用**后的销售费用增长率	13.74%	33.65%	42.94%	-
剔除创新产品后收入增长率	-0.97%	29.10%	36.65%	-

注：2019年1-6月增长率=2019年1-6月金额*2/2018年度金额-1。

如上表所示，剔除创新产品投入的销售费用后，公司销售费用增长主要系随着销售收入的增长，销售人员相应增加，广告推广等费用投入增加所致，其中2019年1-6月销售费用增长率显著高于公司整体收入增长率，主要系公司增加推广投入所致，具体分析见本题（四）的相关回复内容。

3、销售费用的主要构成与可比公司比较情况

报告期内，同行业可比公司的销售费用结构如下：

单位：万元

欢乐逛	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
技术服务费	已摘牌，未披露		117.84	57.29
市场推广费			50.17	380.20
视频拍摄费			47.18	97.06
合计			**215.19**	**534.55**
销售费用率			3.03%	10.26%

单位：万元

美登科技	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
业务推广费	3.13	30.17	0.05	-
职工薪酬	27.50	26.64	-	-
其他	-	0.02	-	-
合计	**30.63**	**56.83**	**0.05**	**-**
销售费用率	0.93%	0.86%	0.0007%	-

单位：万元

爱用科技	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度

爱用科技	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
职工薪酬	63.93	81.76	120.66	57.92
客服外包费	115.99	181.23	168.91	88.68
推广营销费	-	17.93	21.55	1.56
差旅费	3.22	11.18	16.23	0.01
广告宣传费	0.46	0.93	1.44	0.00
业务招待费	0.01	0.02	0.00	0.00
办公费及其他	3.28	1.26	0.14	0.03
服务费	20.26	-	-	-
百度翻译接口使用费	0.05	-	-	-
合计	**207.19**	**294.30**	**328.95**	**148.19**
销售费用率	7.75%	5.40%	6.55%	3.32%

报告期内，公司与同行业可比公司的销售费用构成存在较大差异，主要系各公司人员结构、费用归集方式存在差异等原因所致。

公司销售费用主要包括员工薪酬、业务推广费、运输仓储费等，其中员工薪酬和业务推广费主要系公司推广创新产品、运营服务、配套硬件和建立公司品牌形象等所产生的费用；可比公司由于业务结构相对简单，销售人员和推广投入相对较少，导致销售费用相对较少。

可比公司中，爱用科技与公司销售费用结构较为相似，其中职工薪酬和客服外包费用占销售费用的比例在报告期内各期分别为 98.92%、88.03%、89.36%和 86.84%，为销售费用的主要构成部分。

4、销售费用率与可比公司比较情况

2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，爱用科技的销售费用率分别为 3.32%、6.55%、5.40%和 7.75%，公司销售费用率分别为 6.81%、7.13%、9.67%和 15.84%。2016 年度和 2017 年度，公司销售费用率略高于爱用科技，主要系公司除电商 SaaS 产品外，还向客户提供运营服务、硬件服务等增值服务，因此业务推广费、运输仓储费等其他销售费用较多。2018 年度，根据爱用科技年度报告，其客服已逐渐外包，因此人员工资、推广营销费、差旅费、广告宣传费等销售费用均有所下降。同时，公司自 2018 年起为推广快麦 ERP、快麦设

计等创新产品而提高线下推广投入，导致销售费用和销售费用率均出现大幅增长。

综上，公司销售费用率与可比公司存在差异主要系公司产品类别较可比公司更为复杂，且不同产品在推广方式、人员需求等方面均存在一定差异所致。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行补充披露。

（三）对于免费提供的质保服务是否计提质保金，质保金的计提方法、金额，与实际发生费用的匹配性，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；

公司对于销售的硬件业务，免费提供 12 个月质保期。公司所有硬件业务均由外部供应商生产，公司在与供应商采购合同中均有约定 12-18 个月的质保期，因此公司在后续质保服务过程中，主要由上游供应商负责产品的质保，公司在商品仅需要简单维修或调试的情况下，提供基础的售后服务。

公司的杭州维修站点从 2017 年 3 月份成立。报告期内，公司实际发生的维修费用为维修人员的工资，维修中用以替换或更新的相关配件则均由供应商提供。公司报告期内所发生的免费质保维修费用如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
免费质保服务维修人员费用	10.52	17.22	9.29	-
合计	**10.52**	**17.22**	**9.29**	**-**

注：上表中免费质保服务维修人员费用根据免费维修工单数量占所有维修工单数量的比例乘以维修人员的实际工资费用得出。

因报告期内后续质保服务主要由供应商提供，公司发生的维修费用整体较少，因此公司未对后续发生的质保费用计提对应的质保金，相关处理符合会计准则的规定。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、营业收入按业务类型划分及其变动分析”之“（2）配套硬件业务”中进行补充披露。

（四）销售费用中业务宣传费的主要用途，报告期内的波动原因以及与收入变动趋势不一致的原因；运输仓储费是否与配套硬件销售业务规模相匹配；

1、业务宣传费

报告期内，公司业务宣传费主要构成如下：

单位：万元

内容	2019 年度 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度
	金额	变动比例	金额	变动比例	金额	变动比例	金额
钻展、直通车、品销宝费用	150.55	133.44%	128.99	39.55%	92.43	-69.62%	304.27
网站推广费用	87.58	12.23%	156.08	37.68%	113.36	-15.76%	134.56
渠道推广佣金	147.40	141.05%	122.30	6.90%	114.41	-2.26%	117.05
展会及宣传资料费用	0.74	-97.73%	65.18	109.78%	31.07	1415.61%	2.05
其他	18.08	25.47%	28.82	-42.04%	49.72	80.28%	27.58
合计	**404.35**	**61.30%**	**501.37**	**25.03%**	**400.99**	**-31.51%**	**585.51**

注：2019 年 1-6 月变动比例=2019 年 1-6 月金额*2/2018 年度金额-1。

如上表所示，**公司业务宣传费主要包括钻展直通车品销宝费用、渠道推广佣金和网站推广费用。**

钻展直通车品销宝费用系公司在阿里巴巴商家服务市场和淘宝、天猫平台的推广费用，主要用于推广公司在阿里巴巴商家服务市场销售的电商 SaaS 产品和运营服务，以及推广在淘宝、天猫直营店铺所销售的配套硬件。网站推广费用主要系公司在百度、360 等网站上进行推广和宣传所产生的费用。渠道推广佣金主要系公司通过第三方营销公司推广公司的电商 SaaS 产品和运营服务，公司根据推广效果与供应商进行结算。公司展会及宣传费用主要系公司参加展会并推广公司品牌和配套硬件产品所发生的费用。

（1）钻展、直通车、品销宝费用

钻展、直通车、品销宝为公司主要推广渠道之一。报告期内，钻展、直通车、品销宝在各个平台的投放金额如下：

单位：万元

平台	2019 年度 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

平台	2019 年度 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
阿里巴巴商家服务市场	69.32	46.04%	89.06	69.04%	81.40	88.07%	297.96	97.93%
淘宝、天猫平台	81.23	53.96%	39.93	30.96%	11.03	11.93%	6.31	2.07%
合计	**150.55**	**100.00%**	**128.99**	**100.00%**	**92.43**	**100.00%**	**304.27**	**100.00%**

报告期内，公司在阿里巴巴商家服务市场的广告投放金额呈现一定波动，主要系：1）2016 年度，阿里巴巴商家服务市场处于快速增长阶段，公司通过加大推广费用投入，能够取得较好的引流效果；该年度，公司通过阿里巴巴商家服务市场销售的超级店长等主要产品的用户数均实现了高速增长，与公司在该平台推广投入的情况相匹配；2）2017 年度，公司抓住了商家对于云托管和超级快车人机业务的需求，在线下组建销售团队，加强对上述业务的推广力度，整体推广策略向线下倾斜。线上渠道方面，公司仅在直通车上增加了对快麦打印机的推广力度，减少了电商 SaaS 产品在直通车和钻展的广告投放力度；3）2019 年起，随着公司配套硬件直销比例的提升，以及考虑到超级店长用户数持续下滑，公司加大了在直通车、钻展上的投放力度。

报告期内，淘宝、天猫平台的广告投入逐年增加，主要系公司拟加强配套硬件线上自营渠道建设，提升自营产品收入占比。公司在报告期内配套硬件自营收入和占比逐年升高，与在该平台推广费用增加的趋势相匹配。

（2）网站推广费用

公司网站推广费用主要包括百度、360 等，具体如下：

单位：万元

渠道	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
百度	63.92	85.42	73.61	110.47
360	12.26	12.62	20.98	15.08
淘宝天下传媒[注]	-	42.45	-	-
搜狗	3.80	0.47	3.01	8.07
其他	7.58	15.12	15.75	0.95
合计	**87.58**	**156.08**	**113.36**	**134.56**

注：淘宝天下传媒全称为“淘宝天下传媒有限公司”，由浙报数字文化集团股份有限公司（持股比例 51%）和浙江淘宝网络有限公司（持股比例 49%）共同投资设立。

如上表所示，百度为报告期内公司网站推广的主要渠道，公司进行相关推广旨在强化品牌建设和自有网站推广，因此推广费用的变动与收入整体相关度较低。报告期内，公司网站推广费用呈小幅波动，主要与公司各期的推广策略相关。

（3）渠道推广佣金

渠道推广佣金主要系公司通过第三方营销公司推广电商 SaaS 产品和运营服务，并根据推广效果支付对应费用，具体如下：

单位：万元

产品	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
电商 SaaS 产品	103.66	55.80	18.51	16.77
配套硬件	42.59	42.96	16.05	9.11
运营服务	1.15	18.25	72.38	91.17
CRM 短信	-	5.29	7.47	-
合计	**147.40**	**122.30**	**114.41**	**117.05**

报告期内，公司电商 SaaS 产品的佣金主要为推广超级快车、快递助手、快麦 ERP 等产品的佣金支出；2018 年度和 2019 年 1-6 月电商 SaaS 产品佣金增长，主要系公司分别为发展快递助手和快麦 ERP 业务而加大推广投入。配套硬件佣金主要系通过营销公司推介产品支付的佣金及天猫平台的销售佣金；报告期内配套硬件佣金逐年上升，主要系公司自营渠道收入提升。运营服务佣金在报告期内逐年下降，主要系 2016 年至 2017 年公司托管服务高速发展，公司通过营销公司推广取得了快速的收入增长，进入 2018 年后整体业务趋于平稳，通过营销公司推广获得的新增用户数量较少，公司更多通过自己的电销部门进行推广销售，因此整体推广佣金明显下降。

综上，公司报告期内业务推广费与收入变动情况匹配性较差主要系：（1）因公司已形成了一定的品牌效应和产品口碑，公司大部分产品的新增客户基于客户间的口口相传及公司已形成的品牌形象，因此在公司收入持续增长的情况下，业务推广费整体变动不大；（2）由于公司产品主要在服务期间分期确认收入，收入确认时点通常晚于推广支出发生时点，因此存在销售费用支出时点与收入确认时点不匹配的情况。

2、运输仓储费

报告期内，公司配套硬件业务收入和运输仓储费的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
配套硬件收入	3,070.10	7,397.14	6,999.23	4,827.48
运输及仓储费用	100.04	231.12	210.74	62.80
运输仓储费用率	3.26%	3.12%	3.01%	1.30%

公司于 2016 年下半年起建立自有仓库，建立初期仓库规模较小，仓储费用相对较低；同时本年度配套硬件的自营比例较低，公司主要通过供应商批量发货至客户处，故产生的运输及仓储费用亦相对较低。2017 年度至 2019 年 6 月，公司运输仓储费用整体较为稳定，略有上升，主要系公司自有仓库已稳定投入使用及自营比例有一定程度提升，导致运输费用有所上升。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用”中进行补充披露。

（五）研发人员、技术人员的职责定位、具体工作内容差异、人员构成、归属部门、管理机制，是否能够准确区分，将技术人员发生的费用作为研发费用核算是否恰当，是否存在将其他成本、费用计入研发费用的情况

1、公司研发人员及技术人员能够准确区分，其主要差异如下表所示：

项目	研发人员	技术人员
归属部门	研发部	各事业部
职责定位	新技术的研发和管理；新产品的开发和管理；产品新功能的迭代和更新。	已完成产品技术维护及非技术类的更新；公司内部信息系统建设和维护。
主要工作内容	1、收集市场新技术信息，对电商行业的前瞻性技术应用进行研究； 2、新技术动向研究及技术改造； 3、新产品或新功能设计、开发及迭代工作等。	1、技术支持资源采购、管理及运维； 2、公司内部信息系统的建设及技术维护； 3、成熟产品的技术维护，如：客户反馈的系统问题补正、产品异常的反馈测试、日常接口维护等。
主要考核及管理机制	1、核心技术知识储备能力，对技术先进性的了解； 2、项目开发进度； 3、产品及功能的市场前瞻性； 4、新产品或新功能的市场接受程度等。	1、产品的维护效率； 2、产品当年的营收状况与利润情况； 3、技术知识储备能力，对产品技术的成熟性经验等。

2、公司研发人员主要由开发人员构成，报告期各期末，公司研发人员及技术人员构成情况如下：

项目	2019年6月30日	2018年12月31日	2017年12月31日	2016年12月31日
研发人员：	276	315	248	227
开发人员	182	196	185	163
产品人员	32	33	23	22
设计人员	13	21	24	23
辅助人员	49	65	16	19
技术人员：	58	28	39	38
技术运维人员	6	4	2	2
公共技术开发人员	19	4	2	0
业务技术维护人员	33	20	35	36
研发及技术人员合计	**334**	**343**	**287**	**265**

公司已建立健全有效的研发相关内部控制制度，包括《研发项目管理制度》、《研发费用核算与管理办法》和《全面预算管理办法》等，明确研发项目管理、核算、报销及审批流程，准确区分研发人员、资产及相关费用。

公司严格控制研发人员范围，研发人员主要指负责技术研究、技术应用及新产品开发、产品功能新升级迭代等人员。公司研发人员在《项目立项确认书》中进行明确列示，并根据研发计划每月向研发部门报送其核心工作内容。同时公司项目人员每月进行跟踪，项目新增减少研发人员的，填写《异动申请及临时借调单》向人力资源部申请备案。公司研发人员与技术人员各自的部门及岗位职责不同，员工薪酬分开核算，公司将研发人员发生的费用作为研发费用核算，技术人员根据部门及岗位归集至对应费用，不存在将技术人员发生的费用作为研发费用核算的情况。

公司研发费用的使用严格按照制度规定执行，相关费用在研发费用规定的使用范围内据实报销归集，建立项目台帐进行记录，不存在将其他成本、费用计入研发费用的情况。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“3、研发费用”中进行补充披露。

（六）2018 年其他研发费用为 405.87 万元，具体核算的主要内容。

2018 年度其他研发费用主要构成详见下表：

单位：万元

费用类别	金额	占比
房屋租赁费	262.83	64.76%
员工餐费	111.06	27.36%
水电费	31.98	7.88%
合计	**405.87**	**100.00%**

2018 年度，其他研发费用主要为房屋租赁费，占比为 64.76%。

上述楷体加粗内容已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”、“十一、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“3、研发费用”中进行补充披露。

（七）报告期各期运营软件、商标权、客户关系的摊销金额及所在报表科目；

报告期内，公司运营软件、商标权、客户关系摊销金额及所在报表科目详见下表：

单位：万元

项目	报表项目	业务内容	摊销起始日期	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
运营软件	营业成本	北京移动未来项目	2016 年 2 月	100.00	200.00	200.00	183.33
运营软件	营业成本	北京其乐融融项目	2018 年 1 月	125.50	251.00	-	-
商标权	营业成本	北京其乐融融项目	2018 年 1 月	42.50	85.00	-	-
客户关系	营业成本	北京其乐融融项目	2018 年 1 月	151.50	303.00	-	-
合计				**419.50**	**839.00**	**200.00**	**183.33**

（八）与业务宣传费、业务招待费等销售费用支出相关内部控制制度的建设和执行情况，此类费用支出是否存在直接或变相的商业贿赂情况；

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度			2017 年度			2016 年度	
	金额	占销售费用比例	金额	占销售费用比例	变化幅度	金额	占销售费用比例	变化幅度	金额	占销售费用比例
业务宣传费	404.35	11.91%	501.37	11.28%	25.03%	401.00	15.71%	-31. 51%	585.51	32.78%
业务招待费	37.33	1.10%	78.31	1.76%	-24.58%	103.82	4.07%	14.50%	90.68	5.08%

报告期内，公司销售费用主要由工资及奖金构成，业务宣传费、业务招待费等销售费用占销售费用总额的比例较低。

公司对于业务宣传费、业务招待费等销售费用支出制定了《销售管理制度》及其配套制度和《资金管理制度》、《廉洁自律规定》、《工作人员外出授课规定》、《员工违规行为处理规定》等制度文件。

公司上述内部控制制度明确规定：全体员工在经营管理工作中不得“（一）接受或索取与公司有业务关系的企业或个人提供的任何利益或利益输送；（二）将公司业务往来中的折扣、佣金、礼金、礼品等占为己有或私分；（三）利用职务便利，侵吞、窃骗取或以其他手段非法侵占公司财务；（四）利用公司的资源、业务渠道、知识产权、商业秘密等为本人或他人从事牟利活动或输送利益；（五）用公款报销应由个人支付的费用；（六）公车私用；（七）其他为谋取私利损害公司利益的行为”，外出授课人员不得“收取授课费，不接受宴请、旅游和参加与授课无关的活动”，如在公务活动中因客观原因未能拒收的礼品礼金等，必须在五个工作日内如实上交公司法务部并登记备案。

报告期内，公司建立了防范商业贿赂的制度体系，且相关制度有效运行，不存在直接或变相的商业贿赂情况。

（九）研发费用的支出范围和归集方法，是否按照研发项目设立台账归集核算研发费用，房屋租金、折旧及摊销、其他日常费用等如何在研发与生产、销售、管理环节之间进行分摊，相关内部控制制度的建立及运行情况

报告期内，公司根据《企业会计准则》的规定，建立了《研发费用核算与管理办法》，明确研发费用的支出范围和核算方法，并按照研发项目设立台账进行研发费用的具体核算。

报告期内，公司发生的研发费用主要包括研发人员薪酬，研发人员在用的办公设备等折旧费用，以及为研发活动而支出的房租水电、餐费及其他费用。相关核算方法如下：

（1）研发人员工资

从事研究开发活动人员（也称研发人员）全年工资薪金，包括基本工资、奖金、津贴、补贴、年终加薪、加班工资以及与其任职或者受雇有关的其他支出，

研发人员主要包括研究人员、技术开发人员和辅助人员。研发人员由项目计划书进行明确，超出项目计划书人员不得计入研发费用，因项目需求，如涉及临时借调及异动调岗的员工，公司根据《员工转岗管理制度》，填写相应异动申请及临时借调单，经人力资源部门进行确认后，由财务部将相应人员支出计入到当月研发支出。

（2）研发人员餐费

研发人员的员工餐费等，依据公司的研发人员及项目人数，在整体人数及总支出之间进行分摊，公司建立项目台帐进行记录备查。

（3）房租水电摊销

企业为实施研究开发项目而支出的房租水电等费用。由公司根据当月研发项目的人员人数情况，对比公司整体人员数量在项目之间进行分摊，公司建立项目台帐进行记录。

（4）研发折旧费用

包括为执行研究开发活动而购置的仪器、设备，以及研究开发人员在用的办公设备等折旧费用。公司根据领用办公设备编号归属，专门将研发支出的设备折旧费用金额计入研发费用，财务部对应计入的研发设备进行折旧计算。

（5）其他费用

为研究开发活动所发生的其他费用，如办公费、通讯费、专利申请维护费、高新科技研发保险费等。其他费用报销必须由项目负责人签字并指明所有项目的具体名称，财务部按指定项目列入“研发费用-其他费用”。此项费用一般不得超过研究开发总费用的 5%，另有规定的除外。

报告期内，公司在研发项目立项后按照项目分别设立台账记录各项目研发支出，研发部门及财务部门根据公司制度规定的审批程序对各项研发支出进行审核，财务部门根据研发费用支出范围和标准，判断是否可以将实际发生的支出归集至研发费用并登记研发项目台账。对于研发人员与公司其他业务人员共同使用的房屋、水电等费用，公司严格按照相关标准进行分摊，保证研发费用核算的准确性，避免将与研发无关的费用在研发费用列支情况。

（十）请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并对相关内部控制的有效性、费用归集的准确性、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。

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、对公司工资薪酬、期间费用相关的内部控制进行了解并执行了控制测试。经测试，公司建立了完善的内部控制体系，并得到有效运行。

2、检查发行人的工资计提表， 工资发放表及发放工资的银行回单，以确认发行人员工薪酬入账的准确性、完整性；结合发行人报告期各期员工人数、员工结构等分析发行人平均工资水平，并将发行人的平均薪酬与行业平均薪酬进行对比，分析各期薪酬的合理性。经核查，报告期内公司工资薪酬核算准确、完整，不存在重大异常情况。

3、对销售费用发生额进行了分析，核查了报告期销售费用总额、销售费用占营业收入比重是否存在重大异常波动及波动原因。

4、对发行人的销售费用率与同行业可比公司进行比较，并结合销售费用的构成、销售模式等分析与同行业可比公司存在的差异原因。

5、对大额销售费用发生情况获取并查验了相应的合同、发票、付款单等原始单据。经查验，公司财务账面记录的费用真实，核算准确。

6、获取了公司与供应商的合同，查阅了涉及到售后质保的条款；并对事业部负责人进行访谈，确认了公司售后服务提供的流程和可能发生的成本费用；复核了售后服务费实际发生金额。

7、对发行人的运输费进行查验，获取了报告期内公司与物流公司的全部的对账单，对主要的物流公司进行函证。将运输费用与销量及销售收入进行比对，分析其与报告期内的销售情况是否相匹配。

8、获取发行人仓库的租赁合同，复核租赁费用的准确性。

9、访谈发行人管理层、研发部及财务部的相关人员，了解发行人研发费用相关的内控制度，了解发行人研发费用的归集和核算范围。

10、查阅发行人研发费用相关内部控制制度，检查相关研发费用核算的执行情况。

11、获取报告期各期员工花名册，检查研发人员与技术人员的划分情况。

12、获取报告期各期员工工资表与项目立项确认书，抽查计入研发费用的人员清单与项目立项确认书及员工花名册是否一致。

13、获取报告期各期研发人员核心工作内容与异动情况表，抽查研发人员工作内容与项目立项确认书是否一致，抽查人员变动核算是否及时准确。

14、获取研发设备清单与费用分摊表，检查相关费用分摊方法，并抽查复核研发相关折旧及费用核算是否准确。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人费用支出、研发活动、人力资源及薪酬核算等相关内部控制制度设计合理，并得到有效运行。

2、报告期内，发行人期间费用归集完整、准确。

3、报告期内，发行人员工薪酬随着员工数量的增加和平均薪酬的增长而增长，具备合理性。

4、由于各公司在推广方式、经营策略等方面存在差异，发行人销售费用率高于同行业可比公司，但公司的销售费用与其自身经营情况相匹配，具有合理性。

5、发行人工资薪酬、销售费用、研发费用等的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

（十一）请发行人律师对发行人是否存在直接或变相商业贿赂情况进行核查并发表明确意见

根据发行人律师对发行人销售主管人员张秉豪的访谈、发行人提供的制度文件及其书面确认，截至本回复出具日，发行人已经制定《杭州光云科技股份有限公司廉洁自律规定》、《杭州光云科技股份有限公司工作人员外出授课规定》、《杭州光云科技股份有限公司员工违规行为处理规定》等制度文件，该等内部控制制度明确规定全体员工在经营管理工作中不得“（一）接受或索取与公司有业务关系的企业或个人提供的任何利益或利益输送；（二）将公司业务往来中的折扣、

佣金、礼金、礼品等占为己有或私分；（三）利用职务便利，侵吞、窃骗取或以其他手段非法侵占公司财务；（四）利用公司的资源、业务渠道、知识产权、商业秘密等为本人或他人从事牟利活动或输送利益；（五）用公款报销应由个人支付的费用；（六）公车私用；（七）其他为谋取私利损害公司利益的行为”，外出授课人员不得“收取授课费，不接受宴请、旅游和参加与授课无关的活动”，如在公务活动中因客观原因未能拒收的礼品礼金等，必须在五个工作日内如实上交公司法务部并登记备案。

此外，发行人对员工定期进行有关反商业贿赂的培训，加强员工开展业务的合规意识，防范员工发生商业贿赂行为。另，立信亦出具信会师报字[2019]第ZF10676 号《杭州光云科技股份有限公司内部控制鉴证报告》，认为“贵公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2019 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制”。

根据《国家工商行政管理局关于禁止商业贿赂行为的暂行规定》（中华人民共和国国家工商行政管理局令[第 60 号]）第十条规定：“……商业贿赂行为由县级以上工商行政管理机关监督检查。”根据发行人及其控股子公司所属市场监督管理局出具的企业无违法违规证明，报告期内，发行人及其控股子公司不存在违反工商行政管理方面的法律、法规、规章及规范性文件的情形。

根据杭州市滨江区人民法院出具的《证明》、浙江省杭州市中级人民法院出具的《涉诉查询情况告知书》、杭州仲裁委员会出具的《证明》以及发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员提供的有无违法犯罪记录证明并经查询中国裁判文书网、中国法院网、中国执行信息公开网、信用中国、国家企业信用信息公示系统等公开查询系统，报告期内，发行人及其控股子公司、发行人董事、高级管理人员、监事、核心技术人员不存在因商业贿赂而发生的诉讼、仲裁、行政处罚或被判决承担刑事责任的情形。

2019 年 9 月，发行人及其全体董事、监事、高级管理人员出具关于严格遵守国家有关反贿赂及反腐败规定的确认函，截至该确认函出具日，发行人及其董事、监事、高级管理人员均不存在直接或变相商业贿赂情况。

综上所述，发行人律师认为，发行人报告期内不存在直接或变相商业贿赂情况。

问题 28

招股说明书披露，经会计差错更正追溯调整 2015 年增加股份支付费用 7,985.84 万元，报告期内分别发生股份支付费用 3,900.31 万元、1,122.22 万元和 2,693.81 万元，对当期经营业绩影响较大。

请发行人说明：（1）报告期内历次增资及股权转让是否构成股份支付，增资及股权转让对象的最终权益持有人与发行人的关系，是否为发行人的职工（含持股平台）、客户、供应商等，相关股份获取是否与发行人获得其服务相关；如构成股份支付，请披露股份支付的计算依据、方法、权益工具的公允价值及确定方法，以及是否计入非经常性损益；（2）阿里创投入股前后，是否对发行人的生产经营和独立性产生重大影响，发行人与阿里巴巴相关合作协议中关于产品或技术服务、采购定价、信用政策、结算政策等主要条款在入股前后是否存在变化，与发行人的其他供应商是否一致，与阿里巴巴对其他软件或服务提供商的定价是否一致，对比说明价格的公允性，有无潜在利益安排；（3）结合历次股权激励的决策程序、股权激励协议的相关约定、激励对象及激励份额的确定及调整过程等，详细说明 2015 年以及报告期内股份支付费用的计算过程；（4）2018 年 12 月公司公允价值的确认依据为在 2017 年 6 月公允价值的基础上加上 2018 年新增净资产额，该公允价值确定方法是否合理、恰当，是否充分考虑了发行人的业绩基础与变动预期，是否具有公允性；（5）股权激励对象的业务结构类型，将股份支付费用全部作为管理费用是否恰当。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师对报告期内发生的股份变动以及报告期前对期初未分配利润有重大影响的股份支付事项是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》进行核查，并对以下问题发表明确意见：股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因；对于存在与股权所有权或收益权等相关的限制性条件的，相关条件是否真实、可行，服务期的判断是否准确，服务期各年/期确认的员工服务成本或费用是否准确；发

行人股份支付相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

回复：

（一）报告期内历次增资及股权转让是否构成股份支付，增资及股权转让对象的最终权益持有人与发行人的关系，是否为发行人的职工（含持股平台）、客户、供应商等，相关股份获取是否与发行人获得其服务相关；如构成股份支付，请披露股份支付的计算依据、方法、权益工具的公允价值及确定方法，以及是否计入非经常性损益；

1、历次增资及股权转让涉及的股份支付情况

公司历次增资及股权转让是否涉及股份支付及判断依据如下：

序号	时间	股权变动事项简述	最终权益持有人与公司的关系	是否确认股份支付	未确认股份支付的原因
1	2013 年 12 月，光云有限第一次股权转让	光云软件将其持有的光云有限82%的股权转让给谭光华，将其持有的光云有限 18%的股权转让给姜兴	谭光华和姜兴为公司原最终权益持有人	否	光云软件由谭光华持有 82%股权，姜兴持有 18%股权，本次转让系调整公司上层持股结构，最终权益持有人持股比例未发生变更
2	2014 年 11 月，光云有限第二次股权转让	谭光华将其持有的光云有限82%的股权转让给光云投资；姜兴将其持有的光云有限18%的股权转让给光云投资	光云投资的最终权益持有人为公司原最终权益持有人	否	自然人股东将股权转让给光云投资，最终权益持有人的实际持股比例未发生变化
3	2015 年 7 月，光云有限第一次增加注册资本	光云投资认缴光云有限新增注册资本 50 万元	同上	否	最终权益持有人等比例增资
4	2015 年 10 月，光云有限第二次增加注册资本	好约网络、华营投资、华彩投资、兴龙杰投资认缴光云有限新增注册资本 49.5739 万元	华营投资、华彩投资系员工持股平台，其余与公司无关联关系	是	-
5	2015 年 11 月，光云有限第三次股权转让	光云投资将其持有的光云有限 15.3061%的股权转让给谭光华，将其持有的光云有限1.0204%的股权转让给真奇投资；好约网络将其持有的光云有限 1.0204%的股权转让给真奇投资，将其持有的光云有限 14.7761%的股权转让给祺御投资	本次股权受让的最终权益持有人为谭光华、、马征和姜兴，均系公司原股东	否	最终权益持有人谭光华、马征和姜兴均为公司原股东，本次股权转让系为调整股东持股结构
6	2015 年 11 月，光云有限第三次增加注册资本及第四次股权转让	南海成长认购光云有限新增注册资本 3.0525 万元；真奇投资将其持有的光云有限1%的股权转让给蓝江飞龙，将其持有的光云有限1%的股权转让给林天翼	无	否	南海成长、蓝江飞龙、林天翼均为外部投资者，且林天翼未在公司任职
7	2016 年 1 月，光	谭光华将其持有的光云有限	无	否	置展投资为外部投资机构

序号	时间	股权变动事项简述	最终权益持有人与公司的关系	是否确认股份支付	未确认股份支付的原因
	云有限限第五次股权转让	1%的股权转让给置展投资			
8	2016 年 12 月，华营投资各合伙人合伙份额转让	凌宏向谭光华等合计 10 位合伙人转让合伙份额	谭光华为公司实际控制人，其余为公司员工	是	-
9	2017 年 1 月，公司第四次增加注册资本	云锋新呈、南海成长、多牛沄沣认购公司新增注册资本 476.7309 万元	无	否	云锋新呈、南海成长、多牛沄沣为外部投资机构
10	2017 年 5 月，公司第五次增加注册资本	阿里创投认购公司新增注册资本 333.7117 万元	无	否	阿里创投为外部投资机构
11	2017 年 6 月，公司第六次增加注册资本	深圳赛富、浙江恒峰认购公司新增注册资本 138.4616 万元	无	否	深圳赛富、浙江恒峰为外部投资机构
12	2017 年 8 月，公司第七次增加注册资本	公司各股东按其各自持有公司股份的比例以公司截至 2017 年 6 月 30 日的资本公积金进行转增	增资方均为公司原股东	否	资本公积转增资本，全体股东等比例增资
13	2017 年 12 月，华彩投资合伙人及合伙份额变更	洪治国退伙，胡军成为华彩投资的普通合伙人，王云、刘宇、周杰、倪志兴、高晓聪、汪佳玉、余宏国成为华彩投资的有限合伙人	新增合伙人均为公司员工	是	-
14	2018 年 12 月，华彩投资合伙人及合伙份额变更	洪敏敏退伙，杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）、谭光华以及彭石等 40 名公司员工成为华彩投资的有限合伙人	谭光华为公司实际控制人，其余新增合伙人均为公司员工	是	-
15	2018 年 12 月，华铂投资合伙人及合伙份额变更	洪治国退伙，陈才成为华铂投资的普通合伙人，王成远、吴为、邹雨婷等 49 名公司员工成为华铂投资的有限合伙人	新增合伙人均为公司员工		

如上表所示，阿里创投系阿里巴巴集团旗下企业，其关联方阿里云计算有限公司等企业为发行人提供云服务器等产品和服务；此外，保荐机构之全资子公司中金浦成投资有限公司持有光云科技股东置展投资 99.01%的合伙企业份额并担任其有限合伙人，截至目前，置展投资持有光云科技 0.86%股份。除上述情况外，公司历次增资及股权转让的最终权益持有人均非公司客户或供应商。第 4、8、13、14、15 项变更系为获取职工服务而授予公司股权的交易，符合《企业会计准则》对股份支付的定义，公司已根据截至 2018 年末最终权益持有人的持股情况追溯确认为股份支付；除上述变更外，公司其余增资及股权转让均不构成股份支付。

公司历次股份支付的情况概括如下：

对应序号	发生期间	公司本期授予的各项权益工具数量	对可行权权益工具数量的最佳估计的确定方法	计算依据	公允价值确定依据
4	2015 年度	73,893	授予后立即行权，无需估计	权益工具的公允价值	最近一次外部投资者入股的公允价值
8	2016 年度	1,200,045			
13	2017 年度	1,793,359	每个资产负债表日，按照可行权人数变动、服务期限等对可行权权益工具数量做出最佳估计，修正预期可行权的权益工具数量		最近一次外部投资者入股的公允价值加上 2018 年新增净资产
14	2018 年度	4,146,767			
15					

公司历次股份支付的具体情况如下：

（1）2015 年 10 月，光云有限第二次增加注册资本

1）本次增资情况

2015 年 10 月，好约网络、华营投资、华彩投资、兴龙杰投资以每 1 元注册资本作价 20 元的价格分别认缴光云有限新增注册资本 23.6274 万元、16.0258 万元、7.6313 万元、2.2894 万元。

本次增资时，华营投资的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	认缴出资额（万元）	认缴出资比例
1	谭光华	普通合伙人	180.975	36.195%
2	凌宏	有限合伙人	147.60	29.52%
3	张秉豪	有限合伙人	85.70	17.14%
4	王祎	有限合伙人	21.425	4.285%
5	陈才	有限合伙人	15.475	3.095%
6	翁云鹤	有限合伙人	11.90	2.38%
7	罗俊峰	有限合伙人	10.725	2.145%
8	陈明	有限合伙人	7.15	1.43%
9	董旭辉	有限合伙人	7.15	1.43%
10	罗雪娟	有限合伙人	5.95	1.19%
11	廖艺恒	有限合伙人	5.95	1.19%
合计			**500.00**	**100.00%**

其中凌宏系谭光华之表弟，代谭光华持有华营投资的份额。其余 9 名有限合伙人均为公司员工。

本次增资时，华彩投资的股权结构如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额（万元）	出资比例
1	洪治国	普通合伙人	5.00	1.00%
2	洪敏敏	有限合伙人	495.00	99.00%
合计			**500.00**	**100.00%**

洪敏敏系谭光华之表弟，洪治国系谭光华之舅舅，两人均系代谭光华持有华彩投资的份额。

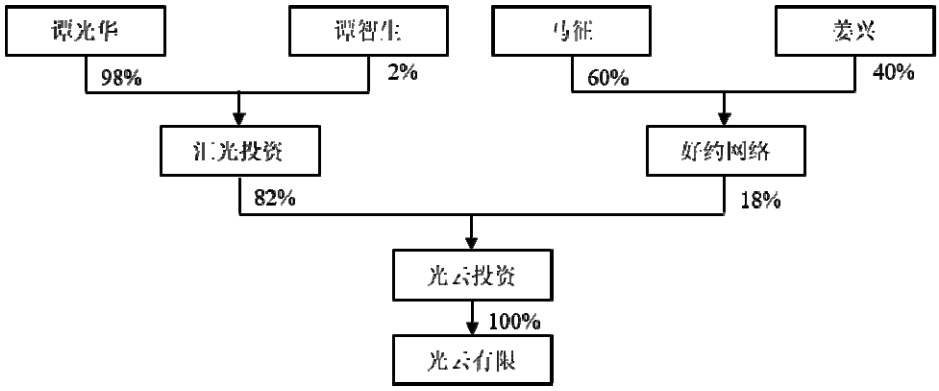
2）本次增资涉及的股份支付情况

本次增资包括①向原股东谭光华和姜兴配售新股，②向外部投资机构兴龙杰投资增发新股，以及③通过华营投资向张秉豪等 9 名员工增发新股。其中，向谭光华配售新股及通过华营投资增发新股导致其持股比例增加相应确认对实际控制人的股份支付，向张秉豪等 9 名员工增发新股相应确认对员工的股份支付。

①对实际控制人的股份支付

根据证监会发行监管部《首发业务若干问题解答》，通常情况下，解决股份代持等规范措施导致股份变动，家族内部财产分割、继承、赠与等非交易行为导致股权变动，资产重组、业务并购、持股方式转换、向老股东同比例配售新股等导致股权变动等，在有充分证据支持相关股份获取与发行人获得其服务无关的情况下，一般无需作为股份支付处理。对于为发行人提供服务的实际控制人/老股东以低于股份公允价值的价格增资入股事宜，如果根据增资协议，并非所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份，对于实际控制人/老股东超过其原持股比例而获得的新增股份，应属于股份支付；如果增资协议约定，所有股东均有权按各自原持股比例获得新增股份，但股东之间转让新增股份受让权且构成集团内股份支付，导致实际控制人/老股东超过其原持股比例获得的新增股份，也属于股份支付。

本次增资前，谭光华（以及其父谭智生）间接持有光云有限 82%的股权，姜兴（以及其妻马征）间接持有光云有限 18%的股权，具体如下：



根据《首发业务若干问题解答》，对于实际控制人/老股东原持股比例，应按照相关股东直接持有与穿透控股平台后间接持有的股份比例合并计算。故本次增资后，谭光华实际持有的股份数如下：

持股平台	光云投资	华营投资	华彩投资	**合计**
持股数	1,000,000.00	105,313.54 注 1	76,313.00 注 2	**1,181,626.54**

注 1：2015 年 9 月华营投资设立时，谭光华持有华营投资 180.975 万元的认缴出资额，通过凌宏持有 147.60 万元的认缴出资额，华营投资合伙份额合计为 500.00 万元，本次增资后华营投资持有光云有限 160,258 股，故谭光华通过华营投资持有光云有限 160,258*（180.975+147.60）/500.00=105,313.54 股；

注 2：2015 年 9 月华彩投资设立时，谭光华通过洪敏敏和洪治国合计持有华彩投资 100%的合伙份额，本次增资后华彩投资持有光云有限 76,313 股，故谭光华通过华彩投资持有光云有限 76,313 股。

如果本次谭光华按照与姜兴相同的比例增资，则增资后应持有的股数=（谭光华持有股份数+姜兴持有股份数）*82%=（1,181,626.54+236,274.00）*82% = 1,162,678.45 股。故本次增资时，谭光华实际获得股份数较同比例增资所得股份数多 18,948.10 股。根据 2015 年 11 月南海成长入股时的每股均价 1,100.74 元/股，扣除已于 2015 年 10 月华彩投资入股时计入股份支付的每股价格 20 元/股测算，本次增资应计对实际控制人的股份支付 18,948.10*（1,100.74-20.00）=20,477,912.55 元。

②员工股权激励情况

本次增资涉及的股权激励员工名单如下：

序号	**姓名**	**职务**	**本次增加的间接持股比例**	**服务期限**
1	张秉豪	董事、副总经理	1.84%	无约定
2	王祎	董事、副总经理	0.46%	无约定
3	陈才	核心管理人员	0.33%	无约定

序号	姓名	职务	本次增加的间接持股比例	服务期限
4	翁云鹤	副总经理	0.25%	无约定
5	罗俊峰	核心技术（业务）骨干	0.23%	无约定
6	陈明	核心技术（业务）骨干	0.15%	无约定
7	董旭辉	核心管理人员	0.15%	无约定
8	罗雪娟	核心管理人员	0.13%	无约定
9	廖艺恒	核心管理人员	0.13%	无约定
合计			**3.67%**	

本次股份支付**公允价值**的确认依据如下：

单位：万元

股份支付比例	公司公允价值	股权公允价值	取得股权成本	确认股份支付	公司公允价值确认依据
（a）	（b）	（c）=（a）*（b）	（d）	（e）=（c）-（d）	
3.67%	164,641.54	6,047.94	109.89	5,938.05	2015 年 11 月南海成长以 3,360.00 万元向光云科技增资，取得股本 3.05 万元，每股公允价值为 1,100.74 元；本次股份支付时点对应的公司股本为 149.57 万元，即公司公允价值为 149.57*1,100.74 = 164,641.54 万元

本次股权激励未对激励对象设定服务期限要求，本次股份支付费用已一次性计入股权授予当期的财务报表并作为非经常性损益。

（2）2016 年 12 月，华营投资各合伙人及其合伙份额转让

1）本次合伙份额转让情况

2016 年 12 月 12 日，华营投资全体合伙人签署了《杭州华营投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书——关于同意凌宏退伙的决定》，同意凌宏向谭光华等合计 10 位合伙人转让 147.60 万元的合伙份额，具体情况如下表：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	转让前的出资额（万元）	转让后的出资额（万元）	出资比例
1	谭光华	普通合伙人	180.975	233.33	46.67%
2	张秉豪	有限合伙人	85.70	95.24	19.05%
3	王祎	有限合伙人	21.425	42.86	8.57%
4	陈才	有限合伙人	15.475	30.95	6.19%
5	翁云鹤	有限合伙人	11.90	23.81	4.76%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	转让前的出资额（万元）	转让后的出资额（万元）	出资比例
6	罗俊峰	有限合伙人	10.725	21.43	4.28%
7	董旭辉	有限合伙人	7.15	14.29	2.86%
8	陈明	有限合伙人	7.15	14.29	2.86%
9	罗雪娟	有限合伙人	5.95	11.90	2.38%
10	廖艺恒	有限合伙人	5.95	11.90	2.38%
11	凌宏	有限合伙人	147.60	-	-
合计			**500.00**	**500.00**	**100.00%**

2）本次合伙份额转让涉及的股份支付情况

本次合伙份额转让涉及的股权激励员工名单如下：

序号	姓名	职务	间接持股比例	服务期限
1	张秉豪	董事、副总经理	0.20%	无约定
2	王祎	董事、副总经理	0.45%	无约定
3	陈才	核心管理人员	0.32%	无约定
4	翁云鹤	副总经理	0.25%	无约定
5	罗俊峰	核心技术（业务）骨干	0.22%	无约定
6	陈明	核心技术（业务）骨干	0.15%	无约定
7	董旭辉	核心管理人员	0.15%	无约定
8	罗雪娟	核心管理人员	0.12%	无约定
9	廖艺恒	核心管理人员	0.12%	无约定
合计			**2.00%**	

本次股份支付**公允价值**的确认依据如下：

单位：万元

股份支付比例	公司公允价值	股权公允价值	取得股权成本	确认股份支付	公司公允价值确认依据
（a）	（b）	（c）=（a）*（b）	（d）	（e）=（c）-（d）	
2.00%	195,000.00	3,900.31	-	3,900.31	2017 年 1 月云锋投资以 11,066.97 万元向光云科技增资，取得股本 340.52 万元，每股公允价值为 32.50 元；本次股份支付时点对应的公司股本为 6,000.00 万元，即公司公允价值为 6,000.00 * 32.50=195,000.00 万元

本次股权激励未对激励对象设定服务期限要求，本次股份支付费用已一次性计入股权授予当期的财务报表并作为非经常性损益。

（3）2017 年 12 月，华彩投资合伙人及合伙份额变更

1）本次合伙份额转让情况

2017 年 12 月 20 日，华彩投资合伙人洪治国、洪敏敏签署了《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意胡军成为华彩投资的普通合伙人，同意王云、刘宇、周杰、倪志兴、高晓聪、汪佳玉、余宏国成为华彩投资的有限合伙人，同意洪治国退伙，具体情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例
1	洪治国	普通合伙人	5.00	-	-
2	洪敏敏	有限合伙人	495.00	442.45	88.49%
3	胡军	普通合伙人	-	4.00	0.80%
4	王云	有限合伙人	-	8.50	1.70%
5	刘宇	有限合伙人	-	8.50	1.70%
6	周杰	有限合伙人	-	8.50	1.70%
7	倪志兴	有限合伙人	-	8.50	1.70%
8	高晓聪	有限合伙人	-	8.50	1.70%
9	汪佳玉	有限合伙人	-	5.95	1.19%
10	余宏国	有限合伙人	-	5.10	1.02%
合计			**500.00**	**500.00**	**100.00%**

2）本次合伙份额转让涉及的股份支付情况

本次合伙份额转让涉及的股权激励员工名单如下：

序号	姓名	职务	间接持股比例	服务期限
1	胡军	核心管理人员	0.03%	无约定
2	刘宇	核心管理人员	0.07%	8 年
3	周杰	核心技术（业务）骨干	0.07%	8 年
4	倪志兴	中层管理人员	0.07%	8 年
5	高晓聪	核心管理人员	0.07%	8 年
6	王云	中层管理人员	0.07%	8 年
7	汪佳玉	核心管理人员	0.05%	6 年

序号	姓名	职务	间接持股比例	服务期限
8	余宏国	技术（业务）骨干	0.04%	6 年
合计			**0.50%**	

本次股份支付**公允价值**的确认依据如下：

单位：万元

股份支付比例	公司公允价值	股权公允价值	取得股权成本	确认股份支付	公司公允价值确认依据
（a）	（b）	（c）=（a）*（b）	（d）	（e）=（c）-（d）	
0.50%	225,839.29	1,122.22	-	1,122.22	2017 年 6 月**深圳赛富**以 4,500.00 万元向光云科技增资，取得股本 138.47 万元，每股公允价值为 32.50 元；本次股份支付时点（不考虑 2017 年 7 月资本公积转增股本的影响）对应的公司股本为 6,948.90 万元，即公司公允价值为 6,948.90*32.50=225,839.29 万元

公司本次股权激励授予日为 2017 年 12 月 28 日，根据公司 2017 年 6 月引进外部投资者对公司估值确定本次股份支付的公允价值为 11,222,245.01 元，故公司根据员工的实际入股价格与公允价值之间的差额按照员工实际取得股份后的剩余服务期限内进行摊销，2017 年确认股权激励费用 896,254.81 元，确认资本公积 896,254.81 元；2018 年杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）对上述 8 名员工的服务期限进行了修订，服务期限均缩短了 1 年，根据服务期限的修订相应对分摊期限进行修订后，2018 年确认股权激励费用 1,633,195.85 元，确认资本公积 1,633,195.85 元；2019 年 1-6 月确认股权激励费用 774,199.51 元，确认资本公积 774,199.51 元。

（4）2018 年 12 月，华彩投资和华铂投资合伙人及合伙份额变更

1）本次合伙份额转让情况

2018 年 12 月 24 日，华彩投资合伙人洪敏敏、胡军、王云、刘宇、周杰、倪志兴、高晓聪、汪佳玉和余宏国签署了《杭州华彩投资合伙企业（有限合伙）全体合伙人决定书》，全体合伙人一致同意杭州华铂投资合伙企业（有限合伙）和谭光华、彭石、章懂历、姚银杰等公司 40 名员工成为华彩投资的有限合伙人，同意洪敏敏退伙，具体情况如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）
1	谭光华	有限合伙人	-	309.50	61.91
2	华铂投资	有限合伙人	-	40.90	8.18
3	彭石	有限合伙人	-	10.00	2.00
4	王云	有限合伙人	8.50	8.50	1.70
5	刘宇	有限合伙人	8.50	8.50	1.70
6	周杰	有限合伙人	8.50	8.50	1.70
7	倪志兴	有限合伙人	8.50	8.50	1.70
8	高晓聪	有限合伙人	8.50	8.50	1.70
9	汪佳玉	有限合伙人	5.95	5.95	1.19
10	余宏国	有限合伙人	5.10	5.10	1.02
11	章懂历	有限合伙人	-	5.01	1.00
12	姚银杰	有限合伙人	-	4.80	0.96
13	欧洲游	有限合伙人	-	4.80	0.96
14	麦志斌	有限合伙人	-	4.20	0.84
15	杨森	有限合伙人	-	4.20	0.84
16	顾飞龙	有限合伙人	-	4.20	0.84
17	李东东	有限合伙人	-	4.20	0.84
18	胡军	普通合伙人	-	4.00	0.80
19	章舟杰	有限合伙人	-	3.60	0.72
20	梅伟峰	有限合伙人	-	3.60	0.72
21	刘明剑	有限合伙人	-	3.50	0.70
22	章浩	有限合伙人	-	3.47	0.69
23	顾焱	有限合伙人	-	3.20	0.64
24	何锦强	有限合伙人	-	3.00	0.60
25	谢小平	有限合伙人	-	3.00	0.60
26	甘森林	有限合伙人	-	2.40	0.48
27	付振	有限合伙人	-	1.80	0.36
28	吴靖	有限合伙人	-	1.80	0.36
29	钟亮	有限合伙人	-	1.80	0.36
30	吴小龙	有限合伙人	-	1.80	0.36
31	王震	有限合伙人	-	1.80	0.36
32	赵静	有限合伙人	-	1.60	0.32

序号	合伙人姓名/名称	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）
33	黄龙	有限合伙人	-	1.60	0.32
34	杜翔	有限合伙人	-	1.50	0.30
35	黄杰	有限合伙人	-	1.20	0.24
36	张延辉	有限合伙人	-	1.20	0.24
37	程顺超	有限合伙人	-	1.20	0.24
38	代富海	有限合伙人	-	1.05	0.21
39	廖双文	有限合伙人	-	0.90	0.18
40	陈芳	有限合伙人	-	0.90	0.18
41	丁秀斌	有限合伙人	-	0.88	0.18
42	俞国永	有限合伙人	-	0.60	0.12
43	张文锋	有限合伙人	-	0.60	0.12
44	施雯	有限合伙人	-	0.60	0.12
45	徐文煜	有限合伙人	-	0.60	0.12
46	王亚琼	有限合伙人	-	0.36	0.07
47	陈先明	有限合伙人	-	0.36	0.07
48	姜玲芳	有限合伙人	-	0.36	0.07
49	许梦丹	有限合伙人	-	0.36	0.07
50	洪敏敏	有限合伙人	442.45	-	-
合计				**500.00**	**100.00**

2018 年 12 月 18 日，华铂投资召开合伙人会议，全体合伙人一致同意陈才成为华铂投资的普通合伙人，同意洪治国退伙，具体情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）
1	洪治国	普通合伙人	5.00	-	-
2	洪敏敏	有限合伙人	495.00	495.00	99.00
3	陈才	普通合伙人	-	5.00	1.00
合计			**500.00**	**500.00**	**100.00**

2018 年 12 月 24 日，华铂投资召开合伙人会议，全体合伙人一致同意王成远、吴为、邹雨婷等 49 名公司员工成为华铂投资的有限合伙人，同意陈才合伙份额由 5 万元调整为 7.42 万元，同意洪敏敏退伙，具体情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）

序号	合伙人姓名	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）
1	王成远	有限合伙人	-	36.67	7.33
2	吴为	有限合伙人	-	30.56	6.11
3	邹雨婷	有限合伙人	-	22.00	4.40
4	沈文化	有限合伙人	-	22.00	4.40
5	马瑞莲	有限合伙人	-	21.78	4.36
6	杨江印	有限合伙人	-	19.56	3.91
7	陈锡锋	有限合伙人	-	15.89	3.18
8	徐康	有限合伙人	-	14.67	2.93
9	胡征南	有限合伙人	-	14.67	2.93
10	杨晨	有限合伙人	-	14.67	2.93
11	杨智文	有限合伙人	-	14.67	2.93
12	吴忠美	有限合伙人	-	11.00	2.20
13	柳江敏	有限合伙人	-	11.00	2.20
14	杨金塔	有限合伙人	-	11.00	2.20
15	王洋	有限合伙人	-	11.00	2.20
16	陈才	普通合伙人	5.00	7.42	1.47
17	瞿骏涛	有限合伙人	-	7.33	1.47
18	郭振斌	有限合伙人	-	7.33	1.47
19	袁梦苏	有限合伙人	-	7.33	1.47
20	王亚双	有限合伙人	-	7.33	1.47
21	陈萍	有限合伙人	-	7.33	1.47
22	陈伟明	有限合伙人	-	7.33	1.47
23	冯平	有限合伙人	-	7.33	1.47
24	杜丹晖	有限合伙人	-	7.33	1.47
25	汪丽丽	有限合伙人	-	7.33	1.47
26	陈可慰	有限合伙人	-	7.33	1.47
27	程芳	有限合伙人	-	7.33	1.47
28	顾天桥	有限合伙人	-	7.33	1.47
29	李彦颖	有限合伙人	-	7.33	1.47
30	陈韵子	有限合伙人	-	7.33	1.47
31	黎井雄	有限合伙人	-	7.33	1.47
32	邵园萍	有限合伙人	-	7.33	1.47

序号	合伙人姓名	合伙人性质	变更前的出资额（万元）	变更后的出资额（万元）	出资比例（%）
33	范学恩	有限合伙人	-	7.33	1.47
34	项巧	有限合伙人	-	7.33	1.47
35	杨威	有限合伙人	-	7.33	1.47
36	金睿	有限合伙人	-	5.87	1.17
37	方莹	有限合伙人	-	5.87	1.17
38	沈海英	有限合伙人	-	5.87	1.17
39	李先锋	有限合伙人	-	5.87	1.17
40	阮俊阳	有限合伙人	-	5.87	1.17
41	谢永兵	有限合伙人	-	5.87	1.17
42	王易泓	有限合伙人	-	5.87	1.17
43	郑伊君	有限合伙人	-	5.87	1.17
44	管辉俊	有限合伙人	-	5.87	1.17
45	曹祥宇	有限合伙人	-	5.87	1.17
46	周凯	有限合伙人	-	5.87	1.17
47	吴琪轩	有限合伙人	-	4.40	0.88
48	殷杰	有限合伙人	-	4.40	0.88
49	颜胜	有限合伙人	-	4.40	0.88
50	文雪妮	有限合伙人	-	4.40	0.88
51	洪敏敏	有限合伙人	495.00	-	-
合计				**500.00**	**100.00**

2）本次合伙份额转让涉及的股份支付情况

本次股权激励实施时，通过华彩投资新增的激励员工包括彭石等 39 名自然人，合计支付光云科技 0.795%的股份，其中彭石的服务期限为 6 年，章懂历、姚银杰等 20 人的服务期限为 2 年,其余 18 名员工的服务期限为 1 年;通过华 铂投资激励的员工包括陈才等 50 名自然人，合计支付光云科技 0.3531%的股份，其中陈才无服务期限要求，王成远、吴为等 5 名员工的服务期限为 2 年，杨江印、陈锡锋等 44 名员工的服务期限为 1 年。

本次股份支付**公允价值**的确认依据如下：

单位：万元

股份支付比例	公司公允价值	股权公允价值	取得股权成本	确认股份支付	公司公允价值确认依据

（a）	（b）	（c）=（a）*（b）	（d）	（e）=（c）-（d）	
1.1490%	234,446.43	2,693.81	-	2,693.81	2017 年 6 月**深圳赛富**增资时公司公允价值 225,839.29 万元加上 2018 年新增净资产 8,607.14 万元，即 234,446.43 万元

公司本次股权激励授予日为 2018 年 12 月 26 日，根据公司 2017 年 6 月引进外部投资者对公司估值和 2017 年末至 2018 年末公司净资产增加额确定本次股份支付的公允价值为 26,938,061.82 元，故公司根据员工的实际入股价格与公允价值之间的差额按照员工实际取得股份后的剩余服务期限内进行摊销，2018 年确认股权激励费用 1,566,288.97 元，确认资本公积 1,566,288.97 元；2019 年 1-6 月确认股权激励费用 7,483,001.35 元，确认资本公积 7,483,001.35 元。

（二）阿里创投入股前后，是否对发行人的生产经营和独立性产生重大影响，发行人与阿里巴巴相关合作协议中关于产品或技术服务、采购定价、信用政策、结算政策等主要条款在入股前后是否存在变化，与发行人的其他供应商是否一致，与阿里巴巴对其他软件或服务提供商的定价是否一致，对比说明价格的公允性，有无潜在利益安排；

2017 年 3 月 28 日，光云科技 2017 年第一次临时股东大会作出决议，同意阿里创投入股。2017 年 5 月 4 日，浙江省工商行政管理局核准了光云科技的上述变更。

报告期内，发行人向阿里巴巴集团旗下企业采购的主要内容包括服务市场技术服务费、信息通道资源费、API、服务器和钻展直通车费用，具体如下：

序号	采购内容	采购对象
1	服务市场技术服务费	淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、钉钉（中国）信息技术有限公司
2	API	淘宝（中国）软件有限公司
3	云服务器	阿里云计算有限公司
4	信息通道资源费	阿里巴巴云计算（北京）有限公司（原名阿里巴巴通信技术（北京）有限公司）、上海拉扎斯信息科技有限公司
5	钻展、直通车	杭州阿里妈妈软件服务有限公司

1、服务市场技术服务费

报告期内，公司服务市场技术服务费的主要采购对象为淘宝（中国）软件有限公司。阿里创投入股之前，在阿里巴巴及其关联方中，公司仅向淘宝（中国）软件有限公司支付服务市场技术服务费。有关服务市场技术服务费的分析请参见“问题 25（二）2”的分析。阿里创投入股前后，平台服务市场技术服务费分成未发生重大变化，与其他平台技术服务费比例差异系平台自身业务规则所致。

如本回复问题 13 所述，淘宝（中国）软件有限公司在访谈问卷中确认，光云科技向其采购服务市场技术服务的交易价格为官网公开售价，淘宝（中国）软件有限公司不存在向光云科技销售商品或提供服务的价格与向其他公司销售同类同档次产品或提供服务的价格有重大差异的情况，不存在与光云科技除销售、服务协议外的其他协议安排（如返利协议，包括但不限于口头或书面形式），不存在向光云科技输送利益的情形。

2、API

有关 API 的内容及相关分析请参见“问题 25（二）5”的分析。

在阿里创投入股前后，公司 API 的采购定价等主要条款除因商家服务市场的规则更改而变化外，未发生其他明显变化。公司在其他平台开展业务时，根据平台规则无需支付 API 费用。

如本回复问题 13 所述，淘宝（中国）软件有限公司在访谈问卷中确认，光云科技向其采购 API 的交易价格为官网公开售价，淘宝（中国）软件有限公司不存在向光云科技销售商品或提供服务的价格与向其他公司销售同类同档次产品或提供服务的价格有重大差异的情况，不存在与光云科技除销售、服务协议外的其他协议安排（如返利协议，包括但不限于口头或书面形式），不存在向光云科技输送利益的情形。

3、服务器

报告期内，公司服务器的采购系根据聚石塔、阿里云等官方网站的公开价格进行（注：聚石塔、阿里云根据公司各账号的服务器使用情况，自动计算公司可享受的折扣并在公司采购时按折后价格显示服务器金额），公司未享有其他特殊折扣，采购价格公允。详见本回复“问题 25（二）6”的相关论述。在阿里创投

入股前后，云服务器的采购价格除因官方定价变化而变化外，未发生其他明显变化。

因云服务器供应商对服务器的地域、系统、网络、CPU、内存等配置存在差异，故公司向阿里云计算有限公司及其他供应商采购云服务器的定价政策不具备可比性。报告期内，公司云服务器的采购均系根据云服务器供应商的市场公开价格进行。

如本回复问题 13 所述，阿里云计算有限公司在访谈问卷中确认，光云科技向其采购云服务器的交易价格为官网公开售价，阿里云计算有限公司未向光云科技提供特殊折扣。

4、信息通道资源费

报告期内，公司主要向阿里巴巴云计算（北京）有限公司采购信息通道资源；阿里创投入股之前，在阿里巴巴及其关联方中，公司仅向阿里巴巴云计算（北京）有限公司采购信息通道资源。

报告期内，公司信息通道资源费的采购系根据协议约定进行。公司向主要信息通道资源业务供应商的采购价格请参见本反馈“问题 13（二）2”的相关表述。公司向阿里巴巴相关公司及向其他第三方采购信息通道资源费的价格不存在重大差异。在阿里创投入股之后，公司信息通道资源费的采购价格较入股前有所下降，系行业采购单价整体下调所致。

如本回复问题 13 所述，阿里巴巴云计算（北京）有限公司在访谈问卷中确认，光云科技向其采购信息通道资源费的交易价格为公开售价，不存在特殊返利和输送利益的情况。

5、钻展、直通车

报告期内，公司钻展、直通车的采购系根据官方网站的公开规则和价格进行，公司未享有特殊折扣，采购价格公允。在阿里创投入股前后，钻展、直通车的采购价格除因官方定价变化而变化外，未发生其他明显变化。

如本回复问题 13 所述，杭州阿里妈妈软件服务有限公司在访谈问卷中确认，光云科技向其采购服务的交易价格为官网公开售价，不存在特殊返利和输送利益的情况。

（三）结合历次股权激励的决策程序、股权激励协议的相关约定、激励对象及激励份额的确定及调整过程等，详细说明 2015 年以及报告期内股份支付费用的计算过程；

2015 年以及报告期内股份支付费用的决策程序及具体计算过程请参见本问题第一小题的相关回复。

截至 **2019 年 9 月 30 日**，华营投资自股权激励完毕后未发生人员变动，华彩投资、华铂投资共有 5 名激励对象于 2019 年 **1-9 月间**离职，该等激励对象合计持有光云科技的股份比例为 0.08%，该等员工持有的合伙份额已根据合伙协议由公司实际控制人谭光华回购。截至本反馈回复出具之日，华营投资、华彩投资、华铂投资的合伙人情况详见问题 1“（二）”和问题 5“（一）”的相关内容。

（四）2018 年 12 月公司公允价值的确认依据为在 2017 年 6 月公允价值的基础上加上 2018 年新增净资产额，该公允价值确定方法是否合理、恰当，是否充分考虑了发行人的业绩基础与变动预期，是否具有公允性；

2017 年 6 月**深圳赛富**对公司投资以后，公司未引进新的外部投资者，因此 2018 年 12 月公司股权激励在计算公司公允价值无可直接参考的投资人估值。为更准确计量公司公允价值，在公司 2018 年度整体经营状况未发生重大变化的情况下，采用最近一次外部投资人增资时公司公允价值 225,839.29 万元，加上 2018 年新增净资产 8,607.14 万元，确定公司 2018 年 12 月公允价值为 234,446.43 万元。具体考虑因素如下：

1、公允价值市盈率比较

公司 2017 年度、2018 年度的市盈率情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度
公司整体估值	234,446.43	225,839.29

项目	2018 年度	2017 年度
归属于母公司所有者净利润	10,710.91	9,918.20
市盈率倍数	21.89	22.77

如上表所示，以归属于母公司所有者的净利润计算，公司 2018 年末的市盈率倍数较 2017 年度保持平稳。以该估值计算的 2018 年底市盈率约 22 倍，该市盈率较高，能够有效反应公司在 2018 年底的公允价值。

2、可比公司市盈率情况

经查询上市公司重大资产重组公告等公开信息，2016 年度至 2018 年度软件企业的平均估值情况如下：

首次披露	上市公司	并购标的	市盈率（倍）	年度平均
2018 年度	新力金融（600318.SH）	手付通 99.85%股权	22.14	20.27
	博思软件（300525.SZ）	广东瑞联 78%股权	18.39	
2017 年度	荣科科技（300290.SZ）	神州视翰 100%股权	27.72	24.74
	迅游科技（300467.SZ）	狮之吼 100%的股权	21.76	
2016 年度	天源迪科（300047.SZ）	维恩贝特 94.8424%的股权	29.72	26.96
	超图软件（300036.SZ）	南京国图 100%股权	24.20	
整体平均			**23.99**	

如上表所示，2016 年度至 2018 年度上述软件企业的平均市盈率分别为 26.96 倍、24.74 倍和 20.27 倍，整体平均市盈率为 23.99 倍。公司 2018 年 12 月股权激励公允价值对应的市盈率略高于软件行业平均估值水平，不存在重大差异。

综上所述，在市场环境未发生重大变化、公司经营业绩基本保持稳定的情况下，以 2017 年 6 月公允价值的基础上加上 2018 年新增净资产额作为 2018 年末公司公允价值已考虑了公司的业绩基础与变动预期、市场环境变化、股份支付发生当年市盈率指标等因素的影响，具有公允性。

（五）股权激励对象的业务结构类型，将股份支付费用全部作为管理费用是否恰当

报告期内，公司进行股权激励的人员均为公司**管理人员、技术骨干及部分业务骨干**，有关公司股权激励对象信息请参见问题 5“（一）”的相关内容。

2017年、2018年度的股份支付已按照相关员工的服务期限进行分摊处理，对应股份支付费用已根据员工具体工作内容进行区分，调整后2017-2019年6月的股份支付费用分类详见下表：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度
销售费用	137.59	56.67	1.73
管理费用	238.06	124.41	86.17
研发费用	450.06	138.86	1.73
合计	825.72	319.95	89.63

（六）请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师对报告期内发生的股份变动以及报告期前对期初未分配利润有重大影响的股份支付事项是否适用《企业会计准则第 11 号——股份支付》进行核查，并对以下问题发表明确意见：股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因；对于存在与股权所有权或收益权等相关的限制性条件的，相关条件是否真实、可行，服务期的判断是否准确，服务期各年/期确认的员工服务成本或费用是否准确；发行人股份支付相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

1、对股权激励事项的核查情况及意见

保荐机构及申报会计师对公司历次股权激励事项进行了如下核查：

（1）检查公司历次股权变动的股权转让协议及工商变更情况，从股权转让双方的关系、股权转让的原因，对照《企业会计准则第 11 号——股份支付》的规定，判断上述股权变动是否涉及股份支付。

（2）查阅了历次增资涉及的股东的访谈记录，了解公司股权激励计划的目的、股权激励对象及实施方式等情况；对历次增次价格及其公允性进行了确认，查阅了历次增资审批程序、历次增资协议、资金入账凭证。

（3）取得并检查股权激励计划、股东会决议、股权转让协议、工商变更情况及《合伙协议》等，对照《企业会计准则——股份支付》，确定股份支付的类型和会计处理方式。

（4）取得公司股份支付费用计算明细表、相关的融资协议，复核采用的公允价值的确认依据和金额、摊销期限等，并与可比公司估值情况进行比较，确定公司权益工具公允价值的方法及会计处理是否符合《企业会计准则》的规定。

（5）对公司股份支付相应的权益工具公允价值的计量方法进行了复核。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，调整后公司股份支付的确认和会计处理符合《企业会计准则》相关规定，权益工具公允价值的计量方法及结果合理。

2、对阿里创投入股事项的核查情况及意见

保荐机构及申报会计师对阿里创投入股事项进行了如下核查：

（1）取得公司与阿里创投签署的《增资扩股协议》，确认协议中是否存在对公司生产经营和独立性产生重大影响的条款；

（2）取得公司与阿里巴巴相关公司的全部合作协议，了解协议中关于产品或技术服务、采购定价、信用政策、结算政策等主要条款的确定方式，对阿里创投入股前后的主要协议条款进行比对，确认是否发生重大变化；

（3）取得公司与其他供应商的主要合作协议，通过公开信息查询，了解公司与其他供应商关于产品或技术服务、采购定价、信用政策、结算政策等的确定方式，比较与阿里巴巴相关公司签署的协议条款是否存在重大差异，确认阿里创投入股前后采购定价等变动趋势是否与行业变动趋势一致；

（4）查询了和比较了报告期内阿里巴巴商家服务市场、1688、京麦服务市场等主要电子商务平台的公开市场规则和技术分成协议；

（5）查询并计算了发行人报告期内向各信息通道资源提供商的采购均价；

（6）获取了主要供应商关于向发行人提供的产品价格与其他客户产品价格的对比，对报告期内公司向阿里集团旗下企业采购的内容与公司业务资源的相关性、数据匹配性做分析性复核；

（7）如本回复“问题 13”之核查程序及核查意见所述，淘宝（中国）软件有限公司、阿里云计算有限公司、杭州阿里妈妈软件服务有限公司及阿里巴巴云计算（北京）有限公司在访谈问卷中确认如下：

1）淘宝（中国）软件有限公司在访谈问卷中确认：

“1、交易价格为官网公开售价。

2、我公司不存在向光云科技销售商品或提供服务的价格与向其他客户销售同类同档次产品或提供服务的价格有重大差异；不存在与光云科技除销售、服务协议外的其他协议安排（如返利协议，包括但不限于口头或书面形式）；不存在向光云科技输送利益的情形。

3、服务市场软件服务费价格没有变动，但 2017 年 5 月前存在免收服务费的优惠情况（即光云科技服务销售收入在 15 万元以内的部分，我公司免收服务费），2017 年 5 月后优惠措施取消。未来服务收费标准暂无变动计划，但不排除会进行变动的可能。

4、排名规则是基于多重指标的复杂算法，总体逻辑是基于服务商的服务价值&与商家业务的匹配程度做展现&排序，不会针对任一单个服务商或产品来调整排名规则。

5、我公司与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

2）阿里云计算有限公司在访谈问卷中确认：

“1、交易价格为官网公开售价，无特殊折扣；价格遵循官网公开的列表价，随列表价调整而调整，没有特殊签订合同，遵循官网客户的统一销售协议。

2、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

3）阿里巴巴云计算（北京）有限公司在访谈问卷中确认：

“1、公司与光云科技间交易按使用量扣费，根据月出具明细账单进行结算；不存在其他第三方为光云科技代为支付采购货款、服务费用的情况；无特殊返利，不存在输送利益。

2、向光云科技销售产品、提供服务价格最近没有变动，比较均衡。

3、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

4）杭州阿里妈妈软件服务有限公司在访谈问卷中确认：

“1、光云科技作为平台正常的商家，在阿里妈妈平台进行推广。阿里妈妈主要提供技术服务和广告推广服务，交易金额以询证函确认金额为准；报告期内金额变化原因基于光云科技自身经营策略变化，阿里妈妈仅提供平台服务。

2、光云科技在阿里妈妈开设的店铺使用妈妈广告服务直通车和钻石展位。目前直通车的开通，商家都需要签订线上合同。商家开设直通车账号后先充值后消耗，商家设置与推广商品相关的关键词和出价，在买家搜索相应关键词时，推广商品获得展现和流量，实现精准营销，商家按所获流量（点击数）付费。直通车服务不存在先消耗后付费的授信模式。对于光云科技在淘宝上开设的店铺也不存在其他第三方为光云科技代为支付采购货款、服务费用的情况。

钻石展位服务也是需要商家签订线上合同后先充值后消耗。钻石展位为按展示付费（cpm）的基础上，增加按点击付费（cpc）的结算模式。光云科技所开的钻石展位账户也不存在先消耗后付费的授信模式。

3、交易价格为官网公开售价，无特殊返利和输送利益情况，最近几年价格没有变动，和市场价格一致。

4、我公司及我公司的实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、关键经办人员及上述人员关系密切的家庭成员与光云科技及其关联方（包括但不限于实际控制人、股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及上述人员关系密切的家庭成员）之间不存在关联关系或其他利益安排。”

经核查，保荐机构和申报会计师认为，阿里创投入股未对公司的生产经营和独立性产生重大不利影响；公司与阿里巴巴相关公司的交易价格公允，不存在潜在利益安排。

3、请保荐机构及申报会计师对报告期内发生的股份变动以及报告期前对期初未分配利润有重大影响的股份支付事项是否适用《企业会计准则第 11 号——

股份支付》进行核查，并对以下问题发表明确意见：股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果是否合理，与同期可比公司估值是否存在重大差异及原因；对于存在与股权所有权或收益权等相关的限制性条件的，相关条件是否真实、可行，服务期的判断是否准确，服务期各年/期确认的员工服务成本或费用是否准确；发行人股份支付相关会计处理是否符合企业会计准则的规定。

经核查，保荐机构及申报会计师认为：

（1）公司历次股权变动涉及股份支付的，均已按照相关规定确认股份支付**费用**并进行相应的会计处理。

（2）公司历次股份支付相关权益工具公允价值的计量方法及结果合理，与同期可比公司估值不存在重大差异。

（3）公司 2017 年及 2018 年进行股份授予时对部分员工存在服务期等相关限制性条件，前述限制性条件真实、可行，公司已根据服务期对股份支付的公允价值进行分摊，分摊方法合理，分摊计算结果准确，前述股份支付相关会计处理符合企业会计准则的规定。

问题 29

报告期各期末，应收账款账面价值分别为 1,743.39 万元、2,037.66 万元、2,979.63 万元，预收款项余额分别为 1,594.53 万元、2,264.84 万元和 3,074.98 万元。对于在阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场提供的产品和服务，客户一次性向服务市场支付全部款项，服务市场根据服务期限对订单金额进行分摊，次月按结算单金额与公司结算。

请发行人说明：（1）终端客户购买产品期限的分布情况，阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场向客户一次性收取全部款项但与发行人按月摊销结算，是否实质上构成对发行人的资金占用，是否支付利息费用，如不支付，是否应作为发行人的获客成本进行成本核算，并测算相关影响；（2）由服务市场向发行人结算资金是否构成第三方回款，报告期内的发生额以及占营业收入的比例；（3）与服务市场的资金结算方式是扣减成本费用后净额结算还是总额结算，是否有相关协议约定；（4）应收账款、预收款项金额变动与发行人收入规模、结

算政策、信用政策的匹配性；（5）1 年以内应收账款坏账准备计提比例显著低于可比公司的原因及合理性，坏账准备计提政策是否谨慎，坏账准备计提是否充分。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。请保荐机构及申报会计师说明对发行人收入与次月结算资金匹配性的核查情况，并对二者的一致性、收入确认的准确性发表明确意见。

回复：

（一）终端客户购买产品期限的分布情况，阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场向客户一次性收取全部款项但与发行人按月摊销结算，是否实质上构成对发行人的资金占用，是否支付利息费用，如不支付，是否应作为发行人的获客成本进行成本核算，并测算相关影响；

1、报告期内终端客户购买公司主要产品的期限分布

报告期内，公司通过阿里巴巴商家服务市场销售的主要产品超级店长、快递助手、旺店交易、旺店商品的终端客户购买产品期限的分布情况详见下表：

（1）超级店长

超级店长阿里巴巴商家服务市场付费用户数量（万人）				
产品期限	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
1 个月	1.95	3.12	3.11	3.47
3 个月	13.77	14.75	17.30	18.93
6 个月	4.76	5.62	7.62	9.64
12 个月	26.74	31.15	31.41	23.99
合计	**47.22**	**54.63**	**59.44**	**56.03**

注：用户数量指会计期间内按照产品服务期限加权平均的有效用户数量；2016 年至 2018 年内，如某客户在 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/12=0.25 个用户；2019 年 1-6 月，如某客户在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日期间为有效用户，则在计算用户数量时该客户将按照产品服务期限（3 个月）折算为 3/6=0.50 个用户。下同。

（2）快递助手

快递助手阿里巴巴商家服务市场付费用户数量（万人）		
产品期限	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
1 个月	3.96	3.46

快递助手阿里巴巴商家服务市场付费用户数量（万人）		
3 个月	9.96	9.74
6 个月	5.42	5.01
12 个月	15.79	15.81
合计	**35.12**	**34.02**

（3）旺店交易

旺店交易阿里巴巴商家服务市场付费用户数量（万人）				
产品期限	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
1 个月	0.33	0.47	0.99	0.42
3 个月	5.36	5.57	2.15	1.19
6 个月	6.65	7.28	1.93	0.97
12 个月	11.21	9.67	7.21	3.27
合计	**23.55**	**22.99**	**12.28**	**5.86**

（4）旺店商品

旺店商品阿里巴巴商家服务市场付费用户数量（万人）				
产品期限	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**	**2017 年度**	**2016 年度**
1 个月	0.17	0.54	1.12	0.65
3 个月	1.97	2.54	1.66	0.60
6 个月	4.36	2.89	0.70	0.32
12 个月	3.38	3.82	4.27	1.94
合计	**9.88**	**9.78**	**7.75**	**3.52**

如上所示，终端客户在阿里巴巴服务市场等销售产品的期限均在 12 个月以内，终端客户一次性购买 12 个月服务期限的占比最高。

2、阿里巴巴商家服务市场的相关规定

阿里巴巴商家服务市场公布的《技术服务协议（内购服务商）》6.1 条中约定，“淘宝向服务商提供的‘服务市场’的服务内容包括互联网信息服务、交易目标的设定与匹配、交易流程的自助管理、交易款项的代收代付以及与此有关的互联网技术服务”；6.4.1 条中约定，“内购应用销售收入：指服务商通过服务市场在主应用内销售内购应用，用户支付的可确认的应用服务费用。用户支付的应用服务费用在按照本协议约定扣除服务商应向乙方支付的服务市场技术服务费后由淘宝与服务商进行结算”。

1688 服务市场公布的《阿里巴巴中国站应用市场入驻服务协议》5.4.1 条中约定，“用户订购应用支付的应用服务费用在按照本协议约定扣除 ISV 应向阿里巴巴支付的技术服务费用后由阿里巴巴对 ISV 进行结算。用户支付的可确认的应用服务费用，是指在用户预付应用服务费用的情况下，需根据国际会计准则制定的收入确认规则分期确认收入”。

根据上述规定，阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场在提供服务过程中，履行代收代付职责，代收客户支付的服务款项，分月结算用户支付的可确认的应用服务费用；客户一次性支付的款项实质由服务市场代为保管，在服务商实际提供服务后才进行结算，未提供服务部分资金实际所有权仍属于用户，用户可根据退款规则及实际情况进行退款。

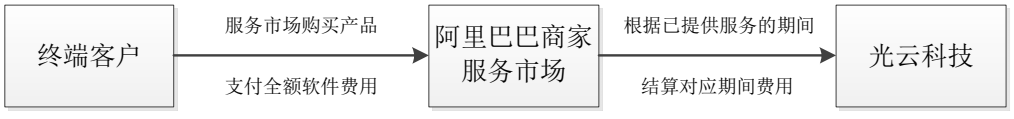
阿里巴巴商家服务市场向客户一次性收取全部款项但与公司按月摊销结算主要系一种保护用户合法权益的代收代付行为，未支付资金部分实质上仍属于付费用户而非公司，因此实质上不构成对公司的资金占用，无需支付利息费用。

（二）由服务市场向发行人结算资金是否构成第三方回款，报告期内的发生额以及占营业收入的比例；

阿里巴巴商家服务市场公布的《软件许可协议（适用于周期型内购应用）》7.9 条中约定，“淘宝开放平台及服务市场仅作为服务商和用户物色交易对象，就本服务的交易进行协商，以获取或使用各类服务的地点。淘宝代收代付交易款项等行为并不意味着淘宝成为交易的参与者，淘宝不对服务商和用户行为的合法性、有效性及应用的真实性、合法性和有效性作任何明示和默示的担保”。

根据上述规定描述，终端用户与公司之间直接达成相关交易，服务市场仅履行代收代付的职能，并不作为交易的参与者，交易款项实质仍由终端客户支付，因此不构成第三方回款。

终端用户与公司交易的具体资金流向为：



报告期内各期，阿里巴巴商家服务市场结算金额占公司全年总收入的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
结算金额	15,473.43	30,946.73	22,403.04	17,887.43
不含税金额	14,597.58	29,195.03	21,134.94	16,874.93
收入金额	22,299.40	46,549.38	35,836.58	26,224.99
占比	**65.46%**	**62.72%**	**58.98%**	**64.35%**

如上表所示，报告期内，公司 60%左右的收入通过阿里巴巴商家服务市场进行结算。

（三）与服务市场的资金结算方式是扣减成本费用后净额结算还是总额结算，是否有相关协议约定；

公司与服务市场的资金结算方式请参见本反馈问题 19（三）2（2）的相关表述。根据相关协议，服务市场的资金结算方式系按照扣减技术服务费后的净额与公司进行结算。

（四）应收账款、预收款项金额变动与发行人收入规模、结算政策、信用政策的匹配性；

1、应收账款的匹配性

报告期各期末，公司分业务类别的应收账款如下：

单位：万元

销售渠道	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
服务市场 -电商 SaaS 产品、运营服务	2,415.46	81.81%	2,520.09	83.73%	1,673.51	81.31%	1,542.81	87.61%
自营店铺、内购链接 -配套硬件业务	197.82	6.70%	54.96	1.83%	102.44	4.98%	11.08	0.63%
线下经销商 -配套硬件业务	298.24	10.10%	418.23	13.90%	282.28	13.71%	207.11	11.76%
线下收款 -运营服务业务	40.33	1.37%	16.45	0.55%	-	-	-	-
内购链接 -CRM 短信业务	0.63	0.02%	-	-	-	-	-	-
合计	**2,952.49**	**100.00%**	**3,009.73**	**100.00%**	**2,058.24**	**100.00%**	**1,761.00**	**100.00%**

报告期内，公司应收账款主要为服务市场的已结算尚未支付的款项和应收配套硬件经销商的销售款项。

（1）服务市场

服务市场应收账款构成如下表：

单位：万元

应收账款	2019 年 6 月 30 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
阿里巴巴商家服务市场	2,150.26	89.02%	2,413.21	95.76%	1,673.51	100.00%	1,541.84	99.94%
钉钉应用服务市场	107.11	4.43%	12.23	0.49%	-	-	-	-
1688 服务市场	105.87	4.38%	68.04	2.70%	-	-	-	-
其他平台	52.24	2.16%	26.61	1.06%	-	-	0.97	0.06%
合计	**2,415.46**	**100.00%**	**2,520.09**	**100.00%**	**1,673.51**	**100.00%**	**1,542.81**	**100.00%**

除阿里巴巴商家服务市场外，公司其他平台整体应收账款较少，故以阿里巴巴商家服务市场为例，说明公司应收账款和收入情况、结算政策的匹配性。

公司报告期内通过阿里巴巴商家服务市场结算的金额（包含电商 SaaS 产品及运营服务）与期末应收账款的匹配性见下表：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收入结算金额（含税）	15,473.43	30,946.73	22,403.04	17,887.43
不含税收入	14,597.58	29,195.03	21,134.94	16,874.93
应收账款金额	2,150.26	2,413.21	1,673.51	1,541.84
应收账款周转率	12.80	14.29	13.15	13.52

注：2019 年 1-6 月应收账款周转率已年化处理。下同。

报告期内，通过阿里巴巴商家服务市场结算的应收账款周转率基本保持稳定，应收账款余额与收入变化情况匹配。

阿里巴巴商家服务市场在《技术服务协议（内购服务商）》中规定，“结算费用支付时间依照淘宝核算费用的时间而定，一般在次月结算时点后 30 天内，淘宝将当月结算费用汇往服务商支付宝账户”，即一般情况下在结算完成后一个月内支付对应款项。期末应收款实际为对应报告期末月份的结算金额，于次月支付。公司于服务发生当月确认收入，并确认应收账款，相应的款项于次月收回。

报告期内，阿里巴巴商家服务市场期后一个月内的收款情况如下表：

单位：万元

项目	平台	金额	次月回款金额	差异
2019/6/30	阿里巴巴商家服务市场	2,150.26	2,150.24	0.02
2018/12/31	阿里巴巴商家服务市场	2,413.21	2,413.21	-
2017/12/31	阿里巴巴商家服务市场	1,673.51	1,673.51	-
2016/12/31	阿里巴巴商家服务市场	1,541.84	1,541.44	0.40

如上表所示，阿里巴巴商家服务市场应结算的金额，除结算尾差未支付外，均及时按照规则支付。

（2）配套硬件的应收账款

公司配套硬件的应收账款主要分为直销和经销。直销渠道主要通过线上店铺销售、应用内部链接销售，对应款项回款相对比较及时，账龄一般不超过 3 个月。经销渠道会给予经销商一定的信用期间，具体经销商信用政策描述详见问题 16、（五）的回复。

报告期内，配套硬件应收账款周转率情况如下表：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收入金额（不含税）	3,070.10	7,397.14	6,999.23	4,827.48
应收账款金额	496.05	473.19	384.72	218.19
应收账款周转率	12.67[1]	17.24	23.22	23.98

注：半年度周转率指标已经年化处理。

报告期内公司应收账款周转率逐年下降，主要系公司给予评价较高的经销商更大的信用额度和周期，以及少量经销商未能及时回款所致。

总体而言，报告期内公司配套硬件应收账款的余额随着配套硬件销售规模的增加而增加，但总体余额较低，周转率较高，周转天数均低于 30 天，周转速度较快。

报告期内，公司的配套硬件应收账龄整体账龄较短，账龄情况如下表：

单位：万元

应收账款账龄	3 个月以内	4-12 个月	1-2 年

应收账款账龄	3 个月以内	4-12 个月	1-2 年
2019/6/30	459.83	33.87	2.35
2018/12/31	410.81	62.38	-
2017/12/31	364.27	20.46	-
2016/12/31	218.14	0.06	-

除少数经销商未能及时按照信用政策回款外，绝大部分应收账款均能及时收回。

2、预收账款的匹配性

报告期内，公司通常将收取的订单或充值款项确认为预收款项，在满足收入确认条件时冲减预收款项并确认收入。公司预收账款主要为未通过服务市场进行统一结算的电商 SaaS 产品、线下成交的运营服务和 CRM 短信业务的预收款项，具体明细详见下表：

单位：万元

项　目	2019/6/30	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
电商 SaaS 产品	2,932.02	1,433.05	148.01	0.20
配套硬件	18.81	15.57	19.04	3.74
运营服务	585.27	552.67	1,025.63	656.45
CRM 短信	989.78	1,073.69	1,072.16	934.13
合计	**4,525.88**	**3,074.98**	**2,264.84**	**1,594.53**

（1）电商 SaaS 产品预收账款

电商 SaaS 产品 2018 年末和 2019 年 6 月末的预收账款金额增长较快，主要系快递助手多平台业务、有成业务及 ERP 业务的快速增长所致。

2018 年末和 2019 年 6 月末预收账款分产品具体构成情况如下：

单位：万元

项　目	2019/6/30	占比	2018/12/31	占比
快递助手多平台业务	896.95	30.59%	647.65	45.19%
ERP 业务	1,117.92	38.13%	339.74	23.71%
有成业务	408.39	13.93%	175.09	12.22%
快麦设计	154.36	5.26%	50.88	3.55%

项　目	2019/6/30	占比	2018/12/31	占比
其他业务	354.40	12.09%	219.68	15.33%
合计	**2,932.02**	**100.00%**	**1,433.05**	**100.00%**

快递助手多平台业务的预收账款主要为拼多多和京东平台的预收账款，报告期内该等平台收入与预收账款的匹配情况如下表：

单位：万元

平台	2019 年 6 月 30 日/2019 年 1-6 月		2018 年 12 月 31 日/2018 年度	
	预收账款金额	收入金额（年化）	预收账款金额	收入金额
拼多多	624.13	1,611.84	389.80	1,086.61
京东	250.93	739.25	247.81	720.26
其他	21.90	67.76	10.04	77.67
合计	**896.95**	**2,418.85**	**647.65**	**1,884.55**

注：2019 年年化收入=2019 年 1-6 月收入*2。

报告期各期末，电商 SaaS 产品预收账款变动情况基本与当期收入相匹配。

（2）运营服务和 CRM 短信预收款

报告期内，公司运营服务预收款项主要为通过线下直接成交的运营服务订单，公司在收到订单金额时确认预收款项，在满足收入确认条件时冲减预收款项并确认收入。

CRM 短信预收款项为客户在自有产品内购链接购买 CRM 短信时，公司将收取的充值金额确认为预收款项，在满足收入确认条件时冲减预收款项并确认收入。

报告期内预收款项和对应收入情况详见下表：

单位：万元

项目	2019/6/30	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
运营服务预收款项	585.27	552.67	1,025.63	656.45
运营服务线下收入（年化）	1,994.86	2,839.65	3,198.07	978.14
占比情况	**29.34%**	**19.46%**	**32.07%**	**67.11%**
CRM 短信预收款项	989.78	1,073.69	1,072.16	934.13
CRM 短信收入（年化）	2,882.61	4,443.74	4,832.52	3,751.84

项目	2019/6/30	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
占比情况	34.34%	24.16%	22.19%	24.90%

注：2019 年年化收入=2019 年 1-6 月收入*2。

运营服务报告期内预收款项余额占当期收入的比例存在一定波动。2016 年末，因运营服务业务刚刚起步，多数订单暂未满足收入确认条件，导致期末预收账款金额较当期收入占比较高；2018 年下半年云托管订单金额出现一定程度下滑，导致期末预收账款金额较低，占当期收入的比例相应较低。

CRM 短信预收款规模及占收入的比例在报告期内整体波动不大。2019 年上半年占比较高，主要系由于 CRM 短信业务季节性较为明显，下半年销售收入往往高于上半年，以此测算的收入预计将低于实际全年收入金额所致。

（五）1 年以内应收账款坏账准备计提比例显著低于可比公司的原因及合理性，坏账准备计提政策是否谨慎，坏账准备计提是否充分

报告期内，公司与可比公司的应收账款坏账准备计提政策整体不存在重大差异，在采用账龄分析法计提坏账准备的比例上存在一定差异，对比如下：

账龄	应收账款坏账准备计提比例（%）			
	欢乐逛	爱用科技	美登科技	光云科技
0-6 个月（含 6 个月）	5	0	5	1
7-12 个月（含 12 个月）	5	5	5	1
1 年至 2 年（含 2 年）	20	10	10	10
2 年至 3 年（含 3 年）	50	30	50	50
3 年以上	100	100	100	100

相较于同行业，公司应收账款计提比例差异主要集中在 1 年以内。公司一年以内应收账款坏账准备计提比例为 1%，主要系公司应收账款可回收性较好，且报告期内未发生过坏账损失。公司应收账款超过 80%为通过服务市场销售电商 SaaS 产品形成的应收账款，报告期内基本均能在结算次月收到全部款项，整体坏账风险较小。除服务市场销售电商 SaaS 产品形成的应收账款外，主要为配套硬件销售形成的应收账款，对应应收账款账龄均比较短，主要集中在 3 个月以内，坏账风险较小，因此公司针对 1 年以内的应收账款按照 1%计提坏账准备系综合考虑应收账款构成情况及其坏账风险的结果，坏账准备已充分计提。

如公司采用与可比公司相一致的坏账准备计提比例，则对报告期内各期利润总额的影响如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
采用美登科技坏账准备计提比例计算的资产减值损失本期增加额	-2.38	38.06	11.89	24.41
占当期利润总额的比例	-0.06%	0.32%	0.12%	0.97%
采用欢乐逛坏账准备计提比例计算的资产减值损失本期增加额	-2.15	38.06	11.89	24.41
占当期利润总额的比例	-0.06%	0.32%	0.12%	0.97%
采用爱用科技坏账准备计提比例计算的资产减值损失本期增加额	1.17	-8.89	-2.75	-6.1
占当期利润总额的比例	0.03%	-0.07%	-0.03%	-0.24%

根据上表所示，如采用与可比公司一致的坏账准备计提比例，对报告期内公司利润总额的影响较小。

（六）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅了阿里巴巴商家服务市场公布的《技术服务协议（内购服务商）》和1688服务市场公布的《阿里巴巴中国站应用市场入驻服务协议》，对服务市场结算规则和资金结算规则进行了复核。结合上述规则，复核了相关事项是否构成资金占用和三方回款，复核了相关款项的结算情况。

2、对发行人收入与次月结算资金匹配性进行了核查，对发行人在服务市场上销售的主要产品的次月回款情况进行查验，查验比例如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
结算金额	15,482.43	30,946.73	22,403.04	17,887.43
回款金额	12,810.37	25,719.81	18,996.35	15,070.60
已查验回款金额	12,760.22	25,601.93	18,966.27	15,026.89
查验比例	99.61%	99.54%	99.84%	99.71%

报告期内，公司在服务市场销售的主要产品收入确认与次月结算金额均匹配，不存在确认收入后未能及时收款的情况。

3、取得并核查公司的信用政策文件，对公司重要客户的报告期内信用政策的变化进行了整理列示，并结合客户报告期内应收账款余额的变动，分析信用政策与应收账款的匹配性，并结合应收账款周转率，分析报告期内公司应收账款与收入的匹配性。

4、查阅了阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场、京东服务市场的结算政策，复核了公司应收账款、预收账款与结算政策的匹配性。

5、将发行人的坏账计提政策与同行业可比公司进行对比，并对应收账款期后回款进行复核，以判断发行人坏账计提政策是否谨慎、合规。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、阿里巴巴商家服务市场、1688 服务市场向客户一次性收取全部款项但与发行人按月摊销结算不构成资金占用；由服务市场向发行人结算资金实际为终端客户支付，不属于第三方回款；根据服务市场规则，服务市场按照扣减技术服务费后的净额与发行人进行结算。

2、报告期内，公司在服务市场销售的主要产品收入确认与次月结算金额均匹配，不存在确认收入后未能及时收款的情况。

3、报告期内，发行人应收账款、预收款项金额变动情况与发行人收入规模、结算政策、信用政策相匹配。

4、公司应收账款期后回款情况良好，应收账款坏账准备计提政策谨慎，坏账准备计提充分。

问题 30

报告期各期末，发行人存货账面价值分别为 162.12 万元、481.80 万元和 1,132.78 万元，主要为配套硬件产品。2018 年末公司针对部分型号热敏打印机产品计提存货跌价准备 29.91 万元。 请发行人说明：（1）2018 年末存货余额显著增加的原因，并结合存货的库龄结构、市场相同型号产品的价格变动情况、可比公司以及上游 ODM 厂商存货跌价准备计提情况等进一步说明存货跌价准备计提的充分性；（2）报告期内存货周转率持续大幅下降的原因。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

答复：

（一）2018 年末存货余额显著增加的原因，并结合存货的库龄结构、市场相同型号产品的价格变动情况、可比公司以及上游 ODM 厂商存货跌价准备计提情况等进一步说明存货跌价准备计提的充分性；

1、公司存货余额变动情况总体分析

报告期内，公司存货余额情况如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
存货账面余额	657.08	1,162.69	481.80	162.12
存货跌价准备	17.62	29.91	-	-
存货账面价值	639.45	1,132.78	481.80	162.12

2018 年末存货余额较高，主要系：（1）公司早期供应商厦门汉印提供直接发货至客户的服务，因此公司无需储备较多存货，2017 年起，公司逐步开发新供应商，新供应商按照订单生产发货，不提供直接发货至客户的服务，故公司需自备存货，导致期末存货规模逐渐上升；（2）公司计划提高直销比例，采购并储备了较多的存货，导致期末存货结存金额较高；（3）2018 年底，公司展开绘儿乐业务，采购部分儿童文具，进一步提高了期末存货金额。

2、2018 年末公司存货库龄情况

截至 2018 年末，公司存货库龄情况如下：

单位：万元

期间	3 个月以内	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	合计
2018 年末	729.00	123.00	309.41	1.28	1,162.69

2018 年末，公司存货库龄主要集中在 3 个月以内，一年以上存货仅有 1.28 万元，整体库龄结构较好。7-12 个月存货金额较大，主要由 KM-300BU、KM-116、IP-392 三款热敏打印机产品构成，该三款产品存货金额占当年末公司 7-12 个月存货金额的比重达 93.37%，具体如下：

单位：万元

型号	3 个月以内	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	合计	存货跌价准备计提金额

型号	3 个月以内	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	合计	存货跌价准备计提金额
KM300	-	9.98	143.45	-	153.43	9.98
KM116	-	0.21	102.46	-	102.67	8.81
IP392	-	-	43.00	-	43.00	9.91
合计	**-**	**10.19**	**288.91**	**-**	**299.10**	**28.70**

2018 年期末，公司针对库龄较短的产品，按存货的成本与可变现净值孰低提取或调整存货跌价准备；针对库龄较长的产品，公司充分考虑市场环境和价格波动因素，制定了长库龄产品销售计划，并根据销售计划中制定的预计价格，综合考虑销售费用率等因素，测算对应产品 2018 年底的跌价情况，2018 年底三款长库龄产品存货跌价准备计提金额占总金额的 95.95%。

上述三款产品均持续在售，2018 年末余额较高主要系公司计划提高直销比例，当年采购较多产品所致。针对库龄较长的存货，公司制定了明确的销售方案进行销售，并取得了良好的成效。截至 2019 年 6 月 30 日，上述三款产品期末结存情况如下：

单位：万元

型号	3 个月以内	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	合计	存货跌价准备计提金额
KM300	-	-	10.24	40.35	50.59	3.65
KM116	-	10.71	0.21	60.08	71.01	5.72
IP392	-	-	-	5.41	5.41	1.76
合计	**-**	**10.71**	**10.45**	**105.84**	**127.00**	**11.13**

2019 年上半年长库龄产品的实际销售价格与公司销售计划中预测的销售价格不存在明显差异。综上，公司在各报告期末已充分计提存货跌价准备。

3、公司主要产品与竞品之间的对比情况

单位：元

快麦产品		竞品		
快麦型号	淘宝/天猫售价	对标品牌	对标机型	零售价格（淘宝 / 天猫）
KM106	379	容大	RP421	378
KM-202	358	爱印	IP498A	358
KM-118	389/399	汉印	G42D	458/468

快麦产品		竞品		
快麦型号	淘宝/天猫售价	对标品牌	对标机型	零售价格（淘宝／天猫）
KM-108	359/359	汉印	D45	359/359
KM-218	348/358	汉印	N41	338/348
KM-300	348/368	汉印	A300	330
KM-116	339	容大	RP-410	348

上述主要产品在报告期内各期的销售及期末结存占比情况如下：

项目	2019年1-6月/2019.6.30	2018年度/2018.12.31	2017年度/2017.12.31	2016年度/2016.12.31
上述产品当期销售金额占比	79.07%	83.53%	82.47%	68.65%
上述产品期末结存金额占比	53.69%	64.48%	75.84%	84.58%

注：2019 年 6 月末主要产品期末结存金额占比较前期下降主要系公司各产品期末结存较为分散所致。

综上所述，公司主要产品型号与对标产品的销售价格不存在重大差异，且 2019 年上半年公司主要产品的指导售价和竞品指导售价均未发生明显变动，因此，公司在各报告期末已充分计提存货跌价准备。。

4、可比公司存货跌价准备计提情况

公司 ODM 厂商厦门汉印电子技术有限公司、厦门容大合众电子科技有限公司以及可比公司珠海佳博科技股份有限公司的存货跌价计提情况如下：

2018 年度	光云科技	厦门汉印	厦门容大	佳博科技
存货跌价计提比例	2.57%	0.00%	1.00%	2.40%

注：厦门汉印、厦门容大数据来源于该等公司出具的说明；佳博科技数据来源于《深圳市优博讯科技股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）》。

2018 年度，公司存货跌价准备计提比例高于同行业可比公司和公司 ODM 厂商，公司产品已计提充分的存货跌价准备。

（二）报告期内存货周转率持续大幅下降的原因

报告期内，公司存货周转率下滑主要有以下几点原因所致：

1、报告期初，公司配套硬件业务大部分通过厦门汉印直接发货至公司客户处，公司仅备少量存货。后续公司逐步开发新供应商，新供应商不提供直接发货至客户服务，公司需自行备货，导致存货余额上升。

2、报告期内，公司逐步提升自营比例，为满足零散发货和快速响应的需求，需要进行备货，导致存货余额上升。

3、2018 年度公司部分产品采购量较多，但销售未达预期，导致 2018 年底整体存货余额较高，存货周转率相应下降。

4、2018 年底，公司开展绘儿乐业务，采购部分儿童文具，导致 2018 年底存货金额较高，存货周转率相应下降。

（三）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、分析各期末存货各类产品的结存金额、库龄情况、周转率，并就各产品的结存金额、库龄、周转率变动情况进行合理性分析。

2、对 2018 年存货采购情况及公司存货跌价准备计提情况进行访谈，核实周转率逐年下滑的原因；了解并对比了同行业可比公司、上游供应商的存货跌价准备计提情况，对发行人存货跌价准备计提政策的合理性及存货跌价准备计提金额的充分性进行复核。

3、获取公司对于存货的销售计划，并结合 2019 年的实际销售情况，分析公司存货销售计划的合理性。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，发行人存货结存金额主要系结合经营策略、市场情况变动的备货；报告期内存在一定的波动主要系各期的经营策略有所不同；存货周转率逐年下降主要系报告期内存货结存金额逐年提高所致。

2、报告期内发行人按照既定的政策计提存货跌价准备，跌价计提政策合理、跌价计提金额充分。

问题 31

报告期各期末，发行人存在未确认递延所得税资产的可抵扣亏损，主要由于淘云科技、麦家科技业务模式未成熟或业务规模较小等原因预期短期内暂时无法盈利。请发行人说明：（1）结合淘云科技、麦家科技报告期各期的亏损情

况及原因，说明在未确认可抵扣亏损递延所得税资产，特别是麦家科技净资产账面金额已为负数的情况下，母公司对其的长期股权投资未计提减值准备的合理性，导致亏损的影响因素是否具有持续性；（2）在会计利润与所得税费用调整过程中，研发加计扣除的影响金额与研发费用的勾稽关系，是否存在大额未纳入加计扣除范围的研发费用，如存在，请进一步说明产生该项差异的原因及合理性；不可抵扣的成本、费用和损失的具体内容，以及不可抵扣的原因。

请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

答复：

（一）结合淘云科技、麦家科技报告期各期的亏损情况及原因，说明在未确认可抵扣亏损递延所得税资产，特别是麦家科技净资产账面金额已为负数的情况下，母公司对其的长期股权投资未计提减值准备的合理性，导致亏损的影响因素是否具有持续性

1、公司对成本法核算的长期股权投资减值迹象的分析方法

根据公司长期资产减值政策，长期股权投资于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

报告期各期末，母公司会对长期股权投资在资产负债表日是否存在减值迹象进行分析，若存在减值迹象，则公司将进行减值测试。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第五条规定，存在下列迹象的，表明资产可能发生了减值：

（一）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌。

（二）企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响。

（三）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低。

（四）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏。

（五）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置。

（六）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等。

（七）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

根据上述会计准则规定，公司对成本法核算的长期股权投资减值迹象的分析方法为：

（1）被投资单位归属于母公司的净资产是否存在严重下降，严重下降的标准为：被投资单位归属于母公司的净资产较长期股权投资账面金额下降超过20%；

（2）被投资单位是否盈利，根据被投资单位盈利情况预期下降趋势是否属于暂时性下降；

（3）被投资单位未来盈利可能性，必要时进行盈利预测判断被投资单位资产的经济绩效是否已低于或者将低于预期，其资产可回收金额是否低于账面价值。

2、公司确认可抵扣亏损递延所得税资产的分析方法

根据《企业会计准则第 18 号——所得税》第十五条规定，企业对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，应当以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

根据《中华人民共和国企业所得税法》第十八条规定，企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。

因此根据上述会计准则的规定，公司是否确认可抵扣亏损递延所得税资产取决于未来能否在可弥补期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额的

预期。出于谨慎性原则，公司在判断是否确认递延所得税资产时，综合考虑公司自身盈利情况、业务规模、经营计划及未来预期等多种因素，仅在可弥补期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额时确认递延所得税资产。具体分析方法为：

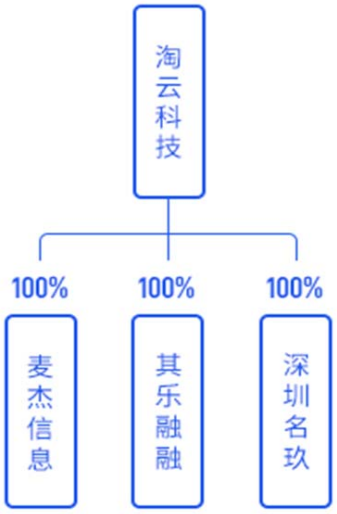
（1）公司当期盈利情况，是否取得可用来抵扣的应纳税所得额；

（2）结合公司业务规模、投资开发计划、经营业务的稳定性等因素，判断公司未来持续盈利可能性，是否不存在较大的不确定性因素；

（3）结合公司经营计划，预期可弥补期间很可能获得的用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额。

3、淘云科技报告期各期经营情况

截止本回复出具之日，淘云科技的股权结构图如下所示：



淘云科技下有三家全资子公司，分别是麦杰信息、其乐融融和深圳名玖。其中麦杰信息和深圳名玖主营业务为在淘宝、天猫平台销售电子面单打印机，其乐融融的主营业务系为电商客户提供快递面单打印软件的服务，提供的主要产品为快递助手 SaaS 产品。

（1）淘云科技报告期各期经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	淘云科技合并财务报表	淘云科技单体财务报表

	净利润	净资产	净利润	净资产
2019 年 1-6 月/2019.6.30	1,951.39	14,259.25	2,841.68	12,472.32
2018 年度/2018.12.31	1,893.12	12,307.87	-833.31	9,630.63
2017 年度/2017.12.31	493.06	5,414.75	539.14	5,463.94
2016 年度/2016.12.31	-62.03	4,921.69	-58.92	4,924.79

淘云科技主营业务为销售快麦打印机，2016 年，因处于市场拓展阶段发生了较多费用，因而导致亏损。2018 年度，为继续扩大业务规模及筹备快麦 ERP 等新业务，淘云科技对现有销售事业部进行扩充，增加电销及直销人员，导致当期销售费用大幅增长，从而使单体公司发生亏损。但从淘云科技合并报表角度看，其主要产品快递助手盈利能力较强，不存在持续亏损的情况。

（2）报告期各期末，母公司对淘云科技是否存在减值迹象判断如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
归属于母公司净资产	14,026.19	12,307.87	5,414.75	4,921.69
长期股权投资账面金额	9,980.66	9,980.66	4,980.66	4,980.66
下降比例	未下降	未下降	未下降	1.18%
是否存在减值迹象	否	否	否	否

由上表可知，淘云科技归属于母公司净资产未出现严重下降情况，且淘云科技 2017 年开始实现盈利，未出现明显减值迹象。同时考虑到其乐融融核心产品处于订单管理类目的市场领先地位，具有长期的盈利能力。综上，母公司对淘云科技的长期股权投资无需计提减值准备。

（3）报告期内各期，淘云科技单体公司是否确认可抵扣亏损递延所得税资产判断如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
纳税调整后所得	-72.23	-712.57	-126.72	-52.95
可结转以后年度弥补的亏损[注]	972.79	900.55	190.09	63.73
是否取得可用来抵扣的应纳税所得额	否	否	否	否
是否确认递延所得税资产	否	否	否	否

注：根据《中华人民共和国企业所得税法》第十八条规定，企业纳税年度发生的亏损，准予向以后年度结转，用以后年度的所得弥补，但结转年限最长不得超过五年。

报告期内各期，淘云科技单体公司均未取得可用来抵扣的应纳税所得额，可抵扣亏损金额逐年升高。根据淘云科技管理层决定的经营计划，淘云科技单体公司在未来五年可能无法获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额，因此淘云科技未确认可抵扣亏损的递延所得税资产。

4、麦家科技报告期各期经营情况

（1）麦家科技报告期各期经营情况如下表所示：

单位：万元

项目	营业收入	净利润	净资产	月均人数（人）注
2019 年 1-6 月/2019.6.30	303.14	60.91	-634.00	9.83
2018 年度/2018.12.31	795.94	220.11	-694.91	20.00
2017 年度/2017.12.31	862.82	-151.95	-915.02	40.17
2016 年度/2016.12.31	3,198.97	-648.41	-1,163.07	55.50

注：上表中的人数为每个报告期内实际发放薪酬的月平均数。

麦家科技自成立之初主要从事电子面单打印机销售和自有网站运营服务业务，在业务初创阶段，因对自有网站进行投入而发生较多费用，导致持续亏损。2016 年度公司集中统筹各子公司资源，优化公司业务结构，将电子面单打印机业务转至淘云科技运营。2017 年起，麦家科技集中资源发展运营服务业务，公司进行人员优化调整。受此影响，2018 年麦家科技的人均营业收入由 2017 年的 21.48 万元/人提升至 39.80 万元/人，人均盈利水平提升，但员工薪酬等费用大幅降低，自 2018 年度开始扭亏为盈。

（2）报告期各期末，麦家科技是否存在减值迹象判断如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
归属于母公司净资产	-634.00	-694.91	-915.02	-1,163.07
长期股权投资账面金额	418.00	418.00	418.00	18.00
下降比例	251.68%	266.25%	318.91%	6561.51%
当期是否盈利	是	是	否	否
预计可回收金额	N/A	N/A	1,502.36	356.66
是否存在减值	否	否	否	否

2016 年末，麦家科技归属于母公司净资产出现严重下降，且麦家科技当期未实现盈利，但考虑到麦家科技处于业务转型期，其亏损情况符合母公司预期，根据麦家科技未来经营计划及盈利预测，其可回收金额高于账面价值，因此未计提减值准备。2016 年末麦家科技的预测数据如下：

单位：万元

项目	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022及以后年度
营业收入	773.88	732.80	880.57	1,008.63	1,123.89	1,168.07
净利润	-293.57	-82.80	33.17	124.78	189.13	139.78
折现率	15%	15%	15%	15%	15%	15%
预计可回收金额现值	-273.76	-67.14	23.39	76.51	100.84	496.83

2017 年末，麦家科技虽仍处于亏损状态，但麦家科技盈利状况优于母公司预期。随着电商 SaaS 行业的发展，公司计划借助麦家科技的技术优势及运营服务经验，自 2019 年起投入开发满足成熟型商家运营需求的运营决策分析产品以拓展收入来源。根据麦家科技未来经营计划及盈利预测，麦家科技未来可回收金额高于账面价值，因此未计提减值准备。2017 年末公司预测数据如下：

单位：万元

项目	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023及以后年度
营业收入	757.19	644.66	684.66	809.66	949.66	1,138.66
净利润	155.71	40.54	52.54	142.96	248.35	300.24
折现率	15%	15%	15%	15%	15%	15%
预计可回收金额现值	145.20	32.87	37.05	87.65	132.41	1,067.17

2018 年末及 2019 年 6 月末，虽然麦家科技归属于母公司净资产仍较长期股权投资账面金额存在严重下降情况，但考虑到其当期已实现盈利且优于前期预测结果，该下降情况已得到好转，公司看好其运营决策分析产品未来的发展前景，故认为不存在减值迹象，未计提减值准备。

（3）报告期内各期，麦家科技是否确认可抵扣亏损递延所得税资产的判断如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
纳税调整后所得	61.62	225.13	-102.48	-639.31
可结转以后年度弥补的亏损	1,018.77	1,080.39	1,305.51	1,203.03
是否取得可用来抵扣的应纳税所得额	是	是	否	否
未来盈利是否存在较大不确定性因素	是	是	N/A	N/A
是否确认递延所得税资产	否	否	否	否

2016 年度及 2017 年度，麦家科技未取得可用来抵扣的应纳税所得额，虽未来预期可以盈利但可弥补期间可能无法获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额，因此麦家科技未确认可抵扣亏损的递延所得税资产。

2018 年度及 2019 年 1-6 月，麦家科技取得可用来抵扣的应纳税所得额，但公司业务规模较小，根据麦家科技的经营计划，未来计划投资开发成熟型商家运营决策分析产品，短期内盈利情况存在较大不确定性，因此能否在可弥补期间获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额具有较大的不确定性，出于谨慎性原则，麦家科技未确认可抵扣亏损的递延所得税资产。

（二）在会计利润与所得税费用调整过程中，研发加计扣除的影响金额与研发费用的勾稽关系，是否存在大额未纳入加计扣除范围的研发费用，如存在，请进一步说明产生该项差异的原因及合理性；不可抵扣的成本、费用和损失的具体内容，以及不可抵扣的原因

报告期内，公司会计利润与所得税费用调整过程如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
利润总额	3,878.77	12,004.67	10,330.53	2,516.51
按法定[或适用]税率计算的所得税费用	581.82	1,500.58	1,291.32	314.56
子公司适用不同税率的影响	-89.59	144.02	-645.52	-471.10
按税法规定应确认收入的影响	-	-	-	34.24
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	154.02	90.84	61.43	512.77
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-15.40	-56.28	-0.03	-111.98
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	37.48	215.13	71.63	226.10

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发加计扣除的影响	-324.73	-591.45	-169.00	-138.22
权益法投资收益的影响	-	-	-174.56	0.75
其他影响	0.83	-9.08	-0.01	36.44
所得税费用	344.42	1,293.76	435.25	403.55

1、公司研发加计扣除的影响金额与研发费用的勾稽关系

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
申请加计扣除金额 A	3,098.60	6,317.32	4,765.62	3,326.80
研发费用加计扣除总额 B=A*加计扣除比例	2,323.95	4,737.99	2,555.83	1,663.40
研发加计扣除影响金额 C=B*各公司适用所得税税率	-324.73	-591.45	-169.00	-138.22

研发加计扣除影响金额与申请研发加计扣除金额勾稽关系如上表所示，申请研发加计扣除金额等于公司实际发生的研发费用与未纳入加计扣除范围的研发费用之差。

2、未纳入加计扣除范围的研发费用的原因

公司实际发生研发费用与申请研发费用加计扣除优惠政策的研发费用金额如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
研发费用	**4,410.72**	**8,472.98**	**5,178.78**	3,625.56
申请加计扣除金额	3,098.60	6,317.32	4,765.62	3,326.80
差异	**1,312.12**	**2,155.66**	**413.16**	**298.75**

注：2016-2018 年度申请加计扣除研发费用均已经中汇（浙江）税务师事务所有限公司进行审核并出具审核报告。

公司研发费用实际发生额与申请研发费用加计扣除税务优惠政策金额差异主要产生于会计核算口径与加计扣除税收规定口径的差异，具体原因如下：

（1）根据财税[2015]119 号文件第一条第（二）项规定，下列活动不适用税前加计扣除政策：

1）企业产品（服务）的常规性升级；

2）对某项科研成果的直接应用，如直接采用公开的新工艺、材料、装置、产品、服务或知识等；

3）企业在商品化后为顾客提供的技术支持活动；

4）对现存产品、服务、技术、材料或工艺流程进行的重复或简单改变；

5）市场调查研究、效率调查或管理研究；

6）作为工业（服务）流程环节或常规的质量控制、测试分析、维修维护；

7）社会科学、艺术或人文学方面的研究。

根据上述文件规定，公司将研发项目中工作内容涉及市场调研、页面设计、应用模块简单拓展、优化、测试与运维支持等不适用税前加计扣除政策的研发人员人工费用进行调减。

（2）根据 2017 年 11 月 8 日发布的国家税务总局公告 2017 年第 40 号文件第一条第（三）项规定，直接从事研发活动的人员、外聘研发人员同时从事非研发活动的，企业应对其人员活动情况做必要记录，并将其实际发生的相关费用按实际工时占比等合理方法在研发费用和生产经营费用间分配，未分配的不得加计扣除。

公司在职管理岗研发人员涉及部门或项目组管理工作，企业未对该部分人员活动情况做必要记录并采取合理方法进行分配，因此公司将管理岗研发人员人工费用进行调减。

（3）对上述文件中规定的不属于允许加计扣除的与研发活动直接相关的其他相关费用，如房屋租赁费、水电费等进行调减。

（4）子公司淘云科技、凌电科技和麦家科技亏损，其所涉及研发费用未向税务机关申请研发费用加计扣除。

（5）2017-2019 年 6 月，研发费用中的股份支付金额未向税务机关申请研发费用加计扣除。

综上，公司未纳入加计扣除范围的研发费用金额及差异原因具体情况如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
不适用加计扣除政策的研发人员人工费用	388.88	1,005.49	394.13	163.74
管理岗研发人员人工费用	169.35	535.18	12.54	-
不允许加计扣除其他费用	161.53	316.91	4.77	-
因亏损未申请加计扣除研发费用	142.30	159.21	-	135.01
因股份支付未申请加计扣除的研发费用	**450.06**	**138.86**	**1.73**	-
合计	**1,312.12**	**2,155.66**	**413.16**	**298.75**

3、不可抵扣的成本、费用和损失的具体内容，以及不可抵扣的原因

根据《中华人民共和国企业所得税法》及其实施条例规定的税前扣除范围及标准，公司对不属于税前扣除项目的成本、费用和损失进行纳税调整，具体内容如下表所示：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
以权益结算的股份支付费用	**825.72**	**319.95**	**89.63**	3,900.31
未取得合法凭证支出[注]	103.47	198.93	152.46	142.77
业务招待费超过税前扣除限额部分	45.56	95.15	149.20	64.47
企业为投资者或者职工支付的商业保险费	-	12.16	19.30	17.53
未经申报的资产损失	-	-	45.60	-
非公益性捐赠支出	2.00	0.20	-	-
税收滞纳金	0.35	0.00	-	0.06
合计 A	**977.10**	**626.39**	**456.19**	**4,125.15**
影响数=A*各公司适用税率	**154.02**	**90.84**	**61.43**	512.77

公司不可抵扣的成本、费用和损失主要为以权益结算的股份支付费用、未取得合法凭证的支出和超过税前扣除限额的业务招待费用。

公司未取得合法凭证支出的主要内容为：1）公司使用第三方支付平台收付款所支付的手续费用，公司未取得第三方支付平台开具的有效凭据；2）公司线上推广电商 SaaS 产品支付的渠道推广费用，未取得有效凭据；3）公司其他零星费用未取得符合规定的发票。

（三）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈淘云科技、麦家科技管理层，了解其经营现状、亏损原因、经营计划及未来发展趋势。

2、结合淘云科技、麦家科技实际经营和可抵扣亏损情况，复核其未确认递延所得税资产是否符合会计准则的规定。

3、获取发行人母公司长期资产减值政策，判断是否符合会计准则的规定。

4、访谈发行人母公司管理层，了解其对子公司淘云科技、麦家科技的未来发展计划及预期，判断长期股权投资是否存在减值迹象。

5、获取并复核发行人母公司对淘云科技、麦家科技长期股权投资会计处理、减值测试及相关依据。

6、获取并复核发行人母公司对麦家科技盈利预测及预期可回收金额的计算过程。

7、获取发行人合并报表范围内各公司所得税年度纳税申报表，复核会计利润与所得税费用调整过程是否符合税收法律、法规及规范的要求。

8、了解发行人研发费用核算与管理办法，复核其会计处理是否符合企业会计准则的规定。

9、访谈发行人财务负责人，了解未申请加计扣除研发费用的具体情况，结合研发费用加计扣除政策及指引，复核发行人费用加计扣除申报是否符合相关法律法规的规定。

10、获取第三方税务师事务所对发行人研发加计扣除审核报告，复核与发行人申报研发加计扣除事项是否一致。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、淘云科技、麦家科技自身未确认可抵扣亏损递延所得税资产取决于其自身经营计划及未来能否在可弥补期间获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额的预期，根据淘云科技、麦家科技对自身未来盈利情况的分析，出于谨慎性原因，

各报告期末未确认未来获得可抵扣亏损的递延所得税资产符合《企业会计准则第18号-所得税》的规定。

发行人母公司对淘云科技、麦家科技长期股权投资减值准备取决于被投资单位未来整体经营状况及盈利能力。虽麦家科技报告期内净资产账面金额为负，但2017 年开始麦家科技完成业务转型，相关运营服务业务发展向好，期末净资产逐年上涨，符合发行人母公司预期，同时公司看好其成熟型商家运营决策分析产品业务的发展前景，故发行人母公司从长远角度分析未对麦家科技计提减值准备合理，符合《企业会计准则第 8 号-资产减值》的规定。

2、发行人报告期内年度企业所得税纳税申报、调整事项及调整原因均符合税收法律、法规及规范的要求。

未纳入加计扣除范围的研发费用主要系会计核算与加计扣除税收归集口径差异所致，发行人已按照研发加计扣除政策及指引要求将不可以享受加计扣除政策的研发费用于纳税申报时进行调减，并由第三方税务机构出具了《企业研究开发费用加计扣除审核报告》，发行人相关处理符合相关法律、法规的要求。

问题 32

报告期各期末，公司持有的理财产品余额分别为 16,380.00 万元、43,155.00 万元、50,172.00 万元，报告期各期投资支付的现金分别为 33,984.00 万元、154,074.61 万元、237,332.39 万元。请发行人说明：（1）投资理财产品的具体内容，包括产品名称、金额、风险级别、类型、期限、利率、发行机构等，是否存在非银行理财产品，相关资产是否权利受限；（2）报告期内购买理财产品所履行的决策程序是否符合相关内控要求；（3）理财产品的计量方法及会计核算，年末是否存在潜在亏损，期后是否到期收回，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；（4）理财资金规模与投资收益的匹配性。请保荐机构及申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见，说明对报告期内投资活动现金流向的核查过程、核查证据，发行人是否存在体外资金循环的情况。

答复：

（一）投资理财产品的具体内容，包括产品名称、金额、风险级别、类型、

期限、利率、发行机构等，是否存在非银行理财产品，相关资产是否权利受限；

1、报告期内公司购买的定期理财情况如下：

（1）2016 年度

单位：万元

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
1	深圳市平安德成投资有限公司	固盈 A-008	1,000.00	2016/2/19	2016/12/6	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	44.65	5.60%
2		固盈 A-008	1,000.00	2016/4/22	2016/12/22	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	32.09	4.80%
3	中国光大银行杭州凤起路支行	机构理周周盈	1,000.00	2016/1/20	2016/3/31	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	4.10	2.11%
4		2.17BTR 对公 28 天	550.00	2016/1/22	2016/2/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.56	3.70%

（2）2017 年度

单位：万元

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
1	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170158 期预约 91 天型	2,500.00	2017/5/10	2017/8/9	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	28.05	4.50%
2		卓越增盈(尊享)第 170120 期预约 61 天型	5,000.00	2017/6/22	2017/8/22	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	44.71	5.35%
3		卓越增盈第 170261 期预约 35 天型	480.00	2017/7/26	2017/8/31	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.12	4.47%
4		卓越增盈第 170298 期预约 90 天型	2,000.00	2017/8/16	2017/11/16	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	22.68	4.50%
5		卓越增盈第 170298 期预约 90 天型	3,000.00	2017/8/23	2017/11/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	34.03	4.50%
6		卓越增盈第 170298 期预约 90 天型	500.00	2017/9/1	2017/11/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.67	4.60%
7		卓越增盈第 170387 期预约 35 天型	400.00	2017/10/24	2017/11/29	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.76	4.47%
8		卓越增盈第 170387 期预约 35 天型	2,000.00	2017/11/21	2017/12/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	8.82	4.47%
9		卓越增盈第 170434 期预约 94 天型	500.00	2017/11/24	2018/2/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.18	4.75%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
10		卓越增盈第 170438 期预约 91 天型	2,000.00	2017/11/27	2018/2/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	23.93	4.70%
11		卓越增盈第 170437 期预约 35 天型	1,400.00	2017/11/28	2018/1/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.18	4.47%
12		卓越增盈第 170437 期预约 35 天型	120.00	2017/11/28	2018/1/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	0.53	4.47%
13		卓越增盈第 170444 期预约 90 天型	400.00	2017/12/1	2018/3/1	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.73	4.80%
14	上海银行庆春支行	赢家 WGFJ17031C	1,000.00	2017/6/13	2017/7/18	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.18	5.40%
15		赢家 WG17M01028	1,000.00	2017/7/21	2017/8/31	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.01	3.57%
16	招商银行滨江支行	日益月鑫 180 天	4,000.00	2017/1/6	2017/7/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	84.82	4.30%
17		日益月鑫 180 天	2,000.00	2017/1/6	2017/7/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	42.41	4.30%
18		聚益生金 98091	5,000.00	2017/5/11	2017/8/9	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	56.97	4.62%
19		日益月鑫 92060	4,600.00	2017/7/14	2017/9/12	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	34.10	4.51%
20		日益月鑫 90090	2,000.00	2017/8/14	2017/11/13	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	23.24	4.66%
21		日益月鑫 90090	4,600.00	2017/9/14	2017/12/13	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	53.42	4.71%
22		日益月鑫 90060	800.00	2017/9/26	2017/11/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.33	4.66%
23		日益月鑫 90060	1,000.00	2017/10/13	2017/12/12	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.66	4.66%
24		日益月鑫 92060	500.00	2017/10/24	2017/12/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.02	4.73%
25		陆家嘴招锦基金	2,000.00	2017/11/21	2017/12/12	R2	非保本浮动收益型	银行基金	否	5.98	5.20%
26		聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	2,000.00	2017/12/15	2018/1/29	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.33	5.00%
27		聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	2,000.00	2017/12/15	2018/2/22	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	19.28	5.10%
28		聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	500.00	2017/12/15	2018/1/29	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.08	5.00%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
29		陆家嘴信托•招金集合资金信托计划	2,000.00	2017/12/21	2018/6/22	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	52.84	5.27%
30	中国光大银行杭州凤起路支行	机构理财季季盈	2,000.00	2017/1/5	2017/4/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	20.71	4.20%
31		机构理财季季盈	2,000.00	2017/4/6	2017/7/6	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	21.94	4.40%
32		机构理财季季盈	2,000.00	2017/7/13	2017/10/13	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.21	5.00%
33		机构理财季季盈	1,200.00	2017/8/18	2017/11/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	14.83	4.80%
34		机构理财季季盈	2,500.00	2017/8/23	2017/11/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	30.25	4.80%
35		机构理财季季盈	2,000.00	2017/10/19	2018/1/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.70	4.90%
36	中国光大银行杭州分行	机构理财季季盈	1,600.00	2017/11/23	2018/2/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	19.76	4.85%
37		机构理财季季盈	2,000.00	2017/11/27	2018/2/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.70	4.85%
38		机构理财季季盈	1,500.00	2017/11/28	2018/2/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	18.53	4.90%
39	中国建设银行杭州滨江支行	乾元-众享	120.00	2017/8/29	2017/11/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.02	3.60%
40	中国银行杭州物联网支行	中银集富理财计划	3,000.00	2017/2/24	2017/8/15	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	59.38	4.20%
41		中银集富理财计划	3,000.00	2017/1/9	2017/2/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	14.50	4.20%
42		中银集富理财计划	620.00	2017/1/23	2017/2/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.09	2.08%
43		浙江集富理财产品 2017 年 004 期	2,000.00	2017/5/9	2017/12/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	54.44	4.60%
44		(机构新客户专属)中银平稳理财计划智荟系列 17447-1	3,000.00	2017/6/1	2017/9/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	37.05	4.60%
45		中银集富理财计划 2017 年 296 期	2,000.00	2017/8/14	2017/11/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.97	4.65%
46		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)【定制款】	3,500.00	2017/8/16	2017/12/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	53.29	4.75%
47		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	2,000.00	2017/8/18	2017/11/17	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	22.44	4.50%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
48		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	1,000.00	2017/8/25	2017/11/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.22	4.50%
49		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)【定制款】	1,500.00	2017/8/16	2017/12/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	57.24	4.76%
50		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	3,000.00	2017/9/11	2017/12/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否		
51		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	500.00	2017/9/26	2017/12/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.73	4.60%
52		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	400.00	2017/10/24	2018/1/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.59	4.60%
53		（浙江专属）中银平稳理财计划智荟系列 17780-6	4,000.00	2017/11/21	2018/2/22	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	50.96	5.00%
54		（浙江专属）中银平稳理财计划智荟系列 17781-5	500.00	2017/11/27	2018/2/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.03	5.00%
55		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	250.00	2017/11/29	2018/2/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.87	4.60%
56		(浙江专属)中银智荟理财计划 17587-2 期	1,000.00	2017/12/1	2018/2/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.51	4.94%
57		(浙江专属)中银集富理财计划 2017485-2-HQ 期	2,000.00	2017/12/12	2018/3/15	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.99	5.10%
58		(新客户专属)中银集富理财计划 AOZYJF2017504-HQ 期	2,000.00	2017/12/14	2018/3/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	26.55	5.10%
59		(浙江专属)中银集富理财计划 2017496-6-HQ 期	2,000.00	2017/12/15	2018/3/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	26.27	5.10%
60	平安信托有限责任公司	泽沃 2-00001	2,500.00	2017/10/12	2018/1/15	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	40.33	6.20%
61	深圳市平安德成投资有限公司	固盈 A-008	5,000.00	2017/1/5	2017/10/5	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	224.38	6.00%
62		固盈 A-008	2,500.00	2017/10/12	2018/1/15	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	39.07	6.00%
63	中国建设银行北京梅地亚支行	北京乾元-升益鑫 2017-996 理财产品	1,000.00	2017/10/20	2018/1/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.60	3.99%

（3）2018 年度

单位：万元

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
1	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 180002 期预约 90 天型	2,000.00	2018/1/2	2018/4/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.16	4.85%
2		卓越增盈第 180011 期预约 93 天型	2,000.00	2018/1/4	2018/4/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.97	4.85%
3		卓越增盈第 180011 期预约 93 天型	200.00	2018/1/4	2018/4/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.50	4.85%
4		卓越增盈第 180092 期预约 90 天型	250.00	2018/3/1	2018/5/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.21	5.20%
5		卓越增盈第 180096 期预约 91 天型	1,500.00	2018/3/6	2018/6/6	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	19.63	5.19%
6		卓越增盈第 180096 期预约 91 天型	400.00	2018/3/6	2018/6/6	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.24	5.19%
7		卓越增盈第 180124 期预约 34 天型	2,000.00	2018/3/23	2018/4/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	9.59	5.15%
8		卓越增盈第 180166 期预约 91 天型	500.00	2018/4/25	2018/7/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.36	5.10%
9		“幸福 99”卓越月添益	2,000.00	2018/4/28	2018/12/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	62.65	4.69%
10		卓越增盈第 180221 期预约 187 天型	300.00	2018/5/29	2018/12/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.84	5.07%
11		卓越增盈(尊享)第 180103 期预约 203 天型	2,000.00	2018/5/30	2018/12/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	57.84	5.17%
12		卓越增盈第 180227 期预约 90 天型（ZG180227）	1,000.00	2018/6/1	2018/8/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.08	4.90%
13		“幸福 99”卓越增盈开放式银行理财	1,000.00	2018/6/13	2018/12/17	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.87	5.05%
14		“幸福 99”卓越增盈第 180251 期	1,000.00	2018/6/15	2018/9/13	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.08	4.90%
15		卓越增盈第 180268 期预约 91 天型	700.00	2018/6/26	2018/9/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	8.55	4.85%
16		卓越增盈第 180304 期	1,000.00	2018/7/17	2018/10/17	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.22	4.85%
17		卓越增盈第 180311 期预约 90 天型	300.00	2018/7/19	2018/10/18	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.62	4.85%
18		卓越增盈第 180323 期预约 90 天型	500.00	2018/7/26	2018/10/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.04	4.85%
19		卓越增盈第 180339 期预约 62 天型	1,000.00	2018/8/7	2018/10/9	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.98	4.63%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
20		卓越增盈第 180364 期预约 91 天型	300.00	2018/8/21	2018/11/21	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.52	4.65%
21		卓越增盈第 180424 期预约 91 天型	400.00	2018/9/25	2018/12/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.34	4.30%
22		卓越增盈第 180431 期预约 90 天型	700.00	2018/9/27	2018/12/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.51	4.30%
23		卓越增盈第 180454 期预约 61 天型	1,000.00	2018/10/18	2018/12/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.85	4.03%
24		卓越增盈第 180459 期预约 62 天型	500.00	2018/10/23	2018/12/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.48	4.03%
25		卓越增盈第 180466 期预约 61 天型	1,500.00	2018/10/26	2018/12/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.28	4.10%
26		卓越增盈第 180470 期预约 34 天型	500.00	2018/10/30	2018/12/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.86	3.89%
27		卓越增盈第 180477 期预约 33 天型	500.00	2018/11/2	2018/12/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.81	4.00%
28		卓越增盈第 180506 期预约 34 天型	300.00	2018/11/22	2018/12/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.12	4.12%
29		卓越增盈第 180513 期预约 33 天型	300.00	2018/11/23	2018/12/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	1.08	4.00%
30		卓越增盈（尊享）第 180267 预约 364 天	2,000.00	2018/12/20	2019/12/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
31		卓越增盈（尊享）第 180268 预约 364 天	2,000.00	2018/12/25	2019/12/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
32		卓越增盈（尊享）第 180269 预约 188 天	2,000.00	2018/12/25	2019/7/1	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
33		卓越增盈（尊享）第 180274 预约 184 天	1,500.00	2018/12/29	2019/7/1	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
34	宁波银行杭州玉泉支行	启盈可选期限理财 5 号	1,000.00	2018/5/31	2018/11/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.01	5.10%
35		启盈智能定期理财 11 号	3,000.00	2018/7/26	2018/10/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	36.28	4.80%
36		启盈智能定期理财 11 号	1,000.00	2018/7/27	2018/10/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	8.63	4.32%
37		启盈智能定期理财 11 号	500.00	2018/7/30	2018/10/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.86	4.65%
38		封闭式公募净值型第 47 期（193）	2,000.00	2018/12/18	2019/7/2	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
39		私募净值型理财 24 号	3,000.00	2018/12/19	2019/12/16	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
40		封闭式公募净值型第 50 期（108 天）	1,500.00	2018/12/29	2019/4/16	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	21.31	4.80%
41	招商银行滨江支行	聚益生金系列公司（65 天）A 款理财计划	2,000.00	2018/1/31	2018/4/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	18.16	4.95%
42		聚益生金系列公司（65 天）A 款理财计划	500.00	2018/1/31	2018/4/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.54	4.95%
43		聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	2,000.00	2018/2/26	2018/5/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.53	5.12%
44		聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	1,500.00	2018/3/1	2018/5/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.97	4.93%
45		日益月鑫理财计划 B 款 90180	500.00	2018/4/4	2018/10/8	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.91	4.65%
46		陆家嘴信托招金集合资金信托计	2,000.00	2018/4/20	2018/9/21	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	47.25	5.60%
47		招商银行聚益生金系列公司（35 天）A 款理财计划	1,500.00	2018/5/3	2018/6/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.69	4.65%
48		日益月鑫理财计划 B 款 90090	500.00	2018/5/7	2018/8/6	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.80	4.65%
49		聚益生金系列公司（35 天）A 款理财计划	1,500.00	2018/5/10	2018/6/14	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.63	4.61%
50		日益月鑫理财计划 B 款 90090	500.00	2018/5/28	2018/8/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.75	4.77%
51		招商银行日益月鑫理财计划 B 款	1,000.00	2018/6/11	2018/12/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	22.09	4.50%
52		聚益生金系列	1,000.00	2018/6/14	2018/7/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.36	4.55%
53		聚益生金系列公司（182 天）A 款理财计划	1,000.00	2018/6/19	2018/12/18	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.13	4.84%
54		聚益生金系列公司（182 天）A 款理财计划	1,200.00	2018/6/26	2018/12/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	28.96	4.84%
55		聚益生金系列	500.00	2018/7/3	2018/9/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.98	4.61%
56		聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	500.00	2018/7/18	2018/10/17	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.82	4.67%
57		日益月鑫理财计划 B 款	1,000.00	2018/7/30	2018/8/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.64	4.29%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
58		日益月鑫理财计划 B 款 90090	550.00	2018/8/9	2018/11/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.87	4.33%
59		聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	700.00	2018/8/22	2018/11/21	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.75	4.44%
60		聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	500.00	2018/8/29	2018/11/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.49	4.40%
61		招商银行日益月鑫理财计划 B 款	1,000.00	2018/9/5	2018/12/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.36	4.15%
62		招商银行日益月鑫理财计划 B 款	500.00	2018/9/5	2018/12/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.18	4.20%
63		招商银行聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	1,500.00	2018/10/8	2018/12/10	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.51	4.06%
64		聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	500.00	2018/10/12	2018/12/14	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.50	4.06%
65		聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	500.00	2018/10/23	2018/12/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.46	4.01%
66		聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	500.00	2018/10/30	2018/12/14	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.44	3.96%
67		聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	500.00	2018/11/13	2018/12/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.39	3.87%
68		日益月鑫理财计划 B 款 90030	800.00	2018/11/23	2018/12/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.72	4.00%
69		招商银行日益月鑫理财计划 A 款 90014	1,500.00	2018/12/20	2019/1/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.22	3.85%
70		聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	1,000.00	2018/12/26	2019/3/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.02	4.02%
71		聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	1,000.00	2018/12/28	2019/3/1	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.82	3.95%
72		聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	1,000.00	2018/12/29	2019/2/12	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.75	3.85%
73		日益月鑫理财计划 B 款 90060	1,000.00	2018/12/29	2019/2/27	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.54	3.98%
74	浙商银行滨江支行	“永乐 3 号”人民币理财产品 90 天型	200.00	2018/9/21	2018/12/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	2.32	4.70%
75		浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	2,000.00	2018/12/21	2019/12/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
76	浙商银行萧山支行	永乐 3 号理财	1,000.00	2018/6/5	2018/9/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	12.08	4.90%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
77		永乐 3 号理财	1,000.00	2018/6/5	2018/12/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.90	5.02%
78		“永乐 3 号”90 天型 CB2123	1,500.00	2018/7/24	2018/10/22	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	18.12	4.90%
79		永乐 3 号理财	1,000.00	2018/9/4	2018/12/6	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.84	4.65%
80		“永乐 3 号”35 天型 CA1137	1,500.00	2018/10/30	2018/12/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.04	4.20%
81		“永乐 3 号”35 天型 CA1138	1,500.00	2018/11/2	2018/12/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	6.04	4.20%
82		浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	2,000.00	2018/12/21	2019/12/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
83		浙商银行永乐 3 号人民币理财产品 180 天型 CC1153	1,500.00	2018/12/28	2019/6/26	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	33.81	4.57%
84	中国光大银行杭州分行	机构理财季季盈	1,000.00	2018/9/19	2018/12/19	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.97	4.40%
85		中国光大银行阳光理财机构理财“双月盈”	1,000.00	2018/10/8	2018/12/10	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.25	4.20%
86		中国光大银行阳光理财机构理财“双月盈”	1,500.00	2018/10/11	2018/12/12	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.53	4.13%
87		中国光大银行阳光理财机构理财“双月盈”	500.00	2018/10/23	2018/12/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.40	4.00%
88	中国光大银行杭州凤起路支行	机构理财季季盈	2,000.00	2018/1/23	2018/4/23	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.15	5.10%
89		机构理财季季盈	1,600.00	2018/2/26	2018/5/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	20.34	5.10%
90		机构理财季季盈	2,000.00	2018/2/28	2018/5/31	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.71	5.10%
91		机构理财季季盈	1,500.00	2018/3/1	2018/6/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	19.70	5.05%
92		机构理财季季盈	1,000.00	2018/5/4	2018/8/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	13.39	5.15%
93		机构理财季季盈	1,000.00	2018/5/30	2018/8/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.85	4.70%
94		BTA 对公 28 天	1,500.00	2018/6/13	2018/7/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	5.29	4.60%
95	中国银行杭州江汉科技支行	中银稳富-融荟系列理财计划	1,000.00	2018/6/6	2018/8/9	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.08	4.04%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
96		中银稳富-融荟系列理财计划	1,000.00	2018/6/6	2018/8/7	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.08	4.17%
97		（网银专享）中银集富理财计划【2018229-HQ】期	1,000.00	2018/8/29	2018/12/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	11.20	4.26%
98		（机构进阶-2000 万）中银集富理财计划【2018231-HQ】期	2,000.00	2018/9/3	2018/12/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	21.94	4.35%
99		中银保本理财-人民币按期开放【CNYAQKF】	5,000.00	2018/12/6	2019/3/6	R1	保本浮动收益型	银行理财	否	47.47	3.85%
100	中国银行杭州物联网支行	中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	800.00	2018/1/4	2018/4/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.09	5.06%
101		中银智富-融荟系列理财计划(91天)	2,000.00	2018/2/25	2018/5/29	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	25.68	5.04%
102		中银智富-融荟系列理财计划(91天)	1,500.00	2018/2/25	2018/5/29	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	19.26	5.04%
103		中银稳富-融荟系列理财计划(91天)	2,000.00	2018/2/26	2018/5/30	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	24.18	4.75%
104		中银稳富-融荟系列理财计划(63天)	1,000.00	2018/2/28	2018/5/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	8.28	4.65%
105		中银理财计划-博弈睿选系列	2,000.00	2018/3/28	2018/7/11	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	27.04	4.70%
106	中信银行平海支行	中信理财之共赢稳健周期 63 天理财产品	1,000.00	2018/7/24	2018/9/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.77	4.50%
107		中信理财之共赢稳健周期 63 天理财产品	1,200.00	2018/8/13	2018/10/15	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	9.22	4.45%
108		中信理财之共赢稳健周期 63 天理财产品	1,000.00	2018/10/8	2018/12/10	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	7.16	4.15%
109		中信理财之共赢稳健周期 63 天理财产品	1,200.00	2018/10/18	2018/12/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	8.60	4.15%
110	中融国际信托有限公司	圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2018/12/11	2019/3/11	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	16.52	6.70%
111		圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2018/12/11	2019/4/10	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	22.03	6.70%
112		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2018/12/27	2019/1/28	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	5.75	6.56%
113	平安信托有限责任公司	泽沃 2-00001	2,000.00	2018/1/23	2018/5/24	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	40.44	6.10%
114		泽沃 2-00001	500.00	2018/1/30	2018/5/3	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	7.40	5.81%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
115		泽沃 2-00001	500.00	2018/3/13	2018/5/15	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	4.60	5.33%
116		平安财富汇锦债券投资基金 3 号	1,000.00	2018/6/26	2018/11/27	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	26.41	6.26%
117		平安财富汇锦债券投资基金 3 号	1,000.00	2018/8/9	2018/12/9	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	18.72	5.60%
118	深圳市平安德成投资有限公司	固盈 A-008	500.00	2018/1/30	2018/5/3	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	7.52	5.90%
119		固盈 A-008	500.00	2018/1/30	2018/5/31	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	10.11	6.10%
120		固盈 A-008	500.00	2018/3/13	2018/7/16	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	9.53	5.56%
121		固盈 A-008	500.00	2018/3/27	2018/8/28	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	12.16	5.76%
122		固盈 A-008	1,000.00	2018/5/4	2018/12/4	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	36.94	6.30%
123		固盈 A-008	1,000.00	2018/5/8	2018/12/8	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	36.94	6.30%
124		固盈 A-008	1,000.00	2018/5/9	2018/12/9	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	36.94	6.30%
125		固盈 A-008	500.00	2018/5/17	2018/12/17	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	18.47	6.30%
126		固盈 A-008	500.00	2018/5/29	2018/11/30	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	16.13	6.37%
127		固盈 A-008	1,000.00	2018/5/31	2018/11/30	R3	非保本浮动收益型	非银理财	否	32.09	6.40%
128	招商财富资产管理有限公司	财富宝 91 天理财 10 号	1,500.00	2018/6/27	2018/9/28	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	20.23	5.29%
129		多利 8 号专项资产管理计划	1,500.00	2018/7/12	2018/9/27	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	10.73	3.39%
130		财富宝 91 天理财 10 号	1,500.00	2018/9/26	2018/12/26	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	21.13	5.65%
131		财富宝 91 天理财 11 号	1,500.00	2018/12/14	2019/3/17	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	24.31	6.36%
132		财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	1,000.00	2018/12/26	2019/3/27	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	13.19	5.29%
133		财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	1,000.00	2018/12/26	2019/3/27	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	13.19	5.29%

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
134		财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	1,000.00	2018/12/26	2019/3/27	R2	非保本浮动收益型	非银理财	否	13.19	5.29%

（4）2019 年 1-6 月

单位：万元

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
1	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 190027 预约 188 天	1,500.00	2019/1/28	2019/8/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
2	宁波银行杭州玉泉支行	2019 封闭式私募净值型 21 号	3,000.00	2019/1/28	2019/11/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
3	招商银行滨江支行	日益月鑫理财计划 B 款 90060	500.00	2019/1/2	2019/3/4	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	3.33	3.98%
4		日益月鑫理财计划 B 款	1,500.00	2019/1/11	2019/4/10	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	14.72	4.02%
5		日益月鑫理财计划 B 款 90090	1,000.00	2019/2/18	2019/5/20	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	9.65	3.87%
6		日益月鑫理财计划 B 款 90090	500.00	2019/2/27	2019/5/28	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.73	3.84%
7		日益月鑫理财计划 B 款 90090	1,000.00	2019/3/4	2019/6/3	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	9.52	3.82%
8		日益月鑫理财计划 B 款 90090	1,500.00	2019/3/7	2019/6/5	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	14.09	3.81%
9		日益月鑫理财计划 B 款 90090	500.00	2019/3/25	2019/6/24	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	4.69	3.76%
10	浙商银行滨江支行	浙商银行永乐 3 号人民币理财产品 90 天型	1,000.00	2019/1/25	2019/4/25	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	10.55	4.28%
11	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/1/22	2019/4/23	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	16.03	6.43%
12		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/2/26	2019/5/28	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	15.53	6.23%
13		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/3/19	2019/12/17	R2	非保本浮动收益型	银行理财	否	未到期	
14		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/4/2	2019/11/29	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	

序号	发行机构	产品名称	金额	购入时间	到期时间	风险等级	类型	理财类别	权属是否受限	投资收益	实际收益率
15		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	500.00	2019/4/2	2019/11/29	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
16		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/4/9	2019/12/6	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
17		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	5,000.00	2019/4/12	2019/12/23	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
18		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	5,000.00	2019/4/26	2019/12/23	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
19		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	2,000.00	2019/5/28	2019/12/25	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
20		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	1,000.00	2019/5/28	2019/12/25	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
21		中融-圆融 1 号集合资金信托计划	3,000.00	2019/6/12	2019/12/9	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
22	平安信托有限责任公司	平安信托-丰和日利债券投资集合资金信托计划	1,000.00	2019/1/3	2019/6/4	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	24.21	5.81%
23		平安信托-丰和日利债券投资集合资金信托计划	1,000.00	2019/1/24	2019/8/26	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
24		平安信托-丰和日利债券投资集合资金信托计划	1,000.00	2019/1/25	2019/8/26	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	
25	招商财富资产管理有限公司	招商财富-财富宝 126 天理财 2 号 FOF 集合资产管理计划	1,500.00	2019/3/22	2019/7/31	R3	非保本浮动收益型	投资理财	否	未到期	

2、报告期内公司购买的活期理财情况如下表：

单位：万元

序号	出售银行/机构	产品名称	产品性质	产品类型	购入时间	购入金额	赎回时间	赎回金额	截止至 2019/6/30 余额	产品类型	风险级别	权属是否受限	日均余额	投资收益	实际收益率
1	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元日日鑫高	活期	非保本浮动收益型	2015/12/31	140.00	2016/1/7	140.00		银行理财	R2	否	140.00	0.06	2.15%
2	中国建设银行杭州滨江支行	乾元—聚盈	活期	非保本浮动收益型	2015/12/31	1,350.00	2017/12/8	1,350.00		银行理财	R2	否	135.24	8.39	3.20%
3	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元—聚盈	活期	非保本浮动收益型	2015/12/31	3,185.00	2018/4/20	3,185.00		银行理财	R2	否	152.14	10.64	3.03%
4	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元-日鑫月溢	活期	非保本浮动收益型	2015/12/31	235.00	2016/1/7	235.00		银行理财	R2	否	235.00	0.10	2.15%

序号	出售银行/机构	产品名称	产品性质	产品类型	购入时间	购入金额	赎回时间	赎回金额	截止至2019/6/30余额	产品类型	风险级别	权属是否受限	日均余额	投资收益	实际收益率
5	中国建设银行杭州浦沿支行	乾元-日鑫月溢	活期	非保本浮动收益型	2015/11/13	19,425.00	2017/3/8	19,425.00		银行理财	R2	否	802.93	28.81	2.72%
6	光大银行凤起路支行	EB4328-定活宝（机构）	活期	非保本浮动收益型	2016/1/20	1,249.00	2016/4/28	1,249.00		银行理财	R2	否	806.86	5.09	2.33%
7	中国建设银行杭州滨江支行	乾元-日鑫月溢	活期	非保本浮动收益型	2016/3/22	350.00	2017/4/12	350.00		银行理财	R2	否	161.53	5.84	3.42%
8	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元—日鑫月溢	活期	非保本浮动收益型	2016/8/30	1,150.00	2017/1/19	1,150.00		银行理财	R2	否	278.66	2.39	2.20%
9	上海银行庆春路支行	赢家易精灵	活期	非保本浮动收益型	2016/12/28	2,300.00	2017/11/8	2,300.00		银行理财	R2	否	431.11	13.69	3.68%
10	中国银行杭州物联网支行	（浙江专属）中银平稳理财计划智荟系列17780-6	活期	非保本浮动收益型	2016/12/30	8,400.00	2017/1/5	8,400.00		银行理财	R2	否	8,400.00	3.45	2.50%
11	中国建设银行杭州彩虹城支行	“乾元—聚盈”开放式资产组合型理财产品	活期	非保本浮动收益型	2017/1/23	3,670.00	2017/8/18	3,670.00		银行理财	R2	否	588.94	9.14	2.74%
12	中国银行杭州物联网支行	中银日积月累日计划	活期	非保本浮动收益型	2017/3/13	69,525.00	2019/6/28	67,415.00	2,110.00	银行理财	R2		1,063.42	72.44	2.97%
13	杭州银行滨江支行	卓越灵动添益7天开放式	活期	非保本浮动收益型	2017/3/13	1,200.00	2017/8/18	1,200.00		银行理财	R2	否	1,200.00	19.61	3.77%
14	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元—聚盈	活期	非保本浮动收益型	2017/3/23	80.00	2017/4/12	80.00		银行理财	R2	否	80.00	0.10	2.25%
15	中国银行杭州物联网支行	中银日积月累日计划	活期	非保本浮动收益型	2017/5/27	15,015.00	2019/5/10	15,015.00		银行理财	R2	否	374.38	21.86	2.95%
16	招商银行股份有限公司杭州滨江支行	招商招禧宝货币市场基金A类份额(开放式基金)	活期	非保本浮动收益型	2017/7/24	1,400.00	2018/2/8	1,400.00		银行理财	R2	否	527.64	11.79	4.10%
17	中国建设银行杭州浦沿支行	“乾元—聚盈”开放式资产组合型理财产品	活期	非保本浮动收益型	2017/7/25	800.00	2017/8/28	800.00		银行理财	R2	否	547.06	1.37	2.69%
18	中国农业银行杭州滨江支行	天天利滚利第2期	活期	非保本浮动收益型	2017/11/3	1,400.00	2018/3/29	1,400.00		银行理财	R2	否	182.19	2.21	3.03%
19	杭州银行滨江支行	金钱包	活期	非保本浮	2017/11/17	19,399.00	2019/2/18	19,399.00		银行理财	R2	否	362.14	14.04	3.09%

序号	出售银行/机构	产品名称	产品性质	产品类型	购入时间	购入金额	赎回时间	赎回金额	截止至2019/6/30余额	产品类型	风险级别	权属是否受限	日均余额	投资收益	实际收益率
				动收益型											
20	杭州银行滨江支行	金钱包	活期	非保本浮动收益型	2017/11/22	7,430.00	2019/4/2	7,430.00		银行理财	R2	否	406.48	20.94	3.79%
21	中国建设银行北京梅地亚支行	北京“乾元-日鑫月溢”(按日)开放产品	活期	非保本浮动收益型	2017/12/13	3,160.00	2019/1/14	3,160.00		银行理财	R2	否	436.75	14.80	3.11%
22	招商银行股份有限公司杭州滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	活期	非保本浮动收益型	2017/12/15	7,120.00	2019/1/28	7,120.00		银行理财	R2	否	181.54	7.60	3.73%
23	招商银行杭州滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	活期	非保本浮动收益型	2017/12/18	140.00	2018/4/12	140.00		银行理财	R2	否	48.35	0.51	3.38%
24	招商银行杭州滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	活期	非保本浮动收益型	2018/2/12	7,350.00	2018/2/12	7,350.00		银行理财	R2	否	496.20	12.96	3.11%
25	中信银行杭州平海支行	中信理财之共赢稳健天天利人民币理财产品	活期	非保本浮动收益型	2018/12/14	2,207.00	2019/1/24	2,207.00		银行理财	R2	否	906.71	3.92	3.85%
26	中国银行杭州江汉科技支行	中银日积月累-乐享天天（专属版）	活期	非保本浮动收益型	2019/1/23	220.00	2019/1/29	220.00		银行理财	R2	否	220.00	0.11	2.91%
27	招商银行杭州滨江支行	招商银行日日盈理财计划	活期	非保本浮动收益型	2019/1/23	2,120.00	2019/4/19	2,120.00		银行理财	R2	否	528.84	4.27	3.43%
28	杭州银行滨江支行	新钱包	活期	非保本浮动收益型	2019/3/22	1,964.00	2019/5/17	1,380.00	584.00	银行理财	R2	否	232.42	2.34	3.67%
29	杭州银行滨江支行	杭州银行“幸福 99”新钱包开放式银行理财计划	活期	非保本浮动收益型	2019/5/17	870.00	2019/6/14	160.00	710.00	银行理财	R2	否	811.82	2.60	2.65%
30	招商银行股份有限公司杭州滨江支行	招商银行点金公司理财之朝招金 7007 理财计	活期	非保本浮动收益型	2019/5/17	600.00	2019/5/28	600.00		银行理财	R2	否	600.00	0.49	2.70%

序号	出售银行/机构	产品名称	产品性质	产品类型	购入时间	购入金额	赎回时间	赎回金额	截止至2019/6/30余额	产品类型	风险级别	权属是否受限	日均余额	投资收益	实际收益率
		划													
31	中国银行杭州江汉科技支行	中银日积月累日计划	活期	非保本浮动收益型	2019/6/24	1,301.00	2019/6/28	344.00	957.00	银行理财	R2	否	683.17	-	0.00%

注：公司购买的活期理财产品交易笔数较多且购入、赎回日期不固定，因此上述表格中的购买日期及赎回日期为相同理财产品购买第一笔的日期和最后一笔赎回的日期，购入金额、赎回金额均为累计发生额，日均余额为持有期间理财产品的日均余额。

3、报告期各期末公司的理财情况

2016 年末、2017 年末、2018 年末及 2019 年 6 月末，公司持有的理财产品余额分别 为 16,380.00 万元、43,155.00 万元、50,172.00 万元和 48,361.00 万元。

（1）2016 年 12 月 31 日

所属公司	发行机构	产品名称	期末金额（元）	购入日期	到期日期	产品类型	理财类型	风险等级	权属是否受限
光云科技	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	（浙江专属）中银平稳理财计划智荟系列 17780-6	84,000,000.00	2016/12/30	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国建设银行浦沿支行	乾元-日鑫月溢	53,000,000.00	2015/11/13	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	上海银行庆春路支行	赢家易精灵	10,000,000.00	2016/12/88	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
快云科技	中国建设银行股份有限公司杭州江南支行	乾元—日鑫月溢	5,300,000.00	2016/8/30	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
淘云科技	中国建设银行杭州彩虹城支行	乾元—聚盈	9,500,000.00	2015/12/31	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
凌电科技	中国建设银行杭州滨江支行	乾元-日鑫月溢	1,200,000.00	2016/3/22	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
旺店科技	中国建设银行杭州滨江支行	乾元—聚盈	800,000.00	2015/12/31	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
合计			163,800,000.00						

（2）2017 年 12 月 31 日

	发行机构	产品名称	期末金额	购入时间	到期时间	产品类型	理财类别	风险等级	权属是否受限
光云科技	平安信托有限责任公司	泽沃 2-00001	25,000,000.00	2017/10/12	2018/1/12	非保本浮动收益型	非银理财	R3	否
	深圳市平安德成投资有限公司	深圳市平安德成投资有限公司平安财富-固盈 A-008 号私募投资基金	25,000,000.00	2017/10/12	2018/1/12	非保本浮动收益型	非银理财	R3	否
	中国农业银行股份有限公司杭州滨江支行	天天利滚利第 2 期	2,000,000.00	2017/11/3	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国招商银行滨江支行	招商招禧宝货币市场基金 A 类份额(开放式基金)	2,000,000.00	2017/11/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国招商银行滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	6,000,000.00	2017/12/15	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国招商银行滨江支行	聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	20,000,000.00	2017/12/15	2018/1/29	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国招商银行滨江支行	聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	20,000,000.00	2017/12/15	2018/2/16	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国招商银行滨江支行	陆家嘴信托• 招金集合资金信托计划	20,000,000.00	2017/12/21	2018/3/21	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	（浙江专属）中银平稳理财计划-智荟系列	20,000,000.00	2017/11/21	2018/2/22	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	（浙江专属）中银平稳理财计划-智荟系列	20,000,000.00	2017/11/21	2018/2/22	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	(浙江专属)中银集富理财计划 2017485-2-HQ 期	20,000,000.00	2017/12/12	2018/3/15	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	25,500,000.00	2017/12/12	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	2,000,000.00	2017/12/14	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行股份有限公司杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	3,500,000.00	2017/12/22	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	光大银行凤起路支行	机构理财季季盈（EB4324）	20,000,000.00	2017/10/19	2018/1/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	光大银行杭州分行	机构理财季季盈（EB4324）	16,000,000.00	2017/11/23	2018/2/23	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	光大银行杭州分行	机构理财季季盈（EB4324）	20,000,000.00	2017/11/27	2018/2/27	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否

	光大银行杭州分行	机构理财季季盈（EB4324）	15,000,000.00	2017/11/28	2018/2/28	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170438 期预约 91 天型	20,000,000.00	2017/11/27	2018/2/28	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170437 期预约 35 天型	14,000,000.00	2017/11/28	2018/1/3	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170434 期预约 94 天型	5,000,000.00	2017/11/24	2018/2/26	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	金钱包	750,000.00	2017/12/1	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	金钱包	20,000,000.00	2017/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	金钱包	2,500,000.00	2017/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
快云科技	中国银行杭州物联网产业园支行	中银稳富-融荟系列理财计划(91 天)	4,000,000.00	2017/10/24	2018/1/23	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	中银稳富-融荟系列理财计划(91 天)	2,500,000.00	2017/11/29	2018/2/28	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	500,000.00	2017/11/20	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	5,000,000.00	2017/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	中银日积月累日计划	6,400,000.00	2017/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	（浙江专属）中银平稳理财计划智荟系列 17781-5	5,000,000.00	2017/11/27	2018/2/23	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	(浙江专属)中银智荟理财计划 17587-2 期	10,000,000.00	2017/12/1	2018/2/24	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	(浙江专属)中银集富理财计划 2017496-6-HQ 期	20,000,000.00	2017/12/15	2018/3/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州物联网产业园支行	(新客户专属)中银集富理财计划 AOZYJF2017504-HQ 期	20,000,000.00	2017/12/14	2018/3/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行滨江支行	聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	5,000,000.00	2017/12/15	2018/1/29	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
旺店科技	杭州银行滨江支行	金钱包	1,700,000.00	2017/11/22	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170437 期预约 35 天型	1,200,000.00	2017/11/28	2018/1/3	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈第 170444 期预约 90 天型	4,000,000.00	2017/12/1	2018/3/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否

	杭州银行滨江支行	金钱包	2,000,000.00	2017/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
合计			431,550,000.00						

（3）2018 年 12 月 31 日

	发行机构	产品名称	期末金额（元）	购入时间	到期时间	产品类型	理财类别	风险等级	权属是否受限
光云科技	中融国际信托有限公司	圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2018/12/11	2019/3/11	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2018/12/11	2019/4/10	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2018/12/27	2019/1/28	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	招商财富资产管理有限公司	财富宝 91 天理财 11 号	15,000,000.00	2018/12/14	2019/3/17	非保本浮动收益型	投资理财	R2	否
	招商财富资产管理有限公司	财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	10,000,000.00	2018/12/26	2019/3/27	非保本浮动收益型	投资理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银保本理财-人民币按期开放【CNYAQKF】	50,000,000.00	2018/12/6	2019/3/6	保本浮动收益型	银行理财	R1	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	13,600,000.00	2018/12/14	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	15,500,000.00	2018/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	14,000,000.00	2018/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180267 预约 364 天	20,000,000.00	2018/12/20	2019/12/20	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180268 预约 364 天	20,000,000.00	2018/12/25	2019/12/24	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180269 预约 188 天	20,000,000.00	2018/12/25	2019/7/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180274 预约 184 天	15,000,000.00	2018/12/29	2019/7/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	杭州银行“幸福 99”金钱包（201501 期）	11,170,000.00	2018/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	浙商银行萧山支行	浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	20,000,000.00	2018/12/21	2019/12/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否

	浙商银行萧山支行	浙商银行永乐 3 号人民币理财产品 180 天型 CC1153	15,000,000.00	2018/12/28	2019/6/26	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	封闭式公募净值型第 47 期（193 ）	20,000,000.00	2018/12/21	2019/7/2	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	私募净值型理财 24 号	30,000,000.00	2018/12/21	2019/12/16	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	封闭式公募净值型第 50 期（108 天）	15,000,000.00	2018/12/29	2019/4/16	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州分行滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	20,200,000.00	2018/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
快云科技	招商财富资产管理有限公司	财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	10,000,000.00	2018/12/26	2019/3/27	非保本浮动收益型	投资理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	1,200,000.00	2018/12/7	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	1,000,000.00	2018/12/29	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	1,550,000.00	2018/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中信银行杭州平海支行	中信理财之共赢稳健天天利人民币理财产品	12,000,000.00	2018/12/26	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	浙商银行杭州滨江支行	浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	20,000,000.00	2018/12/21	2019/12/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
旺店科技	杭州银行滨江支行	杭州银行“幸福 99”金钱包	3,500,000.00	2018/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	杭州银行“幸福 99”金钱包	22,000,000.00	2018/12/28	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商财富资产管理有限公司	财富宝 91 天理财 10 号专项资产管理计划	10,000,000.00	2018/12/26	2019/3/27	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
其乐融融	中国建设银行北京梅地亚支行	北京“乾元-日鑫月溢”(按日)开放产品	8,000,000.00	2018/12/6	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州滨江支行	招商银行朝招金（多元稳健型）理财计划	3,000,000.00	2018/12/21	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州滨江支行	招商银行日益月鑫理财计划 A 款 90014	15,000,000.00	2018/12/20	2019/1/3	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州滨江支行	聚益生金系列公司（91 天）A 款理财计划	10,000,000.00	2018/12/26	2019/3/27	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州滨江支行	聚益生金系列公司（45 天）A 款理财计划	10,000,000.00	2018/12/29	2019/2/12	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	招商银行杭州滨江支行	聚益生金系列公司（63 天）A 款理财计划	10,000,000.00	2018/12/28	2019/3/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否

	招商银行杭州滨江支行	日益月鑫理财计划 B 款 90060	10,000,000.00	2018/12/29	2019/2/27	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
合计			501,720,000.00						

（4）2019 年 6 月 30 日

	发行机构	产品名称	期末金额（元）	购入时间	到期时间	产品类型	理财类别	风险等级	权属是否受限
光云科技	招商财富资产管理有限公司	招商财富-财富宝 126 天理财 2 号 FOF 集合资产管理计划	15,000,000.00	2019/3/22	2019/7/31	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	平安信托有限责任公司	平安信托-丰和日利债券投资集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/1/24	2019/8/26	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
		平安信托-丰和日利债券投资集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/1/25	2019/8/26	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/3/19	2019/12/17	非保本浮动收益型	银行理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/4/2	2019/11/29	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/4/9	2019/12/6	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	50,000,000.00	2019/4/12	2019/12/23	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	50,000,000.00	2019/4/26	2019/12/23	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	20,000,000.00	2019/5/28	2019/12/25	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	10,300,000.00	2019/6/17	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行杭州江汉支行	中银日积月累日计划	10,800,000.00	2019/6/27	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180267 预约 364 天	20,000,000.00	2018/12/20	2019/12/20	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180268 预约 364 天	20,000,000.00	2018/12/25	2019/12/24	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180269 预约 188 天	20,000,000.00	2018/12/25	2019/7/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 180274 预约 184 天	15,000,000.00	2018/12/29	2019/7/1	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否

	杭州银行滨江支行	新钱包	7,100,000.00	2019/5/17	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	封闭式公募净值型第 47 期（193 ）	20,000,000.00	2018/12/18	2019/7/2	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	私募净值型理财 24 号	30,000,000.00	2018/12/19	2019/12/16	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	宁波银行杭州玉泉支行	2019 封闭式私募净值型 21 号	30,000,000.00	2019/1/28	2019/11/25	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	浙商银行萧山支行	浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	20,000,000.00	2018/12/21	2019/12/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
快云科技	浙商银行滨江支行	浙商银行“永乐 3 号”人民币理财产品 363 天型	20,000,000.00	2018/12/21	2019/12/19	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	30,000,000.00	2019/6/12	2019/12/9	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
旺店科技	杭州银行滨江支行	卓越增盈（尊享）第 190027 预约 188 天	15,000,000.00	2019/1/28	2019/8/5	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	杭州银行滨江支行	新钱包	5,840,000.00	2019/6/27	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	5,000,000.00	2019/4/2	2019/11/29	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
	中融国际信托有限公司	中融-圆融 1 号集合资金信托计划	10,000,000.00	2019/5/28	2019/12/25	非保本浮动收益型	投资理财	R3	否
其乐融融	中国银行	中银日积月累日计划	3,510,000.00	2019/6/25	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
	中国银行	中银日积月累日计划	6,060,000.00	2019/6/28	无固定期限	非保本浮动收益型	银行理财	R2	否
合计			483,610,000						

由上述表格可知，公司理财产品整体风险等级较低，不存在权属受限的情形。截至 2019 年 8 月 31 日，公司定期理财产品除部分未到期的理财产品外，均已赎回。

（二）报告期内购买理财产品所履行的决策程序是否符合相关内控要求；

2016 年，公司首次股东大会审议通过了《关于公司 2016 年度投资理财计划的议案》，授权总经理在额度范围内对理财产品的购买进行审批；2017 年，由于工作疏忽，未在年度股东大会中对总经理进行授权；2018 年、2019 年，公司年度股东大会分别审议通过了《关于杭州光云科技股份有限公司 2018 年度投资理财计划的议案》和《关于杭州光云科技股份有限公司 2019 年度投资理财计划的议案》，授权总经理在额度范围内对理财产品的购买进行审批。

报告期内，除 2017 年外，其余年度公司均授权总经理对理财产品的购买进行审批，每次理财产品购买，由财务人员先进行产品筛选、询价及风险对比，提出购买方案，然后报财务负责人、总经理审批通过，财务部门负责建立投资管理台账，记录购买理财产品的收益和回收情况，符合公司内部控制的要求。

2017 年度，虽然关于购买理财的事项未提交董事会或股东大会审批并予以授权，存在一定的流程缺陷，但该年度所有理财产品购买均经财务负责人、总经理审批通过，公司已执行一定的控制程序，且当期投资的理财产品均已如期收回，未对公司产生不利影响，相关问题在后续年度均已及时改正。截止至申报时点，公司内部控制不存在重大缺陷。

（三）理财产品的计量方法及会计核算，年末是否存在潜在亏损，期后是否到期收回，相关会计处理是否符合企业会计准则的规定；

报告期内，公司购买的理财产品分为保本浮动收益和非保本浮动收益理财产品两种类型。尽管理财合同对收益不予保证，但基于国内理财市场的发展历程和兑付历史，投资者基本都能收到初始投资本金和预期利息，从而确定理财产品的回收金额。2016 年度至 2018 年度，公司将其分类为可供出售金融资产，按其流动性作为其他流动资产在财务报表中列示。2019 年 1 月 1 日起，根据新金融工

具准则，公司将其分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，作为交易性金融资产在财务报表中列示。

公司购买理财产品时，按实际支付的金额确认为相应资产的账面价值，2016年度至2018年度在资产负债表中作为其他流动资产列示，2019年1-6月在资产负债表中作为交易性金融资产列示；公司收到理财产品收益时，将实际收到的理财收益确认为投资收益。

根据《商业银行理财产品销售管理办法》，根据风险从高至低，理财产品的风险评级分为五个等级，分别为高风险、较高风险、中等风险、较低风险和低风险（对应 R5-R1）。公司的理财产品主要风险等级主要为 R1-R3 级，均为中低风险理财产品，发生亏损概率较低。同时，期末公司绝大部分理财产品均会披露实时预期收益或者投资者报告，报告期内理财产品均能在到期日赎回，未发生不能及时兑付的情况。

（四）理财资金规模与投资收益的匹配性。

报告期内，公司投资收益与其他流动资产的匹配关系如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
月均理财资金规模	48,254.33	41,520.33	32,367.08	4,108.58
投资收益	442.03	2,105.67	1,239.10	112.85
投资收益率	0.92%	5.07%	3.83%	2.75%

2016 年度至 2018 年度，公司理财收益率逐年上升，主要系公司逐步优化理财产品投资结构，配置周期更长的理财产品，提高了理财产品的整体收益率。

2019 年上半年理财收益较低，主要系公司对理财产品收益于收到时方才确认为投资收益，公司本期及 2018 年下半年购买的、相对周期较长的理财产品尚未到期，导致本期理财收益金额较低；2019 年下半年起，随着对应理财产品陆续到期收回，预计全年投资收益率较以前年度波动不大。

因理财产品的投资收益于收回时结算确认，投资收益与月均理财资金规模不具备完全匹配的关系。受上述因素影响，上表中由投资收益和月均理财资金规模计算得出的投资收益率存在一定的波动性。

（五）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构及申报会计师履行了如下核查程序：

1、获取了发行人的资金管理内部控制制度，对内控制度的设计及执行的有效性进行测试。

2、获取并检查发行人购买理财产品所履行的决策程序及相关会议决议等资料。

3、获取发行人理财产品台账及理财产品购买协议，对理财产品的购买、赎回及投资收益的银行回单进行查证。

4、根据预期收益率对各期可获取的投资收益进行复核，与账面确认金额进行核对，是否存在明显差异。

5、对理财产品执行函证程序，确认理财产品的购买情况及其使用受限的情况。

经上述核查，保荐机构和申报会计师认为：

1、报告期内，除发行人购买理财产品的会计处理和列报符合《企业会计准则》的相关规定，发行人投资收益确认依据充分。

2、报告期内，2017 年发行人股东大会未对总经理授权，2017 年购买理财审批流程仅流转到总经理，存在决策程序缺失。鉴于 2017 年购买理财产品的审批均已流转至公司财务总监和总经理，公司在购买过程中已履行一定的控制程序，同时 2017 年购买的理财产品均已赎回，未对公司造成实质影响。从 2018 年起，发行人股东大会均已履行理财产品的决策授权程序，因此截止至申报时点，公司内部控制不存在重大缺陷。

（六）说明对报告期内投资活动现金流向的核查过程、核查证据，发行人是否存在体外资金循环的情况

1、发行人投资活动的现金流向情况

报告期内发行人投资活动产生的的现金流出如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	193.69	420.34	275.32	327.30
投资支付的现金	77,970.00	237,332.39	154,074.61	33,984.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	5,099.06	-	635.39
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	250.00
投资活动现金流出合计	**78,163.69**	**242,851.79**	**154,349.93**	**35,196.69**

如上表所示，发行人报告期内投资活动现金流出主要为购买理财产品和投资取得子公司其乐融融、移动未来股权所支付的现金净额。

2、投资支付的现金主要构成

报告期内，发行人投资支付的现金主要为对外股权投资、购买理财产品和结构性存款，具体金额如下：

单位：万元

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
对外股权投资	-	21.39	424.61	4,500.00
理财产品	72,970.00	235,311.00	153,650.00	29,484.00
结构性存款	5,000.00	2,000.00	-	-
合计	**77,970.00**	**237,332.39**	**154,074.61**	**33,984.00**

3、执行的核查程序

（1）对外股权投资核查情况：

1）2016 年度对外股权投资支付的现金为收购其乐融融 45%股权所支付的股权转让款。

保荐机构及申报会计师获取并查阅了发行人全资子公司淘云科技收购其乐融融股权事项的相关文件资料，包括淘云科技投资决议、股权收购协议、支付股权转让款的银行单据等，确认股权转让过程的真实、有效。

2）2017 年度对外股权投资所支付的现金主要为取得象上网络 5.33%的股权所支付的 400.00 万元股权转让款，该笔股权投资已于 2019 年退出并收回。

保荐机构及申报会计师获取并查阅了发行人投资及退出象上网络股权事项的相关文件资料，包括投资决议、股权收购协议、股权转让协议、支付及收回股权转让款的银行单据等，确认股权转让过程的真实、有效。

（2）购买及赎回理财产品核查情况详见本题“（五）”的相关回复内容。

（3）购买及赎回结构性存款核查情况：

1）获取结构性存款的购买协议，对结构性存款的购买、赎回及投资收益的银行回单进行查证；

2）根据约定利率对各期可获取的利息进行复核，与账面确认金额进行核对，是否存在明显差异；

3）对结构性存款执行函证程序，确认理财产品的购买情况及其使用受限的情况；

4）对期末未到期的结构性存款定期存单执行盘点程序。

（4）检查发行人银行账户入账完整性，获取了发行人已开立银行账户清单，并将清单记录银行账户与公司财务账面记录银行账户进行了核对。经核对，公司所有银行账户均已纳入财务账面核算。

（5）检查银行流水记录的完整性，获取了发行人银行对账单并对大额银行流水记录与财务账面记录执行了双向核对程序。经核对，公司不存在未登记入账的大额资金流水情况。

4、核查结论

经执行上述核查程序，保荐机构及申报会计师认为：

报告期内，发行人投资活动现金流向主要为购买理财产品和结构性存款、支付股权投资款。公司购买的理财产品均为国内知名商业银行和信托机构发行的理财产品，该等理财产品根据《商业银行理财产品销售管理办法》，均为中低风险理财产品，且报告期内所有到期理财产品均已按期收回，相关收益均已确认，理财资金规模与投资收益相匹配，发行人报告期内投资活动现金流向真实，发行人不存在体外资金循环的情况。

六、关于其他事项

问题 33

请发行人按照重要性排序披露风险因素，并在电商平台依赖风险中量化披露对阿里巴巴电商平台的依赖程度，结合发行人是否存在对其底层技术、客户导入、资金结算或其他资源的依赖，充分揭示风险。

答复：

发行人报告期内电商 SaaS 产品开展经营的电商平台中属于阿里巴巴集团旗下的包括淘宝、天猫、1688、饿了么及钉钉等，上述平台报告期内实现的收入情况如下：

单位：万元

平台	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿里巴巴商家服务市场	12,803.09	25,588.81	17,440.65	14,515.65
除阿里巴巴商家服务市场外的主要阿里巴巴集团旗下平台（钉钉、1688、饿了么）	589.90	564.33	-	-
合计	13,392.99	26,153.14	17,440.65	14,515.65
电商 SaaS 产品收入占比	87.80%	90.90%	99.41%	99.79%

阿里巴巴系国内电子商务市场的龙头企业，其市场份额达到 58.2%，远远领先于第二名京东，且旗下针对不同生活场景及客户群体的电商平台众多，发行人作为电商 SaaS 产品的提供商，势必需要在最大的电商平台寻求持续领先的市场地位以维系持续盈利能力的，因此发行人报告期内于阿里巴巴集团旗下电商平台实现的电商 SaaS 产品占比较高。

从底层技术而言，发行人作为一家电商 SaaS 企业，其产品架构的设计及具体业务的开展依赖于 IaaS 的基础建设设施及 PaaS 开发环境。对于 SaaS 产品本身的开发该种依赖更多体现为 SaaS 产品架构设计需要适应电商平台的开发环境及相应基础设施，而非产品设计开发技术层面上的借鉴与模仿。发行人电商 SaaS 产品的核心技术均为自主研发，并不存在底层技术依赖于电商平台的情形。

从客户导入、资金结算而言，阿里巴巴集团旗下电商平台的客户导入规则、

资金结算规则均为公开规则，并不存在向发行人执行偏向性政策的情形。

为更加充分的揭示平台依赖风险，发行人在招股说明书之“第四节 风险因素”更新披露如下内容：

“七、电商平台依赖风险

公司所处电子商务支撑服务及衍生服务业主要在以淘宝、天猫及京东为代表的电商平台开展，该等平台掌握了大量的电子商务相关资源，在产业链中处于相对优势地位。上述电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商制定了收益分成、日常运行收费等规则。若电商平台调整收益分成和收费，将对服务提供商的经营业绩造成不利影响。

目前，公司的 SaaS 产品收入主要来源于包括淘宝、天猫在内的阿里巴巴集团旗下电商平台，报告期内上述平台的收入占比分别为 99.79%、99.41%、90.90%及 87.80%，基于 SaaS 行业的特性，公司产对于平台提供的开发环境及基础设施存在一定的业务属性依赖。因此公司存在产品运营平台相对单一的风险。”

问题 34

请发行人说明报告期内享受的税收优惠、收到的主要政府补助的具体内容、依据。

请保荐机构、发行人律师、申报会计师就发行人税收优惠、政府补贴的合法合规性及可持续性，发行人的业绩是否对税收优惠和政府补助存在重大依赖进行核查，并发表明确意见。

答复：

（一）报告期内享受的税收优惠的具体内容、依据

1、根据财税（2012）27 号文件的相关规定，我国境内新办的集成电路设计企业和符合条件的软件企业，经认定后，在 2017 年 12 月 31 日前自获利年度起计算优惠期，第一年至第二年免征企业所得税，第三年至第五年按照 25%的法定税率减半征收企业所得税，并享受至期满为止。公司及子公司快云科技、杭州旺店享受上述税收优惠，其中：公司 2016-2018 年度减半征收企业所得税；子公司快云科技自 2016 年度开始获利，2016-2017 年度免征企业所得税，2018-2019 年

度减半征收企业所得税。子公司杭州旺店自 2017 年度开始获利，2017-2018 年度免征企业所得税，2019 年度减半征收所得税。

2、根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火[2016]32 号）、《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火[2016]195 号）有关规定，2016 年 11 月 21 日本公司取得由浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、浙江省国家税务局和浙江省地方税务局联合颁发的编号为 GR201633001284 的高新技术企业证书，认定公司为高新技术企业，有效期为三年。2019 年公司已提交高新技术企业审核，根据浙江省高新技术企业认定管理领导小组办公室出具的《关于杭州光云科技股份有限公司高新技术企业认定情况的说明》，公司已通过专家评审，待省认定办审核后报国家公示、备案和公告，预期 2019 年可以通过审核，2019 年度仍享受该税收优惠。

子公司其乐融融 2019 年提交高新技术企业审核，根据浙江省高新技术企业认定管理领导小组办公室出具的《关于杭州其乐融融科技有限公司高新技术企业认定情况的说明》，子公司其乐融融已通过专家评审，待省认定办审核后报国家公示、备案和公告，预期其乐融融可以通过高新技术企业审核，2019 年享受高新技术企业所得税优惠。

3、据财税（2017）43 号文件的相关规定，自 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，对年应纳税所得额低于 50 万元（含 50 万元）的小型微利企业，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。杭州凌电、深圳名玖 2017 年度享受该税收优惠。

4、据香港《2018 年税务（修订）（第 3 号）条例》（《修订条例》）规定，自 2018 年 4 月 1 日起，法团首 200 万元（港币）的利得税税率将降至 8.25%，其后的利润则继续按 16.5%征税。子公司香港光云享受该税收优惠。

（二）报告期内收到的主要政府补助的具体内容、依据

公司及其子公司报告期内收到的主要政府补助如下：

补助内容	金额（元）	列报项目	批准文件	到账时间
2016 年度				
“小升规”企业补助	100,000.00	营业外收入	《关于下达杭州高新区（滨江）2015 年度“小升规”企业财政补助的通知》（区发改（2016）67 号）	2016 年度
小计	**100,000.00**			
2017 年度				
瞪羚企业补助	470,600.00	营业外收入	关于下达 2016 年瞪羚企业资助资金的通知（区发改（2017）61 号）	2017 年度
人才激励资助	610,457.00	营业外收入	《关于下达 2016 年度人才激励专项资金的通知》（区财企（2017）112 号）	2017 年度
科技创新奖励经费	100,000.00	营业外收入	《关于下达杭州高新区（滨江）2016 年度科技创新奖励经费的通知》（区科技（2017）22 号）	2017 年度
房租补贴	1,446,700.00	其他收益	《关于对杭州光云科技股份有限公司给予房租补贴的通知》（区财（2017）51 号）	2017 年度
小计	**2,627,757.00**			
2018 年度				
房租补贴	2,524,900.00	其他收益	《关于对杭州光云科技股份有限公司给予房租补贴的通知》（区商务（2018）44 号）	2018 年度
扶持资金/孵化器	179,400.00	营业外收入	《关于开展 2016 年度科技企业孵化器在孵和毕业企业房租补贴的通知》（杭科创字（2018）6 号）	2018 年度
瞪聆企业补助	974,600.00	营业外收入	《关于认定 2017 年度杭州高新区（滨江）瞪羚企业的通知》（区发改（2018）88 号）	2018 年度
省、市级研发中心区奖励资金	500,000.00	营业外收入	《关于下达 2017 年省级和市级研发中心区奖励资金的通知》（区科技（2018）49 号）	2018 年度

补助内容	金额（元）	列报项目	批准文件	到账时间
小计	4,178,900.00			
2019 年 1-6 月				
杭州市中小微企业研发投入补助资金	743,000.00	其他收益	2018 年杭州市中小微企业研发投入补助资金	2019 年 1-6 月
股改奖励	1,000,000.00	营业外收入	《关于下达百世物流科技（中国）有限公司等四家企业上市及股改奖励款的通知》（区发改（2019）39 号）	2019 年 1-6 月
小计	1,743,000.00			

注：由于公司报告期内政府补贴较多，上表中仅对单笔补助金额超过10万元以上的主要政府补助进行说明。

综上，发行人及其子公司报告期内获得的上述政府补助及补贴系由政府财政渠道拨付，该等政府补助及补贴合法、合规、真实、有效。

（三）发行人享受上述税收优惠、政府补贴是否具有可持续性

光云科技、子公司快云科技及杭州旺店属于符合国家相关规定的软件企业，在符合软件企业认定条件的前提下，光云科技、子公司快云科技及杭州旺店向税务主管机关申报后享受软件企业所得税两免三减半的所得税税收优惠，该企业所得税税收优惠分别于 2018 年度、2020 年度和 2021 年度届满。

光云科技及子公司其乐融融自 2019 年度始享受高新技术企业减按 15%的税率的所得税税收优惠，在符合高新技术企业认定条件的前提下，光云科技及子公司其乐融融向税务主管机关申报后享受高新技术企业减按 15%的税率的所得税税收优惠，具有可持续性。

公司及其子公司享受相关税收优惠的法律、法规未发生重大变化，政策适用具有可持续性。

综上所述，截至本反馈回复出具日，公司及其子公司符合国家相关规定的软件企业、高新技术企业，依法享受相关税收优惠及政府补助政策，享受相关税收优惠的法律、法规未发生重大变化，公司具有直接面向市场独立持续经营的能力，能够按照现行政策持续维持税收优惠的资格，具有可持续性。

（四）发行人的业绩是否对税收优惠和政府补助存在重大依赖

1、政府补助对公司业绩的影响

报告期内，公司收到的政府补助金额占当期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
政府补助金额	190.69	449.61	300.95	17.59
利润总额	3,878.77	12,004.67	10,330.53	2,516.51
占比	4.92%	3.75%	2.91%	0.70%

如上表所示，报告期内公司政府补助金额占当期利润总额的比例均未超过 5%，整体占比较低，公司不存在对政府补助的重大依赖。

2、税收优惠对公司业绩的影响

报告期内，对公司经营成果构成一定影响的税收优惠政策主要为：

（1）2016 年度至 2018 年度，光云科技根据财税（2012）27 号文件的相关规定，所享有的“双软企业”所得税优惠政策。

（2）2016 年度至 2019 年 6 月，快云科技和杭州旺店根据财税（2012）27 号文件的相关规定，所享有的“双软企业”所得税优惠政策。

（3）2019 年 1-6 月光云科技、其乐融融所享有的高新技术企业所得税优惠政策。

若上述公司按照常规税率（25%）计缴企业所得税，则对报告期内利润总额的影响测算如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
所得税费用	449.30	395.73	483.39	449.27
按 25%税率计缴的所得税费用	760.53	1,307.48	2,009.45	1,366.85
所得税费用增加额	311.23	911.75	1,526.06	917.57
占合并报表利润总额的比例	**8.02%**	**7.59%**	**14.77%**	36.46%

注：2016 年度至 2018 年度所得税费用为光云科技、快云科技、杭州旺店所得税费用之和，2019 年 1-6 月所得税费用为光云科技、快云科技、杭州旺店、其乐融融所得税费用之和，下同。

报告期内，“双软企业”所得税优惠对公司当期利润总额的影响程度逐年降低，公司对税收优惠不存在严重依赖。光云科技、快云科技和杭州旺店的“双软企业”所得税优惠分别于 2018 年底、2020 年底和 2021 年底到期，届时公司所得税费用的增加将对未来经营结果产生一定不利影响。

此外，若公司只能享受高新技术企业所得税税收优惠政策，即光云科技 2016 年度至 2019 年 6 月、其乐融融 2019 年 1-6 月按照 15%的税率、快云科技和杭州旺店按照常规税率（25%）计缴企业所得税，则对报告期内利润总额的影响测算如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
所得税费用	449.30	395.73	483.39	449.27

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
享受高新技术企业税收优惠税率计缴的所得税费用	487.37	1,001.33	1,619.13	1,007.43
所得税费用增加额	38.07	605.61	1,137.98	561.41
占合并报表利润总额比例	**0.98%**	**5.04%**	**11.02%**	22.31%

若未来税收政策发生变化或公司条件发生变化不再满足高新技术企业要求，公司不能持续享受高新技术企业税收优惠，亦会对公司未来盈利水平产生一定不利影响。

综上所述，报告期内，公司税收优惠对公司当期利润总额的影响程度逐年降低，除 2016 年因股份支付导致当期利润总额较低，税收优惠占比较高外，其余年份税收优惠的影响均未超过 20%，公司对税收优惠不存在严重依赖。

（五）核查程序及核查意见

对于前述事项，保荐机构、申报会计师及发行人律师履行了如下核查程序：

1、获取了国家税收政策文件和当地主管税务机关的所得税税收优惠备案资料、主管税务机关出具的发行人合法合规纳税证明等文件。

2、获取公司报告期内与政府补助相关的政策文件，检查政府补助到账的银行单据，检查公会计核算是否正确。

经上述核查，保荐机构、申报会计师和发行人律师认为：

1、发行人及子公司快云科技、杭州旺店、其乐融融符合享受企业所得税税收优惠的条件，发行人税收优惠的会计处理符合《企业会计准则》的规定。

2、发行人报告期内政府补助的列报真实、完整、准确，会计政策的制定及会计处理符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 35

除母公司作为主要经营主体外，发行人子公司淘云科技、其乐融融、快云科技、杭州旺店均是重要的业务经营主体。

请发行人披露：上述子公司的《公司章程》中对子公司分红政策的相关规

定，是否能够有效保障子公司向母公司进行分红，以保障母公司具备分红能力。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）子公司的分红政策

淘云科技、其乐融融、快云科技、杭州旺店均为公司全资子公司，该等子公司的《公司章程》均规定利润分配方案的决定权属于股东，且对分红政策无限制性规定，公司可以确保该等子公司在符合相关法律法规规定的前提下向公司进行分红。

公司已就本次发行上市完成后的子公司分红事项出具《关于子公司分红的承诺》：本公司之控股子公司实行与本公司一致的财务会计制度，控股子公司每年现金分红的金额不少于其当年实现的可分配利润的百分之十；本公司作为控股股东，能够完全决定控股子公司的分红事宜，并确保本公司有能力实施当年的现金分红方案；本公司将确保完善子公司的公司章程，以符合相关规定。

发行人已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（三）本次发行上市后的股利分配政策及决策程序”中补充披露了上述楷体加粗内容。

（二）核查程序及核查意见

保荐机构审阅了淘云科技、其乐融融、快云科技、杭州旺店的《公司章程》，并获取了发行人出具的《关于子公司分红的承诺》，认为发行人能够控制上述子公司的分红安排，以保障母公司的分红能力。

问题 36

2018 年末，公司持有理财产品 50,172.00 万元。发行人本次募集资金 34,895 万元，主要用于光云系列产品优化升级项目和研发中心建设项目，其中 18,060 万元用于向东冠集团购置房产，占募集资金总额的 51.76%。

请发行人说明：（1）本次募集资金是否重点投向科技创新领域；（2）结合报告期内大量资金用于理财的情况，说明发行人是否具备有效使用资金的能力；（3）与东冠集团是否存在关联关系，向其购置房产的必要性，是否与发行人轻资产的运营模式相匹配；（4）各投资项目软硬件投入的具体内容、用途、测算依据，量化分析募投项目实施相关成本、费用增长对公司经营业绩的影响，以及对研发投入占营业收入比例的影响，并做有针对性的风险提示。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）本次募集资金是否重点投向科技创新领域

发行人本次募集资金在扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	投资金额	其中募集资金投资
1	光云系列产品优化升级项目	26,349	26,349
2	研发中心建设项目	8,546	8,546
合计		**34,895**	**34,895**

光云系列类产品优化升级项目为公司对现有的光云系列产品进行优化升级，具体包括：核心 SaaS 产品系列软件升级、“有成”中小企业管理软件、电商图像人工智能行业解决方案。

核心 SaaS 产品系列主要包括公司超级店长、快递助手和旺店系列等，超级店长指一款商家店铺综合管理 SaaS 产品，集合了商品管理、订单管理、店铺装修、客服绩效、数据分析等功能；快递助手是一款店铺订单管理 SaaS 产品，提供订单批量化处理、订单打印发货等功能；旺店系列是一款公司基于阿里巴巴千牛工作台开发的 SaaS 产品，包括旺店交易、旺店商品等。

“有成”中小企业财务管理软件是基于阿里钉钉平台开发的系统解决企业的业务管理需求一系列 SaaS 产品，包括有成会议、有成财务、有成报销、有成 CRM、有成会务和番茄表单等；电商图像人工智能行业解决方案是公司利用电商设计领域的人工智能详情页生成技术、前景提取技术等向电商商家提供快麦设计等新一

代电商 SaaS 产品。

研发中心建设项目通过中心机房建设、购置软硬件设备、引进高水平研发人才、新技术开发等手段，将使公司的研发设备、研发能力等方面满足中长期发展的战略规划。从公司核心技术对应的主要产品来看，电商 SaaS 产品作为最贴近客户的信息技术应用软件，需要通过不断升级迭代以满足商家日益变化的产品需求，因此持续的研发投入是电商 SaaS 企业保持市场竞争力和行业地位的必要条件。本次研发中心项目的新技术开发包括个性化推荐引擎、电商领域的自动聊天客服机器人、新一代智能运维管理服务系统的研发等，该项目的建设可以有效提升发行人电商 SaaS 产品的研发能力，适应新型电商环境的需求。

公司光云系列产品优化升级项目主要是公司现有 SaaS 产品的迭代升级，研发中心建设项目则是提升公司电商 SaaS 研发能力，二者均能有效提升公司 SaaS 产品的应用性能。电子商务是数字经济的重要组成部分，是数字经济最活跃、最集中的表现形式之一，公司 SaaS 产品是电子商务行业的重要组成部分，对于降低电子商务的交易成本，提升电商效率具有重要作用，是新一代信息技术应用产品的典型代表，公司本次募投项目主要投向科技创新领域。

（二）结合报告期内大量资金用于理财的情况，说明发行人是否具备有效使用资金的能力

发行人报告期内各期末持有的理财产品金额如下：

单位：万元

项目	2019.6.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
持有理财产品的金额	48,361.00	50,172.00	43,155.00	16,380.00

发行人持有的理财产品主要是短期限、灵活性较强的现金管理类产品，其目的是为更好的利用公司存余现金，提升资金使用效率和效益。

报告期内，发行人资金充足，现金流量表现情况较好，主要原因为：

1、发行人的业务模式决定其运营资金垫支费用较少，回款较快。发行人与电商平台的结算规则为，电商商家购买发行人产品后一次性支付费用给电商平台，发行人根据电商平台的结算单逐月确认收入，一般于次月即可收到电商平台支付的该期产品费用。报告期内，发行人经营现金净流量如下：

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动产生的现金流量净额	37,825,252.87	104,913,963.07	98,851,508.05	69,211,029.93

发行人的业务模式决定其经营性现金积累较多，短期限的理财产品是管理现金的有效方式。

2、发行人突出的行业地位与技术领先性获得了多家投资机构认可，上述机构通过老股转让或者增资的方式成为发行人的新晋股东。发行人历次融资有效增加了筹资活动产生的现金净流量，进一步促使资金结余上升。发行人历次融资的情况具体如下：

单位：万元

序号	时间	融资方	融资金额
1	2015 年 7 月	光云软件	50.00
2	2015 年 9 月	好约网络、华营投资、兴龙杰投资、华彩投资	991.48
3	2015 年 11 月	南海成长	3,360.00
4	2017 年 1 月	云锋新呈、南海成长、多牛沄沣	15,493.75
5	2017 年 5 月	阿里创投	10,845.63
6	2017 年 6 月	深圳赛富、浙江恒峰	4,500.00
合计			**35,240.86**

报告期内发行人筹资活动产生的现金流量净额如下:

单位：元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
筹资活动产生的现金流量净额	-1,710,558.16	-25,000,000.00	160,493,020.30	112,904,273.13

综上，发行人资金充足、现金流表现较好，为更有效地管理现金结余，避免过多的资金沉淀，通过购买安全性较高的短期限、灵活性强的理财产品，有效提升了资金管理能力，降低了资金使用成本，报告期内公司通过现金类理财产品的收益情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
持有理财产品收益	442.03	2,105.67	1,239.11	115.20

报告期内，公司通过两次合计 12,376.22 万元的资本支出，分别收购了移动

未来和其乐融融，提升了公司的经营业绩以及在电商 SaaS 领域的市场竞争力。在未来的经营发展过程中，充足的资金结余保障了发行人的偿债能力，有效降低了发行人未来发展的不确定性，也为发行人未来业务发展规划提供了资金支持与保障，具体包括：

1、发行人报告期内增加了针对大中型电商商家及成熟型商家的 SaaS 产品研发，主要包括快麦 ERP、快麦设计及有成系列产品等。新产品研发的初始投入较多，包括研发人员费用、服务器成本及相关新产品的推广费用等。随着发行人不断将客户向大中型电商商家及企业级客户方向进行拓展，未来对于资金投入的需求也会出现显著提升。目前发行人现有部分资金结余将用于未来新型 SaaS 产品的持续研发投入及运营推广；

2、SaaS 作为云计算三种服务模式中最贴近客户需求的运营方式，围绕客户运营需求的竞品收购是 SaaS 企业扩张的有效途径。美国大型 SaaS 企业 Salesforce 通过一系列的成熟 SaaS 产品收购成为行业龙头，发行人亦通过移动未来、其乐融融的收购实现了企业跨越式发展。成熟竞品的收购叠加发行人自身的行业知名度与客户基础是公司未来发展的主要路径之一。目前发行人现有部分资金结余将择机用于未来竞品收购的战略；

3、发行人在首次公开发行申报期间，为保持业务的稳定性与经营资本的充足性，并未进行大规模的利润分红。未来发行人完成发行上市后，将根据上市公司的相关规则进行现金分红回报股东；

4、SaaS 产品保持核心竞争力的关键在于不断提升的产品性能与技术更迭，发行人为保持自身 SaaS 产品的竞争优势，核心产品的持续升级与研发中心的建立刻不容缓。核心产品的升级与研发中心的建立同样需要大量的资金支持，且在短期内具有较为明确的投入使用规划，因此发行人将其作为本次募集资金投向。

综上，发行人的结余资金具有较为明确的未来使用规划，理财产品的购买是公司有效使用闲置资金的有效管理方式，安全灵活的短期理财产品有效提升了公司的资金使用效率。

（三）与东冠集团是否存在关联关系， 向其购置房产的必要性，是否与发

行人轻资产的运营模式相匹配；

截至本回复出具之日，东冠集团有限公司的工商基本信息如下：

企业名称	东冠集团有限公司
统一社会信用代码	91330108143252838N
成立日期	1995 年 1 月 23 日
注册资本	20,308 万元
经营范围	设计、施工、安装:建筑、市政建设工程，园林绿化工程，消防工程，暖通工程（涉及资质凭证经营）；技术开发、技术服务、成果转让：环境污染技术；销售：空调设备，光电光缆，光纤及光纤预制棒，环保设备，锂电池，太阳能电池，建材，塑料制品；服务：实业投资，经济信息咨询（除证券、期货、商品中介）；其他无需报经审批的一切合法项目。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营）。
注册地址及主要生产经营地	杭州市滨江区长河街道江南大道 618 号东冠大厦 2318 室
股东及其持股比例	东冠控股集团有限公司 100%持股，东冠控股由章方祥、章敏杰、章敏丽分别持有 60.00%、30.00%及 10.00%的股权

经查询相应的工商档案及供应商实地访谈确认，东冠集团与发行人并不存在关联关系。

本次发行人募集资金投资项目均涉及到房产购置事宜，具体如下：

序号	项目	面积	单价	购置金额
1	光云系列产品优化升级项目	6,600 ㎡	2.1 万元/㎡	13,860 万元
2	研发中心建设项目	2,000 ㎡	2.1 万元/㎡	4,200 万元

发行人自成立以来经营场所一直采用租赁的方式以降低经营成本，随着公司业务规模的扩大及租赁面积的扩张，经营场地的稳定性对于发行人的重要性日益提升。若出现出租方因客观原因不再继续租赁经营场所将会对发行人造成较大的影响。因此，发行人拟在本次募集投资项目中购置相关房产，拥有部分经营场所的自主产权，将进一步提升发行人生产经营的稳定性。

发行人本次募投项目的房产购置仅是为提升运营的稳定性，购置完成后发行人长期资产的占比总体不高，并不会改变发行人总体的运营模式，也不会改变发行人轻资产的运营模式。

（四）各投资项目软硬件投入的具体内容、用途、测算依据，量化分析募投项目实施相关成本、费用增长对公司经营业绩的影响， 以及对研发投入占营

业收入比例的影响，并做有针对性的风险提示。

1、光云系列产品优化升级项目

光云系列产品优化升级项目的投资明细具体如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	建筑工程	设备购置	安装工程	其它费用	合计
一	工程费用	14,428	4,799			19,227
1	软硬件投入		4,799			4,799
1.1	硬件设备购置费用		3,389			3,389
1.2	软件购置费用		1,410			1,410
2	场地投入	14,428				14,428
2.1	房屋购置投入	13,860				13,860
2.2	房屋配套装修投入	568				568
二	工程建设其他费用				5,396	5,396
1	研究开发费用				4,396	4,396
1.1	研发期间人员薪酬				4,000	4,000
1.2	市场调研				120	120
1.3	服务器费				186	186
1.4	差旅费				90	90
2	运营拓展费用				1,000	1,000
三	预备费				769	769
	固定资产合计	14,428	4,799	0	6,165	25,392
	铺底流动资金					958
	总投资合计					**26,349**

其中，硬件设备明细及用途如下：

单位：万元

设备类型	设备名称	单价	数量	金额	品牌	用途
硬件设备	S12800 核心出口交换机	150	8	1,200	华为	主机房网络核心出口
	S6720-30C-EI-24S-AC 核心交换机	3.5	30	105	华为	主机房核心交换机
	S5720-56C-EI-AC 接入交换交换机	2	80	160	华为	主机房机柜接入层交换机

	光纤模块-SFP+-10G-单模模块(1310nm,10km,LC)	0.9	150	135	华为	主机房交换机光纤连接设备
	USG9560 安全防护	50	8	400	华为	主机房网络安全防护
	戴尔／DELL PowerEdge R730	2.8	80	224	戴尔	主机房业务应用服务器
	Compellent FS8600	15	8	120	dell	主机房业务应用存储
	无线 AP7050DE	0.7	400	280	华为	公司内部无线网络设备
	S5720-56C-PWR-EI-AC(DC/AC1)无线交换机 POE	1.5	30	45	华为	公司内部无线网络设备
	戴尔/dell PowerEdge 4220 42U 机房设备	1.5	20	30	戴尔	公司内部机房服务器机柜
	PowerEdge R730 MLK 服务器	2.8	50	140	dell	公司内部机房使用服务器
	艾默生 300KVA 机房 UPS	32	5	160	艾默生	公司内部机房 UPS
	艾默生-力博特 PEX 风冷 R22 机组(P2040FARMS1R)	40	5	200	艾默生	公司内部机房空调
	机房消防系统	150	1	150		公司内部机房专用气体消防系统
	VP9660 系列全适配视讯交换平台	40	1	40	华为	视频会议系统
	合计			**3,389**		

软件设备的投入明细及用途如下：

单位：万元

设备类型	设备名称	单价(元)	数量	金额（万元）	品牌	用途
软件产品	FusionInsight 企业级大数据平台	600	1	600	华为	企业高性能云计算平台管理软件
	FusionSphere 云操作系统	200	1	200	华为	企业高性能云计算平台管理软件
	Agile Controller-Campus（含 600 账号）内网控制软件	60	1	60	华为	企业内网安全控制管理软件
	华为 eSight 网络管理平台软件（500 节点）	150	1	150	华为	面向企业数据中心，统一通信、视讯会议、视频监控的一体化融合运维管理解决方案
	SAP Business All-in-One	40	1	400		财务管理软件

	合计			**1,410**		

公司本募集资金投资项目各类别的测算依据如下：

单位：万元

序号	投资项目	测算依据	投资金额
1	硬件设备	根据市场相应设备公开价格计算	3,389
2	软件设备	根据市场相应设备公开价格计算	1,410
3	房产购置	按照周边商业地产平均价格 2.1 万元/㎡*6,600 购置面积	13,860
4	装修费用	按照 860 元/㎡的简装	568
5	研发人员薪酬	本项目中公司拟增加研发人员 250 名，按照 16 万元/人的平均薪酬计算	4,000
6	市场调研、服务器费、差旅费、运营拓展费用	根据公司既往相关费用率计算	1,396
7	预备费	根据投资总额 3%进行预备费测算	769
8	铺底流动资金	根据既往项目运营垫支测算	958

发行人光云系列产品优化升级项目在建设期第一年主要是购置房产及进行相应的场地装修，建设期第二年开始发行人进行产品研发与升级，核心产品逐步实现收入，其未来三年建设期内的盈利影响情况如下：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2
新增营业收入	0	6,181.05	7,615.96
营业成本	0	1,236.21	1,523.19
费用开支	0	2,499.40	2,896.60
预备管理费	0	309.05	380.80
折旧和摊销	480.92	1,478.60	1,478.60
营业利润额	-480.92	657.78	1,336.77
所得税	0	98.67	200.52
净利润	-480,92	559.12	1,136.25

根据发行人目前的研发费用归集政策，从严谨的出发，发行人建设期内新增研发费用为：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2
新增研发费用	0	2,000.00	2,000.00

2、研发中心建设项目

研发中心建设项目的投资明细具体如下：

单位：万元

序号	工程或费用名称	建筑工程	设备购置	安装工程	其它费用	合计
一	工程费用	4,372	2,100			6,472
1	软硬件投入		2,100			2,100
1.1	设备购置费用		1,470			1,470
1.2	软件购置费用		630			630
2	场地投入	4,372				4,372
2.1	房屋购置投入	4,200				4,200
2.2	房屋、机房装修投入	172				172
二	工程建设其他费用				1,880	1,880
1	研究开发费用				1,730	1,730
1.1	研发期间人员薪酬				1,440	1,440
1.2	服务器费				200	200
1.3	差旅费				90	90
2	调研、咨询、论证等其他费用				100	100
3	人员培训费用				50	50
三	预备费				194	194
	合　计	**4,372**	**2,100**		**2,074**	**8,546**

其中，硬件设备明细及用途如下：

单位：万元

设备类型	设备名称	单价(元/台件)	数量	金额（万元）	品牌	用途
硬件设备	FusionCube 9000 企业大数据云计算中心	480	1	480	华为	研发中心高性能云计算平台集成设备
	PowerEdge R730 MLK 服务器	2.8	30	84	dell	研发中心机房使用服务器
	Compellent FS8600	14	6	84	dell	研发中心内部存储
	S6720-30C-EI-24S-AC 核心交换机	3.5	10	35	华为	研发中心核心交换机
	S5720-56C-EI-AC 接入交换交换机	2	40	80	华为	研发中心机柜接入层交换机
	无线 AP7050DE	0.7	70	49	华为	研发中心内网无线设备

	S5720-56C-PWR-EI-AC(DC/AC1)无线交换机 POE	1.5	40	60	华为	研发中心内网无线设备
	戴尔/dell PowerEdge 4220 42U 机房设备	1.5	20	30	戴尔	研发中心机房服务器机柜
	艾默生-力博特 PEX 风冷 R22 机组(P2040FARMS1R)	40	5	200	艾默生	研发中心内部机房空调
	艾默生 300KVA 机房 UPS	26	8	208	艾默生	研发中心内部机房 UPS
	机房消防系统	120	1	120		研发中心机房专用气体消防系统
	VP9660 系列全适配视讯交换平台	40	1	40	华为	研发中心视频会议系统
	合计			**1,470**		

软件设备的投入明细及用途如下：

单位：万元

设备类型	设备名称	单价(元/台件)	数量	金额（万元）	品牌	用途
软件产品	FusionInsight 企业级大数据平台	450	1	450	华为	企业高性能云计算平台管理软件
	Agile Controller-Campus（含 6000 账号）内网控制软件	60	1	60	华为	企业内网安全控制管理软件
	华为 eSight 网络管理平台软件（500 节点）	120	1	120	华为	面向企业数据中心，统一通信、视讯会议、视频监控的一体化融合运维管理解决方案
	合计			**630**		

公司本募集资金投资项目各类别的测算依据如下：

序号	**投资项目**	**测算依据**	**投资金额（万元）**
1	硬件设备	根据市场相应设备公开价格计算	1,470
2	软件设备	根据市场相应设备公开价格计算	630
3	房产购置	按照周边商业地产平均价格 2.1 万元/㎡*2,000 购置面积	4,200

4	装修费用	按照 860 元/㎡的简装	172
5	研发人员薪酬	本项目中公司拟增加研发人员 90 名，按照 16 万元/人的平均薪酬计算	1,440
6	市场调研、服务器费、差旅费、人员培训费用	根据公司既往相关费用率计算	440
7	预备费	根据投资总额 3%进行预备费测算	194

发行人研发中心建设项目在建设期第一年主要是购置房产及进行相应的场地装修，建设期第二年开始进行人员引进与具体技术研发工作，其未来三年建设期内的盈利影响情况如下：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2
费用开支	0	880.00	1,000.00
折旧和摊销	145.73	577.20	577.20
净利润	-145.73	-1,457.20	-1,577.20

根据发行人目前研发费用的归集政策，研发中心的相应成本费用均应确认为研发费用，未来三年发行人研发费用新增情况如下：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2
新增研发费用	145.73	1,457.20	1,577.20

综上，发行人本次募投项目的实施，对于未来三年建设期内的经营业绩影响情况如下：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2
光云核心系列产品升级项目	-480,92	559.12	1,136.25
研发中心建设项目	-145.73	-1,457.20	-1,577.20
合计	**-626.65**	**-898.08**	**-440.95**

发行人本次募投项目的实施，对于未来三年建设期内研发费用的影响情况如下：

单位：万元

项目	T	T+1	T+2

光云核心系列产品升级项目	0	2,000.00	2,000.00
研发中心建设项目	145.73	1,457.20	1,577.20
合计	**145.73**	**3,457.20**	**3,577.20**

（五）招股说明书修改及补充披露

已在招股说明书“第四节 风险因素”补充披露如下内容:

五、募投项目不能达到预期收益，新增折旧摊销、费用增加影响公司业绩的风险

公司本次募集资金投资项目全部完成后，公司的固定资产将有一定幅度的提高，固定资产年折旧额较 2018 年度也将会有一定幅度的增加，若募集资金投资项目不能如期达产或者募集资金投资项目达产后不能达到预期的盈利水平以抵减因固定资产大幅增加而新增的折旧金额，公司将面临因折旧费用大量增加而导致利润下降的风险。

发行人募投项目的项目建设期较长。在项目建设初期主要是相关的人员招聘、研发投入等费用类开支，生产经营设备和基础设施建设分步投入，存在公司在项目建设期的费用支出增加导致利润下降的风险。

（六）核查程序及意见

保荐人主要履行了以下核查程序：

1、查阅了发行人募集资金投资项目的可行性研究报告，访谈了公司各事业部主管及技术负责人；

2、查阅了公司理财产品台账、公司报告期内的现金流量表及公司历次融资相关的工商底稿资料；

3、查询了东冠集团的工商档案、走访记录等核查资料，核实与发行人之间不存在关联关系；

4、分析了发行人募集资金投资项目中硬件、软件产品的用途与价格，查询了募投项目购置房产的市场价格及发行人所在地信息技术人员的平均薪酬水平，验证了募投项目投资估算的准确性；

5、测算了募投项目对于折旧摊销、费用支出的影响金额及对公司业绩造成的影响，计算了公司募投项目的经济效益。

经核查，保荐机构认为：发行人本次募集资金投向符合科技创新领域；发行人具有较为明确的资金使用规划，具备高效的资金管理能力；发行人与东冠集团之间不存在关联关系，购置房产不影响发行人的运营模式；发行人的募投项目会对发行人业绩造成一定的影响，但项目效益的逐步实现将会进一步提升发行人的盈利能力。

问题 37

招股说明书中存在以下信息披露不一致的情况：（1）第 68 页披露北京移动未来有限公司的注销日期为 2018 年 6 月 22 日，而在第 206 页为 2018 年 9 月 20 日注销；（2）第 49 页披露发行人全资子公司淘云科技分别于 2016 年 7 月和 2018 年 2 月收购了其乐融融 45%、55%的股权，而第 233 页为 2018 年 1 月受让其乐融融 55%的股权；（3）主要产品的工艺流程图与披露的销售模式不一致，如第 127 页电商 SaaS 产品包括线上和线下两种推广业务流程，但第 122 页披露的销售模式仅为线上销售；对于运营服务仅披露了快麦电商的业务流程。

请发行人及保荐机构说明上述信息披露不一致的原因，并按照招股说明书准则第十条的要求，对招股说明书全文进行校对，保证信息披露的一致性。

回复：

1、发行人已在招股说明书“第七节 公司治理与独立性”中“十四、关联方和关联关系”之“（三）报告期初以来与发行人曾经存在关联关系的企业和个人”进行如下修改：

4	北京移动未来	注销	发行人的全资子公司，已于 **2018 年 6 月 22 日**注销

2、鉴于 2018 年 1 月淘云科技收购其乐融融 55%股权之股权转让协议已签署并生效，公司于 2018 年 1 月支付 3,408.00 万元股权转让款（剩余款项分别于 2018 年 3 月支付 1,139.84 万元，2018 年 4 月支付 1,132.16 万元），且其乐融融管理权已实际转移至公司，虽然相关工商变更于 2019 年 2 月完成，但公司认为于 2018

年 1 月已实际取得其乐融融的控制权，并自 2018 年 1 月起将其乐融融纳入合并财务报表范围。

为免歧义，公司已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”中“四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况”之“（三）合并报表范围及其变化情况”之“2、报告期内合并报表范围变化原因”进行如下修改：

（4）……**2018 年 2 月**，淘云科技受让其乐融融剩余 55%的股权**并完成工商变更登记**，其乐融融成为淘云科技的全资子公司。该交易为非同一控制下企业合并，2018 年 1 月上述股权转让的协议已生效，公司已根据协议支付相关款项，**且其乐融融管理权已实际转移至公司**，公司自 2018 年 1 月起将其乐融融纳入合并财务报表范围。

3、发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“一、发行人主营业务及主要产品”之“（三）发行人主营业务模式”之“1、销售模式”之“（1）SaaS 产品：预先购买，按月摊销结算”补充披露如下内容：

除线上销售外，发行人部分电商 SaaS 产品，尤其是针对大中型商家的快麦系列产品，亦会通过线下推广的方式进行产品营销，其主要通过电话营销、集中拜访电商产业园区及产业聚集区、持续跟踪重点客户等方式。由于线下推广的 SaaS 产品大多是大型垂直领域电商 SaaS 产品，因此在营销推广过程中，往往需要结合对客户操作人员的培训与指导。在该模式下，客户订购发行人 SaaS 产品后将预付款项交纳至发行人处，发行人按照客户实际使用期间确认收入。

发行人及保荐机构已按照招股说明书准则第十条的要求，对招股说明书全文进行校对，保证信息披露的一致性。

问题 38

请保荐机构和发行人律师核查招股说明书引用数据的真实性，说明数据引用的来源和第三方基本情况，说明数据是否公开、是否专门为本次发行上市准备、发行人是否为此支付费用或提供帮助、是否为定制的或付费的报告、一般性网络文章或非公开资料、是否是保荐机构所在证券公司的研究部门出具的报

告。

回复：

《招股说明书（申报稿）》引用数据的来源和第三方基本情况及其权威性如下：

序号	数据出现于招股说明书的位置及摘录	引用数据来源	第三方基本情况
1	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “..... 美国 SaaS 龙头 Salesforce2018 年已经实现营业收入 132 亿美元及净利润 11 亿美元，市场估值超过 1200 亿美元，美国电商 SaaS 企业 Shopify2018 年实现收入 10.73 亿美元，亏损 0.65 亿美元，市场估值超过 230 亿美元.....”	Salesforce Annual report pursuant to Section 13 or 15（d） of the Securities Exchange Act of 1934 For the fiscal year ended January 31, 2019（《Salesforce 财年年度报告》，截止至 2019 年 1 月 31 日）；Shopify Consolidated Financial Statements December 31, 2018（《Shopify 合并财务报表》，截止至 2018 年 12 月 31 日）	Salesforce 是一家客户关系管理 （CRM）软件服务提供商，2004 年 6 月，该公司在纽约证券交易所上市；Shopify 是一家加拿大电子商务软件开发商，目前为全球大型交易类 SaaS 公司
2	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....根据艾瑞咨询发布的报告，我国 SaaS 市场规模增长迅速，预计 2020 年 SaaS 市场将达到 473.40 亿元，未来发展空间十分广阔.....”	艾瑞咨询《中国企业级 SaaS 行业研究报告》	艾瑞集团旗下核心业务，为客户提供上市公司业务基本面研究、商业尽职调查、投后管理、募投等定制服务
3	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： 《2012-2018 年网络零售交易规模和中国电子商务市场（万亿元）》	商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2017）》	商务部电子商务和信息化司是国务院商务部下属部门
4	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： 《2013-2018 年中国跨境电商交易规模（亿元）及年均增速》	艾媒咨询（电子商务研究中心）《2017-2018 中国跨境电商市场研究报告》	艾媒咨询是全球领先的移动互联网第三方数据挖掘与整合营销机构，2012 年正式成为国家统计局主管的中国市场信息调查业协会（CAMIR）唯一专注于移动互联网行业市场信息调研的成

序号	数据出现于招股说明书的位置及摘录	引用数据来源	第三方基本情况
			员单位
5	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....根据京东 2018 年第四季度报告，截至 2018 年 12 月 31 日，平台共有约 21 万个签约商家.....”	京东 ANNUAL REPORT PURSUANT TO SECTION 13 OR 15 （d） OF THE SECURITIES EXCHANGE ACT OF 1934 For the fiscal year ended December 31, 2018（《京东财年年度报告》，截止至 2018 年 12 月 31 日）	京东是中国自营式电商企业，2014 年 5 月在美国纳斯达克证券交易所正式挂牌上市
6	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....同时，随着电商商家数量的增长，市场竞争环境越显激烈，愿意对电商服务付费的优质商家的市场优势地位愈发明显，电商服务市场的付费渗透率进一步上升.....”	阿里研究院《云服务重构新零售——阿里巴巴商业服务生态白皮书 2017》	阿里研究院于 2007 年 4 月成立，依托阿里巴巴集团数据的新商业知识平台
7	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....阿里巴巴商家操作平台“千牛工作台”的日均活跃用户数已经超过 800 万.....”		
8	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “……根据《2016 年阿里巴巴商业服务生态报告》，截至 2015 年，作为最大的电子商务服务市场，阿里巴巴商家服务市场中年收入在亿元级别的服务提供商仅十余家，年收入在千万级别的服务提供商数十家，行业内多数参与者为年收入在百万及以下级别的服务提供商……”	阿里研究院 《2016 年阿里巴巴商业服务生态白皮书——服务的价值》	
9	“第六节 业务与技术”之“二发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”、“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“一、盈利能力或财	商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2017）》	商务部电子商务和信息化司是国务院商务部下属部门

序号	数据出现于招股说明书的位置及摘录	引用数据来源	第三方基本情况
	务状况的主要影响因素分析”之“(三)外部市场环境的影响因素”、“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力指标、流动性与持续经营能力分析”之“(五)持续经营能力分析”： “.....电子商务平台的服务合同执行金额从 2014 年 5.56 亿美元增长到 2017 年的 17.52 亿美元，年均复合增长率超过 30%.....”		
10	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....2017 年信息技术服务收入达 2.9 万亿元，比上年增加 16.8%，其中云计算相关的运营服务(包括在线软件服务、平台运营服务、基础设施运营服务等在内的信息技术服务)收入超过 8,000 亿元.....”		
11	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....2018 年，阿里、京东、拼多多、微店四大主流电商平台活跃卖家数量达到 1,196.47 万.....预计到 2020 年我国的电商衍生服务业市场规模将达到 241.9 亿元.....”	亿邦动力网《中国电商服务业发展报告》	亿邦动力网是电子商务新闻门户，为中国中小企业提供全面、及时、权威的电子商务新闻资讯
12	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： 《2014-2020 年中国电商衍生服务业交易规模（亿元）》	亿邦动力网 阿里研究院《2016 年阿里巴巴商业服务生态白皮书--服务的价值》	
13	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....基于阿里巴巴相关平台的各类商业服务业整体的交易规模（广义的商业服务业，包括电商交易服务、电商衍生服务及电商支撑服务）增速由 2012		

序号	数据出现于招股说明书的位置及摘录	引用数据来源	第三方基本情况
	年的 61.90%逐步提升至 2015 年的 78.60%.....”		
14	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....然而自 2016 年以来，网络购物市场的增速首次低于 30%，移动 MAU 的增速首次低于 100%，电子商务快速增长的趋势有所放缓.....”	东兴证券《商务行业深度报告：电商 721 格局形成，细分赛道创新不断》	东兴证券股份有限公司是经国务院和中国证监会批准，由中国东方资产管理公司、中国铝业股份有限公司和上海大盛资产有限公司发起设立的全国性综合类证券公司
15	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(三) 行业概况”： “.....工信部、发改委分别发布《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020）》、《推动企业上云实施指南（2018-2020）》，指出到到 2020 年全国新增上云企业 100 万家，形成典型的标杆案例 100 个，形成一批有影响力、带动力的云平台和企业上云体验中心.....”	华金证券《计算机：SaaS 赋能 B 端，云化引领未来》	华金证券作为一家拥有全牌照的综合性证券公司，业务范围涵盖证券承销与保荐、证券资产管理、证券经纪、证券自营、另类投资等诸多领域。目前，公司注册资本为人民币 34.5 亿元。;工信部、发改委均为国务院下属部门，拟订经济和社会发展政策，进行总量平衡，指导总体经济体制改革的宏观调控
16	“第二节 概览”之“五、发行人技术先进性、模式创新性、研发技术产业化情况及未来发展战略”之“(二)研发技术产业化”： “.....公司核心技术应用范围涵盖超级店长、超级快车、旺店商品、旺店交易、快递助手等，具有较大的竞争优势和客户吸引力.....以淘宝平台为例，公司上述产品报告期末的排名等情况.....”	阿里巴巴旗下商家服务市场	阿里巴巴旗下，提供商家经营全链路解决方案，解决多业务场景的店铺问题
17	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所处行业情况及竞争情况”之“(六) 行业技术水平及特点”： “.....2003 年淘宝网正式成立，其交易规模由 2004 年的约 10 亿元快速增长至 2009 年的约 2,000	中国网	中国网是国务院新闻办公室领导，中国外文出版发行事业局管理的国家重点新闻网站

序号	数据出现于招股说明书的位置及摘录	引用数据来源	第三方基本情况
	亿元，期间淘宝商家的数量也快速增长。.....”		
18	“第六节 业务与技术”之“二、发行人所属行业情况及竞争情况”之“(九) 发行人在行业中的竞争地位及面临的机遇与挑战”： “.....根据 eMarketer，2018 年中国电商零售市场份额中，以淘宝与天猫为代表的阿里巴巴交易平台以 58.2%的交易份额占据首位。.....”	新浪财经	新浪财经是一家创建于 1999 年 8 月的财经平台，经过 10 余年的发展壮大，已经成为全球华人的首选财经门户
19	“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“四、未来发展规划”之“(三) 公司未来三年的具体发展规划”： “.....企业办公服务市场容量巨大，以钉钉办公软件为例，其企业用户已突破 500 万家，使用人数达到一亿。.....”	新浪科技	新浪科技是新浪网旗下频道之一

经核查，保荐机构及发行人律师认为，《招股说明书（申报稿）》引用的数据均为公开数据，该等数据非专门为本次发行上市准备；发行人不存在为此支付费用或提供帮助的情形；上述数据来源均非定制或付费报告、一般性网络文章或非公开资料，亦未来源于保荐机构所在证券公司研究部门出具的报告。

问题 39

请发行人说明发行人股东关于股份锁定、减持、稳定股价、避免同业竞争等以及其他承诺是否履行了完备的法律程序，是否符合相关监管要求；发行人、控股股东、董事、监事、高级管理人员是否严格按照相关规定，作出关于欺诈发行上市的股份购回承诺，包括上市前和上市后的股份购回，并说明相关承诺是否已经履行法定程序，是否合法、有效；中介机构是否严格按照相关规定要求作出承诺。

请保荐机构、发行人律师对上述事项进行核查，并发表明确意见。

回复：

（一）发行人股东关于股份锁定、减持、稳定股价、避免同业竞争等以及其他承诺是否履行了完备的法律程序，是否符合相关监管要求

1、自然人股东履行的法律程序

截至本回复出具日，发行人有 2 名自然人股东，即谭光华、林天翼。

发行人实际控制人谭光华就发行人本次发行上市签署了《杭州光云科技股份有限公司实际控制人关于股份锁定及相关事宜的承诺函及约束措施》、《杭州光云科技股份有限公司实际控制人关于避免同业竞争承诺函》、《杭州光云科技股份有限公司实际控制人关于减少并规范关联交易承诺函》、关于股东资格、股权及诉讼等相关事项的承诺函，根据谭光华于 2019 年 9 月出具的《确认函》，确认该等承诺函均由其本人签署，真实、有效。

发行人自然人股东林天翼就发行人本次发行上市签署了《杭州光云科技股份有限公司持股 5%以下股东关于股份锁定及相关事宜的承诺函及约束措施》、关于股东资格、股权及诉讼等相关事项的承诺函，根据林天翼于 2019 年 9 月出具的《确认函》，确认该等承诺函均由其本人签署，真实、有效。

2、其他非自然人股东履行的法律程序

发行人的其他 13 名非自然人股东就发行人本次发行上市均出具了《关于股份锁定及相关事宜的承诺函及约束措施》、关于股东资格、股权及诉讼等相关事项的承诺函，根据该等 13 名非自然人股东于 2019 年 9 月出具的《确认函》，确认该等承诺函均已履行相应内部决策程序，真实、有效。

综上所述，发行人股东关于股份锁定、减持、稳定股价、避免同业竞争等以及其他承诺均根据《公司法》、《证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（中国证监会公告[2013]42 号）、《上市规则》等法律法规的规定出具，内容合法合规，有利于保护上市公司及中小股东的利益，发行人股东已履行了相应的法律程序，符合相关监管要求。

（二）发行人、控股股东、董事、监事、高级管理人员是否严格按照相关规定，作出关于欺诈发行上市的股份购回承诺，包括上市前和上市后的股份购回，并说明相关承诺是否已经履行法定程序，是否合法、有效

根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（中国证监会公告[2013]42 号）、《科创板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“《管理办法》”）等法律法规的要求，于首次申报时，发行人、控股股东、实际控制人已出具了关于欺诈发行上市的股份回购承诺，具体内容分别详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺”之“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”部分。

根据科创板上市审核中心于 2019 年 8 月 1 日下发的《科创板上市审核中心关于切实提高招股说明书（申报稿）质量和问询回复质量相关注意事项的通知》的相关规定：

2019 年 9 月，发行人出具《承诺函》，**“如本公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册的，本公司承诺将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份回购程序，购回本公司本次发行的全部新股；本次发行不涉及老股配售。”**

2019 年 9 月，发行人控股股东出具《承诺函》，**“如光云科技不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册的，本公司承诺将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回光云科技本次发行的全部新股。”**

2019 年 9 月，发行人实际控制人出具《承诺函》，**“如光云科技不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册的，本人承诺将在中国证监会等有权部门确认后 5 个工作日内启动股份购回程序，购回光云科技本次发行的全部新股。”**

发行人的董事、监事、高级管理人员已出具了依法赔偿投资者损失的承诺，具体内容详见招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺”之“（二）相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺”及“（十三）关于违反承诺的约束措施”部分。

发行人于 2019 年 9 月出具《确认函》，确认该等承诺函均已履行相应内部

决策程序，真实、有效；发行人控股股东于 2019 年 9 月出具《确认函》，确认该等承诺函均已履行相应内部决策程序，真实、有效；发行人全体董事、监事、高级管理人员于 2019 年 9 月出具《确认函》，确认该等承诺函均由其本人签署，真实、有效。

综上所述，发行人、控股股东出具的承诺均履行了内部决策程序，发行人董事、监事、高级管理人员出具的承诺均由本人签署。上述承诺出具均履行了相关程序，合法有效。

发行人已在招股说明书“第十节 投资者保护”之“六、重要承诺”之“（四）对欺诈发行上市的股份购回承诺”中就上述楷体加粗内容进行了补充披露。

（三）中介机构是否严格按照相关规定要求作出承诺

发行人本次发行上市的中介机构均已严格按照《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（中国证监会公告[2013]42 号）、《管理办法》等法律法规的要求出具承诺，具体承诺如下：

证券服务机构	承诺内容
保荐机构	如因保荐人未能依照适用的法律法规、规范性文件及行业准则的要求勤勉尽责地履行法定职责而导致保荐人为发行人首次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成实际损失的，本公司将依法赔偿投资者损失。
瑛明	如本所为发行人本次发行上市制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。
立信	本所为发行人首次公开发行股票事宜制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

（四）核查程序及核查意见

保荐机构及发行人律师主要履行了以下核查程序：

1、获取并审阅了发行人股东关于股份锁定、减持、稳定股价、避免同业竞争等的承诺，发行人、控股股东、董事、监事、高级管理人员关于欺诈发行上市的股份购回承诺及中介机构关于本次发行上市出具的承诺；

2、取得了发行人、发行人法人股东关于相关承诺均已履行相应内部决策程

序，真实、有效的《确认函》；发行人自然人股东、董事、监事、高级管理人员关于相关承诺系本人签署，真实、有效的《确认函》；

3、获取了本次发行上市的中介机构出具的《证券服务机构承诺函》。

经核查，保荐机构及发行人律师认为：

1、发行人股东关于股份锁定、减持、稳定股价、避免同业竞争等以及其他承诺均根据《公司法》、《证券法》、《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（中国证监会公告[2013]42 号）、《上市规则》等法律法规的规定出具，内容合法合规，有利于保护上市公司及中小股东的利益，发行人股东已履行了相应的法律程序，符合相关监管要求。

2、发行人、控股股东出具的承诺均履行了内部决策程序，发行人董事、监事、高级管理人员出具的承诺均由本人签署。上述承诺出具均履行了相关程序，合法有效。

3、发行人本次发行上市的中介机构均已严格按照《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》（中国证监会公告[2013]42 号）、《管理办法》等法律法规的要求出具承诺。

问题 40

请保荐机构自查与发行人本次公开发行相关的媒体质疑情况，就媒体质疑事项进行核查并发表明确意见。

答复：

一、投资时报：5亿理财在手远超3.5亿 IPO 目标 光云科技不差钱为啥闯关科创板？

（一）报道内容

报道摘录如下：

日前，杭州光云科技股份有限公司(下称光云科技)科创板上市申请被上交所受理。本次该公司拟发行不低于4010万股，占发行后总股本的比例不低于10%。

保荐券商为中金公司。

资料显示，光云科技成立于2013年8月，是业内领先的电商 SaaS（Software as a Service，软件即服务，一种通过网络提供软件的应用模式）企业，核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，并在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM（客户关系管理）短信等增值产品及服务。

此次上市，光云科技拟募集资金总额为3.5亿元。在扣除发行费用后，将投资2.6亿元用于“光云系列产品优化升级”项目、投资0.85亿元用于“研发中心建设”项目。

其中，“光云系列产品优化升级”项目包括核心 SaaS 产品系列软件升级、“有成”中小企业管理软件、电商图像人工智能行业解决方案三个方面。

从项目投资概算来看，2.6亿元投资中有1.39亿元用于房屋购置。招股书显示，该公司已与东冠集团有限公司签订《购房意向书》，购置其拥有的位于杭州市滨江区江南大道588号恒鑫大厦主楼内的6600平方米房产，用于解决办公场所问题。

但颇为蹊跷的是，从数据来看，光云科技压根不差钱。甚至，其持有的理财产品规模，都超过了此次需要募集的资金。

《投资时报》研究员从招股书中披露的其他流动资产科目了解到，2016年—2018年（下称报告期）该公司持有的理财产品分别为1.6亿元、4.3亿元、5亿元，累计获得投资收益4148.2万元。同时，报告期内其资产负债率分别为18.2%、10%、14%，流动比率分别为4.5倍、9.2倍、7.3倍，可见，光云科技拥有一定的长短期偿债能力，资金压力并不大。

此外，还需注意的是，光云科技在2018年净利润出现下滑，其核心产品“超级店长”的用户数量也在2018年出现负增长。

针对市场目前普遍关切的问题，《投资时报》研究员已向光云科技以邮件形式发送沟通提纲，但截至发稿日并未收到回复。

2008年，刚满23岁的谭光华从中南大学软件工程专业毕业。毕业后，谭光华进入阿里巴巴（中国）网络技术有限公司担任软件工程师一职，一年后，他与李

楠共同成立光云软件，开始从事电商 SaaS 产品和 CRM 短信业务。

虽然在阿里巴巴仅工作一年，但谭光华创办的光云科技即获得了阿里巴巴的支持。不仅是阿里，巨人网络、泛海控股等知名企业也纷纷现身光云科技股东名单中。

招股书资料显示，2016年1月，谭光华将其持有的光云有限1%股权以1950万元的价格转让给置展投资。而中金公司全资子公司中金浦成投资持有置展投资99.01%股权，为置展投资大股东，同时中金公司也是光云科技此次科创板 IPO 的保荐券商。

2017年1月，光云科技第一次增资，增资部分由云锋新呈、南海成长、多牛沄沣出资认购，三名股东分别以1.1亿元、2213.4万元、2213.4万元认购光云科技340.52万股、68.1044万股、68.1044万股注册资本。

资料显示，云锋新呈大股东为泛海控股，后者持有其30%股权，除此之外，新华联控股、苏宁控股、巨人投资、华谊兄弟(天津)互动娱乐公司、金螳螂集团、新希望投资集团也分别持有云锋新呈10%、5%、5%、5%、1%、0.5%股权。

目前，史玉柱持有巨人投资有限公司97.86%的股权，苏宁易购董事长张近东持有苏宁控股集团有限公司51%的股权，华谊兄弟互娱(天津)投资有限公司则是A 股上市公司华谊兄弟的全资子公司。

2017年5月，光云科技第二次增资，阿里创投以32.5元/股的价格出资1.08亿元取得光云科技4.9%股份。目前，马云和谢世煌分别持有阿里创投80%、20%股权。

一个月后，光云科技第三次增资，深圳赛富与浙江恒峰也正式加入其股东队列中，并均以2250万元认购该公司69.2308万元新增注册资本。在多次增资扩股后，其总股本为3.609亿股，光云投资持有42.76%股份，为第一大股东。该公司实控人谭光华直接和间接持股份额占发行前总股本的63.92%。

此外，前十大股东中，云锋新呈、阿里创投、南海成长、深圳赛富分别持有公司1768.41万股、1732.32万股、978.04万股、360.9万股，占公司总股本的4.9%、4.8%、2.71%、1%，分别为其第五、六、八、十大股东。目前，马云和谢世煌分

别持有阿里创投80%、20%股权。

财务数据显示，报告期内，光云科技分别实现营业收入2.62亿元、3.58亿元、4.65亿元，归属于母公司所有者的净利润分别为2166.69万元、8885.6万元、8337.05万元，同比增长率达到310.1%、-6.17%，差异非常明显。

研发投入方面，报告期内光云科技研发费用分别为3625.56万元、5177.05万元、8334.12万元，占当期营业收入的比例分别为13.82%、14.45%、17.9%。

此外，报告期内，光云科技经营活动产生的现金流量净额分别为6921.1万元、9885.15万元、1.05亿元，现金流质量较为稳健。

不过，《投资时报》研究员发现，尽管光云科技盈利数据表现较好，但其净资产收益率整体呈现下滑趋势。

报告期内，光云科技扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为72.2%、21.69%、16.5%，两年内已下降77.15%。对此，公司在招股书中解释称，主要原因系报告期内公司为实现主营业务的快速扩张以及业务提前布局，先后发起数轮融资，净资产规模迅速扩大。公司自融资中获得的资金需要按照计划逐步投入生产经营，在一定时间后方能产生预期效益。

营收结构方面，光云科技主要有电商 SaaS 产品、配套硬件、运营服务、CRM 短信这四类业务，主要业务电商 SaaS 产品的收入规模持续增长。报告期内该业务分别实现营业收入1.4亿元、1.75亿元、2.87亿元，占总营收的比例分别为55.47%、48.95%、61.81%。

资料显示，电商 SaaS 产品以“超级店长”为主，报告期内，超级店长的销售收入分别为1.2亿元、1.3亿元、1.3亿元，超级店长作为店铺管理类产品，集合了商品管理、订单管理、店铺装修、客服绩效、数据分析等功能，截至2018年末拥有51.9万付费用户，是光云科技的主力产品。2017年、2018年该产品营收增长率为14.29%、0.63%，增速下滑明显。三年间，超级店长的均价从205.9元提高到238.6元，这也代表这，该产品的用户数量同比分别增长6.09%和下降8.08%。

关于用户数量的下滑，该公司并没有在招股书中做进一步解释。

同时，其配套硬件、运营服务、CRM 短信这三大产品收入占比也逐渐减少。报告期内，配套硬件营收占比分别为18.41%、19.53%、15.89%。运营服务营收占比分别为11.82%、18.03%、12.75%。CRM 短信营收占比分别为14.31%、13.48%、9.55%。

毛利率水平方面，报告期内光云科技综合毛利率分别达到56.12%、56.85%、60.11%。同属电商 SaaS 行业的欢乐逛、爱用宝和美登科技三家可比公司，平均值分别为71.4%、70.94%、67.75%，中位数分别为69.2%、69.77%、67.75%。可见，报告期内光云科技的综合毛利率低于上述三大可比公司的平均水平。

对此光云科技解释称，主要系上述可比公司来自电商 SaaS 业务的收入占比较高，而公司在报告期内平均有30.39%的收入来自于毛利率较低的配套硬件和 CRM 短信业务。

此外，《投资时报》研究员还注意到，该公司所处电子商务支撑服务及衍生服务业主要在以淘宝、天猫及京东为代表的电商平台开展。2018年，阿里、京东、拼多多、微店四大主流电商平台活跃卖家数量达到1196.47万。而光云科技核心产品超级店长目前有效付费商家为51.9万，占4.3%的市场份额，该公司总用户数为127.6万，占10.7%的市场份额。

招股书显示，光云科技的 SaaS 产品收入主要来源于淘宝、天猫服务平台，而在京东、苏宁等其他国内较大的电商平台上的收入规模相对较小，存在产品运营平台相对单一的风险。

（二）保荐机构核查意见

上述媒体报道内容主要为对已披露招股说明书内容的摘录，未对本次发行上市信息披露的真实性、准确性、完整性提出质疑。

关于发行人有效使用资金的能力及本次募集资金投资项目的具体投资内容，发行人已在本回复之“问题36”中详细回复披露。关于发行人核心产品超级店长等用户数下滑情况，发行人已在本回复之“问题11”、“问题24”中详细回复披露。关于发行人产品运营平台相对单一的风险，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中详细披露，并在本回复之“问题14”中详细回复披露了在各大平台的

主要产品运营数据。

二、发现网：“阿里系”+大佬力挺 光云科技仍待解收益率连年下滑困局

（一）报道内容

据上交所披露，光云科技由中金公司保荐，预计融资金额达3.49亿元，此次公开发行股票数量预计不超过4,010万股，占发行后股本比例不低于10%。

值得一提的，有业内人士却对这家备受行业大佬青睐的光云科技并不看好，认为其作为一名头顶“阿里系”光环的考生，却像个孩子一样患有依赖症，除了盈利模式单一，净资产收益率严重下滑的问题也不容忽视。

01SaaS 产品收入主要来源于淘宝、天猫

根据招股书显示，光云科技于2013年成立，所属行业为软件和信息技术服务业。光云科技是业内领先的电商 SaaS 企业，核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务。

据接近光云科技的业内人士介绍，其 SaaS 核心产品主要包括超级店长、超级快车、旺店系列、快递助手等电商软件产品，而上述产品均服务于淘宝、天猫、1688、速卖通、京东、拼多多、饿了么、苏宁、蘑菇街、Lazada 等各大知名电商平台的电商商家。

公开数据也显示，截止2018年12月31日，光云科技的上述产品中，超级店长、快递助手和旺店交易在类目付费用户数量排名中均名列第一位，旺店商品和超级快车也分为名列第二和第四位。

上述业内人士称，光云科技虽具有较大的吸引力，却存在对电商平台的过度依赖症。根据招股书，光云科技目前所处电子商务支撑服务及衍生服务主要在以淘宝、天猫及京东为代表的电商平台开展。然而，这些平台掌握了光云科技大量的电子商务资源。

发现网了解到，目前，光云科技的 SaaS 产品收入主要来源于淘宝、天猫服务平台，而在京东、苏宁等其他电商平台的收入规模相对较小，存在产品运营平

台相对单一的风险。

有分析认为，如若上述电商平台调整收费规则和受益分成，又或是电商平台商家数量锐减，都将对光云科技的业绩产生巨大影响。

02"阿里系"背景+大佬力挺

光云科技是又一名“阿里系”科创板申请考生，报告期三年内累计营收超过10亿。

公开资料显示，光云科技实际控制人谭光华1985年7月出生，2008年毕业于中南大学软件工程专业，毕业后2008年-2009年曾于阿里巴巴担任软件工程师一职。

光云投资持有公司股份42.76%，为公司控股股东。而光云科技实际控制人谭光华通过直接及间接的方式合计控制发行人2.31亿股股份，占发行人发行前总股本的63.92%，同时担任董事长兼总经理。

值得关注的是，招股书显示，云锋新呈与阿里创投分别持有光云科技股权4.9%和4.8%。并且，光云科技股东榜单中还包括南海成长、深圳赛富等多家知名机构。

然而，更加值得关注的是股东背后的故事。华云科技的背后还隐藏着许多行业知名大佬。

据天眼查数据，云锋新呈的股东中包括泛海控股、巨人投资有限公司、苏宁控股集团有限公司、华谊兄弟互娱(天津)投资有限公司等知名企业，持有的出资比例分别为30%、5%、5%和5%。

其中，“泛海系”卢志强持有泛海控股68.49%的出资比例；史玉柱持有巨人投资97.86%的出资比例，苏宁易购董事长张近东持有苏宁控股51%出资比例，而华谊兄弟互娱(天津)投资有限公司则是华谊兄弟的全资子公司。

03净资产收益率连年下滑困局待解

财务数据显示，2016年-2018年光云科技分别实现营收2.62亿元、3.58亿元和4.65亿元；同期分别实现归母净利润2166.69万元、8885.60万元和8337.05万元。

而扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率呈逐年下降趋势，分别为72.20%、21.69%和16.50%。

对于下降的原因，光云科技解释称，主要是为实现主营业务的快速扩张和提前布局，先后数轮融资使得净资产规模迅速扩大，而投入生产经营后需要一段时间才能产生预期效益，导致业绩增长滞后于净资产规模增长所致。

尽管光云科技业务和收入预计将保持良好的成长性，但仍存在因净利润无法与净资产同步增长而导致净资产收益率下降的风险。

然而，受众多行业大佬青睐的光云科技，究竟靠什么盈利呢？

根据招股书，光云科技营业收入按照业务类型划分，2016年-2018年电商 SaaS 产品占绝对主导地位，分别占公司营业收入的55.47%、48.95%和61.81%。

有业内人士质疑称，仅靠电商 SaaS 产品就占到营收六成有余，是否存在业务过于单一的风险呢？况且，目前光云科技的 SaaS 产品收入主要来源于淘宝和天猫，而在成本费用中，支付给电商服务市场的费用报告期内分别占到营收的40.09%、42.23%和36.49%。业务单一、产品运营平台也单一。尽管光云科技营收表现优异，但纯粹靠其它运营平台的“衍生”来通吃是否太过冒险？

（二）保荐机构核查意见

上述媒体报道内容主要为对已披露招股说明书内容的摘录，未对本次发行上市信息披露的真实性、准确性、完整性提出质疑。

关于发行人产品运营平台相对集中事项，发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中详细披露，并在本回复之“问题14”中详细回复披露了在各大平台的主要产品运营数据。关于发行人与主要电商平台的收益分成事项，发行人已在本回复之“问题16”中详细回复披露。关于发行人净资产收益率下降问题，已在招股书“重大事项提示”之“四、公司请投资者特别关注的风险因素”之“净资产收益率下降的风险”中进行风险提示，并在招股书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”之“三、募集资金运用对发行人经营和财务状况的影响”中披露了募集资金对净资产收益率可能产生的影响。

三、每日经济新闻：光云科技：阿里入股业务往来密切供应商集中度高

（一）报道内容

作为阿里系背景的公司，光云科技与阿里的业务往来也非常密切。2016~2018年，淘宝（中国）软件有限公司都位列光云科技前五大供应商之中，而且向淘宝采购的金额也呈现逐年增长的趋势。

公司全称：杭州光云科技股份有限公司

实控人：谭光华

控股股东：杭州光云投资有限公司

主营业务：基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务。SaaS 核心产品主要包括超级店长、超级快车、旺店系列、快递助手等电商软件产品。

所属行业：软件和信息技术服务业

发行股份数量：不低于4010万股

募集资金投向：光云系列产品优化升级项目（投资金额2.63亿元，拟募集资金投资2.63亿元）；研发中心建设项目（投资金额8546万元，拟募集资金投资8546万元）

近三年研发投入：3625.56万元、5177.06万元、8334.12万元

研发投入占比：13.82%、14.45%、17.90%

风险提示：行业政策风险、税收政策风险、技术创新风险等

问询关注点：6月11日，光云科技科创板受理状态显示为“已受理”。截至发稿，公司暂未进入问询阶段。

值得注意的是，光云科技成立于2013年，核心业务为基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品。从主营业务产品的营收情况来看，2018年电商 SaaS 产品占光云科技营收总额的61.81%。光云科技前十名股东名单中，阿里系旗下的阿里创投持有光云科技4.80%股权，云峰基金旗下的上海云锋新呈投资中心（有限合

伙）持有光云科技4.90%股权。

《每日经济新闻》记者注意到，光云科技创始人谭光华也有阿里系背景。根据招股书（申报稿）披露，2008年至2009年，谭光华就职于阿里巴巴（中国）网络技术有限公司，担任软件工程师。

作为阿里系背景的公司，光云科技与阿里的业务往来也非常密切。2016~2018年，淘宝（中国）软件有限公司都位列光云科技前五大供应商之中，而且公司向淘宝采购的金额也呈现逐年增长的趋势。2018年，光云科技向淘宝采购的金额为6152.94万元，占营业成本的33.14%。光云科技前五大供应商集中度较高，2018年前五大供应商采购金额占营业成本的81.23%。

（二）保荐机构核查意见

上述媒体报道内容主要为对已披露招股说明书内容的摘录，未对本次发行上市信息披露的真实性、准确性、完整性提出质疑。

关于发行人主要供应商集中事项，发行人已在本回复“问题13”中详细回复披露。

四、犀牛财经：头顶阿里系“光环”的光云科技 能凭借 SaaS 走上科创板吗？

（一）报道内容

借助电商红利，一批 SaaS 企业悄无声息的崛起，并相继上市，光云科技也开始在敲科创板的大门。

近日，上交所官网披露，已受理光云科技的上市申请。此次光云科技计划在科创板发行不低于4010万股，募集资金3.49亿元。其中，2.63亿元用于光云系列产品优化升级项目，8546万元用于研发中心建设项目。

成立于2013年的光云科技，其核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，并提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品。说到电商，把当然逃不过阿里这一环，事实上，光云科技的创始人谭光华就是从阿里走出来的，而阿里也是光云科技的股东，持股9%。

之前 GPLP 犀牛财经也报道过 SaaS 这一行业仍属于新兴行业，同时不可否

认的是传统电商发展进入瓶颈，流量红利逐渐消失，在这样一个电商用户增速放缓的阶段里，光云科技通过 SaaS 能为企业带来优质的服务，同时解决用户的痛点吗？

盈利模式单一成痛点

光云科技是通过什么来赚钱的吗？

当然是 SaaS（Software as a Service，软件即服务），那要说到这个 SaaS，就不能不说 IaaS（Infrastructure as a Service，基础设施即服务）。这个 IaaS 就像阿里云和腾讯云，给大家搭建的云平台，有了这个基础设施，企业可以按照自己的想法来搭建自己想要的服务。

但是对于企业来说，搭建这一部分会产生额外的支出，这个时候，IaaS 出现了，它的作用是什么呢？

SaaS 企业就是帮助企业去搭建信息化所需要的所有网络基础设施及软件、硬件平台，并负责所有前期的实施、后期的维护等一系列维护。

光云科技做的就是电商垂直领域的 SaaS 服务。它的核心业务就是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上提供配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品。

但是，问题就来了，仅仅只为电商平台提供 SaaS 服务来赚钱是不是有些局限呢？而且光云科技主要依赖的平台还是淘宝和天猫。

其实，光云科技在招股书中也提示了这一风险，“上述电商平台针对入驻平台服务市场的服务提供商制定了收益分成、日常运行收费等规则。若电商平台调整收益分成和收费，将对服务提供商的经营业绩造成较大不利影响。”

同时，若电商平台因经营不善导致商家数量锐减，亦将对入驻的服务提供商的经营业绩造成不利影响。

其实，这就和背靠腾讯系的 SaaS 企业中国有赞面临着同样的问题，只不过一个是在电商平台，一个是在微信生态。但归根结底，面对盈利模式单一的难题，光云科技如何看待这一问题？对此 GPLP 犀牛财经向对方发去问询函，但截至发

稿，尚未收到回复。

净资产收益率大幅下降

和中国有赞还未实现盈利相比，光云科技的成绩还算亮眼，但是依然存在隐忧。

财务数据显示，2016年至2018年，光云科技实现营收为2.62亿元、3.58亿元、4.65亿元；同期对应的归属于母公司所有者净利润分别是2166.69万元、8885.60万元、8337.05万元。

另外，GPLP 犀牛财经还看到一组数据，2016年至2018年，光云科技扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为72.2%、21.69%、16.5%，大幅下降。

因此，可以看出尽管光云科技的营收不错，但是其净资产收益率却大幅下跌。对此，光云科技也给出了解释，报告期内公司为实现主营业务的快速扩张以及业务提前布局，先后发起数轮融资，净资产规模迅速扩大。公司自融资中获得的资金需要按照计划逐步投入生产经营，在一定时间后方能产生预期效益。

简单解释就是，规模扩张太快，盈利能力没有跟上其扩张的速度，那么这就产生了一个问题，现在光云科技的 SaaS 的商业模式能够持续盈利吗？能够继续保持一个高速的增长吗？

光云科技的 SaaS 模式能走多远？

之前，GPLP 犀牛财经也报道过 SaaS 企业中国有赞，谈到了当下的互联网人口红利退去，门槛也随之提高，但是尚未有企业成功探索出一条可复制的商业模式，那么光云科技能走多远呢？

艾瑞咨询报告显示，我国 SaaS 市场规模增长迅速，预计2020年 SaaS 市场将达到473.40亿元。

但是，众所周知 SaaS 是属于赚慢钱的企业，光云科技所做的又是垂直细分领域的零售电商市场，做的是平台型服务，不管是面对2C 还是2B，这个扩张的过程都需要一个个的累积客户，并且还要保证客户有续费或者续约的可能。

因此，对于光云科技来说，探索出一条可持续良性的 SaaS 的发展道路，做

好真正的产品和服务，才是未来光云科技需要思考的问题。

（二）保荐机构核查意见

上述媒体报道内容主要为对已披露招股说明书内容的摘录，未对本次发行上市信息披露的真实性、准确性、完整性提出质疑。

关于发行人产品主要运营平台相对集中事项，发行人已在本回复之“问题14”中详细回复披露了在各大平台的主要产品运营数据。关于发行人与主要电商平台的收益分成事项，发行人已在本回复之“问题16”中详细回复披露。

五、壹财信：利润超额分配或存瑕疵，核心技术不受法律保护

（一）报道内容

成立不到6年的电商 SaaS 企业杭州光云科技股份有限公司（以下简称“光云科技”），于2019年6月11日申请科创板上市获上交所受理，并迅速进入已问询阶段。7月31日，光云科技因补充资料而中止上市审核。

头顶阿里系光环，拥有多位大佬股东的光云科技，自申请科创板上市被受理以来，就受到诸多媒体关注，被质疑存在与阿里关系密切、供应商集中等问题。

《壹财信》梳理招股书发现，光云科技还存在销售费用占比远高于同行均值、两次超额分配利润或存瑕疵、核心技术不受法律保护等问题。

销售费用占比远高于同行均值

2013年于杭州市滨江区成立的光云科技，作为业内领先的电商 SaaS 企业，其核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，并提供相应的配套硬件、运营服务及 CRM 短信等增值产品及服务。

2016至2018年，光云科技实现营业收入分别为26,224.99万元、35,836.58万元、46,549.38万元，2017年、2018年同比增长分别为36.55%、29.89%。同期，光云科技实现净利润分别为2,112.96万元、8,862.69万元、8,337.05万元，2017年、2018年同比增长分别为319.44%、-5.93%。

报告期内，虽然光云科技在业绩表现较好，但是光云科技的销售费用占比也

远高于同行业平均值。

据招股书披露，光云科技2016至2018年销售费用分别为1,785.96万元、2,552.76万元、4,445.02万元，占营业收入比例分别6.81%、7.12%、9.55%。

而光云科技的上市可比公司欢乐逛、爱美宝、美登科技，同期的销售费用占营业收入比例平均值分别为6.79%、3.19%、3.13%。

显而易见，2018年光云科技销售费用占比远高于同行业平均值。

对此，光云科技在招股书中表示，2017年度和2018年度，公司销售费用同比分别增长42.94%和74.13%，主要系销售人员数量快速增加和销售团队扩建而导致销售费用明显增加。

两次超额分配利润或存瑕疵

除了销售费用占比远高于同行之外，光云科技报告期内两次利润分配或存瑕疵。

据招股书，2016年3月10日，杭州光云科技有限公司（系光云科技前身，以下简称“光云有限”）股东大会同意向2015年12月31日登记在册的全体股东分配利润3,000万元。

但是由于2015年财务报表并未按照《企业会计准则》规定，将股权激励的7,985.84万元股份支付费用计入当期资本公积和管理费用，以及存在关联方垫付成本费用、短信业务计价不准确、软件业务合并等原因，造成会计差错。

2017年11月30日，立信会计师事务所对光云科技前期财务报表中，存在的若干会计差错采用追溯重述法进行了调整。调整后光云科技母公司2015年12月31日和2016年1月31日的未分配利润分别为-1,546万元和-3,953.30 万元。

2015年12月31日登记在册的光云有限全体股东，需要按照持股比例返还已分配利润488.98万元。

为此，光云科技在 2017年第四次临时股东大会上，全体股东一致同意以后续经营利润弥补除返还已分配利润之外的累计亏损和超分利润。

但值得注意的是， 2018年5月21日光云科技召开2017年度股东大会，公司再一次向2017 年12月31日登记在册的全体股东分配利润2,500万元，但是否履行之前临时股东大会的以后续经营利润弥补除返还已分配利润之外的累计亏损和超分利润决议，招股书中未作披露。

然而2019年3月20日，立信会计师事务所又出具了财务报表前期会计差错追溯调整的说明，对光云科技实际控制人谭光华，在2015年10月向光云科技增资的股份支付费用进行追溯调整，调整之后2017年末母公司非分配利润为2,499.59万元。

在光云科技2018年股东大会上，股东一致同意公司以后续经营利润弥补超分利润。

据招股书披露，截至2018年12月31日，光云科技实现的净利润已经全额弥补超额分配金额。

《公司法》第166条规定：“股东会、股东大会或者董事会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不得分配利润。”

光云科技披露截至2018年12月31日，光云科技实现的净利润已经全额弥补超额分配金额，但是2015年的超额分配利润和累计亏损何时弥补完成并未明确说明，2017年分红是否在2015年超额分配利润和累计亏损弥补完成之后完成的，《壹财信》也不得而知。

核心技术不受法律保护

作为技术密集型企业，光云科技报告期内研发费用分别为3,625.56万元、5,177.05万元、 8,334.12万元，占同期营业收入的比例分别为13.82%、14.45%及17.90%。

虽然光云科技报告期内，逐年增加研发投入，但是其自主研发的核心技术皆为非专利技术，或存在高泄密风险的问题。

据招股书，截止2019年5月16日，光云科技及其子公司仅有一个实用新型专

利技术，该技术为光云科技子公司麦家科技拥有的一种坚持定位的复合型热敏纸。

除此之外，光云科技还拥有6项自主研发的非专利的核心技术。分别包括亿级订单实时处理架构技术、电商领域分词技术、淘宝直通车广告竞价投放技术、电商领域的人工智能详情页生成技术、电商领域的图像前景提取技术、电商 SaaS 应用弹性架构技术。

据招股书披露，2016年至2018年光云科技核心技术产品收入分别为14,546.79万元、17,543.34万元和28,772.49万元，保持了较高的增长趋势，并分别占各期营业收入55.47%、48.95%和61.81%。

同期，公司核心技术产品毛利分别为10,657.70万元、12,557.70万元和20,860.49万元，并分别占各期总毛利的72.42%、61.64%和74.55%，占比较高。

无论是从营收占比，还是毛利占比来看，核心技术对光云科技经营发展有着举足轻重的作用。但是不解的是，光云科技所拥有的6项核心技术为何不申请专利。

非专利技术又称专有技术，它是指不为外界所知、在生产经营活动中已采用了的、不享有法律保护的、可以带来经济效益的各种技术和诀窍。

而专利权则是发明创造人或其权利受让人对特定的发明创造在一定期限内依法享有的独占实施权，是知识产权的一种。

综上，光云科技所拥有的核心技术是不受法律保护，或存在核心技术泄密的风险。

（二）保荐机构核查意见

上述媒体报道内容主要为对已披露招股说明书内容的摘录，未对本次发行上市信息披露的真实性、准确性、完整性提出质疑。

关于发行人销售费用率相关事项，发行人已在本回复之“问题27”中详细回复披露。关于发行人会计差错更正及利润分配相关事项，发行人已在本回复之“问题2”，招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“二、发行人的设立情况”之

“（二）股份公司的设立”，招股说明书“第十节 投资者保护”之“二、股利分配政策”之“（二）报告期内的股利分配情况”中详细披露了相关情况。关于发行人核心技术及知识产权相关事项，发行人已在本回复之“问题7”、招股说明书“第六节 业务与技术”之“五、与业务相关的主要固定资产及无形资产”及“六、发行人的生产技术及研发情况”中详细披露。

（本页无正文，为杭州光云科技股份有限公司《关于杭州光云科技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之回复》之盖章页）

杭州光云科技股份有限公司

2019 年 12 月 3 日

（本页无正文，为中国国际金融股份有限公司《关于杭州光云科技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之回复》之签章页）

保荐代表人：

程　超　　赵　言

中国国际金融股份有限公司

2019 年 12 月 3 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读杭州光云科技股份有限公司本次审核问询函回复报告的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复中不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长、法定代表人：

沈如军

中国国际金融股份有限公司

2019 年 12 月 5 日