关于北京金山办公软件股份有限公司

首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的

审核问询函的回复

大华核字[2019]004527 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants（Special General Partnership）

关于北京金山办公软件股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的
审核问询函的回复

目　　录　　页　次

一、　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的回复　1-344

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的回复

大华核字[2019]004527 号

上海证券交易所：

由中国国际金融股份有限公司转来的《关于北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函》上证科审（审核）[2019] 227 号（以下简称“审核问询函”）奉悉。大华会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“本所”或“我们”）已对审核问询函中所提及的北京金山办公软件股份有限公司（以下简称“金山办公股份”、“本公司”或“公司”）财务事项进行了审慎核查，现汇报如下[注]：

[注] 本审核问询函回复中若出现合计数与各分项数据直接相加之和在尾数上存在差异的情况，系四舍五入所致；可比公司数据来源于各公司年度报告、招股说明书等。

问题九、招股说明书披露，公司是国内领先的办公软件和服务提供商，所处软件行业发展速度和技术更新较快，但海外竞争对手仍处于优势地位。以公司为代表的国产办公软件企业通过提高兼容性和保持产品创新性，不断研究用户需求、优化用户体验，凭借更灵活的定价策略和更定制化、个性化的服务，不断扩大办公软件桌面市场份额。

请发行人补充披露：（1）结合与招股说明书所述行业内主要竞争企业在经营模式（盈利模式、研发模式、销售模式、收费模式）、主要核心技术先进性、研发团队规模及研发能力、研发投入总额及占比、主要技术创新机制、模式创新性、研发技术产业化情况、公司规模、市场份额等方面的对比分析，进一步披露公司的相对竞争优势及劣势；（2）报告期内办公软件的市场规模变动情况，并结合办公软件的市场规模、销售价格及报告期内公司主要产品的销售价格及销售量，披露公司及行业内主要竞争办公软件市场份额变动的原因及合理性；（3）发行人主要产品是否存在操作系统与办公软件打包出售原因导致市场占有率大幅下降的风险以及发行人拟采取的措施。

请保荐机构、申报会计师核查并发表核查意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露：

1、结合与招股说明书所述行业内主要竞争企业在经营模式（盈利模式、研发模式、销售模式、收费模式）、主要核心技术先进性、研发团队规模及研发能力、研发投入总额及占比、主要技术创新机制、模式创新性、研发技术产业化情况、公司规模、市场份额等方面的对比分析，进一步披露公司的相对竞争优势及劣势；

公司自成立以来，主要产品线从桌面产品向多平台全线产品延伸，商业模式从传统办公软件产品使用授权向办公服务订阅、互联网信息推广多模式发展，通过经营模式、研发能力以及创新机制的不断优化来持续提升企业竞争力，通过产品及服务服务广大用户，不断扩大办公领域市场份额。

公司的主要竞争对手及竞品包括微软-Microsoft Office、谷歌-G Suite、苹果

-iWork、永中-永中 Office 和中标-中标普华 Office。由于可比公司并未对外公开披露其办公软件业务相关信息，公司结合自身情况从各维度分析、阐述竞争实力，具体情况如下：

（1）业务形态的转变和经营模式的创新，让公司盈利模式更加丰富

从经营模式角度看，公司的 WPS Office 办公软件产品从仅适配 Windows 平台，快速发展为全平台兼容，并从办公软件生产商转型为办公软件产品及互联网办公服务提供商；从盈利模式来看，公司从较为单一的产品 License 授权销售模式发展为“办公软件产品使用授权+办公服务订阅+互联网广告推广”的综合销售模式，与其他竞争对手的仅为“个人用户免费+企业授权收费”或“服务订阅收费”等销售模式相比，公司的经营模式更富多元性及创新性。

公司的部分竞争企业存在操作平台与办公软件具有捆绑效应的情况。但随着多平台适配软件成为主流，以及移动端的兴起，与操作平台的捆绑效应反而会限制办公软件的自身发展。公司重视产品在各平台的兼容能力以及销售推广，目前已经可以兼容主流桌面、移动系统，以及国产 Linux 平台。公司 WPS Office 产品曾获“Google Play 年度最佳应用”和“App Store 年度精选”，在移动系统平台的优势尤其明显。

（2）公司研发模式变革和研发能力的提升，让产品能够快速响应客户需求

从研发团队方面看，截止 2018 年 12 月，公司技术人员 1,410 人，占公司总人数 73.78%，研发人员大多为电子信息、软件工程相关的专业人才，公司核心技术人员主导和参与多个国家级重大专项课题，人才优势在国内非常明显。从研发能力方面看，公司研发团队在三十余年来始终专注服务于办公软件领域，在为国内政府机关和企事业单位的信息化建设的服务过程中，公司建立了一支专注为各行业、客户群体提供办公服务的业务及技术专家队伍。从研发投入来看，公司报告期内研发费用分别为 21,393.58 万元、26,600.80 万元、42,753.58 万元，呈快速增长趋势，研发费用占营业收入的比例分别为 39.43%、35.31%及 37.85%。从研发模式创新性看，公司已经形成交互式研发模式、矩阵式项目研发管理模式、通用模块化研发模式等成熟研发模式，将 30 余年的研发经验融会贯通，有效提升研发效率。从技术创新机制看，公司从原有的“产品驱动研发”机制，逐渐形成“客

户驱动研发、产品服务客户”的良性循环机制，积极响应客户需求，重点提升用户体验；制定了激励员工创新的奖励政策和管理办法，持续激励员工进行技术创新。公司每年会不定期邀请业界专家对员工进行专利挖掘、知识拓展等方面的专业培训，让员工能够不断地从研发过程中进行发明创造。从研发技术产业化情况看，公司持续聘用新兴技术专家和优秀科研人员加入研发团队，从而充分了解信息系统技术及未来技术发展趋势，能够针对不同政府机构和行业需求提供办公云服务及安全协作的全方位解决方案，研发出切合各行业客户需求的产品，顺应各行业办公发展趋势，确保研发成果高效产业化。

（3）积极参与重大专项课题的研制，让公司持续保持核心技术竞争力，不断提升市场份额

公司多次承担了国家“核高基”、电子发展基金、863 科技计划等多个重大专项课题的研发和产业化推广任务，通过专注对办公领域的技术突破，使 WPS Office 系列产品和服务不断的进行迭代更新，目前产品已在国家“十二五”、“十三五”期间多项重大示范工程项目中完成成果应用和产业化推广，并在国家党政机关和事业单位中建立了示范效应。报告期内，公司经营规模不断扩大，营业收入分别为 54,252.27 万元、75,326.50 万元及 112,968.11 万元，2017 年度较 2016 年度，2018 年度较 2017 年度营业收入增幅分别为 38.84%和 49.97%。根据中国基础办公软件用户规模及公司注册用户数量统计，报告期内公司 WPS Office 办公软件用户占国内办公市场用户总规模的 27.81%、38.40%及 42.75%，呈不断上升趋势，遥遥领先于其他国内办公软件厂商，并与国际主流办公软件厂商共同竞争市场，随着公司技术实力的进一步提升及服务体系的进一步完备，市场份额将进一步扩大。

2、报告期内办公软件的市场规模变动情况，并结合办公软件的市场规模、销售价格及报告期内公司主要产品的销售价格及销售量，披露公司及行业内主要竞争办公软件市场份额变动的原因及合理性；

根据计世资讯数据显示，2016 年至 2018 年，中国基础办公软件用户规模分别为 5.97 亿、6.25 亿及 6.55 亿，2012 年至 2018 年中国基础办公软件用户规模复合增长率达到 6.8%，未来的国内办公软件用户数量及市场规模呈持续上升趋势。

报告期内，公司 WPS Office 桌面版本的官方售价为 1,998 元，在实际销售过

程中，根据销售模式不同、客户行业不同、版本功能的不同，软件授权价格亦会有所差异，关于办公软件授权销售价格的具体分析请见本回复 16 题说明部分之 2。2016 年至 2018 年，公司办公软件产品使用授权业务共销售标准版本数量授权 40.82 万套、49.00 万套及 57.02 万套（2016 年至 2018 年，标准版本收入总额占数量授权收入总额的 80.17%、86.86%及 88.37%，可以代表软件产品整体的量价变动趋势）；报告期内个人订阅服务中 WPS 会员的标准定价为 WPS 会员（包含超级会员）每月 15 元（超级会员为 30 元）、稻壳会员价格每月 20 元，报告期内 WPS 会员、稻壳会员合计付费会员数分别为 205.09 万、544.88 万及 933.01 万。

报告期内，行业内主要竞争企业并未披露其在国内办公软件市场所占份额。根据中国基础办公软件用户规模及公司注册用户数量统计，报告期内公司 WPS Office 办公软件用户占国内办公市场用户总规模的 27.81%、38.40%及 42.75%，呈不断上升趋势，遥遥领先于其他国内办公软件厂商，并与国际主流办公软件厂商共同竞争市场。从公司主营业务收入来看，报告期内别为 54,199.18 万元、75,326.29 万元及 112,954.42 万元，呈快速增长趋势，且办公软件产品使用授权业务、办公服务订阅业务及互联网广告推广服务收入皆呈逐年上升趋势，与公司各业务类型产品及服务的销售数量的变化趋势保持一致，印证了公司占国内办公软件市场份额逐年上升具有合理性。

3、发行人主要产品是否存在操作系统与办公软件打包出售原因导致市场占有率大幅下降的风险以及发行人拟采取的措施。

报告期内，公司不存在操作系统与办公软件打包出售的情况。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、查找行业内主要竞争企业的公开披露信息，收集、整理公司经营模式、主要核心技术先进性、研发团队规模及研发能力、研发投入总额及占比、主要技术创新机制、模式创新性、研发技术产业化情况、公司规模、市场份额等方面信息，进一步分析公司的相对竞争优势及劣势；

2、收集、分析办公软件的市场规模变动情况相关资料，结合报告期内公司

主要产品的销售价格及销售量，分析公司市场份额变动的原因及合理性。

核查意见：

经核查，我们认为公司占国内办公软件市场份额逐年上升具有合理性；公司不存在操作系统与办公软件打包出售的情况。

问题十三、招股说明书披露，2018 年 12 月，公司主要产品月度活跃用户数（MAU）超过 3.10 亿，其中 WPS Office 桌面版月度活跃用户数超过 1.20 亿；WPS Office 移动版月度活跃用户数超过 1.81 亿，已经成为国内市场中月活跃用户第一位的移动端办公软件产品；发行人其他产品（如金山词霸等）月度活跃用户数接近 0.10 亿。

请发行人补充披露：（1）该数据的来源及同类办公软件的相关数据对比；（2）报告期内办公软件产品使用授权及办公服务订阅模式月度活跃用户数、付费用户数、免费用户数及其变化情况。

请发行人说明：（1）付费用户数变化情况与办公软件产品使用授权收入变化的匹配关系；（2）发行人免费用户的获取方式、对应的获取成本及在报表中列报情况、各类获取方式获取的免费用户的数量、与报告期内免费用户数变化之间的匹配关系；（3）是否存在预装软件、捆绑销售、免费广告互换、免费流量互换等以较低的财务成本获取免费用户的方式，如有，请详细说明各类获取用户的具体方式、获取的用户数量、相应会计处理的合规性及对报告期经营成果的影响。

请保荐机构、申报会计师核查并发表核查意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露：

1、该数据的来源及同类办公软件的相关数据对比

报告期内，WPS Office 桌面版及移动版（Android）月活数据主要取自金山办公股份自有服务器；WPS Office 移动版（IOS）月活数据主要取自第三方平台 Flurry。

考虑到自有服务器数据便于全球去重，并与第三方数据例如友盟、小米统计等不存在明显差异，因此 WPS Office 桌面版及移动版（Android）月活数据以自有

数据去重后为准；同时，由于 IOS 用户行为数据隐私管理限制，WPS Office 移动版（IOS）以第三方平台 Flurry 为准。

报告期内，金山办公股份同类办公软件主要为微软的 Microsoft Office 及 Office 365 系列软件，根据微软披露的 2018 年报（财年起始点为 2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日），Office 365 的订阅数约为 3,140 万，未披露其月活数据。

2、报告期内办公软件产品使用授权及办公服务订阅模式月度活跃用户数、付费用户数、免费用户数及其变化情况

报告期内，公司办公软件产品主要包括 WPS Office 及金山词霸，其中：

（1）总月度活跃用户数=产品付费月度活跃用户数+产品免费月度活跃用户数，包括 PC 端及移动端；

（2）付费月度活跃用户数=词霸业务月度活跃用户数+WPS 会员月度活跃用户数+稻壳会员月度活跃用户数，同类付费业务的付费月度活跃用户数已做去重处理；因付费用户可能为多种业务付费，属于性质不同的会员服务，因此付费月度活跃用户数未做去重处理；

（3）免费月度活跃用户数=除付费业务以外各类免费产品的月度活跃用户数，已做去重处理。

月度活跃用户数、付费用户数、免费用户数及其月度变化情况如下：

单位：万个

时间	2016 年度			2017 年度			2018 年度		
	总月度活跃用户数	付费月度活跃用户数	免费月度活跃用户数	总月度活跃用户数	付费月度活跃用户数	免费月度活跃用户数	总月度活跃用户数	付费月度活跃用户数	免费月度活跃用户数
1 月	16,920.83	11.84	16,908.99	19,939.70	93.52	19,846.18	24,984.94	253.26	24,731.67
2 月	15,622.57	14.08	15,608.49	20,338.67	115.51	20,223.16	22,294.02	246.94	22,047.08
3 月	18,610.05	20.29	18,589.76	21,976.55	136.93	21,839.62	26,278.78	283.47	25,995.31
4 月	19,006.19	24.87	18,981.32	22,155.84	151.80	22,004.03	26,826.35	305.22	26,521.13
5 月	19,538.37	30.95	19,507.42	22,458.34	167.39	22,290.95	27,646.59	337.83	27,308.76
6 月	19,890.37	33.48	19,856.89	22,827.96	184.11	22,643.85	28,004.21	341.32	27,662.88
7 月	19,110.04	34.63	19,075.42	21,648.34	187.94	21,460.39	27,011.19	349.37	26,661.83
8 月	18,850.12	38.83	18,811.30	21,608.74	195.71	21,413.03	26,503.82	355.98	26,147.84
9 月	20,274.16	48.22	20,225.94	23,731.92	227.38	23,504.54	28,687.48	382.25	28,305.23
10 月	20,583.64	57.10	20,526.54	24,418.83	238.85	24,179.98	29,817.62	406.31	29,411.31
11 月	21,648.09	65.57	21,582.52	25,323.62	265.16	25,058.46	31,393.15	426.14	30,967.02
12 月	21,843.76	77.80	21,765.95	25,480.93	271.33	25,209.60	31,010.97	481.17	30,529.80

（二）说明

1、付费用户数变化情况与办公软件产品使用授权收入变化的匹配关系

报告期内，公司办公软件产品使用授权业务主要分为数量授权及场地授权，客户多为银行、保险、政府、军工、大型国企集团等机构客户，同时，一般情况下上述客户的内网网关有较为严格的保密性，较难获取该等付费机构客户的员工具体使用情况，因此，办公软件授权本质上仍为线下业务，与线上免费用户及付费用户无关。

付费个人用户主要与个人客户订阅服务业务及词霸业务相关，其中个人客户订阅服务主要为提供 WPS 会员、稻壳儿会员服务。相关业务的付费月度活跃用户数如下表所示：

（1）个人客户服务订阅业务

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
个人订阅整体维度	销售额（付款订单额，元）	447,820,714.65	201,571,982.44	53,341,041.41
	付款订单数（个）	18,131,761	8,569,985	2,754,740
	每订单金额（元）	24.70	23.52	19.36
	支付用户数（个）	8,558,122	5,448,832	2,323,613
	消费频次	2.12	1.57	1.19
	ARPPU（元）	24.28	24.13	21.69

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司个人订阅业务（不包含词霸业务）分别实现收入 4,561.97 万元、13,366.46 万元和 33,888.82 万元，占相应期间公司主营业务收入总额比例分别为 8.41%、17.74%和 30.00%。

报告期内个人客户购买办公订阅服务的金额和人数增长幅度较大，主要与 WPS 产品月活用户向付费用户转化的比例上升有关，具体情况如下：

1）WPS 产品付费用户转化率趋势分析

2）稻壳儿产品付费用转化率趋势

由上图可见，金山办公股份的 WPS 和稻壳儿付费用户的转化率在报告期内呈快速增长的趋势，原因为：1）WPS 会员服务类型的完善和付费渠道的改进。PC 端在报告期内先后增加了 WPS 云字体、数据恢复、文档修复、图片边框、PDF 转 DOC、OCR 识别、图片转 PDF 等特权；移动端在报告期内先后增加了 WPS 云服务、图片分享、云字体、文档瘦身、共享播放、文档恢复、阅读背景、演讲实录、PDF 签名等功能。上述功能的完善使得 WPS 会员使用体验大幅改善，进而付费用户数量不断上升。此外，通过场景优化，金山办公股份缩短了用户使用功能到付费时的行为轨迹，如电脑端早期需单独打开浏览器支付、后期仅需在 WPS 软件内扫码支付，移动端中用户点击某功能按键时即直接跳转至付费界面，提升了用户的付费转换率。2）稻壳儿会员商业模式的拓展、精品文档内容的拓展和垂直行业的精准推送。2017 年以前稻壳儿均采用预充值分次单独购买模板的商业模式，单价相对高因此付费用户粘度相对低，2017 年 1 月正式引入以月度付费购

买的稻壳儿会员体系，支付特定月费/年费后用户即可享受一定数量模板的免费下载、优选模板八折购买等特权，该模式对用户有较大吸引力；稻壳儿模板提供方原以个人为主，相对系统性弱、模板增长量不高，报告期内公司逐步引入会计学堂、学科网、HRbar、阿斯达等多家不同行业领域的机构进驻和大 IP 的加盟，使得精品文档内容不断拓展；另外，公司还逐步采用 AI 平台提供的精准数据，识别用户偏好，向用户精准推送行业模板，提高付费转化率。

（2）词霸业务

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
词霸整体维度	销售额（付款订单额，元）	30,169,188.91	15,873,037.67	3,308,955.31
	付款订单数（个）	393,593	262,908	438,354
	每订单金额（元）	76.65	60.37	7.55
	支付用户数（个）	288,973	190,077	243,252
	消费频次	1.36	1.38	1.80
	ARPPU（元）	104.40	83.51	13.60

其中：

每订单金额=销售额÷付款订单数；

消费频次=付款订单数÷支付用户数；

ARPPU=销售额÷支付用户数=每订单金额×消费频次；

2016 年度及 2017 年度，公司词霸业务分别实现收入 269.04 万元、1,419.04 万元，占相应期间公司主营业务收入总额比例分别为 0.50%及 1.88%。由上表可见，2017 年度虽然支付用户数量有所下降，但随着 ARPPU 的提升，词霸业务的销售额显著增长，具体原因如下：

1）从产品角度：公司不断完善产品的功能及服务体验，例如 2016 年底开始陆续改善词霸读书服务包括增加四六级/雅思/托福/GRE 词汇高亮标记并添加生词本功能、夜间/日间模式、点击取词功能等；2017 年 3 月，推出词霸增值—会员服务包括书城会员（388 元/年）、课程会员（798 元/年）等；推出读书主题系列（名家专场、等级牛津有声书、等级中英双语书等）及课程组合系列（考试特惠系列、音标/拼读技巧系列、语法入门系列、日韩系列等）。产品不断多元化及服务功能

不断改善，有效提升了用户的付费意愿。

2）从运营角度：产品提价：2016 年是词霸付费业务的初始阶段，为了提升老用户的付费转化，产品定价较低（例如，电子书单本定价区间一般为 0-9.9 元）且经常推出特价优惠活动；2016 年底开始，随着用户付费习惯的不断养成及产品功能、类型的不断完善，开始逐步进行产品提价（例如，电子书单本定价区间提升为 15.9-29.9 元之间）；

唤醒活动：金山词霸 APP 中加入观课进度统计及提醒功能，用户购买资源后会引导用户关注金山词霸微信公众号，输入微信提供口令（资源代码）后，通过微信提醒进而提高用户完课率及当期消费；

运营引导：由于金山词霸为功能型产品，运营活动的引导对于提升当期用户的付费效果显著，报告期内金山办公股份主要推出诸如“牛津系列周年庆活动”等产品降价读书活动、“词霸会员日”等增值活动来促进用户付费。

2、发行人免费用户的获取方式、对应的获取成本及在报表中列报情况、各类获取方式获取的免费用户的数量、与报告期内免费用户数变化之间的匹配关系

报告期内，公司 PC 端免费用户的获取方式主要包括官方网站、百度搜索（主要为百度阿拉丁平台）、软件下载站、PC 安全软件管家（主要包括 360 软件管家、QQ 电脑管家、金山毒霸软件管家）等，其中官网网站、百度搜索及 PC 安全软件管家均为公司产品提供免费链接，因此不产生获取成本；移动端免费用户的获取方式主要包括官方网站、应用市场、软件预装（主要为手机预装）等，其中官方网站、应用市场均为公司产品提供免费链接，因此不产生获取成本；而手机预装主要系采用公司以媒体资源置换的方式提供等额的媒体资源进行结算。具体情况如下表：

类型	方式	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
		获取成本（元）	获取激活数量（万个）	获取成本（元）	获取激活数量（万个）	获取成本（元）	获取激活数量（万个）
PC 端	官网	-	2,500.06	-	1,924.72	-	2,663.90
	百度搜索	-	1,676.01	-	1,294.34	-	542.19
	软件下载站	3,611,079.07	5,417.01	3,419,162.16	4,529.75	2,191,426.21	2,783.49
	PC 安全软件管家	-	2,918.14	-	3,867.80	-	5,391.31
移动端	官方网站	-	293.44	-	254.86	-	172.62
	应用市场	-	17,461.04	-	16,314.83	-	15,458.99
	软件预装	1,952,029.53	16,623.03	8,548,788.24	20,221.91	5,299,731.66	18,897.69
当期累计激活数量			46,888.74		48,408.21		45,910.20
当期最后一个月免费用户月活数（万个）			21,765.95		25,209.60		30,529.80
当期新增免费月活用户			5,304.98		3,443.65		5,320.20
新增月活/激活数量			11.31%		7.11%		11.59%

由此可见，当期新增免费月活用户数量与当期累计激活数量变化趋势相匹配，2016 年度，新增月活/激活数量比例较高，主要原因包括：（1）当期公司产品销量及知名度不断提升，以前年度预装或下载用户在当期转化为活跃用户的数量增加；（2）2016 年 9 月，公司开展了沉默用户唤醒活动，例如用户同时下载了金山词霸及 WPS 办公软件，则可以通过用户经常登录的公司软件唤醒用户登录其他使用频次较少的公司软件。

由于 WPS Office 是市场领先的办公软件，且拥有广泛的用户群体（WPS Office 及金山词霸 2018 年末活跃用户为 3.1 亿），其官方网站及百度搜索渠道系用户自然流量产生，并说明如下：

（1）公司官方网站为 http://www.wps.cn/，经 Alexa 网站（http://alexa.chinaz.com）检索其官网流量排名结果为：应用工具网站排名第 2 位，日均浏览量约为 15 万左右（全年浏览量约为 5,475 万）；

（2）根据目前的百度竞价规则，如果存在百度搜索推广行为在搜索页面应标明“推广”字样，检索 WPS Office 相关关键字时不存在前述情形，系百度搜索自然流量；

除官网及百度搜索外，PC 安全软件管家、应用市场及软件预装等免费渠道（软件预装除小米及华为外，其他预装渠道报告期内为免费合作方式）获取激活数量的具体明细情况如下：

PC 安全软件管家						
名称	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比
360 软件管家	1,103.63	37.82%	2,621.25	67.77%	3,285.21	66.01%
QQ 电脑管家	1,497.25	51.31%	1,052.63	27.22%	1,206.29	24.24%
金山毒霸	317.26	10.87%	193.92	5.01%	485.43	9.75%
合计	**2,918.14**	**100.00%**	**3,867.80**	**100.00%**	**4,976.94**	**100.00%**

经主要合作方 360 软件管家及 QQ 电脑管家确认：其分别在 2008 年及 2011 年自然收录 WPS Office 产品并向其自身用户提供下载服务，与金山办公股份系免费合作；同时，360 软件管家及 QQ 电脑管家与金山办公股份及其控股股东、实际控制人、董事、高管、监事等不存在关联关系，亦不存在向金山办公股份及其关联方输送利益的情形。

经金山毒霸确认：其在 2007 年自然收录 WPS Office 产品并向其自身用户提供下载服务，与金山办公股份系免费合作；金山毒霸为猎豹集团旗下产品，金山软件于 2017 年 10 月 1 日之前控制猎豹集团，系金山办公股份关联方；但金山办公股份与金山毒霸的合作模式与 360 软件管家及 QQ 电脑管家相同，猎豹集团不存在向金山办公股份及其关联方输送利益的情形。

应用市场						
名称	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比
Google Play	9,037.04	51.76%	8,973.67	55.00%	9,017.90	58.33%
Apple Store	1,722.44	9.86%	2,063.49	12.65%	2,685.95	17.37%
腾讯应用宝	1,823.00	10.44%	1,327.39	8.14%	944.26	6.11%
vivo 应用市场	501.23	2.87%	1,170.14	7.17%	1,366.59	8.84%
百度开发者中心	765.98	4.39%	588.88	3.61%	244.09	1.58%
360 手机助手	634.36	3.63%	465.52	2.85%	214.33	1.39%
魅族市场	444.42	2.55%	450.94	2.76%	294.33	1.90%
豌豆荚	375.03	2.15%	271.35	1.66%	132.41	0.86%
淘宝应用商城	146.31	0.84%	54.11	0.33%	2.37	0.02%
搜狗应用市场	26.03	0.15%	45.20	0.28%	20.76	0.13%
其他	1,985.22	11.37%	904.13	5.54%	535.99	3.47%
合计	**17,461.04**	**100.00%**	**16,314.83**	**100.00%**	**15,458.99**	**100.00%**

上述合作应用市场中，除腾讯应用宝外，其他主要应用市场因内部管理原因不对外回函或邮件确认。腾讯应用宝确认如下：其在 2011 年与金山办公股份开展免费合作，与类似产品合作模式无明显差异；同时，腾讯应用宝与金山办公股份及其控股股东、实际控制人、董事、高管、监事等不存在关联关系，亦不存在向金山办公股份及其关联方输送利益的情形。

手机预装						
名称	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比	获取激活数量（万个）	占比
小米	3,752.98	22.58%	2,932.19	14.50%	3,665.77	19.40%
华为	3,630.97	21.84%	5,779.07	28.58%	7,124.05	37.70%
OPPO	4,531.91	27.26%	8,085.28	39.98%	5,260.38	27.84%
印度 MicroMax	552.98	3.33%	360.40	1.78%	47.60	0.25%
联想	426.17	2.56%	222.32	1.10%	82.91	0.44%
金立	388.09	2.33%	215.70	1.07%	182.76	0.97%
中兴	224.75	1.35%	122.61	0.61%	81.84	0.43%
海信	174.75	1.05%	81.97	0.41%	23.30	0.12%
TCL	232.22	1.40%	135.52	0.67%	106.09	0.56%
海尔	91.72	0.55%	37.31	0.18%	15.57	0.08%
中国移动	35.47	0.21%	16.28	0.08%	3.49	0.02%
酷派	31.38	0.19%	15.43	0.08%	0.93	0.00%
其他（面向芯片商、方案商的白牌机及中小品牌厂商）	2,549.65	15.34%	2,217.83	10.97%	2,303.00	12.19%
合计	**16,623.03**	**100.00%**	**20,221.91**	**100.00%**	**18,897.69**	**100.00%**

经华为确认：其选择金山办公股份作为合作方及定价安排主要系其内部评审确定；同时，华为与金山办公股份及其控股股东、实际控制人、董事、高管、监

事等不存在关联关系，亦不存在向金山办公股份及其关联方输送利益的情形。

经 OPPO 确认：选择金山办公股份作为合作方主要系其移动办公软件有需求，且合作之初 Office 软件大多是阅读文档免费/编辑文档收费模式，但是 WPS Office 是完全免费的产品且产品体验优质，对于提升 OPPO 用户体验及推广效果也较为有利，因此一直与金山办公股份保持免费合作关系；同时，OPPO 与金山办公股份及其控股股东、实际控制人、董事、高管、监事等不存在关联关系，亦不存在向金山办公股份及其关联方输送利益的情形。

3、是否存在预装软件、捆绑销售、免费广告互换、免费流量互换等以较低的财务成本获取免费用户的方式，如有，请详细说明各类获取用户的具体方式、获取的用户数量、相应会计处理的合规性及对报告期经营成果的影响

如前所述，报告期内公司存在通过软件预装获取免费用户的情形，具体数量及获取成本如下：

单位：人民币万元

方式	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	获取成本	获取激活数量（万个）	获取成本	获取激活数量（万个）	获取成本	获取激活数量（万个）
软件预装	195.20	16,623.03	854.88	20,221.91	529.97	18,897.69

（续）

单位：人民币万元

软件预装合作厂商	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	获取成本	获取激活数量（万个）	获取成本	获取激活数量（万个）	获取成本	获取激活数量（万个）
小米	195.20	3,752.98	804.87	2,932.19	466.64	3,665.77
华为		3,630.97	50.01	5,779.07	63.34	7,124.05
OPPO		4,531.91		8,085.28		5,260.38
印度 MicroMax		552.98		360.40		47.60
联想		426.17		222.32		82.91
金立		388.09		215.70		182.76
中兴		224.75		122.61		81.84
海信		174.75		81.97		23.30
TCL		232.22		135.52		106.09
海尔		91.72		37.31		15.57
中国移动		35.47		16.28		3.49
酷派		31.38		15.43		0.93
其他（面向芯片商、方案商的白牌机及中小品牌厂商）		2,549.65		2,217.83		2,303.00
合计	**195.20**	**16,623.03**	**854.88**	**20,221.91**	**529.97**	**18,897.69**

2011 年，WPS 移动版发布时，当时微软尚未发布 Office 移动版本且市场上的其它同类产品普遍为收费预装产品，即对手机厂商收取授权费用。为快速推广 WPS 移动版，公司在业界率先采用免费策略与手机厂商达成预装合作（免费预装服务持续至 2015 年），产品品质及市场策略双重优势实现 WPS 移动版市场份额快速扩张。尔后，其它移动 Office 产品逐步转化为产品免费模式，产品推广渠道变得更为重要，因此手机厂商等推广渠道的行业地位发生了根本性变化。在原免费预装合同陆续到期后，WPS 移动版也改为付费或未来分成等方式与小米、华为等优质手机厂商延续预装合作。

报告期内，公司与北京小米移动软件有限公司、广州小米信息服务有限公司（以下均简称“小米”）合作获取免费用户的详细情况如下：

公司与小米于 2016 年开始终端预置合作，双方签订终端预置合作及软件许可协议，约定由小米在其许可产品终端上预装 WPS 软件，按实际安装量结算（即 0.1 元/次安装），公司以媒体资源置换的方式提供等额的媒体资源供小米使用。2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司通过小米预装软件方式获取的用户数量如下：

单位：人民币万元

时间	预装数量	激活用户总量	占比
2016 年 7-12 月	2,069.15	1,671.44	80.78%
2017 年度	8,531.64	2,932.19	34.37%
2018 年度	4,946.34	3,665.77	74.11%
合计	**15,547.13**	**8,269.40**	**53.19%**

其中，2016 年 7-12 月激活比较高主要原因在于 2016 年 9 月，公司开展了沉默用户唤醒活动，例如用户同时下载了金山词霸及 WPS 办公软件，则可以通过用户经常登录的公司软件唤醒用户登录其他使用频次较少的公司软件。

根据协议，小米为公司提供预装 WPS 软件服务以及公司为小米提供互联网广告服务实质上为两项独立的业务，且具有单独的计价体系，应分别作为预装服务采购和互联网推广收入核算。

公司采购小米预装服务系市场拓展行为，目的主要是为了获取用户。2016 年、2017 年及 2018 年，小米预装数量分别为 2,069.15 万台、8,531.64 万台及 4,946.34 万台，按照协议约定的单价，公司分别确认销售费用-宣传推广费用 195.20 万元、

804.87 万元及 466.64 万元；作为小米预装服务的对价，公司需为小米提供等额的互联网广告推广服务，公司根据协议约定的刊例价，在完成约定的互联网广告推广业务并经对方确认后，计入营业收入-互联网广告推广服务。由于双方在协议中约定了净额结算条款，该项业务不会产生现金收付，两项业务分别产生的债权债务根据业务发生进度相互抵消。

公司与小米通过预装软件以及免费广告互换业务对报告期的经营成果影响如下：

单位：人民币万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
公司为小米提供的互联网广告服务	词霸开屏 5 天；WPS 启动封面 5 天	2017 年 2 月启动封面、7 月启动封面、弹泡（TIPS）25,000 次	启动封面 83,000 次、弹泡（TIPS）160,191 次
互联网广告推广收入	124.43	92.45	771.60
小米预装 WPS 数量（万台）	2,069.15	8,531.64	4,946.34
销售费用	195.20	804.87	466.64
对利润总额的影响	-70.77	-712.42	304.97

报告期内，小米为公司提供预装软件业务的总体进度快于公司为小米提供的互联网推广业务，导致该项业务 2016 年、2017 年及 2018 年对公司利润总额的影响分别为-70.77 万元、-712.42 万元及 304.97 万元。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、访谈金山办公股份业务人员了解月度活跃用户数的具体定义，并获取报告期内相关业务月度活跃用户数、付费用户数、免费用户数及其变化情况表；

2、结合报告期内付费用户数变化情况对金山办公股份相关业务收入变化与付费用户数变化匹配关系进行分析；

3、访谈金山办公股份业务人员了解免费用户的获取方式，获取报告期内公司通过各类获取方式获取的免费用户的费用明细表及会计凭证等资料；

4、检查金山办公股份报告期内为获取免费用户而签订的业务合同了解其合作内容及结算方式，根据相关费用明细表并结合企业相应会计处理分析其会计处理合规性及对报告期经营成果的影响。

核查意见：

经核查，我们认为金山办公股份报告期内付费用户数变化情况与相关付费业务收入变化匹配；金山办公股份报告期内通过预装软件等方式获取免费用户的会计处理合规。

问题十四、招股说明书披露，根据软件行业现有趋势来看，未来整个企业级办公市场中，免费和收费产品将长期共存，中小企业以及创业团队需要免费的产品降低运营成本；大型企业和高端客户希望通过付费方式，使所购买的产品和服务有良好安全保障。办公软件授权模式下，发行人销售 WPSOffice 桌面版标准定价为 1,998 元，办公服务订阅模式中，公司为中小企业级客户提供网上年度订阅服务，目前收费标准为商业版 365 元/人/年，高级商业版 599 元/人/年。

请发行人补充说明：（1）当前企业级办公软件市场中免费和收费的比例、功能差异和历史变动趋势；（2）针对组织机构客户，授权模式定价 1998 元，而订阅模式为 365 元/人/年和 599 元/人/年，请说明提供服务的差别及定价的依据。

请保荐机构、申报会计师核查并发表核查意见。

一、审核问询函答复：

（一）说明

1、请发行人补充说明当前企业级办公软件市场中免费和收费的比例、功能差异和历史变动趋势。

根据国家统计局数据显示，截至 2018 年末我国企业法人单位数达到 18,097,682 家，随着我国信息化程度的不断加深，办公软件在企业中应用程度逐渐提高。2016 年至 2018 年，公司办公软件产品使用授权业务共销售标准版本数量授权 40.82 万套、49.00 万套及 57.02 万套，与市场容量相比有巨大的提升空间。

根据公开信息显示，与公司类似的企业级办公软件的供应商主要向企业客户提供付费软件和增值服务，尚未提供免费版本，无法统计占比情况。

公司为支持中小企业发展，协助中小企业塑造良好的办公环境，在办公服务订阅模式下根据市场情况向中小企业提供 WPS+免费注册服务，企业注册后，其员工可使用免费版本 WPS Office 及部分增值服务。公司为有协同办公、存储需要、

文档安全需求等进一步办公需求的中小企业提供付费版本，企业可以通过付费订阅供员工使用激活付费功能。报告期内，随着付费版本的功能不断丰富，付费版本的价格有所上调；同时随着订阅服务模式逐渐在国内被接受，市场付费环境逐渐步入正轨，公司目前虽然仍旧不定期开放免费的中小企业订阅注册，但未来可能逐渐向收费模式合理演进。

2、针对组织机构客户，授权模式定价 1998 元，而订阅模式为 365 元/人/年和 599 元/人/年，请说明提供服务的差别及定价的依据。

在授权范围方面，办公软件使用授权一般授权客户使用某一产品版本，对于新增产品则需要重新取得授权；办公服务订阅客户在订阅期间，可以在线持续获得产品升级。

在产品功能方面，办公软件使用授权授予客户WPS Office软件的使用权、云存储、云协作等增值服务需单独购买；办公服务订阅中小机构客户除了WPS Office的使用权，同时可以获得云存储、云协作等增值服务。

订阅模式下365元/人/年和599元/人/年的分别为商业版和高级商业版。高级商业版与商业版的区别主要为：云文档空间容量从1T增加至5T、云文档网页批量下载大小从500M增加至1G、云文档团队数量从300个增加至500个、安全团队从300个增加至500个、安全文档操作权限设置从50个增加至100个、增加一对一客户服务。

授权模式下桌面版标准定价为1,998元，此价格为公司根据行业经验、竞品售价情况以及对自身产品的定位对产品进行的建议售价，在实际业务中，会根据客户的行业属性、功能需求等差异对价格进行调整。

办公服务订阅业务模式下，公司根据提供功能和服务的丰富程度对产品进行定价。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、访谈公司相关业务人员，取得公司产品的详细资料，对公司产品进行了解；

2、检查报告期内公司针对大型机构办公软件订阅服务及针对中小型客户订阅服务的相关合同，了解销售的业务流程、服务内容的差异；

3、检查报告期内公司针对软件使用授权销售业务的相关合同，了解服务内容。

经核查，我们认为，公司向免费用户和付费用户提供服务的功能差异合理，符合企业级办公软件市场的发展趋势；公司向组织机构客户提供的不同服务模式根据内容不同进行了差别化定价，定价的依据合理。

问题十五、请发行人披露：（1）办公服务订阅模式、稻米充值服务的收费渠道情况，包括但不限于渠道名称及运营主体，各个收费渠道对应的收费金额、到账时间、发行人对收费渠道的控制；（2）报告期内办公服务订阅模式个人客户和机构客户区域分布情况、数量、与该类收入区域分布的匹配性分析；（3）是否存在发行人与客户关于收费内容和结果不一致的情况或纠纷及其解决情况，如有，请披露。

请发行人说明：（1）报告期采用的财务系统名称；（2）业务系统与财务系统的对接情况（自动对接/人工对接），财务系统引用业务系统数据的流程及关键控制环节。

请保荐机构和申报会计师核查上述事项并对发行人财务系统所引用的业务系统数据是否真实、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是否真实、准确、完整，与信息系统运行相关的关键内部控制的有效性发表明确意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、办公服务订阅模式、稻米充值服务的收费渠道情况，包括但不限于渠道名称及运营主体，各个收费渠道对应的收费金额、到账时间、发行人对收费渠道的控制；

（1）个人服务订阅和稻米业务

报告期内，购买办公服务订阅业务的个人用户向公司付费的渠道包括微信、

支付宝、Apple Pay 等，具体情况如下表所示：

序号	渠道名称	运营主体	金额（万元）		
			2016 年度	2017 年度	2018 年度
1	微信	财付通支付科技有限公司	2,677.28	12,527.96	30,637.22
2	支付宝	支付宝（中国）网络技术有限公司	2,879.64	8,100.76	12,557.84
3	Apple Pay	Apple Inc.	108.08	1,115.79	4,948.83
4	银联	中国银联	-	-	25.83
合计			**5,665.00**	**21,744.50**	**48,169.72**

报告期内，用户通过微信、支付宝渠道购买稻米，具体情况如下表所示：

序号	渠道名称	运营主体	金额（万元）		
			2016 年度	2017 年度	2018 年度
1	微信	财付通支付科技有限公司	426.31	386.90	41.88
2	支付宝	支付宝（中国）网络技术有限公司	520.67	426.17	32.20
合计			**946.98**	**813.07**	**74.08**

报告期内，用户向第三方支付平台付款后，由公司通过手动提现方式提取款项，或第三方支付平台向公司自动转账。根据第三方支付平台的转账速度和每次转账金额，一般到账时间为三至五个工作日，具体如下表所示：

序号	渠道名称	提现频率
1	微信	后台设置 T+1 或 T+7 自动转账到银行账户；或后台设置次月手动提现到银行账户
2	支付宝	次月手动提现到银行账户
3	Apple Pay	次月自动打款到银行账户
4	银联	每日自动转账到银行账户

公司与第三方支付平台签订了合同，对双方的权利义务进行了约定。公司在提现时与第三方支付平台提供的账单进行核对，以保障提现金额准确。

公司的收费渠道均为应用广泛的互联网支付渠道，运营主体为与公司无关联关系的第三方机构，公司无法对收费渠道进行控制，收费渠道的运营主体无法控制公司的收费方式。

（2）机构服务订阅

报告期内，大型机构服务订阅客户与公司按照合同或协议约定通过银行转账付款。中小机构订阅客户通过在公司网站上注册后提交订单和线下订单系统下单两种方式购买，网站注册的客户通过微信和支付宝渠道付款，线下订单系统下单的客户按照合同或协议约定通过银行转账付款。

2、报告期内办公服务订阅模式个人客户和机构客户区域分布情况、数量、与该类收入区域分布的匹配性分析；

（1）个人订阅

个人客户通过第三方支付平台向公司付费，公司通过定期提现的方式从第三方平台批量提取客户支付的款项。据公司的收入确认原则，报告期内办公服务订阅模式下，个人客户购买 WPS 会员、稻壳会员等订阅业务的，公司根据客户购买的服务订阅期间分期确认收入，在分摊期间，公司无法对所有用户的区域分布、数量和对应收入的区域划分进行精确匹配。但考虑到办公订阅服务个人客户购买服务的充值金额与当期确认收入金额的比例较为稳定，用户的订单金额区域分布在一定程度上可以较好地反映该类型收入的区域分布。

公司的业务系统可以对部分个人客户支付时的 IP 地址进行解析从而判断其所在地区，我们获取了公司业务系统解析到的国内部分 IP 地址区域数据，具体情况如下表所示：

2018 年度				
地区	用户数量	占比	订单金额（元）	占比
华北	874,899	12.09%	49,801,203	12.76%
华中	820,058	11.34%	42,114,831	10.79%
华东	2,295,347	31.73%	127,659,583	32.72%
华南	1,088,444	15.04%	62,219,748	15.95%
西北	546,062	7.55%	26,526,706	6.80%
西南	1,049,291	14.50%	53,331,778	13.67%
东北	545,068	7.53%	27,432,955	7.03%
港澳台	15,548	0.21%	1,090,502	0.28%
合计	**7,234,717**	**100.00%**	**390,177,306**	**100.00%**
2017 年度				
地区	用户数量	占比	订单金额（元）	占比
华北	366,457	12.52%	12,524,350	12.93%
华中	326,330	11.15%	10,165,426	10.49%
华东	939,594	32.11%	32,237,789	33.27%
华南	446,591	15.26%	15,872,955	16.38%
西北	205,104	7.01%	6,042,540	6.24%
西南	414,081	14.15%	13,066,698	13.49%
东北	222,953	7.62%	6,742,830	6.96%
港澳台	5,498	0.19%	234,809	0.24%
合计	**2,926,608**	**100.00%**	**96,887,398**	**100.00%**
2016 年度				
地区	用户数量	占比	订单金额（元）	占比

华北	215,923	13.57%	5,866,901	14.10%
华中	183,921	11.56%	4,484,120	10.77%
华东	533,831	33.55%	14,094,939	33.87%
华南	224,346	14.10%	6,220,288	14.95%
西北	108,439	6.82%	2,592,599	6.23%
西南	201,228	12.65%	5,361,924	12.88%
东北	120,797	7.59%	2,903,418	6.98%
港澳台	2,674	0.17%	94,261	0.23%
合计	**1,591,159**	**100.00%**	**41,618,449**	**100.00%**

由上表可见，办公订阅服务的个人客户主要分布于人口稠密地区、经济较发达地区，订单金额分布与用户数量分布较为一致，匹配性较高，报告期内的地区分布基本保持稳定。

（2）机构订阅

机构服务订阅分为大型机构订阅和中小机构订阅两类。报告期内，中小机构订阅客户通过在公司网站上注册后提交订单和线下订单系统下单两种方式购买，网站注册的客户通过微信和支付宝渠道付款中小机构订阅客户通过在公司网站上注册后付款、线下订单系统付款两种方式进行订阅，公司没有强制要求企业客户注册时提供其所处地区信息，因此公司无法对此部分客户数量与收入的区域分布进行匹配。

报告期内，大型机构订阅通过签订合同方式与公司进行合作，公司可以确认其所处地区并根据相应的会计原则进行收入确认，报告期内客户的数量、收入金额地区细分情况如下表所示：

2016 年：

地区	客户数量		订单金额	
	数量	占比	金额（万元）	占比
华北	11	64.71%	1,323.52	87.74%
华中	1	5.88%	3.15	0.21%
华东	2	11.76%	88.40	5.86%
西南	1	5.88%	18.68	1.24%
东北	1	5.88%	0.08	0.01%
海外	1	5.88%	74.60	4.95%
合计	**17**	**100.00%**	**1,508.42**	**100.00%**

注：公司于 2016 年向日本金山提供技术开发服务，除此之外报告期内没有发生海外地区的大型机构订阅业务。

2017 年：

地区	客户数量		订单金额	
	数量	占比	金额（万元）	占比
华北	19	67.86%	1,818.13	75.96%
华中	1	3.57%	3.02	0.13%
华东	6	21.43%	354.48	14.81%
华南	1	3.57%	93.40	3.90%
东北	1	3.57%	124.53	5.20%
合计	**28**	**100.00%**	**2,393.55**	**100.00%**

2018 年：

地区	客户数量		订单金额	
	数量	占比	金额（万元）	占比
华北	18	43.90%	1,552.37	85.43%
华中	3	7.32%	7.39	0.41%
华东	7	17.07%	81.12	4.46%
华南	6	14.63%	118.90	6.54%
西北	3	7.32%	1.42	0.08%
西南	2	4.88%	1.60	0.09%
东北	2	4.88%	54.25	2.99%
合计	**41**	**100.00%**	**1,817.05**	**100.00%**

由上表可见，大型机构订阅客户数量较少，尚未体现出规模效应。大型机构订阅的单笔订单金额对地区分布占比波动影响较大，因此导致订阅数量和金额地区分布出现差别较大的情况。

3、是否存在发行人与客户关于收费内容和结果不一致的情况或纠纷及其解决情况，如有，请披露。

就公司提供的相关产品服务，存在公司与个人订阅客户就收费内容和结果发生争议情况，2018 年度，用户针对服务内容、服务效果而向市场监督管理部门投诉并要求退款的比例约为每百万客户 16 例，2019 年 1-3 月该比例约为每百万客户 5 例。

公司设立了客户服务中心，开通客服电话、客服邮箱处理客户疑问及投诉事宜。公司根据客户投诉情况，进行了被投诉的产品及服务涉及问题核实，并通过友好协商、退款等方式解决相关纠纷，与市场监督主管部门/消费者协会就客户投诉事宜进行沟通，并对客户进行回访。2018 年度，公司的呼叫中心满意度评价为 99.35%。截至本问询函答复签署之日，公司与客户之间不存在因收费内容和结果不一致导致发生诉讼或仲裁情况。

（二）说明

1、报告期采用的财务系统名称；

公司采用的财务管理信息系统为 SAP 系统（systems applications and products in data processing）。SAP 系统主要包括总账管理、应付款管理、固定资产管理、人力管理和报表制作等模块，可以实现会计凭证的填制、审核、记账、查询和打印，并实现现金流量表、科目账、和往来辅助账的管理功能。

2、业务系统与财务系统的对接情况（自动对接/人工对接），财务系统引用业务系统数据的流程及关键控制环节。

（1）业务系统与财务系统的对接情况

业务系统与财务系统的对接情况为授权业务与财务为系统自动对接，广告运营业务、办公服务订阅业务和词霸业务与财务为人工对接。

（2）财务系统引用业务系统数据的流程及关键控制环节

1）软件产品授权

环节名称	业务流程
商务审核订单	商务在公司订单系统中审核订单，并由主管领导审批。
财务审批订单系统	业务领导审批结束，订单信息系统过到财务，财务同事订单系统复核订单数据，审核无误点击确认。
通知 SAP 入库	财务人员审核通过，订单返回商务，商务通知 SAP 入库。
操作 SAP 发货	商务人员通知 SAP 入库后，SAP 操作发货。
SAP 自动确认收入	商务操作 SAP 发货，系统自动生成入账凭证。

公司财务人员在对软件授权收入进行入账前，需先在订单系统中核查订单的真实性、是否经过审批，在商务人员在 SAP 系统创建订单模块，财务再次审核该订单的代理商是否付款，查看合同约定条款，并核对订单信息无误后，订单系统里经审核的订单自动传送至 SAP 系统生成分录。

2）互联网广告推广

环节名称	业务流程
广告投放	广告投放人员将配置好的广告投放上线。
获取结算单	广告商务人员获取客户结算单作为入账凭证。
财务进行收入复核	财务同事根据不同依据进行收入复核（按照公司统计数据作为结算金额、按照客户统计数据作为结算金额、按照公司与客户核对确认金额作为结算金额）。
财务手工入账	收入复核完毕，财务人员手工进行收入确认。

注：网盟平台合作推广以第三方平台数据为准，故财务以第三方数据手工确认收入。

对于广告收入，公司根据广告主的不同采取不同的对账方式。阿里、百度、

腾讯广点通这些平台类广告主，公司采用平台统计的广告业务数据确认收入。每月广告业务人员根据各平台广告后台系统记录的数据与平台进行对账，并按照财务部设计的表格模板填写当月的广告收入状况，财务人员根据业务已确认的模板手工录入 SAP 系统确认收入。

对于京东的代理商壹捌零，公司采用壹捌零接入的第三方统计软件---秒针系统记录的数据确认收入；每月广告业务人员与壹捌零根据秒针系统记录的业务数据进行对账，将对账邮件等相关对账证明材料提交给财务部后，财务人员根据对账结果手工录入 SAP 系统确认收入。对于苏宁易购的代理商，广告业务人员会与苏宁工作人员在广告投放当日核对实时投放数据，并将代理商按月出具的结算单提交给财务部后，财务人员根据对账结果手工录入 SAP 系统确认收入。对于其他类型广告客户，公司广告业务人员均会与广告投放商进行对账，并根据对账结果按照财务提供的模板填写广告收入确认表、提供对账记录给财务部后，财务人员手工录入 SAP 系统确认收入。

3）办公服务订阅

环节名称	业务流程
第三方平台数据汇总	业务人员对第三方平台（支付宝、财付通）客户订单数据进行汇总。
财务进行收入复核	财务同事根据不同依据进行收入复核（按照订单号或按照实际服务提供情况核对确认金额作为结算金额）。
财务手工入账	收入复核完毕，财务人员手工进行收入确认。

财务部根据业务部门从第三方平台（支付宝、微信、Apple Pay）导出的到账流水、系统截图及业务部门根据到账流水计算的递延收益确认表，在 SAP 系统中，手工录入 SAP 系统确认当期收入和成本。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、查看公司的收入结构；

2、获取公司与第三方支付平台签订的协议；

3、查看公司的提现记录、银行对账单，并与第三方支付平台提供的流水进行核对；

4、针对办公服务订阅业务，检查公司的订单系统、支付系统等后台系统；

获取订单系统、支付系统的明细数据，并进行数据分析；获取办公服务订阅业务活跃用户及使用行为等数据进行匹配分析；获取了公司业务系统付费用户的区域分布情况；

5、获取了报告期内公司办公服务订阅的收入、单价、销量明细，并对报告期内客户数量进行了分析。

6、访谈公司相关人员，确认公司应对客户投诉的处理机制；

7、检索公开信息，确认公司是否存在诉讼和仲裁情况；

8、与公司相关业务及财务人员进行访谈，了解个各类产品构成、包含的服务内容、购买方式和付款过程；

9、获取公司与第三方支付平台签订的协议；查看公司的提现记录、银行对账单，并与第三方支付平台提供的流水进行核对；

10、获取了报告期内公司收入、单价、销量明细，并对报告期内客户数量进行了分析。

11、利用 IT 专家的工作，协助对公司报告期内各项关键业务和财务指标数据进行分析及核查；

1）针对办公服务订阅业务，检查公司的订单系统、支付系统等后台系统；获取订单系统、支付系统的明细数据，并进行数据分析；获取各类业务活跃用户及使用行为等数据进行匹配分析；获取了公司业务系统付费用户的区域分布情况；

2）获取报告期内个人客户充值明细表，与对应的支付渠道（如微信/支付宝/Apple Pay 等）平台导出的交易明细进行核对确认，并分析充值时间分布、渠道分布，判断是否存在异常集中的充值情况，核查用户充值真实性；

3）获取报告期内 WPS 会员和稻壳会员的订阅及模板购买用户明细表，分析各期用户 ID 数量的消费金额区间分布、地域分布、消费频次分布、消费期间分布，结合公司订阅定价、产品的市场分布和服务期长度，判断是否存在用户异常增加或异常集中的情况，核查用户购买的真实性；

4）获取报告期内各期不同用户 ID 对应的支付账户数量，核查是否存在同一

用户使用多个账户进行充值情况，核查用户充值真实性；获取公司董事、监事、高级管理人员的用户 ID 及支付账户（如有），并取得其个人账户银行流水，核查其各期的自充值金额，计算各期占比，核查是否存在大额自充值情况；

5）结合订阅用户明细和充值明细，导出报告期内各年前 500 大用户的充值明细及其用户 ID、会员类型、购买次数、交易金额、支付方式、姓名、电话/邮箱等信息，计算合计充值金额及占比，并对相关用户进行电话访谈，核查其充值购买的真实性；对付费用户的平均使用时长/频率/特定服务的使用频率、使用时间段、付费活跃用户的地域等分布情况进行分析，核查用户使用的真实性；

6）对订单系统与 SAP 系统之间的数据传输进行了穿行测试，测试无异常，验证订单系统与 SAP 系统之间数据传输的真实性与准确性；

核查意见：

经核查，我们认为报告期内公司办公服务订阅模式、稻米充值服务的收费渠道真实，各个收费渠道对应的收费金额、到账时间合理，公司对收费渠道的控制有效。报告期内公司办公服务订阅模式个人订阅客户数量与订单金额的匹配性较高；机构订阅客户因数量较少，尚未体现出规模效应，客户数量与订单金额的匹配性较低。公司与客户存在关于收费内容和结果不一致的情况，就该等情况公司通过客服渠道进行友好协商，退款等方式解决相关纠纷。截至本问询函答复签署之日，公司与客户之间不存在因收费内容和结果不一致导致发生诉讼或仲裁情况。公司财务系统所引用的业务系统数据真实、准确、完整，公司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，公司自身使用及业务所依赖的信息系统可以合理保证公司业务数据（主要是收入数据和成本数据）和财务数据的真实性（含可篡改性）、及时性、准确性及有效性，公司与信息系统运行相关的关键内部控制有效。

问题十六、招股说明书披露，办公软件产品使用授权和办公服务订阅销售主要分为代理商销售及直接销售两种模式，其中办公软件产品使用授权部分包括“按数量授权”和“按场地面积授权”两种方式；互联网广告推广服务销售模式分为直接销售、代理商经销与第三方平台合作推广三种模式。

请发行人披露：（1）不同业务模式收入确认时点、依据和方法，是否恰当、证据是否充分，是否符合《企业会计准则》要求；（2）前十大代理商的主要情况，包括报告期内向发行人采购内容、采购数量、采购价格以及公允性、与发行人的合作历史、定价机制、覆盖终端客户的情况、与发行人是否存在实质和潜在关联关系、代理商是否专门销售发行人产品，销售发行人的产品占其收入比重等；直销模式下主要客户的基本情况、获取方式、是否有通过招投标程序获取客户，招投标程序是否合法合规、收入金额、销售方式、销售标的、与发行人是否存在关联关系，代理客户及与发行人直销客户是否存在重叠，如存在，请说明原因、价格差异；（3）发行人与代理商的合作方式，双方约定的主要权利义务及实际履行情况，是否为买断式代理，收入分成等内容；（4）报告期内代理商的增减变动情况、相应代理收入的增减变动情况；（5）发行人同行业可比上市公司采用代理商模式的情况；（6）结合合同条款，补充披露按数量授权及按场地面积授权软件使用的划分依据及实际执行情况，按场地面积授权模式的具体定价方式，两种授权模式存在的价格差异、是否合理，数量授权模式下对软件使用权是否存在使用时间限制，如有，请披露；说明对软件使用权存在使用时间限制的情况，发行人一次性确认软件使用权授权收入的合理性，是否符合企业会计准则的要求。

请发行人说明：（1）办公软件产品使用授权业务直销、代理商代理模式下不同的客户获取方式对应的销售业务流程、不同阶段收款占比、软件介质、软件授权书和软件序列号发出的业务流程、客户的验收期及验收的业务流程；（2）主要种类软件产品的直销、代理商经销模式下单价、单价差异及其变化的合理性；（3）代理商是否存在大量个人等非法人实体，代理商回款是否存在大量现金和第三方回款；（4）是否存在发行人通过代理商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异较大的情形及其合理性；给予代理商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对代理商的应收账款显著增大；若存在，请分析原因。

请保荐机构、发行人律师和申报会计师详细核查代理商具体业务模式及采取代理商模式的必要性，代理商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，代理商选取标准、日常管理、定价机制、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制、销售存货信息系统等方面的内控是否健全并有效执行，代理商是否与发行人存在关联关系，对代理商的信用政策是否合理等，并对代理商模式下收入的真实性发表意见，说明发行人代理商销售模式、占比等情况与同行业上市公司是否存在显著差异及原因，对代理商业务的核查方式、核查标准、核查比例、核查证据等。

一、审核问询函回复：

（一）补充披露

1、不同业务模式收入确认时点、依据和方法，是否恰当、证据是否充分，是否符合《企业会计准则》要求

（1）办公软件产品使用授权

1）收入确认具体方法、时点

向客户销售软件使用许可权（含数量授权模式和场地授权模式），代理商经销模式下，按照合同约定或客户需求向代理商或最终客户发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户/代理商验收或客户在验收期未提出异议的，于验收时或验收期满时确认收入；直销模式下，向客户发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户验收或客户在验收期未提出异议的，于验收时或验收期满时确认收入。

按照合同/协议约定或市场惯例，软件使用许可权交付并经验收后，公司会向客户提供一定期限的售后服务和技术支持，公司将该项服务识别为一项单独的履约义务。由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。

2）直销模式与代理商经销模式下具体业务开展方式

直销模式下，公司通过招投标或商务谈判对购买信息进行初步确认后，由公司销售部门人员在公司订单系统中进行信息填报，填报好的客户信息与购买价格等情况经相关负责人审批后，公司正式与直销客户签订销售合同/协议，并由财务人员对预收款项等情况在系统中进行跟踪记录，再由商务负责人员制作授权书，压制光盘或生成序列号，并通过快递寄出（序列号可直接通过网络发送）。最终客户以邮件或验收单等形式主动进行验收回复，或者根据合同中约定的条款，验收期过后未收到客户主动回复的，默认为验收。

代理商经销模式下，公司对通过资质审核、与公司签订框架合同的代理商开放订单平台填报权限，代理商确定明确的最终客户情况及购买信息后，在公司订单系统中进行填报，其最终客户信息（包括最终客户对接人、电话、地址等）与购买价格等情况经相关负责人审批后，系统通知代理商进行付款，并由财务人员对预收款项情况在系统中进行记录，再由商务负责人员制作授权书，压制光盘或生成序列号，按照合同约定或客户需求将其寄给代理商或最终客户（序列号可直接通过网络发送）。代理商以邮件或验收单等形式主动进行验收回复，或者根据合同中约定的条款，验收期过后未收到客户主动回复的，默认为验收。

3）《企业会计准则》的相关依据与分析

公司办公软件产品使用授权业务，无论是场地授权还是数量授权，均属于现行《企业会计准则第 14 号——收入》准则中规定的让渡资产使用权之使用费收入，根据准则规定："第十七条、让渡资产使用权收入同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）相关的经济利益很可能流入企业；（二）收入的金额能够可靠地计量。第十八条、企业应当分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：（二）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。"

公司在办公软件产品使用授权业务签署合同、发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户验收或客户在验收期未提出异议时，公司在该项合同下的主要义务已将履行完毕，公司基于该项合同的债权已将产生并且具备法律效力，合同债权金额能够可靠地计量，公司已经具备《企业会计准则》确认收入的金额基础。所以公司按照合同/协议约定或市场惯例，软件使用许可权交付并经验收后，公司会向客户提供一定期限的售后服务和保障，公司将该项服务识别为一项

单独的履约义务。由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。

此外，公司对于办公软件产品使用授权业务，对于使用权存在使用时间限制的约定，意义仅限于免费售后服务期间和保障期间的限定，在场地授权模式下授权期间届满后，客户仍能按照约定不超过一定数量的计算机上在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和保障服务。在数量授权模式下授权期间（如有）届满后，或免费售后服务期间和保障期间届满后，客户仍能在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和技术支持服务。

同时鉴于办公软件产品使用授权具有较强的通用性，客户需求差异较小，办公软件产品的使用授权可以无限的复制和销售，故公司对于每一个场地授权或数量授权的客户合同均没有排他性，以区别于商标、版权的使用权授权或房屋租赁收费。

综上所述，对于公司办公软件产品使用授权业务，无论是场地授权还是数量授权，均为根据合同约定将合同义务识别为提供办公软件授权和提供一定期限的售后服务和保障两项履约义务，其中：对于提供办公软件授权的履约义务，授权合同不影响软件授权的再次销售，在软件使用权授权期间（如有）届满后，或免费售后服务期间和免费保障服务期间届满后，客户仍能按照约定数量在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和保障服务，故根据《企业会计准则》以及讲解的相关规定，应当视同销售该项软件授权资产一次性确认收入；对于提供办公软件授权的履约义务，由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。公司办公软件产品使用授权业务收入确认方法、时点选择恰当，依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

（2）办公服务订阅

公司办公服务订阅业务包括面向机构客户的订阅服务以及面向个人客户的订阅服务（包括 WPS 会员、稻壳会员及词霸业务），是公司针对个人客户及机构客户的办公应用场景，结合用户的不同需求，所研发的一系列办公应用服务。销售渠道主要分为代理商销售及直接销售，两种模式下收入确认政策一致。

1）收入确认具体方法、时点

①机构订阅业务：为企业用户提供办公服务订阅业务，如合同或协议中约定了考核和验收条款的（如定制化开发项目），公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入；合同中未约定考核和验收条款的（如相对标准化的 WPS+云办公服务套餐），公司在约定的服务期间内分期确认收入。

②个人订阅业务：包括为个人用户提供增值服务业务以及词霸相关业务。

为个人提供增值服务业务下，如付费用户的权利为在约定的服务期间内可享受会员增值服务（如 WPS 会员、稻壳儿会员等），则根据用户购买的会员服务期间分期确认收入；如付费用户单独购买指定的功能或素材（如 WPS 精品课、词霸精品课等），于用户完成购买后一次性确认收入；如付费用户采取预充值的形式购买指定的功能或素材，于用户实际消耗预充值金额时确认收入。

词霸相关业务包括读书业务、课程购买以及词霸会员服务。如用户购买指定的读书业务（包括电子书、词典、翻译等）或课程，于用户完成购买后确认收入；如用户购买词霸会员服务，在服务期限内采用直线摊销法确认收入。

2）《企业会计准则》的相关依据与分析

①机构服务订阅业务

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定："满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。"机构客户订阅服务中面向大型机构客户提供的定制化服

务，公司履约（即提供服务）的同时，客户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司应按合同约定的服务期限分摊确认收入。如合同中客户对服务约定了分阶段考核与验收的，公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入。

机构客户订阅服务中相对标准化的 WPS+云办公服务套餐，公司履约（即提供服务）的同时，客户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司按合同约定的服务期限分摊确认收入。

机构客户订阅服务中定制化开发，公司在开发过程中客户不能同时取得相关的经济利益，且无法控制尚未完成的开发项目，公司定制开发成果虽具有不可替代用途，但只有在开发工作完成并经客户验收后才能获得收款权，应作为在某一时点履行履约义务，于开发成果交付，客户验收后确认收入。

综上，公司为企业用户提供办公服务订阅业务，如合同或协议中约定了考核和验收条款的，公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入；合同中未约定考核和验收条款的，公司在约定的服务期间内分期确认收入。公司机构服务订阅业务收入确认方法、时点选择恰当，依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

②个人服务订阅业务

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定："满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。"

用户付费购买 WPS 会员、稻壳儿会员、词霸会员服务的，在约定的服务期间内可享受会员增值服务，公司履约的同时，用户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务，应当在履行履约义务的期间确认收入。

用户付费单独购买指定功能或素材的，用户完成购买的同时，公司即享有现时收款权利，同时客户能够主导该权利的使用并从中获得几乎全部经济利益，构

成在某一时点履行的单项履约义务。用户单独购买指定功能或素材可能采取单独付费的形式，也可能采取预充值虚拟货币后消耗的形式，公司在用户完成购买时按实际消耗的金额确认收入。

用户付费购买 WPS 精品课和词霸精品课，是一种面向有某种知识学习需求用户的标准化课程，用户在付费后仅仅获得有效期内无限次的课程观看权。根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），“第三十六条，企业向客户授予知识产权许可的，应当按照本准则第九条和第十条规定评估该知识产权许可是否构成单项履约义务，构成单项履约义务的，应当进一步确定其是在某一时段内履行还是在某一时点履行。企业向客户授予知识产权许可，同时满足下列条件时，应当作为在某一时段内履行的履约义务确认相关收入；否则，应当作为在某一时点履行的履约义务确认相关收入：（一）合同要求或客户能够合理预期企业将从事对该项知识产权有重大影响的活动；（二）该活动对客户将产生有利或不利影响；（三）该活动不会导致向客户转让某项商品”。企业向客户授予知识产权许可，只有在企业需要继续从事对该项知识产权有重大影响的活动，并且该活动对客户将产生有利或不利影响的时候，才应当作为在某一时段内履行的履约义务确认相关收入。例如：企业将对所授予的作品版权进行创作，并且创作完成的版权客户才能够进行后续发行和影视改编，所以企业向客户授予的作品版权是在某一时段内履行的履约义务确认相关收入。对于公司的 WPS 精品课和词霸精品课，由于是标准化和提前录制完成的课程，课程的制作方或供应商以及公司在课程录制完成和采购后，不会再对相关课程进行任何修改和干预，也不向用户提供有关课程的任何答疑、互动等后续服务，即公司不会从事对该使用权有重大的影响的后续活动，更不会对付费用户产生任何有利或不利的影响。用户完成购买的同时，公司即享有现时收款权利，同时客户能够主导该权利的使用并从中获得几乎全部经济利益，构成在某一时点履行的单项履约义务。公司在用户完成购买时按实际购买金额确认收入。

综上，为个人提供增值服务业务下，如付费用户的权利为在约定的服务期间内可享受会员增值服务，则根据用户购买的会员服务期间分期确认收入；如付费用户单独购买指定的功能或素材，于用户完成购买后一次性确认收入；如付费用户通过预充值的方式获取虚拟货币，再使用虚拟货币购买指定的功能或素材的，

以用户当期预充值总金额与取得虚拟货币的总数量（包括充值以及获赠方式取得）确定虚拟货币单价，于用户当期使用虚拟货币时，按其实际消耗的虚拟货币数量及单价计算确定为实际消耗的预充值金额，并以此确认收入。词霸相关业务包括读书业务、课程购买以及词霸会员服务，如用户购买指定的读书业务（包括电子书、词典、翻译等）或课程，于用户完成购买后确认收入；如用户购买词霸会员服务，在服务期限内采用直线摊销法确认收入。个人服务订阅业务收入确认方法、时点选择恰当，依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

（3）互联网广告

1）收入确认具体方法、时点

①直销或代理商经销模式下，与广告主或广告代理商约定互联网广告展示方式及计费方式，在完成约定的互联网广告推广服务或依据广告发布进度，并通过后台数据或经双方对账确认后确认收入；

②在与第三方互联网广告推广平台（以下简称第三方平台）合作推广模式下，根据第三方平台提供的当期结算数据或双方对账结果确认收入。

2）各类业务模式下具体业务开展方式

公司互联网广告推广服务销售模式分为直接销售、代理商经销与第三方平台合作推广三种模式，具体业务开展方式如下：

①直接销售模式下，需要广告推广服务的客户直接与公司签订协议并下单，公司在产品及网站中直接将客户的广告信息推介给用户。与广告主约定互联网广告展示方式及计费方式，在完成约定的互联网广告推广服务或依据广告发布进度后，双方通过后台数据或对账确认服务完成进度。

②代理商经销模式下，代理商为广告推广客户进行代理，或者最终广告客户通过已有的固定业务关系的代理商，与公司协商广告投放计划、签订协议。公司在产品与网站上最终投放内容为代理商所代理的其最终客户相关广告推广内容，与代理商自身无关。公司与广告代理商约定互联网广告展示方式及计费方式，在完成约定的互联网广告推广服务或依据广告发布进度后，双方通过后台数据或对账确认服务完成进度。例如，公司与京东代理商壹捌零的结算模式主要为 CPT

（Cost Per Time，按时长付费）模式结算；该模式下，公司首先根据壹捌零的下单邮件（邮件中约定每日广告投放的 KPI 指标，KPI 一般为点击量）在广告排期系统安排排期，其次广告管理平台按照排期系统的排期进行投放，再次壹捌零根据第三方监测平台——秒针系统（Miaozhen Systems）统计的广告展示效果按照约定的 KPI 指标对公司的广告投放效果进行核查，按月与公司邮件对账并出具结算单。公司根据结算单确认广告投放进度。

③与第三方平台合作推广模式（平台导流模式）下，公司将广告推广位置提供给互联网平台客户，如淘宝、百度等拥有自身网络广告联盟体系的大型互联网客户。由外部广告推广平台根据需要，在公司提供的广告推广位置上推送其平台上的最终客户信息。公司提供的互联网广告推广服务系在某一时段内履行的履约义务，履约进度以及收入金额根据合同双方的对账结果或结算数据确定。例如，公司与阿里妈妈的结算模式为 CPS（Cost Per Sales），以广告链接实际带来的销售金额为基础来确认广告结算金额；公司与百度的结算模式主要为 CPM（Cost Per Mille，每千次展示或每千人成本），以广告链接千次展示的完成次数为基础来确认广告结算金额。

3）《企业会计准则》的相关依据与分析

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定："满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。互联网广告推广业务客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履约的履约义务，履约进度以及收入金额根据合同双方的对账结果或结算数据确定。公司互联网广告业务收入确认方法、时点选择恰当，依据充分，符合《企业会计准则》的规定。

2、前十大代理商的主要情况，包括报告期内向发行人采购内容、采购数量、采购价格以及公允性、与发行人的合作历史、定价机制、覆盖终端客户的情况、与发行人是否存在实质和潜在关联关系、代理商是否专门销售发行人产品，销售发行人的产品占其收入比重等；直销模式下主要客户的基本情况、获取方式、是否有通过招投标程序获取客户，招投标程序是否合法合规、收入金额、销售方式、销售标的、与发行人是否存在关联关系，代理客户及与发行人直销客户是否存在重叠，如存在，请说明原因、价格差异；

（1）前十大代理商的主要情况，包括报告期内向发行人采购内容、采购数量、采购价格以及公允性、与发行人的合作历史、定价机制、覆盖终端客户的情况、与发行人是否存在实质和潜在关联关系、代理商是否专门销售发行人产品，销售发行人的产品占其收入比重等；

报告期内，公司要求经销商在采购时，于公司 OA 订单系统下单并填写最终用户名称、需要的软件版本、套数等信息，公司根据订单中的版本、最终用户的性质以及购买量等因素定价。报告期内，办公软件产品使用授权业务各期主要经销商主要订单的终端客户、采购产品的内容、采购数量、采购价格如下：

2018 年办公软件产品使用授权业务主要经销商采购主要情况如下：

序号	代理商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
1	中国仪器进出口集团有限公司	/	2,586.33	58.68%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	330.89	7.51%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	292.67	6.64%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
2	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	/	215.79	19.56%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
			43.10	3.91%	WPS Office 2016 教育版办公软件(教育行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	36.79	3.33%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	19.76	1.79%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	17.47	1.58%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	16.50	1.50%	WPSOffice2016 教育版办公软件(教育行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	14.01	1.27%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
		/	11.91	1.08%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
3	北京中软启晨科贸有限公司	/	232.48	25.80%	WPSOffice2016 专业版办公软件(政府行业新购电脑特供)授权	数量授权	/	/
			23.97	2.66%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	125.02	13.87%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
			88.78	9.85%	WPS+安全版软件授权	数量授权	/	/
		/	161.68	17.94%	WPS Office 2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
4	日本金山(キングソフト株式会社)	/	234.90	28.15%	日本金山取得公司授权在日本销售 WPS Office 产品，并按销售收入净额 33%的比例以向公司支付授权费的形式与公司分成，不直接通过公司下单			
		/	197.05	23.61%				
		/	73.55	8.81%				
		/	42.38	5.08%				
		/	23.06	2.76%				
5	北京联德通达科技有限公司	/	122.52	15.33%	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	68.92	8.62%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	55.27	6.91%	WPS Office2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	39.38	4.93%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-

序号	代理商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
			7.24	0.91%	WPS 增值包软件管理授权	数量授权	/	/
		/	38.46	4.81%	WPSOffice2016forlinux 专业版授权	数量授权	/	/
6	成都翰东科技有限公司	/	160.70	20.90%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
			11.70	1.52%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	108.60	14.13%	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	53.96	7.02%	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
			31.01	4.03%	WPS Office2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	75.44	9.81%	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	56.17	7.31%	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	42.74	5.56%	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
			12.10	1.57%	WPS Office 移动增强版办公软件(V4)授权	场地授权	-	-
7	北京可信华泰信息技术有限公司	/	750.34	100.00%	WPSOffice2016forlinux 专用机版授权	数量授权	/	/
8	北京智联云信科技发展有限公司	/	103.45	15.66%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	85.09	12.88%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	44.91	6.80%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	42.54	6.44%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	32.42	4.91%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	28.14	4.26%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	25.66	3.88%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	22.69	3.43%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	22.69	3.43%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	19.83	3.00%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	17.67	2.67%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	17.63	2.67%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	16.48	2.49%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
9	上海邮电设计咨询研究院有限公司	/	267.51	44.79%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	243.59	40.78%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/

序号	代理商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
10	重庆特智科技有限公司	/	301.98	54.45%	WPSOffice2019 安全版办公软件授权	场地授权	-	-
		/	31.20	5.63%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
			55.02	9.92%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	55.70	10.04%	WPSOffice2019 安全版办公软件授权	场地授权	-	-

2017 年办公软件产品使用授权业务主要经销商采购主要情况如下：

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
1	中国仪器进出口集团公司	/	1,508.91	21.57%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	833.71	11.92%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	699.10	9.99%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	522.31	7.47%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	414.53	5.92%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	390.92	5.59%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	326.41	4.67%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
		/	302.74	4.33%	WPS 云办公套装软件授权	场地授权	-	-
		/	255.35	3.65%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	248.72	3.55%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	243.23	3.48%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	-	-
2	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	/	104.02	7.68%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	59.83	4.42%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	38.47	2.84%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	27.85	2.06%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	24.71	1.82%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	18.61	1.37%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特	数量授权	/	/

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
					供）授权			
3	日本金山（キングソフト株式会社）	/	130.79	15.41%	日本金山取得公司授权在日本销售 WPS Office 产品，并按销售收入净额 33%的比例以向公司支付授权费的形式与公司分成，不直接通过公司下单			
		/	117.00	13.78%				
		/	101.55	11.96%				
		/	46.26	5.45%				
		/	39.04	4.60%				
4	北京闻道行之科技发展有限公司	/	111.28	18.87%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	98.79	16.75%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	82.05	13.91%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	43.08	7.30%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	34.46	5.84%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	27.25	4.62%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	25.44	4.31%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
5	上海璟泰信息科技有限公司	/	227.06	47.16%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	111.11	23.08%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	83.33	17.31%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
6	成都翰东科技有限公司	/	84.62	18.10%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	84.62	18.10%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	84.62	18.10%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	14.10	3.02%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	9.74	2.08%	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	/	/
		/	8.46	1.81%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
7	中科云捷（北京）信息技术有限公司	/	227.23	52.45%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	54.70	12.63%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	41.03	9.47%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	27.35	6.31%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
8	重庆昂格科技有限公司	/	149.54	37.31%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	102.95	25.68%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
		/	102.56	25.59%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
9	银川维博电子有限公司	/	303.44	82.92%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
10	杭州金蛙信息科技有限公司	/	99.15	28.69%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
			76.92	22.26%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	66.67	19.29%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	44.62	12.91%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-

2016 年办公软件产品使用授权业务主要经销商主要采购情况如下：

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
1	中国仪器进出口集团公司	/	1,658.12	32.46%	WPS 云办公套装软件 V2.5	数量授权	/	/
		/	408.01	7.99%	WPSOffice2016forlinux 专业版授权	数量授权	/	/
		/	260.62	5.10%	WPSOffice2016 专业版（授权专用 V10.8）	场地授权	-	-
		/	239.69	4.69%	WPSOffice2016 专业版（授权专用 V10.8）	数量授权	/	/
		/	227.99	4.46%	WPS 云办公套装软件 V2	数量授权	/	/
2	日本金山（キングソフト株式会社）	/	256.96	21.85%	日本金山取得公司授权在日本销售 WPS Office 产品，并按销售收入净额 33%的比例以向公司支付授权费的形式与公司分成，不直接通过公司下单			
		/	126.36	10.74%				
		/	47.68	4.05%				
		/	44.82	3.81%				
		/	34.67	2.95%				
3	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	/	26.31	2.59%	WPSOffice2016 专业版（简包 V10）	数量授权	/	/
			11.69	1.15%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
		/	29.39	2.89%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供	数量授权	/	/

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
					V10）			
			0.94	0.09%	WPSOffice2016 专业版（简包 V10）	数量授权	/	/
		/	26.21	2.58%	WPSOffice2013 专业版（政府行业新购电脑特供 V9）	数量授权	/	/
			0.10	0.01%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供授权）	数量授权	/	/
			0.04	0.00%	WPSOffice2016 专业版（简包授权）	数量授权	/	/
		/	4.70	0.46%	WPSOffice2016 教育版（教育行业新购电脑特供 V10.8）	数量授权	/	/
			20.40	2.01%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
		/	17.32	1.71%	WPS Office 2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特 ）授权	数量授权	/	/
			0.02	0.00%	WPS Office2016 专业版办公软件（简包）授权	数量授权	/	/
		/	14.87	1.46%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
4	北京瑞恒汇智科技发展有限公司	/	95.73	12.41%	WPSOffice2016 专业版（政府专用 V10）	数量授权	/	/
		/	82.35	10.68%	WPSOffice2016 专业版（政府专用 V10）	数量授权	/	/
		/	82.05	10.64%	WPSOffice2016 专业版（政府专用 V10）	数量授权	/	/
		/	82.05	10.64%	WPSOffice2016 专业版（政府专用 V10）	数量授权	/	/
		/	82.05	10.64%	WPSOffice2016 专业版	数量授权	/	/

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
					（政府专用 V10）			
5	北京其右合众科技有限公司	/	598.29	100.00%	WPSOffice2016 专业版（授权专用 V10）	场地授权	-	-
6	云南晟邺科技有限公司	/	483.33	99.50%	WPSOffice2016 专业版（政府专用 V10.8）	场地授权	-	-
7	無敵科技股份有限公司	/	144.64	35.74%	WPSOffice 繁体版授权（V10）	数量授权	/	/
			7.62	1.88%	KingsoftOffice 繁体中文版一年授权（专业版）	数量授权	/	/
		/	54.55	13.48%	WPSOffice 繁体版授权（V10）	数量授权	/	/
		/	23.75	5.87%	WPSOffice2013 专业增强版办公软件授权	场地授权	-	-
			23.75	5.87%	KingsoftOffice 繁体中文版授权（专业版）	场地授权	-	-
		/	20.95	5.18%	WPSOffice 繁体版授权（V10）	场地授权	-	-
			20.95	5.18%	WPSOffice2016 专业增强版授权（V10）	场地授权	-	-
		/	34.72	8.58%	WPSOffice 繁体版授权（V10）	数量授权	/	/
8	杭州金蛙信息科技有限公司	/	102.56	30.89%	WPSOffice2016 专业版办公软件授权	数量授权	/	/
		/	76.92	23.17%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	51.28	15.44%	WPSOffice2016 专业版办公软件授权	数量授权	/	/
		/	35.74	10.76%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	24.72	7.45%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-

序号	经销商名称	主要终端客户	交易总额（万元）	销售占比	采购内容	类型	数量	单价（元）
9	哈尔滨创惠新程科技有限公司	/	9.74	3.21%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
		/	8.67	2.86%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
		/	8.38	2.76%	WPSOffice2016 专业版（政府行业新购电脑特供 V10）	数量授权	/	/
		/	8.30	2.74%	WPSOffice2016 教育版（教育行业新购电脑特供 V10.8）	数量授权	/	/
		/	7.41	2.44%	WPSOffice2016 教育版办公软件（教育行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
10	济南世凡文化传媒有限公司	/	54.70	19.85%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/
		/	52.26	18.96%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	13.68	4.96%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	-	-
		/	7.85	2.85%	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府行业新购电脑特供）授权	数量授权	/	/
		/	6.84	2.48%	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权	/	/

报告期内，除日本金山外，公司与主要代理商不存在实质和潜在关联关系。

报告期内，公司主要代理商一般以商务谈判开展合作，且每年对代理商进行评价，收入排名靠前的代理商与公司合作关系良好、合作历史较长。公司代理商采购的软件由于最终客户不同需求功能组合不尽相同、授权时限、授权方式不同、采购软件数量不同折扣不同等原因，即便同一期行业相同、总体版本相同，价格也存在差异，报告期内不同行业、不同版本经销直销价格及经销商采购折扣请见二十二题第（二）问。由上表中可见，综合考虑行业、版本及量大价格优惠情况，报告期内公司主要代理商采购产品的价格不存在重大差异，价格比较公允。

报告期内，公司并未掌握各经销商是否仅经销公司的产品，也无法准确统计销售公司的产品占其收入的比重。中介机构通过走访、邮件等形式对报告期内各期办公软件授权使用业务主要经销商进行调查，但经销商并未详细统计各期销售公司的产品占其收入的比重，部分经销商以机密等为由不予回答。目前可以计算销售公司产品占其收入比例的代理商为日本金山，2016 年至 2018 年，销售公司产品产生的收入占其当期总收入的比例为 29.47%、19.25%和 17.58%；以及 2016 年在新三板挂牌的黑龙江鑫联华信息股份有限公司，2016 年至 2018 年年总收入分别为 8,514.65 万元、4,595.93 万元及 4,897.35 万元，由于不掌握其销售公司产品产生的收入，以其向公司采购总额作为代替（采购总额分别为 1,015.35 万元、1,354.30 万元及 1,103.31 万元），黑龙江鑫联华信息股份有限公司向公司采购的金额占其当期总收入的比例分别为 11.92%、29.47%、22.53%。

（2）直销模式下主要客户的基本情况、获取方式、是否有通过招投标程序获取客户，招投标程序是否合法合规、收入金额、销售方式、销售标的、与发行人是否存在关联关系，代理客户及与发行人直销客户是否存在重叠，如存在，请说明原因、价格差异；

1）主要直销客户的基本情况及与发行人是否存在关联关系

2016 年至 2018 年，公司软件授权业务各期直销前十大客户销售总额分别占软件授权直销总额的 53.21%、38.93%和 44.56%，其基本情况如下（由于办公软件产品使用授权业务中，售后服务收入递延确认系公司收入确认会计政策中的一项会计估计，且影响金额较小，为增强数据的可理解性，本题中列示单家客户授权

收入金额和计算比例时均未考虑递延收入调整因素的影响）：

主要直销客户的基本情况，包括成立时间、注册资本及实缴资本、股权结构及与公司及其关联方的关系如下：

2018 年公司主要直销办公软件使用授权客户情况

序号	客户名称	成立时间	注册资本（亿元）	股权结构	与公司的关联关系
1	北京计算机技术及应用研究所	—	—	—	无
2	招商银行股份有限公司	1987/3/31	252	上市公司/第一大股东：1. 香港中央结算(代理人)有限公司：18.03% 招商局轮船有限公司：13.04%	无
3	惠州市文化广电新闻出版局	—	—	—	无
4	中国交通建设股份有限公司	2006/10/8	161.75	上市公司/第一大股东：1. 中国交通建设集团有限公司：50.88%	无
5	中国华融资产管理股份有限公司	1999/11/1	406.81	财政部:67.75% WarburgPincus&Co.:5.27% WarburgPincusFinancialInternationalLtd:5.27%[注1]	无
6	华夏银行股份有限公司	1992/10/14	106.86	上市公司／第一大股东:首钢总公司:20.28% 中国人民财产保险股份有限公司:19.99% 国网英大国际控股集团有限公司:18.24%等	无
7	中国宝武钢铁集团有限公司	1992/1/1	527.91	国务院国有资产监督管理委员会	无
8	宝山钢铁股份有限公司	2000/2/3	222.76	上市公司／第一大股东:中国宝武钢铁集团有限公司：50.75%	无
9	中信银行股份有限公司	1987/4/20	489.35	上市公司／第一大股东:中国中信有限公司:65.37%	无
10	联通大数据有限公司	2017/8/24	5.00	中国联合网络通信有限公司：100%	无

2017 年公司主要直销办公软件使用授权客户情况

序号	客户名称	成立时间	注册资本（亿元）	股权结构	与公司的关联关系
1	深圳市市场和质量监督管理委员会	—	—	—	无
2	天津市高级人民法院	—	—	—	无
3	北京链家房地产经纪有限公司	2001/9/30	0.21	左晖:38.88% 上海站本投资管理中心（有限合伙）:7.20% 珠海市万科祥裕建设管理有限公司:5.58%	无

序号	客户名称	成立时间	注册资本（亿元）	股权结构	与公司的关联关系
				天津融创茂联投资管理有限公司:5.58% 天津毓睿商务咨询合伙企业（有限合伙）:5.58%	
4	陕西省人民检察院	—	—	—	无
5	中国人民解放军国防科学技术大学计算机学院	—	—	—	无
6	广东省新闻出版广电局（广东省版权局）	—	—	—	无
7	南京银行股份有限公司	1996/2/6	84.82	上市公司/第一大股东：法国巴黎银行：14.87%； 南京紫金投资集团有限责任公司：12.41%； 南京高科股份有限公司：9.43%等	无
8	广西壮族自治区农村信用社联合社	2005/10/8	0.30	—	无
9	上海市松江区科学技术委员会	—	—	—	无
10	新华人寿保险股份有限公司	1996/09/28	31.20	苏黎世保险公司:18.90% 隆鑫集团有限公司:10.00% 上海宝钢集团公司:9.76% 上海亚创控股有限公司:9.00% 东方集团股份有限公司:8.02%	无

2016 年公司主要直销办公软件使用授权客户情况

序号	客户名称	成立时间	注册资本（亿元）	股权结构	与公司的关联关系
1	北京中油瑞飞信息技术有限责任公司	2006/12/6	1.00	中国石油集团东方地球物理勘探有限责任公司:100%	无
2	HANCOM	1990/11/02	122.00 亿韩元	Hancom Secure13.54% Kim Jung Sil 7.39%	无
3	交通银行股份有限公司	1987/3/30	74.26	上市公司 / 第一大股东:中华人民共和国财政部	无
4	中国海洋石油总公司	1983/2/25	1,137.37	财政部:100%	无
5	中国光大银行	1992/6/18	466.79	上市公司 / 第一大股东:中国光大集团股份公司:25.15% 中央汇金投资有限责任公司:21.96% 香港中央结算（代理人）有限公司:14.70%	无
6	华泰保险集团股份有限公司	1996/8/29	40.22	上海沪昌特殊钢股份有限公司等 58 家企业	无
7	国家电投集团信息技术有限公司	2013/08/22	0.54 亿元	国家电力投资集团公司 100%	无
8	和碩聯合科技股份有限公司	2007/6/27	261.65 亿新台币	華碩電腦（股）公司 17.42%	无
9	福州市数字福州建设领导小组办公室	-	-	-	无

序号	客户名称	成立时间	注册资本（亿元）	股权结构	与公司的关联关系
10	招商局集团有限公司	1986/10/14	141.43	国务院:100%	无

2）直销模式下主要客户的获取方式、是否有通过招投标程序获取客户，招投标程序是否合法合规

办公软件产品使用授权业务直销模式下按照客户的获取方式分为招投标和直接进行商业谈判两种方式，其中招投标是指公司参与客户的公开招标、邀标的方式，进行商业竞争以获取客户订单；直接进行商业谈判是指公司受邀或主动拜访客户，特别是针对续期和长期客户，主要通过商业谈判获取客户订单。

报告期内，公司对于办公软件产品使用授权业务中，直销模式下招投标和直接进行商业谈判两种方式下，获得的客户数量、收入以及占比情况如下：

年度	方式	客户数量（个）	占比	销售收入（万元）	占比
2016 年度	招投标	16	17.98%	2,310.77	35.39%
	商业谈判	73	82.02%	4,219.57	64.61%
小计		**89**	**100.00%**	**6,530.34**	**100.00%**
2017 年度	招投标	15	11.90%	2,042.48	24.51%
	商业谈判	111	88.10%	6,289.61	75.49%
小计		**126**	**100.00%**	**8,332.09**	**100.00%**
2018 年度	招投标	20	13.70%	3,193.28	30.65%
	商业谈判	126	86.30%	7,226.33	69.35%
小计		**146**	**100.00%**	**10,419.61**	**100.00%**

如审核问询函第 43 题回复所述，公司 WPS Office 办公软件产品本身不属于必须进行招标的范围；报告期内，在公司 WPS Office 办公软件产品使用授权直销模式下，公司向主要客户取得订单的方式均为常见方式，不存在违反与招投标相关的强制性法律法规的情形。

3）直销模式下主要客户的销售方式（授权类型）、收入金额、销售标的情况

报告期内，公司办公软件产品使用授权前十大客户销售方式（授权类型）、收入金额、销售标的相关情况如下：

2018 年办公软件产品使用授权前十大直销客户情况

序号	客户名称	收入（万元）	购买内容	授权类型
1	北京计算机技术及应用研究所	837.93	WPS Office 2016 for linux 专业版授权	数量授权

序号	客户名称	收入（万元）	购买内容	授权类型
2	招商银行股份有限公司	706.90	WPS Office 多平台版办公软件授权	场地授权
			WPS Office 2013 专业版办公软件 V9	数量授权
3	惠州市文化广电新闻出版局	610.34	WPS Office 2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权
4	中国交通建设股份有限公司	429.31	WPS Office 多平台版办公软件授权	场地授权
5	中国华融资产管理股份有限公司	406.81	WPS Office 2016 专业增强版办公软件(授权专用）授权	场地授权
6	华夏银行股份有限公司	392.24	WPS Office 2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
7	中国宝武钢铁集团有限公司	350.00	WPS Office 2019 专业版办公软件授权	场地授权
8	宝山钢铁股份有限公司	332.00	WPS 增值包在线预览授权	场地授权
9	中信银行股份有限公司	330.39	WPS Office 2019 专业版办公软件授权	场地授权
10	联通大数据有限公司	287.07	WPS Office 多平台版办公软件（含 VBA）授权	场地授权
合计		4,682.99		

2017 年办公软件产品使用授权前十大直销客户情况

序号	客户名称	收入（万元）	购买内容	授权类型
1	深圳市市场和质量监督管理委员会	773.50	WPS Office2016 专业版办公软件授权	场地授权
			WPS Office for Android 专业版办公软件授权	场地授权
2	天津市高级人民法院	414.53	WPS Office2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	数量授权
3	北京链家房地产经纪有限公司	341.88	WPS Office 2016 专业增强版办公软件授权	数量授权
4	陕西省人民检察院	323.33	WPS Office 2016 专业增强版办公软件授权	场地授权
5	中国人民解放军国防科学技术大学计算机学院	256.41	WPS Office for Linux 2016 专业版	场地授权
6	广东省新闻出版广电局（广东省版权局）	256.41	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权
7	南京银行股份有限公司	230.77	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权
8	广西壮族自治区农村信用社联合社	229.06	WPS Office2016 专业版办公软件授权	场地授权
9	上海市松江区科学技术委员会	228.21	WPS Office 多平台版办公软件授权	场地授权
10	新华人寿保险股份有限公司	224.79	WPS 云办公套装软件授权	场地授权
合计		**3,278.89**		

2016 年办公软件产品使用授权前十大直销客户情况

序号	客户名称	收入（万元）	购买内容	授权类型
1	北京中油瑞飞信息技术有限责任公司	854.70	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
2	HANCOM	694.50	WPS 秀堂	韩国境内授权

序号	客户名称	收入（万元）	购买内容	授权类型
3	交通银行股份有限公司	427.35	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权
4	中国海洋石油总公司	405.98	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
5	中国光大银行	238.46	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
6	华泰保险集团股份有限公司	230.77	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
7	国家电投集团信息技术有限公司	188.03	WPS Office2016 组合套装办公软件（授权专用）授权	场地授权
8	和碩聯合科技股份有限公司	159.47	WPS Office 繁体版授权	场地授权
9	福州市数字福州建设领导小组办公室	153.85	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权
10	招商局集团有限公司	149.57	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权
合计		**3,502.68**		

4）代理客户及与发行人直销客户是否存在重叠，如存在，请说明原因、价格差异；

报告期内，公司办公软件产品使用授权业务的经销客户、直销客户存在少数重叠情况，根据客户所处行业、自身需求、所受政策指导的不同，其重叠原因主要可分为以下 3 类，具体采购情况如下（公司掌握直接销售给客户和代理商的产品单价，但并不掌握代理商销售给最终客户的价格；且重叠客户从公司直接购买与从经销商处购买的方式可能分别为数量授权和场地授权，由于场地授权是针对客户办公场地的一口价授权价格，没有单价，因此无法直接进行比较）：

①政策指导

报告期内，根据国务院办公厅对政府机关使用正版软件要求的不断深入强化，部分政府单位选择通过国务院指定采购平台进行统一采购。受政策指导影响，报告期内先向公司直接购买产品，再通过指定经销商购买产品的重叠最终客户主要为以下二家：

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
/	经销	北京宏大恒业科技有限公司	2017 年	WPSOffice2016for linux 专业版授权	场地授权	最终客户于 2017 年 10 月向公司购买 WPS Office 专业版使用授权，使用良好；于 2017 年 12 月最终客户通过国管局采购平台，选择办公软件经销商名单中的宏大恒业，进行 WPS Office Linux 版使用授权的采购。两次采购皆为场地授权、产品版本不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，价格不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPSOffice2016 专业增强版办公软件（授权专用）授权	场地授权	
/	经销	中国仪器进出口集团有限公司	2018 年	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	最终客户于 2016 年向公司购买 WPS Office 2016 for linux 专业版授权，使用良好；2018 年按照国资委要求，通过指定集采平台经销商中仅购买了 WPS Office 产品使用授权。

8-2-56

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
	直销	-	2016 年	WPS Office 2016 for linux 专业版授权	数量授权	两次采购产品不同，公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。

②通过经销商购买公司产品，使用良好并直接向公司进行采购

报告期内，部分客户经过经销商的推介，知悉、购买公司产品并使用良好，后根据自身需要再次向公司直接购买商品，其主要原因为，此类客户所偏好的授权模式多为场地授权，且客户往往有自身内网系统，向公司直接购买场地授权，与公司直接进行技术对接，是更为便捷的购买方式。此类重叠最终客户主要为以下十家：

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
/	经销	北京宏大恒业科技有限公司	2017 年	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	最终客户于 2017 年 1 月通过经销商推介，购买 WPS Office 授权，使用良好；由于最终客户人员较多，需求较大，因此于 2017 年 12 月直接向公司追加采购场地授权。两次采购产品授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	
/	经销	广州易宝信息技术有限公司	2017 年	WPS 云办公套装软件授权	数量授权	最终客户于 2017 年 3 月通过经销商推介，购买金山 WPS 云办公套装软件授权，使用良好；2017 年 10 月出于对公司产品的认可，直接向公司采购 WPS Office 云协作场地使用授权。两次采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPS 云协作办公平台授权	场地授权	
/	经销	深圳市继尧信息技术有限公司	2016 年	WPSOfficeforAndroid 专业版授权（V6.5）	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2016 年 3 月向经销商采购 WPS Office 移动版软件授权，使用良好；由于最终客户自身需求，在 2017 年 10 月直接向公司采购 WPS Office2016 产品场地使用授权。两次采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比
	直销	-	2017 年	WPSOffice2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
						性。
/	经销	江西金格科技股份有限公司	2016 年	WPSOfficeforAndroid 专业版办公软件授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2016 年 5 月通过经销商采购 WPS Office 移动版软件授权，使用良好；由于最终客户人员较多，需求较大，因此在 2017 年 12 月直接向公司采购 WPS Office2016 产品场地使用授权。两次采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPSOffice2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	
/	经销	上海岑升信息技术有限公司	2015 年	金山 WPS Office 2013 专业版办公软件（新授权专用）授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2015 年 1 月及 2016 年 3 月通过经销商采购 WPS Office2013 及 WPS Office2016 软件数量使用授权，使用良好；由于最终客户人员较多，需求较大，因此在 2018 年 3 月向公司购买 WPS Office2016 软件场地使用授权。直销与经销采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
		上海并蓄信息技术服务有限公司	2016 年	WPS Office2016 专业增强版办公软件授权	数量授权	
	直销	-	2018 年	WPS Office2016 专业增强版办公软件授权	场地授权	
/	经销	北京瑞恒汇智科技发展有限公司	2016 年	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2016 年 6 月及 12 月通过经销商采购 WPS Office2016 软件数量使用授权，使用良好；由于最终客户需求较大，因此在 2018 年 4 月向公司购买 WPS Office2016 及其增强版的软件场地使用授权。直销与经销采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2018 年	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	
		-	2018 年	WPS Office2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	场地授权	
/	经销	北京宏大恒业科技有限公司	2017 年	WPS Office2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2017 年通过经销商采购 WPS Office2016 软件数量使用授权，使用良好；由于最终客户需求较大，因此在 2018 年向公司购买 WPS+安全版软件场地授权。直销与经销采购产品不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2018 年	WPS+安全版软件授权	场地授权	
/	经销	北京鑫大神州科技有限公司	2017 年	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2017 年通过经销商采购 WPS Office2016 软件数量使用授权，使用良好；由于最终客户需求较大，因此在 2018 年向公司购买 WPS Office 多平台版办公软件场地授权。直销与经销采购产品不同、授权方式不同，且公
	直销	-	2018 年	WPS Office 多平台版办公软件授权	场地授权	

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
						司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
/	经销	北京闻道行之科技发展有限公司	2017 年	WPS Office 移动增强版办公软件 V4.5 授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2017 年通过经销商采购 WPS Office 移动版数量使用授权，使用良好；由于最终客户自身产生新需求，因此在 2018 年向公司购买更多移动版办公软件授权。公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2018 年	WPS Office 移动增强版办公软件授权	数量授权	
/	经销	兰州辉煌软件有限责任公司	2018 年	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	数量授权	最终客户通过经销商推介，于 2018 年 1 月通过经销商采购 WPS Office2016 软件数量使用授权，使用良好；由于最终客户需求较大，因此在 2018 年 7 月向公司购买 WPS Office 办公软件场地授权。直销与经销授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2018 年	WPS Office2016 专业增强版办公软件（政府专用）授权	场地授权	

③曾购买公司产品并使用良好，因经销商开发进一步需求而后续通过经销商进行购买

报告期内，部分客户已经向公司直接购买过产品使用授权并使用良好，后续由于经销商进一步开发客户需求（经销商一般对于自己所在地区的客户进行持续跟进，由于经销商员工数远高于公司销售人员数量，因此部分购买过产品的最终客户在经销商跟进后，由于版本更新等原因，被进一步开发需求），或最终客户出于自身需求选择通过经销商购买（如经销商许诺最终用户得到如培训、售后维护等更丰富的使用体验等），因此后续通过经销商进行采购，此类重叠最终客户主要有以下七家：

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
/	经销	深圳市腾世信息技术有限公司	2017 年	WPS Office2016 专业增强版办公软件（授权专用）授权	数量授权	最终客户于 2016 年 12 月向公司购买 WPS 云办公套装软件授权，使用良好；后续经销商跟进并推动客户需求，2017 年 10 月最终客户通过经销商订购 WPS Office2016 产品使用授权。两次采购产品版本不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2016 年	WPS 云办公套装软件授权	数量授权	
/	经销	深圳市伊登软件股份有限公司	2016 年	WPS Office for iOS 移动版办公软件授权	数量授权	最终客户 2015 年向公司直接购买 WPS Office for Android、for iPad/iPhone 场地使用授权，主要用于授权

8-2-59

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
	直销	-	2015 年	WPS Office for Android 专业版办公软件授权	场地授权	在华为产品中安装 WPS Office；2016 年经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户通过经销商采购 WPS Office for iOS 移动版，授权为华为自用，使用良好；2017 年，由于最终客户人员较多，需求较大，向公司采购 WPS Office foriOS 及 Android 移动增强版场地授权；2018 年向公司采购 WPS Office 多平台版办公软件授权。直接购买、从经销商购买的版本不同、授权方式不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
		-	2015 年	WPS Office for iPad/iPhone 专业版办公软件授权	场地授权	
		-	2017 年	WPS Office for iOS+Android 移动增强版办公软件（V4）授权	场地授权	
		-	2018 年	WPS Office 多平台版办公软件授权	场地授权	
/	经销	广州北联信息科技有限公司	2017 年	WPS+办公云平台授权	数量授权	最终客户于 2017 年 5 月向公司购买 WPS Office 2016 使用授权，使用良好；后续经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户于 2017 年 12 月及 2018 年 3 月通过经销商订购了少量 WPS+办公云平台使用授权。直销与经销采购产品不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
			2018 年	WPS+办公云平台授权	数量授权	
	直销	-	2017 年	WPS Office2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	
/	经销	北京宏大恒业科技有限公司	2018 年	WPS Office 2019 专业版办公软件授权	数量授权	最终客户于 2017 年向公司购买 WPS Office 2016 产品的使用授权，使用良好；后续经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户于 2018 年通过经销商采购新版本 WPS Office 2019 专业版授权。直销与经销采购产品版本不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（授权专用）授权	数量授权	
/	经销	北京连邦软件股份有限公司	2018 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（彩包）授权	数量授权	最终客户于 2017 年向公司购买 WPS Office 2016 产品的使用授权，使用良好；后续经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户于 2018 年通过经销商采购 WPS Office2016 专业版办公软件彩包版本授权。直销与经销采购产品版本不同，且公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	

重叠客户	销售方式	经销商名称	购买期间	购买内容	购买方式	重叠原因
/	经销	北京联德通达科技有限公司	2018 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	最终客户于 2017 年向公司购买 WPS Office 2016 产品的使用授权，使用良好；后续经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户于 2018 年通过经销商采购 WPS Office 产品授权。公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2017 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（政府专用）授权	场地授权	
/	经销	河南信安世纪科技有限公司	2018 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	最终客户于 2018 年 3 月向公司购买 WPS Office 2016 产品的使用授权，使用良好；后续经销商跟进良好并推动客户需求，最终客户于 2018 年下半年通过经销商采购 WPS Office 产品授权。公司不掌握经销商向最终客户的销售价格，不具有直接可比性。
	直销	-	2018 年	WPS Office 2016 专业版办公软件（授权专用）授权	场地授权	

综上所述，报告期内公司直销、经销最终客户存在十九家重叠，相对于各期直销、经销最终销售订单总数比例极小（2016 年至 2018 年重叠客户产生的收入占办公软件产品使用授权总收入的 0.63%、3.19%及 3.03%），其发生皆具有商业合理性，由于公司不掌握代理商销售给最终客户的价格，且重叠客户从公司直接购买与从经销商处购买的方式可能分别为数量授权和场地授权，产品或版本也不尽相同，因此无法直接进行价格比较。

3、发行人与代理商的合作方式，双方约定的主要权利义务及实际履行情况，是否为买断式代理，收入分成等内容；

报告期内，公司与经销商的合作方式、双方约定的主要权利义务及实际履行情况、是否为买断式经销，收入分成等情况如下：

软件授权业务与代理商合作方式						
代理商类别	全国地区代理商		省内代理商	海外代理商		
	国企、央企用户总代（中仪）	境内政府行业用户核心代理	普代	日本地区独代	泰国独代、台企用户独代	俄语地区普代
双方合作模式要点及主要权利义务	1、在中国大陆范围内授权总经销商接受指定经销商为其销售地域范围内的国企	针对部分普通经销商，在其享有的经销范围	在中国大陆范围内划分地域授权经销商向其下级经销商、	在日本地区授权经	在泰国地区授权经销商独家销售泰语版	在俄语地区（即俄罗斯联

8-2-61

软件授权业务与代理商合作方式						
代理商类别	全国地区代理商		省内代理商	海外代理商		
	国企、央企用户总代（中仪）	境内政府行业用户核心代理	普代	日本地区独代	泰国独代、台企用户独代	俄语地区普代
	用户、央企用户向其订购软件产品（仅指 WPS Office 2016 专业版和 WPS Office 2016 专业增强版）。 2、总经销商不得接受指定经销商为其国企用户和央企用户以外的用户订购软件产品；不得接受指定经销商以外的任何第三方直接向其订购软件产品；不得自行发展下级经销商，亦不得直接向最终用户销售软件。	内，划出部分政府类用户，其可以成为针对该指定区域的指定政府类用户总经销商，可享受较普通经销商更为优惠的提货价。	最终用户销售 WPS Office 系列产品，公司有权在同一经销范围内发展多家普通经销商。经销商为国企用户、央企用户订购 WPS Office 2016 专业版、WPS Office 2016 专业增强版时，需通过总经销商（中仪）下单	销商独家销售 WPS Office 系列产品	WPS Office 系列产品；在中国大陆及台湾地区授权经销商针对台企用户独家销售 WPS Office 系列产品	邦，亚美尼亚，阿塞拜疆等国家）授权经销商针销售 WPS OFFICE 10 BUSINESS EDITION 产品
实际履行情况	按合同约定履行					
是否为买断式经销	是	是	是	否（销售分成）	是	
收入分成模式	根据经销商协议约定的提货价向公司支付货款。若经销商完成约定的考核额，则持续享有总代资格，若未完成则公司有权取消其总代资格或发展其他总代。若经销商完成年度考核额，则可获得相应奖励	根据经销商协议约定的提货价向公司支付货款。若经销商完成考核任务额，则持续享有核心代理资格及较低提货价，若未完成则公司有权取消其核心代理资格并将其提货价恢复为普通经销商的提货价	根据经销商协议约定的提货价向公司支付货款	经销商以其销售净额的 33%作为公司授权其在日本地区作为独家经销商的授权费用	根据经销商协议约定的提货价向公司支付货款	根据经销商协议约定的提货价向公司支付货款

8-2-62

4、报告期内代理商的增减变动情况、相应代理收入的增减变动情况；

2016 年至 2018 年，公司分别新增办公软件使用授权代理商 71 家、50 家及 80 家，各退出代理商 117 家、91 家及 45 家。2016 年至 2018 年，新增代理商当期销售总收入分别为 3,331.36 万元、4,043.20 万元及 8,490.55 万元，占办公软件使用授权业务经销当期总收入的 19.48%、19.92%及 33.48%；退出经销商前一期销售总收入分别为 2,303.63 万元、1,940.91 万元及 1,839.57 万元；占经销商前一期收入的 13.67%、11.35%及 9.06%（新增、退出/淘汰经销商为报告期内整体新增及退出/淘汰，不是逐期相比上一年新增及退出/淘汰数量，因此退出经销商随报告期变化而产生变化）。

2016 年至 2018 年，公司办公软件使用授权业务的代理商数量分别为 190 家、149 家及 200 家。报告期初期，公司通过广撒网的方式，与较多经销商签约并以此进行市场拓展，随着市场份额的上升，公司销售部门对经销商的控制趋严，部分经销能力不理想的经销商在合同期满后，公司并未与其续签代理合约；同时，公司在报告期内的业务传播、拓展范围不断扩大，公司每年都与有潜在销售能力的经销商签订新的经销合同，2017 年底公司销售部门成立渠道管理部，积极发掘符合公司标准的潜在代理商。公司与经销商的合同每年续签一次，按照交易金额判断经销商是否有具有长期合作的潜质，如果当年经销额未完成公司预期，则公司一般不会选择续签，因此，报告期内经销商淘汰和新增比例均较高。随着与销售能力强的经销商的业务往来逐步稳定、公司筛选机制的逐渐成熟，因此 2016 年及 2017 年经销商的绝对数量逐渐减少，2018 年经销商绝对数量有所上升。

5、发行人同行业可比上市公司采用代理商模式的情况；

由于不存在主营业务与公司完全一致的 A 股上市公司，因此现选取招股书中软件行业可比公司情况进行补充，由于与公司所销售软件的类型、服务方式不尽相同，可比公司的销售模式也有所差异，公司 A 股上市同行业可比公司的主要销售模式如下：

公司	主要销售模式	具体情况
鼎捷软件	直销	鼎捷软件具备独立的销售体系，销售均以直销为主，仅在大陆地区销售小型 ERP 产品时会采用渠道销售方式。

公司	主要销售模式	具体情况
东方通	直销、渠道销售	东方通采取最终用户直销与渠道销售模式相结合的经营模式。
广联达	直销	绝大部分产品销售根据行业特性采取直销模式，由广联达各分支机构直接对客户提供服务和销售。
泛微网络	直销、渠道分销	泛微网络各条产品线普遍采用直销的销售方式，针对小型企事业单位客户主要采用渠道分享模式。
用友网络	直销、分销	用友网络以直销与分销相结合的方式销售自主开发的软件产品。
久其软件	直销	久其软件产品的销售模式以直销为主

数据来源：各公司年度报告、招股说明书等

综上所述，公司与软件行业可比公司由于产品性质及销售需求不尽相同，因此经销模式并不具有直接可比性。

6、结合合同条款，补充披露按数量授权及按场地面积授权软件使用的划分依据及实际执行情况，按场地面积授权模式的具体定价方式，两种授权模式存在的价格差异、是否合理，数量授权模式下对软件使用权是否存在使用时间限制，如有，请披露；说明对软件使用权存在使用时间限制的情况，发行人一次性确认软件使用权授权收入的合理性，是否符合企业会计准则的要求。

报告期内，公司按照客户规模、客户具体需求以及谈判结果等不同条件，最终与办公软件产品使用授权客户确定具体的授权方式。一般来讲，选择场地授权的客户的平均规模要大于选择数量授权的客户，如地方警察局，每次采购 100 套以下软件产品即可满足其办公需求，可选择数量采购；选择场地授权的客户的人员变动情况要大于选择数量授权的客户，如商业银行一般会选择场地授权的方式，其办公地点短期内不会发生变化，但是人员规模很可能发生扩张，按数量授权的方式购买多次下单较为不便，一般会选择场地授权的形式。同时，根据与不同客户的商务谈判、招投标等进行情况，以及具体客户的具体偏好，可能出现规模较大的客户选择数量授权，或规模相对较小的客户选择场地授权的情况，报告期内，场地授权的销售金额一般不少于一万元。

场地授权模式在具体定价时，首先会根据客户经营规模与员工规模、购买意愿等条件预计其实际使用量，根据数量多少，参考数量授权模式下相应的售价，确定最后的交易总额。一般来讲，客户规模越大、员工数量越多，按照预计使用

量来看，平均单价会越小；客户有配套移动端软件需求的，比只购买桌面版的客户的平均单价要高。根据与不同客户的商务谈判过程、招投标具体要求等，场地授权之间的均价可能有所不同。

一般来讲，同行业的场地授权与数量授权，场地授权的平均单价低于数量授权的平均单价。场地授权作为行业内的一般销售方式，在招投标、商务谈判销售模式中都较为常见，场地授权可以近似理解为购买数量庞大的数量授权，数量越多，均价优惠越大，因此具有合理性。

金山办公股份的办公软件产品使用授权业务，无论是场地授权还是数量授权，均属于现行《企业会计准则第 14 号——收入》准则中规定的让渡资产使用权之使用费收入，根据准则规定："第十七条、让渡资产使用权收入同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）相关的经济利益很可能流入企业；（二）收入的金额能够可靠地计量。第十八条、企业应当分别下列情况确定让渡资产使用权收入金额：（二）使用费收入金额，按照有关合同或协议约定的收费时间和方法计算确定。"

公司在办公软件产品使用授权业务签署合同、发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户验收或客户在验收期未提出异议时，公司在该项合同下的主要义务已将履行完毕，公司基于该项合同的债权已将产生并且具备法律效力，合同债权金额能够可靠地计量，公司已经具备《企业会计准则》确认收入的金额基础。公司在办公软件产品使用授权业务场地授权和数量授权模式下，均约定免费售后服务期间和免费保障期间，公司提供的免费售后服务主要包括：担保软件载体无材料或工艺缺陷；安装、调试、使用、更新时遇到问题，通过在线查询、电子邮件或致电的方式获得标准解答；需要在第三方软件系统中调用授权软件的某些功能或借口，通过在线查询、电子邮件或致电的方式获得相关技术支持；主动电话回访、收集产品使用意见；提供专家解答和使用技巧文档。免费保障为被授权方在免费保障期内获得授权主体提供软件版本的技术支持（如有）。

所以公司按照合同/协议约定或市场惯例，软件使用许可权交付并经验收后，公司会向客户提供一定期限的售后服务和技术支持，公司将该项服务识别为一项单独的履约义务。由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独

售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。

此外，公司对于办公软件产品使用授权业务，无论是场地授权还是数量授权，对于使用权存在使用时间限制的约定，意义仅限于免费售后服务期间和免费保障服务期间的限定，在场地授权模式下授权期间届满后，客户仍能按照约定不超过一定数量的计算机上在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和保障服务。在数量授权模式下授权期间（如有）届满后，或免费售后服务期间和免费保障服务期间届满后，客户仍能在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和保障服务。

同时鉴于办公软件产品使用授权具有较强的通用性，客户需求差异较小，办公软件产品的使用授权可以无限的复制和销售，故公司对于每一个场地授权或数量授权的客户合同均没有排他性，以区别于商标、版权的使用权授权或房屋租赁收费。

综上所述，对于公司办公软件产品使用授权业务，无论是场地授权还是数量授权，均为根据合同约定将合同义务识别为提供办公软件授权和提供一定期限的售后服务和技术支持两项履约义务，其中：对于提供办公软件授权的履约义务，授权合同不影响软件授权的再次销售，在软件使用权授权期间（如有）届满后，或免费售后服务期间和免费保障服务期间（如有）届满后，客户仍能按照约定数量在授权地域范围内永久的继续使用授权软件，只是不再免费享受售后和保障服务，故根据《企业会计准则》以及讲解的相关规定，应当视同销售该项软件授权资产一次性确认收入；对于提供办公软件授权的履约义务，由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认。

（二）说明

1、办公软件产品使用授权业务直销、代理商代理模式下不同的客户获取方式对应的销售业务流程、不同阶段收款占比、软件介质、软件授权书和软件序列号发出的业务流程、客户的验收期及验收的业务流程；

报告期内，办公软件产品使用授权业务流程如下：

（1）公司直销业务及收款流程：

公司直销模式的主要业务流程为：公司通过招投标或商务谈判对购买信息进行初步确认后，由公司销售部门人员在公司订单系统中进行信息填报，填报好的客户信息与购买价格等情况经相关负责人审批后，公司正式与直销客户签订销售合同/协议，并由财务人员对预收款项等情况在系统中进行跟踪记录，再由商务负责人员制作授权书，压制光盘或生成序列号，并通过快递寄出（序列号可直接通过网络发送）。最终客户以邮件或验收单等形式主动进行验收回复，或者根据合同中约定的条款，验收期过后未收到客户主动回复的，默认为验收。

公司直销的主要收款模式为：

1）客户预付一部分货款后，公司进行发货，客户收到产品后，主动确认验收，或者期满自动默认验收，在合同约定的期限内收回尾款；

2）客户收到产品并验收后，按照合同约定一次性支付所有货款；

3）客户支付全款后，公司进行发货，此类情况发生情况较少。

公司直销模式下，在最终客户完成验收后，确认收入（按照合同/协议约定或市场惯例，软件使用许可权交付并经验收后，公司会向客户提供一定期限的售后服务和技术支持，公司将该项服务识别为一项单独的履约义务。由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认）。

报告期内，公司办公软件使用授权业务直销客户中付款比例较为多样，由于公司办公软件使用授权业务直销客户多为大型国企、政府机关、知名私企等，具

有较强话语权，因此直销客户会根据自身习惯及需求签订不同付款阶段、不同付款比例的条款。

（2）代理商经销销售业务及收款流程：

代理商经销模式的主要业务流程为：公司对通过资质审核、与公司签订框架合同的代理商开放订单平台填报权限，代理商确定明确的最终客户情况及购买信息后，在公司订单系统中进行填报，其最终客户信息（包括最终客户对接人、电话、地址等）与购买价格等情况经相关负责人审批后，系统通知代理商进行付款，并由财务人员对预收款项等情况在系统中进行记录，再由商务负责人员制作授权书，压制光盘或生成序列号，按照合同约定或客户需求将其寄给代理商或最终客户（序列号可直接通过网络发送）。代理商以邮件或验收单等形式主动进行验收回复，或者根据合同中约定的条款，验收期过后未收到客户主动回复的，默认为验收。

代理商经销的主要收款模式为：

1）收到经销商全额支付的货款后公司进行发货；

2）依据订单的规模、信用情况等分期进行收款；

3）个别经销商（如中国仪器进出口（集团）公司）由于其特殊性（国资委指定集采平台，服务于央企、国企类信用期普遍较长的企业），公司发货后视账期或其最终客户回款情况，向公司支付货款。

代理商经销模式下，在经销商完成验收后，确认收入（按照合同/协议约定或市场惯例，软件使用许可权交付并经验收后，公司会向客户提供一定期限的售后服务和技术支持，公司将该项服务识别为一项单独的履约义务。由于合同中未对该项服务单独定价，也无法取得可观察的单独售价作为参考，公司按照提供该项服务的部门在未来服务期间的预计人员薪酬和服务器折旧等作为提供服务的预计成本，加上合理毛利后，确定为公司未来提供该项服务的收入，在未来服务期间内递延确认）。

报告期内，公司一般鼓励经销商先付款后进行发货，但公司部分经销商的最终客户与公司直销客户合同相似，属于比较话语权较强的大型企业或政府机构，

因此不同合同中对于收款阶段、付款比例有不同的规定。部分经销商付款情况也取决于终端客户的话语权和经销商的资金流动性，因此部分经销商的不同订单付款阶段、比例具有一定差异性。

公司介质、授权书、序列号发出的业务流程为：公司订单系统中生成直销客户订单或经销商下订单后，公司审批订单并对发货数量、购买产品等进行确认。在审核订单的过程中，商务人员同步办理备货事宜，根据订单中最终用户信息打印授权证书、分配介质，根据最终用户信息在订单系统中自动分配序列号，商务人员将分配的序列号进行打印，并与授权证书、介质一同以快递的形式提供给客户。

2、主要种类软件产品的直销、代理商经销模式下单价、单价差异及其变化的合理性；

报告期内办公软件产品使用授权业务中，同版本、同行业的软件价格，经销商提货均价均低于公司直销均价，未出现公司直销价格低于经销商价格的异常情况。报告期内，公司各软件明细版本直销、经销均价变动均在合理范围内浮动。由于部分版本交易量较少且对不同最终客户议价能力不同等因素，其均价具有一定随机性；尤其销量较小的移动版、Linux 版直销等的均价变化随机性较大。报告期内，从版本分类来看，桌面版中的 Windows 版的价格一般高于移动版和 Linux 版；从行业分类来看，企业版的价格一般高于政府版，教育版因其公益性，价格最低。

3、代理商是否存在大量个人等非法人实体，代理商回款是否存在大量现金和第三方回款；

（1）代理商是否存在大量个人等非法人实体

经核查公司报告期内的已完成签约的代理商名单，报告期内，公司的代理商不存在大量个人、个体工商户等非法人实体的情况。

（2）代理商回款是否存在大量现金和第三方回款

报告期内，公司不存在以现金方式进行的回款；软件授权业务代理商中不存在第三方回款情形。保荐机构及申报会计师的核查情况详见第 32 题。

4、是否存在发行人通过代理商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异较大的情形及其合理性；给予代理商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对代理商的应收账款显著增大；若存在，请分析原因。

（1）是否存在发行人通过代理商模式实现的销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异较大的情形及其合理性

办公软件产品使用授权业务成本主要包括 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、售后服务成本、软件介质及包装物、外购配套销售软硬件、软件使用授权分成及服务器折旧等，公司未拆分软件授权业务直销和经销各自的成本，所以暂时无法算出代理商模式销售毛利率和其他销售模式实现的毛利率差异。

（2）是否存在给予代理商的信用政策显著宽松于其他销售方式，对代理商的应收账款显著增大

公司建立了《客户信用管理制度》（以下简称制度）用以确定各类客户的信用政策，制度规定销售部门根据对客户的信用调查结果，结合实际业务往来中对与客户合作关系的评价，执行客户分类分级管理，对不同类别、级次的客户，给予不同的信用政策，其中，软件授权业务客户信用政策为：

业务模式	客户类型	设定依据	信用额度	回款信用周期
直销	政府、金融、教育类客户	国内政府机关、事业单位及国企，通常回款风险较小，但回款周期较长	不超过合同价款的 50%	不超过 24 个月
	其他企业客户	除国内政府机关、事业单位及国有企业外的企业客户	不超过合同价款的 30%	不超过 12 个月
	个人用户	零星个人客户	无	无
代理	全国性代理	合作时间长，销售额度相对较高，或为公司的战略合作伙伴	不超过全年指标的 25%	不超过 3 个月
	区域性代理	经营风险较小，且与公司长期合作	不超过订单金额的 50%	不超过 3 个月
	新进入代理商	可培养类客户，具备一定经营风险	无	无

根据上表可知，公司给予代理商的信用周期短与给予直销客户的信用周期，因此，不存在公司给予代理商的信用政策显著宽松于直接销售的信用政策的情况。

报告期各期，公司软件授权业务各类销售模式下营业收入、应收账款金额及占营业收入的比例如下：

单位：人民币万元

业务	类别	项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
软件使用授权	直销	营业收入	10,419.61	8,332.09	6,530.34

业务	类别	项目	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
		应收账款原值	4,898.17	2,808.40	2,826.04
		应收账款占比	47.01%	33.71%	43.28%
	代理	营业收入	25,148.75	20,090.85	16,972.94
		应收账款原值	7,412.69	6,417.31	4,542.39
		应收账款占比	29.48%	31.94%	26.76%

报告期内，公司对软件使用授权业务代理商的应收账款增长趋势与营收规模增长趋势较为匹配；不存在报告期内公司对软件使用授权业务代理商的应收账款显著增大的情况。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、分析代理商模式下收入确认是否符合企业会计准则的规定，分析、核查代理商具体业务模式及采取代理商模式的必要性，代理商选取标准、日常管理、定价机制、物流（是否直接发货给终端客户）、退换货机制，各期抽取三笔代理商订单进行穿行测试，核查以上流程节点。

2、为核查公司软件产品使用授权业务经销商收入最终实现销售的具体情况，保荐机构进行了如下核查：对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其正版软件采购的政府单位，通过与上级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对最终客户进行电话访谈。由于部分最终客户进行了邮件、电话访谈双重核查，因此进行排重之后，2016 年至 2018 年，收入核查程序覆盖的有效收入金额分别为 9,227.65 万元、11,210.34 万元及 20,532.30 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 53.96%、55.23%及 80.96%。收入核查过程中，保荐机构及会计师未发现最终用户不存在、最终用户实际购买与公司记录不相符的情况；

3、分析公司与代理商的合作方式，通过对抽样进行穿行测试的方法，核查双方约定的主要权利义务及实际履行情况；

4、整理、分析报告期内代理商的增减变动情况、相应代理收入的增减变动

情况并进行分析；

5、整理、分析公司同行业可比上市公司采用代理商模式的情况；

6、整理、分析结合合同条款，获取了报告期内公司办公软件产品使用授权收入明细，以及按数量授权、场地面积授权软件的重要合同，结合对业务人员的访谈，明确了具体定价方式、划分依据及实际执行情况，对两种授权模式的价格差异合理性做出了判断。

7、获取了报告期内公司办公软件产品使用授权业务直销、代理商经销模式下不同的客户获取方式对应的销售业务流程，并通过明细、合同、凭证核查不同阶段收款占比，通过白皮书及业务人员访谈了解了软件介质、软件授权书和软件序列号发出的业务流程、客户的验收期及验收的业务流程；

8、获取了报告期内公司办公软件产品使用授权收入明细，对直接销售和代理商经销的收入金额、单价、标的等进行了核查并分析其变化；

9、核查代理商是否存在大量个人等非法人实体，代理商回款是否存在大量现金和第三方回款；

10、核查公司给予代理商的信用政策是否显著宽松于其他销售方式，对代理商的应收账款是否存在显著增大的情形。

核查意见：

经核查，公司报告期不同业务模式收入确认时点、依据和方法恰当、证据充分，符合《企业会计准则》要求；除日本金山外，公司与软件授权业务主要代理商之间不存在关联关系；报告期内代理商的增减变动情况、相应代理收入的增减变动情况具有合理性；公司一次性确认软件使用权授权收入具有合理性，符合企业会计准则的要求；主要种类软件产品的直销、代理商经销模式下单价、差异变化具有合理性；代理商不存在大量个人等非法人实体，代理商回款不存在大量现金和第三方回款；对代理商的应收账款并未显著增大的情况。由于公司软件授权业务销售量较大，在全国范围内下沉式开展业务，因此采取代理商模式具有必要性；代理商模式下收入符合《企业会计准则》要求；公司具有严格的代理商选取标准，严格执行日常管理，并按照提货量及最终客户所属行业进行对提货价进行

定价管理，除因少部分经销商委托公司发货给终端客户外，公司一般向经销商进行发货；报告期内公司未发生退换货的情况，经销商确定最终客户信息后公司才会制作授权书，压制光盘、执行发货，因此不存在销售存货的情况，内控流程健全且有效执行；除日本金山外，公司与软件授权业务主要代理商之间不存在关联关系；对代理商的信用政策具有合理性；代理商模式下收入具有真实性；由于公司与其他 A 股上市软件公司的业务实质、经销需求不尽相同，因此不具有可比性；为核查公司软件产品使用授权业务经销商收入最终实现销售的具体情况，保荐机构进行了如下核查：对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其正版软件采购的政府单位，通过与上级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对最终客户进行电话访谈。由于部分最终客户进行了邮件、电话访谈双重核查，因此进行排重之后，2016 年至 2018 年，收入核查程序覆盖的有效收入金额分别为 9,227.65 万元、11,210.34 万元及 20,532.30 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 53.96%、55.23%及 80.96%。

问题十七、招股说明书披露，公司产品及服务在政府、金融、能源、航空等多个重要领域得到广泛应用，在政府部门优势尤其明显，报告期内，公司向前五大客户销售金额分别为 22,351.30 万元、28,556.83 万元、31,263.92 万元；占当期销售总额比例分别为 41.19%、37.91%、27.68%。2016、2017 年发行人与关联方北京金山安全软件有限公司、日本金山（キングソフト株式会社）和北京金山云网络技术有限公司交易额列第三、四位。

请发行人：(1)分别披露报告期内发行人三种业务模式下的前五大客户情况，包括客户名称、销售内容、销售金额、占比情况；(2) 结合三种业务模式下客户销售情况，分析并披露主要客户变动以及销售金额变动情况，分析变动合理性，主要客户与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系；(3) 对关联方北京金山安全软件有限公司、日本金山（キングソフト株式会社）、北京金山云网络技术有限公司关联销售的标的、定价方式，并与同行业可比公司比较、与发行人向非关联方销售价格比较，说明关联交易的公允性，是否存在利益输送。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、分别披露报告期内发行人三种业务模式下的前五大客户情况，包括客户名称、销售内容、销售金额、占比情况；

（1）办公软件产品使用授权

2016 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国仪器进出口集团公司	桌面版	5,108.03	21.73%
2	日本金山(キングソフト株式会社)	桌面版	1,176.13	5.00%
3	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	桌面版/移动版	1,015.35	4.32%
4	北京中油瑞飞信息技术有限责任公司	桌面版	854.70	3.64%
5	北京瑞恒汇智科技发展有限公司	桌面版	771.06	3.28%
	合计		**8,925.28**	**37.97%**

2017 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国仪器进出口集团公司	桌面版/移动版	6,996.50	24.62%
2	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	桌面版/移动版	1,354.30	4.76%
3	日本金山(キングソフト株式会社)	桌面版	848.76	2.99%
4	深圳市市场和质量监督管理委员会	桌面版/移动版	773.50	2.72%
5	北京闻道行之科技发展有限公司	桌面版/移动版	589.81	2.08%
	合计		**10,562.87**	**37.16%**

2018 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国仪器进出口集团有限公司	桌面版/移动版	4,407.51	12.39%
2	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	桌面版	1,103.31	3.10%
3	北京中软启晨科贸有限公司	桌面版/移动版	901.20	2.53%
4	北京计算机技术及应用研究所	桌面版	837.93	2.36%
5	日本金山(キングソフト株式会社)	桌面版	834.47	2.35%
	合计		**8,084.42**	**22.73%**

（2）互联网广告推广服务

2016 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	互联网广告推广服务	8,625.21	35.52%
	浙江天猫技术有限公司	互联网广告推广服务		
	淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务		
2	百度在线网络技术(北京)有限公司	互联网广告推广服务	2,785.78	11.47%
	百度时代网络技术（北京）有限公司	互联网广告推广服务		
	Baidu（Hong Kong）Limited	互联网广告推广服务		
3	北京派瑞威行广告有限公司	互联网广告推广服务	2,328.20	9.59%
4	北京金山安全软件有限公司	互联网广告推广服务	2,244.48	9.24%
	北京金山云网络技术有限公司	互联网广告推广服务		
5	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	互联网广告推广服务	822.92	3.39%
	合计		**16,806.59**	**69.21%**

2017 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	互联网广告推广服务	13,022.70	44.02%
	浙江天猫技术有限公司	互联网广告推广服务		
	淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务		
2	北京壹捌零广告有限公司	互联网广告推广服务	5,251.25	17.75%
3	百度在线网络技术(北京)有限公司	互联网广告推广服务	1,307.18	4.42%

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
	百度时代网络技术（北京）有限公司	互联网广告推广服务		
4	Facebook Ireland Limited	互联网广告推广服务	881.29	2.98%
5	北京金山安全软件有限公司	互联网广告推广服务	811.97	2.74%
	合计		**21,274.38**	**71.90%**

2018 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	互联网广告推广服务	15,664.15	41.09%
	浙江天猫技术有限公司	互联网广告推广服务		
	淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务		
2	北京壹捌零数字技术有限公司	互联网广告推广服务	6,599.02	17.31%
3	广州晟让信息技术有限公司	互联网广告推广服务	2,539.75	6.66%
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	互联网广告推广服务	2,045.43	5.37%
	腾讯科技（北京）有限公司	互联网广告推广服务		
5	邑盟信息技术(上海)有限公司	互联网广告推广服务	846.16	2.22%
	合计		**27,694.51**	**72.65%**

（3）办公服务订阅

2016 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国工商银行股份有限公司	技术服务	547.17	8.53%
2	中国农业银行股份有限公司	技术服务	367.00	5.72%
3	国家电网公司信息通信分公司	技术服务	259.43	4.05%
4	无锡江南计算技术研究所	技术开发	84.91	1.32%
5	日本金山(キングソフト株式会社)	技术服务	74.60	1.16%
	合计		**1,333.11**	**20.79%**

2017 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国工商银行股份有限公司	技术服务	547.17	3.16%
2	中国农业银行股份有限公司	技术服务	367.00	2.12%
3	中国仪器进出口集团公司	技术服务/WPS+商业版	271.36	1.57%
4	国家电网公司信息通信分公司	技术服务	259.43	1.50%
5	山东国丰科技信息有限公司	技术开发	141.51	0.82%
	合计		**1,586.47**	**9.16%**

2018 年度：

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
1	中国工商银行股份有限公司	技术服务、技术开发	733.96	1.87%

序号	客户名称	销售内容	销售金额（万元）	占比
2	中国农业银行股份有限公司	技术服务	367.00	0.93%
3	国家电网公司信息通信分公司	技术服务	259.43	0.66%
4	鼎信信息科技有限责任公司	技术服务	103.30	0.26%
5	恒丰银行股份有限公司	WPS+商业版	77.83	0.20%
	合计		**1,541.53**	**3.93%**

2、结合三种业务模式下客户销售情况，分析并披露主要客户变动以及销售金额变动情况，分析变动合理性，主要客户与发行人及其关联方是否存在关联关系或潜在关联关系。

（1）办公软件产品使用授权：

办公软件产品使用授权作为公司最传统的业务模式，通过向客户销售办公软件产品使用权而取得收入。根据销售方式的不同，办公软件产品授权主要分为公司直销和经销商经销两种模式。报告期内，前五大客户中，2017 年较 2016 年增加深圳市市场和质量监督管理委员会和北京闻道行之科技发展有限公司；减少北京中油瑞飞信息技术有限责任公司和北京瑞恒汇智科技发展有限公司。2018 年较 2017 年增加北京中软启晨科贸有限公司和北京计算机技术及应用研究所；减少深圳市市场和质量监督管理委员会和北京闻道行之科技发展有限公司。

报告期内，办公软件产品授权业务前五大客户中，中国仪器进出口集团、黑龙江鑫联华、日本金山等代理商根据下游用户需求变化，每年向公司的采购量有所变化，但排名及各年采购金额处于正常波动范围。报告期内存在大幅变动的客户主要集中在直销客户，例如深圳市市场和质量监督管理委员会和北京中油瑞飞，在传统软件授权模式下，其被授权使用某一产品版本（一般可以永久使用其购买版本，虽然服务期后功能可能受到限制），公司一般三年左右进行较大产品版本更新（如 WPS Office2013、2016、2019 等），因此公司的直销客户很少出现连续每年购买软件的情况。公司前五大客户里中软启晨为 2018 年新增经销商，其在广西有庞大的客户资源和成熟的渠道体系，也是公司报告期内重点开发的客户，与其合作对于公司提升销量有着重要意义。

（2）互联网广告推广服务：

互联网广告推广业务以公司产品（WPS 桌面版/移动版、金山词霸 APP 等）

及官网为主要载体，为各类广告客户提供广告营销服务。报告期内，前五大客户中，2017 年较 2016 年增加北京壹捌零广告有限公司和 Facebook，减少 Baidu（Hong Kong）Limited、北京派瑞威行广告有限公司、北京金山云网络技术有限公司和北京创意麦奇教育信息咨询有限公司；2018 年较 2017 年前五大客户增加广州晟让信息技术有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司、腾讯科技（北京）有限公司和邑盟信息技术(上海)有限公司；减少百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司、Facebook 和北京金山安全软件有限公司。

前五大客户大部分为网盟平台及广告代理商，其每年的排名及采购金额一方面与国内广告市场投放规模的变动有关，一方面与其自身平台的流量及业务开拓情况有关。其中公司与百度的交易额呈减少的趋势，主要原因为 2015 年 5 月百度联盟推出新的广告模式“原生广告”，即广告形态与产品内容形态相融合，该模式被产品使用者高度认可，使得当期公司广告推广流量大幅提升；后期随着其他平台推出相近的广告模式，公司根据自己用户画像，选择与自身契合度更高的合作方，因此与百度的交易额有所下降。另外，2017 年京东商城的广告代理商由派瑞威行更换为北京壹捌零广告，致使公司前五大客户中新增北京壹捌零数字技术有限公司。

（3）办公服务订阅：

办公服务订阅模式下的主要客户主要为具有办公服务定制化需求的机构客户，前五大客户中，2017 年较 2016 年新增中国仪器进出口集团公司和山东国丰科技信息有限公司，减少无锡江南计算技术研究所和日本金山(キングソフト株式会社)；2018 较 2017 年新增鼎信信息科技有限责任公司、恒丰银行股份有限公司，减少中国仪器进出口集团公司和山东国丰科技信息有限公司。

该模式下的前五大客户中部分重合，中国工商银行、中国农业银行及国家电网这类客户的采购标的主要为技术服务，技术服务合同一般为长期合同，公司每年根据合同期限分摊收入，因此此类客户的排名及采购金额较为稳定；山东国丰科技和无锡江南计算机技术研究所这类客户采购标的为技术开发服务，该类业务是公司为满足客户定制化需求的服务，因此对于技术开发类客户，其年度排名与采购金额变动较大。

公司三种模式下前五大客户中仅日本金山(キングソフト株式会社)、北京金山安全软件有限公司和北京金山云网络技术有限公司为公司的关联方，其余客户与公司均不存在关联关系或潜在关联关系。

3、对关联方北京金山安全软件有限公司、日本金山（キングソフト株式会社)、北京金山云网络技术有限公司关联销售的标的、定价方式，并与同行业可比公司比较、与发行人向非关联方销售价格比较，说明关联交易的公允性，是否存在利益输送。

（1）北京金山安全软件有限公司

公司为北京猎豹（签署协议时公司名称为贝壳网际（北京）安全技术有限公司，2015 年 8 月更名为北京猎豹移动科技有限公司)、北京金山安全软件有限公司（以下简称"金山安全"，2016 年 1 月 1 日合同主体由北京猎豹变更为金山安全）提供的市场推广服务为：中国境内市场推广服务；具体方式为：在公司的产品中通过广告或展示安装链接的方式，引导客户自主将北京猎豹、金山安全提供的导航页设为浏览器首页。由于公司产品在国内的市场占有率较高，北京猎豹、金山安全向公司采购上述市场推广服务，有助于提高其产品在中国境内的占有份额。双方合作过程中，由于公司在国内的市场占有率较高，市场推广转化量较大，且按双方约定以用户在导航页上的有效点击计算市场推广费用，公司为北京猎豹、金山安全提供相关推广服务收入较高。

由于金山安全的市场推广策略调整，其向公司采购服务的相关合同于 2016 年末到期后未续约，公司自 2017 年起不再为金山安全进行市场推广，就相关合同到期之前公司产品中的推广链接所持续产生的收入，将由金山安全按原合同继续支付至 2019 年 6 月 30 日。2018 年 9 月合同主体由北京金山安全软件有限公司变更为珠海豹好玩科技有限公司，后续由珠海豹好玩科技有限公司继续支付。

对比公司向北京猎豹、金山安全提供的市场推广服务的具体细分价格及同类服务的市场化价格（以 360 导航联盟的市场推广服务价格为例）如下表所示：

日均有效点击 IP 数量	公司向关联方提供推广服务的价格（元/千次）	同类服务市场化价格（元/千次）
小于 5 万	65-70	60-65

日均有效点击 IP 数量	公司向关联方提供推广服务的价格（元/千次）	同类服务市场化价格（元/千次）
5 万至 10 万	75	65-70
10 万至 50 万	80-90	80-85
50 万至 500 万	95	90-95
500 万以上	95	100-105

如上表所示，公司向其关联方提供的服务价格与同类服务的市场化价格无显著差异。据此，公司向北京猎豹、金山安全提供的服务价格公允、不存在利益输送。

（2）日本金山

公司对日本金山销售的产品为 WPS Office 产品。公司与日本金山的合作模式为日本金山取得公司的授权后在日本销售 WPS Office 产品，并按销售收入净额 33%的比例，以向公司支付授权费的形式与公司分成，未包含有日本金山批量采购后销售的条款。此项销售以知识产权授权形式进行，公司不向其提供以光盘等为载体的实体产品。因此，公司对日本金山的销售不属于买断式销售，也不会存在销售退回的情形。

自 2006 年起至今，公司与日本金山约定的销售分成比例未发生变化。由于日本市场的软件销售惯例，中国的软件厂商在日本与软件经销商进行合作的分成方式均为销售分成模式，经核查日本金山与其无关联关系的第三方中国某软件企业之间签署的销售协议，日本金山就销售该第三方企业的软件产品取得的销售分成比例为 60%，与日本金山代理公司产品的分成比例无显著差异。

此外，除日本金山外，公司未与其他经销商采用销售分成模式进行合作，公司针对销售难度较大的市场，设置独家经销商，给予较低的提货价格。综上，公司与日本金山约定的销售分成比例与在其他开拓难度较大的市场开展合作的非关联方企业约定销售分成比例基本一致，公司与日本金山约定的交易价格公允、不存在利益输送。

为更好地在日本市场推广公司产品，公司报告期内向日本金山提供 WPS 产品的技术支持及本地化开发等技术服务。我们核查了上述交易的定价依据，其交

易价格根据公司为日本金山进行技术开发的专职团队产生的人员工资、差旅费用等实际发生的相关成本确定。经核查，我们认为考虑到日本金山曾为金山软件的下属企业，且日本金山为公司在日本地区的独家经销商，对公司拓展日本市场具有重要作用，公司向其提供的相关技术服务也是最终服务于公司自身产品的市场推广。因此公司按自身发生的成本作为此项关联交易的定价具有合理性。

（3）北京金山云网络技术有限公司

公司向北京金山云网络技术有限公司（以下简称"金山云"）提供在产品中搭载广告等市场推广服务，2016 年、2017 年合同中约定单价分别为 0.5~0.71 元/CPI、1 元/CPI，2016 年、2017 年公司与金山云共计结算的 CPI 数量分别为 32.01 万、1.47 万。我们核查了同期公司与某非关联方公司签订的市场推广服务合同，其中约定单价为 0.8 元/CPI。经核查，上述关联方交易价格与市场价格无显著差异，价格公允、不存在利益输送。

（4）与同行业可比公司比较

根据公开披露的信息，公司可比公司销售软件产品、提供技术服务的具体定价方式如下表所示：

公司	定价方式
鼎捷软件	销售时，本公司的销售顾问会根据前期对客户需求的了解，综合考虑客户购买的模块的数量等因素，预估顾问实施所需要的时间数（以人 天或人小时为单位），再以此乘以单位时间的价格作为基础报价
东方通	软件产品销售按计价方式的不同可分为计件式和买断式两种情况
广联达	软件产品在全国标准平均报价的基础上根据因地区以及配置等影响因素进行实际定价
泛微网络	公司产品基本上是在标准化产品的基础上根据客户购买的用户数、模块数、需求和实施服务范围来定价，具体内容差异较大
用友网络	根据用户购买的数量和功能进行定价
久其软件	根据客户需求进行商业谈判定价

注：可比公司数据来源于各公司年度报告、招股说明书等

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、核查公司就其与关联方北京猎豹移动科技、金山安全的关联交易相关事

宜出具的《确认函》；

2、获取公司报告期内三种业务模式下前五大客户的名称、收入金额、占比、销售标的明细表，检查报告期内三种业务模式下前五大客户销售合同；核查公司与北京猎豹、金山安全、金山云交易对账单、付款单、发票等交易凭证；

3、访谈报告期内三种业务模式下前五大客户；

4、核查 360 导航联盟的市场推广服务价格清单；

5、核查公司与日本金山于 2017 年 2 月 6 日签署的《独家许可授权合同》及于 2017 年 7 月 1 日签署的《补充协议》；

6、核查日本金山提供给公司的对账单、销售明细表及抽取部分其对下游销售的合同等凭证；

7、访谈北京猎豹、金山安全、日本金山、金山云。

核查意见：

经核查，我们认为报告期内三种业务模式下前五大客户收入真实；报告期内公司向关联方北京金山安全、日本金山、金山云销售产品或服务的定价是公允的，不存在利益输送的情况。

问题十八、招股说明书披露，报告期内发行人主要采购 IDC 服务器租用服务和 CDN 带宽服务，前五大供应商采购金额分别为 3,843.85 万元、5,539.30 万元、9,018.08 万元，占当期采购总额比例分别为 54.66%、55.40%、46.96%。其中 2017 年和 2018 年关联方北京金山云网络技术有限公司为第一大供应商，报告期内采购金额占比分别为 13.05%、22.01%和 18.01%；2016 年第一大供应商于 2017 年不再出现在前五供应商内，2018 年新增珠海市昇辉科技有限公司为第二大供应商。

请发行人补充披露：（1）公司主要供应商基本情况，包括但不限于注册地、实际控制人、业务内容及规模、向发行人提供产品及用途等，与公司的交易历史、与公司是否存在实质或潜在的关联关系等相关信息；（2）发行人向其采购的产品内容及价格，比照市场价格说明采购价格是否公允；（3）公司与主要供应商的交易及结算流程、采购价格形成机制等相关信息。

请发行人说明：（1）报告期内前五大供应商更换的原因及 2018 年采购总额占比下降的原因，结合同行业可比公司比较说明是否符合行业共性；（2）向北京金山云网络技术有限公司采购的内容、定价方式、上述关联交易的必要性，是否具有合理商业目的，对其采购的依赖性，未来是否具有持续性；（3）杭州阿里妈妈软件服务有限公司在报告期内既是公司第一大客户又是前五大供应商，请详细说明具体交易模式、交易价格形成机制、会计核算方法、依据及合规性，是否影响发行人的独立运行，是否存在其他客户与供应商重叠情况，如存在，请说明具体情况。

请保荐机构、会计师就上述事项及发行人报告期内向供应商采购真实性进行核查并发表明确意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、公司主要供应商基本情况，包括但不限于注册地、实际控制人、业务内容及规模、向发行人提供产品及用途等，与公司的交易历史、与公司是否存在实质或潜在的关联关系等相关信息；

（1）公司 2016 年度前 10 大供应商基本情况

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
北京蓝汛通信技术有限责任公司	1998/6/25	北京市海淀区	4,000.00 万元	技术开发;经营电信业务	王松-2200 万-55% 寇小洪-1800 万-45%	2010 年	IDC、CDN	否
北京金山云网络技术有限公司	2011/3/25	北京市海淀区	20,000.00 万元	软件开发， 技术出口，云储存服务，游戏产品经营	珠海金山云科技有限公司-100%	2012 年	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	是
Hancom Inc.,	1990/11/2	境外	122.00 亿韩元	软件研发、销售	Hancom Secure13.54% Kim Jung Sil 7.39%	2016 年	软件特许权	否
亚马逊通技术服务（北京）有限公司	2012/4/13	北京市怀柔区	12,200.00 万美元	计算机软硬件开发与销售，经济信息咨询，计算机网络服务	亚马逊科技资源有限公司 -100%	2012 年	IDC、CDN	否
Amazon Web Services, Inc.	-		-	计算机云服务，云基础设施服务	Amazon.com, Inc - 100%	2012 年	IDC、CDN	否
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	杭州市	200.00 万元	销售计算机软硬件，网络产品，多媒体产品，计算机集成，广告设计等	杭州阿里妈妈网络技术有限公司-100%	2013 年	技术服务费、手续费	否
支付宝（中国）网络技术有限公司	2004/12/8	上海市自由贸易试验区	150,000.00 万元	互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡的发行与受理	浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司 -100%	2013 年	技术服务费、手续费	否

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	2012/1/17	北京市朝阳区	118.00 万元	技术开发，计算机软硬件销售，广告设计制作	郭兴炜-110 万-93.22% 郭浩龙-8 万-6.78%	2015 年	会员功能服务采购-模板	否
珠海睿云信息科技有限公司（现更名为广东睿云信息科技有限公司）	2013/6/6	广东省珠海市	1,000.00 万元	信息咨询，计算机软硬件咨询	卢中华-1000 万-100%	2013 年	服务器、存储设备	否
北京首都在线科技股份有限公司	2005/7/13	北京市海淀区	36,131.6277 万元	技术开发，技术支持，软件销售与服务	曲宁 72.90% 赵永志 10.00% 毕名武 17,10%	2013 年	IDC、CDN	否
上海道宇信息科技有限公司	2015/10/12	上海市崇明区	100.00 万元	（信息、计算机、网络）科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务	张应玺 50 万 50.0% 刘贝贝 50 万 50.0%	2016 年	会员功能服务采购-模板	否
北京五八云端网络技术有限公司	2014/11/6	北京市石景山区	2,000.00 万元	技术开发、技术推广、技术服务、技术咨询;数据处理;基础软件服务;应用软件服务	王向华 2000 万 100.0%	2016 年	IDC、CDN	否

8-2-85

（2）公司 2017 年度前 10 大供应商基本情况

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
北京金山云网络技术有限公司	2011/3/25	北京市海淀区	20,000.00 万元	软件开发，技术出口，云储存服务，游戏产品经营	珠海金山云科技有限公司-100%	2012 年	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	是

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	杭州市	200.00 万元	销售计算机软硬件，网络产品，多媒体产品，计算机集成，广告设计等	杭州阿里妈妈网络技术有限公司-100%	2013 年	技术服务费、手续费	否
支付宝（中国）网络技术有限公司	2004/12/8	上海市自由贸易试验区	150,000.00 万元	互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡的发行与受理	浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限公司 -100%	2013 年	技术服务费、手续费	否
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	2012/1/17	北京市朝阳区	118.00 万元	技术开发，计算机软硬件销售，广告设计制作	郭兴炜-110 万-93.22% 郭浩龙-8 万-6.78%	2015 年	会员功能服务采购-模板	否
珠海睿云信息科技有限公司（现更名为广东睿云信息科技有限公司）	2013/6/6	广东省珠海市	1,000.00 万元	信息咨询，计算机软硬件咨询	卢中华-1000 万-100%	2013 年	服务器、网络设备及安全模块授权等	否
亚马逊通技术服务（北京）有限公司	2012/4/13	北京市怀柔区	12,200.00 万美元	计算机软硬件开发与销售，经济信息咨询，计算机网络服务	亚马逊科技资源有限公司 -100%	2012 年	IDC、CDN	否
Amazon Web Services, Inc.	-	-	-	计算机云服务，云基础设施服务	Amazon.com, Inc - 100%	2012 年	IDC、CDN	否
北京首都在线科技股份有限公司	2005/7/13	北京市海淀区	36,131.6277 万元	技术开发，技术支持，软件销售与服务	曲宁 72.90% 赵永志 10.00% 毕名武 17,10%	2013 年	IDC、CDN	否
珠海市鸿海信息科技有限公司	2010/5/26	广东省珠海市	1,000.00 万元	计算机网络工程、软件、系统集成的研发与销售	卢文明-500 万-50% 陈天梅-500 万-50%	2017 年	服务器、存储设备	否
上海七牛信息技术有限公	2011/8/3	上海市	5,000.00 万	计算机软硬件开发与销	许式伟-3675 万-73.50%	2014 年	IDC、CDN	否

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
司		自由贸易试验区	元	售，技术支持与技术咨询	吕桂华-1325 万-26.50%			
北京蓝汛通信技术有限责任公司	1998/6/25	北京市海淀区	4,000.00 万元	技术开发;经营电信业务	王松-2200 万-55% 寇小洪-1800 万-45%	2010 年	IDC、CDN	否
上海略过广告有限公司	2016/9/14	上海市崇明区	100.00 万元	广告设计制作，办公用品等销售	朱恒-50 万-50% 钟琰万-50 万-50%	2016 年	会员功能服务采购-模板	否

（3）公司 2018 年度前 10 大供应商基本情况

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
北京金山云网络技术有限公司	2011/3/25	北京市海淀区	20,000.00 万元	软件开发，技术出口，云储存服务，游戏产品经营	珠海金山云科技有限公司-100%	2012 年	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	是
珠海市昇辉科技有限公司	2013/8/21	广东省珠海市	1,000.00 万元	技术开发，计算机软硬件销售	颜兴炼 99.00% 周裔青 1.00%	2018 年	服务器、网络设备等	否
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	浙江省杭州市	200.00 万元	销售计算机软硬件，网络产品，多媒体产品，计算机集成，广告设计等	杭州阿里妈妈网络技术有限公司 -100%	2013 年	技术服务费、手续费	否
支付宝（中国）网络技术有限公司	2004/12/8	上海市自由贸易试验区	150,000.00 万元	互联网支付、移动电话支付、银行卡收单、预付卡的发行与受理	浙江蚂蚁小微金融服务集团股份有限	2013 年	技术服务费、手续费	否

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
					公司-100%			
珠海睿云信息科技有限公司（现更名为广东睿云信息科技有限公司）	2013/6/6	广东省珠海市	1,000.00 万元	信息咨询，计算机软硬件咨询	卢中华-1000 万-100%	2013 年	服务器、网络设备等	否
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	2012/1/17	北京市朝阳区	118.00 万元	技术开发，计算机软硬件销售，广告设计制作	郭兴炜-110 万-93.22% 郭浩龙-8 万-6.78%	2015 年	会员功能服务采购-模板	否
霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司	2018/2/1	新疆伊犁州霍尔果斯市	100.00 万元	计算机软件技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务;设计、制作、代理、发布广告;计算机系统服务;基础软件服务;应用软件服务;软件开发;电脑动画设计;企业策划;销售计算机、软件及辅助设备;从事互联网文化活动	风尚云起文化传媒（北京）有限公司-100%	2018 年	会员功能服务采购-模板	否
亚马逊通技术服务（北京）有限公司	2012/4/13	北京市怀柔区	12,200.00 万美元	计算机软硬件开发与销售，经济信息咨询，计算机网络服务	亚马逊科技资源有限公司 -100%	2012 年	IDC、CDN	否
Amazon Web Services, Inc.	-		-	计算机云服务，云基础设施服务	Amazon.com, Inc -100%	2012 年	IDC、CDN	否

8-2-88

供应商名称	成立时间	注册地	注册资本	主营业务	股权结构	过往业务往来情况（开始合作年限）	采购标的	与公司是否存在关联方关系
北京首都在线科技股份有限公司	2005/7/13	北京市海淀区	36,131.6277 万元	技术开发，技术支持，软件销售与服务	曲宁 72.90% 赵永志 10.00% 毕名武 17,10%	2013 年	IDC、CDN	否
上海七牛信息技术有限公司	2011/8/3	上海市自由贸易试验区	5,000.00 万元	计算机软硬件开发与销售，技术支持与技术咨询	许式伟-3675 万-73.50% 吕桂华-1325 万-26.50%	2014 年	IDC、CDN	否
杭州盛航计算机科技有限公司	2018/7/11	浙江省杭州市桐庐县	500.00 万元	计算机软硬件、光电技术、网络技术、节能环保设备、电子产品的技术开发、技术咨询及成果转让;企业管理咨询；商务信息咨询；文化艺术活动策划,体育赛事活动策划	潘松 60.00% 朱思等 30.00% 浙江合摩计算机科技有限公司 10.00%	2018 年	会员功能服务采购-模板	否
珠海市彦安科技有限公司	2010/11/3	广东省珠海市	50.00 万元	信息技术服务、计算机软硬件开发及销售、网络工程、系统集成	涂彦晖 47.5 万 95.0% 胡艳芳 2.5 万 5.0%	2015 年	会员功能服务采购-数据恢复	否

注：供应商多为非上市公司，未公开披露营业收入等业务规模相关信息。

2、发行人向其采购的产品内容及价格，比照市场价格说明采购价格是否公允；

（1）公司 2016 年度前 10 大供应商采购内容

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比	与公司是否构成关联方关系
1	北京蓝汛通信技术有限责任公司	IDC、CDN	1,179.29	16.77%	否
2	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	917.70	13.05%	是
3	Hancom Inc.,	软件特许权	701.71	9.98%	否
4	亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc.	IDC、CDN	578.88	8.23%	否
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	466.27	6.63%	否
6	风尚云起文化传媒（北京）有限公司	会员功能服务采购-模板	360.53	5.13%	否
7	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、存储设备	303.32	4.31%	否
8	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	297.87	4.24%	否
9	上海道宇信息科技有限公司	会员功能服务采购-模板	211.48	3.01%	否
10	北京五八云端网络技术有限公司	IDC、CDN	134.94	1.92%	否
合计			**5,151.98**	**73.27%**	

（2）公司 2017 年度前 10 大供应商采购内容

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比	与公司是否构成关联方关系
1	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	2,200.92	22.01%	是
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	1,037.91	10.38%	否
3	风尚云起文化传媒（北京）有限公司	会员功能服务采购-模板	1,022.14	10.22%	否
4	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、网络设备及安全模块授权等	674.66	6.75%	否
5	亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc.	IDC、CDN	603.67	6.04%	否
6	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	403.91	4.04%	否
7	珠海市鸿海信息科技有限公司	服务器、存储设备	383.16	3.83%	否
8	上海七牛信息技术有限公司	IDC、CDN	345.92	3.46%	否
9	北京蓝汛通信技术有限责任公司	IDC、CDN	342.57	3.43%	否
10	上海略过广告有限公司	会员功能服务采购-模板	263.43	2.63%	否
	合计		**7,278.29**	**72.78%**	

（3）公司 2018 年度前 10 大供应商采购内容

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比	与公司是否构成关联方关系
1	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	3,459.04	18.01%	是
2	珠海市昇辉科技有限公司	服务器、网络设备等	1,513.42	7.88%	否
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	1,484.75	7.73%	否
4	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、网络设备等	1,462.55	7.62%	否
5	风尚云起文化传媒（北京）有限公司、霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司	会员功能服务采购-模板	1,098.32	5.72%	否
6	亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc.	IDC、CDN	970.71	5.06%	否
7	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	750.33	3.91%	否
8	上海七牛信息技术有限公司	IDC、CDN	731.10	3.81%	否
9	杭州盛航计算机科技有限公司	会员功能服务采购-模板	560.70	2.92%	否
10	珠海市彦安科技有限公司	会员功能服务采购-数据恢复	494.66	2.58%	否
	合计		**12,525.58**	**65.23%**	

前十大供应商中，IDC/CDN 服务供应商采购主要依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，按照合同约定价格按月结算，例如，2016 年向北京蓝汛通信技术有限责任公司采购页面服务价格为 25 元/Mbps/月，页面 https 加速服务为 35 元/Mbps/月，下载服务为 20 元/Mbps/月，全球加速服务为 85 元/Mbps/月。经检查相关合同以及 IDC/CDN 服务典型供应商的官网定价，确定该类采购价格具有公允性。

技术服务供应商与会员功能服务供应商的采购金额与收入金额挂钩，通常为按照收入金额的一定比例结算，例如杭州阿里妈妈软件服务有限公司技术服务费为收入金额的 10%，此比例为阿里妈妈平台对所有淘宝客户收取的服务费比例；风尚云起文化传媒（北京）有限公司/霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司提供会员功能服务分成比例报告期内在 30%~78%浮动，此类采购比例多为公司与供应商进行商务洽谈的结果，具有公允性。

固定资产设备供应商主要为设备代理商，各类设备为品牌方定价，不同代理商在品牌方定价基础上有小幅度波动，核查过程中获取公司采购审批表，检查了询价过程，确

认此类采购价格具有公允性。

3、公司与主要供应商的交易及结算流程、采购价格形成机制等相关信息。

报告期内，公司的主要供应商分为：IDC/CDN 服务供应商、技术服务供应商、会员功能服务（模板）供应商及主要固定资产设备供应商。

其中固定资产设备供应商的交易，遵循公司 OA 系统的授权批准制度，在 OA 系统中发起交易的申请及审批，并按照公司《采购控制程序》在《合格供方名录》中选取多家厂商进行询价确保价格公允性。根据审批结果与相关供应商进行合同洽谈，并在合同中明确品名规格、数量、质量要求、价格、交货时间、交货地点、验收要求、结算方式及售后服务等。结算方式一般为设备到货并验证合格后再付款，以尽量降低采购风险。相关合同经 OA 流程审批并通过后与供应商签署并执行。

IDC/CDN 服务供应商、技术服务供应商及会员功能服务供应商的交易根据业务部门提出的需求，选取多家有实力的供应商（如：阿里、腾讯、金山云、亚马逊 AWS 等）进行商务洽谈及测试，确保价格公允性。确认供方所提供的服务能满足业务需求后会与相关供应商进行合同洽谈，并在合同中明确价格、结算方式及售后服务等。一般在服务提供后的次月月初，双方对上月服务费用进行对账并按双方约定的信用期付费。相关合同经 OA 流程审批并通过后与供应商签署并执行。

（二） 说明：

1、报告期内前五大供应商更换的原因及 2018 年采购总额占比下降的原因，结合同行业可比公司比较说明是否符合行业共性；

报告期内，公司前五名供应商变动情况如下：2017 年，公司前五大供应商新增风尚云起文化传媒（北京）有限公司、珠海睿云信息科技有限公司，公司对其采购金额占当年采购总额的比例为 10.22%及 6.75%。2018 年，公司前五大供应商新增珠海市昇辉科技有限公司，公司对其采购金额占当年采购总额的比例为 7.88%；新增供应商霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司与 2017 年前五大供应商风尚云起文化传媒（北京）有限公司为同一控制企业，公司对风尚云起文化传媒（北京）有限公司/霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司采购金额占当年采购总额的比例为 5.72%。2016 年前五大供应商北京蓝汛通信技术有限责任公司、Hancom Inc.,采购金额占当年采购总额的比例为 16.77%及 9.98%，

在 2017 年及 2018 年不再是前五大供应商。

如前表披露，珠海睿云信息科技有限公司、珠海昇辉科技有限公司采购标的主要为服务器、网络设备等固定资产，随公司业务发展每年均有新增采购，但各供应商代理品牌有所不同，珠海昇辉科技有限公司主要代理品牌为华为，由于国家政策倾斜，2018 年公司增加国产品牌服务器、网络设备的采购，故供应商新增珠海昇辉科技有限公司。公司对风尚云起文化传媒（北京）有限公司/霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司采购标的为会员功能服务采购，其采购金额上升主要原因系办公服务订阅业务扩大，对此类服务需求增加导致。公司对 Hancom Inc.,采购标的为软件特许使用权，该供应商授权公司使用 Weboffice 和 Genietalk 软件，由于到期时公司已经有了研发储备，将自主开发此功能，故之后不再向此供应商采购。随着公司在其产品中提供的云端服务不断增多，同时整体行业中也呈现出从传统 IDC 转向更灵活、性价比更优的云服务的趋势，公司报告期内增加了向金山云的采购。

报告期内同行业可比公司前五大供应商占比情况如下：

可比公司	业务类型	2018 年度	2017 年度	2016 年度
东方通	软件授权类业务	57.13%	59.38%	67.84%
广联达	软件授权类业务	47.01%	43.29%	43.18%
用友网络	软件授权类业务	5.90%	4.10%	3.30%
鼎捷软件	软件授权类业务、技术服务业务	36.11%	39.17%	39.82%
泛微网络	软件授权类业务、技术服务业务	26.94%	22.58%	21.80%
久其软件	软件授权类业务、技术服务业务	42.95%	41.70%	36.89%

注：可比公司数据来源于各公司年度报告、招股说明书等

由上表列示情况分析，前五大供应商占比变动情况并不具有行业共性，公司前五大供应商 2018 年采购总额占比与 2017 年相比下降 8.44%，主要原因系报告期内随公司业务规模扩大采购总额不断增长，基数增大。

2、向北京金山云网络技术有限公司采购的内容、定价方式、上述关联交易的必要性，是否具有合理商业目的，对其采购的依赖性，未来是否具有持续性；

报告期内，公司与北京金山云关联交易情况如下：2016 年至 2018 年，公司向北京金山云采购的金额分别为 917.70 万元、2,200.92 万元及 3,459.04 万元，主要采购内容为云存储、云计算及带宽和 CDN 等云服务。双方按年度签署服务框架协议，对服务范围、价格进行约定，按月进行对账确认服务量，并进行结算。

目前，行业中规模较大且能够满足公司业务需求的云服务供应商主要有百度云、阿里云、腾讯云、华为云及金山云等。北京金山云作为行业中最早提供云服务的供应商之一，公司 2013 年下半年开始在产品中为客户提供云服务时就作为公司在云主机、云存储方面的主要供应商，为公司的办公增值服务及互联网广告推广业务提供所需的云服务。由于前期合作中，公司的大量相关业务数据均存储于北京金山云的服务器中，为保障数据连续性、稳定性及客户体验，公司持续使用北京金山云的相关服务，此项关联交易有合理的商业目的。但市场上有大量可提供同类云服务的其他供应商，公司对金山云的采购并不具有依赖性。

报告期内，公司在其产品中提供的云端服务不断增多，对网络服务器、云存储等设备及服务需求快速增加，从而增加了对此类供应商的年度采购额，预计未来公司云服务相关业务规模持续增长，此项关联交易未来具有持续性。

3、杭州阿里妈妈软件服务有限公司在报告期内既是公司第一大客户又是前五大供应商，请详细说明具体交易模式、交易价格形成机制、会计核算方法、依据及合规性，是否影响发行人的独立运行，是否存在其他客户与供应商重叠情况，如存在，请说明具体情况。

杭州阿里妈妈软件服务有限公司（以下简称“阿里妈妈”）是公司的平台广告服务客户，公司与该类客户的合作流程一般为，登录客户指定网站入口，通过注册平台账号，自主从账号里的提取链接，代码，接口等，通过技术接入，投放于公司的广告位上；排期安排由公司自主把控，但具体投放的终端广告主由平台客户确定，由于平台导流客户推送流量巨大，公司需要耗费巨大人力及费用才能核对所有信息；实际收入完全按平台客户的确认金额结算，双方议价空间比较小。

报告期内，此类平台客户的广告投放方式一般为 CPS、CPC，此类平台客户一般为互联网广告行业中规模较大的公司，且具有成熟的后台运作系统，且其广告推广价格所有平台、个人都可查看，公司作为众多在其后台注册的供应商之一，交易价格以及计算方式都与其他家平台、个人一致。相比体量庞大、具有行业领导力的平台客户，供应商几乎不具有议价能力，因此相比其他供应商，公司的交易价格公允，并不存在重大差异。

同时，阿里妈妈向公司提供平台服务亦收取技术服务费（对应公司互联网广告推广

服务的成本），当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×10%，亦于次月 20 日结算上月技术服务费。阿里妈妈对来源于补贴类销售额对应的广告收入不收取技术服务费，来源于补贴类销售额对应的广告收入主要指"双 11"、"双 12"等大促活动，阿里妈妈会发放"淘红包"、"超级红包"等权益，消费者使用"淘红包"、"超级红包"等权益支付产生的销售额所对应的广告佣金。

公司的核算方法为按阿里妈妈的确认金额全额确认收入，同时按照双方约定的比例（10%）确认成本。阿里妈妈在报告期内既是公司第一大客户又是前五大供应商主要是由于交易模式导致，具有合理性，不影响公司的独立运行。

报告期内，公司客户与供应商重叠情况如下：

（1）2016 年度

单位：人民币万元

名称	销售标的	收入金额	采购标的	采购金额
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网盟平台广告服务	8,625.21	技术服务费、手续费	466.27
Hancom Inc.,	软件授权	694.50	软件特许权	701.71
北京小米移动软件有限公司	广告服务	340.87	市场推广服务	195.20
深圳中电长城信息安全系统有限公司	软件授权	85.47	固定资产	0.85
北京金山云网络技术有限公司	广告服务	15.46	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	917.70

（2）2017 年度

单位：人民币万元

名称	销售标的	收入金额	采购标的	采购金额
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网盟平台广告服务	13,022.70	技术服务费、手续费	1,037.91
日本金山(キングソフト株式会社)	软件授权	848.76	推广服务	6.27
深圳市腾讯计算机系统有限公司	网盟平台广告服务	489.20	会员服务	11.76
北京小米移动软件有限公司	广告服务	221.23	市场推广服务	933.65
北京神州云动科技股份有限公司	软件授权	85.47	无形资产	52.17
科大讯飞股份有限公司	广告服务	56.33	技术服务	13.21
江西金格科技股份有限公司	软件授权	39.08	电子签章	1.03
深圳中电长城信息安全系统有限公司	软件授权	29.91	固定资产	0.56
天津林朋科技有限公司	广告服务	23.02	推广服务	3.39
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	广告服务	15.79	模板分成	1,022.14
北京金山云网络技术有限公司	广告服务	2.33	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	2,200.92
北京航天云路有限公司	个人订阅服务	1.89	推广服务	1.89
北京金格同创科技有限公司	软件授权	0.41	安全应用系统	1.49

（3）2018 年度

单位：人民币万元

名称	销售标的	收入金额	采购标的	采购金额
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	网盟平台广告服务	15,664.15	技术服务费、手续费	1,484.75
深圳市腾讯计算机系统有限公司	网盟平台广告服务	1,471.76	推广服务	1.02
日本金山(キングソフト株式会社)	软件授权&其他业务	835.67	推广服务	12.36
广州云达信息技术有限公司	软件授权	210.63	培训服务	4.26
江西金格科技股份有限公司	软件授权	68.48	电子签章	0.19
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	广告服务	48.99	模板分成	856.04
重庆松基科技有限公司	软件授权&机构订阅	18.18	培训服务	0.28
陕西西部数通电信资讯有限公司	软件授权&机构订阅	11.74	培训服务	0.28
杭州网易质云科技有限公司	广告服务	0.38	推广服务	0.99
北京创新伙伴教育科技有限公司	广告服务	2.12	版权分成	26.27
上海阅客信息科技有限公司	广告服务	0.50	推广服务	0.59
北京麦拓教育科技有限公司	广告服务	0.01	版权分成	0.31
北京小米移动软件有限公司	广告服务	771.60	市场推广服务	56.09
广州小米信息服务有限公司	广告服务	5.81	市场推广服务	410.55

注：阿里妈妈收入金额为淘宝网盟总收入，采购金额为网盟的技术服务费和支付宝的手续费合计。

如上表所示，报告期内，除阿里妈妈外，公司与 Hancom Inc.,（以下简称“Hancom”）和北京小米移动软件有限公司及广州小米信息服务有限公司（以下均简称“小米”）之间销售与采购重叠金额较大。

Hancom 既是公司软件授权客户，也是相关软件授权供应商。2016 年，公司为实现拓展开发软件应用功能的目的，向 Hancom 采购了 Genietalk 和 Weboffice 使用授权，其中，Genietalk 功能为文本和语音之间的识别转换，Weboffice 提供了 HTML5 办公软件在线解决方案。公司与 Hancom 销售和采购业务交易价格系经双方商务洽谈确定，并分别签订了独立的销售、采购合同，定价具备公允性。公司分别按照合同金额确认营业收入和研发费用。

公司与小米于 2016 年开始终端预置合作，根据双方签订终端预置合作及软件许可协议，约定由小米在其许可产品终端上预装 WPS 软件，公司以媒体资源置换的方式提供等额的媒体资源供小米使用，价格为双方参考市场价格协商确定。根据协议，小米为公司提供预装 WPS 软件服务以及公司为小米提供互联网广告服务实质上为两项独立的业务，且具有单独的计价体系。公司采购小米预装服务系市场拓展行为，目的主要是为了获取用户，故公司将向小米采购市场推广服务金额确认为销售费用；作为小米预装服

务的对价，公司需为小米提供等额的互联网广告推广服务，公司根据协议约定的刊例价，在完成约定的互联网广告推广业务并经对方确认后，计入营业收入。

公司与上表所示单位之间的交易均与日常经营活动相关，且销售和采购的定价具有公允性，会计处理符合《企业会计准则》的规定。除与阿里妈妈、Hancom 和小米之间的业务外，公司与其他单位之间销售与采购发生重叠的金额均较小，亦具有必要性，不影响公司独立运行。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、核查上述供应商工商档案材料；

2、通过“企查查”、“启信宝”等网站查询上述供应商信息并与其工商档案资料进行核对；

3、核查公司、控股股东、实际控制人、董监高签署的《关于与主要供应商、客户不存在关联关系的确认函》；

4、核查主要供应商签署的《确认函》，确认与公司不存在利益输送行为；

5、获取报告期内公司与主要供应商签订的采购合同及采购明细表；

6、检查报告期内主要供应商的付款凭证及银行回单；

7、通过函证、走访等方式对报告期内主要供应商的业务及定价进行核查；结合公司可比同类采购判断供应商采购价格的合理性。

核查意见：

经核查，我们认为公司向供应商采购具有真实性且价格公允；前五大供应商更换及 2018 年采购总额占比下降具有合理性；向北京金山云网络技术有限公司采购具有合理商业目的，未来具有持续性；客户与供应商的重叠情况不影响公司的独立运行。

问题二十二、招股说明书披露，发行人营业收入分别为 54,252.27 万元、75,326.50 万元及 112,968.11 万元。公司主营业务收入 2017 年较 2016 年增加了 38.84%、2018 年较 2017 年增加了 49.97%。

办公软件产品使用授权业务的销售模式为代理商代理、公司直销。报告期内代理收入金额为 16,972.95、20,090.85 万、25,148.74 万，占主营业务收入比重为 31.32%、26.67%、22.26%，直销收入金额为 6,530.34 万、8,332.09 万、10,419.61 万，占比为 12.05%、11.06%、9.22%。办公软件产品使用授权业务按照客户规模分为按数量授权、按场地面积授权。报告期内按数量授权的收入金额为 16,109.42 万、16,640.90 万、20,219.28 万，占主营业务收入比例为 29.72%、22.09%、17.90%；按场地面积授权的收入金额为 7,393.88 万、11,782.03 万、15,349.07 万，占主营业务收入比例为 13.64%、15.64%、13.59%。

请发行人：结合办公软件产品使用授权收入量价变动分析，披露办公软件产品使用授权收入占比逐年下降的原因。

请发行人说明：（1）2018 年全国办公软件行业仅增长 8%，同期公司办公软件产品使用授权收入同比增长超过 25%，公司该业务增长大幅快于行业的原因和未来增长的持续性；（2）办公软件产品使用授权代理收入占比较高的原因，发行人对代理商的定价是否有优惠策略。

请保荐机构、申报会计师核查，并说明针对该部分收入的核查情况，包括但不限于核查方式、各方式下核查客户家数、标的选择方法、核查收入占比、核查结果，并发表意见。

一、审核问询函回复：

（一）补充披露

1、结合办公软件产品使用授权收入量价变动分析，披露办公软件产品使用授权收入占比逐年下降的原因。

2016 年至 2018 年，公司办公软件产品使用授权收入分别为 23,503.29 万元、28,422.94 万元及 35,568.35 万元，2017 年相比 2016 年、2018 年相比 2017 年，增长率分别为 20.93% 和 25.14%，报告期内保持增长趋势。报告期内，公司 WPS Office 桌面版本的官方售价为

1,998 元,在实际销售过程中，根据销售模式不同、客户行业不同、版本功能的不同，软件授权价格亦会有所差异，关于办公软件授权销售价格的具体分析请见本回复 16 题说明部分之（二）。2016 年至 2018 年，公司办公软件产品使用授权业务共销售标准版本 40.82 万套、49.00 万套及 57.02 万套（2016 年至 2018 年，标准版本收入总额占数量授权收入总额的 80.17%、86.86%及 88.37%，可以代表软件产品整体的量价变动趋势，由于场地授权基于客户个体差异情况如规模、行业、员工人数、对软件功能的具体需求，以及商务谈判的具体结果，综合确定合同金额，未明确具体数量及单价，因此以上销售数量统计不包含场地授权）；报告期内个人订阅服务中 WPS 会员的标准定价为 WPS 会员（包含超级会员）每月 15 元（超级会员为 30 元）、稻壳会员价格每月 20 元，报告期内 WPS 会员、稻壳儿会员合计付费会员数分别为 205.09 万、544.88 万及 933.01 万。公司产品及服务的销售量呈总体上升趋势。从公司发展轨迹以及未来的发展方向来看，办公软件产品使用授权属于最传统、最核心的业务收入，每年度的授权销售额相对稳定；互联网广告推广和办公服务订阅业务都是从 2012 年后陆续产生的业务盈利模式，随着国内互联网的普及，办公用户的活跃用户数快速增长，用户变现能力增强，因此公司互联网广告推广业务和办公服务订阅业务都收入快速增长，办公软件产品使用授权占主营业务收入之比逐年减少。

（二）说明

1、2018 年全国办公软件行业仅增长 8%，同期公司办公软件产品使用授权收入同比增长超过 25%，公司该业务增长大幅快于行业的原因和未来增长的持续性；

根据计世资讯数据显示，2016 年至 2018 年，中国基础办公软件用户规模分别为 5.97 亿、6.25 亿及 6.55 亿，未来的国内办公软件用户数量及市场规模呈持续上升趋势。根据截至报告期内各期末，公司 WPS 注册用户总量分别为 1.66 亿、2.40 亿及 2.80 亿，报告期内公司 WPS Office 办公软件注册用户占国内办公市场用户总规模的 27.81%、38.40%及 42.75%，呈不断上升趋势，遥遥领先于其他国内办公软件厂商，并与国际主流办公软件厂商共同竞争市场，随着公司技术实力的进一步提升及服务体系的进一步完备，市场份额将进一步扩大。报告期内，公司经营规模不断扩大，营业收入分别为 54,252.27 万元、75,326.50 万元及 112,968.11 万元，2017 年度较 2016 年度，2018 年度较 2017 年度营业收

入增幅分别为 38.84%和 49.97%，其中办公软件产品使用授权收入分别为 23,503.29 万元、28,422.94 万元和 35,568.35 万元，增幅分别为 20.93%及 25.14%。公司办公软件产品使用授权业务增长高于行业增长的原因主要为公司由于自身竞争优势不断拓展国内市场渗透率，因此自身收入增长高于行业的增长。得益于公司自身的技术水平与上下游整合协作托等优势，公司业务增长具有持续性。

2、办公软件产品使用授权代理收入占比较高的原因，发行人对代理商的定价是否有优惠策略。

截至 2018 年 12 月 31 日，公司办公软件产品使用授权直接销售人员数量为 123 人，2016 年至 2018 年，公司授权业务的收入分别为 23,503.29 万元、28,422.94 万元和 35,568.35 万元，公司直接销售人员数量有限，为更好发展业务，不断扩展市场，满足客户对国产软件不断增长的需求，经销模式占授权收入比例较高。另一方面，部分国企、央企及政府机关受上级主管单位指导要求，向统一经销商如中国仪器进出口集团公司进行采购，不与供应商直接发生业务往来，同时，考虑到行业、地区代理对其所负责行业、地区的情况更加熟悉，因此报告期内办公软件使用授权业务经销占比较高。

报告期内，公司向经销商销售提货价格一般低于公司的直销价格，对代理商的定价存在优惠策略，一般购买数量越多，提货价越低；公司对于不同行业客户有不同的定价标准，如教育行业客户一般单价较低。由于报告期内，公司销售的软件根据客户的不同要求功能组合不尽相同，授权时限也各有差异，即便同一会计期间行业相同、总体版本相同，价格也存在一定差异。

报告期内，公司对国内经销商的一般定价优惠策略为：提货数量越多，折扣越大，经销商的潜在利润也越大；提货量低于 1000 套，提货价一般在直销价格提货价的 45-90%；提货量在 1000 套-1999 套，提货价一般在直销价格的 45%及以下；提货量为 2000 套-2999 套，提货价一般在直销价格的 40%及以下；提货量为 3000 套及以上，提货价一般在直销价格的 35%及以下。报告期内 WPS Office 海外版根据不同地区、版本不同有不同的标准定价，如英文版本的终身授权为 79.99 美元，日文版为 5880 日元；海外地区经销商也存在按照比例进行分成情况，如日本金山按其 WPS Office 软件授权销售净额的 33%作为分成金额与公司结算。

二、中介机构核查意见

执行的核查程序：

1、根据收入金额是进入顺序覆盖当期总收入 70%的范围、是否新增进入当期前十大等筛选标准，通过访谈、函证，对公司办公软件授权业务收入进行了核查，报告期内共核查办公软件授权业务客户 81、61、56 家、核查收入占当期收入比例为 72.87%、63.23%及 49.84%，未发现异常情况；为核查公司软件产品使用授权业务经销商收入最终实现销售的具体情况：对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其正版软件采购的政府单位，通过与上级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对最终客户进行电话访谈。由于部分最终客户进行了邮件、电话访谈双重核查，因此进行排重之后，2016 年至 2018 年，收入核查程序覆盖的有效收入金额分别为 9,227.65 万元、11,210.34 万元及 20,532.30 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 53.96%、55.23%及 80.96%。收入核查过程中，保荐机构及会计师未发现最终用户不存在、最终用户实际购买与公司记录不相符的情况；

2、分析、整理办公软件产品使用授权收入量价变动分析，分析办公软件产品使用授权收入占比逐年下降的原因；

3、收集、分析公司收入增长及行业规模增长情况，对比分析公司业务增长快于行业具有合理性和可持续性；

4、分析行业特点及办公软件使用授权业务自身特性，分析代理收入占比较高的原因，收集、分析公司对代理商的定价是否有优惠策略。

经核查，保荐机构及申报会计师认为，公司办公软件产品使用授权收入占比逐年下降具有合理性；公司业务增长快于行业具有合理性和可持续性，对经销商存在优惠政策。对于公司办公软件使用授权业务，保荐机构通过访谈、函证，对公司办公软件授权业务收入进行了核查，报告期内共核查办公软件授权业务客户 81、61、56 家、核查收入占当期收入比例为 72.87%、63.23%及 49.84%，未发现异常情况；对于有上级直属单位管辖的最终客户，如通过国务院国资委、各省国资委管理的央企、国企，以及版权局管辖其

正版软件采购的政府单位，通过与上级直属单位进行沟通、确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对于无需向上级管辖单位进行汇报的最终客户，如私企等最终客户，进行邮件确认，确认经销商最终实现销售的具体情况：对最终客户进行电话访谈。由于部分最终客户进行了邮件、电话访谈双重核查，因此进行排重之后，2016 年至 2018 年，收入核查程序覆盖的有效收入金额分别为 9,227.65 万元、11,210.34 万元及 20,532.30 万元，占办公软件产品使用授权业务代理商收入的 53.96%、55.23%及 80.96%。收入核查过程中，保荐机构及会计师未发现最终用户不存在、最终用户实际购买与公司记录不相符的情况；公司软件授权业务收入真实、准确。

问题二十三、招股说明书披露，发行人报告期内互联网广告推广服务业务分别实现收入 24,283.41 万元、29,586.91 万元和 38,121.31 万元，占相应期间公司主营业务收入总额比例分别为 44.80%、39.28%及 33.75%。该项业务分为界面类和任务类，计费模式为 CPS、CPT、CPA、CPC。具体收入包括：第三方合作平台推广金额为 12,254.62 万元、16,731.46 万元及 19,097.45 万元；自营广告业务 5,164.01 万、3,831.87 万、6,100.96 万；代理广告业务金额为 5,849.53 万、8,403.73 万、12,695.63 万。

请发行人披露：报告期内第三方平台合作推广、自营广告业务、代理广告业务收入增长变化的原因及合理性尤其是 2018 年自营广告业务和代理广告业务快速增长的原因以及 2017 年自营广告业务下降的原因。

请发行人说明：（1）第三方合作平台方式与代理商方式的差异，发行人与第三方平台、代理商合作时间及合作的建立过程，合作的方式，第三方平台、代理商的购买价格，对比市场价格说明是否公允；（2）主要的第三方平台、代理商的基本情况，第三方平台采用的计费模式，与发行人及其关联方是否存在关联关系；（3）在 CPS、CPT、CPA、CPC 计费模式下，每种模式的收入及占比及主要客户，对比市场价格说明交易是否公允，报告期内各月变化趋势，与发行人的软件产品销量及个人订阅量是否匹配；（4）发行人主要客户（不限于前十大客户）有无使用第三方监测软件对广告的投放频次、时间、点击量、投放效果等数据进行监测；（5）网站用户任务推广业务的业务流程，网站用户任务推广业务按照广告主实际消耗“稻米”的比例确认收入的具体会计处理及合理性。

请保荐机构、申报会计师核查，并说明针对该部分收入的核查情况，包括但不限于核查方式、各方式下核查客户家数、标的选择方法、核查收入占比、核查结果，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、报告期内第三方平台合作推广、自营广告业务、代理广告业务收入增长变化的原因及合理性尤其是 2018 年自营广告业务和代理广告业务快速增长的原因以及 2017 年自营广告业务下降的原因。

报告期内，公司互联网广告推广业务中通过第三方平台合作、直接销售和代理商经销模式进行广告推广服务取得的收入情况如下：

单位：人民币万元

业务类别	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
第三方平台合作推广	收入金额	19,097.45	16,731.46	12,254.62
	增长率	14.14%	36.53%	
自营广告业务	收入金额	6,100.96	3,831.87	5,164.01
	增长率	59.22%	-25.80%	
代理广告业务	收入金额	12,695.63	8,403.73	5,849.53
	增长率	51.07%	43.67%	
合计	**金额**	**37,894.04**	**28,967.06**	**23,268.16**
	增长率	**30.82%**	**24.49%**	

（1）第三方平台合作推广业务

根据艾瑞咨询发布的《2017 年中国网络广告行业年度监测报告（简版）》显示，2013 年至 2016 年，互联网广告行业的复合增长率达到 38.0%，艾瑞咨询预测的 2017-2019 年市场整体复合增长率也维持在 27.6%的较高水平。随着软件行业"免费+广告"的兴起，软件行业公司将分享互联网广告经济所带来的红利。

报告期内公司第三方平台合作推广收入增速较快，主要有两方面原因：一方面，因为报告期内公司产品知名度较高，月度活跃用户数量增长较快进而吸引广告平台客户进行更大规模的广告投放，2017 年 12 月及 2018 年 12 月，公司产品（WPS Office 及金山词霸）月度活跃用户数量分别为 25,480.93 万及 31,010.97 万，2016-2018 年度年复合增长率

为 19.15%；另一方面，公司合作的平台客户例如阿里妈妈广告平台本身用户量的增长以及公司对平台客户广告位的优化调整，亦使得广告效果进一步提升。报告期内，公司来自阿里妈妈平台收入金额与增长情况如下：

单位：人民币万元

平台名称	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿里妈妈	收入金额	15,119.81	13,022.70	8,625.21
	增长率	16.10%	50.98%	

公司来自阿里妈妈平台收入增长主要与淘宝联盟在“6.18 购物节”、“双 11”、“双 12”等促销活动期间广告投放力度进一步增大有关。报告期内，公司在上述促销期间通过阿里妈妈平台取得收入的情况如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
来源于 1 月、7 月及 12 月的收入	9,701.31	7,619.49	5,700.59
来源于 1 月、7 月及 12 月的收入占比	64.16%	58.51%	66.09%
来源于 1 月、7 月及 12 月的收入增长率	27.32%	33.66%	
来源于其他月份的收入	5,418.50	5,403.21	2,924.62
其他月份平均收入	602.06	600.36	324.96

注：由于阿里妈妈为次月结算收入，因此相应促销季收入取自 1 月、7 月及 12 月。

（2）自营广告业务

2017 年自营广告收入有所降低，一方面因为报告期内单户代理商平均收入高于自营客户平均收入，公司在业务拓展策略上有所侧重，自营客户数量增长放缓；另一方面因为部分自营客户因推广策略调整降低当期投放或因自身业务管理需要转而通过代理商进行投放广告，自营客户平均收入有所降低；2018 年自营广告收入增长较大，主要系原有自营广告客户包括小米移动等加大广告投入以及腾讯科技（北京）有限公司收入贡献大幅上升所致，具体详见下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
自营广告收入	6,100.96	3,831.87	5,164.00
自营客户数量（户）	125	65	60
自营客户平均收入	48.81	58.95	86.07

（3）代理广告业务

2016 年至 2018 年，公司代理广告业务增长较快，主要由两方面因素导致：

一方面代理商数量呈增长趋势，具体详见下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
代理广告收入	12,695.63	8,403.73	5,849.53
代理商数量（户）	127	94	48
单户代理商平均收入	99.97	89.40	121.87

另一方面，报告期内派瑞威行及壹捌零、广州晟让等重要客户对收入的贡献较大，具体详见下表：

单位：人民币万元

公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
北京派瑞威行广告有限公司			2,328.20
北京壹捌零数字技术有限公司/北京壹捌零广告有限公司	6,599.02	5,251.25	
广州折上折信息科技有限公司/广州晟让信息技术有限公司	2,539.75	278.78	750.61
邑盟信息技术(上海)有限公司	846.16	583.20	704.40
合计	**9,984.92**	**6,113.23**	**3,783.21**
占代理广告收入比例	**78.65%**	**72.74%**	**64.68%**

注：广州折上折信息科技有限公司与广州晟让信息技术有限公司为同一控制企业，因此予以合并列示；北京壹捌零广告有限公司 2018 年更名为北京壹捌零数字技术有限公司。

派瑞威行在 2016 年为京东（京东电子商务、京东贸易、京东金融等公司的统称）的广告代理商，2017 年度，壹捌零替代派瑞威行成为京东的新广告代理商。报告期内，“京东 618 购物节”、“双 11”、“双 12”等对互联网广告的影响力也明显上升，京东逐年增大互联网广告投放量，进而有效带动公司代理广告业务的增长。

报告期内，广州晟让为苏宁易购的广告代理商，随着商务合作的深入、对公司广告投放效果的认可且苏宁易购为获得更多的市场份额，2018 年开始逐步增加广告投放预算，因此，2018 年公司与广州晟让业务收入呈现大幅度增长。

（二）说明：

1、第三方合作平台方式与代理商方式的差异，发行人与第三方平台、代理商合作时间及合作的建立过程，合作的方式，第三方平台、代理商的购买价格，对比市场价

格说明是否公允；

平台导流客户一般为互联网广告行业中规模较大的公司，如杭州阿里妈妈软件服务有限公司、百度在线网络技术（北京）有限公司等，由于在行业中具有领导地位，交易对方会主动选择与平台类客户接触，平台类客户也逐渐形成发展出成熟的后台注册、填报、管理机制。公司与平台导流类客户的合作流程一般为，登录客户指定网站入口，通过注册平台账号，自主从账号里的提取链接，代码，接口等，通过技术接入，投放于公司的广告位上；排期安排由公司自主把控，但具体投放的终端广告主由平台客户确定，由于平台导流客户推送流量巨大，公司需要耗费巨大人力及费用才能核对所有信息；实际收入完全按平台客户的确认金额结算，双方议价空间比较小。

公司与广告代理商一般以商务谈判的方式开始建立合作，并在投放时按照客户的意愿及谈判时双方协定好的排期与位置进行广告投放，公司不能自主安排；代理商也不能像平台客户一样，取得公司的后台接口，直接投放终端广告主的广告，而是把广告内容交给公司，由公司按照约定好的排期与位置进行投放。

报告期内，公司平台客户的广告投放方式一般为 CPS、CPC，价格范围一般为 1.8%-5.0%（CPS）、0.01-2.00 元/次（CPC），其中部分平台客户的 CPS 分成比例较高，主要系公司对于教育、直播等高附加值行业客户及主要流量来源于公司导流的客户会约定相对较高的 CPS 分成比例；公司代理商客户广告投放方式一般为 CPT、CPA、CPC，价格范围一般为 0.5 万/天-50 万/天（CPT）、8 元-80 元（CPA）、0.01-2.00 元/次（CPC）。平台导流客户一般为互联网广告行业中规模较大的公司，且具有成熟的后台运作系统，且其广告推广价格所有平台、个人都可查看，公司作为众多在其后台注册的供应商之一，交易价格以及计算方式都与其他家平台、个人一致。相比体量庞大、具有行业领导力的平台客户，供应商几乎不具有议价能力，因此相比其他供应商，公司的交易价格公允，并不存在重大差异。

报告期内，公司会对代理商/自营客户公布各广告位的刊例价。刊例价以资源位的流量、效果、点击等作为定价原则，符合同行业媒体定价标准。代理商/自营广告客户在签订协议前会先计算预计的成本情况，并与预计收效进行比较；代理商/自营广告客户在投放中也可以关注效果情况，若双方记录不符，有权通过商务沟通，中止投放；由

于广告投放周期相对较短，代理商/自营广告客户在投放期间结束之后也会自行评估，对比各供应商之间的成本、效果情况，若公司出现与其他供应商的价格、效果差异，代理商/自营广告客户则不会选择与公司继续合作。因此，公司对代理商/自营广告客户的广告定价比较公允，与行业水准一致，不存在重大差异。主要代理商/自营广告客户的价格执行情况具体如下：

（1）自营广告客户

1）2016 年

序号	自营广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	北京金山安全软件有限公司	2,229.01	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用友盟旗下的 CNZZ 执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
2	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	822.92	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
3	英域成语言培训（上海）有限公司	771.81	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
4	上海嵩恒网络科技有限公司	580.49	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用百度统计执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
5	北京大生在线科技有限公司	153.21				
6	北京小米移动软件有限公司	124.43	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用秒针监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
7	沪江教育科技（上海）股份有限公司	118.21	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
8	中粮海优（北京）有限公司	52.83				
9	Meitu（China）Limited	42.62				
10	上海徐汇区韦博进修学校	42.54	替代程序执行情况：已执行函证程序且回函相符			
合计		4,938.07				
前十大客户合计占当期自营广告收入比例		95.62%				
已确认客户合计占当期自营广告收入比例		89.99%				

2）2017 年

序号	自营广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	北京金山安全软件有限公司	811.97	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用友盟旗下的 CNZZ 执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
2	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	718.47	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
3	上海嵩恒网络科技有限公司	679.83	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用百度统计执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
4	英域成语言培训（上海）有限公司	478.00	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
5	沪江教育科技（上海）股份有限公司	298.33	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
6	Yahoo Inc	232.67				
7	北京小米移动软件有限公司	221.23	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用秒针监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
8	海南亦兴网络科技有限公司	49.09	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用友盟旗下的 CNZZ 执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
9	上海微盟企业发展有限公司	43.79				
10	上海展盟网络科技有限公司	41.05	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
合计		**3,574.43**				
占当期自营广告收入比例		93.28%				
已确认客户合计占当期自营广告收入比例		86.07%				

3）2018 年

序号	自营广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	上海嵩恒网络科技股份有限公司	802.88	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用自己的监测系统及百度监测平台执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
2	北京小米移动软件有限公司	771.60	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用第三方监测软件执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
	广州小米信息服务有限公司	5.81				
3	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	608.64	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用自己的监测系统和第三方监测软件执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
4	腾讯科技（北京）有限公司	573.67	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
5	浙江天猫技术有限公司	544.34				
	支付宝（中国）网络技术有限公司	4.39				
6	英域成语言培训（上海）有限公司	521.58	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用自身监测系统及秒针监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
7	沪江教育科技（上海）股份有限公司	401.05	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用自身监测系统及秒针监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
8	上海酪祎网络科技有限公司	398.48				
9	北京爱奇艺科技有限公司	233.47				
10	霍尔果斯百战网络科技有限公司	174.48	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用友盟旗下的 CNZZ 监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
合计		5,040.40				
占当期自营广告收入比例		82.62%				
已确认客户合计占当期自营广告收入比例		63.26%				

（2）代理广告业务

1）2016 年

序号	代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	北京派瑞威行广告有限公司	2,328.20	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用 Admaster 监测系统执行数据监测（广告主京东要求），结算数据均经双方确认	否	否
2	广州晟让信息技术有限公司	441.50	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户主要使用上海好耶广告有限公司及精硕科技（北京）股份有限公司旗下的监测系统（好耶监测及 Admaster 监测）执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
	广州折上折信息科技有限公司	309.11				
3	邑盟信息技术（上海）有限公司	704.40	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
4	上海广标信息科技有限公司	322.44	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
5	北京字节跳动科技有限公司	239.71	替代程序执行情况：已执行函证程序且回函相符			
6	北京小米移动软件有限公司	216.44	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用秒针监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
7	武汉迪派无线科技股份有限公司	194.72	替代程序执行情况：已执行函证程序且回函相符			
8	上海竞道广告有限公司	168.30	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户会按照代理广告主的要求选择第三方监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
9	北京天创视窗广告有限公司	130.56	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，其代理广告主自身执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
10	浙江每日互动网络科技有限公司	110.14	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（如代理广告主需要	否	否

序号	代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
			在明显差异	会按要求接入第三方监测），结算数据均经双方确认		
合计		5,165.52				
前十大客户合计占当期代理广告收入比例		88.31%				
已确认客户合计占当期代理广告收入比例		80.88%				

2）2017 年

序号	2017 年代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	北京壹捌零广告有限公司	5,251.25	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用秒针监测系统执行数据监测（广告主京东要求），结算数据均经双方确认	否	否
2	邑盟信息技术（上海）有限公司	583.20	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
3	广州晟让信息技术有限公司	277.36	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户主要使用上海好耶广告有限公司及精硕科技（北京）股份有限公司旗下的监测系统（好耶监测及 Admaster 监测）执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
	广州折上折信息科技有限公司	1.42				
4	昆山百诺信息科技有限公司	269.07	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
5	上海广标信息科技有限公司	206.36	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
6	北京讴瑟网络科技有限公司	192.92	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数	否	否

序号	2017 年代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
				据均经双方确认		
7	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	175.41	经客户确认，公司结算价格处于其整体价格区间水平；WPSOffice 在国内没有同类竞品，媒体资源可比性不强	是，客户主要使用秒针监测系统及 Admaster 监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
8	上海申米信息技术有限公司	124.61	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（广告主通过代理商数据监测结果进行查阅），结算数据均经双方确认	否	否
9	浙江每日互动网络科技股份有限公司	123.85	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（如广告主需要会按要求接入第三方监测），结算数据均经双方确认	否	否
10	北京乐思创信科技有限公司	111.32	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户会按照代理广告主的要求选择第三方监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
合计		7,316.77				
前十大客户合计占当期代理广告收入比例		87.07%				
已确认客户合计占当期代理广告收入比例		87.07%				

3）2018 年

序号	2018 年代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
1	北京壹捌零数字技术有限公司	6,599.02	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用秒针监测系统执行数据监测（广告主要求），结算数据均经双方确认	否	否
2	广州晟让信息技术有限公司	2,539.75	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户主要使用上海好耶广告有限公司及精硕科技（北京）股份有限公司旗下的监测系统（好耶监测及 Admaster 监测）执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否

序号	2018 年代理广告前十大客户	收入金额（万元）	结算单价是否公允	是否使用第三方监测系统	是否存在返点安排	是否存在承诺流量、刷单或潜在纠纷等情形
3	邑盟信息技术(上海)有限公司	846.16	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户根据广告主需求不同，部分情况使用第三方监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
4	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	539.60			否	否
	华扬联众数字技术股份有限公司深圳分公司	14.15				
5	科大讯飞股份有限公司	414.74	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户根据广告主需要会按要求接入第三方监测，结算数据均经双方确认	否	否
6	武汉乐辰伟业科技有限公司	172.08	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户使用友盟旗下的 CNZZ 执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
7	成都型伴科技合伙企业（有限合伙）	164.05	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户未使用第三方监测系统，结算数据均经双方确认	否	否
8	上海申米信息技术有限公司	138.97	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
9	广州快效信息技术有限公司	110.03	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	是，客户主要使用上海好耶广告有限公司及精硕科技（北京）股份有限公司旗下的监测系统（好耶监测及 Admaster 监测）执行数据监测，结算数据均经双方确认	否	否
10	东莞市讯怡电子科技有限公司	103.59	经客户确认，公司与其结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异	否，客户使用自己的监测系统执行数据监测（如广告主需要会按要求接入第三方监测），结算数据均经双方确认	否	否
合计		**11,642.14**				
前十大客户合计占当期代理广告收入比例		91.70%				
已确认客户合计占当期代理广告收入比例		87.34%				

综上所述，对于第三方平台客户，基于市场及行业惯例，其广告结算价格均由平台方统一定价且公允；对于代理/自营广告客户，结算价格均经主要客户确认，公司广告结算价格与同类结算模式下其他媒体不存在明显差异，价格公允。

2、主要的第三方平台、代理商的基本情况，第三方平台采用的计费模式，与发行人及其关联方是否存在关联关系；

公司互联网广告推广服务中第三方平台推广业务及广告业务—代理广告中部分合同为框架性合同，未约定具体的结算方式、结算单价或业务量；且客户结算单中仅列示结算总金额，因此部分结算单价无法列示。

（1）报告期内，公司合作主要的第三方平台的基本情况、计费模式

1）2016 年公司合作主要的第三方平台的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股权结构	与公司的关系
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	200.00 万元	杭州阿里妈妈网络技术有限公司:100%	无
	浙江天猫技术有限公司	2010/10/25	4,900 万美元	淘宝中国控股有限公司:100%	无
	淘宝（中国）软件有限公司	2004/12/7	37,500 万美元	淘宝中国控股有限公司:100%	无
2	百度在线网络技术（北京）有限公司	2000/1/18	4,520.00 万元	百度控股有限公司:100%	无
	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006/4/19	80.00 万美元	百度（香港）有限公司:100%	无
	Baidu（HongKong）Limited				无
3	天津奇思科技有限公司	2011/9/15	200,000.00 万元	天津奇信志成科技有限公司:51.78% 周鸿祎:12.90%	无
4	Facebook Ireland Limited				无
5	Google AsiaPacific Pte.Ltd.,				无

（续）

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	8,625.21	2013 年 3 月	自主注册账号	CPS	
	浙江天猫技术有限公司					
	淘宝（中国）软件有限公司					
2	百度在线网络技术（北京）有限公司	2,777.64	2013 年 1 月	自主注册账号	CPM	0.38-1.58 元/千次展示
	百度时代网络技术（北京）有限公司	7.91	2015 年 8 月	自主注册账号	CPM	1.52-8.87 元/千次展示
	Baidu（HongKong）Limited	0.23	2016 年 1 月	自主注册账号	CPM	

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
3	天津奇思科技有限公司	441.36	2016 年 1 月	自主注册账号	CPC	72.22-80 元/千次 IP
4	Facebook Ireland Limited	218.35	2016 年 1 月	商务沟通后注册账号	CPM	
5	Google AsiaPacific Pte.Ltd.,	116.94	2016 年 4 月	自主注册账号	CPM	
合计		**12,187.65**				
占第三方平台收入比例		**99.45%**				

2）2017 年公司合作主要的第三方平台的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股权结构（5%以上）	与公司关联关系
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	200 万元	杭州阿里妈妈网络技术有限公司：100%	无
	浙江天猫技术有限公司	2010/10/25	4,900 万美元	淘宝中国控股有限公司：100%	无
	淘宝（中国）软件有限公司	2004/12/7	37,500 万美元	淘宝中国控股有限公司：100%	无
2	百度在线网络技术（北京）有限公司	2000/1/18	4,520 万元美元	百度控股有限公司：100%	无
	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006/4/19	80 万元美元	百度（香港）有限公司：100%	无
3	Facebook Ireland Limited				无
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1998/11/11	6,500 万元	马化腾：54.2857% 张志东：22.8571% 许晨晔：11.4286% 陈一丹：11.4286%	无
5	北京奇虎科技有限公司	2007/8/13	50,000 万元	三六零科技股份有限公司：100%	无
	北京奇付通科技有限公司	2017/12/07	10,000 万元	北京奇虎科技有限公司：100%	无

（续）

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	13,022.70	2013 年 3 月	自主注册账号	CPS	
	浙江天猫技术有限公司					
	淘宝（中国）软件有限公司					
2	百度在线网络技术（北京）有限公司	1,307.18	2013 年 1 月	自主注册账号	CPM/CPC	0.3-0.75 元/千次展示；50.09-72.92 元/千次 IP
	百度时代网络技术（北京）有限公司		2015 年 8 月	自主注册账号	CPM	1.16-18.40 元/千次展示
3	Facebook Payments International Ltd	881.29	2016 年 1 月	商务沟通后注册账号	CPM	
4	深圳市腾讯计算机系统有限公司	489.20	2016 年 1 月	自主注册账号	CPM	0.15-16.81 元/千次展示
5	北京奇虎科技有限公司	405.56	2016 年 1 月	自主注册账号	CPC	63.90-80.00 元/千次 IP
	北京奇付通科技有限公司		2017 年 7 月	商务沟通后注册账号	CPM/CPS	0.14-0.25 元/千次展示；80%

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
合计		16,105.93				
占第三方平台收入比例		96.26%				

3）2018 年公司合作主要的第三方平台的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股权结构（5%以上）	与公司关联关系
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	2014/8/25	200 万元	杭州阿里妈妈网络技术有限公司：100%	无
	浙江天猫技术有限公司	2010/10/25	4,900 万美元	淘宝中国控股有限公司：100%	无
	淘宝（中国）软件有限公司	2004/12/7	37,500 万美元	淘宝中国控股有限公司：100%	无
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1998/11/11	6,500 万元	马化腾：54.2857% 张志东：22.8571% 许晨晔：11.4286% 陈一丹：11.4286%	无
3	百度在线网络技术（北京）有限公司	2000/1/18	4,520 万元美元	百度控股有限公司：100%	无
	百度时代网络技术（北京）有限公司	2006/4/19	80 万元美元	百度（香港）有限公司：100%	无
4	Facebook Ireland Limited				无
5	Google AsiaPacific Pte.Ltd.,				无

（续）

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	15,119.81	2013 年 3 月	自主注册账号	CPS	
	浙江天猫技术有限公司					
	淘宝（中国）软件有限公司					
2	深圳市腾讯计算机系统有限公司	1,471.76	2016 年 1 月	自主注册账号	CPM	1.54-27.21 元/千次展示
3	百度在线网络技术（北京）有限公司	722.42	2013 年 1 月	自主注册账号	CPM	0.19-0.40/千次展示
					CPC	35.67-65.56/千次 IP
	百度时代网络技术（北京）有限公司		2015 年 8 月	自主注册账号	CPM	1.03-1.64/千次展示
4	Facebook Payments International Ltd	629.46	2016 年 1 月	商务沟通后注册账号	CPM	
5	Google AsiaPacific Pte.Ltd.,	520.24	2016 年 4 月	自主注册账号	CPM	
合计		18,463.69				
占第三方平台收入比例		96.68%				

（2）报告期内，公司合作主要的代理商的基本情况、计费模式

1）2016 年公司合作主要的代理商的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股权结构（5%以上）	与公司关联关系
1	北京派瑞威行广告有限公司	2009/5/12	1000 万元	科达集团股份有限公司 100%	无
2	广州晟让信息技术有限公司	2014/12/13	100 万元	吕庆祥 100%	无
	广州折上折信息科技有限公司	2009/5/4	100 万元	吕庆祥 99%王婷 1%	无
3	邑盟信息技术（上海）有限公司	2012/6/6	500 万元	INMOBIPTE.LTD100%	无
4	上海广标信息科技有限公司	2016/1/11	100 万元	莫佳 90%王可 10%	无
5	北京字节跳动科技有限公司	2012/3/9	1000 万元	字节跳动有限公司 100%	无

（续）

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	北京派瑞威行广告有限公司	2,328.20	2014 年 4 月	商务谈判展开往来	CPT/包月	8,877.55-370,000 元 / 天；242,414-697,500 元/月
2	广州晟让信息技术有限公司	441.50	2015 年 8 月	商务谈判展开往来	CPC/CPT	0.5 元/UV；40,000-170,000 元/天
	广州折上折信息科技有限公司	309.11	2014 年 5 月	商务谈判展开往来	CPT/CPC/包月	8,333.33-150,000 元/天；0.3 元/UV；200,000-439,000 元/月
3	邑盟信息技术（上海）有限公司	704.4	2016 年 4 月	商务谈判展开往来	CPM	1.65-41.86 元/千次展示
4	上海广标信息科技有限公司	322.44	2016 年 3 月	商务谈判展开往来	CPC/CPI/CPT/包月	1.5 元/UV；0.07-0.2 元/安装；2,000-10,000 元 / 天；100,000-300,000 元/月
5	北京字节跳动科技有限公司	239.71	2016 年 3 月	商务谈判展开往来	CPM	10-14 元/千次展示
合计		4,345.36				
占代理广告收入比例		74.29%				

2）2017 年公司合作主要的代理商的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本	股权结构（5%以上）	与公司关联关系
1	北京壹捌零广告有限公司	2005/11/14	781.25 万元	雷少东：55.2370% 施世林：20% 天津睿裕企业管理咨询合伙企业（有限合伙）：12% 蓝色光标（上海）投资管理有限公司：5.263%	无
2	邑盟信息技术（上海）有限公司	2012/6/6	500 万元	INMOBIPTE.LTD100%	无
3	广州晟让信息技术有限公司	2014/12/13	100 万元	吕庆祥 100%	无
	广州折上折信息科技有限公司	2009/5/4	100 万元	吕庆祥 99%王婷 1%	无
4	昆山百诺信息科技有限公司	2016/7/27	10 万元	刘建 95.00%盛启明 5.00%	无
5	上海广标信息科技有限公司	2016/1/11	100 万元	莫佳 90%王可 10%	无

（续）

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	北京壹捌零广告有限公司	5,251.25	2017 年 1 月	商务谈判展开往来	CPT/CPC	10,000-500,000 元/天；0.60-0.65 元/点击
2	邑盟信息技术（上海）有限公司	583.20	2016 年 4 月	商务谈判展开往来	CPT/CPM	20,000-61,666.67 元/天；1.24-54.86 元/千次展示
3	广州晟让信息技术有限公司	277.36	2015 年 8 月	商务谈判展开往来	CPC/CPT	0.5 元/UV；40,000-80,000/天
	广州折上折信息科技有限公司	1.42	2014 年 5 月	商务谈判展开往来	CPT	5,000 元/天
4	昆山百诺信息科技有限公司	269.07	2017 年 3 月	商务谈判展开往来	CPC	80 元/千次 IP
5	上海广标信息科技有限公司	206.36	2016 年月	商务谈判展开往来	包月/CPI	200,000-300,000 元/月；0.1 元/安装
合计		**6,588.65**				
占代理广告收入比例		**78.40%**				

3）2018 年公司合作主要的代理商的基本情况、计费模式

序号	客户名称	成立时间	注册资本（万元）	股权结构（5%以上）	与公司关联关系
1	北京壹捌零广告有限公司[1]	2005/11/14	781.25	雷少东：55.2370% 施世林：20% 天津睿裕企业管理咨询合伙企业（有限合伙）：12% 蓝色光标（上海）投资管理有限公司：5.263%	无
2	广州晟让信息技术有限公司	2014/12/13	100.00	吕庆祥 100%	无
3	邑盟信息技术（上海）有限公司	2012/6/6	500.00	INMOBIPTE.LTD100%	无
4	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	1994/6/28	23,010.267	苏同：28.60% 姜香蕊：17.16% 上海华扬联众企业管理有限公司：11.44%	无
	华扬联众数字技术股份有限公司深圳分公司	1994/6/28	23,010.267	苏同：28.60% 姜香蕊：17.16% 上海华扬联众企业管理有限公司：11.44%	无
5	科大讯飞股份有限公司	1999/12/30	208,248.0492	中国移动通信有限公司：12.91% 刘庆峰:7.57%	无

（续）

序号	客户名称	收入(万元)	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
1	北京壹捌零广告有限公司	6,599.02	2017 年 1 月	商务谈判展开往来	CPT/CPC	24,000-500,000 元/天；0.5 元/点击
2	广州晟让信息技术有限公司	2,539.75	2015 年 8 月	商务谈判展开往来	CPC/CPT	0.5 元/UV；29,000-80,000/天
3	邑盟信息技术（上海）	846.16	2016 年 4 月	商务谈判	CPT/CPM	6,000-120,000 元/天；

[1]2018 年更名为北京壹捌零数字技术有限公司

序号	客户名称	收入（万元）	合作开始时间	合作建立过程	广告类型	定价
	有限公司			展开往来		14.54-35.00 元/千次展示
4	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	539.60	2016 年 8 月	商务谈判展开往来	CPT	55,000-161,000 元/天
	华扬联众数字技术股份有限公司深圳分公司	14.15	2018 年 1 月	商务谈判展开往来	CPM	35 元/千次展示
5	科大讯飞股份有限公司	414.74	2017 年 7 月	商务谈判展开往来	CPM	4.00-20.93 元/千次展示
合计		**10,953.42**				
占代理广告收入比例		**86.28%**				

3、在 CPS、CPT、CPA、CPC 计费模式下，每种模式的收入及占比及主要客户，对比市场价格说明交易是否公允，报告期内 各月变化趋势，与发行人的软件产品销量及个人订阅量是否匹配；

（1）CPS、CPT、CPA、CPC 计费模式下，每种模式的收入及占比

报告期内，公司互联网广告推广业务主要为 CPS、CPT、CPA、CPC 等计费模式，每种模式的收入及占互联网广告推广业务收入比例情况如下：

单位：人民币万元

计费类型	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
CPS	9,224.02	37.98%	13,908.10	47.01%	15,401.70	40.40%
CPT	3,133.61	12.90%	6,186.18	20.91%	9,225.90	24.20%
CPA	307.73	1.27%	293.72	0.99%	488.60	1.28%
CPC	4,727.55	19.47%	3,676.95	12.43%	6,958.84	18.25%
合计	**17,392.92**	**71.62%**	**24,064.95**	**81.34%**	**32,075.04**	**84.14%**

（2）CPS、CPT、CPA、CPC 计费模式下，每种模式的主要客户及交易价格

1）2016 年 CPS、CPT、CPA、CPC 每种模式的主要客户及交易价格

单位：人民币万元

序号	2016CPA 年前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPA	21.6-38 元/注册	217.38
2	上海徐汇区韦博进修学校	CPA	25-30 元/注册	42.54
3	英域成语言培训（上海）有限公司	CPA	30 元/注册	21.07
4	前锦网络信息技术（上海）有限公司	CPA	10 元/注册	18.74
5	北京天创视窗广告有限公司	CPA	20 元/注册	4.72
小计				**304.45**
占 CPA 结算广告推广收入比例				**98.93%**

（续）

序号	2016CPC 年前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京金山安全软件有限公司	CPC	64.63-94.45 元/千次 IP	2,176.85
	北京金山云网络技术有限公司	CPC	0.5-1 元/点击	15.46
2	英域成语言培训（上海）有限公司	CPC	0.25-0.8 元/点击	745.05
3	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPC	0.8-1 元/点击	478.94
4	天津奇思科技有限公司	CPC	72.22 元-80 元/千次 IP	441.36
5	广州晟让信息技术有限公司	CPC	0.5 元/UV	305.43
小计				**4,1613.10**
占 CPC 结算广告推广收入比例				**88.06%**

（续）

序号	2016CPS 年前五大客户	结算方式	定价	金额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	CPS		8,625.21
2	上海嵩恒网络科技有限公司	CPS	96%	580.49
3	北京六间房科技有限公司	CPS	30%	13.55
4	长沙二三三网络科技有限公司	CPS	40%-80%	3.11
5	北京新东方迅程网络科技有限公司	CPS	40%-60%	0.52
小计				**9,222.88**
占 CPS 结算广告推广收入比例				**99.99%**

（续）

序号	2016 年 CPT 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京派瑞威行广告有限公司	CPT	8,877.55-300,000 元/天	2,072.61
2	广州晟让信息技术有限公司	CPT	40,000-170,000 元/天	137.74
	广州折上折信息科技有限公司	CPT	5,405.40-150,000 元/天	76.32
3	武汉迪派无线科技股份有限公司	CPT	10,000-80,000 元/天	181.04
4	北京天创视窗广告有限公司	CPT	10,000-100,000 元/天	125.84
5	侠客行（上海）广告有限公司	CPT	80,000-100,000 元/天	92.45
小计				**2,686.00**
占 CPT 结算广告推广收入比例				**85.72%**

2）2017 年 CPS、CPT、CPA、CPC 每种模式的主要客户及交易价格

单位：人民币万元

序号	2017 年 CPA 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPA	21.6-38 元/注册	172.97
2	英域成语言培训（上海）有限公司	CPA	25-40 元/注册	32.8
3	上海致趣广告有限公司	CPA	25-30 元/注册	30.17
4	深圳市美联国际教育科技有限公司	CPA	60-100 元/注册	26.22
5	武汉迪派无线科技股份有限公司	CPA	10 元/注册	15.19
小计				**277.33**
占 CPA 结算广告推广收入比例				**94.42%**

（续）

序号	2017 年 CPC 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京金山安全软件有限公司	CPC	63.24-90 元/千次 IP	811.97
	北京金山云网络技术有限公司	CPC	1 元/点击	1.38
2	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPC	0.8-1 元/CPC	551.02
3	英域成语言培训（上海）有限公司	CPC	0.3-0.9 元/CPC	452.34
4	北京奇虎科技有限公司	CPC	63.9 元-80 元/千次 IP	313.83
5	沪江教育科技（上海）股份有限公司	CPC	0.4-0.8 元/UV	298.33
小计				**2,428.87**
占 CPC 结算广告推广收入比例				**66.06%**

（续）

序号	2017 年 CPS 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	CPS		13,022.70
	浙江天猫技术有限公司			
	淘宝（中国）软件有限公司			
2	上海嵩恒网络科技有限公司	CPS	90%-96%	679.83
3	北京奇付通科技有限公司	CPS	80%	91.16
4	天津今日头条科技有限公司	CPS	70%	75.11
5	爱奇广告（北京）有限公司	CPS	80-85%	23.25
小计				**13,892.04**
占 CPS 结算广告推广收入比例				**99.88%**

（续）

序号	2017 年 CPT 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京壹捌零广告有限公司	CPT	10,000-500,000 元/天	5,224.23
2	北京讴瑟网络科技有限公司	CPT	10,000-35,000 元/天	192.92
3	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	CPT	30,000-161,000 元/天	175.41
4	北京乐思创信科技有限公司	CPT	50,000-180,000 元/天	111.32
5	广州晟让信息技术有限公司	CPT	40,000-80,000 元/天	101.89
	广州折上折信息科技有限公司	CPT	5,000 元/天	1.42
小计				**5,807.19**
占 CPT 结算广告推广收入比例				**93.87%**

3）2018 年 CPS、CPT、CPA、CPC 每种模式的主要客户及交易价格

单位：人民币万元

序号	2018 年 CPA 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京爱奇艺科技有限公司	CPA	0.20-1.20 元/注册	111.77
2	英域成语言培训（上海）有限公司	CPA	30.00-80.00 元/注册	74.16
3	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPA	21.60-40.00 元/注册	67.77
4	武汉市金山小额贷款有限责任公司	CPA	10.00 元/注册	34.02
5	聚有钱（北京）信息服务有限公司	CPA		33.19
小计				**320.91**

序号	2018 年 CPA 前五大客户	结算方式	定价	金额
占 CPA 结算广告推广收入比例				65.68%

（续）

序号	2018 年 CPC 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	广州晟让信息技术有限公司	CPC	0.50 元/点击	2,143.87
2	上海嵩恒网络科技股份有限公司	CPC	0.04-0.44 元/点击	777.60
3	腾讯科技（北京）有限公司	CPC	0.30-0.35 元/点击	573.67
4	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	CPC	0.43-1.00 元/点击	571.67
5	英域成语言培训（上海）有限公司	CPC	0.30-0.80 元/点击	453.22
小计				4,520.03
占 CPC 结算广告推广收入比例				64.95%

（续）

序号	2018 年 CPS 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	CPS		15,124.20
2	北京奇付通科技有限公司	CPS		183.23
3	上海嵩恒网络科技股份有限公司	CPS	90%	23.96
4	珠海豆饭科技有限公司	CPS	80%	16.96
5	Flipkart Affiliate	CPS		15.45
小计				15,363.80
占 CPS 结算广告推广收入比例				99.75%

（续）

序号	2018 年 CPT 前五大客户	结算方式	定价	金额
1	北京壹捌零数字技术有限公司	CPT	20,000-500,000 元/天	7,015.14
2	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	CPT	55,000-161,000 元/天	716.64
3	广州晟让信息技术有限公司	CPT	29,000-80,000 元/天	395.88
4	邑盟信息技术(上海)有限公司	CPT	6,000-120,000 元/天	354.05
5	浙江天猫技术有限公司	CPT		207.77
小计				8,689.49
占 CPT 结算广告推广收入比例				94.19%

交易价格的公允性详见：“本问题回复/（二）请发行人说明/（1）第三方合作平台方式与代理商方式的差异，发行人与第三方平台、代理商合作时间及合作的建立过程，合作的方式，第三方平台、代理商的购买价格，对比市场价格说明是否公允”。

（3）CPS、CPT、CPA、CPC 计费模式下，报告期内每种模式各月收入

1）2016 年每种模式各月收入

单位：人民币万元

月份	2016 年度			
	CPA	CPC	CPS	CPT
1 月	19.01	287.20	701.58	181.58
2 月	30.30	166.57	306.44	59.96
3 月	33.78	280.71	140.03	107.44
4 月	24.60	372.00	320.61	29.67
5 月	18.31	551.91	373.70	107.62
6 月	18.22	477.78	580.67	224.49
7 月	19.93	401.66	569.90	90.34
8 月	20.53	568.72	417.63	101.87
9 月	20.63	481.45	314.63	361.80
10 月	33.55	416.84	368.79	254.03
11 月	36.18	402.41	474.60	613.43
12 月	32.69	320.31	4,655.44	1,001.39
合计	**307.73**	**4,727.55**	**9,224.02**	**3,133.61**

2）2017 年每种模式各月收入

单位：人民币万元

月份	2017 年度			
	CPA	CPC	CPS	CPT
1 月	41.07	377.27	1,302.98	733.84
2 月	40.00	277.40	613.55	355.47
3 月	46.68	395.65	246.75	888.89
4 月	22.99	498.57	685.62	695.70
5 月	26.72	420.54	417.67	470.84
6 月	20.44	322.29	857.43	1,432.98
7 月	23.22	338.55	2,798.21	404.86
8 月	15.85	229.01	1,299.17	360.02
9 月	12.52	241.68	693.87	412.16
10 月	19.96	224.29	764.86	239.13
11 月	11.90	173.09	572.75	138.92
12 月	12.37	178.62	3,655.24	53.36
合计	**293.72**	**3,676.95**	**13,908.10**	**6,186.18**

3）2018 年每种模式各月收入

单位：人民币万元

月份	2018 年度			
	CPA	CPC	CPS	CPT

月份	2018 年度			
	CPA	CPC	CPS	CPT
1 月	95.16	740.98	2,138.30	1,373.25
2 月	34.76	169.08	758.45	209.91
3 月	51.74	1,301.03	710.86	706.27
4 月	47.03	1,023.56	740.12	617.39
5 月	40.16	525.15	444.20	465.40
6 月	49.25	539.23	493.47	1,950.70
7 月	9.72	577.03	1,451.96	201.44
8 月	24.00	798.77	542.38	553.86
9 月	82.67	363.68	452.99	886.84
10 月	22.47	411.59	849.40	508.92
11 月	29.12	331.08	630.45	1,344.10
12 月	2.51	177.66	6,189.13	407.83
合计	**488.60**	**6,958.84**	**15,401.70**	**9,225.90**

总体而言，报告期内 CPA、CPC 月收入波动较小，2018 年 CPC 增长较大，主要原因系广州晟让（当期 CPC 结算第一大客户）为苏宁易购的广告代理商，随着商务合作的深入、对公司广告投放效果的认可且苏宁易购为获得更多的市场份额，2018 年开始逐步增加广告投放预算，因此，2018 年公司与广州晟让业务收入呈现大幅度增长；CPS/CPT 存在较为明显的月份波动，在“6.18 购物节”、“双 11”、“双 12”等活动所在月份或次月收入较高，主要原因在于阿里妈妈为 CPS 结算模式而京东代理壹捌零以 CPT 模式进行结算所致。

（4）与公司的软件产品销量及个人订阅量是否匹配的说明

为提高办公软件产品使用授权类业务及办公服务订阅类业务付费用户的产品及服务使用体验，此类业务的付费用户享受屏蔽广告的服务，因此互联网广告推广业务的收入增长主要与免费活跃用户相关。各报告期最后一个月，公司免费活跃用户的总体情况如下表：

项目	2016 年 12 月	2017 年 12 月	2018 年 12 月
免费月度活跃用户（万个）	21,765.95	25,209.60	30,529.80
增长率		15.82%	21.10%

2016 年 12 月-2018 年 12 月，公司免费月度活跃用户数复合增长率为 18.43%；2016 年-2018 年，公司互联网广告推广服务业务（来自免费用户）分别实现收入 24,283.41 万元、29,586.91 万元和 38,121.31 万元，年均复合增长率为 25.29%。

报告期内，公司产品免费活跃用户持续稳定增长，有利于提升广告推广效果，

并吸引更多的直签广告主及广告代理商合作，与公司广告收入变化趋势匹配。

4、发行人主要客户（不限于前十大客户）有无使用第三方监测软件对广告的投放频次、时间、点击量、投放效果等数据进行监测；

报告期内，公司与主要客户对于广告效果的确认严格按照业务合同的约定进行，合同中对于广告效果结算数据的规定主要包括以下情况：

（1）明确约定广告效果结算数据以客户提供的广告投放监测系统进行投放频次、时间、点击量、投放效果等数据进行监测；

（2）明确约定广告效果结算数据以公司提供的广告投放监测系统进行投放频次、时间、点击量、投放效果等数据进行监测，如果客户在收到广告效果结算数据之后的一定期间内（一般为 7 日）提出异议，客户有权聘请第三方监测机构进行对结算数据进行核实；

（3）明确约定反作弊协议条款即公司不得以任何不合法或不正当手段包括脚本模拟、诱导点击、刷单等行为提高广告效果，一旦发现客户有权解除协议并要求乙方赔偿损失；

同时，公司不存在因违反合同中对于广告效果结算数据的规定或反作弊协议约定而遭受诉讼或赔偿的情形，广告推广业务收入均经过客户确认。除第三方平台广告客户以其后台结算数据为准外，根据公司主要代理/自营广告客户的确认，报告期内各期有使用第三方监测的客户数量及对应收入占比如下：

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
自营广告客户数量（个）	3	4	6
占自营广告收入比例	56.82%	45.99%	53.86%
代理广告客户数量（个）	4	4	6
占代理广告收入比例	59.21%	69.22%	84.14%

同时，未使用第三方监测的客户主要原因在于其自身有较为完备的监控系统可以满足其业务需求，具备商业合理性。具体客户确认情况详见“本题回复（二）1、”。

综上，公司主要客户均已确认或通过第三方监测软件对广告的投放频次、时间、点击量、投放效果等数据完成监测，对广告结算数据无异议。

5、网站用户任务推广业务的业务流程，网站用户任务推广业务按照广告主

实际消耗“稻米”的比例确认收入的具体会计处理及合理性。

报告期内，公司为了积极开拓互联网广告业务，更好地服务于广告主的产品推广需求，推出了网站用户任务推广业务模式，具体流程为：

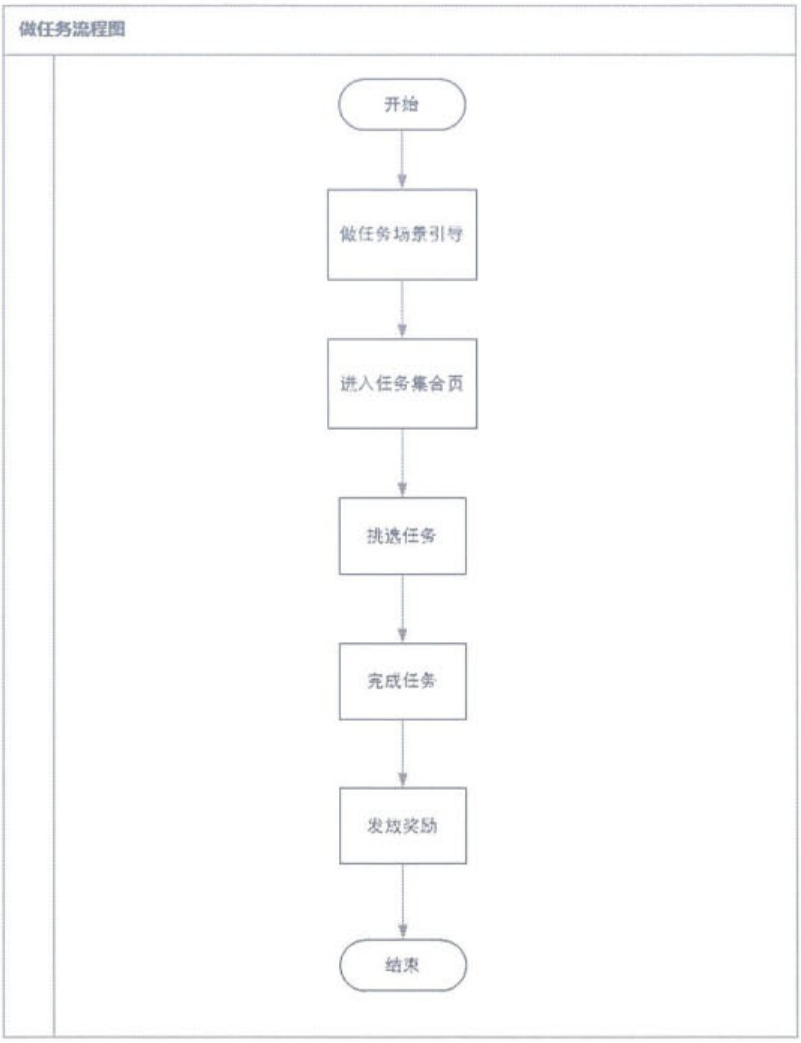
（1）公司审核意向客户（即广告主）的资质并做风险评估，审核通过后与广告主沟通推广产品的合作细节，包括推广方式、计费方式（一般为 CPA 或 CPS 效果类广告）等；

（2）公司与广告主双方签订合同；

（3）公司安排 UI 制作素材、双方接口对接，测试并完成相关广告内容（包括推广内容、展现方式等）上线；

（4）公司通过自有平台（网站）入口场景引导网站用户进入做广告任务集合页（购买广告主产品或在广告主网站完成实名新注册，即广告主获取有效用户），网站用户自主选择需要的任务并按照指引完成任务后，公司直接向网站用户赠送稻米以示对任务完成的奖励（即变相促进广告主的任务推广）；同时公司并非向所有互联网广告推广业务中的广告主获得的有效用户赠送稻米；

（5）推广结束（网站用户任务完成）后，公司或通过（3）中的接口或直接通过广告主后台获取推广数据，双方依据合同单价和确认无误的推广数据确认最终推广收入金额并完成款项结算，以及互联网广告收入的确认。具体的业务流程图如下：



公司实际上在推广结束（网站用户任务完成）后，双方依据合同单价和确认无误的推广数据确认最终推广收入金额并完成款项结算以及互联网广告收入的确认。公司与广告主是按照典型的行为类（CPA）或效果类（CPS）互联网广告结算模式，进行广告业务的结算和收入确认，与公司其他互联网广告业务在结算模式和收入确认的会计政策方面，没有任何区别。而网站用户选择需要的任务并按照指引完成任务后，公司随即向网站用户赠送稻米以示对任务完成的奖励（即变相促进广告主的任务推广），不影响广告收入的确认计量。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、与公司业务、财务人员进行访谈，了解互联网广告推广业务的产品构成及定价策略，同时了解其与主要客户的合作建立过程及业务开展时间；

2、取得并检查互联网广告推广业务的收入明细表；

3、针对词霸业务，检查词霸业务的订单系统、支付系统等后台业务系统；针对下单、支付行为进行穿行测试；获取订单系统、支付系统的明细数据，并进行数据分析；获取词霸业务活跃用户及使用行为等数据进行匹配分析；核对月度支付明细数据、分摊明细表与记账收入的一致性，同时检查记账凭证、银行流水进行确认；获取董监高的词霸产品/服务的用户账号、支付账户及银行流水，对其自消费行为进行核查；

4、检查并复核 IT 审计报告；

5、检查主要机构客户对应的收入合同、凭证及银行回单、收入结算/确认单等，同时对其进行邮件确认、走访、函证；对个人客户的业务数据进行合理性分析，同时对主要个人客户进行电话访谈，并检查其交易流水；

6、在国家企业信用信息公示系统对主要客户的信息进行查询，同时调取主要客户的工商档案；

7、取得公司报告期内合法合规证明文件；

8、获取公司报告期内互联网广告推广服务中其他业务的收入明细表；

9、访谈公司业务人员并查阅相关内部制度，了解网站用户任务推广业务的业务流程；

10、查阅网站用户任务推广业务合同，进行穿行测试，并结合企业会计准则分析网站用户任务推广业务按照广告主实际消耗“稻米”的比例确认收入的合理性；

11、检查主要客户并随机抽查部分客户业务合同及后台系统数据，对应检查其记账凭证、银行回单及结算单；对网站用户任务推广业务主要客户实施函证程序。

核查意见：

经核查，我们认为公司与平台或代理商合作开展互联网广告推广服务具备合理的商业理由或商业背景，定价公允，业务开展过程中不存在因结算数据差异与

客户存在纠纷或潜在纠纷；公司互联网广告推广服务中其他业务的收入披露准确；网站用户任务推广业务的业务流程清晰；未发现公司上述业务存在虚假收入的情形，公司网站用户任务推广业务按照广告主实际消耗“稻米”的比例确认收入符合企业会计准则的要求。

问题二十四、招股说明书披露，报告期内办公服务订阅业务分别实现收入 6,412.48 万元、17,316.45 万元及 39,264.76 万元，占相应期间公司主营业务收入总额比例分别为 11.83%、22.99%及 34.76%。该部分业务主要包括：一为个人客户提供 WPS 会员、稻壳儿会员、词霸业务及其他服务；二为企业用户提供软件服务业务。报告期内该部分业务机构客户订阅金额为 1,581.47 万、2,530.95 万、2,289.84 万；个人客户订阅金额为 4,831.01 万、14,785.50 万、36,974.92 万。

请发行人补充披露：（1）报告期内个人办公增值服务呈现加速增长的趋势的原因以及未来持续性；机构客户订阅收入 2018 年收入出现了下滑的原因；（2）报告期内各主要服务的销售价格，结合市场上同类型服务的价格变动及市场规模，分析各类产品报告期各期销售均价和数量变动的原因及合理性。

请发行人说明：（1）个人客户订阅服务的具体内容，个人客户订阅服务的订阅人数、人均单价、对应的推广方式、购买方式，前十大个人客户的销售情况，个人客户的核查方法、个人客户订阅数据与可比公司相比是否合理，是否存在虚构交易等不真实情况；（2）主要机构客户的基本情况，与发行人及其关联方是否存在关联关系，机构客户订阅后获得的具体服务内容，服务的价格及确定依据、购买方式及价款支付方。

请保荐机构、申报会计师核查，并说明针对该部分收入的核查情况，包括但不限于核查方式、各方式下核查客户家数、标的选择方法、核查收入占比、核查结果，并发表意见。

一、 审核问询函回复：

（一）补充披露

1、请发行人补充披露报告期内个人办公增值服务呈现加速增长的趋势的原因以及未来持续性；机构客户订阅收入 2018 年收入出现了下滑的原因。

（1）个人服务订阅收入增长分析

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司个人订阅业务分别实现收入 4,831.01 万元、14,785.50 万元和 36,974.92 万元，具体构成如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
WPS 会员	23,135.64	62.57%	8,180.37	55.33%	2,778.59	57.52%
稻壳会员	10,311.15	27.89%	5,103.47	34.52%	1,783.38	36.92%
词霸业务	3,086.10	8.35%	1,419.04	9.60%	269.04	5.57%
其他	442.03	1.20%	82.62	0.56%	-	-
合计	**36,974.92**	**100.00%**	**14,785.50**	**100.00%**	**4,831.01**	**100.00%**

由上表可见，WPS 会员和稻壳会员收入为个人服务订阅收入增长的主要驱动因素。2016-2018 年，WPS 会员收入与稻壳会员收入的年复合增长率分别为 188.55%、140.45%，以下分析以 WPS 会员和稻壳会员为基础。

1）增值服务功能不断丰富，吸引用户付费

WPS 会员服务收入增长的主要原因为服务类型的完善和付费渠道的改进。PC 端在报告期内先后增加了 WPS 云字体、数据恢复、文档修复、图片边框、PDF 转 DOC、OCR 识别、图片转 PDF 等特权；移动端在报告期内先后增加了 WPS 云服务、图片分享、云字体、文档瘦身、共享播放、文档恢复、阅读背景、演讲实录、PDF 签名等功能。上述功能的完善使得使用体验大幅改善，进而付费用户数量不断上升。此外，通过场景优化，缩短了用户使用功能到付费时的行为轨迹，如电脑端早期需单独打开浏览器支付、后期仅需在 WPS 软件内扫码支付，移动端中用户点击某功能按键时即直接跳转至付费界面，提升了用户的付费转换率。

稻壳儿会员服务收入增长的主要原因包括商业模式的拓展、精品文档内容的拓展和垂直行业的精准推送。2017 年以前稻壳儿均采用预充值分次单独购买模板

的商业模式，单价相对高因此付费用户粘度相对低，2017 年 1 月正式引入以月度付费购买的稻壳会员体系 ，支付特定月费/年费后用户即可享受一定数量模板的免费下载、优选模板八折购买等特权，该模式对用户有较大吸引力；稻壳儿模板提供方原以个人为主，相对系统性弱、模板增长量不高，报告期内公司逐步引入会计学堂、学科网、HRbar、阿斯达等多家不同行业领域的机构进驻和大 IP 的加盟，使得精品文档内容不断拓展；公司逐步采用 AI 平台提供的精准数据，识别用户偏好，向用户精准推送行业模板，提高付费转化率。

2）庞大的用户基础，付费用户转化率提升

随着互联网用户付费习惯的养成，公司自 2014 年开始尝试付费业务，得益于公司产品的市场影响力及庞大的用户基础，付费用户月活逐渐提升。2016 年 12 月、2017 年 12 月及 2018 年 12 月，公司付费用户月活分别为 77.80 万、271.33 万及 481.17 万，付费用户月活比例占比仍较低且增长空间较大，具体情况如下：

WPS 会员付费用户转化率趋势

稻壳会员付费用户转化率趋势

由上图可见，公司的 WPS 会员和稻壳会员付费用户的转化率在报告期内呈快速增长的趋势。

3）云服务功能有效提升用户粘性

①用户登录时长总体情况

个人云文档业务、账号登录功能等可以培养用户在线存储、在线编辑个人文档等使用习惯、维持用户粘性。

2017 年 12 月和 2018 年 12 月付费用户登录时长情况抽样情况如下表所示：

登录时长（小时）	2018 年 12 月		2017 年 12 月	
	用户数	占比	用户数	占比
0-5	189,838	19.60%	1,116,320	25.66%
6-10	80,707	8.33%	341,993	7.86%
11-20	113,873	11.76%	454,039	10.43%
21-30	85,327	8.81%	336,542	7.73%
31-40	65,954	6.81%	258,509	5.94%
41-50	53,755	5.55%	214,636	4.93%
51-100	173,091	17.87%	736,096	16.92%
101-150	95,748	9.89%	416,524	9.57%
>150	110,189	11.38%	476,549	10.95%
合计	**189,838**	**100.00%**	**4,351,208**	**100.00%**

由抽样结果可见，2017 年 12 月超过 25%的个人用户单月使用办公订阅服务的时间少于 5 小时，2018 年 12 月此比例降至 19.60%；2017 年 12 月 62.56%的个人用户使用时间少于 50 小时，2018 年 12 月此比例降至 60.86%。同时，2018 年 12 月的用户登录总时长有显著增加。

②云空间存储情况

公司办公订阅服务为客户提供云空间存储服务，用户可以将文档等资料上传至服务器，并随时调用、下载、编辑。报告期内用户的云空间存储体情况如下表所示：

云空间使用容量（MB）	2016 年度		2017 年度		2018 年度	
	用户数	占比（%）	用户数	占比（%）	用户数	占比（%）
0	116,837	11.04	113,682	3.57	258,924	3.02%
0-1（含）	379,158	35.82	808,050	25.39	1,266,741	14.77%
1-100（含）	326,258	30.81	1,372,563	43.14	4,174,248	48.68%
100-900（含）	175,015	16.53	692,957	21.78	2,232,277	26.03%
>900	61,300	5.79	194,872	6.12	642,213	7.49%
合计	**1,058,568**	**100.00**	**3,182,124**	**100.00**	**8,574,403**	**100.00%**

由上表可见，报告期内云空间用户数量大幅上升，使用率呈持续上升趋势。

综上，用户数量增长、消费频次及转化率提升、用户粘性增强等因素共同拉动了个人服务订阅业务收入增长。预计未来个人服务订阅收入继续呈现增长趋势。

（2）机构客户订阅收入 2018 年收入出现了下滑的原因

2018 年机构服务订阅收入总额整体小幅下降的主要原因是：2017 年中国仪器进出口集团公司因自身需求、代理的最终客户需求进行了大量采购，导致其 2017 年采购额较高，但此业务增长具有随机性并且无法保证持续。2018 年其需求量有所下降，导致 2018 年的机构服务订阅收入小幅下降。

2、报告期内各主要服务的销售价格，结合市场上同类型服务的价格变动及市场规模，分析各类产品报告期各期销售均价和数量变动的原因及合理性。

报告期内办公服务订阅业务主要包括个人服务订阅和机构服务订阅，机构服务订阅中，大型机构服务订阅模式下，公司与客户通过商务谈判，根据客户的规模、需要的服务及谈判结果商定价格。因客户规模和需求差异较大，价格差异较

大。中小机构服务订阅模式下，公司在其官网提供不同价位的服务套餐（如 365 元/人/年和 599 元/人/年两种），客户根据需求进行购买。

个人订阅主要分为 WPS 会员、稻壳会员等多档标准的会员服务，价格分别为每月 15 元（超级会员为 30 元）、20 元。除打包购买和活动优惠，报告期内销售价格比较稳定。

报告期内个人客户订阅业务的交易数量、交易用户数、单次交易均价、用户平均交易金额如下表所示：

项目	2018 年		2017 年度		2016 年度	
	WPS 会员	稻壳会员	WPS 会员	稻壳会员	WPS 会员	稻壳会员
交易数量（次）	12,038,214	6,093,547	4,869,792	3,700,193	1,330,581	1,424,159
交易用户数（人）	5,752,449	3,577,612	2,955,218	2,493,614	986,351	1,064,577
单次交易均价（元）	27.15	19.85	28.38	17.12	20.66	18.15
用户平均交易金额（元）	56.82	33.81	46.77	25.40	27.87	24.28

由上表可见，报告期内公司每订单平均消费金额基本维持稳定，付费用户数的增加及消费频次的提升是 WPS 会员及稻壳会员销售额增长的主要原因。

（1）市场同类型服务

目前国内市场上与公司提供同类型的服务的为微软公司，根据其发布的公开信息，其产品和价格如下表所示：

类型	名称	价格（元）	使用限制	包含内容
产品授权	Office 小型企业版	1,998	一次性购买，永久使用，适用于一台设备	Word，Excel，PowerPoint 和 Outlook 经典 2019 版本
	Office 专业版	5,298	同上	Word，Excel，PowerPoint，Outlook，Publisher 和 Access 经典 2019 版本
	Office 家庭和学生版	748	同上	Word，Excel 和 PowerPoint 经典 2019 版本，仅提供家用许可
服务订阅	Office365 个人版	398	1 名用户使用 12 个月	1TB OneDrive 云存储; Word、Excel、PowerPoint、Outlook、Publisher 和 Access 应用（Publisher 和 Access 仅适用于 Windows PC）; OneNote：附加功能（因平台而异）; 可在多台电脑/Mac、平板电脑和手机上使用（包括 Windows、iOS 和 Android）; 与他人在线协作处理文档
	Office365 家庭版	498	6 名用户使用 12 个月	每名用户 1TB OneDrive 云存储，其他同上

微软公司还提供企业版、教育版，根据用户购买功能进行定价。企业版价格

从 51 元/月（年付）到 222 元/月（年付）；教育版价格从 16 元/月到 50 元/月，另外提供免费版本。

截至本问询回复签署日，微软公司未发布其产品在中国区域的出售数量。根据微软披露的 2018 年报（财年起始点为 2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日），其 Office 订阅客户收入约为 28.56 亿美元。截至 2018 年 6 月末，Office 365 全球的订阅数约为 3,140 万。

（二）说明

1、请发行人说明个人客户订阅服务的具体内容，个人客户订阅服务的订阅人数、人均单价、对应的推广方式、购买方式，前十大个人客户的销售情况，个人客户的核查方法、个人客户订阅数据与可比公司相比是否合理，是否存在虚构交易等不真实情况。

（1）个人客户订阅服务的具体内容

个人客户订阅服务主要分为 WPS 会员、稻壳儿会员两类。WPS 会员服务注重基于 WPS Office 办公软件的功能型服务，如 WPS 会员可以使用文档转换、文档修复、文档美化、会员皮肤等增值服务；稻壳儿会员则可以每月免费下载一定数量的稻壳儿云模板，并在限额用完后，以优惠价格购买稻壳儿模板，享受资源型服务。WPS 会员中还包括超级会员，可以在享受 WPS 会员权益同时享受稻壳儿会员权益。

（2）个人客户订阅服务的订阅人数、人均单价、对应的推广方式、购买方式

报告期内 WPS 会员及稻壳儿会员的订阅人数（付费会员人数）和人均单价（人均充值流水金额）如下表：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	订阅人数（人）	人均消费（元/年）	订阅人数（人）	人均消费（元/年）	订阅人数（人）	人均消费（元/年）
WPS 会员	5,752,449	56.82	2,955,218	46.77	986,351	27.87
稻壳会员	3,577,612	33.81	2,493,614	25.40	1,064,577	24.28

报告期内推广无外部流量导入，均通过金山办公软件自身推广，主要为用户在使用金山软件（包括电脑端和移动端）时点击会员特权的功能选项（示意图 1），

再点击对应的“会员免费试用”选项（示意图 2），即会跳转至会员服务的推广界面（示意图 3）；在用户的自身账户界面也存在“WPS 会员”和“稻壳会员”选项（示意图 4），点击同样跳转至会员服务的推广界面（示意图 3）。

（示意图 1）

（示意图 2）

（示意图 3）

（示意图 4）

用户在会员服务的推广界面点击"开通"即可进入付费界面，目前支持支付宝和微信等在线支付方式。

（3）前十大个人客户的销售情况，个人客户的核查方法

报告期内办公服务订阅业务前十大个人客户的销售情况如下表：

1）2016 年办公服务订阅业务前十大个人客户

序号	用户 ID	会员类型	购买次数	交易金额（元）	支付方式	客户姓名	电话/邮箱
1	195077556	WPS 会员、稻壳儿会员	27	5,548.10	支付宝	黄涛	15811307888
2	200999526	WPS 会员、稻壳儿会员	27	5,029.00	微信	（未取得）	（未取得）
3	240845737	稻壳儿会员	4	4,396.00	微信	（未取得）	（未取得）
4	193103093	WPS 会员	9	4,320.00	微信	邵俊维	69519906@qq.com
5	12594481	WPS 会员、稻壳儿会员	25	3,280.00	Apple Pay	（未取得）	（未取得）
6	13987375	WPS 会员、稻壳儿会员	11	2,620.01	微信、支付宝	吴增辉	wuzenghui@163.com
7	1312298	WPS 会员	30	2,465.25	微信、支付宝	雷婷婷	1197802596@qq.com
8	1756878	WPS 会员、稻壳儿会员	9	2,435.00	微信、支付宝	林佳音	joyin521@126.com
9	207211003	稻壳儿会员	1	2,400.00	微信	（未取得）	（未取得）
10	191276	WPS 会员	22	2,148.01	稻米	（未取得）	（未取得）

2）2017 年办公服务订阅业务前十大个人客户

序号	用户 ID	会员类型	购买次数	交易金额（元）	支付方式	客户姓名	电话/邮箱
1	265253352	WPS 会员	4	4,687.00	微信、支付宝	杜华明	1098673430@qq.com
2	253308739	WPS 会员、稻壳儿会员	33	4,613.56	微信	安国静	15953111010
3	220870933	WPS 会员、稻壳儿会员	7	4,343.36	微信	（未取得）	（未取得）
4	211405090	WPS 会员、稻壳儿会员	17	4,259.00	微信、支付宝	徐艳虹	sophia1943@qq.com
5	266561872	WPS 会员、稻壳儿会员	32	4,207.40	微信、支付宝	蔡美珠	15880710888
6	277062578	WPS 会员、稻壳儿会员	27	4,197.00	微信、支付宝	王凤龙	wangfenglong.123@163.com
7	26397780	WPS 会员、稻壳儿会员	9	4,121.00	微信、支付宝	李汭洋	18947666666
8	15447372	WPS 会员	2	4,023.99	微信、支付宝	张利如	15847773081
9	286870493	WPS 会员、稻壳儿会员	1	3,999.00	支付宝	（未取得）	（未取得）
10	5973752	WPS 会员、稻壳儿会员	13	3,781.00	微信、支付宝	夏卓明	13953135139@139.com

3）2018 年办公服务订阅业务前十大个人客户

序号	用户 ID	会员类型	购买次数	交易金额（元）	支付方式	客户姓名	电话/邮箱
1	16960286	WPS 会员	20	9,000.00	支付宝	周芳涛	zhoufangtao@vip.qq.com
2	364489815	WPS 会员、稻壳儿会员	17	6,758.00	支付宝	刘岩	arthurly@tom.com
3	253028592	WPS 会员、稻壳儿会员	60	5,722.80	支付宝	包芳	67551788@qq.com
4	7926829	WPS 会员	9	5,262.00	支付宝	康泰	423284100@qq.com
5	289526770	WPS 会员	174	5,086.00	微信	（未取得）	（未取得）
6	272635632	WPS 会员、稻壳儿会员	19	4,501.99	微信	（未取得）	（未取得）
7	10174471	WPS 会员	13	3,482.00	支付宝	赵红岭	1072289689@qq.com
8	376597763	WPS 会员、稻壳儿会员	22	3,426.50	微信	（未取得）	（未取得）
9	396537445	WPS 会员、稻壳儿会员	26	3,415.00	支付宝	张华军	13717626678
10	243403155	WPS 会员、稻壳儿会员	6	3,406.00	微信	（未取得）	（未取得）

针对上述业务的个人用户，核查方法及核查过程如下：

（1）收入集中度分析及核查

获取个人客户办公服务订阅业务的交易明细表（包括用户 ID、交易内容、交易金额、支付方式等信息），分析前 50 大消费者的交易明细，具体情况如下：

1）按客户姓名对象（ID）归集

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	交易金额（万元）	占比（%）	交易金额（万元）	占比（%）	交易金额（万元）	占比（%）
WPS 会员前 50 大	10.98	0.03	12.62	0.09	5.47	0.20
WPS 会员合计	**32,686.50**	**100.00**	**13,822.19**	**100.00**	**2,749.32**	**100.00**
稻壳儿会员前 50 大	3.71	0.03	1.77	0.03	4.27	0.17
稻壳儿会员合计	**12,095.57**	**100.00**	**6,335.01**	**100.00**	**2,584.78**	**100.00**
个人订阅前 50 大	14.69	0.03	14.38	0.07	9.74	0.19
个人订阅合计	**44,782.07**	**100.00**	**20,157.20**	**100.00**	**5,334.10**	**100.00**

注：个人用户核查中，交易金额、消费次数、交易均价均为充值流水口径，下同。

统计结果表明， 2016 年、2017 年度及 2018 年度，按消费者姓名对象（ID）归集的前 50 大消费者合计消费金额占个人订阅业务总成交额的 0.19%、0.07%和 0.03%，收入较为分散。

针对该维度下消费金额主要消费者进行了电话访谈，通过每期前 50 大客户

中关联手机号码进行电话访谈，此外，中介机构还抽查了交易记录、支付流水等数据，未发现异常。

2）按消费次数归集

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	消费次数（次）	占比	消费次数（次）	占比	消费次数（次）	占比
WPS 会员前 50 大	915	0.0076%	318	0.0065%	268	0.0201%
WPS 会员合计	**12,038,214**	**100.00%**	**4,869,792**	**100.00%**	**1,330,581**	**100.00%**
稻壳儿会员前 50 大	561	0.0092%	144	0.0039%	295	0.0207%
稻壳儿会员合计	**6,093,547**	**100.00%**	**3,700,193**	**100.00%**	**1,424,159**	**100.00%**
个人订阅前 50 大	1,476	0.0081%	462	0.0054%	563	0.0204%
个人订阅合计	**18,131,761**	**100.00%**	**8,569,985**	**100.00%**	**2,754,740**	**100.00%**

针对 2016 年、2017 年和 2018 年交易金额前五十大客户的消费次数进行统计，按消费次数归集的前 50 大合计消费次数占个人订阅业务总消费次数的 0.0204%、0.0054%和 0.0081%，交易较为分散。

（2）用户消费行为分析

获取个人客户订阅服务业务的交易明细表（包括用户 ID、交易内容、交易金额、支付方式等信息）对用户的消费行为进行分析，具体情况如下：

1）消费者的购买行为

2016 年、2017 年及 2018 年，公司个人客户订阅业务的交易数量、交易用户数、单次交易均价、用户平均交易金额如下表所示：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	WPS 会员	稻壳儿会员	WPS 会员	稻壳儿会员	WPS 会员	稻壳儿会员
交易数量（次）	12,038,214	6,093,547	4,869,792	3,700,193	1,330,581	1,424,159
交易用户数（人）	5,752,449	3,577,612	2,955,218	2,493,614	986,351	1,064,577
单次交易均价（元）	27.15	19.85	28.38	17.12	20.66	18.15
用户平均交易金额（元）	56.82	33.81	46.77	25.40	27.87	24.28

单次平均交易均价和用户平均交易金额均在 0-60 元范围内，WPS 会员和稻壳儿会员定价水平。

2）消费者的消费分组行为

统计了以成交 ID 为角度及成功交易为角度来分析消费者的分散程度

报告期内按成交金额归集的数据如下：

2016 年用户分组分析

类型	2016 年用户分组分析			
WPS 会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	698,287	1,082.92	39.39%
	30-50（不含）	200,624	786.85	28.62%
	50-100（不含）	66,166	499.03	18.15%
	100-200（不含）	17,158	231.29	8.41%
	200-500（不含）	3,672	110.46	4.02%
	500 以上	444	38.78	1.41%
	合计	**986,351**	**2,749.32**	**100.00%**
稻壳儿会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	784,746	816.10	31.57%
	30-50（不含）	162,303	560.48	21.68%
	50-100（不含）	91,256	677.29	26.20%
	100-200（不含）	21,042	277.68	10.74%
	200-500（不含）	4,002	107.80	4.17%
	500 以上	1,228	145.43	5.63%
	合计	**1,064,577**	**2,584.78**	**100.00%**

2017 年用户分组分析

类型	2017 年度用户分组分析			
WPS 会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	1,413,607	2,613.67	18.91%
	30-50（不含）	779,711	2,987.02	21.61%
	50-100（不含）	493,344	3,589.28	25.97%
	100-200（不含）	221,625	3,133.43	22.67%
	200-500（不含）	42,731	1,191.53	8.62%
	500 以上	4,200	307.24	2.22%
	合计	**2,955,218**	**13,822.19**	**100.00%**

类型	2017 年度用户分组分析			
稻壳儿会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	1,908,002	2,108.20	33.28%
	30-50（不含）	234,609	870.65	13.74%
	50-100（不含）	251,333	1,795.61	28.34%
	100-200（不含）	94,231	1,264.95	19.97%
	200-500（不含）	4,252	113.06	1.78%
	500 以上	1187	182.56	2.88%
	合计	**2,493,614**	**6,335.01**	**100.00%**

2018 年用户分组分析

类型	2018 年用户分组分析			
WPS 会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	2,090,579	3,467.41	10.61%
	30-50（不含）	1,661,621	6,627.10	20.27%
	50-100（不含）	1,316,565	10,273.04	31.43%
	100-200（不含）	526,816	7,657.94	23.43%
	200-500（不含）	150,858	4,241.14	12.98%
	500 以上	6,010	419.88	1.28%
	合计	**5,752,449**	**32,686.50**	**100.00%**
稻壳儿会员	客户交易金额（元）	客户数（人）	累计交易金额（万元）	交易金额占比（%）
	0-30（不含）	2,401,309	2,957.75	24.45%
	30-50（不含）	480,806	1,837.91	15.19%
	50-100（不含）	441,148	3,272.68	27.06%
	100-200（不含）	240,005	3,445.38	28.48%
	200-500（不含）	12,363	319.30	2.64%
	500 以上	1,981	262.55	2.17%
	合计	**3,577,612**	**12,095.57**	**100.00%**

2016 年、2017 年度及 2018 年度 WPS 会员充值流水金额落在 0-100（不含）区间的比例分别为 86.16%、66.49%和 62.31%； 2016 年、2017 年及 2018 年稻壳儿会员充值流水金额处于 0-100（不含）区间的比例分别为 79.45%、75.36%和 66.70%。由于稻壳儿会员收入中包含部分单独购买模板及定制模板交易，存在少量单价较

高交易，但占比小。整体 WPS 会员和稻壳儿会员订阅业务平均交易金额较低，可见公司个人客户订阅业务的客户集中度较低，符合其业务模式。

4）个人客户订阅数据与可比公司相比是否合理

根据微软披露的 2018 年报（财年起始点为 2017 年 7 月 1 日至 2018 年 6 月 30 日），其 Office 订阅客户收入约为 28.56 亿美元。截至 2018 年 6 月末，Office 365 的订阅数约为 3,140 万。每订阅客户贡献收入为 90.95 美元。根据公开信息，其订阅价格为 69.99-149.99 美元/人/年，在中国大陆的价格为 398-498 元/人/年。

公司 2018 年度个人客户订阅收入为 36,974.92 万元，个人服务订阅付费人数为 855.81 万，每订阅客户贡献收入为 43.20 元。订阅价格为 89-299 元/年，或 15 元包月。公司的个人客户订阅数据与可比公司相比存在一定差异。公司根据自身产品和市场情况进行定价，且个人客户数量呈现高速增长趋势，报告期内个人客户订阅数据具有合理性。

2、请发行人说明主要机构客户的基本情况，与发行人及其关联方是否存在关联关系，机构客户订阅后获得的具体服务内容，服务的价格及确定依据、购买方式及价款支付方；

（1）主要机构客户的基本情况，与发行人及其关联方是否存在关联关系：

公司报告期内办公服务订阅业务前五大机构客户的基本情况及与公司的关联关系情况如下表：

1）2016 年办公服务订阅业务前五大机构客户

序号	客户名称	成立时间（年/月/日）	注册资本（万元）	股权结构	主营业务	与公司及其关联方是否存在关联关系	收入金额（万元）
1	中国工商银行股份有限公司	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任公司、社会公众股、非发起人股	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	547.17
2	中国农业银行股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.7	中央汇金投资有限责任公司、中华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	367.00
3	国家电网公司信息通信分公司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电力生产调度信息通信等	否	259.43
4	无锡江南计算技术研究所	2002/5/20	10,000	中国人民解放军总参谋部第五十六研究所	计算机科学与工程相结合的大型综合计算技术研究所	否	84.91
5	日本金山（キングソフト株式会社）	2015/3/9	47,286.50 万日元	Cheetah Technology Corporation Limited，46.10%；EP DREAM TECHNOLOGY LIMITED，21.79%；Kingsoft Office Software Corporation Limited，19.68%；KINGSOFT CORPORATION，10.82%；CLA International Holdings Inc.，1.60%	经营软件、手机应用、广告代理	是	74.60

2）2017 年办公服务订阅业务前五大机构客户

序号	客户名称	成立时间（年/月/日）	注册资本（万元）	股权结构	主营业务	与公司及其关联方是否存在关联关系	收入金额（万元）
1	中国工商银行股份有限公司	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任公司、社会公众股、非发起人股	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	547.17
2	中国农业银行股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.7	中央汇金投资有限责任公司、中华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	367.00
3	中国仪器进出口集团公司	1983/9/28	30,000	中国通用技术（集团）控股有限责任公司	以经营机电仪产品为主进出口业务	否	271.36
4	国家电网公司信息通信分公司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电力生产调度信息通信等	否	259.43
5	山东国丰科技信息有限公司	2016/11/16	2,000	自然人赵世波、王洪东	互联网信息服务、接入服务、集成服务，网站设计与开发、网页制作等	否	141.51

3）2018 年办公服务订阅业务前五大机构客户

序号	客户名称	成立时间（年/月/日）	注册资本（万元）	股权结构	主营业务	与公司及其关联方是否存在关联关系	收入金额（万元）
1	中国工商银行股份有限公司	1985/11/22	34,932,123.46	财政部、中央汇金投资有限责任公司、社会公众股、非发起人股	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	733.96
2	中国农业银行股份有限公司	1986/12/18	32,479,411.7	中央汇金投资有限责任公司、中华人民共和国财政部	吸收公众存款、发放贷款、办理国内外结算等	否	367.00
3	国家电网公司信息通信分公司	2013/8/1	-	国资委直属	与电力供应有关的技术开发、电力生产调度信息通信等	否	259.43
4	鼎信信息科技有限责任公司	2017/3/31	30,000	中国南方电网有限责任公司	计算机及微电子软硬件技术研发、技术咨询等	否	103.30
5	恒丰银行股份有限公司	1987/11/23	169,000	烟台市财政局、烟台市电力开发有限公司等	吸收公众存款、发放贷款、办理结算等	否	77.83

（2）机构客户订阅后获得的具体服务内容，服务的价格及确定依据，购买方式及价款支付方：

机构客户订阅可分为大型机构订阅和中小机构订阅两类。

1）大型机构订阅

公司与客户通过商务谈判，根据客户的规模、需要的服务及谈判结果商定价格，并与客户签订合同。

大型机构订阅中一类是定制化服务，服务内容由与客户的合同确定，一般包括提供金山 WPS 办公软件技术支持服务，包括在线支持、热线电话、邮件回复、现场技术支持等；提供金山 WPS 办公软件新版本升级服务；完成金山 WPS 升级服务器定期巡检；提供相应培训服务。合同对提供部分服务的方式、频次等有具体规定，且不同客户可能不同，如公司需提供 7*8 小时或 5*8 小时的电话答疑服务、提供每月至少一次的电话回访服务、提供每年至少 4 次的升级服务器定期巡检服务、提供每年至少 2 场本地教室常规培训等。另一类是根据客户需求进行软件系统的定制化开发，向客户最终交付开发成果。

公司首先依据合同约定的具体服务内容，计算不同工作内容所需要的工作量（以人*天计算），然后将工作量分拆给各个岗位的 WPS 运维员工，最后将每人的工作量乘以单价并加总得到服务价格，对部分客户会给予一定折扣率。

客户与公司签订合同后依照合同约定支付款项，价款支付方为其自身。

2）中小型机构订阅

公司在其官网提供不同价位的中小机构订阅产品（如 365 元/人/年和 599 元/人/年两种），企业客户可以直接在官网下单或通过公司订单系统下单，完成付款后即可获得对应服务。

服务内容依据不同价位有所差别，主要为 WPS Office 套件、WPS mail、云存储空间、云协作等。

在官网下单的，企业通过微信、支付宝等渠道付款；通过订单系统下单的，通过企业转账等形式付款。

二、 会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、与公司业务、财务人员进行访谈，了解各类产品构成及定价策略，同时了解其与主要客户的合作建立过程及业务开展时间；了解办公服务订阅业务的具体运营手段及产品功能；结合对产品的实际体验，了解个人订阅业务的产品构成，分别了解 WPS 会员和稻壳儿会员包含的服务内容、购买方式和付款过程，了解该部分业务的发展历程和定价策略；了解机构订阅办公服务订阅业务的服务内容、开展流程和定价策略；

2、取得并检查各类业务的收入明细表；

3、检查主要机构客户对应的收入合同、凭证及银行回单、收入结算/确认单等，同时对其进行邮件确认、走访、函证；

4、在国家企业信用信息公示系统对主要客户的信息进行查询，同时调取主要客户的工商档案，核实与公司的关联关系；

5、检查公司 IT 业务系统，并复核 IT 审计报告；

6、对客户进行访谈、函证、电话、邮件等核查，核查公司实现销售的真实性；

7、获得报告期内 WPS 会员和稻壳儿会员的订阅用户明细表，对主要个人用户进行了电话访谈并取得了积极的访谈结果；

8、获得报告期内个人办公服务订阅的收入明细表，对用户行为进行了分析，抽查了交易流水和支付流水；

9、获得机构客户办公服务订阅的收入明细表，检查了合同、凭证及银行回单、收入结算/确认单等，同时对其进行邮件确认、走访、函证。

核查意见：

经核查，我们认为公司报告期内个人办公增值服务呈现加速增长的趋势具有合理性，未来具有持续性；机构客户订阅收入出现下滑具有合理性；个人订阅的

各类产品报告期各期销售均价和数量变动具有合理性；公司个人订阅业务收入真实、具备合理性，不存在虚构交易等不真实情况；公司各类产品报告期各期销售均价和数量变动具有合理性；公司主要机构订阅业务收入真实。

问题二十五、招股说明书披露，报告期各期，公司综合毛利率分别为 88.57%、88.23%及 86.72%，高于同行业可比公司平均水平。

请发行人披露：（1）对比同行业上市公司可比产品和服务，分析并披露发行人各类产品和服务毛利率水平及其变化的合理性；（2）报告期内主要产品和服务的毛利及其占比；（3）量化分析办公服务订阅毛利率波动的原因。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、 审核问询函回复：

（一）补充披露

1、对比同行业上市公司可比产品和服务，分析并披露公司各类产品和服务毛利率水平及其变化的合理性；

（1）办公软件使用产品授权业务毛利率

报告期内，公司可比公司的软件产品使用授权业务毛利率如下表：

公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	100.00%	100.00%	100.00%
东方通	89.50%	90.77%	90.21%
广联达	93.42%	93.07%	93.28%
泛微网络	97.10%	96.13%	96.79%
用友网络	98.50%	98.40%	98.30%
久其软件	88.37%	91.21%	93.53%
均值	94.48%	94.93%	95.36%
金山办公股份	**97.14%**	**96.84%**	**96.60%**

注：可比公司数据来源于各公司年度报告、招股说明书等

2016 年至 2018 年本公司办公软件产品使用授权业务毛利率分别为 96.60%、96.84%及 97.14%，整体保持稳定，且接近行业平均水平，处于可比公司毛利率区间范围内。

（2）互联网广告推广服务毛利率

报告期内，公司可比公司的互联网广告推广服务毛利率如下表：

公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
新华网	58.20%	56.51%	56.60%
顺网科技	50.44%	67.72%	92.87%
均值	54.32%	62.12%	74.74%
金山办公股份	**83.26%**	**87.53%**	**87.58%**

报告期内各期，公司互联网广告推广服务毛利率分别为 87.58%、87.53%及 83.26%，2017 年较 2016 年保持稳定，2018 年较 2017 年小幅下降 4.27%。2018 年营业成本中 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务 2018 年呈现大幅度波动增长的状态，增幅 70.36%，系由于个人免费版由 2016 版升级为 2019 版，2019 版在线服务业务比例较 2016 版大，下载量、增值服务提升所致，且在 2019 版中大力推广云储存功能，导致对服务器的需求量增大，由此导致 2018 年互联网广告推广服务毛利率有所下降。

报告期内公司互联网广告推广服务毛利率高于可比公司平均值。产生上述差异的主要原因为业务模式的不同。新华网为客户提供广告的设计、制作、编辑等服务，成本中相应包含此类成本。2016 年顺网科技与公司相似，仅进行广告的发布，无相关设计制作成本。2017 年开始顺网科技将互联网广告与增值服务进行整合，广告宣传费增长，因此毛利率下降。

（3）办公服务订阅业务毛利率

报告期内，公司可比公司的办公服务订阅业务毛利率如下表：

公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	96.18%	97.76%	96.14%
泛微网络	96.97%	97.02%	97.20%
久其软件	97.79%	87.24%	87.84%
均值	96.98%	94.01%	93.73%
金山办公股份	**80.65%**	**75.31%**	**62.86%**

公司办公服务订阅业务毛利率低于同行业可比公司，主要原因与成本构成有关。公司的办公服务订阅成本主要有由 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本、人员薪酬、会员功能服务采购以及版权分成构成。公司针对不同机构客户均组建了对口服务的团队，相应产生了较多的人员薪酬成本，导致毛利率较低。针对个人客户的服务订阅方面，主要成本为 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本、会员功能服务采购及版权分成等，增加客户数量产生的边际收入明显高于边际成

本，因此此项业务具有较明显的规模效应。由于公司此项业务发展相对较晚，用户规模效应尚未充分体现，因此毛利率相对低于可比公司，但已呈现快速提高的趋势。

综上所述，公司各类产品和服务毛利率水平及其变化具备合理性。

2、报告期内主要产品和服务的毛利及其占比；

公司报告期内主要产品和服务的毛利及其占比如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	营业毛利	毛利率	毛利占比	营业毛利	毛利率	毛利占比	营业毛利	毛利率	毛利占比
办公软件产品使用授权	34,549.82	97.14%	35.27%	27,523.99	96.84%	41.41%	22,705.18	96.60%	47.30%
互联网广告推广服务	31,741.40	83.26%	32.40%	25,898.51	87.53%	38.97%	21,267.46	87.58%	44.30%
办公服务订阅	31,665.44	80.65%	32.33%	13,040.85	75.31%	19.62%	4,030.63	62.86%	8.40%
合计/综合毛利率	**97,956.66**	**86.72%**	**100.00%**	**66,463.35**	**88.23%**	**100.00%**	**48,003.27**	**88.57%**	**100.00%**

公司上述三类业务由不同部门运营，各部门间业务运作职责划分明确，营业成本可以实现划分；而在同一类别业务下相关资源可以共用，如互联网广告推广服务业务下同一台 IDC 服务器既支持自营广告、也支持代理广告，而 CDN 带宽服务成本取决于 CDN 带宽需求的峰值，该峰值取决于用户的点击/下载等互联网传输行为，而该行为可能带来互联网推广服务业务下的任何一类业务收入，因此无法实现营业成本二级明细的划分。

报告期内营业收入披露如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
办公软件产品使用授权	35,568.35	28,422.94	23,503.29
互联网广告推广	38,121.31	29,586.91	24,283.41
办公服务订阅	39,264.76	17,316.45	6,412.48
合计	**112,954.42**	**75,326.30**	**54,199.18**

3、量化分析办公服务订阅毛利率波动的原因。

2016 年至 2018 年，办公服务订阅业务毛利率分别为 62.86%、75.31%及 80.65%，整体呈上升趋势。报告期内办公服务订阅的收入明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机构客户订阅	2,289.84	2.03%	2,530.95	3.36%	1,581.47	2.92%
个人客户订阅	36,974.92	32.73%	14,785.50	19.63%	4,831.00	8.91%
合计	**39,264.76**	**34.76%**	**17,316.45**	**22.99%**	**6,412.48**	**11.83%**

报告期内办公服务订阅业务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	2,145.67	14.31%	1,206.17	13.61%	687.31	11.09%
员工薪酬	270.04	1.80%	309.33	3.49%	298.91	4.82%
功能服务采购	157.16	1.05%	156.63	1.77%	-	0.00%
会员功能服务采购	3,770.15	25.14%	1,881.31	21.23%	1,120.73	18.09%
授权摊销	197.31	1.32%	183.42	2.07%	125.30	2.02%
版权分成	722.95	4.82%	382.62	4.32%	73.08	1.18%
其他成本	336.03	2.24%	156.12	1.76%	76.52	1.24%
合计	**7,599.31**	**50.67%**	**4,275.60**	**48.24%**	**2,381.85**	**38.44%**

办公服务订阅业务可分为个人订阅业务和机构订阅业务。个人订阅业务主要为公司为个人用户提供会员服务，服务内容主要为文档转换、文档修复、文档美化、会员皮肤、稻壳儿云模板等服务。机构订阅业务主要为根据客户具体需求定制差异化的办公服务和培训、后续升级及维护服务等。

机构订阅业务成本主要为员工薪酬成本及功能服务采购，其中机构订阅业务通常会在合同中与客户约定公司的服务团队人数，因此其收入规模与服务团队人数以及人工成本呈正相关。个人订阅业务成本主要为 IDC 服务器租赁及 CDN 带

宽服务及会员功能服务采购，其中 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务，受益于规模效应，成本增速低于收入增速，因此个人订阅业务毛利率会随着收入的增长而上升。

由上表可见，报告期内公司大力推广和发展个人客户订阅业务，个人用户办公服务订阅收入涨幅较大。2017 年较 2016 年办公服务订阅业务收入增长 10,903.97 万元、涨幅 170.04%，其中个人订阅收入增长 9,954.50 万元、涨幅 206.05%；2018 年较 2017 年办公服务订阅业务收入增长 21,948.31 万元、涨幅 126.75%，其中个人订阅收入增长 22,189.42 万元、涨幅 150.08%。

2017 年成本较 2016 年增加 1,893.75 万元，涨幅 79.51%，其中 IDC/CDN 成本增加 518.86 万元，会员功能服务采购成本增加 760.58 万元；2018 年成本较 2017 年增加 3,323.72 万元，涨幅 77.74%，其中 IDC/CDN 成本增加 939.50 万元，会员功能服务采购成本增加 1,888.84 万元。

综上，规模效应强的个人订阅业务的毛利率的大幅增长和收入占比的提升带动了办公服务订阅整体毛利率的上升。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、查询同行业可比公司软件产品使用授权业务毛利率、互联网广告推广服务毛利率以及办公服务订阅业务毛利率，进行对比分析；

2、编制营业收入、营业成本分类明细表，对毛利率变动情况进行合理性分析。

核查意见：

经核查，我们认为金山办公股份各类产品和服务毛利率与会计核算方式、业务结算模式等相关，其变化具备合理性；办公服务订阅毛利率波动具有合理原因。

问题二十六、招股说明书披露，发行人成本主要包括 IDC 服务器租赁、CDN 带宽服务、会员功能服务采购等。报告期内，公司营业成本分别为 6,195.91 万元、8,862.94 万元和 15,011.39 万元。

请发行人补充披露：（1）报告期内各类业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本与带宽、下载量、用户数量、用户访问量等业务指标和相关业务收入之间匹配关系以及主要 IDC、CDN 服务供应商名称、与发行人是否存在关联关系、交易内容、交易金额、单位价格、与市场平均价格对比是否有重大差异、业务量等情况；（2）办公软件产品使用授权中软件产品中集成了部分第三方软件产品的功能组件的具体情况，包括第三方名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、集成的主要功能组件及其原因、合同约定的收入分成方式、报告期内销售情况、分成金额，2017 年与 2018 年软件使用授权分成成本为负数的原因，是否存在不正当竞争的情形；（3）互联网广告推广服务业务涉及技术服务费的具体构成，包括报告期内主要平台类广告客户名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、收入金额、合同约定技术服务费分成比例；（4）办公服务订阅业务涉及版权分成的具体情况，包括报告期内主要文件模板第三方开发者名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、收入金额、合同约定分成比例、开发分成金额。

请发行人说明：（1）结合具体业务流程说明公司主营业务成本核算流程和方法，直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，分析是否符合《企业会计准则》相关要求，与同行业已上市公司是否存在差异，并分析具体情况和原因；（2）办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务中的服务器折旧金额逐年下降、办公服务订阅业务未发生服务器折旧成本的合理性；（3）办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务未列报人工成本的合理性；（4）办公软件产品使用授权成本占比较低的原因。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查并发表明确意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、报告期内各类业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本与带宽、下载量、用户数量、用户访问量等业务指标和相关业务收入之间匹配关系以及主要 IDC、CDN 服务供应商名称、与发行人是否存在关联关系、交易内容、交易金额、单

位价格、与市场平均价格对比是否有重大差异、业务量等情况；

（1）报告期内各类业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本与带宽、下载量、用户数量、用户访问量等业务指标和相关业务收入之间匹配关系

报告期内，公司各类业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本与 IDC 服务器租赁数量、CDN 带宽、下载量、用户数量和各类业务收入的关系如下：

业务类别	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
软件使用授权	收入金额（万元）	35,568.35	28,422.94	23,503.29
	IDC/CDN 成本（万元）	195.99	242.41	220.70
	带宽（万 MB）			
	下载量（万 GB）			
	用户数量（个）[1]	570,204	490,025	408,164
互联网广告推广	收入金额（万元）	38,121.31	29,586.91	24,283.41
	IDC/CDN 成本（万元）	4,481.43	2,630.63	2,533.94
	带宽（万 MB）	97.84	67.36	55.68
	下载量（万 GB）	14,088.50	7,669.94	6,308.46
	用户数量（万人）[2]	30,529.80	25,209.60	21,765.95
办公服务订阅	收入金额（万元）	39,264.76	17,316.45	6,412.48
	IDC/CDN 成本（万元）	2,145.67	1,206.17	687.31
	带宽（万 MB）	42.01	28.93	13.79
	下载量（万 GB）	6,049.43	3,293.38	1,513.42
	用户数量（付费用户数量）（万人）[3]	933.01	544.88	205.09

注：为节约整体成本，不同类别业务存在少量共用 IDC 服务器和 CDN 带宽情况，因此上述业务量的拆分可能存在一定误差。

注 1：由于场地授权基于客户个体差异情况如规模、行业、员工人数、对软件功能的具体需求，以及商务谈判的具体结果，综合进行定价，基本没有约定具体数量的情况，此处列示的数量仅含公司办公软件产品使用授权的数量授权标准版本用户数量（2016 年至 2018 年，标准版本收入总额占数量授权收入总额的 80.17%、86.86%及 88.01%，可以代表软件产品整体的价格趋势）。

注 2：每期最后一月的免费月度用户数（除付费业务以外各类免费产品的月度活跃用户数，已做去重处理）。

注 3：WPS 会员、稻壳儿会员合计付费会员数。

总体可见，公司 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本与带宽、下载量、用户数量等业务指标和相关业务收入之间存在正向匹配关系，不同业务由于各自模

式存在差异，其业务收入与对应 IDC/CDN 成本之间的关系也存在差异。公司 IDC 服务器租赁的相关管理部门会定时检测用量数据，根据其在一个阶段的使用峰值和安全余量，并结合下阶段业务发展预期决定是否增加 IDC 服务器数量。

办公软件产品授权业务中，由于最终用户多为政府、金融机构、国企等，通过光盘等介质获得软件产品后即采用其自身服务器及带宽安装和升级，故该类收入几乎不产生带宽、下载量。当期用户数量、用户性质、IDC/CDN 价格的变动均可能对办公软件产品授权业务的 IDC/CDN 成本造成影响，因此报告期内 IDC/CDN 成本增长趋势与办公软件产品授权收入及用户量的增长趋势并不完全一致。互联网广告推广业务的 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本主要由公司的广告投放行为产生，带宽、下载量与该类成本有直接匹配关系，一般来说用户数量增加相应的广告投放量也会增加，因此也与该类成本有直接匹配关系。而公司的互联网广告推广业务的收入主要由用户的点击、以及点击之后的购买等行为产生，少部分由公司的广告投放（即展示）产生，与广告的投放量不存在线性匹配关系，因此虽然此项业务收入与带宽、下载量、用户数量等业务指标存在同向匹配关系，但各项数据不能线性匹配。公司自 2015 年起成立专门的互联网广告推广业务团队，着重发展此项增值业务，此后广告投放量出现战略性的增加，相应使 IDC/CDN 成本及该项业务收入呈增长趋势。

办公服务订阅业务的 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本主要由中小型机构客户订阅业务和个人客户订阅业务中公司的稻壳儿云模板等线上投放和用户使用 WPS+企业云服务、PDF 转 Word、文档修复、稻壳儿云模板、在线课程及电子书下载等功能的在线交互产生，上述行为直接带来带宽、下载量的增加、与该类成本有直接匹配关系。用户数量的增加会使得上述交互行为增加，因此该类成本与付费用户数量、用户使用量等数据有正向匹配关系。2016-2018 年度，付费用户数量复合增长率为 113.29%， IDC/CDN 成本复合增长率为 76.69%，增速较快。

（2）主要 IDC、CDN 服务供应商名称、与发行人是否存在关联关系、交易内容、交易金额、单位价格、与市场平均价格对比是否有重大差异、业务量等情况；

2016 年度

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
北京蓝汛通信技术有限责任公司	CDN	a. 页面服务：25 元/Mbps/月； b. 页面 https 加速服务：35 元/Mbps/月； c. 下载服务：20 元/Mbps/月； d. 全球加速服务：85 元/Mbps/月 以当月实际使用量结算	按月结算，计费规则：带宽日峰值月平均量*合同单价。 每月计费峰值存在波动，范围如下： a. 页面服务：3-18G/月； b. 页面 https 加速服务：5-10M/月； c. 下载服务：21G~57G/月； d. 全球加速服务：160M~610M/月	1,179.29	否
北京金山云网络技术有限公司[1]	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，空间存储费 0.1 元/GB/月；流量费 0.25 元/GB；带宽费 12 元/MB/月，其他云服务项目按照其官网定价（https://docs.ksyun.com）的 7.0 折确定每月总价	全年业务量详见下表	917.70	是
亚马逊通技术服务（北京）有限公司	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，按照其官网定价（https://amazonaws-china.com/cn/pricing/services/）确定每月总价		578.88	否
合计				**2,675.87**	

8-2-157

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
IDC/CDN 金额				3,441.95	
占比				77.74%	

2017 年度

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
北京金山云网络技术有限公司[1]	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，空间存储费 0.1 元/GB/月；流量费 0.25 元/GB；带宽费 12 元/MB/月，其他云服务项目按照其官网定价（https://docs.ksyun.com）的 7.0 折确定每月总价	全年业务量详见下表	2,200.92	是
北京首都在线科技股份有限公司	IDC 类业务	a.机柜：2016 年 1 月 1 日前开始使用的 5,000/个/月、新启用的 7,500 元/个/月； b.带宽：100 元/Mbps/月"	按月结算，每月数量存在波动，范围如下： a.机柜：20~26 个/月； b.带宽：1.8G~2.0G/月	403.91	否
亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc.	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，按照其官网定价（https://amazonaws-china.com/cn/pricing/services/）确定每月总价		603.67	否
上海七牛信息技术	CDN、存	带宽：12 元/Mbps/月	按月结算，每月数量存在波动，范围如下：	345.92	否

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
有限公司	储	存储：0.07 元/GB/月	a.带宽平均：21.7G/月 b.存储：按当月实际用量结算		
合计				3,554.42	
IDC/CDN 金额				4,079.21	
占比				87.14%	

2018 年度

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
北京金山云网络技术有限公司[1]	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，空间存储费 0.1 元/GB/月；流量费 0.25 元/GB；带宽费 12 元/MB/月，其他云服务项目按照其官网定价（https://docs.ksyun.com）的 7.0 折确定每月总价	全年业务量详见下表	3,459.04	是
亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services,Inc	IDC 云服务	依据每月实际业务需求，弹性选择服务种类、设备型号、地域等不同配置的打包服务，按照其官网定价（https://amazonaws-china.com/cn/pricing/services/）确定每月总价		970.71	否
.北京首都在线科技股份有限公司	IDC 类业务	a. 机柜：2016 年 1 月 1 日前开始使用的 5,000/个/月、新启用的 7,500 元/个/月；	按月结算，每月数量存在波动，范围如下： a. 机柜：26~72 个/月；	750.33	否

服务供应商名称	交易内容	价格	业务量	交易金额(万元)	是否与公司存在关联方关系
		b. 带宽：100 元/Mbps/月	b. 带宽：2.2G~5.02G/月		
上海七牛信息技术有限公司	CDN、存储	带宽：10 元/Mbps/月 存储：0.07 元/GB/月	按月结算，每月数量存在波动，范围如下： a. 带宽平均：64.39G/月 b. 存储：按当月实际用量结算	731.10	否
合计				**5,911.18**	
IDC/CDN 金额				**6,823.09**	
占比				**86.63%**	

8-2-160

注 1：报告期内，公司在其产品中提供的云端服务不断增多，对网络服务器、云存储等设备及服务需求快速增加，同时整体行业中也呈现从传统 IDC 转向更灵活、性价比更优的云服务的趋势，导致云服务在公司整体 IDC/CDN 成本中占比提高。

公司报告期内使用的金山云的主要服务数量如下表所示：

珠海金山办公

期间	项目	云物理机（个数）	月均 KVM CPU （核）	月均KVM内存（GB）	EIP 共享带宽（MB）	EIP 共享带宽包(IP 数)	KS3 带宽（MB）	KS3 存储（GB 日累计数）	KS3 流量（GB 日累计数）	CDN 流量(GB 日累计数)	CDN 带宽（MB）
2018 年度	EPC	43.00									
	CDN										4,048,393.85
	EIP				71,314.94	1,379.00					

期间	项目	云物理机（个数）	月均 KVM CPU （核）	月均 KVM 内存（GB）	EIP 共享带宽（MB）	EIP 共享带宽包（IP 数）	KS3 带宽（MB）	KS3 存储（GB 日累计数）	KS3 流量（GB 日累计数）	CDN 流量（GB 日累计数）	CDN 带宽（MB）
	云服务器		9,317.00	18,773.00							
	KS3							2,987,716,625.01	5,249,727.54		
2017 年度	CDN									67,630.64	10,771,381.06
	EIP				49,804.74	34.00					
	云服务器		5,610.00	11,912.00							
	KS3							603,087,587.63	1,852,253.65		
2016 年度	CDN									1,533,375.48	851,659.39
	EIP				25,175.35	24.00					
	云服务器		2,430.00	5,382.00							
	KS3						375,721.34	95,787,450.18	1,023,762.03		

北京金山办公

期间	项目	存储（GB 月均合计数）	流量（GB 月均合计数）
2018 年度	KSS	24,775,114.72	72,363.33
2017 年度	KSS	24,046,751.00	75,184.73
2016 年度	KSS	18,771,756.01	264,597.87

公司采购的亚马逊云、金山云与市场第三方（腾讯云）的主要服务定价对比情况如下：

服务供应商名称	交易内容	价格描述	主要服务的定价依据
亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services, Inc.	IDC 云服务 (主要用到：云主机，云存储，带宽流量，云数据库等服务)	官网定价：https://amazonaws-china.com/cn/ec2/pricing/on-demand/ 如： 1）云服务器 EC2：内存优化 r4.large CPU: 4 核、内存: 16G：1.134 元/每小时 2）云服数据库：db.t2.micro：0.153 元/每小时 3）云存储 S3: 0.168 元/GB/月	依据每月实际业务使用情况，按当月已使用云主机、云数据库等服务的实际使用型号数据，以及当月实际使用的带宽流量和云存储数据量，乘以相应服务的官网单价来确定当月的总价进行结算
北京金山云网络技术有限公司	IDC 云服务 (主要用到：云主机，云存储，带宽流量，云数据库等服务)	官网定价：https://docs.ksyun.com/read/latest/25/_book/pricing.html 如：空间存储费 0.1 元/GB/月；流量费 0.25 元/GB；带宽费 12 元/MB/月；其他云服务项目约定价格为金山云官方网站报价的 7 折。	依据每月实际业务使用情况，按当月已使用云主机、云数据库等服务的实际使用型号数据，以及当月实际使用的带宽流量和云存储数据量，乘以相应服务的官网单价来确定当月的总价进行结算
腾讯云计算（北京）有限责任公司	IDC 云服务 (主要用到：云主机，云存储，带宽流量，云数据库等服务器)	官网定价： https://buy.cloud.tencent.com/price#homePagePricedetailsA 如： 1）云服务器 ： CPU: 4 核、内存: 16G：(0~96 小时)2.68 元/每小时，(96~360 小时)1.34 元/每小时，(>360 小时)0.91 元/每小时 2）云服数据库： 内存 1000MB：(0~96 小时 0.29 元/每小时，(96~360 小时)0.22 元/每小时，(>360 小时)0.15 元/每小时 3）云存储 对象存储 COS: 0.156 元/GB/月	依据每月实际业务使用情况，按当月已使用云主机、云数据库等服务的实际使用型号数据，以及当月实际使用的带宽流量和云存储数据量，乘以相应服务的官网单价来确定当月的总价进行结算

我们核查了报告期内，公司与某非关联云服务公司签订的云服务合同，约定的单价为空间存储费 0.1 元/GB/月，流量费 0.28 元/GB，带宽费 12 元/MB/月；2017 年度北京金山云与某非关联云服务公司签订的云服务合同约定的其他云服务项目价格同样为北京金山云官方网站报价的 7 折。IDC 服务器租用、CDN 带宽服务的需求是互联网企业基础性服务需求，且鉴于目前 IDC 服务器、CDN 带宽服务的发展状况，市场上提供该等服务的供应商主要集中在包括上述企业在内的少数头部供应商中，因此公司 IDC 服务器租用、CDN 带宽服务的采购价格与市场上平均价格不存在重大差异。

2、办公软件产品使用授权中软件产品中集成了部分第三方软件产品的功能组件的具体情况，包括第三方名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、集成的主要功能组件及其原因、合同约定的收入分成方式、报告期内销售情况、分成金额，2017 年与 2018 年软件使用授权分成成本为负数的原因，是否存在不正当竞争的情形；

（1）报告期内软件产品中集成了部分第三方软件产品的功能组件的具体情况，包括第三方名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、集成的主要功能组件及其原因、合同约定的收入分成方式、报告期内销售情况、分成金额；

报告期内，公司软件产品中集成部分第三方软件产品的功能组件的具体情况如下：

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
微软授权分成金额	24.54	-74.42	-8.79
授权分成总金额	24.54	-67.09	-4.67
微软授权分成金额占比	100%	-	-

1）2016 年度公司软件产品中集成部分第三方软件产品的功能组件的具体情况

单位：人民币万元

序号	产品功能及服务	第三方名称	主营业务	是否存在关联关系	集成的主要功能组件及用途	合作方式	净收入	分成金额
1	Microsoft Visual Basic(VB	微软	研发、制造、授权和提供广	否	VB 编辑器内嵌于 WPS Office，提供用户窗体、模块、类	金山每个季度按照净收入的 6%与每	408.93	24.54

	编辑器)		泛的电脑软件服务业务。		模块三种类型模块，用于编辑宏代码，帮助用户实现对 WPS Office 的功能扩展	份授权一美元孰高原则支付费用给微软		

2）2017 年度公司软件产品中集成部分第三方软件产品的功能组件的具体情况

单位：人民币万元

序号	产品功能及服务	第三方名称	主营业务	是否存在关联关系	集成的主要功能组件及用途	合作方式	净收入	分成金额
1	Microsoft Visual Basic(VB 编辑器)	微软	研发、制造、授权和提供广泛的电脑软件服务业务。	否	VB 编辑器内嵌于 WPS Office，提供用户窗体、模块、类模块三种类型模块，用于编辑宏代码，帮助用户实现对 WPS Office 的功能扩展	金山每个季度按照净收入的 6%与每份授权一美元孰高原则支付费用给微软	-	-74.42

3）2018 年度公司软件产品中集成部分第三方软件产品的功能组件的具体情况

单位：人民币万元

序号	产品功能及服务	第三方名称	主营业务	是否存在关联关系	集成的主要功能组件及用途	合作方式	净收入	分成金额
1	Microsoft Visual Basic(VB 编辑器)	微软	研发、制造、授权和提供广泛的电脑软件服务业务。	否	VB 编辑器内嵌于 WPS Office，提供用户窗体、模块、类模块三种类型模块，用于编辑宏代码，帮助用户实现对 WPS Office 的功能扩展	金山每个季度按照净收入的 6%与每份授权一美元孰高原则支付费用给微软	-	-8.79

注：合作方式中的净收入为 WPS Office 专业增强版数量授权及场地授权净收入的合计金额，其中数量授权净收入为数量授权收入扣减相应的宣传推广费，场地授权净收入为（场地授权收入-宣传推广费）*介质/到期后可使用的授权数量。

（2）2017 年与 2018 年软件使用授权分成成本为负数的原因，是否存在不正当竞争的情形

公司 2017 年经与微软邮件确认，得知自 2015 年 7 月起无需再支付后续的 VBA 费用，故冲销 2015 年 7 月后计提的相关费用，因此 2017 年微软单家分成金额为负。2018 年微软授权分成金额为负数，系冲销以前年度（2013 年-2015 年 6 月）计提微软权利金税费所致。

公司集成第三方功能组件目的为拓展软件产品的使用功能，提升用户体验和粘性，公司与第三方功能组件提供商均签署了合作协议，明确约定了双方权利义务及分成方式比例，不存在《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条至第十五条所示不正当竞争行为。

3、互联网广告推广服务业务涉及技术服务费的具体构成，包括报告期内主要平台类广告客户名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、收入金额、合同约定技术服务费分成比例；

在第三方平台合作互联网广告推广业务中，阿里妈妈向公司提供平台服务亦收取技术服务费（对应公司互联网广告推广服务的成本），公司当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×10%，亦于次月 20 日结算上月技术服务费。阿里妈妈对来源于补贴类销售额对应的广告收入不收取技术服务费，来源于补贴类销售额对应的广告收入主要指“双 11”、“双 12”等大促活动，阿里妈妈会发放“淘红包”、“超级红包”等权益，消费者使用“淘红包”、“超级红包”等权益支付产生的销售额所对应的广告佣金。除阿里妈妈外，其他合作的第三方平台报告期内均未收取技术服务费，具体情况如下：

（1）2016 年度主要平台类客户情况

单位：人民币万元

客户名称	主营业务	是否存在关联关系	当年税后广告收入金额（A）	当年补贴类销售额所对应的税后广告收入（B，例如淘宝红包等）	合同约定的技术服务费分成比例	技术服务费税后金额（C）	实际技术服务费分成比例（D=C/（A-B））
杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限	电子商务	否	8,619.04	4,137.02	10%；公司当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×	448.71	10.01%

公司					10%		
百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司	搜索引擎、电子商务	否	2,785.78		未约定技术服务费	-	-
合计			**11,404.82**	**4,137.02**		**448.71**	

（2）2017 年度主要平台类客户情况

单位：人民币万元

客户名称	主营业务	是否存在关联关系	当年税后广告收入金额（A）	当年补贴类销售额所对应的税后广告收入（B，例如淘宝红包等）	合同约定的技术服务费分成比例	技术服务费税后金额（C）	实际技术服务费分成比例（D=C/（A-B））
杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司	电子商务	否	13,012.45	3,079.51	10%；公司当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×10%	993.09	10.00%
百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司	搜索引擎、电子商务	否	1,307.18		未约定技术服务费		
合计			**14,319.63**	**3,079.51**		**993.09**	

（3）2018 年度主要平台类客户情况

单位：人民币万元

客户名称	主营业务	是否存在关联关系	当年税后广告收入金额（A）	当年补贴类销售额所对应的税后广告收入（B，例如淘宝红包等）	合同约定的技术服务费分成比例	技术服务费税后金额（C）	实际技术服务费分成比例（D=C/（A-B））

客户名称	主营业务	是否存在关联关系	当年税后广告收入金额（A）	当年补贴类销售额所对应的税后广告收入（B，例如淘宝红包等）	合同约定的技术服务费分成比例	技术服务费税后金额（C）	实际技术服务费分成比例（D=C/（A-B））
杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司	电子商务	否	15,119.81	971.19	10%；公司当月技术服务费=（当月总广告收入-当月补贴类销售额对应的广告收入）×10%	1,411.16	9.97%
百度在线网络技术(北京)有限公司、百度时代网络技术（北京）有限公司	搜索引擎、电子商务	否	722.42		未约定技术服务费		
合计			**15,842.23**	**971.19**		**1,411.16**	

4、办公服务订阅业务涉及版权分成的具体情况，包括报告期内主要文件模板第三方开发者名称、主营业务、与发行人是否存在关联关系、收入金额、合同约定分成比例、开发分成金额。

报告期内，公司开发分成中购买模板分为一次性买断与分成模板，明细如下表所示

单位：人民币万元

项目	2016 年度	2017 年度	2018 年度
一次性买断模板金额	425.77	552.84	0.00
分成模板金额	435.46	874.84	2,175.61
合计	**861.23**	**1,427.68**	**2,175.61**

报告期内主要开发分成供应商情况如下：

（1）2016 年度主要开发分成供应商情况

单位：人民币万元

开发者名称	主营业务	关联关系	提供的功能	收入金额	合同约定分成比例	开发分成金额
风尚云起文化传媒（北京）有限公司[1]	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板	359.05	73%~77%	269.95
风尚云起文化传媒（北京）有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板		一次性买断	90.59
上海道宇信息科技	（信息、计算机、网络）	否	模板	183.89	72%~75%	136.46

开发者名称	主营业务	关联关系	提供的功能	收入金额	合同约定分成比例	开发分成金额
有限公司/上海虹佳网络科技有限公司[1]	科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务					
上海道宇信息科技有限公司/上海虹佳网络科技有限公司	（信息、计算机、网络）科技领域内的技术开发、技术转让、技术咨询和技术服务	否	模板		一次性买断	201.02
珠海市彦安科技有限公司[1]	计算机软硬件开发及销售；网络工程（不含上网服务）；系统集成	否	数据恢复	334.74	详见注 1	86.55
合计				877.68		784.56
开发分成金额						1,120.73
占比						70.00%

注 1：合同约定分成比例为含税金额下的约定分成比例，因列表中供应商开具的增值税专用发票税率与金山的该项收入增值税率存在差别，因此按照不含税收入金额计算的分成比例与合同约定分成比例会有细微差距。

注 2：珠海市彦安科技有限公司（以下简称“彦安科技”）为数据恢复、照片恢复、手机恢复（以下统称“合作产品”）服务分成，合同中并未约定分成比例，而是约定了具体的结算方法，分成比例根据每月具体分成金额占该服务产生的收入的比重计算而得，且会员购买该增值服务与非会员单独购买该费用的结算方式不同，导致该项业务分成金额每月波动较大，因而该第三方开发者最终计算得出的分成比例波动较大。公司与彦安科技每月的合作费用包含推荐费用、单独购买费用以及使用费用，具体各项费用结算方式如下：a.合作产品引导会员购买 WPS 会员服务时公司与彦安科技结算推荐费用，该推荐费用按照 5：5 分成给彦安科技，推荐费用计算方式为【[会员购买费用总额-(1.5 元人民币*会员通过合作产品引导购买会员增值服务月数总和)-支付渠道费用]/2=推荐费用（含税）】，其中增值服务单价如下表所示：

增值服务时长	购买费用单价（RMB）
1 个月	10
3 个月	27
6 个月	51
1 年	96

b.对于非通过合作产品引导开通，或通过任何渠道(含合作产品引导)续费购买 WPS 会员增值服务的会员，在其所购买 WPS 会员增值服务期限内，如在某一月内使用了一次或一次以上合作产品功能，并成功完成了至少一个文件的恢复的，

则该会员计为且仅计为该自然月内的一个使用会员。每自然月的使用会员数量重新计算，上月数量不累计到下月。使用费用（含税）=(单月购买费用单价 10-1.5-支付渠道费用)/2*使用会员数量；c.单独购买费用（含税）=(当月购买费用总额-支付渠道费用)/2。公司与彦安科技的结算以 WPS 的会员量为基础，结算方式多以推荐费用结算为主，少有使用费用及单独购买费用，而推荐费用下的结算方式分成比例较低，导致彦安科技的分成比例较其他第三方开发者分成比例低。

（2）2017 年度主要开发分成供应商情况

单位：人民币万元

开发者名称	主营业务	关联关系	提供的功能	收入金额	合同约定分成比例	开发分成金额
风尚云起文化传媒(北京)有限公司[1]	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板	1,137.18	71%~78%	845.20
风尚云起文化传媒(北京)有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板		一次性买断	176.95
上海略过广告有限公司[1]	广告设计制作，办公用品等销售	否	模板		一次性买断	263.43
珠海市彦安科技有限公司[2]	计算机软硬件开发及销售；网络工程（不含上网服务）；系统集成	否	数据恢复	839.70	详见 2016 年注释 1	230.13
合计				**1,976.88**		**1,515.71**
开发分成金额						**1,881.31**
占比						**80.57%**

注 1：合同约定分成比例为含税金额下的约定分成比例，因列表中供应商开具的增值税专用发票税率与金山的该项收入增值税率存在差别，因此按照不含税收入金额计算的分成比例与合同约定分成比例会有细微差距。

（3）2018 年度主要开发分成供应商情况

单位：人民币万元

开发者名称	主营业务	关联关系	提供的功能	收入金额	合同约定分成比例	开发分成金额
风尚云起文化传媒（北京）有限公司/霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板	3,151.71	30%~60%	1,098.32
杭州盛航计算机科技有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	模板	1,888.69	30%	560.70
珠海市彦安科技有限公司	计算机软硬件开发及销售；网络工程（不含上网服务）；系统集成	否	数据恢复	2,099.65	详见 2016 年注 1	494.66
北京智齿数汇科技有限公司	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务	否	论文查重	807.44	60.00%	465.28

开发者名称	主营业务	关联关系	提供的功能	收入金额	合同约定分成比例	开发分成金额
武汉莱博信息技术有限公司	信息技术开发、技术转让、技术咨询、技术推广	否	论文助手	1,045.91	50.00%	150.62
合计				8,993.40		2,769.58
开发分成金额						3,770.15
占比						73.46%

注 1：合同约定分成比例为含税金额下的约定分成比例，因列表中供应商开具的增值税专用发票税率与金山的该项收入增值税率存在差别，因此按照不含税收入金额计算的分成比例与合同约定分成比例会有细微差距。

（二）说明

1、结合具体业务流程说明公司主营业务成本核算流程和方法，直接材料、人工费用、制造费用的归集和分配方法，产品成本结转方法，分析是否符合《企业会计准则》相关要求，与同行业已上市公司是否存在差异，并分析具体情况和原因；

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司主营业务成本分别为 6,195.91 万元、8,862.94 万元及 14,997.76 万元，报告期内，公司各项业务成本随业务规模扩大呈上升趋势，成本核算的方法各期保持一致，且符合企业会计准则规定。具体说明如下：

（1）办公软件产品使用授权

报告期内公司办公软件授权业务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	195.99	1.31%	242.41	2.74%	220.70	3.56%
软件介质及包装物	20.30	0.14%	20.92	0.24%	38.14	0.62%
售后服务成本	721.06	4.80%	574.11	6.48%	357.22	5.77%
授权分成成本	-4.67	-0.03%	-67.09	-0.76%	24.54	0.40%
外购配套销售软硬件	78.66	0.52%	123.25	1.39%	148.05	2.39%
服务器折旧费	-	0.00%	0.03	0.00%	3.85	0.06%
授权摊销	7.20	0.05%	4.44	0.05%	-	0.00%
其他成本	0.00	0.00%	0.86	0.01%	5.61	0.09%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
合计	1,018.53	6.79%	898.94	10.14%	798.11	12.88%

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司办公软件产品使用授权业务成本分别为 798.11 万元、898.94 万元及 1,018.53 万元，2017 年度较 2016 年度增加 12.63%，2018 年度较 2017 年度增加 13.30%。办公软件产品使用授权业务成本主要包括 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、售后服务成本、外购配套销售软硬件、软件介质及包装物以及服务器折旧等。其中主要成本项目核算方法如下：

①IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务中，公司根据服务提供商出具的结算单以及运维部门查询后台数据核实的使用量确认成本金额，按照不同的业务类型分别录入 SAP 系统，并依据办公软件产品使用授权业务所使用的 IDC/CDN 服务（官网及少量的升级、下载、序列号等服务），分配至该项业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本；

②公司办公软件产品使用授权中，由公司的售后服务团队向授权客户提供售后服务，成本主要为售后服务团队人员薪酬，于发生时直接计入该项业务成本。

2016 年至 2018 年，自营软件业务外购配套销售软硬件成本有所降低，原因在于随着公司自主研发能力的提升，第三方软硬件的采购逐年小幅下降。

报告期内，公司软件授权类业务成本与可比上市公司对比如下：

单位：人民币万元

公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	成本	成本/收入	成本	成本/收入	成本	成本/收入
东方通	1,582.79	10.50%	987.99	9.23%	1,273.52	9.79%
广联达	18,813.71	6.63%	16,191.59	6.97%	13,536.40	6.72%
泛微网络	1,850.67	2.90%	1,862.54	3.87%	1,097.24	3.21%
用友网络	4,074.09	1.51%	4,173.48	1.63%	3,979.94	1.68%
久其软件	4,961.22	11.63%	2,730.66	8.79%	3,979.94	12.79%
金山办公股份	1,018.53	2.86%	898.94	3.16%	798.11	3.40%

注：因同行业可比公司鼎捷软件业务收入中不包括软件授权类收入，因此未纳入对比。

从上表可以看出，报告期内公司办公软件产品使用授权业务成本与可比公司相比较低，成本占收入的比例与泛微网络接近。由于可比公司公开信息中未对成

本构成进行披露，难以就具体差异原因作进一步分析。

（2）互联网广告推广服务

报告期内互联网广告推广服务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	4,481.43	29.88%	2,630.63	29.68%	2,533.94	40.90%
技术服务费	1,411.16	9.41%	993.09	11.20%	448.71	7.24%
服务器折旧	-	0.00%	0.33	0.00%	30.08	0.49%
其他成本	487.33	3.25%	64.36	0.73%	3.22	0.05%
合计	**6,379.92**	**42.54%**	**3,688.40**	**41.62%**	**3,015.95**	**48.68%**

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，互联网广告推广服务成本分别为 3,015.95 万元、3,688.40 万元及 6,379.92 万元，2017 年度较 2016 年度增长 22.30%，2018 年度较 2017 年度增长 72.97%，与该业务整体收入增长规模相匹配。互联网广告推广服务业务成本主要包括 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、技术服务费、其他成本等。其中主要成本项目核算方法如下：

①IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务中，公司根据服务提供商出具的结算单以及运维部门查询后台数据核实的使用量确认成本金额，分别不同的业务类型录入 SAP 系统，并依据广告推广服务业务所使用的 IDC/CDN 服务（包括带宽、下载量等），分配至该项业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本；

②技术服务费主要主要指平台类广告客户为公司提供结算、对账等信息服务收取的费用，平台类广告客户向公司提供平台服务，亦按照交易额的一定比例收取技术服务费（对应互联网广告推广服务的成本），公司根据每月获取的平台客户的后台对账单确定技术服务费成本。

由于可比公司均无互联网广告业务板块，下表列示其他两家上市公司互联网广告业务板块成本与公司对比情况：

单位：人民币万元

公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	成本	成本/收入	成本	成本/收入	成本	成本/收入
新华网	27,198.04	41.80%	25,956.23	43.49%	27,506.09	43.40%

公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	成本	成本/收入	成本	成本/收入	成本	成本/收入
顺网科技	46,002.46	49.56%	21,066.83	32.28%	3,069.85	7.13%
金山办公股份	6,379.92	16.74%	3,688.40	12.47%	3,015.95	12.42%

由于上表两家公司公开信息中未对成本构成进行披露，可比性较差，难以就具体差异原因作进一步分析。

（3）办公服务订阅

报告期内办公服务订阅业务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	2,145.67	14.31%	1,206.17	13.61%	687.31	11.09%
员工薪酬	270.04	1.80%	309.33	3.49%	298.91	4.82%
功能服务采购	157.16	1.05%	156.63	1.77%	-	0.00%
会员功能服务采购	3,770.15	25.14%	1,881.31	21.23%	1,120.73	18.09%
授权摊销	197.31	1.32%	183.42	2.07%	125.30	2.02%
版权分成	722.95	4.82%	382.62	4.32%	73.08	1.18%
其他成本	336.03	2.24%	156.12	1.76%	76.52	1.24%
合计	**7,599.31**	**50.67%**	**4,275.60**	**48.24%**	**2,381.85**	**38.44%**

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司办公服务订阅成本分别为 2,381.85 万元、4,275.60 万元和 7,599.31 万元，2017 年度较 2016 年度增长 79.51%，2018 年度较 2017 年度增长 77.74%。办公服务订阅业务成本主要包括 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务、员工薪酬、会员功能服务采购及版权分成等。其中主要成本项目核算方法如下：

①IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务中，公司根据服务提供商出具的结算单以及运维部门查询后台数据核实的使用量确认成本金额，分别不同的业务类型录入 SAP 系统，并依据办公服务订阅业务所使用的 IDC/CDN 服务（包括带宽、下载量等），分配至该项业务 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本；

②员工薪酬主要指与技术服务人员相关的工资、福利等，根据公司人力资源部门出具相应的人员薪酬费用，于发生时直接计入办公服务订阅成本；

③会员功能服务采购主要包括个人会员业务中，公司在销售第三方开发的文

件模板时需要与版权所有人按照约定比例支付的分成款、向用户提供的 PDF 转 WORD、数据恢复等服务时需要与服务提供商按照约定比例支付的分成款等，公司每月根据双方对账结果确认应付款项，并计入办公服务订阅业务营业成本；

④版权分成主要系办公服务订阅业务-词霸业务开展过程中，电子书/课程等内容主要依靠对外采购版权获取，其中版权亦分为免费版权（例如，已超过著作权保护期的名著作品等）及收费版权两类。对于收费版权，供应商将其拥有合法版权和相关合法授权的作品独家授权给公司，经过公司平台销售，产生的实际收益由公司与供应商按照合同约定的方式进行分成，公司每月根据双方对账结果确认应付分成款，并计入办公服务订阅业务营业成本中。

公司可比公司中，鼎捷软件、泛微网络、久其软件开展技术服务业务，主要内容为基于软件的维护、升级和培训等，与公司办公服务订阅部分业务中机构订阅业务可比。报告期内，公司办公服务订阅业务成本与三家可比上市公司对比如下：

单位：人民币万元

公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	成本	成本/收入	成本	成本/收入	成本	成本/收入
鼎捷软件	2,527.10	3.82%	1,258.52	2.24%	1,877.78	3.86%
泛微网络	1,042.61	3.03%	629.00	2.98%	313.55	2.80%
久其软件	4,238.22	8.21%	4,845.62	12.76%	4,113.30	12.16%
金山办公股份	7,599.31	19.35%	4,275.60	24.69%	2,381.85	37.14%

从上表可以看出，公司办公服务订阅业务成本占收入的比例随着收入、成本的增长逐年降低，与三家上市公司相比较高。主要原因系公司办公服务订阅业务中包含个人订阅业务，与之相应的会员功能服务采购成本占比较大。由于以上三家可比公司公开信息中未对成本构成进行披露，难以就具体差异原因作进一步分析。

2016 年度及 2017 年度，上述三类业务成本中服务器折旧金额分别为 33.93 万元及 0.36 万元，其变化的主要原因在于：公司电子设备主要用于防崩溃检测、WPS 服务器的升级、激活，官网运营、数据备份等等，占固定资产的比例达到 90%以上。自 2016 年度计入成本的固定资产折旧金额有所下降，主要原因在于公

司于 2013 年至 2014 年因办公软件产品使用授权及互联网广告推广服务业务拓展需要新增电子设备金额较大且电子设备的折旧年限仅为 3 年，新增购置电子设备对折旧的影响在 2015 年度及 2016 年度基本结束，后续新增固定资产主要用于技术研发并相应计入费用科目，因此 2017 年度计入成本的固定资产折旧有所下降。

2018 年度，上述三类业务成本中未发生服务器折旧金额，主要原因在于对应自有设备在 2017 年已经提足折旧。

报告期内，公司办公服务订阅服务仅有个人订阅业务中 WPS+云服务、模板下载、文档修复等业务需要依赖服务器，且模板下载等所需的存储量及流量较小，该部分均由公司购买的第三方 IDC、CDN 服务及 IDC 云服务提供，而非公司自有服务器提供，因而办公服务订阅业务未发生相应的服务器折旧。

2、办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务中的服务器折旧金额逐年下降、办公服务订阅业务未发生服务器折旧成本的合理性；

报告期内，计入办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务成本的服务器折旧金额如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
办公软件产品使用授权	0.00	0.03	3.85
互联网广告推广服务	0.00	0.33	30.08
合计	**0.00**	**0.36**	**33.93**

计入办公软件产品使用授权业务、互联网广告推广服务成本和办公服务订阅的 IDC/CDN 费用如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
办公软件产品使用授权	195.99	242.41	220.70
互联网广告推广服务	4,481.43	2,630.63	2,533.94
办公服务订阅	2,145.67	1,206.17	687.31
合计	**6,823.09**	**4,079.21**	**3,441.95**

报告期内计入办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务成本的固定资产折旧金额有所下降，主要原因包括两方面：

（1）公司 2016 年至 2017 年计入办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务成本的服务器折旧金额主要为 2013 至 2015 年间购进的服务器产生的折旧，这部分服务器折旧年限均为 3 年，对折旧的影响于 2017 年基本结束，且办公软件使用授权业务主要是客户端服务，其相关服务器主要是客户激活、升级时使用，在客户的日常使用过程中无需联网，故对服务器需求较小，整体金额远远小于互联网广告推广服务；

（2）随着 IDC/CDN 服务业务的崛起，公司更多的趋向于选择第三方提供的 IDC/CDN 服务，而非采购自有服务器，从上表可以看出报告期内 IDC/CDN 费用与办公软件使用授权业务和互联网广告推广服务收入保持一致的上升趋势，而对应的折旧金额则呈相反趋势。

报告期内，公司办公服务订阅服务仅有个人订阅业务中 WPS+云服务、模板下载、文档修复等业务需要依赖服务器，且模板下载等所需的存储量及流量较小，该部分均由公司购买的第三方 IDC、CDN 服务及 IDC 云服务提供，而非公司自有服务器提供，因而办公服务订阅业务未发生相应的服务器折旧。

综上所述，办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务服务器折旧金额逐年下降而办公服务订阅业务未发生服务器折旧成本的原因为公司选择第三方提供的 IDC/CDN 服务代替采购自有服务器。

3、办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务未列报人工成本的合理性；

对于办公软件产品使用授权业务，报告期内，办公软件产品使用授权除售后服务团队外的其他员工的员工薪酬和互联网广告推广服务的员工薪酬计入期间费用。公司办公软件产品使用授权合同中均签订售后服务条款，该部分服务由公司的售后服务团队提供，与公司的办公软件授权业务直接相关，因而该部分员工的薪酬直接计入办公软件授权成本-售后服务成本，而除此以外的员工薪酬按照员工职能分别计入相关费用，不在营业成本中核算，销售人员的人工成本在销售费用中核算；管理人员工资在管理费用-职工薪酬中核算；研发人员工资在研发费用-人员薪酬费用中核算。

对于互联网广告推广服务，报告期内，公司相关服务的开展主要依托于公司

办公产品极其庞大的用户群。该业务线人员主要由商业化研发人员与销售运营人员构成。业务线人员薪酬与公司的互联网广告推广服务收入非直接相关，该部分员工的薪酬按照员工职能分别计入销售费用、研发费用，不在营业成本中核算。

综上，办公软件产品使用授权业务已列示人工成本，互联网广告推广服务未列报人工成本具备合理性。

4、办公软件产品使用授权成本占比较低的原因。

报告期内办公软件授权营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	195.99	1.31%	242.41	2.74%	220.70	3.56%
软件介质及包装物	20.30	0.14%	20.92	0.24%	38.14	0.62%
售后服务成本	721.06	4.80%	574.11	6.48%	357.22	5.77%
授权分成成本	-4.67	-0.03%	-67.09	-0.76%	24.54	0.40%
外购配套销售软硬件	78.66	0.52%	123.25	1.39%	148.05	2.39%
服务器折旧费	-	0.00%	0.03	0.00%	3.85	0.06%
授权摊销	7.20	0.05%	4.44	0.05%	-	0.00%
其他成本	0.00	0.00%	0.86	0.01%	5.61	0.09%
合计	**1,018.53**	**6.79%**	**898.94**	**10.14%**	**798.11**	**12.88%**

报告期内互联网广告推广服务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	4,481.43	29.88%	2,630.63	29.68%	2,533.94	40.90%
技术服务费	1,411.16	9.41%	993.09	11.20%	448.71	7.24%
服务器折旧	-	0.00%	0.33	0.00%	30.08	0.49%
其他成本	487.33	3.25%	64.36	0.73%	3.22	0.05%
合计	**6,379.92**	**42.54%**	**3,688.40**	**41.62%**	**3,015.95**	**48.68%**

报告期内办公服务订阅业务营业成本明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度

	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例	金额	占主营业务成本比例
IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务	2,145.67	14.31%	1,206.17	13.61%	687.31	11.09%
员工薪酬	270.04	1.80%	309.33	3.49%	298.91	4.82%
功能服务采购	157.16	1.05%	156.63	1.77%	-	0.00%
会员功能服务采购	3,770.15	25.14%	1,881.31	21.23%	1,120.73	18.09%
授权摊销	197.31	1.32%	183.42	2.07%	125.30	2.02%
版权分成	722.95	4.82%	382.62	4.32%	73.08	1.18%
其他成本	336.03	2.24%	156.12	1.76%	76.52	1.24%
合计	**7,599.31**	**50.67%**	**4,275.60**	**48.24%**	**2,381.85**	**38.44%**

报告期内，办公软件产品使用授权成本占比较低主要系办公软件产品授权业务中，由于最终用户多为政府、金融机构、国企等，通过光盘等介质获得软件产品后即采用其自身服务器及带宽安装和升级，故该类业务几乎不产生带宽、下载量，因此办公软件产品使用授权中产生的 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽服务成本远低于在互联网推广业务及办公服务订阅业务中产生的相关成本。

同时，因办公软件产品使用授权业务不会产生互联网广告推广服务下必要的技术服务费支出及办公服务订阅业务下必要的会员功能服务采购支出，因此，办公软件使用授权成本占营业成本比例较低。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取公司报告期内各类业务 IDC 服务器租赁明细表以及 CDN 带宽服务成本与带宽、下载量、用户数量明细表，通过访谈业务人员了解了 IDC 服务器与 CDN 带宽服务成本等与收入的关系；

2、获取报告期内公司主要 IDC、CDN 服务供应商名称、与公司是否存在关联关系、交易内容、交易金额、价格、业务量等明细表，检查了主要 IDC、CDN 服务合同、结算单据、付款凭证，通过信息查询、走访等方式对报告期内主要 IDC、CDN 服务供应商主营业务、与公司是否存在关联关系进行了核查；

3、获取报告期内软件产品中集成了部分第三方软件产品的功能组件的第三方名称、主营业务、与公司是否存在关联关系、集成的主要功能组件及其原因、

合同约定的收入分成方式、报告期内销售情况、分成金额明细表；通过信息查询方式对报告期内主要第三方软件产品功能组件提供者主营业务、与公司是否存在关联关系进行了核查；

4、获取并检查报告期内公司与主要平台类广告客户签订的业务合同，了解其合同内容、结算方式等信息，取得技术服务费金额明细表；

5、获取并检查报告期内公司与主要电子书版权所有者签订的业务合同，了解其合同内容、结算方式、分成比例等信息，取得版权成本明细表；

6、通过信息查询、邮件确认、走访等方式对报告期内主要平台类广告客户、电子版权所有者进行详细核查；

7、获取公司报告期内主要文件模板第三方开发者名称、主营业务、与公司是否存在关联关系、收入金额、合同约定分成比例、开发分成金额明细表；检查主要文件模板第三方开发者与企业签订的合同；通过信息查询方式对报告期内主要文件模板第三方开发者主营业务、与公司是否存在关联关系进行了核查；

8、通过访谈公司相关销售人员，了解公司办公软件产品使用授权业务软件介质及包装物成本变化的原因；

9、通过访谈公司相关业务人员，了解办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务服务器折旧金额逐年下降的原因以及办公服务订阅业务未发生服务器折旧成本的原因；

10、获取公司报告期内各年员工薪酬计入各科目的明细表，查阅了费用、成本相关会计准则，结合对比同行业上市公司人工成本列报相关的会计处理对人工成本的列报进行了分析。

核查意见：

经核查，我们认为公司 IDC 服务器租赁及 CDN 带宽成本发生及变化情况合理，与相关业务收入之间有合理的匹配关系。报告期内，公司主要 IDC、CDN 服务供应商除金山云外，与公司均不存在关联关系；我们认为公司报告期内软件产品中集成了部分第三方软件产品的功能组件的具体情况与招股说明书披露一致，

且与公司不存在关联关系，公司与第三方功能组件提供商均签署了合作协议，明确约定了双方权利义务及分成方式比例，不存在《中华人民共和国反不正当竞争法》第五条至第十五条所示不正当竞争行为。公司互联网广告推广服务业务涉及技术服务费和版权分成系真实发生且与公司业务相匹配。我们认为公司办公服务订阅业务涉及开发分成的具体情况与招股说明书披露一致，不存在关联关系。报告期内，公司各项业务成本随业务规模扩大呈上升趋势，成本核算的方法各期保持一致，且符合企业会计准则规定。办公软件产品使用授权业务和互联网广告推广服务服务器折旧金额逐年下降且办公服务订阅业务未发生服务器折旧成本具有合理原因；办公软件产品使用授权业务已列示人工成本，互联网广告推广服务未列报人工成本具备合理性。报告期内，办公软件使用授权成本占营业成本比例较低的理由充分，依据合理。

问题二十八、招股说明书披露，报告期内，公司研发费用分别为 21,393.58 万元、26,600.80 万元及 42,753.58 万元；研发投入占营业收入的比例分别为 39.43%、35.31%、37.85%。研发费用中员工薪酬分别为 16,355.48 万元、20,522.42 万元、33,611.85 万元，占研发费用比重分别为 76.45%、77.14%、78.61%。报告期内研发投入全部费用化。

请发行人补充披露：（1）按照《上海证券交易所科创板股票上市审核问答》第 7 条的要求，披露研发投入的确认依据、核算方法、明细构成（包括租赁和服务费、劳务费和其他的具体构成）、最近三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例与同行业可比上市公司的对比情况；（2）结合报告期内研发人员的数量、学历结构、研发投入情况，以及市场上同行业可比公司的研发人员平均薪酬，分析公司研发人员平均薪酬的合理性；（3）结合报告期内的研发项目投入情况，分析研发投入逐年增加及费用率高于同行业可比公司的原因及合理性。

请发行人说明：（1）研发投入是否对应明确项目，如何准确地划分和核算各项研发支出，是否存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形；（2）结合《企业会计准则》关于研发投入资本化的条件、公司研发管理流程及控制措施，详细说明公司研发投入全部费用化的具体依据。

请保荐机构、会计师核查（1）报告期内发行人的研发投入归集是否准确、

相关数据来源及计算是否合规；发行人研发相关内控制度是否健全且被有效执行，并按照《上海证券交易所科创板股票上市审核问答》第 7 条相关中介机构核查要求，对上述事项发表意见；（2）按照《上海证券交易所科创板股票上市审核问答》第 14 条中介机构核查要求，就研发支出及相关会计处理进行核查并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、按照《上海证券交易所科创板股票上市审核问答》第 7 条的要求，披露研发投入的确认依据、核算方法、明细构成（包括租赁和服务费、劳务费和其他的具体构成）、最近三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例与同行业可比上市公司的对比情况。

（1）研发投入的确认依据、核算方法

研发投入的确认依据：首先由各业务部门负责人与公司管理层根据公司战略及市场需求讨论确定需要研发的项目，然后由公司项目部同事汇总讨论结果并形成立项决议。项目部同事通过同业务负责人沟通确定具体研发项目涉及的部门成本中心、研发人员、需要发生的费用预算等信息制定研发项目计划书。

研发投入的核算方法：根据项目部制定的研发项目计划书，确定每一个研发项目所涉及的研发人员，将研发人员所在的成本中心在 SAP 系统中设定为研发费用，所有在这个成本中心发生的费用将被归集到研发费用中。以此明确每一个研发项目涉及哪些成本中心，这些成本中心发生的费用将被归集到这个研发项目上。研发人员根据项目需要发生外购软件、授权、非专利技术、服务器采购，这些资产产生的摊销费折旧费将对应计入提出需求研发人员的成本中心，然后根据研发项目与成本中心的对应关系，归集到各个项目的研发费用中。

未被列入研发项目计划书的研发部门成本中心及研发人员所发生的费用被归集在公共费用中，这部分公共费用无需在研发项目中进行分摊。

（2）研发费用的明细构成（包括租赁和服务费、劳务费和其他的具体构成）

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
人员薪酬费用	**33,611.85**	**20,522.42**	**16,355.48**
其中：工资和奖金	26,102.82	15,842.23	12,682.18
社会保险和住房公积金	6,616.67	4,053.65	3,182.62
公司福利费	595.21	423.96	334.40
工会经费	297.15	202.57	156.29
租赁和服务费	**2,290.69**	**1,807.40**	**1,686.92**
其中：集团综合服务费	1,042.58	959.00	762.53
租赁费-办公	1,194.06	790.68	847.43
租赁费-宿舍	54.05	57.72	76.96
办公差旅招待费用	**1,927.37**	**1,192.58**	**992.62**
其中：办公招待费用	1,023.17	664.45	573.06
差旅费用	904.20	528.13	419.56
折旧与摊销费用	**1,352.91**	**932.62**	**1,131.63**
劳务费	**933.03**	**722.74**	**606.73**
其中：劳务费(部门)	110.68	67.72	68.21
劳务派遣费	822.35	655.02	538.52
其他	**2,637.74**	**1,423.04**	**620.20**
其中：委托开发费用	487.05	194.14	22.76
中介机构服务费	1,664.17	442.27	350.74
材料开支	248.31	41.17	59.95
税费	25.35	21.13	16.71
一年内授权摊销	212.86	724.33	170.04
合计	**42,753.59**	**26,600.80**	**21,393.58**

（3）最近三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例与同行业可比上市公司的对比情况

单位：人民币万元

可比公司	研发投入[1]				营业收入				比例
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	累计	2018 年度	2017 年度	2016 年度	累计	
鼎捷软件[2]	16,162.55	14,174.71	13,956.31	**44,293.57**	134,152.15	121,598.05	114,001.28	**369,751.49**	11.98%
东方通	7,036.92	6,209.26	5,481.95	**18,728.12**	37,205.23	29,278.64	32,539.76	**99,023.64**	18.91%
广联达	80,256.57	65,927.18	50,044.07	**196,227.81**	290,440.00	235,671.66	203,936.55	**730,048.21**	26.88%
泛微网络	12,546.61	9,026.17	6,373.63	**27,946.41**	100,360.08	70,421.77	46,130.50	**216,912.35**	12.88%
用友网络	148,597.14	129,732.22	107,222.33	**385,551.70**	770,349.50	634,365.85	511,334.89	**1,916,050.25**	20.12%
久其软件	28,864.64	24,582.22	21,368.59	**74,815.44**	272,023.56	199,217.70	132,080.20	**603,321.46**	12.40%
均值	48,910.74	41,608.62	34,074.48	**124,593.84**	267,421.75	215,092.28	173,337.20	**655,851.23**	19.00%
金山办公股份	42,753.58	26,600.80	21,393.58	**90,747.97**	112,968.11	75,326.50	54,252.27	**242,546.88**	37.41%

注 1：研发投入=研发投入费用化金额+研发投入资本化金额；

注 2：已扣除股份支付费用的影响。

8-2-183

报告期内，公司三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例为 37.41%高于可比公司均值 19.00%，主要原因如下：

1）公司高度重视研发。近三年公司研发费用率均在 35%以上，研发费用规模显著增加。2018 年研发费用为 4.28 亿元，同比增长 60.72%。高研发投入形成了大量专利储备，有力保障了公司持续竞争力。截至 2018 年底，公司员工总数为 1,911 人，其中技术人员 1,410 人，占公司总人数 73.78%，体现公司对技术和研发的重视和持续投入。截至 2018 年 12 月 31 日，公司及子公司拥有专利总计 164 项，未来随着相关专利成果有望进一步转化应用，为公司发展提供支撑。

2）业务模式及研发模式转变导致研发投入增加。从公司整体经营策略来看，公司产品已经完成从单一的办公应用工具向互联网办公云服务的转变，公司在现有产品中持续融入办公服务，办公服务订阅业务作为公司新推出的服务模式，必将需要研发层面的高投入来支撑其服务性、技术性的特征。从传统的软件授权业务板块来看，公司目前更多的选择以小版本的频繁迭代升级取代前期周期长的大版本换代，例如某个研发产品已经具备较为完善的功能后，后续研发投入产生的新版本周期将越来越短，以此频繁迭代来完善之前的版本和开发新的个性化功能，以达到更完美的用户体验。

3、新设子公司提升研发支出。2018 年公司增加开立武汉金山及安徽金山，新增加研发费用合计 4,662.17 万元，且该部分研发成果暂未变现。

综合以上因素，公司三年累计研发投入占最近三年累计营业收入的比例高于同行业。

2、结合报告期内研发人员的数量、学历结构、研发投入情况，以及市场上同行业可比公司的研发人员平均薪酬，分析公司研发人员平均薪酬的合理性；

报告期内，研发人员情况如下：

研发人员学历	2018 年度	2017 年度	2016 年度
硕士及以上	192	80	67
本科	1,049	604	501
大专及以下	169	98	81
研发人员人数合计	**1,410**	**782**	**649**
研发人员薪酬费用（万元）	33,611.85	20,522.42	16,355.48
人均薪酬（万元）	30.67	28.68	26.42

注：人均薪酬=研发人员薪酬费用/（（上年末研发人员数+本年末研发人员数）/2）

报告期内，可比公司研发人员人均薪酬情况如下：

单位：人民币万元

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	6.15	5.12	-
东方通	12.60	13.58	-
广联达	26.46	26.38	-
泛微网络	21.87	21.70	-
用友网络	22.65	18.80	-
久其软件	11.17	9.80	-
均值	16.82	15.89	-

注：因 2016 年度研发费用在审计报告中未单独披露，因此无法获取可比公司当年研发人员薪酬费用情况。

报告期内，公司研发人员人均薪酬分别为 26.42、28.68 及 30.67 万元，高于同行业可比公司均值，与广联达水平相符。公司研发费用中主要以研发人员薪酬为主，公司近年来加大研发投入力度，为使自身产品及服务的深度和广度不断加强，提升对高端人才吸引力，公司设置了较同行业更高的薪资水平，在稳定公司现有人才的基础上吸收更多优秀人才。

3、结合报告期内的研发项目投入情况，分析研发投入逐年增加及费用率高于同行业可比公司的原因及合理性。研发项目投入情况如下：

2016 年度：

研发项目	费用构成（万元）			
	人员薪酬	费用开支	材料开支	小计
金山词霸 V8.4	809.14	144.30	0.15	**953.58**

研发项目	费用构成（万元）			
	人员薪酬	费用开支	材料开支	小计
WPS 云协作	3,923.25	777.65	4.06	**4,704.97**
WPS Office 云办公服务	1,014.71	125.80	0.15	**1,140.66**
金山美化大师 2016	284.53	27.92	0.09	**312.54**
WPS Office 2016 桌面版	5,733.78	766.59	1.98	**6,502.35**
WPS Office 2016 移动版	3,773.29	286.18	1.51	**4,060.97**
公共费用[1]	816.78	2,849.71	52.02	**3,718.50**
合计	**16,355.48**	**4,978.14**	**59.95**	**21,393.58**

2017 年度：

研发项目	费用构成（万元）			
	人员薪酬	费用开支	材料开支	小计
基于云教育平台的金山词霸产品	1,062.16	107.49	1.15	**1,170.81**
面向数据分享的 WPS 办公云协作服务平台项目	4,460.01	677.50	2.76	**5,140.27**
面向会员增值服务的 WPS 云办公应用服务项目	1,390.41	93.76	5.78	**1,489.94**
基于国产平台适配技术的 WPS 国产化产品	387.12	121.19	0.34	**508.65**
面向政企应用数据协同的 WPS 云办公应用平台项目	6,554.24	924.67	43.67	**7,522.58**
基于互联网多端分享技术的 WPS 移动办公软件项目	4,735.29	327.12	28.98	**5,091.39**
公共费用[1]	1,933.18	3,785.49	-41.51	**5,677.16**
合计	**20,522.42**	**6,037.22**	**41.17**	**26,600.80**

2018 年度：

研发项目	费用构成（万元）			
	人员薪酬	费用开支	材料开支	小计
面向教育平台的金山云翻译产品及服务项目	1,768.33	234.27	2.08	**2,004.68**
面向政企云文档的 WPS Office 云协作服务项目	4,159.46	462.81	8.19	**4,630.45**
基于全平台的 WPS Office 云办公研发项目	2,921.97	798.31	1.66	**3,721.95**
基于个人云平台的 WPSOffice 云办公服务项目	2,178.00	269.46	14.18	**2,461.64**
面向政企应用的数据统计分析平台研发项目	640.12	214.20	0.03	**854.35**
面向国产平台下 WPSOffice 办公系统及服务项目	10,047.06	2,215.13	60.77	**12,322.96**
智能移动办公下 WPSOffice 办公产品及服务项目	5,898.58	1,423.50	73.61	**7,395.69**
面向全平台应用的 WPS 移动办公产品及服务项目	999.95	95.76	17.33	**1,113.04**
基于多语言应用的 WPS office 套件研发项目	655.91	58.66	1.69	**716.26**
基于协作应用场景的 WPS office 专业版项目	2,256.32	223.16	38.15	**2,517.64**
公共费用[1]	2,086.15	2,898.16	30.62	**5,014.93**
合计	**33,611.85**	**8,893.43**	**248.31**	**42,753.58**

注：公共费用较大原因：1、维护以前年度研发成果发生的费用支出，由于相关项目已经结束，造成无法归集到本年项目中，也无法追溯归集到以前年度项目中，因而在公共费用中归集。2、研发部门发生的日常经营类费用，如租赁费、

办公费、物业费、水电费等，无法归集到具体的研发项目中，因此计入公共费用。

报告期内 2016 年至 2018 年，公司研发投入分别为 21,393.58 万元、26,600.80 万元及 42,753.58 万元，2017 年和 2018 年增长率分别为 24.34%和 60.72%呈上升趋势，但随着收入增加其费用率整体呈下降趋势，分别为 39.43%、35.31%及 37.85%，2018 年费用率有所回升，系因公司于当年加大研发投入，研发人员规模及研发人员薪酬标准都有所上升；此外，2018 年公司增加开立武汉金山及安徽金山，新增加研发费用合计 4,662.17 万元，且该部分研发成果暂未变现，因此造成 2018 年研发费用率较 2017 年有所回升。

报告期内，可比公司研发费用情况如下：

单位：人民币万元

可比公司	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	研发投入[1]	营业收入	费用率	研发投入	营业收入	费用率	研发投入	营业收入	费用率
鼎捷软件[2]	16,162.55	134,152.15	12.05%	14,174.71	121,598.05	11.66%	13,956.31	114,001.28	12.24%
东方通	7,036.92	37,205.23	18.91%	6,209.26	29,278.64	21.21%	5,481.95	32,539.76	16.85%
广联达	80,256.57	290,440.00	27.63%	65,927.18	235,671.66	27.97%	50,044.07	203,936.55	24.54%
泛微网络	12,546.61	100,360.08	12.50%	9,026.17	70,421.77	12.82%	6,373.63	46,130.50	13.82%
用友网络	148,597.14	770,349.50	19.29%	129,732.22	634,365.85	20.45%	107,222.33	511,334.89	20.97%
久其软件	28,864.64	272,023.56	10.61%	24,582.22	199,217.70	12.34%	21,368.59	132,080.20	16.18%
均值	48,910.74	267,421.75	18.29%	41,608.62	215,092.28	19.34%	34,074.48	173,337.20	19.66%
本公司	42,753.59	112,968.11	37.85%	26,600.80	75,326.50	35.31%	21,393.58	54,252.27	39.43%

注 1：研发投入=研发投入费用化金额+研发投入资本化金额；

注 2：已扣除股份支付费用的影响。

报告期内，研发费用率高于同行业可比公司，主要原因如下：

（1）公司高度重视研发。近三年公司研发费用率均在 35%以上，研发费用规模显著增加。2018 年研发费用为 4.28 亿元，同比增长 60.72%。高研发投入形成了大量专利储备，有力保障了公司持续竞争力。截至 2018 年底，公司员工总数为 1,911 人，其中技术人员 1,410 人，占公司总人数 73.78%，体现公司对技术和研发的重视和持续投入。截至 2018 年 12 月 31 日，公司及子公司拥有专利总计 164 项，未来随着相关专利成果有望进一步转化应用，为公司发展提供支撑。

（2）业务模式及研发模式转变导致研发投入增加。从公司整体经营策略来看，公司产品已经完成从单一的办公应用工具向互联网办公云服务的转变，公司在现有产品中持续融入办公服务，办公服务订阅业务作为公司新推出的服务模式，必将需要研发层面的高投入来支撑其服务性、技术性的特征。从传统的软件授权业务板块来看，公司目前更多的选择以小版本的频繁迭代升级取代前期周期长的大版本换代，例如某个研发产品已经具备较为完善的功能后，后续研发投入产生的新版本周期将越来越短，以此频繁迭代来完善之前的版本和开发新的个性化功能，以达到更完美的用户体验。

（3）新设子公司提升研发支出。2018 年公司增加开立武汉金山及安徽金山，新增加研发费用合计 4,662.17 万元，且该部分研发成果暂未变现。

综合以上因素，公司研发费用率高于同行业可比公司。

（二）说明

1、研发投入是否对应明确项目，如何准确地划分和核算各项研发支出，是否存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形；

确定研发项目：首先由各业务部门负责人与公司管理层根据公司战略及市场需求讨论确定需要研发的项目，然后由公司项目部同事汇总讨论结果并形成立项决议。项目部同事通过同业务负责人沟通确定具体研发项目涉及的部门成本中

心、研发人员、需要发生的费用预算等信息制定研发项目计划书。

确定研发项目的费用归集方式：根据项目部制定的研发项目计划书，确定每一个研发项目所涉及的研发人员，将研发人员所在的成本中心在 SAP 系统中设定为研发费用，所有在这个成本中心发生的费用将被归集到研发费用中。以此明确每一个研发项目涉及哪些成本中心，这些成本中心发生的费用将被归集到这个研发项目上。研发人员根据项目需要发生外购软件、授权、非专利技术、服务器采购，这些资产产生的摊销费折旧费将对应计入提出需求研发人员的成本中心，然后根据研发项目与成本中心的对应关系，归集到各个项目的研发费用中。

未被列入研发项目计划书的研发部门成本中心及研发人员所发生的费用被归集在公共费用中，公共费用无需在研发项目中进行分摊。公司不存在应计入其他成本、费用项目的支出计入研发费用的情形。

2、结合《企业会计准则》关于研发投入资本化的条件、公司研发管理流程及控制措施，详细说明公司研发投入全部费用化的具体依据。

根据《企业会计准则第 6 号——无形资产》规定，企业内部研究开发项目研究阶段的支出，应当于发生时计入当期损益。企业内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

根据公司研发管理规程，研发项目应由各业务部门负责人与公司管理层根据公司战略及市场需求讨论确定，经公司项目部汇总讨论结果形成立项决议后，由项目部与业务负责人沟通确定具体研发项目涉及的部门成本中心、研发人员、需要发生的费用预算等信息，并制定研发项目计划书。项目计划书中，会对项目背景及意义、开发环境、项目任务及分解、关键技术、项目管理等内容做出明确的定义或安排。在项目实际执行过程中，由项目经理组织协调和指定程序员进行专项设计与开发，并根据项目管理中规定的项目各阶段目标（里程碑）进行跟进和评估。

公司研发项目计划书中会对关键技术进行详细的论证，通过较为关键的模块开发后，通常表明研发项目能够达到项目规划书中的功能、特征和技术所必需的全部计划、设计和测试活动，证明其不存在技术上的障碍，即满足“（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性”的条件。

项目计划书中，对项目背景及意义的说明一方面代表了管理层决定该项研发活动的目的或者意图，使其满足“（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图”的条件；另一方面，也对研发项目形成成果后，未来产品市场情况进行了估计，或是对其在企业内部使用的价值进行了评估，使其在计划层面满足了“（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，应当证明其有用性”的条件，随着研发项目的持续进行，其未来市场或有用性将得到逐步验证。

公司经营资金充裕，不存在经营困难，满足“（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产”的条件。

研发项目进入开发阶段的特点在于其具备针对性以及“形成成果的可能性较大”。公司新项目开发中，通常包括子模块开发以及测试两个较为显著的可区分阶段。其中，模块开发工作具备一定的风险，具有探索性，且耗时较长；各模块进入反复测试阶段时通常表明研发项目“形成成果的可能性较大”，是研发项目进入开发阶段的较为明确的“里程碑”节点。但由于该阶段在项目整体研发进程中，无论是时间还是成本投入均较低，且各子模块的开发结束尚不代表项目整体探索阶段的结束，具体时点的确定存在一定困难，即使明确了进入开发阶段的时点，这些支出也只有在项目开发阶段后期才满足资本化条件，此时剩余开发成本并不重大。其次，公司研发项目大部分是基于现有的技术储备基础上，结合新增的功能性需求或功能完善型需求来确定研发目标，在其开发完成实现销售或兑现其价值前，除公司内部的项目管理文件外，缺乏外部证据支撑，难以证明其“形成成果的可能性较大”，另外，公司经营策略是以小版本的频繁迭代为主，取代了前期周期长的大版本换代，使该类开发活动的成果产生经济利益的方式无法与初代版本或前次版本进行区分，且由于开发周期和受益期间间隔变短，研发支出费用化更符合收入和支出配比的原则。因此，报告期间，公司研发投入全部费用化。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取公司报告期内研发费用占营业收入比例明细表，对报告期内研发费用率的变动及三年累计研发费用占三年累计营业收入的比例情况进行了分析；

2、获取同行业上市公司研发费用明细，结合公司情况分析了公司研发费用率高于同行业上市公司的原因；

3、获取公司报告期内主要研发项目名称、研发内容、目前进展情况、拟达到的目标、费用构成表；

4、访谈公司的内审经理，获取公司研发相关的内控制度；

5、获取研发费用的项目立项书，确认了研发费用确认依据及核算方法；

6、获取公司报告期内研发人员人数及构成，并对比分析了同行业薪酬水平。

核查意见：

经核查，我们认为报告期内公司的研发人员平均薪酬高于同行业可比公司具有合理性；研发投入逐年增加及费用率高于同行业可比公司具备合理性；研发投入归集准确、相关数据来源及计算符合规定；公司研发相关内控制度健全且被有效执行进行；公司已建立研发项目的跟踪管理系统，有效监控、记录各研发项目的进展情况，并合理评估技术上的可行性；已建立与研发项目相对应的人财物管理机制；已明确研发支出开支范围和标准，并得到有效执行；报告期内严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形；已建立研发支出审批程序。

我们认为报告期内公司研究阶段和开发阶段的划分合理，与研发活动的流程相联系，遵循了正常研发活动的周期及行业惯例，并一贯运用，研究阶段与开发阶段划分的依据完整、准确披露；研发支出的成本费用归集范围恰当，研发支出的发生真实，与相关研发活动切实相关，不存在为申请高新技术企业认定及企业所得税费用加计扣除目的虚增研发支出的情形；公司研发费用率高于同行业可比公司具备合理性；公司报告期内不存在研发费用资本化情况，且研发费用费用化符合规定。

问题二十九、招股说明书披露，报告期内发行人销售费用 11,075.80 万元、15,528.18 万元及 21,584.24 万元，占营业收入比重分别为 20.42%、20.61%和 19.11%。销售费用中职工薪酬分别为 6,094.51 万元、8,754.13 万元及 12,347.93 万元，占营业收入比重分别为 11.23%、11.61%、10.93%；宣传推广费分别为 2,847.28 万元、4,152.24 万元及 5,138.13 万元，占营业收入比重分别为 5.25%、5.51%和 4.55%。请发行人：（1）结合公司报告期各期销售人员人数、构成，披露各期销售人员人均工作变动情况，与同行业可比公司销售人员规模、人均工资比较情况及差异原因；（2）披露销售费用率低于同行业上市公司的原因；（3）披露报告期内宣传推广费用的具体构成以及增加的原因。

请保荐机构、律师、申报会计师核查，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、结合公司报告期各期销售人员人数、构成，披露各期销售人员人均工作变动情况，与同行业可比公司销售人员规模、人均工资比较情况及差异原因；

报告期内，销售人员情况如下：

销售人员学历	2018 年度	2017 年度	2016 年度
硕士及以上	32	34	27
本科	259	183	124
大专及以下	82	60	42
销售人员人数合计	**373**	**277**	**193**
销售人员薪酬费用（万元）	12,347.93	8,754.13	6,094.51
人均薪酬（万元）	37.99	37.25	34.93

注：人均薪酬=销售人员薪酬费用/（（上年末销售人员数+本年末销售人员数）/2）

级别	2018 年度	2017 年度	2016 年度
初级	183	135	93
中级	138	106	76
高级	52	36	24

合计	373	277	193

公司对于各岗位下设初级、中级、高级岗位人员，具体情况如下：

1）高级岗位

①在本公司内部被公认为其所在领域内、经验最丰富、知识最全面的专家；

②能作为公司在某专业领域的代表；有一定的权威性，能体现公司在理论或技术上的领导地位；

③领导专业领域内重大而复杂的项目；

④属于战术型职位，基于业务战略为新产品、流程、标准以及运作计划作出显著的贡献，对业务单元的中期发展有显著影响；

2）中级岗位

①具备指导专业或技术员工的能力，检查这些员工的工作质量；

②深入掌握某一领域的全部技术、流程、工具及标准，能够提出多种解决问题的方案；

③独立解决复杂的项目、问题和遇到的挑战；

④属于运作型职位，完成或交付对本职工作领域产生直接影响的结果，其工作结果也可能会影响到更广泛的运作领域；

3）初级岗位

①已具备相关工作经验，能有效地应用知识，在宽泛的指引下能有效地完成工作；

②主动学习并掌握更复杂的技能、技术、运作方法和抽象概念，成为其所在专业领域的熟练人才；

③运用娴熟的技能和知识，能在其所处领域有效地解决不熟悉的问题和挑战。

④属于运作型职位，完成或交付对本职工作领域产生直接影响的结果。

报告期内，可比公司销售人员规模、人均工资情况如下：

可比公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	人数	人均薪酬（万元）	人数	人均薪酬（万元）	人数	人均薪酬（万元）
鼎捷软件	667	79.44	552	89.43	544	78.65
东方通	98	30.59	88	27.17	74	44.27
广联达	2922	19.41	2289	22.63	2075	23.54
泛微网络	561	16.45	524	18.39	657	14.03
用友网络	2815	42.19	2854	34.05	2535	33.08
久其软件	170	40.56	162	30.19	127	40.50
均值		38.11		36.98		39.01

报告期内，公司销售人员人均薪酬整体趋于稳定，处于可比公司销售人员人均薪酬区间。

2、披露销售费用率低于同行业上市公司的原因；

报告期内公司销售费用结构明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率
人员薪酬费用	12,347.93	57.21%	10.93%	8,754.13	56.38%	11.61%	6,094.51	55.03%	11.23%
宣传推广费用	5,138.13	23.81%	4.55%	4,152.24	26.74%	5.51%	2,847.28	25.71%	5.25%
办公差旅招待费用	4,032.76	18.68%	3.57%	2,599.01	16.74%	3.45%	2,115.35	19.10%	3.90%
折旧与摊销费用	65.41	0.30%	0.06%	22.79	0.15%	0.03%	18.66	0.17%	0.03%
合计	**21,584.24**	**100.00%**	**19.11%**	**15,528.18**	**100.00%**	**20.60%**	**11,075.80**	**100.00%**	**20.42%**

报告期内可比上市公司的销售费用如下表：

单位：人民币万元

可比公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
鼎捷软件	68,869.39	51.34%	62,963.31	51.78%	54,761.96	48.04%

可比公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
东方通	5,686.22	15.28%	4,381.81	14.97%	5,576.09	17.14%
广联达	79,291.18	27.30%	68,193.77	28.94%	66,998.75	32.85%
泛微网络	71,844.25	71.59%	50,271.30	71.39%	32,436.08	70.31%
用友网络	164,880.21	21.40%	141,729.90	22.34%	131,307.10	25.68%
久其软件	11,112.85	4.09%	8,597.26	4.32%	8,427.70	6.38%

报告期内，公司销售费用率分别为 20.42%、20.60%及 19.11%，整体处于可比公司销售费用率区间内，与用友网络较为一致。

报告期内，销售费用率高于公司的可比公司有：鼎捷软件、广联达、泛微网络。鼎捷软件将营销项目的开发实施人员的薪资均计入销售费用而非营业成本，因此其销售费用率高于公司。广联达销售分支机构较多、销售人员占总员工人数比例高于公司，因此其销售费用率高于公司。泛微网络将其支付授权业务运营中心（其销售代理机构）的收入分成费用计入销售费用，因此其销售费用率高于公司。

报告期内，销售费用率低于公司的可比公司有：久其软件、东方通。久其软件因其主要从事报表管理软件研发和销售，目前主要应用于国资委系统内，其未进行大规模对外销售推广，因此销售费用较小。东方通于 2016 年至 2017 年期间对销售体系进行了内部整合，加强了内部管理，因此其销售费用率降幅较大。

3、披露报告期内宣传推广费用的具体构成以及增加的原因。

报告期内公司宣传推广费用的具体构成如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
区域市场推广费	2,391.63	2.12%	2,856.00	3.79%	1,846.29	3.40%
客户拓展费	1,486.21	1.32%	926.55	1.23%	705.46	1.30%

业务宣传费	399.25	0.35%	151.85	0.20%	100.37	0.19%
品牌推广费用	823.86	0.73%	189.03	0.25%	176.09	0.32%
其他	37.18	0.03%	28.81	0.04%	19.07	0.04%
合计	**5,138.13**	**4.55%**	**4,152.24**	**5.51%**	**2,847.28**	**5.25%**

报告期内，2016 年至 2018 年公司宣传推广费用分别为 2,847.28 万元、4,152.24 万元及 5,138.13 万元，费用率分别为 5.25%、5.51%及 4.55%。总体而言，报告期内公司宣传推广费费用率略有波动，2018 年较以前年度呈下降趋势，主要原因在于公司主营业务收入的复合增长率 44.36%高于宣传推广费用的复合增长率 34.33%所致，具体分析如下：

（1）区域市场推广费——业务实质为在不同区域或渠道直接推广/销售产品，具体明细如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
海外推广费	133.14	0.12%	116.94	0.16%	383.69	0.71%
网盟推广费	424.74	0.38%	341.92	0.45%	399.43	0.74%
预装费	569.60	0.50%	913.19	1.21%	249.72	0.46%
代理推广费	1,264.15	1.12%	1,483.96	1.97%	813.44	1.50%
合计	**2,391.63**	**2.12%**	**2,856.00**	**3.79%**	**1,846.29**	**3.40%**

注：1、海外推广费主要系通过 google 、facebook 等海外渠道推广 WPS Office 产品；2、网盟推广费（原网盟劳务费）主要指通过国内付费下载站等渠道推广 WPS Office 产品；3、预装费主要指通过国内手机厂商包括小米、华为等预装 WPS Office 产品进而向用户推广；4、代理推广费主要指公司为开拓 WPS Office 软件产品国内区域市场并完善产品的属地化产品服务支付的推广服务费用；

2016 年海外推广费较高的原因系当年增加 Google 推广渠道费用拓展海外市场，虽然 WPS Office 全球知名度有所提升但整体推广或变现效果未达到预期，因此后续减少该渠道的推广费用。

报告期内网盟推广费用率呈下降趋势，随着 WPS Office 产品知名度提高及用户规模扩大，用户自然增长逐渐趋于稳定，因此公司减少了软件下载站渠道的推

广。

预装费 2017 年大幅增加，主要原因系小米手机出货量大幅增加（预装结算单价为 0.1 元/台）使得 WPS Office 预装数量从 2016 年的 2,069.15 万台增长为 2017 年的 8,531.64 万台所致。

代理推广费主要系公司为进一步扩大 WPS Office 软件产品国内区域市场份额并提升其属地化产品服务质量向合作方支付的费用，2017 年度公司加大此类推广的投入，较 2016 年增长 82.43%，并在当年取得显著成效，相应办公软件产品使用授权收入实现大幅增长（2017 年较 2016 年增长 20.93%）；由于 2017 年处于加大推广初期，投入较大，推广成果显著，且打下了较好的客户基础，故 2018 年相应投入减少，较 2017 年减少 14.81%。

（2）客户拓展费——业务实质为通过各类形式的活动或会议等拓展客户，具体明细如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	费用率	金额	费用率	金额	金额	费用率
会员费	15.4	0.01%	12.56	0.02%	11.4	0.02%
培训费	101.86	0.09%	82.28	0.11%	47.38	0.09%
会议/活动费	1,368.96	1.21%	831.7	1.10%	646.67	1.19%
合计	**1,486.21**	**1.32%**	**926.55**	**1.23%**	**705.46**	**1.30%**

报告期内 2016 年至 2018 年客户拓展费分别为 705.46 万元、926.55 万元及 1,486.21 万元，费用率分别为 1.30%、1.23%和 1.32%，费用率基本保持稳定。

（3）业务宣传费——业务实质为辅助客户/产品推广的耗材费用等（比如笔记本、背包、易拉宝等）

报告期内 2016 年至 2018 年业务宣传费分别为 100.37 万元、151.85 万元及 399.25 万元，费用率分别为 0.19%、0.20%及 0.35%，2018 年费用率增长系企业增

加宣传活动导致宣传耗材增加所致。

（4）品牌推广费用——业务实质为公司品牌形象综合推广（媒体服务费、视频制作费及广告费等）

报告期内 2016 年至 2018 年品牌推广费用分别为 176.09 万元、189.03 万元及 823.86 万元，费用率分别为 0.32%、0.25%及 0.73%。2018 年品牌推广费用较高主要原因系公司为了优化品牌口碑形象，从 2017 年底开始增加线上渠道的新闻发布，开展线上品牌推广导致。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取公司报告期内销售人员人数及构成，并对比分析了同行业薪酬水平；

2、获取同行业上市公司销售费用明细，结合公司情况分析了公司销售费用率低于同行业上市公司的原因；

3、获取公司报告期内宣传推广费用的明细表，检查了大额宣传推广费的原始凭证及合同。

核查意见：

经核查，我们认为公司销售人员人均工资符合同行业可比公司销售人员规模、人均工资情况；销售费用率低于同行业上市公司具备合理性；宣传推广费的增加具备合理性。

问题三十、招股说明书披露，报告期内，公司管理费用分别为 6,839.76 万元、8,045.94 万元及 8,881.47 万元，占营业收入比重分别为 12.61%、10.68%和 7.86%。剔除股权激励费用后的管理费用金额分别为 2,938.91 万元、4,710.78 万元及 7,674.46 万元，剔除股权激励费用后的管理费用率分别为 5.42%、6.25%和 6.79%。

请发行人：（1）结合公司报告期各期管理人员人数、构成，披露各期管理人员人均工作变动情况，与同行业同地区可比公司人均工资比较情况及差异原因；（2）披露报告期内管理费用占营业收入比重的变动原因。发行人应结合自身业务情况、发展情况，并与可比公司进行比较。

请保荐机构、律师、申报会计师核查，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、结合公司报告期各期管理人员人数、构成，披露各期管理人员人均工作变动情况，与同行业同地区可比公司人均工资比较情况及差异原因；

报告期内，公司管理人员情况如下：

管理人员学历	2018 年度	2017 年度	2016 年度
硕士及以上	20	15	8
本科	87	55	37
大专及以下	13	10	10
管理人员人数合计	**120**	**80**	**55**
管理人员薪酬费用（万元）	4,999.54	2,632.80	1,686.58
人均薪酬（万元）	50.00	39.00	32.43

注：人均薪酬=管理人员薪酬费用/（（上年末管理人员数+本年末管理人员数）/2）

部门	2018 年度	2017 年度	2016 年度
财务部	36	29	19
策略合作部	2		
董秘办	3	3	

部门	2018 年度	2017 年度	2016 年度
法务部	8	7	6
公共关系部	6		
行政部	10	4	3
人力资源部	37	25	20
总裁办	4	5	5
总裁室	14	7	2
合计	**120**	**80**	**55**

报告期内，可比公司管理人员规模、人均工资情况如下：

可比公司	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	人数	人均薪酬（万元）	人数	人均薪酬（万元）	人数	人均薪酬（万元）
鼎捷软件	318	38.30	336	30.38	320	30.77
东方通	102	22.30	91	21.02	77	26.36
广联达	597	81.17	503	67.87	613	-
泛微网络	50	60.34	50	54.88	50	43.08
用友网络	1579	52.45	1242	59.60	1600	-
久其软件	517	55.36	487	46.60	568	30.50
均值		51.65		46.73		32.68

注 1：因 2016 年研发费用在审计报告中未单独披露，广联达和用友网络将研发人员薪酬与管理人员薪酬合并披露，因此无法获取其当年的管理人员人均薪酬。2：同行业可比公司中东方通、广联达、久其软件和用友网络注册地为北京；鼎捷软件、泛微网络注册地为上海，因北京和上海均属于超一线城市，市平均工资水平接近，因此具有可比性。

报告期内，公司管理人员人均薪酬符合同行业可比公司管理人员人均薪酬水平区间。

2、披露报告期内管理费用占营业收入比重的变动原因。发行人应结合自身业务情况、发展情况，并与可比公司进行比较。

公司扣除股份支付后管理费用明细如下表：

单位：人民币万元

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率
办公差旅招待费用	1,691.94	22.05%	1.50%	959.68	20.37%	1.27%	610.83	20.78%	1.13%
人员薪酬费用	4,999.54	65.15%	4.43%	2,632.80	55.89%	3.50%	1,686.58	57.39%	3.11%
中介机构服务费用	768.59	10.01%	0.68%	933.21	19.81%	1.24%	496.10	16.88%	0.91%
折旧与摊销费用	72.76	0.95%	0.06%	40.09	0.85%	0.05%	21.93	0.75%	0.04%
税金及其他	141.63	1.85%	0.13%	144.99	3.08%	0.19%	123.47	4.20%	0.23%
合计	**7,674.46**	**100.00%**	**6.80%**	**4,710.77**	**100.00%**	**6.25%**	**2,938.91**	**100.00%**	**5.42%**
收入			112,968.11			75,326.50			54,252.27

报告期内，管理费用占营业收入比重分别为 5.42%、6.25%及 6.80%，费用率呈上升趋势，主要原因系办公差旅招待费用率和人员薪酬费用率上升所致。

（1）办公差旅招待费明细如下：

明细项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率	金额	占比	费用率
办公费	716.49	42.35%	0.63%	546.11	56.91%	0.72%	324.34	53.10%	0.60%
培训费	135.73	8.02%	0.12%	63.25	6.59%	0.08%	128.42	21.02%	0.24%
差旅费	250.34	14.80%	0.22%	122.88	12.80%	0.16%	43.77	7.17%	0.08%
招待费	242.69	14.34%	0.21%	119.98	12.50%	0.16%	60.52	9.91%	0.11%
租赁费	346.69	20.49%	0.31%	107.46	11.20%	0.14%	53.78	8.80%	0.10%
合计	**1,691.94**	**100.00%**	**1.50%**	**959.68**	**100.00%**	**1.27%**	**610.83**	**100.00%**	**1.13%**
收入			112,968.11			75,326.50			54,252.27

培训费：报告期内公司培训费用率分别为 0.24%、0.08%及 0.12%，2016 年费用率较高系当年下半年公司意欲优化经营策略，提升运营效率，专门聘请专业培训机构对中高层管理人员进行培训；2018 年费用率有所回升系当年公司在加强对中层培训的同时开展了内部竞选培训，因此呈上涨趋势。

差旅费：报告期内公司差旅费用率分别为 0.08%、0.16%及 0.22%，2017 年至

2018 年差旅费用率开始增加系公司进行了较多客户回访，且公司于 2018 年新成立武汉金山和安徽金山导致差旅费有所增长。

招待费：报告期内公司招待费用率分别为 0.11%、0.16%及 0.21%，2016 年开始招待费逐年稳步上升的主要原因系公司收入增长较快，开发业务的同时招待费用相应有所提升。

租赁费：报告期内公司租赁费用率分别为 0.10%、0.14%及 0.31%，2017 年费用率增加主要原因系本年度珠海员工借调到北京公司参加项目研讨交流产生房租租赁费而使得费用率有所上升；2018 年租赁费上升系金山办公股份搬至新办公区，新办公区较原办公场所租赁面积大幅增加，且新增子公司武汉金山办公于武汉租赁了办公场所导致租赁费增加。

（2）2016 年行政管理人员工资较低，并在 2017 年及 2018 年大幅度上升的原因包括以下方面：

1）公司的行政管理人员主要包括公司高级管理人员以及职能部门人员（例如，财务及法务等相关人员）；2016 年下半年开始为满足 IPO 工作要求，财务及法务等相关职能部门工作量增加且根据专业需要逐步增加中高级人员；

2）2017 年至 2018 年期间，部分业务领导晋升为公司高级管理人员且根据公司管理需要成立了董秘办，从而提升了行政管理人员的整体薪酬水平；

报告期内，同行业可比公司扣除股份支付后管理费用率如下：

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	13.89%	12.54%	13.19%
东方通	16.26%	17.50%	13.56%
广联达	25.82%	21.95%	25.24%
泛微网络	5.71%	7.36%	7.72%
用友网络	19.02%	19.30%	21.46%

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
久其软件	13.86%	16.30%	19.50%
均值	15.76%	15.83%	16.78%
本公司	6.79%	6.25%	5.42%

报告期内，公司扣除股份支付后的管理费用率低于可比公司均值，与泛微网络费用率相近。公司管理费用占比最大的为职工薪酬。公司与同行业可比公司行政管理人员占公司总人数的比例如下：

可比公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	9%	9%	9%
东方通	17%	19%	18%
广联达	10%	10%	13%
泛微网络	4%	5%	5%
用友网络	10%	8%	11%
久其软件	18%	19%	23%
均值	11%	12%	13%
本公司比	6%	7%	6%

由上表可以看出，各家可比公司行政管理人员占总人数的比例差异较大，公司与泛微网络管理人员占比较为接近，管理费用率也相对较低。公司当前业务模式下，人员结构中占比较大的为研发人员，大部分中层管理者也由技术人员升任，行政管理人员数量占比较小。因此公司管理费用率低于同行业平均水平。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取同行业上市公司管理费用明细表，结合公司情况分析了公司管理费用率低于同行业上市公司的原因；

2、检查公司报告期扣除股份支付管理费用表，并对管理费用率变化合理性进行了分析；

3、获取公司管理费用中办公、差旅及招待费的明细，并对波动较大的原因进行了分析；

4、了解报告期各期管理人员人数及构成情况，并对比分析了同行业薪酬水平。

核查意见：

经核查，我们认为报告期内公司管理人员人均工资符合可比公司同行业标准；报告期内公司管理费用率的变动具备合理性。

问题三十一、招股说明书披露，报告期内股份支付费用分别为 3,900.85 万元、3,335.17 万元和 1,207.00 万元。2016 年发行人对股份支付费用进行会计差错更正，将金山办公股份的股权激励计划按 AA 评估认定的公允价值调整，且同时将原于 2015 年一次性确认的股份支付费用改为在等待期内分摊确认，影响净利润 3,707.86 万元。

请发行人说明：（1）报告期内股份支付涉及的具体事项、相关权益性工具定价的依据及其合理性，确认的与股份支付相关的费用的计算过程及对报告期财务状况和经营成果的影响；（2）2018 年股份支付费用较低，是否存在未确认的股份支付费用；(3)股份支付会计差错更正涉及的评估价值重新认定的合理依据，以及相关的会计处理是否准确。

请保荐机构和申报会计师核查，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、报告期内股份支付涉及的具体事项、相关权益性工具定价的依据及其合理性，确认的与股份支付相关的费用的计算过程及对报告期财务状况和经营成果的影响；

（1）公司报告期内股份支付涉及的具体事项

公司报告期内确认股份支付费用，是由公司在历史沿革过程中自 2012 年 7

月起在境外通过管理层持股平台以及为员工持股设立的信托计划发行股份确认的股份支付费用，和 2015 年 11 月为了实现国内 A 股上市而进行重组过程中通过在境内新设管理层和员工持股平台，实现对原境外股份激励计划的替换确认的股份支付费用（以下简称公司层面股权激励）；以及公司的控股股东金山软件（3888.HK）《股份奖励计划》及其于 2008 年 4 月 1 日在香港联交所公告的《采纳股份奖励规则》，金山软件的《股份奖励计划》于 2008 年 3 月 31 日起生效，在报告期内授予在公司合并报表范围内公司服务员工的股份确认的股份支付费用（以下简称金山软件层面股权激励）构成。具体情况如下：

1）公司层面股权激励

① 金山办公开曼通过 CPY 信托计划实施员工激励基本情况

2012 年 12 月 3 日，为向员工发放股权激励及奖励，金山办公开曼通过了董事会及股东会决议，批准《股权激励计划实施规则》，同时金山办公开曼与 CPY（英文名称为 Core Pacific-Yamaichi International（H.K.）Nominees Limited，一家依据香港法律设立的信托管理公司，其接受金山办公开曼的委托为员工持股计划之目的设立了 CPY 信托）签署了《信托协议》，金山办公开曼设立了 CPY 信托，指定符合员工奖励计划条件的受奖励员工作为信托的受益人。金山办公开曼合计向 CPY 信托发行 5,400 万股普通股，CPY 信托与预留 ESOP 股份合计占金山办公开曼总股本的 6.67%。

截至 2015 年 11 月，前述累计授予有效股数通过 7 次完成授予，共 137 人获得授予，具体情况如下：

授予日期	累计有效授予股数	累计授予人数	授予日估值情况
2012 年 12 月 25 日	27,150,000	110	American Appraisal China Limited 于 2013 年 3 月 27 日评估认定的金山办公开曼在 2012 年 12 月 31 日的股权价值 2.78 亿元
2013 年 5 月 16 日	300,000	1	
2014 年 6 月 6 日	1,500,000	7	American Appraisal China Limited 于 2014 年 8 月 11 日评估

授予日期	累计有效授予股数	累计授予人数	授予日估值情况
			认定的金山办公开曼在 2014 年 5 月 31 日的股权价值 8.85 亿元
2014 年 11 月 28 日	12,000,000	2	American Appraisal China Limited 于 2015 年 3 月 19 日评估认定的金山办公开曼在 2014 年 11 月 30 日的股权价值 8.60 亿元
2015 年 4 月 1 日	1,500,000	3	
2015 年 5 月 28 日	1,550,000	9	
2015 年 10 月 8 日	740,000	5	American Appraisal China Limited 于 2016 年 3 月 18 日评估认定的金山办公股份在 2015 年 11 月 30 日的股权价值 10.63 亿元
合计	**44,740,000**	**137**	

2016 年 1 月 5 日，金山办公开曼回购并注销 CPY 信托持有的全部股份；终止信托计划及相关协议；同日，金山办公开曼与 CPY 签署《终止协议》，终止信托协议。

② 金山办公开曼通过 WPS 控股实施股权激励的基本情况

WPS 控股为 2011 年 8 月 24 日在英属维尔京群岛设立的持股主体，主要股东为金山办公有限的管理人员。设立时每股价格 1 美元，发行 150 万股，股东为葛珂、章庆元等 27 名自然人。

2012 年 7 月 3 日，金山办公开曼向 WPS 控股增发 20,000 万股普通股，每股价格 0.03 美元，认购对价为 600 万美元。本次增资完成后，金山办公开曼的股东情况如下：

股东名称	已发行股份数量（万股）	股份性质	持股比例
金山软件	75,000	普通股	78.95%
WPS 控股	20,000	普通股	21.05%

2013 年 10 月 9 日，金山办公开曼通过董事会决议，同意金山办公开曼向 WPS 控股回购 3,000 万股。

金山办公开曼 A 轮融资完成后，截至 2014 年 11 月 27 日，WPS 控股持有已发行股份数量 17,000 万股，持股比例为 14.17%。

2016 年 1 月 5 日，金山办公开曼回购 WPS 控股持有的金山办公开曼的股份，回购价格为每股 0.03 美元，回购对价为 510 万美元。回购完成后，金山软件持有

金山办公开曼 100%股份。

③ 公司 2015 年 11 月重组后通过设立境内 N 维有限合伙持股平台实施股权激励的基本情况

公司红筹架构中，金山办公开曼的股东 WPS 控股、CPY 信托分别为公司管理层团队持股平台及公司员工股权激励计划的持股平台。2016 年 1 月，金山办公开曼回购了 WPS 控股、CPY 信托持有的全部普通股股权。公司红筹架构拆除时，2015 年 11 月，金山办公有限股东金山办公香港将其持有的金山办公有限 100%股权中的 76.74%转让给 WPS 香港，1.08%转让给奇文一维，0.55%转让给奇文二维，1.37%转让给奇文三维，3.58%转让给奇文四维，11.18%转让给奇文五维，0.53%转让给奇文六维，3.14%转让给奇文七维，1.83%转让给奇文八维，以在金山办公有限层面上还原管理层团队、员工通过 WPS 控股、CPY 信托持有的金山办公开曼的相关权益。

序号	转让方	受让方	转让比例	对应金山办公有限出资额（元）	转让价格（元）
1	金山办公香港	奇文一维	1.08%	107,850	497,188
2		奇文二维	0.55%	54,571	251,572
3		奇文三维	1.37%	136,673	630,064
4		奇文六维	0.53%	52,683	242,866
5		奇文七维	3.14%	314,137	1,448,172
6		奇文八维	1.83%	183,341	845,202

2015 年 11 月，奇文八维将其持有的金山办公有限 1.29%的股权转让给奇文九维，对价为 595,700.00 元。

2015 年 11 月公司拆除红筹后原 CPY 信托计划的员工回到境内通过奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维持有公司股份。

2016 年 3 月 28 日，金山办公有限增加注册资本 1,926,996.00 元，经过增资的稀释之后，原 CPY 信托计划的员工回到境内通过奇文一维、奇文二维、奇文三

维、奇文六维、奇文七维、奇文九维持有公司股份情况如下：

股东名称	持有金山办公有限出资额（元）	持股比例
奇文一维	107,850.00	0.9043%
奇文二维	54,571.00	0.4575%
奇文三维	136,673.00	1.1459%
奇文六维	52,683.00	0.4417%
奇文七维	314,137.00	2.6338%
奇文九维	129,219.00	1.0834%
总计	**795,133.00**	**6.67%**

如上表所示，公司在 2016 年 3 月 28 日增资完成后，境内持股主体奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维持有公司的股份比例为 6.67%，与公司拆除红筹架构 CPY 信托与预留 ESOP 股份持有金山办公开曼的股份比例 6.67%完全一致。

2015 年 11 月，奇文八维将其持有的金山办公有限 0.54%股权转让给奇文十维，对价为 249,502.00 元。

2015 年 11 月公司拆除红筹后原 WPS 控股股东回到境内通过奇文四维、奇文五维、奇文十维持有公司股份：

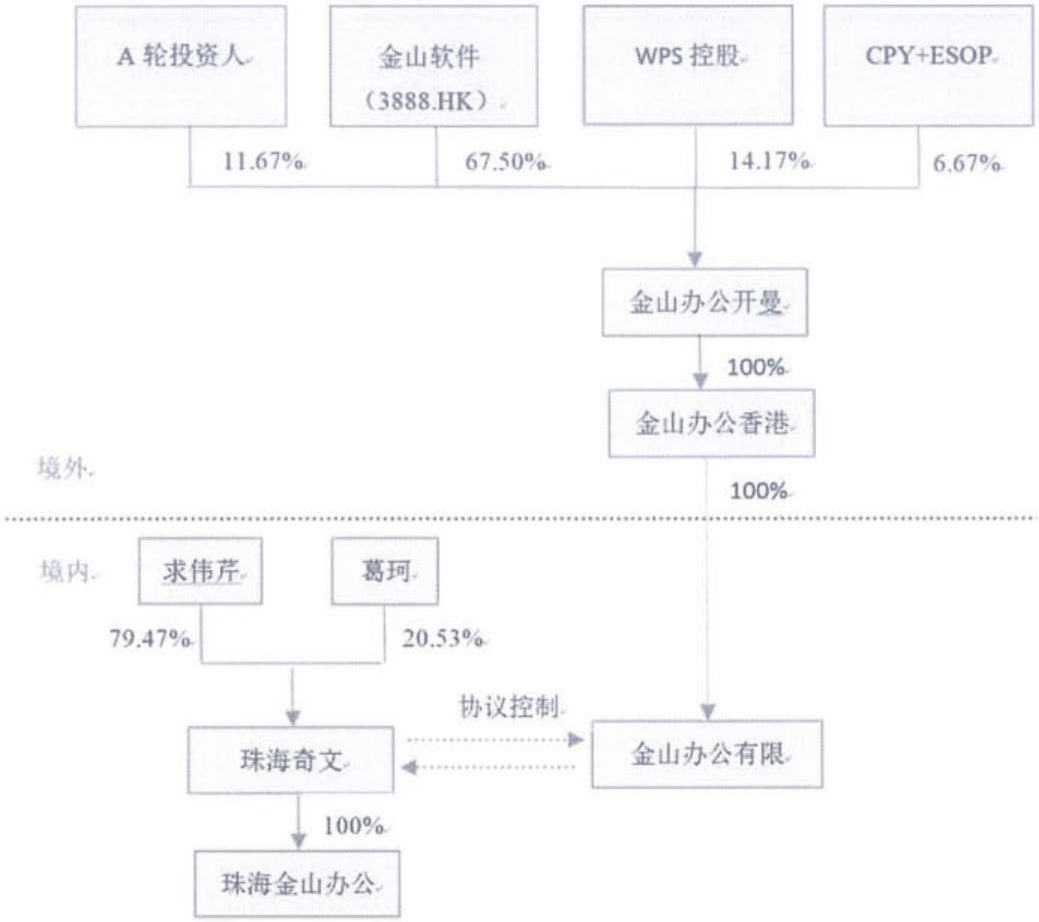
序号	转让方	受让方	转让比例	对应金山办公有限出资额（元）	转让价格（元）
1	金山办公香港	奇文四维	3.58%	358,347	1,651,981
2		奇文五维	11.18%	1,118,264	5,155,199
3		奇文八维	1.83%	183,341	845,202

2016 年 3 月 28 日，金山办公有限增加注册资本 1,926,996.00 元，新增注册资本其中奇文四维认购 37,205.00 元，计入资本公积金额为 6,082,906.95 元；奇文五维认购 116,101.00 元，计入资本公积金额为 18,982,417.28 元；奇文十维认购 5,619.00 元，计入资本公积金额为 918,715.18 元。本次增资完成后，金山办公有限的管理人员境内持股主体奇文四维、奇文五维、奇文十维持有金山办公有限出资的情况如下：

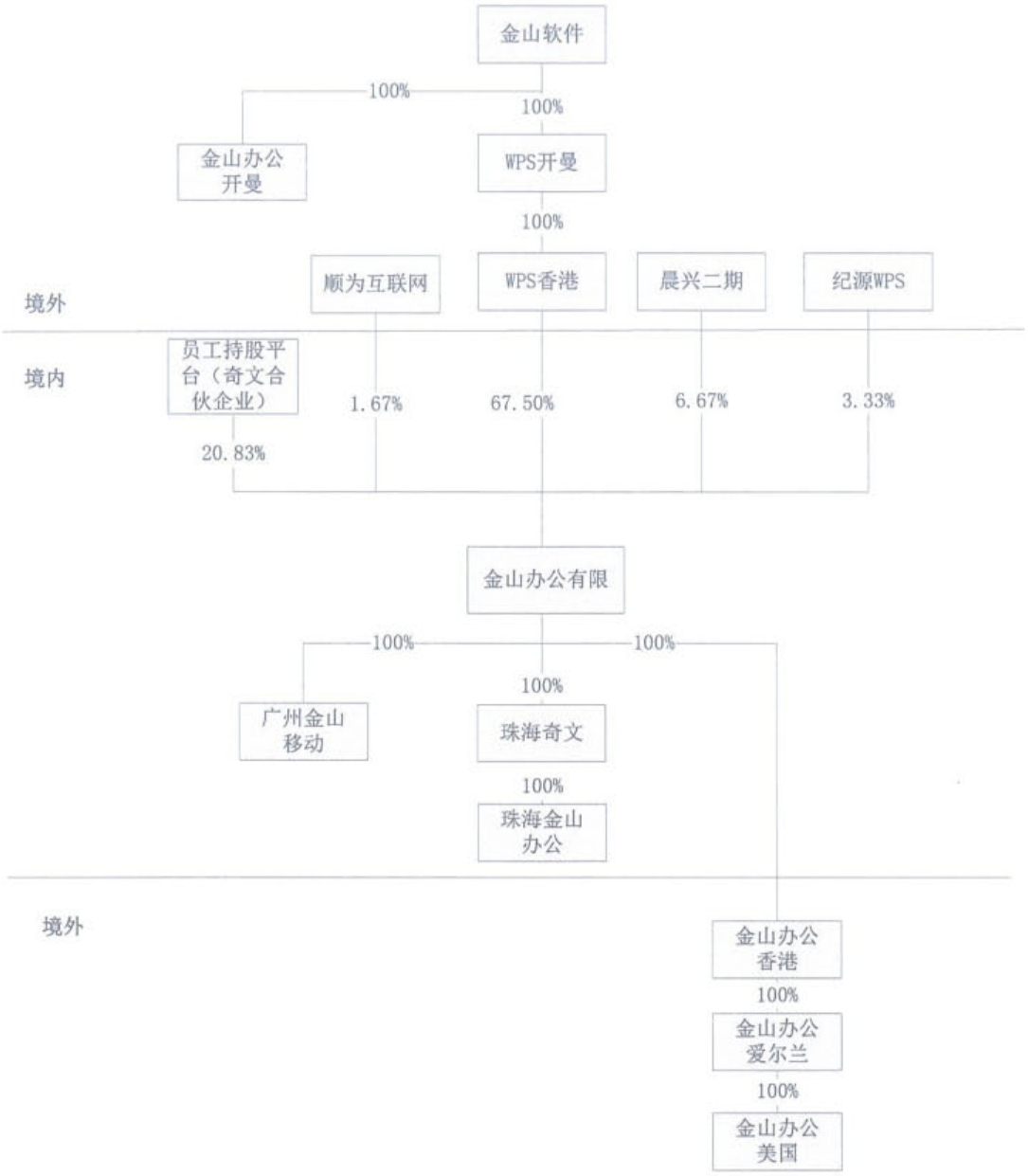
股东名称	持有金山办公有限出资额（元）	持股比例
奇文四维	395,552	3.32%
奇文五维	1,234,365	10.35%
奇文十维	59,741	0.50%
总计	**1,689,658**	**14.17%**

如上表所示，公司在 2016 年 3 月 28 日增资完成后，境内持股主体奇文四维、奇文五维、奇文十维持有公司的股份比例为 14.17%，与公司拆除红筹架构前 WPS 控股持有金山办公开曼的股份比例 14.17%完全一致。

④ 公司在红筹架构拆除前（2015 年 11 月前）通过设立 CPY 信托（境外已实际发放，激励对象通过持有 CPY 信托受益权形式获得激励）、WPS 控股（境外已实际发放，部分未明确激励对象的预留份额由葛珂持有）、ESOP 预留份额（境外未实际发放）等方式在境外实施员工激励，合计股权激励份额为金山办公开曼总股份的 20.83%。其中，CPY 信托对应的激励对象为普通员工，WPS 控股对应的激励对象为管理层，简要情况如下图：



2015 年 11 月拆除红筹架构后，公司在境内通过设立奇文一维至奇文十维有限合伙企业（以下简称"境内 N 维"或"奇文合伙企业"）方式延续原员工激励，员工通过持有合伙企业份额形式获得激励，合计股权激励份额为金山办公开曼总股份的 20.83%。其中，奇文四维、奇文五维及奇文十维延续 WPS 控股的管理层激励，其他境内 N 维（除奇文八维，奇文八维已注销）延续 CPY 信托及 ESOP 计划的普通员工激励，简要情况如下图：



公司层面股权激励的简要过程如下：

重组完成前股权激励情况				
CPY 信托及 ESOP 层面（对应境内奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维）授予情况：累计授予七次，授予人数 137 人，对应的有效授予股数（激励对象持有 CPY 信托份额*5,400 万股）4,474 万股，对应境外已发放比例为 3.73%（未发放比例为 6.67%-3.73%=2.94%）；截至 2015 年 11 月 30 日，累计授予 137 人中在职人数为 117 人。				
序号	项目	授予人数（人）	有效授予股数（股）	激励成本
境外				
1	2012 年 12 月 3 日，金山办公开曼批准员工激励计划并设立了 CPY 信托，指定符合员工奖励计划条件的受奖励员工作为信托的受益人，向 CPY 信托发行 5,000 万股普通股；2014 年经金山办公开曼董事会决议及股东会决	NA	NA	NA

	议，向 CPY 信托增发 400 万普通股，至此，共计 CPY 信托发行 5,400 万股普通股；2013 年经金山办公开曼董事会决议，向 WPS 控股回购 3,000 万股普通股预留为 ESOP 激励计划（但拆红筹前该部分中的 2,600 万股并未实际授予），故 CPY 信托与预留 ESOP 股份合计占金山办公开曼股比为 6.67%。			
2	2012 年 12 月 25 日第一次授予	110	27,150,000	0
3	2013 年 5 月 16 日第二次授予	1	300,000	0
4	2014 年 6 月 6 日第三次授予	7	1,500,000	0
5	2014 年 11 月 28 日第四次授予	2	12,000,000	0
6	2015 年 4 月 1 日第五次授予	3	1,500,000	0
7	2015 年 5 月 28 日第六次授予	9	1,550,000	0
8	2015 年 10 月 8 日第七次授予	5	740,000	0
合计			**44,740,000**	
境内				
1	2015 年 11 月，金山办公香港将其持有的金山办公有限（公司前身）8.50%股权转让至奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文八维。 奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维合计受让比例为 6.67%，受让价格为 3,069,862.00 元； 奇文八维受让比例为 1.83%，受让价格为 845,202.00 元；	实质为拆除红筹架构过程中，对于原境外 CPY/ESOP 层面股权激励的替代，替代日为 2015 年 11 月 30 日；替代完成后，境内的股权激励承接主体为奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维。		
2	2015 年 11 月，奇文八维将其持有的金山办公有限 1.29%的股权转让给奇文九维，对价为 595,700.00 元； 奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维合计持有金山办公有限的股权比例为 7.96%，合计受让对价为 3,665,562.00 元；其中， ■ 原境外已发放股权激励份额的在职激励对象 117 仍为上述合伙企业的有限合伙人； ■ 新增激励对象 9 人分别为奇文六维（5 人）、奇文三维（4 人）的有限合伙人； ■ 剩余境外未发放的股权激励份额由葛珂通过奇文七维持有；			
3	2016 年 3 月，金山办公有限增加注册资本 1,926,996.00 元（增资方为原境外 A 轮投资者、WPS 香港、奇文四维、奇文五维、奇文十维）；增资完成后，奇文一维、奇文二维、奇文三维、奇文六维、奇文七维、奇文九维合计持有金山办公有限的股权比例稀释为 6.67%，具体分配如下： ■ 对应原境外已发放股权激励份额的部分仍由 117 名被激励对象持有，份额比例为 3.73%； ■ 新增 9 名被激励对象授予份额比例为 0.31%；			

	■ 未明确激励对象的份额由葛珂通过奇文七维持有，份额比例为 2.63%；			
WPS 控股层面（对应境内奇文四维、奇文五维、奇文十维）授予情况：累计授予 1 次，授予人数 27 人，对应境外已发放比例为 12.41%（未发放比例为 14.17%-12.41%=1.76%）；截至 2015 年 11 月 30 日，累计授予 27 人中在职人数为 21 人。				
境外				
1	WPS 控股股东为葛珂、章庆元等 27 名自然人，2012 年 7 月 3 日，金山办公开曼向 WPS 控股增发 20,000 万股普通股，每股价格 0.03 美元，认购对价为 600 万美元，未明确激励对象的 WPS 控股份额由葛珂持有。	27	200,000,000	600 万美元
2	2013 年 10 月 9 日，金山办公开曼通过董事会决议，同意金山办公开曼向 WPS 控股回购 3,000 万股（回购价格为 0.67 元/股，对应为 2,000 万元）；截至 2015 年 11 月 30 日前，WPS 控股持有金山办公开曼 17,000 万股，份额占比为 14.17%，其中境外已发放比例为 12.41%，其他未明确激励对象的 1.76%份额由葛珂持有。	27	170,000,000	510 万美元
境内				
1	2015 年 11 月，金山办公香港将其持有的金山办公有限（公司前身）16.59%股权转让至奇文四维、奇文五维、奇文八维。 奇文四维、奇文五维合计受让比例为 14.76%，受让价格为 6,807,180.00 元； 奇文八维受让比例为 1.83%，受让价格为 845,202 元；	实质为拆除红筹架构过程中，对于原境外 WPS 层面股权激励的替代，替代日为 2015 年 11 月 30 日；替代完成后，境内的股权激励承接主体为奇文四维、奇文五维、奇文十维。		
2	2015 年 11 月，奇文八维将其持有的金山办公有限 0.54%的股权转让给奇文十维，对价为 249,502 元； 奇文四维、奇文五维、奇文十维合计持有金山办公有限的股权比例为 15.30%，合计受让对价为 7,056,682.00 元；其中， ■ 原境外已发放股权激励份额的在职激励对象 21 人仍为上述合伙企业的有限合伙人； ■ 此外，原激励对象及新增激励对象在该时点通过认购上述有限合伙企业份额新增部分授予份额；			
3	2016 年 3 月，金山办公有限增加注册资本 1,926,996.00 元（增资方为原境外 A 轮投资者、WPS 香港、奇文四维、奇文五维、奇文十维）；增资完成后，奇文四维、奇文五维、奇文十维合计持有金山办公有限的股权比例稀释为 14.17%，具体分配如下： ■ 对应原境外已发放股权激励份额的部分仍由原 21 名激励对象持有，份额比例为 12.41%； ■ 通过前述步骤 2 新增认购有限合伙企业份额增加授予份额比例为 0.81%； 未明确激励对象的份额由葛珂通过奇文五维持有，份额比例为 0.95%；			
重组完成后境内新授予情况：重组完成后，未明确激励对象的份额（由葛珂持有）为 3.58%=2.63%+0.95%，重组完成后至报告期末，累计授予 115 人次（包括新激励对象及原激励对象的新增授予）。				
序号	项目	授予人数（人）	有效授予份额	激励成本

1	2015 年 12 月重组完成后第一次授予	4	0.18%	9.85 万元
2	2016 年 7 月重组完成后第二次授予	107	3.43%	188.55 万元
	2016 年 11 月重组完成后第三次授予			
	2016 年 12 月重组完成后第四次授予			
3	2017 年重组完成后第五次授予	4	0.14%	7.79 万元
合计		**115**	**3.75%**	

由此可见，重组完成后境内累计授予份额 3.75%，其中包括：（1）部分原激励对象离职后其份额重新授予至新激励对象的份额比例 1.55%；（2）原葛珂持有的未明确激励对象的份额比例 2.20%。此外，葛珂持有的剩余未明确激励对象的 1.38%份额在 2017 年 2 月直接转让至实际控制人雷军。因此，截至 2017 年 12 月 31 日，员工持股平台中已不存在未明确激励对象的份额，且员工持股平台合伙人数量合计为 173 人（去重后）。

2）金山软件层面股权激励

根据金山软件《股份奖励计划》及其于 2008 年 4 月 1 日在香港联交所公告的《采纳股份奖励规则》，金山软件的《股份奖励计划》于 2008 年 3 月 31 日起生效；除非董事会提出提前终止，股权激励计划将自 2008 年 3 月 31 日起五年内有效。2010 年 11 月 25 日，金山软件董事会批准延长股权激励计划的期限至 2017 年 3 月 30 日。2016 年 11 月 19 日，金山软件董事会批准延长股权激励计划的期限至 2022 年 3 月 30 日。

根据该计划第 4.6 条的规定，"虽然本规则相关条件规定了奖励的使用规则和条件，董事会（或特定雇员所在公司的薪酬委员会）有权独立依据其自己的判断在董事会确定的特定时间授予（集团及其附属公司）员工股权奖励，即使该员工已经终止了其与公司的劳动合同（包括但不限于该员工退休或者死亡）或其任职的公司已不再为集团控股公司。"金山软件激励股份的发放对象及比例的具体事项由金山软件董事会内部讨论确定。该等股份奖励的成本由公司或其控股子公司承担。

2016 年度、2017 年度及 2018 年度，公司新获得股份奖励的人数分别为 2 人、3 人及 4 人。授予日权益工具公允价值每期按照授予日金山软件的收盘价乘以授予的数量（被激励对象为零成本获得），在等待期内计算股份支付费用，将当期

取得的服务成本计入管理费用。

（2）相关权益性工具定价的依据及其合理性

1）公司层面股权激励相关权益性工具定价的依据及其合理性

① 公司历史沿革过程中在境外授予管理层和员工的限制性股份，在授予日的公允价值采用"一年以内经评估的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，具体情况如下：

授予日期	累计有效授予股数	累计授予人数	授予日估值情况
2012 年 12 月 25 日	27,150,000	110	American Appraisal China Limited 于 2013 年 3 月 27 日评估认定的金山办公开曼在 2012 年 12 月 31 日的股权价值 2.78 亿元
2013 年 5 月 16 日	300,000	1	
2014 年 6 月 6 日	1,500,000	7	American Appraisal China Limited 于 2014 年 8 月 11 日评估认定的金山办公开曼在 2014 年 5 月 31 日的股权价值 8.85 亿元
2014 年 11 月 28 日	12,000,000	2	American Appraisal China Limited 于 2015 年 3 月 19 日评估认定的金山办公开曼在 2014 年 11 月 30 日的股权价值 8.60 亿元
2015 年 4 月 1 日	1,500,000	3	
2015 年 5 月 28 日	1,550,000	9	
2015 年 10 月 8 日	740,000	5	American Appraisal China Limited 于 2016 年 3 月 18 日评估认定的金山办公股份在 2015 年 11 月 30 日的股权价值 10.63 亿元
合计	**44,740,000**	**137**	

如上表所示，截至 2015 年 11 月境外累计授予有效股数通过 7 次完成授予，共 137 人获得授予。

② 公司 2015 年 11 月重组时授予境内 N 维持股平台股份的公允价值的确定基础，为 American Appraisal China Limited 于 2016 年 3 月 18 日评估认定的金山办公在 2015 年 11 月 30 日的股权价值 10.63 亿元。

公司在 2015 年 11 月 30 日的股权价值 10.63 亿元认定依据：

a）PE 倍数合理

项目	2015 年度（人民币亿元）

公司扣非净利润	1.00
股份支付公允价值	10.63
对应 PE 倍数	10.63

b）公司估值占金山软件总市值与公司收入占金山软件收入比例相近

单位：人民币亿元

项目（2015 年 12 月 31 日）	金额
金山软件市值	203.39
公司股权价值	10.63
占比	5.23%
金山软件 IFRS 收入	56.76
公司 IFRS 收入	3.67
占比	6.47%

如上表所示，公司 2015 年 12 月 31 日的股权价值 10.63 亿元，占当时金山软件市值 203.39 亿元的比例为 5.23%，与公司在 IFRS 下收入占金山软件收入的比例 6.47%较为接近，选取的股权价值合理。

③ 公司 2015 年 11 月重组时预留的激励股份，在实际发放时公允价值为在授予日的公允价值采用"一年以内经评估的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，具体情况如下：

授予日期	授予日估值情况
2015 年 11 月	American Appraisal China Limited 评估认定的金山办公在 2015 年 11 月 30 日的股权价值 16,600.00 万美元（约为 106,300.00 万元人民币）
2015 年 12 月	
2016 年 7 月	American Appraisal China Limited 评估认定的金山办公在 2016 年 12 月 31 日的股权价值 26,400.00 万美元（约为 183,300.00 万元人民币）
2016 年 11 月	
2016 年 12 月	
2017 年上半年	

根据《企业会计准则》以及相关讲解的规定，对于授予员工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，如果企业股份未公开交易，则应按估计的市场价格计量，故公司层面股权激励相关权益性工具定价的依据合理，符合《企业

会计准则》的规定。

2）金山软件层面股权激励相关权益性工具定价的依据及其合理性

金山软件（3888.HK）授予被激励对象的限制性股份，相关权益权益工具公允价值的确认方法，为按照金山软件（3888.HK）授予日当日收盘价减去被激励对象需要支付的成本（如有）确定。

根据《企业会计准则》以及相关讲解的规定，对于授予员工的股份，其公允价值应按企业股份的市场价格计量，如果企业股份未公开交易，则应按估计的市场价格计量，故金山软件层面股权激励相关权益性工具定价的依据合理，符合《企业会计准则》的规定。

(3)确认的与股份支付相关的费用的计算过程及对报告期财务状况和经营成果的影响

1）公司原境外通过 CPY 信托计划和 WPS 控股平台授予员工和管理层的限制性股份，按照授予日的公允价值"采用一年以内经评估后的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，在被激励对象的等待期（即 KPI 考核期或服务期限）计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。

2）公司 2015 年 11 月将境内 N 维股权激励认定为原 CPY 股权激励的替代，原 CPY 股份支付费用仍然按照相关协议约定在剩余等待期（服务期）内摊销，境内 N 维股权激励按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加，并在等待期内的每个资产负债表日，将取得职工的服务计入成本费用，同时确认所有者权益。权益工具公允价值的增加是指，在境内 N 维股权的替代日，境内 N 维股权公允价值与原 CPY 股权公允价值之间的差额。

3）公司 2015 年 11 月重组时对于预留激励股份（未明确激励对象）部分，

按照授予日的公允价值"采用一年以内经评估后的公允价值减去持有预留激励股份所支付的对价确定"，在当期一次性确认股份支付费用；待后续期间对于员工新授予股份时，按照授予日的公允价值"采用一年以内经评估后的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，与原授予日的公允价值的差额，在被激励对象的等待期（即 KPI 考核期或服务期限和上市日之前的限制）计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。

对于因离职而退出的员工，将之前期间已经确认的股份支付费用，在当期全额冲回；待后续期间对员工新授予股份，按照授予日的公允价值"采用一年以内经评估后的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，在被激励对象的等待期（即 KPI 考核期或服务期限和上市日之前的限制）计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。

4）金山软件对公司员工实施股份激励，股份支付费用确认金额为授予日权益工具公允价值（金山软件当日收盘价）乘以员工获得的奖励股份总数。

5）上述事项确认的股份支付费用情况如下：

单位：人民币万元

项目	2014 年度及以前	2015 年度	2016 年度	2017 年度	2018 年度	全部服务等待期合计
1、金山办公激励计划	1,557.40	5,375.94	3,707.86	3,292.41	1,126.65	17,379.90
（1）境外 CPY 信托计划	446.89	350.24	-20.33	14.17	-1.79	811.72
（2）境外 WPS 控股	1,110.52	346.84	174.85			1,632.21
（3）境内 N 维		4,678.85	3,553.34	3,278.25	1,128.44	14,935.96
2、金山软件激励计划	509.23	549.71	192.99	42.75	80.35	1,671.51
合计	**2,066.63**	**5,925.65**	**3,900.85**	**3,335.16**	**1,207.00**	**19,051.41**

如上表所述，公司对于股权激励事项在被激励对象的等待期（即 KPI 考核期或服务期限）内确认的股份支付费用，按照被激励对象的服务单位，计入取得服务当期的管理费用和资本公积之中。

2、2018 年股份支付费用较低，是否存在未确认的股份支付费用；

报告期内股份支付费用确认情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
	金额	金额	金额
1、金山办公激励计划	1,126.65	3,292.41	3,707.86
（1）境外 CPY 信托计划	-1.79	14.17	-20.33
（2）境外 WPS 控股			174.85
（3）境内 N 维	1,128.44	3,278.25	3,553.34
2、金山软件激励计划	80.35	42.75	192.99
合计	**1,207.00**	**3,335.16**	**3,900.85**

如上图所示，报告期内，公司股份支付费用主要由境内 N 维激励计划计算确认。2018 年股份支付费用较小，主要原因一方面是境内 N 维部分被激励对象等待期于 2016 年度及 2017 年度陆续结束（终止摊销），后期确认的股份支付金额自然降低；另一方面，2017 年度实际控制人雷军受让预留激励股份，于当年度一次性确认股份支付费用 1,142.00 万元，导致 2017 年度股份支付费用较高。受上述两方面因素影响，2018 年度股份支付费用相较前两年较低，均系合理原因导致，并不存在未确认股份支付费用的情形。

3、股份支付会计差错更正涉及的评估价值重新认定的合理依据，以及相关的会计处理是否准确。

（1）评估价值重新认定的合理依据

本公司 2015 年 11 月重组时对于管理层和员工，授予境内 N 维持股平台的限制性股份的公允价值确定基础，差错更正前采用中联资产评估集团有限公司（以下简称中联评估）于 2016 年 10 月 10 日出具的中联评报字[2016]第 2247 号评估报告，截至评估基准日 2015 年 10 月 31 日本公司全部股东权益评估价值为 92,263.37

万元。

根据本题回复"一、1、（2）相关权益性工具定价的依据及其合理性②"所述，差错更正后按照 American Appraisal China Limited 评估的结果作为计算基础。American Appraisal China Limited 于 2016 年 3 月 18 日评估认定的本公司在 2015 年 11 月 30 日全部股东权益价值为 10.63 亿元，略高于中联资产评估集团有限公司对公司在同一评估基准日的评估值 92,263.37 万元，该评估结果除以 2015 年公司归属于母公司扣除非经常损益后的净利润计算的 PE 倍数为 10.63，PE 倍数合理；且该估值占金山软件 2015 年 12 月 31 日总市值的 5.23%，与 2015 年度本公司收入占金山软件收入的比例 6.47%接近。综上，我们认为选取 American Appraisal China Limited 的评估结果 10.63 亿元在财务上更具谨慎性。

此外，公司无论于重组前或重组后、境内或境外授予管理层和员工的限制性股份，在授予日的公允价值均采用"一年以内经评估的公允价值减去被激励对象支付的对价确定"，且均选用 American Appraisal China Limited 对标的股权的评估结果。2015 年 11 月，公司为了实现国内 A 股上市而进行重组过程中通过在境内新设管理层和员工持股平台，实质上是对原境外股份激励计划的替换（可理解为同一份股份激励计划），针对同一份股份激励计划，在授予日选取同一机构出具的评估结果作为公允价值的认定依据，无论从估值技术上还是财务处理上均保持了一贯性、也更为合理。

（2）差错更正后相关会计处理及准则依据如下：

序号	时点	事项	具体会计处理	准则依据
1	2012 年 12 月 — 2015 年 10 月	金山办公开曼通过 CPY 信托计划实施员工股权激励	①限制性股份在授予日的公允价值采用“一年以内经评估的公允价值减去被激励对象支付的对价确定”（开曼 CPY 信托计划员工未支付对价，故此对价金额为零），金山办公开曼在 2012 年 12 月—2015 年 10 月期间累计完成 7 次授予，授予日“经评估的公允价值”均选取 American Appraisal China Limited 出具的评估基准日据授予日 6 个月以内的评估报告认定的金山办公开曼或金山办公股份股权价值为基础确定。 ②被激励对象的等待期根据信托协议中约定的 KPI 考核期或服务期限确定，对于约定了 KPI 考核期的，以该被激励对象每期均能通过 KPI 考核作为预计的等待期长度，等待期内以授予股份在授予日的公允价值为基础计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。 ③公司以被激励对象个人为单位计算股份支付费用，等待期内，出现被激励对象离职等原因退出员工激励计划的，则该激励对象于以前期间已确认的股份支付费用在其退出当期全部冲回。	①股份支付准则第四条：以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。 ②股份支付准则第六条：完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。 ③在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。
2	2012 年 7 月	金山办公开曼通过 WPS 控股实施股权激励	①限制性股份在授予日的公允价值“采用一年以内经评估的公允价值减去被激励对象支付的对价确定”，其中，授予日“经评估的公允价值”参照 American Appraisal China Limited 于 2013 年 3 月 27 日评估认定的金山办公开曼在 2012 年 12 月 31 日的股权价值 2.78 亿元为基础确定。	同上。

序号	时点	事项	具体会计处理	准则依据
			②被激励对象的等待期根据约定的服务期限确定，等待期内以授予股份在授予日的公允价值为基础计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。 ③公司以被激励对象个人为单位计算股份支付费用，等待期内，出现被激励对象离职等原因退出员工激励计划的，则该激励对象于以前期间已确认的股份支付费用在其退出当期全部冲回。	
3	2013 年 10 月	金山办公开曼向WPS控股回购3,000万股股份	金山办公开曼向 WPS 控股回购 3,000 万股股份，系对为股份支付协议条款和条件的不利修改（修改减少了授予的权益工具的数量），将回购的 3,000 万股对应的原限制性股份在授予日的公允价值进行加速行权处理，一次性计入当期管理费用。	准则解释：如果修改减少了授予的权益工具的数量，企业应当将减少部分作为已授予的权益工具的取消来进行处理。 如果企业在等待期内取消了所授予的权益工具或结算了所授予的权益工具（因未满足可行权条件而被取消的除外），企业应当： 1.将取消或结算作为加速可行权处理，立即确认原本应在剩余等待期内确认的金额； 2.在取消或结算时支付给职工的所有款项均应作为权益的回购处理，回购支付的金额高于该权益工具在回购日公允价值的部分，计入当期费用。
4	2015 年 11 月	公司通过设立境内 N 维有限合伙持股平台实施股权激励	①金山办公香港将其持有的金山办公有限股权转让给境内 N 维，原 CPY 信托对应的境内员工及 WPS 控股股东成为境内 N 维的合伙人，其在 N 维层面继续享有公司股东权益，而其股权所依托的实际业务与资产也并未发生变化，即除了授予主体不同外，两次股权激励的对象和其服务的企业、股权价值所依托的基础均未发生改变，属股权激励计划境内外的承继（替代）关系，因此，将本	①准则解释（关于替代的处理）：如果向职工授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，企业应以处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。权益工具公允价值的增加是指，在替代权益工具的授予日，替代权益工具公允价值与被取消的权益工具净公允价值之间的差额。被取消的权益工具净公允价值是指，其在取消前立即计量的公允价值减去
5	2016 年 1	金山办公开		

序号	时点	事项	具体会计处理	准则依据
	月	曼回购了WPS控股、CPY信托持有的全部普通股股权	次向职工授予股份认定为对原股份激励计划的替代。 ②由于本次替代发生在第1、2项股份激励计划等待期内，被替代的原股份继续在剩余原等待期内以授予日公允价值为基础分摊确认股份支付费用； 修改日（2015年11月）新股权激励计划的股权公允价值按照American Appraisal China Limited于2016年3月18日评估认定的金山办公在2015年11月30日的股权价值10.63亿元为基础确定； 修改日原开曼CPY信托计划公允价值和修改日原WPS控股股权激励计划公允价值以American Appraisal China Limited于2016年3月18日评估认定的金山办公在2015年11月30日的股权价值，并根据原金山办公开曼优先股和普通股的权益差异进行修正后的普通股价值为基础确定。 修改前后授予股权公允价值的差额在等待期内分摊确认股份支付费用。 ③对新激励对象授予的限制性股份，按照第1、2项新授予股权激励相同的原则进行会计处理；对激励对象授予的股份未约定考核期的，一次性确认为当期股份支付费用。	因取消原权益工具而作为权益回购支付给职工的款项， ②准则解释（关于条款和条件修改的处理）：如果修改增加了所授予的权益工具的公允价值，企业应按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指，修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。如果修改发生在等待期内，在确认修改日至修改后的可行权日之间取得服务的公允价值时，应当既包括在剩余原等待期内以原权益工具授予日公允价值为基础确定的服务金额，也包括权益工具公允价值的增加。
6	2015年12月至今	通过境内N维有限合伙持股平台实施股权激励的历次授予		
7	2008年至今	公司控股股东金山软件的股份奖励	每期按照授予日金山软件的收盘价作为公允价值，根据授予的数量，在等待期内计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用。	①股份支付准则第四条：以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，应当以授予职工权益工具的公允价值计量。 ②股份支付准则第六条：完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行

序号	时点	事项	具体会计处理	准则依据
		计划的授予		权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，应当以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。对于可行权条件为规定服务期间的股份支付，等待期为授予日至可行权日的期间；对于可行权条件为规定业绩的股份支付，应当在授予日根据最可能的业绩结果预计等待期的长度。 ③在资产负债表日，后续信息表明可行权权益工具的数量与以前估计不同的，应当进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取公司报告期内股权激励计划决议文件及相关协议；

2、获取资产评估机构出具的资产评估报告分析了权益性工具定价的依据及其合理性；

3、编制了股份支付相关的费用的计算过程表并分析了股份支付对报告期财务状况和经营成果的影响。

核查意见：

经核查，我们认为，报告期内公司股份支付相关权益性工具定价具备合理性，会计差错更正涉及的评估价值重新认定的依据合理，股份支付相关的费用的会计处理符合企业会计准则规定，不存在未确认的股份支付费用。

问题三十二、招股说明书披露，报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 15,469.18 万元、17,600.86 万元及 22,667.76 万元，占流动资产的比例分别为 17.40%、14.53%及 15.21%；2018 年应收账款账面余额较 2017 年增加了 5,066.90 万。

请发行人补充披露：（1）各类业务与客户合同中约定的信用政策、结算方式和结算周期；结合各类业务与客户约定的结算周期分析并说明报告期内应收账款占相应营业收入比例及其变化的合理性，是否存在放宽信用期增加销售收入的情形，如有，披露报告期内应收账款逾期的具体情况，包括逾期应收账款的金额、占比及主要构成；（2）报告期内同一控制下应收账款前 10 名的客户名称、应收账款金额、占比、账龄和涉及的业务类型及报告期内新增客户应收账款的具体情况；（3）公司各期末主要应收账款对应收入形成时间、是否在客户信用期范围内，是否超过合同规定还款期限等信息；（4）公司各期末应收账款期后回收情况，并结合期后回款情况及同行业上市公司分析说明应收账款的坏账准备计提标准的合理性以及坏账计提的准确性，是否有回款风险；（5）报告期各期末应收账款中已过信用期部分的主要形成原因及回款情况，是否存在第三方回款；（6）分析和披露公司应收账款周转率变动的原因，以及低于可比上市公司应收账款周转率的原因；（7）2017 年、2018 年中国仪器进出口集团公司和 2016 年北京派瑞威行广告有限公司应收账款金额较大的原因。

请发行人说明：（1）报告期内是否存在应收账款抵消或核销的情形；（2）报告期应收账款前 5 名与前 5 大客户不匹配的原因。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、各类业务与客户合同中约定的信用政策、结算方式和结算周期；结合各类业务与客户约定的结算周期分析并说明报告期内应收账款占相应营业收入比

例及其变化的合理性，是否存在放宽信用期增加销售收入的情形，如有，披露报告期内应收账款逾期的具体情况，包括逾期应收账款的金额、占比及主要构成；

（1）各类业务与客户合同中约定的信用政策、结算方式和结算周期

公司建立了《客户信用管理制度》（以下简称制度）用以确定各类客户的信用政策，制度规定销售部门根据对客户的信用调查结果，结合实际业务往来中对与客户合作关系的评价，执行客户分类分级管理，对不同类别、级次的客户，给予不同的信用政策，其中：

1）软件使用授权业务

业务模式	客户类型	设定依据	信用额度	回款信用周期
直销	政府、金融、教育类客户	国内政府机关、事业单位及国企，通常回款风险较小，但回款周期较长	不超过合同价款的 50%	不超过 24 个月
	其他企业客户	除国内政府机关、事业单位及国有企业外的企业客户	不超过合同价款的 30%	不超过 12 个月
	个人用户	零星个人客户	无	无
代理	全国性代理	合作时间长，销售额度相对较高，或为公司的战略合作伙伴	不超过全年指标的 25%	不超过 3 个月
	区域性代理	经营风险较小，且与公司长期合作	不超过订单金额的 50%	不超过 3 个月
	新进入代理商	可培养类客户，具备一定经营风险	无	无

2）互联网广告推广服务

业务模式	客户类型	设定依据	信用额度	回款信用周期
第三方平台推广	境内大型平台	阿里妈妈、百度、360 等	不超过前两月结算金额	不超过 2 个月
	境内其他平台及境外平台	Facebook、Twitter 等	不超过每月结算金额	不超过 1 个月
自营	自营广告客户	终端广告主	不超过每月结算金额	不超过 1 个月
代理	代理商	代理商	不超过前 6 个月结算金额	不超过 6 个月

3）办公服务订阅

业务模式	客户类型	设定依据	信用额度	回款信用周期
机构订阅	大型机构	通常为具有办公服务定制化需求的机构客户	不超过合同价款的 50%	不超过 14 个月

业务模式	客户类型	设定依据	信用额度	回款信用周期
	中小型机构	非定制化需求的办公软件服务订阅客户	无	无
个人服务订阅	个人服务订阅	个人会员服务	无	无

公司针对某些代理国企、央企、政府部门、金融类客户的经销商、总经销商中国仪器进出口集团公司以及北京壹捌零广告有限公司、北京派瑞威行广告有限公司等代理商，由于终端回款周期较长等特殊原因，经审批后信用额度和回款信用周期单独确定。对于回款信用周期在 2 个月以内的客户，因内部流程、行业惯例、特殊事项等合理原因导致其难以达到该要求的，公司将对其进行业务持续性和信用风险评估，并根据评估结果给予其不超过 6 个月的临时信用额度和信用期。

报告期内公司与各类客户的结算方式均为银行转账汇款，不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

（2）结合各类业务与客户约定的结算周期分析并说明报告期内应收账款占相应营业收入比例及其变化的合理性，是否存在放宽信用期增加销售收入的情形，如有，披露报告期内应收账款逾期的具体情况，包括逾期应收账款的金额、占比及主要构成。

报告期各期，公司各类业务的营业收入、应收账款金额及占营业收入的比例如下：

单位：人民币万元

业务	类别	项目	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
软件使用授权	直销	营业收入	10,419.61	8,332.09	6,530.34
		应收账款原值	4,898.17	2,808.40	2,826.04
		应收账款占比	47.01%	33.71%	43.28%
	代理	营业收入	25,148.75	20,090.85	16,972.94
		应收账款原值	7,412.69	6,417.31	4,542.39
		应收账款占比	29.48%	31.94%	26.76%
互联网广告推广	第三方平台	营业收入	19,097.45	16,731.46	12,254.62
		应收账款原值	882.20	966.06	1,731.62
		应收账款占比	4.62%	5.77%	14.13%

业务	类别	项目	2018 年度/2018 年 12 月 31 日	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
	自营	营业收入	6,100.96	3,831.87	5,164.01
		应收账款原值	1,188.18	767.84	1,461.60
		应收账款占比	19.48%	20.04%	28.30%
	代理	营业收入	12,695.63	8,403.73	5,849.53
		应收账款原值	3,867.68	2,437.17	3,312.32
		应收账款占比	30.46%	29.00%	56.63%
	其他	营业收入	227.27	619.85	1,015.25
		应收账款原值	52.97	112.83	106.28
		应收账款占比	23.31%	18.20%	10.47%
办公服务订阅	机构	营业收入	2,289.84	2,530.95	1,581.47
		应收账款原值	2,226.50	1,028.17	1,044.78
		应收账款占比	97.23%	40.62%	66.06%
	个人	营业收入	36,974.92	14,785.50	4,831.00
		应收账款原值	2,814.06	3,299.55	606.52
		应收账款占比	7.61%	22.32%	12.55%

软件使用授权业务中，2017 年度直销客户收入增长 27.59%，但回款较好，应收账款余额与 2016 年基本持平，导致 2017 年应收账款占比较 2016 年度有所下降。2018 年度，直销客户收入增长 25.05%，同时因直销业务应收账款账期相对较长，因此，2018 年度产生的应收账款占收入比例较 2017 年度有所上涨。公司直销业务客户的回款周期基本在公司授予其的信用周期内，不存在放宽信用期增加销售收入的情形。代理业务方面，2016 年度，公司对中仪的应收账款实现了较为集中的回款，使当期应收账款占比较低。2017 年，公司来自中仪的办公软件授权收入 6,996.50 万元，应收账款余额 4,340.74 万元，较 2016 年增长 311.45%，主要是因其最终用户多为分期付款，最终用户回款较慢导致中仪应收账款余额大幅度增长。2018 年，中仪的办公软件授权收入为 4,407.51 万元，应收账款余额 4,590.13 万元，较 2017 年增长 5.75%。2018 年 12 月 31 日中仪的应收账款余额占软件代理业务应收账款余额达 61.92%，该业务下应收账款期末前五名中除中仪外，1,334.07 万元应收账款余额为 2018 年产生，占软件代理业务应收账款余额达 18.00%，考虑到账期因素，公司对中仪这一类最终客户较为特殊的代理商会进行单独评估并制定信用政策，报告期内不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

互联网广告推广业务中，第三方平台广告业务的应收账款占比各期均维持在较低水平，自营广告及代理广告业务的应收账款占比在 2017 年有所下降，2018 年相对稳定。另一方面，公司给予自营广告客户的信用周期通常为 1 个月，部分难以达到该要求的客户通常能在临时信用额度和信用期内完成回款，公司不存在放宽信用期增加销售收入的情形。2018 年代理广告业务产生的应收账款较 2017 年度上升幅度较大，主要是由于与北京壹捌零数字技术有限公司（以下简称壹捌零）及广州晟让信息技术有限公司/广州折上折信息科技有限公司（以下简称广州晟让）正常的业务增长产生（壹捌零营业收入由 2017 年的 5,251.25 万元增长至 6,599.02 万元，应收账款由 2017 年的 1,625.57 万元增长到 1,946.56 万元，其增长额度占应收账款增长额度的 22.44%；广州晟让营业收入由 2017 年的 278.78 万元增长至 2,539.75 万元，应收账款余额由 2017 年的 126 万元增长至 766.13 万元，其增长额度占应收账款增长额度的 44.75%）。公司与壹捌零的代理补充协议中约定，该业务收款账期在 4 个月，由于业务自然增长以及平均账期 4 个月导致 2018 年代理广告应收账款较 2017 大幅增长。代理广告客户实际回款周期基本不超过 6 个月，不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

办公服务订阅业务方面，机构订阅业务的应收账款占比 2017 年有所下降，2018 年上升幅度较高，主要是由于 2018 年大型机构客户的付款流程较为复杂且付款流程耗时较长，2018 年回款较慢导致应收账款占比较 2017 年大幅增加。由于公司给予此类客户的信用周期为 14 个月，此类应收账款基本不存在逾期，因此公司不存在放宽信用期增加销售收入的情形。个人订阅业务受到其使用的财付通等支付平台与公司结算周期的影响，存在少量应收账款，但应收账款占比较低且持续下降，其中 2017 年应收账款占比有所上升，系当年临近年末因促销活动等导致收入大幅度增长所致，不存在放宽信用期增加销售收入的情形。2018 年 12 月 31 日支付宝及财付通应收账款余额及期后回款情况如下表所示：

单位：人民币万元

公司名称	2018 年 12 月 31 日应收账款余额	2019 年 1-4 月回款金额
支付宝	1,254.50	1,254.50
财付通	1,062.58	1,062.58
合计	**2,317.08**	**2,317.08**

2、报告期内同一控制下应收账款前 10 名的客户名称、应收账款金额、占比、账龄和涉及的业务类型及报告期内新增客户应收账款的具体情况；

（1）2016 年

1）2016 年 12 月 31 日同一控制下应收账款前 10 名客户情况

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	北京派瑞威行广告有限公司	互联网广告推广服务	2,283.72	14.61%	6 个月内（含）	2,131.72
					6-12 个月	152.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	互联网广告推广服务	1,907.75	12.20%	6 个月内（含）	1,901.41
					6-12 个月	1.20
	浙江天猫技术有限公司				1-2 年	5.14
					2-3 年	-
	淘宝（中国）软件有限公司				3-4 年	-
					4 年以上	-
3	中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权	1,054.98	6.75%	6 个月内（含）	916.03
					6-12 个月	39.31
					1-2 年	99.64
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
4	北京其右合众科技有限公司	办公软件产品使用授权	700.00	4.48%	6 个月内（含）	600.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	100.00
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	北京金山安全软件有限公司	互联网广告推广服务	698.23	4.47%	6 个月内（含）	698.23
					6-12 个月	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
	北京金山云网络技术有限公司	互联网广告推广服务			1-2 年	-
					2-3 年	-
	日本金山（キングソフト株式会社）	办公软件产品使用授权			3-4 年	-
					4 年以上	-
6	中国工商银行股份有限公司	机构服务订阅	580.00	3.71%	6 个月内（含）	-
					6-12 个月	580.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	北京创意麦奇教育信息咨询有限公司	互联网广告推广服务	536.82	3.43%	6 个月内（含）	536.82
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
8	交通银行股份有限公司	办公软件产品使用授权	500.00	3.20%	6 个月内（含）	500.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
9	广州晟让信息技术有限公司	互联网广告推广服务	415.99	2.66%	6 个月内（含）	415.99
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	中国农业银行股份有限公司	机构服务订阅	389.02	2.49%	6 个月内（含）	389.02
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
	合计		9,066.51	58.00%		9,066.51

2）2016 年度新增客户前 10 名应收账款情况

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	邑盟信息技术(上海)有限	互联网广告推广服务	50.45	0.32%	6 个月内（含）	50.45
					6-12 个月	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
	公司				1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	天津奇思科技有限公司	互联网广告推广服务	70.87	0.45%	6 个月内（含）	70.87
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
3	哈尔滨创惠新程科技有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内（含）	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
4	安徽锐文数据科技有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内（含）	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	北京字节跳动科技有限公司	互联网广告推广服务	111.96	0.72%	6 个月内（含）	111.96
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
6	北京祥云天地科技有限公司	办公软件产品使用授权	72.75	0.47%	6 个月内（含）	72.75
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	华泰保险集团股份有限公司	办公软件产品使用授权	135.00	0.86%	6 个月内（含）	-
					6-12 个月	135.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
8	Facebook Ireland Limited	互联网广告推广服务	30.34	0.19%	6 个月内（含）	30.34
					6-12 个月	
					1-2 年	
					2-3 年	

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
					3-4 年	
					4 年以上	
9	武汉迪派无线科技股份有限公司	互联网广告推广服务	60.40	0.39%	6 个月内（含）	59.90
					6-12 个月	0.50
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	国家电投集团信息技术有限公司	办公软件产品使用授权	220.00	1.41%	6 个月内（含）	220.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
	合计		751.77	4.81%		751.77

（2）2017 年

1）2017 年 12 月 31 日同一控制下应收账款前 10 名客户情况：

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权、机构服务订阅	4,392.30	24.62%	6 个月内	3,260.98
					6-12 个月	1,054.96
					1-2 年	67.82
					2-3 年	8.54
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务	3,179.31	17.82%	6 个月内	3,179.31
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
3	北京壹捌零广告有限公司	互联网广告推广服务	1,625.57	9.11%	6 个月内	1,025.57
					6-12 个月	600.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
4	中国工商银行股份有限公司	机构服务订阅	580.00	3.25%	6 个月内	-
					6-12 个月	580.00
					1-2 年	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	财付通支付科技有限公司	个人服务订阅	498.06	2.79%	6 个月内	498.06
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
6	交通银行股份有限公司	办公软件产品使用授权	296.00	1.66%	6 个月内	96.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	200.00
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	新华人寿保险股份有限公司	办公软件产品使用授权	263.00	1.47%	6 个月内	263.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
8	华为技术有限公司	办公软件产品使用授权	238.40	1.34%	6 个月内	215.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	23.40
					3-4 年	-
					4 年以上	-
9	日本金山（キングソフト株式会社）	办公软件产品使用授权	226.84	1.27%	6 个月内	226.84
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	龙芯中科技术有限公司	办公软件产品使用授权	224.00	1.26%	6 个月内	-
					6-12 个月	224.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
	合计		**11,523.49**	**64.60%**		**11, 523.49**

2）2017 年度新增客户前 10 名应收账款情况

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	北京壹捌零广告有限公司	互联网广告推广服务	1,625.57	9.11%	6 个月内	1,025.57
					6-12 个月	600.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	深圳市市场和质量监督管理委员会	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
3	北京闻道行之科技发展有限公司	办公软件产品使用授权	130.20	0.73%	6 个月内	130.20
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
4	上海璟泰信息科技有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	天津市高级人民法院	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
6	重庆昂格科技有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	北京链家房地产经纪有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
8	陕西省人民检察院	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
9	太原市盈鸿达科技有限公司	办公软件产品使用授权	-	0.00%	6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	昆山百诺信息科技有限公司	互联网广告推广服务	49.82	0.28%	6 个月内	49.82
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
	合计		1,805.59	10.12%		1,805.59

（3）2018 年

1）2018 年 12 月 31 日同一控制下应收账款前 10 名客户情况：

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	中国仪器进出口集团有限公司/中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权	4,590.13	19.66%	6 个月内	384.26
					6-12 个月	1,333.75
					1-2 年	2,843.24
					2-3 年	28.88
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	北京壹捌零广告有限公司/北京壹捌零数字技术有限公司	互联网广告推广服务	1,946.56	8.34%	6 个月内	1,946.56
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	互联网广告推广服务	1,830.56	7.84%	6 个月内	1,830.56
					6-12 个月	-
	浙江天猫技术有限公司				1-2 年	-
					2-3 年	-
	淘宝（中国）软件有限公司				3-4 年	-
					4 年以上	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
4	财付通支付科技有限公司	个人服务订阅	1,062.71	4.55%	6 个月内	1,062.71
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	招商银行股份有限公司	机构服务订阅	919.00	3.94%	6 个月内	820.00
					6-12 个月	
					1-2 年	99.00
					2-3 年	
					3-4 年	
					4 年以上	
6	中国工商银行股份有限公司	机构服务订阅	778.00	3.33%	6 个月内	198.00
					6-12 个月	580.00
					1-2 年	
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	广州晟让信息技术有限公司	互联网广告推广服务	766.13	3.28%	6 个月内	481.13
					6-12 个月	285.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
8	华扬联众数字技术股份有限公司上海分公司	互联网广告推广服务	571.98	2.45%	6 个月内	382.13
					6-12 个月	189.86
					1-2 年	
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
9	中国交通建设股份有限公司	机构服务订阅	498.00	2.13%	6 个月内	498.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	惠州市文化广电新闻出版局	办公软件产品使用授权	472.00	2.02%	6 个月内	472.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	
	合计		**13,435.07**	**57.56%**		**13,435.07**

2）2018 年度新增客户前 10 名应收账款情况

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
1	腾讯科技（北京）有限公司	互联网广告推广服务	47.03	0.20%	6 个月内	47.03
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
2	北京中软启晨科贸有限公司	办公软件产品使用授权	112.00	0.48%	6 个月内	112.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
3	北京可信华泰信息技术有限公司	办公软件产品使用授权	367.20	1.57%	6 个月内	367.20
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
4	北京智联云信科技发展有限公司	机构服务订阅	14.00	0.06%	6 个月内	14.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
5	惠州市文化广电新闻出版局	办公软件产品使用授权	472.00	2.02%	6 个月内	472.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
6	上海凯远网络科技有限公司	办公软件产品使用授权	408.00	1.75%	6 个月内	-
					6-12 个月	408.00
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
7	中国交通建设股份有限公司	办公软件产品使用授权	498.00	2.13%	6 个月内	498.00
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-

序号	客户名称	业务类型	应收账款金额	占比	期末账龄	
					4 年以上	-
8	上海酩祎网络科技有限公司	互联网广告推广服务			6 个月内	
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
9	西安鑫发祥信息科技有限公司	办公软件产品使用授权/机构服务订阅			6 个月内	-
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
10	新疆互联互通信息技术有限公司	办公软件产品使用授权/机构服务订阅			6 个月内	
					6-12 个月	-
					1-2 年	-
					2-3 年	-
					3-4 年	-
					4 年以上	-
	合计		1,918.23	8.22%		1,918.23

3、公司各期末主要应收账款对应收入形成时间、是否在客户信用期范围内，是否超过合同规定还款期限等信息；

（1）2016 年 12 月 31 日

单位：人民币万元

序号	客户名称	应收账款金额	对应收入形成时间		是否在客户信用期范围内	是否超过合同规定还款期限
1	北京派瑞威行广告有限公司	2,283.72	2016 年 7-12 月	2,131.72	是	否
			2016 年 1-6 月	152.00		
			2015 年 1-12 月	-		
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	1,907.75	2016 年 7-12 月	1,901.41	是	否
			2016 年 1-6 月	1.20		
	浙江天猫技术有限公司		2015 年 1-12 月	5.14		
	淘宝（中国）软件有限公司					
3	中国仪器进出口集团公司	1,054.98	2016 年 7-12 月	916.03	是	否
			2016 年 1-6 月	39.31		
			2015 年 1-12 月	99.64		

序号	客户名称	应收账款金额	对应收入形成时间		是否在客户信用期范围内	是否超过合同规定还款期限
4	北京其右合众科技有限公司	700.00	2016 年 7-12 月	600.00	是	否
			2016 年 1-6 月	-		
			2015 年 1-12 月	-		
			2014 年 1-12 月	100.00		
5	北京金山安全软件有限公司	698.23	2016 年 7-12 月	698.23	是	否
	北京金山云网络技术有限公司					
	日本金山（キングソフト株式会社）					
	合计	6,526.45		6,526.45		

（2）2017 年 12 月 31 日

单位：人民币万元

序号	客户名称	应收账款金额	对应收入形成时间		是否在客户信用期范围内	是否超过合同规定还款期限
1	中国仪器进出口集团公司	4,392.30	2017 年 7-12 月	3,260.98	是	否
			2017 年 1-6 月	1,054.96		
			2016 年 1-12 月	67.82		
			2015 年 1-12 月	8.54		
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	3,179.31	2017 年 7-12 月	3,179.31	是	否
	浙江天猫技术有限公司		2017 年 1-6 月	-	是	否
	淘宝（中国）软件有限公司					
3	北京壹捌零广告有限公司	1,625.57	2017 年 7-12 月	1,025.57	是	否
			2017 年 1-6 月	600.00		
			2016 年 1-12 月	-		
			2015 年 1-12 月	-		
4	中国工商银行股份有限公司	580.00	2017 年 7-12 月	-	是	否
			2017 年 1-6 月	580.00		
			2016 年 1-12 月	-		
5	财付通支付科技有限公司	498.06	2017 年 7-12 月	498.06	是	否
			2017 年 1-6 月	-		
			2016 年 1-12 月	-		
	合计	10,275.25		10,275.25		

（3）2018 年 12 月 31 日

单位：人民币万元

序号	客户名称	应收账款金额	期末账龄		是否在客户信用期范围内	是否超过合同规定还款期限
1	中国仪器进出口集团有限公司/中国仪器进出口集团公司	4,590.13	2018 年 7-12 月	384.26	是	否
			2018 年 1-6 月	1,333.75		
			2017 年 1-12 月	2,843.24		
			2016 年 1-12 月	28.88		
2	北京壹捌零广告有限公司/北京壹捌零数字技术有限公司	1,946.56	2018 年 7-12 月	1,946.56	是	否
			2018 年 1-6 月	-		
			2017 年 1-12 月	-		
			2016 年 1-12 月	-		
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	1,830.56	2018 年 7-12 月	1,830.56	是	否
			2018 年 1-6 月	-		
	浙江天猫技术有限公司		2017 年 1-12 月	-		
	淘宝（中国）软件有限公司		2016 年 1-12 月	-		
4	财付通支付科技有限公司	1,062.71	2018 年 7-12 月	1,062.71	是	否
			2018 年 1-6 月	-		
			2017 年 1-12 月	-		
			2016 年 1-12 月	-		
5	招商银行股份有限公司	919.00	2018 年 7-12 月	820.00	是	否
			2018 年 1-6 月			
			2017 年 1-12 月	99.00		
			2016 年 1-12 月			
	合计	10,348.95		10,348.95		

公司针对某些代理国企、央企、政府部门、金融类客户的经销商、总经销商中国仪器进出口集团公司以及北京壹捌零广告有限公司、北京派瑞威行广告有限公司等代理商，由于终端回款周期较长等特殊原因，经审批后信用额度和回款信用周期单独确定；直签银行类客户的付款流程较为复杂且其付款流程耗时较长，但通常回款风险较小，因此确认其收入形成时间在客户信用期范围内。

4、公司各期末应收账款期后回收情况，并结合期后回款情况及同行业上市公司分析说明应收账款的坏账准备计提标准的合理性以及坏账计提的准确性，是否有回款风险；

报告期各期，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：人民币万元

财务报表日	组合类别	期末余额	2017 年回款金额	截至 2017 年 12 月 31 日累计回款占比	2018 年回款金额	截至 2018 年 12 月 31 日累计回款占比	2019 年 1 月-4 月回款金额	截至 2019 年 4 月 30 日累计回款占比
2016 年 12 月 31 日	无风险组合							
	账龄分析法组合	15,631.55	13,993.87	89.52%	752.50	94.34%	33.65	94.55%
	合计	**15,631.55**	**13,993.87**	**89.52%**	**752.50**	**94.34%**	**33.65**	**94.55%**
2017 年 12 月 31 日	无风险组合							
	账龄分析法组合	17,837.33			13,063.79	73.24%	327.55	75.07%
	合计	**17,837.33**			**13,063.79**	**73.24%**	**327.55**	**75.07%**
2018 年 12 月 31 日	无风险组合							
	账龄分析法组合	23,342.45					9,265.87	39.70%
	合计	**23,342.45**					**9,265.87**	**39.70%**

公司与同行业公司应收账款坏账准备计提政策对比如下：

项目	本公司	用友网络	久其软件	鼎捷软件	东方通	广联达	泛微网络
单项金额重大的判断依据或金额标准	应收账款余额前十名	金额在 200 万以上	期末单项余额在 200 万以上	金额在 150 万以上	金额在 300 万以上	金额在 100 万以上	单个客户金额在 100 万以上
不计提坏账准备的应收账款	合并范围内关联方应收账项	无	内部及关联方应收账项	无	合并范围内应收组合	无	合并范围内关联往来组合
采用账龄分析法计提坏账准备的计提方法：							
6 个月（含）以内	0%	0%	0%	3%	5%	5%	5%
6 个月-1 年以内	1%	0%	5%	10%	5%	5%	5%
1-2 年	5%	10%	10%	1-1.5 年 40%，1.5-2 年 100%	10%	10%	10%
2-3 年	15%	20%	15%	100%	20%	20%	20%
3-4 年	30%	40%	20%	100%	40%	50%	100%
4-5 年	100%	50%	20%	100%	80%	100%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

从上表可以看出，公司应收款项会计政策中，单项金额重大的判断依据采用相对金额大小，与大部分同行业公司设定的绝对金额并无实质区别，均将主要的大额应收账款纳入了单项考虑的范畴，采用账龄分析法计提坏账准备的计提方法，由于业务模式、客户性质不同，各公司的坏账计提政策也存在差异，其中鼎捷软件最为谨慎，账龄在 1.5 年以上即全额计提坏账准备，用友网络较为宽松，应收账款账龄在 1 年以内的均不计提坏账准备，账龄超过 5 年按 100%计提，公司采用账龄分析法计提坏账准备的计提方法与同行业公司相比处于中游水平。按账龄分析法计提坏账准备的应收账款：

单位：人民币万元

账龄	2018 年 12 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例（%）
6 个月以内	14,742.80		
6-12 个月	3,826.11	38.26	1.00
1-2 年	3,888.35	194.42	5.00
2-3 年	365.25	54.79	15.00
3-4 年	189.60	56.88	30.00

4 年以上	330.34	330.34	100.00
合计	**23,342.45**	**674.69**	

续：

账龄	2017 年 12 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例（%）
6 个月以内	12,400.42		
6-12 个月	3,799.22	37.99	1.00
1-2 年	972.40	48.62	5.00
2-3 年	331.49	49.72	15.00
3-4 年	333.80	100.14	30.00
4 年以上			100.00
合计	**17,837.33**	**236.48**	

续：

账龄	2016 年 12 月 31 日		
	应收账款	坏账准备	计提比例（%）
6 个月以内	12,758.60		
6-12 个月	1,385.86	13.86	1.00
1-2 年	767.60	38.38	5.00
2-3 年	704.76	105.71	15.00
3-4 年	14.74	4.42	30.00
4 年以上			100.00
合计	**15,631.55**	**162.37**	

公司已按照上述会计政策充分计提减值准备，应收账款账龄及坏账准备计提情况如下表所示：

单位：人民币万元

账龄	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日			2016 年 12 月 31 日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
6 个月以内	14,742.80	63.16%	-	12,400.42	69.52%	-	12,758.60	81.62%	-
6-12 个月	3,826.11	16.39%	38.26	3,799.22	21.30%	37.99	1,385.86	8.87%	13.86
1-2 年	3,888.35	16.66%	194.42	972.40	5.45%	48.62	767.60	4.91%	38.38
2-3 年	365.25	1.56%	54.79	331.49	1.86%	49.72	704.76	4.51%	105.71

账龄	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日			2016 年 12 月 31 日		
	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备	账面余额	占比	坏账准备
3-4 年	189.60	0.81%	56.88	333.80	1.87%	100.14	14.74	0.09%	4.42
4 年以上	330.34	1.42%	330.34	-	0.00%	-	-	-	-
合计	**23,342.45**	**100.00%**	**674.69**	**17,837.33**	**100.00%**	**236.48**	**15,631.55**	**100.00%**	**162.37**

综上，截至 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款账龄在 6 个月内的比重分别为 81.62%、69.52%及 63.16%，账龄在一年以内的比重分别为 90.49%、90.82%及 79.55%，一年以上的应收账款比重整体较低，应收账款账龄结构稳定、合理、坏账计提准确。总体而言，公司应收账款质量较好，回款风险较小。

5、报告期各期末应收账款中已过信用期部分的主要形成原因及回款情况，是否存在第三方回款；

如本题中问题 1 中所述，报告期内不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

报告期内，公司主要开展的业务包括办公软件产品使用授权业务、互联网广告推广服务业务（第三方平台广告、自营/代理广告及其他）及办公服务订阅业务（个人服务订阅业务、机构服务订阅业务），其中第三方平台广告（阿里妈妈）、个人服务订阅业务主要通过第三方渠道（支付宝、财付通等）进行回款，其他业务主要通过银行转账方式进行回款。上述业务均与客户签订经济合同（线下）或电子协议（线上）。

我们对公司在报告期内各期销售业务的回款情况（即销售商品、提供劳务收到的现金）进行了抽样核查，抽样标准为：

（1）单笔回款金额在 100 万元（含）以上的，全部选取；

（2）单笔回款金额在 100 万元以下的，随机选取，直到总抽样金额占比达到 70%。

基于上述抽样标准，我们对公司报告期内回款情况的核查范围如下：

单位：人民币万元

期间	抽查金额	签订经济合同比例	覆盖当期回款比例	回款方式							
				银行渠道回款	占比	第三方支付渠道回款					
						抽查支付宝回款金额	占比	抽查微信回款金额	占比	抽查苹果回款金额	占比
2016 年	43,076.31	100%	73.61%	33,379.75	57.04%	9,462.20	16.17%	234.36	0.40%	-	-

期间	抽查金额	签订经济合同比例	覆盖当期回款比例	回款方式							
				银行渠道回款	占比	第三方支付渠道回款					
						抽查支付宝回款金额	占比	抽查微信回款金额	占比	抽查苹果回款金额	占比
2017 年	60,951.85	100%	71.36%	32,601.75	38.17%	18,348.14	21.48%	10,001.96	11.71%	-	-
2018 年	94,102.44	100%	75.27%	38,017.21	30.41%	27,064.21	21.65%	26,429.94	21.14%	2,591.08	2.07%

具体核查程序为：

（1）根据选取的每一笔银行回款凭证记录，检查银行回单所载的付款人信息、金额与记账凭证的金额、对方科目明细是否一致，并记录交易流水号；同时，追查与该回款对应的合同/协议是否签订、合同/协议的交易对手方与回款方是否一致，约定的交易金额与最终回款金额是否一致，如不一致，是否签订补充协议；

（2）通过第三方渠道（支付宝、财付通）回款的业务主要为第三方互联网广告推广平台业务以及个人客户办公服务订阅业务，其中个人客户办公服务订阅业务 2017 年较 2016 年全年增长超过 100%，2018 年较 2017 年全年增长也超过 100%，导致第三方支付渠道回款金额也大幅增长，回款数据与业务增长情况匹配。上表选取的第三方支付渠道回款凭证系公司从第三方支付渠道的提现记录，其中，财付通提现频率为每 7 日自动提现，支付宝系每月末对账户余额主动提现。根据上述特征，首先对公司月提现总额与对应月份支付宝/财付通的交易收款总额进行核对，再抽查每笔收款的订单信息，包括订单号、交易时间、交易内容、交易对方及交易金额等信息是否合理，并在所有交易账号中随机抽查，记录对方名称、手机号或邮箱号，采取电话或邮件问询的方式确认业务真实性。

对于银行渠道回款，报告期存在个别回款方与合同方不一致的情形，但均符合合同中对于付款方的具体约定（主要系付款方为合同方控股子公司的情形），具体情形如下：

2016 年度

序号	合同方	金额（万元）	付款方	具体原因及必要性分析
1	福州市数字福州建设领导小组办公室	180.00	福州市财政局	查阅合同中对于付款方的约定（合同需在财政局备案），付款方满足合同要求；
2	中国建筑第一工程局有限公司	125.78	中建一局集团物流有限公司、中建一局集团装饰工程有限公司、中国建筑股份有限公司北京分公司 北京中建建筑设计院有限公司、中国建筑一局（集团）有限公司深圳分公	查阅合同中对于付款方的约定以及付款方工商登记信息，付款方为合同方控股子公司，满足合同要求；

序号	合同方	金额（万元）	付款方	具体原因及必要性分析
			司、中建一局集团第五建筑有限公司、中国建筑一局（集团）有限公司河北分公司、中国建筑一局（集团）有限公司、中建一局集团第三建筑有限公司、中建一局集团第一建筑有限公司、中建一局集团安装工程有限公司	
3	中国华融资产管理股份有限公司	102.57	华融融德资产管理有限公司、华融证券股份有限公司、华融湘江银行股份有限公司、华融金融租赁股份有限公司、华融期货有限责任公司、华融前海财富管理股份有限公司、华融渝富股权投资基金管理有限公司、华融国际信托有限责任公司	查阅合同中对于付款方的约定以及付款方工商登记信息，付款方为合同方控股子公司，满足合同要求；
4	中国华融资产管理股份有限公司	77.04	华融置业有限责任公司、华融（中国)投资管理有限公司、深圳华融致诚投资咨询有限公司、华融通远（上海）投资管理有限公司、华融致远投资管理有限责任公司	查阅合同中对于付款方的约定以及付款方工商登记信息，付款方为合同方控股子公司，满足合同要求；
5	宁夏银行股份有限公司	66.00	宁夏银行总行清算中心	查阅合同中对于付款方的约定，付款方满足合同要求；
6	杭州市余杭区信息化管理中心	45.30	杭州市余杭区财政局	查阅合同中对于付款方的约定（合同需在财政局备案），付款方满足合同要求；
7	英域成语言培训（上海）有限公司	34.38	广东英孚英语培训中心有限公司	合同方为英孚教育成员企业之一，且合同中明确其服务范围应包括广东英孚英语培训中心有限公司及其分支机构等 13 家英孚教育成员企业，付款方符合合同约定
合计		**631.07**		

2017 年度，未发现付款方与合同方不一致的情况。

2018 年度

序号	合同方	金额（万元）	付款方	具体原因及必要性分析
1	北京壹捌零数字技术有限公司	1,236.65	天津壹捌零广告有限公司	查阅合同及代付协议中对于付款方的约定以及付款方工商登记信息，付款方为合同方控股子公司，满足合同要求；
合计		**1,236.65**		

综上，2016 年度、2018 年度付款方与合同方不一致的情形均符合合同中关于付款方的约定，金额分别为 631.07 万元、1,236.65 万元，占当期主营业务收入比例分别为 1.16%、1.09%；上述付款方及合同方与公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员均不存在关联关系，亦不涉及境外销售及潜在纠纷。

个人办公服务订阅业务收入 2016 年至 2018 年分别为 4,831.00 万元、14,785.50 万元、36,974.92 元，复合增长率为 176.65%，由于个人办公服务订阅收入的快速增长，导致第三方支付渠道回款金额大幅增长，与公司的业务发展相匹配。对于该类业务，通过检查了订单后台的订单明细、第三方支付后台的支付明细并与财务系统入账金额进行核对，同时复核了 IT 审计报告，未发现多用户同时使用一个支付账户支付的情况，间接证明其购买方与付款方的匹配性。

6、分析和披露公司应收账款周转率变动的原因，以及低于可比上市公司应收账款周转率的原因；

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司对比如下：

公司	2018 年度	2017 年度	2016 年度
鼎捷软件	8.96	6.82	4.98
东方通	1.14	0.96	1.15
广联达	23.25	24.23	31.20
泛微网络	16.29	18.72	14.76
用友网络	5.34	4.09	3.27
久其软件	5.41	5.02	5.36
中位值	**7.18**	**5.92**	**5.17**
平均值	**10.06**	**9.97**	**10.12**
金山办公股份	5.61	4.50	3.69

从上表可以看出，同行业公司中，2016 年-2018 年广联达和泛微网络的应收账款周转率明显高于其他公司，泛微网络在业务经营中主要采取预收款方式与客户结算，应收账款金额较小。广联达的收入确认政策中，对于销售占比最大的造价类软件产品为在收到货款或取得收取货款的凭据时确认销售收入，因此应收账款周转率显著高于行业。报告期内，公司应收账款周转率与其他同行业公司可比，总体回款情况较好。

7、2017 年、2018 年中国仪器进出口集团公司和 2016 年北京派瑞威行广告有

限公司应收账款金额较大的原因。

报告期内，中国仪器进出口集团公司/中国仪器进出口集团有限公司应收账款变化情况如下：

单位：人民币万元

项目	应收账款期初余额	当期收入（含税）	当期回款	应收账款期末余额
2016 年度	4,536.35	5,988.21	9,469.58	1,054.98
2017 年度	1,054.98	8,473.54	5,136.22	4,392.30
2018 年度	4,392.30	5,121.32	4,923.49	4,590.13

中国仪器进出口集团公司/中国仪器进出口集团有限公司（以下简称“中仪”）为国资委指定中央企业正版软件集中采购平台，为公司的总经销商，因其终端客户为国企、央企，据其与公司的合同约定，当中仪与最终用户签订的软件产品场地授权购置合同中约定最终用户分期支付授权费用时，中仪有权要求向公司分期付款，且按照中仪与最终用户签订的购置合同中约定的付款时间、付款次数、每次付款金额占合同总金额的比例、付款方式向公司支付软件产品场地授权费用。因合同条款中的规定以及最终用户付款流程长付款慢导致中仪应收账款金额较大。

报告期内，北京派瑞威行广告有限公司应收账款变化情况如下：

单位：人民币万元

项目	应收账款期初余额	当期收入（含税）	当期回款	应收账款期末余额
2016 年度	213.27	2,467.89	397.44	2,283.72
2017 年度	2,283.72	-	2,283.72	-

北京派瑞威行广告有限公司（以下简称“派瑞威行”）为广告代理商，其最终客户为京东，因合同中约定派瑞应在广告执行完毕后120个自然日内全额付款，且派瑞威行回款需京东将广告款项支付给派瑞威行后派瑞威行方能支付给公司。由于其最终客户京东在年底进行较多促销活动，使得公司与派瑞威行的互联网广告推广业务多发生在年末，导致该客户应收账款期末余额较大。截至 2017 年 10 月，公司对派瑞威行的应收款项已全额收回。

（二）说明

1、报告期内是否存在应收账款抵消或核销的情形；

报告期内，公司不存在应收账款抵消的情况，应收账款核销情况如下：

（1）2016 年核销应收账款

单位：人民币万元

单位名称	核销金额	核销原因
友融博汇信息技术有限公司	10.00	对方公司被查封，合作关系终止
百度在线网络技术(北京)有限公司	5.06	款项形成时间较长，无法联系到对方单位经办人员，公司判断该金额难以收回
其他	2.18	无法联系到对方单位或对方拒绝付款等，因金额较小，公司决定进行核销
合计	17.24	

（2）2017 年核销应收账款

2017 年公司无应收账款核销。

（3）2018 年核销应收账款

单位名称	核销金额	核销原因
德州市电子政务办公室	2.88	德州市已被列入国家第二期应用试点单位，试点工作已于 2017 年底前启动。因一期工作已圆满完成国家试点任务，原有的设备和软件系统已不能完全满足二期试点要求，且试点二期实施时间与试点一期维保服务时间重叠，需重新采购新的软硬件设备，目前已与客户协商签订终止协议，客户不再支付我司尾款。
合计	2.88	

根据公司《应收账款管理制度》的规定，对于账龄较长、已停止合作客户或其他原因导致存在回款风险的应收款项，由财务部或业务部门提出核销申请，并经 CEO 审批后进行核销。

报告期内，公司核销应收账款均需通过业务或运营部门确认，确实无法收回后可申请作为坏账核销，商务或运营部门填写坏账核销申请表，业务线领导审批-财务部门审批-CEO 审批。

2、报告期应收账款前 5 名与前 5 大客户不匹配的原因。

（1）2016 年度

应收账款前 5 名：

单位：人民币万元

序号	单位名称	账面余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
1	北京派瑞威行广告有限公司	2,283.72	2,328.20	2,467.89	互联网广告推广服务
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	1,907.75	8,625.21	9,142.73	互联网广告推广服务
3	中国仪器进出口集团公司	1,054.98	5,116.91	5,988.21	办公软件产品使用授权

序号	单位名称	账面余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
4	北京其右合众科技有限公司	700.00	598.29	700.00	办公软件产品使用授权
5	中国工商银行股份有限公司	580.00	547.17	580.00	机构服务订阅
合计		**6,526.45**	**17,215.78**	**18,878.83**	

营业收入前 5 名：

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	当期收入	应收账款期末余额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务	8,625.21	1,907.75
2	中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权	5,116.91	1,054.98
3	北京金山安全软件有限公司 日本金山（キングソフト株式会社） 北京金山云网络技术有限公司	互联网广告推广服务 办公软件产品使用授权 互联网广告推广服务	3,495.20	698.23
4	百度在线网络技术（北京）有限公司 百度时代网络技术（北京）有限公司 Baidu（Hong Kong）Limited	互联网广告推广服务	2,785.78	139.30
5	北京派瑞威行广告有限公司	互联网广告推广服务	2,328.20	2,283.72
合计			**22,351.30**	**6,083.98**

2016 年末公司应收账款前五大中，北京其右合众科技有限公司和中国工商银行股份有限公司未包含在当期前五大客户中。北京其右合众科技有限公司为北京市代理商，2016 年其最大的终端客户为金融企业，回款慢，且终端客户中采购量最大的终端客户采购发生在 12 月月末，导致该客户期末应收账款余额较大；中国工商银行股份有限公司为机构服务订阅业务客户，合同中约定服务提供完成后付款，合同中约定的服务期限为 2016 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，截止 2016 年 12 月 31 日，服务已提供完成，收入可以确认，但因相应款项支付程序等影响，付款有所延迟，因而该客户应收账款余额较大。

（2）2017 年度

应收账款前 5 名：

单位：人民币万元

序号	单位名称	应收账款余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
1	中国仪器进出口集团公司	4,392.30	7,267.85	8,473.54	办公软件产品使用授权、机构服务订阅
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	3,179.32	13,022.70	13,804.06	互联网广告推广服务

序号	单位名称	应收账款余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
3	北京壹捌零广告有限公司	1,625.57	5,251.25	5,566.32	互联网广告推广服务
4	中国工商银行股份有限公司	580.00	547.17	580.00	机构服务订阅
5	财付通支付科技有限公司	498.06	-	-	个人服务订阅
合计		**10,275.25**	**26,088.97**	**28,423.92**	

营业收入前 5 名：

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	当期收入	应收账款期末余额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务	13,022.70	3,179.32
2	中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权、机构服务订阅	7,267.85	4,392.30
3	北京壹捌零广告有限公司	互联网广告推广服务	5,251.25	1,625.57
4	日本金山(キングソフト株式会社) 北京金山安全软件有限公司	办公软件产品使用授权、互联网广告推广服务	1,660.73	272.67
5	黑龙江鑫联华信息股份有限公司	办公软件产品使用授权	1,354.30	-
合计			**28,556.83**	**9,469.86**

2017 年末公司应收账款前五大中，中国工商银行股份有限公司和财付通支付科技有限公司未包含在当期前五大客户中。中国工商银行股份有限公司为机构服务订阅业务，合同中约定服务提供完成后付款，合同中约定的服务期限为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日，截止 2017 年 12 月 31 日，服务已提供完成，收入可以确认，但因相应款项支付程序等影响，付款有所延迟，因而该客户应收账款余额较大；财付通支付科技有限公司为个人服务订阅客户，财付通仅作为收款平台，其最终用户为个人客户，公司并不对财付通确认收入，因而该客户无收入。

（3）2018 年度

应收账款前 5 名：

单位：人民币万元

序号	单位名称	应收账款余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
1	中国仪器进出口集团有限公司/中国仪器进出口集团公司	4,590.13	4,415.57	5,121.32	办公软件产品使用授权、机构服务订阅
2	北京壹捌零广告有限公司/北京壹捌零数字技术有限公司	1,946.56	6,599.02	6,994.96	互联网广告推广服务
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	1,830.56	15,664.15	16,604.00	互联网广告推广服务
4	财付通支付科技有限公司	1,062.71	-	-	个人服务订阅

序号	单位名称	应收账款余额	当期收入（不含税）	当期收入（含税）	业务类型
5	招商银行股份有限公司	919.00	706.90	820.00	机构服务订阅
合计		**10,348.95**	**27,385.64**	**29,540.28**	

营业收入前 5 名：

单位：人民币万元

序号	客户名称	业务类型	当期收入	应收账款期末余额
1	杭州阿里妈妈软件服务有限公司 浙江天猫技术有限公司 淘宝（中国）软件有限公司	互联网广告推广服务	15,664.15	1,830.56
3	北京壹捌零广告有限公司/北京壹捌零数字技术有限公司	互联网广告推广服务	6,599.02	1,946.56
3	中国仪器进出口集团有限公司/中国仪器进出口集团公司	办公软件产品使用授权、机构服务订阅	4,415.57	4,590.13
4	广州晟让信息技术有限公司	互联网广告推广服务	2,539.75	766.13
5	深圳市腾讯计算机系统有限公司 腾讯科技（北京）有限公司	互联网广告推广服务	2,045.43	397.95
合计			**31,263.92**	**9,531.33**

经查实，2018 年起中国仪器进出口集团公司更名为中国仪器进出口集团有限公司，北京壹捌零广告有限公司更名为北京壹捌零数字技术有限公司，2018 年应收账款前五名中，财付通科技有限公司未包括在前五大客户中。由于财付通支付科技有限公司为个人服务订阅客户，财付通仅作为收款平台，其最终用户为个人客户，公司并不对财付通确认收入，因而该客户无收入。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取《客户信用管理制度》，检查主要客户应收账款金额、欠款周期是否符合内控制度的规定；

2、检查主要客户业务合同约定的结算条款，与营业收入、应收账款及信用管理制度的规定进行对比分析，识别是否存在放宽信用政策的情况；

3、编制同一控制下应收账款前 10 名客户应收账款金额、占比、账龄、业务类型明细表；

4、编制客户收入、应收账款明细表，对应收账款占营业收入的比例变化进行量化分析；

5、列表对比各期应收账款前 5 名及前 5 大客户的业务类型，收入、应收账款金额，结合实际回款情况分析两者不匹配的原因；

6、查询同行业可比上市公司坏账准备计提政策以及同行业公司应收账款周转率，对比分析本公司会计政策及应收账款周转率合理性；

7、编制报告期内新增客户应收账款金额、占比、账龄、业务类型明细表；

8、检查中国仪器进出口集团公司/中国仪器进出口集团有限公司和北京派瑞威行广告有限公司合同约定、终端客户情况，结合信用政策对两家客户应收账款变动情况进行分析；

9、编制应收账款核销明细表，询问复核核销原因，检查核销履行的内部审批程序；

10、根据选取的每一笔银行回款凭证记录，检查银行回单所载的付款人信息、金额与记账凭证的金额、对方科目明细是否一致，并记录交易流水号；同时，追查与该回款对应的合同/协议是否签订、合同/协议的交易对手方与回款方是否一致，约定的交易金额与最终回款金额是否一致，如不一致，是否签订补充协议；

11、对于选取的每一笔银行回款凭证记录，检查其付款方与合同约定是否相符及外部函证程序实施情况；

12、对于第三方支付渠道（除阿里妈妈对应的互联网广告推广服务收入外）的情形，检查其订单记录、支付记录、对应业务支付明细与订单明细的匹配性，并对明细数据进行用户付费真实性分析、用户购买真实性分析及用户使用真实性分析等维度分析。

核查意见：

经核查，我们认为金山办公股份已建立客户信用内控管理制度并严格执行；报告期内各类业务应收账款金额与客户约定的结算周期相符，占相应营业收入比例及其变化具备合理性，不存在放宽信用期增加销售收入的情形；公司坏账准备计提政策与同行业上市公司相比无实质性差异，坏账准备计提比例具备充分性，公司应收账款质量较好，回款风险较小；报告期内，公司不存在第三方回款。公司应收账款周转率略低于与同行业可比公司中位值和平均值，合理反映了实际回款情况；2017 年、2018 年中国仪器进出口集团公司和 2016 年北京派瑞威行广告有限公司应收账款金额较大具有合理原因；应收账款前 5 名与前 5 大客户不匹配系因业务模式、回款条件不同等合理原因导致；报告期内公司不存在应收账款抵

消的情况且核销均具备合理原因并履行了相应的内部审批程序。

问题三十三、招股说明书披露，报告期内，公司的投资收益分别为 637.43 万元、1,504.14 万元及 4,995.69 万元，主要包括银行投资理财收益及处置可供出售金融资产取得的投资收益，2018 年较 2017 年增幅达 232.12%，主要系银行投资理财收益大幅增长所致。报告期各期末，发行人其他流动资产金额分别为 38,620.00 万元、84,854.00 万元及 104,893.34 万元，主要系公司为提高账面留存货币资金的财务收益购买的保本型银行理财产品。

请发行人补充披露：报告期内购买理财产品的具体情况和会计处理，相关资产在资产负债表中的分类情况。请发行人说明：本次募集资金预计 20 亿元以上，鉴于公司账面实际货币资金较多，请发行人进一步说明募集资金的必要性和合理性。

请保荐机构和申报会计师核查，并就发行人的相关处理和列报是否符合《企业会计准则》相关规定发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、报告期内购买理财产品的具体情况和会计处理，相关资产在资产负债表中的分类情况。

报告期内公司购买理财产品的具体情况如下：

2016 年度：

单位：人民币万元

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"恒利盈"系列保本投资产品：投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,000.00	2016/2/4	2016/5/4	16.98
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2016032910006	东亚银行北京分行	2,000.00	2016/3/29	2016/6/29	15.43
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2016033110001	东亚银行北京分行	5,570.00	2016/3/31	2016/6/28	42.22
"恒利盈"系列保本投资产品：投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	3,000.00	2016/5/27	2016/8/31	23.77
"薪加薪 16 号"人民币理财计划：产品编号：XJXSLJ3892	广发银行望京支行	5,600.00	2016/6/29	2016/9/20	40.85
"薪加薪 16 号"人民币理财计划：产品编号：XJXSLJ3945	广发银行望京支行	2,000.00	2016/7/5	2016/10/25	19.11

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	2,019.00	2015/10/27	2016/1/27	17.80
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2015122210018	东亚银行北京分行	2,000.00	2015/12/22	2016/3/22	18.20
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2015123010037	东亚银行北京分行	5,570.00	2015/12/30	2016/3/30	50.69
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	1,500.00	2015/10/14	2016/1/14	13.42
市场联动系列利率挂钩投资产品 SMALI15041R	渣打银行北京分行	2,600.00	2015/10/15	2016/1/13	29.25
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	1,500.00	2015/11/25	2016/2/25	15.14
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR10	恒生银行北京分行	3,000.00	2015/9/8	2016/3/8	57.63
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2015/12/16	2016/3/4	4.05
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	1,300.00	2015/12/30	2016/2/16	2.59
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2016/6/6	2016/7/14	1.51
结构性存款	兴业银行珠海分行	300.00	2015/10/20	2016/4/18	4.91
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	1,513.00	2016/1/14	2016/4/14	13.39
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	3,500.00	2016/1/15	2016/4/15	30.96
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	3,000.00	2016/3/8	2016/6/8	29.13
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,526.00	2016/4/14	2016/7/14	12.92
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	3,530.00	2016/4/15	2016/7/15	29.89
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR05	恒生银行北京分行	2,500.00	2016/5/27	2016/8/31	21.00
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	3,030.00	2016/6/8	2016/9/8	24.00
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,000.00	2016/6/17	2016/9/19	16.45
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,000.00	2016/7/6	2016/10/11	8.49
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,500.00	2016/7/14	2016/7/28	1.46
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	600.00	2016/7/15	2016/7/29	0.58
市场联动系列 SMALI16031R	渣打银行北京分行	3,000.00	2016/7/25	2016/10/21	29.33
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	2,158.00	2016/7/29	2016/10/31	17.53
利多多惠至 28 天；产品代码：2101157371	浦发银行北京亚运村支行	1,000.00	2016/8/16	2016/9/13	2.30
"蕴通财富•日增利"S 款，产品编号：0191120108	交通银行林萃路支行	4,700.00	2016/9/1	2016/9/11	3.40
"蕴通财富•日增利"S 款，产品编号：0191120108	交通银行林萃路支行	1,500.00	2016/9/1	2017/1/30	-

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
公司 16JG792 期；产品代码：1101168792	浦发银行北京亚运村支行	1,000.00	2016/9/21	2016/12/21	7.20
"蕴通财富•日增利"S 款，产品编号：0191120108	交通银行林萃路支行	1,000.00	2016/9/30	2016/10/12	0.72
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4475	广发银行望京支行	7,900.00	2016/9/13	2017/3/13	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4533	广发银行望京支行	7,100.00	2016/9/21	2017/3/21	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,075.00	2016/10/27	2016/11/10	2.49
市场联动系列利率挂钩投资产品 SMALI16038R	渣打银行北京分行	3,000.00	2016/10/28	2017/2/13	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4655	广发银行望京支行	4,000.00	2016/10/12	2017/10/12	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,220.00	2016/11/1	2017/1/23	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4946	广发银行望京支行	4,900.00	2016/11/11	2017/11/13	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	1,500.00	2016/12/8	2017/1/19	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,000.00	2016/12/13	2017/1/19	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	900.00	2016/12/20	2017/1/19	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,500.00	2016/12/29	2017/6/29	-
"蕴通财富•日增利"S 款，产品编号：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2016/12/1	2017/3/1	-
"蕴通财富•日增利"S 款，产品编号：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2016/12/27	2017/6/27	-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2016/3/7	2016/12/23	11.83
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2016/4/7	2016/4/28	0.81
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2016/10/19		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2016/12/30	2017/1/24	-
	合计				637.43

2017 年度：

单位：人民币万元

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2017051910039	东亚银行北京分行	1,600.00	2017/5/19	2017/11/20	35.14
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ6390	广发银行望京支行	6,600.00	2017/6/12	2017/8/11	47.59
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2017101210005	东亚银行北京分行	5,400.00	2017/10/12	2018/4/12	-

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2017101910014	东亚银行北京分行	6,500.00	2017/10/19	2018/4/19	-
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期；产品代码：1101168902	浦发银行世纪城支行	5,000.00	2017/8/2	2017/10/31	47.81
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期；产品代码：1101168902	浦发银行世纪城分行	5,000.00	2017/11/1	2018/1/30	-
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行上地分行	1,400.00	2017/10/9	2017/10/12	0.30
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2017/1/6	2018/1/31	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ5539	广发银行望京支行	1,000.00	2017/2/17	2017/5/18	9.62
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	700.00	2017/2/10	2018/1/31	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ5723	广发银行望京支行	6,300.00	2017/3/14	2017/6/12	61.36
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行上地支行	800.00	2017/1/25	2017/2/6	0.74
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ5385	广发银行望京支行	1,000.00	2017/1/16	2017/4/17	9.35
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	3,400.00	2017/1/19	2017/4/19	31.88
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	2,000.00	2017/4/24	2017/6/4	6.75
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR06	恒生银行北京分行	4,500.00	2017/1/3	2017/7/3	72.40
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,250.00	2017/1/24	2017/7/23	42.42
招商银行结构性存款 CBJ01467	招商银行上地支行	9,700.00	2017/3/23	2017/4/24	36.74
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行上地支行	2,000.00	2017/3/15	2017/3/23	1.23
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,300.00	2017/2/13	2017/8/14	44.53
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	900.00	2017/3/30	2017/4/13	1.37
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	1,000.00	2017/2/20	2017/8/21	18.96
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/3/1	2017/9/1	38.84
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	6,200.00	2017/4/19	2017/10/19	133.94
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	7,700.00	2017/4/24	2017/10/24	170.27
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,000.00	2017/5/4	2017/11/6	22.73
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	1,000.00	2017/5/12	2017/11/13	22.61
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	1,000.00	2017/6/19	2017/12/19	24.91

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	1,400.00	2017/1/17	2017/1/24	0.65
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2016/12/30	2017/1/24	0.94
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/2/8	2017/5/5	3.51
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/2/14	2017/4/5	2.05
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/4/6	2017/4/7	0.02
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/5/27	2017/7/14	1.95
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/5/31	2017/7/6	1.46
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/1/25		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/5/18	2017/12/11	8.88
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	700.00	2017/6/30	2017/9/4	3.80
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	200.00	2017/6/30	2017/8/4	0.58
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/6/30	2017/8/9	1.64
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120109	交通银行珠海分行	500.00	2017/8/31	2017/9/11	0.38
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	700.00	2017/9/30	2017/10/16	0.87
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/10/27		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/11/17		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/11/27	2017/12/4	0.24
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/11/29		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	800.00	2017/12/20		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	1,500.00	2016/9/1	2017/1/30	16.12
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4475	广发银行望京支行	7,900.00	2016/9/13	2017/3/13	129.28
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4533	广发银行望京支行	7,100.00	2016/9/21	2017/3/21	116.19
市场联动系列利率挂钩投资产品 SMALI16038R	渣打银行北京分行	3,000.00	2016/10/28	2017/2/13	34.20
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2016/12/27	2017/6/27	6.95
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,220.00	2016/11/1	2017/1/23	15.36
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	1,500.00	2016/12/8	2017/1/19	5.69

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,000.00	2016/12/13	2017/1/19	3.19
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	900.00	2016/12/20	2017/1/19	2.63
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2016/12/1	2017/3/1	3.74
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4655	广发银行望京支行	4,000.00	2016/10/12	2017/10/12	132.00
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ4946	广发银行望京支行	4,900.00	2016/11/11	2017/11/13	160.12
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,500.00	2016/12/29	2017/6/29	46.26
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2016/10/19		-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/3/6	2017/3/13	0.24
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	4,600.00	2017/7/3	2018/1/3	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR08	恒生银行北京分行	8,000.00	2017/7/11	2018/1/11	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	10,400.00	2017/8/14	2018/3/14	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR05	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/8/25	2017/9/8	3.59
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	1,600.00	2017/8/21	2018/5/21	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	5,500.00	2017/9/1	2018/2/1	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,700.00	2017/9/8	2018/3/8	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/9/29	2018/3/29	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/9/22	2018/3/22	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR05	恒生银行北京分行	8,000.00	2017/10/24	2018/4/24	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/10/27	2018/1/29	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,080.00	2017/11/6	2018/5/7	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,600.00	2017/11/20	2018/5/21	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	6,024.00	2017/11/13	2018/5/14	-
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：TTIR03	恒生银行北京分行	2,900.00	2017/12/19	2018/6/19	-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	2,200.00	2017/12/1	2018/1/31	-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	150.00	2017/1/25	2017/3/15	0.42
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	150.00	2017/1/25	2017/5/10	0.97
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	100.00	2017/7/10	2017/8/10	0.21

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2017/7/10		-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	250.00	2017/8/28		-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2017/10/26	2017/12/11	0.89
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	500.00	2017/12/22	-	-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	500.00	2017/12/26	-	-
理财税费调整					-82.37
	合计				**1,504.14**

2018 年度：

单位：人民币万元

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2017101210005	东亚银行北京分行	5,400.00	2017/10/12	2018/4/12	115.90
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2017101910014	东亚银行北京分行	6,500.00	2017/10/19	2018/4/19	139.50
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期；产品代码：1101168902	浦发银行世纪城分行	5,000.00	2017/11/1	2018/1/30	48.39
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行	2,000.00	2018/1/29	2018/2/11	2.00
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行	7,000.00	2018/2/1	2018/2/11	5.19
"幸福 99"盈钱包（机构版）开放式银行理财计划 YQB1601	杭州银行	1,700.00	2018/2/13	2018/2/28	1.60
步步生金 8688	招行上地	400.00	2018/4/8	2018/4/18	0.35
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ7471	广发银行望京支行	7,000.00	2018/1/22	2018/4/23	77.38
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期；产品代码：1101168902	浦发世纪城支行	5,000.00	2018/1/31	2018/5/2	53.66
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ8488	广发银行望京支行	3,500.00	2018/3/2	2018/5/31	38.27
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期；产品代码：1101168902	浦发世纪城支行	5,000.00	2018/5/2	2018/6/7	16.71
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ8522	广发银行望京支行	2,000.00	2018/3/9	2018/6/8	21.40
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXSLJ8547	广发银行望京支行	10,500.00	2018/3/15	2018/6/13	114.80
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018032210023	东亚银行	2,600.00	2018/3/22	2018/6/22	30.09

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"薪加薪 16 号"人民币理财计划：产品编号：XJXSLJ8434	广发银行望京支行	3,800.00	2018/2/12	2018/6/25	61.00
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018041910005	东亚银行	6,647.00	2018/4/19	2018/7/19	76.09
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018051310009	东亚银行	6,434.00	2018/5/3	2018/8/3	74.46
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018051510009	东亚银行	6,767.00	2018/5/15	2018/8/13	77.41
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018052310021	东亚银行	5,444.00	2018/5/23	2018/8/21	62.27
利多多对公结构性存款固定持有期 JG902 期：产品代码：1101168902	浦发世纪城支行	5,000.00	2018/6/11	2018/9/9	53.07
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018041210001	东亚银行	5,722.00	2018/4/12	2018/10/10	134.62
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018050310026	东亚银行	10,400.00	2018/5/3	2018/11/2	246.88
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018060110005	东亚银行	3,640.00	2018/6/1	2018/11/29	85.46
步步生金 8688	招行上地	300.00	2018/4/8	-	-
结构性理财-保本浮动收益（2.6%-约定利率）	广发银行望京支行	6,510.00	2018/8/3	2018/12/3	93.40
结构性理财-保本浮动收益（2.6%-约定利率）	广发银行望京支行	5,000.00	2018/9/11	2018/12/11	49.39
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	6,501.00	2018/9/27	2018/12/27	64.34
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	3,492.00	2018/10/9	2019/1/9	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	5,864.00	2018/10/10	2019/1/10	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	2,540.00	2018/10/12	2019/2/12	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	3,998.00	2018/11/29	2019/3/29	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	7,853.00	2018/12/27	2019/3/27	-
结构性存款-保本保收益（约定利率）	浦发安外支行	5,000.00	2018/12/28	2019/3/28	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	2,157.00	2018/12/28	2019/4/26	-
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	500.00	2017/1/6	2018/1/31	4.64
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	700.00	2017/2/10	2018/1/19	15.20
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/1/25	2018/7/12	21.56
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/10/27	2018/1/11	3.59
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/11/17	2018/1/11	2.60
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2017/11/29	2018/1/11	2.03

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2017/12/20	2018/3/13	3.27
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	300.00	2017/12/20	2018/1/4	0.34
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2016/10/19	2018/6/4	28.50
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	4,600.00	2017/7/3	2018/1/3	103.36
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR08	恒生银行北京分行	8,000.00	2017/7/11	2018/1/11	177.44
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	10,400.00	2017/8/14	2018/3/14	265.78
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	1,600.00	2017/8/21	2018/5/21	53.11
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	5,500.00	2017/9/1	2018/2/1	99.23
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,700.00	2017/9/8	2018/3/8	60.32
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/9/29	2018/3/29	44.59
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/9/22	2018/3/22	44.59
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR05	恒生银行北京分行	8,000.00	2017/10/24	2018/4/24	173.61
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	2,000.00	2017/10/27	2018/1/29	21.68
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	1,080.00	2017/11/6	2018/5/7	23.59
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR02	恒生银行北京分行	2,600.00	2017/11/20	2018/5/21	58.90
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR04	恒生银行北京分行	6,024.00	2017/11/13	2018/5/14	135.03
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：TTIR03	恒生银行北京分行	2,900.00	2017/12/19	2018/6/19	69.16
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	1,000.00	2018/1/19	2018/2/28	7.02
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	2,200.00	2017/12/1	2018/1/19	19.35
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行林萃路支行	1,200.00	2018/1/31	2018/2/28	2.52
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：TTIR01	恒生银行北京分行	10,200.00	2018/1/11	2018/7/11	234.65
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	11,455.00	2018/6/13	2018/9/13	136.70
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,900.00	2018/6/19	2018/9/19	34.61
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行北京分行	6,569.00	2018/6/26	2018/9/26	77.60
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR06	恒生银行北京分行	2,866.00	2018/3/29	2018/10/8	71.90
"恒汇盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR03	恒生银行北京分行	2,300.00	2018/4/12	2018/10/12	54.71
"恒利盈"系列保本投资产	恒生银行	5,420.00	2018/7/20	2018/10/22	62.75

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
品；投资编号：L3IR02					
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行	1,470.00	2018/7/26	2019/1/28	-
"恒利盈"系列保本投资产品；投资编号：L3IR01	恒生银行	7,805.00	2018/10/23	2019/1/28	-
薪加薪 16 号人民币理财计划；产品编号：XJXCKJ2821	广发银行望京支行	1,600.00	2018/6/29	2018/11/26	30.40
"蕴通财富•结构性存款"33 天；产品代码：2681181035	交通银行珠海分行	1,700.00	2018/5/31	2018/7/3	5.65
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2018/1/24	2018/2/2	0.36
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2018/2/13	2018/4/11	2.70
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2018/2/14	2018/3/2	0.60
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	1,000.00	2018/3/29	2018/4/11	0.86
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	400.00	2018/3/29	2018/4/4	0.11
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	600.00	2018/4/19	2018/5/10	0.94
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	400.00	2018/4/28	2018/5/3	0.09
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行珠海分行	500.00	2018/4/27	2018/6/13	1.81
"蕴通财富•结构性存款"28 天	交通银行珠海分行	1,300.00	2018/7/6	2018/8/3	3.67
"蕴通财富•结构性存款"28 天	交通银行珠海分行	800.00	2018/7/27	2018/8/24	2.20
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	900.00	2018/7/31	2018/8/13	0.82
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	300.00	2018/7/31	2018/9/4	0.79
"蕴通财富•结构性存款"67 天	交通银行珠海分行	700.00	2018/8/6	2018/10/12	4.85
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	500.00	2018/8/16	2018/9/4	0.54
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	900.00	2018/8/29	2018/9/12	0.91
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	500.00	2018/8/29	2018/9/26	1.12
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	800.00	2018/9/21	2018/10/18	1.48
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	600.00	2018/9/30	2018/12/14	3.44
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	500.00	2018/11/26	2018/12/17	0.99
保本型"随心 E'	工商银行唐家支行	200.00	2018/10/18	2018/12/28	1.21
"薪加薪 16 号"人民币结构性存款	广发银行望京支行	10,300.00	2018/7/11	2018/11/12	158.45
"薪加薪 16 号"人民币结构性存款	广发银行望京支行	1,600.00	2018/8/3	2018/9/3	5.00
结构性理财-保本浮动收益（2.6%-约定利率）	广发银行望京支行	2,965.00	2018/9/4	2018/12/3	29.66
结构性理财-保本浮动收益（2.6%-约定利率）	广发银行望京支行	1,579.00	2018/9/13	2018/12/13	15.60
结构性理财-保本浮动收益（2.6%-约定利率）	广发银行望京支行	5,915.00	2018/9/21	2018/12/21	57.04
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	10,860.00	2018/11/2	2019/3/1	-

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	10,717.00	2018/11/13	2019/2/21	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	2,833.00	2018/11/27	2019/3/27	-
步步生金 8688	招商银行上地支行	7,548.00	2018/8/14	2018/9/10	16.84
步步生金 8688	招商银行上地支行	6,510.00	2018/8/21	2018/9/12	10.03
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	12,499.00	2018/12/13	2019/3/14	-
结构性理财-保本浮动收益（1.3%-约定利率）	东亚银行	7,026.00	2018/12/27	2019/4/26	-
结构性理财-保本浮动收益（1.65%-约定利率）	恒生银行	3,800.00	2018/12/28	2019/4/29	-
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	1,000.00	2018/12/24	2019/2/25	-
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	900.00	2018/12/29	-	-
"蕴通财富•结构性存款"	交通银行珠海分行	1,000.00	2018/12/24	-	-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2017/7/10	2018/5/25	5.85
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2017/8/28	-	-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	50.00	2017/8/28	2018/7/12	1.51
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	50.00	2017/12/22	2018/7/12	0.97
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	450.00	2017/12/22	2018/5/8	5.90
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	500.00	2017/12/26	2018/5/8	6.36
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	500.00	2018/1/2	2018/1/15	0.56
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	650.00	2018/1/25	2018/2/8	0.81
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	600.00	2018/2/13	2018/5/8	4.75
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	500.00	2018/2/14	2018/5/8	3.92
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	100.00	2018/2/28	2018/5/8	0.65
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	100.00	2018/2/28	2018/3/13	0.11
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	100.00	2018/3/22	2018/5/8	0.43
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	150.00	2018/3/22	2018/4/12	0.28
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	400.00	2018/4/24	2018/5/8	0.50
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2018/5/30	2018/6/13	0.24
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	400.00	2018/8/8	2018/8/13	0.15
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2018/10/30	2018/11/8	0.12
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2018/11/30	2018/12/10	0.13
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	100.00	2018/8/8	-	-
步步生金 8688	招商银行广州科技园支行	200.00	2018/9/29	-	-
"薪加薪 16 号"人民币理财计划；产品编号：XJXCKJ2243	广发银行望京支行	2,500.00	2018/5/10	2018/8/8	27.04
结构性存款-保本浮动收益	广发银行望京支行	700.00	2018/7/20	2018/9/21	4.90
结构性存款-保本浮动收益	广发银行望京支行	2,000.00	2018/8/8	2018/9/10	6.48
"薪加薪 16 号"人民币结构性存款	广发银行望京支行	1,700.00	2018/9/10	2018/12/10	16.79
"薪加薪 16 号"人民币结构性存款	广发银行望京支行	700.00	2018/9/21	2018/12/21	6.75
步步生金 8688	招商银行广州分行	700.00	2018/12/29	-	-
结构性存款-保本浮动收益	广发银行望京支行	1,750.00	2018/12/11	2019/3/12	-

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
"蕴通财富•日增利"B 款；产品代码：0191120102	交通银行武汉东湖科技开发区支行	5,000.00	2018/1/29	2018/2/1	0.89
"蕴通财富•日增利"A 款；产品代码：0191120101	交通银行武汉东湖科技开发区支行	5,000.00	2018/2/2	2018/5/7	49.81
"蕴通财富•日增利"A 款；产品代码：0191120101	交通银行武汉东湖科技开发区支行	50.00	2018/2/2	2018/3/6	0.09
招商招禧宝 A；基金代码：004261	招商银行光谷科技支行	170.00	2018/2/5	2018/3/1	0.47
步步生金 8688 号	招商银行光谷科技支行	105.00	2018/3/5	-	-
"蕴通财富•日增利"A 款；产品代码：0191120101	交通银行武汉东湖科技开发区支行	105.00	2018/4/25	2018/7/12	0.47
"蕴通财富•日增利"A 款；产品代码：0191120101	交通银行武汉东湖科技开发区支行	105.00	2018/4/25	2018/6/1	0.22
"蕴通财富•日增利"A 款；产品代码：0191120101	交通银行武汉东湖科技开发区支行	140.00	2018/4/25	2018/6/13	0.39
"蕴通财富•日增利"S 款；产品代码：0191120108	交通银行武汉东湖科技开发区支行	5,000.00	2018/5/7	2018/5/10	0.70
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018051010005	东亚银行武汉分行	5,000.00	2018/5/10	2018/8/8	57.78
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品 2018062910042	东亚银行武汉分行	600.00	2018/6/29	2018/10/10	7.94
"蕴财富活期 结构性存款 A 款；产品代码：0621180001	交通银行武汉东湖科技开发区支行	300.00	2018/6/29	2018/8/2	0.70
"蕴财富活期 结构性存款 A 款；产品代码：0621180001	交通银行武汉东湖科技开发区支行	100.00	2018/6/29	2018/7/12	0.10
"蕴财富活期 结构性存款 A 款；产品代码：0621180001	交通银行武汉东湖科技开发区支行	100.00	2018/6/29	2018/7/31	0.22
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	2,500.00	2018/8/8	2018/11/8	27.12
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	1,500.00	2018/8/10	2018/9/26	7.48
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	600.00	2018/9/4	2018/12/4	6.01
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	1,400.00	2018/9/20	2018/12/19	13.37
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	1,700.00	2018/9/28	2018/12/28	16.82
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	2,700.00	2018/11/8	2019/2/21	-
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	900.00	2018/11/29	2019/2/27	-
步步生金 8688 号	招商银行	350.00	2018/8/10	2018/9/4	0.67
步步生金 8688 号	招商银行	400.00	2018/8/10	2018/9/19	1.23
步步生金 8688 号	招商银行	150.00	2018/8/10	-	-
步步生金 8688 号	招商银行	100.00	2018/10/11	-	-
步步生金 8688 号	招商银行	200.00	2018/10/11	2018/11/2	0.31
步步生金 8688 号	招商银行	400.00	2018/10/11	2018/11/6	0.73
步步生金 8688 号	招商银行	100.00	2018/10/11	2018/11/29	0.36
步步生金 8688 号	招商银行	300.00	2018/12/5	-	-
步步生金 8688 号	招商银行	600.00	2018/12/5	2018/12/18	0.50

项目	发行机构	金额	期间		理财收益
			起始日	赎回日	
蕴通财富•结构性存款	交通银行	1,000.00	2018/12/21	2019/1/25	-
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	1,700.00	2018/12/20	2019/3/22	-
结构性存款 S 尊享	交通银行	1,000.00	2018/12/28	-	-
澳元兑美元汇率挂钩结构性理财产品	东亚银行	1,200.00	2018/12/28	2019/3/28	-
"蕴通财富•结构性存款"3个月	交通银行珠海分行吉大支行	1,600.00	2018/9/17	2018/12/17	14.72
"蕴通财富•结构性存款"3个月	交通银行珠海分行吉大支行	1,600.00	2018/12/19	2019/3/20	-
	合计	-			4,520.01

报告期内，公司购买的银行理财产品分为保本保证收益型和保本浮动收益型理财产品两类。

公司购买保本型理财产品的主要目的是为了获得持有期间的预期收益，而非通过理财产品的短期价格波动（理财产品亦缺乏可活跃交易的市场）从中获利，不符合分类为交易性金融资产的条件；此外，由于银行理财产品在活跃交易市场中没有报价，即便其收益固定或可确定，也不应分类为持有至到期投资。

对于保本保证收益型理财产品，银行作为产品管理人承担了产品到期时本金与收益的差额补足义务。无论产品对应的基础资产回报如何，公司均能获得银行兑付的本金及收益，公司将该类理财产品分类为应收款项类金融资产，并作为其他流动资产在财务报表中列示。

对于保本浮动收益型理财产品，尽管理财合同中对收益不予保证，但基于国内理财市场的发展历程和兑付历史，投资者均能收到初始投资本金与预期利息，从而确定理财产品回收金额。公司将其分类为可供出售债务工具，按其流动性作为其他流动资产在财务报表中列示。

公司购买的理财产品会计处理时，按实际支付的金额确认为相应资产的账面价值，并在资产负债表中将其分类为其他流动资产列示；赎回理财产品时，将实际收到的理财收益确认为投资收益。

2、请发行人说明：本次募集资金预计 20 亿元以上，鉴于公司账面实际货币资金较多，请发行人进一步说明募集资金的必要性和合理性

报告期内，公司成本费用及经营现金流支出情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售费用	21,584.24	15,528.18	11,075.80
管理费用	8,881.47	8,045.94	6,839.76
研发费用	42,753.58	26,600.80	21,393.58
营业成本	15,011.39	8,862.94	6,195.91
成本费用合计	88,230.68	59,037.86	45,505.05
经营活动现金流出	88,393.82	55,698.31	50,334.43
成本费用合计/经营活动现金流出	100%	106%	90%

截至 2018 年 12 月 31 日，公司货币资金与保本型理财产品合计为 12.35 亿，只能满足目前公司的短期资金需求。随着未来公司业务规模的增长和投入的增加，公司仍然存在长期资投入需求：（1）鉴于成本费用总额与收入呈正相关，假设按照相对保守的年增长率测算，预计 2021 年成本费用支出将超过 20 亿，2023 年将超过 30 亿；（2）从公司经营活动流出与成本费用规模比较来看，两者金额报告期基本相当，且经营性活动现金流出中支出弹性较低的"支付给职工以及为职工支付的现金"和"支付的各项税费"项目占经营现金流出的 60%以上，无法通过延长付款期限获得较低成本的融资，一旦公司出现资金短缺的情况，将直接影响公司的日常运营。因此，本次募集资金 20.50 亿，募投项目期为 4 年，充分考虑了公司目前实际发展及未来资金需求状况，具有必要性及合理性。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取并检查报告期内公司理财产品收益明细表、理财协议、银行对账单等并与账面进行核对；

2、测算了投资收益金额的准确性；

3、分析报告期内公司成本费用及经营现金流支出情况，并对其未来增长进行了合理预测，结合各项成本费用的具体构成，核查本次募投项目的合理性及必要性。

核查意见：

经核查，我们认为公司报告期内购买的理财产品会计处理和列报符合《企业

会计准则》相关规定；募集资金具有必要性和合理性。

问题三十四、招股说明书披露，报告期各期末，发行人可供出售金融资产分别为 1,067.21 万元、1,072.38 万元和 943.14 万元，可供出售金融资产主要系发行人对日本金山、QriteTechnologyLimited 的投资构成；截止 2018 年 12 月 31 日发行人长期股权投资余额为 1,322.38 万元，长期股权公司主要系发行人对大麦地、数科网维的投资构成。

请发行人说明：（1）报告期发行人对被投资单位不具有控制的各项股权投资是否具有共同控制或重大影响的判断依据、分类情况、分类依据、会计处理及是否符合企业会计准则的规定；（2）上述股权投资及其变动的基本情况，包括但不限于投资原因、投资金额、定价依据及价格公允性、审议程序、起始时间、处置时间（如适用）、报告期经营情况、各期减值测试及减值损失计提情况、减值损失计提是否充分。

请保荐机构、申报会计师对上述事项进行核查，并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、报告期发行人对被投资单位不具有控制的各项股权投资是否具有共同控制或重大影响的判断依据、分类情况、分类依据、会计处理及是否符合企业会计准则的规定；

（1）日本金山

公司通过全资子公司 Kingsoft Office Software Corporation Limited（以下简称金山办公香港）间接持有日本金山 19.68%的股权，且金山办公香港将其所持日本金山 19.68%股份附带的全部表决权均长期（无固定期限）的委托金山软件行使，因而，公司对日本金山不具有共同控制或重大影响。该项权益性投资不属于适用《企业会计准则第 2 号—长期股权投资》（以下简称长期股权投资准则）。根据长期股权投资准则中对准则适用性的规定："本准则未予规范的其他权益性投资，适用《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》（以下简称金融工具准则）"。应当按其账面价值确认为可供出售金融资产或交易性金融资产，并按照金融工具准则的

规定进行后续计量。

根据金融工具准则第七条规定："金融资产应当在初始确认时划分为以下四类：

（一）以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，包括交易性金融资产和指定为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产；

（二）持有至到期投资；

（三）贷款和应收款项；

（四）可供出售金融资产。"

公司取得对日本金山的投资的目的并非为了近期内出售或回购，也不属于公司集中管理的可辨认金融工具组合的一部分或衍生工具，在活跃市场中没有报价，不应划分为交易性金融资产或指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产；此外，公司对日本金山的投资不具有固定的到期日及固定或可确定的回收金额，也不应划分为持有至到期投资或贷款和应收款项。

根据金融工具准则第十八条规定："可供出售金融资产，是指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除下列各类资产以外的金融资产：

（一）贷款和应收款项。

（二）持有至到期投资。

（三）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。"

综上，公司对日本金山的权益性投资不应分类为贷款和应收款项、持有至到期投资或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，公司确认为可供出售金融资产符合企业会计准则的规定。同时，由于该项投资不存在活跃交易市场，其公允价值不能可靠计量，应采用成本计量。

（2）Qrite Technology Limited（以下简称一起写）

报告期内，公司通过全资子公司金山办公香港间接持有一起写 2%的股权（优先股），不享有董事会席位，不具有表决权，因此公司对一起写不具有重大影响。

公司投资一起写的目的并非为了近期内出售或回购，该项投资也不存在活跃交易市场，且公司对日本金山的投资不具有固定的到期日及固定或可确定的回收金额，按照金融工具准则的规定，应分类为可供出售金融资产，采用成本计量。2018 年 4 月 9 日，一起写回购了金山办公香港所持有的其全部股权，公司按照股权回购款与投资成本之间的差额确认投资收益。

（3）北京大麦地信息技术有限公司（以下简称大麦地）

2018 年 2 月 26 日，公司与大麦地及大麦地创始股东签订《北京大麦地信息技术有限公司投资协议》（以下简称"大麦地投资协议"），约定由公司向大麦地增资。2018 年 5 月 22 日，公司完成大麦地股权交割，持有大麦地 19.99%股权。大麦地投资协议约定，公司向大麦地董事会委派一名董事，并参与大麦地财务和经营决策。因此，公司能够对大麦地施加重大影响，长期股权投资准则第二条规定："长期股权投资，是指投资方对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对其合营企业的权益性投资。"根据准则规定，公司对大麦地的股权投资属于对联营企业的长期股权投资。

此外，大麦地投资协议中约定了回购权条款："在公司未能实现合格的首次公开发行且投资者持有的公司股权未被全部收购的情况下，自交割日第 6 个周年日起，或者自某一创始股东或者公司严重违反其在本协议项下的任何义务之日起，以较早者为准，投资者有权在前述条件满足之日起 1 年内，不时地向公司和/或创始股东发出书面通知，要求公司和/或创始股东按照约定价格回购投资者所持有的公司的全部或部分股权。"该回购权属于一项嵌入衍生工具，与主合同构成混合工具。公司未将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，且该回购权与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，根据金融工具准则规定，公司将该回购权从混合工具中分拆，作为一项以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司依据独立第三方评估机构的评估值作为该项回购权的初始确认金额，并按照公允价值对其进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

金融工具准则第二十三条规定："嵌入衍生工具按照本准则规定从混合工具

分拆后，主合同是金融工具的，应当按照本准则有关规定处理；主合同是非金融工具的，应当按照其他会计准则的规定处理”。根据准则规定，公司对大麦地的股权投资主合同仍作为对联营企业的长期股权投资核算，公司以约定的出资额扣除回购权价值作为初始投资成本，并采用权益法进行后续计量。

（4）北京数科网维技术有限责任公司（以下简称数科网维）

2018 年 7 月 2 日，公司与数科网维及数科网维创始股东签订《北京数科网维技术有限责任公司投资协议》（以下简称“数科网维投资协议”），并于当日完成数科网股权交割，持有数科网 30.00%股权。数科网维投资协议约定，公司向数科网董事会委派一名董事，并参与数科网财务和经营决策，能够对数科网施加重大影响。根据准则规定，公司对数科网维的股权投资属于对联营企业的长期股权投资。

此外，数科网维投资协议中约定了回购权和购股期权条款：“如果公司在交割日后的 96 个月内未能实现合格的首次公开发行，投资者有权在此后的任何时间不时地向公司/或创始人发出书面通知，要求公司和/或创始人按照约定价格回购投资者所持有的公司的全部或部分股权。投资者有权在 2020 年 12 且 31 日前的任何时候，要求冠群股份以及马亚杰向其转让公司股权，具体转让份额由投资者根据届时情况自行决定，冠群股份及马亚杰应按投资者届时的要求完成股权转让，并对此股权转让义务承担连带责任，但投资者有权要求冠群股份及马亚杰转让的股权份额合计最高不得超过公司届时总股本的 30%。”上述权利作为嵌入衍生工具，与主合同构成混合工具。公司未将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，且上述权利与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，根据金融工具准则规定，公司将该回购权和购股期权从混合工具中分拆，作为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司依据独立第三方评估机构的评估值作为回购权和购股期权的初始确认金额，并按照公允价值对其进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

根据金融工具准则相关规定，公司对数科网维的股权投资主合同仍作为对联营企业的长期股权投资核算，公司以约定的出资额扣除回购权和购股期权的价值

作为初始投资成本，并采用权益法进行后续计量。

2、上述股权投资及其变动的基本情况，包括但不限于投资原因、投资金额、定价依据及价格公允性、审议程序、起始时间、处置时间（如适用）、报告期经营情况、各期减值测试及减值损失计提情况、减值损失计提是否充分。

（1）日本金山

被投资单位	在被投资单位持股比例	初始投资日	投资成本（日元）	股份数量
日本金山	20.00%	2012 年 3 月 19 日	113,778,000.00	7,224.00

2012 年 3 月 19 日，KINGSOFT CORPORATION 将其持有的 7,224 股日本金山股份转让至金山办公香港，转让对价 11,377.8 万日元系双方通过商务谈判，并结合第三方评估机构出具的评估报告确定，具备公允性。金山办公香港在日本金山的持股比例即上表所示，公司通过金山办公香港参股日本金山的背景是为了进一步扩展日本市场销售 WPS Office 相关产品。

2014 年 7 月 17 日，日本金山完成拆股（1 股拆为 100 股），2014 年 7 月 18 日，日本金山增发 58,800 股，本次拆股及增发后，公司对日本金山投资情况如下表所示：

被投资单位	在被投资单位持股比例	初始投资日	投资成本（日元）	股份数量
日本金山	19.68%	2012 年 3 月 19 日	113,778,000.00	722,400.00

根据金山办公开曼于 2015 年 11 月 27 日作出的股东会决议，同意金山办公开曼将金山办公香港 100%的股份以 599 万美元的价格转让给金山办公股份，公司成为金山办公香港的唯一股东，并通过金山办公香港间接持有日本金山 19.68%的股权。

报告期内，公司在日本金山(キングソフト株式会社)的持股比例未发生变化，其对应的可供出售金融资产变动系报表折算差异导致。

公司于每期末（资产负债表日）对可供出售金融资产进行减值测试。由于公司为日本金山少数股东，获取的长期预测数据有限，确定该项资产可收回金额时主要选用了市场法测试结果。报告期内，公司聘请第三方独立评估机构基于上述方法，选取八到九家业务性质与日本金山相似的可比公司进行比较，对公司持有的日本金山 19.68%股权价值进行评估，以辅助进行减值测试。根据评估机构出具

的评估报告，公司持有的日本金山股权于 2016 年 12 月 31 日、2017 年 12 月 31 日及 2018 年 12 月 31 日的股权价值分别如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
评估值	2,360.00	2,480.00	2,180.00
账面余额	943.14	899.76	962.84

报告期各期，公司持有日本金山 19.68%股权评估值均远高于其账面价值，无需计提减值准备。

报告期内，日本金山主要经营数据如下：

单位：人民币万元

经营指标	2018 年/2018 年 12 月 31 日	2017 年/2016 年 12 月 31 日	2016 年/2016 年 12 月 31 日
营业收入	15,899.87	14,474.85	13,072.23
营业成本	5,552.28	5,397.14	4,233.92
净利润	101.68	704.64	613.97
总资产	11,213.44	9,519.07	8,017.25

（2）Qrite Technology Limited

报告期内，公司对一起写的投资情况如下表所示：

被投资单位	在被投资单位持股比例	初始投资日	投资成本（美元）	股份数量
Qrite Technology Limited	2.00%	2016 年 8 月 26 日	149,600.00	27,084.00

2017 年 5 月 8 日，一起写完成 B 轮融资，B 轮融资完成后公司对一起写的投资情况如下表所示：

被投资单位	在被投资单位持股比例	初始投资日	投资成本（美元）	股份数量
Qrite Technology Limited	2.00%	2016 年 8 月 26 日	264,756.56	42,020.00

公司全资子公司金山办公香港分别于 2016 年 8 月、2017 年 5 月通过认购增资的方式持有一起写合计 2%的股权，投资价格系双方协商定价。公司通过金山办公香港参股一起写是基于公司对一起写的企业价值及良好发展前景的的预判所作出的投资决策，该项投资经第一届董事会第十三次会议审议通过。公司于每期末（资产负债表日）对可供出售金融资产进行减值测试。报告期内，公司通过预测一起写未来现金流量现值，按照公司投资比例测算的结果确定该项资产可收回金额，并与其账面价值做比较，判断是否发生减值。经测试，报告期内该项资产无需计提减值准备。2018 年 4 月 9 日，一起写以 100 万美元回购金山办公香港持有的全部股权，回购后，公司不再持有一起写股权，公司通过本次回购获得投

资收益 483.80 万元。

报告期内，一起写主要经营数据如下：

单位：人民币万元

经营指标	2017 年度/2017 年 12 月 31 日	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
营业收入	188.51	7.08
营业成本	65.70	-
净利润	-1,422.29	-85.52
总资产	4,978.04	2,010.78

（3）北京大麦地信息技术有限公司

2018 年 1 月 11 日，公司召开第一届董事会第十二次会议，审议通过《关于拟投资大麦地的子议案》。2018 年 2 月 26 日，本公司与北京大麦地信息技术有限公司及大麦地创始股东签订《北京大麦地信息技术有限公司投资协议》，约定公司向大麦地增资。增资价格系双方通过商务谈判，并结合第三方评估机构出具的评估报告确定，具备公允性。2018 年 5 月 22 日，公司完成大麦地股权交割，持有大麦地 19.99%股权。截至 2018 年 12 月 31 日，公司对大麦地的长期股权投资余额为 614.62 万元。具体情况如下表所示：

单位：人民币万元

被投资单位	2017 年 12 月 31 日	本期增减变动			2018 年 12 月 31 日	减值准备期末余额
		追加投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
大麦地	-	655.50	-40.88	-	614.62	-

大麦地主要产品 Process On 在在线作图领域具有一定的产品优势及经验，公司通过投资与大麦地达成紧密的战略合作，预期能够实现战略协同效应、为公司办公用户提供更好的用户体验、促进 Process On 获得更优质的用户资源，提升公司价值。

公司于每期末（资产负债表日）对长期股权投资进行减值测试。公司将大麦地整体作为一个资产组，将该资产组预计未来现金流量的现值按照公司的投资比例测算的结果作为该资产组可收回金额，再与资产账面价值进行比较。在该项投资持有期间，公司聘请了第三方独立评估机构基于上述方法对持有的大麦地 19.99%股权于 2018 年 12 月 31 日的价值进行评估，以辅助进行减值测试。减值测试中，大麦地的未来现金流量是考虑了该资产组过去的业绩、宏观经济和行业发

展情况后，基于管理层的财务预测确定；折现率通过 CAPM 模型计算确定。根据评估机构出具的评估报告，2018 年 12 月 31 日，公司对大麦地股权投资的公允价值为 633.60 万元，高于账面价值，无需计提减值准备。

大麦地从事在线作图工具的研发和销售推广，其主要产品 Process On 于 2017 年正式上线。产品新增注册用户数由 2017 年的 43 万增长至 2018 年的 126 万，产品总月活人数由 2018 年 1 月的 40 万增长至 2018 年 12 月的 81 万，主营业务收入由 2017 年的 109 万元增长至 2018 年的 298 万元。公司目前处于初创期，18 年净亏损 79 万元，未来期间大麦地将持续提升产品的用户体验，扩宽获客渠道，未来收入增长幅度可观。

（4）北京数科网维技术有限责任公司

2018 年 1 月 11 日，公司召开第一届董事会第十二次会议，审议通过《关于拟投资数科网维的子议案》。2018 年 7 月 2 日，本公司与北京数科网维技术有限责任公司及数科网创始股东签订《北京数科网维技术有限责任公司投资协议》，并于当日完成数科网股权交割，持有数科网 30.00%股权，增资价格系双方通过商务谈判，并结合第三方评估机构出具的评估报告确定，具备公允性。公司投资数科网维系为加强公司在新国家标准版式文件 OFD 领域内的布局、提升公司未来在这一领域内的竞争力。截至 2018 年 12 月 31 日，公司对数科网维的长期股权投资余额为 707.76 万元。具体情况如下表所示：

单位：人民币万元

被投资单位	2017 年 12 月 31 日	本期增减变动			2018 年 12 月 31 日	减值准备期末余额
		追加投资	权益法确认的投资损益	其他权益变动		
数科网维	-	675.00	32.76	-	707.76	-

公司于每期末（资产负债表日）对可长期股权投资进行减值测试。公司将数科网维整体作为一个资产组，将该资产组预计未来现金流量的现值按照公司的投资比例测算的结果作为该资产组可收回金额，再与资产账面价值进行比较。在该项投资持有期间，公司聘请了第三方独立评估机构基于上述方法对持有的数科网维 30%股权于 2018 年 12 月 31 日的价值进行评估，以辅助进行减值测试。减值测试中，数科网维的未来现金流量是考虑了该资产组过去的业绩、宏观经济和行业

发展情况后，基于管理层的财务预测确定；折现率通过 CAPM 模型计算确定。根据评估机构出具的评估报告，2018 年 12 月 31 日，公司对数科网维股权投资的公允价值为 844.70 万元，高于账面价值，无需计提减值准备。

数科网维作为专业版式文档 OFD 产品的行业领军企业，从事版式文档处理产品的研发和销售，以及产品在各行业领域的落地化解决方案和技术服务。2016 年、2017 年及 2018 年营业收入分别为 381.00 万元、1,081.00 万元、2,277.00 万元，2016 至 2018 年度年均复合增长率为 144%，并于 2018 年扭亏为盈。随着国内市场客户对安全可靠需求的不断增强，公司技术实力不断提升，公司的收入规模和盈利能力将进一步提升。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、查阅《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》和《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》，核查公司将对日本金山、一起写、大麦地、数科网维和尚尚签的投资确认、初始计量以及后续计量的合理性；

2、获取公司对日本金山、一起写、大麦地、数科网维和尚尚签股权投资变动明细及相关合同等凭证，复核相关事项的列报准确性；

3、获取报告期内日本金山、一起写、大麦地、数科网维的评估报告及财务报表；

4、获取报告期内公司的日本金山、一起写、大麦地、数科网维和尚尚签股权投资的相关董事会决议。

核查意见：

经核查，我们认为金山办公股份对日本金山、一起写、大麦地、数科网维确认及后续计量的会计处理符合《企业会计准则》的要求；报告期内公司对日本金山、一起写、大麦地、数科网维的股权投资变动金额具备公允性，且其列报情况真实准确；各期减值测试充分且具备合理性。

问题三十五、招股说明书披露，报告期各期末，固定资产的账面价值分别为641.95 万元、1,724.47 万元及 5,281.00 万元。发行人的固定资产主要为电子设备、办公设备及运输设备。报告期各期末，无形资产账面价值分别为 1,708.90 万元、1,420.71 万元及 1,785.27 万元。发行人的无形资产主要由软件授权、专利及非专利技术、域名构成。

请发行人说明：（1）募集资金投资项目实施后，公司固定资产规模、构成等变化情况，与现有模式差异，对公司生产经营及财务的影响，募投项目运行模式与同类可比公司的比较情况等；（2）无形资产中软件授权、专利及非专利技术和域名的构成、取得方式、对应权属文件、与生产经营之间的关系、原值、摊销期限及确定依据、当期及累计摊销金额、摊余金额、剩余摊销期，各期摊销费用的计算过程及列报情况；（3）发行人从关联方购买商标、专利、软件著作权和域名的具体情况，包括交易标的、交易对手、交易价格及其公允性、相关交易标的与生产经营之间的关系、在发行人报表中列报的具体情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、募集资金投资项目实施后，公司固定资产规模、构成等变化情况，与现有模式差异，对公司生产经营及财务的影响，募投项目运行模式与同类可比公司的比较情况等；

募集资金投资项目实施后，公司固定资产规模、构成等情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年 12 月 31 日		募投项目	募投后固定资产	
	账面原值	占总资产比例	账面原值	账面原值	占总资产比例
电子设备	7,624.83	4.69%	13,753.00	21,377.83	11.95%
办公设备	406.26	0.25%	2,412.50	2,818.76	1.58%
交通工具	91.64	0.06%	-	91.64	0.05%
合计	**8,122.72**	**4.99%**	**16,165.50**	**24,288.22**	**13.58%**

募集资金投资项目实施前，固定资产原值为 0.81 亿元，主要内容为笔记本电脑、台式机、专用服务器、网络电子设备等，占公司资产总额比例为 4.99%；募

集资金投资项目实施后，固定资产原值将增加 1.62 亿，固定资产原值占资产总额比例为 13.58%，其中电子设备占总资产比例为 11.95%。项目建设期为 4 年，4 年后固定资产的年折旧费用每年增加不超过 0.23 亿，且逐年降低，随着业务规模的增长，预期公司净利润不会受到募投项目新增固定资产折旧的重大影响。

公司主要可比上市公司的固定资产原值占总资产的比率情况如下：

单位：人民币万元

可比公司	固定资产原值	总资产	占比
鼎捷软件	91,079.55	242,962.85	37.49%
东方通	1,169.40	203,222.74	0.58%
广联达	99,999.31	560,575.26	17.84%
泛微网络	16,400.66	160,764.27	10.20%
用友网络	270,512.87	1,522,089.66	17.77%
久其软件	33,105.64	327,705.82	10.10%
平均			15.66%

注：数据来源为各公司 2018 年度年报

由上表所示，行业内主要可比上市公司为 15.66%，因此募投实施后公司仍旧保持行业轻资产的结构状态，公司募投项目运行模式与同类可比公司不存在明显差异。

2、无形资产中软件授权、专利及非专利技术和域名的构成、取得方式、对应权属文件、与生产经营之间的关系、原值、摊销期限及确定依据、当期及累计摊销金额、摊余金额、剩余摊销期，各期摊销费用的计算过程及列报情况；

报告期内，若无形资产与公司业务直接相关，与收入具有匹配关系，则该无形资产摊销计入营业成本；其他情况下，其摊销计入期间费用。

（1） 报告期内，公司全部无形资产的构成情况

项目	明细	取得方式	对应权属文件	与生产经营的关系
软件授权	（J）金城 USB 安全移动存储及管理系统及保密 U 盘	购置	硬件（设备）采购合同-深圳市金城保密技术有限公司	WPS 桌面版
	（M）Verisign 代码签名证书一套（3 年期）	购置	购买 BJCA 全球服务器证书合同-北京数字证书认证中心有限公司	公共平台
	（M）腾讯企业 QQ 软件、号码、服务 一年*3 个	购置	互联网服务合同书-广州幻色信息科技有限公司	公共平台
	Adobe Creative Auite 5.5 Web Premium 彩包中文版 for wind	购置	软件采购合同-北京嘉联利和科技有限公司	WPS 桌面版
	Adobe Flash Builder 4.5 Premium 彩包中文版 for wind	购置	软件采购合同-北京嘉联利和科技有限公司	WPS 桌面版
	Adobe Photoshop CS 5 彩包中文版 for wind	购置	软件采购合同-北京嘉联利和科技有限公司	WPS 桌面版
	Apple iwork 09 家庭版	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	CADDLL 开发工具包	购置	报价单-Digital Rivr Ireland Ltd.	Office PC 基础研发
	Flash CS 4	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	GeoTrust*.kuaipan.cn 域名通配型 SSL 证书	购置	许可协议（license agreement）-HarperCollins Publishers Ltd.	公共平台
	Geotrust 通配符证书（域名通配）三年	购置	（geotrust 保真通配符）证书购买合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	公共平台
	GEO 服务器证书	购置	（geotrust 保真通配符）证书购买合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	公共平台
			许可协议（license agreement）-HarperCollins Publishers Ltd.	公共平台
	GEO 通配符证书（3 年期）	购置	证书购买合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	WPS 个人版
	IBM Rational Robot	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	IBM RATIONAL ROBOT FLOATING USER	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	IBM Rational Software Architect	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	IncrediBuild	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Linux	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Windows	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	KSO 在线销售系统集成项目	购置	委托开发合同-文思海辉技术有限公司	KSO 在线销售系统
	Oracle Database 11g Release 2 for linux x86-64 2CP	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	Ouick Test Professional 11.0	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	PDF 转 WORD 插件授权	购置	委托开发及技术转让合同-MANGROVE TECHNOLOGY (HK) LIMITED	产品运营部-PDF 转 WORD 插件
	Photoshop	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	Purchase Visual AssistX	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版

项目	明细	取得方式	对应权属文件	与生产经营的关系
	Qt Commercial 桌面多操作系统	购置	软件采购合同-Digia Finland LTD	WPS 桌面版
	Quick Test Professional	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	Red Hat Enterprise Linux Server，Standard （1-2）	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	RedHat Linux AS4.0	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	Redshift Native OLEDB Provider 1.4	购置	发票（invoice）-Intellisoft LLC	WPS MAIL
	System 翻译引擎词料中英文句对 450 万条	购置	委托创作合同-北京八亿方舟翻译服务有限公司	词霸
	Verisign 通配符证书（3 年期）	购置	证书购买合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	云平台
	Visual Paradigm for UML 10.0 Professional Edition	购置	软件采购合同-Visual Paradigm International Limited	公共平台
	Visual Studio Pro 2008	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	VMWare Server	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	vmWARE VSPhere 5 Enterprise for 2processor (企业版)	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	Windows Server 2008	购置	软件采购合同-北京酷软科技有限公司	WPS 桌面版
	WPS-IOS 邮件客户端开发授权费 SVG 图形引擎技术	购置	委托开发及技术转让合同-MANGROVE TECHNOLOGY (HK) LIMITED	WPS-IOS 邮件客户端开发
	WPS 等著作权	购置	授权使用许可协议-珠海金山软件有限公司等	WPS Office
	Xoreax IncrediBuild V3.32	购置	软件采购合同-北京神剑网景科技发展有限公司	WPS 桌面版
	北大方正字库软件费	购置	产品许可使用协议书-北京北大方正电子有限公司	WPS 移动版
	北京汉仪字库软件	购置	产品购销合同-北京汉仪科技股份有限公司	WPS 移动版
	词霸系列软件及授权	购置	词霸业务转让协议	词霸
	方正彩色照排系统软件包 V1.0	购置	软件许可使用协议-北京北大方正电子有限公司	WPS 个人版
	哈工大转让技术：中文分词器、拼写检查、拼音标注、中文校对、中文繁简转换	购置	项目合作协议-哈尔滨工业大学	WPS 桌面版
	汉王 OCR 标准印刷体识别开发工具软件 V1.2	购置	授权使用合同-汉王科技股份有限公司	词霸
	汉仪字库字体 4 款	购置	产品购销合同-北京汉仪科技信息技术有限公司	WPS 移动版
	黑马校对软件	购置	IDC 设备采购申请单-北京黑马飞腾科技有限公司	WPS 个人版
	集团 IP 转让-商标授权	购置	商标转让及授权合同-北京金山数字娱乐科技有限公司、珠海金山软件有限公司	WPS Office
	金密计算机终端保密检查工具软件 V5.0	购置	BM 检查工具采购合同-深圳市金城保密技术有限公司	公共平台
	金山办公客户端软件开发 1 套	购置	委托开发合同-北京金山安全管理系统技术有限公司	公共平台
	金山打字通 2002 和金山打字通 2008 软件	购置	技术转让合同-北京金山软件有限公司	WPS 桌面版
	柯林斯高阶英汉词典授权费	购置	授权使用合同-HarperCollins Publishers Limited	词霸
	牛津词典授权费	购置	授权使用合同-Oxford University Press（China） Limited	词霸
	三年期代码签名证书	购置	软件销售合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	WPS 个人版

项目	明细	取得方式	对应权属文件	与生产经营的关系
	一系列办公软件授权作品	购置	合作协议-广州市数宇软件有限公司	美化大师
	中服计算机安全保密管理检查工具软件（保密资质专用）	购置	购销合同-山东中孚信息产业股份有限公司	WPS 桌面版
	方正字库软件 V7.0 全平台专业版授权	购置	方正字库产品许可使用协议书-北京北大方正电子有限公司	wps 专业版
	Sonicwall 内容过滤网关安全模块授权+原厂上门服务	购置	硬件设备采购合同-珠海睿云信息科技有限公司	个人云
	Sonicwall IPS 防病毒网关安全模块授权+原厂上门服务	购置	硬件设备采购合同-珠海睿云信息科技有限公司	个人云
	SDK 永久授权	购置	授权使用合同- solid documents	WPS Office for PC、Android、iOS
	29 个软件著作权	购置	计算机软件产品著作权转让合同-北京金山软件有限公司、北京金山数字娱乐科技有限公司、珠海金山软件有限公司	WPS Office
	Geotrust 保真服务器证书通配型	购置	电子认证产品服务合同-北京天威诚信电子商务服务有限公司	公共平台
	Okit 统御项目管理系统 V7.0	购置	软件产品采购合同—北京统御至诚科技有限公司	公共平台
	XSHELL 安全终端连接软件	购置	8700-2018-1003843、发票（invoice）	多部门使用
	口袋动画产品著作权	购置	口袋动画产品转让协议-周泽安	WPS 个人版
	汉仪字库 5 年授权	购置	字库产品授权合同-北京汉怡科印信息技术有限公司	WPS Office
	《晨夕阅读》北外在线课程资源	购置	课程资源开发合同-北外在线（北京）教育科技有限公司	词霸
	晨夕阅读配套书籍在线课程北外在线三年期	购置	课程资源开发合同-北外在线（北京）教育科技有限公司	词霸
	2018 年 UI 设计素材版权	购置	图片版权合作协议-汉华易美（天津）图像技术有限公司	稻壳
	授权 6 个快盘专利授权许可	购置	专利技术实施许可合同-北京金山软件有限公司、珠海金山软件有限公司	WPS Office
	销售易在线管理软件使用许可	购置	软件使用许可协议-北京仁科互动网络技术有限公司	CRM 系统
	高品图像图片使用授权费	购置	合作协议-高品（北京）图像有限公司	词霸
域名	KMAIL.COM 域名	购置	域名转让合同-北京金山软件有限公司	移动办公（金山企业邮箱）
	wps.com 和 i wps.com 域名	购置	域名转让协议-Kingsoft Office Software Holdings Limited	KSO 海外业务
	22 项域名	购置	域名转让合同-北京金山数字娱乐科技有限公司	UOFSDK 网站（WPS office）
专利技术及非专利技术	Linux V1.0	内部研发	著作权登记-金山 WPS Office for Linux 版办公软件 V1.0	WPS Linux
	WPS V9	内部研发	著作权登记-金山 WPS Office 2013 专业版办公软件 V9	WPS V9

项目	明细	取得方式	对应权属文件	与生产经营的关系
	集团 IP 转让-专利技术	购置	技术转让合同-北京金山软件有限公司、珠海金山软件有限公司	WPS Office
	11 个专利技术	购置	WPS 相关软件专利权转让合同-北京金山软件有限公司、珠海金山软件有限公司	WPS Office

（2） 公司 2016 年度无形资产原值及摊销情况

单位：人民币万元

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
软件授权	（J）金城 USB 安全移动存储及管理系统及保密 U 盘	购置	受益期间	2010.1-2019.12	36	0.37	0.15	0.04	0.26	0.11
	（M）Verisign 代码签名证书一套（3 年期）	购置	合同授权期间	2010.12-2013.11	0	0.90	-	-	0.90	-
	（M）腾讯企业 QQ 软件、号码、服务 一年*3 个	购置	合同授权期间	2010.12-2011.11	0	0.36	-	-	0.36	-
	Adobe Creative Auite 5.5 Web Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	61	10.64	6.47	1.06	5.23	5.41
	Adobe Flash Builder 4.5 Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	61	4.89	2.97	0.49	2.40	2.49
	Adobe Photoshop CS 5 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	61	4.19	2.55	0.42	2.06	2.13
	Apple iwork 09 家庭版	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	0.51	0.31	0.05	0.25	0.26
	Flash CS 4	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	1.03	0.53	0.10	0.60	0.43
	GEO 服务器证书	购置	合同授权期间	2011.7-2014.6	0	1.00	-	-	1.00	-
				2011.9-2014.8	0	1.00	-	-	1.00	-
				2014.10-2017.9	9	1.27	0.74	0.42	0.96	0.32
				2016.11-2019.10	34	3.40	-	0.19	0.19	3.21
				2016.6-2019.5	29	11.79	-	2.29	2.29	9.50
	IBM Rational Robot	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	15.38	7.95	1.54	8.97	6.41
				2011.9-2021.8	56	7.65	4.33	0.76	4.08	3.57
	IBM RATIONAL ROBOT FLOATING	购置	受益期间	2012.4-2022.3	63	31.61	19.76	3.16	15.01	16.60

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	USER									
	IBM Rational Software Architect	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	19.45	10.05	1.95	11.35	8.11
				2011.9-2021.8	56	9.12	5.17	0.91	4.86	4.25
	IncrediBuild	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	3.42	1.77	0.34	1.99	1.42
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Linux	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	1.29	0.79	0.13	0.62	0.67
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Windows	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	6.44	3.97	0.64	3.11	3.33
	KSO 在线销售系统集成项目	购置	受益期间	2016.12-2026.11	119	37.70	-	0.31	0.31	37.38
	Oracle Database 11g Release 2 for linux x86-64 2CP	购置	受益期间	2012.4-2022.3	63	52.24	32.65	5.22	24.81	27.43
	Quick Test Professional 11.0	购置	受益期间	2012.4-2022.3	63	14.53	9.08	1.45	6.90	7.63
	PDF 转 WORD 插件授权	购置	受益期间	2016.6-2026.5	113	6.10	-	0.36	0.36	5.75
	Photoshop	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	1.54	0.79	0.15	0.90	0.64
	Purchase Visual AssistX	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	4.44	2.74	0.44	2.15	2.30
	Qt Commercial 桌面多操作系统	购置	受益期间	2012.1-2021.12	60	7.97	4.78	0.80	3.99	3.99
	Quick Test Professional	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	13.68	7.07	1.37	7.98	5.70
	Red Hat Enterprise Linux Server，Standard （1-2）	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	13.86	8.55	1.39	6.70	7.16
	RedHat Linux AS4.0	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	5.98	3.09	0.60	3.49	2.49
	Redshift Native OLEDB Provider 1.4	购置	合同授权期间	2015.10-2018.9	21	0.37	0.34	0.12	0.15	0.22
	System 翻译引擎词料中英文句对 450 万条	购置	受益期间	2016.4-2026.3	111	8.74	-	0.66	0.66	8.08
	Verisign 通配符证书（3 年期）	购置	合同授权期间	2014.10-2017.9	9	9.17	5.35	3.06	6.88	2.29
	Visual Paradigm for UML 10.0 Professional Edition	购置	受益期间	2012.10-2022.9	69	0.44	0.30	0.04	0.19	0.25
	Visual Studio Pro 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	14.53	7.51	1.45	8.48	6.05
	VMWare Server	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	5.98	3.09	0.60	3.49	2.49
				2011.9-2021.8	56	2.83	1.60	0.28	1.51	1.32
	vmWARE VSPhere 5 Enterprise for 2processor (企业版)	购置	受益期间	2012.4-2022.3	63	85.44	53.40	8.54	40.58	44.85
	Windows Server 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	50	3.33	1.72	0.33	1.94	1.39

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	WPS-IOS 邮件客户端开发授权费 SVG 图形引擎技术	购置	受益期间	2016.4-2026.3	111	104.12	-	7.81	7.81	96.31
	Xoreax IncrediBuild V3.32	购置	受益期间	2012.3-2022.2	62	6.26	3.86	0.63	3.02	3.23
	北京汉仪字库软件	购置	合同授权期间	2016.3-2018.2	14	4.62	-	1.92	1.92	2.69
	方正彩色照排系统软件包 V1.0	购置	合同授权期间	2012.6-2022.5	65	49.57	31.81	4.96	22.72	26.85
	哈工大转让技术：中文分词器、拼写检查、拼音标注、中文校对、中文繁简转换	购置	受益期间	2011.12-2021.11	59	50.00	29.58	5.00	25.42	24.58
	汉王 OCR 标准印刷体识别开发工具软件 V1.2	购置	合同授权期间	2016.11-2018.10	22	30.77	-	2.56	2.56	28.21
	汉仪字库字体 4 款	购置	合同授权期间	2016.12-2019.11	35	20.51	-	0.57	0.57	19.94
	黑马校对软件	购置	合同授权期间	2012.5-2013.4	0	0.21	-	-	0.21	-
	金密计算机终端保密检查工具软件 V5.0	购置	受益期间	2014.5-2019.4	28	0.95	0.63	0.19	0.51	0.44
				2011.9-2021.8	56	0.40	0.23	0.04	0.21	0.19
	金山办公客户端软件开发 1 套	购置	受益期间	2016.3-2026.2	110	9.43	-	0.79	0.79	8.65
	金山打字通 2002 和金山打字通 2008 软件	购置	合同授权期间	2012.12-2014.11	0	50.00	-	-	50.00	-
	中服计算机安全保密管理检查工具软件（保密资质专用）	购置	合同授权期间	2009.12-2010.11	0	0.30	-	-	0.30	-
	词霸系列软件及授权	购置	合同授权期间	2014.1-2023.12	84	255.16	66.30	21.20	210.06	45.10
	牛津词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.5	17	223.74	180.23	74.58	118.08	105.65
	柯林斯高阶英汉词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.3	15	23.35	18.54	8.24	13.05	10.30
	集团 IP 转让-商标授权	购置	受益期间	2015.10-2024.6	90	490.09	416.58	49.01	122.52	367.57
	一系列办公软件授权作品	购置	受益期间	2014.10-2024.9	93	75.47	61.64	7.55	21.38	54.09
	WPS 等著作权	购置	合同授权期间	2012.7-2017.6	6	4,072.60	1,001.03	667.35	3,738.93	333.68
	北大方正字库软件费	购置	受益期间	2014.2-2024.1	85	27.35	22.34	2.74	7.75	19.60
			合同授权期间	2013.8-2015.7	0	9.23	-	-	9.23	-
	软件授权 汇总					**5,928.70**	**2,042.33**	**896.81**	**4,546.00**	**1,382.70**
域名	KMAIL.COM 域名	购置	受益期间	2013.6-2023.5	77	15.27	11.33	1.53	5.47	9.80
	wps.com 和 i wps.com 域名	购置	受益期间	2015.11-2025.10	106	63.16	58.17	6.38	7.37	55.79

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	域名 汇总					**78.43**	**69.50**	**7.91**	**12.84**	**65.59**
专利技术及非专利技术	集团 IP 转让-专利技术	购置	受益期间	2015.11-2025.5	101	309.62	291.56	30.96	49.02	260.60
	Linux V1.0	内部研发	受益期间	2013.1-2014.12	0	1,063.90	-	-	1,063.90	-
	WPS V9	内部研发	受益期间	2013.7-2015.6	0	1,658.96	-	-	1,658.96	-
	专利技术及非专利技术 汇总					**3032.48**	**291.56**	**30.96**	**2771.88**	**260.60**
总计						**9,039.61**	**2,403.39**	**935.68**	**7,330.72**	**1,708.89**

（3） 公司 2017 年度无形资产原值及摊销情况

单位：人民币万元

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
软件授权	（J）金城 USB 安全移动存储及管理系统及保密 U 盘	购置	受益期间	2010.1-2019.12	24	0.37	0.11	0.04	0.30	0.07
	（M）Verisign 代码签名证书一套（3 年期）	购置	合同授权期间	2010.12-2013.11	0	0.90	-		0.90	-
	（M）腾讯企业 QQ 软件、号码、服务 一年*3 个	购置	合同授权期间	2010.12-2011.11	0	0.36	-		0.36	-
	Adobe Creative Auite 5.5 Web Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	49	10.64	5.41	1.06	6.29	4.35
	Adobe Flash Builder 4.5 Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	49	4.89	2.49	0.49	2.89	2.00
	Adobe Photoshop CS 5 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	49	4.19	2.13	0.42	2.48	1.71
	Apple iwork 09 家庭版	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	0.51	0.26	0.05	0.30	0.21
	Flash CS 4	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	1.03	0.43	0.10	0.70	0.33
	GEO 服务器证书	购置	合同授权期间	2011.7-2014.6	0	1.00	-		1.00	-
				2011.9-2014.8	0	1.00	-		1.00	-
				2014.10-2017.9	0	1.27	0.32	0.32	1.27	-
				2016.11-2019.10	22	3.40	3.21	1.13	1.32	2.08

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
				2016.6-2019.5	17	11.79	9.50	3.93	6.22	5.57
				2017.6-2020.5	29	3.46		0.67	0.67	2.79
	IBM Rational Robot	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	15.38	6.41	1.54	10.51	4.87
				2011.9-2021.8	44	7.65	3.57	0.76	4.84	2.81
	IBM RATIONAL ROBOT FLOATING USER	购置	受益期间	2012.4-2022.3	51	31.61	16.60	3.16	18.17	13.44
	IBM Rational Software Architect	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	19.45	8.11	1.95	13.29	6.16
				2011.9-2021.8	44	9.11	4.25	0.91	5.77	3.34
	IncrediBuild	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	3.42	1.42	0.34	2.34	1.08
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Linux	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	1.29	0.67	0.13	0.75	0.54
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Windows	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	6.44	3.33	0.64	3.75	2.69
	KSO 在线销售系统集成项目	购置	受益期间	2016.12-2026.11	107	37.70	37.38	3.77	4.09	33.61
	Oracle Database 11g Release 2 for linux x86-64 2CP	购置	受益期间	2012.4-2022.3	51	52.24	27.43	5.22	30.03	22.21
	Quick Test Professional 11.0	购置	受益期间	2012.4-2022.3	51	14.53	7.63	1.45	8.35	6.18
	PDF 转 WORD 插件授权	购置	受益期间	2016.6-2026.5	101	6.83	6.43	0.68	1.08	5.75
	Photoshop	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	1.54	0.64	0.15	1.05	0.49
	Purchase Visual AssistX	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	4.44	2.30	0.45	2.59	1.85
	Qt Commercial 桌面多操作系统	购置	受益期间	2012.1-2021.12	48	7.97	3.99	0.80	4.78	3.19
	Quick Test Professional	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	13.68	5.70	1.37	9.35	4.33
	Red Hat Enterprise Linux Server，Standard （1-2）	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	13.86	7.16	1.39	8.09	5.77
	RedHat Linux AS4.0	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	5.98	2.49	0.60	4.09	1.89
	Redshift Native OLEDB Provider 1.4	购置	合同授权期间	2015.10-2018.9	9	0.37	0.22	0.12	0.27	0.10
	System 翻译引擎词料中英文句对 450 万条	购置	受益期间	2016.4-2026.3	99	8.74	8.08	0.88	1.54	7.20
	Verisign 通配符证书（3 年期）	购置	合同授权期间	2014.10-2017.9	0	9.17	2.30	2.30	9.17	-
	Visual Paradigm for UML 10.0 Professional Edition	购置	受益期间	2012.10-2022.9	57	0.44	0.25	0.04	0.23	0.21
	Visual Studio Pro 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	14.53	6.05	1.45	9.93	4.60

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	VMWare Server	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	5.98	2.49	0.60	4.09	1.89
				2011.9-2021.8	44	2.83	1.32	0.28	1.79	1.04
	vmWARE VSPhere 5 Enterprise for 2processor (企业版)	购置	受益期间	2012.4-2022.3	51	85.44	44.85	8.54	49.13	36.31
	Windows Server 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	38	3.33	1.39	0.33	2.27	1.06
	WPS-IOS 邮件客户端开发授权费 SVG 图形引擎技术	购置	受益期间	2016.4-2026.3	99	104.12	96.31	11.64	19.45	84.67
	Xoreax IncrediBuild V3.32	购置	受益期间	2012.3-2022.2	50	6.26	3.23	0.62	3.65	2.61
	北京汉仪字库软件	购置	合同授权期间	2016.3-2018.2	2	4.62	2.69	2.30	4.23	0.39
	方正彩色照排系统软件包 V1.0	购置	合同授权期间	2012.6-2022.5	53	49.57	26.85	4.96	27.68	21.89
	哈工大转让技术：中文分词器、拼写检查、拼音标注、中文校对、中文繁简转换	购置	受益期间	2011.12-2021.11	47	50.00	24.58	5.00	30.42	19.58
	汉王 OCR 标准印刷体识别开发工具软件 V1.2	购置	合同授权期间	2016.11-2018.10	10	30.77	28.21	15.38	17.94	12.83
	汉仪字库字体 4 款	购置	合同授权期间	2016.12-2019.11	23	20.51	19.94	6.84	7.41	13.10
	黑马校对软件	购置	合同授权期间	2012.5-2013.4	0	0.21	-		0.21	-
	金密计算机终端保密检查工具软件 V5.0	购置	受益期间	2014.5-2019.4	16	0.95	0.44	0.19	0.70	0.25
				2011.9-2021.8	44	0.40	0.19	0.04	0.25	0.15
	金山办公客户端软件开发 1 套	购置	受益期间	2016.3-2026.2	98	9.43	8.65	0.94	1.72	7.71
	金山打字通 2002 和金山打字通 2008 软件	购置	合同授权期间	2012.12-2014.11	0	50.00	-	-	50.00	-
	中服计算机安全保密管理检查工具软件（保密资质专用）	购置	合同授权期间	2009.12-2010.11	0	0.30	-	-	0.30	-
	词霸系列软件及授权	购置	合同授权期间	2014.1-2023.12	72	255.16	45.10	19.08	229.14	26.02
	牛津词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.5	5	223.74	105.65	74.57	192.66	31.08
	柯林斯高阶英汉词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.3	3	23.35	10.30	8.24	21.29	2.06
	集团 IP 转让-商标授权	购置	受益期间	2015.10-2024.6	78	490.09	367.57	49.01	171.53	318.56
	一系列办公软件授权作品	购置	受益期间	2014.10-2024.9	81	75.47	54.09	7.55	28.93	46.54

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	WPS 等著作权	购置	合同授权期间	2012.7-2017.6	0	4,072.60	333.68	333.68	4,072.60	-
	北大方正字库软件费	购置	受益期间	2014.2-2024.1	73	27.35	19.60	2.74	10.49	16.86
			合同授权期间	2013.8-2015.7	0	9.23			9.23	
	CADDLL 开发工具包	购置	受益期间	2017.2-2027.1	109	3.77	-	0.35	0.35	3.42
	三年期代码签名证书	购置	合同授权期间	2017.6-2020.5	29	2.56	-	0.50	0.50	2.06
	方正字库软件 V7.0 全平台专业版授权	购置	受益期间	2017.07.-2027.6	115	88.89	-	4.44	4.44	84.45
	Sonicwall 内容过滤网关安全模块授权+原厂上门服务	购置	受益期间	2017.10-2020.9	33	7.76	-	0.65	0.65	7.11
	Sonicwall IPS 防病毒网关安全模块授权+原厂上门服务	购置	受益期间	2017.10-2020.9	33	14.63	-	1.22	1.22	13.41
	SDK 永久授权	购置	受益期间	2017.12-2020.11	35	248.99	-	6.92	6.92	242.07
	报表折算差异					-16.85	-0.70	-2.79	-2.82	-14.03
	软件授权 汇总					**6,282.64**	**1,382.70**	**602.13**	**5,148.13**	**1,134.51**
域名	KMAIL.COM 域名	购置	受益期间	2013.6-2023.5	65	15.27	9.80	1.53	7.00	8.27
	wps.com 和 i wps.com 域名	购置	受益期间	2015.11-2025.10	94	63.16	55.79	6.12	12.79	50.37
	22 项域名	购置	受益期间	2017.4-2027.3	111	2.22	-	0.17	0.17	2.05
	报表折算差异					-4.13	-	-0.71		-4.13
	域名 汇总					**76.52**	**65.59**	**7.11**	**19.96**	**56.56**
专利技术及非专利技术	集团 IP 转让-专利技术	购置	受益期间	2015.11-2025.5	89	309.62	260.60	30.96	79.98	229.64
	Linux V1.0	内部研发	受益期间	2013.1-2014.12	0	1,063.90	-	-	1,063.90	-
	WPS V9	内部研发	受益期间	2013.7-2015.6	0	1,658.96	-	-	1,658.96	-
	专利技术及非专利技术 汇总					**3,032.48**	**260.6**	**30.96**	**2,802.84**	**229.64**
总计						**9,391.64**	**1,708.89**	**640.20**	**7,970.93**	**1,420.71**

（4） 公司 2018 年度无形资产原值及摊销情况

单位：人民币万元

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
软件授权	（J）金城 USB 安全移动存储及管理系统及保密 U 盘	购置	受益期间	2010.1-2019.12	12	0.37	0.07	0.04	0.34	0.03
	（M）Verisign 代码签名证书一套（3 年期）	购置	合同授权期间	2010.12-2013.11	0	0.90	-	-	0.90	-
	（M）腾讯企业 QQ 软件、号码、服务 一年*3 个	购置	合同授权期间	2010.12-2011.11	0	0.36	-	-	0.36	-
	Adobe Creative Auite 5.5 Web Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	37	10.64	4.35	1.06	7.35	3.29
	Adobe Flash Builder 4.5 Premium 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	37	4.89	2.00	0.50	3.39	1.50
	Adobe Photoshop CS 5 彩包中文版 for wind	购置	受益期间	2012.2-2022.1	37	4.19	1.71	0.42	2.90	1.29
	Apple iwork 09 家庭版	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	0.51	0.21	0.06	0.36	0.15
	Flash CS 4	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	1.03	0.33	0.10	0.80	0.23
	GEO 服务器证书	购置	合同授权期间	2011.7-2014.6	0	1.00	-	-	1.00	-
				2011.9-2014.8	0	1.00	-	-	1.00	-
				2014.10-2017.9	0	1.27	-	-	1.27	-
				2016.11-2019.10	10	3.40	2.08	1.14	2.46	0.94
				2016.6-2019.5	5	11.79	5.57	3.94	10.16	1.63
				2017.6-2020.5	17	3.46	2.79	1.14	1.81	1.65
	IBM Rational Robot	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	15.38	4.87	1.54	12.05	3.33
				2011.9-2021.8	32	7.65	2.81	0.76	5.60	2.05
	IBM RATIONAL ROBOT FLOATING USER	购置	受益期间	2012.4-2022.3	39	31.61	13.44	3.16	21.33	10.28
	IBM Rational Software Architect	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	19.45	6.16	1.96	15.25	4.20
				2011.9-2021.8	32	9.11	3.34	0.92	6.69	2.42
	IncrediBuild	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	3.42	1.08	0.34	2.68	0.74
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Linux	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	1.29	0.54	0.14	0.89	0.40
	Intel VTune Amplifier XE 2011 For Windows	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	6.44	2.69	0.64	4.39	2.05

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	KSO 在线销售系统集成项目	购置	受益期间	2016.12-2026.11	95	37.70	33.61	3.78	7.87	29.83
	Oracle Database 11g Release 2 for linux x86-64 2CP	购置	受益期间	2012.4-2022.3	39	52.24	22.21	5.22	35.25	16.99
	Ouick Test Professional 11.0	购置	受益期间	2012.4-2022.3	39	14.53	6.18	1.46	9.81	4.72
	PDF 转 WORD 插件授权	购置	受益期间	2016.6-2026.5	89	5.71	5.75	0.56	0.52	5.19
	Photoshop	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	1.54	0.49	0.16	1.21	0.33
	Purchase Visual AssistX	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	4.44	1.85	0.46	3.05	1.39
	Qt Commercial 桌面多操作系统	购置	受益期间	2012.1-2021.12	36	7.97	3.19	0.80	5.58	2.39
	Quick Test Professional	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	13.68	4.33	1.38	10.73	2.95
	Red Hat Enterprise Linux Server，Standard （1-2）	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	13.86	5.77	1.40	9.49	4.37
	RedHat Linux AS4.0	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	5.98	1.89	0.60	4.69	1.29
	Redshift Native OLEDB Provider 1.4	购置	合同授权期间	2015.10-2018.9	0	0.37	0.10	0.10	0.37	-
	System 翻译引擎词料中英文句对 450 万条	购置	受益期间	2016.4-2026.3	87	8.74	7.20	0.88	2.42	6.32
	Verisign 通配符证书（3 年期）	购置	合同授权期间	2014.10-2017.9	0	9.17	-	-	9.17	-
	Visual Paradigm for UML 10.0 Professional Edition	购置	受益期间	2012.10-2022.9	45	0.44	0.21	0.04	0.27	0.17
	Visual Studio Pro 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	14.53	4.60	1.46	11.39	3.14
	VMWare Server	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	5.98	1.89	0.60	4.69	1.29
				2011.9-2021.8	32	2.83	1.04	0.28	2.07	0.76
	vmWARE VSPhere 5 Enterprise for 2processor (企业版)	购置	受益期间	2012.4-2022.3	39	85.44	36.31	8.54	57.67	27.77
	Windows Server 2008	购置	受益期间	2011.3-2021.2	26	3.33	1.06	0.34	2.61	0.72
	WPS-IOS 邮件客户端开发授权费 SVG 图形引擎技术	购置	受益期间	2016.4-2026.3	87	104.12	84.67	9.46	28.91	75.21
	Xoreax IncrediBuild V3.32	购置	受益期间	2012.3-2022.2	38	6.26	2.61	0.62	4.27	1.99
	北京汉仪字库软件	购置	合同授权期间	2016.3-2018.2	0	4.62	0.39	0.39	4.62	-
	方正彩色照排系统软件包 V1.0	购置	合同授权期间	2012.6-2022.5	41	49.57	21.89	4.96	32.64	16.93

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	哈工大转让技术：中文分词器、拼写检查、拼音标注、中文校对、中文繁简转换	购置	受益期间	2011.12-2021.11	35	50.00	19.58	5.00	35.42	14.58
	汉王 OCR 标准印刷体识别开发工具软件 V1.2	购置	合同授权期间	2016.11-2018.10	0	30.77	12.83	12.83	30.77	-
	汉仪字库字体 4 款	购置	合同授权期间	2016.12-2019.11	11	20.51	13.10	6.84	14.25	6.26
	黑马校对软件	购置	合同授权期间	2012.5-2013.4	0	0.21	-	-	0.21	-
	金密计算机终端保密检查工具软件 V5.0	购置	受益期间	2014.5-2019.4	4	0.95	0.25	0.20	0.90	0.05
				2011.9-2021.8	32	0.40	0.15	0.04	0.29	0.11
	金山办公客户端软件开发 1 套	购置	受益期间	2016.3-2026.2	86	9.43	7.71	0.94	2.66	6.77
	金山打字通 2002 和金山打字通 2008 软件	购置	合同授权期间	2012.12-2014.11	0	50.00	-	-	50.00	-
	中服计算机安全保密管理检查工具软件（保密资质专用）	购置	合同授权期间	2009.12-2010.11	0	0.30	-	-	0.30	-
	词霸系列软件及授权	购置	合同授权期间	2014.1-2023.12	60	255.16	26.02	13.00	242.14	13.02
	牛津词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.5	0	223.74	31.08	31.08	223.74	-
	柯林斯高阶英汉词典授权费	购置	合同授权期间	2015.6-2018.3	0	23.35	2.06	2.06	23.35	-
	集团 IP 转让-商标授权	购置	受益期间	2015.10-2024.6	66	490.09	318.56	49.02	220.55	269.54
	一系列办公软件授权作品	购置	受益期间	2014.10-2024.9	69	75.47	46.54	7.56	36.49	38.98
	WPS 等著作权	购置	合同授权期间	2012.7-2017.6	0	4,072.60	-	-	4,072.60	-
	北大方正字库软件费	购置	受益期间	2014.2-2024.1	61	27.35	16.86	2.74	13.23	14.12
			合同授权期间	2013.8-2015.7	0	9.23	-	-	9.23	-
	CADDLL 开发工具包	购置	受益期间	2017.2-2027.1	97	3.77	3.42	0.38	0.73	3.04
	三年期代码签名证书	购置	合同授权期间	2017.6-2020.5	17	2.56	2.06	0.86	1.36	1.20
	方正字库软件 V7.0 全平台专业版授权	购置	受益期间	2017.07.-2027.6	103	88.89	84.45	8.88	13.32	75.57
	Sonicwall 内容过滤网关安全模块授权+原厂上门服务	购置	受益期间	2017.10-2020.9	21	7.76	7.11	2.58	3.23	4.53
	Sonicwall IPS 防病毒网关安全模块	购置	受益期间	2017.10-2020.9	21	14.63	13.41	4.88	6.10	8.53

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	授权+原厂上门服务									
	SDK 永久授权	购置	受益期间	2017.12-2020.11	23	248.99	242.07	83.00	89.92	159.07
	29 个软件著作权	购置	受益期间	2018.3-2028.2	110	103.93	-	15.76	15.76	88.17
	Geotrust 保真服务器证书通配型	购置	合同授权期间	2018.6-2021.5	29	8.92	-	1.73	1.73	7.19
	Okit 统御项目管理系统 V7.0	购置	受益期间	2018.6-2028.5	113	16.92	-	0.99	0.99	15.93
	XSHELL 安全终端连接软件	购置	合同授权期间	2018.5-2021.4	28	6.11	-	1.36	1.36	4.75
	口袋动画产品著作权	购置	受益期间	2018.1-2027.12	108	24.60	-	2.46	2.46	22.14
	汉仪字库 5 年授权	购置	合同授权期间	2018.7-2023.6	54	258.62	-	25.86	25.86	232.76
	集团转让 29 个软件著作权	购置	受益期间	2018.10-2028.9	117	123.87	-	3.10	3.10	120.77
	《晨夕阅读》北外在线课程资源	购置	合同授权期间	2018.9-2021.8	32	9.03	-	1.00	1.00	8.03
	晨夕阅读配套书籍在线课程北外在线三年期	购置	合同授权期间	2018.12-2021.11	35	6.01	-	0.17	0.17	5.84
	2018 年 UI 设计素材版权	购置	合同授权期间	2018.9-2020.2	14	37.74	-	8.39	8.39	29.35
	授权 6 个快盘专利授权许可	购置	受益期间	2018.11-2028.10	118	11.40	-	0.19	0.19	11.21
	6 个快盘专利授权许可	购置	受益期间	2018.11-2028.10	118	15.96	-	0.27	0.27	15.69
	销售易在线管理软件使用许可	购置	合同授权期间	2018.12-2022.2	38	66.03	-	1.69	1.69	64.34
	高品图像图片使用授权费	购置	合同授权期间	2018.4-2020.3	15	3.3		1.24	1.24	2.06
	报表折算差异					0.82	-14.03	2.67	0.97	-0.15
	软件授权 汇总					**6,991.63**	**1,134.51**	**360.11**	**5,508.24**	**1,483.39**
域名	KMAIL.COM 域名	购置	受益期间	2013.6-2023.5	53	15.27	8.27	1.52	8.52	6.75
	wps.com 和 i wps.com 域名	购置	受益期间	2015.11-2025.10	82	63.16	50.37	5.74	18.53	44.63
	22 项域名	购置	受益期间	2017.4-2027.3	99	2.22	2.05	0.22	0.39	1.83
	报表折算差异					-1.29	-4.13	1.07	1.07	-2.36
	域名 汇总					**79.36**	**56.56**	**8.55**	**28.51**	**50.85**
专利技术及非专利技术	集团 IP 转让-专利技术	购置	受益期间	2015.11-2025.5	77	309.62	229.64	30.96	110.94	198.68
	Linux V1.0	内部研发	受益期间	2013.1-2014.12	0	1,063.90	-	-	1,063.90	-

项目	明细	取得方式	确定依据	摊销期间	剩余摊销期（月）	原值	期初摊余金额	当期摊销	累计摊销	期末摊余金额
	WPS V9	内部研发	受益期间	2013.7-2015.6	0	1,658.96	-	-	1,658.96	-
	11 个专利技术	购置	受益期间	2018.4-2028.3	111	56.60	-	4.25	4.25	52.35
	专利技术及非专利技术 汇总					**3,089.08**	**229.64**	**35.21**	**2,838.05**	**251.03**
总计						**10,160.07**	**1,420.71**	**403.87**	**8,374.80**	**1,785.27**

3、发行人从关联方购买商标、专利、软件著作权和域名的具体情况，包括交易标的、交易对手、交易价格及其公允性、相关交易标的与生产经营之间的关系、在发行人报表中列报的具体情况。

（1）公司 2016 年度向关联方购买商标、专利、软件著作权和域名的具体情况

单位：人民币元

出让关联方名称	交易标的	交易价格（含税）	定价依据	与生产经营之间的关系	列报科目	列报金额
文思海辉技术有限公司	KSO 在线销售系统	440,000.00	根据开发所需的工作量由双方协商确定	KSO 在线销售系统	软件授权	376,981.13
合计		**440,000.00**				**376,981.13**

公司 2016 年向文思海辉技术有限公司购买委托其开发的金山办公软件在线销售系统。交易价格为根据开发所需的工作量由双方协商确定。

（2）公司 2017 年度向关联方购买商标、专利、软件著作权和域名的具体情况

单位：人民币元

出让关联方名称	交易标的	交易价格（含税）	定价依据	与生产经营之间的关系	列报科目	列报金额
北京金山数字娱乐科技有限公司	域名	23,500.00	参照域名申请及从申请到转让期间支出的维护成本之和确定转让价格	UOFSDK 网站（WPS office）	域名	22,169.81
合计		**23,500.00**				**22,169.81**

2017 年北京金山数字向公司转让的 22 项域名因为不属于业务相关的重要域名而参照域名申请及从申请到转让期间支出的维护成本之和确定转让价格。

（3）公司 2018 年度向关联方购买商标、专利、软件著作权和域名的具体情况

单位：人民币元

出让关联方名称	交易标的	交易价格（含税）	定价依据	与生产经营之间的关系	列报科目	列报金额
北京金山软件有限公司	著作权	962,590.00	相关业务收益的测算基础上协商确定	WPS Office	软件授权	962,590.00
北京金山数字娱乐科技有限公司	著作权	76,700.00		WPS Office		76,700.00

出让关联方名称	交易标的	交易价格（含税）	定价依据	与生产经营之间的关系	列报科目	列报金额
珠海金山软件有限公司	著作权	1,238,710.00		WPS Office		1,238,710.00
北京金山软件有限公司	专利技术	54,000.00	相关业务收益的测算基础上协商确定	WPS Office	专利技术及非专利技术	50,943.40
珠海金山软件有限公司	专利技术	546,000.00		WPS Office		515,094.34
珠海金山软件有限公司	专利技术授权	120,833.00	相关业务收益的测算基础上协商确定	WPS Office	软件授权	113,993.39
北京金山软件有限公司	专利技术授权	169,167.00		WPS Office		159,591.51
合计		**3,168,000.00**				**3,117,622.64**

公司 2018 年交易对价如上表所示，著作权及专利的评估方法为许可费节省法（许可费节省法是通过估算一个假设的无形资产受让人如果拥有该无形资产，就可以节省许可费支出，将该无形资产经济寿命内每年节省的许可费支出通过适当的折现率折现，并以此作为该无形资产评估价值的一种评估方法），业务部门预测了相关业务未来 8-10 年的预计收益，并按相关知识产权的贡献度（著作权预测期各年贡献度从 20%-5%递减；专利预测期各年贡献度从 2%到 1%递减）计算相关知识产权产生的收益金额，著作权及专利分别按照折现率 18%和折现率 16%计算现值，作为交易价格。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、核查、分析公司募投前后固定资产规模、构成及占总资产的比例，收集同类可比公司相关结构，与募投运行情况进行对比；

2、获取无形资产明细清单，检查无形资产购买合同、许可协议、发票等权属文件，向业务部门了解各项软件授权、域名、专利技术及非专利技术的具体应用；

3、复核各项无形资产原值、摊销期限的确定是否正确，重新计算无形资产每期摊销金额、摊余金额，与列报情况进行核对；

4、检查从关联方处购买的无形资产列表，获取定价依据，对关联交易定价

公允性进行复核。

核查意见：

经核查，我们认为公司募投项目运行模式与同类可比公司不存在明显差异；金山办公股份无形资产的权属清晰、与生产经营活动密切相关，摊销计算及列报准确，符合《企业会计准则》的规定；公司从关联方购买软件授权、专利技术、软件著作权和域名交易价格具备公允性，相关交易标的与生产经营活动密切相关，在财务报表中列报无误。

问题三十六、招股说明书披露，报告期各期末，发行人其他非流动资产分别为 261.56 万元、267.52 万元及 1,667.75 万元，主要由员工房贷及其他金融资产构成，2018 年新增其他金融资产 1,422.57 万元，由公司对大麦地、数科网维及 Bestsign Inc.的投资构成。

请发行人补充披露：2018 年新增其他金融资产的明细构成、金额确定的依据与会计处理情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、2018 年新增其他金融资产的明细构成

单位：人民币万元

权益	被投资单位	初始入账日期	初始入账金额	价值变动	汇率折算影响	2018.12.31
回购权	北京大麦地信息技术有限公司	2018 年 5 月	544.50	-16.60		527.90
回购权	北京数科网维技术有限责任公司	2018 年 7 月	180.00	20.00		200.00
购股期权	北京数科网维技术有限责任公司	2018 年 7 月	2.00	1.00		3.00
股权	Bestsign Inc.	2018 年 2 月	411.22	235.38	45.07	691.67
合计			**1,137.72**	**239.78**	**45.07**	**1,422.57**

2、其他金融资产金额确定的依据与会计处理情况

（1）北京大麦地信息技术有限公司（以下简称大麦地）

2018 年 2 月 26 日，公司与北京大麦地信息技术有限公司（以下简称“大麦地”）及大麦地创始股东签订《北京大麦地信息技术有限公司投资协议》（以下简称“大麦地投资协议”），投资协议约定由公司向大麦地增资。投资协议中同时约定在大麦地未实现合格的首次公开发行且公司持有的大麦地股权未被全部收购的情况下，自股权交割之日起第 6 个周年日起，或者自某一创始股东或者大麦地严重违反投资协议下的任何义务之日起（以较早者为准），公司有权在前述条件满足之日起 1 年内，不时地向大麦地和/或创始股东发出回购通知，要求大麦地和/或创始股东按照约定的价格回购公司所持有的大麦地的全部或部分股权。该回购权属于一项嵌入衍生工具，与主合同构成混合工具。公司未将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，且该回购权与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，根据金融工具准则规定，公司将该回购权从混合工具中分拆，作为一项以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司聘请第三方评估机构对大麦地价值予以评估，购买日，该项回购权评估值为 544.50 万元，据此金额确认金融资产的初始入账价值；资产负债表日，公司聘请第三方评估机构该项资产价值予以评估，辅以确定该项金融资产账面价值，并将公允价值的的变动计入公允价值变动收益。

（2）北京数科网维技术有限责任公司（以下简称数科网维）

2018 年 7 月 2 日，公司与北京数科网维技术有限责任公司（以下简称"数科网维"）及数科网维创始股东签订《北京数科网维技术有限责任公司投资协议》（以下简称"数科网维投资协议"），投资协议约定由公司向数科网维增资。

1）购股期权

数科网维投资协议约定：“公司有权在 2020 年 12 月 31 日前的任何时候，要求冠群股份及马亚杰以约定价格向公司转让数科网维股权，具体转让份额由公司自行决定。”上述权利作为嵌入衍生工具，与主合同构成混合工具。公司未将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，且上述权利与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，根据金融工具准则规定，公司将该购股期权从混合工具中分拆，作为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融

资产，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司聘请第三方评估机构对数科网维股权价值予以评估，购买日，该项购股期权评估值为 2.00 万元，据此金额确认金融资产的初始入账价值；资产负债表日，公司聘请第三方评估机构对该项资产价值予以评估，辅以确定该项金融资产账面价值，并将公允价值的的变动计入公允价值变动收益。

2）回购权

数科网维投资协议约定："如果数科网维在交割日后的 96 个月内未能实现合格的首次公开发行，公司有权在此后的任何时间不时地向数科网维或创始人发出书面通知（"回购通知"），要求数科网维或创始人按照约定的价格回购公司持有的数科网维全部或部分股权。"上述权利作为嵌入衍生工具，与主合同构成混合工具。公司未将混合工具指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，且上述权利与主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，根据金融工具准则规定，公司将该购股期权从混合工具中分拆，作为以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司聘请第三方评估机构对数科网维价值予以评估，购买日，该项回购权评估值为 180.00 万元，据此金额确认金融资产的初始入账价值；资产负债表日，公司聘请第三方评估机构对该项资产价值予以评估，辅以确定该项金融资产账面价值，并将公允价值的的变动计入公允价值变动收益。

（3）Bestsign Inc.

2018 年 2 月 9 日，公司与 Bestsign Inc 签订股权认购协议，以约定价格购买 Bestsign Inc 1.3933%的股份，公司将其作为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，因预计投资期限超过一年，在报表中列示于其他非流动资产。取得投资时，公司依据交易价格确定金融资产的初始入账价值；后续计量时，资产负债表日，公司聘请第三方评估机构对该项资产价值进行评估，辅以确定该项金融资产的公允价值，并将公允价值的变动计入公允价值变动收益。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、检查了公司与大麦地创始股东签订的《北京大麦地信息技术有限公司投资协议》、公司与北京数科网维技术有限责任公司（以下简称“数科网维”）及数科网维创始股东签订《北京数科网维技术有限责任公司投资协议》以及公司与Bestsign Inc 签订股权认购协议，复核协议签订时间、金额等信息，检查本次交易履行的审批程序、付款方式及凭证，获取了董事会决议；

2、检查了银行对账单、检查银行付款回单所载的收款人信息、金额与记账凭证的金额、对方科目明细是否一致；

3、检查了公司聘请第三方评估机构对大麦地、数科网维及 Bestsign Inc 进行评估后所出具的评估报告。

核查意见：

经核查，我们认为金山办公股份报告期内对大麦地、数科网维及 Bestsign Inc. 投资构成的其他金融资产金额确定依据合理，会计处理正确。

问题三十七、招股说明书披露，报告期各期末公司应付账款余额分别为 1,893.67 万元、3,660.44 万元和 6,977.78 万元，主要为软件授权使用费及应付货款。

请发行人：（1）结合对外采购的主要内容、对象等补充分析并披露应付账款的项目，说明与采购的配比情况；（2）在“业务与技术”章节补充披露相关应付的款项的支付方式；（3）说明报告期内是否存在因现金流问题而延迟付款或改变结算方式的情况。

请保荐机构和申报会计师核查并发表核查意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、结合对外采购的主要内容、对象等补充分析并披露应付账款的项目，说明与采购的配比情况；

报告期内，公司的供应商采购主要分为办公软件产品使用授权业务采购、互联网推广服务业务采购、办公服务订阅业务采购以及主要固定资产及无形资产的采购。其中，办公软件产品使用授权业务主要采购内容包括 IDC/CDN 服务、软件介质及包装物、外购配套销售软硬件以及为字体授权等；互联网推广服务主要采购内容包括 IDC/CDN 服务、技术服务费等；办公服务订阅主要采购内容包括 IDC/CDN 服务、会员功能服务采购、开发分成等。

报告期内供应商前 10 名对应的采购内容及应付账款具体情况如下表所示：

（1）2016 年度

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
1	北京蓝汛通信技术有限责任公司	IDC、CDN	1,179.29	16.77	160.25	应付服务费及授权使用费	13.59
2	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	917.70	13.05	342.30	应付服务费及授权使用费	37.30
3	Hancom Inc.,	软件特许权	701.71	9.98			
4	亚马逊通技术服务	IDC、CDN	578.88	8.23	124.58	应付服务	21.52

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
	（北京）有限公司、Amazon Web Services, Inc.					费及授权使用费	
5	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	466.27	6.63			
6	风尚云起文化传媒（北京）有限公司	会员功能服务采购-模板	360.53	5.13	92.03	应付服务费及授权使用费	25.53
7	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、存储设备	303.32	4.31	33.48	应付货款	11.04
8	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	297.87	4.24	70.99	应付服务费及授权使用费	23.83
9	上海道宇信息科技有限公司	会员功能服务采购-模板	211.48	3.01			
10	北京五八云端网络技术有限公司	IDC、CDN	134.94	1.92	17.14	应付服务费及授权使用费	12.70
	合计		**5,151.98**	**73.27**	**840.77**		

（2）2017 年度

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
1	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	2,200.92	22.01	366.23	应付服务费及授权使用费	16.64
2	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	1,037.91	10.38			
3	风尚云起文化传媒（北京）有限公司	会员功能服务采购-模板	1,022.14	10.22	144.22	应付服务费及授权使用费	14.11
4	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、网络设备及安全模块授权等	674.66	6.75	64.41	应付货款	9.55
5	亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services, Inc.	IDC、CDN	603.67	6.04	70.50	应付服务费及授权使用费	11.68
6	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	403.91	4.04	114.85	应付服务费及授权使用费	28.43

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
7	珠海市鸿海信息科技有限公司	服务器、存储设备	383.16	3.83			
8	上海七牛信息技术有限公司	IDC、CDN	345.92	3.46	63.50	应付服务费及授权使用费	18.36
9	北京蓝汛通信技术有限责任公司	IDC、CDN	342.57	3.43	80.43	应付服务费及授权使用费	23.48
10	上海略过广告有限公司	会员功能服务采购-模板	263.43	2.63	265.00	应付服务费及授权使用费	100.60
	合计		**7,278.29**	**72.79**	**1,169.14**		

（3）2018 年度

单位：人民币万元

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
1	北京金山云网络技术有限公司	云存储、云计算及带宽和 CDN 等服务	3,459.04	18.01	476.97	应付服务费及授权使用费	13.79
2	珠海市昇辉科技有限公司	服务器、网络设备等	1,513.42	7.88	329.62	应付货款	21.78
3	杭州阿里妈妈软件服务有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司	技术服务费、手续费	1,484.75	7.73			
4	珠海睿云信息科技有限公司	服务器、网络设备等	1,462.55	7.62	705.13	应付货款	48.21
5	风尚云起文化传媒（北京）有限公司、霍尔果斯风尚云起网络科技有限公司	会员功能服务采购-模板	1,098.32	5.72			
6	亚马逊通技术服务（北京）有限公司、Amazon Web Services, Inc.	IDC、CDN	970.71	5.06	368.97	应付服务费及授权使用费	38.01
7	北京首都在线科技股份有限公司	IDC、CDN	750.33	3.91	191.57	应付服务费及授权使用费	25.53
8	上海七牛信息技术有限公司	IDC、CDN	731.10	3.81	123.80	应付服务费及授权使用费	16.93
9	杭州盛航计算机科技有限公司	会员功能服务采购-模板	560.70	2.92	246.50	应付服务费及授权使用费	43.96
10	珠海市彦安科技有限公司	会员功能服务采购-数据恢复	494.66	2.58	286.66	应付服务费及授权使用费	57.95

序号	供应商名称	采购标的	采购金额	占比（%）	应付账款余额	应付账款性质	应付账款余额占采购金额的比例（%）
	合计		12,525.58	65.23	2,729.22		

如上表所示，报告期内应付账款的性质与对外采购的标的相关，采购 IDC/CDN 服务、技术服务、会员功能服务及模板开发等内容的相关账款为应付服务费及授权使用费，采购软件介质及包装物、固定资产等资产的相关账款为应付货款。报告期公司与各供应商之间的应付账款各期末余额占当期采购金额的比例有所不同，主要是因为公司与各供应商采购标的不同，结算方式及进度不同，且产生应付账款的时间不同导致。

报告期各期末，应付账款余额占当期采购金额的比例符合实际情况。

2、在“业务与技术”章节补充披露相关应付的款项的支付方式；

公司按照与供应商合同约定的时间以银行转账方式支付应付款项。

3、说明报告期内是否存在因现金流问题而延迟付款或改变结算方式的情况。

报告期内，公司偿债能力的主要指标如下表所示：

项目	2018 年 12 月 31 日 /2018 年度	2017 年 12 月 31 日 /2017 年度	2016 年 12 月 31 日 /2016 年度
流动比率	3.51	5.21	7.41
速动比率	3.51	5.21	7.40
资产负债率（%，合并口径）	27.06	18.78	13.57

下表为同行业可比上市公司截至 2018 年 12 月 31 日的主要偿债能力指标：

公司名称	流动比率	速动比率	资产负债率（%）
鼎捷软件	1.26	1.25	45.04
东方通	1.57	1.49	30.01
广联达	2.08	2.08	41.45
泛微网络	1.43	1.41	53.49
用友网络	1.14	1.13	49.73
久其软件	1.74	1.72	64.40
均值	1.54	1.51	47.35
本公司	3.51	3.51	27.06

资料来源：各可比公司年报。

报告期内，公司经营活动产生的现金流量如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营活动现金流入小计	130,203.61	90,375.80	64,084.44
经营活动现金流出小计	88,393.82	55,698.31	50,334.43
经营活动产生的现金流量净额	41,809.78	34,677.49	13,750.01

报告期各期末，公司流动比率及速动比率均高于可比公司平均水平，资产负债率低于可比公司平均水平。报告期各期经营活动产生的现金流量净额呈上升趋势。总体而言，公司偿债能力较好，不存在因现金流问题而延迟付款或改变结算方式的情况。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取报告期内公司与主要供应商签订的采购合同及采购明细表；

2、获取报告期内公司对供应商的付款凭证；

3、对主要供应商执行了访谈及函证程序，了解是否存在延迟付款或改变结算方式的情况；

4、获取报告期内应付账款明细表，将主要供应商采购金额与当期期末应付账款余额进行对比；

5、对公司报告期内偿债能力进行分析，与同行业可比公司进行对比。

核查意见：

经核查，我们认为公司报告期内采购交易真实，应付账款的项目与采购内容具有一致性，报告期各期末应付账款的余额与对应各期采购金额的比例符合实际情况；报告期内不存在因现金流问题而延迟付款或改变结算方式的情况。

问题三十八、招股说明书披露，报告期各期末，公司预收款项的金额分别为 2,757.37 万元、9,033.23 万元及 19,390.60 万元，占负债总额比例分别为 21.52%、

37.61%和 44.02%，2018 年较 2017 年预收账款余额增加了 10,357.37 万元，增长了 114.65%，主要系办公服务订阅业务量增加所致。

请发行人补充披露：报告期各期末按业务类型披露预收账款的金额及其变动分析。

请发行人说明：（1）2018 年预收货款余额较大的原因，结合对应服务的完成情况，说明是否存在延迟确认收入的情形；（2）结合办公服务订阅业务的主要条款，分别说明该业务按照进度或者服务期限的收入确认时点。

请保荐机构和申报会计师核查并发表核查意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

报告期各期末公司预收款项按业务类别分类情况如下：

单位：人民币万元

业务类别	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
软件使用授权	2,664.51	1,565.57	1,157.07
增长率	70.19%	35.30%	-
服务订阅	16,264.07	7,197.60	1,288.98
增长率	125.97%	458.40%	-
互联网广告推广	462.02	270.05	311.32
增长率	71.09%	-13.26%	-
预收款项合计	**19,390.60**	**9,033.23**	**2,757.37**
增长率	114.66%	227.60%	-

从上表可以看出，报告期内公司预收款项总体规模保持增长，且增长速度较快。报告期内公司预收款项增长较快的原因主要是办公服务订阅业务中个人客户服务订阅形成的预收款项金额增速较快。

公司为个人提供增值服务的业务均采取预收款方式，根据用户购买的服务期间分期确认收入或根据预充值付费用户当期实际消耗的预充值金额确认收入，该部分业务形成的预收账款主要为尚未摊销的会员服务费及尚未消耗的预充值金额。报告期内，公司因个人客户服务订阅形成的当期销售额与预收账款情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日

预收账款余额	15,496.77	6,917.79	1,022.52
预收账款增长率	124.01%	576.54%	-
当期销售额（订单额）	48,169.72	21,744.50	5,665.00
当期销售额增长率	121.53%	283.84%	-

注：销售额系个人服务订阅业务系统（包括 WPS 会员、稻壳会员、词霸业务等）记录的当期累计订单金额。

由上表可以看出，个人订阅业务的预收账款增长与销售额的增长趋势相匹配，但是 2017 年及 2018 年预收账款增长率高于其销售额增长率，主要原因在于随着公司个人订阅产品和服务的逐渐丰富，长期会员比例逐年提升所致。报告期内，个人订阅业务会员服务期限分布情况如下：

会员期限	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1-3 个月	29.86%	40.27%	86.10%
4-11 个月	1.10%	2.48%	3.75%
12 个月及以上	69.04%	57.25%	10.15%
合计	**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

注：公司会员主要分为 WPS 会员、稻壳儿会员两类。WPS 会员服务注重基于 WPS Office 办公软件的功能型服务，如 WPS 会员可以使用文档格式转换、文档修复、云文档等增值服务；稻壳儿会员则可以每月免费下载一定数量的稻壳儿模板，并在下载限额用完后，以优惠价格购买稻壳儿模板，享受资源型服务。相对于免费用户，WPS 会员除能够享受更多的增值服务以外，同时还拥有如云文档存储空间更大、多人云协作团队人数上限更多等高级权限。稻壳儿会员既可以选择成为包月会员，也可以选择按个数购买模板，使所制作的文字文档、表格文档、演示文档更加专业和美观。公司为会员提供的服务期限根据个人用户购买的会员期限决定。

从上表可以看出，由于用户需求驱动且随着个人订阅服务销售额增长（2017 年较 2016 年增长 16,079.50 万元，涨幅 283.84%；2018 年较 2017 年增长 26,425.22 万元，涨幅 121.53%）及长期会员占比增加（2016 年占比 10.15%，2017 年占比 57.25%，增长 47.10%；2018 年占比 69.04%，增长 11.79%），报告期内预收账款增长趋势与该类业务销售额增长趋势相匹配。

（二）说明

1、2018 年预收货款余额较大的原因，结合对应服务的完成情况，说明是否存在延迟确认收入的情形；

报告期各期末公司预收款项按业务类别分类情况如下：

单位：人民币万元

业务类别	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
软件使用授权	2,664.51	13.74%	1,565.57	17.33%	1,157.07	41.96%
服务订阅	16,264.07	83.88%	7,197.60	79.68%	1,288.98	46.75%
互联网广告推广	462.02	2.38%	270.05	2.99%	311.32	11.29%
预收款项合计	**19,390.60**	**100.00%**	**9,033.23**	**100.00%**	**2,757.37**	**100.00%**
占负债总额的比例	44.02%		37.61%		21.52%	
占营业收入的比例	17.16%		11.99%		5.08%	

从上表可以看出，报告期内公司预收款项总体规模保持增长，且增长速度较快，占负债总额及营业收入的比例也大幅上升，其中服务订阅业务增幅最大。各类业务形成预收款项的原因分析如下：

（1）办公软件产品使用授权业务

公司向客户销售软件使用许可权（含数量授权模式和场地授权模式），在发出软件介质、软件授权书和软件序列号后，经客户验收或客户在验收期未提出异议的，在客户验收时或验收期满时确认收入。在此类业务中，部分经销商会在验收前回款，此时尚不符合授权业务收入确认条件，由此形成预收账款。此外，客户回款后，与授权业务相关的后续维护服务尚未提供完成的，与该部分服务对应的回款金额因未达到收入确认条件，亦列示于预收账款。报告期内，因办公软件产品使用授权业务产生的预收款项总体规模较小，均为不符合收入确认条件形成的回款，不存在延迟确认收入的情形。

（2）办公软件服务订阅业务

公司向企业客户提供软件服务订阅业务主要为文档安全及 WPS+企业云服务等专业化、定制化软件服务，该业务模式下，公司按照考核和验收对应的服务提供进度或按照服务期限分摊确认收入，客户付款后，软件服务尚未提供完成的，与该部分服务对应的收款金额因未达到收入确认条件，需予以递延，列示于预收账款，并根据服务的提供进度计入收入。报告期各期末，公司向企业客户提供办公软件服务订阅业务形成的预收账款余额随着公司该类业务规模的扩大而小幅度的增长。

公司为个人提供增值服务的业务均采取预收款方式，根据用户购买的服务期间分期确认收入或根据预充值付费用户当期实际消耗的预充值金额确认收入，该

部分业务形成的预收账款主要为尚未摊销的会员服务费及尚未消耗的预充值金额。报告期内，公司因个人客户服务订阅形成的当期销售额与预收账款情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
预收账款余额	15,496.77	6,917.79	1,022.52
预收账款增长率	124.01%	576.54%	-
当期销售额（订单额）	48,169.72	21,744.50	5,665.00
当期销售额增长率	121.53%	283.84%	-

注：销售额系个人服务订阅业务系统（包括 WPS 会员、稻壳会员、词霸业务等）记录的当期累计订单金额。

由上表可以看出，个人订阅业务的预收账款增长与销售额的增长趋势相匹配，但是 2017 年及 2018 年预收账款增长率高于其销售额增长率，主要原因在于随着公司个人订阅产品和服务的逐渐丰富，长期会员比例逐年提升所致。报告期内，个人订阅业务会员服务期限分布情况如下：

会员期限	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1-3 个月	29.86%	40.27%	86.10%
4-11 个月	1.10%	2.48%	3.75%
12 个月及以上	69.04%	57.25%	10.15%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

注：公司会员主要分为 WPS 会员、稻壳儿会员两类。WPS 会员服务注重基于 WPS Office 办公软件的功能型服务，如 WPS 会员可以使用文档格式转换、文档修复、云文档等增值服务；稻壳儿会员则可以每月免费下载一定数量的稻壳儿模板，并在下载限额用完后，以优惠价格购买稻壳儿模板，享受资源型服务。相对于免费用户，WPS 会员除能够享受更多的增值服务以外，同时还拥有如云文档存储空间更大、多人云协作团队人数上限更多等高级权限。稻壳儿会员既可以选择成为包月会员，也可以选择按个数购买模板，使所制作的文字文档、表格文档、演示文档更加专业和美观。公司为会员提供的服务期限根据个人用户购买的会员期限决定。

从上表可以看出，由于用户需求驱动且随着个人订阅服务销售额增长（2017 年较 2016 年增长 16,079.50 万元，涨幅 283.84%；2018 年较 2017 年增长 26,425.22 万元，涨幅 121.53%）及长期会员占比增加（2016 年占比 10.15%，2017 年占比 57.25%，增长 47.10%；2018 年占比 69.04%，增长 11.79%），报告期内预收账款增长趋势与该类业务销售额增长趋势相匹配。

（3）互联网广告推广业务

公司与第三方互联网广告推广平台进行合作或与广告代理商签订互联网广

告合同进行推广的业务模式下，公司通常在广告发布完成后根据双方确认的结算数据或对账结果进行结算并收款，不会产生预收款项。报告期间各期末，因该类业务确认的预收账款主要系零星代理商通过预付款的方式提前取得广告位导致。

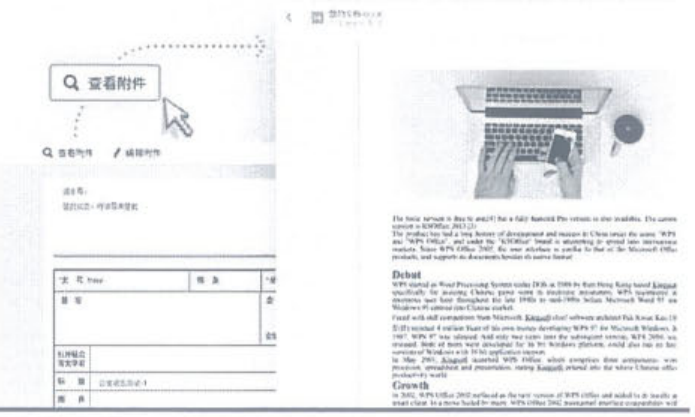
综上所述，报告期内公司预收款项 2018 年余额较大主要是由于办公软件服务订阅业务的业务模式和收入确认条件导致，不存在延迟确认收入的情形。

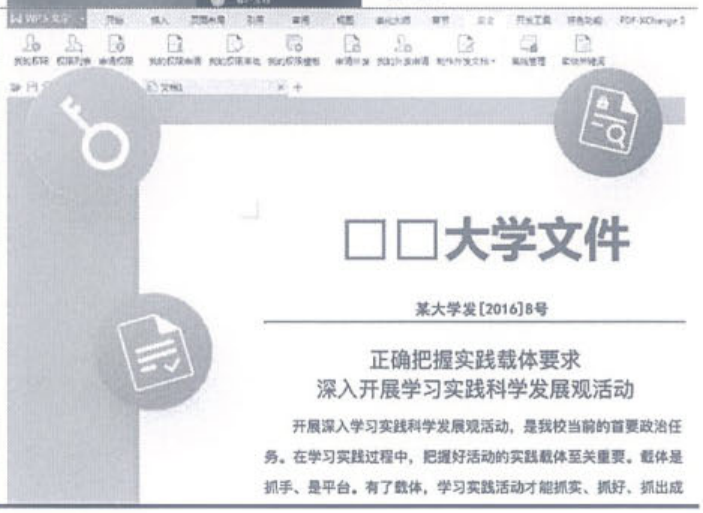
2、结合办公服务订阅业务的主要条款，分别说明该业务按照进度或者服务期限的收入确认时点。

（1）业务模式介绍

公司办公服务订阅业务包括面向机构客户的订阅服务以及面向个人客户的订阅服务（包括 WPS 会员、稻壳会员及词霸业务），是公司针对个人客户及机构客户的办公应用场景，结合用户的不同需求，所研发的一系列办公应用服务。

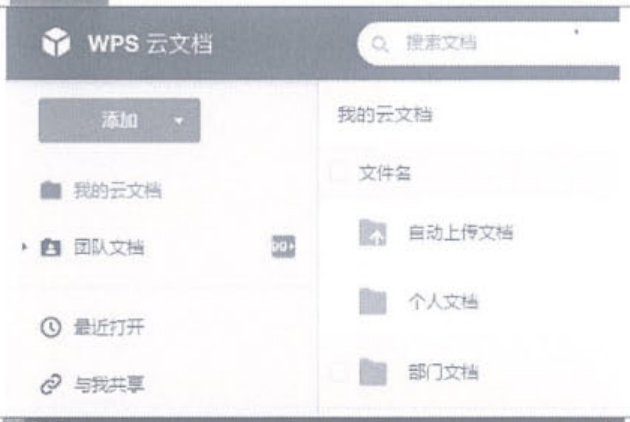
1）机构客户的订阅服务主要包括 WPS+企业云服务（如企业云文档、企业云协作）以及文档安全等专业化、定制化服务，帮助组织级客户更好地进行文档创作、文档管理、分享和协同办公。其中具有代表性的服务包括：

服务	服务内容	图例
企业云文档	企业云文档是面向组织级客户的文档管理服务，支持全平台业务系统应用的调用，使客户的系统可以直接具备文档上传下载、存储管理、在线预览等能力，给予用户良好的应用体验。	

服务	服务内容	图例
企业云协作	企业云协作是面向组织级客户的全平台文档协作服务，如协作文档、协作绘图等，可满足企业团队的沟通协作、文档管理、信息安全、业务流程通知汇集、企业层级管控等办公应用需求，实现随时随地办公，提升办公效率。	
文档安全	文档安全通过 WPS Office 客户端和安全服务器提供加解密文档、细粒度权限管理、权限申请与审批、离线使用、外发、日志审计以及溯源追踪等功能，为企业提供便捷高效的文档安全管理服务。	

2）个人客户的订阅服务主要包括文档漫游、个人云文档、稻壳云模板、文档转换、文档修复、文档美化、会员皮肤等。通过这些增值服务，用户可以更加快捷高效地进行文档创作、编辑和分享，制作更专业、更美观的办公文档，提高办公效率。其中具有代表性的服务主要包括：

服务名称	服务内容	图例
文档漫游	支持文档自动上传到云端，可实现文档在 PC、Android、iOS 等平台上的"自动漫游"，用户可以在多个客户端随时随地访问 WPS 云文档，进行文档的查看、下载、编辑、上传等操作。	

服务名称	服务内容	图例
稻壳云模板	提供海量的专业云模板，如报告总结、活动比赛、财务报表、简历求职等类别的经典范文，也可向设计者提出需求，定制专属的个性化模板。	
个人云文档	WPS 用户可管理私人存储空间、文档漫游、协同圈子等文档数据。随着会员等级提高，所享受的服务也随之升级。	
会员皮肤	为客户提供多款精致的会员皮肤，用户可通过自定义设置设定个性化办公界面，同时可以对皮肤进行统一管理。	

3）词霸业务主要是以金山词霸 PC 端（http://www.iciba.com）、金山词霸 APP、金山词霸微信公众号、WPS 精品课微信公众号及小程序等产品为用户提供读书、增值及精品课的服务。具体情况如下：

产品名称	产品形态	产品/服务内容	产品/服务示例

产品名称	产品形态	产品/服务内容	产品/服务示例
词霸业务-读书	金山词霸PC端及APP	电子书	
		词典	
		PC 端在线人工翻译服务	

产品名称	产品形态	产品/服务内容	产品/服务示例
词霸业务-增值	金山词霸 PC 端及 APP	英语课程服务	
		会员服务	
词霸业务-精品课	WPS 精品课微信公众号及小程序	职场课程服务	

（续）

产品名称	产品形态	产品/服务内容	上线时间	产品/服务定价
词霸业务-	金山词霸 PC 端	电子书	2016 年 1 月 1 日	根据合作方授权定价，定

产品名称	产品形态	产品/服务内容	上线时间	产品/服务定价
读书	及 APP	词典	2016 年 5 月 31 日	价区间 0.99-199 元之间
		PC 端在线人工翻译服务	2016 年 3 月 1 日	根据合作方授权定价，定价区间 9.9-998 元之间；会员类型包括书城会员、课程会员等，会员有效期限一般为 1 年
词霸业务-增值	金山词霸 PC 端及 APP	英语课程服务	2016 年 5 月 26 日	
		会员服务	2017 年 3 月 8 日	
词霸业务-精品课	WPS 精品课微信公众号及小程序	职场课程服务	2016 年 12 月 1 日	根据合作方授权定价，定价区间 1-699 元之间，精品课的观看有效期一般为 1 年

（2）业务合同分析

1）机构服务订阅业务

机构客户订阅服务中面向大型机构客户提供的定制化服务，通常根据商务谈判确定服务内容，并由公司在约定的服务期间内提供合同约定的相应服务。例如公司与工商银行签订的软件产品专业技术服务合同中约定的服务内容包括故障响应、产品升级维护、远程技术支持、现场技术支持、应用系统兼容性改造及产品二次开发、WPS Office 产品介绍及培训等，服务期限为一年。

机构客户订阅服务中相对标准化的 WPS+云办公服务套餐，服务内容主要包括在线技术支持、热线电话、现场技术支持、软件升级、培训等，服务期限通常为一年。

机构客户订阅服务中定制化开发，服务内容主要包括 WPS 文档安全系统与客户业务系统登陆集成认证开发；WPS 文档安全系统的权限，加解密功能开发（打开有权限且加密的在线安全文档）；文档外发、外带功能开发（通过审批流程后的外发外带文档能正常打开）；WPS 文档安全系统部署实施；系统上线推广及人员培训等。合同中通常对开发成果约定了明确的验收条款。

2）个人服务订阅业务

个人服务订阅包括为个人用户提供增值服务业务（主要包括文档漫游、个人云文档、稻壳云模板、文档转换、文档修复、文档美化、会员皮肤等）以及词霸相关业务（包括读书业务、课程购买以及词霸会员服务）。

用户付费购买 WPS 会员、稻壳儿会员、词霸会员服务的，在约定的服务期

间内可享受会员增值服务，例如 WPS 会员权利为可享受纯净无广告、无限次 PDF 转 Word、PDF 合并、PDF 拆分、数据恢复、云字体等。根据《WPS 会员服务使用协议》，公司将 WPS 会员服务中的部分或全部服务打包，根据不同的使用期限以及不同的支付方式制定收费标准向用户收取费用；具体会员权益以 https://vip.wps.cn/privilege/网站上公布的内容为准；用户可享受 WPS 会员资格的期限以用户自行选择并支付相应费用购买的期限为准，用户可以登录网址为 http://vip.wps.cn/center 的个人中心页面进行查询。

用户付费单独购买指定功能或素材，是指用户单独按次购买特定功能；开通稻壳会员的用户，单独购买部分不在稻壳儿会员权益中包含的特定素材等。单独购买指定功能或素材的定价由公司单独制定，用户按照该类收费模式向金山办公支付对应费用后仅可获得金山办公所明示提供的对应部分服务。

用户付费购买 WPS 精品课和词霸精品课的，在付费后的有效期内（通常为一年）可通过手机 APP 或微信公众号及小程序在线或离线状态下无限次的观看该课程，有效期之后用户无法再次观看该课程。

（3）收入确认时点分析

1）机构服务订阅业务

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定："满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。"

机构客户订阅服务中面向大型机构客户提供的定制化服务，公司履约（即提供服务）的同时，客户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司应按合同约定的服务期限分摊确认收入。如合同中客户对服务约定了分阶段考核与验收的，公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入。

机构客户订阅服务中相对标准化的 WPS+云办公服务套餐，公司履约（即提供服务）的同时，客户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行履约义务，公司按合同约定的服务期限分摊确认收入。

机构客户订阅服务中定制化开发，公司在开发过程中客户不能同时取得相关的经济利益，且无法控制尚未完成的开发项目，公司定制开发成果虽具有不可替代用途，但只有在开发工作完成并经客户验收后才能获得收款权，应作为在某一时点履行履约义务，于开发成果交付，客户验收后确认收入。

综上，公司办公服务订阅业务中机构服务订阅业务按照进度或者服务期限的收入确认时点为：

为企业用户提供办公服务订阅业务，如合同或协议中约定了考核和验收条款的，公司按考核和验收对应的服务提供进度确认收入；合同中未约定考核和验收条款的，公司在约定的服务期间内分期确认收入。

2）个人服务订阅业务

根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号）第十一条规定："满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务；否则，属于在某一时点履行履约义务：（一）客户在企业履约的同时取得并消耗企业履约所带来的经济利益。（二）客户能够控制企业履约过程中在建的商品。（三）企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。"

用户付费购买 WPS 会员、稻壳儿会员、词霸会员服务的，在约定的服务期间内可享受会员增值服务，公司履约的同时，用户即取得并消耗了公司履约所带来的经济利益，属于在某一时段内履行的履约义务，应当在履行履约义务的期间确认收入。

用户付费单独购买指定功能或素材的，用户完成购买的同时，公司即享有现时收款权利，同时客户能够主导该权利的使用并从中获得几乎全部经济利益，构成在某一时点履行的单项履约义务。用户单独购买指定功能或素材可能采取单独付费的形式，也可能采取预充值虚拟货币后消耗的形式，公司在用户完成购买时

按实际消耗的金额确认收入。

用户付费购买 WPS 精品课和词霸精品课，是一种面向有某种知识学习需求用户的标准化课程，用户在付费后仅仅获得有效期内无限次的课程观看权。根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），"第三十六条，企业向客户授予知识产权许可的，应当按照本准则第九条和第十条规定评估该知识产权许可是否构成单项履约义务，构成单项履约义务的，应当进一步确定其是在某一时段内履行还是在某一时点履行。企业向客户授予知识产权许可，同时满足下列条件时，应当作为在某一时段内履行的履约义务确认相关收入；否则，应当作为在某一时点履行的履约义务确认相关收入：（一）合同要求或客户能够合理预期企业将从事对该项知识产权有重大影响的活动；（二）该活动对客户将产生有利或不利影响；（三）该活动不会导致向客户转让某项商品"。企业向客户授予知识产权许可，只有在企业需要继续从事对该项知识产权有重大影响的活动，并且该活动对客户将产生有利或不利影响的时候，才应当作为在某一时段内履行的履约义务确认相关收入。例如：企业将对所授予的作品版权进行创作，并且创作完成的版权客户才能够进行后续发行和影视改编，所以企业向客户授予的作品版权是在某一时段内履行的履约义务确认相关收入。对于公司的 WPS 精品课和词霸精品课，由于是标准化和提前录制完成的课程，课程的制作方或供应商以及公司在课程录制完成和采购后，不会再对相关课程进行任何修改和干预，也不向用户提供有关课程的任何答疑、互动等后续服务，即公司不会从事对该使用权有重大的影响的后续活动，更不会对付费用户产生任何有利或不利的影响。用户完成购买的同时，公司即享有现时收款权利，同时客户能够主导该权利的使用并从中获得几乎全部经济利益，构成在某一时点履行的单项履约义务。公司在用户完成购买时按实际购买金额确认收入。

综上，公司办公服务订阅业务中个人服务订阅业务收入按照进度或者服务期限的确认时点为：

为个人提供增值服务业务下，如付费用户的权利为在约定的服务期间内可享受会员增值服务，则根据用户购买的会员服务期间分期确认收入；如付费用户单独购买指定的功能或素材，于用户完成购买后一次性确认收入；如付费用户通过

预充值的方式获取虚拟货币，再使用虚拟货币购买指定的功能或素材的，以用户当期预充值总金额与取得虚拟货币的总数量（包括充值以及获赠方式取得）确定虚拟货币单价，于用户当期使用虚拟货币时，按其实际消耗的虚拟货币数量及单价计算确定为实际消耗的预充值金额，并以此确认收入。

词霸相关业务包括读书业务、课程购买以及词霸会员服务。如用户购买指定的读书业务（包括电子书、词典、翻译等）或课程，于用户完成购买后确认收入；如用户购买词霸会员服务，在服务期限内采用直线摊销法确认收入。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、获取报告期内各类业务收入明细表、预收款项明细表，对其变动趋势进行分析；

2、检查报告期内预收款项涉及的合同及收款凭证，对各类相关业务模式进行分析；

3、检查报告期内办公订阅服务不同明细类别的相关合同或协议；

4、依据企业会计准则，结合办公服务订阅业务的业务实质，分析相关收入确认时点的合理性。

核查意见：

经核查，我们认为 2018 年公司预收款项增长较快主要是随着公司个人订阅产品和服务的逐渐丰富，长期会员比例逐年提升，因此办公服务订阅业务中个人客户服务订阅形成的预收款项金额增速较快，导致 2018 年公司预收款项增长较快；报告期内公司预收款项变动趋势及 2018 年余额较大是合理的，不存在延迟确认收入的情形；各类收入确认方法及确认时点符合企业会计准则的规定。

问题三十九、报告期内，公司销售商品、提供劳务收到的现金分别为 58,524.62 万元、85,403.14 万元和 125,025.56 万元，销售商品、提供劳务收到的现金与营业收入比分别为 1.08、1.13 和 1.11。

请发行人披露：（1）经营活动产生的现金流量中各个细分项目的构成情况、具体金额变动情况及原因分析；（2）收到的税费返还和支付的各项税费的具体构成、形成原因，与营业收入规模及结构变动的匹配情况分析；报告期内发行人收到的软件增值税退税，与销售收入的匹配情况分析；（3）支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量与应付职工薪酬、营业成本和期间费用中职工薪酬的勾稽关系。

请保荐机构、会计师对各报告期大额现金流量变动项目的内容、发生额，是否与实际业务的发生相符，是否与相关科目的会计核算勾稽进行核查，并发表明确意见。

一、审核问询函回复

（一）补充披露

1、经营活动产生的现金流量中各个细分项目的构成情况、具体金额变动情况及原因分析；

报告期内，经营活动产生的现金流量中各项目情况如下：

单位：人民币万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
销售商品、提供劳务收到的现金	125,025.56	85,403.14	58,524.62
收到的税费返还	3,368.43	3,532.47	4,172.96
收到其他与经营活动有关的现金	1,809.62	1,440.19	1,386.85
经营活动现金流入小计	**130,203.61**	**90,375.80**	**64,084.44**
购买商品、接受劳务支付的现金	26,805.37	15,734.03	14,396.92
支付给职工以及为职工支付的现金	47,577.25	30,686.73	22,572.51
支付的各项税费	8,533.67	6,428.17	7,977.38
支付其他与经营活动有关的现金	5,477.53	2,849.38	5,387.62
经营活动现金流出小计	**88,393.82**	**55,698.31**	**50,334.43**
经营活动产生的现金流量净额	**41,809.78**	**34,677.49**	**13,750.01**

（1）销售商品、提供劳务收到的现金

销售商品、提供劳务收到的现金为公司经营三种业务模式软件使用授权、服

务订阅、互联网广告推广产生的现金流入，报告期内现金流入分别为 58,524.62 万元、85,403.14 万元、125,025.56 万元，2017 年、2018 年增长率分别为 45.93 %、46.39 %，营业收入增长率为 38.84 %、49.97 %，增长趋势基本一致。2017 年现金流增幅略高，系当年回款较好导致。

（2）收到的税费返还

1）构成情况及变动金额

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）
增值税退税	3,279.25	97.35	3,479.54	98.50	4,120.12	98.73
个税手续费返还	89.18	2.65	52.93	1.50	52.84	1.27
合计	**3,368.43**	**100.00**	**3,532.47**	**100.00**	**4,172.96**	**100.00**

2）变动情况及原因

收到的税费返还由公司根据财税[2011]100 号《关于软件产品增值税政策的通知》，增值税实际税负超过 3%的部分申请的增值税即征即退；收到的增值税退税金额变动系由于申报销售额变动导致，增值税退税额=申报应纳税额（即征即退）-申报销售额（退税收入）*3%，其中，申报应纳税额（即征即退）=申报销项税-申报进项税，具体明细见下表所示：

单位：人民币万元

项目	公式	2018年度	2017年度	2016年度
申报销售额（退税收入）	a	31,325.80	25,915.17	30,611.77
申报销项税（退税收入）	b=a*17%（16%）	5,074.40	4,405.58	5,204.00
申报进项税（退税收入）	c	239.22	185.59	108.36
申报应纳税额（即征即退）	d=b-c	4,835.18	4,219.99	5,095.64
申报退税额	e=d-a*3%	3,895.41	3,442.54	4,177.28

报告期内增值税软件退税收入申报退税金额、实际退税金额、期末应收金额如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2018年度	2017年度	2016年度
期初未收金额	1,023.12	1,060.12	1,002.96
申报退税金额	3,895.41	3,442.54	4,177.28

项目	2018年度	2017年度	2016年度
实际退税金额	3,279.25	3,479.54	4,120.12
期末应收金额	1,639.27	1,023.12	1,060.12

（3）收到其他与经营活动有关的现金

1）构成情况及变动金额

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	现金流	占比	现金流	占比	现金流	占比
政府补助	1,415.25	78.21	968.52	67.25	749.22	54.02
利息收入	167.37	9.25	255.45	17.74	248.24	17.90
履约保证金	137.00	7.57	54.47	3.78		
业务报销还款及收回保证金	82.57	4.56	109.84	7.63	84.72	6.11
关联方往来					295.19	21.28
员工房贷收回			8.13	0.56	6.88	0.50
其他	7.43	0.41	43.78	3.04	2.60	0.19
合计	**1,809.62**	**100.00**	**1,440.19**	**100.00**	**1,386.85**	**100.00**

2）变动情况及原因

收到其他与经营活动有关的现金逐年升高，其中主要为收到的政府补助款，报告期内收到的政府补助款明细如下表所示：

① 2016 年度

单位：人民币万元

项目	金额
中关村金山互联网+企业综合服务平台	270.00
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局 2014 年度企业研发费用补助资金	200.00
Kingsoft Office 办公套件在海外市场的研发及推广	100.00
2015 年广东省企业研究开发省级财政补助资金	59.58
金山轻办公应用服务的研发及推广	50.00
2015 年广州市企业研发经费投入后补助	34.58
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局 2015 年高新技术企业奖励	20.00
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局 2015 年度知识产权资助资金	15.00
其他	0.06
合计	**749.22**

② 2017 年度

单位：人民币万元

项目	金额
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	586.61
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局企业研发费用补助资金	200.00
广州市企业研发经费投入后补助	61.60
天河区科技工业和信息化局《互动式在线创作分享服务的研发与应用》	50.00
珠海人力资源和社会保障局 2016 年度稳岗补贴	26.76
广州市 2016 年度高新技术企业认定受理补贴	20.00
广州市 2016 年高新技术企业认定通过奖励	20.00
广州市人力资源和社会保障局 2016 年度失业保险稳定岗位补贴	3.55
合计	**968.52**

③ 2018 年度

单位：人民币万元

项目	金额
广东省财政厅企业研究开发省级财政补助	508.63
金山 WPS 企业办公云平台项目建设性费用补贴	400.00
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政局企业研发费用补助资金	200.00
珠海市科技和工业信息化局 2018 年珠海市军民融合项目资金	50.00
中小企业公共服务平台项目	41.00
广州市 2016 年高新技术企业认定通过奖励	40.00
珠海人力资源和社会保障局 2017 年度稳岗补贴	36.09
2017 年度中关村技术创新能力建设专项资金（专利部分）	36.00
广州市企业研发经费投入后补助	34.52
北京市海淀区人力资源和社会保障局 2017 年度稳岗补贴	28.47
珠海高新技术产业开发区发展改革和财政金融局知识产权资助资金	21.00
广州市天河区 2018 年新增规模以上软件企业支持专项资金	10.00
广州市人力资源和社会保障局 2017 年度失业保险稳定岗位补贴	4.64
2017 年度中关村技术创新能力建设专项资金（商标部分）	3.90
广州市 2017 年支持新增“四上”企业经费补贴	1.00
合计	**1,415.25**

（4）购买商品、接受劳务支付的现金

公司购买商品、接受劳务支付的现金主要为 IDC 服务器租赁、CDN 带宽服务成本，以及办公费、宣传推广费、功能服务采购等购买商品、接受劳务的支出。报告期内公司购买商品、接受劳务支付的现金分别为 14,396.92 万元、15,734.03 万元、26,805.37 万元，呈逐年增加趋势，占营业收入比例为 26.54%、20.89%、23.73%。随着业务规模的扩张，采购需求逐年增加，占营业收入比例基本处于稳定状态，与公司业务规模增长趋势基本一致。

（5）支付给职工以及为职工支付的现金

支付给职工以及为职工支付的现金主要由支付的员工薪酬、社保及公积金构成，各期变动也基本是由其导致；报告期内支付给职工以及为职工支付的现金分别为 22,572.51 万元、30,686.73 万元、47,577.25 万元，呈逐年增加趋势，主要系公司业务发展较快，人员需求增大，为广纳贤才，新增较多员工，2016 年、2017 年、2018 年员工人数分别为 901 人、1144 人、1911 人，呈逐年上升趋势，与员工薪酬及社保公积金金额变动趋势一致。

（6）支付的各项税费

1）构成情况及变动金额

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）
增值税	7,308.94	85.65	5,552.09	86.37	4,990.82	62.56
附加税	873.29	10.23	666.25	10.36	598.88	7.51
文化事业建设费	193.51	2.27	167.27	2.60	23.42	0.29
企业所得税	121.77	1.43	14.59	0.23	2,295.81	28.78
印花税及其他	36.15	0.42	27.96	0.43	68.44	0.86
合计	**8,533.67**	**100.00**	**6,428.17**	**100.00**	**7,977.38**	**100.00**

2）变动情况及原因

支付的各项税费金额变动主要由于增值税、附加税及企业所得税的波动导致，报告期内增值税及附加税呈逐步上升趋势，与企业营业收入的变动趋势一致。2016 年缴纳所得税金额主要由 2015 年金山办公股份单家主体产生，其余金额由其他主体产生。金山办公股份 2015 年、2016 年、2017 年应纳税所得额分别为 17,751.18 万元，0 万元，0 万元，应纳税额分别为 2,218.90 万元，0 万元，0 万元；2015 年应纳税所得额主要由于当年珠海金山办公豁免金山办公股份 1.1 亿元债权及当年研发费用金额较小，加计扣除金额较低导致。

（7）支付其他与经营活动有关的现金

1）构成情况及变动金额

单位：人民币万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）	现金流	占比（%）
差旅及招待费用	3,084.29	56.31	2,135.08	74.93	1,694.89	31.46
和解金	1,645.02	30.03				
租赁费用	529.66	9.67	432.76	15.19	182.81	3.39
押金及保证金	116.71	2.13	120.71	4.24		
员工房贷发放	88.00	1.61	120.00	4.21	58.73	1.09
关联方往来			13.19	0.46	3,413.68	63.36
其他	13.85	0.25	27.64	0.97	37.51	0.70
合计	**5,477.53**	**100.00**	**2,849.38**	**100.00**	**5,387.62**	**100.00**

2）变动情况及原因

报告期内支付其他与经营活动有关的现金波动较大系由于差旅及招待费用、和解金及关联方往来导致，具体原因如下：

①差旅及招待费用

差旅及招待费用支出逐年增加主要系公司业务发展较快，人员需求增大所致，为广纳贤才，新增员工人数较多，报告期内员工人数分别为 901 人、1,144 人、1,911 人，人均差旅及招待费用为 1.61 万元、1.87 万元、1.88 万元，基本处于稳定状态。

②和解金

该笔支出为偶发性支出，2013 年 3 月 21 日，金山办公香港与 Hewlett-Packard Company（简称“惠普”）签订了 Software License, Marketing and Linking Agreement（简称“SLMLA”），SLMLA 经若干次修订后增加了附件 G（简称“附件 G”），约定惠普在其产品上预装 WPS Office for Windows，金山办公香港向其支付预装费（Consumer Placement Fees）。2015 年 11 月，金山办公香港依据合同约定向惠普发出一份合作终止通知，此后双方对预装费支付条款的含义进行了持续沟通。2018 年 8 月 10 日，金山办公香港等公司与 HP Inc.（原 Hewlett-Packard Company，更名为“HP Inc.”）约定金山办公香港向惠普支付 SLMLA 项下应付余款总计 250 万美元，在惠普收到付款后，各方在附件 G 下的全部权利义务即告终止。2018 年 8 月 28 日，公司已向惠普支付 250 万美元。

③关联方往来

2016 年的关联方往来为 Kingsoft OfficeSoft Co.Lt 归还以前年度自金山办公开曼拆借的款项504.57 万美元及当年拆借的款项7.00 万美元，为偶发性关联交易支出。

2、收到的税费返还和支付的各项税费的具体构成、形成原因，与营业收入规模及结构变动的匹配情况分析；报告期内发行人收到的软件增值税退税，与销售收入的匹配情况分析；

（1）收到的税费返还和支付的各项税费的具体构成、形成原因，与营业收入规模及结构变动的匹配情况分析；

报告期内，公司收到的税费返还主要为增值税退税，根据财税[2011]100 号《关于软件产品增值税政策的通知》，增值税一般纳税人销售其自行开发生产的软件产品，按 17%税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3%的部分实行即征即退政策。公司的办公软件授权收入符合增值税退税政策。

报告期内，公司支付的各项税费主要如下：

单位：人民币万元

项目	计税依据	2018 年度	2017 年度	2016 年度
增值税	申报销售额	7,308.94	5,552.09	4,990.82
附加税	增值税	873.29	666.25	598.88
文化事业建设费	申报广告销售额	193.51	167.27	23.42
企业所得税	应纳税所得额	121.77	14.59	2,295.81
印花税及其他		36.15	27.96	68.44
合计		**8,533.67**	**6,428.17**	**7,977.38**

注：企业所得税包括公司预缴部分。

报告期内，公司支付的税费主要为增值税，2017 年较 2016 年增长 11.25%，2018 年较 2017 年增长 31.64%，复合增长率为 21.02%低于公司营业收入的复合增长率 44.30%，主要因为报告期内公司在稳定发展办公软件授权业务的基础上大力发展互联网广告服务和办公服务订阅业务，互联网广告服务和办公服务订阅业务的增值税税率均为 6%，另 2018 年 5 月起办公软件授权业务的增值税税率由 17%降到 16%，综上所述公司增值税的增长缓于收入的增长具备合理性。

（2）报告期内公司收到的软件增值税退税，与销售收入的匹配情况分析；

增值税退税额=申报应纳税额（即征即退）-申报销售额（退税收入）*3%，

其中，申报应纳税额（即征即退）=申报销项税-申报进项税，具体明细见下表所示：

单位：人民币万元

项目	公式	2018 年度	2017 年度	2016 年度
申报销售额（退税收入）	a	31,325.80	25,915.17	30,611.77
申报销项税（退税收入）	b=a*17%（16%）[1]	5,074.40	4,405.58	5,204.00
申报进项税（退税收入）	c	239.22	185.59	108.36
申报应纳税额(即征即退）	d=b-c	4,835.18	4,219.99	5,095.64
申报退税额	e=d-a*3%	3,895.41	3,442.54	4,177.28
实际收到退税金额	f	3,279.25	3,479.54	4,120.12

注 1：2018 年 5 月 1 日起办公软件授权收入适用于 16%增值税率。

申报的应纳税额（即征即退）与当年办公软件授权收入的增长率存在一定差异，主要因增值税退税金额是按照各单体软件授权收入增值税发票开票金额确定，符合实际情况。

3、支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量与应付职工薪酬、营业成本和期间费用中职工薪酬的勾稽关系；

单位：人民币万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
销售费用人员薪酬	12,347.93	8,754.13	6,094.51
管理费用人员薪酬	4,999.54	2,632.80	1,686.58
研发费用人员薪酬	33,611.85	20,522.42	16,355.48
营业成本人员薪酬	991.09	883.44	656.13
应付职工薪酬（期初-期末）	-3,962.42	-1,752.84	-1,262.80
个人所得税（期初-期末）	-25.41	-171.54	-43.85
销售费用劳务费	-157.77	-64.52	-106.18
管理费用劳务费	-120.10	-83.59	-68.02
测算支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量	47,684.71	30,720.30	23,311.85
支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量	47,577.25	30,686.73	22,572.51
差异率	0.23%	0.11%	3.28%

2016 年差异率略高主要由于以前年度公司为员工垫付行权税金导致，公司于 2016 年开始逐步清理相关垫款，以后年度差异率降低。经检查，支付给职工的现金以及为职工支付的现金流量与应付职工薪酬、营业成本和期间费用中职工薪酬的勾稽关系正确。

二、会计师的核查与结论

执行的核查程序：

1、 获取经营活动产生的现金流量中各个细分项目明细表，分析各项目构成情况，并向公司相关人员询问了解变动原因；

2、 复核经营活动产生的现金流量与相关报表项目之间的勾稽关系；

3、 抽查大额资金收支情况，核实交易内容；

4、 获取增值税与附加税明细表，并与《城市维护建设税暂行条例》、《征收教育费附加的暂行规定》等规定进行对照核查；

5、 获取增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税、实际交纳的增值税，分析报告期内增值税的变动情况；

6、 获取并复核申报退税金额、实际退税金额、期末应收金额明细表，对其勾稽关系进行分析。

核查意见：

经核查，我们认为报告期大额现金流量变动项目的内容、发生额，与实际业务的发生相符，与相关科目的会计核算勾稽无误。

问题四十一、发行人曾于 2017 年 5 月申请在创业板首次公开发行股票，2019 年 4 月撤销创业板上市申请，2019 年 5 月改为在科创板提交上市申请。请发行人补充说明本次申报和创业板申报信息披露的差异情况，会计调整的具体事项及是否符合《企业会计准则》的规定；2019 年 5 月改为在科创板提交上市申请的原因。

请保荐机构和会计师核查并发表意见。

一、审核问询函回复

（一）说明

1、非财务数据的差异情况

经核查公司本次申报的招股说明书与首次申报创业板的招股说明书主要差

异及原因如下：

差异项目	创业板申报招股书	本次申报招股书	差异原因
发行方案	1、本次拟发行不超过 4,100 万股，不超过发行后总股本的 10.22%； 2、发行后总股本不超过 40,100 万股。	1、本次拟发行不超过 10,100 万股，不超过发行后总股本的 21.91%； 2、发行后总股本不超过 46,100 万股； 3、本次发行不采用超额配售选择权； 4、保荐人将安排相关子公司参与本次发行战略配售。	公司根据科创板的制度创新所作出相应调整和安排。
除雷军、求伯君外的董监高持有金山软件的股票数量情况	披露至首次招股说明书签署之日公司董监高持有金山软件的股票数量情况。 其中，截至上述日期葛珂持有金山软件 2,329,734 股；章庆元持有金山软件 67,031 股；邹涛持有金山软件 4,409,307 股；张倩格不持有金山软件股票；彭博持有金山软件 285,241 股。	披露至 2019 年 3 月 31 日公司董监高持有金山软件的股票数量情况。 其中，截至上述日期葛珂持有金山软件 626,719 股；章庆元持有金山软件 50,996 股；邹涛持有金山软件 7,409,307 股；张倩格持有金山软件 512 股；彭博持有金山软件 303,420 股；新增姜志强、毕晓存、求伟芹、张俊斌持有金山软件股票数。 其余董监高持有金山软件的股票数量情况与首次申报时相同。	根据公司董监高于首次申报后的持有金山软件的股票数量变动情况进行更新披露。
公司治理	披露至首次申报招股书签署日的股东大会、董事会、监事会、董事会专门委员会召开情况。	披露至本次申报招股书签署日的股东大会、董事会、监事会、董事会专门委员会召开情况。	根据公司于首次申报后的三会及专门委员会召开情况进行更新披露。
金山办公股份控股子公司	披露至首次申报招股书签署日，金山办公股份拥有 6 家控股子公司，分别为珠海奇文、广州金山移动、金山办公香港、珠海金山办公、金山办公爱尔兰、金山办公美国。	披露至本次申报招股书签署日，金山办公股份拥有 10 家控股子公司，分别为珠海奇文、广州金山移动、金山办公香港、珠海金山办公、金山办公爱尔兰、金山办公美国、武汉金山办公、安徽金山办公、金山办公科技、金山办公印度。	根据金山办公股份于首次申报后新设立子公司的情况进行更新披露。
金山办公股份参股公司	披露至首次申报招股书签署日，金山办公股份拥有 2 家参股公司，分别为日本金山和 Qrite Technology Limited。	披露至本次申报招股书签署日，金山办公股份拥有 4 家参股公司，分别为日本金山、Bestsign Inc.、大麦地和数科网维。	根据公司于首次申报后的对外投资情况进行更新披露。
除控股股东、实际控制人及其一致行	披露至首次申报招股书签署日，持有公司 5%以上股	披露至 2018 年 12 月 31 日，根据《公司法》、企业会计准则及	根据《公司法》、企业会计准则及中国证监会有关规

差异项目	创业板申报招股书	本次申报招股书	差异原因
动人外持有公司5%以上股份的其他股东	份的其他股东。	中国证监会有关规定，持有公司5%以上股份的其他股东。 披露新增间接持有公司 5%以上股份的其他股东葛珂、FMR LLC、腾讯控股有限公司。	定，对间接持有金山办公股份 5%以上股份的其他股东进行补充披露。
固定资产	披露至首次申报招股书签署日，公司拥有的土地使用权、房屋所有有权和租赁物业。	披露至本次申报招股书签署日，公司拥有的土地使用权、房屋所有有权和租赁物业。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
无形资产	披露至 2017 年 4 月 28 日，公司拥有的商标、专利、软件著作权、作品著作权和域名。	披露至 2018 年 12 月 31 日，公司拥有的商标、专利、软件著作权、作品著作权和域名。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
经营资质	披露至首次申报招股书签署日，公司拥有的经营资质。	披露至本次申报招股书签署日，公司拥有的经营资质。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
关联方	披露首次申报报告期内公司存在的主要关联方。	披露至本次申报招股书签署日，公司存在的主要关联方。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
关联交易	披露首次申报报告期内公司与关联方发生的经常性关联交易、偶发性关联交易、资金往来及形成的往来款项余额。	披露本次申报报告期内公司与关联方发生的经常性关联交易、偶发性关联交易、资金往来及形成的往来款项余额。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
重大合同	披露至首次申报招股书签署日，公司及下属子公司已签署且正在履行及将要履行的重大合同包括金额在 500 万元以上的或虽然金额未达到500万元但对公司有重要影响的合同。	披露至 2018 年 12 月 31 日，公司及下属子公司已签署且正在履行及将要履行的重大合同包括金额在 500 万元以上的或虽然金额未达到 500 万元但对公司有重要影响的合同。	根据公司最新签署合同情况进行更新披露。
行政处罚及重大诉讼	披露至首次申报招股书签署日，公司于 2015 年 5 月 29 日受到北京市海淀区国家税务局第五税务所的一起行政处罚；金山办公股份及子公司分别于 2016 年 5 月及 2016 年 7 月与福昕软件发生的两起诉讼。	披露本次申报报告期内，金山办公美国于 2018 年 4 月 30 日受到美国财政部国内税务署的行政处罚； 披露至本次申报招股书签署日，金山办公股份及子公司分别于 2016 年 5 月及 2016 年 7 月与福昕软件发生的两起诉讼及案件进展情况。	根据公司于首次申报后的情况进行更新披露。
报告期内前五名客户情况	2016 年前五大客户包括阿里妈妈、中国仪器进出口、百度在线、派瑞威行、金山	2016 年前五大客户包括阿里妈妈、中国仪器进出口、金山安全、百度在线、派瑞威行等公司	主要客户的排名及收入金额有所调整，主要因为公司在创业板首申后重新梳

差异项目	创业板申报招股书	本次申报招股书	差异原因
	安全等公司		理了客户之间的同一控制关系，因此同一控制口径下披露的客户情况有所变化
报告期内前五名供应商情况	2016 年前五大供应商包括金山软件、北京蓝汛、Hancom Inc.,、亚马逊、风尚云起等公司	2016 年前五大供应商包括北京蓝汛、北京金山云、Hancom Inc.,、亚马逊、阿里妈妈等公司	公司在创业板首申后，对供应商/采购范围进行了界定。调整后包括 IDC/CDN 服务、外购配套销售软硬件、软件介质及包装物、会员功能服务采购等内容（调整前包括上述采购内容以及因重组造成的无形资产转移等）
经常性关联交易	2016 年接受金山云服务金额为 911.82 万元；向小米移动提供服务金额为 124.43 万元；向小米科技提供服务金额为 216.44 万元	2016 年接受金山云服务金额为 917.70 万元；向小米移动提供服务金额为 340.87 万元；向北京金山安全采购商品金额为 39.03 万元	公司创业板首申时，遗漏了 2016 年向北京金山云网络技术有限公司采购金山快盘网络服务费用 5.88 万元； 创业板首申后，对关联交易对手方进行重新梳理，确认 2016 年提供给小米科技的服务实际为向小米移动提供； 公司创业板首申时，遗漏了 2016 年向北京金山安全管理系统技术有限公司采购安全管理软件产品及委托开发应用软件的交易。
财务会计信息与管理层分析	按创业板要求对招股书财务会计信息及管理层分析章节进行了披露	按科创板要求对招股书财务会计信息及管理层分析章节进行了披露	公司根据科创板披露要求对公司财务会计信息及管理层分析内容进行了突出和修订
行业信息	按创业板要求对行业概况及发展趋势进行了披露	按科创板要求对所属行业在新技术、新产业、新业态、新模式等方面近三年的发展情况和未来发展趋势，公司取得的科技成果与产业深度融合的具体情况；以及行业发展态势进行了更新披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》第四十九条进行披露
公司面临的机遇与挑战	创业板无要求	按科创板要求对面临的机遇与挑战进行了更新披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招

差异项目	创业板申报招股书	本次申报招股书	差异原因
			股说明书》第四十九条进行披露
竞争对手情况	按创业板要求结合所处行业基本情况对其竞争状况进行了披露	按科创板要求对金山办公股份与同行业可比公司在经营情况、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况进行了更新披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》第四十九条进行披露
核心技术	按创业板要求对核心技术情况进行了披露	按科创板要求结合行业技术水平和对行业的贡献，对公司的技术先进性及具体表征情况进行了更新披露；对核心技术的科研实力和成果情况，包括获得重要奖项，承担的重大科研项目，核心学术期刊论文发表情况等进行了披露；对正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标进行了披露；结合行业技术发展趋势，对相关科研项目与行业技术水平的比较进行了披露；对核心技术人员的学历背景构成、对公司研发的具体贡献，实施的约束激励措施等进行了披露；对保持技术不断创新的机制、技术储备及技术创新的安排等进行了披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》第五十二条进行披露
募投项目	按创业板要求对募集资金情况进行了披露	按科创板要求对募集资金用于研发投入、科技创新、新产品开发生产的具体安排及其与现有主要业务、核心技术之间的关系进行了披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》第八十六条进行披露
战略规划及实施措施	按创业板未来发展目标及措施相关要求进行了披露	按科创板要求对为实现战略目标已采取的措施及实施效果进行了补充披露	根据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号—科创板公司招股说明书》第八十七条进行披露

2、财务数据的差异情况

公司本次申报和创业板申报报告期仅有 2016 年一年重合，2016 年信息差异如下表所示：

单位：人民币万元

报表项目	科创板申报金额（2016 年度/2016 年 12 月 31 日）	创业板首申金额（2016 年度/2016 年 12 月 31 日）	差异
预付款项	1,053.87	927.60	126.27
其他应收款	2,148.99	2,287.64	-138.65
应收利息	0.00	277.76	-277.76
应付票据及应付账款	1,893.67	1,147.40	746.27
预收款项	2,757.37	2,335.26	422.11
应付职工薪酬	4,933.27	4,765.85	167.42
其他应付款	447.68	1,232.55	-784.86
股东权益	81,582.23	82,423.31	-841.08
营业收入	54,252.27	54,517.29	-265.02
营业成本	6,195.91	5,839.68	356.22
销售费用	11,075.80	11,330.69	-254.89
管理费用	6,839.76	24,603.39	-17,763.63
研发费用	21,393.58	0.00	21,393.58
财务费用	-124.50	-918.53	794.03
投资收益	637.43	0.00	637.43
资产处置收益	0.91	0.00	0.91
营业外收入--其中：非流动资产处置利得	0.00	0.99	-0.99
营业外支出--其中：非流动资产处置损失	0.00	0.08	-0.08
持续经营净利润	12,992.74	0.00	12,992.74
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	5,856.92	6,562.49	-705.57
购买商品、接受劳务支付的现金	14,396.92	13,691.35	705.57

差异原因系会计政策的变更以及对 2016 年的会计差错进行的更正，符合《企业会计准则》的规定，详细说明如下：

（1）会计政策变更

单位：人民币万元

原列报报表项目及金额		新列报报表项目及金额	
应收利息	24.10	其他应收款	2,148.99
其他应收款	2,124.89		
管理费用	28,233.34	管理费用	6,839.76
		研发费用	21,393.58
营业外收入--其中：非流动资产处置利得	0.99	资产处置收益	0.91
营业外支出--其中：非流动资产处置损失	0.08		
无	0.00	持续经营净利润	12,992.74

（2）会计差错更正

1）影响净损益的会计差错更正

①股份支付费用

a）本公司自 2012 年 7 月至 2015 年 10 月期间内，在境外通过 CPY 信托计划，对于明确的激励对象授予的限制性股份，在被激励对象的等待期内（即 KPI 考核期或服务期限）计算股份支付费用进行了冲销处理；将原 CPY 信托计划中的员工，在 2015 年 11 月通过境内 N 维持股平台被间接授予的本公司限制性股份，作为一次新的股权激励计划，在 2015 年度一次性确认全部股份支付费用，计入当期管理费用和资本公积。

由于上述限制性股份除授予主体不同之外，境外、境内股权激励计划的对象和其服务的企业，股权价值所依托的业务基础均未改变，系股权激励计划根据本公司上市地点的不同选择而做出的相应调整。因此，公司进行了会计差错更正，将原金山办公开曼 CPY 信托计划中的被激励对象，在 2015 年 11 月通过境内 N 维持股平台被间接授予的本公司限制性股份的调整，认定为所授予的新权益工具（即本公司的限制性股份）替代被取消的权益工具（即金山办公开曼 CPY 信托计划），并以处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。同时，充分考虑原 CPY 信托计划和 N 维持股平台合伙协议中的 KPI 考核期、服务期和上市日之前的限制性安排，对每位被激励对象分批次、分阶段成熟（即达到可行权条件）的股份，在各自等待期内分期确认股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用和资本公积。

b）本公司自 2012 年 7 月至 2015 年 10 月期间内，在境外通过 WPS 控股，对于明确的激励对象授予的限制性股份，未确认股份支付费用；将原 WPS 控股中的管理层成员，在 2015 年 11 月通过境内 N 维持股平台被间接授予的本公司限制性股份，作为一次新的股权激励计划，在 2015 年度一次性确认全部股份支付费用，计入当期管理费用和资本公积。

同上文 1）中所述缘由，公司进行了会计差错更正，对 WPS 控股在 2012 年 7 月取得的金山办公开曼 2 亿股限制性股份，按照授予日的公允价值，在被激励

对象的等待期（即服务期限内）计算股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用和资本公积；将原 WPS 控股中的被激励对象，在 2015 年 11 月通过境内 N 维持股平台被间接授予的本公司限制性股份的调整，认定为所授予的新权益工具（即本公司的限制性股份）替代被取消的权益工具（即 WPS 控股原持有的金山办公开曼股份），并以处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。同时，充分考虑原 WPS 控股和 N 维持股平台合伙协议中的服务期和上市日之前的限制性安排，对每位被激励对象分批次、分阶段成熟（即达到可行权条件）的股份，在各自等待期内分期确认股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用和资本公积。

c）本公司 2015 年 11 月重组时对于管理层和员工，授予境内 N 维持股平台的限制性股份的公允价值确定基础，采用中联资产评估集团有限公司（以下简称中联评估）于 2016 年 10 月 10 日出具的中联评报字[2016]第 2247 号评估报告，截至评估基准日 2015 年 10 月 31 日本公司全部股东权益评估价值为 92,263.37 万元确定。

同时，American Appraisal China Limited（以下简称 AA 评估）于 2016 年 3 月 18 日评估认定的本公司在 2015 年 11 月 30 日全部股东权益价值为 10.63 亿元。按照 AA 评估的结果作为计算基础，除以 2015 年公司归属于母公司扣除非经常损益后的净利润计算的 PE 倍数 10.63 倍；占金山软件 2015 年 12 月 31 日总市值的 5.23%，与 2015 年度本公司收入占金山软件收入的比例 6.47%接近。因此，公司将 2015 年 11 月重组时授予境内 N 维持股平台的限制性股份的公允价值确定基础，更正为选用 AA 评估的结果，使其更具备合理性。

d）本公司 2015 年 11 月重组时，对授予境内 N 维持股平台的股份中由高管持有的未明确激励对象的部分，也在当期一次确认股份支付费用，并计入当期管理费用和资本公积。

公司进行了会计差错更正，对于由高管持有的未明确激励对象的部分，仍然在当期一次确认股份支付费用，并计入当期管理费用和资本公积；待实际发放给被激励对象之后，对于授予日公允价值与原确认股份支付费用时公允价值差额，按照 N 维持股平台合伙协议中的 KPI 考核期、服务期和上市日之前的限制性安排，

对每位被激励对象分批次、分阶段成熟（即达到可行权条件）的股份，在各自等待期内分期确认股份支付费用，将当期取得的服务成本计入管理费用和资本公积。

e）上述涉及股份支付费用的会计差错更正影响报告期各期资本公积、其他综合收益（外币报表折算差额）及管理费用的金额，对各科目影响数具体如下表所示：

单位：人民币万元

项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
资本公积	-9,658.68
其他综合收益	1.68
管理费用	3,707.86
对净利润的影响	-3,707.86

②理财利息收入

报告期内，公司将购买银行理财产品取得的利息收入计入财务费用核算，对于各资产负债表日尚未到期的理财产品，根据该理财产品的购买成本及合同约定的预期收益率，按实际理财天数计提应收利息。

由于本公司购买的银行理财产品，根据合同约定均属于为非固定收益类投资理财产品，在最终结算之前其预期收益不满足能够可靠计量的要求。因此，公司进行了会计差错更正，不再计提理财收益，并且在最终结算时将实际收到的理财收益计入投资收益核算。该项会计差错更正对财务报表影响情况如下：

单位：人民币万元

项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
应收利息	-253.66
财务费用-理财利息收入（冲回计提利息）	-156.59
财务费用-理财利息收入（科目重分类）	-637.43
投资收益	637.43
对净利润的影响	-156.59

③部分异地员工社保和公积金费用

本公司 2015 年度存在部分异地员工的社保和公积金委托当地中介机构代缴的情况，公司于 2016 年度取得相应代缴发票时，将相关的薪酬费用计入取得发

票的当期，导致费用跨期确认；部分员工个人承担的社保和公积金费用漏记，导致费用确认不完整。公司对上述会计差错进行了更正，该项会计差错更正对财务报表影响情况如下：

单位：人民币万元

项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
其他应收款	-27.47
其他应付款	-17.62
应付职工薪酬	155.46
销售费用	23.84
管理费用	-0.43
对净利润的影响	-23.41

④稻米预充值业务

公司办公订阅业务之稻米预充值业务中，用户可通过充值购买或赠送的方式得到虚拟货币"稻米"，用以购买稻壳儿云模板等服务。公司以用户充值购买"稻米"的价格（1 元购买 100 个"稻米"）作为"稻米"单价，按照"稻米"当期实际消耗数量计算确认收入。

由于用户获赠的"稻米"与充值购买的"稻米"在使用权益上没有本质区别，同样可用于兑换稻壳儿云模板等服务。公司进行了会计差错更正，对用户每个报告期间通过购买以及受赠获取的所有"稻米"按照数量加权平均计算赋予稻米单价，并按"稻米"当期实际消耗数量计算确认收入。该项会计差错更正对财务报表影响情况如下：

单位：人民币万元

项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
预收款项	422.11
营业收入	-265.02
对净利润的影响	-265.02

2）不影响净损益的会计差错更正

公司对部分核算科目不准确的事项导致的会计差错进行了重分类调整，具体为：部分第三方产品/服务采购以及无形资产后续计量，由于在取得时未能准确识别其实际用途，导致成本、费用的确认或无形资产后续计量中未能计入正确的利润表科目；部分业务款项申请和支出以部门为单位管理，款项实际支付时，记

录为其他应收款的部门借款或备用金，采购业务（成本、费用）实际发生时，分部门记录为其他应付款，并未对款项性质作进一步识别；在编制合并财务报表时，部分合并报表范围内关联方应收款项余额中的外币折算差额未予全部抵消。

公司对上述会计差错进行了更正，该项会计差错更正对财务报表影响情况如下：

单位：人民币万元

项目	2016 年度/2016 年 12 月 31 日
资产：	
预付账款	126.27
其他应收款	-135.28
资产合计	-9.01
负债：	
应付账款	746.27
应付职工薪酬	11.97
其他应付款	-767.24
负债合计	-9.01
股东权益：	
未分配利润	
其他综合收益	
股东权益合计	
负债和股东权益合计	**-9.01**
利润表：	
营业成本	356.22
销售费用	-278.73
管理费用	-77.49
营业外支出	
对净利润的影响合计	

3）现金流量表会计差错更正

公司在编制现金流量表时，将部分现金流量性质在"购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金"和"购买商品、接受劳务支付的现金"间分类错误。公司对上述会计差错进行了更正，该项会计差错更正对财务报表影响情况如下：

单位：人民币万元

项目	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	-705.57
购买商品、接受劳务支付的现金	705.57

3、2019 年 5 月改为在科创板提交上市申请的原因

金山办公股份作为民族自主创新软件公司的优秀代表，符合国家对科创板企业“应面向世界科技前沿、面向经济主战场、面向国家重大需求”的要求，科创板更加市场化的政策规则符合公司自身定位及未来发展规划，故公司于 2019 年 4 月 30 日向上交所申报材料，并于 2019 年 5 月 8 日取得正式受理通知。

二、会计师的核查与结论

本次申报和创业板申报信息披露的差异情况符合相关规则要求，会计调整具体事项符合《企业会计准则》的规定；公司 2019 年 5 月改为在科创板提交上市申请的原因合理。

（本页无正文，为大华会计师事务所（特殊普通合伙）《关于北京金山办公软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的审核问询函的回复》之签署页）

专此说明，请予察核。

大华会计师事务所(特殊普通合伙)　　中国注册会计师：

中国·北京　　中国注册会计师：

二〇一九年六月十九日

统一社会信用代码

91110108590676050Q

营业执照

（副 本）（5-1）

扫描二维码登录"国家企业信用信息公示系统"了解更多登记、备案、许可、监管信息

名　　称　大华会计师事务所（特殊普通合伙）

类　　型　特殊普通合伙企业

执行事务合伙人　梁春

经营范围　审查企业会计报表，出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记帐；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务；无（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

成立日期　2012年02月09日

合伙期限　2012年02月09日 至 长期

主要经营场所　北京市海淀区西四环中路16号院7号楼1101

此件仅用于业务报告专用，复印无效。

登记机关　北京市工商行政管理局海淀分局

2019年 03月 19日

会计师事务所
执业证书

名　　称：大华会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：梁春

主任会计师：

经营场所：北京市海淀区西四环中路16号院7号楼12层

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：11010148

批准执业文号：京财会许可[2011]0101号

批准执业日期：2011年11月03日

此件仅用于业务报告专用，复印无效。

8-2-348

证书序号：0000093

说　明

1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。

2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。

3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。

4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关：北京市财政局

二〇一七年　十月　七日

中华人民共和国财政部制

证书序号：000398

会计师事务所
证券、期货相关业务许可证

8-2-349

经财政部、中国证券监督管理委员会审查，批准

大华会计师事务所（特殊普通合伙）　　执行证券、期货相关业务。

首席合伙人：梁春

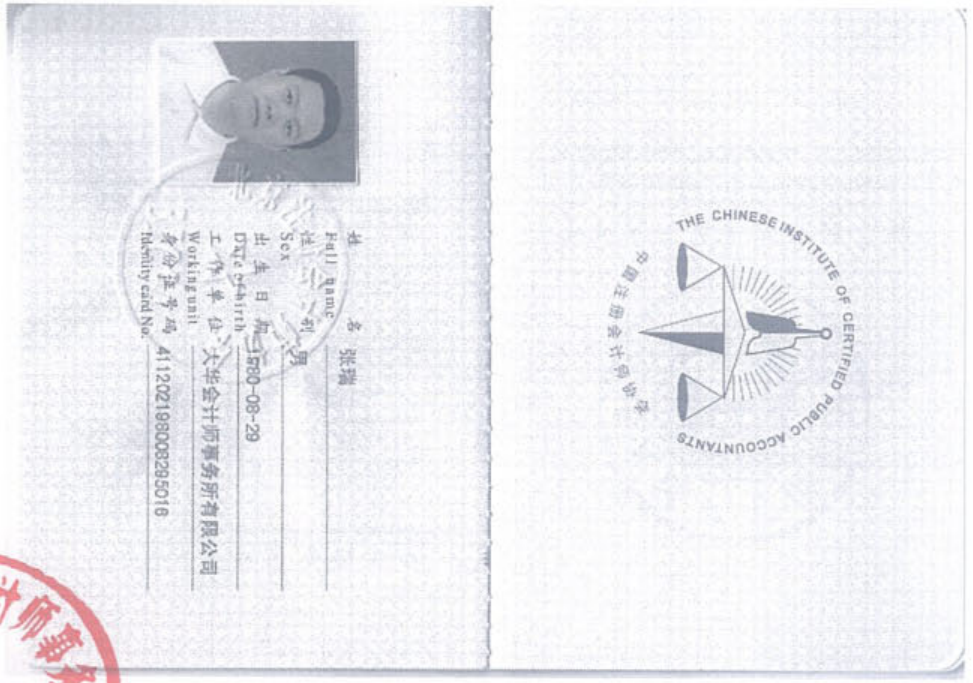
此件仅用于业务报告专用，复印无效。

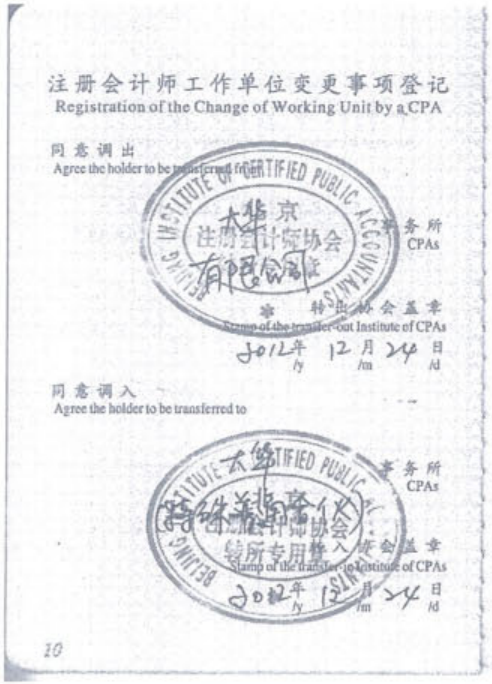
证书号：01　　发证时间：二〇一八年九月十日

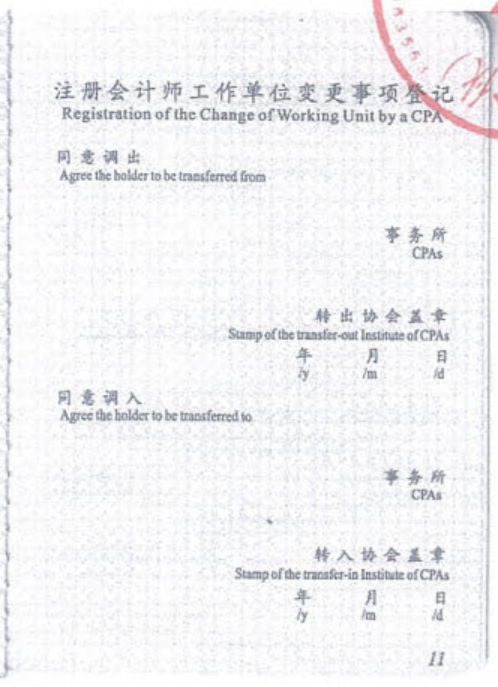
证书有效期至：二〇二〇年九月　十日

8-2-350

CPA任职资格检查合格
BICPA
2016
2017
2014
姓名：张瑞
证书编号：110001610107
This certificate is valid for another year after this renewal.
2016 -03- 21
2017 -03- 31
2018 -05- 11
2016 年 4 月 8 日


姓名 Full name 张瑞
性别 Sex 男
出生日期 Date of birth 1980-08-29
工作单位 Working unit 大华会计师事务所有限公司
身份证号码 Identity card No. 411202198008295016
THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS


注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA
同意调出
Agree the holder to be transferred from
事务所 CPAs
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
2012 年 12 月 24 日
同意调入
Agree the holder to be transferred to
事务所 CPAs
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
2012 年 12 月 24 日


注册会计师工作单位变更事项登记
Registration of the Change of Working Unit by a CPA
同意调出
Agree the holder to be transferred from
事务所 CPAs
转出协会盖章
Stamp of the transfer-out Institute of CPAs
年 月 日
同意调入
Agree the holder to be transferred to
事务所 CPAs
转入协会盖章
Stamp of the transfer-in Institute of CPAs
年 月 日

证书编号：110001810107
No. of Certificate
批准注册协会：北京注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs
发证日期：2007 年 11 月 27 日
Date of Issuance
年度检验登
Annual Renewal Regis
本证书经检验合格，
This certificate is valid for another year after this renewal.
2015 -04- 01
2015
2012
2013
2013.4.16

CPA任职资格检测合格

BICPA

2017

姓名：李政德

证书编号：110101480217

This certificate is valid for another year after this renewal.

2018-05-11

110101480217

北京注册会计师协会

2016 04 15

年 月 日

CPA任职资格检测合格

BICPA

2017

合格，证书有效一年。

This certificate is valid for another year after this renewal.

110101480217

北京注册会计师协会

2016 04 15

年 月 日

大华会计师事务所（特殊普通合伙）

THE CHINESE INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS

中国注册会计师协会

姓　　名 Full name　李政德

性　　别 Sex　男

出生日期 Date of birth　1985-10-25

工作单位 Working unit　大华会计师事务所（特殊普通合伙）

身份证号码 Identity card No.　510131198510250015