

广州凡拓数字创意科技股份有限公司

(广州市天河区龙怡路 117 号 2701、2703、2704、2705、2706、2707)



关于广州凡拓数字创意科技股份有限公司 首次公开发行股票并在创业板上市申请文件 的审核中心意见落实函的回复

保荐人（主承销商）



(北京市朝阳区安立路 66 号 4 号楼)
二〇二一年九月

深圳证券交易所：

贵所于 2021 年 7 月 30 日出具的《关于广州凡拓数字创意科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕010985 号）（以下简称“落实函”）已收悉。广州凡拓数字创意科技股份有限公司（以下简称“凡拓数创”、“发行人”或“公司”）与中信建投证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“保荐人”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，就落实函所提问题逐条进行了认真讨论、核查和落实，现回复如下，请予审核。

1、如无特殊说明，本回复中的简称与《招股说明书》中简称具有相同含义。

2、本回复中若出现总计数尾数与所列数值总和尾数不符的情况，均为四舍五入所致。

落实函所列问题	黑体（加粗）
对问题的回答	宋体（不加粗）
对招股书的更新、修改	楷体（加粗）

目 录

目 录.....	2
问题 1、关于产品竞争力.....	3
问题 2、关于应收账款.....	16
问题 3、关于审计截止日后财务信息及经营状况.....	25

问题 1、关于产品竞争力。根据申报材料，发行人具有数字创意、总体设计、研发创新、软件集成和项目管理等综合能力，并形成了“数字创意产品+数字一体化解决方案”的立体服务模式，该等立体服务模式是发行人的核心竞争力。

请发行人：

(1) 结合数字创意、系统集成行业的发展情况、市场竞争格局、报告期动态数字创意产品收入下降、客户变化情况等，分析说明发行人未来在市场开拓、业务成长等方面存在的难点与不确定性，并补充完善相关风险提示。

(2) 说明未来加大技术投入和增强核心竞争力的计划和措施，以及存在的相关风险。

请保荐人发表明确意见。

【回复】：

一、结合数字创意、系统集成行业的发展情况、市场竞争格局、报告期动态数字创意产品收入下降、客户变化情况等，分析说明发行人未来在市场开拓、业务成长等方面存在的难点与不确定性，并补充完善相关风险提示

(一) 数字创意、系统集成行业的发展情况

2016 年《“十三五”国家战略性新兴产业发展规划》发布，提出“形成新一代信息技术、高端制造、生物、绿色低碳、数字创意等 5 个产值规模 10 万亿元级的新支柱”；2018 年 11 月，国家统计局发布《战略性新兴产业分类（2018）》，明确将数字创意产业纳入战略性新兴产业，自此数字创意产业创新链和各产业链紧密衔接，创造了新的产业格局和产业生态，数字创意产业开始高速发展。

2020 年 9 月国家发展改革委、科技部、工业和信息化部、财政部联合发布了《关于扩大战略性新兴产业投资 培育壮大新增长点增长极的指导意见》，提出加快数字创意产业融合发展；鼓励数字创意产业与生产制造、文化教育、旅游体育、健康医疗与养老、智慧农业等领域融合发展，激发市场消费活力。

在政策红利的促进下，各行业充分意识到数字化转型的必然趋势，数字创意行业与各行业的融合发展可以达成相互促进的互赢效果，数字创意相关技术的应用场景更为丰富和多样。

具体来看，在静态数字创意服务方面，根据中经视野咨询市场研究报告的数据显示，2020 年度我国的效果图设计（全产业链）市场规模约为 2,038 亿元，2016-2020 年复合增长率约为 5.71%；公司根据行业经验估计静态数字创意产品占全产业链效果图设计的比例约为 0.5%-1%，由此推算 2020 年度静态数字创意产品的市场规模约为 10.19 亿元-20.38 亿元，且稳步增长。在动态数字创意服务方面，根据中经视野咨询市场研究报告的数据显示，2020 年度我国动画宣传片的市场规模约为 2,582 亿元，2016-2020 年复合增长率约为 21.50%；2020 年度我国互动软件的市场规模约为 140.90 亿元，2016-2020 年复合增长率约为 35.02%，动态数字创意产品的整体市场规模增长迅速。在数字一体化解决方案方面，根据智研咨询市场研究报告的数据显示，我国数字展示系统行业 2016-2020 年复合增长率约为 17.62%，同时推算得知 2020 年度我国数字展示行业的市场规模约为 327 亿元-393 亿元，增长较为迅速。

综上所述，数字创意行业整体发展前景良好。

（二）市场竞争格局

1、数字创意产品的市场竞争格局

静态数字创意服务的市场准入门槛较低，企业数量众多，存在大量小规模的企业，产品价格和质量较为悬殊。近几年随着我国建筑行业的发展，客户对于表现他们作品的静态数字创意产品要求也越来越高，高质量作品的需求稳定增长，对大型公司和一部分制作精品的小型公司有利。同时人工成本、场地租金的增长，也对部分规模较小的公司造成一定的压力。

动态数字创意服务市场，企业数量众多，市场集中度较低，竞争比较充分。三维影片类型丰富，包括企业宣传片、产品宣传片、楼盘宣传片、活动宣传片、形象宣传片等多种类型；制作方式亦有不同，包括拍摄、三维制作、录制、剪辑等不同方式的创作；由于行业覆盖各行各业，创作形式多元多样，各类三维影片侧重点不同，市场较难形成垄断格局。另外，从三维影片制作扩展出多种产品更提升了动态数字创意服务的外延：数字互动软件与三维影片配合运用的场景越来越多元化，包括商场运营、专卖店营销、住宅销售、企业展示、活动运用等；同时，数字互动软件的表现形式亦多种多样，包括数字沙盘、立体成像等，此类业务更契合当下社会信息传播形式，该领域的入门门槛也相对较高，

在整体的市场得以有较好的溢价空间，为未来发展提供了增长。

由于网络科技的进步，沟通工具的便利性更强，资料传输、视频会议等越来越方便，地域性的阻碍逐渐打破，数字创意产品的市场份额逐渐向有一定品牌效应的公司集中。

2、数字一体化解决方案的市场竞争格局

数字一体化解决方案市场集中度相对较高，行业有一定的技术门槛、品牌壁垒和资质壁垒。这类项目一般前期投资大、项目周期长、多专业多技术融合，客户对项目的创意设计要求较高，要求企业具备一定的创意能力和良好的资源整合能力，并需要专业团队间分工协作，目前该领域的参与者主要是具备一定规模和知名度的企业，市场竞争相对较小。

同时随着经济发展和客户成熟度的提高，数字一体化解决方案市场正在由粗放型向品质型转变，由单纯的价格竞争、关系竞争向品质竞争、内容竞争、服务竞争转变。

另外，由于数字一体化项目涵盖面较广，包括数字内容制作、硬件的采购与集成、装饰装修、展览展示等方面，涉及上述服务的相关企业在其战略指导下、在资金允许的情况下均可能向数字一体化方向转变。

（三）报告期动态数字创意产品收入下降

报告期内，公司动态数字创意产品收入的情况如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
动态数字创意服务	3,330.30	11.44%	5,442.54	8.41%	8,309.62	15.10%	11,287.94	27.53%

公司的动态数字创意服务主要为客户提供三维高清宣传片、影视动画及广告、数字沙盘、虚拟现实及增强现实系统、数字多媒体交互系统、立体（全息）成像系统、应用软件开发等服务，主要应用于房地产领域、设计领域、企业产品及品牌宣传、游戏、动漫、展览展示、公共活动、大型赛事等新媒体和文化创意领域，报告期内公司动态数字创意服务收入**整体呈下降趋势**，主要是受房地产行业不景气的影响，房地产领域的客户收入下降所致。

（四）客户变化情况

报告期内公司主要客户变化较大，主要系公司业务性质决定的。公司主要业务包括数字创意产品及数字一体化解决方案，其中数字一体化解决方案的项目金额较大且一般不具有重复性，因此报告期内公司各期前五名客户变化较大。经与同行业可比上市公司主要客户变化情况对比，公司主要客户变动较大的情形符合行业惯例。

报告期内，公司主营业务收入按下游客户类型构成情况如下表：

单位：万元

下游客户类型	2021年1-6月		2020年度		2019年度		2018年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房地产企业	5,011.46	17.21%	10,553.32	16.32%	7,907.21	14.37%	10,635.94	25.94%
建筑/工业企业	6,138.30	21.08%	12,821.31	19.82%	7,204.01	13.09%	9,275.30	22.62%
商业及其他企业	6,354.19	21.82%	24,496.80	37.87%	14,258.42	25.92%	11,308.59	27.58%
设计机构	2,824.46	9.70%	5,794.42	8.96%	5,839.61	10.61%	5,319.41	12.97%
政府及事业单位	8,787.31	30.18%	11,017.47	17.03%	19,806.70	36.00%	4,466.48	10.89%
总计	29,115.71	100.00%	64,683.32	100.00%	55,015.95	100.00%	41,005.71	100.00%

从整体来看，报告期内公司各客户类型对应收入均有一定增长，公司在良好的行业发展前景及下游市场容量总体保持增长的情况下，借助公司较强的技术与研发能力、良好的品牌影响力，利用公司的立体服务模式积极丰富拓展手段、拓展地域业务，保障公司的可持续增长。

（五）发行人未来在市场开拓、业务成长等方面存在的难点与不确定性及相关风险提示

1、整体市场开拓、业务成长存在不确定性

（1）研发创新方面

数字创意相关技术正处于蓬勃发展期，公司需要通过持续而准确的研发来把握行业技术的革新方向，同时将研发成果顺利转化为市场需要的产品，如果公司在研发战略上无法跟随市场节奏，对整体市场的开拓会产生不利影响。

（2）新客户的开拓方面

公司主要业务包括数字创意产品及数字一体化解决方案，其中数字一体化

解决方案的项目金额较大且一般不具有重复性，因此报告期内公司各期主要客户变化较大。

同时数字创意产品市场集中度较低，竞争较为激烈；数字一体化解决方案市场虽然集中度相对较高，但其项目涵盖面较广，包括数字内容制作、硬件的采购与集成、装饰装修、展览展示等方面，涉及上述服务的相关企业均可能成为市场的潜在竞争者。

未来若出现公司研发能力落后、行业口碑下滑、业务拓展不利、项目管理能力下降、战略方向错误或实施不到位等情况导致公司开拓新客户不利，则对公司的整体市场开拓将产生不利影响。

（3）新地域的市场开拓方面

公司深挖以“北上广深、成都、武汉”为中心的区域市场潜力，积极开拓新的区域市场，而在其他地区开拓市场，公司的品牌影响力、消费者忠诚度需要一定时间的积累和巩固，若相关销售渠道的拓展工作未能顺利进行，将对会公司整体市场开拓、业务成长产生不利影响。

（4）动态数字创意产品客户开拓方面

在政策红利的指导下，数字创意整体市场，包括动态数字创意产品市场均持续增长，但公司此前的动态数字创意产品客户中房地产类客户占比较大，受近期国家房地产政策的影响，动态数字创意产品的收入逐年下降，公司将采取以下措施，把动态数字创意服务收入下降的风险进一步降低，具体包括：1）在产品和服务上从三维影片延伸到短视频创作及运营、交互软件开发，3D 大数据可视化业务等新业务的拓展；2）加大开拓泛地产业务，涵盖家居，家电，卫浴等地产上下游企业的业务开拓；3）拓展新一线城市以及二线城市业务，未来动态数字创意服务将增加各省会城市的业务点，形成以华南、华北、华东、西南几个核心城市群的业务拓展群体。如果公司的上述措施实施不力，则动态数字创意产品客户开拓的不确定性可能加大。

2、市场开拓和业务增长对发行人的管理能力提出更高要求

（1）大型项目管理方面

随着计算机技术在下游领域的深入应用，单个数字创意项目特别是数字展示及系统集成服务项目规模越来越大。大型数字创意应用项目对公司的技术、创意、质量与时间控制、项目组织、项目间的协调、资金实力、风险承受能力、

成本控制等多方面都提出了更高的要求，如果公司出现大项目管理不善的情形，将会对品牌形象造成不利影响，进而影响到公司整体的市场开拓和业务增长。

（2）企业整体管理水平方面

截至本招股说明书签署日，公司拥有 4 家全资子公司、3 家控股子公司、1 家控股二级子公司，以及 8 家分公司，未来随着公司业务的扩张，公司进一步将业务拓展到以各地中心城市或省会为主的全国市场，可能会设立更多的分公司和营销网点，管理难度不断加大。若公司在营销管理、人力资源、业务协调、财务管理、信息沟通、内部资源配置等方面不能适应规模扩大的需要，将有可能影响公司的整体市场开拓和业务增长的持续发展。

3、相关风险提示

公司未来业务规模开拓及业务成长可能面对创新风险、经营规模扩大引致的大型项目管理的风险、订单取得不连续可能导致公司业绩波动的风险、企业管理水平无法持续提升引致的风险、市场开拓的风险及经营业绩波动及下滑的风险等不确定性因素。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”中补充披露如下：

一、创新风险

公司业务开展以创意设计为基础，项目执行过程中需融合高水平的数字技术并提出个性化的创意设计方案。如果公司不能快速把握市场变化，快速响应客户需求并提供个性化、高质量的数字创意服务，将面临市场份额下降的风险，公司可能面临客户流失，或不能获取不断增长的客户，继而引发公司收入规模和竞争力下降的风险。

同时，由于数字创意技术发展趋势具有多媒体终端的智能化、数字创意技术的网络化、多元化等特点，相关技术正处于蓬勃发展期，如果公司不能通过持续而准确的研发来把握行业技术的革新方向，或研发成果不能顺利转化，则会对公司的技术、产品竞争力乃至未来经营业绩产生不利影响。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“三、经营风险”中补充披露如下：

（四）经营规模扩大引致的大型项目管理的风险

随着计算机技术在下游领域的深入应用，单个数字创意项目特别是数字展示及系统集成服务项目规模越来越大。大型数字创意应用项目对公司的技术、

创意、质量与时间控制、项目组织、项目间的协调、资金实力、风险承受能力、成本控制等多方面都提出了更高的要求，如果公司出现大项目管理不善的情形，将会对经营效益和品牌形象造成不利影响。

（六）经营业绩波动及下滑的风险

公司未来盈利的实现受到市场环境、行业政策、行业竞争情况、管理层经营决策、募投项目实施等诸多因素的影响。未来若出现市场竞争的加剧、市场需求变化、公司研发能力无法满足下游客户需求等情况，将对公司盈利能力的持续增长产生不利影响。

数字创意产业在我国尚处于快速发展期，数字创意产品市场内企业众多，竞争激烈；数字一体化解决方案市场虽然门槛相对较高，但由于其涵盖面较广，包括数字内容制作、硬件的采购与软件集成、装饰装修、展陈及艺术品等方面，涉及上述服务的相关企业在其战略指导下、在技术、资金允许的情况下均可能向数字一体化解决方案的方向转变，该市场面临跨行业竞争的情况。随着市场竞争的加剧，如果公司在未来发展中未能紧跟市场需求，及时提高竞争力及市场占有率，将有可能在未来的竞争中处于不利地位。

（七）订单取得不连续可能导致公司业绩波动的风险

公司主要业务包括数字创意产品及数字一体化解决方案，其中数字一体化解决方案的项目金额较大且一般不具有重复性，因此报告期内公司各期主要客户变化较大。虽然上述情形符合行业惯例，但未来若出现行业发展出现不利变化、公司研发能力落后、公司行业口碑下滑、业务拓展不利、公司项目管理能力下降、公司战略方向错误或实施不到位等情况导致公司开拓新客户不利，则公司经营业绩可能产生波动。

（八）市场开拓的风险

公司深挖以“北上广深、成都、武汉”为中心的区域市场潜力，积极开拓新的区域市场，由于在其他地区开拓市场，公司的品牌影响力、消费者忠诚度需要一定时间的积累和巩固，若相关销售渠道的拓展工作未能顺利进行，公司经营业绩将受到不利影响。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“四、内控风险”中补充披露如下：

（二）企业管理水平无法持续提升引致的风险

截至本招股说明书签署日，公司拥有 4 家全资子公司、3 家控股子公司、1 家控股二级子公司，以及 8 家分公司，未来随着公司业务的扩张，公司进一步将业务拓展到以各地中心城市或省会为主的全国市场，可能会设立更多的分公司和营销网点，管理难度不断加大。若公司在营销管理、人力资源、业务协调、财务管理、信息沟通、内部资源配置等方面不能适应规模扩大的需要，将有可能影响公司的整体运营效率和业务的持续发展。

二、说明未来加大技术投入和增强核心竞争力的计划和措施，以及存在的相关风险

（一）未来加大技术投入和增强核心竞争力的计划和措施

1、增强研发创新能力，加大技术投入

（1）进一步健全研发管理体系

根据研发战略和市场变化组织研发团队，确保每个团队承接的研发任务切合市场需求及研发成果的有效转化。在技术研发管理方面，公司将不断完善技术研发相关的制度，做到科学立项、科学评估，及时将科研成果申请专利和著作权；同时，公司通过自主研发和产学研合作，将理论前沿与市场需求结合，由此构建起公司多样化、特色化的研发体系；公司择机推动成立“国家、省技术中心”和“国家博士后科研工作站”，设立“数字创意产业创新基地”等科技研发合作平台，进一步加强产学研的深度融合。

（2）保障研发投入持续稳定增长

公司将加快研发中心的建设，重点提升 3D 可视化、中控及融合软件开发的技术能力，加大对大型渲染和存储服务器的设备投入、对数字创作和设计方面的软件投入、对数字城市和虚拟博物馆等数字创意产品的研发投入，进一步提高公司的技术能力、升级公司产品体系、快速推动数字创意产品在市场上的应用，提升公司的市场能力和业务水平。另一方面，公司将重视研发人才，完善研发激励制度，增加研发人才的投入。

2018 年投入研发费用 2,616.30 万元，占当年营业收入比例为 6.37%；2019 年投入研发费用 3,275.50 万元，占当年营业收入比例为 5.95%；2020 年投入研发费用 3,449.16 万元，占当年营业收入比例为 5.33%；**2021 年 1-6 月投入研发费用 1,879.40 万元，占当年营业收入比例为 6.45%**。公司将继续加大研发投入，

以保证公司核心技术的领先。

公司健全的研发管理体系及持续的研发投入，能够有效的提高公司的研发创新和软件集成能力，从技术层面保障了公司的竞争优势。

2、提升数字创意及总体设计能力

在数字创意及总体设计方面，公司将不断引进各类专业创意设计人员，提高创意设计人员专业水平，并培养出了一批优秀的复合型人才，使其在前端客户需求、材料选取、现场实施及成本控制等方面均发挥重要作用。

公司的数字创意内容的制作技术和素材、案例是需要多年积累沉淀形成的，公司将继续系统化整理并充实图像、动画、设计等素材库，加快推进产品标准化、流程化管理。

公司整体上对创意及设计进行专业化管理，负责创意、设计团队的建设和评价，建立创意、设计的公司规范与标准，提升整个公司创意设计能力。同时，通过典型项目创意分享机制、内部培训与“导师制”学习制度、部门间设计协同安排等确保能提高公司数字创意及总体设计能力，从而提升数字创意产品和数字一体化解决方案的质量。

另外，公司内部设置作品、项目的设计、创意激励奖项，积极推送优秀作品、项目竞选国内外设计、创意的奖项，也鼓励个人在创意、设计领域获得奖项和声誉。公司将积极参加国内外相关交流研讨会、论坛，跟进行业前沿设计理念、设计风格和技术动态。

3、提高项目管理能力

公司将通过建立组织、培养人才、完善管理标准及增强品牌影响力，提高项目实施效率、保障项目质量，打造各地域各领域标杆项目，从而达到有效控制项目成本提高效益，全面提高项目管理能力的目的。具体措施如下：

（1）加强集团层面的项目管理职能，形成系统的项目管理支撑平台；对项目预算、项目成本、项目组织实施、项目结算及回款等进行项目全生命周期管理。

（2）根据市场需求及公司战略，针对性的引进项目高级管理人才，配备各层次的持证的专业人员，不断培养项目经理的管理能力，从而保证多出精品、标杆项目，加强优秀项目的推广宣传，增加公司的品牌影响力。同时鼓励内部员工考取包括一级建造师、二级建造师、高级工程师等在内的专业证书，并建

立了对应的一次补贴及每年补贴的两级奖励制度。

(3) 总结和积累项目实施及管理经验，形成系统化的项目管理方法标准文件，建立项目管控指标体系，完善项目预算控制标准，并通过典型项目经验分享机制、“传帮带”等方式进行项目人员的培训。公司明确了项目经理责任制，并建设了相应的激励制度。

(4) 不断升级和完善供应商库，建立阳光采购平台，保证市场合理价格，提升供应链应变能力。公司建立了 4 级供应商库及完备的入库要求、供应商评价体系，及时对供应商的能力及信用程度、项目质量进行综合评价，适时调整评级，确保选择到最优的供应商。另外公司将建设内部采购信息管理体系，对前端售前人员提供有效支撑，推动更准确的成本、预算管理。

(5) 在产品交付后，公司及时跟进，对产品体验效果进行跟踪，提高客户满意度和信任度，进一步优化和提升产品和服务质量。同时公司建立了快速响应的售后管理制度、售后热线等，从主动跟踪和接受反馈两方面确保客户的满意度。

4、加强市场拓展和提升企业品牌力

(1) 公司将进一步强化专业市场管理部门的职能，大力推进市场调研和分析，组织市场活动实行精准营销，加大网络营销的推广力度，从而增加品牌影响力。公司将在线上推广、直接客户拜访、公开网站获取招投标信息或接受客户邀标等多个传统拓展手段的基础上努力丰富拓展手段，一方面积极组织各项品牌活动，另一方面参加国内外各种交流会和展会，推进行业协会合作等，从中挖掘商机。

(2) 公司将以广州、北京、上海、深圳、成都、武汉等地为中心，对周边的市场形成辐射，从而带动区域市场销售。同时，通过募投项目的实施，公司进一步将业务拓展到以各地中心城市或省会为主的全国市场，扩充现有业务团队，在国内现有市场基础上，新建区域营销网络，拓展新的区域市场，并积极拓展海外市场业务，从而为公司未来的全方位提升品牌影响力建立基础。

(3) 公司将在现有业务拓展外，通过重点开发博物馆信息化管理系统、智慧城市信息软件产品，组建相应的业务团队，重点拓展新的数字创意产品在文化文博、智慧城市等领域的应用，从而促进未来业务的突破。公司将积极宣传、推动公司“数字创意产品+数字一体化解决方案”的立体服务模式，以客户粘度

为导向，通过形式多样、内容丰富的数字创意服务满足客户多样化的需求。公司的立体服务模式针对客户需求灵活组织，既包含项目金额相对较小，保证持续现金流的数字创意产品，也包含项目规模较大、周期较长的数字一体化解决方案，利用数字创意产品具有客户接触面广的特点，为数字一体化解决方案提供潜在客户源；通过跟踪数字一体化解决方案项目的更迭需求，为数字创意产品创造潜在的收入，充分体现公司“数字创意产品+数字一体化解决方案”立体服务模式的市场竞争优势。

5、重视人才培养，打造高效团队

对于数字创意企业而言，高素质的人才团队的培养和引进对提升公司竞争力具有至关重要的作用。

公司将加强企业文化建设，使人力资源管理制度与企业发展相匹配，高度重视人才的任用、晋升和培养；补充完善对组织及个人客观公正的考核、评价体系；公司推行科学的薪酬政策，实行股权激励，积极提高员工的创造性和参与感，给予员工良好的发展机会，众多管理层实现了从管培生到核心骨干的良好职业发展。

公司重视构建高效团队，要求制度流程简单有效，团队责权利清晰明确。推行业务策划、设计、项目小团队，并建立客户经理、项目经理、主创的“铁三角”业务流程。公司通过内部调研，对不同职责岗位设定针对性的激励政策，有效调动创意人员、研发人员、项目管理人员等的积极性，在项目上执行五快方针-“方案快、商务快、验收快、回款快、精品快”，确保项目质量的同时提高了项目执行效率。公司推行人员编制严格与收入、产值挂钩，按不同业务线建立人员编制模型，重视人才结构和人员效率。

此外，公司积极与高等院校签订人才供需合作意向书，与学校共同培养专业的策划创意、设计、软件开发等专业人才，保证公司对人才的需求。

6、提高企业经营管理水平

公司将不断梳理组织架构，建立科学的内部管理体系。公司进一步完善公司治理层面的建设，保证公司的战略方向正确，充分实现决策监督管理；公司将加强事业部管理，发挥公司经营平台专业化管理能力，保障业务层面的计划执行，达成经营目标。

公司进一步升级内控体系，修订和完善公司治理、财务制度、业务流程和管理办法，规范业务、财务和法务工作。公司将加强项目预算的管理，根据预结算差异进行分析，做出管理改善并落实；加强成本费用控制，重点对采购成本、人力成本及期间费用等方面进行有效管控。

同时，公司将提高信息化管理水平，升级 ERP 信息系统，优化 CRM、项目管理、供应链等业务系统，达到对市场、项目实施效率和质量的提升，理顺内外部流程、降低成本和费用，提高经营管理效能。

（二）存在的相关风险

1、创新风险

公司业务开展以创意设计为基础，项目执行过程中需融合高水平的数字技术并提出个性化的创意设计解决方案。如果公司不能快速把握市场变化，快速响应客户需求并提供个性化、高质量的数字创意服务，将面临市场份额下降的风险，公司可能面临客户流失，或不能获取不断增长的客户，继而引发公司收入规模和竞争力下降的风险。

同时由于数字创意产业技术发展趋势具有多媒体终端的智能化、数字创意技术的网络化、多元化等特点，相关技术正处于蓬勃发展期，如果公司不能通过持续而准确的研发把握行业技术的革新方向，或研发成果不能顺利转化，则会对公司的技术、产品竞争力乃至未来经营业绩产生不利影响。

2、核心技术人员流失的风险

作为数字创意类高新技术企业，拥有稳定、高素质的核心人才队伍是公司长期保持技术进步、业务发展的重要保障。如果公司的人才培养机制、激励措施未能达到预想效果导致核心技术人员及创意人员大范围流失，将对公司的经营造成不利影响。

3、经营规模扩大引致的大型项目管理的风险

随着计算机技术在下游领域的深入应用，单个数字创意项目特别是数字展示及系统集成服务项目规模越来越大。大型数字创意应用项目对公司的技术、创意、质量与时间控制、项目组织、项目间的协调、资金实力、风险承受能力、成本控制等多方面都提出了更高的要求，如果公司出现大项目管理不善的情形，将会对经营效益和品牌形象造成不利影响。

4、市场开拓的风险

公司深挖以“北上广深、成都、武汉”为中心的区域市场潜力，积极开拓市场，由于在其他地区市场公司的品牌影响力、消费者忠诚度需要一定时间的积累和巩固，若相关销售渠道的拓展工作未能顺利进行，公司经营业绩将受到不利影响。

5、订单取得不连续可能导致公司业绩波动的风险

公司主要业务包括数字创意产品及数字一体化解决方案，其中数字一体化解决方案的项目金额较大且一般不具有重复性，因此报告期内公司各期主要客户变化较大。虽然上述情形符合行业惯例，但未来若出现行业发展出现不利变化、公司研发能力落后、公司行业口碑下滑、业务拓展不利、公司项目管理能力下降、公司战略方向错误或实施不到位等情况导致公司开拓新客户不利，则公司经营业绩可能产生波动。

6、企业管理水平无法持续提升引致的风险

截至招股说明书签署日，公司拥有 4 家全资子公司、3 家控股子公司、1 家控股二级子公司，以及 8 家分公司，未来随着公司业务的扩张，公司进一步将业务拓展到以各地中心城市或省会为主的全国市场，可能会设立更多的分、子公司和营销网点，管理难度不断加大。若公司在营销管理、人力资源、业务协调、财务管理、信息沟通、内部资源配置等方面不能适应规模扩大的需要，将有可能影响公司的整体运营效率和业务的持续发展。

7、经营业绩波动及下滑的风险

数字创意产业在我国尚处于快速发展期，数字创意产品市场内企业众多，竞争激烈；数字一体化解决方案市场虽然门槛相对较高，但由于其涵盖面较广，包括数字内容制作、硬件的采购与集成、装饰装修、展览展示等方面，涉及上述服务的相关企业在其战略指导下、在资金允许的情况下均可能向数字一体化方向转变，该市场面临跨行业竞争的情况。随着市场竞争的加剧，如果公司在未来发展中未能紧跟市场需求，及时提高竞争力及市占率，将有可能在未来的竞争中处于不利地位。

三、中介机构核查意见

(一) 核查程序

保荐机构履行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解数字创意行业的市场竞争格局和发展情况、核心竞争力及竞争优劣势，以及动态数字创意产品收入变化情况及原因，公司未来市场开拓、业务成长的难点与不确定性，以及未来加大技术投入和增强核心竞争力的计划和措施；

2、查阅了发行人数字创意领域的研究报告、相关行业报道、同行业上市公司公告等公开信息，了解行业目前的发展情况和竞争态势及未来发展预测情况；

3、查阅数字创意行业领域相关的产业政策支持，以及下游应用领域的市场规模及市场空间、政策情况等；

4、查阅发行人的财务报表及审计报告，了解发行人报告期内的研发投入情况；

5、查阅发行人的员工花名册及核心技术人员的简历，了解发行人的研发和技术人员配置情况。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、发行人在未来市场开拓、业务成长等方面存在创新风险、经营规模扩大引致的大型项目管理的风险、经营业绩波动及下滑的风险等方面影响的不确定性，发行人已就此在招股书中补充提示相关风险。

2、未来公司将通过增强研发创新和软件集成能力、提升数字创意及总体设计能力、注重人才团队的培养与引进、提高项目管理能力、加强市场拓展和提升企业品牌力和提高企业经营管理水平提高公司竞争优势和核心竞争力。但可能会因研发成果不及预期或不合市场需求、人才流失等原因导致创新风险、核心技术人员流失的风险、市场开拓的风险等风险。

问题 2、关于应收账款。根据审核问询回复：

(1) 报告期各期末，发行人应收账款余额前十大项目未取得终验报告的应收账款（含合同资产）占应收账款（含合同资产）总额的比例分别为 0.00%、

5.66%、19.20%。

(2) 截至 2020 年 12 月 31 日，发行人应收账款余额为 38,805.85 万元。其中，账龄 2 年以上应收账款余额为 9,074.95 万元，占应收账款余额比例 23.39%。

请发行人：

(1) 更新各期末应收账款余额及逾期应收账款截至反馈意见回复日的回款比例，说明是否存在回款比例下降，逾期应收账款比例上升的情形。

(2) 更新截至反馈意见回复日长账龄客户的应收账款余额、最新回款金额和比例，并说明坏账计提的充分性。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，说明题干（1）中未取得终验报告的应收账款（合同资产）收入确认的具体凭据，相关验收单、验收报告或竣工验收报告是否得到客户的认可，中介机构对上述单据的核查程序，核查金额及占比。

【回复】：

一、更新各期末应收账款余额及逾期应收账款截至反馈意见回复日的回款比例，说明是否存在回款比例下降，逾期应收账款比例上升的情形

(一) 更新各期末应收账款余额及逾期应收账款截至反馈意见回复日的回款比例

1、应收账款余额截至反馈意见回复日的回款比例

报告期各期末应收账款截至本落实函回复出具日的回款金额、回款比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日	2018 年 12 月 31 日
应收账款余额	35,762.83	38,805.85	33,023.32	26,230.87
累计期后回款	4,377.96	12,541.89	15,899.01	15,589.10
累计期后回款比例	12.24%	32.32%	48.14%	59.43%

注：上述金额未包括合同资产。

截至本落实函回复出具日，报告期各期末应收账款的期后回款比例分别为 59.43%、48.14%、32.32%和 12.24%，公司数字展示及系统集成服务的收款按合同进度及节点收款以及实际结算受竣工验收时间、竣工结算审计或评审等方面

因素影响，工程款未能及时收回；虽然政府机构、事业单位类客户信誉良好，但是相关业务回款受整体工程建设及监理周期、审计流程、政府部门付款审批影响，因此回款周期较长。

2、逾期应收账款截至反馈意见回复日的回款比例

报告期各期末公司逾期应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
逾期应收账款余额	12,950.03	13,168.14	11,556.39	11,507.69
逾期应收账款期后回款	620.33	2,381.03	3,944.02	4,689.38
期后回款比例	4.79%	18.08%	34.13%	40.75%

注：报告期公司逾期应收账款期后回款情况截至本落实函回复出具日。

报告期各期末公司逾期应收账款期后回款分别为**4,689.38万元**、**3,944.02万元**、**2,381.03万元**和**620.33万元**，报告期内，公司主要应收账款客户经营正常，信用账款良好。逾期应收账款的形成是由于客户特点及行业惯例形成，公司对逾期应收账款也加强催收管理，采取包括电话催收、发催收函催收等催款措施。对于部分账龄较长及预计难以收回部分，对其进行单项计提坏账准备。此外，公司对三年以上应收账款全额计提减值准备，公司减值准备计提充分。

（二）说明是否存在回款比例下降，逾期应收账款比例上升的情形

截至本落实函回复出具日，报告期各期末应收账款的期后回款比例分别为**59.43%**、**48.14%**、**32.32%**和**12.24%**，报告期公司期后回款比例下降，主要原因为公司2019年末、2020年末及**2021年6月末**统计的期后回款对应期间相较于2018年末对应的回款统计期间较短导致。

从期后相同时间段的回款情况看，报告期各期末，公司应收账款余额期后6个月内回款情况如下：

单位：万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
应收账款余额	35,762.83	38,805.85	33,023.32	26,230.87
期后6个月回款金额	/	11,086.40	7,431.84	6,541.55
期后6个月回款比例	/	28.57%	22.50%	24.94%

2018年末、2019年末、2020年末，公司应收账款余额期后6个月回款比例分别为24.94%、22.50%、28.57%，2019年期末逾期应收账款期后6个月回款比例为22.50%，较2018年有所下降，主要原因为受到2020年上半年疫情的影响，客户的付款审批流程存在一定程度的延迟，因此2019年末应收账款期后6个月回款比例较上年同比下降。随着疫情的缓解以及公司加大了对应收账款的催收，2020年公司应收账款余额的期后6个月回款比例为28.57%，较2018年及2019年同期显著提升，不存在期后回款比例持续下降的情形。

报告期各期末，应收账款逾期金额及占比如下：

单位：万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
逾期应收账款余额	12,950.03	13,168.14	11,556.39	11,507.69
应收账款余额	35,762.83	38,805.85	33,023.32	26,230.87
逾期应收账款占应收账款比例	36.21%	33.93%	34.99%	43.87%

报告期各期末，逾期应收账款余额分别为 11,507.69 万元、11,556.39 万元、13,168.14 万元和 12,950.03 万元，报告期各期末逾期应收账款占应收账款的比例分别为 43.87%、34.99%、33.93%和 36.21%，2018 年至 2020 年逾期应收账款占应收账款比例逐年下降，不存在逾期应收账款比例上升的情形。

综上所述，2019 及 2020 年末应收账款截至本落实函回复出具日的期后回款比例较 2018 年末低，主要系应收账款回款的统计时间跨度不一致所致，受 2020 年上半年疫情的影响，2019 年末应收账款期后 6 个月回款比例较上年同比略有下降；随着疫情的缓解以及公司加大了对应收账款的催收，2020 年公司应收账款余额的期后 6 个月回款较 2018 年及 2019 年同期显著提升，不存在期后回款比例持续下降的情形。此外，报告期内公司逾期应收账款占比持续下降，不存在逾期应收账款比例上升的情形。

二、更新截至反馈意见回复日长账龄客户的应收账款余额、最新回款金额和比例，并说明坏账计提的充分性

截至本落实函回复出具日，报告期各期末长账龄客户的应收账款余额、最新回款金额和比例如下：

单位：万元

项目	2021年 6月30日	2020年 12月31日	2019年 12月31日	2018年 12月31日
长账龄客户应收账款余额	9,930.73	9,074.95	7,244.67	6,604.25
长账龄客户期末坏账准备	8,383.31	7,333.30	5,851.17	4,995.00
坏账计提比例	84.42%	80.81%	80.77%	75.63%
长账龄客户应收账款期后回款	372.64	835.26	1,797.65	2,254.95
长账龄客户应收账款期后回款比例	3.75%	9.20%	24.81%	34.14%
长账龄客户坏账计提比例+应收账款期后回款比例	88.17%	90.01%	105.58%	109.77%

注：上表中，应收账款余额未包括合同资产。

公司数字展示及系统集成服务的收款按合同进度及节点收款以及实际结算受竣工验收时间、竣工结算审计或评审等方面因素影响，工程款未能及时收回；虽然政府机构、事业单位类客户信誉良好，但是相关业务回款受整体工程建设及监理周期、审计流程、政府部门付款审批影响，因此回款周期较长。

公司长账龄客户长期未回款或回款较少的原因是客户结算付款审批流程较长。报告期内，公司加强了催收管理，包括电话催收、发催收函催收等催款措施。对于长期未回款及有回款风险的客户，公司采取诉讼方式强制催收。

发行人2018年末和2019年末的长账龄客户的应收账款期后回款与坏账准备之和超过2018年末和2019年末长账龄客户应收账款余额，2020年末和2021年6月末的长账龄客户期后应收款回款较少，主要是统计时点较短所致。随着公司继续加大对长账龄应收账款的回收，期后回款金额及比例会继续上升。2019年及2018年长账龄客户的期后回款比例均能覆盖当年年末未计提坏账准备部分，显示当年年末的坏账准备计提充分。

报告期，公司坏账计提政策与同行业公司的比较情况如下：

账龄	丝路视觉	风语筑	华凯创意	同行业平均值	凡拓数创
1年以内	1.00%	5.00%	5.00%	3.67%	5.00%
1-2年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%	20.00%
2-3年	50.00%	30.00%	30.00%	36.67%	50.00%
3-4年	100.00%	50.00%	50.00%	66.67%	100.00%

4-5年	100.00%	80.00%	80.00%	86.67%	100.00%
5年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

公司对2年以上的应收账款坏账计提比例为50%，3年以上的应收账款全额计提坏账准备计提比例为100%。与同行业可比公司相比，公司按账龄计提坏账比例与同行业公司相比整体较为谨慎。

综上所述，除2020年末和2021年6月末长期账应收账款期后回款统计周期较短外，2018年末至2019年末长账龄的应收账款期后回款均超过未计提的坏账准备的应收账款，公司按账龄计提坏账比例与同行业公司相比整体较为谨慎。因此，公司对长账龄客户的坏账准备计提充分。

三、说明题干（1）中未取得终验报告的应收账款（合同资产）收入确认的具体凭据，相关验收单、验收报告或竣工验收报告是否得到客户的认可，中介机构对上述单据的核查程序，核查金额及占比

题干（1）中报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的项目共有6个，其应收账款（合同资产）收入确认的具体凭据，相关验收单、验收报告或竣工验收报告是否得到客户的认可情况如下：

单位：万元

客户名称	项目名称	收入金额	收入确认的具体凭据及签章情况	收入确认凭证签章的效力层级是否与合同约定一致	收入确认凭据是否得到客户认可
广州市美术有限公司	肇庆高新区自主创新科技馆项目	3,131.37	《试运行确认书》经广州市美术有限公司项目管理专用章、监理方广东广信建筑工程监理有限公司项目监理章及监理工程师盖章确认及业主方肇庆高新技术产业开发区机关事务管理局加盖公章确认	是	是
西藏城芝市政工程有限公司	林芝工布公园山体投影灯光秀硬件采购与安装项目	2,654.92	《试运行报告》经西藏城芝市政工程有限公司盖章并经其项目负责人签名确认	是	是
成都腾讯新文	瞪羚谷数字文创产	1,343.14	《试运行确认书》经成都腾讯新文创科技有限公司盖公	是	是

客户名称	项目名称	收入金额	收入确认的具体凭据及签章情况	收入确认凭证签章的效力层级是否与合同约定一致	收入确认凭据是否得到客户认可
创 科 技 有 限 公 司	业展示服务平台项目		章确认		
襄 阳 综 保 区 投 资 开 发 有 限 公 司	湖北自贸区襄阳片区综合服务中心项目	2,639.88	《试运行确认书》经湖北建盛工程项目管理有限公司监理部盖章确认并经合同双方代表签名确认	是	是
沈 阳 致 凯 有 限 公 司	沈阳金地峯范产业展厅项目	1,798.13	《试运行确认书》经沈阳致凯置业有限公司峯范项目部盖章确认	是	是
中 电 光 谷 建 筑 设 计 有 限 公 司	黄石市科技创新中心（一期）项目	1,057.97	《试运行确认书》经中电光谷建筑设计院有限公司盖章确认	是	是
	合计	12,625.41			

报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的应收账款（合同资产）收入确认依据文件为试运行确认书或试运行确认报告，均经客户或合同约定的第三方签名盖章确认，取得客户的认可。

报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的项目，中介机构均履行的相关核查程序：

（1）中介机构对其相关客户进行了访谈，对客户的收入、应收账款余额、项目的周期、项目完工时间、是否办理竣工验收和结算进行了访谈。

（2）对相关客户履行了函证程序，对应收账款余额、收入进行函证，并取得客户盖章确认相符的回函。

（3）对报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的项目执行细节测试程序，查看收入确认项目的合同、验收单、试运行确认书等收入确认凭据、会计入账凭证、银行收款单据等，检查试运行确认书签章是否经客户确认并与合同约定相符。

中介机构对报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的核查具体情况如下：

2020 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的核查具体情况如下：

单位：万元

客户名称	项目名称	应收账款余额	收入金额	函证及结论	访谈	是否进行细节测试
广州市美术有限公司	肇庆高新区自主创新科技馆项目	2,472.60	3,131.37	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
西藏城芝市政工程有限公司	林芝工布公园山体投影灯光秀硬件采购与安装项目	1,992.43	2,654.92	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
成都腾讯新闻文创科技有限公司	瞪羚谷数字文创产业展示服务平台项目	1,451.16	1,343.14	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
襄阳综保区投资开发有限公司	湖北自贸区襄阳片区综合服务中心项目	1,411.20	2,639.88	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
沈阳致凯置业有限公司	沈阳金地峯范产业展厅项目	1,004.05	1,798.13	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
中电光谷建筑设计院有限公司	黄石市科技创新中心（一期）项目	952.36	1,057.97	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
	合计		12,625.41			

中介机构对 2020 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的收入核查金额 12,625.41 万元，占 2020 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告项目收入的 100%。

2019 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的核查具体情况如下：

单位：万元

客户名称	项目名称	应收账款余额	收入金额	函证及结论	访谈	是否进行细节测试
襄阳综保区投资开发有限公司	湖北自贸区襄阳片区综合服务中心项目	1,411.20	2,639.88	回函经甲方公章确认相符	经访谈确认	是
	合计		2,639.88			

中介机构对 2019 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的收入核查金额 2,639.88 万元，占 2019 年末应收账款余额前十大项目未取得终验报告项目收入的 100%。

2018 年末应收账款余额前十大项目均已取得终验报告。

综上，中介机构对报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的收入进行了逐笔核查，核查程序包括核查合同、试运行确认书等收入确认凭证、向客户发出函证并取得回函、通过访谈确认等方式进行全面核查，核查比例为 100%。经核查，公司上述未取得终验报告项目的收入确认依据文件为试运行确认书或试运行确认报告，均经客户或合同约定的第三方签名盖章确认，取得客户的认可。

四、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取了公司报告期内应收账款、逾期应收账款的明细表，检查账龄划分的准确性，了解主要客户各期末的应收账款余额及其期后回款情况；

2、获取公司期后的银行流水，检查回款方是否与合同签订方一致、回单中记录的金额是否与账面金额一致；

3、对公司管理层进行访谈，了解长账龄客户的经营状况、资金状况和未能及时回款的原因；

4、访谈公司报告期各期末应收账款金额较大项目的相关客户，对客户的收入、应收账款余额、项目的周期、项目完工时间、是否办理竣工验收和结算进行了访谈；

5、对相关客户履行了函证程序，对应收账款余额、收入进行函证；

6、对报告期各期末应收账款余额金额较大的项目执行细节测试程序，查看收入确认项目的合同、验收单、试运行确认书、会计入账凭证、银行收款单据等，对公司报告期各期末应收账款金额较大的相关项目竣工验收报告、试运行确认书等收入证明文件进行检查，检查试运行确认书签章是否经客户确认并与合同约定相符；

7、根据公司主要业务类型特点、结合合同约定的关于各节点付款安排情况，

对公司收入确认时点的准确性进行评价。

(二) 核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司已更新各期末应收账款余额及逾期应收账款截至反馈意见回复日的回款比例，2019 及 2020 年末应收账款截至本落实函回复出具日的期后回款比例较 2018 年末低，主要系统统计的时间跨度较短所致，除了 2019 年末期后 6 个月回款受疫情影响有所下降，2020 年末期后 6 个月回款比例上升，报告期各期末应收账款期后 6 个月回款比例不存在期后回款比例持续下降的情形，报告期公司逾期应收账款不存在逾期应收账款比例上升的情形。

2、2020 年末的长账龄客户期后应收款回款较少，主要是统计时点较短（2021 年 1-7 月）所致。随着公司继续加大对长账龄应收账款的回收，期后回款金额及比例会继续上升。2019 年及 2018 年长账龄客户的期后回款比例均能覆盖当年年末未计提坏账准备部分，公司按账龄计提坏账比例与同行业公司相比整体较为谨慎。因此，公司对长账龄客户的坏账准备计提充分。

3、报告期各期末应收账款余额前十大项目未取得终验报告的应收账款（合同资产）收入确认依据文件为试运行确认书或试运行确认报告，均经客户或合同约定的第三方签名盖章确认，取得客户的认可。

问题 3、关于审计截止日后财务信息及经营状况。

请发行人：

(1) 按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的要求，补充披露 2021 年 1-6 月审阅数据情况。

(2) 补充披露 2021 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

(3) 如 2021 年 1 至 6 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示。

(4) 补充披露 2021 年 1 至 9 月的业绩预计情况。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

一、按照《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》的要求，补充披露 2021 年 1-6 月审阅数据情况

(一) 公司的主要经营情况

公司财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日，公司主要经营状况正常，经营业绩继续保持持续增长，公司所处行业的产业政策等未发生重大变化，公司业务经营模式、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项等均未发生重大变化。

(二) 申报会计师审阅意见

根据《关于首次公开发行股票并上市公司招股说明书财务报告审计基准日后主要财务信息及经营状况信息披露指引（2020 年修订）》，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2021 年 6 月 30 日的合并及母公司资产负债表、2021 年 1-6 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注进行了审阅，并出具了《审阅报告》（XYZH/2021GZAA20712 号）。

(三) 财务报告审计截止日后主要财务信息

公司 2021 年 1-6 月财务报表（未经审计，但已经信永中和会计师审阅）主要财务数据如下：

1、合并资产负债表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日	2020 年 12 月 31 日	变动比例
资产总计	74,486.46	77,441.09	-3.82%
负债合计	33,358.14	36,342.85	-8.21%
所有者权益合计	41,128.32	41,098.24	0.07%
其中：归属于母公司所有者 权益合计	41,476.19	41,257.11	0.53%

2、合并利润表主要数据

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年 1-6 月	变动比例
----	--------------	--------------	------

营业收入	29,115.71	23,961.81	21.51%
营业成本	18,514.00	15,133.81	22.34%
利润总额	1,561.96	1,235.19	26.46%
净利润	1,181.34	984.21	20.03%
归属于母公司所有者的净利润	1,370.33	1,156.49	18.49%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,001.58	1,040.86	-3.77%

3、合并现金流量表主要数据

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	变动比例
经营活动产生的现金流量净额	-2,512.12	-1,991.85	-26.12%
投资活动产生的现金流量净额	-2,633.28	-338.86	-677.11%
筹资活动产生的现金流量净额	-2,015.36	-676.89	-197.74%
现金及现金等价物净增加额	-7,160.76	-3,007.60	-138.09%

4、非经常性损益情况

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年1-6月
非流动性资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	-2.59	0.80
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	200.59	188.05
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	198.79	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	34.93	5.72
其他符合非经常性损益定义的损益项目	0.00	-63.00
少数股东损益的影响数	-2.79	-14.81
所得税的影响数	-60.18	-1.13
合计	368.75	115.63

5、2021年1-6月业绩变动情况

2021年1-6月，公司**经审阅**的营业收入、净利润、以及归属于母公司净利润分别较去年同期增长21.51%、20.03%、18.49%，快速增长；2021年上半年，公司收回对枣庄市薛城区城市供排水总公司应收账款172.86万元和佛山市佛山新城建设管理委员会应收账款25.93万元，由于此前公司依据谨慎性原则对上

述应收款单项全额计提坏账准备，因此上述单独进行减值测试的应收款项减值准备转回共 198.79 万元计入非经常性损益。受此影响，2021 年 1-6 月公司扣除非经常性损益后的净利润与去年同期相比略有下降，未对业绩造成重大波动，且该事项不具有持续影响，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

二、补充披露 2021 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十八、2021 年 1-6 月业绩情况及主要财务科目的变动原因及其合理性”中补充披露如下：

根据信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）对公司出具的《审计报告》（XYZH/2021GZAA20723 号），2021 年 1 月至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 6 月 30 日 /2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日 /2020 年 1-6 月	变动额	变动比例
营业收入	29,115.71	23,961.81	5,153.90	21.51%
营业成本	18,525.63	15,133.81	3,391.81	22.41%
销售费用	3,250.83	2,769.92	480.91	17.36%
管理费用	2,459.92	1,895.77	564.15	29.76%
研发费用	1,879.40	1,455.63	423.78	29.11%
归属于母公司所有者的净利润	1,355.19	1,156.49	198.70	17.18%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,002.14	1,040.86	-38.72	-3.72%
货币资金	12,191.23	19,745.24	-7,554.01	-38.26%
应收账款	25,212.54	28,918.70	-3,706.17	-12.82%
存货	6,127.80	7,241.16	-1,113.36	-15.38%
合同资产	10,192.54	6,069.30	4,123.24	67.94%
资产总额	74,490.97	77,441.09	-2,950.12	-3.81%
应付票据	1,997.81	3,154.04	-1,156.23	-36.66%
应付账款	16,603.33	16,976.60	-373.27	-2.20%

项目	2021年6月30日 /2021年1-6月	2020年12月31日 /2020年1-6月	变动额	变动比例
合同负债	5,487.77	6,394.50	-906.73	-14.18%
应付职工薪酬	1,987.10	2,877.49	-890.39	-30.94%
负债总额	33,377.78	36,342.85	-2,965.07	-8.16%
归属于母公司股东 权益合计	41,461.05	41,257.11	203.94	0.49%
股东权益合计	41,113.19	41,098.24	14.95	0.04%
经营活动产生的现 金流量净额	-2,512.12	-1,991.85	-520.27	-26.12%
投资活动产生的现 金流量净额	-2,633.28	-338.86	-2,294.42	-677.11%
筹资活动产生的现 金流量净额	-2,015.36	-676.89	-1,338.47	-197.74%
现金及现金等价物 净增加额	-7,160.76	-3,007.60	-4,153.16	-138.09%

1、2021年1-6月，公司营业收入为29,115.71万元，较上年同期增长5,153.90万元，公司归属于母公司所有者的净利润为**1,355.19**万元，较上年同期增长**198.70**万元，主要原因系2021年1-6月在公司数字展示及系统集成服务方面获得的订单增多，业务规模持续扩大；2021年1-6月毛利率和与去年同期保持平稳。

2021年1-6月，公司销售费用较上年同期增长480.91万元、管理费用较上年同期增长564.15万元、研发费用较上年同期增长423.78万元，主要原因为受2020年上半年疫情影响的原因以及2020年下半年以来疫情逐步常态化，并且随着公司业务的增长，公司员工人数比去年同期增加；上述销售费用、管理费用以及研发费用的职工薪酬增加系该三项费用增加的主要原因。

2、截至2021年6月末，公司资产总额为**74,490.97**万元，负债总额为**33,377.78**万元，归属于母公司所有者权益总额为**41,461.05**万元，较上年末的变动率分别为**-3.81%**、**-8.16%**、**0.49%**。公司资产和所有者权益规模基本稳定。

截至2021年6月末，公司资产总额**74,490.97**万元，较2020年末下降**2,950.12**万元，下降比例为**3.81%**，主要系货币资金、应收账款、其他非流动资产下降所致。2021年6月末货币资金较上年年末下降38.26%，主要原因2021年上半年公司支付北京友泰房屋款项和偿还银行借款支付现金，使得货币

资金、其他非流动资产-预付购置长期资产款下降。

截至 2021 年 6 月末，公司应收账款净值较期初减少 3,706.17 万元，主要系公司相关项目款项回款所致。2021 年末合同资产净值较期初增长 4,123.24 万元，主要是随公司数字展示及系统集成服务收入增长，数字展示及系统集成服务需按项目进度和节点付款导致合同资产增加。

3、2021 年 6 月末公司负债总额 **33,377.78** 万元，较 2020 年末下降 **8.16%**，主要系应付职工薪酬、应付票据、应交税费等下降所致；主要系公司于 2021 年上半年支付了年末计提员工薪酬、年末计提的税费，以及票据支付供应商的采购款项所致。

4、2021 年 6 月末归属于母公司所有者权益总额为 **41,461.05** 万元，较上年末增长 **0.49%**，主要系未分配利润增加所致。

5、2021 年 1-6 月，公司经营活动产生的现金流量净额-2,512.12 万元，较上年同期下降 520.27 万元，主要系 2021 年上半年支付给职工薪酬较上年同期增长所致；公司投资活动产生的现金流量净额为-2,633.28 万元，较上年同期减少 2,294.42 万元，主要系本期公司支付北京友泰房屋款项尾款所致；公司筹资活动产生的现金流量净额为-2,015.36 万元，较上年下降 1,338.47 万元，主要系 2021 年上半年借款收到现金较上年同期减少且偿还债务支付现金较上年同期增加所致。

2021 年上半年公司正常运营，不存在影响公司正常运营的持续性重大不利因素。

三、如 2021 年 1 至 6 月经营业绩下滑的，请在风险因素中进一步量化分析和披露导致业绩下滑的相关影响因素及其变动情况，是否具有持续影响，是否影响持续经营能力，并作重大事项提示

公司已在招股说明书“第四节 风险因素”之“五、财务风险”中补充披露如下：

（五）2021 年上半年业绩变动风险

根据信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《**审计报告**》（XYZH/2021GZAA20723 号），2021 年上半年业绩与上年同期变动如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年1-6月	变动比例
营业收入	29,115.71	23,961.81	21.51%
净利润	1,166.20	984.21	18.49%
归属于母公司所有者的净利润	1,355.19	1,156.49	17.18%
非经常性损益	353.05	115.63	205.34%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,002.14	1,040.86	-3.72%

2021年1-6月，公司营业收入、净利润、以及归属于母公司净利润分别较去年同期增长21.51%、**18.49%**、**17.18%**，均保持增长；2021年上半年，公司收回对枣庄市薛城区城市供排水总公司应收款172.86万元和佛山市佛山新城建设管理委员会应收款25.93万元，由于此前公司依据谨慎性原则对该项应收款单项全额计提坏账准备，因此上述单独进行减值测试的应收款项减值准备转回共198.79万元计入非经常性损益。受此影响，2021年1-6月公司扣除非经常性损益后的净利润与去年同期相比略有下降**38.72**万元，比例为**3.72%**，未对业绩造成重大波动，且该事项不具有持续影响，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。

一般而言，公司上半年业绩低于下半年，公司预计2021年1-9月以及全年的业绩保持增长。但未来若出现市场竞争的加剧、市场需求变化、公司研发能力无法满足下游客户需求等情况，将对公司盈利能力的持续增长产生不利影响。

公司已在招股说明书“重大事项提示”之“五、审计截止日后的主要经营状况”之“（一）2021年1-6月的主要财务数据及经营状况”之“4、2021年1-6月业绩变动情况”对上述内容作重大事项提示。

四、补充披露2021年1至9月的业绩预计情况

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十九、业绩预计情况”中补充披露如下：

根据公司管理层初步测算，2021年1-9月公司主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021年1-9月	2020年1-9月	同比变动比例
营业收入	47,000.00至51,000.00	38,861.07	20.94%至31.24%
归属于母公司所有者的净利润	3,150.00至4,000.00	2,282.60	38.00%至75.24%

扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	2,750.00 至 3,550.00	2,037.50	34.97% 至 74.23%
------------------------	---------------------	----------	-----------------

注：上述数据仅为公司初步测算数据，未经审计或审阅，且不构成盈利预测或业绩承诺。

公司预计 2021 年 1-9 月可实现的营业收入约为 47,000.00 万元至 51,000.00 万元，预计 2021 年 1-9 月归属于母公司所有者的净利润约为 3,150.00 万元至 4,000.00 万元，预计 2021 年 1-9 月扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者的净利润约为 2,750.00 万元至 3,550.00 万元，2021 年 1-9 月公司预计营业收入和净利润指标较上年同期均有上升。

前述业绩情况系公司初步测算结果，未经会计师审计或审阅，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

五、中介机构核查意见

（一）核查程序

保荐机构、申报会计师履行了以下核查程序：

1、获取了发行人 2021 年 1-6 月审阅报告与业务资料，针对 2021 年第一季度业绩情况及主要会计报表项目，分析相关项目与上年年末或同期相比的变动情况，了解其变动原因以及由此可能产生的影响及持续性；

2、获取公司 2021 年 1-6 月获取公司非经常性损益计算表，核查公司非经常性损益计算表各项目金额，并分析上述项目对公司经营状况的影响；

3、获取公司出具的 2021 年 1-9 月业绩预计说明文件；

4、访谈发行人财务负责人及管理层，了解引起主要会计报表项目变化的原因，结合发行人业务模式和经营规模的变动情况，分析其变动的合理性及持续性影响，了解发行人未来经营业绩预计情况。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、公司已在招股说明书中补充披露 2021 年 1-6 月审阅数据情况。

2、公司已在招股说明书补充披露 2021 年 1 至 6 月主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，2021 年上半年公司正常运营，不存在影响公司正常运营的持续性重大不利因素。

3、2021 年 1-6 月，公司经审阅的营业收入、净利润、以及归属于母公司净

利润分别较去年同期增长 21.51%、20.03%、18.49%，均保持快速增长；受单独进行减值测试的应收款项减值准备转回因素影响，2021 年 1-6 月公司扣除非经常性损益后的净利润与去年同期相比略有下降 39.29 万元，比例为 3.77%，未对业绩造成重大波动，且该事项不具有持续影响，不会对公司持续经营能力造成重大不利影响。公司已在招股说明书中针对 2021 年 1-6 月业绩变动的情形进行风险因素说明以及重大事项提示。

4、公司已在招股说明书中补充披露了 2021 年 1-9 月的业绩预计情况。

（本页无正文，为《关于广州凡拓数字创意科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之发行人盖章页）

广州凡拓数字创意科技股份有限公司



发行人董事长声明

本人已认真阅读关于广州凡拓数字创意科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复报告的全部内容，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

发行人董事长：



伍穗颖

广州凡拓数字创意科技股份有限公司



2021年9月27日

（本页无正文，为中信建投证券股份有限公司《关于广州凡拓数字创意科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的审核中心意见落实函的回复》之签字盖章页）

保荐代表人：


李少杰


曹 今

中信建投证券股份有限公司



关于本次落实函回复报告的声明

本人作为广州凡拓数字创意科技股份有限公司保荐机构中信建投证券股份有限公司的董事长，现就本次落实函回复报告郑重声明如下：

“本人已认真阅读广州凡拓数字创意科技股份有限公司本次落实函回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次落实函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。”

保荐机构董事长签名：



王常青

中信建投证券股份有限公司

