

# 杭州思亿欧科技集团股份有限公司

## 关于 2023 年年报问询函的回复

杭州思亿欧科技集团股份有限公司（以下简称“公司”或“思亿欧”）于 2024 年 8 月 14 日收悉全国股转公司挂牌公司管理一部下发的《关于对杭州思亿欧科技集团股份有限公司的年报问询函》（公司一部年报问询函【2024】第 360 号，以下简称《年报问询函》），现对该《年报问询函》相关问题情况回复说明如下：

### 一、关于经营业绩

你公司为跨境电商 SaaS 供应商，下游客户为跨境电商企业。2023 年实现营业收入 166,421,219.14 元，同比减少 13.71%，毛利率为 69.53%。其中，SaaS 软件及技术服务收入 130,456,839.00 元，同比减少 14.46%，毛利率为 86.31%，解释系存量订单减少引起；化工商城网收入 35,964,380.14 元，同比减少 10.86%，毛利率为 8.69%，解释系订单量减少、出货量下降所致。

请你公司：

(1)结合细分业务内容、国际形势、行业趋势、市场供需、主要客户及销售变动情况、在手订单等，说明本期收入下降的具体原因，期后下降趋势是否仍在持续，拟采取的应对措施及成效；

### 【回复】

1)结合细分业务内容、国际形势、行业趋势、市场供需、主要客户及销售变动情况、在手订单等，说明本期收入下降的具体原因。

#### A. 细分业务内容：

公司有两大业务板块，一是 SaaS 软件及技术服务业务，二是化工商城网业务。公司主要产品为 SaaS 软件“外贸快车”，通过软件订阅向用户收取服务费。公司其他软件产品及技术服务主要包括亿企宝、VideoForce 等，占主营业务收入比重较低。公司化工商城网业务主要销售对氨基苯甲醚、辅酶 Q10 等化工产品，目前项目数量较有限，毛利率相对较低。

## B. 国际形势及行业趋势

最近几年，地缘政治、大国竞争、地区冲突、自然灾害、气候变化、卫生防疫等对世界经济的影响和冲击越发明显，全球经济增长放缓。行业整体发展良好，但行业竞争剧烈。

### a. 行业整体发展良好。

随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，数字化转型已经成为大势所趋，我国已将发展数字经济作为战略选择。国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》明确指出，鼓励和支持互联网平台、行业龙头企业等立足自身优势，开放数字化资源和能力，帮助传统企业和中小企业实现数字化转型。新冠疫情的反复，致使线上营销、协同办公等领域的 SaaS 渗透度提高，加速提升了企业对于 SaaS 软件的认知和接受度。人口代际更替也成为了企业采购 SaaS 软件意愿提高的正向驱动力。多重因素影响下，我国企业的数字化进程正在加速推进，给予了 SaaS 行业良好的市场前景。

### b. 行业竞争更加剧烈。

一方面，虽然跨境电商逐步进入“独立站和第三方平台双轨并行”的时代，但第三方平台由于其低门槛、易操作的特点，依然对于跨境电商行业有极大的影响力。亚马逊、阿里巴巴国际站等具有高度影响力的电商平台，仍将成为大量新入局跨境电商的首选。

另一方面，跨境电商独立站巨头 Shopify 由于强大的影响力、丰富的内嵌功能，在全球独立站 SaaS 市场占据了较高的份额，国内软件的出海难度较高。在国内市场，政策扶持、投资热情等多重因素驱动大量软件企业投身 SaaS 软件行业导致行业竞争更加剧烈。

## C. 市场供需

跨境电商 SaaS 软件用户分布与区域外贸繁荣程度有密切关系。对外贸易跨境电商 SaaS 软件企业主要向下游出口型中小企业提供服务，区域出口型企业基数大，SaaS 软件需求量也就大。

据海关统计，2023年我国进出口总值41.76万亿元人民币，同比增长0.2%。其中，出口23.77万亿元，增长0.6%。外贸运行总体平稳，四季度向好态势明显。贸易伙伴多元共进，“一带一路”占比提升。2023年，我国对共建“一带一路”国家进出口19.47万亿元，增长2.8%，占进出口总值的46.6%，提升1.2个百分点。对拉美、非洲分别进出口3.44万亿和1.98万亿元，分别增长6.8%和7.1%。第四季度对欧盟、美国进出口回暖，全年分别进出口5.51万亿、4.67万亿元，分别占13.2%和11.2%。

海关总署7月12日发布数据显示：2024年上半年，我国货物贸易进出口总值21.17万亿元，同比增长6.1%，历史同期首次超过21万亿元。上半年进出口增速逐季加快，其中，二季度增长7.4%，较一季度和去年四季度分别提高2.5个和5.7个百分点，外贸向好势头进一步巩固。

从我国外贸数据看 SaaS 软件需求客户量会稳中有升。

#### D. 主要客户及销售变动情况

2023年前五大客户名称、金额和占比如下：

单位：元

序号	名称	金额	占比
1	PRONUTRA DO BRASIL COM E IND LTDA	9,479,886.01	5.70%
2	VACCINAR Indústria e Comércio Ltda.	4,093,621.66	2.46%
3	KATYON TECHNOLOGIES LIMITED	3,102,065.74	1.86%
4	陕西镁好互联网技术有限公司	2,027,871.09	1.22%
5	Ohanuka Agritech Ltd.	1,790,269.92	1.08%
合计		20,493,714.42	12.32%

2022年前五大客户名称、金额和占比如下：

单位：元

序号	名称	金额	占比
1	Active Pharmaceutica Ltda	7,028,615.69	3.64%
2	Kemin Industries, Inc.	4,403,802.55	2.28%
3	PRONUTRA DO BRASIL COM E IND LTDA.	3,350,683.04	1.74%
4	VACCINAR Indústria e Comércio Ltda.	3,141,954.56	1.63%
5	R.P. Industries Pvt. Ltd	2,853,088.56	1.48%

合计	20,778,144.40	10.77%
----	---------------	--------

公司前五大客户基本为化工商城贸易类客户，仅 2023 年出现了陕西镁好互联网技术有限公司这一家非贸易客户。其中贸易类客户 PRONUTRA DO BRASIL COM E IND LTDA. 和 VACCINAR Indústria e Comércio Ltda. 交易规模 2023 年有明显增加，Active Pharmaceutica Ltda 和 Kemin Industries, Inc. 有所下降。前五大客户交易占比略有增加。

SaaS 软件产品主要客户是下游出口型中小企业，销售的区域也未发生变动，主要集中在长三角、珠三角、环渤海以及内陆如西安、郑州等几个重要地区和城市。

#### E、SaaS 类产品在手订单情况

SaaS 类产品在手订单情况：

序号	截止时间	在手订单金额 (单位：万元)
1	2020 年 12 月 31 日	23,647.15
2	2021 年 12 月 31 日	23,161.81
3	2022 年 12 月 31 日	20,333.56
4	2023 年 12 月 31 日	20,162.51
5	2024 年 6 月 30 日	20,399.81

#### F、收入下降的原因

a、如上述在手订单统计情况看，SaaS 类产品收入下降的原因是从 2021 年开始在手订单量的减少，因 SaaS 类产品收入确认有一定的滞后性，之前年份在手订单数量的减少会导致往后执行订单的年份收入的减少。

b、各年 SaaS 类产品收款情况：

序号	年份	SaaS 类产品 各年订单收款
1	2020 年	18,660.58
2	2021 年	15,574.20
3	2022 年	12,940.73
4	2023 年	13,766.94
5	2023 年 1-6 月	6,356.01
6	2024 年 1-6 月	6,644.42

从 2021 年开始，受疫情、贸易战、市场竞争加剧等原因的影响，SaaS 类产品订单金额呈逐年下降的态势，到 2023 年开始回转。因订单执行需要一定的时间，收入形成具有滞后性，2021 年、2022 年订单量的减少是造成 2023 年 SaaS 类产品收入下降的主要原因。

c、化工商城网收入下降的原因：

公司化工商城网的主要产品食品添加剂海外需求降低，主要买家库存消耗速度降低导致订单数量减少；同时产品单价也下调，数量和单价双向下降导致了销售额的下降。

综上所述，公司 2023 年收入下降原因主要为疫情、贸易战、市场竞争加剧等因素造成 2021 年、2022 年订单量减少。

2) 期后下降趋势是否仍在持续，拟采取的应对措施及成效。

2024 年 1-6 月，公司总体收入有所增加，下降趋势有望停止。

类别/项目	营业收入		营业收入比上年同期增减
	2024 年 1-6 月	2023 年 1-6 月	
SaaS 软件及技术服务	6,260.88	6,955.82	-9.99%
化工商城网	3,047.16	1,822.93	67.16%
合计	9,308.04	8,778.75	6.03%

SaaS 软件及技术服务收入下降主要是搭建及制作收入减少引起的，在 2023 年订单收款止跌后，2024 年上半年 SaaS 类产品收款继续增长，随着执行的开展，收入将会陆续提高。

化工商城网收入大幅上涨 67.16%，主要系公司一直致力于开拓新的市场和出口有竞争力的产品，引入了新产品的塑料添加剂，并成功开发出塑料添加剂的大客户，该客户是行业内领先的买家，订单金额大，订单稳定。

**公司拟采取的应对措施及成效如下：**

**A. 继续优化现有产品，并尝试开拓新的产品。**

公司目前的核心业务为面向外贸出口企业的智能跨境独立站平台系统“外贸快车 6.0”的订阅服务。“外贸快车 6.0”是公司基于 SaaS 模式自主研发的

企业级应用产品，集成了智能建站系统、智能 VR 全景展示系统、多渠道网络营销系统、智能监控系统，帮助中国外贸企业智能创立及管理多国语言官方网站及手机 WAP 站。用户根据自身需求订阅所需服务，按所订阅服务类别和期限向公司支付费用。客户通过“外贸快车”网页登录会员账号就可实现独立站的建设和运营。

此外，公司近年来尝试开拓新产品比如 Videoforce，2024 年上半年研发出了外贸快车 PRO 版并成功落地销售，客户反响较好，近期又推出了 158 云平台系统，努力找到新的明星产品，吸引更多客户。

公司有意开拓内贸客户市场，2024 年 7 月，新产品 158 云平台就聚焦此市场。158 云系统作为一站式 AI 全网营销 SaaS 系统云平台，集成了六大核心功能系统：AI 短视频精细化营销、AI 品牌独立站精细化营销、品牌口碑运营、智能 VR 全景展示、AI 助手及 AI 数据管理。这六大系统功能覆盖了从品牌展示、精准引流、高效转化到智能工具应用与全面数据分析的完整营销流程。通过提供多元化的展示渠道、精细化的引流策略、优化的转化体验和智能的工具支持，以及全面的数据分析功能，帮助用户实现高效的品牌建设和业务增长。

### **B. 巩固现有客户，拓展新的销售渠道，开发新客户新市场**

SaaS 软件及技术服务主要系提供独立站 SaaS 软件“外贸快车”订阅服务，用户按照自身需求对产品功能和期限进行订购。基于公司发展情况及自身产品特性，公司采取以渠道销售模式为主的销售策略。公司秉持“产品+服务”的发展理念，重视客户的产品体验及反馈。为了在快速开拓市场的同时，深入了解客户需求、建立稳固的客户关系，公司与各地渠道商开展了合作。在未来，公司将把产品直销作为重要发展战略，加强销售团队建设，提高直销模式下的收入占比。截止目前，公司已在全国成立了 5 家直销公司，1 家正在办理注册中。目前直销公司运行良好。

全球化工商城网业务采用直销模式，主要通过自有网站引流，辅以电话、网络在线交流方式开拓客户。公司努力在化工商城网业务销售上，开拓新的销售品类，提高订单量及毛利率。

### **C. 公司 2024 年营业收入预测：**

类别/项目	营业收入	营业收入比
-------	------	-------

	2024年1-6月	2024年7-12月预测	合计	2023年实际	上年同期增减
SaaS软件及技术服务	6,260.88	6,900.00	13,160.88	13,045.68	0.88%
化工商城网	3,047.16	5,300.00	8,347.16	3,594.02	132.25%
合计	9,308.04	12,200.00	21,508.04	16,639.70	29.26%

(2) 结合收入确认及成本构成、变动情况等，量化说明各类产品毛利率的确定依据，细分业务毛利率水平与同行业可比公司是否存在较大差异。

**【回复】**

1) 结合收入确认及成本构成、变动情况等，量化说明各类产品毛利率的确定依据。

**A. 收入确认**

公司有两大业务板块，一是 SaaS 软件及技术服务业务，二是化工商城网业务。依据公司自身的经营模式和结算方式，各类业务销售收入确认的具体方法披露如下：

a. SaaS 软件及技术服务业务

公司技术服务业务包括网站搭建、谷歌优化及系统功能、亿企宝等单项履约业务，其中网站搭建属于在某一时点履行的履约义务，在服务完成后一次性确认收入；谷歌优化及系统功能、亿企宝技术服务等业务属于在某一时段内履行的履约义务，按已提供服务期限占服务合同总期限的比例确认收入。

b. 化工商城网业务

公司化工商城网业务主要销售对氨基苯甲醚、辅酶 Q10 等化工产品。内销收入在公司将产品运送至合同约定交货地点并由客户确认接受、已收取价款或取得收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。外销收入在公司已根据合同约定将产品报关，取得提单，已收取货款或取得了收款权利且相关的经济利益很可能流入时确认。

**B. 成本构成、变动情况**

a. SaaS 软件及技术服务业务

公司 SaaS 软件及技术服务业务的成本主要包括域名及服务器。公司采购域名用于用户网站注册和产品研发，域名价格与有效期限正相关。公司采购服务

器用于数据存储及指令交互，服务器供应商根据公司选用的容量、配置及租用期限等进行收费。本期虽然收入下降，但是服务器，人员工资和房屋租赁成本等固定成本并未减少甚至有所增加，导致成本金额有所上升。

#### b. 化工商城网业务

化工商城网业务的成本是公司根据客户需求进行化学品采购产生。因此，公司采购化学品的品类存在较大波动。货物单价由公司与供应商参考市场价格后协商确定。2023 年度化工商城网业务下降，对应成本也相应减少。

### C. 量化说明各类产品毛利率的确定依据

2023 年各类产品的收入成本数据如下：

项目	收入	成本	毛利率	收入占比
SaaS 软件及技术服务	130,456,839.00	17,862,877.49	86.31%	78.39%
化工商城网	35,940,233.00	32,818,992.61	8.68%	21.60%
其他	24,147.14	18,385.91	23.86%	0.01%
小 计	166,421,219.14	50,700,256.01	69.53%	100.00%

2022 年各类产品的收入成本数据如下：

项目	收入	成本	毛利率	收入占比
SaaS 软件及技术服务	152,517,891.43	17,351,450.72	88.62%	79.08%
化工商城网	40,345,850.18	36,328,973.92	9.96%	20.92%
小 计	192,863,741.61	53,680,424.64	72.17%	100.00%

两类产品的收入，成本确定依据已如上述文字所述，本期毛利率较高的 SaaS 软件及技术服务销售占比下降，毛利率较低的化工商城网的销售占比上升，两类产品毛利率均略有下降，毛利率变动也在合理范围之内。

2) 细分业务毛利率水平与同行业可比公司是否存在较大差异。

公司名称	2023 年	2022 年
------	--------	--------



ShopifyInc[注 1]	81.00	77.76
焦点科技[注 2]	79.27	81.85
平均数 (%)	80.14	79.81
本公司	69.53	72.17

注 1: ShopifyInc 毛利率来源于其订阅解决方案收入的毛利率。

注 2: 焦点科技毛利率来源于其中国制造网收入的毛利率。

公司与同行业可比公司毛利率均保持较高水平，公司毛利率与同行业毛利率水平存在差异主要受到商业模式、客户群体和成本结构等因素综合影响。

Shopify 是全球领先的电商 SaaS 服务公司，目前其服务商家总 GMV 规模已经超越 eBay、Walmart 等老牌电商头部公司，成为仅次于 Amazon 的北美电商。Shopify 的主营业务分为订阅解决方案和商家解决方案，订阅解决方案是为电商提供开设和设计店铺、市场营销以及库存管理等电商 SaaS 服务，其业务模式与公司较为类似；商家解决方案即电商增值服务，涵盖物流、支付、金融、硬件等四个方面，公司目前不涉及此类业务。ShopifyInc 订阅解决方案的毛利率较为稳定且保持在较高水平。公司毛利率不同于 ShopifyInc，原因如下：①客户群体和成本结构存在差异。ShopifyInc 的客户主要为北美的电商企业，公司客户群体主要为国内中小外贸型企业，客户群体存在一定差异；②ShopifyInc 订阅解决方案的成本，除了人工支出、域名服务器费用等，还包括第三方基础设施和托管成本的支出，第三方基础设施和托管成本系向第三方支出的成本。此外由于各国经济环境差异，人工成本差异也会对毛利率造成一定影响，因此双方成本结构存在一定差异。综上，客户群体不同及成本结构差异，使得两家公司毛利率有所不同。

中国制造网创立于 1998 年，由焦点科技开发运营作为全链路外贸服务综合平台，中国制造网致力于为中国供应商和海外采购商挖掘全球商机，为双方国际贸易的达成提供一站式外贸服务。中国制造网与公司主要产品外贸快车存在竞争关系，客户群体类似。焦点科技中国制造网的毛利率较为稳定且保持在较高水平。公司毛利率不同于焦点科技主要系商业模式和成本结构差异所致：①焦点科技商业模式为平台类卖家，依托中国制造网 (made-in-china)，吸引中小外贸企业入驻平台开设店铺，另一方面，焦点科技通过与 Google、Yahoo 等全球各大搜索引擎合作，获取需求端流量进入平台，从而帮助供应商获取询

盘，实现最终交易，而公司商业模式主要通过 SaaS 平台技术，帮助中小外贸企业打造独立站，获取流量和询盘，与平台型卖家相比，独立站卖家具备更加独立的流量所有权和运营权，因此，公司与焦点科技的商业模式存在一定差异；  
 ②焦点科技成本构成主要为人工支出、google 投放和实地审核成本，公司主要成本构成为人工支出、域名及服务器费用，两家公司成本结构存在一定差异。  
 综上，商业模式、成本结构差异使得两家公司毛利率有所不同。

## 二、关于其他流动资产

你公司期末其他流动资产-合同取得成本 97,408,644.76 元，期初为 102,966,396.23 元。

**请你公司说明其他流动资产-合同取得成本对应的合同情况、具体核算内容、确认依据及主要会计处理过程，发生大额合同取得成本的原因，与公司的业绩是否匹配，计入其他流动资产的原因及合理性，是否符合企业会计准则的规定。**

### 【回复】

(一) 其他流动资产-合同取得成本对应的合同情况、具体核算内容、确认依据及主要会计处理过程

其他流动资产-合同取得成本对应的合同情况系在渠道代理商模式下，公司与渠道代理商、终端客户签署三方协议，具体核算内容系 SaaS 服务销售时发生的与销售合同直接相关的代理佣金和销售提成。

确认依据及主要会计处理过程如下：

入帐依据	摊销依据	列报科目	会计处理方式
公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第二十八条规定：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金	根据《企业会计准则第 14 号——收入（2017 年修订）》第二十九条规定：“对资本化的合同取得成本，应当采用与该资产相关的商品收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益”。公司在合同约定的服务	其他流动资产	1) 支付销售佣金时会计处理借：其他流动资产 贷：银行存款。 2) 摊销销售佣金时会计处理借：销售费用

入帐依据	摊销依据	列报科目	会计处理方式
等)。公司支付渠道商的佣金属于为取得合同发生的、预计能够收回的增量成本，应确认合同取得成本。	期内采用与收入确认相同的基础进行摊销，计入各期的销售费用。		贷：其他流动资产

(二) 发生大额合同取得成本的原因，与公司的业绩是否匹配

公司主要采取与渠道代理商合作进行市场推广，公司向渠道代理商支付的代理佣金费用。在渠道代理商模式下，公司与渠道代理商、终端客户签署三方协议，三方协议中会对购买的产品名称、合同总价和服务期等条款进行约定，终端客户向公司支付货款后，公司按照渠道代理协议中的约定比率每周支付相应的渠道代理服务费用。由于支付给渠道代理商的分成比例较高，因此公司会发生大额合同取得成本。

公司合同取得成本及对应收入变动情况如下：

单位：万元

项目	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度	变动比例
合同取得成本	9,740.86	10,296.64	-5.40%
SaaS软件及技术服务收入	13,045.68	15,251.79	-14.46%
销售服务费	7,264.47	8,480.10	-14.34%

由上表可以看出，合同取得成本23年期末相对于22年期末减少5.40%，SaaS软件及技术服务收入2023年度相对于2022年度减少14.46%，由于合同取得成本变动是本期支付给渠道代理商的佣金减去本期跟随收入摊销计入销售费用的金额，故与收入的变动不完全一致。但是可以看出销售服务费与收入波动基本一致。

(三) 计入其他流动资产的原因及合理性，是否符合企业会计准则的规定

公司自2020年1月1日起执行新收入准则，根据《企业会计准则第14号——收入（2017年修订）》第二十八条规定：“企业为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，应当作为合同取得成本确认为一项资产；但是，该资产摊销期限不超过一年的，可以在发生时计入当期损益。增量成本，是指企业不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。公司支付渠道商的佣金属于为取

得合同发生的、预计能够收回的增量成本，应确认合同取得成本，计入其他流动资产。

### 三、关于合同负债

你公司合同负债期末余额为 201,625,145.54 元，占总资产的 71.75%，是本期营业收入的 1.21 倍，期初金额为 203,335,584.48 元，均为预收服务款。

请你公司列示主要合同负债对应的合同信息，包括形成背景、销售内容、金额、对手方及其与公司或关键主体的关系、签订日期、收款时间、交付安排等，说明合同负债金额较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异；与约定的交付进度是否一致，是否存在长期未结转情形及其合理性。

#### 【回复】

(一) 列示主要合同负债对应的合同信息，包括形成背景、销售内容、金额、对手方及其与公司或关键主体的关系、签订日期、收款时间、交付安排等，说明合同负债金额较高的原因及合理性，与同行业可比公司是否存在较大差异

1. 取合同负债前十大终端客户对应的合同信息列示如下：

单位：万元

序号	客户	形成背景	销售内容	金额	签订日期	收款时间	交付安排	是否与公司具有潜在关联关系
1	河南京物创供应链有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 4.0	17.88	2023/12/29	2023/12/29	2 年	否
2	深圳市春旺新材料股份有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 5.0	9.16	2022/12/9	2022/12/12	3 年	否
3	深圳华德美视科技有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 6.0	10.16	2023/7/18	2023/7/20	3 年	否
4	东莞市森特塑胶制品有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 5.0	9.16	2022/9/26	2022/10/17	4 年	否
5	杭州易叠贸易有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 5.0	9.16	2022/3/9	2022/3/15	4 年	否
6	河北纽安美科技有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 5.0	11.78	2023/3/13	2023/3/13	2 年	否
7	宁波大华砂轮有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 6.0	7.16	2023/5/23	2023/5/25	3 年	否
8	深圳市佳源达科技有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快 车 5.0	9.16	2022/9/28	2021/6/28	4 年	否

9	常州大亚进出口有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快车 5.0	9.16	2022/1/14	2022/1/19	4年	否
10	扬州泰盛新能源有限公司	客户寻求国外采购商需要	外贸快车 4.0	7.98	2020/12/19	2020/12/18	4年	否

由上表可知，公司的客户比较分散，单个客户对于合同负债金额的影响不大。公司合同负债金额较高的主要原因是由于收入确认政策，公司 SaaS 软件及技术服务业务主要的收入谷歌优化及系统功能、亿企宝等属于在某一时段内履行的履约义务，按已提供服务期限占服务合同总期限的比例确认收入。同时公司新增订单平均购买服务年限在两年左右，所以当期摊销进收入的金额最多不超过当期新增订单金额的一半，最终导致期末合同负债金额较高，并且大于本期营业收入。

2. 与同行业和创科技对比情况如下：

单位：万元

项目	和创科技		思亿欧	
	2023年	2022年	2023年	2022年
合同负债	13,163.54	13,614.64	20,162.51	20,333.56
总资产	51,345.02	47,538.41	28,102.37	29,974.26
营业收入	16,956.53	17,034.43	16,642.12	19,286.37
合同负债/总资产	25.64%	28.64%	71.75%	67.84%
合同负债/营业收入	77.63%	79.92%	121.15%	105.43%

由上表可知，思亿欧相对于和创科技无论是与总资产还是营业收入的比重均高出 40%-50%，主要原因是由于公司 2 年及 3 年以上的订单占比较高，使得合同负债比同行业和创科技占比较高。

(二) 与约定的交付进度是否一致，是否存在长期未结转情形及其合理性  
公司实际完成达标情况与合同约定的进度基本一致，不存在大额长期未结转的情形。

杭州思亿欧科技集团股份有限公司

2024年8月27日

