关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的审核问询函的回复

司农专字[2025] 24009730223号

目录

问题5. 销售金额持续上涨的合理性和可持续性 3

问题6. 收入确认的合规性及财务核算的准确性 98

问题7. 与前员工、实控人控制的主体交易的必要性和公允性 128

问题8. 毛利率可比性及下滑风险 177

问题9. 资金管理相关内控有效性及是否存在流动性风险 205

问题11. 其他问题 240

关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司

向不特定合格投资者公开发行股票

并在北京证券交易所上市的审核问询函的回复

司农专字[2025] 24009730223 号

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 7 月 24 日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉。根据贵所要求，我们作为广东美亚旅游科技集团股份有限公司（以下简称“美亚科技”、“发行人”、“公司”）申请首次公开发行股票的申报会计师，对问询函所列问题相关部分进行逐项核查，现回复如下，请予审核。

如无特别说明，本问询函回复所述的词语或简称与招股说明书中“释义”所定义的词语或简称具有相同的涵义。

字体	释义
黑体加粗	**《问询函》中的问题**
宋体	对《问询函》的回复
楷体加粗	**对招股说明书、《问询函》的回复的修改、补充**

在本回复中，若合计数与各分项值相加之和尾数存在差异，均为四舍五入所致。

问题 5. 销售金额持续上涨的合理性和可持续性

根据申报文件，（1）报告期发行人销售金额分别为 36.98 亿元、47.43 亿元、111.44 亿元，持续增长，但营业收入波动下滑，分别为 3.67 亿元、4.57 亿元、3.54 亿元，主要受总额法确认收入的包机包位收入下滑导致。发行人未说明可比公司报告期是否存在包机包位收入及占比。（2）发行人将航旅和商旅业务与同程旅行、携程集团业务进行对比，将旅游业务与众信旅游、岭南控股相似业务进行对比。报告期发行人航旅和商旅业务销售金额合计约为 36.56 亿元、47.00 亿元、110.04 亿元，上涨 28.57%、134.14%，但 2022 年可比公司同程旅行收入下滑 12.64%、携程集团收入基本持平；报告期发行人旅游业务收入分别为 3,350.63 万元、3,457.54 万元、7,975.19 万元，上涨 3.19%、130.66%，销售金额分别为 0.42 亿元、0.43 亿元、1.40 亿元，上涨 1.95%、227.34%，但 2022 年众信旅游、岭南控股相似业务收入平均下滑 38.73%。（3）2023 年第四季度收入占比 30.61%，相对较高，发行人解释主要系后返佣金及旅游业务第四季度收入相对较高。

（1）销售结构变动和销售增长的合理性。请发行人：①说明包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式，报告期发行人包机包位收入规模与市场包机包位总出票规模趋势是否一致、包机包位收入占比及变动趋势与可比公司是否一致，包机包位机票采购、销售渠道与代理模式下是否存在差异，包机包位毛利率与代理模式下还原总额法毛利率是否存在显著差异及原因；航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况。②说明 2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源，销售或收入增长与可比公司收入变动趋势不一致的原因。③说明各期航旅、商旅、旅游业务销售金额构成情况，对比 2023 年发行人各业务板块销售/收入增长与可比公司销售/收入增长情况，结合 2023 年行业市场规模、出票量、发行人市场份额变动、期后销售及业绩情况，说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险。④结合报告期前、报告期内、报告期后机票代理及商旅管理市场规模、行业政策变化情况，说明发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势，是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气度指标（如有）对上述情况进行阐述。⑤说明 2023 年

第四季度收入构成，后返佣金、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性，第四季度确认收入的主要航司、旅游客户情况，收入确认时点及依据，是否存在跨期确认收入的情形。

（2）后返佣金收入的可持续性。根据申报文件，通过整合 BSP 票源为航司提供代理销售服务以获取后返佣金，属于行业常规盈利模式。后返佣金收入主要受 BSP 配置交易额及航司提供的后返佣金政策影响，主要来自航旅业务。报告期发行人后返佣金收入分别为 1,365.18 万元、1,940.84 万元、10,280.70 万元，2023 年大幅上涨，主要系后返佣金政策放宽，发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策。上述销售策略导致 2023 年航旅业务中客户贡献的毛利下滑至-194.07 万元，航司贡献的毛利大幅上升。后返佣金一般按照季度定期结算，2023 年期末后返佣金应收账款 4,285.20 万元。请发行人：①说明后续发行人航旅业务是否仍以赚取后返佣金为主要盈利策略，结合历史情况、报告期内和期后情况分析主要合作航司向发行人提供的后返佣金政策是否稳定、可持续，发行人后返佣金收入是否稳定、可持续，并充分揭示风险。②说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示；说明上述占比在航旅、商旅两个业务板块上是否存在显著差异及合理性；说明包机包位机票是否属于后返佣金的考核范围、及对后返佣金收入的具体影响。③说明不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异原因，后返佣金主要来自航旅业务的原因及合理性；说明国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入贡献情况，后返佣金与国际机票、国内机票出票规模的匹配性；说明主要合作航司后返佣金收入情况、与发行人向其采购的匹配性。④结合后返佣金考核结算周期，说明期末应收后返佣金占后返佣金收入比是否较高，结合账龄、逾期情况、期后回款情况分析后返佣金是否存在回款风险，并视情况进行风险揭示。

（3）主要航旅客户销售增长的合理性。根据申报文件，航旅客户以旅行社、机票代理人（以下简称票代）等旅业同行间接客户为主，以航旅直销客户、散客等直接客户为辅。间接客户方面，报告期向携程集团销售 5.02 亿元、6.87 亿元、

17.83 亿元，主要通过上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司两个主体进行，销售金额远高于其他旅业同行客户且 2023 年涨幅较大，还原总额法下毛利率持续下滑。报告期发行人在电商客户的供应商/采购系统提供票源报价，由其向下游客户销售后与发行人进行结算。广州典实集团 2023 年开始与发行人合作即成为发行人前五大客户，对其销售 2.33 亿元，主要通过广州典实国际旅行社有限公司、广州典实商旅服务有限公司两个主体进行，还原总额法下毛利率显著偏低。直接客户方面，发行人未充分披露与航旅直销客户、散客的合作模式。请发行人：①说明主要航旅旅行社、票代客户成立时间、主营业务、订单获取方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率，是否存在成立时间短即与发行人合作、主要向发行人采购的情况及合理性，说明间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点，间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售的原因及合理性。②说明与携程集团的合作背景、发行人在其供应商体系中的竞争地位，发行人与携程集团下属不同主体的合作模式、是否均通过携程的线上平台开展、各期销售金额，向携程集团销售规模较大且大幅上涨、还原总额法下毛利率持续下滑的原因，销售是否真实、合作是否稳定可持续；说明与其他主要电商客户的合作模式、业务实质（代理/买断）、销售渠道、销售及回款情况，电商客户是否均为间接客户，与电商客户收入确认流程及合规性；说明对电商客户还原总额法下毛利率是否高于其他同类旅行社、票代客户及原因。③说明与广州典实集团的合作模式，通过不同主体与发行人合作的原因，说明广州典实集团主营业务、市场地位、合作背景、订单取得方式、各期对其下属不同主体销售情况，说明 2023 年开始合作即实现大额销售的合理性，是否主要向发行人采购及合理性，还原总额法下毛利率显著偏低的原因；针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，说明合并后返佣金后是否仍然为负，如是，分析与其合作的商业合理性，是否低价刺激销售。④说明间接客户是否实现向终端销售，发行人是否对终端客户负有责任。⑤补充披露航旅直销客户、散客的主要客户类型、获客方式、合作模式、业务开展流程、销售渠道/平台、定价策略、信用期、支付方式、毛利率等情况。

（4）主要商旅客户销售增长的合理性及真实性。根据申报文件，商旅客户方面，东方承启（北京）商务科技有限公司（以下简称东方承启）注册资本 1,000

万元，人员规模不足 100 人，2023 年对其销售 1.62 亿元，销售金额涨幅较大；2023 年对南方电网销售 2.59 亿元，销售金额涨幅较大，还原总额法下毛利率涨幅较大，报告期对南方电网信用期有所延长；2023 年向中石化集团销售 6.08 亿元，同比上涨 163.23%，还原总额法下毛利率上涨；2023 年对 OPPO 销售 1.07 亿元，同比上涨 217.66%。信用期方面，商旅客户标准信用期为“T+1 的 31 日”，2021-2022 年前五大商旅客户中，1 名信用期为“T+2 的 31 日”、4 名信用期为“T+1 的 n 日”，2023 年 4 名信用期为“T+2 的 n 日”、1 名信用期为“T+1 的 n 日”。毛利率方面，报告期前五大商旅客户还原总额法下毛利率低于平均值，且 2022 年显著偏低；报告期内部分商旅客户还原总额法下毛利率明显偏高或偏低甚至为负。业务模式方面，发行人需要为商旅客户提供技术集成服务，协助客户开展商旅管理的数字化部署和精益化管理。请发行人：①说明主要商旅客户主营业务、合作背景、订单获取方式、是否签署长期合同及续期方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率、应收账款、期后回款情况；说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性，报告期对南方电网延长信用期的原因；说明报告期对主要商旅客户（如东方承启、南方电网、中石化集团、OPPO）销售金额大幅上涨的原因，与客户员工数量、差旅费的匹配性，结合东方承启业务区域分布、员工数量情况说明其 1.62 亿元商旅采购需求的真实性；说明报告期对主要商旅客户销售下滑的情况及原因，是否存在纠纷和回款风险。②说明报告期发行人主要商旅客户信用期及变化、是否符合政策要求，结合主要商旅客户信用期及销售变化情况，说明是否通过延长信用期刺激销售、突击业绩。③说明 2023 年对中石化集团、南方电网还原总额法下毛利率上涨原因、报告期对前五大商旅客户还原总额法下平均毛利率偏低的原因，商旅客户之间还原总额法下毛利率差异较大、部分商旅客户还原总额法下毛利率明显偏高或偏低甚至为负的合理性。④说明主要商旅客户对供应商的考核机制，发行人符合情况，与可比公司相比的竞争优劣势，进入商旅客户供应商体系一般需要的时间，客户更换供应商所需的成本，结合上述情况分析主要商旅客户黏性、与主要商旅客户合作的稳定性。⑤说明向商旅客户提供技术集成服务的具体情况，是否收费及标准，是否确认收入，是否单独核算，相关会计处理是否合规。

请保荐机构、申报会计师：对上述事项核查发表明确意见；说明对销售真实性采取的核查方法、过程、比例和结论；对按照销售金额确定的前十大航旅、商旅客户销售核查具体情况；分别说明对航旅间接销售、直接销售采取的核查方法、过程、比例和结论；按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》（以下简称《指引 1 号》）1-23 特殊经营模式中对线上销售的相关要求进行核查并发表明确意见；说明收入截止性测试情况。

【回复】

一、销售结构变动和销售增长的合理性

（一）说明包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式，报告期发行人包机包位收入规模与市场包机包位总出票规模趋势是否一致、包机包位收入占比及变动趋势与可比公司是否一致，包机包位机票采购、销售渠道与代理模式下是否存在差异，包机包位毛利率与代理模式下还原总额法毛利率是否存在显著差异及原因；航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况

1、说明包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式

包机包位系向航司或机票代理人买断部分国际航线的部分座位，再向下游潜在客户销售，承担相关座位未售出风险的采购模式。该业务开展的实质是发行人与航司或其他机票代理商务谈判的结果，是一种商业行为。该种商业行为在公共卫生事件期间存在具有合理性，主要原因有两点：其一，公共卫生事件期间，旅行政策和边境管控措施频繁变动，为航司的运营带来较大的不确定性，而航司通过包机包位的方式，可以明确业务需求，从而更好地规划其运营成本和财务预算，避免上座率不如预期带来的损失；其他采购航司包机包位产品的代理人也可以进一步向其他代理人出售票源避免未实现销售而承担相关的成本。其二，公共卫生事件期间，市场票源紧张，部分特定区域或目的地的航班可能受到限制或调整，导致某些航线的座位供应相对稀缺，包机包位作为一种商业策略，可以帮助发行人在竞争激烈的市场环境中获得一定的竞争优势，提前锁定所需的座位资源，满足客户的出行需求。

但该种商业行为是航司和机票代理人之间商务谈判结果，航司可以选择是否给予机票代理人包机包位的票源，因市场票源紧张，并非每个代理人均能获得相关票源；机票代理人也可以选择是否采购包机包位的票源，因代理人一旦选择采购包机包位的票源，如最后未实现销售则需要承担未售出机票的采购成本。

同行业可比公司未明确披露过采用包机包位业务模式，但携程集团、腾轩旅游披露过按照总额法确认收入的业务，类似包机包位业务，尽管无法知悉包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式，但采用包机包位业务模式符合当时的市场环境，具有商业合理性。

2、报告期发行人包机包位收入规模与市场包机包位总出票规模趋势是否一致、包机包位收入占比及变动趋势与可比公司是否一致

包机包位业务是由各代理人根据自身商业判断和市场需求自行决定的商业行为，因此市场并无统一的数据来统计包机包位总出票规模。同时，可比公司未披露其包机包位收入规模以及各自占总收入的比例。

综合报告期市场供需关系、经济环境、政策法规等多种因素的影响，发行人包机包位业务 2022 年度较 2021 年度呈现出增长的趋势；随着公共卫生事件影响的降低，航班陆续恢复，旅客出行限制放开，2023 年包机包位业务减少，2024 年无此业务开展。虽然无法知悉整体市场和可比公司情况，但这一趋势符合商业逻辑。

3、包机包位机票采购、销售渠道与代理模式下是否存在差异

（1）机票采购

包机包位模式下，发行人根据自身的商业判断，提前与航司或机票代理人协商购买一定数量的座位，形成一个明确、固定的采购关系；代理模式下，发行人系获取到客户订单后，再去市场上寻找合适的机票资源，主要通过 BSP 采购。两者在机票采购上存在差异。

（2）机票销售渠道

包机包位模式和代理模式在机票销售渠道上并无差异。

4、包机包位毛利率与代理模式下还原总额法毛利率是否存在显著差异及原因

报告期内，发行人包机包位与代理分销还原至总额法下的毛利率情况如下所示：

业务类型	收入性质	2024年度		2023年度		2022年度	
		还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅票务	包机包位	-	-	6.95%	0.03%	6.49%	5.12%
	代理分销	-0.36%	66.91%	-0.03%	61.97%	0.97%	53.43%
商旅管理	包机包位	-	-	25.84%	0.00%	15.68%	0.07%
	代理分销	3.31%	30.67%	3.16%	35.82%	4.74%	40.03%

报告期内，发行人航旅票务的包机包位还原至总额法下的毛利率高于代理分销，主要原因系发行人航旅票务业务的盈利方式是为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，所以会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，致使航旅票务的代理分销还原至总额法下的毛利率较低。

报告期内，发行人商旅管理的包机包位还原至总额法下的毛利率高于代理分销，主要原因系发行人销售包机包位票源的商旅管理客户数量只有 1 个，具有偶发性，致使商旅管理的包机包位还原至总额法下的毛利率较高。

综上所述，发行人包机包位与代理分销还原至总额法下的毛利率的差异具有合理性。

5、航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况

携程集团的营业收入主要分为住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他，根据定期报告的披露，相关业务主要通过净额法确认收入，故其交通票务可与发行人航旅票务代理收入及后返佣金收入合计对比[1]，商旅管理与发行人商旅管理代理收入及后返佣金收入合计对比。因其未披露相关销售金额，无法与发

[1]因可比公司收入分类中未单独披露后返佣金收入，故将发行人后返佣金收入与代理收入纳入业务板块合并比较。

行人的航旅和商旅业务的代理销售金额进行对比。

同程旅行的营业收入主要分为住宿预订服务、交通票务服务和其他，根据定期报告的披露，其交通票务主要通过净额法确认收入，故可与发行人航旅票务代理收入及后返佣金收入合计对比。因其未披露相关业务销售金额以及商旅业务数据，故无法与发行人其他内容进行比较。

腾轩旅游的营业收入主要分为交通票务、航空货运、商旅服务、其他收入、旅游服务，根据定期报告的披露其交通票务主要通过总额法确认收入，商旅服务主要通过净额法确认收入，故其交通票务与发行人航旅票务代理销售金额对比，商旅管理与发行人商旅管理代理收入及后返佣金收入合计对比。因其交通票务采用总额法收入，故无法与发行人航旅票务收入进行对比；商旅服务未披露销售金额，故无法与发行人商旅管理销售金额进行对比。

易飞国际的营业收入主要为企业差旅服务和同业机票交易平台服务，分别对应发行人的商旅和航旅业务，根据定期报告的披露其收入类别统一为航空客运销售代理服务，且主要通过净额法确认收入，故可与发行人航旅票务、商旅管理代理收入及后返佣金收入合计对比。因其未披露相关业务销售金额，故无法与发行人相关业务销售金额进行比较。

众信旅游的营业收入主要分为旅游批发业务、旅游零售业务、整合营销服务和其他业务，岭南控股的营业收入主要分为旅行社运营、酒店经营、酒店管理、汽车服务等，与发行人航旅票务和商旅管理业务可比性较差。

根据上述分析，发行人与可比公司进行下述内容比较：

（1）航旅票务代理销售收入和后返佣金收入

单位：万元

公司名称	类型	2024年度		2023年度		2022年度		2021年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
携程集团	交通票务收入	**2,030,100.00**	**10.07%**	1,844,300.00	123.47%	825,300.00	19.52%	690,500.00
同程旅行	交通票务收入	**722,903.10**	**19.88%**	603,004.70	78.46%	337,893.40	-24.20%	445,773.70
可比公司平均值		**1,376,501.55**	**12.49%**	**1,223,652.35**	**110.40%**	**581,596.70**	**2.37%**	**568,136.85**
发行人	航旅票务代理及后返佣金收入	**11,496.12**	**11.11%**	10,346.40	86.20%	5,556.72	4.08%	5,338.89

注 1：携程集团年报披露的数据以百万元为单位，此处进行了换算，下同。

注 2：因本问题回复之“一/（二）/2、2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售或收入增长与可比公司收入变动趋势不一致的原因”引用此问比较分析内容，故此处仍保留 2021 年度的数据。

2022 年度，发行人航旅票务代理销售收入及后返佣金收入合计增长率为 4.08%，略高于可比公司平均值 2.37%，与行业整体变动趋势一致；低于携程集团 19.52%的增长率，主要原因系携程集团拥有更高的品牌知名度和更大的市场份额，在境外市场率先恢复的情况下业绩增速更快；同程旅行增长率为负，主要原因系受公共卫生事件的影响其交通票务服务需求下降。

2023 年度，发行人航旅票务代理销售收入及后返佣金收入合计增长率为 86.20%，略低于可比公司平均值 110.40%，与行业整体变动趋势一致；低于携程集团 123.47%的增长率，主要原因系携程集团拥有更高的品牌知名度和更大的市场份额，在市场整体恢复的情况下业绩增速更快；略高于同程旅行 78.46%的增长率，差异较小。

2024 年度，发行人航旅票务代理销售收入及后返佣金收入合计增长率为 11.11%，携程集团增长率为 10.07%，同程旅行增长率为 19.88%，可比公司增长率平均值为 12.49%，变动趋势一致。

（2）航旅票务代理销售金额

单位：万元

公司名称	类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度		2021 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
腾轩旅游	交通票务收入	**126,659.10**	**34.57%**	94,122.88	145.63%	38,319.42	-10.44%	42,784.32
发行人	航旅票务代理销售金额	**869,088.46**	**26.19%**	688,690.33	172.13%	253,077.15	52.62%	165,826.43

2022 年度，发行人航旅票务代理销售金额增长率为 52.62%，而腾轩旅游以总额法确认收入的交通票务收入增长率为-10.44%，变动趋势不一致，主要原因系境外地区先行解除相关限制，国际航线率先恢复，发行人依托稳固的境外航司合作关系及国际票源聚合优势，对业务发展形成支撑，而腾轩旅游受国内交通限制的影响，造成销售金额下滑。

2023 年度，发行人航旅票务代理销售金额增长率为 172.13%，而腾轩旅游以

总额法确认收入的交通票务收入增长率为 145.63%，变动趋势一致。

2024 年度，发行人航旅票务代理销售金额增长率为 26.19%，腾轩旅游以总额法确认收入的交通票务收入增长率为 34.57%，变动趋势一致。

（3）商旅管理代理销售收入和后返佣金收入

单位：万元

公司名称	类型	2024年度		2023年度		2022年度		2021年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
携程集团	商旅管理收入	250,200.00	11.00%	225,400.00	108.90%	107,900.00	-19.90%	134,700.00
腾轩旅游	商旅管理收入	2,733.01	18.87%	2,299.09	44.10%	1,595.52	31.49%	1,213.39
可比公司平均值		126,466.50	11.08%	**113,849.54**	**107.95%**	**54,747.75**	**-19.44%**	**67,956.68**
发行人	商旅管理代理销售和后返佣金收入	17,441.71	6.30%	16,408.41	37.27%	11,953.30	31.07%	9,119.46

2022 年度，发行人商旅管理代理销售和后返佣金收入合计增长率为 31.07%，主要原因系发行人国际机票的采购优势满足了商旅客户对国际机票的需求，带来业务增长，与腾轩旅游增长率近似；携程 2022 年度商旅管理下降 19.90%，主要原因系其 2021 年度收入金额相对较大，受民航出行限制影响，致使其商旅管理业务下滑。

2023 年度，发行人商旅管理代理销售和后返佣金收入合计增长率为 37.27%，可比公司平均值为 107.95%，与行业整体变动趋势一致；低于携程集团 108.90%的增长率，主要原因系携程集团拥有更高的品牌知名度和更大的市场份额，在市场整体恢复的情况下业绩增速更快；略低于腾轩旅游 44.10%的增长率，主要原因系其 2022 年度收入规模相对较小，在市场行情统一恢复的情况下，增长率相对较高。

2024 年度，发行人商旅管理代理销售和后返佣金收入合计增长率为 6.30%，可比公司平均值为 11.08%，与行业整体变动趋势一致；低于携程集团 11.00%和腾轩旅游 18.87%的增长率，主要原因系发行人主动减少与逾期回款时间较长、行业风险较高的客户的合作。

（4）航旅票务和商旅管理代理销售和后返佣金收入合计

单位：万元

公司名称	类型	2024年度		2023年度		2022年度		2021年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额
易飞国际	航空客运销售代理服务	**3,199.32**	**10.03%**	2,907.66	47.45%	1,972.00	12.85%	1,747.47
发行人	航旅票务、商旅管理代理销售及后返佣金收入	**28,937.83**	**8.16%**	26,754.81	52.80%	17,510.02	21.11%	14,458.34

报告期内，发行人航旅票务和商旅管理代理销售和后返佣金收入合计增长率分别为21.11%、52.80%**和 8.16%**，易飞国际航空客运销售代理服务增长率分别为12.85%、47.45%**和 10.03%**，两者变动趋势一致。

（二）说明 2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源，销售或收入增长与可比公司收入变动趋势不一致的原因

1、2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

（1）2022 年航旅业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位：万元

来源	项目	2022年度	2021年度	变动率
包机包位	销售金额	24,405.45	18,188.87	34.18%
	收入	24,276.00	18,159.54	33.68%
代理分销	销售金额	253,077.15	165,826.43	52.62%
	收入	3,711.95	4,159.87	-10.77%
后返佣金	销售金额	1,955.45	1,249.75	56.47%
	收入	1,844.76	1,179.01	56.47%
合计	**销售金额**	**279,438.05**	**185,265.05**	**50.83%**
	收入	**29,832.71**	**23,498.42**	**26.96%**

相比 2021 年，2022 年航旅业务销售金额、收入整体均呈现上升趋势。自 2020 年开展包机包位业务开始，发行人充分运用自身境内外航司合作资源和国际票源整合能力，围绕部分国际航线逐年扩大包机包位规模，助推营业收入平稳增长，2022 年增长较快。

由上表可知，2022 年代理分销收入在销售金额增长的同时收入反而下降，

主要原因系发行人市场定价策略为统筹考虑代理分销及后返佣金，实现整体收益最优，采取向下游客户让渡部分价格以完成航司制定的考核目标赚取后返佣金的销售政策。2022 年度发行人为获取后返佣金收入而采取更具竞争力的定价策略，尽量扩大代理分销的销售金额，致使 2022 年代理分销和后返佣金的销售金额同比增长较快。

（2）2022 年商旅业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位：万元

产品	项目	2022年度	2021年度	变动率
国际机票代理	销售金额	80,014.40	42,354.83	88.91%
	收入	8,640.62	4,865.93	77.57%
国内机票代理	销售金额	80,377.21	115,195.74	-30.23%
	收入	1,847.25	3,018.39	-38.80%
酒店代理	销售金额	27,053.85	19,324.05	40.00%
	收入	818.89	680.44	20.35%
保险代理	销售金额	106.92	141.45	-24.41%
	收入	26.30	46.43	-43.36%
其他代理	销售金额	2,578.03	2,502.24	3.03%
	收入	524.17	322.09	62.74%
包机包位	销售金额	322.86	573.78	-43.73%
	收入	319.42	567.23	-43.69%
后返佣金	销售金额	101.84	197.34	-48.39%
	收入	96.07	186.17	-48.40%
合计	**销售金额**	**190,555.12**	**180,289.43**	**5.69%**
	收入	**12,272.72**	**9,686.69**	**26.70%**

由上表可知，2022 年发行人商旅业务销售金额同比增长 5.69%，收入增长 26.70%，主要系 2022 年度产品结构发生变化，国际机票销售金额占比从 2021 年度的 23.49%增长至 2022 年度的 41.99%，国际机票毛利率远高于国内机票。2022 年境外大部分国家和地区放开全面管制，逐步放松出入境管制，有序恢复国际流动，宣布“出行正常化”。随着民航出行场景与航班运力有序恢复，市场对国际机票的需求大幅增加，而发行人具有国际机票采购的优势，导致国际机票收入增长幅度较大。

（3）2022 年旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位：万元

来源	项目	2022年度	2021年度	变动率
会奖旅游	销售金额	4,280.61	4,198.64	1.95%
	收入	3,457.54	3,350.63	3.19%

相比 2021 年，2022 年旅游业务销售金额同比增长 1.95%，收入同比增长 3.19%，较为稳定。2022 年度收入和销售金额增长的主要原因系在民航出行场景受到阶段性制约期间，境外地区先行解除相关限制，致使客户对于国际酒店、签证等旅游服务的需求较高。

2、2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售或收入增长与可比公司收入变动趋势不一致的原因

2022 年公司航旅业务、商旅业务与可比公司收入变动趋势不一致的原因，参见本问题回复之“一/（一）/5、航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况”。

2022 年公司旅游业务与可比公司收入变动趋势不一致的原因如下：

携程集团有旅游度假业务，但其主要系作为交易服务平台向供应商收取介绍费，采取净额法确认收入，与发行人会奖旅游业不可比。易飞国际、同程旅行未披露旅游业务销售/收入数据，腾轩旅游仅披露 2023 年度旅游服务收入。众信旅游的旅游批发与旅游零售业务以及岭南控股的旅行社运营收入与发行人旅游收入可比。因众信旅游与岭南控股均未披露销售金额，故对收入进行比较。

具体收入对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度
	金额	变动率	金额
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	19,101.20	-23.61%	25,004.88
岭南控股-旅行社运营	33,440.87	-53.85%	72,467.45
平均值	**26,271.03**	**-46.10%**	**48,736.17**
发行人-旅游收入	3,457.54	3.19%	3,350.63

2022 年度，可比公司与发行人会奖旅游服务具有可比性的服务收入平均值为 26,271.03 万元，变动率平均值为**-46.10%**。发行人的旅游收入为 3,457.54 万元，同比小幅增长 3.19%，变动趋势不一致的主要原因系相较于可比公司，发行人的会奖旅游业务规模基数明显较小，公共卫生事件期间发行人持续开展会奖旅游业务，满足客户必要会奖旅游需求，受前期低基数因素影响，实现了小幅增长。

（三）说明各期航旅、商旅、旅游业务销售金额构成情况，对比 2023 年发行人各业务板块销售/收入增长与可比公司销售/收入增长情况，结合 2023 年行业市场规模、出票量、发行人市场份额变动、期后销售及业绩情况，说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险

1、说明各期航旅、商旅、旅游业务销售金额构成情况

单位：万元

业务板块	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	**884,793.50**	**67.99%**	699,341.06	62.75%	279,438.05	58.92%
商旅管理	**400,493.26**	**30.78%**	401,092.77	35.99%	190,555.12	40.18%
会奖旅游	**16,011.95**	**1.23%**	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
合计	**1,301,298.71**	**100.00%**	**1,114,446.06**	**100.00%**	**474,273.78**	**100.00%**

报告期内，发行人销售金额占比最高的业务为航旅票务，占比分别为 58.92%、62.75%和 **67.99%**；其次为商旅管理业务，占比分别为 40.18%、35.99%和 **30.78%**；会奖旅游占比最低，占比分别为 0.90%、1.26%和 **1.23%**。

2、对比 2023 年发行人各业务板块销售/收入增长与可比公司销售/收入增长情况

2023 年发行人各业务板块销售/收入增长与可比公司销售/收入增长情况，航旅和商旅业务，参见本问题回复之“一/（一）/5、航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况”。

旅游业务对比分析如下：

单位：万元

项目	2023 年度		2022 年度
	金额	变动率	金额
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	249,390.36	1205.63%	19,101.20
岭南控股-旅行社运营	224,641.36	571.76%	33,440.87
平均值	**237,015.86**	**802.19%**	**26,271.03**
发行人-旅游收入	7,975.19	130.66%	3,457.54

2023 年度，发行人会奖旅游收入增长率为 130.66%，可比公司平均收入增长率为 802.19%，均呈现较快增长态势，主要原因系公共卫生事件影响纾解，2023 年会奖旅游出行需求旺盛，驱动旅游收入的快速增长。发行人的增长率低于众信旅游和岭南控股的主要原因系后两者深耕旅游行业具有较高的品牌影响力和资源整合能力，发行人的规模相对较小且处于发展阶段，因此在市场恢复期的增长速度相对较慢。

3、结合 2023 年行业市场规模、出票量、发行人市场份额变动、期后销售及业绩情况，说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险

（1）2023 年行业市场规模、出票量

2023 年民航出行供需景气回升。根据国际航协（IATA）统计，2023 年全球航空客运总量（按照收入客公里计算）同比增长 36.9%，恢复至 2019 年的 94.1%。根据民航局统计，2023 年我国民航全行业完成旅客运输量 6.2 亿人次，同比增长 146.1%，恢复至 2019 年的 93.9%。我国经济韧性强、潜力大、长期向好的基本面为民航出行发展提供了最根本的保障和支撑。未来航旅票务市场容量规模仍将平稳增长。

根据全球商务旅行协会（GBTA）统计，我国商务旅行支出规模位居世界首位，2023 年达到 3,608 亿美元，同比增长 39.2%，预计 2024 年为 4,062 亿美元，并有望于 2027 年超过 5,000 亿美元，未来三年（2024 至 2026 年）我国商务旅行支出规模预计复合增速为 8.39%。根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规模达到 3,053.5 亿元，已超过 2019 年水平，预计 2023 年至 2026 年期间复合增长率为 7.63%。

随着公共卫生事件冲击影响得到纾解，旅游出行景气度高涨，进入预期增强

和供应优化的新阶段。据文化和旅游部统计，2023 年国内出游人次 48.91 亿，比上年同期增加 23.61 亿，同比增长 93.3%；国内游客出游总花费 4.91 万亿元，比上年增加 2.87 万亿元，同比增长 140.3%。

（2）发行人市场份额变动

在航旅票务领域，行业参与者较多且业务分散，市场暂无明确的市场份额数据，但发行人在数字化转型和技术革新的推动下，通过提供更高效便捷的服务体验，发行人航旅票务业务实现了显著的增长。

我国商旅管理市场集中度预计逐步提升，头部服务商预计增速会超过整体增速。根据艾瑞咨询调研统计，2022 年中国商旅管理行业 CR8 份额为 19.5%，CR5 份额为 17%，其中行业排名前五的企业有携程商旅、阿里商旅、同程商旅、中航服和美亚商旅。总体份额中剩余占比较大的部分，多为在线旅行社（OTA）、传统旅行社、航旅服务商等非专业化差旅机构，也说明目前中国商旅管理行业结构仍然呈现参与者众多、集中度低的特征。随着商旅管理行业蓬勃发展，尤其供给和需求侧的优化调整，未来商旅管理行业的市场集中度会进一步得到提升，预估 2023 年中国商旅管理行业 CR5 份额将超过 20%。

在商旅管理领域，发行人为国内专业商旅管理服务（TMC）的第一梯队品牌，先后服务上千家国央企和大型民企。根据艾瑞咨询统计，商旅管理行业集中度偏低，2022、2023 年美亚科技的商旅市场份额均位列行业前五，已形成一定市场优势。发行人 2022、2023 年商旅管理业务销售额为 19.06 亿元、40.10 亿元，参照艾瑞咨询商旅管理市场规模数据，则发行人市占率约为 0.8%、1.3%，市场竞争力有所提升。发行人为中国国航商旅 A 类服务商、东方航空指定合作差旅管理服务商、南方航空卓越商旅服务商，拥有丰富的境外航司 SME 企业协议；与华住、锦江、如家、亚朵、东呈、君澜、君亭等二十余家连锁酒店建立稳定合作关系，并完成系统直连。发行人先后荣膺中国产业数字化服务商 TOP40、中国劲旅奖最佳商旅技术服务奖、优选商务出行解决服务商大奖。

《2022-2023 年商旅管理市场白皮书》调研显示，2022 年超六成受访企业已与会奖旅游服务商合作，负责公司的会展、团建、旅游等活动的策划与执行；其余企业暂未与供应商合作，由员工自行组织各个活动环节。对于企事业客户，行

程的安排、交通便捷程度、当地住宿条件是最能够影响 MICE 活动满意度的三大因素。尽管发行人会奖旅游业务规模较小，但基于发行人高质量、高粘性、极具可转化能力的商旅客户群体，发行人会奖旅游业务将逐步实现增长，实现市场份额的提升。

（3）期后销售及业绩情况

2025 年 1-3 月，发行人航旅票务销售金额为 189,248.08 万元，同比上升 1.80%；商旅管理销售金额为 90,900.97 万元，同比上升 6.10%；会奖旅游销售金额为 3,701.00 万元，同比上升 3.79%。发行人实现营业收入 8,930.12 万元，同比上升 3.00%；净利润 1,717.35 万元，同比上升 3.87%。销售规模及业绩呈现增长态势。

（4）说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险

根据艾瑞咨询统计，商旅管理行业集中度将进一步提升，发行人市场规模下滑风险较小。航旅票务和会奖旅游业务尽管经历了公共卫生事件的挑战，但由于行业中部分中小型参与者因资金和运营压力退出市场，主要企业的业务规模反而实现了增长，发行人市场份额下滑的风险较小。

（四）结合报告期前、报告期内、报告期后机票代理及商旅管理市场规模、行业政策变化情况，说明发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势，是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气度指标（如有）对上述情况进行阐述

1、报告期前、报告期内、报告期后机票代理及商旅管理市场规模、行业政策变化情况

（1）机票代理市场规模、行业政策变化情况

①机票代理市场规模

根据民航局统计数据，2015 年至 2019 年期间，我国民航周转量[2]的复合增长

[2]反映旅客在空中实现位移的综合性生产指标，体现航空运输企业所完成的旅客运输工作量。旅客周转量（人公里）＝Σ（航段旅客运输量[人]×航段距离[公里]）

率约 12.60%；其中国际航线民航周转量的复合增长率约 17.46%，明显高于民航出行整体增速。前期外部环境冲击导致民航出行场景受到阶段性制约，但其实际内生增长动能和需求规模结构并未发生根本性变化。2023 年民航出行供需景气回升。根据国际航协（IATA）统计，2023 年全球航空客运总量（按照收入客公里计算）同比增长 36.9%，恢复至 2019 年的 94.1%；**2024 年全球航空客运总量同比增长 10.4%，较 2019 年增长 3.8%**。根据民航局统计，2023 年我国民航全行业完成旅客运输量 6.2 亿人次，同比增长 146.1%，恢复至 2019 年的 93.9%；**2024 年延续增长势头，民航客运量突破 7.3 亿人次，较 2019 年增长 10.73%，超过 2024 年全国民航工作会议设定的 6.9 亿人次目标。2024 年以来，民航出行需求持续释放，正班客座率及正班载运率基本恢复至 2019 年同期水平。国内航线已全面恢复，并回归常态化增长。根据民航局统计，2024 年国内航线客运量同比增长 12.61%，较 2019 年增长 13.49%。国际航线供需恢复呈现良好态势，2024 年 12 月国际航线客运量恢复至 2019 年 12 月的 99.34%，全年国际航线客运量恢复至 2019 年的 88.33%。**亚洲、欧洲等地区国际航线已逐步恢复，北美航线受航权时刻协调、签证办理节奏等因素制约恢复稍慢，但利好因素不断累积。2024 年，我国积极扩大与“一带一路”共建国家航权安排，深化与中亚、中东、非洲等地区的项目合作，并推动优化签证和出入境政策，提高通关便利化水平，提升国际航班出入境效率，国际客运市场边际改善。

以 2019 年人均乘机次数来看，我国人均乘机次数较发达国家仍相对偏低。根据《“十四五”民用航空发展规划》，预计至 2025 年，我国居民人均年乘机次数将从 2019 年 0.47 次提升到 0.67 次。根据《关于首次乘机旅客服务便利化的指导意见》规划，2025 年我国航空出行服务能力将进一步提升，力争实现我国乘坐过飞机的航空人口达到 4 亿以上。因此，随着人均乘机次数与航空人口规模的持续增长，我国未来航旅需求存在较大增长潜力。

②机票代理行业政策

报告期前，对于航旅票务领域机票代理人展业具有重大影响的政策主要系“提直降代”和降低佣金。2015 至 2016 年期间，国资委、民航局等部门为适应国内航空运输销售市场新情况，规范航空运输企业和销售代理企业的销售行为，

确保航空运输市场和销售代理市场健康发展，提出“提直降代”、下调佣金等政策，对航旅票务领域机票代理人产生重大影响。2015 年 5 月，国务院国资委召开会议，要求国航、东航、南航等三大国有航司未来三年内直销比例要提升至 50%，同时代理费要在 2014 年的基础上下降 50%。民航局 2016 年 2 月 4 日发布了《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》，明确要求“航空运输企业委托销售代理企业销售客票，要按照平等自愿和委托付费的原则签订规范的委托代理合同，明确客运手续费的支付标准和支付条件。客运手续费支付标准由按销售额比例支付改为按每张客票定额支付，合理确定基准定额，可适度浮动。”相关政策介绍及其对发行人业务的影响参见“问询函第 2 题/二/（五）/1/（2）说明主要合作航司‘提直降代’、下调佣金等政策实施情况并量化分析对发行人业务的影响”。

报告期内，文化和旅游部等政府部门相继出台政策支持旅游业稳健发展，为航旅票务领域发展创造了有利条件。民航局等三部委 2021 年 12 月 14 日发布《“十四五”民用航空发展规划》，提出应用旅客出行定制化和一键化技术，引导和带动上下游产业链，探索航空旅客服务新模式，大力发展民航数字经济，加快培育民航数字产业生态。民航局及发改委 2022 年 5 月 6 日发布《“十四五”时期推进“空中丝绸之路”建设高质量发展实施方案》，提出要优化完善航空枢纽格局，加强航线网络互联互通，推动“硬联通”迈上新台阶；加强政策对接和标准联通，积极参与多边国际民航治理，加快“软联通”实现新突破；建立健全合作机制，拓展人文交流领域，促进“心联通”取得新进展。文化和旅游部 2021 年 4 月 29 日发布《“十四五”文化和旅游发展规划》，提出加强旅游信息基础设施建设，深化“互联网＋旅游”，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。国务院 2021 年 12 月 22 日发布《“十四五”旅游业发展规划》，提出充分运用数字化、网络化、智能化科技创新成果，升级传统旅游业态，创新产品和服务方式，推动旅游业从资源驱动向创新驱动转变；强化自主创新，集合优势资源，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，深化“互联网＋旅游”，扩大新技术场景应用。文化和旅游部 2023 年 3 月 24 日发布《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》，提出积极发挥在线旅游的枢纽和引领作用，加快推进智慧旅游发展，推动旅游业创新发展，促进新技术应用和迭代创新，

创造更多新就业形态和新就业岗位，成为旅游产业升级和旅游消费激发的新引擎，提升行业管理的数字化水平，推动中国在线旅游行业发展处于国际领先地位。文化和旅游部 2023 年 11 月 1 日发布《国内旅游提升计划（2023-2025 年）》，提出支持经营主体转型升级，推动旅行社转型发展；提升旅游市场服务质量；加强市场综合监管。

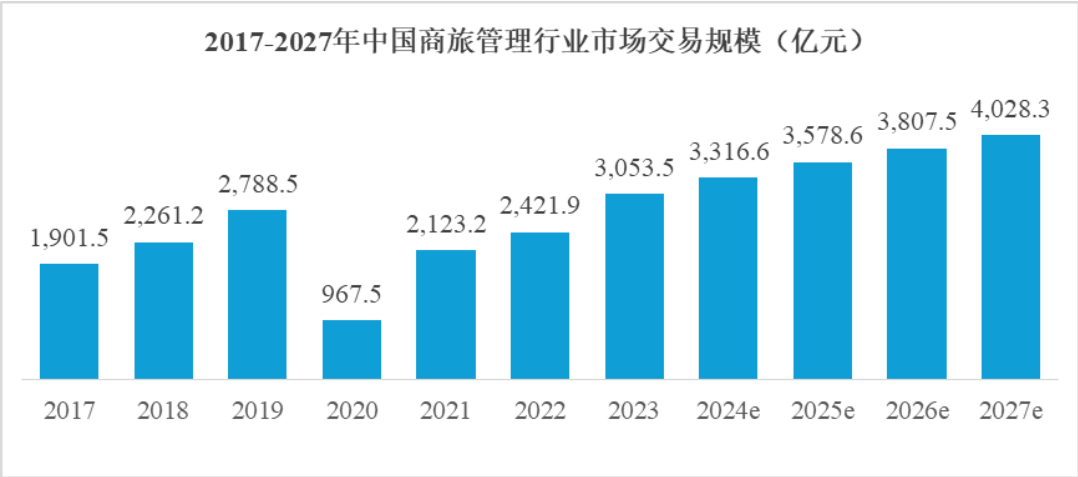
报告期后，国务院发布《关于促进服务消费高质量发展的意见》，提出优化入境政策和消费环境，加快恢复航班班次，提供多样化支付服务，研究扩大免签国家范围，深化文化旅游年活动。该政策可为国际航线容量规模平稳提升起到积极作用。

（2）商旅管理市场规模、行业政策变化情况

①商旅管理市场规模

商旅支出规模和商旅管理市场预计保持平稳增长。根据全球商务旅行协会（GBTA）统计，我国商务旅行支出规模位居世界首位，2023 年达到 3,608 亿美元，同比增长 39.2%，预计 2024 年为 4,062 亿美元，并有望于 2027 年超过 5,000 亿美元，未来三年（2024 至 2026 年）我国商务旅行支出规模预计复合增速为 8.39%。

根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规模达到 3,053.5 亿元，已超过 2019 年水平，预计 2023 年至 2026 年期间复合增长率为 7.63%。依据 GBTA 统计的中国商旅消费支出规模和艾瑞咨询统计的我国商旅管理市场规模，则 2023 年我国的商旅管理渗透率不足 13%。相较于欧美成熟市场 40%左右的水平，中国商旅管理渗透率尚低，具有良好增长前景。



数据来源：艾瑞咨询

②商旅管理行业政策

商旅管理行业的政策部署主要体现在提升企业数字化水平和促进高水平对外开放方面，对商旅管理数字化部署和跨境商旅管理市场需求产生积极证明作用。

数字经济相关政策促进企业提升数字化水平，强化商旅管理的数字化部署。如国务院 2021 年 12 月 12 日发布《“十四五”数字经济发展规划》，对大力推进产业数字化转型、发挥数据要素价值等进行了统筹部署，加速了企业数字化改革的步伐。国家数据局、科技部、文化和旅游部等十七部门 2024 年 1 月 4 日联合印发《“数据要素×”三年行动计划（2024-2026 年）》，提出以推进数据要素协同优化、复用增效、融合创新作用发挥为重点，强化场景需求牵引，带动数据要素高质量供给、合规高效流通，培育新业态新模式，充分实现数据要素价值，为推动高质量发展提供有力支撑；在数据要素×文化旅游方面，提升旅游服务水平、旅游治理能力。商务部 2024 年 4 月 26 日《数字商务三年行动计划（2024-2026 年）》以发展新质生产力为抓手，创新数字转型路径，提升数字赋能效果，做好数字支撑服务，打造数字商务生态体系，全方位提升商务发展数字化、网络化、智能化水平。

高水平对外开放相关政策促进企业国际化业务布局，推升跨境商旅管理需求的容量规模。国务院办公厅 2023 年 12 月 11 日发布《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，提出加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。国务院办公厅 2023 年 4 月 25 日发布《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》，提出尽

快推进国际客运航班特别是国内重点航空枢纽的国际客运航班稳妥有序恢复，推动中外航空公司复航增班，更好为商务人员往来提供航空运输保障。

2、说明发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势，是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气度指标（如有）对上述情况进行阐述

（1）发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势

航旅票务领域处于平稳增长的成熟阶段。前期公共卫生事件冲击导致民航出行服务场景受到阶段性制约，但其实际内生增长动能和需求规模及结构并未发生根本性变化。随着国家因时因势优化公共卫生事件冲击应对措施，民航出行平稳有序持续修复，目前整体处于快速回升态势。我国经济韧性强、潜力大、长期向好的基本面为民航出行发展提供了最根本的保障和支撑。航旅票务从业者既需要不断增强在全球范围内的优质产品资源整合能力，充分高效适配泛商旅客户出行场景的多元需求，提供兼具产品丰富度和价格竞争力的泛商旅出行选择；又需要持续提升研发创新能力，将数字化手段与泛商旅出行场景深度融合，优化服务效率，精益服务效果。因此，具备强大产品聚合实力和数字技术能力的航旅票务服务商，才能够在激烈的市场竞争中取得优势地位。

商旅管理领域尚处于成长期。企事业商旅管理数字化、精细化需求愈益迫切，商旅管理服务领域发展前景良好。商旅管理市场经历公共卫生事件冲击后加速修复，展现良好发展韧性。经济发展驱动商务交往和商务活动频次愈益提高、形式愈发丰富，企事业单位的商旅支出快速增长，促使其重视商旅管理的数字化部署和精细化管理，TMC 的认知度和使用率持续上升，有着广阔增长前景。根据市场调研，企业愈发关注商旅管理服务商的产品资源丰富度、专业化服务及技术对接实力，资源整合实力和数字技术能力正在成为市场竞争的关键因素。

（2）是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气度指标（如有）对上述情况进行阐述

发行人所处行业不存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，具体分析参见“问询函第 2 题/二/（五）/2/（1）/②下游需求是否呈现增长趋势”。

（五）说明 2023 年第四季度收入构成，后返佣金、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性，第四季度确认收入的主要航司、旅游客户情况，收入确认时点及依据，是否存在跨期确认收入的情形

1、2023 年第四季度收入构成

单位：万元

收入类型	2023 年第四季度	
	收入金额	占比
代理分销	3,317.88	33.75%
后返佣金	3,600.90	36.62%
旅游业务	2,913.35	29.63%
合计	**9,832.13**	**100.00%**

注：会奖旅游存在少量后返佣金，因金额极小故未拆分披露

2、后返佣金在第四季度收入金额较大的原因及合理性

2023 年度第四季度后返佣金金额为 3,600.90 万元，占全年后返佣金收入的比例为 36.62%，相比前三季度有较大的增长，第四季度收入金额较大的原因主要有两个方面：

一是得益于后返佣金政策的大面积恢复。2022 年度，受公共卫生事件冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策收紧或阶段性取消。但 2023 年度上半年开始，公共卫生事件影响纾解，市场景气回升向好，航司逐步恢复后返佣金政策力度，相比前三季度，第四季度后返佣金政策进一步恢复，因此发行人第四季度的后返佣金收入金额较大。

二是第四季度业务量和销售额增长导致。航司后返佣金主要来源于航旅票务板块。航司后返佣金计付与发行人代理销售规模正相关，2023 年度各季度航旅票务板块销售额变化如下表所示：

项目	2023 年度			
	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
航旅票务-代理销售金额（万元）	142,272.09	164,404.38	210,341.12	171,672.73
后返佣金收入（万元）	1,172.03	1,947.87	3,536.78	3,600.90
后返佣金收入占代理销售规模的比例	0.82%	1.18%	1.68%	2.10%

由上表可知，下半年发行人的航旅票务代理销售金额相比上半年增长较大，而业务量和销售金额的增长，导致第四季度的后返佣金金额较大。

综上，发行人的后返佣金在第四季度收入金额较大主要系业务规模增长和后返政策的恢复导致，2023 年第四季度后返佣金收入较大符合市场环境和行业的相关变化情况，具有合理性。

3、第四季度确认收入的主要航司情况，收入确认时点及依据，是否存在跨期确认收入的情形

第四季度确认的后返佣金前五大航司情况如下：

单位：万元

序号	航司	第四季度收入	占比	实际结算收入	结算差异
1	中国国际航空股份有限公司	1,183.10	32.86%	1,372.34	189.23
2	阿联酋航空公司	666.88	18.52%	666.88	-
3	中国南方航空股份有限公司	488.10	13.55%	579.34	91.24
4	中国东方航空股份有限公司	191.97	5.33%	192.10	0.13
5	土耳其航空公司	170.93	4.75%	180.48	9.55
合计		**2,700.97**	**75.01%**	**2,991.14**	**290.16**

注：实际结算收入系发行人与航司最终结算的收入。

第四季度确认的后返佣金收入中，前五大航司收入金额占比为 75.01%，后返佣金确认收入的航司相对比较集中。后返佣金收入确认的时点和依据为航班起飞后，按照航司的后返政策以及起飞数据进行确认，再根据期后的回款和结算等资产负债表日后事项进行调整。第四季度发行人确认的收入与最终实际结算金额的差异为结算差异，差异金额较小，收入确认比较谨慎、准确，不存在跨期确认收入的情形。

4、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性

旅游业务在 2023 年第四季度收入为 2,995.09 万元，占整年旅游业务收入的比重为 36.53%。一方面，受益于公共卫生事件得到纾解、出行政策优化等多重利好因素影响，旅游行业迎来复苏，且 2023 年第四季度中秋国庆连休，是公共卫生事件后首个超长假期，旅游消费需求全面释放；另一方面，发行人自身紧抓行业恢复红利期，不断发展会奖旅游业务，2023 年度旅游业务逐季扩大，致使发

行人在 2023 年第四季度收入金额较大，具有合理性。

5、第四季度确认收入的旅游客户情况，收入确认时点及依据，是否存在跨期确认收入的情形

第四季度确认的旅游收入前五大旅游客户情况如下：

单位：万元

旅游客户	2023 年度第四季度	
	收入金额	比例
中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	921.01	31.61%
东风本田汽车销售有限公司	503.08	17.27%
深圳前海微众银行股份有限公司	139.72	4.80%
上海携程国际旅行社有限公司	125.12	4.29%
金拱门（中国）有限公司	88.19	3.03%
合计	**1,777.11**	**61.00%**

由上表可知，会奖旅游业务第四季度确认收入的旅游客户主要系旅游直销客户，这部分客户主要为大型国央企、上市公司等，此类客户主要从商旅客户中拓展而来。收入确认时点为在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入；收入确认依据包括合同、结算单、发票、收款凭证、供应商出票记录等。发行人严格按照服务完成时点确认收入，不存在跨期确认收入的情形。

二、后返佣金收入的可持续性

（一）说明后续发行人航旅业务是否仍以赚取后返佣金为主要盈利策略，结合历史情况、报告期内和期后情况分析主要合作航司向发行人提供的后返佣金政策是否稳定、可持续，发行人后返佣金收入是否稳定、可持续，并充分揭示风险

1、说明后续发行人航旅业务是否仍以赚取后返佣金为主要盈利策略

发行人在航旅票务业务中，机票定价主要以航空公司给予发行人的票面价格为基础，根据航空公司的基础佣金、后返佣金政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价。随着民航出行场景受到的阶段性限制逐步解除，航空公司的后返佣金政策逐步恢复，

发行人基于航空公司的后返佣金政策，为完成相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利。因此，该定价策略后续仍为发行人航旅业务的主要盈利策略。

2、结合历史情况、报告期内和期后情况分析主要合作航司向发行人提供的后返佣金政策是否稳定、可持续

以报告期前、报告期内的各期第四季度和报告期后的各季度为例，发行人主要合作航司的后返佣金政策情况参见“问询函第 2 题/二/（五）/1/（2）/②/B. 主要合作航司后返佣金政策变动情况分析”。

具体而言，每个航司在各期的后返佣金政策适用范围均存在变化，航司会结合自身市场竞争态势、业绩完成情况、特定航线开拓计划、不同舱位盈利情况制定灵活多元的后返佣金政策。从后返佣金比例来看，中国国航、中国东航 2023 年**及 2024 年**佣金比例略低于 2019 年及以前年度，其余大型航司在公共卫生事件后的佣金比例基本均与公共卫生事件前持平，**且 2024 年佣金政策有所调增，**整体不存在重大变动。尽管公共卫生事件冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策收紧或阶段性取消，但随着公共卫生事件影响纾解，航司所提供后返佣金政策逐步恢复。因此，自相关政策出台后的 2017 年至 2024 年，除公共卫生事件扰动影响外，整体佣金政策保持相对平稳。**报告期后（即 2025 年第一季度），中国国航、阿联酋航空、国泰航空佣金政策环比基本持平，东方航空追加激励上调，南方航空调减基础激励而调增追加激励；各主要合作航司佣金政策整体相对平稳。**

3、发行人后返佣金收入是否稳定、可持续，并充分揭示风险

未来后返佣金收入是否稳定、可持续，与航司后返政策、发行人未来销售规模增长的稳定性、可持续性相关，两项因素叠加，助推发行人后返佣金平稳持续增长。具体分析如下：

（1）航司后返政策具有稳定性、可持续性

①后返佣金政策是航司促进销售的重要举措。

后返佣金政策作为一种业绩驱动的奖励机制，显著激发了机票代理人的销售

动力，尤其在推动高价值或特定航线产品的销售上成效显著。该机制通过与代理的实际销售业绩挂钩，确保其在实现或超越既定目标时，能够获得额外经济回报，进而为整个市场注入强劲的销售活力。对于航空公司来说，后返佣金模式在成本控制与风险管理上展现出更高灵活性，能够在市场需求不明朗时，有效降低初期运营成本，并针对特定市场及航线加大市场营销力度，从而在激烈的市场份额争夺战中快速响应，策略性地扩大市场优势。

②后返佣金政策可以激励航旅服务商提升服务效率效果。

在后返佣金政策激励下，以发行人为代表的航旅服务商会主动提升服务品质，创新销售方式，比如优化客户服务体验、探索新的销售渠道、实施创新营销策略，以及采用先进科技平台提升销售效率，这些举措不仅有力推动了行业服务模式的创新，也间接优化了旅客的购票体验，促进了整个航旅行业的正向发展。

③公共安全事件影响纾解后，后返佣金政策已逐步恢复。

民航出行回升向好，航司销售激励力度加强，逐步恢复后返佣金政策，2023年部分主要航司的后返佣金比例已接近或达到公共卫生事件前的水平，显示出行业复苏的积极信号。为了培养长期稳定的代理合作关系，航司可能更倾向于设置平稳的后返佣金体系，与航旅服务商合作伙伴共同维系市场竞争力。

（2）发行人未来销售规模增长具有稳定性、可持续性

①泛商旅出行服务行业具备平稳内生增长动能。

我国经济韧性强、潜力大、长期向好的基本面为民航出行发展提供了最根本的保障和支撑。未来航旅票务市场容量规模仍将平稳增长。以 2019 年人均乘机次数来看，我国人均乘机次数较发达国家仍相对偏低。根据《“十四五”民用航空发展规划》，预计至 2025 年，我国居民人均年乘机次数将从 2019 年 0.47 次提升到 0.67 次。根据《关于首次乘机旅客服务便利化的指导意见》规划，2025 年我国航空出行服务能力将进一步提升，力争实现我国乘坐过飞机的航空人口达到 4 亿以上。商旅支出规模和商旅管理市场预计保持平稳增长。根据全球商务旅行协会（GBTA）统计，我国商务旅行支出规模位居世界首位，2023 年达到 3,608 亿美元，同比增长 39.2%，预计 2024 年为 4,062 亿美元，并有望于 2027 年超过

5,000 亿美元。根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规模达到 3,053.5 亿元，已超过 2019 年水平。依据 GBTA 统计的中国商旅消费支出规模和艾瑞咨询统计的我国商旅管理市场规模，则 2023 年我国的商旅管理渗透率不足 13%。相较于欧美成熟市场 40%左右的水平，中国商旅管理渗透率尚低，具有良好增长前景。

②发行人具备良好市场竞争实力。

在航旅票务领域，根据中航信全球分销事业部出具的专项说明，发行人在 BSP 国际机票方面具备显著的市场优势，具有较高行业地位和良好竞争实力。在商旅管理领域，发行人为国内专业商旅管理服务（TMC）的第一梯队品牌，先后服务上千家国央企和大型民企。根据艾瑞咨询统计，商旅管理行业集中度偏低，2022、2023 年美亚科技的商旅市场份额均位列行业前五，已形成一定市场优势。

③发行人技术创新驱动业务承载能力和服务效率效果提升。

发行人已形成全知识产权自主研发的航旅票务数字解决方案，成为业内少数具备良好数字化实力的服务商，搭建了形式丰富、技术成熟的客户端及业务、技术中台。在商旅管理方面，发行人自主研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。发行人数字技术应用部署逐步深化，在适当扩充研发人员规模的同时，显著降低了对客服等业务端人员人工的需求，发行人平均人效有所提升，支撑相同体量业务所需的人力需求量显著减少。

因此，行业内生增长方面，发行人所处泛商旅出行服务行业具备长期平稳的内生增长动能，未来容量规模增长预期较为明确。市场竞争实力方面，发行人在航旅票务和商旅管理领域均具备良好的市场地位，国际票源聚合能力突出，商旅管理市场份额位列前五。数字化技术效能方面，发行人技术创新成效彰显，驱动业务承载能力和服务效率效果提升。如上内外部积极因素有望支持发行人业绩持续平稳增长，发行人未来业绩具有稳定性、可持续性。

综上所述，发行人后返佣金收入预计可实现平稳持续增长，具有稳定性、可持续性。但由于无法排除外部环境变动或合作航司自身商业策略调整等可能情形，

该等情形可能对发行人后返佣金收入产生不利影响，发行人已于招股说明书之“重大事项提示”之“四、特别风险提示”及“第三节 风险因素/一、经营风险”中就后返佣金政策不确定性做出风险提示。

（二）说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示；说明上述占比在航旅、商旅两个业务板块上是否存在显著差异及合理性；说明包机包位机票是否属于后返佣金的考核范围、及对后返佣金收入的具体影响

1、说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示

同行业可比公司未披露代理销售收入、后返佣金收入和代理销售金额。报告期内，发行人航旅票务、商旅管理的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例情况如下所示：

单位：万元

业务类型	项目	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	代理分销收入	-3,325.24	594.81	3,711.95
	后返佣金收入	14,821.36	9,751.59	1,844.76
	代理销售金额	869,088.46	688,690.33	253,077.15
	代理分销收入占代理销售金额的比例	-0.38%	0.09%	1.47%
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	1.71%	1.42%	0.73%
	合计占代理销售金额的比例	1.32%	**1.50%**	**2.20%**
商旅管理	代理分销收入	16,593.75	15,902.42	11,857.23
	后返佣金收入	847.96	505.99	96.07
	代理销售金额	399,594.42	400,540.32	190,130.42
	代理分销收入占代理销售金额的比例	4.15%	3.97%	6.24%
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	0.21%	0.13%	0.05%
	合计占代理销售金额的比例	4.36%	**4.10%**	**6.29%**

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%和1.32%，呈现逐年下降的趋势，主要受代理分销收入占代理销售金额的比例逐年下降的影响。商旅管理的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为6.29%、4.10%和4.36%，虽然2023年度和2024年度出现下滑的情况，但商旅管理的后返佣金收入较少，且客户结构与航旅票务不同，发行人一般不会采取向客户让渡利益赚取后返佣金的策略。

发行人已在招股说明书之“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露如下：

“（六）公司合并后返佣金的订单毛利率等衡量盈利能力指标的下滑风险

报告期内，在公司航旅票务业务中，代理分销的合并后返佣金的订单毛利率分别为2.33%、1.56%和1.38%，代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%和1.32%，均呈现逐年下降的趋势，公共卫生事件影响纾解后，航空公司运力有序恢复，票源供应充足，航空公司为刺激销售，逐步恢复后返佣金政策力度，公司为完成相关考核目标赚取后返佣金，在航旅票务业务中会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利。未来随着航旅票务市场容量规模增长，若航空公司的后返政策力度逐渐加强，公司的让利程度加大，则未来公司航旅票务业务中的上述指标可能存在下滑的风险。

报告期内，在公司商旅管理业务中，代理分销的合并后返佣金的订单毛利率分别为 6.73%、4.82%和 4.84%，代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为 6.29%、4.10%和 4.36%，均在 2023 年度和 2024 年度有所下降，主要原因系公共卫生事件影响纾解后，民航出行场景受到的阶段性限制解除，泛商旅出行行业的供应链基本修复，市场供需关系改善，机票价格回落并趋于平稳。若未来该行业市场供需关系恶化，市场竞争加剧，则公司商旅管理业务中的上述指标可能存在下滑的风险。”

2、说明上述占比在航旅、商旅两个业务板块上是否存在显著差异及合理性

航旅票务报告期内的后返佣金收入占代理销售金额的比例分别为0.73%、1.42%和1.71%，逐年上升，而航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%和1.32%，逐年下降，主要受代理分销收入占代

理销售金额的比例逐年下降的影响。随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，航空公司的后返佣金政策逐步恢复，发行人为完成相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，致使航旅票务的代理收入占代理销售金额的比例逐年下降。

商旅管理报告期内的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为 6.29%、4.10%和 4.36%，**在 2023 年度和 2024 年度有所下降**，主要受代理分销收入占代理销售金额比例的影响。随着**公共卫生事件得到缓解**，票源更加充足，航空客运销售代理市场供给大于需求，价格下降致使代理收入占代理销售金额的比例下降。

航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例低于商旅管理，并且航旅票务、商旅管理业务呈现不同的变化趋势，主要原因系航旅票务、商旅管理的定价策略与主要盈利方式不同，具体情况如下：

业务类型	定价策略	主要盈利方式
航旅票务	主要以航空公司给予发行人的票面价格为基础，根据航空公司的基础佣金、后返佣金政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价	为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金
商旅管理	主要是根据当时的市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素综合判断后直接报价或采用“票面价格+服务费”	提供商旅管理服务赚取服务费

综上所述，上述占比在航旅票务、商旅管理中存在差异，但具有合理性。

3、说明包机包位机票是否属于后返佣金的考核范围、及对后返佣金收入的具体影响

航空公司的后返佣金主要通过 BSP 配置交易额及航空公司的后返佣金政策进行计算，而包机包位机票不属于后返佣金的考核范围，因此不会对后返佣金收入产生影响。

（三）说明不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异原因，后返佣金主要来自航旅业务的原因及合理性；说明国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入贡献情况，后返佣金与国际机票、国内机票出票规模的匹配性；说明主要合作航司后返佣金收入情况、与发行人向其采购的匹配性

1、说明不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异原因

报告期内，发行人航旅票务、商旅管理的后返佣金收入以及占代理销售金额的比例情况如下所示：

单位：万元

业务类型	项目	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	后返佣金收入	14,821.36	9,751.59	1,844.76
	代理销售金额	869,088.46	688,690.33	253,077.15
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	1.71%	1.42%	0.73%
商旅管理	后返佣金收入	847.96	505.99	96.07
	代理销售金额	399,594.42	400,540.32	190,130.42
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	0.21%	0.13%	0.05%

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

报告期内，航旅票务的后返佣金收入占代理销售金额的比例分别为 0.73%、1.42%和 1.71%，其比例高于商旅管理，主要原因如下：

（1）商旅管理的国内机票占比较高

报告期内，发行人航旅票务、商旅管理的国际机票、国内机票代理销售金额及占比情况如下所示：

单位：万元

业务类型	项目	2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	756,382.75	87.26%	605,877.75	88.27%	220,042.57	88.03%
	国内机票代理	110,450.21	12.74%	80,499.96	11.73%	29,920.33	11.97%
	机票代理合计	866,832.96	100.00%	686,377.71	100.00%	249,962.90	100.00%

业务类型	项目	2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
商旅管理	国际机票代理	126,459.60	40.57%	107,635.44	33.07%	80,014.40	49.89%
	国内机票代理	185,266.02	59.43%	217,868.99	66.93%	80,377.21	50.11%
	机票代理合计	311,725.62	100.00%	**325,504.42**	**100.00%**	**160,391.62**	**100.00%**

报告期内，发行人商旅管理的国内机票代理销售金额占比分别为 50.11%、66.93%和 59.43%，国内机票的代理销售金额占比较高。因为航空公司对于国内机票的后返佣金政策力度较低，所以商旅管理的后返佣金收入金额较小。

（2）商旅管理中部分机票不属于后返佣金的考核范围或适用的后返佣金政策力度较低

对于后返佣金的考核范围，部分特殊优惠票、部分私有运价航班、大客户协议等情形不予纳入后返佣金政策计付核算基础或适用的后返佣金政策力度较低，致使商旅管理的后返佣金收入金额较小。

（3）航旅票务与商旅管理的主要盈利方式不同

商旅管理的主要盈利方式为提供商旅管理服务赚取服务费，而非为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，致使商旅管理的后返佣金收入金额较小。

综上所述，发行人航旅票务、商旅管理的后返佣金收入占代理销售金额的比例存在的差异具有合理性。

2、后返佣金主要来自航旅业务的原因及合理性

（1）航旅票务的国际机票占比较高，且绝对金额远高于商旅管理

报告期内，发行人航旅票务的国际机票代理销售金额占比分别为 88.03%、88.27%和 87.26%，国际机票的代理销售金额占比较高。此外，发行人航旅票务的国际机票代理销售金额分别为 220,042.57 万元、605,877.75 万元和 756,382.75 万元，其销售金额远高于商旅管理，同时航空公司对于国际机票的后返佣金政策力度较大，所以航旅票务的后返佣金收入金额较高。

（2）航旅票务与商旅管理的主要盈利方式不同

航旅票务的主要盈利方式为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，致

使航旅票务的后返佣金收入金额较高。

综上所述，发行人后返佣金收入主要来自航旅票务具有合理性。

3、说明国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入贡献情况

报告期内，发行人国际机票、国内机票的代理销售金额、销量、后返佣金收入情况如下所示：

单位：万元、万张

机票类型	项目	2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
国际机票	代理销售金额	882,842.35	23.73%	713,513.19	137.79%	300,056.97
	销量	177.91	37.31%	129.57	233.20%	38.89
	后返佣金收入	14,898.71	60.28%	9,295.40	437.07%	1,730.75
国内机票	代理销售金额	295,716.24	-0.89%	298,368.95	170.51%	110,297.54
	销量	264.36	9.55%	241.31	133.12%	103.51
	后返佣金收入	664.65	-13.84%	771.37	434.63%	144.28

2023年度相较于2022年度，国际机票、国内机票的代理销售金额、销量、后返佣金收入有所上升，主要原因系民航出行场景受到的阶段性限制解除，出行景气高涨，泛商旅出行服务需求提升。

2024年度相较于2023年度，国际机票的代理销售金额、销量、后返佣金收入的变动趋势一致，均有所上升；国内机票的销量有所上升，代理销售金额、后返佣金收入有所下降，主要原因系公共卫生事件逐渐缓解，泛商旅出行行业的供应链基本修复，市场供需关系改善，客户的国内出行需求逐步回落趋于平稳。

4、后返佣金与国际机票、国内机票出票规模的匹配性

报告期内，国际机票、国内机票的代理销售金额、销量和后返佣金收入的变动趋势一致，具有匹配性。

国际机票、国内机票后返佣金收入的变动幅度高于代理销售金额、销量的变动幅度，主要原因系：（1）航空公司的后返佣金政策一般会设定不同梯度的代理销售目标及后返佣金比例，当代理销售规模达到一定档次，则一般全额适用该

档规模对应后返佣金比例，较少适用超额累进计算方式；（2）在民航出行场景受到阶段性限制期间，航空公司的后返佣金政策尚未恢复，发行人获取的后返佣金收入较低，随着公共卫生事件的缓解，出行需求旺盛，航空公司的后返佣金政策逐步恢复，致使 2023 年度发行人的后返佣金收入增长幅度较高。

5、说明主要合作航司后返佣金收入情况、与发行人向其采购的匹配性

发行人主要合作航司的后返佣金收入、采购金额情况如下所示：

单位：万元

主要合作航空公司	项目	2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
中国南方航空股份有限公司（以下简称“南方航空”）	采购金额	138,951.77	8.86%	127,645.12	103.93%	62,592.85
	后返佣金收入	2,402.04	15.49%	2,079.93	137.59%	875.43
中国国际航空股份有限公司（以下简称“中国航空”）	采购金额	194,010.01	78.32%	108,796.20	339.20%	24,771.49
	后返佣金收入	4,472.78	103.61%	2,196.78	1,921.31%	108.68
中国东方航空股份有限公司（以下简称“东方航空”）	采购金额	124,013.42	30.73%	94,863.46	262.88%	26,141.66
	后返佣金收入	1,027.06	99.70%	514.30	3,263.65%	15.29
国泰航空有限公司（以下简称“国泰航空”）	采购金额	63,943.18	-24.93%	85,177.79	152.56%	33,725.89
	后返佣金收入	535.44	-22.66%	692.28	719.92%	84.43
阿联酋航空公司（以下简称“阿联酋航空”）	采购金额	47,622.21	-9.18%	52,435.53	348.32%	11,695.98
	后返佣金收入	1,320.98	23.12%	1,072.94	-	-

2023年度相较于2022年度，发行人主要合作航空公司的采购金额与后返佣金收入均有所增长，具有匹配性。后返佣金收入的增长幅度高于采购金额的增长幅度，主要原因参见本问询回复“**问题5. 销售金额持续上涨的合理性和可持续性**/二/（三）/4”。

2024 年度相较于 2023 年度，除了阿联酋航空之外，其余主要合作航空公司的采购金额与后返佣金收入变动趋势一致，具有匹配性。阿联酋航空的采购金额有所下降，但是后返佣金收入有所上升，主要受后返佣金政策变动的影响，以美亚科技母公司（Office 号为 CAN826）为例，在 2023 年第四季度阿联酋航空的后返佣金政策为总量 3.5%-4.5%，在 2024 年第四季度为总量 3.0%-6.0%，有所提升，后返佣金政策的具体情况参见“问询函第 2 题/二/（五）/1/（2）/②/B. 主

要合作航司后返佣金政策变动情况分析”。

（四）结合后返佣金考核结算周期，说明期末应收后返佣金占后返佣金收入比是否较高，结合账龄、逾期情况、期后回款情况分析后返佣金是否存在回款风险，并视情况进行风险揭示

1、结合后返佣金考核结算周期，说明期末应收后返佣金占后返佣金收入比是否较高

（1）报告期各期末应收后返佣金和后返佣金收入的占比情况：

单位：万元

年度	应收账款余额-后返佣金组合	后返佣金收入（不含税）	后返佣金收入交易额（含税）	应收后返佣金占后返佣金收入比
	A	B	C	D=A/C
2024 年 12 月 31 日/2024 年度	5,639.24	15,669.32	16,603.88	33.96%
2023 年 12 月 31 日/2023 年度	4,285.20	10,257.58	10,865.32	39.44%
2022 年 12 月 31 日/2022 年度	1,147.51	1,940.84	2,057.29	55.78%

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

报告期各期末，发行人应收后返佣金占后返佣金收入的比例分别为 55.78%、39.44%、33.96%。后返佣金的考核和结算周期主要为季度，当季度的后返数据一般在次季度与航司进行结算、开票、回款，期末后返佣金的应收账款余额主要为发行人确认的第四季度的后返佣金款项。

2022 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比为 55.78%，2022 年第四季度后返佣金收入占全年后返佣金收入金额占比为 48.62%，期末应收后返佣金占后返佣金收入比大于第四季度收入占全年比例，因此，存在偏高的情况。2022 年度下半年开始，境外地区先行解除相关限制，国际航线率先恢复，根据政策后返佣金收入主要集中在下半年度确认。公共卫生事件期间，后返佣金回款可能存在不及时性，期末未回款的主要为第四季度的款项和少部分前三季度确认的款项，期末应收后返佣金占后返佣金收入比偏高，但具有合理性。

2023 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比为 39.44%，与其第四季度后返佣金收入占全年后返佣金收入的比例 37.23%相匹配，比例不存在偏高情况。2023

年度随着境内外出行不再受限，发行人订单量和销售额均实现快速增长，但后返政策大面积的恢复和订单量快速增长主要集中在 2023 年下半年，期末未回款的主要为第四季度的款项，期末应收后返佣金占后返佣金收入比和发行人与航司的结算模式、考核周期相符。

2024 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比为 33.96%，其第四季度后返佣金收入占 2024 年度的后返佣金收入的比例为 21.70%，期末应收后返佣金占后返佣金收入比大于第四季度收入占全年的比例，比例存在偏高的情况，主要系 2024 年度期末的应收后返佣金存在少部分属于前三季度的款项，结合期后的回款情况，主要在 2025 年度第一季度收回，具有合理性。

综上，报告期末各期应收后返佣金占后返佣金收入比与航司的结算和考核周期相符， 2023 年末应收后返佣金占后返佣金收入比不存在较高的情况，2022 年期末和 **2024 年末**应收后返佣金占后返佣金收入比存在较高情况，但具有合理性。

2、结合账龄、逾期情况、期后回款情况分析后返佣金是否存在回款风险，并视情况进行风险揭示

（1）报告期内，后返佣金组合的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	**5,639.23**	4,223.49	1,087.29
1-2 年（含 2 年）	**0.01**	1.50	0.60
2-3 年（含 3 年）	**-**	0.60	59.61
3 年以上	**-**	59.61	-
合计	**5,639.24**	**4,285.20**	**1,147.51**

注：3 年以上的款项主要系对海南航空控股股份有限公司的款项，因海航集团债务危机，发生破产重组，该款项已于 2024 年度下半年回款。

（2）截至 **2025 年 4 月 30 日**，后返佣金的回款情况如下：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期末余额（A）	**5,639.24**	4,285.20	1,147.51
回款情况（B）	**4,622.85**	**4,284.38**	**1,147.51**
未回款金额（C=A-	**1,016.39**	**0.82**	**-**

项目	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
B）			
回款比例（D=B/A）	81.98%	99.98%	100.00%

发行人后返佣金的考核和结算周期以季度为主，根据与航司签订的合同协议，协议并未约定回款周期，但是结合发行人与航司的对账结算周期、交易习惯，款项在当季度或者下季度回款，对于账龄超过一年，发行人一般认为款项已逾期。**截至 2025 年 4 月 30 日**，发行人的应收后返佣金款项在期后**大部分**都已回款，逾期情况极少，回款风险较低。

综上，结合账龄、逾期情况、期后回款情况进行分析，发行人的后返佣金款项回款较好，客户信用优质，回款风险较低，不存在需进行风险揭示的情况。

三、主要航旅客户销售增长的合理性

（一）说明主要航旅旅行社、票代客户成立时间、主营业务、订单获取方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率，是否存在成立时间短即与发行人合作、主要向发行人采购的情况及合理性，说明间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点，间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售的原因及合理性

1、说明主要航旅旅行社、票代客户成立时间、主营业务、订单获取方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率

（1）旅行社

单位：万元

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率		
							2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度
2024年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务和航空票务代理服务	系统对接	2014年	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.35%	0.34%	0.50%
	2	广州典实国际旅行社有限公司	2016年	酒店、航空、票务、旅行社、旅游	客户端下单+系统对接	2023年	32,972.37	13,580.48	-	-2.95%	-4.46%	-
	3	石家庄在云上旅行社有限公司	2020年	国内旅游、出境旅游、票务服务、定制旅游、线上服务	客户端下单+客服登单	2020年	7,099.93	2,580.84	555.75	-0.95%	-1.07%	0.72%
	4	北京引领假日国际旅行社有限公司	2020年	票务代理服务、旅客票务代理、酒店管理	客户端下单+客服登单	2015年	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.31%	1.72%
	5	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	2018年	入境旅游业务、境内旅游业务	客户端下单+客服登单	2019年	4,722.49	2,777.05	1,898.19	-0.71%	-0.23%	0.10%
2023年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务和航空票务代理服务	系统对接	2014年	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.35%	0.34%	0.50%
	2	广州典实国际旅行社	2016年	酒店、航空、票务、	客户端下单+	2023年	32,972.37	13,580.48	-	-2.95%	-4.46%	-

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率		
							2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度
		有限公司		旅行社、旅游	系统对接							
	3	深圳市澜天环球国际旅行社有限公司	2022年	酒店、航空、票务、旅行社、旅游	客户端下单+客服登单	2022年	-19.95	4,448.99	1,434.95	-36.15%	-1.55%	-2.06%
	4	上海建晔国际旅行社有限公司	2016年	旅行社业务及相关服务	客户端下单+客服登单	2016年	2,482.56	3,583.32	1,872.16	0.24%	0.28%	-0.25%
	5	北京引领假日国际旅行社有限公司	2008年	出境旅游业务及全方位旅游服务	系统对接+客户端下单+客服登单	2015年	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.31%	1.72%
2022年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务、民用航空运输销售代理及经营国内航线等	系统对接	2014年	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.35%	0.34%	0.50%
	2	河北祥程国际旅行社有限公司	2018年	国内旅游和入境旅游业务	客户端下单+客服登单	2018年	2,811.75	2,355.81	3,314.47	-0.47%	-0.06%	0.78%
	3	深圳市蓝天环球国际旅行社有限公司	2009年	旅游业务及相关服务	客户端下单+客服登单	2014年	-	-25.98	3,167.13	-	0.71%	0.53%
	4	北京引领假日国际旅行社有限公司	2008年	出境旅游业务及全方位旅游服务	系统对接+客户端下单+客服登单	2015年	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.31%	1.72%
	5	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	2018年	入境旅游业务、境内旅游业务	客户端下单+客服登单	2019年	4,722.49	2,777.05	1,898.19	-0.71%	-0.23%	0.10%

（2）票务代理

单位：万元

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率		
							2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度
2024年度	1	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	20,185.52	8,454.44	7,216.97	-0.27%	-0.19%	0.48%
	2	自由之翼（北京）航空服务有限公司	2019年	机票交易服务平台	客服登单	2024年	10,661.92	-	-	-0.85%	-	-
	3	上海翼盟航空服务有限公司	2013年	机票预定、退改签及个性化服务的专业机票代理	客户端下单+客服登单	2014年	8,971.50	5,840.75	658.84	-0.30%	-0.37%	0.55%
	4	上海今通旅游咨询有限公司	2010年	机票交易服务平台	客户端下单+客服登单	2014年	8,754.07	3,554.65	2.17	-2.53%	-2.62%	-108.31%
	5	同程网络科技股份有限公司	2004年	交通票务预订	系统对接	2014年	7,881.83	1,025.23	1,255.71	-0.70%	-0.57%	-0.05%
2023年度	1	广州典实商旅服务有限公司	2014年	商旅服务及票务代理	客户端下单+系统对接	2023年	-9.61	9,697.25	-	-31.22%	-2.23%	-
	2	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	20,185.52	8,454.44	7,216.97	-0.27%	-0.19%	0.48%
	3	上海翼盟航空服务有限公司	2013年	机票预定、退改签及个性化服务的专业机票代理	客户端下单+客服登单	2014年	8,971.50	5,840.75	658.84	-0.30%	-0.37%	0.55%
	4	深圳市空港易行商旅服务有限公司	2018年	商旅服务	客户端下单+客服登单	2018年	4,182.52	4,593.99	3,271.95	-1.47%	-0.95%	-1.67%
	5	壹华咨询服务（广州）有限公司	2020年	招投标代理服务	客户端下单+客服登单	2022年	3,094.48	3,556.05	1,390.07	-0.66%	-0.53%	-0.74%
2022年度	1	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	20,185.52	8,454.44	7,216.97	-0.27%	-0.19%	0.48%

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率		
							2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度
	2	深圳市志凌云航空服务有限公司	2015年	航空票务及相关服务	客户端下单+客服登单	2015年	1,713.99	3,166.14	4,942.98	0.46%	0.62%	0.58%
	3	深圳市空港易行商旅服务有限公司	2018年	商旅服务	客户端下单+客服登单	2018年	4,182.52	4,593.99	3,271.95	-1.47%	-0.95%	-1.67%
	4	广州捷途会展服务有限公司	2011年	会展服务	系统对接+客户端下单+客服登单	2015年	2,964.29	2,779.05	2,442.57	-1.37%	-1.16%	-0.49%
	5	太原金腾航空服务有限公司	2020年	票预订和咨询服务	客户端下单+客服登单	2020年	11.62	3,303.40	2,372.90	0.41%	-0.29%	0.61%

2、是否存在成立时间短即与发行人合作、主要向发行人采购的情况及合理性

旅行社存在成立当年即与发行人开始合作的客户。深圳市澜天环球国际旅行社有限公司：原合作方为深圳市蓝天环球国际旅行社有限公司，2022年新成立深圳市澜天环球国际旅行社有限公司后，即转用新主体进行合作。上海建晔国际旅行社有限公司：发行人开拓这家客户的销售与该客户负责采购的人员曾为同事，后两人分别入职不同公司，且因发行人服务优质、产品多元化，建立联系后即达成合作。河北祥程国际旅行社有限公司：该客户由其他客户（北京澳远航空服务有限公司）介绍，信任美亚的品牌和信誉度，达成合作。石家庄在云上旅行社有限公司：客户实控人从其他客户（在路上（北京）航空服务有限公司）离职后设立公司，因客户成立后没有自己的产品，需依托相熟的供应商，美亚的品牌和信誉度均为客户首选。

票务代理存在成立当年即与发行人开始合作的客户。深圳市空港易行商旅服务有限公司：客户实际控制人曾任职于发行人，工作期间积累了一定的人脉资源，且了解发行人的产品资源优势以及商业诚信，离职设立公司后即与发行人达成合作。深圳市志凌云航空服务有限公司：该客户由其他客户（深圳市嘉信商旅服务有限公司）介绍，信任美亚的品牌和信誉度，达成合作。

太原金腾航空服务有限公司：客户实控人从其他客户（在路上（北京）航空服务有限公司）离职后设立公司，因客户成立后没有自己的产品，需依托相熟的供应商，美亚的品牌和信誉度均为客户首选。

上述客户成立当年即与发行人开始合作，均向发行人采购机票，主要原因有两点：其一，客户的主要股东或相关人员通过其他主体曾与发行人开展合作，新设主体后即与发行人直接达成合作；其二，发行人凭借优质的服务、多元化的产品以及强大的品牌影响力等优势，致使同行客户有票源需求时即会找到发行人达成合作。

3、间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点

间接销售具有必要性和合理性，主要原因有三点：

其一，扩充采购渠道。不同机票代理人与航司间战略合作深度、产品资源获取能力等存在一定差异，例如航司可能会在某些产品上为部分代理人提供更优惠的佣金政策、私有运价以维持稳定的业务关系进而致使代理人的产品采购价格存在差异，在市场终端客户对价格敏感度较高的情况下，机票代理人将会更倾向于向机票采购价更低的同行采购而非直接向航司采购。

其二，扩大销售渠道。不同机票代理人所触及的终端客户群体存在一定的差异性，例如携程主要面向 C 端客户，而发行人主要面向 B 端客户，通过间接销售的渠道一方面可以扩大客户群体，提高销售量，增加盈利能力；另一方面还可以减少针对不同类型客户的销售费用，降低营运成本。

其三，分散经营风险。通过与其他机票代理人间接合作，可以实现销售渠道的多样化，有效降低单一客户或市场波动带来的影响，即使某个客户的业务需求发生变化，或者面临市场竞争加剧的情况，依然可以通过其他合作伙伴保持稳定的销售额和收益来源。这种多元化的销售策略有助于增强企业的抗风险能力和可持续发展能力。

4、间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售的原因及合理性

报告期内，发行人的直接销售、间接销售还原至总额法下的毛利率情况如下所示：

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
直接销售	3.29%	33.80%	3.15%	40.87%	4.94%	47.26%
间接销售	-0.45%	64.99%	-0.23%	58.21%	0.89%	52.33%
后返佣金	68.99%	1.20%	72.19%	0.92%	67.52%	0.41%
合计	1.65%	100.00%	1.82%	100.00%	3.07%	100.00%

发行人的直接销售、间接销售还原至总额法下的毛利率存在差异的原因是客

户结构不同，具体情况如下所示：

销售模式	客户类型	2024年度		2023年度		2022年度	
		还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
直接销售	商旅直销客户	3.31%	30.67%	3.16%	35.83%	4.76%	40.09%
	航旅直销客户	2.31%	1.68%	3.25%	1.95%	6.70%	3.65%
	散客	1.88%	0.71%	2.57%	2.15%	5.57%	2.58%
	旅游直销客户	5.73%	0.75%	4.06%	0.94%	3.96%	0.93%
	小计	**3.29%**	**33.80%**	**3.15%**	**40.87%**	**4.94%**	**47.25%**
间接销售	票务代理	-0.56%	39.94%	-0.42%	32.31%	0.95%	30.99%
	旅行社	-0.28%	24.58%	-0.01%	25.59%	0.79%	21.33%
	旅游非直销客户	-0.04%	0.47%	-0.06%	0.31%	-0.39%	0.01%
	小计	**-0.45%**	**64.99%**	**-0.23%**	**58.21%**	**0.89%**	**52.33%**
后返佣金	后返佣金	68.99%	1.20%	72.19%	0.92%	67.52%	0.41%
合计		1.65%	100.00%	**1.82%**	**100.00%**	**3.07%**	**100.00%**

直接销售模式下以商旅直销客户为主，发行人为商旅直销客户代订机票的整体服务标准更高，致使报价较高，还原至总额法下的毛利率较高。

间接销售模式下以旅行社、票务代理为主，发行人与多家航空公司保持稳定的合作关系，获取了具备较强竞争力的后返政策，其设定的销售目标达成的奖励更为丰厚，发行人为完成考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略，使发行人在多家航空公司的票源销售价格上具备价格优势，致使还原至总额法下的毛利率较低。

综上所述，发行人间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售具有合理性。

（二）说明与携程集团的合作背景、发行人在其供应商体系中的竞争地位，发行人与携程集团下属不同主体的合作模式、是否均通过携程的线上平台开展、各期销售金额，向携程集团销售规模较大且大幅上涨、还原总额法下毛利率持续下滑的原因，销售是否真实、合作是否稳定可持续；说明与其他主要电商客户的合作模式、业务实质（代理/买断）、销售渠道、销售及回款情况，电商客户是否均为间接客户，与电商客户收入确认流程及合规性；说明对电商客户还原总额法下毛利率是否高于其他同类旅行社、票代客户及原因

1、说明与携程集团的合作背景、发行人在其供应商体系中的竞争地位，发行人与携程集团下属不同主体的合作模式、是否均通过携程的线上平台开展、各期销售金额

（1）说明与携程集团的合作背景

发行人与携程集团的合作是商业撮合的结果。携程作为国内最大的在线旅行服务提供商之一，在旅游市场上拥有庞大的用户基础和丰富的资源，同时发行人在航旅票务也具有显著的优势和影响力。携程的需求量大，能够为发行人提供稳定的票源销售渠道，有助于提高销售效率和降低运营成本；而发行人的专业能力和行业地位，则能为携程提供更多元化的产品和服务选择，满足不同层次消费者的需求。通过深度合作，双方还可以共享数据和技术资源，推动产品创新和服务升级。因此，双方的合作可以实现资源共享、优势互补，共同拓展市场份额，提升品牌价值。

（2）发行人在其供应商体系中的竞争地位

虽然根据相关访谈，携程集团回复发行人在其供应商体系中的竞争地位属于商业秘密，不便透露，但发行人通过优质的服务、多元化的产品以及强大的品牌影响力，在携程供应商体系中展现出显著的竞争优势。报告期内发行人对携程集团的销售金额分别为 68,713.11 万元、178,315.61 万元和 **145,152.85** 万元，**2023 年度和 2024 年度销售金额均超 1 亿元，且报告期各年度均被邀请参与携程集团全球合作伙伴峰会，该峰会主要邀请携程集团核心供应商，这**也间接体现了发行人在携程供应商体系中具有一定的竞争优势。

（3）发行人与携程集团下属不同主体的合作模式、是否均通过携程的线上平台开展、各期销售金额

单位：万元

序号	合作主体	合作模式	是否通过携程的线上平台开展	销售金额		
				2024年度	2023年度	2022年度
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	系统对接	携程平台	123,541.86	168,953.05	61,362.56
2	北京趣拿软件科技有限公司	系统对接	去哪儿平台	20,185.52	8,454.44	7,216.97
3	上海携程国际旅行社有限公司	客服登单	线下	535.49	443.16	5.21
4	华程国际旅行社集团有限公司	客户端下单+客服登单	线下	460.27	269.07	48.80
5	上海华程国际旅行社有限公司	客户端下单+客服登单	线下	313.54	127.31	67.36
6	北京华程航空服务有限公司	客户端下单+客服登单	线下	63.43	2.25	2.49
7	其他	客户端下单+客服登单	线下	52.73	66.32	9.73

注：上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司是分别通过携程和去哪儿平台进行业务开展，具体流程是发行人将产品及政策投放到其供应商报价系统，平台在发行人报价的基础上定价再对外销售，发行人未在平台上开设店铺。

2、向携程集团销售规模较大且大幅上涨、还原总额法下毛利率持续下滑的原因

发行人向携程集团销售规模较大且大幅上涨，主要原因有二点：其一，随着民航出行限制的取消、旅游业的发展和消费者需求的增长，携程集团作为在线旅行服务平台的需求也在增加，致使其采购额提升；其二，发行人凭借优质的服务、多元化的产品以及强大的品牌影响力，进一步深化了与携程集团的合作。

报告期内，发行人对携程集团还原至总额法下毛利率分别为 0.52%、0.32%和 0.28%，呈现逐年下滑的趋势，主要原因有三点：其一，随着民航出行限制的逐步取消，市场票源供给逐步恢复，价格回归至正常水平，致使毛利率下降；其二，携程集团为发行人航旅票务客户，随着民航出行限制的解除，航司后返政策恢复，发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售策略，致使毛利率下降；其三，携程集团的下游客户主要为 C 端客户，具有较强的价格敏感性，因此针对携程集团发行人会进一步采取低价策略，致使毛利率下降。

3、销售是否真实、合作是否稳定可持续

（1）销售是否真实

结合 IT 审计“单笔机票金额合理性分析”、“机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析”、“同一个人用户的已出票订单中存在行程时间重叠的异常情况分析”、“同一企业用户退票率合理性分析”等业务数据的场景分析；以及执行客户交易记录的细节测试、客户走访、函证等程序对交易数据的确认，发行人与携程集团的销售真实。

（2）合作是否稳定可持续

发行人与携程集团的合作稳定可持续，主要原因有两点：其一，发行人与携程集团主要合作方签订了自动续签的长期合作协议，只要双方都遵守协议中的条款和条件，该合作协议将在到期后自动延续，无需重新谈判，为双方提供了长期合作的法律保障，减少了不确定性，有利于建立稳固的合作关系。其二，发行人与携程集团的合作不仅满足了各自的需求，还实现了资源互补和优势共享。例如，发行人的产品或服务能够帮助携程集团丰富产品资源，而携程庞大的客户群体则为发行人带来了更多的市场份额，这种互惠互利的关系使得双方都有动力保持长期合作。

4、说明与其他主要电商客户的合作模式、业务实质（代理/买断）、销售渠道、销售及回款情况，电商客户是否均为间接客户，与电商客户收入确认流程及合规性

（1）说明与其他主要电商客户的合作模式、业务实质（代理/买断）、销售渠道、销售及回款情况，电商客户是否均为间接客户

单位：万元

序号	电商客户名称	合作模式	业务实质	销售渠道	销售金额			2024年末应收账款余额	回款率	是否为间接客户
					2024年度	2023年度	2022年度			
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	系统对接	发行人系《企业会计准则第14号——收入》下所定义的“代理人”，从业务上来看，发行人提供的是“预订服务”，出票完成后即完成了该服务的交付，属于买断	电商平台	123,541.86	168,953.05	61,362.56	1,521.28	100.00%	是
2	北京趣拿软件科技有限公司	系统对接		电商平台	20,185.52	8,454.44	7,216.97	237.04	100.00%	是
3	合肥联拓天际电子商务有限公司&合肥联拓天下国际旅行社有限公司	系统对接		电商平台	2,384.59	2,274.28	1,154.84	5.78	100.00%	是
4	同程网络科技股份有限公司	系统对接		电商平台	7,881.83	1,025.23	1,255.71	147.67	100.00%	是
5	北京同程华鼎国际旅行社有限公司	系统对接		电商平台	828.15	610.83	250.30	40.54	100.00%	是

注 1：合肥联拓天际电子商务有限公司与合肥联拓天下国际旅行社有限公司属于同一集团，2022 年度合作交易逐步由合肥联拓天下国际旅行社有限公司切换至合肥联拓天际电子商务有限公司，故将两者交易金额合并计算；

注 2：回款率截至 2025 年 4 月 30 日。

（2）与电商客户收入确认流程及合规性

与电商客户的收入确认流程：消费者通过电商平台下单并支付款项，电商平台收款后生成订单，并自动推送订单至发行人系统，发行人根据订单需求通过各采购渠道进行采购，发行人完成采购并成功出票后确认收入。

发行人的收入确认政策为“航空客运销售代理业务在民航客运销售代理业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后确认收入”， 发行人为电商客户提供完“预订服务”后，即委托人确认订单且业务办理成功后，取得相关服务的控制权，确认收入时点符合企业会计准则要求，具有合规性。

5、说明对电商客户还原总额法下毛利率是否高于其他同类旅行社、票代客户及原因

电商客户还原总额法下的毛利率与旅行社客户、票务代理客户的差异主要受后返佣金和运营成本的影响。发行人为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，同时还承担运营成本，致使还原至总额法下的毛利率较低或是为负数。

所以合并后返佣金后，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，通过每笔订单的销售金额、采购金额计算的订单毛利率更能体现发行人对客户的销售定价情况，合并后返佣金的订单毛利率分析如下所示：

单位：万元

年度	客户性质	销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
2024年度	电商客户	154,821.96	1.16%	1,597.07	0.03%	-20.96	0.22%
	旅行社	319,423.53	1.35%	5,094.49	-0.40%	-66.92	-0.28%
	票务代理	518,564.09	1.20%	8,507.41	-0.60%	-115.76	-0.56%
2023年度	电商客户	181,317.82	1.29%	1,778.65	0.31%	192.22	0.31%
	旅行社	284,333.77	1.40%	3,909.80	0.03%	316.09	-0.01%
	票务代理	358,974.32	1.24%	5,543.43	-0.30%	789.09	-0.42%
2022年度	电商客户	71,240.38	1.43%	270.04	1.05%	361.16	0.48%
	旅行社	101,163.51	1.93%	494.96	1.44%	576.68	0.79%
	票务代理	146,644.44	2.45%	1,060.52	1.73%	1,306.03	0.95%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

报告期各期内，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，合并后返佣金后，电商客户、旅行社和票务代理的合并后返佣金的订单毛利率相近，不存在重大差异。

（三）说明与广州典实集团的合作模式，通过不同主体与发行人合作的原因，说明广州典实集团主营业务、市场地位、合作背景、订单取得方式、各期对其下属不同主体销售情况，说明 2023 年开始合作即实现大额销售的合理性，是否主要向发行人采购及合理性，还原总额法下毛利率显著偏低的原因；针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，说明合并后返佣金后是否仍然为负，如是，分析与其合作的商业合理性，是否低价刺激销售

1、与广州典实集团的合作模式、合作背景

广州典实集团（以下简称“广州典实”）具备电商渠道（携程、去哪儿等）的销售优势，自身业务需求量较大，发行人具有更全面的产品优势，能提供更优的产品价格，通过业务开拓以及依托发行人的行业知名度，双方于 2023 年开始合作，实现资源的优势互补。通过对广州典实的访谈确认，广州典实取得某特定航司的 OTA 平台授权，而发行人尚未取得，因此无权向电商平台销售该类航司的国际机票。鉴于此，发行人选择与广州典实合作，将该类航司的国际机票销售给广州典实。广州典实集团主要通过系统对接向发行人采购 BSP 出票的国际机票。

2、通过不同主体与发行人合作的原因

广州典实商旅服务有限公司和广州典实国际旅行社有限公司系同一实控人控制，2023 年 2 月发行人与广州典实商旅服务有限公司开展合作，后因客户与携程等电商平台签署主体为广州典实国际旅行社有限公司，应客户要求，为了经营管理需要，后续发行人逐步转换合作主体。

3、广州典实集团主营业务、市场地位、订单取得方式，说明 2023 年开始合作即实现大额销售的合理性

广州典实集团主营业务为航旅票务代理。因其自身的渠道优势，主要在携程等电商平台上销售，公开信息上并未披露广州典实集团的市场地位。

广州典实集团主要依靠其自身在电商平台积累的销售优势取得平台订单，业

务需求量较大，经双方合作后，发行人提供的产品和服务具有竞争优势，2023 年开始合作即实现大额销售具有合理性。

4、各期对其下属不同主体销售情况如下

单位：万元

主体名称	2024 年度		2023 年度	
	销售金额（含税）	占比	销售金额（含税）	占比
广州典实国际旅行社有限公司	32,972.37	100.03%	13,580.48	58.34%
广州典实商旅服务有限公司	-9.61	-0.03%	9,697.25	41.66%
合计	32,962.77	100.00%	23,277.73	100.00%

5、是否主要向发行人采购及合理性，还原总额法下毛利率显著偏低的原因

根据访谈客户了解，广州典实集团向发行人采购的国际机票量占其 2023 年度采购的比例为 30%至 40%，广州典实集团并非主要向发行人采购，其向发行人采购主要系因为发行人行业地位和境外产品优势，发行人 2023 年度对广州典实集团的销售金额占全年销售金额的比例为 2.09%，**2024 年度对广州典实集团的销售金额占全年销售金额的比例为 2.53%**，销售占比较小，其采购具有合理性。

还原总额法下的毛利率较低且为负数，原因系广州典实集团主要销售中国国航的境外机票，而该航司给予发行人的后返佣金政策竞争力较强，其设定的销售目标达成的奖励更为丰厚，使发行人在该航空公司的票源销售价格上具备较强的价格优势，同时广州典实集团具备电商渠道的销售优势，并对该航空公司的票源有较强的采购需求，发行人为取得该客户的订单并完成该航空公司的考核目标赚取后返佣金，会选择比其他旅业同行客户更具市场竞争力的定价策略，考虑后返佣金奖励后，发行人对广州典实集团的利润为正。

6、针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，说明合并后返佣金后是否仍然为负，如是，分析与其合作的商业合理性，是否低价刺激销售

针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅前五大客户，对其合并后返佣金收入后进行分析，具体如下：

（1）2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
1	广州典实国际旅行社有限公司	-2.95%	1,278.01	0.72%
2	北京趣拿软件科技有限公司	-0.27%	252.80	0.96%
3	自由之翼（北京）航空服务有限公司	-0.85%	174.02	0.77%
4	上海翼盟航空服务有限公司	-0.30%	117.95	0.98%
5	上海今通旅游咨询有限公司	-2.53%	272.11	0.55%

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
1	广州典实国际旅行社有限公司	-4.46%	781.33	1.13%
2	广州典实商旅服务有限公司	-2.23%	406.07	1.94%
3	北京趣拿软件科技有限公司	-0.19%	135.72	1.53%
4	上海翼盟航空服务有限公司	-0.37%	70.80	0.94%
5	深圳市空港易行商旅服务有限公司	-0.95%	74.71	0.72%

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
1	深圳市空港易行商旅服务有限公司	-1.67%	45.57	0.33%
2	广州捷途会展服务有限公司	-0.49%	17.87	0.75%
3	北京舒美航空服务有限公司	-0.17%	9.94	0.77%
4	上海建晔国际旅行社有限公司	-0.25%	0.60	0.47%
5	深圳市澜天环球国际旅行社有限公司	-2.06%	35.11	0.77%

（4）2021 年度

单位：万元

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
1	同程网络科技股份有限公司	-0.80%	12.86	0.60%
2	北京宏运祥机票代理有限公司	-0.71%	0.38	0.18%

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
3	深圳市空港易行商旅服务有限公司	-0.39%	1.41	0.57%
4	上海飞鹭机票代理有限公司	-0.72%	0.14	0.16%
5	北京荣祥航空服务有限公司	-0.41%	-	0.49%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

对于还原至总额法下的毛利率为负数的航旅客户，主要原因系一方面，发行人的市场定价策略为统筹考虑代理分销及后返佣金，实现整体收益最优，采取向下游客户让渡部分价格以完成航司制定的考核目标赚取后返佣金的销售政策；另一方面，发行人的成本核算包括了部分人工薪酬、配置费等间接运营成本。针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，合并后返佣金后订单毛利率均为正数，发行人与其合作具有商业合理性。

（四）说明间接客户是否实现向终端销售，发行人是否对终端客户负有责任

间接客户为旅行社、票务代理等旅业同行客户，发行人向其开展机票 B2B 分销，以供其满足终端客户的航旅出行票务需求。间接客户一般通过自有网站、渠道或者携程、去哪儿网等第三方电子商务网站向终端客户销售机票。

基于机票业务的特殊性，如果缺少终端客户乘机人的信息，则无法对间接客户实现销售，出票人信息必须完整提供才能最终成功出票。因此，发行人在向间接客户销售的同时，就已经实现了向终端客户的销售。终端客户如需对已购买产品进行退订、改期等变更，需先与间接客户达成一致后，间接客户与发行人进行沟通处理方案，待发行人确认后方可配合间接客户进行相应操作。如因航空公司原因导致航班信息变更，发行人应在收到航班信息变更后及时通知间接客户，由间接客户负责通知终端客户，因间接客户未及时通知终端客户造成损失的，发行人不承担相关责任。此外，间接客户直接与发行人结算，一般为一周一结或一周双结，不以终端客户向其结算为前提。

综上，间接客户均已实现向终端客户销售，发行人不对终端客户负有责任。

（五）补充披露航旅直销客户、散客的主要客户类型、获客方式、合作模式、业务开展流程、销售渠道/平台、定价策略、信用期、支付方式、毛利率等情况

1、主要客户类型、获客方式、合作模式、业务开展流程、销售渠道/平台、定价策略、信用期、支付方式

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（一）销售情况和主要客户/3、公司服务的主要客户群体”中补充披露如下：

“航旅票务业务中存在少量直接销售，客户性质为航旅直销客户、散客，系公司直接为部分中小型企事业单位、个人客户提供机票预订服务，公司与两类客户的合作具体情况如下：

客户性质	主要客户类型	获客方式	合作模式	业务开展流程	销售渠道/平台	定价策略	信用期	支付方式
航旅直销客户	中小型企事业单位	客户推荐、品牌推广与市场营销	客户端下单+客服登单	签订框架协议+订单需求+按约定结算	航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）	“票面价格-基础佣金/后返佣金折扣”模式或“报价”模式	主要为现结或次日结算	银行转账、第三方平台支付
散客	自行下单的中小型企事业单位、个人客户		客户端下单	自行下单+现结			现结	

”

2、毛利率

发行人在招股说明书之“第八节 管理层讨论与分析/三、盈利情况分析/（三）毛利率分析/7.其他披露事项”中补充披露如下：

“报告期内，发行人航旅直销客户、散客的毛利率情况如下所示：

客户类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
航旅直销客户	不适用（注）	1.26%	92.32%	2.18%	27.49%	9.25%
散客	不适用（注）	0.43%	91.00%	1.92%	28.24%	5.30%

注：2024 年度航旅直销客户、散客的成本金额为负数。

报告期内，航旅直销客户的收入占比分别为9.25%、2.18%和1.26%，散客的收入占比分别为5.30%、1.92%和0.43%，占比均较低，不属于发行人主要的客户

类型。因为受不同收入确认政策的影响，发行人航旅直销客户、散客的毛利率存在不同程度的波动，所以将收入与成本还原至总额法下，毛利率的具体情况如下所示：

客户类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅直销客户	2.31%	1.68%	3.25%	1.95%	6.70%	3.65%
散客	1.88%	0.71%	2.57%	2.15%	5.57%	2.58%

报告期内，航旅直销客户还原至总额法下的收入占比分别为3.65%、1.95%和1.68%，散客还原至总额法下的收入占比分别2.58%、2.15%和0.71%，占比均较低，不属于发行人主要的客户类型。

2023 年度航旅直销客户、散客还原至总额法下的毛利率有所下降，主要原因系随着相关限制解除，票源更加充足，航空客运销售代理市场供给大于需求，价格下降致使还原总额法下的毛利率有所下降。2024 年度航旅直销客户、散客还原至总额法下的毛利率有所下降，主要原因系票源市场供给逐步恢复，价格下降致使还原总额法下的毛利率有所下降。”

四、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

（一）说明主要商旅客户主营业务、合作背景、订单获取方式、是否签署长期合同及续期方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率、应收账款、期后回款情况；说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性，报告期对南方电网延长信用期的原因；说明报告期对主要商旅客户（如东方承启、南方电网、中石化集团、OPPO）销售金额大幅上涨的原因，与客户员工数量、差旅费的匹配性，结合东方承启业务区域分布、员工数量情况说明其 1.62 亿元商旅采购需求的真实性；说明报告期对主要商旅客户销售下滑的情况及原因，是否存在纠纷和回款风险

1、说明主要商旅客户主营业务、合作背景、订单获取方式、是否签署长期合同及续期方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率、应收账款、期后回款情况

单位：万元

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率			2024年12月末应收账款余额	回款率
									2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度		
2024年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年+无异议自动顺延一年	依据客户要求	2020年	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	8,310.73	99.14%
	2	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	9个月		2022年	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	5,290.47	99.82%
	3	深圳市能之汇投资有限公司	投资兴办实业及国内商业等	商务谈判	系统对接	两年		2010年	23,439.88	22,905.90	2,450.33	**	**	**	2,390.50	90.91%

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率			2024年12月末应收账款余额	回款率
									2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度		
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	技术服务和软件开发	招投标	系统对接	一年三个月，自动顺延		2022年	17,495.68	16,233.77	1,086.45	**	**	**	5,176.56	99.96%
	5	比亚迪汽车工业有限公司	新能源汽车研发制造、电池技术及电动商用车生产销售	招投标	系统对接	两年		2021年	9,689.38	3,918.07	3,137.56	**	**	**	1,842.52	100.00%
2023年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年+无异议自动顺延一年		2020年	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	8,310.73	99.14%
	2	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	9个月		2022年	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	5,290.47	99.82%
	3	深圳市能之汇投资有限公司	投资兴办实业及国内商业等	商务谈判	系统对接	两年		2010年	23,439.88	22,905.90	2,450.33	**	**	**	2,390.50	90.91%
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	技术服务和软件开发	招投标	系统对接	一年三个月，自动顺延		2022年	17,495.68	16,233.77	1,086.45	**	**	**	5,176.56	99.96%
	5	OPPO广东移动通信有限公司	智能手机的研发	商务谈判	系统对接	一年八个月		2015年	8,438.89	10,700.86	3,368.60	**	**	**	781.90	100.00%

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额			还原至总额法下毛利率			2024年12月末应收账款余额	回款率
									2024年度	2023年度	2022年度	2024年度	2023年度	2022年度		
2022年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年+无异议自动顺延一年		2020年	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	8,310.73	99.14%
	2	中电建湖北电力建设有限公司	电力工程施工总承包及多元化工程建设服务	商务谈判	客服登单	一年		2017年	364.39	1,070.51	5,233.56	**	**	**	43.76	74.25%
	3	杭州海康威视数字技术股份有限公司	人工智能	招投标	系统对接	先签署半年试运行，后续再确认是否签3+2年长期合同		2017年	2,178.29	3,651.77	4,365.49	**	**	**	358.24	100.00%
	4	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	9个月		2022年	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	5,290.47	99.82%
	5	中国化学工程第七建设有限公司	石油化工、建筑工程等EPC总承包及国际工程项目	商务谈判	系统对接+客服登单	两年		2020年	2,689.84	1,568.20	3,397.80	**	**	**	302.39	91.94%

注 1：合作背景为招投标的客户主要系该客户有招投标需求，发行人主动参与招投标；商务谈判的客户主要系发行人业务人员、客户因有业务需求进行商业谈判后达成合作需求；

注 2：发行人与客户的续签方式需要根据客户的具体通知确定，例如前期以招投标形式达成合作的客户，在续签时可能不会再执行招投标，而直接通过商务谈判的方式直接续签；同时，部分前期以商务谈判达成合作的客户，也可能因为内部流程发生变动而重新要求招投标，但通常情况下续签方式与最初合作获取背景一致；

注 3：回款率截至 **2025 年 4 月 30 日**。

2、说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性，报告期对南方电网延长信用期的原因

（1）说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性

东方承启与南方电网与发行人于 2022 年开始合作。

东方承启（北京）商务科技有限公司是京东方科技集团股份有限公司（以下简称“京东方”）负责商旅管理集采事宜的子公司，因其需要专业服务能力更强、产品资源更好、资金实力更优的供应商，发行人于 2022 年中标其商旅服务供应商。京东方是一家全球领先的半导体显示技术、产品与服务提供商之一，主要业务包括显示器件、智慧系统和健康服务等，其在全球范围内拥有多个研发中心和生产基地，在中国大陆的北京、合肥、成都、重庆等地设有生产线，且其与众多国内外知名品牌建立了合作关系，客户遍布全球。其 2023 年度报告显示共有员工 90,563 人。因此，京东方虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，商旅服务的需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，致使发行人与其刚开始合作销售即大幅增长。

南方电网互联网服务有限公司是中国南方电网有限责任公司（以下简称“南方电网”）负责商旅管理集采事宜的子公司，因其需要专业服务能力更强、产品资源更好、资金实力更优的供应商，发行人于 2022 年中标其商旅服务供应商。南方电网负责投资、建设和经营管理南方区域电网，参与投资、建设和经营相关的跨区域输变电和联网工程，为广东、广西、云南、贵州、海南五省区和港澳地区提供电力供应服务保障，也自主开展外贸流通经营、国际合作、对外工程承包和对外劳务合作等业务，是

国内率先“走出去”的电网企业。据其官网显示，南方电网员工总数近 27.6 万人。因此，南方电网虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，对商旅服务的需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，致使发行人与其刚开始合作销售即大幅增长。

（2）报告期对南方电网延长信用期的原因

南方电网互联网服务有限公司信用期从T+1的30日调整为T+2的30日，主要原因系发行人与其新签合同，约定使用UATP，即 UATP 运营商直接把机票款结算给航司，客户后续按约定结算周期将机票款和服务费结算给发行人，发行人再将机票款代替客户还给 UATP 运营商，减缓了发行人的资金压力。

3、说明报告期对主要商旅客户（如东方承启、南方电网、中石化集团、OPPO）销售金额大幅上涨的原因，与客户员工数量、差旅费的匹配性[3]

（1）东方承启

发行人对东方承启销售金额大幅上涨的原因，参见本问题回复之“四/（一）/2/（1）说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性”。

（2）南方电网

发行人对南方电网销售金额大幅上涨的原因，参见本问题回复之“四/（一）/2/（1）说明与东方承启、南方电网是否系 2022

[3]相关信息来源于公开信息，与发行人实际最新情况可能存在差异。

年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性”。

（3）中石化集团

中国石化集团国际旅行社有限责任公司是中国石油化工集团有限公司（以下简称“中国石化”）负责商旅管理集采事宜的子公司。中石化集团是中国最大的石油化工企业之一，其业务规模非常庞大，覆盖了石油和化工行业的上下游多个领域。其业务布局遍布全国，在经济较为发达的地区如东部沿海省份有着更为密集的投资和业务活动，并在全球多个国家和地区拥有投资项目和合作项目，包括资源开发和贸易活动。其下属子公司中国石化（600028.SH）2023 年度报告显示，员工人数为 368,009 人，集团员工总数将更高。虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，中石化集团的差旅业务需求较高。民航出行限制阶段，因外部环境制约，发行人对其销售金额相对较低，随着民航出行限制的解除，其差旅需求逐步恢复，发行人对其销售金额实现大幅上涨。

（4）OPPO

OPPO 广东移动通信有限公司是一家知名的消费电子产品制造商，专注于研发、生产和销售包括智能手机、配件以及其他智能设备在内的多种产品。其业务遍及 50 多个国家和地区，拥有超过 40 万个销售网点及 2,500 个服务中心，在东南亚、欧洲、中东和非洲等海外地区也拥有较强的市场表现。其在全球范围内，拥有九大智能制造中心、六大研究所、四大研发中心，并在伦敦设有全球设计中心。员工总人数超过 4 万人。虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，OPPO 的差旅业务需求较高。民航出行限制阶段，因外部环境制约，发行人对其销售金额相对较低，随着民航出行限制的解除，其差旅需求逐步恢复，发行人对其销售金额实现大幅上涨。

4、结合东方承启业务区域分布、员工数量情况说明其 1.62 亿元商旅采购需求的真实性

东方承启 1.62 亿元商旅采购需求的原因，参见本问题回复之“四/（一）/2/（1）说明与东方承启、南方电网是否系 2022 年开始合作，刚开始合作销售即大幅增长的商业合理性”。

结合 IT 审计“单笔机票金额合理性分析”、“机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析”、“同一个人用户的已出票订单中存在行程时间重叠的异常情况分析”、“同一企业用户退票率合理性分析”等业务数据的场景分析；以及执行客户交易记录的细节测试、客户走访、函证等程序对交易数据的确认，发行人与东方承启的销售具有真实性。

5、说明报告期对主要商旅客户销售下滑的情况及原因，是否存在纠纷和回款风险

报告期内，发行人对中电建湖北电力建设有限公司的销售金额分别为 5,233.56 万元、1,070.51 万元**和 364.39 万元**，2023 年度较 2022 年度下降 79.55%，**2024 年度较 2023 年度下降 65.96%**；对杭州海康威视数字技术股份有限公司的销售金额分别为 4,365.49 万元、3,651.77 万元和 **2,178.29** 万元，2023 年度较 2022 年度下降 16.35%，**2024 年度较 2023 年度下降 40.35%；对中兴通讯股份有限公司的销售金额分别为 3,051.72 万元、2,818.26 万元和 2,361.39 万元，2023 年度较 2022 年度下降 7.65%，2024 年度较 2023 年度下降 16.21%**。三家客户均**连续**下降的态势，主要原因系客户商旅服务存在多家供应商，在民航出行限制阶段，发行人的国际机票产品满足客户的专项需求，2022 年度采购量相对较高，2023 年度民航出行限制取消，客户需求回归常态且国际机票单价下降。

报告期内，发行人对中国石化集团国际旅行社有限责任公司的销售金额分别为 23,030.96 万元、60,618.39 万元和 50,755.96 万元，2023 年度较 2022 年度上升 163.20%，主要原因系 2023 年度民航出行限制取消，客户业务需求大幅上升；2024 年度较 2023 年度下降 16.27%，主要原因系客户部分国内机票采购模式调整。对 OPPO 广东移动通信有限公司的销售金额分别为

3,368.60 万元、10,700.86 万元和 8,438.89 万元，2023 年度较 2022 年度上升 217.66%，主要原因系 2023 年度民航出行限制取消，客户业务需求大幅上升；2024 年度较 2023 年度下降 21.14%，主要原因系客户引入多服务商。发行人对两者的国内机票销售金额下降，但国际机票销售金额均呈现小幅上升。

发行人与相关客户不存在纠纷，且上述客户报告期期末应收账款回款情况较好，各期均按照约定支付款项，回款风险较低。

（二）说明报告期发行人主要商旅客户信用期及变化、是否符合政策要求，结合主要商旅客户信用期及销售变化情况，说明是否通过延长信用期刺激销售、突击业绩

1、报告期发行人主要商旅客户信用期及变化、是否符合政策要求

商旅管理业务的客户主要系大型国央企等企事业单位，客户财务状况和信用良好。报告期内，应收账款余额前五大客户中仅南方电网互联网服务有限公司信用期在 2022 年从“T+1 的 30 日”调整为“T+2 的 30 日”，调整原因系发行人与其新签合同，约定使用 UATP 卡结算，减缓了发行人的资金压力。前五大除南方电网互联网服务有限公司外，其他客户均不存在调整信用期的情况。

发行人制度规定对账期超过“T+1 的 30 日”的客户在合同正式签署前需履行特定的审批手续，具体流程为商旅销售部业务员发起审批流程，风控法务专员、风控部负责人、商旅销售部负责人、商旅板块总经理、美亚总经理分别审批。经检查相关审批资料，南方电网互联网服务有限公司的账期调整符合发行人的政策要求。

2、结合主要商旅客户信用期及销售变化情况，说明是否通过延长信用期刺激销售、突击业绩

商旅管理业务报告期内前五大销售客户信用期及销售金额统计如下：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		2022年度		信用期	是否发生变化
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率		
中国石化集团国际旅行社有限责任公司	50,755.96	-16.27%	60,618.39	163.20%	23,030.96	7.96%	T+2的15日	否
海信集团控股股份有限公司	7,920.62	22.74%	6,453.00	97.05%	3,274.76	-7.35%	T+1的30日	否
中兴通讯股份有限公司	2,361.39	-16.21%	2,818.26	-7.65%	3,051.72	-0.86%	T+1的30日	**否**
华勤技术股份有限公司	6,262.74	34.46%	4,657.76	91.35%	2,434.22	-15.72%	T+1的30日	否
长安福特汽车有限公司	2,328.17	-37.25%	3,709.98	87.91%	1,974.30	-26.12%	T+1的30日	否

项目	2024年度		2023年度		2022年度		信用期	是否发生变化
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率		
中电建湖北电力建设有限公司	364.39	-65.96%	1,070.51	-79.55%	5,233.56	116.13%	T+1的30日	否
杭州海康威视数字技术股份有限公司	2,178.29	-40.35%	3,651.77	-16.35%	4,365.49	85.63%	T+1的30日	否
OPPO广东移动通信有限公司	8,438.89	-21.14%	10,700.86	217.66%	3,368.60	76.95%	T+1的30日	否
深圳市能之汇投资有限公司	23,439.88	2.33%	22,905.90	834.81%	2,450.33	31.51%	T+2的15日	否
中国化学工程第七建设有限公司	2,689.84	71.52%	1,568.20	-53.85%	3,397.80	185.46%	T+1的30日	否
东方承启（北京）商务科技有限公司	17,495.68	7.77%	16,233.77	1394.20%	1,086.45	100.00%	T+2的25日	否
南方电网互联网服务有限公司	28,631.89	15.92%	24,699.77	601.94%	3,518.78	100.00%	T+1的30日、T+2的30日	是
比亚迪汽车工业有限公司	9,689.38	147.30%	3,918.07	24.88%	3,137.56	1237.33%	T+2的15日	否
中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	7,197.21	26.85%	5,673.65	115.83%	2,628.74	376.41%	T+1的30日	否
中国化学工程集团有限公司	5,063.25	48,887.97%	10.34	100.00%			T+2的15日	否

注 1：摘取报告期内各年度前五大销售客户报告期内的销售金额数据；

注 2：报告期内，仅南方电网互联网服务有限公司的信用期**在 2022 年**从“T+1 的 30 日”调整为“T+2 的 30 日”，调整原因系发行人与其改为 UATP 卡结算，**后续年度并无调整**。

商旅客户账期通常长于供应商账期，发行人有较大的垫资需求，因此发行人通常不存在对存量客户放宽信用政策的情况。对于新增企业客户，发行人会参考已有客户信用期情况，结合客户实际情况给予其信用期，通常不会超过标准账期，且由于垫资压力较大，新客户开拓时也要求其尽可能预存款或缩短其账期。

对于部分招投标企业客户，发行人为提升自身竞争力会适度放宽对该客户的

信用期，主要原因系该类客户于招投标文件中写明信用期要求，如若不满足，发行人无法参与其招投标活动，与此同时，发行人也会考虑增加服务费以平衡放宽信用期带来的资金压力。

综上所述，因公共卫生事件解除导致市场需求大幅增长，发行人业绩增长较快，发行人与客户双方在合同有效期内严格执行合同约定的信用政策，不存在通过延长信用期刺激销售、突击业绩的情况。

（三）说明 2023 年对中石化集团、南方电网还原总额法下毛利率上涨原因、报告期对前五大商旅客户还原总额法下平均毛利率偏低的原因，商旅客户之间还原总额法下毛利率差异较大、部分商旅客户还原总额法下毛利率明显偏高或偏低甚至为负的合理性

1、说明 2023 年对中石化集团、南方电网还原总额法下毛利率上涨原因

通过每笔订单的销售金额、采购金额计算的订单毛利率更能体现发行人对客户的销售定价情况，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，中国石化集团国际旅行社有限责任公司（以下简称“中石化集团”）、南方电网互联网服务有限公司（以下简称“南方电网”）在 2023 年度、2022 年度的订单毛利率情况如下所示：

单位：万元

客户名称	年度	销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
中国石化集团国际旅行社有限责任公司	2023年度	60,618.39	**	491.73	**
	2022年度	23,030.96	**	342.67	**
南方电网互联网服务有限公司	2023年度	24,699.77	**	211.13	**
	2022年度	3,518.78	**	56.04	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

在 2022 年度、2023 年度，中国石化集团的订单毛利率变动较小较为稳定；南方电网的订单毛利率变动较小较为稳定。

在考虑所分摊的成本后，2023 年度相较于 2022 年度，中国石化集团、南方电网还原至总额法下的毛利率均有所上升，主要原因系发行人的运营成本相对固定，中国石化集团、南方电网的销售金额上升幅度高于运营成本的上升幅度，致使还原至总额法下的毛利率均有所上升。

2、报告期对前五大商旅客户还原总额法下平均毛利率偏低的原因

报告期内，发行人前五大商旅直销客户还原至总额法下平均毛利率偏低，主要受产品结构的影响，各年度前五大商旅直销客户的产品结构如下所示：

单位：万元

年度	该年度前五大商旅直销客户	产品维度	销售金额	占前五大商旅直销客户合计销售金额的比例
2024 年度	**中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、比亚迪汽车工业有限公司**	国际机票代理	**18,558.41**	**14.27%**
		国内机票代理	**58,502.25**	**45.00%**
		酒店代理	**52,701.56**	**40.54%**
		保险代理	**0.18**	**0.00%**
		其它代理	**250.40**	**0.19%**
		包机包位	**-**	**-**
		合计	**130,012.80**	**100.00%**
2023 年度	中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、OPPO广东移动通信有限公司	国际机票代理	11,068.00	8.19%
		国内机票代理	78,756.45	58.27%
		酒店代理	45,115.35	33.38%
		保险代理	1.51	0.00%
		其它代理	217.37	0.16%
		包机包位	-	-
		合计	**135,158.68**	**100.00%**
2022 年度	中国石化集团国际旅行社有限责任公司、中电建湖北电力建设有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司、南方电网互联网服务有限公司、盐池新源工程有限责任公司	国际机票代理	11,157.38	28.22%
		国内机票代理	13,374.91	33.83%
		酒店代理	14,724.75	37.24%
		保险代理	11.31	0.03%
		其它代理	271.08	0.69%
		包机包位	-	-
		合计	**39,539.44**	**100.00%**

报告期内，发行人前五大商旅直销客户主要以国内机票代理、酒店代理为主，其合计的销售金额占比分别为 71.07%、91.65%和 85.54%，占比较高。而在商旅管理业务中，毛利主要来自于国际机票代理，致使发行人前五大商旅直销客户还原至总额法下平均毛利率偏低。报告期内，商旅管理的国际机票代理毛利占发行人毛利总额的比例分别为 51.38%、40.23%和 42.86%，在商旅管理业务中占比最高，具体情况参见本问询回复之“**问题 1. 商业模式与核心竞争力**/四/（四）/4”。

综上所述，发行人前五大商旅直销客户还原至总额法下平均毛利率偏低具有合理性。

3、商旅客户之间还原总额法下毛利率差异较大、部分商旅客户还原总额法下毛利率明显偏高或偏低甚至为负的合理性

具体情况参见“问询函第 8 题/四/（一）说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异”。

（四）说明主要商旅客户对供应商的考核机制，发行人符合情况，与可比公司相比的竞争优劣势，进入商旅客户供应商体系一般需要的时间，客户更换供应商所需的成本，结合上述情况分析主要商旅客户黏性、与主要商旅客户合作的稳定性

1、主要商旅客户对供应商的考核机制，发行人符合情况

主要商旅客户通过商旅平台服务商周 KPI 考核榜的形式对发行人进行考核，考核指标包括资源产品、服务质量、对账结算、系统功能、企业投诉、否决项等。不同商旅客户有不同的考核内容及评分权重，只有少数商旅客户定期执行考核，大部分商旅客户不定期对发行人进行考核，且商务合同未约定对发行人的考核机制。报告期内，发行人服务质量好、口碑声誉高，均通过商旅客户的考核，符合商旅客户的考核要求。

2、与可比公司相比的竞争优劣势

（1）公司的竞争优势主要体现在：资源聚合环节中的泛商旅资源聚合能力、服务响应环节中的数字化技术能力、专业化服务经验

①资源聚合环节中的泛商旅资源聚合能力

发行人与腾轩旅游、易飞国际、携程集团等同行业可比公司的业务布局相似，易飞国际主营航旅票务；腾轩旅游以交通票务（即航旅票务）为主，且有少量商旅服务业务。可比公司均主要聚合机票资源，业务以航旅票务为主，较少聚合酒店资源和其他泛商旅资源，发行人除了聚合机票资源，同时聚合酒店资源和其他泛商旅资源，且聚合的泛商旅资源量更多。

发行人与可比公司均需要从航司和其他机票代理人两个渠道，聚合全球范围内的 BSP 和 CDS 机票、航司直采机票、同行外采机票、包机包位机票等优质票源，其中以采购 BSP 机票为主。可比公司在公开文件中未明确披露其与航空公司或酒店供应商的直接合作相关情况。

机票资源整合方面，截至本问询回复日，发行人拥有 145 家中国境内外航司 BSP 授权，下辖十数项 BSP 出票 Office 号，并且率先取得美联航、新加坡航空、芬兰航空等国际航司的 NDC 资格，可为客户提供兼具产品丰富度和价格竞争力的出行选择。发行人也是中国国航商旅 A 类服务商和 UATP 首家上线 TMC、东方航空指定合作差旅管理服务商、南方航空卓越商旅服务商、四川航空 B2G 官网直连首家上线 TMC，拥有中国国航、东方航空、南方航空、新加坡航空、马来西亚航空、日本航空等大型知名境内外航司的 SME 协议，可助力中小企业客户享受航司优惠政策。

酒店资源整合方面，发行人已与华住、锦江、如家、亚朵、东呈、君亭等数十家知名酒店集团实现系统直连稳固合作，并与美团、艺龙、飞猪、Expedia、Agoda 等境内外在线旅行社实现系统直连，通过酒店直连、渠道聚合、协议托管等方式覆盖全国近 70 万家酒店，可将客户订单对应的房源采购信息高效准确推送至合作方系统中完成交易。

泛商旅产品聚合能力可以部分体现为销售规模。腾轩旅游 2024 年营业收入中商旅服务 2,733.01 万元，占比 1.99%；易飞国际 2024 年所有业务均作为航空客运销售代理服务披露，营业收入为 3,199.32 万元；携程集团 2024 年营业收入中商旅管理 250,200.00 万元，占比 4.69%；易飞国际和腾轩旅游的商旅管理业务规模则相对较小，这也可以侧面反映发行人在机票资源聚合能力方面具备一定竞争优势。

②服务响应环节中的数字化技术能力

对于泛商旅出行服务领域的公司，主要研发方向是将数字化、网络化、智能化技术与商旅管理出行场景深度融合，搭建场景化部署的运营管理系统和业务处理系统。公司以及客户一般通过系统可用性、预警时效性及准确性、实时航班查询性能、大数据查询性能等维度来评价服务响应环节中的数字化技术能力。发行人泛商旅相关数字化系统具有较高可用性，系统可用率（即系统稳定运行时长在系统运行总时长中的占比）达到 99.97%；异常情形下预警时效性及准确性较高，保障客户服务体验；在航班和酒店等资源查询场景下，可确保较为快速的大规模数据检索性能。同行业公司相关数字化系统的技术性能指标属于其商业机密，未予公布。

③专业化服务经验

发行人客服团队建立起全流程服务支持体系，支持出行前、中、后全流程跟踪以及线上线下技术人工全方位融合，通过突发事件处理应对体系，设立 24 小时应急服务处理机制，提供 SOS 全球差旅安全风险防范及保障方案和出行应急增值服务，建立起 24 小时服务体系即 7×24 小时人工客服专线，支持中英双语服务，主动全程跟踪服务，接通率达 95%以上，全国 400 热线投诉、紧急投诉 1 小时内回复。

同行可比公司中仅携程集团在 2023 年报中披露相关内容，其在“用户支持”章节中披露如下：A. 24 x 7 全天候通过电话、实时讯息、电子邮件及社交网络等多个渠道以语音、文字、图片及视频等多媒体形式提供线上、线下用户支持；B. 设立旅行安全中心，该中心建立起旅行预警中心等创新机制；C. 推出环球旅行 SOS 服务，涵盖自然灾害及恐怖分子袭击等紧急情况救援等服务。

与可比公司相比，发行人在包括客户服务保障方案制定、临时预订协调能力、免费/付费增值服务、协议机票/酒店托管上架效率、订单处理效率、售后服务效率等多方面更能充分保障客户体验。

（2）发行人的竞争劣势主要体现在：行业知名度、品牌影响力及融资能力

相比于携程集团、同程旅行等已上市主体相比，其行业知名度及品牌影响力

相对低，其资本市场融资能力相对弱，较依赖于银行融资或其他成本较高的融资渠道，不利于发行人抢占更多的商旅管理业务市场份额。

3、进入商旅客户供应商体系一般需要的时间

在商旅管理服务中，发行人通过商务谈判、招投标等方式获取业务。对于有招投标流程需求的客户，发行人经招投标流程并取得中标通知书后即进入客户的供应商体系，该期间跨度一般为 1 至 3 个月。中标后发行人与客户签订的第一份合同服务期一般在 2 年以上（含），部分客户的合同到期后双方无异议即可自动延期；对于通过商务谈判等其他方式获取的客户，双方达成一致合作意向后即进入客户供应商体系。

4、客户更换供应商所需的成本

（1）合规成本

发行人主要客户为大中型企事业单位，对于需要履行招投标的商旅客户，更换商旅管理业务供应商需要重新履行招投标程序以满足审计、内部管理等合规要求。

（2）人力和时间成本

商旅客户对于精益化管理商旅活动的意愿较高且具备数字化部署商旅管理系统的能力，因此更换对接的商旅管理系统需要耗费较大的人力和时间成本；此外，商旅管理服务对供应商的全流程服务能力要求较高，更换供应商可能需要经历磨合期等隐形成本。

（3）财务成本

商旅管理对供应商的财务资金能力要求较高，如更换后的供应商资金垫付能力不足，可能会加大客户的资金压力从而增加资金使用成本。

5、结合上述情况分析主要商旅客户黏性、与主要商旅客户合作的稳定性

报告期内整体商旅客户增减变动情况及稳定性如下：

单位：万元

类型	2024年		2023年度		2022年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比	收入	收入占比
新增客户	409.12	2.35%	1,012.77	6.17%	951.62	9.82%
减少客户	-	-	115.27	0.70%	101.18	1.04%
存量客户	17,032.59	97.65%	15,296.19	93.13%	8,633.89	89.13%
合计	**17,441.71**	**100.00%**	**16,424.24**	**100.00%**	**9,686.69**	**100.00%**

注 1：新增客户指当年/期开始第一次向发行人采购的客户；

注 2：减少客户指当年/期仍向发行人采购，但之后年度或期间未向发行人采购。2022 年减少客户系 2023 年未向发行人采购，2023 年减少客户系 2024 年未向发行人采购，**由于 2025 年一季度数据无法充分体现 2024 年减少客户数量，因此待 2025 年其他季度数据确定后再更新。**

由上表可知，发行人存量客户的收入占比逐年提高，充分反映其客户的稳定性，发行人的服务质量得到客户的一致认可，客户黏性逐渐增强，为发行人收入增长带来持续动力。

综上所述，发行人凭借自身优势向商旅客户提供高标准的服务，且符合商旅客户的考核要求。与同行业可比公司相比，发行人在资源聚合环节中的泛商旅资源聚合能力、服务响应环节中的数字化技术能力以及专业化服务经验具有相对竞争优势，主要商旅客户对商旅资源采购需求量大，数字化部署意愿和能力强，且更换商旅服务供应商也需要较大的成本，因此发行人与主要商旅客户的黏性及合作稳定性较强。

（五）说明向商旅客户提供技术集成服务的具体情况，是否收费及标准，是否确认收入，是否单独核算，相关会计处理是否合规

1、向商旅客户提供技术集成服务的具体情况，是否收费及标准，是否确认收入，是否单独核算

发行人开发多种技术集成模式，深度融合互联网和大数据技术，协助客户开展商旅管理的数字化部署和精益化管理。为适配不同客户的差异化技术集成需求，发行人提供单点登录跳转、第三方系统集成、API 接口开放等技术集成服务模式，可将自身商旅管理数字化系统与企业 OA、商旅费控等第三方系统和客户自建商旅管理系统无缝衔接，支持客户数字化部署商旅管理。在商旅管理服务中，客户选用特定技术集成服务模式与发行人商旅管理数字化系统对接后，即可自定义配置审批流程及商旅政策，实现其商旅管理活动的线上部署。

发行人提供的三种技术集成服务模式具体情况如下：

一是单点登录跳转模式：该模式适用于客户要求快速上线、系统对接需求简单的情形。企业通过内部系统集成对接美亚系统，员工通过单点登录跳转到美亚系统终端预订。发行人商旅管理数字化系统对出行前的产品查询、商旅政策合规性校验、订单提交、订单审核以及费用结算提供全链路技术支持。

二是第三方系统集成模式：该模式适用于需要与客户指定第三方费控、OA、财务、办公平台集成的情形。客户通过第三方如费控、OA、财务共享平台直接对接美亚商旅系统，集成商旅应用、费用管控、费用报销、自动对账等功能。发行人商旅管理数字化系统会严格按照客户设定的商旅政策、出差单对预订进行管控，在便捷员工操作的基础上做到有效降本管控。

三是 API 接口开放模式：该模式适用于客户需要按照自定义流程自主搭建商旅管理系统的情形。客户自建商旅平台后，发行人将查询、预订、退改等全流程输出 API 接口供企业调用，助力客户实现商旅管理自主数字化部署和精细化管理。

发行人向客户提供的商旅产品服务费报价包含商旅产品资源整合服务费、技术集成等增值服务费，因此技术集成也是商品产品服务费的一部分。但由于发行人与客户签订的合同未包含技术集成服务权利义务，发行人也不会就该项服务单独向客户收取费用，因此技术集成服务不便于单独计量，与商品产品资源整合服务费构成一项履约义务而合并向客户收取商旅产品服务费。

发行人向客户提供的技术集成服务仅仅作为差旅产品的配套增值服务，主要是为了对接客户采购需求，与合同中约定的商旅产品具有高度关联性，不可明确区分，因此与商旅产品合并构成一项履约义务，其本身不构成单项履约义务， 其支出主要是系统搭建及后续维护的人工成本，故不确认收入，也不单独核算。

2、相关会计处理是否合规

根据《企业会计准则第 14 号—收入》：第三条，本准则所称合同，是指双方或多方之间订立有法律约束力的权利义务的协议。合同有书面形式、口头形式以及其他形式。第四条，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相

关商品控制权时确认收入。第五条，当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：（一）合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；（二）该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；（三）该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；（四）该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；（五）企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。第十条，企业向客户承诺的商品同时满足下列条件的，应当作为可明确区分商品：（一）客户能够从该商品本身或从该商品与其他易于获得资源一起使用中受益；（二）企业向客户转让该商品的承诺与合同中其他承诺可单独区分。

发行人与客户签订的合同未包含技术集成服务的权利义务，发行人向客户提供的技术集成服务作为一项增值服务，主要是为了商旅产品的销售，与合同中约定的商旅产品具有高度关联性，不可明确区分，因此与商旅产品合并构成一项履约义务，其本身不构成单项履约义务，且发行人向客户提供的商旅产品服务报价不包含该服务，发行人也不会就该服务单独向客户收取费用，该服务也无法可靠计量，故不满足收入确认条件，相关会计处理具有合规性。

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、销售结构变动和销售增长的合理性

（1）获取发行人的收入成本明细表，核查发行人的包机包位、代理分销的毛利率情况；

（2）审查发行人与供应商签订的包机包位合同，了解具体的商业条款；

（3）获取并查阅了发行人与主要客户的合同、销售订单明细等基础数据，查看主要合同条款以及原始单据，就报告期不同维度，如年度、季度、板块、产品、客户、销售类型等的销售金额、销售收入、毛利率进行分析，了解和分析其变动原因及合理性，并结合企业会计准则的要求评价发行人收入确认政策的合理性及一贯性；

（4）查阅同行业可比公司公开资料，对比分析发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致；了解其业务模式、收入确认方法、收入构成、变动情况，并与发行人进行对比，分析各项指标的合理性；

（5）访谈发行人管理层及业务负责人，了解发行人各类业务的销售模式、采购模式，报告期内收入构成及其变动情况；

（6）查阅行业权威网站信息及研究报告，了解行业整体的增长趋势、包机包位规模、是否是公共卫生事件期间行业惯用业务模式，2023 年的行业规模、出票量等关键数据；

（7）访谈发行人管理层、主要供应商，了解包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式，与常规代理销售业务的区别，包括合作的差异，销售与采购的差异等；

（8）检索查阅机票代理及商旅管理相关行业研究报告及公开新闻，了解报告期前、报告期内、报告期后的市场规模、行业政策变化情况；

（9）对 2023 年第四季度收入构成进行分析，访谈发行人管理层及业务负责人后返佣金、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性，以及了解第四季度确认收入的主要航司、旅游客户情况，收入确认时点及依据，核查是否存在跨期确认收入的情形。

2、后返佣金收入的可持续性

（1）访谈发行人管理人员及业务人员，了解发行人航旅票务、商旅管理业务的业务模式及盈利方式，以及后返佣金收入在上述业务中存在差异的原因，了解后返佣金政策的相关情况；

（2）走访发行人主要合作的航司，了解业务合作方式以及后返佣金政策情况；

（3）获取发行人报告期前、报告期内、报告期后主要合作航司给发行人主要 Office 号的后返佣金政策，核查后返佣金政策的稳定性、持续性；

（4）查阅同行业可比公司的公开披露信息，了解同行业可比公司是否披露

代理及后返佣金收入情况；

（5）获取发行人的收入成本明细表、采购明细表，核查发行人国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入的贡献情况，核查主要合作航司的采购金额与其后返佣金的匹配情况；

（6）访谈发行人管理层和业务负责人，了解发行人基于后返佣金政策下的定价机制、航司政策的稳定性和可持续性、不同业务板块后返佣金的构成、结算模式和信用风险等；

（7）走访主要航司，了解发行人与航司的合作情况、政策稳定性及考核标准、考核周期和结算周期；

（8）获取报告期内后返佣金的政策文件、明细构成、回款情况，分析不同板块后返佣金构成及占比，并分析后返佣金收入与机票出票规模的匹配性、分析主要合作航司后返佣金政策的稳定性；

（9）查阅同行可比公司，了解可比公司的后返收入构成及变动情况；

（10）分析报告期末应收后返佣金构成并与后返佣金收入的占比，检查结算情况及期后回款情况。

3、主要航旅客户销售增长的合理性

（1）获取发行人的收入成本明细表，并访谈发行人管理人员及业务人员，核查并了解电商客户、旅行社客户、票务代理客户、航旅直销客户、散客的销售金额、毛利率情况；

（2）通过国家企业信用信息公示系统等官方平台查询主要航旅旅行社、票代客户的成立时间，浏览主要客户的官方网站、社交媒体账号等，了解其主营业务、发展历程等信息；

（3）审查发行人与主要航旅旅行社、票代客户、携程集团及其他主要电商客户签订的合作协议、合同等文件，了解双方的合作起始时间、合作模式等合作内容；

（4）访谈发行人管理层、各部门负责人，了解部分客户成立时间短即与发

行人合作的原因、采购内容，发行人不同业务模式、不同产品、不同客户的销售定价方式及结算方式、客户给予信用期情况，了解相关领域的竞争格局、市场空间和发展趋势以及发行人的市场地位和竞争优劣势；

（5）走访主要客户，了解客户的基本情况及主营业务情况，与发行人的合作时间和背景、与发行人的合作模式及销售情况；

（6）获取主要客户的合同及订单明细，分析主要合同条款是否与合作模式相匹配，分析销售金额与客户规模匹配性；还原总额法分析客户的毛利率情况、还原后返佣金后盈利情况以及根据销售类型分析直接销售和间接销售收入占比及毛利率情况；

（7）分析发行人的销售记录，了解不同客户订单获取的具体方式，分析发行人与携程集团、其他主要电商客户、直销客户、散客的销售记录，统计销售金额、毛利率、回款情况等；

（8）核查 IT 审计报告、执行销售收入细节测试、访谈主要客户确认交易的真实性；

（9）查阅行业研究报告，了解间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点。

4、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

（1）通过国家企业信用信息公示系统等官方平台查询主要商旅客户信息，浏览主要客户的官方网站、社交媒体账号、财务报告等，了解其主营业务、发展历程等信息；

（2）访谈发行人管理层、各部门负责人，了解发行人商旅板块主要客户基本情况、合作背景、客户获取方式、客户信用政策、合同签约情况以及客户对供应商的考核机制，了解发行人与客户合作的黏性及稳定性；针对新增客户如东方承启、南方电网合作即大幅增长的商业合理性、南方电网存在信用期变动及原因；

（3）访谈发行人对于技术集成方式的划分依据、标准，了解发行人与客户业务对接系统的基本情况和流程、技术集成是否单独收费以及对产品报价的影响；

（4）获取发行人的收入成本明细表并访谈发行人管理人员及业务人员，核查并了解主要商旅客户销售金额大幅上涨的原因，以及中石化集团、南方电网毛利率的变动原因、发行人主要商旅直销客户的毛利率差异原因、前五大商旅直销客户还原至总额法下的毛利率偏低的原因；

（5）走访主要商旅客户，了解客户基本情况、合作背景、合作模式等，了解报告期内客户采购需求变动情况，对发行人的考核情况以及信用期变动情况；

（6）通过国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网等方式查询主要商旅客户的基本信息；

（7）检查主要商旅客户合同、招投标文件，核实客户的合作模式、客户的获取方式以及报告期内信用期变动情况；

（8）获取销售订单明细及与客户的对账记录，分析客户的下单方式、主要商旅客户的销售金额、还原总额法下毛利率变动情况，检查发行人与客户的对账情况以及应收账款期后回款情况；

（9）审查销售下滑的主要商旅客户的信用状况，包括他们的偿债能力、经营稳定性以及行业声誉等因素，了解期后回款情况，评估相关回款风险。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、销售结构变动和销售增长的合理性

（1）采用包机包位业务模式符合当时的市场环境，具有商业合理性，因无公开信息无法确定是否为行业惯用模式，市场并无统一的数据来统计包机包位总出票规模，发行人包机包位收入规模和占比变动符合商业逻辑，无可比公司数据。在采购端，包机包位机票与代理模式存在差异，具有合理性；在销售渠道方面，两者不存在差异。发行人的包机包位、代理分销毛利率存在的差异情况具有合理性。发行人在航旅和商旅业务中的代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动符合行业趋势，且变动幅度与可比公司不存在重大差异，相关差异具有合理性。

（2）2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入与可比公司收入

变动趋势不存在明显差异，具有合理性。

（3）发行人销售金额占比最高的业务为航旅票务，其次为商旅管理，会奖旅游占比最低；销售和收入增长情况与可比公司不存在重大差异，且差异原因均具有合理性；2023 年行业市场规模、出票量均呈现增长态势，发行人商旅管理市场份额较 2022 年提升，航旅票务和会奖旅游无明确的市场规模数据，发行人期后销售及业绩情况良好，市场份额下滑的风险较小。

（4）航旅票务领域处于平稳增长的成熟阶段，商旅管理领域尚处于成长期，预计后续均将保持稳健增长，不存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况。

（5）发行人后返佣金、旅游业务在 2023 年第四季度收入金额较大具有合理性，不存在跨期确认收入的情况。

2、后返佣金收入的可持续性

（1）发行人航旅票务业务是以赚取后返佣金为主要盈利策略。根据历史情况、报告期内和期后情况，主要合作航司向发行人提供的后返佣金政策稳定、可持续。发行人的后返佣金收入稳定、可持续，但由于无法排除外部环境变动或合作航司自身商业策略调整等可能情形，该等情形可能对发行人后返佣金收入产生不利影响，发行人已经在招股说明书中充分揭示风险。

（2）在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，发行人航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例存在下滑情况，针对航旅票务的代理分销收入占代理销售金额的比例下滑风险，发行人已经在招股说明书中充分揭示风险。同行业可比公司未公开披露代理及后返佣金收入情况。上述占比在航旅票务、商旅管理存在的显著差异具有合理性。包机包位票源不属于后返佣金的考核范围，对后返佣金收入不产生影响。

（3）不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异具有合理性，后返佣金主要来自航旅票务具有合理性。后返佣金与国际机票、国内机票出票规模具有匹配性。发行人主要合作航司后返佣金收入与发行人向其采购情况具有匹配性。

（4）报告期末各期应收后返佣金占后返佣金收入比与航司的结算和考核周

期相符， 2023 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比不存在较高的情况，2022 年、2024 年末应收后返佣金占后返佣金收入比存在较高情况，但具有合理性；发行人的后返佣金款项回款较好，客户信用优质，回款风险较低，不存在需进行风险揭示的情况。

3、主要航旅客户销售增长的合理性

（1）发行人与主要航旅旅行社、票代客户合作无异常情况，虽然存在成立时间短即与发行人合作的客户，但均具有合理性。间接销售具有必要性、合理性，符合行业特点，发行人旅行社、票代客户的毛利率变动情况具有合理性。

（2）发行人与携程集团的合作具有商业合理性，尽管携程集团无法告知发行人在其供应商体系中的竞争地位，但发行人对其逐步提升的销售金额表明其具有一定的竞争力；发行人与携程集团的合作有通过携程、去哪儿线上平台开展的合作，也有通过客户端下单和客服登单的形式开展的合作；销售额增长但毛利率下滑具有商业合理性，相关销售真实、合作具有稳定性、可持续性；与其他主要电商客户的合作无异常，毛利率差异具有合理性。电商客户均为间接客户，与电商客户的收入确认及流程具有合规性；报告期各期内，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，合并后返佣金后，电商客户、旅行社和票务代理的调整后订单毛利率相近，不存在重大差异。

（3）发行人 2023 年开始与典实集团合作即实现大额销售具有合理性，其并非主要向发行人采购；与典实集团合作的还原总额法下的毛利率较低且为负数，主要原因系在双方互利共惠的合作背景下，发行人选择比其他旅业同行客户更具市场竞争力的定价策略，考虑后返佣金奖励后，发行人对广州典实集团的利润为正；对于还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，合并后返佣金后利润为正。

（4）发行人的间接客户均实现向终端销售，发行人对终端客户不负有责任。

（5）发行人已在招股说明书中补充披露了航旅直销客户、散客的主要客户类型、获客方式、合作模式、业务开展流程、销售渠道/平台、定价策略、信用期、支付方式、毛利率等情况。

4、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

（1）发行人与主要商旅客户的合作情况无异常；与东方承启、南方电网刚开始合作销售即大幅增长主要原因系其本身商旅服务的需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，致使发行人与其刚开始合作销售即大幅增长，具有合理性；南方电网因使用 UATP 新签合同致使信用期延长；东方承启、南方电网、中石化集团、OPPO 的销售金额大幅上涨与其业务规模、民航出行限制解除相关，具有合理性、真实性；对主要客户存在销售下滑的情况主要系受业务变动的影响，与发行人纠纷和回款风险较小。

（2）报告期发行人主要商旅客户信用期及变化符合政策要求，不存在通过延长信用期刺激销售、突击业绩的情况。

（3）2023 年度相较于 2022 年度，中石化集团、南方电网的订单毛利率变动较小，较为稳定。前五大商旅直销客户还原至总额法下的毛利率偏低，主要受产品结构的影响。发行人主要商旅直销客户的毛利率差异具有合理性。

（4）发行人与主要商旅客户合作具有黏性、稳定性。

（5）发行人向商旅客户提供的技术集成服务不收费，发行人不对其进行单独核算和确认收入，相关会计处理具有合规性。

六、说明对销售真实性采取的核查方法、过程、比例和结论

（一）中介机构核查方法、过程、比例

针对收入真实性，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

1、访谈发行人财务部门、销售部门、采购部门，了解发行人收入确认关键内部控制环节，销售模式、采购模式和收入确认方法等情况，并测试销售、采购环节内部控制运行的有效性；

2、执行函证程序：对发行人主要客户进行函证，核查客户销售金额与发行人账面记录是否一致；针对未回函及回函不符的部分，执行替代测试程序，检查其合同、销售订单、BSP 出票记录、对账单、银行回单等支撑性资料；

报告期内，保荐机构、申报会计师对客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
交易发生额（A）	1,301,298.71	1,114,446.06	474,273.78
发函金额（B）	783,742.88	730,251.35	339,967.17
发函金额占交易发生额的比例（C=B/A）	60.23%	65.53%	71.68%
回函金额（D）	663,602.77	631,373.42	286,203.47
回函相符可确认金额（E）	659,444.46	583,445.27	259,539.67
回函可确认金额占交易发生额的比例（F=E/A）	50.68%	52.35%	54.72%
回函金额占发函金额的比例（G=D/B）	84.67%	86.46%	84.19%
未回函金额（H=B-D）	120,140.12	98,877.93	53,763.70
针对未回函与回函不符执行替代测试金额（I）	124,298.42	146,806.08	80,427.50
回函可确认金额、替代测试确认金额合计占销售收入的比例（J=（（I+E）/A）	60.23%	65.53%	71.68%

3、执行访谈程序：对主要客户进行访谈，通过访谈了解客户基本情况、经营规模、合作背景、具体业务流程、交易规模、结算方式等，并确认客户与发行人之间是否存在关联关系及是否存在体外循环及其他利益输送等情况；

报告期各期，保荐机构、申报会计师对客户的访谈情况如下：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
交易发生额（A）	1,301,298.71	1,114,446.06	474,273.78
客户访谈销售金额（B）	571,896.90	539,998.35	232,508.85
客户访谈销售金额占销售发生额的比例（C=B/A）	43.95%	48.45%	49.02%

4、实施细节测试：获取发行人销售订单明细表，对其主要客户执行细节测试，检查发行人与客户签订的销售合同、对账记录、出票记录、回款凭证、航司后返政策等支撑性资料，核实客户销售收入的真实性；

报告期各期，保荐机构、申报会计师实施的销售细节测试核查比例如下：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入（A）	39,842.14	35,350.91	45,739.48
销售细节测试金额（B）	30,286.24	27,541.96	35,851.29
细节测试金额占营业收入的比例（C=B/A）	76.02%	77.91%	78.38%

5、执行分析性程序：获取报告期内发行人销售订单明细表，对各期收入和毛利率分别按产品类别、客户、销售模式、销售类型、业务板块等关键字段进行纵向对比分析，核实收入和毛利率的变动原因及其合理性；查阅同行业可比上市公司公开披露文件，获取其有关收入、毛利率、销售模式、收入确认政策及收入季度波动性等公开信息，并与发行人进行横向比对；

6、公开信息检索客户资料：通过国家企业信用信息公示系统等公开渠道查询客户的工商信息，了解其设立时间、注册资本、主营业务、主要股东、负面报道等信息，分析其成为发行人主要客户的合理性，核查客户与发行人发生的交易是否具有商业合理性以及客户是否与发行人存在关联关系等；

7、其他核查程序：了解发行人销售模式、各类型的收入确认政策，并查阅发行人报告期内主要客户销售合同，核查收入确认政策是否符合发行人实际经营情况；查阅企业会计准则中与收入确认相关的规定，核查发行人收入确认是否符合企业会计准则的要求；利用 IT 专家对公司业务信息系统和财务信息系统进行测试。

此外，针对包机包位业务收入真实性，保荐机构、申报会计师重点核查程序具体如下：

1、访谈财务部门、销售部门、采购部门，了解包机包位业务发生的背景、销售客户群体、采购供应商端与代理业务或者其他业务的差异；

2、获取包机包位业务主要客户、供应商合同，结合合同主要条款、上市公司如携程集团中类似业务和会计准则条款，充分论述收入确认方法、确认时点的恰当性和准确性，以及对比上市公司类似业务是否存在明显异常情况；

3、亲自走访重要的航司、同行等包机包位供应商，了解合作模式、结算模式、交易规模以及采购的真实性，并向供应商访谈了解业务是否属于包机包位，

是否承担存货无法售出的风险；

4、结合代理等其他业务，对重要的客户进行走访和函证，通过访谈了解客户基本情况、经营规模、合作背景、具体业务流程、交易规模、结算方式等，并确认客户与发行人之间是否存在关联关系及是否存在体外循环及其他利益输送等情况，核实客户销售的真实性；

5、对重要的包机包位供应商如航司、同行等进行函证，对报告期内相关采购数据和期末余额进行确认，核实业务发生的真实性；

6、获取包机包位业务销售订单，根据订单抽取供应商的包机包位确认函、预付单、出票记录以及付款情况等支撑性资料，核实包机包位采购的真实性；

7、对各期包机包位业务的按客户维度、供应商维度、起飞时间、航线等维度进行分析，并与代理业务还原总额法下进行分析毛利率和差异情况。

（二）中介机构核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人销售具有真实性。

七、对按照销售金额确定的前十大航旅、商旅客户销售核查具体情况

（一）销售金额前十大的航旅客户销售核查情况

1、2024 年度

项目	1	2	3	4	5
	上海华程西南国际旅行社有限公司	广州典实国际旅行社有限公司	北京趣拿软件科技有限公司	自由之翼（北京）航空服务有限公司	上海翼盟航空服务有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	123,529.84	32,972.37	20,185.52	10,661.92	8,971.50
销售占比	9.49%	2.53%	1.55%	0.82%	0.69%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是

项目	1	2	3	4	5
	上海华程西南国际旅行社有限公司	广州典实国际旅行社有限公司	北京趣拿软件科技有限公司	自由之翼（北京）航空服务有限公司	上海翼盟航空服务有限公司
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	上海今通旅游咨询有限公司	同程网络科技股份有限公司	四川寰宇纵横科技有限公司	石家庄在云上旅行社有限公司	北京引领假日国际旅行社有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	8,754.07	7,881.83	7,415.54	7,099.93	5,930.04
销售占比	0.67%	0.61%	0.57%	0.55%	0.46%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

2、2023 年度

项目	1	2	3	4	5
	上海华程西南国际旅行社有限公司	广州典实国际旅行社有限公司	广州典实商旅服务有限公司	北京趣拿软件科技有限公司	上海翼盟航空服务有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	168,937.85	13,580.48	9,697.25	8,454.44	5,840.75

项目	1	2	3	4	5
	上海华程西南国际旅行社有限公司	广州典实国际旅行社有限公司	广州典实商旅服务有限公司	北京趣拿软件科技有限公司	上海翼盟航空服务有限公司
销售占比	24.16%	1.94%	1.39%	1.21%	0.84%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	深圳市空港易行商旅服务有限公司	深圳市澜天环球国际旅行社有限公司	上海外国语大学	上海建晔国际旅行社有限公司	壹华咨询服务（广州）有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	4,593.99	4,593.99	3,644.68	3,583.32	3,556.05
销售占比	0.66%	0.66%	0.52%	0.51%	0.51%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	否	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	否	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

3、2022 年度

项目	1	2	3	4	5
	上海华程西南国际旅行社有限公司	北京趣拿软件科技有限公司	上海外国语大学	深圳市志凌云航空服务有限公司	河北祥程国际旅行社有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	61,362.56	7,216.97	5,905.82	4,942.98	3,314.47
销售占比	21.96%	2.58%	2.11%	1.77%	1.19%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	深圳市空港易行商旅服务有限公司	深圳市蓝天环球国际旅行社有限公司	广州捷途会展服务有限公司	太原金腾航空服务有限公司	北京引领假日国际旅行社有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额（万元）	3,271.95	3,167.13	2,442.57	2,372.90	2,286.54
销售占比	1.17%	1.13%	0.87%	0.85%	0.82%
是否关联方	否	否	为曾经关联方	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、	检查合同、出票订单、BSP	检查合同、出票订单、	检查合同、出票订单、BSP	检查合同、出票订单、BSP

项目	6	7	8	9	10
	深圳市空港易行商旅服务有限公司	深圳市蓝天环球国际旅行社有限公司	广州捷途会展服务有限公司	太原金腾航空服务有限公司	北京引领假日国际旅行社有限公司
	BSP出票记录、回款情况	出票记录、回款情况	BSP出票记录、回款情况	出票记录、回款情况	出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

（二）销售金额前十大的商旅客户销售核查情况

1、2024 年度

项目	1	2	3	4	5
	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	南方电网互联网服务有限公司	中国广核集团有限公司	东方承启（北京）商务科技有限公司	比亚迪汽车工业有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	50,755.96	28,631.89	23,439.88	17,495.68	9,689.38
销售占比	3.90%	2.20%	1.80%	1.34%	0.74%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	未回函（注1）	相符	未回函（注2）
是否走访	是	是	是	是	否
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	否
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	OPPO广东移动通信有限公司	海信集团控股股份有限公司	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	华勤技术股份有限公司	中国化学工程集团有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理

项目	6	7	8	9	10
	OPPO广东移动通信有限公司	海信集团控股股份有限公司	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	华勤技术股份有限公司	中国化学工程集团有限公司
销售金额（万元）	8,438.89	7,920.62	7,197.21	6,262.74	5,063.25
销售占比	0.65%	0.61%	0.55%	0.48%	0.39%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	未回函（注3）	未回函（注4）	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

注 1：中国广核集团有限公司 2024 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 2：比亚迪汽车工业有限公司 2024 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 3：海信集团控股股份有限公司 2024 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 4：中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司 2024 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等。

2、2023 年度

项目	1	2	3	4	5
	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	南方电网互联网服务有限公司	深圳市能之汇投资有限公司	东方承启（北京）商务科技有限公司	OPPO广东移动通信有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	60,618.39	24,699.77	22,905.90	16,233.77	10,700.86
销售占比	15.11%	6.16%	5.71%	4.05%	2.67%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是

项目	1	2	3	4	5
	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**南方电网互联网服务有限公司**	**深圳市能之汇投资有限公司**	**东方承启（北京）商务科技有限公司**	**OPPO广东移动通信有限公司**
函证回函结果	相符	不符（注1）	相符	相符	不符（注2）
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	海信集团控股股份有限公司	**中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司**	**客户A**	**华勤技术股份有限公司**	**中国电建集团中南勘测设计研究院有限公司**
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	6,453.00	5,673.65	4,985.67	4,657.76	4,196.82
销售占比	1.61%	1.41%	1.24%	1.16%	1.05%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	未回函（注3）	相符	未回函（注4）	未回函（注5）
是否走访	是	是	否	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	否	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

注 1：南方电网互联网服务有限公司 2023 年度回函不符，不符原因为双方入账时间差异，已对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 2：OPPO 广东移动通信有限公司 2023 年度回函不符，不符原因为客户的员工私人采购未在客户采购明细中体现，金额较小，已对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出

票订单、出票记录、回款情况等；

注 3：中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司 2023 年度未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 4：华勤技术股份有限公司 2023 年度未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 5：中国电建集团中南勘测设计研究院有限公司 2023 年度未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等。

3、2022 年度

项目	1	2	3	4	5
	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**中电建湖北电力建设有限公司**	**杭州海康威视数字技术股份有限公司**	**南方电网互联网服务有限公司**	**中国化学工程第七建设有限公司**
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	23,030.96	5,233.56	4,365.49	3,518.78	3,397.80
销售占比	12.09%	2.75%	2.29%	1.85%	1.78%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	未回函（注1）	不符（注2）	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	盐池新源工程有限责任公司	**OPPO广东移动通信有限公司**	**海信集团控股股份有限公司**	**比亚迪汽车工业有限公司**	**中兴通讯股份有限公司**
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	3,390.64	3,368.60	3,274.76	3,137.56	3,051.72
销售占比	1.78%	1.77%	1.72%	1.65%	1.60%
是否关联方	否	否	否	否	否

项目	6	7	8	9	10
	盐池新源工程有限责任公司	OPPO广东移动通信有限公司	海信集团控股股份有限公司	比亚迪汽车工业有限公司	中兴通讯股份有限公司
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	不符（注3）	相符	未回函（注4）	相符
是否走访	是	是	是	否	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	否	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

注 1：中电建湖北电力建设有限公司 2022 年度未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 2：杭州海康威视数字技术股份有限公司 2022 年度回函不符，不符原因为客户的员工私人采购未在客户采购明细中体现，金额较小，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 3：OPPO 广东移动通信有限公司 2022 年度回函不符，不符原因为客户的员工私人采购未在客户采购明细中体现，金额较小，已对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 4：比亚迪汽车工业有限公司 2022 年度未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等。

八、分别说明对航旅间接销售、直接销售采取的核查方法、过程、比例和结论

发行人间接销售的客户群体主要为旅行社、票务代理等旅业同行客户；发行人直接销售的客户群体主要为中小企业客户和散客，该部分客户受限于自身商旅活动规模、技术集成水平、商旅管理精益化需求等因素，缺乏采购一揽子商旅管理服务的意愿或能力，因此发行人直接为其提供航旅票务服务。

（一）中介机构核查方法、过程、比例

针对间接销售，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

1、对主要客户，检查合同条款、交易模式、服务内容，复核收入确认是否与发行人制定政策一致；

2、独立从国际航空运输协会官网上申请导出发行人报告期的 BSP 出票记录，

并与发行人的账上出票情况进行核对，验证出票真实性；

3、从业务系统导出销售订单，并分析订单来源方式，复核订单明细是否与账面确认一致；

4、对主要客户进行走访和发函，核实相关销售数据、交易模式、往来余额等情况；

5、检查报告期内及期后的收款情况，核实回款金额、回款信息与账面是否一致；

6、对携程、去哪儿等电商平台客户，核对发行人业务系统与对方系统的交易明细；

7、利用 IT 专家对公司业务信息系统和财务信息系统进行测试、业财比对、对客户和乘机人进行反舞弊场景分析。

针对直接销售，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

1、抽取发生额较大的客户，检查合同条款、交易模式、服务内容，复核收入确认是否与发行人制定政策一致；

2、独立从国际航空运输协会官网上申请导出发行人报告期的BSP出票记录，并与发行人的账上出票情况进行核对，验证出票真实性；

3、从业务系统导出销售订单，并分析订单来源方式，复核订单明细是否与账面确认一致；

4、对主要客户进行发函，核实相关销售数据、往来余额等情况；

5、检查报告期内及期后的收款情况，核实回款金额、回款信息与账面是否一致；

6、利用 IT 专家对公司业务信息系统和财务信息系统进行测试、业财比对、对客户和乘机人进行反舞弊场景分析。

核查过程和比例情况如下：

单位：万元

销售方式	项目	2024年度	2023年度	2022年度
间接销售	交易发生额（A）	837,987.62	643,308.09	247,807.95
	核查金额（B）	719,199.65	577,964.06	204,125.59
	核查比例（C=A/B）	85.82%	89.84%	82.37%
直接销售	交易发生额（A）	31,100.84	45,703.99	29,674.65
	核查金额（B）	25,464.58	37,819.18	16,919.30
	核查比例（C=A/B）	81.88%	82.75%	57.02%

（二）中介机构核查结论

经核查，申报会计师认为，发行人航旅直接销售和间接销售收入真实、准确。

九、按照《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》（以下简称《指引 1 号》）1-23 特殊经营模式中对线上销售的相关要求进行核查并发表明确意见

经核查，申报会计师认为，发行人的销售模式不属于《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》（以下简称《指引 1 号》）1-23 特殊经营模式中的线上销售，理由如下：

1、与常规的互联网线上销售模式不同，发行人不是通过在第三方电子商务平台上开设店铺来向终端消费者提供产品资源预订服务

发行人航旅业务虽然有携程、同程和去哪儿等 OTA 电商客户，但发行人未在前述 OTA 开设自有店铺，未通过其平台功能直接为下游消费者提供服务，该等 OTA 亦未为发行人提供经营场所、交易撮合、信息交流等平台服务。发行人与各在线旅行社之间的交易结算模式为：发行人在 OTA 所提供的供应商管理系统上给定机票报价，相关报价符合 OTA 预期时，OTA 向发行人采购对应票源；OTA 向发行人采购机票后，在其平台上自主定价，并按照供应商管理系统中发行人的报价向发行人结算票款。前述供应商管理系统仅作为便利供应商报价与交易结算的信息化载体，并未为发行人直接在 OTA 上向终端客户销售机票创造条件。实际业务中，与发行人交易结算的主体一般为 OTA 下属的机票代理人公司，如携程集团旗下的上海华程西南国际旅行社有限公司、去哪儿网旗下的北京嘉信

浩远信息技术有限公司、同程旅行旗下的同程网络科技股份有限公司。因此，发行人在该业务情形中的客户实质为 OTA 及其下属机票代理人公司，并非预订机票的终端消费者。

2、发行人的客户群体主要为旅业同行客户及企事业客户，相关在线服务主要系为便利签约客户泛商旅资源的采购

商旅管理服务中，为提高服务竞争力，发行人需适配客户的多元技术需求，提供单点登录跳转、第三方系统集成、API 接口开放等多种集成对接技术模式，将自身商旅管理技术服务与企业 OA、协同办公、商旅费控、采购平台、商旅平台等系统集成，支持客户数字化部署商旅管理。根据技术集成模式的不同，客户订单信息将直接汇总至发行人的业务中台进行处理。美亚商旅 APP、美亚商旅网等在线客户端仅用于为企事业客户的员工预订商旅产品提供便利，普通消费者无法经由该等客户端直接注册登录及下单，发行人亦无意图为终端消费者提供商旅资源采购服务。

航旅票务服务中，发行人自主研发美亚航旅网、美亚航旅 APP 等多种在线服务客户端，支持客户进行国内和国际机票的实时航班、PNR、航段查询及预订、支付、出票、退改签。由于美亚航旅网客户端系面向旅业同行开发，更适配旅业同行的专业背景和操作习惯。目前该等网站及 APP 主要支持旅业同行客户和中小型企事业单位等签约直销客户注册登录及下单。

综上所述，申报会计师认为，发行人的销售模式与互联网在线销售模式不同，不属于《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市业务规则适用指引第 1 号》1-23 特殊经营模式的对线上销售。

十、说明收入截止性测试情况

保荐机构、申报会计师对发行人报告期各期收入进行收入截止性测试，根据业务类型选取不同的方法核查收入截止性，具体测试方法和情况如下：

1、机票代理业务，该业务主要为向 BSP 采购机票款，由 BSP 出票后确认收入，因此，机票的出票时点为截止性的核查时点，报告期各期末选取资产负债表日前后一期的 BSP 出票记录账单和账上订单进行核对，核查出票记录是否一致，

经核查，收入确认不存在跨期情况。

2、酒店代理业务，该业务主要为通过系统向酒店供应商或者酒店集成供应商预订酒店，预订成功后确认收入，因此，酒店代理业务的截止性核查方法为检查订单与采购界面酒店预订成功的时点是否一致，报告期各期末选取资产负债表日前后一个月的订单检查对应预订系统预订记录是否一致，经核查，收入确认不存在跨期情况。

3、后返佣金业务，该业务按照航司、月度进行计提确认，因此，主要抽取第四季度的后返确认情况，包括检查期后与航司的结算金额与计提金额差异、计提金额对应的月份、明细订单组成等是否跨期，经核查，收入确认不存在跨期情况。

4、旅游会奖业务，该业务以实际服务发生完成后作为收入确认时点，因此，主要抽取报告期各期末资产负债表日前后一个月的项目，检查项目对应的成本端资料的实际服务期与账面收入确认时点是否一致，经核查，收入确认不存在跨期情况。

问题 6.收入确认的合规性及财务核算的准确性

根据申报文件，（1）收入确认时点方面，发行人后返佣金收入确认时点与可比公司不一致，发行人后返佣金在起飞后（金额能够可靠计量）或回款时（金额无法可靠计量）确认收入，腾轩旅游在出票后或回款时确认收入，易飞国际在回款时确认收入，未说明携程集团等其他可比上市公司后返佣金收入确认时点。（2）后返佣金政策方面，航司对后返佣金一般按季度进行考核和结算，不同航司对后返佣金考核的行程范围不同且存在调整、计付核算涉及较为复杂的调整规则，同一航司不同分支机构可能向发行人下属多个 OFFICE 号码提供不同的后返佣金政策。

（1）后返佣金收入确认的合规性。请发行人：①结合后返佣金考核标准差异化、计付政策复杂并持续调整的特点，说明发行人如何判断后返佣金金额能否可靠计量，从而准确选取收入确认时点，是否存在随意调节空间，是否通过自主选择收入确认时点调节业绩，并通过典型案例举例说明；起飞后确认收入的，如何保证收入金额计算的准确性，确认的收入与后续航司考核确定的金额是否存

在较大差异，是否存在期后冲减后返佣金及跨期情形。②说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认，发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑，与腾轩旅游不一致的原因，易飞国际仅在回款时确认收入的原因；说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比，若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响。

（2）包机包位收入确认的合规性。根据申报文件，航空客运销售业务（又称包机包位）中，发行人向航司买断部分航线的部分座位，再向下游销售，承担相关座位未售出的风险，包机包位业务在出票后按总额确认收入。航空客运销售代理业务基础佣金及服务费在出票后按净额确认收入。请发行人：①结合包机包位业务中购销协议关于发行人权利义务的具体约定，说明发行人是否承担飞行服务未如约履行的责任，分析在出票时而非行程结束后确认收入的谨慎性，结合出票与行程时间差异，分析对各期主要财务数据的影响是否重大；说明可比公司包机包位业务收入确认方法和时点，与发行人是否一致。②说明包机包位未确认存货的合理性，是否存在同一张机票采购与销售之间跨期的情况，对各期主要财务数据的影响是否重大。③说明如何确定航空客运销售代理业务的基础佣金及服务费的净额收入，出票后退改签是否影响基础佣金及服务费的确认及具体影响，说明报告期各期出票后退改签金额及占比。

（3）旅游收入确认的合规性。根据申报文件，旅游业务以会议团、定制团等整合定制服务为主，通过总额法核算，以酒店、机票等单一服务为辅，通过净额法核算。发行人通过公邮等方式与客户进行对账结算。上市申报前，发行人对旅游收入进行了更正，主要系部分收入通过对账方式延后确认，导致收入确认跨期。请发行人：①说明整合定制服务、单一服务分别按照总额法、净额法确认收入的原因，区分具体情形说明旅游收入确认方法、时点、依据及合规性，披露的收入确认方法与实际执行情况是否存在差异。②说明通过公邮等方式对账的周期、是否严格执行，相关内控整改情况及有效性，期后是否持续存在跨期确认收入的情形。③准确、完整披露旅游收入确认政策。

（4）其他财务核算的规范性。根据申报文件，发行人主营业务成本包括包机包位成本、会奖旅游成本、BSP 系统配置费与 IBE+流量费、BOP 手续费与中

航鑫港担保费、运营成本、其他成本，中航鑫港担保费在发生时归集在管理费用科目、期末时结转至主营业务成本科目。报告期发行人存在将直接参与运营的相关人工费用计入期间费用的情况、通过内部商定研发工时比例的方式进行研发工时申报，相关情况在申报前已规范。请发行人：说明间接费用在各业务类别间分摊方法的合理性、是否符合业务特征、是否与可比公司一致，中航鑫港担保费在发生时归集在管理费用科目、期末时结转至主营业务成本科目的合规性；逐项说明发行人与可比公司相似业务采取的收入、成本核算方式是否一致，是否存在财务核算不准确且未整改规范的事项。

请保荐机构、申报会计师：（1）核查上述事项并发表明确意见，说明核查方式、范围、依据及结论；（2）说明对发行人会计基础工作规范性及内控有效性的核查情况及结论；（3）结合申报前会计差错更正情况及更正原因，本次申报执业情况等，说明申报会计师在前期执业及本次申报过程中是否勤勉尽责，质控相关把关制度是否健全有效。

【回复】

一、后返佣金收入确认的合规性

（一）结合后返佣金考核标准差异化、计付政策复杂并持续调整的特点，说明发行人如何判断后返佣金金额能否可靠计量，从而准确选取收入确认时点，是否存在随意调节空间，是否通过自主选择收入确认时点调节业绩，并通过典型案例举例说明；起飞后确认收入的，如何保证收入金额计算的准确性，确认的收入与后续航司考核确定的金额是否存在较大差异，是否存在期后冲减后返佣金及跨期情形

1、结合后返佣金考核标准差异化、计付政策复杂并持续调整的特点，说明发行人如何判断后返佣金金额能否可靠计量，从而准确选取收入确认时点，是否存在随意调节空间，是否通过自主选择收入确认时点调节业绩，并通过典型案例举例说明

发行人后返佣金收入确认时点符合准则规定。

发行人的机票后返佣金收入系航司对“机票代理人”代理销售机票的销售佣

金奖励，其属于在某一时点履行的履约义务，根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订），对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，企业考虑下列迹象：（1）企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；（2）企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；（3）企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；（4）企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；（5）客户已接受该商品；（6）其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

发行人作为航司“机票代理人”代理销售机票，根据与航司约定的结算模式，发行人代理销售的机票，在乘机人使用机票起飞后对达到奖励条件的按照结算周期进行结算，乘机人使用机票起飞后，航司就该代理服务负有现时付款义务，发行人将该服务的主要风险和报酬转移给航司，航司取得相关服务控制权，以乘机人使用机票起飞后作为收入确认时点符合准则规定。

此外，通过公开信息网查询，目前上市公司中披露类似后返佣金收入业务的上市公司有贝壳控股有限公司（以下称为“贝壳控股”，港股上市公司，股份代码：HK2423）,其披露的相似收入类型为新房业务代理佣金，政策为：“本集团自新房业务产生收入，主要通过本集团完成的新房交易而从房地产开发商赚取销售佣金。本集团与房地产开发商签署新房销售服务合同，其中界定所赚销售佣金的条款及条件。当从房地产开发商处确认所赚取佣金的条款及条件已得到满足时，或倘佣金回款可能性较低，则在收到服务费的现金时，本集团将销售佣金确认为收入。”

从贝壳控股披露的销售佣金收入的确认时点与发行人机票代理后返佣金类似，收入确认时点为相关服务控制权转移时或实际收回时确认。

机票业务相关的后返佣金是航司或者供应商给予“代理人”的代理奖励，航司会结合自身市场竞争态势、业绩完成情况、特定航线开拓计划、不同舱位盈利情况制定灵活多元的后返佣金政策，“机票代理人”一般在起飞前可以获取该季度的航司后返相关政策，影响后返佣金确认的关键因素包括航线、始发地、目的地、航段、

舱位等，在判定相关条件符合航司的后返政策后，可以按照航司给予的后返比例或者后返金额可靠、准确计量后返佣金收入。

为了保证后返佣金收入确认时点不被随意调节，发行人制定了一套完善的内控制度：

（1）由相关部门专人及时维护和更新后返政策，并录入业务系统，以便业务部门根据后返政策制定销售策略；

（2）将后返佣金的计算前置至订单页面系统，以便制定价格和对比选取并采购最优航司航线，实现销售利益最优化；

（3）发行人针对稳定合作的航司，要求在起飞后必须获取相关后返政策，并对具有后返业务的订单复核是否达到获取后返佣金的条件，对符合条件的业务订单要求按照可靠的方式计提；

（4）及时与航司进行结算、对账和回款，发行人与航司一般按照季度对账、结算和回款，发行人要求实时更新结算和回款情况并反馈给业务部门，业务部门分析差异原因并修正销售定价策略；

下面通过具体案例进行说明：

发行人 2023 年 8 月 23 日出票一张从上海飞往芬兰的机票，出发日期为 2023 年 8 月 27 日，航班号为 HO1607，舱位为 B，票价 15,670 元，其中税额 2,602 元，不含税金额为 13,068 元，出发地为 PVG，目的地为 HEL，航空公司为上海吉祥航空股份有限公司。根据上海吉祥航空公司 2023 年第三季度的后返政策：（1）适用航线：吉祥航空实际承运上海-大阪、上海-曼谷、上海- 新加坡、上海-澳门、南京-首尔、南京-大阪、南京-东京、南京-香港、上海-芬兰；（2）旅客类型：成人、儿童（婴儿计量不计奖）；（3）适用行程类型：吉祥航空实际承运上海、南京、郑州始发国际长短线、地区航班单程、往返；（4）考核方式：本地始发总量奖励折让率按如下执行，并采用全额不分段计奖，完成周期内销售额合计 50 万（含）以上的经济舱和公务舱，给予代理人 3%的奖励。

因此，在 8 月份航班起飞后，结合市场情况和历史情况，该航线和舱位符合航司的后返佣金奖励相关条件，发行人在当月计提该机票的后返佣金为：不含税

机票款 13,068 元*后返佣金奖励比例 3%= 392.04 元。

报告期内，除零散的航司采购和公共卫生事件影响下的个别航司政策不明确，存在导致后返佣金无法可靠估计的情形外，发行人对机票代理业务都能够可靠计量并按照可靠计量的口径确认收入，且根据期后的实际结算情况，结算差异金额较小。综上所述，发行人收入确认时点准确，不存在随意调节空间，不存在通过自主选择收入确认时点调节业绩的情况。

2、起飞后确认收入的，如何保证收入金额计算的准确性，确认的收入与后续航司考核确定的金额是否存在较大差异，是否存在期后冲减后返佣金及跨期情形

（1）起飞后确认收入的，如何保证收入金额计算的准确性

发行人市场定价策略为统筹考虑代理分销及后返佣金收益，实现整体收益最优，后返佣金计算的准确性除了满足日常财务核算需求之外，也影响发行人的经营决策，因此发行人制定了一套系统性的计提测算和日常管理方法，将后返佣金管理从销售贯穿至财务核算全过程。

①发行人订单系统在制定销售价格时，会考虑该航司给予的后返政策、航线情况、综合始发地、目的地、中转站、实际承运航班等多种行程要素，并综合考虑政策约定的其他因素后，在订单上显示后返佣金的测算金额；

②产品部每个月根据历史销售情况、未来销售情况以及市场环境综合判断后返佣金的满足条件并及时调整销售策略，每月汇总和复核起飞数据和后返佣金计提情况，分析是否存在异常的订单或者超出后返政策给予的比例等情况，核对无误后提交给财务部；

③发行人对于财务数据时效性与准确性高度重视，财务部根据产品部提交的后返报表情况计提后返佣金收入，根据不同航司的结算和对账周期，定期向航司获取相关后返结算数据，对后返计提情况进行调整，业务部门对计提与实际结算结果差异大的航司，了解和分析原因后调整后续定价策略；

综上，发行人的后返佣金管理和计算是在多年经营过程中逐渐摸索形成的一套体系化的管理流程，凭借严谨的内控管理、精确的预估机制、高效的外部信息

对接流程，保证了后返佣金收入金额计算的准确性。

（2）确认的收入与后续航司考核确定的金额是否存在较大差异，是否存在期后冲减后返佣金及跨期情形

根据报告期各期末后返佣金的确认情况和期后实际结算、回款情况分析差异如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
后返佣金确认收入（A）	15,669.32	10,257.58	1,940.84
根据实际结算收入（B）	15,835.84	10,597.36	2,228.48
结算差异（C= B-A）（注）	166.52	339.78	287.64
差异比例（D=C/A）	1.06%	3.31%	14.82%

注 1：2024 年的结算差异为统计的计入 2025 年的收入中，归属期属于 2024 年的后返佣金收入；

注 2：2023 年度的结算差异为统计的计入 2024 年度收入中，归属期属于 2023 年度的后返佣金收入；

注 3：2022 年度的结算差异为统计的计入 2023 年度收入中，归属期属于 2022 年度的后返佣金收入；

由上表可知，通过报告期各期后与航司实际结算金额的对比，发行人确认的后返佣金收入比实际结算金额偏小，结算差异金额和比例都较小，确认的后返佣金收入具有谨慎性，不存在较大的差异，亦不存在期后冲减后返佣金及跨期的情形。

（二）说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认，发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑，与腾轩旅游不一致的原因，易飞国际仅在回款时确认收入的原因；说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比，若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响

1、说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认

退票不影响后返佣金的计付和收入确认。后返佣金收入的确认政策为：乘机人起飞后或者款项实际收到时确认收入，退票的情况发生在乘机人起飞之前，对于在起飞前退票以及航班未起飞的订单，发行人未确认该部分机票对应的后返佣金。因此，退票不影响后返佣金的计付和收入确认。

2、发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑

发行人后返佣金收入确认时点为起飞后而非出票后的主要原因为：

（1）航司以起飞后的订单作为后返佣金的考核标准，给予的后返政策适用于该政策期间内起飞的订单而非出票的订单，因此，按照起飞后作为后返佣金的收入确认时点与航司考核标准一致，更便于与航司对账、开票结算、回款以及内部管理。

（2）对于已出票但还未起飞的订单，后续存在退票、改签或者航班变更等情形，如按照出票后作为后返佣金确认时点，则可能会导致后返佣金的暂估不准确。

3、与腾轩旅游不一致的原因

腾轩旅游的后返奖励佣金收入确认政策为：能够按照合同约定后返比例计算代理收入的，在实际出票时确认收入，不能按照合同约定后返比例计算代理收入的，依据谨慎原则在实际收到时确认收入。相比于腾轩旅游，在金额可靠计量的情况下，发行人以乘机人起飞后作为收入确认时点符合航司的后返政策相关约定，也避免了改签、退票或机票未实际使用导致的重大不确定性情况。此外，发行人在报告期内涉及的航司众多，航司对应起飞期间的后返政策并非都在出票前取得，少部分航司政策是在起飞前才取得，发行人如果按照出票后确认后返佣金，则存在较多不可计量性。

4、易飞国际仅在回款时确认收入的原因

易飞国际的后返佣金业务的确认政策为：依据谨慎性原则，在实际结算时确认收入。从公开数据上并未查询到易飞国际的后返佣金收入确认时点为实际结算时的具体原因，但根据发行人对易飞国际的业务了解和推测，易飞国际业务规模体量小，在回款时确认收入操作简单、便捷，减少后返计提的相关成本投入。

5、说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比

发行人的后返佣金收入确认时点主要以起飞后按照相应的后返政策进行计提，针对少部分受公共卫生事件影响或者零散采购影响无法合理可靠估计的，按照回款时确认，报告期内，该部分金额统计如下：

单位：万元

后返佣金类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	回款确认收入	占比	回款确认收入	占比	回款确认收入	占比
机票业务	-	-	37.96	0.37%	134.00	6.90%
酒店业务	50.01	0.32%	137.95	1.34%	43.41	2.24%
保险等业务	55.95	0.36%	51.89	0.51%	22.39	1.15%
合计	**105.96**	**0.68%**	**227.80**	**2.22%**	**199.80**	**10.29%**

报告期内，发行人对于后返佣金收入按照回款时确认的金额分别为199.80万元、227.80万元、**105.96万元**，占当年后返佣金收入的比例分别为10.29%、2.22%、**0.68%**，其中机票业务主要是受公共卫生事件的冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策阶段性取消，具有不确定性，也无法在各报告期资产负债表日之前取得估计的可能，因此在回款时确认；酒店业务和保险等业务，由于采购零散，无系统性的后返政策，总体金额较小，因此在回款时确认。

综上，发行人按照回款时确认收入的后返佣金金额和占比较小。

6、若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响

采用回款作为后返佣金的收入确认时点测算，结果如下表所示：

单位：万元

项目	2024年	2023年	2022年
事项①：模拟测算影响应收账款和坏账对利润总额影响			
新后返佣金组合的应收账款账面余额（A）	**0.00**	0.00	0.00
原后返佣金组合的应收账款账面余额（B）	**5,639.24**	4,285.20	1,147.51
原后返佣金组合的应收账款坏账准备余额（C）	**212.60**	223.90	112.14
原后返佣金组合计提坏账引起的信用减值损失金额（D）	**11.30**	-111.76	-73.44
新后返佣金组合计提坏账引起的信用减值损失金额（E）	**0.00**	0.00	0.00
模拟测算事项①对利润总额的影响（F=E-D）	**-11.30**	**111.76**	**73.44**
事项②：按照实际回款对利润总额的影响			
模拟按回款确认的后返佣金收入（G）	**15,249.84**	7,290.22	1,210.86
原收入确认政策确认的后返佣金收入（H）	**14,386.64**	10,257.58	1,940.84
模拟测算后事项②对利润总额的影响（I=G-	**863.20**	**-2,967.36**	**-729.98**

项目	2024年	2023年	2022年
事项①：模拟测算影响应收账款和坏账对利润总额影响			
H）			
综合所得税费率（J）	**13.52%**	10.99%	13.14%
原净利润（K）	**7,812.19**	7,291.26	4,110.20
模拟测算净利润（L=K+（F+I）*（1-J））	**8,548.91**	**4,749.49**	**3,539.93**

采用回款时点作为后返佣金收入确认时点对发行人主要财务数据的影响如下表所示：

单位：万元

项目	实际			模拟测算		
	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收入	**40,094.90**	35,350.91	45,739.48	**40,958.09**	32,383.55	45,009.50
净利润	**7,812.19**	7,291.26	4,110.20	**8,548.91**	4,749.49	3,539.93
归属于母公司所有者的净利润	**7,812.19**	7,291.26	4,110.20	**8,548.91**	4,749.49	3,539.93
扣除非经常性损益后的净利润	**7,574.67**	7,021.31	3,855.81	**8,311.39**	4,479.54	3,285.54
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	**7,574.67**	7,021.31	3,855.81	**8,311.39**	4,479.54	3,285.54
加权平均净资产收益率	**14.10%**	14.34%	9.09%	**16.45%**	9.93%	7.86%
扣除非经常性损益后净资产收益率	**13.67%**	13.81%	8.52%	**15.99%**	9.37%	7.30%

假定按照回款时确认后返佣金收入，报告期扣除非经常性损益后的净利润分别为 3,285.54 万元、4,479.54 万元、**8,548.91 万元**，发行人仍满足最近一年净利润不低于 2,500.00 万元人民币，且加权平均净资产收益率不低于 8.00%的上市标准。

二、包机包位收入确认的合规性

（一）结合包机包位业务中购销协议关于发行人权利义务的具体约定，说明发行人是否承担飞行服务未如约履行的责任，分析在出票时而非行程结束后确认收入的谨慎性，结合出票与行程时间差异，分析对各期主要财务数据的影响是否重大；说明可比公司包机包位业务收入确认方法和时点，与发行人是否一致

1、结合包机包位业务中购销协议关于发行人权利义务的具体约定，说明发行人是否承担飞行服务未如约履行的责任，分析在出票时而非行程结束后确认收入的谨慎性

包机包位的业务模式为航旅服务商向航司或其他经营包机包位业务的机票代理人买断部分国际航线的部分座位，再向下游潜在客户销售，承担相关座位未售出的风险。根据与客户签订的相关合同协议约定，发行人为客户提供国内、国际机票的查询、预订、出票、后续行程的确认、改期、延期、退票等服务，不包括承担飞行服务未如约履行的责任。

包机包位业务系发行人在公共卫生事件特殊期间下的业务，其与代理分销业务最大的区别点在于采购模式的差异。公共卫生事件期间，民航出行场景受到阶段性制约，国际航旅票务供应面临严峻挑战，客户或者乘机人更多关注的为需求能否得到满足，对票源是否为代理人提前买断并未在考虑范围内，即从销售模式来看，其与代理分销业务并无实质区别，发行人并不承担飞行服务未如约履行的责任。因此，在委托人确认订单且出票后，客户取得相关服务控制权，收入确认时点符合企业会计准则要求，且在公共卫生事件特殊背景下，除了不可抗力情况，出票后极可能不会在未来发生重大转回，收入确认具有谨慎性。

2、结合出票与行程时间差异，分析对各期主要财务数据的影响是否重大

报告期内，包机包位业务的出票日期与行程日期不在同一会计年度的统计如下所示：

单位：万元

出票年份	起飞年份	总额法下收入	总额法下成本	总额法下毛利	收入占包机包位收入比例
2024 年度	2025 年度	-	-	-	-

2023 年度	2024 年度	-	-	-	-
2022 年度	2023 年度	1,483.35	1,417.08	66.27	6.03%

如上表所示，报告期内，包机包位业务的出票时点与行程日期不在同一会计年度的收入占包机包位业务收入的比例分别为 6.03%、0.00%、**0.00%**，总额法下毛利分别为 66.27 万元、0 万元、**0 万元**，金额和占比较小，该出票与行程日期的跨期差异不影响收入确认相关情况，对各期财务数据不影响。

3、说明可比公司包机包位业务收入确认方法和时点，与发行人是否一致

发行人与可比公司对于包机包位业务的收入确认政策对比如下：

收入类型	公司	收入确认政策	收入确认时点
包机包位业务	美亚科技	按照民航客运销售业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后，按全额确认收入。	出票后确认收入
	岭南控股	无披露类似业务	无
	携程集团	根据会计准则汇编第606条“客户合约收入”确认收入。根据该准则，我们按净额基准呈报几乎全部收入原因是旅行供应商主要负责提供相关旅行服务，而我们并不控制由旅行供应商向旅行者所提供的服务。当通过预购存货承担实质性存货风险时，我们按总额基准确认收入。	出票后确认收入
	同程旅行	无披露类似业务	无
	腾轩旅游	自由行票务收入确认原则：在航空公司完成出票后出具出票单时确认收入；	出票后确认收入
	易飞国际	无披露类似业务	无

注 1：上述数据主要来自于年度报告、招股说明书、公开转让说明书等公开披露信息。

注 2：腾轩旅游并未披露包机包位业务，但是根据披露年报中最接近的业务为自由行票务收入，其收入按照总额法确认收入，与发行人的包机包位业务较为接近。

同行业可比公司中从公开数据披露来看，岭南控股、同程旅行、易飞国际三家并未披露类似业务及政策，无法与发行人直接对比；携程集团、腾轩旅游披露的类似包机包位业务，按照总额法确认收入，确认时点为航空公司完成出票后，与发行人的收入确认方法和时点一致。

（二）说明包机包位未确认存货的合理性，是否存在同一张机票采购与销售之间跨期的情况，对各期主要财务数据的影响是否重大

1、说明包机包位未确认存货的合理性

发行人向航司或其他经营包机包位业务的机票代理人买断部分国际航线的部分座位，锁定未来一定期间、限定航班的位置数量，并支付部分预订金，由于出票前买断的座位并未锁定具体航班、日期、座位号，位置不具有不可替代性，只有待真正出票时确定的座位才具有唯一识别性，因此，在规定时间内，发行人取得存货的时点为提供乘机人清单并出票时，此时，包机包位业务的机票代理人将存货转移给发行人，发行人在取得存货的同时实现销售，并在当月结转收入和成本。

对于超过约定时间内并未出票的机票，由于发行人无法出票，该部分损失由发行人自行承担，发行人取得存货的时点为约定的最后期限，取得存货的同时因为无法实现销售在当月结转成本。

综上所述，包机包位业务未确认存货是由于发行人在取得存货的同时并实现了销售或者自行承担亏损，未确认存货符合准则的相关规定，具有合理性。

2、是否存在同一张机票采购与销售之间跨期的情况，对各期主要财务数据的影响是否重大

发行人存在同一张机票采购与销售之间跨期的情况，发行人一般提前一段时间买断锁定位置然后向下游客户销售，虽然采购与销售之间可能存在跨期，但由于发行人取得存货的同时即实现了销售，即存货交付与销售时点是同一时点，因此，对各期主要财务数据不存在影响。

（三）说明如何确定航空客运销售代理业务的基础佣金及服务费的净额收入，出票后退改签是否影响基础佣金及服务费的确认及具体影响，说明报告期各期出票后退改签金额及占比

1、说明如何确定航空客运销售代理业务的基础佣金及服务费的净额收入

基础佣金为航司给予的销售折扣，采购时直接抵减采购价；服务费系在票面价格的基础上加收的款项，基础佣金及服务费在委托人确认订单且出票后，按照

应收销售款减去采购款的差额确认收入。

2、出票后退改签是否影响基础佣金及服务费的确认及具体影响，说明报告期各期出票后退改签金额及占比

服务费一般为按照合同约定确定，退改签情况下不影响发行人服务费的确认和收取。

发行人在发生退票的情况下，基础佣金会随着退票退回，在发生改签的情况下，基础佣金不会退回；发生退改签时，发行人可能根据退票服务和改签服务收取退票和改签服务费，退改签并不必然导致经济利益流出，在年底测算期后退票收入影响时，金额为正，即发行人发生退改签的情况实际会增加发行人的收入，因此，退改签情况不影响基础佣金及服务费的确认。

对报告期各期机票业务出票后退改签金额及占比情况统计如下：

单位：万元

年度	机票出票对应的应收金额（注 1）	退改签业务对应原机票出票应收金额（注 2）	退改签占比
2024 年度	**1,316,292.07**	**15,860.49**	**1.20%**
2023 年度	1,159,742.80	18,226.66	1.57%
2022 年度	605,144.71	14,935.76	2.47%

注 1：机票出票对应的应收金额的统计口径为机票业务实际出票的应收发生额，不包含退改签订单收取的款项；

注 2：退改签业务对应原机票出票应收金额的统计口径为当年出票后，在下一年度发生退改签的原机票出票应收发生额。

由上表可知，报告期各期出票后退改签金额及占比较小，出票后发生退改签对发行人收入确认影响较小。

三、旅游收入确认的合规性

（一）说明整合定制服务、单一服务分别按照总额法、净额法确认收入的原因，区分具体情形说明旅游收入确认方法、时点、依据及合规性，披露的收入确认方法与实际执行情况是否存在差异

1、说明整合定制服务、单一服务分别按照总额法、净额法确认收入的原因

会奖旅游业务下提供的产品服务明细主要包括机票、酒店、会议场地租赁、餐饮、地接等服务，发行人根据客户的需求，提供定制化的具体服务方案并通过

整合资源落实方案。会奖旅游业务根据其提供服务方式的不同区分为定制团、会议团等整合定制服务，以及机票和酒店等单一服务。机票、酒店等单一服务系发行人提供定制化方案给客户后，因为客户的原因或者其他考虑，后续客户只选择了其中的单项服务。

根据《企业会计准则》第三十四条规定，企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，则为主要责任人，应当按照总额确认收入；否则为代理人，应按净额确认收入。定制团、会议团等整合定制服务系发行人为客户提供的定制化服务，包括前端的设计路线、会议方案等，通过提供重大服务将机票、酒店、地接以及目的地资源等整合为合同约定的某组合产出转让给客户，发行人为主要责任人，因此收入按照总额法确认。单一服务，其业务背景实际上源于发行人所提供的定制化方案，但基于谨慎性考虑，仍将其比照代理业务，按照净额法确认收入。

2、区分具体情形说明旅游收入确认方法、时点、依据及合规性，披露的收入确认方法与实际执行情况是否存在差异

整合定制和单一服务，收入确认方法、时点、依据如下：

收入类别	收入确认方法	确认时点	确认依据	适用发行人收入政策	是否与实际执行存在差异
整合定制	总额法确认	在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时	合同、结算单、发票、收款凭证	在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入。	否
单一服务	净额法确认	在具体业务已经办妥，即委托人确认订单且及机票和酒店已出票/预订成功时	合同、订单、出票记录、发票、系统或线下账单、收款凭证	按照单一服务代理产品分别在委托人确认订单且出票/预订成功后确认收入	否

不同旅游业务收入，确认合规性判断过程如下：

判断项目	主要责任人	代理人
商品控制权	发行人在向客户提供服务前已取得	发行人在向客户提供服务前未取得
主要责任	发行人与客户及供应商分别签订合同，相关风险和责任承担相对独立	发行人基于客户的需求向供应商采购，发行人不承担主要责任

判断项目	主要责任人	代理人
主要存货风险	发行人在转让商品之前或之后承担该商品的存货风险	发行人在转让商品之前或之后并不承担该商品的存货风险
商品或服务价格	自主决定，发行人以市场价格为参考对外独立报价	非完全自主决定，发行人在提供代理服务中收取代理服务费
收入确认方式	发行人对整合定制旅游服务采取总额法确认收入。	发行人对单一服务旅游服务采取净额法确认收入。

发行人根据旅游业务实际情况来判断不同类型的收入确认方法，区分适用总额法或净额法。发行人的收入确认方法符合会计准则的相关规定，披露的收入确认方法与实际执行情况不存在差异。

（二）说明通过公邮等方式对账的周期、是否严格执行，相关内控整改情况及有效性，期后是否持续存在跨期确认收入的情形

发行人与客户沟通对账的周期一般为项目结束后的 30 天，根据发行人内控制度，要求业务员每月根据旅游服务实际完成情况跟客户进行对账，每月底财务部对已结束且达到对账周期的客户收集对账单，根据所获取的对账单核对结算产品名称、金额、数量，对于双方结算的差异，联系业务人员或者客户财务人员沟通结算差异形成的原因，核对无误后，财务人员在取得对账单的当月做相应的会计处理。

针对旅游收入确认准确性，发行人制定了相关措施并完成整改，具体措施包括要求完善发行人的内控制度，明确要求销售人员与客户规范对账方式，明确对账周期，财务部专人跟进和复核对账情况，财务部实时跟进旅游服务团单付款情况，及时获取旅游服务实际服务情况，每月底财务人员全面梳理已有的旅游服务团单的实际完成情况并进行账务处理。

综上，发行人已完善内控制度，并已严格执行内部流程要求，期后不存在跨期确认收入的情形。

（三）准确、完整披露旅游收入确认政策

如前所述，发行人会奖旅游业务的服务类型分为会议团、定制团等整合定制服务和酒店、机票等单一服务。

整合定制服务适用总额法确认收入，适用会计政策为：在旅游服务已经提供，

金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入。

单一服务适用净额法确认收入，适用会计政策为：①航空客运销售代理业务，基础佣金及服务费在民航客运销售代理业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后，按净额确认收入；②酒店预订代理业务，按委托代理业务的手续费计量收入，在具体业务已经办妥，即委托人确认订单且酒店已预订成功后确认收入；③保险代理业务，按委托代理业务的手续费计量收入，在具体业务已经办妥，即委托人确认订单且保险单已出具后确认收入。

综上所述，发行人旅游服务，包含整合定制服务和单一服务，根据不同服务内容适用不同产品收入政策。

四、其他财务核算的规范性

（一）说明间接费用在各业务类别间分摊方法的合理性、是否符合业务特征

发行人的间接费用，是运营过程发生的，不能或不便于直接计入具体订单核算，按照用途加以归集，再选择一定的分配方法进行分配后计入有关成本，主要包括 BSP 系统配置费与 IBE+流量费、BOP 手续费与中航鑫港担保费、运营成本。每项间接成本根据其形成过程最相关的指标在不同订单中进行分摊，该部分成本无法直接根据订单进行核算，为了准确分析各类产品的实际盈利能力，归集后按照一定方法在不同业务类别间进行分摊，符合发行人的业务特征。

BSP 系统配置费和 IBE+流量费与订单数量呈正相关，因此采用订单数量进行分摊具有合理性；BOP 手续费与出票金额呈正相关，采用出票金额在订单中进行分摊具有合理性；运营成本主要系运营人员的人工薪酬，按照产品贡献毛利进行分摊，产品内根据订单的销售金额进行分摊具有合理性。

综上，发行人间接成本根据不同业务类别选择适当的分摊方法具有合理性、符合业务特征。

（二）是否与可比公司一致

公司名称	营业成本构成	分摊方法
众信旅游	营业成本主要由机票款和地接费构成	未披露
岭南控股	营业成本构成主要包括出境游、国内游、入境游、订房、门票、原材料、人工工资、能源、其他。	未披露

公司名称	营业成本构成	分摊方法
携程集团	营业成本主要包括客户服务中心人员的薪酬、信用卡服务费、向旅行供应商的付款、电信开支、委托代理旅行服务的直接成本、折旧、租金、金融服务的直接成本及我们产生的相关开支（直接归属于我们的用户订单以及提供相关旅行服务和其他业务）。	未披露
同程旅行	我们的销售成本主要包括：（i）订单处理成本，即我们就处理用户付款向银行及支付渠道支付的费用；（ii）雇员福利开支，即用户服务及旅游服务供应商服务的员工的工资、薪金及其他福利（包括以股份为基础的酬金）；（iii）买断旅游相关产品的成本，即我们就购买承担存货风险的旅游产品向旅游服务供应商支付的价格；（iv）采购成本（指向服务供应商采购配套增值旅游产品及服务的成本）；（v）带宽及服务器保管费；（vi）物业、厂房及设备和使用权资产折旧；及（vii）其他，主要包括电话及通讯成本、税项及附加费、差旅及招待费用、专业费用、用户履行费（指因用户及客户投诉而向用户支付的赔偿）以及租金及公用设施费用。	未披露
易飞国际	成本构成：人工成本、凯亚系统配置费、房租费	未披露
腾轩旅游	营业成本主要包括票务业务成本和旅游服务业务成本。票务成本构成主要是从航空公司或者票务代理公司的机票采购费用，旅游服务成本包含打包销售给客户的机票采购费用、地接费用、签证费、酒店费服务外包费用和直接外购的旅游行程的团费。	未披露
发行人	主营业务成本包括包机包位成本、会奖旅游成本、BSP系统配置费与IBE+流量费、BOP手续费与中航鑫港担保费等运营成本、其他成本。	包机包位成本、会奖旅游成本根据订单归集，其余成本按照业务实质进行分步分摊。

注：通过公开资料查询，部分可比公司有披露成本明细，但均未披露成本分摊方法。

综上，发行人归集的营业成本与同行业可比公司岭南控股、携程集团、同程旅行、易飞国际、腾轩旅游一致，众信旅游披露的成本构成较简略，无法直接对比。因具体分摊方法可比公司未公开披露，无法直接对比。发行人采取分摊方法能更好的反映各产品的毛利率情况和盈利能力，分摊方法符合发行人业务实质，具有合理性。

（三）中航鑫港担保费在发生时归集在管理费用科目、期末时结转至主营业务成本科目的合规性

中航鑫港担保费系发行人向中航鑫港支付的相关担保费用，主要系国际航协代理人担保而发生，与发行人主营业务直接相关。中航鑫港担保费由财务部门负

责提单报销，财务核算每月根据费控系统的报销所属部门归集在管理费用，月底财务部人员将中航鑫港担保费由管理费用重分类至主营业务成本。该账务处理流程系发行人费控系统设置导致，并不影响发行人报表数据准确反映，具有合规性。但为了更方便归集成本，发行人已对其设置进行更改，担保费的发生直接在主营业务成本中归集。

（四）逐项说明发行人与可比公司相似业务采取的收入、成本核算方式是否一致，是否存在财务核算不准确且未整改规范的事项

发行人收入确认方法按照不同产品类型，区分航空客运销售代理业务、酒店预订代理服务、保险代理服务、会奖旅游服务、航空客运销售业务进行披露。根据不同产品类型选取可比公司相关收入和成本核算方法进行对比，具体情况如下：

1、航空客运销售代理业务

收入类型	公司	收入核算方式	成本核算方式
航空客运销售代理业务	发行人	航空客运销售代理业务：航空客运销售代理业务按委托代理业务的佣金或服务费计量收入，佣金由基础佣金及后返佣金组成，基础佣金及服务费在民航客运销售代理业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后，按净额确认收入；后返奖励佣金，金额能得到航司可靠确认的在起飞后确认收入，金额无法可靠计量的则按实际收到时确认收入。	间接成本无法在订单完成收入确认时同步在订单维度确认，按照业务实质进行分步分摊。
	腾轩旅游	差旅管理收入在相关服务完成后按照有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，确认服务收入的实现。销售代理收入是后返奖励佣金，能够按照合同约定后返比例计算代理收入的，在实际出票时确认收入，不能按照合同约定后返比例计算代理收入的，依据谨慎原则在实际收到时确认收入。	未披露
	易飞国际	机票代理收入包括基础佣金收入和后返奖励佣金。基础佣金收入主要通过向国际航协和航空公司等采购机票，结算时直接按照净额确认基础佣金收入，其收入确认时点是在民航客运销售代理业务已经办妥，即委托人确认订单且出票后确认；后返奖励佣金，依据谨慎性原则，在实际结算时确认收入。	未披露
	携程旅游	根据会计准则汇编第606条“客户合约收入”确认收入。根据该准则，我们按净额基准呈报几乎全部收入原因是旅行供应商主要负责提供相关旅行服务，而我们并不控制由旅行供应商向旅行者所提供的服务。当通过预购存货承担实质性存货风险时，我们按总额基准确认收入。来自住宿预订、交通票务、旅游度假及商旅管理的收入主要于我们达成履约责任的时间点确认。在大多数情况下，我们并不拥有所出售产品及服务之所有权。相反，我们在几乎所有交易中作为代理人。我们因取消酒店及机票预订所面临的亏损风险相对较低。因此，我们主要基于所赚取的佣金而非交易额确认收入。交通票务：在出票之后确认所提供交通票务的佣金，此时即为履约责任达成的时间。	未披露
	同程旅行	交通票务产生的收入主要来自向交通票证、旅游保险及其他配套增值旅游产品及服务供应商收取的佣金。我们在该等交易中主要担任代理，不承担存货风险且不对已经取消的票证预订承担责任，故此按净额确认我们的大部分收入。交通票务服务的收入与出票或者旅游保险投保时点予以确认。	未披露

2、酒店预订代理业务

收入类型	公司	收入核算方式	成本核算方式
酒店预订代理业务	发行人	按委托代理业务的手续费计量收入，在具体业务已经办妥，即委托人确认订单且酒店已预订成功后确认收入	间接成本无法在订单完成收入确认时同步在订单维度确认，按照业务实质进行分步分摊。
	腾轩旅游	差旅管理收入在相关服务完成后按照有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，确认服务收入的实现。	未披露

	携程旅游	酒店预订：我们通过我们的平台，从来自酒店预订合作伙伴的佣金产生几乎全部住宿预订收入。我们在预订成为不可撤销时确认收入，该时点为我们完成住宿预订服务履约责任之时。	未披露
	同程旅行	在不承担存货风险的情况下，住宿预订收入按净额基准呈现，在买断住宿间夜并就此承担存货风险的情况下，住宿预订收入按总额基准呈现。	与具体订单对应成本直接计入订单，按总额基准确认的收入系销售间夜向用户开出单据的金额，向住宿供应商买断间夜的价格列作销售成本。其他间接成本未披露核算方式

3、旅游服务

收入类型	公司	收入核算方式	成本核算方式
旅游服务	发行人	在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入	会奖旅游成本是会奖旅游产品的采购成本，发行人按订单对会奖旅游成本进行归集，确认收入时同步结转成本。
	众信旅游	公司自主产品在旅游服务活动完成后按总额确认收入，代理业务在相关服务完成后按照有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。	未披露
	岭南控股	本公司提供旅游服务的，在提供相关服务后确认收入。	未披露

4、航空客运销售业务

收入类型	公司	收入核算方式	成本核算方式
航空客运销售业务	发行人	按照民航客运销售业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后，按全额确认收入。	包机包位成本是包机包位票源的采购成本，发行人按订单对包机包位成本进行归集，确认收入时同步结转成本。
	腾轩旅游	自由行票务收入确认原则：在航空公司完成出票后出具出票单时确认收入	未披露
	携程旅游	根据会计准则汇编第606条“客户合约收入”确认收入。根据该准则，我们按净额基准呈报几乎全部收入原因是旅行供应商主要负责提供相关旅行服务，而我们并不控制由旅行供应商向旅行者所提供的服务。当通过预购存	未披露

收入类型	公司	收入核算方式	成本核算方式
		货承担实质性存货风险时，我们按总额基准确认收入。	

从上述与可比公司对比可知，发行人收入核算方法与可比公司基本一致，其中后返佣金收入确认与同行可比公司存在差异，具体原因参见本问题回复之“一/（二）说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认，发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑，与腾轩旅游不一致的原因，易飞国际仅在回款时确认收入的原因；说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比，若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响”。成本核算方法，可比公司中除同程旅行披露了酒店预订成本外，其他可比公司并没有披露成本核算方式，发行人基于业务实际情况，将成本分为直接订单成本及间接成本，具有合理性，符合发行人的实际业务情况。

综上，发行人收入成本核算规范，不存在财务核算不准确且未整改规范的事项。

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、后返佣金收入确认的合规性

（1）访谈发行人管理层及业务人员，了解后返佣金的形成机制和航司的交易惯例；

（2）了解发行人与主要航司的合作情况，获取并核查发行人与主要航司的基础佣金政策、后返佣金政策，以及航司给予发行人的代理资质评定等；

（3）获取与主要航司的后返佣金政策条款后，重点关注后返佣金航司计付时点、退改签操作影响规则，结合《企业会计准则》相关规定分析实际执行的收入确认政策是否恰当，复核会计政策是否一贯执行；

（4）了解与发行人关于后返收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（5）查阅同行业可比公司的后返佣金收入构成、收入确认政策，了解发行人确认政策与可比公司是否存在差异以及差异原因；

（6）针对后返收入进行了抽样测试，核实相关后返政策、航司结算资料、期后回款等支持性文件，关注发行人计提与实际结算差异，分析差异原因。

2、包机包位收入确认的合规性

（1）访谈发行人管理层及业务人员，了解包机包位业务流程和行业交易惯例，发行人在该业务中所承担的责任和义务；

（2）获取包机包位的销售及采购合同，结合《企业会计准则》相关规定分析实际执行的收入确认时点及收入确认方法是否恰当，复核会计政策是否一贯执行；

（3）了解与包机包位确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（4）查阅同行业可比公司的类似收入构成、收入确认政策，了解发行人确认政策是否与可比公司一致并分析原因；

（5）获取并核查发行人包机包位机票采购合同、采购订单、销售订单、供应商付款、供应商结算单及客户回款等支撑性材料；

（6）对发行人出票后退改签情况进行核查，测试退改签对发行人收入确认的影响；

（7）分析出票时间与销售时间差异，分析对各期主要财务数据的影响，确认包机包位未确认存货的合理性。

3、旅游收入确认的合规性

（1）访谈发行人管理层及业务人员，了解旅游服务业务情况，与发行人其他业务板块定位区分及其定价机制；

（2）了解与旅游收入确认相关的关键内部控制，评价这些控制的设计，确定其是否得到执行，并测试相关内部控制的运行有效性；

（3）获取与主要客户的销售合同条款，结合《企业会计准则》确认发行人在相关服务中承担主要责任还是代理责任，确认不同业务类型采用适用的收入确认政策；

（4）针对旅游服务收入进行了抽样测试，核查相关销售合同、确认服务完成的支持性文件，以确认发行人收入确认准确、完整；

（5）查阅同行业可比公司的旅游收入构成、收入确认政策，了解发行人确认政策与可比公司是否一致以及分析原因。

4、其他财务核算的规范性

（1）对发行人财务负责人进行访谈，了解发行人运营的间接成本构成，成本归集方法和管理流程；

（2）获取并查阅发行人间接成本明细，对报告期内的间接成本进行分析复核，了解间接成本的构成及变化情况，将间接成本中的项目与实际业务账单进行核对，分析其勾稽关系的合理性；

（3）复核报告期内发行人间接成本的分摊方法，重新测算分摊成本的准确性；

（4）查阅同行业可比公司的收入和成本构成及其核算方法，了解发行人收入和成本核算方法是否与可比公司一致并分析原因；

（5）对发行人间接成本执行了细节性测试，检查间接成本相关合同、业务账单、发票、付款审批单、银行回单等支持性文件。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、后返佣金收入确认的合规性

（1）报告期内，发行人对机票代理业务能够可靠计量并按照可靠计量的口径确认收入，根据期后的实际结算情况，结算差异金额较小，发行人收入确认时点准确，不存在随意调节空间，不存在通过自主选择收入确认时点调节业绩。发行人通过严格的内部管理流程，有效保证了后返佣金收入金额计算的准确性。通过报告期各期后与航司实际结算金额的对比，结算差异金额和比例都较小，确认的后返佣金收入具有谨慎性，不存在较大的差异，也不存在期后冲减后返佣金及跨期的情形。

（2）根据发行人的收入确认政策，退票不影响后返佣金的计付和收入确认；综合考虑航司后返佣金政策及存在出退改签等情况，发行人选择起飞后确认后返佣金收入；与腾轩旅游和易飞国际存在差异具有合理性；报告期内，发行人按照回款时确认收入的后返佣金金额和占比较小；若按照回款确认收入，对各期收入、净利润存在一定影响。

综上，发行人后返佣金收入确认时点准确、依据充分，具有合规性。

2、包机包位收入确认的合规性

（1）在委托人确认订单且出票后，客户取得相关服务控制权，收入确认时点符合企业会计准则要求，且在公共卫生事件特殊背景下，除了不可抗力情况，出票后极可能不会在未来发生重大转回，收入确认具有谨慎性；报告期内，包机包位业务的出票时点与行程日期不在同一会计年度的收入的金额和占比较小，该出票与行程日期的跨期差异不影响收入确认相关情况，对各期财务数据不影响；发行人与可比公司的收入确认方法和时点一致。

（2）包机包位业务未确认存货符合准则的相关规定，具有合理性；同一张机票采购与销售之间跨期，各期主要财务数据不存在影响。

（3）基础佣金及服务费在委托人确认订单且出票后，按照应收销售款减去采购款的差额确认收入；退改签情况不影响基础佣金及服务费的确认；报告期各期出票后退改签金额及占比较小，对发行人收入确认影响较小。

综上，发行人包机包位收入确认时点准确、依据充分，具有合规性。

3、旅游收入确认的合规性

（1）发行人旅游服务收入根据其不同业务类型适用不同收入确认方法，收入确认依据充分，具有合规性。

（2）发行人根据产品类型披露旅游服务收入政策，与实际执行情况并不存在差异；报告期内发行人旅游收入跨期事项已得到整改，期后不存在收入跨期情况。

（3）发行人旅游服务，已根据不同服务产品披露收入政策。

4、其他财务核算的规范性

（1）发行人间接成本根据不同业务类别选择适当的分摊方法具有合理性、符合业务特征，由于可比公司没有公开披露成本分摊方法，导致无法直接对比。

（2）中航鑫港担保费在发生时归集在管理费用科目、期末时结转至主营业务成本科目，该账务处理流程系发行人费控系统设置导致，并不影响发行人报表数据准确反映，具有合规性。

（3）发行人收入核算方法与可比公司基本一致，由于可比公司没有公开披露成本核算方法，无法直接进行对比，发行人基于业务实际情况选择恰当的分摊方法具有合理性。发行人收入成本核算规范，不存在财务核算不准确且未整改规范的事项。

综上，发行人其他财务核算已规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定。

六、保荐机构、申报会计师说明对发行人会计基础工作规范性及内控有效性的核查情况及结论

（一）核查程序

1、对发行人财务负责人进行访谈，了解发行人会计基础工作，相关财务内控不规范情形产生的原因、不规范情形的整改措施及期后执行效果等；

2、对发行人财务核算的内部控制进行了解、执行穿行测试，评估其设计的合理性及是否得到执行，对重要业务循环的财务核算准确性执行控制测试，评价其运行的有效性；

3、了解发行人成本归集和分摊方法，是否准确划分成本费用、分摊间接成本方法的准确性，并执行细节性测试确认发行人的成本真实、准确、完整。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人已采取有效措施，加强人员配置和培训，提升财务人员规范意识及财务核算能力；优化财务核算流程，确保财务信息披露质量；增强了会计基础

工作规范性。

2、经整改后，发行人会计基础工作规范，与财务相关内部控制保持了有效性，不存在财务报告内部控制重大缺陷。

七、保荐机构、申报会计师结合申报前会计差错更正情况及更正原因，本次申报执业情况等，说明申报会计师在前期执业及本次申报过程中是否勤勉尽责，质控相关把关制度是否健全有效

（一）申报前会计差错更正情况及更正原因

2024 年 5 月 31 日，发行人第二届董事会第三次会议审议通过《关于前期会计差错更正的议案》，根据董事会决议，对相关重大会计差错事项进行了调整，具体如下：

1、会奖旅游业务收入成本跨期

会奖旅游收入确认政策为“在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入”。根据《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订），会奖旅游收入在发行人提供了服务后，客户取得相关服务控制权时，表示发行人已经完成了履约服务，享有了现时收款权利，应确认收入。但实际操作过程中，相关收入以业务人员与客户结算后完成项目审结时作为收入确认时点，但部分客户结算单签字时间与实际服务完成时间存在一定时间差，可能导致账面部分收入确认时间存在一定滞后。

为了更加准确核算发行人的会奖旅游业务收入，发行人、保荐机构、申报会计师对报告期内会奖旅游业务进行全面梳理，认为以服务完成时的单据时间作为收入确认时点，对收入进行跨期调整，更具谨慎性、合理性。前述变化仅是会计判断的调整所致，不涉及收入确认政策的错误使用。

2、研发费用差错更正

研发费用差错更正系严格参照 2023 年 11 月发布的《监管规则适用指引——发行类第 9 号：研发人员及研发投入》相关规定，从严把握研发投入归集核算口径。

（1）将研发辅助人员薪酬剔除。报告期内发行人存在非研发部门人员辅助开展研发活动的情形，前期会计差错更正前，发行人依据研发辅助人员的工时比例将其人工费用分摊计入研发活动，更正后将其对应人工费用均予剔除；

（2）合理归集系统服务费。发行人研发与业务部门的系统服务费存在混同情形，更正后按照使用部门的服务器账号归属进行归集，同一云服务账号存在业务和研发部门混同使用的则全部计入营业成本，从而将系统服务费在研发费用和营业成本间合理区分。

3、柯某职务侵占差错更正

发行人于 2022 年 8 月 26 日发现财务部人员柯某存在挪用对公支付宝账户资金的行为。截至 2021 年年末，柯某挪用 400 万元未进行归还，2022 年继续挪用 1,500 万元，2022 年合计归还 1,080 万元，最终发行人损失 820 万元。发行人就该 820 万元损失于 2022 年全额计提坏账。

发行人原本就该事项的会计处理和判断过程为：

发行人 2021 年底被员工挪用资金 400 万元，站在 2021 年底角度，无相关证据表明款项无法回收，公司 2022 年度对职务侵占的款项追回 1,080 万元，追回的款项可优先用于偿还且能完全覆盖 2021 年末被挪用的款项，对于无法追回的款项在确定无法回收时全额计提坏账，因此，对该笔损失在 2022 年度全额计提坏账。

申报前，发行人、保荐机构、申报会计师进一步对柯某侵占公司资金的过程进行梳理，认为原先的会计处理和判断过程虽然具有一定合理性，但由于 2022 年度追回的款项无明确依据说明优先追回 2021 年度占用的款项，发行人之前的判断可能具有倾向性，因此，从审慎角度判断，对于该职务侵占导致的损失，应该根据发行人最终的损失在 2021-2022 年度根据其占用比例进行分摊，谨慎计提坏账准备。

上述差错事项，2021-2023 年度，对营业收入的影响比例分别为-0.19%、-1.84%、0%，对净利润的影响比例分别为 2.83%、-1.49%和 0%，不构成重大变动。

（二）本次申报执业情况

1、基本信息

项目	姓名	执业资质	是否从事过证券服务业务	在其他单位兼职情况
签字项目合伙人	覃易	中国注册会计师	是	无
签字注册会计师	赵文	中国注册会计师	是	无
质量控制复核人	郭俊彬	中国注册会计师	是	无

2、工作经历

人员	时间	工作单位	职务
签字项目合伙人覃易	2011年9月-2019年12月	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）	项目经理
	2020年1月-2021年4月	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所	经理
	2021年5月-至今	广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）	合伙人
签字注册会计师赵文	2012年9月-2019年12月	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）	项目经理
	2020年1月-2021年4月	华兴会计师事务所（特殊普通合伙）广东分所	项目经理
	2021年5月-至今	广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）	经理

3、诚信记录

项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人近三年（最近三个完整自然年度及当年）未因执业行为而受到刑事处罚、行政处罚，受到证券监督管理机构的监督管理措施或证券交易所、行业协会等自律组织的自律监管措施、纪律处分情况如下：

序号	姓名	处理处罚日期	处理处罚类型	实施单位	事由
1	覃易	2023年5月22日	出具警示函	广东证监局	对全通教育2021年相关会计错报事项审计程序执行不到位，对部分业务收入确认事项审计程序执行不到位。
2	覃易	2023年5月22日	出具警示函	广东证监局	对全通教育2020年相关会计错报事项审计程序执行不到位，对部分业务收入确认事项审计程序执行不到位。

4、独立性

广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）及上述项目合伙人、签字注册会计师、项目质量控制复核人不存在违反《中国注册会计师职业道德守则》对独立性要求的情形。

（三）说明申报会计师在前期执业及本次申报过程中是否勤勉尽责

申报会计师已在新三板审计阶段对前述事项执行了充分、适当的核查程序。本次差错更正调整，主要系相较于新三板阶段，申报会计师于北交所申报阶段采取的标准有所差异，包括核查手段更加多元、覆盖面更加广泛，以及对近期首发审核情况、最新相关监管指引、企业会计准则等规定适用的尺度把握程度不同所致，目的系从更具严谨的角度对相关会计处理进行调整，能更加准确的反映发行人经营活动成果。

差错更正对发行人 2021-2023 年度的净利润影响金额分别为-108.37 万元、113.19 万元和-110.23 万元，影响比例分别为-3.96%、2.83%和-1.49%，影响金额及比例较小，未超过当期利润审计的重要性水平，不会对未来产生重大影响，不构成内部控制重大缺陷。不存在故意遗漏或虚构交易、事项或者其他重要信息，滥用会计政策或者会计估计，操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录等情形。

综上，申报会计师前期执业及本次申报过程中已严格履行法定职责，遵循了勤勉尽责和诚实信用原则。

（四）质控相关把关制度是否健全有效

申报会计师在审计鉴证业务中严格执行事务所内部项目复核制度，以合理保证会计师事务所和项目负责人根据具体情况出具恰当的报告。根据事务所内部制度，复核工作包括项目组内部复核和独立于项目组的项目质量控制复核。

项目组内复核工作由具备专业胜任能力的不同级别人员对审计项目开展内部复核。项目质量复核人是独立于项目组，由质量控制委员会委派具备必要经验和权限的合伙人（或其他类似职位专业胜任的人员）。

1、项目组内部复核

项目组内部复核穿插在整个审计过程中，在外勤工作实施阶段，现场负责人对助理人员工作底稿的复核，签字注册会计师和签字合伙人对工作底稿的整体复核；外勤工作临近结束时的复核，对重要会计账项的审计、重要审计程序的执行以及建议被审计单位调整事项等进行复核；审计意见形成阶段的复核，对审计中的重大会计审计问题、重大审计调整事项及重要审计工作底稿进行复核等。

2、项目质量控制独立复核

项目质量复核人由质量控制委员会委派，通过阅读并了解与项目组独立性、重大判断相关的信息，复核财务报表及拟出具的审计报告，与项目组讨论重大事项（及判断），选取部分相关的业务工作底稿进行复核，评价项目组得出的结论是否恰当。

项目组内部复核和项目质量控制独立复核根据事务所相关制度，查阅工作底稿，形成了审核反馈意见并督促项目组落实。

综上，申报会计师对于发行人财务真实性、内控有效性的审计鉴证工作勤勉尽责，质控相关把关制度健全有效。

问题 7. 与前员工、实控人控制的主体交易的必要性和公允性

根据申报文件，（1）报告期发行人部分票源来自向同行采购，主要系部分票代可能在某些航司的部分票源中具备比较优势，或者具备其他票代不具备获取的票源资源。报告期发行人与前员工控制、参股或任主要责任人员的主体存在销售机票、采购机票、采购酒店等情况，其中销售金额分别为 5,748.11 万元、7,757.77 万元、12,476.56 万元；采购金额分别为 6,117.40 万元、7,868.70 万元、8,164.85 万元。（2）发行人向前员工邓某控制的捷途会展、空港易行采购机票，其中空港易行报告期一直为发行人前五大票代客户，捷途会展原系发行人实控人实际控制的企业，2020 年 7 月实控人及相关方将捷途会展 100%股权无偿转让给邓某控制的空港易行及其配偶，2022 年捷途会展即成为发行人前五大票代客户。2021 年 7 月后捷途会展不再披露为发行人关联方。（3）其中向前员工控制的蜗牛网、千淘商旅等酒店集成供应商采购酒店 1,963.84 万元、3,100.51 万元、

6,206.65 万元，在同类采购中占比 10%左右。发行人采购的酒店包括协议、非协议两类，其中协议酒店系客户直接与酒店签合同并托管给发行人，采购价格以客户和酒店签订的协议为准，发行人在约定价格上加收服务费；非协议酒店为发行人与大型酒店集团或酒店集成供应商签约的酒店，主要参考市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素向客户报价，较为灵活。（4）报告期发行人主要通过租赁房产开展业务，其中向实控人控制的中信宝物业发展有限公司租赁办公场所并支付水电费、物管费，租金每年约 300 余万元，物管费、水电费每年约 100 万元左右，期末发行人投资性房地产账面价值 605.18 万元，系对外出租的房屋建筑物；报告期发行人还存在向实控人控制的主体采购机票、食品礼盒、二手车等情况，向实控人及其控制的主体销售机票、酒店代理及会奖旅游服务等情况。

（1）与前员工交易的必要性、定价公允性。请发行人：①说明前员工供应商成立时间、主营业务、经营状况，结合前员工供应商在哪些航司哪些票源方面具备何种比较优势，说明向前员工供应商采购机票的商业合理性；说明发行人向同行采购机票的具体情况、主要供应商、主要票源及比较优势，向前员工采购在向同行采购中的占比。②结合捷途会展控制权转让前后的经营状况、财务状况及业绩情况说明无偿转让是否公允，捷途会展是否仍系发行人实控人控制；说明发行人与空港易行、捷途会展的合作背景、合作时间、各期交易的具体情况，空港易行成为发行人主要票代客户的过程，2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性；结合实控人与邓某的社会关系、资金往来、零对价转让股权等情况说明是否存在关联方非关联化情况；说明向前员工客户销售的具体内容、应用场景、结算周期和方式，交易实质是否为前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售，是否符合行业惯例。③说明协议、非协议酒店采购金额及占比，向前员工供应商采购的酒店是否属于非协议酒店、在非协议酒店采购中的占比，是否主要向前员工采购非协议酒店及合理性，说明向前员工供应商采购酒店占比较高的原因、是否可持续。④说明向前员工采购、销售的具体类别、金额，结合同类采购、销售中可比第三方价格，分析向前员工采购、销售定价公允性，说明前员工客户毛利率为负的原因、是否异常，前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，是否主要为发行人提供服务。⑤结合上述情况、前员工主体与发行人及关联方的资金流水情况，说明与前员工交易是否真实，是否存在利益输

送、资金体外循环等情形。

（2）与实控人控制的主体交易的必要性、公允性。请发行人：①结合自有房产对外出租情况（位置、面积、承租人等），说明向实控人控制的主体租入房产的必要性，说明各期各处租入房产的位置、具体用途、面积与人员的匹配性，租入价格的公允性。②梳理发行人与实控人及其控制的主体采购、销售的具体情况，说明交易的必要性、定价公允性；说明上述关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效；结合资金流水核查情况，说明是否向关联方输送利益。③说明实控人投资的房产等业务经营情况、财务状况，是否存在合规风险、财务风险，是否导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导等情形，视情况进行风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：结合《指引 1 号》1-13 关联交易相关要求，对上述事项进行核查并发表明确意见；说明对采购真实性的核查方法、程序、比例及结论；说明对发行人、实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况，是否与前员工及相关主体存在异常资金往来，说明法人主体资金流水核查金额重要性水平的认定依据及合理性。

【回复】

一、与前员工交易的必要性、定价公允性

（一）说明前员工供应商成立时间、主营业务、经营状况，结合前员工供应商在哪些航司哪些票源方面具备何种比较优势，说明向前员工供应商采购机票的商业合理性；说明发行人向同行采购机票的具体情况、主要供应商、主要票源及比较优势，向前员工采购在向同行采购中的占比

1、说明前员工供应商成立时间、主营业务、经营状况

前员工控制的供应商成立时间、主营业务、经营状况等如下所示：

序号	前员工姓名	前员工控制的供应商名称	成立时间	主营业务	具备的比较优势	经营状况	
						2023年度销售金额	员工人数
1	邓春生	深圳市空港易行商旅服务有限公司（以下简称“空港易行”）	2018-01-23	航空客运销售代理	中东、非洲等航段	10,000万元至50,000万元	20-50人

序号	前员工姓名	前员工控制的供应商名称	成立时间	主营业务	具备的比较优势	经营状况	
						2023年度销售金额	员工人数
		广州捷途会展服务有限公司（以下简称“捷途会展”）	2011-11-15				
2	肖宁、纪奕川	广州蜗牛网国际旅行社有限公司（以下简称“蜗牛网”）	2018-09-21	提供酒店集成与预订服务	维也纳酒店集团、格林酒店集团等	10,000万元至50,000万元	50人以上
		广州千淘商旅服务有限公司（以下简称“千淘商旅”）	2019-05-06				
3	陈鹏	北京溢境国际旅行社有限公司（以下简称“北京溢境”）	2016-04-21	航空客运销售代理	非洲、中亚、北美等航段	1,000万元至5,000万元	10-20人
4	石荣航	深圳市十方国际商旅服务有限公司（以下简称“十方国际”）	2018-12-05	航空客运销售代理	西班牙航空公司等	1,000万元至5,000万元	5-10人
5	梁荣峰	游够吧科技（广州）有限公司（以下简称“游够吧科技”）	2021-12-16	航空客运销售代理	菲律宾航空、印度尼西亚狮子航空等	1,000万元以下	5-10人
6	陈辉英	深圳雅途航空服务有限公司（以下简称“深圳雅途”）	2017-08-23	航空客运销售代理	非洲、中亚、北美等航段	1,000万元至5,000万元	5-10人
7	蒋圣才	广东鹿鸣商旅服务有限公司（以下简称“鹿鸣商旅”）	2019-01-18	航空客运销售代理	中东、北美、澳洲等航段	1,000万元以下	5人以下

2、结合前员工供应商在哪些航司哪些票源方面具备何种比较优势，说明向前员工供应商采购机票的商业合理性

前员工供应商具备的比较优势情况参见本问题回复之“一/（一）/1、说明前员工供应商成立时间、主营业务、经营状况”。

不同机票代理人之间与航空公司间战略合作深度、产品资源获取能力、产品优惠政策等存在一定差异，其他机票代理人可能在某些航空公司的部分票源中具备比较优势。发行人会通过同行外采方式获取部分自身不具备比较优势或资源未予覆盖的票源，以增强发行人产品竞争力，所以发行人向前员工供应商采购其具备比较优势的票源具有商业合理性。

3、说明发行人向同行采购机票的具体情况、主要供应商、主要票源及比较优势，向前员工采购在向同行采购中的占比

发行人向同行采购机票的具体情况、主要供应商、主要票源及比较优势参见“问询函第 1 题/二/（三）说明报告期内发行人同行外采的具体情况，包括但不限于前五大同行供应商、对应航司、供应商相对于发行人的比较优势、向同行采购的商业合理性”。

对于机票采购，发行人向前员工供应商的采购金额在向全部旅业同行采购机票中的占比情况如下所示：

单位：万元

序号	公司名称	2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占全部旅业同行采购机票的比例	金额	占全部旅业同行采购机票的比例	金额	占全部旅业同行采购机票的比例
1	空港易行及其下属企业	3,111.86	4.48%	1,081.77	2.10%	3,756.27	6.21%
2	北京溢境	317.76	0.46%	233.08	0.45%	476.79	0.79%
3	十方国际	-	-	-	-	28.66	0.05%
4	游够吧科技	-	-	1.34	0.00%	334.45	0.55%
5	深圳雅途	29.64	0.04%	-	-	113.18	0.19%
6	鹿鸣商旅	8.97	0.01%	-	-	-8.78	-0.01%
合计		3,468.22	5.00%	1,316.19	2.55%	4,700.56	7.77%

注：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展。

报告期内，发行人向前员工供应商的采购金额在向全部旅业同行采购机票中的占比分别为 7.77%、2.55%和 5.00%，不存在发行人主要向前员工供应商采购机票的情况。

（二）结合捷途会展控制权转让前后的经营状况、财务状况及业绩情况说明无偿转让是否公允，捷途会展是否仍系发行人实控人控制；说明发行人与空港易行、捷途会展的合作背景、合作时间、各期交易的具体情况，空港易行成为发行人主要票代客户的过程，2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性；结合实控人与邓某的社会关系、资金往来、零对价转让股权等情况说明是否存在关联方非关联化情况；说明向前员工客户销售的具体内容、应用场景、结算周期和方式，交易实质是否为前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售，是否符合行业惯例

1、结合捷途会展控制权转让前后的经营状况、财务状况及业绩情况说明无偿转让是否公允，捷途会展是否仍系发行人实控人控制

2020 年 7 月，捷途会展的控制权由发行人实际控制人变更为前员工邓某。本次转让背景主要系捷途会展持续经营不善，外加 2020 年初的公共卫生事件影响，行业整体情况进一步恶化，发行人实际控制人决定放弃对捷途会展的经营。控制权转让前后，2019 年度/截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年度/截至 2020 年 12 月 31 日，捷途会展的营业收入分别为 89.73 万元、82.23 万元，净利润分别为 -0.65 万元、-2.83 万元，净资产分别为 3.95 万元、3.63 万元。

本次转让为无偿转让，除了因转让时捷途会展的经营情况较差、净资产较低外。在公共卫生事件期间，大量小规模旅行社或票务代理公司纷纷倒闭、航旅票务相关资质牌照价值缩减的背景下，难以寻觅有意愿的买家。此外，发行人实际控制人也考虑到如选择直接注销捷途会展，相对于无偿转让，还需增加其他额外成本，如房租押金无法退还、数十名员工的安置问题，因此最终选择无偿转让给邓某。

综上所述，本次无偿转让具有合理性、公允性，经转让后捷途会展不再受发行人实际控制人控制。

2、说明发行人与空港易行、捷途会展的合作背景、合作时间、各期交易的具体情况，空港易行成为发行人主要票代客户的过程，2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性

（1）说明发行人与空港易行、捷途会展的合作背景、合作时间、各期交易的具体情况

公司名称	合作时间	合作背景
空港易行	2018 年	设立当年即向发行人开展采购合作，主要系邓某在美亚科技工作期间早已积累了一定的人脉资源，且因邓某曾在发行人任职，了解发行人的产品资源优势以及商业诚信，因此设立后立即就产生了向发行人的采购需求。
捷途会展	2020 年	2020 年 7 月，在发行人实际控制人将捷途会展的控制权转让给邓某后，邓某将部分积累的客户资源对接至捷途会展，延续了空港易行与发行人的合作关系。

各期交易的具体情况参见本问题回复之“一/（四）/1、说明向前员工采购、销售的具体类别、金额”。

（2）空港易行成为发行人主要票代客户的过程

邓某在美亚科技工作期间早已积累了一定的人脉资源，空港易行设立后，邓某凭借着其自身的努力及深耕行业多年所积累的经验，经不断发展已成为华南区域规模较大的机票代理人，拥有了较多的客户资源，也掌握了相对其他旅业同行更具优势的稀缺产品资源，如埃及航空、土耳其航空、伊朗航空等。加上邓某曾在发行人任职，对发行人较为信赖，深知发行人作为国内知名的泛商旅综合解决方案提供商所掌握的产品资源优势以及商业诚信，因此与发行人保持着较好的合作关系，成为了发行人主要票代客户。

（3）2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性

如前所述，邓某在 2018 年设立空港易行后，经不断发展已成为华南区域规模较大的机票代理人，拥有了较多的客户资源。在 2020 年 7 月收购捷途会展后，邓某将部分客户资源对接至捷途会展，捷途会展对多种票源的采购需求增加。同时发行人作为国内知名的泛商旅综合解决方案提供商，国际机票整合能力突出，具备多种票源的比较优势，捷途会展因此向发行人采购机票。

随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，航班逐步增加，航司运力有序恢复，出行需求上涨，致使捷途会展向公司的采购金额上升，进一步于 2022 年成为发行人主要票代客户。

综上所述，2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户具备合理性。

3、结合实控人与邓某的社会关系、资金往来、零对价转让股权等情况说明是否存在关联方非关联化情况

2020 年 7 月发行人实际控制人将捷途会展的控制权转让给邓某，形成关联方非关联化。经核查，发行人实际控制人与邓某除了前员工和前雇主的关系外，不存在其他社会关系；根据所取得的发行人实际控制人历史期间、报告期内银行流水，未发现发行人实际控制人与邓某之间存在资金往来；本次零对价转让股权也具有合理性、公允性，不存在潜在的利益输送，非真实股权转让的情形。

同时，发行人已严格按照相关法律法规将捷途会展披露为曾经的关联方，关联关系为实际控制人伍俊雄、陈培钢曾经控制的企业，并基于审慎性原则考虑，将发行人 2021 年 1-7 月与捷途会展之间的交易确认为关联交易，发行人不存在故意规避关联交易的主观动机。

4、说明向前员工客户销售的具体内容、应用场景、结算周期和方式

发行人向前员工控制的客户销售的具体内容、应用场景、结算周期和方式情况如下所示：

序号	前员工姓名	前员工控制的客户名称	销售内容	应用场景	结算周期	结算方式
1	邓春生及其配偶（傅雅丽）	捷途会展	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
		空港易行			一周一结	银行转账
		深圳市尚美商旅服务有限公司（以下简称“尚美商旅”）			一周一结	银行转账
2	陈鹏	北京溢境	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
3	石荣航	十方国际	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
4	梁荣峰	游够吧科技	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
5	陈辉英	深圳雅途	机票	乘客出行	一周双结	银行转账

序号	前员工姓名	前员工控制的客户名称	销售内容	应用场景	结算周期	结算方式
6	蒋圣才	鹿鸣商旅	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
7	谢开杰	广东携美电子商务有限公司（以下简称“广东携美”）	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
8	黄巍	广东创博科技发展有限公司（以下简称“创博科技”）	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
9	管福祥	广州欧途商务服务有限公司（以下简称“广州欧途”）	机票	乘客出行	一周双结	银行转账

发行人的优质票源整合能力较强，在某些航司票源中具备良好价格竞争力，其他旅业同行经常性向发行人采购大量优质票源。

5、交易实质是否为前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售

“机票代理人”的具体涵义为：其与发行人的航旅票务业务性质类似，均为面向航司的机票代理人，经由国际航协 BSP 系统代理销售航司的机票，或者与航司签订正式代理销售协议，并非指其他机票代理人与发行人之间具有代理销售合作关系。

结合发行人与其他机票代理人的业务合作模式来看，发行人与其他机票代理人之间未签订任何代理协议，对其他机票代理人的代理范围、代理费率、代理商义务等均无任何合同性权利或实际管理权限，不涉及对代理商的准入与退出管控和日常考核，不涉及代理佣金、下游市场营销费用的承担。

同时，发行人未通过其他机票代理人与下游客户签订销售合同；其他机票代理人向发行人采购优质票源，并以其自身名义向下游销售机票；相关采购事项完全取决于发行人自身与其他机票代理人对彼此所获取票源产品丰富度和价格竞争力的考量，各方均以自身真实意思表示自愿开展机票采购活动。

综上所述，发行人与其他机票代理人的业务合作模式不符合代理销售的具体形式要件，发行人与前员工客户的交易实质不属于前员工客户为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售。

6、是否符合行业惯例

（1）同行业可比公司

根据易飞国际、腾轩旅游定期报告中的披露内容，其客户结构中包含旅业同行客户，具体情况如下所示：

序号	同行业可比公司	具体内容
1	易飞国际	面向航旅客户，公司整合行业资源为旅行社和同行客户提供出票、退改签等一站式全流程服务，满足航旅客户的多样化需求。
2	腾轩旅游	累计发展了数万家如中小旅行社、票务公司客户。

（2）现场走访旅业同行

在保荐机构、申报会计师独立走访旅业同行时，针对相关问题，对方均明确回复其实际上不是发行人的代理商，未签订专门的代理销售协议，而是常规的机票采购协议，发行人也未通过本单位的辅助工作直接与下游客户签约等，且发行人与本单位的现行合作模式属于行业内的常用业务模式，旅业同行间互相采购属于行业惯例。

综上所述，发行人与其他机票代理人的合作模式不属于代理销售合作，不同机票代理人之间互相采购各自具备比较优势的票源符合行业惯例。

（三）说明协议、非协议酒店采购金额及占比，向前员工供应商采购的酒店是否属于非协议酒店、在非协议酒店采购中的占比，是否主要向前员工采购非协议酒店及合理性，说明向前员工供应商采购酒店占比较高的原因、是否可持续

1、说明协议、非协议酒店采购金额及占比

报告期内，发行人协议、非协议酒店的采购金额及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
协议酒店	49,048.64	60.96%	41,691.84	60.88%	14,941.54	54.53%
非协议酒店	31,410.63	39.04%	26,788.24	39.12%	12,460.46	45.47%
合计	80,459.27	100.00%	**68,480.09**	**100.00%**	**27,401.99**	**100.00%**

2、向前员工供应商采购的酒店是否属于非协议酒店、在非协议酒店采购中的占比

当客户与特定酒店或酒店集团签订合作协议并指定发行人管理后，发行人根据客户的酒店预订需求直接向特定酒店或酒店集团进行采购，属于酒店直采渠道。而千淘商旅集团是行业内知名的酒店聚合渠道供应商，发行人向千淘商旅集团采购的酒店属于非协议酒店。

报告期内，发行人向千淘商旅集团的采购金额占非协议酒店中的比例如下所示：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
千淘商旅集团及其下属企业的采购金额	4,813.72	6,206.65	3,100.51
非协议酒店的采购金额	31,410.63	26,788.24	12,460.46
占比	15.33%	23.17%	24.88%

注：千淘商旅集团及其下属企业包括千淘商旅、蜗牛网。

3、是否主要向前员工采购非协议酒店及合理性，说明向前员工供应商采购酒店占比较高的原因、是否可持续

在各个前员工控制的供应商中，千淘商旅集团的主营业务是提供酒店集成与预订服务，其余的主营业务均为航空客运销售代理。报告期内，发行人向千淘商旅集团的采购金额占非协议酒店中的比例分别为24.88%、23.17%和15.33%，主要向前员工供应商采购非协议酒店，占比较高，其原因及合理性如下：

（1）千淘商旅集团酒店资源丰富

千淘商旅集团是国内知名的酒店聚合渠道供应商，根据其官网的介绍覆盖近50万家国内酒店和近40万家国际酒店，其直接签约的单体酒店数超6万家，重点集中在80个热门城市的3星及4星级酒店，在酒店资源的覆盖面上具备较强优势。

（2）千淘商旅集团酒店聚合的技术优势较强

根据公开渠道查询，千淘商旅集团共有22项软件著作权，主要集中在酒店房态管理及自动化处理、多供应商数据匹配合并、多平台通用酒店预订等方面，具备较强的酒店聚合技术优势，能够整合多渠道酒店资源信息，并确保服务的效

率和准确性。

（3）千淘商旅集团规模较大

广州千淘商旅服务有限公司的注册资本为 5,000 万元，且经现场走访了解，千淘商旅集团 2021 年度至 2023 年度各年的销售金额均在 10,000 万元至 50,000 万元之间，已销售给发行人的金额占千淘商旅集团销售总额的比例在 10%-20%，不存在主要向发行人提供服务的情形。

综上所述，虽然发行人向前员工供应商即千淘商旅集团的采购金额占非协议酒店中的比例较高，但具有合理性，并且业务合作稳定具有持续性。

（四）说明向前员工采购、销售的具体类别、金额，结合同类采购、销售中可比第三方价格，分析向前员工采购、销售定价公允性，说明前员工客户毛利率为负的原因、是否异常，前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，是否主要为发行人提供服务

1、说明向前员工采购、销售的具体类别、金额

报告期内，发行人向前员工采购、销售的具体类别、金额情况如下所示：

单位：万元

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2024年度	2023年度	2022年度
1	空港易行及其下属企业	机票	采购金额	3,111.86	1,081.77	3,756.27
			占全部机票采购金额的比例	0.27%	0.11%	0.90%
			销售金额	7,146.81	7,400.28	4,158.46
			占全部机票代理销售金额的比例	0.61%	0.73%	1.01%
2	千淘商旅集团及其下属企业	酒店	采购金额	4,813.72	6,206.65	3,100.51
			占全部酒店采购金额的比例	5.98%	9.06%	11.31%
			销售金额	-	-	-
3	北京溢境	机票	采购金额	317.76	233.08	476.79
			占全部机票采购金额的比例	0.03%	0.02%	0.11%
			销售金额	683.56	182.29	481.03

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2024年度	2023年度	2022年度
			占全部机票代理销售金额的比例	0.06%	0.02%	0.12%
4	十方国际	机票	采购金额	-	-	28.66
			占全部机票采购金额的比例	-	-	0.01%
			销售金额	545.24	482.35	318.11
			占全部机票代理销售金额的比例	0.05%	0.05%	0.08%
5	游够吧科技	机票	采购金额	-	1.34	334.45
			占全部机票采购金额的比例	-	0.00%	0.08%
			销售金额	-	-	67.14
			占全部机票代理销售金额的比例	-	-	0.02%
6	深圳雅途	机票	采购金额	29.64	-	113.18
			占全部机票采购金额的比例	0.00%	-	0.03%
			销售金额	330.23	479.96	140.14
			占全部机票代理销售金额的比例	0.03%	0.05%	0.03%
7	鹿鸣商旅	机票	采购金额	8.97	-	-8.78
			占全部机票采购金额的比例	0.00%	-	0.00%
			销售金额	829.67	1,035.03	163.64
			占全部机票代理销售金额的比例	0.07%	0.10%	0.04%
8	广东携美	机票	采购金额	-	-	-
			销售金额	433.52	422.46	672.49
			占全部机票代理销售金额的比例	0.04%	0.04%	0.16%
9	创博科技	机票	采购金额	-	-	-
			销售金额	-	21.35	-
			占全部机票代理销售金额的	-	0.00%	-

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2024年度	2023年度	2022年度
			比例			
10	广州欧途	机票	采购金额	-	-	-
			销售金额	1,382.15	2,080.70	1,361.78
			占全部机票代理销售金额的比例	0.12%	0.21%	0.33%

注 1：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展、尚美商旅；
注 2：千淘商旅集团及其下属企业包括千淘商旅、蜗牛网。

报告期内，对于机票类别，发行人向前员工采购、销售占全部机票采购、机票代理销售的比例均较低，不存在主要向前员工采购、销售机票的情况；对于酒店类别，发行人向前员工采购占全部酒店采购的比例较低，不存在主要向前员工采购酒店的情况。

2、结合同类采购、销售中可比第三方价格，分析向前员工采购、销售定价公允性

（1）抽样方式

由于机票和酒店具有高度的非标准化的特点，行程、起飞时间、酒店地点或入住时间等多种因素均可能对订单的采购价格、销售价格产生较大影响，所以针对与发行人交易金额较大的前员工供应商（报告期内发行人合计采购金额超过 500.00 万元）与前员工客户（报告期内发行人合计销售金额超过 1,000.00 万元）通过分层抽样的方式随机抽取订单，而针对交易金额较小的前员工供应商与前员工客户通过简单随机抽样的方式随机抽取订单。最后通过行程、起飞时间、酒店地点或入住时间等信息获取可比订单，对比分析向前员工供应商与前员工客户的采购、销售价格的公允性。此外，由于发行人报告期内订单数量较多，报告期三年合计订单数量超过千万笔，因此难以通过覆盖比例的高低来衡量抽样程序的有效性。

报告期内，发行人与空港易行及其下属企业、北京溢境和千淘商旅集团及其下属企业的采购金额较大，与空港易行及其下属企业、广东携美、鹿鸣商旅和广州欧途的销售金额较大，所以用报告期内发行人与上述公司全部的采购、销售的

机票订购单、酒店订购单为总体，通过分层抽样的方式随机抽取订单，具体分层抽样的方式如下：

序号	分层抽样方式	具体内容
1	按金额分层	结合样本总体情况，机票订购单按照 0.00 至 5,000.00 元，5,000.00 元至 20,000.00 元，20,000.00 至 40,000.00 元，40,000.00 至 60,000.00 元，60,000.00 元以上进行分层；酒店订购单按照 0.00 至 300.00 元，300.00 至 600.00 元，600.00 至 900.00 元，900.00 元以上进行分层，各前员工公司各报告期内每层抽取 2 个样本，每个前员工公司共抽取 24 至 30 个样本。
2	按季度分层	按出票时间各前员工公司各报告期内每季度抽取 2 个样本，每个前员工公司共抽取 24 个样本。
3	按航空公司或酒店资源分层	按照各报告期内向前员工公司采购、销售的前三大航空公司或酒店资源进行分层，前员工公司各报告期内每航空公司或酒店资源抽取 2 个样本，每个前员工公司共抽取 18 个样本。

而报告期内发行人与十方国际、游够吧科技、深圳雅途和鹿鸣商旅的采购金额较小，与北京溢境、十方国际、游够吧科技、深圳雅途和创博科技的销售金额较小，所以用报告期内发行人与上述公司全部的采购、销售的机票订购单为总体，每年随机抽取 10 个样本。

通过随机抽取订单后，基于行程、起飞时间、酒店地点或入住时间信息获取可比订单，可比订单的具体获取方法为行程或酒店地点相同、起飞时间或酒店入住时间在相同月份、相邻月份或间隔时间较短的非前员工供应商的采购订单、非前员工客户的销售订单。

（2）对比结果

①采购端

对于空港易行及其下属企业、北京溢境和千淘商旅集团及其下属企业等采购金额较大的前员工供应商，共抽取350笔采购订单；对于十方国际、游够吧科技、深圳雅途和鹿鸣商旅等采购金额较小的前员工供应商，共抽取43笔采购订单。其中抽样订单与可比订单差异率较大的详细情况如下：

发行人2024年度向北京溢境采购行程是TUN-CAI/CAI-ADD（突尼斯迦太基国际机场-埃及开罗国际机场/埃及开罗国际机场-埃塞俄比亚斯亚贝巴国际机场）的机票单价为0.24万元/张，与相同行程的可比订单采购单价0.17万元/张相比差异率为43.32%，主要原因系抽样订单的舱位是Y/Y舱（全价经济舱），而可比

订单的舱位是V/V舱（折扣经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向北京溢境采购行程是ZRH-HKG/HKG-TAO（瑞士苏黎世机场-香港国际机场/香港国际机场-青岛流亭国际机场）的机票单价为2.17万元/张，与相同行程的可比订单采购单价0.48万元/张相比差异率为357.10%，主要原因系抽样订单的舱位是I/I舱（公务舱），而可比订单的舱位是V/V舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向空港易行及其下属企业采购行程是HKG-LAX/LAX-LAS/SFO-HKG（香港国际机场-美国洛杉矶国际机场/美国洛杉矶国际机场-美国哈里·里德国际机场/美国旧金山国际机场-香港国际机场）的机票单价为1.21万元/张，与相同行程的可比订单采购单价5.76万元/张相比差异率为-78.97%，主要原因系抽样订单的舱位是L/L/S舱(经济舱)，而可比订单的舱位是C/C/D舱(公务舱)，致使可比订单的机票价格较高。

发行人2024年度向空港易行及其下属企业采购行程是HKG-LAX/LAX-MIA/MIA-SFO/SFO-HKG（香港国际机场-美国洛杉矶国际机场/美国洛杉矶国际机场-美国迈阿密国际机场/美国迈阿密国际机场-美国旧金山国际机场/美国旧金山国际机场-香港国际机场）的机票单价为1.41万元/张，与相同行程的可比订单采购单价6.06万元/张相比差异率为-76.79%，主要原因系抽样订单的舱位是L/L/S/S舱（经济舱），而可比订单的舱位是P/R/D/D舱（公务舱），致使可比订单的机票价格较高。

发行人2024年度向鹿鸣商旅采购行程是WUH-SFO（武汉天河国际机场-美国旧金山国际机场）的机票单价为3.23万元/张，与相同行程的可比订单采购单价1.68万元/张相比差异率为92.88%，主要原因系抽样订单的舱位是D舱(公务舱)，而可比订单的舱位是M舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向深圳雅途采购行程是PKX-FRU（北京大兴国际机场-吉尔吉斯斯坦玛纳斯国际机场）的机票单价为0.40万元/张，与相同行程的可比订单采购单价1.38万元/张相比差异率为-71.26%，主要原因系抽样订单的舱位是M舱（经济舱），而可比订单的舱位是C舱（公务舱），致使可比订单的机票价格较高。

发行人2024年度向深圳雅途采购行程是HKG-LAX/SLC-SFO/SFO-HKG（香港国际机场-美国洛杉矶国际机场/美国盐湖城国际机场-美国旧金山国际机场/美国旧金山国际机场-香港国际机场）的机票单价为4.22万元/张，与相同行程的可比订单采购单价1.39万元/张相比差异率为204.03%，主要原因系抽样订单的舱位是P/P/P舱（商务舱），而可比订单的舱位是L/H/H舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向深圳雅途采购行程是PVG-IST/IST-OSL/VNO-IST/IST-PVG（上海浦东国际机场-土耳其伊斯坦布尔阿塔图尔克国际机场/土耳其伊斯坦布尔阿塔图尔克国际机场-挪威奥斯陆国际机场/立陶宛维尔纽斯国际机场-土耳其伊斯坦布尔阿塔图尔克国际机场/土耳其伊斯坦布尔阿塔图尔克国际机场-上海浦东国际机场）的机票单价为1.23万元/张，因为单张机票行程过多，无相同行程的可比订单，所以将上述抽样订单的行程进行拆分，选取拆分后的单行程可比订单的单价合计进行对比，拆分后的单行程可比订单的单价合计1.48万元/张，差异率为-16.66%，主要原因系单张机票订购多段行程，其价格更加优惠。

发行人2024度向深圳雅途采购行程是SYX-CAN/CAN-NBO/NBO-CAN/CAN-SYX（三亚凤凰国际机场-广州白云国际机场/广州白云国际机场-肯尼亚乔莫肯雅塔国际机场/肯尼亚乔莫肯雅塔国际机场-广州白云国际机场/广州白云国际机场-三亚凤凰国际机场）的采购订单有2笔，机票单价分别为3.41万元/张和3.23万元/张，与相同行程的可比订单采购单价2.85万元/张相比差异率分别为19.61%和13.30%，抽样订单与可比订单的起飞时间均在2024年8月，差异主要受出票时间的影响，采购订单的出票时间均在2024年6月，而可比订单的出票时间在2024年5月，采购订单的出票时间与起飞时间较近致使机票价格较高。

发行人2024年度向深圳雅途采购行程是HKG-LAX/SLC-SFO/SFO-HKG（香港国际机场-美国洛杉矶国际机场/美国盐湖城国际机场-美国旧金山国际机场/旧金山国际机场-香港国际机场）的机票单价为6.15万元/张，与相同行程的可比订单采购单价1.39万元/张相比差异率为342.99%，主要原因系抽样订单的舱位是P/C/C舱（公务舱），而可比订单的舱位是L/H/H舱（普通舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向北京溢境采购行程是PKX-DOH/DOH-ADD（北京大兴国际机场-卡塔尔哈马德国际机场/卡塔尔哈马德国际机场-埃塞俄比亚博莱国际机场）的机票单价为0.21万元/张，与相同行程的可比订单采购单价0.18万元/张相比差异率为18.86%，主要原因系抽样订单的起飞时间是2024-06-07，而可比订单的起飞时间是2024-04-15，2024年度端午假期是2024-06-08至2024-06-10，抽样订单的起飞时间临近端午假期，致使机票价格较高。

发行人 2022 年度向十方国际采购行程是 MAD-PVG（西班牙马德里巴拉哈斯机场-上海浦东国际机场）的机票单价为 2.39 万元/张，与相同行程的可比订单采购单价 2.75 万元/张相比差异率为-13.26%，主要原因系抽样订单的起飞时间是 2022-03-15，而可比订单的起飞时间是 2022-02-08，2022 年度春节假期是 2022-01-31 至 2022-02-06，可比订单的起飞时间临近春节假期，致使机票价格较高。

经核查，除上述订单外，抽样订单与向非前员工供应商采购的可比订单相比，差异率基本在±5.00%以内，不存在重大差异，发行人向前员工供应商的采购定价公允。

②销售端

对于空港易行及其下属企业、广东携美、鹿鸣商旅和广州欧途等销售金额较大的前员工客户，共抽取476笔销售订单；对于北京溢境、十方国际、游够吧科技、深圳雅途和创博科技等销售金额较小的前员工客户，共抽取146笔销售订单。其中抽样订单与可比订单差异率较大的详细情况如下：

发行人2024年度向鹿鸣商旅销售行程是HKG-SFO/SFO-MCO/MCO-SFO/SFO-HKG（香港国际机场-美国旧金山国际机场/美国旧金山国际机场-美国奥兰多国际机场/美国奥兰多国际机场-美国旧金山国际机场/美国旧金山国际机场-香港国际机场）的机票单价为4.33万元/张，与相同行程的可比订单销售单价1.05万元/张相比差异率为311.05%，主要原因系抽样订单的舱位是P/P/P/P舱（商务舱），而可比订单的舱位是S/S/S/S舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向广东携美销售行程是BGW-CAN（伊拉克巴格达国际机场-广州白云国际机场）的机票单价为1.70万元/张、1.66万元/张，与相同行程的可

比订单销售单价0.48万元/张、0.52万元/张相比差异率为254.17%、220.03%，主要原因系抽样订单的舱位是J舱、J舱（商务舱），而可比订单的舱位是H舱、Y舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向广东携美销售行程是GRU-PEK/PEK-GRU（巴西圣保罗国际机场-北京大兴国际机场/北京大兴国际机场-巴西圣保罗国际机场）的机票单价为4.42万元/张，与相同行程的可比订单销售单价1.91万元/张相比差异率为130.97%，主要原因系抽样订单的舱位是Z/Z舱（公务舱），而可比订单的舱位是E/T舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向空港易行及其下属企业销售行程是PEK-FRA/FRA-DUS/DUS-MUC/MUC-PEK（北京大兴国际机场-德国法兰克福机场/德国法兰克福机场-德国杜塞尔多夫机场/德国杜塞尔多夫机场-德国慕尼黑机场/德国慕尼黑机场-北京大兴国际机场）的机票单价为0.74万元/张，与相同行程的可比订单销售单价0.60万元/张相比差异率为23.50%，主要原因系抽样订单的舱位是T/T/K/K舱（经济舱），而可比订单的舱位是W/W/W/W舱（折扣经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

发行人2024年度向空港易行及其下属企业销售行程是CCS-IST/IST-PVG（委内瑞拉迈克蒂亚西蒙·玻利瓦尔国际机场-土耳其伊斯坦布尔机场/土耳其伊斯坦布尔机场-上海浦东国际机场）的机票单价为1.82万元/张，与相同行程的可比订单销售单价2.37万元/张相比差异率为-23.19%，主要原因系抽样订单的舱位是M/M舱（经济舱），而可比订单的舱位是A/A舱（豪华经济舱），致使可比订单的机票价格较高。

发行人2023年度向广州欧途销售行程是HKG-YVR/YVR-HKG（香港国际机场-加拿大温哥华机场/加拿大温哥华机场-香港国际机场）的机票单价是6.04万元/张，与相同行程的可比销售单价4.70万元/张相比差异率为28.42%，主要原因系抽样订单的起飞时间是2023-01-19，而可比订单的起飞时间是2023-02-13，2023年度春节假期是2023-01-21至2023-01-27，抽样订单的起飞时间临近春节假期，致使机票价格较高。

发行人2023年度向创博科技销售行程是JFK-HKG/HKG-JFK（美国纽约肯尼

迪国际机场-香港国际机场/香港国际机场-美国纽约肯尼迪国际机场）的机票单价是4.55万元/张，与相同行程的可比销售单价3.69万元/张相比差异率为23.57%，主要原因系抽样订单的起飞时间是2023-06-20，而可比订单的起飞时间是2023-07-18，2023年度端午假期是2023-06-22至2023-06-24，抽样订单的起飞时间临近端午假期，致使机票价格较高。

发行人2023年度向创博科技销售行程是PEK-CDG/MXP-PEK（北京首都国际机场-法国巴黎戴高乐机场/意大利米兰马尔彭萨机场-北京首都国际机场）的机票单价是0.78万元/张，与相同行程的可比销售单价0.69万元/张相比差异率为11.90%，主要原因系抽样订单的起飞时间是2023-07-07，而可比订单的起飞时间是2023-09-12，2023年度端午假期是2023-06-22至2023-06-24，抽样订单的起飞时间临近端午假期，致使机票价格较高。

发行人2023年度向空港易行及其下属企业销售行程是WUH-PEK/PEK-BCN/BCN-ZRH/FCO-PEK/PEK-WUH（武汉天河国际机场-北京首都国际机场/北京首都国际机场-西班牙巴塞罗那埃尔普拉特国际机场/西班牙巴塞罗那埃尔普拉特国际机场-瑞士苏黎世国际机场/意大利罗马菲乌米奇诺国际机场-北京首都国际机场/北京首都国际机场-武汉天河国际机场）、WUH-CAN/CAN-CDG/AMS-PKX/PKX-WUH（武汉天河国际机场-广州白云国际机场/广州白云国际机场-法国巴黎戴高乐机场/荷兰阿姆斯特丹史基浦机场-北京大兴国际机场/北京大兴国际机场-武汉天河国际机场）的机票单价分别是0.86万元/张、0.80万元/张，因为单张机票行程过多，无相同行程的可比订单，所以将上述抽样订单的行程进行拆分，选取拆分后的单行程可比订单的单价合计进行对比，拆分后的单行程可比订单的单价合计分别为1.35万元/张、1.00万元/张，差异率分别为-36.38%、-20.34%，主要原因系单张机票订购多段行程，其价格更加优惠。

发行人 2022 年度向鹿鸣商旅销售行程是 CKG-FCO/FCO-CKG（重庆江北国际机场-意大利罗马菲乌米奇诺国际机场/意大利罗马菲乌米奇诺国际机场-重庆江北国际机场）的机票单价是 4.65 万元/张，与相同行程的可比销售单价 2.55 万元/张相比差异率为 82.58%，主要原因系抽样订单的舱位是 I/Z 舱（公务舱）且起飞时间是 2022-10-06，而可比订单的舱位是 N/K 舱（经济舱）且起飞时间是

2022-10-13，抽样订单为公务舱且起飞时间在国庆假期内，致使机票价格较高。

经核查，除上述订单外，抽样订单与向非前员工客户销售的可比订单相比，差异率基本在±5.00%以内，不存在重大差异，发行人向前员工客户的销售定价公允。

3、说明前员工客户毛利率为负的原因、是否异常

前员工客户还原至总额法下的毛利率为负数，主要受后返佣金和运营成本的影响。发行人为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，同时还承担运营成本，致使还原至总额法下的毛利率较低或是为负数。

所以合并后返佣金后，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，通过每笔订单的销售金额、采购金额计算的订单毛利率更能体现发行人对客户的销售定价情况，合并后返佣金的订单毛利率分析如下所示：

单位：万元

序号	客户名称	年度	销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	空港易行及其下属企业	**2024年度**	**7,146.81**	**0.70%**	**154.82**	**-1.46%**	**-1.89**	**-1.43%**
		2023年度	7,400.28	0.68%	121.77	-0.97%	7.01	-1.02%
		2022年度	4,158.46	0.75%	63.50	-0.78%	26.74	-1.38%
2	北京溢境	**2024年度**	**683.56**	**0.93%**	**20.32**	**-2.04%**	**-0.26**	**-2.01%**
		2023年度	182.29	3.26%	0.02	3.25%	0.19	3.07%
		2022年度	481.03	1.42%	6.41	0.09%	3.93	-0.74%
3	十方国际	**2024年度**	**545.24**	**1.21%**	**10.39**	**-0.70%**	**-0.18**	**-0.67%**
		2023年度	482.35	1.38%	7.57	-0.19%	0.52	-0.30%
		2022年度	318.11	1.58%	6.16	-0.36%	1.68	-0.86%
4	游够吧科技	**2024年度**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
		2023年度	-	-	-	-	-	-
		2022年度	67.14	1.26%	0.09	1.13%	0.34	0.55%
5	深圳雅途	**2024年度**	**330.23**	**0.77%**	**6.32**	**-1.14%**	**-0.10**	**-1.10%**
		2023年度	479.96	0.73%	8.94	-1.13%	0.57	-1.21%

序号	客户名称	年度	销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
		2022年度	140.14	1.27%	1.54	0.17%	0.72	-0.35%
6	鹿鸣商旅	**2024年度**	**829.67**	**0.89%**	**16.92**	**-1.15%**	**-0.27**	**-1.11%**
		2023年度	1,035.03	0.73%	20.90	-1.28%	1.09	-1.34%
		2022年度	163.64	0.34%	3.04	-1.52%	0.77	-1.90%
7	广东携美	**2024年度**	**433.52**	**0.78%**	**6.61**	**-0.74%**	**-0.09**	**-0.73%**
		2023年度	422.46	0.46%	3.17	-0.28%	0.53	-0.40%
		2022年度	672.49	2.02%	1.79	1.75%	6.82	0.64%
8	创博科技	**2024年度**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
		2023年度	21.35	0.83%	0.15	0.15%	0.02	0.03%
		2022年度	-	-	-	-	-	-
9	广州欧途	**2024年度**	**1,382.15**	**1.06%**	**17.12**	**-0.18%**	**-0.20**	**-0.15%**
		2023年度	2,080.70	0.83%	23.08	-0.28%	2.65	-0.39%
		2022年度	1,361.78	2.06%	7.14	1.53%	8.92	0.79%
全部旅业同行客户合计		**2024年度**	**837,987.62**	**1.25%**	**14,915.85**	**-0.53%**	**-182.68**	**-0.45%**
		2023年度	**643,308.09**	**1.31%**	**9,453.22**	**-0.16%**	**1,105.18**	**-0.23%**
		2022年度	**247,807.95**	**2.24%**	**1,555.48**	**1.61%**	**1,882.71**	**0.89%**

注 1：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展、尚美商旅；

注 2：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 3：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 4：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

报告期内，将后返佣金合并后，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，前员工客户的合并后返佣金的订单毛利率均为正数，不存在异常情况。

报告期内，前员工客户的合并后返佣金的订单毛利率基本上低于全部旅业同行客户合计，主要原因系各个前员工客户的销售金额较低，致使向发行人采购拥有后返政策的机票较少，后返佣金较低，而全部旅业同行客户合计销售规模较大，向发行人采购拥有后返政策的机票较多，后返佣金较高，致使全部旅业同行合计的合并后返佣金的订单毛利率较高。在 2023 年度，北京溢境的合并后返佣金的

订单毛利率与旅业同行客户合计存在较大差异，主要原因系在当年度的销售金额较低，存在偶发性。

4、前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，是否主要为发行人提供服务

报告期内，前员工控制的公司向发行人采购或销售金额占其总金额的比例情况如下所示：

单位：万元

序号	前员工控制的客户或供应商	项目	2024年度	2023年度	2022年度
1	空港易行及其下属企业	采购金额	3,111.86	1,081.77	3,756.27
		占其销售总额的比例	5%-10%	0%-5%	5%-10%
		销售金额	7,146.81	7,400.28	4,158.46
		占其采购总额的比例	10%-20%	10%-20%	5%-10%
2	千淘商旅集团及其下属企业	采购金额	4,813.72	6,206.65	3,100.51
		占其销售总额的比例	5%-10%	10%-20%	10%-20%
		销售金额	-	-	-
3	北京溢境	采购金额	317.76	233.08	476.79
		占其销售总额的比例	0%-5%	0%-5%	10%-20%
		销售金额	683.56	182.29	481.03
		占其采购总额的比例	0%-5%	0%-5%	0%-5%
4	十方国际	采购金额	-	-	28.66
		占其销售总额的比例	-	-	0%-5%
		销售金额	545.24	482.35	318.11
		占其采购总额的比例	10%-20%	10%-20%	10%-20%
5	游够吧科技	采购金额	-	1.34	334.45
		占其销售总额的比例	-	0%-5%	5%-10%
		销售金额	-	-	67.14
		占其采购总额的比例	-	-	5%-10%
6	深圳雅途	采购金额	29.64	-	113.18
		占其销售总额的比例	0%-5%	-	0%-5%
		销售金额	330.23	479.96	140.14
		占其采购总额的比例	5%-10%	5%-10%	0%-5%

序号	前员工控制的客户或供应商	项目	2024年度	2023年度	2022年度
7	鹿鸣商旅	采购金额	8.97	-	-8.78
		占其销售总额的比例	0%-5%	-	-
		销售金额	829.67	1,035.03	163.64
		占其采购总额的比例	50%以上	50%以上	20%-50%
8	广东携美	采购金额	-	-	-
		销售金额	433.52	422.46	672.49
		占其采购总额的比例	50%以上	50%以上	50%以上
9	创博科技	采购金额	-	-	-
		销售金额	-	21.35	-
		占其采购总额的比例	-	0%-5%	-
10	广州欧途	采购金额	-	-	-
		销售金额	1,382.15	2,080.70	1,361.78
		占其采购总额的比例	20%-50%	20%-50%	20%-50%

注：因为发行人经营情况稳定，且泛商旅出行行业未发生重大变化，所以 2024 年度的前员工控制的公司向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，由 2021 年度至 2024 年 1-6 月的数据估算得出。

除了鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途之外，其余前员工控制的公司向发行人采购或销售金额占其总金额的比例均低于 20%，不存在主要为发行人提供服务的情况。

报告期内，鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途存在发行人向其销售金额占其采购总额的比例超过 20%的情况，主要原因如下：

（1）鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途的业务规模较小

序号	前员工控制的公司	注册资本	2023年度采购规模	员工人数
1	鹿鸣商旅	160万元	1,000万元至5,000万元	5人以下
2	广东携美	500万元	1,000万元以下	5人以下
3	广州欧途	500万元	1,000万元至5,000万元	10-20人

鹿鸣商旅主要采购中国香港始发的欧洲、北美、东亚航段，广东携美主要采购中国香港或大陆始发的中亚、中东航段，广州欧途主要采购大陆始发的欧洲航段，而鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途的注册资本、采购规模和员工人数均较低，业务规模较小，致使向发行人的采购金额占其采购总额的比例较高。

（2）发行人具备产品资源整合能力优势

发行人整合以 BSP 机票为主的全球航旅优质票务资源，拥有 145 家中国境内外航司 BSP 授权，下辖十数项 BSP 出票 Office 号，BSP 出票国际航段数位居行业前列。发行人与中国国航、南方航空、东方航空、国泰航空、德国汉莎航空、卡塔尔航空、美国联合航空、新加坡航空等境内外头部航司建立稳定合作关系，且为冰岛航空中国香港总代理、埃及航空战略合作伙伴。此外，发行人先后获得中航信年度最佳合作伙伴、中国航空运输协会销代分会副会长单位等资质或荣誉。

（3）发行人业务规模较大

单位：万元

序号	前员工控制的公司	2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占全部旅业同行销售的比例	金额	占全部旅业同行销售的比例	金额	占全部旅业同行销售的比例
1	鹿鸣商旅	829.67	0.10%	1,035.03	0.16%	163.64	0.07%
2	广东携美	433.52	0.05%	422.46	0.07%	672.49	0.27%
3	广州欧途	1,382.15	0.16%	2,080.70	0.32%	1,361.78	0.55%

报告期内，发行人向鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途的销售金额占全部旅业同行销售的比例均较低。

（五）结合上述情况、前员工主体与发行人及关联方的资金流水情况，说明与前员工交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形

保荐机构、申报会计师对发行人报告期内的所有银行账户、第三方平台（如对公支付宝等）流水进行了核查，具体核查程序参见本问题回复之“五、说明对发行人、实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况，是否与前员工及相关主体存在异常资金往来，说明法人主体资金流水核查金额重要性水平的认定依据及合理性”。除流水核查外，保荐机构、申报会计师还通过走访前员工控制的公司或由其出具声明函的形式确认是否存在异常资金往来。

经核查，发行人与前员工控制的公司交易真实，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

二、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

（一）结合自有房产对外出租情况（位置、面积、承租人等），说明向实控人控制的主体租入房产的必要性，说明各期各处租入房产的位置、具体用途、面积与人员的匹配性，租入价格的公允性

1、结合自有房产对外出租情况（位置、面积、承租人等），说明向实控人控制的主体租入房产的必要性

报告期内，发行人自有房产对外出租情况如下所示：

位置	面积	承租人	租赁期间
天河区黄埔大道西 76 号 3305、3306 房	277.69 平方米	广州故德电子商务有限公司	2021/8/6-2022/6/24
		广州市朝富科技有限公司	2022/7/27-2024/9/26
		2024/9/27-2024/12/31 未对外出租	
荔湾区周门路周门街 9 号 306 房	54.39 平方米	系债务人抵债所得住宅，报告期内未对外出租	

注：发行人与广州市朝富科技有限公司签订《广州市房屋租赁合同解除协议》，双方约定自 2024 年 9 月 26 日解除原租赁合同。

截至本回复出具之日，发行人租入中创盈科大厦办公场所面积为 4,214m^2，报告期内，发行人自有房产规模有限，难以满足总部职工的办公场地需求。中信宝广州分公司主营房产租赁、物业管理，在广州地区运营有多处产业园区类物业。中信宝广州分公司运营的中创盈科大厦位于广州市天河区广州大道北 520 号，属于甲级写字楼，且区位良好，配套成熟，交通便利，可以满足发行人经营场地扩大和员工通勤便利等需求。因此，发行人向中信宝广州分公司的租赁行为系出于实际经营需要，具备商业合理性和必要性。

2、说明各期各处租入房产的位置、具体用途、面积与人员的匹配性，租入价格的公允性

报告期内，发行人向实控人租入房产的情况如下：

年份	房产位置	房产类型	面积	人员数量	用途
2022 年	中创盈科大厦 12 楼、13 楼、14 楼	办公室	3026 m^2	407 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m^2		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个		员工停车

年份	房产位置	房产类型	面积	人员数量	用途
2023 年	中创盈科大厦 12 楼、13 楼、14 楼、903 室	办公室	3286 m²	475 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个/12 个		员工停车
2024 年	中创盈科大厦 11 楼、12 楼、13 楼、14 楼	办公室	4214 m²	522 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个/12 个		员工停车

注 1：由于员工数量和租赁面积在报告期内存在变动，人员数量统计口径为年末/期末办公场所位于广州的员工，办公室面积统计口径为年末/期末租赁面积；

注 2：发行人自 2024 年 6 月 1 日租入中创盈科大厦 11 楼，面积约为 1188 m²，**2024 年 8 月 16 日为起租日**。

2023 年以来，办公场所位于广州的员工明显上升，为满足办公需求，发行人自 2023 年 10 月 15 日租入中创盈科大厦 903 室（已于 2024 年 8 月 1 日**签署租赁解除协议，后因装修进度推迟，经与出租方协商，双方直至 2024 年 10 月末才实际解除租赁关系**），自 2024 年 6 月 1 日租入中创盈科大厦 11 楼，租赁面积与人员具有匹配性。

发行人作为承租方，与中信宝广州分公司签订租赁合同，合同约定，租赁中创盈科大厦 12 楼 1201、13 楼 1301、14 楼 1401，租赁面积分别为 936 ㎡、1045 ㎡、1045 ㎡，2022 年 1 月 1 日-2023 年 3 月 31 日期间租赁面积单价为 3.09 元/㎡/日，2023 年 4 月 1 日-2024 年 10 月 31 日期间租赁面积单价为 3.18 元/㎡/日，**2024 年 11 月 1 日-2024 年 12 月 31 日期间租赁面积单价为 2.50 元/㎡/日**；租赁中创盈科大厦 9 楼 903，租赁面积为 206 ㎡，2023 年 11 月 15 日为起租日，2023 年 11 月 15 日-2024 年 10 月 31 日期间的租赁面积单价为 3 元/㎡/日；租赁中创盈科大厦 11 楼 1101，租赁面积约为 1188 ㎡，2024 年 8 月 16 日为起租日，**2024 年 8 月 16 日-2024 年 10 月 31 日期间租赁面积单价为 3 元/㎡/日，2024 年 11 月 1 日-2024 年 12 月 31 日期间租赁面积单价为 2.50 元/㎡/日。2024 年 11 月开始，发行人的办公场所租赁价格下降主要系由于广州写字楼租赁市场环境变化**，2024 年 12 月，发行人与中信宝广州分公司重新签订租赁合同（以下简称“新签合同”），新签合同约定，11 楼 1101、12 楼 1201、13 楼 1301、14 楼 1401 租赁价格变更为 2.5 元/㎡/日，**满三年租金递增 3%。根**

据合同解除协议约定，2024 年 11 月 1 日开始，原租赁协议解除。

经检索点点租、58 同城等平台，中创盈科大厦的租赁价格为 1.90-4.00 元/㎡/日，按面积对租赁价格进行分类如下表，公司向关联方租赁价格处于合理区间内。

单位：元/㎡/天

面积	平均值	最小值	最大值
100m²-200m²	2.63	2.00	3.17
200m²-300m²	2.77	1.90	3.30
300m²-500m²	2.95	2.60	3.30
500m²以上	3.38	2.60	4.00

考虑到实际成交价格与挂牌价格可能存在一定差异，且签订租赁协议后即使市场价格出现变动，仍需按协议的约定价格执行，为进一步分析关联租赁价格的公允性，保荐机构、申报会计师与部分中创盈科大厦非关联方租户沟通，获取其租赁价格，**与发行人原租赁合同、新签合同的租赁单价对比结果**如下所示：

	租赁面积（㎡）	合同签订时间	租赁期间	租赁单价
租户 A	920	2019 年	2019/6/1-2024/5/31	2.97 元/㎡/日，满一年租金递增 3%
租户 B	500	2019 年	2019/12/1-2024/11/30	3.00 元/㎡/日，满一年租金递增 5%
租户 C	578	2019 年	2019/5/1-2024/4/30	3.17 元/㎡/日，满一年租金递增 6%
发行人	3026	**注**	**注**	3.00 元/㎡/日，满两年租金递增 3%
租户 D	142	2024 年	2024/7/1-2029/2/14	2.83 元/㎡/日，满三年租金递增 3%
租户 E	98	2024 年	2024/7/1-2025/6/30	2.36 元/㎡/日
租户 F	630	2024 年	2024/6/1-2025/5/31	2.37 元/㎡/日
租户 G	580	2024 年	2024/2/18-2025/2/17	2.50 元/㎡/日
发行人	4214	2024 年	2024/11/1-2029/2/14	2.50 元/㎡/日，满三年租金递增 3%

注：2019 年，发行人与中信宝广州分公司签订租赁合同，租赁中创盈科大厦 13 楼、14 楼，租赁期间为 2019 年 4 月 1 日-2029 年 2 月 14 日，租赁单价为 3.00 元/㎡/日，满两年租金递增 3%；2020 年，发行人与中信宝广州分公司签订租赁合同，租赁中创盈科大厦 12 楼，租赁期间为 2020 年 9 月 1 日-2029 年 2 月 14 日，租赁价格与 2019 年签订的租赁 13 楼和 14 楼的价格保持一致。

由上表可知，发行人 2019 年签约的租赁合同中约定的租赁单价与同期签约的非关联方租户无明显差异。报告期内，租赁价格呈上升趋势系中信宝广州分公司与中创盈科大厦租户签订的租赁协议的惯例约定，当租赁期限较长时（一般指超过一年），租金将按照某一增速在租赁期间均匀上调，发行人与其他非关联方租户的租赁合同中均存在相似约定，由于发行人租期较长且租赁面积较大，租金上涨机制有一定优惠，符合商业物业租赁的惯例做法。受房地产市场形势影响，**2020 年-2024 年期间，广州写字楼租赁市场价格呈现下降趋势，这与下图中国际知名房地产咨询公司戴德梁行公布的广州甲级写字楼租金趋势一致**，发行人 **2019 年与中信宝广州分公司签订的租赁协议中约定**的租赁单价高于**中创盈科大厦其他** 2024 年签约的非关联方租户租赁单价。发行人与中信宝广州分公司经过友好协商，双方就租赁事宜重新签订合同，新签合同中约定的租赁单价与同期签约的非关联方租户亦无明显差异。综上，发行人的关联租赁价格公允。

除上述办公场所外，发行人还向中信宝广州分公司租赁 12 个停车位和租赁面积为 100m^2 的地下室。停车位的租赁单价为 600 元/个/月，地下室 2022 年 1 月 1 日-2023 年 7 月 31 日期间的租赁面积单价为 1.55 元/㎡/日，2023 年 8 月 1 日-2024 年 12 月 31 日期间的租赁面积单价为 1.59 元/㎡/日。中创盈科大厦及周边停车场月租价格普遍为 600 元-800 元，发行人向中信宝广州分公司租赁车位的价格与市场价格无明显差异，由于发行人是中创盈科大厦的主要租户之一且租赁期限较长，发行人的租赁单价处于租赁价格区间下限具有合理性和公允性。经检索点点租、58 同城等平台，未查询到中创盈科大厦地下室出租信息，中创盈科大

厦附近仓库租赁面积单价范围为 1.33 元/㎡/日-2.08 元/㎡/日。发行人向中信宝广州分公司租赁地下室的价格与市场价格无明显差异，具有公允性。

（二）梳理发行人与实控人及其控制的主体采购、销售的具体情况，说明交易的必要性、定价公允性；说明上述关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效；结合资金流水核查情况，说明是否向关联方输送利益

1、梳理发行人与实控人及其控制的主体采购、销售的具体情况，说明交易的必要性、定价公允性

（1）发行人与实控人及其控制的主体采购

①基本情况

报告期内，发行人与实控人及其控制的主体采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广州看看邦食品有限公司	饮品、糕点、节日礼盒	**27.28**	26.21	35.38
中信宝	物管费、水电费	**123.83**	100.96	91.72
总计	-	**151.12**	**127.16**	**127.09**

②交易的必要性、定价公允性

A. 广州看看邦食品有限公司

发行人向广州看看邦食品有限公司（以下简称“看看邦”）采购的具体产品分为两类：a. 用于会议招待的饮品、烘焙品等；b. 用于客情维护的节日礼盒。

发行人在客户接待、会议会展、节日客情维护等场景中需采购烘焙品、饮品、节日礼盒等产品。看看邦主要经营会议茶歇、节日礼盒及各类烘焙品、饮品，距离发行人办公场所较近，且可为客户提供定制化产品，契合发行人相关需求。大型礼盒生产厂家要求的采购量往往是万级以上，发行人采购规模无法达到其要求，并且单次打板费用较高，故发行人没有选择从大型生产企业采购节日礼盒。且在历史合作中，看看邦的礼盒在客户中反馈较好，定制能力较强，售后响应及时，因此发行人向看看邦采购具有商业合理性和必要性。

对于用于会议招待的饮品、茶点，大多数情况下，由会议组织或接待人员直接在 KK 烘焙公众号下单，少量通过电话、现场或者微信等方式下单，事后向公司提请报销。由于 KK 烘焙公众号下单渠道与其他客户一致，虽然无法获取具体订单内容，但可确定定价的公允性。报告期内，发行人向看看邦采购的渠道情况如下所示：

单位：万元

类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
节日礼盒（已通过礼盒内容比价）	21.32	78.14%	19.93	76.07%	23.21	65.61%
KK 烘焙公众号下单的饮品、茶点等（根据采购渠道分析公允性）	1.14	4.19%	3.03	11.55%	0.62	1.76%
其他（无法比价）	4.82	17.66%	3.25	12.39%	11.54	32.63%
总计	**27.28**	**100.00%**	**26.21**	**100.00%**	**35.38**	**100.00%**

注：其他（无法比价）指无法逐笔分析公允性的采购订单，主要系通过电话、现场或者微信等方式下单的订单，该类订单金额较小。

报告期内节日礼盒的比价情况如下所示：

项目	采购内容	单价（元）	数量（盒）	金额（元）	采购时间	市场参考价
礼盒 1	西米粽子*12 个	88.00	1,465	128,920.00	2022 年	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个
礼盒 2	流心奶黄月饼*4 个、蛋黄酥*4 个	128.00	754	96,512.00	2022 年	流心奶黄月饼：20 元/个；蛋黄酥：8 元/个
礼盒 3	丽丝饼干*4 件、椰子酥条*4 件、手工牛轧酥*6 件、坚果塔*2 个、海苔卷*4 个、佛罗伦斯*4 件	98.00	68	6,664.00	2022 年	-
礼盒 4	杏仁船 130g	68.00	140	9,520.00	2023 年	48 元/80g
礼盒 5	豆沙西米粽*8 个、莲子百合红枣西米粽*4 个	100.00	1698	169,800.00	2023 年	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个

项目	采购内容	单价（元）	数量（盒）	金额（元）	采购时间	市场参考价
礼盒 6	莲子百合红枣西米粽 *4 个、豆沙西米粽 *4 个	70.00	142	9,940.00	2023 年	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个
礼盒 7	手持泡泡机*1 个、KK 曲奇*1 个 、酸小虫软糖*1 个、乐事薯片*2 盒、果冻*1 盒、韩国紫菜*2 件、波乐乐果汁*1 瓶	80.00	126	10,080.00	2023 年	手持泡泡机：14 元/个；KK 曲奇：38 元/盒；酸小虫软糖：3 元/袋；乐事薯片：7 元/罐；果冻：3 元/袋；韩国紫菜：2 元/包；波乐乐果汁：6 元/支
礼盒 8	KK 曲奇*4 个、都乐可吸果冻*1 个、不二家棒棒糖*8 个、乐事真脆薯条原味*1 个、明治熊猫焦糖夹心饼*1 个、积木玩具*1 个	80.00	171	13,680.00	2024 年度	KK 曲奇：4.75 元/个；都乐可吸果冻：6.40 元/个；不二家棒棒糖：0.6 元/个；乐事真脆薯条原味：4.54 元/个；明治熊猫焦糖夹心饼：11.80 元/个；积木玩具：39.99 元/个
礼盒 9	五香牛肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个	70.00	138	9,660.00	2024 年度	肉粽：19.75 元/个；芋泥粽：22 元/个
礼盒 10	五香牛肉粽*2 个、瑶柱鲜肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个	118.00	528	62,304.00	2024 年度	肉粽：19.75 元/个；芋泥粽：22 元/个
礼盒 11	**五香牛肉粽*2 个、瑶柱鲜肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个**	**118.00**	**1,081**	**127,558.00**	**2024 年度**	**肉粽：19.75 元/个；芋泥粽：22 元/个**

除节日礼盒 3 外，其他节日礼盒均可以通过京东搜索得到相同或类似产品的市场参考价。经对比发现，关联采购价格与市场参考价无明显差异，价格公允。虽然节日礼盒 3 中的糕点较为小众，无法通过京东搜到同款，但可以通过 KK 烘焙公众号搜到同款新年礼盒（已下架），商品页面标明的销售价格为 168 元，实

际销售价格为 108 元至 118 元/盒+邮费。由于发行人购买量相对较大且为稳定客户，因此发行人采购该礼盒价格为 98 元/盒，具有商业合理性，价格公允。

综上，发行人向看看邦的关联采购定价公允。

B. 中信宝广州分公司

发行人向中信宝广州分公司租赁办公场所并支付水电费、物管费。

截至本回复出具之日，发行人租入中创盈科大厦办公场所面积为 4,214m²，报告期内，发行人自有房产规模有限，难以满足总部职工的办公场地需求。中信宝广州分公司主营房产租赁、物业管理，在广州地区运营有多处产业园区类物业。中信宝广州分公司运营的中创盈科大厦位于广州市天河区广州大道北 520 号，属于甲级写字楼，且区位良好，配套成熟，交通便利，可以满足公司经营场地扩大和员工通勤便利等需求。因此，发行人按照写字楼租赁市场价格向中信宝广州分公司租赁中创盈科大厦部分楼层作为办公场所并支付相应水电费、物管费，该等租赁行为出于公司实际经营需要，具备商业合理性和必要性。

发行人租赁中信宝的办公场所，需要向中信宝广州分公司支付水电费和物管费。点点租、58 同城等平台缺乏物管费和水电费的详细信息，通过与部分非关联方租户沟通，获取以下两家中创盈科大厦租户的物管费、水电费价格信息，与发行人无明显差异，如下所示：

中创盈科租户	2022 年-2024 年	2024 年 12 月		2024 年 10 月		2023 年 12 月		2022 年 12 月	
	物管费（元/㎡/月）	水费（元/吨）	电费（元/度）	水费（元/吨）	电费（元/度）	水费（元/吨）	电费（元/度）	水费（元/吨）	电费（元/度）
租户 1	15.00	-	-	6.00	0.77	6.00	0.78	-	-
租户 2	15.00	6.00	0.75	-	-	6.00	0.75	-	-
发行人	15.00	6.00	0.76	6.00	0.77	6.00	0.78	6.00	0.75

因此，发行人向中信宝广州分公司的关联采购定价公允。

（2）发行人与实控人及其控制的主体销售

①基本情况

报告期内，发行人与实控人及其控制的主体销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2024 年度	2023 年度	2022 年度
蔡洁雯	提供机票、酒店代理及会奖旅游业务	1.65	0.48	-
陈连江		2.74	12.65	2.55
陈培钢		3.30	1.99	-
东莞市新中信宝物业投资有限公司		-	-	0.23
深圳市美盈科技孵化管理有限公司		0.76	10.47	1.72
深圳市中创盈科集团有限公司		21.98	-	8.90
伍俊雄		29.47	6.99	1.28
深圳市中信宝物业发展有限公司		4.05	-	-
总计	-	63.93	32.58	**14.69**

②交易的必要性、定价公允性

发行人向上述关联方提供机票、酒店代理及会奖旅游业务。发行人是国内知名的泛商旅综合解决方案提供商，主要面向旅业同行客户和企事业客户，提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务。关联方出于商旅管理、会奖旅游和采购机票、酒店等需求，从发行人采购上述服务具有商业合理性和必要性。

由于机票和酒店属于非标准化产品，行程（酒店位置、星级等）、起飞时间（入住时间）、舱位（房型）、购票（订购酒店）时间均可能对订单的毛利率产生影响，其中行程（酒店位置、星级等）和起飞时间（入住时间）的影响最大。热门的航段（所处区位交通便利的酒店）往往供不应求，春节、寒暑假、十一等假期机票（酒店）的需求量激增，供需变化导致订单毛利率存在差异。保荐机构、申报会计师以实控人及其控制的主体向发行人采购的机票、酒店、签证订单为总体，每年随机抽取 10 笔订单（若当年机票、酒店、签证订单不足 10 笔则全部抽取），并通过一定条件寻找可比订单，对关联订单和可比订单的订单毛利率进行对比。可比订单的具体获取方法为行程相同（酒店位置、星级相似）、起飞时间（入住时间）在相同月份（或相邻月份且时间间隔小于 30 天）的非关联方机票、酒店订单，或签证目的地相同，签证处理时间相近的签证订单。

经核查，关联订单与可比订单的订单毛利率（订单毛利率=（销售金额-采购金额）/销售金额）差额**基本在±2%以内**。订单毛利率仍存在一定差异主要由于在选取可比订单时仅固定行程（酒店位置、星级）和相似的出发时间，无法将所有影响价格的因素考虑在内，购票（订购酒店）时间和舱位（房型）等对订单毛利率也会产生一定影响。

2024 年 9 月，关联方蔡洁雯向发行人采购的行程为 ORD-TPE/TPE-CAN/CAN-TPE/TPE-ORD（奥黑尔国际机场-台北桃园国际机场/台北桃园国际机场-广州白云机场/广州白云机场-台北桃园国际机场/台北桃园国际机场-奥黑尔国际机场）的机票订单的订单毛利率低于可比订单毛利率 3.77%，主要原因系关联订单为长荣航空公司的经济舱，可比订单为长荣航空公司的商务舱。因此，关联销售订单的订单毛利率低于可比订单具有合理性。

2024 年 9 月，关联方深圳市美盈科技孵化管理有限公司 2024 年向发行人采购的酒店订单低于可比订单毛利率 2.63%，主要原因系可比订单为商旅客户的订单，发行人为商旅直销客户代订机票的整体服务标准更高，致使报价较高。因此，关联销售订单的订单毛利率低于可比订单具有合理性。

2022 年中创盈科仅向发行人采购一个定制团，该定制团无法获取可比订单且订单毛利率低于会奖旅游业务整体订单毛利率，主要系不同定制团的订单毛利率受定制程度影响呈现较大变动，中创盈科在采购该定制团前已做好行程规划和安排，仅需发行人协助跟进和代订车票，提供服务内容较单一。因此，该订单的订单毛利率较低具有合理性。同时，该定制团销售金额仅为 8.90 万元，对经营无重大影响。

综上，关联订单的订单毛利率与可比订单或整体业务订单毛利率不存在明显差异，关联销售具有公允性。

2、说明上述关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效

发行人现行有效的《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》规定了独立董事事前认可、独立董

事发表独立意见、关联董事、关联股东在表决时回避表决等相关内容，规定了较为完善的关联交易的决策程序。对于报告期内发生的关联交易，发行人严格遵循了内部管理的相关规定，相关的关联交易均依照《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》等规定履行了相关审批程序或进行了确认。关联交易定价公允合理，不存在影响独立性或者显失公平的关联交易，不影响发行人独立性。报告期内，关联交易占同类交易的比例非常低，主要的收入和利润均来自于非关联交易，发行人具备独立经营能力，关联交易对发行人经营独立性不会产生不利影响。

发行人于 2024 年 3 月 26 日和 2024 年 4 月 17 日分别召开第二届董事会第二次会议和 2023 年年度股东大会，审议通过《关于预计 2024 年日常性关联交易的议案》。独立董事对该事项进行了审查并发表独立意见。独立董事认为公司预计的 2024 年度日常性关联交易议案所列事项为公司正常生产经营所发生的，是公司与关联方之间正常、合法的经济行为，交易价格以市场价格为基础，遵循公平合理的定价原则，议案符合《公司法》和《公司章程》等有关规定，不存在损害公司利益，也不存在损害股东特别是中小股东权益的情形。发行人于 2024 年 5 月 31 日和 2024 年 6 月 19 日分别召开第二届董事会第三次会议和 2024 年第二次临时股东大会，审议通过《关于确认公司 2021 年度、2022 年度、2023 年度关联交易的议案》。独立董事分别就发行人报告期内发生的关联交易进行了审查并发表独立意见，独立董事认为 2021 年至 2023 年发生的关联交易是公司正常经营和运营的需要，符合公司和全体股东的利益，不存在损害股东利益的情形，不会对公司独立性产生不利影响，不存在构成对控股股东或实际控制人的依赖。**发行人于 2024 年 8 月 26 日召开第二届董事会第五次会议，审议通过《关于新增预计 2024 年日常性关联交易的议案》。独立董事对该事项进行了审查并发表独立意见。独立董事认为上述新增日常性关联交易，系公司业务快速发展及生产经营的正常所需，价格采用市场公允价值，具有合理性及必要性。上述关联交易是公司与关联方在公平、公正、公开的基础上自愿达成的，关联交易价格公允、合理，对公司持续经营能力、损益及资产状况无不利影响，公司独立性没有因关联交易受到不利影响，不存在损害公司及中小股东利益情况。**综上所述，发行人报告期内发生的关联交易已按照公司内部制度履行了相应的决策程序，约束关联

交易的控制措施已得到切实有效执行。

3、结合资金流水核查情况，说明是否向关联方输送利益

通过对发行人、发行人实际控制人及其近亲属、董监高、关键岗位人员的资金流水核查，未发现上述主体与关联方存在异常资金往来，发行人关联交易定价公允，不存在向关联方输送利益的行为。

（三）说明实控人投资的房产等业务经营情况、财务状况，是否存在合规风险、财务风险，是否导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导等情形，视情况进行风险揭示

1、说明实控人投资的房产等业务经营情况、财务状况，是否存在合规风险、财务风险

实控人投资的房产业务由深圳市中创盈科集团有限公司及其分子公司（简称“中创盈科集团”）进行运营管理，中创盈科集团的经营情况、财务状况参见“问询函第 4 题/四/（一）/1、实际控制人控制的主要企业的经营情况、财务数据”。

中创盈科集团是否存在合规风险、财务风险参见“问询函第 4 题/四/（三）/1、实际控制人个人、控制的其他企业的重大负面舆情、重大诉讼、失信被执行情况”以及“2、实际控制人个人、控制的其他企业的违法违规情况”。

2、是否导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导等情形，视情况进行风险揭示

实际控制人个人的大额债务情况、中创盈科集团尚未清偿完毕的大额债务情况参见“问询函第 4 题/四/（三）/3、实际控制人个人、控制的其他企业的大额债务情况”。

根据以上回复，实际控制人个人及其控制的主要企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，结合相关主体的资产状况、经营活动状况，负债主体具备相应的还款能力，导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导的风险较小。

三、保荐机构、申报会计师结合《指引 1 号》1-13 关联交易相关要求，对上述事项进行核查并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、与前员工交易的必要性、定价公允性

（1）通过走访或由其出具声明函的形式，了解前员工供应商的经营状况、具备的比较优势；

（2）通过网络核查，核查前员工供应商的成立时间、存续情况；

（3）取得捷途会展 2019、2020 年的审计报告，查看其控制权转让前后的经营状况、财务状况及业绩情况；

（4）查看发行人实际控制人转让捷途会展控制权当时的微信沟通记录及相关的备忘录文件，核查本次股权转让的真实性；

（5）访谈发行人实际控制人，了解本次无偿转让捷途会展股权的合理性、公允性；

（6）查看走访空港易行、捷途会展的访谈记录，了解发行人与前述主体的合作背景、合作时间；

（7）查看报告期内发行人与空港易行、捷途会展的订单记录，了解各期交易的具体产品、金额；

（8）访谈发行人外采中心负责人，了解捷途会展控制权转让的背景情况、空港易行成为发行人主要票代客户的过程、2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性；

（9）查看发行人实际控制人的调查表，了解其与邓某之前是否存在除了前雇主、前员工外的社会关系；

（10）对所取得的发行人实际控制人历史期间（历次股权变动节点前后 6 个月）及报告期银行流水进行核查，查看发行人实际控制人是否与邓某存在资金往来；

（11）获取报告期内发行人向前员工供应商采购的全部订单，核查机票、酒

店的采购情况以及采购公允性；

（12）获取报告期内发行人向前员工客户销售的全部订单，核查机票的销售情况以及销售公允性；

（13）查阅同行业可比公司的公开信息，核查同行互采是否符合行业惯例；

（14）走访发行人主要的旅业同行客户与供应商，核查与发行人的业务合作模式；

（15）获取报告期内发行人全部酒店的采购订单，核查协议、非协议酒店的采购情况；

（16）走访千淘商旅集团，获取发行人与千淘商旅集团的合同，核查业务合作情况，以及发行人向其采购占其全部销售金额的比例；

（17）通过网络核查，了解千淘商旅集团的知识产权情况；

（18）获取发行人收入成本明细表，核查前员工客户的毛利率情况；

（19）获取全部前员工控制的公司的说明函，了解前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，确认发行人与前员工交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形。

2、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

（1）获取发行人自有房产的不动产权证、对外租赁合同，并通过实地监盘，核查自有房产情况；

（2）访谈公司管理层，了解发行人向实控人控制的主体租入房产的必要性；

（3）获取发行人关联租赁相关合同，并通过点点租、58 同城等专业租房网站进行查询，分析发行人关联租赁价格的公允性；

（4）获取关联交易相关的合同、交易明细，查阅公司银行流水、收入成本明细表、费控系统以及股东大会、董事会及监事会会议文件，核查关联交易完整性；

（5）访谈管理层，了解发行人与实际控制人及其控制的主体的交易背景、交易内容、定价依据，分析关联交易的必要性和合理性，核查关联交易是否影响

发行人独立性；

（6）通过比较实际控制人及其控制的主体的关联交易产品价格与市场价格/第三方价格是否存在明显差异，或比较关联订单毛利率与可比订单毛利率是否存在明显差异，验证关联交易价格公允性；

（7）核查关联交易履行的审批程序，分析关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效；

（8）获取发行人资金流水，核查是否存在向关联方输送利益的情况；

（9）查阅关于关联交易的董事会决议和股东大会决议等决策文件，查看相关决策程序是否符合发行人章程规定，关联股东或董事在审议相关交易时是否已回避，独立董事和监事会成员是否发表不同意见；

（10）访谈实控人和中创盈科集团财务负责人，获取中创盈科集团主要主体的财务报表，了解其经营情况、财务状况、债务情况等；

（11）取得并查阅实际控制人控制的其他企业的《无违法违规证明公共信用信息报告》和《企业信用报告》，截至报告期末尚未了结的重大诉讼涉及的起诉状、案件受理通知书、判决书等相关法律文书资料，截至报告期末尚未清偿的银行贷款的借款合同及担保合同；

（12）取得并查阅实际控制人提供的《个人信用报告》，报告期内的银行流水及尚未清偿的大额债务的借款协议；

（13）登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站，查询实际控制人个人及其控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、失信被执行人、行政处罚等信息。

3、结合《指引 1 号》1-13 关联交易相关要求，对前述事项进行的核查过程

（1）查阅《公司法》、《北京证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《企业会计准则第 36 号——关联方披露》的相关规定，复核发行人已披露的关联方名单，核查其是否已按照相关规定完整认定和披露关联方；

（2）根据发行人 HR 系统导出的历史离职人员名单（自 2017 年以来），与报告期内客户及供应商的股东名单进行匹配，剔除重名情况后得到前员工控制的客户和供应商清单，并请发行人确认上述清单的完整性；

（3）访谈管理层，了解发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易背景、交易内容、定价依据，分析关联交易的必要性和合理性；

（4）通过比较实际控制人及其控制的主体、前员工主体交易价格与市场价格/第三方价格是否存在明显差异，或比较相关订单毛利率与可比订单毛利率是否存在明显差异，分析发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体交易价格公允性，关联交易、与前员工主体交易是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易、与前员工主体交易调节发行人收入利润或成本费用的情况；

（5）查阅关于关联交易的董事会决议和股东大会决议等决策文件，查看相关决策程序是否符合发行人章程规定，关联股东或董事在审议相关交易时是否已回避，独立董事和监事会成员是否发表不同意见；

（6）取得了发行人《企业信用报告》、银行询证函，对发行人对外担保情况进行核查。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、与前员工交易的必要性、定价公允性

（1）前员工供应商在部分航段或部分航司具备比较优势，发行人向前员工供应商采购机票具有商业合理性；不同机票代理人之间与航空公司间战略合作深度、产品资源获取能力、产品优惠政策等存在一定差异，各自具有其比较优势；发行人向前员工供应商采购在向旅业同行采购中的占比均较低，不会对发行人产生重大影响。

（2）实际控制人将捷途会展控制权无偿转让给邓某具有合理性、公允性，经转让后捷途会展不再受实际控制人控制；2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户具备合理性；2020 年 7 月发行人实际控制人将捷途会展的控制权转让给邓某，形成关联方非关联化，发行人已将 2021 年 1-7 月与捷途会展之间的交易确认为关

联交易，发行人不存在故意规避关联交易的主观动机；发行人向前员工客户销售的内容、应用场景、结算周期和方式不存在异常情况，交易实质不属于前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售，同行互采符合行业惯例。

（3）向前员工供应商采购的酒店属于非协议酒店；发行人主要向前员工供应商即千淘商旅集团采购非协议酒店，原因系千淘商旅集团规模大、酒店资源丰富、技术优势较强，具有合理性。发行人与千淘商旅集团业务合作稳定，具有可持续性。

（4）在同类采购、销售中，与可比第三方价格相比，发行人向前员工采购、销售的定价具有公允性。前员工客户毛利率为负，主要受后返佣金和运营成本的影响，具有合理性，不存在异常情况。除了鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途之外，前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例均较低，不存在主要为发行人提供服务的情况。

（5）发行人与前员工交易真实，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

2、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

（1）发行人向实控人控制的主体租入房产系出于实际经营需要，具有合理性和必要性，租入价格具有公允性；发行人向实控人控制的主体租入房产位置、用途合理，面积与人员具有匹配性，租赁价格公允。

（2）发行人与实控人及其控制的主体采购、销售具有合理性和必要性，交易价格具有公允性，不影响发行人独立性，约束关联交易控制措施有效；根据资金流水核查情况，发行人不存在向关联方输送利益的情况。

（3）实际控制人个人及其控制的主要企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，结合相关主体的资产状况、经营活动状况，负债主体具备相应的还款能力，合规风险、财务风险较小；导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导的风险较小。

3、结合《指引 1 号》1-13 关联交易相关要求，对前述事项的核查意见

（1）发行人已严格按照《公司法》、《北京证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《企业会计准则第 36 号——关联方披露》

等有关法律、法规和规范性文件的规定认定关联方，关联交易信息披露具有完整性；

（2）发行人已披露目前已知的前员工主体清单；

（3）发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易具有必要性、合理性和公允性；

（4）与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易不影响发行人的独立性、不会对发行人产生重大不利影响；

（5）发行人与实际控制人及其控制的主体的关联交易已履行必要的关联交易决策程序；

（6）根据《企业信用报告》、银行询证函，报告期内，发行人不存在为实际控制人及其控制的关联方、前员工主体提供担保的情形，因此，发行人不存在对实际控制人及其控制的关联方、前员工主体的债务承担连带责任的风险，实际控制人及其控制的关联方、前员工主体的债务不会对发行人产生重大不利影响。

四、说明对采购真实性的核查方法、程序、比例及结论

（一）中介机构核查方法、程序、比例

1、访谈发行人产品中心及外采中心负责人，了解采购部门设置、采购模式及整体采购情况；

2、获取报告期各期发行人主要供应商名单以及采购明细，对报告期内对各主要供应商的采购情况进行对比分析；

3、对发行人的采购与付款内部控制循环进行了解并执行穿行测试，并对重要的控制点执行控制测试；

4、针对报告期内主要采购供应商，执行采购细节测试，针对选取的样本，检查每笔订单信息抽查对应的采购合同或订单、出票信息、确认单、付款申请单据及银行回单等相关资料；

5、通过企查查等网络公开渠道对报告期各期主要境内供应商进行工商查询，针对境外供应商，调取其中信保报告，核查各供应商的成立时间、注册资本、注

册地、经营范围、法定代表人、主要股东情况、经营规模等信息，分析判断双方交易的合理性，核查发行人供应商是否存在异常以及主要供应商所提供服务与其业务规模是否匹配；

6、核查发行人与主要供应商的关联关系：通过走访、企查查等网络公开渠道，取得供应商声明函、取得并核实发行人关联方清单等方式，核查发行人与主要供应商的关联关系；

7、获取发行人及其关联主体的银行流水并核查是否存在与供应商的异常资金往来；

8、BSP 系统是国际航协搭建的供航司与机票代理人间交易和结算票源的系统，发行人主要通过该系统向航司进行采购，因此保荐机构、申报会计师通过走访、函证国际航协北京办事处，核实公司采购的真实性；

9、对发行人报告期内主要供应商进行访谈，了解包括其基本业务情况，与公司的业务合作情况等，报告期内执行访谈的比例如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购金额	1,266,521.18	1,081,850.98	452,649.14
走访金额	1,012,745.92	860,177.56	338,595.99
走访比例	79.96%	79.51%	74.72%

10、对报告期内主要供应商的采购金额和各期末应付账款余额向供应商进行函证，报告期内执行函证的比例如下：

单位：万元

项目	标识	2024 年		2023 年		2022 年	
		采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额
总金额	A	1,266,521.18	18,186.31	1,081,850.98	13,557.40	452,649.14	8,941.92
发函金额	B	1,189,595.36	18,034.21	989,277.10	11,669.25	382,460.56	7,651.13
发函比例	B/A	93.93%	99.16%	91.44%	86.07%	84.49%	85.56%
未回函金额	C	4,139.88	17.38	11,771.01	207.82	3,961.82	81.55
回函金额	D	1,185,455.48	18,016.84	977,506.10	11,461.43	378,498.74	7,569.58
回函比例	D/A	93.60%	99.07%	90.35%	84.54%	83.62%	84.65%

项目	标识	2024 年		2023 年		2022 年	
		采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额
回函相符金额	E	1,160,435.25	17,442.30	959,645.77	10,904.59	372,658.91	7,379.41
回函相符比例	E/A	91.62%	95.91%	88.70%	80.43%	82.33%	82.53%
针对未回函与回函不符执行替代测试	F	29,160.11	591.91	29,631.34	764.66	9,801.65	271.72
总核查金额	**F+E**	1,189,595.36	18,034.21	**989,277.10**	**11,669.25**	**382,460.56**	**7,651.13**
总核查比例	**（F+E）/A**	93.93%	99.16%	**91.44%**	**86.07%**	**84.49%**	**85.56%**

（二）中介机构核查结论

报告期内，发行人关于采购的内部控制设计合理、运行有效，能够有效保证采购过程的真实、有效；发行人采购均具有真实性，不存在虚构交易的情况。

五、说明对发行人、实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况，是否与前员工及相关主体存在异常资金往来，说明法人主体资金流水核查金额重要性水平的认定依据及合理性

（一）发行人对公银行流水核查情况

对于发行人银行流水核查，保荐机构、申报会计师陪同发行人员工实地前往开户银行网点，当场打印银行已开立账户清单，以及全部账户报告期内的银行资金流水原件，并拍照留痕。保荐机构、申报会计师根据发行人所处经营环境、行业类型、业务规模等因素，确定法人主体的核查金额重要性水平为 10 万元，其核查金额重要性水平具有合理性，具体核查程序如下：

1、获取了发行人已开立账户清单并取得报告期内所有已开户的银行对账单；

2、对报告期各期银行账户年末余额及其他重要事项进行了独立函证；

3、检查了已获取的报告期各期银行对账单显示的年末余额、银行日记账的账面余额，并取得银行询证函回函确认余额，核对三者是否一致；将各银行账户的报告期各期末余额加总，并与资产负债表银行存款余额核对，以验证货币资金入账的完整性；

4、查阅了发行人货币资金管理内部控制制度，了解发行人不同业务类型的

收付款流程，执行货币资金穿行测试，检查内部控制制度是否得到有效执行；

5、筛选 10 万元及以上的重要收支记录，比对银行对账单和银行日记账的实际收（付）款方与账面收（付）款方是否相符，金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于银行流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问发行人了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项。

经核查，发行人与前员工控制的公司不存在异常往来，不存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常情况。

（二）发行人第三方平台账户流水核查情况

1、登录发行人支付宝、微信等第三方平台账户，获取账户对应资产余额证明及报告期内的交易明细（如有），并询问发行人财务人员，了解各类第三方平台账户用途、地域及金额分布等；

2、检查了发行人内部资金管理制度，关注发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；

3、综合考虑发行人的经营规模及内部控制的有效性等因素，保荐机构、申报会计师筛选 10 万元及以上（支付宝内部往来交易的重要性水平为 50 万及以上）的重要收支记录，重要性水平认定具有合理性，并逐条与财务明细账进行逆向核查，核对金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问公司了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项；

4、基于账户金额大小和账户的实际情况，对无法通过盘点确认账户余额的第三方账户发函；

5、对第三方平台账户流水进行抽样测试，获取付款记录截图、相关内部审批流程截图、发票（如有）、相关业务合同（如有）等材料，核对是否一致。

经核查，发行人与前员工控制的公司不存在异常往来，不存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常情况。

（三）发行人实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况

对实际控制人及其直系亲属、董监高（含报告期离职）以及其他关键岗位人员的银行流水，中介机构充分评估公司经营环境、财务数据等因素后，确定了具体核查范围及核查标准等要求，具体情况如下：

1、个人银行流水核查范围

（1）时间范围

2021 年 1 月 1 日-2024 年 12 月 31 日。

（2）主体范围

结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等因素，在符合银行账户查询相关法律法规的前提下，保荐机构、申报会计师对发行人以下相关主体在申报期内开立、存续或注销的银行账户进行了核查：

①发行人实际控制人及其成年子女、父母；

②董事、监事、高级管理人员（不含独立董事）；

③关键岗位人员，如资金管理部负责人、出纳等。

根据以上核查人员范围要求，保荐机构、申报会计师收集并核查了共计 505 个相关主体名下银行账户，具体情况如下：

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量（个）	账户数量	
				存续状态交易账户	睡眠状态、销户状态、报告期内无交易等账户
1	伍俊雄	实控人、董事长	52	40	12
2	陈连江	实控人，伍俊雄配偶，陈培钢之妹	40	31	9
3	陈培钢	实控人、董事、总经理	28	15	13
4	蔡洁雯	实控人，陈培钢配偶	31	22	9
5	俞涛	董事、副总经理	19	14	5
6	陈铁梅	董事、财务总监	37	9	28
7	陈纪忠	董事会秘书	17	12	5

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量（个）	账户数量	
				存续状态交易账户	睡眠状态、销户状态、报告期内无交易等账户
8	张磊	监事会主席、集团产品中心总监	15	11	4
9	梁巧玲	职工代表监事、集团人资中心总监	34	12	22
10	易飏	集团财务中心资金经理	25	9	16
11	李倩敏	集团财务中心资金结算副经理	23	8	15
12	严敬瑜	集团财务中心出纳专员	23	9	14
13	林园	集团财务中心出纳专员	19	8	11
14	刘海燕	集团财务中心出纳专员	23	9	14
15	孙杰勇	集团外采中心总监	20	14	6
16	王斯	美亚商旅副总经理	22	12	10
17	伍德权	伍俊雄父亲	11	7	4
18	陈玉冰	伍俊雄母亲	20	11	9
19	伍奕婧	伍俊雄女儿	10	8	2
20	陈玉庚	陈培钢父亲	12	7	5
21	曹月琼	蔡洁雯母亲	24	14	10
合计			505	282	223

（3）银行覆盖范围

除通过云闪付 APP 查询个人卡报告外，保荐机构、申报会计师陪同上述自然人实地前往银行账户各银行打印银行盖章版流水，具体银行覆盖范围如下：

①国有大型商业银行：包括中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行、交通银行；

②上市股份制商业银行：包括招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行；

③发行人工资卡开户行；

④发行人及主要人员所在地的地方性银行：包括但不限于广发银行、广州银行、广州农商行等；

⑤与发行人有直接业务往来的银行。

2、个人银行流水核查程序及重要性水平

（1）现场要求上述自然人通过云闪付 APP 查询个人卡报告，全选可查询的银行选项，获取个人卡报告及个人信用报告；

（2）线下陪同上述自然人实地前往银行当场查询并打印名下开户清单及报告期内全部纸质银行流水，并将打印过程拍照留痕，同时将云闪付 APP 查询到的个人卡报告与已取得的银行账户流水交叉核对，验证银行账户取得的完整性；

（3）针对个人流水中与美亚科技及其子公司的单笔发生额大于等于 1 万元的流水、单笔发生额大于等于 5 万元的与其他交易对手的流水，以及发生额小于 5 万元但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日与同一对手方往来累计超过 5 万元的相关交易）进行逐笔核查，核对交易对手方户名、银行账号、交易摘要等，了解资金交易的原因、背景及合理性，获取相关交易凭证或协议作为确认资金用途或来源的依据。

3、受限情况及替代措施

（1）外部董事、监事的资金核查情况

截至本回复提交之日，已获取外部董事、监事时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的个人银行流水。由于外部董事、监事出于个人隐私原因考虑，因此，中介机构针对外部董事、监事的资金流水核查程序及重要性水平的具体情况如下：

①上述自然人通过云闪付 APP 查询个人卡报告，全选可查询的银行选项，获取个人卡报告及个人信用报告；

②根据云闪付 APP 查询到的个人卡报告，线下陪同上述自然人前往银行当场查询并打印报告期内全部纸质银行流水，并将打印过程拍照留痕；

③筛选出个人流水中与美亚科技及其子公司的单笔发生额大于等于 1 万元的流水、单笔发生额大于等于 5 万元的与其他交易对手的流水，以及发生额小于 5 万元但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日

与同一对手方往来累计超过 5 万元的相关交易），并将交易对手方与发行人及其他主体、客户、供应商进行比对，核查上述自然人是否与发行人及其他主体、客户、供应商存在异常资金往来。

（2）替代性措施

由于部分前董事、前监事以及外部董事、外部监事、独立董事出于个人隐私原因考虑，**部分前董事、前监事、独立董事**未提供个人的资金流水，**外部董事、监事作出上述资金流水核查**；上述人员存在为公司代垫成本费用等情况的风险较小。因此，中介机构针对该种情况执行了如下的替代性核查程序：

自然人名称	与公司的关系	未获取银行流水原因	替代措施
李冉	外部董事	**已获取银行流水**	1、结合对发行人及其子公司报告期内银行流水、银行日记账的核查，关注其与受限主体在报告期内是否存在大额异常资金往来； 2、结合对发行人的实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位）、报告期内的银行资金流水的核查，关注其与受限主体在报告期内是否存在大额异常资金往来； 3、受限主体分别签署承诺函，承诺报告期内，与美亚科技及其分子公司不存在大额异常的资金往来，不存在占用美亚科技及其分子公司资金的情形；与美亚科技及其分子公司的关联方、客户、供应商、客户或供应商的实际控制人或业务人员之间不存在大额异常的资金往来的情形；美亚科技及其分子公司不存在通过受限主体账户进行账外支付成本费用、虚构销售或采购、虚构销售回款或采购付款的情形，本人不存在代美亚科技及其分子公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。
史新	外部董事		
舒小武	外部监事		
李孔岳	独立董事	不参与公司的日常经营管理，且出于个人隐私原因	
左志刚	独立董事		
徐勇	独立董事		
何士祥	曾任美亚科技外部董事		
贾巍	曾任美亚科技外部董事		
王艳	曾任独立董事		
刘彦初	曾任独立董事		
林桦	曾任董事	已于 2020 年 7 月自美亚科技离职，并于 2021 年 1 月起不再担任美亚科技董事；出于个人隐私原因	

4、个人流水核查结论

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人与实际控制人、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

（2）报告期内，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无

合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

（3）报告期内，发行人实际控制人、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；与前员工及相关主体不存在异常资金往来；

（4）报告期内，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

问题 8. 毛利率可比性及下滑风险

根据申报文件，（1）发行人披露，携程集团、同程旅行、易飞国际综合毛利率介于 72.56%至 81.75%之间，报告期均相对稳定。发行人航旅和商旅业务与上述公司同类业务具有可比性，发行人航旅业务毛利率分别为 15.37%、17.68%、63.76%，与可比公司差异较大，主要受包机包位总额法确认收入且报告期大幅下滑影响，发行人商旅业务毛利率分别为 70%、74.29%、79.04%，与可比公司差异较小。发行人未完整说明可比公司各类业务的收入确认方法。（2）众信旅游、岭南控股、腾轩旅游毛利率介于 5.96%至 20.90%之间，报告期波动相对较大，发行人旅游业务与上述公司同类业务具有可比性，发行人旅游业务毛利率分别为 3.86%、5.02%、5.55%，低于可比公司。（3）报告期发行人还原总额法下毛利率分别为 2.85%、3.07%、1.82%，2023 年下滑明显，其中航旅板块分别为 1.95%、1.89%、0.97%，2023 年下滑接近 50%，且低于商旅、旅游板块；商旅板块分别为 3.77%、4.8%、3.25%；旅游板块分别为 3.18%、3.91%、3.18%。（4）从收入类型上看，发行人将收入分为航空客运销售代理服务、酒店预订代理服务、保险代理服务、旅游服务、航空客运销售服务（包机包位）等五类。

请发行人：（1）梳理与可比公司可比业务情况，结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析。（2）说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因，结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示；说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况。（3）说明发行人代理业务（区分机票、酒店、保

险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率（净额法适用）水平与可比公司是否存在较大差异及合理性，分析毛利率及还原总额法下毛利率变动原因及合理性。（4）说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异，结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素。

请保荐机构、申报会计师对上述事项核查发表明确意见。

【回复】

一、梳理与可比公司可比业务情况，结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析

（一）梳理与可比公司可比业务情况

发行人与同行业可比公司的对比情况如下所示：

可比公司	可比性分析	收入确认方式	成本核算方式
携程集团	1、营业收入主要分为住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他 2、携程集团业务中交通订票预订与发行人航旅票务具备相似性，商旅管理业务与发行人商旅管理业务模式基本一致，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括客户服务中心人员的薪酬、向旅行供应商的付款、电信开支、委托代理旅行服务的直接成本、折旧、租金等 2、未披露成本核算方式
同程旅行	1、营业收入主要分为住宿预订服务、交通票务服务和其他产品 2、同程旅行业务中交通订票预订与发行人航旅票务具备相似性，同程旅行旗下商旅管理业务与发行人商旅管理业务模式基本一致，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括订单处理成本、雇员福利开支、买断旅游相关产品的成本等 2、未披露成本核算方式
易飞国际	1、主营业务为提供航空客运销售代理服务 2、易飞国际业务规模较小，但与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括人工成本、凯亚系统配置费、房租费等 2、未披露成本核算方式
腾轩旅游	1、营业收入主要分为交通票务、航空货运、商旅服务、旅游服务和其	1、交通票务、航空货运通过总	1、营业成本构成主要包括票务业务成本和旅

可比公司	可比性分析	收入确认方式	成本核算方式
	他收入 2、腾轩旅游与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性	额法确认收入 2、商旅服务、其他通过净额法确认收入 3、旅游服务未披露总额或净额的收入确认方式	游服务业务成本等 2、未披露成本核算方式
众信旅游	1、营业收入主要分为旅游批发业务、旅游零售业务、整合营销服务和其他业务 2、众信旅游的旅游服务与发行人会奖旅游业务具有可比性	旅游服务活动按总额确认收入	1、营业成本主要由机票款和地接费构成 2、未披露成本核算方式
岭南控股	1、营业收入主要分为旅行社运营、酒店经营、酒店管理、汽车服务等 2、岭南控股所属广之旅的商旅出行业务与发行人会奖旅游业务具有可比性	定期报告中未披露总额或净额的收入确认方式	1、营业成本构成主要包括出境游、国内游、入境游、订房、门票、原材料、人工工资、能源、其他 2、未披露成本核算方式

注：易飞国际、腾轩旅游、众信旅游未在最近一期的年度报告中披露成本构成情况，上述公司的成本构成情况源自《易飞国际 2019 年公开转让说明书》《腾轩旅游 2015 年公开转让说明书》《众信旅游 2014 年首次公开发行股票招股说明书》。

（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析

1、与携程集团、同程旅行、易飞国际相比

携程集团、同程旅行主要通过净额法确认收入，在航旅票务、商旅管理方面与发行人具有可比性；易飞国际主要通过净额法确认收入，与发行人均从事泛商旅出行服务，具有可比性。携程集团、同程旅行、易飞国际的综合毛利率和发行人航旅票务、商旅管理的代理分销及后返佣金的毛利率对比情况如下所示：

项目	2024年度	2023年度	2022年度
携程集团	**81.25%**	81.75%	77.48%
同程旅行	**64.09%**	73.45%	72.56%
易飞国际	**75.94%**	76.19%	75.33%
平均值	**73.76%**	**77.13%**	**75.12%**

项目	2024年度	2023年度	2022年度
发行人-航旅票务和商旅管理的代理分销及后返佣金业务	72.20%	73.84%	72.90%

注 1：根据携程集团的定期报告披露，公司未披露住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他的成本金额及毛利率；

注 2：根据同程旅行的定期报告披露，公司未披露住宿预订服务、交通票务服务和其他产品的成本金额及毛利率；

注 3：根据易飞国际的定期报告披露，公司只有航空客运销售代理服务一项收入分类。

报告期内，公司航旅票务、商旅管理的代理分销及后返佣金业务的毛利率水平与变动趋势和携程集团、同程旅行、易飞国际的平均毛利率相比差异较小，发行人毛利率水平整体偏低，主要原因系：（1）携程集团、同程旅行的 C 端客户占比较高，致使议价能力较强；（2）易飞国际的业务规模较小，致使毛利率较高。

2、与腾轩旅游相比

腾轩旅游与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性。但是腾轩旅游的交通票务通过总额法确认收入，商旅服务通过净额法确认收入，旅游服务未披露总额或净额的收入确认方式，具体情况如下所示：

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	腾轩旅游	发行人	腾轩旅游	发行人	腾轩旅游	发行人
交通票务/航旅票务	5.21%	60.76%	4.96%	63.76%	15.73%	17.68%
商旅服务/商旅管理	100.00%	79.74%	100.00%	79.04%	100.00%	74.29%
旅游服务/会奖旅游	2.61%	5.11%	5.21%	5.55%	-	5.02%

注：在腾轩旅游 2022 年度的定期报告的营业收入分类中没有旅游服务分类。

报告期内，发行人的航旅票务还原至总额法下的毛利率分别为 1.89%、0.97%和 0.79%，低于腾轩旅游的交通票务，并且在变动趋势方面，腾轩旅游的变动幅度较高，而发行人的变动较小较为稳定，主要原因系公司业务规模较大，腾轩旅游的交通票务 2022 年度、2023 年度和 2024 年度的收入为 38,319.42 万元、94,122.88 万元和 126,659.10 万元，发行人的航旅票务报告期内还原至总额法下的收入为 279,286.54 万元、699,288.26 万元和 885,059.13 万元，发行人业务规模较大致使还原至总额法下的毛利率较低且变动稳定。

报告期内，腾轩旅游的商旅服务毛利率均为 100.00%，发行人的商旅管理毛

利率低于腾轩旅游的商旅服务，主要原因为成本口径差异。

在 2023 年度，发行人的会奖旅游毛利率与腾轩旅游的旅游服务毛利率差异较小；**在 2024 年度，腾轩旅游的旅游服务毛利率较低，根据定期报告的披露，由于腾轩旅游的部分旅游线路因舆论影响销售情况不及预期，降价销售减少损失，毛利率下降**。

3、与众信旅游、岭南控股相比

众信旅游的旅游服务活动按总额确认收入，其旅游批发业务和旅游零售业务与发行人的会奖旅游服务具有可比性。岭南控股未披露总额或净额的收入确认方式，其旅行社运营业务与发行人的会奖旅游服务具有可比性，具体情况如下所示：

项目	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	13.28%	12.27%	14.22%
岭南控股-旅行社运营	13.19%	13.52%	17.55%
平均值	13.24%	**12.89%**	**15.89%**
发行人-会奖旅游	5.11%	**5.55%**	**5.02%**

随着公共卫生事件得到缓解，发行人的会奖旅游服务的毛利率低于众信旅游的旅游批发和旅游零售业务、岭南控股的旅行社运营业务，并且在变动趋势方面发行人的变动较为稳定，主要原因系：①众信旅游、岭南控股主要经营出境游业务，出境游业务的毛利较高，致使毛利率较高；②众信旅游、岭南控股在旅游出行行业深耕多年且规模较大，规模效应凸显，旗下诸多品牌知名程度高、影响程度广，在该行业内竞争优势突出，致使毛利率高于发行人的会奖旅游；③众信旅游依靠阿里巴巴集团、岭南控股依靠广州市国资委，依靠集团资源可以高效整合控制成本，进行产业链的横纵延伸实现一体化发展，致使毛利率较高；④发行人的会奖旅游服务正处于发展阶段，该业务还原至总额法下的收入占比在 1%左右，规模较小，致使毛利率较低。

综上所述，发行人与同行业可比公司的可比业务具有可比性，发行人的可比业务毛利率水平、变动趋势与同行业可比公司的差异具有合理性。

二、说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因，结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示；说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况

（一）说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因

报告期内，发行人航旅票务还原至总额法的毛利率情况如下所示：

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅票务-包机包位	-	-	6.95%	0.05%	6.49%	8.69%
航旅票务-代理分销	-0.36%	98.33%	-0.03%	98.56%	0.97%	90.65%
航旅票务-后返佣金	68.30%	1.67%	71.73%	1.39%	67.00%	0.66%
航旅票务-合计	0.79%	100.00%	**0.97%**	**100.00%**	**1.89%**	**100.00%**
航旅票务-代理分销与后返佣金合计	0.79%	-	**0.97%**	-	**1.45%**	-

在2023年度和2024年度，航旅票务还原至总额法的毛利率下降主要受代理分销的影响，公共卫生事件得到缓解后，航空公司的后返佣金政策逐渐恢复，发行人与多家航空公司保持稳定的合作关系，获取了具备较强竞争力的后返政策，其设定的销售目标达成的奖励更为丰厚，发行人为完成考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略，使发行人在多家航空公司的票源销售价格上具备价格优势，致使航旅票务的代理分销毛利率下降。

在还原至总额法下，后返佣金收入占比较低，致使在包括代理分销与后返佣金之后，航旅票务合计的还原至总额法的毛利率在 2023 年度和 2024 年度有所下降。在正常口径下，航旅票务的毛利率情况如下所示：

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
航旅票务-包	-	-	6.95%	3.00%	6.49%	81.37%

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
机包位						
航旅票务-代理分销	不适用（注）	-28.92%	-36.36%	5.58%	66.31%	12.44%
航旅票务-后返佣金	68.30%	128.92%	71.73%	91.42%	67.00%	6.18%
航旅票务-合计	60.76%	100.00%	**63.76%**	**100.00%**	**17.68%**	**100.00%**
航旅票务-代理分销与后返佣金合计	60.76%	-	**65.51%**	-	**66.54%**	-

注：在 2024 年度，航旅票务的代理分销收入和成本金额均为负数。

因为包机包位机票不纳入后返佣金政策的考核范围，所以在剔除包机包位后，报告期内航旅票务的代理分销与后返佣金合计的毛利率分别为 66.54%、65.51%和 60.76%，毛利率水平较为稳定。

（二）结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示

1、影响发行人毛利率水平的因素

在航旅票务业务中，主要影响发行人毛利率水平的因素如下：

（1）市场行情

在市场需求大于供给时，给予客户相对较低的折扣致使毛利率较高；需求小于供给时，给予客户相对较高的折扣致使毛利率较低。

例如，某客户需要预订一张从西安到迪拜的国际机票，航司给予公司的票面价格为 4,020.00 元，基础佣金 4%，后返佣金 3%（公司根据自身销售情况及航司政策评估的后返佣金比例），在市场需求低迷时，将基础佣金 4%和即返佣金（航司给予公司的后返佣金按政策约定期限汇总结算，公司给予客户的佣金在报价时即扣除，故称之为即返佣金）2%作为定价折扣让渡给客户，公司最终报价 3,782.02（4,020.00*（1-4%）*（1-2%））元；在市场需求旺盛时，公司可能仅给予客户 2%的基础佣金和 1%的即返佣金。

若未来市场行情需求小于供给，则发行人航旅票务的代理分销毛利率存在下

降的风险。

（2）盈利方式

发行人航旅票务业务的策略主要以完成航司政策考核目标赚取后返佣金为主，向旅业同行客户的销售折扣较高，致使代理分销的毛利率较低。

例如，某航司给予的后返佣金政策为华南始发的国际机票销售张数如介于10.00-50.00 万张之间，对应的后返佣金比例为 1.00%；如达到 50.00 万张以上，对应的后返佣金比例为 1.50%。公司以完成国际机票销售张数 50.00 万张为考核目标，在目标未实现时，公司可能将全部后返佣金 1.00%作为销售折扣让渡给客户；实现考核目标后，公司则可能仅将 0.50%让渡给客户。

若未来航司的后返佣金政策力度加强，则发行人航旅票务的代理分销毛利率存在下降的风险。

2、期后毛利率情况

在**2025年1-3月**，发行人未经审计的航旅票务代理分销与后返佣金合计的毛利率为**59.27%**，其还原至总额法的毛利率为**0.76%**，相较于**2024**年度变化较小。

发行人已在招股说明书之“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露，具体情况参见“问询函第 5 题/二/（二）/1、说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示”。

（三）说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况

发行人不同业务的毛利率与同行业可比公司的可比业务对比情况，参见本问题回复之“一/（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析”。

发行人还原至总额法下航旅票务的毛利率低于商旅管理、会奖旅游，主要原

因系发行人航旅票务业务的盈利方式是以完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金为主，所以会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，致使航旅票务的还原至总额法下的毛利率较低。

在同行业可比公司中，腾轩旅游的交通票务毛利率低于其商旅服务、旅游服务，与发行人存在相同情况；而携程集团、同程旅行、易飞国际未披露各自航旅票务、商旅管理的成本金额及毛利率情况。

三、说明发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率（净额法适用）水平与可比公司是否存在较大差异及合理性，分析毛利率及还原总额法下毛利率变动原因及合理性

（一）与同行业可比公司的对比情况

对于销售收入、销售金额，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况，参见“问询函第 2 题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

对于毛利率、还原至总额法下的毛利率，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况，参见本问题回复之“一/（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析”。

对于成本金额，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况如下所示：

1、与众信旅游、岭南控股相比

发行人会奖旅游成本与众信旅游、岭南控股的可比业务成本对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	480,329.77	119.53%	218,798.52	1,235.39%	16,384.62
岭南控股-旅行社运营	270,672.84	39.33%	194,273.36	604.64%	27,570.75
平均值	375,501.30	81.81%	**206,535.94**	**839.75%**	**21,977.68**

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
发行人-会奖旅游成本	10,346.90	37.37%	7,532.20	129.36%	3,284.00

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见“问询函第2题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

2、与携程集团、同程旅行、易飞国际相比

发行人可比业务成本与携程集团、同程旅行、易飞国际成本对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额
携程集团	999,000.00	23.01%	812,100.00	79.95%	451,300.00
同程旅行	622,719.90	97.19%	315,803.30	74.80%	180,664.00
易飞国际	769.88	11.21%	692.25	42.30%	486.49
平均值	540,829.93	43.76%	**376,198.52**	**78.45%**	**210,816.83**
发行人-代理分销及后返佣金成本	8,045.10	14.95%	**6,998.68**	**47.48%**	**4,745.55**

注1：根据携程集团的定期报告披露，公司未披露住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他的成本金额；

注2：根据同程旅行的定期报告披露，公司未披露住宿预订服务、交通票务服务和其他产品的成本金额；

注3：根据易飞国际的定期报告披露，公司只有航空客运销售代理服务一项分类。

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见本问询回复之“问题2.创新特征与市场地位/二/（五）”。

3、与腾轩旅游相比

发行人可比业务成本与腾轩旅游的可比业务成本对比情况如下所示：

单位：万元

公司	项目	2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额
腾轩旅游	交通票务	120,065.45	34.23%	89,450.44	177.00%	32,292.33
	商旅服务	-	-	-	-	-
	旅游服务	3,820.03	65.60%	2,306.84	-	-
发行	航旅票务	4,510.57	16.68%	3,865.86	-84.26%	24,559.18

公司	项目	2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额
人	商旅管理	3,534.52	2.68%	3,442.27	9.08%	3,155.61
	会奖旅游	10,346.90	37.37%	7,532.20	129.36%	3,284.00

注 1：在腾轩旅游 2022 年度的定期报告的营业收入分类中没有旅游服务分类；
注 2：腾轩旅游 2022 年度、2023 年度和 2024 年度商旅服务的成本金额为零。

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见“问询函第 2 题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

（二）发行人情况

报告期内，发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率的情况如下所示：

1、销售金额

单位：万元

项目	销售金额					
	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣金	1,285,286.76	98.77%	1,100,095.97	98.71%	445,264.86	93.88%
包机包位	-	-	337.86	0.03%	24,728.31	5.21%
会奖旅游	16,011.95	1.23%	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
合计	1,301,298.71	100.00%	**1,114,446.06**	**100.00%**	**474,273.78**	**100.00%**

报告期内，代理及后返佣金销售金额分别为445,264.86万元、1,100,095.97万元和1,285,286.76万元，逐年增加，随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，出行需求旺盛；占比分别为93.88%、98.71%和98.77%，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位销售金额分别为24,728.31万元和337.86万元，占比分别为5.21%和0.03%，在公共卫生事件缓解后，发行人包机包位票源采购需求下降。在2024年度，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游销售金额为4,280.61万元、14,012.23万元和16,011.95万元，占比分别为0.90%、1.26%和1.23%，占比变化较为稳定。

2、成本金额

单位：万元

项目	成本金额					
	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣金	8,045.10	43.74%	6,998.68	47.16%	4,745.55	15.31%
包机包位	-	-	309.45	2.09%	22,969.24	74.10%
会奖旅游	10,346.90	56.26%	7,532.20	50.75%	3,284.00	10.59%
合计	18,392.00	100.00%	**14,840.34**	**100.00%**	**30,998.80**	**100.00%**

报告期内，代理及后返佣金成本分别为4,745.55万元、6,998.68万元和8,045.10万元，占比分别为15.31%、47.16%和43.74%，2023年度占比上升，主要原因系包机包位成本占比大幅下降，致使其余的成本占比有所提升。2024年度相较于2023年度，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位成本分别为22,969.24万元和309.45万元，占比分别为74.10%和2.09%，2023年度占比有所下降，主要原因系随着公共卫生事件有效缓解，民航出行场景与航司运力逐渐恢复，票源充足，致使公司包机包位票源采购需求下降。在2024年度，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游成本分别为3,284.00万元、7,532.20万元和10,346.90万元，占比分别为10.59%、50.75%和56.26%，2023年度有所上升，主要原因系：（1）包机包位成本占比大幅下降，致使其余的成本占比有所提升；（2）随着民航出行场景的有序恢复，依托航旅票务资源整合优势和商旅管理客户资源优势的会奖旅游服务需求增加，致使会奖旅游成本增加。2024年度相较于2023年度，占比变化较为稳定。

3、销售收入

单位：万元

项目	销售收入					
	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣	28,937.83	72.63%	26,754.81	76.30%	17,510.02	38.43%

项目	销售收入					
	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
金						
包机包位	-	-	335.77	0.96%	24,595.42	53.98%
会奖旅游	10,904.31	27.37%	7,975.19	22.74%	3,457.54	7.59%
合计	**39,842.14**	**100.00%**	**35,065.77**	**100.00%**	**45,562.97**	**100.00%**

报告期内，代理及后返佣金销售收入分别为17,510.02万元、26,754.81万元和28,937.83万元，占比分别为38.43%、76.30%和72.63%，2023年度占比有所下降，主要原因系公共卫生事件缓解后，发行人包机包位票源采购需求下降。2024年度相较于2023年度，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位销售收入分别为24,595.42万元和335.77万元，占比分别为53.98%和0.96%，主要原因参见本问题回复之“三/（二）/1、销售金额”。

报告期内，会奖旅游销售收入分别为3,457.54万元、7,975.19万元和10,904.31万元，占比分别为7.59%、22.74%和27.37%，主要原因参见“问询函第1题/四/（四）/1/（1）销售收入”。

4、毛利率

项目	毛利率		
	2024年度	2023年度	2022年度
代理及后返佣金	72.20%	73.84%	72.90%
包机包位	-	7.84%	6.61%
会奖旅游	5.11%	5.55%	5.02%
合计	**53.84%**	**57.68%**	**31.96%**

报告期内，代理及后返佣金的毛利率分别为72.90%、73.84%和72.20%，变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位的毛利率分别为6.61%和7.84%，**变化较为稳定**。在2024年度，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游的毛利率分别为5.02%、5.55%和5.11%，**变化较为稳定**。

5、还原至总额法下的毛利率

项目	还原至总额法下的毛利率		
	2024年度	2023年度	2022年度
代理及后返佣金	1.63%	1.80%	2.87%
包机包位	-	7.84%	6.61%
会奖旅游	3.51%	3.18%	3.91%
合计	**1.65%**	**1.82%**	**3.07%**

报告期内，代理及后返佣金还原至总额法下的毛利率分别为2.87%、1.80%和1.63%，逐年下降，主要受航旅票务业务的影响，随着民航出行场景的限制逐渐解除，航空公司对于境内外航段的后返佣金政策逐渐恢复，发行人定价策略的市场竞争力逐年增强，其价格优势逐年增加，致使还原至总额法下的毛利率下降。

在2022年度至2023年度，包机包位还原至总额法下的毛利率分别为6.61%和7.84%，**变化较为稳定**。

报告期内，会奖旅游还原至总额法下的毛利率分别为3.91%、3.18%和3.51%，变化较为稳定。

四、说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异，结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素

（一）说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异

报告期内，航旅票务的酒店代理销售金额分别为 624.42 万元、155.26 万元和 241.44 万元，占比分别为 0.13%、0.01%和 0.02%；航旅票务的保险代理销售金额分别为 10.67 万元、33.47 万元和 31.30 万元，占比分别为 0.00%、0.00%和 0.00%；商旅管理的保险代理销售金额分别为 106.92 万元、165.04 万元和 132.29 万元，占比分别为 0.02%、0.01%和 0.01%，上述细分收入类型及业务类型的销售金额及占比均较低，具体情况参见本问询回复之“问题 1.商业模式与核心竞争力/四/（四）”。发行人的主要细分收入类型及业务类型为航旅票务的机票代理、

包机包位，商旅管理的机票代理、酒店代理、包机包位，会奖旅游。

通过每笔订单的销售金额、采购金额计算的订单毛利率更能体现发行人对客户的销售定价情况，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，毛利率分析如下所示：

1、航旅票务的机票代理

发行人为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，同时还承担运营成本，致使还原至总额法下的毛利率较低或是为负数。

所以合并后返佣金后，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，合并后返佣金的订单毛利率分析如下所示：

（1）2024年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	123,498.03	1.51%	1,372.25	0.40%	-21.34	0.39%
2	广州典实国际旅行社有限公司	32,964.63	0.72%	1,278.01	-3.16%	-7.95	-2.95%
3	北京趣拿软件科技有限公司	20,197.87	0.99%	252.80	-0.27%	0.79	-0.27%
4	自由之翼（北京）航空服务有限公司	10,653.32	0.77%	174.02	-0.86%	-1.38	-0.86%
5	上海翼盟航空服务有限公司	8,964.96	0.93%	117.95	-0.39%	-2.99	-0.35%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

注 4：发行人确认后返佣金时系基于航空公司的后返佣金政策和销售起飞数据，按照订单维度，对应适用政策规定的后返佣金标准去细化计算每笔销售订单预计能够取得的后返佣金，因此，每笔订单可以准确核算其对应的后返佣金金额。

在2024年度，发行人航旅票务的机票代理前五大客户的合并后返佣金的订

单毛利率不存在较大差异。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,798.93	1.46%	1,626.05	0.49%	175.99	0.35%
2	广州典实国际旅行社有限公司	13,580.02	1.13%	781.33	-4.63%	14.30	-4.46%
3	广州典实商旅服务有限公司	9,696.32	1.94%	406.07	-2.25%	10.17	-2.23%
4	北京趣拿软件科技有限公司	8,449.88	1.53%	135.72	-0.07%	8.81	-0.19%
5	上海翼盟航空服务有限公司	5,831.48	0.92%	70.80	-0.30%	6.34	-0.40%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

上海华程西南国际旅行社有限公司、广州典实国际旅行社有限公司、广州典实商旅服务有限公司和北京趣拿软件科技有限公司的合并后返佣金的订单毛利率的差异较小。

上海翼盟航空服务有限公司的合并后返佣金的订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的航旅票务服务中，国内机票的占比相较于该年度其他前五大客户而言较高，国内机票占比为 3.65%，而该年度其他前五大客户国际机票销售金额占比均为 100.00%，国内机票的定价市场化程度较低，致使合并后返佣金的订单毛利率较低。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	60,700.83	1.44%	238.41	1.05%	286.25	0.52%
2	北京趣拿软件科技有限公司	7,155.32	1.50%	25.61	1.14%	42.56	0.48%
3	上海外国语大学	5,905.82	8.80%	56.78	7.84%	27.66	6.96%
4	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,914.82	1.59%	26.28	1.06%	23.18	0.53%
5	河北祥程国际旅行社有限公司	3,146.73	1.31%	9.59	1.00%	15.02	0.47%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司、深圳市志凌云航空服务有限公司和河北祥程国际旅行社有限公司的合并后返佣金的订单毛利率的差异较小。

上海外国语大学的合并后返佣金的订单毛利率较高，主要原因系该客户属于直接销售模式，相较于旅业同行客户，发行人的议价能力较强，致使合并后返佣金的订单毛利率较高。

2、航旅票务的包机包位

包机包位模式下，发行人根据自身的商业判断，提前与航司或机票代理人协商购买一定数量的座位，形成一个明确、固定的采购关系。代理模式下，发行人系获取到客户订单后，再去市场上寻找合适的机票资源，主要通过BSP采购。所以在包机包位模式下，对于买断的部分航线的部分座位，受市场行情，以及公共卫生事件期间旅行政策、边境管控措施频繁变动等因素的影响，发行人承担相关座位未售出的风险，致使发行人对于临近起飞却仍未售出的包机包位票源进行折价销售。

（1）2024年**度**

在2024年**度**，发行人未采购包机包位票源。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	包机包位销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	太原金腾航空服务有限公司	46.18	5.69%	1.29	2.58%
2	李菲	36.20	1.28%	1.01	-1.59%
3	钱皎洁	17.69	6.87%	0.49	3.70%
4	上海众博会务服务有限公司	13.20	4.09%	0.37	1.06%
5	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	12.29	-4.38%	0.34	-6.91%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

2023 年度包机包位票源的销售金额较低，在该年度太原金腾航空服务有限公司、钱皎洁和上海众博会务服务有限公司的订单毛利率差异较小。

李菲的订单毛利率较低，主要原因系该客户采购的 TAS-XIY（乌兹别克斯坦塔什干尤日内机场-西安咸阳机场）航段的机票市场需求较低，发行人为避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率较低。

青岛颂康泰国际旅行社有限公司的订单毛利率较低且为负数，主要原因系该客户采购的 JED-KWI/KWI-CAN（沙特阿卜杜勒阿齐兹国王机场-科威特国际机场/科威特国际机场-广州白云机场）航段的机票市场需求较低，发行人为避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率为负。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	包机包位销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	青岛颂康泰国际旅	1,378.22	9.27%	31.34	6.50%

序号	客户名称	包机包位销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
	行社有限公司				
2	湖南亚商商务服务有限公司	1,236.26	-4.07%	28.11	-6.22%
3	北京华夏远洋航空服务有限公司	963.07	10.32%	21.90	7.51%
4	北京引领假日国际旅行社有限公司	726.15	8.70%	16.51	5.97%
5	上海众博会务服务有限公司	594.35	13.65%	13.51	10.69%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

青岛颂康泰国际旅行社有限公司、北京华夏远洋航空服务有限公司、北京引领假日国际旅行社有限公司和上海众博会务服务有限公司的订单毛利率差异较小。

湖南亚商商务服务有限公司的订单毛利率较低且为负数，主要原因系该客户采购的 LOS-CAN（尼日利亚穆尔塔拉穆罕默德机场-广州白云机场）航段的机票市场需求较低，发行人为避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率为负。

3、商旅管理的机票代理

（1）2024年**度**

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	**南方电网互联网服务有限公司**	**28,650.06**	**	**252.22**	**
2	**深圳市能之汇投资有限公司（注1）**	**20,019.99**	**	**177.08**	**
3	**东方承启(北京)商务科技有限公司**	**14,265.99**	**	**125.14**	**
4	**比亚迪汽车工业有限公司**	**9,688.41**	**	**80.78**	**
5	**OPPO广东移动通**	**8,434.46**	**	**73.47**	**

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
	信有限公司				

注 1：深圳市能之汇投资有限公司为中国广核集团有限公司的全资一级子公司；

注 2：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

东方承启（北京）商务科技有限公司、比亚迪汽车工业有限公司和OPPO广东移动通信有限公司的机票代理订单毛利率差异较小。

南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司的机票代理订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国内机票的占比较高，上述客户的国内机票占比分别为91.52%、93.48%，国内机票的毛利较低，致使上述客户的订单毛利率较低。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	南方电网互联网服务有限公司	24,710.88	**	211.22	**
2	深圳市能之汇投资有限公司（注1）	22,427.64	**	191.69	**
3	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	18,490.09	**	157.91	**
4	东方承启（北京）商务科技有限公司	13,494.88	**	114.54	**
5	OPPO广东移动通信有限公司	10,700.96	**	90.47	**

注 1：深圳市能之汇投资有限公司为中国广核集团有限公司的全资一级子公司；

注 2：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司和 OPPO 广东移动通信有限公司的机票代理订单毛利率差异较小。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司的机票代理订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，机票以国内机票为主，国内机票占比为 91.21%，且每张国内机票对该客户收取的服务费较低，致使机票代理的订单毛利率较低。

东方承启（北京）商务科技有限公司的机票代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际机票的占比较高，国际机票占比为 22.63%，国际机票定价的市场化程度较高，致使机票代理的订单毛利率较高。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	8,377.07	**	133.08	**
2	中电建湖北电力建设有限公司（以下简称“中电建”）	4,890.83	**	72.60	**
3	杭州海康威视数字技术股份有限公司（以下简称“海康威视”）	4,354.49	**	66.63	**
4	南方电网互联网服务有限公司	3,519.53	**	56.05	**
5	盐池新源工程有限责任公司	3,390.38	**	50.36	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司的机票代理订单毛利率差异较小。

中电建湖北电力建设有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司的机票代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际机票的占比较高，上述客户的国际机票占比分别为 99.90%、57.46%。

盐池新源工程有限责任公司主要原因系该客户通过预付款的形式向发行人

采购机票，发行人向该客户提供商旅管理服务时不承担相应的垫资成本，所以给予该客户更多的折扣，致使机票的订单毛利率较低。

4、商旅管理的酒店代理

（1）2024年度

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	46,071.87	**	365.55	**
2	深圳市能之汇投资有限公司	3,410.05	**	27.09	**
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	3,219.64	**	25.61	**
4	中国东方电气集团有限公司	1,499.17	**	11.82	**
5	长安福特汽车有限公司	1,149.60	**	9.15	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、中国东方电气集团有限公司和长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司的酒店代理订单毛利率较低，主要原因系该客户向发行人的采购规模较大，议价能力较强，在2024年度成本管控措施较严，竞争激烈，致使酒店代理订单毛利率较低。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	41,901.81	**	332.03	**
2	东方承启（北京）商务科技有限公司	2,737.10	**	21.69	**

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
3	长安福特汽车有限公司	1,861.77	**	14.75	**
4	华人运通控股（上海）有限公司	1,828.21	**	14.49	**
5	普洛斯投资（上海）有限公司	1,132.71	**	8.98	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、东方承启（北京）商务科技有限公司和华人运通控股（上海）有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，酒店以协议酒店为主，协议酒店占比为 71.75%，且每间晚对该客户收取的服务费较低，致使酒店代理订单毛利率较低。

普洛斯投资（上海）有限公司的酒店代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际酒店的占比相对较高，国际酒店占比为 6.86%，国际酒店定价的市场化程度较高，致使酒店代理订单毛利率较高。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	14,670.21	**	209.83	**
2	长安福特汽车有限公司	1,218.28	**	17.42	**
3	新希望集团有限公司	959.96	**	13.73	**
4	喜茶（深圳）企业管理有限责任公司	612.52	**	8.76	**
5	普洛斯投资（上海）有限公司	534.53	**	7.65	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、新希望集团有限公司、喜茶（深圳）企业管理有限责任公司和普洛斯投资（上海）有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率较低的原因，与 2023 年度其酒店代理订单毛利率较低的原因一致，协议酒店占比为 80.38%。

5、商旅管理的包机包位

在 2024 年度，发行人未采购包机包位票源。在 2022 年度至 2023 年度，发行人销售包机包位票源的商旅管理客户只有中兴通讯股份有限公司，具体毛利率分析如下：

单位：万元

客户名称	年度	包机包位销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
中兴通讯股份有限公司	2023 年度	16.10	**	0.45	**
	2022 年度	322.86	**	7.34	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

2023 年度包机包位的订单毛利率有所上升，主要原因系销售金额较小，存在偶发性。

6、会奖旅游

（1）2024年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	3,530.45	**	157.61	**

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
2	桂林海纳国际旅行社有限公司	712.29	4.75%	34.02	-0.08%
3	东风本田汽车销售有限公司	641.22	**	31.59	**
4	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	513.99	**	5.81	**
5	广州中科国际旅行社有限公司	491.36	3.80%	22.01	-0.74%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

东风本田汽车销售有限公司、中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司的订单毛利率较低，与2023年度其订单毛利率较低的原因一致。

桂林海纳国际旅行社有限公司、广州中科国际旅行社有限公司的订单毛利率差异较小且较低，主要原因系发行人向该客户提供的会奖旅游服务中以机票、酒店等低毛利的单一服务为主，上述客户机票、酒店等单一服务的占比分别为99.13%、99.38%，致使订单毛利率较低。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,813.66	**	37.78	**
2	深圳前海微众银行股份有限公司	827.64	**	32.11	**
3	东风本田汽车销售有限公司	820.28	**	19.85	**
4	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	1.15%	14.91	-2.79%
5	上海携程国际旅行社有限公司	323.17	1.76%	12.54	-2.22%

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

深圳前海微众银行股份有限公司、东风本田汽车销售有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司的订单毛利率较低，主要原因系：①该客户为央国企客户，发行人的议价能力较弱；②该客户为发行人的第一大会奖旅游客户，销售规模较大，发行人为维系客户致使在提供会奖旅游服务时报价较低。

深圳市八星环游国际旅行社有限公司、上海携程国际旅行社有限公司（以下简称“携程国际旅行社”）的订单毛利率较低，上述客户机票、酒店等单一服务的占比分别为 100.00%和 15.93%，机票、酒店等单一服务的毛利较低致使订单毛利率较低。虽然发行人向携程国际旅行社提供的会议团、定制团等整合定制服务的占比较高，但是携程国际旅行社基于其承揽的终端企事业客户会奖旅游需求，委托发行人实际交付服务，发行人就服务成果向携程国际旅行社负责，致使发行人获取的毛利较低。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,142.25	**	58.13	**
2	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	602.31	**	32.72	**
3	深圳前海微众银行股份有限公司	353.54	**	25.58	**
4	东风本田汽车销售有限公司	250.91	**	11.84	**
5	广州博冠信息科技有限公司	137.36	**	9.94	**

注 1：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司、深圳前海微众银行股份有限公司和东风本田汽车销售有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司的订单毛利率较低的原因，与 2023 年度其订单毛利率较低的原因一致。

广州博冠信息科技有限公司的订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的会奖旅游服务中，国际酒店的占比相对较高，占比为 79.36%，国际酒店属于高毛利产品致使订单毛利率较高。

（二）结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素

报告期内，发行人的主要客户类型为旅行社、票务代理和商旅直销客户。

对于旅行社、票务代理等旅业同行客户，影响毛利率水平的主要因素参见本问题回复之“二/（二）/1、影响发行人毛利率水平的因素”。

对于商旅直销客户，影响毛利率水平的主要因素如下：

1、产品结构

产品结构指客户向发行人采购的产品类型。例如，发行人向商旅直销客户提供的商旅管理服务中，若国际机票、国际酒店等高毛利产品占比较高，则该客户的毛利率较高；若国内机票、国内酒店等低毛利产品占比较高，则该客户的毛利率较低。

2、市场行情

在考虑市场供需的情况下，若市场需求大于供给，发行人报价相对较高，致使毛利率上升；若市场需求小于供给，发行人报价相对较低，致使毛利率下降。

以商旅国际机票为例，假设从广州飞往新加坡的航班固定每天只有三班，日常每张机票的票面价格为 1,000.00 元，公司每张机票平均报价为 1,050.00 元，但如若遇到国庆、春节等假期，从广州飞往新加坡的需求人员增多，导致市场短时间内机票需求大于供给，航司每张机票的票面价格可能上涨至 2,000.00 元，公司每张机票则可能报价 2,060.00 元。

3、客户信用

客户信用主要指发行人给予客户的信用政策，信用期较长，定价相对较高致使毛利率较高；信用期较短，定价相对较低致使毛利率较低。

以商旅国际机票为例，某客户的某位员工需要预订一张从曼谷到广州的国际机票，航司给到公司的票面价格为 1,250.00 元，在考虑客户信用政策的情况下，若该客户为现结，公司可能报价 1,265.00 元，若存在 30 天账期，公司可能报价 1,290.00 元。

4、客户类型

客户类型根据客户服务需求、采购规模、资质背景等多个维度综合定义。例如，大型央企或国企可能因其大规模采购而给予相对较低的服务费，致使毛利率较低；部分资金实力雄厚的客户可能会需求更多增值服务，例如 7*24 小时专属客服订票，服务费则相对仅通过系统对接订票的客户更高，致使毛利率较高。

综上所述，产品结构、市场行情、盈利能力、客户信用及类型等因素在定价过程中并非单一考量，发行人会根据实际情况参考相关因素综合定价，进而影响毛利率水平。

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、查阅同行业可比公司的公开披露信息，了解发行人与同行业可比公司的可比业务是否具有可比性；获取发行人的收入成本明细表，核查发行人可比业务的毛利率情况。

2、获取发行人的收入成本明细表，核查发行人航旅票务、商旅管理、会奖旅游业务的毛利率情况；访谈高管人员及业务人员，了解影响发行人的航旅票务毛利率的因素，以及还原至总额法下，航旅票务毛利率低于商旅管理、会奖旅游的原因；查阅同行业可比公司的公开信息，了解其毛利率情况。

3、获取发行人收入成本明细表、销售明细表、采购明细表，核查发行人细分业务的销售金额、成本、收入、毛利率及还原至总额法下的毛利率情况。

4、获取发行人收入成本明细表，核查发行人同类收入及业务板块的主要客

户毛利率情况；访谈高管人员及业务人员，了解发行人同类收入及业务板块的主要客户毛利率的差异原因。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人与可比公司可比业务的毛利率具有可比性，发行人可比业务毛利率水平、变动趋势与同行业可比公司的差异具有合理性。

2、发行人 2023 年航旅票务业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大，主要系受发行人定价策略的影响，具有合理性；针对航旅票务代理分销与后返佣金的毛利率下降风险，发行人已在招股说明书中充分揭示；发行人还原总额法下航旅票务的毛利率低于商旅管理、会奖旅游，主要系受发行人航旅票务定价策略的影响，具有合理性，可比公司中腾轩旅游存在相同情况。

3、发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率水平变动具有合理性。发行人可比业务的财务数据，与同行业可比公司公开披露数据的差异具有合理性。细分业务及业务板块的毛利率及还原总额法下毛利率变动具有合理性。

4、还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平差异具有合理性，影响不同客户毛利率水平的主要因素包括产品结构、市场行情、客户信用、客户类型。

问题 9. 资金管理相关内控有效性及是否存在流动性风险

根据申请文件，（1）报告期内及报告期前发行人前员工柯某利用职务便利持续挪用公司对公支付宝账户资金，累计 1,900 万元，已追回 1,080 万元，未追回的 820 万元已全额计提坏账准备并核销。广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日对上述事项作出判决。（2）发行人资金需求较大，报告期主要通过银行借款、非银行金融机构借款、保理融资等方式融资，报告期存在实控人、关联自然人及发行人员工为发行人融资提供担保或反担保的情况。发行人报告期末货币资金余额 2.72 亿元，使用受限的货币资金 9,564.25 万元，母公司账面货币资金余额 1.83 亿元，短期借款余额 1.78 亿元，2023 年利息费用涨幅较大。报告期经

营活动现金流量净额分别为-1,387.19 万元、6,622.98 万元、-10,921.43 万元，与净利润匹配性较低。

请发行人：（1）说明柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规，说明柯某诈骗罪审理进展情况，柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来，结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险、实控人承诺的出具情况，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响，就上述事项及存在的风险做重大事项提示并揭示风险；说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况，各子公司分红政策和历史分红情况，分红规模是否合理，各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性；说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性。（2）说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况及合规性，各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因；说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额，测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力；说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示；说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营，并进行风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：对上述事项核查发表明确意见；说明对发行人资金管理内控核查情况。

【回复】

一、说明柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规，说明柯某诈骗罪审理进展情况，柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来，结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险、实控人承诺的出具情况，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响，就上述事项及存在的风险做重大事项提示并揭示风险；说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况，各子公司分红政策和历史分红情况，分红规模是否合理，各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性；说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

（一）柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，柯某诈骗罪审理进展情况

1、柯某职务侵占事件的整体情况

根据广州市中级人民法院就该案作出的《刑事判决书》（（2023）粤 01 刑初 260 号），柯某职务侵占事件的具体情况如下：

柯某，原为美亚科技深圳分公司的出纳，为弥补个人投资亏损和满足个人消费，利用其任职公司财务出纳的职务便利，于 2012 年 4 月起，通过从公司控制的个人账户转账至其个人账户，从公司支付宝账户转移资金至其冒用公司名义开设的支付宝账户、再转入其个人支付宝账户，伪造公司支付宝账户余额截图等手段侵占公司资金。同时，为避免公司发现，柯某在明知无力偿还的情况下，假借公司需要大量资金周转名义，以高息骗取其他被害人借款，用于偿还公司资金；在需要偿还借款人本息时，则再从公司账户挪出资金支付，如此往复。

2022 年 8 月，因公司发现所涉资金账户异常，柯某的职务侵占行为暴露，公司要求柯某尽快偿还所挪用的资金。此后，柯某向公司偿还部分职务侵占资金，因剩余部分其无力再予偿还，其于 2022 年 9 月 5 日向公安机关自首。经司法审计，柯某侵占公司资金共计 1,900 万元。

2、广州市中级人民法院作出的刑事判决的具体内容及柯某诈骗罪审理进展情况

因柯某在明知无力偿还的情况下,存在以高息骗取其他被害人借款的情形涉嫌诈骗罪，在侦办审理柯某职务侵占案件时，已经予以并案处理。广州市人民检察院于 2023 年 9 月 4 日就柯某的犯罪行为向广州市中级人民法院提起公诉。经开庭审理,广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日作出《刑事判决书》(（2023）粤 01 刑初 260 号）。判决具体内容如下：

广州市中级人民法院认为，被告人柯某作为公司工作人员，利用职务上的便利，将本单位财物非法占有，数额特别巨大，其行为已构成职务侵占罪；被告人柯某诈骗他人财物，数额特别巨大，其行为已构成诈骗罪。柯某犯有数罪，依法应数罪并罚，判决决定执行有期徒刑十九年、并处罚金 250 万元；追缴柯某职务侵占的犯罪所得人民币 8,199,979.78 元、诈骗的犯罪所得 27,899,993 元，发还被害单位美亚科技、被害人张某群等 10 人，不足部分，责令柯某退赔；收押的作案工具手机 1 台予以没收，上缴国库。

基于上述,广州市中级人民法院已就柯某的职务侵占犯罪及诈骗罪行为进行了审理并作出判决。根据公司的说明，柯某在收到上述判决书后未提起上诉，上述判决已经生效。

（二）发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规

柯某因利用支付宝对公账户挪用发行人资金于 2022 年 9 月向公安机关投案自首，广州市人民检察院于 2023 年 9 月 4 日向广州市中级人民法院提起公诉。经开庭审理，广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日作出《刑事判决书》（（2023）粤 01 刑初 260 号）。根据《刑事判决书》，可以得知柯某已无还款能力，因相关款项预计无法收回，发行人根据《美亚集团坏账管理制度》《美亚集团财务中心应收账款管理制度》等内控制度要求，在经内部审批后将该笔款项予以全额核销。发行人分别于 2024 年 3 月 26 日、2024 年 4 月 17 日召开第二届董事会第二次会议决议、 2023 年年度股东大会会议决议，审议通过了《关于坏账核销的议案》，对长期挂账且收回无望的柯某挪用资金款项进行核销处理。

综上，发行人全额核销对柯某的应收款的依据充分、程序合规。

（三）柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来

根据对发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行账户流水核查，报告期内，前述人员与柯某不存在大额异常资金往来记录，前述人员与柯某之间不存在利益往来。

（四）结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响

1、相关法律规定

根据《刑法》第六十四条，犯罪分子违法所得的一切财物，应当予以追缴或者责令退赔；对被害人的合法财产，应当予以返还；违禁品和供犯罪所用的本人财物，应当予以没收。没收的财物和罚金，一律上交国库，不得挪用和自行处理。

根据《最高人民法院关于适用＜中华人民共和国刑事诉讼法＞的解释》（以下简称“《刑事诉讼法解释》”）第一百七十六条，“被告人非法占有、处置被害人财产的，应当依法予以追缴或者责令退赔。被害人提起附带民事诉讼的，人民法院不予受理。追缴、退赔的情况，可以作为量刑情节考虑。”

根据《最高人民法院关于适用刑法第六十四条有关问题批复》（以下简称“《刑法第六十四条批复》”）规定，“根据刑法第六十四条和《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国刑事诉讼法〉的解释》第一百三十八条、第一百三十九条的规定，被告人非法占有、处置被害人财产的，应当依法予以追缴或者责令退赔。据此，追缴或者责令退赔的具体内容，应当在判决主文中写明；其中，判决前已经发还被害人的财产，应当注明。被害人提起附带民事诉讼，或者另行提起民事诉讼请求返还被非法占有、处置的财产的，人民法院不予受理。”

根据《最高人民法院、最高人民检察院关于办理诈骗刑事案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2011]7 号）第十条，“行为人已将诈骗财物用于清偿债务或者转让给他人，具有下列情形之一的，应当依法追缴：（一）对方明知是诈骗财物而收取的；（二）对方无偿取得诈骗财物的；（三）对方以明显低于市场

的价格取得诈骗财物的；（四）对方取得诈骗财物系源于非法债务或者违法犯罪活动的。他人善意取得诈骗财物的，不予追缴。”

根据《最高人民法院关于刑事裁判涉财产部分执行的若干规定》（法释[2014]13号，以下简称“《刑事涉财执行规定》”）第十一条，“被执行人将刑事裁判认定为赃款赃物的涉案财物用于清偿债务、转让或者设置其他权利负担，具有下列情形之一的，人民法院应予追缴：（一）第三人明知是涉案财物而接受的；（二）第三人无偿或者以明显低于市场的价格取得涉案财物的；（三）第三人通过非法债务清偿或者违法犯罪活动取得涉案财物的；（四）第三人通过其他恶意方式取得涉案财物的。第三人善意取得涉案财物的，执行程序中不予追缴。作为原所有人的被害人对该涉案财物主张权利的，人民法院应当告知其通过诉讼程序处理。”

2、相关司法判例

经公开渠道检索，对于刑事判决中已经责令退赔的款项，受害人另行提起民事追偿是否会被司法机关支持的典型司法判例如下：

2018年3月5日，云南省高级人民法院就再审申请人芒市玉松副食店因与被申请人燕京啤酒（昆明）有限公司（以下简称燕京啤酒公司）、芒市风平镇信达商行（以下简称信达商行）买卖合同纠纷一案进行了再审并作出（2018）云民申46号再审审查与审判监督民事裁定书，在该案中，云南省高级人民法院认为，本案中，芒市人民法院的（2014）芒刑初字第184号刑事判决书已经发生法律效力，认定李才雷犯合同诈骗罪，判处有期徒刑十三年。而芒市玉松副食店起诉燕京啤酒公司、信达商行共同返还的该笔货款已经在刑事判决中认定为赃款，受害人可以要求继续追赃以挽回损失，其无权就财产损失部分再另行提起民事诉讼，据此，裁定驳回芒市玉松副食店的再审申请。

2015年3月18日，福建省高级人民法院就刘子忠与方清勇不当得利纠纷一案进行了再审并作出（2015）闽民申字第26号再审民事裁定书，在该案中，福建省高级人民法院认为，已生效的厦门市中级人民法院（2009）××刑初字第××号刑事判决已认定方清勇从范江健处取得的钢管及扣件为涉案赃物，还认定范江健的犯罪行为给刘子忠造成了2078309元经济损失，扣除朱凤明及朱文栋已退

还的 648786 元，判决责令范江健向刘子忠退赔其犯罪行为给刘子忠造成的经济损失 1429523 元。故刘子忠因范江健的犯罪行为造成涉案钢管及扣件的经济损失，已被生效刑事判决认定为范江健应退赔的范畴。根据《刑事诉讼法解释》相关规定，最高人民法院对于刑事案件的被害人因犯罪分子的行为所遭受的经济损失已确定为刑事追缴或退赔的，已不再区分是否经过追缴、退赔程序以及能否弥补被害人损失，均认定为属于司法机关刑事追缴、退赔范畴，不应由被害人直接向人民法院提起民事诉讼。故刘子忠提起的不当得利诉讼不应作为民事案件受理，裁定驳回刘子忠的再审申请。

2020 年 6 月 29 日，江苏省高级人民法院就李明华与任新英执行裁定复议申请进行了审理并作出（2019）苏执复 94 号裁定，在该案中，江苏省高级人民法院认为，根据《刑事涉财执行规定》，第三人善意取得涉案财物的，执行程序中不予追缴。本案复议申请人李明华、任新英与毛有兰之间的房屋买卖交易真实，两人亦支付了相应的对价，且亦无任何证据证明李明华、任新英与毛有兰、陆建桃之间存在相互串通、规避执行的行为。李明华、任新英符合上述法律规定的第三人善意取得的情形，南通中院查封其名下涉案房产的执行行为错误，应予纠正。

2020 年 6 月 18 日，甘肃省高级人民法院就赵万海执行裁定复议申请进行了审理并作出（2020）甘执复 10 号裁定，在该案中，甘肃省高级人民法院认为，复议申请人通过人民法院民事调解书取得涉案财物，并已办理股权的变更登记，应视为善意取得涉案财物。依据上述规定，执行程序中不予追缴。复议申请人赵万海的复议理由应予支持。兰州中院认定事实不清，适用法律错误。裁定撤销兰州中院（2019）甘 01 执异 100 号执行裁定，对（2017）甘 01 刑初 110 号刑事判决书第五项中肃南裕固族自治县石居里联营铜矿 89.50%股权不予追缴。

根据柯某案已生效的《刑事判决书》，并结合上述法律规定及司法判例，发行人为职务侵占罪的被害单位、其他自然人受害人为诈骗罪的被害人，生效判决已对各被害主体的损失金额予以认定，并以责令柯某退赔的途径予以救济，如诈骗罪被害人另行提起民事诉讼的，人民法院应不予受理。柯某偿付发行人的行为属于《刑法》中在提起公诉前将挪用的资金部分退还的行为，系对所欠发行人合法债务的清偿，生效判决在确定柯某的职务侵占金额及诈骗金额时已认可了其向

发行人退还侵占资金这一法律行为的效力；发行人对柯某的诈骗并不知情，其善意取得相关资金，不应予以追缴。

此外，根据北京大成（广州）律师事务所就本案出具的法律意见作出的结论，如柯某诈骗案中的受害人起诉要求美亚公司就柯某的诈骗行为承担民事赔偿责任，法院不应支持受害人的诉讼请求。

截至本回复出具之日，未有第三方向人民法院提起诉讼，就柯某偿还公司的款项主张权利，要求公司归还相关款项。

综上所述，根据本案已生效的《刑事判决书》、上述法律规定、司法判例及北京大成（广州）律师事务所就本案出具的法律意见，就柯某用诈骗所得偿付发行人的款项，发行人因此被提起民事诉讼追偿并获生效裁判支持的风险较小，前述情形不会对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响。

（五）实控人承诺的出具情况及就上述事项及存在的风险做重大事项提示

发行人实际控制人就上述事项已作出如下承诺：

“1.公司及本人不存在在该案中安排、指使、教唆、胁迫或帮助柯某实施诈骗犯罪行为的情形，公司及本人未被有权司法机关认定在该案中需承担任何刑事责任、民事责任；截至本承诺函出具日，公司收到的柯某归还的 1,080 万元职务侵占款项不存在被受害人（第三人）通过民事诉讼追索的情形；因柯某职务侵占犯罪所得 8,199,979.78 元预计无法收回，公司已对因本案件形成的其他应收款予以全额核销。

2.若本人因该案件相关事实而被有权司法机关作出的生效判决认定需承担任何民事赔偿责任，本人将依据司法机关生效判决认定的方式和金额及时履行相应责任。

3.若公司因该案件相关事实而被有权司法机关作出的生效判决认定需承担任何民事赔偿责任，本人将在法律法规允许的范围内无条件全部无偿代公司承担，且在承担后不向美亚科技追偿，保证美亚科技不会因此遭受任何损失。”

（六）说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况

发行人制定了《美亚集团资金管理制度》，并根据该制度的相关要求执行，集团财务部主导各子公司资金管理的决策和运营，各子公司不再另设资金岗位，资金岗位集中在集团进行统一管理，发行人对子公司资金管控有效。

集团资金管理部负责本外币支付结算、到账流水导入、金蝶日记账登账、每月资金结账与盘点、银行及支付平台的账户开立与注销等；财务管理部及财务核算部负责对未认领数据进行认领；财务核算部负责每月盘点、监督与确认。

（七）各子公司分红政策和历史分红情况，分红规模是否合理

根据子公司分红政策，现金分红应同时满足下列条件：1、公司该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值；2、满足公司正常生产经营的资金需求，无重大投资计划或重大现金支出等事项发生；3、公司外部经营环境和经营状况未发生重大不利变化。

报告期内，发行人只有全资子公司商旅科技在 2023 年度有实施分红，分红金额为 5,000 万元。2023 年商旅科技以 2023 年 6 月 30 日的利润金额实施分红，截至 2023 年 6 月 30 日，商旅科技的货币资金余额为 16,043.05 万元，未分配利润为 12,779.98 万元，商旅科技的货币资金余额和未分配利润较高，均远高于商旅科技的分红金额，分红后商旅科技资金状况良好，可用现金余额充裕，可以满足经营开支需求，分红规模合理。

（八）各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性

单位：万元

项目	北京美亚		上海易飞		武汉美亚	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2024/12/31	34.86	0.13%	368.18	1.41%	-	-
2023/12/31	54.73	0.20%	43.55	0.16%	-	-
2022/12/31	84.44	0.25%	36.08	0.11%	-	-

续上表

项目	商旅科技		香港美亚		美亚会奖	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2024/12/31	6,899.20	26.49%	4,086.29	15.69%	25.70	0.10%
2023/12/31	5,901.16	21.72%	2,859.02	10.52%	28.91	0.11%
2022/12/31	8,066.54	23.98%	1,147.77	3.41%	36.87	0.11%

报告期各期末发行人子公司的期末货币资金账面余额中，商旅科技和香港美亚的货币资金余额较高。报告期各期末，商旅科技货币资金余额分别为 8,066.54 万元、5,901.16 万元**以及 6,899.20 万元**。2023 年末相比于 2022 年末余额有所下降，系 2023 年商旅科技进行了分红，分红金额为 5,000.00 万元，从而导致 2023 年末货币资金余额下降。报告期各期商旅科技净利润分别为 3,388.49 万元、5,980.52 万元**和 5,399.54 万元**，商旅科技本身的盈利能力较强，其货币资金余额均系自身业务经营积累，货币资金余额较高具有合理性。

报告期各期末，香港美亚货币资金余额为 1,147.77 万元、 2,859.02 万元**以及 4,086.29 万元**，呈现逐年上升趋势。原因系随着市场环境趋好，香港美亚业务量增加，从而采购量相应增加，而香港美亚所需票源部分需向美亚科技和商旅科技进行采购，由于汇率波动较大，频繁资金支付会产生较高的汇兑损益。发行人基于集团层面资金筹划，根据业务需要适时结算，故香港美亚未及时将采购资金转入境内，期末货币资金余额增加。香港美亚基于自身业务发展及境内外支付汇率影响，期末货币资金余额较高具有合理性。

（九）说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

1、说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷

发行人于 2019 年 6 月 1 日及 2021 年 5 月 19 日出台《美亚集团财务中心资金部每月银行发生数及余额对账流程》及《美亚集团财务中心资金管理部支付结算流程规范》，发行人已设立账户管理、资金盘点等相关的操作规范与管理制度，但实际执行时存在瑕疵，如：（1）发行人已制定资金管理制度，明确要求付款出纳与账户管理实现岗位分离，但柯某以协助新同事工作为由，私下主动与美亚科技深圳分公司账户管理经办人员沟通，代为负责涉事支付宝企业账户的管理工

作；（2）发行人已制定到账流水上传的操作规范，明确要求不可删改所有账户流水记录并按规定上传至发行人系统，柯某利用支付宝等第三方账户当时未能实现自动上传的漏洞，删除支付宝资金挪用及归还流水记录，以隐匿其非法行为；（3）发行人已制定资金盘点的操作规范，明确要求每月进行所有账户的资金盘点，因全集团账户数量较多，每月财务盘点及核算所需的账户流水与时点余额均以账户管理人提供的材料为主，未严格执行直接从支付宝企业账户上下载流水和截屏账户余额的监盘操作，柯某利用此漏洞伪造支付宝企业账户流水及余额截图，加上财务复核人员未进行现场核实，致使未能及时发现支付宝企业账户的异常。

综上所述，发行人已建立和完善相关操作规范与管理制度，制度设计有效，但实际执行时存在瑕疵。

2、发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

针对上述案件，发行人全面自查财务资金相关内部控制设计和程序履行情况，并从资金盘点、账户开户销户、支付结算与支付安全、第三方平台资金管理（含支付宝和微信）、不相容职务分离与人员轮岗等方面进一步制订和完善了多项管理制度，压实资金管理责任，规范制度执行。经全面整改后，重点措施如下：

（1）内控制度更新：发行人于 2022 年 10 月完成相关操作规范与管理制度的更新，包括《货币资金盘点操作手册》《美亚集团财务中心资金盘点操作规范》《美亚集团财务中心银行与平台开户销户操作规范》《美亚集团财务中心到账流水导入操作规范》《美亚集团资金管理制度》等；

（2）资金盘点：增设多部门多人盘点、突击抽查等，加强资金部账户管理人员与核算部指定人员对网银和平台资金账户的监控力度，同时对月末余额超过百万元的非银行账户进行重点检查，判断账户余额合理性，并按需调整；

（3）账户流水的自动上传：银行、微信、支付宝等账户的到账流水，通过与 CBS 系统直连，实现流水自动上传，减少人工干预删减资金流水的可能性，目前微信、支付宝已全部实现直连上传至 CBS 系统的功能，极大地压缩违规删改账户流水的操作空间；

（4）账户开户销户：完善 OA 系统中账户开立与注销申请流程，加速清理

闲置非必要的支付宝、微信、银行等账户，杜绝存在于集团财务中心管理之外的可用于支付结算的银行和第三方平台账户；

（5）支付宝账户体系管控的提升：目前新开立支付宝企业账户，需法人代表扫脸认证及公司银行账户小额打款验证。账户开立成功后，支付宝会对同一法人主体下的支付宝企业账户做自动关联，可查看同一个法人主体下的所有支付宝企业账户，杜绝私下违规开立账户的风险；

（6）支付结算与支付安全：确保资金账户尽量接入 CBS，整理并登记全部账户 key，经办 key 与复核 key 分开保管；支付宝通过接入 CBS，实现付款经办与复核分离的操作，不再允许单人即可完成支付宝的付款操作；

（7）第三方平台资金管理：支付宝和微信等第三方收款账户保留不超过 1-15 万元，并设置每天自动提现至银行，自动提现与到账银行强绑定关系并提交核算部门跟进管控；航旅网/商旅网绑定的支付宝账户，进一步放宽至 30-50 万元，用于自动退订退款结算；上述预留余额会根据业务实际需求进行调整，尽量减少在第三方平台沉淀的资金；

（8）不相容职务分离与人员轮岗：定期检查财务部门是否实现不相容职务分离；并以 6 至 9 个月为周期，安排支付岗位之间以及账户管理之间轮岗，避免同一人长时间负责同一账户的支付或管理工作；

（9）法治宣贯：加强对财务资金岗位员工的培训，提升财务人员的专业知识和技能，培养财务人员的职业道德素养、责任意识和法治观念。

发行人于 2022 年底完成内控整改后已运行一段时间，各岗位人员均严格执行相关措施，未再发现其他同类职务侵占或相关不规范等异常情况，内控整改措施具有有效性。

二、说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况及合规性，各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因；说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额，测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力；说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

（一）说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况

2024 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非金融机构	安途金信商业保理有限公司	4,754.92	44,011.12	48,600.51	165.53	随借随还，年度内滚动		8.86%	约定期限内偿还
非金融机构	深圳市锦元保理有限公司	-	1,350.00	1,350.00	-	随借随还，年度内滚动		10.80%	约定期限内偿还
非金融机构	中国南航集团财务有限公司	-	3,848.00	3,848.00	-	随借随还，年度内滚动		6.30%	约定期限内偿还
非金融机构	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	3,050.00	3,050.00	-	随借随还，年度内滚动		6.50%	约定期限内偿还
非金融机构	易派客商业保理有限公司	-	34,068.00	31,744.00	2,324.00	随借随还，年度内滚动		4.45%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2023/8/29	2024/8/26	3.85%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/11/17	2024/11/18	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/1/5	2025/1/5	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/3/20	2025/3/20	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行广州国防大厦支行	500.00	-	500.00	-	2023/7/27	2024/6/12	4.35%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	3,000.00	-	3,000.00	-	2023/8/31	2024/2/19	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/4/11	2024/6/13	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/4/16	2024/10/16	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2024/4/28	2024/8/28	2.96%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/8/27	2025/8/27	3.80%	未到还款期
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/9/10	2025/3/10	2.86%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/7/3	2024/10/29	4.80%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/10/25	2024/12/31	4.50%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/5/11	2024/11/11	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/5/11	2025/5/11	4.00%	未到还款期
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	1,400.00	-	1,400.00	-	2023/8/30	2024/2/26	4.50%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	600.00	600.00	-	2024/1/3	2024/6/27	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/3/25	2024/9/20	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	400.00	400.00	-	2024/4/11	2024/10/8	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/12	2024/1/12	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/19	2024/1/19	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/26	2024/1/26	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/15	2024/7/15	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/22	2024/7/22	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/29	2024/7/29	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	2,000.00	2,000.00	-	2024/5/29	2024/8/29	3.85%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2024/3/25	2024/9/25	2.96%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/2/24	2024/2/23	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,500.00	-	1,500.00	-	2023/7/24	2024/7/23	4.35%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	600.00	-	600.00	-	2023/9/22	2024/4/9	3.90%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/4/8	2025/4/7	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/3/25	2024/9/6	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	600.00	600.00	-	2024/4/10	2024/12/3	3.80%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2023/9/18	2024/9/18	3.50%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	600.00	600.00	-	2024/7/3	2024/12/30	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/23	2025/3/21	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	400.00	-	400.00	2024/10/10	2025/4/8	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/4	2025/9/4	3.50%	未到还款期
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/13	2025/9/13	3.50%	未到还款期
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	2,000.00	2,000.00	-	2024/8/29	2024/11/29	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/7/24	2025/1/24	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,700.00	1,700.00	-	2024/12/2	2024/12/27	3.30%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/11/13	2025/5/13	4.00%	未到还款期
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/9/26	2025/3/26	2.86%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/8/21	2025/6/27	4.00%	未到还款期
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/10	2025/6/23	3.80%	未到还款期
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	827.83	759.98	67.85	/	/	/	约定期限内偿还
合计		17,754.92	121,954.95	123,252.49	16,457.38				

2023 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

单位：万元

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非银行借款	深圳市锦元保理有限公司	-	2,480.00	2,480.00	-	随借随还，年度内滚动		12.30%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非银行借款	安途金信商业保理有限公司	3,777.88	61,629.76	60,652.71	4,754.92	随借随还，年度内滚动		8.76%	期后已偿还
非银行借款	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	12,100.00	12,100.00	-	随借随还，年度内滚动		6.50%	约定期限内偿还
非银行借款	中国南航集团财务有限公司	-	3,755.00	3,755.00	-	随借随还，年度内滚动		6.30%	约定期限内偿还
非银行借款	中航鑫港（天津）商业保理有限公司	-	1,338.00	1,338.00	-	随借随还，年度内滚动		6.93%	约定期限内偿还
非银行借款	易派客商业保理有限公司	-	15,900.00	15,900.00	-	随借随还，年度内滚动		4.45%	约定期限内偿还
银行借款	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2023/2/23	2023/9/15	3.90%	约定期限内偿还
银行借款	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	3,000.00	-	3,000.00	2023/8/31	2024/2/29	5.00%	期后已偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,500.00	1,000.00	1,500.00	1,000.00	2023/11/17	2024/11/17	3.80%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州国防大厦支行	-	500.00	-	500.00	2023/7/27	2024/7/26	4.35%	期后已偿还
银行借款	珠江华润银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2023/8/29	2024/8/29	3.85%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/9/26	2023/3/24	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/9/28	2023/3/28	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/10/10	2023/4/10	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/6	2023/6/6	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/27	2023/6/27	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/29	2023/6/29	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/4/10	2023/7/10	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/12	2024/1/12	4.25%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/19	2024/1/19	4.25%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/26	2024/1/26	4.25%	期后已偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	华润银行广州分行		500.00		500.00	2023/9/18	2024/9/18	3.50%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	600.00	600.00	-	2023/2/28	2023/9/19	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	100.00	100.00	-	2023/10/18	2023/10/26	4.35%	约定期限内偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/2/24	2024/2/23	3.90%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2023/7/24	2024/7/23	4.35%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	600.00	-	600.00	2023/9/22	2024/5/2	3.90%	期后已偿还
银行借款	花旗银行广州分行	600.00	-	600.00	-	2022/12/28	2023/6/26	4.50%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	-	600.00	600.00	-	2023/6/27	2023/12/22	4.50%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	400.00	-	400.00	-	2022/8/23	2023/2/17	5.60%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	-	1,400.00	-	1,400.00	2023/8/30	2024/2/26	4.50%	期后已偿还
合计		**9,277.88**	**116,002.76**	**107,525.71**	**17,754.92**	--	--	--	

2022 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

单位：万元

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	交通银行广州沙泰支行	500.00	-	500.00	-	2021/6/17	2022/1/18	4.05%	约定期限内偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	-	1,500.00	2022/10/9	2023/10/9	4.30%	期后已偿还
非银行借款	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	1,139.00	1,139.00	-	随借随还，年度内滚动		9.00%	约定期限内偿还
非银行借款	深圳市锦元保理有限公司	-	1,170.00	1,170.00	-	随借随还，年度内滚动		11.30%	约定期限内偿还
非银行借款	安途金信商业保理有限公司	1,824.44	22,369.94	20,416.50	3,777.88	随借随还，年度内滚动		7.88%	期后已偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	招商银行股份有限公司广州分行	400.00	-	400.00	-	2021/6/30	2022/6/30	5.10%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2021/7/7	2022/1/7	4.65%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2021/9/29	2022/3/29	4.30%	约定期限内偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	346.51	346.51	-	2022/5/27	2022/8/25	1.90%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	800.00	800.00	-	2022/6/22	2022/9/22	3.60%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	800.00	800.00	-	2022/6/29	2022/9/29	3.60%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行		600.00		600.00	2022/12/28	2023/6/26	4.80%	期后已偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	890.00	890.00	-	2022/8/12	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,600.00	1,600.00	-	2022/8/16	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	510.00	510.00	-	2022/8/19	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	880.00	880.00	-	2022/8/23	2022/12/13	4.20%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	470.00	470.00	-	2022/9/2	2022/12/13	4.20%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行	-	400.00	-	400.00	2022/8/23	2023/2/23	5.60%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/9/26	2023/3/24	5.00%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/9/28	2023/3/28	5.00%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/10/10	2023/4/10	5.00%	期后已偿还
合计		**4,724.44**	**36,475.45**	**31,922.01**	**9,277.88**	--	--	--	

（二）借款合规性

发行人借款渠道均通过银行渠道及专业的保理贷款机构进行，双方借贷业务系基于自愿、合理的原则作出，借款合同真实、有效，借款用于发行人日常经营活动，借款与还款流程均符合发行人内控制度要求，借款具有合规性。

（三）各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因

报告期内发行人的利息费用主要系保理融资和银行借款融资所产生利息支出，具体来源和形成过程见下表：

单位：万元

借款单位	利息类型	2024年度利息	2023年度利息	2022年度利息
安途金信商业保理有限公司	保理利息	342.74	733.04	252.57
深圳市锦元保理有限公司	保理利息	135.41	114.89	80.20
南方明珠（天津）商业保理有限公司	保理利息	22.89	133.27	8.38
中国南航集团财务有限公司	保理利息	33.89	41.43	-
易派客商业保理有限公司	保理利息	174.66	34.89	-
中航鑫港（天津）商业保理有限公司	保理利息	-	12.23	-
花旗银行	银行贷款利息	77.07	62.05	33.21
华润银行	银行贷款利息	54.38	11.80	44.98
汇丰银行	银行贷款利息	126.27	116.03	40.32
交通银行	银行贷款利息	-	-	0.96
民生银行	银行贷款利息	107.83	51.25	-
浦发银行	银行贷款利息	-	11.05	-
招商银行	银行贷款利息	20.92	-	10.57
中国银行	银行贷款利息	150.26	62.17	15.05
中信银行	银行贷款利息	141.49	93.11	-
广州银行	银行贷款利息	52.00	-	-
合计		1,439.82	**1,477.21**	**486.23**

2023 年涨幅较大系 2023 年发行人业务规模大幅上升，融资规模相应增大，导致利息支出相应增加。2023 年发行人销售金额为 1,114,446.06 万元，2022 年

销售金额 474,273.78 万元，销售规模增幅为 134.98%，为了应对销售规模的大幅增长，发行人相应在 2023 年度新增借款 116,002.76 万元，同期 2022 年度新增借款为 36,475.45 万元，由于借款本金的大幅增加，2023 年度的利息费用涨幅也较大。

（四）说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额

报告期各期末，货币资金使用受限的具体原因、对应金额如下：

单位：万元

时点	项目	受限单位	受限金额	具体原因
2024/12/31	货币资金	花旗银行	663.48	保函保证金
2024/12/31	货币资金	汇丰银行	3,554.43	保函保证金
2024/12/31	货币资金	招商银行	20.24	旅游局保证金
2024/12/31	货币资金	广州银行	655.29	保函保证金
2024/12/31	货币资金	工商银行	299.14	旅游局保证金
2023/12/31	货币资金	花旗银行	274.13	保函保证金
2023/12/31	货币资金	汇丰银行	9,290.12	保函保证金
2022/12/31	货币资金	第三方支付平台	23.5	业务保证金
2022/12/31	货币资金	汇丰银行	5,407.60	保函保证金

保函保证金系发行人向汇丰银行广州分行以及花旗银行香港分行缴纳的与 BSP 担保相关的银行保函业务的保证金。旅游保证金系发行人根据国家旅游局办公室要求缴纳的旅行社质量保证金。

（五）测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力

1、发行人最低货币资金保有量

根据发行人 2024 年度财务数据测算，发行人在现行运营规模下日常经营需要保有的最低货币资金金额为 44,222.45 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	计算结果
最低货币资金保有量①	①=②÷③	44,222.45

财务指标	计算公式	计算结果
2024年度付现成本总额②	②=④+⑤-⑥	1,290,189.98
2024年还原至总额法下的成本④		1,279,183.58
2024年期间费用总额⑤		12,028.55
2024年非付现成本总额⑥		1,022.15
货币资金周转次数③	③=360÷⑦	29.17
现金周转期⑦	⑦=⑧+⑨-⑩	12.34
存货周转期⑧	⑧	
应收款项周转期⑨	⑨	17.99
应付款项周转期⑩	⑩	5.65

注 1：期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用以及财务费用；

注 2：非付现成本总额包括当期投资性房地产折旧、固定资产折旧，使用权资产折旧，无形资产摊销，长期待摊费用摊销，股份支付；

注 3：应收款项周转期=360*（平均应收账款账面余额+平均预付款项账面余额）/营业收入；

注 4：应付款项周转期=360*（平均应付账款账面余额+平均合同负债账面余额）/营业成本。

2、发行人长期安全资金保有量

发行人根据实际运营情况，在最低货币资金保有量基础上考虑营运资金增长需求、日常周转所需资金测算发行人长期安全资金保有量，具体如下：

单位：万元

项目	金额
货币资金①	26,047.94
购买定期存单②	/
其他受限货币资金③	5,192.58
可支配资金余额④=①+②-③	20,855.36
偿还公司借款⑤	16,422.25
未来三年新增营运资金需求⑥	12,725.69
最低资金保有量⑦	44,222.45
安全资金需求合计⑧=⑤+⑥+⑦	73,370.40
资金缺口=⑧-④	52,515.04

注：未来三年新增营运资金需求，以预计自 2025 年至 2027 年，发行人年度销售金额增长 10%为基础（该数据仅做营运数据预测参考，不代表为发行人目前针对 2025 年-2027 年的全年业绩预测），依据公司销售金额和营运资金的敏感系数测算，营运资金需要 65,945.33 万，2024 年底发行人营运资金 53,219.64 万元，新增营运资金金额为 12,725.69 万元。销

售金额与营运资金敏感性分析参见本问题回复之“二/（六）/1、说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性”。

3、结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性

报告期各期末，发行人货币资金及金融机构借款余额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
货币资金	26,047.94	27,164.58	33,645.04
短期借款	16,422.25	17,846.87	9,316.85
存贷比例	1.59	1.52	3.61

发行人各期末货币资金余额较高，主要系所处行业对营运资金的需求较高，且发行人业务规模逐年扩大，为维持较高的流动性水平，储备了较为充足的货币资金；同时发行人融资渠道单一，银行贷款和保理贷款是重要的融资渠道，为满足资金周转的需要，各期末金融机构借款余额较高。各期末货币资金和金融机构借款较高符合行业特点及自身发展需要。

（1）发行人所处行业对营运资金需求较高

发行人所在行业存在销售端和采购端账期错配的情形，发行人商旅管理板块客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”。采购端主要系机票采购款，其中国际航协给予机票代理人的信用周期为一周两结，信用周期较短，航司直采一般需及时支付或提前预付，由于销售收款与采购付款时间错配，发行人需要保留较高的货币资金余额应对采购端与销售端资金周转缺口，同时通过增加银行借款的方式补充营运资金以满足发行人日常运营的资金需求。

（2）金融机构借款为发行人重要的融资渠道

发行人业务对资金需求较高，但销售回款时间相对分散，无法完全保证销售回款及时以满足经营需要，因此需要通过银行借款以维持资金周转；作为非上市公司，银行贷款是发行人重要的融资渠道，因此，各期末借款余额较高符合发行人的运营情况。

综上，发行人所处行业对营运资金需求较高，且报告期内经营规模持续扩大对营运资金的需求进一步增加；作为非上市公司，发行人将金融机构借款作为重要的融资

渠道以满足持续增加的资金需求，期末货币资金和银行借款较高具有合理性。

4、测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力

发行人为了维持长期安全资金保有量，资金缺口为 52,515.04 万元，可通过向银行借款和保理机构进行融资，融资能力较强，且现阶段银行贷款资金成本处于低位水平，且贷款银行给予了一定的利息优惠，按照银行贷款利率测算发行人的资本成本。

中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2025 年 3 月 20 日贷款市场报价利率（LPR）为：1 年期 LPR 为 3.10%，5 年期以上 LPR 为 3.60%。发行人 2024 年从银行贷款的利率区间为 2.86%-5.00%，按照预计最低利率 2.86%，最高利率为 5.00%进行测算发行人的资金成本。

单位：万元

项目	金额	金额
公司资金缺口（万元）	52,515.04	52,515.04
银行利率区间 （%）	5.00%	2.86%
资金成本区间（万元）	2,625.75	1,501.93

从测算结果可知，资金成本可控，发行人具备支付能力。

（六）说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

1、说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性

营运资金相对销售金额敏感系数的测算如下表所示：

单位：万元

项目	2024年	2023年
销售金额①	1,301,298.71	1,114,446.06
平均流动资产②	96,527.59	81,553.89
平均流动负债③	43,307.95	34,214.25

项目	2024年	2023年
营运资金④=②-③	53,219.64	47,339.64
销售金额增长率⑤=①（2024年）/①（2023年）-1	16.77%	-
营运资金增长率⑥=④（2024年）/④（2023年）-1	12.42%	-
营运资金相对销售金额的敏感系数⑦=⑥/⑤	0.74	-

经测算，发行人营运资金相对销售金额的敏感系数为 0.74，具体敏感性分析如下表所示：

项目		销售金额	营运资金金额	预计营运资金金额变动率
销售金额增长率	不变	1,301,298.71	53,219.64	0.00%
	上涨30%	1,691,688.32	65,047.46	22.22%
	上涨50%	1,951,948.06	72,932.68	37.04%
	上涨70%	2,212,207.81	80,817.90	51.86%
	上涨100%	2,602,597.42	92,645.72	74.08%

注 1：营运资金金额=2024 年末营运资金金额*（1+销售金额增长率*营运资金相对销售金额增长率的敏感系数）；

注 2：预计营运资金金额变动率=（营运资金金额/2024 年末营运资金金额-1）*100%。

由上表，报告期内，销售金额上涨 30%，营运资金上涨在 22.22%左右，销售金额上涨 50%，营运资金上涨在 37.04%左右，销售金额波动对营运资金的影响**不大**。

2、结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示

（1）使用不受限的货币资金

2024 年 12 月 31 日，使用不受限的货币资金计算如下：

单位：万元

项目	2024年12月31日金额
库存现金	5.70
可随时用于支付的银行存款	19,657.86
可随时用于支付的其他货币资金	1,191.80

使用不受限的货币资金	**20,855.36**

（2）剩余融资能力与渠道

①授信额度充足，融资渠道畅通

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人取得银行融资授信额度人民币 22,000.00 万元，尚未使用授信额度人民币 8,100.00 万元；取得银行融资授信额度港币 100.00 万元，尚未使用授信额度港币 67.85 万元；取得银行融资授信额度美元 15.00 万元，尚未使用授信额度美元 15.00 万元。取得保理融资授信额度人民币 106,000.00 万元，尚未使用授信额度人民币 103,510.47 万元。截至 2024 年 12 月 31 日，发行人未使用授信额度较大。同时发行人加强对应收账款的管理，完善客户信用制度，加大应收账款的催收力度，加快应收账款的资金回流，发行人期后回款情况良好，最近一期 2024 年 12 月 31 日的应收账款余额截至 2025 年 4 月 30 日回款比例已达 95.23%。尚未使用的授信额度和客户回款可以有效覆盖发行人的日常经营需要。发行人通过合理利用银行借款、商业保理等融资手段，为日常经营提供充足的资金支持。同时，良好的历史信用为发行人获得流动资金贷款的续贷或借新还旧补充流动性提供了便利。

②随着发行人经营业绩的提升，融资能力进一步提高

随着民航出行场景的限制取消，发行人的经营业绩稳步提升。发行人经营业绩的提升和资产规模的扩大，有利于发行人从银行和保理公司获取更多的授信额度和融资。

③未来拟申请公开发行股票并在北交所上市

发行人已在新三板创新层挂牌并适用直联机制申请北交所上市。公开发行后，发行人将打开直接融资渠道，进一步拓宽发行人融资方式。

（3）发行人已积极采取措施改善现金状况

①适度减少客户信用期。发行人商旅客户的标准账期为“T+1 的 31 日”，对于新增企业客户，发行人会参考已有客户信用期水平，结合企业实际情况给予其信用期，通常不会超过标准账期，并尽可能采用预存款形式或缩短账期。

②持续关注客户资信状况，加强应收账款回收力度。在信用期一定的情况下，结合出票额度进行风险把控，当客户的出票额度已经使用完毕，即使还未到客户的信用期，发行人会建议客户把款项提前支付，从而释放额度，否则发行人将会对客户进行停票处理。同时，根据客户实际回款的履约情况，对历史回款记录不佳的客户，暂停合作或者要求改为预付款、现结等模式。

③继续获取银行与商业保理授信，积极推广 UATP 结算。发行人与银行、商业保理公司达成授信协议，盘活应收账款，增加流动性，满足业务扩张带来的营运资金需求。同时发行人推荐客户使用 UATP 卡结算，UATP 卡由航司和 UATP 运营商联合发行，为每一家客户单独开立后，由客户授权发行人在为其出机票时使用，为航空客运行业独有的结算方式。在使用 UATP 出票的情况下，发行人不需要为客户垫付机票款。

综上，发行人不受限资金充足，融资额度较高，信用状况良好，积极采取措施改善资金状况，无法偿还到期债务的风险较低。

3、对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

针对营运资金不足风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“四、特别风险提示”中补充披露如下：

“（六）经营活动现金流恶化的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,622.98 万元、-10,921.43 万元和 **1,578.99** 万元，其中 2023 年度公司的经营活动现金流量净额为负，主要原因系销售端与采购端的信用期存在差异，销售收款与采购付款时间性错配，随着销售业绩的增长，经营性应收项目增幅明显大于经营性应付项目增幅。公司期末应收账款余额主要系商旅客户，该部分客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”。公司经营性应付端主要系机票采购款，其中国际航协给予机票代理人的信用周期为一周两结，信用周期较短，航司直采一般需及时支付或提前预付。**若未来行业经营环境变化，**公司**业务**规模**快速**增长**或者报告期后主要客户的信用状况恶化未能及时付款，**可能导致公司经营**活动现金流恶化。”**

（七）说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营，并进行风险揭示

1、说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性

截至2024年12月31日，发行人、实控人之外的其他主体为发行人提供（反）担保情况如下所示：

序号	担保事项	（反）担保人	与发行人关系	（反）担保类型	是否存在无息借款	是否约定担保费
1	汇丰银行综合融资授信	蔡程伟	客服主管；实际控制人蔡洁雯的哥哥	房产抵押担保	否	是
2	汇丰银行综合融资授信	**伍奕婧**	**实际控制人伍俊雄、陈连江的女儿**	**房产抵押担保**	**否**	**否**
3	中信银行综合融资授信	陈培飞	实际控制人陈培钢的哥哥	房产抵押担保	否	否
4	中航鑫港反担保	唐林	航旅副总经理	房产抵押、连带责任保证	是	否
		申玲	航旅副总经理唐林配偶			
5		俞涛	董事、副总经理	房产抵押、连带责任保证	否	否
		谭建瑛	董事、副总经理俞涛配偶			
		朱玉英	董事、副总经理俞涛母亲			
6		严文芳	核算会计（2002/12/1入职）	房产抵押、连带责任保证	是	否
		方强	核算会计严文芳配偶			
7		江玲玲	北区总经理	连带责任保证	是	否
		李正	北区总经理江玲玲配偶	房产抵押、连带责任保证		
8		王斯	商旅副总经理	房产抵押、连带责任保证	否	是
		石筱斓	商旅副总经理王斯配偶			

注：发行人员工的配偶作为反担保人主要系房产为发行人员工与其配偶共同持有或房产为发行人员工单独持有，但中航鑫港要求其配偶也提供连带责任保证反担保

上述担保人/反担保人均为实际控制人近亲属、发行人管理层、老员工及其

近亲属，家境较富裕，对发行人有归属感，大部分自然人在发行人重要岗位任职，对发行人的经营情况有较客观的、直接的了解，对发行人的经营稳健性和成长性有较强信心；其次，发行人经营情况良好，具有较好的债务偿还能力，员工个人承担担保责任的可能性较低；最后，除俞涛（公司第六大股东、高级管理人员、上海易飞法定代表人）为发行人提供房产抵押（反）担保，发行人没有向其支付担保费外，2023 年 7 月开始，发行人向未享受无息借款的员工及其近亲属按照市场担保费率支付担保费。（实际控制人向部分中航鑫港反担保人提供无息借款的背景参见“问询函第 4 题/二/（二）结合发行人与陈连江之间的债权债务情况，说明发行人对员工的债权转移至陈连江的具体过程，是否存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形”。由于实际控制人为部分中航鑫港反担保人提供用于偿还房贷的无息借款，因此发行人未向其支付担保费，构成实际控制人间接为发行人垫付成本费用，其对发行人报告期业绩的影响参见“问询函第 4 题/二/（四）实际控制人为员工偿还房贷是否属于实际控制人为发行人垫付成本费用，测算报告期内前述主体为发行人提供担保按市场担保费率应收取的担保费金额及对发行人报告期业绩的影响”）。员工及其近亲属利用自有房产获取担保费，在承担较低风险的情况下（相对于商业担保机构，员工对发行人经营情况具有更少的信息不对称性），获得了市场化的担保费，具有继续为发行人提供房产抵押担保的动力。因此，实控人之外的其他主体为发行人提供担保具有商业合理性。

随着反担保方式的调整，截至本回复出具之日，员工及其近亲属提供的中航鑫港房产抵押反担保已全部解除，除王斯、江玲玲、俞涛因担任美亚科技子公司法人外，其他员工的个人连带保证责任自房产抵押担保解除之日同步解除。截至本回复出具之日，除实际控制人之外，实际控制人近亲属蔡程伟、伍奕婧、陈培飞基于与发行人的关联关系和对发行人发展的支持，为发行人综合融资授信额度提供房产抵押担保。

通过查阅为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属的个人信用报告，并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询其资信情况可知，截至报告期末，上述人员不存在尚未结清的贷款逾期情形，也不存在被列入失信被执行人名单的情形，不存在尚未了结的或可预见的可能对其资信情况或

偿债能力造成重大不利影响的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。因此，为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属资信情况良好，预计可以持续为发行人提供担保。

2、结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营，并进行风险揭示

截至**报告期末**，伍俊雄、陈连江夫妻合计享有十三处位于广东省的自有不动产，其中两处不动产用于为发行人提供房产抵押担保；陈培钢、蔡洁雯夫妻合计享有三处位于广州的自有不动产，相关房产价值和抵押情况如下表所示：

序号	所有权人	房产位置	权属面积（㎡）	资产价值（万元）	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
1	伍俊雄	广州市番禺区洛浦街南浦岛丽江花园	227.51	875.91	评估机构评估价值	是	广州市美盈科技企业孵化器有限公司、广州市中创云产业运营管理有限公司	广州农村商业银行股份有限公司白云支行
2	伍俊雄	广州市花都区机场国际公寓*栋 705 房	108.30	281.58	评估机构评估价值	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
3	伍俊雄	广州市花都区机场国际公寓*栋 805 房	108.30	281.58	评估机构评估价值	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
4	伍俊雄	广州市天河区龙口东路 192 号	40.88	185.34	以市场价格测算	是	广州市中创盈科产业园运营有限公司、深圳市美盈科技孵化管理有限公司、深圳市中信宝物业发展有限公司	科学城（广州）绿色融资担保有限公司
5	伍俊雄	广州市天河区沙太南路 316 号	38.56	158.10	评估机构评估价值	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行

序号	所有权人	房产位置	权属面积（㎡）	资产价值（万元）	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
6	伍俊雄	广州市天河区燕都路 76 号	70.30	300.00	评估机构评估价值	否	-	-
7	伍俊雄	广州市天河区粤垦路 219 号	29.82	145.50	以市场价格测算	是	广州市中创盈科产业园运营有限公司、深圳市美盈科技孵化管理有限公司、深圳市中信宝物业发展有限公司	科学城（广州）绿色融资担保有限公司
8	伍俊雄	惠州市惠城区金山大道 8 号央筑花园	91.14	128.83	以市场价格测算	否	-	-
9	陈连江	广州市番禺区洛浦街丽江花园星海洲粤颂阁	80.90	190.00	评估机构评估价值	否	-	-
10	陈连江	广州市天河区兴华路 1 号 908 房	85.17	468.44	评估机构评估价值	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
11	陈连江	广州市天河区花城大道 770 号	52.12	323.14	评估机构评估价值	是	广州市中创云产业运营管理有限公司	广州农村商业银行股份有限公司白云支行
12	陈连江	广州市天河区棠馨南大街 6 号	79.50	374.00	评估机构评估价值	是	美亚科技	汇丰银行（中国）有限公司广州分行
13	陈连江	湛江市赤坎区北谭路 6 号福民小区	77.86	68.98	以市场价格测算	否	-	-
14	陈培钢	广州市天河区华明路 13 号 **03 房	359.75	1,086.45	评估机构评估价值	是	美亚科技	中信银行股份有限公司广州分行
15	陈培钢	广州市天河区华明路 13 号 **04 房	281.02	848.68	评估机构评估价值	是	美亚科技	中信银行股份有限公司广州分行

序号	所有权人	房产位置	权属面积（㎡）	资产价值（万元）	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
16	蔡洁雯	广州市天河区汇景北路 38 号	243.17	2,047.49	评估机构评估价值	是	商旅科技	中国银行股份有限公司广州珠江支行
总计			-	**7,764.00**	-	-	-	-

注：表中房产抵押情况截至**报告期末**。

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人实际控制人合计持有房产价值约为 7,764.00 万元，其中未抵押房产价值约为 687.80 万元。保荐机构、申报会计师获取了中国人民银行征信中心出具的个人信用报告，并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询实际控制人资信情况，截至报告期末，公司实际控制人不存在尚未结清的贷款逾期情形，也不存在被列入失信被执行人名单的情形，不存在尚未了结的或可预见的**可能对其资信情况或偿债能力造成重大不利影响的**重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。保荐机构、申报会计师获取了实际控制人控制的其他企业的《企业信用报告》，截至报告期末，实际控制人控制的其他企业不存在逾期贷款，未结清和已结清信贷中均无关注类和不良/违约类贷款。根据“问询函第 4 题/四/（三）/3/（2）实际控制人控制的其他企业的大额债务情况”可知，截至报告期末，实际控制人控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形。中创盈科集团大额银行贷款（单笔金额超过 500 万元）余额合计为 34,469.68 万元，对应的股权/收益权质押担保和房屋建筑物及土地使用权抵押担保合计的担保物价值为 81,955.52 万元，担保物价值对大额银行贷款余额的覆盖比例为 237.76%，中创盈科集团大额银行贷款担保方式充足，实际控制人为中创盈科集团承担保证担保责任的可能性较低。综上，实际控制人整体资信情况及债务履约情况良好，拥有多处自有不动产，实际控制人控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，且对于大额银行贷款担保方式充足，实际控制人为中创盈科集团承担保证担保责任的可能性较低，不会对实际控制人的资信情况造成重大不利影响，实际控制人可以持续为发行人提供担保。发行人可以持续独立开展经营，分析具体参见“问询函第 4 题/三/（二）综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影

响”。

发行人已在招股说明书之**“重大事项提示”之“四、特别风险提示”**及“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露如下：

“（八）自然人为公司提供房产抵押担保对公司的持续经营产生不利影响的风险

报告期内，为了获取中航鑫港担保额度和银行融资授信额度，公司的实际控制人、部分员工及其近亲属存在为公司提供房产抵押担保的情况。国内机票代理人代理销售 BSP 机票前一般由中航鑫港向国际航协提供不可撤销担保，相关担保额度决定了公司可滚动使用的出票额度，获取足够的中航鑫港担保额度是公司持续经营的重要条件。航旅票务和商旅管理业务均需要较高的资金投入，获取充足的融资授信和对营运资金的高效使用是日常经营活动正常开展的关键。**截至 2025 年 5 月末，员工及其近亲属提供的房产抵押担保已全部解除，实际控制人及其近亲属出于支持公司发展的目的，仍以自有房产为发行人综合融资授信额度提供房产抵押担保。若为公司提供房产抵押担保的**实际控制人及其近亲属资信情况恶化，无法继续为公司提供房产抵押担保，**而公司短期内难以获取充足的替代担保措施，**可能导致公司无法获得充足的融资授信额度，对公司的持续经营产生不利影响。”

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

针对上述问题一，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取并查阅柯某职务侵占案件涉及的刑事判决书、北京大成（广州）律师事务所就该案件出具的法律意见；

2、获取发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员银行流水，核查报告期内 5 万元以上资金流水的流向和用途，确认其与柯某是否存在大额异常资金往来记录；

3、查阅《刑法》《最高人民法院关于适用＜中华人民共和国刑事诉讼法＞的解释》等相关法律法规并公开检索相关司法判例，判断发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险；

4、获取并查阅发行人实际控制人出具的说明与承诺；

5、对发行人财务负责人进行访谈，了解报告期发行人整体融资情况，融资过程的合规性，2023 年发行人利息费用涨幅较大的原因及其合理性，了解各报告期末发行人受限资金情况；

6、获取报告期内发行人的借款明细，检查借款合同，确认借款条件、利率、期限等，对报告期各期末借款余额执行函证程序；

7、根据发行人借款规模，测算发行人利息费用的准确性；

8、获取发行人关于货币资金受限相关文件，检查受限原因，对报告期各期末货币资金执行函证程序，确认报告期各期末其他货币资金使用受限情况；

9、获取发行人测算最低货币资金保有量、长期安全资金保有量的过程并进行复核，分析发行人存贷双高的合理性；

10、获取发行人测算维持长期安全资金保有量的资金成本过程并进行复核，分析发行人是否具有偿还能力；

11、获取发行人测算销售金额与营运资金的敏感度的过程并进行复核，获取发行人不受限货币资金余额、银行授信额度，了解发行人营运资金周转情况、偿债能力；

12、了解报告期内经营活动现金流量净额为负的原因，了解发行人是否存在未来长期经营活动现金流量净额为负的风险。

针对上述问题二，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、对发行人财务负责人进行访谈，了解报告期发行人整体融资情况，融资过程的合规性，2023 年发行人利息费用涨幅较大的原因及其合理性，了解各报告期末发行人受限资金情况；

2、获取报告期内发行人的借款明细，检查借款合同，确认借款条件、利率、期限等，对报告期各期末借款余额执行函证程序；

3、根据发行人借款规模，测算发行人利息费用的准确性；

4、获取发行人关于货币资金受限相关文件，检查受限原因，对报告期各期

末货币资金执行函证程序，确认报告期各期末其他货币资金使用受限情况；

5、获取发行人测算最低货币资金保有量、长期安全资金保有量的过程并进行复核，分析发行人存贷双高的合理性；

6、获取发行人测算维持长期安全资金保有量的资金成本过程并进行复核，分析发行人是否具有偿还能力；

7、获取发行人测算销售金额与营运资金的敏感度的过程并进行复核，获取发行人不受限货币资金余额、银行授信额度，了解发行人营运资金周转情况、偿债能力；

8、了解报告期内经营活动现金流量净额为负的原因，了解发行人是否存在未来长期经营活动现金流量净额为负的风险；

9、获取融资担保、中航鑫港反担保相关合同；

10、访谈管理层，了解实际控制人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，**获取为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属的个人信用报告并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询其资信情况**；

11、获取实际控制人房产情况并访谈实际控制人，了解其是否可以持续为发行人提供担保，发行人是否可以持续独立开展经营。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、广州市中级人民法院已就柯某作出生效判决，就柯某职务侵占犯罪及诈骗犯罪事项数罪并罚并判处相应的刑期、罚金及追缴犯罪所得；发行人根据内部制度，通过内部审批后，全额核销对柯某的应收款的依据充分、程序合规；报告期内，发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及关键岗位人员与柯某不存在大额异常资金往来记录，前述人员与柯某之间不存在利益往来；根据法律法规的规定及相关案例，就柯某用诈骗所得偿付发行人的款项，发行人因此被提起民事诉讼追偿并获生效裁判支持的风险较小，前述情形不会对发行人生产经

营及财务状况构成重大不利影响，实际控制人就相关事项已作出承诺。

2、发行人集团财务部主导各子公司资金管理的决策和运营，发行人对子公司资金管控有效；发行人子公司分红政策设置合理，报告期子公司分红规模合理；报告期各期末，发行人子公司货币资金余额较高的单位与其经营规模和业务情况相当，具有合理性；发行人已建立资金管理等方面的内控措施，制度设计有效，但实际执行时存在瑕疵，职务侵占事件后发行人已进一步制订和完善了多项管理制度，内控整改措施具有有效性；实控人之外的其他主体为发行人提供担保具有商业合理性及可持续性。

3、发行人报告期内利息费用与融资规模具有匹配性，融资过程具有合规性；2023 年涨幅较大系 2023 年发行人业务规模大幅上升，融资规模相应增大，导致利息支出相应增加；发行人各报告期末货币资金受限原因为保函保证金和旅游保证金；发行人期末存贷双高具有合理性，符合行业经营特点；发行人维持长期安全资金保有量所需资本成本不高，发行人具有支付能力；经**最近一期财务数据**测算，发行人营运资金相对销售金额的敏感系数为 0.74；报告期内发行人银行授信额度充足，融资渠道畅通，还款能力良好，且采取积极的措施改善现金流，无法偿还到期债务的风险较小；发行人已就经营活动现金流量净额为负在招股说明书中进行针对性风险提示；实控人之外的其他主体为发行人提供担保具有商业合理性和可持续性，实控人整体资信情况及债务履约情况良好，拥有多处自有不动产，可以持续为发行人提供担保，发行人可以持续独立开展经营。

四、说明对发行人资金管理内控核查情况

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈了发行人财务总监，查阅了发行人报告期内公司开立及注销的银行账户清单，向基本户开户行查询并打印公司已开立银行账户清单，将银行账户清单与公司账面银行账户进行核对，对发行人银行账户情况进行了核查；取得了发行人报告期银行存款日记账，选取了所有银行账户与银行对账单抽查核对，并查阅了银行存款余额调节表，重点查阅了大额资金收支的凭证、银行单据、审批手

续等；

2、对发行人第三方账户执行了专项核查，登录发行人支付宝、微信等第三方平台账户，获取账户对应资产余额证明及报告期内的交易明细（如有），并询问发行人财务人员，了解各类第三方平台账户用途、地域及金额分布等；检查了发行人内部资金管理制度，关注发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；综合考虑公司的经营规模及内部控制的有效性等因素，保荐机构、申报会计师筛选 10 万元及以上（支付宝内部往来交易的重要性水平为 50 万及以上）的重要收支记录，逐条与财务明细账进行逆向核查，核对金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问公司了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项；基于账户金额大小和账户的实际情况，对无法通过盘点确认账户余额的第三方账户发函；对第三方平台账户流水进行抽样测试；

（3）取得了发行人《企业信用报告》、银行询证函、信贷相关合同，对发行人贷款、担保等内容进行了核查；

（4）对资金管理流程执行抽样测试，检查相关内控是否得到有效执行；

（5）获取并核查了报告期内发行人的其他应收款明细表、银行流水、股东会决议，检查是否存在关联方占用发行人资金的情况；

（6）对发行人职务侵占案件后续的整改措施进行专项核查，查看发行人财务资金相关内部控制设计和程序整改的履行情况，包括资金盘点、账户开户销户、支付结算与支付安全、第三方平台资金管理（含支付宝和微信）、不相容职务分离与人员轮岗等方面。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

发行人已逐步建立健全资金管理的内控制度，日常执行中能遵循有关制度和程序的要求，内控制度总体上有效运行；不存在实际控制人占用发行人资金的情况；发行人资金管理相关内部控制不存在重大缺陷。

问题 11. 其他问题

（1）发行人股权相关问题。根据申请文件，①发行人历史上存在若干股权代持情形，均已解除。②自然人股东唐诣于 2022 年 6 月去世，第一顺位继承人包括其配偶、儿子及父亲，截至目前继承方案尚未确定，因此其所持 0.37%股份尚未完成股东变更。请发行人说明：①唐诣所持股份的继承进展情况，其仍作为发行人股东是否具有适格性，相应股份权属是否存在纠纷或潜在纠纷。②发行人是否存在未解除、未披露的其他股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。③期末应付股利形成过程、未支付的原因。

（2）补充披露员工持股平台相关情况。根据申请文件，广州旅商为发行人员工持股平台，2016 年 12 月 6 日，美亚有限新增注册资本 230.00 万元由广州旅商出资，入股价格为 9.1778 元/注册资本，与 2017 年 2 月外部投资者入股价格一致。广州旅商设立以来历经四轮股权授予，分别为 2018 年 1 月 12 日、2019 年 10 月 22 日、2020 年 8 月 27 日及 2022 年 7 月 8 日，所对应的授予价格分别为 2.50 元/股、3.00 元/股、3.00 元/股及 3.00 元/股。请发行人：①补充披露合伙人的选定依据及其在发行人的任职情况、是否均为发行人员工、是否为实际控制人的亲属，合伙人出资来源是否为自有资金，是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排。②结合广州旅商设立时的合伙人结构、历次份额授予、报告期内合伙份额变动及转让价格等情况，说明激励对象获取的份额来源、是否均来自实际控制人转让。③补充披露股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，是否足额计提股份支付费用并进行准确分摊，是否符合《企业会计准则》相关规定。④补充披露广州旅商是否认定为实际控制人的一致行动人，并说明认定的合规性。

（3）特殊投资条款的履行与终止。根据申请文件，发行人实际控制人、股东与外部投资者之间签订有特殊投资条款，并约定了终止情形。请发行人：①结合特殊投资条款的具体约定，发行人资本公积转增股本、股权转让、分红等情况，说明特殊投资条款历次触发和履行的具体情况，特殊投资条款的履行或解除过程中是否存在纠纷、是否存在损害发行人及其他股东利益的情形、是否对发行人经营产生不利影响。②说明股权转让限制条款在上市审核期间未终止对本次发

行上市是否存在不利影响。

（4）发行人子公司。根据申请文件，发行人共有 6 家全资子公司，香港美亚、迪拜美亚为境外子公司。发行人于报告期内注销 2 家子公司。请发行人说明：①各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域、收入、净利润、毛利率等情况；设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍。②结合境外投资相关法律法规，说明设立境外子公司是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；发行人是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规。③注销武汉美亚等 2 家子公司的原因，注销后相关资产、人员的处置和安置情况，是否存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形。

（5）信息系统有效性。根据申请文件，发行人自主研发了高度适配泛商旅出行场景的数字化业务系统，日常业务主要通过系统开展，收入确认和成本结转主要依赖系统完成。请发行人：①说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。②说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性；说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性。

（6）收入相关事项。请发行人：①针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有），销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因。②说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比，交易对象类型、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系，各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性、是否符合行业惯例，会

计处理规范性、购销交易真实性。

（7）应收款项坏账计提的充分性。根据申报文件，2023 年末发行人应收账款账面余额 5.53 亿元，发行人按照账龄迁徙率计提坏账，计提比例 1.43%，低于可比公司平均值。请发行人：结合坏账计提方法、账龄迁徙率计算、主要客户构成及信用情况，分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性，结合期后回款情况说明坏账计提是否充分。

（8）期间费用。根据申报文件，报告期发行人销售费用率、研发费用率低于同行业平均值。研发费用分别为 1,649.28 万元、2,353.02 万元、2,335.94 万元，主要系人工费用，报告期研发人员分别为 80 人、96 人、112 人，研发项目数量分别为 22 个、24 个、20 个。报告期技术服务费分别为 205.66 万元、379.21 万元、0 万元。请发行人：①分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性，各类人员平均薪酬与经营当地、可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性，说明销售费用率、研发费用率低与可比公司的原因。②说明研发人员是否直接从事研发相关活动，具体参与研发项目的情况、形成的研发成果，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性，是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形，是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性；说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性；说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分。

（9）其他财务及信息披露问题。请发行人：补充披露 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义；补充披露董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续；补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况；删除招股书中重复披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容；说明各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性；说明发行人披露的信息与客户供应商公开披露的信息是否一致；修改招股书文字或内容错误。

请保荐机构、发行人律师：对上述事项（1）-（4）、（9）进行核查并发表意见；结合对股权代持形成、变动、解除、分红等关键时间节点相关人员的资金

流水核查情况，说明对股权代持事项的核查程序是否充分有效。

请保荐机构、申报会计师：结合《指引 1 号》相关要求对上述事项（4）-（9）进行核查发表明确意见；说明前期 IT 审计的具体情况及结论，并提供相关审计报告。

【回复】

四、发行人子公司

（一）各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域、收入、净利润、毛利率等情况；设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

1、截至本回复更新出具之日，各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域如下：

名称	注册地和主要经营地	主要经营所属板块	主要服务区域
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	广州	航旅、旅游	华南地区、华东地区、华北地区、华中地区、西北地区、东北地区等以及境外全球各地
广东美亚商旅科技有限公司	广州	商旅	华南地区、华北地区、华东地区、华中地区、西南地区等以及境外全球各地
北京美亚国际航空服务有限公司	北京	航旅	华东地区、华北地区
上海易飞航空服务有限公司	上海	航旅	华东地区
广东美亚会奖旅游服务有限公司	广州	旅游	华南地区、华东地区
香港美亚商务旅行管理有限公司	中国香港	航旅	华东地区以及境外全球各地
Meiya Travel International FZCO	迪拜	商旅	境外全球各地

2、报告期内，发行人各家公司的收入、净利润、毛利率

单位：万元

名称	2024 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	11,869.99	258.16	22.27%
广东美亚商旅科技有限公司	21,055.62	5,399.54	63.44%
北京美亚国际航空服务有限公司	3,464.98	1,285.67	88.17%
上海易飞航空服务有限公司	3,018.70	451.16	76.00%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	109.90	157.82	-158.98%
香港美亚商务旅行管理有限公司	418.42	152.96	83.91%
Meiya Travel International FZCO	157.29	106.88	100.00%
合计	40,094.90	7,812.19	54.08%

续上表

名称	2023 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	12,305.31	699.53	36.40%
广东美亚商旅科技有限公司	18,488.45	5,980.52	68.02%
北京美亚国际航空服务有限公司	1,589.09	216.57	73.39%
上海易飞航空服务有限公司	1,910.03	209.50	69.82%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	524.41	246.89	91.78%
香港美亚商务旅行管理有限公司	193.21	-14.64	75.12%
Meiya Travel International FZCO	55.26	-47.10	79.83%
合计	**35,065.77**	**7,291.26**	**57.68%**

续上表

名称	2022 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	31,612.92	852.96	16.65%
广东美亚商旅科技有限公司	12,876.68	3,388.49	66.15%
北京美亚国际航空服务有限公司	365.91	75.13	73.60%
上海易飞航空服务有限公司	378.53	-21.29	67.65%
广东美亚会奖旅游服务有限公司		-24.90	

名称	2022 年度		
	收入	净利润	毛利率
香港美亚商务旅行管理有限公司	160.28	-39.73	71.68%
Meiya Travel International FZCO	168.66	134.91	84.37%
武汉美亚航空服务有限公司		5.49	
处置子公司的合并层面投资收益		-260.87	
合计	**45,562.97**	**4,110.20**	**31.96%**

注：以上收入的统计维度为主营业务收入的金额。

3、设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

（1）发行人设立境外子公司的原因和必要性

截至本回复出具之日，发行人设有香港美亚、迪拜美亚两家境外子公司。

发行人设立香港美亚主要系作为境外产品资源的采购主体，香港美亚可以通过 Sabre 系统及境外同行采购机票、酒店等产品资源，丰富公司的产品类型。香港美亚设立迪拜美亚主要系因公司的商旅服务对象包括众多国央企客户，为了更好地服务该等企业在中东地区的海外员工，支持国家一带一路建设，开拓海外市场，发行人再投资设立了迪拜美亚。

因此，发行人设立香港美亚、迪拜美亚具备合理性及必要性。

（2）境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

报告期**各期**，发行人营业收入分别 45,739.48 万元、35,350.91 万元及 **40,094.90** 万元，发行人对境外子公司的投资金额占发行人整体营收规模的比重小，不会对发行人生产经营造成不利影响。且随着中国企业出海增长，公司客户的海外员工商旅出行需求预期不断扩大，投资设立境外子公司有助于公司丰富境外产品资源、获取维系境外客户、扩大海外经营规模。

报告期各期末，发行人的净资产分别为 47,389.29 万元、51,447.58 万元及 **59,400.15** 万元。发行人财务状况良好，境外子公司的投资金额占发行人整体资

产的比例较小，该等对外投资事宜不会给公司造成不适当的财务压力。

发行人日常经营活动的数字化部署程度较高，各分子公司的业务运营活动主要使用发行人统一建设和管理的航旅业务系统、商旅业务系统完成，发行人可以通过信息化技术实现对境外子公司主要业务活动的有效管理和控制。

同时，发行人已经根据《公司法》的规定建立健全了由股东会、董事会、监事会及高级管理人员构成的公司治理结构，制定了完善的议事规则及包括《对外投资管理制度》在内的一整套内部管理制度，对境外子公司的组织管理机构、人事管理、重大事项决策等重要方面形成了完善的管理体系，能够实现对境外子公司的有效管理和控制。

综上所述，境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

（3）境外子公司分红不存在政策障碍

根据商务部公布的《对外投资国别（地区）指南-阿联酋》的说明，阿联酋外汇不受限制，可自由汇进汇出，但须符合阿联酋政府的反洗钱规定。一般情况下，外商投资资本和利润回流不受限制。根据《对外投资合作国别（地区）指南-中国香港》的说明，中国香港地区没有外汇管理机构，对货币买卖和国际资金流动，包括外来投资者将股息或资金调回本国（地区）均无限制，资金可随时进入或撤出中国香港。同时，根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚向其股东进行利润分配并不受任何中国香港法律的限制。因此，经核查，在境外法规政策方面，境外子公司所在国家、地区的法律法规对其向股东分红均无限制性规定，可以确保在符合相关法律法规及分红条件的前提下向其股东进行利润分配。

在境内法规政策方面，境外子公司分红款汇入境内并无外汇法规的限制，根据《中华人民共和国外汇管理条例》《境内机构境外直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13 号）等相关规定，境外子公司汇回利润的，可以保存在企业经常项目外汇账户、资本项目结算账户或直接办理结汇。外汇指定银行在审核境内机构的境外直接投资业务登记凭证及依法获得境外企业利润的相关真实性证明材料无误

后，为其办理境外直接投资利润入账或结汇手续。发行人已经按规定于具有经营外汇业务资质的银行开立了外汇结算账户，如境外子公司分红的，可以通过银行办理相应收汇、结汇手续。

经登录国家外汇管理局行政处罚信息查询网站核查，发行人近三年不存在因外汇违规受到外汇管理部门行政处罚的情况。

综上，发行人境外子公司所在国家、地区适用法律对其向股东分红并无特殊的限制性规定，发行人已经按照外汇管理规定开立了外汇结算账户，可用于存放境外子公司分红或办理结汇，境外子公司向股东分红不存在政策或外汇管理障碍。

（二）结合境外投资相关法律法规，说明设立境外子公司是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；发行人是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规

1、发行人设立境外子公司已履行主管机关所需的备案、审批等监管程序

（1）香港美亚

①香港美亚设立时已取得商务、外汇主管部门核准登记

2012 年 11 月 30 日，发行人取得商务部核发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第 4400201200371 号），核准发行人以新设方式投资设立香港美亚，投资总额为 13 万美元。

同时，发行人就投资设立香港美亚依法办理了外汇登记并取得了 IC 卡外汇登记证（NO.00370930）。

根据香港美亚设立时有效的《境外投资项目核准暂行管理办法》（2004 年 10 月 9 日生效，2014 年 5 月 8 日废止）的规定，“本办法适用于中华人民共和国境内各类法人（以下称“投资主体”），及其通过在境外控股的企业或机构，在境外进行的投资（含新建、购并、参股、增资、再投资）项目的核准。投资主体在香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区进行的投资项目的核准，适用本办法。本办法所称境外投资项目指投资主体通过投入货币、有价证券、实物、知识产权或技术、

股权、债权等资产和权益或提供担保，获得境外所有权、经营管理权及其他相关权益的活动”。虽有上述规定，但根据发行人说明，发行人于香港美亚设立时，在取得《企业境外投资证书》后，仅办理了外汇主管部门登记，但未办理发改部门境外投资相关核准或备案手续。根据中介机构对广东省发展和改革委员会（以下简称“发改委”）的电话咨询，在 2018 年《企业境外投资管理办法》（国家发展和改革委员会令第 11 号）生效实施前，境内主体设立境外子公司是否需要向发改主管部门申请办理境外投资项目核准/备案手续取决于该境外子公司的具体业务情况，如果是涉及制造业或实体经营、生产线投入的，根据此前有效的《境外投资项目核准和备案管理办法》（国家发展和改革委员会令第 9 号）等规定，需要向发改委申请办理相关境外投资项目核准/备案手续；如果不涉及前述业务范围，无需申请办理相关手续。由于香港美亚不涉及制造业或实体经营、生产线投入，因此设立时并未办理发改委备案手续。

②2019 年，发行人对香港美亚实际出资时重新办理相关审批程序

发行人设立香港美亚后，并未实际向香港美亚汇出投资款。2019 年，为完成实缴出资，发行人与银行沟通出资事宜。根据当时有效的《境外投资管理办法（2014）》的规定，企业在领取《企业境外投资证书》（以下简称“《证书》”）之日起 2 年内，未在境外开展投资的，《证书》自动失效。如需再开展境外投资，应当按照相关程序重新办理备案或申请核准。根据广东省商务厅网站（http://com.gd.gov.cn/）互动交流栏目的答复，自领取《证书》之日起 2 年内，如企业未就境外投资事项实际汇出过资金，则原证书失效，企业后续拟开展境外投资的，需先提交注销原证书申请后重新申请备案。

根据上述规定及办理银行的要求，由于发行人已取得的《证书》（商境外投资证第 4400201200371 号）核发已逾两年，若拟完成出资，需要注销原证书后重新申请备案并提供有限期在两年内的《证书》。因此，发行人在对香港美亚实际出资前，重新申请了《证书》并根据当时有效的法律法规的规定，向广东省发改委申请境外投资项目备案。

根据《企业境外投资/机构证书注销确认单》，发行人向主管商务部门申请注销原持有的《证书》（商境外投资证第 4400201200371 号），并于 2018 年 7 月

取得同意注销的备案。

2019 年 7 月 3 日，发行人重新取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4400201900353 号），同意发行人投资设立香港美亚，投资总额为 89.691043 万元（折合 13 万美元）。

2019 年 8 月 29 日，广东省发改委向发行人出具《境外投资项目备案通知书》（粤发改外资函[2019]3129 号），同意对发行人新建香港美亚项目予以备案，项目总投资 13 万美元。

此外，美亚科技就直接境外投资事项，取得了国家外汇管理局广东省分局出具的外汇业务登记凭证（ODI 中方股东对外义务出资业务）（业务编号：35440000201304106555）。根据公司提供的付款凭证，美亚科技已于 2020 年完成对香港美亚的出资。

根据陈林梁余律师行出具的《香港美亚法律意见书》，香港美亚已经于公司注册处办理了注册登记手续并获得公司注册证书，香港美亚遵守了中国香港法律就公司设立要求的所有登记、存档要求和其他手续。

（2）迪拜美亚

发行人于 2022 年 1 月通过香港美亚再投资设立迪拜美亚，就该境外投资事项履行的境内主管机关核准备案程序如下：

根据《境外投资管理办法》第二十五条的规定，企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。涉及地方企业的，地方企业通过商务部业务系统统一平台境外投资管理系统（以下简称“管理系统”）填报相关信息，打印《境外中资企业再投资报告表》并加盖印章后报省级商务主管部门。

就通过香港美亚境外再投资设立迪拜美亚事项，发行人已通过管理系统向广东省商务厅提交《境外中资企业再投资报告表》并完成境外再投资报告手续。

迪拜美亚主要从事商旅出行服务业务，投资设立迪拜美亚所需资金由香港美亚以其经营所得提供，发行人未就再投资迪拜美亚直接投入资产、权益或提供融资、担保，该境外再投资事宜不属于相关法律法规规定的敏感类项目，亦不属于

境内投资主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的非敏感类项目，发行人再投资设立迪拜美亚无需履行发改部门审批/备案手续。

根据《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13 号），境内投资主体设立或控制的境外企业在境外再投资设立或控制新的境外企业无需办理外汇备案手续，发行人再投资设立迪拜美亚无需履行外汇备案手续。

根据 Yingke & Shayan Legal Consulting FZ-LLC 出具的《迪拜美亚法律意见书》，迪拜美亚已取得迪拜 DMCC 自由区管理局核发的服务许可证，其根据阿联酋法律合法成立并有效存续。

2、发行人境外投资事宜符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定

《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）对企业境外投资进行了规范和引导，将企业境外投资分为“鼓励开展的境外投资”“限制开展的境外投资”以及“禁止开展的境外投资”三大类。

经逐条比对，发行人投资香港美亚、迪拜美亚不属于《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）中限制或禁止类对外投资项目，具体分析如下：

项目	具体情形	境外子公司投资具体情况
限制开展的境外投资	赴与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区开展境外投资	境外子公司设立于中国香港、阿拉伯联合酋长国，不属于与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区
	房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营，不属于房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资
	在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不属于在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台
	使用不符合投资目的国技术标准要求的落后生产设备开展境外投资	未使用不符合中国香港、阿拉伯联合酋长国技术标准要求的落后生产设备
	不符合投资目的国环保、能耗、安全标准的境外投资	境外子公司的生产经营不违反中国香港、阿拉伯联合酋长国环保、能耗、安全相关法律法规

项目	具体情形	境外子公司投资具体情况
禁止开展的境外投资	涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资
	运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资	发行人就投资香港美亚已取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4400201900353 号），就投资迪拜美亚已通过管理系统向广东省商务厅完成境外再投资报告程序，不属于运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资
	赌博业、色情业等境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不涉及赌博业、色情业等
	我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资	发行人就投资香港美亚已取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4400201900353 号），就投资迪拜美亚已通过管理系统向广东省商务厅完成境外再投资报告程序，不属于我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资，不属于其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资
	其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资	

综上所述，发行人设立境外子公司香港美亚、迪拜美亚符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）相关规定。

3、境外律师出具的法律意见书

根据《香港美亚法律意见书》，就香港美亚设立、股权变动、业务合规性、关联交易等事项，境外律师出具的法律意见如下：

就香港美亚设立事项，其“是一家根据香港法律合法设立和有效存续的有限责任公司。该公司适当遵守了香港法律就公司设立而要求的所有登记、存档要求和其他手续。”

就香港美亚股权变动事项，发行人于 2024 年 9 月对香港美亚进行了增资，其持有的已发行股份数从 100 万港币增加至 500 万港币，“该公司的唯一股东是：广东美亚旅游科技集团股份有限公司，该公司成立至本法律意见书出具之日，该公司有配发新股给该中国公司，而该中国公司的持股百分比没有变动。”“该公司的现有股东合法持有并实益拥有该公司的股权。”

就香港美亚业务合规性事项，“该公司已获得香港法律要求的经营该等业务所必须的全部资质和经营许可，包括注册证书、商业登记证、旅行代理商牌照、

以及该 IATA 证书。该公司开展的业务不存在任何违反香港法律及法规、公司章程的情形。”

就香港美亚关联交易事项，香港美亚于报告期内与美亚科技存在关联交易，双方签署了《委托采购协议》和《个人信息传输合同》，“上述协议的成立、履行、内容、及形式不违反香港法律，对该协议双方均具有法律拘束力，该公司继续履行该协议不存在法律障碍，该关联交易真实有效，具备必要性及合理性，交易定价公允。除上述已披露的关联交易外，于该时间段，该公司与关联方之间不存在其他重大债权债务关系，亦不存在该公司为关联方提供关联担保的情况。”

根据《迪拜美亚法律意见书》，就迪拜美亚设立、股权变动、业务合规性、关联交易等事项，境外律师出具的法律意见如下：

就迪拜美亚设立事项，其“根据阿联酋法律合法成立并有效存续。”

就迪拜美亚股权变动事项，“HONG KONG MEIYA TRAVEL CO., LIMITED 合法拥有公司的所有股份，该股份不存在任何质押、留置、所有权负担、主张、申索或其他第三方权利的限制。股份由其直接持有，不存在委托持股或代持情况，且不存在信托持股。我们并无收到任何文件显示股权结构有任何变动”。

就迪拜美亚业务合规性事项，“公司已取得在迪拜从事业务经营的全部资质与许可，不存在从事任何法律禁止的业务的情况。”

就迪拜美亚关联交易事项，“截至 2024 年 12 月 31 日，除与母公司及其并表范围内主体之间的交易外，迪拜美亚与其关联方之间不存在其他任何关联交易，公司未与其关联方签订任何重大债务协议，且迪拜美亚未向其关联方提供任何担保”。

香港美亚及迪拜美亚均为发行人全资子公司，与发行人不存在同业竞争事项。

（三） 注销武汉美亚等 2 家子公司的原因，注销后相关资产、人员的处置和安置情况，是否存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形

1、子公司注销的原因

根据国家企业信用信息公示系统查询，武汉美亚注销前的基本情况如下：

名称	武汉美亚航空服务有限公司
统一社会信用代码	91420106666778492G
住所	武昌区中南路 99 号武汉保利文化广场 15 层 2 室（电梯楼层 18 层）1845
法定代表人	陈培钢
注册资本	150 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立日期	2007 年 10 月 19 日
注销前经营范围	航空信息服务；机票代理；旅游咨询服务；企业管理咨询；会议及展览服务；文化艺术咨询服务；户外体育拓展运动；代订车、酒店；工艺品批零兼营。（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效许可证方可经营）

武汉美亚已于 2022 年 10 月 18 日经武汉市武昌区行政审批局核准注销。

根据国家企业信用信息公示系统查询，湖南美亚注销前的基本情况如下：

名称	湖南省欧美亚国际商务交流服务有限公司
统一社会信用代码	914301027305148631
住所	湖南省长沙市芙蓉区八一路 407 号信息大厦 1522
法定代表人	曹旭然
注册资本	200 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立日期	2001 年 8 月 27 日
注销前经营范围	经济与商务咨询服务（不含金融、证券、期货咨询）；为公民出国定居、探亲、访友、继承财产和其它非公务活动提供信息介绍、法律咨询、沟通联系、境外安排、签证申请及相关的服务；旅客票务代理；政府采购代理；文化活动的组织与策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

湖南美亚已于 2021 年 7 月 19 日经长沙市芙蓉区行政审批服务局核准注销。

发行人服务区域涵盖华南地区、华东地区、华北地区、华中地区、西北地区、东北地区等以及境外全球各地，湖南美亚及武汉美亚均根据其所属区域的业务开展需要负责地方业务的开拓及运营。由于发行人业务及人员规划调整，发行人先后在武汉美亚及湖南美亚的注册地设立美亚科技武汉分公司及美亚科技长沙分公司，两地业务体量较小，无需同时保留分公司及子公司主体。基于当地业务需求及未来管理的便利性，发行人决定注销该等子公司并由分公司作为当地业务的开展主体。

2、注销后相关资产、人员的处置及安置情况

该等公司的资产及人员安置情况如下：

序号	注销公司	注销后资产、人员去向
1	武汉美亚	公司注销前的资产主要为办公电脑、打印机，注销前已无账面价值，公司注销时一并进行了固定资产清理。原有员工于2020年主动离职后，该子公司注销前已无员工。
2	湖南美亚	注销前公司已无资产，根据公司业务规划调整，原有员工已于2020年前后陆续调整为与长沙分公司建立劳动关系，截至注销前该公司已无员工。

3、子公司注销前不存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形

武汉美亚已依据法律法规的要求履行了其清算注销的各项程序，获得了武汉市武昌区行政审批局出具的注销《登记通知书》（[昌市监]登字[2022]第1441969号）及国家税务总局武汉市武昌区税务局出具的《清税证明》（武昌税一 税企清[2022]80062号）。

湖南美亚已依据法律法规的要求履行了其清算注销的各项程序，获得了长沙市芙蓉区行政审批服务局出具的《准予简易注销登记通知书》（[芙蓉]登记内简注核字[2021]第18649号）及国家税务总局长沙市芙蓉区税务局出具的《清税证明》（八一路局税 税企清[2021]2155号）。

此外，截至该等子公司注销前，该等公司不存在重大违法违规或大额债务、纠纷的情形。

五、信息系统有效性

（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性

报告期内，发行人的主要业务系统分为航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统以及集团公共数字化系统三类，各类别业务系统按主要业务功能分别搭建了子系统或同一系统中的不同子模块。根据业务功能、以子系统/子模块为单位将系统功能及潜在风险点列示如下：

系统编号	系统类别	系统名称	主要功能
1	航旅票务数字化系统	航旅 CRM 系统	主要用于维护航旅客户主数据，包括客户基本信息、结算方式、账期、授信额度及航旅合同管理。
2		航旅中台系统	由美亚航旅终端用户自主通过航旅客户端进行航班查询和创建的订单通过系统接口汇集至航旅中台系统；美亚科技航旅终端用户客户通过客服人员下单的订单，则由客服人员直接通过此系统进行订单审核和确认。
3		航旅机票处理系统	对于航旅国内机票、航旅国际机票以及商旅国际机票，均对接至此系统，由此系统调取中航信和航司接口进行出、退、改、废等票务处理并将结果回传至航旅中台系统、航旅业财管理系统和商旅订单管理系统。
4		航旅业财管理系统	主要用于数据归集、财务处理并生成业务报表。 1.数据归集：航旅业务订单从下单至结算核销的全流程数据均归集和同步至航旅业财管理系统； 2.财务处理：财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成；与微信、支付宝、招行 CBS 对接，定时拉取流水数据，自动匹配和核销账单；与招行交易管家对接，由招行交易管家接口实时推送客户打款至交易管家子账户的流水至此系统（含供应商和客户财务管理）。
5		航旅国内政策系统	主要用于航旅国内机票产品的管理、报价、订座和出票，通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统。
6		航旅权限系统	主要用于航旅票务数字化系统、集团供应商管理系统（航旅端）的账号和权限管理系统。
7		航旅客户端	美亚航旅网、美亚航旅 APP、美亚航旅 H5、芯斗云
8	商旅管理数字化系统	商旅 CRM 系统	主要用于维护客户信息，旅客资料、合作状态及合作的产品服务以及合同审批。
9		商旅订单管理系统	美亚商旅客户通过商旅客户端或通过其公司内部的 OA 系统/费控系统调取商旅订单管理系统接口下单的订单均汇集在此系统中经确认后正式生效，订单流的所有数据及状态均汇总在此系统。
10		商旅支付结算系统	主要用于客户结算方式、商旅信用卡及额度、客户预存卡及额度、消费账单、发票影像的管理，与微信、支付宝、招行 CBS 对接，定时拉取流水数据，自动匹配和核销账单。
11		商旅数据报表系统	已出票订单的订单维度及结算维度数据实时同步至商旅数据报表系统；财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成。

系统编号	系统类别	系统名称	主要功能
12		商旅权限系统	主要用于商旅管理数字化系统、集团供应商管理系统（商旅端）、集团国际机票系统、研发支持系统的账号和权限管理系统。
13		商旅客户端	包括美亚商旅网、美亚商旅 APP、美亚商旅 H5、美亚商旅小程序。
14	集团公共数字化系统	集团国际机票系统	提供航旅和商旅的国际机票在线化接口支撑，通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统，进行报价、订座、出票处理。
15		集团供应商管理系统	航旅业务和商旅业务的供应商管理系统，维护和管理供应商主数据。
16		信息系统日常管理工具（涵盖研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）	研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机为发行人在信息系统日常管理过程中所使用的 IT 工具类系。
17		金蝶系统	主要用于财务账务处理。
18		OA系统	在 IT 管理流程中的应用：作为公司的主要工单管理系统，在钉钉基础上自研。主要用于合同审批、供应商审批、系统账号权限增删改管理等。
19		费控系统	外购系统，用于费用报销、成本管理。其中，配置费通过此系统进行报销并自动传输至金蝶系统。

注 1：除上表所列示的业务系统外，发行人使用金蝶系统作为其财务系统进行账务处理。此外，还有用于协同支撑业务流程管理、IT 流程管理的工具类系统，如 OA 系统、研发支持系统、禅道系统、Jenkins 系统、安恒跳板机和飞致云堡垒机；

注 2：航旅客户端包括美亚航旅网、美亚航旅 APP、美亚航旅 H5、芯斗云；

注 3：商旅客户端包括美亚商旅网、美亚商旅 APP、美亚商旅 H5、美亚商旅小程序。

基于对发行人业务流程的梳理，中介机构识别了上述主要业务系统在业务流程中的潜在风险点，以及发行人为应对相关风险所设置的应用程序控制措施。经核查，相关应用程序控制措施能够确保存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。潜在风险点、所实施的控制措施及其有效性具体如下：

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
航旅销售业务流程	B 端客户创建	如新客户准入未经事前审批，可能会加大资质不符客户的准入从而加大虚假交易的风险	当且仅当新客户准入经审批后，航旅 CRM 系统才能成功创建客户主数据	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
	授信额度管理	如未经授权的人员能够维护授信额度，可能会加大授信额度被不合理、不准确维护的风险	仅具有特定权限的人员才可以维护客户的授信额度	是
	终端用户下单	如无法准确地从航旅客户端获取订单信息，可能会存在订单数据缺失、收入数据缺失或失真的风险	终端用户在航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）下单，订单信息能够准确记录在航旅中台系统的数据库	是
		如下单金额大于授信额度余额或预充卡余额仍能生成有效订单，可能会导致客户纠纷，亦可能存在虚假交易的风险	当且仅当下单金额小于等于授信额度余额（适用于授信客户）、预充卡余额（适用于预充值客户）时，航旅中台系统订单方可通过授信或预充卡的方式出票	是
		如机票预订、出票、付款信息未能准确在信息系统间进行流转，可能存在订单数据缺失或失真以及利用虚假用户进行虚假交易的风险	国内机票预订信息能够准确从航旅中台系统传输至航旅国内政策系统	是
			国内机票预订信息能够通过航旅国内政策系统调用航信接口进行订座	是
			（适用于国内机票）预订人在航旅中台系统完成付款后，付款信息能够准确传输至航旅业财管理系统	是
			（适用于国内机票）航旅机票处理系统能够调用航信接口准确出票	是
			（适用于国内机票）航旅机票处理系统能够将出票信息准确回传至航旅业财管理系统完成出票	是
			国际机票订单能够准确通过航旅机票处理系统传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统调用航信接口，根据国际机票预订信息订座	是
			（适用于国际机票）预订人在航旅中台系统完成付款后，付款信息能够准确传输至航旅业财管理系统；航旅业财管理系统将出票通知传输至航旅机票处理系统、集团国际机票系统	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
			（适用于国际机票）集团国际机票系统能够调用航信接口准确出票	是
			（适用于国际机票）集团国际机票系统能够将出票信息准确回传至航旅机票处理系统、航旅业财管理系统完成出票	是
	账单生成	如航旅业财管理系统无法根据订单数据准确、完整地生成客户账单，可能存在收入数据缺失或失真的风险	航旅业财管理系统能够根据客户已出票订单准确生成账单	是
	认款核销	如航旅业财管理系统无法准确进行订单核销，可能存在虚假核销和虚增收入的风险。	航旅业财管理系统可对已出票订单进行准确核销	是
	应收账款管理	如账单到期日和应收账龄无法准确计算，可能存在收入数据缺失或失真的风险。	航旅业财管理系统能够根据账单周期和客户结算期限准确计算账单到期日	是
			航旅业财管理系统能够根据账单到期日准确计算应收账龄并按账龄区间准确统计应收账款数据	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在收入数据缺失或失真的风险	航旅业财管理系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成利润明细表	是
			航旅业财管理系统能够所选期间的已出票订单准确生成收款明细表	是
商旅销售业务流程	B 端客户创建	如新客户准入未经事前审批，可能会加大资质不符客户的准入从而加大虚假交易的风险	OA 系统能够根据已配置的审批矩阵对商旅客户准入进行审批	是
			OA 系统能够将客户创建审批状态准确回传至商旅 CRM 系统	是
	授信额度管理	如未经授权的人员能够维护授信额度，可能会加大授信额度被不合理、不准确维护的风险	仅具有特定权限的人员才可以在商旅支付结算系统维护商旅客户的授信额度/预充卡金额	是
	终端用户下单	如无法准确地从商旅客户端获取订单信息，可能存在订单数据缺失、收入数据缺失或失真的风险	终端用户在商旅客户端（美亚商旅网/APP/H5/微信小程序）下单，订单信息能够准确记录在商旅订单管理系统的数据库	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
		如下单金额大于授信额度余额或预充卡余额仍能生成有效订单，可能会导致客户纠纷，亦可能存在虚假交易的风险	当且仅当下单金额小于等于授信额度余额（适用于授信客户）、预充卡余额（适用于预充值客户）时，商旅订单方可通过授信或预充卡的方式出票	是
		如机票预订、出票、付款信息未能准确在信息系统间进行流转，可能存在订单数据缺失或失真以及利用虚假用户进行虚假交易的风险	商旅国内机票可以从商旅订单管理系统传输至航信系统进行准确订座和出票	是
			国际机票预订信息能够准确从商旅订单管理系统传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统可以调用与航信接口，根据机票预订信息订座	是
			预订人付款后，商旅订单管理系统将出票通知准确传输至航旅机票处理系统，航旅机票处理系统能够将出票通知准确传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统能够调用航信接口准确出票	是
			航旅机票处理系统能够将出票信息准确回传至商旅订单管理系统完成出票	是
	账单生成	如商旅支付结算系统无法根据订单数据准确、完整地生成客户账单，可能存在收入数据缺失或失真的风险	商旅支付结算系统能够根据客户已出票订单（仅授信订单）准确生成账单	是
	认款核销	如商旅支付结算系统无法准确进行订单核销，可能存在虚假核销和虚增收入的风险	商旅支付结算系统能够对已出票订单进行准确核销	是
	应收账款管理	如账单到期日和应收账龄无法准确计算，可能存在收入数据缺失或失真的风险	商旅支付结算系统能够根据账单周期和客户结算期限准确计算账单到期日	是
			商旅数据报表系统能够根据账单到期日准确计算应收账龄，并按账龄区间准确统计应收账款数据	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在收入数据缺失或失真的风	商旅数据报表系统能够所选期间的已出票订单准确生成利润明细表	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
		险	商旅数据报表系统能够所选期间的已出票订单准确生成收款明细表	是
外采和直采业务	供应商录入	未对供应商准入进行有效审批，可能存在虚增供应商合作关系和虚假采购订单的风险	在集团供应商管理系统录入供应商信息，相关数据能够准确传输至 OA 系统进行审批	是
			经审批后，OA 系统审批记录能够准确回传至集团供应商管理系统，供应商创建成功	是
	付款审批	采购订单未经恰当合理审批，可能存在采购信息不准确、不合理或虚假采购的风险	供应商付款申请能够根据 OA 系统已配置的审批矩阵流转至各级别审批人处进行审批	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在成本数据缺失或失真的风险	航旅业财管理系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成付款明细表	是
			商旅数据报表系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成付款明细表	是
成本核算流程	配置费核算	配置费未经恰当合理审批即入账，或未能准确传输至财务系统，可能存在配置费入账不准确、不合理的风险	费控系统设置了配置费审批矩阵，只有审批成功的配置费方可入账	是
			费控系统能够将经审批后的配置费准确传输至金蝶系统	是

（二）说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性；说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性

1、说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性

发行人已搭建相关信息系统支撑整体业务运营及财务管理，主要分为航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统以及集团公共数字化系统三类。报告期内，发行人业务数据从业务系统流转至财务系统的过程具体如下：

发行人财务部在每月结账日从业务系统中导出相应的业务数据，使用自研的财务辅助自动化工具按照收入、成本确认逻辑，对业务数据进行自动转换并汇总

入账至财务系统。为确保业务及财务数据的一致性，发行人财务部实施了相关人工控制程序，主要包括：业务系统订单数据与通过财务辅助自动化工具入账至财务系统的数据一致性比对、业务系统与金蝶系统业务发生额及往来科目余额一致性比对，以及业务系统支付数据与第三方（如银行、支付宝、微信等支付平台）支付数据一致性比对，前述人工控制程序能够有效保障业务系统及财务系统数据一致、准确、完整。

2、说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性

报告期内，发行人航旅国际及国内机票、商旅国内机票的定价以航司给予发行人的票面价格为基础；商旅板块协议酒店以客户和酒店签订的协议价为基础，在此基础上设置固定服务费/固定金额折扣/约定比例折扣并结合多项考虑因素进行确定；发行人航旅保险、商旅国际机票及非协议酒店则以提供预订服务当时的影响因素进行灵活调整。报告期内，不同销售采购渠道不同类别产品的定价方式及服务费的确认方法具体如下：

业务板块	产品类别	定价方式及服务费确认方法
航旅业务	国际机票	以航司给予的票面价格为基础，根据航司的产品政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素确定，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价；国际机票的折扣主要为比例形式。
	国内机票	以航司给予的票面价格为基础，根据航司的产品政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素确定，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价；国内机票的折扣主要为固定金额形式。
	酒店	航旅业务中仅存在少量酒店，主要系机票关联的酒店业务的产品管理政策提供预订服务，具有偶发性，不涉及固定的定价政策。
	保险	保险产品是辅营产品，产品政策结合市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素综合拟定指导价格，每笔订单价格均会参考客户预订时的实际需求及影响因素进行调整。
商旅业务	国际机票	主要以发行人结合市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素自主报价为主，少量采用“票面价格+固定服务费”的定价机制。

业务板块	产品类别	定价方式及服务费确认方法
	国内机票	主要采用“票面价格+固定服务费”的定价机制，服务费在与客户签约时即确定。
	酒店	①协议酒店：采购价格以客户和酒店签订的协议价为准，发行人在约定价格上加收服务费，服务费在与客户签订合约时即确定； ②非协议酒店：为发行人与大型酒店集团或酒店集成供应商合作的酒店，主要参考市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素向客户报价。非协议酒店定价受多种因素影响，机制较为灵活，每笔订单价格均会参考当时的影响因素进行调整。

结合上述定价及服务费确认方式，发行人自研了航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统以及集团公共数字化系统，以支撑各业务板块客商主数据审批及维护、各类别产品相关销售订单发起、预订、出票、确认、核销等流程，以确保前述流程产生的数据能够通过相关信息系统准确、完整地记录，进而确保收入、成本核算基础的准确性。发行人对前述业务流程配置的信息系统自动化控制参见本问题回复之“五/（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。”

发行人财务部在每月结账日从业务系统中导出相应的业务数据，使用自研的财务辅助自动化工具按照收入、成本确认逻辑，对业务数据进行自动转换并汇总入账至财务系统，并实施了相关人工控制程序以确保各项财务数据真实、准确、完整，关于“财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性”，请参见本问题回复之“五/（二）/1、说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性”。

六、收入相关事项

（一）针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有），销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因

1、针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有）

针对酒店代理，报告期发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入情况如下：

单位：个，万元

产品类型	明细	2024 年度	2023 年度	2022 年度
酒店代理	订单量	1,313,541.00	1,085,501.00	456,599.00
	销售金额	78,304.00	67,563.89	27,678.27
	代理收入	2,229.93	2,100.14	887.64
	后返佣金收入	50.01	138.94	43.41

注：会奖旅游存在少量单一酒店业务，因金额较小故未列示。

针对保险代理，报告期发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入情况如下：

单位：个，万元

产品类型	明细	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保险代理	订单量	171,946.00	107,858.00	71,264.00
	销售金额	163.59	198.51	117.59
	代理收入	5.44	34.93	13.09
	后返佣金收入	51.16	49.88	22.04

注：会奖旅游存在少量单一保险业务，因金额极小故未列示。

2、销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因

截止目前，文化和旅游部尚未公布 2024 年全国星级酒店经营数据，据酒店行业龙头锦江酒店的 2024 年年报数据，2024 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期下降 4%。

据文化和旅游部公布的 2023 年全国星级酒店经营数据，2023 年度共有 7245 家星级酒店数据参与调查，同比 2022 年，2023 年度营业总收入同比增长超三成，据酒店行业龙头锦江酒店的 2023 年年报数据，2023 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期增长 29.53%。

据文化和旅游部公布的 2022 年度全国星级酒店经营数据，共有 7337 家星级酒店的经营数据参与调查， 2022 年度营业收入总额同比下降 14.63%。受公共卫生事件因素的持续扰动影响，2022 年酒店经营受限制，导致营收下降。据酒店行业龙头锦江酒店的 2022 年年报数据，2022 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期下降 3.44%。

综上，2022 年度由于公共卫生事件的持续影响，酒店行业受到限制，相比于 2021 年度营业规模都有所下降，2023 年度随着公共卫生事件的缓解，酒店行业相比同期都有较大规模的增长。

发行人酒店代理业务变动趋势与整体酒店行业大致一致，2023 年度随着公共卫生事件的缓解，销售金额和代理收入均有大规模的增长。2022 年度发行人酒店代理销售规模和代理收入相比于 2021 年度有小幅增长，与行业趋势不一致，主要系 2022 年度境外地区先行解除相关限制，发行人酒店代理业务依托其境外优势率先恢复。

报告期内发行人与可比公司，酒店代理收入与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	明细	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
发行人	销售金额	78,304.00	15.90%	67,563.89	144.10%	27,678.27
	代理收入	2,229.93	6.18%	2,100.14	136.60%	887.64
	代理收入/销售金额比例	2.85%		3.11%		3.21%
携程集团	销售金额	未披露				
	酒店预订收入	2,160,000.00	24.14%	1,740,000.00	135.14%	740,000.00
	代理收入/销售金额比例	不适用				
	销售金额	未披露				

公司	明细	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	增长率	金额	增长率	金额
同程旅行	酒店预订收入	466,817.90	19.71%	389,951.40	61.49%	241,474.70
	代理收入/销售金额比例		不适用			

注：报告期内可比公司中只有携程集团和同程旅行有单独披露酒店预订收入，且其中存在以全额法确认的酒店预订收入，从公开披露数据上与发行人无法直接对比。

从上表可见，发行人酒店代理销售金额和代理收入变动与可比公司趋势大致相似。**2024 年度酒店销售金额和代理收入有所上升，但是增长幅度相比于 2023 年度有所下降**，2023 年度，随着公共卫生事件的缓解，发行人和可比公司的酒店代理收入均大幅上升，2022 年度，境外地区先行解除相关限制，发行人酒店代理业务依托其境外优势率先恢复，携程集团和同程旅行主要针对国内酒店，增幅并不明显。由于可比公司并未同时披露销售金额和代理收入金额，因此代理收入占销售金额比例及变动情况与可比公司无法直接对比。

报告期内，可比公司均没有单独披露保险代理销售金额、代理收入等数据，发行人无法与可比公司直接对比。

（二）说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比，交易对象类型、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系，各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性、是否符合行业惯例，会计处理规范性、购销交易真实性

1、说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型

2024 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2024 年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	92,690.56	1,387.36	1,676.34
	占销售总额的比例	7.12%	0.11%	0.13%
	其中：航司后返佣金（万元）	14,612.42	836.70	-
	占销售总额的比例	1.12%	0.06%	
	其中：同行互采（万元）	78,078.14	550.67	1,676.34
	占销售总额的比例	6.00%	0.04%	0.13%

交易类型	明细	2024 年度		
		航旅	商旅	旅行
采购情况	重叠采购发生额（万元）	765,848.58	216,799.81	2,307.26
	占采购总额的比例	68.72%	19.45%	0.21%
	其中：航司采购（万元）	723,852.54	216,718.82	-
	占采购总额的比例	64.95%	19.45%	
	其中：同行互采（万元）	41,996.04	80.99	2,307.26
	占采购总额的比例	3.77%	0.01%	0.21%

2023 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2023年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	61,599.97	575.94	1,516.70
	占销售总额的比例	5.53%	0.05%	0.14%
	其中：航司后返佣金（万元）	10,797.74	391.79	-
	占销售总额的比例	0.97%	0.04%	-
	其中：同行互采（万元）	50,802.23	184.15	1,516.70
	占销售总额的比例	4.56%	0.01%	0.14%
采购情况	重叠采购发生额（万元）	569,644.16	242,435.00	1,237.59
	占采购总额的比例	52.65%	22.41%	0.11%
	其中：航司采购（万元）	544,099.36	229,528.20	-
	占采购总额的比例	50.29%	21.22%	-
	其中：同行互采（万元）	25,544.80	12,906.80	1,237.59
	占采购总额的比例	2.36%	1.19%	0.11%

2022 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2022年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	50,585.06	956.31	-
	占销售总额的比例	10.67%	0.20%	-
	其中：航司后返佣金（万元）	1,633.24	56.07	-
	占销售总额的比例	0.34%	0.01%	-
	其中：同行互采（万元）	48,951.82	900.24	-

交易类型	明细	2022年度		
		航旅	商旅	旅行
	占销售总额的比例	10.32%	0.19%	-
采购情况	重叠采购发生额（万元）	173,609.81	85,354.47	-
	占采购总额的比例	38.35%	18.86%	-
	其中：航司采购（万元）	146,535.71	82,533.11	-
	占采购总额的比例	32.37%	18.23%	-
	其中：同行互采（万元）	27,074.10	2,821.36	-
	占采购总额的比例	5.98%	0.62%	-

2、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系

2024 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国东方航空股份有限公司	746.87	88,110.40	否	航旅
深圳航空有限责任公司	309.28	20,397.27	否	航旅
中国国际航空股份有限公司	4,488.10	151,426.90	否	航旅
深圳市白云航空旅游有限公司	1,621.64	1,223.85	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	2,544.08	68,301.79	否	航旅
上海吉祥航空股份有限公司	339.56	13,221.94	否	航旅
四川航空股份有限公司	204.17	16,599.09	否	航旅
国泰航空有限公司	567.18	57,856.32	否	航旅
土耳其航空公司	733.41	23,442.23	否	航旅
北京引领假日国际旅行社有限公司	5,930.04	3,126.72	否	航旅
法国航空公司	223.49	17,193.71	否	航旅
海南航空控股股份有限公司	588.15	22,592.99	否	航旅
美国联合航空公司	204.71	13,203.32	否	航旅
美国达美航空公司	158.44	9,050.17	否	航旅
重庆昶禧国际旅行社有限公司	658.85	849.73	否	航旅
阿联酋航空公司	1,399.99	41,712.60	否	航旅
阿联酋阿提哈德航空公司	116.22	4,709.92	否	航旅
北京保盛航空服务有限公司	1,796.36	5,369.53	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
卡塔尔航空公司	373.51	27,765.52	否	航旅
大韩航空公司	364.31	21,294.98	否	航旅
上海东立商务有限公司	408.11	3,270.38	否	航旅
深圳市招商国旅商务代理有限公司	111.02	146.50	否	航旅
北京由你飞飞科技有限公司	432.59	8,650.79	否	航旅
江苏康辉国际旅行社有限责任公司	265.61	174.21	否	航旅
德国汉莎航空公司	242.25	13,791.63	否	航旅
沙特阿拉伯航空公司	134.14	4,572.86	否	航旅
武汉市丰谊商务国际旅行社有限公司	113.09	1,780.04	否	航旅
深圳市万顺通国际旅行社有限公司	964.11	491.21	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,964.29	2,666.65	否	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	4,182.52	227.73	否	航旅
肯尼亚航空公司	111.14	4,049.84	否	航旅
在路上云（北京）科技有限公司	190.79	3,426.46	否	航旅
重庆云上航空票务股份有限公司	168.14	328.01	否	航旅
韩亚航空公司	170.32	11,046.52	否	航旅
上海瑛恒商旅服务有限公司	132.76	232.84	否	航旅
上海百慧通旅游咨询有限公司	423.07	347.03	否	航旅
上海航阳国际旅行社有限公司	108.80	765.48	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	683.56	276.42	否	航旅
深圳市万璟商旅有限公司	531.34	118.82	否	航旅
深圳市环游天下航空服务有限公司	4,409.41	103.72	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	341.81	35,811.61	否	商旅
中国国际航空股份有限公司	253.04	42,578.19	否	商旅
上海携程国际旅行社有限公司	183.54	100.36	否	旅游
深圳市八星环游国际旅行社有限公司	434.30	1,502.68	否	旅游

2023 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国东方航空股份有限公司	327.36	55,425.92	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
深圳航空有限责任公司	222.02	12,082.09	否	航旅
中国国际航空股份有限公司	2,297.47	64,778.55	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	2,180.38	49,668.18	否	航旅
厦门航空有限公司	120.47	9,325.75	否	航旅
上海吉祥航空股份有限公司	246.01	18,257.23	否	航旅
国泰航空有限公司	733.23	78,654.36	否	航旅
土耳其航空公司	569.76	20,124.80	否	航旅
北京引领假日国际旅行社有限公司	3,047.44	5,152.00	否	航旅
法国航空公司	190.17	13,645.12	否	航旅
美国联合航空公司	128.21	8,464.23	否	航旅
美国达美航空公司	123.39	4,517.12	否	航旅
重庆昶禧国际旅行社有限公司	165.96	582.82	否	航旅
阿联酋航空公司	1,137.31	46,359.79	否	航旅
北京保盛航空服务有限公司	133.19	5,357.39	否	航旅
北京天悦航空服务有限公司	176.44	323.45	否	航旅
卡塔尔航空公司	165.69	24,180.16	否	航旅
大韩航空公司	230.05	19,390.60	否	航旅
海南航空控股股份有限公司	389.59	16,028.34	否	航旅
北京由你飞飞科技有限公司	208.20	2,952.05	否	航旅
德国汉莎航空公司	136.09	11,111.16	否	航旅
武汉市丰谊商务国际旅行社有限公司	188.54	612.70	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,779.05	346.55	实际控制人伍俊雄、陈培钢曾经控制的企业，已于2020年7月转出	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	4,593.99	113.00	否	航旅
韩亚航空公司	130.68	10,634.86	否	航旅
上海百慧通旅游咨询有限公司	420.77	363.06	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	182.29	186.31	否	航旅
北京翼星国际旅游咨询有限公司	138.62	310.29	否	航旅
深圳市万璟商旅有限公司	674.91	216.11	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	217.81	38,400.56	否	商旅
艺龙网信息技术（北京）有限公司	121.71	1,636.50	否	商旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	402.10	否	旅行

2022 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国国际航空股份有限公司	113.21	11,245.25	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	927.58	31,620.87	否	航旅
土耳其航空公司	106.53	5,459.66	否	航旅
美国航空公司	117.23	1,598.52	否	航旅
深圳雅途航空服务有限公司	140.14	108.18	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,442.57	1,788.95	实际控制人伍俊雄、陈培钢曾经控制的企业，已于2020年7月转出	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	3,271.95	1,059.19	否	航旅
北京九州天际国际旅行社有限公司	262.15	323.55	否	航旅
茉莉航空服务（北京）有限公司	298.83	1,411.59	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	481.03	264.49	否	航旅
成都环飞西航票务有限公司	850.85	123.39	否	航旅
苏州晟艺国际旅行社有限公司	114.98	213.92	否	航旅
湖南煜迎商旅电子商务服务有限公司	216.97	137.48	否	航旅
云路星达（深圳）国际旅行社有限公司	353.94	303.04	否	航旅
ORIENTAL SKY AVIATION FZE	931.18	10,137.90	否	航旅

3、各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性，是否符合行业惯例

发行人客户与供应商重叠原因为两种情况，第一种为航司，发行人向航司采购机票后，航司同时根据发行人向其提供的销售服务给予后返佣金；第二种为旅业同行，在代理业务中，同一航司或者酒店给到不同代理人的产品、价格会存在差异，其核心代理人通常会获得更多的产品资源、有竞争力的优惠政策等。因此发行人也会向其他代理人采购其具有竞争优势的资源，以获得更加优惠的价格。同理，其他从事代理服务的旅业同行也会从发行人采购产品，均系正常商业背景下开展的业务合作，具有商业合理性，属于行业惯例。

经查询公开信息，可比公司易飞国际在其公开转让说明书中披露的 2016-2018 年 1-6 月的客户和供应商名单中，存在各大航司同时属于客户和供应商的情况，其他可比公司没有披露客户和供应商重叠情况。

4、会计处理规范性、购销交易真实性

发行人存在的既是客户又是供应商的销售和采购业务均系独立交易事项，销售业务和采购业务相互独立，发行人根据具体业务的情况进行会计处理。

发行人既是客户又是供应商的销售和采购业务主要集中在航司，发行人根据业务情况向航司采购机票，航司因代理人为其提供的销售服务给予代理人后返奖励佣金。发行人向航司采购主要通过国际航协，国际航协与发行人一周双结。航司后返奖励佣金系航司对“机票代理人”代理机票的销售佣金，一般按照季度作为考核周期，航司按照发行人该季度机票起飞销售情况作为考核数据，对达到后返奖励条件的销售给予奖励。同行互采系发行人与旅业同行根据各自的资源优势互相采购，最终分别实现向终端用户的销售，采购与销售并不互为前提，互相独立，具有真实性。

综上所述，发行人既是客户又是供应商的销售和采购业务，系基于不同事项的采购与销售，销售和采购分开同时确认，符合会计准则规定，会计处理具有规范性。双方购销交易定期对账结算，交易具有真实性。

七、应收款项坏账计提的充分性

（一）结合坏账计提方法、账龄迁徙率计算、主要客户构成及信用情况，分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性，结合期后回款情况说明坏账计提是否充分

1、坏账计提方法及确认依据

组合名称	计提方法	确认依据
销售客户组合	公司参考历史信用损失经验，结合当期状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计提预期信用损失。	按销售客户划分组合
后返佣金组合	公司参考历史信用损失经验，结合当期状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，	按后返佣金支付方共同信用风险划分组合

组合名称	计提方法	确认依据
	计提预期信用损失。	
单项计提组合	对有客观证据表明其已发生减值的单项金额非重大的应收款项，单独进行减值测试，确定减值损失，计提坏账准备。	按有客观证据表明其发生了减值划分组合

除单项计提坏账准备的客户外，发行人按照客户信用风险特征划分组合，以过去 5 年的回款情况为基准，采用平均迁徙率的减值矩阵计算出预期信用损失率，坏账计提以发行人的历史数据和未来前瞻性为基准，计算方法科学，依据充足。

可比公司信用减值损失计提政策具体如下：

公司名称	应收账款信用减值损失计提政策
腾轩旅游	公司采用简化计量方法，按组合计量预期信用损失的应收款项，组合类别分为账龄和合并关联方往来组合。其中账龄组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失；合并关联方组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
易飞国际	对于不含重大融资成分的应收款项和合同资产，公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。对于包含重大融资成分的应收款项和合同资产，本公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。依据其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，而采用未来 12 个月内或者整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。 除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为账龄和合并关联方组合。账龄组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失；合并范围内的各公司之间内部应收账款不计提坏账准备，如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则对该应收账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。
岭南控股	对于不存在减值客观证据的应收账款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。组合类别分为应收合并范围内公司款项和账龄组合。本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。
众信旅游	对于应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产、发放贷款及垫款等应收款项，若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本公司对该应收款项单项计提坏账准备。除单项计提坏账准备的应收款项之外，本公司依据信用风险特征对应收款项划分组合，在组合基础上计算坏账准备。对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信

公司名称	应收账款信用减值损失计提政策
	用损失。应收账款的账龄自确认之日起计算/逾期天数自信用期满之日起计算。
携程集团	公司已识别客户相关风险特征及相应应收账款及预付款项，其中包括本公司提供的预订服务的规模、类型或客户地理位置或该特征的组合体。具有相似风险特征的应收账款已归类至各组别。就每个组别而言，本公司考虑过往信贷亏损经验、当前经济状况、可支持未来经济状况预测及任何评估全期预期信贷亏损可收回金额。
同程旅行	为计量预期信贷亏损，贸易应收款项已根据共有信贷风险特征及应收款项账龄进行分组。各类亏损拨备的确认及计量方法分别是：（1）就基于客户从事的行业及具有类似信贷风险特征分组的应收客户的贸易应收款项而言，本集团计算预期信贷亏损，乃通过参考过往信贷亏损经历并结合当前情况以及对未来经济状况的预测、若干行业数据，并且考虑贸易应收款账龄及生命周期预期信贷亏损率；（2）就具有不同信贷风险的应收客户的贸易应收款项而言，例如该等客户有外间可得信贷评级以及本集团已识别有财务困难的客户，本集团基于各个别结余的信贷风险特征采用个别识别方法。

对比可比公司的信用减值损失计提政策，发行人在账龄组合的基础上进一步按照客户的群体做了详细的分类，组合划分具有合理性和谨慎性，其他政策与可比公司无重大差异。

2、账龄迁徙率计算确定过程

报告期内，发行人按预期信用损失模型测算的迁徙率和预期信用损失率过程如下：

（1）销售客户组合

年份	账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	注释	预期信用损失率	计算过程
2024 年	1 年以内（含 1 年）	99.74%	5.00%	94.75%	5.25%	A	1.00%	A*B*C*D*E
	1-2 年（含 2 年）	79.00%	5.00%	75.05%	24.95%	B	19.11%	B*C*D*E
	2-3 年（含 3 年）	21.67%	5.00%	20.58%	79.42%	C	76.59%	C*D*E
	3-4 年（含 4 年）	3.75%	5.00%	3.56%	96.44%	D	96.44%	D*E
	4-5 年（含 5 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							
2023 年	1 年以内（含 1 年）	99.38%	5.00%	94.41%	5.59%	A	0.99%	A*B*C*D*E
	1-2 年（含 2 年）	81.98%	5.00%	77.88%	22.12%	B	17.68%	B*C*D*E
	2-3 年	14.66%	5.00%	13.92%	86.08%	C	79.95%	C*D*E

年份	账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	注释	预期信用损失率	计算过程
2024 年	1 年以内（含 1 年）	99.74%	5.00%	94.75%	5.25%	A	1.00%	A*B*C*D*E
	1-2 年（含 2 年）	79.00%	5.00%	75.05%	24.95%	B	19.11%	B*C*D*E
	2-3 年（含 3 年）	21.67%	5.00%	20.58%	79.42%	C	76.59%	C*D*E
	3-4 年（含 4 年）	3.75%	5.00%	3.56%	96.44%	D	96.44%	D*E
	4-5 年（含 5 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							
	（含 3 年）							
	3-4 年（含 4 年）	7.49%	5.00%	7.12%	92.88%	D	92.88%	D*E
	4-5 年（含 5 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							
2022 年	1 年以内（含 1 年）	99.13%	5.00%	94.18%	5.82%	A	0.94%	A*B*C*D*E
	1-2 年（含 2 年）	68.14%	5.00%	64.73%	35.27%	B	16.09%	B*C*D*E
	2-3 年（含 3 年）	55.76%	5.00%	52.97%	47.03%	C	45.63%	C*D*E
	3-4 年（含 4 年）	2.80%	5.00%	2.98%	97.02%	D	97.02%	D*E
	4-5 年（含 5 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							

（2）后返佣金组合

年份	账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	注释	预期信用损失率	计算过程
2024 年	1 年以内（含 1 年）	99.80%	5.00%	94.81%	5.19%	A	3.77%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	28.83%	5.00%	27.39%	72.61%	B	72.61%	B*C
	2-3 年（含 3 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	C	100.00%	C
2023 年	1 年以内（含 1 年）	99.68%	5.00%	94.69%	5.31%	A	3.85%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	28.83%	5.00%	27.39%	72.61%	B	72.61%	B*C
	2-3 年（含 3 年）				100.00%	C	100.00%	C

年份	账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	注释	预期信用损失率	计算过程
2022 年	1 年以内（含 1 年）	85.07%	5.00%	80.82%	19.18%	A	4.82%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	78.83%	5.00%	74.89%	25.11%	B	25.11%	B*C
	2-3 年（含 3 年）				100.00%	C	100.00%	C

3、主要客户构成及信用情况

报告期各期，发行人的前五大客户构成及信用情况：

（1）2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	占比	历史是否存在无法回收情况	主要主体信用期	综合信用状况情况
1	中石化集团及其下属企业	8,322.56	12.31%	否	T+2的15日	良好
2	南方电网集团及其下属企业	5,387.64	7.97%	否	T+2的31日	良好
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	5,176.56	7.65%	否	T+2的25日	良好
4	中国广核集团及其下属企业	3,735.32	5.52%	否	T+2的15日	良好
5	中国化学工程集团及其下属企业	2,082.30	3.08%	否	T+2的15日	良好
合计		24,704.38	36.53%			

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	占比	历史是否存在无法回收情况	主要主体信用期	综合信用状况情况
1	中石化集团及其下属企业	7,316.58	13.23%	否	T+2的15日	良好
2	南方电网集团及其下属企业	4,730.39	8.55%	否	T+2的31日	良好
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	4,143.15	7.49%	否	T+2的25日	良好
4	中国广核集团及其下属企业	2,581.05	4.67%	否	T+2的15日	良好
5	携程集团及其下属企业	2,500.14	4.52%	否	当日结算加部分票	良好

					款30日的冻结期	
合计		**21,271.31**	**38.46%**			

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	占比	历史是否存在无法回收情况	主要主体信用期	综合信用状况情况
1	中石化集团及其下属企业	3,706.64	12.36%	否	T+2的15日	良好
2	携程集团及其下属企业	3,038.83	10.13%	否	当日结算加部分票款30日的冻结期	良好
3	中国电建集团及其下属企业	1,658.99	5.53%	否	T+1的31日	良好
4	中国化学工程集团及其下属企业	1,566.12	5.22%	否	T+1的31日	良好
5	东方承启（北京）商务科技有限公司	1,088.28	3.63%	否	T+2的25日	良好
合计		**11,058.87**	**36.87%**			

注 1：上述数据同一控制下金额合并计算，因同一集团存在较多合并主体，部分展示如下：

（1）中石化集团及其下属企业主要包括中国石化集团国际旅行社有限责任公司、SINOPEC FIFTH CONSTRUCTION CO.|LTD.等；

（2）南方电网集团及其下属企业主要包括南方电网互联网服务有限公司、广东电网有限责任公司等；

（3）中国广核集团及其下属企业主要包括**中国广核集团有限公司**、中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司等；

（4）携程集团及其下属企业主要包括上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司等；

（5）中国化学工程集团及其下属企业包括中国化学工程第七建设有限公司、中国化学工程股份有限公司等；

（6）中国电建集团及其下属企业主要包括中电建湖北电力建设有限公司、中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司等。

注 2：信用期中“T+n 的 N 日”表示出票当月后的第 n 月的第 N 日结算，T 为出票当月；

注 3：综合信用状况情况的判断标准，包括了客户的市场评价、历史合作情况、违约回款情况、财务状况、企业性质等综合判断。

注 4：主要主体信用期系由于客户集团及下属公司主体与发行人合作过程中可能存在不同信用期，本次披露的为该集团与发行人主要的结算信用期。

4、分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性

公司	组合名称	账龄	2024 年	2023 年	2022 年
岭南控股	应收账款-账龄组合	1 年以内	**0.30%**	0.30%	0.30%

公司	组合名称	账龄	2024 年	2023 年	2022 年
		1-2 年	**5.00%**	5.00%	5.00%
		2-3 年	**10.00%**	10.00%	10.00%
		3-4 年	**50.00%**	50.00%	50.00%
		4-5 年	**未披露**	50.00%	50.00%
		5 年以上	**未披露**	50.00%	50.00%
众信旅游	应收账款-账龄组合	无	**6.75%**	11.07%	43.97%
腾轩旅游	应收账款-账龄组合	3 个月以内	**3.00%**	3.00%	3.00%
		3-6 个月	**10.00%**	10.00%	10.00%
		6-9 个月	**30.00%**	30.00%	30.00%
		9-12 个月	**50.00%**	50.00%	50.00%
		1 年以上	**100.00%**	100.00%	100.00%
易飞国际	应收账款-信用风险组合	无	**3.19%**	7.30%	6.16%
携程集团	未披露	无	**1.50%**	1.77%	5.05%
同程旅行	未披露	无	**4.75%**	6.61%	8.33%
发行人	应收账款-销售客户组合	1 年以内（含 1 年）	**1.00%**	0.99%	0.94%
		1-2 年（含 2 年）	**19.11%**	17.68%	16.09%
		2-3 年（含 3 年）	**76.59%**	79.95%	45.63%
		3-4 年（含 4 年）	**96.44%**	92.88%	97.02%
		4-5 年（含 5 年）	**100.00%**	100.00%	100.00%
		5 年以上	**100.00%**	100.00%	100.00%
	应收账款-后返佣金组合	1 年以内（含 1 年）	**3.77%**	3.85%	4.82%
		1-2 年（含 2 年）	**72.61%**	72.61%	25.11%
		2 年以上	**100.00%**	100.00%	100.00%

报告期内同行业可比公司计提水平如下表所示：

项目	应收账款坏账计提比例		
	2024年	2023年	2022年
岭南控股	**0.90%**	1.11%	4.97%
携程集团	**1.50%**	1.77%	5.05%

项目	应收账款坏账计提比例		
	2024年	2023年	2022年
同程旅行	**4.75%**	6.61%	8.33%
腾轩旅游	**6.19%**	5.10%	7.32%
易飞国际	**3.19%**	7.30%	6.16%
平均值	**3.31%**	**4.38%**	**6.37%**
发行人	**1.27%**	**1.43%**	**1.48%**

注 1：因其他可比公司未详细披露坏账计提组合情况或组合分类不一致，为统一比较，取各可比公司按组合汇总的计提比例；

注 2：携程集团未披露单项计提的坏账准备情况，故取其整体坏账计提比例；

注 3：众信旅游 2022 年度按组合计提坏账的比例超过 30.00%，明显异于同行业可比公司，在计算可比公司应收账款坏账计提比例均值时剔除该公司。

发行人的坏账计提比例确认方式采用的是迁徙率模型，结合应收账款账龄、历史损失率、迁徙率并考虑前瞻性调整，确定各组合各账龄阶段的整个存续期预期信用损失率，预计信用损失率的估计模型结合了发行人的历史坏账和回款情况以及未来的预计回收情况，计算方法合理、可靠。计提方法与同行业可比公司也不存在明显差异，综合计提比例低于可比公司的平均值主要原因为：①发行人应收账款主要集中在大型企事业单位，其财务状况和信誉良好，信用风险特征较低，历史回款记录较好；②近年来发行人不断加强对应收账款的催收管理，持续跟踪大额应收客户的回款情况，关注客户经营状况，与客户保持良好联系，回款情况较好；③发行人应收账款余额呈下降趋势，整体账龄结构不断优化，应收账款质量上升。

综上所述，发行人的主要客户群体优质、款项历史回收记录良好，应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值具有合理性。

5、结合期后回款情况说明坏账计提是否充分

截至 2025 年 4 月 30 日，报告期各期末应收账款的回款情况：

单位：万元

项目	2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
期末应收账款余额	**67,632.06**		55,303.13		29,991.99	

回款金额	64,404.31	95.23%	54,934.40	99.33%	29,964.33	99.91%
未回款金额	3,227.75	4.77%	368.73	0.67%	27.66	0.09%

发行人在报告期不断加强对应收账款的催收管理，持续跟踪大额应收客户的回款情况，报告期各期末的应收账款在期后回款良好，坏账计提充分。

八、期间费用

（一）分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性，各类人员平均薪酬与经营当地、可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性，说明销售费用率、研发费用率低与可比公司的原因

1、分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性

报告期内，发行人各类人员数量与相应业务规模的匹配性如下所示：

人员类别	项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额或人数	变动幅度	金额或人数	变动幅度	金额或人数
采购人员	采购金额（万元）	1,266,521.18	17.07%	1,081,850.98	139.00%	452,649.14
	期末员工人数（人）	77	14.93%	67	21.82%	55
客服人员	销售金额（万元）	1,301,298.71	16.77%	1,114,446.06	134.98%	474,273.78
	期末员工人数（人）	319	13.12%	282	21.03%	233
销售人员	非散客的客户数量（个）	8,717	56.41%	5,573	33.36%	4,179
	期末员工人数（人）	158	4.64%	151	1.34%	149
研发人员	研发投入（万元）	2,538.88	8.69%	2,335.94	-0.73%	2,353.02
	期末员工人数（人）	117	4.46%	112	16.67%	96
管理、行政人事与财务人员	营业利润（万元）	9,056.53	9.01%	8,307.99	71.37%	4,847.96
	期末员工人数（人）	118	1.72%	116	11.54%	104

报告期内，发行人采购人员、客服人员、销售人员**以及管理、行政人事与财务人员**的人员规模与发行人业务量、各项活动的变动趋势一致，具备匹配性。

对于 2023 年度研发人员与研发投入变动趋势不一致，主要原因系当年度研发投入中的技术服务费下降，发行人考虑到在研项目的深度和广度的增加，传统的服务商不满足发行人研发的要求，所以发行人加大人员招聘的力度，增加研发人员投入，以满足自身对研发创新的需求。

2、各类人员平均薪酬与经营当地薪酬水平差异及合理性

报告期内，发行人各类人员平均薪酬与经营当地平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

人员类别	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬计入营业成本的人员平均薪酬	15.09	15.86	14.25
薪酬计入销售费用的人员平均薪酬	17.80	18.72	17.97
薪酬计入管理费用的人员平均薪酬	23.39	21.09	21.21
薪酬计入研发费用的人员平均薪酬	20.61	19.50	19.27
广州市城镇私营单位就业人员年平均工资	-	8.19	7.88

注 1：广州市城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源于广州市统计局。

注 2：截至本问询回复签署之日，广州市统计局未披露 2024 年度相关数据。

报告期内，发行人各类人员的平均薪酬高于当地平均薪酬，主要原因系发行人报告期内经营业绩良好，员工福利待遇较高。

综上所述，报告期内发行人平均薪酬高于当地平均薪酬具有合理性。

3、各类人员平均薪酬与可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性

（1）计入营业成本的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入营业成本人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	-	-	-
岭南控股	10.53	11.43	11.39
携程集团	-	-	-
同程旅行	-	-	-

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
腾轩旅游	-	-	-
易飞国际	-	-	-
行业平均	**10.53**	**11.43**	**11.39**
美亚科技	**15.09**	**15.86**	**14.25**

注：除岭南控股外，其余同行业可比公司未在定期报告中披露计入营业成本人员的人员数量或人工薪酬。

报告期内，与岭南控股相比，发行人计入营业成本人员的平均薪酬不存在重大差异情况。

（2）计入销售费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入销售费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	**38.97**	27.82	7.76
岭南控股	**17.27**	15.63	8.59
腾轩旅游	**14.67**	10.05	12.96
易飞国际	**8.16**	7.61	4.73
携程集团	**-**	-	-
同程旅行	**-**	-	-
行业平均	**19.77**	**15.28**	**8.51**
美亚科技	**17.80**	**18.72**	**17.97**

注：携程集团与同程旅行在定期报告中未披露销售费用中的人工薪酬或销售人员数量。

与腾轩旅游相比，报告期内发行人销售人员平均薪酬较高，主要原因系发行人利润规模高于腾轩旅游。

与易飞国际相比，报告期内发行人销售人员平均薪酬较高，主要原因系易飞国际的业务规模较小，营业收入规模较低。

与岭南控股、众信旅游相比，发行人销售人员平均薪酬存在差异，主要原因系商业模式不同，众信旅游主要经营旅游批发与零售，岭南控股主要经营旅行社运营与酒店经营。

综上所述，报告期内发行人销售人员平均薪酬与同行业公司的差异具有合理性。

（3）计入管理费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入管理费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	**31.68**	26.84	11.91
岭南控股	**30.81**	26.39	25.80
腾轩旅游	**28.58**	22.53	18.67
易飞国际	**16.81**	18.10	11.94
携程集团	**-**	-	-
同程旅行	**-**	-	-
行业平均	**26.97**	**23.47**	**17.08**
美亚科技	**23.39**	**21.09**	**21.21**

注：携程集团与同程旅行在定期报告中未披露管理费用中的人工薪酬或管理人员数量。

报告期内发行人管理人员平均薪酬与行业平均不存在重大差异。

（4）计入研发费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入研发费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	**-**	-	-
岭南控股	**1.52**	0.93	0.41
腾轩旅游	**18.84**	23.55	18.48
易飞国际	**7.29**	6.50	12.96
携程集团	**-**	-	-
同程旅行	**-**	-	-
行业平均	**9.22**	**10.33**	**10.62**
美亚科技	**20.61**	**19.50**	**19.27**

注：携程集团与同程旅行在定期报告中未披露研发费用中的人工薪酬或研发人员数量。

与岭南控股相比，报告期内发行人研发人员的平均薪酬较高，主要原因系岭南控股经营综合性的旅游服务，而发行人业务结构中会奖旅游占比较小，偏重航旅票务和商旅管理，发行人业务对线上部署技术效能要求相对更高，因而研发创新投入力度相对更强。

与腾轩旅游相比，报告期内发行人与腾轩旅游研发人员的平均薪酬不存在重大差异。

与易飞国际相比，报告期内发行人研发人员的平均薪酬较高，主要原因系易飞国际业务体量明显较小，研发费用相对较低。

综上所述，报告期内发行人研发人员平均薪酬与同行业公司的差异具有合理性。

4、说明销售费用率、研发费用率低于可比公司的原因

（1）销售费用率与可比公司对比情况

报告期内，发行人销售费用率与可比公司对比情况如下所示：

公司名称	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游	8.48%	8.17%	32.18%
岭南控股	7.28%	7.68%	13.23%
携程集团	22.33%	20.67%	21.21%
同程旅行	32.41%	37.60%	42.54%
腾轩旅游	4.02%	3.35%	6.93%
易飞国际	9.42%	8.60%	8.26%
平均数	13.99%	**14.35%**	**20.73%**
发行人	8.78%	**9.35%**	**6.59%**

报告期内，公司销售费用率整体低于同行业平均值。

与众信旅游、岭南控股相比，公司2022年度的销售费用率较低，主要原因系商业模式存在差异，众信旅游主要经营旅游批发与零售，岭南控股主要经营旅行社运营与酒店经营，而公司主要为客户提供航旅票务、商旅管理、会奖旅游服务；众信旅游、岭南控股2023年度和2024年度的销售费用率较低，主要原因系公共卫生事件得到缓解，旅游消费需求加速释放，致使营业收入快速增长。

与携程集团、同程旅行相比，公司报告期内的销售费用率较低，主要原因系携程集团、同程旅行的品牌知名度较高，C端客户占比较高，致使销售及营销开支较多，销售费用率较高。

与腾轩旅游相比，公司2022年度的销售费用率无重大差异；腾轩旅游2023年

度和2024年度的销售费用率较低，主要原因系根据定期报告的披露，腾轩旅游的交通票务通过总额法确认收入，并且随着出行限制的解除，业务量增加，致使营业收入快速增长。

与易飞国际相比，公司 2022 年度的销售费用率较低，主要原因系易飞国际业务规模较小，营业收入规模较低，致使销售费用率较高；公司 2023 年度的销售费用率高于易飞国际，主要原因受票源结构调整的影响，公司以总额法确认的收入规模下降，致使营业收入下降。**易飞国际 2024 年度的销售费用率较高，主要原因系根据定期报告的披露，销售人员薪酬上涨及加大市场开发力度而增加。**

（2）研发费用率与可比公司对比情况

报告期内，发行人研发费用率与可比公司对比情况如下所示：

公司名称	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游	-	-	-
岭南控股	0.38%	0.44%	0.85%
携程集团	24.65%	27.23%	41.62%
同程旅行	11.54%	15.30%	21.45%
腾轩旅游	0.95%	1.06%	2.73%
易飞国际	3.65%	3.58%	13.14%
平均数	**6.86%**	**7.94%**	**13.30%**
发行人	**6.33%**	**6.61%**	**5.14%**

注 1：携程集团适用的财务报告编制基础为 GAAP，并提供 IFRS 调节表，在其定期报告中仅披露“产品研发支出”项目，其产品研发支出主要包括其开发生态系统合作伙伴网络所产生的开支及为维护、监测及管理平台所产生的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异；

注 2：同程旅行适用的财务报告编制基础为 IFRS，在其定期报告中仅披露“服务开发开支”项目，服务开发开支指其开发及多样化向其旅游服务供应商采购的旅游产品及服务所产生的开支，以及与预订辅助系统及本集团线上平台研发有关的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异。

报告期内发行人研发投入占营业收入比例分别为 5.14%、6.61%和 6.33%，研发创新投入力度平稳提升。发行人研发费用率相较同行业可比公司处于中等水平。

相对岭南控股、众信旅游，发行人研发费用率显著更高，主要原因系岭南控股、众信旅游经营综合性的旅游服务，而发行人业务结构中会奖旅游占比较小，

偏重航旅票务和商旅管理，发行人业务对线上部署技术效能要求相对更高，因而研发创新投入力度相对更强。

相对腾轩旅游，发行人研发费用率较高，主要原因系腾轩旅游研发团队规模明显小于发行人，研发投入绝对金额相对发行人较低。

相对易飞国际，其业务体量明显较小，研发费用绝对金额波动导致研发费用率波动程度较大。

相对携程集团和同程旅行，发行人研发费用率较低，主要原因系这两家可比公司均为在线旅行社公司，属于典型的互联网企业，技术研发投入力度更高。此外，两家可比公司适用的财务报告编制基础与发行人不同，且其披露的“产品研发支出”项目、“服务开发开支”项目与发行人研发费用的归集核算口径可能存在一定差异。

（二）说明研发人员是否直接从事研发相关活动，具体参与研发项目的情况、形成的研发成果，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性，是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形，是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性；说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性；说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分

1、说明研发人员是否直接从事研发相关活动

发行人按照员工从事工作的性质及具体内容来认定研发人员，将技术中心从事研发活动的人员划分为研发人员，与其他部门能够准确划分，前述人员均直接从事研发相关活动，研发人员划分准确。上述研发部门人员专岗专职，工作内容与研发活动直接相关，和其他部门人员划分标准明确，且能够有效划分，研发人员的界定标准明确、合理。

2、具体参与研发项目的情况、形成的研发成果

研发项目	研发模式	2024年度研发费用（万元）	2023年度研发费用（万元）	2022年度研发费用（万元）	参与研发人员人数（人）	研发成果
美亚机票航变通知处理平台开发	自主研发			52.55	21	**申请软著美亚机票航变通知处理平台V2.0**
基于美亚链的机票订单存证系统开发	自主研发			66.75	15	**申请软著基于美亚链的机票订单存证系统V1.0**
美亚尚途悦行用车管理系统的开发	自主研发			17.59	12	申请软著美亚尚途悦行用车管理系统V2.0
美亚机票运价体系智能调控平台开发	自主研发			83.6	13	申请软著美亚机票运价体系智能调控平台V2.0
美亚芯斗云大客户协议运价在线化系统开发	自主研发			38.69	8	申请软著美亚芯斗云大客户协议运价在线化系统V1.1
美亚一站式办公平台（客户合同审批）开发	自主研发			57.71	17	申请软著美亚一站式办公平台（客户合同审批）V1.1
美亚大数据接口流量监控平台开发	自主研发			95.36	11	申请软著美亚大数据接口流量监控平台V1.0
美亚国际机票OTA智能订单处理平台开发	自主研发			70.07	11	申请软著美亚国际机票OTA智能订单处理平台V2.0
美亚芯斗云火车票产品在线化系统开发	自主研发			62.52	9	申请软著美亚芯斗云火车票产品在线化系统V1.2
美亚航旅网拉位偷位弃程违规预订监测系统开发	自主研发			64.19	9	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中，研发成果已运用业务场景中
美亚航旅网数字人民币应用系统开发	自主研发			85.3	17	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚财务线下退款RR单对接OA审批系统开发	自主研发			86.88	23	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚用户行为监控及统计系统开发	自主研发			85.95	23	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中

研发项目	研发模式	2024年度研发费用（万元）	2023年度研发费用（万元）	2022年度研发费用（万元）	参与研发人员人数（人）	研发成果
美亚航旅网国际机票升级改造系统开发	自主研发			114.32	21	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅机票类基础数据一体化系统开发	自主研发			39.47	13	申请软著商旅机票类基础数据一体化系统V1.0
商旅火车票订单管理系统开发	自主研发			40.23	13	申请软著商旅火车票订单管理系统V1.0
商旅全产品数据报表系统开发	自主研发			95.71	27	申请软著商旅全产品数据报表系统V1.0
商旅智能发票系统开发	自主研发			125.34	29	**申请软著商旅智能发票系统V1.0**
商旅钉钉销售数据管理系统开发	自主研发			150.14	30	申请软著商旅钉钉销售数据管理系统V1.0
商旅国内酒店产品优化系统开发	自主研发			162.17	27	申请软著商旅国内酒店产品优化系统V1.0
商旅在线开具发票系统开发	自主研发			148.57	26	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅国内机票（酒店）超时订单监控系统开发	自主研发			225.02	32	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅运营监控分析系统开发	自主研发			166.84	28	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅国内酒店房型信息系统开发	自主研发			218.06	58	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅订单中心UATP智能调整系统的开发研究	自主研发		69.66		21	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅CRM和启信宝对接系统的开发研究	自主研发		75.84		21	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅中台国际机票智能搜索系统	自主研发		84.34		23	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中

研发项目	研发模式	2024年度研发费用（万元）	2023年度研发费用（万元）	2022年度研发费用（万元）	参与研发人员人数（人）	研发成果
基于ElasticSearch的酒店资源整合及标准化接口的研发	自主研发		186.32		15	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
基于Vue.js、uniapp等框架的国际机票在线预订系统的研发	自主研发		160.06		13	申请软著基于Vue.js、uniapp等框架的国际机票在线预订系统V1.0
一种国际酒店产品信息聚合与投放管理系统及方法的研发	自主研发		145.63		12	申请软著一种国际酒店产品信息聚合与投放管理系统V1.0
国际酒店在线预订和差旅合规性管理系统的研发	自主研发		108.86		18	申请软著国际酒店在线预订和差旅合规性管理系统V1.0
客户积分体系搭建及系统的研发	自主研发		118.2		12	申请软著客户积分体系搭建及系统V1.0
针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统研发	自主研发		179.49		18	申请软著针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统V1.0
针对多账户多周期等复杂供应商结算进行自动付款的系统研发	自主研发		91.98		10	申请软著针对多账户多周期等复杂供应商结算进行自动付款的系统V1.0
火车中转场景下多线路组合智能推荐方法的研发	自主研发		58.64		17	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
国内机票多航班组合智能推荐方法的研发	自主研发		70.09		25	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚CRM用户数据统计系统的开发研究	自主研发		71.27		13	申请软著美亚CRM用户数据统计系统V1.0
美亚国内机票新运价系统的开发研究	自主研发		75.64		16	申请软著美亚国内机票新运价系统V1.0
美亚电商客户订单自动对账系统的开发研究	自主研发		76.54		18	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种高聚合性国际机票产品系统的研发	自主研发		145.71		9	申请软著一种高聚合性国际机票产品系统V1.0

研发项目	研发模式	2024年度研发费用（万元）	2023年度研发费用（万元）	2022年度研发费用（万元）	参与研发人员人数（人）	研发成果
高并发I/O吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离方法研究	自主研发		144.55		11	申请软著高并发IO吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离系统V1.0
分布式架构下大数据报表分析与应用的研发	自主研发		133.25		9	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种线下财务收款自动化处理系统及方法	自主研发		154.22		13	申请软著一种线下财务收款自动化处理系统V1.0
航旅国际机票白屏搜索方法及系统的研发	自主研发		185.66		13	申请软著航旅国际机票白屏搜索系统V1.0
一种去黑屏化的航班舱位运价信息查询检索方法及装置	自主研发	143.07			14	申请一种去黑屏化的航班舱位运价信息查询检索系统（已申请）
全球多源数据深度集成场景下行程组合规划算法的研究	自主研发	141.43			13	申请全球多源数据深度集成场景下行程组合规划软件（已申请）
基于富媒体信息的民航出行服务智能推荐算法	自主研发	199.69			36	申请基于富媒体信息的民航出行服务智能推荐系统（已申请）
多业务场景中不正常航班信息集中分发技术架构的研究	自主研发	133.80			14	申请多业务场景中不正常航班信息集中分发技术系统（已申请）
航旅财务结算自动化匹配处理策略及系统的研发	自主研发	120.95			21	申请航旅财务结算自动化匹配处理策略及系统V1.0
泛商旅服务电子合约签章及交易安全验证系统的研发	自主研发	172.93			23	申请泛商旅服务电子合约签章及交易安全验证系统V1.0
团队客票资源整合及预订服务线上化部署技术模块的研发	自主研发	81.38			14	申请团队客票资源整合及预订服务线上化部署系统V1.0
泛商旅场景下全数电票无纸化处理策略及流程架构的研究	自主研发	79.34			13	申请泛商旅场景下全数电票无纸化处理策略系统V1.0
跨境商旅出行事前个性化差标管控算法及系统的研究	自主研发	61.97			12	申请跨境商旅出行事前个性化差标管控算法及系统V1.0
商旅管理国际票务服务线上智能定价策略及算法的研究	自主研发	55.14			12	申请商旅管理国际票务服务线上智能定价策略及算法系统V1.0

研发项目	研发模式	2024年度研发费用（万元）	2023年度研发费用（万元）	2022年度研发费用（万元）	参与研发人员人数（人）	研发成果
适配长尾酒店需求的房源扩展及订单管理场景建模的研究	自主研发	187.39			19	/
基于中间件技术的酒店数据交换可配置化系统的研究	自主研发	190.46			19	申请基于中间件技术的酒店数据交换可配置化系统V1.0
商旅终端履约核验工单派发和供应商交互流程及系统的研发	自主研发	113.09			14	申请商旅终端履约核验工单派发和供应商交互流程及系统V1.0
酒店供应商SLA品质和技术性能自动化评估及管理模型的研发	自主研发	176.00			16	申请酒店供应商SLA品质和技术性能自动化评估及管理系统（已申请）
酒店运营场景下多维精准定价和投放策略及系统的研发	自主研发	142.74			16	申请酒店运营场景下多维精准定价和投放策略及系统V1.0
基于RocketMQ消息队列的订单状态变更通知技术架构的研发	自主研发	58.98			9	申请基于RocketMQ消息队列的订单状态变更通知技术系统V1.0
基于路由分表技术的多渠道酒店资源数据高效存储及监控策略的研发	自主研发	174.36			19	/
国内民航出行场景下超标订单的混合支付方法及系统的研发	自主研发	53.59			10	申请国内民航出行场景下超标订单的混合支付方法及系统V1.0
火车出行场景下超标订单的混合支付方法及系统的研发	自主研发	53.83			13	申请火车出行场景下超标订单的混合支付方法及系统V1.0
出入境签证自助服务线上化流程建模及系统研发	自主研发	198.74			31	出入境签证自助服务线上化流程建模及系统（已申请）
合计		2,538.88	**2,335.94**	**2,353.02**		

3、研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性

报告期各期末发行人研发人员分别为 96 人、112 人和 117 人，呈平稳增长态势。报告期各期研发项目数量分别为 24 个、20 个和 20 个，基本保持稳定。随着泛商旅技术研发持续深化，面临的研发复杂度和难度也有所提升，单个项目所需投入逐步提升，从而研发数量上并没有持续增加。报告期各期研发人员平均承担项目数量分别为 4.00 人/个、5.60 人/个和 5.85 人/个，变动趋势与单个项目平均研发投入规模相一致。

综上，报告期内，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑具有合理性。

4、是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形

发行人于运营中心下设专职运维工程师，响应 IT 运维需求。当出现运维需求时，业务端各个条线/部门的员工提交报障单，运维人员接到全部报障单后即行排查故障原因。若认定该等事项系因外部供应商或基础设施故障（如中航信 IBE+接口问题）、用户预订操作失当、业务人员系统操作有误、数据库或 SQL 待调优等原因，则由运维人员自行或协同业务条线予以处理。运营中心下有充足的专职运维工程师能满足发行人日常的 IT 运维需求，不存在研发人员实际从事系统运维工作的情况。

运营中心隶属于业务部门，相关运维工程师的 IT 运维保障工作系面向航旅票务和商旅管理业务场景中的客户疑难和运营故障提供日常支持，未承担具体的研发活动。技术中心系发行人研发部门，研发人员专职从事系统开发工作，不涉及业务场景中的 IT 运维响应工作。因此发行人研发人员和运维人员不存在混同的情况。

5、是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性

报告期内，经会计差错更正后，发行人不存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况。

6、说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性

发行人采购外部信息技术公司的技术服务主要系发行人将部分逻辑简单且非核心的功能模块由外部信息技术公司在发行人的研发项目主导人员安排下进行开发发生的费用，报告期，2023 年度**及 2024 年度**并没有发生技术服务费，2022 年度存在技术服务费，研发项目超过 10 万元的明细如下：

（1）2022 年度

单位：万元

项目名称	金额	内容和用途
美亚用户行为监控及统计系统开发	10.87	美亚用户行为监控及统计相关功能点的开发与设计
美亚航旅网国际机票系统开发	32.15	美亚航旅网国际机票系统增加功能点-改集成境内外GDS
商旅机票类基础数据一体化系统开发	11.43	国内机票产品系统-航司加价策略增加浮动加价分析设计与前端测试、对接
商旅全产品数据报表系统开发	18.02	增加国内酒店产品系统数据相关功能点
商旅钉钉销售数据管理系统开发	39.45	H5与APP_添加员工功能、春秋航空NDC对接点开发、国内机票订单处理系统-变更单重复校验规则开发、商旅钉钉销售数据管理等功能开发
商旅国内酒店产品系统开发	38.55	国内酒店产品系统-酒店基础数据重构功能、国内酒店订单系统-酒店随心付、支付系统-差旅钱包（渠道）增加信用卡管理功能点开发
商旅在线开具发票系统开发	42.07	H5出差申请单和 H5待审列表功能点、H5/APP国内机票订单系统-订单中心功能点、CRM-合同支持录入开票公司等功能点的替换
商旅国内机票（酒店）超时订单监控系统开发	76.43	订单处理系统-UATP退改和数据推送、国内机票订单系统-自助选择审批人等功能点的开发和测试
商旅运营监控分析系统开发	35.67	报表系统-报表数据质量监控、商旅运营监控分析等设计与测试
订单处理系统_用车对接悦行	17.58	H5与APP_添加员工功能、订单处理系统_用车对接悦行功能点的开发与加载
合计	322.22	

发行人确定外部信息技术服务商时，根据派发工作量、研发项目难度、投入人员及时间情况等，通过比价、谈判等市场化方式确定采购供应商。外部信息技术服务商与发行人之间不存在关联关系，信息技术服务价格具有公允性。

7、说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分

发行人结合授予股份对象的所属部门、职务性质及岗位职责，将股份支付费用分配至主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用，具体分配依据为：将直接从事发行人研发工作的人员对应的股份支付费用分配至研发费用，因此，将股份支付费用计入研发费用的依据充分。

九、其他财务及信息披露问题

（一）补充披露 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义

发行人已在招股说明书之“第一节 释义” 中补充披露如下：

“

大数据技术	指	一系列用于高效处理和分析大规模数据集的计算方法、工具和架构，它包括数据采集、存储、管理、处理、分析和可视化等环节。这些技术能够处理结构化、半结构化和非结构化数据，支持高速数据流的实时处理，以及复杂的数据分析和机器学习任务，旨在从海量数据中提取有价值的信息和洞察。
Elasticsearch	指	一个开源、分布式、多用户能力的全文搜索引擎，设计用于快速存储、搜索和分析大量数据。它提供实时的搜索功能，支持复杂查询，并且能够通过其RESTful API轻松集成到各种应用程序中。Elasticsearch的分布式特性使其在处理大规模数据集和高并发请求时表现出色，广泛应用于日志分析、实时监控和企业搜索等领域。
Kettle	指	一种多功能的ETL（Extract，Transform，Load）工具，可通过图形化界面构建数据工作流，执行数据抽取、清洗、转换和加载任务，支持多种数据源和格式，适用于大规模数据处理和集成，是大数据分析和数据仓库建设中不可或缺的组件。
聚类算法	指	一种无监督学习技术，旨在将数据集中的样本划分为若干个由相似对象组成的子集或“簇”，使得同一簇内的样本相似度高，而不同簇间的样本相似度低。这种算法广泛应用于模式识别、图像分析、社交网络分析等领域，目的是发现数据内在的结构和关系，而不依赖于预先标记的标签。
CNN	指	一种深度学习模型，特别适用于处理具有网格状拓扑结构的数据，如图像。它通过使用卷积层来提取输入数据的局部特征，并通过池化层降低特征的空间维度，同时增加对输入数据位移的不变性，能够有效地捕捉图像的层次性特征，使其在图像识别、分类和分割等视觉任务中表现出色。
RNN	指	一种具有短期记忆能力的人工神经网络，其核心特征在于网络的循环连接允许前一时刻的输出作为当前时刻的输入，从而使得网络能够在序列数据的处理中保持时间上的连续性，能够捕捉输入数据的时间动态特性，适用于诸如语言建模、语音识别和时间序列预测等任务。

LSTM	指	一种先进的循环神经网络（RNN）变体，专门设计用于处理长序列数据，通过独特的门控机制（输入门、遗忘门和输出门）有效地解决梯度消失问题，从而能够捕捉和学习长期依赖关系，在处理复杂时间序列数据，如自然语言处理、语音识别和时间序列预测等领域，展现出卓越性能和预测能力。
容器化部署	指	一种新兴的IT部署方式，通过将应用及其依赖封装进轻量级、隔离的容器中，实现应用的快速、一致、可移植的部署，同时利用容器编排工具简化管理和扩展，优化开发和运维流程，尤其适用于微服务架构。
自动化发布	指	一种使用自动化工具和流程来部署软件更新和新功能的软件工程实践，利用持续集成/持续部署（CI/CD）、自动化测试、版本控制、环境一致性保障、回滚机制以及实时监控和日志记录，实现软件更新的快速、可靠和自动化部署，可以提高开发效率和系统稳定性。
弹性伸缩	指	一种通过动态增加或减少计算资源来满足应用程序负载需求的能力，是云计算和微服务架构能够支持大规模、高动态性应用的基础。
灰度发布	指	一种渐进式部署的软件发布策略，通过流量分割、用户分群和A/B测试等技术手段，实现新版本的小规模测试和逐步推广，可以在不影响整体用户群体的情况下，对新功能进行验证，确保系统的高可用性和容错性。

”

（二）补充披露董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续

发行人已在招股说明书之“第四节 发行人基本情况/八、董事、监事、高级管理人员情况/（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”中补充披露如下：

“陈铁梅，女，1971 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级管理会计师、助理会计师、国际注册会计师。1992 年 8 月至 1997 年 2 月任广东长城建设集团有限公司会计主管；1997 年 3 月至 1999 年 5 月任广州市三捷科技发展有限公司财务经理（1997 年 3 月至 1998 年 4 月，该公司处于筹备阶段）；1999 年 5 月至 2000 年 6 月在家休养；2000 年 7 月至 2007 年 5 月历任广东派尔富科技有限公司及其关联企业广东宝龙华达通科技有限公司、广州市华达通通讯设备有限公司（为同一实际控制人卜正武控制的企业）财务经理、总经办主任、审计部经理、财务总监；2007 年 6 月至 2008 年 2 月待业；2008 年 3 月至 2010 年 7 月湖南省园林建设有限公司广州分公司总经理（2008 年 3 月至 2009 年 7 月，该公司处于筹备阶段）；2010 年 8 月至 2018 年 12 月任广州韩亚生物科技有限公司及其子公司广州雅诗生物制品有限公司财务总监、副总经理；2019 年 1 月至今任公司财务总监；2019 年 12 月至 2021 年 1 月任有限公司董事；2021

年 1 月至今任股份公司董事。”

“史新，男，1983 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。2005 年 7 月至 2006 年 8 月任广东远光软件股份有限公司软件实施工程师；2006 年 9 月至 2008 年 6 月在中山大学进修硕士学位；2008 年 7 月至 2012 年 4 月任国际商业机器（深圳）系统集成有限公司业务分析师；2012 年 5 月至 2012 年 6 月待业；2012 年 7 月至 2016 年 6 月任深圳市创新投资集团有限公司投资经理、博士后研究员；2016 年 7 月至今任深圳国中创业投资管理有限公司执行总经理；2021 年 6 月至今任股份公司董事。”

“徐勇，男，1959 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，教授。1977 年 2 月至 1978 年 10 月任江西省宜春汽车运输公司工人；1978 年 10 月至 1982 年 7 月在江西师范大学进修本科学士学位；1982 年 7 月至 1986 年 9 月任江西师范大学助教；1986 年 9 月至 1989 年 7 月在中山大学进修硕士学位；1989 年 7 月至 2019 年 9 月任中山大学教授、管理学院副院长；2010 年 2 月至今，任广东中大科技创业投资管理有限公司董事长、总经理。2021 年 1 月至今任股份公司独立董事。”

“左志刚，男，1975 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，教授。1995 年 7 月至 2000 年 8 月，任湖南师范大学行政人员；2000 年 9 月至 2002 年 8 月在湖南大学进修硕士学位；2002 年 9 月至 2005 年 7 月在中国人民大学进修博士学位；2005 年 7 月至 2006 年 6 月，任广东证监局主任科员；2006 年 7 月至今历任广东外语外贸大学会计系系主任、会计学院副院长，现任会计学院教授；2024 年 1 月至今任股份公司独立董事。”

（三）补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况

根据北京美亚的营业执照及工商档案，截至本回复出具之日，北京美亚经工商登记的注册地址为“北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲 2 号联信国际大厦 B 座 2 层 202-3 室”。

截至本回复出具之日，美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司承租经营场所的情况如下：

序号	承租方	出租方	权属证书编号	坐落	租赁面积（㎡）	租赁期限	实际用途
1	美亚科技北京分公司	刘继明	京朝集有（2009）第0003 号	北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲 2 号联信国际大厦 B 座 2 层 202-1 室	140.00	2023.08.18-2025.05.17	办公室
2	商旅科技北京分公司	刘继明	京朝集有（2009）第0003 号	北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲 2 号联信国际大厦 B 座 2 层 202-2 室	249.00	2023.08.18-2025.05.17	办公室

根据上述物业出租方出具的书面说明，其位于北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲 2 号联信国际大厦 B 座 2 层 202 室（以下简称“202 室”）的租赁房屋实际作为一个整体由北京美亚、美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司 3 家主体共同用于办公，出租方在租赁合同中将 202 室分拆为 202-1 室、202-2 室并分别向美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司出租，北京美亚实际未作为承租方与出租方签署租赁合同，而与美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司共享 202 室的办公空间，为满足一个地址对应一家公司的注册地址工商登记要求，出租方协助北京美亚就“202-3 室”办理注册地址登记手续。

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（三）主要资产情况/1、公司的固定资产情况/（3）租赁房产”中补充披露如下：

“截至报告期末，公司及子公司主要租赁房产情况如下：

……

注：北京美亚实际与美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司共同使用第 6 项、第 19 项租赁物业作为其经营场所。”

（四）删除招股书中重复披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容

招股说明书中所披露有关于关联交易、同业竞争、资金占用的相关承诺内容分为新三板挂牌时期与本次公开发行时期，相关承诺主体所作出的承诺。针对不同阶段的承诺需求，相同承诺类型中的承诺内容存在部分非实质上的表述差异，且均长期有效。为保障投资者的切实利益以及敦促发行人落实各项承诺内容，因此，招股说明书中保持披露不同时期的承诺内容，不涉及需要删除的情形。

（五）说明各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性

第三方回款主要系发行人业务模式及主要客户群体特征所致，主要包括客户为自然人控制的企业由其法定代表人或实际控制人代为支付款项、客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款以及政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款，还有少量通过应收账款保理等合规方式或渠道完成付款的情形，具有商业合理性。

其他第三方回款主要包含客户的员工或员工亲属、客户关联方、UATP、客户合作伙伴和其他，具体情况及原因如下：

1、客户的员工或员工亲属：根据发行人与客户签订的《商务旅行服务合作协议》约定，“员工通过约定途径进行差旅预订时，如无特殊说明均记录为因公出差；经过个人确认后，则视为有效的因私出行。因私出行的差旅费用账款责任方为员工个人，不进入甲方相关差旅报告。因私出行所产生差旅费用，由个人现结；因私出行所产生费用，由员工自行现结，不归入发行人账款及报表。”因此，该类因私出行的订单客户系统显示为与发行人签订合同的商旅客户，但实际回款方为客户的员工或员工亲属，具有商业合理性。

2、客户关联方：主要系部分客户与非同一集团的关联方签订委托付款函，形成第三方回款。

3、UATP：第三方支付 UATP 完成客户在机票产品方面的信用授予，UATP 根据合作客户的资信情况和发行人信用记录，给予合作客户一定额度的授信。标准模式下，当客户使用 UATP 卡结算时，UATP 运营商直接把机票款结算给航司，同时把服务费结算给发行人（UATP 模式下，只能在票面价格的基础上收取服务费，不能另行定价，基础佣金体现在对应配置的 BSP 账单中），客户后续按约定结算周期自行还款给 UATP 运营商。该类来自 UATP 的第三方回款，具有商业合理性。

4、客户合作伙伴：主要有两类，其一，部分业务活动，客户邀请其合作伙伴共同开展，由客户通过发行人为其合作伙伴预订机票、酒店等，但相关款项由其合作伙伴自身结算，具有临时性和商业合理性；其二，部分客户与其合作伙伴

签订委托付款函，形成第三方回款。

5、其他：回款方和客户不存在明确的关联关系，但有签订相应的委托付款函或因客户自身业务原因由第三方代付款、现金直接缴存发行人账户等。

报告期内发行人第三方回款均具备真实交易背景，相关情形具有必要性、合理性。

（六）说明发行人披露的信息与客户供应商公开披露的信息是否一致

保荐机构、发行人律师、申报会计师通过公开途径检索，发行人披露的信息与客户、供应商公开披露的信息不存在不一致的情形。

（七）修改招股书文字或内容错误

发行人已就招股说明书中的相关错误进行修正。

十、保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

针对上述事项，申报会计师执行了以下程序 4-9，具体如下：

4、发行人子公司

（1）访谈发行人管理层和财务部门，了解发行人报告期内的子公司构成、业务板块划分情况、各家子公司的市场定位、主要服务区域等、了解发行人设立境外子公司的原因及必要性及发行人注销湖南美亚及武汉美亚原因及合理性、经营合法合规性，发行人注销前的人员安置及资产处置情况；

（2）登录商务部网站，查询商务部门公布的境外子公司所在国家、地区的境外投资国别（地区）指南，了解境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；

（3）取得并查阅发行人设立境外子公司时，办理的发改部门、商务部门、外汇管理部门备案手续；

（4）逐条对比公司境外投资事宜是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；

（5）取得并查阅境外子公司所在国家或地区律师出具的法律意见书，确认

境外子公司设立、 股权变动、业务合规性、关联交易等问题的合法合规性；

（6）取得并查阅湖南美亚、武汉美亚的工商档案以及该等公司所在地工商及税务主管部门出具的核准注销文件，登录湖南美亚、武汉美亚所在地的主要政府主管部门官方网站、裁判文书网、信用中国等网站查询湖南美亚、武汉美亚是否存在重大违法违规；

（7）取得并查阅湖南美亚、武汉美亚注销前最新的《审计报告》，查阅该等公司注销前的资产及债权债务情况。

5、信息系统有效性

关于信息系统有效性的核查程序，参见本问题回复之“十二/（一）针对 IT 审计的详细核查方案”。

6、收入相关事项

（1）访谈发行人管理层，了解发行人酒店和保险业绩情况，与行业及可比公司变动趋势是否一致，了解发行人客户供应商重合的商业逻辑；

（2）获取发行人的收入成本明细表，核查报告期发行人的酒店和保险订单数量、销售金额、代理收入及后返佣金收入情况并进行分析，了解和分析其变动原因及合理性；

（3）获取发行人的收入成本明细表，核查报告期内不同维度，如年度、板块等，分析发行人客户和供应商重合的情况及其合理性，关注交易对象与发行人的关系；

（4）检索查阅相关行业研究报告及公开新闻，查阅可比公司公开资料，对比分析发行人酒店和保险业绩变动趋势与行业及可比公司变动是否一致，了解代理收入占销售金额比例及变动情况是否合理，了解同行业客户供应商重合的情形，是否属于行业惯例。

7、应收款项坏账计提的充分性

（1）访谈发行人管理层和财务部门，了解发行人不同类型主要客户的信用政策、回款周期、历史回款情况以及客户的信用资质确定情况；

（2）获取发行人主要客户合同协议和信用政策明细表，对发行人的合作模式、结算周期、信用政策、客户类型进行复核；

（3）获取报告期内应收账款的账龄明细表，按照回款的信用风险等级划分组合，结合客户的历史回款、逾期情况，按照不同组合重新测试迁徙率和信用风险损失率；

（4）根据各报告期期后的应收账款回收情况，对应收账款的回款风险、逾期风险、应收账款计提比例是否充足等进行分析；

（5）查阅可比公司的公开信息，分析发行人与可比公司就应收账款坏账计提方法、依据、计提比例是否存在差异以及分析差异原因。

8、期间费用

（1）获取发行人各报告期末的员工花名册，核查各类人员数量，并与发行人各类业务活动进行对比，分析匹配性；

（2）获取并复核报告期各期费用明细表，计算各类人员的平均薪酬；通过公开渠道查询广州市城镇私营单位就业人员平均工资与发行人平均薪酬水平进行对比；查询同行业可比公司年报并计算其平均薪酬水平，与发行人平均薪酬水平进行对比分析；

（3）获取发行人的财务报表及附注，分析销售费用、研发费用占营业收入的比例变化情况；查询同行业公司期间费用率数据，并进行对比分析；

（4）访谈发行人管理层，了解发行人研发人员认定标准，研发人员参与工作情况，是否参与运维工作，研发活动中外部技术服务费发生的原因及其定价标准；

（5）获取发行人研发人员名单，了解发行人研发人员是否直接参与研发活动；获取报告期发行人研发项目明细，了解报告期内各个研发项目人员参与情况及其研发成果；

（6）获取报告期发行人向外部信息技术服务商采购技术服务明细，检查合同、结算单、发票、付款单等材料，了解采购技术服务的交易对手方与发行人的关系，分析其定价是否具有公允性；

（7）获取发行人涉及股份支付的人员名单，核查计入研发费用的股份支付，其核算的人员是否直接从事研发活动。

9、其他财务及信息披露问题

（1）核查北京美亚的营业执照及工商档案；

（2）核查美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司签署的租赁合同；

（3）取得美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司租赁物业的出租方出具的书面说明；

（4）检索查阅软件和信息技术相关网站，整理 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词的具体含义；

（5）核查董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的个人履历及其填写的核查表所披露的职业经历，并对相关人员关于从业经历的完整性进行访谈；

（6）对各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性进行分析；

（7）对招股说明书中披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容进行复核；

（8）通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，核查发行人披露的信息是否与其一致；

（9）对招股说明书中的文字或内容进行复核。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

4、发行人设立境外子公司具有业务发展的必要性，境外子公司投资金额与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，根据商务部发布的境外子公司注册地的境外投资国别（地区）指南，境外子公司分红不存在政策或外汇管理障碍。发行人设立香港美亚已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门备案程序，设立迪拜美亚已按照法律法规的要求向商务部门进行了事后报告；根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，该等境外子公司已在注册地

完成境外主管机构的登记设立程序；发行人设立境外子公司符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；发行人已取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易等问题的明确合法合规意见，该等境外子公司均为发行人全资子公司，与发行人不存在同业竞争。发行人因业务发展需要，注销武汉美亚及湖南美亚并由美亚科技武汉分公司及长沙分公司作为后续业务的开展主体，具有商业合理性。武汉美亚及湖南美亚已经由工商登记主管部门核准注销，公司注销前已进行了资产清理，员工已分别与美亚科技武汉分公司及长沙分公司签署劳动合同，武汉美亚及湖南美亚注销前不存在重大违法违规或者大额债务、纠纷的情形。

5、发行人主要业务系统运行稳定，不存在重大风险控制点，主要功能、模块、业务流程中不存在重大数据造假风险点，相关控制有效，可以保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性；发行人航旅和商旅业务运营相关的主要业务和财务数据不存在明显的异常情形，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面可以保证财务与业务信息一致性；财务系统设计可以保证每笔订单收入、成本核算的准确性，各项财务数据真实、准确、完整。

6、酒店代理、保险代理收入变动与行业趋势一致，代理收入变动与可比公司一致，销售金额、代理收入占销售金额比例由于可比公司没有公开披露，无法直接进行对比；发行人客户供应商重合具有商业合理性，属于行业惯例，报告期内交易对象与发行人的不存在关联关系，会计处理规范，购销交易具有真实性。

7、发行人的主要客户群体优质、款项历史和期后回收记录良好，应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值具有合理性。

8、报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模具有匹配性，报告期内发行人平均薪酬高于当地平均薪酬，与可比公司有所差异，但均具有合理性；发行人销售费用率、研发费用率与可比公司有所差异，但均具有合理性；发行人研发人员均直接从事相关活动，报告期内发行人研发项目稳定，研发成果均已实际运用到经营活动当中；发行人研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑系发行人研发项目研发复杂度和难度增加，原因具有合理性；发行人不存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况；发行人向外部信

息技术服务商采购技术服务的具体内容为逻辑简单且非核心的功能模块，发行人根据市场化方式确认供应商，定价具有公允性；发行人将直接从事研发活动人员的股份支付费用计入研发费用的依据充分。

9、经核查，发行人已在招股说明书中补充披露了 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义；发行人已在招股说明书中补充披露了董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续；发行人已在招股说明书中补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况；招股说明书中所披露有关于关联交易、同业竞争、资金占用的相关承诺内容分为新三板挂牌时期与本次公开发行时期，相同承诺类型中的承诺内容存在部分非实质上的表述差异，不作删除处理；发行人第三方回款具有必要性、合理性、交易真实性；通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，发行人披露的信息不存在矛盾；发行人已对招股说明书中的文字或错误内容进行更正。

十一、结合对股权代持形成、变动、解除、 分红等关键时间节点相关人员的资金流水核查情况，说明对股权代持事项的核查程序是否充分有效

发行人历史上存在股权代持事项，为对股权代持的形成、变动及解除进行核查，保荐机构及发行人律师履行了下列核查程序：

1、取得并查阅公司的工商档案、《公司章程》、最新股东名册；

2、取得并查阅公司历次增资、股权/股份转让所涉及的相关协议及其补充协议、董事会决议、股东（大）会决议、验资报告、部分出资凭证及转让款支付凭证、转让双方就股权转让事项出具的书面确认；

3、对股权代持形成、变动、解除等关键时间节点相关股东资金流水制定了核查标准、向相关股东提出核查要求并进行核查，具体如下：

（1）就股权代持期间内相关股东资金流水核查确定了如下核查标准：

①对于涉及四名实际控制人的股权代持事项，核查历次股权变动节点前后 6 个月（以下简称“核查期间”）的资金流水，核查对象为四名实际控制人，核查银行账户范围按以下标准确定：如无法确认用以出资/收（付）款的银行账户信

息，核查前述自然人在该期间的全部中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、邮政储蓄银行及招商银行（合称“查询银行”）的所有借记卡在核查期间内的账户流水；如可以确认用以出资/收（付）款的银行账户信息，核查范围为该特定银行账户；

②对于实际控制人同期被代持方甘红燕、实际控制人代持期间公司时任出纳朱何益，考虑到其亦涉及代持期间资金流转，参照上述第①项标准核查前述自然人查询银行开立的所有借记卡在核查期间内的账户资金流水。

（2）陪同相关自然人前往查询银行，通过现场查询的方式确认是否在查询银行开立账户，获得银行出具的开户信息清单或自动柜员机显示账户信息查询记录的截图、视频或录音；对于核查期间内存在资金流水交易的银行账户获取对应的银行流水，对于核查期间内不存在资金流水交易的账户通过照片、录音等形式记录；

（3）对于查询期间对应时点股权变动金额相同或相近的资金流水，访谈相关自然人了解资金流水往来性质、往来背景，确认是否与股权代持相关；对于查询期间对应时点未查询到与代持相关银行流水的情况，访谈相关自然人了解未能提供相关资金往来对应的银行流水的原因；

（4）取得相关自然人关于代持相关银行流水的确认函。

4、就股权代持解除后公司历次现金分红的资金流向核查制定了核查标准、向相关股东提出核查要求并进行核查，具体如下：

（1）就现金分红资金流向核查确定了如下核查标准：核查对象为历次分红节点公司全部直接股东、广州旅商的全部现有合伙人，核查范围为前述主体用于收取现金红利的银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水（就广州旅商的合伙人而言，指其从广州旅商收取分红之日后的 3 个月，下同）；

（2）对于实际控制人，陪同其前往开户银行，现场打印获取该个人银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水；

（3）对于非实际控制人的核查对象，获取相关自然人从电子银行渠道下载的该个人银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水；

（4）如上述核查范围未能覆盖分红资金主要去向，获取与相关自然人收取现金红利的银行账户存在资金往来的其他银行账户流水，或取得相关自然人关于分红款去向的确认，以确保对分红资金的主要去向进行了核查；

（5）对于无法提供或拒绝提供银行流水的核查对象（包括已过世股东唐诣无法提供银行流水，五名外部投资人股东及非未在公司任职的股东戴卫红、曹旭然拒绝提供银行流水），取得其出具的关于分红资金去向的说明；

（6）对于去向异常的资金流水，访谈相关自然人了解资金流水的交易性质、交易背景，获取相关资金流水的客观支持证据，判断是否存在代持或者其他利益安排、股东在收取分红资金后支付给实际股东的情形。

5、对于代持过程中签署了代持股权转让协议的情形，均取得并查阅了代持股权转让协议，对于其余代持过程中未签署书面协议的情形，均取得并查阅了代持相关主体于代持解除后就代持事项及解除情况出具的书面确认；

6、访谈除吴迪、梁梅以外的历史股权代持中的代持方、被代持方，向代持各方了解代持原因、代持各方之间的资金提供情况、代持期间公司股权变动涉及的出资情况、被代持方的身份信息及代持解除情况等；

7、取得并查阅了各现有股东填写的调查表并对现有股东进行访谈，确认截至本回复出具之日，各股东均不存在股权代持；

8、取得并查阅公司通过《中华工商时报》刊登的启事，前述登报启事公告了公司截至公告日（2024 年 5 月 7 日）的在册股东情况，并说明如任何个人或机构对现有股东持有的公司股份存在权利主张、纠纷、争议或认为现有股东持有的公司股份存在代持的，可与预留的发行人律师的联系方式进行联系。自公告刊登之日至本回复出具日，未有任何主体进行联系或回复，进一步佐证发行人股权代持已经解除。

经核查，保荐机构及发行人律师认为就公司股权代持事项已采取充分尽职的核查程序，公司历史上的股权代持已解除。

十二、说明前期 IT 审计的具体情况及结论，并提供相关审计报告

（一）针对 IT 审计的详细核查方案

发行人自主搭建了涵盖泛商旅出行多种场景的运营管理系统和业务处理系统，业务运营主要通过相关信息系统进行线上管理，相关业务运营数据由信息系统记录并存储，日常业务经营较为依赖信息系统。因此，保荐机构聘请了毕马威企业咨询（中国）有限公司对美亚科技 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日（“核查期间”）的主要信息系统内部控制及相关业务、财务数据开展评估工作并出具信息系统专项核查报告。

结合信息系统专项核查工作要求，IT 审计的详细核查方案如下：

1、信息系统一般性控制测试

针对发行人 2022 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日报告期间的信息技术治理环境、信息系统管理和信息系统运行情况的测试，从与营业收入、营业成本等重要账户相关的收入确认、成本结转等业务流程出发，通过穿行测试了解相关业务及管理流程，选取其业务主体及管理流程，筛选出支撑这些业务运营及财务报告的主要信息系统，通过对所识别出的支撑目标发行人业务运营的主要信息系统进行一般性控制测试，评估目标公司信息系统管理水平及主要信息系统对业务运行的支撑能力和存在的风险，以确定信息系统稳定性和业务财务相关数据运行环境和来源的可靠性。针对这些信息系统的控制测试内容包括：

（1）信息科技治理：涉及发行人信息科技治理组织架构、信息科技战略规划、预算编制与跟踪、员工培训与信息安全及风险评估等；

（2）信息系统访问控制：涉及信息系统管理制度、用户组织与权限管理、系统用户账号与密码管理、超级用户管理等；

（3）信息系统程序变更、开发：涉及程序变更/开发制度、立项申请及审批、项目启动及实施、项目测试及验收、开发测试与生产环境隔离等；

（4）信息系统运行维护管理：涉及系统作业与运行管理、数据备份管理、恢复性测试、问题事件管理等。

具体核查方法如下：

核查方法	核查方法介绍
现场访谈	现场与发行人相关人员进行面对面交流，了解信息科技相关检查领域的管理流程、风险及控制现状。
文档审阅及系统查询	检查信息科技管理机制下相关领域和管理流程的审批记录、审阅记录、测试记录、配置信息等，测试相关控制的执行有效性。查阅系统账号、权限、参数、日志等，测试相关控制的执行有效性。

2、信息系统应用控制测试

以风险为导向，从主营业务运营环节数据一致性、主要收入、成本合理性等对其业务运营、财务报告有较大影响的业务和管理流程出发，通过穿行相关业务及管理流程，对其中支撑业务运营流程的各个环节的信息系统功能进行测试分析，梳理主营业务在系统中各环节的数据流转过程，分析可能存在的影响业务、财务报告数据准确性和完整性的风险点，并结合系统功能和管控特点设计相应的应用控制测试点，测试公司各业务环节中信息系统运营数据的真实性、准确性和完整性，具体的信息系统应用控制测试内容，参见本问题回复之“五/（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性”。

结合信息系统支撑业务的功能，运用以下信息系统应用控制的评估方法开展了测试，以测试系统中运营数据的准确性和完整性。

核查方法	核查方法介绍
系统接口/转换类控制	通过设置测试程序，判断数据传输、数据转换的准确性和完整性。
系统校验/配置类控制	通过设置测试程序，判断系统对异常或差错的操作，是否有效地校验、识别违反设定标准的情况，终止业务流程（同时有系统提示）。

3、运营及财务数据分析

通过提取出能代表业务运营趋势的相关指标，并进行基础数据质量探查、业务数据及相关财务数据指标的趋势及一致性比对分析，以风险为导向，识别发行人业务运营过程中的主要数据造假风险点，梳理关键业务和财务指标数据，并与业务环节相结合，分析指标数据变化趋势以及指标数据间的一致性。对分析过程中出现的异常情形执行进一步的核查程序。

根据发行人业务运营的相关数据开展单指标趋势分析、双指标趋势分析、单指标置信区间分析、场景分析工作，进一步结合对业务的理解，识别出关键指标之间所反映出的业务实质所存在的关联，分析存在关联性的指标之间的相互影响和相互作用，对各项业务环节和数据全方位的评估与分析。

核查方法	核查方法介绍
单指标趋势分析	对单指标变化趋势进行分析，识别其中是否存在异常的数据。
双指标趋势分析	对有业务关联的两个指标进行分析，对比其趋势变化是否合理，识别是否存在背离趋势的情况。
单指标置信区间分析	对单指标进行趋势分析，并判断是否落在 95%置信区间内（均值±1.96 倍标准差），如果处于 95%的置信区间外，学术通用标准认为该情形为小概率事件，是应当重点关注容易发生风险的异常事件。
反舞弊场景分析	对特定的场景数据，分析是否存在有悖业务逻辑的情况，识别是否存在舞弊造假的情形。

从航旅机票销售业务、商旅机票销售业务、商旅酒店销售业务数据出发，通过趋势分析与反舞弊场景分析对业务数据的真实性进行测试，测试指标主要包括国际及国内机票出票数、出票金额、出票时间及退票率；商旅酒店订单数、订单金额、间夜金额、下单时间等。

（二）针对 IT 审计的核查结论

经核查，保荐机构与申报会计师认为：

1、信息系统一般性控制测试核查结论

发行人信息系统一般性控制总体有效，经执行测试及影响分析，不存在对信息系统数据有效性、真实性和完整性产生重大或重要影响的控制缺陷。

2、信息系统应用控制测试核查结论

发行人信息系统应用性控制不存在明显的异常情形，发行人在前述流程所涉及的信息系统应用程序控制总体有效。

3、业务数据和相关财务数据分析核查结论

发行人航旅和商旅业务运营相关的主要业务和财务数据不存在明显的异常情形，业务运营各个环节存在舞弊造假行为的风险较低。

（三）提供 IT 审计的相关审计报告

毕马威企业咨询（中国）有限公司已出具《广东美亚旅游科技集团股份有限公司信息系统核查报告》，保荐机构已于本次反馈回复文件提交时一同通过系统报送。

（以下无正文）

（此页无正文，为《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的审核问询函的回复》之签章页）

广东司农会计师事务所
（特殊普通合伙）

中国注册会计师：覃　易

中国注册会计师：赵　文

中国　　广州　　二〇二五年六月二十日