

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发行股
票并在北京证券交易所上市的第二轮
审核问询函的回复
司农专字[2025]24009730245号

目录

问题2. 实际控制人、员工为发行人提供担保及资金往来情况.....	3
问题3. 业绩增长的合理性.....	8
问题4. 流动性风险及资金管理相关内控有效性.....	64
问题5 信息系统专项核查情况.....	109
问题7. 其他问题.....	136

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第二轮审核问询函的回复

司农专字[2025]24009730245 号

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 12 月 20 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第二轮审核问询函》（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（不加粗）	对《问询函》的回复
楷体加粗	对招股说明书的修改、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 2. 实际控制人、员工为发行人提供担保及资金往来情况

根据首轮问询回复，（1）为获取中航鑫港担保额度以采购 BSP 机票，发行人根据中航鑫港的要求向其提供金融机构保函、房产抵押（业主为发行人、实际控制人及员工）、保证金反担保，三种反担保方式占比分别为 71.13%、18.97%、9.90%，涉及总额近 2 亿元。发行人就“对实际控制人、员工担保存在依赖的风险”作了重大事项提示；同时，发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人存在一定依赖。（2）实际控制人陈连江向提供反担保的部分员工借出无息借款用于归还房贷余额，发行人未向相应员工支付担保费，属于实际控制人为发行人垫付成本费用；自 2023 年 7 月起，发行人向未享受无息借款的提供反担保的部分员工支付担保费。（3）实际控制人控制的其他产业主要为中创盈科集团（包括母公司及其对外投资并控股的 45 家企业），其主要以承租模式从事产业园区运营业务。截至 2024 年 6 月 30 日，中创盈科集团尚未清偿完毕的银行贷款余额合计为 3.71 亿元，另有其他大额债务。（4）报告期内，实际控制人伍俊雄、陈连江与中创盈科集团之间存在资金往来，用于日常经营、资金周转、支付发行人股份转让款。实际控制人报告期内分红款主要用于个人资金拆借。

请发行人进一步说明：（1）发行人报告期内 BSP 出票额度、BOP 预存资金的水平、变动情况及实际使用情况，与之相对应的担保、反担保规模的具体规则，报告期内相应规模是否匹配。（2）员工以自有房产为发行人提供反担保的必要性，具体占比情况，各员工在发行人的持股及任职情况，与发行人及相关方、供应商、客户之间是否存在关联关系及其他利益安排；各提供担保的员工获取无息借款或担保费的明细情况，发行人自 2023 年 7 月起才开始支付担保费的原因，员工与发行人、实际控制人之间就担保费支付事项是否存在争议或潜在纠纷。（3）金融机构保函担保中，实际控制人、员工为相应保函提供反担保或由发行人支付担保费的具体情况，是否存在实际控制人为发行人代垫成本费用的情形；结合发行人业务发展情况及实际控制人、员工的经济状况，进一步说明实际控制人、员工为发行人提供反担保的方式是否稳定可持续；发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人存在依赖的主要表现，除提供担保外在其他方面是否依赖实际控制人，发行人是否符合业务及资金独立性要求，并作进一步重大事项提示。（4）中创盈科集团的总体经营情况、报告期内合并报

表的主要财务数据情况；中创盈科集团其他大额债务的具体情况，包括但不限于金额、期限、到期清偿情况、是否具有偿还能力；中创盈科集团的经营、财务、负债等情况是否对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及股东利益等产生重大不利影响，发行人是否存在根据公司法相关规定对前述债务承担连带责任的风险。（5）实际控制人与中创盈科集团之间的资金往来中，支付发行人股份转让款的具体情况，实际控制人是否归还；实际控制人分红款用于个人资金拆借的具体情况，是否涉及与实际控制人控制的其他企业之间的资金往来。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

请保荐机构、申报会计师：（1）说明为发行人提供担保的全部员工、实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体的资金流水核查情况，是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来；（2）说明前述核查发现的异常资金流水的具体情况、形成原因及核查情况。

【回复】

七、说明为发行人提供担保的全部员工、实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体的资金流水核查情况，是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来。

（一）为发行人提供担保的全部员工

1、中介机构核查过程

（1）保荐机构、申报会计师对为发行人提供担保的员工进行资金流水核查，具体核查范围如下：

序号	姓名	账户数量	核查期间	核查范围	是否已获取流水
1	俞涛	15	2021年1月1日-2024年12月31日	董监高资金流水核查	是
2	张磊	14	2021年1月1日-2024年12月31日	董监高资金流水核查	是
3	王斯	17	2021年1月1日-2024年12月31日	关键岗位资金流水核查	是
4	陈培钢	26	2021年1月1日-2024年12月31日	董监高资金流	是

序号	姓名	账户数量	核查期间	核查范围	是否已获取流水
				水核查	
5	伍健辉	17	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
6	蔡程伟	12	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
7	唐林	8	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
8	严文芳	8	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
9	卿艳	7	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
10	陈虎	9	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
11	江玲玲	11	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
12	岑文星	6	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
13	陈宗猛	13	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
14	张茂华	7	2021年1月1日-2022年6月30日 (注1)	新增担保员工流水核查	是
15	王敏婷	13	2021年1月1日-2024年12月31日	新增担保员工流水核查	是
16	戴卫红	-	-	新增担保员工流水核查	否(注2)

注1：张茂华于2022年5月从公司离职，并在当月解除房屋担保。因此，核查期间为2021年1月1日至2022年6月30日；

注2：戴卫红已离职，且其所提供的担保房产已于2021年2月解除，基于其个人隐私因素，拒绝配合提供其个人流水。

截至本回复提交之日，已获取上述15名担保员工的个人银行流水，占总人数的93.75%。

(2) 保荐机构、申报会计师对上述人员进行银行流水核查，并与发行人及相关主体、客户、供应商清单进行比对；

(3) 保荐机构、申报会计师获取上述人员云闪付APP查询的个人信用报告及个人卡报告，并与手机银行以及银行现场导出的账户信息与银行流水进行双向核对，以确保其账户的完整性与准确性；

(4) 针对上述核查主体存在重要性水平（5万元）以上的大额资金往来，保荐机构、申报会计师获取客观支撑性材料，核查其具体用途以及是否存在与发行人主体、客户、供应商的资金往来。

2、中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

报告期内，针对已取得的流水进行核查，为发行人提供担保的员工与发行人及相关主体、客户、供应商之间不存在异常资金往来。

（二）实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体

1、中介机构核查过程

（1）报告期内，实控人控制的主体与发行人的交易情况均已在招股说明书“第六节/七/（二）关联交易情况”一节详细披露，其中针对与发行人存在大额资金往来的主体，保荐机构、申报会计师获取了报告期内任一期与发行人交易金额超过10万元主体的银行流水。此外，向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体为深圳市中创盈科集团有限公司，保荐机构、申报会计师也获取了该主体的银行流水，具体核查范围如下：

序号	公司名称	核查账户数量	核查期间	备注
1	深圳市中信宝物业发展有限公司	4	2021年1月1日 -2024年12月31日	与发行人存在 大额资金往来
2	深圳市中信宝物业发展有限公司广州分公司	3	2021年1月1日 -2024年12月31日	
3	深圳市美盈科技孵化管理有限公司	6	2021年1月1日 -2024年12月31日	
4	深圳市中创盈科集团有限公司	6	2021年1月1日 -2024年12月31日	向实控人提供 资金支持

（2）保荐机构、申报会计师获取了上述主体的已开立账户清单，核查上述主体的银行账户数量。

（3）保荐机构、申报会计师获取了上述主体的银行流水，并与发行人及相关主体、客户、供应商清单进行比对，报告期内，上述主体与发行人客户、供应商的大额资金往来（报告期内合计交易金额超过20万元）主要为租金、水电费。

（4）针对上述主体与发行人客户、供应商的大额资金往来，保荐机构、申报会计师获取了对应的租赁合同，核查其业务往来是否存在异常。

（5）保荐机构、申报会计师获取了由深圳市中创盈科集团有限公司出具的

说明函，报告期内，深圳市中创盈科集团有限公司以及上述主体与发行人存在的资金往来均为正常的日常经营往来，不存在大额异常的资金往来，不存在其他利益安排，此外，与发行人的客户、供应商之间也不存在大额异常的资金往来，不存在其他利益安排。

（6）保荐机构、申报会计师针对报告期内实控人控制的主体与发行人存在的资金往来情况，核查程序如下：

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。

2、中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

（1）报告期内，实控人控制的主体与发行人及相关主体的交易真实，并且报告期内发生的全部业务往来均已在招股说明书“第六节/七/（二）关联交易情况”一节详细披露。

（2）报告期内，实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体与发行人客户、供应商之间存在的大额资金往来主要为租金、水电费，经核查不存在异常资金往来。

八、说明前述核查发现的异常资金流水的具体情况、形成原因及核查情况。

（一）为发行人提供担保的全部员工

保荐机构、申报会计师对为发行人提供担保并取得个人流水的员工进行流水资金核查，具体核查过程与核查意见参见本问题回复之“七/（一）为发行人提供担保的全部员工”。

经核查，针对已取得的流水进行核查，为发行人提供担保的员工与发行人及相关主体、客户、供应商之间不存在异常资金往来，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

（二）实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体

保荐机构、申报会计师对实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体的资金流水进行了核查，具体核查过程与核查意见参见本问题回复之“七/（二）实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体”。

经核查，报告期内，发行人与实控人控制的主体交易真实，实控人控制的与发行人存在大额资金往来的主体、向实控人提供资金支持用于回购公司股份的主体与发行人的客户、供应商之间不存在异常资金往来，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

问题 3. 业绩增长的合理性

根据问询回复，（1）报告期包机包位业务主要在 2021 年、2022 年发生，采用总额法确认收入，分别为 1.87 亿元、2.46 亿元，收入占比约 50%，销售金

额占比约 5%。发行人解释包机包位系常见采购模式，但同行业可比公司未明确披露包机包位业务，市场无数据统计包机包位总出票规模。（2）报告期间 2023 年、2024 年上半年对典实集团销售，金额分别为 2.33 亿元、1.63 亿元，发行人解释典实集团取得某特定航司的 OTA 平台授权，而发行人尚未取得。典实集团主要在携程等电商平台上销售，业务需求量较大。报告期发行人对携程集团的销售金额为 5.02 亿元、6.87 亿元、17.83 亿元、7.21 亿元。（3）2022 年发行人航旅、商旅、旅游销售金额和收入均上涨，变动趋势与部分可比公司可比业务存在差异，原因包括可比公司下游需求下降、国际航线率先恢复等。（4）2023 年航旅客户、旅游客户数量大幅上涨，其中旅行社、票务代理客户 3,653 位，较 2021 年增加 43.43%，商旅客户数量涨幅较小。报告期发行人销售人员数量维持在 150 人左右，较为稳定，销售费用小幅上涨。

关于包机包位业务。请发行人：①详细说明包机包位模式与一般模式的对比情况，如主要供应商、采购渠道分布、购销顺序、销售是否需要乘机人信息、采购信用期、退换货安排、是否核算后返佣金等及差异原因，包机包位业务是否属于报告期新增业务及合理性。②结合包机包位的业务实质、采购协议主要条款、预付比例、发行人取得机票控制权的时点、控制权转移时点及判断依据等，进一步论证采用总额法确认收入的合规性。③说明报告期包机包位业务销售金额、毛利及占比，涉及的主要航司及航段，发行人在其中的比较优势，向主要供应商客户采购销售情况，包机包位销售集中在航旅客户的合理性，向 1 名商旅客户销售的原因，2022 年航旅业务包机包位毛利率上升的原因。

同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性。请发行人：①说明与典实集团的合作背景、客户开拓过程、订单获取方式及规范性，结合其下游客户情况说明发行人同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性。②说明典实集团取得了哪家航司 OTA 平台授权，发行人未取得的原因，向典实集团销售的机票是否主要源于上述“特定航司”；其他主要航旅客户是否向 OTA 平台销售及销售情况。③说明销售给 OTA 平台是否需要取得航司同意或授权，如是，说明发行人取得情况、是否覆盖已开展的相关业务，取得过程是否合规。④说明在 OTA 平台销售方面发行人相对于主要竞争对手的竞争优势，结合对主要 OTA 平台销售变动、期后业绩、主要航司授权情况及持续性（如有）等，说明发行人对

携程集团等 OTA 平台销售的可持续性。

业绩增长的合理性。请发行人：①进一步论证 2022 年航旅、商旅、旅游销售、收入增长与部分可比公司可比业务趋势不一致的原因及合理性，其中航旅板块结合包机包位业务增长情况、下游需求差异及变化情况，区分国际、国内航线进行论证。②说明 2022 年商旅客户数量下滑的情况下，商旅收入、毛利不降反增的原因及合理性，导致商旅收入增长的主要客户情况、增长原因。③说明报告期航旅、旅游客户数量上涨、涨幅明显超过商旅客户的原因，报告期各期新增客户收入、销售金额及占比、毛利及占比，主要新客户的取得方式及开拓过程，新客户订单毛利率（合并后返佣金后）与老客户相比是否异常，报告期销售人员、销售费用与销售金额变动是否匹配。④结合行业数据说明 2024 年发行人所在行业景气度、机票酒店供需状况及价格变动趋势，结合发行人期后业绩表现、行业态势、客户供应商合作情况、盈利空间及议价能力等说明是否存在期后业绩大幅下滑的风险。

业务开展的规范性。请发行人：①说明主要航司对代理人的主要管理规定及处罚措施，发行人在业务开展中是否存在违反相关规定的情况，是否存在被取消代理资格或相关授权的情况及风险，是否对持续经营能力构成重大不利影响。②发行人是否存在欺诈消费者、捆绑销售，违反 OTA 平台、行业相关规定的情况，是否对业务开展构成重大不利影响。

请保荐机构、申报会计师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）说明对包机包位采购销售真实性的核查情况、对向同行采购机票真实性的核查情况、对新增客户的核查情况，包括核查范围、方法、证据和结论；（3）说明对各板块主要客户、主要后返佣金航司实施的核查程序，提供各板块前五大客户的销售合同；（4）结合发行人客户数量众多且分散、订单金额较小等特点，区分航旅、商旅、旅游客户说明核查样本的选取方式及代表性，相关核查工作的充分有效性；（5）说明发行人主要客户（如携程集团）是否通过线上平台开展业务，是否应当参照《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 2 号》（以下简称《指引 2 号》）2-16 通过互联网开展业务相关信息系统核查相关要求进行检查并发表意见。

请发行人律师对上述事项（4）进行检查并发表明确意见。

【回复】

一、关于包机包位业务

(一) 详细说明包机包位模式与一般模式的对比情况，如主要供应商、采购渠道分布、购销顺序、销售是否需要乘机人信息、采购信用期、退换货安排、是否核算后返佣金等及差异原因，包机包位业务是否属于报告期新增业务及合理性。

包机包位模式系发行人向航司或其他旅业同行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，这与一般采购模式最大的区别在于是否承担了相关座位未售出的风险，对比情况如下：

项目	包机包位模式	一般模式	说明
主要供应商	ORIENTAL SKY AVIATION FZE、麓林信息科技有限公司（广州）有限公司、茉莉航空服务（北京）有限公司、深圳市空港易行商旅服务有限公司、香港国泰航空有限公司广州代表处等供应商	中国国际航空股份有限公司、中国南方航空股份有限公司、中国东方航空股份有限公司、阿联酋航空公司、国泰航空有限公司等航司	
主要采购渠道分布	旅业同行和航司渠道	主要为航司渠道（包括 BSP、CDS 及航司直采）	公共卫生事件期间 BSP 票源不足，资源主要集中在一些同行渠道手上
购销顺序	先购后销	先销后购	
销售是否需要乘机人信息	需要	需要	
采购信用期	主要为预付形式	BSP 结算为一周双结；其他航司主要为现结	
退换货安排	除更换乘机人和航班取消或者熔断特殊情况外，一般不允许退票	起飞前允许退票	
是否核算后返佣金	否	是	包机包位未在航司的后返佣金政策范围内
是否承担存货未售出风险	是	否	

与一般采购模式不同的是，包机包位模式的产生系发行人为适应外部环境的变化而进行的市场性选择，2020 年度公共卫生事件后发生该类业务，并非报告

期内新增的业务，该业务在公共卫生事件期间存在具有合理性，主要原因如下：

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。

综上，包机包位业务的产生系由于外部环境发生变化而发生的业务，不属于报告期新增业务，业务发生具有合理性。

（二）结合包机包位的业务实质、采购协议主要条款、预付比例、发行人取得机票控制权的时点、控制权转移时点及判断依据等，进一步论证采用总额法确认收入的合规性。

《企业会计准则第 14 号——收入》（2017 年修订）（以下简称“新收入准则”）中，关于适用总额法还是净额法，主要是以企业是否为主要责任人还是代理人为标志进行区分，如果是主要责任人，则以总额法进行收入确认，如果仅为代理人，则按净额法进行收入确认。

企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易的身份是主要负责人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要负责人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或服务费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

（三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

（一）企业承担向客户转让商品的主要责任。

（二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

（三）企业有权自主决定所交易商品的价格。

（四）其他相关事实和情况。

包机包位业务实质系发行人向供应商买断部分航线的部分座位，再向下游潜在客户销售，自主定价并承担相关座位未售出的风险的业务模式。根据与供应商的采购协议主要条款约定，公司需要提前支付 20%至 30%不等的预付款项锁定未来部分航线的座位，且一经切位，除非航班取消或者熔断，否则不给退票，若实际出票人数未达到约定包销座位数，则需由公司承担机票未售出的成本。

包机包位业务中，对于提前锁定的部分航线座位，发行人实际上拥有该部分座位，但由于机票的独特性，必须确定乘机人且航司出票后，才能确定具体的航班、日期、座位号，其座位才具有唯一识别性，才算控制权真正转移，这是机票的特殊性决定，与发行人的采购模式和销售模式无关。因此，发行人取得机票控制权和转移机票控制权的时点分别为：

1、对于最终实现对外出售的机票，发行人提供乘机人清单并出票时取得机票控制权，同时出票后机票的控制权转移给客户；2、对于未实际出票而由发行人承担的切位，发行人取得机票控制权时点为航班起飞时，该类型机票控制权未对外转移。发行人能实现对外出售的切位部分取得控制权的时点与销售时点虽然一致，但存货控制权转移并非瞬时性，这主要系由机票的“一人一票”的独特性导致，发行人在切位签订合同并预付款项时就拥有该部分座位，但由于无对应乘机人和出票信息，供应商无法“交货”给发行人，发行人未到确认存货的时点。对于未实际对外出售的切位，发行人取得控制权的时点与销售时点不一致，发行人承担存货无法售出的实质性风险。

对于提前锁定的座位，发行人可以根据市场需求，自主决定对外出售的价格；对于无法售出的机票，发行人实际承担了该机票的实质性存货风险。同时，我们查阅同行可比公司携程集团年度报告披露的收入确认政策中描述“当通过预购存货承担实质性存货风险时，我们按照总额基准确认收入”，这与同行业披露的政策类似。

综上，包机包位业务按照总额法确认收入符合准则要求，具有合规性。

（三）说明报告期包机包位业务销售金额、毛利及占比，涉及的主要航司及航段，发行人在其中的比较优势，向主要供应商客户采购销售情况，包机包位销售集中在航旅客户的合理性，向1名商旅客户销售的原因，2022年航旅业务包机包位毛利率上升的原因。

1、报告期包机包位业务销售金额、毛利及占比

单位：万元

报告期	销售金额	销售金额占比	毛利	毛利占比
2024 年度	无			
2023 年度	337.86	0.03%	26.32	0.13%
2022 年度	24,728.31	5.21%	1,626.17	11.17%

2、报告期包机包位涉及的主要航司和航段

（1）主要航司

报告期	序号	航司代码	航司名称
2024 年度	无		
2023 年度	1	MS	埃及航空公司
	2	WY	阿曼航空公司
	3	HY	乌兹别克斯坦航空公司
	4	3U	四川航空有限公司
	5	KU	科威特航空公司
2022 年度	1	MS	埃及航空公司
	2	WY	阿曼航空公司
	3	HY	乌兹别克斯坦航空公司
	4	CX	国泰航空公司
	5	P4	索萨航空公司

（2）主要航段

报告期	序号	航段	城市信息
2024 年度	无		
2023 年度	1	CAI-HGH	开罗-杭州
	2	MCT-CAN	马斯喀特-广州
	3	CAI-CAN	开罗-广州
	4	TAS-XIY	塔什干-西安
	5	LOS-CAI	拉各斯-开罗
2022 年度	1	CAI-HGH	开罗-杭州
	2	MCT-CAN	马斯喀特-广州
	3	CAI-CAN	开罗-广州
	4	CAN-MCT	广州-马斯喀特
	5	PEK-TAS	北京-塔什干

3、发行人在其中的比较优势

发行人在包机包位业务开展中存在以下比较优势：

（1）获取优质资源的能力：作为航空公司的授权代理人，发行人与境内外航司建立了密切、稳定、长期的合作关系，因此发行人在部分航线上能够优先获取包机包位的资源。此外，发行人还与其他具有包机包位资源的供应商建立了良好的合作关系，提高了发行人获取优质资源的能力。

（2）及时、准确的决策能力：发行人凭借高效的决策机制、对市场行情的敏感洞察以及各部门间的高效协同，能够迅速响应市场变化，及时准确地做出决策。因此，发行人在获取到包机包位资源信息后，能够快速识别并把握市场机会，有效管理座位未售出的风险，并最大化业务收益，从而在市场竞争中占据优势。

（3）专业且经验丰富的团队：发行人拥有一支专业的团队，包括销售、产品、运营等人员，具有丰富的业务经验，能够为客户提供专业的、个性化的、满意的建议和服务。

（4）良好的口碑和形象与市场知名度：发行人在行业内拥有良好的口碑和品牌形象，广泛的市场知名度为发行人赢得客户的信任，并通过优质的服务和专业的能力为业务的开展奠定了基础。

4、向主要供应商客户采购销售情况

(1) 向主要供应商采购情况

单位：万元

报告期	序号	供应商名称	采购金额
2024 年度	无		
2023 年度	1	ORIENTAL SKY AVIATION FZE	224.30
	2	麓林信息科技（广州）有限公司	76.36
	3	上海美凯航空服务有限公司	7.50
	4	四川航空股份有限公司	2.40
	5	NEW ARAB STAR SPC	0.75
2022 年度	1	ORIENTAL SKY AVIATION FZE	10,130.48
	2	麓林信息科技（广州）有限公司	3,855.55
	3	木村商旅服务（广州）有限公司	1,543.38
	4	茉莉航空服务（北京）有限公司	1,436.79
	5	北京华盛国际航空服务有限公司	1,039.70

(2) 向主要客户销售情况

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额
2024 年度	无		
2023 年度	1	太原金腾航空服务有限公司	46.18
	2	李菲	36.20
	3	钱皎洁	17.69
	4	中兴通讯股份有限公司	16.10
	5	上海众博会务服务有限公司	13.20
2022 年度	1	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	1,378.22
	2	湖南亚商商务服务有限公司	1,236.26
	3	北京华夏远洋航空服务有限公司	963.07
	4	北京引领假日国际旅行社有限公司	726.15
	5	上海众博会务服务有限公司	594.35

5、包机包位销售集中在航旅客户的合理性

报告期内，包机包位集中在航旅客户的主要原因系同业客户对产品的需求更为丰富，发行人的包机包位票源更容易通过同业客户完成销售，商旅管理业务仅

会在客户出现特定航线需求时向其销售来自包机包位票源的产品，具有偶发性。

6、向 1 名商旅客户销售的原因

包机包位指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，再向下游潜在客户销售，承担相关座位未售出的风险。发行人向客户销售相关票源时，客户并不需要知晓其所购买的票源是否通过包机包位的方式获得。该商旅客户系中兴通讯股份有限公司，是一家全球领先的综合信息与通信技术解决方案提供商，服务于全球电信运营商、政企客户和消费者，在报告期内对部分航线的需求与发行人的包机包位票源资源匹配，由此达成交易的撮合，实现销售。

7、2022年航旅业务包机包位毛利率上升的原因

2021 年度至 2022 年度，发行人航旅票务的包机包位平均收入金额、平均成本金额、毛利率情况，以及平均收入变动和平均成本变动对毛利率影响的量化分析如下：

单位：万元、张、元/张

项目	2022年度	2021年度
航旅票务的包机包位收入金额	24,276.00	18,159.54
航旅票务的包机包位成本金额	22,699.90	17,864.39
毛利率	6.49%	1.63%
毛利率变动	4.87%	-
机票张数	13,105	13,869
每张机票收入	18,524.23	13,093.62
每张机票收入变动率	41.48%	-
每张机票收入变动对毛利率的影响①	28.84%	-
每张机票成本	17,321.55	12,880.81
每张机票成本变动率	34.48%	-
每张机票成本变动对毛利率的影响②	-23.97%	-
对毛利率影响合计①+②	4.87%	-

注 1：每张机票收入变动对毛利率的影响①=1-上期每张机票成本/本期每张机票收入-上期毛利率；

注 2：每张机票成本变动对毛利率的影响②=1-本期每张机票成本/本期每张机票收入-每张机票收入变动对毛利率的影响①-上期毛利率。

2022 年度，发行人航旅票务的包机包位毛利率较上年度上升 4.87 个百分点，

主要原因系包机包位每张机票收入上升幅度高于每张机票成本的上升幅度，每张机票收入变动对毛利率的影响大于每张机票成本变动，致使毛利率上升。在供给端，公共卫生事件期间，2022 年度民航出行场景受到的阶段性限制程度上升，票源紧张，在国际机票市场供给小于需求的情况下，发行人作为以国际机票见长的航旅票务服务商，充分运用自身境外航司合作资源和国际票源整合能力，协同上下游纾解国际机票的供应短缺困境；在需求端，随着境外地区先行解除相关限制，境外出行需求进一步增加，发行人为满足非常时期居民必要因私出行需求，积极保障民航出行平稳有序，围绕部分国际航线扩大包机包位规模，向航司或旅业同行供应商买断部分航线的部分座位，并按照市场的需求与供给情况定价。

二、同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性

（一）说明与典实集团的合作背景、客户开拓过程、订单获取方式及规范性，结合其下游客户情况说明发行人同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性。

1、说明与典实集团的合作背景、客户开拓过程、订单获取方式及规范性

广州典实集团（以下简称“典实集团”）具备 OTA 渠道（携程、去哪儿等）的销售优势，自身业务需求量较大，且取得了中国国际航空股份有限公司（以下简称“国航”）的 OTA 授权。发行人相比于典实集团具有更全面的产品优势，尤其是在华南地区以外区域，能提供更优的产品价格，依托发行人的行业知名度，典实集团主动找到发行人作为供应商，双方通过商业洽谈，于 2023 年开始建立合作，实现资源的优势互补。典实集团自行获取客户需求后向发行人发起订单采购需求，其自行通过航旅网客户端及 API 下单。综上，发行人与典实集团的开拓过程及订单获取方式具有规范性。

2、结合其下游客户情况说明发行人同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性

典实集团的下游客户主要为携程集团、同程艺龙集团等 OTA，发行人及典实集团均为携程集团的供应商，在不同的航线、航段之间，存在不同的产品优势，因此发行人及典实集团均存在对携程集团的产品销售。针对发行人的航旅票务业务而言，典实集团及携程集团均为旅业同行客户，在其具备机票采购需求时，发

行人分别向其销售产品具有合理性。其次，发行人向典实集团销售的产品以“国航”承运国际机票为主；而发行人向携程集团直接销售的产品更为丰富，包括其他多家航司承运的国际机票。综上，发行人同时向典实集团、携程集团销售具有商业合理性。

（二）说明典实集团取得了哪家航司 OTA 平台授权，发行人未取得的原因，向典实集团销售的机票是否主要源于上述“特定航司”；其他主要航旅客户是否向 OTA 平台销售及销售情况。

典实集团向发行人采购的机票以国航承运的国际机票为主，根据典实集团的说明，其采购的该等机票的主要销售渠道为 OTA，其已取得通过 OTA 销售该航司的国际机票的授权。航空公司对于代理人代理销售其机票的销售渠道可能存在一定的管控措施，在是否同意代理人向 OTA 销售机票或同意哪些代理人向 OTA 销售机票时，并无统一、公开的申请标准，航司可能会根据其自身的业务需求及特定时间段内的销售情况，针对不同产品、不同渠道制定不同的政策，但这些政策航司并未对外披露。发行人航旅销售渠道以同行分销为主，就国航承运的国际机票，鉴于典实集团具备较为丰富的 OTA 渠道销售经验，发行人选择向典实集团销售该等机票产品，而非自行通过 OTA 销售。

发行人的其他主要航旅客户的销售渠道属于客户自身的商业秘密，发行人无法获取其他主要航旅客户是否存在向 OTA 销售及销售情况的准确信息。

（三）说明销售给 OTA 平台是否需要取得航司同意或授权，如是，说明发行人取得情况、是否覆盖已开展的相关业务，取得过程是否合规。

发行人作为 OTA 的供应商，存在向 OTA 销售机票的情形，但其主要收入来源并非在 OTA 开设自营店铺直接向终端消费者进行产品销售。根据行业惯例，代理人在取得 IATA 资质及航司授权后，即具备客票代理的资质，部分航司与代理人之间未再另行签署销售代理协议等书面文件，亦未通过公告、通知等其他形式告知代理人或 OTA 存在销售渠道限制情形，仅在航司制定特别奖励政策时，单独签署具体的激励协议。因此，该等情况下，代理人与航司之间并无协议，除非航司另行发布对销售渠道进行管控的通知或公告等文件，否则该等情况下航司对代理人销售给 OTA 设定特别限制或者约束。针对该等航司的机票产品，发行

人销售给 OTA 时，无需取得航司的另行授权或同意。

除上述情形外，部分航司与代理人签署了书面代理协议或通过公告、通知等形式对代理人的销售行为进行了更为详细的约定，其中部分航司在代理协议、公告或通知等文件中，对代理人的客票销售渠道作出了限制，不允许代理人在未经其同意的情况下通过 OTA 销售对应航司的机票。根据对发行人存在产品销售的主要 OTA 的访谈，由于各航司均有众多代理人，且航司对销售渠道的管理要求也可能根据其业务发展需要、产品销售情况，存在时效性需求，实践中，航司较难以通过对代理人进行逐一书面通知并授权的方式，管控代理人在 OTA 的销售活动。因此，航司通常会通过对 OTA 的管控，实现对销售渠道的控制，即若该航司不允许代理人或仅允许部分代理人向 OTA 销售其产品，或仅在特定时间段内允许代理人向 OTA 销售其产品时，均将该等要求通知至 OTA（部分情况下为书面通知，部分情况下为非书面通知），并由 OTA 按照航司的要求执行。

由于并非所有航司均对代理人的销售渠道施以管控措施，且发行人作为航司授权代理人而非 OTA，通常并非上述渠道管控政策的直接被通知主体，且部分临时性限制措施可能并无书面通知文件，因此发行人未能提供其报告期内销售给 OTA 的机票所对应的该等航司出具的书面授权文件，但已提供书面授权文件或已取得其就不存在对发行人 OTA 销售渠道限制的书面确认的航司 **2024 年度** 销售额占发行人向 OTA 销售的航司直采机票总销售额的覆盖率已超过 **55.47%**。

根据对发行人存在产品销售的 OTA 的访谈，其在业务开展过程中，均按照航司的要求执行，在航司对通过 OTA 进行销售存在限制的情况下，未能取得航司授权的代理人均不能通过 OTA 向乘客销售产品。因此，发行人销售给 OTA 的产品，均符合 OTA 的规定及航司对发行人销售渠道的管理要求，根据对发行人主要供应商的访谈，发行人与主要供应商之间均不存在商业贿赂、利益输送等不正当安排；发行人不存在以不合规手段取得授权或者同意的情形。

(四)说明在 OTA 平台销售方面发行人相对于主要竞争对手的竞争优劣势，结合对主要 OTA 平台销售变动、期后业绩、主要航司授权情况及持续性（如有）等，说明发行人对携程集团等 OTA 平台销售的可持续性。

1、说明在 OTA 平台销售方面发行人相对于主要竞争对手的竞争优劣势

发行人在 OTA 销售方面相对于主要竞争对手的竞争优劣势如下：

竞争优势	竞争劣势
(1) 发行人具备更全面的产品优势，拥有 145 家境内外航司 BSP 授权；(2) 发行人深耕航旅票务服务近 20 年，尤其是国际机票方面具备突出的品牌优势；(3) 发行人整体采购量大，产生规模效应，形成价格优势。	发行人业务重心以同行分销为主，向 OTA 销售并非发行人的业务重心

2、结合对主要 OTA 平台销售变动、期后业绩、主要航司授权情况及持续性（如有）等，说明发行人对携程集团等 OTA 平台销售的可持续性

报告期及期后，发行人向主要 OTA 的销售变动及期后业绩情况如下：

单位：万元

项目	销售金额（含税）			
	2025 年 1-3 月		2024 年度	
	金额	占比	金额	占比
携程集团及其下属企业	30,228.80	10.65%	143,715.37	11.04%
同程艺龙集团及其下属企业	1,876.90	0.66%	8,709.98	0.67%
合计	32,105.70	11.31%	152,425.35	11.71%

续上表

项目	销售金额（含税）			
	2023 年度		2022 年度	
	金额	占比	金额	占比
携程集团及其下属企业	177,392.28	15.92%	68,579.53	14.46%
同程艺龙集团及其下属企业	1,636.06	0.14%	1,506.01	0.32%
合计	179,028.34	16.07%	70,085.54	14.78%

公共卫生事件期间，航司经营受到冲击，优化部分人员，减少了代理人在 OTA 平台销售的限制；公共卫生事件恢复后，随着航司经营情况逐步恢复，航司拓展自身销售团队，并调整运营政策，降低 OTA 销售规模。由上表可知，发

行人对携程集团销售规模从 2024 年呈现下降趋势；对同程艺龙集团销售规模从 2024 年呈现上升趋势，主要原因系同程艺龙集团相比于携程集团规模较小，为丰富其产品多样性，2024 年向发行人增加采购量。

如本问询回复之“一/（三）说明销售给 OTA 是否需要取得航司同意或授权，如是，说明发行人取得情况、是否覆盖已开展的相关业务，取得过程是否合规”部分所述，航司对其代理人在 OTA 的销售授权与其自身的产品销售情况等众多因素挂钩，具有一定的时效性、不可确定性的特点，但结合发行人的行业地位、与主要航司的长期合作关系，发行人取得了诸多航司就 OTA 销售的授权。发行人在 2014 至 2016 年期间，陆续与包括携程集团在内的 OTA 建立销售合作关系，业务合作持续至今，未出现对相关业务合作构成重大不利影响的风险因素，发行人对携程集团等 OTA 销售具有可持续性。但在发行人对 OTA 销售具有可持续性的前提下，在不同期间，因航司对销售渠道的管理要求亦可能根据其业务发展需要、产品销售情况，存在时效性，发行人对 OTA 平台的销量可能因上述原因而波动。

此外，发行人航旅销售渠道以同行分销为主，携程集团等 OTA 销售并非发行人航旅销售的重点发展方向，发行人整体业绩对携程集团等 OTA 销售的依赖性较低，发行人对携程集团等 OTA 的销售规模对发行人的整体业绩影响有限。

三、业绩增长的合理性

（一）进一步论证 2022 年航旅、商旅、旅游销售、收入增长与部分可比公司可比业务趋势不一致的原因及合理性，其中航旅板块结合包机包位业务增长情况、下游需求差异及变化情况，区分国际、国内航线进行论证。

1、航旅票务

单位：万元

公司名称	来源	项目	2022 年度	2021 年度	变动率
美亚科技	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%
		其中：国际机票	220,042.57	118,075.69	86.36%
		国内机票	29,920.33	46,443.10	-35.58%

公司名称	来源	项目	2022 年度	2021 年度	变动率
		收入	3,711.95	4,159.87	-10.77%
		其中：国际机票	3,388.07	3,939.16	-13.99%
		国内机票	124.67	99.00	25.93%
	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%
携程集团	交通票务	收入	825,300.00	690,500.00	19.52%
同程旅行	交通票务	收入	337,893.40	445,773.70	-24.20%
腾轩旅游	交通票务	收入	38,319.42	42,784.32	-10.44%

注1：部分可比公司无具体可比业务，故只列举业务可比的公司信息，下同。

注2：可比公司未披露销售金额，故仅针对收入进行比较，下同。

2022 年度发行人航旅票务收入 29,832.71 万元，较 2021 年上升 26.96%。同期，携程集团交通票务收入上升 19.52%，与发行人收入变动趋势一致；同程旅行收入下降 24.20%，腾轩旅游收入下降 10.44%，与发行人收入变动趋势相反。

因发行人航旅票务销售金额受代理分销影响较大，收入受总额法确认收入的包机包位业务影响较大，故进一步拆分收入来源分析。

2022 年代理分销收入为 3,711.95 万元，较 2021 年下降 10.77%，与同程旅行、腾轩旅游变动趋势一致。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 2022 年度境外地区民航出行限制逐步放开，国际机票业务实现增长，销售金额从 2021 年度的 118,075.69 万元增长至 2022 年度的 220,042.57 万元，但为统筹考虑代理分销及后返佣金，实现整体收益最优，发行人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，致使国际机票收入从 2021 年度的 3,939.16 万元下降至 2022 年度的 3,388.07 万元。同时，因国内公共卫生事件反弹，2022 年度国内机票的销售金额呈现下降态势，从 2021 年度的 46,443.10 万元下降至 2022 年度的 29,920.33 万元，因市场供需紧张，机票价格上涨，致使收入从 99.00 万元上升至 124.67 万元，但国内机票收入占比较低，影响较小。根据同程旅行、腾轩旅游 2022 年年度报告披露，其票务交通收入减少，主要是由于国内公共卫生事件反弹及交通票务服务需求下降所致。

2022 年包机包位收入为 24,405.45 万元，较 2021 年增长 34.18%，是发行人航旅票务收入增长的主要原因，该增长主要系 2022 年度境外地区民航出行限制逐步放开，国际机票需求增加，而包机包位机票均为国际机票，顺应市场需求实现业绩增长，销售金额增加，且包机包位采用总额法确认收入，致使收入同步增加。携程集团、腾轩旅游披露存在类似包机包位业务，按照总额法确认收入，但未披露相关具体数据。

2、商旅管理

单位：万元

公司名称	来源	项目	2022 年度	2021 年度	变动率
美亚科技	商旅管理	销售金额	190,555.12	180,289.43	5.69%
		其中：国际机票	80,332.90	42,929.42	87.13%
		国内机票	80,377.21	115,195.74	-30.23%
		收入	12,272.72	9,686.69	26.70%
		其中：国际机票	8,955.65	5,433.89	64.81%
		国内机票	1,847.25	3,018.39	-38.80%
携程集团	商旅管理	收入	107,900.00	134,700.00	-19.90%
腾轩旅游	商旅管理	收入	1,595.52	1,213.39	31.49%

2022 年度发行人商旅管理收入 12,272.72 万元，较 2021 年上升 26.70%。同期，携程集团商旅管理收入下降 19.90%，与发行人收入变动趋势相反；腾轩旅游收入增长 31.49%，与发行人收入变动趋势一致。

发行人商旅管理业务中，机票为主要产品，销售金额和收入占比均超过 80%。2022 年度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，导致国际机票增长幅度较大，销售金额从 2021 年度的 42,929.42 万元增长至 2022 年度的 80,332.90 万元，销售收入从 2021 年度的 5,433.89 万元增长至 2022 年度的 8,955.65 万元。与此同时，国内公共卫生事件反弹，国内机票需求下滑，销售金额从 115,195.74 万元下降至 80,377.21 万元，销售收入从 3,018.39 万元下降至 1,847.25 万元。综合国际机票和国内机票变动，发行人商旅管理整体呈现销售金额、销售收入增长的态势。根据携程集团 2022 年度报告披露，其商旅管理收入下降主要

系国内局部地区卫生事件反复的影响所致，与发行人国内机票变动一致。

3、会奖旅游

单位：万元

公司名称	来源	项目	2022 年度	2021 年度	变动率
美亚科技	会奖旅游	销售金额	4,280.61	4,198.64	1.95%
		其中：会议团	3,372.44	3,006.75	12.16%
		旅行团	30.77	380.12	-91.90%
		收入	3,457.54	3,350.63	3.19%
		其中：会议团	3,268.50	2,888.61	13.15%
		旅行团	30.68	376.44	-91.85%
众信旅游	旅游批发和旅游零售业务	收入	19,101.20	25,004.88	-23.61%
岭南控股	旅行社运营	收入	33,440.87	72,467.45	-53.85%

2022 年度发行人会奖旅游收入 3,457.54 万元，较 2021 年上升 3.19%。同期，众信旅游收入下降 23.61%，岭南控股收入下降 53.85%，与发行人收入变动趋势相反。

发行人会奖旅游业务主要由会议团、旅行团等定制服务和机票及酒店单一服务构成，其中会议团为最主要的产品类型。因发行人的会奖旅游业务规模基数较小，且企事业单位会议团需求较为刚性，会议团销售金额从 2021 年度的 3,006.75 万元增长至 2022 年度的 3,372.44 万元，收入从 2021 年度的 2,888.61 万元增长至 2022 年度的 3,268.50 万元；尽管受国内公共卫生事件反复的影响，旅行团销售金额从 2021 年度的 380.12 万元下降至 2022 年度的 30.77 万元，收入从 2021 年度的 376.44 万元下降至 2022 年度的 30.68 万元，但综合两者的影响，2022 年度会奖旅游销售金额和收入均实现了小幅增长。根据众信旅游和岭南控股 2022 年度报告披露，其业务收入下滑主要受宏观环境影响，居民出行减少所致。

（二）说明 2022 年商旅客户数量下滑的情况下，商旅收入、毛利不降反增的原因及合理性，导致商旅收入增长的主要客户情况、增长原因。

1、说明 2022 年商旅客户数量下滑的情况下，商旅收入、毛利不降反增的原因及合理性

单位：个，万元

项目	2022 年度	2021 年度	变动率
客户数量	1,294	1,330	-2.71%
收入	12,272.72	9,686.69	26.70%
毛利	9,117.10	6,781.05	34.45%

2022 年商旅客户 1,294 个，较 2021 年度下降 36 个，减少 2.71%，主要原因有三点：其一，受民航出行场景限制的影响，部分商旅客户的差旅需求下降，业务合作开展减少；其二，发行人主动实施客户结构优化策略，将目标客户群体集中于大中型企事业单位；其三，发行人主动减少部分风险较高的行业客户。在客户数量减少的情况下，发行人的收入和毛利上涨，主要原因有两点：其一，2022 年发行人新增部分超大型企事业单位客户，如南方电网互联网服务有限公司，同时与大型客户的合作深度也进一步提高，高质量的商旅客户助推发行人的业绩增长；其二，境外地区民航出行限制逐步放开，国际机票需求增加，根据《2022 年民航行业发展统计公报》显示，2022 年度国际航线完成旅客运输量 186.08 万人次，较上年增长 26.0%，同期国内航线完成旅客运输量 24,985.25 万人次，比上年下降 43.1%，国际机票定价的市场化程度较高，且发行人的产品具有优势，部分为独家航线，致使收入、毛利较高。

2、导致商旅收入增长的主要客户情况、增长原因

单位：万元

客户名称	2022 年度收入	2021 年度收入	变动金额
中国化学工程第七建设有限公司	**	**	**
富泰华工业（深圳）有限公司	**	-	**
CHINA PETROLEUM ENGINEERING & CONSTRUCTION CORPORATION	**	-	**
嘉兴敏惠汽车零部件有限公司	**	**	**
中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	**	**	**
总计	1,330.81	497.41	833.39

注：导致商旅收入增长的主要客户系2022年收入较2021年收入变动金额前五名。

中国化学工程第七建设有限公司 2022 年度较 2021 年度收入上涨**万元，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，2021 年和 2022 年对其国际机票收入分别为**万元和**万元。

富泰华工业（深圳）有限公司 2022 年度较 2021 年度收入上涨**万元，主要原因系该客户于 2022 年通过商务洽谈首次达成合作且该客户以国际机票采购为主，2022 年对其国际机票收入**万元。

CHINA PETROLEUM ENGINEERING & CONSTRUCTION CORPORATION 2022 年度较 2021 年度收入上涨**万元，主要原因系该客户于 2022 年通过商务洽谈首次达成合作且该客户采购全部系国际机票。

嘉兴敏惠汽车零部件有限公司 2022 年度较 2021 年度收入上涨**万元，主要原因系 2021 年受公共卫生事件影响，客户出差需求下降，2022 年度随着境外地区民航出行限制逐步放开，国际机票需求恢复，2021 年和 2022 年对其国际机票收入分别为**万元和**万元。

中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司 2022 年度较 2021 年度收入上涨**万元，主要原因系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，国际机票需求提升，2021 年和 2022 年对其国际机票收入分别为**万元和**万元。

（三）说明报告期航旅、旅游客户数量上涨、涨幅明显超过商旅客户的原因，报告期各期新增客户收入、销售金额及占比、毛利及占比，主要新客户的取得方式及开拓过程，新客户订单毛利率（合并后返佣金后）与老客户相比是否异常，报告期销售人员、销售费用与销售金额变动是否匹配

1、说明报告期航旅、旅游客户数量上涨、涨幅明显超过商旅客户的原因

单位：个

板块	2024 年度		2023 年度		2022 年度
	数量	变动率	数量	变动率	数量
航旅票务	6,742	69.82%	3,970	42.91%	2,778
商旅管理	1,420	3.42%	1,373	6.11%	1,294
会奖旅游	555	141.30%	230	114.95%	107

航旅、旅游客户数量上涨、涨幅明显超过商旅客户的原因主要有两点：

其一，发行人商旅业务的目标客户主要集中于大中型企事业单位，有一定的门槛标准，这类客户的出行需求通常与商务活动紧密相连，如商务会议、项目考察、客户拜访等。因此，这类客户群体相对较为专业和集中，在差旅安排上往往

会选择长期合作的供应商，并且会基于自身的差旅政策和预算进行管控。航旅、旅游客户涵盖了旅行社、票务代理以及各类中小型团体等，这种广泛的客户群体来源使得航旅、旅游市场的潜在客户数量庞大，这使得航旅、旅游客户的获取和拓展难度相对较低，在客户数量上涨幅明显超过商旅客户。

其二，商旅业务的营销通常侧重于与企业的直接沟通和合作，例如与企业采购部门洽谈、提供定制化的企业差旅解决方案、参与招投标等方式来获取客户。这种营销方式虽然能够精准地触达目标客户，但需要投入大量的时间和精力来建立和维护客户关系。而且，企业对商旅供应商的评选和招投标均有严格的标准，会综合考虑多个因素，如技术水准、服务质量、商务资质、价格优势、安全保障、财务结算等，同时其评选和招投标也具有周期性，这进一步增加了商旅客户获取的复杂性，导致商旅客户的增长速度相对较慢。

2、报告期各期新增客户收入、销售金额及占比、毛利及占比

单位：万元

报告期	收入		销售金额		毛利	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2024 年度	2,554.99	6.41%	87,944.79	6.76%	516.42	2.41%
2023 年度	2,677.67	7.64%	111,472.43	10.00%	1,287.05	6.36%
2022 年度	3,724.59	8.17%	40,620.60	8.56%	1,323.38	9.09%

3、主要新客户的取得方式及开拓过程

报告期各期，发行人销售额前五的新增客户获取方式如下：

期间	集团客户名称	取得方式及开拓过程
2024 年度	上海银数科技有限公司	老客户推荐
	上海飞哪航空服务有限公司	老客户推荐
	晋中华夏航空票务有限公司	主动拜访接洽
	辽宁安易行商旅服务有限公司	老客户推荐
	成都飞悦航服信息技术咨询有限公司	主动拜访接洽
2023 年度	广州典实集团及其下属企业	客户主动邀约
	华人运通控股（上海）有限公司	获取招投标信息并参与招投标
	滨州福焕电子商贸有限公司	客户主动邀约
	上海轩涵初行商务咨询有限公司	参与行业活动

期间	集团客户名称	取得方式及开拓过程
	徐州启怡票务服务有限公司	主动拜访接洽
2022 年度	壹华咨询服务（广州）有限公司	客户主动邀约
	东方承启（北京）商务科技有限公司	获取招投标信息并参与招投标
	富士康集团及其下属企业	主动拜访接洽
	上海瑞兜航空服务有限公司	主动拜访接洽
	滴滴集团	老客户推荐

4、新客户订单毛利率（合并后返佣金后）与老客户相比是否异常

（1）航旅票务

报告期内，发行人航旅票务业务的新增客户和存量客户的合并后返佣金的订单毛利率情况如下所示：

单位：万元

年份	项目	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	新增客户	74,789.97	1.70%	1,124.89	0.20%	63.15	0.08%
	存量客户	794,521.52	1.32%	14,164.60	-0.46%	-180.99	-0.39%
2023年度	新增客户	94,826.18	3.61%	2,142.49	1.36%	610.38	0.64%
	存量客户	603,518.38	2.80%	7,787.49	1.51%	2,965.35	1.02%
2022年度	新增客户	23,685.81	2.81%	257.80	1.73%	152.50	0.98%
	存量客户	252,763.57	3.42%	1,476.80	2.84%	2,218.52	1.91%

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：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 2022 年度、2023 年度和 2024 年度，发行人航旅票务业务新增客户的合并后返佣金的订单毛利率与存量客户相比，差异较小。

（2）商旅管理

报告期内，发行人商旅管理业务的新增客户和存量客户的订单毛利率情况如

下所示：

单位：万元

年份	项目	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)
2024年度	新增客户	10,456.40	4.21%	88.42	3.08%
	存量客户	390,036.85	4.84%	3,446.10	3.50%
2023年度	新增客户	14,275.72	5.63%	118.36	4.49%
	存量客户	386,807.57	4.59%	3,312.54	3.21%
2022年度	新增客户	16,719.69	8.25%	252.85	6.33%
	存量客户	171,618.78	6.40%	2,606.28	4.65%

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。

在 2023 年度和 2024 年度，发行人商旅管理业务新增客户的订单毛利率与存量客户相比，差异较小。

在 2022 年度，发行人商旅管理业务的新增客户的订单毛利率较高，主要原因系在该年度，商旅管理业务新增主要客户为 CHINA PETROLEUM ENGINEERING & CONSTRUCTION CORPORATION，其销售金额占新增客户销售金额的比例为 8.95%，订单毛利率为**，发行人向该客户提供的商旅管理服务中以国际机票为主，占比 92.89%，相较于国内机票，国际机票的毛利较高致使订单毛利率较高。

（3）会奖旅游

报告期内，发行人会奖旅游业务的新增客户和存量客户的订单毛利率情况如下所示：

单位：万元

年份	项目	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)
2024年度	新增客户	2,698.42	10.44%	111.64	5.23%
	存量客户	13,313.53	9.81%	599.93	3.12%
2023年度	新增客户	2,370.54	6.28%	90.76	1.91%

年份	项目	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)
	存量客户	11,634.73	7.21%	357.17	3.44%
2022年度	新增客户	215.10	17.68%	15.13	9.27%
	存量客户	4,036.81	12.47%	248.40	3.06%

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2023年度和2024年度，发行人会奖旅游业务新增客户的订单毛利率与存量客户相比，差异较小。

在2022年度，发行人会奖旅游业务的新增客户的订单毛利率较高，主要原因系在该年度，会奖旅游业务新增主要客户为中国电建集团核电工程有限公司，其销售金额占新增客户销售金额的比例为15.73%，订单毛利率为**，发行人向该客户提供的会奖旅游服务中以国际定制团为主，占比100.00%，国际定制团毛利较高致使订单毛利率较高。

5、报告期销售人员、销售费用与销售金额变动是否匹配

报告期内，发行人销售人员、销售费用与销售金额变动情况如下所示：

单位：万元、人

项目	2024 年 12 月 31 日/2024 年度		2023 年 12 月 31 日/2023 年度		2022 年 12 月 31 日/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
销售人员	158	4.64%	151	1.34%	149
销售费用	3,520.86	6.52%	3,305.25	9.63%	3,014.98
销售金额	1,301,298.71	16.77%	1,114,446.06	134.98%	474,273.78

报告期内，发行人销售人员、销售费用与销售金额的变动趋势一致，具有匹配性。其中销售金额的增长幅度高于销售人员、销售费用的增长幅度，主要原因如下：

（1）发行人销售金额的增长主要源自存量客户，并不依赖于销售人员开拓新增客户

参见本问题回复之“三/（三）/2、报告期各期新增客户收入、销售金额及占

比、毛利及占比”的相关回复内容，报告期内发行人主要客户群体稳定，客户黏性较强，存量客户为报告期内发行人销售金额的主要来源，发行人销售金额在报告期内的增长也主要源自存量客户，并不依赖于销售人员开拓新增客户。

(2) 发行人销售人员中的多数人员工作是维系存量客户

报告期各期末，各部门的销售人员数量及具体分工如下：

单位：人

部门	销售人员人数			分工
	2024.12	2023.12	2022.12	
美亚航旅	30	28	25	客户开拓销售，主要负责航旅票务业务的新客户开拓工作，与意向客户进行商务谈判及合同签署
	57	58	60	客情维护销售，负责航旅票务业务已有客户的日常维系、管理，回复客户的订单需求及问题，传递客户需求至客服人员，跟进订单回款
	14	16	18	销售管理及支持人员，负责销售团队的整体建设及管理，确定年度销售目标、客户开发目标并跟进各指标的实施及完成，参与维护重要客户业务关系
美亚商旅	11	12	13	客户开拓销售，主要负责商旅管理业务新客户开拓工作，识别潜在客户并进行拜访、接洽，获取业务机会及进行商业谈判
	24	20	19	客情维护销售，主要负责商旅管理业务老客户的日常维系、管理，保持与客户的有效沟通
	11	10	10	销售管理及支持人员，负责销售团队的整体建设及管理，确定年度销售目标、客户开发目标并跟进各指标的实施及完成，参与维护重要客户业务关系
美亚旅行	11	7	4	与商旅业务、航旅业务部门沟通对接客户的会展旅行项目需求并进行跟进、维护，基于已有客户进行相关项目的挖掘与扩展

在发行人航旅票务、商旅管理业务中，销售人员中的多数人员工作是客情维护，负责已有客户的日常维系、管理，回复客户的订单需求及问题，传递客户需求至客服人员，跟进订单回款。基于对存量重点客户关系的维护，保证及时的需求响应速度，确保提供客户的服务品质和质量的稳定性，发行人进一步扩大与存量客户的销售金额。

(3) 客户向发行人的采购规模并不依赖于销售人员个人

发行人泛商旅出行服务的服务能力主要取决于发行人重点客户的积累情况和重点客户对发行人产品资源丰富度、服务响应速度、服务质量稳定性、信息系

统自动化的认可程度，发行人重点客户的积累主要是发行人技术水平、市场口碑、产品资源整合能力等整体实力的体现，客户采购规模则主要取决于上述因素，并不依赖销售人员个人。

（四）结合行业数据说明 2024 年发行人所在行业景气度、机票酒店供需状况及价格变动趋势，结合发行人期后业绩表现、行业态势、客户供应商合作情况、盈利空间及议价能力等说明是否存在期后业绩大幅下滑的风险。

1、结合行业数据说明 2024 年发行人所在行业景气度、机票酒店供需状况及价格变动趋势

（1）2024 年发行人所在行业景气度

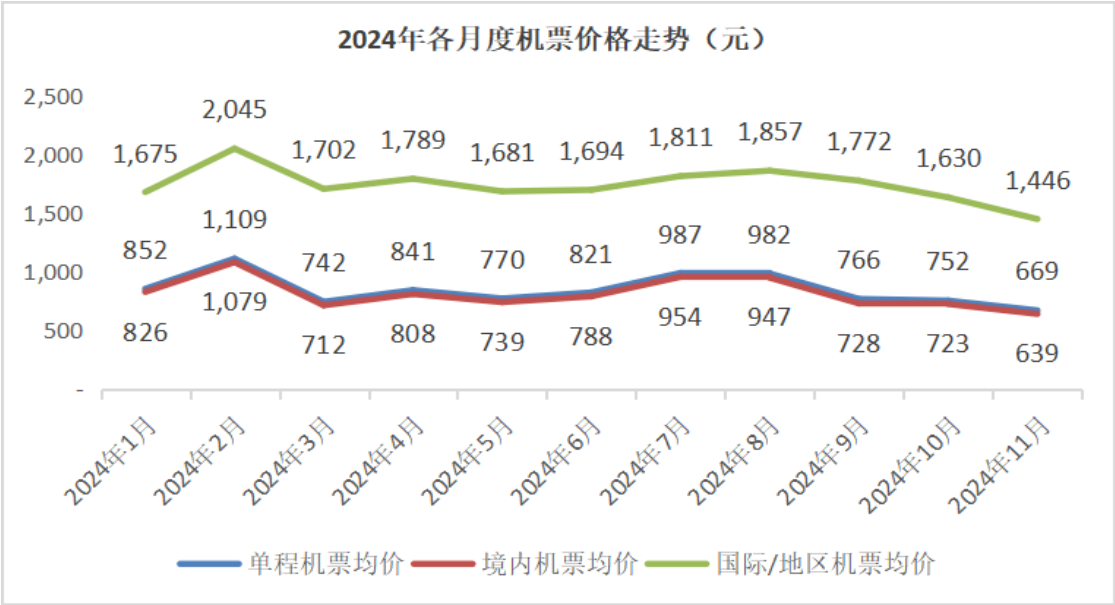
航旅票务中国内航线和国际航线均呈现平稳增长，国际航线恢复态势良好。根据中国民航局统计，2024 年我国民航全行业延续增长势头，民航客运量突破 7.3 亿人次，较 2019 年增长 10.73%，超过 2024 年全国民航工作会议设定的 6.9 亿人次目标。2024 年以来，民航出行需求持续释放，正班客座率及正班载运率基本恢复至 2019 年同期水平。国内航线已全面恢复，并回归常态化增长。根据民航局统计，2024 年国内航线客运量同比增长 12.61%，较 2019 年增长 13.49%。国际航线供需恢复呈现良好态势，2024 年 12 月国际航线客运量恢复至 2019 年 12 月的 99.34%，全年国际航线客运量恢复至 2019 年的 88.33%。

商旅管理 2024 年呈现平稳增长态势。根据全球商务旅行协会（GBTA）发布的《2024 Business Travel Index Outlook》，2024 年全球商务旅行总费用预计达到 1.484 万亿美元，较 2023 年（1.336 万亿美元）增长 11.1%。2023 年中国商务旅行总费用达到 3,422 亿美元，商旅旅行指数（BTI）为 617，预计 2024 年中国商务旅行指数为 672，而 2024 年中国商旅旅行总费用将比 2023 年提升 8.8%。根据环球旅讯发布的《2024Q3 中国商旅市场趋势洞察报告》，相较 2023 年，2024 年 48.65%的受调研企业国内差旅频次增加，42.87%保持不变，仅 8.48%有所减少；36.37%的受调研企业国际差旅频次增加，42.87%保持不变，仅 10.22%有所减少，另有 10.54%不涉及国际差旅。影响企业差旅频次最主要的原因包括学习培训活动增多、展会活动增多、业务扩张等。从商务旅行者侧看，国内/国际差旅出行频次稳中有升；从企业差旅经理侧看，国际差旅出行频次增长趋势较国内

显著。跨境商旅爆发式增长,2024 年 1 月至 10 月中旬,跨境商旅人次已反超 2019 年,增长 34%,同比 2023 年同期增长 72%。42.06%的企业正在或计划出海,批发零售业、艺术娱乐和体育、医疗保健/医药等行业中的出海企业占比较高,出海趋势明显。

(2) 机票酒店供需状况及价格变动趋势

国内市场保持旺盛,国内航线完成旅客运输量约 6.4 亿人次,同比增长约 13%,较 2019 年同期大幅增长约 14%;国际市场加快恢复,2024 年 7 月以来恢复程度连续五个月超过 90%,国际航线旅客运输量超过 6,000 万人次,同比增长超过 130%,恢复至 2019 年同期约 88%;行业客座率保持较高水平,行业平均客座率水平超过 83%,同比提升超过 5 个百分点,与 2019 年同期基本持平,行业客座率单日最高接近 88%。目前整体呈现供大于需的局面,月度机票均价同比 2023 年存在小幅下降。根据中国航空运输协会发布的月度《航空运输数据报告》,2024 年各月度的机票价格走势如下表所示:



酒店行业整体供给在公共卫生事件后持续回补,并于 2024 年保持增长态势。据酒店之家数据显示,截至 2024 年 9 月底,全国在营酒店 68.19 万家,较 6 月底增加 0.4%,全部酒店客房数量 2058 万间,较 6 月底增加 2.3%。据 STR 资讯,截至 2024 年 9 月,中国内地酒店年累计 RevPAR、ADR 和 OCC 分别同比下降 6%、4%和 2%,平均房价连续三个季度呈现同比下降,各级别酒店表现均未达到去年同期水平,酒店行业的增长驱动力正在从 ADR 转向 OCC,即酒店更依赖

于提高入住率而非提高房价来增加收入。

2、结合发行人期后业绩表现、行业态势、客户供应商合作情况、盈利空间及议价能力等说明是否存在期后业绩大幅下滑的风险。

(1) 期后业绩表现

发行人 2025 年 1-3 月经审阅的营业收入为 8,930.12 万元，同比增长 3.00%，净利润为 1,717.35 万元，同比增长 3.87%，均呈现同比增长的趋势，主要原因系：行业内生增长方面，公司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，公司在航旅票务和商旅管理领域均具备良好的市场地位，国际票源整合能力突出，商旅管理市场份额位列前五；数字化技术效能方面，公司技术创新成效彰显，驱动业务承载能力和服务效率效果提升；旅游行业逐步复苏，公司会奖旅游业务实现增长。合并利润表及现金流量表主要数据如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-3 月	2024 年 1-3 月
营业收入	8,930.12	8,669.96
营业利润	1,965.77	1,803.49
利润总额	1,965.12	1,821.59
净利润	1,717.35	1,653.31
归属于母公司所有者的净利润	1,717.35	1,653.31
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	1,677.99	1,527.16
经营活动产生的现金流量净额	-3,544.21	311.20

注：上述数据已经审阅，未经审计。

(2) 行业态势

参见本问题回复之“三/（四）/1/（1）2024 年发行人所在行业景气度”。

(3) 客户供应商合作情况

2024 年，未出现主要客户被动流失情形；主要供应商合作关系保持稳定，未出现相关合作终止情形。少数客户因商业政策调整或招投标未中标等原因流失系具有商业合理性的正常情况，且发行人的客户和供应商集中度较低，少数客户流失不会对发行人客户开拓及合作关系深化的整体情况产生重大不利影响。发行

人致力于通过提升自身的综合服务能力以及不断的经验积累，持续提高对于商旅管理客户的服务能力与效果，增强公司与客户的合作粘性。未来公司将及时把握行业发展动态，充分利用自身行业经验积累与竞争优势，深挖客户核心需求并配以高效优质的服务模式与内容，并持续提升自身的综合化服务能力，进一步加强与客户合作的稳定性。

（4）盈利空间及议价能力

从各业务板块还原至总额法下的毛利率情况来看，发行人 2024 年的航旅票务业务毛利率小幅下行至 0.79%，同时核心业务商旅管理的毛利率小幅上行至 3.48%，会奖旅游业务毛利率小幅上行至 3.51%。公司的整体毛利率由 1.82% 小幅下行至 1.65%。2024 年盈利能力表现相对平稳。

业务	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	0.79	68.05	0.97	62.88	1.89	58.95
商旅管理	3.48	30.73	3.25	35.87	4.8	40.11
会奖旅游	3.51	1.22	3.18	1.25	3.91	0.94
整体业务	1.65	100.00	1.82	100	3.07	100

随着公共卫生事件影响纾解，行业内生增长动能凸显，预计发行人的整体盈利空间将保持相对平稳，发行人与上游合作方与下游客户的议价能力将保持平稳。同时，不排除宏观经济波动等因素导致发行人盈利空间收窄及议价能力减弱。

（5）是否存在期后业绩大幅下滑的风险

随着公共卫生事件影响纾解，航旅票务和商旅管理等经历 2023 年较快增长后，泛商旅出行服务行业内生增长动能凸显，预计未来行业容量规模和景气度保持平稳。2024 年，未出现主要客户被动流失情形；主要供应商合作关系保持稳定，未出现相关合作终止情形。少数客户因商业政策调整或招投标未中标等原因流失系具有商业合理性的正常情况，且发行人的客户和供应商集中度较低，少数客户流失不会对发行人客户开拓及合作关系深化的整体情况产生重大不利影响。在可预见的将来，发行人业务遭受该等重大不利因素影响的风险较低。发行

人的盈利空间及议价能力预计在平稳行业发展态势下保持相对稳定，遭受重大风险因素影响的概率较低。因此，发行人期后业绩大幅下滑的风险较低。

四、业务开展的规范性

（一）主要航司对代理人的主要管理规定及处罚措施，发行人在业务开展中是否存在违反相关规定的情况，是否存在被取消代理资格或相关授权的情况及风险，是否对持续经营能力构成重大不利影响。

1、主要航司对代理人的主要管理规定及处罚措施

报告期内，根据航司交易习惯，境外航司通常不签署框架代理协议；就境内航司而言，发行人及其分子公司通常需根据航司供应商的要求分别与其签署框架代理协议，该等协议就其作为机票代理人的受托代理内容、代理行为规范等主要权利义务作出约定，发行人各主体与同一航司签署的框架代理协议约定的代理方业务范围及职责、规章遵守要求、票证的报告及使用等主要权利义务条款基本一致。报告期内，发行人与前五大航司供应商签订的框架代理协议对代理人的主要管理规定及处罚措施如下：

（1）主要管理规定

报告期内，发行人（乙方）与前五大航司供应商（甲方）签订的框架代理协议对代理人的主要管理规定如下：

规范内容	规范事项	主要管理规定
机票预订	定座	乙方按甲方规定更正定座记录中发生错误的旅客姓名； 乙方应查验旅客旅行证件，在定座记录中准确留存旅客 API 信息； 乙方应将婴儿与随行成人定在同一定座记录中； 乙方不得违反联运航段定座规则； 乙方在定座系统中应使用自身的责任组（OFFICE 号）定座、出票、改期、变更舱位，使用非乙方的其他代理人责任组的定座记录出票改期、变更舱位，应在客票操作前向甲方提出申请，须甲方授权后方可操作； 乙方不得取消其他销售单位已定妥的座位，或变更其他销售单位的定座记录； 乙方应遵守甲方航班座位管理规定，规范操作，不得以任何方式虚耗甲方航班座位，造成航班座位超售或虚耗； 乙方不得以联程方式违规预订甲方航班未开放的座位
	出票	乙方应定妥座位填开客票，在出票后再次核实旅客信息及客票信息是否准确、有效； 乙方填开“票价级别”、“票价”与定座“舱位”三者应相

规范内容	规范事项	主要管理规定
		符； 乙方填开的团队票“票价级别”应显示团队标识，随团优惠应标注“不得更改”、“不得签转”、“不得退票”； 乙方不得恶意涂改客票票面（姓名、票价、航段）； 乙方未经旅客允许，不得为旅客定座、出票、办理值机业务，或取消旅客已经定妥的座位，或办理退款手续
机票销售	购票人告知义务	乙方应提示购票人阅读甲方的运输总条件和隐私政策后完成购票手续； 乙方应按照协议规定履行向购票人告知义务； 乙方在自营网站和移动平台或第三方航空销售网络平台销售甲方机票，应在购票页面展示企业全称和航协号、甲方有效的客票使用条件、舱位等级和运价； 乙方销售客票时，应告知购票人，甲方将通过短信或邮件等方式通知航班延误、取消等行程相关信息，要求购票人提供可联系到旅客的手机号码或电子邮箱地址。
	特殊业务办理	乙方应提供儿童、婴儿、革命伤残军人、因公致残人民警察优惠客票服务； 乙方未经甲方授权不得擅自办理重要旅客和随行人员客票业务； 乙方未经甲方授权不得擅自办理无成人陪伴儿童、担架旅客、轮椅旅客视觉残疾旅客、听觉残疾旅客、小动物运输等特殊旅客客票业务； 乙方应遵守甲方大客户协议规定的客户适用范围销售客票； 乙方不得违反政府采购客票销售规定。
	销售方式限制或禁止	乙方未经甲方许可，不得在第三方航空销售网络平台销售甲方机票、产生客票服务差错或纠纷（部分航司要求）； 乙方不得以默认搭售或强制捆绑方式为旅客做出购买付费服务的选择。
售后服务	退改签服务	做好客票销售的售后服务工作，包括办理座位再证实、更改日期和航班改变航程、换开客票，办理退座、退票业务； 乙方不得违反甲方客票使用条件和运价产品规定，多收变更、升舱（包括子舱位变更）手续费； 乙方办理客票出票、改期或退票等业务，应向甲方提供真实有效的材料； 乙方办理退款业务，不得违反甲方客票退款规定。
	通知服务	乙方必须及时处理定座系统中甲方航班变更、取消信息（SCQ），并负责将航班变更、取消信息及时通知到其所出客票的旅客。
	开票服务	乙方不得虚开、错开、拒开电子客票行程单，客票或电子客票行程单与定座记录一致。
	投诉处理	乙方应对外公示客服电话和投诉受理电子邮箱地址； 乙方应指定专人负责受理旅客投诉； 乙方应积极配合甲方对旅客投诉的调查； 乙方应当书面记录旅客的投诉情况及处理结果。
日常管理	业务通告查询及遵守	乙方应及时登录代理人服务平台查阅甲方发布的业务通告； 乙方应遵守甲方业务通告的规定。
	代理人信息更新	乙方应在代理人名称、所在地、代理业务范围、联系方式、代理人电子邮箱发生变更时，向甲方和民航服务质量监督平台备案。

规范内容	规范事项	主要管理规定
	个人信息保护	乙方不得泄露、出售或转让乘机人个人信息、行程； 若乙方获悉发生与甲方有关的个人信息安全事件，乙方应立即通知甲方，告知甲方上述个人信息安全事件的类型及其级别，影响的个人信息类别、处理目的、处理方式、存储的描述、影响的人数和地域范围，并应及时提供相关信息、资料以配合甲方工作； 乙方应及时向甲方通知甲方旅客对其个人信息提出访问、更正、删除、撤回同意、注销账户、获得个人信息副本、约束信息系统自动决策的权利请求，并为甲方提供必要的协助。

（2）主要处罚措施

报告期内，根据发行人与前五大航司供应商签订的框架代理协议，其对代理人违反主要管理规定的情形所采取的主要处罚措施为计收违约金/罚款，根据不同的情形，航司一般对代理人处以 1,000 元至 20,000 元不等的违约金/罚款，或按照客票票价、客票公布运价等若干倍计算违约金/罚款金额。对于通过 BSP 渠道采购的机票所涉及的违规情形，航司主要通过国际航协设置的 ADM（Agency Debit Memo）工具，要求代理人支付违约金/罚款（注：由于 ADM 属于航司向代理人收取退费的工具，因此除支付违约金/罚款外，其他需退还的费用也会通过 ADM 工具收取）。

除向代理人计收违约金/罚款外，对于因代理人违反主要管理规定造成航司或旅客损失的情形，航司还有权要求代理人按照协议约定承担损失赔偿责任，对旅客、航司受到的经济损失予以赔偿。

就代理人严重违反航司的禁止或限制性规定或多次发生违反主要管理规定的情形，部分航司还有权追缴违规所得、取消代理人销售资格或采取屏蔽代理人订座配置、暂停/限制或取消航司客票销售授权的处罚措施。

2、发行人在业务开展中是否存在违反相关规定的情况，是否存在被取消代理资格或相关授权的情况及风险，是否对持续经营能力构成重大不利影响

报告期内，发行人曾收到航司下发的 ADM，并已按要求向航司支付了相应费用。发行人收到的 ADM 中，存在因操作不规范或对航司发布的政策理解有误、服务时效或质量未达标等原因而受到航司的现金处罚的情形，但该等处罚金额占发行人报告期内销售金额的比例较小，不会对发行人持续经营能力构成重大不利影响。除前述情形外，发行人不存在因违反航司关于代理商资质、出票或其他相

关行为规范，受到主要航司警告、处罚或被采取其他规范措施的情形。发行人报告期内不存在被主要航司取消代理资格或相关授权的情况。

代理人业务开展过程中，因各种原因受到航司处罚属于常见情形，发行人与航司的合作关系良好，截至报告期末，不存在主要航司终止对发行人的授权或提前终止、解除协议的情形，亦不存在被国际航协取消代理人资格，或其他影响发行人持续经营能力的情形。

（二）发行人是否存在欺诈消费者、捆绑销售，违反 OTA 平台、行业相关规定的情况，是否对业务开展构成重大不利影响。

发行人泛商旅出行服务的主要客户群体为旅业同行客户及企事业客户，为个人旅客出行提供直接销售的情况仅零星发生，因此业务经营过程中，直接面向终端消费者进行销售的情况较少。根据中介机构通过全国 315 消费投诉信息公示平台检索，**报告期内**，仅商旅科技存在一条与合同履行相关的投诉记录，发行人及其他子公司无投诉记录，未发现报告期内发行人及其子公司因欺诈消费者被投诉的公示记录。

根据发行人提供的资料，发行人向 OTA 销售产品均签署了相应的合同，根据合同的约定，报告期内，发行人向 OTA 销售的产品为机票，不存在捆绑销售其他产品的情形。经中介机构对发行人报告期内有销售收入的主要 OTA 的访谈，报告期内发行人向 OTA 销售产品，不存在捆绑销售的情形。

根据发行人提供的资料，OTA 均制定了供应商管理规范，对供应商的出票及售后服务等作出规定，报告期内发行人曾因未达到供应商管理规范的要求，被 OTA 按照供应商管理规范收取违约金的情形，但该等违约金金额较小，单笔最高金额均不超过 10,000 元。此外，根据中介机构对发行人业务负责人及 OTA 的访谈，发行人均积极按照平台供应商管理规范协助平台处理客诉，报告期内，发行人与各 OTA 客户不存在纠纷或潜在纠纷，合作关系正常维持，未对发行人业务经营造成重大不利影响。

五、请保荐机构、申报会计师、发行人律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，保荐机构、申报会计师执行了以下全部核查程序，发行人律

师执行了以下程序 4，具体如下：

1、关于包机包位业务

（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和合理性、销售客户和采购供应商群体、采购渠道与一般模式的差异、是否属于后返佣金考核范围；

（2）获取包机包位业务采购合同、一般采购模式合同、主要客户销售合同，结合采购合同和销售合同主要条款、结算模式、业务实质，论证包机包位业务收入确认方法和收入确认时点是否符合准则要求；

（3）走访主要的包机包位供应商，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）获取包机包位订单明细表、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，核实包机包位是否为报告期新增业务和包机包位交易真实性；

（5）对包机包位订单明细表作进一步分析，核查收入与成本的变动情况，分析毛利率是否存在异常；

（6）访谈发行人的业务人员，了解发行人在包机包位业务中的比较优势，客户集中在航旅的合理性，向一名商旅客户销售的原因以及 2022年度航旅票务的包机包位毛利率变动原因；

（7）对包机包位订单明细表作进一步分析，统计包机包位业务销售金额、毛利及占比以及涉及的主要航司和航段、向主要供应商客户采购销售情况。

2、同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性

（1）走访典实集团、携程集团，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；

（2）获取典实集团、携程集团的合同及订单明细，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；

（3）访谈发行人管理层、相关电商负责人，了解典实集团订单获取方式，

分别了解典实集团和发行人的 OTA 授权情况，了解发行人相对于主要竞争对手的竞争优势；

（4）分析携程集团等 OTA 销售报告期内销售变动及期后业绩，结合主要航司授权情况，判断发行人对 OTA 销售是否具有可持续性；

（5）函证典实集团和携程集团的销售金额和应收余额，确认交易的真实性；

（6）访谈国际航协北京办事处、发行人主要供应商及发行人业务负责人；

（7）核查发行人与其向 OTA 销售的机票所属主要航司供应商签署的代理协议；

（8）核查发行人向 OTA 销售的机票所属部分主要航司供应商发布的关于 OTA 销售渠道限制的公告、通知等文件及发行人已取得的报告期内其向 OTA 销售的机票所属航司供应商出具的书面授权文件；

（9）访谈发行人存在产品销售的主要 OTA，了解关于航司销售渠道管控执行及发行人与其的合作关系情况；

（10）取得发行人报告期内向 OTA 销售的收入大表，了解发行人向 OTA 销售的收入构成。

3、业绩增长的合理性

（1）获取发行人报告期内新增客户、存量客户的销售明细、收入成本明细表，核查新增客户的合并后返佣金的订单毛利率与存量客户是否存在差异，统计新增客户收入、销售金额及占比、毛利及占比；

（2）获取发行人报告期各期末花名册、销售费用构成明细表、报告期内全部销售订单，分析销售人员、销售费用与销售金额的变动情况，是否相匹配；

（3）检索查阅中国民航局公开信息及月度主要生产指标统计、全球商务旅行协会（GBTA）《2024 Business Travel Index Outlook》、环球旅讯《2024Q3 中国商旅市场趋势洞察报告》、中国航空运输协会发布的月度《航空运输数据报告》、酒店之家等公开数据源或第三方报告，了解 2024 年发行人所在行业景气度、机票酒店供需状况及价格变动趋势、发展态势；

（4）获取发行人 2025 年度 1-3 月财务数据，了解发行人期后业绩表现；

(5) 获取发行人收入成本明细表，统计各业务板块 2022 年度和 2021 年度销售金额及收入变动情况，商旅客户数量及收入增长较大的客户情况；

(6) 获取可比公司 2022 年度、2021 年度的年度报告，分析其业绩变动原因；

(7) 访谈发行人管理层，从收入类型、产品类型等角度了解发行人业绩变动与部分可比公司不一致的原因，了解航旅、旅游客户数量上涨超过商旅客户的原因，以及主要新客户的获取方式及开拓过程。

4、业务开展的规范性

(1) 访谈国际航协北京办事处、发行人主要供应商及发行人业务负责人；

(2) 核查发行人与前五大航司供应商签订的框架代理协议、与 OTA 签署的销售合同；

(3) 访谈发行人报告期内有销售收入的主要 OTA；

(4) 取得发行人关于报告期内被主要航司采取处罚措施的情况的说明；

(5) 抽取发行人报告期内受到前五大航司下发 ADM 处罚措施的借项通知单及缴纳凭证；

(6) 通过全国 315 消费投诉信息公示平台检索发行人报告期内受投诉情况；

(7) 查阅发行人报告期内有销售收入的主要 OTA 制定的供应商管理规范；

(8) 取得发行人报告期内被 OTA 按照供应商管理规范收取违约金的明细。

(二) 中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、关于包机包位业务

(1) 包机包位模式不属于报告期内新增的业务，其发生背景系由于公共卫生事件导致，具有合理性。

(2) 包机包位业务采用总额法确认收入具有合规性。

(3) 发行人在包机包位业务中具有一定的比较优势，销售金额、毛利及占

比，涉及的主要航司和航段以及向主要供应商客户采购销售情况无异常，向航旅客户集中销售以及 1 名商旅客户销售具有合理性，2022 年度发行人航旅票务业务的包机包位毛利率上升具有合理性。

2、同时向典实集团、携程集团销售的商业合理性

（1）发行人与典实集团的合作背景具有合理性，与典实集团的开拓过程及订单获取方式具有规范性。

（2）发行人同时向典实集团、携程集团销售具有商业合理性。

（3）典实集团取得 OTA 的国际机票授权，发行人未取得的原因具有合理性；向典实集团销售的机票主要源于国航。

（4）就向 OTA 销售事宜，航司存在不同的管理方式，实践中，航司多通过管控 OTA 来落实销售渠道管理。发行人虽未能提供报告期内销售给 OTA 的机票所对应的该等航司出具的书面授权文件，但已提供书面授权文件或已取得其就不存在对发行人 OTA 销售渠道限制的书面确认的航司 2024 年度对应销售额占比已超 64.35%，且经对 OTA 访谈，平台均按航司要求执行销售渠道管控措施，未获航司授权的代理人无法通过 OTA 销售。发行人向 OTA 销售产品符合规定，不存在不合规取得授权或同意的情形。

（5）发行人对携程集团等 OTA 销售的依赖性较低，发行人整体业绩具有可持续性。

3、业绩增长的合理性

（1）2022 年度发行人各业务板块业绩变动与部分可比公司存在差异，但具有合理性。

（2）商旅客户数量下滑，商旅收入、毛利不降反增具有合理性。

（3）报告期内，航旅、旅游客户数量上涨、涨幅明显超过商旅客户具有合理性，新增客户收入、销售金额及占比、毛利及占比以及主要新客户的取得方式及开拓过程无异常，发行人新增客户的合并后返佣金的订单毛利率与存量客户存在的差异具有合理性。报告期内，发行人销售人员、销售费用与销售金额的变动

趋势一致，具有匹配性。此外，销售金额的增长幅度高于销售人员、销售费用的增长幅度具有合理性。

（4）2024 年发行人所处航旅票务和商旅管理行业均平稳增长，景气度延续回升向好态势；机票和酒店整体供给均保持增长态势，机票均价和酒店同比 2023 年小幅下降；综合发行人期后业绩表现、行业态势、客户供应商合作情况、盈利空间及议价能力等因素，发行人期后业绩大幅下滑的风险较低。

经核查，保荐机构、申报会计师、发行人律师认为：

4、业务开展的规范性

（1）报告期内，发行人合作的主要航司在代理协议中，约定了对代理人的主要管理规定及相应的违约责任，根据中介机构对国际航协、发行人合作的主要航司的访谈及发行人提供的资料，发行人在业务开展中存在因违反航司相关管理规定而被航司通过 ADM 工具要求支付现金处罚的情形，发行人已按要求向航司支付了相应费用，发行人不存在因此被取消代理资格或相关授权的情况及风险，对发行人的持续经营能力不构成重大不利影响。

（2）发行人的主要客户为旅业同行及企事业客户，向个人消费者直接销售的情况仅零星发生，发行人不存在欺诈消费者、捆绑销售的情形，发行人报告期内曾因违反 OTA 供应商管理规定而向 OTA 支付违约金的情况，但该等违约金金额较小，对发行人业务开展不构成重大不利影响。

六、说明对包机包位采购销售真实性的核查情况、对向同行采购机票真实性的核查情况、对新增客户的核查情况，包括核查范围、方法、证据和结论。

（一）说明对包机包位采购销售真实性的核查情况，包括核查范围、方法、证据和结论

针对包机包位业务采购销售真实性，保荐机构、申报会计师核查情况如下：

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、销售客户和采购群体、采购模式与一般采购模式的差异；

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、走访重要的包机包位供应商，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，发行人是否承担存货无法售出的风险；

4、结合代理等其他业务，对主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、结合代理等其他业务，获取和检查主要客户的合同、相关招投标资料、订单明细、对账资料、回款明细、开票明细等资料，核实客户销售的真实性；

6、对重要的包机包位供应商进行函证，对报告期内相关采购数据进行确认，核实业务发生的真实性；

7、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；

8、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毛利率和差异情况分析。

报告期内，保荐机构、申报会计师针对包机包位业务采购销售真实性的核查范围统计如下：

单位：万元

项目	2024 年年度	2023 年度	2022 年度
收入金额（A）	-	335.77	24,595.42
核查金额（B）	-	308.30	21,006.45
核查范围（C=B/A）	-	91.82%	85.41%

注：核查范围统计口径系执行函证、走访、细节性测试等审计程序的汇总。

经核查，申报会计师认为，发行人包机包位业务采购销售具有真实性。

（二）对向同行采购机票真实性的核查情况，包括核查范围、方法、证据和结论

针对向同行采购机票真实性，保荐机构、申报会计师核查情况如下：

1、访谈发行人采购部门，了解发行人机票同行采购模式、采购过程、供应商的筛选标准以及同行采购的原因，并测试采购环节内部控制运行的有效性；

2、检查重要供应商的采购合同、采购订单、出票对账记录、付款流水等资料，核查出票的真实性；

3、执行函证程序，对同行采购供应商进行函证，核实交易金额的真实性和完整性；

4、对主要的机票同行供应商进行走访，了解供应商的基本情况、合作背景、交易规模、结算方式等，并确认供应商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，核实采购的真实性；

报告期内，保荐机构、申报会计师针对同行采购机票真实性的核查范围统计如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
同行采购金额（A）	69,927.92	52,036.50	60,482.04
核查金额（B）	48,862.73	40,487.20	39,350.23
核查范围（C=B/A）	69.88%	77.81%	65.06%

注：核查范围统计口径系执行函证、走访、细节性测试等审计程序的汇总。

经核查，申报会计师认为，发行人向同行采购机票具有真实性。

（三）对新增客户的核查情况，包括核查范围、方法、证据和结论

针对新增客户，保荐机构、申报会计师核查情况：

1、访谈销售负责人及相关管理人员，了解报告期内新增主要客户获取背景，各细分业务下与主要客户的合作模式、下单方式、是否签订长期协议等情况；

2、结合公开信息，核查新增主要客户工商信息情况、基本业务情况、业务规模与采购匹配性，分析并判断新增主要客户合作的商业合理性；

3、检查新增主要客户的合同、入库审批流程及信用档案，结合主要合同条款分析合作模式、结算周期等是否符合发行人的信用政策；

4、对新增主要客户进行走访，了解新增客户的获取方式、合作背景、基本情况、合作模式、交易规模等，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、对交易金额重大的新增客户进行发函，核查相关交易的真实性和完整性；

报告期内，保荐机构、申报会计师针对新增客户的核查范围统计如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
报告期新增客户销售金额（A）	504,328.28	308,989.66	86,648.59
核查金额（B）	256,482.23	182,457.53	46,556.52
核查范围（C=B/A）	50.86%	59.05%	53.73%

注 1：核查范围统计口径系执行函证、走访、细节性测试等审计程序的汇总；

注 2：报告期新增客户销售金额统计口径系在报告期内新增的客户的各年销售额均作为新增客户销售额。

报告期内主要前五大新增客户的核查情况如下：

单位：万元

序号	项目	报告期内销售额			
		2024 年度	2023 年度	2022 年度	合计
1	南方电网互联网服务有限公司	28,631.89	24,694.73	3,518.78	56,845.40
2	广州典实集团及其下属企业	32,962.77	23,277.74	-	56,240.51
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	17,495.68	16,233.77	1,089.14	34,818.59
4	比亚迪汽车工业有限公司	9,689.38	3,918.07	3,137.56	16,745.01
5	壹华咨询服务（广州）有限公司	3,094.48	3,556.05	1,390.07	8,040.60

续上表

序号	项目	获客渠道	采购与其规模是否相符	核查结论
1	南方电网互联网服务有限公司	获取招投标信息并参与招投标	是	交易真实、相符
2	广州典实集团及其下属企业	客户主动邀约	是	交易真实、相符
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	获取招投标信息并参与招投标	是	交易真实、相符
4	壹华咨询服务（广州）有限公司	客户主动邀约	是	交易真实、相符
5	比亚迪汽车工业有限公司	获取招投标信息并参与招投标	是	交易真实、相符

注：新增客户前五大的筛选标准为报告期各期合计销售额的前五大。

经核查，申报会计师认为，发行人与新增客户交易具有真实性。

七、说明对各板块主要客户、主要后返佣金航司实施的核查程序，提供各板块前五大客户的销售合同。

(一) 各板块的主要客户的核查程序

1、航旅前五大客户销售核查程序

(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（占航旅板块比例）	13.96%	3.73%	2.28%	1.21%	1.01%
核查程序					
核查客户是否具有关联关系	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
核查程序说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

(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
销售占比（占航旅板块比例）	24.16%	1.94%	1.39%	1.21%	0.84%
核查程序					
核查客户是否具有关联关系	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
核查程序说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

(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（占航旅板块比例）	21.96%	2.58%	2.11%	1.77%	1.19%
核查程序					
核查客户是否具有关联关系	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

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
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
核查程序说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

2、商旅前五大客户销售核查程序

(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（占商旅板块比例）	12.67%	7.15%	5.85%	4.37%	2.42%
核查程序					
核查是否有关联方关系	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	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
核查程序说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的传递方式是否异常、给				

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
	予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

注 1：中国广核集团有限公司 2024 年末未取得回函，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 年末未取得回函，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（占商旅板块比例）	15.11%	6.16%	5.71%	4.05%	2.67%
核查程序					
核查是否有关联方关系	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
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
核查说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的传递方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性；				

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
	4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

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；

（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（占商旅板块比例）	12.09%	2.75%	2.29%	1.85%	1.78%
核查程序					
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
核查说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的传递方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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；				

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
	5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

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；

3、会奖旅游前五大客户销售核查程序

(1) 2024 年度

项目	1	2	3	4	5
	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	桂林海纳国际旅行社有限公司	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	广州中科国际旅行社有限公司
客户归属板块	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游
销售金额（万元）	3,530.45	712.29	641.22	513.99	491.36
销售占比（占旅游板块比例）	22.05%	4.45%	4.00%	3.21%	3.07%
核查程序					
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	是	是	未回函（注 1）	是	是
是否走访	是	否	是	是	否
走访相关信息是否得到确认	是	否	是	是	否
核查说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、主营业务情况、与发行人的合作时				

项目	1	2	3	4	5
	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	桂林海纳国际旅行社有限公司	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	广州中科国际旅行社有限公司
	间和背景、与发行人的合作模式及销售情况； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

注 1：东风本田汽车销售有限公司 2024 年末未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等。

（2）2023 年度

项目	1	2	3	4	5
	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	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	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
客户归属板块	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游
销售金额（万元）	1,813.66	827.64	820.28	384.32	323.17
销售占比（占旅游板块比例）	12.94%	5.91%	5.85%	2.74%	2.31%
核查程序					
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	否	是	是
函证回函结果	未回函（注 1）	未回函（注 2）	未回函（注 3）	相符	不符（注 4）
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
核查说明	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期				

项目	1	2	3	4	5
	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	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	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
	后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

注 1：中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司 2023 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 2：深圳前海微众银行股份有限公司 2023 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 3：东风本田汽车销售有限公司 2023 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 4：上海携程国际旅行社有限公司 2023 年回函不符，对其分析核对不符原因并执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

（3）2022 年度

项目	1	2	3	4	5
	中广核白鹭共享服务（深圳）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	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	广州博冠信息科技有限公司
客户归属板块	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游	会奖旅游
销售金额（万元）	1,142.25	602.31	353.54	250.91	137.36
销售占比（占旅游板块比例）	26.68%	14.07%	8.26%	5.86%	3.21%
核查程序					
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	未回函（注 1）	相符	未回函（注 2）	未回函（注 3）	未回函（注 4）
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	1、检查客户的合同，核查合同约定的主要条款，根据业务实质分析和论证收入确认方法和时点是否符合准则要求； 2、获取客户的销售订单和信用政策，核查订单的出票方式是否异常、给予客户的信用期情况与实际是否相符； 3、通过国际航协申请导出 BSP 账单，通过与出票记录进行核对，核实出票的真实性和完整性； 4、走访客户，了解客户的基本情况、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； 5、对客户进行发函，函证相关交易的发生额和期末余额，核实业务真实				

	1	2	3	4	5
项目	中广核白鹭共享服务（深圳）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	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	广州博冠信息科技有限公司
	性和期末余额存在性； 6、检查客户回款相关流水，核实回款单位是否与挂账单位一致，检查期后回款情况，分析客户的回款能力是否发生变化，坏账计提是否充足； 7、取得与客户的对账记录，核实发生额和期末余额是否真实、一致； 8、执行分析性程序，对各期销售数据按照产品类别、销售类型、业务板块等进行分析，分析毛利率变动的原因及合理性。				

注 1：中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司 2022 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 2：深圳前海微众银行股份有限公司 2022 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 3：东风本田汽车销售有限公司 2022 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

注 4：广州博冠信息科技有限公司 2022 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、账单、项目实施过程性资料、回款情况等；

（二）主要后返佣金航司实施的核查程序

1、2024 年度

	1	2	3	4	5
项目	中国国际航空股份有限公司	中国南方航空股份有限公司	阿联酋航空公司	中国东方航空股份有限公司	土耳其航空公司
客户类型	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司
营业收入（万元）	4,741.15	2,546.16	1,399.99	1,088.68	733.41
营收占比（占后返佣金比例）	28.55%	15.33%	8.43%	6.56%	4.42%
核查程序					
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（注 1）	相符	相符	相符（注 2）	相符（注 3）
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
核查说明	1、访谈发行人采购部门和业务部门负责人，了解发行人航司后返佣金确认政策和内部控制制度，并测试后返佣金相关控制的有效性； 2、检查后返佣金航司的合同和政策文件，结合与后返佣金相关的合同主要条款、后返佣金政策、结算回款情况等，分析后返佣金收入确认政策是否符合会计准则的要求； 2、取得航司的结算文件，结合期后回款情况，核查确认的后返佣金的准				

项目	1	2	3	4	5
	中国国际航空股份有限公司	中国南方航空股份有限公司	阿联酋航空公司	中国东方航空股份有限公司	土耳其航空公司
	确性和完整性； 3、访谈后返佣金航司，对采购情况、后返佣金的达成条款以及交易金额进行确认，核实采购的真实性； 4、对航司的后返佣金进行发函，核实交易和合同的真实性； 5、执行分析性程序，分析后返佣金与交易金额的匹配性。				

注 1：针对中国国际航空股份有限公司按照核算主体、后返结算主体对其包括中国国际航空股份有限公司各分公司或办事处进行单独函证，个别航司分公司或办事处未回函，对未回函部分其执行替代程序，包括检查合同、结算资料、回款情况等；

注 2：针对中国东方航空股份有限公司按照核算主体、后返结算主体对其包括中国东方航空股份有限公司各分公司或办事处进行单独函证，个别航司分公司或办事处未回函，对未回函部分其执行替代程序，包括检查合同、结算资料、回款情况等；

注 3：针对土耳其航空公司按照核算主体、后返结算主体对其包括土耳其航空公司各分公司或办事处进行单独函证，个别航司分公司或办事处未回函，对未回函部分其执行替代程序，包括检查合同、结算资料、回款情况等。

2、2023 年度

项目	1	2	3	4	5
	中国国际航空股份有限公司	中国南方航空股份有限公司	阿联酋航空公司	国泰航空有限公司	土耳其航空公司
客户类型	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司
营业收入（万元）	2,196.78	2,079.93	1,072.94	692.28	537.51
营收占比（占后返佣金比例）	21.42%	20.28%	10.46%	6.75%	5.24%
核查程序					
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
核查说明	1、访谈发行人采购部门和业务部门负责人，了解发行人航司后返佣金确认政策和内部控制制度，并测试后返佣金相关控制的有效性； 2、检查后返佣金航司的合同和政策文件，结合与后返佣金相关的合同主要条款、后返佣金政策、结算回款情况等，分析后返佣金收入确认政策是否符合会计准则的要求； 2、取得航司的结算文件，结合期后回款情况，核查确认的后返佣金的准确性和完整性； 3、访谈后返佣金航司，对采购情况、后返佣金的达成条款以及交易金额进行确认，核实采购的真实性； 4、对航司的后返佣金进行发函，核实交易和合同的真实性；				

项目	1	2	3	4	5
	中国国际航空股份有限公司	中国南方航空股份有限公司	阿联酋航空公司	国泰航空有限公司	土耳其航空公司
	5、执行分析性程序，分析后返佣金与交易金额的匹配性。				

3、2022 年度

项目	1	2	3	4	5
	中国南方航空股份有限公司	美国航空公司	中国国际航空股份有限公司	土耳其航空公司	国泰航空有限公司
客户类型	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司	后返航司
营业收入（万元）	875.43	110.59	108.68	100.50	84.43
营收占比（占后返佣金比例）	45.11%	5.70%	5.60%	5.18%	4.35%
核查程序					
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	否	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	否	是	是	是
核查说明	1、访谈发行人采购部门和业务部门负责人，了解发行人航司后返佣金确认政策和内部控制制度，并测试后返佣金相关控制的有效性； 2、检查后返佣金航司的合同和政策文件，结合与后返佣金相关的合同主要条款、后返佣金政策、结算回款情况等，分析后返佣金收入确认政策是否符合会计准则的要求； 2、取得航司的结算文件，结合期后回款情况，核查确认的后返佣金的准确性和完整性； 3、访谈后返佣金航司，对采购情况、后返佣金的达成条款以及交易金额进行确认，核实采购的真实性； 4、对航司的后返佣金进行发函，核实交易和合同的真实性； 5、执行分析性程序，分析后返佣金与交易金额的匹配性。				

八、结合发行人客户数量众多且分散、订单金额较小等特点，区分航旅、商旅、旅游客户说明核查样本的选取方式及代表性，相关核查工作的充分有效性。

（一）函证

1、核查样本选取方式及代表性

因发行人客户数量众多且分散、订单金额较小，根据重要性原则，报告期内

函证样本的选取方式，为结合客户当期销售金额、收入金额及期末应收账款余额，在发行人航旅票务、商旅管理、会奖旅游三大业务模式下，各自选取大额客户进行函证。同时考虑发行人的商业模式，选取报告期内发行人获取后返佣金的主要航空公司，函证已确认金额和已收取金额。

发行人同类客户的共性较强，采用上述样本可以覆盖发行人报告期内各期的各类客户，同时保证对重点客户的核查，样本具有较强代表性。

2、核查工作的充分有效性

单位：万元

客户类别	2024 年度		
	回函客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	480,656.07	884,793.50	54.32%
商旅管理	175,613.46	400,493.26	43.85%
会奖旅游	7,333.25	16,011.95	45.80%
客户类别	2023 年度		
	回函客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	401,477.02	699,341.06	57.41%
商旅管理	227,275.91	401,092.77	56.66%
会奖旅游	2,620.50	14,012.23	18.70%
客户类别	2022 年度		
	回函客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	179,204.67	279,438.05	64.13%
商旅管理	106,358.99	190,555.12	55.82%
会奖旅游	639.81	4,280.61	14.95%

综上所述，函证核查内容充分有效。

(二) 走访

1、核查样本选取方式及代表性

发行人客户数量众多且分散、订单金额较小，根据重要性原则，报告期内走访客户选取标准为各期营业收入前二十大客户和报告期各期销售金额前二十大客户。同时，覆盖走访报告期各期航旅票务板块的前五大旅业同行客户，商旅管理板块的前五大客户及会奖旅游板块的前三大客户。

发行人同类客户的共性较强，采用上述样本可以覆盖发行人报告期内各期的各类客户，同时保证对重点客户的核查，样本具有较强代表性。

2、核查工作的充分有效性

单位：万元

客户类别	2024 年度		
	走访客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	316, 114. 24	884, 793. 50	35. 73%
商旅管理	248, 637. 18	400, 493. 26	62. 08%
会奖旅游	7, 145. 49	16, 011. 95	44. 63%
客户类别	2023 年度		
	走访客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	282, 264. 12	699,341.06	40. 36%
商旅管理	252, 391. 47	401,092.77	62. 93%
会奖旅游	5, 342. 76	14,012.23	38. 13%
客户类别	2022 年度		
	走访客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	111, 198. 51	279,438.05	39. 79%
商旅管理	118, 579. 89	190,555.12	62. 23%
会奖旅游	2, 730. 45	4,280.61	63. 79%

综上所述，走访核查内容充分有效。

（三）穿行测试、截止性测试

1、核查样本选取方式及代表性

报告期内，通过随机抽样的方式选取穿行测试、截止性测试的样本，具体样本选取情况如下：

（1）穿行测试

报告期内，分别选取发行人各期收入金额和销售金额的前二十大客户，利用随机抽样工具，各期前五大客户每个季度抽取 1 笔金额较大的订单，各期其他前二十大客户每年抽取 1 笔金额较大的订单，如若收入金额维度和销售金额维度的客户有重叠，则按两个维度数量最多的方式抽取。核查销售合同、系统订单、记账凭证、对账单、行程单申请记录或发票、银行收款记账凭证和银行回单等，评

价收入确认内部控制设计的合理性和执行的有效性。

(2) 截止性测试

报告期内，按照收入性质中的代理分销、包机包位、后返佣金、会奖旅游四个类别以及采购渠道中的 BSP 采购、航司直采、同行外采、酒店直采、酒店聚合五个类型，分别选取发行人报告期各期资产负债表日前后 1 个月，即 2020 年 12 月、2021 年 1 月、2021 年 12 月、2022 年 1 月、2022 年 12 月、2023 年 1 月、2023 年 12 月、2024 年 1 月、2024 年 6 月、2024 年 7 月、**2024 年 12 月和 2025 年 1 月**，各 2 笔金额较大的订单。获取对应的记账凭证，出票/预订成功日期确认单/确权文件等，核查相关单据的金额、数量是否与财务账上记载一致，以及收入是否记录在正确的期间。

上述穿行测试、截止性测试的样本选择考虑了客户重要性、订单金额重要性以及订单的收入性质和采购渠道，覆盖面较广，尽管发行人客户数量众多且分散、订单金额较小，但各订单流程和相关材料一致性较高，抽样订单具有代表性。

2、核查工作的充分有效性

单位：万元

客户类别	2024 年度		
	测试客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	281,826.47	884,793.50	31.85%
商旅管理	205,172.38	400,493.26	51.23%
会奖旅游	6,319.03	16,011.95	39.46%
客户类别	2023 年度		
	测试客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	236,489.21	699,341.06	33.82%
商旅管理	216,736.74	401,092.77	54.04%
会奖旅游	4,572.42	14,012.23	32.63%
客户类别	2022 年度		
	测试客户销售金额	销售金额	客户样本销售金额占比
航旅票务	107,280.11	279,438.05	38.39%
商旅管理	94,183.72	190,555.12	49.43%
会奖旅游	1,186.24	4,280.61	27.71%

综上所述，穿行测试、截止性测试适应发行人订单金额较小且客户分散的业务特点，核查内容充分有效。

九、说明发行人主要客户（如携程集团）是否通过线上平台开展业务，是否应当参照《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 2 号》（以下简称《指引 2 号》）2-16 通过互联网开展业务相关信息系统核查相关要求进行检查并发表意见。

发行人的主要客户群体为旅业同行及企事业单位，并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，携程集团和同程艺龙集团等 OTA 客户系发行人的直接客户，报告期的线上平台客户销售规模占比情况如下：

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
销售金额	152,425.35	11.71%	179,028.34	16.06%	70,085.54	14.78%
营业收入	294.72	0.74%	749.27	2.12%	1,280.05	2.80%
毛利	318.40	1.47%	559.96	2.73%	338.94	2.30%

发行人主要经营活动并非直接通过互联网开展，其客户如携程集团等主要通过互联网销售发行人产品或服务，该类业务销售金额占比、营业收入占比或毛利占比均远低于 30%，发行人主要客户并非通过线上平台开展业务。

虽然未达到相关比例要求，为了进一步核查销售情况，保荐机构、申报会计师参照《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 2 号》（以下简称《指引 2 号》）2-16 通过互联网开展业务相关信息系统核查相关要求，结合发行人的实际情况，设计相应程序进行核查，情况如下：

- 1、获取发行人报告期内应用的信息系统情况，包括系统名称、开发人、基本架构、主要功能、应用方式、各层级数据浏览或修改权限等；
- 2、访谈发行人技术部门负责人，了解航旅票务和商旅管理相关业务、技术系统研发和搭建的主要过程，主要组成部分和关键环节，并对航旅业务和商旅业务的内部控制有效性进行测试；
- 3、通过导出业务数据和财务数据进行匹配，验证财务数据和业务数据的一

致性、完整性；

4、登录携程集团的供应商系统，下载报告期相关订单数据并与发行人的业务系统、财务系统数据进行匹配，验证数据的真实性和完整性；

5、聘请外部 IT 审计专家，对发行人的信息系统进行专项核查，并评估外部专家的胜任能力，所使用的评估方法和参数等是否合理；

6、协同 IT 审计专家开展多场景的反舞弊场景分析，包括对新增注册客户数分析、单笔机票金额合理性分析、出票时间分布分析、同一终端用户行程重叠性分析等；

7、通过外部行业和工商等渠道分析主要客户向发行人采购规模与其自身业务规模的匹配性和采购的商业合理性；

8、向国际航协申请导出报告期内的 BSP 账单，核查 BSP 出票订单的真实性和完整性；

经核查，申报会计师认为，报告期内，发行人用于开展业务的信息系统具有可靠性。

问题 4. 流动性风险及资金管理相关内控有效性

根据问询回复，（1）公司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、-5,721.71 万元，各期末应收账款分别为 2.60 亿元、3.00 亿元、5.53 亿元、7.48 亿元。（2）发行人测算的 2023 年末长期安全资金保有量为 25,972.65 万元，资金缺口为 6,961.76 万元。（3）发行人主要通过应收账款保理、银行借款等形式筹集资金。报告期公司实控人、部分员工及其近亲属为公司提供房产抵押担保或反担保，以获取中航鑫港担保额度和银行融资授信额度。（4）报告期内及报告期前发行人存在职务侵占，原因系已设立的账户管理、资金盘点等相关管理制度在实际执行时存在瑕疵，职务侵占过程中存在使用公司控制的个人账户的情况。报告期存放在境外的货币资金为 136.15 万元、1,147.77 万元、2,859.02 万元、3,791.67 万元，持续上涨。（5）报告期发行人对外部董事李冉担任董事的北京六人游销售金额分别为-1.49 万元、12.98 万元、1,300.37 万元、2,158.53 万元，持续上涨。报告期向前员工邓春生控制的捷途会展、空港易行、尚美商旅采购机票 3,858.35 万元、3,756.27 万元、1,081.77

万元、391.13 万元,销售机票 4,519.05 万元、4,158.46 万元、7,400.28 万元、3,601.13 万元,其中空港易行系 2020 年发行人实控人无偿转让给邓春生的企业。向前员工纪奕川、肖宁控制的蜗牛网、千淘商旅采购酒店 1,963.84 万元、3,100.51 万元、6,206.65 万元、2,289.27 万元,在酒店采购中占比 10%左右。

(1) 现金流量主要为负及流动性风险。请发行人:①分析报告期内经营活动现金流及变化情况与发行人商业模式、结算模式、回款及对外支付情况的匹配性,与同行业可比公司对比情况、差异及原因,是否符合行业及业务特征。②结合报告期航旅、商旅板块主要客户经营及财务数据情况分析是否存在偿债压力、流动性风险,是否存在向发行人传导的风险。③说明对长期安全资金缺口的应对方式,测算长期安全资金保有量下增量资金成本,以长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用为基础,测算报告期各期利息保障倍数,与可比公司对比情况及差异原因,测算在长期安全资金规模下发行人未来三年利息保障倍数,是否发生重大不利变化。④说明发行人应收账款保理业务是否存在限制或风险,能否为发行人提供稳定的资金支持;结合发行人现金流情况、债务规模、流动资金需求、可用货币资金、剩余融资能力及稳定性,分析发行人是否存在资金链断裂风险,发行人改善现金流的措施及具体效果,是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

(2) 资金管理内控有效性。请发行人:①说明发行人报告期内控制使用个人账户(银行、支付宝、微信等)的具体情况,账户用途、各期收付款金额、账户管理方式,针对个人账户收付情况是否已彻底整改并规范运行。②具体说明资金侵占发生后发行人对资金收付存管、账户开立注销等关键节点的内控制度安排及实际执行情况,如何保证相关内控制度持续有效执行。③结合各境外子公司主营业务、经营模式、业务规模等分析境外资金需求,与存放在境外的货币资金规模是否匹配,报告期内存放在境外的货币资金持续上涨的合理性;说明境外资金管理情况,是否符合发行人资金管理规定,是否存在内控缺陷和管理不善的风险。④结合业务规模变动说明 2024 年 6 月底发行人向银行缴纳的与 BSP 担保相关的保证金下滑的原因及合理性。

(3) 资金流水核查的充分性。请发行人:①说明报告期对北京六人游销售金额持续上涨的原因、交易必要性,结合采购销售机票对比情况、所属航线及

双方具有比较优势的航线情况，说明向邓春生控制的主体同时进行采购和销售的商业合理性及会计处理的合规性。②说明外部董事、外部监事、北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来。

请保荐机构、申报会计师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）结合相关主体为发行人提供担保或反担保及担保费用的测算、计提、支付情况，说明是否存在实控人或其他方为发行人代垫成本费用情况，相关会计处理是否合规；（3）按照《指引 2 号》2-10 财务内控不规范情形的要求进行充分核查，说明对整改后资金管理内控执行有效性的核查程序、核查范围及依据；（4）说明报告期各期对发行人存放在境内外的货币资金的核查情况，是否对香港美亚等重要境外子公司进行实地走访及具体情况；（5）说明资金流水核查情况，发现的异常资金流水具体情况、形成原因及核查情况；未对外部董事、外部监事的资金流水进行核查的原因，是否符合《指引 2 号》2-18 资金流水核查的相关要求；（6）说明对北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户的资金流水核查情况，上述主体是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来。

【回复】

一、现金流量主要为负及流动性风险

（一）分析报告期内经营活动现金流及变化情况与发行人商业模式、结算模式、回款及对外支付情况的匹配性，与同行业可比公司对比情况、差异及原因，是否符合行业及业务特征。

1、分析报告期内经营活动现金流及变化情况与发行人商业模式、结算模式、回款及对外支付情况的匹配性

报告期内，发行人经营活动产生的现金流量净额及相关财务数据如下：

单位：万元

	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额	1,578.99	-10,921.43	6,622.98
净利润	7,812.19	7,291.26	4,110.20

经营性应收项目的减少（增加以“-”号填列）	-14,661.70	-26,534.41	-5,057.31
经营性应付项目的增加（减少以“-”号填列）	5,578.91	5,429.11	4,920.08

报告期内，公司净利润分别为 4,110.20 万元、7,291.26 万元和 **7,812.19** 万元，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。**2023 年度和 2024 年度净利润和经营活动产生的现金流量净额**存在一定程度的背离，主要与经营性应收项目和经营性应付项目的变动相关。

发行人商业模式系通过对产品和服务资源的整合，向下游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，以获取收益。前期公共卫生事件冲击导致泛商旅出行服务场景受到阶段性制约，各业务开始恢复时点存在差异。

机票、酒店产品资源是各类泛商旅出行服务场景的共同需求，因此发行人主要采购的产品资源内容为机票和酒店。发行人与机票、酒店的供应商的结算模式如下所示：

采购产品类别	采购模式	供应商提供的信用周期
机票	航司渠道	航司渠道的采购形式主要包括 BSP 采购、普通机票航司直采及包机包位，各采购形式下供应商提供的信用周期如下：①BSP 采购：一周两结；②普通机票航司直采：一般无信用周期，单笔采购单笔结算；③包机包位：发行人通过航司渠道采购包机包位票源多为无信用周期，发行人会预付一定比例的票款，待出票前结清剩余款项。
	旅业同行渠道	其他机票代理人渠道的采购形式主要包括普通机票同行外采和包机包位，各采购形式下供应商提供的信用周期如下：①普通机票同行外采：主要为一周两结或次日结算；②包机包位：发行人通过其他机票代理人渠道采购包机包位票源多为无信用周期，发行人会预付一定比例款项，待出票前结清剩余款项。
酒店	酒店直采渠道	信用周期主要为月结或现结。
	酒店聚合渠道	信用周期主要为月结或周结。

注：2024 年开始，无包机包位采购模式。

发行人向不同业务的下游客户提供的结算模式如下所示：

业务类型	销售模式	发行人向客户提供的信用周期
航旅票务	直接销售	直接销售为发行人直接为部分中小企业客户提供机票预订服务对绝大多数客户采取现结或次日结算，少部分客户采取半月结算或按周结算，并给予该类客户 3-5 个工作日的信用周期。

业务类型	销售模式	发行人向客户提供的信用周期
	间接销售	间接销售为发行人向旅行社、中小票务代理等旅业同行客户开展机票 B2B 分销，对于该类客户主要采取现结或次日结算。
商旅管理	直接销售	发行人向客户提供的标准结算信用期为“T+1 的 31 日”（注：“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），针对部分客户会依据其交易规模、信用资质等情况进行调整。
会奖旅游	直接销售	对于存量商旅管理客户，可能沿用其在商旅管理业务中适用的信用政策，也可能按照项目签订协议，按照约定账期结算，一般为服务完结并提供发票后的 10-30 个工作日结算。对于非商旅管理客户，若为年度框架客户，按照约定账期结算，一般为服务完结、客户收到双方约定的支付文件（例如结算单和发票）并审核无误后 20-60 个工作日结算；若为项目制客户，一般需要预付一定比例的预付款，服务完结、客户收到双方约定的支付文件（例如结算单和发票）并审核无误后 10-30 个工作日结算尾款。
	间接销售	间接销售的客户主要为各类旅行社等旅业同行客户，发行人对于该类客户一般采取先收款后服务的方式。

由上表可知，发行人销售端与采购端的信用期存在差异，销售端的平均信用周期大于采购端的平均信用周期，销售收款与采购付款存在一定时间性错配。

除商业模式和结算模式外，客户偶发性延期回款和对外支付情况（例如 BSP 结算日历中规定的本期最后一个结算日的变化会影响期末应付账款余额对应的交易天数）也可能对经营活动产生的现金流量净额产生影响。报告期内经营活动产生的现金流量净额变化原因以及与净利润的匹配性分析如下：

2022 年度，经营活动产生的现金流量净额为正，且大于净利润。2022 年度经营性应收项目的增长幅度与经营性应付项目的增长幅度基本持平，考虑非付现成本后，经营活动产生的现金流量净额较高。发行人与上下游信用期存在差异，这使得发行人应收账款规模大于应付账款规模，而经营性应收项目（主要为应收账款）的增长幅度与经营性应付项目（主要为应付账款）的增长幅度基本持平说明 2022 年末应收账款相对去年同期的增长率小于应付账款相对去年同期的增长率，主要系发行人不同业务受出行限制影响开始恢复时间存在差异。具体分析如下：2022 年度境外地区先行解除相关限制，国际航线率先恢复，国际机票占比较高的航旅票务销售金额相对于去年同期明显增长。2022 年 12 月航旅票务销售金额为 30,694.51 万元，相对于去年同期增长 140.83%。2022 年 11-12 月，境内出行需求尚未恢复，2022 年 11-12 月商旅管理业务销售金额为 29,747.19 万元，相对去年同期仅增长 5.51%。2022 年 12 月航旅票务销售金额增长导致 2022 年末应付账款相对于去年同期增长 3,694.48 万元，增长率为 70.41%。期末应收账款

余额主要来自于商旅管理客户，2022 年 11-12 月商旅管理销售金额相对去年同期增长率较低，导致 2022 年末应收账款账面价值相对去年同期仅增长 16.56%。

2023 年度，净利润与经营活动产生的现金流量净额之间存在差异主要系发行人与上下游信用期存在差异，经营性应收项目增幅明显大于经营性应付项目增幅所致，其中应收账款余额和应付账款余额的变动是经营性应收项目和经营性应付项目变动的主要原因。2023 年度，民航出行场景受到的阶段性限制已经解除，发行人商旅管理业务销售规模增长较快。商旅客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”，针对部分客户会依据其交易规模、信用资质等情况进行调整，因此 2023 年应收账款期末余额相对于期初大幅上涨。而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，虽然随着销售规模的增加，2023 年应付账款期末余额相对于期初有所增长，但其增长幅度远低于应收账款余额增长幅度。

2024 年度，净利润与经营活动产生的现金流量净额之间存在差异主要系发行人与上下游信用期存在差异，销售收款与采购付款时间性错配，发行人商旅管理业务 2024 年**第四季度**销售额高于 2023 年**第四季度**销售额，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。

综上，报告期内，经营活动现金流量净额变化具有合理性，与发行人商业模式、结算模式、回款及对外支付情况相匹配。

2、与同行业可比公司对比情况、差异及原因，是否符合行业及业务特征

报告期内，发行人与同行业可比公司的净利润现金比、经营活动产生的现金流量净额和净利润如下所示：

财务数据	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
净利润现金比	岭南控股	2.31	5.00	0.26
	携程集团	1.14	2.20	1.93
	同程旅行	1.49	2.56	-1.85
	众信旅游	2.77	5.01	0.86
	腾轩旅游	-11.76	-14.15	0.95
	易飞国际	0.73	-0.00	1.82
	发行人	0.20	-1.50	1.61

财务数据	公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营活动产生的现金流量净额（万元）	岭南控股	37,350.39	40,733.97	-4,868.97
	携程集团	1,962,500.00	2,200,400.00	264,100.00
	同程旅行	296,987.50	400,344.20	30,231.50
	众信旅游	34,740.77	16,991.90	-21,368.13
	腾轩旅游	-3,024.45	-3,661.48	1,756.55
	易飞国际	818.30	-4.57	1,173.42
	发行人	1,578.99	-10,921.43	6,622.98
净利润（万元）	岭南控股	16,196.58	8,149.92	-19,071.35
	携程集团	1,722,700.00	1,000,200.00	136,700.00
	同程旅行	198,826.60	156,556.30	-16,357.00
	众信旅游	12,535.99	3,392.02	-24,837.23
	腾轩旅游	257.10	258.80	1,848.65
	易飞国际	1,121.51	1,138.27	644.16
	发行人	7,812.19	7,291.26	4,110.20

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，众信旅游主营出境游批发、出境游零售、整合营销服务业务，二者均无商旅管理业务，客户群体中 C 端消费者占比更大，账期相对较短。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，其中商旅管理占比较低，2022 年度-2024 年度，商旅管理营业收入占比分别为 5%、5%、5%，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，定期报告中未披露商旅管理业务占比。携程集团和同程旅行是主要面向 C 端消费者的 OTA（Online travel agency，在线旅行社），主要客户为 C 端用户，账期相对较短。易飞国际的主要产品与服务项目包括企业差旅服务、同业机票交易平台服务和技术服务，易飞国际未披露各业务占比。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、旅游服务和其他收入，其中交通票务、商旅服务和旅游服务分别对应发行人的航旅票务、商旅管理和会奖旅游，与发行人的业务分类具有较强可比性。

报告期内，岭南控股、众信旅游、携程集团和同程旅行的净利润现金比高于发行人，主要系上述四家可比公司无商旅管理业务或者商旅管理业务占比较低，主要客户为 C 端用户，账期相对较短，上下游信用期不存在较大差异，不存在

销售收款与采购付款时间性错配。2022 年度-2024 年度，易飞国际经营活动产生的现金流量净额分别为 1,173.42 万元、-4.57 万元和 **818.30** 万元，经营活动产生的现金流量净额方向和发行人一致，其中 **2024 年度经营活动产生的现金流量净额好转主要系收回前期客户欠款所致**。2022 年度-2024 年度，腾轩旅游经营活动产生的现金流量净额分别为 1,756.55 万元、-3,661.48 万元和 **-3,024.45** 万元，**2022 年度，经营活动产生的现金流量净额与净利润基本匹配**，2023 年度，随着出行限制解除，腾轩旅游业务量逐渐增加，应收账款期末余额增加，经营性应收项目增加，经营活动产生的现金流量净额与净利润不匹配。**2024 年度，腾轩旅游商旅服务业务相对于去年同期增长 18.87%，经营性应收项目增加，经营活动产生的现金流量净额与净利润不匹配**。因此，腾轩旅游的经营活动产生的现金流量净额特征与发行人情形一致。

综上，发行人与易飞国际、腾轩旅游经营活动现金流变化无明显差异，与岭南控股、众信旅游、携程集团和同程旅行经营活动现金流变化存在差异主要系业务和客户结构不同，符合行业及业务特征。

（二）结合报告期航旅、商旅板块主要客户经营及财务数据情况分析是否存在偿债压力、流动性风险，是否存在向发行人传导的风险。

报告期内，航旅板块主要客户（销售金额口径）经营及财务数据情况如下所示：

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	经营情况	财务数据
2024 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	123,529.84	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元
	2	广州典实国际旅行社有限公司	32,972.37	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
	3	北京趣拿软件科技有限公司	20,185.52	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	经营情况	财务数据
	4	自由之翼（北京）航空服务有限公司	10,661.92	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
	5	上海翼盟航空服务有限公司	8,971.50	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
2023 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,937.85	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元
	2	广州典实国际旅行社有限公司	13,580.48	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
	3	广州典实商旅服务有限公司	9,697.25	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
	4	北京趣拿软件科技有限公司	8,454.44	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元
	5	上海翼盟航空服务有限公司	5,840.75	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
2022 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	61,362.56	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元
	2	北京趣拿软件科技有限公司	7,216.97	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司携程集团（9961.HK）2024 年营业收入为 532.94 亿元，净利润为 172.27 亿元
	3	上海外国语大学	5,905.82	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，系教育部直属并与上海市共建、进入国家“211 工程”建设的全国重点大学
	4	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,942.98	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	经营情况	财务数据
	5	河北祥程国际旅行社有限公司	3,314.47	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据

财务数据来源：企查查、Wind 资讯

报告期内，商旅板块主要客户（销售金额口径）经营及财务数据情况如下所示：

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	经营情况	财务数据
2024 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	50,755.96	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国石油化工集团有限公司 2024 年营业收入为 3.14 万亿元，净利润为 825.31 亿元
	2	南方电网互联网服务有限公司	28,631.89	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国南方电网有限责任公司 2024 年营业收入为 8,533.99 亿元，净利润为 197.39 亿元
	3	深圳市能之汇投资有限公司	23,439.88	正常经营，未被列入失信被执行人	非公众公司，企查查披露其 2018 年净利润为 1.95 亿元
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	17,495.68	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司京东方（000725.SZ）2024 年营业收入为 1,983.81 亿元，净利润为 41.45 亿元
	5	比亚迪汽车工业有限公司	9,689.38	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司比亚迪（002594.SZ）2024 年营业收入为 7,771.02 亿元，净利润 415.88 亿元
2023 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	60,618.39	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国石油化工集团有限公司 2024 年营业收入为 3.14 万亿元，净利润为 825.31 亿元
	2	南方电网互联网服务有限公司	24,699.77	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国南方电网有限责任公司 2024 年营业收入为 8,533.99 亿元，净利

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	经营情况	财务数据
					润为 197.39 亿元
	3	深圳市能之汇投资有限公司	22,905.90	正常经营，未被列入失信被执行人	非公众公司，企查查披露其 2018 年净利润为 1.95 亿元
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	16,233.77	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司京东方（000725.SZ）2024 年营业收入为 1,983.81 亿元，净利润为 41.45 亿元
	5	OPPO 广东移动通信有限公司	10,700.86	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据
2022 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	23,030.96	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国石油化工集团有限公司 2024 年营业收入为 3.14 万亿元，净利润为 825.31 亿元
	2	中电建湖北电力建设有限公司	5,233.56	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国电建（601669.SH）2024 年营业收入为 6,345.52 亿元，净利润为 158.26 亿元
	3	杭州海康威视数字技术股份有限公司	4,365.49	正常经营，未被列入失信被执行人	2024 年营业收入为 924.96 亿元，净利润为 131.41 亿元
	4	南方电网互联网服务有限公司	3,518.78	正常经营，未被列入失信被执行人	未公开披露财务数据，其母公司中国南方电网有限责任公司 2024 年营业收入为 8,533.99 亿元，净利润为 197.39 亿元
	5	中国化学工程第七建设有限公司	3,397.80	正常经营，未被列入失信被执行人	2024 年营业收入为 293.46 亿元，净利润为 8.52 亿元

财务数据来源：企查查、Wind 资讯

根据上表可知，报告期内，航旅、商旅板块主要客户经营状况正常，不存在被列入失信被执行人的情形。报告期内，航旅板块主要客户未公开披露财务数据，但随着出行限制解除，泛商旅出行服务行业恢复，航旅板块的同行业客户业绩回暖态势明晰。同时，发行人给予航旅板块客户信用期较短，主要为次日结算、一周两结、一周一结。报告期内，商旅板块的部分主要客户公开披露了财务数据，

从数据可知，上述客户具有较大的业务规模和较强的盈利能力，其他未公开披露财务数据的客户主要为上市公司控股子公司、央国企、国内知名企业，信用资质良好。

综上，发行人航旅、商旅板块主要客户偿债压力较小、流动性风险较小，发行人在合作中密切关注客户资信状况，根据客户实际回款的履约情况，及时调整信用政策，因此航旅、商旅板块主要客户偿债压力、流动性风险向发行人传导风险可能性较小。

（三）说明对长期安全资金缺口的应对方式，测算长期安全资金保有量下增量资金成本，以长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用为基础，测算报告期各期利息保障倍数，与可比公司对比情况及差异原因，测算在长期安全资金规模下发行人未来三年利息保障倍数，是否发生重大不利变化。

1、说明对长期安全资金缺口的应对方式

为应对长期安全资金缺口，发行人可通过银行借款和保理机构融资，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。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%。

2、测算长期安全资金保有量下增量资金成本

考虑发行人代理业务以净额法确认收入，本次测算最低货币资金保有量采用更为谨慎的计算方式，使用还原至总额法下的成本替代营业成本计算年度付现成本总额，相对于营业成本，该指标更能反映发行人的资金需求情况。根据发行人 2022-2024 年的财务数据，发行人在现行运营规模下日常经营需要保有的最低货

币资金金额的具体测算过程如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
最低货币资金保有量①	①=②÷③	44,222.45	29,824.59	18,769.86
年度付现成本总额②	②=④+⑤-⑥	1,290,189.98	1,102,807.07	467,462.25
年度还原至总额法下的成本④		1,279,183.58	1,091,911.70	459,224.14
年度期间费用总额⑤		12,028.55	11,921.68	9,241.82
年度非付现成本总额⑥		1,022.15	1,026.31	1,003.72
货币资金周转次数③	③=360÷⑦	29.17	36.98	24.90
现金周转期⑦	⑦=⑧+⑨-⑩	12.34	9.74	14.45
存货周转期⑧			-	-
应收款项周转期⑨		17.99	14.86	23.45
应付款项周转期⑩		5.65	5.12	9.00

注 1：根据发行人的业务性质，基于谨慎性角度考虑，取年度还原至总额法下的成本作为年度营业成本计算最低货币资金需求量；

注 2：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 3：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 4：应收款项周转期=360*（平均应收账款账面价值+平均预付款项账面价值）/还原至总额法下的收入；

注 5：应付款项周转期=360*（平均应付账款账面价值+平均合同负债账面价值）/还原至总额法下的成本。

根据发行人的实际运营情况，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报告期内发行人长期安全资金保有量，具体如下：

单位：万元

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
货币资金①	26,047.94	27,164.58	33,645.04
购买定期存单②		1,410.56	3,000.00
其他受限货币资金③	5,192.58	9,564.25	5,431.10
可支配资金余额④=①+②-③	20,855.36	19,010.88	31,213.94
偿还公司借款⑤	16,422.25	17,846.87	9,316.85
未来新增营运资金需求⑥	12,725.69	7,718.60	4,358.94
最低资金保有量⑦	44,222.45	29,824.59	18,769.86
安全资金需求合计⑧=⑤+⑥+⑦	73,370.40	49,290.14	32,445.65
资金结余/缺口（缺口为	-52,515.04	-36,379.17	-1,231.71

项目	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
负数) =④-⑧			

注：未来新增营运资金需求，**2022 年末和 2023 年末**新增金额为期后一年实际营运资金增加额，**2024 年末**新增营运资金需求计算过程：以预计**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），依据发行人销售金额和营运资金的敏感系数测算所得。销售金额与营运资金敏感性分析参见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的回复之“问询函第 9 题/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”。

根据每年度的平均融资成本计算各年度资金缺口所对应的融资成本，2022 年至 2024 年，发行人年度平均资金成本分别为 6.19%、6.39%和**5.10%**。

项目	2024 年度融资成本 (万元)	2023 年度融资成本 (万元)	2022 年度融资成本 (万元)
融资额度	52,515.04	29,194.10	1,231.71
平均融资成本利率	5.10%	6.39%	6.19%
融资成本	2,678.27	1,865.50	76.24

3、以长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用为基础，测算报告期各期利息保障倍数

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
账面利息保障倍数	6.87	6.20	8.98
调整后利息保障倍数-担保费率 2%	3.05	3.26	7.03
调整后利息保障倍数-担保费率 3%	3.00	3.20	6.62
利润总额（万元）	9,033.53	8,191.12	4,731.89
利息费用（万元）	1,540.01	1,575.17	592.96
长期安全资金融资成本（万元）	2,678.27	1,865.50	76.24
预计担保费用-费率 2%	195.73	190.94	115.44
预计担保费用-费率 3%	293.59	286.41	173.17

注 1：调整后的利息保障倍数系考虑长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用测算数据；

注 2：利息费用中包含了银行借款利息费用、保函费用，预计担保费用包含了发行人账面已计提的担保费、实控人或员工已承担账面未计提的担保费。

4、与可比公司对比情况及差异原因

以长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用为基础计算的利息保障倍数系发行人最安全及谨慎情况下的长期偿债能力体现，为了与可比公司的数据更具对比性，取账面利息保障倍数进行对比。

可比公司利息保障倍数情况如下：

公司名称	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	8.14	2.73	-2.54
岭南控股	-	230.50	-428.00
携程集团	12.43	6.69	2.35
同程旅行	11.38	12.80	0.14
腾轩旅游	1.67	1.17	19.02
易飞国际	16.19	37.32	24.44
剔除岭南控股的平均值	8.41	5.85	4.75
发行人	6.87	6.20	8.98

注：2024 年度，岭南控股利息费用为 0，无法计算利息保障倍数。

由于岭南控股是一家集商旅出行、住宿、会展、景区、汽车服务等业务为一体的综合性旅游集团，通过集团统一实施有效的财务管理措施，如优化资金结构、合理安排债务和投资，可以有效降低利息费用。报告期内，岭南控股利息费用金额均较小或为 0，因此岭南控股的利息保障倍数与同行业公司不具有可比性，在计算可比公司利息保障倍数平均值时予以剔除。

报告期内，发行人相比于同行可比上市公司的均值相对接近，差异不大。相对具体可比公司而言，众信旅游 2022 年利润总额为负数，因此计算的利息保障倍数为负数，2023 年其利润总额较低，利息保障倍数金额较小，**2024 年利息保障倍数与发行人接近**；携程旅游 2022 年由于公共卫生事件期间，利润总额较低，因此利息保障倍数较低，2023 年及与发行人相对接近，**2024 年度携程集团利润金额有所上升，同步利息支出有所下降，其利息保障倍数金额较大**；腾轩旅游各期的利息保障倍数波动较大，主要系其各期的利润总额波动较大，其利息保障倍数与发行人不太具有可比性；易飞国际各期的利息保障倍数金额均较大，主要系易飞国际的体量较小，其利息支出相对较少，利息保障倍数比发行人相对较高。

报告期内发行人的利息保障倍数相对平稳，与可比公司相比处在中间值，能够充分保证借款本息的按期清偿，发行人借款不存在逾期未偿还和拖欠利息的情况。

5、测算在长期安全资金规模下发行人未来三年利息保障倍数，是否发生重大不利变化

项目	2027 年度	2026 年度	2025 年度
账面利息保障倍数	6.49	6.59	6.71
调整后利息保障倍数-担保费率 2%	3.35	3.25	3.15
调整后利息保障倍数-担保费率 3%	3.30	3.20	3.10
利润总额（万元）	12,023.63	10,930.57	9,936.88
利息费用（万元）	2,189.02	1,957.05	1,741.09
长期安全资金融资成本（万元）	2,678.27	2,678.27	2,678.27
预计担保费用-费率 2%	239.77	224.09	209.43
预计担保费用-费率 3%	359.66	336.13	314.14

注 1：调整后的利息保障倍数系考虑长期安全资金保有量下的融资成本和预计担保费用测算数据。

注 2：利息费用中包含了银行借款利息费用、保函费用，预计担保费用包含了发行人账面已计提的担保费、实控人或员工已承担账面未计提的担保费。

根据发行人 2024 年度的利润情况，预估发行人未来三年的利润总额增长比例为 10%（该数据仅计算利息保障倍数参考，不代表为发行人目前针对 2025 年-2027 年的全年业绩预测），在考虑长期安全资金融资成本和预计担保费用后计算发行人未来三年的利息保障倍数。从上表可以看出，发行人未来三年的利息保证倍数相对平稳，没有发生重大不利变化。

（四）说明发行人应收账款保理业务是否存在限制或风险，能否为发行人提供稳定的资金支持；结合发行人现金流情况、债务规模、流动资金需求、可用货币资金、剩余融资能力及稳定性，分析发行人是否存在资金链断裂风险，发行人改善现金流的措施及具体效果，是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响。

1、说明发行人应收账款保理业务是否存在限制或风险，能否为发行人提供稳定的资金支持

截至 2024 年 12 月 31 日，发行人签订的应收账款保理业务具体情况如下：

融资公司	融资额度（万元）	担保类型	使用规则	使用限制
安途金信商业保理有限公司	以累计实际发生并经保理商审核通过的额度为准	应收账款质押	额度循环使用	不得转让应收账款

融资公司	融资额度（万元）	担保类型	使用规则	使用限制
深圳市锦元保理有限公司	3,000.00	应收账款 质押+保证 担保	额度循环使用，仅限 获得准入的客户订 单数据	-
中国南航集团财务有限公司	3,000.00	应收账款 质押+保证 担保	额度循环使用，仅限 获得准入的客户购 买中国南方航空的 机票订单	未经保理商书面 同意，不得转让 质押的应收账 款，不得转让、 抵销产生应收账 款的基础合同债 权，也不得就应 收账款或基础合 同续做保理、转 让、融资等业务
易派客商业保理有限公司	100,000.00	应收账款 质押	额度循环使用，仅限 中国石化电子商务 平台、中国石化产融 数智平台的订单	未经保理商同 意，公司不能擅 自对已受让应收 账款作任何形式的 处分

从上表可知，应收账款保理业务授信额度金额较高，对发行人使用限制较少，且应收账款债权凭证最终付款方具有较强的资金实力和良好的信用等级，具备按期足额支付款项的能力，因此，应收账款保理商具有持续为发行人提供资金支持的意愿，能给发行人提供稳定的资金支持。

2、结合发行人现金流情况、债务规模、流动资金需求、可用货币资金、剩余融资能力及稳定性，分析发行人是否存在资金链断裂风险，发行人改善现金流的措施及具体效果，是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响

（1）结合发行人现金流情况、债务规模、流动资金需求、可用货币资金、剩余融资能力及稳定性，分析发行人是否存在资金链断裂风险

报告期内，发行人经营性现金流、债务规模、流动资金需求、可用货币资金的情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
经营性现金流净额	1,578.99	-10,921.43	6,622.98
短期借款	16,422.25	17,846.87	9,316.85
流动资金新增需求	7,718.60	4,358.94	3,450.49
可用资金规模	20,855.36	19,010.88	31,213.94

由上表可知，2022 年，可用货币资金较大，债务规模和流动资产新增需求

金额不大。2023 年度及 **2024 年度**，根据现有的可用资金可能不能覆盖债务规模和流动资产需求，需要外部融资。

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 **32.15** 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。发行人的银行授信额度逐步增加，市场认可度较高，银行授信贷款具有稳定性。

发行人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。客户回款情况，发行人应收账款的主要系商旅客户，客户类型为大型央企、国企以及政府事业单位，信用资质良好。在报告期内，期后回款非常好，不存在大额逾期未付的应收账款，最近一期 **2024 年 12 月 31 日** 应收账款余额，截至 **2025 年 4 月 30 日** 回款比例已达 **95.23%**。

综上，一方面，发行人应收账款的客户均具有较强的资金实力和良好的信用等级，具备按期足额支付款项的能力；另一方面，发行人融资渠道多，银行授信额度高，获取现金流的模式是稳定且可持续的，未来出现资金链断裂的风险较小，对持续经营能力不会造成重大不利影响。

(2) 发行人改善现金流的措施及具体效果，是否对发行人持续经营能力构成重大不利影响

报告期内，发行人积极改进现金流情况，具体措施如下：

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，并尽可能缩短账期。报告期内发行人针对新增企业客户，通过多渠道了解其财务状况，根据客户规模、行业地位等综合确定客户信用期。

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。发行人内部系统针对每个客户建立信用额度，各个部门严格按照信用额度进行业务开展。发行人内部定期针对应收账款回收工作进行汇报，对业务部门的应收账款回收情况进行持续地监督，报告期内回款情况均较好。

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。报告期内发行人的银行和保理授信额度逐步增加，具有稳定性，同步发行人积极与客户推进 UATP 卡结算，**2022 年至 2024 年**，发行人分别增加 51 个、26 个及 **28** 个客户进行 UATP 卡结算。

综上，发行人已积极采取措施改善现金流情况，应对措施充分有效，不会对公司持续经营能力产生重大不利影响。

二、资金管理内控有效性

（一）说明发行人报告期内控制使用个人账户（银行、支付宝、微信等）的具体情况，账户用途、各期收付款金额、账户管理方式，针对个人账户收付情况是否已彻底整改并规范运行。

报告期内发行人控制使用个人账户（银行、支付宝、微信等）的具体情况，账户用途、各期收付款金额、账户管理方式如下：

单位：元

项目类型	期间	户名	金额	账户用途	账户管理方式
个人银行卡付款	2021 年	LI/SHIUCHUNG-花旗银行 4691	1,490.00	采购支付	公司代管
小计			1,490.00		
个人银行卡收款	2021 年	伍俊雄-广发银行 8345	125,134.00	采购支付	公司代管

项目类型	期间	户名	金额	账户用途	账户管理方式
个人银行卡收款	2021 年	张俊-中信银行 7549	8,959.00	采购支付	公司代管
个人银行卡收款	2021 年	伍俊雄-平安银行 6919	3,429.00	采购支付	公司代管
小计			137,522.00		

由于报告期前采购的部分机票产品存在一年的有效退票期，因此少量报告期前采购的机票产品于退票发生时，款项会原路退回相应订单采购时所使用的个人信用卡，形成报告期内少量个人账户收款的情况。

发行人某些特定的支付场景限定使用信用卡，无法通过银行转账或者电汇支付，例如在外航航司的官网采购产品时，需直接使用信用卡完成支付。因此发行人在报告期内存在使用个人信用卡进行采购的行为，报告期内仅在 2021 年发生一笔 1,490.00 元的个人信用卡采购。

为应对特定支付场景使用信用卡的必要性需求，发行人通过使用商务信用卡（需由公司向银行提出申请，个人作为承债主体，但由公司进行还款）替代原先使用的个人信用卡。同时发行人先后制定《美亚集团资金管理制度》《美亚集团财务中心信用卡支付管理办法》进行规范，禁止个人账户收款，禁止使用非公司信用卡（个人信用卡）进行对公采购的支付，财务部门通过银行对公系统统一对商务信用卡管理，并将所有实体卡收归财务部门保管，因此相关个人账户收付情况已彻底整改并规范运行。

（二）具体说明资金侵占发生后发行人对资金收付存管、账户开立注销等关键节点的内控制度安排及实际执行情况，如何保证相关内控制度持续有效执行。

1、具体说明资金侵占发生后发行人对资金收付存管、账户开立注销等关键节点的内控制度安排及实际执行情况

（1）在资金侵占发生后，发行人对资金收付存管的关键内控制度体现如下：

①指定对外支付账户管理，即集团内每家公司用于对外支付的银行账户和支付宝账户是指定的，其余非指定对外支付账户基本只有收款功能以及其资金要每日被归集至集团账户；每家公司的账户功能清晰明确其用途和范围，定期对闲置账户进行注销处理；所有具备条件的银行账户、支付宝账户、微信账户等均接入

CBS 系统或直接与公司业务系统对接，自动实时上传更新到账数据，同时，接入 CBS 操作权限须严格按照经办与复核角色相应负责的账户进行设置；所有对外付款，必须在审批流程完成后，才可以进行对外支付，付款结算的经办与复核严格分离，不允许经办与复核角色为同一人，其中付款流程审批人包括申请人部门负责人、应付管理会计、应付主管/供应商结算部结算负责人/财务管理部负责人、财务总监、总经理（根据不同付款类型和付款金额，分层级审批），付款操作流程包括资金部资金专员（出纳）、账户管理人员、结算副经理、资金部负责人（按资金管理制度规定权限）；

②设置自动提现，根据各账户的用途，可预留适当的余额在账户上后，银行账户通过 CBS 设置每工作日的自动归集，支付宝与微信账户通过其各自平台功能设置每日自动提现到银行；

③每月进行资金盘点工作，银行与平台资金以及现金须进行每月结账及盘点，结账的内容须包含账户流水、账户余额截图、资金盘点表、余额调节表、账户明细表，由资金部账户管理人员与核算部指定人员进行双人盘点。资金盘点表、余额截图，确认与金蝶日记账的余额是否一致。

（2）在资金侵占发生后，发行人对账户开立注销关键内控制度体现如下：

①以全集团公司名义开立的银行、支付平台等涉及直接收付的账户，均由集团财务中心进行管理，不能存在集团财务中心管理之外的任何直接支付结算的账户；银行与平台账户的开立与注销，统一由集团财务中心资金管理部负责，任何人不得随意开立或注销账户；

②建立清晰完整的账户台账，包括但不限于账户基本信息、设立日期与注销日期、账户日常用途、账户管理人员等信息，并对账户台账进行实时更新。

③定期核查资金账户完整性，以不低于一个自然年的频率，通过已开立银行结算账户清单对全集团的银行账户情况进行核实；以不低于一个季度的频率对全集团的支付宝以及微信账户的完整性进行核实。

（3）发行人对资金收付存管、账户开立注销等关键节点的实际执行情况

①加强资金账户管理，在 OA 系统中新增账户开立与注销的申请流程，同时加速清理闲置非必要的支付宝、微信、银行等账户，杜绝在集团财务中心管理之

外存在可用于支付结算的银行和第三方平台账户；

②实现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 系统直连以及业务系统直联，实现流水自动上传；

③保障支付结算与支付安全，整理并登记全部账户 key，经办与复核 key 分开保管；实现付款经办与复核分离的操作，杜绝单人即可完成支付宝付款操作的情况；

④实施不相容职务分离与人员轮岗制度，定期检查财务部门是否遵照不相容职务分离，实现付款经办与复核严格分离；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；

⑤针对支付宝和微信等第三方收款账户余额进行限制，第三方账户余额应保留在 1-15 万元，并设置每日自动提现功能，提现至与之强绑定的银行账户并提交核算部门跟进管控；针对航旅网/商旅网绑定的支付宝账户，对其账户余额保留放宽至 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；

⑥不定期进行资金盘点，增设双部门双人盘点（资金部与核算部共同）、零余额账户盘点流程、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；同时每月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。

2、发行人如何保证相关内控制度持续有效执行

发行人已全面完善资金管理相关的操作规范与管理制度，包括《美亚集团财务中心资金盘点操作规范》《美亚集团财务中心资金支付结算操作规范》《美亚集团财务中心到账流水导入操作规范》《美亚集团财务中心银行与平台开户销户操作规范》《美亚科技资金管理制度》等。各项工作已严格按照内控制度有序开展，有效保护资产的安全和完整，及时预防、发现并纠正错误及舞弊行为，并保证会计资料的真实性、合法性、完整性。

（三）结合各境外子公司主营业务、经营模式、业务规模等分析境外资金需求，与存放在境外的货币资金规模是否匹配，报告期内存放在境外的货币资金持续上涨的合理性；说明境外资金管理情况，是否符合发行人资金管理规定，是否存在内控缺陷和管理不善的风险。

1、结合各境外子公司主营业务、经营模式、业务规模等分析境外资金需求，与存放在境外的货币资金规模是否匹配，报告期内存放在境外的货币资金持续上涨的合理性

报告期内发行人境外子公司包括香港美亚商务旅行管理有限公司（简称“香港美亚”）以及 MEIYA TRAVEL INTERNATIONAL FZCO（简称“迪拜美亚”）。

香港美亚主营航旅业务，即聚合及采购全球航旅票源，以航司给予发行人的票面价格为基础，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，确定产品报价后，向旅行社、票务代理等旅业同行客户开展机票 B2B 分销，并为部分客户直接提供航旅票务服务，信用政策为一周双结、一周一结、T+1 结算或预付款方式。

迪拜美亚主营商旅业务，机票资源聚合及采购模式与航旅票务业务基本一致，主营产品国际机票定价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确定，面向中东的国央企客户提供商旅管理服务和咨询解决方案，信用政策为 T+30 天至 T+60 天的信用期结算或 UATP 结算。

香港美亚设立的主要定位系为发行人采购境外优质资源，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，丰富发行人的产品类型。迪拜美亚设立的主要定位系服务于央国企在中东的分子公司，为了更好地服务该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。

报告期内香港美亚、迪拜美亚的业务规模及货币资金在发行人整个集团内的占比如下：

单位：万元

公司名称	项目	2024 年	占比	2023 年	占比	2022 年	占比
整个集团	销售金额	1,301,298.71	100.00%	1,114,446.06	100.00%	474,273.78	100.00%
	采购金额	1,266,521.18	100.00%	1,081,850.98	100.00%	452,649.14	100.00%

公司名称	项目	2024 年	占比	2023 年	占比	2022 年	占比
	期末货币资金	26,047.94	100.00%	27,164.58	100.00%	33,645.04	100.00%
香港美亚	销售金额	2,170.50	0.17%	3,093.91	0.28%	335.36	0.07%
	采购金额	1,760.11	0.14%	2,898.46	0.27%	167.64	0.04%
	期末货币资金	3,055.94	11.73%	1,307.26	4.81%	371.76	1.10%
迪拜美亚	销售金额	2,197.48	0.17%	1,354.35	0.12%	1,781.73	0.38%
	采购金额	2,040.19	0.16%	1,299.45	0.12%	1,613.08	0.36%
	期末货币资金	1,030.35	3.96%	1,551.76	5.71%	776.01	2.31%

由上表可见，境外子公司报告期内各期的销售及采购量占整个集团比例较低，客户规模相对较小，境外存放资金可以满足境外业务正常需求，境外资金需求量与存放在境外的货币资金规模匹配。

报告期内发行人存放在境外的货币资金持续上涨，主要原因系随着市场环境趋好，香港美亚及迪拜美亚业务量增加，从而采购量相应增加，而香港美亚、迪拜美亚所需的部分票源需向美亚科技和商旅科技进行采购，由于汇率波动较大，频繁进行资金支付会产生较高的汇兑损益。因此基于集团整体资金筹划考量，发行人依据业务实际需求灵活适时地安排结算事宜，并未即时将香港美亚、迪拜美亚的采购资金转入境内，故期末货币资金余额增加。因此，香港美亚及迪拜美亚基于自身业务发展以及受境内外支付汇率影响，期末货币资金余额较高具有合理性。

2、说明境外资金管理情况，是否符合发行人资金管理规定，是否存在内控缺陷和管理不善的风险

在境外资金管理方面，发行人制定了《美亚集团资金管理制度》，并严格依照该制度的相关要求开展工作。集团财务部主导包括境外子公司在内的各子公司资金管理的决策制定和日常运营，各子公司不再单独设立资金岗位，所有资金岗位均集中于集团层面进行统一管理，具体如下：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。此外，外币收付款、结汇均需提供对应的

客户合同、发票、账单等能够证实外汇交易真实性的材料。因此，境外资金管理情况符合发行人资金管理规定，不存在内控缺陷和管理不善的风险。

（四）结合业务规模变动说明 2024 年 6 月底发行人向银行缴纳的与 BSP 担保相关的保证金下滑的原因及合理性。

截至 2023 年 12 月 31 日及 2024 年 6 月 30 日，发行人向银行申请开具的与 BSP 担保相关的银行保函金额以及发行人向银行缴纳的保函保证金金额如下：

单位：万元

项目	2024年6月30日	2023年12月31日
保函金额	13,513.34	11,541.87
保函保证金金额	5,354.79	9,564.25

随发行人业务规模增长，发行人向银行申请开具的与 BSP 担保相关的银行保函金额也随之增长。2024 年 6 月末的保函保证金金额较 2023 年 12 月末减少了 4,209.46 万元，主要是由于 2023 年 12 月末存在一份金额为 5,000.00 万元的保函处于新旧切换的过渡期，额外占用了 5,000 万元的保函保证金。若剔除这一影响因素，2023 年 12 月末的保函保证金金额为 4,564.25 万元。

具体地，2023 年 11 月汇丰银行与发行人签署了新的银行授信协议，下调了对发行人的保函保证金比例要求，同时中航鑫港要求机票代理人于 11 月份提供下一年度的银行保函，因此基于减少保证金占用的考虑，发行人于 2023 年 11 月向汇丰银行申请了关联于新的银行授信协议下，金额为 5,000.00 万元的新保函（保证金 2,000.00 万元）。因原保函于 2024 年 2 月到期撤销，与之对应的 5,000.00 万元保证金也在同月解除质押，因此导致 2023 年 12 月末的保函保证金金额明显高于 2024 年 6 月末的金额。

综上，2024 年 6 月底发行人向银行缴纳的与 BSP 担保相关的保证金下滑具有合理性。

三、资金流水核查的充分性

（一）说明报告期对北京六人游销售金额持续上涨的原因、交易必要性，结合采购销售机票对比情况、所属航线及双方具有比较优势的航线情况，说明向邓春生控制的主体同时进行采购和销售的商业合理性及会计处理的合规性。

1、说明报告期对北京六人游销售金额持续上涨的原因、交易必要性

报告期内，发行人对北京六人游销售金额持续上涨，主要系随着民航出行场景受到的阶段性限制逐渐解除，北京六人游业务恢复，向发行人采购需求增加。

北京六人游主要经营国际机票代理，系旅业同行，由于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、产品优惠政策等存在一定差异，发行人在某些航司的部分票源中具备比较优势，因而旅业同行向发行人采购具有合理性和必要性，且采购金额与其自身业务量存在密切关系。2019 年度-2024 年度，北京六人游关联销售金额分别为 3,250.01 万元、-250.76 万元、-1.49 万元、12.98 万元、1,300.37 万元（其中 2023 年度上半年关联销售金额为 219.18 万元，2023 年度下半年关联销售金额为 1,081.19 万元）、**3,898.63** 万元。公共卫生事件前，北京六人游向发行人年采购金额较高，2020 年度-2022 年度，受出行限制影响，北京六人游业务量大幅下降，向发行人的采购金额明显下降，退订单较多。2023 年度，出行限制解除，泛商旅出行服务逐步恢复，北京六人游的业务量也同步恢复，其中 2023 年度上半年尚处于业务恢复初期，2023 年度下半年开始，出境游全面恢复，北京六人游的机票采购需求快速增长，2024 年度继续保持前期增长态势。因此，报告期内对北京六人游销售金额持续上涨，上述交易具有商业合理性和必要性。

2、结合采购销售机票对比情况、所属航线及双方具有比较优势的航线情况，说明向邓春生控制的主体同时进行采购和销售的商业合理性

发行人与空港易行及其下属企业关于采购销售机票对比情况、所属航线及双方具有比较优势的航线情况如下所示：

单位：万元

年度	采购票源对应的主要航司	采购的主要航段	采购金额	占该供应商当期采购金额的比例	销售票源对应的主要航司	销售的主要航段	销售金额	占该客户当期销售金额的比例
2024年度	中国东方航空股份有限公司	PVG-AKL/AKL-PVG、 PVG-CTS/CTS-PVG、 PVG-SIN/SIN-PVG	708.68	22.77%	中国国际航空股份有限公司	SFO-PEK、PEK-LAX、 PEK-LHR/LHR-PEK	1,001.24	14.01%
	阿联酋航空公司	HKG-DXB/DXB-EZE/EZE-DXB/DXB-HKG、 EZE-DXB/DXB-HKG/HKG-XMN/XMN-HKG/HKG-DXB/DXB-EZE、 CAN-DXB/DXB-CAN	650.51	20.90%	国泰航空公司	HKG-JFK/JFK-HKG、 HKG-YVR/YVR-HKG、 HKG-LHR/LHR-HKG	967.49	13.54%
	土耳其航空公司	CCS-IST/IST-CAN/CAN-IST/IST-CCS、 SCL-IST/IST-CAN/CAN-IST/IST-SCL、 CAN-IST/IST-CAN	330.57	10.62%	卡塔尔航空公司	CAN-DOH/DOH-GRU/GRU-DOH/DOH-CAN、 CAN-DOH/DOH-GRU、 PVG-DOH/DOH-JRO/JNB-DOH/DOH-PVG	515.58	7.21%
	中国南方航空股份有限公司	CAN-DXB/DXB-CAN、 CAN-AKL/AKL-CAN、 HGH-CAN/CAN-CHC	207.75	6.68%	中国南方航空股份有限公司	AKL-CAN/CAN-AKL、 CAN-SYD、 CSX-NBO/NBO-CAN	340.05	4.76%
	中国国际航空股份有限公司	SZX-FRA/FRA-PEK/PEK-SZX、 CAN-PEK/PEK-CDG/CDG-PEK/PEK-CAN、 SWA-PEK/PEK-FRA/FRA-PEK/PEK-SWA	174.43	5.61%	中国东方航空股份有限公司	PVG-DXB/DXB-PVG、 PVG-LAX/LAX-PVG、 PVG-AMS	323.40	4.53%
	合计		2,071.94	66.58%	合计		3,147.76	44.04%
2023年度	埃及航空公司	CAI-PEK、 CAI-CAN、 CAI-HGH	563.78	52.12%	国泰航空公司	HKG-LHR/LHR-HKG、 HKG-JFK/JFK-HKG、 HKG-LAX/LAX-HKG	1,071.04	14.47%

年度	采购票源对应的主要航司	采购的主要航段	采购金额	占该供应商当期采购金额的比例	销售票源对应的主要航司	销售的主要航段	销售金额	占该客户当期销售金额的比例
	沙特航空公司	RUH-CAN、CAN-JED/JED-CAN、JED-CAN	55.10	5.09%	中国国际航空股份有限公司	PVG-MXP/MXP-PVG、CKG-PEK/PEK-MAD/MAD-PEK/PEK-CKG、SZX-JNB/JNB-SZX	766.88	10.36%
	马汉航空公司	PVG-IKA/IK A-EBL、CAN-THR/THR-EBL、CAN-IKA/IK A-CAN	52.49	4.85%	卡塔尔航空公司	PKX-DOH/DOH-BSR、PKX-DOH/DOH-BGW、CAN-DOH/DOH-BSR	708.73	9.58%
	埃塞俄比亚航空公司	ADD-PEK/PEK-ADD、ADD-CAN、LOS-ADD/ADD-CAN/CAN-ADD/ADD-LOS	33.47	3.09%	全日空航空公司	PEK-HND/HND-SFO/SFO-HND/HND-PEK、SHA-HND/HND-LAX/LAX-HND/HND-SHA、PEK-HND/HND-LAX	584.54	7.90%
	国泰航空公司	HKG-LHR/LHR-HKG、HKG-KIX/KIX-HKG、HKG-NRT/NRT-HKG	28.63	2.65%	阿联酋航空公司	CAN-DXB/DXB-BSR、PEK-DXB/DXB-BEY、CAN-DXB/DXB-HRE	356.86	4.82%
	合计		733.47	67.80%	合计		3,488.04	47.13%
2022年度	美国联合航空公司	SFO-PVG、SFO-SHA	1,121.85	29.87%	中国南方航空股份有限公司	LAX-CAN、BSR-DXB/DXB-SZX、AMS-CAN	1,097.56	26.39%
	埃及航空公司	CAI-HGH、CAI-CAN、BAH-CAI/CAI-HGH	521.10	13.87%	四川航空有限公司	CAI-CTU、DXB-CTU、HKG-CTU	445.22	10.71%
	沙特航空公司	RUH-CAN、CAN-RUH	217.82	5.80%	埃及航空公司	CAN-CAI/CAI-ACC、HGH-CAI/CAI-DLA、CAN-CAI	334.68	8.05%
	中国国际航空股份有限公司	HET-TGO、SZX-PEK、TGO-HET	193.18	5.14%	中国国际航空股份有限公司	PEK-LAX、PEK-LAX/YVR-PEK/PEK-SHA、SZX-LAX/LAX-SZX	243.36	5.85%
	马来西亚航空公司	KUL-CAN、CAN-KUL	113.08	3.01%	荷兰皇家航空公司	GRU-AMS/AMS-PVG、PTY-AMS/AMS-HGH、HGH-AMS/AMS-PTY	233.38	5.61%
	合计		2,167.04	57.69%	合计		2,354.19	56.61%

注：空港易行及其下属企业包括深圳市空港易行商旅服务有限公司、广州捷途会展服务有限公司、深圳市尚美商旅服务有限公司。

(1) 采购情况分析

报告期内，发行人向空港易行及其下属企业采购票源对应的航司主要集中在埃及航空公司、沙特航空公司、马汉航空公司、土耳其航空公司、埃塞俄比亚航空公司、美国联合航空公司等中东、非洲、北美的航空公司，空港易行及其下属企业在上述航司的部分票源中具备比较优势，集中在始发地或目的地为开罗、利雅得、吉达、德黑兰、伊斯坦布尔、亚的斯亚贝巴、旧金山等城市的国际航段，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，所以发行人向空港易行及其下属企业采购其具备比较优势的票源具有商业合理性。

(2) 销售情况分析

报告期内，发行人向空港易行及其下属企业销售票源对应的航司主要集中在国泰航空公司、中国国际航空股份有限公司、中国南方航空股份有限公司、中国东方航空股份有限公司、阿联酋航空公司等航空公司，发行人与上述境内外头部航空公司建立了稳定的合作关系，在上述航司的部分票源中具备比较优势，集中在始发地或目的地为中国香港、伦敦、米兰、洛杉矶、迪拜等城市的国际航段，发行人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，空港易行及其下属企业经常性向发行人采购大量优质票源具有商业合理性。

(3) 在同一年度采购与销售票源对应的主要航司存在重合的情况

由于机票具有高度的非标准化特点，航段、起飞时间、舱位等多种因素均可能对机票价格产生较大影响，所以发行人与其他旅业同行对于相同航空公司的不同航段，或是相同航段的不同起飞时间等方面存在不同的比较优势，致使在同一年度采购与销售票源对应的主要航司存在重合，具体情况如下所示：

单位：万元

年度	采购与销售票源对应的主要航司存在重合的情况	采购的主要航段			销售的主要航段		
		航段	金额	占该供应商当期采购金额的比例	航段	金额	占该客户当期销售金额的比例
2024年度	中国国际航空股份有限公司	SZX-FRA/FRA-PEK/PEK-SZX	16.37	0.53%	SFO-PEK	29.60	0.41%
		CAN-PEK/PEK-CDG/CDG-PEK/PEK-CAN	11.86	0.38%	PEK-LAX	19.46	0.27%

年度	采购与销售票源对应的主要航司存在重合的情况	采购的主要航段			销售的主要航段		
		航段	金额	占该供应商当期采购金额的比例	航段	金额	占该客户当期销售金额的比例
		SWA-PEK/PEK-FRA/FRA-PEK/PEK-SWA	9.13	0.29%	PEK-LHR/LHR-PEK	15.04	0.21%
	中国南方航空股份有限公司	CAN-DXB/DXB-CAN	16.90	0.54%	AKL-CAN/CAN-AKL	15.60	0.22%
		CAN-AKL/AKL-CAN	14.87	0.48%	CAN-SYD	9.11	0.13%
		HGH-CAN/CAN-CAN	11.72	0.38%	CSX-NBO/NBO-CAN	8.98	0.13%
	中国东方航空股份有限公司	PVG-AKL/AKL-PVG	30.44	0.98%	PVG-DXB/DXB-PVG	28.52	0.40%
		PVG-CTS/CTS-PVG	26.14	0.84%	PVG-LAX/LAX-PVG	16.46	0.23%
		PVG-SIN/SIN-PVG	25.90	0.83%	PVG-AMS	14.73	0.21%
2023年度	国泰航空公司	HKG-LHR/LHR-HKG	14.58	1.35%	HKG-LHR/LHR-HKG	62.73	0.85%
		HKG-KIX/KIX-HKG	4.78	0.44%	HKG-JFK/JFK-HKG	55.57	0.75%
		HKG-NRT/NRT-HKG	4.44	0.41%	HKG-LAX/LAX-HKG	43.47	0.59%
2022年度	埃及航空公司	CAI-HGH	417.27	11.11%	CAN-CAI/CAI-ACC	102.88	2.47%
		CAI-CAN	76.65	2.04%	HGH-CAI/CAI-DLA	67.40	1.62%
		BAH-CAI/CAI-HGH	15.40	0.41%	CAN-CAI	40.81	0.98%
	中国国际航空股份有限公司	HET-TGO	8.11	0.22%	PEK-LAX	44.97	1.08%
		SZX-PEK	6.79	0.18%	PEK-LAX/YVR-PEK/PEK-SHA	22.82	0.55%
		TGO-HET	5.53	0.15%	SZX-LAX/LAX-SZX	18.79	0.45%

2024 年度，在采购与销售票源对应的航司中，中国国际航空股份有限公司、中国南方航空股份有限公司、中国东方航空股份有限公司存在重合，但是采购与销售的主要航段均不相同，具有合理性。

2023 年度，在采购与销售票源对应的航司中，国泰航空公司存在重合，并且采购与销售的主要航段中 HKG-LHR/LHR-HKG（中国香港国际机场-英国伦敦希思罗机场/英国伦敦希思罗机场-中国香港国际机场）存在重合，但是采购该航段的起飞日期集中在 2023 年 3 月，而销售该航段的起飞日期集中在 2023 年 5 月至 10 月，相同航段的起飞日期不相同，具有合理性。

2022 年度，在采购与销售票源对应的航司中，埃及航空公司、中国国际航空股份有限公司存在重合。对于埃及航空公司，采购与销售的主要航段均不相同，但是航段相近，采购 CAI-HGH（埃及开罗国际机场-杭州萧山国际机场）、BAH-CAI/CAI-HGH（巴林国际机场-埃及开罗国际机场/埃及开罗国际机场-杭州萧山国际机场）航段的起飞日期集中在 2022 年 1 月，销售 HGH-CAI/CAI-DLA（杭州萧山国际机场-埃及开罗国际机场/埃及开罗国际机场-喀麦隆杜阿拉国际机场）航段的起飞日期集中在 2022 年 10 月至 12 月，采购 CAI-CAN（埃及开罗国际机场-广州白云国际机场）航段的起飞日期集中在 2022 年 9 月，销售 CAN-CAI/CAI-ACC（广州白云国际机场-埃及开罗国际机场/埃及开罗国际机场-加纳科托卡国际机场）、CAN-CAI（广州白云国际机场-埃及开罗国际机场）航段的起飞日期集中在 2022 年 8 月、2022 年 11 月，相近航段的起飞日期不相同，具有合理性。对于中国国际航空股份有限公司，采购与销售的主要航段均不相同，具有合理性。

综上所述，由于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、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价格优势的票源，以增强公司产品竞争力。反之亦然，发行人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，其他旅业同行公司经常性向发行人采购大量优质票源，发行人向邓春生控制的主体同时进行采购和销售具有商业合理性。

3、说明向邓春生控制的主体同时进行采购和销售的商业合理性及会计处理的合规性

发行人向邓春生同时进行的销售和采购业务主要是航旅业务，属于同行互采，系发行人与旅业同行根据各自的资源优势互相采购，最终分别实现对终端用户的销售，双方的购销交易会定期分别对账结算。同时，也是基于不同的交易事项，并不互为前提，互相独立，具有真实性、公允性，发行人根据具体业务的情况进行会计处理，不互相抵消，符合企业会计准则规定，会计处理具有合规性。

（二）说明外部董事、外部监事、北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来

1、说明外部董事、外部监事是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来

保荐机构、申报会计师已获取外部董事（**独立董事除外**）、外部监事的个人流水，其具体核查程序及意见可参见第一轮问题回复问题7之“五/（三）/3、受限情况及替代措施”。保荐机构、申报会计师未获取**独立董事**的个人流水，具体原因参见本问题回复之“八/（二）/1、**独立董事**的任职背景”。针对此情况，保荐机构执行其他替代核查程序，详见本问题回复之“八/（二）/2、替代核查程序和核查结论”。经核查，发行人及相关主体、发行人董监高及成年子女、父母、董事、监事、高级管理人员以及关键岗位人员未与外部董事、外部监事存在异常资金往来。

针对未获取**独立董事**的个人流水的情况，**独立董事**均已签署了承诺函，承诺其报告期内与公司的关联方、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的异常资金往来。

综上所述，通过采取多种替代程序，保荐机构、申报会计师认为外部董事、外部监事与发行人及相关主体、客户、供应商之间不存在异常资金往来。

2、说明北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来

保荐机构、申报会计师未获取北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户的银行流水，但通过走访和函证北京六人游、空港易行及其下属企业、蜗牛网和千淘商旅，以及获取全部前员工控制的公司的说明函确认是否存在异常资金往来。

此外，保荐机构、申报会计师对发行人、实际控制人及其成年子女、父母、董事（不含**独立董事**）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员的资金流水进行了核查，具体核查过程与核查意见参见本问题回复之“八/（一）说明资金流水核查情况，发现的异常资金流水具体情况、形成原因及核查情况”。

经核查，存在前员工邓春生与王斯（非法定董监高）存在资金往来，前员工

邓春生与王斯的资金往来参见本问题回复之“八/（一）/4、资金异常情况核查”，邓春生与王斯之间的资金往来为个人之间资金拆借，与发行人及其客户、供应商无关，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，发行人、实际控制人及其成年子女、父母、董事（不含**独立董事**）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员与北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户不存在异常资金往来。

四、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

1、现金流量主要为负及流动性风险

（1）访谈发行人财务总监，了解发行人经营活动现金流及变化情况的原因，是否符合行业及业务特征；查阅可比公司定期报告，对比发行人与同行业可比公司经营活动现金流变化是否存在差异，若存在差异，分析原因及合理性；

（2）登录中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、企查查、Wind 资讯，查询航旅、商旅板块主要客户经营情况及财务数据情况；

（3）访谈资金管理部负责人，了解发行人报告期资金缺口情况，针对资金缺口采取的应对方式；了解发行人剩余授信额度，能否给发行人带来稳定的资金支持，了解发行人应收账款保理业务具体情况，保理业务是否存在限制和风险，能否给发行人提供稳定的资金支持；

（4）测算发行人报告期的利息保障倍数，并与可比公司进行对比分析，对比差异并分析原因；

（5）抽查发行人应收保理合同，检查发行人的应收保理业务是否存在限制和风险，了解对发行人能否提供稳定的资金支持；

（6）获取发行人银行授信及保理授信合同，检查发行人的剩余授信额度情况；

（7）分析发行人现金流情况、债务情况流动资金需求、可用货币资金、剩余融资能力及稳定性等，确认发行人是否具有持续经营能力。

2、资金管理内控有效性。

(1) 访谈资金管理部负责人，了解发行人报告期内控制使用个人账户（银行、支付宝、微信等）的具体情况、账户用途、各期收付款金额、账户管理方式；

(2) 对货币资金内部控制管理进行控制测试，确认发行人针对个人账户收付情况是否已彻底整改并规范运行；

(3) 访谈境外子公司负责人，了解境外子公司主营业务、经营模式、业务规模、存放在境外的货币资金规模及持续上涨的原因，分析境外资金需求及与存放在境外的货币资金规模的匹配性；

(4) 获取发行人资金管理相关内部控制制度，访谈集团资金管理部负责人，了解境外资金管理情况，对境外资金内部控制执行情况进行控制测试，持续关注境外资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；

(5) 获取发行人的保函和保函保证金明细，查阅发行人的银行保函、保证金质押协议。

3、资金流水核查的充分性

(1) 获取外部董事（不含独立董事）、外部监事报告期内的个人银行流水，对发行人及其子公司、关联方、员工、客户、供应商；

(2) 筛选出外部董事（不含独立董事）、外部监事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、供应商进行对比，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。

(3) 查阅**独立董事**的调查表，了解其任职、历史从业情况；

(4) 获取外部董事、外部监事所签署的《关于个人银行账户信息的承诺函》；

(5) 获取 2019 年度-2024 年度发行人向北京六人游国际旅行社股份有限公司销售的订单明细表，并函证 2023 年度、2024 年度与发行人的交易情况；

(6) 访谈北京六人游国际旅行社股份有限公司，了解报告期发行人对北京六人游国际旅行社股份有限公司销售金额持续上涨的原因、交易必要性，是否存在利益输送、资金体外循环等情形；

(7) 获取报告期内发行人与空港易行及其下属企业全部的销售订单与采购订单，分析采购与销售机票情况、所属航段情况；

(8) 走访和函证空港易行及其下属企业，并访谈邓春生，核查发行人与空港易行及其下属企业的业务合作情况、具备的比较优势情况，确认发行人与空港易行及其下属企业的交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形；

(9) 走访和函证蜗牛网、千淘商旅，核查发行人与其的业务合作情况、具备的比较优势情况，确认交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形；

(10) 获取全部前员工控制的公司的说明函，确认发行人与其交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形；

(11) 保荐机构、申报会计师获取了发行人、实际控制人及其成年子女、父母、董事（不含**独立董事**）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员的资金流水，核查与北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户是否存在异常资金往来；

(12) 取得发行人与邓春生控制的主体签订的采购及销售合同，分析合同中与会计处理相关的条款，访谈财务负责人及航旅板块负责人，了解与邓春生控制的主体进行交易的业务流程及会计处理方法，并结合《企业会计准则》判断合规性。

(二) 中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、现金流量主要为负及流动性风险

(1) 报告期内，经营活动现金流量净额变化具有合理性，与发行人商业模式、结算模式、回款及对外支付情况相匹配；发行人与易飞国际、腾轩旅游经营活动现金流变化无明显差异，与岭南控股、众信旅游、携程集团和同程旅行经营活动现金流变化存在差异主要系业务和客户结构不同，符合行业及业务特征。

(2) 发行人航旅、商旅板块主要客户偿债压力较小、流动性风险较小，向发行人传导风险的可能性较小。

(3) 发行人应对长期安全资金缺口方式有效，报告期各期的利息保障倍数稳定，与可比公司对比具有一定差异，但具有合理性；经测算，未来三年利息保障倍数发生重大不利变化的风险较小。

(4) 发行人应收账款保理业务不存在限制和风险，能给发行人提供稳定的资金支持，发行人存在资金断裂的风险较小，发行人已积极改善现金流，对发行人持续经营能力不会构成重大不利影响。

2、资金管理内控有效性

(1) 发行人报告期内仅在 2021 年使用个人账户进行收付款，具有合理性，针对个人账户收付情况已彻底整改并规范运行。

(2) 境外资金需求与存放在境外的货币资金规模匹配；报告期内存放在境外的货币资金持续上涨主要原因系随着市场环境趋好，香港美亚及迪拜美亚业务量增加，从而采购量相应增加，具有合理性；境外资金管理较为完善，符合发行人资金管理规定，内控缺陷和管理不善的风险较小。

(3) 2024 年 6 月末发行人向银行缴纳的与 BSP 担保相关的保证金下滑主要是 2023 年 12 月末存在一份金额较大的保函处于新旧保函切换的过渡期，剔除此项因素后发行人银行保函金额较上期末增长，具有合理性。

3、资金流水核查的充分性

(1) 报告期内，发行人对北京六人游销售金额持续上涨，主要系随着民航出行场景受到的阶段性限制逐渐解除，北京六人游业务恢复，向发行人采购需求增加，交易具有必要性。

(2) 发行人向邓春生控制的主体同时进行采购和销售具有商业合理性。

(3) 发行人与北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户的交易真实，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

(4) 向邓春生控制的主体同时进行采购和销售的会计处理具有合规性。

五、结合相关主体为发行人提供担保或反担保及担保费用的测算、计提、支付情况，说明是否存在实控人或其他方为发行人代垫成本费用的情况，相关会计处理是否合规。

（一）结合相关主体为发行人提供担保或反担保及担保费用的测算、计提、支付情况，说明是否存在实控人或其他方为发行人代垫成本费用的情况

相关主体（实际控制人及其近亲属、员工及其近亲属）为发行人中航鑫港担保和银行综合融资授信提供担保或反担保，报告期内，上述担保涉及的担保费用的测算、支付、计提如下所示：

1、按照担保费率为 2%测算

单位：万元

	2024 年度	2023 年度	2022 年度
担保费用测算金额	195.73	190.94	115.44
担保费用计提金额	34.45	30.88	-
担保费用支付金额	34.45	30.88	-
间接代垫担保费用	161.28	160.06	115.44
代垫费用占归母扣非净利润的比例	2.13%	2.28%	2.99%

2、按照担保费率为 3%测算

单位：万元

	2024 年度	2023 年度	2022 年度
担保费用测算金额	293.59	286.41	173.17
担保费用计提金额	34.45	30.88	-
担保费用支付金额	34.45	30.88	-
间接代垫担保费用	259.14	255.53	173.17
代垫费用占归母扣非净利润的比例	3.42%	3.64%	4.49%

报告期内，存在实际控制人及其近亲属、员工及其近亲属为发行人无偿提供房产抵押（反）担保的情形，属于实控人或其他方为发行人代垫成本费用，但对发行人报告期业绩影响较小，且实际控制人无偿为发行人提供房产抵押担保实质上属于实际控制人对公司发展的支持行为，符合发行人和全体股东的利益。2023 年 7 月开始，发行人才开始向员工及其近亲属支付担保费的原因及合理性分析参见“问询函第 2 题/二/（二）/2、发行人自 2023 年 7 月起才开始支付担保费的原

因”。根据相关员工出具的声明和中国裁判文书网、中国执行信息公开网、企查查等网站查询结果，报告期内以自有房产提供担保的员工及其近亲属与发行人及实际控制人之间就担保费支付事项不存在争议或潜在纠纷。

（二）相关会计处理是否合规

根据《北京证券交易所股票上市规则》，上市公司与关联方进行关联交易时，可以免于按照关联交易的方式进行审议和披露，其中包括上市公司单方面获得利益的交易，包括受赠现金资产、获得债务减免、接受担保和资助等情况。

报告期内，发行人与实控人或其他方未签订关于支付代垫担保或反担保费用的协议，发行人与实控人或其他方未就担保费支付事项存在争议或潜在纠纷，发行人不存在现时或未来的支付义务，根据企业会计准则相关规定，无须确认对应的成本费用；发行人接受实控人或其他方提供的担保或反担保过程中单方面获得利益，相关流程符合发行人制定的《美亚集团债权融资管理制度》和《北京证券交易所股票上市规则》中免于审议和披露的规定，即使按照担保费率的市场公允价格对报告期内实控人或其他方代垫的担保费用进行测算，涉及的代垫担保费用对发行人报告期业绩影响较小，发行人相关会计处理合规。

综上，发行人的相关会计处理具有合规性。

六、按照《指引 2 号》2-10 财务内控不规范情形的要求进行充分核查，说明对整改后资金管理内控执行有效性的核查程序、核查范围及依据

（一）针对整改后的资金管理内控有效性，主要实施了以下核查程序：

1、获取发行人相关资金内部控制制度，包括但不限于《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》《美亚集团财务中心外汇汇率更新操作规范》《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，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；

2、执行货币资金盘点程序，重点针对第三方支付平台进行盘点，确认期末余额的准确性；

3、检查发行人账户流水的自动上传记录，确认发行人账号已实现流水自动

上传；

4、获取支付宝和微信等第三方支付平台的账户清单和资金证明，与发行人账面相关记录核对，确保完整、准确记录；

5、获取发行人报告期内的资金流水，核查是否存在资金管理内控不规范的行为。

（二）针对整改后的资金管理内控有效性，核查范围及依据

1、资产负债表日执行资金盘点程序，对所有账面余额进行盘点，抽查发行人部分月份的内部盘点情况表，检查盘点程序执行的有效性；

2、向银行获取已开立账户清单，检查发行人账户的完整性，自第三方账户平台核对发行人账户开立情况；

3、检查发行人报告期内的账户流水自动上传情况、第三方账号自动提现的设置及执行情况；

4、检查发行人报告期内的第三方账户平台的资料清单及资金证明，与账面记录进行核对，针对第三方账户中余额较大的账户，检查其资金余额的合理性；

5、核查发行人报告期内的资金流水，核查比例超过 80%；银行流水由中介机构亲赴银行现场获取，第三方账户流水则由中介机构自行下载；

6、核查发行人报告期内所有新增账户开立和注销情况。

七、说明报告期各期对发行人存放在境内外的货币资金的核查情况，是否对香港美亚等重要境外子公司进行实地走访及具体情况

（一）说明报告期各期对发行人存放在境内外的货币资金的核查情况

对于发行人存放在境内外的货币资金，报告期内保荐机构、申报会计师执行以下核查程序：

1、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，或者通过对公邮箱从银行处独立获取银行已开立账户清单及相应的银行资金流水；

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，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；

3、根据发行人所处经营环境、行业类型、业务规模等因素，确定核查金额重要性水平为 10 万元，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；

4、查阅了发行人货币资金管理内部控制制度，了解发行人公司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。

经核查，报告期各期发行人存放在境内外的货币资金不存在异常情况。

（二）是否对香港美亚等重要境外子公司进行实地走访及具体情况

报告期内，保荐机构、申报会计师对香港美亚、迪拜美亚进行实地走访，实地查看当地办公场所及相关经营设备等，同时开展对境外子公司负责人的访谈，询问了境外子公司的基本情况、销售采购流程、与主要客户供应商的业务开展情况等。

八、说明资金流水核查情况，发现的异常资金流水具体情况、形成原因及核查情况；未对外部董事、外部监事的资金流水进行核查的原因，是否符合《指引 2 号》2-18 资金流水核查的相关要求。

（一）说明资金流水核查情况，发现的异常资金流水具体情况、形成原因及核查情况

1、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。

2、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。

3、发行人对个人流水的核查情况

根据《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2号》等规定，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，项目组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、集团外采中心总监等。

针对上述核查范围，保荐机构、申报会计师主要作出以下核查程序：

- （1）获取上述自然人云闪付 APP 查询个人卡的报告以及个人信用报告；
- （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）根据公司经营环境、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，设定核查重要性水平，并进一步对上述自然人进行资金流水核查；
- （4）针对重要性水平以上的交易流水，获取相关支撑性材料以及关联流水，

以证明其交易流水的真实性、完整性；

(5) 获取上述自然人对账户明细真实性、完整性的承诺函。

通过前述核查程序，保荐机构及申报会计师发现公司员工王斯与捷途会展实际控制人邓春生存在资金往来，发生的零星大额资金往来主要为邓春生向王斯提供借款，借款金额及还款情况如下所示：

项目	2023 年度	2022 年度	2021 年度
借款金额（万元）	10.00	5.00	69.43
借款用途	用于过年派发利是、信用卡还款、还房贷	信用卡还款、还房贷、个人消费	个人理财、委托同事理财、个人消费、信用卡还款、还房贷、家庭用款
借款是否归还	截至本问询反馈提交之日，王斯已向邓春生归还上述全部借款		

针对上述资金往来，保荐机构、申报会计师已获取王斯与邓春生签署的借款协议、访谈提纲（王斯委托同事理财事项）、还款流水截图证明。经核查，王斯与邓春生之间的资金往来为个人之间资金拆借，与发行人及其客户、供应商无关，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

经核查，上述资金情况具有合理性，王斯与捷途会展实际控制人邓春生不存在异常资金往来。因此，在个人资金流水核查中，发行人不存在资金异常情况。

（二）未对外部董事、外部监事的资金流水进行核查的原因

截至本回复提交之日，保荐机构、申报会计师已获取公司外部董事（不含独立董事）、外部监事相应的个人流水，具体核查程序及意见可参见第一轮问题回复问题 7 之“五/（三）/3、受限情况及替代措施”。公司独立董事因个人隐私问题未向保荐机构、申报会计师提供相应的个人流水。保荐机构、申报会计师认为未获取**独立董事**的个人流水不影响对资金流水核查的重要性以及完整性，具备一定的合理性，主要解释如下：

1、独立董事的任职背景

独立董事，李孔岳、左志刚为现任高校教授，徐勇现任广东中大科技创业投资管理有限公司董事长，不参与发行人日常经营，其主要负责规范发行人治理结构，确保发行人股东的合法权益，保护广大投资者特别是中小投资者的利益，保障发行人独立董事依法独立行使职权。发行人参考同地区上市公司独立董事薪酬

标准向独立董事正常支付工作津贴 8.4 万元/年（含税）。除此之外，发行人与上述人员未发生其他资金往来，亦与发行人实际控制人、其他董事、监事、高级管理人员以及相关人士不存在资金往来。

综上，独立董事徐勇、李孔岳、左志刚满足《公司法》《证券法》等法律法规、规范性文件对独立董事的相关要求，任命过程规范合规，且未在公司任具体职务，不干扰公司日常的经营。因此，基于**独立董事**的背景，保荐机构未获取其相关流水具备一定合理性。

2、替代核查程序和核查结论

保荐机构、申报会计师针对**独立董事**的银行流水的情形采取了如下替代核查措施：

（1）将已获取的公司及其子公司报告期内银行流水、现金日记账、银行日记账等进行核查，关注**独立董事**在报告期内是否存在与发行人及其子公司有资金往来；

（2）将已获取的公司实际控制人、董监高及关键岗位人员报告期内的个人银行资金流水进行核查，关注**独立董事**在报告期内是否存在与公司的实际控制人、内部董监高及关键岗位人员有资金往来；

（3）取得了**独立董事**签署的承诺函，承诺其报告期内与公司的关联方、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的异常资金往来。

经执行上述替代措施，未提供银行流水的**独立董事**与公司、公司的实际控制人及其成年子女、父母、董监高、关键岗位人员不存在异常资金流水。因此，结合上述人员的任职背景，保荐机构、申报会计师认为未获取**独立董事**的个人银行流水，具备一定的合理性，且通过上述核查方式对**独立董事**进行替代核查，未发现异常情况。

3、核查范围是否符合《指引2号》2-18资金流水核查要求

在《指引 2 号》“2-18 资金流水核查”的要求中，“资金流水核查范围除发行人银行账户资金流水以外，结合发行人实际情况，还可能包括控股股东、实际

控制人、发行人主要关联方、董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员等开立或控制的银行账户资金流水”“保荐机构及申报会计师应考虑是否需要扩大资金流水核查范围：1.发行人备用金、对外付款等资金管理存在重大不规范情形；2.发行人毛利率、期间费用率、销售净利率等指标各期存在较大异常变化，或者与同行业公司存在重大不一致.....7.董事、监事（如有）、高级管理人员、关键岗位人员薪酬水平发生重大变化；8.其他异常情况”。

根据《指引2号》要求，保荐机构、申报会计师结合公司自身实际情况，主要通过以下三个维度进行核查：

- （1）公司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、集团外采中心总监等。

在资金流水核查过程中，未出现上述要求中所提及的异常情况。对未获取流水的独立董事进行替代核查程序时，也未发现存在上述要求中所涉及的相关异常情况。因此，目前的个人资金核查范围能够如实反映公司内部控制情况，不存在体外资金循环形成销售回款或承担成本费用情形。

九、说明对北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户的资金流水核查情况，上述主体是否与发行人及相关主体、客户、供应商之间存在异常资金往来。

保荐机构、申报会计师未获取北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户的银行流水，但通过走访和函证北京六人游、空港易行及其下属企业、蜗牛网和千淘商旅，以及获取全部前员工控制的公司的说明函确认是否存在异常资金往来。

此外，保荐机构、申报会计师对发行人、实际控制人及其成年子女、父母、董事（不含**独立董事**）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员的资金流水进行了核查，具体核查过程与核查意见参见本问题回复之“八/（一）说明资金流水核查情况，发现的异常资金流水具体情况、形成原因及核查情况”。

经核查，存在前员工邓春生与王斯（非法定董监高）存在资金往来，前员工

邓春生与王斯的资金往来参见本问题回复之“八/（一）/4、资金异常情况核查”，邓春生与王斯之间的资金往来为个人之间资金拆借，与发行人及其客户、供应商无关，不存在代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

综上所述，发行人、实际控制人及其成年子女、父母、董事（不含**独立董事**）、监事、高级管理人员以及关键岗位人员与北京六人游、上述前员工控制的供应商或客户不存在异常资金往来。

问题 5.信息系统专项核查情况

根据问询回复，保荐机构聘请了毕马威企业咨询（中国）有限公司对发行人执行了 IT 审计程序，IT 审计报告说明了对航旅、商旅业务的核查情况：（1）在航旅、商旅业务单笔机票金额、出票时间、行程时间重叠、退票率分析中，将 2021 年、2022 年、2023 年数据合并分析。（2）报告期存在同一终端用户已出票订单行程时间重叠的情况，涉及出票金额约 2.15 亿元，重叠次数不一。（3）报告期航旅、商旅业务国内、国际机票退票率存在明显变化，且部分客户国内、国际机票退票率大于 20%、30%。（4）2024 年 2 月以后，航旅业务国内机票出票数量快速上涨，5、6 月份相关数据超出去年同期，发行人解释系 2024 年 5 月起航旅东区增加了携程和去哪儿国内机票业务。

请发行人：（1）结合出行政策变化说明在业务数据场景分析中未将 2021 年、2022 年、2023 年数据分别进行分析的原因及合理性。（2）说明同一终端用户已出票订单行程时间重叠的商业合理性，报告期各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布与可比公司相比是否异常，重叠机票的订单毛利率是否异常。（3）说明退票对应的机票销售金额及收入、退票收入，及在航旅、商旅、国际、国内机票中的分布情况，航旅退票收入为正商旅退票收入为负的原因；结合行业一般退票率（国内、国际）、特殊情况下退票率（国内、国际）、可比公司情况，说明发行人月退票率是否偏高及合理性，结合报告期各期退票率明显偏高的客户情况及原因、退票集中度分析等，说明相关收入（包括销售或代理收入、退票收入）的真实性；分析报告期各期发行人月退票率变动较大的原因及合理性。（4）分析航旅与商旅业务月平均机票单价差异、变动趋势差异、原因及合理性；说明 2024 年 5 月起航旅东区增加的携程和去哪儿国内机票业务的具体情况、增加原因。

请保荐机构、申报会计师：（1）对上述事项进行核查并发表明确意见；（2）说明对同一终端用户已出票订单行程时间重叠、客户退票率明显偏高等异常数据的核查情况，是否符合《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查相关要求，对退票相关收入真实性的核查情况；（3）说明是否对旅游业务和财务系统开展 IT 审计、原因及合理性，相关风险是否可控，是否支持核查结论。

【回复】

一、结合出行政策变化说明在业务数据场景分析中未将 2021 年、2022 年、2023 年数据分别进行分析的原因及合理性。

2021 年至 2023 年期间，受公共卫生事件影响，出行政策收紧，国内及国际出票及退票均受此影响而波动。在业务运营数据分析中，保荐机构会同 IT 核查团队按月度为单位分别分析了航旅国内机票、航旅国际机票、商旅国内机票和商旅国际机票的出票数、出票金额、退票数及退票金额的变化趋势，结合出行政策及业务模式理解和评估各指标变化趋势的合理性，并认为月度变化趋势合理，与出行政策及业务模式相符。

在业务数据场景分析中，基于业务流程可能出现舞弊造假环节的场景进行验证测试，分析核查期间用户行为及订单表现的合理性，所涉及的反舞弊场景分析维度、分析内容以及未将 2021 年、2022 年、2023 年数据分别进行分析的原因和合理性汇总如下：

反舞弊场景分析维度	反舞弊场景分析内容	未将 2021 年、2022 年、2023 年数据分别进行分析的原因和合理性
单笔机票金额合理性分析	3.3.1.1 航旅单笔国内机票金额合理性分析 3.3.1.2 航旅单笔国际机票金额合理性分析 3.3.2.1 商旅单笔国内机票金额合理性分析 3.3.2.2 商旅单笔国际机票金额合理性分析	中介机构已设计相关指标分析程序对航旅国内和国际机票、商旅国内和国际机票的出票数、出票金额进行月度分析，按月度为单位进行分析能够确保结合出行政策阶段性变动的情况及业务模式对数据真实性、合理性进行充分评估。 在“单笔机票金额合理性分析”的反舞弊场景分析程序中，主要是评估单笔机票金额涉及的出票数和出票金额分布的合理性，关注是否存在不符合业务逻辑的、或脱离异常临界值的疑似异常用户或订单。单笔机票的价格主要与客户出行需求及习惯（如选择的航司、舱位、航线、提前购票天数等）相关，而未与出票所属年度直接相关，因此，未在此场景测试中对 2021 年、2022 年和 2023 年的数据分别进行分析。
出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒	3.3.1.3 航旅国内机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析	此测试点是对每张机票的出票时间按其所在的时段、分钟及秒钟分别统计并分析，关注是否存在出票所在

反舞弊场景分析 维度	反舞弊场景分析内容	未将 2021 年、2022 年、2023 年数据分别进行分析的原因和合理性
钟分布分析	3.3.1.4 航旅国际机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析 3.3.2.3 商旅国内机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析 3.3.2.4 商旅国际机票出票时间 24 小时/60 分钟/60 秒钟分布分析	时段与用户作息规律不相符的情况、关注是否存在出票所在分钟和秒钟集中或规律性波动的异常情况。前述出票时间与客户行为习惯相关，未与出票时间所属年度直接相关，故未在此场景中对 2021 年、2022 年和 2023 年的数据分别进行分析。
同一用户已出票 订单行程时间重 叠分析	3.3.1.5 航旅同一终端用户已出票订单中存在行程时间重叠的异常情况分析 3.3.2.5 商旅同一终端用户已出票订单中存在行程时间重叠的异常情况分析	此测试点关注是否存在同一终端用户行程重叠的异常情况，当行程出现了重叠，不管相关行程时间所属年度是在核查期间的哪一年，都需要进一步排查和关注，故未在此场景中对 2021 年、2022 年和 2023 年的数据分别进行分析。
同一客户退票率 合理性分析	3.3.1.6 航旅同一客户国内机票退票率合理性分析 3.3.1.7 航旅同一客户国际机票退票率合理性分析 3.3.2.6 商旅同一客户国内机票退票率合理性分析 3.3.2.7 商旅同一客户国际机票退票率合理性分析	中介机构已设计相关指标分析程序对航旅国内和国际机票、商旅国内和国际机票的退票数和出票数进行月度分析，按月度为单位进行分析能够确保结合出行政策阶段性变动的情况及业务模式对数据真实性、合理性进行充分评估。 在“同一客户退票率合理性分析”的反舞弊场景分析程序中，主要是按同一客户的退票数占出票数的比例分别统计每退票率所涉及的客户数、退票数及退票金额并评估其分布的合理性，关注是否存在不符合业务逻辑的、或脱离异常临界值的疑似异常用户或订单，更关注每客户在整体客户群体中的行为表现，因此，未对 2021 年、2022 年和 2023 年的数据分别进行分析。

二、说明同一终端用户已出票订单行程时间重叠的商业合理性，报告期各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布与可比公司相比是否异常，重叠机票的订单毛利率是否异常。

（一）同一终端用户已出票订单行程时间重叠的商业合理性

在实际的商旅出行及个人旅行场景中，同一终端用户出现已出票订单行程时间重叠，即同一终端用户同一天行程出发地重复，是受多种因素影响的结果。

1、外部客观因素

其一，民航出行限制期间，公共卫生事件的爆发对出行带来较大的不确定性。各地防控政策频繁调整，航班熔断、隔离政策变化等情况较多。部分终端用户为了确保能够顺利出行，会在预订机票时采取多手准备，同时预订多个不同航班。

其二，天气对出行带来的不确定性。恶劣天气如暴雨、暴雪、强风等极端天气状况可能导致航班延误甚至取消。对于一些行程安排紧凑、时间敏感度高的终端用户，如商务人士需要按时参加会议、签约等活动，为避免因天气原因导致的

航班变动而影响行程，而选择预订多个航班作为备用方案。

其三，时间安排的不确定性。在一些繁忙的商务出行场景中，商务人士的行程安排往往十分紧凑，时间衔接紧密。他们可能需要在一天内完成多个城市之间的往返，参加不同的商务活动。在这种情况下，为了确保能够按照计划顺利完成所有行程，他们可能会同时预订多个航班，以应对可能出现的交通拥堵、航班延误等突发事件导致的行程变动。

2、用户主观行为

其一，由于机票预订过程中涉及到复杂的退改政策，部分终端用户可能因对航司退改政策理解不足或疏忽，在确定实际行程后未及时办理退票手续。航司的退改政策通常会根据不同的机票类型、预订时间、航班舱位等因素有所不同，一些特价机票可能存在严格的退改限制，甚至不允许退票或改签。部分用户在预订此类机票时可能未充分关注退改条款，在后续行程发生变化需要退票时，由于不符合退改政策而无法办理退票。

其二，部分用户出于自身利益考虑，即使确定了实际行程，也会选择保留其他备选航班机票。例如，一些经常出行的用户可能拥有航空公司的会员权益或里程积累计划，通过保留已预订的机票增加里程积累或提升会员等级，从而获得更多的优惠和服务。或者在某些情况下，用户可能预计到未来行程可能会再次发生变动，其保留机票待后续确认行程后进行改签，为后续的行程调整提供更多的灵活性和便利性。

综上所述，同一终端用户已出票订单行程时间重叠的情况，在公共卫生事件、天气、时间等多种不确定因素的影响下，以及用户自身行为和航司政策等因素的综合作用下，是符合出行实际情况且具有充分商业合理性的现象。这种现象反映了在复杂多变的出行环境中，终端用户为了保障自身出行的顺利和利益最大化所采取的理性应对策略。

（二）报告期各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布与可比公司相比是否异常，重叠机票的订单毛利率是否异常。

1、报告期各期重叠销售金额、收入、毛利

根据 IT 信息系统核查报告，发行人报告期存在同一终端用户已出票订单行程时间重叠的情况，涉及出票金额约 2.15 亿元，重叠次数不一，但该数据统计时包含两类非实际行程时间重叠的订单。其一，因订单涉及附加费用，如选座费、行李托运费、公共卫生事件期间的核酸检测费及隔离酒店费、因故滞留产生的费用、保险费、签证费等，系统不支持其他类型单据推送，故客服人员以原有机票订单作为载体，将这些额外的费用添加在该笔订单上，因此订单中生成了该终端用户相同行程信息的数据，实则不同类型的费用。其二，团体购票，一般需要旅行社或票务代理等在出票前先支付部分款项，发行人业务人员需要先建立相应订单进行款项收取（还未出票），此时旅行社或票务代理还未提供实际乘机人姓名至发行人，发行人业务人员将乘机人姓名登记为数字或编码，导致出现乘机人姓名重叠情况，对应行程被统计为重叠行程；但在实际出票前，发行人会获得真实出行人员姓名及相关信息，并提供给航司才能真实出票，旅客才能正常出行。

剔除上述非实际行程时间重叠的订单，行程时间重叠所涉及订单的销售金额、收入、毛利情况如下：

单位：万元

项目	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	重叠金额	重叠占发行人整体占比	重叠金额	重叠占发行人整体占比	重叠金额	重叠占发行人整体占比
销售金额	1,083.10	0.08%	921.61	0.08%	337.70	0.07%
收入	28.68	0.07%	23.80	0.07%	13.30	0.03%
毛利	25.10	0.12%	21.27	0.11%	10.56	0.07%

注：报告期各期实际行程时间重叠涉及的订单，如订单机票未过退票有效期，终端用户可以执行退票操作，进而不再构成行程时间重叠，所以不同时点导出的行程时间重叠的订单情况会存在差异，致使报告期各期数据均发生变动。

由上表可以看出，报告期各期，发行人重叠销售金额、收入以及毛利占发行人当期整体销售金额、整体销售收入以及整体毛利的比例均较低。

2、占比、重叠次数分布与可比公司相比是否异常

根据实际行程时间重叠订单数据统计，同一终端用户已出票订单行程时间重叠次数分布情况如下：

单位：万元

重复次数	所属板块	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
		重叠金额	占比	重叠金额	占比	重叠金额	占比
2	航旅票务	638.45	58.95%	704.67	76.46%	227.70	67.43%
	商旅管理	431.53	39.84%	206.48	22.40%	109.40	32.40%
	合计	1,069.98	98.79%	911.15	98.87%	337.10	99.82%
3	航旅票务	11.09	1.02%	10.46	1.13%	0.60	0.18%
	商旅管理	2.03	0.19%	-	0.00%	-	0.00%
	合计	13.11	1.21%	10.46	1.13%	0.60	0.18%
合计		1,083.10	100.00%	921.61	100.00%	337.70	100.00%

由于行程重叠属于终端用户出行习惯，可比公司未披露相关数据，无法进行直接的对比，但通过行业的普遍特征和发行人自身业务的逻辑关系，可以进行一定程度的推断。

从业务本质来看，航旅业务作为旅业的重要组成部分，航旅业务的客群结构与可比公司自身的客群结构类似。同时，由于终端用户在面对出行安排时的决策因素和行为模式具有相似性，所以航旅业务中的行程重叠情况在一定程度上能够反映整个旅业的普遍现象，根据统计显示，航旅行程重叠次数主要集中在 2 次。

在商旅业务方面，虽然其具有一定的特殊性，但从客户行为的角度分析，与航旅业务也存在诸多共性。商旅客户同样会受到公共卫生事件、天气、时间等不确定因素的影响，在订票时也可能会选择多个航班以确保行程的顺利进行。统计商旅业务行程重叠情况，其重叠次数也主要集中在 2 次。

综合以上分析，尽管无法直接与可比公司进行数据对比，但基于旅业客户群体和业务场景的共性，以及发行人自身航旅和商旅业务中行程重叠次数的集中趋势，可以推测发行人的占比和重叠次数分布在行业内处于合理范围，具有商业合理性。

3、重叠机票的订单毛利率是否异常

报告期各期，发行人重叠机票的订单毛利率如下：

报告期	重叠机票订单毛利率	发行人整体机票订单毛利率
2024 年度	2.54%	0.92%
2023 年度	2.79%	1.42%
2022 年度	4.02%	3.95%

注：订单毛利率=（销售金额-采购金额）/销售金额，销售金额、采购金额均含税。

报告期各期，发行人重叠机票的订单毛利率分别为 4.02%、2.79%和 2.54%，与发行人整体机票订单毛利率相比无明显异常。其中 2023 年度、2024 年度重叠机票订单毛利率相对较高，主要原因系 2023 年度民航出行限制解除，发行人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，致使发行人整体毛利率较低，而重叠机票订单中让渡价格类机票相对较少，相关订单毛利率相对较高。

综上，发行人重叠机票的订单毛利率无明显异常，具有合理性。

三、说明退票对应的机票销售金额及收入、退票收入，及在航旅、商旅、国际、国内机票中的分布情况，航旅退票收入为正商旅退票收入为负的原因；结合行业一般退票率（国内、国际）、特殊情况下退票率（国内、国际）、可比公司情况，说明发行人月退票率是否偏高及合理性，结合报告期各期退票率明显偏高的客户情况及原因、退票集中度分析等，说明相关收入（包括销售或代理收入、退票收入）的真实性；分析报告期各期发行人月退票率变动较大的原因及合理性。

（一）说明退票对应的机票销售金额及收入、退票收入，及在航旅、商旅、国际、国内机票中的分布情况

报告期内，退票对应的机票销售金额及收入、退票收入分布情况：

1、2024 年度

单位：万元

项目	类型	2024 年度		
		销售金额	收入	退票收入（注）
航旅	国内机票	12,113.89	81.03	79.81

项目	类型	2024 年度		
		销售金额	收入	退票收入（注）
	国际机票	103,964.99	-1,115.41	2,002.12
商旅	国内机票	14,444.17	247.45	151.60
	国际机票	21,659.84	1,222.33	555.38

注：（1）退票收入的统计口径系合并了退票时退票单的收入和对应原订单出票时收入，计算逻辑以销售金额减去采购金额为基准，再剔除增值税的影响；

（2）IT 信息系统核查报告上的退票收入统计口径系只考虑了退票时退票单的收入，并未将对应原出票订单出票时的收入进行合并考虑。

2、2023 年

单位：万元

项目	类型	2023 年度		
		销售金额	收入	退票收入（注）
航旅	国内机票	7,987.78	32.61	40.80
	国际机票	106,647.07	-703.27	3,082.78
商旅	国内机票	15,132.38	307.93	168.85
	国际机票	23,231.09	1,769.25	1,224.00

注：（1）退票收入的统计口径系合并了退票时退票单的收入和对应原订单出票时收入，计算逻辑以销售金额减去采购金额为基准，再剔除增值税的影响；

（2）IT 信息系统核查报告上的退票收入统计口径系只考虑了退票时退票单的收入，并未将对应原出票订单出票时的收入进行合并考虑。

3、2022 年

单位：万元

项目	类型	2022 年度		
		销售金额	收入	退票收入（注）
航旅	国内机票	7,987.69	17.61	62.65
	国际机票	116,512.04	326.03	2,082.46
商旅	国内机票	14,981.25	378.56	248.79
	国际机票	41,464.24	4,531.19	3,267.83

注：（1）退票收入的统计口径系合并了退票时退票单的收入和对应原订单出票时收入，计算逻辑以销售金额减去采购金额为基准，再剔除增值税的影响；

（2）IT 信息系统核查报告上的退票收入统计口径系只考虑了退票时退票单的收入，并未将对应原出票订单出票时的收入进行合并考虑。

（二）航旅退票收入为正商旅退票收入为负的原因

航旅和商旅板块的退票收入与对应原笔订单销售金额和退票收入对比如下：

单位：万元

板块	项目	项目	退票收入		
			2024 年度	2023 年度	2022 年度
航旅板块	退票单	国内机票	-1.22	8.20	45.04
		国际机票	3,117.53	3,786.05	1,756.44
	对应出票单	国内机票	81.03	32.61	17.61
		国际机票	-1,115.41	-703.27	326.03
商旅板块	退票单	国内机票	-95.85	-139.08	-121.02
		国际机票	-666.95	-545.25	-1,006.88
	对应出票单	国内机票	247.45	307.93	378.56
		国际机票	1,222.33	1,769.25	4,531.19

由上表可知，航旅退票单退票收入为正，商旅退票单退票收入为负数的原因主要系：其一，航旅票务主要采取向下游客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标并赚取后返佣金的销售政策，销售阶段毛利较低且部分为负数，退票时销售毛利则为正数，且航旅业务主要以国际机票为主，国际机票退票服务费较高，因此航旅退票单退票收入为正；其二，商旅业务销售阶段毛利相比航旅较高且为正，退票时销售毛利则为负数，且退票服务费无法覆盖销售毛利，导致商旅退票单收入为负数。

（三）结合行业一般退票率（国内、国际）、特殊情况下退票率（国内、国际）、可比公司情况，说明发行人月退票率是否偏高及合理性

发行人报告期内的月均退票率情况如下：

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
国内机票	8.35%	7.37%	18.63%
国际机票	8.68%	10.66%	22.28%

注 1：月均退票率=Σ（当月退票数/当月出票数）/月份；

注 2：2022 年度为公共卫生事件期间，属于特殊情况下的退票；2023 年至 2024 年，公共卫生事件结束，属于正常经营的一般情况下退票。

行业或者可比公司并未披露相关的退票率情况，未能从公开渠道查询到类似信息，因此无法直接与行业数据或者可比公司的退票率进行对比；

保荐机构和申报会计师通过访谈携程集团、同程艺龙集团等可比公司了解旅游业同行机票的月均退票率，根据访谈结果：

公司	类型	特殊期间退票率	一般退票率	是否行业正常水平
携程集团	国内机票	注 1		是
	国际机票	注 2	注 3	是
同程艺龙集团	国内机票	10%至 15%	5%至 10%	是
	国际机票	10%至 15%	5%至 10%	是
上海今通旅游咨询有限公司	国内机票	15%至 20%	5%至 10%	是
	国际机票	15%至 20%	5%至 10%	是
上海翼盟航空服务有限公司	国内机票	20%以上	5%以内	是
	国际机票	20%以上	5%以内	是
石家庄在云上旅行社有限公司	国内机票	20%以上	5%至 10%	是
	国际机票	20%以上	5%至 10%	是
发行人	国内机票	10%至 20%	5%至 10%	是
	国际机票	20%以上	5%至 10%	是

注 1：由于携程集团主要与发行人交易的机票为国际机票，因此对国内机票对方明确表示不愿透露相关退票率信息；

注 2：根据访谈了解，对方不愿意透露携程集团特殊期间的退票率，但明确表示该期间的国际机票退票率比一般情况下的偏高，属于正常现象；

注 3：根据访谈了解，对方不愿意透露携程集团一般情况下的退票率，但明确表示，与发行人的合作期间的国际机票退票率属于正常的水平，根据与携程集团交易数据统计，发行人与携程集团在 2023 年至 2024 年 1-6 月之间的国际机票交易退票率趋近 10%，属于退票率正常水平，**发行人 2024 年度国际机票月均退票率与 2024 年度 1-6 月接近。**

2022 年系民航出行场景受到阶段性制约的特殊时期，泛商旅出行具有较大不确定性，由于航班熔断、各地限制出行政策变化不定、终端用户自身原因等，导致该期间的退票率偏高。根据与旅业同行可比公司的访谈了解，该期间发行人的退票率与同行相近，符合业务逻辑和行业情况，具有合理性。

随着民航出行限制的取消以及境内外航班的恢复，与同行可比公司相比，发行人在 2023 年至 **2024 年**期间的退票率处于正常水平，不存在偏高的情况，具有合理性。

（四）结合报告期各期退票率明显偏高的客户情况及原因、退票集中度分析等，说明相关收入（包括销售或代理收入、退票收入）的真实性

1、报告期各期退票率明显偏高的客户情况及原因

报告期内各期退票率明显偏高的客户情况主要分为：（1）公共卫生事件特殊期间，旅行政策和边境管控措施频繁变动，为境内外出行带来较大的不确定性，

发行人该期间的退票率普遍偏高；（2）部分客户的下游客户群体特殊，因受国家政策或者审批流程影响，海关审批时依据入境国的停留政策，要求旅客提前出具往返机票，但回程机票通常具有不确定性，导致退票率偏高；（3）部分零散或者小额客户在后续年度出票量少，且当年存在上一年度的退票情况，导致其退票率明显偏高，该部分客户交易金额较小，交易具有偶发性。

筛选出票订购单金额超 1,000.00 万元且退票率前五大的客户：

（1）2024 年度

序号	客户名称	出票订单 金额 (万元)	收入 (万元)	收入 占比	退票率	退票率偏高原因解释
1	路树超	2,168.99	-1.20	0.00%	35.30%	该客户主要为办理签证业务的散客代理预订机票，签证业务申请审批时需要提交出境机票票号，因此申请时预订的机票具有一定不确定性，待签证审批后，行程变化较大，退票率会偏高。
2	永华石油 化工股份 有限公司	2,556.69	**	**	31.55%	该客户的员工在出境时对往返行程安排要求较高，为保障顺利出行，一般会提前预订回程机票，回程视进度而定，不确定性大，导致退票率偏高。
3	北京鑫诚 环球国际 旅行社有 限公司	1,945.33	-3.51	-0.01%	22.56%	该客户主要为办理签证业务的散客代理预订机票，签证业务申请审批时需要提交出境机票票号，因此申请时预订的机票具有一定不确定性，待签证审批后，行程变化较大，退票率会偏高。
4	华洋天空 国际旅行 社（北京） 有限公司	7,287.83	-35.17	-0.09%	18.20%	该客户的主要下游客户群体系需出境办理签证业务的散客，或者在办理出境审批时，基于探亲或移民政策需在入境国家允许停留期间内先确定往返行程的散客，下游客户取得签证后或出境后，一般会根据实际情况变更行程，所以退票率偏高。
5	深圳市志 凌云航空 服务有限 公司	2,286.79	7.32	0.02%	17.54%	该客户主要下游客户群体系需出境办理签证业务的散客，或者在办理出境审批时，基于探亲或移民政策需在入境国家允许停留期间内先确定往返行程的散客，下游客户取得

序号	客户名称	出票订单 金额 (万元)	收入 (万元)	收入 占比	退票率	退票率偏高原因解释
						签证后或出境后，一般会根据实际情况变更行程，所以退票率偏高。

(2) 2023 年

序号	客户名称	出票订单 金额 (万元)	收入 (万元)	收入 占比	退票率	退票率偏高原因解释
1	路树超	2,142.25	0.52	0.00%	37.94%	该客户主要为办理签证业务的散客代理预订机票，签证业务申请审批时需要提交出境机票票号，因此申请时预订的机票具有一定不确定性，待签证审批后，行程变化较大，退票率会偏高。
2	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,933.64	22.90	0.07%	22.25%	该客户主要下游客户群体系需出境办理签证业务的散客，或者在办理出境审批时，基于探亲或移民政策需在入境国家允许停留期间内先确定往返行程的散客，下游客户取得签证后或出境后，一般会根据实际情况变更行程，所以退票率偏高。
3	中国建筑股份有限公司	1,184.29	**	**	20.42%	该客户的员工在出境时对往返行程安排要求较高，为保障顺利出行，一般会提前预订回程机票，回程视进度而定，不确定性大，导致退票率偏高。
4	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	4,556.32	-3.33	-0.01%	18.15%	该客户主要下游客户群体系需出境办理签证业务的散客，或者在办理出境审批时，基于探亲或移民政策需在入境国家允许停留期间内先确定往返行程的散客，下游客户取得签证后或出境后，一般会根据实际情况变更行程，所以退票率偏高。
5	富泰华工业（深圳）有限公司	3,316.42	**	**	15.37%	该客户的员工在出境时对往返行程安排要求较高，为保障顺利出行，一般会提前预订回程机票，回程视进度而定，不确定性大，导致退票率偏高。

(3) 2022 年

序号	客户名称	出票订单金额 (万元)	收入 (万元)	收入占比	退票率	退票率偏高原因解释
1	北京宏运祥机票代理有限公司	6,804.51	7.48	0.02%	54.44%	主要受公共卫生事件影响，导致出行受限，行程具有较大不确定性，退票率较高。
2	深圳市万璟商旅有限公司	1,407.74	-13.36	-0.03%	52.47%	
3	上海飞鹭机票代理有限公司	2,979.13	5.80	0.01%	48.05%	
4	客户 A	3,181.01	**	**	42.93%	
5		1,370.98	**	**	40.40%	

2022 年度，发行人的退票率明显偏高主要系在公共卫生事件期间出行受限等不确定性因素导致；2023 年至 **2024 年**，退票率偏高的客户主要系其下游客户群体的特殊性或者台风等异常气候导致，该部分在报告期内收入金额较小，具有合理性。

2、退票集中度分析

发行人各报告期国内机票的月均退票率分别为 18.63%、7.37%、**8.35%**，国际机票的月均退票率分别为 22.28%、10.66%、**8.68%**；

针对报告期内的退票率情况，由于公共卫生事件期间退票率远大于一般期间退票率，因此，在分析退票集中度时，对不同期间进行针对性的分析；

2022 年公共卫生事件期间，对于退票率高于 30% 的客户，基于同一客户的退票金额进行分析，退票率前五大的客户退票金额占报告期内退票金额的比例为 8.28%，余下的退票金额分散在 627 个客户，并无单一客户退票金额异常集中的情况；

2023 年至 **2024 年**期间，对于退票率高于 20% 的客户，基于同一客户的退票金额进行分析，退票率前五大的客户退票金额占报告期内退票金额的比例分别为 1.77%、**2.50%**，余下的退票金额分散在 421 个客户和 **491** 个客户，并无单一客户退票金额异常集中的情况；

报告期内，发行人的客户群体主要系大型企事业单位和旅业同行，客户资源优质，与客户相关交易主要通过系统下单对接，定期对账和结算，交易真实有效。发行人的退票率明显偏高的客户，其退票情况存在合理原因，主要系由外部环境如公共卫生事件影响、客户下游群体的特殊性或异常气候导致，贴合发行人的业务实质，且退票客户相对分散，对相关收入影响较小，发行人的收入具有真实性。

（五）分析报告期各期发行人月退票率变动较大的原因及合理性

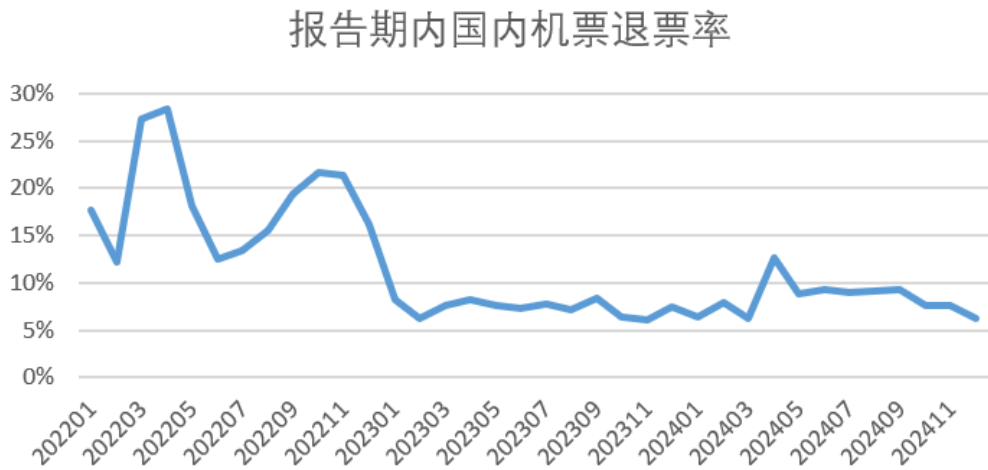
1、国内机票

（1）报告期各期发行人国内机票月退票率

年度	月份	国内机票出票数 (张)	国内机票退票数 (张)	退票率
2022 年度	1 月	99,868	17,660	17.68%
	2 月	105,189	12,772	12.14%
	3 月	77,518	21,195	27.34%
	4 月	49,987	14,156	28.32%
	5 月	71,362	12,974	18.18%
	6 月	119,128	14,802	12.43%
	7 月	156,000	20,835	13.36%
	8 月	193,919	30,211	15.58%
	9 月	125,160	24,216	19.35%
	10 月	86,125	18,692	21.70%
	11 月	81,363	17,325	21.29%
	12 月	84,437	13,693	16.22%
	合计	1,250,056	218,531	18.63%
2023 年度	1 月	127,124	10,488	8.25%
	2 月	236,709	14,794	6.25%
	3 月	260,886	19,767	7.58%
	4 月	229,925	18,982	8.26%
	5 月	220,290	16,683	7.57%
	6 月	224,413	16,302	7.26%
	7 月	231,729	18,067	7.80%
	8 月	229,397	16,377	7.14%
	9 月	220,397	18,455	8.37%

年度	月份	国内机票出票数 (张)	国内机票退票数 (张)	退票率
	10 月	201,244	12,734	6.33%
	11 月	221,239	13,418	6.06%
	12 月	194,122	14,600	7.52%
	合计	2,597,475	190,667	7.37%
2024 年度	1 月	185,363	11,963	6.45%
	2 月	88,570	7,037	7.95%
	3 月	196,615	12,261	6.24%
	4 月	208,356	26,363	12.65%
	5 月	222,486	19,665	8.84%
	6 月	247,273	22,976	9.29%
	7 月	280,313	25,067	8.94%
	8 月	268,531	24,384	9.08%
	9 月	269,489	25,092	9.31%
	10 月	299,911	22,857	7.62%
	11 月	278,907	21,217	7.61%
	12 月	321,514	19,871	6.18%
	合计	2,867,328	238,753	8.35%

(2) 国内机票月度退票率波动趋势分析



发行人各报告期国内机票的月均退票率分别为 18.63%、7.37%、**8.35%**，其中 2022 年度为公共卫生事件期间，由于民航出行受到限制，出行具有较大的不确定性，其月份的波动性主要系由于外部环境影响引起，月度退票率波动较大。其中，2022 年 3 月和 4 月退票率分别为 27.34%和 28.32%，主要原因系 2022 年

3 月开始上海公共卫生事件封城导致出行受到极大的影响；公共卫生事件期间，发行人的国内机票退票率波动变化较大，是特殊期间相关政策、外部环境等影响下导致，具有合理性。

2023 年上半年开始，出行限制取消，发行人的泛商旅业务逐步恢复，2023 年国内机票的月度退票率处于正常的波动水平，月均退票率 7.34%，各月波动稳定，不存在变动较大情形；**2024 年**，发行人的国内机票月度退票率为 **8.35%**，各月退票率变动相对平缓，处于正常波动水平。其中，2024 年 4 月退票率为 12.65%，变动较大，主要原因系 2024 年 4 月国内机票受到华南台风雷雨天气影响。除 2024 年 4 月外，**2024 年**国内机票退票率不存在变动较大的情形，月度退票率变动具有合理性。

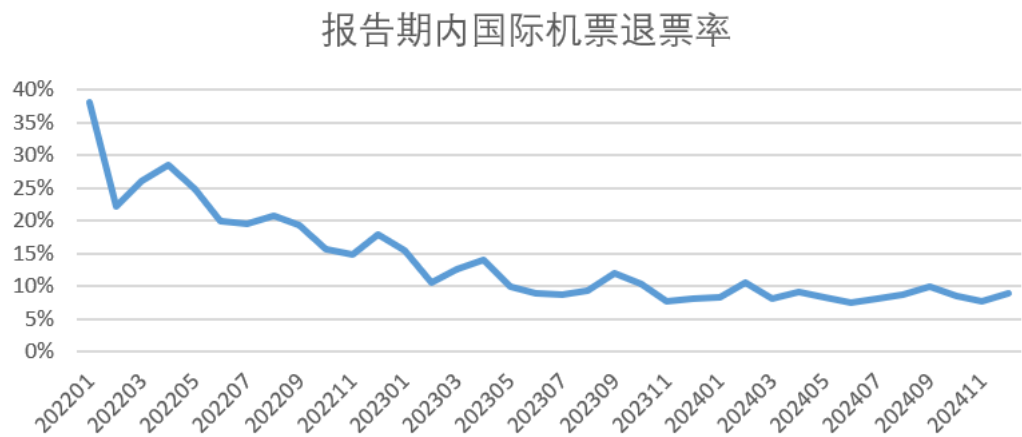
2、国际机票

（1）报告期各期发行人国际机票月退票率

年度	月份	国际机票出票数 (张)	国际机票退票数 (张)	退票率
2022 年度	1 月	21,756	8,274	38.03%
	2 月	24,366	5,384	22.10%
	3 月	34,124	8,909	26.11%
	4 月	28,820	8,238	28.58%
	5 月	33,850	8,378	24.75%
	6 月	42,494	8,439	19.86%
	7 月	50,954	9,939	19.51%
	8 月	55,390	11,475	20.72%
	9 月	55,503	10,706	19.29%
	10 月	58,732	9,205	15.67%
	11 月	68,954	10,207	14.80%
	12 月	68,348	12,233	17.90%
	合计	839,297	194,178	22.28%
2023 年度	1 月	86,891	13,391	15.41%
	2 月	124,704	13,280	10.65%
	3 月	121,788	15,228	12.50%
	4 月	85,487	12,021	14.06%

年度	月份	国际机票出票数 (张)	国际机票退票数 (张)	退票率
	5 月	103,185	10,300	9.98%
	6 月	124,759	11,137	8.93%
	7 月	140,108	12,306	8.78%
	8 月	147,616	13,831	9.37%
	9 月	122,120	14,643	11.99%
	10 月	118,669	12,382	10.43%
	11 月	152,121	11,727	7.71%
	12 月	169,202	13,731	8.12%
	合计	1,496,650	153,977	10.66%
2024 年度	1 月	184,120	15,389	8.36%
	2 月	118,865	12,496	10.51%
	3 月	158,970	12,982	8.17%
	4 月	164,373	15,153	9.22%
	5 月	168,235	13,854	8.23%
	6 月	176,006	13,282	7.55%
	7 月	185, 867	15, 099	8. 12%
	8 月	166, 073	14, 615	8. 80%
	9 月	153, 819	15, 210	9. 89%
	10 月	140, 929	12, 133	8. 61%
	11 月	165, 507	12, 807	7. 74%
	12 月	155, 545	13, 958	8. 97%
	合计	1, 938, 309	166, 978	8. 68%

(2) 国际机票月度退票率波动趋势分析



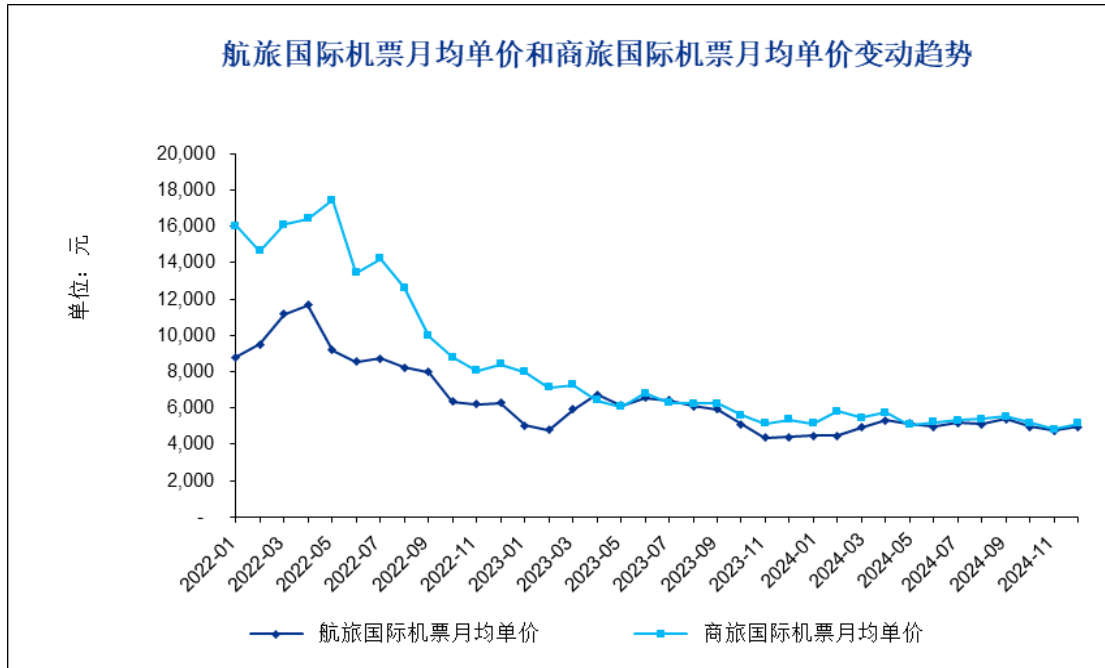
发行人报告期国际机票的月均退票率分别为 22.28%、10.66%、**8.68%**，其中 2022 年为公共卫生事件期间，由于民航出行受到限制，境外出行具有较大的不确定性，其月份的波动性主要系由于外部环境影响引起，月度退票率波动较大，2022 年 1 月退票率为 38.03%，相比其他月份变动较大，主要原因系受到公共卫生事件的反复爆发影响；公共卫生事件期间，发行人的国际机票退票率波动变化较大，是特殊期间相关政策、外部环境等影响下导致，具有合理性。

2023 年上半年开始，境外出行限制陆续取消，发行人的泛商旅业务逐步恢复，2023 年国际机票的月度退票率波动相对平缓，月度退票率 10.66%，2023 年 1 月份退票率为 15.41%，相比月度退票率波动较大，主要原因系 2023 年 1 月境外的出行限制并未完全取消，其出行的不确定性仍存在，退票率偏高属于公共卫生事件期间影响的延续；**2024 年**，发行人的国际机票月波动率为 **8.68%**，各月退票率趋于平缓，不存在变动较大的情形，具有合理性。

四、分析航旅与商旅业务月平均机票单价差异、变动趋势差异、原因及合理性；说明 2024 年 5 月起航旅东区增加的携程和去哪儿国内机票业务的具体情况、增加原因。

（一）航旅及商旅业务国际机票月平均单价差异、变动趋势差异、原因及合理性

整体而言，在不考虑公共卫生事件影响的前提下，商旅国际机票月平均单价普遍表现为略高于航旅国际机票月平均单价，导致此单价差异的主要原因为客户群体及定价模式的不同。首先，航旅业务的主要客户群体为旅行社、票务代理等旅业同行客户，这类客户群体对机票价格敏感度更高；而商旅业务主要服务于大中型企业客户的公商务出行，这类客户群体更注重出行服务的品质，倾向于选择大品牌航司且退改政策、行李额等限制条款少或高舱位等的机票；其次，航旅国际机票的定价以票面价格+折扣为主，由发行人结合市场行情、盈利能力、客户信用等多重因素确定折扣金额，并让渡部分价格至客户；而商旅国际机票主要以发行人报价为准，由发行人根据市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多重因素确定机票价格。因此，受不同的定价策略影响，商旅国际机票月均单价高于航旅国际机票月均单价。



报告期间，航旅和商旅国际机票月均单价及其变动趋势具体为：

在 2022 年 1 月至 2022 年 4 月期间，航旅国际机票单价呈上涨趋势，商旅国际机票单价则先下降后呈上涨趋势；在 2022 年 5 月至 2023 年 2 月期间，航旅国际机票单价和商旅国际机票单价均呈现波动下降的趋势。

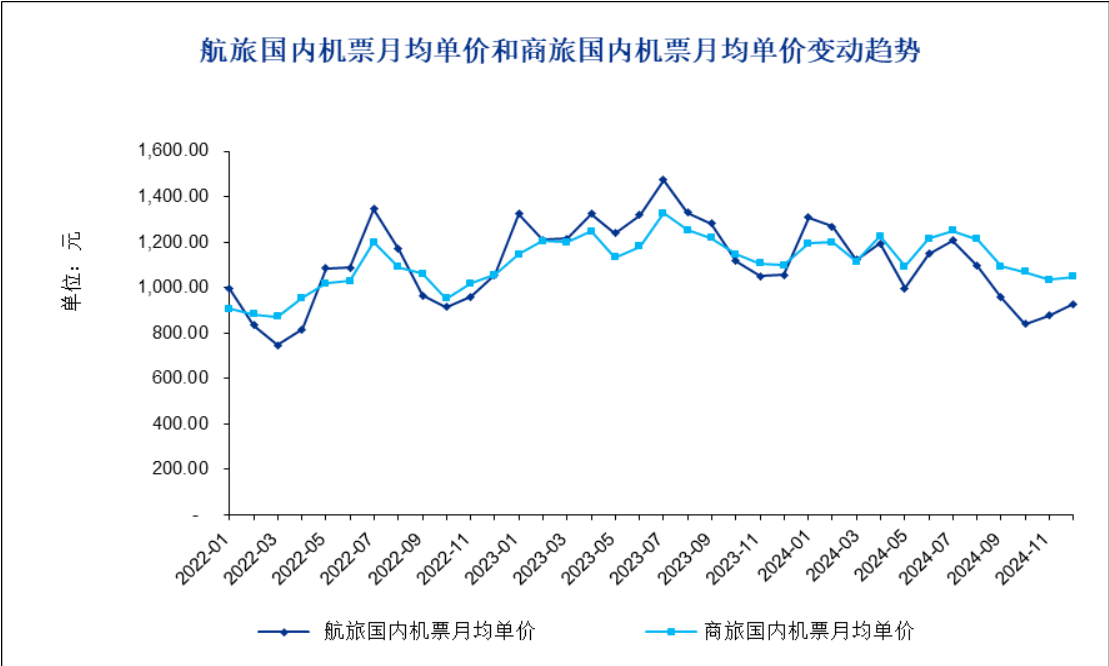
上述期间，机票价格涨跌主要受出行政策的阶段性和国际机票票源的影响，机票价格基于市场供需而相应变动，商旅业务的中大型企业客户愿意花费更高的成本确保必要的公商务出行和员工的安全出行，因此，商旅国际机票月平均单价明显高于航旅。

2023 年 2 月至 2024 年 12 月期间，随着公共卫生事件影响纾解，国际机票票源供应回升，航旅和商旅国际机票单价均在波动中逐渐回归到正常态势且渐趋平稳，单价差异逐渐缩小。

（二）航旅及商旅业务国内机票月平均单价差异、变动趋势差异、原因及合理性

整体而言，在不考虑公共卫生事件影响的前提下，商旅国内机票月平均单价普遍表现为略低于航旅国内机票月平均单价，导致此单价差异的主要原因为客户群体的不同。承前所述，商旅业务主要服务于大中型企业客户的公商务出行，航司为降低销售成本、提高市场占有率，通常与 TMC 企业签订大客户协议，给予

TMC 企业协议购票价格，该协议价一般低于市场价格，在此价格优势下，商旅国内机票月均单价比航旅国内机票月均单价低。



报告期间，航旅和商旅国内机票月均单价及其变动趋势具体为：

2022 年度，航旅和商旅国内机票各月平均单价变动趋势基本一致，但航旅国内机票月均单价的波动幅度更大。其中，在 2022 年 1 月至 3 月期间，航旅和商旅国内机票月均单价在小幅波动中下降，随后在 2022 年 4 月至 7 月期间上涨，并在 2022 年 8 月至 10 月再次下降，以 2-3 个月为一个周期持续波动。前述机票价格涨跌主要受公共卫生事件影响，国内民航出行需求减少，航司为提高客座率，普遍推出机票优惠政策，在此期间国内机票价格相对波动；2023 年期间，随着公共卫生事件影响纾解，国内民航出行有序恢复，航旅国内机票月均单价先呈波动上涨后下降、随后波动下降的趋势，商旅国内机票月均单价整体呈先波动上涨后下降、随后保持相对平稳的趋势。2024 年期间，航旅和商旅国内机票各月平均单价变动趋势基本一致，虽有波动但整体呈现下降趋势。

(三) 2024 年 5 月起航旅东区增加的携程和去哪儿国内机票业务的具体情况、增加原因

2024 年 3 月，发行人为拓宽销售渠道，依托航旅东区的区域资源优势，向国航申请拓宽销售渠道，获准和携程、去哪儿等 OTA 开展国内机票合作，故发

行人成为携程和去哪儿国航国内机票的供应商，从 2024 年 5 月份起与该等 OTA 开展该业务合作。

五、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

针对以上事项一，保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队执行了以下核查程序：

1、获取航旅及商旅的出票和退票数据，以月度为单位执行关键指标趋势分析，分别分析航旅国内机票、航旅国际机票、商旅国内机票和商旅国际机票的出票数、出票金额、退票数及退票金额的变化趋势，结合出行政策及业务模式评估各指标变化趋势的合理性；

2、基于业务流程可能出现的舞弊造假环节的场景进行验证测试，按 **2022 年至 2024 年期间**的数据，整合执行反舞弊场景分析，评估前述期间用户行为及订单表现的合理性；

对于疑似异常数据，根据《指引 2 号》 2-17 信息系统专项核查 “三、核查要求”之“（六）疑似异常数据跟进”的相关要求，执行相关实质性程序以进一步验证业务的真实性，相关程序具体如下：

1、访谈业务部门相关负责人，了解和分析同一终端用户行程重叠的原因及合理性，了解和分析退票率较高的客户的原因及合理性；

2、提取所有行程时间重叠涉及的订单，统计各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布，分析合理性；

3、按照终端用户的维度，选取和分析退票频次较高的订单，根据公开信息查询相关终端用户的身份情况，分析终端用户的退票合理性；

4、选取退票率较高的客户进行访谈，了解客户退票率较高的原因及退票的真实性。

针对以上事项二，保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队执行了以下核查程序：

1、获取所有行程时间重叠涉及的订单，统计各期重叠销售金额、收入、毛

利，占比、重叠次数分布；

2、访谈发行人管理层了解存在行程时间重叠的原因及合理性，占比与次数分布和可比公司相比是否异常以及毛利率与整体机票毛利率的差异原因。

针对以上事项三，保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队执行了以下核查程序：

1、访谈发行人销售负责人、财务负责人、产品负责人等，了解国内、国际机票退票的相关规则、退票流程、退票活动内部控制制度，并测试退票活动相关内部控制的有效性；

2、获取报告期内退票订单以及对应的原订购单，核查各板块国内和国际机票的退票情况，分析合并原订购单后退票收入的原因及合理性、分析月度退票率波动原因及合理性；

3、查询行业和可比公司披露相关信息，了解行业的退票率情况并发行人的退票率进行对比；

4、访谈同行业可比公司，了解可比公司的自身业务中国内、国际机票的退票率情况，并与发行人的退票率情况进行对比；

5、对报告期退票率明显偏高的客户进行访谈，了解退票率偏高的原因以及合理性；

6、将退票订单与客户的账单、BSP 账单上的退票订单进行核对，并结合客户的交易金额情况，对主要客户进行走访、函证，确认包括退票在内的交易数据，检查相关回款情况，核实相关收入的真实性。

针对以上事项四，保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队执行了以下核查程序：

1、访谈发行人相关业务负责人，了解航旅及商旅国际机票和国内机票的定价模式、了解月均单价差异及其变动趋势差异的原因；

2、获取航旅及商旅国际机票和国内机票出票数据，分别计算航旅及商旅国际机票、航旅及商旅国内机票月均单价，结合业务逻辑及出行政策分析单价差异及单价变动趋势差异的合理性；

3、访谈发行人相关业务负责人，了解航旅东区携程和去哪儿国内机票业务的具体情况和增加原因；

4、查阅发行人关于开展航旅东区携程和去哪儿国内机票业务的相关项目文档，了解业务增加的商业理由和项目推进情况；

5、访谈 OTA 相关业务负责人，了解并评估航旅东区与携程和去哪儿国内机票开展业务的合理性和合规性。

（二）中介机构核查意见

针对以上事项一，经核查，申报会计师认为：

按月度为单位对航旅和商旅机票各指标的变化趋势执行趋势分析及按 **2022 年至 2024 年**期间的数据整合执行反舞弊场景分析，系基于对机票价格、出票时间、行程及退票政策等影响因素的理解和评估后所确定的核查方案，且未对执行数据分析程序和排查疑似异常数据的跟进程序产生影响，符合《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查相关要求。

针对以上事项二，经核查，申报会计师认为：

1、同一终端用户已出票订单行程时间重叠具有商业合理性；

2、报告期各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布与可比公司相比不存在异常，重叠机票的订单毛利率与发行人整体机票订单毛利率相比无明显异常。

针对以上事项三，经核查，申报会计师认为：

1、发行人特殊情况下月退票率偏高，但与行业可比公司相近，具有合理性；

2、发行人一般情况下月退票率处于正常水平，与行业可比公司相近，具有合理性；

3、发行人相关收入（包括销售或代理收入、退票收入）具有真实性；

4、报告期各期发行人月退票率变动较大主要系受公共卫生事件和春节假期等影响，具有合理性。

针对以上事项四，经核查，申报会计师认为：

航旅与商旅业务月平均机票单价差异及其变动趋势差异合理，符合业务模式及出行政策；2024 年 5 月起航旅东区增加携程和去哪儿国内机票业务的情况属实，具有业务合理性，未识别明显异常。

六、说明对同一终端用户已出票订单行程时间重叠、客户退票率明显偏高等异常数据的核查情况，是否符合《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查相关要求，对退票相关收入真实性的核查情况。

（一）说明对同一终端用户已出票订单行程时间重叠、客户退票率明显偏高等异常数据的核查情况，是否符合《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查相关要求

保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队根据《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查“三、核查要求”之“（五）反舞弊场景分析”的相关要求，基于对业务运营模式和业务逻辑的深入理解，设计了相关反舞弊场景分析程序进行验证测试。其中，对同一终端用户已出票订单行程时间重叠、同一客户退票率合理性分析是反舞弊场景分析程序中的两个测试点。

在系统数据层面，对于同一终端用户行程重叠涉及的订单，进一步选取了重叠 3 次及以上的机票，逐一排查发行人内部系统记录，量化统计导致行程重叠的原因；对于退票率较高所涉及的客户，从退票日期集中度、退票客户集中度、月均每客户退票收入、月均每乘机人退票收入四个维度对相关客户及其订单进行排查，识别异常用户行为。经执行相关核查程序，未识别明显异常。

除了数据层面的分析性程序，同时根据《指引 2 号》2-17 信息系统专项核查“三、核查要求”之“（六）疑似异常数据跟进”的相关要求，执行相关实质性程序以进一步验证业务的真实性，具体为：

1、访谈业务部门相关负责人，了解和分析同一终端用户行程重叠的原因及合理性，了解和分析退票率较高的客户的原因及合理性；

2、提取所有行程时间重叠涉及的订单，统计各期重叠销售金额、收入、毛利，占比、重叠次数分布，分析合理性；

3、按照终端用户的维度，选取和分析退票频次较高的订单，根据公开信息查询相关终端用户的身份情况，分析终端用户的退票合理性；

4、选取退票率较高的客户进行访谈，了解客户退票率较高的原因及退票的真实性。

基于此，申报会计师认为对同一终端用户已出票订单行程时间重叠、客户退票率明显偏高等异常数据的核查情况，符合《指引 2 号》 2-17 信息系统专项核查相关要求。

（二）对退票相关收入真实性的核查情况

针对退票相关收入真实性，保荐机构和申报会计师核查情况如下：

1、访谈发行人销售负责人、财务负责人、产品负责人等，了解国内、国际机票退票的相关规则、退票流程、退票内部控制制度，并测试退票活动相关内部控制的有效性；

2、获取客户合同，了解和分析与退票活动业务相关的合同条款，并论证退票收入确认方法和时点的准确性；

3、获取报告期内的退票订单和对应原订购单，分析退票频率异常的客户和退票收入异常的订单，了解退票的原因，分析各月度退票率异常情况以及退票合理性；

4、通过对终端乘机人角度，对退票前二十大终端乘机人进行分析，包括了解乘机人的身份背景、退票率高的原因以及合理性；

5、将退票订单与客户的账单上退票订单进行核对，并结合客户的交易金额情况，对主要客户进行走访、函证，确认包括退票在内的交易数据，核实退票收入的真实性；

6、向国际航协申请导出报告期内的 BSP 账单，核对 BSP 账单上退票记录和账上订单，核实退票订单的真实性和完整性。

经核查，申报会计师认为，发行人退票相关收入具有真实性。

七、说明是否对旅游业务和财务系统开展 IT 审计、原因及合理性，相关风险是否可控，是否支持核查结论。

保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队从与营业收入、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财

务流程，选取业务主体及管理流程，确定支撑业务运营及财务报告的主要信息系统，并开展信息系统核查工作。

（一）对发行人旅游业务未开展 IT 审计的原因及合理性

发行人旅游业务主要使用由深圳同天下科技有限公司开发的小强系统 SaaS 基准版（以下简称“小强系统”），该系统是适配于旅游行业的 ERP 系统。发行人所使用的小强系统的基本架构、主要功能及模块与业内通行的、以 SaaS 方式部署的小强系统基准版相一致，未涉及任何定制化功能，未开放系统接口、无法与发行人内部系统进行对接，发行人亦未持有自行变更或升级系统的权限。

经过对旅游业务流程的梳理，了解到小强系统基准版的功能较为简单，主要为发行人提供数据录入和存储的功能；且报告期各期，会奖旅游业务毛利分别为 173.54 万元、442.98 万元和 **557.41** 万元，占各期毛利总额的比例为 1.18%、2.16% 和 **2.57%**，占比较低。经前述评估，IT 核查团队认为小强系统对旅游业务运营及财务报表的重要程度较低，故未将其纳入 IT 核查范围。

对于旅游业务财务报表相关重要科目及其业务流程，保荐机构及申报会计师执行了以下程序，能够确保旅游业务营业收入、营业成本等重要账户相关的收入确认金额及成本结转金额的准确性，相关程序具体如下：

1、访谈发行人财务与业务部门，了解发行人旅游业务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：对发行人主要旅游业务客户进行函证，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、对账单、银行回单等支撑性资料；

3、执行访谈程序：对主要旅游客户进行访谈，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；

4、实施细节测试：获取发行人旅游业务销售订单明细表，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、回款凭证等支撑性资料，核实客户销售收入的真实性；

5、执行分析性程序：获取报告期内发行人旅游业务销售订单明细表，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旅游业务客户的工商信息，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、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。

（二）对发行人财务系统开展 IT 审计的具体情况

保荐机构、申报会计师会同 IT 核查团队对金蝶系统展开了相关核查工作，相关 IT 核查程序包括“信息系统一般性控制测试”以及“业务数据及财务数据一致性比对”。经核查认为，金蝶系统一般性控制总体有效，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，主要业务和财务数据经比对基本一致。具体测试内容如下：

测试领域	测试内容
信息系统一般性控制测试	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。
业务数据及财务数据一致性比对	1、航旅业财管理系统订单信息、金蝶系统的入账信息与美亚科技实际收款流水的一致性； 2、商旅订单管理系统订单信息、金蝶系统的入账信息与美亚科技收款流水的一致性； 3、航旅业财管理系统采购订单信息、金蝶系统入账信息与美亚科技实际付款流水的一致性； 4、商旅订单管理系统采购订单信息、金蝶系统入账信息与美亚科技实际付款流水的一致性。

综上，保荐机构、申报会计师会同IT核查团队对发行人财务系统开展了IT审计工作，对发行人旅游业务未开展 IT 审计具有原因及合理性，相关风险可控，可以支持核查结论。

问题 7.其他问题

(1) 关于价格优势。根据首轮问询回复，发行人机票、酒店价格在特定产品上具有价格优势，但并非所有产品都具有价格优势。在航旅票务领域，在部分国际航线，发行人因与航司战略合作深度及代理资质层级较高，可获取一定的私有运价（较公布运价更具竞争力）或更为优厚的后返佣金政策，从而促使发行人销售端的机票定价更具竞争力；在商旅管理领域，发行人与部分合作航司签署 SME 协议，或协助客户签署大客户协议，从而为不同层级客户提供更具价格竞争力的产品，发行人的竞争优势体现在国际航线产品具备较强价格竞争力。请发行人：①进一步说明各细分业务持续开展的核心要素是否为能获取或提供有竞争力的机票价格，具有价格优势产品的具体内容和类型，是否对应特定供应商或客户；发行人是否利用各 office 号协同各细分业务下的采购以获取价格优势，是否导致各细分业务之间收入、利润计算不准确的情形。②说明航旅票务业务下，发行人目前获得的私有运价或更优后返佣金政策的具体情况，所依赖的主要供应商代理资质层级具体情况，是否稳定可持续；其他无明显价格优势的票务业务顺利开展的关键因素。

(2) 发行人业务实质是否为代理或零售。根据首轮问询回复，①报告期各期(2021年至2024年1-6月)，商旅管理的主营业务收入占比为26.51%、26.94%、46.84%、46.00%，毛利占比为63.37%、61.97%、63.35%、63.93%，商旅管理为发行人的核心业务。发行人自身业务实质不属于票务代理，主要收入性质不是代理收入。但同时发行人披露，航旅服务业务中，发行人在航旅产品资源整合方面的角色属性确系机票代理人；商旅管理业务中，发行人对技术集成、商旅活动分析咨询等附加服务不单独收费，主要收入构成仍为机票、酒店、保险代理。②截至2024年6月末，发行人销售人员数量为153人，其中航旅业务板块销售人员数量为94人。请发行人：①分别说明三类细分业务是否属于代理业务；结合商旅管理业务的收入构成、采销模式、利润来源、收入确认方式等，说明认定该业务不属于代理业务的依据是否充分合理；说明航旅业务销售人员

占多数的原因及合理性。②综合前述情况，进一步说明发行人关于“自身业务实质不属于票务代理”的认定是否合理、是否自相矛盾、是否与常识不符，发行人业务实质是否属于代理、互联网零售、或批发业，并予以准确披露。

(3) 行业分类准确性。发行人行业分类为“L72 商务服务业”之“L7291 旅行社及相关服务”。但同时发行人披露，发行人三类细分业务中，会奖旅游业务中的奖励旅游服务及出境、签证手续服务涉及旅行社专营的旅行社业务，旅行社业务占比较低。请发行人：结合发行人的经营范围、业务内容、旅行社业务占比等方面，进一步说明发行人行业分类是否准确，未划分为“运输代理业”“旅客票务代理”行业的合理性。

(4) 健康权纠纷诉讼。根据申请文件及首轮问询回复，报告期内，发行人存在一项健康权纠纷诉讼，目前案由变更为旅游合同纠纷，涉及金额 261.55 万元。截至目前该案件尚未作出一审判决。请发行人根据《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》的规定补充披露：该诉讼事项的基本案情和诉由、诉讼请求、发行人获取的证据、诉讼进展情况、发行人可能承担的责任以及有关风险。

(5) 旅游收入确认的合规性。根据问询回复，旅游业务中，定制团、会议团等整合定制服务按照总额法确认收入。请发行人：①说明定制团、会议团等整合定制服务业务构成、销售模式，其中酒店、机票、保险、旅游服务等各类业务的占比、直接及间接销售占比，各类业务实际开展方式、合同约定与代理的区别，发行人是否对客户承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权，是否在转让商品前拥有控制权，总额法确认收入依据是否充分。②说明整合定制服务业务收入确认方法是否与同行业公司存在差异。③说明整合定制服务业务的主要客户、销售金额、业务构成、销售模式、毛利率水平、总额法确认收入是否符合合同约定及企业会计准则规定，其中毛利率显著偏低的，说明合理性、总额法确认收入的合规性。

(6) 高新技术企业认定。根据问询回复，子公司商旅科技、母公司美亚科技分别自 2019 年、2022 年开始享受 15%的高新技术企业所得税率。2021 年-2023 年，商旅科技的净利润占发行人比例为 102.12%、82.44%、82.02%，收入占比为 26.64%、28.26%、52.73%。请发行人：①说明高新技术企业认定标准及母

公司符合情况，结合研发人员认定的规范性和各类研发支出核算的准确性，说明母公司高新技术企业认定是否合规；②结合报告期各期母子公司收入、净利润占比、税率情况，说明是否利用税收优惠差异降低税赋。

(7) 关联交易订单毛利率情况。请发行人：①对比报告期机票、酒店相关关联销售、向前员工销售对应的订单毛利率（合并后返佣金后）与同类非关联交易、非前员工订单毛利率，是否存在明显差异及原因。②结合董监高在外任职、或参与其他企业生产经营的具体情况，根据实质重于形式的原则，说明未将深圳市达晨财智创业投资管理有限公司认定为关联方的合理性，发行人与其是否存在交易，如有，说明必要性和定价公允性。

(8) 期间费用构成及变动合理性。请发行人：①说明各期销售、管理、研发人员数量及变动情况，人均薪酬与同行业、当地平均薪酬水平的对比情况，并结合薪酬政策分析期间费用中职工薪酬持续增加的原因，说明报告期关键管理人员薪酬涨幅较大的原因及合理性。②分别说明销售、管理费用中业务招待费、广告宣传费的主要内容，报告期内增幅较快的原因，是否存在跨期费用，说明管理费用中咨询费的内容、金额、服务提供商、收费标准。

(9) 其他问题。请发行人：①分别说明 BSP 系统配置费、IBE+流量费、BOP 手续费、中航鑫港担保费的供应商情况、具体收费标准、采购金额、支付安排，结合具体标准和相关业务量说明报告期各期上述费用规模的适当性和变动的合理性。②保荐工作报告和问询回复中列示的外采的超过 10 万元的研发项目合计金额不一致、具体项目金额不一致、项目数量不一致，请说明上述不一致的原因，技术服务费核算是否真实准确完整，相关内控是否健全有效。

请保荐机构、发行人律师：核查上述事项（1）-（4）并发表明确意见。

请保荐机构、申报会计师：核查上述事项（5）-（9）并发表明确意见。

【回复】

五、旅游收入确认的合规性

(一) 说明定制团、会议团等整合定制服务业务构成、销售模式，其中酒店、机票、保险、旅游服务等各类业务的占比、直接及间接销售占比，各类业务实际开展方式、合同约定与代理的区别，发行人是否对客户承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权，是否在转让商品前拥有控制权，总额法确认收入依据是否充分。

1、说明定制团、会议团等整合定制服务业务构成、销售模式，其中酒店、机票、保险、旅游服务等各类业务的占比、直接及间接销售占比，各类业务实际开展方式、合同约定与代理的区别。

(1) 定制团、会议团等整合定制服务业务构成

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。会奖旅游业务的客户主要依托航旅票务和商旅管理业务的存量客源，并持续开拓转化。一般通过商务谈判、招投标等方式获取会奖旅游业务订单，具体方式视客户内部采购政策而定。

(2) 定制团、会议团等整合定制服务的销售模式

发行人直接为企事业客户提供定制化、专业化的会奖旅游服务，企事业客户直接使用发行人提供的会奖旅游全流程服务，因此主要系直接销售模式。

(3) 其中酒店、机票、保险、旅游服务等各类业务的占比

产品类型	2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
旅游会议服务	7,802.41	73.84%	5,690.06	74.37%	2,369.06	71.50%
酒店	2,095.49	6.23%	1,381.65	18.06%	746.87	22.54%
机票	658.55	19.83%	548.93	7.17%	190.67	5.75%
保险	10.20	0.10%	30.15	0.39%	6.68	0.20%
合计	10,566.65	100.00%	7,650.79	100.00%	3,313.29	100.00%

注：旅游会议服务包含会议场地租赁、餐饮、地接等其他服务。

(4) 直接及间接销售占比

产品类型	2024 年度		2023 年度	
	金额（万元）	占比	金额（万元）	占比
直接销售	8,428.54	79.77%	6,562.45	85.77%
间接销售	2,138.11	20.23%	1,088.34	14.23%
合计	10,566.65	100.00%	7,650.79	100.00%

续上表

产品类型	2022 年度	
	金额（万元）	占比
直接销售	3,263.19	98.49%
间接销售	50.09	1.51%
合计	3,313.29	100.00%

（5）各类业务实际开展方式

发行人的会奖旅游业务的客户主要依托航旅票务和商旅管理业务的存量客源，并持续开拓转化。一般通过商务谈判、招投标等方式获取会奖旅游业务订单，具体方式视客户内部采购政策而定，具体开展形式一般为签订框架协议+订单需求+按约定结算。

（6）合同约定与代理的区别

根据整合定制合同的约定，发行人为客户提供的系团体会务服务，包括但不限于策划组织、住宿、餐饮、交通、会务等活动，亦或为客户提供团队建设服务，包括但不限于导游、车辆及司机、住宿、餐饮、门票等服务。根据代理合同，发行人为客户提供代订酒店、机票等单项服务。

2、发行人是否对客户承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权，是否在转让商品前拥有控制权，总额法确认收入依据是否充分

发行人是否承担主要责任、是否承担存货风险、是否拥有定价权，是否在转让商品前拥有控制权，总额法确认收入依据等情况如下：

判断项目	发行人
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
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

判断项目	发行人
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
商品控制权	发行人在向客户提供服务前已取得，可以自主选择供应商，单独向供应商采购后通过整合定制后提供给客户
收入确认方法	总额法确认收入

（二）说明整合定制服务业务收入确认方法是否与同行业公司存在差异。

收入类型	公司	收入确认政策	收入确认方法
整合定制旅游服务	发行人	整合定制服务，在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，按照总额法确认旅游服务收入	总额法
	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	总额法
	岭南控股	旅游业务收入，本公司提供旅游服务的，在提供相关服务后确认收入。岭南控股在向旅游者收取的代旅游者支付的房费、餐费、车费等费用全部计入营业收入总额，按照权责发生制原则确认收入	总额法

（三）说明整合定制服务业务的主要客户、销售金额、业务构成、销售模式、毛利率水平、总额法确认收入是否符合合同约定及企业会计准则规定，其中毛利率显著偏低的，说明合理性、总额法确认收入的合规性。

1、说明整合定制服务业务的主要客户、销售金额、销售模式、毛利率水平

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	销售模式	订单毛利率
2024年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	3,529.98	直接销售	**
	2	东风本田汽车销售有限公司	641.22	直接销售	**
	3	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	513.99	直接销售	**
	4	深圳半岛医疗集团股份有限公司	407.01	直接销售	**
	5	深圳前海微众银行股份有限公司	325.77	直接销售	**
2023年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,813.66	直接销售	**
	2	东风本田汽车销售有限公司	820.28	直接销售	**
	3	深圳前海微众银行股份有限公司	732.96	直接销售	**
	4	上海携程国际旅行社有限公司	271.68	间接销售	1.58%
	5	健合（中国）有限公司	232.59	直接销售	**

报告期	序号	客户名称	销售金额（万元）	销售模式	订单毛利率
2022年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,142.25	直接销售	**
	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	直接销售	**
	3	深圳前海微众银行股份有限公司	260.77	直接销售	**
	4	东风本田汽车销售有限公司	250.91	直接销售	**
	5	健合（中国）有限公司	103.98	直接销售	**

注：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。

2、说明整合定制服务业务的主要客户、业务构成

单位：万元

报告期	序号	客户名称	旅游会议服务	酒店	机票	保险	合计
2024年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	2,412.50	1,117.48	-	-	3,529.98
	2	东风本田汽车销售有限公司	474.43	166.79	-	-	641.22
	3	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	372.34	141.41	0.25	-	513.99
	4	深圳半岛医疗集团股份有限公司	151.81	70.19	185.01	-	407.01
	5	深圳前海微众银行股份有限公司	283.09	42.68	-	-	325.77
2023年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,394.27	392.63	26.31	0.45	1,813.66
	2	东风本田汽车销售有限公司	546.06	265.40	8.81	0.01	820.28
	3	深圳前海微众银行股份有限公司	552.46	144.08	34.16	2.27	732.96
	4	上海携程国际旅行社有限公司	270.85	-	0.83	0.00	271.68
	5	健合（中国）有限公司	206.13	21.24	4.83	0.39	232.59
2022年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	969.61	125.31	47.01	0.32	1,142.25

报告期	序号	客户名称	旅游会议 服务	酒店	机票	保险	合计
		有限公司					
	2	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	421.24	179.51	1.56	-	602.31
	3	深圳前海微众银行股份有限公司	143.72	101.37	15.59	0.09	260.77
	4	东风本田汽车销售有限公司	62.66	104.98	83.27	-	250.91
	5	健合（中国）有限公司	30.50	73.42	-	0.06	103.98

3、总额法确认收入是否符合合同约定及企业会计准则规定

根据发行人与客户签订的合同，发行人为客户提供的系团体会务服务，包括但不限于策划组织、住宿、餐饮、交通、会务等活动，亦或为客户提供团队建设服务，包括但不限于导游、车辆及司机、住宿、餐饮、门票等服务。

根据企业会计准则第 14 号——收入（2017）规定，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。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入。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。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

（三）企业自第三方取得商品控制权后，通过提供重大的服务将该商品与其他商品整合成某组合产出转让给客户。

在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

（一）企业承担向客户转让商品的主要责任。

（二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

（三）企业有权自主决定所交易商品的价格。

（四）其他相关事实和情况。

综上，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。

4、其中毛利率显著偏低的，说明合理性、总额法确认收入的合规性

（1）其中毛利率显著偏低的，说明合理性

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销售定价情况，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，会奖旅游整合定制服务业务主要客户的订单毛利率情况参见本问题回复之“五/（三）/1、说明整合定制服务业务的主要客户、销售金额、销售模式、毛利率水平”。

在2024年度，深圳半岛医疗集团股份有限公司的订单毛利率较低，主要原因系：（1）该定制团规模较大，竞争较为激烈，报价较低；（2）该定制团中，国内机票占比较高，而国内机票毛利较低，致使该客户的订单毛利率较低。

在2023年度，上海携程国际旅行社有限公司的订单毛利率较低，主要原因系携程国际旅行社基于其承揽的终端企事业单位客户会奖旅游需求，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。

在2022年度，会奖旅游整合定制服务业务主要客户的毛利率不存在显著偏低的情况。

（2）总额法确认收入的合规性

根据发行人与携程签订的旅行社合作协议，发行人的服务内容为携程旅游产品和自由行散客提供目的地行程所需全部或部分项目的预订、安排及接待服务。服务标准为公司严格按照旅游行业相关服务标准以及双方约定的内容提供服务。如发生在公司提供服务范围以内的旅游质量投诉，双方共同协调处理，公司需按照有关旅行社质量赔偿标准赔偿客人。费用结算标准，公司通过携程旅游平台每

达成一笔交易，携程在扣除相应比例的结算服务费后全额支付给公司。

根据发行人与携程签订的合作协议，发行人与携程服务内容中所起角色为主要责任人，发行人自第三方取得服务控制权后，将多项服务整合成某组合产出转让给携程。发行人在该项服务中承担了服务的主要责任，与供应商及携程分别签订合同，双方之间的责任可以明确区分，发行人负责服务的售后和责任风险，发行人在向携程服务前已承担了存货风险，商品服务价格由发行人根据自身和市场情况进行确定。

综上，由于携程特定销售渠道的原因导致毛利率偏低，发行人与携程的交易中所起角色为主要责任人，适用总额法确认收入。

六、高新技术企业认定

（一）说明高新技术企业认定标准及母公司符合情况，结合研发人员认定的规范性和各类研发支出核算的准确性，说明母公司高新技术企业认定是否合规。

1、说明高新技术企业认定标准及母公司符合情况

母公司于 2022 年 12 月 22 日取得由广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局批准的高新技术企业证书，有效期为三年，高新技术企业证书编号为：GR202244006566。公司自 2022 年至 2024 年执行高新技术企业减免，按 15%的税率缴纳企业所得税。

申报时，高新技术企业认定标准及母公司符合情况对比如下：

主要规范文件	有关内容	母公司情况	是否符合
《科技部财政部国家税务总局关于修订印发<高新技术企业认定管理办法>的通知》-国科发火[2016]32 号	企业申请认定时须注册成立一年以上	母公司于 2003 年注册成立	是
	企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	母公司获得 I 类知识产权即发明专利 1 件，获得 II 类知识产权即软件著作权 22 件	是
	对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	对母公司主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围之一即电子信息行业	是

主要规范文件	有关内容	母公司情况	是否符合
	企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	母公司从事研发和相关技术创新活动的科技人员占职工总数大于 10%	是
	企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合如下要求：. 最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；2. 最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%；3. 最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3% 其中，企业在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%；	母公司 2019-2021 年度研究开发费用总额占同期销售收入总额的 3.47%；在中国境内发生的研究开发费用总额占全部研究开发费用总额的 100%	是
	近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%；	母公司 2021 年度高新技术产品（服务）收入占同期总收入的 96.72%	是
	企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	母公司 2021 年未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	是
《科技部财政部国家税务总局关于修订印发<高新技术企业认定管理工作指引>的通知》国科发火〔2016〕195 号	主要产品（服务）是指高新技术产品（服务）中，拥有在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权，且收入之和在企业同期高新技术产品（服务）收入中超过 50%的产品（服务）	母公司 2021 年在技术上发挥核心支持作用的知识产权产品相关（服务）收入之和占企业同期高新技术产品（服务）收入 100%	是
	企业获得高新技术企业资格后，在其资格有效期内应每年 5 月底前通过“高新技术企业认定管理工作网”，报送上一年度知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况 报表	母公司已于 2023 年 5 月、2024 年 5 月底之前通过“高新技术企业认定管理工作网”，报送上一年度知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况报表并且通过相应的备案审查	是

2、结合研发人员认定的规范性和各类研发支出核算的准确性，说明母公司高新技术企业认定是否合规

根据《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号），对于企业科技人员的认定是指直接从事研发和相关技术创新活动，以及专门从事上述活动的管理和提供直接技术服务的，累计实际工作时间在 183 天以上的人员，

包括在职、兼职和临时聘用人员。

母公司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，与其他部门人员能够准确划分，前述人员均直接从事研发相关活动，研发人员划分准确。经核查，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，能够有效划分，且累计实际工作时间均在 183 天以上，因此研发人员的界定标准明确、合理，符合高新技术企业认定的标准。

根据《高新技术企业认定管理工作指引》（国科发火〔2016〕195 号），对于研发支出核算的要求是：1、研究开发费用归集范围包括人员人工费用、直接投入费用、折旧费用与长期待摊费用、无形资产摊销费用、设计费用、装备调试费用与试验费用、委托外部研究开发费用、其他费用；2、企业的研究开发费用是以单个研发活动为基本单位分别进行测度并加总计算的。企业应对包括直接研究开发活动和可以计入的间接研究开发活动所发生的费用进行归集；3、企业应按照“企业年度研究开发费用结构明细表”设置高新技术企业认定专用研究开发费用辅助核算账目，提供相关凭证及明细表，并按本《工作指引》要求进行核算。

母公司研发费用归集的范围包括人工费用、直接投入、无形资产摊销费用、其他费用，同时在核算上，母公司根据《企业会计准则》以及《高新技术企业认定管理办法》制定研发费用会计政策，对研发支出的范围和标准进行明确，研发投入和其他成本费用划分准确、核算清晰。按研发项目实际发生支出进行归集核算，各项研发费用按用途、性质据实列支，并需履行相应的审批程序，不存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形。

母公司按研发费用性质设立明细账进行日常核算，同时设置研发项目辅助核算，按项目进行费用归集。其中职工薪酬按当月研发工时考勤表归集至具体研发项目，折旧摊销、设备维护费及其他费用由财务部门按实际使用部门进行合理归集和分摊。

综上所述，母公司研发人员认定具有规范性，各类研发支出核算具有准确性，母公司高新技术企业认定具有合规性。

（二）结合报告期各期母子公司收入、净利润占比、税率情况，说明是否利用税收优惠差异降低税赋。

报告期内，发行人各家公司的收入、净利润、税率：

单位：万元

名称	2024 年度				
	收入	收入占比	净利润	净利润占比	税率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	11,730.63	29.44%	258.16	3.30%	15%
广东美亚商旅科技有限公司	20,953.15	52.59%	5,399.54	69.12%	15%
北京美亚国际航空服务有限公司	3,463.56	8.69%	1,285.67	16.46%	20%
上海易飞航空服务有限公司	3,016.81	7.57%	451.16	5.78%	20%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	109.90	0.28%	157.82	2.02%	20%
香港美亚商务旅行管理有限公司	410.81	1.03%	152.96	1.96%	8.25%
Meiya Travel International FZCO	157.29	0.39%	106.88	1.37%	0%
合计	39,842.14	100.00%	7,812.19	100.00%	-

续上表

单位：万元

名称	2023 年度				
	收入	收入占比	净利润	净利润占比	税率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	12,305.31	35.09%	699.53	9.59%	15%
广东美亚商旅科技有限公司	18,488.45	52.73%	5,980.52	82.02%	15%
北京美亚国际航空服务有限公司	1,589.09	4.53%	216.57	2.97%	20%
上海易飞航空服务有限公司	1,910.03	5.45%	209.50	2.87%	20%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	524.41	1.50%	246.89	3.39%	20%
香港美亚商务旅行管理有限公司	193.21	0.55%	-14.64	-0.20%	8.25%
Meiya Travel International FZCO	55.26	0.16%	-47.10	-0.65%	0%
合计	35,065.77	100.00%	7,291.26	100.00%	-

续上表

单位：万元

名称	2022 年度				
	收入	收入占比	净利润	净利润占比	税率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	31,612.92	69.38%	852.96	20.75%	15%
广东美亚商旅科技有限公司	12,876.68	28.26%	3,388.49	82.44%	15%
北京美亚国际航空服务有限公司	365.91	0.80%	75.13	1.83%	20%
上海易飞航空服务有限公司	378.53	0.83%	-21.29	-0.52%	20%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	-	-	-24.90	-0.61%	20%
香港美亚商务旅行管理有限公司	160.28	0.35%	-39.73	-0.97%	8.25%
Meiya Travel International FZCO	168.66	0.37%	134.91	3.28%	0%
武汉美亚航空服务有限公司	-	-	5.49	0.13%	20%
处置子公司的合并层面投资收益	-	-	-260.87	-6.35%	-
合计	45,562.97	100.00%	4,110.20	100.00%	-

报告期内，发行人净利润主要集中在商旅科技，这是由发行人对商旅科技的定位决定。商旅科技的主营即商旅业务，主要是为大中型企事业客户提供数字化、精益化的商旅管理服务和咨询解决方案。报告期各期，商旅科技的商旅业务收入在整个集团的商旅业务收入占比分别为 91.73%、95.59%、**94.47%**，商旅板块毛利在主营业务毛利中的占比分别为 62.60%、64.19%、**64.83%**，因此，净利润主要集中在商旅科技是由商旅科技的主营业务决定，同时，母公司美亚科技在 2022 年已取得高新技术企业资格，2022 年至 2024 年适用所得税优惠税率 15%，该税收优惠与商旅科技享受政策一致，因此发行人不存在利用税收优惠在集团内各公司间调节税负的动力和空间。

子公司上海易飞航空服务有限公司、北京美亚国际航空服务有限公司、广东美亚会奖旅游服务有限公司为小微企业，在报告期实际享受的税负为 5%至 10%；香港美亚商务旅行管理有限公司的实际所得税（利得税）为 8.25%；Meiya Travel International FZCO（简称迪拜美亚）享受零税率政策，子公司享受比商旅科技更低的所得税税收优惠政策，但其营收及利润规模较小，也不存在通过调整公司间的业务来达到利用税收优惠差异降低税负的目的。

综上，发行人净利润主要集中在商旅科技是由其业务实质和市场定位导致，

不存在利用税收优惠差异来降低税负的情况。

七、关联交易订单毛利率情况

（一）对比报告期机票、酒店相关关联销售、向前员工销售对应的订单毛利率（合并后返佣金后）与同类非关联交易、非前员工订单毛利率，是否存在明显差异及原因。

1、关联销售对应的订单毛利率（合并后返佣金后）与同类非关联交易订单毛利率（合并后返佣金后）的对比情况

（1）抽样方式

由于机票、酒店具有高度的非标准化的特点，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）时间等多种因素均可能对订单销售价格和订单毛利率（合并后返佣金后）产生较大影响，其中行程（酒店位置、星级）和起飞时间（入住时间）对机票（酒店）价格的影响最大。由于发行人关联销售订单数量较多，难以对关联订单进行逐笔分析，难以通过覆盖比例的高低来衡量抽样程序的有效性。保荐机构和申报会计师根据发行人关联销售特点，设计如下抽样方案对公允性进行分析：

①通过关联关系进行分类，若因与美亚科技聘任同一名外部董事、外部监事而认定的关联方，则项目组判定风险较低，每年抽取 5 笔订单（若当年机票、酒店订购单不足 5 笔则全部抽取）

A. 若与公司交易金额较大（年关联销售金额大于 150 万元），随机抽样结合分层抽样获取抽样订单，具体方式如下：

序号	订单获取方式	具体内容
1	按金额分层	1、销售金额大于中位数；2、销售金额小于或等于中位数，每层抽取 1 个样本，共抽取 2 个样本。
2	按时间分层	1、出票时间在上半年；2、出票时间在下半年，每层抽取 1 个样本，共抽取 2 个样本。
3	随机抽取	在剩余订单中随机抽取 1 笔。

B. 若与公司交易金额较小（年关联销售金额小于 150 万元），随机抽取 5 笔订单（若当年机票、酒店订购单不足 5 笔则全部抽取）。

②若因其他关联关系认定的关联方，每年抽取 10 笔订单（若当年机票、酒

店订购单不足 10 笔则全部抽取）。

A. 若与公司交易金额较大（年关联销售金额大于 150 万元），随机抽样结合分层抽样获取抽样订单，具体方式如下：

序号	订单获取方式	具体内容
1	按金额分层	1、销售金额大于中位数；2、销售金额小于或等于中位数，每层抽取 2 个样本，共抽取 4 个样本。
2	按时间分层	1、出票时间在上半年；2、出票时间在下半年，每层抽取 2 个样本，共抽取 4 个样本。
3	随机抽取	在剩余订单中随机抽取 2 笔

B. 若与公司交易金额较小（年关联销售金额小于 150 万元），随机抽取 10 笔订单（若当年机票、酒店订购单不足 10 笔则全部抽取）。

随机抽取订单后，基于行程（酒店位置、星级）、起飞时间（入住时间）获取可比订单，对比分析关联销售订单和同类非关联销售订单的订单毛利率（合并后返佣金后）是否存在明显差异。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、相邻月份或间隔时间较短的非关联方客户的销售订单。

（2）对比结果

经核查，关联销售抽样订单与可比订单的订单毛利率（合并后返佣金后）差额基本在±2.00%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，无法将所有影响订单毛利率的因素考虑在内，给予客户的信用政策、增值服务、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。其中抽样订单与可比订单差异率较大的详细情况如下：

关联方广州建筑股份有限公司向发行人采购的三笔行程为 KTM-CAN（加德满都特里布万国际机场-广州白云机场）的机票订单的订单毛利率（合并后返佣金后）分别低于可比订单毛利率（合并后返佣金后）2.17%、2.62%、2.62%，主要原因系广州建筑股份有限公司的信用政策为当日结算，而可比订单为商旅客户的订单，商旅客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”，考虑到垫资成本，发行人在同等情况下报价较高。因此，关联销售订单的订单毛利率（合并后返佣金后）低于可比订单具有合理性。

关联方张磊向发行人采购的行程为 CAN-MCT（广州白云机场-马斯喀特国际机场）的机票订单的订单毛利率（合并后返佣金后）低于可比订单毛利率（合并后返佣金后）2.34%，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（合并后返佣金后）低于可比订单具有合理性。

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（合并后返佣金后）低于可比订单毛利率（合并后返佣金后）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（合并后返佣金后）低于可比订单具有合理性。

关联方深圳市美盈科技孵化管理有限公司向发行人采购的酒店订单低于可比订单毛利率（合并后返佣金后）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（合并后返佣金后）低于可比订单具有合理性。

综上所述，抽样订单的合并后返佣金的订单毛利率与可比订单不存在明显差异，向关联方销售具有公允性。

2、向前员工销售对应的订单毛利率（合并后返佣金后）与非前员工订单毛利率的对比情况

（1）抽样方式

由于机票具有高度的非标准化的特点，行程、起飞时间、舱位等多种因素均可能对订单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客户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、起飞时间等信息获取可比订单，对比分析向前员工客户销售对应的合并后返佣金的订单毛利率与向非前员工销售情况。此外，由于发行人报告期内订单数量较多，报告期内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、广东携美电子商务有限公司、广东鹿鸣商旅服务有限公司和广州欧途商务服务有限公司的销售金额较大，所以用报告期内发行人与上述公司全部销售的机票订购单为总体，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，每个前员工公司共抽取 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北京溢境国际旅行社有限公司、深圳市十方国际商旅服务有限公司、游够吧科技（广州）有限公司、深圳雅途航空服务有限公司和广东创博科技发展有限公司的销售金额较小，所以用报告期内发行人与上述公司全部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、起飞时间等信息获取可比订单，可比订单的具体获取方法为行程相同、起飞时间在相同月份、相邻月份或间隔时间较短的非前员工客户的销售订单。

（2）对比结果

经核查，抽样订单与可比订单的合并后返佣金的订单毛利率差额全部在±2.00%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，购票时间和舱位等对订单毛利率也会产生一定影响。

发行人2024年度向广东携美、空港易行及其下属企业、广州欧途分别销售行程是CAN-DOH/DOH-BGW/RUH-SZX（广州白云国际机场-卡塔尔哈马德国际机场/卡塔尔哈马德国际机场-伊拉克巴格达国际机场/沙特哈利德国王国际机场-深圳宝安国际机场）、VGO-MAD/MAD-CDG/CDG-PEK（西班牙维戈机场-西班牙马德里巴拉哈斯机场/西班牙马德里巴拉哈斯机场-法国巴黎夏尔·戴高乐机场/法国巴黎夏尔·戴高乐机场-北京首都国际机场）、

HKG-ADD/ADD-OUA/OUA-ADD/ADD-PVG（香港国际机场-埃塞俄比亚的斯亚贝巴博莱国际机场/埃塞俄比亚的斯亚贝巴博莱国际机场-布基纳法索瓦加杜古机场/布基纳法索瓦加杜古机场-埃塞俄比亚的斯亚贝巴博莱国际机场/埃塞俄比亚的斯亚贝巴博莱国际机场-上海浦东国际机场）的合并后返佣金的订单毛利率分别为0.18%、0.17%、0.15%，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合并后返佣金的订单毛利率合计进行对比，拆分后的单行程可比订单的合并后返佣金的订单毛利率合计分别为0.28%、0.86%、0.90%，差额分别为-0.10%、-0.69%、-0.76%，无明显差异。

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）的合并后返佣金的订单毛利率分别为1.76%、4.85%，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合并后返佣金的订单毛利率合计进行对比，拆分后的单行程可比订单的合并后返佣金的订单毛利率合计分别为1.20%、5.20%，差额分别为0.56%、-0.36%，无明显差异。

综上所述，抽样订单的合并后返佣金的订单毛利率与可比订单不存在明显差异，向前员工客户销售具有公允性。

（二）结合董监高在外任职、或参与其他企业生产经营的具体情况，根据实质重于形式的原则，说明未将深圳市达晨财智创业投资管理有限公司认定为关联方的合理性，发行人与其是否存在交易，如有，说明必要性和定价公允性。

深圳市达晨财智创业投资管理有限公司为发行人股东达晨创联的基金管理人。发行人董事李冉为股东达晨创联提名的董事，其在深圳市达晨财智创业投资管理有限公司担任投资总监、业务合伙人。深圳市达晨财智创业投资管理有限公

司为经基金业协会备案的私募基金管理人，根据基金业协会的公示信息及该公司的工商登记信息，李冉未担任该公司董事、监事、高级管理人员，亦不属于该公司在基金业协会备案登记的高级管理人员。

报告期内，发行人与该公司之间未发生任何交易。

因此，虽然发行人的董事李冉在深圳市达晨财智创业投资管理有限公司任职，但其未担任该公司董事、监事或高级管理人员，根据《北交所上市规则》，深圳市达晨财智创业投资管理有限公司不属于发行人的关联法人。报告期内，发行人与该公司亦未曾发生交易，不存在发行人对该公司进行利益倾斜的情况，不存在基于实质重于形式的原则，需要将该公司认定为发行人关联法人的情形。因此，发行人未将该公司认定为关联法人。

八、期间费用构成及变动合理性

（一）说明各期销售、管理、研发人员数量及变动情况，人均薪酬与同行业、当地平均薪酬水平的对比情况，并结合薪酬政策分析期间费用中职工薪酬持续增加的原因，说明报告期关键管理人员薪酬涨幅较大的原因及合理性。

1、说明各期销售、管理、研发人员数量及变动情况

报告期内，发行人各期销售、管理、研发人员数量及变动情况如下所示：

单位：人

工作性质	2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日
	人数	变动情况	人数	变动情况	人数
销售人员	158	7	151	2	149
管理人员	118	2	116	12	104
研发人员	117	5	112	16	96

注：上表中的管理人员指薪酬计入管理费用的人员，其中包含财务人员、行政人事人员、管理人员。

报告期各期末，发行人的销售人员数量变动较小，较为稳定。

2023年末相较于上年末，发行人管理人员数量变动较大，主要受财务人员变动的影响，2023年末相较于上年末财务人员增加6人，主要原因系民航出行场景受到的阶段性限制解除后，出行需求高涨，2023年度商旅管理销售金额同比增长110.49%，增长幅度较高，财务对账需求增加。2024年末相较于上年末，发行人

的管理人员数量变动较小，较为稳定。

报告期各期末，发行人研发人员数量增加较多，主要原因系发行人高度重视泛商旅综合解决方案相关的数字化能力建设，以研发赋能企业成长，以技术助力公司发展，致使发行人在报告期内持续增加研发人员投入，迭代优化算法、设计升级基础架构和功能模块，打造国内一流的泛商旅综合解决方案提供商。

2、人均薪酬与同行业、当地平均薪酬水平的对比情况

(1) 人均薪酬与同行业对比情况

① 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。

②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。

③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。

(2) 人均薪酬与当地平均薪酬水平对比情况

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日，广州市统计局未披露相关数据。

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、结合薪酬政策分析期间费用中职工薪酬持续增加的原因

发行人以战略规划目标为基础，依据行业发展特点，不断优化现有薪酬与绩效体系，完善原有业绩考核和行为考核评价方法，建立公平、公正、有效的激励机制。发行人制定了《薪酬福利管理制度》《绩效管理制度》等相关制度，推行收入与业绩挂钩考核的激励政策，采用市场化薪酬与考核机制：

人员类别	薪酬政策
销售人员	发行人销售人员的工资主要由基础工资、绩效工资构成。其中，发行人将业绩目标与销售人员绩效工资挂钩，根据销售金额、毛利金额、回款率、业务拓展、市场开发、战略执行等多方面因素综合确定最终薪资水平。
管理人员	发行人管理人员的工资主要由基础工资及绩效工资构成。绩效工资主要是对各部门人员日常职能工作完成度、准确率等情况进行考核。发行人将业绩目标与各部门绩效评价挂钩，根据发行人整体经营业绩水平确定部门绩效奖金并按照各部门人员绩效考核确定最终绩效工资。

人员类别	薪酬政策
研发人员	研发人员薪酬主要由基础工资及绩效工资构成，绩效工资与研发人员研发项目完成度及进展情况挂钩，此外，发行人根据发行人整体经营业绩水平确定部门绩效奖金，并按照各部门人员绩效考核确定最终绩效工资。

注：上表中的管理人员指薪酬计入管理费用的人员，其中包含财务人员、行政人事人员、管理人员。

报告期内，发行人各期的期间费用中的职工薪酬、薪酬计入期间费用的人员数量以及平均薪酬情况如下所示：

单位：万元、人、万元/人

人员类别	项目	2024年12月31日/2024年度	2023年12月31日/2023年度	2022年12月31日/2022年度
销售人员	销售费用中的职工薪酬	2,811.68	2,826.04	2,677.59
	销售人员数量	158	151	149
	平均薪酬	17.80	18.72	17.97
管理人员	管理费用中的职工薪酬	2,759.49	2,446.14	2,206.08
	管理人员数量	118.00	116.00	104.00
	平均薪酬	23.39	21.09	21.21
研发人员	研发费用中的职工薪酬	2,411.76	2,183.64	1,849.59
	研发人员数量	117.00	112.00	96.00
	平均薪酬	20.61	19.50	19.27

注：上表中的管理人员指薪酬计入管理费用的人员，其中包含财务人员、行政人事人员、管理人员。

（1）销售人员

报告期内，发行人销售人员的职工薪酬分别为2,677.59万元、2,826.04万元和2,811.68万元，销售人员平均薪酬分别为17.97万元、18.72万元/人和17.80万元/人，职工薪酬与平均薪酬较为稳定。报告期内发行人业绩向好，销售人员的职工薪酬根据销售金额、毛利金额、回款率、业务拓展、市场开发、战略执行等多方面因素综合确定，与发行人实际经营情况相符，具有合理性。

（2）管理人员

报告期内，发行人管理人员的职工薪酬分别为2,206.08万元、2,446.14万元和2,759.49万元，管理人员平均薪酬分别为21.21万元、21.09万元/人和23.39万元/人，职工薪酬逐年增加，平均薪酬较为稳定。管理人员的职工薪酬根据发行人整体经营业绩水平确定，并按照各职能管理部门人员绩效考核综合评判，与发行人

经营业绩持续增长相符，具有合理性。

(3) 研发人员

报告期内，发行人研发人员的职工薪酬分别为1,849.59万元、2,183.64万元和**2,411.76**万元，研发人员平均薪酬分别为19.27万元、19.50万元/人和**20.61**万元/人，职工薪酬与平均薪酬逐年上升。研发人员的职工薪酬与研发项目完成度及进展情况挂钩，报告期内发行人持续增加研发投入，迭代优化算法、设计升级基础架构和功能模块，职工薪酬持续增长具有合理性。

综上所述，报告期内，发行人薪酬政策并未发生改变。销售人员、管理人员、研发人员的职工薪酬持续增加均与发行人业务的拓展、经营业绩状况、战略规划目标相关，具有合理性。

4、说明报告期关键管理人员薪酬涨幅较大的原因及合理性

报告期内，发行人关键管理人员薪酬情况如下所示：

单位：万元

项目	2024年度	2023年度	2022年度
关键管理人员薪酬（万元）	343.58	306.68	235.88

发行人的关键管理人员薪酬水平与发行人经营业绩紧密挂钩，**2023**年度发行人主营业务毛利金额、利润总额、净利润分别同比增长38.87%、73.10%、77.39%，**2024**年度分别同比增长**6.06%**、**7.14%**、**10.28%**，增长幅度较高，与发行人关键管理人员薪酬涨幅较高相符，具有合理性。

（二）分别说明销售、管理费用中业务招待费、广告宣传费的主要内容，报告期内增幅较快的原因，是否存在跨期费用，说明管理费用中咨询费的内容、金额、服务提供商、收费标准。

1、销售费用中业务招待费、广告宣传费的主要内容报告期内增幅较快的原因，是否存在跨期费用

(1) 业务招待费

销售费用中业务招待费的主要内容系发行人为提升合作黏度，加强与客户的沟通交流而发生的餐费，单笔业务招待费报销金额较小；报告期内，发行人销售

费用中的业务招待费分别为 150.31 万元、216.66 万元和 **219.77** 万元；2023 年度相较于 2022 年度有所上升，主要原因系随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，航班运力有序恢复，出行需求增加，公司业务量上升，业务招待需求增加，总体与业务规模相匹配；**2024 年度相较于 2023 年度变化较小，较为稳定**；发行人严格按照业务的实际发生期间入账，不存在跨期费用。

（2）广告宣传费

销售费用中广告宣传费的主要内容是电商平台投放的广告费、航旅节推广费、商旅节活动费用、航协活动费用等；报告期内，发行人销售费用中的广告宣传费分别为 66.32 万元、101.19 万元和 **318.61** 万元，2023 年度相较于 2022 年度有所上升，主要原因系在 2023 年度公司筹备了航旅节等市场推广活动，同时随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，出行需求增加，致使广告宣传需求同步增加；**2024 年度相较于 2023 年度有所上升**，主要原因系 2024 年发行人加大广告投入，扩大商旅节的举办规模，举办客户和供应商春茗活动及航司交流活动，提高发行人的市场知名度。报告期内广告宣传费总体规模较小，与业务规模相匹配。发行人严格按照业务的实际发生期间入账，不存在跨期费用。

2、管理费用中业务招待费的主要内容，报告期内增幅较快的原因，是否存在跨期费用

管理费用中的业务招待费主要系董秘办、行政部、财务部等职能部门的招待费用及上市申报期间中介机构核查过程中发生的餐饮及住宿等费用。报告期内，发行人管理费用中的业务招待费分别为 227.04 万元、288.69 万元和 **454.83** 万元，在**报告期内**呈现逐年增加的趋势，主要原因系随着民航出行场景受到的阶段性限制逐渐解除，航班运力有序恢复，出行需求增加，发行人业务量上升，且发行人报告期内正处于上市申报期间，中介机构核查过程中发生相应费用增加。发行人严格按照业务的实际发生期间入账，不存在跨期费用。

3、说明管理费用中咨询费的内容、金额、服务提供商、收费标准

管理费用中咨询费主要系支付给中介机构的发行人完成新三板挂牌并筹备在北交所向不特定合格投资者公开发行股票的费用等，一般按照工作量确定收费标准，根据约定条款进行服务内容验收和款项支出，费用支出具有合理性、必要

性和真实性。报告期内，发行人管理费用中的中介及咨询费分别为 118.74 万元、909.67 万元和 **165.20** 万元。对咨询费列示如下：

单位：万元

服务提供商	服务内容	收费金额			收费标准
		2024 年度	2023 年度	2022 年度	
广发证券股份有限公司	提供新三板挂牌服务、持续督导服务	20.00	163.33	33.02	按照工作量，双方协商确定
广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）	提供审计及新三板申报加期服务	-	108.49	33.96	
广州聚看科技有限公司	提供系统技术服务	-	136.79	-	
深圳航星数科信息技术有限公司	提供供应商管理系统咨询服务	-	94.32	-	
广州启扬信息科技有限公司	提供系统技术服务	-	80.19	-	
北京市中伦律师事务所	提供法律咨询及新三板挂牌等服务	11.00	37.74	9.43	
深圳尚普投资咨询有限公司	提供上市可行性咨询服务	-	29.43	-	
北京大成（广州）律师事务所	提供诉讼代理法律服务	-	28.3	-	
广州云晟企业管理有限公司	提供管理咨询服务	-	27.23	-	
广州远华税务师事务所有限公司	提供集团汇缴清缴费用	3.66	4.16	8.05	
广州中税华管理咨询有限公司	提供培训及咨询服务	-	-	-	
广东广信君达律师事务所	提供律师服务	-	8.91	-	
Yingke & Shayan Legal Consulting FZ-LLC	提供迪拜公司注册服务	-	-	-	
广州市专注企业管理信息咨询有限公司	提供高新技术企业认定管理咨询	-	9.43	-	
全国中小企业股份转让系统有限责任公司	提供全国股份转让系统挂牌服务	-	8.18	-	
深圳市万全智策企业管理咨询服务股份有限公司	提供上市财经公关顾问服务	-	7.08	-	
广州智海科教投资有限公司	提供第三方评估报告服务	3.25	-	-	
北京埃尔维质量认证中心	提供 ISO 证书评审服务	8.24	-	-	
YINGTIAN & SHAYAN LEGAL CONSULTING FZ-LLC	提供迪拜子公司法律意见书费用（费用还原董办 AED: 23625 ）	4.72	-	-	
Latitude and Partners Limited	提供香港子公司代理记账费用	6.59	-	-	

服务提供商	服务内容	收费金额			收费标准
		2024年度	2023年度	2022年度	
其他	其他零星款项	107.75	166.09	34.28	
合计		165.20	909.67	118.74	/
占比		100.00%	100.00%	100.00%	/

九、其他问题

（一）分别说明BSP系统配置费、IBE+流量费、BOP手续费、中航鑫港担保费的供应商情况、具体收费标准、采购金额、支付安排，结合具体标准和相关业务量说明报告期各期上述费用规模的适当性和变动的合理性。

1、分别说明BSP系统配置费、IBE+流量费、BOP手续费、中航鑫港担保费的供应商情况、具体收费标准、采购金额、支付安排

（1）供应商情况与采购金额

报告期内，发行人BSP系统配置费、IBE+流量费、BOP手续费、中航鑫港担保费的供应商情况与采购金额如下所示：

单位：万元

项目	供应商名称	2024年度	2023年度	2022年度
BSP 系统配置费与 IBE+流量费	中国民航信息网络集团及其下属企业	358.67	251.84	140.36
	上海民航华东凯亚系统集成有限公司	71.74	63.99	43.30
	成都民航西南凯亚有限责任公司	30.57	33.63	25.88
	国际航空运输协会（加拿大）北京办事处	2.72	6.45	10.69
	INTERNATIONAL AIR TRANSPORT ASSOCI	0.91	0.60	0.74
	合计	464.62	356.50	220.97
BOP 手续费	中国民航信息网络集团及其下属企业	238.51	124.62	166.76
	合计	238.51	124.62	166.76
中航鑫港担保费	中航鑫港担保有限公司	217.36	196.40	135.33
	科学城（广州）绿色融资担保有限公司	24.44	14.26	-
	其余为中航鑫港担保提供反担保的个人	34.79	30.96	-
	合计	276.59	241.61	135.33

注 1：中国民航信息网络集团及其下属企业主要包括中国民航信息网络股份有限公司、中国民航信息网络股份有限公司广州分公司、广州民航信息技术有限公司、北京亚科支付科技有限责任公司等。

注 2：根据中国民航信息网络股份有限公司的定期报告，上海民航华东凯亚系统集成有限公司、成都民航西南凯亚有限责任公司属于中国民航信息网络股份有限公司的联营企业，所以未进行合并披露。

注 3：科学城（广州）绿色融资担保有限公司以及其余个人为发行人的中航鑫港担保提供反担保，发行人向其支付相关担保费用。

（2）具体收费标准与支付安排

报告期内，发行人BSP系统配置费、IBE+流量费、BOP手续费、中航鑫港担保费的具体收费标准与支付安排如下所示：

项目		收费标准	支付周期	支付方式
BSP系统配置费		若单个配置或账号每月发送、接收指令数量在13万条以内，则根据航段综合贡献值收取固定费用，若超过13万条则视为超出正常流量使用收取超流量费用，收取标准为超流量部分每条指令（包括发送或接收）0.007元，其中航段综合贡献值、指令数量以中航信统计为准	月度	银行转账
IBE+流量费		根据IBE+接口形成的航班预订量进行计费，当实际发生的预订量少于或等于保底预订量时，按保底预订量计算预订信息服务费，当实际发生的预订量大于保底预订量时，按实际发生的预订量计算预订信息服务费，若根据实际发生的预订量所计算的流量预订比超出约定比值时，则收取超流量费，其中超流量单价国内航班信息为0.015元/条，国际航班信息为0.08元/条。发行人使用IBE+接口的季度保底预订量按上一年度季度保底预订量同比提高10%计算。其中保底预订量、实际发生预订量、流量预订比以中航信统计为准	季度	银行转账
BOP手续费		2021年1月至2023年6月，收费标准为交易额的0.5%，2023年7月至今，收费标准为交易额的0.2%。此外，根据月均交易额的不同挡位会进行费用返还，2021年1月至2023年6月返还率在0.27%-0.445%之间，2023年7月至2023年12月返还率在0%-0.145%之间，2024年返还率在0.135%-0.2%之间	一周两结	在德付通账户中直接划扣
中航鑫港担保费	BSP担保	按担保额度的0.72%交纳担保费	年度	银行转账
	鑫程保/鑫拿保	按担保额度的3%交纳担保费	年度	银行转账
	反担保	科学城（广州）绿色融资担保有限公司按保函金额的1%交纳担保费	年度	银行转账
		其余个人按照担保价值的2%-2.6%交纳担保费	半年度	银行转账

2、结合具体标准和相关业务量说明报告期各期上述费用规模的适当性和变动的合理性

（1）BSP系统配置费与IBE+流量费

BSP系统配置费是基于航段综合贡献值、指令数量等指标交纳费用，IBE+

流量费是基于保底预订量、实际发生预订量、流量预订比等指标交纳费用，上述指标较难统计，所以使用与上述指标相关的BSP采购订单数量进行替代，具体情况如下所示：

单位：万元、万个、元/个

项目	2024 年度	2023 年度	2022 年度
BSP 系统配置费与 IBE+流量费	464.62	356.50	220.97
BSP 采购订单数量	326.31	339.27	167.17
每订单费用	1.42	1.05	1.32

报告期内，上述费用与BSP采购订单数量变动趋势一致，并且每订单费用分别为1.32元/个、1.05元/个和1.42元/个，变动较小，较为稳定。

综上所述，上述费用规模与发行人相关业务量具有匹配性，变动具有合理性。

（2）BOP手续费

报告期内，发行人的BOP手续费与BOP结算金额的具体情况如下所示：

单位：万元

项目	标识	2024年度	2023年度	2022年度
BOP手续费	A	238.51	124.62	166.76
BOP手续费-返还	B	-578.04	1,151.36	734.76
BOP手续费-返还前	A+B	816.55	1,275.98	901.52
BOP结算金额	C	432,029.66	399,386.84	195,081.26
BOP手续费率	(A+B)/C	0.19%	0.32%	0.46%
BOP手续费返还率	B/C	0.13%	0.29%	0.38%

报告期内，发行人BOP手续费率分别为0.46%、0.32%和0.19%，在2023年度和2024年度有所下降，主要受BOP手续费收费标准调整的影响，在2023年7月收费标准由0.5%下降至0.2%，此外BOP手续费的实际费率略低于收费标准，主要受进项税抵扣了手续费成本的影响。发行人BOP手续费返还率分别为0.38%、0.29%和0.13%，均在约定的期间范围内，具体情况参见本问题回复之“九/（一）/1/（2）具体收费标准与支付安排”。

综上所述，BOP手续费规模与发行人相关业务量具有匹配性，变动具有合理性。

（3）中航鑫港担保费

报告期内，发行人的中航鑫港担保费主要由BSP担保与鑫程保/鑫拿保构成，具体情况如下所示：

单位：万元

项目	2024 年 12 月 31 日 /2024 年度	2023 年 12 月 31 日 /2023 年度	2022 年 12 月 31 日 /2022 年度
BSP 担保额度	18,170.00	17,430.00	10,350.00
BSP 担保费用	165.65	144.47	70.48
BSP 担保费率	0.91%	0.83%	0.68%
鑫程保/鑫拿保担保额度	1,700.00	1,700.00	1,850.00
鑫程保/鑫拿保担保费用	48.11	48.11	62.26
鑫程保/鑫拿保担保费率	2.83%	2.83%	3.37%

注：上表中的担保费率使用该年度的担保费用除以期末担保额度进行测算。

报告期内，BSP担保费率分别为0.68%、0.83%和**0.91%**，2023年度和2024年度较高，主要原因系随着公共卫生事件缓解，出行需求旺盛，发行人需要向中航鑫港申请BSP短期担保，在无须任何反担保措施的情形下临时提高担保额度，并支付额外担保费用，致使2023年度和2024年度较高。

报告期内，鑫程保/鑫拿保担保费率分别为3.37%、2.83%和**2.83%**，受报告期内发行人对鑫程保/鑫拿保担保额度进行调整的影响，通过期末担保额度进行测算的担保费率在3.00%左右，与收费标准一致具有合理性。

综上所述，中航鑫港担保费规模与发行人相关业务量具有匹配性，变动具有合理性。

（二）保荐工作报告和问询回复中列示的外采的超过 10 万元的研发项目合计金额不一致、具体项目金额不一致、项目数量不一致，请说明上述不一致的原因，技术服务费核算是否真实准确完整，相关内控是否健全有效。

1、保荐工作报告和问询回复中列示的外采的超过 10 万元的研发项目

（1）2022 年度

单位：万元

项目名称	应披露数据	问询回复数据	保荐工作报告数据
美亚用户行为监控及统计系统开发	10.87	10.87	-

项目名称	应披露数据	问询回复数据	保荐工作报告数据
美亚航旅网国际机票系统开发	32.15	32.15	-
商旅机票类基础数据一体化系统开发	11.43	11.43	-
商旅全产品数据报表系统开发	18.02	18.02	18.02
商旅钉钉销售数据管理系统开发	39.45	72.71	72.71
商旅国内酒店产品系统开发	38.55	72.59	72.59
商旅在线开具发票系统开发	42.07	42.07	42.07
商旅国内机票（酒店）超时订单监控系统开发	76.43	76.43	76.43
商旅运营监控分析系统开发	35.67	45.73	45.73
订单处理系统_用车对接悦行	17.58	17.58	17.58
合计	322.22	399.58	345.13

2022 年度，保荐工作报告和问询回复的项目数量不一致，项目数量不一致，个别具体项目金额不一致，主要系 2024 年对报告期内的研发费用做了差错更正和疏忽未列示《美亚用户行为监控及统计系统开发》《美亚航旅网国际机票系统开发》《商旅机票类基础数据一体化系统开发》三个项目的原因，保荐工作报告和问询回复未更新至最新数据，从而导致不同文件披露数据不一致。

（2）2021 年度

单位：万元

项目名称	应披露数据	问询回复数据	保荐工作报告数据
美亚尚途国内酒店基础数据智能化管理系统的开发	29.25	29.25	29.25
美亚尚途悦行用车管理系统的开发	16.98	16.98	16.98
美亚尚途国内机票订单管理系统的开发	43.40	43.40	43.40
美亚尚途在线支付渠道重构系统的开发	20.75	20.75	20.75
美亚尚途 H5 国内机票订单中心系统的开发	33.01	33.01	33.01
美亚尚途火车票订单自购模式接入系统的开发	44.35	44.33	44.35
美亚尚途城市+机票基础数据系统的开发	17.92	17.92	17.92
合计	205.66	205.64	205.66

2021 年度，保荐工作报告和问询回复的项目数量一致，其中美亚尚途火车票订单自购模式接入系统的开发，问询回复数据为 44.33 万元，保荐工作报告数

据为 44.35 万元，差异为 0.02 万元，系尾数差异。

2、技术服务费核算是否真实准确完整，相关内控是否健全有效

报告期内发行人针对技术服务费的核算认定原则保持一致，发行人与技术服务商单独签订合同，根据技术服务商实际服务内容进行谈判确定价格，在技术服务提供完毕后发行人账面确认成本，发行人账面的技术服务费真实准确完整。

发行人针对研发项目管理制定了《研发项目管理制度》《研发投入核算管理办法》等内部控制相关制度。根据发行人内部管理制度，针对技术服务费的发生，由集团技术中心统一管理，结合发行人的实际情况提出申请，集团技术中心代表发行人对外签订合作协议。根据《研发投入核算管理办法》，要求对技术服务费的支出应当单独核算，在实际发生时计入当期损益。

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，保荐机构执行了以下全部核查程序，发行人律师执行了以下程序 1-4，申报会计师执行了以下程序 5-9，具体如下：

5、旅游收入确认的合规性

（1）访谈发行人管理层及业务人员，了解整合定制旅游服务业务情况，销售模式、主要服务客户、实际业务发展情况等；

（2）获取与整合定制服务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，确认是否已采用适用的收入确认政策；

（3）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；

（4）分析整合定制服务的主要客户的销售金额、销售模式及毛利率等情况、针对毛利率显著偏低的客户，分析发行人收入确认政策是否恰当；

（5）获取报告期内发行人全部的会奖旅游销售订单，核查整合定制服务业务的收入与成本情况；

（6）访谈发行人的业务人员，确认个别主要客户的订单毛利率显著偏低的原因。

6、高新技术企业认定

（1）从政府官网下载《科技部财政部国家税务总局关于修订印发<高新技术企业认定管理办法>的通知》（国科发火[2016]32 号）《科技部财政部国家税务总局关于修订印发<高新技术企业认定管理工作指引>的通知》（国科发火〔2016〕195 号），分析高新技术企业认定标准；

（2）取得母公司申报高新技术企业认定全套资料包括申报书等以及母公司研发管理制度、研发台账，并与上述 2 份有关高新技术企业认定政策文件要求进行对比，分析母公司符合情况；

（3）访谈母公司研发负责人和财务负责人，了解研发人员认定标准、研发费用归集范围和归集方法，检查研发费用凭证，分析研发人员认定的规范性和各类研发支出核算的准确性；

（4）访谈发行人各业务板块负责人及财务负责人，了解发行人对各业务板块的战略定位及业务开展情况，发行人母子公司享受的税收优惠政策，分析报告期各期母子公司收入、净利润水平以及税负情况的合理性、合法性。

7、关联交易订单毛利率情况

（1）通过比较关联销售订单的订单毛利率（合并后返佣金后）与可比订单的订单毛利率（合并后返佣金后）是否存在明显差异，验证关联销售定价公允性；

（2）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合并后返佣金的订单毛利率情况，分析销售公允性；

（3）走访主要的前员工客户，核查发行人与前员工客户的业务合作情况；

（4）获取全部前员工客户的说明函，确认发行人与前员工客户交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形；

（5）查阅发行人董事、监事、高级管理人员填写的核查表，了解现任董事、监事、高级管理人员的任职情况；

（6）查询深圳市达晨财智创业投资管理有限公司的工商登记的董事、监事、

高级管理人员信息及其在中国证券投资基金业协会公示的高级管理人员信息；

（7）查阅发行人报告期内的收入明细，核实发行人报告期内与深圳市达晨财智创业投资管理有限公司是否存在交易；

（8）查阅《会计准则》《北交所上市规则》关于关联方认定的相关规定，核实发行人的关联方认定是否准确。

8、期间费用构成及变动合理性

（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；

（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《薪酬福利管理制度》《绩效管理制度》等相关制度，了解发行人的薪酬政策；

（4）取得发行人期间费用明细表，检查期间费用的构成，分析各期间费用报告期的变动趋势及合理性；

（5）检查销售费用、管理费用中的大额业务招待费、广告宣传费，分析报告期内增幅较快的原因，对其进行截止性测试；

（6）检查报告期内管理费用中咨询费的主要内容、金额、服务提供商、收费标准等。

9、其他问题

（1）获取 BSP 系统配置费、IBE+流量费、BOP 手续费、中航鑫港担保费的费用明细表，核查采购金额以及供应商情况；

（2）获取 BSP 系统配置费、IBE+流量费、BOP 手续费、中航鑫港担保费的合同，核查收费标准情况；

（3）访谈发行人业务人员，了解 BSP 系统配置费、IBE+流量费、BOP 手续费、中航鑫港担保费与业务量的适当性、变动合理性；

(4) 获取发行人《研究项目管理制度》《研发投入核算管理办法》等制度，评价研发相关内部控制制度是否健全，评价研发相关的关键内部控制的设计与执行；

(5) 获取发行人研发项目情况明细表、研发费用台账、供应商合同、结算材料等相关资料，核查技术服务费是否真实完整；

(6) 核查发行人报告期内是否严格按照研发开支用途、性质据实列支研发支出的技术服务费，是否存在将与研发无关的费用在研发支出中核算的情形。

(二) 中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

5、旅游收入确认的合规性

(1) 发行人的定制团、会议团等整合定制服务，发行人对客户承担主要责任、承担了存货风险、拥有定价权，在转让商品前拥有控制权，因此适用总额法确认收入。发行人整合定制服务业务收入确认方法与同行业公司不存在差异，其中毛利率显著偏低的客户具有合理性，适用总额法确认收入。

(2) 报告期内，发行人会奖旅游的整合定制服务业务中，个别客户的订单毛利率显著偏低具有合理性。

(3) 整合定制服务业务的主要客户、销售金额、业务构成、销售模式、毛利率水平、总额法确认收入符合合同约定及企业会计准则规定，总额法确认收入具有合规性。

6、高新技术企业认定

(1) 发行人母公司符合高新技术企业认定标准，研发人员认定规范，各类研发支出核算准确，发行人母公司高新技术企业认定具有合规性；发行人报告期各期母子公司收入、净利润、税率水平合理且合法，未利用税收优惠差异降低税负。

7、关联交易订单毛利率情况

(1) 抽样订单的合并后返佣金的订单毛利率与可比订单不存在明显差异，向关联方客户销售及向前员工客户销售具有公允性。

(2) 发行人董事李冉未担任深圳市达晨财智创业投资管理有限公司董事、监事或高级管理人员，且报告期内发行人与该公司之间，未曾发生交易，不存在发行人对该公司进行利益倾斜的情况，因此发行人未将该公司认定为关联法人。

8、期间费用构成及变动合理性

(1) 发行人各期销售、管理、研发人员数量变动具有合理性；各类人员的人均薪酬与同行业、当地平均薪酬水平的差异具有合理性；期间费用中职工薪酬持续增加和关键管理人员薪酬涨幅较高具有合理性。

(2) 销售、管理费用中业务招待费、广告宣传费的报告期内增幅较快具有合理性，不存在跨期费用，管理费用中咨询费的发生具有合理性。

9、其他问题

(1) 发行人BSP系统配置费、IBE+流量费、BOP手续费、中航鑫港担保费与业务量相匹配，在报告期内的变动具有合理性。

(2) 保荐工作报告和问询回复中列示的外采的超过 10 万元的研发项目合计金额不一致、具体项目金额不一致、项目数量不一致系报告期内存在差错更正所致和尾数差异。发行人技术服务费核算真实准确完整，相关内控健全有效。

(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第二轮审核问询函的回复》之签章页）



中国 广州

中国注册会计师：覃 易



中国注册会计师：赵 文



二〇二五年六月二十日