

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

保荐机构（主承销商）



二〇二五年十一月

北京证券交易所：

贵所于 2024 年 7 月 24 日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司公开发行股票并在北交所上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《问询函》”）已收悉，广发证券股份有限公司（以下简称“保荐机构”或“广发证券”）、广东美亚旅游科技集团股份有限公司（以下简称“发行人”、“美亚科技”、“公司”、“本公司”）、北京市中伦律师事务所（以下简称“发行人律师”）、广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）等相关方对《问询函》所列问题逐项进行了落实，现对《问询函》回复如下，请审核。除另有说明外，本问询回复所用简称或名词的释义与《广东美亚旅游科技集团股份有限公司招股说明书（申报稿）》中的含义相同。本问询回复中的字体代表以下含义：

问询函所列问题	黑体（加粗）
对问询函所列问题的回复	宋体（不加粗）
对招股说明书的修改、补充	楷体（加粗）

本问询回复财务数据保留两位小数，若出现总数和各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

目录

目录.....	2
一、业务与技术	3
问题1. 商业模式与核心竞争力.....	3
问题2. 创新特征与市场地位.....	121
问题3. 经营合规性.....	229
问题4. 实际控制人、员工为发行人提供借款和担保.....	280
二、财务会计信息与管理层分析	327
问题5. 销售金额持续上涨的合理性和可持续性.....	327
问题6. 收入确认的合规性及财务核算的准确性.....	429
问题7. 与前员工、实控人控制的主体交易的必要性和公允性.....	459
问题8. 毛利率可比性及下滑风险.....	508
问题9. 资金管理相关内控有效性及是否存在流动性风险.....	540
三、募集资金运用及其他事项	578
问题10. 募投项目的必要性及合理性.....	578
问题11. 其他问题.....	648

一、业务与技术

问题 1. 商业模式与核心竞争力

根据申请文件，（1）发行人主要面向旅业同行客户和企事业客户，提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务，所属行业为“L72 商务服务业”之“L7291 旅行社及相关服务”。（2）在采购方面，机票采购方式包括 BSP 和 CDS 采购、航司直采、同行外采、包机包位等，以 BSP 机票为主。采购 BSP 机票须获得国际航协 IATA 资质证书，由中航鑫港提供不可撤销担保，取得票源对应航司的 BSP 授权，并由中航信等 GDS 提供技术支持。酒店采购中，发行人与多家知名酒店集团、境内外在线旅行社渠道实现系统直连，通过酒店直连、渠道聚合、协议托管等方式覆盖全国近 70 万家酒店。（3）在销售方面，航旅票务业务包括间接销售和直接销售两种模式；商旅管理业务为直接销售模式；会奖旅游业务以直接销售为主，间接销售为辅。航旅票务业务中，发行人自主研发的美亚航旅网、美亚航旅 APP、芯斗云等可支持客户进行机票实时航班、PNR、航段查询及预订、支付、出票、退改签。商旅管理业务中，发行人为客户提供技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务，客户可通过单点登录跳转、第三方系统集成、API 接口开放等方式与发行人系统集成对接。（4）在定价机制方面，航旅票务业务下机票定价采取“票面价格+基础佣金/后返佣金折扣”模式，其中国际机票定价折扣主要为比例形式，国内机票定价折扣主要为固定金额形式；商旅管理业务下机票定价采取“票面价格+固定服务费（手续费）”模式；酒店、旅游等业务采取“约定价格+服务费（手续费）”“成本+服务费”模式；同时考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素。发行人利用大数据及 AI 技术支持大规模高并发交易的智能定价策略。

（1）票务代理资质及业务实质。请发行人：①说明国际航协向代理人颁发 IATA 资质证书、航司给予国际及国内 BSP 授权的条件和要求，发行人航司、酒店供应商对代理人代理 BSP、CDS、B2B 等各项业务的主要要求，并结合前述情况逐条分析发行人各采购渠道下进行代理销售所需的资源要素及维持情况；发行人报告期内是否存在违反国际航协、各航司、酒店相关管理规定、代理合同约定情形，前述资质、授权及合同的有效期限情况及续期方式，发行人是否存在无

法持续获取相应资质、授权及合作的风险。②说明获取 IATA 资质及进入 BSP 系统的机票代理人数量，发行人主要竞争对手获取航司 BSP 授权数量情况，以及发行人前五大供应商的机票代理人数量情况。③以通俗易懂的语言补充披露发行人的主营业务、服务的客户群体及提供的具体服务内容，结合前述情况说明获取的主要收入性质是否为代理收入，自身业务实质是否为票务代理，业绩实现及增长是否主要依靠运营资质等非创新因素驱动。④结合行业分类相关规定、同行业可比公司的行业分类情况，说明发行人行业分类是否准确，是否符合行业惯例。

(2) 机票、酒店的采销模式及是否具有价格优势。请发行人：①分别补充披露报告期内国际、国内机票采购各渠道成本金额及占比情况，说明发行人选择不同采购渠道的主要考虑因素，不同渠道下可比（考虑同一航线（段）、时段、品类等维度，下同）机票采购价格是否存在明显差异，采购价格与采购量是否相关。②说明 BSP 出票额度与中航鑫港担保额度、发行人反担保以及预存资金的比例关系，预存资金能否起到反担保作用。③说明报告期内发行人同行外采的具体情况，包括但不限于前五大同行供应商、对应航司、供应商相对于发行人的比较优势、向同行采购的商业合理性。④补充披露报告期内酒店直连、渠道聚合、协议托管几种酒店采购方式的具体合作模式，对采购成本的影响，采购成本金额及占比情况。⑤结合各业务下的机票在采购方式、实际采购成本、客户采购量、业务性质（代理、包机包位、旅游等）等方面的区别，说明各业务下以及国内、国际机票定价模式存在区别的原因，可比机票采购与销售价格在各业务下是否存在明显差异及原因；结合航司对代理人佣金政策的制定方式及政策差异，说明发行人三类细分业务各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围，在发行人收入中的占比情况，是否存在明显偏高或偏低的订单及原因。⑥说明发行人利用大数据及 AI 技术进行定价的具体机制和技术实现路径，与前述定价机制及市场行情、盈利能力等各考虑因素如何适配。⑦综合前述情况，对比发行人与同行业可比公司的主要国际航线（段）、国内航线（段）、酒店等在各业务下的可比采购成本与销售价格，说明发行人机票、酒店价格是否具有以及如何形成价格优势。

(3) 系统安全性和稳定性。请发行人说明：①前中后台业务技术系统的主要组成部分、分别功能，报告期内业务技术系统在日常及高峰期的运行情况，发

生系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃等类别故障、错误的数量和频次、原因及应对措施，是否进行系统安全备份；在系统可用性及故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等主要指标方面与同行业可比公司的比较情况；结合前述情况说明发行人业务技术系统能否保障发行人业务平稳运行。②发行人系统运维的主要内容、采取的安全保障措施，系统运维人员数量、主要职责、响应处理运维事项的频次，与发行人系统规模、运营响应及时性要求是否匹配。③发行人自供应商、客户、公开渠道等分别获取的数据的主要内容、获取方式、使用方式及范围、存储方式及地点、管理、访问权限、使用权归属、对外提供等情况，是否取得事先同意或授权，是否合法合规；关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、技术保障措施及执行情况，是否存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，是否发生相关纠纷；发行人网络和信息安全体系是否符合国家标准，是否符合《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定。

(4) 充分披露说明主要产品服务的具体情况。请发行人：①补充披露商旅管理业务中，技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务的收费模式与定价方式，并按照机酒代理、各项增值服务等细目补充披露报告期内商旅管理服务的收入结构；说明与发行人完成系统集成对接的客户数量、不同集成方式及占比，不同技术集成模式在具体服务内容、下单方式、费用收取等方面的差异；结合具体案例说明客户商旅管理数据分析及咨询方案、个性化商旅明细报表、商旅活动画像及管理优化建议等服务成果的呈现内容和方式。②说明会奖旅游业务与发行人其他商旅出行业务具体如何区分，会奖旅游业务下的机票、酒店销售等是否仍为代理业务，采用不同定价机制、收入确认政策的合理性；按照会奖旅游业务的细分服务内容，补充披露会奖旅游业务的收入结构。③说明报告期内三类细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户情况，是否存在较大变动及合理性；招股书所披露“散客”是否为个人客户，发行人对个人直接客户产生的收入情况。④按照国际机票代理、国内机票代理、包机包位、酒店代理、保险代理、旅游服务等产品维度划分，分别说明三类细分业务下以及整体的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比，毛利率情况，前五大客户、供应商情况。⑤补充披露发行人各网站、小程序、

公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能；说明发行人产品服务是否均通过线上销售，有无线下实体服务机构或门店。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、票务代理资质及业务实质

（一）说明国际航协向代理人颁发 IATA 资质证书、航司给予国际及国内 BSP 授权的条件和要求，发行人航司、酒店供应商对代理人代理 BSP、CDS、B2B 等各项目的具体要求，并结合前述情况逐条分析发行人各采购渠道下进行代理销售所需的资源要素及维持情况；发行人报告期内是否存在违反国际航协、各航司、酒店相关管理规定、代理合同约定的情形，前述资质、授权及合同的有效期情况及续期方式，发行人是否存在无法持续获取相应资质、授权及合作的风险。

1、国际航协向代理人颁发 IATA 资质证书、航司给予国际及国内 BSP 授权的条件和要求，发行人航司、酒店供应商对代理人代理 BSP、CDS、B2B 等各项目的具体要求

（1）国际航协向代理人颁发 IATA 资质证书的条件和要求

根据国际航协的《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》，客运代理人申请 IATA 资质证书的主要条件和要求如下：

事项	具体条件和要求
主体身份	申请人应当是根据当地法律设立居民、公司或其他注册实体。 申请人和/或其所有者、管理者应当持有当地法律要求的、在当地提供旅行社服务所需的任何注册、许可。
人员	申请人必须雇佣能够履行参与代理人计划义务的合格和有能力的人员，包括销售国际航空运输服务人员及履行相关汇款和报告义务的人员
企业运营	申请人及其关联运营主体应当： A. 不被识别为或自己代表为航空公司、航空公司集团的办公室； B. 不能与 IATA 或 IATA 成员有相同名称； C. 应当有自己的办公经营场所，并且不得与航空公司或航空公司的销售总代理共有办公经营场所

事项	具体条件和要求
董事、高级管理人员及主要股东	申请人的董事、高级管理人员及主要股东应当不存在以下情形： A. 涉及任何违反信托责任或犯罪行为； B. 处于破产程序； C. 是以下代理人的董事，或者在以下代理人中拥有财务利益或担任管理职务： a. 因为付款违约或者资金不当收取，已经被IATA代理名单中被移除的代理人； b. 在申请时，因为不符合认证条件，正在被IATA发出支付违约通知或被采取不当资金追收措施的代理人
法律合规性	申请人应遵守所有适用的与反洗钱、制裁等相关的监管或法律要求；如果国际航协被禁止与申请人开展业务，或者合理地认为这样做会根据适用的监管或法律要求给国际航协带来不当风险，则认证申请可能不会获得批准
安全	申请人应当采取必要的措施来保护其业务、场所和用于签发标准交通文件的系统安全；申请人应当有能力使用经批准的电子票务系统，代表BSP航空公司签发标准交通证件；申请人使用的系统应遵守支付卡行业数据安全标准
财务评估	申请人应当符合其申请的支付方式适用的财务评估标准，证明其具备足够的财务稳定性和偿付能力，财务评估要求主要包括以下方面： A. 风险历史评估：申请人在24个月内应不存在风险事件（包括但不限于逾期或未足额支付、错误货币支付、所有权或法律实体变更等），否则无法通过风险历史评估； B. 财务标准：国际航协将根据多国财务标准考虑申请人的财务状况是否符合标准； C. 财务担保要求：应当提供至少两年的财务担保，财务担保金额与授予申请人的初始汇款持有能力相挂钩； D. 符合申请人当地就进行相应支付方式适用的任何要求，包括但不限于当地财政主管部门的要求等

申请人应当通过 IATA 客户门户网站获取申请表格并提交申请，并应附上所需的财务信息、支持文件证据及申请费用等，国际航协将在完成初步审查后将申请信息公布给作为 IATA 成员的航空公司以进行复审。IATA 将及时书面通知申请人其申请是否被接受，在申请被接受时，IATA 将向代理人提供相关详细信息，并代表接受了代理人的航空公司（承运人）与代理人签署客运代理协议，代理人应支付代理费用并在 40 天内提供 IATA 认可的财务担保措施。一旦代理人获得认证，IATA 将把申请人作为认证代理人列入代理名单，向其发放批准函、IATA 代码、BSPlink 访问权限及产品手册，并告知 BSP 航空公司代理人认证的详细信息。

上表体现了国际航协对于 IATA 资质申请的主要条件和要求，针对不同国家或地区的代理人、不同类型的代理人申请，国际航协在上述条件及要求的基础上可能进行进一步的调整和细化。就中国代理人申请而言，根据《国际航协客运代理人新申请业务办理流程》相关规定，除上述主要条件和要求外，申请单位的注

册资本还应当满足国际航协对于该类型代理人注册资本最低额的要求，且经营范围必须包含或与票务代理业务相关。

(2) 航司给予国际及国内 BSP 授权的条件和要求

根据国际航协的《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》、国际航协官网的介绍，在代理人取得 IATA 认证后，通常即获授权成为作为 IATA 成员的航空公司代理人，部分航空公司还可以通过向代理人提交任命证书的方式进行个别授权或据其自身的风险评估和市场条件，对代理人提出额外的财务安全要求。此外，代理人还需另行取得航司的电子客票授权，方可实现 BSP 机票的出票及代理销售，在取得航空公司代理授权后，为实现在特定航空公司出票，代理人必须另行联系航空公司，根据航空公司的商业政策申请电子客票出票授权。每家航空公司将根据其自身的标准和政策决定将电子客票出票权限分配给哪些代理人，即允许哪些代理人代表航空公司通过 BSPlink 发行电子客票。

(3) 发行人航司对代理人代理 BSP 项目的条件和要求

根据各航空公司的商业惯例，大部分境外航司未就发行人代理授权提出额外要求，发行人在通过 IATA 认证后即可申请取得相应授权，并根据航司内部商业政策确定给予发行人的电子客票分配政策；就境内航司而言，部分境内航司与发行人签订了单独的代理销售协议，就 BSP 项目的授权代理进行了额外约定。根据发行人与主要航司供应商签订的销售代理协议，其就 BSP 项目代理的条件和要求主要包括以下方面：

航司供应商	BSP项目代理主要条件和要求
中国南方航空股份有限公司	①资质类条件和要求： A. 经市场监督主管部门登记的营业范围包含机票代理销售相关业务； B. 具有国际航协的IATA资质并由中航鑫港担保有限公司提供了不可撤销的担保或其他IATA认可的担保措施； ②具有固定的办公场所，符合国际航协的相关规定； ③具有自有销售渠道，如门店、呼叫中心、移动客户端、网站、企业客户等，并向旅客提供客运销售相关服务； ④在其自有渠道公示其IATA证书、航协号及其他委托方要求展示的信息； ⑤自有渠道须有旅客须知、委托方航班、运价相关信息、班期时刻表等信息； ⑥有现行有效的民用航空运输规章制度和与经营销售代理业务相适应的资料，有业务手册；

航司供应商	BSP项目代理主要条件和要求
	⑦代理人中从事客运销售业务的工作人员应当是政府的劳动管理部门认可的职工或合同工，具备相应的业务能力，能保证相关业务的正常开展。
中国国际航空股份有限公司	①市场监督主管部门核发的营业执照经营范围含“机票销售代理”或相同意思的表述； ②客票销售人员业务娴熟，具有中国航空运输协会颁发的民用航空运输销售代理岗位技能培训合格证； ③未在中国政府采购严重违法失信行为记录名单、授权方的黑名单供应商或授权方的禁止交易名单中； ④近两年内未发生过BSP欠款； ⑤近两年内未发生过CDS欠款； ⑥具有固定的办公场所和完备的办公设施； ⑦应在签约前提供客运销售计划书，包括客源范围、经营方式、销售计划和两年国航客票销售目标。
海南航空控股股份有限公司	①具有企业法人资格； ②具有国际航协颁发的IATA资质； ③市场监督主管部门核发的营业执照登记经营范围包括航空运输销售代理业务； ④自有网站需取得国家工业和信息化部ICP/IP备案资质； ⑤代理方销售工作人员应至少有两入经过航协培训，并持有《国际航空运输协会培训证书》或中国航空运输协会颁发的上岗证书； ⑥国际航协要求的其他资质。
深圳航空有限责任公司	①营业执照登记经营范围包括机票销售代理业务，并具有有效的航协号和配置号； ②未在中国政府采购严重违法失信行为记录名单、深圳航空黑名单供应商或者禁止交易黑名单中； ③近两年未发生过旅客重大投诉事件； ④近两年未发生过BSP违约欠款； ⑤近两年未发生过CDS欠款； ⑥具有固定的办公场所和完备的办公设施。

注：除上表已列示内容外，报告期内，其他主要供应商与发行人签署的销售代理协议中未就 BSP 项目代理的条件和要求作出约定。

根据上表，各航空公司根据其内部政策自行确定代理人代理 BSP 项目的条件和要求，主要涉及方面包括代理人的资质、工作地点、业务开展、工作人员及付款能力等。在 BSP 代理销售过程中，航空公司再根据其内部商业政策，综合考虑发行人的财务担保规模、销售规模、出票规模等因素确定给予代理人的出票额度、基础佣金、后返佣金等电子客票分配政策。

（4）航司给予 CDS 项目、B2B 项目的条件和要求

报告期内，发行人以 CDS 采购、B2B 项目作为机票采购的补充方式。根据发行人与主要航司供应商签订的销售代理协议、《CDS 客运销售代理规则》，航司向发行人授权 CDS 项目、B2B 项目销售的条件和要求分别如下：

就 CDS 项目而言，因其基于中航协自主开发管理的客票分销结算系统中国民航分销结算平台来进行销售，发行人需取得中航协认可的 CDS 代理资质并由航司在 CDS 平台上对其进行授权。根据《CDS 客运销售代理规则》，发行人成为中航协认可的 CDS 代理人的主要条件和要求如下：

事项	具体条件和要求
财务要求	财务状况良好。中国航协对代理人的财务状况进行定期审核，代理人有责任按照中国航协规定的日期提供必要的财务资料。
人员要求	申请认可的代理人应确保有能力从事客运销售代理业务和填开 CDS 票证的人员，相关人员应至少取得中国航协岗位技能培训合格证书和 CDS 应用培训证书等。
安全要求	申请认可的代理人应依照《CDS 客运销售代理规则》对销售 CDS 票证系统提供充分的保护。
代理人名称要求	代理人名称不能与中航协、中航协会员航空公司或其他航空公司的名称类同，以防引起误解。
信用情况	申请人及其主要股东、董事、高级职员或经理不应在信守商业道德方面有令人不满意的记录，也不应是债务尚未清偿的破产人。
执业要求	申请人必须具有下列工商行政管理部门颁发的有效营业执照、中航协颁发的有效培训证书。

中航协将根据上述条件及要求对提交申请的代理人进行审查，将经认可符合条件的代理人列入代理人名册，并为其核发《中国民航分销结算平台 CDS 代理人认可证书》（以下简称“CDS 资质”）。

此外，根据各航司的商业惯例，部分航司与发行人签署了销售代理协议并就 CDS 项目的代理条件作出了约定。除要求具备 CDS 资质外，相关协议未就代理人代理 CDS 项目作出其他与 BSP 项目不同的条件与要求。

就 B2B 项目而言，代理人在 B2B 项目中直接向航空公司进行采购，因此不要求发行人具备 CDS 资质、IATA 资质及相应担保措施，除此之外，相关销售代理协议中就代理人代理 B2B 项目约定的条件与要求与 BSP 项目一致。

（5）酒店供应商对代理人的条件和要求

报告期内，发行人酒店供应商主要包括大型酒店集团及酒店聚合渠道商，前者主要包括华住、锦江、如家、亚朵、东呈、君亭等大型酒店集团；后者主要包括广州蜗牛网国际旅行社有限公司、天津西瓜旅游有限责任公司、深圳市港捷旅国际旅行社有限公司、同程艺龙集团等主体。发行人与酒店供应商签署合作协议，就酒店资源预订方式、预订价格、结算方式等事项进行约定并开展合作。

酒店供应商在与发行人等商旅服务商进行合作时，根据其内部政策主要考察商旅服务商的交易量、结算情况、市场评价、成长性等方面，相应对商旅服务商进行评级并确定酒店资源预订价格、预订权益等合作政策。对于合作评价高的差旅商，酒店供应商通常将给予更优惠的合作政策，反之亦然，但其通常不在代理人准入阶段提出额外的条件和要求。

2、发行人各采购渠道下进行代理销售所需的资源要素及维持情况

发行人从事泛商旅出行业务，主要采购项目为机票及酒店，其中机票采购主要通过航司 BSP 渠道进行，此外还有少量通过航司直采（B2B 项目）、航司 CDS 采购及旅业同行渠道进行；酒店采购则通过酒店直接渠道及酒店聚合渠道进行。发行人在前述主要采购渠道下进行代理销售所需的资源要素及维持情况如下：

采购项目	采购渠道	资源要素	维持情况
机票	航司渠道 （包括 BSP、 CDS 及航 司直采）	IATA 资质（仅限于 BSP 采购渠道）	报告期内，发行人及其从事 BSP 机票采购的分子公司持续持有 IATA 资质，报告期内各年度均成功续期，不存在无法续期的情形
		CDS 资质（仅限于 CDS 采购渠道）	报告期内，发行人及其从事 CDS 机票采购的分子公司持续持有 CDS 资质，不存在被动失去资质的情形
		航空公司根据其内部政策自行确定对代理人取得授权代理资质的条件和要求，主要涉及方面包括代理人的资质、工作地点、业务开展、工作人员及付款能力等	发行人已取得超百家供应商的客运销售代理人授权，与主要航司供应商建立了稳定合作关系，报告期内，发行人与主要航司供应商不存在合作终止的情形
	旅业同行渠道	双方根据商务洽谈情况确定合作政策并开展合作，通常对代理人不存在额外的条件和要求	报告期内，发行人根据自身采购需求与机票代理人开展合作，不存在因发行人原因被主要同行供应商要求终止合作的情形
酒店	酒店直采渠道	酒店供应商根据其内部对商旅服务商的考察政策，主要从商旅服务商的交易量、结算情况、市场评价、成长性等方面进行查考并确定合作政策，就商旅服务商的准入资质通常不提出额外的条件和要求	发行人与数十家知名酒店集团实现系统直连稳固合作，并与多家酒店集成供应商、在线旅行社等达成合作，报告期内，发行人与主要酒店供应商不存在合作终止的情形
	酒店聚合渠道		

综上所述，发行人能够满足不同采购渠道下进行销售代理的资源要素并在报告期内稳定维持。

3、发行人报告期内是否存在违反国际航协、各航司、酒店相关管理规定、代理合同约定的情形

根据国际航协的《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》的规定，国际航协设置 ADM（Agency Debit Memo）工具，用于处理因代理人交易活动与航司政策规定不一致或票价不符等导致需要代理人额外向航司支付费用的情形。航司有义务通过 BSPlink 向代理人发布并维护各自的 ADM 政策，若代理人违反该等政策的规定，则航司有权在最终履行日期之日起九个月内发出 ADM 要求代理人支付款项，代理人亦有权根据国际航协的规则，对相应的 ADM 提起申诉。报告期内，发行人在代理销售过程中存在因政策理解偏差、操作不规范等引起的交易活动与航司发布的 ADM 政策规定不一致，并因此收到航司下发的 ADM 的情形，发行人已按要求向航司支付了相应费用。该等情形为票务代理业务的常见情形，不存在导致航空公司终止对发行人的授权或提前终止、解除协议，亦未导致发行人被国际航协取消代理人资格，未对发行人与相关航司供应商之间的合作产生重大影响。

除上述情形外，报告期内，发行人不存在因违反国际航协、各航司供应商、酒店供应商对于销售代理人、商旅服务商的相关管理规定，违反相关代理合同约定而与供应商产生争议、纠纷，或被供应商追究违约责任的情形。

4、前述资质、授权及合同的有效期限情况及续期方式，发行人是否存在无法持续获取相应资质、授权及合作的风险

截至本回复出具之日，发行人在各主要采购渠道下进行代理销售所需的资质、授权及所签署的合作协议有效期情况及续期方式如下：

（1）IATA 资质有效期及续期方式

截至本回复出具之日，发行人及其分子公司持有的 IATA 资质及有效期情况如下：

序号	持证人	证书名称及编号	核发单位	有效期
1	美亚科技	国际航空运输协会认可证书（08309114）	国际航空运输协会	2025年
2	商旅科技	国际航空运输协会认可证书（08329974）	国际航空运输协会	2025年

序号	持证人	证书名称及编号	核发单位	有效期
3	美亚科技深圳分公司	国际航空运输协会认可证书（08312953）	国际航空运输协会	2025年
4	美亚科技青岛分公司	国际航空运输协会认可证书（08323906）	国际航空运输协会	2025年
5	美亚科技重庆分公司	国际航空运输协会认可证书（08323895）	国际航空运输协会	2025年
6	美亚科技成都分公司	国际航空运输协会认可证书（08325645）	国际航空运输协会	2025年
7	美亚科技武汉分公司	国际航空运输协会认可证书（08336086）	国际航空运输协会	2025年
8	美亚科技上海分公司	国际航空运输协会认可证书（08342810）	国际航空运输协会	2025年
9	美亚科技北京分公司	国际航空运输协会认可证书（08342736）	国际航空运输协会	2025年
10	美亚科技长沙分公司	国际航空运输协会认可证书（08345212）	国际航空运输协会	2025年
11	商旅科技成都分公司	国际航空运输协会认可证书（08336963）	国际航空运输协会	2025年
12	商旅科技北京分公司	国际航空运输协会认可证书（08348771）	国际航空运输协会	2025年
13	上海易飞	国际航空运输协会认可证书（08310131）	国际航空运输协会	2025年
14	北京美亚	国际航空运输协会认可证书（08316991）	国际航空运输协会	2025年
15	香港美亚	国际航空运输协会认可证书（13335593）	国际航空运输协会	2025年

根据国际航协的《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》，IATA 证书的有效期为 1 个自然年度，每年年末，国际航协会向已取得 IATA 证书的代理人发出续期通知，代理人应在规定时间内缴纳会费并完成年度代理重新验证流程，包括确认代理人及其关联运营主体的详细信息、代理人联系人及代理人网址的详细信息，并确保继续符合取得 IATA 资质证书的所有条件和要求。国际航协将按其内部流程审核，并于审核通过后，以邮件方式向代理人发放次年度的 IATA 证书。

在过往的经营记录里，发行人已多次成功办理续期，不存在被动失去 IATA 资质的情形。经查阅《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》等现行有效的 IATA 资质申请和续期相关规定，发行人不存在不符合 IATA 资质证书续期条件的情形，无法持续获取相应资质的风险较小。

（2）CDS 资质有效期及续期方式

截至本回复出具之日，发行人及其分子公司持有的 CDS 资质情况如下：

序号	持证人	证书名称及编号	核发单位	核发日期
1	美亚科技	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600035）	中国航空运输协会	2022/07/25
2	美亚科技北京分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600201）	中国航空运输协会	2022/09/07
3	美亚科技成都分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600190）	中国航空运输协会	2022/09/07
4	美亚科技青岛分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600175）	中国航空运输协会	2022/09/07
5	美亚科技上海分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600260）	中国航空运输协会	2022/09/07
6	美亚科技深圳分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600186）	中国航空运输协会	2022/09/07
7	美亚科技武汉分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600212）	中国航空运输协会	2022/09/07
8	美亚科技西安分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600245）	中国航空运输协会	2022/09/07
9	美亚科技长沙分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600223）	中国航空运输协会	2022/09/07
10	美亚科技重庆分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600271）	中国航空运输协会	2022/09/07
11	上海易飞	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600164）	中国航空运输协会	2022/09/07
12	商旅科技	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600234）	中国航空运输协会	2022/09/07
13	商旅科技北京分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600341）	中国航空运输协会	2022/09/07
14	商旅科技成都分公司	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600330）	中国航空运输协会	2022/09/07
15	北京美亚	中国民航分销结算平台CDS代理人认可证书（代理人代码：88600256）	中国航空运输协会	2022/09/07

中国航协自 2022 年起将 CDS 平台推广使用，发行人于当年度取得 CDS 资质。该资质长期有效，不涉及续期情形。

（3）主要航司销售代理合同、酒店合作协议的有效期及续期方式

截至本回复出具之日，发行人与主要航司供应商签署的、正在履行的销售代理合同及与主要酒店供应商签署的、正在履行的主要合作协议有效期如下：

供应商名称	协议有效期
中国南方航空股份有限公司	2025/07/27-2027/07/26
中国东方航空股份有限公司	2021/06/28-2026/06/28
中国国际航空股份有限公司	2025/01/01-2026/12/31

供应商名称	协议有效期
深圳航空有限责任公司	2024/07/22-2027/12/31
海南航空控股股份有限公司	2023/10/31-2026/10/30
厦门航空有限公司	自 2019 年 3 月 15 日起长期有效
汉庭星空（上海）酒店管理有限公司	2023/12/01-2025/12/31
深圳锦江酒店管理有限公司南山分公司	2024/04/01-2026/03/31
亚朵（上海）旅行社有限公司	2023/12/20-2025/12/29
广州千淘商旅服务有限公司（注）	2025/06/01-2028/05/31
天津西瓜旅游有限责任公司	2021/07/15-2027/07/14，到期后如无异议，自动顺延，每次顺延期为一年

发行人通常在合作协议到期前一段时间与上述供应商沟通合作续期事项并完成新协议签署。在过往的合作记录里，发行人与上述主要供应商已多次续签合作协议，不存在合作被动终止的情形。

基于上述，发行人具备各主要采购渠道下进行代理销售所需的资质及授权，与相关主要供应商签署了合作协议，并在过往的经营记录多次完成资质及授权续期及协议续签，发行人无法持续获取相应资质、授权及合作的风险较小。

（二）说明获取 IATA 资质及进入 BSP 系统的机票代理人数量，发行人主要竞争对手获取航司 BSP 授权数量情况，以及发行人前五大供应商的机票代理人数量情况

我国具备 IATA 资质及进入 BSP 系统的机票代理人数量较多。截至 2023 年 6 月，国际航协认证的中国区客运代理人 4,158 家，其中国内机票的代理人 1,078 家，国际机票的代理人 3,080 家。

发行人主要竞争对手获取航司 BSP 授权数量情况，以及发行人前五大供应商的机票代理人数量情况属于其各自的商业机密，且未在公开信息中披露，无法取得相关数据。

（三）以通俗易懂的语言补充披露发行人的主营业务、服务的客户群体及提供的具体服务内容，结合前述情况说明获取的主要收入性质是否为代理收入，自身业务实质是否为票务代理，业绩实现及增长是否主要依靠运营资质等非创新因素驱动

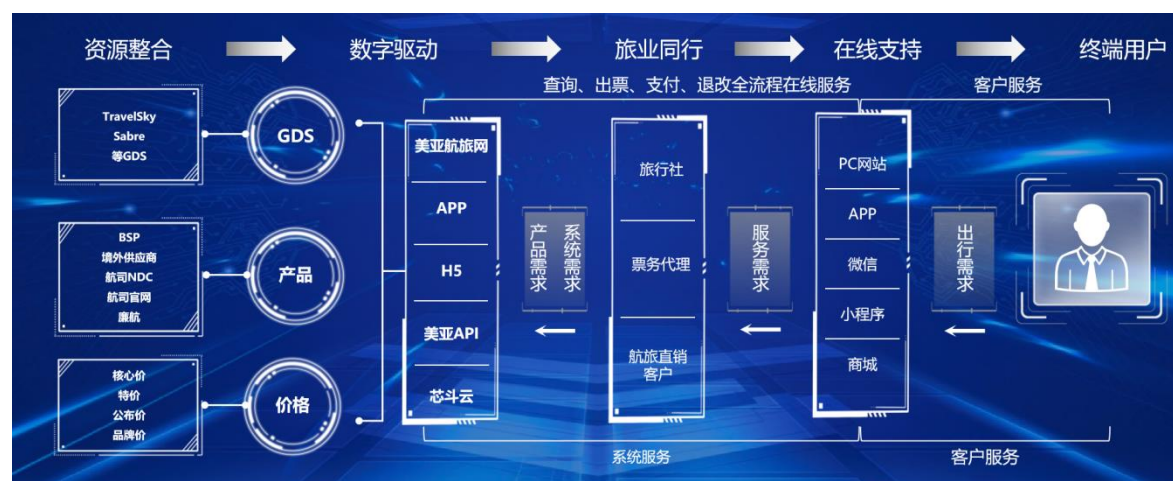
1、以通俗易懂的语言补充披露发行人的主营业务、服务的客户群体及提供的具体服务内容

针对主营业务、服务的客户群体及提供的具体服务内容，发行人已在招股说明书“第五节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务情况/（二）公司的主要服务”中补充披露如下：

“公司主要面向旅业同行客户和企事业客户，提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务。公司主要服务具体情况如下：

1、航旅票务服务

公司航旅票务服务为，主要向旅行社、票务代理等旅业同行客户开展机票B2B 分销，以供其满足终端客户的航旅出行票务需求。此外，公司可依托自建客户端直接为部分中小企业客户代订机票，该等客户受限于自身商旅活动规模、技术集成水平、商旅管理精益化需求等因素，缺乏采购一揽子商旅管理服务的意愿或能力，因此公司直接为其提供单独的航旅票务服务。



围绕航旅票务场景，公司自主开发了美亚航旅网、美亚航旅 APP、芯斗云等多种在线服务客户端，为客户提供国内国际机票实时航班、PNR、航段查询及预订、支付、出票、退改签等全链路在线解决方案。相关解决方案具备良好的数据

丰富度和聚合性能、实时匹配速度、预警时效性和准确性。

公司拥有 145 家中国境内外航司 BSP 授权,下辖十数项 BSP 出票 Office 号, BSP 出票国际航段数位居行业前列,可为客户提供兼具产品丰富度和价格竞争力的航旅出行选择。公司与中国国航、南方航空、东方航空、国泰航空、德国汉莎航空、卡塔尔航空、美国联合航空、新加坡航空等境内外头部航司建立稳定合作关系,且为冰岛航空中国香港总代理、埃及航空战略合作伙伴。此外,公司先后获得中航信年度最佳合作伙伴、中国航空运输协会销代分会副会长单位等资质或荣誉。

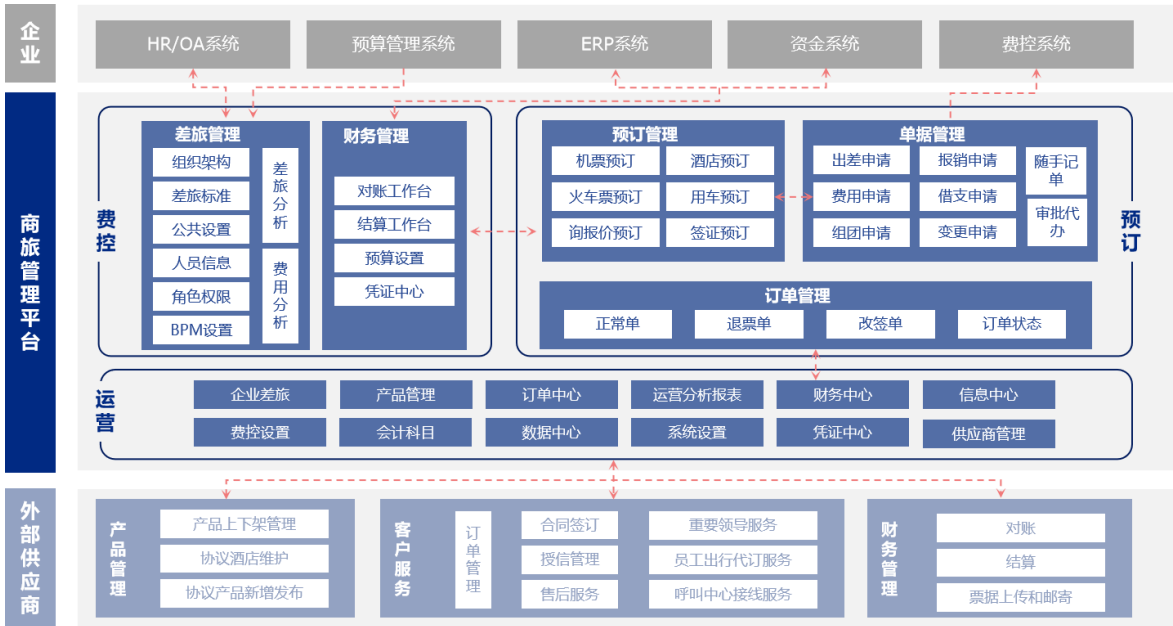
公司主要以机票代理人身份获取全球优质 BSP 票源,并自航司官网、旅业同行等渠道整合部分票源。公司对多源头的海量航班舱位运价信息进行深度数据规整和实时计算分析,满足下游客户检索预订需求。旅行社、票务代理等旅业同行客户可以通过美亚航旅网等在线服务客户端查询、预订机票,并完成退改签等操作。为更好适配旅业同行的专业背景和操作习惯,公司客户端提供了如具备支持 PNR 编码查询预订、明确列示出票 Office 号、支持客户授信额度管理等差异化功能。

对于上游合作航司,公司与航司具体办事处、营业部等分支机构协商确定 BSP 机票的代理销售佣金政策,设定销售规模对应的基础总量激励和特定舱位/航线等对应的追加激励。公司持续跟进代理销售目标完成进度,预判市场销售动态,灵活高效调整定价策略以达成代理销售目标和兑现佣金收益。因此,公司既为下游客户创造兼具产品丰富度和价格竞争力的航旅服务体验,又为航司提供代理销售服务以获取后返佣金。

2、商旅管理服务

大中型企事业单位的商旅活动规模较大,精益化管理商旅活动的意愿更高,且具备数字化部署商旅管理系统的的能力。公司商旅管理业务致力于为大中型企事业单位客户提供数字化、精益化的商旅管理服务和咨询解决方案,涵盖机票、酒店、火车票、用车、签证等一站式商旅产品资源采购,并支持商旅申请—行程预订—商旅报销—审核审批—对账结算—数据分析全流程的数字化部署。有别于航旅票务服务中单独的机票代订服务,公司一般需要为商旅客户提供包括技术集成、多

品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等在内的商旅出行增值服务。



公司开发多种技术集成模式，深度融合互联网和大数据技术，协助客户开展商旅管理的数字化部署和精益化管理。为适配不同客户的差异化技术集成需求，公司提供单点登录跳转、第三方系统集成、API 接口开放等技术服务模式，可将自身商旅管理数字化系统与企业 OA、商旅费控等第三方系统和客户自建商旅管理系统无缝衔接，支持客户数字化部署商旅管理。在商旅管理服务中，客户选用特定技术集成服务模式与公司商旅管理数字化系统对接后，即可自定义配置审批流程及商旅政策，实现其商旅管理活动的线上部署。商旅出行中，公司可为其提供商旅标准合规性判断和一站式商旅产品资源采购，确保商旅出行高效便捷、透明合规。商旅出行完成后，公司应用大数据技术为客户提供商旅管理数据分析及咨询方案，涵盖 150 余项字段，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。

公司整合丰富的机票、酒店等产品资源，为客户提供质优价廉的商旅出行选择。机票资源整合方面，公司是中国国航商旅 A 类服务商和 UATP 首家上线 TMC、东方航空指定合作差旅管理服务商、南方航空卓越商旅服务商、四川航空 B2G 官网直连首家上线 TMC，拥有中国国航、东方航空、南方航空、新加坡航空、马来西亚航空、日本航空等大型知名境内外航司的 SME 协议，可助力中小企业客户享受航司优惠政策。酒店资源整合方面，公司已与华住、锦江、如家、亚朵、东呈、君亭等数十家知名酒店集团实现系统直连稳固合作，并与美团、艺龙、飞

猪、Expedia、Agoda 等境内外在线旅行社实现系统直连，通过酒店直连、渠道聚合、协议托管等方式覆盖全国近 70 万家酒店。

公司先后服务上千家大中型企事业客户，涵盖中国石化、中国电建、中国中车、中广核、南方电网等国央企客户和 OPPO、美的、比亚迪等知名民企客户。

采购商旅管理服务的客户一般为大中型企事业单位。公司通过商务谈判、招投标等方式获取业务后，与客户签署商旅管理服务框架协议。公司向客户提供的具体服务包括商旅数字化部署、集约化管控、便捷化结算、精益化报告等 4 个方面。

商旅数字化部署方面：公司提供多种技术集成模式，成长型企业客户可以通过单点登录跳转、第三方系统集成等方式敏捷部署商旅管理；自建商旅管理平台且组织架构复杂和分散的客户，可以调用公司开放的全流程 API 实现商旅活动全链路线上部署。藉此，客户可实现商旅管理数字化部署，让商旅数据高效传递和高质量协同。

商旅集约化管控方面：公司为客户员工提供海量机票/酒店等资源及丰富出行权益，成为客户商旅活动的贴心管家和专属顾问，提升商旅出行体验及满意度。公司可自行与航司签署 SME 协议或协助客户与航司签署大客户协议，亦可为客户提供覆盖经济型、商务型、高档型和豪华型等不同梯度的酒店选择，为客户节省商旅活动成本。公司还为客户提供 SOS 全球差旅安全风险防范及保障方案，并可提供 7×24 全天候双语服务。

商旅便捷化结算方面：对公支付覆盖机票预订、酒店预订、火车预订、用车服务、签证办理等多商旅服务场景；解决员工出差垫资困扰，让员工免垫资、免贴票、免报销；支持企业客户预订、支付、对账结算的全链路财务流程管理。

商旅精益化报告方面：公司应用大数据技术为客户提供商旅管理数据分析及咨询方案，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，覆盖整体消费概况（如产品采购量价、各项产品 KPI 指标、碳排放量）、节省与损失（如航司优惠情况、不同情形下折扣率）、具体产品详细分析（如机票常飞航线占比、各城市常住酒店占比及房价情况）等维度，助力客户精细管理商旅活动，持续提升商旅出行效益。

3、会奖旅游服务

公司依托其他板块存量客户资源优势和泛商旅产品资源整合优势，主要为企事业客户提供定制化、专业化的会奖旅游服务。相关服务类型较为丰富多元，涵盖公商务考察、奖励旅游、会务展会等。

（1）公商务考察：涵盖公务互访、商务考察、交流调研等服务内容，典型项目如某政府单位赴新加坡海外招商、南京某科技公司欧洲矿业商务考察等。

（2）奖励旅游：涵盖行程定制、拓展方案、创意执行、活动组织、游学体验等服务内容，典型项目如某大健康企业优秀员工滑雪之旅、某互联网企业境内外分批员工奖励旅游等。

（3）会务会展：涵盖场地推荐、舞美设计、物料设计、活动策划、场地搭建、会务接待等服务内容，典型项目如某大型国企专题博士后学术交流活动、某能源企业参加德国风能展等。

在与客户洽商业务需求后，公司会调配“销售精英+专业客服+配套服务人员”组建专项小组，匹配会奖旅游产品资源，策划全流程活动方案；而后整合机票、酒店、签证、保险、地接等多种产品服务资源，高效保质执行活动方案。

公司不断拓展优质会奖旅游合作资源，已开拓敦煌文旅集团等目的地资源，成为新加坡旅游局会奖旅游战略合作伙伴，与泰国、韩国、沙特、阿布扎比等多地旅游局达成战略合作共识，与保利酒店、Club Med 等众多服务商开展稳定合作，有力支持会奖旅游活动扎实推进。

公司泛商旅出行服务的主要客户群体具有鲜明的 B 端特征，主要为旅业同行客户及企事业客户。航旅票务业务的主要客户群体为旅行社、票务代理等旅业同行客户。该等客户为满足终端客户的票务服务需求，需要整合优质票源，但其可能因规模实力或业务覆盖面有限，产品丰富度和价格竞争力较弱，需要从以公司为代表的大型航旅服务商处整合服务资源。商旅管理业务的主要客户群体为大中型企事业客户。该类客户的商旅活动规模较大，精益化管理商旅活动的意愿更高，且具备数字化部署商旅管理系统的能力，因此公司为其提供数字化、精益化的商旅管理服务和咨询解决方案，满足其一站式商旅产品资源采购需求，支持其对商旅管理全流程进行数字化部署。会奖旅游的主要业务群体与商旅管理业务类

似，主要为企事业客户，公司为其提供定制化、专业化的会奖旅游服务。”

2、结合前述情况说明获取的主要收入性质是否为代理收入，自身业务实质是否为票务代理

在航旅票务业务中，发行人主要以机票代理人身份整合优质票源，为旅业同行、中小企事业等客户提供国内国际机票查询及预订服务。发行人的业务重心在于为下游客户提供兼具产品丰富度和价格竞争力的航旅出行选择，并提供覆盖线上+线下、7*24小时的全方位服务支持，包括协助办理选座、值机、WIFI、保险、签证等辅助服务，以及退改签、航变信息通知等售后服务。此外，为有效处理海量订单，发行人已形成具有完全自主知识产权的航旅票务数字解决方案，实现航旅票务领域与互联网、大数据、云计算等技术的深度融合。票务代理仅系发行人自上游合作航司整合票务资源时的角色身份，发行人需要适配下游客户要求，提供丰富的航旅票务相关服务。

发行人商旅管理业务致力于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。相关服务内容较为丰富多元，既需要涵盖机票、酒店、火车票、用车、签证等一站式商旅产品资源采购，又需要支持客户开展商旅申请—行程预订—商旅报销—审核审批—对账结算—数据分析全流程的数字化部署。因此，发行人为企事业客户提供包括商旅数字化部署、集约化管控、便捷化结算、精益化报告等在内的多方面商旅管理服务，该等业务不属于票务代理。

以分业务板块收入结构来看，发行人报告期各期航旅票务的主营业务收入占比分别为65.48%、30.42%、28.85%、**29.66%**，商旅管理的主营业务收入占比分别为26.94%、46.84%、43.78%、**46.38%**；其中2022年航旅票务收入占比较高，主要系其受公共卫生事件期间包机包位收入适用总额法核算影响扰动，相关占比及变动失真，难以准确反映发行人业务实质及主要收入性质，参照毛利占比更加贴切。以分板块毛利结构来看，报告期各期商旅管理毛利分别为9,117.10万元、12,981.97万元、13,907.19万元、**6,527.37万元**，占各期毛利总额的比例为**62.29%、63.58%、64.35%、64.43%**，商旅管理为发行人的核心业务。根据毛利总额占比所反映的真实收入性质来看，主要收入性质不是代理收入。

综上，发行人主要面向下游客户提供泛商旅出行服务，相关服务内容较为丰

富多元，自身业务实质不属于票务代理；根据毛利总额占比所反映的真实收入性质来看，主要收入性质不是代理收入。

3、业绩实现及增长是否主要依靠运营资质等非创新因素驱动

（1）运营资质不属于发行人业绩实现及增长的主要驱动因素

泛商旅出行服务行业的运营资质门槛并未构成较高的行业壁垒。IATA 资质及旅行社经营资质均系满足一定基础条件后即可获得。相关介绍具体参见本问题回复之“一/（一）/1、国际航协向代理人颁发 IATA 资质证书、航司给予国际及国内 BSP 授权的条件和要求，发行人航司、酒店供应商对代理人代理 BSP、CDS、B2B 等各项目的要求”。

国内目前获取 IATA 资质的公司数量较多。其中，绝大多数机票代理人为地域性的中小票务代理，票源聚合能力偏弱，票务服务效率效果较差，且票务技术水平相对较低。仅获取该专业资质并不表明发行人可以直接出票。发行人在获取国际航协代理资质后，需要联络票源对应的具体航司获取电子客票出票权限以完成 BSP 授权，航司依据自身商业政策决定是否将出票权限分配给机票代理人。发行人实际取得出票资质还需要由中航鑫港等国际航协认可的担保方提供其认可的担保措施，担保方为代理人提供担保时对代理人的资金实力、历史业绩、品牌口碑严格考评并要求提供反担保。

因此，IATA 资质、航司 BSP 授权和财务担保措施三者共同构成行业内经营者出票的前提。IATA 资质仅为初始门槛，获取该专业资质并非形成行业竞争优势的关键所在，亦不构成美亚科技或同行业公司的显著优势，但所拥有 IATA 资质数量较多且单个资质对应主体出票规模较大表明发行人的业务覆盖范围和经营规模具备一定市场优势。

（2）业绩实现及增长有赖于发行人技术创新的有力驱动

作为行业内入局较早的航旅票务服务商，发行人高度重视航旅票务解决方案相关的数字化创新。航班舱位运价数据源头丰富更迭频繁、航旅票务服务场景细分复杂，订单体量较少的服务商可以依赖经验丰富的人员予以人工处理，而在海量数据及订单场景下，过分依赖人工将引发服务响应缓慢、流程处理错漏、收益管理粗糙等痛点。

发行人商旅管理业务致力于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。大中型企事业单位的商旅活动规模较大，精益化管理商旅活动的意愿更高，且具备数字化部署商旅管理系统的能力。从既有商旅管理业务实践来看，企事业客户较为关注商旅管理服务商的技术实力，具体如系统对接实现效率，机票订退改处理时效，酒店订单在线确认或取消响应时间，机票/酒店订单数据分析能力，信息安全保障能力等。

发行人自主研发适配服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现了互联网和大数据技术在泛商旅出行场景中的精细部署和深度应用。航旅票务和商旅管理系统日均整合分析数亿条产品资源等基础数据，日均响应数千万次查询检索请求，所有订单均系在数字化系统中流转处理。

航旅票务技术研发方面，发行人已形成具有完全自主知识产权的航旅票务数字解决方案，涵盖形式丰富、技术成熟的在线服务矩阵及业务、技术中台，有效解决了航旅票务领域，尤其是传统票务代理流程冗杂、结算低效、服务粗放的痛点；发行人具备在未来航旅服务市场上的数字化先发优势，已通过国际航协 ARM Index 认证（截至报告期末，全球仅 20 家、国内仅 4 家销售商具备该等有效认证）。

商旅管理技术研发方面，发行人自主研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。相关解决方案具有智能、全面、丰富、灵活等特征，可依据集团、公司、部门、员工级别分别进行权限精细管控；可支持个性化工作流引擎审批方案，允许客户高效自定义流程/规则；可与企业 OA、费控等第三方应用或客户自建商旅管理系统无缝集成，支持客户的不同系统集成需求。

数据驱动决策方面，发行人在经营决策中需要统筹管理收益结构，确保服务交付端具备价格竞争力，且资源整合端可达成代理销售目标及实现后返佣金收益。发行人通过整合多源多品类海量底层数据，自动化解析业务及政策规则，准确灵活支持报告期内大规模高并发交易的智能定价策略。该等数据驱动决策方式助力发行人保持价格竞争力和市场声誉，强化与生态合作伙伴的合作深度和稳定性，实现核心产品资源整体收益优化。

（四）结合行业分类相关规定、同行业可比公司的行业分类情况，说明发行人行业分类是否准确，是否符合行业惯例

1、行业分类相关规定

国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）第 3.3 条规定了确定单位行业归属的原则：“本标准按照单位的主要经济活动确定其行业性质。当单位从事一种经济活动时，则按照该经济活动确定单位的行业；当单位从事两种以上的经济活动时，则按照主要活动确定单位的行业。”发行人的主要经济活动系为旅业同行客户和企事业客户提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务，其中商旅管理业务为发行人核心业务。

中国上市公司协会《上市公司行业统计分类指引》第十条规定：“当上市公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于50%，按以下原则划分行业：（一）只有一类业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于30%的，划入该业务对应行业。（二）有两类及以上业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于30%，若某一类业务毛利润比重大于或等于50%的，划入该业务对应行业；若不存在任何一类业务毛利润比重大于或等于50%的，划入营业收入最高的业务对应行业。（三）有业务的营业收入比重大于或等于30%，且没有一类业务毛利润比重大于或等于30%的，划入营业收入最高的业务对应行业。”发行人报告期各期航旅票务的主营业务收入占比分别为65.48%、30.42%、28.85%、**29.66%**，商旅管理的主营业务收入占比分别为26.94%、46.84%、43.78%、**46.38%**；其中2022年航旅票务收入占比较高，主要系其受公共卫生事件期间包机包位收入适用总额法核算影响扰动，相关占比及变动失真，难以准确反映发行人业务实质及主要收入性质，参照毛利占比更加贴切。以分板块毛利结构来看，报告期各期商旅管理毛利分别为9,117.10万元、12,981.97万元、13,907.19万元、**6,527.37万元**，占各期毛利总额的比例为**62.29%、63.58%、64.35%、64.43%**。2024年发行人商旅管理服务的主营业务收入占比为**43.78%**，毛利润占比为**64.35%**；航旅票务服务的主营业务收入占比为**28.85%**，毛利润占比为**31.99%**，没有一类业务的营业收入比重大于或等于50%，**只有一类业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于30%**，则因商旅管理业务毛利润比重大于50%，划入该业务对应行业。因此，发行人结合各业务板块的主营业务收入和毛利润比重，将发行人所属行业划分为“L72商务服务业”。

全国中小企业股份转让系统《挂牌公司管理型行业分类指引（2023 年修订）》第三章第九条规定：“当挂牌公司没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，按以下原则划分行业：（一）只有一类业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于 30%的，划入该业务对应行业。（二）有两类及以上业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于 30%，若某一类业务毛利润比重大于或等于 50%的，划入该业务对应行业；若不存在任何一类业务毛利润比重大于或等于 50%的，划入营业收入最高的业务对应行业。（三）有业务的营业收入比重大于或等于 30%，且没有一类业务毛利润比重大于或等于 30%的，划入营业收入最高的业务对应行业。”参照该标准，发行人 2024 年没有一类业务的营业收入比重大于或等于 50%，商旅管理业务的营业收入和毛利润比重均大于或等于 30%，则划入商旅管理业务对应行业。根据原《挂牌公司管理型行业分类指引（2015 年版）》规定，发行人所属行业划分为“L 租赁和商务服务业”之“ L72 商务服务业”之“L727 旅行社及相关服务”之“L7271 旅行社及相关服务”；根据《挂牌公司管理型行业分类指引（2023 年修订）》规定，发行人所属行业划分为“L 租赁和商务服务业”之“ L72 商务服务业”之“L729 其他商务服务业”之“L7291 旅行社及相关服务”。

2、同行业可比公司的行业分类情况

同行业可比公司行业分类情况如下表所示：

可比公司	所属行业分类
携程集团	所属港交所行业为“非必需性消费-旅游及休闲设施-旅游及观光”
同程旅行	所属港交所行业为“非必需性消费-旅游及休闲设施-旅游及观光”
腾轩旅游	挂牌公司管理型行业分类为“L 租赁和商务服务业-L 租赁和商务服务业-L727 旅行社及相关服务-L7271 旅行社服务”；2018 年迄今未披露国民经济行业分类，2017 年及以前根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）分类为“商务服务业（L72）”下属的“旅行社服务（L7271）”
易飞国际	根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2011）分类为旅客票务代理（行业代码：G5822）；根据《挂牌公司管理型行业分类指引》分类为旅客票务代理（行业代码：G5822）
岭南控股	根据中国上市公司协会 2023 年上半年上市公司行业分类结果分类为 L 租赁和商务服务业下的 L72 商务服务业，未披露下级行业分类
众信旅游	根据《国民经济行业分类（GB/T4754-2011）》分类为商务服务业下的旅行社服务（L7271）

资料来源：各可比公司公开披露文件

可比公司中，腾轩旅游、众信旅游、岭南控股划分为商务服务业；易飞国际

划分为旅客票务代理；携程集团和同程旅行仅披露所属港交所行业，划分为非必需性消费-旅游及消闲设施-旅游及观光。

3、说明发行人行业分类是否准确，是否符合行业惯例

综上所述，发行人结合各业务板块的主营业务收入和毛利润比重，将发行人所属行业划分为“L72 商务服务业”之“L7291 旅行社及相关服务”，符合国家统计局《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017）、中国上市公司协会《上市公司行业统计分类指引》等行业分类相关规定；发行人可比公司主要分类为商务服务业项下的旅行社服务/旅行社及相关服务，发行人行业分类符合行业惯例。

二、机票、酒店的采销模式及是否具有价格优势

（一）分别补充披露报告期内国际、国内机票采购各渠道成本金额及占比情况，说明发行人选择不同采购渠道的主要考虑因素，不同渠道下可比（考虑同一航线（段）、时段、品类等维度，下同）机票采购价格是否存在明显差异，采购价格与采购量是否相关

1、分别补充披露报告期内国际、国内机票采购各渠道成本金额及占比情况

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（二）采购情况及主要供应商/1、报告期内主要采购情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司机票采购渠道分为航司渠道和旅业同行渠道，在航司渠道以采购 BSP 票源为主、航司直采票源为辅，在旅业同行渠道采购同行外采票源，其中国际、国内机票在航司、旅业同行渠道的采购情况如下所示：

单位：万元

采购内容	采购渠道	采购形式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国际机票	航司渠道	BSP	365,768.21	62.96%	784,359.43	67.09%	644,091.78	64.38%	240,183.30	57.52%
		航司直采	15,535.23	2.67%	29,200.50	2.50%	14,913.99	1.49%	10,134.20	2.43%
		小计	381,303.44	65.64%	813,559.92	69.59%	659,005.77	65.87%	250,317.50	59.95%
	旅业同行	同行外采	48,163.08	8.29%	63,790.03	5.46%	47,663.56	4.76%	58,827.50	14.09%

采购内容	采购渠道	采购形式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	渠道									
	合计		429,466.53	73.93%	877,349.95	75.04%	706,669.33	70.63%	309,145.00	74.04%
国内机票	航司渠道	BSP	83,417.93	14.36%	216,064.91	18.48%	268,372.22	26.82%	101,440.02	24.30%
		CDS	-	0.00%	38.45	0.00%	2.54	0.00%	1.29	0.00%
		航司直采	63,134.54	10.87%	70,077.46	5.99%	21,593.79	2.16%	5,292.59	1.27%
		小计	146,552.47	25.23%	286,180.82	24.48%	289,968.55	28.98%	106,733.90	25.56%
	旅业同行渠道	同行外采	4,921.34	0.85%	5,594.74	0.48%	3,877.63	0.39%	1,654.54	0.40%
	合计		151,473.80	26.07%	291,775.56	24.96%	293,846.18	29.37%	108,388.44	25.96%
总计			580,940.33	100.00%	1,169,125.52	100.00%	1,000,515.51	100.00%	417,533.44	100.00%

”

2、说明发行人选择不同采购渠道的主要考虑因素

发行人在选择不同的采购渠道时，主要考虑的因素是采购价格和服务条款，这些因素直接影响到发行人的产品竞争力和客户满意度。

（1）采购价格

发行人整合航班舱位运价信息后维护于运价管理数据库中，当存在票源采购需求时，发行人在自动化数字系统中会对比不同渠道的各个供应商报价，并根据客户需求择优进行采购。

报告期内，发行人国际、国内机票在航司渠道的采购金额及占比均远高于旅业同行渠道，主要原因系发行人所掌握的航司渠道票源（如 BSP 票源、航司直采票源）相较旅业同行渠道的票源，在价格方面具备比较优势。当客户所需的票源在发行人所掌握的航司渠道中不具备比较优势或发行人不掌握该资源时，发行人会在旅业同行渠道进行采购，以丰富发行人的产品资源库，增强发行人的产品竞争力。

（2）服务条款

同一机票可能在不同渠道有不同报价，对应的各类服务条款亦可能存在差异，所以除了采购价格之外，服务条款也是重要的考虑因素。尤其对于商旅直销客户，在面临不确定的行程变化时，如航班延误、商务会议延期、紧急业务需求或其他突发状况等，需要更具灵活性的服务条款以满足行程变化。

因此，发行人在根据客户的需求进行采购时，需要对比在不同渠道中，各个供应商提供的机票报价及服务条款，以确保能够为客户提供最优的票源和全面的出行保障。

3、不同渠道下可比（考虑同一航线（段）、时段、品类等维度，下同）机票采购价格是否存在明显差异

在不同机票采购渠道下，考虑同一航段、出发时段、所采购票源对应的航司、舱位、产品等级等多个因素后，其机票采购单价差异较小，不存在明显差异。以 PVG-LHR/LHR-PVG（往返上海浦东机场与伦敦希思罗机场）航段为例，具体情况如下所示：

单位：元/张

航段	采购渠道	订单编号	采购形式	供应商名称	所采购票源对应的航司	出发日期	舱位	产品等级	机票单价
PVG-LHR/LHR-PVG	航司渠道	TO202304229064258	BSP	中国东方航空股份有限公司	中国东方航空股份有限公司	2023-07-03	N/K	经济舱	13,256.50
		TO202306279284354	航司直采	中国东方航空股份有限公司	中国东方航空股份有限公司	2023-07-14	R/L	经济舱	13,790.00
	旅业同行渠道	TO202306269281820	同行外采	北京保盛航空服务有限公司	中国东方航空股份有限公司	2023-07-07	N/E	经济舱	13,300.00

发行人已建立多供应商报价体系，能够处理多维度航班舱位运价信息，高效整合全球优质票源，其中 BSP 票源数据来自中航信等 GDS（全球分销系统），非 BSP 票源数据来自航司官网、旅业同行等。在高流量场景下，发行人能够实时高效精确解析机票多航线组合、多运价规则、多权益条款的复杂业务逻辑，并确保系统的平稳运行，为客户提供高质量的服务体验。

4、采购价格与采购量是否相关

发行人向航空公司采购机票的定价方式主要为票面价格扣除基础佣金，例如票面价格为 1,000 元，扣除 2%基础佣金，则采购价格为 980 元 $(1,000 \times (1-2\%))$ ，所以发行人采购价格的影响因素主要为票面价格、基础佣金，而票面价格、基础佣金与累积采购量存在一定关系。

（1）票面价格

票面价格可分为公布运价、私有运价等，公布运价指航空公司在 GDS（全球分销系统）中投放给所有机票代理人的价格；而私有运价指航空公司在 GDS 中专门投放给特定机票代理人的价格，并不公开展示给其他机票代理人。当机票代理人的代理销售金额达到一定规模后，航空公司会针对该类规模较大、合作稳定的机票代理人投放私有运价，用来刺激特定市场、航段或客群的销售。

（2）基础佣金

不同机票代理人之间与航空公司间战略合作深度、产品资源获取能力、产品优惠政策等存在一定差异。航空公司通常会对规模较大、合作稳定的机票代理人授予一些代理相关的认定，例如卓越合作商、最佳商旅服务商、优秀代理人等，以表明与机票代理人的突出合作关系，并给予更优惠的基础佣金政策。

综上所述，当机票代理人向航空公司的采购金额持续保持较大规模，合作较为稳定后，航空公司通常会对该类机票代理人就某些特定航段投放私有运价，或给予更优惠的基础佣金政策，致使机票的采购价格下降，所以发行人向航空公司采购的价格与累积采购量存在一定关系。

（二）说明 BSP 出票额度与中航鑫港担保额度、发行人反担保以及预存资金的比例关系，预存资金能否起到反担保作用

机票代理人采购 BSP 机票有两种结算方式，一是使用 BSP 出票额度进行出票；二是使用德付通中的预存资金进行 BOP 结算。发行人各主体未结算的 BSP 出票金额（不含 BOP 结算，国际航协称之为“已使用的清算持有量”），达到中航鑫港为该主体提供的 BSP 担保额度的 90%时，国际航协则会对 BSP 出票额度进行风险冻结，此时无法使用 BSP 额度进行出票，只能通过预存资金进行 BOP 结算。因此，BSP 出票额度的名义可用额度等于中航鑫港 BSP 担保额度的 100%，

BSP 出票额度的实际可用额度大约为中航鑫港 BSP 担保额度的 90%。

中航鑫港 BSP 担保额度构成发行人 BSP 出票规模的票证约束和金额约束，决定了发行人可滚动使用的 BSP 出票额度。为此，发行人及其分子公司（作为被担保方）需要向中航鑫港提供大于或等于中航鑫港 BSP 担保额度的经济反担保措施，包括保函、房产抵押反担保、保证金等。除此之外，被担保方的法定代表人、发行人的实际控制人及房产抵押业主及其配偶中的全部或部分主体需要就该被担保方需履行的义务向中航鑫港提供连带责任保证反担保。

预存资金为采购 BSP 机票的另一种结算方式，与 BSP 出票额度无直接关系，BOP 结算方式下的预存资金不能起到中航鑫港 BSP 担保额度的反担保作用。

（三）说明报告期内发行人同行外采的具体情况，包括但不限于前五大同行供应商、对应航司、供应商相对于发行人的比较优势、向同行采购的商业合理性

1、说明报告期内发行人同行外采的具体情况，包括但不限于前五大同行供应商、对应航司、供应商相对于发行人的比较优势

报告期内，发行人向前五大旅业同行采购的具体情况如下所示：

单位：万元

年度	序号	公司名称	具备的比较优势	所采购票源对应的航司	采购金额	占采购总额的比例
2025年1-6月	1	北京由你飞飞科技有限公司	亚洲、中东等航段	全日空航空、泰国国际航空、埃及航空等	11,023.07	1.73%
	2	深圳市活力旅行社有限公司	以国内航段为主	深圳航空、中国东方航空、厦门航空等	4,160.66	0.65%
	3	北京引领假日国际旅行社有限公司	欧洲、北美、东南亚等航段	中国国际航空、中国东方航空、美国达美航空等	3,982.96	0.63%
	4	Voyzant LLC	中东、美洲等航段	阿联酋航空、国泰航空、巴拿马空运等	3,905.44	0.61%
	5	上海广发航空票务服务有限公司	欧洲、中东等航段	中国东方航空、上海航空等	3,165.81	0.50%
	合计				26,237.94	4.13%
2024年度	1	北京由你飞飞科技有限公司	亚洲、中东等航段	全日空航空、泰国国际航	8,950.10	0.71%

年度	序号	公司名称	具备的比较优势	所采购票源对应的航司	采购金额	占采购总额的比例
				空、埃及航空等		
	2	Voyzant LLC	中东、美洲等航段	阿联酋航空、国泰航空、巴拿马空运等	7,208.58	0.57%
	3	北京保盛航空服务有限公司	欧洲、澳洲、东南亚等航段	中国国际航空、海南航空、上海吉祥航空等	5,252.64	0.41%
	4	深圳市活力旅行社有限公司	以国内航段为主	深圳航空、中国东方航空、厦门航空等	4,950.49	0.39%
	5	在路上云（北京）科技有限公司	北美、欧洲等航段	中国东方航空、中国国际航空、上海航空等	3,364.06	0.27%
	合计				29,725.88	2.35%
2023年度	1	Voyzant LLC	非洲、北美、中东等航段	埃及航空、国泰航空、阿联酋航空等	11,182.98	1.03%
	2	北京保盛航空服务有限公司	欧洲、东亚、中东等航段	中国国际航空、中国东方航空、法国航空等	5,171.28	0.48%
	3	北京引领假日国际旅行社有限公司	欧洲、北美、东南亚等航段	中国国际航空、中国东方航空、美国达美航空等	4,962.72	0.46%
	4	深圳市活力旅行社有限公司	以国内航段为主	深圳航空、中国东方航空、海南航空等	3,818.60	0.35%
	5	北京商旅通航空服务有限公司	中东航段	阿联酋航空、卡塔尔航空等	3,067.34	0.28%
	合计				28,202.91	2.61%
2022年度	1	ORIENTAL SKY AVIATION FZE	中东、非洲、中亚等航段	阿曼航空、索萨航空、乌兹别克斯坦航空等	10,137.90	2.24%
	2	麓林信息科技（广州）有限公司	中东、非洲等航段	埃及航空、阿曼航空等	4,301.95	0.95%
	3	Mondee, Inc	北美、中东、东亚等航段	土耳其航空、日本航空、美国联合航空等	4,009.32	0.89%
	4	广州捷途会展服务有限公司	北美、中东、非洲等航段	美国联合航空、沙特航空、坦桑尼亚	2,085.81	0.46%

年度	序号	公司名称	具备的比较优势	所采购票源对应的航司	采购金额	占采购总额的比例
				航空等		
	5	Voyzant LLC	非洲、东南亚、东亚等航段	帛琉太平洋航空、埃及航空、日本航空等	1,706.83	0.38%
	合计				22,241.82	4.91%

2、发行人向同行采购的商业合理性

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

（四）补充披露报告期内酒店直连、渠道聚合、协议托管几种酒店采购方式的具体合作模式，对采购成本的影响，采购成本金额及占比情况

1、补充披露报告期内酒店直连、渠道聚合、协议托管几种酒店采购方式的具体合作模式，对采购成本的影响

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务情况/（三）公司的主要经营模式/2、商旅管理业务采购与销售模式/（1）商旅管理业务采购模式”中补充披露如下：

“公司采购酒店资源的渠道可以划分为酒店直采渠道、酒店聚合渠道，具体而言，酒店直采渠道指发行人向酒店集团或特定酒店直接采购；酒店聚合渠道指发行人向酒店集成供应商、在线旅行社等酒店聚合渠道商进行采购。发行人以酒店直采渠道为主，酒店聚合渠道为辅，其采购形式包括直连和线下，具体情况如下所示：

渠道	采购形式	具体合作模式与采购定价方式
酒店直采渠道	直连	1、具体合作模式：直连是主要的采购形式，在酒店直采渠道中大型酒店集团与公司进行深度合作，建立系统层面的深度对接，实现高效、即时的预订信息交互和资源管理，通过API数据接口实时获取并更新房源状态、价格等信息。当客户在界面完成预订操作后，预订订单随即通过API数据接口流向酒店，酒店随即通过同一接口反馈预订结果，确保酒店资源信息的实时查询与预订

渠道	采购形式	具体合作模式与采购定价方式
		流程的高效运转。 2、采购定价方式：对于非协议酒店，采购价格是门市价给予一定折扣；对于协议酒店，按照客户与酒店方约定的价格进行采购。
	线下	1、具体合作模式：当直连形式获取的酒店资源未能满足客户相应需求时，公司则会通过线下的形式采购相应酒店。 2、采购定价方式：对于非协议酒店，酒店方向公司进行报价；对于协议酒店，按照客户与酒店方约定的价格进行采购。
酒店聚合渠道	直连	1、具体合作模式：（1）直连是主要的采购形式，在酒店聚合渠道中的酒店供应商具备强大的酒店资源聚合能力，能够高效整合多种酒店资源，公司通过API数据接口与酒店聚合渠道商进行系统对接，实时获取旗下聚合的酒店详尽信息，涵盖房源状态、价格变动等关键数据，从而实现酒店资源的全面查询与预订功能的无缝集成。（2）公司会在酒店聚合渠道采购部分自身不具备价格优势或未予覆盖的酒店资源，酒店聚合渠道能够提供更加多元、全面的酒店资源信息，在特定地区或特定时期内拥有更具吸引力的价格或服务。因此，公司在酒店聚合渠道中与多家酒店集成供应商、在线旅行社等建立稳定合作关系，以便获取所需的酒店资源，进一步丰富公司的酒店资源库，增强公司的市场竞争力以满足客户需求。 2、采购定价方式：酒店聚合渠道商根据从大型酒店集团获取的产品政策进行成本加成向公司报价。
	线下	1、具体合作模式：当直连形式获取的酒店资源未能满足客户相应需求时，公司则会通过线下的形式采购相应酒店。 2、采购定价方式：酒店聚合渠道商根据从大型酒店集团获取的产品政策进行成本加成向公司报价。

同时，公司为客户提供协议酒店托管服务。客户与酒店集团或特定酒店进行谈判，以获取针对该客户员工的优惠价格和条件，协议中通常包括折扣房价、免费或优惠的附加服务、灵活的取消政策等。在客户与酒店集团或特定酒店签订合作协议后，指定公司对客户的协议酒店进行管理，公司根据客户的酒店预订需求，通过直连或线下的形式按照协议价格进行采购，因此酒店直采渠道中的采购定价方式可进一步分为非协议酒店和协议酒店两种。”

2、补充披露采购成本金额及占比情况

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（二）采购情况及主要供应商/1、报告期内主要采购情况”中补充披露如下：

“报告期内，公司在各个渠道的酒店采购情况如下所示：

单位：万元

采购内容	采购渠道	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
酒店	酒店直采渠道	32,986.11	76.83%	60,900.21	75.69%	48,764.35	71.21%	17,925.60	65.42%
	酒店聚合渠道	9,947.79	23.17%	19,559.05	24.31%	19,715.73	28.79%	9,476.40	34.58%
	合计	42,933.90	100.00%	80,459.27	100.00%	68,480.09	100.00%	27,401.99	100.00%

”

（五）结合各业务下的机票在采购方式、实际采购成本、客户采购量、业务性质（代理、包机包位、旅游等）等方面的区别，说明各业务下以及国内、国际机票定价模式存在区别的原因，可比机票采购与销售价格在各业务下是否存在明显差异及原因；结合航司对代理人佣金政策的制定方式及政策差异，说明发行人三类细分业务各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围，在发行人收入中的占比情况，是否存在明显偏高或偏低的订单及原因

1、结合各业务下的机票在采购方式、实际采购成本、客户采购量、业务性质（代理、包机包位、旅游等）等方面的区别，说明各业务下以及国内、国际机票定价模式存在区别的原因

（1）航旅票务

采购方式	产品类型	主要定价模式	采购金额 (实际采购成本)	客户采购量	业务性质
BSP	国内机票	“票面价格-基础佣金/后返佣金折扣”模式，折扣主要为固定金额形式	票面价格-基础佣金	影响较小	代理服务
	国际机票	“票面价格-基础佣金/后返佣金折扣”模式，折扣主要为比例形式			
航司直采 &同行外采	国际机票 &国内机票	“报价”模式	供应商报价		

航旅票务业务的主要客户群体为旅行社、票务代理等旅业同行客户，发行人向其开展机票 B2B 分销，以供其满足终端客户的航旅出行票务需求。

① BSP 采购

因旅业同行客户对机票价格敏感度较高，其更多系向发行人采购自身不具备价格优势的票源，故在发行人将航司给予自身的基础佣金/后返佣金部分让渡给

客户时，才能存在价格优势。同时，航旅票务业务的盈利模式主要为赚取航司给予的后返佣金，因此发行人也主要采取向客户让渡部分基础佣金/后返佣金的定价政策以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策。

如若发行人采购量已满足航司给定的后返政策，发行人则会降低折扣力度甚至不再给予折扣；如若考核期即将结束还未完成政策目标，但完成具有可行性，则发行人会加大折扣力度，甚至超过航司给予的折扣范围，以期完成考核目标。

航旅票务业务中国内机票、国际机票定价的主要折扣形式分别为固定金额、比例，系与航司给予发行人国内机票、国际机票的基础佣金/后返佣金形式相对应。

② 航司直采&同行外采

航司直采和同行外采的实际采购成本为供应商给予的报价，发行人在采购成本的基础上，根据实际情况就机票代订服务向下游客户进行报价。

客户采购量对定价影响较小。

(2) 商旅管理

采购方式	产品类型	主要定价模式	采购金额 (实际采购成本)	客户 采购量	业务性质
BSP	国内机票	“票面价格+固定 服务费”模式	票面价格- 基础佣金	影响较小	商旅服务
	国际机票	“报价”模式			
航司直采 &同行 外采	国内机票	“采购金额+固定 服务费”模式	供应商报价		
	国际机票	“报价”模式			

注 1：商旅主要收取商旅服务费，不收取手续费；

注 2：少量国际机票采用“票面价格/采购金额+固定服务费”模式。

商旅管理业务致力于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，有别于航旅票务服务中单独的机票代订服务，发行人一般需要为商旅客户提供包括技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等在内的商旅出行增值服务，因此发行人主要采取向客户收取商旅管理服务费的形式实现盈利。

国内机票在 BSP 采购渠道中，主要采取“票面价格+固定服务费”的定价模

式，在航司直采和同行外采两个采购渠道中，主要采取“采购金额+固定服务费”的定价模式，主要原因系国内机票的预订服务标准化、价格透明化，采用固定的服务费模式有助于提高商旅管理服务费的透明度，增强竞争力。国际机票代订服务主要采取“报价”的定价模式，主要原因有两点：其一，航司给予的国际机票价格变动大且具有实时性，受到季节性需求、燃油价格波动、汇率变化、航司运力等多种因素影响，报价模式能确保每次预订时提供最新价格信息；其二，国际机票预订服务具有复杂化和定制化的特点，涉及不同的航班转机、税费、燃油附加费以及货币兑换等问题，报价模式能够更好地满足不同客户的具体需求，并应对市场的多样性。少量采取“票面价格+固定服务费”的定价模式，主要原因系部分客户招投标要求国际机票报价同样需采用固定服务费形式。客户采购量对定价影响较小。

（3）会奖旅游

会奖旅游业务主要为客户提供定制化、专业化的会奖旅游服务，会奖旅游通常涉及高度定制化的内容，如特定的活动策划、场地布置、团队建设活动等，会奖旅游中的国际机票和国内机票代订服务为会奖旅游服务的辅助部分，非主要收入来源，其定价采用成本加服务费的模式，加成比例根据整个会奖旅游服务的定制化程度做调整。

2、可比机票采购与销售价格在各业务下是否存在明显差异及原因

不同业务模式下机票的采购价格不存在明显差异，主要原因系无论哪种业务模式，发行人均从航司和旅业同行两个渠道采购票源，供应商的销售价格即发行人的采购价格，不因发行人业务模式的不同而产生差异。

不同业务模式下机票的销售价格存在差异，主要原因系不同业务下发行人的服务内容、客户的信用及类型、业务的市场行情以及盈利能力等因素均有所不同，发行人根据不同业务特点制定定价策略以满足不同客户群体的需求。

3、结合航司对代理人佣金政策的制定方式及政策差异，说明发行人三类细分业务各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围，在发行人收入中的占比情况，是否存在明显偏高或偏低的订单及原因

（1）航司对代理人佣金政策的制定方式及政策差异

航司对代理人佣金政策的制定方式主要取决于民航业的市场环境、航司自身的战略定位与成本控制、行业内的竞争态势等因素。如若相关因素发生变化，航司给予代理人的佣金政策也可能随之发生变化。

此外，不同机票代理人与航司间战略合作深度、产品资源获取能力等存在一定差异，航司可能会在某些产品上为代理人提供更优惠的佣金政策以维持稳定的业务关系进而致使代理人的佣金政策存在差异。

（2）说明发行人三类细分业务各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围，在发行人收入中的占比情况

①发行人三类细分业务各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围

不同业务板块，航司给予的基础佣金与后返佣金不存在差异。常规情况下，国内机票的基础佣金为 5-15 元/张，后返佣金为 5-30 元/张；国际机票的基础佣金为票面价格的 1%-2%，后返佣金为票面价格的 2%-3%。

在航旅票务业务中，因 BSP 采购的机票有基础佣金及后返佣金，发行人给予客户的折扣通常低于航司给予发行人的佣金以确保实现盈利，如若发行人采购量已满足航司给定的后返政策，发行人则会降低折扣力度甚至不再给予折扣；如若考核期即将结束还未完成政策目标，但完成具有可行性，则发行人会加大折扣力度，甚至超过航司给予的折扣范围，以期完成考核目标。

在商旅管理业务中，国内机票服务费主要为固定金额，区间范围为 0.00-30.00 元/张；少量国际机票采用固定服务费，区间范围为 25.00-260.00 元/张，采用报价模式的国际机票服务费则根据实际情况存在波动。

会奖旅游服务费占成本的比例范围为 6.00%-20.00%。

②在发行人收入中的占比情况

根据不同的业务板块及定价模式，可以将机票的收入构成进一步作如下拆分：

单位：万元

业务板块	定价模式	类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
		代理费	-4,236.47	-35.30%	-6,310.44	-24.74%	-1,504.17	-6.25%	2,228.39	5.62%

业务板块	定价模式	类别	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
			金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	“票面价格-基础佣金/后返佣金折扣”模式	后返佣金	7,711.90	64.25%	14,770.59	57.90%	9,697.01	40.32%	1,822.37	4.59%
	“报价”模式	代理费	1,542.09	12.85%	2,718.76	10.66%	1,816.10	7.55%	1,284.35	3.24%
		包机包位	-	0.00%	-	0.00%	313.72	1.30%	23,489.80	59.20%
商旅管理	“票面价格+固定服务费”模式	服务费	1,160.32	9.67%	2,372.18	9.30%	2,461.37	10.23%	1,283.23	3.23%
	“报价”模式	服务费	5,290.47	44.08%	11,165.51	43.77%	10,883.34	45.25%	9,204.65	23.20%
		包机包位	-	0.00%	-	0.00%	15.82	0.07%	315.02	0.79%
	商旅管理的定价模式均不考虑后返佣金，因此后返佣金未在前述两种定价模式中列示，在本行单独列示	后返佣金	534.68	4.45%	792.77	3.11%	369.76	1.54%	52.66	0.13%
合计			12,003.00	100.00%	25,509.38	100.00%	24,052.95	100.00%	39,680.47	100.00%

注 1：上述收入合计仅包含航旅票务和商旅管理业务中机票的收入

注 2：代理费，指发行人在航旅票务业务中，因向旅行社、票务代理等旅业同行客户开展机票 B2B 分销，以供其满足终端客户的航旅出行票务需求，或是依托自建客户端直接为部分中小企业客户代订机票所收取的费用。在“票面价格-基础佣金/后返佣金折扣”定价模式下，代理费为销售报价（票面价格-基础佣金/后返佣金折扣）与供应商结算价（票面价格-基础佣金）的差额；在“报价”定价模式下，就不涉及基础佣金及后返佣金。

注 3：服务费，指发行人在商旅管理业务中，因向大中型企事业客户所提供的数字化、精益化的商旅管理服务和咨询解决方案，而向客户所收取的服务费。在“票面价格+固定服务费”定价模式下，服务费为所收取的固定服务费；在“报价”模式定价下，服务费为销售报价与供应商结算价的差额。

注 4：基础佣金，包含在销售报价与供应商结算价的差额中，也就是包含在代理费中，因基础佣金在与供应商结算时即以净额确认，如票面采购价款 1,000.00 元，基础佣金 5.00 元，发行人与供应商结算时仅需支付 950.00 元，因此无法单独拆分。

注 5：会奖旅游业务中机票的服务费通常与其他服务打包与客户结算，无法单独拆分其服务费金额。

会奖旅游业务中机票的服务费通常与其他服务打包与客户结算，无法单独拆分其服务费金额。

（3）是否存在明显偏高或偏低的订单及原因

航旅票务业务下，发行人机票代订服务定价受市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素影响，具有实时性和波动性，可比性较差。例如，若发行人处于后返政策指标完成冲刺阶段，发行人向客户让渡的基础佣金/后返佣金折扣较大，定价则会相对较低；若处于指标完成阶段，则定价相对较高。因此，航旅票务业务存在偏高或偏低的订单，但均具有合理性。

商旅管理业务下，国内机票代订服务主要采用“票面价格+固定服务费”的定价模式，最低的服务费为 0.00 元/张，主要是部分客户在投标时即要求较低或不收取服务费，发行人与该类客户合作的目的主要为获得品牌效应或通过其他报价产品获取利润；而部分客户服务费较高，主要系其所需要的服务内容更多、增值服务标准更高，能够接受较高的服务费。国际机票主要以发行人报价为准，报价主要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，具有实时性和波动性，可比性较差。因此，商旅管理业务存在偏高或偏低的订单，但均具有合理性。

会奖旅游业务下，机票与客户的结算价一般取决于整体的服务加成比例，该比例根据服务内容的不同而存在差异。因此，会奖旅游业务下的订单可能出现偏高或偏低的情况，但这些订单定价均基于客户需求和服务内容的差异，差异具有合理性。

（六）说明发行人利用大数据及 AI 技术进行定价的具体机制和技术实现路径，与前述定价机制及市场行情、盈利能力等各考虑因素如何适配

1、说明发行人利用大数据及 AI 技术进行定价的具体机制和技术实现路径

在航旅票务和商旅管理业务中，发行人日均处理产品资源基础数据的体量高达数亿条，报告期内累计处理千万级订单。该等体量的产品资源及订单的价格维护，无法依赖人工予以处理，必须通过充分应用大数据及 AI 技术支持大规模高并发交易的定价过程。需要明确的是，发行人并非由大数据及 AI 技术直接生成面向下游客户的销售价格，而是使用该等技术支持产品资源定价相关数据的批量处理。

相关大数据及 AI 技术主要面向两个环节：一是规整多源多品类海量底层数据；二是解析复杂业务及政策规则。

规整多源多品类海量底层数据环节中，发行人需要整合分析航班舱位运价数据，实时计算更新票务信息并满足客户检索预订需求。航班舱位运价数据处理是一个高度动态复杂的过程，涉及 GDS、航司、旅业同行等多种数据源，涵盖行程、运价、服务条款等多维度信息，且数据体量较大，例如一条热门航线可能涉及超过 300 组航班，各航班涵盖若干种舱位，各航班及舱位的运价动态更迭且服

务条款存在差异。机票时效性较强，航班舱位运价信息高频更迭，在高并发业务场景下的计算复杂度较大。因此发行人需要对全球航班舱位运价信息进行深度数据规整和实时计算分析。发行人自研基于 TCP 协议多级数据聚合技术，在 Tornado TCP 服务异步非阻塞和协程特性基础上，增加了定制化数据协议等关键能力，利用私有消息协议有效整合多源数据，将传递的消息体量减少约 40%，传递性能提升约 25%，更好支撑高并发情形下的泛商旅数据处理稳定性。酒店产品资源数据与此类似，发行人围绕酒店产品数据及场景，自研酒店产品大数据搜索引擎系统技术，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力；按城市分片存储，显著降低单个分片数据量，检索响应速度提升 4 倍；对多源多类型酒店数据予以标准化整合，以自研分片多线程技术将数据处理效率提高近 10 倍，大幅降低系统响应时间至 0.5s；可支持逾百万家酒店的价格及房态数据处理。

解析复杂业务及政策规则环节中，发行人需要实时精确解析复杂业务逻辑，处理多航段、不同舱位、特定联盟或代码共享航班的组合，同时考虑优惠规则、季节性调整和特殊促销等因素。同时，发行人定价决策中须考虑相关机票所带来的后返佣金。不同航司后返佣金政策适用的行程范围存在较大差异。航司根据自身航线资源和经营战略具体情况，综合始发地、目的地、中转站、实际承运航班等多种行程要素划定适用行程范围，同时涉及团队客票、婴儿和儿童客票、特殊优惠票、包机航段、私有运价航班、代码共享航班、SPA 段、SOTO 等后返政策特殊考虑情形，同一航司不同分支机构可能向发行人下属十余个 Office 号提供不同的后返佣金政策。在该过程中，发行人自研针对复杂规则的规则引擎高效智能算法，将政策匹配流程拆分并进行多节点并行匹配，实现平均政策匹配速度 1.2s，性能提升 2 倍，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果。同时，发行人使用 AI 自然语言处理技术自动解析录入后返政策，生成数字化系统可识别、部署的规整格式，减少了人工干预。

发行人在使用大数据及 AI 技术进行定价，主要系在产品资源数据整合和复杂规则匹配环节提升自动化、智能化水平，减少人工介入，是发行人提高业务处理效率效果的必要举措。在此过程中，发行人不存在滥用大数据分析等技术手段，基于客户消费记录、出行偏好等设置不公平的交易条件，侵犯下游客户合法权益的情形。

2、与前述定价机制及市场行情、盈利能力等各考虑因素如何适配

该等技术与前述定价机制及市场行情、盈利能力等各考虑因素不存在明确的严格适配关系，具体说明如下：

关于市场行情因素：在规整多源多品类海量底层数据环节，发行人获取的基础价格信息已充分反映市场行情，大数据及 AI 技术通过规整该等基础数据，形成后续产品定价的基础条件。

关于盈利能力因素：在解析复杂业务及政策规则环节，发行人使用机器学习算法等 AI 技术甄别海量产品资源的具体行程要素，使用大数据技术批量计算海量产品资源预期可获取的后返佣金，供业务端人员酌情制定价格，而后按照业务端人员制定的定价规则批量处理海量产品资源的价格计算及更新。航旅票务服务中的具体定价规则和商旅管理服务中的服务费等，均由业务部门人员根据发行人商业政策及客户具体情况予以确定，大数据及 AI 技术未直接参与确定前述内容，而是支持在既定规则下价格计算及更新的批量处理。

关于客户信用、客户类型因素：客户信用、客户类型系发行人开展业务过程中与具体客户协商确定信用期、服务费等时的考虑因素，大数据及 AI 技术未直接参与该等因素的考量过程，而通过支持在既定客户信用、客户类型相关业务规则下价格计算及更新的批量处理。

（七）综合前述情况，对比发行人与同行业可比公司的主要国际航线（段）、国内航线（段）、酒店等在各业务下的可比采购成本与销售价格，说明发行人机票、酒店价格是否具有以及如何形成价格优势

1、对比发行人与同行业可比公司的主要国际航线（段）、国内航线（段）、酒店等在各业务下的可比采购成本与销售价格

（1）机票

根据 OAG《2023 年全球繁忙航线报告》，选择了几个关键的航线作为比较内容。

国际航线中，亚太地区乘客量最大的是 KUL-SIN（吉隆坡-新加坡）航线，全年承载了 489 万乘客；中东、欧洲及非洲地区乘客量最大的是 CAI-JED（开罗

-吉达）航线，服务了 480 万乘客；北美地区乘客量最大的是 JFK-LHR（纽约-伦敦）航线，运送了 389 万乘客。

国内航线中，乘客量前三名分别是：PEK-SHA（北京-上海）航线，年载客量达到 836 万；CAN-SHA（广州-上海）航线，年载客 716 万；SHA-SZX（上海-深圳）航线，年载客 697 万。

单位：元/张

销售价格								
机票	航段	航司	日期	航班号	舱位	发行人	携程集团	同程旅行
国际航段	KUL-SIN	SQ	2024/9/15	SQ105	经济舱	899.00	930.00	888.00
	CAI-JED	MS	2024/9/15	MS669	经济舱	1,083.00	938.00	881.00
	JFK-LHR	LH	2024/9/15	LH401/LH900	经济舱	2,880.00	3,185.00	3,088.00
国内航段	PEK-SHA	CA	2024/9/15	CA1507	经济舱	722.00	720.00	720.00
	CAN-SHA	HO	2024/9/15	HO1854	经济舱	598.00	598.00	591.00
	SHA-SZX	ZH	2024/9/15	ZH9504	经济舱	908.00	910.00	910.00

注 1：可比公司的价格来源于其 OTA 平台的查询价格，因商旅业务产品报价需有相应的商旅账号，且定价与合同约定相关，故无法列举可比公司的商旅报价，下同；

注 2：腾轩旅游、易飞国际、岭南控股和众信旅游无法通过公开渠道查询到其对应的销售价格，故未列举，下同；

注 3：上述价格比较高低结果不代表在所有查询时刻、所有产品价格均具有类似的比较结果，这仅表示在查询的特定时刻这些特定产品的比较情况。因产品的价格波动较大，不同时点的查询结果均具有差异，下同；

注 4：上述价格查询时间为 2024 年 8 月 9 日。

根据表格数据显示，发行人的产品价格存在较可比公司价格相对低的情况，例如 JFK-LHR 航线，主要原因系该产品发行人能获得航司的私有运价，价格相对较低；发行人也存在产品价格相对可比公司较高的航线，例如 CAI-JED 航线，主要原因系该产品非发行人的优势产品。国内航段的价格差距较小。

每张机票的采购价格属于发行人与可比公司的商业机密，无法公开获取，故无法对采购价格进行比较。

（2）酒店

根据中国饭店协会发布的《2024 中国酒店集团及品牌发展报告》，选择了 2023 年规模排名前三的酒店集团——锦江国际集团、华住酒店集团以及首旅如家酒店集团，并分别在北京、上海和广州三座城市中选取一家门店进行比较。

单位：元/间/晚

酒店名称	店名	日期	房型	发行人	携程集团	同程旅行
麗枫酒店	北京国贸店	2024/10/15	雅致大床房	473.00	527.00	527.00
全季酒店	上海金山万达店	2024/10/15	标准双床房	308.00	322.00	323.00
如家酒店	广州珠江新城店	2024/10/15	标准双床房	555.00	564.00	550.00

注：上述价格查询时间为 2024 年 9 月 12 日。

根据表格数据显示，发行人与可比公司的酒店价格不存在较大差异，发行人存在销售价格相对较低的酒店，如麗枫酒店，主要原因系发行人与供应商集团实现酒店直联，酒店包含的早餐由供应商赠送，故发行人的定价相对较低。

酒店的采购价格属于发行人与可比公司的商业机密，无法公开获取，故无法对采购价格进行比较。

2、说明发行人机票、酒店价格是否具有以及如何形成价格优势

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。

发行人在部分机票产品上具有价格优势的原因主要有两点：其一，发行人与部分航司合作关系密切、代理层级相对较高，部分产品能够获得更优惠的佣金政策或私有运价等；其二，发行人在航旅票务业务中主要采取向客户让渡部分基础佣金/后返佣金以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策，致使形成一定价格优势。

发行人在部分酒店产品上具有价格优势的原因主要系发行人与部分供应商合作关系密切，发行人通过与其签订的合作协议享有具备一定市场竞争力的采购优惠政策，致使发行人价格形成一定的价格优势。

三、系统安全性和稳定性

(一) 前中后台业务技术系统的主要组成部分、分别功能, 报告期内业务技术系统在日常及高峰期的运行情况, 发生系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃等类别故障、错误的数量和频次、原因及应对措施, 是否进行系统安全备份; 在系统可用性及故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等主要指标方面与同行业可比公司的比较情况; 结合前述情况说明发行人业务技术系统能否保障发行人业务平稳运行

1、前中后台业务技术系统的主要组成部分、分别功能, 报告期内业务技术系统在日常及高峰期的运行情况, 发生系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃等类别故障、错误的数量和频次、原因及应对措施, 是否进行系统安全备份

(1) 前中后台业务技术系统的主要组成部分、分别功能

发行人前中后台业务技术系统的名称、主要组成部分与对应功能情况如下:

序号	系统名称	组成部分	功能
1	航旅票务数字化系统	航旅 CRM 系统	主要用于维护航旅客主数据, 包括客户基本信息、结算方式、账期、授信额度及航旅合同管理
2		航旅中台系统	由美亚科技航旅终端用户自主通过航旅客户端进行航班查询和创建的订单通过系统接口汇集至航旅中台系统; 美亚科技航旅终端用户通过客服人员下单的订单, 则由客服人员直接通过此系统进行订单审核和确认
3		航旅机票处理系统	对于航旅国内机票、航旅国际机票以及商旅国际机票, 均对接至此系统, 由此系统调取中航信和航司接口进行出、退、改、废等票务处理并将结果回传至航旅中台系统、航旅业财管理系统和商旅订单管理系统
4		航旅业财管理系统	主要用于数据归集、财务处理以及生成报表。 1.数据归集: 航旅业务订单从下单至结算核销的全流程数据均归集和同步至航旅业财管理系统 2.财务处理: 财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成; 与微信、支付宝、招行 CBS 对接, 定时拉取流水数据, 与账单进行自动匹配和核销; 与招行交易管家对接, 由招行交易管家接口实时推送客户打款至交易管家子账户的流水至此系统 (含供应商和客户财务管理)
5		航旅国内政策系统	主要用于航旅国内机票产品的管理、报价、占座和出票, 通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统
6		航旅权限系统	主要用于航旅票务数字化系统、集团供应商管理系统 (航旅端) 的账号和权限管理系统
7		航旅客户端 (美亚航旅网/APP/H5/	主要为客户提供机票预订和管理

序号	系统名称	组成部分	功能
		芯斗云)	
8	商旅管理数字化系统	商旅 CRM 系统	主要用于维护客户信息，旅客资料、合作状态及合作的产品服务以及合同审批
9		商旅订单管理系统	美亚科技商旅客户通过商旅客户端或通过其公司内部 OA 系统/费控系统调取商旅订单管理系统 API 接口下单的订单均汇集在此系统中经确认后正式生效，订单流的所有数据及状态均汇总在此系统
10		商旅支付结算系统	主要用于客户结算方式、商旅信用卡及额度、客户预存卡及额度、消费账单、发票影像的管理，与微信、支付宝、招行 CBS 对接，定时拉取流水数据，自动匹配和核销账单
11		商旅数据报表系统	已出票订单的订单维度及结算维度数据实时同步至商旅数据报表系统；财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成
12		商旅权限系统	主要用于商旅管理数字化系统、集团供应商管理系统（商旅端）、集团国际机票系统、研发支持系统的账号和权限管理系统
13		商旅客户端（美亚商旅网/APP/H5/微信小程序）	主要为客户提供商旅出行预订和管理
14	集团公共数字化系统	集团国际机票系统	提供航旅和商旅的国际机票在线化接口支撑，通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统，进行报价、占座、出票处理
15		集团供应商管理系统	航旅业务和商旅业务的供应商管理系统，维护和管理供应商主数据
16		信息系统日常管理工作工具（涵盖研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）	程序变更需求和发布流程管理等
17		金蝶系统	财务核算
18		OA 系统	日常行政管理
19		费控系统	费用报销

（2）报告期内业务技术系统在日常及高峰期的运行情况，发生系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃等类别故障、错误的数量和频次、原因及应对措施

报告期内，发行人业务技术系统运行情况正常，除外部服务商系统突发性故障外，未因发行人自身系统运行原因发生重大业务运营中断事件，系统性能得到持续提升。目前，发行人业务技术系统在日均响应数千万次查询检索请求的负载情况下，平均延迟时间低于 500ms，访问高峰期（一般为每日上午 9:30-10:30）

平均延迟时间低于 750ms，系统运行呈现出良好的流畅性和稳定性。

经过十余年持续研发和技术积累，发行人相关业务系统技术性能已较为稳定，但发行人业务技术系统本身具有复杂性，存在发生系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃等故障、错误的情况。报告期内，发行人业务技术系统由系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃导致的各类别故障、错误发生的数量和频次如下：

年度	系统瑕疵事项次数	功能缺失事项次数	系统崩溃事项次数	故障事项总次数	频次（次/天）
2022	199	252	2	453	1.24
2023	415	688	2	1,105	3.03
2024	691	606	0	1,297	3.54
2025 年 1-6 月	337	381	0	718	3.93

注 1：上表中故障次数统计口径仅包括由系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃导致的故障，实际中还存在较多由用户预订操作失当、业务人员系统操作有误等非系统类因素产生的运维响应需求；

注 2：频次=故障事项总次数/当期自然日天数。

发行人业务技术系统的故障情形普遍表现为紧急程度与重要程度极低的偶发性故障，多为针对单笔订单或单项操作产生的系统 bug，影响范围小且可实现快速纠偏并恢复正常性能。其中，2023 年随行业景气回升，业务订单体量高涨，故障事项发生次数有所增长。报告期内，发行人业务技术系统发生故障的原因主要包括：外部供应商、服务商系统突发性故障或缺陷，影响发行人系统数据调取与指令传达；新功能上线前测试覆盖比例或维度存在不足，致使上线初期存在一定功能缺陷；随业务需求的增长，服务器资源负载升高致使出现性能瓶颈，导致系统服务响应速度减缓或短暂服务不可用；以及系统部分参数缺少必要校验、系统使用视图功能异常等偶发情形。

发行人制定了完善的系统故障响应机制和应对措施，确保能够快速识别故障原因，准确应用解决方案并实现系统故障的快速修复。发行人配置专职运维工程师，响应业务技术系统运维需求。当出现系统故障，业务端各个条线的员工提交报障单，运维人员接到报障单后即行排查故障的性质和范围，对故障进行原因分析、确定故障等级并启动相应的应急预案进行应急处理。若认定该等事项系因外部供应商或基础设施故障（如中航信 IBE+接口问题）、用户预订操作失当、业务人员系统操作有误、数据库或 SQL 待调优等原因，则由运维人员自行或协同

业务条线予以处理；若认定该等事项确系因系统瑕疵、功能缺失导致，则相关需求转至技术中心，由研发人员统筹确定优先级后，安排后续研发流程，持续增强系统技术效能。

(3) 是否进行系统安全备份

报告期内，发行人已对业务技术系统进行安全备份。航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统、集团供应商管理系统、集团国际机票处理系统的数据库均部署在阿里云公有云，发行人每日于固定时间内自动执行前述信息系统的数据库全量备份，并由各信息系统数据库层管理员定期对数据备份的执行情况进行巡检。如出现备份失败的情况，则由数据库层管理员排查失败原因，并视失败原因确定是否需要人工备份或待下一批次备份时自动重跑备份任务，确保数据备份执行成功。发行人于报告期内所进行的数据备份恢复性测试均符合网络安全等级保护三级的要求。

2、在系统可用性、故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等主要指标方面与同行业可比公司的比较情况

同行业可比公司未公开披露其业务技术系统性能和运维情况，以及在系统可用性、故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等主要指标。相关运维事项与业务技术系统的适配业务场景、系统可用性、系统稳健度、技术成熟度、业务并发量等因素紧密相关，故难以进行直接比较。

报告期内，发行人在系统可用性、故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等主要指标或系统建设的情况如下：

项目	主要指标或系统建设情况
系统可用性、故障率	根据故障服务等级协议（SLA）对系统故障进行管理和监督，系统可用率（即系统稳定运行时长在系统运行总时长中的占比）达到 99.97%
预警时效性及准确性	使用阿里云“云监控”和自研监控系统，对各系统进行 7x24 小时实时监控，在服务器资源使用异常、流量异常等情形下，进行实时计算分析并根据业务规则进行相关预警提示，实现 30s-1min 的报警系统响应速度
信息安全保障能力	建立信息安全管理体制以及信息安全制度规范；建立完善的信息安全策略，包括网络访问控制、防火墙、入侵检测系统等；使用阿里云安全中心保障系统信息安全，进行平台配置检查、基线检查、AccessKey 泄露检测等信息安全操作和评估，提出安全加固建议并生成安全中心日报

3、结合前述情况说明发行人业务技术系统能否保障发行人业务平稳运行

报告期内，发行人业务技术系统在日常及高峰期保持流畅与稳定运行，除外部服务商突发性故障外，未因发行人自身系统运行原因发生重大业务运营中断事件，系统故障偶发但主要为小微故障，影响范围小且可实现快速修复。同时发行人制定了完善的系统故障响应机制和应对措施，配置专职人员及时跟进处理，并通过自动化与手动巡检多种方式确保数据备份的执行成功。

目前，发行人业务技术系统可用率达到 99.97%，可充分保障多种航旅票务客户端和商旅管理技术适配类型下的系统稳定度；异常情形下预警时效性及准确性较高，可通过实时预警系统，及时发现和定位异常情形，保障系统运行安全稳定；建立完善的信息安全管理体系以及信息安全制度，从数据安全、信息处理设施安全管理等方面有效提升了其信息安全保障能力。

综上所述，发行人业务技术系统可以保障其业务平稳运行。

（二）发行人系统运维的主要内容、采取的安全保障措施，系统运维人员数量、主要职责、响应处理运维事项的频次，与发行人系统规模、运营响应及时性要求是否匹配

1、发行人系统运维的主要内容、采取的安全保障措施

（1）发行人系统运维的主要内容

发行人系统运维的主要内容包括保障发行人 IT 系统的稳定、高效运行，通过制定科学的工作流程和规范，确保运维人员能够快速、准确地处理各类系统问题，提高系统的可用性和稳定性。

发行人将系统运维事项划分为重大运维事项及一般运维事项，进行分级管理。重大运维事项主要体现为业务系统整体不可用，对业务正常开展影响较大，但具有偶发性，且发生频次极低，其形成原因主要为云服务 SLB 网关、中航信 IBE+ 接口等外部系统故障。一般运维事项主要系因用户预订操作失当、业务人员系统操作有误等因素导致，具体问题较为琐碎，紧急程度较低，发生频次相对较高，与业务订单体量正相关。报告期内发行人业务技术系统运行稳定，相关 IT 运维需求以一般运维事项为主。

(2) 采取的安全保障措施

发行人依据有关法律、标准、管理规范制定了《安全管理制度》，明确安全事件报告和处置管理流程。运维部门负责发行人整体网络信息系统的安全运行维护和监控工作，建立安全管理中心，对通信线路、主机、网络设备和应用软件的运行状况，对设备状态、恶意代码、网络流量、补丁升级、安全审计等安全相关事项进行集中管理；形成监测记录文档，并指定专人对监测记录进行整理、保管、分析与评审。

发行人日常安全维护项目包括但不限于：机房环境、温湿度检查；网络链路的实时监控；网络的连通性（内网、外网）、时延、丢包率检查；设备运行状态检查、CPU 负荷、连通性等；出口链路或关键链路流量检查；设备备份工作等。通过定期和不定期对安全设备的策略进行检查、对软件日志进行审计，确保安全策略符合系统现状的要求。

2、系统运维人员数量、主要职责、响应处理运维事项的频次

发行人系统运维人员主要职责包括：围绕用户疑难和运行故障，提供现场指导、电话沟通、远程协助等技术支持工作；负责数据库优化、SQL 调优等基础技术问题的排查修复；负责监控业务技术系统性能和安全，保证重要系统稳定可用。

报告期内，发行人系统运维人员数量和响应处理运维事项的频次情况如下：

年份	系统运维人员编制数（人）	运维事项总次数（次）	每日人均处理事项频次（次/人/天）
2022	3	2,447	2.23
2023	6	5,524	2.52
2024	6	6,627	3.02
2025 年 1-6 月	7	3, 899	3. 05

注 1：上表中运维事项次数及频次统计口径既包括由系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃导致的故障，还包括因用户预订操作失当、业务人员系统操作有误等非系统类因素产生的运维事项，因此运维事项总次数显著高于由系统瑕疵、功能缺失、系统崩溃导致的故障次数；

注 2：每日人均处理事项频次=运维事项总次数/（系统运维人员编制数*当期自然日天数）

3、与发行人系统规模、运营响应及时性要求是否匹配

2022 年公共卫生事件期间，发行人业务订单量相对较低，运维事项频次相

对较低，且为有效管控 IT 运维成本，仅保留专职运维人员编制 3 名，运维人员响应处理运维事项频次为 2.23 次/人/天，运维工作负荷较为合理。2023 年随着行业景气回升，业务订单体量高涨，一般运维事项随之增加，发行人新增 3 名专职运维人员，以适配日益增长的 IT 运维需求；2025 年 1-6 月期间新增 1 名专职运维人员。2023 年至 2025 年上半年，每名运维人员需响应处理运维事项的频次分别为 2.52 次/人/天、3.02 次/人/天、3.05 次/人/天，运维工作负荷较前期无显著变化。

综上所述，发行人运维人员的运维工作负荷（即日均处理事项次数）在报告期内相对平稳，可满足发行人日常系统运维工作需求，与发行人系统规模、运营响应及时性要求具有匹配性。

（三）发行人自供应商、客户、公开渠道等分别获取的数据的主要内容、获取方式、使用方式及范围、存储方式及地点、管理、访问权限、使用权归属、对外提供等情况，是否取得事先同意或授权，是否合法合规；关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、技术保障措施及执行情况，是否存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，是否发生相关纠纷；发行人网络和信息安全体系是否符合国家标准，是否符合《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定

1、发行人自供应商、客户、公开渠道等分别获取的数据的主要内容、获取方式、使用方式及范围、存储方式及地点、管理、访问权限、使用权归属、对外提供等情况，是否取得事先同意或授权，是否合法合规

发行人报告期内的主营业务为向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。发行人业务开展过程中涉及自供应商、客户、公开渠道获取信息的情形。根据发行人在线上业务渠道公示的《隐私条款》《个人信息授权处理协议》《个人信息跨境传输确认函》《美亚儿童个人信息保护规则及监护人须知》（以下合称“隐私政策”）等个人信息处理规则，发行人在主要业务场景下自供应商、客户、公开渠道分别获取的数据的主要内容、获取方式、适用范围等情况具体如下：

（1）发行人自供应商获取的主要数据情况

除供应商的基本信息外，在主要业务场景下，发行人自供应商获取的主要数据情况如下：

主要业务场景	主要内容	获取方式	使用方式及范围	存储方式及地点	管理	访问权限	使用权归属	对外提供
机票预订	航班舱位及其运价、适用条件、航班动态等信息	自GDS、航司面向代理人的销售渠道、旅业同行、航班管家等航班信息资源提供商等获取	为客户提供实时航班、PNR、航段查询及预订、出票、航班动态信息提醒等服务	境内阿里云服务器	访问权限管控	拥有账号使用的员工	发行人在与供应商所签署的保密协议或条款（如有）允许的范围内使用	在与供应商所签署的保密协议或条款（如有）允许的范围内向合作商、客户提供
酒店预订	酒店位置、房型、价格等信息	自连锁酒店直连系统、酒店面向代理人的销售渠道、酒店集成供应商、在线旅行社等渠道获取	为客户提供酒店查询及预订等服务	境内阿里云服务器				

发行人基于与供应商之间的合作关系自供应商获取数据，并在与供应商所签署的协议或条款允许的范围内使用该等数据，该等数据获取方式符合相关法律法规的规定。

（2）发行人自客户获取的主要数据情况

除客户的基本情况、组织架构及关联方清单等基本信息外，在主要业务场景下，发行人自客户获取的主要数据为乘机人、入住人等出行人的个人信息，具体如下：

主要业务场景	主要内容	获取方式	使用方式及范围	存储方式及地点	管理	访问权限	使用权归属	对外提供
境内机票预订	乘客姓名、证件号、出生日期、手机号	个人信息主体直接向发行人提供或发行人受托处理相关个人信息	仅限于合作协议、个人信息授权处理协议、隐私条款中约定的目的、方式、范围、用途	境内阿里云服务器	采取加密管理、访问权限分级管控等措施	拥有账号使用的员工、授权的后端开发人员	发行人根据个人信息授权处理协议、隐私条款中约定的目的、方式、范围、用途而使用个人信息	仅在个人信息授权处理协议、隐私条款约定的目的、方式、范围、用途内向关联企业、合作伙伴等第三方提供
境外机票预订	乘客姓名、性别、国籍、证件号、证件有效期、出生日期、手机号			境内阿里云服务器				
境内火车票预订	乘客姓名、证件号、手机号			境内阿里云服务器				
境内火车票预订（12306预订）	12306账号信息			境内阿里云服务器				
境外火车票预订	乘客姓名、出生日期、护照号、手机号			境内阿里云服务器				
酒店、民宿和客栈	入住人姓名、手机号，特殊情况下，可			境内阿里云服务器				

主要业务场景	主要内容	获取方式	使用方式及范围	存储方式及地点	管理	访问权限	使用权归属	对外提供
预订	能还需要提供证件号、邮箱							

发行人通过与客户签署个人信息授权处理协议，约定客户及发行人分别作为个人信息委托处理人及受托处理人各自的权利义务，并在线上业务渠道、短信或邮件中明示发行人的隐私政策等个人信息收集使用规则的方式，告知客户发行人处理个人信息的目的、方式、种类、范围等《个人信息保护法》规定的事项，客户需在初始登录账号时勾选确认其已阅读并同意相关规则；根据相关隐私政策，为了向客户提供产品/服务的基本功能，客户需要授权发行人收集、使用必要信息；若客户提供的信息中含有其他用户的个人信息，例如，客户通过发行人为他人订购产品/服务时需要提交实际订购人的个人信息，或客户通过发行人平台主动上传、发布或共享的信息中涉及其他用户的个人信息的，在前述情形下，在向发行人提供这些个人信息之前，客户须确保已经取得本人的同意，并确保其已知晓并接受本政策；若其中涉及儿童个人信息的，客户需要事先取得对应儿童监护人的同意；若发行人将信息用于隐私政策未载明的其他用途，或者将基于特定目的的收集而来的信息用于其他目的，均会重新获得客户的授权同意。

因此，发行人为实现客户的业务需要所必需而获取、使用个人信息等数据已取得事先同意或授权，发行人对相关数据的获取、使用及对外提供符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定及发行人与客户签署的《个人信息授权处理协议》等的约定。

（3）发行人自公开渠道等获取的主要数据情况

除前述自供应商、客户获取的数据外，发行人存在通过航司、酒店、邮轮、汽车租赁、旅行社、景区和活动提供商和代理商的官网等渠道及其他搜索引擎等公开渠道获取机票产品运价、适用条件、航班动态、酒店房型、价格、火车、汽车票价、正晚点信息、景区票价等数据的情形，该等渠道系作为发行人为其客户提供实时航班、PNR、航段、酒店、火车票等产品的查询及预订、出票、出行动态提醒等服务的信息来源之一。相关信息均为各渠道的公开信息，不存在非法获取商业秘密、个人信息的情况，发行人自公开渠道获取的数据无需取得事先同意或授权，该等数据获取方式符合法律法规的规定。发行人通过供应商、公开渠道

等获取数据以整合产品资源数据过程中，不存在滥用大数据抓取和分析等技术手段，违法获取数据、侵犯第三方合法权益的情形。

综上所述，发行人自供应商、客户等获取数据已取得必要的同意或授权，发行人数据获取方式符合《个人信息保护法》《网络安全法》等相关法律法规的规定。

2、关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、技术保障措施及执行情况，是否存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，是否发生相关纠纷

（1）关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、技术保障措施及执行情况

①发行人与客户签署协议中通常包含信息安全保密条款

发行人在与客户签署的合作协议中约定个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密，其核心条款为“在双方合作中获得的任何口头或书面形式或其他形式的信息，以不低于保护自己保密信息的程度（至少以合理程度予以保密）；要求获知保密信息的人员对保密信息予以保密”“双方应对保密信息恪守保密义务，除非双方书面许可其向特定或不特定的第三方披露该等保密信息或因履行本协议之目的所需的，双方在未获对方书面许可的情形下，故意或无意将该等保密信息的部分或全部以任何方式提供给任何第三方，均被视为违反本协议约定”或类似条款。

②发行人已制定并有效执行个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度

发行人就个人信息、客户数据、商业秘密安全与数据保护方面制定了《个人信息管理制度》《信息安全管理规章制度》《员工账号及资料信息保存管理规定》《账号密码管理规定》等内部控制制度，对发行人所涉及的个人信息、网络安全、数据安全进行管理和规范，并制定了相关应急预案以应对个人信息、客户数据、商业秘密安全的突发事件。

发行人已建立的数据安全管理内部控制制度覆盖了整体数据与信息安全分级管理、个人信息的独立保护以及物理层面系统安全配置管理，符合相关法律法规的规定，相关内部控制制度的重大方面均得到了有效执行。

③发行人已采取有效的技术措施保障个人信息、客户数据、商业秘密等安全

如本问题回复之“三/（一）、（二）”部分所述，发行人使用阿里云“云监控”和自研监控系统，对各系统进行 7x24 小时实时监控；建立完善的信息安全策略，包括网络访问控制、防火墙、入侵检测系统等；使用阿里云安全中心保障系统信息安全，进行平台配置检查、基线检查、AccessKey 泄露检测等信息安全操作和评估。发行人运维部门负责发行人整体网络信息系统的安全运行维护和监控工作，建立安全管理中心，对设备状态、恶意代码、网络流量、补丁升级、安全审计等安全相关事项进行集中管理，通过定期和不定期的安全设备策略检查、软件日志审计，确保发行人业务技术系统有效保障个人信息、客户数据、商业秘密等安全。

根据广州市竞远安全技术股份有限公司出具的关于发行人美亚航旅网系统、商旅管理系统网络安全等级保护的等级测评报告，发行人美亚航旅网系统、商旅管理系统已经建立了基本的信息安全保障体系框架；该等系统主要安全设备包括云安全管理中心、堡垒机等，在安全技术检查点中对安全区域边界起到了关键防护作用，其采用的云计算平台在网络架构、入侵防范、安全审计、数据完整性和保密性、数据备份恢复、剩余信息保护、供应链管理等各方面均符合云计算安全扩展的主要要求。根据广州市公安局出具的《信息系统安全等级保护备案证明》，发行人已分别就美亚航旅网系统、商旅管理系统完成第三级信息系统安全等级保护备案，具有相应等级的安全保护水平，商旅科技已取得《信息安全管理体系认证证书》，在线商旅管理系统的研发及相关服务所涉及的信息安全管理活动符合国家标准。

综上所述，发行人就保障个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密所采取的技术保障措施符合相关法律法规、国家标准的要求，相关技术保障措施的重大方面均得到了有效执行。

（2）发行人不存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，未因此发生相关纠纷

如前文所述，发行人在开展业务过程中，根据合作协议、隐私政策中约定的范围、用途，仅限于为客户提供产品或服务而获取、使用个人信息等数据，发行

人对个人信息等数据的收集、使用行为均系围绕主营业务开展而进行，不存在随意收集个人信息的情形，且发行人已通过隐私政策公开个人信息处理规则，明示处理的目的、方式和范围并取得客户的同意或授权，发行人不存在违法获取、侵犯隐私的情形。报告期内，发行人不存在信息泄露或系统遭到攻击等情形。

根据广州市互联网信息办公室分别于2024年2月26日、2024年7月26日、2025年2月8日及2025年10月9日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》，自2021年1月1日至该函件出具日，发行人在个人信息保护、网络安全、数据安全、数据出境方面不存在受到该办行政处罚的情况。

根据国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、中国裁判文书网（<http://wenshu.court.gov.cn/>）、中国执行信息公开网（<http://zxgk.court.gov.cn/>）等查询，截至本回复出具之日，发行人不存在因随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形发生纠纷的情形。

综上，发行人制定了关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、采取了保障数据安全的技术措施，并严格执行相关内控制度及技术保障措施，能够有效保障数据安全，截至本回复出具之日，发行人不存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，不存在因此发生纠纷的情形。

3、发行人网络和信息安全体系是否符合国家标准，是否符合《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定

发行人业务经营过程中涉及通过线下客服、销售人员及自主开发的美亚航旅网、美亚商旅网等线上渠道为客户提供机票、酒店、火车票等产品的代订及保险代理、签证代办等服务并获取、处理个人信息等数据的情形。

（1）发行人网络和信息安全体系符合国家标准

发行人及其子公司取得的网络和信息安全体系相关的认证、备案情况如下：

序号	主体	证书名称及编号	认证/备案内容	认证/核发单位	有效期
1	美亚科技	信息系统安全等级保护备案证明（44	对第三级美亚航旅系统予以备案	广州市公安局	2020/11/05-长期有效

序号	主体	证书名称及编号	认证/备案内容	认证/核发单位	有效期
		01185036800002)			
2		信息系统安全等级保护备案证明(4401175033500002)	对第三级商旅管理系统予以备案	广州市公安局	2020/10/25-长期有效
3	商旅科技	信息安全管理体系认证证书(编号:018920ISR1)	建立的信息安全管理体系符合标准:ISO/IEC27001:2022,认证范围:在线商旅管理系统的研发及相关服务所涉及的信息安全管理活动	北京埃尔维质量认证中心	2023/06/10-2026/06/09

发行人已就其拥有和使用的网络和信息系取得了现阶段所需要取得的信息系统安全等级保护备案证明,商旅科技已取得的信息安全管理体系认证属于自愿性认证,发行人无需履行其他网络和信息安全体系相关的强制性许可、认证或备案手续,发行人网络和信息安全体系能够满足国家标准的强制性要求。

(2) 发行人网络和信息安全体系符合《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定

发行人网络和信息安全体系符合《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定,具体如下:

法律规范名称	主要规定	发行人网络和信息安全体系是否符合左述规定
《个人信息保护法》	第九条 个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责,并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全。	符合。发行人已制定《个人信息管理制度》《信息安全管理规章制度》等与个人信息处理有关的内部管理制度和操作规程,对个人信息实行分类管理;在处理个人信息时采取相应的加密等安全技术措施;对相关员工设置了不同的个人信息处理的操作权限,员工在超越权限处理个人信息时需履行相应内部批准程序;发行人已制定相应安全培训制度以及针对个人信息安全事件的应急预案措施;发行人已在与客户签署及公示的个人信息授权处理协议中就委托方与受托方应承担的个人信息安全保障权利和义务作出约定。
	第五十一条 个人信息处理者应当根据个人信息的目的、处理方式、个人信息的种类以及对个人权益的影响、可能存在的安全风险等,采取下列措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定,并防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失: (一) 制定内部管理制度和操作规程; (二) 对个人信息实行分类管理; (三) 采取相应的加密、去标识化等安全技术措施; (四) 合理确定个人信息处理的操作权限,并定期对从业人员进行安全教育和培训; (五) 制定并组织实施个人信息安全事件应急预案; (六) 法律、行政法规规定的其他措施。	
《数据安全法》	第二十七条第一款 开展数据处理活动应当依照法律、法规的规定,建立健全全流程数据安全管理制度,组织	符合。发行人已制定《个人信息管理制度》《信息安全管理规章制度》

法律规范名称	主要规定	发行人网络和信息安全体系是否符合左述规定
	开展数据安全教育培训，采取相应的技术措施和其他必要措施，保障数据安全。利用互联网等信息网络开展数据处理活动，应当在网络安全等级保护制度的基础上，履行上述数据安全保护义务。	度》等一系列有关的制度文件，对从业人员接受安全教育和培训作出规定；通过采取加密、访问权限控制等技术措施、建立内控制度及审批流程等方式，保障数据安全。发行人已就其拥有和使用的网络和信息系统取得信息系统安全等级保护备案证明。
	第二十九条 开展数据处理活动应当加强风险监测，发现数据安全缺陷、漏洞等风险时，应当立即采取补救措施；发生数据安全事件时，应当立即采取处置措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。	符合。发行人已制定针对个人信息安全事件的应急预案措施并对个人信息保护情况进行定期自查与审计。
《网络安全法》	第二十一条 国家实行网络安全等级保护制度。网络运营者应当按照网络安全等级保护制度的要求，履行下列安全保护义务，保障网络免受干扰、破坏或者未经授权的访问，防止网络数据泄露或者被窃取、篡改： （一）制定内部安全管理制度和操作规程，确定网络安全负责人，落实网络安全保护责任； （二）采取防范计算机病毒和网络攻击、网络侵入等危害网络安全行为的技术措施； （三）采取监测、记录网络运行状态、网络安全事件的技术措施，并按照规定留存相关的网络日志不少于六个月； （四）采取数据分类、重要数据备份和加密等措施； （五）法律、行政法规规定的其他义务。	符合。发行人已就其拥有和使用的网络和信息系统取得信息系统安全等级保护备案证明，发行人内部安全管理制度和操作规程、技术措施符合相关国家标准的强制性要求。
	第二十五条 网络运营者应当制定网络安全事件应急预案，及时处置系统漏洞、计算机病毒、网络攻击、网络侵入等安全风险；在发生危害网络安全的事件时，立即启动应急预案，采取相应的补救措施，并按照规定向有关主管部门报告。	符合。发行人已制定针对个人信息安全事件的应急预案措施并对个人信息保护情况进行定期自查与审计。
	第四十二条第二款 网络运营者应当采取技术措施和其他必要措施，确保其收集的个人信息安全，防止信息泄露、毁损、丢失。在发生或者可能发生个人信息泄露、毁损、丢失的情况时，应当立即采取补救措施，按照规定及时告知用户并向有关主管部门报告。	
	第四十条 网络运营者应当对其收集的用户信息严格保密，并建立健全用户信息保护制度。	符合。发行人已制定《个人信息管理制度》《信息安全管理规章制度》等与用户个人信息处理有关的用户信息保护制度、隐私政策，对个人信息实行保密管理。
	第四十九条第一款 网络运营者应当建立网络信息安全投诉、举报制度，公布投诉、举报方式等信息，及时受理并处理有关网络信息安全的投诉和举报。	符合。发行人已建立信息安全投诉、举报制度，并在其线上渠道公示的隐私政策中向客户公布投诉、举报方式等信息。

综上所述，发行人已就其拥有和使用的网络和信息系统取得了现阶段所需要取得的强制性许可、认证或备案，其网络和信息安全体系符合国家标准的强制性要求

以及《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定。

四、充分披露说明主要产品服务的具体情况

(一) 补充披露商旅管理业务中，技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务的收费模式与定价方式，并按照机酒代理、各项增值服务等细目补充披露报告期内商旅管理服务的收入结构；说明与发行人完成系统集成对接的客户数量、不同集成方式及占比，不同技术集成模式在具体服务内容、下单方式、费用收取等方面的差异；结合具体案例说明客户商旅管理数据分析及咨询方案、个性化商旅明细报表、商旅活动画像及管理优化建议等服务成果的呈现内容和方式

1、商旅管理业务中，技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务的收费模式与定价方式

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/一、发行人主营业务、主要产品或服务情况/（二）公司的主要服务/2、商旅管理服务”中补充披露如下：

“增值服务中的技术集成及商旅活动分析咨询服务，系公司向客户提供商旅产品的附加服务，技术集成更是公司商旅管理服务的技术支持和产品优势，公司并未单独与客户约定收费。

多品类商旅产品预订，即公司向某个商旅客户同时提供多种商旅产品及服务，一般按照各种产品服务单独报价收费，报告期内主要产品中机票、酒店、保险合计收入占比分别为 92.34%、94.23%、90.33%和 90.28%。

主要产品的收费模式及定价方式统计如下：

项目	收费模式	定价方式
机票	按每张机票收取固定服务费；采购价基础上上浮一定金额对外销售；向航司收取后返佣金	国内机票：票面价格+固定服务费；国际机票：以发行人报价为准，报价主要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，少量采用“票面价格+固定服务费”的定价机制
酒店	按每张订单收取固定服务费；采购价基础上上浮一定金额对外销售；向酒店集成供应商收取佣金	协议酒店：客户和酒店签订的采购价+固定服务费；非协议酒店：主要参考市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素向客户报价
保险	向保险公司收取保险佣金	根据保险公司的产品政策，结合当时的市场行情、盈利能力、客户信用及类型

		等多项因素综合确定报价

”

2、按照机酒代理、各项增值服务等细目补充披露的报告期内商旅管理服务的收入结构

发行人已在招股说明书之“第八节 管理层讨论与分析/三、盈利情况分析/(一) 营业收入分析/8.其他披露事项”中补充披露如下：

“（5）报告期内商旅管理根据机酒代理、各项增值服务等细目进行划分的收入结构

由于增值服务中的技术集成及商旅活动分析咨询服务，系公司向客户提供商旅产品的附加服务，公司并未单独与客户约定收费，相关服务价值在客户进行产品预订时体现。因此商旅管理业务的收入来源均来自多品类商旅产品预订的服务费，主要为机票、酒店、保险等，具体结构如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比
机票代理	6,450.79	76.97%	13,537.70	77.62%
酒店代理	1,115.23	13.31%	2,216.36	12.71%
保险代理	0.46	0.01%	1.31	0.01%
其他（注）	814.96	9.72%	1,686.34	9.67%
合计	8,381.43	100.00%	17,441.71	100.00%

续上表

项目	2023年度		2022年度	
	收入金额	占比	收入金额	占比
机票代理	13,344.71	81.25%	10,487.87	85.46%
酒店代理	2,089.58	12.72%	818.89	6.67%
保险代理	42.81	0.26%	26.30	0.21%
其他（注）	947.15	5.77%	939.66	7.66%
合计	16,424.24	100.00%	12,272.72	100.00%

注：其他包括后返佣金、包机包位、火车票等。”

3、与发行人完成系统集成对接的客户数量、不同集成方式及占比

单位：个

技术集成方式	2025年1-6月		2024年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比
单点登录跳转	234	45.26%	225	46.97%
第三方系统集成	40	7.74%	37	7.72%
全API接口	243	47.00%	217	45.30%
合计	517	100.00%	479	100.00%

续上表

技术集成方式	2023年度		2022年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比
单点登录跳转	219	50.46%	200	48.19%
第三方系统集成	31	7.14%	26	6.27%
全API接口	184	42.40%	189	45.54%
合计	434	100.00%	415	100.00%

注：部分商旅客户不需要发行人提供系统集成对接服务，但可以直接使用发行人提供的美亚商旅网、商旅 APP 等客户端或呼叫中心下达订单。

4、不同技术集成模式在具体服务内容、下单方式、费用收取等方面的差异

技术集成方式	具体服务内容	下单方式
单点登录跳转	企业通过内部系统集成对接美亚商旅系统，员工通过单点登录跳转到美亚商旅系统端预订	PC端、移动端（安卓、IOS、H5）
第三方系统集成	客户通过第三方如费控、OA、财务共享平台直接对接美亚商旅系统，集成商旅应用、费用管控、费用报销、自动对账等功能	PC端、移动端（安卓、IOS、H5）
API接口开放	客户自建商旅平台后，发行人将查询、预订、退改等全流程输出API接口供企业调用，助力客户实现商旅管理自主数字化部署和精细化管理	API接口端

发行人商旅管理业务中的技术集成服务系发行人多年自主研发的技术成果，作为实现服务的技术支持和手段，更好地满足发行人与客户的系统衔接和快捷下单、订单管理等业务，其本身并不单独对客户收费，客户选择不同类型的技术集成方式并不会成为影响产品定价的因素。

5、结合具体案例说明客户商旅管理数据分析及咨询方案、个性化商旅明细报表、商旅活动画像及管理优化建议等服务成果的呈现内容和方式

（1）客户商旅管理数据分析及咨询方案

发行人采用大数据手段对商旅客户的差旅产品数据以数据分析报告的形式呈现，主要从三个维度分析：整体消费概况、节省与损失、具体产品详细分析。以某个商旅客户为例，整体消费概况内容包括各项产品月度采购额及采购量、各项产品累计采购额占比、各项产品 KPI 指标（如平均票价、里程均价、平均提前预订天数、平均折扣率、退改比例、线上交易率等）、碳排放量等。节省与损失内容包括航司优惠金额及比例、优惠使用占比、提前不同天数订改退折扣率、机票不同起飞时段折扣率、不同渠道订改退票方式折扣率、不同产品碳排放量等。具体产品详细分析包括：①机票产品的平均票价、税费、管理咨询费、张数等；②机票承运商及舱等占比分析；③机票常飞航线占比分析；酒店协议与非协议占比分析、星级占比分析；④各城市常住酒店占比及每晚平均房价分析；⑤不同类型火车票占比分析；⑥火车票常乘坐路线平均单价及张数分析；⑦客户不同子公司不同成本中心各产品的采购情况分析。

咨询方案分为个人咨询和公司咨询，个人咨询包括出行路线、提前预订天数、增值服务加购等建议；公司咨询包括采购渠道选择、成本压降手段、内部流程优化、业财统一等建议。

（2）个性化商旅明细报表

按照商旅客户的具体要求，在明细对账表中呈现不同排序的字段，最多能涵盖 150 余项字段，如客户内部审批人员及单号、报销部门、报销员工号、票号、行程单号、出退改日期、因公因私出行、票面价、优惠折扣、行程单可抵扣进项税等，精准呈现个性化商旅明细报表。

（3）商旅活动画像及管理优化建议

商旅活动画像以差旅产品采购总概图的方式呈现，以某个商旅客户为例，呈现内容包括各项产品月度采购额及采购量、各项产品累计采购额占比、各项产品 KPI 指标（如平均票价、里程均价、平均提前预订天数、平均折扣率、退改比例、线上交易率等）、碳排放量等，运用大数据分析为客户提供如下管理优化建议：

①着手考虑公务酒店的集采规划，从而获取更为优惠的酒店入住协议价格；②拓宽服务范围，共享业务管理模式，推进商旅业务与企业管理融合，与人资管理平台、财务管理平台、协同办公平台等管理系统集成对接，实现信息互联与融合共享，促进管理要求、业务标准、工作流程的协同统一；③强化系统集成应用深度，提升精益管控成效。强化目前系统集成应用深度，应用 API、OCR 智能识别、智能算法应用等技术，打造集中的商旅平台，建立企业级智能票据档案库，开展票据电子化处理，应用大数据分析技术，强化数据价值；④打造资源中台，满足商旅资源“聚合优化”的提质增效要求。聚合企业集团所属各级单位商旅需求，集中采购商旅资源，开展“总对总”战略合作，实现商旅资源聚合优化，促进集团商旅业务降本增效。同时，还需要建设自有商旅资源中心，聚合产业链上下游资源，建立全方位资源合作渠道，发挥集团规模化集中采购效应，签订大客户协议，享受专属优惠，以数据接口对接的方式，直连资源方和服务商的商旅产品；实现交通、酒店、资源有效结合、为员工出行提供更丰富且匹配的产品；⑤建设财务共享中心：差旅费用报销、差旅预算管理是建设财务共享中心的必然要求；⑥不断提高在线化水平，逐步实现商旅全场景的生态配套，对差旅成本进行有效控制，同时实现差旅管理全程服务质量的运营监控。

（二）说明会奖旅游业务与发行人其他商旅出行业务具体如何区分，会奖旅游业务下的机票、酒店销售等是否仍为代理业务，采用不同定价机制、收入确认政策的合理性；按照会奖旅游业务的细分服务内容，补充披露会奖旅游业务的收入结构

1、说明会奖旅游业务与发行人其他商旅出行业务具体如何区分

会奖旅游方面，发行人依托其他板块客户及产品资源优势，主要面向企事业单位客户提供会奖活动及定制旅行服务，服务范畴涵盖公商务考察、奖励旅游、会务展会等。发行人通过整合目的地资源及泛商旅产品资源，策划和执行具体服务方案，为客户创造定制化、专业化的会奖旅游体验。

商旅出行方面，客户员工可以通过发行人与客户对接的平台直接预订出差所需的机票、酒店、火车票、用车、签证等商旅产品，实现商旅申请—行程预订—商旅报销—审核审批—对账结算—数据分析全流程的数字化部署。

发行人提供商旅出行服务过程中，仅进行产品资源的展示，并由客户根据自身的差旅出行需求（如时间安排、出行地点、差旅预算等）最终选择产品，并按产品收取服务费，发行人提供的为差旅管理服务。发行人并非差旅行程及商旅产品的决定方，也并非整体收取旅游费用，与会奖旅游业务存在显著区分。

2、会奖旅游业务下的机票、酒店销售等是否仍为代理业务

会奖旅游业务下提供的产品服务明细主要包括机票、酒店、会议场地租赁、餐饮、地接等服务，发行人根据客户的需求，提供定制化的具体服务方案并通过整合资源落实方案。会奖旅游业务根据其提供服务方式不同区分为定制团、会议团等整合定制服务以及机票和酒店等单一服务。

（1）定制团、会议团等整合定制服务

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，其提供的定制服务中的机票、酒店销售不属于代理业务。

（2）机票、酒店等单一服务

会奖旅游业务下的机票、酒店销售等单一服务系发行人提供定制化方案给客户后，因为客户的原因或者其他考虑，最终只选择了其中的单项服务，其业务背景实际上仍源于发行人所提供的定制化方案，但基于谨慎性考虑，将其按照净额法确认收入，但不属于代理业务，该类业务在会奖旅游业务中占比较低。

3、会奖旅游业务下的机票、酒店销售采用不同定价机制、收入确认政策的合理性

（1）定价机制

在定价机制方面，会奖旅游业务下的单一服务和整合定制服务均主要以“成本+服务费（通常为成本的一定比例）”的方式定价，服务费会参考服务标准、市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素综合确定。会奖旅游业务下的机票、酒店销售与其他会奖旅游服务一样，均源于发行人所提供的定制化方案，选择以“成本+服务费”的方式定价。综上，会奖旅游业务下的单一服务和整合

定制服务采用相同的定价机制，具有合理性。

（2）收入确认政策

一方面，从收入确认方法来看，整合定制服务主要是会议团、定制团，发行人提供包括会议展览、团队旅游等服务，发行人在该项服务中作为主要责任人，因此按照总额法确认收入。酒店、机票等单一服务，虽然业务背景实际上源于发行人所提供的定制化方案，但基于谨慎性考虑，仍将其按照代理业务净额法确认收入。

另一方面，从收入确认时点来看，整合定制服务系发行人自第三方取得机票、酒店等商品的控制权后，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，因此收入确认时点为在整合定制服务全部提供完毕，金额能够可靠计量时。而酒店、机票等单一服务基于谨慎性考虑，将其按照代理业务净额法确认收入，因此其确认时点与航旅、商旅板块的代理业务一致，即委托人确认订单且出票/酒店预订成功时。

综上，会奖旅游业务的收入确认政策具有合理性。

4、按照会奖旅游业务的细分服务内容，补充披露会奖旅游业务的收入结构

发行人已在招股说明书之“第八节 管理层讨论与分析/三、盈利情况分析/（一）营业收入分析/8.其他披露事项”中补充披露如下：

“（6）报告期内会奖旅游业务根据细分服务进行划分的收入结构

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	收入	占比	占比
会议团	4,024.67	93.00%	10,349.35	94.91%	7,225.09	90.59%	3,268.50	94.53%
旅行团	146.39	3.38%	228.94	2.10%	424.23	5.32%	30.68	0.89%
酒店	70.37	1.63%	141.45	1.30%	128.09	1.61%	104.97	3.04%
机票	54.10	1.25%	101.64	0.93%	83.3	1.04%	11.81	0.34%
其他	32.20	0.74%	82.93	0.76%	114.48	1.44%	41.58	1.20%
合计	4,327.74	100.00%	10,904.31	100.00%	7,975.19	100.00%	3,457.54	100.00%

注：其他指地接、门票、签证、用车等服务。

报告期内，公司的会奖旅游业务的收入主要由会议团、旅行团等定制服务和机票及酒店单一服务构成，其中，报告期会议团和旅行团等定制服务收入占比分

别为 95.42%、95.91%、97.01%和 96.38%，系会奖旅游业务的主要收入来源。”

（三）说明报告期内三类细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户情况，是否存在较大变动及合理性；招股书所披露“散客”是否为客户，发行人对个人直接客户产生的收入情况

1、报告期内三类细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率，是否存在较大变动及合理性

（1）销售金额及占比

单位：万元

业务板块	销售模式	销售金额							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	直接销售	16,513.99	2.54%	31,100.84	2.39%	45,703.99	4.10%	29,674.65	6.26%
	间接销售	414,649.35	63.82%	837,987.62	64.40%	643,308.09	57.72%	247,807.95	52.25%
商旅管理	直接销售	203,005.44	31.24%	399,594.42	30.71%	400,556.42	35.94%	190,453.28	40.16%
会奖旅游	直接销售	3,869.12	0.60%	9,837.34	0.76%	10,508.96	0.94%	4,221.48	0.89%
	间接销售	2,976.31	0.46%	6,171.34	0.47%	3,478.76	0.31%	59.13	0.01%
合计		641,014.21	98.65%	1,284,691.55	98.72%	1,103,556.22	99.02%	472,216.49	99.57%

注：数据仅包含直接与间接销售数据，未包含后返佣金，下同。

航旅票务业务的直接销售系发行人直接为部分中小企事业客户、散客提供机票预订服务，报告期内销售金额分别为 29,674.65 万元、45,703.99 万元、31,100.84 万元和 16,513.99 万元，2023 年民航出行限制解除，市场需求增长，带来销售额的上升；2024 年因部分客户业务需求缩减，造成销售额的减少。其销售金额占比分别为 6.26%、4.10%、2.39%和 2.54%，呈现小幅波动态势，且占比较小。

航旅票务业务的间接销售系发行人向旅业同行客户提供机票 B2B 分销服务，报告期内销售金额分别为 247,807.95 万元、643,308.09 万元、837,987.62 万元和 414,649.35 万元。2023 年度销售金额大幅增长，主要原因系民航出行限制解除，市场票源充足，居民出行需求大幅增长，下游旅行社和票务代理的业务恢复强劲。2024 年度销售金额增长，主要原因有两点：其一，民航运行规模平稳增长带动市场规模扩张；其二，发行人进一步加大折让力度提高销售额以完成航司后返政策的激励目标。其销售金额占比分别为 52.25%、57.72%、64.40%和 63.82%，呈现

稳定的增长态势。

商旅管理业务直接销售系发行人直接向企事业客户提供商旅服务，报告期内销售金额分别为 190,453.28 万元、400,556.42 万元、399,594.42 万元和 203,005.44 万元。2023 年其销售金额呈现大幅增长态势，主要原因系民航出行限制取消后，企事业单位商旅管理服务需求增长；2024 年度销售金额呈现小幅波动。其销售金额占比分别为 40.16%、35.94%、30.71%和 31.24%，2022 年至 2024 年呈现下降态势，主要原因系航旅间接销售的销售金额大幅上涨，致使商旅管理直接销售占比相对下滑。

会奖旅游业务的直接销售系发行人直接向企事业客户提供会奖旅游服务，报告期内销售金额分别为 4,221.48 万元、10,508.96 万元、9,837.34 万元和 3,869.12 万元，2023 年呈现大幅增长态势，主要原因系民航出行限制取消后，企事业单位会奖旅游服务需求增长；2024 年度销售金额呈现小幅波动。其销售金额占比分别为 0.89%、0.94%、0.76%和 0.60%，呈现小幅波动态势，且占比较小。

会奖旅游业务的间接销售系发行人接受旅业同行的会奖旅游服务需求，报告期内销售金额分别为 59.13 万元、3,478.76 万元、6,171.34 万元和 2,976.31 万元，报告期内呈现大幅增长态势，主要原因系民航出行限制取消后，旅业同行业务恢复，相关需求持续增长。其销售金额占比分别为 0.01%、0.31%、0.47%和 0.46%，呈现小幅波动态势，且占比较小。

(2) 销售收入及占比

单位：万元

业务板块	销售模式	销售收入							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	直接销售	310.22	1.72%	673.85	1.09%	1,438.99	4.10%	6,630.46	14.55%
	间接销售	- 2,592.62	- 14.35%	-3,999.09	-10.04%	-524.24	-1.50%	21,357.49	46.87%
商旅管理	直接销售	7,781.08	43.06%	16,593.75	41.65%	15,918.25	45.40%	12,176.65	26.72%
会奖旅游	直接销售	3,367.47	18.64%	8,581.13	21.54%	6,778.06	19.33%	3,410.82	7.49%
	间接销售	948.83	5.25%	2,320.09	5.82%	1,174.01	3.35%	46.72	0.10%
合计		9,814.97	54.32%	24,169.74	60.66%	24,785.07	70.68%	43,622.14	95.74%

报告期内，航旅票务业务的直接销售收入金额分别为 6,630.46 万元、1,438.99

万元、673.85 万元和 310.22 万元，销售收入占比分别为 14.55%、4.10%、1.09% 和 1.72%。2023 年度收入大幅下滑，主要原因系随着民航出行限制的逐步解除，航空运力恢复，票源充足，采用总额法确认收入的包机包位业务量减少；2024 年因部分客户业务需求缩减，造成销售收入的减少。

报告期内，航旅票务业务的间接销售收入金额分别为 21,357.49 万元、-524.24 万元、-3,999.09 万元和 -2,592.62 万元，占比分别为 46.87%、-1.50%、-10.04% 和 -14.35%。2023 年收入大幅下滑原因与航旅票务直接销售一致，2023 年度下降为负，主要原因系发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策所致；2024 年度收入金额继续下滑，主要原因系发行人进一步加大折让力度提高销售额以完成航司后返政策的激励目标。

报告期内，商旅管理业务的直接销售收入金额分别为 12,176.65 万元、15,918.25 万元、16,593.75 万元和 7,781.08 万元。2023 年度销售收入增长的主要原因系随着民航出行限制的取消，商旅直销客户的商旅需求回升，订单量上涨，促进了商旅管理收入的增加；2024 年度销售收入呈现小幅上升。其销售收入占比分别为 26.72%、45.40%、41.65%和 43.06%，2022 年度收入占比相对较低，2023 年度及之后期间收入占比较高，主要原因有两点：其一，民航出行平稳有序恢复，企事业单位商旅需求回升；其二，主要发生于航旅票务的总额法确认收入的包机包位业务在相关限制解除后减少，带来 2023 年度及之后商旅管理直接销售收入占比的结构性上升。

报告期内，会奖旅游直接销售的销售收入金额分别为 3,410.82 万元、6,778.06 万元、8,581.13 万元和 3,367.47 万元。2023 年其销售收入呈现大幅增长态势，主要原因系民航出行限制取消后，企事业单位会奖旅游服务需求增长；2024 年其销售收入进一步提升，主要原因系核心客户合作服务深化，整合定制服务占比提高。其销售收入占比分别为 7.49%、19.33%、21.54%和 18.64%，2023 年度及之后期间收入占比较高，主要原因有两点：其一，民航出行限制取消，发行人会奖旅游业务稳步恢复及发展；其二，主要发生于航旅票务的总额法确认收入的包机包位业务在相关限制解除后减少，带来 2023 年度及之后会奖旅游收入占比的结构性上升。

报告期内，会奖旅游间接销售的销售收入金额分别为 46.72 万元、1,174.01

万元、2,320.09 万元和 948.83 万元。2023 年度其销售收入大幅增长，主要原因系民航出行限制期间，旅业同行业务开展受限，需求较低，民航出行限制解除后，旅业同行业务恢复，带来收入的上升；2024 年度其销售金额大幅增长，主要原因系发行人进一步拓展核心客户的合作深度以及新客户的业务需求。其销售收入占比分别为 0.10%、3.35%、5.82%和 5.25%，2022 年至 2024 年呈现稳步增长的态势。

(3) 毛利率

报告期内，发行人航旅票务、商旅管理、会奖旅游的直接销售、间接销售的毛利率情况如下所示：

业务类型	销售模式	毛利率			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	直接销售	不适用 (注2)	不适用 (注2)	91.38%	27.66%
	间接销售	不适用 (注4)	不适用 (注3)	不适用 (注1)	9.96%
商旅管理	直接销售	77.80%	79.68%	79.01%	74.26%
会奖旅游	直接销售	5.92%	6.49%	6.24%	5.09%
	间接销售	-2.92%	-0.09%	-0.18%	-0.49%
合计		45.08%	43.72%	51.36%	30.21%

注 1：2023 年度航旅票务的间接销售收入为负数；
注 2：2024 年度和 2025 年 1-6 月航旅票务的直接销售成本金额为负数；
注 3：2024 年度航旅票务的间接销售收入与成本金额均为负数；
注 4：2025 年 1-6 月航旅票务的间接销售收入与成本金额均为负数。

因为受不同收入确认政策的影响，发行人毛利率存在不同程度的波动，所以将收入与成本还原至总额法下，其毛利率的具体情况如下所示：

业务类型	销售模式	还原至总额法下的毛利率			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	直接销售	2.00%	2.18%	2.88%	6.21%

业务类型	销售模式	还原至总额法下的毛利率			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	间接销售	-0.51%	-0.46%	-0.25%	0.86%
商旅管理	直接销售	2.98%	3.31%	3.16%	4.76%
会奖旅游	直接销售	5.12%	5.73%	4.06%	3.96%
	间接销售	-0.93%	-0.04%	-0.06%	-0.39%
合计		0.69%	0.82%	1.16%	2.79%

对于航旅票务、商旅管理的直接销售，其还原至总额法下的毛利率在 2023 年度有所下降，主要原因系公共卫生事件得到缓解，票源更加充足，航空客运销售代理市场供给大于需求，价格下降致使还原总额法下的毛利率有所下降；2024 年度相较于 2023 年度以及 2025 年 1-6 月相较于 2024 年度，其还原至总额法下的毛利率变化较小，较为稳定。

对于航旅票务的间接销售，其还原至总额法下的毛利率在报告期内逐年下降，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，航空公司对于境内外航段的后返佣金政策逐步恢复，发行人与多家航空公司因保持稳定的合作关系，获取了具备优势的后返佣金政策，使公司在多家航空公司的票源销售价格上能采用更具竞争力的定价方式，致使还原总额法下的毛利率在报告期内逐步下降。

对于会奖旅游的直接销售，其还原总额法下的毛利率在2022-2024年度逐步上升，主要原因系发行人会奖旅游业务不断发展，依托航旅票务的产品资源和商旅管理的客户资源，发行人会奖旅游业务逐渐形成良好品牌效应和行业声誉，致使还原至总额法下的毛利率在报告期内逐步上升。2025年1-6月的还原总额法下的毛利率较上年度变化较小。对于会奖旅游的间接销售，在2023年度、2024年度以及2025年1-6月还原至总额法下的毛利率较低且为负数，主要原因系部分客户对机票、酒店等低毛利服务需求较高，上述期间内机票、酒店等单一服务占会奖旅游间接销售总额的比例超过60%，同时发行人除采购成本外还承担运营成本，致使还原至总额法下的毛利率较低且为负数；在2022年度还原至总额法下的毛利率较低且为负数，主要原因系该年度会奖旅游间接销售的销售金额极低，存在偶

发性。

综上所述，报告期内，发行人航旅票务、商旅管理、会奖旅游的直接销售、间接销售的还原至总额法下的毛利率差异具有合理性。

2、报告期内三类细分业务下直接、间接销售的前五大客户，是否存在较大变动及合理性

(1) 销售金额

单位：万元

业务 板块	销售 模式	序 号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
航旅 票务	直接 销售	1	青岛英航国际船舶管理有限公司	1,020.15	0.16%	上海银数科技有限公司	2,801.06	0.22%	上海外国语大学	3,644.68	0.33%	上海外国语大学	5,905.82	1.25%
		2	上海银数科技有限公司	957.18	0.15%	青岛英航国际船舶管理有限公司	1,314.18	0.10%	滨州福焕电子商贸有限公司	2,797.99	0.25%	佛山旺康商贸有限公司	1,662.67	0.35%
		3	开平市旅智商务信息咨询有限公司	557.02	0.09%	开平市旅智商务信息咨询有限公司	931.26	0.07%	佛山旺康商贸有限公司	1,113.00	0.10%	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	1,567.18	0.33%
		4	珠海市香洲区大樟林贸易商行	478.22	0.07%	湖北省旅航企业管理咨询有限公司	629.98	0.05%	无锡绿露梦企业管理服务有限公司	935.38	0.08%	香港明华船舶管理有限公司	1,192.04	0.25%
		5	湖北省旅航企业管理咨询有限公司	338.12	0.05%	无锡绿露梦企业管理服务有限公司	625.02	0.05%	河南小杯茶商贸有限公司	788.09	0.07%	苏州中材建设有限公司	1,025.93	0.22%
	间接 销售	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	55,732.21	8.58%	上海华程西南国际旅行社有限公司	123,529.84	9.49%	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,937.85	15.16%	上海华程西南国际旅行社有限公司	61,362.56	12.94%
		2	北京趣拿软件科技有限公司	16,450.67	2.53%	广州典实国际旅行社有限公司	32,972.37	2.53%	广州典实国际旅行社有限公司	13,580.48	1.22%	北京趣拿软件科技有限公司	7,216.97	1.52%
		3	北京保盛航空服务有限公司	10,098.40	1.55%	北京趣拿软件科技有限公司	20,185.52	1.55%	广州典实商旅服务有限公司	9,697.25	0.87%	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,942.98	1.04%

业务 板块	销售 模式	序 号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
		4	四川寰宇纵横科 技有限公司	7,162.46	1.10%	自由之翼 （北京）航 空服务有限 公司	10,661.92	0.82%	北京趣拿软 件科技有限 公司	8,454.44	0.76%	河北祥程国际旅 行社有限公司	3,314.47	0.70%
		5	自由之翼（北 京）航空服务有 限公司	6,500.10	1.00%	上海翼盟航 空服务有限 公司	8,971.50	0.69%	上海翼盟航 空服务有限 公司	5,840.75	0.52%	深圳市空港易行 商旅服务有限公 司	3,271.95	0.69%
商旅 管理	直接 销售	1	中国石化集团国 际旅行社有限责 任公司	23,088.54	3.55%	中国石化集 团国际旅行社有 限责任公 司	50,755.96	3.90%	中国石化集 团国际旅行社有 限责任公 司	60,618.39	5.44%	中国石化集团国 际旅行社有限责 任公司	23,030.96	4.86%
		2	南方电网互联网 服务有限公司	14,573.82	2.24%	南方电网互 联网服务有 限公司	28,631.89	2.20%	南方电网互 联网服务有 限公司	24,699.77	2.22%	中电建湖北电力 建设有限公司	5,233.56	1.10%
		3	深圳市能之汇投 资有限公司	11,949.62	1.84%	深圳市能之 汇投资有限 公司 ¹	23,439.88	1.80%	深圳市能之 汇投资有限 公司	22,905.90	2.06%	杭州海康威视数 字技术股份有限 公司	4,365.49	0.92%
		4	东方承启（北 京）商务科技有 限公司	9,743.72	1.50%	东方承启 （北京）商 务科技有限 公司	17,495.68	1.34%	东方承启 （北京）商 务科技有限 公司	16,233.77	1.46%	南方电网互联网 服务有限公司	3,518.78	0.74%
		5	比亚迪汽车工业 有限公司	5,058.24	0.78%	比亚迪汽车 工业有限公 司	9,689.38	0.74%	OPPO广东 移动通信有 限公司	10,700.86	0.96%	中国化学工程第 七建设有限公司	3,397.80	0.72%

¹ 受客户内部职能架构调整影响，报告期内中广核集团商旅管理服务采购的签约主体发生多次变更，包括中广核财务有限责任公司、深圳市能之汇投资有限公司及中国广核集团有限公司；简便起见，**报告期**统一列示为申报时签约主体深圳市能之汇投资有限公司，下同。

业务 板块	销售 模式	序 号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
会奖 旅游	直接 销售	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,372.46	0.21%	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	3,530.45	0.27%	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,813.66	0.16%	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,142.25	0.24%
		2	东风本田汽车销售有限公司	277.14	0.04%	东风本田汽车销售有限公司	641.22	0.05%	深圳前海微众银行股份有限公司	827.64	0.07%	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	602.31	0.13%
		3	北京字跳网络技术有限公司	254.97	0.04%	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	513.99	0.04%	东风本田汽车销售有限公司	820.28	0.07%	深圳前海微众银行股份有限公司	353.54	0.07%
		4	健合（中国）有限公司	234.58	0.04%	深圳半岛医疗集团股份有限公司	407.01	0.03%	广州博冠信息科技有限公司	312.61	0.03%	东风本田汽车销售有限公司	250.91	0.05%
		5	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	148.16	0.02%	深圳前海微众银行股份有限公司	376.80	0.03%	健合（中国）有限公司	305.66	0.03%	广州博冠信息科技有限公司	137.36	0.03%
	间接 销售	1	桂林海纳国际旅行社有限公司	328.59	0.05%	桂林海纳国际旅行社有限公司	712.29	0.05%	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	0.03%	浙江阿里商旅旅行社有限公司	25.09	0.01%
		2	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	172.49	0.03%	广州中科国际旅行社有限公司	491.36	0.04%	上海携程国际旅行社有限公司	323.17	0.03%	深圳市海洋国际旅行社有限公司	9.55	0.00%

业务 板块	销售 模式	序 号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
		3	广州广之旅国际旅行社股份有限公司	167.73	0.03%	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	434.30	0.03%	四川走遍全球国际旅游有限公司	262.32	0.02%	河马旅游（深圳）有限公司	5.48	0.00%
		4	广州趣酷商务会展有限公司	91.95	0.01%	卓越国际旅行社有限公司	244.59	0.02%	桂林海纳国际旅行社有限公司	239.48	0.02%	北京智晨创展商务服务有限公司	2.84	0.00%
		5	卓越国际旅行社有限公司	85.67	0.01%	上海携程国际旅行社有限公司	183.54	0.01%	卓越国际旅行社有限公司	202.15	0.02%	陈梦妮	2.29	0.00%

报告期内，航旅票务直接销售的前五大客户共有 13 家，其中 7 家客户报告期内 2 次为前五大客户，是无锡绿露梦企业管理服务有限公司、上海外国语大学、佛山旺康商贸有限公司、上海银数科技有限公司、青岛英航国际船舶管理有限公司、开平市旅智商务信息咨询有限公司和湖北省旅航企业管理咨询有限公司。

报告期内，航旅票务间接销售的前五大客户共有 11 家，其中有 2 家客户三年一期均为前五大客户，分别为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；有 3 家客户报告期内 2 次为前五大客户，是广州典实国际旅行社有限公司、自由之翼（北京）航空服务有限公司和上海翼盟航空服务有限公司。

报告期内，商旅管理直接销售的前五大客户共有 9 家，其中有 2 家客户三年一期均为前五大客户，是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；有 2 家客户报告期内 3 次为前五大客户，是东方承启（北京）商务科技有限公司和深圳市能之汇投资有限公司；有 1 家客户报告期内 2 次为前五大客户，是比亚迪汽车工业有限公司。

报告期内，会奖旅游直接销售的前五大客户共有 8 家，其中有 2 家客户三年一期均为前五大客户，分别为中广核白鹭共享

服务（深圳）有限公司、东风本田汽车销售有限公司；有 2 家客户报告期内 3 次为前五大客户，分别为深圳前海微众银行股份有限公司和中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司；有 2 家客户报告期内 2 次为前五大客户，分别为健合（中国）有限公司和广州博冠信息科技有限公司。

报告期内，会奖旅游间接销售的前五大客户共有 13 家，有 3 家客户报告期内 3 次为前五大客户，分别为深圳市八星环游国际旅行社有限公司、卓越国际旅行社有限公司和桂林海纳国际旅行社有限公司；有 1 家客户报告期内 2 次为前五大客户，是上海携程国际旅行社有限公司。

综上所述，发行人各业务板块、各销售模式的前五大客户中存在对发行人有较高依赖度和忠诚度的客户，在市场整体销售量发生变化的时候，依旧有相对稳定的业务需求；但也存在部分客户，因其自身需求量的变动，致使其新进或退出客户前五大。该变动的主要原因系发行人的客户集中度较低，除发行人对上海华程西南国际旅行社有限公司、中国石化集团国际旅行社有限责任公司的销售金额占比在 5%以上，其余都在 5%以内，且更多是在 1%以内，致使客户需求量的波动也能带来相对较大的排名变动。

（2）销售收入

单位：万元

业务 板块	销售 模式	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
航旅 票务	直接 销售	1	上海外经集团控股有限公司	30.68	0.17%	北京国潮星动文化产业管理有限公司	47.00	0.26%	上海外国语大学	186.57	0.53%	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	1,373.12	3.01%

业务 板块	销售 模式	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		2	上海羿恺建设工程有限公司	19.17	0.11%	上海外经集团控股有限公司	36.33	0.20%	佛山旺康商贸有限公司	85.16	0.24%	上海外国语大学	424.17	0.93%
		3	重庆市医学会	19.11	0.11%	上海外国语大学	34.85	0.19%	香港明华船舶管理有限公司	53.50	0.15%	香港明华船舶管理有限公司	401.28	0.88%
		4	易宝支付有限公司	15.65	0.09%	上海银数科技有限公司	32.71	0.18%	上海外经集团控股有限公司	25.57	0.07%	佛山旺康商贸有限公司	290.94	0.64%
		5	BISHA MINING SHARE COMPANY	15.11	0.08%	香港明华船舶管理有限公司	29.23	0.16%	TCL空调器（中山）有限公司	21.04	0.06%	上海外经集团控股有限公司	263.58	0.58%
	间接 销售	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	436.88	2.42%	上海华程西南国际旅行社有限公司	414.33	2.29%	上海华程西南国际旅行社有限公司	755.78	2.16%	湖南亚商商务服务有限公司	1,240.58	2.72%
		2	上海悦芝旅游信息咨询有限公司	94.71	0.52%	上海悦芝旅游信息咨询有限公司	134.61	0.74%	太原金腾航空服务有限公司	39.36	0.11%	上海华程西南国际旅行社有限公司	1,112.36	2.44%
		3	北京趣拿软件科技有限公司	57.57	0.32%	北京新东方沃凯德国际教育旅行社有限公司	78.02	0.43%	深圳市康辉旅行社有限公司	38.43	0.11%	北京华夏远洋航空服务有限公司	927.35	2.04%
		4	成都简旅商务服务有限公司	50.84	0.28%	深圳市康辉旅行社有限公司	60.15	0.33%	李菲	34.38	0.10%	北京引领假日国际旅行社有限公司	726.00	1.59%

业务 板块	销售 模式	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		5	同程网络科技股份有限公司	37.02	0.20%	成都简旅商务服务有限公司	48.32	0.27%	运通亚洲网络咨询服务（北京）有限公司	33.02	0.09%	上海众博会务服务有限公司	596.35	1.31%
商旅 管理	直接 销售	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中兴通讯股份有限公司	**	**
		2	南方电网互联网服务有限公司	**	**	南方电网互联网服务有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	嘉兴敏惠汽车零部件有限公司	**	**
		3	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	**	**	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**
		4	OPPO 广东移动通信有限公司	**	**	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	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	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**	客户A	**	**	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**	OPPO广东移动通信有限公司	**	**
会奖 旅游	直接 销售	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**

业务 板块	销售 模式	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
												公司		
		2	东风本田汽车销售有限公司	**	**	东风本田汽车销售有限公司	**	**	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	**	**
		3	北京宇跳网络技术有限公司	**	**	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	**	**	深圳前海微众银行股份有限公司	**	**
		4	健合（中国）有限公司	**	**	深圳半岛医疗集团股份有限公司	**	**	健合（中国）有限公司	**	**	东风本田汽车销售有限公司	**	**
		5	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	**	**	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	**	**	健合（中国）有限公司	**	**
	间接 销售	1	广州广之旅国际旅行社股份有限公司	111.80	0.62%	卓越国际旅行社有限公司	155.85	0.86%	上海携程国际旅行社有限公司	272.75	0.78%	浙江阿里商旅旅行社有限公司	24.83	0.05%
		2	广州趣酷商务会展有限公司	90.56	0.50%	浙江省中青国际旅游有限公司	107.91	0.60%	广州广之旅国际旅行社股份有限公司	107.64	0.31%	深圳市海洋国际旅行社有限公司	6.62	0.01%

业务 板块	销售 模式	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		3	深圳市海洋国际旅行社有限公司	42.98	0.24%	上海携程国际旅行社有限公司	106.66	0.59%	广州趣酷商务会展有限公司	68.96	0.20%	北京智晨创展商务服务有限公司	2.68	0.01%
		4	广东粤海国际旅行社有限公司	37.35	0.21%	广东粤海国际旅行社有限公司	87.50	0.48%	卓越国际旅行社有限公司	64.53	0.18%	河马旅游（深圳）有限公司	2.16	0.00%
		5	广东奢游国际文化旅游有限公司	32.35	0.18%	广州广之旅国际旅行社股份有限公司	84.26	0.47%	深圳深之旅国际旅行社有限公司	46.42	0.13%	陈梦妮	0.19	0.00%

报告期内，航旅票务直接销售的前五大客户共有 12 家，其中有 1 家客户三年一期均为前五大客户，是上海外经集团控股有限公司；有 2 家客户报告期内 3 次为前五大客户，分别为上海外国语大学、香港明华船舶管理有限公司；有 1 家客户报告期内 2 次为前五大客户，是佛山旺康商贸有限公司。

报告期内，航旅票务间接销售的前五大客户共有 14 家，其中有 1 家客户三年一期均为前五大客户，是上海华程西南国际旅行社有限公司；有 3 家客户报告期内 2 次为前五大客户，分别为成都简旅商务服务有限公司、深圳市康辉旅行社有限公司和上海悦芝旅游信息咨询有限公司。

报告期内，商旅管理直接销售的前五大客户共有 10 家，其中 1 家客户三年一期均为前五大客户，是中国石化集团国际旅行社有限责任公司；有 2 家客户报告期内 3 次为前五大客户，分别为深圳市能之汇投资有限公司和南方电网互联网服务有限公司；有 3 家客户报告期内 2 次为前五大客户，分别为富泰华工业（深圳）有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司和 OPP0 广东移动通信有限公司。

报告期内，会奖旅游直接销售的前五大客户共有 6 家，4 家客户三年一期均为前五大客户，分别为中广核白鹭共享服务（深圳）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和健合（中国）有限公司；有 1 家客户报告期内 3 次为前五大客户，是深圳前海微众银行股份有限公司。

报告期内，会奖旅游间接销售的前五大客户共有 14 家，其中有 6 家客户报告期内 2 次为前五大客户，分别为上海携程国际旅行社有限公司、深圳市海洋国际旅行社有限公司、广州趣酷商务会展有限公司、广州广之旅国际旅行社股份有限公司、广东粤海国际旅行社有限公司和卓越国际旅行社有限公司。

综上所述，发行人各业务板块、各销售模式中存在收入来源稳定的客户，但也存在部分客户，新进或退出客户前五大，该变动的原因主要有三点：其一，民航出行限制阶段，发行人存在以总额法确认收入的包机包位业务，致使部分客户的收入确认金额存在较大波动；其二，民航出行限制解除后，市场票源充足，发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策，致使发行人对客户的收入情况发生变动；其三，随着市场环境的变化，客户可能会根据自身的发展战略、预算调整或者竞品的价格和服务等因素调整其自身需求。

3、招股书所披露“散客”是否为个人客户，发行人对个人直接客户产生的收入情况

散客指经由发行人美亚航旅网、美亚航旅公众号等客户端自行零星下单，而未与发行人专门签署服务协议的客户。企业客户和个人客户均可以在上述渠道下单，因此散客并非专指个人客户。

发行人的客户主要为旅业同行、企事业单位等 B 端客户，而散客因其数量较多、订单量较少、复购率较低以及合作具有临时性等特点，将零散企业客户和个人客户均统一按散客管理，报告期内发行人散客收入情况如下：

单位：万元

报告期	销售金额	销售收入

	金额	占比	金额	占比
2025 年 1-6 月	6,160.95	0.95%	78.06	0.43%
2024年度	9,183.95	0.71%	169.95	0.43%
2023年度	23,930.54	2.15%	675.01	1.92%
2022年度	12,288.34	2.59%	2,413.72	5.30%

报告期内，发行人散客的销售金额占比分别为 2.59%、2.15%、0.71%和 0.95%，占比较低；收入占比分别为 5.30%、1.92%、0.43%和 0.43%，2022 年度占比相对较高，主要原因系收入中包含总额法确认收入的包机包位产品，个人直接客户产生的收入低于散客整体收入情况。

（四）按照国际机票代理、国内机票代理、包机包位、酒店代理、保险代理、旅游服务等产品维度划分，分别说明三类细分业务下以及整体的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比，毛利率情况，前五大客户、供应商情况

1、按照国际机票代理、国内机票代理、包机包位、酒店代理、保险代理、旅游服务等产品维度划分，分别说明三类细分业务下以及整体的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比，毛利率情况

（1）销售收入

单位：万元

业务板块	产品维度	销售收入							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	-3,113.69	-17.23%	-4,392.40	-11.02%	-86.84	-0.25%	3,388.07	7.44%
	国内机票代理	419.31	2.32%	800.72	2.01%	398.77	1.14%	124.67	0.27%

业务板块	产品维度	销售收入							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	酒店代理	6.99	0.04%	13.58	0.03%	10.56	0.03%	68.76	0.15%
	保险代理	-2.16	-0.01%	4.13	0.01%	-7.88	-0.02%	-13.22	-0.03%
	其他代理	407.15	2.25%	248.74	0.62%	280.20	0.80%	143.67	0.32%
	包机包位	-	0.00%	-	0.00%	319.94	0.91%	24,276.00	53.28%
	后返佣金	7,642.64	42.30%	14,821.36	37.20%	9,751.59	27.81%	1,844.76	4.05%
	合计	5,360.24	29.66%	11,496.12	28.85%	10,666.34	30.42%	29,832.71	65.48%
商旅管理	国际机票代理	4,805.00	26.59%	10,215.96	25.64%	9,000.20	25.67%	8,640.62	18.96%
	国内机票代理	1,645.79	9.11%	3,321.73	8.34%	4,344.51	12.39%	1,847.25	4.05%
	酒店代理	1,115.23	6.17%	2,216.36	5.56%	2,089.58	5.96%	818.89	1.80%
	保险代理	0.46	0.00%	1.31	0.00%	42.81	0.12%	26.30	0.06%
	其他代理	214.60	1.19%	838.39	2.10%	425.33	1.21%	524.17	1.15%
	包机包位	-	0.00%	-	0.00%	15.83	0.05%	319.42	0.70%
	后返佣金	600.35	3.32%	847.96	2.13%	505.99	1.44%	96.07	0.21%
	合计	8,381.43	46.38%	17,441.71	43.78%	16,424.24	46.84%	12,272.72	26.94%
会奖旅游	旅游	4,327.74	23.95%	10,904.31	27.37%	7,975.19	22.74%	3,457.54	7.59%
	合计	4,327.74	23.95%	10,904.31	27.37%	7,975.19	22.74%	3,457.54	7.59%
合计		18,069.41	100.00%	39,842.14	100.00%	35,065.77	100.00%	45,562.97	100.00%

注：航旅票务保险代理收入为负，主要原因系发行人采取低价销售赚取后返佣金的销售政策。

报告期内，航旅票务业务的销售收入分别为 29,832.71 万元、10,666.34 万元、11,496.12 万元和 5,360.24 万元，占比分别为

65.48%、30.42%、28.85%和 29.66%，2022 年度占比较高，主要原因系民航出行限制阶段，发行人的包机包位业务采用总额法确认收入，其占比为 53.28%，致使航旅票务整体收入占比较高；2023 年度及之后期间，包机包位业务逐步减少至没有，占比分别为 0.91%、0.00%和 0.00%，致使航旅整体收入占比降低，但因为发行人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赚取后返佣金的销售政策，致使在代理收入占比极低甚至为负的情况下，后返佣金占比提升，由 2022 年度的 4.05%上升至 2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月的 27.81%、37.20%和 42.30%。

报告期内，商旅管理业务的销售收入分别为 12,272.72 万元、16,424.24 万元、17,441.71 万元和 8,381.43 万元，2022 年度至 2024 年度呈现出稳定增长的态势。报告期内，其销售收入占比分别为 26.94%、46.84%、43.78%和 46.38%，其中占比最高的为国际机票代理，分别为 18.96%、25.67%、25.64%和 26.59%；其次为国内机票代理，分别为 4.05%、12.39%、8.34%和 9.11%，主要原因系国际机票通常采取报价模式，盈利能力较高，国内机票相对较低。

报告期内，会奖旅游的销售收入分别为 3,457.54 万元、7,975.19 万元、10,904.31 万元和 4,327.74 万元，2022 年度至 2024 年度呈现出稳定增长的态势。报告期内，其销售收入占比分别为 7.59%、22.74%、27.37%和 23.95%，2022 年度收入占比较低，2023 年度及之后期间收入占比较高，主要原因有两点：其一，民航出行限制取消，发行人会奖旅游业务稳步恢复及发展；其二，主要发生于航旅票务的总额法确认收入的包机包位业务在相关限制解除后减少，带来会奖旅游收入占比的结构性上升。

(2) 销售金额

单位：万元

业务板块	产品维度	销售金额							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	365,356.12	56.23%	756,382.75	58.13%	605,877.75	54.37%	220,042.57	46.40%

业务板块	产品维度	销售金额							
		2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	国内机票代理	63,506.87	9.77%	110,450.21	8.49%	80,499.96	7.22%	29,920.33	6.31%
	酒店代理	136.32	0.02%	241.44	0.02%	155.26	0.01%	624.42	0.13%
	保险代理	14.65	0.00%	31.30	0.00%	33.47	0.00%	10.67	0.00%
	其他代理	2,149.37	0.33%	1,982.76	0.15%	2,123.89	0.19%	2,479.16	0.52%
	包车包位	-	0.00%	-	0.00%	321.76	0.03%	24,405.45	5.15%
	后返佣金	8,103.05	1.25%	15,705.05	1.21%	10,328.98	0.93%	1,955.45	0.41%
	合计	439,266.39	67.60%	884,793.50	67.99%	699,341.06	62.75%	279,438.05	58.92%
商旅管理	国际机票代理	65,676.57	10.11%	126,459.60	9.72%	107,635.44	9.66%	80,014.40	16.87%
	国内机票代理	90,105.67	13.87%	185,266.02	14.24%	217,868.99	19.55%	80,377.21	16.95%
	酒店代理	41,911.42	6.45%	78,062.56	6.00%	67,408.63	6.05%	27,053.85	5.70%
	保险代理	62.83	0.01%	132.29	0.01%	165.04	0.01%	106.92	0.02%
	其他代理	5,248.95	0.81%	9,673.95	0.74%	7,462.23	0.67%	2,578.03	0.54%
	包车包位	-	0.00%	-	0.00%	16.10	0.00%	322.86	0.07%
	后返佣金	636.37	0.10%	898.84	0.07%	536.35	0.05%	101.84	0.02%
	合计	203,641.81	31.34%	400,493.26	30.78%	401,092.77	35.99%	190,555.12	40.18%
会奖旅游	旅游	6,857.56	1.06%	16,011.95	1.23%	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
	合计	6,857.56	1.06%	16,011.95	1.23%	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
合计		649,765.76	100.00%	1,301,298.71	100.00%	1,114,446.06	100.00%	474,273.78	100.00%

报告期内，航旅票务业务的销售金额分别为 279,438.05 万元、699,341.06 万元、884,793.50 万元和 439,266.39 万元，占比分别为 58.92%、62.75%、67.99%和 67.60%，在所有业务中占比最高，且呈现持续增长的趋势，主要原因有二点：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赚取后返佣金的销售政策，低价的销售策略带来高额的销售金额；其二、发行人在航旅票务业务具有较强的竞争优势，包括长期稳定的航司合作关系、高效的运营流程、丰富多样的产品内容等，使得发行人能够在市场取得较高的销售金额。

航旅票务业务中，销售金额占比最高的产品为国际机票代理，报告期内占比分别为 46.40%、54.37%、58.13%和 56.23%，主要原因系发行人的国际机票产品具备较高的竞争优势。

报告期内，商旅管理业务的销售金额分别为 190,555.12 万元、401,092.77 万元、400,493.26 万元和 203,641.81 万元，2023 年呈现增长的态势，2024 年度呈现小幅波动；其销售金额占比分别为 40.18%、35.99%、30.78%和 31.34%，在三大业务中位于第二，发行人凭借丰富的产品资源、高标准的定制化服务、专业的商旅服务经验以及具有影响力的品牌优势，逐步发展商旅管理业务。

商旅管理业务中，销售金额占比最高的产品为国内机票代理，报告期内占比分别为 16.95%、19.55%、14.24%和 13.87%，主要原因系企事业单位的差旅出行业务更集中于国内航线。

报告期内，会奖旅游的销售金额分别为 4,280.61 万元、14,012.23 万元、16,011.95 万元和 6,857.56 万元，呈现出稳定增长的态势；占比分别为 0.90%、1.26%、1.23%和 1.06%，在发行人整体业务中占比较小。

(3) 采购金额

单位：万元

业务类型	产品维度	采购金额							
		2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	368,486.41	58.15%	760,808.34	60.07%	606,046.31	56.02%	216,606.67	47.85%
	国内机票代理	62,469.02	9.86%	108,696.00	8.58%	79,629.24	7.36%	29,710.22	6.56%
	酒店代理	43.83	0.01%	97.89	0.01%	78.71	0.01%	342.56	0.08%
	保险代理	78.69	0.01%	155.64	0.01%	56.26	0.01%	24.68	0.01%
	其它代理	2,203.62	0.35%	2,720.07	0.21%	2,057.58	0.19%	2,215.79	0.49%
	包车包位	-	-	-	-	288.71	0.03%	22,145.01	4.89%
	合计	433,281.56	68.38%	872,477.94	68.89%	688,156.81	63.61%	271,044.93	59.88%
商旅管理	国际机票代理	60,589.28	9.56%	115,641.55	9.13%	98,124.59	9.07%	70,861.24	15.65%
	国内机票代理	88,972.83	14.04%	182,745.76	14.43%	214,155.15	19.80%	78,670.62	17.38%
	酒店代理	40,496.97	6.39%	75,415.62	5.95%	64,466.53	5.96%	25,673.91	5.67%
	保险代理	12.68	0.00%	131.03	0.01%	114.79	0.01%	79.33	0.02%
	其它代理	4,409.47	0.70%	7,397.57	0.58%	5,534.74	0.51%	2,248.57	0.50%
	包车包位	-	-	-	-	11.29	0.00%	262.01	0.06%
	合计	194,481.23	30.69%	381,331.54	30.11%	382,407.10	35.35%	177,795.68	39.28%
会奖旅游	旅游	5,472.68	0.86%	12,711.70	1.00%	11,287.07	1.04%	3,808.53	0.84%

业务类型	产品维度	采购金额							
		2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	合计	5,895.47	0.93%	12,711.70	1.00%	11,287.07	1.04%	3,808.53	0.84%
合计		633,658.26	100.00%	1,266,521.18	100.00%	1,081,850.98	100.00%	452,649.14	100.00%

报告期内，航旅票务业务的采购金额分别为271,044.93万元、688,156.81万元、872,477.94万元和433,281.56万元，占比分别为59.88%、63.61%、68.89%和68.38%，在所有业务中占比最高，且呈现持续增长的趋势，变动原因与销售金额变动的变动原因一致。

航旅票务业务中，采购金额占比最高的产品为国际机票代理，报告期内占比分别为47.85%、56.02%、60.07%和58.15%，主要原因与销售金额变动的原因一致。

报告期内，商旅管理业务的采购金额分别为177,795.68万元、382,407.10万元、381,331.54万元和194,481.23万元，呈现稳定增长的趋势；其采购金额占比分别为39.28%、35.35%、30.11%和30.69%，在三大业务中位于第二，与销售金额的变动情况一致。

商旅管理业务中，采购金额占比最高的产品为国内机票代理，报告期内占比分别为17.38%、19.80%、14.43%和14.04%，主要原因与销售金额的变动情况一致。

报告期内，会奖旅游的采购金额分别为 3,808.53 万元、11,287.07 万元、12,711.70 万元和 5,895.47 万元，呈现稳定增长的趋势；占比分别为 0.84%、1.04%、1.00%和 0.93%，在发行人整体业务中较小。

(4) 毛利金额

单位：万元

业务类型	产品维度	毛利金额							
		2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	-2,640.73	-26.54%	-4,188.83	-19.59%	-783.77	-3.89%	2,282.21	15.75%
	国内机票代理	424.11	4.26%	694.80	3.25%	213.32	1.06%	-84.71	-0.58%
	酒店代理	7.20	0.07%	13.75	0.06%	10.45	0.05%	66.20	0.46%
	保险代理	-2.04	-0.02%	4.24	0.02%	-7.92	-0.04%	-13.26	-0.09%
	其他代理	411.19	4.13%	266.78	1.25%	278.70	1.38%	133.52	0.92%
	包车包位	-	0.00%	-	0.00%	22.23	0.11%	1,576.10	10.88%
	后返佣金	5,041.57	50.66%	10,122.60	47.35%	6,994.55	34.71%	1,236.08	8.53%
	合计	3,241.29	32.57%	6,913.35	32.34%	6,727.56	33.38%	5,196.14	35.87%
商旅管理	国际机票代理	4,266.17	42.87%	9,193.57	43.00%	8,135.80	40.37%	7,483.49	51.66%
	国内机票代理	838.25	8.42%	1,669.21	7.81%	2,474.06	12.28%	565.39	3.90%
	酒店代理	776.50	7.80%	1,596.28	7.47%	1,555.00	7.72%	431.24	2.98%
	保险代理	-0.04	0.00%	0.29	0.00%	41.51	0.21%	24.77	0.17%
	其他代理	172.49	1.73%	761.75	3.56%	366.11	1.82%	487.77	3.37%
	包车包位	-	0.00%	-	0.00%	4.09	0.02%	50.07	0.35%
	后返佣金	473.99	4.76%	686.08	3.21%	405.40	2.01%	74.38	0.51%
	合计	6,527.37	65.59%	13,907.19	65.05%	12,981.97	64.42%	9,117.10	62.93%

业务类型	产品维度	毛利金额							
		2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
会奖旅游	旅游	182.52	1.83%	557.41	2.61%	442.98	2.20%	173.54	1.20%
	合计	182.52	1.83%	557.41	2.61%	442.98	2.20%	173.54	1.20%
合计		9,951.18	100.00%	21,377.95	100.00%	20,152.52	100.00%	14,486.78	100.00%

报告期内，航旅票务业务的毛利金额分别为 5,196.14万元、6,727.56 万元、6,913.35 万元和 3,241.29 万元，占比分别为35.87%、33.38%、32.34%和32.57%，毛利占比水平较为稳定。国际机票代理的占比分别为15.75%、-3.89%、-19.59%和-26.54%，逐年下降，而后返佣金的占比分别为8.53%、34.71%、47.35%和50.66%，逐年上升，主要原因系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。国内机票代理的占比分别为-0.58%、1.06%、3.25%和4.26%，主要原因系国内机票的定价市场化程度较低，销售策略以薄利多销为主，订单毛利较低，同时承担运营成本致使毛利为负，在公共卫生事件得到缓解后，相关限制解除，出行需求旺盛，国内机票销量增加致使毛利上升。

报告期内，商旅管理业务的毛利金额分别为9,117.10万元、12,981.97万元、13,907.19万元和6,527.37万元，占比分别为62.93%、64.42%、65.05%和65.59%，毛利占比水平较为稳定。其中国际机票代理的占比分别为51.66%、40.37%、43.00%和42.87%，占比最高，主要原因系国际机票定价的市场化程度较高，致使毛利较高。国内机票代理的占比分别为3.90%、12.28%、7.81%和8.42%，在2023年度有所上升，主要受公共卫生事件的影响；在2024年度有所下降，主要原因系公共卫生事件逐渐缓解，泛商旅出行行业的供应链基本修复，市场供需关系改善，商旅客户的国内出行需求逐步回落趋于平稳。

报告期内，会奖旅游业务的毛利金额分别为 173.54 万元、442.98 万元、557.41 万元和 182.52 万元，占比分别为 1.20%、2.20%、2.61%和 1.83%，其变动原因与销售收入的变动原因一致。

(5) 毛利率

业务类型	产品维度	毛利率			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	国际机票代理	不适用（注1）	不适用（注1）	不适用（注1）	69.37%
	国内机票代理	不适用（注1）	87.90%	55.62%	-60.49%
	国际机票代理、国内机票代理和后返佣金小计	57.09%	59.03%	63.84%	64.09%
	酒店代理	不适用（注2）	不适用（注2）	98.98%	96.28%
	保险代理	不适用（注2）	不适用（注2）	不适用（注2）	不适用（注2）
	其他代理	不适用（注2）	不适用（注2）	99.46%	92.94%
	包车包位	-	-	6.95%	6.49%
	后返佣金	65.97%	68.30%	71.73%	67.00%
	合计	60.47%	60.14%	63.07%	17.42%
商旅管理	国际机票代理	88.79%	89.99%	90.40%	86.61%
	国内机票代理	50.93%	50.25%	56.95%	30.61%
	酒店代理	69.63%	72.02%	74.42%	52.66%
	保险代理	-8.64%	22.02%	96.97%	94.18%
	其他代理	80.38%	90.86%	86.08%	93.06%

业务类型	产品维度	毛利率			
		2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	包车包位	-	-	25.84%	15.68%
	后返佣金	78.95%	80.91%	80.12%	77.42%
	合计	77.88%	79.74%	79.04%	74.29%
会奖旅游	旅游	4.22%	5.11%	5.55%	5.02%
	合计	4.22%	5.11%	5.55%	5.02%
合计		55.07%	53.66%	57.47%	31.80%

注 1：在 2023 年度，航旅票务的国际机票代理的销售收入为负数；在 2024 年度和 2025 年 1-6 月，航旅票务的国际机票代理的销售收入与成本均为负数；在 2025 年 1-6 月，航旅票务的国内机票代理的成本为负数。

注 2：在 2022 年度和 2023 年度，航旅票务的保险代理的销售收入为负数；在 2024 年度和 2025 年 1-6 月，航旅票务的酒店、保险和其他代理的成本为负数。

报告期内，航旅票务的国际机票代理、国内机票代理与后返佣金的合计毛利率为64.09%、63.84%、59.03%和57.09%，毛利率水平较为稳定。

报告期内，商旅管理的国际机票代理的毛利率为86.61%、90.40%、89.99%和88.79%，毛利率水平较为稳定。国内机票代理的毛利率为30.61%、56.95%、50.25%和50.93%，2023年度相较于2022年度有所上升，公共卫生事件得到缓解，相关限制解除，出行需求旺盛，国内机票销量增加，规模效应显著，毛利上升的幅度大于销售收入的上升幅度，致使毛利率上升；2024年度相较于2023年度有所下降，主要原因系在民航出行场景受到的阶段性限制解除后，泛商旅出行行业的供应链基本修复，出行需求

回落，毛利下降致使毛利率下降。2025年1-6月相较于2024年度保持相对稳定。

报告期内，会奖旅游的毛利率分别为 5.02%、5.55%、5.11%和 4.22%，各年度的毛利率变化较小，较为稳定。

2、前五大客户、供应商情况

（1）前五大客户

①报告期内发行人各细分业务下各产品销售收入前五大客户情况如下：

单位：万元

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
航旅 票务	国际 机票 代理	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	262.58	1.45%	上海华程西南国际旅行社有限公司	170.74	0.43%	上海华程西南国际旅行社有限公司	774.78	2.21%	上海华程西南国际旅行社有限公司	602.68	1.32%
		2	上海悦芝旅游信息咨询有限公司	94.72	0.52%	上海悦芝旅游信息咨询有限公司	134.48	0.34%	上海外国语大学	189.85	0.54%	上海外国语大学	436.88	0.96%
		3	成都简旅商务服务有限公司	50.81	0.28%	深圳市康辉旅行社有限公司	64.57	0.16%	佛山旺康商贸有限公司	76.55	0.22%	佛山旺康商贸有限公司	120.08	0.26%
		4	上海携程国际旅行社有限公司	32.27	0.18%	成都简旅商务服务有限公司	48.20	0.12%	香港明华船舶管理有限公司	53.09	0.15%	北京趣拿软件科技有限公司	77.32	0.17%
		5	武汉途趣旅游信息咨询有限公司	31.47	0.17%	成都嘉诚世纪国际旅行社有限公司	47.88	0.12%	深圳市康辉旅行社有限公司	40.43	0.12%	香港明华船舶管理有限公司	69.46	0.15%
	国内 机票 代理	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	159.26	0.88%	上海华程西南国际旅行社有限公司	294.92	0.74%	运通亚洲网络咨询服务（北京）有限公司	17.99	0.05%	合肥联拓天下国际旅行社有限公司	10.40	0.02%

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		2	北京趣拿软件科技有限公司	52.77	0.29%	北京趣拿软件科技有限公司	37.40	0.09%	合肥联拓天际电子商务有限公司	17.24	0.05%	上海建晔国际旅行社有限公司	7.89	0.02%
		3	同程网络科技股份有限公司	27.04	0.15%	合肥联拓天际电子商务有限公司	34.22	0.09%	上海建晔国际旅行社有限公司	16.61	0.05%	广州韬略航空客货服务有限公司	4.63	0.01%
		4	上海银数科技有限公司	6.02	0.03%	上海银数科技有限公司	32.71	0.08%	深圳市云飞航空票务代理有限公司	8.48	0.02%	运通亚洲网络咨询服务（北京）有限公司	4.35	0.01%
		5	晋中华夏航空票务有限公司	5.10	0.03%	深圳市鼎隆电子商务有限公司	26.09	0.07%	深圳市鼎隆电子商务有限公司	8.12	0.02%	瑞呈票务代理（上海）有限公司	2.93	0.01%
	酒店代理	1	巨古（海南）投资有限公司	2.24	0.01%	广东外语外贸大学	2.38	0.01%	加纳共和国驻广州总领事馆	2.65	0.01%	香港明华船舶管理有限公司	27.49	0.06%
		2	BISHAMININGSHA RECOMPANY	0.98	0.01%	BISHA MINING SHARE COMPANY	2.00	0.01%	恩平市美途商旅服务中心	1.66	0.00%	运通亚洲网络咨询服务（北京）有限公司	15.50	0.03%
		3	成都荷普国际旅行社有限公司	0.68	0.00%	加纳共和国驻广州总领事馆	1.53	0.00%	广东外语外贸大学	1.05	0.00%	重庆云翼达航空票务服务有限公司	4.04	0.01%
		4	上海外经集团控股有限公司	0.42	0.00%	上海外经集团控股有限公司	1.27	0.00%	上海外经集团控股有限公司	0.51	0.00%	青岛永鸿航空服务有限公司	3.40	0.01%
		5	金隰菽	0.34	0.00%	杨东阳	1.05	0.00%	广州工商学院	0.47	0.00%	佛山旺康商贸有限公司	1.82	0.00%
	保险代理	1	高怡	0.02	0.00%	陈碧茵	0.31	0.00%	北川禹泉旅行社有限公司	0.06	0.00%	四川博睿吉国际旅行社有限公司	0.53	0.00%
		2	汤红燕	0.01	0.00%	广东财经大学	0.11	0.00%	TCL德龙家用	0.06	0.00%	山西仁和天地	0.03	0.00%

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
									电器（中山）有限公司			健康咨询管理有限责任公司		
		3	上海芒果国际旅行社有限公司	0.01	0.00%	复旦大学	0.06	0.00%	深圳智远博瑞整合营销顾问有限公司	0.02	0.00%	北川禹泉旅行社有限公司	0.03	0.00%
		4	英国驻重庆总领事馆	0.01	0.00%	佛山鹰迪格家用电器有限公司	0.05	0.00%	四川博睿吉国际旅行社有限公司	0.02	0.00%	北京独一之旅国际旅行社有限公司	0.03	0.00%
		5	上海强生国际旅行社有限责任公司	0.01	0.00%	广东鑫达新材料科技有限公司	0.01	0.00%	湖南瑞升工贸有限公司	0.01	0.00%	孙超	0.01	0.00%
	包机 包位	1	-	-	-	-	-	-	太原金腾航空服务有限公司	46.03	0.13%	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	1,371.00	3.01%
		2	-	-	-	-	-	-	李菲	36.17	0.10%	湖南亚商商务服务有限公司	1,237.74	2.72%
		3	-	-	-	-	-	-	钱皎洁	17.62	0.05%	北京华夏远洋航空服务有限公司	957.44	2.10%
		4	-	-	-	-	-	-	上海众博会务服务有限公司	13.17	0.04%	北京引领假日国际旅行社有限公司	722.65	1.59%
		5	-	-	-	-	-	-	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	12.32	0.04%	上海众博会务服务有限公司	589.76	1.29%
商旅 管理	国际 机票 代理	1	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	嘉兴敏惠汽车零部件有限公司	**	**

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		2	OPPO 广东移动通信有限公司	**	**	比亚迪汽车工业有限公司	**	**	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**	中国化学工程第七建设有限公司	**	**
		3	中国化学工程第七建设有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	广东美的制冷设备有限公司	**	**	OPPO广东移动通信有限公司	**	**
		4	广西柳工机械股份有限公司	**	**	中国化学工程第七建设有限公司	**	**	嘉兴敏惠汽车零部件有限公司	**	**	中兴通讯股份有限公司	**	**
		5	美的集团股份有限公司	**	**	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	**	**	维沃移动通信有限公司	**	**
	国内 机票 代理	1	南方电网互联网服务有限公司	**	**	南方电网互联网服务有限公司	**	**	南方电网互联网服务有限公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**
		2	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	比亚迪汽车工业有限公司	**	**
		3	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	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	**	**
		4	中国化学工程集团有限公司	**	**	海信集团控股股份有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	海信集团控股股份有限公司	**	**
		5	海信集团控股股份有限公司	**	**	OPPO广东移动通信有限公司	**	**	OPPO广东移动通信有限公司	**	**	华勤技术股份有限公司	**	**
	酒店 代理	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	**	**

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
		2	澳帝桦（上海）商贸有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	新希望集团有限公司	**	**
		3	东方承启（北京）商务科技有限公司	**	**	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	华人运通控股（上海）有限公司	**	**	喜茶（深圳）企业管理有限责任公司	**	**
		4	深圳市能之汇投资有限公司	**	**	澳帝桦（上海）商贸有限公司	**	**	澳帝桦（上海）商贸有限公司	**	**	唯品会（中国）有限公司	**	**
		5	中国东方电气集团有限公司	**	**	中国东方电气集团有限公司	**	**	普洛斯投资（上海）有限公司	**	**	富泰华工业（深圳）有限公司	**	**
	保险代理	1	萨固密渝锦（重庆）橡塑制品有限公司	**	**	萨固密（中国）投资有限公司	**	**	杭州泰格医药科技股份有限公司	**	**	杭州海康威视数字技术股份有限公司	**	**
		2	萨固密（中国）投资有限公司	**	**	萨固密渝锦（重庆）橡塑制品有限公司	**	**	杭州海康威视数字技术股份有限公司	**	**	上海荣恩医疗美容门诊部有限公司	**	**
		3	萨固密（营口）密封系统有限公司	**	**	中兴通讯股份有限公司	**	**	北京小鸟科技股份有限公司	**	**	北京小鸟科技股份有限公司	**	**
		4	-	-	-	-	-	-	山西仟源医药集团股份有限公司	**	**	诺为泰医药科技（上海）有限公司	**	**
		5	-	-	-	-	-	-	诺为泰医药科技（上海）有限公司	**	**	杭州泰格医药科技股份有限公司	**	**
	包机包位	1	-	-	-	-	-	-	中兴通讯股份有限公司	**	**	中兴通讯股份有限公司	**	**

业务 板块	产品 维度	序号	2025 年 1-6 月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比	客户名称	收入金额	占比
会奖 旅游	会奖 旅游	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	**	**
		2	东风本田汽车销售有限公司	**	**	东风本田汽车销售有限公司	**	**	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	**	**
		3	北京宇跳网络技术有限公司	**	**	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	**	**	深圳前海微众银行股份有限公司	**	**
		4	健合（中国）有限公司	**	**	深圳半岛医疗集团股份有限公司	**	**	上海携程国际旅行社有限公司	272.75	0.78%	东风本田汽车销售有限公司	**	**
		5	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	**	**	健合（中国）有限公司	**	**	健合（中国）有限公司	**	**

②报告期内公司各细分业务下各产品销售金额前五大客户情况如下：

单位：万元

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
航旅 票务	国际 机票 代理	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	39,980.30	6.15%	上海华程西南国际旅行社有限公司	105,037.28	8.07%	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,798.93	15.15%	上海华程西南国际旅行社有限公司	60,700.83	12.80%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
		2	北京趣拿软件 科技有限公司	10,257.16	1.58%	广州典实国际旅行 社有限公司	29,891.71	2.30%	广州典实国 际旅行社有 限公司	13,580.02	1.22%	上海外国语 大学	5,905.82	1.25%
		3	北京保盛航空 服务有限公司	10,085.35	1.55%	北京趣拿软件科技 有限公司	13,122.73	1.01%	广州典实商 旅服务有限 公司	9,696.32	0.87%	深圳市志凌 云航空服务 有限公司	4,912.41	1.04%
		4	四川寰宇纵横 科技有限公司	7,162.45	1.10%	自由之翼（北京） 航空服务有限公司	8,815.88	0.68%	北京趣拿软 件科技有限 公司	8,455.31	0.76%	深圳市蓝天 环球国际旅 行社有限公 司	3,052.06	0.64%
		5	广州典实国际 旅行社有限公 司	5,989.80	0.92%	上海翼盟航空服务 有限公司	8,795.39	0.68%	上海翼盟航 空服务有限 公司	5,618.37	0.50%	河北祥程国 际旅行社有 限公司	3,051.62	0.64%
	国内 机票 代理	1	上海华程西南 国际旅行社有 限公司	15,759.54	2.43%	上海华程西南国际 旅行社有限公司	18,460.75	1.42%	上海建晔国 际旅行社有 限公司	3,001.25	0.27%	北京趣拿软 件科技有限 公司	4,554.69	0.96%
		2	北京趣拿软件 科技有限公司	6,193.52	0.95%	北京趣拿软件科技 有限公司	7,075.14	0.54%	滨州福焕电 子商贸有限 公司	2,794.77	0.25%	上海建晔国 际旅行社有 限公司	1,837.91	0.39%
		3	同程网络科技 股份有限公司	3,163.11	0.49%	上海广发航空票务 服务有限公司	4,587.72	0.35%	合肥联拓天 际电子商务 有限公司	2,220.60	0.20%	上海星络旅 行社有限公 司	1,176.38	0.25%
		4	内蒙古华实文 化发展有限公 司	2,084.90	0.32%	广州典实国际旅行 社有限公司	3,072.92	0.24%	深圳市美途 国际旅行社有 限公司	2,114.87	0.19%	同程网络科 技股份有限 公司	1,099.78	0.23%
		5	晋中华夏航空 票务有限公司	1,012.29	0.16%	上海银数科技有限 公司	2,801.06	0.22%	深圳市鼎隆 电子商务有 限公司	1,791.32	0.16%	合肥联拓天 下国际旅行 社有限公司	1,096.56	0.23%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
	酒店 代理	1	BISHAMININGS HARECOMPANY	28.11	0.00%	BISHAMININGS HARECOMPANY	25.57	0.00%	加纳共和国 驻广州总领 事馆	23.37	0.00%	运通亚洲网 络咨询服务 （北京）有 限公司	300.81	0.06%
		2	巨古（海南） 投资有限公司	23.86	0.00%	广东外语外贸大学	19.98	0.00%	广东外语外 贸大学	15.81	0.00%	香港明华船 舶管理有限 公司	109.82	0.02%
		3	成都荷普国际 旅行社有限公 司	11.31	0.00%	上海外经集团控股 有限公司	12.90	0.00%	重庆朗晟会 议服务有限 公司	15.69	0.00%	重庆朗晟会 议服务有限 公司	51.49	0.01%
		4	上海外经集团 控股有限公司	9.02	0.00%	杨东阳	10.46	0.00%	上海外经集 团控股有限 公司	13.20	0.00%	青岛永鸿航 空服务有限 公司	22.24	0.00%
		5	广东外语外贸 大学	5.62	0.00%	成都荷普国际旅行 社有限公司	9.91	0.00%	恩平市美途 商旅服务中 心	11.04	0.00%	佛山旺康商 贸有限公司	10.36	0.00%
	保险 代理	1	东莞全图商贸 有限公司	0.50	0.00%	江西景德中药股份 有限公司	10.54	0.00%	厉宁	11.66	0.00%	费赛客科技 （深圳）有 限公司	4.21	0.00%
		2	江门市大长江 集团有限公司	0.35	0.00%	陈碧茵	9.12	0.00%	北京明日商 务旅行管理 有限公司	2.47	0.00%	东莞高高制 衣有限公司	1.44	0.00%
		3	广东外语外贸 大学	0.23	0.00%	江门市大长江集团 有限公司	1.21	0.00%	上海龙廷国 际旅行社有 限公司	1.64	0.00%	四川博睿吉 国际旅行社 有限公司	0.60	0.00%
		4	广东博宇集团 有限公司	0.23	0.00%	李丽	0.54	0.00%	东莞三惟正 制衣有限公 司	1.09	0.00%	北京海力国 际旅行社有 限责任公司	0.57	0.00%
		5	成嵩	0.19	0.00%	广东博宇集团有限	0.42	0.00%	费赛客科技	0.72	0.00%	深圳航天广	0.47	0.00%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
						公司			(深圳)有限公司			宇工业有限公司		
包机 包位		1	-	-	-	-	-	-	太原金腾航空服务有限公司	46.18	0.00%	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	1,378.22	0.29%
		2	-	-	-	-	-	-	李菲	36.20	0.00%	湖南亚商商务服务有限公司	1,236.26	0.26%
		3	-	-	-	-	-	-	钱皎洁	17.69	0.00%	北京华夏远洋航空服务有限公司	963.07	0.20%
		4	-	-	-	-	-	-	上海众博会务服务有限公司	13.20	0.00%	北京引领假日国际旅行社有限公司	726.15	0.15%
		5	-	-	-	-	-	-	青岛颂康泰国际旅行社有限公司	12.29	0.00%	上海众博会务服务有限公司	594.35	0.13%
商旅 管理	国际 机票 代理	1	比亚迪汽车工业有限公司	5,048.68	0.78%	比亚迪汽车工业有限公司	9,687.99	0.74%	客户A	4,202.03	0.38%	中电建湖北电力建设有限公司	4,886.14	1.03%
		2	OPPO广东移动通信有限公司	2,574.89	0.40%	OPPO广东移动通信有限公司	3,665.96	0.28%	北京小桔国际旅行社有限公司	3,635.17	0.33%	盐池新源工程有限责任公司	3,390.16	0.71%
		3	中国化学工程第七建设有限公司	2,274.17	0.35%	东方承启（北京）商务科技有限公司	3,352.66	0.26%	OPPO广东移动通信有限公司	3,616.37	0.32%	中国化学工程第七建设有限公司	3,304.86	0.70%
		4	美的集团股份有限公司	2,202.75	0.34%	客户A	2,912.78	0.22%	东方承启（北京）商务科技有限	3,053.84	0.27%	中兴通讯股份有限公司	2,669.32	0.56%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
									公司					
		5	广西柳工机械股份有限公司	1,621.10	0.25%	嘉兴敏惠汽车零部件有限公司	2,708.80	0.21%	中兴通讯股份有限公司	2,773.64	0.25%	杭州海康威视数字技术股份有限公司	2,502.28	0.53%
		1	南方电网互联网服务有限公司	13,678.54	2.11%	南方电网互联网服务有限公司	26,221.28	2.02%	南方电网互联网服务有限公司	23,243.32	2.09%	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	8,016.14	1.69%
	国内 机票 代理	2	深圳市能之汇投资有限公司	8,475.28	1.30%	深圳市能之汇投资有限公司	18,714.55	1.44%	深圳市能之汇投资有限公司	21,122.28	1.90%	南方电网互联网服务有限公司	3,501.65	0.74%
		3	东方承启（北京）商务科技有限公司	4,959.70	0.76%	东方承启（北京）商务科技有限公司	10,913.32	0.84%	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	16,865.21	1.51%	比亚迪汽车工业有限公司	3,138.04	0.66%
		4	中国化学工程集团有限公司	3,548.81	0.55%	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	6,894.74	0.53%	东方承启（北京）商务科技有限公司	10,441.03	0.94%	海信集团控股股份有限公司	2,768.52	0.58%
		5	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	3,192.26	0.49%	OPPO广东移动通信有限公司	4,768.50	0.37%	OPPO广东移动通信有限公司	7,084.60	0.64%	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	2,180.96	0.46%
	酒店 代理	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	20,607.23	3.17%	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	46,071.87	3.54%	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	41,901.81	3.76%	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	14,670.21	3.09%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
		2	东方承启（北京）商务科技有限公司	3,287.74	0.51%	深圳市能之汇投资有限公司	3,410.05	0.26%	东方承启（北京）商务科技有限公司	2,737.10	0.25%	长安福特汽车有限公司	1,218.28	0.26%
		3	深圳市能之汇投资有限公司	2,828.44	0.44%	东方承启（北京）商务科技有限公司	3,219.64	0.25%	长安福特汽车有限公司	1,861.77	0.17%	新希望集团有限公司	959.96	0.20%
		4	中国东方电气集团有限公司	1,629.01	0.25%	中国东方电气集团有限公司	1,499.17	0.12%	华人运通控股（上海）有限公司	1,828.21	0.16%	喜茶（深圳）企业管理有限公司	612.52	0.13%
		5	北新建材集团有限公司	644.44	0.10%	长安福特汽车有限公司	1,149.60	0.09%	普洛斯投资（上海）有限公司	1,132.71	0.10%	普洛斯投资（上海）有限公司	534.53	0.11%
		1	广州地铁设计研究院股份有限公司	4.83	0.00%	上海鹰角网络科技有限公司	6.93	0.00%	杭州泰格医药科技股份有限公司	14.17	0.00%	山东山推工程机械进出口有限公司	19.52	0.00%
	保险代理	2	北京小鸟科技股份有限公司	3.21	0.00%	深圳科士达科技股份有限公司	5.84	0.00%	山东山推工程机械进出口有限公司	12.19	0.00%	杭州海康威视数字技术股份有限公司	11.31	0.00%
		3	健合（中国）有限公司	3.09	0.00%	安徽江淮汽车集团股份有限公司	5.62	0.00%	杭州海康威视数字技术股份有限公司	9.07	0.00%	深圳市商汤科技有限公司	3.52	0.00%
		4	深圳科士达科技股份有限公司	2.93	0.00%	健合（中国）有限公司	5.06	0.00%	广州汽车集团股份有限公司	5.26	0.00%	上海荣恩医疗美容门诊部有限公司	3.48	0.00%

业务 板块	产品 维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
			客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比	客户名称	销售金额	占比
		5	山西仟源医药 集团股份有限 公司	2.79	0.00%	北京小鸟科技股份 有限公司	4.94	0.00%	爱思开致新 国际商贸 （上海）有 限公司	4.90	0.00%	中国成达工 程有限公司	2.49	0.00%
	包机 包位	1	-	-	-	-	-	-	中兴通讯股 份有限公司	16.10	0.00%	中兴通讯股 份有限公司	322.86	0.07%
会奖 旅游	会奖 旅游	1	中广核白鹭共 享服务（深 圳）有限公司	1,372.46	0.21%	中广核白鹭共享服 务（深圳）有限公 司	3,530.45	0.27%	中广核白鹭 共享服务 （深圳）有 限公司	1,813.66	0.16%	中广核白鹭 共享服务 （深圳）有 限公司	1,142.25	0.24%
		2	桂林海纳国际 旅行社有限公 司	328.59	0.05%	桂林海纳国际旅行 社有限公司	712.29	0.05%	深圳前海微 众银行股份 有限公司	827.64	0.07%	中国能源建 设集团广东 省电力设计 研究院有限 公司	602.31	0.13%
		3	东风本田汽车 销售有限公司	277.14	0.04%	东风本田汽车销售 有限公司	641.22	0.05%	东风本田汽 车销售有限 公司	820.28	0.07%	深圳前海微 众银行股份 有限公司	353.54	0.07%
		4	北京宇跳网络 技术有限公司	254.97	0.04%	中国能源建设集团 广东省电力设计研 究院有限公司	513.99	0.04%	深圳市八星 环游国际旅 行社有限公 司	384.32	0.03%	东风本田汽 车销售有限 公司	250.91	0.05%
		5	健合（中国） 有限公司	234.58	0.04%	广州中科国际旅行 社有限公司	491.36	0.04%	上海携程国 际旅行社有 限公司	323.17	0.03%	广州博冠信 息科技有限 公司	137.36	0.03%

（2）前五大供应商

单位：万元

业务类型	产品维度	序号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应商名称	采购金额	占比	供应商名称	采购金额	占比	供应商名称	采购金额	占比	供应商名称	采购金额	占比
航旅票务	国际机票代理	1	中国国际航空股份有限公司	57,751.70	9.11%	中国国际航空股份有限公司	116,562.10	9.20%	国泰航空公司	78,619.02	7.27%	国泰航空公司	31,330.91	6.92%
		2	中国东方航空股份有限公司	34,291.05	5.41%	中国东方航空股份有限公司	69,426.31	5.48%	中国国际航空股份有限公司	55,479.64	5.13%	中国南方航空股份有限公司	26,160.08	5.78%
		3	中国南方航空股份有限公司	31,999.68	5.05%	国泰航空公司	57,771.75	4.56%	阿联酋航空公司	46,353.17	4.28%	中国国际航空股份有限公司	9,278.48	2.05%
		4	国泰航空公司	26,682.51	4.21%	中国南方航空股份有限公司	56,496.64	4.46%	中国南方航空股份有限公司	38,117.22	3.52%	荷兰皇家航空公司	8,536.48	1.89%
		5	阿联酋航空公司	16,902.64	2.67%	阿联酋航空公司	41,694.11	3.29%	中国东方航空股份有限公司	34,272.29	3.17%	阿联酋航空公司	7,377.84	1.63%
	国内机票代理	1	中国国际航空股份有限公司	29,070.67	4.59%	中国国际航空股份有限公司	34,784.14	2.75%	中国东方航空股份有限公司	20,895.92	1.93%	中国东方航空股份有限公司	6,375.45	1.41%
		2	中国东方航空股份有限公司	7,511.38	1.19%	中国东方航空股份有限公司	18,547.35	1.46%	中国南方航空股份有限公司	11,387.08	1.05%	中国南方航空股份有限公司	5,378.73	1.19%
		3	中国南方航空股份有限公司	4,836.59	0.76%	深圳航空有限责任公司	12,133.81	0.96%	中国国际航空股份有限公司	9,197.37	0.85%	青岛航空股份有限公司	2,122.78	0.47%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
		4	深圳航空 有限责任 公司	3,292.62	0.52%	中国南方 航空股份 有限公司	11,598.02	0.92%	深圳航空 有限责任 公司	7,022.94	0.65%	中国国际 航空股份 有限公司	1,966.68	0.43%
		5	华夏航空 股份有限 公司	2,690.64	0.42%	四川航空 股份有限 公司	4,883.06	0.39%	上海吉祥 航空股份 有限公司	7,019.36	0.65%	上海吉祥 航空股份 有限公司	1,892.59	0.42%
	酒店 代理	1	上海携程 宏睿国际 旅行社有 限公司	21.80	0.00%	上海携程 宏睿国际 旅行社有 限公司	41.84	0.00%	深圳市幸 游国际旅 行社有限 公司	37.08	0.00%	海南亚特 兰蒂斯商 旅发展有 限公司亚 特兰蒂斯 酒店	171.64	0.04%
		2	平湖友道 国际旅行 社有限公 司	21.71	0.00%	深圳市幸 游国际旅 行社有限 公司	25.19	0.00%	上海携程 宏睿国际 旅行社有 限公司	33.30	0.00%	三亚晋合 置业有限 公司店	24.00	0.01%
		3	格里菲旅 行社（北 京）有限 公司	0.16	0.00%	平湖友道 国际旅行 社有限公 司	22.02	0.00%	Hyatt Regency Washingto n on Capitol Hill	7.35	0.00%	深圳市空 港易行商 旅服务有 限公司	17.54	0.00%
		4	深圳市空 港易行商 旅服务有 限公司	0.11	0.00%	NH Collection Eurobuildi ng	3.18	0.00%	上海美凯 航空服务 有限公司	2.34	0.00%	深圳市幸 游国际旅 行社有限 公司	13.38	0.00%
		5	上海美凯 航空服务 有限公司	0.05	0.00%	Booking.c om B.V.	1.87	0.00%	Booking.c om B.V.	2.27	0.00%	湖南国旅 国际旅行 社有限公 司	11.17	0.00%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
保险代理		1	慧择保险 经纪有限 公司	33.94	0.01%	慧择保险 经纪有限 公司	69.02	0.01%	慧择保险 经纪有限 公司	25.41	0.00%	慧择保险 经纪有限 公司	19.45	0.00%
		2	京东安联 财产保险 有限公司	25.72	0.00%	京东安联 财产保险 有限公司	49.13	0.00%	京东安联 财产保险 有限公司	14.00	0.00%	华泰财产 保险有限 公司	2.36	0.00%
		3	中国太平 洋人寿保 险股份有 限公司	10.17	0.00%	中国太平 洋人寿保 险股份有 限公司	21.62	0.00%	华泰财产 保险有限 公司	7.50	0.00%	广州民航 信息技术 有限公司	1.34	0.00%
		4	华泰财产 保险有限 公司	8.85	0.00%	华泰财产 保险有限 公司	14.87	0.00%	广州民航 信息技术 有限公司	4.68	0.00%	京东安联 财产保险 有限公司	1.15	0.00%
		5	四川差旅 壹号科技 股份有限 公司	0.03	0.00%	广州民航 信息技术 有限公司	0.47	0.00%	中国太平 洋人寿保 险股份有 限公司	3.27	0.00%	四川差旅 壹号科技 股份有限 公司	0.26	0.00%
	包机 包位	1	-	-	-	-	-	-	ORIENTA L SKY AVIATIO N FZE	213.85	0.02%	ORIENTA L SKY AVIATIO N FZE	9,955.55	2.20%
		2	-	-	-	-	-	-	麓林信息 科技（广 州）有限 公司	74.60	0.01%	麓林信息 科技（广 州）有限 公司	3,830.42	0.85%
		3	-	-	-	-	-	-	上海美凯 航空服务 有限公司	7.50	0.00%	木村商旅 服务（广 州）有限 公司	1,518.40	0.34%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
		4	-	-	-	-	-	-	四川航空 股份有限 公司	2.40	0.00%	茉莉航空 服务（北 京）有限 公司	1,411.59	0.31%
		5	-	-	-	-	-	-	NEW ARAB STAR SPC	0.75	0.00%	北京华盛 国际航空 服务有限 公司	1,036.42	0.23%
商旅管理	国际 机票	1	中国南方 航空股份 有限公司	7,147.19	1.13%	中国南方 航空股份 有限公司	13,652.29	1.08%	中国南方 航空股份 有限公司	10,533.18	0.97%	中国南方 航空股份 有限公司	7,298.77	1.61%
		2	中国东方 航空股份 有限公司	5,625.45	0.89%	中国国际 航空股份 有限公司	10,330.97	0.82%	中国国际 航空股份 有限公司	7,704.00	0.71%	荷兰皇家 航空公司	4,664.24	1.03%
		3	中国国际 航空股份 有限公司	5,260.41	0.83%	中国东方 航空股份 有限公司	8,950.07	0.71%	国泰航空 有限公司	6,508.10	0.60%	阿联酋航 空公司	4,258.83	0.94%
		4	国泰航空 有限公司	3,664.31	0.58%	国泰航空 有限公司	6,086.71	0.48%	阿联酋航 空公司	6,075.42	0.56%	中国国际 航空股份 有限公司	3,304.73	0.73%
		5	阿联酋航 空公司	2,903.11	0.46%	阿联酋航 空公司	5,907.36	0.47%	中国东方 航空股份 有限公司	5,080.56	0.47%	法国航空 公司	2,938.36	0.65%
	国内 机票	1	中国南方 航空股份 有限公司	25,532.30	4.03%	中国南方 航空股份 有限公司	56,763.46	4.48%	中国南方 航空股份 有限公司	67,397.88	6.23%	中国南方 航空股份 有限公司	23,668.51	5.23%
		2	中国国际 航空股份 有限公司	14,541.38	2.29%	中国国际 航空股份 有限公司	32,245.02	2.55%	中国国际 航空股份 有限公司	36,309.68	3.36%	中国东方 航空股份 有限公司	11,685.82	2.58%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
		3	中国东方航空股份有限公司	13,543.96	2.14%	中国东方航空股份有限公司	26,858.16	2.12%	中国东方航空股份有限公司	33,315.00	3.08%	中国国际航空股份有限公司	10,210.51	2.26%
		4	深圳航空有限责任公司	7,549.19	1.19%	深圳航空有限责任公司	14,393.66	1.14%	深圳航空有限责任公司	16,921.13	1.56%	深圳航空有限责任公司	6,304.57	1.39%
		5	海南航空控股股份有限公司	4,233.50	0.67%	海南航空控股股份有限公司	9,053.42	0.71%	海南航空控股股份有限公司	10,746.19	0.99%	厦门航空有限公司	3,925.94	0.87%
	酒店	1	汉庭星空（上海）酒店管理有限公司	7,789.44	1.23%	汉庭星空（上海）酒店管理有限公司	14,033.51	1.11%	汉庭星空（上海）酒店管理有限公司	10,154.37	0.94%	汉庭星空（上海）酒店管理有限公司	3,436.50	0.76%
		2	深圳锦江酒店管理有限公司南山分公司	3,828.14	0.60%	深圳锦江酒店管理有限公司南山分公司	7,423.99	0.59%	深圳锦江酒店管理有限公司南山分公司	6,640.48	0.61%	广州蜗牛网国际旅行社有限公司	3,100.56	0.68%
		3	珠海乐途旅行社有限公司	2,294.92	0.36%	广州千淘商旅服务有限公司	4,813.61	0.38%	广州千淘商旅服务有限公司	4,268.88	0.39%	深圳锦江酒店管理有限公司南山分公司	2,377.01	0.53%
		4	亚朵（上海）旅行社有限公司	2,138.40	0.34%	天津西瓜旅游有限责任公司	4,486.09	0.35%	天津西瓜旅游有限责任公司	4,126.98	0.38%	深圳市港捷旅国际旅行社有限公司	1,990.96	0.44%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
	保险	5	苏州思客国际旅行社有限公司	1,974.96	0.31%	亚朵（上海）旅行社有限公司	4,165.36	0.33%	亚朵（上海）旅行社有限公司	3,322.67	0.31%	天津西瓜旅游有限责任公司	1,278.93	0.28%
		1	慧择保险经纪有限公司	23.45	0.00%	慧择保险经纪有限公司	63.53	0.00%	慧择保险经纪有限公司	46.17	0.00%	慧择保险经纪有限公司	34.82	0.01%
		2	京东安联财产保险有限公司广东分公司	17.31	0.00%	京东安联财产保险有限公司广东分公司	44.02	0.00%	中国太平洋人寿保险股份有限公司	36.03	0.00%	中国太平洋人寿保险股份有限公司	21.52	0.00%
		3	中国太平洋人寿保险股份有限公司广东分公司	5.70	0.00%	中国太平洋人寿保险股份有限公司广东分公司	19.12	0.00%	京东安联财产保险有限公司	27.20	0.00%	京东安联财产保险有限公司	18.50	0.00%
		4	华泰财产保险有限公司	3.19	0.00%	华泰财产保险有限公司	4.22	0.00%	华泰财产保险有限公司	5.23	0.00%	华泰财产保险有限公司营业部	4.33	0.00%
		5	-	-	-	四川差旅壹号科技股份有限公司	0.13	0.00%	四川差旅壹号科技股份有限公司	0.16	0.00%	深圳市慧择保险经纪有限公司	0.13	0.00%
	包机包位	1	-	-	-	-	-	-	ORIENTAL SKY AVIATION FZE	10.45	0.00%	ORIENTAL SKY AVIATION FZE	174.93	0.04%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
		2	-	-	-	-	-	-	广州市骏基信息科技有限公司	0.58	0.00%	茉莉航空服务（北京）有限公司	25.20	0.01%
		3	-	-	-	-	-	-	麓林信息科技（广州）有限公司	0.26	0.00%	麓林信息科技（广州）有限公司	25.13	0.01%
		4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	木村商旅服务（广州）有限公司	24.98	0.01%
		5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	广州市骏基信息科技有限公司	11.83	0.00%
会奖旅游	会奖 旅游	1	平湖友道国际旅行社有限公司	500.55	0.08%	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	1,502.68	0.12%	中国东方航空股份有限公司	1,036.98	0.10%	明光薪众包科技有限公司	504.41	0.11%
		2	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	442.34	0.07%	深圳市幸游国际旅行社有限公司	864.40	0.07%	White Sands Resort & Spa Pvt Ltd	811.79	0.08%	华涛旅游股份有限公司	215.02	0.05%
		3	中国东方航空股份有限公司	233.65	0.04%	平湖友道国际旅行社有限公司	289.65	0.02%	深圳市幸游国际旅行社有限公司	663.62	0.06%	HOTSPOT INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE	162.07	0.04%

业务类型	产品 维度	序 号	2025年1-6月			2024年度			2023 年度			2022 年度		
			供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比	供应 商名 称	采购 金额	占 比
												(Thailan d) CO.,LTD		
		4	深圳 市辰 烯盛 典策 划有 限公 司	140.00	0.02%	White Sands Resort & Spa Pvt Ltd	245.96	0.02%	新加坡航 空公司	561.25	0.05%	深圳 市幸 游国 际旅 行社 有限 公司	107.27	0.02%
		5	广西 大新 明仕 怡境 旅游 发展 有限 公司	139.25	0.02%	中国南 方航 空股 份有 限公 司	231.43	0.02%	深圳 市爱 旅国 际旅 行社 有限 公司	444.37	0.04%	广西 大新 明仕 怡境 旅游 发展 有限 公司	87.57	0.02%

（五）补充披露发行人各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能；说明发行人产品服务是否均通过线上销售，有无线下实体服务机构或门店

1、补充披露发行人各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能

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

“7、公司各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能

发行人各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能如下表所示：

所属业务板块	客户端名称	客户群体	主要功能
航旅票务	美亚航旅 APP	旅业同行客户	（1）整合全球国际、国内机票产品资源，支持在线机票订退改废订单全流程； （2）支持实时航班查询、编码导入、航段导入，智能获取机票价格和最优政策； （3）为客户提供授信、预存、现结多种支付及财务账单结算方式； （4）提供 7x24 小时的客户支持，解决用户在旅行过程中遇到的问题
	美亚航旅 Web	旅业同行客户	除涵盖美亚航旅 APP 所述功能外，还支持客户多账号控制及权限管理、多种报表查询等
	美亚航旅 公众号	无特定群体	（1）公司、航旅业务的介绍与宣传推广； （2）提供机票产品服务，实现在公众号机票预订全流程线上功能
	芯斗云	旅业同行客户、企事业单位客户	为分销商客户提供系统服务以满足其下游企业客户的在线预订需求，根据分销商、企业的业务场景分为三个用户端，分别为： （1）分销商系统：分销商客户使用，支持分销商自身的客户管理、订单管理、财务管理等功能，并支持开通分销商下游企业客户的商旅管理服务系统； （2）企业管理端：企业客户使用，支持企业的员工管理、订单管理、财务管理、审批流程等功能； （3）企业员工端：企业员工使用，支持差旅预订、订单管理等全流程功能
	美亚航旅 H5	旅业同行客户	为客户提供可嵌入其网站、公众号、APP 等的 H5 系统，帮助客户实现在其系统的机票系统搭建，为其提供线上系统支持，实现机票查询与预订、订单管理、支付结算等全流程功能

所属业务板块	客户端名称	客户群体	主要功能
商旅管理	美亚商旅 Web	企事业客户	(1) 提供机票、火车票、用车等多种出行方式以及酒店的查询与预订； (2) 费用管理，跟踪和记录旅行相关的费用，支持生成和管理报销单据； (3) 行程管理，自动整理和管理用户的商旅行程，实时推送航班动态、酒店入住提醒等； (4) 提供 7x24 小时的客户支持，解决用户在旅行过程中遇到的问题
	美亚商旅 APP	企事业客户	主要功能同美亚商旅 Web
	美亚商旅小程序	企事业客户	主要功能同美亚商旅 Web
	美亚商旅公众号	企事业客户	(1) 公司、商旅业务的介绍与宣传推广； (2) 接入美亚商旅管理系统，实现上述商旅管理全流程功能
	美亚商旅 H5	企事业客户	为客户提供可嵌入其网站、公众号、APP 等的 H5 系统，帮助客户实现在其系统的商旅管理系统搭建，为其提供线上系统支持，实现上述商旅管理全流程功能

注：发行人另通过“美亚联盟荟”、“美亚会奖 MYMICE”等公众号对产品和品牌进行宣传推广。”

2、说明发行人产品服务是否均通过线上销售，有无线下实体服务机构或门店

报告期内，发行人产品服务主要通过自有网站、APP 等线上渠道销售，亦涉及通过线下客服、销售人员以邮件、电话、微信等方式收集客户采购需求并在系统下单的形式开展业务，发行人经营场所仅供员工办公使用，无线下实体服务机构和门店。

五、保荐机构、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

1、票务代理资质及业务实质

(1) 登录国际航协官网，查阅国际航协的《客运代理人手册（2025）》《BSP 代理手册（NewGen ISS 第 7 版）》《国际航协客运代理人新申请业务办理流程》及其官网关于 BSP 授权的内容；

(2) 取得并查阅中航协的《CDS 客运销售代理规则》；

(3) 取得并查阅发行人的 IATA 资质、CDS 资质，发行人与主要航司供应商签订的销售代理协议、与主要酒店供应商签订的合作协议；

(4) 访谈发行人业务部门负责人，了解发行人取得 IATA 资质、CDS 资质及航司、酒店供应商代理合作的条件及续期情况，了解发行人报告期内与国际航协、主要供应商的合作情况；

(5) 访谈发行人主要航司、酒店供应商及国际航协北京办事处，了解其与发行人的合作情况；

(6) 查阅国际航协官网和相关新闻报道，了解获取 IATA 资质及进入 BSP 系统的机票代理人数量；

(7) 查阅主要竞争对手公开信息披露材料，核查是否披露其获取航司 BSP 授权数量情况；查阅发行人前五大供应商的官网及其他公开信息披露材料，核查是否披露其机票代理人数量情况；

(8) 查阅发行人航旅票务、商旅管理和会奖旅游相关业务的宣传介绍资料，获取发行人关于其主营业务、服务客户群体及具体服务的说明；

(9) 访谈发行人业务及财务负责人，了解发行人的营业收入及毛利润具体构成，了解发行人主要收入性质及自身业务实质；

(10) 查阅国家统计局《国民经济行业分类》、中国上市公司协会《上市公司行业统计分类指引》行业分类等相关规定，查阅同行业可比公司公开披露文件中行业分类情况，复核发行人行业分类。

2、机票、酒店的采销模式及是否具有价格优势

保荐机构执行了下列全部核查程序，发行人律师执行了下列(1)-(7)、(9)-(10)项核查程序：

(1) 访谈发行人销售负责人、财务负责人、产品负责人等，了解发行人主要采购模式；了解发行人各业务板块、各采购模式、各产品类型的定价模式、采购成本等方面的情况与差异；了解发行人与可比公司产品价格存在差异、优势的原因；

(2) 获取并核查报告期内发行人的采购情况统计结果，核查发行人机票、酒店的采购情况，以及发行人向旅业同行供应商的采购情况；

(3) 走访各个采购渠道的主要机票、酒店供应商，核查发行人与供应商的

合作模式与业务实质；

（4）获取发行人各个采购渠道的主要机票、酒店供应商的合同，核查发行人与供应商的定价方式、业务开展情况；

（5）获取中航鑫港 BSP 担保与反担保协议、中航鑫港出具的不可撤销的担保函、反担保相关的合同（最高额不动产抵押合同、银行出具的不可撤销的担保函、个人反担保函等），并访谈业务人员，了解 BSP 机票的结算方式、中航鑫港担保额度和反担保以及预存资金的关系；

（6）查阅航司后返政策核实基础佣金和后返佣金的具体条款；

（7）查阅与各业务板块主要客户的合作协议，了解定价机制、服务费条款等信息；

（8）获取发行人的收入统计结果，复核、分析不同业务板块下机票的销售收入、收入构成及其占比等情况；

（9）访谈发行人技术部门负责人，了解发行人技术创新对业绩实现及增长的驱动作用，了解发行人大数据及 AI 技术参与定价的具体机制和技术实现路径；

（10）公开查询发行人与可比公司同一航段、同一航司、同一日期、同一航班的机票销售价格以及同一酒店、同一日期、同一房型的酒店销售价格。

3、系统安全性和稳定性

（1）访谈发行人技术部门负责人，了解业务技术系统的组成、功能与运行情况，以及系统可用性及故障率、预警时效性和准确性、信息安全保障能力等方面的主要指标或系统建设情况；了解发行人数据保护、个人信息处理相关的技术措施等事项；

（2）获取发行人报告期内的系统运维日志，统计系统故障发生的类型与数量，了解故障原因和应对措施，核查发行人系统是否存在信息泄露或系统遭到攻击等情形；

（3）访谈发行人运维部门负责人，了解运维部门的人员构成、系统运维的主要内容和具体措施等；

（4）查阅发行人截至报告期末正在履行的重大合同及其补充协议；

(5) 查验发行人及其子公司的营业执照、资质许可、认证、备案文件；

(6) 登录发行人网站、客户端查阅发行人《隐私条款》《个人信息授权处理协议》《个人信息跨境传输确认函》《美亚儿童个人信息保护规则及监护人须知》等个人信息处理规则，查阅发行人《个人信息管理制度》《信息安全管理规章制度》等内部管理制度；

(7) 取得广州市互联网信息办公室于 2024 年 2 月 26 日、2024 年 7 月 26 日、2025 年 2 月 8 日及 2025 年 10 月 9 日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》；

(8) 登录国家企业信用信息公示系统、中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，核查发行人是否因随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形发生纠纷；

(9) 查阅发行人与第三方签署的服务协议、发行人购买的阿里云 Web 应用防火墙的产品介绍、广州市竞远安全技术股份有限公司出具的网络安全等级保护的等级测评报告；

(10) 核查发行人部分员工的账户权限界面、发行人向客户发送的附隐私政策链接的短信或邮件；

(11) 查阅发行人个人信息保护自查审计报告、毕马威企业咨询（中国）有限公司出具的《广东美亚旅游科技集团股份有限公司信息系统核查报告》（下称“《IT 审计报告》”）；

(12) 查阅《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》等相关法律法规。

4、充分披露说明主要产品服务的具体情况

保荐机构执行了下列全部核查程序，发行人律师执行了下列（1）-（6）项核查程序：

（1）访谈发行人销售负责人、财务负责人、技术部门负责人，了解各类商旅产品及其增值服务的收费模式和定价方式、不同技术集成模式在多方面的差异表现、会奖旅游业务与其他商旅出行业务区分的标准和口径、会奖旅游业务下机

票、酒店销售的定价机制和收入确认政策；了解各网站、小程序、公众号的功能及运行情况；

(2) 抽查主要商旅客户的增值服务案例，对商旅管理数据分析及咨询方案、个性化商旅明细报表、商旅活动画像及管理优化建议等服务成果的呈现内容和方式进行全面了解和分析；

(3) 查阅招股说明书对于各项需补充披露事项的披露情况；

(4) 获取发行人报告期内的采购情况统计结果，了解发行人报告期内的主要供应商；通过公开途径核查主要供应商的工商登记信息，对主要供应商进行走访；

(5) 获取发行人报告期内的收入情况统计结果，了解发行人报告期内的主要客户；通过公开途径核查主要客户的工商登记信息，对主要客户进行走访；

(6) 访谈发行人业务部门负责人，了解发行人的获客方式、销售渠道，确认发行人是否通过线下实体开展业务，了解三类细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户的变动原因及合理性，了解散客情况，了解三类细分业务下各产品维度的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比，毛利率情况；

(7) 获取发行人报告期内收入统计结果和商旅客户明细表，统计各类商旅产品的收入、不同集成模式的客户数量占比以及会奖旅游业务收入结构并进一步分析；

(8) 获取发行人报告期内的收入成本明细表，统计与核查发行人三类细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户、散客情况，以及发行人三类细分业务下各产品维度的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比，毛利率情况，前五大客户、供应商情况。

(二) 中介机构核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、票务代理资质及业务实质

(1) 发行人具备各采购渠道下进行代理销售所必须的资源要素并在报告期

内稳定维持，相关资质的维持情况不存在障碍；除已说明的情形外，发行人报告期内不存在因违反国际航协、各航司供应商、酒店供应商对于销售代理人、商旅服务商的相关管理规定，违反相关代理合同约定而与供应商产生争议、纠纷，或被供应商追究违约责任的情形；发行人必备资质、重要授权及与主要合作伙伴的合作无法续期的风险较小。

(2) 获取 IATA 资质的机票代理人数量较多，发行人主要竞争对手的资质获取情况及前五大供应商的机票代理人数量情况属于竞争对手及供应商的商业秘密，发行人无法从公开渠道获知该等信息。

(3) 发行人已在招股说明书中补充披露了主营业务、服务的客户群体及提供的具体服务内容；发行人主要面向下游客户提供泛商旅出行服务，相关内容较为丰富多元，根据毛利总额占比所反映的真实收入性质来看，主要收入性质不是代理收入，自身业务实质不属于票务代理；公司业绩实现增长不存在主要依靠运营资质等非创新因素驱动的情形。

(4) 发行人行业分类准确，符合行业惯例。

2、机票、酒店的采销模式及是否具有价格优势

(1) 发行人已在招股说明书中补充披露了报告期内国际、国内机票采购各渠道成本金额及占比情况；发行人选择不同采购渠道的主要考虑因素为采购价格和服务条款；不同渠道下可比机票采购价格不存在明显差异，采购价格与累积采购量存在一定关系。

(2) 机票代理人采购 BSP 机票有两种结算方式，一是使用 BSP 出票额度进行出票；二是使用德付通中的预存资金进行 BOP 结算。BSP 出票额度为中航鑫港担保额度的 90% 左右，发行人各主体向中航鑫港提供的经济反担保措施应大于或等于中航鑫港担保额度；预存资金为采购 BSP 机票的另一种结算方式，与 BSP 出票额度无直接关系，不能起到反担保作用。

(3) 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，所以发行人向旅业同行采购其具备比较优势的票源具有商业合理性。

(4) 发行人已在招股说明书中补充披露了报告期内酒店直连、渠道聚合、

协议托管几种酒店采购方式的具体合作模式，对采购成本的影响，采购成本金额及占比情况。

（5）各业务下的机票在采购方式、实际采购成本、客户采购量、业务性质（代理、包机包位、旅游等）等方面存在部分区别，但航旅票务国内、国际机票定价模式存在区别的主要原因系航司给予的后返佣金形式不同，商旅管理两者存在区别的主要原因系国内机票标准化、透明化而国际机票价格具有实时性且包含的服务具有复杂化和定制化的特点，会奖旅游机票定价按照会奖旅游定制化程度的不同调整加成比例；不同业务模式下机票的采购价格不存在明显差异，销售价格存在差异但具有合理性；各定价模式下基础佣金/后返佣金及折扣、手续费/服务费等的具体范围、在收入中的占比情况合理，存在偏高或偏低的订单，但具有合理性。

（6）发行人为高效能处理大规模产品资源数据及订单数据，利用大数据及AI 技术进行定价，主要系在产品资源数据整合和复杂规则匹配环节提升自动化、智能化水平，减少人工介入，因此该等技术与定价机制及市场行情、盈利能力等不存在明确的严格适配关系。

（7）发行人的产品与可比公司的产品价格不存在显著差异，但在某些特定产品上可能因与部分航司合作关系密切、代理层级相对较高，或部分产品能够获得更优惠的佣金政策或私有运价，或采用不同的销售政策等原因，显示出了一定的竞争优势。

3、系统安全性和稳定性

（1）发行人建立了完善的业务技术系统，在日常及高峰期保持流畅与稳定运行，具有较高水平的系统可用性、预警时效性和准确性、信息安全保障能力，并对业务技术系统进行了安全备份，可以保障发行人业务平稳运行。

（2）报告期内运维人员的运维工作负荷保持平稳，与发行人系统规模、运营响应及时性要求具有匹配性。

（3）发行人自供应商、客户等获取数据已取得必要的同意或授权，发行人数据获取方式符合《个人信息保护法》《网络安全法》等相关法律法规的规定；发行人制定了关于个人信息、客户数据、商业秘密等安全保密的相关内控制度、

采取了保障数据安全的技术措施，并严格执行相关内控制度及技术保障措施，能够有效保障数据安全，截至本回复出具之日，发行人不存在随意收集、违法获取、信息泄露、侵犯隐私、系统遭到攻击等情形，不存在因此发生纠纷的情形；发行人已就其拥有和使用的网络和信息系取得了现阶段所需要取得的强制性许可、认证或备案，其网络和信息安全体系符合国家标准的强制性要求以及《个人信息保护法》《数据安全法》《网络安全法》等相关法律法规规定。

4、充分披露说明主要产品服务的具体情况

经核查，保荐机构认为：

（1）发行人已在招股说明书中补充披露了技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务的收费模式与定价方式，以及报告期内商旅管理服务按照机酒代理、各项增值服务等细目进行划分的收入结构；不同技术集成模式在具体服务内容、下单方式存在差异，但不会成为影响产品定价的因素。

（2）发行人主要根据客户需求对会奖旅游业务与其他商旅出行业务进行区分；对于会奖旅游业务下的机票、酒店销售，如果发行人提供的是定制服务，不属于代理业务，而非定制服务下的机票、酒店销售等单一服务，系发行人提供定制化方案给客户后，因为客户的原因或者其他考虑，最终只选择了其中的单项服务，其业务背景实际上仍源于发行人所提供的定制化方案，基于谨慎性考虑，将其按照净额法确认收入，但不属于代理业务。

（3）发行人各期细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户情况存在波动，但均具有合理性；散客指通过发行人前台客户端自行零星下单而未与发行人专门签署服务协议的客户并非专指个人客户，其相关收入金额及占比较低。

（4）发行人已说明三类细分业务下按照国际机票代理、国内机票代理、包机包位、酒店代理、保险代理、旅游服务等产品维度划分的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比的变动情况及相应的客户、供应商情况。

（5）发行人已在招股说明书中补充披露了发行人各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能。报告期内，发行人产品服务主要通过线上渠道销售，亦涉及通过线下客服、销售人员以邮件、电话、微信等方

式收集客户采购需求并在系统下单的形式开展业务；发行人无线下实体服务机构和门店。

经核查，发行人律师认为：

（1）发行人已在招股说明书中补充披露了技术集成、多品类商旅产品预订、商旅活动分析咨询等增值服务的收费模式与定价方式，以及报告期内商旅管理服务按照机酒代理、各项增值服务等细目进行划分的收入结构；不同技术集成模式在具体服务内容、下单方式存在差异，但不会成为影响产品定价的因素。

（2）发行人主要根据客户需求对会奖旅游业务与其他商旅出行业务进行区分；对于会奖旅游业务下的机票、酒店销售，如果发行人提供的是定制服务，不属于代理业务，而非定制服务下的机票、酒店销售等单一服务，系发行人提供定制化方案给客户后，因为客户的原因或者其他考虑，最终只选择了其中的单项服务，其业务背景实际上仍源于发行人所提供的定制化方案，不属于代理业务，业务类型依据划分具有合理性。

（3）发行人已说明各期细分业务下直接、间接销售的销售金额及占比、销售收入及占比、毛利率、前五大客户情况的波动情况；散客指通过发行人前台客户端自行零星下单的客户并非专指个人客户。

（4）发行人已说明三类细分业务下按照国际机票代理、国内机票代理、包机包位、酒店代理、保险代理、旅游服务等产品维度划分的采购金额、销售金额、销售收入、净利润及其占比的变动情况及相应的客户、供应商情况。

（5）发行人已在招股说明书中补充披露了发行人各网站、小程序、公众号等对应的具体业务、面向的客户群体、主要功能。报告期内，发行人产品服务主要通过线上渠道销售，亦涉及通过线下客服、销售人员以邮件、电话、微信等方式收集客户采购需求并在系统下单的形式开展业务；发行人无线下实体服务机构和门店。

问题 2. 创新特征与市场地位

（1）**技术及产品服务的创新性。**根据申请文件，①发行人的创新特征主要体现在为在技术上通过大数据、AI 等数智技术发掘数据资产价值，推动航旅票务

领域数字化转型，自主研发商旅管理数字化解决方案。发行人日均处理产品资源基础数据的体量均高达数亿条，汇聚千万级订单数据。②发行人拥有 8 项核心技术，均为自主研发取得；拥有 2 项发明专利和 121 项软件著作权。发行人未认定核心技术人员；研发费用金额分别为 1,649.28 万元、2,353.02 万元和 2,335.94 万元，研发费用率低于同行业可比公司平均水平。③发行人在国内率先取得美国联合航空、新加坡航空等国际航司 NDC 资格，并已通过国际航协 ARM Index 认证，目前全球仅 19 家、国内仅 4 家销售商具备该认证。

请发行人说明：①发行人业务、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、技术难点，前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用，发行人攻克的行业技术难点、完成的行业技术创新；发行人所披露使用的大数据技术、AI 技术是否均为行业通用技术，在发行人主营业务中的具体体现、为经营业绩作出的具体贡献，相关技术表述是否存在夸大或误导情形。②报告期内研发人员的教育背景、学历构成、研发经历以及变动情况，研发人员完成的主要工作及形成的创新成果，发行人未认定核心技术人员的原因，研发人员、投入与系统开发需求是否匹配。③结合前述情况说明发行人自主研发取得的核心技术、创新成果相较于行业通用技术是否形成明显差异，相较于同行业可比公司是否具有明显竞争优势，发行人的业务技术系统是否均为自主研发、是否存在外采或外包部分，知识产权大部分为软件著作权的原因，核心技术与发行人的知识产权是否直接相关。④发行人与同行业可比公司的业务技术系统在使用的主要技术、技术水平及迭代情况，实现功能，数据容量、获取及时性和准确性、查询处理速度，系统集成对接能力，安全稳定性等主要指标方面的比较情况，发行人的系统、产品和服务是否具有创新性、先进性及具体体现，与同行业可比公司相比较的优劣势。⑤报告期内在研项目具体应用的系统、环节和产品、服务，拟完成的研发目标，属于现有技术的迭代升级还是新技术的创新；结合发行人所处行业技术水平及特点、发行人业务的技术难点，说明发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性，是否对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响，发行人是否具备持续创新能力。⑥梳理各项核心技术与专利、软件著作权之间的对应关系，前述技术成果分别应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，分别对

应发行人对外业务系统还是对内管理系统，量化说明其在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用、创新性和先进性的具体体现。⑦结合 NDC 资格、ARM Index 认证的评价主体、评价标准、可获取的权利或优惠、行业影响力、竞争对手获评情况等，说明前述资格认证对发行人技术水平、服务质量、行业地位等方面的证明作用。⑧发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较是否存在明显区别，在提升行业现状、解决客户需求痛点等方面是否具有创新性；综合前述情况，进一步论证发行人业务的创新性。

（2）市场地位及市场空间。根据申请文件，①在航旅票务领域，根据中航信全球分销事业部出具的专项说明，发行人在 BSP 国际机票方面具备显著的市场优势，2023 年发行人的境外航司国际航段及境内航司国际航段销售数量均名列前茅，具有较高行业地位和良好竞争实力。发行人拥有 145 家境内外航司 BSP 授权，下辖十数项 BSP 出票 Office 号，BSP 出票国际航段数位居行业前列。②在商旅管理领域，2022 年中国商旅管理行业 CR5 份额为 17%，目前行业排名前五的商旅管理服务商为携程商旅、阿里商旅、同程商旅、中航服和美亚商旅，2022 年和 2023 年发行人的商旅管理市场份额均位列行业前五。③发行人是中国国航商旅 A 类服务商和 UATP（环球航空旅行计划）首家上线 TMC（商旅管理服务商）、四川航空 B2G 官网直连首家上线 TMC 等，拥有多家大型境内外航司的 SME（中小企业）协议。

请发行人：①说明报告期内发行人在国际航段、国内航段及总体航旅票务、商旅管理领域的市场占有率及排名情况，测算数据的依据和准确性、数据来源的权威性。②结合发行人主要产品服务在价格、资源（出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量等）、服务（服务模式、免费/增值服务、售后服务、结算方式及信用政策、优惠政策获取、客户纠纷情况及处理能力）等方面与同行业可比公司的对比情况，说明发行人在采购销售价格、产品资源丰富度、服务内容质量等方面的竞争优劣势，与行业龙头相较是否具有差异化竞争优势，是否存在被替代的风险。③说明各细分业务的主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景，主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况；各细分业务下与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况；各细分业务下发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力。④说明发行人与

各航司在 UATP、TMC、SME 协议方面的具体合作模式、采购金额、获取收入及占比情况，客户能够获取的具体优惠政策，在参与 UATP、TMC、SME 协议方面与同行业可比公司相较是否具有优势。⑤补充披露机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局，说明主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况并量化分析对发行人业务的影响；发行人所处航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标在历史上及报告期表现情况，下游需求是否呈现增长趋势，发行人业绩发展趋势与同行业是否一致；综合前述情况，分析论证发行人业务的市场空间是否充足、是否具有成长性、是否存在业绩增长乏力的风险。

请保荐机构核查上述事项发表明确意见。

【回复】

一、技术及产品服务的创新性

（一）发行人业务、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、技术难点，前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用，发行人攻克的行业技术难点、完成的行业技术创新；发行人所披露使用的大数据技术、AI 技术是否均为行业通用技术，在发行人主营业务中的具体体现、为经营业绩作出的具体贡献，相关技术表述是否存在夸大或误导情形

1、发行人业务、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、技术难点，前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用，发行人攻克的行业技术难点、完成的行业技术创新

（1）发行人业务、技术系统研发和搭建的主要过程

①航旅票务相关业务技术系统研发和搭建的主要过程

作为行业内入局较早的航旅票务服务商，发行人高度重视航旅票务解决方案相关的数字化创新。航班舱位运价数据源头丰富更迭频繁、航旅票务服务场景细分复杂，订单体量较少的服务商可以依赖经验丰富的人员予以人工处理，而在海量数据及订单场景下，过分依赖人工将引发服务响应缓慢、流程处理错漏、收益管理粗糙等痛点。

航旅票务数字化的要点在于：数据处理方面，需要整合 GDS、航司、旅业同行等多种数据源，涵盖行程、运价、服务条款等多维度信息，且数据体量较大，例如一条热门航线可能涉及超过 300 组航班，各航班涵盖若干种舱位，各航班及舱位的运价动态更迭且服务条款存在差异，发行人需聚合和规整前述海量数据。服务响应方面，需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应。订单处理方面，需要实时计算所有航班舱位的运价信息，适配 IBE+等计价接口，综合不同数据源交互规范、接口调用优先级、数据流转逻辑、异常处理机制等因素保障订单处理效能。财务结算方面，需要支持预充值、信用额度、数字人民币、企业网银等多样化支付方式，准确稳定开展客户和供应商支付结算。可见，航旅票务服务的全链路技术需求较为复杂，无法通过直接使用或简单二次开发行业开源技术或外购第三方数字化系统予以解决。因此，发行人有必要自主研发切实可行的数字化系统，将大数据、互联网等技术与该业态深度耦合，形成场景化部署的数字化解决方案。

自 2014 年起，发行人着手推动航旅票务数字化系统的研发工作，不断精炼业务逻辑并进行数字化建模。核心功能方面，航旅业财管理系统、航旅权限系统、航旅国内政策系统、航旅中台系统、航旅机票处理系统、航旅 CRM 系统等核心模块或子系统相继上线部署，国内机票、国际机票在线化程度快速提升，支持数字化部署的场景扩展至机票增值产品、机票保险产品等。底层算法方面，发行人渐次掌握了基于 TCP 协议多级数据聚合技术、规则引擎高效智能算法、实时流程处理等算法，可以实现机票数据整合、机票政策匹配、订单处理数据实时推送、指令数据实时分析预警等数字化功能。基础架构方面，发行人强化航旅票务技术架构，由早期的单体服务框架重构为微服务框架，应用部署 Kubernetes、Redis、ActiveMQ、Nacos、微服务网关、Nginx 等前沿软件工程实践，显著增强了航旅数字化系统的整体技术性能。

2022 至 2024 年期间，发行人已形成种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现了互联网和大数据技术在航旅出行场景中的精细部署和深度应用。航旅票务数字化系统日均整合分析逾 5,000 万条产品资源等基础数据，日均响应近千万次查询检索请求，已支持所有航旅票务订单均在数字化系统中流转处理。

发行人现行航旅票务数字化系统稳定可用，性能良好，但发行人仍存在较多研发需求，包括更准确整合多源多品类数据，更高效响应客户订单需求，更创新覆盖细分服务场景，更智能开展内部流程管理，显著提升对外业务系统和对内管理系统的数字化水准，构建标准化、敏捷化、模块化、集成化、智能化的航旅票务技术解决方案，全面增强服务效率效果和客户体验。

②商旅管理相关业务技术系统研发和搭建的主要过程

发行人商旅管理业务致力于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。大中型企事业单位的商旅活动规模较大，精益化管理商旅活动的意愿更高，且具备数字化部署商旅管理系统的能力。从既有商旅管理业务实践来看，企事业客户较为关注商旅管理服务商的技术实力，具体如系统对接实现效率及保障措施（如接口响应速度、接口支持并发量、接口可用率、接口宕机恢复时间等），机票订退改处理时效，酒店订单在线确认或取消响应时间，机票/酒店订单数据分析能力，信息安全保障能力等。

商旅管理数字化的要点在于：数据处理方面，除海量航班舱位运价数据外，还需要聚合数十家酒店供应商的逾千万量级产品资源的数十个字段基础数据，各数据源的数据规范和质量存在差异，考验服务商的数据聚合及规整能力。服务响应方面，需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应。订单处理中，需要打造灵活完备的订单 workflow 技术，满足客户自定义配置审批流程及商旅规则的个性化需求。财务结算中，大中型企事业客户的对账结算形式多样，信用额度管控复杂，且客户存在超标混合支付等特殊支付需求，需要搭建支持丰富可靠的支付结算技术架构。商旅管理场景的全链路技术需求较为复杂，无法通过直接使用或简单二次开发行业开源技术或外购第三方数字化系统予以解决。因此，发行人需要精炼商旅管理服务场景的复杂逻辑，搭建能够精准适配企业商旅出行数字化部署需求的技术解决方案，并持续提升自身商旅数字化实力，增强服务效率效果。

自 2012 年起，发行人开始推动商旅管理数字化系统的研发工作。核心功能方面，商旅 CRM 系统、商旅订单管理系统、商旅权限系统、商旅客户端（美亚商旅网）等核心模块或子系统相继上线部署，国内机票、国际机票、火车票、用车、国内酒店、国际酒店等主要商旅服务在线化程度快速提升。底层算法方面，

发行人渐次掌握了酒店产品大数据搜索引擎系统技术、在线大数据分析报表、订单 workflows 处理系统技术、系统自动对账技术等算法，可以提供酒店数据整合、商旅报表生成、个性化审批流配置、高效对账结算等技术支持。基础架构方面，发行人强化商旅管理技术架构，由早期的单体服务框架重构为微服务框架，应用部署 Kubernetes、Redis、ActiveMQ、Nacos、微服务网关、Nginx 等前沿软件工程实践，显著增强了商旅数字化系统的整体技术性能。

2022 至 2024 年期间，发行人已形成搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现了互联网和大数据技术在商旅管理出行场景中的精细部署和深度应用。商旅管理数字化系统日均整合分析约 1.3 亿条产品资源等基础数据，日均响应 2,500 万次查询检索请求，已支持所有商旅管理订单均在数字化系统中流转处理。

发行人现行商旅管理数字化系统稳定可用，性能良好，但发行人仍存在较多研发需求。一是精细适配非标准化场景，提升服务数字化渗透程度，如跨境商旅出行事前个性化差标管控、民航出行和火车出行场景下超标订单混合支付、出入境签证自助服务等；二是提升发行人内部业务流程开展的效率效果，如酒店供应商 SLA 品质和技术性能自动化评估及管理、商旅终端履约核验工单派发和供应商交互、多渠道酒店资源数据高效存储及监控策略等。

(2) 主要组成部分和关键环节、技术难点，前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用

①主要组成部分和关键环节、技术难点

发行人业务技术系统的主要组成部分和关键环节、技术难点如下表所示：

序号	系统	主要组成部分	关键环节	技术难点
1	航旅票务数字化系统	航旅CRM系统	维护客户信息、旅客资料维护、合作状态、合同审批、额度开通申请	CRM系统作为基础服务组件，承载外部接口的高并发访问需求，对系统的访问性能，尤其是服务响应效率要求较高。
2		航旅中台系统	查看订单、改签、退票、生成预订信息、生成财务信息	鉴于各品类产品的业务处理链路及数据流转逻辑存在差异，业务复杂性显著增加研发工作的深度和广度；此外，订单规模增长导致订单检索速度迟缓。

序号	系统	主要组成部分	关键环节	技术难点
3		航旅机票处理系统	订单调度管理、自动出票流程、票号管理、订单处理、行程单管理及处理	订单状态高频更迭，且具有较高服务时效要求，需要保障业务端持续查询检索订单状态的系统响应处理效率。
4		航旅业财管理系统	各类订单查询、财务收款单、付款单查询，客户财务信息、账单管理等	该系统需支持海量订单原始数据的归集存储检索，并承载客户和供应商双边结算在线功能，对于海量业财数据高效处理性能要求较高。
5		航旅国内政策系统	路由管理、各类运价政策管理、政策匹配规则运算、退改条款管理、公布运价管理、航班缓存数据管理等	政策数据主要系合作方向发行人提供的代理政策，涵盖适用范围、行程要素等数十个维度，是发行人进行航班舱位运价维护的重要辅助数据。基础数据与该等政策数据的精准匹配和高效访问，是大规模定价过程中的主要技术瓶颈。
6		航旅权限系统	员工信息、角色信息、权限信息、权限资源管理、权限分配管理、账号认证管理等	权限系统作为基础服务组件，承载外部接口的高并发访问需求，对系统的访问性能，尤其是服务响应效率要求较高。
7		航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）	线上机票订、退、改、废订单全流程，支持订单支付、账单结算等财务功能	各类客户端业务流与数据流功能点存在差异，需要确保整合数据的一致性与完整性，以保障系统运行的稳定性与可靠性。
8	商旅管理数字化系统	商旅CRM系统	维护客户信息、旅客资料维护、合作状态、合作的产品服务、合同审批	CRM系统作为基础服务组件，承载外部接口的高并发访问需求，对系统的访问性能，尤其是服务响应效率要求较高。
9		商旅订单管理系统	查看订单、改签、退票、退房、生成预订信息、生成财务信息	不同品类产品的业务处理链路、不同客户的审批流配置需求，如技术架构不合理则导致研发效率偏低，系统整体不够精简高效，大规模订单处理效能和客户审批流配置效果不足。
10		商旅支付结算系统	商旅信用卡管理，客户预存卡管理，消费账单管理，消费记录查询，发票影像管理，CBS，服务档案查询，资金平台管理	大中型企事业客户的对账结算形式多样，信用额度管控复杂，且客户存在超标混合支付等特殊支付需求，需要搭建支持丰富的支付结算形式的技术架构。
11		商旅数据报表系统	财务报表查询，业务报表查询，产品报表查询、报表数据监控、呼叫中心报表查询、GSM报表查询	客户对于商旅画像报表维度存在差异化需求，报表字段逾150个，涉及系统数据源较多，数据规整难度高，数据体量大，数据整合检索、报表生成性能为主要技术难点。
12		商旅权限系统	账号开通、账号权限管理、角色管理、权限审批、权限定义	商旅管理场景中，客户权限管控较为复杂，且系统订单流转各环

序号	系统	主要组成部分	关键环节	技术难点
				节均涉及权限验证，需要保障管理准确性及接口响应速度。
13		商旅客户端（美亚商旅网/APP/H5/微信小程序）	国内机票查询预订，国际机票查询预订、国内酒店查询预订，国际酒店查询预订、火车票查询预订、因私机票查询预订，因私酒店查询预订、用车、订单支付、出差申请、订单查询、行程查询、消息通知、个人信息管理、客服中心	酒店数据源格式、质量、更新频率差异导致整合难度较高，且价格、库存等信息动态更迭，需要提高数据处理效率，优化查询性能，考验服务商数据治理能力和大数据技术的场景化部署效果。
14	集团公共数字化系统	集团国际机票系统	数据源管理/清洗/合并、任务控制、政策管理、政策匹配及运价运算、产品投放、产品调控、航班查询、预订、自动出票数据源管理/清洗/合并、任务控制、政策管理、政策匹配及运价运算、产品投放、产品调控、航班查询、预订、自动出票	由于国际机票的数据整合、产品要素等较国内机票更为复杂，该系统需围绕高效聚合、清洗、校验国际机票数据，支持国际机票数据及订单的自动化处理，业务规则匹配准确性和数据处理&检索性能要求较高。
15		集团供应商管理系统	供应商信息管理、工作台、供应商审核、合同管理	该系统需要集约化管理发行人整体供应商信息，并支撑航旅及商旅系统的信息调用需求，系统的并发性能和响应速度要求较高。
16		信息系统日常管理工具（涵盖研发支持系统、Jenkins系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）	程序变更需求和发布流程管理等	-
17		金蝶系统	财务核算	-
18		OA系统	日常行政管理	-
19		费控系统	费用报销	-

②前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用

在发行人数字化系统中，OA系统、金蝶财务核算系统、费控系统等3项系统为满足发行人日常行政管理、财务核算需要，直接外购第三方服务商的成熟数字化系统，信息系统日常管理工具（涵盖研发支持系统、Jenkins系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）系为满足信息系统日常管理所搭建的IT工具类系统，该等系统不属于面向泛商旅出行服务领域开发的专项系统。其余15项航旅票务、商旅管理及集团公共数字化系统，均系发行人适配泛商旅出行服务场景的业务、财务特征，自主研发形成的研发成果。

该等数字化系统中，发行人应用的特有技术主要包括三种类型：一是部分核心技术，实质体现为软件著作权形式，核心技术与软件著作权对应关系参见本问题回复之“一/（六）/1、梳理各项核心技术与专利、软件著作权之间的对应关系，前述技术成果分别应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，分别对应发行人对外业务系统还是对内管理系统”；二是部分发明专利；三是部分自研技术，暂未申请知识产权。相关自主研发的业务技术系统使用的行业通用技术与发行人特有技术及其作用如下表所示：

序号	系统主要组成部分	行业通用技术	行业通用技术作用	发行人特有技术	发行人特有技术作用
1	航旅 CRM 系统	Redis、ActiveMQ	以 Redis 缓存部分业务数据和热点性数据，以 ActiveMQ 对系统业务进行解耦合异步化处理	自研数据库更新组件，以及改进通用加密算法	发行人自研数据库更新组件，较原有技术促使旅客信息搜索性能提升 1 倍，模糊搜索场景从原先 30s 提升到 1s 内；在通用加密算法中叠加自有键值予以混淆，确保信息无法经由通用加密算法进行解密，显著提升了系统响应效率及安全性。
2	航旅中台系统	Elasticsearch、Kafka、OpenFalcon	以 Elasticsearch 作为单据搜索层存储组件、Kafka 作为消息组件、OpenFalcon 作为监控组件	核心技术“基于 Kafka、Open Falcon 的实时流程处理技术”	发行人核心技术“基于 Kafka、Open Falcon 的实时流程处理技术”可以高效处理实时指令流量、账号流量、客户流量、Office 流量等，并对流量进行实时多维度分析，确保了同一账号消息处理的顺序性，消息处理性能较原有基于数据库的定时任务处理方式提升约 40%，实时性提升约 70%，增强了系统的高吞吐量和高并发性。
3	航旅机票处理系统	Redis、ActiveMQ	以 Redis 缓存部分业务数据和热点性数据，以 ActiveMQ 对系统业务进行解耦合异步化处理	发明专利“用户机票订单管理的信息化标签方法及系统”	发行人自研一种用户机票订单管理的信息化标签方法及系统，通过基于预设的神经网络模组获取用户构建的订单数据，调用所述订单数据中携带的出发地信息和目的地信息，生成线性节点路径，在云端数据库中接收用户所反馈的行程信号；在预存于用户编号下的地图子数据库上对应的标注出线性节点路径，可以提高订单处理效率、实时行程跟踪、简化用户体验、改善订单准确性，并提供个性化服务，订单处理效率较该技术部署前可实现提升 30%。
4	航旅业财管理系统	Elasticsearch、Kafka	以 Elasticsearch 作为单据搜索层存储组件、Kafka 作为消息组件	自研高可用异步双写数据处理技术	发行人自研高可用异步双写数据处理技术，通过自研数据异步双写组件以无侵入方式向 SqlServer 和 Elasticsearch 写入数据，实现了数据的无缝集成与快速流通，确保了数据的一致性与实时性，较原有数据库架构搜索性能提升 1.5 倍，跨月多条件查询由 25s 提升到 1.5s，突破数据检索迟缓的技术瓶颈，实现更为精准和及时的数据处理展现。
5	航旅国内政策系统	Redis、ActiveMQ	以 Redis 对权限系统进行缓存，并通过 ActiveMQ 进行缓存更新通知	核心技术“针对复杂规则的规则引擎高效智能算法”	发行人核心技术“针对复杂规则的规则引擎高效智能算法”，将政策匹配流程进行拆分为普通运价、特殊运价、增值运价进行多节点并行匹配，实现较原有规则匹配算法平均政策匹配速度 1.2s，性能提升 2 倍，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果。
6	航旅权限系统	Redis、ActiveMQ	以 Redis 对权限系统进行缓存，并通过 ActiveMQ 进行缓存更新通知	自研权限管控更新算法	发行人自研权限管控更新算法，在用户登录时，对用户权限进行运算并设置有效期，系统订单流转各环节均涉及权限验证，可提高用户权限的获取响应速度，减少服务器资源的运算量。同时对权限进行变更时，通过自研算法，运算出该变更影响到的用户，计算出用户最新的权限，

序号	系统主要组成部分	行业通用技术	行业通用技术作用	发行人特有技术	发行人特有技术作用
					并更新存储在 Redis 中的用户权限，以实现权限状态稳定更新。较该技术部署前，权限数据的实时性可达到秒级，权限数据的查询速度和性能提升 70%。
7	航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）	Redis、ActiveMQ	以 Redis 缓存部分业务数据和热点性数据，以 ActiveMQ 对系统业务进行解耦合异步化处理	自研事件总线框架、分布式事务相关技术以处理系统间交互	发行人自研技术允许不同架构层级和业务间解耦，当某个对象的状态发生变化时，所有依赖其的对象都会得到通知；同时采用分布式事务处理，当某个业务节点的数据发送验证或者处理错误的时候，其他端的数据也做同步回滚，确保了数据的一致性和完整性。较该技术部署前，系统数据的一致性和完整性得到彻底解决。
8	商旅 CRM 系统	Elasticsearch	使用 Elasticsearch 进行数据存储、数据搜索	同航旅 CRM 系统	同航旅 CRM 系统
9	商旅订单管理系统	Elasticsearch	使用 Elasticsearch 进行数据存储、数据搜索	核心技术“订单 workflow 处理系统技术”、“商旅全产品开放平台技术”	1、核心技术“订单 workflow 处理系统技术”，抽象出一套标准化的 workflow 引擎技术，覆盖自订单创建至服务完成的数十个流程节点，提供高度界面化的配置化功能，传统上客户个性化 workflow 配置周期需要两个星期以上，新技术可支持客户在较短时间内（一般仅需 1 小时）高效配置契合自身管理制度规范的订单 workflow，切实解决客户流程管控高效化和个性化配置的痛点。 2、核心技术“商旅全产品开放平台技术”，围绕商旅管理全产品矩阵，自研商旅全产品开放平台技术，将查询、预订、对账、结算、商旅出行管理等服务节点解耦为独立功能组件，可依据企事业具体情况快速个性化配置，实现商旅数字化全流程 API 接口功能，具备快速适配大型企事业客户技术集成的关键能力，相比传统的个性化配置技术集成，将 API 接口开放式的技术集成效率提升 2 倍以上，能够实现商旅管理高效能数字化部署。
10	商旅支付结算系统	无	无	自研的商旅企业财务结算数字化流程管控技术	针对大中型企事业客户对账结算形式多样、信用额度管控复杂以及超标混合支付等特殊支付需求，发行人自研商旅企业财务结算数字化流程管控技术，可支持信用结算、预存结算等多方式，支持各客户及其不同部门差异化结算周期和信用额度管控，并自动化生成对账单，充分适配商旅财务结算的复杂场景，相比未使用该项技术前，财务结算效率提升 50%，大幅减少人工干预程度和结算差错率。

序号	系统主要组成部分	行业通用技术	行业通用技术作用	发行人特有技术	发行人特有技术作用
11	商旅数据报表系统	Elasticsearch、Kettle	使用 Elasticsearch、Kettle 为数据存储、搜索及数据清洗提供底层组件	核心技术“在线大数据分析报表系统技术”、“系统自动对账技术”；发明专利“一种基于商旅行程业务数据的异常用户生成内容识别方法”	1、核心技术“在线大数据分析报表系统技术”，发行人通过引入分片存储能力，相比非分片存储模式检索响应速度提升 2 倍以上，适配商旅管理服务场景数据特征，支持全产品报表字段超 700 个，涵盖国际机票、国内机票、国际酒店、国内酒店、火车票、保险等各类业务数据，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。 2、核心技术“系统自动对账技术”：自研系统自动对账技术，数字化整合机票行程单、火车票、电子发票等各项单据信息及影像资料，按照指定账期进行自动数据对比，实现自动对账，相较人工对账的对账效率提升约 50%，并显著减少人工核对错误。 3、自研发明专利“一种基于商旅行程业务数据的异常用户生成内容识别方法”（已获授权），实时监测和记录商旅行程的各项数据；基于改进算法对各个数据的异常分数进行计算，筛选出可能存在异常的用户，将不同来源的行程数据进行合并，进行异常内容识别，以便相关人员采取相应的措施，通过自动化的方法对行程数据进行异常检测和识别，可以及时发现存在异常的用户和行程数据，较该技术部署前识别效率提升近 3 倍。
12	商旅权限系统	Redis	使用 Redis 进行用户权限信息存储	同航旅权限系统	同航旅权限系统
13	商旅客户端（美亚商旅网/APP/H5/微信小程序）	Elasticsearch、Kafka	使用 Elasticsearch、Kafka 为数据存储、搜索及数据处理提供底层组件	核心技术“酒店产品大数据搜索引擎系统技术”	核心技术“酒店产品大数据搜索引擎系统技术”，发行人围绕酒店产品数据及场景，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力；按城市分片存储，显著降低单个分片数据量，较非分片存储模式检索响应速度提升 4 倍；对多源多类型酒店数据予以标准化整合，以自研分片多线程技术，较不分片单线程的处理方式将数据处理效率提高近 10 倍，大幅降低系统响应时间至 0.5s；可支持逾百万家酒店的价格及房态数据处理。
14	集团国际机票系统	Elasticsearch、Redis、RocketMQ	以 Elasticsearch 进行数据存储及搜索，以 Redis 进行航班信息、基础数据信息存储，以	核心技术“基于 TCP 协议多级数据聚合技术”	核心技术“基于 TCP 协议多级数据聚合技术”，发行人构建标准产品数据组件，可规整多源数据格式，高效聚合、清洗、校验国际机票数据，满足大规模国际航班舱位运价信息的高效整合，较该技术上线前传递的消息体量减少约 40%，传递性能提升约 25%，并发能力提升约 60%，更好支撑高并发情形下的泛商旅数据处理稳定性。

序号	系统主要组成部分	行业通用技术	行业通用技术作用	发行人特有技术	发行人特有技术作用
			RocketMQ 进行消息队列功能异步处理		
15	集团供应商管理系统	Redis	使用 Redis 进行供应商信息存储	自研供应商信息预运算算法	基于供应商信息预运算算法，提前运算并存储供应商信息，集约化管理发行人整体供应商信息，并支撑航旅及商旅系统的信息调用需求，通过引入分布式缓存和异步处理机制，优化数据访问路径，减少数据库访问压力实现了高性能和高可用性，相较该技术部署前接口的平均响应时间缩短 50%以上，95%情形下响应时间缩短 60%，99%情形下响应时间缩短 70%。

（3）发行人攻克的技术难点、完成的行业技术创新

发行人立足泛商旅出行服务场景的切实技术需求，从数据处理、服务响应、订单处理、财务结算等维度，克服了系列行业技术难点，并完成了系列行业技术创新。

①数据处理方面

发行人克服了多重技术难点。围绕泛商旅数据处理，服务商需要深度整合多数据源的海量航班舱位运价和酒店房态价格等基础数据，基于复杂繁琐的业务规则及产品规则进行高效能实时计算，考验服务商的大规模数据聚合及规整能力。

发行人完成了多项行业技术创新。发行人自研国际机票多源数据整合技术和高可用异步双写数据处理技术，实现大规模多源数据的高效聚合、清洗和校验，以及系统中数据无缝集成与快速流通，显著提升检索性能；面向酒店产品数据及场景，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力，大幅提升检索响应速度及数据处理效率；自研规则引擎高效智能算法，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果；自研在线大数据分析报表系统技术，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。

②服务响应方面

发行人克服了多重技术难点。围绕泛商旅服务响应，服务商需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应，这要求服务商搭建部署高度集成的整体技术方案。

发行人完成了多项行业技术创新。发行人在数字化系统中研发部署权限管控更新算法、数据库更新组件、供应商信息预运算算法等组件或算法，显著提高数字化系统的并发容量、响应速度、安全性，保障系统平稳部署。

③订单处理方面

发行人克服了多重技术难点。围绕泛商旅订单处理，服务商需要适配各类产品服务的异质流程、不同客户的个性化审批流及规则、订单流转高时效性需求，

增强业务端的服务质效，这要求服务商对业务场景具备丰富实践和深刻理解，并具备数字化建模业务全链路关键节点的能力。

发行人完成了多项行业技术创新。发行人自研实时流程处理技术、用户机票订单管理的信息化标签方法及系统等技术，大幅增强消息处理性能和实时性、系统的高吞吐量和高并发性，提升了订单处理及检索效能；自研商旅全产品开放平台技术，实现商旅数字化全流程 API 接口功能，显著提升了技术集成效率，能够实现商旅管理高效能数字化部署；自研订单工作流处理系统技术覆盖自订单创建至服务完成的数十个流程节点，提供高度界面化的配置化功能，解决了客户流程管控高效化和个性化配置的痛点。

④财务结算方面

在泛商旅服务场景中，不同客户有不同的结算周期和结算方式，甚至同一个公司不同部门都有不同的结算方式及结算周期，导致结算方式复杂，额度管控复杂。针对大中型企事业客户对账结算形式多样、信用额度管控复杂以及超标混合支付等特殊支付需求，发行人自研商旅企业财务结算数字化流程管控技术，可支持信用结算、预存结算等多方式，支持各客户及其内部不同部门差异化结算周期和信用额度管控，并自动化生成对账单，充分适配商旅财务结算的复杂场景，大幅减少人工干预程度和结算差错率。

2、发行人所披露使用的大数据技术、AI 技术是否均为行业通用技术，在发行人主营业务中的具体体现、为经营业绩作出的具体贡献，相关技术表述是否存在夸大或误导情形

（1）发行人所披露使用的大数据技术、AI 技术是否均为行业通用技术

一般而言，大数据技术指一系列用于高效处理和分析大规模数据集的计算方法、工具和架构，能够处理结构化、半结构化和非结构化数据，支持高速数据流的实时处理，以及复杂的数据分析和机器学习任务，旨在从海量数据中提取有价值的信息和洞察；AI 技术包括 CNN（卷积神经网络）、RNN（循环神经网络）、LSTM（长短期记忆人工神经网络）等一系列人工智能技术，涵盖机器学习、深度学习、自然语言处理、计算机视觉等多个核心技术分支。该等技术一般为开源通用技术。

发行人所披露的核心技术系以该等开源技术作为基础组件，结合泛商旅服务场景的切实需要，自主研发形成。作为国内知名的泛商旅出行服务商，发行人在数据处理、服务交付方面具有大规模、高并发、场景复杂等特征。通过大数据、AI 等数智技术发掘数据资产价值，是发行人发展泛商旅新质生产力、发挥数据要素价值的必由路径。发行人使用的大数据、AI 等数智技术，不可避免涉及开源的行业通用技术，但该等行业开源技术与实际场景耦合度很低，只能作为发行人可行技术方案的基本组件或底层架构；发行人基于该技术进行了大量独立研发，形成了具有独创性的核心技术和数字化解决方案。具体介绍如下：

①一般行业开源通用技术与行业服务场景难以深度耦合，只能提供一些基础组件或底层架构，而无法提供切实可行的场景化部署解决方案。

一方面，该技术难以满足泛商旅场景化部署的特质化需求。泛商旅出行服务领域业务流程复杂细分、数据类型丰富驳杂、功能需求高度特质化，相关数字化往往超出了行业开源通用技术的能力范围。发行人需要为旅业同行客户提供实时航班、PNR、航段查询及预订、支付、出票、退改签等全链路技术支持，且助力企事业客户实现商旅申请—行程预订—商旅报销—审核审批—对账结算—数据分析全流程的数字化部署。该等场景化技术需求无法通过直接适用或简单二次开发开源通用的大数据技术、AI 技术来满足。另一方面，该技术难以实现泛商旅技术解决方案的系统整合及协同。泛商旅数字化解决方案不仅要求各模块或子系统完成基本功能，还需要在业务链路的牵引下，实现各模块或子系统间数据交互、流程对接、权限控制等多个层面的紧密整合及协同。发行人及行业内其他服务商无法通过直接使用或简单二次开发开源通用的大数据技术、AI 技术，构建起既贴合业务需求又具高度整合性的技术解决方案。因此，发行人的部分大数据处理及智能化相关核心技术系在该等技术基础上进行独创研发，以更好解决泛商旅业务场景中的技术需求。

②发行人基于大数据、AI 相关开源通用技术进行开发符合当前软件开发的惯例。

基于开源通用技术进行开发是当前软件开发的惯例，并受到国家鼓励。工信部《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》指出：“当前，开源已覆盖软件开发的全域场景，正在构建新的软件技术创新体系，引领新一代信息技术创新

发展，全球 97%的软件开发者和 99%的企业使用开源软件，基础软件、工业软件、新兴平台软件大多基于开源”。因此，发行人基于开源通用技术进行开发符合软件开发的惯例。

③相较一般开源通用技术，发行人结合泛商旅海量数据处理、场景化数字建模等切实需要，自主研发形成自身的核心技术和研发成果，相关核心技术具备充分的独创性，与行业通用技术形成显著差异。

发行人核心技术与行业通用技术的具体比对情况参见本问题回复之“一/（三）/1、结合前述情况说明发行人自主研发取得的核心技术、创新成果相较于行业通用技术是否形成明显差异，相较于同行业可比公司是否具有明显竞争优势”。

综上，发行人所提及的大数据及 AI 技术一般指行业开源通用技术，但发行人所披露的部分核心技术系以该等开源技术作为基础组件，结合泛商旅服务场景的切实需要，自主研发形成，属于行业惯例且具有充分独创性，不属于行业通用技术。

（2）在发行人主营业务中的具体体现、为经营业绩作出的具体贡献

发行人涉及大数据及 AI 技术的核心技术具体包括基于 TCP 协议多级数据聚合技术，针对复杂规则的规则引擎高效智能算法，基于 Kafka、OpenFalcon 的实时流程处理技术，酒店产品大数据搜索引擎系统技术，在线大数据分析报表系统技术。该等技术在发行人主营业务中的具体体现、为经营业绩作出的具体贡献如下表所示：

序号	核心技术名称	在发行人主营业务中的具体体现	为经营业绩作出的具体贡献
1	基于 TCP 协议多级数据聚合技术	集团国际机票系统	有效整合多源数据，较该技术上线前传递的消息体量减少约 40%，传递性能提升约 25%，更好支撑高并发情形下的泛商旅数据处理稳定性。
2	针对复杂规则的规则引擎高效智能算法	航旅国内政策系统	较原有规则匹配算法实现平均政策匹配速度 1.2s，性能提升 2 倍，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果。
3	基于 Kafka、Open Falcon 的实时流程处理技术	航旅中台系统	消息处理性能较原有基于数据库的定时任务处理方式提升约 40%，实时性提升约 70%，增强了系统的高吞吐量和高并发性。

序号	核心技术名称	在发行人主营业务中的具体体现	为经营业绩作出的具体贡献
4	酒店产品大数据搜索引擎系统技术	商旅客户端	相比非分片存储模式酒店检索响应速度提升 4 倍，较不分片单线程的处理方式数据处理效率提高近 10 倍，大幅降低系统响应时间至 0.5s，可支持逾百万家酒店，数千万个房型及价格数据处理。
5	在线大数据分析报表系统	商旅数据报表系统	相比非分片存储模式将检索响应速度提升 2 倍以上，支持全产品报表字段超 700 个，助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。

（3）相关技术表述是否存在夸大或误导情形

作为国内知名的泛商旅出行服务商，发行人在数据处理、服务交付方面具有大规模、高并发、场景复杂等特征。通过大数据、AI 等数智技术发掘数据资产价值，是发行人发展泛商旅新质生产力、发挥数据要素价值的必由路径。发行人使用的大数据、AI 等数智技术，不可避免涉及开源的行业通用技术，但该等行业开源技术与实际场景耦合度很低，只能作为发行人可行技术方案的基本组件或底层架构；发行人基于该技术进行了大量独立研发，形成了具有独创性的核心技术和数字化解决方案。综上，相关技术表述不存在夸大或误导情形。

（二）报告期内研发人员的教育背景、学历构成、研发经历以及变动情况，研发人员完成的主要工作及形成的创新成果，发行人未认定核心技术人员的原因，研发人员、投入与系统开发需求是否匹配

1、报告期各期末，研发人员的教育背景、学历构成、研发经历以及变动情况

（1）发行人研发人员教育背景主要为计算机科学与技术、软件工程、软件开发、电子信息工程等。报告期各期末，发行人研发人员的教育背景结构情况如下：

单位：人

教育背景	2025 年 6 月 30 日		2024 年 12 月 31 日		2023 年 12 月 31 日		2022 年 12 月 31 日	
	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比
计算机科学与技术、信息管理等计算机类	44	37.93%	40	34.19%	37	33.04%	34	35.42%
网络技术和工程类	26	22.41%	27	23.08%	26	23.21%	23	23.96%
软件工程、开	29	25.00%	30	25.64%	29	25.89%	25	26.04%

教育背景	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比
发类								
其他	17	14.66%	20	17.09%	20	17.86%	14	14.58%
合计	116	100.00%	117	100.00%	112	100.00%	96	100.00%

注：其他主要系如旅游管理、工商管理等专业。

由上表可知，发行人对专业人才高度重视，报告期内具备计算机等相关专业背景的研发人员占比较高，研发团队的专业度较高。

(2) 发行人研发人员学历构成情况如下：

单位：人

学历构成	2025年6月30日		2024年12月31日		2023年12月31日		2022年12月31日	
	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比	员工人数	占比
硕士以上	4	3.45%	4	3.42%	4	3.57%	3	3.13%
本科	61	52.59%	60	51.28%	58	51.79%	43	44.79%
专科及以下	51	43.97%	53	45.30%	50	44.64%	50	52.08%
合计	116	100.00%	117	100.00%	112	100.00%	96	100.00%

各报告期末，发行人的研发人员的学历本科及以上的人员分别为 46 人、62 人、64 人、65 人，占各期末研发人数总数的比例分别为 47.92%、55.36%、54.70%、56.03%，占比逐渐增长。

(3) 发行人研发部门管理级别以上的研发人员研发经历情况如下：

序号	人员	工作岗位	专业	研发经历	参与具体研发情况
1	研发人员 1	应用经理	软件工程	1998 年参加工作，先后在广百集团-广州市新大新有限公司任技术助理，团队自行研发了新大新收款系统和信息管理系统等；穗宝集团-广州市欧亚床垫家具有限公司任助理 IT 经理、宝能集团-宝能商业有限公司任 IT 经理、广州市正佳金科集团有限公司任应用经理；2020 年 9 月加入美亚科技。	主要负责应用系统的研发与设计，包括集团 OA 系统表单流程的设计与优化、人事系统、云简费控系统等应用系统的功能研发，使用钉钉宜搭平台研发了“美亚业财管理系统”等。
2	研发人员 2	集团技术总监	计算机应用与	1998 年参加工作，先后在大特网络通信有限公司、纵横天地电子商务有限公司、广东易游旅	负责“美亚航旅网智能分销平台 3.0”、“美亚航旅 APP 平台 V2.0”、“美亚航旅线上电子合同

序号	人员	工作岗位	专业	研发经历	参与具体研发情况
			维护	游电子商务有限公司任开发工程师和 IT 总监；2016 年 2 月加入美亚科技，任集团技术总监，主要负责集团研发工作。	系统 V1.0”、“电商平台自动对账系统 V1.0”、“钉钉销售管理应用系统 v1.0”、“一种线下财务收款自动化处理系统 V1.0”、“美亚商旅商家增值服务系统 V1.0”、“美亚商旅支付系统-新增客户预存卡系统 v1.0”、“商旅机票类基础数据一体化系统 V1.0”、“针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统 V1.0”等项目研发，参与“一种基于商旅行程业务数据的异常用户生成内容识别方法”、“用户机票订单管理的信息化标签方法及系统”、“行程单分类装置和设备及其分类控制方法”、“行程单分切装置”等专利的研发。
3	研发人员 3	研发经理	计算机应用技术	2008 年参加工作，先后在文思创新股份有限公司、芒果网有限公司、深圳中青宝互动网络股份有限公司、广东乐心医疗电子股份有限公司、雪松控股集团有限公司，主要负责软件项目研发工作；2018 年 4 月加入美亚科技。	主持“钉钉销售管理应用系统 v1.0”、“美亚集团国内机票运价体系智能平台 V2.0”、“美亚机票航变通知处理平台 V2.0”、“高并发 I/O 吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离系统 V1.0”等项目。
4	研发人员 4	研发经理	软件工程专业	2008 年参加工作，先后在广州市示达信息科技有限公司、广州市博颖信息科技有限公司就职软件工程师职位，主要负责电信项目研发工作；2010 年 9 月加入美亚科技。	2017 年前就职软件工程师，后转产品经理进行相关研发工作；主持“美亚同行网智能分销平台 V2.0”、“美亚集团芯斗云分销商差旅系统 V1.0”、“美亚国际机票 OTA 智能订单处理平台 V2.0”、“航旅国际机票白屏搜索系统 V1.0”等项目的研发。
5	研发人员 5	高级产品经理	通信与信息系统	2008 年参加工作。曾在百度网络技术（北京）有限公司任高级运维工程师；广东盈世计算机科技有限公司任高级产品经理；广州市骑鹅游信息技术咨询服务有限责任公司任产品运营部总监；2021 年 10 月加入美亚科技。	负责集团国际机票在线化项目产品设计工作；同时负责美亚商旅国际机票在线化、升级项目产品设计工作。
6	研发人员 6	经理	软件工程	2013 年参加工作，先在广东一九在线有限公司担任研发经理，在 .net 研发、项目管理具有多年经验。在 2014 年 10 月加入美亚科技，一开始是做系统后端研发，再到研发组负责人。研发差旅全流程管控平台、差旅开放平台，提供解决方案给企业客户。	主要负责“尚途商旅开放平台 V1.0”、“尚途商旅开放平台 V2.0”、“出差单管控平台”等系统的产品规划、需求管理、研发和迭代、产品验收、发布推广使用；负责商旅系统自动对账方案、国际机票集成方案、数电票集成方案的形成和落地，和企业客户沟通需求，提供专业的解决方案。

(4) 研发人员变动情况

报告期内，研发人员的变动情况如下：

单位：人

2022 年末人数	新增	离职	2023 年末人数
96	24	8	112

续上表

单位：人

2023 年末人数	新增	离职	2024 年末人数
112	12	7	117

续上表

单位：人

2024 年末人数	新增	离职	2025 年 6 月末人数
117	4	5	116

报告期各期末，发行人的研发人员人数分别为 96 人、112 人、117 人、116 人，呈平稳增长态势，与发行人的业务规模和研发投入趋势一致。

2、研发人员完成的主要工作及形成的创新成果

(1) 研发人员完成的主要工作

发行人设有专门的研发部门，研发部门人员均专职从事研发活动相关工作。按照主要职责进行划分如下：

主要职责	职责描述
需求分析和设计	评审和分析产品需求说明书，评估可行性并输出软件设计说明书
系统架构设计	根据产品需求并结合系统现状进行架构，并输出系统架构文件
软件开发实施	根据软件架构说明书和设计说明书，进行编码开发和集成测试、使用前端开发语言进行前端系统研发、后端编程语言进行功能模块研发
软件性能测试	对研发项目的业务流程进行性能测试，输出测试报告并分析定位性能瓶颈，配合研发解决性能问题
软件项目管理	项目全生命周期管理和跟进

(2) 形成的创新成果

截至本回复出具之日，发行人累计已形成 4 项发明专利和 151 项软件著作权，并已通过国际航协 ARM Index 认证，发行人及子公司商旅科技获授国家级

高新技术企业、广东省专精特新中小企业、广东省创新型中小企业、广东省智慧商旅工程技术研究中心等认定。其中，主要的发明专利如下：

序号	专利号	专利名称	类型	授权日	所有人
1	ZL201910841906.9	行程单分类装置和设备及其分类	发明专利	2021 年 2 月 12 日	美亚科技
2	ZL202110056439.6	行程单分切装置	发明专利	2023 年 11 月 10 日	美亚科技
3	ZL202311158122.9	一种基于商旅行程业务数据的异常用户生成内容识别方法	发明专利	2024 年 5 月 28 日	商旅科技
4	ZL202311086737.5	用户机票订单管理的信息化标签方法及系统	发明专利	2024 年 7 月 23 日	商旅科技

3、发行人未认定核心技术人员的原因，研发人员、投入与系统开发需求是否匹配

发行人在报告期内并未认定核心技术人员，主要是基于以下两点考虑：

（1）发行人建立了完善的研发机制及创新体系

发行人重视泛商旅综合解决方案相关的数字化创新，并探索建立了符合现状的研发机制和创新体系。具体如下：

①建立了完善的研发流程管理制度

发行人制定了包括研发立项、迭代开发、项目测试、研发结项等在内的完整研发流程指引制度，覆盖可行性研究及立项、需求分析、概要设计、详细设计等各个研发关键节点，对研发项目的全周期进行管理，并根据研发流程确定的关键节点对研发项目进行跟踪，现行研发制度运行情况良好，能够有效保证研发进度的快速推进，提高发行人创新能力。

②重视研发人员培养与激励

发行人十分重视研发队伍的建设，在经营过程中已建立起一套较为完善的研发人才选拔、培养、考评与激励机制。一方面，发行人招聘优秀人才，通过各种形式的培训，选拔和培养发行人的技术骨干，夯实发行人的人才储备；另一方面，发行人通过提供良好的职业发展平台和激励措施，吸引拥有较强研发能力和丰富行业经验的人员加盟企业。发行人力求用良好的工作环境、具备吸引力的职业发展前景，以及公平、公正、透明的任用和奖惩机制，激发研发人员的工作积极性

与创新主动性，促进其研发创新能力的发挥，不断加强发行人的研发团队建设。

（2）发行人研发主要源于既有技术体系的延续及不断改进，不存在对个别技术人员研发能力的重大依赖

发行人在泛商旅出行服务领域积累多项核心技术，截至本回复出具之日已形成 4 项发明专利和 151 项软件著作权，满足海量异构数据存储与整合、高并发在线交易快速响应、客户个性化推荐等实际需要。同时，发行人储备了大量成熟、完善、适用于各类应用泛商旅出行服务方案，形成了能够针对各类需求快速研发迭代的技术及研发体系，发行人在行业深耕多年，积累了大量的相关专业人才，建立了不同知识结构、不同年龄梯度的技术储备队伍，核心技术的研发不存在对个别技术人员研发能力的重大依赖，因此未认定核心技术人员。

综上，发行人研发主要源于既有技术体系的延续及不断改进，依靠完善的研发制度和人才培养机制、多年研发积累的经验以及研发人员的共同努力，不存在对个别技术人员研发能力的重大依赖。因此，发行人未认定核心技术人员。

4、研发人员、投入与系统开发需求是否匹配

研发人员、投入与系统开发需求的相关情况如下：

项目	标识	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
研发项目数量（个）	1	20	20	20	24
研发费用（万元）	2	1, 313. 80	2,538.88	2,335.94	2,353.02
单个项目平均研发投入（万元）	3=2/1	65. 69	126.94	116.8	98.04
研发人员数量（人）	4	116	117	112	96
单个项目平均参与人员数量（人/个）	5=4/1	5. 80	5.85	5.60	4.00

注：2025 年公司计划开展研发项目数量为 20 个，截至报告期末已启动 11 个项目，其余 9 个项目拟于下半年按计划推动。

报告期各期末发行人研发人员分别为 96 人、112 人、117 人、116 人，呈平稳增长态势。报告期各期发行人研发项目数量分别为 24 个、20 个、20 个、20 个，基本保持稳定。随着泛商旅技术研发持续深化，面临的研发复杂度和难度也有所提升，单个项目所需投入逐步提升，各期单个项目平均参与人员数量分别为 4.00 人/个、5.60 人/个、5.85 人/个、5. 80 人/个，变动趋势与单个项目平均研发

投入规模相一致。

综上，研发人员、投入与系统开发需求具有匹配性。

（三）结合前述情况说明发行人自主研发取得的核心技术、创新成果相较于行业通用技术是否形成明显差异，相较于同行业可比公司是否具有明显竞争优势，发行人的业务技术系统是否均为自主研发、是否存在外采或外包部分，知识产权大部分为软件著作权的原因，核心技术与发行人的知识产权是否直接相关

1、结合前述情况说明发行人自主研发取得的核心技术、创新成果相较于行业通用技术是否形成明显差异，相较于同行业可比公司是否具有明显竞争优势

发行人部分核心技术、创新成果中使用 Tornado、Celery 等开源软件工程实践及 kafka、OpenFalcon、Elasticsearch 等开源大数据技术。然而，该等行业通用技术仅可作为发行人核心技术、创新成果的基础组件之一，其技术特征或常规性能无法有效适配泛商旅数字化解决方案的特质化需求和系统整合需求，亦无法成为行业数字化解决方案的核心内容。

发行人遵循软件工程实践的惯例，使用一些通用开源技术提供部分底层能力，结合泛商旅海量数据处理、场景化数字建模等切实需要，自主研发形成自身的核心技术和研发成果。相关核心技术、创新成果与行业通用技术形成显著差异，具体比较情况如下表所示：

序号	核心技术、研发成果名称	对应行业通用技术	发行人核心技术、创新成果相对行业通用技术的差异
1	基于 TCP 协议多级数据聚合技术	使用通用开源技术 Tornado Web Server 作为基础组件之一	通用开源技术仅可提供 TCP 服务端底层组件，无法满足海量泛商旅数据处理效能需求，发行人在 Tornado TCP 服务异步非阻塞和协程特性基础上，增加了定制化数据协议等关键能力，利用私有消息协议有效整合多源数据，较该技术上线前传递的消息体量减少约 40%，传递性能提升约 25%，更好支撑高并发情形下的泛商旅数据处理稳定性。
2	针对复杂规则的规则引擎高效智能算法	使用通用开源技术 Celery 作为基础组件之一	通用开源技术仅可提供数据分发匹配基础组件，无法适配泛商旅场景下的规则引擎技术需求。发行人基于该组件，将政策匹配流程进行拆分为普通运价、特殊运价、增值运价进行多节点并行匹配，实现较原有规则匹配算法平均政策匹配速度 1.2s，性能提升 2 倍，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果。
3	基于 Kafka、OpenFalcon	使用通用开源技术 Kafka 和	通用开源技术仅可作为实时数据汇总消息队列和数据预警相关基础组件，无法适配泛商旅情境下的实时流程处

序号	核心技术、研发成果名称	对应行业通用技术	发行人核心技术、创新成果相对行业通用技术的差异
	的实时流程处理技术	OpenFalcon 作为基础组件之一	理需要。发行人自研实时流程处理技术可以高效处理实时指令流量、账号流量、客户流量、Office 流量等，并对流量进行实时多维度分析，确保了同一账号消息处理的顺序性，消息处理性能较原有基于数据库的定时任务处理方式提升约 40%，实时性提升约 70%，增强了系统的高吞吐量和高并发性。
4	酒店产品大数据搜索引擎系统技术	使用通用开源技术 Elasticsearch、Kafka 作为基础组件之一	通用开源技术仅可为数据存储、搜索及处理提供底层组件，围绕酒店产品数据及场景，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力；按城市分片存储，显著降低单个分片数据量，较非分片存储模式检索响应速度提升 4 倍；对多源多类型酒店数据予以标准化整合，以自研分片多线程技术，较不分片单线程的处理方式数据处理效率提高近 10 倍，大幅降低系统响应时间至 0.5s；可支持逾百万家酒店，数千万个房型及价格数据处理。
5	在线大数据分析报表系统技术	使用通用开源技术 Elasticsearch、Kafka 作为基础组件之一	相较于行业通用技术，发行人通过引入分片存储能力，相比非分片存储模式检索响应速度提升 2 倍以上，适配商旅管理服务场景数据特征，支持全产品报表字段超 700 个，涵盖国际机票、国内机票、国际酒店、国内酒店、火车票、保险等各类业务数据，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。
6	订单工作流程处理系统技术	未使用行业通用技术	企业数字化部署商旅管理活动时，具体预订、审批流程设计存在差异。发行人结合业务实践，抽象出一套标准化的工作流引擎技术，覆盖自订单创建至服务完成的数十个流程节点，提供高度界面化的配置化功能，传统上客户个性化工作流配置周期需要两个星期以上，新技术可支持客户在较短时间内（一般仅需 1 小时）高效配置契合自身管理制度规范的订单工作流，切实解决客户流程管控高效化和个性化配置的痛点。
7	商旅全产品开放平台技术	未使用行业通用技术	发行人围绕商旅管理全产品矩阵，自研商旅全产品开放平台技术，将查询、预订、对账、结算、商旅出行管理等服务节点解耦为独立功能组件，可依据企事业具体情况快速个性化配置，实现商旅数字化全流程 API 接口功能，具备快速适配大型企事业客户技术集成的关键能力，相比传统的个性化配置技术集成，将 API 接口开放式的技术集成效率提升 2 倍以上，能够实现商旅管理高效能数字化部署。
8	系统自动对账技术	使用通用开源技术 Elasticsearch 作为基础组件之一	通用开源技术仅可作为数据存储、搜索基础组件，无法适配泛商旅场景下单据归集汇总及自动化对账需求。发行人自研系统自动对账技术，数字化整合机票行程单、火车票、电子发票等各项单据信息及影像资料，按照指定账期进行自动数据对比，实现自动对账，相较人工对账的对账效率提升约 50%，并显著减少人工核对错讹。

泛商旅出行服务行业服务商的核心技术、研发成果主要侧重建立以数字化为基础的运营管理和业务处理能力，主要体现为涵盖多种泛商旅出行服务场景的运

营管理系统和业务处理系统，使用互联网和大数据技术持续优化服务效能。该等业务技术系统并未直接作为标准化信息技术服务产品交付给客户并向其收取对价，而是用以强化自身技术实力，间接提升发行人泛商旅出行服务的效率效果。相关业务技术系统信息一般不予公开详细披露，仅局限于商业宣传资料中简略披露。行业内尚无针对泛商旅相关数字化系统的通用技术标准或行业规范，同行业公司的业务技术系统在使用的主要技术、技术水平及迭代情况、实现功能以及其数据容量等技术性能亦属于其商业机密。因此，发行人无法获取同行业可比公司的该等信息，难以直接比较与同行业可比公司的优劣势。

2、发行人的业务技术系统是否均为自主研发、是否存在外采或外包部分

在发行人数字化系统中，OA 系统、金蝶财务核算系统、费控系统等 3 项系统系为满足发行人日常行政管理、财务核算需要，直接外购第三方服务商的成熟数字化系统，信息系统日常管理工具（涵盖研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）系为满足信息系统日常管理所搭建的 IT 工具类系统，该等系统不属于面向泛商旅出行服务领域开发的专项系统。

其余 15 项航旅票务、商旅管理及集团公共数字化系统，均系发行人适配泛商旅出行服务场景的业务、财务特征，自主研发形成，不存在外采成熟解决方案，或委托外部 IT 服务商开发整套系统的情形。2022 年度，发行人整体工作负荷较为繁重，发行人将少量功能点位或非核心模块剥离，交由外部信息技术服务商提供技术服务，在发行人相关研发人员的统筹下完成相关工作。该等技术服务采购仅针对少量功能点位或非核心模块，不属于对单项业务技术系统的整体外采或外包。

3、知识产权大部分为软件著作权的原因

发行人自主研发适配服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现互联网和大数据技术在泛商旅出行场景中的精细部署和深度应用。该等研发活动及研发成果与软件和信息技术服务业较为相似，相关研发成果主要以计算机程序和文档的形式存在。根据《计算机软件保护条例》的相关规定，计算机软件的源代码和文档的表达方式等核心技术主要通过软件著作权的形式予以保护，而非主要以专利的形式予以保护。

发行人知识产权大部分为软件著作权的情形与同行可比公司一致，可比公司获取的发明专利及软件著作权情况如下：

可比公司	软件著作权 (项)	发明专利 (项)	数据来源
携程集团	逾1,200项	逾600项	《2023年度报告》
同程旅行	117	29	公开文件未披露，取自天眼查及专利之星-同程网络科技有限公司相关知识产权信息，同程网络科技有限公司系同程旅行的合约安排实体，提供在线住宿、交通票务及配套增值旅游产品及服务
腾轩旅游	未披露	2	《2023年年度报告》
易飞国际	101	0	《2023年半年度报告》
岭南控股	41	2	公开文件未披露，取自天眼查-广州岭南集团控股股份有限公司及其子公司广州岭南国际酒店管理有限公司、广州市东方汽车有限公司、广州广之旅国际旅行社股份有限公司、广州市广百股份有限公司相关知识产权信息
众信旅游	10	0	公开文件未披露，取自天眼查-众信旅游集团股份有限公司相关知识产权信息

数据来源：各可比公司公开信息披露文件、天眼查、国家知识产权局中国专利信息中心-专利之星检索系统

在以软件著作权形式开展知识产权布局的同时，发行人亦逐步重视以发明专利形式对发行人的创新性研发成果予以保护。截至本回复出具之日合计持有 4 项发明专利。发行人逐步就核心技术及研发成果中应用部署的独创性技术申请发明专利，以实现更加均衡灵活的知识产权布局。

因此，发行人知识产权大多数为软件著作权的情形符合发行人研发活动及研发成果特征，且在逐步重视以发明专利形式进行更加均衡灵活的知识产权布局。

4、核心技术与发行人的知识产权是否直接相关

核心技术与发行人的知识产权直接相关。核心技术与知识产权的对应关系参见本问题回复之“一/（六）/1、梳理各项核心技术与专利、软件著作权之间的对应关系，前述技术成果分别应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，分别对应发行人对外业务系统还是对内管理系统”。

（四）发行人与同行业可比公司的业务技术系统在使用的主要技术、技术水平及迭代情况，实现功能，数据容量、获取及时性和准确性、查询处理速度，系统集成对接能力，安全稳定性等主要指标方面的比较情况，发行人的系统、产品和服务是否具有创新性、先进性及具体体现，与同行业可比公司相较的优劣势

由于泛商旅出行服务商的核心技术、研发成果主要侧重建立以数字化为基础的运营管理和业务处理能力，主要体现为涵盖多种泛商旅出行服务场景的运营管理系统和业务处理系统，使用互联网和大数据等技术持续优化服务效能。该等业务技术系统并未直接作为标准化信息技术服务产品交付给客户并向其收取对价，而是用以强化自身技术实力，间接提升发行人泛商旅出行服务的效率效果。相关业务技术系统具体信息一般不予公开披露，且对外披露场景一般局限于投标文件或展业文件中简略披露。行业内尚无针对泛商旅相关数字化系统的通用技术标准或行业规范，同行业公司业务技术系统在使用的主要技术、技术水平及迭代情况，实现功能，以及其数据容量等技术性能亦属于其商业机密。因此，发行人无法获取同行业可比公司的该等信息，难以直接比较与同行业可比公司的优劣势。

发行人各业务技术系统的实现功能参见“问询函第1题/三/（一）/1/（1）前中后台业务技术系统的主要组成部分、分别功能”，数据容量、获取及时性和准确性、查询处理速度、系统集成对接能力、安全稳定性等主要指标方面如下表所示：

序号	主要组成部分	数据容量	获取及时性和准确性	查询处理速度	系统集成对接能力	安全稳定性
1	航旅 CRM 系统	35W+ 客户数量	接口平均响应时间 100ms，每秒处理请求数 300+	接口平均响应时间 100ms	可集成到航旅中台管理和航旅客户端旅客信息、合同信息、在线预订等模块	系统采用了数据加密技术，确保客户资料、合同信息、销售数据等敏感信息在传输和存储过程中的安全性。同时系统有设置对应的访问操作权限控制机制，通过权限设置，确保只有经过授权的人员才能访问相关数据和功能。部署上面使用分布式容器化部署架构，多机房多节点部署，支持故障自动恢复，稳定性好。
2	航旅中台系统	1000w+ 订单数据量	数据同步延迟性集中在 1s 内	数据同步延迟性集中在 1s 内	可集成到航旅客户端的旅客信息管理模块、在线预订模块等	采用多节点集群模式部署，提升了系统稳定性和可用性，接口访问采用加密算法，确保接口调用合法性。
3	航旅机票处理系统	日处理超过 1.3 万+客户订单流程	接口平均响应时间 60ms，每秒处理请求数 200+	接口平均响应时间 60ms，每秒处理请求数 200+	可集成到航旅机票处理系统	采用多节点集群模式部署，提升了系统稳定性和可用性，接口访问采用加密算法，确保接口调用合法性。

序号	主要组成部分	数据容量	获取及时性和准确性	查询处理速度	系统集成对接能力	安全稳定性
4	航旅业财管理系统	1500w+数据量	数据同步延迟性集中在1s内	数据同步延迟性集中在1s内	可集成至财务管理系统订单支付记录模块、线上还款记录模块等	采用多节点集群模式部署，提升了系统稳定性和可用性，接口访问采用加密算法，确保接口调用合法性。
5	航旅国内政策系统	日均处理600W+条航班舱位组合产品报价	接口平均响应时间20ms，每秒处理请求数500+	接口平均响应时间20ms，每秒处理请求数500+	可集成到国内机票服务	采用多节点集群模式部署，提升了系统稳定性和可用性，接口访问采用加密算法，确保接口调用合法性。
6	航旅权限系统	支持200万+的用户权限管控	接口平均响应时间50ms，每秒处理请求数500+	接口平均响应时间50ms，每秒处理请求数500+	可集成到美亚航旅网、财务管理系统、CRM系统等	采用多节点集群模式部署，提升了系统稳定性和可用性，接口访问采用加密算法，确保接口调用合法性。
7	航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）	日处理超过1.5万+客户订单流程	某个环节数据发生异常时，数据流可及时回滚	查询响应速度1秒内	系统集成对接航旅端的机票、酒店、保险业务，同时集成商旅端的火车票业务	系统采用先进的加密算法保护数据传输和存储，确保客户和旅客的敏感信息不被泄露。细粒度的权限控制机制，确保只有授权用户才能访问或修改特定数据。集成安全监控和日志系统，能实时检测和记录系统中的异常行为，及时应对潜在威胁。使用CAP实现分布式事务管理，确保跨服务的事务一致性和可靠性。采用MQ队列进行异步任务处理，确保在高并发场景下系统的稳定运行。通过负载均衡技术分配请求，避免单点故障，提高整体系统的响应能力。
8	商旅CRM系统	500万+旅客数	数据同步延迟性集中在1s内	查询响应速度1s内	可集成到商旅客户端的旅客信息管理模块、在线预订模块等	旅客敏感信息基于通用的加密技术进行加密存储。使用分布式容器化部署架构，多机房多节点部署，支持故障自动恢复，稳定性好。采用微服务网关统一对外服务，由微服务网关提供统一的安全鉴权等，安全性高。使用Kubernetes容器化分布式部署架构，多机房多节点部署，支持故障自动恢复，稳定性好。采用微服务网关统一对外服务，由微服务网关提供统一的安全防火墙，对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件，实现统一的身份鉴权，安全性高。
9	商旅订单管理系统	配置过10万+客户订单流程	较该系统部署前，从梳理完客户需求后到配置上线周期由2个星期缩短至仅需1小时	查询响应速度1秒内	可集成到商旅客户端的订单查询模块	使用Kubernetes容器化分布式部署架构，多机房多节点部署，支持故障自动恢复，稳定性好。采用微服务网关统一对外服务，由微服务网关提供统一的安全防火墙，对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权

序号	主要组成部分	数据容量	获取及时性和准确性	查询处理速度	系统集成对接能力	安全稳定性
						限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
10	商旅支付结算系统	月均400万+的消费记录处理	客户结算无差错	计算客户结算方式0.5秒内	可集成到商旅客户端的机票、酒店、火车票等产品的在线预订模块	使用 Kubernetes 容器化分布式部署架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
11	商旅数据报表系统	单个报表字段总个数最多达200+,全产品报表字段总个数超700+	报表数据延迟性控制在10秒内	按月或按年数据分析响应速度5秒内	可集成到商旅客户端的在线分析报表模块	使用 Kubernetes 容器化分布式部署架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
12	商旅权限系统	支持300万+的用户权限管控	用户权限变更生效的延迟时间1分钟内	用户权限的获取响应速度0.1秒内	可集成到商旅管理数字化系统的各个子模块,提供统一的权限管控组件	使用 Kubernetes 容器化分布式部署架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
13	商旅客户端(美亚商旅网/APP/H5/微信小程序)	国内70万+的酒店,海外100万+的酒店	较不分片单线程模式数据处理效率提高近10倍	数据搜索响应数据0.5秒内	系统集成对接50+的酒店供应商	使用 Kubernetes 容器化分布式部署架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
14	集团国际机票系统	日均处理5000W+条航班舱位组合产品报价	较上线前传递消息体量减少约40%,传递性能提升约25%,并发能力提升约60%	数据搜索响应数据5秒内	可集成到商旅、航旅的客户端系统	使用 Kubernetes 容器化分布式部署架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。
15	集团供应商	/	供应商信息	供应商信息获	可集成到商旅、航	使用 Kubernetes 容器化分布式部署

序号	主要组成部分	数据容量	获取及时性和准确性	查询处理速度	系统集成对接能力	安全稳定性
	管理系统		无差错	取响应速度 0.1秒	旅的客户端系统	架构,多机房多节点部署,支持故障自动恢复,稳定性好。采用微服务网关统一对外服务,由微服务网关提供统一的安全防火墙,对可疑或攻击行为进行过滤。由基础框架提供通用的身份验证、功能权限、数据权限验证组件,实现统一的身份鉴权,安全性高。

发行人的技术水平及迭代情况,系统、产品和服务创新性、先进性及具体体现参见本问题回复之“一/(一)/1、发行人业务、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、技术难点,前述过程中使用的行业通用技术与发行人特有技术分别包括哪些、分别发挥的作用,发行人攻克的行业技术难点、完成的行业技术创新”。

(五) 报告期内在研项目具体应用的系统、环节和产品、服务,拟完成的研发目标,属于现有技术的迭代升级还是新技术的创新;结合发行人所处行业技术水平及特点、发行人业务的技术难点,说明发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性,是否对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响,发行人是否具备持续创新能力

1、报告期内在研项目具体应用的系统、环节和产品、服务,拟完成的研发目标,属于现有技术的迭代升级还是新技术的创新

报告期内在研项目合计 20 项,均属于新技术的创新,各在研项目拟具体应用的系统、环节和产品、服务、研发目标如下表所示:

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/新技术创新
1	航旅机票订单多币种报价结算记账技术架构及系统的研发	航旅客户端	报价、下单、支付、结算	国际机票、国内机票	该项目拟研发集成多结算币种与多记账本币功能的系统,在适配跨境及多场景核算需求的同时,引入智能汇率同步机制增强数据精准性,提升财务处理效率与专业度。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
2	一种航旅机票数据高性能缓存加速机制及算法的研究	航旅国内政策系统	航班查询、查价、下单	国内机票	该项目通过高性能缓存加速技术解决机票预订“信息不准、加载慢”痛点，研发“动态事件驱动+多级分层”可复用缓存范式，并优化资源效率，全面增强平台核心竞争力与行业技术水平。	新技术的创新
3	一种基于即时通讯机器人的航旅服务智能应答算法	航旅客户端	报价、下单、图片意图识别、文本意图识别	国际机票	该项目将构建AI驱动的智能航旅服务平台，通过多模态交互技术实现三大核心功能：1) 智能意图解析，支持文字、图片、语音等输入方式的实时语义转化，精准提取出行需求参数；2) 动态行程推荐，基于美亚产品库的实时数据，结合底层产品库算法生成最优出行组合；3) 自动化交易闭环，提供智能报价与一键下单服务。	新技术的创新
4	面向航旅同业的多币种机票产品标准化接口协议设计与实现方法	航旅客户端	航班查询、查价、下单、支付、结算	国际机票、国内机票	该项目通过定制化缓存架构与智能算法解决高并发场景下机票数据访问性能瓶颈、研发“事件驱动+时间窗口”复合更新机制保障动态数据一致性与准确性，并设计“智能分层+边缘协同”缓存体系降低资源消耗。	新技术的创新
5	适配航旅同业结算场景的高效对账流程管理技术及系统	航旅业财务管理系统	自动对账、催收	国际机票、国内机票	该项目拟研发集成高效对账流程与自动对账催收功能的系统，在适配航旅同业结算场景的同时，引入智能发送账单与预警机制增强对账精准度，提升结算效率与资金回笼速度。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
6	一种呼叫中心工单均衡调配及智能管控的算法及系统	航旅中台系统	下单、订单调配、客服匹配、数据管控	国际机票、国内机票	该项目聚焦运营优化，对订单细致分类、客服按技能分组，并明确订单处理时效要求，以此优化资源调度，强化技能与任务的精准匹配逻辑，达成任务与执行者的瞬间适配，大幅提升处理效率。同时，借助数据化管理手段，深度剖析业务数据，以数据驱动决策，精准把握服务环节，提升服务质量，推动管理向精细化迈进，全方位增强项目竞争力。	新技术的创新
7	一种航旅客户统一消息中间件的自定义生成算法	航旅客户端	通知规则配置、模板配置、自动发送	国际机票、国内机票、国际团票、保险订单	该项目拟研发集成短信邮件发送配置及模板管理功能的系统，在适配多样业务场景消息触达需求的同时，引入灵活配置体系增强发送适配性与准确性，提升业务沟通效率与标准化程度。	新技术的创新
8	面向国内国际机票政府采购场景的合规智能交易方法及线上化部署架构	航旅客户端	航班查询、查价、下单	国际机票、国内机票	本项目拟研发智能化政府采购机票服务功能，通过整合合规航司政采机票资源、支付公务卡与预算单位验证，打造全流程在线化政府采购机票的在线自助预订数字化解决方案，实现新业务销售渠道扩展。	新技术的创新
9	商旅服务端航变数据精细关联匹配及推送技术的研究	商旅客户端	航变通知	国际机票	该项目拟构建基于PNR与旅客姓名的智能匹配引擎，实现航班变动信息的精准关联与自动化推送。通过多维度数据校验机制（如行程单号、预订渠道、证件信息等），解决传统人工匹配效率低、差错率高的问题，并支持多触达渠道（短信/邮件/APP推送）的实时通知，提升商旅客票务服务响应速度与用户体验。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
10	国际商旅产品超标订单的混合支付方法及系统的研发	商旅客户端、商旅订单管理系统	产品预订、差标判定、支付	国际机票、国际酒店	该项目拟研发支持国际酒店、国际机票超标订单的混合支付系统，实现订单超标自动判定，生成“企业承担政策内金额、个人承担超标金额”的支付方案，对接企业账户与个人多渠道支付工具完成交易；同时构建订单数据同步归档机制与异常处理流程，保障支付安全合规，提升商旅预订支付灵活性与用户体验。	新技术的创新
11	基于POI及客户行为数据的酒店资源动态排序及推荐算法	商旅客户端	酒店查询	国内酒店	本项目拟结合POI数据以及用户历史行为生成的用户画像，在用户搜索酒店列表时，结合其输入的关键词智能分析，输出更符合用户期待和偏好的酒店，并按照符合程度降序排列，节约用户搜索成本，提升用户搜索的满意度。	新技术的创新
12	适配多出差申请单酒店同住场景的数据匹配及解析算法	商旅客户端	酒店预订	国内酒店	本项目拟研发通过搜索他人出差申请单添加同住人的功能，旨在解决不同出差申请单旅客，可以入住同一订单同一房间，并且各自独立报销的场景，帮助企业客户进一步节约差旅费用。	新技术的创新
13	融合多规则引擎的因公酒店订单差标节省积分兑换算法	商旅客户端	酒店预订	国内酒店	本项目拟研发融合多规则引擎的因公酒店订单差标节省积分兑换算法，激励员工预订更低价的出行产品（支付国内酒店），员工出差预订低于差标的机酒节省的费用，可获得对应的积分奖励。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
14	一种国际航程多票组合动态规划及价格寻优算法	商旅客户端	航班查询、预定下单、价格校验、出票、订单管理、手工单、报表管理	国际机票	该项目拟研发国际航程多票组合动态规划及价格寻优算法，通过智能拼接国内票与国际票、国际票与国际票等组合方式，实现票价最优与行程多样化。核心目标包括：构建多航段组合的动态规划模型，支持跨航司、跨联盟的票价实时比对；设计启发式搜索算法，在毫秒级响应内生成最优行程组合；集成行李中转、签证要求等约束条件，确保行程合规性。最终提升国际机票查询的灵活性与价格竞争力，满足旅客个性化出行需求。	新技术的创新
15	面向酒店终端履约核验场景的AI语音驱动人机交互方法及技术	商旅订单管理系统	国内酒店日夜审管理	国内酒店	该项目拟研发一种基于AI语音识别和自然语言处理技术的人机交互系统，用于自动化处理酒店订单核验的流程，通过AI机器人客服与酒店方进行智能语音对话，实现订单信息的快速、准确核对，从而提升核验效率、降低人工成本，并增强服务可靠性和用户体验。	新技术的创新
16	一种针对国内酒店预订场景的疑似违规行为监控算法	商旅客户端	酒店预订	国内酒店	该项目拟研发针对国内酒店预订场景的疑似违规行为监控算法，联动酒店核实员工预订订单的实际入住情况，确保预订与入住信息一致，杜绝“空订”类违规；通过接口实时追踪酒店价格波动，精准识别价格异常情况；覆盖约5类酒店预订典型异常场景，构建全流程监控机制，实现对员工预订行为的合规把控，提升差旅预订管理的准确性与规范性。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
17	针对多源实时泛商旅数据的湖仓一体化商务智能算法及系统	商旅数据报表系统	数据分析、报表	全品类服务数据	该项目拟构建高效数据服务体系，搭建一体化数仓，整合多源异构数据，保障数据质量与实时性；开发交互式BI大屏，实现关键指标动态可视化监控；设计自助式数据报表平台，支持业务人员灵活定制多维报表；打造智能分析报告，自动输出结构化洞察结论。通过统一数据口径、优化计算性能，使决策层获取数据时效提升，并缩短分析报告产出周期，助力企业实现数据驱动的精细化运营。	新技术的创新
18	关于GDS源数据深加工的退改服务信息整合及列示的算法	商旅客户端	航班查询、校验价格	国际机票	该项目拟构建全球GDS退改规则智能解析系统，通过自然语言处理技术实现航信/Sabre/Amadeus等渠道非结构化退改条款的自动化标签提取，建立分级分类的规则知识图谱。核心目标包括：开发多源异构数据融合引擎，支持动态更新的供应商服务时间管理；设计基于强化学习的规则匹配算法，实现退改费用计算的毫秒级响应；构建可视化规则对比平台，为旅客提供跨渠道退改方案智能推荐。	新技术的创新
19	一种商旅用车订单及附属管控信息的数据协同交互算法及技术	商旅客户端	用车查询、用车预订	国内用车	该项目拟研发一套覆盖商旅用车订单全生命周期的数据协同交互体系，通过构建差标管控算法模型与地点管控规则引擎，实现员工因公出行用车预订的自动化合规校验、多维度数据实时协同及动态管控。同时，搭建订单信息与企业差旅政策、用车服务资源的数据交互中枢，提升用车预订效率与合规性，降低企业差旅成本，优化员工因公出行体验。	新技术的创新

序号	在研项目	具体应用系统	环节	产品或服务	拟完成的研发目标	现有技术迭代升级/技术创新
20	面向国际酒店线上协议托管部署及自录价单处理算法	商旅客户端	酒店查询、酒店预订	国际酒店	本项目围绕国际酒店协议价合规管理、自录价单高效处理及订单全链路协同展开，目标是在集团公共平台实现协议价与自录价单的线上录入，协议价需锁定售卖权限不可加价仅收预设服务费，自录价单无需供应商接口且能自动审核同步至商旅端；同时建立多系统数据协同机制，确保产品同步延迟、订单响应与处理耗时可控，系统支持高并发与稳定存储，满足多维度检索需求。此外，需保障价格合规（协议价不可篡改、自录价单合理校验）与数据安全，符合国内外合规要求，生成可追溯的订单链条；还需优化用户体验，让平台操作便捷、客人能清晰区分价格类型与订单进度，异常情况可自动处理并同步反馈，最终满足酒店产品查询预订的全流程业务需求。	新技术的创新

2024年，发行人依据泛商旅数字化系统既定功能架构、技术性能和业务实际需求，稳妥有序持续开展研发活动。募集资金运用计划中，“智能化泛商旅业务及管理系统研发项目”拟依托已有的泛商旅技术基座，自主研发或重构部分基础架构、功能模块和专项系统，显著提升对外业务系统和对内管理系统的数字化水准，构建标准化、敏捷化、模块化、集成化、智能化的泛商旅服务技术解决方案，全面增强服务效率效果和客户体验。因此，发行人2025年在研项目中，合计6个项目系提前推进募投项目“智能化泛商旅业务及管理系统研发项目”中部分工作，其余17个项目研发内容并不隶属于该募投项目计划研发范围。

发行人的研发项目管理颗粒度较为细致。由于募投项目中所涉及架构/模块/子系统及研发内容的范围超出发行人一般研发项目的任务范围，因此相关重合项目的多数研发成果预计难以直接达到募投项目预期的技术水准，但有利于推动募

投项目研发目标的顺利实现，亦属于未来募投项目实际推动进程中需要完成的任务事项。

序号	在研项目	是否属于募投项目内容	具体对应募投项目及系统模块	是否已符合募投项目及对应模块预期技术水准（截至本回复出具之日）
1	航旅机票订单多币种报价结算记账技术架构及系统的研发	是	航旅服务海外数字化技术及系统研发	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化
2	适配航旅同业结算场景的高效对账流程管理技术及系统	是	航旅服务技术研发项目-财务流程自动化升级	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化
3	一种航旅客户统一消息中间件的自定义生成算法	是	航旅服务技术研发项目-客户端架构与界面重构	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化
4	面向国内国际机票政府采购场景的合规智能交易方法及线上化部署架构	是	公共服务技术研发项目-国际机票产品库模块、航旅服务技术研发项目-国际机票处理模块	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化
5	一种国际航程多票组合动态规划及价格寻优算法	是	商旅管理技术研发项目-国际机票处理模块	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化
6	面向国际酒店线上协议托管部署及自录价单处理算法	是	商旅管理技术研发项目-国际酒店数据处理模块	否，后续仍需围绕相关模块持续扩展及深化

2、结合发行人所处行业技术水平及特点、发行人业务的技术难点，说明发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性，是否对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响，发行人是否具备持续创新能力

（1）发行人所处行业技术水平及特点

①航旅票务技术方面

对于航旅服务商，航班舱位运价数据处理是一个高度动态复杂的过程。一是数据聚合门槛较高，发行人以中航信等 GDS（全球分销系统）数据源为主，兼采航司官网、旅业同行的票源信息，各方因其信息架构、缓存策略、通讯协议、服务器位置等因素不同，导致数据鲜度、准确度、传输速率等存在差异。因此，数据聚合过程中既要适配中航信 IBE+等各方技术性能需求，又要高速解析、规整及校验海量航班舱位数据。二是计算整合高度复杂，机票运价时效性较强，航班舱位信息高频更迭，在高并发业务场景下的计算复杂度较大。发行人需确保高速

率低时延的数据检索性能，并实时高效精确解析机票多航线组合、多运价规则、多权益条款的复杂业务逻辑。因此，航旅服务技术并非对航班舱位运价数据的简单检索或聚合，而需要进行深度的数据规整和实时计算分析，且需兼顾大规模高并发性能等实际业务场景需求。

目前中国有数以千计的航旅服务商，其中绝大多数为地域性的中小票务代理，数字化技术水平相对较低，以人工操作为主，难以提供线上航旅票务的高性能技术支持，并严重制约其业务承载能力和订单响应效率。目前发行人已围绕航旅票务及服务的复杂场景，形成全知识产权自主研发的航旅票务数字解决方案，成为业内少数具备良好数字化实力的服务商。发行人以云原生、大数据为技术底座，深度使用多源数据聚合、规则引擎算法、实时流程处理等多项核心技术，创新应用模糊搜索、价格预测、智能航班拼接等技术，自主研发美亚航旅网、航旅 APP、芯斗云等多种在线服务客户端及技术中台、业务中台。相关解决方案可以为旅行社、中小票务代理商等旅业同行提供全链路技术支持，具备良好的数据丰富度和聚合性能、实时匹配速度、预警时效性和准确性，有效解决了航旅票务领域，尤其是传统票务代理流程冗杂、结算低效、服务粗放的痛点。

此外，发行人与航旅服务底层技术革新趋势保持同频，是国内率先取得美联航、新加坡航空、芬兰航空、美国航空等国际航司 NDC 资格的航旅服务商，且已通过国际航协 ARM Index 认证（截至报告期末，全球仅 20 家、国内仅 4 家销售商具备该等有效认证）。NDC 即新分销能力，是 IATA 近年来力主推广的航空新零售标准。ARM 认证是对 NDC 和 ONE Order 认证的重构与扩展。发行人应用部署航旅新零售技术可显著提升对接性能、丰富产品品类、简化服务流程，增强发行人在未来航旅服务市场上的数字化竞争实力。

②商旅管理技术方面

商旅管理系统在前端链接出行资源，整合审批、出行、报销数据，连接到企业后端费控、HR、OA、ERP 等系统，是以企业差旅为中心的关键信息交汇点。客户数字化部署商旅管理活动时，存在多种技术集成需求，较为关注服务商的商旅管理技术实力，具体包括系统对接实现效率及保障措施（如接口响应速度、接口支持并发量、接口可用率等）、商旅数据分析能力、信息安全保障能力、订单在线响应性能等方面。

当前多数商旅管理服务商侧重资源聚合，数字化实力培育不足，难以满足大型企业客户的技术性能需求。发行人精炼商旅管理服务实践经验，研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。公司商旅管理数字化系统可依据集团、公司、部门、员工级别分别进行权限精细管控；可支持个性化工作流引擎审批方案，允许客户高效自定义流程/规则；可与企业 OA、费控等第三方应用或客户自建商旅管理系统无缝集成，支持客户的不同系统集成需求。相关解决方案具有智能、全面、丰富、灵活等特征，可以有效纾解企业商旅管理的技术痛点，助力企业商旅管理数字化转型。

（2）发行人业务的技术难点

发行人航旅票务业务的技术难点在于：数据处理方面，需要整合 GDS、航司、旅业同行等多种数据源，涵盖行程、运价、服务条款等多维度信息，且数据体量较大，例如一条热门航线可能涉及超过 300 组航班，各航班涵盖若干种舱位，各航班及舱位的运价动态更迭且服务条款存在差异，发行人需聚合和规整前述海量数据。服务响应方面，需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应。订单处理方面，需要实时计算所有航班舱位的运价信息，适配 IBE+等计价接口，综合不同数据源交互规范、接口调用优先级、数据流转逻辑、异常处理机制等因素保障订单处理效能。财务结算方面，需要支持预充值、信用额度、数字人民币、企业网银等多样化支付方式，准确稳定开展客户和供应商支付结算。可见，航旅票务服务的全链路技术需求较为复杂，无法通过直接使用或简单二次开发行业开源技术或外购第三方数字化系统予以解决。因此，发行人有必要自主研发切实可行的数字化系统，将大数据、互联网等技术与该业态深度耦合，形成场景化部署的数字化解决方案。

发行人商旅管理业务的技术难点在于：数据处理方面，除海量航班舱位运价数据外，还需要聚合数十家酒店供应商的逾千万量级产品资源的数十个字段基础数据，各数据源的数据规范和质量存在差异，考验服务商的数据聚合及规整能力。服务响应方面，需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应。订单处理中，需要打造灵活完备的订单工作流技术，满足客户自定义配置审批流程及商旅

规则的个性化需求。财务结算中，大中型企事业客户的对账结算形式多样，信用额度管控复杂，且客户存在超标混合支付等特殊支付需求，需要搭建支持丰富可靠的支付结算技术架构。商旅管理场景的全链路技术需求较为复杂，无法通过直接使用或简单二次开发行业开源技术或外购第三方数字化系统予以解决。因此，发行人需要精炼商旅管理服务场景的复杂逻辑，搭建能够精准适配企业商旅出行数字化部署需求的技术解决方案，并持续提升自身商旅数字化实力，增强服务效率效果。

（3）发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平的原因及合理性

报告期内发行人及可比公司研发费用率如下表所示：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
携程集团	24.50%	24.65%	27.23%	41.62%
同程旅行	11.05%	11.54%	15.30%	21.45%
腾轩旅游	1.09%	0.95%	1.06%	2.73%
易飞国际	3.61%	3.65%	3.58%	13.14%
岭南控股	0.29%	0.38%	0.44%	0.85%
众信旅游	-	-	-	-
平均数	6.76%	6.86%	7.94%	13.30%
发行人	7.19%	6.33%	6.61%	5.14%

注 1：携程集团适用的财务报告编制基础为 GAAP，并提供 IFRS 调节表，在其定期报告中仅披露“产品研发支出”项目，其产品研发支出主要包括其开发生态系统合作伙伴网络所产生的开支及为维护、监测及管理平台所产生的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异；

注 2：同程旅行适用的财务报告编制基础为 IFRS，在其定期报告中仅披露“服务开发开支”项目，服务开发开支指其开发及多样化向其旅游服务供应商采购的旅游产品及服务所产生的开支，以及与预订辅助系统及本集团线上平台研发有关的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异。

报告期内发行人研发投入占营业收入比例分别为 5.14%、6.61%、6.33%、7.19%，研发创新投入力度**相对**平稳。发行人研发费用率相较同行业可比公司处于中等水平。

报告期内发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平，主要系携程集团“产品研发支出”和同程旅行“服务开发开支”显著较高，推升了整体的研发费用率平均值。这两家可比公司均为在线旅行社公司，属于典型的互联网企业，技术研发投入力度更高。此外，由于所适用的企业会计准则存在差异，携程集团“产品研发支出”和同程旅行“服务开发开支”具体核算口径与发行人研发费用归

集核算口径可能存在一定差异。携程集团“产品研发支出”主要包括其开发生态系统合作伙伴网络所产生的开支及为维护、监测及管理平台所产生的开支。同程旅行“服务开发开支”指其开发及多样化向其旅游服务供应商采购的旅游产品及服务所产生的开支，以及与预订辅助系统及本集团线上平台研发有关的开支。发行人的研发费用核算口径主要系研发泛商旅相关各类数字化解决方案的支出，核算范围较前者相对较小。

相对岭南控股、众信旅游，发行人研发费用率显著更高，主要原因系岭南控股、众信旅游经营综合性的旅游服务，而发行人业务结构中会奖旅游占比较小，偏重航旅票务和商旅管理，发行人业务对线上部署技术效能要求相对更高，因而研发创新投入力度相对更强。相对腾轩旅游，发行人研发费用率较高，主要原因系腾轩旅游研发团队规模明显小于发行人，研发投入绝对金额相对发行人较低。相对易飞国际，其业务体量明显较小，研发费用绝对金额波动导致研发费用率波动程度较大，2022 年度其研发费用率高于公司，2023 至 2024 年度研发费用率低于公司。

从研发费用绝对金额来看，报告期内发行人保持了平稳有力的研发投入，发行人研发费用金额仅次于携程集团和同程旅行，显著高于其余 4 家可比公司。

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
携程集团	702,500.00	1,313,900.00	1,212,000.00	834,100.00
同程旅行	99,964.40	200,089.40	182,056.90	141,413.40
腾轩旅游	689.41	1,303.35	1,198.92	1,281.29
易飞国际	77.21	116.68	103.96	259.22
岭南控股	605.48	1,620.18	1,482.95	879.24
众信旅游	-	-	-	-
发行人	1,313.80	2,538.88	2,335.94	2,353.02

综上，发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平主要系携程集团“产品研发支出”和同程旅行“服务开发开支”显著较高，推升了整体的研发费用率平均值，发行人研发费用率处于同行业中等水平，且保持了平稳有力的研发投入。

（4）是否对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响

报告期内，发行人研发投入占营业收入比例分别为 5.14%、6.61%、6.33%、7.19%，研发创新投入力度平稳提升。发行人研发投入金额分别为 2,353.02 万元、2,335.94 万元、2,538.88 万元、1,313.80 万元，保持了平稳有力的研发投入。发行人自主研发适配服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台。航旅票务技术研发方面，发行人已形成具有完全自主知识产权的航旅票务数字解决方案，涵盖形式丰富、技术成熟的在线服务矩阵及业务、技术中台，有效解决了航旅票务领域，尤其是传统票务代理流程冗杂、结算低效、服务粗放的痛点。商旅管理技术研发方面，发行人自主研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。目前发行人的研发成果已支持所有订单在数字化系统中流转处理，系统稳定可用。发行人仍将持续保持平稳有力的研发投入，依托已有的泛商旅技术基座，持续增强基础架构、功能模块和专项系统的技术性能，扩展对细分服务场景的数字化支持，深化大数据及 AI 技术在泛商旅服务场景中的应用部署，构建标准化、敏捷化、模块化、集成化、智能化的泛商旅服务技术解决方案，全面增强服务效率效果和客户体验。因此，该等情形不会对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响。

（5）发行人是否具备持续创新能力

①发行人具有良好的研发体制机制，能有效保障发行人产品在主要应用领域的持续技术创新

发行人高度重视泛商旅综合解决方案相关的数字化创新。发行人组建了一支专业技术过硬、研发经验丰富、行业认识深刻的研发团队，报告期各期研发人员数量分别为 96 人、112 人、117 人、116 人。相关研发活动为根据集团数字化技术战略和技术发展趋势，自主研发适配服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现互联网和大数据技术在泛商旅出行场景中的精细部署和深度应用，增强发行人在航旅票务线上预订、数字化商旅管理等方面的全链路技术效能。发行人保持稳定的研发创新投入力度，报告期各期研发费用金额分别为 2,353.02 万元、2,335.94 万元、2,538.88 万元、1,313.80 万元，研发费用率分别为 5.14%、6.61%、6.33%、7.19%，呈相对平稳态势。

②报告期内，发行人研发工作卓有成效

发行人在泛商旅出行服务领域积累多项核心技术，截至报告期末已形成 4 项发明专利和 151 项软件著作权，且已通过国际航协 ARM Index 认证（截至报告期末，全球仅 20 家、国内仅 4 家销售商具备该等有效认证）。发行人及子公司商旅科技获授国家级高新技术企业、广东省专精特新中小企业、广东省创新型中小企业、广东省智慧商旅工程技术研究中心等认定，彰显了发行人发展泛商旅新质生产力的良好成效。

（六）梳理各项核心技术与专利、软件著作权之间的对应关系，前述技术成果分别应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，分别对应发行人对外业务系统还是对内管理系统，量化说明其在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用、创新性和先进性的具体体现

1、梳理各项核心技术与专利、软件著作权之间的对应关系，前述技术成果分别应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，分别对应发行人对外业务系统还是对内管理系统

发行人的各项核心技术系深度部署于泛商旅数字化系统中，且高度适配泛商旅出行服务场景在线化需求的部分关键技术，主要体现为软件著作权形式，可满足泛商旅技术解决方案的功能及性能要求。各核心技术应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，对应发行人对外业务系统/对内管理系统类型具体如下表所示：

序号	核心技术名称	对应软件著作权名称	应用于客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况	对外业务/对内管理系统
1	基于 TCP 协议多级数据聚合技术	美亚航旅航班小主机管理系统 V1.0、美亚航旅小主机配置管理系统 V2.0 等	集团国际机票系统	对外业务系统
2	针对复杂规则的规则引擎高效智能算法	国内机票后返政策（国内二期）系统 v2.0、美亚集团国内机票运价体系智能平台 V2.0、美亚国内机票新运价系统 V1.0、美亚机票运价体系智能调控平台 V2.0 等	航旅国内政策系统	对外业务系统
3	基于 Kafka、OpenFalcon 的实时流程处理技术	美亚大数据接口流量监控平台 V1.0 等	航旅中台系统	对内管理系统

序号	核心技术名称	对应软件著作权名称	应用于客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况	对外业务/对内管理系统
4	酒店产品大数据搜索引擎系统技术	美亚酒店管理系统 V1.0、美亚酒店产品管理系统 V1.0.0、国内酒店平台式产品供应及分销系统软件 V1.0、美亚尚途酒店产品数据搜索系统 V1.0、美亚商旅酒店产品智能定价大数据管理系统 V1.0、商旅国内酒店产品优化系统 V1.0 等	商旅客户端	对外业务系统
5	在线大数据分析报表系统技术	尚途前台报表系统 V1.0、美亚商旅数据报表系统-前台在线报表系统 V1.0、商旅全产品数据报表系统 V1.0 等	商旅数据报表系统	对外业务系统
6	订单 workflow 处理系统技术	智能订单处理和服务系统软件 V1.0、保险智能订单处理系统软件 V1.0、商旅用车订单信息系统 V1.0、美亚尚途国内机票订单管理系统 V2.0、美亚尚途火车票订单管理系统 V2.0、商旅火车票订单管理系统 V1.0 等	商旅订单管理系统	对外业务系统
7	商旅全产品开放平台技术	尚途商旅开放平台 V1.0、尚途商旅开放平台 V2.0 等	商旅订单管理系统	对外业务系统
8	系统自动对账技术	美亚集团账单优化改造系统 V1.0 等	商旅数据报表系统	对外业务系统

注：发行人对外业务/对内管理系统划分方式为，如某系统与服务客户端直接进行数据交互或者直接与客户发生交互，则属于对外业务系统，否则属于对内管理系统。

发行人的研发成果主要体现为软件著作权形式，前述核心技术亦主要以软件著作权形式予以保护，并部署于数字化系统中。发行人软件著作权在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用体现为部署于数字化系统中支撑业务及管理的实际需求。发行人软件著作权与数字化系统的对应关系如下表所示。

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况	对外业务/对内管理系统
1	国际酒店在线预订和差旅合规性管理系统V1.0	2024/2/29	商旅客户端	对外业务系统
2	一种线下财务收款自动化处理系统V1.0	2024/2/28	航旅业财管理系统	对外业务系统
3	航旅国际机票白屏搜索系统V1.0	2024/2/28	航旅客户端	对外业务系统
4	美亚国内机票新运价系统V1.0	2024/2/7	航旅国内政策系统	对外业务系统
5	美亚CRM用户数据统计系统V1.0	2024/2/6	航旅CRM系统	对内管理系统
6	客户积分体系搭建及系统V1.0	2024/1/24	商旅客户端	对外业务系统

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端 前台、技术中 台、业务中台 的具体情况	对外业务/对内 管理系统
7	针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统V1.0	2024/1/24	商旅客户端	对外业务系统
8	高并发I/O吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离系统V1.0	2024/1/23	航旅中台系统	对内管理系统
9	一种国际酒店产品信息聚合与投放管理系统V1.0	2024/1/23	商旅客户端	对外业务系统
10	针对多账户多周期等复杂供应商结算进行自动付款的系统V1.0	2024/1/23	商旅支付结算系统	对外业务系统
11	基于Vue.js、uniapp等框架的国际机票在线预订系统V1.0	2024/1/23	商旅客户端	对外业务系统
12	一种高聚合性国际机票产品系统V1.0	2024/1/18	集团国际机票系统	对外业务系统
13	商旅智能发票系统V1.0	2023/12/29	商旅数据报表系统	对外业务系统
14	商旅国内酒店产品优化系统V1.0	2023/6/25	商旅客户端	对外业务系统
15	美亚机票航变通知处理平台V2.0	2023/4/18	航旅客户端	对外业务系统
16	美亚机票运价体系智能调控平台V2.0	2023/4/18	航旅国内政策系统	对外业务系统
17	美亚一站式办公平台（客户合同审批）V1.1	2023/4/18	航旅CRM系统	对内管理系统
18	美亚芯斗云大客户协议运价在线化系统V1.1	2023/4/6	航旅客户端	对外业务系统
19	美亚大数据接口流量监控平台V1.0	2023/4/4	航旅中台系统	对内管理系统
20	美亚芯斗云火车票产品在线化系统V1.2	2023/4/4	航旅客户端	对外业务系统
21	商旅钉钉销售数据管理系统V1.0	2023/4/4	商旅CRM系统	对内管理系统
22	商旅全产品数据报表系统V1.0	2023/4/4	商旅数据报表系统	对外业务系统
23	商旅机票类基础数据一体化系统V1.0	2023/4/4	商旅客户端	对外业务系统
24	商旅火车票订单管理系统V1.0	2023/3/15	商旅订单管理系统	对外业务系统
25	美亚国际机票OTA智能订单处理平台V2.0	2023/1/11	航旅中台系统	对内管理系统
26	差旅服务APP[简称：差旅服务]V1.0	2022/7/12	航旅客户端	对外业务系统
27	基于美亚链的机票订单存证系统V1.0	2022/2/25	航旅中台系统	对内管理系统
28	美亚尚途火车票订单管理系统V2.0	2022/1/10	商旅订单管理系统	对外业务系统
29	美亚集团财务退票退款管控平台V2.0	2022/1/7	航旅业财管理系统	对外业务系统
30	美亚集团客户拜访平台V2.0	2022/1/7	航旅CRM系统	对内管理系统

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端 前台、技术中 台、业务中台 的具体情况	对外业务/对内 管理系统
31	美亚集团账单优化改造系统V1.0	2022/1/7	商旅数据报表系统	对外业务系统
32	美亚尚途国内机票订单管理系统V2.0	2021/12/10	商旅订单管理系统	对外业务系统
33	美亚尚途悦行用车管理系统V2.0	2021/12/10	商旅客户端	对外业务系统
34	美亚集团芯斗云分销商差旅系统V1.0	2021/12/9	航旅客户端	对外业务系统
35	美亚集团国内机票OTA智能订单处理平台V1.0	2021/12/8	航旅中台系统	对内管理系统
36	美亚集团机票退改标准化保障系统V2.0	2021/12/8	航旅客户端	对外业务系统
37	美亚尚途机场及航司数据管理系统V1.0	2021/12/8	商旅客户端	对外业务系统
38	美亚集团保险智能自动化系统V1.0	2021/12/8	航旅客户端	对外业务系统
39	美亚集团国内机票运价体系智能平台V2.0	2021/12/8	航旅国内政策系统	对外业务系统
40	美亚尚途国内酒店基础数据智能化管理系统V1.0	2021/12/8	商旅客户端	对外业务系统
41	美亚商旅数据报表系统-前台在线报表系统v1.0	2020/12/17	商旅数据报表系统	对外业务系统
42	美亚商旅H5国内酒店产品系统v1.0	2020/12/17	商旅客户端	对外业务系统
43	美亚商旅支付系统-新增客户预存卡系统v1.0	2020/12/17	商旅支付结算系统	对外业务系统
44	美亚商旅数据仓储系统-中间表新增按旅客拆单系统v1.0	2020/12/17	商旅数据报表系统	对外业务系统
45	美亚商旅国内机票产品系统--航司加价策略系统v1.0	2020/12/17	商旅客户端	对外业务系统
46	航旅中台APP平台v1.0	2020/12/16	航旅中台系统	对内管理系统
47	航旅网-国际隐藏后返系统v1.0	2020/12/16	集团国际机票系统	对外业务系统
48	国内机票航司官网（国内一期）系统V1.0	2020/12/16	航旅国内政策系统	对外业务系统
49	小美易订违规短停账号系统v1.0	2020/12/16	集团国际机票系统	对外业务系统
50	客户账单超期开通对接OA审批软件V1.0	2020/12/16	航旅CRM系统	对内管理系统
51	钉钉销售管理应用系统v1.0	2020/12/16	航旅CRM系统	对内管理系统
52	国内机票后返政策（国内二期）系统v2.0	2020/12/16	航旅国内政策系统	对外业务系统
53	美亚商旅行程单管理系统V1.0	2019/12/20	商旅订单管理系统	对外业务系统
54	美亚商旅银企直联管理系统V1.0	2019/12/20	商旅支付结算系统	对外业务系统

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端 前台、技术中 台、业务中台 的具体情况	对外业务/对内 管理系统
55	电商平台自动对账系统V1.0	2019/12/20	航旅业财管理系统	对外业务系统
56	美亚商旅商家增值服务系统V1.0	2019/12/20	商旅客户端	对外业务系统
57	美亚国际机票-NDC系统V1.0	2019/12/20	集团国际机票系统	对外业务系统
58	国际机票产品询价管理软件V1.0	2019/12/20	商旅订单管理系统	对外业务系统
59	美亚航旅H5系统V1.0	2019/12/20	航旅客户端	对外业务系统
60	美亚商旅酒店自助退订管理系统V1.0	2019/12/20	商旅订单管理系统	对外业务系统
61	美亚商旅支付信用管理系统V1.0	2019/12/20	商旅支付结算系统	对外业务系统
62	美亚商旅酒店产品协议托管设置软件V1.0	2019/12/19	商旅客户端	对外业务系统
63	美亚商旅酒店产品智能定价大数据管理系统V1.0	2019/12/19	商旅客户端	对外业务系统
64	美亚尚途酒店产品数据搜索系统V1.0	2019/12/19	商旅客户端	对外业务系统
65	美亚航旅国际机票搜索引擎系统V1.0	2019/2/15	集团国际机票系统	对外业务系统
66	美亚航旅线上电子合同系统V1.0	2019/2/15	航旅CRM系统	对内管理系统
67	国内机票行程自动管理系统V1.0	2019/1/2	商旅订单管理系统	对外业务系统
68	国际机票运价策略管理系统V1.0	2019/1/2	商旅客户端	对外业务系统
69	美亚商旅移动软件V1.0	2019/1/2	商旅客户端	对外业务系统
70	美亚航旅新支付系统V2.1	2018/12/4	航旅业财管理系统	对外业务系统
71	美亚航旅APP平台V2.0	2018/11/29	航旅客户端	对外业务系统
72	美亚航旅小主机配置管理系统V2.0	2018/11/26	集团国际机票系统	对外业务系统
73	商旅管理-出差管理系统V1.0	2018/2/23	商旅客户端	对外业务系统
74	商旅用车订单信息系统V1.0	2018/2/23	商旅订单管理系统	对外业务系统
75	商旅信息服务系统V1.0	2018/2/23	商旅订单管理系统	对外业务系统
76	商旅计费系统V1.0	2018/2/23	商旅订单管理系统	对外业务系统
77	美亚航旅网智能分销平台3.0	2018/2/6	航旅客户端	对外业务系统
78	美亚航旅机票处理管理系统V1.0	2018/2/6	航旅机票处理系统	对内管理系统
79	美亚航旅航班小主机管理系统V1.0	2018/2/6	集团国际机票系统	对外业务系统

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端 前台、技术中 台、业务中台 的具体情况	对外业务/对内 管理系统
80	保险智能订单处理系统软件V1.0	2017/6/27	商旅订单管理系统	对外业务系统
81	智能订单处理和服务系统软件V1.0	2017/6/19	商旅订单管理系统	对外业务系统
82	用车产品平台式产品供应及分销系统软件V1.0	2017/6/19	商旅客户端	对外业务系统
83	CRM客户关系管理软件V1.0	2017/6/14	商旅CRM系统	对内管理系统
84	国内机票平台式产品供应及分销系统软件V1.0	2017/6/14	商旅客户端	对外业务系统
85	国内酒店平台式产品供应及分销系统软件V1.0	2017/6/14	商旅客户端	对外业务系统
86	企业商旅管理数字化系统软件V1.0	2017/6/14	商旅客户端	对外业务系统
87	商旅支付系统软件V1.0	2017/6/14	商旅支付结算系统	对外业务系统
88	美亚同行手机客户端软件（IOS版）V1.0	2016/7/8	航旅客户端	对外业务系统
89	美亚同行手机客户端软件（安卓版）V1.0	2016/7/8	航旅客户端	对外业务系统
90	美亚机票配置及预订管理系统V1.0	2016/7/8	商旅客户端	对外业务系统
91	尚途商旅开放平台V2.0	2016/3/22	商旅订单管理系统	对外业务系统
92	美亚商旅团机系统V1.0	2016/1/28	商旅客户端	对外业务系统
93	尚途前台报表系统V1.0	2016/1/28	商旅数据报表系统	对外业务系统
94	美亚商旅团房系统V1.0	2016/1/28	商旅客户端	对外业务系统
95	尚途CRM系统V1.0	2016/1/28	商旅CRM系统	对内管理系统
96	尚途商旅手机客户端软件（安卓版）V1.0	2015/8/28	商旅客户端	对外业务系统
97	尚途商旅手机客户端软件（IOS版）V1.0	2015/8/28	商旅客户端	对外业务系统
98	尚途商旅微信平台V1.0	2015/8/27	商旅客户端	对外业务系统
99	尚途差旅中台管理系统V1.0	2015/6/26	商旅订单管理系统	对外业务系统
100	尚途商旅开放平台V1.0	2015/6/23	商旅订单管理系统	对外业务系统
101	美亚同行网微信平台V1.0	2015/3/11	航旅客户端	对外业务系统
102	美亚商旅智能交易平台V3.0	2014/9/2	商旅客户端	对外业务系统
103	美亚同行网智能分销平台V2.0	2014/3/26	航旅客户端	对外业务系统
104	美亚商旅智能交易平台V2.0	2014/3/26	商旅客户端	对外业务系统

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端 前台、技术中 台、业务中台 的具体情况	对外业务/对内 管理系统
105	美亚国际机票信息系统V2.0	2013/7/29	集团国际机票系统	对外业务系统
106	美亚国内机票航班管理系统V1.0	2013/4/23	商旅客户端	对外业务系统
107	美亚酒店产品管理系统V1.0.0	2013/4/23	商旅客户端	对外业务系统
108	美亚团队机位管理系统V1.0	2013/4/15	航旅客户端	对外业务系统
109	美亚同行网智能分销平台软件V1.0	2012/8/16	航旅客户端	对外业务系统
110	美亚同行网智能订单管理系统V1.0	2012/8/16	航旅客户端	对外业务系统
111	美亚企业客户关系管理系统V1.0	2012/1/30	航旅CRM系统	对内管理系统
112	美亚运营权限管理系统软件V1.0	2012/1/4	航旅权限系统	对内管理系统
113	美亚商旅智能交易平台V1.0	2011/12/29	商旅客户端	对外业务系统
114	美亚酒店管理系统V1.0	2011/12/7	商旅客户端	对外业务系统
115	美亚业务订单一键式处理系统V1.0	2011/12/2	航旅业财管理系统	对外业务系统
116	美亚支付平台智能查询系统V1.0	2011/11/18	航旅业财管理系统	对外业务系统
117	美亚短信自主管理平台系统V1.0	2011/11/18	商旅订单管理系统	对外业务系统
118	美亚集团滚屏展示系统V1.0	2019/12/20	其他	-
119	商旅管理-滴滴用车管理系统V1.0	2019/1/2	其他	-
120	阳光车导用车系统V1.0	2019/1/2	其他	-
121	美亚航旅自助分销系统1.0	2018/2/6	其他	-
122	贵宾服务平台式产品供应及分销系统软件V1.0	2017/6/19	其他	-
123	SRM供应商关系管理软件V1.0	2017/6/14	其他	-
124	美亚度假管理系统V1.0	2016/7/8	其他	-
125	尚途国内机票英文版系统V1.0	2015/9/25	其他	-
126	尚途差旅管理英文版系统V1.0	2014/9/2	其他	-
127	美亚产品信息化管理系统V1.0.0	2013/9/11	其他	-
128	美亚直客国际旅行网中台管理系统V1.0.72.3	2013/9/11	其他	-
129	美亚业务统一基础数据管理系统V1.0.0	2013/9/11	其他	-
130	美亚供应商管理系统V1.0.0	2013/2/28	其他	-
131	美亚智能化自助产品系统V1.0	2011/12/6	其他	-
132	美亚机票信息智能转换系统V1.0	2011/11/26	其他	-

序号	软件著作权	取得日期	应用于客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况	对外业务/对内管理系统
133	美亚旅行网管理软件V1.0	2011/11/21	其他	-
134	跨境商旅出行事前个性化差标管控算法及系统 V1.0	2025/1/7	商旅客户端	对外业务系统
135	商旅管理国际票务服务线上智能定价策略及算法系统 V1.0	2025/1/7	商旅客户端	对外业务系统
136	基于中间件技术的酒店数据交换可配置化系统V1.0	2025/1/16	商旅客户端	对外业务系统
137	商旅终端履约核验工单派发和供应商交互流程及系统V1.0	2025/1/16	商旅订单管理系统	对外业务系统
138	酒店运营场景下多维精准定价和投放策略及系统 V1.0	2025/1/7	商旅客户端	对外业务系统
139	基于RocketMQ消息队列的订单状态变更通知技术系统V1.0	2025/1/16	商旅订单管理系统	对外业务系统
140	国内民航出行场景下超标订单的混合支付方法及系统 V1.0	2025/1/7	商旅客户端	对外业务系统
141	火车出行场景下超标订单的混合支付方法及系统 V1.0	2025/1/7	商旅客户端	对外业务系统
142	酒店供应商SLA品质和技术性能自动化评估及管理系统1.0	2025/5/19	商旅客户端	对外业务系统
143	出入境签证自助服务线上化流程建模及系统1.0	2025/6/5	商旅客户端	对外业务系统
144	航旅财务结算自动化匹配处理策略及系统 V1.0	2025/1/3	航旅业财管理系统	对外业务系统
145	泛商旅服务电子合约签章及交易安全验证系统 V1.0	2025/1/3	航旅CRM系统	对内管理系统
146	团队客票资源整合及预订服务线上化部署系统V1.0	2025/1/14	航旅客户端	对外业务系统
147	泛商旅场景下全数电票无纸化处理策略系统 V1.0	2025/1/6	航旅机票处理系统	对内管理系统
148	一种去黑屏化的航班舱位运价信息查询检索系统1.0	2025/6/5	集团国际机票系统	对外业务系统
149	全球多源数据深度集成场景下行程组合规划软件1.0	2025/6/5	集团国际机票系统	对外业务系统
150	基于富媒体信息的民航出行服务智能推荐系统1.0	2025/6/5	航旅客户端	对外业务系统
151	多业务场景中不正常航班信息集中分发技术系统1.0	2025/6/5	集团国际机票系统	对外业务系统

注：第 118 至 133 项软件著作权在目前数字化系统中已不再应用部署，主要原因系：一是发行人早期系统架构及模块中部分技术已被重构或调整；二是相关软件著作权对应支持的细分服务已下架停运。

截至本回复出具之日，发行人累计已形成 4 项发明专利，发明专利应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况，对应发行人对外业务系统/对内管理系统类型具体如下表所示：

序号	发明专利	授权公告日	应用于客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况	对外业务/对内管理系统
1	用户机票订单管理的信息化标签方法及系统	2024/7/23	应用于航旅机票处理系统，订单状态高频更迭，且具有较高服务时效要求，保障业务端持续查询检索订单状态的系统响应处理效率。	对内管理系统
2	一种基于商旅行程业务数据的异常用户生成内容识别方法	2024/5/28	应用于商旅数据报表系统，可以及时发现存在异常的用户和行程数据。	对外业务系统
3	行程单分切装置	2023/11/10	无具体对应系统，系物理设备，应用于航旅票务及商旅管理场景中海量行程单据的自动分切。	-
4	行程单分类装置和设备及其分类控制方法	2021/2/12	无具体对应系统，系物理设备，应用于航旅票务及商旅管理场景中海量行程单据的自动分类。	-

2、量化说明其各在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用、创新性和先进性的具体体现

发行人各项核心技术在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用、创新性和先进性的具体体现如下表所示：

序号	技术名称	主要作用	创新性和先进性的具体体现
1	基于 TCP 协议多级数据聚合技术	实现对 IBE 及 travelweb 数据源进行整合及打通航旅网订单系统。	通用开源技术仅可提供 TCP 服务端底层组件，无法满足海量泛商旅数据处理效能需求，发行人在 TornadoTCP 服务异步非阻塞和协程特性基础上，增加了定制化数据协议等关键能力，利用私有消息协议有效整合多源数据，较该技术上线前传递的消息体量减少约 40%，传递性能提升约 25%，并发能力提升约 60%，更好支撑高并发情形下的泛商旅数据处理稳定性。
2	针对复杂规则的规则引擎高效智能算法	将政策匹配流程进行拆分为普通运价、特殊运价、增值运价进行多节点并行匹配。	通用开源技术仅可提供数据分发匹配基础组件，无法适配泛商旅场景下的规则引擎技术需求。发行人基于该组件，将政策匹配流程进行拆分为普通运价、特殊运价、增值运价进行多节点并行匹配，实现较原有规则匹配算法平均政策匹配速度 1.2s，性能提升 2 倍，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果。
3	基于 Kafka、OpenFalcon 的实时流程处理技	针对实时指令流量、账号流量、客户流量、Office 流量进行实时汇总收集，并对流量进行	通用开源技术仅可作为实时数据汇总消息队列和数据预警相关基础组件，无法适配泛商旅情境下的实时流程处理需要。发行人自研实时流程处理技术可以高效处理实

序号	技术名称	主要作用	创新性和先进性的具体体现
	术	实时多维度分析，根据业务规则进行实时流量预警和违规预警。	时指令流量、账号流量、客户流量、Office 流量等，并对流量进行实时多维度分析，确保了同一账号消息处理的顺序性，消息处理性能较原有基于数据库的定时任务处理方式提升约 40%，实时性提升约 70%，增强了系统的高吞吐量和高并发性。
4	酒店产品大数据搜索引擎系统技术	每日运算百万家量级酒店房态及价格数据，满足数据规整、存储及高效能检索。	通用开源技术仅可为数据存储、搜索及处理提供底层组件，围绕酒店产品数据及场景，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力；按城市分片存储，显著降低单个分片数据量，较非分片存储模式检索响应速度提升 4 倍；对多源多类型酒店数据予以标准化整合，以自研分片多线程技术，相比不分片单线程的处理方式数据处理效率提高近 10 倍，大幅降低系统响应时间至 0.5s；可支持逾百万家酒店，数千万个房型及价格数据处理。
5	在线大数据分析报表系统技术	精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像。	相较行业通用技术，发行人通过引入分片存储能力，相比非分片存储模式检索响应速度提升 2 倍以上，适配商旅管理服务场景数据特征，支持全产品报表字段超 700 个，涵盖国际机票、国内机票、国际酒店、国内酒店、火车票、保险等各类业务数据，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。
6	订单 workflow 处理系统技术	用于实现系统对不同客户流程支持，提供高度界面化的配置化功能。	企业数字化部署商旅管理活动时，具体预订、审批流程设计存在差异。发行人结合业务实践，抽象出一套标准化的工作流引擎技术，覆盖自订单创建至服务完成的数十个流程节点，提供高度界面化的配置化功能；传统上客户个性化工作流配置周期需要两个星期以上，新技术可支持客户在较短时间内（一般仅需 1 小时）高效配置契合自身管理制度规范的订单工作流，切实解决客户流程管控高效化和个性化配置的痛点。
7	商旅全产品开放平台技术	将查询、预订、对账、结算、商旅出行管理等服务节点解耦为独立功能组件，可依据企事业具体情况快速个性化配置，实现商旅数字化全流程 API 接口功能。	发行人围绕商旅管理全产品矩阵，自研商旅全产品开放平台技术，将查询、预订、对账、结算、商旅出行管理等服务节点解耦为独立功能组件，可依据企事业具体情况快速个性化配置，实现商旅数字化全流程 API 接口功能，具备快速适配大型企事业客户技术集成的关键能力，相比传统的个性化配置技术集成，将 API 接口开放式的技术集成效率提升 2 倍以上，能够实现商旅管理高效能数字化部署。

序号	技术名称	主要作用	创新性和先进性的具体体现
8	系统自动对账技术	实现财务对账自动化、无纸化，自动整合机票行程单、火车票、电子发票等票据的电子信息，根据不同业务不同客户的对账周期，由系统代替人工比对票据和系统结算数据，提升对账效率和准确率。	通用开源技术仅可作为数据存储、搜索基础组件，无法适配泛商旅场景下单据归集汇总及自动化对账需求。发行人自研系统自动对账技术，数字化整合机票行程单、火车票、电子发票等各项单据信息及影像资料，按照指定账期进行自动数据对比，实现自动对账，相较人工对账的对账效率提升约 50%，并显著减少人工核对错讹。

发行人软件著作权及发明专利应用部署于相关数字化系统中，因此其在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用、创新性和先进性的具体体现请参见本问题回复之“一/（一）/1/（2）/①主要组成部分和关键环节、技术难点”。

（七）结合 NDC 资格、ARM Index 认证的评价主体、评价标准、可获取的权利或优惠、行业影响力、竞争对手获评情况等，说明前述资格认证对发行人技术水平、服务质量、行业地位等方面的证明作用

1、NDC 资格、ARM Index 认证的评价主体、评价标准、可获取的权利或优惠、行业影响力、竞争对手获评情况

NDC 资格、ARM Index 认证系与航旅新零售相关的技术。实务中，ARM Index 认证的评估范围涵盖航旅服务商在 NDC 方面的数字化实力。NDC 资格、ARM Index 认证的评价主体、评价标准、可获取的权利或优惠、行业影响力、竞争对手获评情况如下表所示：

项目	NDC 资格	ARM Index 认证
定义	NDC（New Distribution Capability，新分销能力）是一种基于 XML 的数据传输标准，允许航空公司直接向分销渠道（包括航旅票务服务商）提供丰富的零售产品内容，从而改善分销效率和客户体验。	ARM INDEX（Airline Retailing Maturity Index，航空零售成熟度指数）是国际航协（IATA）设立的评估和认证体系，旨在量化销售商在航空零售技术应用方面的成熟度。
评价主体	国际航空运输协会（IATA），负责推广和监管 NDC 标准的实施。	国际航空运输协会（IATA），负责评估和发布 ARM Index。
评价标准	主要评估航旅票务服务商与航空公司 NDC 系统的集成能力、产品内容的实时获取和分发能力以及技术实现程度等。	主要考察销售商在航空零售技术应用方面的成熟度，聚焦于销售商如何运用最新数字技术，如 NDC、APIs、数据分析和人工智能，以增强产品个性化、提升客户体验、优化库存管理和实现动态定价等关键业务功能。

项目	NDC 资格	ARM Index 认证
可获取的权利或优惠	NDC 认证有助于航旅服务商获取更加全面、准确的产品信息，使旅客能够在购票过程中获得更好的透明度和选择权。旅客可以通过 NDC 渠道享受更加便捷的购票、退改签等服务，提升整体旅行体验。	属于国际航协专项航旅新零售认证，无特定权利或优惠。
行业影响力	在泛商旅出行服务领域具有广泛的影响力，是航旅新零售技术的重要组成部分。	在泛商旅出行服务领域具有广泛的影响力，获得该等认证的服务商一般具备较强的航旅新零售技术能力。
竞争对手获评情况	（1）同程旅行：信息披露文件未涉及，公开新闻显示其与南方航空、厦门航空、中航信等存在 NDC 接口相关合作； （2）携程集团：信息披露文件未涉及，携程旅行网新闻显示，截至 2023 年 10 月，携程已与 24 家航司实现了 NDC 合作，同时在预订和服务等各个环节持续优化，与各个航司一起加强 NDC 能力和用户体验； （3）腾轩旅游：已完成部分航司 NDC 接口连接，强化与航司 NDC 数据资源整合，丰富航司自营资源； （4）易飞国际、岭南控股、众信旅游未明确披露。	依据发布于国际航协官网的 ARM Index 认证信息，截至本回复出具之日，全球仅 20 家、国内仅 4 家销售商具备该等有效认证，所披露可比公司未获取该等认证。

2、前述资格认证对发行人技术水平、服务质量、行业地位等方面的证明作用

NDC 资格及 ARM Index 认证系航旅新零售技术的组成部分。航旅新零售技术通过整合 NDC 带来的高度透明、直接分销能力和 ARM Index 强调的服务优化、绩效评估机制，促进了产业链上下游的深度合作与信息共享，实现了从产品设计、营销推广、分销渠道到售后服务的全面革新。该等资格认证对发行人技术水平、服务质量、行业地位等方面的证明作用如下：

技术水平方面，NDC 要求航旅服务商精准集成航司 NDC 接口，对服务商的系统架构、接口管理、数据安全及稳定性具有较高要求。发行人与航旅服务底层技术革新趋势保持同频，是国内率先取得美联航、新加坡航空、芬兰航空、美国航空等国际航司 NDC 资格的航旅服务商，已通过国际航协 ARM Index 认证（截至报告期末，全球仅 20 家、国内仅 4 家销售商具备该等有效认证），表明发行人在航旅新零售技术方面具备较强的前瞻力和创新性，已获得部分合作国际航司及国际航协认可。

服务质量方面，应用相关航旅新零售技术可以丰富产品品类，为客户提供丰富多样的机票产品和附加服务选项，拓展增值服务如升舱、餐食、休息室、付费选座、付费行李、机上 WiFi 等，同时可以显著增强对接性能，提高信息交换的实时性和准确性，服务商可以实时从航空公司获取丰富的产品内容、价格以及差异化的服务信息（如可积累里程数等），减少了信息不对称和错误，使得航旅服务商能够为客户提供更加精准、及时的航班信息和价格，增强了客户信任度和服务满意度。

行业地位方面，航旅新零售技术可以从数字化技术实力和产品服务丰富度方面，增强服务商的市场竞争优势。随着航旅新零售技术在全球范围内深化发展，具备相关技术能力的服务商更易获取合作方的关注度和合作机会，可以与生态合作伙伴加快构建技术引领、效能倍增的泛商旅产业生态，持续优化和创新服务模式，为客户创造更具创新性的数字化出行体验。

（八）发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较是否存在明显区别，在提升行业现状、解决客户需求痛点等方面是否具有创新性；综合前述情况，进一步论证发行人业务的创新性

1、发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较是否存在明显区别，在提升行业现状、解决客户需求痛点等方面是否具有创新性

（1）发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较是否存在明显区别

发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司比较情况如下表所示：

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
携程集团（9961.HK）	携程系全球领先的一站式在线旅行服务 OTA 平台。携程的业务为向消费者提供一站式旅行服务，包含住宿预订、交通票务预订、旅游度假预订及 2B 端商旅管理服务等，服务范围覆盖旅行前、中、后、及目的地服务等全链条。例如，旅行前的各类保险、签证、金融服务，旅行中的客服服务，目的地餐厅、汽车租赁等。经过超 20 年的能力建设和投资布局，已构建成熟领先的一站式在线旅行服务能力，旗下	交通订票方面，携程主要通过其子公司、并表联属中国实体及生态系统合作伙伴经营交通票务业务。在出票之后确认所提供交通票务的佣金，此时即为履约责任达成的时间。商旅管理方面，商旅管理收入主要包括向公司客户提供交通票务、住宿预订及旅游度假服务所获得的佣金。携程基于服务费模式与公司客户订立合约。旅行预订通过交通票	携程业务中交通票务与美亚科技航旅票务具备相似性，但携程除了通过自主采购机票向下游交付外，还会向第三方提供撮合交易等平台服务。携程旗下商旅管理业务与美亚商旅性质相同，

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
	品牌包括携程旅行（商旅/中高客群）、去哪儿（年轻用户）、Trip.com（国际 OTA 业务）、Skyscanner（国际机票），并通过同程旅行分销下沉市场酒店库存。 交通订票方面，用户可以通过在线平台及客户服务中心搜索及预订交通票务。公司作为代理为几乎所有中国国内航空公司及主要运营航班的国际航空公司出售机票，公司的机票预订引擎通过“直连”航空预订系统及全球分销系统（实时连接我们的生态系统合作伙伴库存的电脑化网络系统）获得机票的实时可用性 & 定价信息。商旅管理方面，除服务个人用户外，公司也为企业用户提供类似的产品及服务，帮助企业以经济高效的方式规划商务旅游，为企业提供商务游、奖励游、聚会和会议、旅行数据采集和分析、行业基准分析、成本节省分析及旅行管理解决方案。	务、住宿预订及旅游度假服务的线上及线下服务作出。商旅管理收入于提供服务并可合理确保收款后按净额基准确认。营业成本主要包括客户服务中心人员的薪酬、信用卡服务费、向生态合作伙伴的付款、电信开支、委托代理旅行服务的直接成本、折旧、租金及产生的相关开支（直接归属于提供相关旅行服务及其他业务）。	商业模式基本一致。
同程旅行 (0780.HK)	同程艺龙于 2018 年 3 月由同程网络和艺龙旅游网合并成立，并于 2018 年 11 月在港交所上市，于 2021 年 12 月正式更名为同程旅行。同程旅行提供在线旅行一站式服务，业务覆盖交通票务预订（机票/火车票/汽车票/船票等）、住宿预订、景点门票预订、度假产品（跟团游/自由行/邮轮等）。	交通票务产生的收入主要来自向交通票证、旅游保险及其他配套增值旅游产品及服务供应商收取的佣金。公司在该等交易中主要担任代理，不承担库存风险且不对已经取消的票证预订承担责任，因此按净额基准确认大部分收入。在不承担库存风险的情况下，住宿预订收入按净额基准呈现，在买断住宿间夜并就此承担库存风险的情况下，住宿预订收入按总额基准呈现。按总额基准确认的收入指就销售间夜向用户开出单据的金额，而公司向住宿供应商买断间夜的价格列为销售成本。其他收入主要包括自以下各项的收入：（i）广告服务；（ii）会员服务；（iii）配套增值用户服务；（iv）商务旅游服务；（v）	同程业务中交通票务与美亚科技航旅票务具备相似性，但同程除了通过自主采购机票向下游交付外，还会向第三方提供撮合交易等平台服务。同程旗下商旅管理业务与美亚商旅性质相同，商业模式基本一致。

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
		酒店管理服务；及（vi）景点门票服务。	
腾轩旅游 （833741.NQ）	腾轩旅游（833741.NQ）旗下拥有全国领先的在线旅游交易平台、企业商旅行业领先的服务品牌、面向大型平台型企业搭建出行消费场景及配套服务的业务品牌。该公司主要通过线上全球旅行资源配置平台、自主研发的商旅管理 APP、互联网在线平台定制服务接口为企业级客户公司产品的销售引入流量及技术驱动，为客户提供个性化产品搜索、比价、采购、费用管理、一站式购买、售后等覆盖整个行程的各项服务选项。同时，公司也通过市场招投标、市场品牌推广、展览会议、新媒体运营、地推等形式建立和推广自己的销售渠道，接近市场，为客户提供一整套行业解决方案。	公司盈利来源于为客户提供商旅管理服务、航空旅行产品，酒店产品供应平台等企业出行服务，获取交通票务收入、旅游服务收入、交易佣金收入、服务费收入，同时为企业客户提供软件、平台服务的技术服务收入、供应商奖励等收入。公司的业务主要包括自由行票务业务、会奖业务、航空货运、机票代理业务、差旅管理业务、保险代理销售及技术服务七类。	腾轩旅游与美亚科技业务模式和盈利模式基本一致。
易飞国际 （873192.NQ）	易飞国际（873192.NQ）是一家专注于航空服务及一体化差旅解决方案服务商，公司主营业务为航空客运销售服务。从机票业务服务的行业特征来看，公司的供应商主要为国际国内各航空公司。公司采购的主要产品为机票，采购方式主要包括 BSP 机票采购（通过国际航协 BSP 采购机票）、B2B 机票采购（向航空公司直接采购机票）和第三方采购（向同行客户采购）。该公司的主要产品及服务按照业务类型可以分为三大类：面向企业客户的产品及服务、面向同行客户的产品及服务、为客户提供的系统技术服务。（1）公司可为企业客户提供个性化和定制化的出行服务。由专人负责企业客户出行规划，根据出行需求，设计最优的出行计划，并提供从查询到结算及大数据分析等全流程服务。（2）对于同行客户公司有线上和线下两种采购模式，为同业客户提供有竞争力的报价和政策，吸引同业客户通过本公司采购机票及相关增值产品。（3）	公司的盈利主要来源于为客户提供大交通、商旅管理等企业出行服务，获取代理佣金、差价、服务费为主要的收入来源，同时为企业客户提供软件服务、平台服务及相关增值业务服务。	易飞国际业务规模较小，但其与美亚科技的航旅票务商业模式基本一致。

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
	为客户提供的系统技术服务。为同业客户提供国内、国际航空订座终端配置（XP、QP）及其它技术服务；为企业客户提供定制化差旅管控等技术服务。		
众信旅游 （002707.SZ）	众信旅游是国内综合旅游集团，主要从事出境游批发、出境游零售、整合营销服务业务。公司零售品牌已遍布全国各主要城市地区，境外分支机构遍布全球各目的地主要国家，较外部环境冲击前变化不大。公司境外旅游业务中，批发业务相对更成熟，在欧洲、大洋洲、非洲、美洲等长线出境游、以及亚洲短线出境游方面具有较强的竞争优势。近年来，公司坚持从旅游到旅行的发展路径，业务由出境游拓展至国内游、“旅游+”出境服务，逐步向国内游、高端旅游、游学、移民置业、旅游金融、健康医疗等一系列旅游及出境综合服务延伸。公司作为旅游产品批发及零售商，采购的主要产品为旅游接待服务（以下简称“地接服务”）、机票火车票、酒店、餐饮及门票、签证等。地接服务主要指地接社提供的服务，项目主要包括安排酒店、境外餐厅、旅游交通等综合服务。公司在综合考虑目的地接待设施完善程度和成本等因素后，通过地接社采购上述项目或公司直接与酒店、旅游交通、餐厅等服务商对接采购。公司单项服务采购主要包括机票、酒店、保险等。公司具有机票代理资质，与多家航空公司建立了长期合作关系。整合营销服务业务以子公司众信博睿整合营销资信股份有限公司（以下简称“众信博睿”）为经营实体。业务模式以公关策划活动为核心，以商务会奖旅游业务为基础，依托众信旅游在渠道和地接等方面的优势，为企业、政府、机构等客户提供企业营销咨询、境内外大型项目策划运营、境内外会议执行服务、参展览展、路	公司旅游服务收入包括公司自主产品销售收入和代理业务销售收入。公司自主产品在旅游服务活动完成后按总额确认收入，代理业务在相关服务完成后按照有权收取的佣金或手续费的金额确认收入。整合营销服务方面，确定具体方案后采取向酒店、餐厅、航空公司、车队采购服务或者采取与地接社合作的模式，为客户提供专业的商旅及会议全套解决方案的整合营销服务，并获得服务收入。	众信旅游旅游服务与美亚科技会奖旅游商业模式无实质差异。

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
	演发布、奖励旅游、差旅服务、目的地二次开发等多元化的一站式服务。该业务客户群体主要来自于医药、汽车、金融、TMT、快消品等中高端大型企业和机构客户。项目获取方面，众信博睿通过公开竞标、供应商大会、政府部门组织的业内合作活动或者客户推荐的方式获得销售订单。确定具体方案后采取向酒店、餐厅、航空公司、车队采购服务或者采取与地接社合作的模式，为客户提供专业的商旅及会议全套解决方案的整合营销服务，并获得服务收入。		
岭南控股 (000524.SZ)	公司是一家集商旅出行、住宿、会展、景区、汽车服务等业务为一体的综合性旅游集团。公司旗下业务构成主要包括商旅出行、住宿、会展、景区及汽车服务等业务，形成了覆盖旅行社、酒店、餐饮、会展、景区、旅游交通、旅游手信、旅游科技的完整旅游产业链。公司商旅出行业务的核心企业是公司控股子公司广州广之旅国际旅行社股份有限公司（以下简称“广之旅”）。广之旅是国内旅行社行业的领先企业，主要经营国内游、出境游、入境游、旅游电子商务、会展、景区运营管理等业务，以及酒店住宿、景区门票、航空票务等代理预订服务，具备强大的品牌影响力。采购模式方面，广之旅采购的旅游资源主要包括地接社、航空公司、邮轮公司、汽车公司、票务代理、酒店、景区、餐饮及签证等各类单项服务。广之旅与选定的供应商一般签署一个相对长期的采购协议（通常是超过一年），以获得优惠的价格。销售模式方面，广之旅建立了较完善的销售渠道，包括实体网络以及电子商务销售平台，最大程度满足游客需求。线下销售渠道包括直营门市部、委托招徕门市部、同业批发、电话销售、行销团队，线上销售渠道包括公司自	公司业务板块划分为商旅出行业务、住宿业务、会展和景区业务、汽车服务业务；分行业收入结构划分为旅行社运营、酒店经营、酒店管理、汽车服务四类。其中，旅行社业务基本对应控股子公司广之旅的国内游、出境游、入境游、旅游电子商务、会展、景区运营管理等业务。旅行社业务 2023 年营业收入为 2,246,413,630.47 元，较上年同期增加 571.76%。广之旅是旅游综合服务提供商，向直客零售旅游产品，向同业客户批发旅游产品。广之旅拥有良好的上游资源控制能力，能有效进行资源整合，具有较高的旅游综合团队运作能力，主要提供出境游、国内游、入境游等旅游产品。盈利模式主要是通过销售旅游产品、提供旅游服务赚取利润。在向直客零售旅游产品方面，收入主要为对直客收取的价款，成本主要为团队成本和其他成本。其中，团队成本主要包括替游客支付给其他单位的房费、餐费、大交通费用、门票费用等，其他成本主要包括签证费、旅游保险、导游	岭南控股所属广之旅的商旅出行商业模式与美亚科技会奖旅游业务无实质差异。

可比公司名称	可比公司商业模式之业务模式	可比公司商业模式之盈利模式	与发行人商业模式比较
	有的易起行平台、官方网站、微商城、APP、天猫旗舰店以及第三方旅游电商平台。	服务费、宣传资料费等。在向同业客户批发旅游产品方面，收入主要为对同业客户收取的价款，如果批发的产品为出境游、国内游、入境游等旅游产品，则成本主要为团队成本和其他成本；如果批发的产品为酒店房间、景区门票等单项服务产品，则成本主要为向酒店、景区等旅游资源提供商采购酒店房间、景区门票等单项服务产品支出的费用。	

由上表可知，发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较不存在明显区别。

（2）在提升行业现状、解决客户需求痛点等方面是否具有创新性

泛商旅出行服务行业的现状及客户的需求痛点如下。

航旅票务领域，航班舱位运价数据源头丰富更迭频繁、航旅票务服务场景细分复杂，订单体量较少的服务商可以依赖经验丰富的人员予以人工处理，而在海量数据及订单场景下，过分依赖人工将引发服务响应缓慢、流程处理错漏、收益管理粗糙等痛点。目前中国有数以千计的航旅服务商，其中绝大多数为地域性的中小票务代理，数字化技术水平相对较低，以人工操作为主，难以提供线上航旅票务的高性能技术支持，并严重制约其业务承载能力和订单响应效率。

商旅管理领域，当前多数商旅管理服务商侧重资源聚合，数字化实力培育不足，难以满足大型企业客户的技术性能需求。商旅管理中，随着商旅活动支出增加，费用难以管控、员工垫付抱怨多、商旅交通/住宿资源有限等痛点成为企业商旅管理的主要困扰。目前员工自行预订先垫付后报销的分散式预订仍然是企业商旅预订主要方式，企事业客户缺乏数字化部署商旅管理、精细化管控商旅出行的能力。

发行人为提升行业现状、解决客户需求痛点，自主研发相关数字化解决方案，适配泛商旅服务场景下的切实技术需求。航旅票务方面，发行人的相关解决方案可以为旅行社、中小票务代理商等旅业同行提供全链路技术支持，具备良好的数

据丰富度和聚合性能、实时匹配速度、预警时效性和准确性，有效解决了航旅票务领域，尤其是传统票务代理流程冗杂、结算低效、服务粗放的痛点。商旅管理方面，发行人精炼商旅管理服务实践经验，研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，掌握海量异构数据存储与整合、大并发在线交易快速响应、客户个性化推荐技术等关键技术，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。

2、综合前述情况，进一步论证发行人业务的创新性

发行人业务具备一定创新性，主要体现在发行人基于泛商旅出行服务场景的丰富实践和深刻理解，研发部署泛商旅数字化解决方案，克服了航旅票务及商旅管理领域数字化部署的相关技术难点，切实缓解了客户痛点。

围绕泛商旅数据处理，服务商需要深度整合多数据源的海量航班舱位运价和酒店房态价格等基础数据，基于复杂繁琐的业务规则及产品规则进行高效能实时计算，考验服务商的大规模数据聚合及规整能力。发行人自研国际机票多源数据整合技术和高可用异步双写数据处理技术，实现大规模多源数据的高效聚合、清洗和校验，以及系统中数据无缝集成与快速流通，显著提升检索性能；面向酒店产品数据及场景，引入城市分片存储及分片多线程等关键能力，大幅提升检索响应速度及数据处理效率；自研规则引擎高效智能算法，显著提升对于海量航班舱位运价数据和复杂政策规则间的匹配效率效果；自研在线大数据分析报表系统技术，精准呈现个性化商旅明细报表，并可视化解析客户商旅活动画像，进而助力客户提升商旅管理的精细度和智能化水平。

围绕泛商旅服务响应，服务商需要通过部署微服务架构等先进的软件工程设计，并应用大数据技术提高数据检索效率，以支持大规模、高并发服务需求的高效响应，这要求服务商搭建部署高度集成的整体技术解决方案。发行人在数字化系统中研发部署权限管控更新算法、数据库更新组件、供应商信息预运算算法等组件或算法，显著提高数字化系统的并发容量、响应速度、安全性，保障系统平稳部署。

围绕泛商旅订单处理，服务商需要适配各类产品服务的异质流程、不同客户的个性化审批流及规则、订单流转高时效性需求，增强业务端的服务质效，这要求服务商对业务场景具备丰富实践和深刻理解，并具备数字化建模业务全链路关

键节点的能力。发行人自研实时流程处理技术、用户机票订单管理的信息化标签方法及系统等技术，大幅增强消息处理性能和实时性、系统的高吞吐量和高并发性，提升了订单处理及检索效能；自研商旅全产品开放平台技术，实现商旅数字化全流程 API 接口功能，显著提升了技术集成效率，能够实现商旅管理高效能数字化部署；自研订单工作流处理系统技术覆盖自订单创建至服务完成的数十个流程节点，提供高度界面化的配置化功能，解决了客户流程管控高效化和个性化配置的痛点。

在泛商旅服务场景中，不同客户有不同的结算周期和结算方式，甚至同一个公司不同部门都有不同的结算方式及结算周期，导致结算方式复杂，额度管控复杂。针对大中型企事业客户对账结算形式多样、信用额度管控复杂以及超标混合支付等特殊支付需求，发行人自研商旅企业财务结算数字化流程管控技术，可支持信用结算、预存结算等多方式，支持各客户及其内部不同部门差异化结算周期和信用额度管控，并自动化生成对账单，充分适配商旅财务结算的复杂场景，大幅减少人工干预程度和结算差错率。

二、市场地位及市场空间

（一）说明报告期内发行人在国际航段、国内航段及总体航旅票务、商旅管理领域的市场占有率及排名情况，测算数据的依据和准确性、数据来源的权威性。

1、航旅票务领域相关数据

根据中航信全球分销事业部出具的专项说明，发行人在 BSP 国际机票方面具备显著的市场优势，具有较高行业地位和良好竞争实力。

报告期内发行人在国际航段、国内航段及总体航旅票务的市场占有率及具体排名，系中国民航信息网络股份有限公司（简称“中航信”）的商业秘密。出于自身商业机密保护和对外信息披露规范等相关考虑，中航信暂无法对外提供美亚科技详细航段数及市场占有率、市场排名数据。

测算数据的依据和准确性：全球旅游分销系统（Global Distribution System，简称 GDS），是应用于民用航空运输及旅游业的大型计算机信息服务系统，可以为 BSP 系统交易提供技术支持。全球四大 GDS 为 Amadeus、中航信(TravelSky)、Sabre、Travelport，竞争格局呈区域性垄断。其中，中航信是我国唯一注册的民

航 GDS 企业，我国机票代理人整合 BSP 机票需要由中航信提供 Eterm、IBE+等技术支持。国内机票代理人销售 BSP 机票均需经由中航信系统查询及预订。因此中航信所提供信息具有高度的准确性。

数据来源的权威性：中航信拥有国内 BSP 代理人交易相关权威数据，相关数据来源具有权威性。

2、商旅管理领域相关数据

在商旅管理领域，2022 年中国商旅管理行业 CR5 份额为 17%，CR8 份额为 19.5%，2023 年行业 CR5 份额为 20.5%，CR8 份额为 23.6%。目前行业排名前五的商旅管理服务商为携程商旅、阿里商旅、同程商旅、中航服和美亚商旅，2022 年和 2023 年发行人的商旅管理市场份额均位列行业前五。

测算数据的依据和准确性：相关数据系艾瑞咨询第三方独立调研报告所统计列示。艾瑞咨询发布的《2023 年中国商旅管理行业研究报告》引言部分说明：

“此次我们继续开展聚焦商旅管理行业的课题研究。主要通过搜集整理政府机构、行业协会、专业网站等公开数据和信息；开展多轮商旅管理领域头部企业专家访谈调研和数据采集；使用艾瑞内部数据库及数据模型进行测算并交叉验证等方式，以独立第三方身份进行研究分析总结并输出本报告。”依据研究报告相关内容及注释，2022 年度市场排名系其依据所调研的 2022 年商旅管理行业内企业交易规模数据，综合上市公司财报、企业及专家访谈、券商数据，根据艾瑞统计模型进行核算；2023 年度市场排名系其调研 2023 年商旅管理行业内企业交易规模预估数据，结合企业及专家访谈，根据艾瑞统计模型估算。

数据来源的权威性：根据公开信息，艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。自 2002 年成立至今，累计发布超过 3,000 份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平，在产业数字化领域也建立了品牌基础，为客户提供数字化转型升级过程的数字化战略咨询与运营解决方案。因此，该第三方研究机构具备较为丰富的研究分析经验及良好市场声誉，相关数据来源具备权威性。

（二）结合发行人主要产品服务在价格、资源（出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量等）、服务（服务模式、免费/增值服务、售后服务、结算方式及信用政策、优惠政策获取、客户纠纷情况及处理能力）等方面与同行业可比公司的对比情况，说明发行人在采购销售价格、产品资源丰富度、服务内容质量等方面的竞争优劣势，与行业龙头相较是否具有差异化竞争优势，是否存在被替代的风险

1、结合发行人主要产品服务在价格、资源（出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量等）、服务（服务模式、免费/增值服务、售后服务、结算方式及信用政策、优惠政策获取、客户纠纷情况及处理能力）等方面与同行业可比公司的对比情况

众信旅游主营出境游批发、出境游零售、整合营销服务业务，岭南控股主营商旅出行、住宿、会展、景区、汽车服务等业务，两家可比公司并非专业从事航旅票务或商旅管理服务，其向下游客户提供机票、酒店等产品资源时，一般是将相关产品资源作为旅游服务难以分割的组成部分。该等公司的优势主要体现在旅游相关综合服务能力，在机票、酒店等产品资源的产品丰富度和价格竞争力方面弱于专业服务商，下表中不再专门比较列示。

携程集团和同程旅行业务布局相似，其交通订票业务与发行人航旅票务业务具备相似性，但两家可比公司除了通过自主采购机票向下游交付外，还会向第三方提供撮合交易等平台服务（如航司在其 OTA 平台上开设旗舰店）。携程集团旗下的携程商旅和同程旅行旗下的同程商旅与发行人商旅管理业务性质相同，商业模式基本一致。

腾轩旅游和易飞国际业务与发行人航旅票务业务具备较高可比性。腾轩旅游下设在路上商旅，为其旗下专门从事商旅管理业务的经营主体。

航旅票务方面，发行人与可比公司相关业务的比较情况如下表所示：

维度	发行人	腾轩旅游	易飞国际	携程集团	同程旅行
价格	产品资源价格整体与市场水平相当，国际航线具备一定价格竞争力。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定，整体与市场水平相当。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定，整体与市场水平相当。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定；自营机票产品整体价格与市场水平相当，因其开展平台业	

维度		发行人	腾轩旅游	易飞国际	携程集团	同程旅行
					务可提供航司 OTA 旗舰店官网运价，具备较强价格竞争力	
资源		发行人持有 17 项 BSP 出票配置（包括 14 项大陆地区 BSP 配置、2 项 CDS 配置、1 项中国香港 BSP 配置）；聚合 10 家航司 NDC 运价；获得 140 余家航司 BSP 授权；可开票航司近 540 家，实际已出票航司近 430 家，覆盖逾 220 个国家/地区。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露	截至 2023 年末，其提供 600 多家全球航司的航班，覆盖 220 多个国家和地区的超过 3,400 个机场。	截至 2023 年末，其线上平台提供由超过 780 间航空公司及代理运营的逾 420,000 条航线。
服务	服务模式	7*24 小时实时在线服务；线上+线下全方位服务支持；全国主要城市设有分支机构提供属地化服务。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露	携程集团与同程旅行主要服务于 C 端消费者，发行人航旅票务业务及腾轩旅游、易飞国际的客户主要系旅业同行客户。因此服务相关事宜缺乏可比性。	
	免费/增值服务事项	提供协助办理选座、值机、WIFI、保险、签证等辅助服务。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露		
	售后服务	快速退票退款；快速响应改签，专业提供改签方案；系统自动处理航变通知。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露		
	结算方式及信用政策	根据航旅票务客户的资信及合作情况确定其信用政策，主要采用现结或信用结算的模式，信用期一般不超过一周。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露		
	优惠政策获取	拥有主流航司，尤其是境外航司的核心代理政策。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露		
	客户纠纷情况及处理能力	7*24 小时专线受理客户投诉，制定标准处理流程，积极沟通协调，及时回复客户处理结果。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露		

注：航旅票务可比公司未披露出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量等信息。

商旅管理方面，发行人与可比公司相关业务的比较情况如下表所示：

维度	发行人	腾轩旅游 (旗下在路上商旅)	携程集团 (旗下携程商旅)	同程旅行 (旗下同程商旅)
价格	产品资源价格整体与市场水平相当,国际航线具备一定价格竞争力;服务费与市场水平相当。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定,整体与市场水平相当;服务费与市场水平相当。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定;自营机票产品整体价格与市场水平相当,因其开展平台业务可提供航司 OTA 旗舰店官网运价,具备较强价格竞争力;酒店方面因资源丰富具备较强竞争力;服务费依据客户情况灵活定制。	产品资源价格视自身产品聚合能力和市场竞争战略而定;自营机票产品整体价格与市场水平相当,因其开展平台业务可提供航司 OTA 旗舰店官网运价,具备较强价格竞争力;酒店方面因资源丰富具备较强竞争力;服务费依据客户情况灵活定制。
资源	机票资源整合方面,发行人是中国国航商旅 A 类服务商和 UATP 首家上线 TMC、东方航空指定合作差旅管理服务商、南方航空卓越商旅服务商、四川航空 B2G 官网直连首家上线 TMC,持有 17 项 BSP 出票配置,获得 140 余家航司 BSP 授权,可开票航司近 540 家,实际已开票航司近 430 家,覆盖逾 220 个国家/地区;聚合 10 家航司 NDC 运价,拥有 45 家知名境内、外航司的 SME 协议。酒店资源整合方面,与华住、锦江、亚朵、如家、香格里拉、东呈等 50 家以上知名酒店集团实现系统直连稳固合作,并与 5 家境内外在线旅行社实现系统直连,覆盖全国近 70 万+酒店和海外 100 万+酒店。	据官网宣传信息,机票资源方面,覆盖全球航线,提供全球超过 360 家航空公司资源。酒店资源方面,覆盖全球超过 130 万家酒店在线预订,包括平台资源(中航信酒店数据超过 33 万家、艺龙酒店数据、美团特价酒店数据),与亚朵、华住、锦江、如家、维也纳等酒店集团系统直连对接,单体协议酒店签约累计超过 700 家。	据官网宣传信息,机票资源方面,16 家城市自有票台,与近 50 家航司直连合作,拥有 350+廉航资源,提供 20+家航司 NDC 产品,50+家国内外航司 SME 政策。酒店资源方面,国内酒店资源覆盖率全国第一,国际酒店覆盖 230 多个国家/地区,近 200 万家国内及国际酒店资源。	据官网宣传信息,机票资源方面,国内及国际超 100 多家航空公司资源;酒店资源方面,全球超 150 万家酒店查询及预订服务。
服务	服务模式	提供在线客服系统、呼叫中心、客户经理(紧急事情) 7*24 小时服务;VIP 服务提供 1 对 1 或多对 1 服务,工作时间可提供微信服务,客户经理 7*24 小时协助处理紧急情况。	提供 APP/电话/微信等多渠道咨询入口;1000+人工客户;中/日/英等多语言系统,支持多语种/多场景服务。	成立以新加坡、印尼、法国为中心的亚太及欧洲服务中心;专业差旅顾问提供 7*24 小时全天候服务保障;14 地分支机构提供全国属地化服务。
	免费/增值服	可提供候补申请、低价提醒、里程累积/补登/免票	公开文件及官网未明确披露	可提供机场/高铁贵宾休息室、机场快速

维度	发行人	腾轩旅游 (旗下在路上商旅)	携程集团 (旗下携程商旅)	同程旅行 (旗下同程商旅)
业务事项	兑换、网上值机 / 选座、出行提醒、全程追踪服务、留用票客票管理等服务。		/同住差标叠加、酒店月租房、酒店集团会员互通、机票买新退旧、机票订单联动、机票自助值机选座等服务。	安检通道、机场举牌引导服务、“包给我”行李快递服务、同程旅行会员积分体系互通等服务。
售后服务	可提供航变通知、部分机场代打登机牌、行李丢失追踪、不可取消订单协助申请、到店无房赔付、延迟退房、房型升级、满房协调等贴心售后服务,实现 7*24 小时全天候服务响应。	公开文件及官网未明确披露	可提供实时推送行程提醒、支持自助退改/申请取消、特殊情况服务保障等售后服务。	出行中实时跟进出行动态,多渠道联系通达,行程退改优先处理,不正常航班保障;出行后立即协助处理突发状况,包括行李遗失、里程补登、保险索赔等。
结算方式及信用政策	提供预存/现结/UATP/授信月结等多种结算方式;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。	公开文件及官网未明确披露	支持对公月结及第三方服务商垫资(如 UATP);对于成长型企业,支持企业预存与月结两周对公结算方式,最高可享 30 天+20 天长账期,提高企业资金利用率;其余客户类型的信用政策未详细披露。	为客户提供统一和月结等多种灵活结算方式;可提供微信、支付宝、信用卡、银行转账及第三方支付;结合企业商旅消费数据,提供长达 60 天的垫资服务;引进更优惠的第三方金融公司,为企业提供灵活的商旅垫资解决方案。
优惠政策获取	45 家知名境内外航司 SME 协议,满足企业降低差旅成本需求;可协助企业签约全球 100+航司大客户协议,丰富企业差旅产品。	公开文件及官网未明确披露	50+ 家国内外航司 SME 政策;4000+份航司协议托管,包含 1500+份国际航司协议。	免费大客户协议托管、同程商旅双方 SME 政策投放。
客户纠纷情况及处理能力	开通 24 小时客户投诉热线,所有服务投诉必须在 1 个工作日内确认,入档并完成评估;如系发行人原因造成的,必须在 5 个工作日内解决或者双方关于解决方案达成一致;如果是第三方供应商原因,美亚需居中协调并保持进度更新直至问题解决。	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露	公开文件及官网未明确披露

注:商旅管理可比公司未披露出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量等信息,仅携程商旅提及具备 16 家城市自有票台。

2、说明发行人在采购销售价格、产品资源丰富度、服务内容质量等方面的竞争优劣势，与行业龙头相较是否具有差异化竞争优势，是否存在被替代的风险

(1) 说明发行人在采购销售价格、产品资源丰富度、服务内容质量等方面的竞争优劣势

在采购销售价格方面，各服务商的产品资源采购销售价格呈随行就市特征，与市场整体水平基本相当，各公司视自身产品聚合能力和市场竞争战略可能在部分产品资源具备价格竞争力，亦可能在部分产品资源缺乏优势。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。商旅管理中，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，相较同行业公司，因业务规模较大及合作关系广泛，国际航线产品资源具备较强价格竞争力。发行人的竞争劣势体现在，相较携程商旅和同程商旅，发行人缺少航司 OTA 旗舰店官网运价，以及酒店资源因整合力度较弱而缺乏价格竞争力。

在产品资源丰富度方面，发行人的竞争优势主要体现在相较同行业可比公司具备较高的机票产品丰富度，拥有全球 17 家分子公司自营 BSP 政策，可支持全球 200+廉航资源、300+家全服务航司产品预订，聚合 20+航司 NDC 运价，拥有 50+家大型知名境内外航司的 SME 协议。根据艾瑞咨询调研统计，商旅管理产品资源份额中，机票占比约 59%，酒店占比约 26%。因此发行人的机票产品整合能力优势有助于创造更优质的航旅票务服务和商旅出行体验。发行人的竞争劣势主要体现在相较携程商旅和同程商旅，发行人国际酒店产品丰富度相对较低，全球范围内优质酒店产品资源的整合力度和服务交付能力有待提升。

在服务内容质量方面，航旅票务业务中，携程集团与同程旅行主要服务于 C 端客户，发行人航旅票务业务及腾轩旅游的客户主要系旅业同行客户，因此服务相关事宜可比性较低。商旅管理业务中，同行业公司商旅服务事项较为相近，各公司面向不同类型客户、不同服务场景提供灵活多元的细分服务。目前缺乏规范、权威的第三方评估体系或标准衡量不同公司的服务内容质量。发行人已经搭建了线上+线下全方位服务支持体系，全国多地布局分支机构提供属地化服务，全天

候响应客户服务需求，持续提升服务质效，为客户提供人享其行的泛商旅出行服务体验。

（2）与行业龙头相较是否具有差异化竞争优势，是否存在被替代的风险

在航旅票务领域，根据中航信全球分销事业部出具的专项说明，发行人在 BSP 国际机票方面具备显著的市场优势，具有较高行业地位和良好竞争实力。发行人先后获得中航信年度最佳合作伙伴、中国航空运输协会销代分会副会长单位等资质或荣誉，彰显了发行人在航旅票务领域的市场影响力。行业龙头如携程集团、同程旅行系国内知名的在线旅行社，主要服务于 C 端消费者，其通过旗下机票代理人主体自发行人处整合部分全球优质票源，属于发行人所服务的重要旅业同行客户，因此其与发行人之间不存在重大的直接竞争关系。携程集团、同程旅行为保障面向终端客户的产品丰富度和价格竞争力，实务中亦需要以机票代理人身份向航司整合优质票源。受限于自身与航司的战略合作深度、代理资质层级等因素，该等行业龙头难以全面获取境内外航司的较高等级佣金政策，进而影响其销售端价格竞争力。同时，发行人作为长期深耕航旅票务领域的大型服务商，在国际机票方面具有良好的资源整合能力，可以向旅业同行客户提供票源以满足终端客户需求。在长期业务合作中，发行人与携程集团、同程旅行等行业龙头已经形成了稳定均衡的竞合关系，发行人立足机票 B2B 分销的关键环节，行业龙头直接面向终端客户的航旅票务需求，共同构建错位竞合、便捷高效、稳定可靠的航旅票务服务生态。因此，发行人被行业龙头替代的风险较小。

在商旅管理领域，发行人为国内专业商旅管理服务（TMC）的第一梯队品牌。根据艾瑞咨询统计，以销售额计，目前行业排名前五的商旅管理服务商为携程商旅、阿里商旅、同程商旅、中航服和美亚商旅，相较其他市场参与者已形成一定市场优势；2022 年和 2023 年发行人的商旅管理市场份额均位列行业前五。商旅管理领域的行业龙头即为携程集团旗下的携程商旅，以及同程旅行旗下的同程商旅。相较该等行业龙头，发行人因业务规模及合作关系广泛，在国际机票产品资源方面具备较高的产品丰富度和价格竞争力。同时，发行人已自主研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，积累了丰富的客户商旅服务及数字化部署经验，搭建了完备细致的服务响应及交付体系，该等能力相较行业龙头亦不构成短板弱项。我国商旅管理市场渗透率尚不足 10%，企事业客户对于 TMC 的认

知度和使用率也在逐步上升，行业规模具有较大增长空间，行业仍处于快速增长阶段，发行人已建立一定的市场竞争地位。因此，发行人被行业龙头替代的风险较小。

（三）说明各细分业务的主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景，主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况；各细分业务下与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况；各细分业务下发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力

1、航旅票务

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额	合作模式	协议有效期	合作开始时间
2025年 1-6月	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	55,732.21	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014 年
	2	北京趣拿软件科技有限公司	16,450.67	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014 年
	3	北京保盛航空服务有限公司	10,098.40	客户端下单+系统对接	两年	2014 年
	4	四川寰宇纵横科技有限公司	7,162.46	客户端下单+系统对接	一年	2023 年
	5	自由之翼（北京）航空服务有限公司	6,500.10	客户端下单+客服登单	两年	2020 年
2024 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	123,529.84	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年
	2	广州典实国际旅行社有限公司	32,972.37	客户端下单+系统对接	两年	2023年
	3	北京趣拿软件科技有限公司	20,185.52	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年
	4	自由之翼（北京）航空服务有限公司	10,661.92	客户端下单+客服登单	两年	2024年
	5	上海翼盟航空服务有限公司	8,971.50	客户端下单+客服登单	两年	2014年
2023 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,937.85	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年
	2	广州典实国际旅行社有限公司	13,580.48	客户端下单+系统对接	两年	2023年
	3	广州典实商旅服务有限公司	9,697.25	客户端下单+系统对接	两年	2023年
	4	北京趣拿软件科技有限公司	8,454.44	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年
	5	上海翼盟航空服务有限公司	5,840.75	客户端下单+客服登单	两年	2014年
2022 年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	61,362.56	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年

报告期	序号	客户名称	销售金额	合作模式	协议有效期	合作开始时间
	2	北京趣拿软件科技有限公司	7,216.97	系统对接	如双方无异议，自动延期	2014年
	3	上海外国语大学	5,905.82	客服登单	一年	2019年
	4	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,942.98	客户端下单+客服登单	两年	2015年
	5	河北祥程国际旅行社有限公司	3,314.47	客户端下单+客服登单	两年	2018年

注 1：上述客户中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当年合作即进入前五大，自由之翼（北京）航空服务有限公司 2024 年承接原客户太原金腾航空服务有限公司的业务而在合作当年进入前五大，其他新增、退出前五大仅系业务原因导致销售金额变动致使相对排名发生变化，报告期内均与发行人保持合作；

注 2：协议有效期取自截至本回复出具之日最新的合作协议有效期，下同。

（1）主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景

河北祥程国际旅行社有限公司，2022 年度进入航旅票务前五大，2023 年度退出航旅票务前五大，主要原因系该客户部分向发行人采购的产品转向航司采购以完成航司政策考核目标赚取后返佣金，报告期内的销售金额分别为 3,314.47 万元、2,355.81 万元、2,811.75 万元和 812.44 万元。深圳市志凌云航空服务有限公司，2022 年度进入航旅票务前五大，2023 年度退出航旅票务前五大，主要原因系 2023 年度产品价格下降，尽管对其销售产品数量增加 34.55%，但销售金额下降，报告期内的销售金额分别为 4,942.98 万元、3,166.14 万元、1,713.99 万元和 1,216.90 万元。上海外国语大学，2022 年度进入航旅票务前五大，2023 年度未进入航旅票务前五大，主要原因系客户自身需求量降低，报告期内的销售金额分别为 5,905.82 万元、3,644.68 万元、415.99 万元和 0.00 万元。

上海翼盟航空服务有限公司，2023 年度新增进入航旅票务前五大，主要原因系民航出行限制阶段，客户采购需求量较低，限制解除后业务规模恢复，销售金额增长，报告期内的销售金额分别为 658.84 万元、5,840.75 万元、8,971.50 万元和 3,500.24 万元。

广州典实商旅服务有限公司，2023 年度和 2024 年度销售金额分别为 9,697.25 万元和 -9.61 万元；广州典实国际旅行社有限公司，2023 年度和 2024 年度销售金额分别为 13,580.48 万元和 32,972.37 万元，两者属于同一集团，2023 年度开始合作。获取该客户背景主要系其具备电商渠道（携程、去哪儿等）的销售优势，而发行人具有更全面的产品优势，能提供更优的产品价格，且具有行业知名度，

通过业务开拓，双方实现资源的优势互补；当年即进入前五大，主要原因系其自身业务需求量较大，发行人达成合作后其采购量向发行人切换。2024 年度广州典实商旅服务有限公司的业务均由广州典实国际旅行社有限公司承接，故其退出前五大。2025 年 1-6 月广州典实国际旅行社有限公司退出前五大，主要原因系航司后返政策发生变动，公司减少了对应的冲量，致使其相关采购量下降。

自由之翼（北京）航空服务有限公司，2024 年开始合作，2024 年度即新增进入航旅前五大，主要系有两点：其一，该客户承接原客户太原金腾航空服务有限公司的业务合作，两者实际控制人为同一人；其二，客户业绩持续增长，加大了对发行人的采购，报告期内，两者合并销售金额分别为 2,372.90 万元、3,303.40 万元、10,661.92 万元和 6,500.10 万元。

北京保盛航空服务有限公司和四川寰宇纵横科技有限公司 2025 年 1-6 月新增成为前五大，主要原因系航司后返政策发生变动，公司冲量产品符合客户的需求，致使相关采购量上升。报告期内，北京保盛航空服务有限公司的销售金额分别为 492.71 万元、133.19 万元、1,796.36 万元和 10,098.40 万元；四川寰宇纵横科技有限公司的销售金额分别为 0.00 万元、844.07 万元、7,415.54 万元和 7,162.46 万元。

（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况

可比公司未披露其主要客户留存率，但发行人航旅票务主要客户留存率较高，主要原因有三点：其一，发行人产品具备竞争优势、内容丰富，并同时为客户提供便捷的购票和结算体验；其二，发行人的系统自动化技术进一步提升了运营效率和服务质量；其三，发行人提供全天候 7×24 小时的服务支持，通过线上线下的结合，为客户打造全方位、个性化的解决方案，从而有效提高了客户的满意度和忠诚度。

（3）与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况

发行人与主要客户的合作模式系先签订框架协议或服务协议，再根据具体的订单需求下单，在约定的结算周期中对覆盖的订单进行结算。订单的获取方式主要有三种，其一是系统对接，即客户在自己系统中下单后系统自动将订单推送至发行人系统；其二是客户端下单，即客户在发行人美亚航旅网等前台系统中自行

下单；其三是客服登单，即客户告知发行人客服订单需求，由客服根据需求建立订单。

根据主要客户的签约有效期，发行人与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签订了自动续签的长期协议，与其他主要客户的签约有效期在一年至两年之间。

根据主要客户与发行人合作开始年份，相关客户与发行人均建立了长期合作关系，2023 年开始合作的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，2024 年开始合作的自由之翼（北京）航空服务有限公司，均与发行人签订了有效期两年的框架协议，合作黏性较高。

（4）发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力

发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力，参见本问题回复之“二/（三）/1/（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况”。

2、商旅管理

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额	合作模式	协议有效期	合作开始时间
2025 年 1-6 月	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	23,088.54	系统对接	两年+无异议自动顺延一年	2020 年
	2	南方电网互联网服务有限公司	14,573.82	系统对接	一年	2022 年
	3	深圳市能之汇投资有限公司	11,949.62	系统对接	两年	2010 年
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	9,743.72	系统对接	一年+无异议自动顺延一年	2022 年
	5	比亚迪汽车工业有限公司	5,058.24	系统对接	两年	2021 年
2024 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	50,755.96	系统对接	两年+无异议自动顺延一年	2020 年
	2	南方电网互联网服务有限公司	28,631.89	系统对接	一年	2022 年
	3	深圳市能之汇投资有限公司	23,439.88	系统对接	两年	2010 年
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	17,495.68	系统对接	一年+无异议自动顺延一年	2022 年
	5	比亚迪汽车工业有限公司	9,689.38	系统对接	两年	2021 年
2023 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	60,618.39	系统对接	两年+无异议自动顺延一年	2020 年

报告期	序号	客户名称	销售金额	合作模式	协议有效期	合作开始时间
	2	南方电网互联网服务有限公司	24,699.77	系统对接	一年	2022 年
	3	深圳市能之汇投资有限公司	22,905.90	系统对接	两年	2010 年
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	16,233.77	系统对接	一年+无异议自动顺延一年	2022 年
	5	OPPO 广东移动通信有限公司	10,700.86	系统对接	两年	2015 年
2022 年度	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	23,030.96	系统对接	两年+无异议自动顺延一年	2020 年
	2	中电建湖北电力建设有限公司	5,233.56	客服登单	一年	2017 年
	3	杭州海康威视数字技术股份有限公司	4,365.49	系统对接	两年	2017 年
	4	南方电网互联网服务有限公司	3,518.78	系统对接	一年	2022 年
	5	中国化学工程第七建设有限公司	3,397.80	系统对接+客服登单	两年	2020 年

注：上述客户中除南方电网互联网服务有限公司当年合作即进入前五大，其他新增、退出前五大仅系业务原因导致销售金额变动致使相对排名发生变化，报告期内均与发行人保持合作。

（1）主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景

中国化学工程第七建设有限公司，报告期内的销售金额分别为 3,397.80 万元、1,568.20 万元、2,689.84 万元和 2,309.96 万元；中电建湖北电力建设有限公司，报告期内的销售金额分别为 5,233.56 万元、1,070.51 万元、364.39 万元和 58.02 万元。上述两家客户 2022 年度新增进入前五大，2023 年度退出前五大，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，发行人的产品满足客户的专项需求，2022 年度采购量相对较高，2023 年度回归常态。南方电网互联网服务有限公司，2022 年度开始合作，获取该客户背景主要系其需要专业服务能力更强、产品资源更好、资金实力更优的供应商，发行人参与其组织的招投标后中标；当年即进入前五大，主要原因系其自身业务需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，报告期内的销售金额分别为 3,518.78 万元、24,699.77 万元、28,631.89 万元和 14,573.82 万元。杭州海康威视数字技术股份有限公司，2022 年度新增进入前五大，2023 年度退出前五大，主要原因系客户国内机票给予的服务费较低，发行人在权衡收支关系后，于 2023 年度主动放弃了客户的国内机票业务，报告期内的销售金额分别为 4,365.49 万元、3,651.77 万元、2,178.29 万元和 733.49 万元。

OPPO 广东移动通信有限公司，2023 年新增进入前五大，主要原因系客户自身需求量增多；2024 年度退出前五大，主要原因系国内机票竞争激烈，向发行人国内机票的采购额下滑，报告期内的销售金额分别为 3,368.60 万元、10,700.86 万元、8,438.89 万元和 4,941.78 万元。东方承启（北京）商务科技有限公司，2022 年度开始合作，获取该客户背景主要系其需要专业服务能力更强、产品资源更好、资金实力更优的供应商，发行人参与其组织的招投标后中标；2023 年新增进入前五大，主要原因系客户自身业务需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，报告期内的销售金额分别为 1,086.45 万元、16,233.77 万元、17,495.68 万元和 9,743.72 万元。深圳市能之汇投资有限公司，2023 年新增进入前五大，主要原因系客户进一步优化其商旅供应商，对发行人的采购需求量上升，报告期内的销售金额分别为 2,450.33 万元、22,905.90 万元、23,439.88 万元和 11,949.62 万元。

比亚迪汽车工业有限公司 2024 年新增进入前五大，主要原因系客户推行国际机票差旅管理在线化，服务商中发行人支持在线化能力突出，带动发行人国际机票销售份额提升，报告期内销售金额分别为 3,137.56 万元、3,918.07 万元、9,689.38 万元和 5,058.24 万元。

（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况

可比公司未披露其主要客户留存率，但发行人商旅管理主要客户留存率较高，主要原因有五点：其一，发行人注重根据客户的具体需求提供针对性、定制化的服务，以满足其个性化要求，客户满意度较高；其二，发行人的产品资源丰富多样，可以满足客户商旅服务中的各项需求；其三，发行人运用先进的自动化技术优化流程，提高服务效率和准确性；其四，发行人提供 7×24 小时的全方位服务，包括实时市场查询、快速响应时间和高效的订退改操作，确保客户享受到高效便捷的服务体验；其五，经过多年的积累和发展，发行人在市场享有良好的声誉和广泛的知名度，产品和服务得到了广大客户的认可和信赖，形成了稳定的客户群体。

（3）与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况

发行人与主要客户的合作模式参见本问题回复之“二/（三）/1/（3）与主要

客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况”。

根据主要客户的签约有效期，发行人与客户的签约有效期在一年至两年之间。

根据主要客户与发行人合作开始年份，相关客户与发行人均建立了长期合作关系，合作黏性较高，其中仅南方电网互联网服务有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司于报告期内开始合作。

（4）发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力

发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力，参见本问题回复之“二/（三）/2/（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况”。

3、会奖旅游

单位：万元

报告期	序号	客户名称	销售金额	合作模式	协议有效期	合作开始时间
2025 年 1-6 月	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,372.46	客服登单	三年	2021 年
	2	桂林海纳国际旅行社有限公司	328.59	客服登单	两年	2023 年
	3	东风本田汽车销售有限公司	277.14	客服登单	单项合同	2014 年
	4	北京字跳网络技术有限公司	254.97	客服登单	两年	2024 年
	5	健合（中国）有限公司	234.58	客服登单	两年	2010 年
2024 年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	3,530.45	客服登单	三年	2021年
	2	桂林海纳国际旅行社有限公司	712.29	客服登单	两年	2023年
	3	东风本田汽车销售有限公司	641.22	客服登单	单项合同	2014年
	4	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	513.99	客服登单	两年	2019年
	5	广州中科国际旅行社有限公司	491.36	客服登单	两年	2015年
2023 年度	1	中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司	1,813.66	客服登单	三年	2021年
	2	深圳前海微众银行股份有限公司	827.64	客服登单	两年	2019年
	3	东风本田汽车销售有限公司	820.28	客服登单	单项合同	2014年
	4	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	客服登单	两年	2023年

	5	上海携程国际旅行社有限公司	323.17	客服登单	三年	2019年
2022年度	1	中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司	1,142.25	客服登单	三年	2021年
	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	客服登单	两年	2019年
	3	深圳前海微众银行股份有限公司	353.54	客服登单	两年	2019年
	4	东风本田汽车销售有限公司	250.91	客服登单	单项合同	2014年
	5	广州博冠信息科技有限公司	137.36	客服登单	两年	2013年

注 1：上述客户中新增、退出前五大仅系业务原因导致销售金额变动致使相对排名发生变化，报告期内均与发行人保持合作；

注 2：合作开始时间为客户与发行人最初合作开始时间，非专指会奖旅游业务合作开始时间。

(1) 主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景

广州博冠信息科技有限公司，2022 年度新增进入会奖旅游前五大，2023 年度退出前五大，主要原因系 2022 年其他客户销售金额相对较低，2023 年其销售金额增长但增长幅度低于其他客户，报告期内的销售金额分别为 137.36 万元、312.61 万元、0.73 万元和 0.00 万元。深圳前海微众银行股份有限公司，2022 年度新增进入会奖旅游前五大，主要原因系 2022 年发行人与客户合作的产品内容增加，致使销售额增加；2024 年退出前五大，主要原因系意外事故对双方合作造成影响，致使整体合作量下降，报告期内的销售金额分别为 353.54 万元、827.64 万元、376.80 万元和 36.69 万元。中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司，2023 年度和 2025 年 1-6 月未在会奖旅游前五大，主要原因系客户自身需求变动，报告期内的销售金额分别为 602.31 万元、223.19 万元、513.99 万元和 148.16 万元。

上海携程国际旅行社有限公司，报告期内的销售金额分别为 0.00 万元、323.17 万元、183.54 万元和 44.87 万元，2023 年新增进入会奖旅游前五大，主要原因系民航出行限制取消后，其业务恢复，同时恢复其对发行人的采购需求恢复；2024 年退出前五大，主要原因系其相关采购需求量下滑。深圳市八星环游国际旅行社有限公司，报告期内的销售金额分别为 0.00 万元、384.32 万元、434.30 万元和 172.49 万元，2023 年新增进入会奖旅游前五大，主要原因系民航出行限制取消后，其业务恢复，同时恢复其对发行人的采购需求恢复；2024 年退出前五

大，主要原因系对其销售额增长相对其他客户较低。

广州中科国际旅行社有限公司，于 2015 年起成为发行人航旅票务业务客户，2023 年进一步与会奖旅游业务达成合作关系，2024 年度新增进入会奖旅游前五大，主要原因系该客户出境业务恢复，对发行人采购量增加；2025 年 1-6 月退出前五大，主要原因系其部分产品需求直接向航司采购，对发行人采购量下滑。2023 年度及之后期间销售金额分别为 107.88 万元、491.36 万元和 44.60 万元。

桂林海纳国际旅行社有限公司，于 2023 年开始合作，由其他客户推荐达成业务合作关系，2024 年度新增进入会奖旅游前五大，主要原因系该客户业务量较大，随着业务关系的深入，对发行人采购量增加，2023 年度及之后期间销售金额分别为 239.48 万元、712.29 万元和 328.59 万元。

发行人于 2024 年通过招投标程序，成为北京字跳网络技术有限公司的供应商。此后，发行人组建大客户专属项目组提供主力服务，凭借专业能力获得客户高度认可。随着合作信任加深，业务合作量持续上涨，在 2025 年 1-6 月其成为发行人会奖旅游业务的前五大客户。

健合（中国）有限公司 2025 年 1-6 月新增成为发行人前五大客户，主要原因系发行人组建大客户专属项目组深度挖掘其业务需求，凭借专业能力获得客户高度认可，合作量逐步上升。

（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况

可比公司未披露其主要客户留存率，但发行人会奖旅游主要客户留存率较高，主要原因有五点：其一，基于商旅管理的服务基础，发行人能够高效地将商旅客户转化为会奖旅游客户，实现客户资源的有效转化；其二，相较于其他商旅公司，发行人更早地积累旅游资源，使得发行人能够快速响应客户需求，提供及时有效的服务；其三，发行人的旅行产品资源丰富，尤其是在地接方面，发行人与部分国家或地区的官方境外旅游局、经贸局签订了战略合作协议，拥有官方资源和背景，应急能力更强；其四，发行人的服务团队专业素质高，能够为客户提供高质量、个性化的服务；其五，在市场上，发行人的知名度较高，为发行人吸引了更多优质客户，促进了客户留存率的提升。

（3）与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性情况

发行人与主要客户的合作模式有两种，其一是签订框架协议，客户以服务通知单、项目需求单等形式告知发行人具体需求，由客服登记服务内容，通过预收款、现结、协议/合同约定账期等方式完成结算；其二是签单项合同，针对具体的会奖旅游项目开展服务，由客服登记服务内容，通过预收款、现结、协议/合同约定账期等方式完成结算。

（4）发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力

发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力，参见本问题回复之“二/（三）/3/（2）主要客户留存率与同行业可比公司的比较情况”。

（四）说明发行人与各航司在 UATP、TMC、SME 协议方面的具体合作模式、采购金额、获取收入及占比情况，客户能够获取的具体优惠政策，在参与 UATP、TMC、SME 协议方面与同行业可比公司相较是否具有优势

1、说明发行人与各航司在 UATP、TMC、SME 协议方面的具体合作模式、采购金额、获取收入及占比情况，客户能够获取的具体优惠政策

（1）UATP

UATP（Universal Air Travel Plan，环球航空旅行计划）是由多家全球航空公司共同拥有和运营的商旅信用支付系统，允许企业客户在无需即时支付的情况下预订和购买机票，之后再进行集中结算，UATP 是商旅管理服务商、航司和企业三方之间一套支付解决方案，为航空客运行业独有的结算方式。企业客户如选择使用 UATP 结算，则由其提供申请材料，UATP 进行资质审核后，给予客户一定额度的授信和账期，同时为其单独开立 UATP 卡，由客户授权发行人在为其出票时使用。UATP 向航司支付票款，授信期满前客户与 UATP 直接结算或委托发行人向 UATP 结算购票款项，发行人收取基础佣金、服务等。

通过 UATP 卡结算，客户可获得的具体优惠政策包括：一是获得垫资服务，依托 UATP 授予的一定账期和额度的免息结算，可缓解其自身的资金压力；二是可以集中对账结算，实现差旅管理的降本增效；三是可以获得商旅管理服务商提供的机票服务费折扣优惠。

(2) TMC

发行人招股说明书披露“发行人是中国国航商旅 A 类服务商和 UATP（环球航空旅行计划）首家上线 TMC（商旅管理服务商）、四川航空 B2G 官网直连首家上线 TMC 等”，TMC 是泛指以携程商旅、同程商旅和美亚商旅等为代表的第三方商旅管理服务公司，企业在 TMC 的协助下对商旅活动进行整体规划，优化商旅管理流程与整体采购资源，降低商旅成本并提高出行效率。

由于此处的 TMC 仅是针对提供商旅管理服务公司的一个简称，故不涉及具体的合作模式、优惠政策。

(3) SME

SME（Small and Medium-sized Enterprises，中小企业）协议是为中小企业设计的商旅服务协议，该等中小企业通过与商旅管理服务商建立合作关系，可以获得航司、酒店或其他旅行供应商的折扣价格或优惠政策。SME 协议合作模式下，发行人与各航司签订双方协议，发行人可聚合与之合作的中小企业客户，为其提供航司的优惠票价。

通过 SME 协议，客户可获得的具体优惠政策主要为折扣票价，具体折扣比例取决于发行人与航司的协议约定情况和具体投放情况。

(4) 发行人与各航司在 UATP、TMC、SME 协议方面的采购金额、获取收入及占比情况

根据前述说明，UATP 作为航空客运行业的一类结算手段、TMC 为针对提供商旅管理服务公司的一个简称、SME 协议作为发行人为客户从航司、酒店等供应商处获取优惠政策和服务保障的一类合作方式，三者不是同一维度下具有可比性的事项。且发行人不依托 UATP、TMC、SME 协议进行采购，亦不从中直接获取订单，故与之相关的数据维度无法统计与呈现。

2、在参与 UATP、TMC、SME 协议方面与同行业可比公司相较是否具有优势

除了 TMC 仅是针对提供商旅管理服务公司的一个简称外，同行业可比公司未公开披露其在 UATP 支付手段和 SME 协议等方面的业务开展情况，故难以进

行比较。发行人依托其在产品资源丰富度、航司覆盖广度、专业化服务及数字技术实力等方面的积累，与航司、UATP 服务商在合作洽谈时发挥其头部商旅管理服务商的优势，与多家境内外航司、UATP 服务商达成了持续稳定的合作关系，为商旅客户提供了多元化的优惠政策和配套服务。

（五）补充披露机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局，说明主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况并量化分析对发行人业务的影响；发行人所处航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标在历史上及报告期表现情况，下游需求是否呈现增长趋势，发行人业绩发展趋势与同行业是否一致；综合前述情况，分析论证发行人业务的市场空间是否充足、是否具有成长性、是否存在业绩增长乏力的风险

1、补充披露机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局，说明主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况并量化分析对发行人业务的影响

（1）补充披露机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局

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，因此，对于机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局，发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/二、行业基本情况/（三）行业的发展情况/1、行业概况/（1）航旅票务领域发展概况”中补充披露如下：

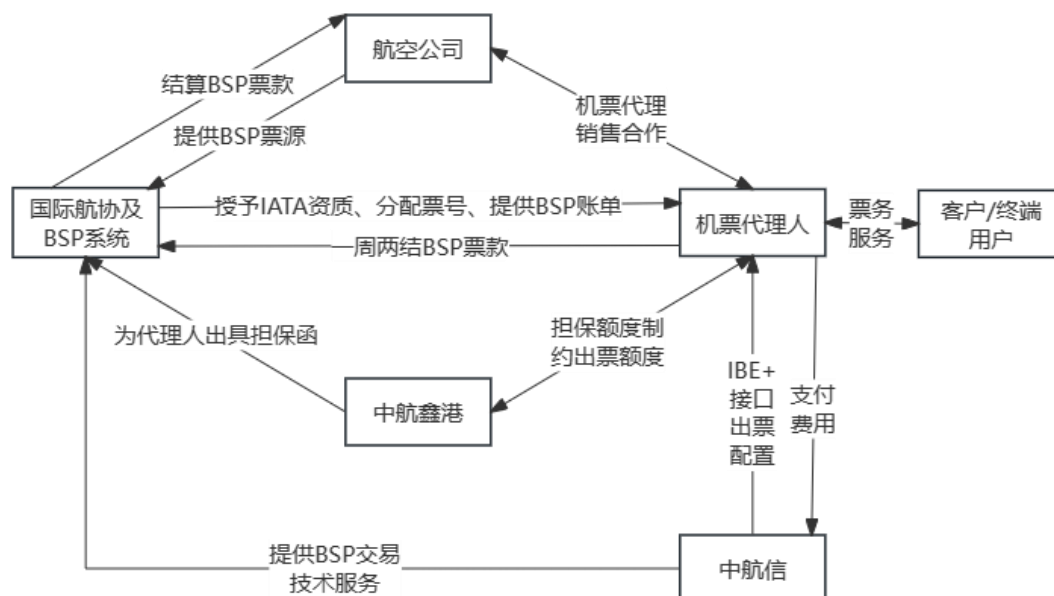
“航旅票务领域处于民航出行服务链条的中端，连接着航空公司和终端客户，具有票务资源整合与分发的功能。航空公司为航空客运服务的承运人，是航空服务的最终提供者。航旅服务商作为航司的机票代理人，与航司间构成代理销售合作关系，自航司处整合优质票源，满足下游客户的航旅出行票务需求。“机票代理人”系其为航司履行机票代理销售义务而言的身份角色，“航旅服务商”系其为下游客户提供航旅出行票务服务而言的身份角色。”

“航司销售机票的渠道包括直接销售和代理销售两类。航司直接销售渠道包括网络直销、在通航城市设立营业部、在机场航站楼设立售票点、开通电话销售服务中心等；代理销售渠道即为由机票代理人触达下游客群并销售机票。

航空公司需要在直销的同时，通过机票代理人销售机票，多渠道触达旅客，

提高航班客座率与运营效益。如下因素决定了代理销售渠道对于航司业务开拓的重要性。航司客群触达能力方面，受限于自身市场开拓战略，航司（尤其是境外航司）对于不同地域和服务场景的覆盖能力存在局限，难以高效触达目标客群。航旅市场信息不对称方面，与集成丰富航票源信息的机票代理人相比，航司一般只提供涉及自身客运服务的票源，下游客户面临较为严重的信息不对称，难以便捷开展行程规划和产品比选，对于价格敏感型客群或有精细成本管控需求的客户来说尤其明显。产品时效性及市场竞争方面，机票产品具有较强时效性，且航司间亦存在激烈竞争，航司有必要采取均衡稳健的销售模式，与机票代理人开展稳定深度的合作，促进特定航线、高等级舱位的销售情况。航旅服务丰富度方面，航司提供的“机票+”服务有限，而预订机票的客户往往对住宿、保险、签证等产品服务存在互补性需求，航司相比航旅服务商能提供的搭配产品较少，难以有效适配客户综合需求。因此，航旅服务商以机票代理人身份展业，既能有效助力航司稳健开拓业务，也能够为下游客户创造人享其行的航旅出行体验，是航旅出行服务生态的关键一环。

机票代理人代理销售机票时，一般均需通过国际航协 BSP 系统开展交易及结算。BSP 机票是全球航旅票务的主要组成部分，由国际航协 BSP 系统组织交易及结算，实际供应商均为境内外航司。BSP 即开账与结算计划（Billing and Settlement Plan），是国际航协搭建的供航司与机票代理人间交易和结算票源的系统，经由该系统交易和结算的票源即为 BSP 机票。机票代理人整合票源须满足 4 个前提条件：获得国际航协所颁发的 IATA 资质证书，由中航鑫港提供不可撤销担保，取得票源对应航司的 BSP 授权，由中航信等 GDS 提供 Eterm、IBE+ 接口等技术支持。其中，GDS 系全球旅游分销系统，可为 BSP 系统交易结算提供技术支持，中航信是我国唯一注册的民航 GDS 企业；中航鑫港系中国境内为机票代理人提供 BSP 出票担保的专业担保公司。前述各参与方间关系如下图所示。



在 BSP 票源整合过程中，航旅服务商在为满足客户航旅票务需求而向航司采购机票的同时，亦向航司提供代理销售服务以获取后返佣金，属于航旅服务商的常规盈利模式。

此外，为向下游客户提供兼具产品丰富度和价格竞争力的航旅出行选择，机票代理人可能自航司官网、旅业同行等方面获取某些自身不具价格优势或未予覆盖的票源。航司在直销渠道投放的部分票源更为优惠，或航司部分辅营产品（如行李额度）仅投放至其直销渠道，因而机票代理人可能需要从航司官网等直销渠道采购前述优惠票源或产品服务，以更好满足客户出行需求。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，因而机票代理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。

2015 至 2016 年期间，国资委、民航局等部门为适应国内航空运输销售市场新情况，规范航空运输企业和销售代理企业的销售行为，确保航空运输市场和销售代理市场健康发展，提出“提直降代”、下调佣金等政策，对航旅票务领域机票代理人产生重大影响。2015 年 5 月，国务院国资委召开会议，要求国航、东航、南航等三大国有航司未来三年内直销比例要提升至 50%，同时代理费要在 2014 年的基础上下降 50%。民航局 2016 年 2 月 4 日发布了《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》，明确要求“航空运输企业委托销售代理

企业销售客票，要按照平等自愿和委托付费的原则签订规范的委托代理合同，明确客运手续费的支付标准和支付条件。客运手续费支付标准由按销售额比例支付改为按每张客票定额支付，合理确定基准定额，可适度浮动。”

相关政策促使航司强化直销渠道，减少代理销售渠道占比，并调整代理费政策。以三大航司为例，南方航空（600029.SH）、中国东航（600115.SH）、中国国航（601111.SH）2015 年销售费用项下的代理销售费用（或列示为“代理业务手续费”“机票销售代理手续费”）分别为 31.50 亿元，23.24 亿元，23.11 亿元，2016 年下降至 19.26 亿元、14.29 亿元、13.99 亿元，短期内快速下行，而后呈现平稳波动态势。缺乏市场竞争力、难以为下游客户创造优质航旅服务体验的中小票务代理在此期间快速出清。2019 年三大航司代理销售费用在销售费用中的占比分别为 27.94%、27.65%、27.84%，2020 至 2022 年公共卫生事件冲击期间，三大航司代理销售费用占比快速下行，2022 年分别为 9.70%、16.20%、9.66%，2023 至 2024 年期间代理销售费用明显上扬，2024 年占比回升至 21.38%、28.80%、27.67%，表明在市场常态中，航司依然较为注重机票代理人的销售贡献，激励力度逐步回归，航司与机票代理人之间已形成新的稳固合作格局，当前机票代理人的政策环境较为平稳。

目前我国具备机票代理人资质的航旅票务服务商数量较多，市场竞争相对激烈。截至 2023 年 6 月，国际航协认证的中国区客运代理人 4,158 家，其中国内机票的代理人 1,078 家，国际机票的代理人 3,080 家。其中绝大多数为地域性的中小票务代理，以人工操作为主，难以提供高效能的在线技术支持，业务承载能力和订单响应效率相对受限。经历公共卫生事件冲击后，航旅票务市场竞争格局有所改善，马太效应凸显，具备全球资源整合能力和数字技术能力的航旅票务服务商市场优势进一步强化。

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

潜力，未来航旅票务市场的容量规模预计将持续平稳增长。

航旅票务服务的发展趋势主要体现在综合服务质效提升、数字技术应用深化、国际业务布局加速三个方面。

综合服务质效提升方面，简单聚合票源为下游客户代订机票的服务商难以保持客户黏性，缺乏市场竞争力。航旅服务商需要愈益关注客户服务需求，着力增强服务质量及效果，从单一的机票预订向综合性的出行服务转变，统筹行程规划、机票预订、酒店住宿、地面交通等多个环节的出行服务。通过提供一站式、全流程的出行解决方案，航旅服务商能够更好地适配客户多元化的出行需求，提升客户满意度和忠诚度。

数字技术应用深化方面，航班舱位运价数据源头丰富更迭频繁、航旅票务服务场景细分复杂，订单体量较少的服务商可以依赖经验丰富的人员予以人工处理，而在海量数据及订单场景下，过分依赖人工将引发服务响应缓慢、流程处理错漏、收益管理粗糙等痛点。对于业务体量较大、服务较为精细的航旅服务商来说，有必要研发切实可行的数字化系统，形成场景化部署的数字化解决方案，提升全链路技术支持效能及服务矩阵的用户体验。

国际业务布局加速方面，随着我国与全球经贸联系更加紧密，企业跨境贸易及全球化拓展呈现持续向好态势，国际化航旅出行愈益频繁。相较国内航线，境内外航司的国际航线具有业务规则复杂、数据整合难度高等特征。航旅服务商需要强化国际业务布局，增强对境内外航司国际航线服务资源的整合力度，提升跨境行程规划、跨境支付等方面的服务交付能力，深化全球航班舱位运价数据处理及国际航旅在线支持能力。”

（2）说明主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况并量化分析对发行人业务的影响

①主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况

报告期内以后返佣金金额计算的前五大合作航司包括中国国航、南方航空、阿联酋航空、国泰航空、土耳其航空，以机票采购金额计算的前五大合作航司包括南方航空、中国国航、中国东航、国泰航空、海南航空、法航荷航及阿联酋航空。其中，适用“提直降代”、下调佣金等政策的合作航司为境内航司，即中国

国航、南方航空、中国东航、海南航空，均系 A 股上市公司。

“提直降代”、下调佣金等政策系国资委、民航局等相关部门为适应国内航空运输销售市场新情况，规范航空运输企业和销售代理企业的销售行为，确保航空运输市场和销售代理市场健康发展而提出的政策规范。

提直降代政策介绍如下。2015 年 5 月，国务院国资委召开会议，要求国航、东航、南航等三大国有航空公司未来三年内直销比例要提升至 50%，同时代理费要在 2014 年的基础上下降 50%。

下调佣金相关政策介绍如下。民航局 2016 年 2 月 4 日发布了《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》，明确要求“航空运输企业委托销售代理企业销售客票，要按照平等自愿和委托付费的原则签订规范的委托代理合同，明确客运手续费的支付标准和支付条件。客运手续费支付标准由按销售额比例支付改为按每张客票定额支付，合理确定基准定额，可适度浮动。”

主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况如下表所示。

主要合作航司	“提直降代”政策实施情况	下调佣金政策实施
中国国航	中国国航及其运营航空运输业务的重要子公司深圳航空和山东航空的直销渠道包括公司通过国航官网、国航移动 APP、国航旗舰店等自有网站、小程序、APP 对外进行机票预售及值机选座、航班动态查询、航班服务、促销优惠信息发布等配套服务。中国国航未公布 2023 年直销比例，其代理销售费用在销售费用中的占比由 2014 年的 53.53%下降至 2023 年的 22.47%，侧面印证实际代销销售占比相对较低。	客运手续费支付标准由按销售额比例支付改为按每张客票定额支付系各航司均遵循的调整举措。各航司具体代理销售费用变动情况参见本问题回复之“二/（五）/1/（2）/②/A.航司整体代理销售费用变动情况分析”。
南方航空	南方航空不断加强直销控制权。目前直销渠道主要包括：南航官网、南航移动 APP、南航淘宝旗舰店、95539 服务热线以及南航直属售票处，直销开始向一体化服务转变。南方航空未公布 2023 年直销比例，其代理销售费用在销售费用中的占比由 2014 年的 53.64%下降至 2023 年的 21.21%，侧面印证实际代销销售占比相对较低。	
中国东航	中国东航有效拓展直销渠道，加强官网和移动客户端等销售渠道，持续提升直销能力并不断提升直销渠道服务能力，优化旅客体验，2017 年直销收入占比达到 51.2%。中国东航未公布 2023 年直销比例，其代理销售费用在销售费用中的占比由 2014 年的 56.53%下降至 2023 年的 31.27%，侧面印证实际代销销售占比相对较低。	
海南航空	海南航空深入分析旅客消费行为特征，积极探索创新型营销模式，创新研发“随心飞”、智选/优选经济舱、商务套票、家庭套票以及中转产品等核心产品，显著提升信息触达率与产品转化率，有效推动公司活跃用户与经营	

主要合作航司	“提直降代”政策实施情况	下调佣金政策实施
	收入良性双增长，2020 年其直销收入占比高达 50%以上。海南航空未公布 2023 年直销比例，其代理销售费用在销售费用中的占比由 2014 年的 67.31%下降至 2023 年的 32.71%，侧面印证实际代销销售占比相对较低。	

②量化分析对发行人业务的影响

该等“提直降代”、下调佣金相关政策的影响在短期内对机票代理人业务形成冲击，报告期内对发行人业务不构成显著影响。具体量化分析如下：

A. 航司整体代理销售费用变动情况分析

A 股上市航空公司中，南方航空、中国东航、中国国航、海南航空、吉祥航空等 5 家航司于年度报告中披露销售费用构成明细，销售费用项下的业务代理手续费/代理业务手续费/机票销售代理手续费即一般为支付给机票代理人的佣金。各航司代理销售费用、代理销售费用在营业收入中的占比、代理销售费用在销售费用中的占比如下表所示。

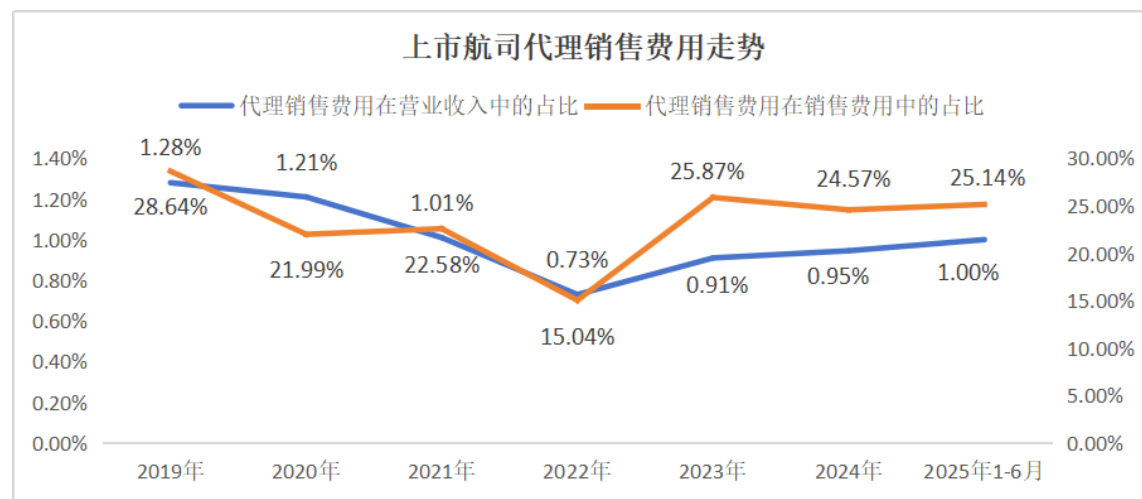
航空公司	年份	南方航空	中国东航	中国国航	海南航空	吉祥航空	平均值
销售费用项下的代理销售费用（亿元）	2014	42.63	32.72	39.80	14.58	2.06	26.36
	2015	31.50	23.24	23.11	11.69	1.42	18.19
	2016	19.26	14.29	13.99	7.58	0.95	11.21
	2017	19.35	13.72	15.06	10.37	1.32	11.96
	2018	20.27	18.58	12.96	9.57	-	15.35
	2019	22.14	17.55	18.48	8.83	1.58	13.72
	2020	8.42	3.82	9.64	7.15	0.68	5.94
	2021	7.73	5.16	11.42	4.02	0.95	5.85
	2022	4.42	3.65	3.41	2.24	0.58	2.86
	2023	14.06	13.47	11.98	5.23	1.52	9.25
	2024	15.23	15.91	19.20	5.02	1.61	11.39
	2025 年 1-6 月	7.99	7.47	8.67	3.23	0.98	5.67
代理销售费用在营业收入中的占比	2014	3.94%	3.65%	3.80%	4.05%	3.09%	3.70%
	2015	2.83%	2.48%	2.12%	3.32%	1.74%	2.50%
	2016	1.68%	1.45%	1.23%	1.86%	0.95%	1.43%
	2017	1.52%	1.35%	1.24%	1.73%	1.06%	1.38%

航空公司	年份	南方航空	中国东航	中国国航	海南航空	吉祥航空	平均值
	2018	1.41%	1.62%	0.95%	1.41%	-	1.35%
	2019	1.43%	1.45%	1.36%	1.22%	0.95%	1.28%
	2020	0.91%	0.65%	1.39%	2.43%	0.67%	1.21%
	2021	0.76%	0.77%	1.53%	1.18%	0.80%	1.01%
	2022	0.51%	0.79%	0.64%	0.98%	0.71%	0.73%
	2023	0.88%	1.18%	0.85%	0.89%	0.76%	0.91%
	2024	0.87%	1.20%	1.15%	0.77%	0.73%	0.95%
	2025 年 1-6 月	0.93%	1.12%	1.07%	0.98%	0.89%	1.00%
代理销售 费用在销 售费用中 的占比	2014	53.64%	56.53%	53.53%	67.31%	47.10%	55.62%
	2015	44.49%	37.87%	37.59%	58.82%	32.53%	42.26%
	2016	30.08%	25.10%	25.01%	42.52%	20.56%	28.65%
	2017	27.77%	23.85%	24.64%	42.14%	24.76%	28.63%
	2018	28.61%	30.67%	20.42%	38.91%	-	29.65%
	2019	27.94%	27.65%	27.84%	36.32%	23.43%	28.64%
	2020	16.04%	11.88%	22.09%	44.01%	15.91%	21.99%
	2021	15.48%	20.00%	25.64%	30.86%	20.90%	22.58%
	2022	9.70%	16.20%	9.66%	24.19%	15.45%	15.04%
	2023	21.21%	31.27%	22.47%	32.71%	21.69%	25.87%
	2024	21.38%	28.80%	27.67%	24.41%	20.57%	24.57%
	2025 年 1-6 月	22.62%	25.63%	24.55%	30.36%	22.53%	25.14%

注：华夏航空未公布销售费用项下的代理手续费，春秋航空未完整公布销售费用项下的代理手续费，吉祥航空 2018 年年度报告未公布销售费用构成明细；其余各航司数据取自销售费用项下的业务代理手续费/代理业务手续费/机票销售代理手续费；由于各航司公布的明细数据单位为百万元、千元、元不等，统一列示为亿元。

各航司代理销售费用、代理销售费用在营业收入中的占比、代理销售费用在销售费用中的占比等 3 项指标平均值变动情况如下图所示。可见，自 2015 年提直降代、降低佣金相关政策出台后，2016 年上市航司的代理销售费用在营业收入中的占比出现显著降低，2016 至 2019 年期间缓中趋降，同期代理销售费用在销售费用中的占比呈现平稳态势，表明航司对于非直销渠道销售力度相对稳定。历经 2020 至 2022 年期间公共卫生事件冲击后，2023 年两项指标均呈现较快上扬，代理销售费用在营业收入中的占比回升至 0.91%，代理销售费用在销售费用中的占比回升至 25.87%；2024 年代理销售费用在营业收入中的占比回升至 0.95%，

代理销售费用在销售费用中的占比为 24.57%；2025 年 1-6 月进一步回升至 1.00%、25.14%。这表明在市场常态中，航司依然较为注重机票代理人的销售贡献，激励力度逐步回归。



B. 主要合作航司后返佣金政策变动情况分析

后返佣金政策制定及考核频次主要为季度，因此以报告期前、报告期内各期第四季度和报告期后的各季度为例，列示与发行人主要合作航司向美亚科技母公司（Office 号为 CAN826）提供的国际机票的后返佣金政策情况，覆盖期间为 2017 年度至 2025 年度，其中，2017 年度至 2019 年度系公共卫生事件前，2020 年度至 2022 年度系公共卫生事件期间，2023 年度至 2025 年度系公共卫生事件后。主要航司各年第四季度及 2025 年**第三季度**向美亚科技母公司（CAN826）提供的国际机票的后返佣金比例简要列示如下（因原始规则设置较为复杂，下表中未详细列示详细适用范围及调整规则）：

主要合作航空公司	2017 年度 第四季度	2018 年度 第四季度	2019 年度 第四季度	2020 年度 第四季度	2021 年度 第四季度	2022 年度 第四季度	2023 年度 第四季度	2024 年度 第四季度	2025 年度 第三季度	持续性 分析
中国南方航空股份有限公司	不同航线 7.4%- 11.0%不等	本地始发全舱 2.5%-3.2%，高舱追加 4.5%，特定航段追加 1.2%-4.0%	2.0%-2.8%，高舱及特定始发航段可各追加 1.5%-3.0%	-	经济舱 2.0%，商务舱 4.0%	本地始发 4.5%-5.5%，异地始发 4.5%，高舱追加 5.5%、6.5%不等	基础 2.2%-4.2%，高舱/远航程/部分新开航线分别追加 1.0%/2.0%/3.5%	基础 4.5%，异地始发追加 2.0%-8.0%，高舱追加 2.0%-8.0%	基础 2.0%-7.0%，华南 OD 追加 4.5%-12.0%不等，异地始发追加 3.0%-15.0%不等	各期后返适用规则不同，2023 与 2019 年及以前基本持平，2024 年上调。2025 年 三季度激励力度较强 。
中国国际航空股份有限公司	不同舱位 4.3%-7.3%	华南始发 8%-16%，按高舱及特定航线追加 1%-3%不等	不同航线 6.5%-12.5%	-	-	大陆始发 2.5%-3.5%，其余航线不同舱位 1.0%-	总量 3%-4%，华南始发全舱追加 5%	总量 2.0%-3.0%，华南始发追加 2.0%-3.0%，经济舱追加	华南始发国际航线 3.5%-7.0%，其余航线 1.0%-4.5%	各期后返适用规则不同，2023 年和 2024 年略低于 2019

主要合作航空公司	2017 年度 第四季度	2018 年度 第四季度	2019 年度 第四季度	2020 年度 第四季度	2021 年度 第四季度	2022 年度 第四季度	2023 年度 第四季度	2024 年度 第四季度	2025 年度 第三季度	持续性 分析
						10.5%不等		6.0%-7.0%	不等	年及以前。2025 年 三季度激励力度较强 。
中国东方航空股份有限公司	不同舱位 8.0%- 13.0%	华南始发 8.0%- 10.0%，高 舱追加 9.0%- 13.0%	华南始发 2.0%- 12.0%，高 舱追加 10.0%- 13.0%	-	-	-	总量 2.5%- 3.5%	总量 2.0%- 3.0%	不同始发 2.6%-5.6 不等，部 分航线追 加 7.0%	各期后返 适用规则 不同， 2023 年和 2024 年略 低于 2019 年及以 前。2025 年 三季度激励力度较强 。
国泰航空有限公司	总量 2.0%，高 舱追加 0.5%	总量 1.65%- 2.15%，追 加奖励 0.4%	总量 1.65%- 2.15%，追 加奖励 0.4%	-	总量 0.9%	总量 1.0%- 2.0%，追 加奖励 0.4%	总量 0.5%- 2.5%，部分 舱位/运价 追加 1.5%	总量 1.42%，部 分舱位追 加 1.99%- 3.5%	总量 1.5%- 2.0%，部 分航线及 舱位追加 20-300 元/ 段不等	各期后返 适用规则 不同， 2023 与公 共卫生事 件前总量 激励调减 而追加激 励调增， 2024 年调 增。2025 年 三季度基本平

主要合作航空公司	2017 年度 第四季度	2018 年度 第四季度	2019 年度 第四季度	2020 年度 第四季度	2021 年度 第四季度	2022 年度 第四季度	2023 年度 第四季度	2024 年度 第四季度	2025 年度 第三季度	持续性 分析
										稳。
阿联酋航空公司	5.00%	3.5%-6%	4.0%，高舱追加 3.0%	-	-	-	3.5%-4.5%	总量 3.0%-6.0%	总量 3.0%，高舱 6.0%	各期后返适用规则不同，2023 年与 2019 年及以前基本持平，2024 年调增。2025 年 三季度基本平稳。

具体而言，每个航司在各期的后返佣金政策适用范围均存在变化，航司会结合自身市场竞争态势、业绩完成情况、特定航线开拓计划、不同舱位盈利情况制定灵活多元的后返佣金政策。从后返佣金比例来看，中国国航、中国东航 2023 年及 2024 年佣金比例略低于 2019 年及以前年度，其余大型航司在公共卫生事件后的佣金比例基本均与公共卫生事件前持平，且 2024 年佣金政策有所调增，整体不存在重大变动。尽管公共卫生事件冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策收紧或阶段性取消，但随着公共卫生事件影响纾解，航司所提供后返佣金政策逐步恢复。因此，自相关政策出台后的 2017 年至 2024 年，除公共卫生事件扰动影响外，整体佣金政策保持相对平稳。报告期后（即 2025 年**第三季度**），**各家航司佣金政策基本平稳或力度较强。**

综上所述，从航司代理销售费用支付情况来看，自提直降代、降低佣金相关政策出台，航司代理销售费用下行较快，2016 至 2019 年期间代理销售费用占营业收入比例及占销售费用比例均较为平缓，公共卫生事件后显著回升，表明相关政策的短期冲击未对发行人业务构成长期的显著影响；从主要合作航司向发行人提供的具体后返佣金政策来看，除因公共卫生事件导致阶段

性收紧外，保持较为稳定的态势。因此，该等“提直降代”、下调佣金相关政策的影响在短期内对机票代理人后返佣金获取形成冲击，报告期内对发行人业务不构成显著影响。

2、发行人所处航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标在历史上及报告期表现情况，下游需求是否呈现增长趋势，发行人业绩发展趋势与同行业是否一致

(1) 发行人所处航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标在历史上及报告期表现情况，下游需求是否呈现增长趋势

①发行人所处航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标在历史上及报告期表现情况

发行人所处航旅、商旅、机票代理行业不存在直接相关的常用主要指数、景气度指标。一般通过民航局统计公报数据或第三方研究报告的预测数据等观测行业的发展态势和景气度水平。相关数据参见本问题回复之“二/（五）/2/（1）/②下游需求是否呈现增长趋势”。

②下游需求是否呈现增长趋势

泛商旅出行服务行业的下游需求呈现增长趋势。

A. 航旅票务市场

根据民航局统计数据，2015年至2019年期间，我国民航周转量²的复合增长率约12.60%；其中国际航线民航周转量的复合增长率约17.46%，明显高于民航出行整体增速。前期外部环境冲击导致民航出行场景受到阶段性制约，但其实际内生增长动能和需求规模结构并未发生根本性变化。2023年民航出行供需景气回升。根据国际航协（IATA）统计，2023年全球航空客运总量（按照收入客公里计算）同比增长36.9%，恢复至2019年的94.1%；2024年全球航空客运总量同比增长10.4%，较2019年增长3.8%。根据民航局统计，2023年我国民航全行业完成旅客运输量6.2亿人次，同比增长146.1%，恢复至2019年的93.9%；2024年延续增长势头，民航客运量突破7.3亿人次，较2019年增长10.73%，超过2024年全国民航工作会议设定的6.9亿人次目标。2024年以来，民航出行需求持续释放，正班客座率及正班载运率基本恢复至2019年同期水平。国内航线已全面恢

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

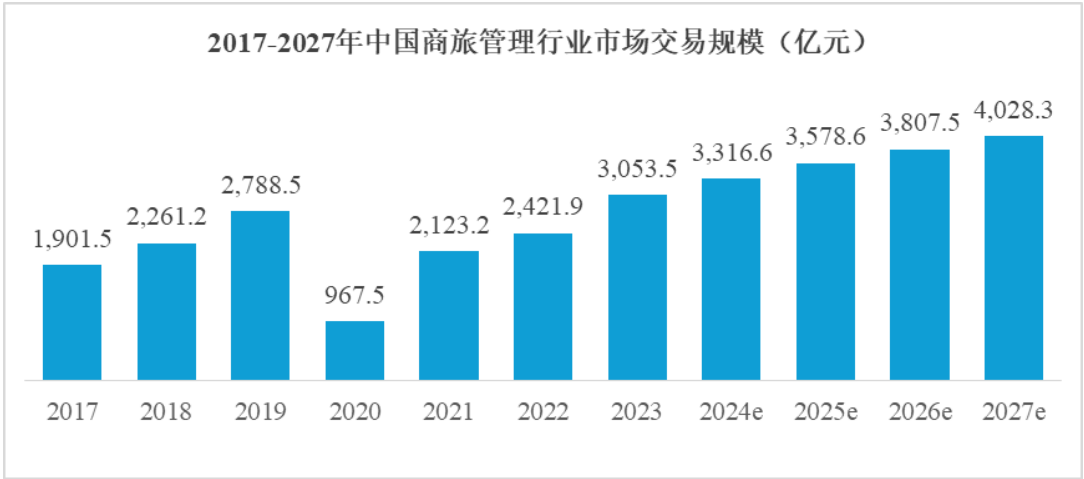
复，并回归常态化增长。根据民航局统计，2024 年国内航线客运量同比增长 12.61%，较 2019 年增长 13.49%。国际航线供需恢复呈现良好态势，2024 年 12 月国际航线客运量恢复至 2019 年 12 月的 99.34%，全年国际航线客运量恢复至 2019 年的 88.33%。亚洲、欧洲等地区国际航线已逐步恢复，北美航线受航权时刻协调、签证办理节奏等因素制约恢复稍慢，但利好因素不断累积。2024 年，我国积极扩大与“一带一路”共建国家航权安排，深化与中亚、中东、非洲等地区的项目合作，并推动优化签证和出入境政策，提高通关便利化水平，提升国际航班出入境效率，国际客运市场边际改善。

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

B. 商旅管理市场

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

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



数据来源：艾瑞咨询

（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致

报告期内发行人业绩发展趋势与同行业变动趋势相一致，具体分析如下：

①与众信旅游、岭南控股相比

众信旅游的营业收入主要分为旅游批发业务、旅游零售业务、整合营销服务和其他业务，其中旅游批发业务和旅游零售业务与公司的会奖旅游服务具有可比性。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，其中旅行社运营业务与公司的会奖旅游服务具有可比性。具体营业收入对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	259,945.67	-	553,892.29	122.10%	249,390.36	1,205.63%	19,101.20	-23.61%
岭南控股-旅行社运营	153,518.57	-	311,798.46	38.80%	224,641.36	571.76%	33,440.87	-53.85%
平均值	206732.12	-	432,845.38	82.62%	237,015.86	802.19%	26,271.03	-46.10%
发行人-旅游收入	4,327.74	-	10,904.31	36.73%	7,975.19	130.66%	3,457.54	3.19%

2022 年度，可比公司与会奖旅游服务具有可比性的服务收入平均值为 26,271.03 万元，变动率为-46.10%。发行人的旅游收入为 3,457.54 万元，同比小幅增长 3.19%，主要原因系：相较于可比公司，发行人的会奖旅游业务规模基数明显较小，公共卫生事件期间发行人持续开展会奖旅游业务，满足企业必要会奖旅游需求，受前期低基数因素影响，实现了小幅增长。2023 年度和 2024 年度，

可比公司营业收入变动率为 802.19%、82.62%，发行人增长 130.66%、36.73%，均呈现较快增长态势，主要原因系公共卫生事件影响纾解后，会奖旅游景气回升，出行需求旺盛，驱动旅游收入的快速增长。

②与携程集团、同程旅行、易飞国际相比

携程集团的营业收入主要分为住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他，根据定期报告的披露主要通过净额法确认收入。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产品，定期报告中未披露总额或净额的收入确认方式。易飞国际的主营业务为提供航空客运销售代理服务，定期报告中未披露总额或净额的收入确认方式，且未对营业收入做进一步分类。携程集团、同程旅行、易飞国际的整体营业收入和发行人的代理分销及后返佣金的营业收入对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
携程集团	2,867,300.00	/	5,329,400.00	19.73%	4,451,000.00	122.12%	2,003,900.00	0.08%
同程旅行	904,686.30	/	1,734,068.60	45.77%	1,189,624.40	80.67%	658,466.60	-12.64%
易飞国际	2,138.08	/	3,199.32	10.03%	2,907.66	47.45%	1,972.00	12.85%
平均值	1,258,041.46	/	2,355,555.97	25.22%	1,881,177.35	111.82%	888,112.87	-3.39%
发行人-代理分销及后返佣金收入	13,741.67	/	28,937.83	8.16%	26,754.81	52.80%	17,510.01	21.11%

2022 年度，携程集团、同程旅行、易飞国际营业收入增长率分别为 0.08%、-12.64%和 12.85%，发行人代理分销及后返佣金收入为 17,510.01 万元，同比增长 21.11%，与易飞国际相一致，高于携程集团和同程旅行。主要原因系易飞国际主营业务为提供航空客运销售代理服务，与发行人业务类型较为相似，而携程集团和同程旅行主营业务还包括住宿预订等其他服务，业务涵盖面更广，受公共卫生事件的影响更严重。2023 年度，可比公司营业收入平均增长 111.82%，发行人营业收入同比增长 52.80%，与同行业保持一致，主要原因系 2023 年公共卫生事

件影响纾解，航旅和商旅业务需求旺盛，相关收入快速增长。2024 年度，可比公司营业收入平均增长 25.22%，其中易飞国际增长 10.03%，发行人营业收入同比增长 8.16%，与易飞国际增长速度相仿，低于携程集团及同程旅行两家 OTA。

③与腾轩旅游相比

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与发行人的航旅票务、商旅管理和会奖旅游具有可比性，具体营业收入对比情况如下所示：

单位：万元

公司	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率
腾轩旅游	交通票务/航旅票务	60,965.39		126,659.10	34.57%	94,122.88	145.63%	38,319.42	-10.44%
	商旅服务/商旅管理	1,827.76	/	2,733.01	18.87%	2,299.09	44.10%	1,595.52	31.49%
	旅游服务/会奖旅游	-	/	3,922.24	61.16%	2,433.74	0.00%	-	0.00%
发行人	交通票务/航旅票务	5,360.24	/	11,496.12	7.78%	10,666.34	-64.25%	29,832.71	26.96%
	商旅服务/商旅管理	8,381.43	/	17,441.71	6.19%	16,424.24	33.83%	12,272.72	26.70%
	旅游服务/会奖旅游	4,327.74	/	10,904.31	36.73%	7,975.19	130.66%	3,457.54	3.19%

注：在腾轩旅游 2022 年度、2025 年 1-6 月的年度报告的营业收入分类中没有旅游服务分类。

航旅票务方面，腾轩旅游营业收入在报告期内的增长率分别为-10.44%、145.63%、34.57%，发行人同比增长率分别为 26.96%、-64.25%、7.78%，相关数据的背离主要是发行人包机包位业务销售规模及其收入确认方式所致。2022 年发行人与可比公司相关业务均受到公共卫生安全事件的冲击，但发行人适时实施包机包位整合票源，该等业务适用总额法核算收入，对业绩平稳增长形成支撑。2023 年随公共安全事件影响的纾解，发行人与可比公司业务量都有一定的增长，而随着票源供应逐步充裕，开展包机包位交易的必要性下降，发行人营业收入中包机包位类营业收入比例亦显著减少，导致发行人营业收入减少。2024 年发行人因业务增长，营业收入随之增长。从销售金额来看，报告期各期发行人的航旅票务销售金额分别为 27.94 亿元、69.93 亿元、88.48 亿元，各期同比增速分别为

50.83%、150.27%、26.52%，呈现较快增长态势。

商旅管理方面，腾轩旅游和发行人营业收入在报告期内均有平稳的增长。其中腾轩旅游的商旅服务收入增长率分别为 31.49%、44.10%、18.87%；发行人商旅管理收入增长率分别为 26.70%、33.83%、6.19%，主要原因系随着国内公共卫生事件影响逐渐纾解，商旅服务需求逐渐复苏，从而实现增长，2024 年进一步回归行业内生增长轨道，增速趋于平稳。

综上，发行人业绩发展趋势与同行业变动趋势相一致。

3、综合前述情况，分析论证发行人业务的市场空间是否充足、是否具有成长性、是否存在业绩增长乏力的风险

综合前述情况可知，发行人的商旅管理、航旅票务等业务的下游需求呈现平稳增长趋势，发行人业绩发展趋势与同行业保持一致；“提直降代”、下调佣金等政策于 2015 至 2016 年期间对航旅票务领域机票代理人形成冲击，而后相关政策影响较为平缓，对发行人不构成显著影响。

（1）发行人业务的市场空间是否充足

发行人业务的市场空间较为充足。航旅票务方面，根据民航局统计，2023 年我国民航全行业完成旅客运输量 6.2 亿人次，同比增长 146.1%，恢复至 2019 年的 93.9%；2024 年延续增长势头，民航客运量突破 7.3 亿人次，较 2019 年增长 10.73%，超过 2024 年全国民航工作会议设定的 6.9 亿人次目标。以 2019 年人均乘机次数来看，我国人均乘机次数较发达国家仍相对偏低。根据《“十四五”民用航空发展规划》，预计至 2025 年，我国居民人均年乘机次数将从 2019 年 0.47 次提升到 0.67 次。根据《关于首次乘机旅客服务便利化的指导意见》规划，2025 年我国航空出行服务能力将进一步提升，力争实现我国乘坐过飞机的航空人口达到 4 亿以上。商旅管理方面，根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规模达到 3,053.5 亿元，已超过 2019 年水平，预计未来几年将保持平稳增长态势。依据 GBTA 统计的中国商旅消费支出规模和艾瑞咨询统计的我国商旅管理市场规模，则 2023 年我国的商旅管理渗透率不足 13%。相较于欧美成熟市场 40%左右的水平，中国商旅管理渗透率尚低，市场增长机遇广阔。

（2）发行人的业务是否具有成长性、是否存在业绩增长乏力的风险

影响发行人业务发展的主要外部因素为出行服务市场容量规模、数字化出行渗透率；影响发行人业务发展的主要内部因素为发行人自身的数字化技术实力和业务结构调整成效。

出行服务市场容量规模方面：如前所述，报告期内出行服务市场容量规模展现良好韧性，2023 年市场景气回升向好，国内航线加速修复，国际及地区航线供需恢复呈现良好态势，商旅管理市场容量规模持续扩张，为发行人业务成长及业绩增长创造有利环境。

数字化出行渗透率方面：发行人虽主要面向旅业同行客户而非终端消费者，但同样需要不断提升自身线上服务能力，增强航旅票务整合及分发的数字化支持效能。商旅管理业务中，企事业客户对于数字化、精益化管理商旅活动的诉求愈益强烈。根据《2022-2023 年中国商旅管理市场白皮书》调研，尽管目前员工自行预订先垫付后报销的分散式预订仍然是企业商旅预订主要方式，但所占比例逐年下降，企业商旅管理正在转向全链路、数字化发展。商旅管理数字化以商旅资源整合为基础，提供商旅产品资源一站式采购，包括机票、酒店、火车票、用车、签证、保险等多样化的商旅服务；以商旅流程管控为核心，全面优化商旅申请、行程预订、商旅报销、统一结算、数据分析等商旅管理全流程，并提供节点性数据辅助商旅管理决策。因此，数字化出行逐步深化为发行人业务开展提供了良好的技术环境。

数字化技术实力方面：发行人始终高度重视技术创新，自主研发适配服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台，实现互联网和大数据技术在泛商旅出行场景中的精细部署和深度应用。在航旅票务方面，发行人已形成全知识产权自主研发的航旅票务数字解决方案，在线服务矩阵较为完善，成为业内少数具备良好数字化实力的服务商。在商旅管理方面，发行人自主研发形成灵活多元的技术集成模式和数字化解决方案，为业内少数具备良好 TMC 数字化能力的服务商。随着数字化技术与复杂业务逻辑的耦合愈益紧密，发行人研发工作及成果对日常业务的支撑效能愈益提高。因此，发行人整体的业务承载能力和服务效率效果显著增强，推高整体经营效益。

业务结构调整成效方面：报告期内，发行人积极持续开拓商旅管理业务，凭借自身的数字技术能力和资源整合实力，为客户提供一揽子数字化、精益化的商

旅出行服务及咨询方案，业务的盈利能力较好。报告期各期商旅管理业务销售额分别为19.06亿元、40.11亿元、40.05亿元，呈现平稳较快增长态势；各期商旅管理业务还原至总额法下的毛利率分别为3.77%、4.80%、3.25%、3.48%，显著高于同期航旅票务业务毛利率水平；报告期各期商旅管理毛利分别为9,117.10万元、12,981.97万元、13,907.19万元，占各期毛利总额的比例为61.97%、63.35%、64.14%，对整体业绩形成有力支撑。目前发行人已经在商旅管理服务领域形成良好的品牌效应，先后荣膺中国产业数字化服务商TOP 40、中国劲旅奖最佳商旅技术服务奖、优选商务出行解决服务商大奖。发行人已形成一定的市场竞争地位，根据艾瑞咨询统计2022、2023年发行人的商旅管理业务市场份额均位列行业前五。因此，报告期内发行人商旅管理业务拓展卓有成效，高毛利业务收入占比提升，助推业绩平稳增长。

综上，出行服务市场容量规模方面，报告期内出行服务市场容量规模展现良好韧性，市场景气回升向好，国内航线加速修复，国际及地区航线供需恢复呈现良好态势，商旅管理市场容量规模持续扩张；数字化出行渗透率方面，机票、火车票等出行服务在线化持续渗透，企事业客户对于数字化、精益化管理商旅活动的诉求愈益强烈；数字化技术实力方面，发行人坚持自主创新，成为业内少数具备良好数字化实力的服务商，业务承载能力、服务效率效果、商旅客户技术支持能力稳步提升；业务结构调整成效方面，发行人商旅管理业务拓展卓有成效，高毛利业务收入占比提升，助推业绩平稳增长。发行人的业务具有成长性，业绩增长乏力的风险较小。

三、保荐机构核查上述事项发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、技术及产品服务的创新性

（1）获取发行人在用数字化系统清单，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、技术难点，行业通用技术与发行人特有技术及其作用，实现功能，数据容量、获取及时性和准确性、查询处理速度，系统集成对接能力、安全稳定性等主要指标；

(2) 获取发行人报告期内的员工花名册、研发人员清单、教育背景、学历情况统计表,分析研发人员认定的准确性、研发人员变动情况、专业背景、学历情况、研发人员从事的工作是否与研发活动相关;

(3) 访谈发行人管理层和研发技术人员,获取和了解发行人研发活动相关内控制度,执行内控测试,测试研发活动内控的有效性;访谈了解发行人未认定核心技术人员原因、研发相关部门主要管理级别人员的研发经历、教育背景、工作经历等;

(4) 获取发行人组织架构表、研发部门的岗位职责、研发内容、研发创新性成果、研发项目台账、研发费用构成等相关资料,分析研发人员的工作内容与研发项目内容是否匹配,研发活动与运维运营活动是否存在混同;分析研发人员、投入与系统开发需求是否匹配;

(5) 查询同行业可比公司公开资料,对比分析发行人研发构成和占收入比例与同行业可比公司是否一致以及差异原因;

(6) 查阅发行人的相关高新申报情况以及申报所得税时研发加计扣除明细,分析研发费用在会计核算、高新申报、研发加计扣除不同口径下的核算是否存在差异以及了解差异原因;

(7) 获取发行人核心技术清单,了解相关技术相较于行业通用技术的具体差异,在各细分业务、主要产品和服务中发挥的主要作用,创新性和先进性的具体体现;

(8) 查阅发行人软件著作权、发明专利等知识产权证书,了解发行人核心技术与知识产权的对应关系,前述技术成果应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台的具体情况;

(9) 获取发行人报告期内在研项目清单,了解其具体应用的系统、环节和产品、服务,拟完成的研发目标,现有技术迭代升级/新技术创新类型;

(10) 查阅 NDC 资格介绍资料及国际航协 ARM Index 认证信息发布网址,了解其评价主体、评价标准、可获取的权利或优惠、行业影响力、竞争对手获评情况;

(11) 查阅同行业可比公司公开披露的研发费用核算口径及绝对金额、相对

比率，了解研发费用率与同行业可比公司差异的原因及合理性；

（12）查阅同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开信息披露文件，了解可比公司的商业模式；

（13）查阅同行业可比公司公开信息披露文件、天眼查、国家知识产权局中国专利信息中心等信息源，了解可比公司的知识产权布局情况；

（14）访谈发行人技术部门负责人，了解发行人技术创新对业绩实现及增长的驱动作用，了解发行人大数据及 AI 技术参与定价的具体机制和技术实现路径。

2、市场地位及市场空间

（1）查阅中航信全球分销事业部出具的说明函、艾瑞咨询发布的商旅管理行业独立研究报告，了解发行人市场占有率及排名情况，测算数据的依据和准确性以及数据来源的权威性；

（2）查阅同行业可比公司定期报告、招股说明书等公开信息披露文件以及官网网页，了解可比公司主要产品服务在价格、资源、服务等方面的基本情况，了解其业绩发展趋势；

（3）访谈发行人航旅票务和商旅管理业务部门负责人人员，了解发行人出票额度、航司 BSP 授权数量、BSP 出票 Office 号数量、服务模式、免费/增值服务、售后服务、结算方式及信用政策、优惠政策获取、客户纠纷情况及处理能力等业务经营情况；

（4）获取发行人报告期内的收入统计结果，统计各细分业务下主要客户情况；

（5）访谈销售负责人及相关管理人员，了解主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景，各细分业务下与主要客户的合作模式、是否签订长期协议、合作黏性，以及发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力；

（6）查阅与各细分业务主要客户的合作协议，核查合作协议有效期、合作模式，判断合作是否具粘性；

（7）通过官方网站等渠道，了解发行人同行业可比公司客户留存情况；

（8）访谈发行人业务部门负责人，了解发行人在 UATP 支付和 SME 协议等

方面的具体合作模式以及业务开展情况；

（9）检索查阅机票代理行业相关行业资料及公开新闻，了解行业发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局；

（10）查阅南方航空、中国国航等上市航司的定期报告等公开信息披露文件，整理其代理销售费用数据，了解主要合作航司“提直降代”、下调佣金等政策实施情况；

（11）检索航旅、商旅、机票代理行业主要指数、景气度指标，查阅民航局、艾瑞咨询等发布的行业容量规模统计及预测数据，了解行业下游需求发展趋势。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、技术及产品服务的创新性

（1）发行人使用的行业通用技术包括 Elasticsearch、Kafka、Redis、ActiveMQ 等开源技术，可提供数据检索、消息通知、缓存等基础功能，发行人特有技术高度适配泛商旅服务场景中的数据特征及流程链路，显著增强了系统的技术性能；发行人立足泛商旅出行服务场景的切实技术需求，从数据处理、服务响应、订单处理、财务结算等维度，克服了系列行业技术难点，并完成了系列行业技术创新；发行人披露使用的大数据技术、AI 技术不属于行业通用技术；该等核心技术间接提升服务质效，间接促进经营业绩实现，相关技术表述不存在夸大或误导情形。

（2）报告期内发行人研发人员的教育背景、学历情况、研发经历与发行人的研发活动相关性较强，研发人员变动与发行人的业务规模和研发投入趋势一致；发行人未认定核心技术人员的具有合理性；研发人员、投入与系统开发需求具有匹配性。

（3）发行人自主研发取得的核心技术、创新成果相较于行业通用技术形成明显差异；因行业内服务商业技术系统并未直接作为标准化信息技术服务产品交付给客户并向其收取对价，技术性能亦属于其商业机密，难以比较同行业可比公司技术水平；在发行人数字化系统中，OA 系统、金蝶财务核算系统、费控系统等 3 项系统系为满足发行人日常行政管理、财务核算需要，直接外购第三方服

务商的成熟数字化系统，其余航旅票务、商旅管理及集团公共数字化系统，均系发行人适配泛商旅出行服务场景的业务、财务特征，自主研发形成，不存在外采成熟解决方案，或委托外部 IT 服务商开发整套系统的情形；发行人知识产权大多数为软件著作权的情形符合发行人研发活动及研发成果特征，且逐步重视以发明专利形式进行更加均衡灵活的知识产权布局；核心技术与发行人的知识产权直接相关。

（4）行业内尚无针对泛商旅相关数字化系统的通用技术标准或行业规范，同行业公司业务技术系统在使用的主要技术、技术水平及迭代情况，实现功能，以及其数据容量等技术性能亦属于其商业秘密。因此，发行人无法获取同行业可比公司的该等信息，难以直接比较与同行业可比公司的优劣势。

（5）报告期内在研项目具体应用的系统、环节和产品、服务，拟完成的研发目标，属于新技术的创新；发行人研发费用率大幅低于同行业可比公司平均水平主要系携程集团“产品研发支出”和同程旅行“服务开发开支”显著较高，推升了整体的研发费用率平均值，发行人研发费用率处于同行业中等水平，且保持了平稳有力的研发投入，具有合理性；该等情形不会对发行人目前及未来市场竞争力产生重大不利影响；发行人具备持续创新能力。

（6）发行人各项核心技术与专利、软件著作权之间存在明确对应关系，已应用于各网站、APP、小程序等客户端前台、技术中台、业务中台，涵盖对外业务系统和对内管理系统，为发行人航旅票务和商旅管理中主要产品和服务的数据处理、服务响应、订单处理、财务结算等环节发挥重要支撑作用，具有创新性和先进性。

（7）NDC 资格、ARM Index 认证表明发行人在航旅新零售技术方面具备较强的前瞻力和创新性，拥有更多丰富的产品品类，能为客户提供丰富多样的机票产品和附加服务选项，提高信息交换的实时性和准确性，且更易获取合作方的关注度和合作机会。

（8）发行人各细分业务的商业模式与同行业可比公司相较不存在明显区别，在提升行业现状、解决客户需求痛点等方面具有创新性，主要体现在发行人基于泛商旅出行服务场景的丰富实践和深刻理解，研发部署泛商旅数字化解决方案，克服

了航旅票务及商旅管理领域数字化部署的相关技术难点，切实缓解了客户痛点。

2、市场地位及市场空间

（1）发行人航旅票务行业地位相关数据资料来源于中航信全球分销事业部专项说明函，测算依据系其持有的中国 BSP 交易结算数据，数据来源具有权威性；商旅管理行业地位相关数据资料来源于艾瑞咨询第三方独立调研报告《2023 年中国商旅管理行业研究报告》，测算依据系其搜集整理政府机构、行业协会、专业网站等公开数据和信息，开展多轮头部企业专家访谈调研和数据采集，使用内部数据库及数据模型进行测算并交叉验证等方式形成，数据来源具有权威性。

（2）发行人在采购销售价格、产品资源丰富度、服务内容质量等方面的竞争优势主要体现在因业务规模较大及合作关系广泛，在国际机票方面具备较强的资源整合能力和价格竞争力；竞争劣势主要体现在全球范围内优质酒店产品资源的整合力度和服务交付能力有待提升；与行业龙头相较具有差异化竞争优势，被替代的风险较小。

（3）报告期内发行人各细分业务的主要客户变动情况，客户流失原因、新增客户获取背景具有合理性，客户留存率因缺失同行业可比公司数据无法比较；根据主要客户与发行人合作开始年份，相关客户与发行人均建立了长期合作关系，合作黏性较高；发行人获取及维护客户、维持市场份额所依赖的主要核心竞争力系资源整合能力、技术研发实力。

（4）UATP 为航空客运行业的结算手段，TMC 为针对提供商旅管理服务公司的简称，SME 协议是发行人为客户从航司、酒店等供应商处获取优惠政策和服务保障的合作方式。在与航司、UATP 服务商的合作过程中，发行人充分发挥其作为头部 TMC 的优势，为商旅客户提供了多元化的优惠政策和配套服务。同行业可比公司未公开披露其在 UATP 支付手段和 SME 协议等方面的业务开展情况，故难以进行比较。

（5）发行人已在招股说明书中补充披露了机票代理行业的发展概况和趋势、市场规模、行业竞争格局；“提直降代”、下调佣金相关政策的影响在短期内对机票代理人业务形成冲击，报告期内对发行人业务不构成显著影响；发行人所处航旅、商旅、机票代理行业不存在直接相关的常用主要指数、景气度指标，一般

通过民航局统计公报数据或第三方研究报告的预测数据等观测行业的发展态势和景气度水平；行业的下游需求呈现增长趋势，发行人业绩发展趋势与同行业一致；发行人业务的市场空间较为充足、具有成长性，业绩增长乏力的风险较小。

问题 3. 经营合规性

根据申请文件及挂牌期间核查情况，（1）发行人业务开展过程中需要依托自研的网站、APP、H5、小程序等，美亚科技持有增值电信业务经营许可证。发行人有多项域名注册已到期或即将到期。（2）发行人、子公司商旅科技、美亚会奖持有旅行社业务经营许可证，其中商旅科技、美亚会奖的旅行社业务经营许可范围未包含出境旅游业务。（3）报告期内，发行人曾存在未按照《个人信息保护法》的规定以线下形式与客户签署相关个人信息保护条款或隐私协议，未就受托处理个人信息事宜的权利义务分配作出书面约定，未就向境外主体提供用户个人信息事项取得用户单独同意，未完成数据出境安全评估等规范性瑕疵情形。《促进和规范数据跨境流动规定》于 2024 年 3 月 22 日发布实施后，发行人可豁免申报数据出境安全评估。（4）发行人通过商务谈判、招投标等方式获取客户，在客户接待、客情维护等场景中需采购节日礼盒等。（5）截至报告期末，发行人员工人数 728 人，缴纳社会保险、住房公积金人数 698 人。报告期内，发行人存在一项健康权纠纷诉讼，涉及金额 261.55 万元。

请发行人：（1）补充披露各许可资质的有效期截止日期、域名注册的续期情况，各 APP 备案情况，说明发行人及子公司是否存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形；说明发行人增值电信业务经营许可证对应的具体业务内容、是否为必备资质；发行人利用各线上工具开展业务的合法合规性。（2）说明发行人业务中属于旅行社业务的具体范围，子公司上海易飞、北京美亚的主要业务内容及收入来源，是否需要取得旅行社业务经营许可证；商旅科技、美亚会奖是否经营出境旅游业务，是否存在重大违法情形；旅行社业务是否符合《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等法律法规的规定。

（3）说明前述各项个人信息保护瑕疵事项的整改规范情况，是否全部整改完毕，如否，是否存在重大违法情形；说明发行人向境外提供的个人信息是否存在重要数据情形，发行人可豁免申报数据出境安全评估的依据是否充分，是否可一并豁

免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证等义务。（4）说明发行人代理业务费用收取是否符合《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》《关于改进民航票务服务工作的通知》等法规政策规定；发行人在与 BSP 系统结算等业务开展过程中是否涉及资金出境，是否符合外汇管理相关规定。（5）说明发行人报告期内在各细分业务及销售模式下的客户开拓过程、获取方式、金额及占比，报告期内销售活动开展情况、获客成本、销售人员分工及合理性；礼品采购的金额、单价、派送对象，与同行业是否存在明显差异，是否存在招投标程序不合规、商业贿赂、不正当竞争等情形。（6）说明未全员缴纳社保、公积金是否符合相关法律法规的规定，是否存在构成重大违法行为以及被处罚的风险；按照未缴纳社保公积金的原因补充披露对应的人数、占比，说明发行人可能补缴的金额以及对经营业绩产生的影响；补充披露前述诉讼进展情况，说明发行人是否存在劳动保障方面的违法违规情形，相关内控制度是否健全并有效执行。（7）结合事业单位人员管理的有关法规政策规定，说明独立董事左志刚、李孔岳担任发行人独立董事的合法合规性（包括但不限于是否需经批准程序、能否兼职及领取报酬等）。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露各许可资质的有效期截止日期、域名注册的续期情况，各 APP 备案情况，说明发行人及子公司是否存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形；说明发行人增值电信业务经营许可证对应的具体业务内容、是否为必备资质；发行人利用各线上工具开展业务的合法合规性

（一）补充披露各许可资质的有效期截止日期、域名注册的续期情况，各 APP 备案情况，说明发行人及子公司是否存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形

1、各许可资质的有效期

截至本回复出具之日，发行人按照相关法律、法规、规范性文件的要求取得的各项许可资质均在有效期内，具体情况如下：

（1）旅行社业务经营许可证及旅行社分社备案登记证明

截至本回复出具之日，发行人及其从事旅行社相关业务的分子公司均已取得旅行社业务经营许可证、旅行社分社备案登记证明，并在“全国旅游监管服务平台”完成旅行社分支机构备案，根据《中华人民共和国旅游法》《中华人民共和国旅行社条例》《旅行社条例实施细则》相关规定，经营者设立旅行社，提供旅游服务的，应当取得相应旅游行政管理部门核发的《旅行社业务经营许可证》；旅行社设立分社的，应当向分社所在地的旅游行政管理部门备案。前述规定并未对《旅行社业务经营许可证》《旅行社分社备案登记证明》的有效期做出限制，旅行社在取得前述资质后符合相关经营规范的，前述资质长期有效。

（2）国际航空运输协会认可证书

国际航空运输协会认可证书（以下简称“IATA 证书”）的有效期为 1 个自然年度，每年年末，国际航协向已取得 IATA 证书的代理人发出会费缴纳通知，代理人缴纳会费后，国际航协履行其内部审核流程并以邮件方式向代理人发放次年度的 IATA 证书。截至本回复出具之日，发行人已经取得了 2025 年度的 IATA 证书，报告期内，发行人 IATA 证书有效期不存在中断的情形。

（3）保险中介许可证

截至本回复出具之日，发行人持有中国银行保险监督管理委员会广东监管局于 2022 年 4 月 14 日核发的《保险中介许可证》，自 2021 年 1 月 1 日《保险代理人监管规定》颁布并实施后，原《保险兼业代理管理暂行办法》（2010 年 12 月 3 日至 2020 年 12 月 31 日有效）中关于《保险兼业代理许可证》有效期三年的规定已被取消，根据现行规定，发行人所持的《保险中介许可证》长期有效。

（4）信息系统安全等级保护备案

根据发行人已取得的信息系统安全等级保护备案证明，发行人信息系统的安全保护等级为三级，根据《信息安全等级保护管理办法》相关规定，信息系统安全等级保护备案证明长期有效，但第三级信息系统的运营、使用单位应当每年至少进行一次等级测评；受理备案的公安机关应当每年至少一次对第三级信息系统的运营、使用单位的信息安全等级保护工作情况进行检查。截至本回复出具之日，发行人已经完成 2024 年度的等级测评并经公安机关检查。

（5）旅行代理商牌照

根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚于 2019 年 8 月 9 日首次取得旅行代理商牌照，旅行代理商牌照有效期一年，须按年续期，香港美亚于 2020 年度、2021 年度、2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年度均有续期，香港美亚现时持有的旅行代理商牌照的有效期至 2026 年 8 月 8 日。

（6）高新技术企业证书

截至本回复出具之日，美亚科技、商旅科技分别持有广东省科学技术厅、广东省财政厅、国家税务总局广东省税务局于2022年12月22日核发的《高新技术企业证书》，有效期三年。2025年8月，美亚科技、商旅科技已通过高新技术企业复审网络评审，正在等待公示阶段。

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/四、关键资源要素/（二）取得的业务许可资格或资质情况”中补充披露如下：

“

序号	持证人	证书名称及编号	许可内容	核发单位	发证日期/ 有效期
1	美亚科技	旅行社业务经营许可证（L-GD-CJ00146）	（一）境内旅游业务；（二）出境旅游业务；（三）入境旅游业务	文化和旅游部	2024/09/29- 长期有效
2	商旅科技	旅行社业务经营许可证（L-GD02573）	（一）境内旅游业务；（二）入境旅游业务	广州市文化广电旅游局	2024/09/27- 长期有效
3	美亚会奖	旅行社业务经营许可证（L-GD101609）	（一）境内旅游业务；（二）入境旅游业务	广州市文化广电旅游局	2023/03/14- 长期有效
4	美亚科技深圳分公司	旅行社分社备案登记证明（编号：L-GD-CJ00146-SZFS001）	国内旅游入境旅游和出境旅游招徕组织、接待服务	深圳市文体旅游局	2013/03/05- 长期有效
5	美亚科技重庆分公司	旅行社分社备案登记证明（编号：L-CD-CJ00146-CQFS0026）	（一）入境旅游业务；（二）国内旅游业务；（三）出境旅游业务	重庆市旅游局	2016/05/10- 长期有效
6	美亚科技成都分公司	旅行社分社备案登记证明（编号：L-GD-CJ00146-A-fs-001）	国内旅游入境旅游和出境旅游招徕组织、接待服务	成都市旅游局	2013/03/01- 长期有效
7	美亚科技武汉分公司	旅行社分社备案登记证明（编号：L-GD-CJ00146-WH-FS-NC20130001）	国内旅游入境旅游和出境旅游的宣传、招徕	武汉市武昌区民族宗教和旅游局	2013/02/27- 长期有效
8	美亚科技上海分公司	旅行社分社备案登记证明（编号：沪静安-024）	国内旅游、入境旅游、出境旅游招徕	上海市旅游局	2013/09/22- 长期有效

序号	持证人	证书名称及编号	许可内容	核发单位	发证日期/ 有效期
			、组织、接待服务		
9	美亚科技	国际航空运输协会认可证书（08309114）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
10	商旅科技	国际航空运输协会认可证书（08329974）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
11	美亚科技深圳分公司	国际航空运输协会认可证书（08312953）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
12	美亚科技青岛分公司	国际航空运输协会认可证书（08323906）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
13	美亚科技重庆分公司	国际航空运输协会认可证书（08323895）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
14	美亚科技成都分公司	国际航空运输协会认可证书（08325645）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
15	美亚科技武汉分公司	国际航空运输协会认可证书（08336086）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
16	美亚科技上海分公司	国际航空运输协会认可证书（08342810）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
17	美亚科技北京分公司	国际航空运输协会认可证书（08342736）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
18	美亚科技长沙分公司	国际航空运输协会认可证书（08345212）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
19	商旅科技成都分公司	国际航空运输协会认可证书（08336963）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
20	商旅科技北京分公司	国际航空运输协会认可证书（08348771）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
21	上海易飞	国际航空运输协会认可证书（08310131）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
22	北京美亚	国际航空运输协会认可证书（08316991）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
23	香港美亚	国际航空运输协会认可证书（13335593）	国际航空运输客运销售代理业务	国际航空运输协会	2025年
24	美亚科技	高新技术企业证书（GR202244006566）	/	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	2022/12/22-2025/12/21
25	商旅科技	高新技术企业证书（GR202244010616）	/	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	2022/12/22-2025/12/21
26	美亚科技	增值电信业务经营许可证（粤B2-20075095）	信息服务业务（仅限互联网信息服务）不含信息搜索查询服务、信息即时交互服务	广东省通信管理局	2022/10/31-2027/10/31
27	美亚科技	保险中介许可证（机构编码：	代理险种：代理短	中国银行保险	2022/04/14-

序号	持证人	证书名称及编号	许可内容	核发单位	发证日期/有效期
		5D4001520000000000)	期人身意外伤害保险	监督管理委员会广东监管局	长期有效
28	美亚科技	信息系统安全等级保护备案证明(4401185036800002)	对第三级美亚航旅系统予以备案	广州市公安局	2020/11/05-长期有效
29	商旅科技	信息系统安全等级保护备案证明(4401175033500002)	对第三级商旅管理系统予以备案	广州市公安局	2020/10/25-长期有效
30	香港美亚	旅行代理商牌照(354371)	/	旅游业监管局	2025/08/09 - 2026/08/08

注：截至本招股说明书签署日，发行人深圳、成都、武汉、上海、重庆分公司已在“全国旅游监管服务平台”完成旅行社分支机构备案。

”

2、域名注册的续期情况

发行人已就部分到期的注册域名进行续期，截至本回复出具之日，发行人拥有 10 项已备案的注册域名，发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（三）主要资产情况/2、公司的无形资产情况/（5）域名”更新域名注册的续期情况，具体如下：

“

序号	权利人	域名	注册日期	到期日期	网站备案/许可证号	审核日期	他项权利
1	美亚科技	meiya.com	2009/01/18	2026/01/18	粤 ICP 备 10012344 号-4	2025/04/09	无
2	美亚科技	derive-voyage.com	2017/02/17	2026/02/17	粤 ICP 备 10012344 号-10	2021/04/08	无
3	美亚科技	siaholidays-guangzhou.com.cn	2012/09/12	2026/09/12	粤 ICP 备 10012344 号-7	2023/07/18	无
4	美亚科技	siaholidays-guangzhou.com	2012/10/29	2026/10/29			无
5	美亚科技	airprice.com	2003/08/10	2026/08/10	粤 ICP 备 10012344 号-9	2021/04/08	无
6	美亚科技	mdtmc.com	2012/05/30	2026/08/16	粤 ICP 备 10012344 号-5	2021/04/08	无
7	美亚科技	shinetour.com.cn	2010/08/25	2026/08/25	粤 ICP 备 10012344 号-3	2021/04/08	无
8	美亚科技	shinetour.com	2006/01/20	2026/01/20			无
9	上海易飞	xdytmc.com	2021/03/29	2028/03/29	沪 ICP 备 14012190 号-3	2025/07/21	无
10	上海易飞	efly666.com	2017/07/07	2026/07/07	沪 ICP 备	2017/08/02	无

序号	权利人	域名	注册日期	到期日期	网站备案/许可证号	审核日期	他项权利
					14012190 号-2		

”

3、各 APP 备案情况

发行人正在使用的 APP 及小程序包括美亚商旅 APP、美亚航旅 APP、差旅服务 APP、美亚商旅微信小程序，该等 APP 及小程序未向用户有偿提供信息服务或从事类似经营活动，不属于应用程序分发平台，发行人未通过 APP、小程序提供相关互联网新闻信息服务。

根据《关于印发<常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定>的通知》，APP 包括移动智能终端预置、下载安装的应用软件，基于应用软件开放平台接口开发的、用户无需安装即可使用的小程序。根据 2023 年 7 月 21 日起施行的《工业和信息化部关于开展移动互联网应用程序备案工作的通知》（以下简称“《备案通知》”），发行人需就其开展业务的自有 APP、小程序履行备案手续，在《备案通知》发布前已开展业务的存量 APP 应于 2023 年 9 月至 2024 年 3 月期间通过其网络接入服务提供者、分发平台向其住所所在地省级通信管理局履行备案手续。

发行人及其子公司已按照《备案通知》的规定，于存量 APP 备案阶段（2023 年 9 月至 2024 年 3 月）完成其存量 APP、小程序备案手续，发行人及其子公司通过其 APP、小程序开展业务不存在违反《备案通知》的规定的

情形。
发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（三）主要资产情况/2、公司的无形资产情况”中补充披露如下：

“（6）自有 APP、小程序

序号	权利人	服务名称	备案情况	备案/许可证号	审核日期
1	美亚科技	美亚商旅APP	已备案	粤ICP备10012344号-12A	2023.09.19
2	美亚科技	美亚航旅APP	已备案	粤ICP备10012344号-13A	2023.09.19
3	上海易飞	差旅服务	已备案	沪ICP备14012190号-5A	2023.10.10
4	商旅科技	美亚商旅（小程序）	已备案	ICP备2021095328号-2X	2023.10.31
5	商旅科技	MY美亚商旅（小程序）	已备案	粤ICP备2021095328号-3X	2023.11.01

注：截至报告期末，第5项“MY美亚商旅”微信小程序实际已停用隐藏。”

4、发行人及子公司是否存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形

发行人报告期内的主营业务为向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。针对上述业务，发行人已按照相关法律、法规、规范性文件的要求取得对应的必要资质、许可，具体情况参见本问题回复之“一/（一）/1/（1）各许可资质的有效期”。

除上述资质外，发行人及其子公司取得如下自愿性体系认证，具体如下：

序号	名称	证书名称及编号	认证内容	认证单位	有效期
1	美亚科技	质量管理体系认证证书（NO：0070024Q53827R4M）	质量管理体系符合GB/T19001-2016/ISO9001：2015标准，该质量管理体系适合出境服务、差旅预订、机票代购服务	中鉴认证有限责任公司	2024/10/07-2027/10/06
2	商旅科技	质量管理体系认证证书（NO：0070024Q53826R2M）	质量管理体系符合GB/T19001-2016/ISO9001：2015标准，该质量管理体系适合签证服务、差旅预订、机票代购服务	中鉴认证有限责任公司	2024/10/07-2027/10/06
3		信息安全管理体系认证证书（编号：018920ISR1）	建立的信息安全管理体系符合标准：ISO/IEC27001：2022,认证范围：在线商旅管理系统的研发及相关服务所涉及的信息安全管理活动	北京埃尔维质量认证中心	2023/06/10-2026/06/09

根据发行人及其子公司取得的《无违法违规证明》（公共信用信息报告）《市场主体专用信用报告》（有无违法违规信息查询版）《经营主体专用信用报告》（替代有无违法记录证明专用版）等，2021年1月1日至2025年6月30日期

间，未查见发行人及其子公司在市场监管领域的违法违规行为信息，未发现发行人及其子公司在市场监管领域受到行政处罚的记录。根据发行人及其子公司文化与旅游主管部门出具的合规证明，2021年1月1日至2025年6月30日期间，发行人及其子公司不存在因违反旅游市场行政管理法律、法规而受到行政处罚的情形。根据广州市互联网信息办公室分别于2024年2月26日、2024年7月26日、2025年2月8日及2025年10月9日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》，自2021年1月1日至该函件出具日，发行人及相关子公司在个人信息保护、网络安全、数据安全、数据出境方面不存在受到该办行政处罚的情况。

根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚已获得中国香港法律要求的经营该等业务所必须的全部资质和经营许可，包括注册证书、商业登记证等，该公司开展的业务不存在任何违反中国香港法律及法规、公司章程的情形。

根据《迪拜美亚法律意见书》，迪拜美亚不存在从事任何法律禁止的业务的情况。公司拥有开展其活动所需的全部权力和权限以及必要的政府批准，并拥有以目前的方式开展其业务的合法权利和权限；公司及其业务经营符合阿联酋所有适用法律和政府批准的规定。

经核查，截至本回复出具之日，发行人已经取得了其从事主营业务所必需的相关许可、资质、认证，且相关资质均在有效期内，发行人不存在应履行未履行许可备案程序、超越资质范围从事生产经营、使用过期资质等情形。

综上所述，发行人已在招股说明书中补充披露各许可资质的有效期截止日期、域名注册的续期情况，各APP备案情况，截至本回复出具之日，发行人及子公司持有从事主营业务所必需的全部资质许可且相关资质均在有效期内，不存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形。

（二）说明发行人增值电信业务经营许可证对应的具体业务内容、是否为必备资质；发行人利用各线上工具开展业务的合法合规性

经核查，发行人报告期内存在通过其自有网站、APP、微信小程序等线上业务渠道为客户提供机票、酒店、火车票等产品的代订及保险代理、签证代办等服务的情形。发行人业务涉及的在线渠道主要包括美亚航旅网、美亚商旅网、芯斗云

分销商差旅系统、芯斗云企业管理端系统、美亚航旅 APP、美亚商旅 APP、差旅服务 APP、美亚商旅微信小程序。通过上述在线渠道，发行人为其航旅客户提供实时航班、PNR、航段查询及预订、支付、出票、退改签等服务，为其商旅客户提供产品预订、商旅精细化管理、对账等服务。

根据《中华人民共和国电信条例》及《电信业务分类目录》相关规定，国家对电信业务经营按照电信业务分类，实行许可制度；电信业务分为基础电信业务和增值电信业务，增值电信业务是指利用公共网络基础设施提供的电信与信息服务的业务，经营增值电信业务需取得增值电信业务经营许可证。

根据广东省通信管理局发布的《关于增值电信业务经营许可有关问题的公告》的规定，企业利用自身网站并以自营方式直接销售自身或其它企业的商品或服务，无其它单位或个人以自身名义入驻该网站实施销售行为的，不属于增值电信业务，企业利用自身网站自行发布与企业自身相关的信息，并非为其他单位或个人用户发布信息提供平台服务的，不属于提供信息发布平台和递送服务，无需取得《增值电信业务经营许可证》。

发行人通过美亚航旅网、美亚商旅网等网站及 APP、微信小程序、微信公众号提供产品或服务均由发行人及其分子公司作为服务提供方，不存在为其他单位或个人用户发布信息提供平台服务的情形，因此按照上述规定并经发行人律师电话咨询广东省通信管理局，发行人的业务形态无需取得增值电信业务经营许可证。

虽有前述规定，但出于业务开拓的需要，发行人自 2007 年至今持续持有广东省通信管理局核发的《增值电信业务经营许可证》（编号：粤 B2-20075095）。

综上所述，发行人已取得《增值电信业务经营许可证》，但报告期内未开展增值电信业务经营许可证对应的业务，发行人报告期内利用各线上渠道开展业务经营的业务模式不属于需要取得增值电信业务经营许可的情形，该等许可不是发行人开展其业务所必备的资质，发行人报告期内利用相关线上渠道开展业务不存在违反《中华人民共和国电信条例》《电信业务分类目录》等法律法规规定的情形。

二、说明发行人业务中属于旅行社业务的具体范围，子公司上海易飞、北京美亚的主要业务内容及收入来源，是否需要取得旅行社业务经营许可证；商旅科技、美亚会奖是否经营出境旅游业务，是否存在重大违法情形；旅行社业务是否符合《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等法律法规的规定

（一）发行人业务中属于旅行社业务的具体范围，子公司上海易飞、北京美亚的主要业务内容及收入来源，是否需要取得旅行社业务经营许可证

1、发行人业务中属于旅行社业务的具体范围

（1）相关法律法规对于旅行社业务范围的规定

根据《旅行社条例》第二条，“本条例所称旅行社，是指从事招徕、组织、接待旅游者等活动，为旅游者提供相关旅游服务，开展国内旅游业务、入境旅游业务或者出境旅游业务的企业法人。”

根据《旅行社条例实施细则》第二条，“《旅行社条例》第二条所称招徕、组织、接待旅游者提供的相关旅游服务，主要包括：（一）安排交通服务；（二）安排住宿服务；（三）安排餐饮服务；（四）安排观光游览、休闲度假等服务；（五）导游、领队服务；（六）旅游咨询、旅游活动设计服务。旅行社还可以接受委托，提供下列旅游服务：（一）接受旅游者的委托，代订交通客票、代订住宿和代办出境、入境、签证手续等；（二）接受机关、事业单位和社会团体的委托，为其差旅、考察、会议、展览等公务活动，代办交通、住宿、餐饮、会务等事务；（三）接受企业委托，为其各类商务活动、奖励旅游等，代办交通、住宿、餐饮、会务、观光游览、休闲度假等事务；（四）其他旅游服务。前款所列出境、签证手续等服务，应当由具备出境旅游业务经营权的旅行社代办。”

根据文化和旅游部官网“公众留言”栏目的留言回复，根据《中华人民共和国旅游法》的相关规定，从事预先安排行程，提供交通、住宿、餐饮、游览、导游或者领队等两项以上旅游服务，旅游者以总价支付旅游费用相关业务的，应取得旅行社业务经营许可证。

根据上述规定和官方解释，旅行社业务是指旅行社作为组织者、安排者，在旅游活动中提供的招徕、组织、接待等服务，旅行社在服务过程中有权进行行程规划、供应商选取，发挥其组织安排的作用；出境、签证手续的单项委托代办服

务亦属于具有出境旅游业务经营权的旅行社专营的旅行社业务。

（2）发行人从事业务中属于旅行社业务的具体范围

发行人主要面向旅业同行客户和企事业客户，提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务，其中会奖旅游业务板块部分业务内容涉及旅行社业务，具体说明如下：

就航旅票务板块而言，发行人根据旅业同行客户的采购需求向其销售机票，所采购的机票产品（包括航司、航班、时间、舱位等产品要素）完全由客户自行决定，发行人仅根据客户的要求提供产品信息供其作出选择，显著区分于旅行社业务中旅行社提供多种旅游资源、具有供应商选取权的特征，不属于旅行社专营的旅行社业务范围。

就商旅管理板块而言，发行人根据企事业单位差旅出行需求提供机票、酒店、火车票、用车、签证等产品，同时提供商旅管理服务和咨询解决方案。前述服务过程虽然出行人可能涉及两项或以上产品类型，但发行人仅进行产品资源的展示，并由客户根据自身的差旅出行需求（如时间安排、出行地点、差旅预算等）最终选择产品，并按产品收取服务费。发行人并非差旅行程及商旅产品的决定方，也并非整体收取旅游费用，与旅行社业务存在显著区分。根据中介机构对黄埔区文化广电旅游局的访谈，发行人从事的商旅管理服务不属于必须取得《旅行社业务经营许可证》方可经营的业务。

就会奖旅游业务板块而言，发行人面向企事业客户提供会奖活动及定制旅行服务，相关主要服务类型较为丰富，主要包括公商务考察、奖励旅游及会务会展活动。其中，在提供奖励旅游服务时，发行人根据客户提出的个性化需求，提供方案策划及建议、行程定制、活动组织及执行等专业化服务，根据《旅行社条例实施细则》第二条的规定，属于旅游服务业务。

除上述情形外，在上述各项服务过程中，客户可能涉及出境、签证手续等单项服务需求，此类服务属于应由具有出境旅游业务经营权的旅行社专营的旅行社业务，均由具备相应资质的业务主体开展，参见本问题回复之“二/（二）商旅科技、美亚会奖是否经营出境旅游业务，是否存在重大违法情形”部分。

综上所述，发行人主营业务包括航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大业务板

块，其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，其他业务内容不属于旅行社专营的旅行社业务。

2、子公司上海易飞、北京美亚的主要业务内容及收入来源，是否需要取得旅行社业务经营许可证

报告期内，上海易飞、北京美亚的主要业务内容及收入来源如下：

（1）上海易飞

单位：万元、%

项目	2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
航旅票务	36,782.56	100.00	50,654.82	100.00	60,340.67	100.00	15,413.08	100.00
其中：包机包位	-	-	-	-	-	-	3.97	0.03
代理分销	35,907.19	97.62	47,809.07	94.38	58,424.36	96.82	15,261.40	99.02
后返佣金	875.38	2.38	2,845.75	5.62	1,916.31	3.18	147.72	0.96
商旅管理	-	-	-	-	-	-	-	-
会奖旅游	-	-	-	-	-	-	-	-
总计	36,782.56	100.00	50,654.82	100.00	60,340.67	100.00	15,413.08	100.00

（2）北京美亚

单位：万元、%

项目	2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
航旅票务	29,613.19	100.00	26,566.98	100.00	44,726.61	100.00	10,519.35	100.00
其中：包机包位	-	-	-	-	-	-	5.25	0.05
代理分销	27,559.08	93.06	22,713.84	85.50	43,320.30	96.86	10,377.71	98.65
后返佣金	2,054.11	6.94	3,853.13	14.50	1,406.31	3.14	136.38	1.30
商旅管理	-	-	-	-	-	-	-	-
会奖旅游	-	-	-	-	-	-	-	-

项目	2025 年 1-6 月		2024年度		2023年度		2022年度	
	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例	销售金额	比例
总计	29,613.19	100.00	26,566.98	100.00	44,726.61	100.00	10,519.35	100.00

根据上表，报告期内，上海易飞、北京美亚从事航旅票务业务，主要收入来源均为向旅业同行销售机票的代理分销收入，不属于旅行社专营的旅行社业务，上海易飞、北京美亚无需取得旅行社业务经营许可。

（二）商旅科技、美亚会奖是否经营出境旅游业务，是否存在重大违法情形

报告期内，商旅科技主要作为商旅管理业务经营主体，同时根据客户需求少量承接航旅票务、会奖旅游业务；美亚会奖成立于 2022 年 8 月，拟作为会奖旅游业务经营主体，因设立时间较短，仅从 2023 年起少量开展会奖旅游业务。

如本问题回复之“二/（一）/1、发行人业务中属于旅行社业务的具体范围”部分所述，发行人从事业务中，涉及经营出境旅游业务的情形主要包括：①以组织出境游形式开展的奖励旅游服务；②出境、签证手续服务。因商旅科技不具备出境旅游业务资质，如商旅管理客户在业务开展过程中提出此类需求，其将委托美亚科技或其他具备资质的第三方提供服务。经核查发行人提供的商旅管理业务服务合同模板及与主要客户签订的协议，其中已约定，如客户需要提供旅游出团服务、签证服务，应由美亚科技提供相关服务；因美亚会奖不具备出境旅游业务资质，如客户存在出境游形式的奖励旅游服务需求，将由美亚科技与客户签署合同并提供服务。

根据广州市黄埔区文化广电旅游局出具的证明及中介机构对前述主管部门的访谈，在上述业务模式下，出境旅游业务最终由具备资质的主体承接并提供服务，上述业务模式不违反旅游市场监管相关法律法规，不属于超出业务范围开展经营活动的情形。报告期内，商旅科技、会奖旅游不存在因违反有关旅游市场监管相关法律、法规而被立案调查或受到行政处罚的记录。

综上所述，报告期内，商旅科技、美亚会奖未经营出境旅游业务，其业务经营不存在重大违法情形。

（三）旅行社业务是否符合《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等法律法规的规定

根据广州市黄埔区文化广电旅游局分别于 2024 年 1 月 8 日、2024 年 7 月 24 日、2025 年 2 月 17 日及 2025 年 9 月 23 日出具的《证明》，报告期内，美亚科技、商旅科技及美亚会奖均不存在因违反有关旅游市场行政管理法律、法规而受到行政处罚的记录。

根据武汉市武昌区文化和旅游局于 2024 年 2 月 28 日出具的《证明》，2021 年至 2023 年期间，该局未收到涉及美亚科技武汉分公司的违规投诉，也未对该公司进行过行政处罚。

根据重庆市渝中区文化和旅游发展委员会于 2024 年 1 月 25 日出具的《证明》，2021 年至 2023 年期间，美亚科技重庆分公司未发生因侵害游客合法权益受到该委员会的行政处罚。

根据深圳市罗湖区文化广电旅游体育局分别于 2024 年 3 月 13 日、2024 年 11 月 13 日、2025 年 10 月 21 日出具的《证明》，2023 年 4 月 12 日至 2025 年 10 月 21 日，美亚科技深圳分公司无违反旅游市场相关法律法规而受到该局行政处罚的记录。

根据发行人及其分子公司的《无违法违规证明》（公共信用信息报告）《市场主体专用信用报告（有无违法违规信息查询版）》《经营主体专用信用报告（替代有无违法记录证明专用版）》，报告期内，发行人及其境内分子公司不存在因违反旅游市场管理相关法律法规而受到行政处罚的情形。

根据上述主管机关出具的证明文件，并经中介机构访谈广州市黄埔区文化广电旅游局，并登录文化和旅游部网站及发行人分子公司所在地文旅主管部门网站核查，报告期内，发行人及其分子公司不存在因违反《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等旅游市场管理相关法律法规而被主管部门立案调查或受到行政处罚的情形。

综上所述，报告期内，发行人未因旅行社业务违反旅游市场管理相关法律法规而被主管部门立案调查或受到行政处罚的情形，发行人从事旅行社业务在所有重大方面符合《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等旅游市场管

理相关法律法规的规定。

三、说明前述各项个人信息保护瑕疵事项的整改规范情况，是否全部整改完毕，如否，是否存在重大违法情形；说明发行人向境外提供的个人信息是否存在重要数据情形，发行人可豁免申报数据出境安全评估的依据是否充分，是否可一并豁免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证等义务

（一）说明前述各项个人信息保护瑕疵事项的整改规范情况，是否全部整改完毕，如否，是否存在重大违法情形

报告期内，发行人在线渠道已根据法律法规的规定，制定并公示相应的个人信息保护条款或隐私政策，经核查，相关协议的内容符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定。报告期内，由于个别旅行社、中小票务代理商等客户系以线下形式签署合同且仅通过非在线渠道进行服务采购，发行人与该等客户之间曾存在未按照《个人信息保护法》的规定单独签署相关个人信息保护条款或隐私协议，未就该等业务模式下，受托处理个人信息事宜的权利义务分配作出书面约定的规范性的瑕疵。截至本回复出具之日，发行人已根据实际业务情况针对不同客户采取如下其中一种或多种方式对上述瑕疵予以整改：

1、与线下采购产品或服务的客户另行签署受托处理个人信息相关协议，经核查，协议内容符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定；2、业务人员与客户通过电子邮件方式，对《个人信息授权处理政策》进行确认，经核查，相关政策的内容符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定；3、在订单确认后以短信等通讯方式向最终用户发送包含个人信息收集、处理相关权利义务约定、信息跨境提供确认函、隐私政策等内容的在线链接，以便服务对象能够进行确认。经核查，相关文件的内容符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定。

发行人及其分子公司已针对线下渠道采购业务模式下个人信息保护事项制定规范的业务流程和要求，并承诺在未来业务开展过程中，持续执行规范流程，发行人在上述线下渠道涉及的个人信息保护事项的重大方面已完成整改规范。

针对个人信息跨境提供确认程序的瑕疵，报告期内，发行人已在其隐私政策中就其因提供服务的必要性而可能需向境外主体提供用户个人信息向用户进行说明，但未按照《个人信息保护法》的规定就该等事宜设置单独同意程序。为就

前述事项进行进一步规范，发行人已就用户个人信息出境事宜制定专门的《个人信息跨境传输确认函》，并在网站、APP 等互联网载体中予以公示，客户及终端用户可以点击在线版本查阅，且需对该确认函进行勾选确认方可正常登录并接受发行人通过其互联网载体提供的产品或服务，经核查，确认函的内容符合《个人信息保护法》等相关法律法规的规定。

截至本回复出具之日，就发行人业务涉及的数据出境安全评估事宜，具体参见“问询函第 3 题 /三/（二）说明发行人向境外提供的个人信息是否存在重要数据情形，发行人可豁免申报数据出境安全评估的依据是否充分，是否可一并豁免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证等义务”部分。

根据广州市互联网信息办公室于 2024 年 2 月 26 日、2024 年 7 月 26 日、2025 年 2 月 8 日及 2025 年 10 月 9 日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》，自 2021 年 1 月 1 日至该函件出具日，发行人及相关子公司在个人信息保护、网络安全、数据安全、数据出境方面不存在受到该办行政处罚的情况。

根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚没有违反关于保护个人信息安全的中国香港法律。该公司在个人信息的收集、存储、使用、加工、传输、提供、公开、删除等方面均符合《私隐条例》的规定，该公司在数据安全保护及数据安全体系建设等方面均符合《私隐条例》的规定，中国香港法律对数据跨境传输没有限制，该公司在业务开展过程中的数据跨境行为，没有违反《私隐条例》的规定。香港美亚没有违反个人信息保护的情况，不存在网络安全、数据安全的风险以及不存在受相关部门检控、或遭其客户提起诉讼的风险。香港美亚不存在因个人信息保护、网络安全、数据安全等原因而承受重大侵权之债。

根据《迪拜美亚法律意见书》，迪拜美亚及其业务运营符合阿联酋所有适用法律和政府批准的规定，包括但不限于个人信息保护和数据安全、外汇管制和海关监管方面。迪拜美亚不存在因在中华人民共和国境外从事数据处理及个人信息处理活动，违反中华人民共和国相关法律法规，受到中国政府行政处罚、调查的情形。截至 2025 年 6 月 30 日，迪拜美亚未因隐私/数据保护或其他任何原因受到处罚或涉及侵权责任。

同时，针对报告期内的瑕疵情形，发行人实际控制人出具了《关于公司个人信息保护、数据安全合规的承诺函》，承诺：“若公司及其下属公司因报告期内存在的个人信息保护、数据安全、数据出境安全监管方面的瑕疵（如有）而受到任何处罚、产生任何损失的，本人承诺对公司及其下属公司因此产生的损失予以全额补偿，并保证承担该等费用后不会向公司行使追索权”。

综上所述，截至本回复出具之日，发行人就线下采购模式的客户未签署相关个人信息保护条款或隐私协议的瑕疵情形制定了规范的业务流程进行整改并承诺在未来业务开展过程中持续执行规范流程，发行人已就上述瑕疵的所有重大方面完成整改规范，报告期内发行人不存在因个人信息保护事项瑕疵而受到行政处罚的重大违法情形。

（二）说明发行人向境外提供的个人信息是否存在重要数据情形，发行人可豁免申报数据出境安全评估的依据是否充分，是否可一并豁免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证等义务

1、发行人向境外提供的个人信息不存在重要数据情形

根据《促进和规范数据跨境流动规定》（以下简称“《规定》”）《数据出境安全评估办法》等法律法规、规范性文件及国家标准，重要数据，是指一旦遭到篡改、破坏、泄露或者非法获取、非法利用等，可能危害国家安全、经济运行、社会稳定、公共健康和安全等的的数据，仅影响组织自身或公民个体的数据一般不作为重要数据。根据《数据安全法》的规定，各地区、各部门应当按照数据分类分级保护制度，确定本地区、本部门以及相关行业、领域的重要数据具体目录，对列入目录的数据进行重点保护。根据《规定》，数据处理者应当按照相关规定识别、申报重要数据。未被相关部门、地区告知或者公开发布为重要数据的，数据处理者不需要作为重要数据申报数据出境安全评估。

根据采购产品或服务的不同，发行人向境外提供的个人信息可能包括出行人的姓名、性别、护照号、护照有效期、银行卡号等。根据上述规定，发行人向境外提供的该等个人信息作为仅影响组织自身或公民个体的数据，一般不作为重要数据。此外，重要数据的认定需要“相关部门、地区告知”或者“公开发布”，经中介机构登录发行人所在地人民政府及文旅局、民用航空中南地区管理局等行

业主管部门网站核查，发行人向境外提供的个人信息不存在被相关部门、地区列入重要数据目录的情况。截至本回复出具之日，发行人也不存在被相关部门、地区告知所处理的数据属于重要数据的情况，因此，发行人向境外提供的个人信息不存在重要数据情形。

2、根据《规定》发行人可豁免申报数据出境安全评估、订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证义务

发行人报告期内的主营业务为向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。发行人作为服务提供主体，根据客户出行要求，向客户提供机票、酒店、火车票等产品的代订等服务。就客户的境外出行需求，若客户采购的产品或服务由发行人通过国际航协 BSP 系统采购，则由国际航协承担相关数据出境义务，发行人不涉及向境外主体提供境内个人信息，不构成数据出境情形；若客户采购的产品或服务由发行人向境外航司、酒店等境外供应商直接采购或需要通过 Sabre 分销系统采购 BSP 国际机票等，则发行人因提供产品或服务的需要而需向境外接收方提供个人信息以促成有出行需求的个人与产品或服务提供商之间订立、履行相关服务合同，构成数据出境情形。

根据《规定》第五条的规定，“数据处理者向境外提供个人信息，符合下列条件之一的，免于申报数据出境安全评估、订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证：（一）为订立、履行个人作为一方当事人的合同，如跨境购物、跨境寄递、跨境汇款、跨境支付、跨境开户、机票酒店预订、签证办理、考试服务等，确需向境外提供个人信息的……前款所称向境外提供的个人信息，不包括重要数据。”根据前述规定并经发行人律师向国家网信办公示的数据出境咨询电话进行的咨询，发行人业务中涉及的数据出境情形属于《规定》规定的可豁免申报数据出境安全评估、订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证的情形。

根据《规定》第二条的规定，“数据处理者应当按照相关规定识别、申报重要数据。未被相关部门、地区告知或者公开发布为重要数据的，数据处理者不需要作为重要数据申报数据出境安全评估。”如前文所述，根据《规定》《数据出境安全评估办法》等法律法规、规范性文件及国家标准，发行人因业务开展之必要而向境外提供的个人信息不属于重要数据，无需作为重要数据申报数据出境安

全评估、订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证。

此外，根据《规定》第十三条，“《数据出境安全评估办法》《个人信息出境标准合同办法》等相关规定与《规定》不一致的，适用《规定》。”因此，《规定》作为新法，已明确了数据出境安全评估的申报标准，相关事宜均以《规定》的内容为准。根据《〈促进和规范数据跨境流动规定〉答记者问》，“《规定》施行前已经申报数据出境安全评估、提交个人信息出境标准合同备案，根据《规定》无需开展上述程序的，数据处理者可以按照原程序进行，也可以向所在地省级网信部门撤回申报、备案。”由此可知，主管部门对于按照原《数据出境安全评估办法》《个人信息出境标准合同办法》等规定需要申报数据安全评估、订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证的，若属于新规下豁免情形的，已不再要求对《规定》生效前的数据出境行为履行出境安全评估申报、标准合同备案或个人信息保护认证。

根据广州市互联网信息办公室于 2024 年 2 月 26 日、2024 年 7 月 26 日、2025 年 2 月 8 日及 2025 年 10 月 9 日出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》，自 2021 年 1 月 1 日至该函件出具日，发行人及相关子公司在个人信息保护、网络安全、数据安全、数据出境方面不存在受到该办行政处罚的情况。

综上所述，根据《规定》等现行法律法规、规范性文件的规定，发行人向境外提供的个人信息不存在重要数据情形，发行人业务开展过程中所涉及的个人信息出境情形可豁免申报数据出境安全评估的核查依据充分，根据相关规定，发行人相关业务属于可一并豁免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证义务的情形。

四、说明发行人代理业务费用收取是否符合《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》《关于改进民航票务服务工作的通知》等法规政策规定；发行人在与BSP系统结算等业务开展过程中是否涉及资金出境，是否符合外汇管理相关规定

（一）发行人的代理业务费用收取情况

针对国内航空客运代理人的代理业务收费情况，民航总局于 2016 年 2 月 4

日发布《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》（民航发[2016]6 号）规定，销售代理企业不得向旅客额外加收客票价格以外的任何服务费，不得通过恶意篡改航空运输企业按规定公布的客票价格及适用条件、捆绑销售等违规手段，侵害消费者和航空运输企业权益。中国航空运输协会亦于 2016 年 4 月 1 日发布《关于改变国内航空旅客运输销售代理手续费支付办法的实施意见》明确，航空公司委托销售代理企业销售客票，要按照平等自愿、规范透明和委托付费的原则，通过双方协议明确代理费支付数额和方法，合理商定代理手续费定额。客运销售代理手续费支付标准由原来按销售额比例支付改为按每张客票定额支付。销售代理企业要严格遵守航空公司的业务规定，自觉规范代理行为，不得向旅客额外加收客票价格以外的任何费用。

民航总局于 2018 年 7 月 16 日发布《民航局关于改进民航票务服务工作的通知》（局发明电〔2018〕1952 号）对机票退票、改期和签转服务进行了规定，要求航空公司完善退改签收费制度并改进服务，严格执行明码标价规定，公布实际执行的国内航线旅客运价种类、水平及包括退改签收费标准在内的适用条件。要求 OTA 平台、销售代理企业要严格执行航空公司退改签收费标准。要求中航协要重点加强对网络销售平台的监管，对违反退改签收费标准的 OTA 平台、销售代理企业要依规进行严肃处理。根据该规定，中航协作为行业自律监管部门于 2018 年 7 月 20 日发布《关于重申民航票务服务工作的通知》，要求各网络机票平台、各销售代理企业在票务服务中要认真执行航空公司机票价格特别是退改签条件，确保机票产品的一致性。不得擅自更改航空公司的退改签收费标准，严禁在退改签收费标准之外向旅客加收额外费用。

发行人在机票代理环节，作为航空客运代理人收取的航司支付的代理费用包括基础佣金及后返佣金，其中基础佣金为航司在出票环节向代理人提供的佣金。机票代理人定期与航司约定代理销售目标，在机票代理人达成目标后由航司给予约定比例/金额的后返佣金。后返佣金政策由航空公司办事处、营业部等分支机构结合其自身市场拓展规划等因素，并与代理人各 Office 号分别协商确定，具体完成情况和后返佣金计付金额由航司总部相关部门进行计算和确认。发行人收取的上述代理费用按照航司制定的佣金标准执行，符合《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》的规定。

发行人航旅票务业务的主要客户群体为旅行社、票务代理等旅业同行客户，销售产品以国际航司承运的国际航线机票为主，发行人向客户开展机票 B2B 分销，以供其满足终端客户的航旅出行票务需求。发行人商旅管理业务的主要客户群体为大中型企事业单位客户，发行人为其提供数字化、精益化的商旅管理服务和咨询解决方案，满足其一站式商旅产品资源采购需求，支持其对商旅管理全流程进行数字化部署。发行人会奖旅游业务主要是在发行人的商旅及航旅客户的现有合作基础上，新增合作内容，主要客户为企事业单位客户及旅业同行，发行人为客户提供定制化、专业化的会奖旅游服务及旅游产品。综上，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单位客户，为个人旅客出行提供直接销售的情况仅零星发生。发行人除提供机票产品外，还存在酒店、签证、保险等其他商旅服务产品，除会奖旅游业务板块销售的旅游产品（如机酒产品、奖励旅游定制服务）外，其他情况下具体采购的产品类型均系客户自行选择决定采购，发行人不存在通过恶意篡改航空运输企业按规定公布的客票价格及适用条件、捆绑销售等违规手段，侵害消费者和航空运输企业权益的情形。

发行人的航旅业务主要客户群体为旅业同行、企事业单位而非个人旅客，业务模式以机票分销为主，因此需要为客户提供财务对账、客户服务支持、技术支持等服务；对于商旅客户还涉及提供商旅出行管理、接口对接服务、企业差旅报表和分析报告、结算服务等全方位的商旅资源及服务，在会奖旅游业务模式下，公司的服务内容包括活动策划组织、住宿、餐饮、交通、会务等综合服务，并垫付相关费用。该等业务模式下，公司向企事业单位客户收取的服务费系基于公司提供的综合服务的对价，根据合同约定的不同，虽然部分服务费的收取标准与机票的航段及出行人次等标准挂钩，或在发生机票退改签的情况下，向部分客户收取服务费的情形，但并非《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》及《关于重申民航票务服务工作的通知》所提及的向旅客额外收取服务费的情形。

根据对行业主管部门的访谈并通过中国航协信息公示平台查询，发行人不存在因违反相关规定收到行业主管部门处罚或计入信用记录的情况。

2024 年 3 月，公司的子公司上海易飞向中国国航申请开展航空网络平台销售业务。获得国航授权后，上海易飞开始开展向 OTA 平台销售国航承运的国内

机票的业务。上海易飞在上述渠道销售的国内机票系通过中国国航官方平台进行采购，机票采购时供应商已制定票面价格、退改签政策、私有运价（如有）及对应的代理费定价（如有）。发行人在向 OTA 平台销售机票时，不存在航司规定的票面价格外额外加价销售的情形，同时所销售的机票亦执行航司发布的退改签政策，该等业务模式未违反《关于改变国内航空旅客运输销售代理手续费支付办法的实施意见》《关于重申民航票务服务工作的通知》的规定，不存在通过恶意篡改航空运输企业按规定公布的客票价格及适用条件、捆绑销售等违规手段，侵害消费者和航空运输企业权益的情形。

综上所述，发行人作为销售代理人，在进行航空客票销售时的代理业务收费未违反《关于改变国内航空旅客运输销售代理手续费支付办法的实施意见》《关于重申民航票务服务工作的通知》的规定。

（二）发行人在与 BSP 系统结算等业务开展过程中是否涉及资金出境，是否符合外汇管理相关规定

BSP 系统结算业务场景下，主要分为 BSP 结算、BOP 结算（即 BSP online Payment，中国 BSP 在线支付平台）及 UATP 第三方结算。BSP 机票采购的过程中，发行人在中航鑫港授予的额度范围内进行机票出票，并根据 BSP 账单的记载金额，在账单指定的付款日前，将账单所载明的应付款金额存入指定账户。发行人或其境内分子公司将应付款项存入指定账户后，授权国际航协通过直接借记方式，从发行人及其境内分子公司在中国银行开立的借记账户中主动划扣相应的结算款，并支付至国际航空运输协会（加拿大）北京办事处在中国银行开立的人民币账户中。在 BOP 结算模式下，发行人通过德付通开立充值账户，发行人可以人民币向充值账户进行预充值，并通过该账户资金在进行机票采购时，直接进行在线支付和结算。UATP 付款模式下，运营商根据合作客户的资信情况和发行人信用记录，给予合作客户一定额度的授信。当客户使用 UATP 卡结算时，UATP 运营商直接把机票款结算给航司，同时把服务费结算给发行人。标准模式下，客户后续按约定结算周期自行还款给 UATP 运营商，非标准模式下，若根据发行人与客户的约定，UATP 票款亦需要由发行人进行垫付的，则在结算日前，发行人需要向 UATP 运营商进行支付，客户按照与发行人约定的账期，与发行人进行结算。

BSP 系统机票涉及的上述结算业务开展过程中，发行人及其境内分子公司均

为以人民币在中国境内完成付款和结算，不涉及资金出境的情况。

在通过境外 BSP 机票分销系统 Sabre 进行机票采购时，由香港美亚直接进行机票采购，不涉及境内主体通过境内资金出境的方式通过 Sabre 系统进行采购的情况。美亚科技与香港美亚签署了《产品类供应商合作合同》，美亚科技向香港美亚采购机票时，均通过有外汇业务办理资质的银行办理购汇手续后，向香港美亚支付相应的采购款，符合外汇管理的有关规定。

报告期内发行人不存在因违反外汇管理相关法律法规的规定而受到行政处罚的情形。

五、说明发行人报告期内在各细分业务及销售模式下的客户开拓过程、获取方式、金额及占比，报告期内销售活动开展情况、获客成本、销售人员分工及合理性；礼品采购的金额、单价、派送对象，与同行业是否存在明显差异，是否存在招投标程序不合规、商业贿赂、不正当竞争等情形

（一）细分业务及销售模式下的客户开拓过程、获取方式、金额及占比

报告期内，发行人主要通过销售人员主动拜访接洽、自主举办会务会展活动、参与行业活动等方式开拓客户资源，具体形式如下：

拓展方式	具体形式
主动拜访接洽	发行人销售人员通过行业咨询、互联网等渠道获取潜在客户信息，并通过电话、电子邮件、上门拜访等途径向客户进行推介，获取业务机会
自主举办会务会展活动	发行人自主策划举办商旅节、航旅节等行业活动及峰会，发布商旅白皮书，不定期举办行业沙龙，邀请合作伙伴及潜在合作方参加，积累品牌影响力，获取业务机会
参与行业活动	发行人积极参与文旅部门、行业协会、旅业同行及行业上下游举办的各类行业会议、展会、论坛、沙龙等活动，展示自身服务能力，结识各类下游潜在客户，获取业务机会
获取招投标信息	发行人销售人员通过大型采购网站、招投标网站主动收集招投标信息并参与投标，获取业务机会
老客户推荐	发行人在泛商旅出行服务领域深耕行业多年，积累了丰富的客户群体和行业合作伙伴，基于发行人的服务质量、行业口碑、品牌形象等，带动现有客户及合作伙伴向第三方的推荐及介绍
客户主动邀约	发行人凭借多年的行业积累，以及良好的品牌形象、行业口碑，吸引新客户主动联系并建立合作关系
行业杂志	发行人与行业专业杂志等进行合作，通过报导广告等宣传公司形象，扩大行业影响力，吸引客户合作
线上宣传推广	发行人通过自身官方网站、公众号、小红书等新媒体渠道及知名行业媒体进行宣传推广，积累品牌效应、拓展新客户

发行人在不同细分业务及销售模式下的主要目标客户类型存在不同，基于客户类型特点，发行人采取不同的业务开拓模式并获取客户。

报告期内，发行人细分业务及销售模式下业务开拓过程、获取方式及对应收入金额与占比如下：

单位：万元、%

业务类别	销售模式	主要客户群体	客户开拓过程	获取方式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
					营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
航旅票务业务	间接销售	旅行社、中小票务代理等旅行同业	同行客户对于行业资讯及行业会展活动的了解度、参与度较高，发行人主要通过参与行业活动、行业杂志推广、主动拜访接洽等方式开拓客户，基于发行人的行业口碑及影响力，亦有同行客户因老客户推荐或主动进行合作。发行人与潜在客户建立初步联系，并向其详细介绍发行人的航旅业务方式，一旦双方确定了初步的合作意向，双方将进入商务合同谈判阶段，就合作方式、服务细节、服务费用等关键条款达成一致后，正式建立合作关系。此外，航旅票务业务也存在少量招投标获取业务的情形	主要通过商务谈判方式获取业务	-2,514.56	-13.92	-4,002.98	-10.05	-532.56	-1.52	21,357.49	46.87
				个别通过招投标获取业务	0.00	0.00	3.89	0.01	8.32	0.02	0.00	0.00
	直接销售	中小企业	此类客户的商旅服务需求规模有限或仅有偶发性航旅票务采购	主要通过商务谈判方	232.16	1.28	639.00	1.60	1,250.00	3.56	6,203.55	13.62

业务类别	销售模式	主要客户群体	客户开拓过程	获取方式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
					营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
			需求，发行人凭借多年行业深耕形成的影响力，主要通过老客户推荐开展业务或由对方主动合作，在其他客户开拓活动过程中，亦会为发行人带来此类客户合作机会，其商务谈判流程可能更为简洁。此外，也存在个别客户业务系通过招投标形式获取	式获取业务								
				少数通过招投标获取业务	0.00	0.00	34.85	0.09	188.99	0.54	426.91	0.94
	后返佣金	航司	发行人后返佣金收入主要来自航司，发行人申请并取得各航司的客票代理销售授权，通过商务谈判争取优质的电子客票资源，包括争取有利的后返佣金政策，并根据相应政策规则取得后返佣金收入	通过商务谈判确定	7,642.64	42.30	14,821.36	37.20	9,751.59	27.81	1,844.76	4.05
商旅管理业务	直接销售	大中型企事业单位	发行人通过销售人员主动拜访接洽大中型企事业单位、自主策划举办面向商旅行业上下游的会务活动或参与相关行业活动积极获	根据客户的采购政策，通过商务谈判等获取	5,086.45	28.15	9,888.24	24.82	9,378.97	26.75	8,240.43	18.09

业务类别	销售模式	主要客户群体	客户开拓过程	获取方式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
					营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
			取客户信息、开拓业务，并向其详细介绍发行人的商旅管理业务和综合优势；对于以招投标形式选取商旅供应商的，销售人员在收集到招标信息后根据客户内部制度和招标流程参与商旅服务商采购项目投标，中标后签署合同并建立合作关系，依据客户商旅管理服务要求履行服务获取客户订单	业务								
				根据客户的采购政策，通过招投标获取业务	2,694.63	14.91	6,705.52	16.83	6,539.28	18.65	3,936.22	8.64
	后返佣金	航司	发行人后返佣金收入主要来自航司，发行人申请并取得各航司的客票代理销售授权，通过商务谈判争取优质的电子客票资源，包括争取有利的后返佣金政策，并根据相应政策规则取得后返佣金收入	通过商务谈判确定	600.35	3.32	847.96	2.13	505.99	1.44	96.07	0.21
会奖旅游业务	直接销售	企事业单位客户	整体业务规模较小，且目标客户群体与商	商务谈判等	2,708.31	14.99	7,382.76	18.53	3,625.57	10.34	945.80	2.08

业务类别	销售模式	主要客户群体	客户开拓过程	获取方式	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
					营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
			旅业务、航旅业务客户群体高度重合，现阶段主要依托其他业务板块的存量客户进行开拓转行，满足客户的衍生业务需求。	招投标	659.16	3.65	1,198.37	3.01	3,152.49	8.99	2,465.02	5.41
	间接销售	旅业同行	发行人一般通过商务谈判、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	商务谈判等	930.24	5.15	2,320.09	5.82	1,174.01	3.35	46.72	0.10
				招投标	18.58	0.10	—	—	—	—	—	—
	后返佣金	酒店	发行人后返佣金收入主要来自酒店，发行人通过商务谈判争取优质的酒店资源，包括与酒店产品的供应商等争取有利的后返佣金政策，并根据相应政策规则取得后返佣金收入	通过商务谈判确定	11.44	0.06	3.09	0.01	23.12	0.07	0.00	0.00

注：发行人航旅票务业务的盈利模式主要为赚取航司给予的后返佣金，因此发行人也主要采取向客户让渡部分基础佣金/后返佣金以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策，因此，上表中航旅票务业务间接销售收入存在为负数的情形。

（二）报告期内销售活动开展情况、获客成本、销售人员分工及合理性

1、报告期内销售活动开展情况

从销售活动方式来看，发行人主要通过举办或参与行业会议、展会、论坛、沙龙等行业活动，主动拜访接洽新老客户，线上联络客户，行业杂志推广及互联网线上推广宣传等方式实现新客户拓展及老客户维护。报告期内，受公共卫生事件影响，2022年度，发行人的销售活动的开展以线上联络和接洽拜访新老客户、互联网线上推广宣传等日常性销售活动为主；此外，发行人参与了首届粤港澳服务贸易展览会线上展览活动，以线上线下联合形式自主举办了2022年航旅节等活动，但举办及参与大型行业活动的频次整体相对较少。2023年度，随着公共卫生事件缓解，民航出行场景受到的阶段性限制解除，除日常性销售活动的开展外，发行人还举办了航旅节、美亚航旅夏季产品交流会、冬季产品交流会等多项市场推广活动，参与了环球旅讯峰会、CATA航空大会、DMCC中国路演等多个行业活动，积累品牌影响力，扩大公司知名度。2024年度，随着行业态势向好发展，公司积极举办了多项市场推广活动，主要包括826航旅节峰会、美亚商旅峰会、多家航司产品分享会及沙龙、伙伴答谢宴、创新发展研讨会、国际SOS线上研讨会等，并且参与了COME旅游展、第二届CATA航空大会、2024企业商旅与费控专题展览会等多个行业活动，销售活动开展更为活跃。2025年1-6月，发行人第六届美亚商旅节如期开展，在全国多地组织开展了多项航司沙龙、产品分享会及同业推介会等活动，有效提升了市场参与度与行业互动，此外，作为全国首批“白屏”系统推广的五家试点单位之一，发行人携手中航信开展“白屏”系统专题直播与专项培训，持续强化市场推广力度，进一步扩大品牌影响力与行业认可度。

2、获客成本情况

发行人主要面向企业用户提供泛商旅出行服务，在客户开拓的过程中以线下扩展方式为主，且发行人举办的展会、沙龙等多种销售活动同时面向新老客户进行，未就新客拓展活动单独进行区分。因此，发行人无法准确统计单一客户的获客成本。

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	客户名称	获取形式
2025年1-6月	北京正楷航空服务有限公司	主动拜访接洽
	北京一路同行商务服务有限公司	老客户推荐
	北京阿思丹国际旅行社有限公司	老客户推荐
	山东雅森国际旅行社有限公司	主动拜访接洽
	广州知日雨文商务服务有限公司	老客户推荐
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
	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

注：上述数据同一控制下金额合并计算，因同一集团存在较多合并主体，部分展示如下：
（1）滴滴集团及其下属企业包括北京滴滴无限科技发展有限公司、北京小桔国际旅行社有限公司等；
（2）富士康集团及其下属企业包括富泰华工业（深圳）有限公司等等。

报告期内，发行人销售额前五的新增客户主要是通过客户主动邀约、老客户推荐或发行人参与招投标获得的，获客成本较低。

3、发行人销售人员的数量及分工

报告期各期末，发行人销售人员数量分别为 149 人、151 人、158 人及 160 人，发行人建立了成熟的销售体系，销售队伍稳定。

发行人销售人员分别隶属于美亚商旅、美亚航旅及美亚旅行等业务部门，从事相应业务部门的销售工作，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
	2025.06	2024.12	2023.12	2022.12	
美亚航旅	29	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
	49	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
	18	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	16	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
	20	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
	10	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	18	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

发行人销售人员隶属于不同业务部门，负责对应业务的新客户开发及存量客户维护，不同部门销售人员人数与该业务板块规模具备一致性，其中航旅票务板块的销售人员数量相对较多，与该业务板块客户数量多的业务特征相匹配。报告期内，发行人销售人员整体稳定，随着发行人业务规模扩大、客户数量上升及公共卫生事件缓解后销售活动增加，销售人员人数略有增加。因此，发行人销售人员的数量及分工具备合理性。

（三）礼品采购的金额、单价、派送对象，与同行业是否存在明显差异

1、礼品采购的金额、单价及派送对象

报告期内，发行人礼品采购主要包括两部分，一部分是发行人的企业吉祥物公仔、纪念模型、保温杯、笔记本、笔记本电脑内胆包等印有发行人 LOGO 的小型纪念品，主要用于在业务招待活动、参与行业展会等销售活动中赠送给合作伙伴、客户及参会人员，或作为员工福利发放给发行人员工；另一部分是在中秋、端午及春节等重要传统节日时采购的节日礼盒，主要派送给合作伙伴及客户。

2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月，发行人礼品采购的金额分别为 58.15 万元、92.48 万元、130.92 万元及 83.86 万元。发行人礼品采购的单价及数量如下：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	单价 (元)	数量 (个)	单价 (元)	数量 (个)	单价 (元)	数量 (个)	单价 (元)	数量 (个)
定制保温杯	32.00	400	74.01	339	61.91	187	61.91	438
	95.00	200	-	-	-	-	-	-
定制口罩	-	-	-	-	0.65	3,000	0.65	3,300
	-	-	-	-	0.75	1,550	0.75	4,150
公仔/模型 (注1)	57.56	1,400	53.90	687	80.26	99	21.26	1669
台历	-	-	15.00	6,850	12.00	6,400	-	-
其他一 (注2)	4.22	5,800	4.85	4,364	7.19	2,870	2.66	3,230
其他二 (注3)	31.14	2,650	21.60	2,913	27.64	863	11.81	282
行李箱	257.00	48	192.86	448	-	-	-	-
	300.00	50	-	-	-	-	-	-
春茗伴手礼	-	-	-	-	68.00	140	-	-
春节礼盒	156.00	2,103	145.00	1,711	140.27	1,230	98.00	68
端午节礼盒	139.00	1,897	118.00	1,609	100.00	1,688	88.00	1,645
中秋礼盒	-	-	138.00	3,883	145.00	2,966	128.00	2,737
合计	—	14,548	—	22,468	—	20,993	—	17,519

注 1：主要包括公司形象抱枕、公司形象公仔、飞机模型等产品，单价在 13 元至 205.91

元之间，表格中取前述礼品的加权平均价格。

注 2：主要包括定制红包、定制信封、定制纸袋、春联、定制徽章、签字笔、行李牌等，单价在 0.52 元至 11 元之间不等，表格中取前述礼品的加权平均价格。

注 3：主要包括笔记本电脑内胆包、旅行收纳袋、商务笔记本、数据线、护照包、**转换插头、手机支架、U 型枕**等，单价在 10.99 元至 42.00 元之间不等，表格中取前述礼品的加权平均价格。

根据上表，2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月，随着公司销售活动开展更为活跃，礼品采购费用也呈现增长。2022 年度，受公共卫生事件影响，公司以日常性销售活动开展为主，节日礼盒采购少，礼品采购费用较低；2023 年度，随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，公司的销售活动增加，礼品采购费用随之上升；2024 年度及 2025 年 1-6 月，公司自主举办及参与的市场推广活动更为丰富，客情维护等日常销售活动频次亦有所上升，随着销售活动进一步活跃，礼品采购费用相应增长。

2、同行业相比是否存在明显差异

发行人同行业可比上市公司均未单独披露其礼品采购情况，发行人的礼品采购费用计入业务招待费，报告期各期，发行人与同行业可比公司业务招待费占营业收入比例及业务招待费占销售费用及管理费用的比例情况如下：

项目	公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
业务招待费/营业收入	岭南控股	-（注 3）	0.03%	0.03%	0.06%
	众信旅游	0.24%	0.16%	0.14%	0.35%
	腾轩旅游	0.30%	0.42%	0.34%	0.59%
	易飞国际（注1）	0.77%	0.62%	0.79%	0.32%
	美亚科技	0.55%	1.68%	1.43%	0.82%
	美亚科技（注2）	0.02%	0.05%	0.05%	0.08%
业务招待费/销售费用及管理费用	岭南控股	-（注 3）	0.22%	0.19%	0.15%
	众信旅游	2.12%	1.51%	1.24%	0.68%
	腾轩旅游	3.71%	5.72%	5.00%	4.71%
	易飞国际	2.87%	2.04%	2.61%	1.23%

项目	公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
	美亚科技	2.57%	8.41%	6.25%	5.80%

数据来源：同行业可比公司年度报告，其中众信旅游的业务招待费数据为其年报中披露的业务费。

注 1：易飞国际 2022 年度、2023 年度、2024 年度及 2025 年 1-6 月业务招待费金额波动较大，分别为 6.40 万元、22.96 万元、19.98 万元及 16.37 万元；

注 2：本行数据为发行人业务招待费占销售金额的比例；

注 3：岭南控股未披露 2025 年 1-6 月业务招待费情况。

根据上表，就业务招待费占营业收入的比例而言，与岭南控股、众信旅游及腾轩旅游相比，发行人的业务招待费占营业收入比例较高，主要受收入确认方式影响，众信旅游及腾轩旅游主要以全额法确认收入，发行人主要以净额法确认收入，将发行人的营业收入还原为销售金额后，业务招待费占销售金额的比例与前述同行业公司相较不存在较大差异；与易飞国际相比，发行人各年度的业务招待费占比差异相对更大，主要原因是易飞国际业务规模较小，且易飞国际各年度业务招待费波动较大。

就业务招待费占销售费用及管理费用的比例而言，与岭南控股、众信旅游相比，发行人的业务招待费占比较高，主要是因为商业模式差异，发行人主要面向企事业单位类客户提供泛商旅出行服务，众信旅游、岭南控股更多是面向消费者提供旅游出行业务的批发和零售，因此发行人在销售活动中业务招待需求更多，众信旅游、岭南控股则将更多费用用于广告宣传、促销；腾轩旅游的业务模式与发行人相近，其业务招待费占销售费用及管理费用与发行人不存在显著差异；此外，发行人与易飞国际的业务招待费占比差异较大主要也是因为易飞国际自身各年度业务招待费波动较大。

（四）是否存在招投标程序不合规、商业贿赂、不正当竞争等情形

1、发行人不存在招投标程序不合规的情形

（1）发行人所从事业务不属于《中华人民共和国招标投标法》规定的应招投标类业务，发行人以谈判等形式获取业务合同不违反相关规定

《中华人民共和国招标投标法》（以下简称“《招标投标法》”）第三条规定，“在中华人民共和国境内进行下列建设工程项目包括项目的勘察、设计、施工、监理以及与工程建设有关的重要设备、材料等的采购，必须进行招标”。《中华人民共和国招标投标法实施条例》第二条规定，“招标投标法第三条所称工程

建设项目，是指工程以及与工程建设有关的货物、服务。前款所称工程，是指建设工程，包括建筑物和构筑物的新建、改建、扩建及其相关的装修、拆除、修缮等；所称与工程建设有关的货物，是指构成工程不可分割的组成部分，且为实现工程基本功能所必需的设备、材料等；所称与工程建设有关的服务，是指为完成工程所需的勘察、设计、监理等服务。”

发行人的主营业务系运用数字化手段，为客户提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的泛商旅出行服务，其中航旅票务业务主要面向旅行社、中小票务代理等旅业同行客户，通过美亚航旅网、航旅 APP、小美易订等在线服务客户端提供机票 B2B 分销和代订服务；商旅管理业务主要面向大中型企事业客户，提供包括系统集成对接定制化开发、商旅产品代理采购、应急保障服务、协议酒店托管、差旅分析咨询服务在内的一揽子商旅出行服务；会奖旅游业务主要为企事业客户提供会奖旅游服务，亦可面向旅业同行客户，基于其终端客户的需求提供会奖旅游服务。

因此，发行人的主营业务不属于《招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》规定的必须履行招投标程序的情形，发行人以商务谈判等形式获取业务合同不违反招投标法相关规定。

（2）发行人对政府采购单位的销售符合《中华人民共和国政府采购法》等相关规定

《中华人民共和国政府采购法》（以下简称“《政府采购法》”）第二条规定，“政府采购，是指各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为”；第二十六条规定，“政府采购采用以下方式：（一）公开招标；（二）邀请招标；（三）竞争性谈判；（四）单一来源采购；（五）询价；（六）国务院政府采购监督管理部门认定的其他采购方式。公开招标应作为政府采购的主要采购方式。”

《政府采购法》第二十七条规定，“采购人采购货物或者服务应当采用公开招标方式的，其具体数额标准，属于中央预算的政府采购项目，由国务院规定；属于地方预算的政府采购项目，由省、自治区、直辖市人民政府规定；因特殊情

况需要采用公开招标以外的采购方式的，应当在采购活动开始前获得设区的市、自治州以上人民政府采购监督管理部门的批准。”

《政府采购货物和服务招标投标管理办法（2017 修订）》第四条规定，“属于地方预算的政府采购项目，省、自治区、直辖市人民政府根据实际情况，可以确定分别适用于本行政区域省级、设区的市级、县级公开招标数额标准。”

《中央预算单位政府集中采购目录及标准（2020 年版）》规定，政府采购货物或服务项目，单项采购金额达到 200 万元以上的，必须采用公开招标方式。《地方预算单位政府集中采购目录及标准指引（2020 年版）》规定，“省级单位政府采购货物、服务项目分散采购限额标准不应低于 50 万元，市县级单位政府采购货物、服务项目分散采购限额标准不应低于 30 万元；政府采购货物、服务项目公开招标数额标准不应低于 200 万元。”

根据上述规定，各级国家机关、事业单位和团体组织，使用财政性资金采购集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的服务的，应当遵守《政府采购法》及相关法律法规规定。其中，中央预算的政府采购项目，单项采购金额达到 200 万元以上的，应当采用公开招标方式；地方预算的政府采购项目，由地方各级政府确定公开招标数额标准，且该数额标准不得低于 200 万元；对于未达公开招标数额标准的，可以采取公开招标、邀请招标、竞争性谈判、竞争性磋商或询价等方式采购。对于集中采购目录以外且采购金额未达采购限额标准的采购，则不属于《政府采购法》所规范的采购行为，可采用《政府采购法》规定的采购方式或其他方式。

经核查，报告期内，发行人涉及国家机关、事业单位和团体组织作为客户的项目销售金额均较小，其中销售金额达到 200 万元以上的项目均履行了必要的招投标程序，不存在应履行招投标而未履行的情形。

（3）发行人根据客户规定的采购流程取得业务合同，不存在招投标程序不合规的情形

报告期内，发行人细分业务及销售模式下，以招投标和商业谈判方式获取订单的收入金额及占比参见本问题回复之“五/（一）细分业务及销售模式下的客户开拓过程、获取方式、金额及占比”部分。

发行人依照客户确定或指定的采购方式获取业务合同，依照采购方发布或要

求的采购流程履行了相应程序。对于客户以招投标方式发起采购流程的，发行人根据客户的要求，组织相关人员参与相应的招投标项目，业务开展过程合法合规。

报告期内，发行人不存在与招投标相关的诉讼、仲裁等争议和纠纷，亦不存在因违反招投标相关法律法规而受到行政处罚的情形。

综上，报告期内，发行人的主营业务不属于《招标投标法》《政府采购法》规定的必须履行招投标程序的情形，发行人根据客户规定的采购流程取得业务合同，不存在招投标程序不合规的情形。

2、发行人获取业务合同过程中不存在商业贿赂、不正当竞争情形

发行人制定了《美亚集团成本费用管理办法》《美亚集团费用报销指导手册》等内部控制制度，对业务费用报销的标准、要求、审批权限等事宜进行了明确规定，且明确要求员工在经过审批后，按照预算和费用报销的标准实报实销，并需要提供相应的发票。发行人通过内部控制程序有效管理业务招待费费用支出，防范将报销的业务招待费用于商业贿赂的风险。除通过前述内部控制制度的有效执行防范将报销的业务招待费用于商业贿赂的风险之外，发行人与部分客户、供应商签订的业务合同中包含廉洁条款或廉洁协议书，约定双方不得发生商业贿赂等不正当利益输送行为，并设置了相应的责任追究机制。

报告期内，发行人及其分子公司不存在列入异常经营名录和严重违法失信企业名单的记录，不存在因商业贿赂或不正当竞争等违法违规情形被主管政府机关行政处罚或立案调查的情形，不存在被司法机关、裁判机关认定为商业贿赂或不正当竞争的情形，亦不存在因商业贿赂或其他不正当竞争受到法院判决或存在未决诉讼、仲裁的情形。

报告期内，发行人实际控制人、董监高不存在因商业贿赂或其他不正当竞争等违法违规行为受到行政处罚、被判决承担刑事责任、被立案调查或者发生重大诉讼、仲裁的情形。

综上所述，报告期内，发行人获取业务合同的过程中不存在商业贿赂、不正当竞争的情形。

六、说明未全员缴纳社保、公积金是否符合相关法律法规的规定，是否存在构成重大违法行为以及被处罚的风险；按照未缴纳社保公积金的原因补充披露对应的人数、占比，说明发行人可能补缴的金额以及对经营业绩产生的影响；补充披露前述诉讼进展情况，说明发行人是否存在劳动保障方面的违法违规情形，相关内控制度是否健全并有效执行

（一）说明未全员缴纳社保、公积金是否符合相关法律法规的规定，是否存在构成重大违法行为以及被处罚的风险

报告期内，发行人存在未为少量试用期员工及自愿放弃缴纳人员等缴纳社会保险、住房公积金的情形，不符合《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等相关法律法规的规定，存在被主管部门要求补缴的风险，若发行人被相关主管部门责令限期缴纳、缴存未缴之社会保险和住房公积金且发行人逾期仍不缴纳、缴存的，则存在受到行政处罚的风险。经核查，发行人已对此瑕疵情形予以逐步整改，截至 2025 年 6 月 30 日，发行人已不存在应缴未缴社会保险、住房公积金的情形。

根据《无违法违规证明》（公共信用信息报告）《市场主体专用信用报告》（有无违法违规信息查询版）《经营主体专用信用报告》（替代有无违法记录证明专用版）等，报告期内未发现发行人及其境内分子公司存在因违反社会保险、住房公积金法律、法规或者规章而受到行政处罚的情形。

根据境外律师出具的法律意见书，发行人境外子公司的劳动用工情况如下：

根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚已按照《强积金条例》，为其所有雇员安排以及缴付中国香港强制性公积金，报告期内，香港美亚不存在违反中国香港劳工法律的情况，不存在违法行为（包括但不限于工商、海关、外汇、税务、环保、劳动、产品质量事项），也没有任何政府部门针对该公司作出任何行政处罚或有关查询、调查或检控程序，因而也不存在受到中国香港有关监管部门处罚的风险（包括但不限于工商、海关、外汇、税务、环保、劳动、产品质量事项）。

根据《迪拜美亚法律意见书》，迪拜美亚已按法律要求为其雇员购买了有效的医疗健康保险，根据 2025 年 10 月 24 日所作的检索，截至 2025 年 9 月 30 日，未检索到迪拜美亚与劳动用工相关的起诉或调查。

综上，报告期内，发行人虽存在未为少量境内劳动用工人员缴纳社保及住房公积金的情形，存在被主管部门要求补缴的风险，但应缴未缴人数占比较低，且发行人已对此瑕疵情形予以逐步整改，截至报告期末，发行人不存在应缴未缴社会保险、住房公积金的情形。此外，报告期内发行人不存在因该等行为受到相关主管部门的行政处罚的重大违法行为。

（二）按照未缴纳社保公积金的原因补充披露对应的人数、占比，说明发行人可能补缴的金额以及对经营业绩产生的影响

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/四、关键资源要素/（四）员工情况/3、社会保障制度执行情况/（1）社会保险、住房公积金缴纳情况”中补充披露如下：

“未缴纳社保公积金的原因对应的人数、占比具体如下：

单位：人、%

项目	未缴纳原因	2025.06		2024.12		2023.12		2022.12	
		人数	占比	人数	占比	人数	占比	人数	占比
社会保险	当月汇缴日后新入职员工次月办理缴纳手续	5	0.63	3	0.38	7	0.96	0	0
	退休返聘、劳务人员或在校实习人员无需缴纳	24	3.01	20	2.53	21	2.88	8	1.26
	自愿放弃缴纳	0	0	0	0	0	0	1	0.16
	境外子公司员工	3	0.38	3	0.38	2	0.27	2	0.31
	第三方机构代缴	0	0	0	0	0	0	0	0
	合计	32	4.02	26	3.30	30	4.12	11	1.73
住房公积金	当月汇缴日后新入职员工次月办理缴纳手续	5	0.63	3	0.38	7	0.96	0	0
	退休返聘、劳务人员或在校实习人员	24	3.01	20	2.53	21	2.88	9	1.41
	自愿放弃缴纳	0	0	0	0	0	0	0	0
	试用期员工转为正式员工过渡期	0	0.50	0	0	0	0	0	0
	境外子公司员工	3	0.38	3	0.38	2	0.27	2	0.31
	第三方机构代缴	0	0	0	0	0	0	0	0
	合计	32	4.02	26	3.30	30	4.12	11	1.73

经测算，公司报告期内就上表相关员工应缴未缴社会保险及住房公积金的金额如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
应缴未缴社会保险金额（A）	-	-	0.46	0.15
应缴未缴住房公积金金额（B）	-	-	0.10	0.49
合计（C=A+B）	-	-	0.56	0.64
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（D）	3, 616. 61	7, 502. 48	6, 926. 02	2, 396. 17
应缴未缴金额占扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润比例（E=C/D）	-	-	0.01%	0.03%

注：社会保险与住房公积金应缴未缴测算范围包括报告期各期末试用期内未缴纳、第三方代缴人员及自愿放弃缴纳人员在报告期内的应缴未缴社保公积金总额；社会保险与住房公积金缴纳比例及基数参照缴纳所在地的规定。

根据公司报告期各期末的社会保险、住房公积金缴纳情况测算，公司应缴未缴社会保险费和住房公积金总额及其占各期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例均较低，且公司实际控制人已作出愿意无偿代公司承担相关费用支出或经济损失的承诺，不会对公司报告期内的经营业绩产生重大不利影响。”

（三）补充披露前述诉讼进展情况

发行人已在招股说明书之“第十节 其他重要事项/三、可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项/重大诉讼、仲裁事项的进展情况及对公司的影响”中补充披露如下：

“上表列示的第四条诉讼进展情况：伦焕忠、梁洁珍、伦雨祺、伦依渺诉美亚科技一案已于2024年10月22日在广州市黄埔区人民法院一审开庭，案号变更为（2024）粤0112民初20140号，根据庭审笔录，原告已确认本案案由变更为旅游合同纠纷。2025年6月23日，该案一审取得广东省广州市黄埔区人民法院作出的《民事判决书》（（2024）粤0112民初20140号），判决如下：1、被告于判决生效之日起向原告支付赔偿款346,755.30元；2、驳回原告的其他诉讼请求。一审

原告因不服一审判决提起上诉，2025年9月30日，广东省广州市中级人民法院二审判决驳回上诉，维持原判。”

（四）说明发行人是否存在劳动保障方面的违法违规情形，相关内控制度是否健全并有效执行

根据《无违法违规证明》（公共信用信息报告），2021年1月1日至2025年6月30日期间，未发现发行人在人力资源社会保障领域受到行政处罚的记录，未发现发行人在住房公积金领域因违反公积金相关法律法规而受到行政处罚的记录。2021年1月1日至2025年6月30日期间，发行人不存在违反劳动用工相关法律、法规、规范性文件的重大违法违规行为，不存在受到劳动用工方面的重大行政处罚的情形。发行人报告期内不存在因违反劳动保障方面的法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情况。

发行人具有独立、完整的人事管理体系，拥有完整独立的劳动、人事及工资管理制度；发行人已制定了完善的劳动人事管理制度和员工薪酬福利制度，涵盖发行人的人事管理、员工福利、工作行为规范、考勤制度、工资发放、奖惩条例、安全生产管理、保密制度等，该等制度条款完备，内容合法合规。

此外，针对发行人内部控制运行情况，根据广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《广东美亚旅游科技集团股份有限公司内部控制审计报告》（司农专字[2025]25006690067号），美亚科技于2025年6月30日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

综上所述，报告期内，发行人不存在因劳动保障方面的违法违规行为受到行政处罚的情形，发行人相关内控制度健全有效，内部控制不存在重大缺陷。

七、结合事业单位人员管理的有关法规政策规定，说明独立董事左志刚、李孔岳担任发行人独立董事的合法合规性（包括但不限于是否需经批准程序、能否兼职及领取报酬等）

（一）独立董事左志刚、李孔岳的任职兼职情况

截至本回复出具之日，发行人独立董事左志刚、李孔岳的任职兼职情况如下：

姓名	担任发行人职务	任职单位	担任职务
李孔岳	独立董事	广州白云国际机场股份有限公司	独立董事
左志刚	独立董事	广东外语外贸大学	教授
		深圳市鼎阳科技股份有限公司	独立董事

独立董事李孔岳报告期内曾任职的单位中山大学为教育部直属高校，截至本回复出具之日，其已不再在中山大学任职，独立董事左志刚的任职单位广东外语外贸大学为广东省属高校，根据机关赋码及事业单位登记管理平台查询，均属于事业单位。

（二）事业单位人员管理的相关法规政策规定

1、有关事业单位人员对外任职的相关规定

根据《事业单位工作人员处分暂行规定》第十八条，“有下列行为之一的，给予警告或者记过处分；情节较重的，给予降低岗位等级或者撤职处分；情节严重的，给予开除处分：……（六）违反国家规定，从事、参与营利性活动或者兼任职务领取报酬的。”

2015年2月，中央纪委法规室做出“关于事业单位工作人员可否在企业兼职的回复”，其中提到：“……《事业单位工作人员处分暂行规定》第十八条第一款第（六）项中的‘违反国家规定’，是指违反国家有关事业单位工作人员从事、参与营利性活动或者兼任职务领取报酬方面的法律、法规、规章、规范性文件等规定。事业单位工作人员是否可以在企业中兼职，除了看其本身是否属于参公管理人员、行政机关任命人员等之外，还要看其所在地区、行业领域、系统、单位等是否对其在企业中兼职有相关规定，不能一概以编制、级别和是否为党员来划分。……”

根据以上规定和法规解释，有关法规对于事业单位工作人员对外兼职并领取报酬并无绝对禁止性规定，但应当符合法律、法规、规章、规范性文件的规定。

根据中共中央组织部《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号），“一、现职和不担任现职但未办理退休手续的党政领导干部不得在企业兼职（任职）”，该规定仅对党政领导干部对外兼职予以禁止，对于非党政领导干部对外兼职并领取报酬的行为并无严格禁止

性规定。

综上所述，有关法律法规对于事业单位的非党政领导干部人员对外兼职并领取报酬的行为并无严格禁止性规定，但应当符合其所属行业领域、地区、单位等有关法律、法规、规章、规范性文件的规定。

2、有关高校教师人员管理的相关规定

发行人独立董事左志刚、李孔岳均为高校教师，根据《中共中央纪委、教育部、监察部关于加强高等学校反腐倡廉建设的意见》（教监[2008]15号）《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》（教党[2011]22号）《高等学校深化落实中央八项规定精神的若干规定》（教党[2016]39号）等文件的规定，高校党政领导干部、党政领导班子成员、党员领导干部、校级领导人员及内设机构领导人员的对外兼职及领薪受到一定程度的约束或限制，对于除前述身份以外的普通高校教职人员对外兼职事宜，相关法规政策并未作出限制性规定。

3、相关人员在发行人处任独立董事的合法合规性

发行人独立董事左志刚自2024年1月起在发行人处任职，任职期间担任广东外语外贸大学会计学院教授，但未担任学校党政领导干部。根据《广东外语外贸大学教职工校外兼职管理规定》，该校教职工从事有利于扩大本人或学校学术声誉和社会影响、有助于社会公益的校外兼职的，应当履行备案兼职程序。根据独立董事左志刚提供的《校外兼职备案与审批》信息，其已就在发行人处任独立董事职务履行的备案兼职程序，并经所在高校审核同意。

发行人独立董事李孔岳自2021年12月起在发行人处任职，任职期间曾担任中山大学管理学院教授、博士生导师，根据李孔岳的说明，其未担任学校党政领导干部，其担任发行人独立董事并领取薪酬未违反事业单位人员管理规定相关法规政策，中山大学对于非领导下部的教职人员在外担任独立董事并领薪没有相关的规定及限制，其在公司担任独立董事并领薪未违反事业人员管理的相关法律法规政策，亦未违反中山大学的相关规定。中山大学对其在美亚科技兼职及领薪无异议，无需就此取得中山大学批准。

综上，独立董事左志刚、李孔岳就其在发行人处兼任独立董事事项未违反事

业单位人员管理相关法规政策。

八、保荐机构、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

针对上述问题一，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

- 1、核查发行人及其子公司的资质许可、认证、备案文件、域名证书；
- 2、查阅广州市竞远安全技术股份有限公司出具的网络安全等级保护的等级测评报告；
- 3、查阅境外律师出具的《香港美亚法律意见书》《迪拜美亚法律意见书》；
- 4、登录工业和信息化部政务服务平台 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统，核查发行人域名、APP、小程序备案情况；
- 5、登录发行人网站、APP 等在线渠道核查其业务形态；
- 6、电话咨询广东省通信管理局，确认发行人的业务形态是否符合无需取得增值电信业务经营许可证的情形；
- 7、《信息安全等级保护管理办法》《工业和信息化部关于开展移动互联网应用程序备案工作的通知》《中华人民共和国电信条例》《电信业务分类目录》《关于增值电信业务经营许可有关问题的公告》等相关法律法规。

针对上述问题二，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

- 1、查阅《中华人民共和国旅游法》《中华人民共和国旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等相关规定，判断发行人业务中属于旅行社业务的范围；
- 2、登录文化和旅游部网站“公众留言”栏目，查阅与旅行社业务范围相关的留言回复；
- 3、访谈黄埔区文化广电旅游局，了解发行人报告期内业务经营的合规性；
- 4、取得并查阅发行人的收入统计结果、与主要客户签订的协议及主要业务合同模板，了解上海易飞、北京美亚、商旅科技及美亚会奖各主体的主要业务内容及收入情况；
- 5、取得发行人及其分子公司的《公共信用信息报告》（无违法违规证明）

《市场主体专用信用报告》（有无违法违规信息查询版）《经营主体专用信用报告》（替代有无违法记录证明专用版），所在地文旅主管部门出具的合规证明；

6、登录文化和旅游部网站、发行人分子公司所在地文旅主管部门网站，核查发行人及其分子公司是否存在受到相关主管部门立案调查或受到行政处罚的情形。

针对上述问题三，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

1、核查发行人与线下采购产品或服务的客户补充签署的受托处理个人信息相关条款或协议；

2、查阅业务人员与主要客户联系人通过电子邮件方式对《个人信息授权处理政策》进行确认的记录；

3、登录发行人网站、APP 等在线渠道核查其公示的《个人信息授权处理协议》《个人信息跨境传输确认函》；

4、查阅发行人以短信等通讯方式向最终用户发送的包含隐私政策在线版本链接的记录；

5、查阅发行人主要业务合同模板及合同范本更新通知；

6、取得广州市互联网信息办公室出具的《关于广东美亚旅游科技集团股份有限公司有关事宜的复函》；

7、查阅《香港美亚法律意见书》《迪拜美亚法律意见书》；

8、取得发行人实际控制人出具的《关于公司个人信息保护、数据安全合规的承诺函》；

9、登录发行人所在地人民政府及文旅局、民用航空中南地区管理局等行业主管部门网站核查是否存在主管部门发布的行业重要数据分级清单；

10、查阅《个人信息保护法》《促进和规范数据跨境流动规定》等相关法律法规；

11、电话咨询数据出境相关主管部门，了解发行人业务中涉及的数据出境情形是否属于豁免申报情形。

针对上述问题四，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

1、查阅《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》《关于改进民航票务服务工作的通知》及中航协发布的《关于重申民航票务服务工作的通知》等相关法律法规的规定；

2、查阅报告期内签署及履行的重大合同，并访谈发行人业务负责人，确认发行人代理业务费用的收取方式；

3、访谈中国航空运输业协会工作人员，了解相关规定的有效性、适用范围并通过中国航空运输业协会网站查询发行人报告期内是否存在受到自律监管措施的情形；

4、登录国家外汇管理局网站，查询发行人及其各分子公司报告期内的外汇合法合规情况；

5、访谈发行人财务负责人，了解公司的 BSP 系统采购的结算情况；

6、查阅发行人分子公司与 IATA 签署的《Passenger Sales Agency Agreement》以及对应的《中国银行股份有限公司直接借记业务授权书》确认发行人支付 BSP 账单的付款方式；

7、抽查报告期内发行人及其分子公司配置号收到的 BSP 系统结算业务账单（Agent Billing Details）核实 BSP 系统结算业务所使用的币种；

8、查阅香港美亚与 SABRE ASIA PACIFIC PTE. LTD.签署的《Sabre Subscriber Agreement》以及美亚科技与香港美亚签署的《产品类供应商合作合同》等协议，了解境外 BSP 系统采购的结算情况。

针对上述问题五，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

1、访谈发行人各主要业务板块负责人、市场中心负责人，了解发行人的客户开拓及获取情况、销售活动开展情况、获客成本，销售人员的数量及分工情况，礼品采购及派送的相关情况；

2、获取并查阅发行人的收入统计结果、报告期各期销售额前五的新增客户的获取方式说明，了解发行人细分业务及销售模式下的收入情况及获客成本；

3、获取并查阅发行人的员工花名册，了解发行人销售人员的构成；

4、获取并查阅发行人报告期内的礼品费用分摊表及主要礼品的采购合同，了解发行人的礼品采购及派送情况；

5、登录巨潮资讯网查阅发行人同行业可比上市公司披露的公告，了解其礼品派送情况、业务招待费支出情况，分析相关费用支出与发行人是否存在差异；

6、查阅《中华人民共和国招标投标法》《中华人民共和国招标投标法实施条例》《中华人民共和国政府采购法》等相关法律法规，判断发行人的业务是否属于应当招投标的情形；

7、获取并查阅发行人提供的客户统计表，报告期内重大销售合同及相关业务获取资料，发行人与各期销售金额 30 万元以上的国家机关、事业单位和团体组织客户签订的业务合同及业务获取资料；

8、访谈发行人主要客户、供应商，了解发行人与其建立合作的方式及背景、合作情况；

9、取得并查阅发行人《美亚集团成本费用管理办法》《美亚集团费用报销指导手册》等内部控制制度；

10、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站，查询发行人是否存在与招投标程序、商业贿赂、不正当竞争相关的诉讼、仲裁案件或行政处罚；

11、取得并查阅公司实际控制人、董监高提供的征信报告、签署的调查表及出具的承诺、公安机关派出机构出具的无犯罪记录证明。

针对上述问题六，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

1、查阅发行人报告期各期末花名册、薪酬表、社会保险、住房公积金缴纳明细并访谈发行人人力资源负责人，了解发行人社保、公积金缴纳情况；

2、查阅发行人无违法违规证明、社会保险、住房公积金主管部门出具的合规证明；

3、查阅《香港美亚法律意见书》《迪拜美亚法律意见书》；

4、取得发行人实际控制人出具的关于公司劳动用工瑕疵事项的承诺函；

5、查阅发行人诉讼纠纷相关的起诉状等案件材料，取得发行人就诉讼纠纷

情况出具的说明并访谈发行人诉讼律师，了解相关诉讼案件进展情况；

6、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网等网站查询相关诉讼案件的进展情况；

7、登录信用中国网、信用广州网、国家企业信用信息公示系统及发行人所在地人力资源和社会保障厅网站查询发行人劳动保障方面的行政处罚情况；

8、取得发行人出具的关于劳动人事管理制度、劳动保障合规等情况的说明；

9、查阅发行人内部控制评价报告及其鉴证报告；

10、查阅发行人相关员工出具的自愿放弃缴纳社保公积金的承诺函；

11、查阅《中华人民共和国社会保险法》《住房公积金管理条例》等相关法律法规。

针对上述问题七，保荐机构、发行人律师主要实施了以下核查程序：

1、查阅《事业单位工作人员处分暂行规定》《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》（中组发[2013]18号）等事业单位人员管理的相关法规政策规定；

2、登录独立董事左志刚、李孔岳所任职高校，查阅高校公开规章制度中关于在校教师对外任职的相关规定；

3、取得并查阅独立董事左志刚、李孔岳填写的调查表及独立董事左志刚任职的广东外语外贸大学出具的《校外兼职备案与审批》文件。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人已在招股说明书中补充披露了各许可资质的有效期截止日期、域名注册的续期情况，各 APP 备案情况；截至本回复出具之日，发行人及子公司持有从事主营业务所必需的全部资质许可且相关资质均在有效期内，不存在应履行未履行许可备案程序、超越资质、使用过期资质等情形；发行人已取得《增值电信业务经营许可证》，但报告期内未开展增值电信业务经营许可证对应的业务，发行人报告期内利用各线上渠道开展业务经营的业务模式不属于需要取得增值

电信业务经营许可的情形，该等许可不是发行人开展其业务所必备的资质；发行人报告期内利用相关线上渠道开展业务不存在违反《中华人民共和国电信条例》《电信业务分类目录》等法律法规规定的情形。

2、发行人主营业务包括航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大业务板块，其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，其他业务内容不属于旅行社专营的旅行社业务，报告期内，上海易飞、北京美亚从事航旅票务业务，不属于旅行社专营的旅行社业务，无需取得旅行社业务经营许可；商旅科技、美亚会奖未经营出境旅游业务，其业务经营不存在重大违法情形。报告期内，发行人未因旅行社业务违反旅游市场管理相关法律法规而被主管部门立案调查或受到行政处罚的情形，发行人从事旅行社业务在所有重大方面符合《旅游法》《旅行社条例》《旅行社条例实施细则》等旅游市场管理相关法律法规的规定。

3、截至本回复出具之日，就线下采购模式的客户未签署相关个人信息保护条款或隐私协议的瑕疵情形制定了规范的业务流程进行整改并承诺在未来业务开展过程中持续执行规范流程，发行人已就上述瑕疵的所有重大方面完成整改规范，报告期内发行人不存在因个人信息保护事项瑕疵而受到行政处罚的重大违法情形。发行人向境外提供的个人信息不存在被认定为重要数据的情形，发行人业务开展过程中所涉及的个人信息出境情形可豁免申报数据出境安全评估的核查依据充分，根据相关规定，发行人相关业务属于并可一并豁免订立个人信息出境标准合同、通过个人信息保护认证义务的情形。

[illegible]

到行业主管部门的处罚、监管措施或违规行为被计入信用记录的情况。综上所述，发行人代理业务费用收取未违反《关于国内航空旅客运输销售代理手续费有关问题的通知》及《关于重申民航票务服务工作的通知》的规定。境内 BSP 系统机票涉及的上述业务开展过程中，发行人及其境内分子公司均为以人民币在中国境内完成付款和结算，不涉及资金出境的情况；香港美亚在通过境外 BSP 机票分销系统 Sabre 进行机票采购时，由香港美亚直接进行机票采购，不涉及境内主体通过境内资金出境的方式通过 Sabre 系统进行采购的情况；美亚科技向香港美亚采购机票时，均通过有外汇业务办理资质的银行办理购汇手续后，向香港美亚支付相应的采购款，符合外汇管理的有关规定；报告期内发行人不存在因违反外汇管理相关法律法规的规定而受到行政处罚的情形。

5、发行人根据细分业务及销售模式下的主要目标客户类型特点进行客户开拓、开展销售活动，获客成本较低，各业务板块销售人员的数量及分工具备合理性。发行人礼品采购费用计入业务招待费，与同行业可比公司相比具备合理性。发行人的主营业务不属于《招标投标法》《政府采购法》规定的必须履行招投标程序的情形，公司根据客户规定的采购流程取得业务合同，不存在招投标程序不合规、商业贿赂、不正当竞争的情形。

6、报告期内，发行人虽存在未为少量境内劳动用工人员缴纳社保及住房公积金的情形，存在被主管部门要求补缴的风险，但应缴未缴人数占比较低，且发行人已对此瑕疵情形予以逐步整改，截至报告期末，发行人已不存在应缴未缴社会保险、住房公积金的情形。此外，报告期内发行人不存在因该等行为受到相关主管部门的行政处罚的重大违法行为。发行人已在招股说明书补充披露了按照未缴纳社保公积金的原因对应的人数、占比；发行人报告期内应缴未缴社会保险费和住房公积金总额及其占各期扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润的比例均较低，且发行人实际控制人已作出愿意无偿代发行人承担相关费用支出或经济损失的承诺，不会对发行人报告期内的经营业绩产生重大不利影响。发行人已在招股说明书中补充披露了相关诉讼的进展情况。报告期内，发行人不存在因劳动保障方面的违法违规行为受到行政处罚的情形，发行人相关内控制度健全有效，内部控制不存在重大缺陷。

7、根据独立董事提供的资料并经核查，公司的独立董事左志刚、李孔岳在

发行人处兼职并领取报酬未违反事业单位人员管理相关法规政策及所在高校有关教职人员在外兼职的相关规定。

问题 4. 实际控制人、员工为发行人提供借款和担保

根据保荐工作报告，（1）发行人日常经营资金需求量较大，历史上存在向员工及其亲朋好友借款情形。（2）发行人采购 BSP 机票需由中航鑫港提供不可撤销担保，因此，实际控制人、员工向中航鑫港提供连带保证、个人房产最高额抵押、银行保函等形式的反担保。为顺利完成反担保、同时免除支付担保费，发行人于 2016 年以前曾向员工提供无息借款，用于归还其为发行人提供担保的房产的房贷余额；2017 年底，为清理发行人与员工个人往来款，发行人将上述借款债权全部转移至实际控制人陈连江，即发行人通过向陈连江支付款项，清理发行人对实际控制人的其他应付款，陈连江向上述房产业主借出无息借款，房产业主收到陈连江的借款后相应全部归还发行人借款。（3）实际控制人控制的其他企业较多，主营业务包括产业园运营、科技地产开发运营、科技孵化器管理、房屋租赁、物业管理等。公开信息显示，实际控制人控制的深圳市中信宝物业发展有限公司（以下简称“中信宝”）于 2024 年 5 月被法院列为失信被执行人，中信宝及其法定代表人伍建辉被法院采取限制高消费措施。

请发行人说明：（1）报告期内发行人向实际控制人、股东、董监高人员、员工及前述人员亲属，其他人员借款的对象、人数、金额、期限及利率等具体情况，发行人归还情况、是否存在延期或违约情形，借款的合理性，利率约定的公允性；结合历史上及报告期内发行人向个人借款情况、相关法律法规规定等，说明发行人及实际控制人是否存在向外部人员借款筹集资金的情形，是否构成重大违法行为。（2）报告期内发行人由实际控制人、员工及其他主体提供担保或反担保的人员、担保金额、期限、担保费用、发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款的金额、借款期限等具体情况，以及鑫程保/鑫拿保担保的各方法律关系和具体业务模式；结合发行人与陈连江之间的债权债务情况，说明发行人对员工的债权转移至陈连江的具体过程，是否存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形；员工以个人房产为发行人提供担保的合理性与公允性，是否符合行业惯例，发行人对主债务的偿还能力与偿还情况，员工个人承担

担保责任的可能性，是否存在纠纷风险；实际控制人为员工偿还房贷是否属于实际控制人为发行人垫付成本费用，测算报告期内前述主体为发行人提供担保按市场担保费率应收取的担保费金额及对发行人报告期业绩的影响。（3）发行人开展业务的主要资金来源及资金成本情况，并综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影响。（4）实际控制人控制的中创盈科集团、广东微腾投资等主要企业的经营情况、报告期内主要财务数据，发行人及其相关人员与前述企业的资金往来情况；中信宝被列为失信被执行人的主要情况，伍建辉与实际控制人之间的关联关系，是否为实际控制人代持中信宝股权；实际控制人个人、控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、大额债务、失信被执行、违法违规等情形，对相应债务是否具有偿还能力，是否存在到期未清偿情形；前述经营、财务、负债、失信被执行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，是否影响实际控制人在发行人的任职或履职。（5）发行人关于资金管理的内部控制制度以及执行情况，能否有效避免资金被控股股东、实际控制人、董监高人员、员工等关联方不当侵占。

请保荐机构、发行人律师核查上述事项并发表明确意见。

【回复】

一、报告期内发行人向实际控制人、股东、董监高人员、员工及前述人员亲属，其他人员借款的对象、人数、金额、期限及利率等具体情况，发行人归还情况、是否存在延期或违约情形，借款的合理性，利率约定的公允性；结合历史上及报告期内发行人向个人借款情况、相关法律法规规定等，说明发行人及实际控制人是否存在向外部人员借款筹集资金的情形，是否构成重大违法行为

（一）报告期内发行人向实际控制人、股东、董监高人员、员工及前述人员亲属，其他人员借款的对象、人数、金额、期限及利率等具体情况，发行人归还情况、是否存在延期或违约情形，借款的合理性，利率约定的公允性

报告期内，发行人通过与商业银行、商业保理公司、非银行金融机构等法人主体进行融资，不存在向实际控制人、股东、董监高人员、员工及前述人员近亲

属或其他自然人借款的情况。

（二）结合历史上及报告期内发行人向个人借款情况、相关法律法规规定等，说明发行人及实际控制人是否存在向外部人员借款筹集资金的情形，是否构成重大违法行为

2016 年至 2019 年间，因公司商旅业务发展迅速，BSP 采购等上游采购付款周期较短，公司营运资金的需求不断增加，考虑到向个人资金拆借相对方便灵活，能够满足资金周转的需求，公司存在向个人进行借款的行为，主要借款对象包括发行人实际控制人、内部员工或其亲友。其中，2016 年至 2017 年间，公司与实际控制人及其近亲属、内部员工之间存在长期借款，借款期限在 1-2 年之间，前述借款均在 2017 年 11 月前清偿；除前述情形外，公司与个人之间发生的均为短期借款，借款期限通常不超过 1 个月，大多数借款期限在 7 天以内，公司就前述借款与借款方约定并支付的利息均不超过年化 12%。

2019 年 11 月至今，随着发行人加大了商业银行借款、商业保理等渠道的融资力度，发行人未再发生向个人进行短期借款的行为，历史上发生的短期个人借款亦已清偿完毕。

基于上述，发行人历史上曾向少数员工、股东、实际控制人或其亲友进行借款，但不存在向不特定的外部第三方公开借款筹集资金的情形。前述历史个人借款均已清偿完毕且在 2019 年 11 月后不再发生。报告期内，发行人不存在直接或通过实际控制人向个人借款筹集资金的情形。

根据《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定（2020 第二次修正）》（以下简称“《民间借贷司法解释》”）第一条，“本规定所称的民间借贷，是指自然人、法人、其他组织之间及其相互之间进行资金融通的行为。”上述借款行为系发行人基于其日常经营资金需求而发生，借款对象限定于发行人实际控制人、内部员工或其亲友等特定个人，发行人取得借款后用于发行人的生产经营活动，借款利率未超过当时有效的《关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定》（法释〔2015〕18 号）规定的最高利率，不存在扰乱国家金融秩序、破坏金融监管制度的情形；且该等借款行为系当事人的真实意思表示，不存在《民法典》规定的导致合同无效的情形，发行人该等借款均已清偿，与出

借方之间亦不存在因此产生的任何争议纠纷；报告期内，发行人已不存在向个人借款的情形，发行人或实际控制人亦不存在因上述历史借款行为受到相关监管机构行政处罚或刑事处罚，或因违反民间借贷相关法律规定被立案调查的情形。

基于上述，上述借款行为不构成重大违法违规行为，不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

综上所述，发行人历史上曾向少数员工、股东、实际控制人或其亲友进行借款，但不存在向不特定的外部第三方公开借款筹集资金的情形。前述历史个人借款均已清偿完毕且在 2019 年 11 月后不再发生。报告期内，发行人不存在直接或通过实际控制人向个人借款筹集资金的情形。前述借款行为不构成重大违法违规行为，不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

二、报告期内发行人由实际控制人、员工及其他主体提供担保或反担保的人员、担保金额、期限、担保费用、发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款的金额、借款期限等具体情况，以及鑫程保/鑫拿保担保的各方法律关系和具体业务模式；结合发行人与陈连江之间的债权债务情况，说明发行人对员工的债权转移至陈连江的具体过程，是否存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形；员工以个人房产为发行人提供担保的合理性与公允性，是否符合行业惯例，发行人对主债务的偿还能力与偿还情况，员工个人承担担保责任的可能性，是否存在纠纷风险；实际控制人为员工偿还房贷是否属于实际控制人为发行人垫付成本费用，测算报告期内前述主体为发行人提供担保按市场担保费率应收取的担保费金额及对发行人报告期业绩的影响

（一）报告期内发行人由实际控制人、员工及其他主体提供担保或反担保的人员、担保金额、期限、担保费用、发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款的金额、借款期限等具体情况，以及鑫程保/鑫拿保担保的各方法律关系和具体业务模式

1、报告期内发行人由实际控制人、员工及其他主体提供担保或反担保的人员、担保金额、期限、担保费用、发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款的金额、借款期限等具体情况

报告期内，为担保发行人及其分子公司与国际航协、上海华程西南国际旅行社有限公司（以下简称“上海华程”）、北京趣拿软件科技有限公司（以下简称“北京趣拿”）分别签署的《客运销售代理协议》《机票业务合作协议书》《去哪儿网商户服务协议》的履行，中航鑫港作为担保人为发行人及其分子公司提供了连带责任保证担保。为此，发行人及其分子公司根据中航鑫港的要求向其提供了保证金、保函及房产抵押反担保（以下合称为“经济反担保”），并由特定主体提供连带责任保证担保（以下简称“保证反担保”）。

（1）经济反担保

报告期内，为担保发行人及其分子公司与国际航协签署的《客运销售代理协议》的履行，中航鑫港作为担保人为发行人及其分子公司提供了连带责任担保（以下简称“BSP 担保”）。为此，发行人及其分子公司根据中航鑫港的要求向其提供了经济反担保，具体明细（反担保人、担保金额、期限）如下：

单位：万元

被担保方	BSP 担保额度	BSP 担保起始日	BSP 担保终止日	经济反担保方式	反担保人	担保金额	反担保开始日	反担保失效日
美亚科技	5,000.00	2022/1/1	2023/3/16	银行保函-PEBGZH980615（注 2）	汇丰银行	5,000.00	2019/1/24	2023/11/27
				保证金	美亚科技	500.00	2022/1/1	2023/3/16
	5,500.00	2023/3/17	2023/6/5	银行保函-PEBGZH980615（注 2）	汇丰银行	5,000.00	2019/1/24	2023/11/27
				保证金	美亚科技	550.00	2023/3/17	2023/6/5
	8,800.00	2023/6/6	2025/12/31	银行保函-PEBGZH980615（注 2）	汇丰银行	5,000.00	2019/1/24	2023/11/27
				银行保函-PEBGZH230086（注 2）	汇丰银行	5,000.00	2023/11/24	2024/11/18

				银行保函- PEBGZH230086（注 2， 注 4）	汇丰银行	3,000.00	2024/11/19	2025/12/31
				融担保函-科担函字 KXCZKBH2023058（注 2）	科学城（广州） 绿色融资担保有 限公司	3,000.00	2023/6/1	2024/12/31
				保证金	美亚科技	880.00	2023/6/6	2025/12/31
				保证金	美亚科技	2,000.00	2024/11/4	2024/12/31
				融担保函-科担函字 KXCZKBH2024087（注 2）	科学城（广州） 绿色融资担保有 限公司	5,000.00	2025/1/1	2025/12/31
美亚 科技 深圳 分公 司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	银行保函- PEBGZH088427（注 2）	汇丰银行	135.00	2020/11/5	2023/11/27
				保证金	美亚科技深圳分 公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
				银行保函- PEBGZH230088（注 2）	汇丰银行	135.00	2023/11/24	2024/12/16
				银行保函- PEBGZH240216（注 2）	汇丰银行	135.00	2024/11/20	2025/12/31
美亚 科技 青岛 分公 司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	银行保函- PEBGZH088429（注 2）	汇丰银行	135.00	2020/11/5	2023/11/27
				保证金	美亚科技青岛分 公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
				银行保函- PEBGZH230085（注 2）	汇丰银行	135.00	2023/11/24	2024/10/12
				银行保函-（2024）广银 保利天悦履约保函字 006 号（注 2）	广州银行	135.00	2024/10/28	2025/12/31
美亚 科技	150.00	2022/1/1	2023/8/3	房产抵押-天河区汇景北 路 38 号**01 房	蔡洁雯	1,140.00	2018/11/12	2022/9/5

北京分公司				保证金	美亚科技北京分公司	30.00	2022/1/1	2022/9/5
				银行保函-GC3356122000362（注2）	中国银行	135.00	2022/12/9	2023/9/21
				保证金	美亚科技北京分公司	15.00	2022/9/5	2023/8/3
				保证金	美亚科技北京分公司	135.00	2022/9/2	2023/3/1
	520.00	2023/8/4	2025/12/31	房产抵押-越秀区恤孤院二横路7号**05房（注2）	张磊/张娜	468.00	2023/6/26	2024/6/14
				银行保函-（2024）广银保利天悦履约保函字001号（注2）	广州银行	468.00	2024/6/4	2025/12/31
				保证金	美亚科技北京分公司	52.00	2023/8/4	2025/12/31
美亚科技上海分公司	150.00	2022/1/1	2023/7/3	房产抵押-嘉定区平城路2055弄24号**02室（注1，注2）	唐林/申玲	240.00	2018/10/8	2023/5/11
				保证金	美亚科技上海分公司	15.00	2022/1/1	2023/7/3
	380.00	2023/7/4	2024/3/17	房产抵押-嘉定区平城路2055弄24号**02室（注1，注2）	唐林/申玲	380.00	2023/5/12	2025/5/23
				保证金	美亚科技上海分公司	38.00	2023/7/4	2024/3/17
	800.00	2024/3/18	2025/12/31	房产抵押-嘉定区平城路2055弄24号**02室（注1，注2）	唐林/申玲	380.00	2023/5/12	2025/5/23
				银行保函-PEBGZH250087（注2）	汇丰银行	340.00	2025/5/15	2026/5/15

				银行保函- PEBGZH240026（注2）	汇丰银行	380.00	2024/2/4	2024/10/12
				银行保函-（2024）广银 保利天悦履约保函字 007 号（注2）	广州银行	380.00	2024/10/28	2025/12/31
				保证金	美亚科技上海分 公司	80.00	2024/3/18	2025/12/31
美亚 科技 重庆 分公 司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	房产抵押-重庆市经开区 桃源路 89 号 1 单元**-05 （注2）	欧阳华康	170.00	2014/6/16	2022/5/11
				保证金	美亚科技重庆分 公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
				保证金	美亚科技重庆分 公司	135.00	2022/1/1	2023/4/17
				银行保函- PEBGZH302119（注2）	汇丰银行	135.00	2023/3/14	2023/11/27
				房产抵押-渝北区龙塔街 道紫荆路 4 号佳华世纪 新城*幢 1-13-2（注2）	陈家祥/张绍华	135.00	2023/10/10	2024/6/14
				银行保函-（2024）广银 保利天悦履约保函字 003 号（注2）	广州银行	135.00	2024/6/4	2025/12/31
美亚 科技 西安 分公 司	150.00	2022/1/1	2023/5/6	房产抵押-渝北区龙塔街 道紫荆路 4 号佳华世纪 新城*幢 1-13-2（注2）	陈家祥/张绍华	135.00	2020/11/16	2023/5/6
				保证金	美亚科技西安分 公司	15.00	2022/1/1	2023/5/6
美亚 科技 成都 分公 司	150.00	2022/1/1	2023/5/31	房产抵押-高新区德赛二 街 166 号*栋 2 单元 14 层 1402 号	李小雨	150.00	2020/11/11	2023/4/25
				保证金	美亚科技成都分 公司	15.00	2022/1/1	2023/5/31

	260.00	2023/6/1	2025/12/31	房产抵押-高新区德赛二街 166 号*栋 2 单元 14 层 1402 号（注 2）	李小雨	235.00	2023/4/26	2024/6/14
				银行保函-（2024）广银保利天悦履约保函字 002 号（注 2）	广州银行	234.00	2024/6/4	2025/12/31
				保证金	美亚科技成都分公司	26.00	2023/6/1	2025/12/31
美亚科技黑龙江分公司	150.00	2022/1/1	2022/8/4	房产抵押-荔湾区周门路周门街*号 306 房	美亚科技	150.00	2020/9/7	2022/8/4
				保证金	美亚科技黑龙江分公司	15.00	2022/1/1	2022/8/4
美亚科技武汉分公司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	房产抵押-渝北区龙溪街道紫薇路 100 号中天香悦华府 1 幢 1-**-3（注 2）	秦丹/陈虎	150.00	2020/11/16	2024/6/14
				银行保函-（2024）广银保利天悦履约保函字 004 号（注 2）	广州银行	135.00	2024/6/4	2025/12/31
				保证金	美亚科技武汉分公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
美亚科技长沙分公司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	房产抵押-岳麓区高新区火炬城 C5 组团*17（注 2）	王敏婷	140.00	2020/6/8	2024/6/14
				银行保函-（2024）广银保利天悦履约保函字 005 号（注 2）	广州银行	135.00	2024/6/4	2025/12/31
				保证金	美亚科技长沙分公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
上海易飞	1,200.00	2022/1/1	2025/12/31	房产抵押-上海市闵行区颛昀路 99 弄**号 302 室	俞涛/谭建瑛/朱玉英	700.00	2018/4/16	2025/5/23

				及 207 号地下一层车位 279 室（注 2）				
				房产抵押-上海市宝山区 环镇北路 300 弄**号 602 室（注 1，注 2）	严文芳/方强	380.00	2018/4/16	2025/5/23
				保证金	上海易飞	120.00	2022/1/1	2025/12/31
				银行保函-PEBGZH250085 （注 2）	汇丰银行	1,080.00	2025/5/15	2026/5/15
北京 美亚	400.00	2022/1/1	2023/7/24	房产抵押-石景山区香山 南路 168 号院 8 号楼 10 层*单元 1002 号（注 1， 注 2）	李正	400.00	2022/4/18	2023/6/14
				保证金	北京美亚	360.00	2022/1/1	2022/5/12
				保证金	北京美亚	40.00	2022/1/1	2023/7/24
	540.00	2023/7/25	2025/5/22	房产抵押-石景山区香山 南路 168 号院 8 号楼 10 层*单元 1002 号（注 1， 注 2）	李正	540.00	2023/6/15	2025/5/23
				保证金	北京美亚	54.00	2023/7/25	2025/5/22
	1,200.00	2025/5/23	2025/12/31	保证金	北京美亚	120.00	2025/5/23	2025/12/31
				银行保函-PEBGZH250086 （注 2）	汇丰银行	1,080.00	2025/5/15	2026/5/15
				房产抵押-石景山区香山 南路 168 号院 8 号楼 10 层*单元 1002 号（注 1， 注 2）	李正	540.00	2023/6/15	2025/5/23
商旅 科技	2,100.00	2022/1/1	2023/6/4	房产抵押-广州市番禺区 洛浦街南浦岛丽江花园 棕榈滩苑明风道 43 号	伍俊雄	550.00	2018/1/20	2023/8/24

				房产抵押-龙岗区南湾街道公园里花园一期 A 栋*座 404 (注 1, 注 2)	岑文星	470.00	2018/1/20	2024/12/16
				银行保函-PEBGZH085481 (注 2)	汇丰银行	1,000.00	2020/8/7	2023/11/27
				保证金	商旅科技	210.00	2022/1/1	2023/6/4
	4,400.00	2023/6/5	2023/8/8	房产抵押-广州市番禺区洛浦街南浦岛丽江花园棕榈滩苑明风道 43 号	伍俊雄	550.00	2018/1/20	2023/8/24
				房产抵押-龙岗区南湾街道公园里花园一期 A 栋*座 404 (注 1, 注 2)	岑文星	470.00	2018/1/20	2024/12/16
				银行保函-PEBGZH085481 (注 2)	汇丰银行	1,000.00	2020/8/7	2023/11/27
				银行保函-PEBGZH303451 (注 2)	汇丰银行	2,000.00	2023/5/6	2023/11/27
				保证金	商旅科技	440.00	2023/6/5	2023/8/8
	4,680.00	2023/8/9	2024/3/11	房产抵押-广州市番禺区洛浦街南浦岛丽江花园棕榈滩苑明风道 43 号	伍俊雄	550.00	2018/1/20	2023/8/24
				房产抵押-龙岗区南湾街道公园里花园一期 A 栋*座 404 (注 1, 注 2)	岑文星	470.00	2018/1/20	2024/12/16
				房产抵押-天河区雍华东四街 4 号**01 房 (注 2)	王斯/石筱澜	742.00	2023/7/5	2025/4/14
				银行保函-PEBGZH085481 (注 2)	汇丰银行	1,000.00	2020/8/7	2023/11/27
				银行保函-PEBGZH303451 (注 2)	汇丰银行	2,000.00	2023/5/6	2023/11/27

				银行保函- PEBGZH230089（注2）	汇丰银行	3,000.00	2023/11/24	2024/11/20
				保证金	商旅科技	468.00	2023/8/9	2024/3/7
				保证金	商旅科技	500.00	2024/3/8	2025/12/31
	5,000.00	2024/3/12	2025/12/31	房产抵押-龙岗区南湾街道公园里花园一期A栋*座404（注1，注2）	岑文星	470.00	2018/1/20	2024/12/16
				房产抵押-天河区雍华东四街4号**01房（注2）	王斯/石筱澜	742.00	2023/7/5	2025/4/14
				银行保函- PEBGZH230089（注2）	汇丰银行	3,000.00	2023/11/24	2024/11/20
				银行保函- PEBGZH230089（注2）	汇丰银行	3,800.00	2024/11/21	2025/4/16
				银行保函- PEBGZH240027（注2）	汇丰银行	300.00	2024/2/4	2025/2/5
				银行保函-0360200036-2025年（保函）字00036号（注2）	工商银行	4,500.00	2025/4/1	2026/3/31
商旅科技成都分公司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	保证金	商旅科技成都分公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
				房产抵押-天河区燕都路76号*03房	伍俊雄	210.00	2018/1/20	2023/6/9
				房产抵押-武侯区金履三路189号1栋*单元6层602号（注2）	陈宗猛/童丹	135.00	2023/4/10	2024/12/16
				银行保函- PEBGZH240217（注2）	汇丰银行	135.00	2024/11/21	2025/12/31

商旅科技北京分公司	150.00	2022/1/1	2025/12/31	房产抵押-广州市番禺区洛浦街丽江花园星海洲粤颂阁**05	陈连江	150.00	2021/10/18	2023/5/30
				房产抵押-荔湾区周门路周门街*号 306 房	美亚科技	135.00	2023/3/3	2033/12/31
				保证金	商旅科技北京分公司	12.00	2022/1/1	2023/4/7
				保证金	商旅科技北京分公司	15.00	2022/1/1	2025/12/31
商旅科技上海分公司	150.00	2025/4/3	2025/12/31	银行保函-PEBGZH250069（注 2）	汇丰银行	135.00	2025/3/26	2025/12/31
				保证金	商旅科技上海分公司	15.00	2025/4/3	2025/12/31

注 1：该房产抵押反担保涉及发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款；

注 2：该经济反担保涉及担保费用；

注 3：根据发行人及其分子公司与中航鑫港在 BSP 项目中签署的《担保与反担保协议》之约定，如双方就其他业务（包括但不限于有关政府采购、B2B、平台保等业务）签署了其他相关担保协议，双方同意，本协议项下公司交存的保证金同时作为其他业务的相关担保协议补充增加的一项反担保措施，当公司违反其他业务担保协议中有关约定时，中航鑫港有权将本协议项下发行人交存的保证金直接用于抵偿其因其他业务违约给中航鑫港造成的损失。据此，上述保证金同时作为发行人鑫程保、鑫拿保、政府采购项目项下的反担保措施；

注 4：2024 年 11 月 19 日，银行保函-PEBGZH230086 更改担保额度为 3,000.00 万元，并延期至 2025 年 12 月 31 日；

注 5：2024 年 11 月 21 日，银行保函-PEBGZH230089 更改担保额度为 3,800.00 万元，并延期至 2025 年 12 月 31 日。

上述经济反担保中，房产抵押反担保涉及担保费用、发行人或实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款，保函涉及担保费用，具体情况如下：

序号	经济反担保方式	房产位置/保函号	反担保人	无息借款金额（万元）	借款期限	无息借款余额（万元）	担保费用（万元/年）
1	房产抵押	越秀区恤孤院二横路7号**05房	张磊/张娜	不适用	不适用	不适用	12.00
2	房产抵押	嘉定区平城路2055弄24号**02室	唐林/申玲	52.00	未约定	46.00	8.36
3	房产抵押	渝北区龙塔街道紫荆路4号佳华世纪新城*幢1-13-2	陈家祥/张绍华	不适用	不适用	不适用	3.00
4	房产抵押	高新区德赛二街166号*栋2单元14层1402号	李小雨	不适用	不适用	不适用	5.20
5	房产抵押	渝北区龙溪街道紫薇路100号中天香悦华府1幢1**-3	秦丹/陈虎	不适用	不适用	不适用	3.00
6	房产抵押	岳麓区高新区火炬城C5组团*17	王敏婷	不适用	不适用	不适用	3.00
7	房产抵押	上海市宝山区环镇北路300弄**号602室	严文芳/方强	71.00	未约定	0.00	8.36
8	房产抵押	石景山区香山南路168号院8号楼10层*单元1002号	李正	83.00	未约定	76.53	11.88
9	房产抵押	龙岗区南湾街道公园里花园一期A栋*座404	岑文星	49.80	未约定	0.00	10.34
10	房产抵押	天河区雍华东四街4号**01房	王斯/石筱澜	不适用	不适用	不适用	15.00
11	房产抵押	武侯区金履三路189号1栋*单元6层602号	陈宗猛/童丹	不适用	不适用	不适用	3.00
12	房产抵押	上海市闵行区皖町路99弄**号302室及207号地下一层车位279室	俞涛/谭建瑛/朱玉英	不适用	不适用	不适用	15.40
13	房产抵押	房产抵押-重庆市经开区桃源路89号1单元**-05	欧阳华康	不适用	不适用	不适用	3.74
14	银行保函	PEBGZH980615	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	22.60
15	银行保函	PEBGZH230086	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	21.75
16	融资担保公司保函	KXCZKBH2023058	科学城（广州）	不适用	不适用	不适用	69.47

序号	经济反担保方式	房产位置/保函号	反担保人	无息借款金额 (万元)	借款期限	无息借款余额 (万元)	担保费用(万元/年)
			绿色融资担保有限公司				
17	银行保函	PEBGZH088427	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.44
18	银行保函	PEBGZH230088	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.42
19	银行保函	PEBGZH088429	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.44
20	银行保函	PEBGZH230085	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.42
21	银行保函	GC3356122000362	中国银行	不适用	不适用	不适用	1.08
22	银行保函	PEBGZH302119	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.52
23	银行保函	PEBGZH085481	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	3.25
24	银行保函	PEBGZH303451	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	9.46
25	银行保函	PEBGZH230089	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	15.54
26	银行保函	(2024)广银保利天悦履约保函字001号	广州银行	不适用	不适用	不适用	2.59
27	银行保函	PEBGZH240026	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	1.44
28	银行保函	(2024)广银保利天悦履约保函字003号	广州银行	不适用	不适用	不适用	0.75
29	银行保函	(2024)广银保利天悦履约保函字002号	广州银行	不适用	不适用	不适用	1.29
30	银行保函	(2024)广银保利天悦履约保函字004号	广州银行	不适用	不适用	不适用	0.75
31	银行保函	(2024)广银保利天悦履约保函字005号	广州银行	不适用	不适用	不适用	0.75
32	银行保函	PEBGZH240027	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	1.14
33	银行保函	PEBGZH230086 (更改额度并展期)	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	11.63
34	银行保函	PEBGZH240216	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.42

序号	经济反担保方式	房产位置/保函号	反担保人	无息借款金额（万元）	借款期限	无息借款余额（万元）	担保费用（万元/年）
35	银行保函	（2024）广银保利天悦履约保函字006号	广州银行	不适用	不适用	不适用	0.72
36	银行保函	（2024）广银保利天悦履约保函字007号	广州银行	不适用	不适用	不适用	2.04
37	银行保函	PEBGZH230089（更改额度并展期）	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	16.22
38	银行保函	PEBGZH240217	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.42
39	银行保函	科担函字KXCZKBH2024087	科学城（广州）绿色融资担保有限公司	不适用	不适用	不适用	100.00
40	银行保函	PEBGZH250087	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.65
41	银行保函	PEBGZH250085	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	2.08
42	银行保函	PEBGZH250086	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	2.08
43	银行保函	0360200036-2025年（保函）字00036号	工商银行	不适用	不适用	不适用	5.40
44	银行保函	PEBGZH250069	汇丰银行	不适用	不适用	不适用	0.77

注 1：上表所述无息借款余额系截至 2025 年 9 月 30 日计算；

注 2：发行人与序号 2、7、8、9、12、13 的房产抵押（反）担保人未约定担保费，但基于严谨性，对报告期内对应的房产抵押（反）担保按照平均担保费率计提担保费用，对应表中的担保费用（万元/年）为最近完整年度计提金额。

（2）保证反担保

为担保发行人及其分子公司与国际航协、上海华程、北京趣拿分别签署的《客运销售代理协议》《机票业务合作协议书》《去哪儿网商户服务协议》的履行，中航鑫港作为担保人为发行人及其分子公司提供了连带责任保证担保（以下简称“BSP 担保”、“鑫程保”、“鑫拿保”）。除上述经济反担保外，根据中航鑫港的要求，发行人及其分子公司的法定代表人、发行人的实际控制人和房产抵押业主及其配偶中的全部或部分主体（以中航鑫港的具体要求为准）需要就发行人及其分子公司需履行的义务向中航鑫港提供连带责任保证反担保。报告期内，连带责任保证反担保明细（反担保人、担保金额、期限）如下：

单位：万元

被担保方	担保类型	担保额度	担保起始日	担保终止日	反担保人	反担保开始日	反担保失效日
美亚科技	BSP担保	5,000.00	2022/1/1	2023/3/16	伍俊雄、陈培钢	2021/5/13	2023/2/26
		5,500.00	2023/3/17	2023/6/5	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2023/2/27	注 1
		8,800.00	2023/6/6	2025/12/31			
	鑫程保	1,000.00	2022/1/1	2022/7/5	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2021/8/17	注 1
		600.00	2022/7/6	2025/12/31			
	鑫拿保	100.00	2022/1/1	2022/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2020/10/21	注 1
		50.00	2023/2/28	2025/12/31			
美亚科技深圳分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢	2021/5/25	注 1
	鑫程保	800.00	2022/1/1	2022/6/30	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2021/8/17	注 1
		500.00	2022/7/1	2025/12/31			
	鑫拿保	50.00	2022/1/5	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢	2021/12/10	注 1
美亚科技青岛分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢	2021/4/30	注 1
美亚科技北京分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2023/8/3	伍俊雄、陈培钢、蔡洁雯	2021/5/8	2023/6/10
		520.00	2023/8/4	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、张磊、张娜	2023/6/11	2024/6/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2024/6/15	注 1
美亚科技上海分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2023/7/3	陈培钢、伍俊雄、唐林、申玲	2021/4/20	2023/5/11
		380.00	2023/7/4	2024/3/17	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2023/5/12	注 1
		800.00	2024/3/18	2025/12/31			
					唐林、申玲	2023/5/12	2025/5/23
美亚科技重庆	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	陈培钢、伍俊雄	2020/5/8	2023/2/28
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2023/3/1	2023/8/27

分公司					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、陈家祥、张绍华	2023/8/28	2024/6/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2024/6/15	注 1
美亚科技西安分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2023/5/6	陈培钢、伍俊雄	2021/4/9	2023/5/6
美亚科技成都分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2023/5/31	陈培钢、伍俊雄、卿艳、李小雨	2020/8/26	2023/4/25
		260.00	2023/6/1	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、卿艳、李小雨	2023/4/26	2024/6/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2024/6/15	注 1
美亚科技黑龙江分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2022/8/4	陈培钢、伍俊雄、美亚科技	2021/4/20	2022/8/4
美亚科技武汉分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	陈培钢、伍俊雄、陈虎	2021/4/30	2024/6/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2024/5/17	注 1
美亚科技长沙分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	陈培钢、伍俊雄、王敏婷	2021/5/13	2024/6/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯	2024/5/17	注 1
上海易飞	BSP担保	1,200.00	2022/1/1	2025/12/31	陈培钢、伍俊雄、俞涛	2021/4/6	2025/4/16
					朱玉英、谭建瑛、严文芳、方强	2021/4/6	2025/5/23
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、俞涛	2025/4/17	注 1
	鑫程保	400.00	2022/1/1	2022/6/30	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、俞涛	2020/11/25	2022/6/13
						2022/6/14	2025/1/9

		300.00	2022/7/1	2024/12/31	伍俊雄、陈培钢、俞涛		
北京美亚	BSP担保	400.00	2022/1/1	2023/7/24	陈培钢、伍俊雄、江玲玲	2020/4/28	2022/4/17
					陈培钢、伍俊雄、江玲玲、李正	2022/4/18	2023/6/10
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、江玲玲	2023/6/11	2025/4/17
		540.00	2023/7/25	2025/5/22	李正	2023/6/11	2025/5/23
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、江玲玲	2025/4/18	注 1
		1,200.00	2025/5/23	2025/12/31			
	鑫程保	300.00	2022/1/1	2022/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、江玲玲	2021/8/17	2022/6/13
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、江玲玲	2022/6/14	注 1
		200.00	2023/1/1	2025/12/31	李正	2022/6/14	2025/5/23
商旅科技	BSP担保	2,100.00	2022/1/1	2023/6/4	伍俊雄、陈培钢、陈连江、岑文星	2020/7/24	2022/1/19
					伍俊雄、陈培钢、岑文星、王斯	2022/1/20	2023/5/7
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯	2023/5/8	2023/7/4
		4,400.00	2023/6/5	2023/8/8	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯、石筱斓	2023/7/5	2024/1/24
		4,680.00	2023/8/9	2024/3/11	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯	2024/1/25	注 1
		5,000.00	2024/3/12	2025/12/31	石筱斓	2024/1/25	2025/4/14
					岑文星	2024/1/25	2024/12/16
商旅科技成都分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	陈连江、伍俊雄	2020/5/15	2022/3/8
					陈连江、伍俊雄、陈培钢、王斯	2022/3/9	2023/3/14
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯	2023/3/15	注 1
					童丹、陈宗猛	2023/3/15	2024/12/16

商旅科技北京分公司	BSP担保	150.00	2022/1/1	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江	2021/3/11	2022/5/15
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、王斯	2022/5/16	2023/3/2
					伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯、美亚科技	2023/3/3	注 1
商旅科技上海分公司	BSP担保	150.00	2025/4/3	2025/12/31	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯、王斯	2025/3/10	注 1

注 1：该反担保函截至本回复出具之日仍有效；

注 2：根据相关方签署的《担保与反担保协议》《担保与反担保协议之补充协议》《鑫程保担保与反担保协议》《反担保函》《鑫程保反担保函》《鑫拿保反担保函》等文件，中航鑫港为发行人向国际航空运输协会（加拿大）北京办事处（以下简称“国际航协”）、上海华程西南国际旅行社有限公司（以下简称“上海华程”）、北京趣拿软件科技有限公司（以下简称“北京趣拿”）出具担保函，为发行人与国际航协、上海华程、北京趣拿之间的协议履行提供特定金额的最高额担保。连带责任保证反担保人提供反担保的范围为中航鑫港在前述最高担保额度范围内所实际支付的担保金及其他损失。在前述协议履行过程中，中航鑫港承担的最高担保金额发生变化的（包括增加或降低），连带责任保证反担保人就变更后担保责任亦向中航鑫港承担连带责任保证担保，即上述连带责任保证反担保人提供的反担保金额等于中航鑫港在该时点为发行人向国际航协、上海华程、北京趣拿提供的最高担保金额。

2、鑫程保/鑫拿保担保的各方法律关系和具体业务模式

鑫程保/鑫拿保担保的各方法律关系如下：（1）发行人和上海华程/北京趣拿签订了《机票业务合作协议书》/《去哪儿网商户服务协议》（即“主协议”），约定发行人作为携程/去哪儿平台上的机票供应商，上海华程/北京趣拿作为机票采购方，根据业务需求向发行人进行采购；（2）为担保主协议履行过程中上海华程/北京趣拿因发行人违约行为可向其追偿的债权，中航鑫港与发行人签订《鑫程保担保与反担保协议》/《鑫拿保担保与反担保协议》，并向上海华程/北京趣拿出具《鑫程保担保函》/《鑫拿保担保函》，约定中航鑫港为上海华程/北京趣拿提供最高额保证担保（即“本担保”），其中中航鑫港为本担保关系中的担保人，上海华程/北京趣拿为主债权人/担保权人/受益人，发行人为主债务人/被担保人；（3）发行人为前述本担保的履行向中航鑫港提供其认可的反担保措施（即“反担保”），其中，中航鑫港为反担保关系中的反担保权人，发行人、发行人及各分子公司的法定代表人、房产业主及其配偶、实际控制人等反担保的提供方为反担保人。

鑫程保/鑫拿保担保具体业务模式为：发行人通过携程/去哪儿平台向上海华程/北京趣拿销售机票，为保证退改签等服务的顺利进行，上海华程/北京趣拿会要求发行人提供一定的保证金。中航鑫港作为上海华程/北京趣拿实施“携程/去哪儿平台”项目所认可的担保单位，为发行人提供最高额保证担保服务（即“鑫程保/鑫拿保”）。在担保额度内，发行人可以解除携程/去哪儿平台受限的保证金，以减少受限资金压力。为此，发行人需向中航鑫港提供其认可的反担保，包括连带责任保证反担保和保证金。

（二）结合发行人与陈连江之间的债权债务情况，说明发行人对员工的债权转移至陈连江的具体过程，是否存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形

发行人业务发展需要一定的融资规模和 BSP 出票额度以及与之相对应的（反）担保规模。在业务发展的早期和中期，数位发行人员工（以业务负责人和发行人老员工为主）以其自身及其直系亲属名下房产进行抵押，为发行人向中航鑫港/融资方提供（反）担保，以助力发行人的进一步发展。部分（反）担保人在提供个人房产抵押（反）担保时，仍有尚未结清的房贷，为顺利完成抵押担保登记事项，发行人于 2016 年以前曾向上述（反）担保人提供无息借款用于归还抵押房产的贷款余额，因此形成发行人对员工的债权。

此外，为满足发行人业务高速发展阶段对资金的需求，伍俊雄、陈连江夫妇在 2017 年前曾多次向发行人提供借款，截至 2017 年 10 月 31 日，发行人欠伍俊雄、陈连江夫妇其他应付款余额为 1,552.47 万元。

为规范员工借款及与伍俊雄、陈连江夫妇的资金往来，2017 年 11-12 月，发行人通过向陈连江转账的方式偿还对伍俊雄、陈连江夫妇的借款 1,065.50 万元。同期，陈连江向房产抵押反担保人借出无息借款 929.80 万元，该等反担保人收到陈连江的借款后相应全部归还发行人借款，清理发行人对员工的其他应收款。经上述过程，发行人对员工的债权转移至陈连江。截至 2025 年 9 月 30 日，陈连江向房产业主借出无息借款余额为 122.53 万元。

发行人向陈连江支付款项系归还发行人对伍俊雄、陈连江夫妇的其他应付款，不存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形。

（三）员工以个人房产为发行人提供担保的合理性与公允性，是否符合行业惯例，发行人对主债务的偿还能力与偿还情况，员工个人承担担保责任的可能性，是否存在纠纷风险

1、员工以个人房产为发行人提供担保的合理性与公允性，是否符合行业惯例

涉及向中航鑫港提供房产抵押反担保的员工主要为发行人管理层或者老员工（部分人员为发行人的直接或间接自然人股东），家境较富裕，对发行人有归属感，在发行人重要岗位任职，对发行人的经营情况有较客观、直接的了解，对发行人的经营稳健性和成长性有较强信心，员工以个人房产为发行人提供担保具有合理性。

自 2023 年 7 月起，发行人向部分提供房产抵押反担保的反担保人支付担保费，担保费率区间为 2%-2.6%。经过询价，市场中商业性担保机构综合担保费率一般在 2%-3%。因此，发行人向员工支付的担保费率与商业性担保机构综合担保费率不存在明显差异，担保费率定价公允。

中航鑫港 BSP 担保额度构成发行人出票规模的票证约束和金额约束，决定了发行人可滚动使用的 BSP 出票额度。行业内公司为扩大出票规模，需向中航鑫港申请担保额度，并提供大于或等于担保额度的反担保措施。由于发行人所处行业属于轻资产行业，发行人可抵押资产相对于需要提供的反担保规模相对不足，以其他补充资产作为抵押物扩大担保额度具有必要性，公司部分员工在个人经济条件允许且认同公司发展前景的基础上以个人房产进行反担保具有合理性。根据对中航鑫港的访谈，机票代理人高级管理人员、分子公司业务负责人、资深员工等人员以个人房产抵押为机票代理人提供反担保，属于行业内的常见做法，符合行业惯例。

经查询可比上市公司披露的公告，其均未对员工提供反担保的情况进行专门披露，但存在由构成关联方的员工及其近亲属提供反担保的情形，具体如下：

公司名称及股票代码	员工担保情况
腾轩旅游（833741）	中航鑫港担保有限公司为公司及子公司与国际航空运输协会签署的《客运销售代理协议》和《货运销售代理协议》提供保证担保，公司及子公司提供连带责任反担保，同时景宝利（公司前财务负责人、董事会秘书）、宋敏娜（景宝利之配偶）、梁青（公司监事）、胡瑶（公司董事）、曲梁（公司董事徐晨

公司名称及股票代码	员工担保情况
	之直系亲属）和兰斌（公司实际控制人、控股股东、董事长、刘亮之配偶）用其房产为中航鑫港担保有限公司提供反担保。
航桥国际（871646）	中航鑫港担保有限公司为公司提供担保。为保证担保事项的顺利进行，余朝晖（董事长、实际控制人、控股股东）向担保方中航鑫港担保有限公司以个人房产提供反担保。

根据中航鑫港的访谈及上述可比上市公司案例，员工以个人房产为中航鑫港与机票代理人之间的本担保提供反担保符合行业惯例。

2、发行人对主债务的偿还能力与偿还情况，员工个人承担担保责任的可能性，是否存在纠纷风险

报告期内，发行人货币资金较为充裕，且应收账款回款和经营情况均较为良好，具有较好的债务偿还能力，均按期偿还债务，不存在担保权人（国际航协/上海华程/北京趣拿）行使担保权、致使中航鑫港向担保权人赔付相关款项的情形。根据《民法典》第七百条的规定，保证人承担保证责任后，除当事人另有约定外，有权在其承担保证责任的范围内向债务人追偿，享有债权人对债务人的权利，但是不得损害债权人的利益。因此，若发生员工个人承担担保责任的情形，其有权向发行人进行追偿。同时，发行人与担保员工签署的协议书中，也对员工因履行反担保责任而受到经济损失的责任承担进行了明确。**截至 2025 年 5 月末，员工及其近亲属提供的中航鑫港房产抵押反担保已全部解除，除王斯、江玲玲、俞涛因担任美亚科技子公司法定代表人外，其他员工的个人连带保证责任自房产抵押担保解除之日已同步解除。**

综上，发行人经营情况良好，具有较好的债务偿还能力，员工个人承担担保责任的可能性较低，根据相关员工出具的声明，其与发行人及实际控制人之间就房产抵押（反）担保事项不存在争议、纠纷，且发行人和实际控制人已对员工个人因履行反担保责任而受到的经济损失的责任承担进行明确约定，相关责任划分亦符合《民法典》的规定，因此产生纠纷的风险较小。

（四）实际控制人为员工偿还房贷是否属于实际控制人为发行人垫付成本费用，测算报告期内前述主体为发行人提供担保按市场担保费率应收取的担保费金额及对发行人报告期业绩的影响

由于实际控制人为房产抵押员工提供用于偿还房贷的无息借款，发行人未向

其支付担保费，该担保费属于实际控制人间接为发行人垫付成本费用。除俞涛（公司第六大股东、高级管理人员、上海易飞法定代表人）外，自 2023 年 7 月起，发行人向未享受无息借款的、提供中航鑫港房产抵押反担保的员工支付担保费，担保费率区间为 2%-2.6%。经过询价，市场中商业性担保机构综合担保费率一般在 2%-3%，与发行人支付给员工的担保费率无明显差异。自 2025 年起，发行人按照平均担保费率计提全部员工及其近亲属（包括俞涛、享受无息借款的员工及其近亲属）为发行人提供房产抵押（反）担保的担保费用，因此本题未对 2025 年 1-6 月担保费用进行测算。担保费=担保金额*市场担保费率/当年天数*担保天数，假设市场担保费率为 2%，报告期内，除实际控制人、发行人以外的房产业主为发行人提供担保应收取而未收取的担保费占当期归母扣非净利润的比例分别为 1.40%、0.64%、0.60%，其中，涉及发行人或实际控制人提供无息借款的房产业主为发行人提供担保应收取而未收取的担保费占当期归母扣非净利润的比例分别为 0.71%、0.47%、0.46%；假设市场担保费率为 3%，报告期内，除实际控制人、发行人以外的房产业主为发行人提供担保应收取而未收取的担保费占当期归母扣非净利润的比例分别为 2.10%、1.16%、1.11%，其中，涉及发行人或实际控制人提供无息借款的房产业主为发行人提供担保应收取而未收取的担保费占当期归母扣非净利润的比例分别为 1.06%、0.70%、0.69%，对发行人报告期业绩影响较小。

2025 年 11 月 28 日，发行人披露《前期会计差错更正公告》，发行人已按照平均担保费率补充计提 2021 年-2024 年全部员工及其近亲属为其提供房产抵押（反）担保期间未确认的担保费用。因此，报告期内，前述主体为发行人提供担保按平均担保费率应收取的担保费金额均已入账。报告期内，员工及其近亲属为发行人提供房产抵押担保补充计提的担保费用占当期归母扣非净利润比例分别为 3.23%、1.05%、0.96%，对发行人报告期业绩影响较小。

三、发行人开展业务的主要资金来源及资金成本情况，并综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影响

（一）发行人开展业务的主要资金来源及资金成本情况

报告期内，发行人开展业务的主要资金来源为：1、自有资金，以经营活动

现金流入、股东出资款以及公司未分配利润为主；2、与融资机构的借款，包括银行借款和其他非银行金融机构或保理商应收账款保理/质押融资（以下简称“应收账款保理/质押融资”），报告期内，发行人资金成本情况如下：

单位：万元

资金来源方式	2025年1-6月			2024年度			2023年度			2022年度		
	平均融资规模	利息费用	平均融资成本	平均融资规模	利息费用	平均融资成本	平均融资规模	利息费用	平均融资成本	平均融资规模	利息费用	平均融资成本
银行借款	10,277.50	381.29	3.71%	17,960.00	730.22	4.07%	9,686.94	407.46	4.21%	3,483.56	145.09	4.16%
应收账款保理/质押融资	3,627.83	200.72	5.53%	10,266.50	709.60	6.91%	13,429.68	1,069.75	7.97%	4,367.41	341.14	7.81%
总计	13,905.33	582.02	4.19%	28,226.50	1,439.82	5.10%	23,116.62	1,477.21	6.39%	7,850.96	486.23	6.19%

注：平均融资规模=∑融资本金*融资天数/360

报告期内，平均融资成本分别为 6.19%、6.39%、5.10%和 4.19%，2024 年度、2025 年 1-6 月平均融资成本明显下降主要系：（1）LPR 呈下降趋势，市场整体利率下行；（2）随着发行人业务规模增长以及与融资方的合作逐步深入，发行人议价能力增强；（3）银行融资（流贷）授信额度增加，发行人对融资结构进行优化，减少了应收账款保理/质押融资规模，平均融资成本进一步下降。

（二）综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影响

1、综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖

发行人在开展业务、资金获取过程中，需要实际控制人及其近亲属、员工及其近亲属（以下合称为“担保自然人”）提供房产抵押担保、个人保证担保用于中航鑫港反担保和综合融资授信。

（1）中航鑫港反担保

中航鑫港为发行人与国际航协、上海华程、北京趣拿之间分别约定的义务的履行出具担保函，为此，发行人根据中航鑫港的要求向其提供保函、保证金、房产抵押和特定主体连带责任保证反担保，其中房产抵押和连带责任保证的反担保人涉及自然人（实际控制人、员工及其近亲属）。截至 2025 年 6 月 30 日和 2024

年 12 月 31 日，反担保人为中航鑫港提供经济反担保明细如下：

单位：万元

项目	经济反担保方式	涉及担保主体	2025 年 6 月 30 日		截至 2024 年 12 月 31 日	
			反担保金额	占比	反担保金额	占比
BSP 担保	保函	银行、融资担保公司	17,027.00	89.33%	11,692.00	63.59%
	房产抵押	员工及其近亲属、发行人	135.00	0.71%	2,877.00	15.65%
	保证金	发行人及其分子公司	1,898.00	9.96%	3,817.00	20.76%
鑫程保/鑫拿保	保证金	发行人及其分子公司	1,015.00	100.00%	3,069.00	100.00%

注 1：除上述经济反担保外，根据中航鑫港的要求，发行人及其子公司的法定代表人、发行人的实际控制人和房产抵押业主及其配偶中的全部或部分主体需要就发行人及其分子公司需履行的义务向中航鑫港提供连带责任保证反担保；

注 2：截至 2025 年 5 月末，员工及其近亲属提供的中航鑫港房产抵押反担保已全部解除。

根据上表，发行人根据中航鑫港的担保规则向其提供符合条件的反担保，其中主要通过保函、保证金的形式提供经济反担保，以相关自然人房产抵押作为经济反担保措施的占比相对较小。且随着金融机构对发行人的授信增加，发行人通过保函置换房产抵押，截至 2025 年 6 月 30 日，房产抵押担保金额降至 135.00 万元，系美亚科技自有房产，员工及其近亲属提供的中航鑫港房产抵押反担保已全部解除，除王斯、江玲玲、俞涛因担任美亚科技子公司**法定代表人**外，其他员工的个人连带保证责任自房产抵押担保解除之日同步解除。

发行人使用银行保函等方式替代自然人向中航鑫港房产提供的房产抵押反担保，因此，发行人在获取中航鑫港本担保方面对实际控制人、员工及其他主体提供房产抵押担保不存在依赖。但由于中航鑫港基于其风控需要，要求实际控制人、发行人子公司**法定代表人**提供保证反担保，因此，发行人对实际控制人、发行人子公司**法定代表人**提供的保证反担保存在一定依赖。

（2）综合融资授信

综合融资授信包括银行借款、应收账款保理/质押融资和保函授信，为获取充足的综合融资授信和相对较低的融资成本，发行人需要向银行等融资机构提供房产抵押、应收账款质押和连带责任保证担保，其中房产抵押和连带责任保证的担保人涉及自然人（实际控制人及其近亲属）。截至 2025 年 6 月 30 日，发行人

获取的综合融资授信中涉及自然人提供担保情况如下：

综合融资授信项目	授信金额	涉及担保自然人提供担保的授信金额（万元）	担保自然人提供担保金额占比	担保自然人提供担保的方式	涉及自然人担保主体
银行借款	25,500.00 万元	5,000.00	19.61%	房产抵押担保	陈连江、伍奕婧、蔡程伟、陈培飞、陈培钢
		25,500.00	100.00%	保证担保	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯
	100.00 万港币（注 1）	0.00	0.00%	/	/
	15.00 万美元（注 1）	0.00	0.00%	/	/
应收账款保理/质押融资	106,000.00 万元	3,000.00	2.83%	保证担保	陈培钢
金融机构保函	11,000.00 万元	10,000.00	90.91%	房产抵押担保	陈连江、伍奕婧、蔡程伟
		11,000.00	100.00%	保证担保	伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯
	70.00 万美元（注 1）	0.00	0.00%	/	/

注 1：根据花旗银行香港分行致香港美亚的授信函（日期为 2024 年 4 月 9 日），花旗银行香港分行为香港美亚提供综合授信项目包括 a：公司信用卡额度 100.00 万港币；b：公司信用卡额度 15.00 万美元；c：银行保函额度 70.00 万美元，担保方式为 100.00%保证金。

根据上表，综合融资授信仅涉及实际控制人及其近亲属提供担保，其中实际控制人提供保证担保为融资业务中融资方的常规风控要求。发行人属于轻资产行业、自有房产规模有限，实际控制人及其近亲属为发行人提供房产抵押担保具有合理性。在汇丰银行综合融资授信额度未变化的情况下，2025 年 9 月 26 日，蔡程伟为汇丰银行综合融资授信提供的房产抵押担保已解除，说明银行授信开始更侧重发行人的经营稳健性与持续盈利性的审查，在授信额度不变的情况下，同意发行人减少房产抵押担保，未来发行人也将主要以实际控制人连带责任保证和应收账款质押等方式进行融资授信合作的开拓与维护。

随着担保方式调整、发行人融资能力的增强，发行人可以获取更多的无需房产抵押担保的综合融资授信，且自然人房产抵押担保并非发行人获取授信的必要条件，发行人亦可选择其他担保方式作为增信措施，因此，发行人在获取综合融资授信方面对自然人提供的房产抵押担保不存在依赖。但由于实际控制人为发行人获取综合融资授信提供保证担保属于融资方的常规风控要求，系行业惯例，因此，发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人提供的保证担保存在一定依

赖。

综上，由于融资方/中航鑫港的常规风控要求，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，但对实际控制人之外的其他主体依赖性较小。

2、前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影响

中航鑫港的经济反担保措施包括但不限于银行保函、房产抵押担保和保证金，发行人可以通过调整不同担保方式的占比，新增质押担保等手段保证担保的可持续性。

截至报告期末，发行人有 3 处不动产，四名实际控制人合计持有 16 套位于广东省的自有不动产，实际控制人的近亲属拥有多套不动产，上述不动产可为发行人融资提供抵押担保；发行人期末应收账款规模较大，且客户群体主要为大型央企、国企和上市公司，可用于质押担保；实际控制人资金情况良好，可为发行人提供连带责任保证担保。因此，发行人借款的担保手段充足，借款模式具有可持续性。

综上，前述借款、担保模式具有可持续性，不会对发行人持续经营产生不利影响。

四、实际控制人控制的中创盈科集团、广东微腾投资等主要企业的经营情况、报告期内主要财务数据，发行人及其相关人员与前述企业的资金往来情况；中信宝被列为失信被执行人的主要情况，伍建辉与实际控制人之间的关联关系，是否为实际控制人代持中信宝股权；实际控制人个人、控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、大额债务、失信被执行、违法违规等，对相应债务是否具有偿还能力，是否存在到期未清偿情形；前述经营、财务、负债、失信被执行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，是否影响实际控制人在发行人的任职或履职

（一）实际控制人控制的中创盈科集团、广东微腾投资等主要企业的经营情况、报告期内主要财务数据，发行人及其相关人员与前述企业的资金往来情况

1、实际控制人控制的主要企业的经营情况、财务数据

截至报告期末，除发行人及其分子公司外，发行人的实际控制人控制的其他企业包括以下主体：

序号	公司名称	经营情况	关联关系
1	广州旅商	美亚科技员工持股平台，无实际经营	伍俊雄担任执行事务合伙人并持有 11.5423% 合伙份额的企业
2	广东微腾投资有限公司	从事对外投资，无实际经营	伍俊雄直接持股 95% 并担任董事的企业
3	深圳市中创盈信投资企业（有限合伙）	深圳市中创盈科集团有限公司（以下简称“中创盈科”）持股平台，无实际经营	实际控制人陈培钢、陈连江及其近亲属共同实际控制的企业
4	广州中创盈信投资合伙企业（有限合伙）	中创盈科持股平台，无实际经营	实际控制人陈连江及其近亲属共同实际控制的企业
5	中创盈科集团（注）	从事产业园开发、运营业务及相关产业赋能服务业务	实际控制人伍俊雄、陈培钢、陈连江及其近亲属共同间接控制的企业

注：中创盈科集团包括中创盈科及其对外投资并控股的 42 家企业。

根据上表，实际控制人控制的其他企业中，仅中创盈科集团实际从事产业园开发、运营业务及相关产业赋能服务业务，其余主体仅作为投资平台、持股平台，并未实际经营。

根据中创盈科集团的官网信息及业务介绍，中创盈科集团是一家专业的产业园区开发运营公司，主要以承租模式从事产业园区的运营业务，属于轻资产经营模式，不涉及承担所运营园区前期建设成本，目前仅有 1 个自主开发的工业园区；同时，集团围绕产业园开发运营提供产业资讯服务、产业投资服务、人力资源综合服务产业赋能服务业务。

发行人实际控制人控制的企业中，因广州旅商、广东微腾投资有限公司、深圳市中创盈信投资企业（有限合伙）、广州中创盈信投资合伙企业（有限合伙）为未开展业务的投资平台、持股平台，均未实际经营，因此不对其经营情况、财务数据作进一步展开。中创盈科集团 2022 年的经营情况、主要财务数据因公共卫生事件原因受到一定影响，2023 年公共卫生事件缓解后，中创盈科集团的经营情况、主要财务数据逐步恢复，但短期内仍受市场供需变动的影响。

2、发行人及其相关人员与上述企业的资金往来情况

报告期内，发行人及其实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员（下称“相关人员”）与上述企业之间存在的资金往来情况具体如下：

（1）因中创盈科集团下属企业深圳市美盈科技孵化管理有限公司、中创盈

科、深圳市中信宝物业发展有限公司向公司采购机票、酒店代理及会奖旅游业务，相关方之间存在往来款；因公司向中创盈科集团下属企业深圳市中信宝物业发展有限公司广州分公司租赁办公场所，双方之间产生租金、物管费、水电费及押金费用（前述关联交易情况已在招股说明书“第六节 公司治理”之“七、关联方、关联关系和关联交易情况”部分披露）；

（2）实际控制人伍俊雄、陈连江与中创盈科集团、广东微腾投资有限公司之间存在资金往来，用于日常经营、资金周转、支付美亚科技股份转让款、实缴出资；

（3）因发行人报告期内发生现金分红，公司与广州旅商、广州旅商及其合伙人之间存在分红款支付形成的往来。

除上述情形外，根据报告期内发行人及相关人员的银行流水，报告期内发行人及前述相关人员与上述主要企业之间不存在其他大额资金往来情形。

（二）中信宝被列为失信被执行人的主要情况，伍建辉与实际控制人之间的关联关系，是否为实际控制人代持中信宝股权

1、中信宝被列为失信被执行人的主要情况

实际控制人间接控制的企业深圳市中信宝物业发展有限公司（以下简称“中信宝”）曾经于 2024 年 5 月 31 日被广东省广州市天河区人民法院列为失信被执行人名单，相关失信信息已于 2024 年 6 月被主管法院撤销，该案涉及的具体情况如下：

（1）该案裁判及执行情况

因与广州市好彩酒店有限公司（以下简称“好彩酒店”）、丁年生、丁俊锴之间就房屋租赁合同事项产生纠纷，中信宝向广州市天河区人民法院提起诉讼，广州市天河区人民法院于 2023 年 3 月 9 日对该案作出(2021)粤 0106 民初 38174 号《民事判决书》，判决：① 被告好彩酒店向中信宝支付租金（含物业管理费）3,436,610.37 元及逾期付款违约金；② 被告好彩酒店向中信宝支付水电费（含设备租管服务费）761,493.68 元及逾期付款违约金；③ 被告丁年生、丁俊锴对上述好彩酒店的债务承担连带清偿责任；④ 中信宝向好彩酒店退还酒店设施设备，具体以（2021）粤广广州第 152822 号《公证书》所记载的资产情况为准。

一审判决后，原审被告好彩酒店、丁年生、丁俊锴提出上诉并于 2023 年 6 月 2 日被广州市中级人民法院立案受理，2023 年 9 月 4 日，广州市中级人民法院签发了（2023）粤 01 民终 15529 号《民事判决书》，就上述诉讼事项作出二审判决，驳回上诉，维持原判。

该案判决生效后，双方对于判决书中确定义务的履行情况如下：

因好彩酒店、丁年生、丁俊锴未履行租金、水电费及逾期付款违约金支付义务，中信宝于 2023 年 11 月 21 日向广州市天河区人民法院申请强制执行，根据广州市天河区人民法院作出的（2023）粤 0106 执 25168 号《执行通知书》，执行标的 4,499,109.00 元，执行法院实际划扣被执行人丁年生名下银行账户金额为 202,647.82 元。截至本回复出具之日，被执行人仍未履行其剩余给付义务；

中信宝于判决生效后积极尝试履行酒店设施设备退还义务，多次联系好彩公司沟通酒店设施设备退还事宜，但因难以与对方取得联系、对方拒绝接收应返还物品等原因，其无法有效完成相关义务的履行。2024 年 1 月，好彩酒店向广州市天河区人民法院申请强制执行，根据广州市天河区人民法院作出的 2024 粤 0106 执 2396 号《执行通知书》，执行法院于 2024 年 5 月 31 日将中信宝列入失信被执行人名单。

（2）执行法院已撤销相关执行信息

根据《最高人民法院关于公布失信被执行人名单信息的若干规定（2017 修订）》第一条，“被执行人未履行生效法律文书确定的义务，并有下列情形之一的，人民法院应当将其纳入失信被执行人名单，依法对其进行信用惩戒：（一）有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务的；（二）以伪造证据、暴力、威胁等方法妨碍、抗拒执行的；（三）以虚假诉讼、虚假仲裁或者以隐匿、转移财产等方法规避执行的；（四）违反财产报告制度的；（五）违反限制消费令的；（六）无正当理由拒不履行执行和解协议的。”

根据《最高人民法院关于公布失信被执行人名单信息的若干规定（2017 修订）》第十一条，“被纳入失信被执行人名单的公民、法人或其他组织认为有下列情形之一的，可以向执行法院申请纠正：（一）不应将其纳入失信被执行人名单的；（二）记载和公布的失信信息不准确的；（三）失信信息应予删除的。”

中信宝在被列入失信被执行人名单后，已及时联系广州市天河区人民法院说明该案判决义务履行情况并申请撤销相关信息，由于酒店设施设备返还义务的履行需要权利人方的配合，而双方一直未能就该等义务履行方式达成一致，致使中信宝无法有效履行义务，但并不属于有履行能力而拒不履行生效法律文书确定义务的情形，亦不存在其他恶意不履行生效法律文书确定的义务的情形，因此不符合应被纳入失信被执行人名单的情形。广州市天河区人民法院在对前述申请进行审查后，已于 2024 年 6 月撤销了中信宝的失信被执行人公示信息。

截至本回复出具之日，失信被执行人名单中已无中信宝或其法定代表人伍健辉的相关记录。

（3）该案后续执行情况

为推动本案相关判决义务的履行，中信宝已与好彩酒店方协商，将应退还的酒店设施设备折价抵扣好彩酒店方应支付的租金、水电费，好彩酒店对剩余费用进行清偿。截至本回复出具之日，双方尚在协商核对相关酒店设施设备的数量及价格，判决义务仍在推动履行过程中。

2、伍建辉与实际控制人之间不存在关联关系，未为实际控制人代持中信宝股权

伍健辉与实际控制人伍俊雄系同乡，为中创盈科集团的员工并担任中信宝的法定代表人，与实际控制人之间不存在关联关系。

中创盈科直接持有中信宝 100%股权，实际控制人通过中创盈科间接控制中信宝，不存在伍健辉为实际控制人代持中信宝股权的情况。

（三）实际控制人个人、控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、大额债务、失信被执行、违法违规等，对相应债务是否具有偿还能力，是否存在到期未清偿情形

1、实际控制人个人、控制的其他企业的重大负面舆情、重大诉讼、失信被执行情况

截至 2025 年 6 月 30 日，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在重大负面舆情、失信被执行的情况，除如下情形外，实际控制人个人及其控制的其他

企业不存在其他重大诉讼案件：

序号	案号	案由	原告	被告	标的额 (万元)	诉讼请求	案件进展
1	(2023)粤01民终15529号、 (2023)粤0106执25168号、 2024粤0106执2396号	房屋租赁合同纠纷	中信宝	丁俊锴、 丁年生、 好彩酒店	459.69	(1)判令被告好彩酒店向原告支付租金396.48万元、水电费86.39万元及租金水电费用的逾期付款违约金； (2)判令被告丁年生、丁俊锴对被告好彩酒店的前述债务承担连带清偿责任。	已取得生效判决，执行过程中
2	(2024)粤0106民初21502号	房屋租赁合同纠纷	好彩酒店	中信宝	281.98	(1)判令被告返还原告租赁合同保证金113.04万元、装修押金13.94万元和水电费保证金5.00万元及利息； (2)判令被告补偿原告剩余租赁期内装饰装修残值损失及利息暂计829.69万元。以上1-2项暂计971.82万元。	已作出一审判决，截至本回复出具之日，中信宝已提起上诉
3	(2021)粤19民终13826号、 (2024)粤1973执恢1150号	财产损害赔偿纠纷	东莞市新中信宝物业投资有限公司	东莞市高楷模业科技有限公司、叶志权、黄辉容	401.61	(1)东莞市高楷模业科技有限公司支付原告经济损失暂计1,250.00万元，其余被告承担连带责任； (2)支付原告因修复厂房等新增损失54.22万元。	该案于2024年8月立案恢复执行并受偿案款12.09万元，因被告无其他可供执行的财产，法院于2025年1月裁定终结本次执行程序
4	(2024)粤0106立28024号 (2025)粤0106民初23655号	房屋租赁合同纠纷	中创盈科	融通地产(广东)有限责任公司	1,026.83	(1)被告向原告支付违约金5,268,250元； (2)被告赔偿原告各项损失暂计5,000,000元； (3)本案案件受理费、保全费等全部诉讼费用由被告承担。	本案一审已于2025年4月25日开庭，截至本回复出具之日，尚未作出一审判决
5	(2025)粤0111民初31124号(注2)	民间借贷纠纷	中创盈科	被告一：广州海特云谷科技有限公司；被告二：广东贰月谷产业运营管理有限公司；被告	2,050.00	1.被告一向原告清偿借款本金人民币2,050万元及利息； 2.被告二、三、四对被告一应偿还的本息承担连带责任； 3.被告五、六在未足额出资的范围内对被告一应偿还的本息承担连带责任； 4.确认原告对被告一开发建设位于广州市白云区石门街	本案于2025年4月22日立案，截至本回复出具之日，一审尚未开庭

序号	案号	案由	原告	被告	标的额 (万元)	诉讼请求	案件进展
				三：高**；被告四：广州东特科技有限公司；被告五：简**；被告六曹**		*****享有自实际交付之日起20年的无偿使用权； 5. 各被告承担本案的律师费50,000元； 6. 各被告承担本案的担保费81,790元； 7. 各被告承担本案的诉讼费、保全费。	

注 1：重大诉讼案件指实际控制人个人或其控制的其他企业作为原告/被告、所涉案件标的额在 100 万元以上尚未了结的或可预见的案件；案件标的额以起诉金额或生效裁判文书确定的义务履行方应付金额为准，不包括需根据实际清偿日期累计计算的违约金、滞纳金等款项；

注 2：就该项案件，中创盈科集团已通过签署的租赁合同及补充协议取得被告方开发物业的无偿使用权，通过诉讼确权后预计可对外转租并以租金收入抵偿未收回债权。

根据上表，序号 1、2、4 的诉讼案件均为中创盈科集团正常生产经营活动中产生的业务合同纠纷，序号 3、5 的诉讼案件为中创盈科集团就生产经营活动中产生的财产损害纠纷、民间借贷纠纷作为原告提起的诉讼案件，不涉及发行人或发行人的股权，对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及股东利益不会产生重大不利影响。

2、实际控制人个人、控制的其他企业的违法违规情况

根据发行人实际控制人的无犯罪记录证明、实际控制人出具的书面说明、相关企业的《无违法违规证明》（公共信用信息报告）、税务等主管部门出具的证明文件，报告期内，实际控制人个人及其控制的其他企业存在以下受到行政处罚的情形：

序号	处罚对象	处罚部门	时间	事由	处罚形式
1	深圳市中创盈邦产业运营管理有限公司	深圳市公安局宝安分局	2023/06/15	未申报或者虚假申报居住登记信息，违反《深圳经济特区居住证条例》第九条、第四十条第一款相关规定	做出深宝公（福海）行罚决字（2023）44958 号行政处罚，决定给予处罚款 500 元的行政处罚
2	东莞市灿和物业管理有限公司	东莞市消防救援支队万江大队	2023/10/01	在对中创汇智盈科技园进行检查时发现，该场所存在消防设施、器材未保持完好有效，具体为火灾自动报警系统故障，违反了《中华人民共和国消防	做出东万消行罚决字（2023）第 0024 号行政处罚决定书，决定给予处罚款 25,000 元的行政处罚

序号	处罚对象	处罚部门	时间	事由	处罚形式
				法》第十六条第一款第二项之规定；消防控制室安排不具备相应条件的人员值班，具体为值班人员未取得中级消防设施操作员证，违反了《广东省实施<中华人民共和国消防法>办法》第十九条第二款之规定	
3	深圳市中信宝物业发展有限公司	深圳市光明区应急管理局	2021/10/15	未建立 1 名特种作业人员（低压电工作业）档案，违反《特种作业人员安全技术培训考核管理规定》第三十四条关于应当建立健全特种作业人员培训、复审档案的规定	做出应（深光）应急罚（2021）452 号行政处罚决定书，决定给予警告并处罚款 3,000 元的行政处罚
4	广东中创盈科产业信息科技有限公司	广州市公安局增城区分局	2024/01/11	-	做出穗公增（沙埔）行 罚 决 字 [2024]310239 号行政处罚决定书，决定给予当场训诫的行政处罚
5	深圳市美盈科技孵化管理有限公司	深圳市宝安消防救援大队	2024/07/24	存在擅自拆除消防设施的消防违法行为，违反《深圳经济特区消防条例》第四十五条第一款之规定	做出深宝消行罚决字（2024）第 0279 号行政处罚决定书，决定给予罚款 5,100 元整的行政处罚

相关经营主体已就上述行政处罚积极整改并及时缴纳罚款。除上述情形外，报告期内，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在因违法违规行为受到主管部门行政处罚的情况。

3、实际控制人个人、控制的其他企业的大额债务情况

（1）实际控制人个人大额债务情况

根据发行人实际控制人的书面确认及其《个人信用报告》，并结合对实际控制人报告期内的银行流水核查情况，截至报告期末，实际控制人个人不存在尚未清偿完毕的单独或合计金额超过 100 万元的大额到期债务。

（2）实际控制人控制的其他企业的大额债务情况

①除中创盈科集团以外的企业的大额债务情况

根据相关企业的《企业信用报告》、2025 年 1-6 月的财务报表及发行人律

师、保荐机构对实际控制人的访谈，除发行人及中创盈科集团以外，实际控制人控制的下列企业的大额债务情况如下：

序号	公司名称	关联关系	是否存在大额债务
1	广州旅商	伍俊雄担任执行事务合伙人并持有 11.54% 份额的企业	美亚科技员工持股平台，无实际经营，2025 年 6 月末资产负债率为 0.04%，并根据信用报告所示，不存在大额对外债务，不存在逾期未清偿情形
2	广东微腾投资有限公司	伍俊雄直接持股 95% 并担任董事的企业	从事对外投资，无实际经营，现持有中创盈科股权，并根据信用报告所示，除因投资中创盈科形成的应付款项外，不存在其他大额对外债务，不存在逾期未清偿情形
3	深圳市中创盈信投资企业（有限合伙）	实际控制人陈培钢、陈连江及其近亲属共同实际控制的企业	中创盈科持股平台，无实际经营，现持有中创盈科股权，并根据信用报告所示，除因投资中创盈科形成的应付款外，不存在大额对外债务，不存在逾期未清偿情形
4	广州中创盈信投资合伙企业（有限合伙）	实际控制人陈连江及其近亲属共同实际控制的企业	中创盈科持股平台，无实际经营，并根据财务报表所示，除因投资中创盈科形成的应付款项外，不存在其他大额对外债务，不存在逾期未清偿情形

②中创盈科集团的大额债务情况

根据中创盈科集团主要企业提供的 2025 年 1-6 月经审计的财务报表、《企业信用报告》、中创盈科出具的说明，并经中介机构访谈中创盈科的财务负责人，中创盈科集团主要以承租运营模式开展业务，集团无需承担所运营园区前期建设成本，属于轻资产经营模式，目前仅有 1 个自主开发的工业园区。截至 2025 年 6 月 30 日，根据中创盈科提供的说明、借款合同及担保合同，中创盈科集团的筹资性大额债务主要为银行贷款，尚未清偿完毕的银行贷款余额合计为 33,987.77 万元，其中单笔金额超过 500 万元的银行贷款如下：

单位：万元

序号	债务人	债权人	贷款金额	贷款余额	贷款期间	担保方式
1	广州市中创云产业运营管理有限公司	广州农村商业银行股份有限公司	2,000.00	479.05	2021.07.28-2026.07.06	深圳市中创盈科集团有限公司以其所持股权提供质押担保，担保物价值1,000万元；陈连江、伍俊雄、伍奕婧以其自有房产提供抵押担保，担保物价值合计2,253.32万元；

序号	债务人	债权人	贷款金额	贷款余额	贷款期间	担保方式
						伍俊雄、陈连江、伍健辉、中创盈科及中创盈科集团下属其他4家企业提供保证担保
2	广州市美盈科技企业孵化器有限公司	广州农村商业银行股份有限公司	2,000.00	770.17	2022.04.25-2027.03.06	深圳市中创盈科集团有限公司以其所持股权提供质押担保，担保物价值2,000万元；伍俊雄、伍奕婧、陈铁梅以其自有房产提供抵押担保，担保物价值合计2,546.90万元；伍俊雄、陈连江、伍健辉、陈铁梅、中创盈科及中创盈科集团下属其他5家企业提供保证担保
3	广州市美盈科技企业孵化器有限公司	中国银行股份有限公司广州海珠支行	1,000.00	1,000.00	2025.06.25-2028.06.25	伍俊雄提供保证担保
4	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行	3,000.00	1,164.60	2022.03.21-2027.03.20	陈泽誉、伍俊雄、陈连江、盛雷以其自有房产提供抵押担保，担保物价值合计2,006.39万元；东莞市中创盈科物业投资有限公司提供收益权质押担保，担保物价值450.00万元；伍俊雄、伍健辉、中创盈科提供保证担保
5	广州市中创盈科产业园运营有限公司	北京银行股份有限公司深圳分行	1,000.00	920.00	2024.04.22-2026.04.22	科学城（广州）绿色融资担保有限公司提供保证担保（为此，伍健辉、伍俊雄以其自有房产提供抵押反担保；深圳市美盈科技孵化管理有限公司和深圳市中信宝物业发展有限公司提供应收账款质押反担保；伍俊雄、陈连江、陈

序号	债务人	债权人	贷款金额	贷款余额	贷款期间	担保方式
						培飞、陈金连、中创盈科提供保证反担保）； 伍俊雄、陈连江提供保证担保
6	深圳市美盈科技孵化管理有限公司	北京银行股份有限公司深圳分行	1,000.00	920.00	2024.04.22-2026.04.22	科学城（广州）绿色融资担保有限公司提供保证担保（为此，伍健辉、伍俊雄以其自有房产提供抵押反担保；深圳市美盈科技孵化管理有限公司和深圳市中信宝物业发展有限公司提供应收账款质押反担保；伍俊雄、陈连江、陈培飞、陈金连、中创盈科提供保证反担保）； 伍俊雄、陈连江提供保证担保
7	深圳市中信宝物业发展有限公司	北京银行股份有限公司深圳分行	1,000.00	920.00	2024.04.22-2026.04.22	科学城（广州）绿色融资担保有限公司提供保证担保（为此，伍健辉、伍俊雄以其自有房产提供抵押反担保；深圳市美盈科技孵化管理有限公司和深圳市中信宝物业发展有限公司提供应收账款质押反担保；伍俊雄、陈连江、陈培飞、陈金连、中创盈科提供保证反担保）； 伍俊雄、陈连江提供保证担保
8	深圳市中信宝物业发展有限公司（注1）	中国银行股份有限公司深圳布吉支行	500.00	480.00	2025.03.27-2028.03.27	-
9	惠州中创	惠州农村商业	16,500.00	9,257.36	到期日为2030.04.13	惠州中创汇实业有限公司以其自有土地使

序号	债务人	债权人	贷款金额	贷款余额	贷款期间	担保方式
	汇实业有限公司（注2）	银行股份有限公司				用权及地上在建工程提供抵押担保； 伍俊雄、陈连江、中创盈科、深圳市中创时代产业园运营有限公司提供保证担保
10		浙商银行股份有限公司惠州分行	15,023.74	12,518.59	到期日为2028.01.04	惠州中创汇实业有限公司以其自有土地使用权及地上在建工程提供抵押担保； 伍俊雄、中创盈科提供保证担保
11	广州市中创先达物业投资有限公司（注3）	广州农村商业银行股份有限公司	4,900.00	4,870.00	2023.07.11-2031.07.11	广州市富亿华商务服务有限公司、广州市创华庆电子商务有限公司等12家企业其自有房产提供抵押担保，担保物价值合计8,745.40万元； 广州市中创领达运营管理有限公司、广州中创悦华物业投资有限公司提供股权质押担保，抵押物担保价值合计500.00万元； 冯庆华、陈勇坚及与前述自然人的关联企业广州市荣晋投资有限公司、广州中创悦华物业投资有限公司、广州市庆盈电子商务科技有限公司、广州市庆茗华金属制品有限公司等14家企业提供信用担保
12	深圳市美佳信物业管理有限公司	中国银行股份有限公司深圳布吉支行	200.00	198.00	2025.03.26-2028.03.26	伍俊雄、陈连江为本借款合同项下的共同借款人
13	深圳市中百产业管理有	中国银行股份有限公司深圳布吉支行	200.00	190.00	2025.03.26-2028.03.26	伍俊雄、陈连江为本借款合同项下的共同借款人

序号	债务人	债权人	贷款金额	贷款余额	贷款期间	担保方式
	限公司					
14	深圳市美盈科技孵化管理有限公司	中国银行股份有限公司深圳布吉支行	300.00	300.00	2025.05.28-2028.05.27	伍俊雄、陈连江为本借款合同项下的共同借款人

注1：伍俊雄、陈连江、深圳市美盈科技孵化管理有限公司、东莞新中信宝物业投资有限公司为序号8的贷款的共同借款人和连带债务人；

注2：序号9-10的贷款分多笔提款，故贷款开始时间不一致，但到期日相同；

注3：序号11的贷款对应担保主体主要为债务人广州市中创先达物业投资有限公司的第二大股东广州中创悦华物业投资有限公司的实际控制人及其控制或任职的其他关联企业。

根据上述主体的《企业信用报告》及中介机构对中创盈科负责人的访谈，上述贷款中第 9-10 项系为满足自主开发园区所需的资金需求，该项目现已竣工并取得不动产权证书，部分物业已经对外销售或出租，公司持续进行剩余物业的出售或出租工作，后续可以物业销售回款及租金回款偿还上述贷款；其余贷款主要用作消防、水电等园区改造建设费用或向上游供应商支付款项等日常经营需求，借款主体根据贷款协议制定还款计划进行还款，均不存在违约、逾期未清偿的情形。

除上述筹资性大额债务外，中创盈科集团的其他大额债务主要包括因日常经营活动产生的应付款项、预收款项，以及与关联方往来产生的其他应付款等经营性大额债务。中创盈科集团主要从事产业园开发、运营，其经营活动中涉及向产业园租户预收租金、管理费，以及向业主方等供应商应支付的租金、水电费等，为其应付款项、预收款项的主要构成；此外，中创盈科集团的其他应付款主要包括经营活动中向租户收取的押金，以及为满足日常经营资金需求，中创盈科集团内各主体间及其与体外关联方、非关联方之间存在的资金拆借、资金往来。

截至2025年6月30日，中创盈科集团除了银行贷款和因日常经营所形成的款项（租赁保证金、工程款）外，其他超过500万元的大额债务（包括对关联方的债务）的具体如下：

单位：万元

序号	中创盈科主体名称	其他应付款对手方名称	金额	款项形成

				原因
1	广州市中创先达物业投资有限公司	广州市荣晋投资有限公司	3,635.21	项目合作方提供资金
2	东莞市中创盈科物业投资有限公司	广州市中铭物业管理有限公司	880.82	双方资金周转款项
3	广州市中创盈泰产业投资有限公司	杨文育	500.00	该笔款项为杨文育向广州市中创盈泰产业投资有限公司转入项目运营资金
4	深圳市中创盈科集团有限公司	陈连江	726.43	陈连江为公司股东，该款项系对公司的资金周转款

注：除上述大额债务外，中创盈科集团还存在因日常经营所形成的款项且超过500万元的应付款项，包括：1、收取广州秉信环保包装有限公司租赁保证金所形成的其他应付款525.00万元；2、四川省第六建筑有限公司为惠州中创汇施工所形成的应付账款1,612.64万元。

截至报告期末，前述债务均不存在到期未清偿的情形，未被债权人主张逾期、违约。

综上所述，截至报告期末，除已披露情况外，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在重大负面舆情、失信被执行情况、尚未了结的重大诉讼案件，该等诉讼案件对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及股东利益不会产生重大不利影响；除已披露情况外，报告期内，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在其他因违法违规行为受到行政处罚的情况；截至报告期末，实际控制人个人及其控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，结合相关主体的资产状况、经营活动状况，负债主体具备相应的还款能力。

（四）前述经营、财务、负债、失信被执行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，是否影响实际控制人在发行人的任职或履职

实际控制人控制的其他企业中，仅中创盈科集团存在实际经营，其余主体仅作为投资平台、持股平台，除中信宝曾被列为失信被执行人外，其余主体不存在被列为失信被执行人的情况，该等企业的经营、财务、负债情况不会对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及发行人股东享有的股东利益产生重大不利影响，不会影响实际控制人在发行人的任职或履职。

五、发行人关于资金管理的内部控制制度以及执行情况，能否有效避免资金被控股股东、实际控制人、董监高人员、员工等关联方不当侵占

（一）发行人关于资金管理的内部控制制度以及执行情况

截至本回复出具之日，发行人已建立的资金管理相关内控制度包括但不限于《货币资金盘点操作手册》《美亚集团财务中心资金支付结算操作规范》《美亚集团财务中心资金盘点操作规范》《美亚集团财务中心银行与平台开户销户操作规范》《美亚集团财务中心到账流水导入操作规范》《美亚集团资金管理制度》等，同时，发行人建立了多层次的内部监督机制，实行日常监督与专项监督相结合，专门设置内控部门，负责公司内部审计，监督公司各项制度的执行情况。

此外，发行人为本次发行上市制定了《对外投资管理制度（北交所上市后适用）》《关联交易管理制度（北交所上市后适用）》《利润分配管理制度（北交所上市后适用）》《募集资金管理制度（北交所上市后适用）》《内部控制管理制度（北交所上市后适用）》《防范控股股东、实际控制人及关联方资金占用管理制度（北交所上市后适用）》等符合《北京证券交易所股票上市规则》等监管文件要求的相关资金管理内控制度。

报告期内，发行人存在一起前员工职务侵占事件，针对此事件，发行人全面自查了财务资金相关内部控制设计和程序履行情况，并从资金盘点、账户开户销户、支付结算与支付安全、第三方平台资金管理（含支付宝和微信）、不相容职务分离与人员轮岗等方面进一步制订和完善了多项管理制度，压实资金管理责任，规范制度执行。发行人于 2022 年 12 月完成整改后至本回复出具之日，已运行超过两个完整的会计年度，各岗位人员均严格执行相关措施，未再发现其他同类职务侵占或相关不规范等异常情况，整改工作有效。

综上，发行人已逐步建立健全资金管理的内控制度，日常执行中能遵循有关制度和程序的要求，内控制度总体上有效运行。发行人申报会计师对公司内部控制制度进行了审核，出具了《内部控制审计报告》（司农专字[2025]25006690067号），认为美亚科技于 2025 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（二）能否有效避免资金被控股股东、实际控制人、董监高人员、员工等关联方不当侵占

发行人已通过一系列切实可行的机制有效防范资金被实际控制人及董监高等关联方不当侵占：

1、通过优化公司治理、加强规范运作，有效防范资金占用

发行人依法建立了规范的法人治理结构、完善的内部控制制度、完整的财务管理制度及与资金管理相关的规章制度，建立了规范、独立、完整的财务管理体系。发行人将根据新的法律法规及公司业务发展需要，进一步完善内控制度，杜绝资金占用行为，规范关联交易的审批、决策程序。发行人将以保护全体股东利益为基础，减少和规范关联交易，对于不可避免的关联交易，将严格执行《公司章程》《关联交易管理制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥独立董事的作用，并认真履行信息披露义务，保护中小股东和公司利益不受损害。

2、实际控制人已就杜绝资金占用作出承诺及安排

发行人实际控制人伍俊雄、陈连江、陈培钢、蔡洁雯已就杜绝一切非法占用公司资金、资产的行为作出承诺，具体承诺内容如下：

“1.截至本承诺函出具之日，本人、本人关系密切的家庭成员及本人、本人关系密切的家庭成员所控制的其他企业（以下简称“本人及关联方”）不存在以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用公司资金或其他资产的情形。

2.本人及关联方将严格遵守法律、法规和中国证券监督管理委员会、北交所有关规范性文件以及公司相关规章制度的规定，不以委托管理、借款、代偿债务、代垫款项或者其他任何方式占用发行人的资金或其他资产。

3.本人及关联方不得要求公司垫支工资、福利、保险、广告等费用，也不得要求公司代为承担成本和其他支出。

4.本人将督促本人的关联方遵守本承诺，如本人或本人的关联方违反上述承诺的内容，本人愿意承担由此产生的全部责任，并足额补偿或赔偿由此给公司及其他股东造成的全部实际损失。

5.本承诺自本人签署之日起生效，在本人作为公司实际控制人期间持续有效。

上述承诺内容已经本人确认且为本人真实意思表示，本人自愿接受监管机构、自律组织及社会公众和投资者的监督，积极采取合法措施履行上述承诺，若违反上述承诺，本人将依法承担相应责任。”

综上所述，截至本回复出具之日，发行人关于资金管理的内部控制制度健全，且得到有效执行情况，可以有效避免资金被控股股东、实际控制人、董监高人员、员工等关联方不当侵占。

六、请保荐机构、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

针对上述问题一，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、获取并查阅发行人报告期内的其他应收款、其他应付款明细账及银行流水，核查报告期内是否存在与实际控制人、股东、董监高人员、公司员工及前述人员近亲属或其他自然人进行借款的情况；

2、获取发行人实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员银行流水，核查报告期内5万元以上资金流水的流向和用途，确认是否存在向发行人提供借款的情形；

3、获取并查阅发行人历史个人借款及还款的明细记录及银行流水、主要个人借款合同；

4、访谈发行人资金经理，了解发行人历史个人借款的背景及原因；

5、查阅《最高人民法院关于审理民间借贷案件适用法律若干问题的规定（2020第二次修正）》等关于民间借贷的法律法规，判断发行人历史上的个人借款行为是否构成重大违法违规行为；

6、取得发行人就个人借款事项出具的说明。

针对上述问题二，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、获取中航鑫港BSP担保与反担保协议、中航鑫港出具的不可撤销的担保函、反担保相关的合同（最高额不动产抵押合同、银行出具的不可撤销的担保函、

个人反担保函等）；

2、获取发行人与房产业主签订的关于反担保事项、无息借款/担保费用约定的协议书，员工房产抵押借款与还款台账；

3、访谈资金经理，了解中航鑫港 BSP 担保、鑫程保、鑫拿保担保的各方法律关系和具体业务模式、实际控制人为员工偿还房贷/提供无息借款的背景、金额、借款余额等情况；

4、访谈发行人高级管理人员，了解发行人对员工的债权转移至陈连江的具体过程，是否存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形，员工以个人房产为发行人提供担保的合理性与公允性，发行人对主债务的偿还能力与偿还情况，员工个人承担担保责任的可能性，是否存在纠纷风险；

5、访谈中航鑫港业务经理，了解机票代理人高级管理人员、分子公司业务负责人、资深员工等人员以个人房产抵押为机票代理人提供反担保，是否属于行业内的常见做法；

6、获取报告期内**员工及其近亲属为发行人提供房产抵押（反）担保对应担保费的计提明细表**。

针对上述问题三，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、访谈财务负责人，了解发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产生不利影响；

2、获取报告期内的利息费用明细账、应收账款保理/质押融资业务台账、银行借款台账，并取得相关授信协议、借款协议，查看主要条款约定、融资费率等内容。

针对上述问题四，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、取得并查阅中创盈科集团的业务介绍，登录中创盈科集团官网查看其业务介绍信息；

2、取得并查阅实际控制人控制的中创盈科集团主要企业的财务报表，了解该等企业的主要财务情况及大额债务情况；

3、访谈实际控制人、中创盈科集团财务负责人，了解中创盈科集团及其他实际控制人控制企业的主要业务经营情况、大额债务情况；

4、取得并查阅发行人报告期内的其他应收款、其他应付款明细账及银行流水，核查报告期内与实际控制人控制的其他主要企业的资金往来情况；

5、取得发行人实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员银行流水，核查报告期内 5 万元以上资金流水的流向和用途，确认是否存在与实际控制人控制的主要企业存在大额资金往来的情形；

6、取得并查阅与中信宝被列为失信被执行人相关的案件裁判文书、执行文书及中创盈科集团出具的说明，了解该案件的具体情况；

7、取得并查阅中信宝的工商档案资料及伍健辉的劳动合同；

8、取得并查阅实际控制人控制的其他企业的《无违法违规证明公共信用信息报告》，中国人民银行出具的《企业信用报告》，中创盈科集团提供的银行贷款明细、借款合同及担保合同、重大诉讼涉及的裁判文书、行政处罚缴款记账凭证及中创盈科集团出具的说明文件；

9、取得并查阅实际控制人提供的《个人信用报告》、签署的调查表及出具的承诺、公安机关派出机构出具的无犯罪记录证明及报告期内的银行流水；

10、登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、企查查、国家企业信用信息公示系统、信用中国、百度等网站，查询实际控制人个人及其控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、失信被执行人、行政处罚信息。

针对上述问题五，保荐机构、发行人律师主要执行了以下核查程序：

1、获取发行人资金管理相关内部控制制度，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；

2、访谈财务负责人，了解并核查资金管理相关内部控制制度的执行情况；

3、查阅广东司农会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《广东美亚旅游科技集团股份有限公司内部控制审计报告》（司农专字[2025]25006690067 号）；

4、取得并查阅实际控制人就避免资金占用事项出具的承诺函。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、报告期内，发行人通过与商业银行、商业保理公司、非银行金融机构等法人主体进行融资，不存在向实际控制人、股东、董监高人员、员工及前述人员近亲属或其他自然人借款的情况。根据发行人提供的历史个人借款及还款的明细记录及相关人员的说明，发行人历史上曾向少数员工、股东、实际控制人或其亲友进行借款，但不存在向不特定的外部第三方公开借款筹集资金的情形。前述历史个人借款均已清偿完毕且在 2019 年 11 月后不再发生。报告期内，发行人不存在直接或通过实际控制人向个人借款筹集资金的情形。前述借款行为不构成重大违法违规行为，不会对本次发行上市造成实质性法律障碍。

2、报告期内，发行人向中航鑫港提供的反担保与获取的担保额度相匹配；在鑫程保/鑫拿保担保中，中航鑫港为发行人与上海华程、北京趣拿签署的主协议的履行提供连带责任保证担保，在担保额度内，发行人可以解除携程/去哪儿平台受限的保证金，其中中航鑫港为本担保关系中的担保人，上海华程/北京趣拿为主债权人/担保权人/受益人，发行人为主债务人/被担保人，同时，发行人需向中航鑫港提供其认可的反担保，其中，中航鑫港为反担保关系中的反担保权人，发行人、发行人及各分子公司的法定代表人、房产业主及其配偶、实际控制人等反担保的提供方为反担保人；发行人对员工的债权转移至陈连江的过程不存在实际控制人占用发行人资金、侵害发行人利益的情形；员工以个人房产为发行人提供担保具有合理性与公允性，符合行业惯例；发行人具有较好的债务偿还能力，员工个人承担担保责任的可能性较低，纠纷风险较小；由于实际控制人为房产抵押员工提供用于偿还房贷的无息借款，发行人未向其支付担保费，该担保费属于实际控制人间接为发行人垫付成本费用，按市场担保费率测算，报告期内，前述担保费占扣非后净利润的比例较低，对发行人报告期业绩影响较小。

3、报告期内，发行人开展业务的主要资金来源为自有资金及与融资机构的借款；报告期内，发行人的平均融资成本分别为 6.19%、6.39%、5.10%，短期借款规模与利息费用匹配；由于融资方/中航鑫港的常规风控要求，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，对实际控制人之外的其他主体依赖性较小。

4、实际控制人控制的其他企业中，仅中创盈科集团存在实际经营，其余主体仅作为投资平台、持股平台，并未实际经营。除已披露情形外，根据报告期内发行人及相关人员的银行流水，报告期内发行人及前述相关人员与上述主要企业之间不存在其他大额资金往来情形。截至本回复出具之日，中信宝相关案件主办法院已撤销中信宝及其法定代表人伍健辉的失信被执行人公示信息。伍健辉与实际控制人之间不存在关联关系，中信宝为中创盈科全资子公司，不存在伍健辉为实际控制人代持中信宝股权的情形。根据前述核查程序，截至报告期末，除已披露情形外，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在其他重大负面舆情、尚未了结的重大诉讼案件，该等诉讼案件对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及股东利益不会产生重大不利影响；除已披露情况外，报告期内，实际控制人个人及其控制的其他企业不存在其他因违法违规行为受到行政处罚的情况；截至报告期末，实际控制人个人及其控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，结合相关主体的资产状况、经营活动状况，负债主体具备相应的还款能力。该等主体的经营、财务、负债情况不会对发行人控制权稳定性、持续经营能力、发行人及实际控制人以外的其他股东利益产生重大不利影响，不会影响实际控制人在发行人的任职或履职。

5、截至本回复出具之日，发行人建立了规范、健全的货币资金管理制度及内控制度，相关制度设计合理并有效执行，能有效避免资金被控股股东、实际控制人、董监高人员、员工等关联方不当侵占。

二、财务会计信息与管理层分析

问题 5. 销售金额持续上涨的合理性和可持续性

根据申报文件，（1）报告期发行人销售金额分别为 36.98 亿元、47.43 亿元、111.44 亿元，持续增长，但营业收入波动下滑，分别为 3.67 亿元、4.57 亿元、3.54 亿元，主要受总额法确认收入的包机包位收入下滑导致。发行人未说明可比公司报告期是否存在包机包位收入及占比。（2）发行人将航旅和商旅业务与同程旅行、携程集团业务进行对比，将旅游业务与众信旅游、岭南控股相似业务进行对比。报告期发行人航旅和商旅业务销售金额合计约为 36.56 亿元、47.00 亿元、110.04 亿元，上涨 28.57%、134.14%，但 2022 年可比公司同程旅行收入下

滑 12.64%、携程集团收入基本持平；报告期发行人旅游业务收入分别为 3,350.63 万元、3,457.54 万元、7,975.19 万元，上涨 3.19%、130.66%，销售金额分别为 0.42 亿元、0.43 亿元、1.40 亿元，上涨 1.95%、227.34%，但 2022 年众信旅游、岭南控股相似业务收入平均下滑 38.73%。(3)2023 年第四季度收入占比 30.61%，相对较高，发行人解释主要系后返佣金及旅游业务第四季度收入相对较高。

(1) 销售结构变动和销售增长的合理性。请发行人：①说明包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式，报告期发行人包机包位收入规模与市场包机包位总出票规模趋势是否一致、包机包位收入占比及变动趋势与可比公司是否一致，包机包位机票采购、销售渠道与代理模式下是否存在差异，包机包位毛利率与代理模式下还原总额法毛利率是否存在显著差异及原因；航旅和商旅业务中代理销售收入及销售金额、后返佣金收入变动是否符合行业趋势、变动幅度与可比公司的对比情况。②说明 2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源，销售或收入增长与可比公司收入变动趋势不一致的原因。③说明各期航旅、商旅、旅游业务销售金额构成情况，对比 2023 年发行人各业务板块销售/收入增长与可比公司销售/收入增长情况，结合 2023 年行业市场规模、出票量、发行人市场份额变动、期后销售及业绩情况，说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险。④结合报告期前、报告期内、报告期后机票代理及商旅管理市场规模、行业政策变化情况，说明发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势，是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气度指标（如有）对上述情况进行阐述。⑤说明 2023 年第四季度收入构成，后返佣金、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性，第四季度确认收入的主要航司、旅游客户情况，收入确认时点及依据，是否存在跨期确认收入的情形。

(2) 后返佣金收入的可持续性。根据申报文件，通过整合 BSP 票源为航司提供代理销售服务以获取后返佣金，属于行业常规盈利模式。后返佣金收入主要受 BSP 配置交易额及航司提供的后返佣金政策影响，主要来自航旅业务。报告期发行人后返佣金收入分别为 1,365.18 万元、1,940.84 万元、10,280.70 万元，2023 年大幅上涨，主要系后返佣金政策放宽，发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售政策。上述销售策略导致 2023

年航旅业务中客户贡献的毛利下滑至-194.07 万元，航司贡献的毛利大幅上升。后返佣金一般按照季度定期结算，2023 年期末后返佣金应收账款 4,285.20 万元。请发行人：①说明后续发行人航旅业务是否仍以赚取后返佣金为主要盈利策略，结合历史情况、报告期内和期后情况分析主要合作航司向发行人提供的后返佣金政策是否稳定、可持续，发行人后返佣金收入是否稳定、可持续，并充分揭示风险。②说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示；说明上述占比在航旅、商旅两个业务板块上是否存在显著差异及合理性；说明包机包位机票是否属于后返佣金的考核范围、及对后返佣金收入的具体影响。③说明不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异原因，后返佣金主要来自航旅业务的原因及合理性；说明国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入贡献情况，后返佣金与国际机票、国内机票出票规模的匹配性；说明主要合作航司后返佣金收入情况、与发行人向其采购的匹配性。④结合后返佣金考核结算周期，说明期末应收后返佣金占后返佣金收入比是否较高，结合账龄、逾期情况、期后回款情况分析后返佣金是否存在回款风险，并视情况进行风险揭示。

(3) 主要航旅客户销售增长的合理性。根据申报文件，航旅客户以旅行社、机票代理人（以下简称票代）等旅业同行间接客户为主，以航旅直销客户、散客等直接客户为辅。间接客户方面，报告期向携程集团销售 5.02 亿元、6.87 亿元、17.83 亿元，主要通过上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司两个主体进行，销售金额远高于其他旅业同行客户且 2023 年涨幅较大，还原总额法下毛利率持续下滑。报告期发行人在电商客户的供应商/采购系统提供票源报价，由其向下游客户销售后与发行人进行结算。广州典实集团 2023 年开始与发行人合作即成为发行人前五大客户，对其销售 2.33 亿元，主要通过广州典实国际旅行社有限公司、广州典实商旅服务有限公司两个主体进行，还原总额法下毛利率显著偏低。直接客户方面，发行人未充分披露与航旅直销客户、散客的合作模式。请发行人：①说明主要航旅旅行社、票代客户成立时间、主营业务、订单获取方式、合作时间、各期销售金额、还原总额法下毛利率，是否存在成立时间短即与发行人合作、主要向发行人采购的情况及合理性，说明间接销售

的必要性、合理性，是否符合行业特点，间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售的原因及合理性。②说明与携程集团的合作背景、发行人在其供应商体系中的竞争地位，发行人与携程集团下属不同主体的合作模式、是否均通过携程的线上平台开展、各期销售金额，向携程集团销售规模较大且大幅上涨、还原总额法下毛利率持续下滑的原因，销售是否真实、合作是否稳定可持续；说明与其他主要电商客户的合作模式、业务实质（代理/买断）、销售渠道、销售及回款情况，电商客户是否均为间接客户，与电商客户收入确认流程及合规性；说明对电商客户还原总额法下毛利率是否高于其他同类旅行社、票代客户及原因。③说明与广州典实集团的合作模式，通过不同主体与发行人合作的原因，说明广州典实集团主营业务、市场地位、合作背景、订单取得方式、各期对其下属不同主体销售情况，说明 2023 年开始合作即实现大额销售的合理性，是否主要向发行人采购及合理性，还原总额法下毛利率显著偏低的原因；针对还原总额法下毛利率为负且显著偏低的航旅客户，说明合并后返佣金后是否仍然为负，如是，分析与其合作的商业合理性，是否低价刺激销售。④说明间接客户是否实现向终端销售，发行人是否对终端客户负有责任。⑤补充披露航旅直销客户、散客的主要客户类型、获客方式、合作模式、业务开展流程、销售渠道/平台、定价策略、信用期、支付方式、毛利率等情况。

（4）主要商旅客户销售增长的合理性及真实性。根据申报文件，商旅客户方面，东方承启（北京）商务科技有限公司（以下简称东方承启）注册资本 1,000 万元，人员规模不足 100 人，2023 年对其销售 1.62 亿元，销售金额涨幅较大；2023 年对南方电网销售 2.59 亿元，销售金额涨幅较大，还原总额法下毛利率涨幅较大，报告期对南方电网信用期有所延长；2023 年向中石化集团销售 6.08 亿元，同比上涨 163.23%，还原总额法下毛利率上涨；2023 年对 OPPO 销售 1.07 亿元，同比上涨 217.66%。信用期方面，商旅客户标准信用期为“T+1 的 31 日”，2021-2022 年前五大商旅客户中，1 名信用期为“T+2 的 31 日”、4 名信用期为“T+1 的 n 日”，2023 年 4 名信用期为“T+2 的 n 日”、1 名信用期为“T+1 的 n 日”。毛利率方面，报告期前五大商旅客户还原总额法下毛利率低于平均值，且 2022 年显著偏低；报告期内部分商旅客户还原总额法下毛利率明显偏高或偏低甚至为负。业务模式方面，发行人需要为商旅客户提供技术集成服务，协助客

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

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

【回复】

一、销售结构变动和销售增长的合理性

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

1、说明包机包位是否为公共卫生事件期间行业惯用的业务模式

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

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

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

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

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

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

3、包机包位机票采购、销售渠道与代理模式下是否存在差异

（1）机票采购

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

（2）机票销售渠道

包机包位模式和代理模式在机票销售渠道上并无差异。

4、包机包位毛利率与代理模式下还原总额法毛利率是否存在显著差异及原因

报告期内，发行人包机包位与代理分销还原至总额法下的毛利率情况如下所示：

业务类型	收入性质	2025年1-6月		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	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅票务	包机包位	-	-	-	-	6.95%	0.03%	6.49%	5.12%
	代理分销	-0.42%	66.44%	-0.37%	66.91%	-0.04%	61.97%	0.94%	53.43%
商旅管理	包机包位	-	-	-	-	25.84%	0.00%	15.68%	0.07%
	代理分销	2.98%	31.23%	3.31%	30.67%	3.16%	35.82%	4.74%	40.03%

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

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

综上所述，发行人包机包位与代理分销还原至总额法下的毛利率的差异具有合理性。

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

携程集团的营业收入主要分为住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他，根据定期报告的披露，相关业务主要通过净额法确认收入，故其交通票务可与发行人航旅票务代理收入及后返佣金收入合计对比³，商旅管理与发行人商旅管理代理收入及后返佣金收入合计对比。因其未披露相关销售金额，无法与发行人的航旅和商旅业务的代理销售金额进行对比。

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

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

³因可比公司收入分类中未单独披露后返佣金收入，故将发行人后返佣金收入与代理收入纳入业务板块合并比较。

额，故无法与发行人商旅管理销售金额进行对比。

易飞国际的营业收入主要系机票代理收入，包括基础佣金收入和后返奖励佣金，可与发行人航旅票务、商旅管理代理收入及后返佣金收入合计对比。因其未披露相关业务销售金额，故无法与发行人相关业务销售金额进行比较。

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

根据上述分析，发行人与可比公司进行下述内容比较：

(1) 航旅票务代理销售收入和后返佣金收入

单位：万元

公司名称	类型	2025 年 1-6 月		2024年度	
		金额	增长率	金额	增长率
携程集团	交通票务收入	1,081,500.00	/	2,030,100.00	10.07%
同程旅行	交通票务收入	388,122.10	/	722,903.10	19.88%
可比公司平均值		734,811.05	/	1,376,501.55	12.49%
发行人	航旅票务代理及后返佣金收入	5,360.24	/	11,496.12	11.11%

续上表

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

注 1：携程集团年报披露的数据以百万元为单位，此处进行了换算，下同。

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

2022 年度，发行人航旅票务代理销售收入及后返佣金收入合计增长率为 4.08%，略高于可比公司平均值 2.37%，与行业整体变动趋势一致；低于携程集团 19.52%的增长率，主要原因系携程集团拥有更高的品牌知名度和更大的市场

份额，在境外市场率先恢复的情况下业绩增速更快；同程旅行增长率为负，主要原因系受公共卫生事件的影响其交通票务服务需求下降。

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

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

(2) 航旅票务代理销售金额

单位：万元

公司名称	类型	2025 年 1-6 月		2024 年度	
		金额	增长率	金额	增长率
腾轩旅游	交通票务收入	60,965.39	/	126,659.10	34.57%
发行人	航旅票务代理销售金额	431,163.34	/	869,088.46	26.19%

续上表

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

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

2023 年度，发行人航旅票务代理销售金额增长率为 172.13%，而腾轩旅游以总额法确认收入的交通票务收入增长率为 145.63%，变动趋势一致。

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

(3) 商旅管理代理销售收入和后返佣金收入

单位：万元

公司名称	类型	2025 年 1-6 月		2024年度	
		金额	增长率	金额	增长率
携程集团	商旅管理收入	126,500.00	/	250,200.00	11.00%
腾轩旅游	商旅管理收入	1,827.76	/	2,733.01	18.87%
可比公司平均值		64,163.88	/	126,466.50	11.08%
发行人	商旅管理代理销售和后返佣金收入	8,381.43	/	17,441.71	6.30%

续上表

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

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

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

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

（4）航旅票务和商旅管理代理销售和后返佣金收入合计

单位：万元

公司名称	类型	2025 年 1-6 月		2024年度	
		金额	增长率	金额	增长率
易飞国际	航空客运销售代理服务	1,579.61	/	3,199.32	10.03%
发行人	航旅票务、商旅管理代理销售及后返佣金收入	13,741.67	/	28,937.83	8.16%

续上表

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

2022 年度至 2024 年度，发行人航旅票务和商旅管理代理销售和后返佣金收入合计增长率分别为 21.11%、52.80%和 8.16%，易飞国际航空客运销售代理服务增长率分别为 12.85%、47.45%和 10.03%，两者变动趋势一致。

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

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

（1）2022 年航旅业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位：万元

来源	项目	2022年度	2021年度	变动率
包机包位	销售金额	24,405.45	18,188.87	34.18%
	收入	24,276.00	18,159.54	33.68%

来源	项目	2022年度	2021年度	变动率
代理分销	销售金额	253,077.15	165,826.43	52.62%
	收入	3,711.95	4,159.87	-10.77%
后返佣金	销售金额	1,955.45	1,249.75	56.47%
	收入	1,844.76	1,179.01	56.47%
合计	销售金额	279,438.05	185,265.05	50.83%
	收入	29,832.71	23,498.42	26.96%

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

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

(2) 2022 年商旅业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位: 万元

产品	项目	2022年度	2021年度	变动率
国际机票代理	销售金额	80,014.40	42,354.83	88.91%
	收入	8,640.62	4,865.93	77.57%
国内机票代理	销售金额	80,377.21	115,195.74	-30.23%
	收入	1,847.25	3,018.39	-38.80%
酒店代理	销售金额	27,053.85	19,324.05	40.00%
	收入	818.89	680.44	20.35%
保险代理	销售金额	106.92	141.45	-24.41%
	收入	26.30	46.43	-43.36%
其他代理	销售金额	2,578.03	2,502.24	3.03%
	收入	524.17	322.09	62.74%
包机包位	销售金额	322.86	573.78	-43.73%

产品	项目	2022年度	2021年度	变动率
	收入	319.42	567.23	-43.69%
后返佣金	销售金额	101.84	197.34	-48.39%
	收入	96.07	186.17	-48.40%
合计	销售金额	190,555.12	180,289.43	5.69%
	收入	12,272.72	9,686.69	26.70%

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

（3）2022 年旅游业务销售金额或收入增长情况、原因、来源

单位：万元

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

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

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

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

2022 年公司旅游业务与可比公司收入变动趋势不一致的原因如下：

携程集团有旅游度假业务，但其主要系作为交易服务平台向供应商收取介绍

费，采取净额法确认收入，与发行人会奖旅游业不可比。易飞国际、同程旅行未披露旅游业务销售/收入数据，腾轩旅游仅披露 2023 年度旅游服务收入。众信旅游的旅游批发与旅游零售业务以及岭南控股的旅行社运营收入与发行人旅游收入可比。因众信旅游与岭南控股均未披露销售金额，故对收入进行比较。

具体收入对比情况如下所示：

单位：万元

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

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

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

1、说明各期航旅、商旅、旅游业务销售金额构成情况

单位：万元

业务板块	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	439,266.39	67.60%	884,793.50	67.99%	699,341.06	62.75%	279,438.05	58.92%
商旅管理	203,641.81	31.34%	400,493.26	30.78%	401,092.77	35.99%	190,555.12	40.18%
会奖旅游	6,857.56	1.06%	16,011.95	1.23%	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
合计	649,765.76	100.00%	1,301,298.71	100.00%	1,114,446.06	100.00%	474,273.78	100.00%

报告期内，发行人销售金额占比最高的业务为航旅票务，占比分别为 58.92%、

62.75%、67.99%和 67.60%；其次为商旅管理业务，占比分别为 40.18%、35.99%、30.78%和 31.34%；会奖旅游占比最低，占比分别为 0.90%、1.26%、1.23%和 1.06%。

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

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

旅游业务对比分析如下：

单位：万元

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

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

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

（1）2023 年行业市场规模、出票量

2023 年民航出行供需景气回升。根据国际航协（IATA）统计，2023 年全球航空客运总量（按照收入客公里计算）同比增长 36.9%，恢复至 2019 年的 94.1%。根据民航局统计，2023 年我国民航全行业完成旅客运输量 6.2 亿人次，同比增长 146.1%，恢复至 2019 年的 93.9%。我国经济韧性强、潜力大、长期向好的基本

面为民航出行发展提供了最根本的保障和支撑。未来航旅票务市场容量规模仍将平稳增长。

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

随着公共卫生事件冲击影响得到纾解，旅游出行景气度高涨，进入预期增强和供应优化的新阶段。据文化和旅游部统计，2023 年国内出游人次 48.91 亿，比上年同期增加 23.61 亿，同比增长 93.3%；国内游客出游总花费 4.91 万亿元，比上年增加 2.87 万亿元，同比增长 140.3%。

（2）发行人市场份额变动

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

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

在商旅管理领域，发行人为国内专业商旅管理服务（TMC）的第一梯队品牌，先后服务上千家国央企和大型民企。根据艾瑞咨询统计，商旅管理行业集中度偏低，2022、2023 年美亚科技的商旅市场份额均位列行业前五，已形成一定市场优势。发行人 2022、2023 年商旅管理业务销售额为 19.06 亿元、40.10 亿元，参照

艾瑞咨询商旅管理市场规模数据，则发行人市占率约为 0.8%、1.3%，市场竞争力有所提升。发行人为中国国航商旅 A 类服务商、东方航空指定合作差旅管理服务商、南方航空卓越商旅服务商，拥有丰富的境外航司 SME 企业协议；与华住、锦江、如家、亚朵、东呈、君澜、君亭等二十余家连锁酒店建立稳定合作关系，并完成系统直连。发行人先后荣膺中国产业数字化服务商 TOP40、中国劲旅奖最佳商旅技术服务奖、优选商务出行解决服务商大奖。

《2022-2023 年商旅管理市场白皮书》调研显示，2022 年超六成受访企业已与会奖旅游服务商合作，负责公司的会展、团建、旅游等活动的策划与执行；其余企业暂未与供应商合作，由员工自行组织各个活动环节。对于企事业客户，行程的安排、交通便捷程度、当地住宿条件是最能够影响 MICE 活动满意度的三大因素。尽管发行人会奖旅游业务规模较小，但基于发行人高质量、高粘性、极具可转化能力的商旅客户群体，发行人会奖旅游业务将逐步实现增长，实现市场份额的提升。

（3）期后销售及业绩情况

2025 年 7-9 月，发行人航旅票务销售金额为 270,810.88 万元，同比上升 10.07%；商旅管理销售金额为 127,517.61 万元，同比上升 17.02%；会奖旅游销售金额为 5,179.19 万元，同比上升 19.71%。

2025 年 1-9 月，发行人实现营业收入 30,125.10 万元，同比上升 3.30%；净利润 6,117.42 万元，同比上升 2.79%。销售规模及业绩呈现增长态势。

（4）说明发行人是否存在市场份额下滑的风险，并视情况揭示风险

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

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

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

（1）机票代理市场规模、行业政策变化情况

①机票代理市场规模

根据民航局统计数据，2015年至2019年期间，我国民航周转量⁴的复合增长率约12.60%；其中国际航线民航周转量的复合增长率约17.46%，明显高于民航出行整体增速。前期外部环境冲击导致民航出行场景受到阶段性制约，但其实际内生增长动能和需求规模结构并未发生根本性变化。2023年民航出行供需景气回升。根据国际航协（IATA）统计，2023年全球航空客运总量（按照收入客公里计算）同比增长36.9%，恢复至2019年的94.1%；2024年全球航空客运总量同比增长10.4%，较2019年增长3.8%。根据民航局统计，2023年我国民航全行业完成旅客运输量6.2亿人次，同比增长146.1%，恢复至2019年的93.9%；2024年延续增长势头，民航客运量突破7.3亿人次，较2019年增长10.73%，超过2024年全国民航工作会议设定的6.9亿人次目标。2024年以来，民航出行需求持续释放，正班客座率及正班载运率基本恢复至2019年同期水平。国内航线已全面恢复，并回归常态化增长。根据民航局统计，2024年国内航线客运量同比增长12.61%，较2019年增长13.49%。国际航线供需恢复呈现良好态势，2024年12月国际航线客运量恢复至2019年12月的99.34%，全年国际航线客运量恢复至2019年的88.33%。亚洲、欧洲等地区国际航线已逐步恢复，北美航线受航权时刻协调、签证办理节奏等因素制约恢复稍慢，但利好因素不断累积。2024年，我国积极扩大与“一带一路”共建国家航权安排，深化与中亚、中东、非洲等地区的项目合作，并推动优化签证和出入境政策，提高通关便利化水平，提升国际航班

⁴反映旅客在空中实现位移的综合性生产指标，体现航空运输企业所完成的旅客运输工作量。旅客周转量（人公里）=Σ（航段旅客运输量[人]×航段距离[公里]）

出入境效率，国际客运市场边际改善。

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

②机票代理行业政策

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

报告期内，文化和旅游部等政府部门相继出台政策支持旅游业稳健发展，为航旅票务领域发展创造了有利条件。民航局等三部委 2021 年 12 月 14 日发布《“十四五”民用航空发展规划》，提出应用旅客出行定制化和一键化技术，引导和带动上下游产业链，探索航空旅客服务新模式，大力发展民航数字经济，加快培育民航数字产业生态。民航局及发改委 2022 年 5 月 6 日发布《“十四五”时期推进“空中丝绸之路”建设高质量发展实施方案》，提出要优化完善航空枢纽格局，加强航线网络互联互通，推动“硬联通”迈上新台阶；加强政策对接和

标准联通，积极参与多边国际民航治理，加快“软联通”实现新突破；建立健全合作机制，拓展人文交流领域，促进“心联通”取得新进展。文化和旅游部 2021 年 4 月 29 日发布《“十四五”文化和旅游发展规划》，提出加强旅游信息基础设施建设，深化“互联网+旅游”，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游发展。国务院 2021 年 12 月 22 日发布《“十四五”旅游业发展规划》，提出充分运用数字化、网络化、智能化科技创新成果，升级传统旅游业态，创新产品和服务方式，推动旅游业从资源驱动向创新驱动转变；强化自主创新，集合优势资源，加快推进以数字化、网络化、智能化为特征的智慧旅游，深化“互联网+旅游”，扩大新技术场景应用。文化和旅游部 2023 年 3 月 24 日发布《关于推动在线旅游市场高质量发展的意见》，提出积极发挥在线旅游的枢纽和引领作用，加快推进智慧旅游发展，推动旅游业创新发展，促进新技术应用和迭代创新，创造更多新就业形态和新就业岗位，成为旅游产业升级和旅游消费激发的新引擎，提升行业管理的数字化水平，推动中国在线旅游行业发展处于国际领先地位。文化和旅游部 2023 年 11 月 1 日发布《国内旅游提升计划（2023-2025 年）》，提出支持经营主体转型升级，推动旅行社转型发展；提升旅游市场服务质量；加强市场综合监管。

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

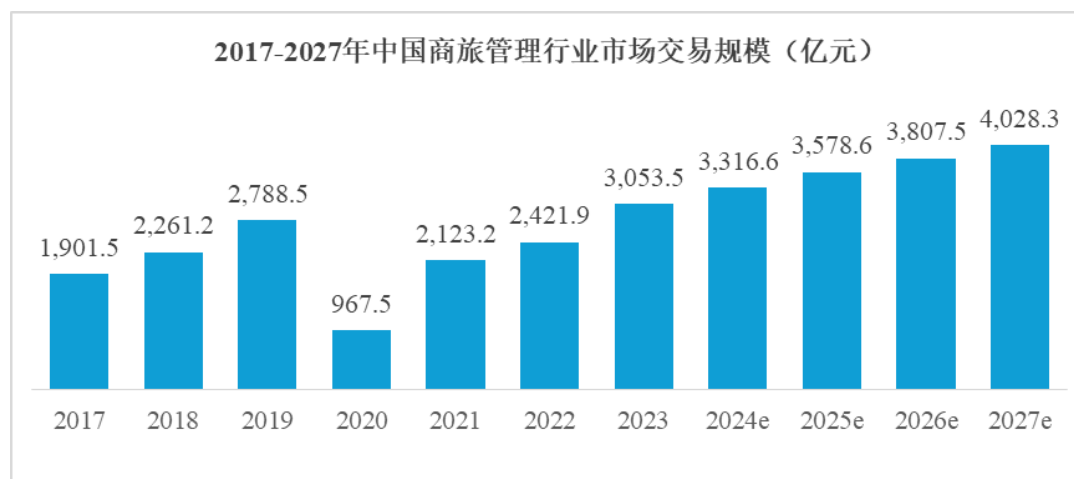
（2）商旅管理市场规模、行业政策变化情况

①商旅管理市场规模

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

根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规

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



数据来源：艾瑞咨询

②商旅管理行业政策

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

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

高水平对外开放相关政策促进企业国际化业务布局，推升跨境商旅管理需求

的容量规模。国务院办公厅 2023 年 12 月 11 日发布《关于加快内外贸一体化发展的若干措施》，提出加强外贸新业态新模式及相关政策宣传和业务培训，支持内贸企业采用跨境电商、市场采购贸易等方式开拓国际市场。国务院办公厅 2023 年 4 月 25 日发布《国务院办公厅关于推动外贸稳规模优结构的意见》，提出尽快推进国际客运航班特别是国内重点航空枢纽的国际客运航班稳妥有序恢复，推动中外航空公司复航增班，更好为商务人员往来提供航空运输保障。

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

（1）发行人所属行业的发展阶段、后续发展趋势

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

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

（2）是否存在市场萎缩、业务发展空间受限的情况，请结合行业发展景气

度指标（如有）对上述情况进行阐述

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

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

1、2023 年第四季度收入构成

单位：万元

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

注：会奖旅游存在少量后返佣金，因金额极小故未拆分披露

2、后返佣金在第四季度收入金额较大的原因及合理性

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

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

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

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

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

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

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

第四季度确认的后返佣金前五大航司情况如下：

单位：万元

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

注：实际结算收入系发行人与航司最终结算的收入。

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

4、旅游业务在第四季度收入金额较大的原因及合理性

旅游业务在 2023 年第四季度收入为 2,995.09 万元，占整年旅游业务收入的

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

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

第四季度确认的旅游收入前五大旅游客户情况如下：

单位：万元

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

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

二、后返佣金收入的可持续性

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

1、说明后续发行人航旅业务是否仍以赚取后返佣金为主要盈利策略

发行人在航旅票务业务中，机票定价主要以航空公司给予发行人的票面价格

为基础，根据航空公司的基础佣金、后返佣金政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价。随着民航出行场景受到的阶段性限制逐步解除，航空公司的后返佣金政策逐步恢复，发行人基于航空公司的后返佣金政策，为完成相关考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利。因此，该定价策略后续仍为发行人航旅业务的主要盈利策略。

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

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

具体而言，每个航司在各期的后返佣金政策适用范围均存在变化，航司会结合自身市场竞争态势、业绩完成情况、特定航线开拓计划、不同舱位盈利情况制定灵活多元的后返佣金政策。从后返佣金比例来看，中国国航、中国东航 2023 年、2024 年及 2025 年 1-6 月的佣金比例略低于 2019 年及以前年度，其余大型航司在公共卫生事件后的佣金比例基本均与公共卫生事件前持平，且 2024 年佣金政策有所调增，整体不存在重大变动。尽管公共卫生事件冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策收紧或阶段性取消，但随着公共卫生事件影响纾解，航司所提供后返佣金政策逐步恢复。因此，自相关政策出台后的 2017 年至 2024 年，除公共卫生事件扰动影响外，整体佣金政策保持相对平稳。报告期后（即 2025 年第三季度），中国国航、阿联酋航空、国泰航空佣金政策环比基本持平，东方航空追加激励上调，南方航空调减基础激励而调增追加激励；各主要合作航司佣金政策整体相对平稳。

3、发行人后返佣金收入是否稳定、可持续，并充分揭示风险

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

（1）航司后返政策具有稳定性、可持续性

①后返佣金政策是航司促进销售的重要举措。

后返佣金政策作为一种业绩驱动的奖励机制，显著激发了机票代理人的销售动力，尤其在推动高价值或特定航线产品的销售上成效显著。该机制通过与代理的实际销售业绩挂钩，确保其在实现或超越既定目标时，能够获得额外经济回报，进而为整个市场注入强劲的销售活力。对于航空公司来说，后返佣金模式在成本控制与风险管理上展现出更高灵活性，能够在市场需求不明朗时，有效降低初期运营成本，并针对特定市场及航线加大市场营销力度，从而在激烈的市场份额争夺战中快速响应，策略性地扩大市场优势。

②后返佣金政策可以激励航旅服务商提升服务效率效果。

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

③公共安全事件影响纾解后，后返佣金政策已逐步恢复。

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

(2) 发行人未来销售规模增长具有稳定性、可持续性

①泛商旅出行服务行业具备平稳内生增长动能。

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

亿美元，同比增长 39.2%，预计 2024 年为 4,062 亿美元，并有望于 2027 年超过 5,000 亿美元。根据艾瑞咨询统计，2023 年我国商旅管理市场容量规模持续扩张，交易规模达到 3,053.5 亿元，已超过 2019 年水平。依据 GBTA 统计的中国商旅消费支出规模和艾瑞咨询统计的我国商旅管理市场规模，则 2023 年我国的商旅管理渗透率不足 13%。相较于欧美成熟市场 40%左右的水平，中国商旅管理渗透率尚低，具有良好增长前景。

②发行人具备良好市场竞争实力。

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

③发行人技术创新驱动业务承载能力和服务效率效果提升。

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

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

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

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

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

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

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

单位：万元

业务类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	代理分销收入	-2,282.40	-3,325.24	594.81	3,711.95
	后返佣金收入	7,642.64	14,821.36	9,751.59	1,844.76
	代理销售金额	431,163.34	869,088.46	688,690.33	253,077.15
	代理分销收入占代理销售金额的比例	-0.53%	-0.38%	0.09%	1.47%
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	1.77%	1.71%	1.42%	0.73%
	合计占代理销售金额的比例	1.24%	1.32%	1.50%	2.20%
商旅管理	代理分销收入	7,781.08	16,593.75	15,902.42	11,857.23
	后返佣金收入	600.35	847.96	505.99	96.07
	代理销售金额	203,005.44	399,594.42	400,540.32	190,130.42
	代理分销收入占代理销售金额的比例	3.83%	4.15%	3.97%	6.24%
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	0.30%	0.21%	0.13%	0.05%
	合计占代理销售金额的比例	4.13%	4.36%	4.10%	6.29%

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%、1.32%和1.24%，呈现逐年下降的趋势，主要受代理分销收入占代理销售金额的比例逐年下降的影响。商旅管理的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为6.29%、4.10%、4.36%和4.13%，虽然2023年度及2025年1-6月出现下滑的情况，但商旅管理的后返佣金收入较少，且客户结构与航旅票务不同，发行人一般不会采取向客户让渡利益赚取后返佣金的策略。

发行人已在招股说明书之“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露如下：

“（六）公司合并后返佣金的订单毛利率等衡量盈利能力指标的下滑风险

报告期内，在公司航旅票务业务中，代理分销的合并后返佣金的订单毛利率分别为2.33%、1.56%、1.38%和1.36%，代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%、1.32%和1.24%，均呈现逐年下降的趋势。公共卫生事件影响纾解后，航空公司运力有序恢复，票源供应充足，航空公司为刺激销售，逐步恢复后返佣金政策力度，公司为完成相关考核目标赚取后返佣金，在航旅票务业务中会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利。未来随着航旅票务市场容量规模增长，若航空公司的后返政策力度逐渐加强，公司的让利程度加大，则未来公司航旅票务业务中的上述指标可能存在下滑的风险。

报告期内，在公司商旅管理业务中，代理分销的合并后返佣金的订单毛利率分别为6.73%、4.82%、4.84%和4.51%，代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为6.29%、4.10%、4.36%和4.13%，均整体有所下降，主要原因系公共卫生事件影响纾解后，民航出行场景受到的阶段性限制解除，泛商旅出行行业的供应链基本修复，市场供需关系改善，机票价格回落并趋于平稳。若未来该行业市场供需关系恶化，市场竞争加剧，则公司商旅管理业务中的上述指标可能存在下滑的风险。”

2、说明上述占比在航旅、商旅两个业务板块上是否存在显著差异及合理性

航旅票务报告期内的后返佣金收入占代理销售金额的比例分别为0.73%、1.42%、1.71%和1.77%，逐年上升，而航旅票务的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为2.20%、1.50%、1.32%和1.24%，逐年下降，主要受代理分销收入占代理销售金额的比例逐年下降的影响。随着民航出行场景受到的阶段

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

商旅管理报告期内的代理及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例分别为 6.29%、4.10%、4.36%和 4.13%，在 2023 年度和 2025 年 1-6 月有所下降，主要受代理分销收入占代理销售金额比例的影响。随着公共卫生事件得到缓解，票源更加充足，航空客运销售代理市场供给大于需求，价格下降致使代理收入占代理销售金额的比例下降。

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

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

综上所述，上述占比在航旅票务、商旅管理中存在差异，但具有合理性。

3、说明包机包位机票是否属于后返佣金的考核范围、及对后返佣金收入的具体影响

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

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

1、说明不同业务板块后返佣金收入金额、占对应板块销售金额的比例及差异原因

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

单位：万元

业务类型	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
航旅票务	后返佣金收入	7,642.64	14,821.36	9,751.59	1,844.76
	代理销售金额	431,163.34	869,088.46	688,690.33	253,077.15
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	1.77%	1.71%	1.42%	0.73%
商旅管理	后返佣金收入	600.35	847.96	505.99	96.07
	代理销售金额	203,005.44	399,594.42	400,540.32	190,130.42
	后返佣金收入占代理销售金额的比例	0.30%	0.21%	0.13%	0.05%

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

报告期内，航旅票务的后返佣金收入占代理销售金额的比例分别为 0.73%、1.42%、1.71%和 1.77%，其比例高于商旅管理，主要原因如下：

（1）商旅管理的国内机票占比较高

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

单位：万元

业务类型	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
航旅票务	国际机票代理	365,356.12	85.19%	756,382.75	87.26%	605,877.75	88.27%	220,042.57	88.03%
	国内机票代理	63,506.87	14.81%	110,450.21	12.74%	80,499.96	11.73%	29,920.33	11.97%

业务类型	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
	机票代理合计	428,862.99	100.00%	866,832.96	100.00%	686,377.71	100.00%	249,962.90	100.00%
商旅管理	国际机票代理	65,676.57	42.16%	126,459.60	40.57%	107,635.44	33.07%	80,014.40	49.89%
	国内机票代理	90,105.67	57.84%	185,266.02	59.43%	217,868.99	66.93%	80,377.21	50.11%
	机票代理合计	155,782.24	100.00%	311,725.62	100.00%	325,504.42	100.00%	160,391.62	100.00%

报告期内，发行人商旅管理的国内机票代理销售金额占比分别为 50.11%、66.93%、59.43%和 57.84%，国内机票的代理销售金额占比较高。因为航空公司对于国内机票的后返佣金政策力度较低，所以商旅管理的后返佣金收入金额较小。

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

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

（3）航旅票务与商旅管理的主要盈利方式不同

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

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

2、后返佣金主要来自航旅业务的原因及合理性

（1）航旅票务的国际机票占比较高，且绝对金额远高于商旅管理

报告期内，发行人航旅票务的国际机票代理销售金额占比分别为 88.03%、88.27%、87.26%和 85.19%，国际机票的代理销售金额占比较高。此外，发行人航旅票务的国际机票代理销售金额分别为 220,042.57 万元、605,877.75 万元、

756,382.75 万元和 365, 356.12 万元，其销售金额远高于商旅管理，同时航空公司对于国际机票的后返佣金政策力度较大，所以航旅票务的后返佣金收入金额较高。

（2）航旅票务与商旅管理的主要盈利方式不同

航旅票务的主要盈利方式为完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金，致使航旅票务的后返佣金收入金额较高。

综上所述，发行人后返佣金收入主要来自航旅票务具有合理性。

3、说明国际机票、国内机票的销售金额、销量、后返佣金收入贡献情况

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

单位：万元、万张

机票类型	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
国际机票	代理销售金额	431, 032. 69	/	882,842.35	23.73%	713,513.19	137.79%	300,056.97
	销量	99. 92	/	177.91	37.31%	129.57	233.20%	38.89
	后返佣金收入	7, 847. 23	/	14,898.71	60.28%	9,295.40	437.07%	1,730.75
国内机票	代理销售金额	153, 612. 54	/	295,716.24	-0.89%	298,368.95	170.51%	110,297.54
	销量	157. 66	/	264.36	9.55%	241.31	133.12%	103.51
	后返佣金收入	385. 44	/	664.65	-13.84%	771.37	434.63%	144.28

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

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

4、后返佣金与国际机票、国内机票出票规模的匹配性

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

国际机票、国内机票后返佣金收入的变动幅度高于代理销售金额、销量的变动幅度，主要原因系：（1）航空公司的后返佣金政策一般会设定不同梯度的代理销售目标及后返佣金比例，当代理销售规模达到一定档次，则一般全额适用该档规模对应后返佣金比例，较少适用超额累进计算方式；（2）在民航出行场景受到阶段性限制期间，航空公司的后返佣金政策尚未恢复，发行人获取的后返佣金收入较低，随着公共卫生事件的缓解，出行需求旺盛，航空公司的后返佣金政策逐步恢复，致使 2023 年度发行人的后返佣金收入增长幅度较高。

5、说明主要合作航司后返佣金收入情况、与发行人向其采购的匹配性

发行人主要合作航司的后返佣金收入、采购金额情况如下所示：

单位：万元

主要合作航空公司	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额	变动幅度	金额
中国南方航空股份有限公司（以下简称“南方航空”）	采购金额	69,765.18	/	138,951.77	8.86%	127,645.12	103.93%	62,592.85
	后返佣金收入	1,631.14	/	2,402.04	15.49%	2,079.93	137.59%	875.43
中国国际航空股份有限公司（以下简称“中国航空”）	采购金额	106,782.29	/	194,010.01	78.32%	108,796.20	339.20%	24,771.49
	后返佣金收入	2,108.35	/	4,472.78	103.61%	2,196.78	1,921.31%	108.68
中国东方航空股份有限公司（以下简称“东方航空”）	采购金额	61,279.05	/	124,013.42	30.73%	94,863.46	262.88%	26,141.66
	后返佣金收入	640.81	/	1,027.06	99.70%	514.30	3,263.65%	15.29
国泰航空有限公司（以下简称“国泰航空”）	采购金额	30,569.47	/	63,943.18	-24.93%	85,177.79	152.56%	33,725.89
	后返佣金收入	299.92	/	535.44	-22.66%	692.28	719.92%	84.43
阿联酋航空公司（以下简称“阿联酋航空”）	采购金额	19,823.12	/	47,622.21	-9.18%	52,435.53	348.32%	11,695.98
	后返佣金收入	514.86	/	1,320.98	23.12%	1,072.94	-	-

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

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

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

1、结合后返佣金考核结算周期，说明期末应收后返佣金占后返佣金收入比是否较高

（1）报告期各期末应收后返佣金和后返佣金收入的占比情况：

单位：万元

年度	应收账款余额-后返佣金组合	后返佣金收入（不含税）	后返佣金收入交易额（含税）	应收后返佣金占后返佣金收入比
	A	B	C	D=A/C
2025 年 6 月 30 日/2025 年 1-6 月	6,494.13	8,254.44	8,751.55	74.21%
2024 年 12 月 31 日/2024 年度	5,639.24	15,669.32	16,603.88	33.96%
2023 年 12 月 31 日/2023 年度	4,285.20	10,257.58	10,865.32	39.44%
2022 年 12 月 31 日/2022 年度	1,147.51	1,940.84	2,057.29	55.78%

注：会奖旅游存在少量酒店后返佣金，因金额极小故未列示。

报告期各期末，发行人应收后返佣金占后返佣金收入的比例分别为 55.78%、39.44%、33.96%、74.21%。后返佣金的考核和结算周期主要为季度，当季度的后

返数据一般在次季度与航司进行结算、开票、回款，期末后返佣金的应收账款余额主要为发行人确认的第四季度的后返佣金款项。

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

2023 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比为 39.44%，与其第四季度后返佣金收入占全年后返佣金收入的比例 37.23%相匹配，比例不存在偏高情况。2023 年度随着境内外出行不再受限，发行人订单量和销售额均实现快速增长，但后返政策大面积的恢复和订单量快速增长主要集中在 2023 年下半年，期末未回款的主要为第四季度的款项，期末应收后返佣金占后返佣金收入比和发行人与航司的结算模式、考核周期相符。

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

2025 年 6 月末应收后返佣金占后返佣金收入比为 74.21%，其第二季度后返佣金收入占 2025 年 1-6 月的后返佣金收入的比例为 58.14%，6 月末应收后返佣金占后返佣金收入比大于第二季度收入占上半年的比例，比例存在偏高的情况，主要系 2025 年 6 月末的应收后返佣金存在部分属于 2024 年度的款项，结合期后的回款情况，款项主要在 2025 年度第三季度收回，具有合理性。

综上，报告期末各期应收后返佣金占后返佣金收入比与航司的结算和考核周期相符，2023 年末应收后返佣金占后返佣金收入比不存在较高的情况，2022 年期末、2024 年末和 2025 年 6 月末应收后返佣金占后返佣金收入比存在较高情

况，但具有合理性。

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

（1）报告期内，后返佣金组合的账龄情况如下：

单位：万元

账龄	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
1 年以内（含 1 年）	6,494.13	5,639.23	4,223.49	1,087.29
1-2 年（含 2 年）	0.01	0.01	1.50	0.60
2-3 年（含 3 年）	-	-	0.60	59.61
3 年以上	-	-	59.61	-
合计	6,494.13	5,639.24	4,285.20	1,147.51

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

（2）截至 2025 年 11 月 10 日，后返佣金的回款情况如下：

单位：万元

项目	2025 年 6 月 30 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日	2022 年 12 月 31 日
期末余额（A）	6,494.13	5,639.24	4,285.20	1,147.51
回款情况（B）	4,344.65	5,613.24	4,285.11	1,147.51
未回款金额（C=A-B）	2,149.48	26.00	0.09	-
回款比例（D=B/A）	66.90%	99.54%	100.00%	100.00%

注：截止 2025 年 11 月 10 日，部分款项已确权但由于客户原因未及时回款，考虑已确权未回款的金额后，2025 年 6 月 30 日的回款或者确权比例为 80.05%。

发行人后返佣金的考核和结算周期以季度为主，根据与航司签订的合同协议，协议并未约定回款周期，但是结合发行人与航司的对账结算周期、交易习惯，款项在当季度或者下季度回款，对于账龄超过一年，发行人一般认为款项已逾期。截至 2025 年 11 月 10 日，发行人的应收后返佣金款项在期后大部分都已回款，逾期情况极少，回款风险较低。

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

三、主要航旅客户销售增长的合理性

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

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

（1）旅行社

单位：万元

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
2025 年 1-6 月	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001 年	旅行社业务和航空票务代理服务	系统对接	2014 年	55,732.21	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.88%	0.34%	0.33%	0.47%
	2	广州典实国际旅行社有限公司	2016 年	酒店、航空、票务、旅行社、旅游	客户端下单+系统对接	2023 年	6,356.94	32,972.37	13,580.48	-	-3.13%	-2.96%	-4.47%	-
	3	石家庄在云上旅行社有限公司	2020 年	国内旅游、出境旅游、票务服务、定制旅游、线上服务	客户端下单+客服登单	2020 年	3,561.68	7,099.93	2,580.84	555.75	-1.03%	-0.96%	-1.08%	0.69%
	4	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	2018 年	入境旅游业务、境内旅游业务	客户端下单+客服登单	2019 年	2,564.93	4,722.49	2,777.05	1,898.19	-1.00%	-0.72%	-0.24%	0.07%

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	5	星陆（北京）国际旅行社有限公司	2020年	开展出境游等旅行社业务及境外救援保险服务	客户端下单+客服登单	2020年	2,981.34	4,465.37	957.56	26.95	-1.14%	-1.94%	-1.67%	-2.97%
2024年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务和航空票务代理服务	系统对接	2014年	55,732.21	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.88%	0.34%	0.33%	0.47%
	2	广州典实国际旅行社有限公司	2016年	酒店、航空、票务、旅行社、旅游	客户端下单+系统对接	2023年	6,356.94	32,972.37	13,580.48	-	-3.13%	-2.96%	-4.47%	-
	3	石家庄在云上旅行社有限公司	2020年	国内旅游、出境旅游、票务服务、定制旅游、线上服务	客户端下单+客服登单	2020年	3,561.68	7,099.93	2,580.84	555.75	-1.03%	-0.96%	-1.08%	0.69%
	4	北京引领假日国际旅行社有限公司	2008年	票务代理服务、旅客票务代理、酒店管理	客户端下单+客服登单	2015年	1,594.57	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.72%	-1.32%	1.69%
	5	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	2018年	入境旅游业务、境内旅游业务	客户端下单+客服登单	2019年	2,564.93	4,722.49	2,777.05	1,898.19	-1.00%	-0.72%	-0.24%	0.07%
2023年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务和航空票务代理服务	系统对接	2014年	55,732.21	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.88%	0.34%	0.33%	0.47%
	2	广州典实国际旅行社有限公司	2016年	酒店、航空、票务、旅行社、旅	客户端下单+系统对接	2023年	6,356.94	32,972.37	13,580.48	-	-3.13%	-2.96%	-4.47%	-

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
				游										
	3	深圳市澜天环球国际旅行社有限公司	2022年	酒店、航空、票务、旅行社、旅游	客户端下单+客服登单	2022年	-	-19.95	4,448.99	1,434.95	-	-36.17%	-1.56%	-2.09%
	4	上海建晔国际旅行社有限公司	2016年	旅行社业务及相关服务	客户端下单+客服登单	2016年	748.29	2,482.56	3,583.32	1,872.16	0.04%	0.23%	0.27%	-0.28%
	5	北京引领假日国际旅行社有限公司	2008年	出境旅游业务及全方位旅游服务	系统对接+客户端下单+客服登单	2015年	1,594.57	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.72%	-1.32%	1.69%
2022年度	1	上海华程西南国际旅行社有限公司	2001年	旅行社业务、民用航空运输销售代理及经营国内航线等	系统对接	2014年	55,732.21	123,529.84	168,937.85	61,362.56	0.88%	0.34%	0.33%	0.47%
	2	河北祥程国际旅行社有限公司	2018年	国内旅游和入境旅游业务	客户端下单+客服登单	2018年	812.44	2,811.75	2,355.81	3,314.47	-0.78%	-0.48%	-0.07%	0.76%
	3	深圳市蓝天环球国际旅行社有限公司	2009年	旅游业务及相关服务	客户端下单+客服登单	2014年	-	-	-25.98	3,167.13	-	-	0.70%	0.50%
	4	北京引领假日国际旅行社有限公司	2008年	出境旅游业务及全方位旅游服务	系统对接+客户端下单+客服登	2015年	1,594.57	5,930.04	3,047.44	2,286.54	-1.71%	-1.72%	-1.32%	1.69%

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
					单									
	5	华洋天空国际旅行社（北京）有限公司	2018年	入境旅游业务、境内旅游业务	客户端下单+客服登单	2019年	2,564.93	4,722.49	2,777.05	1,898.19	-1.00%	-0.72%	-0.24%	0.07%

（2）票务代理

单位：万元

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
2025 年 1-6 月	1	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97	0.43%	-0.28%	-0.20%	0.45%
	2	自由之翼（北京）航空服务有限公司	2019年	机票交易服务平台	客户端下单+客服登单	2024年	6,500.10	10,661.92	-	-	-1.37%	-0.86%	-	-
	3	同程网络科技股份有限公司	2004年	交通票务预订	系统对接	2014年	3,509.86	7,881.83	1,025.23	1,255.71	1.07%	-0.70%	-0.58%	-0.08%
	4	四川寰宇纵横科技有限公司	2021年	票务代理、旅游业务、会议展览等	客户端下单+系统对接	2021年	7,162.46	7,415.54	844.07	-	-2.27%	-2.51%	-2.22%	-
	5	北京保盛航空服务有限公司	1994年	国际、国内航空客运机票销售代理	客户端下单+系统对接	2015年	10,098.40	1,796.36	133.19	492.71	-3.43%	-1.78%	0.17%	8.39%

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
2024 年度	1	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97	0.43%	-0.28%	-0.20%	0.45%
	2	自由之翼（北京）航空服务有限公司	2019年	机票交易服务平台	客服登单	2024年	6,500.10	10,661.92	-	-	-1.37%	-0.86%	-	-
	3	上海翼盟航空服务有限公司	2013年	机票预定、退改签及个性化服务的专业机票代理	客户端下单+客服登单	2014年	3,500.24	8,971.50	5,840.75	658.84	-0.57%	-0.31%	-0.38%	0.52%
	4	上海今通旅游咨询有限公司	2010年	机票交易服务平台	客户端下单+客服登单	2014年	752.62	8,754.07	3,554.65	2.17	-3.13%	-2.54%	-2.63%	- 108.37%
	5	同程网络科技股份有限公司	2004年	交通票务预订	系统对接	2014年	3,509.86	7,881.83	1,025.23	1,255.71	1.07%	-0.70%	-0.58%	-0.08%
2023 年度	1	广州典实商旅服务有限公司	2014年	商旅服务及票务代理	客户端下单+系统对接	2023年	-	-9.61	9,697.25	-	-	-31.23%	-2.24%	-
	2	北京趣拿软件科技有限公司	2006年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014年	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97	0.43%	-0.28%	-0.20%	0.45%
	3	上海翼盟航空服务有限公司	2013年	机票预定、退改签及个性化服务的专业机票代理	客户端下单+客服登单	2014年	3,500.24	8,971.50	5,840.75	658.84	-0.57%	-0.31%	-0.38%	0.52%
	4	深圳市空港易行商旅服务有限公司	2018年	商旅服务	客户端下单+客服登单	2018年	1,581.98	4,182.52	4,593.99	3,271.95	-1.60%	-1.48%	-0.96%	-1.70%
	5	壹华咨询服务（广州）有限公司	2020年	招投标代理服务	客户端下单+客服登单	2022年	1,074.88	3,094.48	3,556.05	1,390.07	-1.04%	-0.67%	-0.54%	-0.77%

报告期	序号	客户名称	成立时间	主营业务	订单获取方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率			
							2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
2022 年度	1	北京趣拿软件科技有限公司	2006 年	旅游搜索引擎服务	系统对接	2014 年	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97	0.43%	-0.28%	-0.20%	0.45%
	2	深圳市志凌云航空服务有限公司	2015 年	航空票务及相关服务	客户端下单+客服登单	2015 年	1,216.90	1,713.99	3,166.14	4,942.98	-0.80%	0.45%	0.61%	0.55%
	3	深圳市空港易行商旅服务有限公司	2018 年	商旅服务	客户端下单+客服登单	2018 年	1,581.98	4,182.52	4,593.99	3,271.95	-1.60%	-1.48%	-0.96%	-1.70%
	4	广州捷途会展服务有限公司	2011 年	会展服务	系统对接+客户端下单+客服登单	2015 年	1,552.35	2,964.29	2,779.05	2,442.57	-1.62%	-1.38%	-1.17%	-0.51%
	5	太原金腾航空服务有限公司	2020 年	票预订和咨询服务	客户端下单+客服登单	2020 年	-	11.62	3,303.40	2,372.90	-	0.40%	-0.30%	0.58%

2、是否存在成立时间短即与发行人合作、主要向发行人采购的情况及合理性

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

票务代理存在成立当年即与发行人开始合作的客户。深圳市空港易行商旅服务有限公司：客户实际控制人曾任职于发行人，工作期间积累了一定的人脉资源，且了解发行人的产品资源优势以及商业诚信，离职设立公司后即与发行人达成合作。深圳市志凌云航空服务有限公司：该客户由其他客户（深圳市嘉信商旅服务有限公司）介绍，信任美亚的品牌和信誉度，达成合作。太原金腾航空服务有限公司：客户实控人从其他客户（在路上（北京）航空服务有限公司）离职后设立公司，因客户成立后没有自己的产品，需依托相熟的供应商，美亚的品牌和信誉度均为客户首选。**四川寰宇纵横科技有限公司：发行人与客户实控人前期因业务有一定的接触，其实控人从原团队离职后创立公司，因美亚自身品牌、客户认可与稳定性突出，对方团队有行业经验且需优质伙伴，双方需求契合，成立当年即达成合作。**

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

3、间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点

间接销售具有必要性和合理性，主要原因有三点：

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

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

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

4、间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售的原因及合理性

报告期内，发行人的直接销售、间接销售还原至总额法下的毛利率情况如下所示：

项目	2025年1-6月		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	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
直接销售	2.95%	34.37%	3.29%	33.80%	3.15%	40.87%	4.94%	47.26%
间接销售	-0.52%	64.36%	-0.46%	64.99%	-0.24%	58.21%	0.86%	52.33%
后返佣金	66.95%	1.27%	68.99%	1.20%	72.19%	0.92%	67.52%	0.41%
合计	1.53%	100.00%	1.64%	100.00%	1.81%	100.00%	3.06%	100.00%

发行人的直接销售、间接销售还原至总额法下的毛利率存在差异的原因是客户结构不同，具体情况如下所示：

销售模式	客户类型	2025年1-6月		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	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
直接销售	商旅直销客户	2.98%	31.23%	3.31%	30.67%	3.16%	35.83%	4.76%	40.09%
	航旅直销客户	2.36%	1.59%	2.31%	1.68%	3.23%	1.95%	6.67%	3.65%
	散客	1.39%	0.95%	1.87%	0.71%	2.56%	2.15%	5.54%	2.58%
	旅游直销客户	5.12%	0.60%	5.73%	0.75%	4.06%	0.94%	3.96%	0.93%
	小计	2.95%	34.37%	3.29%	33.80%	3.15%	40.87%	4.94%	47.26%
间接销售	票务代理	-0.74%	41.54%	-0.57%	39.94%	-0.43%	32.31%	0.92%	30.99%
	旅行社	-0.08%	22.37%	-0.29%	24.58%	-0.02%	25.59%	0.76%	21.33%
	旅游非直销客户	-0.93%	0.46%	-0.04%	0.47%	-0.06%	0.31%	-0.39%	0.01%
	小计	-0.52%	64.36%	-0.46%	64.99%	-0.24%	58.21%	0.86%	52.33%
后返佣金	后返佣金	66.95%	1.27%	68.99%	1.20%	72.19%	0.92%	67.52%	0.41%
合计		1.53%	100.00%	1.64%	100.00%	1.81%	100.00%	3.06%	100.00%

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

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

综上所述，发行人间接销售还原至总额法下的毛利率明显低于直接销售具有合理性。

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

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

（1）说明与携程集团的合作背景

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

（2）发行人在其供应商体系中的竞争地位

虽然根据相关访谈，携程集团回复发行人在其供应商体系中的竞争地位属于商业秘密，不便透露，但发行人通过优质的服务、多元化的产品以及强大的品牌影响力，在携程供应商体系中展现出显著的竞争优势。报告期内发行人对携程集团的销售金额分别为 68,713.11 万元、178,315.61 万元、145,152.85 万元和 73,586.09 万元，2023 年度和 2024 年度销售金额均超 1 亿元，且报告期各年度均被邀请参与携程集团全球合作伙伴峰会，该峰会主要邀请携程集团核心供应商，这也间接体现了发行人在携程供应商体系中具有一定的竞争优势。

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

单位：万元

序号	合作主体	合作模式	是否通过携程的线上平台开展	销售金额			
				2025 年 1-6 月	2024年度	2023年度	2022年度
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	系统对接	携程平台	55,732.21	123,541.86	168,953.05	61,362.56
2	北京趣拿软件科技有限公司	系统对接	去哪儿平台	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97
3	上海携程国际旅行社有限公司	客服登单	线下	435.55	535.49	443.16	5.21
4	华程国际旅行社集团有限公司	客户端下单+客服登单	线下	6.64	460.27	269.07	48.80
5	上海华程国际旅行社有限公司	客户端下单+客服登单	线下	502.94	313.54	127.31	67.36
6	北京华程航空服务有限公司	客户端下单+客服登单	线下	268.53	63.43	2.25	2.49
7	其他	客户端下单+客服登单	线下	189.54	52.73	66.32	9.73

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

2、向携程集团销售规模较大且大幅上涨、还原总额法下毛利率持续下滑的原因

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

报告期内，发行人对携程集团还原至总额法下毛利率分别为 0.52%、0.32%、0.28%和 0.78%，2022 年至 2024 年呈现逐年下滑的趋势，主要原因有三点：其一，随着民航出行限制的逐步取消，市场票源供给逐步恢复，价格回归至正常水平，致使毛利率下降；其二，携程集团为发行人航旅票务客户，随着民航出行限制的解除，航司后返政策恢复，发行人采取向客户让渡部分价格以完成航司制定的销量目标赚取后返佣金的销售策略，致使毛利率下降；其三，携程集团的下游客户主要为 C 端客户，具有较强的价格敏感性，因此针对携程集团发行人会进一步采取低价策略，致使毛利率下降。2025 年 1-6 月还原至总额法下毛利率上升，

主要原因系部分航司放开了原禁止于平台投放的部分航段，相关航段毛利率较高。

3、销售是否真实、合作是否稳定可持续

（1）销售是否真实

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

（2）合作是否稳定可持续

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

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

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

单位：万元

序号	电商客户名称	合作模式	业务实质	销售渠道	销售金额				2025年6月末应收账款余额	回款率	是否为间接客户
					2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度			
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	系统对接	发行人系《企业会计准则第14号——收入》下所定义的“代理人”，从业务上来看，发行人提供的是“预订服务”，出票完成后即完成了该服务的交付，属于买断	电商平台	55,732.21	123,541.86	168,953.05	61,362.56	1,136.44	100.00%	是
2	北京趣拿软件科技有限公司	系统对接		电商平台	16,450.67	20,185.52	8,454.44	7,216.97	360.47	100.00%	是
3	合肥联拓天际电子商务有限公司&合肥联拓天下国际旅行社有限公司	系统对接		电商平台	518.01	2,384.59	2,274.28	1,154.84	14.72	100.00%	是
4	同程网络科技股份有限公司	系统对接		电商平台	3,509.86	7,881.83	1,025.23	1,255.71	120.58	96.55%	是
5	北京同程华鼎国际旅行社有限公司	系统对接		电商平台	873.02	828.15	610.83	250.30	61.25	100.00%	是

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

注 2：回款率截至 2025 年 11 月 10 日。

（2）与电商客户收入确认流程及合规性

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

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

5、说明对电商客户还原总额法下毛利率是否高于其他同类旅行社、票代客户及原因

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

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

单位：万元

年度	客户性质	销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
2025年1-6月	电商客户	77,083.78	1.15%	601.36	0.37%	-68.73	0.79%
	旅行社	145,145.95	1.24%	2,258.20	-0.32%	-159.92	-0.08%
	票务代理	269,503.40	1.21%	5,370.87	-0.79%	-301.89	-0.76%
2024年度	电商客户	154,821.96	1.16%	1,597.07	0.03%	-8.22	0.22%
	旅行社	319,423.53	1.35%	5,094.49	-0.40%	-40.43	-0.29%
	票务代理	518,564.09	1.20%	8,507.41	-0.60%	-71.93	-0.59%
2023年度	电商客户	181,317.82	1.29%	1,778.65	0.31%	211.30	0.30%
	旅行社	284,333.77	1.40%	3,909.80	0.03%	346.04	-0.02%
	票务代理	358,974.32	1.24%	5,543.43	-0.30%	483.77	-0.43%
2022年度	电商客户	71,240.38	1.43%	270.04	1.05%	382.81	0.45%
	旅行社	101,163.51	1.93%	494.96	1.44%	606.32	0.76%
	票务代理	146,644.44	2.45%	1,060.52	1.73%	1,034.57	0.93%

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

注 2：合并后返佣金的订单毛利率的计算公式为：（销售金额+后返佣金-采购金额）/销

售金额，其销售金额、采购金额、后返佣金均为含税金额；

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

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

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

1、与广州典实集团的合作模式、合作背景

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

2、通过不同主体与发行人合作的原因

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

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

广州典实集团主营业务为航旅票务代理。因其自身的渠道优势，主要在携程

等电商平台上销售，公开信息上并未披露广州典实集团的市场地位。

广州典实集团主要依靠其自身在电商平台积累的销售优势取得平台订单，业务需求量较大，经双方合作后，发行人提供的产品和服务具有竞争优势，2023 年开始合作即实现大额销售具有合理性。

4、各期对其下属不同主体销售情况如下

单位：万元

主体名称	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度	
	销售金额 (含税)	占比	销售金额 (含税)	占比	销售金额 (含税)	占比
广州典实国际旅行社有限公司	6,356.94	100.00%	32,972.37	100.03%	13,580.48	58.34%
广州典实商旅服务有限公司	-	-	-9.61	-0.03%	9,697.25	41.66%
合计	6,356.94	100.00%	32,962.77	100.00%	23,277.73	100.00%

5、是否主要向发行人采购及合理性，还原总额法下毛利率显著偏低的原因

根据访谈客户了解，广州典实集团向发行人采购的国际机票量占其 2023 年度采购的比例为 30%至 40%，广州典实集团并非主要向发行人采购，其向发行人采购主要系因为发行人行业地位和境外产品优势，发行人 2023 年度对广州典实集团的销售金额占全年销售金额的比例为 2.09%，2024 年度对广州典实集团的销售金额占全年销售金额的比例为 2.53%，2025 年 1-6 月对广州典实集团的销售金额占全年销售金额的比例为 0.98%，销售占比较小，其采购具有合理性。

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

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

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

(1) 2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	还原至总额法下的毛利率	后返佣金（含税）	合并后返佣金的订单毛利率
1	北京保盛航空服务有限公司	-3.43%	361.02	0.02%
2	四川寰宇纵横科技有限公司	-2.27%	188.12	0.23%
3	自由之翼（北京）航空服务有限公司	-1.37%	138.91	0.66%
4	广州典实国际旅行社有限公司	-3.13%	201.26	0.43%
5	石家庄在云上旅行社有限公司	-1.03%	65.13	0.70%

(2) 2024 年度

单位：万元

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

(3) 2023 年度

单位：万元

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

(4) 2022 年度

单位：万元

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

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

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

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

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

（四）说明间接客户是否实现向终端销售，发行人是否对终端客户负有责任

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

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

双结，不以终端客户向其结算为前提。

综上，间接客户均已实现向终端客户销售，发行人不对终端客户负有责任。

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

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

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

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

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

”

2、毛利率

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

“报告期内，发行人航旅直销客户、散客的毛利率情况如下所示：

客户类型	2025 年 1 月-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
航旅直销客户	不适用（注）	1.28%	不适用（注）	1.26%	92.04%	2.18%	27.40%	9.25%
散客	不适用（注）	0.43%	不适用（注）	0.43%	90.64%	1.92%	28.11%	5.30%

注：2024 年度、2025 年 1-6 月航旅直销客户、散客的成本金额为负数。

报告期内，航旅直销客户的收入占比分别为9.25%、2.18%、1.26%和1.28%，散客的收入占比分别为5.30%、1.92%、0.43%和0.43%，占比均较低，不属于发行人主要的客户类型。因为受不同收入确认政策的影响，发行人航旅直销客户、散客的毛利率存在不同程度的波动，所以将收入与成本还原至总额法下，毛利率的具体情况如下所示：

客户类型	2025 年 1 月-6 月		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	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅直销客户	2.36%	1.59%	2.31%	1.68%	3.24%	1.95%	6.68%	3.65%
散客	1.39%	0.95%	1.87%	0.71%	2.56%	2.15%	5.54%	2.58%

报告期内，航旅直销客户还原至总额法下的收入占比分别为3.65%、1.95%、1.68%和1.59%，散客还原至总额法下的收入占比分别为2.58%、2.15%、0.71%和0.95%，占比均较低，不属于发行人主要的客户类型。

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

四、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

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

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

单位：万元

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率				2025年6月末应收账款余额	回款率
									2025 年1-6 月	2024年度	2023年度	2022年度	2025 年1-6 月	2024年度	2023年度	2022年度		
2025年1-6月	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年，自动延期一年	依据客户要求	2020 年	23,088.54	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	**	9,763.39	99.02%
	2	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	一年		2022 年	14,573.82	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	**	5,506.73	99.89%
	3	深圳市能之汇投资有限公司	投资兴办实业及国内商业等	商务	系统对接	两年		2010 年	11,949.62	23,439.88	22,905.90	2,450.33	**	**	**	**	3,336.57	95.62%

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率				2025年6月末应收账款余额	回款率
									2025 年1-6 月	2024年 度	2023年 度	2022年 度	2025 年1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度		
2024 年度				谈判														
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	技术服务和软件开发	招投标	系统对接	一年，自动顺延一年		2022 年	9,743.72	17,495.68	16,233.77	1,086.45	**	**	**	**	7,706.71	67.00%
	5	比亚迪汽车工业有限公司	新能源汽车研发制造、电池技术及电动商用车生产销售	招投标	系统对接	两年		2021 年	5,058.24	9,689.38	3,918.07	3,137.56	**	**	**	**	1,599.37	100.00%
	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年+无异议自动顺延一年		2020 年	23,088.54	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	**	9,763.39	99.02%
	2	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	一年		2022 年	14,573.82	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	**	5,506.73	99.89%
2023 年度	3	深圳市能之汇投资有限公司	投资兴办实业及国内商业等	商务谈判	系统对接	两年		2010 年	11,949.62	23,439.88	22,905.90	2,450.33	**	**	**	**	3,336.57	95.62%
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	技术服务和软件开发	招投标	系统对接	一年，自动顺延一年		2022 年	9,743.72	17,495.68	16,233.77	1,086.45	**	**	**	**	7,706.71	67.00%

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率				2025年6月末应收账款余额	回款率
									2025 年1-6 月	2024年度	2023年度	2022年度	2025 年1-6 月	2024年度	2023年度	2022年度		
2023年度	5	比亚迪汽车工业有限公司	新能源汽车研发制造、电池技术及电动商用车生产销售	招投标	系统对接	两年		2021年	5, 058.24	9,689.38	3,918.07	3,137.56	**	**	**	**	1, 599. 37	100.00%
	1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	国内旅游业务、入境旅游业务及出境旅游业务	招投标	系统对接	两年+无异议自动顺延一年		2020年	23, 088.54	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	**	9, 763. 39	99. 02%
	2	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	一年		2022年	14, 573.82	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	**	5, 506. 73	99. 89%
	3	深圳市能之汇投资有限公司	投资兴办实业及国内商业等	商务谈判	系统对接	两年		2010年	11, 949.62	23,439.88	22,905.90	2,450.33	**	**	**	**	3, 336. 57	95. 62%
	4	东方承启（北京）商务科技有限公司	技术服务和软件开发	招投标	系统对接	一年三个月，自动顺延		2022年	9, 743. 72	17,495.68	16,233.77	1,086.45	**	**	**	**	7, 706. 71	67. 00%
	5	OPPO广东移动通信有限公司	智能手机的研发	商务谈判	系统对接	一年八个月		2015年	4, 941. 78	8,438.89	10,700.86	3,368.60	**	**	**	**	813. 82	100.00%
2020	1	中国石化集团国际旅行	国内旅游业务、入境旅	招投	系统对接	两年+无		2020年	23, 088.54	50,755.96	60,618.39	23,030.96	**	**	**	**	9, 763. 39	99. 02%

报告期	序号	客户名称	主营业务	合作背景	订单获取方式	协议有效期	协议续期方式	合作时间	销售金额				还原至总额法下毛利率				2025年6月末应收账款余额	回款率
									2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度		
22年度		社有限责任公司	游业务及出境旅游业务	标		顺延一年												
	2	中电建湖北电力建设有限公司	电力工程施工总承包及多元化工程建设服务	商务谈判	客服登单	一年		2017年	58.02	364.39	1,070.51	5,233.56	**	**	**	**	65.24	98.43%
	3	杭州海康威视数字技术股份有限公司	人工智能	招投标	系统对接	新合同将于1-2月签订		2017年	733.49	2,178.29	3,651.77	4,365.49	**	**	**	**	237.02	21.04%
	4	南方电网互联网服务有限公司	智能电网相关技术服务及多元化的互联网数据服务	招投标	系统对接	一年		2022年	14,573.82	28,631.89	24,699.77	3,518.78	**	**	**	**	5,506.73	99.89%
	5	中国化学工程第七建设有限公司	石油化工、建筑工程等EPC总承包及国际工程项目	商务谈判	系统对接+客服登单	两年		2020年	2,309.96	2,689.84	1,568.20	3,397.80	**	**	**	**	447.98	98.49%

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

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

注 3：回款率截至 2025 年 11 月 10 日。

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

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

东方承启、南方电网与发行人于 2022 年开始合作。

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

南方电网互联网服务有限公司是中国南方电网有限责任公司（以下简称“南方电网”）负责商旅管理集采事宜的子公司，因其需要专业服务能力更强、产品资源更好、资金实力更优的供应商，发行人于 2022 年中标其商旅服务供应商。南方电网负责投资、建设和经营管理南方区域电网，参与投资、建设和经营相关的跨区域输变电和联网工程，为广东、广西、云南、贵州、海南五省区和港澳地区提供电力供应服务保障，也自主开展外贸流通经营、国际合作、对外工程承包和对外劳务合作等业务，是国内率先“走出去”的电网企业。据其官网显示，南方电网员工总数近 27.6 万人。因此，南方电网虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，对商旅服务的需求量较大，发行人中标后其采购量向发行人切换，致使发行人与其刚开始合作销售即大幅增长。

（2）报告期对南方电网延长信用期的原因

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

3、说明报告期对主要商旅客户（如东方承启、南方电网、中石化集团、OPPO）销售金额大幅上涨的原因，与客户员工数量、差旅费的匹配性⁵

（1）东方承启

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

（2）南方电网

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

（3）中石化集团

中国石化集团国际旅行社有限责任公司是中国石油化工集团有限公司（以下简称“中国石化”）负责商旅管理集采事宜的子公司。中石化集团是中国最大的石油化工企业之一，其业务规模非常庞大，覆盖了石油和化工行业的上下游多个领域。其业

⁵相关信息来源于公开信息，与发行人实际最新情况可能存在差异。

务布局遍布全国，在经济较为发达的地区如东部沿海省份有着更为密集的投资和业务活动，并在全球多个国家和地区拥有投资项目和合作项目，包括资源开发和贸易活动。其下属子公司中国石化（600028.SH）2023 年度报告显示，员工人数为 368,009 人，集团员工总数将更高。虽未对外披露其差旅费金额，但其业务覆盖区域较广、员工人数较多，中石化集团的差旅业务需求较高。民航出行限制阶段，因外部环境制约，发行人对其销售金额相对较低，随着民航出行限制的解除，其差旅需求逐步恢复，发行人对其销售金额实现大幅上涨。

（4）OPPO

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

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

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

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

5、说明报告期对主要商旅客户销售下滑的情况及原因，是否存在纠纷和回款风险

报告期内，发行人对中电建湖北电力建设有限公司的销售金额分别为 5,233.56 万元、1,070.51 万元、364.39 万元和 58.02 万元，2023 年度较 2022 年度下降 79.55%，2024 年度较 2023 年度下降 65.96%；对杭州海康威视数字技术股份有限公司的销售金额分别为 4,365.49 万元、3,651.77 万元、2,178.29 万元和 733.49 万元，2023 年度较 2022 年度下降 16.35%，2024 年度较 2023 年度下降 40.35%。两家客户均连续下降的态势，主要原因系客户商旅服务存在多家供应商，在民航出行限制阶段，发行人的国际机票产品满足客户的专项需求，2022 年度采购量相对较高，2023 年度民航出行限制取消，客户需求回归常态且国际机票单价下降。

报告期内，发行人对中国石化集团国际旅行社有限责任公司的销售金额分别为 23,030.96 万元、60,618.39 万元、50,755.96 万元和 23,088.54 万元，2023 年度较 2022 年度上升 163.20%，主要原因系 2023 年度民航出行限制取消，客户业务需求大幅上升；2024 年度较 2023 年度下降 16.27%，主要原因系客户部分国内机票采购模式调整。对 OPPO 广东移动通信有限公司的销售金额分别为 3,368.60 万元、10,700.86 万元、8,438.89 万元和 4,941.78 万元，2023 年度较 2022 年度上升 217.66%，主要原因系 2023 年度民航出行限制取消，客户业务需求大幅上升；2024 年度较 2023 年度下降 21.14%，主要原因系客户引入多服务商。发行人对两者的国内机票销售金额下降，但国际机票销售金额均呈现小幅上升。

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

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

1、报告期发行人主要商旅客户信用期及变化、是否符合政策要求

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

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

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

商旅管理业务报告期内前五大销售客户信用期及销售金额统计如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度		信用期	是否发生变化
	金额	金额	增长率		
中国石化集团国际旅行社有限责任公司	23,088.54	50,755.96	-16.27%	T+2的15日	否
海信集团控股股份有限公司	3,831.63	7,920.62	22.74%	T+1的30日	否
中兴通讯股份有限公司	807.53	2,361.39	-16.21%	T+1的30日	否
华勤技术股份有限公司	3,482.32	6,262.74	34.46%	T+1的30日	否
长安福特汽车有限公司	1,027.28	2,328.17	-37.25%	T+1的30日	否
中电建湖北电力建设有限公司	58.02	364.39	-65.96%	T+1的30日	否
杭州海康威视数字	733.49	2,178.29	-40.35%	T+1的30日	否

项目	2025年1-6月	2024年度		信用期	是否发生变化
	金额	金额	增长率		
技术股份有限公司					
OPPO广东移动通信有限公司	4,941.78	8,438.89	-21.14%	T+1的30日	否
深圳市能之汇投资有限公司	11,949.62	23,439.88	2.33%	T+2的15日	否
中国化学工程第七建设有限公司	2,309.96	2,689.84	71.52%	T+1的30日	否
东方承启（北京）商务科技有限公司	9,743.72	17,495.68	7.77%	T+2的25日	否
南方电网互联网服务有限公司	14,573.82	28,631.89	15.92%	T+1的30日、T+2的30日	是
比亚迪汽车工业有限公司	5,058.24	9,689.38	147.30%	T+2的15日	否
中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	3,320.47	7,197.21	26.85%	T+1的30日	否
中国化学工程集团有限公司	4,374.22	5,063.25	48,887.97%	T+2的15日	否

续上表

项目	2023年度		2022年度		信用期	是否发生变化
	金额	增长率	金额	增长率		
中国石化集团国际旅行社有限责任公司	60,618.39	163.20%	23,030.96	7.96%	T+2的15日	否
海信集团控股股份有限公司	6,453.00	97.05%	3,274.76	-7.35%	T+1的30日	否
中兴通讯股份有限公司	2,818.26	-7.65%	3,051.72	-0.86%	T+1的30日	否
华勤技术股份有限公司	4,657.76	91.35%	2,434.22	-15.72%	T+1的30日	否
长安福特汽车有限公司	3,709.98	87.91%	1,974.30	-26.12%	T+1的30日	否
中电建湖北电力建设有限公司	1,070.51	-79.55%	5,233.56	116.13%	T+1的30日	否
杭州海康威视数字技术股份有限公司	3,651.77	-16.35%	4,365.49	85.63%	T+1的30日	否
OPPO广东移动通信有限公司	10,700.86	217.66%	3,368.60	76.95%	T+1的30日	否
深圳市能之汇投资有限公司	22,905.90	834.81%	2,450.33	31.51%	T+2的15日	否
中国化学工程第七建设有限公司	1,568.20	-53.85%	3,397.80	185.46%	T+1的30日	否

项目	2023年度		2022年度		信用期	是否发生变化
	金额	增长率	金额	增长率		
东方承启（北京）商务科技有限公司	16,233.77	1394.20%	1,086.45	100.00%	T+2的25日	否
南方电网互联网服务有限公司	24,699.77	601.94%	3,518.78	100.00%	T+1的30日、T+2的30日	是
比亚迪汽车工业有限公司	3,918.07	24.88%	3,137.56	1237.33%	T+2的15日	否
中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	5,673.65	115.83%	2,628.74	376.41%	T+1的30日	否
中国化学工程集团有限公司	10.34	100.00%			T+2的15日	否

注 1：摘取报告期内各年度前五大销售客户报告期内的销售金额数据；

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

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

对于部分招投标企业客户，发行人为提升自身竞争力会适度放宽对该客户的信用期，主要原因系该类客户于招标文件中写明确信用期要求，如若不满足，发行人无法参与其招投标活动，与此同时，发行人也会考虑增加服务费以平衡放宽信用期带来的资金压力。

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

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

1、说明 2023 年对中石化集团、南方电网还原总额法下毛利率上涨原因

通过每笔订单的销售金额、采购金额计算的订单毛利率更能体现发行人对客

户的销售定价情况，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，中国石化集团国际旅行社有限责任公司（以下简称“中石化集团”）、南方电网互联网服务有限公司（以下简称“南方电网”）在 2023 年度、2022 年度的订单毛利率情况如下所示：

单位：万元

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

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

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

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

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

2、报告期对前五大商旅客户还原总额法下平均毛利率偏低的原因

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

单位：万元

年度	该年度前五大商旅直销客户	产品维度	销售金额	占前五大商旅直 销客户合计销售 金额的比例
2025 年1- 6月	中石化集团国际旅行社有 限责任公司、南方电网互联网服 务有限公司、深圳市能之汇投 资有限公司、东方承启（北 京）商务科技有限公司、比亚	国际机票代理	8,777.54	13.63%
		国内机票代理	28,840.55	44.77%
		酒店代理	26,723.61	41.49%

年度	该年度前五大商旅直销客户	产品维度	销售金额	占前五大商旅直销客户合计销售金额的比例
	迪汽车工业有限公司	保险代理	0.17	0.00%
		其它代理	72.07	0.11%
		包机包位	-	-
		合计	64,413.94	100.00%
2024年度	中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、比亚迪汽车工业有限公司	国际机票代理	18,558.41	14.27%
		国内机票代理	58,502.25	45.00%
		酒店代理	52,701.56	40.54%
		保险代理	0.18	0.00%
		其它代理	250.40	0.19%
		包机包位	-	-
		合计	130,012.80	100.00%
2023年度	中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、OPPO广东移动通信有限公司	国际机票代理	11,068.00	8.19%
		国内机票代理	78,756.45	58.27%
		酒店代理	45,115.35	33.38%
		保险代理	1.51	0.00%
		其它代理	217.37	0.16%
		包机包位	-	-
		合计	135,158.68	100.00%
2022年度	中国石化集团国际旅行社有限责任公司、中电建湖北电力建设有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司、南方电网互联网服务有限公司、盐池新源工程有限责任公司	国际机票代理	11,157.38	28.22%
		国内机票代理	13,374.91	33.83%
		酒店代理	14,724.75	37.24%
		保险代理	11.31	0.03%
		其它代理	271.08	0.69%
		包机包位	-	-
		合计	39,539.44	100.00%

报告期内，发行人前五大商旅直销客户以国内机票代理、酒店代理为主，其合计的销售金额占比分别为 71.07%、91.65%、85.54%和 86.26%，占比较高。而在商旅管理业务中，毛利主要来自于国际机票代理，致使发行人前五大商旅直销客户还原至总额法下平均毛利率偏低。报告期内，商旅管理的国际机票代理毛利占发行人毛利总额的比例分别为 51.66%、40.37%、43.00%和 42.87%，在商旅管理业务中占比最高，具体情况参见本问询回复之“问题 1.商业模式与核心竞争力/

四/（四）/4”。

综上所述，发行人前五大商旅直销客户还原至总额法下平均毛利率偏低具有合理性。

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

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

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

1、主要商旅客户对供应商的考核机制，发行人符合情况

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

2、与可比公司相比的竞争优势

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

①资源聚合环节中的泛商旅资源聚合能力

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

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

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

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

泛商旅产品聚合能力可以部分体现为销售规模。腾轩旅游 2025 年 1-6 月营业收入中商旅服务 1,827.76 万元，占比 2.88%；易飞国际 2025 年 1-6 月业务为航空客运销售代理服务以及旅游服务，营业收入为 2,138.08 万元；携程集团 2025 年 1-6 月营业收入中商旅管理 126,500.00 万元，占比 10.75%；易飞国际和腾轩旅游的商旅管理业务规模则相对较小，这也可以侧面反映发行人在机票资源聚合能力方面具备一定竞争优势。

②服务响应环节中的数字化技术能力

对于泛商旅出行服务领域的公司，主要研发方向是将数字化、网络化、智能化技术与商旅管理出行场景深度融合，搭建场景化部署的运营管理系统和业务处理系统。公司以及客户一般通过系统可用性、预警时效性及准确性、实时航班查询性能、大数据查询性能等维度来评价服务响应环节中的数字化技术能力。发行

人泛商旅相关数字化系统具有较高可用性，系统可用率（即系统稳定运行时长在系统运行总时长中的占比）达到 99.97%；异常情形下预警时效性及准确性较高，保障客户服务体验；在航班和酒店等资源查询场景下，可确保较为快速的大规模数据检索性能。同行业公司相关数字化系统的技术性能指标属于其商业机密，未予公布。

③专业化服务经验

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

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

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

（2）发行人的竞争劣势主要体现在：行业知名度、品牌影响力及融资能力

相比于携程集团、同程旅行等已上市主体，其行业知名度及品牌影响力相对低，其资本市场融资能力相对弱，较依赖于银行融资或其他成本较高的融资渠道，不利于发行人抢占更多的商旅管理业务市场份额。

3、进入商旅客户供应商体系一般需要的时间

在商旅管理服务中，发行人通过商务谈判、招投标等方式获取业务。对于有招投标流程需求的客户，发行人经招投标流程并取得中标通知书后即进入客户的供应商体系，该期间跨度一般为 1 至 3 个月。中标后发行人与客户签订的第一份

合同服务期一般在 2 年以上（含），部分客户的合同到期后双方无异议即可自动延期；对于通过商务谈判等其他方式获取的客户，双方达成一致合作意向后即进入客户供应商体系。

4、客户更换供应商所需的成本

（1）合规成本

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

（2）人力和时间成本

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

（3）财务成本

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

5、结合上述情况分析主要商旅客户黏性、与主要商旅客户合作的稳定性

报告期内整体商旅客户增减变动情况及稳定性如下：

单位：万元

类型	2025年1-6月		2024年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
新增客户	136.49	1.63%	409.12	2.35%
减少客户	-	-	189.41	1.09%
存量客户	8,244.94	98.37%	16,843.19	96.57%
合计	8,381.43	100.00%	17,441.71	100.00%

续上表

类型	2023年度		2022年度	
	收入	收入占比	收入	收入占比
新增客户	1,012.77	6.17%	951.62	9.82%
减少客户	115.27	0.70%	101.18	1.04%
存量客户	15,296.19	93.13%	8,633.89	89.13%
合计	16,424.24	100.00%	9,686.69	100.00%

注 1：新增客户指当年/期开始第一次向发行人采购的客户；
注 2：减少客户指当年/期仍向发行人采购，但之后年度或期间未向发行人采购。2022 年减少客户系 2023 年未向发行人采购，2023 年减少客户系 2024 年未向发行人采购，2024 年减少客户系 2025 年 1-6 月未向发行人采购，由于 2025 年三季度数据无法充分体现 2025 年 1-6 月减少客户数量，因此待 2025 年 7-12 月数据确定后再更新。

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

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

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

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

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

发行人提供的三种技术集成服务模式具体情况如下：

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

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

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

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

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

2、相关会计处理是否合规

根据《企业会计准则第 14 号—收入》：第三条，本准则所称合同，是指双方或多方之间订立有法律约束力的权利义务的协议。合同有书面形式、口头形式以及其他形式。第四条，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。第五条，当企业与客户之间的合同同时满足下列条件

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

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

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、销售结构变动和销售增长的合理性

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

（2）审查发行人与供应商签订的包机包位合同，了解具体的商业条款；

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

（4）查阅同行业可比公司公开资料，对比分析发行人业绩变动趋势与同行业可比公司变动是否一致；了解其业务模式、收入确认方法、收入构成、变动情

况，并与发行人进行对比，分析各项指标的合理性；

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

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

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

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

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

2、后返佣金收入的可持续性

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

（2）走访发行人主要合作的航司，了解业务合作方式以及后返佣金政策情况；

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

（4）查阅同行业可比公司的公开披露信息，了解同行业可比公司是否披露代理及后返佣金收入情况；

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

购金额与其后返佣金的匹配情况；

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

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

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

（9）查阅同行可比公司，了解可比公司的后返收入构成及变动情况；

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

3、主要航旅客户销售增长的合理性

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

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

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

（4）访谈发行人管理层、各部门负责人，了解部分客户成立时间短即与发行人合作的原因、采购内容，发行人不同业务模式、不同产品、不同客户的销售定价方式及结算方式、客户给予信用期情况，了解相关领域的竞争格局、市场空间和发展趋势以及发行人的市场地位和竞争优势；

（5）走访主要客户，了解客户的基本情况及主营业务情况，与发行人的合

作时间和背景、与发行人的合作模式及销售情况；

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

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

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

（9）查阅行业研究报告，了解间接销售的必要性、合理性，是否符合行业特点。

4、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

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

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

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

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

（5）走访主要商旅客户，了解客户基本情况、合作背景、合作模式等，了

解报告期内客户采购需求变动情况，对发行人的考核情况以及信用期变动情况；

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

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

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

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

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、销售结构变动和销售增长的合理性

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

（2）2022 年发行人航旅、商旅、旅游业务销售金额或收入与可比公司收入变动趋势不存在明显差异，具有合理性。

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

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

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

2、后返佣金收入的可持续性

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

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

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

(4) 报告期末各期应收后返佣金占后返佣金收入比与航司的结算和考核周期相符, 2023 年期末应收后返佣金占后返佣金收入比不存在较高的情况,2022 年、2024 年末和 2025 年 6 月末应收后返佣金占后返佣金收入比存在较高情况,但具有合理性;发行人的后返佣金款项回款较好,客户信用优质,回款风险较低,不存在需进行风险揭示的情况。

3、主要航旅客户销售增长的合理性

(1) 发行人与主要航旅旅行社、票代客户合作无异常情况,虽然存在成立时间短即与发行人合作的客户,但均具有合理性。间接销售具有必要性、合理性,

符合行业特点，发行人旅行社、票代客户的毛利率变动情况具有合理性。

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

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

(4) 发行人的间接客户均实现向终端销售，发行人对终端客户不负有责任。

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

4、主要商旅客户销售增长的合理性及真实性

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

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

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

（4）发行人与主要商旅客户合作具有黏性、稳定性。

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

六、说明对销售真实性采取的核查方法、过程、比例和结论

（一）中介机构核查方法、过程、比例

针对收入真实性，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

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

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

报告期内，保荐机构、申报会计师对客户函证情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
交易发生额（A）	649,765.76	1,301,298.71	1,114,446.06	474,273.78
发函金额（B）	388,116.64	783,742.88	730,251.35	339,967.17
发函金额占交易发生额的比例（C=B/A）	59.73%	60.23%	65.53%	71.68%
回函金额（D）	318,963.22	663,602.77	631,373.42	286,203.47
回函相符可确认金额（E）	299,815.87	659,444.46	583,445.27	259,539.67
回函可确认金额占交易发生额的比例（F=E/A）	46.14%	50.68%	52.35%	54.72%

回函金额占发函金额的比例 ($G=D/B$)	82.18%	84.67%	86.46%	84.19%
未回函金额 ($H=B-D$)	69,153.42	120,140.12	98,877.93	53,763.70
针对未回函与回函不符执行替代测试金额 (I)	88,300.77	124,298.42	146,806.08	80,427.50
回函可确认金额、替代测试确认金额合计占销售收入的比例 ($J=(I+E)/A$)	59.73%	60.23%	65.53%	71.68%

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

报告期各期，保荐机构、申报会计师对客户的访谈情况如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
交易发生额 (A)	649,765.76	1,301,298.71	1,114,446.06	474,273.78
客户访谈销售金额 (B)	289,589.59	581,061.13	545,815.68	234,973.34
客户访谈销售金额占销售发生额的比例 ($C=B/A$)	44.57%	44.65%	48.98%	49.54%

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

报告期各期，保荐机构、申报会计师实施的销售细节测试核查比例如下：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
营业收入 (A)	18,069.41	39,842.14	35,350.91	45,739.48
销售细节测试金额 (B)	14,352.19	30,286.24	27,541.96	35,851.29
细节测试金额占营业收入的比例 ($C=B/A$)	79.43%	76.02%	77.91%	78.38%

5、执行分析性程序：获取报告期内发行人销售订单明细表，对各期收入和毛利率分别按产品类别、客户、销售模式、销售类型、业务板块等关键字段进行

纵向对比分析，核实收入和毛利率的变动原因及其合理性；查阅同行业可比上市公司公开披露文件，获取其有关收入、毛利率、销售模式、收入确认政策及收入季度波动性等公开信息，并与发行人进行横向比对；

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

(二) 中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人销售具有真实性。

七、对按照销售金额确定的前十大航旅、商旅客户销售核查具体情况

(一) 销售金额前十大的航旅客客户销售核查情况

1、2025 年 1-6 月

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	北京保盛航空服务有限公司	四川寰宇纵横科技有限公司	自由之翼（北京）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）	55,732.21	16,450.67	10,098.40	7,162.46	6,500.10
销售占比	8.58%	2.53%	1.55%	1.10%	1.00%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	广州典实国际旅行社有限公司	石家庄在云上旅行社有限公司	同程网络科技股份有限公司	上海翼盟航空服务有限公司	星陆（北京）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）	6,356.94	3,561.68	3,509.86	3,500.24	2,981.34
销售占比	0.98%	0.55%	0.54%	0.54%	0.46%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

2、2024 年度

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

续上表

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

3、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	24.16%	1.94%	1.39%	1.21%	0.84%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况

项目	1 上海华程西南国际旅行社有限公司	2 广州典实国际旅行社有限公司	3 广州典实商旅服务有限公司	4 北京趣拿软件科技有限公司	5 上海翼盟航空服务有限公司
	况	况	况		
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

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

4、2022 年度

项目	1 上海华程西南国际旅行社有限公司	2 北京趣拿软件科技有限公司	3 上海外国语大学	4 深圳市志凌云航空服务有限公司	5 河北祥程国际旅行社有限公司
客户归属板块	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务	航旅票务
销售金额(万元)	61,362.56	7,216.97	5,905.82	4,942.98	3,314.47
销售占比	21.96%	2.58%	2.11%	1.77%	1.19%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是

项目	1 上海华程西南国际旅行社有限公司	2 北京趣拿软件科技有限公司	3 上海外国语大学	4 深圳市志凌云航空服务有限公司	5 河北祥程国际旅行社有限公司
函证回函结果	相符	相符	相符	相符	相符
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况	检查合同、出票订单、BSP出票记录、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

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

(二) 销售金额前十大的商旅客户销售核查情况

1、2025 年 1-6 月

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	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）	23,088.54	14,573.82	11,949.62	9,743.72	5,058.24
销售占比	3.55%	2.24%	1.84%	1.50%	0.78%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	不符（注6）	未回函（注1）	相符	未回函（注2）
是否走访	是	是	是	是	否
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	否
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

项目	6	7	8	9	10
	OPPO广东移动通信有限公司	中国化学工程集团有限公司	海信集团控股股份有限公司	华勤技术股份有限公司	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司
客户归属板块	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）	4,941.78	4,374.22	3,831.63	3,482.32	3,320.47
销售占比	0.76%	0.67%	0.59%	0.54%	0.51%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	未回函（注3）	未回函（注4）	相符	未回函（注5）
是否走访	是	是	是	是	是

项目	6	7	8	9	10
	OPPO广东移动通信有限公司	中国化学工程集团有限公司	海信集团控股股份有限公司	华勤技术股份有限公司	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

注 1：深圳市能之汇投资有限公司 2025 年 1-6 月未取得回函，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 2025 年 1-6 月未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 3：中国化学工程集团有限公司 2025 年 1-6 月未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 4：海信集团控股股份有限公司 2025 年 1-6 月未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

注 5：中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司 2025 年 1-6 月未取得回函，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 6：南方电网互联网服务有限公司 2025 年 1-6 月回函不符，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；

2、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	深圳市能之汇投资有限公司	东方承启（北京）商务科技有限公司	比亚迪汽车工业有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	50,755.96	28,631.89	23,439.88	17,495.68	9,689.38
销售占比	3.90%	2.20%	1.80%	1.34%	0.74%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	相符	未回函（注 1）	相符	未回函（注 2）
是否走访	是	是	是	是	否
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	否
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、	检查合同、对账记录、出票订单、	检查合同、对账记录、出票订单、	检查合同、对账记录、出票订单、回款	检查合同、对账记录、出票订单、回款

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	比亚迪汽车工业有限公司
	回款情况	回款情况	回款情况	情况	情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

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

注 1：深圳市能之汇投资有限公司 2024 年未取得回函，对其执行替代程序，包括检查合同、对账单、出票订单、出票记录、回款情况等；

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

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

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

3、2023 年度

项目	1 中国石化集团国际旅行社有限责任公司	2 南方电网互联网服务有限公司	3 深圳市能之汇投资有限公司	4 东方承启（北京）商务科技有限公司	5 OPPO广东移动通信有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	60,618.39	24,699.77	22,905.90	16,233.77	10,700.86
销售占比	15.11%	6.16%	5.71%	4.05%	2.67%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	不符（注1）	相符	相符	不符（注2）
是否走访	是	是	是	是	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	是	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

续上表

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

项目	6	7	8	9	10
	海信集团控股股份有限公司	中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司	客户A	华勤技术股份有限公司	中国电建集团中南勘测设计研究院有限公司
	对账记录、出票订单、回款情况	对账记录、出票订单、回款情况	出票订单、回款情况	账记录、出票订单、回款情况	账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

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

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

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

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

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

4、2022 年度

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

续上表

项目	6	7	8	9	10
	盐池新源工程有限责任公司	OPPO广东移动通信有限公司	海信集团控股股份有限公司	比亚迪汽车工业有限公司	中兴通讯股份有限公司
客户归属板块	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理	商旅管理
销售金额（万元）	3,390.64	3,368.60	3,274.76	3,137.56	3,051.72
销售占比	1.78%	1.77%	1.72%	1.65%	1.60%
是否关联方	否	否	否	否	否
是否发函	是	是	是	是	是
函证回函结果	相符	不符（注3）	相符	未回函（注4）	相符
是否走访	是	是	是	否	是
走访相关信息是否得到确认	是	是	是	否	是
其他核查程序	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况	检查合同、对账记录、出票订单、回款情况
其他核查结果	相符	相符	相符	相符	相符

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

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

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

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

八、分别说明对航旅间接销售、直接销售采取的核查方法、过程、比例和结论

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

（一）中介机构核查方法、过程、比例

针对间接销售，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

- 1、对主要客户，检查合同条款、交易模式、服务内容，复核收入确认是否与发行人制定政策一致；
- 2、独立从国际航空运输协会官网上申请导出发行人报告期的BSP出票记录，并与发行人的账上出票情况进行核对，验证出票真实性；
- 3、从业务系统导出销售订单，并分析订单来源方式，复核订单明细是否与账面确认一致；
- 4、对主要客户进行走访和发函，核实相关销售数据、交易模式、往来余额等情况；
- 5、检查报告期内及期后的收款情况，核实回款金额、回款信息与账面是否一致；
- 6、对携程、去哪儿等电商平台客户，核对发行人业务系统与对方系统的交易明细；
- 7、利用IT专家对公司业务信息系统和财务信息系统进行测试、业财比对、对客户和乘机人进行反舞弊场景分析。

针对直接销售，保荐机构、申报会计师主要核查情况如下：

- 1、抽取发生额较大的客户，检查合同条款、交易模式、服务内容，复核收入确认是否与发行人制定政策一致；
- 2、独立从国际航空运输协会官网上申请导出发行人报告期的BSP出票记录，并与发行人的账上出票情况进行核对，验证出票真实性；
- 3、从业务系统导出销售订单，并分析订单来源方式，复核订单明细是否与账面确认一致；
- 4、对主要客户进行发函，核实相关销售数据、往来余额等情况；
- 5、检查报告期内及期后的收款情况，核实回款金额、回款信息与账面是否一致；

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

核查过程和比例情况如下：

单位：万元

销售方式	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
间接销售	交易发生额（A）	414,649.35	837,987.62	643,308.09	247,807.95
	核查金额（B）	328,872.71	719,199.65	577,964.06	204,125.59
	核查比例（C=A/B）	79.31%	85.82%	89.84%	82.37%
直接销售	交易发生额（A）	16,513.99	31,100.84	45,703.99	29,674.65
	核查金额（B）	13,539.33	25,464.58	37,819.18	16,919.30
	核查比例（C=A/B）	81.99%	81.88%	82.75%	57.02%

（二）中介机构核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为，发行人航旅直接销售和间接销售收入真实、准确。

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

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

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

发行人航旅业务虽然有携程、同程和去哪儿等 OTA 电商客户，但发行人未在前述 OTA 开设自有店铺，未通过其平台功能直接为下游消费者提供服务，该等 OTA 亦未为发行人提供经营场所、交易撮合、信息交流等平台服务。发行人与各在线旅行社之间的交易结算模式为：发行人在 OTA 所提供的供应商管理系统上给定机票报价，相关报价符合 OTA 预期时，OTA 向发行人采购对应票源；

OTA 向发行人采购机票后，在其平台上自主定价，并按照供应商管理系统中发行人的报价向发行人结算票款。前述供应商管理系统仅作为便利供应商报价与交易结算的信息化载体，并未为发行人直接在 OTA 上向终端客户销售机票创造条件。实际业务中，与发行人交易结算的主体一般为 OTA 下属的机票代理人公司，如携程集团旗下的上海华程西南国际旅行社有限公司、去哪儿网旗下的北京嘉信浩远信息技术有限公司、同程旅行旗下的同程网络科技股份有限公司。因此，发行人在该业务情形中的客户实质为 OTA 及其下属机票代理人公司，并非预订机票的终端消费者。

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

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

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

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

十、说明收入截止性测试情况

保荐机构、申报会计师对发行人报告期各期收入进行收入截止性测试，根据

业务类型选取不同的方法核查收入截止性，具体测试方法和情况如下：

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

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

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

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

问题 6. 收入确认的合规性及财务核算的准确性

根据申报文件，（1）收入确认时点方面，发行人后返佣金收入确认时点与可比公司不一致，发行人后返佣金在起飞后（金额能够可靠计量）或回款时（金额无法可靠计量）确认收入，腾轩旅游在出票后或回款时确认收入，易飞国际在回款时确认收入，未说明携程集团等其他可比上市公司后返佣金收入确认时点。

（2）后返佣金政策方面，航司对后返佣金一般按季度进行考核和结算，不同航司对后返佣金考核的行程范围不同且存在调整、计付核算涉及较为复杂的调整规则，同一航司不同分支机构可能向发行人下属多个 OFFICE 号码提供不同的后返佣金政策。

（1）后返佣金收入确认的合规性。请发行人：①结合后返佣金考核标准差

异化、计付政策复杂并持续调整的特点，说明发行人如何判断后返佣金金额能否可靠计量，从而准确选取收入确认时点，是否存在随意调节空间，是否通过自主选择收入确认时点调节业绩，并通过典型案例举例说明；起飞后确认收入的，如何保证收入金额计算的准确性，确认的收入与后续航司考核确定的金额是否存在较大差异，是否存在期后冲减后返佣金及跨期情形。②说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认，发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑，与腾轩旅游不一致的原因，易飞国际仅在回款时确认收入的原因；说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比，若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响。

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

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

入的情形。③准确、完整披露旅游收入确认政策。

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

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

【回复】

一、后返佣金收入确认的合规性

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

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

发行人后返佣金收入确认时点符合准则规定。

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

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

此外，通过公开信息网查询，目前上市公司中披露类似后返佣金收入业务的

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

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

机票业务相关的后返佣金是航司或者供应商给予“代理人”的代理奖励，航司会结合自身市场竞争态势、业绩完成情况、特定航线开拓计划、不同舱位盈利情况制定灵活多元的后返佣金政策，“机票代理人”一般在起飞前可以获取该季度的航司后返相关政策，影响后返佣金确认的关键因素包括航线、始发地、目的地、航段、舱位等，在判定相关条件符合航司的后返政策后，可以按照航司给予的后返比例或者后返金额可靠、准确计量后返佣金收入。

为了保证后返佣金收入确认时点不被随意调节，发行人制定了一套完善的内控制度：

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

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

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

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

下面通过具体案例进行说明：

发行人 2023 年 8 月 23 日出票一张从上海飞往芬兰的机票,出发日期为 2023 年 8 月 27 日,航班号为 HO1607,舱位为 B,票价 15,670 元,其中税额 2,602 元,不含税金额为 13,068 元,出发地为 PVG,目的地为 HEL,航空公司为上海吉祥航空股份有限公司。根据上海吉祥航空公司 2023 年第三季度的后返政策:

(1) 适用航线:吉祥航空实际承运上海-大阪、上海-曼谷、上海-新加坡、上海-澳门、南京-首尔、南京-大阪、南京-东京、南京-香港、上海-芬兰;(2) 旅客类型:成人、儿童(婴儿计量不计奖);(3) 适用行程类型:吉祥航空实际承运上海、南京、郑州始发国际长短线、地区航班单程、往返;(4) 考核方式:本地始发总量奖励折让率按如下执行,并采用全额不分段计奖,完成周期内销售额合计 50 万(含)以上的经济舱和公务舱,给予代理人 3%的奖励。

因此,在 8 月份航班起飞后,结合市场情况和历史情况,该航线和舱位符合航司的后返佣金奖励相关条件,发行人在当月计提该机票的后返佣金为:不含税机票款 13,068 元*后返佣金奖励比例 3%=392.04 元。

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

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

(1) 起飞后确认收入的,如何保证收入金额计算的准确性

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

①发行人订单系统在制定销售价格时,会考虑该航司给予的后返政策、航线情况、综合始发地、目的地、中转站、实际承运航班等多种行程要素,并综合考

虑政策约定的其他因素后，在订单上显示后返佣金的测算金额；

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

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

综上，发行人的后返佣金管理和计算是在多年经营过程中逐渐摸索形成的一套体系化的管理流程，凭借严谨的内控管理、精确的预估机制、高效的外部信息对接流程，保证了后返佣金收入金额计算的准确性。

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

根据报告期各期末后返佣金的确认情况和期后实际结算、回款情况分析差异如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
后返佣金确认收入（A）	8,242.99	15,669.32	10,257.58	1,940.84
根据实际结算收入（B）	8,548.94	15,835.84	10,597.36	2,228.48
结算差异（C= B-A）（注）	305.95	166.52	339.78	287.64
差异比例（D=C/A）	3.71%	1.06%	3.31%	14.82%

注 1：2025 年 1-6 月的结算差异为计入 2025 年 7 月及之后的收入中，归属期属于 2025 年 1-6 月份的后返佣金收入；

注 2：2024 年的结算差异为统计的计入 2025 年的收入中，归属期属于 2024 年的后返佣金收入；

注:3：2023 年度的结算差异为统计的计入 2024 年度收入中，归属期属于 2023 年度的后返佣金收入；

注 4：2022 年度的结算差异为统计的计入 2023 年度收入中，归属期属于 2022 年度的后返佣金收入。

由上表可知，通过报告期各期后与航司实际结算金额的对比，发行人确认的后

返佣金收入比实际结算金额偏小，结算差异金额和比例都较小，确认的后返佣金收入具有谨慎性，不存在较大的差异，亦不存在期后冲减后返佣金及跨期的情形。

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

1、说明退票是否影响后返佣金的计付和收入确认

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

2、发行人后返佣金确权时点为起飞后而非出票后的具体考虑

发行人后返佣金收入确认时点为起飞后而非出票后的主要原因为：

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

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

3、与腾轩旅游不一致的原因

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

在较多不可计量性。

4、易飞国际仅在回款时确认收入的原因

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

5、说明起飞后、回款时确认收入的后返佣金金额及占比

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

单位：万元

后返佣金类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	回款确认收入	占比	回款确认收入	占比	回款确认收入	占比	回款确认收入	占比
机票业务	-	-	-	-	37.96	0.37%	134.00	6.90%
酒店业务	65.64	0.80%	50.01	0.32%	137.95	1.34%	43.41	2.24%
保险等业务	25.02	0.30%	55.95	0.36%	51.89	0.51%	22.39	1.15%
合计	90.66	1.10%	105.96	0.68%	227.80	2.22%	199.80	10.29%

报告期内，发行人对于后返佣金收入按照回款时确认的金额分别为 199.80 万元、227.80 万元、105.96 万元、**90.66 万元**，占当年后返佣金收入的比例分别为 10.29%、2.22%、0.68%、**1.10%**，其中机票业务主要是受公共卫生事件的冲击导致民航出行场景受限，后返佣金政策阶段性取消，具有不确定性，也无法在各报告期资产负债表日之前取得估计的可能，因此在回款时确认；酒店业务和保险等业务，由于采购零散，无系统性的后返政策，总体金额较小，因此在回款时确认。

综上，发行人按照回款时确认收入的后返佣金金额和占比较小。

6、若均按照回款确认收入，测算对各期收入、净利润的影响

采用回款作为后返佣金的收入确认时点测算，结果如下表所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年	2023年	2022年
事项①：模拟测算影响应收账款和坏账对利润总额影响				
新后返佣金组合的应收账款账面余额（A）	0.00	0.00	0.00	0.00
原后返佣金组合的应收账款账面余额（B）	6,494.13	5,639.24	4,285.20	1,147.51
原后返佣金组合的应收账款坏账准备余额（C）	244.83	212.60	223.90	112.14
原后返佣金组合计提坏账引起的信用减值损失金额（D）	-32.23	11.30	-111.76	-73.44
新后返佣金组合计提坏账引起的信用减值损失金额（E）	0.00	0.00	0.00	0.00
模拟测算事项①对利润总额的影响（F=E-D）	32.23	-11.30	111.76	73.44
事项②：按照实际回款对利润总额的影响				
模拟按回款确认的后返佣金收入（G）	7,438.24	15,249.84	7,290.22	1,210.86
原收入确认政策确认的后返佣金收入（H）	8,242.99	14,386.64	10,257.58	1,940.84
模拟测算后事项②对利润总额的影响（I=G-H）	-804.75	863.20	-2,967.36	-729.98
综合所得税费率（J）	11.29%	13.63%	11.08%	13.36%
原净利润（K）	3,627.63	7,740.00	7,218.35	4,032.80
模拟测算净利润（L=K+（F+I）*（1-J））	2,942.35	8,475.79	4,679.28	3,463.96

采用回款时点作为后返佣金收入确认时点对发行人主要财务数据的影响如下表所示：

单位：万元

项目	实际			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
收入	18,265.26	40,094.90	35,350.91	45,739.48
净利润	3,627.63	7,740.00	7,218.35	4,032.80
归属于母公司所有者的净利润	3,627.63	7,740.00	7,218.35	4,032.80
扣除非经常性损益后的净利润	3,616.61	7,502.48	6,948.40	2,396.17
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	3,616.61	7,502.48	6,948.40	2,396.17
加权平均净资产收益率	5.94%	13.99%	14.22%	8.93%
扣除非经常性损益后净资产收益率	5.92%	13.56%	13.69%	5.30%

续上表

项目	模拟测算			
	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
收入	18,265.26	40,958.09	32,383.55	45,009.50
净利润	2,942.35	8,475.79	4,679.28	3,463.96
归属于母公司所有者的净利润	2,942.35	8,475.79	4,679.28	3,463.96
扣除非经常性损益后的净利润	2,931.33	8,238.27	4,409.33	1,827.33
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润	2,931.33	8,238.27	4,409.33	1,827.33
加权平均净资产收益率	4.78%	15.22%	9.81%	7.71%
扣除非经常性损益后净资产收益率	4.77%	14.80%	9.25%	4.07%

假定按照回款时确认后返佣金收入，报告期扣除非经常性损益后的净利润分别为 1,827.33 万元、4,409.33 万元、8,238.27 万元、2,931.33 万元，发行人仍满足最近一年净利润不低于 2,500.00 万元人民币，且加权平均净资产收益率不低于 8.00%的上市标准。

二、包机包位收入确认的合规性

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

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

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

包机包位业务系发行人在公共卫生事件特殊期间下的业务，其与代理分销业务最大的区别点在于采购模式的差异。公共卫生事件期间，民航出行场景受到阶

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

2、结合出票与行程时间差异，分析对各期主要财务数据的影响是否重大

报告期内，包机包位业务的出票日期与行程日期不在同一会计年度的统计如下所示：

单位：万元

出票年份	起飞年份	总额法下收入	总额法下成本	总额法下毛利	收入占包机包位收入比例
2025 年 1-6 月	2025 年 7 月之后	-	-	-	-
2024 年度	2025 年度	-	-	-	-
2023 年度	2024 年度	-	-	-	-
2022 年度	2023 年度	1,483.35	1,417.08	66.27	6.03%

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

3、说明可比公司包机包位业务收入确认方法和时点，与发行人是否一致

发行人与可比公司对于包机包位业务的收入确认政策对比如下：

收入类型	公司	收入确认政策	收入确认时点
包机包位业务	美亚科技	按照民航客运销售业务已经办妥后，即委托人确认订单且出票后，按全额确认收入。	出票后确认收入
	岭南控股	无披露类似业务	无
	携程集团	根据会计准则汇编第606条“客户合约收入”确认收入。根据该准则，我们按净额基准呈报几乎全部收入原因是旅行供应商主要负责提供相关旅行服务，而我们并不控制由旅行供应商向旅行者所提供的服务。当通过预购	出票后确认收入

收入类型	公司	收入确认政策	收入确认时点
		存货承担实质性存货风险时，我们按总额基准确认收入。	
	同程旅行	无披露类似业务	无
	腾轩旅游	自由行票务收入确认原则：在航空公司完成出票后出具出票单时确认收入；	出票后确认收入
	易飞国际	无披露类似业务	无

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

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

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

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

1、说明包机包位未确认存货的合理性

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

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

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

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

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

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

1、说明如何确定航空客运销售代理业务的基础佣金及服务费的净额收入

基础佣金为航司给予的销售折扣，采购时直接抵减采购价；服务费系在票面价格的基础上加收的款项，基础佣金及服务费在委托人确认订单且出票后，按照应收销售款减去采购款的差额确认收入。

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

服务费一般为按照合同约定确定，退改签情况下不影响发行人服务费的确认和收取。

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

对报告期各期机票业务出票后退改签金额及占比情况统计如下：

单位：万元

年度	机票出票对应的应收金额（注 1）	退改签业务对应原机票出票应收金额（注 2）	退改签占比
2025 年 1-6 月	653,248.59	17,640.71	1.35%
2024 年度	1,316,292.07	15,860.49	1.20%
2023 年度	1,159,742.80	18,226.66	1.57%

2022 年度	605,144.71	14,935.76	2.47%

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

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

注 3：2025 年 1-6 月份的数据为半年度数据，为保持口径一致，退改签占比换算成年度计算。

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

三、旅游收入确认的合规性

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

1、说明整合定制服务、单一服务分别按照总额法、净额法确认收入的原因

会奖旅游业务下提供的产品服务明细主要包括机票、酒店、会议场地租赁、餐饮、地接等服务，发行人根据客户的需求，提供定制化的具体服务方案并通过整合资源落实方案。会奖旅游业务根据其提供服务方式的不同区分为定制团、会议团等整合定制服务，以及机票和酒店等单一服务。机票、酒店等单一服务系发行人提供定制化方案给客户后，因为客户的原因或者其他考虑，后续客户只选择了其中的单项服务。

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

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

整合定制和单一服务，收入确认方法、时点、依据如下：

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

不同旅游业务收入, 确认合规性判断过程如下:

判断项目	主要责任人	代理人
商品控制权	发行人在向客户提供服务前已取得	发行人在向客户提供服务前未取得
主要责任	发行人与客户及供应商分别签订合同, 相关风险和责任承担相对独立	发行人基于客户的需求向供应商采购, 发行人不承担主要责任
主要存货风险	发行人在转让商品之前或之后承担该商品的存货风险	发行人在转让商品之前或之后并不承担该商品的存货风险
商品或服务价格	自主决定, 发行人以市场价格作为参考对外独立报价	非完全自主决定, 发行人在提供代理服务中收取代理服务费
收入确认方式	发行人对整合定制旅游服务采取总额法确认收入。	发行人对单一服务旅游服务采取净额法确认收入。

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

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

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

针对旅游收入确认准确性, 发行人制定了相关措施并完成整改, 具体措施包

括要求完善发行人的内控制度，明确要求销售人员与客户规范对账方式，明确对账周期，财务部专人跟进和复核对账情况，财务部实时跟进旅游服务团单付款情况，及时获取旅游服务实际服务情况，每月底财务人员全面梳理已有的旅游服务团单的实际完成情况并进行账务处理。

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

（三）准确、完整披露旅游收入确认政策

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

整合定制服务适用总额法确认收入，适用会计政策为：在旅游服务已经提供，金额能够可靠计量时，确认旅游服务收入。

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

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

四、其他财务核算的规范性

（一）说明间接费用在各业务类别间分摊方法的合理性、是否符合业务特征

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

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

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

（二）是否与可比公司一致

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

注：通过公开资料查询，部分可比公司有披露成本明细，但均未披露成本分摊方法。

综上，发行人归集的营业成本与同行业可比公司岭南控股、携程集团、同程

旅行、易飞国际、腾轩旅游一致，众信旅游披露的成本构成较简略，无法直接对比。因具体分摊方法可比公司未公开披露，无法直接对比。发行人采取分摊方法能更好的反映各产品的毛利率情况和盈利能力，分摊方法符合发行人业务实质，具有合理性。

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

中航鑫港担保费系发行人向中航鑫港支付的相关担保费用，主要系国际航协代理人担保而发生，与发行人主营业务直接相关。中航鑫港担保费由财务部门负责提单报销，财务核算每月根据费控系统的报销所属部门归集在管理费用，月底财务部人员将中航鑫港担保费由管理费用重分类至主营业务成本。该账务处理流程系发行人费控系统设置导致，并不影响发行人报表数据准确反映，具有合规性。但为了方便归集成本，发行人已对其设置进行更改，担保费的发生直接在主营业务成本中归集。

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

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

1、航空客运销售代理业务

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

2、酒店预订代理业务

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

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

3、旅游服务

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

4、航空客运销售业务

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

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

综上，发行人收入成本核算规范，不存在财务核算不准确且未整改规范的事项。

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、后返佣金收入确认的合规性

（1）访谈发行人管理层及业务人员，了解后返佣金的形成机制和航司的交易惯例；

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

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

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

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

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

2、包机包位收入确认的合规性

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

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

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

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

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

(6) 对发行人出票后退改签情况进行核查，测试退改签对发行人收入确认的影响；

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

3、旅游收入确认的合规性

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

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

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

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

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

4、其他财务核算的规范性

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

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

(3) 复核报告期内发行人间接成本的分摊方法，重新测算分摊成本的准确性；

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

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

(二) 中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、后返佣金收入确认的合规性

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

(2) 根据发行人的收入确认政策，退票不影响后返佣金的计付和收入确认；综合考虑航司后返佣金政策及存在出退改签等情况，发行人选择起飞后确认后返佣金收入；与腾轩旅游和易飞国际存在差异具有合理性；报告期内，发行人按照

回款时确认收入的后返佣金金额和占比较小；若按照回款确认收入，对各期收入、净利润存在一定影响。

综上，发行人后返佣金收入确认时点准确、依据充分，具有合规性。

2、包机包位收入确认的合规性

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

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

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

综上，发行人包机包位收入确认时点准确、依据充分，具有合规性。

3、旅游收入确认的合规性

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

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

（3）发行人旅游服务已根据不同服务产品披露收入政策。

4、其他财务核算的规范性

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

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

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

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

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

(一) 核查程序

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

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

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

(二) 核查结论

经核查,保荐机构、申报会计师认为:

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

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

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

（一）申报前会计差错更正情况及更正原因

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

1、会奖旅游业务收入成本跨期

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

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

2、研发费用差错更正

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

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

（2）合理归集系统服务费。发行人研发与业务部门的系统服务费存在混同

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

3、柯某职务侵占差错更正

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

发行人原本就该事项的会计处理和判断过程为：

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

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

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

（二）本次申报执业情况

1、基本信息

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

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

2、工作经历

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

3、诚信记录

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

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

4、独立性

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

（三）说明申报会计师在前期执业及本次申报过程中是否勤勉尽责

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

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

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

（四）质控相关把关制度是否健全有效

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

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

1、项目组内部复核

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

2、项目质量控制独立复核

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

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

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

问题 7. 与前员工、实控人控制的主体交易的必要性和公允性

根据申报文件，（1）报告期发行人部分票源来自向同行采购，主要系部分票代可能在某些航司的部分票源中具备比较优势，或者具备其他票代不具备获取的票源资源。报告期发行人与前员工控制、参股或任主要责任人员的主体存在销售机票、采购机票、采购酒店等情况，其中销售金额分别为 5,748.11 万元、7,757.77 万元、12,476.56 万元；采购金额分别为 6,117.40 万元、7,868.70 万元、8,164.85 万元。（2）发行人向前员工邓某控制的捷途会展、空港易行采购机票，其中空港易行报告期一直为发行人前五大票代客户，捷途会展原系发行人实控人实际控制的企业，2020 年 7 月实控人及相关方将捷途会展 100%股权无偿转让给邓某控制的空港易行及其配偶，2022 年捷途会展即成为发行人前五大票代客户。2021 年 7 月后捷途会展不再披露为发行人关联方。（3）其中向前员工控制的蜗牛网、千淘商旅等酒店集成供应商采购酒店 1,963.84 万元、3,100.51 万元、6,206.65 万元，在同类采购中占比 10%左右。发行人采购的酒店包括协议、非协议两类，其中协议酒店系客户直接与酒店签合同并托管给发行人，采购价格以客户和酒店签订的协议为准，发行人在约定价格上加收服务费；非协议酒店为发行人与大型酒店集团或酒店集成供应商签约的酒店，主要参考市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素向客户报价，较为灵活。（4）报告期发行人主要通过租赁房产开展业务，其中向实控人控制的中信宝物业发展有限公司租赁办公

场所并支付水电费、物管费，租金每年约 300 余万元，物管费、水电费每年约 100 万元左右，期末发行人投资性房地产账面价值 605.18 万元，系对外出租的房屋建筑物；报告期发行人还存在向实控人控制的主体采购机票、食品礼盒、二手车等情况，向实控人及其控制的主体销售机票、酒店代理及会奖旅游服务等情况。

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

(2) 与实控人控制的主体交易的必要性、公允性。请发行人：①结合自有房产对外出租情况（位置、面积、承租人等），说明向实控人控制的主体租入房产的必要性，说明各期各处租入房产的位置、具体用途、面积与人员的匹配性，租入价格的公允性。②梳理发行人与实控人及其控制的主体采购、销售的具体情况，说明交易的必要性、定价公允性；说明上述关联交易是否影响发行人独立性，

约束关联交易的控制措施是否有效；结合资金流水核查情况，说明是否向关联方输送利益。③说明实控人投资的房产等业务经营情况、财务状况，是否存在合规风险、财务风险，是否导致实控人背负大额债务并将风险向发行人传导等情形，视情况进行风险揭示。

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

【回复】

一、与前员工交易的必要性、定价公允性

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

1、说明前员工供应商成立时间、主营业务、经营状况

前员工控制的供应商成立时间、主营业务、经营状况等如下所示：

序号	前员工姓名	前员工控制的供应商名称	成立时间	主营业务	具备的比较优势	经营状况	
						2023年度销售金额	员工人数
1	邓春生	深圳市空港易行商旅服务有限公司（以下简称“空港易行”）	2018-01-23	航空客运销售代理	中东、非洲等航段	10,000万元至50,000万元	20-50人
		广州捷途会展服务有限公司（以下简称“捷途会展”）	2011-11-15				
2	肖宁、纪奕川	广州蜗牛网国际旅行社有限公司（以下简称“蜗牛网”）	2018-09-21	提供酒店集成与预订服务	维也纳酒店集团、格林酒店集团等	10,000万元至50,000万元	50人以上
		广州千淘商旅服务有限公司（以下简称“千淘商旅”）	2019-05-06				
3	陈鹏	北京溢境国际旅行社有限公司（以下简称“北京溢境”）	2016-04-21	航空客运销售代理	非洲、中亚、北美等航段	1,000万元至5,000万元	10-20人

序号	前员工姓名	前员工控制的供应商名称	成立时间	主营业务	具备的比较优势	经营状况	
						2023年度销售金额	员工人数
4	石荣航	深圳市十方国际商旅服务有限公司（以下简称“十方国际”）	2018-12-05	航空客运销售代理	西班牙航空公司等	1,000万元至5,000万元	5-10人
5	梁荣峰	游够吧科技（广州）有限公司（以下简称“游够吧科技”）	2021-12-16	航空客运销售代理	菲律宾航空、印度尼西亚狮子航空等	1,000万元以下	5-10人
6	陈辉英	深圳雅途航空服务有限公司（以下简称“深圳雅途”）	2017-08-23	航空客运销售代理	非洲、中亚、北美等航段	1,000万元至5,000万元	5-10人
7	蒋圣才	广东鹿鸣商旅服务有限公司（以下简称“鹿鸣商旅”）	2019-01-18	航空客运销售代理	中东、北美、澳洲等航段	1,000万元以下	5人以下

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

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

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

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

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

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

单位：万元

序号	公司名称	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占全部旅业同行采购机票的比例	金额	占全部旅业同行采购机票的比例	金额	占全部旅业同行采购机票的比例	金额	占全部旅业同行采购机票的比例
1	空港易行及其下属企业	2,528.04	4.76%	3,111.86	4.48%	1,081.77	2.10%	3,756.27	6.21%
2	北京溢境	358.57	0.68%	317.76	0.46%	233.08	0.45%	476.79	0.79%
3	十方国际	-	0.00%	-	-	-	-	28.66	0.05%
4	游够吧科技	-	0.00%	-	-	1.34	0.00%	334.45	0.55%
5	深圳雅途	2.06	0.00%	29.64	0.04%	-	-	113.18	0.19%
6	鹿鸣商旅	-	0.00%	8.97	0.01%	-	-	-8.78	-0.01%
合计		2,888.66	5.44%	3,468.22	5.00%	1,316.19	2.55%	4,700.56	7.77%

注：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展。

报告期内，发行人向前员工供应商的采购金额在向全部旅业同行采购机票中的占比分别为 7.77%、2.55%、5.00%和 5.44%，不存在发行人主要向前员工供应商采购机票的情况。

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

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

2020 年 7 月，捷途会展的控制权由发行人实际控制人变更为前员工邓某。本次转让背景主要系捷途会展持续经营不善，外加 2020 年初的公共卫生事件影响，行业整体情况进一步恶化，发行人实际控制人决定放弃对捷途会展的经营。控制权转让前后，2019 年度/截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年度/截至 2020 年

12月31日，捷途会展的营业收入分别为89.73万元、82.23万元，净利润分别为-0.65万元、-2.83万元，净资产分别为3.95万元、3.63万元。

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

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

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

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

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

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

（2）空港易行成为发行人主要票代客户的过程

邓某在美亚科技工作期间早已积累了一定的人脉资源，空港易行设立后，邓某凭借着其自身的努力及深耕行业多年所积累的经验，经不断发展已成为华南区域规模较大的机票代理人，拥有了较多的客户资源，也掌握了相对其他旅业同行更具优势的稀缺产品资源，如埃及航空、土耳其航空、伊朗航空等。加上邓某曾

在发行人任职，对发行人较为信赖，深知发行人作为国内知名的泛商旅综合解决方案提供商所掌握的产品资源优势以及商业诚信，因此与发行人保持着较好的合作关系，成为了发行人主要票代客户。

（3）2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性

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

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

综上所述，2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户具备合理性。

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

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

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

4、说明向前员工客户销售的具体内容、应用场景、结算周期和方式

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

序号	前员工姓名	前员工控制的客户名称	销售内容	应用场景	结算周期	结算方式
1	邓春生及其配偶（傅雅丽）	捷途会展	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
		空港易行			一周一结	银行转账
		深圳市尚美商旅服务有限公司（以下简称“尚美商旅”）			一周一结	银行转账
2	陈鹏	北京溢境	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
3	石荣航	十方国际	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
4	梁荣峰	游够吧科技	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
5	陈辉英	深圳雅途	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
6	蒋圣才	鹿鸣商旅	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
7	谢开杰	广东携美电子商务有限公司（以下简称“广东携美”）	机票	乘客出行	一周双结	银行转账
8	黄巍	广东创博科技发展有限公司（以下简称“创博科技”）	机票	乘客出行	次日结算	银行转账
9	管福祥	广州欧途商务服务有限公司（以下简称“广州欧途”）	机票	乘客出行	一周双结	银行转账

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

5、交易实质是否为前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售

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

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

同时，发行人未通过其他机票代理人与下游客户签订销售合同；其他机票代理人向发行人采购优质票源，并以其自身名义向下游销售机票；相关采购事项完

全取决于发行人自身与其他机票代理人对彼此所获取票源产品丰富度和价格竞争力的考量，各方均以自身真实意思表示自愿开展机票采购活动。

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

6、是否符合行业惯例

（1）同行业可比公司

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

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

（2）现场走访旅业同行

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

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

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

1、说明协议、非协议酒店采购金额及占比

报告期内，发行人协议、非协议酒店的采购金额及占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
协议酒店	25,980.17	60.51%	49,048.64	60.96%	41,691.84	60.88%	14,941.54	54.53%
非协议酒店	16,953.73	39.49%	31,410.63	39.04%	26,788.24	39.12%	12,460.46	45.47%
合计	42,933.90	100.00%	80,459.27	100.00%	68,480.09	100.00%	27,401.99	100.00%

2、向前员工供应商采购的酒店是否属于非协议酒店、在非协议酒店采购中的占比

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

报告期内，发行人向千淘商旅集团的采购金额占非协议酒店的比例如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
千淘商旅集团及其下属企业的采购金额	1,675.77	4,813.72	6,206.65	3,100.51
非协议酒店的采购金额	16,953.73	31,410.63	26,788.24	12,460.46
占比	9.88%	15.33%	23.17%	24.88%

注：千淘商旅集团及其下属企业包括千淘商旅、蜗牛网。

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

在各个前员工控制的供应商中，千淘商旅集团的主营业务是提供酒店集成与预订服务，其余的主营业务均为航空客运销售代理。报告期内，发行人向千淘商旅集团的采购金额占非协议酒店的比例分别为24.88%、23.17%、15.33%和9.88%，主要向前员工供应商采购非协议酒店，占比较高，其原因及合理性如下：

（1）千淘商旅集团酒店资源丰富

千淘商旅集团是国内知名的酒店聚合渠道供应商，根据其官网的介绍覆盖近50万家国内酒店和近40万家国际酒店，其直接签约的单体酒店数超6万家，重

点集中在 80 个热门城市的 3 星及 4 星级酒店，在酒店资源的覆盖面上具备较强优势。

（2）千淘商旅集团酒店聚合的技术优势较强

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

（3）千淘商旅集团规模较大

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

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

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

1、说明向前员工采购、销售的具体类别、金额

报告期内，发行人向前员工采购、销售的具体类别、金额情况如下所示：

单位：万元

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	空港易行及其下属企业	机票	采购金额	2,528.04	3,111.86	1,081.77	3,756.27
			占全部机票采购金额的比例	0.44%	0.27%	0.11%	0.90%
			销售金额	3,134.33	7,146.81	7,400.28	4,158.46
			占全部机票代理销售金额的比例	0.54%	0.61%	0.73%	1.01%

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
2	千淘商旅集团及其下属企业	酒店	采购金额	1,676.18	4,813.72	6,206.65	3,100.51
			占全部酒店采购金额的比例	4.13%	5.98%	9.06%	11.31%
			销售金额	-	-	-	-
3	北京溢境	机票	采购金额	358.57	317.76	233.08	476.79
			占全部机票采购金额的比例	0.06%	0.03%	0.02%	0.11%
			销售金额	476.12	683.56	182.29	481.03
			占全部机票代理销售金额的比例	0.08%	0.06%	0.02%	0.12%
4	十方国际	机票	采购金额	-	-	-	28.66
			占全部机票采购金额的比例	-	-	-	0.01%
			销售金额	199.80	545.24	482.35	318.11
			占全部机票代理销售金额的比例	0.03%	0.05%	0.05%	0.08%
5	游够吧科技	机票	采购金额	-	-	1.34	334.45
			占全部机票采购金额的比例	-	-	0.00%	0.08%
			销售金额	-	-	-	67.14
			占全部机票代理销售金额的比例	-	-	-	0.02%
6	深圳雅途	机票	采购金额	2.06	29.64	-	113.18
			占全部机票采购金额的比例	0.00%	0.00%	-	0.03%
			销售金额	141.47	330.23	479.96	140.14
			占全部机票代理销售金额的比例	0.02%	0.03%	0.05%	0.03%
7	鹿鸣商旅	机票	采购金额	-	8.97	-	-8.78
			占全部机票采购金额的比例	-	0.00%	-	0.00%
			销售金额	227.17	829.67	1,035.03	163.64
			占全部机票代理销售金额的比例	0.04%	0.07%	0.10%	0.04%
8	广东携美	机票	采购金额	-	-	-	-

序号	前员工控制的客户或供应商	采购、销售的具体类别	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
			销售金额	343.97	433.52	422.46	672.49
			占全部机票代理销售金额的比例	0.06%	0.04%	0.04%	0.16%
9	创博科技	机票	采购金额	-	-	-	-
			销售金额	-	-	21.35	-
			占全部机票代理销售金额的比例	-	-	0.00%	-
10	广州欧途	机票	采购金额	-	-	-	-
			销售金额	521.53	1,382.15	2,080.70	1,361.78
			占全部机票代理销售金额的比例	0.09%	0.12%	0.21%	0.33%

注 1：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展、尚美商旅；

注 2：千淘商旅集团及其下属企业包括千淘商旅、蜗牛网。

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

2、结合合同类采购、销售中可比第三方价格，分析向前员工采购、销售定价公允性

(1) 抽样方式

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

效性。

报告期内，发行人与空港易行及其下属企业、北京溢境和千淘商旅集团及其下属企业的采购金额较大，与空港易行及其下属企业、广东携美、鹿鸣商旅和广州欧途的销售金额较大，所以用报告期内发行人与上述公司全部的采购、销售的机票订购单、酒店订购单为总体，通过分层抽样的方式随机抽取订单，具体分层抽样的方式如下：

序号	分层抽样方式	具体内容
1	按金额分层	结合样本总体情况，机票订购单按照 0.00 至 5,000.00 元，5,000.00 元至 20,000.00 元，20,000.00 至 40,000.00 元，40,000.00 至 60,000.00 元，60,000.00 元以上进行分层；酒店订购单按照 0.00 至 300.00 元，300.00 至 600.00 元，600.00 至 900.00 元，900.00 元以上进行分层，各前员工公司各报告期内每层抽取 2 个样本，每个前员工公司共抽取 28 至 35 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 28 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 21 个样本。

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

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

（2）对比结果

①采购端

对于空港易行及其下属企业、北京溢境和千淘商旅集团及其下属企业等采购金额较大的前员工供应商，共抽取**379**笔采购订单；对于十方国际、游够吧科技、深圳雅途和鹿鸣商旅等采购金额较小的前员工供应商，共抽取**61**笔采购订单。其中抽样订单与可比订单差异率较大的详细情况如下：

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

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

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

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

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

发行人2024年度向深圳雅途采购行程是PKX-FRU（北京大兴国际机场-吉尔

吉斯斯坦玛纳斯国际机场)的机票单价为0.40万元/张,与相同行程的可比订单采购单价1.38万元/张相比差异率为-71.26%,主要原因系抽样订单的舱位是M舱(经济舱),而可比订单的舱位是C舱(公务舱),致使可比订单的机票价格较高。

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

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

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

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

P/C/C舱（公务舱），而可比订单的舱位是L/H/H舱（普通舱），致使抽样订单的机票价格较高。

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

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

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

②销售端

对于空港易行及其下属企业、广东携美、鹿鸣商旅和广州欧途等销售金额较大的前员工客户，共抽取506笔销售订单；对于北京溢境、十方国际、游够吧科技、深圳雅途和创博科技等销售金额较小的前员工客户，共抽取191笔销售订单。其中抽样订单与可比订单差异率较大的详细情况如下：

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

发行人2024年度向广东携美销售行程是BGW-CAN（伊拉克巴格达国际机场-广州白云国际机场）的机票单价为1.70万元/张、1.66万元/张，与相同行程的可比订单销售单价0.48万元/张、0.52万元/张相比差异率为254.17%、220.03%，主要原因系抽样订单的舱位是J舱、J舱（商务舱），而可比订单的舱位是H舱、Y舱（经济舱），致使抽样订单的机票价格较高。

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3、说明前员工客户毛利率为负的原因、是否异常

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

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

单位：万元

序号	客户名称	年度	销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	空港易行及其下属企业	2025年1-6月	3,134.33	0.50%	70.54	-1.75%	-3.72	-1.61%
		2024年度	7,146.81	0.70%	154.82	-1.46%	-1.29	-1.44%
		2023年度	7,400.28	0.68%	121.77	-0.97%	7.80	-1.03%
		2022年度	4,158.46	0.75%	63.50	-0.78%	27.72	-1.40%
2	北京溢境	2025年1-6月	476.12	0.46%	14.04	-2.49%	-0.61	-2.37%
		2024年度	683.56	0.93%	20.32	-2.04%	-0.20	-2.02%
		2023年度	182.29	3.26%	0.02	3.25%	0.21	3.06%
		2022年度	481.03	1.42%	6.41	0.09%	4.05	-0.76%
3	十方国际	2025年1-6月	199.80	1.00%	4.52	-1.26%	-0.25	-1.16%
		2024年度	545.24	1.21%	10.39	-0.70%	-0.13	-0.68%
		2023年度	482.35	1.38%	7.57	-0.19%	0.58	-0.31%
		2022年度	318.11	1.58%	6.16	-0.36%	1.77	-0.89%
4	游够吧科技	2025年1-6月	-	-	-	-	-	-
		2024年度	-	-	-	-	-	-

序号	客户名称	年度	销售金额	合并后 返佣金的 订单 毛利率	后返佣金 (含税)	订单毛利 率(未包 含所分摊 的成本)	所分摊的 成本(以 运营成本 为主)	还原至总 额法下的 毛利率 (包含所 分摊的成 本)
		2023年度	-	-	-	-	-	-
		2022年度	67.14	1.26%	0.09	1.13%	0.36	0.52%
5	深圳雅途	2025年1-6月	141.47	0.85%	3.17	-1.39%	-0.18	-1.27%
		2024年度	330.23	0.77%	6.32	-1.14%	-0.07	-1.11%
		2023年度	479.96	0.73%	8.94	-1.13%	0.62	-1.22%
		2022年度	140.14	1.27%	1.54	0.17%	0.77	-0.38%
6	鹿鸣商旅	2025年1-6月	227.17	1.51%	4.46	-0.45%	-0.29	-0.32%
		2024年度	829.67	0.89%	16.92	-1.15%	-0.20	-1.12%
		2023年度	1,035.03	0.73%	20.90	-1.28%	1.20	-1.35%
		2022年度	163.64	0.34%	3.04	-1.52%	0.83	-1.93%
7	广东携美	2025年1-6月	343.97	0.62%	6.39	-1.24%	-0.41	-1.12%
		2024年度	433.52	0.78%	6.61	-0.74%	-0.06	-0.74%
		2023年度	422.46	0.46%	3.17	-0.28%	0.58	-0.41%
		2022年度	672.49	2.02%	1.79	1.75%	6.97	0.62%
8	创博科技	2025年1-6月	-	-	-	-	-	-
		2024年度	-	-	-	-	-	-
		2023年度	21.35	0.83%	0.15	0.15%	0.02	0.02%
		2022年度	-	-	-	-	-	-
9	广州欧途	2025年1-6月	521.53	0.82%	7.51	-0.62%	-0.54	-0.48%
		2024年度	1,382.15	1.06%	17.12	-0.18%	-0.08	-0.15%
		2023年度	2,080.70	0.83%	23.08	-0.28%	2.87	-0.40%
		2022年度	1,361.78	2.06%	7.14	1.53%	9.30	0.76%
全部旅业同行 客户合计		2025年1-6月	414,649.35	1.22%	7,629.07	-0.62%	-461.81	-0.52%
		2024年度	837,987.62	1.25%	14,915.85	-0.53%	-112.36	-0.47%
		2023年度	643,308.09	1.31%	9,453.22	-0.16%	829.81	-0.25%
		2022年度	247,807.95	2.24%	1,555.48	1.61%	1,640.89	0.86%

注 1：空港易行及其下属企业包括空港易行、捷途会展、尚美商旅；

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

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

注 4：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法

下的成本)/还原至总额法下的收入,其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额,且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

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

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

4、前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比 例,是否主要为发行人提供服务

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

单位: 万元

序号	前员工控制的客户或供应商	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
1	空港易行及其下属企业	采购金额	2,528.04	3,111.86	1,081.77	3,756.27
		占其销售总额的比例	/	5%-10%	0%-5%	5%-10%
		销售金额	3,134.33	7,146.81	7,400.28	4,158.46
		占其采购总额的比例	/	10%-20%	10%-20%	5%-10%
2	千淘商旅集团及其下属企业	采购金额	1,676.18	4,813.72	6,206.65	3,100.51
		占其销售总额的比例	/	5%-10%	10%-20%	10%-20%
		销售金额	-	-	-	-
3	北京溢境	采购金额	358.57	317.76	233.08	476.79
		占其销售总额的比例	/	0%-5%	0%-5%	10%-20%
		销售金额	476.12	683.56	182.29	481.03
		占其采购总额的比例	/	0%-5%	0%-5%	0%-5%
4	十方国际	采购金额	-	-	-	28.66
		占其销售总额的比例	/	-	-	0%-5%
		销售金额	199.80	545.24	482.35	318.11

序号	前员工控制的客户或供应商	项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
		占其采购总额的比例	/	10%-20%	10%-20%	10%-20%
5	游够吧科技	采购金额	-	-	1.34	334.45
		占其销售总额的比例	/	-	0%-5%	5%-10%
		销售金额	-	-	-	67.14
		占其采购总额的比例	/	-	-	5%-10%
6	深圳雅途	采购金额	2.06	29.64	-	113.18
		占其销售总额的比例	/	0%-5%	-	0%-5%
		销售金额	141.47	330.23	479.96	140.14
		占其采购总额的比例	/	5%-10%	5%-10%	0%-5%
7	鹿鸣商旅	采购金额	-	8.97	-	-8.78
		占其销售总额的比例	/	0%-5%	-	-
		销售金额	227.17	829.67	1,035.03	163.64
		占其采购总额的比例	/	50%以上	50%以上	20%-50%
8	广东携美	采购金额	-	-	-	-
		销售金额	343.97	433.52	422.46	672.49
		占其采购总额的比例	/	50%以上	50%以上	50%以上
9	创博科技	采购金额	-	-	-	-
		销售金额	-	-	21.35	-
		占其采购总额的比例	/	-	0%-5%	-
10	广州欧途	采购金额	-	-	-	-
		销售金额	521.53	1,382.15	2,080.70	1,361.78
		占其采购总额的比例	/	20%-50%	20%-50%	20%-50%

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

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

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

（1）鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途的业务规模较小

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

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

（2）发行人具备产品资源整合能力优势

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

（3）发行人业务规模较大

单位：万元

序号	前员工控制的公司	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
		金额	占全部旅业同行销售的比例	金额	占全部旅业同行销售的比例	金额	占全部旅业同行销售的比例	金额	占全部旅业同行销售的比例
1	鹿鸣商旅	227.17	0.05%	829.67	0.10%	1,035.03	0.16%	163.64	0.07%
2	广东携美	343.97	0.08%	433.52	0.05%	422.46	0.07%	672.49	0.27%
3	广州欧途	521.53	0.13%	1,382.15	0.16%	2,080.70	0.32%	1,361.78	0.55%

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

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

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

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

二、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

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

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

报告期内，发行人自有房产对外出租情况如下所示：

位置	面积	承租人	租赁期间
天河区黄埔大道西 76 号 3305、3306 房	277.69 平方米	广州故德电子商务有限公司	2021/8/6-2022/6/24
		广州市朝富科技有限公司	2022/7/27-2024/9/26
		2024/9/27-2025/6/30 未对外出租	
荔湾区周门路周门街 9 号 306 房	54.39 平方米	系债务人抵债所得住宅，报告期内未对外出租	

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

截至本回复出具之日，发行人租入中创盈科大厦办公场所面积为 4,214m²，报告期内，发行人自有房产规模有限，难以满足总部职工的办公场地需求。中信宝广州分公司主营房产租赁、物业管理，在广州地区运营有多处产业园区类物业。中信宝广州分公司运营的中创盈科大厦位于广州市天河区广州大道北 520 号，属于甲级写字楼，且区位良好，配套成熟，交通便利，可以满足发行人经营场地扩

大和员工通勤便利等需求。因此，发行人向中信宝广州分公司的租赁行为系出于实际经营需要，具备商业合理性和必要性。

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

报告期内，发行人向实控人租入房产的情况如下：

年份	房产位置	房产类型	面积	人员数量	用途
2022 年	中创盈科大厦 12 楼、13 楼、14 楼	办公室	3026 m ²	407 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m ²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个		员工停车
2023 年	中创盈科大厦 12 楼、13 楼、14 楼、903 室	办公室	3286 m ²	475 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m ²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个/12 个		员工停车
2024 年	中创盈科大厦 11 楼、12 楼、13 楼、14 楼	办公室	4214 m ²	522 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m ²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个/12 个		员工停车
2025 年 1-6 月	中创盈科大厦 11 楼、12 楼、13 楼、14 楼	办公室	4214 m ²	530 人	办公
	中创盈科大厦地下室	仓库	100 m ²		仓储
	中创盈科大厦停车位	停车位	11 个/12 个		员工停车

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

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

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

发行人作为承租方，与中信宝广州分公司签订租赁合同，合同约定，租赁中创盈科大厦 12 楼 1201、13 楼 1301、14 楼 1401，租赁面积分别为 936 m²、1045 m²、1045 m²，2022 年 1 月 1 日-2023 年 3 月 31 日期间租赁面积单价为 3.09

元/m²/日，2023 年 4 月 1 日-2024 年 10 月 31 日期间租赁面积单价为 3.18 元/m²/日，2024 年 11 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间租赁面积单价为 2.50 元/m²/日；租赁中创盈科大厦 9 楼 903，租赁面积为 206 m²，2023 年 11 月 15 日为起租日，2023 年 11 月 15 日-2024 年 10 月 31 日期间的租赁面积单价为 3 元/m²/日；租赁中创盈科大厦 11 楼 1101，租赁面积约为 1188 m²，2024 年 8 月 16 日为起租日，2024 年 8 月 16 日-2024 年 10 月 31 日期间租赁面积单价为 3 元/m²/日，2024 年 11 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间租赁面积单价为 2.50 元/m²/日。2024 年 11 月开始，发行人的办公场所租赁价格下降主要系由于广州写字楼租赁市场环境变化，2024 年 12 月，发行人与中信宝广州分公司重新签订租赁合同（以下简称“新签合同”），新签合同约定，11 楼 1101、12 楼 1201、13 楼 1301、14 楼 1401 租赁价格变更为 2.5 元/m²/日，满三年租金递增 3%。根据合同解除协议约定，2024 年 11 月 1 日开始，原租赁协议解除。

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

单位：元/m²/天

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

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

	租赁面积 (m²)	合同签订时间	租赁期间	租赁单价
租户 A	920	2019 年	2019/6/1-2024/5/31	2.97 元/m²/日，满一年租金递增 3%
租户 B	500	2019 年	2019/12/1-2024/11/30	3.00 元/m²/日，满一年租金递增 5%

租户 C	578	2019 年	2019/5/1-2024/4/30	3.17 元/m²/日，满一年租金递增 6%
发行人	3026	注	注	3.00 元/m²/日，满两年租金递增 3%
租户 D	142	2024 年	2024/7/1-2029/2/14	2.83 元/m²/日，满三年租金递增 3%
租户 E	98	2024 年	2024/7/1-2025/6/30	2.36 元/m²/日
租户 F	630	2024 年	2024/6/1-2025/5/31	2.37 元/m²/日
租户 G	580	2024 年	2024/2/18-2025/2/17	2.50 元/m²/日
发行人	4214	2024 年	2024/11/1-2029/2/14	2.50 元/m²/日，满三年租金递增 3%

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

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



除上述办公场所外，发行人还向中信宝广州分公司租赁 12 个停车位和租赁面积为 100m²的地下室。停车位的租赁单价为 600 元/个/月，地下室 2022 年 1 月 1 日-2023 年 7 月 31 日期间的租赁面积单价为 1.55 元/m²/日，2023 年 8 月 1 日-2025 年 6 月 30 日期间的租赁面积单价为 1.59 元/m²/日。中创盈科大厦及周边停车场月租价格普遍为 600 元-800 元，发行人向中信宝广州分公司租赁车位的价格与市场价格无明显差异，由于发行人是中创盈科大厦的主要租户之一且租赁期限较长，发行人的租赁单价处于租赁价格区间下限具有合理性和公允性。经检索点点租、58 同城等平台，未查询到中创盈科大厦地下室出租信息，中创盈科大厦附近仓库租赁面积单价范围为 1.33 元/m²/日-2.08 元/m²/日。发行人向中信宝广州分公司租赁地下室的价格与市场价格无明显差异，具有公允性。

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

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

(1) 发行人与实控人及其控制的主体采购

①基本情况

报告期内，发行人与实控人及其控制的主体采购情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
广州看看邦食品有限公司	饮品、糕点、节日礼盒	1.27	27.28	26.21	35.38
中信宝	物管费、水电费	59.75	123.83	100.96	91.72
总计	-	61.02	151.12	127.16	127.09

②交易的必要性、定价公允性

A. 广州看看邦食品有限公司

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

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

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

单位：万元

类型	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
节日礼盒（已通过礼盒内容比价）	-	-	21.32	78.14%	19.93	76.07%	23.21	65.61%
KK 烘焙公众号下单的饮品、茶点等	0.03	2.36%	1.14	4.19%	3.03	11.55%	0.62	1.76%

（根据采购渠道分析公允性）								
其他（无法比价）	1.24	97.64%	4.82	17.66%	3.25	12.39%	11.54	32.63%
总计	1.27	100%	27.28	100.00%	26.21	100.00%	35.38	100.00%

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

报告期内节日礼盒的比价情况如下所示：

项目	采购内容	单价（元）	数量（盒）	金额（元）	采购时间	市场参考价
礼盒 1	西米粽子*12 个	88.00	1,465	128,920.00	2022 年度	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个
礼盒 2	流心奶黄月饼*4 个、蛋黄酥*4 个	128.00	754	96,512.00	2022 年度	流心奶黄月饼：20 元/个；蛋黄酥：8 元/个
礼盒 3	丽丝饼干*4 件、椰子酥条*4 件、手工牛轧酥*6 件、坚果塔*2 个、海苔卷*4 个、佛罗伦斯*4 件	98.00	68	6,664.00	2022 年度	-
礼盒 4	杏仁船 130g	68.00	140	9,520.00	2023 年度	48 元/80g
礼盒 5	豆沙西米粽*8 个、莲子百合红枣西米粽*4 个	100.00	1,698	169,800.00	2023 年度	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个
礼盒 6	莲子百合红枣西米粽 *4 个、豆沙西米粽 *4 个	70.00	142	9,940.00	2023 年度	粽子礼盒（红枣粽）：78 元/8 个
礼盒 7	手持泡泡机*1 个、KK 曲奇*1 个、酸小虫软糖*1 个、乐事薯片*2 盒、果冻*1 盒、韩国紫菜*2 件、波乐乐果汁*1 瓶	80.00	126	10,080.00	2023 年度	手持泡泡机：14 元/个；KK 曲奇：38 元/盒；酸小虫软糖：3 元/袋；乐事薯片：7 元/罐；果冻：3 元/袋；韩国紫菜：2 元/包；波乐乐果汁：6 元/支
礼盒 8	KK 曲奇*4 个、都乐可吸果冻*1 个、不二家棒棒糖*8 个、乐事真脆薯条原味*1 个、	80.00	171	13,680.00	2024 年度	KK 曲奇：4.75 元/个；都乐可吸果冻：6.40 元/个；不二家棒棒糖：

项目	采购内容	单价 (元)	数量 (盒)	金额 (元)	采购 时间	市场参考价
	明治熊猫焦糖夹心 饼*1 个、积木玩 具*1 个					0.6 元/个；乐 事真脆薯条原 味：4.54 元/ 个；明治熊猫 焦糖夹心饼： 11.80 元/个； 积木玩具： 39.99 元/个
礼盒 9	五香牛肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个	70.00	138	9,660.00	2024 年 度	肉粽：19.75 元/个；芋泥 粽：22 元/个
礼盒 10	五香牛肉粽*2 个、瑶柱鲜肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个	118.00	528	62,304.00	2024 年 度	肉粽：19.75 元/个；芋泥 粽：22 元/个
礼盒 11	五香牛肉粽*2 个、瑶柱鲜肉粽*2 个、燕麦芋泥粽*2 个	118.00	1,081	127,558.00	2024 年 度	肉粽：19.75 元/个；芋泥 粽：22 元/个

除节日礼盒 3 外，其他节日礼盒均可以通过京东搜索得到相同或类似产品的市场参考价。经对比发现，关联采购价格与市场参考价无明显差异，价格公允。虽然节日礼盒 3 中的糕点较为小众，无法通过京东搜到同款，但可以通过 KK 烘焙公众号搜到同款新年礼盒（已下架），商品页面标明的销售价格为 168 元，实际销售价格为 108 元至 118 元/盒+邮费。由于发行人购买量相对较大且为稳定客户，因此发行人采购该礼盒价格为 98 元/盒，具有商业合理性，价格公允。

综上，发行人向看看邦的关联采购定价公允。

B. 中信宝广州分公司

发行人向中信宝广州分公司租赁办公场所并支付水电费、物管费。

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

租赁行为出于公司实际经营需要，具备商业合理性和必要性。

发行人租赁中信宝的办公场所，需要向中信宝广州分公司支付水电费和物管费。点点租、58 同城等平台缺乏物管费和水电费的详细信息，通过与部分非关联方租户沟通，获取以下两家

中创盈科 租户	2022 年- 2025 年 6 月	2025 年 6 月		2024 年 12 月		2024 年 10 月		2023 年 12 月		2022 年 12 月	
	物管费 (元/m²/ 月)	水费 (元/ 吨)	电费 (元/ 度)	水费 (元/ 吨)	电费 (元/ 度)	水费 (元/吨)	电费 (元/ 度)	水费 (元/ 吨)	电费 (元/ 度)	水费 (元/ 吨)	电费 (元/ 度)
租户 1	15.00	-	-	-	-	6.00	0.77	6.00	0.78	-	-
租户 2	15.00	-	-	6.00	0.75	-	-	6.00	0.75	-	-
发行 人	15.00	6.00	0.76	6.00	0.76	6.00	0.77	6.00	0.78	6.00	0.75

注：自 2025 年起，租户 1、租户 2 均未续租，因此无法获取其同期水电费与物管费
因此，发行人向中信宝广州分公司的关联采购定价公允。

(2) 发行人与实控人及其控制的主体销售

①基本情况

报告期内，发行人与实控人及其控制的主体销售情况如下：

单位：万元

关联方名称	交易内 容	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
蔡洁雯	提供机 票、酒 店代理 及会奖 旅游业 务	-	1.65	0.48	-
陈连江		0.09	2.74	12.65	2.55
陈培钢		-	3.30	1.99	-
东莞市新中信宝 物业投资有限公 司		-	-	-	0.23
深圳市美盈科技 孵化管理有限公 司		0.22	0.76	10.47	1.72
深圳市中创盈科 集团有限公司		18.79	21.98	-	8.90
伍俊雄		2.99	29.47	6.99	1.28
深圳市中信宝物 业发展有限公司		-	4.05	-	-
总计	-	22.09	63.93	32.58	14.69

②交易的必要性、定价公允性

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

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

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

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

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

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

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

2、说明上述关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效

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

发行人于 2025 年 4 月 9 日和 2025 年 5 月 8 日分别召开第二届董事会第八次会议和 2024 年年度股东会，审议通过《关于预计 2025 年日常性关联交易的议案》。独立董事对该事项进行了审查并发表独立意见。独立董事认为公司预计的 2025 年度日常性关联交易议案所列事项为公司正常生产经营所发生的，是公

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

3、结合资金流水核查情况，说明是否向关联方输送利益

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

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

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

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

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

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

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

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

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

（一）中介机构核查过程

1、与前员工交易的必要性、定价公允性

（1）通过走访或由其出具声明函的形式，了解前员工供应商的经营状况、具备的比较优势；

（2）通过网络核查，核查前员工供应商的成立时间、存续情况；

（3）取得捷途会展2019、2020年的审计报告，查看其控制权转让前后的经

营状况、财务状况及业绩情况；

（4）查看发行人实际控制人转让捷途会展控制权当时的微信沟通记录及相关的备忘录文件，核查本次股权转让的真实性；

（5）访谈发行人实际控制人，了解本次无偿转让捷途会展股权的合理性、公允性；

（6）查看走访空港易行、捷途会展的访谈记录，了解发行人与前述主体的合作背景、合作时间；

（7）查看报告期内发行人与空港易行、捷途会展的订单记录，了解各期交易的具体产品、金额；

（8）访谈发行人外采中心负责人，了解捷途会展控制权转让的背景情况、空港易行成为发行人主要票代客户的过程、2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户的合理性；

（9）查看发行人实际控制人的调查表，了解其与邓某之前是否存在除了前雇主、前员工外的社会关系；

（10）对所取得的发行人实际控制人历史期间（历次股权变动节点前后 6 个月）及报告期银行流水进行核查，查看发行人实际控制人是否与邓某存在资金往来；

（11）获取报告期内发行人向前员工供应商采购的全部订单，核查机票、酒店的采购情况以及采购公允性；

（12）获取报告期内发行人向前员工客户销售的全部订单，核查机票的销售情况以及销售公允性；

（13）查阅同行业可比公司的公开信息，核查同行互采是否符合行业惯例；

（14）走访发行人主要的旅业同行客户与供应商，核查与发行人的业务合作模式；

（15）获取报告期内发行人全部酒店的采购订单，核查协议、非协议酒店的采购情况；

(16) 走访千淘商旅集团，获取发行人与千淘商旅集团的合同，核查业务合作情况，以及发行人向其采购占其全部销售金额的比例；

(17) 通过网络核查，了解千淘商旅集团的知识产权情况；

(18) 获取发行人收入成本明细表，核查前员工客户的毛利率情况；

(19) 获取全部前员工控制的公司的说明函，了解前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例，确认发行人与前员工交易是否真实，是否存在利益输送、资金体外循环等情形。

2、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

(1) 获取发行人自有房产的不动产权证、对外租赁合同，并通过实地监盘，核查自有房产情况；

(2) 访谈公司管理层，了解发行人向实控人控制的主体租入房产的必要性；

(3) 获取发行人关联租赁相关合同，并通过点点租、58 同城等专业租房网站进行查询，分析发行人关联租赁价格的公允性；

(4) 获取关联交易相关的合同、交易明细，查阅公司银行流水、收入成本明细表、费控系统以及股东大会、董事会及监事会会议文件，核查关联交易完整性；

(5) 访谈管理层，了解发行人与实际控制人及其控制的主体的交易背景、交易内容、定价依据，分析关联交易的必要性和合理性，核查关联交易是否影响发行人独立性；

(6) 通过比较实际控制人及其控制的主体的关联交易产品价格与市场价格/第三方价格是否存在明显差异，或比较关联订单毛利率与可比订单毛利率是否存在明显差异，验证关联交易价格公允性；

(7) 核查关联交易履行的审批程序，分析关联交易是否影响发行人独立性，约束关联交易的控制措施是否有效；

(8) 获取发行人资金流水，核查是否存在向关联方输送利益的情况；

(9) 查阅关于关联交易的董事会决议和股东大会决议等决策文件，查看相关决策程序是否符合发行人章程规定，关联股东或董事在审议相关交易时是否已

回避，独立董事和监事会成员是否发表不同意见；

（10）访谈实控人和中创盈科集团财务负责人，获取中创盈科集团主要主体的财务报表，了解其经营情况、财务状况、债务情况等；

（11）取得并查阅实际控制人控制的其他企业的《无违法违规证明公共信用信息报告》和《企业信用报告》，截至报告期末尚未了结的重大诉讼涉及的起诉状、案件受理通知书、判决书等相关法律文书资料，截至报告期末尚未清偿的银行贷款的借款合同及担保合同；

（12）取得并查阅实际控制人提供的《个人信用报告》，报告期内的银行流水及尚未清偿的大额债务的借款协议；

（13）登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、国家企业信用信息公示系统、信用中国等网站，查询实际控制人个人及其控制的其他企业是否存在重大负面舆情、重大诉讼、失信被执行人、行政处罚等信息。

3、结合《指引1号》1-13 关联交易相关要求，对前述事项进行的核查过程

（1）查阅《公司法》、《北京证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《企业会计准则第36号——关联方披露》的相关规定，复核发行人已披露的关联方名单，核查其是否已按照相关规定完整认定和披露关联方；

（2）根据发行人HR系统导出的历史离职人员名单（自2017年以来），与报告期内客户及供应商的股东名单进行匹配，剔除重名情况后得到前员工控制的客户和供应商清单，并请发行人确认上述清单的完整性；

（3）访谈管理层，了解发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易背景、交易内容、定价依据，分析关联交易的必要性和合理性；

（4）通过比较实际控制人及其控制的主体、前员工主体交易价格与市场价格/第三方价格是否存在明显差异，或比较相关订单毛利率与可比订单毛利率是否存在明显差异，分析发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体交易价格公允性，关联交易、与前员工主体交易是否影响发行人的独立性，是否存在通过关联交易、与前员工主体交易调节发行人收入利润或成本费用的情况；

(5) 查阅关于关联交易的董事会决议和股东大会决议等决策文件，查看相关决策程序是否符合发行人章程规定，关联股东或董事在审议相关交易时是否已回避，独立董事和监事会成员是否发表不同意见；

(6) 取得了发行人《企业信用报告》、银行询证函，对发行人对外担保情况进行核查。

(二) 中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、与前员工交易的必要性、定价公允性

(1) 前员工供应商在部分航段或部分航司具备比较优势，发行人向前员工供应商采购机票具有商业合理性；不同机票代理人之间与航空公司间战略合作深度、产品资源获取能力、产品优惠政策等存在一定差异，各自具有其比较优势；发行人向前员工供应商采购在向旅业同行采购中的占比均较低，不会对发行人产生重大影响。

(2) 实际控制人将捷途会展控制权无偿转让给邓某具有合理性、公允性，经转让后捷途会展不再受实际控制人控制；2022 年捷途会展成为发行人主要票代客户具备合理性；2020 年 7 月发行人实际控制人将捷途会展的控制权转让给邓某，形成关联方非关联化，发行人已将 2021 年 1-7 月与捷途会展之间的交易确认为关联交易，发行人不存在故意规避关联交易的主观动机；发行人向前员工客户销售的内容、应用场景、结算周期和方式不存在异常情况，交易实质不属于前员工为发行人进行二级票务代理或商旅及会奖产品销售，同行互采符合行业惯例。

(3) 向前员工供应商采购的酒店属于非协议酒店；发行人主要向前员工供应商即千淘商旅集团采购非协议酒店，原因系千淘商旅集团规模大、酒店资源丰富、技术优势较强，具有合理性。发行人与千淘商旅集团业务合作稳定，具有可持续性。

(4) 在同类采购、销售中，与可比第三方价格相比，发行人向前员工采购、销售的定价具有公允性。前员工客户毛利率为负，主要受后返佣金和运营成本的影响，具有合理性，不存在异常情况。除了鹿鸣商旅、广东携美和广州欧途之外，前员工向发行人采购或销售金额占其总金额的比例均较低，不存在主要为发行人

提供服务的情况。

(5) 发行人与前员工交易真实，不存在利益输送、资金体外循环等情形。

2、与实控人控制的主体交易的必要性、公允性

(1) 发行人向实控人控制的主体租入房产系出于实际经营需要，具有合理性和必要性，租入价格具有公允性；发行人向实控人控制的主体租入房产位置、用途合理，面积与人员具有匹配性，租赁价格公允。

(2) 发行人与实控人及其控制的主体采购、销售具有合理性和必要性，交易价格具有公允性，不影响发行人独立性，约束关联交易控制措施有效；根据资金流水核查情况，发行人不存在向关联方输送利益的情况。

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

3、结合《指引1号》1-13 关联交易相关要求，对前述事项的核查意见

(1) 发行人已严格按照《公司法》、《北京证券交易所股票上市规则》、《上市公司信息披露管理办法》以及《企业会计准则第36号——关联方披露》等有关法律、法规和规范性文件的规定认定关联方，关联交易信息披露具有完整性；

(2) 发行人已披露目前已知的前员工主体清单；

(3) 发行人与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易具有必要性、合理性和公允性；

(4) 与实际控制人及其控制的主体、前员工主体的交易不影响发行人的独立性、不会对发行人产生重大不利影响；

(5) 发行人与实际控制人及其控制的主体的关联交易已履行必要的关联交易决策程序；

(6) 根据《企业信用报告》、银行询证函，报告期内，发行人不存在为实际控制人及其控制的关联方、前员工主体提供担保的情形，因此，发行人不存在

对实际控制人及其控制的关联方、前员工主体的债务承担连带责任的风险，实际控制人及其控制的关联方、前员工主体的债务不会对发行人产生重大不利影响。

四、说明对采购真实性的核查方法、程序、比例及结论

（一）中介机构核查方法、程序、比例

1、访谈发行人产品中心及外采中心负责人，了解采购部门设置、采购模式及整体采购情况；

2、获取报告期各期发行人主要供应商名单以及采购明细，对报告期内对各主要供应商的采购情况进行对比分析；

3、对发行人的采购与付款内部控制循环进行了解并执行穿行测试，并对重要的控制点执行控制测试；

4、针对报告期内主要采购供应商，执行采购细节测试，针对选取的样本，检查每笔订单信息抽查对应的采购合同或订单、出票信息、确认单、付款申请单据及银行回单等相关资料；

5、通过企查查等网络公开渠道对报告期各期主要境内供应商进行工商查询，针对境外供应商，调取其中信保报告，核查各供应商的成立时间、注册资本、注册地、经营范围、法定代表人、主要股东情况、经营规模等信息，分析判断双方交易的合理性，核查发行人供应商是否存在异常以及主要供应商所提供服务的业务规模是否匹配；

6、核查发行人与主要供应商的关联关系：通过走访、企查查等网络公开渠道，取得供应商声明函、取得并核实发行人关联方清单等方式，核查发行人与主要供应商的关联关系；

7、获取发行人及其关联主体的银行流水并核查是否存在与供应商的异常资金往来；

8、BSP 系统是国际航协搭建的供航司与机票代理人间交易和结算票源的系统，发行人主要通过该系统向航司进行采购，因此保荐机构、申报会计师通过走访、函证国际航协北京办事处，核实公司采购的真实性；

9、对发行人报告期内主要供应商进行访谈，了解包括其基本业务情况，与

公司的业务合作情况等，报告期内执行访谈的比例如下：

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
采购金额	633,658.26	1,266,521.18	1,081,850.98	452,649.14
走访金额	497,145.72	1,012,745.92	860,177.56	338,595.99
走访比例	78.46%	79.96%	79.51%	74.72%

10、对报告期内主要供应商的采购金额和各期末应付账款余额向供应商进行函证，报告期内执行函证的比例如下：

单位：万元

项目	标识	2025 年 1-6 月		2024 年		2023 年		2022 年	
		采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额	采购金额	应付账款余额
总金额	A	633,658.26	22,655.27	1,266,521.18	18,186.31	1,081,850.98	13,557.40	452,649.14	8,941.92
发函金额	B	524,041.79	20,476.66	1,189,595.36	18,034.21	989,277.10	11,669.25	382,460.56	7,651.13
发函比例	B/A	82.70%	90.38%	93.93%	99.16%	91.44%	86.07%	84.49%	85.56%
未回函金额	C	3,221.47	3.33	4,139.88	17.38	11,771.01	207.82	3,961.82	81.55
回函金额	D	520,820.33	20,473.33	1,185,455.48	18,016.84	977,506.10	11,461.43	378,498.74	7,569.58
回函比例	D/A	82.19%	90.37%	93.60%	99.07%	90.35%	84.54%	83.62%	84.65%
回函相符金额	E	502,752.33	19,699.38	1,160,435.25	17,442.30	959,645.77	10,904.59	372,658.91	7,379.41
回函相符比例	E/A	79.34%	86.95%	91.62%	95.91%	88.70%	80.43%	82.33%	82.53%
针对未回函与回函不符执行替代测试	F	21,289.47	777.28	29,160.11	591.91	29,631.34	764.66	9,801.65	271.72
总核查金额	F+E	524,041.79	20,476.66	1,189,595.36	18,034.21	989,277.10	11,669.25	382,460.56	7,651.13
总核查比例	(F+E)/A	82.70%	90.38%	93.93%	99.16%	91.44%	86.07%	84.49%	85.56%

(二) 中介机构核查结论

报告期内，发行人关于采购的内部控制设计合理、运行有效，能够有效保证采购过程的真实、有效；发行人采购均具有真实性，不存在虚构交易的情况。

五、说明对发行人、实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况，是否与前员工及相关主体存在异常资金往来，说明法人主体资金流水核查金额重要性水平的认定依据及合理性

（一）发行人对公银行流水核查情况

对于发行人银行流水核查，保荐机构、申报会计师陪同发行人员工实地前往开户银行网点，当场打印银行已开立账户清单，以及全部账户报告期内的银行资金流水原件，并拍照留痕。保荐机构、申报会计师根据发行人所处经营环境、行业类型、业务规模等因素，确定法人主体的核查金额重要性水平为 10 万元，其核查金额重要性水平具有合理性，具体核查程序如下：

- 1、获取了发行人已开立账户清单并取得报告期内所有已开户的银行对账单；
- 2、对报告期各期银行账户年末余额及其他重要事项进行了独立函证；
- 3、检查了已获取的报告期各期银行对账单显示的年末余额、银行日记账的账面余额，并取得银行询证函回函确认余额，核对三者是否一致；将各银行账户的报告期各期末余额加总，并与资产负债表银行存款余额核对，以验证货币资金入账的完整性；
- 4、查阅了发行人货币资金管理内部控制制度，了解发行人不同业务类型的收付款流程，执行货币资金穿行测试，检查内部控制制度是否得到有效执行；
- 5、筛选 10 万元及以上的重要收支记录，比对银行对账单和银行日记账的实际收（付）款方与账面收（付）款方是否相符，金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于银行流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问发行人了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项。

经核查，发行人与前员工控制的公司不存在异常往来，不存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常情况。

（二）发行人第三方平台账户流水核查情况

- 1、登录发行人支付宝、微信等第三方平台账户，获取账户对应资产余额证明及报告期内的交易明细（如有），并询问发行人财务人员，了解各类第三方平

台账户用途、地域及金额分布等；

2、检查了发行人内部资金管理制度，关注发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；

3、综合考虑发行人的经营规模及内部控制的有效性等因素，保荐机构、申报会计师筛选 10 万元及以上（支付宝内部往来交易的重要性水平为 50 万及以上）的重要收支记录，重要性水平认定具有合理性，并逐条与财务明细账进行逆向核查，核对金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问公司了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项；

4、基于账户金额大小和账户的实际情况，对无法通过盘点确认账户余额的第三方账户发函；

5、对第三方平台账户流水进行抽样测试，获取付款记录截图、相关内部审批流程截图、发票（如有）、相关业务合同（如有）等材料，核对是否一致。

经核查，发行人与前员工控制的公司不存在异常往来，不存在资金闭环回流、体外资金循环形成销售回款或承担成本费用等异常情况。

（三）发行人实控人、关键岗位人员的资金流水核查情况

对实际控制人及其直系亲属、董监高（含报告期离职）以及其他关键岗位人员的银行流水，中介机构充分评估公司经营环境、财务数据等因素后，确定了具体核查范围及核查标准等要求，具体情况如下：

1、个人银行流水核查范围

（1）时间范围

2021 年 1 月 1 日-2025 年 6 月 30 日。

（2）主体范围

结合发行人所处经营环境、行业类型、业务流程、规范运作水平、主要财务数据水平及变动趋势等因素，在符合银行账户查询相关法律法规的前提下，保荐机构、申报会计师对发行人以下相关主体在申报期内开立、存续或注销的银行账户进行了核查：

- ①发行人实际控制人及其成年子女、父母；
- ②董事、监事、高级管理人员（不含独立董事）；
- ③关键岗位人员，如资金管理部负责人、出纳等。

根据以上核查人员范围要求，保荐机构、申报会计师收集并核查了共计 505 个相关主体名下银行账户，具体情况如下：

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量（个）	账户数量	
				存续状态交易账户	睡眠状态、销户状态、报告期内无交易等账户
1	伍俊雄	实控人、董事长	52	40	12
2	陈连江	实控人，伍俊雄配偶，陈培钢之妹	40	31	9
3	陈培钢	实控人、董事、总经理	28	15	13
4	蔡洁雯	实控人，陈培钢配偶	32	22	10
5	俞涛	董事、副总经理	19	14	5
6	陈铁梅	董事、财务总监	38	9	29
7	陈纪忠	董事会秘书	17	12	5
8	张磊	监事会主席、集团产品中心总监	15	11	4
9	梁巧玲	职工代表监事、集团人资中心总监	34	12	22
10	易飏	集团财务中心资金经理	25	9	16
11	李倩敏	集团财务中心资金结算副经理	23	8	15
12	严敬瑜	集团财务中心出纳专员	24	10	14
13	林园	集团财务中心出纳专员	19	8	11
14	刘海燕	集团财务中心出纳专员	23	9	14
15	孙杰勇	集团外采中心总监	20	14	6
16	王斯	美亚商旅副总经理	22	12	10
17	伍德权	伍俊雄父亲	11	7	4
18	陈玉冰	伍俊雄母亲	20	11	9
19	伍奕婧	伍俊雄女儿	10	8	2
20	陈玉庚	陈培钢父亲	12	7	5
21	曹月琼	蔡洁雯母亲	24	14	10

序号	姓名	与发行人关系	核查账户数量（个）	账户数量	
				存续状态交易账户	睡眠状态、销户状态、报告期内无交易等账户
合计			505	282	223

（3）银行覆盖范围

除通过云闪付 APP 查询个人卡报告外，保荐机构、申报会计师陪同上述自然人实地前往各银行打印银行盖章版流水，具体银行覆盖范围如下：

①国有大型商业银行：包括中国银行、中国农业银行、中国建设银行、中国工商银行、中国邮政储蓄银行、交通银行；

②上市股份制商业银行：包括招商银行、浦发银行、中信银行、光大银行、华夏银行、民生银行、平安银行、兴业银行、浙商银行；

③发行人工资卡开户行；

④发行人及主要人员所在地的地方性银行：包括但不限于广发银行、广州银行、广州农商行等；

⑤与发行人有直接业务往来的银行。

2、个人银行流水核查程序及重要性水平

（1）现场要求上述自然人通过云闪付 APP 查询个人卡报告，全选可查询的银行选项，获取个人卡报告及个人信用报告；

（2）线下陪同上述自然人实地前往银行当场查询并打印名下开户清单及报告期内全部纸质银行流水，并将打印过程拍照留痕，同时将云闪付 APP 查询到的个人卡报告与已取得的银行账户流水交叉核对，验证银行账户取得的完整性；

（3）针对个人流水中与美亚科技及其子公司的单笔发生额大于等于 1 万元的流水、单笔发生额大于等于 5 万元的与其他交易对手的流水，以及发生额小于 5 万元但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日与同一对手方往来累计超过 5 万元的相关交易）进行逐笔核查，核对交易对手方户名、银行账号、交易摘要等，了解资金交易的原因、背景及合理性，获取相关交易凭证或协议作为确认资金用途或来源的依据。

3、受限情况及替代措施

(1) 外部董事、监事的资金核查情况

截至本回复提交之日，已获取外部董事、监事时间范围为 2021 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的个人银行流水。因核查后未发现异常，判断风险较低，且外部董事、监事拒绝再次提供 2025 年 1-6 月的银行流水，因此未对外部董事、监事 2025 年 1-6 月的银行流水作加期核查。外部董事、监事出于个人隐私原因考虑，中介机构针对外部董事、监事的资金流水核查程序及重要性水平的具体情况如下：

- ①上述自然人通过云闪付 APP 查询个人卡报告，全选可查询的银行选项，获取个人卡报告及个人信用报告；
- ②根据云闪付 APP 查询到的个人卡报告，线下陪同上述自然人前往银行当场查询并打印报告期内全部纸质银行流水，并将打印过程拍照留痕；
- ③筛选出个人流水中与美亚科技及其子公司的单笔发生额大于等于 1 万元的流水、单笔发生额大于等于 5 万元的与其他交易对手的流水，以及发生额小于 5 万元但可能存在异常的资金往来（如短期内与其他关联自然人频繁往来、当日与同一对手方往来累计超过 5 万元的相关交易），并将交易对手方与发行人及其他主体、客户、供应商进行比对，核查上述自然人是否与发行人及其他主体、客户、供应商存在异常资金往来。

(2) 替代性措施

由于部分前董事、前监事以及外部董事、外部监事、独立董事出于个人隐私原因考虑，部分前董事、前监事、独立董事未提供个人的资金流水，外部董事、监事作出上述时间范围的资金流水核查；上述人员存在为公司代垫成本费用等情况的风险较小。因此，中介机构针对该种情况执行了如下的替代性核查程序：

自然人名称	与公司的关系	未获取银行流水原因	替代措施
李冉	外部董事（注）	已获取 2021 年 1 月 1 日至 2024 年 12 月 31 日的银行流水，未获取 2025 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日的银行流水	1、结合对发行人及其子公司报告期内银行流水、银行记账的核查，关注其与受限主体在报告期内是否存在大额异常资金往来； 2、结合对发行人的实际控制人、董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员
史新	外部董事		
舒小武	外部监事		

自然人名称	与公司的关系	未获取银行流水原因	替代措施
李孔岳	独立董事	不参与公司的日常经营管理，且出于个人隐私原因	员、关键岗位、报告期内的银行资金流水的核查，关注其与受限主体在报告期内是否存在大额异常资金往来； 3、受限主体分别签署承诺函，承诺报告期内，与美亚科技及其分子公司不存在大额异常的资金往来，不存在占用美亚科技及其分子公司资金的情形；与美亚科技及其分子公司的关联方、客户、供应商、客户或供应商的实际控制人或业务人员之间不存在大额异常的资金往来的情形；美亚科技及其分子公司不存在通过受限主体账户进行账外支付成本费用、虚构销售或采购、虚构销售回款或采购付款的情形，本人不存在代美亚科技及其分子公司收取客户款项或支付供应商款项的情形。
左志刚	独立董事		
徐勇	独立董事		
何士祥	曾任美亚科技外部董事		
贾巍	曾任美亚科技外部董事		
王艳	曾任独立董事		
刘彦初	曾任独立董事		
林桦	曾任董事	已于 2020 年 7 月自美亚科技离职，并于 2021 年 1 月起不再担任美亚科技董事；出于个人隐私原因	

注：2025 年 11 月 20 日，李冉先生因个人原因，辞去公司董事职务。

4、个人流水核查结论

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

（1）报告期内，发行人与实际控制人、关键岗位人员等不存在异常大额资金往来；

（2）报告期内，发行人实际控制人个人账户不存在大额资金往来较多且无合理解释，或者频繁出现大额存现、取现情形；

（3）报告期内，发行人实际控制人、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商不存在异常大额资金往来；与前员工及相关主体不存在异常资金往来；

（4）报告期内，不存在关联方代发行人收取客户款项或支付供应商款项的情形。

问题 8. 毛利率可比性及下滑风险

根据申报文件，（1）发行人披露，携程集团、同程旅行、易飞国际综合毛利率介于 72.56%至 81.75%之间，报告期均相对稳定。发行人航旅和商旅业务与上述公司同类业务具有可比性，发行人航旅业务毛利率分别为 15.37%、17.68%、63.76%，与可比公司差异较大，主要受包机包位总额法确认收入且报告期大幅

下滑影响，发行人商旅业务毛利率分别为 70%、74.29%、79.04%，与可比公司差异较小。发行人未完整说明可比公司各类业务的收入确认方法。（2）众信旅游、岭南控股、腾轩旅游毛利率介于 5.96%至 20.90%之间，报告期波动相对较大，发行人旅游业务与上述公司同类业务具有可比性，发行人旅游业务毛利率分别为 3.86%、5.02%、5.55%，低于可比公司。（3）报告期发行人还原总额法下毛利率分别为 2.85%、3.07%、1.82%，2023 年下滑明显，其中航旅板块分别为 1.95%、1.89%、0.97%，2023 年下滑接近 50%，且低于商旅、旅游板块；商旅板块分别为 3.77%、4.8%、3.25%；旅游板块分别为 3.18%、3.91%、3.18%。

（4）从收入类型上看，发行人将收入分为航空客运销售代理服务、酒店预订代理服务、保险代理服务、旅游服务、航空客运销售服务（包机包位）等五类。

请发行人：（1）梳理与可比公司可比业务情况，结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析。（2）说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因，结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示；说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况。（3）说明发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率（净额法适用）水平与可比公司是否存在较大差异及合理性，分析毛利率及还原总额法下毛利率变动原因及合理性。（4）说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异，结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素。

请保荐机构、申报会计师对上述事项核查发表明确意见。

【回复】

一、梳理与可比公司可比业务情况，结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析

（一）梳理与可比公司可比业务情况

发行人与同行业可比公司的对比情况如下所示：

可比公司	可比性分析	收入确认方式	成本核算方式
携程集团	1、营业收入主要分为住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他 2、携程集团业务中交通票务与发行人航旅票务具备相似性，商旅管理业务与发行人商旅管理业务模式基本一致，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括客户服务中心人员的薪酬、向旅行供应商的付款、电信开支、委托代理旅行服务的直接成本、折旧、租金等 2、未披露成本核算方式
同程旅行	1、营业收入主要分为住宿预订服务、交通票务服务和其他产品 2、同程旅行业务中交通票务与发行人航旅票务具备相似性，同程旅行旗下商旅管理业务与发行人商旅管理业务模式基本一致，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括订单处理成本、雇员福利开支、买断旅游相关产品的成本等 2、未披露成本核算方式
易飞国际	1、主营业务为提供航空客运销售代理服务 2、易飞国际业务规模较小，但与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性	主要通过净额法确认收入	1、营业成本构成主要包括人工成本、凯亚系统配置费、房租费等 2、未披露成本核算方式
腾轩旅游	1、营业收入主要分为交通票务、航空货运、商旅服务、旅游服务和其他收入 2、腾轩旅游与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性	1、交通票务、航空货运通过总额法确认收入 2、商旅服务、其他通过净额法确认收入 3、旅游服务未披露总额或净额的收入确认方式	1、营业成本构成主要包括票务业务成本和旅游服务业务成本等 2、未披露成本核算方式
众信旅游	1、营业收入主要分为旅游批发业务、旅游零售业务、整合营销服务和其他业务 2、众信旅游的旅游服务与发行人会奖旅游业务具有可比性	旅游服务活动按总额确认收入	1、营业成本主要由机票款和地接费构成 2、未披露成本核算方式
岭南控股	1、营业收入主要分为旅行社运营、酒店经营、酒店管理、汽车服务等 2、岭南控股所属广之旅的商旅出行	定期报告中未披露总额或净额的收入确认方式	1、营业成本构成主要包括出境游、国内游、入境游、订房、门票、

可比公司	可比性分析	收入确认方式	成本核算方式
	业务与发行人会奖旅游业务具有可比性		原材料、人工工资、能源、其他 2、未披露成本核算方式

注：易飞国际、腾轩旅游、众信旅游未在最近一期的年度报告中披露成本构成情况，上述公司的成本构成情况源自《易飞国际 2019 年公开转让说明书》《腾轩旅游 2015 年公开转让说明书》《众信旅游 2014 年首次公开发行股票招股说明书》。

（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析

1、与携程集团、同程旅行、易飞国际相比

携程集团、同程旅行主要通过净额法确认收入，在航旅票务、商旅管理方面与发行人具有可比性；易飞国际主要通过净额法确认收入，与发行人均从事泛商旅出行服务，具有可比性。携程集团、同程旅行、易飞国际的综合毛利率和发行人航旅票务、商旅管理的代理分销及后返佣金的毛利率对比情况如下所示：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
携程集团	80.74%	81.25%	81.75%	77.48%
同程旅行	66.86%	64.09%	73.45%	72.56%
易飞国际	58.80%	75.94%	76.19%	75.33%
平均值	68.80%	73.76%	77.13%	75.12%
发行人-航旅票务和商旅管理的代理分销及后返佣金业务	71.09%	71.95%	73.57%	72.46%

注 1：根据携程集团的定期报告披露，公司未披露住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他的成本金额及毛利率；

注 2：根据同程旅行的定期报告披露，公司未披露住宿预订服务、交通票务服务和其他产品的成本金额及毛利率；

注 3：根据易飞国际的定期报告披露，公司只有航空客运销售代理服务一项收入分类。

报告期内，公司航旅票务、商旅管理的代理分销及后返佣金业务的毛利率水平与变动趋势和携程集团、同程旅行、易飞国际的平均毛利率相比差异较小，发行人毛利率水平整体偏低，主要原因系：（1）携程集团、同程旅行的 C 端客户占比较高，致使议价能力较强；（2）易飞国际的业务规模较小，致使毛利率较高。

2、与腾轩旅游相比

腾轩旅游与发行人均从事泛商旅出行服务，具有较高可比性。但是腾轩旅游的交通票务通过总额法确认收入，商旅服务通过净额法确认收入，旅游服务未披露总额或净额的收入确认方式，具体情况如下所示：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	腾轩旅游	发行人	腾轩旅游	发行人	腾轩旅游	发行人	腾轩旅游	发行人
交通票务/航旅票务	5.37%	60.47%	5.21%	60.14%	4.96%	63.07%	15.73%	17.42%
商旅服务/商旅管理	100.00%	77.88%	100.00%	79.74%	100.00%	79.04%	100.00%	74.29%
旅游服务/会奖旅游	-	4.22%	2.61%	5.11%	5.21%	5.55%	-	5.02%

注：在腾轩旅游 2022 年度的定期报告的营业收入分类中没有旅游服务分类。

报告期内，发行人的航旅票务还原至总额法下的毛利率分别为 1.86%、0.96%、0.78%和 0.74%，低于腾轩旅游的交通票务，并且在变动趋势方面，腾轩旅游的变动幅度较高，而发行人的变动较小较为稳定，主要原因系公司业务规模较大，腾轩旅游的交通票务 2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月的收入为 38,319.42 万元、94,122.88 万元和 126,659.10 万元和 60,965.39 万元，发行人的航旅票务报告期内还原至总额法下的收入为 279,286.54 万元、699,288.26 万元、885,059.13 万元和 439,323.89 万元，发行人业务规模较大致使还原至总额法下的毛利率较低且变动稳定。

报告期内，腾轩旅游的商旅服务毛利率均为 100.00%，发行人的商旅管理毛利率低于腾轩旅游的商旅服务，主要原因为成本口径差异。

在 2023 年度，发行人的会奖旅游毛利率与腾轩旅游的旅游服务毛利率差异较小；在 2024 年度，腾轩旅游的旅游服务毛利率较低，根据定期报告的披露，由于腾轩旅游的部分旅游线路因舆论影响销售情况不及预期，降价销售减少损失，毛利率下降。

3、与众信旅游、岭南控股相比

众信旅游的旅游服务活动按总额确认收入，其旅游批发业务和旅游零售业务与发行人的会奖旅游服务具有可比性。岭南控股未披露总额或净额的收入确认方式，其旅行社运营业务与发行人的会奖旅游服务具有可比性，具体情况如下所示：

项目	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	12.39%	13.28%	12.27%	14.22%
岭南控股-旅行社运营	12.17%	13.19%	13.52%	17.55%
平均值	12.28%	13.24%	12.89%	15.89%
发行人-会奖旅游	4.22%	5.11%	5.55%	5.02%

随着公共卫生事件得到缓解，发行人的会奖旅游服务的毛利率低于众信旅游的旅游批发和旅游零售业务、岭南控股的旅行社运营业务，并且在变动趋势方面发行人的变动较为稳定，主要原因系：①众信旅游、岭南控股主要经营出境游业务，出境游业务的毛利较高，致使毛利率较高；②众信旅游、岭南控股在旅游出行行业深耕多年且规模较大，规模效应凸显，旗下诸多品牌知名程度高、影响程度广，在该行业内竞争优势突出，致使毛利率高于发行人的会奖旅游；③众信旅游依靠阿里巴巴集团、岭南控股依靠广州市国资委，依靠集团资源可以高效整合控制成本，进行产业链的横纵延伸实现一体化发展，致使毛利率较高；④发行人的会奖旅游服务正处于发展阶段，该业务还原至总额法下的收入占比在 1%左右，规模较小，致使毛利率较低。

综上所述，发行人与同行业可比公司的可比业务具有可比性，发行人的可比业务毛利率水平、变动趋势与同行业可比公司的差异具有合理性。

二、说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因，结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示；说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况

（一）说明 2023 年航旅业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大的原因

报告期内，发行人航旅票务还原至总额法的毛利率情况如下所示：

项目	2025年1-6月		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	还原至总额法下的毛利率	还原至总额法下的收入占比
航旅票务-包机包位	-	-	-	-	6.95%	0.05%	6.49%	8.69%

项目	2025年1-6月		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	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-代理分销	-0.42%	98.26%	-0.37%	98.33%	-0.04%	98.56%	0.94%	90.65%
航旅票务-后返佣金	65.97%	1.74%	68.30%	1.67%	71.73	1.39%	67.00%	0.66%
航旅票务-合计	0.74%	100.00%	0.78%	100.00%	0.96%	100.00%	1.86%	100.00%
航旅票务-代理分销与后返佣金合计	0.74%	-	0.78%	-	0.96%	-	1.42%	-

在2023年度和2024年度，航旅票务还原至总额法的毛利率下降主要受代理分销的影响，公共卫生事件得到缓解后，航空公司的后返佣金政策逐渐恢复，发行人与多家航空公司保持稳定的合作关系，获取了具备较强竞争力的后返政策，其设定的销售目标达成的奖励更为丰厚，发行人为完成考核目标赚取后返佣金，会选择更具市场竞争力的定价策略，使发行人在多家航空公司的票源销售价格上具备价格优势，致使航旅票务的代理分销毛利率下降。

在还原至总额法下，后返佣金收入占比较低，致使在包括代理分销与后返佣金之后，航旅票务合计的还原至总额法的毛利率在 2023 年度和 2024 年度有所下降。在正常口径下，航旅票务的毛利率情况如下所示：

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
航旅票务-包机包位	-	-	-	-	6.95%	3.00%	6.49%	81.37%
航旅票务-代理分销	不适用（注）	-42.58%	不适用（注）	-28.92%	-48.62%	5.58%	64.22%	12.44%
航旅票务-后返佣金	65.97%	142.58%	68.30%	128.92%	71.73%	91.42%	67.00%	6.18%
航旅票务-合计	60.47%	100.00%	60.14%	100.00%	63.07%	100.00%	17.42%	100.00%
航旅票务-代理分销与后返佣	60.47%	-	60.14%	-	64.81%	-	65.15%	-

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
金合计								

注：在 2024 年度和 2025 年 1-6 月，航旅票务的代理分销收入和成本金额均为负数。

因为包机包位机票不纳入后返佣金政策的考核范围，所以在剔除包机包位后，报告期内航旅票务的代理分销与后返佣金合计的毛利率分别为 65.15%、64.81%、60.14%和 60.47%，毛利率水平较为稳定。

（二）结合影响发行人毛利率水平的因素变化、期后毛利率情况，分析是否存在毛利率持续下滑的风险，并进行风险揭示

1、影响发行人毛利率水平的因素

在航旅票务业务中，主要影响发行人毛利率水平的因素如下：

（1）市场行情

在市场需求大于供给时，给予客户相对较低的折扣致使毛利率较高；需求小于供给时，给予客户相对较高的折扣致使毛利率较低。

例如，某客户需要预订一张从西安到迪拜的国际机票，航司给予公司的票面价格为 4,020.00 元，基础佣金 4%，后返佣金 3%（公司根据自身销售情况及航司政策评估的后返佣金比例），在市场需求低迷时，将基础佣金 4%和即返佣金（航司给予公司的后返佣金按政策约定期限汇总结算，公司给予客户的佣金在报价时即扣除，故称之为即返佣金）2%作为定价折扣让渡给客户，公司最终报价 3,782.02（4,020.00*（1-4%）*（1-2%））元；在市场需求旺盛时，公司可能仅给予客户 2%的基础佣金和 1%的即返佣金。

若未来市场行情需求小于供给，则发行人航旅票务的代理分销毛利率存在下降的风险。

（2）盈利方式

发行人航旅票务业务的策略主要以完成航司政策考核目标赚取后返佣金为主，向旅业同行客户的销售折扣较高，致使代理分销的毛利率较低。

例如，某航司给予的后返佣金政策为华南始发的国际机票销售张数如介于

10.00-50.00 万张之间，对应的后返佣金比例为 1.00%；如达到 50.00 万张以上，对应的后返佣金比例为 1.50%。公司以完成国际机票销售张数 50.00 万张为考核目标，在目标未实现时，公司可能将全部后返佣金 1.00%作为销售折扣让渡给客户；实现考核目标后，公司则可能仅将 0.50%让渡给客户。

若未来航司的后返佣金政策力度加强，则发行人航旅票务的代理分销毛利率存在下降的风险。

2、期后毛利率情况

在2025年1-9月，发行人未经审计的航旅票务代理分销与后返佣金合计的毛利率为63.45%，其还原至总额法的毛利率为0.84%，相较于2025年1-6月变化较小。

发行人已在招股说明书之“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露，具体情况参见“问询函第 5 题/二/（二）/1、说明在向客户让渡利益赚取后返佣金的策略下，代理销售收入及后返佣金收入合计占代理销售金额的比例是否存在下滑或低于可比公司水平的情况，如是，请进行风险揭示”。

（三）说明还原总额法下航旅板块毛利率低于商旅板块、旅游板块的原因，可比公司是否存在相同情况

发行人不同业务的毛利率与同行业可比公司的可比业务对比情况，参见本问题回复之“一/（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析”。

发行人还原至总额法下航旅票务的毛利率低于商旅管理、会奖旅游，主要原因系发行人航旅票务业务的盈利方式是以完成航空公司的相关考核目标赚取后返佣金为主，所以会选择更具市场竞争力的定价策略进行让利，致使航旅票务的还原至总额法下的毛利率较低。

在同行业可比公司中，腾轩旅游的交通票务毛利率低于其商旅服务、旅游服务，与发行人存在相同情况；而携程集团、同程旅行、易飞国际未披露各自航旅票务、商旅管理的成本金额及毛利率情况。

三、说明发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率（净额法适用）水平与可比公司是否存在较大差异及合理性，分析毛利率及还原总额法下毛利率变动原因及合理性

（一）与同行业可比公司的对比情况

对于销售收入、销售金额，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况，参见“问询函第2题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

对于毛利率、还原至总额法下的毛利率，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况，参见本问题回复之“一/（二）结合收入、成本核算方式对比情况，说明发行人与可比公司可比业务的毛利率是否具有可比性；具有可比性的，结合可比公司情况说明发行人可比业务毛利率水平、变动趋势是否合理；不具有可比性的，采取其他方式对发行人毛利率进行分析”。

对于成本金额，发行人与同行业可比公司已披露的信息对比情况如下所示：

1、与众信旅游、岭南控股相比

发行人会奖旅游成本与众信旅游、岭南控股的可比业务成本对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
众信旅游-旅游批发和旅游零售业务	227,733.10	/	480,329.77	119.53%	218,798.52	1,235.39%	16,384.62
岭南控股-旅行社运营	134,838.42	/	270,672.84	39.33%	194,273.36	604.64%	27,570.75
平均值	181,285.76	/	375,501.30	81.81%	206,535.94	839.75%	21,977.68
发行人-会奖旅游成本	4,145.21	/	10,346.90	37.37%	7,532.20	129.36%	3,284.00

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见“问询函第2题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

2、与携程集团、同程旅行、易飞国际相比

发行人可比业务成本与携程集团、同程旅行、易飞国际成本对比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
	金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
携程集团	552,300.00	/	999,000.00	23.01%	812,100.00	79.95%	451,300.00
同程旅行	299,810.40	/	622,719.90	97.19%	315,803.30	74.80%	180,664.00
易飞国际	880.80	/	769.88	11.21%	692.25	42.30%	486.49
平均值	284,330.40	/	540,829.93	43.76%	376,198.52	78.45%	210,816.83
发行人-代理分销及后返佣金成本	3,973.01	/	8,117.29	14.79%	7,071.59	46.62%	4,822.95

注 1：根据携程集团的定期报告披露，公司未披露住宿预订、交通票务、旅游度假、商旅管理和其他的成本金额；

注 2：根据同程旅行的定期报告披露，公司未披露住宿预订服务、交通票务服务和其他产品的成本金额；

注 3：根据易飞国际的定期报告披露，公司只有航空客运销售代理服务一项分类。

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见本问询回复之“问题 2.创新特征与市场地位/二/（五）”。

3、与腾轩旅游相比

发行人可比业务成本与腾轩旅游的可比业务成本对比情况如下所示：

单位：万元

公司	项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度
		金额	变动率	金额	变动率	金额	变动率	金额
腾轩旅游	交通票务	57,693.56	/	120,065.45	34.23%	89,450.44	177.00%	32,292.33
	商旅服务	-	/	-	-	-	-	-
	旅游服务	-	/	3,820.03	65.60%	2,306.84	-	-
发行人	航旅票务	2,118.95	/	4,582.77	16.35%	3,938.78	-84.01%	24,636.58
	商旅管理	1,854.07	/	3,534.52	2.68%	3,442.27	9.08%	3,155.61
	会奖旅游	4,145.21	/	10,346.90	37.37%	7,532.20	129.36%	3,284.00

注 1：在腾轩旅游 2022 年度及 2025 年 1-6 月定期报告的营业收入分类中没有旅游服务分类；

注 2：腾轩旅游 2022 年度、2023 年度、2024 年度和 2025 年 1-6 月的商旅服务的成本金额为零。

成本金额的变动原因与收入变动的原因基本一致，具体情况参见“问询函第 2 题/二/（五）/2/（2）发行人业绩发展趋势与同行业是否一致”。

（二）发行人情况

报告期内，发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率的情况如下所示：

1、销售金额

单位：万元

项目	销售金额							
	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣金	642,908.20	98.94%	1,285,286.76	98.77%	1,100,095.97	98.71%	445,264.86	93.88%
包机包位	-	-	-	-	337.86	0.03%	24,728.31	5.21%
会奖旅游	6,857.56	1.06%	16,011.95	1.23%	14,012.23	1.26%	4,280.61	0.90%
合计	649,765.76	100.00%	1,301,298.71	100.00%	1,114,446.06	100.00%	474,273.78	100.00%

报告期内，代理及后返佣金销售金额分别为445,264.86万元、1,100,095.97万元、1,285,286.76万元和642,908.20万元，逐年增加，随着民航出行场景受到的阶段性限制解除，出行需求旺盛；占比分别为93.88%、98.71%、98.77%和98.94%，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位销售金额分别为24,728.31万元和337.86万元，占比分别为5.21%和0.03%，在公共卫生事件缓解后，发行人包机包位票源采购需求下降。在2024年度及2025年1-6月，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游销售金额为4,280.61万元、14,012.23万元、16,011.95万元和6,857.56万元，占比分别为0.90%、1.26%、1.23%和1.06%，占比变化较为稳定。

2、成本金额

单位：万元

项目	成本金额							
	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣金	3,973.01	48.94%	8,117.29	43.96%	7,071.59	47.42%	4,822.95	15.52%

项目	成本金额							
	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
包机包位	-	-	-	-	309.45	2.08%	22,969.24	73.91%
会奖旅游	4,145.21	51.06%	10,346.90	56.04%	7,532.20	50.51%	3,284.00	10.57%
合计	8,118.23	100.00%	18,464.20	100.00%	14,913.25	100.00%	31,076.19	100.00%

报告期内，代理及后返佣金成本分别为4,822.95万元、7,071.59万元、8,117.29万元和3,973.01万元，占比分别为15.52%、47.42%、43.96%和48.94%，2023年度占比上升，主要原因系包机包位成本占比大幅下降，致使其余的成本占比有所提升。2024年度相较于2023年度及2025年1-6月相较于2024年度，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位成本分别为22,969.24万元和309.45万元，占比分别为73.91%和2.08%，2023年度占比有所下降，主要原因系随着公共卫生事件有效缓解，民航出行场景与航司运力逐渐恢复，票源充足，致使公司包机包位票源采购需求下降。在2024年度及2025年1-6月，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游成本分别为3,284.00万元、7,532.20万元、10,346.90万元和4,145.21万元，占比分别为10.57%、50.51%、56.04%和51.06%，2023年度有所上升，主要原因系：（1）包机包位成本占比大幅下降，致使其余的成本占比有所提升；（2）随着民航出行场景的有序恢复，依托航旅票务资源整合优势和商旅管理客户资源优势的会奖旅游服务需求增加，致使会奖旅游成本增加。2024年度相较于2023年度及2025年1-6月相较于2024年度，占比变化较为稳定。

3、销售收入

单位：万元

项目	销售收入							
	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
代理及后返佣金	13,741.67	76.05%	28,937.83	72.63%	26,754.81	76.30%	17,510.02	38.43%
包机包位	-	-	-	-	335.77	0.96%	24,595.42	53.98%
会奖旅游	4,327.74	23.95%	10,904.31	27.37%	7,975.19	22.74%	3,457.54	7.59%

项目	销售收入							
	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	18,069.41	100.00%	39,842.14	100.00%	35,065.77	100.00%	45,562.97	100.00%

报告期内，代理及后返佣金销售收入分别为17,510.02万元、26,754.81万元、28,937.83万元和13,741.67万元，占比分别为38.43%、76.30%、72.63%和76.05%，2023年度占比有所下降，主要原因系公共卫生事件缓解后，发行人包机包位票源采购需求下降。2024年度相较于2023年度及2025年1-6月相较于2024年度，占比变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位销售收入分别为24,595.42万元和335.77万元，占比分别为53.98%和0.96%，主要原因参见本问题回复之“三/（二）/1、销售金额”。

报告期内，会奖旅游销售收入分别为3,457.54万元、7,975.19万元、10,904.31万元和4,327.74万元，占比分别为7.59%、22.74%、27.37%和23.95%，主要原因参见“问询函第1题/四/（四）/1/（1）销售收入”。

4、毛利率

项目	毛利率			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
代理及后返佣金	71.09%	71.95%	73.57%	72.46%
包机包位	-	-	7.84%	6.61%
会奖旅游	4.22%	5.11%	5.55%	5.02%
合计	55.07%	53.66%	57.47%	31.80%

报告期内，代理及后返佣金的毛利率分别为72.46%、73.57%、71.95%和71.09%，变化较为稳定。

在2022年度至2023年度，包机包位的毛利率分别为6.61%和7.84%，变化较为稳定。在2024年度及2025年1-6月，发行人未采购包机包位票源。

报告期内，会奖旅游的毛利率分别为5.02%、5.55%、5.11%和4.22%，总体变化较为稳定。

5、还原至总额法下的毛利率

项目	还原至总额法下的毛利率			
	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
代理及后返佣金	1.52%	1.62%	1.79%	2.85%
包机包位	-	-	7.84%	6.61%
会奖旅游	2.65%	3.51%	3.18%	3.91%
合计	1.53%	1.64%	1.81%	3.06%

报告期内，代理及后返佣金还原至总额法下的毛利率分别为2.85%、1.79%、1.62%和1.52%，逐年下降，主要受航旅票务业务的影响，随着民航出行场景的限制逐渐解除，航空公司对于境内外航段的后返佣金政策逐渐恢复，发行人定价策略的市场竞争力逐年增强，其价格优势逐年增加，致使还原至总额法下的毛利率下降。

在2022年度至2023年度，包机包位还原至总额法下的毛利率分别为6.61%和7.84%，变化较为稳定。

报告期内，会奖旅游还原至总额法下的毛利率分别为3.91%、3.18%、3.51%和2.65%，变化较为稳定。

四、说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异，结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素

（一）说明还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平是否存在较大差异

报告期内，航旅票务的酒店代理销售金额分别为 624.42 万元、155.26 万元、241.44 万元和 136.32 万元，占比分别为 0.13%、0.01%、0.02%和 0.02%；航旅票务的保险代理销售金额分别为 10.67 万元、33.47 万元、31.30 万元和 14.65 万元，占比分别为 0.00%、0.00%、0.00%和 0.00%；商旅管理的保险代理销售金额分别为 106.92 万元、165.04 万元、132.29 万元和 62.83 万元，占比分别为 0.02%、0.01%、0.01%和 0.01%，上述细分收入类型及业务类型的销售金额及占比均较低，具体情况参见本问询回复之“问题 1.商业模式与核心竞争力/四/（四）”。发行人的主要细分收入类型及业务类型为航旅票务的机票代理、包机包位，商旅管理的

机票代理、酒店代理、包机包位，会奖旅游。

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

1、航旅票务的机票代理

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

所以合并后返佣金后，在不考虑每笔订单所分摊成本的情况下，合并后返佣
金的订单毛利率分析如下所示：

(1) 2025年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销 售金额	合并后返佣 金的订单毛 利率	后返佣金 (含税)	订单毛利率 (未包含所分 摊的成本)	所分摊的成 本(以运营 成本为主)	还原至总额法下 的毛利率(包含 所分摊的成本)
1	上海华程西南 国际旅行社有 限公司	55,739.84	1.51%	401.45	0.79%	-53.09	0.85%
2	北京趣拿软件 科技有限公司	16,450.67	1.43%	177.20	0.35%	-13.77	0.42%
3	北京保盛航空 服务有限公司	10,086.26	0.17%	361.03	-3.41%	-13.01	-3.28%
4	四川寰宇纵横 科技有限公司	7,162.45	0.23%	188.12	-2.39%	-9.25	-2.27%
5	自由之翼(北 京)航空服务 有限公司	6,475.93	0.66%	138.86	-1.48%	-7.63	-1.38%

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2025年1-6月，发行人航旅票务的机票代理前五大客户的合并后返佣金的
订单毛利率不存在较大差异。

(2) 2024年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	123,498.03	1.51%	1,372.25	0.40%	-11.19	0.39%
2	广州典实国际旅行社有限公司	32,964.63	0.72%	1,278.01	-3.16%	-5.14	-2.96%
3	北京趣拿软件科技有限公司	20,197.87	0.99%	252.80	-0.27%	2.47	-0.28%
4	自由之翼（北京）航空服务有限公司	10,653.32	0.77%	174.02	-0.86%	-0.49	-0.86%
5	上海翼盟航空服务有限公司	8,964.96	0.93%	117.95	-0.39%	-2.24	-0.36%

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

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

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

注 4：发行人确认后返佣金时系基于航空公司的后返佣金政策和销售起飞数据，按照订单维度，对应适用政策规定的后返佣金标准去细化计算每笔销售订单预计能够取得的后返佣金，因此，每笔订单可以准确核算其对应的后返佣金金额。

在2024年度，发行人航旅票务的机票代理前五大客户的合并后返佣金的订单毛利率不存在较大差异。

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金（含税）	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	168,798.93	1.46%	1,626.05	0.49%	193.76	0.34%
2	广州典实国际旅行社有限公司	13,580.02	1.13%	781.33	-4.63%	15.81	-4.47%
3	广州典实商旅服务有限公司	9,696.32	1.94%	406.07	-2.25%	11.21	-2.24%

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金(含税)	订单毛利率(未包含所分摊的成本)	所分摊的成本(以运营成本为主)	还原至总额法下的毛利率(包含所分摊的成本)
4	北京趣拿软件科技有限公司	8,449.88	1.53%	135.72	-0.07%	9.71	-0.20%
5	上海翼盟航空服务有限公司	5,831.48	0.92%	70.80	-0.30%	6.95	-0.41%

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

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

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

上海华程西南国际旅行社有限公司、广州典实国际旅行社有限公司、广州典实商旅服务有限公司和北京趣拿软件科技有限公司的合并后返佣金的订单毛利率的差异较小。

上海翼盟航空服务有限公司的合并后返佣金的订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的航旅票务服务中，国内机票的占比相较于该年度其他前五大客户而言较高，国内机票占比为 3.65%，而该年度其他前五大客户国际机票销售金额占比均为 100.00%，国内机票的定价市场化程度较低，致使合并后返佣金的订单毛利率较低。

（4）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	合并后返佣金的订单毛利率	后返佣金(含税)	订单毛利率(未包含所分摊的成本)	所分摊的成本(以运营成本为主)	还原至总额法下的毛利率(包含所分摊的成本)
1	上海华程西南国际旅行社有限公司	60,700.83	1.44%	238.41	1.05%	304.89	0.49%
2	北京趣拿软件科技有限公司	7,155.32	1.50%	25.61	1.14%	44.75	0.45%
3	上海外国语大学	5,905.82	8.80%	56.78	7.84%	29.35	6.93%
4	深圳市志凌云航空服务有限公司	4,914.82	1.59%	26.28	1.06%	24.69	0.50%
5	河北祥程国际旅行社有限公司	3,146.73	1.31%	9.59	1.00%	15.99	0.44%

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

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

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

上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司、深圳市志凌云航空服务有限公司和河北祥程国际旅行社有限公司的合并后返佣金的订单毛利率的差异较小。

上海外国语大学的合并后返佣金的订单毛利率较高，主要原因系该客户属于直接销售模式，相较于旅业同行客户，发行人的议价能力较强，致使合并后返佣金的订单毛利率较高。

2、航旅票务的包机包位

包机包位模式下，发行人根据自身的商业判断，提前与航司或机票代理人协商购买一定数量的座位，形成一个明确、固定的采购关系。代理模式下，发行人系获取到客户订单后，再去市场上寻找合适的机票资源，主要通过BSP采购。所以在包机包位模式下，对于买断的部分航线的部分座位，受市场行情，以及公共卫生事件期间旅行政策、边境管控措施频繁变动等因素的影响，发行人承担相关座位未售出的风险，致使发行人对于临近起飞却仍未售出的包机包位票源进行折价销售。

（1）2024年度和2025年1-6月

在2024年度和2025年1-6月，发行人未采购包机包位票源。

（2）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	包机包位 销售金额	订单毛利率 （未包含所分 摊的成本）	所分摊的成 本（以运营 成本为主）	还原至总额法下的 毛利率（包含所分 摊的成本）
1	太原金腾航空服 务有限公司	46.18	5.69%	1.29	2.58%
2	李菲	36.20	1.28%	1.01	-1.59%
3	钱皎洁	17.69	6.87%	0.49	3.70%
4	上海众博会务服 务有限公司	13.20	4.09%	0.37	1.06%

序号	客户名称	包机包位 销售金额	订单毛利率 (未包含所分 摊的成本)	所分摊的成 本(以运营 成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分 摊的成本)
5	青岛颂康泰国际 旅行社有限公司	12.29	-4.38%	0.34	-6.91%

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

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

2023 年度包机包位票源的销售金额较低，在该年度太原金腾航空服务有限公司、钱皎洁和上海众博会务服务有限公司的订单毛利率差异较小。

李菲的订单毛利率较低，主要原因系该客户采购的 TAS-XIY（乌兹别克斯坦塔什干尤日内机场-西安咸阳机场）航段的机票市场需求较低，发行人为了避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率较低。

青岛颂康泰国际旅行社有限公司的订单毛利率较低且为负数，主要原因系该客户采购的 JED-KWI/KWI-CAN（沙特阿卜杜勒阿齐兹国王机场-科威特国际机场/科威特国际机场-广州白云机场）航段的机票市场需求较低，发行人为了避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率为负。

（3）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	包机包位 销售金额	订单毛利率 (未包含所分 摊的成本)	所分摊的成 本(以运营 成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含 所分摊的成本)
1	青岛颂康泰国际旅 行社有限公司	1,378.22	9.27%	31.34	6.50%
2	湖南亚商商务服务 有限公司	1,236.26	-4.07%	28.11	-6.22%
3	北京华夏远洋航空 服务有限公司	963.07	10.32%	21.90	7.51%
4	北京引领假日国际 旅行社有限公司	726.15	8.70%	16.51	5.97%
5	上海众博会务服务 有限公司	594.35	13.65%	13.51	10.69%

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

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

青岛颂康泰国际旅行社有限公司、北京华夏远洋航空服务有限公司、北京引领

假日国际旅行社有限公司和上海众博会务服务有限公司的订单毛利率差异较小。

湖南亚商商务服务有限公司的订单毛利率较低且为负数，主要原因系该客户采购的 LOS-CAN（尼日利亚穆尔塔拉穆罕默德机场-广州白云机场）航段的机票市场需求较低，发行人为了避免采购的包机包位票源无法实现销售，所以报价较低致使订单毛利率为负。

3、商旅管理的机票代理

（1）2025年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分摊的成本)
1	南方电网互联网服务有限公司	14,578.99	**	129.48	**
2	深圳市能之汇投资有限公司（注1）	9,116.30	**	80.92	**
3	东方承启(北京)商务科技有限公司	6,415.85	**	56.50	**
4	比亚迪汽车工业有限公司	5,048.68	**	42.67	**
5	OPPO广东移动通信有限公司	4,941.80	**	42.82	**

注 1：深圳市能之汇投资有限公司为中国广核集团有限公司的全资一级子公司；
注 2：订单毛利率的计算公式为：（销售金额-采购金额）/销售金额，其销售金额、采购金额均为含税金额；
注 3：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法下的成本）/还原至总额法下的收入，其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额，且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、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的机票代理订单毛利率差异较小。

OPPO广东移动通信有限公司的机票代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际机票的占比较高，致使上述客户的订单毛利率较高。

（2）2024年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含 所分摊的成本)
1	南方电网互联网服务有限公司	28,650.06	**	252.22	**
2	深圳市能之汇投资有限公司(注1)	20,019.99	**	177.08	**
3	东方承启(北京)商务科技有限公司	14,265.99	**	125.14	**
4	比亚迪汽车工业有限公司	9,688.41	**	80.78	**
5	OPPO广东移动通信有限公司	8,434.46	**	73.47	**

注1：深圳市能之汇投资有限公司为中国广核集团有限公司的全资一级子公司；

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

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

东方承启（北京）商务科技有限公司、比亚迪汽车工业有限公司和OPPO广东移动通信有限公司的机票代理订单毛利率差异较小。

南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司的机票代理订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国内机票的占比较高，上述客户的国内机票占比分别为91.52%、93.48%，国内机票的毛利较低，致使上述客户的订单毛利率较低。

（3）2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含 所分摊的成本)
1	南方电网互联网服务有限公司	24,710.88	**	211.22	**
2	深圳市能之汇投资有限公司(注1)	22,427.64	**	191.69	**
3	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	18,490.09	**	157.91	**
4	东方承启(北京)商务科技有限公司	13,494.88	**	114.54	**
5	OPPO广东移动通信有限公司	10,700.96	**	90.47	**

注 1：深圳市能之汇投资有限公司为中国广核集团有限公司的全资一级子公司；

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

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

南方电网互联网服务有限公司、深圳市能之汇投资有限公司和 OPPO 广东移动通信有限公司的机票代理订单毛利率差异较小。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司的机票代理订单毛利率较低，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，机票以国内机票为主，国内机票占比为 91.21%，且每张国内机票对该客户收取的服务费较低，致使机票代理的订单毛利率较低。

东方承启（北京）商务科技有限公司的机票代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际机票的占比较高，国际机票占比为 22.63%，国际机票定价的市场化程度较高，致使机票代理的订单毛利率较高。

（4）2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	机票代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	8,377.07	**	133.08	**
2	中电建湖北电力建设有限公司（以下简称“中电建”）	4,890.83	**	72.60	**
3	杭州海康威视数字技术股份有限公司（以下简称“海康威视”）	4,354.49	**	66.63	**
4	南方电网互联网服务有限公司	3,519.53	**	56.05	**
5	盐池新源工程有限责任公司	3,390.38	**	50.36	**

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

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

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、南方电网互联网服务有限公司的机

票代理订单毛利率差异较小。

中电建湖北电力建设有限公司、杭州海康威视数字技术股份有限公司的机票代理订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中，国际机票的占比较高，上述客户的国际机票占比分别为 99.90%、57.46%。

盐池新源工程有限责任公司主要原因系该客户通过预付款的形式向发行人采购机票，发行人向该客户提供商旅管理服务时不承担相应的垫资成本，所以给予该客户更多的折扣，致使机票的订单毛利率较低。

4、商旅管理的酒店代理

(1) 2025年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分摊的成本)
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	20,607.23	**	166.58	**
2	东方承启(北京)商务科技有限公司	3,287.74	**	26.58	**
3	深圳市能之汇投资有限公司	2,828.44	**	22.86	**
4	中国东方电气集团有限公司	1,629.01	**	13.17	**
5	北新建材集团有限公司	644.44	**	5.21	**

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。

由上表可知，中国石化集团国际旅行社有限责任公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、深圳市能之汇投资有限公司、中国东方电气集团有限公司、北新建材集团有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

(2) 2024年度

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	46,071.87	**	365.55	**
2	深圳市能之汇投资有限公司	3,410.05	**	27.09	**
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	3,219.64	**	25.61	**
4	中国东方电气集团有限公司	1,499.17	**	11.82	**
5	长安福特汽车有限公司	1,149.60	**	9.15	**

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

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

深圳市能之汇投资有限公司、东方承启（北京）商务科技有限公司、中国东方电气集团有限公司和长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司的酒店代理订单毛利率较低，主要原因系该客户向发行人的采购规模较大，议价能力较强，在2024年度成本管控措施较严，竞争激烈，致使酒店代理订单毛利率较低。

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率（未包含所分摊的成本）	所分摊的成本（以运营成本为主）	还原至总额法下的毛利率（包含所分摊的成本）
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	41,901.81	**	332.03	**
2	东方承启（北京）商务科技有限公司	2,737.10	**	21.69	**
3	长安福特汽车有限公司	1,861.77	**	14.75	**
4	华人运通控股（上海）有限公司	1,828.21	**	14.49	**
5	普洛斯投资（上海）有限公司	1,132.71	**	8.98	**

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

注 2：还原至总额法下的毛利率的计算公式为：（还原至总额法下的收入-还原至总额法

下的成本)/还原至总额法下的收入,其还原至总额法下的收入、成本均为不含税金额,且还原至总额法下的成本除采购成本外还包括所分摊的成本。

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、东方承启(北京)商务科技有限公司和华人运通控股(上海)有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率较低,主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中,酒店以协议酒店为主,协议酒店占比为 71.75%,且每间晚对该客户收取的服务费较低,致使酒店代理订单毛利率较低。

普洛斯投资(上海)有限公司的酒店代理订单毛利率较高,主要原因系发行人向该客户提供的商旅管理服务中,国际酒店的占比相对较高,国际酒店占比为 6.86%,国际酒店定价的市场化程度较高,致使酒店代理订单毛利率较高。

(4) 2022 年度

单位:万元

序号	客户名称	酒店代理销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分摊的成本)
1	中国石化集团国际旅行社有限责任公司	14,670.21	**	209.83	**
2	长安福特汽车有限公司	1,218.28	**	17.42	**
3	新希望集团有限公司	959.96	**	13.73	**
4	喜茶(深圳)企业管理有限公司	612.52	**	8.76	**
5	普洛斯投资(上海)有限公司	534.53	**	7.65	**

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

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

中国石化集团国际旅行社有限责任公司、新希望集团有限公司、喜茶(深圳)企业管理有限公司和普洛斯投资(上海)有限公司的酒店代理订单毛利率差异较小。

长安福特汽车有限公司的酒店代理订单毛利率较低的原因,与 2023 年度其酒店代理订单毛利率较低的原因一致,协议酒店占比为 80.38%。

5、商旅管理的包机包位

在 2024 年度和 2025 年 1-6 月，发行人未采购包机包位票源。在 2022 年度至 2023 年度，发行人销售包机包位票源的商旅管理客户只有中兴通讯股份有限公司，具体毛利率分析如下：

单位：万元

客户名称	年度	包机包位销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分摊的成本)
中兴通讯股份有限公司	2023 年度	16.10	**	0.45	**
	2022 年度	322.86	**	7.34	**

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

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

2023 年度包机包位的订单毛利率有所上升，主要原因系销售金额较小，存在偶发性。

6、会奖旅游

(1) 2025年1-6月

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含所分摊的成本)
1	中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司	1,372.46	**	74.17	**
2	桂林海纳国际旅行社有限公司	328.59	3.71%	17.76	-1.70%
3	东风本田汽车销售有限公司	277.14	**	14.98	**
4	北京字跳网络技术有限公司	254.97	**	13.78	**
5	健合(中国)有限公司	234.58	**	12.68	**

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

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

中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司与健合(中国)有限公司 的订单毛

利率差异较小。

桂林海纳国际旅行社有限公司的订单毛利率较低，与2024年度其订单毛利率较低的原因一致。

(2) 2024年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率 (未包含所分摊的成本)	所分摊的成本 (以运营成本为主)	还原至总额法下的 毛利率(包含 所分摊的成本)
1	中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司	3,530.45	**	157.61	**
2	桂林海纳国际旅行社有限公司	712.29	4.75%	34.02	-0.08%
3	东风本田汽车销售有限公司	641.22	**	31.59	**
4	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	513.99	**	5.81	**
5	广州中科国际旅行社有限公司	491.36	3.80%	22.01	-0.74%

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

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

东风本田汽车销售有限公司、中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司的订单毛利率较低，与2023年度其订单毛利率较低的原因一致。

桂林海纳国际旅行社有限公司、广州中科国际旅行社有限公司的订单毛利率差异较小且较低，主要原因系发行人向该客户提供的会奖旅游服务中以机票、酒店等低毛利的单一服务为主，上述客户机票、酒店等单一服务的占比分别为99.13%、99.38%，致使订单毛利率较低。

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率 (未包含所分 摊的成本)	所分摊的成 本(以运营 成本为主)	还原至总额法下 的毛利率(包含 所分摊的成本)
1	中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司	1,813.66	**	37.78	**
2	深圳前海微众银行股份有限公司	827.64	**	32.11	**
3	东风本田汽车销售有限公司	820.28	**	19.85	**
4	深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	1.15%	14.91	-2.79%
5	上海携程国际旅行社有限公司	323.17	1.76%	12.54	-2.22%

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

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

深圳前海微众银行股份有限公司、东风本田汽车销售有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司的订单毛利率较低，主要原因系：①该客户为央国企客户，发行人的议价能力较弱；②该客户为发行人的第一大会奖旅游客户，销售规模较大，发行人为维系客户致使在提供会奖旅游服务时报价较低。

深圳市八星环游国际旅行社有限公司、上海携程国际旅行社有限公司（以下简称“携程国际旅行社”）的订单毛利率较低，上述客户机票、酒店等单一服务的占比分别为 100.00%和 15.93%，机票、酒店等单一服务的毛利较低致使订单毛利率较低。虽然发行人向携程国际旅行社提供的会议团、定制团等整合定制服务的占比较高，但是携程国际旅行社基于其承揽的终端企事业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。

(4) 2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	销售金额	订单毛利率 (未包含所分 摊的成本)	所分摊的成 本(以运营 成本为主)	还原至总额法下 的毛利率(包含 所分摊的成本)
1	中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司	1,142.25	**	58.13	**
2	中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司	602.31	**	32.72	**
3	深圳前海微众银行股份有限公司	353.54	**	25.58	**
4	东风本田汽车销售有限公司	250.91	**	11.84	**
5	广州博冠信息科技有限公司	137.36	**	9.94	**

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

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

中国能源建设集团广东省电力设计研究院有限公司、深圳前海微众银行股份有限公司和东风本田汽车销售有限公司的订单毛利率差异较小。

中广核白鹭共享服务(深圳)有限公司的订单毛利率较低的原因，与 2023 年度其订单毛利率较低的原因一致。

广州博冠信息科技有限公司的订单毛利率较高，主要原因系发行人向该客户提供的会奖旅游服务中，国际酒店的占比相对较高，占比为 79.36%，国际酒店属于高毛利产品致使订单毛利率较高。

(二) 结合业务特点及收入类型，说明影响不同客户毛利率水平的主要因素

报告期内，发行人的主要客户类型为旅行社、票务代理和商旅直销客户。

对于旅行社、票务代理等旅业同行客户，影响毛利率水平的主要因素参见本问题回复之“二/（二）/1、影响发行人毛利率水平的因素”。

对于商旅直销客户，影响毛利率水平的主要因素如下：

1、产品结构

产品结构指客户向发行人采购的产品类型。例如，发行人向商旅直销客户提

供的商旅管理服务中，若国际机票、国际酒店等高毛利产品占比较高，则该客户的毛利率较高；若国内机票、国内酒店等低毛利产品占比较高，则该客户的毛利率较低。

2、市场行情

在考虑市场供需的情况下，若市场需求大于供给，发行人报价相对较高，致使毛利率上升；若市场需求小于供给，发行人报价相对较低，致使毛利率下降。

以商旅国际机票为例，假设从广州飞往新加坡的航班固定每天只有三班，日常每张机票的票面价格为 1,000.00 元，公司每张机票平均报价为 1,050.00 元，但如若遇到国庆、春节等假期，从广州飞往新加坡的需求人员增多，导致市场短时间内机票需求大于供给，航司每张机票的票面价格可能上涨至 2,000.00 元，公司每张机票则可能报价 2,060.00 元。

3、客户信用

客户信用主要指发行人给予客户的信用政策，信用期较长，定价相对较高致使毛利率较高；信用期较短，定价相对较低致使毛利率较低。

以商旅国际机票为例，某客户的某位员工需要预订一张从曼谷到广州的国际机票，航司给到公司的票面价格为 1,250.00 元，在考虑客户信用政策的情况下，若该客户为现结，公司可能报价 1,265.00 元，若存在 30 天账期，公司可能报价 1,290.00 元。

4、客户类型

客户类型根据客户服务需求、采购规模、资质背景等多个维度综合定义。例如，大型央企或国企可能因其大规模采购而给予相对较低的服务费，致使毛利率较低；部分资金实力雄厚的客户可能会需求更多增值服务，例如 7*24 小时专属客服订票，服务费则相对仅通过系统对接订票的客户更高，致使毛利率较高。

综上所述，产品结构、市场行情、盈利能力、客户信用及类型等因素在定价过程中并非单一考量，发行人会根据实际情况参考相关因素综合定价，进而影响毛利率水平。

五、保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

1、查阅同行业可比公司的公开披露信息，了解发行人与同行业可比公司的可比业务是否具有可比性；获取发行人的收入成本明细表，核查发行人可比业务的毛利率情况；

2、获取发行人的收入成本明细表，核查发行人航旅票务、商旅管理、会奖旅游业务的毛利率情况；访谈高管人员及业务人员，了解影响发行人的航旅票务毛利率的因素，以及还原至总额法下，航旅票务毛利率低于商旅管理、会奖旅游的原因；查阅同行业可比公司的公开信息，了解其毛利率情况；

3、获取发行人收入成本明细表、销售明细表、采购明细表，核查发行人细分业务的销售金额、成本、收入、毛利率及还原至总额法下的毛利率情况；

4、获取发行人收入成本明细表，核查发行人同类收入及业务板块的主要客户毛利率情况；访谈高管人员及业务人员，了解发行人同类收入及业务板块的主要客户毛利率的差异原因。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、发行人与可比公司可比业务的毛利率具有可比性，发行人可比业务毛利率水平、变动趋势与同行业可比公司的差异具有合理性。

2、发行人 2023 年航旅票务业务还原至总额法下的毛利率下滑幅度较大，主要系受发行人定价策略的影响，具有合理性；针对航旅票务代理分销与后返佣金的毛利率下降风险，发行人已在招股说明书中充分揭示；发行人还原总额法下航旅票务的毛利率低于商旅管理、会奖旅游，主要系受发行人航旅票务定价策略的影响，具有合理性，可比公司中腾轩旅游存在相同情况。

3、发行人代理业务（区分机票、酒店、保险）、销售业务（包机包位）、旅游服务的销售金额、成本、收入变动、毛利率及还原总额法下毛利率水平变动具有合理性。发行人可比业务的财务数据，与同行业可比公司公开披露数据的差异具有合理性。细分业务及业务板块的毛利率及还原总额法下毛利率变动具有合理性。

4、还原至总额法后，同类收入及业务板块的主要客户毛利率水平差异具有合理性，影响不同客户毛利率水平的主要因素包括产品结构、市场行情、客户信用、客户类型。

问题 9. 资金管理相关内控有效性及是否存在流动性风险

根据申请文件，（1）报告期内及报告期前发行人前员工柯某利用职务便利持续挪用公司对公支付宝账户资金，累计 1,900 万元，已追回 1,080 万元，未追回的 820 万元已全额计提坏账准备并核销。广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日对上述事项作出判决。（2）发行人资金需求较大，报告期主要通过银行借款、非银行金融机构借款、保理融资等方式融资，报告期存在实控人、关联自然人及发行人员工为发行人融资提供担保或反担保的情况。发行人报告期末货币资金余额 2.72 亿元，使用受限的货币资金 9,564.25 万元，母公司账面货币资金余额 1.83 亿元，短期借款余额 1.78 亿元，2023 年利息费用涨幅较大。报告期经营活动现金流量净额分别为-1,387.19 万元、6,622.98 万元、-10,921.43 万元，与净利润匹配性较低。

请发行人：（1）说明柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规，说明柯某诈骗罪审理进展情况，柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来，结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险、实控人承诺的出具情况，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响，就上述事项及存在的风险做重大事项提示并揭示风险；说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况，各子公司分红政策和历史分红情况，分红规模是否合理，各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性；说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为了避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性。（2）说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况及合规性，各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因；说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额，测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有

量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力；说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示；说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营，并进行风险揭示。

请保荐机构、申报会计师：对上述事项核查发表明确意见；说明对发行人资金管理内控核查情况。

【回复】

一、说明柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规，说明柯某诈骗罪审理进展情况，柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来，结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险、实控人承诺的出具情况，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响，就上述事项及存在的风险做重大事项提示并揭示风险；说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况，各子公司分红政策和历史分红情况，分红规模是否合理，各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性；说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

（一）柯某职务侵占事件的整体情况，广州市中级人民法院对柯某职务侵占作出的刑事判决的具体内容，柯某诈骗罪审理进展情况

1、柯某职务侵占事件的整体情况

根据广州市中级人民法院就该案作出的《刑事判决书》（（2023）粤 01 刑初 260 号），柯某职务侵占事件的具体情况如下：

柯某，原为美亚科技深圳分公司的出纳，为弥补个人投资亏损和满足个人消

费，利用其任职公司财务出纳的职务便利，于 2012 年 4 月起，通过从公司控制的个人账户转账至其个人账户，从公司支付宝账户转移资金至其冒用公司名义开设的支付宝账户、再转入其个人支付宝账户，伪造公司支付宝账户余额截图等手段侵占公司资金。同时，为避免公司发现，柯某在明知无力偿还的情况下，假借公司需要大量资金周转名义，以高息骗取其他被害人借款，用于偿还公司资金；在需要偿还借款人本息时，则再从公司账户挪出资金支付，如此往复。

2022 年 8 月，因公司发现涉案资金账户异常，柯某的职务侵占行为暴露，公司要求柯某尽快偿还所挪用的资金。此后，柯某向公司偿还部分职务侵占资金，因剩余部分其无力再予偿还，其于 2022 年 9 月 5 日向公安机关自首。经司法审计，柯某侵占公司资金共计 1,900 万元。

2、广州市中级人民法院作出的刑事判决的具体内容及柯某诈骗罪审理进展情况

因柯某在明知无力偿还的情况下，存在以高息骗取其他被害人借款的情形涉嫌诈骗罪，在侦办审理柯某职务侵占案件时，已经予以并案处理。广州市人民检察院于 2023 年 9 月 4 日就柯某的犯罪行为向广州市中级人民法院提起公诉。经开庭审理，广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日作出《刑事判决书》（（2023）粤 01 刑初 260 号）。判决具体内容如下：

广州市中级人民法院认为，被告人柯某作为公司工作人员，利用职务上的便利，将本单位财物非法占有，数额特别巨大，其行为已构成职务侵占罪；被告人柯某诈骗他人财物，数额特别巨大，其行为已构成诈骗罪。柯某犯有数罪，依法应数罪并罚，判决决定执行有期徒刑十九年、并处罚金 250 万元；追缴柯某职务侵占的犯罪所得人民币 8,199,979.78 元、诈骗的犯罪所得 27,899,993 元，发还被害单位美亚科技、被害人张某群等 10 人，不足部分，责令柯某退赔；收押的作案工具手机 1 台予以没收，上缴国库。

基于上述，广州市中级人民法院已就柯某的职务侵占犯罪及诈骗罪行为进行了审理并作出判决。根据公司的说明，柯某在收到上述判决书后未提起上诉，上述判决已经生效。

（二）发行人全额核销对柯某的应收款的依据是否充分、程序是否合规

柯某因利用支付宝对公账户挪用发行人资金于 2022 年 9 月向公安机关投案自首，广州市人民检察院于 2023 年 9 月 4 日向广州市中级人民法院提起公诉。经开庭审理，广州市中级人民法院于 2023 年 11 月 10 日作出《刑事判决书》（（2023）粤 01 刑初 260 号）。根据《刑事判决书》，可以得知柯某已无还款能力，因相关款项预计无法收回，发行人根据《美亚集团坏账管理制度》《美亚集团财务中心应收账款管理制度》等内控制度要求，在经内部审批后将该笔款项予以全额核销。发行人分别于 2024 年 3 月 26 日、2024 年 4 月 17 日召开第二届董事会第二次会议决议、2023 年年度股东大会会议决议，审议通过了《关于坏账核销的议案》，对长期挂账且收回无望的柯某挪用资金款项进行核销处理。

综上，发行人全额核销对柯某的应收款的依据充分、程序合规。

（三）柯某与发行人关键管理人员之间是否存在利益往来

根据对发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及关键岗位人员的银行账户流水核查，报告期内，前述人员与柯某不存在大额异常资金往来记录，前述人员与柯某之间不存在利益往来。

（四）结合相关法律规定及司法判例说明柯某用诈骗所得偿付发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险，是否对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响

1、相关法律规定

根据《刑法》第六十四条，犯罪分子违法所得的一切财物，应当予以追缴或者责令退赔；对被害人的合法财产，应当予以返还；违禁品和供犯罪所用的本人财物，应当予以没收。没收的财物和罚金，一律上交国库，不得挪用和自行处理。

根据《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国刑事诉讼法〉的解释》（以下简称“《刑事诉讼法解释》”）第一百七十六条，“被告人非法占有、处置被害人财产的，应当依法予以追缴或者责令退赔。被害人提起附带民事诉讼的，人民法院不予受理。追缴、退赔的情况，可以作为量刑情节考虑。”

根据《最高人民法院关于适用刑法第六十四条有关问题批复》（以下简称“《刑

法第六十四条批复》”）规定，“根据刑法第六十四条和《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国民事诉讼法〉的解释》第一百三十八条、第一百三十九条的规定，被告人非法占有、处置被害人财产的，应当依法予以追缴或者责令退赔。据此，追缴或者责令退赔的具体内容，应当在判决主文中写明；其中，判决前已经发还被害人的财产，应当注明。被害人提起附带民事诉讼，或者另行提起民事诉讼请求返还被非法占有、处置的财产的，人民法院不予受理。”

根据《最高人民法院、最高人民检察院关于办理诈骗刑事案件具体应用法律若干问题的解释》（法释[2011]7号）第十条，“行为人已将诈骗财物用于清偿债务或者转让给他人，具有下列情形之一的，应当依法追缴：（一）对方明知是诈骗财物而收取的；（二）对方无偿取得诈骗财物的；（三）对方以明显低于市场的价格取得诈骗财物的；（四）对方取得诈骗财物系源于非法债务或者违法犯罪活动的。他人善意取得诈骗财物的，不予追缴。”

根据《最高人民法院关于刑事裁判涉财产部分执行的若干规定》（法释[2014]13号，以下简称“《刑事涉财执行规定》”）第十一条，“被执行人将刑事裁判认定为赃款赃物的涉案财物用于清偿债务、转让或者设置其他权利负担，具有下列情形之一的，人民法院应予追缴：（一）第三人明知是涉案财物而接受的；（二）第三人无偿或者以明显低于市场的价格取得涉案财物的；（三）第三人通过非法债务清偿或者违法犯罪活动取得涉案财物的；（四）第三人通过其他恶意方式取得涉案财物的。第三人善意取得涉案财物的，执行程序中不予追缴。作为原所有人的被害人对该涉案财物主张权利的，人民法院应当告知其通过诉讼程序处理。”

2、相关司法判例

经公开渠道检索，对于刑事判决中已经责令退赔的款项，受害人另行提起民事追偿是否会被司法机关支持的典型司法判例如下：

2018年3月5日，云南省高级人民法院就再审申请人芒市玉松副食店因与被申请人燕京啤酒（昆明）有限公司（以下简称燕京啤酒公司）、芒市风平镇信达商行（以下简称信达商行）买卖合同纠纷一案进行了再审并作出（2018）云民申46号再审审查与审判监督民事裁定书，在该案中，云南省高级人民法院认为，

本案中，芒市人民法院的（2014）芒刑初字第 184 号刑事判决书已经发生法律效力，认定李才雷犯合同诈骗罪，判处有期徒刑十三年。而芒市玉松副食店起诉燕京啤酒公司、信达商行共同返还的该笔货款已经在刑事判决中认定为赃款，受害人可以要求继续追赃以挽回损失，其无权就财产损失部分再另行提起民事诉讼，据此，裁定驳回芒市玉松副食店的再审申请。

2015 年 3 月 18 日，福建省高级人民法院就刘子忠与方清勇不当得利纠纷一案进行了再审并作出（2015）闽民申字第 26 号再审民事裁定书，在该案中，福建省高级人民法院认为，已生效的厦门市中级人民法院（2009）××刑初字第××号刑事判决已认定方清勇从范江健处取得的钢管及扣件为涉案赃物，还认定范江健的犯罪行为给刘子忠造成了 2078309 元经济损失，扣除朱凤明及朱文栋已退还的 648786 元，判决责令范江健向刘子忠退赔其犯罪行为给刘子忠造成的经济损失 1429523 元。故刘子忠因范江健的犯罪行为造成涉案钢管及扣件的经济损失，已被生效刑事判决认定为范江健应退赔的范畴。根据《刑事诉讼法解释》相关规定，最高人民法院对于刑事案件的被害人因犯罪分子的行为所遭受的经济损失已确定为刑事追缴或退赔的，已不再区分是否经过追缴、退赔程序以及能否弥补被害人损失，均认定为属于司法机关刑事追缴、退赔范畴，不应由被害人直接向人民法院提起民事诉讼。故刘子忠提起的不当得利诉讼不应作为民事案件受理，裁定驳回刘子忠的再审申请。

2020 年 6 月 29 日，江苏省高级人民法院就李明华与任新英执行裁定复议申请进行了审理并作出（2019）苏执复 94 号裁定，在该案中，江苏省高级人民法院认为，根据《刑事涉财执行规定》，第三人善意取得涉案财物的，执行程序中不予追缴。本案复议申请人李明华、任新英与毛有兰之间的房屋买卖交易真实，两人亦支付了相应的对价，且亦无任何证据证明李明华、任新英与毛有兰、陆建桃之间存在相互串通、规避执行的行为。李明华、任新英符合上述法律规定的第三人善意取得的情形，南通中院查封其名下涉案房产的执行行为错误，应予纠正。

2020 年 6 月 18 日，甘肃省高级人民法院就赵万海执行裁定复议申请进行了审理并作出（2020）甘执复 10 号裁定，在该案中，甘肃省高级人民法院认为，复议申请人通过人民法院民事调解书取得涉案财物，并已办理股权的变更登记，应视为善意取得涉案财物。依据上述规定，执行程序中不予追缴。复议申请人赵

万海的复议理由应予支持。兰州中院认定事实不清，适用法律错误。裁定撤销兰州中院（2019）甘 01 执异 100 号执行裁定，对（2017）甘 01 刑初 110 号刑事判决书第五项中肃南裕固族自治县石居里联营铜矿 89.50%股权不予追缴。

根据柯某案已生效的《刑事判决书》，并结合上述法律规定及司法判例，发行人为职务侵占罪的被害单位、其他自然人受害人为诈骗罪的被害人，生效判决已对各被害主体的损失金额予以认定，并以责令柯某退赔的途径予以救济，如诈骗罪被害人另行提起民事诉讼的，人民法院应不予受理。柯某偿付发行人的行为属于《刑法》中在提起公诉前将挪用的资金部分退还的行为，系对所欠发行人合法债务的清偿，生效判决在确定柯某的职务侵占金额及诈骗金额时已认可了其向发行人退还侵占资金这一法律行为的效力；发行人对柯某的诈骗并不知情，其善意取得相关资金，不应予以追缴。

此外，根据北京大成（广州）律师事务所就本案出具的法律意见作出的结论，如柯某诈骗案中的受害人起诉要求美亚公司就柯某的诈骗行为承担民事赔偿责任，法院不应支持受害人的诉讼请求。

截至本回复出具之日，未有第三方向人民法院提起诉讼，就柯某偿还公司的款项主张权利，要求公司归还相关款项。

综上所述，根据本案已生效的《刑事判决书》、上述法律规定、司法判例及北京大成（广州）律师事务所就本案出具的法律意见，就柯某用诈骗所得偿付发行人的款项，发行人因此被提起民事诉讼追偿并获生效裁判支持的风险较小，前述情形不会对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响。

（五）实控人承诺的出具情况及就上述事项及存在的风险做重大事项提示

发行人实际控制人就上述事项已作出如下承诺：

“1.公司及本人不存在在该案中安排、指使、教唆、胁迫或帮助柯某实施诈骗犯罪行为的情形，公司及本人未被有权司法机关认定在该案中需承担任何刑事责任、民事责任；截至本承诺函出具日，公司收到的柯某归还的 1,080 万元职务侵占款项不存在被受害人（第三人）通过民事诉讼追索的情形；因柯某职务侵占犯罪所得 8,199,979.78 元预计无法收回，公司已对因本案件形成的其他应收款予以全额核销。

2.若本人因该案件相关事实而被有权司法机关作出的生效判决认定需承担任何民事赔偿责任,本人将依据司法机关生效判决认定的方式和金额及时履行相应责任。

3.若公司因该案件相关事实而被有权司法机关作出的生效判决认定需承担任何民事赔偿责任,本人将在法律法规允许的范围内无条件全部无偿代公司承担,且在承担后不向美亚科技追偿,保证美亚科技不会因此遭受任何损失。”

(六) 说明发行人对子公司资金管理的具体要求及执行情况

发行人制定了《美亚集团资金管理制度》,并根据该制度的相关要求执行,集团财务部主导各子公司资金管理的决策和运营,各子公司不再另设资金岗位,资金岗位集中在集团进行统一管理,发行人对子公司资金管控有效。

集团资金管理部负责本外币支付结算、到账流水导入、金蝶日记账登账、每月资金结账与盘点、银行及支付平台的账户开立与注销等;财务管理部及财务核算部负责对未认领数据进行认领;财务核算部负责每月盘点、监督与确认。

(七) 各子公司分红政策和历史分红情况,分红规模是否合理

根据子公司分红政策,现金分红应同时满足下列条件:1、公司该年度实现的可分配利润(即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润)为正值;2、满足公司正常生产经营的资金需求,无重大投资计划或重大现金支出等事项发生;3、公司外部经营环境和经营状况未发生重大不利变化。

报告期内,发行人只有全资子公司商旅科技在2023年度有实施分红,分红金额为5,000万元。2023年商旅科技以2023年6月30日的利润金额实施分红,截至2023年6月30日,商旅科技的货币资金余额为16,043.05万元,未分配利润为12,779.98万元,商旅科技的货币资金余额和未分配利润较高,均远高于商旅科技的分红金额,分红后商旅科技资金状况良好,可用现金余额充裕,可以满足经营开支需求,分红规模合理。

(八) 各子公司账面货币资金余额情况、较高的原因及合理性

单位：万元

项目	北京美亚		上海易飞		武汉美亚	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2025/6/30	53.95	0.21%	333.08	1.32%	-	-
2024/12/31	34.86	0.13%	368.18	1.41%	-	-
2023/12/31	54.73	0.20%	43.55	0.16%	-	-
2022/12/31	84.44	0.25%	36.08	0.11%	-	-

续上表

项目	商旅科技		香港美亚		美亚会奖	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
2025/6/30	5,914.65	23.41%	3,263.89	12.92%	33.35	0.13%
2024/12/31	6,899.20	26.49%	4,086.29	15.69%	25.70	0.10%
2023/12/31	5,901.16	21.72%	2,859.02	10.52%	28.91	0.11%
2022/12/31	8,066.54	23.98%	1,147.77	3.41%	36.87	0.11%

报告期各期末发行人子公司的期末货币资金账面余额中，商旅科技和香港美亚的货币资金余额较高。报告期各期末，商旅科技货币资金余额分别为 8,066.54 万元、5,901.16 万元、6,899.20 万元以及 5,914.65 万元。2023 年末相比于 2022 年末余额有所下降，系 2023 年商旅科技进行了分红，分红金额为 5,000.00 万元，从而导致 2023 年末货币资金余额下降。报告期各期商旅科技净利润分别为 3,388.49 万元、5,980.52 万元、5,399.54 万元以及 2,737.64 万元，商旅科技本身的盈利能力较强，其货币资金余额均系自身业务经营积累，货币资金余额较高具有合理性。

报告期各期末，香港美亚货币资金余额为 1,147.77 万元、2,859.02 万元、4,086.29 万元以及 3,263.89 万元，香港美亚货币资金余额较大。原因系随着市场环境趋好，香港美亚业务量增加，从而采购量相应增加，而香港美亚所需票源部分需向美亚科技和商旅科技进行采购，由于汇率波动较大，频繁资金支付会产生较高的汇兑损益。发行人基于集团层面资金筹划，根据业务需要适时结算，故香港美亚未及时将采购资金转入境内，期末货币资金余额增加。香港美亚基于自身业务发展及境内外支付汇率影响，期末货币资金余额较高具有合理性。

（九）说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷，发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

1、说明发行人在资金管理等方面的内控措施是否存在漏洞或缺陷

发行人于 2019 年 6 月 1 日及 2021 年 5 月 19 日出台《美亚集团财务中心资金部每月银行发生数及余额对账流程》及《美亚集团财务中心资金管理部支付结算流程规范》，发行人已设立账户管理、资金盘点等相关的操作规范与管理制度，但实际执行时存在瑕疵，如：（1）发行人已制定资金管理制度，明确要求付款出纳与账户管理实现岗位分离，但柯某以协助新同事工作为由，私下主动与美亚科技深圳分公司账户管理经办人员沟通，代为负责涉事支付宝企业账户的管理工作；（2）发行人已制定到账流水上传的操作规范，明确要求不可删改所有账户流水记录并按规定上传至发行人系统，柯某利用支付宝等第三方账户当时未能实现自动上传的漏洞，删除支付宝资金挪用及归还流水记录，以隐匿其非法行为；（3）发行人已制定资金盘点的操作规范，明确要求每月进行所有账户的资金盘点，因全集团账户数量较多，每月财务盘点及核算所需的账户流水与时点余额均以账户管理人提供的材料为主，未严格执行直接从支付宝企业账户上下载流水和截屏账户余额的监盘操作，柯某利用此漏洞伪造支付宝企业账户流水及余额截图，加上财务复核人员未进行现场核实，致使未能及时发现支付宝企业账户的异常。

综上所述，发行人已建立和完善相关操作规范与管理制度，制度设计有效，但实际执行时存在瑕疵。

2、发行人为避免再出现类似职务侵占事件采取的内控整改措施及有效性

针对上述案件，发行人全面自查财务资金相关内部控制设计和程序履行情况，并从资金盘点、账户开户销户、支付结算与支付安全、第三方平台资金管理（含支付宝和微信）、不相容职务分离与人员轮岗等方面进一步制订和完善了多项管理制度，压实资金管理责任，规范制度执行。经全面整改后，重点措施如下：

（1）内控制度更新：发行人于 2022 年 10 月完成相关操作规范与管理制度的更新，包括《货币资金盘点操作手册》《美亚集团财务中心资金盘点操作规范》《美亚集团财务中心银行与平台开户销户操作规范》《美亚集团财务中心到账流水导入操作规范》《美亚集团资金管理制度》等；

(2) 资金盘点：增设多部门多人盘点、突击抽查等，加强资金部账户管理人员与核算部指定人员对网银和平台资金账户的监控力度，同时对月末余额超过百万元的非银行账户进行重点检查，判断账户余额合理性，并按需调整；

(3) 账户流水的自动上传：银行、微信、支付宝等账户的到账流水，通过与 CBS 系统直连，实现流水自动上传，减少人工干预删减资金流水的可能性，目前微信、支付宝已全部实现直连上传至 CBS 系统的功能，极大地压缩违规删改账户流水的操作空间；

(4) 账户开户销户：完善 OA 系统中账户开立与注销申请流程，加速清理闲置非必要的支付宝、微信、银行等账户，杜绝存在于集团财务中心管理之外的可用于支付结算的银行和第三方平台账户；

(5) 支付宝账户体系管控的提升：目前新开立支付宝企业账户，需法人代表扫脸认证及公司银行账户小额打款验证。账户开立成功后，支付宝会对同一法人主体下的支付宝企业账户做自动关联，可查看同一个法人主体下的所有支付宝企业账户，杜绝私下违规开立账户的风险；

(6) 支付结算与支付安全：确保资金账户尽量接入 CBS，整理并登记全部账户 key，经办 key 与复核 key 分开保管；支付宝通过接入 CBS，实现付款经办与复核分离的操作，不再允许单人即可完成支付宝的付款操作；

(7) 第三方平台资金管理：支付宝和微信等第三方收款账户保留不超过 1-15 万元，并设置每天自动提现至银行，自动提现与到账银行强绑定关系并提交核算部门跟进管控；航旅网/商旅网绑定的支付宝账户，进一步放宽至 30-50 万元，用于自动退订退款结算；上述预留余额会根据业务实际需求进行调整，尽量减少在第三方平台沉淀的资金；

(8) 不相容职务分离与人员轮岗：定期检查财务部门是否实现不相容职务分离；并以 6 至 9 个月为周期，安排支付岗位之间以及账户管理之间轮岗，避免同一人长时间负责同一账户的支付或管理工作；

(9) 法治宣贯：加强对财务资金岗位员工的培训，提升财务人员的专业知识和技能，培养财务人员的职业道德素养、责任意识和法治观念。

发行人于 2022 年底完成内控整改后已运行一段时间，各岗位人员均严格执

行相关措施，未再发现其他同类职务侵占或相关不规范等异常情况，内控整改措施具有有效性。

二、说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况及合规性，各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因；说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额，测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力；说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

（一）说明报告期各期银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况

2025 年 1-6 月，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非金融机构	安途金信商业保理有限公司	165.53	15,351.01	14,569.53	947.01	随借随还，年度内滚动		7.30%	约定期限内偿还
非金融机构	深圳市锦元保理有限公司	-	955.00	955.00	-	随借随还，年度内滚动		9.90%	约定期限内偿还
非金融机构	中国南航集团财务有限公司	-	3,848.00	3,848.00	-	随借随还，年度内滚动		5.80%	约定期限内偿还
非金融机构	易派客商业保理有限公司	2,324.00	18,990.00	19,236.00	2,078.00	随借随还，年度内滚动		4.45%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,500.00	-	1,500.00	-	2024/1/5	2025/1/5	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,500.00	-	1,500.00	-	2024/3/20	2025/3/20	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/2/12	2026/2/12	3.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/5/13	2026/5/13	3.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/5/13	2026/5/13	3.00%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	500.00	-	-	500.00	2024/8/27	2025/8/27	3.80%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2024/9/10	2025/3/10	2.86%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2025/2/27	2025/8/27	2.75%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2025/1/7	2025/7/7	4.50%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/1/14	2025/7/14	4.50%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/1/21	2025/7/21	4.50%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	1,000.00	-	1,000.00	-	2024/5/11	2025/5/11	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	1,000.00	-	1,000.00	-	2024/11/13	2025/5/13	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/5/26	2025/11/26	3.90%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/6/20	2025/12/19	3.90%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	1,000.00	-	1,000.00	-	2024/9/23	2025/3/21	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	400.00	-	400.00	-	2024/10/10	2025/4/8	4.00%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	600.00	600.00	-	2025/1/8	2025/7/7	3.60%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	1,400.00	1,400.00	-	2025/4/14	2025/6/26	3.60%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	1,000.00	-	-	1,000.00	2024/9/4	2025/9/4	3.50%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	1,000.00	-	-	1,000.00	2024/9/13	2025/9/13	3.50%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/1/17	2026/1/17	3.20%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2024/7/24	2025/1/24	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2025/1/2	2025/7/1	3.40%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2025/1/8	2025/7/7	3.40%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/4/9	2025/9/25	3.05%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2025/6/23	2025/12/23	3.25%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2024/9/26	2025/3/26	2.86%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2025/2/27	2025/8/27	2.85%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2024/4/8	2025/4/7	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,500.00	-	1,500.00	-	2024/8/21	2025/6/27	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2024/9/10	2025/6/23	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/1/2	2026/1/2	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/1/7	2026/1/7	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/9/18	2026/4/2	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/4/14	2026/4/14	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	南洋商业银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2025/1/8	2025/4/8	3.65%	约定期限内偿还
金融机构	南洋商业银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2025/4/21	2025/7/21	3.50%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	67.85	-	67.85	-	/		/	
合计		16,457.38	60,644.01	56,076.38	21,025.01				

2024 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非金融机构	安途金信商业保理有限公司	4,754.92	44,011.12	48,600.51	165.53	随借随还，年度内滚动		8.86%	约定期限内偿还
非金融机构	深圳市锦元保理有限公司	-	1,350.00	1,350.00	-	随借随还，年度内滚动		10.80%	约定期限内偿还
非金融机构	中国南航集团财务有限公司	-	3,848.00	3,848.00	-	随借随还，年度内滚动		6.30%	约定期限内偿还
非金融机构	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	3,050.00	3,050.00	-	随借随还，年度内滚动		6.50%	约定期限内偿还
非金融机构	易派客商业保理有限公司	-	34,068.00	31,744.00	2,324.00	随借随还，年度内滚动		4.45%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2023/8/29	2024/8/26	3.85%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/11/17	2024/11/18	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/1/5	2025/1/5	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/3/20	2025/3/20	4.30%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行广州国防大厦支行	500.00	-	500.00	-	2023/7/27	2024/6/12	4.35%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	3,000.00	-	3,000.00	-	2023/8/31	2024/2/19	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/4/11	2024/6/13	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/4/16	2024/10/16	5.00%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2024/4/28	2024/8/28	2.96%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/8/27	2025/8/27	3.80%	未到还款期
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/9/10	2025/3/10	2.86%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/7/3	2024/10/29	4.80%	约定期限内偿还
金融机构	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	1,500.00	-	2024/10/25	2024/12/31	4.50%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/5/11	2024/11/11	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/5/11	2025/5/11	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	1,400.00	-	1,400.00	-	2023/8/30	2024/2/26	4.50%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	600.00	600.00	-	2024/1/3	2024/6/27	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/3/25	2024/9/20	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	400.00	400.00	-	2024/4/11	2024/10/8	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/12	2024/1/12	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/19	2024/1/19	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/7/26	2024/1/26	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/15	2024/7/15	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/22	2024/7/22	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/1/29	2024/7/29	3.95%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	2,000.00	2,000.00	-	2024/5/29	2024/8/29	3.85%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2024/3/25	2024/9/25	2.96%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2023/2/24	2024/2/23	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	1,500.00	-	1,500.00	-	2023/7/24	2024/7/23	4.35%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	600.00	-	600.00	-	2023/9/22	2024/4/9	3.90%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/4/8	2025/4/7	4.25%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2024/3/25	2024/9/6	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	600.00	600.00	-	2024/4/10	2024/12/3	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	500.00	-	500.00	-	2023/9/18	2024/9/18	3.50%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	600.00	600.00	-	2024/7/3	2024/12/30	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/23	2025/3/21	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	400.00	-	400.00	2024/10/10	2025/4/8	4.00%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/4	2025/9/4	3.50%	未到还款期
金融机构	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/13	2025/9/13	3.50%	未到还款期
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	2,000.00	2,000.00	-	2024/8/29	2024/11/29	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/7/24	2025/1/24	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,700.00	1,700.00	-	2024/12/2	2024/12/27	3.30%	约定期限内偿还
金融机构	广州银行股份有限公司广州保利支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/11/13	2025/5/13	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	招商银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2024/9/26	2025/3/26	2.86%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	-	1,500.00	2024/8/21	2025/6/27	4.00%	约定期限内偿还
金融机构	中信银行股份有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2024/9/10	2025/6/23	3.80%	约定期限内偿还
金融机构	花旗银行（中国）有限公司	-	827.83	759.98	67.85	/	/	/	约定期限内偿还
合计		17,754.92	121,954.95	123,252.49	16,457.38				

2023 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

单位：万元

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
非银行借款	深圳市锦元保理有限公司	-	2,480.00	2,480.00	-	随借随还，年度内滚动		12.30%	约定期限内偿还
非银行借款	安途金信商业保理有限公司	3,777.88	61,629.76	60,652.71	4,754.92	随借随还，年度内滚动		8.76%	期后已偿还
非银行借款	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	12,100.00	12,100.00	-	随借随还，年度内滚动		6.50%	约定期限内偿还
非银行借款	中国南航集团财务有限公司	-	3,755.00	3,755.00	-	随借随还，年度内滚动		6.30%	约定期限内偿还
非银行借款	中航鑫港（天津）商业保理有限公司	-	1,338.00	1,338.00	-	随借随还，年度内滚动		6.93%	约定期限内偿还
非银行借款	易派客商业保理有限公司	-	15,900.00	15,900.00	-	随借随还，年度内滚动		4.45%	约定期限内偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	上海浦东发展银行股份有限公司广州分行	-	500.00	500.00	-	2023/2/23	2023/9/15	3.90%	约定期限内偿还
银行借款	中国民生银行股份有限公司广州分行	-	3,000.00	-	3,000.00	2023/8/31	2024/2/29	5.00%	期后已偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州珠江支行	1,500.00	1,000.00	1,500.00	1,000.00	2023/11/17	2024/11/17	3.80%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州国防大厦支行	-	500.00	-	500.00	2023/7/27	2024/7/26	4.35%	期后已偿还
银行借款	珠江华润银行股份有限公司广州分行	-	500.00	-	500.00	2023/8/29	2024/8/29	3.85%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/9/26	2023/3/24	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/9/28	2023/3/28	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2022/10/10	2023/4/10	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/6	2023/6/6	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/27	2023/6/27	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/3/29	2023/6/29	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	1,000.00	-	2023/4/10	2023/7/10	3.25%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/12	2024/1/12	4.25%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/19	2024/1/19	4.25%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/7/26	2024/1/26	4.25%	期后已偿还
银行借款	华润银行广州分行		500.00		500.00	2023/9/18	2024/9/18	3.50%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	600.00	600.00	-	2023/2/28	2023/9/19	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	100.00	100.00	-	2023/10/18	2023/10/26	4.35%	约定期限内偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	1,000.00	-	1,000.00	2023/2/24	2024/2/23	3.90%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	1,500.00	-	1,500.00	2023/7/24	2024/7/23	4.35%	期后已偿还
银行借款	中信银行广州天河支行	-	600.00	-	600.00	2023/9/22	2024/5/2	3.90%	期后已偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	花旗银行广州分行	600.00	-	600.00	-	2022/12/28	2023/6/26	4.50%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	-	600.00	600.00	-	2023/6/27	2023/12/22	4.50%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	400.00	-	400.00	-	2022/8/23	2023/2/17	5.60%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行广州分行	-	1,400.00	-	1,400.00	2023/8/30	2024/2/26	4.50%	期后已偿还
合计		9,277.88	116,002.76	107,525.71	17,754.92	--	--	--	

2022 年度，银行借款、非银行金融机构借款、保理融资的具体机构、融资金额、期限、利率、偿付情况如下：

单位：万元

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	交通银行广州沙泰支行	500.00	-	500.00	-	2021/6/17	2022/1/18	4.05%	约定期限内偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州分行	-	1,500.00	-	1,500.00	2022/10/9	2023/10/9	4.30%	期后已偿还
非银行借款	南方明珠（天津）商业保理有限公司	-	1,139.00	1,139.00	-	随借随还，年度内滚动		9.00%	约定期限内偿还
非银行借款	深圳市锦元保理有限公司	-	1,170.00	1,170.00	-	随借随还，年度内滚动		11.30%	约定期限内偿还
非银行借款	安途金信商业保理有限公司	1,824.44	22,369.94	20,416.50	3,777.88	随借随还，年度内滚动		7.88%	期后已偿还
银行借款	招商银行股份有限公司广州分行	400.00	-	400.00	-	2021/6/30	2022/6/30	5.10%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2021/7/7	2022/1/7	4.65%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行	1,000.00	-	1,000.00	-	2021/9/29	2022/3/29	4.30%	约定期限内偿还
银行借款	中国银行股份有限公司广州珠江支行	-	346.51	346.51	-	2022/5/27	2022/8/25	1.90%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	800.00	800.00	-	2022/6/22	2022/9/22	3.60%	约定期限内偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	800.00	800.00	-	2022/6/29	2022/9/29	3.60%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行	-	600.00	-	600.00	2022/12/28	2023/6/26	4.80%	期后已偿还

借款类型	借款单位	期初金额	本期新增	本期偿还	期末金额	开始日	到期日	借款利率	偿付情况
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	890.00	890.00	-	2022/8/12	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	1,600.00	1,600.00	-	2022/8/16	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	510.00	510.00	-	2022/8/19	2022/11/7	4.00%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	880.00	880.00	-	2022/8/23	2022/12/13	4.20%	约定期限内偿还
银行借款	珠海华润银行股份有限公司广州分行	-	470.00	470.00	-	2022/9/2	2022/12/13	4.20%	约定期限内偿还
银行借款	花旗银行（中国）有限公司广州分行	-	400.00	-	400.00	2022/8/23	2023/2/23	5.60%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/9/26	2023/3/24	5.00%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/9/28	2023/3/28	5.00%	期后已偿还
银行借款	汇丰银行（中国）有限公司广州分行	-	1,000.00	-	1,000.00	2022/10/10	2023/4/10	5.00%	期后已偿还
合计		4,724.44	36,475.45	31,922.01	9,277.88	--	--	--	

（二）借款合规性

发行人借款渠道均通过银行渠道及专业的保理贷款机构进行，双方借贷业务系基于自愿、合理的原则作出，借款合同真实、有效，借款用于发行人日常经营活动，借款与还款流程均符合发行人内控制度要求，借款具有合规性。

（三）各期利息费用的具体来源、形成过程、2023 年涨幅较大的原因

报告期内发行人的利息费用主要系保理融资和银行借款融资所产生利息支出，具体来源和形成过程见下表：

单位：万元

借款单位	利息类型	2025年1-6月利息	2024年度利息	2023年度利息	2022年度利息
安途金信商业保理有限公司	保理利息	54.92	342.74	733.04	252.57
深圳市锦元保理有限公司	保理利息	47.01	135.41	114.89	80.20
南方明珠（天津）商业保理有限公司	保理利息	-	22.89	133.27	8.38
中国南航集团财务有限公司	保理利息	7.16	33.89	41.43	-
易派客商业保理有限公司	保理利息	91.63	174.66	34.89	-
中航鑫港（天津）商业保理有限公司	保理利息	-	-	12.23	-
花旗银行	银行贷款利息	33.45	77.07	62.05	33.21
华润银行	银行贷款利息	59.41	54.38	11.80	44.98
汇丰银行	银行贷款利息	43.07	126.27	116.03	40.32
交通银行	银行贷款利息	-	-	-	0.96
民生银行	银行贷款利息	62.88	107.83	51.25	-
浦发银行	银行贷款利息	-	-	11.05	-
招商银行	银行贷款利息	14.17	20.92	-	10.57
中国银行	银行贷款利息	32.28	150.26	62.17	15.05
中信银行	银行贷款利息	87.23	141.49	93.11	-
广州银行	银行贷款利息	34.20	52.00	-	-
南商银行	银行贷款利息	14.61	-	-	-
合计		582.02	1,439.82	1,477.21	486.23

2023 年涨幅较大系 2023 年发行人业务规模大幅上升，融资规模相应增大，

导致利息支出相应增加。2023 年发行人销售金额为 1,114,446.06 万元，2022 年销售金额 474,273.78 万元，销售规模增幅为 134.98%，为了应对销售规模的大幅增长，发行人相应 在 2023 年度新增借款 116,002.76 万元，同期 2022 年度新增借款为 36,475.45 万元，由于借款本金的大幅增加，2023 年度的利息费用涨幅也较大。

（四）说明期末货币资金使用受限的具体原因、对应金额

报告期各期末，货币资金使用受限的具体原因、对应金额如下：

单位：万元

时点	项目	受限单位	受限金额	具体原因
2025/6/30	货币资金	汇丰银行	3,758.59	保函保证金
2025/6/30	货币资金	招商银行	20.06	旅游局保证金
2025/6/30	货币资金	广州银行	660.03	保函保证金
2025/6/30	货币资金	工商银行	2,342.65	保函保证金
2024/12/31	货币资金	花旗银行	663.48	保函保证金
2024/12/31	货币资金	汇丰银行	3,554.43	保函保证金
2024/12/31	货币资金	招商银行	20.24	旅游局保证金
2024/12/31	货币资金	广州银行	655.29	保函保证金
2024/12/31	货币资金	工商银行	299.14	旅游局保证金
2023/12/31	货币资金	花旗银行	274.13	保函保证金
2023/12/31	货币资金	汇丰银行	9,290.12	保函保证金
2022/12/31	货币资金	第三方支付平台	23.50	业务保证金
2022/12/31	货币资金	汇丰银行	5,407.60	保函保证金

保函保证金系发行人向汇丰银行广州分行以及花旗银行香港分行缴纳的与 BSP 担保相关的银行保函业务的保证金。旅游保证金系发行人根据国家旅游局办公室要求缴纳的旅行社质量保证金。

（五）测算发行人最低货币资金保有量、长期安全资金保有量，结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性，测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力

1、发行人最低货币资金保有量

根据发行人 2024 年度财务数据测算，发行人在现行运营规模下日常经营需

要保有的最低货币资金金额为 44,222.45 万元，具体测算过程如下：

单位：万元

财务指标	计算公式	计算结果
最低货币资金保有量①	①=②÷③	44,222.45
2024年度付现成本总额②	②=④+⑤-⑥	1,290,189.98
2024年营业成本④		1,279,183.58
2024年期间费用总额⑤		12,028.55
2024非付现成本总额⑥		1,022.15
货币资金周转次数③	③=360÷⑦	29.17
现金周转期⑦	⑦=⑧+⑨-⑩	12.34
存货周转期⑧	⑧	
应收款项周转期⑨	⑨	17.99
应付款项周转期⑩	⑩	5.65

注 1：期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用以及财务费用；
注 2：非付现成本总额包括当期投资性房地产折旧、固定资产折旧，使用权资产折旧，无形资产摊销，长期待摊费用摊销，股份支付；
注 3：应收款项周转期=360*（平均应收账款账面余额+平均预付款项账面余额）/营业收入；
注 4：应付款项周转期=360*（平均应付账款账面余额+平均合同负债账面余额）/营业成本。

2、发行人长期安全资金保有量

发行人根据实际运营情况，在最低货币资金保有量基础上考虑营运资金增长需求、日常周转所需资金测算发行人长期安全资金保有量，具体如下：

单位：万元

项目	金额
货币资金①	26,047.94
购买定期存单②	/
其他受限货币资金③	5,192.58
可支配资金余额④=①+②-③	20,855.36
偿还公司借款⑤	16,422.25
未来三年新增营运资金需求⑥	12,725.69
最低资金保有量⑦	44,222.45
安全资金需求合计⑧=⑤+⑥+⑦	73,370.40
资金缺口=⑧-④	52,515.04

注：未来三年新增营运资金需求，以预计自 2025 年至 2027 年，发行人年度销售金额增

长 10%为基础（该数据仅做营运数据预测参考，不代表为发行人目前针对 2025 年-2027 年的全年业绩预测），依据公司销售金额和营运资金的敏感系数测算，营运资金需要 65,945.33 万，2024 年底发行人营运资金 53,219.64 万元，新增营运资金金额为 12,725.69 万元。销售金额与营运资金敏感性分析参见本问题回复之“二/（六）/1、说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性”。

3、结合前述情况说明报告期存贷双高的合理性

报告期各期末，发行人货币资金及金融机构借款余额情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025/6/30	2024/12/31	2023/12/31	2022/12/31
货币资金	25,262.54	26,047.94	27,164.58	33,645.04
短期借款	21,070.23	16,422.25	17,846.87	9,316.85
存贷比例	1.20	1.59	1.52	3.61

发行人各期末货币资金余额较高，主要系所处行业对营运资金的需求较高，且发行人业务规模逐年扩大，为维持较高的流动性水平，储备了较为充足的货币资金；同时发行人融资渠道单一，银行贷款和保理贷款是重要的融资渠道，为满足资金周转的需要，各期末金融机构借款余额较高。各期末货币资金和金融机构借款较高符合行业特点及自身发展需要。

（1）发行人所处行业对营运资金需求较高

发行人所在行业存在销售端和采购端账期错配的情形，发行人商旅管理板块客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”。采购端主要系机票采购款，其中国际航协给予机票代理人的信用周期为一周两结，信用周期较短，航司直采一般需及时支付或提前预付，由于销售收款与采购付款时间错配，发行人需要保留较高的货币资金余额应对采购端与销售端资金周转缺口，同时通过增加银行借款的方式补充营运资金以满足发行人日常运营的资金需求。

（2）金融机构借款为发行人重要的融资渠道

发行人业务对资金需求较高，但销售回款时间相对分散，无法完全保证销售回款及时以满足经营需要，因此需要通过银行借款以维持资金周转；作为非上市公司，银行贷款是发行人重要的融资渠道，因此，各期末借款余额较高符合发行人的运营情况。

综上，发行人所处行业对营运资金需求较高，且报告期内经营规模持续扩大对营

运资金的需求进一步增加；作为非上市公司，发行人将金融机构借款作为重要的融资渠道以满足持续增加的资金需求，期末货币资金和银行借款较高具有合理性。

4、测算发行人维持长期安全资金保有量需要支付的资金成本，发行人是否具备支付能力

发行人为了维持长期安全资金保有量，资金缺口为 52,515.04 万元，可通过向银行借款和保理机构进行融资，融资能力较强，且现阶段银行贷款资金成本处于低位水平，且贷款银行给予了一定的利息优惠，按照银行贷款利率测算发行人的资本成本。

中国人民银行授权全国银行间同业拆借中心公布，2025 年 9 月 22 日贷款市场报价利率（LPR）为：1 年期 LPR 为 3.00%，5 年期以上 LPR 为 3.50%。发行人 2025 年 1-6 月从银行贷款的利率区间为 2.75%-4.50%，按照预计最低利率 2.75%，最高利率为 4.50%进行测算发行人的资金成本。

单位：万元

项目	金额	金额
公司资金缺口（万元）	52,515.04	52,515.04
银行利率区间（%）	4.50%	2.75%
资金成本区间（万元）	2,363.18	1,444.16

从测算结果可知，资金成本可控，发行人具备支付能力。

（六）说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性，结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示，对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

1、说明发行人营运资金需求对销售金额增长的敏感性

营运资金相对销售金额敏感系数的测算如下表所示：

单位：万元

项目	2024年	2023年
销售金额①	1,301,298.71	1,114,446.06
流动资产②	96,527.59	81,553.89
流动负债③	43,307.95	34,214.25

项目	2024年	2023年
营运资金④=②-③	53,219.64	47,339.64
销售金额增长率⑤=①（2024年）/①（2023年）-1	16.77%	-
营运资金增长率⑥=④（2024年）/④（2023年）-1	12.42%	-
营运资金相对销售金额的敏感系数⑦=⑥/⑤	0.74	-

经测算，发行人营运资金相对销售金额的敏感系数为 0.74，具体敏感性分析如下表所示：

项目		销售金额	营运资金金额	预计营运资金金额变动率
销售金额增长率	不变	1,301,298.71	53,219.64	0.00%
	上涨30%	1,691,688.32	65,047.46	22.22%
	上涨50%	1,951,948.06	72,932.68	37.04%
	上涨70%	2,212,207.81	80,817.90	51.86%
	上涨100%	2,602,597.42	92,645.72	74.08%

注 1：营运资金金额=2024 年末营运资金金额*（1+销售金额增长率*营运资金相对销售金额增长率的敏感系数）；

注 2：预计营运资金金额变动率=（营运资金金额/2024 年末营运资金金额-1）*100%。

由上表，报告期内，销售金额上涨 30%，营运资金上涨在 22.22%左右，销售金额上涨 50%，营运资金上涨在 37.04%左右，销售金额波动对营运资金的影响不大。

2、结合销售增长及资金需求、使用不受限货币资金余额、剩余融资能力等情况，说明发行人是否存在无法偿还到期债务的风险，并进行揭示

（1）使用不受限的货币资金

2025 年 6 月 30 日，使用不受限的货币资金计算如下：

单位：万元

项目	2025年6月30日金额
库存现金	6.12
可随时用于支付的银行存款	16,671.24
可随时用于支付的其他货币资金	1,803.85
使用不受限的货币资金	18,481.21

（2）剩余融资能力与渠道

①授信额度充足，融资渠道畅通

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人取得银行融资授信额度人民币 25,500.00 万元，尚未使用授信额度人民币 11,500.00 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 100.00 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 103,922.00 万元。截至 2025 年 6 月 30 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 2025 年 6 月 30 日的应收账款余额截至 2025 年 11 月 10 日回款比例已达 91.61%。尚未使用的授信额度和客户回款可以有效覆盖发行人的日常经营需要。发行人通过合理利用银行借款、商业保理等融资手段，为日常经营提供充足的资金支持。同时，良好的历史信用为发行人获得流动资金贷款的续贷或借新还旧补充流动性提供了便利。

②随着发行人经营业绩的提升，融资能力进一步提高

随着民航出行场景的限制取消，发行人的经营业绩稳步提升。发行人经营业绩的提升和资产规模的扩大，有利于发行人从银行和保理公司获取更多的授信额度和融资。

③未来拟申请公开发行股票并在北交所上市

发行人已在新三板创新层挂牌并适用直联机制申请北交所上市。公开发行后，发行人将打开直接融资渠道，进一步拓宽发行人融资方式。

（3）发行人已积极采取措施改善现金状况

①适度减少客户信用期。发行人商旅客户的标准账期为“T+1 的 31 日”，对于新增企业客户，发行人会参考已有客户信用期水平，结合企业实际情况给予其信用期，通常不会超过标准账期，并尽可能采用预存款形式或缩短账期。

②持续关注客户资信状况，加强应收账款回收力度。在信用期一定的情况下，结合出票额度进行风险把控，当客户的出票额度已经使用完毕，即使还未到客户

的信用期，发行人会建议客户把款项提前支付，从而释放额度，否则发行人将会对客户进行停票处理。同时，根据客户实际回款的履约情况，对历史回款记录不佳的客户，暂停合作或者要求改为预付款、现结等模式。

③继续获取银行与商业保理授信，积极推广 UATP 结算。发行人与银行、商业保理公司达成授信协议，盘活应收账款，增加流动性，满足业务扩张带来的营运资金需求。同时发行人推荐客户使用 UATP 卡结算，UATP 卡由航司和 UATP 运营商联合发行，为每一家客户单独开立后，由客户授权发行人在为其出机票时使用，为航空客运行业独有的结算方式。在使用 UATP 出票的情况下，发行人不需要为客户垫付机票款。

综上，发行人非受限资金充足，融资额度较高，信用状况良好，积极采取措施改善资金状况，无法偿还到期债务的风险较低。

3、对经营活动现金流量净额为负且金额较大进行风险揭示

针对营运资金不足风险，发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“四、特别风险提示”中补充披露如下：

“（六）经营活动现金流恶化的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 6,622.98 万元、-10,921.43 万元、1,578.99 万元和-4,406.86 万元，其中 2023 年度、2025 年 1-6 月公司的经营活动现金流量净额为负，主要原因系销售端与采购端的信用期存在差异，销售收款与采购付款时间性错配，随着销售业绩的增长，经营性应收项目增幅明显大于经营性应付项目增幅。公司期末应收账款余额主要系商旅客户，该部分客户的信用期较长，标准信用期为“T+1 的 31 日”。公司经营性应付端主要系机票采购款，其中国际航协给予机票代理人的信用周期为一周两结，信用周期较短，航司直采一般需及时支付或提前预付。若未来行业经营环境变化，公司业务规模快速增长或者报告期后主要客户的信用状况恶化未能及时付款，可能导致公司经营活动现金流恶化。”

（七）说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营活动，并进行风险揭示

1、说明实控人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性

截至 2025 年 6 月 30 日，发行人、实控人之外的其他主体为发行人提供（反）担保情况如下所示：

序号	担保事项	（反）担保人	与发行人关系	（反）担保类型	是否存在无息借款	是否约定担保费
1	汇丰银行综合融资授信	蔡程伟	客服主管；实际控制人蔡洁雯的哥哥	房产抵押担保	否	是
2		伍奕婧	实际控制人伍俊雄、陈连江的女儿	房产抵押担保	否	否
3	中信银行综合融资授信	陈培飞	实际控制人陈培钢的哥哥	房产抵押担保	否	否
4	中航鑫港反担保	俞涛	董事、副总经理	连带责任保证	否	否
5		江玲玲	北区总经理	连带责任保证	否	否
6		王斯	商旅副总经理	连带责任保证	否	否

随着反担保方式的调整，截至本回复出具之日，员工及其近亲属提供的中航鑫港房产抵押反担保已全部解除，除王斯、江玲玲、俞涛因担任美亚科技子公司**法定代表人**外，其他员工的个人连带保证责任自房产抵押担保解除之日同步解除。截至本回复出具之日，除实际控制人之外，实际控制人近亲属蔡程伟、伍奕婧、陈培飞基于与发行人的关联关系和对发行人发展的支持，为发行人综合融资授信额度提供房产抵押担保。

通过查阅为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属的个人信用报告，并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询其资信情况可知，截至报告期末，上述人员不存在尚未结清的贷款逾期情形，也不存在被列入失信被执行人名单的情形，不存在尚未了结的或可预见的可能对其资信情况或偿债能力造成重大不利影响的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。因此，为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属资信情况良好，预计可以持续为发行人提供担保。

2、结合实控人资信情况，说明实控人能否持续为发行人提供担保，发行人是否能够持续独立开展经营，并进行风险揭示

截至报告期末，伍俊雄、陈连江夫妻及其子女伍奕靖合计享有十五处位于广东省的自有不动产（不含车位）；陈培钢、蔡洁雯夫妻合计享有三处位于广州的自有不动产，相关房产价值和抵押情况如下表所示：

序号	所有人	房产位置	权属面积(m²)	资产价值(万元)	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
1	伍俊雄	广州市番禺区洛浦街南浦岛丽江花园	227.51	1,103.42	以市场价格测算	否	—	—
2		广州市花都区机场国际公寓*栋705房	108.30	92.06	以市场价格测算	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
3		广州市花都区机场国际公寓*栋805房	108.30	92.06	以市场价格测算	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
4		广州市天河区龙口东路192号	40.88	215.45	以市场价格测算	是	广州市中创盈科产业园运营有限公司、深圳市美盈科技孵化管理有限公司、深圳市中信宝物业发展有限公司	科学城（广州）绿色融资担保有限公司
5		广州市天河区沙太南路316号	38.56	143.05	以市场价格测算	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
6		广州市天河区燕都路76号	70.30	217.22	以市场价格测算	否	—	—
7		广州市天河区粤垦路219号	29.82	154.79	以市场价格测算	是	广州市中创盈科产业园运营有限公司、深圳市美盈科技孵化管理有限公司、深圳	科学城（广州）绿色融资担保有限公司

序号	所有权人	房产位置	权属面积(m²)	资产价值(万元)	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
							市中信宝物业发展有限公司	
8		惠州市惠城区金山大道8号央筑花园	91.14	164.05	以市场价格测算	否	-	-
9		广州市番禺区洛浦街丽江花园星海洲粤颂阁	80.90	152.90	以市场价格测算	否	-	-
10	陈连江	广州市天河区兴华路1号**08房	85.17	306.60	以市场价格测算	是	东莞市中创盈科物业投资有限公司	东莞农村商业银行股份有限公司中堂支行
11		广州市天河区花城大道770号	52.12	260.08	以市场价格测算	是	广州市中创云产业运营管理有限公司	中国银行股份有限公司广州海珠支行
12		广州市天河区棠馨南大街6号	79.50	409.40	以市场价格测算	是	美亚科技、商旅科技	汇丰银行(中国)有限公司广州分行
13		湛江市赤坎区北谭路6号福民小区	77.86	69.30	以市场价格测算	否	-	-
14	陈培钢	广州市天河区华明路13号**03房	359.75	802.24	以市场价格测算	是	美亚科技	中信银行股份有限公司广州分行
15		广州市天河区华明路13号**04房	281.02	626.67	以市场价格测算	是	美亚科技	中信银行股份有限公司广州分行
16	蔡洁雯	广州市天河区汇景北路38号	243.17	1,602.49	以市场价格测算	是	商旅科技	中国银行股份有限公司广州珠江支行
17	伍奕婧	广州市天河区棠馨南大街6号**07房	79.50	438.05	以市场价格测算	是	美亚科技、商旅科技	汇丰银行(中国)有限公司广州分行
18		广州市越秀区天河路45号	102.36	766.68	以市场价格测算	是	中国银行股份有限公司	广州市中创云产业

序号	所有权人	房产位置	权属面积(m ²)	资产价值(万元)	价值计算依据	是否抵押担保	被担保人	抵押权人
		之十一 603房					广州海珠支行	运营管理有限公司
总计			-	7,616.51	-	-	-	-

注1：表中房产抵押情况截至报告期末；

注2：上表房产价值系基于近期的公开市场数据进行的估算，该估算是通过分析房产所属小区或相关区域的平均销售价格得出。受房产个体状况、市场波动及交易时点等多种因素影响，此估值与最终市场可变现价值可能存在差异。

发行人实际控制人**前述**合计持有房产价值约为7,616.51万元，其中未抵押房产价值约为1,706.89万元。保荐机构、申报会计师获取了中国人民银行征信中心出具的个人信用报告，并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询实际控制人资信情况，截至报告期末，公司实际控制人不存在尚未结清的贷款逾期情形，也不存在被列入失信被执行人名单的情形，不存在尚未了结的或可预见的可能对其资信情况或偿债能力造成重大不利影响的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。保荐机构、申报会计师获取了实际控制人控制的其他企业的《企业信用报告》，截至报告期末，实际控制人控制的其他企业不存在逾期贷款，未结清和已结清信贷中均无关注类和不良/违约类贷款。根据“问询函第4题/四/（三）/3/（2）实际控制人控制的其他企业的大额债务情况”可知，截至报告期末，实际控制人控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形。**截至2025年6月30日**，中创盈科集团银行贷款余额合计为33,987.77万元，贷款担保方式充足，其中4,870.00万元由合作方提供担保，并非中创盈科集团或实际控制人提供担保；其中21,775.95万元由惠州中创汇实业有限公司以自有物业经评估的可变现净值27,205.22万元提供抵押担保。此外，中创盈科集团主营业务经营向好，实际控制人为中创盈科集团承担保证担保责任的可能性较低。综上，实际控制人整体资信情况及债务履约情况良好，拥有多处自有不动产，实际控制人控制的其他企业尚未清偿完毕的大额债务不存在违约、逾期情形，且对于银行贷款担保方式充足，实际控制人为中创盈科集团承担保证担保责任的可能性较低，不会对实际控制人的资信情况造成重大不利影响，实际控制人可以持续为发行人提供担保。发行人可以持续独立开展经营，分析具体参见“问询函第4题/三/（二）综合前述情况说明发行人在开展业务、资金获取方面对实际控制人、员工及其他主体是否存在依赖，前述借款、担保模式是否可持续，是否对发行人持续经营产

生不利影响”。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“四、特别风险提示”及“第三节 风险因素/一、经营风险”中补充披露如下：

“（八）自然人为公司提供房产抵押担保对公司的持续经营产生不利影响的风险

报告期内，为了获取中航鑫港担保额度和银行融资授信额度，公司的实际控制人、部分员工及其近亲属存在为公司提供房产抵押担保的情况。国内机票代理人代理销售 BSP 机票前一般由中航鑫港向国际航协提供不可撤销担保，相关担保额度决定了公司可滚动使用的出票额度，获取足够的中航鑫港担保额度是公司持续经营的重要条件。航旅票务和商旅管理业务均需要较高的资金投入，获取充足的融资授信和对营运资金的高效使用是日常经营活动正常开展的关键。截至 2025 年 5 月末，员工及其近亲属提供的房产抵押担保已全部解除，实际控制人及其近亲属出于支持公司发展的目的，仍以自有房产为发行人综合融资授信额度提供房产抵押担保。若为公司提供房产抵押担保的实际控制人及其近亲属资信情况恶化，无法继续为公司提供房产抵押担保，而公司短期内难以获取充足的替代担保措施，可能导致公司无法获得充足的融资授信额度，对公司的持续经营产生不利影响。”

三、请保荐机构、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

针对上述问题一，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、获取并查阅柯某职务侵占案件涉及的刑事判决书、北京大成（广州）律师事务所就该案件出具的法律意见；

2、获取发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员、关键岗位人员银行流水，核查报告期内 5 万元以上资金流水的流向和用途，确认其与柯某是否存在大额异常资金往来记录；

3、查阅《刑法》《最高人民法院关于适用〈中华人民共和国刑事诉讼法〉的解释》等相关法律法规并公开检索相关司法判例，判断发行人是否存在被民事诉讼追偿的风险；

4、获取并查阅发行人实际控制人出具的说明与承诺；

5、对发行人财务负责人进行访谈，了解报告期发行人整体融资情况，融资过程的合规性，2023 年发行人利息费用涨幅较大的原因及其合理性，了解各报告期末发行人受限资金情况；

6、获取报告期内发行人的借款明细，检查借款合同，确认借款条件、利率、期限等，对报告期各期末借款余额执行函证程序；

7、根据发行人借款规模，测算发行人利息费用的准确性；

8、获取发行人关于货币资金受限相关文件，检查受限原因，对报告期各期末货币资金执行函证程序，确认报告期各期末其他货币资金使用受限情况；

9、获取发行人测算最低货币资金保有量、长期安全资金保有量的过程并进行复核，分析发行人存贷双高的合理性；

10、获取发行人测算维持长期安全资金保有量的资金成本过程并进行复核，分析发行人是否具有偿还能力；

11、获取发行人测算销售金额与营运资金的敏感度的过程并进行复核，获取发行人不受限货币资金余额、银行授信额度，了解发行人营运资金周转情况、偿债能力；

12、了解报告期内经营活动现金流量净额为负的原因，了解发行人是否存在未来长期经营活动现金流量净额为负的风险。

针对上述问题二，保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、对发行人财务负责人进行访谈，了解报告期发行人整体融资情况，融资过程的合规性，2023 年发行人利息费用涨幅较大的原因及其合理性，了解各报告期末发行人受限资金情况；

2、获取报告期内发行人的借款明细，检查借款合同，确认借款条件、利率、期限等，对报告期各期末借款余额执行函证程序；

3、根据发行人借款规模，测算发行人利息费用的准确性；

4、获取发行人关于货币资金受限相关文件，检查受限原因，对报告期各期末货币资金执行函证程序，确认报告期各期末其他货币资金使用受限情况；

5、获取发行人测算最低货币资金保有量、长期安全资金保有量的过程并进行复核，分析发行人存贷双高的合理性；

6、获取发行人测算维持长期安全资金保有量的资金成本过程并进行复核，分析发行人是否具有偿还能力；

7、获取发行人测算销售金额与营运资金的敏感度的过程并进行复核，获取发行人不受限货币资金余额、银行授信额度，了解发行人营运资金周转情况、偿债能力；

8、了解报告期内经营活动现金流量净额为负的原因，了解发行人是否存在未来长期经营活动现金流量净额为负的风险；

9、获取融资担保、中航鑫港反担保相关合同；

10、访谈管理层，了解实际控制人之外的其他主体为发行人提供担保的商业合理性及可持续性，获取为发行人提供房产抵押担保的实际控制人近亲属的个人信用报告并登录“中国裁判文书网”、“中国执行信息公开网”等网站查询其资信情况；

11、获取实际控制人房产情况并访谈实际控制人，了解其是否可以持续为发行人提供担保，发行人是否可以持续独立开展经营。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

1、广州市中级人民法院已就柯某作出生效判决，就柯某职务侵占犯罪及诈骗犯罪事项数罪并罚并判处相应的刑期、罚金及追缴犯罪所得；发行人根据内部制度，通过内部审批后，全额核销对柯某的应收款的依据充分、程序合规；报告期内，发行人董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员及关键岗位人员与柯某不存在大额异常资金往来记录，前述人员与柯某之间不存在利益往来；根据法律法规的规定及相关案例，就柯某用诈骗所得偿付发行人的款项，发行人因此被提起民事诉讼追偿并获生效裁判支持的风险较小，前述情形不会对发行人生产经营及财务状况构成重大不利影响，实际控制人就相关事项已作出承诺。

2、发行人集团财务部主导各子公司资金管理的决策和运营，发行人对子公

司资金管控有效；发行人子公司分红政策设置合理，报告期子公司分红规模合理；报告期各期末，发行人子公司货币资金余额较高的单位与其经营规模和业务情况相当，具有合理性；发行人已建立资金管理等方面的内控措施，制度设计有效，但实际执行时存在瑕疵，职务侵占事件后发行人已进一步制订和完善了多项管理制度，内控整改措施具有有效性；实控人之外的其他主体为发行人提供担保具有商业合理性及可持续性。

3、发行人报告期内利息费用与融资规模具有匹配性，融资过程具有合规性；2023 年涨幅较大系 2023 年发行人业务规模大幅上升，融资规模相应增大，导致利息支出相应增加；发行人各报告期末货币资金受限原因为保函保证金和旅游保证金；发行人期末存贷双高具有合理性，符合行业经营特点；发行人维持长期安全资金保有量所需资本成本不高，发行人具有支付能力；经最近一期财务数据测算，发行人营运资金相对销售金额的敏感系数为 0.74；报告期内发行人银行授信额度充足，融资渠道畅通，还款能力良好，且采取积极的措施改善现金流，无法偿还到期债务的风险较小；发行人已就经营活动现金流量净额为负在招股说明书中进行针对性风险提示；实控人之外的其他主体为发行人提供担保具有商业合理性和可持续性，实控人整体资信情况及债务履约情况良好，拥有多处自有不动产，可以持续为发行人提供担保，发行人可以持续独立开展经营。

四、说明对发行人资金管理内控核查情况

（一）中介机构核查过程

保荐机构、申报会计师主要执行了以下核查程序：

1、访谈了发行人财务总监，查阅了发行人报告期内公司开立及注销的银行账户清单，向基本户开户行查询并打印公司已开立银行账户清单，将银行账户清单与公司账面银行账户进行核对，对发行人银行账户情况进行了核查；取得了发行人报告期银行存款日记账，选取了所有银行账户与银行对账单抽查核对，并查阅了银行存款余额调节表，重点查阅了大额资金收支的凭证、银行单据、审批手续等；

2、对发行人第三方账户执行了专项核查，登录发行人支付宝、微信等第三方平台账户，获取账户对应资产余额证明及报告期内的交易明细（如有），并询

问发行人财务人员，了解各类第三方平台账户用途、地域及金额分布等；检查了发行人内部资金管理制度，关注发行人资金管理相关内部控制制度是否存在较大缺陷；综合考虑公司的经营规模及内部控制的有效性等因素，保荐机构、申报会计师筛选 10 万元及以上（支付宝内部往来交易的重要性水平为 50 万及以上）的重要收支记录，逐条与财务明细账进行逆向核查，核对金额是否一致，款项交易背景是否真实、是否符合企业正常生产经营情况。对于流水与账面记录不一致或认为有必要进一步核查的其他情形，通过询问公司了解相关背景，获取并核查相关单据，核查是否存在异常事项；基于账户金额大小和账户的实际情况，对无法通过盘点确认账户余额的第三方账户发函；对第三方平台账户流水进行抽样测试；

（3）取得了发行人《企业信用报告》、银行询证函、信贷相关合同，对发行人贷款、担保等内容进行了核查；

（4）对资金管理流程执行抽样测试，检查相关内控是否得到有效执行；

（5）获取并核查了报告期内发行人的其他应收款明细表、银行流水、股东会决议，检查是否存在关联方占用发行人资金的情况；

（6）对发行人职务侵占案件后续的整改措施进行专项核查，查看发行人财务资金相关内部控制设计和程序整改的履行情况，包括资金盘点、账户开户销户、支付结算与支付安全、第三方平台资金管理（含支付宝和微信）、不相容职务分离与人员轮岗等方面。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

发行人已逐步建立健全资金管理的内控制度，日常执行中能遵循有关制度和程序的要求，内控制度总体上有效运行；不存在实际控制人占用发行人资金的情况；发行人资金管理相关内部控制不存在重大缺陷。

三、募集资金运用及其他事项

问题 10. 募投项目的必要性及合理性

根据申请文件，发行人本次拟募集资金 35,999.41 万元，其中 17,033.08 万元

用于智能化泛商旅业务及管理系统研发项目（以下简称智能化项目），7,157.90 万元用于国际业务拓展及业务系统开发建设项目（以下简称国际业务项目），1,808.43 万元用于品牌宣传及营销渠道建设项目，10,000.00 万用于补充流动资金。

（1）智能化项目、国际业务项目的合理性。根据申请文件，①智能化项目将重点推动对外业务系统与对内管理系统的自主研发，前者包括研发及重构公共服务技术、航旅服务技术、商旅管理技术三大部分的底层架构和核心模块；后者包括研发部署 LTC 流程数字化、BPM 流程数字化、信息化安全、企业客户信用评估模型、智能泛商旅 AI 问答引擎等专项子系统。本项目投资总额为 17,033.08 万元，其中场地费用 2,360.00 万元，设备购置费 558.00 万元，设备租赁费用 1,140.08 万元，人员薪酬 12,975.00 万元。发行人目前办公及其他设备成新率为 20.53%。②国际业务项目包括：海外业务数字化系统研发，主要为自主研发部署航旅服务、商旅管理海外数字化技术及系统、通用国际化业务技术支持系统；国际业务运营管理总部建设，组建集约化的海外业务运营管理总部，拟在广州市购置办公场地；国际网点拓展，拟在沙特、埃及、新加坡等地租赁办公场地，新设业务网点。本项目投资总额为 7,157.90 万元，其中场地费用 4,585.00 万元，设备购置费 69.60 万元，人员薪酬 1,246.00 万元，设备租赁费用 129.53 万元，铺底流动资金 1,127.78 万元。本项目建设完成、形成服务能力并达到稳定期后，预计每年可为发行人新增净利润 1940.49 万元。

请发行人：①结合发行人对内对外系统现状，分别说明前述两个募投项目建设系统在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面是否存在实质差异或明显提升，对发行人技术创新性、核心竞争力提升是否具有显著作用；说明两个募投项目用于各具体细项的投资金额明细。②结合两个募投项目人员数量、部门设置、设备布置等情况，说明新购置场地的必要性，场地费用与设备、人员费用是否匹配；说明智能化项目的拟实施地址，两个项目募投用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，是否符合土地政策、城市规划，是否存在募投用地无法取得的风险。③分别说明两个募投项目拟购置、租赁设备及系统的投资明细，包括但不限于名称、型号、具体用途、供应厂家、价格、数量等；结合报告期内设备的使用和购置、租赁情况，目前设备成新率较低对发行人生产经营的影

响，拟购置、租赁设备的先进性等，说明拟购置、租赁设备的必要性，是否主要用于更换旧设备，募投项目使用设备与发行人其他业务设备是否存在明确区分。

④说明两个募投项目的人员配备情况、是否为专职人员，智能化项目支出主要用于人员薪酬的合理性。⑤补充披露“国际/海外业务”的内涵和外延，目前发行人国际/海外业务的收入及占比情况；结合国际业务项目的拟销售对象、客户开拓情况、在手订单和未来订单获取能力等，进一步说明该项目建设的必要性，项目建成后预计业绩的测算依据及合理性。

(2) 品牌宣传及营销渠道建设项目的合理性。根据申请文件，本项目主要内容包括组织或参与航旅/商旅峰会等会务会展，制作投放各类型品牌宣传片和其他宣传物料，联合行业媒体和航旅/商旅生态圈伙伴合作宣传推广等。本项目投资总额为 1,808.43 万元，其中硬件设备购置费 12.80 万元，项目实施费用 34.63 万元，营销推广费用 1,761.00 万元。

请发行人：①补充披露会务会展、宣传物料、合作宣传推广等宣传项目的主要供应商、主要合作模式、具体规划安排、营销推广费的预计支出明细。②结合发行人报告期内营销推广的主要方式、费用支出及获取效益情况，发行人销售模式、获客方式、经营发展规划等，进一步说明该项目募资用于宣传推广的必要性、合理性。

(3) 补充流动资金项目合理性。根据申请文件，发行人拟使用募集资金 10,000 万元用于补充流动资金。经测算，预计发行人 2024 年度资金缺口约为 10,822.79 万元。发行人于 2021 年 8 月向全体股东派发现金红利 3,422,774.85 元，于 2023 年 11 月向全体股东派发现金红利 34,227,748.50 元，报告期内合计分红金额 37,650,523.35 元。

请发行人：①补充披露募集资金用于补充流动资金的主要用途明细。②结合报告期内历次现金分红情况，进一步说明补充流动资金及资金规模的必要性，说明分红款的去向和具体用途，是否存在与发行人员工、客户、供应商及其关联方等异常资金往来。

请保荐机构对上述事项进行核查，并发表明确意见。请发行人律师对上述事项 (1) ②进行核查，并发表明确意见。

【回复】**一、智能化项目、国际业务项目的合理性**

（一）结合发行人对内对外系统现状，分别说明前述两个募投项目建设系统在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面是否存在实质差异或明显提升，对发行人技术创新性、核心竞争力提升是否具有显著作用；说明两个募投项目用于各具体细项的投资金额明细

1、结合发行人对内对外系统现状，分别说明前述两个募投项目建设系统在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面是否存在实质差异或明显提升，对发行人技术创新性、核心竞争力提升是否具有显著作用

（1）智能化泛商旅业务及管理系统研发项目

智能化项目将重点推动对外业务系统与对内管理系统的自主研发，前者包括研发及重构公共服务技术、航旅服务技术、商旅管理技术三大部分的底层架构和核心模块；后者包括研发部署 LTC 流程数字化、BPM 流程数字化、信息化安全、企业客户信用评估模型、智能泛商旅 AI 问答引擎等专项子系统。该项目在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面的提升具体列示如下：

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
公共服务技术研发项目	基础技术架构	重构公共技术模块底层架构代码，使用静态化打包编译技术提升 Java 服务编译性能。	目前公共数字化系统使用编程语言 Java 进行开发，并使用了 Kubernetes、Docker 等容器化技术，但受限于 Java 版本限制，只能使用传统的 Java 应用打包技术，存在冷启动速度较慢，应用预热时间过长，无法立即达到处理性能的峰值，内存、CPU 等系统资源占用高等问题。	升级 Java 版本，并使用静态化打包编译技术，可以把 Java 应用提前编译到独立的二进制包内，这些二进制包相对于跑在 JVM 上它可以更小，更快的启动，不需要预热就能够达到处理性能的峰值，并且可以减少服务器内存和 CPU 的使用。	不需要预热就能够达到处理性能的峰值。	系统启动速度提升约 10 倍，启动时资源占用减少 60%，服务器内存节省约 60%，系统整体性能提升约 10%。	不适用
	公共供应商结算模块	搭建公共供应商结算模块架构，整合商旅、航旅各类型产品订单的对账结算流程，便捷财务统一对账、结算及风险管控。	目前商旅、航旅的供应商结算以各系统分别进行结算为主，无统一的集团结算流程入口功能，效率较低。	1、实现商旅、航旅各类订单业务统一系统对账、结算流程； 2、实现供应商额度管理控制及预警提醒； 3、提升供应商风险管控管理。	集中对供应商的各类业务订单数据进行财务结算整合。	不适用	显著提升集团产品订单集约化对账结算的效率效果，财务供应商结算工作效率提升约 50%。
	公共全产品处理中心模块	重构公共全产品处理中心模块架构，整合商旅、航旅各类型产品订单的订购单、退货单处	目前商旅、航旅根据不同的产品分别由各自的系统进行产品处理，并且商旅国际机票产品需推送至航旅系统进行处理出票；产	1、各类产品订单（含订退改废）集中化到公共产品处理中心进行集中化，统一部门集约化处理； 2、规范化各类订单处理流程；	集中对各类业务订单进行集中化整合处理。	不适用	预期提升内部产品处理效率 30%以上。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
		理流程，促进业务订单集约化处理。	品处理的系统、人员、管理分散，无法做好统一管理集中化处理。	3、解决航旅订单多系统间推送处理、商旅国际机票订单与航旅多系统间推送处理间的系统稳定性问题。			
	国际机票产品库模块	依托现有业务架构，研发国际机票产品库公共核心模块，实现对航旅和商旅国际机票处理的公共技术支持，丰富全球范围内多类型票源的计算整合，提供丰富、智能、快速的产品、行程、运价搜索解决方案。	1、对于“商旅”渠道不断增长的在线化航班查询及运价需求，现有系统响应效率较慢； 2、以美亚自有产品为支撑，产品优势无法覆盖到全球业务中，特别是境外到境外产品的竞争力不足； 3、如为多数据源聚合，系统会出现性能速度响应瓶颈。	1、以泛商旅出行需求为驱动，以美亚自有产品为基础，整合全球各GDS、航司、供应商优质产品资源，打造稳定、高效、智能的国际机票搜索引擎，为各业务渠道提供在线化国际机票全流程解决方案； 2、提供多类型产品运价方案，如多品牌运价、多产品规格运价、小团价等； 3、除机票外，提供相关的辅营产品服务，如行李加购、休息室、付费选座等； 4、丰富相关出行基础信息，如：行李直达、过境签、机型等。	1、解决多供应商聚合能力问题； 2、解决 GDS 数据搜索流量问题； 3、解决搜索引擎的算法、性能问题。	1、支持国际机票单程、往返、多程搜索； 2、搜索性能提升40%以上，航班搜索速度平均响应在 3-5 秒。	不适用
	国际机票航司营销模块	实现航司的营销产品、产品权益的维护及展示，并丰富航司的相关信息展示，如：座位信息展示，如：座位图、机上视频、航司介绍等信息。	目前国际机票系统以机票产品为准，无航司的相关营销功能或产品介绍模块，无法将航司的产品优势或营销产品进行集中体现。	1、携手航司，关联打包航司营销产品，如：积分、优惠券、消费券等营销方式的引入，实现该模块在线化从 0 到 1 的转变； 2、促进航司产品宣传，如 机上设施、机上富媒体、舒适度等内容的展示。	提供相关航司营销活动、产品的数据整合与输出。	不适用	业务员可直接在系统了解到航司产品的介绍及营销产品，无需再线下找航司进行了解确认。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
	统一航变管理模块	统一全集团各渠道各数据源的机票航变信息聚合、校验及分发管理。	目前发行人机票航变信息为各渠道或系统根据自身需要进行各自获取并保存，如商旅、航旅各自系统进行保存，对于相互有用的航变会进行相互的共享，但流程复杂，无法进行集团的集中化管理。	航变信息进行整合为中心化管理，由集团公共系统对各数据源的航变信息按统一的规则进行采集、保存及管理；并且对应各渠道订单所需，分发到对应的渠道进行后续的渠道应用。	航变信息通过各GDS、航司、供应商进行采集保存及渠道分发。	与原各渠道各自管理相比，系统性能提高 50%以上，并降低重复的数据采集。	不适用
	国际机票退改模块	建模国际机票改签、退票线上化流程，涵盖线上自动退票计价、改签航班查询、改签计价及对应订单流程等功能，支持自动化改签、退票处理。	目前国际机票退、改线上化程度较低，客户线上进行退、改下单，无法从系统上获取退、改报价，只能客服通过线下跟进方式实现退改报价，并且退改涉及罚金、税费规则复杂，人工对于规则的理解与计算容易有误。	1、实现退、改线上化，支持退、改申请时，自动计算退票费、改签航班查询、改签费用计算，进行展示； 2、实现退票、改签的自动化票务处理。	1、实现不同数据源间的退、改条款展示； 2、实现不同数据源间的退、改费用计算； 3、实现不同数据源间的票务自动化处理。	不适用	由客服线下查询退改条款及计算退、改费用改为线上计算及报价；由票务处理同事线下对退、改的人工出票改为线上自动化票务处理。
	团队机票线上处理模块	自主研发团队机票业务线上处理模块，支持其销售、订单流程、支付、出票等线上流程。	目前市面上机票分销对于团队产品缺少线上化系统支持，基本都是线下进行业务报价及下单，效率低、推广面窄，产品库存更新不及时等。	1、实现多供应商团队票产品线上化查询； 2、实现团队票产品线上全流程解决方案，团队机票产品线上化实现从 0 到 1 的转变； 3、实现团队产品资源聚合至国际机票产品搜索引擎。	1、实现团队产品线上化管理； 2、团队产品的管理效率提升 80%以上，并且实现信息的实时同步。	不适用	业务部门对于团队产品业务实现线上化处理流程，可以大大提高订单处理效率。
航旅服务技术研发项目	基础技术架构	强化技术架构语言规范一致性，实现航旅服务容器化部署、自动化发布、弹性伸缩；全面接	航旅管理系统的核心开发语言目前主要涵盖.NET、Node.js 及 Python，实现了技术多样性。然而，跨语言开发带来了配置管理、	系统采用了统一的新框架基础包作为基石，有效削减了重复开发的负担，使得编程效率得以显著提升。同时，针对.Net 语言环境，实现了配置管理与服务注册	服务器资源能有效整合，预计服务器成本节省约 40%，系统 QPS 提高 1 倍。	多维度提升服务稳定性和性能，满足复杂业务场景的技术性能需求，提升航旅技术系统效率	发布管理工作由原来的半自动发布变成全自动化发布，由测试人员在研发支持系统发起发布流程，经过测试负责

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
		入自动化发布以及核心业务支持灰度发布。	服务注册与发现的复杂性，使得发布管理流程较为繁琐。系统部署直连服务器，导致服务发布上线速度受限，也使得服务器资源利用效率不高。	发现的标准化统一，大大简化了发布管理流程。在部署层面，使用 Kubernetes、Docker 等先进的容器化技术，结合自动化部署策略，不但能简化了部署流程，还显著提高了发布管理工作的效率，让系统更新迭代更加敏捷迅速。		效果。预计研发效率提升 30%，运维效率提升 90% 。	人、研发负责人、数据工程师等审批后，系统按照设置的发布时间，到点后自动发布，并在钉钉群内自动实时同步发布状态、发布结果，全程无需人工参与。
	国际机票处理模块	集成对接国际机票产品库公共核心模块，重构航旅业务数字化系统中的国际机票处理模块，丰富全球范围内多类型票源的计算整合，提供丰富、智能、快速的产品、行程、运价搜索解决方案。	随着发行人业务发展，目前航旅网国际机票产品模块的数据源供应不足：主要是航信数据源自有 BSP 产品为主，且国际机票运价类型较为单一，亟需拓展。	1、以美亚自有产品为基础，整合全球各 GDS、航司、供应商优质产品资源；实现美亚国际机票搜索引擎聚合全球优质供应商产品，具备产品市场竞争优势； 2、提供多类型产品运价方案，如多品牌运价、多产品规格运价、小团价等；实现航班搜索引擎的运价丰富度、性能响应速度的提升； 3、除机票外，提供相关的辅营产品服务，如行李加购、休息室、付费选座等； 4、丰富相关出行基础信息，如：行李直达、过境签、机型等。	1、解决多供应商聚合能力问题； 2、解决 GDS 数据搜索流量问题； 3、解决搜索引擎的算法、性能问题。	1、支持国际机票单程、往返、多程搜索； 2、搜索性能提升 40%以上，航班搜索速度平均响应在 3-5 秒。	不适用
	国内机票 B2B 模块	通过缓存策略等信息架构设计，提升航班查询检索响应速度；集成航司 B2B 票源数据，提	目前航司有少量优势产品仅在其官网渠道售卖，代理人无法直接在航信系统中获取到该部分产品。	1、实现 B2B 产品线上自动化出票； 2、实现 B2B 产品线上自动对接查询、下单、预订流程。	接入 B2B 产品进行实时搜索，并整合美亚自有国内 BSP 产品进行输出。	1、自动出票实现线上对接，3S 秒内完成出票；	业务部门无需从航司官网进行人工记录相关产品，后续完全靠系统接入实现，可以提高订单的处理效率。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
		高 B2B 采购全流程在线化渗透率。				2、搜索性能预期提升 50%以上，平均响应在 3S 内。	
	客户端架构与界面重构	使用前后端分离技术增强开发效率和可扩展性；实质性改进航旅网版面效果和用户体验。	航旅管理系统目前有部分站点前端和后端代码通常位于同一个项目中，使用相同的服务器技术进行开发和部署。这使得项目耦合度高，开发和维护变得复杂和耗时。对于需要多次请求和渲染的复杂页面，频繁的页面刷新会增加网络传输量和服务器负载，影响页面加载速度和性能。同时由于前端和后端不分离，很多现代前端框架和工具无法得到有效利用，限制了前端技术的发展和应用，也使得代码难以复用，难以适应多平台。	系统采用统一前端框架 VUE.JS 和统一的组件，减少了页面的整体刷新次数，使得页面交互更加流畅，提升了用户体验，实现更加丰富的交互效果。同时前端负责展示和用户交互，后端负责数据处理和业务逻辑，使得系统架构更加清晰，后端可以专注于处理业务逻辑和数据存储，避免了不必要的页面渲染工作，从而优化了服务器资源的利用，便于团队分工协作。前端可以更容易地实现响应式设计，使得网站在不同设备和屏幕尺寸上都能保持良好的用户体验。	1、通过合理配置缓存策略，前端页面的静态资源（如图片、CSS、JavaScript 等）的缓存命中率提升至 90%以上，减少了不必要的网络请求和数据传输； 2、减少后端渲染页面的服务器资源，相同服务器配置下，并发处理能力提升了 50%。	网站整体响应速度可提升 60%。	前后端分离促进了团队成员之间的明确分工和有效沟通。通过 API 文档和接口测试，前端和后端团队可以更加清晰地了解彼此的需求和限制，减少了沟通成本和误解。同时前后端分离促进了代码的模块化和组件化，使得代码结构更加清晰、易于管理和维护。同时，由于前端和后端分别使用最适合自己的技术和框架，代码质量也得到了提升。也使得项目管理可以更加精细化地进行。团队可以根据项目的实际情况和需求，灵活地调整开发计划和资源分配，确保项目按时按质完成。
	财务流程自动化升级	依托已有财务结算线上化功能设计，围绕航旅业务财务流程，实现财务线上收款自动到帐、	1、线下转账流程待优化，现有款项认领方式制约财务效率与客户资金流转：	1、集成通联云账户，实现线下转账实时匹配入账：资金能够实时、自动地匹配并入账，显著提	线下转账数据处理能力显著跃升，认领效率与准确性并驾齐驱；支付行为	不适用	通过引入收款自动到账系统，可以显著优化财务流程，预计将现有账单超期问题可以减少

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
		客户自动还款、资金风险监控等关键节点的线上支持。	2、账单核销自动化率不足，容易引发效率瓶颈与账单超期风险； 3、支付行为监控体系待加强，风险资金防控成为关键。	升入账效率，同时加快客户资金的使用流转速度； 2、智能自动核销系统，优化账单处理流程：在客户账户余额充足的情况下，系统将自动发起账单核销流程，极大地提升了核销效率与准确性； 3、构建全面风控体系，精准监控支付行为：通过指定风险策略，系统能够实时、全面地监控各渠道客户的支付行为，一旦发现异常或触发风控规则，系统将立即根据风险程度自动采取相应措施，如暂停交易、通知审核等，确保账户安全，维护交易秩序，提升了发行人对风险资金的防控能力。	数据安全性加固，防护等级再上新台阶		30%以上。同时，资金风险管控项目强化了资金风险管控能力，精细提升了内部账号的管理水平，有效筑起防护墙，确保即便面对客户的潜在风险支付行为，也能保障支付渠道的畅通无阻，维护了企业资金流的稳健与安全。
商旅管理技术研发项目	基础技术架构	重构商旅管理底层架构代码，自研.Net6 新框架基础包，使用静态化打包编译技术提升 Java 服务编译性能；统一配置中心、注册中心，并使用容器化技术部署。	目前商旅管理数字化系统主要使用编程语言 .Net\Java 进行开发，两种语言之间使用不同的配置管理与服务注册发现，发布管理工作相对繁琐。服务采用服务器直接部署的方式，服务发布工作相对较慢，服务器资源利用率相对较低。	系统引用统一的新框架基础包，减少重复开发，提高编程效率。统一 .Net/Java 两种语言的配置管理与服务注册发现，提高发布管理工作的效率。使用 Kubernetes、Docker 等容器化技术部署，自动化部署技术，搞高发布管理工作的效率。使用静态化打包编译技术，提高系统启动速度及性能。	发布管理工作处理效率提升 80%，服务器资源支持按照资源使用率自动扩缩容，在资源使用率超过最高预警值时自动化扩容，资源使用率低于最低预警值时自动缩容。	系统性能提高 30%，系统启动速度提升约 10 倍。	发布管理工作由原来的半自动发布变成全自动化发布，由测试人员在研发支持系统发起发布流程，经过测试负责人、研发负责人、数据工程师等审批后，系统按照设置的发布时间，到点后自动发布，并在钉钉群内自动实时同步发布状态、发布结果，全程无需人工参与。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
	国际机票处理模块	基本类似航旅服务国际机票处理模块重构，须充分适配商旅服务场景及系统架构设计。	1、现有国际机票数据来自于航旅系统，数据源稍显不足； 2、由于航旅系统没有将不同数据源的数据结构聚合为标准接口，因此每增加一个数据源时，商旅系统需针对性进行开发； 3、因为是航旅的数据，因此数据处理时会运算很多航旅的处理逻辑，运行效率偏低。	1、改为对接公共平台的国际机票聚合接口，可以不运算政策等内容，缩短搜索时间； 2、快速增加数据源：公共平台介入新数据源后，商旅平台只需经过简单的测试检查后即可输出新数据源的数据，业务效率得到提升； 3、支持多程搜索； 4、支持航司品牌展示，支持小团价等特殊私有价展示。	1、国际票数据源变化：从 1 个 GDS 的数据源扩展到 2 个 GDS、10 个航司 NDC、上百家 LCC 航司数据和 1 个 B2B 平台的数据； 2、产品丰富度提升：展示航司多品牌运价、私有价、协议价、公布价等。	搜索结果页面多次加载搜索结果，原系统要 10 秒以上才能展示搜索结果，新系统在 3-5 秒就可以展示较多的搜索结果。	不适用
	国内酒店数据处理模块、国际酒店数据处理模块	完善自有国内和国际酒店产品信息库，计算整合各渠道、直连、GDS 产品资源，提高酒店数据检索性能和订单响应处理性能，分别适配国内和国际酒店的不同业务逻辑。	1、国内外酒店数据资源庞大且缺乏整合，导致数据冗余量巨大，消耗系统性能； 2、酒店渠道多，且每个渠道的数据格式不统一，导致数据整合难度大。酒店搜索场景复杂，导致搜索速度慢，检准率和检全率不能达到一个平衡状态。	1、国内外酒店基础数据库及配套管理平台，实现资源可维护； 2、系统自动识别不同渠道的重度酒店，并将其合并； 3、基于酒店产品大数据搜索引擎系统技术，按城市分片存储。把数据清洗、数据转换、数据入库步骤拆分，再使用分片多线程技术； 4、使用 RocketMQ 消息队列，订单状态变更通知订单流程完结，减少系统空转情况。	在数据量不断增加的情况下，数据处理效率提高近 10 倍。	系统订单处理效率提升 40%；酒店搜索响应速度提升至 0.5 秒内，提升约 4 倍。	酒店数据实现了从不可维护到可维护的转变，在产品质量上得到了一定保障，数据管理系统可以支持运营人员对数据进行必要的维护和处理。
	国际签证模块	研发签证产品自助查询预订服务模块及人工客服中台处理模块，实现客户端和业务中台环境	签证产品的预订目前全流程都是线下操作，客户咨询、预订支付、售后服务等环节，需要人工介入沟通，对于复杂和多变的场	1、搭建了完整的签证产品全流程系统。包括产品配置管理系统、产品在线预订系统、订单处理系统、以及在线客服，实现全流程的在线化服务；	1、安全性与稳定性增强，数据加密与隐私保护：对用户上传的敏感信息进行加密处理，确保	不适用	业务人员的工作模式实现从线下对接服务到线上服务的转变。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
		内的签证自动处理及对账功能。	景，需要进行反复电话沟通和确认，效率十分低下，不能适应信息化发展的要求。	2、从单一申请到全链条服务：已拓展至包括 OCR 识别自动填表、在线自拍签证照、进度跟踪、出签提醒等全链条服务。这种变化使得签证申请过程更加便捷、高效，用户无需打印大量资料，也无需亲自前往签证中心或使领馆递交申请； 3、智能化与自动化提升：利用 AI 技术，如 OCR 识别，自动填写表单，减少用户手动输入的错误和负担；系统自动审核用户上传的材料，初步判断是否符合要求，提高审核效率；自动化跟踪签证进度，及时通知用户签证状态，提升用户体验。	数据传输和存储过程中的安全性； 2、节约用户时间成本约 70%； 3、签证业务总体效率提升约 50%。		
内部管理信息化研发项目	LTC 流程数字化系统	搭建 LTC 系统集成架构，整合业务与费控、财务系统，围绕销售线索至现金回款全流程建模，强化销售活动的数字化管理。	各系统独立运行，各系统模块提供具备大部分 LTC 流程数字化系统功能，未实现数据全对接共享。	功能变化主要体现在销售流程自动化、数据整合与分析、客户体验优化、销售预测与库存管理、风险管理、跨部门协作、定制化服务、报告和监控、合规性以及持续改进等方面。这些功能变化可提高业务流程运营效率和客户满意度。	对数据处理能力的变化主要体现在数据集成、自动化、实时分析、大数据应用、数据驱动决策、流程优化、数据安全和合规性、云计算和移动技术应用以及用户界面和体验的提升等方面。	实现一个集成的技术解决方案，通过端到端的流程管理，协调各个部门的工作，减少冗余和浪费，使销售周期各方面自动化，提高整体运营效率。同时，数字化管理降低了人工操作成本和错误率，进一步提升了效率。	主要体现在流程标准化、信息透明度、决策支持、资源分配、风险管理、员工协作、培训与发展、客户关系管理、持续改进和绩效评估等方面，这些变化共同促进了企业内部管理能力的提升。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
	BPM 流程数字化系统	面向泛商旅服务场景开展流程建模和设计，自动化地管理业务流程，实现任务分配、流程控制、数据交换等。	系统主要用于表单流程审批，虽然发行人主要流程已线上化，并对接了部分业务系统，但部分流程未能嵌入实际业务场景，审批效率待提高。	功能丰富：包括流程管理、门户集成、人力资源管理、财务管理、客户关系管理、知识管理等。强调产品化与个性化定制相结合,可定制性强,能够根据企业的特定需求进行定制开发，满足企业日常办公的多样化需求。	集成性：与多种主流的业务系统集成,如 ERP、CRM、HR 等。通过 API 接口和数据交换工具,能够实现与这些系统的数据共享和流程对接,提高企业的整体运营效率。	1、系统业务层面：对繁杂的业务流程进行梳理和优化，使得各环节连接更加紧密、更少人为干预。员工无需耗费大量时间进行手动交接和重复劳动，从而大幅降低错误率和时间成本，大幅提高工作效率； 2、系统硬件性能：通过配置高性能服务器和数据库，从软硬件层面提升系统运行和处理速度。	整合资源、实现跨平台、跨系统的协同办公，能够实现人、事、物全面协同。通过不断完善优化可以提高工作效率，降低人力成本，改善内部沟通等方面带来的巨大利益。
	信息化安全升级系统	安全系统、设备系统选型与更新；安全技术和人员的培训和管理；现有安全风险评估和漏洞扫描及测试；安全事件应急响应和恢复。	随着数据安全的重要性提升，发行人需要跟随业务发展与客户诉求建立与之匹配的信息化安全系统。	1、网络应用识别,协同防御智能补丁 ,内网资产风险管理,内网风险预警等功能的增加； 2、通过信息系统扫描，会提高各系统的编码规范性。	1、信息安全系统的数据处理会通过优化数据处理流程，减少不必要的处理步骤，提高数据处理效率； 2、通过使用更高效的数据加密和解密算法，可以在保证数据安全的同时，减少处理延迟。	从被动防御变为主动防御，将各风险尽力避免，改变为出现风险后除第一时间得到信息，并且可以同步根据情况处理。	由于从被动防御变为主动防御，管理上也从巡查式的运维模式，变成了重点区域盯防式的运维模式。

项目类别	涉及架构/模块/子系统	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化
	企业客户信用评估模型系统	构建泛商旅客户群体信用标准，研发企业信用评估数字模型，适配商旅客群的特质化信用评估需求。	随着发行人客户数量的不断增加，叠加存量客户的信息不断变化，发行人亟需建立全方位的客户信用评估模型系统，现阶段企业客户信用评估较为依赖人为判断。	企业信息全面查询，风险数据及时通知，构建发行人自己的企业客户信用评分体系。	企业风险评估数据的采集从全人工变为部分自动化，减少人工处理工作量。	从人工变为部分自动化，并且建立服务器第一时间得到推送的风险信息，用于替代人工主动查询，极大提升了对企业风险的获知速度。	根据发行人自定义风险评估体系，各相关部门可以快速对企业的风险在第一时间进行判断。
	智能泛商旅 AI 问答引擎系统	搭建行业知识库模型“美亚百事通”；研发航旅/商旅 AI 助手“MY—Esprit”问答引擎功能；实现 AI 对话机器人业务自助功能。	1、美亚百事通知识库目前依赖各部门自行维护的内部知识库，内容丰富度有待提升； 2、美答答 AI 机器人目前依附于钉钉的自研机器人开展业务问答，用户体验和查询速度有待提升。	1、开发独立于钉钉的知识库 PC 端应用及移动端应用，使用更方便快捷； 2、丰富知识库的内容，搭建起行业知识库模型，并提供 API 接口供业务系统（航旅/商旅/旅行）调用，对客户开放，优化客户体验，助力业务发展。	查询搜索的速度优化提升；支持大量的并发查询；支持巨量知识的存储。	系统软硬件性能优化，系统响应速度提升。	整合行业知识资源，让发行人内部可随时随地获取行业知识，业务知识，从而提升内部的整体业务能力，更好地助力发行人的业务发展扩张。

（2）国际业务拓展及业务系统开发建设项目

国际业务项目将顺应发行人发展战略，进一步深化海外业务布局，持续提升发行人海外市场占有率与国际影响力，主要建设内容包括海外业务数字化系统研发、国际业务运营管理总部建设、国际网点拓展。海外业务数字化系统项目在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面的提升具体列示如下：

项目名称	研发内容	系统现状描述	募投项目实现功能的变化	募投项目数据处理能力的变化	募投项目系统速度的变化	募投项目对内管理能力的变化

航旅服务海外数字化技术及系统研发	研发部署航旅服务海外数字化客户端, 适配海外市场数据整合模式及客群习惯差异化需求。	目前只有中文版系统, 未实现英文版自助预订等功能, 不利于发行人服务境外同行、境外旅行社等客户。	1、搭建航旅海外版本, 适用海外用户操作习惯; 2、海外版支持多语言版本, 适用海外客户语种需求; 3、海外版实现多币种支付, 支持海外货币结算。	1、产品数据多语言产品; 2、多币种报价及核销结算; 3、支持不同币种的记账本币全财务流程; 4、支持多语言多币种的客户报表数据需求。	不适用	不适用
商旅管理海外数字化技术及系统研发	研发部署商旅管理服务海外数字化客户端, 适配海外市场数据整合模式及企业客群习惯差异化需求。	目前只有中文版系统, 未实现英文版自助预订等功能, 不利于发行人服务大型跨国公司和外籍员工。	1、搭建商旅海外版本, 适用海外企业差旅管理需求及用户操作习惯; 2、海外版支持多语言版本, 解决外籍客户语种需求; 3、海外版实现多币种支付, 支持海外货币结算。	1、产品数据多语言产品; 2、多币种报价及核销结算; 3、支持不同币种的记账本币全财务流程; 4、支持多语言多币种的差旅报告、数据报表需求。	不适用	不适用
通用国际化业务技术支持系统研发	研发航旅及商旅业务的海外适配系统及标签库系统, 为搭建产品库提供底层通用的技术支持。	不适用	搭建航旅、商旅海外版底层通用技术架构支持建立统一的语言设配和标签系统, 为航旅、商旅提供统一接口定义及服务。	通过通用国际化业务技术支持解决服务场景中的数据资料准确度。	不适用	不适用

综上，智能化项目、国际业务项目在实现功能、数据处理能力、系统速度、对内管理能力等方面对发行人现有系统有明显的提升，尤其在系统实现功能及数据处理效率上效果显著，对发行人技术创新性的改善以及核心竞争力的提升具有显著作用。

2、说明两个募投项目用于各具体细项的投资金额明细

(1) 智能化泛商旅业务及管理系统研发项目

①总投资估算

本项目投资总额为 17,033.08 万元，其中场地费用 2,360.00 万元，设备购置费 558.00 万元，设备租赁费用 1,140.08 万元，人员薪酬 12,975.00 万元，各细分项目如下表所示：

总投资估算表			
序号	名称	金额（万元）	投资比例
1	场地费用	2,360.00	13.86%
1.1	场地购置费用	2,240.00	13.15%
1.2	场地装修费用	120.00	0.70%
2	设备购置费	558.00	3.28%
2.1	硬件设备购置	48.00	0.28%
2.2	软件系统投入	510.00	2.99%
3	设备租赁费用	1,140.08	6.69%
4	人员薪酬	12,975.00	76.18%
总投资		17,033.08	100.00%

②场地费用

本项目拟购置办公室面积为 800m²，共投入场地费用 2,360.00 万元，其中，购置费用 2,240.00 万元，装修费用 120.00 万元，具体如下表所示：

场地费用估算表						
场地名称	建筑面积 (m ²)	购置单价 (万元 /m ²)	装修单价 (万元 /m ²)	购置费用 (万元)	装修费用 (万元)	费用合计 (万元)
办公室	800	2.80	0.15	2,240.00	120.00	2,360.00

③设备购置费

本项目设备购置费为 558.00 万元，其中，硬件设备购置费用为 48.00 万元，软件系统设备购置费用为 510.00 万元，具体如下表所示：

设备购置费估算表					
序号	设备名称	型号	单价 (万元/台、套)	数量 (台/套)	总价 (万元)
一	硬件设备				
1	知识库分发服务器	NF5280M6	6.00	1	6.00
2	知识库人工智能服务器	NF8480M6	7.00	2	14.00
3	业务全流程开发服务器	NF5280M6	6.00	1	6.00
4	业务全流程测试服务器	NF8480M6	7.00	1	7.00
5	信息安全扫描一体机	RSASNX3-S	15.00	1	15.00
小计			/	6	48.00
二	软件系统			0	
1	财务共享服务中心 (FSSC)	金蝶	180.00	1	180.00
2	安全防火墙	绿盟	50.00	1	50.00
3	泛微 BPM 管理系统	泛微	100.00	1	100.00
4	LTC 流程管理系统	汉德	180.00	1	180.00
小计			/	4	510.00
合计			/	10	558.00

④设备租赁费用

本项目设备租赁费用合计 1,140.08 万元，具体如下表所示：

设备租赁费用估算表					
序号	设备名称	型号	单价 (万元/年)	数量 (台/套)	总价 (万元)
1	阿里云-ASM	集群，企业版	7.20	3	21.60
2	阿里云-ECS	4 核 16G，通用型 G7	0.69	700	480.48
3	阿里云-K8S	集群，Pro 版	0.75	47	35.09
4	阿里云-RDS	4 核 16G，3 节点	1.60	11	17.60
5	阿里云-Redis	集群版，4 分片，8G	0.96	185	177.60
6	阿里云-云原生网关	2 核 4G，3 节点	1.52	64	97.23

设备租赁费用估算表					
序号	设备名称	型号	单价 (万元/ 年)	数量 (台/ 套)	总价 (万元)
7	阿里云-注册配置中心	专业版, 2 核 4G, 3 节点	1.33	38	50.48
8	第三方数据购买	国际机票产品数据库	50.00	3	150.00
9	第三方数据购买	集团机票航变管理数据库	20.00	2.5	50.00
10	第三方数据购买	国际机票航司营销数据库	20.00	3	60.00
合计			/	1,056.50	1,140.08

⑤人员薪酬

本项目人员薪酬合计 12,975.00 万元，具体如下表所示：

岗位	项目定员（人）			分年投入金额（万元）			合计 (万元)
	建设期 第 1 年	建设期 第 2 年	建设期 第 3 年	建设期 第 1 年	建设期 第 2 年	建设期 第 3 年	
Java 软件工程师	37	47	38	1,117.0 0	1,417.0 0	1,147.0 0	3,681.00
.Net 软件工程师	34	36	22	952.00	1,008.0 0	616.00	2,576.00
前端软件工程师	28	33	26	728.00	858.00	676.00	2,262.00
软件需求工程师 (产品经理)	22	27	22	657.00	812.00	663.00	2,132.00
测试工程师	30	38	29	629.00	794.00	605.00	2,028.00
运维工程师	3	4	0	57.00	76.00	-	133.00
信息安全审计员	1	1	1	29.00	29.00	29.00	87.00
网络安全管理员	1	2	1	19.00	38.00	19.00	76.00
总计	156	188	139	4,188.0 0	5,032.0 0	3,755.0 0	12,975.00

(2) 国际业务拓展及业务系统开发建设项目

①总投资估算

本项目投资总额为 7,157.90 万元，其中场地费用 4,585.00 万元，设备购置费 69.60 万元，人员薪酬 1,246.00 万元，设备租赁费用 129.53 万元，铺底流动资金 1,127.78 万元，各细分项目如下表所示：

总投资估算表			
序号	名称	金额（万元）	投资比例
1	场地费用	4,585.00	64.06%

总投资估算表			
序号	名称	金额（万元）	投资比例
1.1	场地购置费	4,200.00	58.68%
1.2	场地租赁费	132.00	1.84%
1.3	场地装修费	253.00	3.53%
2	设备购置费	69.60	0.97%
3	人员薪酬	1,246.00	17.41%
4	设备租赁费用	129.53	1.81%
5	铺底流动资金	1,127.78	15.76%
项目总投资		7,157.90	100.00%

②场地费用

本项目场地费用主要为建设期内的海外管理总部购置费用和装修费用，以及沙特、新加坡、埃及海外网点租赁费用和装修费用，参照项目单位所在区域物价水平和所需开发、办公等区域的建设要求，项目场地购置单价、装修单价、面积和总价如下表所示：

场地费用估算表									
序号	项目名称	建筑面积（m ² ）	购置单价（万元/m ² ）	租赁单价（万元/年）	装修单价（万元/m ² ）	购置费用（万元）	租赁费用（万元）	装修费用（万元）	费用合计（万元）
1	海外管理总部	1,500	2.80	/	0.15	4,200.00	/	225.00	4,425.00
2	沙特网点	80	/	12.00	0.10	/	36.00	8.00	44.00
	新加坡网点	100	/	20.00	0.12	/	60.00	12.00	72.00
	埃及网点	80	/	12.00	0.10	/	36.00	8.00	44.00
合计		1,760	/	/	/	4,200.00	132.00	253.00	4,585.00

③设备购置费

本项目设备购置费用合计为 69.60 万元，具体如下表所示：

设备购置费估算表					
序号	设备名称	单价（万元/台、套）	数量（台/套）	金额（万元）	总价（万元）
1	办公电脑	0.57	93	53.00	53.00
2	会议显示屏	0.80	5	4.00	4.00
3	办公桌椅	0.10	106	10.60	10.60

设备购置费估算表					
序号	设备名称	单价 (万元/台、套)	数量 (台/套)	金额 (万元)	总价 (万元)
4	冰箱	0.50	4	2.00	2.00
合计		/	208	69.60	69.60

④人员薪酬

本项目建设期内技术人员薪酬为 1,246.00 万元，具体如下表所示：

岗位	项目定员（人）			分年投入金额（万元）			合计 (万元)
	建设期 第 1 年	建设期 第 2 年	建设期 第 3 年	建设期 第 1 年	建设期 第 2 年	建设期 第 3 年	
.Net 软件工程师	-	3	2	-	84	56	140
Java 软件工程师	1	3	2	30	90	60	180
测试工程师	2	4	3	42	84	63	189
翻译	-	1	1	-	26	26	52
前端软件工程师	2	9	7	52	234	182	468
软件需求工程师 (产品经理)	1	4	2	31	124	62	217
总计	6	24	17	155	642	449	1,246

⑤设备租赁费用

本项目建设期内设备租赁费用合计 129.53 万元，具体如下表所示：

设备租赁费用估算表					
序号	设备名称	型号	单价（万元/ 年）	数量（台/ 套）	总价（万 元）
1	阿里云-ECS	4 核 16G，通用型 G7	0.69	31	21.28
2	阿里云-Redis	集群版，4 分片，8G	0.96	8	7.68
3	阿里云-注册配置中心	专业版，2 核 4G，3 节点	1.33	5	6.64
4	阿里云-云原生网关	2 核 4G，3 节点	1.52	10	15.19
5	阿里云-K8S	集群，Pro 版	0.75	5	3.73
6	翻译工具	机器翻译 niutrans	25.00	3	75.00
合计			/	62	129.53

⑥铺底流动资金

参考发行人现有数据，结合项目所在行业实际情况，本项目流动资金为

3,759.25 万元，铺底流动资金为流动资金总额的 30%，铺底流动资金为 1,127.78 万元，具体情况如下：

单位：万元

流动资金估算表								
序号	项目	建设期			运营期			
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年
1	流动资产	0.00	1,138.70	2,277.40	3,757.71	5,465.76	6,262.85	6,262.85
2	流动负债	0.00	455.20	910.40	1,502.16	2,184.96	2,503.60	2,503.60
3	流动资金（1-2）	0.00	683.50	1,367.00	2,255.55	3,280.80	3,759.25	3,759.25
4	流动资金当期增加额	0.00	683.50	683.50	888.55	1,025.25	478.45	0.00

（二）结合两个募投项目人员数量、部门设置、设备布置等情况，说明新购置场地的必要性，场地费用与设备、人员费用是否匹配；说明智能化项目的拟实施地址，两个项目募投用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，是否符合土地政策、城市规划，是否存在募投用地无法取得的风险

1、新购置场地的必要性

（1）智能化泛商旅业务及管理系统研发项目

发行人经过多年发展，已经建立了较为完善的组织运行模式和管理制度体系。随着未来市场环境的变化和发行人经营规模的扩大，尤其是本项目对智能化管理及业务系统的全面迭代开发建设，发行人的研发部门人员规模将进一步扩大。同时，为了达到项目预期实现的开发目标，发行人还需购置服务器、一体机等硬件设备，以满足项目建设对信息化基础设施的需求。而当前发行人办公场所已较为拥挤，截至 2023 年末，发行人总部的主要办公场所通过租赁形式取得，总部办公建筑合计租赁面积为 3,286m²，容纳职工 475 人，人均面积约 6.92m²，如剔除必要的会议室面积，则每人平均办公室使用面积显著低于 6.0m²，办公场地使用情况较为紧张，难以容纳未来拟新增的研发人员及硬件设施。

因此，为了更好地满足项目开展的实际需求，有效提升发行人经营管理与运维服务效率，发行人亟需扩充办公场地，对人员及信息化基础设施进行合理布局，打造标准化、规范化的办公场所，保障发行人及本项目的稳健运营。

本项目拟购置场地面积为 800m²，用于补充现有办公场地。若以发行人总部现有人员数量 475 人以及扩充后办公场地面积 4,086 m²（含现有办公场地面积 3,286m²和本项目新增场地面积 800m²）计算，则人均面积将提升 1.68 m²，达到 8.60m²。综上，本项目人均场地面积较为保守，且符合发行人办公用地需求。

（2）国际业务拓展及业务系统开发建设项目

海外业务作为发行人重点发展的核心方向之一，根据发行人战略发展规划，未来将进一步深化海外业务布局，建设集约化的业务运营管理总部中心，赋能海外业务发展，持续提升发行人海外市场占有率与国际影响力。由于发行人目前的主要办公场所通过租赁形式取得，且办公场地较为拥挤，不利于发行人业务的开展和各部门之间的沟通协作。同时，由于各职能部门分散在多个办公场所，导致各部门之间的沟通协调存在一定的障碍，沟通效率和协作效果有待提升，不利于整体的运营管理和高端人才入驻。此外，随着发行人海外业务规模的不断扩大，与供应商、客户的交流更加密切，发行人的品牌形象在与供应商、客户的合作中逐渐起到更为重要的作用，客观上需要发行人拥有更加美观舒适、且稳定的办公环境，增强供应商、客户对发行人的信任度。因此，发行人需要进行场地扩展和升级。

本项目海外管理总部中心建成后，一方面可实现发行人各部门的集约化管理，改善办公和研发环境，提升员工办公舒适度和工作满意度，增强员工的认同感、归属感和凝聚力；另一方面，能够增强供应商、客户对发行人的信任度，促进业务合作；同时，有利于提升整体运营管理效率和研发能力，推动发行人海外业务的高效开展。本项目拟购置海外管理总部中心场地面积为 1,500.00m²，若以本项目稳定年人员数量 93 人计算，则本项目场地人均面积将达到 16.13m²，能够有效满足发行人办公用地需求。

2、场地费用与设备、人员费用的匹配性分析

（1）智能化泛商旅业务及管理系统研发项目

①购置办公场地与人均办公面积匹配性

根据我国住房和城乡建设部 2020 年 3 月发布的《办公建筑设计标准》（JGJ/T 67-2019），参照《建筑设计资料集（第三版）》将一般办公人员每人平均使用面

积（不含会议室使用面积）最小值确定为 6.0m^2 。截至 2023 年末，发行人总部的主要办公场所通过租赁形式取得，总部办公建筑合计租赁面积为 $3,286\text{m}^2$ ，容纳职工 475 人，人均面积约 6.92m^2 。如剔除必要的会议室面积，则每人平均办公室使用面积显著低于 6.0m^2 ，办公场地使用情况较为紧张，不利于发行人业务的开展和各部门之间的沟通协作。

本项目拟购置场地面积为 800m^2 ，用于补充现有办公场地。若以发行人总部人员数量计算，则扩充 800m^2 后人均面积将提升 1.68m^2 ，达到 8.60m^2 ，剔除可能的会议室面积后人均办公室使用面积仍处于紧凑水平。同时发行人可能根据具体情况减少一定的关联租赁面积，在为员工改善工作环境的同时保证办公场地利用率。

②场地费用与设备、人员费用的匹配性分析

在场地费用与人员费用匹配性方面，本项目购置的场地用于补充现有办公场地，除了满足本次项目所需的研发人员办公需求外，还将满足部分管理人员、销售人员等发行人其他现有人员的办公需求。

本项目通过募集资金解决的人员费用仅为根据项目建设期内所需的研发人员数量以及该岗位年均薪酬水平计算而得，不包含未来计划在本项目场地办公的管理人员、销售人员等发行人现有其他人员的薪酬费用。因此，本项目通过募集资金解决的人员费用属于未来在本项目场地办公的发行人人员费用之一，其规模小于未来在本项目场地办公的合计人员费用。

在场地费用与设备费用匹配性方面，为了达到项目预期实现的开发目标，发行人还需购置服务器、一体机等硬件设备，以满足项目建设对信息化基础设施的需求，而当前发行人办公场所已较为拥挤，设备已无充足的摆放空间。本项目购置的场地用于补充现有办公场地，除了满足本次项目所需的设备摆放需求外，还将满足发行人其他办公设备摆放需求。因此，本项目的设备费用小于未来在本项目场地摆放的合计设备费用。

（2）国际业务拓展及业务系统开发建设项目

①购置办公场地与人均办公面积匹配性

本项目拟购置场地面积为 $1,500\text{m}^2$ ，若以本项目稳定年人员数量 93 人计算，

则本项目场地人均面积将达到 16.13m²，剔除可能的会议室面积后人均办公室使用面积将会下降。本项目场地除了满足发行人员工日常的办公需求，还用于发行人品牌展厅、业务接待等业务需求，需要相对宽敞的场地环境，因此本项目人均场地面积高于智能化泛商旅业务及管理系统研发项目人均面积。

经查询近年来与发行人募投项目较为类似的技术及服务类企业的 IPO 募投项目，具体情况如下：

近年来技术及服务类企业 IPO 募投项目新购置办公楼的人均面积					
序号	企业名称	所属行业	募投项目	人均面积 (平方米/人)	类型
1	凝思软件 (终止)	软件和信息技术服务业	生态软件、云计算产品研发及产业化项目 业务支持及营销服务中心建设项目	21.46	新购置办公楼房产
2	灿芯股份 (688691.SH)	软件和信息技术服务业	网络通信与计算芯片定制化解决方案平台 高性能模拟 IP 建设平台 工业互联网与智慧城市的定制化芯片平台	19.07 23.81	新购置办公楼房产
3	晶华微 (688130.SH)	软件和信息技术服务业	智慧健康医疗 ASSP 芯片升级及产业化项目 智慧健康医疗 ASSP 芯片升级及产业化项目 高精度 PGA/ADC 等模拟信号链芯片升级及产业化项目 研发中心建设项目	18.28	新购置办公楼房产
4	护航科技 (839515.BJ)	软件和信息技术服务业	研发中心升级建设项目	23.81	新购置办公楼房产
5	必易微 (688045.SH)	软件和信息技术服务业	必易微研发中心建设项目	20.78	新购置办公楼房产

由上表可以看出，从新购置办公楼的人均面积来看，近年来技术及服务类企业 IPO 募投项目人均面积维持在 20m²左右，而发行人本项目场地人均面积为 16.13m²，因此，本项目场地购置规模较为谨慎合理。

②场地费用与设备、人员费用的匹配性分析

在场地费用与人员费用匹配性方面，本项目购置的场地为本项目员工未来办公场地，除了满足本次项目所需的研发人员办公需求外，还将满足本项目运营期

相关的管理人员、销售人员、客服人员、运营中心人员的办公需求。本项目租赁的场地为本项目未来海外业务网点办公场所，满足项目相关销售人员办公需求。本项目通过募集资金解决的人员费用仅为根据项目建设期内所需的研发人员数量以及年均薪酬水平计算而得，不包含本项目运营期相关的管理人员、销售人员、客服人员、运营中心人员费用。因此，本项目通过募集资金解决的人员费用小于未来在本项目场地办公的合计人员费用。

在场地费用与设备费用匹配性方面，为了保障项目的顺利实施，本项目根据各职能人员及数量购置办公设备，根据项目系统开发需求和研发人员数量租赁硬件设备。由于本项目的场地面积与设备数量均系根据项目所需的各职能人员数量以及业务开展需求而确定，因此项目场地费用与设备费用具有匹配性。

3、说明智能化项目的拟实施地址，两个项目募投用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，是否符合土地政策、城市规划，是否存在募投用地无法取得的风险

（1）智能化项目的拟实施地址

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目和国际业务拓展及业务系统开发建设项目的拟实施地址均为广州市白云区石门街力合科创广州创新中心 11 号楼。

（2）两个项目募投用地的计划、取得土地的具体安排、进度等，是否符合土地政策、城市规划，是否存在募投用地无法取得的风险

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目和国际业务拓展及业务系统开发建设项目不涉及土地购置或租赁，两个项目将直接购置第三方的办公楼场地，发行人无需单独履行国有土地使用权购置程序。发行人已于 2024 年 4 月 30 日与广州力合科创中心有限公司签署《购房意向协议》，拟购置办公场地建筑面积 2,300m²（其中 800m²归属于智能化泛商旅业务及管理系统研发项目，1,500m²归属于国际业务拓展及业务系统开发建设项目），单价约为 2.80 万元/m²，规划用途为商业/办公。广州力合科创中心有限公司系 A 股上市公司深圳市力合科创股份有限公司（002243）控股子公司。

综上，智能化泛商旅业务及管理系统研发项目和国际业务拓展及业务系统开发建设项目两个项目均不涉及单独取得募投用地的情形，不存在募投用地无法取

得的情形。

(三) 分别说明两个募投项目拟购置、租赁设备及系统的投资明细,包括但不限于名称、型号、具体用途、供应厂家、价格、数量等;结合报告期内设备的使用和购置、租赁情况,目前设备成新率较低对发行人生产经营的影响,拟购置、租赁设备的先进性等,说明拟购置、租赁设备的必要性,是否主要用于更换旧设备,募投项目使用设备与发行人其他业务设备是否存在明确区分

1、分别说明两个募投项目拟购置、租赁设备及系统的投资明细,包括但不限于名称、型号、具体用途、供应厂家、价格、数量等

(1) 智能化泛商旅业务及管理系统研发项目设备情况

①项目购置设备情况

项目购置设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价(万元/台、套)	数量(台/套)		
						第1年	第2年	第3年
一	硬件设备							
1	知识库分发服务器	NF5280M6	浪潮集团有限公司	搭建行业知识库模型“美亚百事通”;研发航旅/商旅AI助手“MY—Esprit”问答引擎功能;实现AI对话机器人业务自助功能。	6.00	-	1	-
2	知识库人工智能服务器	NF8480M6	浪潮集团有限公司		7.00	1	1	-
3	业务全流程开发服务器	NF5280M6	浪潮集团有限公司	开发和测试从销售机会到回款的全业务全流程数字化管理系统。	6.00	1	-	-
4	业务全流程测试服务器	NF8480M6	浪潮集团有限公司		7.00	1	-	-
5	信息安全扫描一体机	RSASNX3-S: 标准机架式硬件, 1U, 交流冗余电源, 4T 硬盘, 4*电口, 4*千兆光口(不含光纤接口模块), 1*扩展槽位(4电口板卡等), 2*USB口, 1*串口, 默认提供1路扫描端口授权千兆 SFP 多模光	绿盟科技股份有限公司	安全系统、设备系统选型与更新;安全技术和人员的培训和管理;现有安全风险评估和漏洞扫描及测试;安全事件应急响应和恢复。	15.00	1	-	-

项目购置设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价（万元/台、套）	数量（台/套）		
						第1年	第2年	第3年
		纤接口模块，1个 1000M 接口 （500M~550M， 850nm，LC 接 口）（数量 4 套）						
小计					/	4	2	0
二	软件系统							
1	财务共享 服务中心 （FSSC）	金蝶	金蝶国际 软件集团 有限公司	实现集团内部财务信息共享	180.00	1	-	-
2	安全防火 墙	绿盟	绿盟科技 集团股份 有限公司	安全系统、设备系统选型与更新；安全技术和人员的培训和管理；现有安全风险评估和漏洞扫描及测试；安全事件应急响应和恢复。	50.00	1	-	-
3	泛微 BPM 管理系统	泛微	泛微网络 科技股份 有限公司	面向泛商旅服务场景开展流程建模和设计，通过流程引擎自动化管理业务流程，实现任务分配、流程控制、数据交换等。	100.00	1	-	-
4	LTC 流程 管理系统	汉德	上海汉得 信息技术 股份有限 公司	搭建 LTC 系统集成架构，整合业务与费控、财务系统，围绕销售线索至现金回款全流程建模，强化销售活动的数字化管理。	180.00	1	-	-
小计					/	4	-	-
合计					/	8	2	-

②项目租赁设备情况

项目租赁设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价（万元/年）	数量（台/套）		
						第1年	第2年	第3年
1	阿里云-ASM	集群，企业版	阿里巴巴集团控股有限公司	1、在技术架构方面，研发、重构航旅、商旅、公共服务系统技术架构。在航旅板块实现统一开发语言、提高稳定性和性能、全面支持自动化发布；在商旅板	7.20	1	1	1
2	阿里云-ECS	4核 16G，通用型 G7	阿里巴巴集团控股有限公司		0.69	184	239	277
3	阿里云-K8S	集群，Pro 版	阿里巴巴集团控股有限公司		0.75	14	16	17
4	阿里云-RDS	4核 16G，3节点	阿里巴巴集团控股有限公司		1.60	3	4	4

项目租赁设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价 (万元/年)	数量(台/套)		
						第1年	第2年	第3年
5	阿里云-Redis	集群版, 4 分片, 8G	阿里巴巴集团控股有限公司	块, 实现商旅.Net 技术架构改造升级、商旅 Java 技术架构改造升级; 在公共服务板块, 实现公共研发 Java 技术架构升级; 2、在应用项目方面, 在商旅板块开发国际机票处理模块、国内酒店数据处理模块、国际酒店数据处理模块、国际签证模块; 在航旅板块, 开发国际机票处理模块、国内机票 BSP 模块和 B2B 模块、客户端架构与界面重构、财务流程自动化升级; 在公共服务技术板块, 开发国际结算模块、公共全产品处理中心模块、国际机票产品库模块、国际机票航司营销模块、统一航变管理模块、国际机票退改模块、团队机票线上处理模块。	0.96	48	63	74
6	阿里云-云原生网关	2 核 4G, 3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司		1.52	18	22	24
7	阿里云-注册配置中心	专业版, 2 核 4G, 3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司		1.33	11	13	14
8	第三方数据购买	国际机票产品数据库	中国民航信息集团有限公司、SABRE、OAG		50.00	1	1	1
9	第三方数据购买	集团机票航变管理数据库	中国民航信息集团有限公司、深圳市活力天汇科技股份有限公司、SABRE、OAG		20.00	0.5	1	1
10	第三方数据购买	国际机票航司营销数据库	中国民航信息集团有限公司、各航空公司		20.00	1	1	1
合计					/	282	361	414

(2) 国际业务拓展及业务系统开发建设项目设备情况

①项目购置设备情况

项目购置设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价 (万元/台、套)	数量(台/套)		
						第1年	第2年	第3年
1	办公电脑	戴尔	将通过淘宝、京东等线上平台自主采购	研发人员办公	0.57	93	-	-
2	会议显示屏	三星		研发人员办公	0.80	5	-	-
3	办公桌椅	/		研发人员办公	0.10	106	-	-
4	冰箱	美的		研发人员生活配套	0.50	4	-	-

项目购置设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价 (万元/台、套)	数量（台/套）		
						第 1 年	第 2 年	第 3 年
合计					/	208	-	-

②项目租赁设备情况

项目租赁设备情况								
序号	设备名称	型号	供应商	具体用途	单价 (万元/年)	数量 (台/套)		
						第 1 年	第 2 年	第 3 年
1	阿里云-ECS	4 核 16G, 通用型 G7	阿里巴巴集团控股有限公司	开发航旅网海外版 PC 端、航旅网海外版 APP/H5 端、国际签证系统项目 (海外版)	0.69	-	3	4
2	阿里云-Redis	集群版, 4 分片, 8G	阿里巴巴集团控股有限公司	国际签证系统项目 (海外版)	0.96	1	3	4
3	阿里云-注册配置中心	专业版, 2 核 4G, 3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	开发国际机票系统项目 (海外版)	1.33	1	2	2
4	阿里云-云原生网关	2 核 4G, 3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	开发国内酒店系统项目 (海外版)	1.52	2	4	4
5	阿里云-K8S	集群, Pro 版	阿里巴巴集团控股有限公司	开发国际酒店系统项目 (海外版)	0.75	1	2	2
6	阿里云-ECS	4 核 16G, 通用型 G7	阿里巴巴集团控股有限公司	开发国际结算系统项目 (海外版)、英文适配系统、英文标签库系统	0.69	2	10	12
7	翻译工具	机器翻译 niutrans	科大讯飞股份有限公司	业务系统中英文翻译	25.00	1	1	1
合计					/	8	25	29

2、结合报告期内设备的使用和购置、租赁情况，目前设备成新率较低对发行人生产经营的影响，拟购置、租赁设备的先进性等，说明拟购置、租赁设备的必要性，是否主要用于更换旧设备，募投项目使用设备与发行人其他业务设备是否存在明确区分

(1) 报告期内设备的使用和购置、租赁情况

发行人的泛商旅日常研发活动主要为软件开发等，一般不涉及到金额重大的研发设备采购需求，因此硬件设备主要为服务器及必要办公设备。同时，发行人

研发部门须基于云服务厂商提供的虚拟机服务器建立数字化系统的开发、测试和验证环境，供产品开发及测试阶段使用。因此，报告期内发行人需要租用云服务提供商的云服务空间。此外，发行人也需要采购第三方数据源用以研发阶段的研究分析及测试工作。报告期内，发行人主要设备的使用和购置、租赁情况如下：

报告期内发行人硬件、软件设备使用及租赁情况				
序号	设备名称	型号	供应商/服务商	具体用途
1	服务器	SR868	联想	金蝶数据库服务器
2	服务器	X3860	联想	金蝶数据库服务器
3	服务器	NF5270M6	浪潮	金蝶分发服务器
4	交换机	CATALYST3650	思科	金蝶局域网交换机
5	服务器	DELL R730 服务器	戴尔	商旅、航旅系统研发设计
6	交换机	S6720S	华为	商旅、航旅系统研发设计
7	交换机	WS-C3650-24TS	思科	商旅、航旅系统研发设计
8	服务器	DELL R730	戴尔	商旅、航旅系统研发设计
9	交换机	S9303	华为	商旅、航旅系统研发设计
10	服务器	DELL R730 服务器	戴尔	商旅、航旅系统研发设计
11	交换机	S5720-32P-EI-AC	华为	商旅、航旅系统研发设计
12	无线控制器	NAC-6100	信锐	商旅、航旅系统研发设计
13	服务器	SR868	联想	商旅、航旅系统研发设计
14	交换机	S200-48T4S	华为	商旅、航旅系统研发设计
15	网络存储服务器	(Synology) DS1621	群晖科技	商旅、航旅系统研发设计
16	交换机	S1730S-L24T2SR-A1	华为	商旅、航旅系统研发设计
17	阿里云航旅服务器	云服务	阿里云	航旅服务器
18	阿里云商旅服务器	云服务	阿里云	商旅服务器

(2) 目前设备成新率较低对发行人生产经营的影响

发行人办公及其他设备主要为服务器、办公电脑等，截至报告期末，发行人办公及其他设备账面净值为 71.99 万元，成新率为 18.01%，采用年限平均法计提折旧，折旧年限一般为 3-5 年。

考虑到发行人泛商旅日常研发活动主要为软件开发等，现阶段设备成新率较低的状况不会对发行人的生产经营造成重大不利影响，具体来看：

发行人研发活动主要系自主研发适配泛商旅出行服务场景的底层算法、基础架构和功能模块，搭建部署种类齐全的在线服务客户端及技术中台、业务中台等。该等研发活动主要体现为软件工程实践，与软件和信息服务业的研发活动性质较为相似。有别于制造业企业研发活动可能涉及品类繁多、价格高昂的研发设备，发行人研发活动主要在软硬件信息技术环境中开展，通过由办公电脑、服务器集群等搭建硬件工具/平台，由各类外部软件与信息服务提供必要数字化支持，即可开展相关数字化系统的研发及部署。相关硬件设备的账面价值本身并不高，一般在一定年限内予以折旧，在发行人研发投入中的比例较低。发行人可通过购买所需规格型号的成熟货架产品，以增加或更换研发活动所需硬件，不存在财务压力或技术可行性等实质性障碍。因此，发行人固定资产成新率较低，不会对发行人技术研发活动开展造成显著不利影响。

（3）拟购置、租赁设备的先进性

①智能化泛商旅业务及管理系统研发项目设备情况

A. 项目购置设备情况

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
一	硬件设备			
1	知识库分发服务器	NF5280M6	浪潮集团有限公司	1、浪潮 NF5280M6： ①在 SPEC 的性能基准测试中打破了 3 项世界纪录，显示出其卓越的性能。采用了全新的 Ice Lake 处理器，最大功耗达到 270W，并支持 PCIe 4.0 和 OCP 3.0 等新功能，在 2U 服务器中被誉为性能之王； ②配置灵活性：NF5280M6 提供了高度灵活的配置选项； ③扩展性和兼容性：该服务器在存储和 PCIe 卡扩展性方面表现出色，前方可以配置 3.5 英寸和 2.5 英寸规格的硬盘，后方则可配置多达 8 个或 11 个 PCIe 卡，最多支持 8 个 NVIDIA T4 GPU，使得它能够轻松应对各类业务挑战； ④创新设计：NF5280M6 的设计打破了传统服务器设计的界限，实现了从通用计算到异构计算，从存储型到 IO 型的多样化配置。 2、浪潮 NF8480M6： ①搭载了第三代英特尔至强可扩展处
2	知识库人工智能服务器	NF8480M6	浪潮集团有限公司	
3	业务全流程开发服务器	NF5280M6	浪潮集团有限公司	
4	业务全流程测试服务器	NF8480M6	浪潮集团有限公司	

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
				理器,具备最高 3.9GHz 的主频和最多 112 个物理核心、224 个线程,提供了强大的并行计算处理能力。其 UPI 通道升级至 6 个,使得 CPU 之间的数据通讯带宽翻倍,优化了非 NUMA 设计应用的性能表现; ②场景优化设计:该服务器针对多样化的应用负载进行了场景优化设计,适用于关键应用、云计算、大数据等多元化的业务应用场景。特别是在数据库应用上,NF8480M6 进一步提升了内存容量和速度,主板最大可达 18TB 内存,内存速率升级至 3200MT/s,显著降低了频繁 IO 造成的系统等待时间; ③模块化灵活扩展:NF8480M6 采用了模块化设计,支持全高及半高两种 IO 模组,可根据客户需求灵活搭配。硬盘模组模块化设计支持最大 50 块 2.5” 硬盘,可选支持 24 块 NVMe 硬盘,为分布式存储提供高 IOPS 方案,轻松扩展容量。此外,它还支持 4 个双宽 GPU 或 8 个单宽 GPU,满足深度学习推理训练等方面的计算需求。
5	信息安全扫描一体机	RSASNX3-S	绿盟科技集团股份有限公司	绿盟结合多年的漏洞挖掘和安全服务实践经验,自主研发的新一代漏洞管理产品,它高效、全方位的检测网络中的各类脆弱性风险,提供专业、有效的安全分析和修补建议,并贴合安全管理流程对修补效果进行审计,最大程度减小受攻击面。
二	软件系统			
1	财务共享服务中心(FSSC)	金蝶	金蝶国际软件集团有限公司	金蝶的财务共享服务中心建设成为企业集团财务共享服务中心建设的参考标杆,助力企业从会计核算中心、流程管控中心、全球服务中心向智能服务中心进化转型。金蝶财务共享应用 OCR、RPA、AI、LBS、API 等新技术实现了自动识别、认证、审核、集成等智能应用,为企业提供了规范、高效、内控的共享平台。
2	安全防火墙	绿盟	绿盟科技集团股份有限公司	可实现一体化、便携式、高性能专用硬件装备,拥有以下先进功能:综合评估功能、评估计划管理、合规性评估、资产安全评估、流量安全评估和无线 WIFI 评估等。
3	泛微 BPM 管理系统	泛微	泛微网络科技股份有限公司	泛微 BPM 是一款企业级的流程管理系统,具有灵活性、可扩展性和易用

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
				性，可以根据企业的需求进行定制开发和部署。
4	LTC 流程管理系统	汉德	上海汉得信息技术股份有限公司	汉得有多年经验的抽象沉淀和众多头部行业客户应用实践检验，以及不同领域及行业应用服务研发。

B. 项目租赁设备情况

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
1	阿里云-ASM	集群，企业版	阿里巴巴集团控股有限公司	提供高可用、免运维、内建安全最佳实践，使开发人员可以更专注于业务应用而非基础设施运维。支持大规模生产环境，提供10000以内 Pod 数规模的支持，具备企业级增强能力和 SLA 保障。
2	阿里云-ECS	4 核 16G，通用型 G7	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云 ECS 以其高灵活性、全球化接入能力和可定制性为主要优势，能够快速启动和停止实例，实现弹性伸缩。
3	阿里云-K8S	集群，Pro 版	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云 Kubernetes 服务 Ack 已经在阿里巴巴内部运营多年，经历了严格的测试和大量的实践验证，在稳定性和成熟度方面有着较大的优势。
4	阿里云-RDS	4 核 16G，3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云 RDS 采用了大规模分布式架构，能够提供稳定的服务，避免单点故障。它提供了多种数据同步方式，包括全量同步、增量同步、定时同步等，以及多种数据库安全保护措施，如访问控制、数据加密、备份恢复、灾难恢复等，能够有效保护用户的数据安全。
5	阿里云-Redis	集群版，4 分片，8G	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云的 Redis 企业版（Tair）相比 Redis 社区版，在相同容量下价格降低约 30%，性能可达 Redis 社区版的 90%；支持无感扩缩容，允许用户自定义分片数和读写分离只读节点数量，支持多可用区就近访问，提供更高的灵活性和性能。
6	阿里云-云原生网关	2 核 4G，3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	主要体现在其基于 Envoy 构建，将传统流量网关、微服务网关和安全网关三合一，通过硬件加速、WAF 本地防护和 Wasm 插件市场等功能，构建了一个低成本、高性能、高扩展、高集成的

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
				网关中间件。这些特性使得阿里云原生网关在功能丰富性、性能优化、安全防护等方面具有明显的优势。
7	阿里云-注册配置中心	专业版，2 核 4G，3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云的注册配置中心与其他云平台的注册配置中心相比，具有以下优势：高性能与高可用性：阿里云的注册配置中心提供了高性能、高可用的服务，其服务可用性 SLA 达到 99.95%，相比开源自建，注册配置性能可提升 40%，云原生网关性能可以提升 90%。这保证了服务的稳定性和可用性，减少了因服务中断或性能瓶颈导致的问题。

②国际业务拓展及业务系统开发建设项目设备情况

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
1	阿里云-ECS	4 核 16G，通用型 G7	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云 ECS 以其高灵活性、全球化接入能力和可定制性为主要优势，能够快速启动和停止实例，实现弹性伸缩。
2	阿里云-Redis	集群版，4 分片，8G	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云的 Redis 企业版（Tair）相比 Redis 社区版，在相同容量下价格降低约 30%，性能可达 Redis 社区版的 90%；支持无感扩缩容，允许用户自定义分片数和读写分离只读节点数量，支持多可用区就近访问，提供更高的灵活性和性能。
3	阿里云-注册配置中心	专业版，2 核 4G，3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云的注册配置中心与其他云平台的注册配置中心相比，具有以下优势：高性能与高可用性：阿里云的注册配置中心提供了高性能、高可用的服务，其服务可用性 SLA 达到 99.95%，相比开源自建，注册配置性能可提升 40%，云原生网关性能可以提升 90%。这保证了服务的稳定性和可用性，减少了因服务中断或性能瓶颈导致的问题。
4	阿里云-云原生网关	2 核 4G，3 节点	阿里巴巴集团控股有限公司	主要体现在其基于 Envoy 构建，将传统流量网关、微服务网关和安全网关三合一，通过硬件加速、WAF 本地防护和 Wasm 插件市场等功能，构建

序号	设备名称	型号	供应商	先进性体现
				了一个低成本、高性能、高扩展、高集成的网关中间件。这些特性使得阿里云原生网关在功能丰富性、性能优化、安全防护等方面具有明显的优势。
5	阿里云-K8S	集群，Pro 版	阿里巴巴集团控股有限公司	阿里云 Kubernetes 服务 Ack 已经在阿里巴巴内部运营多年，经历了严格的测试和大量的实践验证，在稳定性和成熟度方面有着较大的优势。
6	翻译工具	机器翻译 niutrans	科大讯飞股份有限公司	科大讯飞在语音识别、语音合成、机器翻译等单点技术上取得了显著进展，并通过大模型的理解能力、文本生成能力的后台加持，实现了语义理解、指令跟随、多轮对话、情绪感知、超拟人合成的技术突破，显著提升了语音交互的体验和质量；机器翻译 niutrans 在人工智能翻译领域展现出了显著的先进性，尤其在翻译准确度和企业级安全性方面表现突出。

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目、国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟购置、租赁设备属于行业内主流的软硬件设备，具有性能好、稳定性强、安全度高等优点。一方面，智能化泛商旅业务及管理系统研发项目拟购置、租赁设备能够有效满足研发和重构技术底层架构和核心模块，以及开发发行人信息化专项子系统的需求。另一方面，国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟购置、租赁设备能够有效满足海外业务系统的开发需求。

综上，智能化泛商旅业务及管理系统研发项目、国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟购置、租赁设备具有先进性。

（4）拟购置、租赁设备的必要性

从长期发展的视角来看，发行人目前设备成新率处于低位，并不会对发行人未来的服务能力拓展和技术创新形成制约。为了满足发行人智能化泛商旅业务及管理系统研发、海外业务系统研发需要，发行人拟购置、租赁先进软硬件设备，更好地保障项目的顺利实施，以提升服务的自动化和智能化水平，以增强服务的竞争力。

具体而言，一方面，智能化泛商旅业务及管理系统研发项目拟购置、租赁设备有利于保障发行人智能化泛商旅业务及管理系统的建设，其服务于发行人未来发展战略，有助于发行人进一步提升自主创新能力，增强发行人核心竞争力；虽然本项目设备投入不会直接产生经济效益，短期内发行人将因研发投入较快增长而业绩承压，但中长期内将为夯实发行人市场地位、保障发行人未来业绩持续增长奠定基础。另一方面，国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟购置、租赁设备有利于保障发行人海外业务系统的建设，加快构建完善海外服务客户端矩阵，增强国际化支持能力，从而释放国际化业务增长潜力，提升发行人经济效益。

（5）是否主要用于更换旧设备，募投项目使用设备与发行人其他业务设备是否存在明确区分

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目和国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟购置、租赁的设备为新增设备，不涉及用于更换旧设备。

募投项目使用设备与发行人其他业务设备不存在明显区分。

（四）说明两个募投项目的人员配备情况、是否为专职人员，智能化项目支出主要用于人员薪酬的合理性

1、两个募投项目的人员配备情况、是否为专职人员

（1）智能化泛商旅业务及管理系统研发项目

根据智能化项目的实施计划和发行人的实际需求，项目建设期第1年拟定所需劳动定员156人，项目建设期第2年拟定所需劳动定员188人，项目建设期第3年拟定所需劳动定员139人，项目建设期内的劳动定员均为项目系统开发所需的研发人员，上述项目建设期内的研发人员薪酬将通过募集资金解决。

智能化项目主要负责本项目对内对外系统开发。项目劳动定员具体如下表所示：

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目人员配备情况								
项目类别	涉及架构/模块/子系统	岗位	项目定员（人）			人均工资（含福利费用）（万元/年）	费用合计（万元）	是否为专职人员
			建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年			
航旅服务技术研发项目	基础技术架构	.Net 软件工程师	7	7	-	28.00	392.00	是
		前端软件工程师	2	2	-	26.00	104.00	
		测试工程师	3	3	-	21.00	126.00	
		运维工程师	1	2	-	19.00	57.00	
	国际机票处理模块	软件需求工程师（产品经理）	1	1	1	30.00	90.00	是
		.Net 软件工程师	3	4	2	28.00	252.00	
		前端软件工程师	3	3	3	26.00	234.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	客户端架构与界面重构	软件需求工程师（产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		.Net 软件工程师	3	3	3	28.00	252.00	
		前端软件工程师	4	4	4	26.00	312.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	国内机票 B2B 模块	软件需求工程师（产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		.Net 软件工程师	2	2	2	28.00	168.00	
		测试工程师	1	1	1	21.00	63.00	
		前端软件工程师	1	2	1	26.00	104.00	
	财务流程自动化升级	软件需求工程师（产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		.Net 软件工程师	3	4	2	28.00	252.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
商旅管理技术研发项目	基础技术架构	.Net 软件工程师	2	2	-	28.00	112.00	是
		Java 软件工程师	2	2	2	30.00	180.00	
		前端软件工程师	2	2	1	26.00	130.00	
		测试工程师	2	2	1	21.00	105.00	
		运维工程师	1	1	-	19.00	38.00	
	国际机票处理模块	软件需求工程师（产品经理）	2	2	2	31.00	186.00	是
		.Net 软件工程师	5	5	5	28.00	420.00	
		前端软件工程师	3	3	3	26.00	234.00	

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目人员配备情况								
项目类别	涉及架构/模块/子系统	岗位	项目定员（人）			人均工资 （含福利费用） （万元/年）	费用合计 （万元）	是否为专职人员
			建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年			
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	国内酒店数据处理模块、国际酒店数据处理模块	软件需求工程师（产品经理）	2	2	2	31.00	186.00	是
		.Net 软件工程师	6	6	6	28.00	504.00	
		Java 软件工程师	4	4	4	31.00	372.00	
		前端软件工程师	2	2	2	26.00	156.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	国际签证模块	软件需求工程师（产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		.Net 软件工程师	3	3	2	28.00	224.00	
		前端软件工程师	2	2	2	26.00	156.00	
		测试工程师	2	2	1	21.00	105.00	
公共服务技术研发项目	基础技术架构	Java 软件工程师	2	2	-	30.00	120.00	是
		前端软件工程师	1	1	-	26.00	52.00	
		测试工程师	1	1	-	21.00	42.00	
		运维工程师	1	1	-	19.00	38.00	
	公共供应商结算模块	软件需求工程师（产品经理）	-	2	1	31.00	93.00	是
		Java 软件工程师	-	6	4	30.00	300.00	
		前端软件工程师	-	2	2	26.00	104.00	
		测试工程师	-	2	2	21.00	84.00	
	公共全产品处理中心模块	软件需求工程师（产品经理）	1	2	2	31.00	155.00	是
		Java 软件工程师	3	6	5	30.00	420.00	
		前端软件工程师	2	2	2	26.00	156.00	
		测试工程师	1	2	2	21.00	105.00	
	国际机票产品库模块	软件需求工程师（产品经理）	3	4	3	31.00	310.00	是
		Java 软件工程师	8	8	8	30.00	720.00	
		前端软件工程师	1	1	1	26.00	78.00	
		测试工程师	2	3	2	21.00	147.00	
	国际机票航司营销模块	软件需求工程师（产品经理）	1	2	1	31.00	124.00	是

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目人员配备情况								
项目类别	涉及架构/模块/子系统	岗位	项目定员（人）			人均工资 （含福利 费用） （万元/ 年）	费用合计 （万元）	是否为专 职人员
			建设期 第1年	建设期 第2年	建设期第 3年			
内部 管理 信息 化研 发项 目		Java 软件工程师	3	3	3	30.00	270.00	
		前端软件工程师	1	2	1	26.00	104.00	
		测试工程师	1	2	1	21.00	84.00	
	统一航变管理 模块	软件需求工程师 （产品经理）	2	2	1	31.00	155.00	是
		Java 软件工程师	3	4	2	30.00	270.00	
		前端软件工程师	1	1	1	26.00	78.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	国际机票退改 模块	软件需求工程师 （产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		Java 软件工程师	2	2	2	30.00	180.00	
		前端软件工程师	1	2	1	26.00	104.00	
		测试工程师	2	2	1	21.00	105.00	
	团队机票线上 处理模块	软件需求工程师 （产品经理）	1	1	1	31.00	93.00	是
		Java 软件工程师	3	3	3	31.00	279.00	
		前端软件工程师	2	2	2	26.00	156.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
	LTC 流程数字 化系统	Java 软件工程师	2	2	1	30.00	150.00	是
		软件需求工程师 （产品经理）	1	1	1	25.00	75.00	
		测试工程师	-	1	1	20.00	40.00	
	BPM 流程数 字化系统	Java 软件工程师	2	2	1	30.00	150.00	是
		软件需求工程师 （产品经理）	1	1	1	25.00	75.00	
		测试工程师	-	1	1	20.00	40.00	
	信息化安全升 级系统	信息安全审计员	1	1	1	29.00	87.00	是
		网络安全管理员	1	2	1	19.00	76.00	
	企业客户信用 评估模型系统	Java 软件工程师	1	1	1	30.00	90.00	是
		软件需求工程师 （产品经理）	1	1	-	25.00	50.00	
		测试工程师	-	1	1	20.00	40.00	
	智能泛商旅	Java 软件工程师	2	2	2	30.00	180.00	是

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目人员配备情况								
项目类别	涉及架构/模块/子系统	岗位	项目定员（人）			人均工资 （含福利费用） （万元/年）	费用合计 （万元）	是否为专职人员
			建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年			
	AI 问答引擎系统	软件需求工程师 （产品经理）	1	1	1	25.00	75.00	
		测试工程师	1	1	1	20.00	60.00	
合计			156	188	139	/	12,975.00	

（2）国际业务拓展及业务系统开发建设项目

根据国际业务项目的实施计划和发行人的实际需求，本项目劳动定员主要包括研发人员、管理人员、销售人员、客服中心人员、运营中心人员。在建设期，项目建设期第1年拟定所需研发人员6人，项目建设期第2年拟定所需研发人员24人，项目建设期第3年拟定所需研发人员17人，上述项目建设期内的研发人员薪酬将通过募集资金解决。在运营期，项目稳定年（计算期第6年）拟定所需劳动定员93人，包括管理人员18人、销售人员20人、客服中心37人、运营中心6人、研发人员12人，上述项目运营期内的人员薪酬将不纳入项目总投资，不使用募集资金解决。

国际业务项目主要负责本项目系统开发以及运营期项目相关的管理、销售、客户服务、运营等相关工作。本项目建设期内研发人员具体如下表所示：

人员薪酬估算表								
序号	业务板块	岗位	项目定员（人）			人均工资 （含福利 费用） （万元/ 年）	费用合计 （万元）	是否为专 职人员
			建设期 第 1 年	建设期 第 2 年	建设期 第 3 年			
1	航旅服务海外 数字化技术及 系统研发	软件需求工程师 （产品经理）	-	2	1	31.00	93.00	是
		.Net 软件工程师	-	3	2	28.00	140.00	
		前端软件工程师	-	4	3	26.00	182.00	
		测试工程师	-	2	1	21.00	63.00	
2	商旅管理海外 数字化技术及 系统研发	软件需求工程师 （产品经理）	1	2	1	31.00	124.00	是
		翻译	0	1	1	26.00	52.00	
		前端软件工程师	2	5	4	26.00	286.00	
		Java 软件工程师	1	3	2	30.00	180.00	
		测试工程师	2	2	2	21.00	126.00	
3	通用国际化业 务技术支持系 统研发	上述岗位可覆盖	-	-	-	-	-	/
		上述岗位可覆盖	-	-	-	-	-	
合计			6	24	17	/	1,246.00	

2、智能化项目支出主要用于人员薪酬的合理性

（1）研发人员薪酬占比情况

本项目拟依托已有的泛商旅技术基座，自主研发或重构部分基础架构、功能模块和专项系统，显著提升对外业务系统和对内管理系统的数字化水准，构建标准化、敏捷化、模块化、集成化、智能化的泛商旅服务技术解决方案，是一项系统性的重大研发工作部署。

本项目人员人工投入合计 12,975.00 万元，主要系建设期内拟投入匹配项目系统开发所需的研发人员相关薪酬，占本项目整体投入的 76.18%。报告期各期，发行人研发费用中人工费用的占比分别为 78.61%、93.48%、94.99%、93.64%，比例较高，因此发行人研发投入的主要构成即为研发人员的工资薪酬。

经检索近年来技术及服务类企业 IPO 募投项目中人工费用的占比情况，具体列示如下：

近年来技术及服务类企业 IPO 募投项目中研发人员职工薪酬占比

序号	企业名称	所属行业	招股书披露的报告期内研发人员职工薪酬占研发费用比例		
			2022 年	2021 年	2020 年
1	凝思软件	软件和信息技术服务业	89.04%	88.26%	85.90%
2	晶华微	软件和信息技术服务业	80.23%	73.51%	82.92%

由上表可以看出，募投项目如以系统开发为主要内容的企业，研发人员的人工费用普遍占比较高，募投项目支出主要用于人员薪酬具有合理性。

（2）研发人员数量的合理性

在人员数量合理性方面，根据项目的人员人工投入需求及研发周期安排，项目建设期内三年的定员需求分别为 156 人、188 人和 139 人。该等人员变动系根据每年系统开发需要所定的人数，而非发行人整体研发团队人员数量的变动。具体所需岗位类型包括 java 开发工程师、.NET 开发工程师、软件需求工程师、前端软件工程师、测试工程师、网络安全工程师等，具体情况如下：

智能化泛商旅业务及管理系统研发项目劳动定员							
岗位	项目定员（人）			分年投入金额（万元）			合计（万元）
	建设期第 1 年	建设期第 2 年	建设期第 3 年	建设期第 1 年	建设期第 2 年	建设期第 3 年	
Java 软件工程师	37	47	38	1,117.00	1,417.00	1,147.00	3,681.00
.Net 软件工程师	34	36	22	952.00	1,008.00	616.00	2,576.00
前端软件工程师	28	33	26	728.00	858.00	676.00	2,262.00
软件需求工程师（产品经理）	22	27	22	657.00	812.00	663.00	2,132.00
测试工程师	30	38	29	629.00	794.00	605.00	2,028.00
运维工程师	3	4	0	57.00	76.00	-	133.00
信息安全审计员	1	1	1	29.00	29.00	29.00	87.00
网络安全管理员	1	2	1	19.00	38.00	19.00	76.00
总计	156	188	139	4,188.00	5,032.00	3,755.00	12,975.00

（3）研发人员人均薪酬的合理性

在人均薪酬合理性方面，由于新研发项目对于研发人员项目经验、技术水平等具有更高要求，发行人编制项目预算时考虑调配更资深的研发人员以及招募具备项目所需知识技能的资深研发人员，优化研发团队人力资本配置效率效果。具

体各类型研发人员的定员数量及人员人工投入如下表所示：

广州地区各类型岗位调研平均薪资			
岗位	市场月薪平均值 (元)	市场年化工资 (万元)	本项目人均工资 (万元)
.NET 开发工程师	20,454	25	28
java 开发工程师	21,764	26	30
测试工程师	16,262	20	20-21
资深需求工程师	23,770	29	31
前端软件工程师	20,795	25	26
软件需求工程师	21,942	26	25
网络安全管理员	12,741	15	19
信息安全审计员	26,829	32	29
研发支持工程师	14,801	18	19

数据来源：看准网（<https://www.kanzhun.com>）-查工资板块。

本项目各类型岗位的工资水平参照发行人已有各岗位研发人员工资水平及当前劳动力市场行情确定。经检索第三方看准网（<https://www.kanzhun.com>）发布的广州地区各类型岗位调研平均薪资，并经年化计算得到相关岗位的市场行情，本项目设定人均工资与市场水平不存在显著差异。

综上，研发智能化泛商旅业务及管理系统研发项目属于研发项目，发行人历史研发费用中研发人员薪酬占比较高，且结合近年来技术及服务类企业研发人员职工薪酬占研发费用的情况，研发费用中研发人员薪酬占比较高符合行业特性。因此，研发智能化泛商旅业务及管理系统研发项目中支出主要用于人员薪酬具有合理性。

（五）补充披露“国际/海外业务”的内涵和外延，目前发行人国际/海外业务的收入及占比情况；结合国际业务项目的拟销售对象、客户开拓情况、在手订单和未来订单获取能力等，进一步说明该项目建设的必要性，项目建成后预计业绩的测算依据及合理性

1、“国际/海外业务”的内涵和外延

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用/二、募集资金运用情况/（二）国际业务拓展及业务系统开发建设项目/1、项目概要”中补充披露如下：

“（2）国际业务的内涵和外延

内涵上，泛商旅服务的国际/海外业务主要指的是为企业及其员工在跨国或跨地区商务旅行过程中提供的全方位、高品质的专业服务。这些服务旨在帮助商务旅行者高效、便捷地完成国际/海外商务活动，同时提升他们的出行体验。具体来说，国际/海外商旅服务包括但不限于机票预订与行程管理、酒店预订与住宿安排、地面交通与接送服务、签证申请与咨询、商务会议与活动策划等。

外延上，国际/海外商旅服务的范围不断拓展，以满足商务旅行者日益多样化的需求。具体来说，其外延可以包括以下几个方面：

①业务范围覆盖：涵盖海外版机票、酒店、国际签证、国际结算、费用预算等服务系统的开发与运营。不仅要满足客户在出行方面的基本需求，还致力于提供全方位、个性化的增值服务，如根据客户的偏好提供定制化的行程规划和费用预算方案。

②市场布局拓展：在境外的中国香港、迪拜等地布局，积极开拓海外业务市场，且积极探寻在沙特、埃及及新加坡等更多地区新设营销网点，未来有计划进一步优化海外市场整体布局，扩大业务覆盖范围，增强公司在国际市场的影响力。

③服务客户群体：公司深度布局航旅票务、商旅管理、会奖旅游等业务，已拥有国际航协（IATA）代理人资质和 145 家境内外航司一级代理资源、覆盖全国近 70 万家酒店直连、分销和协议托管，客户以国企、央企、大型民企及其下辖分子公司为主，拥有了一批具有行业影响力的典型客户群体，形成了批量、可持续的下游客户，包括大型商旅管理客户在境外的分子公司或项目部，涉及众多行业和领域。未来希望发展更多新的国际客户群体，以进一步丰富客户结构，提升市场份额。

④核心技术创新：在核心技术方面，公司已自主研发多项技术应用于航旅票务及商旅管理业务数字化系统模块，对外已形成了开发 PC、APP、H5 等多种客户端及单点登录跳转、第三方系统集成、API 接口开放等多种服务模式为客户预订和对接客户企业系统提供全链路支持。

⑤品牌推广发展：目前公司在品牌宣传与推广渠道，特别是推广方式和海外市场方面存在不足，计划加大投入提升国际竞争力。未来将采用多元化的推广手

段，如参加国际行业展会、举办线上线下推广活动、与国际知名品牌合作等，深耕国内市场，积极拓展海外市场，搭建全球销售网络和体系，提升公司的国际知名度和美誉度，努力实现“成为全球领先的企业出行解决方案提供商”这一公司愿景。”

2、发行人国际/海外业务的收入及占比情况

单位：万元

项目	2025 年 1-6 月		2024 年度			2023 年			2022 年	
	销售金额	占比	销售金额	占比	变动	销售金额	占比	变动	销售金额	占比
国际/海外业务	2,926.97	0.45%	4,367.98	0.34%	-1.80%	4,448.25	0.40%	110.11%	2,117.09	0.45%

注：上表中国际/海外业务的销售金额为发行人境外子公司的销售金额。

3、结合国际业务项目的拟销售对象、客户开拓情况、在手订单和未来订单获取能力等，进一步说明该项目建设必要性

国际业务拓展及业务系统开发建设项目拟销售对象、客户开拓情况、在手订单和未来订单获取能力情况如下：

序号	销售区域	拟销售对象	客户开拓情况	未来订单获取能力
1	沙特	1、中资企业沙特项目或公司； 2、“一带一路”沿线国家沙特项目或公司。	截至目前，公司与某化工集团沙特项目，某石化集团沙特项目，某电力集团沙特项目已进行商务谈判，未来落地业务的概率较大。	1、政策优势 国家“一带一路”战略布局的背景下，政府不断加码相关贸易促进政策，助力企业出海和区域经济一体化，实现区域间的协调发展和国家间的良好贸易。例如，《支持外贸稳定发展若干政策措施》提出支持优势产品开拓国际市场，发挥外贸创新平台作用；《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》提出支持运用新技术新工具赋能外贸发展，提升传统外贸数字化水平。与此同时，海外各国也纷纷出台招商引资的鼓励性政策，为国内企业出海创造了良好的内外部政策条件。如沙特阿拉伯在 2023 年对《地区总部计划》进行补充，新增为在该国设立地区总部的外国公司提供一系列优惠和支持服务等内容；同年，埃及《投资法》修订，降低了外资进入门槛；此外，还有泰国、印尼等国家发布相关法案，削减繁琐手续，鼓励外商进行投资活动，并就促进项目提供税收和非税收类的优惠政策。 2、核心技术和人才储备优势 在核心技术方面，公司已自主研发多项技术应用于航旅票务及商旅管理业务数字化系统模块，对外已形成了开发 PC、APP、H5、小程序等多种客户端及单点登录跳转、第三
2	新加坡	1、中资企业新加坡项目或公司； 2、“一带一路”沿线国家新加坡项目或公司。	截至目前，公司与新加坡某燃气公司、新加坡某科技工程集团、新加坡某石油集团已进行商务谈判，未来落地业务的概率较大。	
3	埃及	1、中资企业埃及项目或公司； 2、“一带一路”沿线国家埃及项目或公司。	截至目前，公司与某跨国投资集团、某建筑集团埃及分公司已进行商务谈判，未来落地业务的概率较大。	

序号	销售区域	拟销售对象	客户开拓情况	未来订单获取能力
				方系统集成、API 接口开放等多种服务模式为客户预订和对接客户企业系统提供全链路支持。截至 2025 年 6 月末，公司已形成 151 项软件著作权。在人才储备方面，公司拥有一支经验丰富、人员梯队完整均衡的研发团队，专业方向包括产品需求工程师、信息安全工程师及测试工程师等。 3、国际业务管理优势 在境外市场开拓方面，公司目前已在迪拜及中国香港成功开设子公司设立网点，拥有海外终端网点开拓的经验，可在市场考察、需求分析、网点选址、办公室装修、形象展示、展品陈列、人员管理、资质办理等方面，为海外市场开拓提供直接有效的参照依据。 4、产品资源整合能力优势 机票资源整合方面，公司整合以 BSP 机票为主的全球航旅优质票务资源，拥有 145 家中国境内外航司 BSP 授权，下辖十数项 BSP 出票 Office 号，BSP 出票国际航段数位居行业前列。公司与中国国航、南方航空、东方航空、国泰航空、德国汉莎航空、卡塔尔航空、美国联合航空、新加坡航空等境内外头部航司建立稳定合作关系，且为冰岛航空中国香港总代理、埃及航空战略合作伙伴。

注：发行人的主营业务不涉及在手订单，故未列示。

本项目主要围绕“一带一路”沿线国家，提供泛商旅综合解决方案。近年来，随着社会经济的蓬勃发展及人们可支配收入的不断提高，围绕泛商旅出行服务产业的发展前景也愈来愈广阔。2013—2022 年，中国与共建国家进出口总额累计达到 19.1 万亿美元，年均增长 6.4%；与共建国家双向投资累计超过 3,800 亿美元，其中中国对外直接投资超过 2,400 亿美元。同时，共建国家也积极投资中国，十年来累计对华投资超过 1,400 亿美元，在华新设的企业接近 6.7 万家。基于“一带一路”的重要发展机遇，沿线国家产业合作愈发频繁，企业的出海商旅、航旅需求亦日益增长。发行人作为国内领先的泛商旅综合解决方案提供商之一，更要建立起国际化的战略视野，依托“一带一路”政策指引，积极响应“走出去”和“引进来”双循环国家战略，深入参与这一合作倡议，将中国式现代化进程中形成的资源要素、市场平台、实践经验和思想理念与全球发展场域对接，进一步拓展海外市场。

基于“一带一路”发展机遇，发行人已在沙特、埃及及新加坡等国家进行充

分的实地考察，并与新加坡当地旅游局开展相关业务合作。本项目建成后，发行人将在上述国家新增海外网点，协同新开发的海外版业务系统，增加发行人海外市场业务的覆盖范围，辐射“一带一路”多个合作国家及经济组织。

综上，结合国际业务项目的拟销售对象、客户开拓情况、在手订单和未来订单获取能力等，国际业务拓展及业务系统开发建设项目建设具有必要性。

4、项目建成后预计业绩的测算依据及合理性

（1）项目营业收入估算

本项目收入规模系基于报告期内发行人海外子公司销售金额增长情况，并结合未来发行人战略规划，同时根据报告期内发行人商旅管理营业收入金额占商旅管理销售金额的比例计算而得。基于谨慎性原则，项目每年预估的收入同比增速逐渐下降，营业收入的估算情况如下：

项目营业收入估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	营业收入（万元）	0.00	1,000.00	2,000.00	3,300.00	4,800.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00

结合项目未来目标市场规模情况，本项目建成后主要将面向商旅市场，据全球商务旅行协会（GBTA）统计及预测，近年来全球和我国商务旅行支出规模持续增长，预计 2026 年全球商务旅行支出规模将达 14,720 亿美元，我国将达 4,316 亿美元。本项目稳定年营业收入为 5,500.00 万元，远低于未来商旅市场整体容量，本项目营业收入规模测算较为谨慎、合理。

同时，公司具有丰富的境外市场开拓和运营管理经验，且国内外政策共同推动企业出海，为项目的实施提供了良好的政策基础。因此，本项目具备保障未来市场开拓的良好内外部条件，有效推动项目营业收入的增长。

（2）项目成本费用估算

①营业成本

本项目营业成本估算口径包括商旅成本、职工薪酬、折旧费、房屋租赁费用、水电费用、设备租赁费用和其他费用。

②管理费用

管理费用是指发行人行政管理部门为组织和管理生产经营活动而发生的各项费用，包括人员薪酬、办公费、折旧与摊销、租赁费、交通差旅费、业务招待费以及其他管理费用等。管理费用属于期间费用，在发生的当期计入当期损益。本项目对管理费用的预估主要分为摊销费用、管理人员薪酬及福利与其他管理费用三类。

③研发费用

研发费用是指发行人研究与开发某项目所支付的费用，主要包括研发人员薪酬、系统服务费等。研发费用属于期间费用，在发生的当期计入当期损益。本项目运营期研发费用结合发行人历史相同业务的费用发生情况与本项目未来需求预估。

④销售费用

销售费用是发行人销售商品、提供劳务的过程中发生的各种费用。企业发生的与销售商品、提供劳务以及专设市场拓展机构相关的不满足固定资产准则规定的固定资产确认条件的日常修理费用和大修理费用等固定资产后续支出，也在本科目核算。本项目对销售费用的预估参考发行人现时相同业务的费用发生情况，并综合考虑项目建设周期。

⑤总成本费用与经营成本

在营业成本加期间费用法中，总成本费用是营业成本与管理费用、研发费用、销售费用之和。

经营成本是项目评价中所使用的特定概念，作为项目运营期的主要现金流出，其构成和估算采取下式表达：

经营成本=商旅服务成本+职工薪酬+其他费用

其中，本项目其他费用是指从营业成本、管理费用、销售费用和研发费用中扣除了折旧费、摊销费、职工薪酬以后的其余部分。

在生产要素法中，总成本费用是经营成本和固定资产折旧费、无形资产摊销费之和。

项目在运营期内各个年度的经营成本和总成本费用如下表所示：

单位：万元

总成本费用与经营成本估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	营业成本	-	822.19	1,037.90	1,286.60	1,551.23	1,719.63	1,719.63	1,719.63	1,719.63	1,719.63	1,719.63	1,719.63
1.1	商旅成本	-	90.00	180.00	297.00	432.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00	495.00
1.2	职工薪酬	-	400.80	506.52	612.22	731.35	822.76	822.76	822.76	822.76	822.76	822.76	822.76
1.3	折旧费	-	212.34	212.34	212.34	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83
1.4	房屋租赁费用	-	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00	44.00
1.5	水电费用	-	5.00	10.00	16.50	23.99	27.49	27.49	27.49	27.49	27.49	27.49	27.49
1.6	设备租赁费用	-	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05	55.05
1.7	其他费用	-	15.00	30.00	49.50	72.00	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50
2	管理费用	-	229.00	305.00	414.20	511.20	551.00	546.00	546.00	546.00	546.00	546.00	546.00
2.1	管理人员薪酬	-	200.00	252.00	330.00	391.00	414.00	414.00	414.00	414.00	414.00	414.00	414.00
2.2	其他管理费用	-	24.00	48.00	79.20	115.20	132.00	132.00	132.00	132.00	132.00	132.00	132.00
2.3	摊销费用	-	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	研发费用	-	647.00	459.00	359.70	382.80	386.30	386.30	386.30	386.30	386.30	386.30	386.30
3.1	研究开发费用	-	5.00	10.00	16.50	24.00	27.50	27.50	27.50	27.50	27.50	27.50	27.50
3.2	研发人员薪酬	-	642.00	449.00	343.20	358.80	358.80	358.80	358.80	358.80	358.80	358.80	358.80
4	销售费用	-	165.00	219.00	280.50	382.50	427.50	427.50	427.50	427.50	427.50	427.50	427.50
4.1	销售人员薪酬	-	150.00	189.00	231.00	310.50	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00	345.00
4.2	其他销售费用	-	15.00	30.00	49.50	72.00	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50	82.50

总成本费用与经营成本估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
5	总成本费用	-	1,863.18	2,020.90	2,341.00	2,827.72	3,084.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43
其中：	经营成本（1+2+3+4+5）	-	1,645.85	1,803.57	2,123.66	2,629.89	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60
	折旧费	-	212.34	212.34	212.34	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83	192.83
	摊销费	-	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

（3）项目增值税估算

本项目沙特网点增值税（VAT）税率按 15%计提。沙特国家增值税简称“VAT”，是一种间接税，适用于买卖，即基于交易的税。增值税在生产商，制造商，批发商和零售商的供应链各个环节上运作；最终，这可以确保在供应链的每个环节都对增值税进行核算，直到向终端买家进行结算。根据沙特国家税务机关官网，适用于沙特的商品和服务的增值税率为 15%。

本项目新加坡网点增值税税率（GST）按 9%计提。新加坡国家增值税又称消费税（简称“GST”），也称商品及服务税，是对进口商品（由新加坡海关征收）以及新加坡几乎所有商品和服务供应征收的广泛消费税。根据新加坡国家相关规定，自 2024 年 1 月 1 日起，消费税上调至 9%。

本项目埃及网点增值税税率按 14%计提。

项目具体应纳增值税如下表：

单位：万元

项目增值税估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	增值税	-	-	-	-	608.00	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67
2	销项税额	-	126.67	253.33	418.00	608.00	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67
3	运营投入进项税额	-	126.67	253.33	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(4) 项目利润估算

①利润总额

本项目运营后各年利润总额具体如下表所示：

单位：万元

项目利润估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	营业收入	-	1,000.00	2,000.00	3,300.00	4,800.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00
2	税金及附加	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	总成本费用	-	1,863.18	2,020.90	2,341.00	2,827.72	3,084.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43	3,079.43
4	补贴收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	利润总额	-	-863.18	-20.90	959.00	1,972.28	2,415.57	2,420.57	2,420.57	2,420.57	2,420.57	2,420.57	2,420.57

②企业所得税

本项目所得税率按沙特、新加坡、埃及网点的平均税率 19.83%计提，其中沙特网点适用所得税率为 20.00%，新加坡网点适用所得税率为 17.00%，埃及网点适用所得税率为 22.50%。

单位：万元

企业所得税估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	所得税	-	-171.20	-4.15	190.20	391.17	479.09	480.08	480.08	480.08	480.08	480.08	480.08

③净利润

净利润是在利润总额中按规定缴纳了所得税以后发行人的利润留存，一般也称为税后利润或净收入。净利润是企业经营的最终成果，是衡量企业经营效益的主要指标。本项目运营后各年净利润及净利率具体如下表所示：

单位：万元

净利润估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	净利润	-	-691.98	-16.76	768.80	1,581.11	1,936.48	1,940.49	1,940.49	1,940.49	1,940.49	1,940.49	1,940.49
2	净利率	-	-69.20%	-0.84%	23.30%	32.94%	35.21%	35.28%	35.28%	35.28%	35.28%	35.28%	35.28%

（5）项目投资未来的现金流量预测

①预测基础

A. 项目现金流量表的编制依据：主要是项目投资估算表、项目分年投资计划表、项目利润及利润分配表、项目成本费用表、流动资金估算表及各明细表等。

B. 增量现金流：本项目未来收益分析是基于有无项目的现金流的差额对比，即增量现金流。其中现金流入主要是项目运营期的产品营业收入。现金流出在建设期主要是场地购置、装修工程及设备购置等建设投资支出，在运营期是项目流动资金垫付和在生产过程中发生的各种经营付现成本，如原材料的采购、燃料动力费用支出、职工薪酬等其他费用。

C. 项目计算期：项目建设期为 3 年，运营期按 9 年进行计算，计算期总计为 12 年。

D. 基本贴现率：采用行业基本贴现率为 12%。

②项目现金流量净现值 NPV

净现值是指在项目的整个实施运营过程中，所有年份现金净流入的现值之和与所有年份现金净流出的现值之和的差额。

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

注：Ct 为当年净现金流量；t 为计算年份数；r 为折现率；n 为项目计算期。

本项目所得税前现金流量净现值 3,725.78 万元，所得税后现金流量净现值为 2,140.24 万元。本项目具有良好的效益指标。两个数值均远远大于 0，故按照该行业基准收益率 12%，本项目是盈利的，同时也意味着本项目的内部收益率将高于一般行业水平。

③项目内部收益率 IRR

项目内部收益率是指项目现金流入现值总额与现金流出现值总额相等、净现值等于零时的折现率，是项目投资可望达到的报酬率。根据计算，本项目所得税前的内部收益率为 20.49%，所得税后的内部收益率为 17.11%。二者数值均大于基准收益率 12%，故该项目是可行的。

④投资回收期 P_t

项目投资回收期是指从项目的投建之日起,用项目所得的净收益偿还原始投资所需要的年限。投资回收期分为静态投资回收期与动态投资回收期两种。静态投资回收期是指在不考虑资金时间价值的条件下,以项目的净收益回收其全部投资所需要的时间。动态投资回收期是指把投资项目各年的净现金流量按基准收益率折成现值之后,净现金流量累计现值等于零时的年份。

根据计算,本项目的所得税前静态投资回收期为 6.84 年(含建设期),所得税后静态投资回收期为 7.53 年(含建设期),项目投资可以在计算期内收回。

单位：万元

项目投资未来的现金流量估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
1	现金流入	-	1,126.67	2,253.33	3,718.00	5,408.00	6,196.67	6,196.67	6,196.67	6,196.67	6,196.67	6,196.67	11,897.47
1.1	营业收入	-	1,000.00	2,000.00	3,300.00	4,800.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00	5,500.00
1.2	销项税额	-	126.67	253.33	418.00	608.00	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67
1.3	出口退税	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.4	补贴收入	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.5	回收固定资产余值	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,941.55
1.6	回收无形资产余值	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.7	回收流动资金	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,759.25
2	现金流出	4,744.05	2,329.35	2,487.07	3,012.21	4,263.14	4,061.72	3,583.27	3,583.27	3,583.27	3,583.27	3,583.27	3,583.27
2.1	场地投资	4,497.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.2	设备购置	69.60	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.3	人员薪酬	155.00	642.00	449.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4	设备租赁费用	22.45	52.03	55.05	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.5	流动资金	-	683.50	683.50	888.55	1,025.25	478.45	-	-	-	-	-	-
2.6	经营成本	-	951.82	1,299.52	2,123.66	2,629.89	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60	2,886.60
2.7	进项税额	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.8	应纳增税额	-	-	-	-	608.00	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67	696.67
2.9	税金及附加	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

项目投资未来的现金流量估算表													
序号	项目	建设期			运营期								
		第 1 年	第 2 年	第 3 年	第 4 年	第 5 年	第 6 年	第 7 年	第 8 年	第 9 年	第 10 年	第 11 年	第 12 年
2.10	维持运营投资	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3	所得税前净现金流量	(4,744.05)	(1,202.68)	(233.73)	705.79	1,144.86	2,134.95	2,613.40	2,613.40	2,613.40	2,613.40	2,613.40	8,314.20
4	累计所得税前净现金流量	(4,744.05)	(5,946.73)	(6,180.46)	(5,474.67)	(4,329.82)	(2,194.87)	418.53	3,031.93	5,645.33	8,258.73	10,872.13	19,186.34
5	调整所得税	-	-	-	190.20	391.17	479.09	480.08	480.08	480.08	480.08	480.08	480.08
6	所得税后净现金流量	(4,744.05)	(1,202.68)	(233.73)	515.59	753.69	1,655.86	2,133.32	2,133.32	2,133.32	2,133.32	2,133.32	7,834.13
7	累计所得税后净现金流量	(4,744.05)	(5,946.73)	(6,180.46)	(5,664.88)	(4,911.19)	(3,255.33)	(1,122.01)	1,011.32	3,144.64	5,277.96	7,411.28	15,245.40
计算指标		所得税前		所得税后	基准折现率								
项目投资财务净现值 FNPV (ic=12%)		¥ 3,725.78		¥ 2,140.24	ic=12%								
项目投资财务内部收益率 FIRR		20.49%		17.11%									
项目静态投资回收期 Pt (年)		6.84		7.53									

(6) 募投项目与发行人历史经济效益对比分析

报告期内,发行人商旅业务的毛利率分别为 74.29%、79.04%、79.74%和 77.88%。本次募投项目商旅业务预计毛利率为 68.73%,与历史年度毛利率水平相近,因此募投项目预计毛利率具备合理性。

综上所述,国际业务拓展及业务系统开发建设项目业绩的测算具有合理性。

二、品牌宣传及营销渠道建设项目的合理性

(一) 补充披露会务会展、宣传物料、合作宣传推广等宣传项目的主要供应商、主要合作模式、具体规划安排、营销推广费的预计支出明细

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用/二、募集资金运用情况/(三) 品牌宣传及营销渠道建设项目/2、项目建设内容”中补充披露如下：

“本项目会务会展、宣传物料、合作宣传推广等宣传项目的主要供应商、主要合作模式、具体规划安排、营销推广费的预计支出主要明细如下：

序号	项目	主要供应商	主要合作模式	具体规划安排	本项目拟投入金额（万元）			合计（万元）
					建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年	
1	美亚商旅峰会（北京、上海、广州、成都）	北京海航万豪酒店、上海绿地万豪酒店、广州富力君悦酒店、成都希尔顿酒店	场地服务、茶歇酒水、晚宴、客户住宿安排	酒店场租及晚宴；搭建装饰；客户住宿费；节目表演；客户礼品；活动前宣传；活动后宣传；媒体费用；嘉宾费用；线上直播、游戏、会议管理平台	145	148	179	472
2	美亚商旅白皮书	上海亿欧网络科技有限公司	对方提供数据调研、嘉宾访谈、白皮书整理等服务	市场调研、行业嘉宾采访、白皮书发布会、大数据采集分析整理	30	32	35	97
3	“826”航旅节、国庆节等节日推广活动	哔哩哔哩、抖音	直播平台载体	线上线下直播、游戏、会议管理平台；订单补贴；游戏奖品采购；一年多次	40	43	48	131
4	品牌宣传片：产品技术	来画（深圳市前海手绘科技文化有限公司）	脚本改写、特效设计	根据每年新推出/升级的产品技术进行精选包装，通过 AI 数字人物及 AI 动画、产品演示（含实景）等形式展现，频次为一年 4 条	30	40	50	120
5	企业宣传手册及其他宣传物料费	广州大洋图文数码快印有限公司	物料印刷制作	精包装特种纸、分子公司的易拉宝、X 展架、拉网展架等	12	30	42	84
6	行业媒体合作	环球旅讯、travelweekly、旅业资讯、中国旅游网、国家旅业网等其他头部媒体	按每年公司需求、供应商新报价决定合作内容、频次	官网内容推广、年度峰会、数智论坛、旅讯 live 视频产品，涉及参会人员费用、摆展费、搭建费、物料印刷费、差旅费；根据每年推广计划，每年参与 1 场大型峰会，1 场小活动	30	32	44	106

序号	项目	主要供应商	主要合作模式	具体规划安排	本项目拟投入金额（万元）			合计（万元）
					建设期第1年	建设期第2年	建设期第3年	
7	媒体发稿平台合作	今日商讯、赛尔互动、云自媒、中国商业电讯和美通社	按每年公司需求、供应商新版报价决定合作内容、频次	通过与今日商讯、赛尔互动、云自媒、中国商业电讯和美通社等发稿平台合作，每月发布至少2篇新闻稿件，遇重大事件发布需发布至少4篇新闻稿件，辐射不同行业领域媒体，扩大知名度	10	20	30	60
8	航空公司活动合作	丽思·卡尔顿酒店、富力君悦、卓美亚、康莱德、文化东方酒店等酒店集团	按每年公司需求、供应商新版报价决定合作内容、频次	根据当下市场热门设置不同主题，邀约航空公司举办线上互动和线下沙龙活动。费用涉及活动技术费、物料印刷搭建费、差旅费等；频次为一年举办10场	10	20	30	60
9	搭建直播平台	武汉巨量星图科技有限公司	根据公司各品牌业务需求决定	搭建直播平台，与平台达人展开合作	120	10	10	140
合计					427	375	468	1,270

”

（二）结合发行人报告期内营销推广的主要方式、费用支出及获取效益情况，发行人销售模式、获客方式、经营发展规划等，进一步说明该项目募资用于宣传推广的必要性、合理性

1、发行人报告期内营销推广的主要方式、费用支出及获取效益情况

报告期内，发行人营销推广的主要方式为商旅峰会及论坛、商旅白皮书发布、客户礼品营销等，与品牌宣传及营销渠道建设项目中拟建设的项目一致。受公共卫生事件的影响，发行人营销推广活动的频率较少，报告期各期，发行人广告宣传费的金额分别为66.32万元、101.19万元、318.61万元和143.82万元。

在获取效益方面，由于品牌建设需长期积累、营销效果难以精确量化衡量、且受复杂市场环境和客户行为不确定性影响，营销推广作为赋能型投入，其对发行人业务的作用是间接且长期的，不直接产生经济效益。从长远发展来看，营销推广对于发行人品牌发展，提高订单获取能力有积极作用。

2、发行人销售模式、获客方式

发行人主要面向旅业同行客户和企事业客户，提供涵盖航旅票务、商旅管理和会奖旅游三大场景的数字化泛商旅出行服务。

在航旅票务服务方面，发行人主要向旅行社、票务代理等旅业同行客户开展机票 B2B 分销，发行人主要通过商务谈判方式与旅业同行客户达成合作，并签署机票采购合作框架协议或查订服务框架协议。发行人不仅可以通过 ITB 国际旅游交易会、CATA 航空大会等展览会接触潜在的航旅客户，还可以通过航空公司活动合作、航空业 KOC/KOL 合作等方式对外展示发行人的航旅票务服务能力。

在商旅管理业务方面，发行人致力于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，涵盖机票、酒店、火车票、用车、签证等一站式商旅产品资源采购。在商旅管理服务中，发行人一般通过商务谈判、招投标等方式获取业务，因此，为了获取更多的商旅优质客户，一方面，发行人需要通过举办美亚商旅峰会、与环球旅讯、travelweekly、中国旅游网等行业媒体展开营销合作的方式展示发行人自身的商旅管理能力；另一方面，发行人需要拍摄精美的企业宣传片、通过自媒体渠道对外展示公司的良好品牌形象以吸引更多的商旅优质客户。同时，商旅客户一般为大中型企事业单位，在前期接触客户时，发行人一般需要派发制作精良的宣传册、精致的伴手礼（行李牌、航模等）用以展示公司客户至上的服务态度和能力。

在会奖旅游业务方面，发行人依托其他板块客户及产品资源优势，主要面向企事业客户提供会奖活动及定制旅行服务，服务范畴涵盖公商务考察、奖励旅游、会务展会等。发行人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。为了获取更多优质的会奖旅游客户，未来，除了存量客户的转化外，发行人亟需通过百度推广、微信公众号以及小红书等自媒体渠道获取客源。

3、发行人未来经营发展规划

在公司品牌与业务推广方面，未来公司拟在整体业务扩张的基础上，加大品牌推广与市场营销相关费用投入，通过组织或参与航旅/商旅峰会等会务会展、制

作投放各类型品牌宣传片和其他宣传物料、联合行业媒体和航旅/商旅生态圈伙伴合作宣传推广等方式进行品牌宣传及市场推广，全面、准确地诠释公司品牌文化，实现品牌形象与文化的更好传播，持续扩大公司品牌影响力。因此，发行人将计划开展品牌宣传及营销渠道建设项目，深化发行人在行业内的知名度、提升产品附加值、提高市场销售额和占有率。

综上所述，通过该募投项目举办的具有影响力的宣传峰会、航旅直播活动、CATA 会议等大型行业论坛、发布《美亚商旅白皮书》等推广方式，发行人有利于树立品牌形象，扩大发行人知名度；通过积极参与国际航展、ITB 会议等国际展览会议，参与环球旅讯、travelweekly 等全球知名旅游资讯媒体的线下活动，提高发行人的国际知名度及社会影响力，为发行人持续开拓海外市场业务做好充足的宣传准备；通过参与或举办航空公司线下沙龙活动、供应商品牌线上及线下活动、走进企业活动、商旅客户答谢会等活动，加强在 B 端商旅客户中的宣传和推广，并在这些市场活动上积累品牌效应、拓展新客户、发现新机会。因此，发行人募集资金用于宣传推广活动具有必要性。

此外，发行人先后服务中国石化、中国电建、新希望等上千家大中型企事业单位客户，积累了大量优质稳定的客户资源；发行人已经形成了一套完整的营销管理制度和符合自身的营销模式，在产品市场调研和营销推广等领域已培养了一批专业且经验丰富的营销管理人员；因此，发行人募集资金用于宣传推广活动具有可行性。

三、补充流动资金项目合理性

（一）补充披露募集资金用于补充流动资金的主要用途明细

发行人已在招股说明书之“第九节 募集资金运用/二、募集资金运用情况/（四）补充流动资金项目/4、补充流动资金的资金安排”中补充披露如下：

“公司此次拟使用 10,000.00 万元募集资金补充流动资金，将主要用于公司日常经营，改善经营活动现金流量，缓解公司业务发展过程的资金周转压力，进一步增强公司抗风险能力。具体来说，本次募集资金到位后，公司将结合实际经营情况，在履行募集资金使用审批程序后，将补充流动资金用于支付与公司主营业务直接相关的 BSP 机票款、支付员工日常薪酬、置换资金成本较高的银行借

款等。”

（二）结合报告期内历次现金分红情况，进一步说明补充流动资金及资金规模的必要性，说明分红款的去向和具体用途，是否存在与发行人员工、客户、供应商及其关联方等异常资金往来

1、结合报告期内历次现金分红情况，进一步说明补充流动资金及资金规模的必要性

报告期内，公司结合资金使用计划和股东回报，实施了合理的现金分红方案，具体情况如下：

序号	分红实施年度	分红金额（万元）	分红方式	决策程序
1	2023 年	3,422.77	以总股本 68,455,497 股为基数，向全体股东每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税）	第一届董事会第九次会议、2023 年第三次临时股东大会

发行人进行现金分红的目的主要系平衡外部投资者整体的投资回报要求，兼顾发行人发展及股东的合理利益。报告期内，发行人持续盈利，不存在未弥补亏损，具备现金分红的良好基础。发行人专注于发展扩大经营规模，并着力提升财务稳健性以应对公共卫生事件等外部冲击，随着 2023 年公共卫生事件影响纾解，泛商旅出行服务景气度显著回升，发行人经营业绩实现平稳较快增长，因此实施现金分红以给予现有股东合理回报。发行人实施现金分红有利于维护投资者的信心，同时兼顾全体股东整体利益及公司的长远发展，与发行人补充流动资金间不存在冲突。

报告期各期，公司现金分红金额分别为 0.00 万元、3,422.77 万元、0.00 万元和 0.00 万元，合计派发现金红利 3,422.77 万元，现金分红占归属于挂牌公司股东的净利润的比率分别为 0.00%、46.94%、0.00%和 0.00%，占期末合并报表未分配利润比例分别为 0.00%、17.87%、0.00%和 0.00%，最近三年累计现金分红额占最近三年累计归属挂牌公司股东的净利润的比率为 18.02%，处于合理水平。

单位：元

分红年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金分红金额	-	-	34,227,748.50	-
归属于挂牌公司股东的净利	36,276,302.62	77,399,955.12	72,183,478.06	40,328,031.93

分红年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
润				
现金分红占归属于挂牌公司股东的净利润的比率	0.00%	0.00%	47.42%	0.00%
期末合并报表未分配利润金额	302,417,917.78	266,630,660.79	189,416,669.27	157,087,550.87
占期末合并报表未分配利润比例	0.00%	0.00%	18.07%	0.00%
最近三年累计归属挂牌公司股东的净利润	/	189,911,465.11		
最近三年累计现金分红额占最近三年累计归属挂牌公司股东的净利润的比率	/	18.02%		

报告期各期，现金分红额占期末流动资产的比率分别为 0.00%、3.78%、0.00%和 0.00%，现金分红额占期末货币资金的比率分别为 0.00%、12.60%、0.00%和 0.00%，与发行人财务状况相匹配，对发行人实际业务开展影响较小。

单位：元

分红年度	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
现金分红金额	-	-	34,227,748.50	-
流动资产	1,144,452,609.47	1,024,840,900.96	905,710,799.90	725,367,088.47
各期现金分红额占流动资产的比率	0.00%	0.00%	3.78%	0.00%
货币资金	252,625,446.21	260,479,432.67	271,645,756.33	336,450,429.79
各期现金分红额占货币资金的比率	0.00%	0.00%	12.60%	0.00%

泛商旅出行服务中的航旅票务、商旅管理业务均具有较高的资金投入要求。报告期内，发行人展现出良好的经营韧性和增长态势。在泛商旅出行服务行业景气回升向好的背景下，预计未来公司业务规模将持续平稳增长。因此，发行人有必要保持足够的日常营运资金，以支持平稳的业务增长节奏。根据发行人业务发展布局、营运资金需求，发行人拟使用募集资金 10,000 万元用于补充流动资金，

以支持发行人泛商旅出行服务积极稳健增长，前述资金规模系以发行人 2023 年 12 月 31 日账面货币资金余额为起点，结合发行人用于维持日常运营、偿还即将到期债务等用途所需货币资金情况进行测算。经测算，发行人 2024 年度的资金缺口约为 10,822.79 万元，略高于补充流动资金规模。补充流动资金有利于满足公司营运资金需求，缓解未来发展的资金压力，增强可持续经营能力，补充流动资金规模与公司资金缺口基本匹配。

综上，发行人报告期内现金分红系为给予股东合理回报，有利于维护投资者的信心，同时兼顾全体股东整体利益及公司的长远发展，与发行人募集资金需补充流动资金不存在冲突；最近三年累计现金分红额占最近三年累计归属挂牌公司股东的净利润的比率为 18.02%，处于合理水平，且与发行人财务状况相匹配，对发行人实际业务开展影响较小；发行人补充流动资金符合业务持续平稳增长的资金需求，补充流动资金规模与资金缺口基本匹配，具有必要性。

2、说明分红款的去向和具体用途，是否存在与发行人员工、客户、供应商及其关联方等异常资金往来

除去已退出的三名股东、非发行人现员工的两名股东、外部投资者及已去世股东唐诣，均已取得其余股东分红款后三个月的个人银行流水，结合外部投资者及非发行人现员工的两名股东出具的分红款使用情况确认函，发行人股东分红款的去向和具体用途情况如下：

(1) 发行人现金分红款的去向和主要具体用途

单位：万元

名称	持股数量（万股）	分红金额	个税金额	实发金额	款项用途
伍俊雄	2,062.60	1,031.30	-	1,031.30	个人资金拆借、个人理财、个人消费、家庭用款
陈培钢	1,575.00	787.50	-	787.50	个人资金拆借、家庭用款
陈连江	412.00	206.00	-	206.00	个人理财、资金拆借
蔡洁雯	258.00	129.00	-	129.00	家庭用款、个人生意经营款
俞涛	258.00	129.00	-	129.00	家庭用款、个人理财
广州旅商投资合伙企业（有限合伙）	230.00	115.00	-	115.00	用于合伙人分红（下表提供明细）
白宇峰	135.25	67.63	-	67.63	家庭用款、个人经营生意款
江玲玲	101.00	50.50	-	50.50	资金拆借、个人理财
甘红燕	100.00	50.00	-	50.00	个人储蓄
花庆伦	71.38	35.69	-	35.69	家庭用款
曹旭然	30.00	15.00	-	15.00	个人消费
陈立波	25.50	12.75	-	12.75	个人储蓄
戴卫红	25.00	12.50	-	12.50	个人消费
岑文星	25.50	12.75	-	12.75	个人消费、个人储蓄
刘方明	25.50	12.75	-	12.75	个人消费、个人理财
林桦	25.50	12.75	-	12.75	个人理财
孟艳	25.50	12.75	-	12.75	信用卡还款、个人消费
唐诣	25.00	0.00	-	0.00	未获取流水

名称	持股数量（万股）	分红金额	个税金额	实发金额	款项用途
项威威	25.50	12.75	-	12.75	家庭用款、个人消费
张磊	25.50	12.75	-	12.75	个人资金拆借、家庭用款
张娜	25.50	12.75	-	12.75	个人资金拆借、个人理财
郑运球	25.50	12.75	-	12.75	个人理财、信用卡还款、个人消费、家庭用款
深圳市达晨创联私募股权投资基金合伙企业（有限合伙）	538.52	269.26	-	269.26	根据合伙协议相关约定分配给合伙人
深圳国中中小企业发展私募股权投资基金合伙企业（有限合伙）	538.52	269.26	-	269.26	根据合伙协议相关约定分配给合伙人
刘洋	53.85	26.93	-	26.93	个人消费
刘东升	67.31	33.66	-	33.66	个人消费
张世牛	134.63	67.31	-	67.31	个人消费
合计	6,845.55	3,410.27	-	3,410.27	-

注：《关于延续实施全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策的公告》，个人持有挂牌公司的股票，持股期限超过 1 年的，对股息红利所得暂免征收个人所得税。

其中，广州旅商投资合伙企业（有限合伙）的所得分红款和主要资金用途如下：

单位：万元

名称	持股数量（万股）	分红金额	个税金额	实发金额	款项用途
伍俊雄	197.77	10.77	2.15	8.62	家庭用款
唐林	110.13	6.00	1.20	4.80	家庭用款、信用卡还款
陈虎	82.60	4.50	0.90	3.60	个人消费、信用卡还款、家庭用款

名称	持股数量（万股）	分红金额	个税金额	实发金额	款项用途
魏巍	82.60	4.50	0.90	3.60	个人消费
黄碧丹	82.60	4.50	0.90	3.60	家庭用款、信用卡还款
王斯	82.60	4.50	0.90	3.60	个人消费、信用卡还款
陈东辉	82.60	4.50	0.90	3.60	信用卡还款、个人消费
花钰	82.60	4.50	0.90	3.60	支付认购款
岑文星	45.89	2.50	0.50	2.00	个人储蓄
刘方明	45.89	2.50	0.50	2.00	个人消费、信用卡还款
卿艳	45.89	2.50	0.50	2.00	个人消费
陈宗猛	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款
吴月珍	45.89	2.50	0.50	2.00	个人理财
何丽	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款、个人理财
桑雪娣	45.89	2.50	0.50	2.00	未获取流水（已退出）
郑子威	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款、个人消费
刘海艳	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款、个人理财
魏轶	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款
陈纪忠	82.60	4.50	0.90	3.60	支付认购款
黄晓淳	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款、个人消费
朱何益	25.07	1.37	0.27	1.09	个人消费
李秀娟	25.07	1.37	0.27	1.09	个人消费
吴李凤	82.60	4.50	0.90	3.60	家庭用款
段妮	82.60	4.50	0.90	3.60	个人消费

名称	持股数量（万股）	分红金额	个税金额	实发金额	款项用途
陈铁梅	183.56	10.00	2.00	8.00	资金拆借、个人消费、个人理财
易飏	45.89	2.50	0.50	2.00	个人消费
赵丽萍	45.89	2.50	0.50	2.00	银行还贷、个人理财、个人消费
季婷婷	45.89	2.50	0.50	2.00	个人理财
黄春苗	45.89	2.50	0.50	2.00	信用卡还款
戴青平	45.89	2.50	0.50	2.00	个人理财
梁巧玲	45.89	2.50	0.50	2.00	家庭用款
孙杰勇	45.89	2.50	0.50	2.00	支付认购款
合计	2,111.00	115.00	23.00	92.00	-

经核查，现金分红款主要用于个人消费、个人理财、信用卡还款、银行还贷、个人资金拆借、家庭用款、个人储蓄、支付认购款等个人支出事项，不存在与发行人员工、客户、供应商及其关联方等异常资金往来。

四、保荐机构、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，保荐机构执行了以下核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解行业未来发展趋势及竞争格局、市场需求及客户需求波动情况、发行人未来的发展战略、募投项目建设内容及各项支出的依据、募投项目的必要性及可行性等；

2、获取募投项目的可行性研究报告，核查项目投资概况、投资明细、预计建设周期、预计收入及收益的测算依据、折旧及摊销的明细等情况；

3、获取并查阅与发行人募投项目可比的（拟）上市公司的公开披露文件，了解其募投项目相关费用测算依据；

4、查阅行业研究报告等公开资料，了解行业市场容量、技术发展趋势、下游市场需求变动等情况；

5、访谈发行人相关人员，了解发行人的技术、人员储备情况及研发中心建设智能化项目、国际业务项目对发行人技术的提升作用；

6、查阅发行人审计报告，了解发行人补充流动资金的谨慎性和必要性，了解发行人补充流动资金的使用计划、安排，复核补充流动资金的测算过程；

7、查阅发行人权益分派决策文件、权益分派实施公告、中国结算北京分公司出具的《权益分派结果反馈》等文件；

8、分别获取公司全体股东（除外部投资机构、投资人）及持股平台员工取得两次分红款后三个月内的个人银行流水，核查分红款的具体用途并取得相关支撑性材料，排查是否与发行人员工、客户、供应商及其关联方存在异常资金往来的情形。

发行人律师执行了下列核查程序：

1、访谈发行人管理层，了解行业未来发展趋势及竞争格局、市场需求及客户需求波动情况、发行人未来的发展战略、募投项目建设内容及各项支出的依据、募投项目的必要性及可行性等；

2、获取并查阅募投项目的可行性研究报告，核查项目投资概况、投资明细；

3、取得发行人关于募投项目的必要性及场地费用与设备、人员费用的说明；

4、查阅发行人与广州力合科创中心有限公司签署的《购房意向协议》。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构认为：

1、智能化项目、国际业务项目的合理性

（1）智能化项目、国际业务项目对发行人现有系统存在明显的功能提升，在系统效率优化、数据处理能力和数据处理速度等方面有明显的帮助。

（2）基于发行人目前办公场地的拥挤、办公场地分散导致部门间沟通效率的低下以及减少关联租赁的需要，发行人募投项目新购置场地具有合理性和必要性，场地费用与设备、人员费用相匹配，相关项目不涉及发行人单独取得募投用地的情形。

（3）目前设备成新率较低对发行人生产经营不存在实质影响，拟购置、租赁设备具有一定的先进性，考虑到现有设备的数量以及效率，募投项目拟购置、租赁设备具有必要性。

（4）智能化项目、国际业务项目的人员配备合理，考虑到发行人募投项目的特点，智能化项目支出主要用于人员薪酬具有合理性。

（5）考虑到宏观经济与行业趋势有利于泛商旅业务发展、发行人产品与服务持续创新、定价能力优秀、智能化技术不断应用并有效实施，发行人国际业务项目建设具有必要性，项目建成后预计业绩的测算依据较充足，具有合理性。

2、品牌宣传及营销渠道建设项目的合理性

（1）发行人已在招股说明书中补充披露了会务会展、宣传物料、合作宣传推广等宣传项目的主要供应商、主要合作模式、具体规划安排、营销推广费的预

计支出明细。

(2) 基于品牌建设、行业地位夯实、提高获客能力的现实业务需求，发行人品牌宣传及营销渠道建设项目具有必要性；考虑到国家产业政策对泛商旅行业的友好导向以及发行人自身优质稳定的客户资源、营销渠道开发管理经验，该项目募资用于宣传推广具有必要性、合理性。

3、补充流动资金项目合理性

(1) 发行人已在招股说明书中补充披露了募集资金用于补充流动资金的主要用途明细。

(2) 发行人报告期内共进行两次现金分红，主要系为平衡外部投资者整体的投资回报要求，兼顾发行人发展及股东的合理利益。根据发行人业务发展布局、营运资金需求，发行人拟使用募集资金 10,000 万元用于补充流动资金，以支持发行人泛商旅出行服务积极稳健增长，补充流动资金及资金规模具有合理性、必要性。发行人股东获取的分红款的去向合理，现金分红款主要用于个人消费、个人理财、信用卡还款、银行还贷、个人资金拆借、家庭用款、个人储蓄、支付认购款等个人支出事项，不存在异常情形，相关人员账户不存在与发行人员工、客户、供应商及其关联方等主体的异常资金往来。

经核查，发行人律师认为：

发行人智能化项目、国际业务项目新购置场地具有合理性和必要性，场地费用与设备、人员费用相匹配，相关项目不涉及发行人单独取得募投用地的情形。

问题 11. 其他问题

(1) 发行人股权相关问题。根据申请文件，①发行人历史上存在若干股权代持情形，均已解除。②自然人股东唐诣于 2022 年 6 月去世，第一顺位继承人包括其配偶、儿子及父亲，截至目前继承方案尚未确定，因此其所持 0.37%股份尚未完成股东变更。请发行人说明：①唐诣所持股份的继承进展情况，其仍作为发行人股东是否具有适格性，相应股份权属是否存在纠纷或潜在纠纷。②发行人是否存在未解除、未披露的其他股权代持事项，是否存在股权纠纷或潜在争议。③期末应付股利形成过程、未支付的原因。

(2) 补充披露员工持股平台相关情况。根据申请文件，广州旅商为发行人员工持股平台，2016 年 12 月 6 日，美亚有限新增注册资本 230.00 万元由广州旅商出资，入股价格为 9.1778 元/注册资本，与 2017 年 2 月外部投资者入股价格一致。广州旅商设立以来历经四轮股权授予，分别为 2018 年 1 月 12 日、2019 年 10 月 22 日、2020 年 8 月 27 日及 2022 年 7 月 8 日，所对应的授予价格分别为 2.50 元/股、3.00 元/股、3.00 元/股及 3.00 元/股。请发行人：①补充披露合伙人的选定依据及其在发行人的任职情况、是否均为发行人员工、是否为实际控制人的亲属，合伙人出资来源是否为自有资金，是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排。②结合广州旅商设立时的合伙人结构、历次份额授予、报告期内合伙份额变动及转让价格等情况，说明激励对象获取的份额来源、是否均来自实际控制人转让。③补充披露股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，是否足额计提股份支付费用并进行准确分摊，是否符合《企业会计准则》相关规定。④补充披露广州旅商是否认定为实际控制人的一致行动人，并说明认定的合规性。

(3) 特殊投资条款的履行与终止。根据申请文件，发行人实际控制人、股东与外部投资者之间签订有特殊投资条款，并约定了终止情形。请发行人：①结合特殊投资条款的具体约定，发行人资本公积转增股本、股权转让、分红等情况，说明特殊投资条款历次触发和履行的具体情况，特殊投资条款的履行或解除过程中是否存在纠纷、是否存在损害发行人及其他股东利益的情形、是否对发行人经营产生不利影响。②说明股权转让限制条款在上市审核期间未终止对本次发行上市是否存在不利影响。

(4) 发行人子公司。根据申请文件，发行人共有 6 家全资子公司，香港美亚、迪拜美亚为境外子公司。发行人于报告期内注销 2 家子公司。请发行人说明：①各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域、收入、净利润、毛利率等情况；设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍。②结合境外投资相关法律法规，说明设立境外子公司是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》

规定；发行人是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规。③注销武汉美亚等 2 家子公司的原因，注销后相关资产、人员的处置和安置情况，是否存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形。

（5）信息系统有效性。根据申请文件，发行人自主研发了高度适配泛商旅出行场景的数字化业务系统，日常业务主要通过系统开展，收入确认和成本结转主要依赖系统完成。请发行人：①说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。②说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性；说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性。

（6）收入相关事项。请发行人：①针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有），销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因。②说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比，交易对象类型、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系，各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性、是否符合行业惯例，会计处理规范性、购销交易真实性。

（7）应收款项坏账计提的充分性。根据申报文件，2023 年末发行人应收账款账面余额 5.53 亿元，发行人按照账龄迁徙率计提坏账，计提比例 1.43%，低于可比公司平均值。请发行人：结合坏账计提方法、账龄迁徙率计算、主要客户构成及信用情况，分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性，结合期后回款情况说明坏账计提是否充分。

（8）期间费用。根据申报文件，报告期发行人销售费用率、研发费用率低于同行业平均值。研发费用分别为 1,649.28 万元、2,353.02 万元、2,335.94 万元，主要系人工费用，报告期研发人员分别为 80 人、96 人、112 人，研发项目数量分别为 22 个、24 个、20 个。报告期技术服务费分别为 205.66 万元、379.21 万

元、0 万元。请发行人：①分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性，各类人员平均薪酬与经营当地、可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性，说明销售费用率、研发费用率低与可比公司的原因。②说明研发人员是否直接从事研发相关活动，具体参与研发项目的情况、形成的研发成果，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性，是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形，是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性；说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性；说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分。

（9）其他财务及信息披露问题。请发行人：补充披露 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义；补充披露董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续；补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况；删除招股书中重复披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容；说明各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性；说明发行人披露的信息与客户供应商公开披露的信息是否一致；修改招股书文字或内容错误。

请保荐机构、发行人律师：对上述事项（1）-（4）、（9）进行核查并发表意见；结合对股权代持形成、变动、解除、分红等关键时间节点相关人员的资金流水核查情况，说明对股权代持事项的核查程序是否充分有效。

请保荐机构、申报会计师：结合《指引 1 号》相关要求对上述事项（4）-（9）进行核查发表明确意见；说明前期 IT 审计的具体情况 & 结论，并提供相关审计报告。

【回复】

一、发行人股权相关问题

（一）唐诣所持股份的继承进展情况，其仍作为发行人股东是否具有适格性，相应股份权属是否存在纠纷或潜在纠纷

1、唐诣股份的继承进展情况

发行人股东唐诣于 2022 年 6 月过世，其生前未留有遗嘱，因此根据《中华

《中华人民共和国民法典》的规定，其法定第一顺位继承人为其父母、配偶、子女。根据对唐诣的配偶的访谈，唐诣去世时的第一顺位继承人为其父亲、配偶及儿子。但根据保荐机构和发行人律师对其配偶的访谈，因继承财产除公司股份外，还涉及唐诣生前的其他资产，其继承人之间尚未就继承方案达成一致。

2、发行人的股东

发行人在全国股转系统挂牌时，股东唐诣生前持有的股份已登记为“待确认限售股”，未将唐诣作为公司现有股东进行登记，不存在股东身份适格性问题。

根据《公司法》第七十五条的规定，自然人股东死亡后，其合法继承人可以继承股东资格；但是，公司章程另有规定的除外。根据《民法典》第一千一百三十条的规定，同一顺序继承人继承遗产的份额，一般应当均等……继承人协商同意的，也可以不均等。因此，股东唐诣过世后，其法定第一顺位继承人均有权继承其生前持有的美亚科技的股份，具体继承方案需由继承人之间达成一致意见并确认。

针对股份继承及股东资格问题，参照浙江省宁波市鄞州区人民法院审理的（2020）浙 0212 民初 5269 号案件的判决，在该案件中，法院认为案件的争议焦点为各继承人尚未就股权分割达成一致意见亦未通过诉讼予以分配，能否要求确认股东资格。法院认为，享有股东继承资格与实际继承股权份额是两个问题。各继承人未就股权分割达成一致意见，亦未通过诉讼程序确认各自应继承的股权份额，不宜审理股东资格确认问题，因此法院驳回继承人之一提起的股东资格确认之诉。

结合上述法律法规及法院判例，在唐诣生前持有的公司股份完成份额分割前，其继承人并不能当然地取得公司的股东身份，发行人目前的股东及持股情况登记符合法律法规的规定。

3、相应股份权属不存在纠纷或潜在纠纷

根据对唐诣的继承人的访谈及其继承人出具的确认函，唐诣的第一顺位继承人为其配偶、儿子及父亲，虽然各方目前尚未确定继承方案，但就发行人股份的继承事项，各继承人不存在纠纷或争议。

（二）发行人不存在未解除、未披露的其他股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议

截至本回复出具之日，发行人的股东及持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（万股）	持股比例
1	伍俊雄	2,062.5961	30.1306%
2	陈培钢	1,575.0000	23.0076%
3	达晨创联	538.5166	7.8667%
4	国中中小企业基金	538.5166	7.8667%
5	陈连江	412.0000	6.0185%
6	蔡洁雯	258.0000	3.7689%
7	俞涛	258.0000	3.7689%
8	广州旅商	230.0000	3.3598%
9	白宇峰	135.2500	1.9757%
10	张世牛	134.6291	1.9667%
11	江玲玲	101.0000	1.4754%
12	甘红燕	100.0000	1.4608%
13	花庆伦	71.3750	1.0426%
14	刘东升	67.3146	0.9833%
15	刘洋	53.8517	0.7867%
16	曹旭然	30.0000	0.4382%
17	陈立波	25.5000	0.3725%
18	林桦	25.5000	0.3725%
19	孟艳	25.5000	0.3725%
20	项威威	25.5000	0.3725%
21	张磊	25.5000	0.3725%
22	张娜	25.5000	0.3725%
23	郑运球	25.5000	0.3725%
24	刘方明	25.5000	0.3725%
25	岑文星	25.5000	0.3725%
26	戴卫红	25.0000	0.3652%
27	待确认限售股（唐诣生前持有）	25.0000	0.3652%
合计		6,845.5497	100.0000%

发行人股东持有的发行人股权均为真实持股，不存在股权代持、委托持股、

信托持股或其他利益安排的情形。同时，根据保荐机构、发行人律师于发行人注册地基层人民法院、广州市中级人民法院及广州仲裁委员会的查询结果，发行人不存在与发行人股权权属有关的诉讼、仲裁案件。此外，发行人于《中华工商时报》刊登启事，公告发行人截至公告日的在册股东情况，并说明如任何个人或机构对现有股东持有的发行人股份存在权利主张、纠纷、争议或认为现有股东持有的发行人股份存在代持的，可与预留的发行人律师的联系方式进行联系。自 2024 年 5 月 7 日公告刊登之日至今，未有任何主体进行联系或回复。

截至本回复出具之日，发行人不存在解除、未披露的其他股权代持的情形，不存在股权纠纷或争议。

（三）期末应付股利形成过程、未支付的原因

如本问题回复之“一/（一）唐诣所持股份的继承进展情况，其仍作为发行人股东是否具有适格性，相应股份权属是否存在纠纷或潜在纠纷”部分所述，发行人原股东唐诣过世后，其生前所持股份尚未完成继承程序。前述等待继承股份所涉分红款由发行人自行发放，由于继承程序未完成，分红款尚未发放。发行人在通知其继承人后，将该等分红款计提为应付股利，并说明待其继承人内部确认继承份额后将再按照份额进行发放。

二、补充披露员工持股平台相关情况

（一）补充披露合伙人的选定依据及其在发行人的任职情况、是否均为发行人员工、是否为实际控制人的亲属，合伙人出资来源是否为自有资金，是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排

1、合伙人的选定依据

发行人已在招股说明书之“第四节 发行人基本情况/六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项/（一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排的情况/1、员工持股平台”中补充披露如下：

“（3）合伙人的选定依据

公司员工持股平台广州旅商于 2016 年 11 月设立，其设立至今的合伙人包括参与公司股权激励计划的员工及由直接持股调整至员工持股平台持股的员工：

根据《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司股权激励计划》，激励对象的选定标准为：A. 认同公司的发展战略和价值观，承诺自愿遵守激励规定的所有条款及配套文件；B. 为在公司入职满 3 年的正式员工，其中一线业务部门经理级以上员工，二线职能部门总监级以上员工；C. 为考虑到个别岗位的不可替代性，对个别岗位设定特殊标准。公司董事长根据前述选定标准确定具体激励对象名单。

此外，2009 年 8 月，公司实际控制人伍俊雄、陈培钢合计出让公司 17.23% 股权给公司当时的核心员工及合作伙伴，公司时任出纳朱何益因此受让取得公司 0.2185% 股权（其中 0.1639% 是代其他员工杨晓桃、李秀娟、曾孟娜持有，后因曾孟娜于 2014 年 1 月离职，其委托朱何益持有的公司股权转让予伍俊雄）。

2018 年 1 月，公司拟实施第一次股权激励份额授予。同时，因公司进行上市规划，为规范公司股权、避免上述股权代持对上市产生不利影响，经协商一致，朱何益将其自身及代李秀娟、杨晓桃直接持有的公司股权一并转让给伍俊雄，不再直接持有公司股权；同时，伍俊雄将其持有的相应数量的广州旅商的出资份额分别转让给朱何益、李秀娟及杨晓桃，三人均通过员工持股平台广州旅商间接持股。

基于前述背景，广州旅商设立至今的合伙人还包括由直接持股调整至广州旅商层面间接持股的员工朱何益、李秀娟、杨晓桃。由于前述三人的持股仅为直接持股向间接持股的调整，不属于因上述股权激励计划授予股权的情形，不适用股权激励相关约定。”

2、在发行人的任职情况

发行人已在招股说明书之“第四节 发行人基本情况/六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项/（一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排的情况/1、员工持股平台”中补充披露如下：

“（4）广州旅商合伙人在公司的任职情况

截至本招股说明书签署日，广州旅商合伙人在发行人的任职情况具体如下：

序号	合伙人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例	在公司任职
1	伍俊雄	普通合伙人	243.6578	11.5423%	董事长
2	陈铁梅	有限合伙人	183.5563	8.6952%	财务总监、董事
3	唐林	有限合伙人	110.1338	5.2171%	美亚航旅副总经理
4	陈虎	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚航旅西区总经理
5	魏巍	有限合伙人	82.6004	3.9129%	集团市场中心市场总监
6	黄碧丹	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚商旅副总经理
7	王斯	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚商旅副总经理
8	陈东辉	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚商旅副总经理
9	花钰	有限合伙人	82.6004	3.9129%	集团技术中心技术总监
10	陈纪忠	有限合伙人	82.6004	3.9129%	董事会秘书
11	吴李凤	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚航旅电商中心总监
12	段妮	有限合伙人	82.6004	3.9129%	美亚航旅运营中心总监
13	岑文星	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚航旅南区客服总监
14	刘方明	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚航旅南区销售总监
15	卿艳	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚航旅西区总监
16	陈宗猛	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚商旅华西区销售总经理
17	吴月珍	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚航旅南区经理
18	何丽	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚商旅运营中心经理
19	郑子威	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团技术中心运维经理
20	刘海艳	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚商旅华北区销售总经理
21	魏轶	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚商旅华东区销售总经理
22	黄晓淳	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团技术中心经理
23	易飏	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团财务中心资金经理
24	赵丽萍	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚会奖总经理
25	季婷婷	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚旅行旅游中心总监
26	黄春苗	有限合伙人	45.8891	2.1738%	美亚商旅华南区销售总经理
27	戴青平	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团技术中心商旅研发部研发总监
28	梁巧玲	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团人资中心人资总监、职工代表监事
29	孙杰勇	有限合伙人	45.8891	2.1738%	集团外采中心总监
30	朱何益	有限合伙人	25.0669	1.1874%	已离职

序号	合伙人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例	在公司任职
31	李秀娟	有限合伙人	25.0669	1.1874%	美亚商旅客情销售代表
合计			2,111.0000	100.00%	——

”

3、持股平台合伙人是否均为发行人员工、是否为实际控制人的亲属

截至本回复出具之日，除朱何益为发行人离职员工外，广州旅商其余合伙人均为发行人或其分子公司员工；除朱何益为发行人实际控制人陈培钢的表弟外，不存在其他合伙人为实际控制人亲属的情形。

如本问题回复之“二/（一）/1、合伙人的选定依据”部分所述，朱何益原为公司出纳，于2009年8月首次持有公司股权，并因持股调整变更至广州旅商层面持股，由于其非因股权激励计划授予份额，不适用股权激励相关约定，其在入伙时签订的份额转让协议、合伙协议补充协议等相关文件中并未就其离职后的合伙份额处置作出限制，因此其于离职后至今仍保留持有广州旅商的合伙份额，具备合理性。

4、合伙人出资来源是否为自有资金，是否存在委托持股、信托持股或其他利益安排

持股平台各合伙人的入伙资金均来源于自有/自筹资金，包括合伙人本人或家庭经营积累所得或亲友借款，不存在由发行人、持股平台、发行人实际控制人或其他股东对合伙人入伙资金提供奖励、资助或补贴等安排的情况，不存在委托持股、信托持股或者其他利益安排。

（二）结合广州旅商设立时的合伙人结构、历次份额授予、报告期内合伙份额变动及转让价格等情况，说明激励对象获取的份额来源、是否均来自实际控制人转让

1、广州旅商设立时的合伙人结构及历次份额授予情况

（1）广州旅商设立时的合伙人结构

广州旅商设立于2016年11月，设立时经工商登记的合伙人结构如下：

序号	合伙人	合伙人类型	认缴出资额（万元）	出资比例
1	李珺	普通合伙人	30.00	3.00%
2	伍俊雄	有限合伙人	500.00	50.00%
3	陈培钢	有限合伙人	470.00	47.00%
合计			1,000.00	100.00%

（2）广州旅商历次份额授予情况

截至本回复出具之日，广州旅商共经历 4 次份额授予，均由实际控制人伍俊雄、陈培钢将其持有的合伙份额出让给激励员工，具体如下：

单位：万元、万股

时间	合伙份额转让方	合伙份额受让方	转让的合伙企业财产份额	对应持有的发行人股权数量
2018 年 1 月，第一次份额授予	伍俊雄	魏轶、卿艳、刘海艳等 13 名自然人	578.59	63.04
	陈培钢	唐林、黄碧丹、李珺、尹伟等 14 名自然人	1,000.00	108.96
2019 年 10 月，第二次份额授予	伍俊雄	吴李凤、段妮、伍圣健等 4 名自然人	247.80	27.00
2020 年 9 月，第三次份额授予	伍俊雄	陈铁梅、易飏、赵丽萍等 5 名自然人	293.69	32.00
2022 年 7 月，第四次份额授予	伍俊雄	戴青平、孙杰勇、梁巧玲等 6 名自然人	270.75	29.50

注：广州旅商于第一次激励份额授予前同步进行了增资，陈培钢、伍俊雄对合伙企业的认缴出资额分别增加至 1,081 万元、1,000 万元，广州旅商的出资额增加至 2,111 万元。

根据上表，广州旅商历次份额授予的来源均为实际控制人伍俊雄、陈培钢持有的合伙份额，其中除包括陈培钢、伍俊雄在广州旅商设立及增资时认缴取得的合伙份额外，在激励对象退出持股时，根据激励计划的约定及相关方协商，退出方所取得的合伙份额均转回给了实际控制人伍俊雄，其根据后续股权激励的安排再以转让方式授予新的激励对象。

2、报告期内合伙份额变动及转让价格

报告期初至今，广州旅商的合伙份额变动情况及转让价格如下：

单位：万元、元/股

时间	合伙份额变动情况	转让的合伙企业财产份额	转让价格	对应发行人每股转让价格	转让背景
2022年7月	伍圣健将其持有的广州旅商全部合伙份额转让予伍俊雄，从广州旅商退伙	45.89	15.00	3.00	出让方伍圣健在服务期内离职，根据激励计划，按激励份额授予原价转让予份额来源方伍俊雄
	杨晓桃因离职将其持有的广州旅商全部合伙份额转让予伍俊雄，从广州旅商退伙	25.07	10.16	3.72	出让方杨晓桃离职且有意出让激励份额，参考发行人净资产及同期股份转让价格协商确定转让对价（注）
	伍俊雄将其持有的广州旅商部分合伙份额转让给戴青平、孙杰勇、梁巧玲等6人	270.75	88.50	3.00	第四次激励份额授予
2024年1月	桑雪娣将其持有的广州旅商全部合伙份额转让给伍俊雄，从广州旅商退伙	45.89	37.50	7.50	出让方桑雪娣退休后拟出让激励份额，参考发行人净资产协商确定转让对价

注：杨晓桃系因直接持股调整为间接持股而持有广州旅商合伙份额，不适用股权激励计划关于份额处置的相关规则，其于离职后基于个人意愿出让广州旅商合伙份额，转让价格经双方协商确定。

3、激励对象获取的份额来源、是否均来自实际控制人转让

基于上述，实际控制人伍俊雄、陈培钢自广州旅商设立时即作为合伙人持有合伙份额，广州旅商设立至今共经历4次份额授予，激励对象获取份额均来自于实际控制人伍俊雄、陈培钢转让。

（三）补充披露股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程，是否足额计提股份支付费用并进行准确分摊，是否符合《企业会计准则》相关规定

1、补充披露股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程

发行人已在招股说明书之“第四节 发行人基本情况/六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项/（一）发行人本次公开发行申报前已经制定或实施的股权激励及相关安排的情况/1、员工持股平台”中补充披露如下：

“（5）股份授予价格

广州旅商设立以来历经四轮的股份授予价格及选取的公允价值的情况如下：

时间	事项	授予股数 (万股)	授予价 格 (元)	公允价格 (元)	服务期
2018年1月12日	第一次授予 股份支付	119.50	2.5	9.1778	2018年2月至 2021年1月
2019年10月23 日	第二次授予 股份支付	18.00	3.0	9.1778	2019年11月 至2022年10 月
2020年9月15日	第三次授予 股份支付	32.00	3.0	9.1778	2020年10月 至2023年9 月
2022年7月11日	第四次授予 股份支付	29.50	3.0	9.1778	2022年7月至 2025年6月

注：授予股份数考虑了离职员工后实际有效的股份数量。

(6) 权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程

为了能准确确定公司股权的公允价值，公司参考与授予股权激励距离最近的一次外部融资情况：2017年1月，公司引进外部战略投资者，入股价格为9.1778元/每股，新增实收资本1,307.50万元，占变更后实收资本的20%，由于引进的外部投资者与公司不存在关联关系，且入股股数较大，双方经协商后参考公司的经营情况和市场情况进行作价，具有公允性。

此外，公司为了能够更加精准的确定公司股权的公允价值，聘请广东联信资产评估土地房地产估价有限公司对公司股东全部权益于2019年9月30日、2022年6月30日的市场价值进行追溯性评估。

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司于2023年7月14日出具联信咨报字[2023]第0024号、联信咨报字[2023]第0025号《广东美亚旅游科技集团股份有限公司因股权激励事宜需了解其股权全部权益价值之追溯性估值咨询报告》。经收益法评估，公司股东全部权益于2019年9月30日、2022年6月30日的市场价值分别为人民币36,976.80万元和59,349.74万元。公司经评估的股东全部权益于2019年9月30日和2022年6月30日市场价值对应的股本为6,537.50万股、6,845.55万股，评估的公司股权在2019年9月30日和2022年6月30日的公允价值为5.66元/每股、8.67元/每股。

考虑到公司在2020年至2022年期间受到公共卫生事件的影响，该事项为特殊性事项，影响消除后会恢复至正常估值情况，基于谨慎性，公司以2017年外部投资者的引入价格作为员工持股计划股份支付中的权益公允价值。”

2、是否足额计提股份支付费用并进行准确分摊，是否符合《企业会计准则》相关规定

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》相关规定，完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在等待期内的每个资产负债表日，对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积；等待期是指可行权条件得到满足的期间。根据《企业会计准则解释第 3 号》，可行权条件包括服务期限条件或业绩条件，服务期限条件是指职工或其他方完成规定服务期限才可行权的条件。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》《企业会计准则解释第 3 号》的规定，并结合股份支付协议的约定，被激励员工须完成规定的服务期限方可从股权激励计划中获益，符合《企业会计准则第 11 号—股份支付》《企业会计准则解释第 3 号》规定的服务期限条件，并结合实际离职情形，在服务期的每个资产负债表日分摊确认股份支付费用。

综上，发行人已经按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》等相关规定，足额计提股份支付费用并进行准确分摊，相关处理符合《企业会计准则》的规定。

（四）补充披露广州旅商是否认定为实际控制人的一致行动人，并说明认定的合规性

根据《上市公司收购管理办法》第八十三条，“本办法所称一致行动，是指投资者通过协议、其他安排，与其他投资者共同扩大其所能够支配的一个上市公司股份表决权数量的行为或者事实……如无相反证据，投资者有下列情形之一的，为一致行动人：（一）投资者之间有股权控制关系……”

根据广州旅商的工商档案、合伙协议、合伙协议补充协议，截至本回复出具之日，伍俊雄担任广州旅商的执行事务合伙人，并持有其 11.54% 的合伙份额，能够决定合伙企业的重大事项。伍俊雄能够对广州旅商形成控制，广州旅商为伍俊雄的一致行动人。

综上，广州旅商为发行人实际控制人之一伍俊雄的一致行动人，认定实际控制人能够控制广州旅商所持公司股份的表决权及广州旅商与实际控制人存在一

致行动关系符合法律法规的规定。

发行人已在招股说明书之“第二节 概览/二、发行人及其控股股东、实际控制人的情况/（二）控股股东、实际控制人情况”中补充披露如下：

“截至本招股说明书签署日，公司股权结构分散，单一股东持股比例均未超过 50.00%，不存在单一股东对股东大会的决议产生重大影响的情形，因此公司无控股股东。截至本招股说明书签署日，伍俊雄、陈培钢、陈连江、蔡洁雯为公司的共同实际控制人，广州旅商认定为实际控制人之一伍俊雄的一致行动人。”

三、特殊投资条款的履行与终止

（一）结合特殊投资条款的具体约定，发行人资本公积转增股本、股权转让、分红等情况，说明特殊投资条款历次触发和履行的具体情况，特殊投资条款的履行或解除过程中是否存在纠纷、是否存在损害发行人及其他股东利益的情形、是否对发行人经营产生不利影响

1、特殊投资条款历次触发和履行的具体情况

（1）业绩补偿的触发及履行

2016 年 12 月，美亚有限通过增资引入达晨创联、国中中小企业基金、张世牛、刘东升及刘洋 5 名外部投资者（以下合称为“外部投资者”），美亚有限及公司当时全体股东（伍俊雄、陈培钢、广州旅商及其他 21 名自然人股东，以下合称为“原股东”）与外部投资者签署了《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司增资协议》（下称“《增资协议》”）及《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司增资协议之补充协议》（下称“《补充协议一》”）。

根据《补充协议（一）》的约定，发行人原股东和标的公司向外部投资者承诺：（1）公司在 2017 年度经会计师事务所审计的合并财务报表归属于母公司所有者的税后净利润（以扣除非经常性损益前后孰低值为计算依据）达到 3,800 万元。（2）公司在 2018 年度经会计师事务所审计的合并财务报表归属于母公司所有者的税后净利润（以扣除非经常性损益前后孰低值为计算依据）达到 4,800 万元。若未实现前述业绩的，外部投资者可以要求原股东、公司进行股权或现金补偿并约定了相应的补偿计算公式。

公司 2017 年度和 2018 年度实际完成净利润均低于《补充协议（一）》的业绩承诺金额，触发业绩补偿义务。经过各方的沟通，最终达成一致以股权及现金的方式对外部投资者进行补偿并签署了相应的补偿协议。

根据《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司股权补偿协议》（“《股权补偿协议》”）的约定，各方同意发行人以资本公积向外部投资者定向转增注册资本 308.0497 万元。

2019 年 12 月 31 日，美亚有限通过股东会决议，同意美亚有限注册资本由 6,537.5000 万元增加至 6,845.5497 万元；新增注册资本 308.0497 万元采用资本公积转增资本的方式完成，其中达晨创联以资本公积转增方式增资 128.354 万元；国中中小企业基金以资本公积转增方式增资 128.354 万元；张世牛以资本公积转增方式增资 25.6709 万元；刘东升以资本公积转增方式增资 12.8354 万元；刘洋以资本公积转增方式增资 12.8354 万元。2020 年 3 月 6 日，广州市市监局对美亚有限本次变更事项予以核准登记，股权补偿事项已履行完毕。

根据《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司现金补偿协议》（“《现金补偿协议》”）的约定，伍俊雄、陈培钢需连带地向外部投资者合计支付现金补偿金额共计 887 万元，分两期支付。其中第一期现金补偿共计 80 万元在本协议签订完成后 30 日内支付；第二期现金补偿款 807 万元在 2022 年 12 月 31 日前支付完成，如在 2022 年 12 月 31 日前发行人实现合格的首次公开发行，则伍俊雄、陈培钢无需再支付该 807 万元现金补偿。如 2022 年 12 月 31 日时，发行人合格的首次公开发行申请已被审核部门受理（以下简称“此次申请”），则伍俊雄、陈培钢履行义务的时间相应延迟，若（1）发行人此次申请实现合格上市，则伍俊雄、陈培钢无需继续履行现金补偿义务若（2）发行人未能实现合格上市，则伍俊雄、陈培钢应在公司此次申请被否决、终止审理或主动撤回之日起三十个工作日内，履行第二期现金补偿义务并向外部投资者支付补偿款。

根据《现金补偿协议》的约定，伍俊雄、陈培钢已向外部投资者支付第一期现金补偿款共计 80 万元。截至本回复出具之日，第二期现金补偿款支付义务已根据相关方签署的《广东美亚旅游科技集团股份有限公司增资协议之补充协议（二）》（以下简称“《补充协议二》”）予以延期。

（2）股份转让及分红

发行人与外部投资者在《补充协议一》中约定发行人需在 2020 年 12 月 31 日前实现上市，发行人未能在该时间前实现合格上市，触发了外部投资者的回购请求权，且截至 2022 年末，原《现金补偿协议》约定的第二期现金补偿款的支付期限也已经届满。经发行人与外部投资者的协商，虽然发行人因主营业务受公共卫生事件影响，发展不及预期，但外部投资者对发行人的长期发展仍抱有信心，因此双方就上述事项始终保持友好沟通。

2023 年，发行人筹划在全国股转系统挂牌并申请北交所上市，发行人就股东特殊投资条款的解除事宜，与外部投资者进行了友好沟通，外部投资者均同意支持发行人本次上市。各方就于发行人递交全国股转系统挂牌申请前，放弃有关特殊投资条款及现金补偿款支付义务延期事宜达成一致签署《补充协议二》。同时，考虑到外部投资者对公司的投资期较长，有退出和投资回报需求，公司部分股东同意参考原《补充协议一》的约定，受让达晨创联、国中中小企业基金、刘洋持有的部分发行人股份。

2023 年 8 月 28 日，达晨创联、国中中小企业基金、刘洋与伍俊雄、陈培钢等 17 名股东签署了《股份转让协议》，约定进行如下股份转让：

转让方	受让方		
名称/姓名	名称/姓名	受让股份数量（股）	对应持股比例
达晨创联	伍俊雄	566,291	0.8272%
	陈培钢	500,000	0.7304%
	陈连江	120,000	0.1753%
	蔡洁雯	80,000	0.1169%
	俞涛	80,000	0.1169%
	小计	1,346,291	1.9667%
国中中小企业基金	伍俊雄	1,346,291	1.9667%
刘洋	伍俊雄	19,629	0.0287%
	白宇峰	40,000	0.0584%
	江玲玲	10,000	0.0146%
	花庆伦	20,000	0.0292%
	陈立波	5,000	0.0073%

转让方	受让方		
名称/姓名	名称/姓名	受让股份数量（股）	对应持股比例
	林桦	5,000	0.0073%
	孟艳	5,000	0.0073%
	项威威	5,000	0.0073%
	张磊	5,000	0.0073%
	张娜	5,000	0.0073%
	郑运球	5,000	0.0073%
	刘方明	5,000	0.0073%
	岑文星	5,000	0.0073%
	小计	134,629	0.1967%
合计	—	2,827,211	4.1300%

根据股份转让款支付证明及个人所得税缴纳证明及《股东名册》，本次股份转让已履行完毕。

发行人股票已于 2023 年 10 月 23 日在全国股转系统挂牌并公开转让，考虑到发行人的经营发展状况良好，外部投资者对发行人的投资时间较长，为平衡外部投资者整体的投资回报要求，兼顾发行人发展及股东的合理利益，发行人拟向全体股东分配利润。2023 年 11 月 15 日，发行人召开 2023 年第三次临时股东大会，审议通过《公司 2023 年第三季度权益分派预案》，利润分配方案为每 10 股派发现金红利 5.00 元（含税），合计分派金额 3,422.77 万元。

2、特殊投资条款的履行或解除过程中不存在纠纷

各方于 2023 年 8 月 28 日签署《补充协议（二）》，对特殊投资条款的解除进行了约定。根据《补充协议（二）》的约定，发行人全体股东确认，在《增资协议》《补充协议一》《股权补偿协议》《现金补偿协议》的签署及履行过程中，不存在任何争议或纠纷。同时，就特殊投资条款的履行及解除事宜，各方不存在纠纷或潜在纠纷。

各方于 2025 年 5 月 26 日签署《补充协议（三）》，对《补充协议（一）》第四条“上市前的股权转让”限制条款的解除进行了约定。根据《补充协议（三）》的约定，各方确认，就《补充协议（三）》约定的终止条款，各方不存在任何纠纷或潜在纠纷。

（二）说明股权转让限制条款在上市审核期间未终止对本次发行上市是否存在不利影响

根据《补充协议（一）》的约定，自投资完成后至发行人合格上市前，未经外部投资者同意，发行人原股东不得将其直接或间接持有的发行人部分或全部股权转让给发行人其他股东或其他第三方（无论是否办理工商登记），不得在其直接或间接持有的发行人部分或全部股权上设立信托、担保或其他权利限制。发行人在全国股转系统挂牌后，实际控制人以及广州旅商仍应遵守股份转让限制，其他原股东可以不受股权转让限制的约束。根据上述约定及《补充协议（二）》《补充协议（三）》的约定，实际控制人及广州旅商所持有的发行人股份的转让限制条款已不可撤销地终止。

四、发行人子公司

（一）各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域、收入、净利润、毛利率等情况；设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

1、截至本回复更新出具之日，各母子公司在细分业务板块中的分工情况、主要服务区域如下：

名称	注册地和主要经营地	主要经营所属板块	主要服务区域
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	广州	航旅、旅游	华南地区、华东地区、华北地区、华中地区、西北地区、东北地区等以及境外全球各地
广东美亚商旅科技有限公司	广州	商旅	华南地区、华北地区、华东地区、华中地区、西南地区等以及境外全球各地
北京美亚国际航空服务有限公司	北京	航旅	华东地区、华北地区
上海易飞航空服务有限公司	上海	航旅	华东地区
广东美亚会奖旅游服务有限公司	广州	旅游	华南地区、华东地区
香港美亚商务旅行管理有限公司	中国香港	航旅	华东地区以及境外全球各地
Meiya Travel International FZCO	迪拜	商旅	境外全球各地

截至本回复出具之日，香港会奖未实际开展业务经营。

2、报告期内，发行人各家公司的收入、净利润、毛利率

单位：万元

名称	2025 年 1-6 月		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	5,792.66	489.05	29.89%
广东美亚商旅科技有限公司	9,678.98	2,737.64	65.89%
北京美亚国际航空服务有限公司	1,521.47	155.37	82.75%
上海易飞航空服务有限公司	1,019.05	87.04	59.08%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	9.37	42.73	-797.55%
香港美亚商务旅行管理有限公司	136.34	49.57	94.28%
Meiya Travel International FZCO	107.40	66.23	100.00%
合计	18,265.26	3,627.63	55.47%

续上表

名称	2024 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	11,869.99	185.96	21.66%
广东美亚商旅科技有限公司	21,055.62	5,399.54	63.44%
北京美亚国际航空服务有限公司	3,464.98	1,285.67	88.17%
上海易飞航空服务有限公司	3,018.70	451.16	76.00%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	109.90	157.82	-158.98%
香港美亚商务旅行管理有限公司	418.42	152.96	83.91%
Meiya Travel International FZCO	157.29	106.88	100.00%
合计	40,094.90	7,740.00	53.90%

续上表

名称	2023 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	12,305.31	699.53	35.81%
广东美亚商旅科技有限公司	18,488.45	5,980.52	68.02%
北京美亚国际航空服务有限公司	1,589.09	216.57	73.39%
上海易飞航空服务有限公司	1,910.03	209.50	69.82%

名称	2023 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚会奖旅游服务有限公司	524.41	246.89	91.78%
香港美亚商务旅行管理有限公司	193.21	-14.64	75.12%
Meiya Travel International FZCO	55.26	-47.10	79.83%
合计	35,065.77	7, 218. 35	57. 47%

续上表

名称	2022 年度		
	收入	净利润	毛利率
广东美亚旅游科技集团股份有限公司	31,612.92	775. 57	16. 40%
广东美亚商旅科技有限公司	12,876.68	3,388.49	66.15%
北京美亚国际航空服务有限公司	365.91	75.13	73.60%
上海易飞航空服务有限公司	378.53	-21.29	67.65%
广东美亚会奖旅游服务有限公司	-	-24.90	-
香港美亚商务旅行管理有限公司	160.28	-39.73	71.68%
Meiya Travel International FZCO	168.66	134.91	84.37%
武汉美亚航空服务有限公司	-	5.49	-
处置子公司的合并层面投资收益	-	-260.87	-
合计	45,562.97	4, 032. 80	31. 80%

注：以上收入的统计维度为主营业务收入的金额。

3、设立境外子公司的原因和必要性，投资金额是否与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍

(1) 发行人设立境外子公司的原因和必要性

截至本回复出具之日，发行人设有香港美亚、迪拜美亚、**香港会奖**三家境外子公司。

发行人设立香港美亚主要系作为境外产品资源的采购主体，香港美亚可以通过 Sabre 系统及境外同行采购机票、酒店等产品资源，丰富公司的产品类型。香港美亚设立迪拜美亚主要系因公司的商旅服务对象包括众多国央企客户，为了更好地服务该等企业在中东地区的海外员工，支持国家一带一路建设，开拓海外市场，发行人再投资设立了迪拜美亚。**发行人为开拓海外会奖旅游业务市场，发行**

人再投资设立了香港会奖。

因此，发行人设立香港美亚、迪拜美亚、**香港会奖**具备合理性及必要性。

(2) 境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应

报告期各期，发行人营业收入分别为 45,739.48 万元、35,350.91 万元、40,094.90 万元及 18,265.26 万元，发行人对境外子公司的投资金额占发行人整体营收规模的比重小，不会对发行人生产经营造成不利影响。且随着中国企业出海增长，公司客户的海外员工商旅出行需求预期不断扩大，投资设立境外子公司有助于公司丰富境外产品资源、获取维系境外客户、扩大海外经营规模。

报告期各期末，发行人的净资产分别为 47,316.25 万元、51,347.67 万元、59,274.92 万元及 62,964.76 万元。发行人财务状况良好，境外子公司的投资金额占发行人整体资产的比例较小，该等对外投资事宜不会给公司造成不适当的财务压力。

发行人日常经营活动的数字化部署程度较高，各分子公司的业务运营活动主要使用发行人统一建设和管理的航旅业务系统、商旅业务系统完成，发行人可以通过信息化技术实现对境外子公司主要业务活动的有效管理和控制。

同时，发行人已经根据《公司法》的规定建立健全了由股东会、董事会、监事会及高级管理人员构成的公司治理结构，制定了完善的议事规则及包括《对外投资管理制度》在内的一整套内部管理制度，对境外子公司的组织管理机构、人事管理、重大事项决策等重要方面形成了完善的管理体系，能够实现对境外子公司的有效管理和控制。

综上所述，境外子公司的投资金额与公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应。

(3) 境外子公司分红不存在政策障碍

根据商务部公布的《对外投资国别（地区）指南-阿联酋》的说明，阿联酋外汇不受限制，可自由汇进汇出，但须符合阿联酋政府的反洗钱规定。一般情况下，外商投资资本和利润回流不受限制。根据《对外投资合作国别（地区）指南-中国

香港》的说明，中国香港地区没有外汇管理机构，对货币买卖和国际资金流动，包括外来投资者将股息或资金调回本国（地区）均无限制，资金可随时进入或撤出中国香港。同时，根据《香港美亚法律意见书》，香港美亚向其股东进行利润分配并不受任何中国香港法律的限制。因此，经核查，在境外法规政策方面，境外子公司所在国家、地区的法律法规对其向股东分红均无限制性规定，可以确保在符合相关法律法规及分红条件的前提下向其股东进行利润分配。

在境内法规政策方面，境外子公司分红款汇入境内并无外汇法规的限制，根据《中华人民共和国外汇管理条例》《境内机构境外直接投资外汇管理规定》《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13号）等相关规定，境外子公司汇回利润的，可以保存在企业经常项目外汇账户、资本项目结算账户或直接办理结汇。外汇指定银行在审核境内机构的境外直接投资业务登记凭证及依法获得境外企业利润的相关真实性证明材料无误后，为其办理境外直接投资利润入账或结汇手续。发行人已经按规定于具有经营外汇业务资质的银行开立了外汇结算账户，如境外子公司分红的，可以通过银行办理相应收汇、结汇手续。

经登录国家外汇管理局行政处罚信息查询网站核查，发行人近三年不存在因外汇违规受到外汇管理部门行政处罚的情况。

综上，发行人境外子公司所在国家、地区适用法律对其向股东分红并无特殊的限制性规定，发行人已经按照外汇管理规定开立了外汇结算账户，可用于存放境外子公司分红或办理结汇，境外子公司向股东分红不存在政策或外汇管理障碍。

（二）结合境外投资相关法律法规，说明设立境外子公司是否履行发改部门、商务部门、外汇管理部门、境外主管机构等主管机关的备案、审批等监管程序，是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；发行人是否取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易、同业竞争等问题的明确意见，前述事项是否合法合规

1、发行人设立境外子公司已履行主管机关所需的备案、审批等监管程序

（1）香港美亚

①香港美亚设立时已取得商务、外汇主管部门核准登记

2012年11月30日，发行人取得商务部核发的《企业境外投资证书》（商境外投资证第4400201200371号），核准发行人以新设方式投资设立香港美亚，投资总额为13万美元。

同时，发行人就投资设立香港美亚依法办理了外汇登记并取得了IC卡外汇登记证（NO.00370930）。

根据香港美亚设立时有效的《境外投资项目核准暂行管理办法》（2004年10月9日生效，2014年5月8日废止）的规定，“本办法适用于中华人民共和国境内各类法人（以下称“投资主体”），及其通过在境外控股的企业或机构，在境外进行的投资（含新建、购并、参股、增资、再投资）项目的核准。投资主体在香港特别行政区、澳门特别行政区和台湾地区进行的投资项目的核准，适用本办法。本办法所称境外投资项目指投资主体通过投入货币、有价证券、实物、知识产权或技术、股权、债权等资产和权益或提供担保，获得境外所有权、经营管理权及其他相关权益的活动”。虽有上述规定，但根据发行人说明，发行人于香港美亚设立时，在取得《企业境外投资证书》后，仅办理了外汇主管部门登记，但未办理发改部门境外投资相关核准或备案手续。根据中介机构对广东省发展和改革委员会（以下简称“发改委”）的电话咨询，在2018年《企业境外投资管理办法》（国家发展和改革委员会令第11号）生效实施前，境内主体设立境外子公司是否需要向发改主管部门申请办理境外投资项目核准/备案手续取决于该境外子公司的具体业务情况，如果是涉及制造业或实体经营、生产线投入的，根据此前有效的《境外投资项目核准和备案管理办法》（国家发展和改革委员会令第9号）等规定，需要向发改委申请办理相关境外投资项目核准/备案手续；如果不涉及前述业务范围，无需申请办理相关手续。由于香港美亚不涉及制造业或实体经营、生产线投入，因此设立时并未办理发改委备案手续。

②2019年，发行人对香港美亚实际出资时重新办理相关审批程序

发行人设立香港美亚后，并未实际向香港美亚汇出投资款。2019年，为完成实缴出资，发行人与银行沟通出资事宜。根据当时有效的《境外投资管理办法（2014）》的规定，企业在领取《企业境外投资证书》（以下简称“《证书》”）之日起2年内，未在境外开展投资的，《证书》自动失效。如需再开展境外投资，应当按照相关程序重新办理备案或申请核准。根据广东省商务厅网站

(<http://com.gd.gov.cn/>) 互动交流栏目的答复, 自领取《证书》之日起 2 年内, 如企业未就境外投资事项实际汇出过资金, 则原证书失效, 企业后续拟开展境外投资的, 需先提交注销原证书申请后重新申请备案。

根据上述规定及办理银行的要求, 由于发行人已取得的《证书》(商境外投资证第 4400201200371 号) 核发已逾两年, 若拟完成出资, 需要注销原证书后重新申请备案并提供有限期在两年内的《证书》。因此, 发行人在对香港美亚实际出资前, 重新申请了《证书》并根据当时有效的法律法规的规定, 向广东省发改委申请境外投资项目备案。

根据《企业境外投资/机构证书注销确认单》, 发行人向主管商务部门申请注销原持有的《证书》(商境外投资证第 4400201200371 号), 并于 2018 年 7 月取得同意注销的备案。

2019 年 7 月 3 日, 发行人重新取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》(境外投资证第 N4400201900353 号), 同意发行人投资设立香港美亚, 投资总额为 89.691043 万元(折合 13 万美元)。

2019 年 8 月 29 日, 广东省发改委向发行人出具《境外投资项目备案通知书》(粤发改外资函[2019]3129 号), 同意对发行人新建香港美亚项目予以备案, 项目总投资 13 万美元。

此外, 美亚科技就直接境外投资事项, 取得了国家外汇管理局广东省分局出具的外汇业务登记凭证(ODI 中方股东对外义务出资业务)(业务编号: 35440000201304106555)。根据公司提供的付款凭证, 美亚科技已于 2020 年完成对香港美亚的出资。

根据陈林梁余律师行出具的《香港美亚法律意见书》, 香港美亚已经于公司注册处办理了注册登记手续并获得公司注册证书, 香港美亚遵守了中国香港法律就公司设立要求的所有登记、存档要求和其他手续。

(2) 迪拜美亚

发行人于 2022 年 1 月通过香港美亚再投资设立迪拜美亚, 就该境外投资事项履行的境内主管机关核准备案程序如下:

根据《境外投资管理办法》第二十五条的规定，企业投资的境外企业开展境外再投资，在完成境外法律手续后，企业应当向商务主管部门报告。涉及地方企业的，地方企业通过商务部业务系统统一平台境外投资管理系统（以下简称“管理系统”）填报相关信息，打印《境外中资企业再投资报告表》并加盖印章后报省级商务主管部门。

就通过香港美亚境外再投资设立迪拜美亚事项，发行人已通过管理系统向广东省商务厅提交《境外中资企业再投资报告表》并完成境外再投资报告手续。

迪拜美亚主要从事商旅出行服务业务，投资设立迪拜美亚所需资金由香港美亚以其经营所得提供，发行人未就再投资迪拜美亚直接投入资产、权益或提供融资、担保，该境外再投资事宜不属于相关法律法规规定的敏感类项目，亦不属于境内投资主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的非敏感类项目，发行人再投资设立迪拜美亚无需履行发改部门审批/备案手续。

根据《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13号），境内投资主体设立或控制的境外企业在境外再投资设立或控制新的境外企业无需办理外汇备案手续，发行人再投资设立迪拜美亚无需履行外汇备案手续。

根据 Yingke & Shayan Legal Consulting FZ-LLC 出具的《迪拜美亚法律意见书》，迪拜美亚已取得迪拜 DMCC 自由区管理局核发的服务许可证，其根据阿联酋法律合法成立并有效存续。

（3）香港会奖

发行人于2025年11月通过香港美亚再投资设立香港会奖，就通过香港美亚境外再投资设立香港会奖事项，发行人已通过管理系统向广东省商务厅提交《境外中资企业再投资报告表》。

香港会奖设立拟主要从事会奖旅游服务业务，投资设立香港会奖所需资金由香港美亚以其经营所得提供，发行人未就再投资香港会奖直接投入资产、权益或提供融资、担保，该境外再投资事宜不属于相关法律法规规定的敏感类项目，亦不属于境内投资主体直接投入资产、权益或提供融资、担保的非敏感类项目，发行人再投资设立香港会奖无需履行发改部门审批/备案手续。

根据《国家外汇管理局关于进一步简化和改进直接投资外汇管理政策的通知》（汇发[2015]13号），境内投资主体设立或控制的境外企业在境外再投资设立或控制新的境外企业无需办理外汇备案手续，发行人再投资设立香港会奖无需履行外汇备案手续。

香港会奖已经于公司注册处办理了注册登记手续并获得公司注册证书，香港会奖遵守了中国香港法律就公司设立要求的所有登记、存档要求和其他手续。

2、发行人境外投资事宜符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》的规定

《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74号）对企业境外投资进行了规范和引导，将企业境外投资分为“鼓励开展的境外投资”“限制开展的境外投资”以及“禁止开展的境外投资”三大类。

经逐条比对，发行人投资香港美亚、迪拜美亚、**香港会奖**不属于《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74号）中限制或禁止类对外投资项目，具体分析如下：

项目	具体情形	境外子公司投资具体情况
限制开展的境外投资	赴与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区开展境外投资	境外子公司设立于中国香港、阿拉伯联合酋长国，不属于与我国未建交、发生战乱或者我国缔结的双多边条约或协议规定需要限制的敏感国家和地区
	房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营，不属于房地产、酒店、影城、娱乐业、体育俱乐部等境外投资
	在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不属于在境外设立无具体实业项目的股权投资基金或投资平台
	使用不符合投资目的国技术标准要求的落后生产设备开展境外投资	未使用不符合中国香港、阿拉伯联合酋长国技术标准要求的落后生产设备
	不符合投资目的国环保、能耗、安全标准的境外投资	境外子公司的生产经营不违反中国香港、阿拉伯联合酋长国环保、能耗、安全相关法律法规
禁止开展的境外投资	涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不涉及未经国家批准的军事工业核心技术和产品输出的境外投资
	运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资	发行人就投资香港美亚已取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4400201900353 号），就投资迪拜美亚已通过管理系统向广东省商务厅完

项目	具体情形	境外子公司投资具体情况
		成境外再投资报告程序，不属于运用我国禁止出口的技术、工艺、产品的境外投资
	赌博业、色情业等境外投资	境外子公司围绕航旅票务、商旅出行服务开展经营活动，不涉及赌博业、色情业等
	我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资	发行人就投资香港美亚已取得广东省商务厅核发的《企业境外投资证书》（境外投资证第 N4400201900353 号），就投资迪拜美亚已通过管理系统向广东省商务厅完成境外再投资报告程序，不属于我国缔结或参加的国际条约规定禁止的境外投资，
	其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资	不属于其他危害或可能危害国家利益和国家安全的境外投资

综上所述，发行人设立境外子公司香港美亚、迪拜美亚、**香港会奖**符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》（国办发〔2017〕74 号）相关规定。

3、境外律师出具的法律意见书

根据《香港美亚法律意见书》，就香港美亚设立、股权变动、业务合规性、关联交易等事项，境外律师出具的法律意见如下：

就香港美亚设立事项，其“是一家根据香港法律合法设立和有效存续的有限责任公司。该公司适当遵守了香港法律就公司设立而要求的所有登记、存档要求和其他手续。”

就香港美亚股权变动事项，发行人于 2024 年 9 月对香港美亚进行了增资，其持有的已发行股份数从 100 万港币增加至 500 万港币，“该公司的唯一股东是：广东美亚旅游科技集团股份有限公司，该公司成立至本法律意见书出具之日，该公司有配发新股给该中国公司，而该中国公司的持股百分比没有变动。”“该公司的现有股东合法持有并实益拥有该公司的股权。”

就香港美亚业务合规性事项，“该公司已获得香港法律要求的经营该等业务所必须的全部资质和经营许可，包括注册证书、商业登记证、旅行代理商牌照、以及该 IATA 证书。该公司开展的业务不存在任何违反香港法律及法规、公司章程的情形。”

就香港美亚关联交易事项，香港美亚于报告期内与美亚科技存在关联交易，双方签署了《委托采购协议》和《个人信息传输合同》，“上述协议的成立、履

行、内容、及形式不违反香港法律，对该协议双方均具有法律拘束力，该公司继续履行该协议不存在法律障碍，该关联交易真实有效，具备必要性及合理性，交易定价公允。除上述已披露的关联交易外，于该时间段，该公司与关联方之间不存在其他重大债权债务关系，亦不存在该公司为关联方提供关联担保的情况。”

根据《迪拜美亚法律意见书》，就迪拜美亚设立、股权变动、业务合规性、关联交易等事项，境外律师出具的法律意见如下：

就迪拜美亚设立事项，其“根据阿联酋法律合法成立并有效存续。”

就迪拜美亚股权变动事项，“HONG KONG MEIYA TRAVEL CO., LIMITED 合法拥有公司的所有股份，该股份不存在任何质押、留置、所有权负担、主张、申索或其他第三方权利的限制。股份由其直接持有，不存在委托持股或代持情况，且不存在信托持股。我们并无收到任何文件显示股权结构有任何变动”。

就迪拜美亚业务合规性事项，“公司已取得在迪拜从事业务经营的全部资质与许可，不存在从事任何法律禁止的业务的情况。”

就迪拜美亚关联交易事项，“截至 2025 年 6 月 30 日，除与母公司及其并表范围内主体之间的交易外，迪拜美亚与其关联方之间不存在其他任何关联交易，公司未与其关联方签订任何重大债务协议，且迪拜美亚未向其关联方提供任何担保”。

就境外再投资设立香港会奖事项，发行人已提交《境外中资企业再投资报告表》并办理备案，截至本回复出具之日，香港会奖尚未实际开展业务经营活动。

香港美亚、香港会奖及迪拜美亚均为发行人全资子公司，与发行人不存在同业竞争事项。

（三） 注销武汉美亚等 2 家子公司的原因，注销后相关资产、人员的处置和安置情况，是否存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形

1、子公司注销的原因

根据国家企业信用信息公示系统查询，武汉美亚注销前的基本情况如下：

名称	武汉美亚航空服务有限公司
统一社会信用代码	91420106666778492G

住所	武昌区中南路 99 号武汉保利文化广场 15 层 2 室（电梯楼层 18 层）1845
法定代表人	陈培钢
注册资本	150 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立日期	2007 年 10 月 19 日
注销前经营范围	航空信息服务；机票代理；旅游咨询服务；企业管理咨询；会议及展览服务；文化艺术咨询服务；户外体育拓展运动；代订车、酒店；工艺品批零兼营。（国家有专项规定的项目经审批后或凭有效许可证方可经营）

武汉美亚已于 2022 年 10 月 18 日经武汉市武昌区行政审批局核准注销。

根据国家企业信用信息公示系统查询，湖南美亚注销前的基本情况如下：

名称	湖南省欧美亚国际商务交流服务有限公司
统一社会信用代码	914301027305148631
住所	湖南省长沙市芙蓉区八一路 407 号信息大厦 1522
法定代表人	曹旭然
注册资本	200 万元
公司类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
成立日期	2001 年 8 月 27 日
注销前经营范围	经济与商务咨询服务（不含金融、证券、期货咨询）；为公民出国定居、探亲、访友、继承财产和其它非公务活动提供信息介绍、法律咨询、沟通联系、境外安排、签证申请及相关的服务；旅客票务代理；政府采购代理；文化活动的组织与策划。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

湖南美亚已于 2021 年 7 月 19 日经长沙市芙蓉区行政审批服务局核准注销。

发行人服务区域涵盖华南地区、华东地区、华北地区、华中地区、西北地区、东北地区等以及境外全球各地，湖南美亚及武汉美亚均根据其所属区域的业务开展需要负责地方业务的开拓及运营。由于发行人业务及人员规划调整，发行人先后在武汉美亚及湖南美亚的注册地设立美亚科技武汉分公司及美亚科技长沙分公司，两地业务体量较小，无需同时保留分公司及子公司主体。基于当地业务需求及未来管理的便利性，发行人决定注销该等子公司并由分公司作为当地业务的开展主体。

2、注销后相关资产、人员的处置及安置情况

该等公司的资产及人员安置情况如下：

序号	注销公司	注销后资产、人员去向
1	武汉美亚	公司注销前的资产主要为办公电脑、打印机，注销前已无账面价值，公司注销时一并进行了固定资产清理。原有员工于2020年主动离职后，该子公司注销前已无员工。
2	湖南美亚	注销前公司已无资产，根据公司业务规划调整，原有员工已于2020年前后陆续调整为与长沙分公司建立劳动关系，截至注销前该公司已无员工。

3、子公司注销前不存在重大违法违规或大额债务、纠纷等情形

武汉美亚已依据法律法规的要求履行了其清算注销的各项程序，获得了武汉市武昌区行政审批局出具的注销《登记通知书》（[昌市监]登字[2022]第1441969号）及国家税务总局武汉市武昌区税务局出具的《清税证明》（武昌税一 税企清[2022]80062号）。

湖南美亚已依据法律法规的要求履行了其清算注销的各项程序，获得了长沙市芙蓉区行政审批服务局出具的《准予简易注销登记通知书》（[芙蓉]登记内简注核字[2021]第18649号）及国家税务总局长沙市芙蓉区税务局出具的《清税证明》（八一路局税 税企清[2021]2155号）。

此外，截至该等子公司注销前，该等公司不存在重大违法违规或大额债务、纠纷的情形。

五、信息系统有效性

（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性

报告期内，发行人的主要业务系统分为航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统以及集团公共数字化系统三类，各类别业务系统按主要业务功能分别搭建了子系统或同一系统中的不同子模块。根据业务功能、以子系统/子模块为单位将系统功能及潜在风险点列示如下：

系统编号	系统类别	系统名称	主要功能
1	航旅票务数字化系统	航旅 CRM 系统	主要用于维护航旅客户主数据，包括客户基本信息、结算方式、账期、授信额度及航旅合同管理。
2		航旅中台系统	由美亚航旅终端用户自主通过航旅客户端进行航班查询和创建的订单通过系统接口汇集至航

系统编号	系统类别	系统名称	主要功能
			旅中台系统；美亚科技航旅终端用户客户通过客服人员下单的订单，则由客服人员直接通过此系统进行订单审核和确认。
3		航旅机票处理系统	对于航旅国内机票、航旅国际机票以及商旅国际机票，均对接至此系统，由此系统调取中航信和航司接口进行出、退、改、废等票务处理并将结果回传至航旅中台系统、航旅业财管理系统和商旅订单管理系统。
4		航旅业财管理系统	主要用于数据归集、财务处理并生成业务报表。 1.数据归集：航旅业务订单从下单至结算核销的全流程数据均归集和同步至航旅业财管理系统； 2.财务处理：财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成；与微信、支付宝、招行 CBS 对接，定时拉取流水数据，自动匹配和核销账单；与招行交易管家对接，由招行交易管家接口实时推送客户打款至交易管家子账户的流水至此系统（含供应商和客户财务管理）。
5		航旅国内政策系统	主要用于航旅国内机票产品的管理、报价、订座和出票，通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统。
6		航旅权限系统	主要用于航旅票务数字化系统、集团供应商管理系统（航旅端）的账号和权限管理系统。
7		航旅客户端	美亚航旅网、美亚航旅 APP、美亚航旅 H5、芯斗云
8		商旅 CRM 系统	主要用于维护客户信息，旅客资料、合作状态及合作的产品服务以及合同审批。
9		商旅订单管理系统	美亚商旅客户通过商旅客户端或通过其公司内部 OA 系统/费控系统调取商旅订单管理系统接口下单的订单均汇集在此系统中经确认后正式生效，订单流的所有数据及状态均汇总在此系统。
10	商旅管理数字化系统	商旅支付结算系统	主要用于客户结算方式、商旅信用卡及额度、客户预存卡及额度、消费账单、发票影像的管理，与微信、支付宝、招行 CBS 对接，定时拉取流水数据，自动匹配和核销账单。
11		商旅数据报表系统	已出票订单的订单维度及结算维度数据实时同步至商旅数据报表系统；财务对账、入账使用的报表数据通过此系统生成。
12		商旅权限系统	主要用于商旅管理数字化系统、集团供应商管理系统（商旅端）、集团国际机票系统、研发支持系统的账号和权限管理系统。
13		商旅客户端	包括美亚商旅网、美亚商旅 APP、美亚商旅 H5、美亚商旅小程序。
14	集团公共数字化系统	集团国际机票系统	提供航旅和商旅的国际机票在线化接口支撑，通过 IBE+接口对接中航信核心订座系统，进行报价、订座、出票处理。

系统编号	系统类别	系统名称	主要功能
15		集团供应商管理系统	航旅业务和商旅业务的供应商管理系统，维护和管理供应商主数据。
16		信息系统日常管理工具（涵盖研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机）	研发支持系统、Jenkins 系统、禅道系统、安恒跳板机以及飞致云堡垒机为发行人在信息系统日常管理过程中所使用的 IT 工具类系。
17		金蝶系统	主要用于财务账务处理。
18		OA系统	在 IT 管理流程中的应用：作为公司的主要工单管理系统，在钉钉基础上自研。主要用于合同审批、供应商审批、系统账号权限增删改管理等。
19		费控系统	外购系统，用于费用报销、成本管理。其中，配置费通过此系统进行报销并自动传输至金蝶系统。

注 1：除上表所列示的业务系统外，发行人使用金蝶系统作为其财务系统进行账务处理。此外，还有用于协同支撑业务流程管理、IT 流程管理的工具类系统，如 OA 系统、研发支持系统、禅道系统、Jenkins 系统、安恒跳板机和飞致云堡垒机；

注 2：航旅客户端包括美亚航旅网、美亚航旅 APP、美亚航旅 H5、芯斗云；

注 3：商旅客户端包括美亚商旅网、美亚商旅 APP、美亚商旅 H5、美亚商旅小程序。

基于对发行人业务流程的梳理，中介机构识别了上述主要业务系统在业务流程中的潜在风险点，以及发行人为应对相关风险所设置的应用程序控制措施。经核查，相关应用程序控制措施能够确保存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。潜在风险点、所实施的控制措施及其有效性具体如下：

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
航旅销售业务流程	B 端客户创建	如新客户准入未经事前审批，可能会加大资质不符客户的准入从而加大虚假交易的风险	当且仅当新客户准入经审批后，航旅 CRM 系统才能成功创建客户主数据	是
	授信额度管理	如未经授权的人员能够维护授信额度，可能会加大授信额度被不合理、不准确维护的风险	仅具有特定权限的人员才可以维护客户的授信额度	是
	终端用户下单	如无法准确地从航旅客户端获取订单信息，可能会存在订单数据	终端用户在航旅客户端（美亚航旅网/APP/H5/芯斗云）下单，订单信息能够准确记录在航旅中台系统的数据库	是

业务流程	业务系统 相关控制 环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核 查，是 否有效 执行
		缺失、收入数据缺失或失真的风险		
		如下单金额大于授信额度余额或预充卡余额仍能生成有效订单，可能会导致客户纠纷，亦可能存在虚假交易的风险	当且仅当下单金额小于等于授信额度余额（适用于授信客户）、预充卡余额（适用于预充值客户）时，航旅中台系统订单方可通过授信或预充卡的方式出票	是
		如机票预订、出票、付款信息未能准确在信息系统间进行流转，可能存在订单数据缺失或失真以及利用虚假用户进行虚假交易的风险	国内机票预订信息能够准确从航旅中台系统传输至航旅国内政策系统	是
			国内机票预订信息能够通过航旅国内政策系统调用航信接口进行订座	是
			（适用于国内机票）预订人在航旅中台系统完成付款后，付款信息能够准确传输至航旅业财管理系统	是
			（适用于国内机票）航旅机票处理系统能够调用航信接口准确出票	是
			（适用于国内机票）航旅机票处理系统能够将出票信息准确回传至航旅业财管理系统完成出票	是
			国际机票订单能够准确通过航旅机票处理系统传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统调用航信接口，根据国际机票预订信息订座	是
			（适用于国际机票）预订人在航旅中台系统完成付款后，付款信息能够准确传输至航旅业财管理系统；航旅业财管理系统将出票通知传输至航旅机票处理系统、集团国际机票系统	是
			（适用于国际机票）集团国际机票系统能够调用航信接口准确出票	是
			（适用于国际机票）集团国际机票系统能够将出票信息准确回传至航旅机票处理系统、航旅业财管理系统完成出票	是
	账单生成	如航旅业财管理系统无法根据订单数据准	航旅业财管理系统能够根据客户已出票订单准确生成账单	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
		确、完整地生成客户账单，可能存在收入数据缺失或失真的风险		
	认款核销	如航旅业财管理系统无法准确进行订单核销，可能存在虚假核销和虚增收入的风险。	航旅业财管理系统可对已出票订单进行准确核销	是
	应收账款管理	如账单到期日和应收账款龄无法准确计算，可能存在收入数据缺失或失真的风险。	航旅业财管理系统能够根据账单周期和客户结算期限准确计算账单到期日	是
			航旅业财管理系统能够根据账单到期日准确计算应收账款龄并按账龄区间准确统计应收账款数据	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在收入数据缺失或失真的风险	航旅业财管理系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成利润明细表	是
			航旅业财管理系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成收款明细表	是
商旅销售业务流程	B 端客户创建	如新客户准入未经事前审批，可能会加大资质不符客户的准入从而加大虚假交易的风险	OA 系统能够根据已配置的审批矩阵对商旅客户准入进行审批	是
			OA 系统能够将客户创建审批状态准确回传至商旅 CRM 系统	是
	授信额度管理	如未经授权的人员能够维护授信额度，可能会加大授信额度被不合理、不准确维护的风险	仅具有特定权限的人员才可以在商旅支付结算系统维护商旅客户的授信额度/预充卡金额	是
	终端用户下单	如无法准确地从商旅客户端获取订单信息，可能存在订单数据缺失、收入数据缺失或失真的风险	终端用户在商旅客户端（美亚商旅网/APP/H5/微信小程序）下单，订单信息能够准确记录在商旅订单管理系统的数据库	是
		如下单金额大于授信额度余额或预充卡余额仍能生成有效订单，可能会导致客户纠纷，亦可能存在虚假交易的风险	当且仅当下单金额小于等于授信额度余额（适用于授信客户）、预充卡余额（适用于预充值客户）时，商旅订单方可通过授信或预充卡的方式出票	是
		如机票预订、出票、付款信息未能准确在信息系统间进行流转，可	商旅国内机票可以从商旅订单管理系统传输至航信系统进行准确订座和出票	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
		能存在订单数据缺失或失真以及利用虚假用户进行虚假交易的风险	国际机票预订信息能够准确从商旅订单管理系统传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统可以调用与航信接口，根据机票预订信息订座	是
			预订人付款后，商旅订单管理系统将出票通知准确传输至航旅机票处理系统，航旅机票处理系统能够将出票通知准确传输至集团国际机票系统	是
			集团国际机票系统能够调用航信接口准确出票	是
			航旅机票处理系统能够将出票信息准确回传至商旅订单管理系统完成出票	是
	账单生成	如商旅支付结算系统无法根据订单数据准确、完整地生成客户账单，可能存在收入数据缺失或失真的风险	商旅支付结算系统能够根据客户已出票订单（仅授信订单）准确生成账单	是
	认款核销	如商旅支付结算系统无法准确进行订单核销，可能存在虚假核销和虚增收入的风险	商旅支付结算系统能够对已出票订单进行准确核销	是
	应收账款管理	如账单到期日和应收账款龄无法准确计算，可能存在收入数据缺失或失真的风险	商旅支付结算系统能够根据账单周期和客户结算期限准确计算账单到期日	是
			商旅数据报表系统能够根据账单到期日准确计算应收账款龄，并按账龄区间准确统计应收账款数据	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在收入数据缺失或失真的风险	商旅数据报表系统能够所选期间的已出票订单准确生成利润明细表	是
			商旅数据报表系统能够所选期间的已出票订单准确生成收款明细表	是
外采和直采业务	供应商录入	未对供应商准入进行有效审批，可能存在虚增供应商合作关系和虚假采购订单的风险	在集团供应商管理系统录入供应商信息，相关数据能够准确传输至OA系统进行审批	是
			经审批后，OA系统审批记录能够准确回传至集团供应商管理系统，供应商创建成功	是

业务流程	业务系统相关控制环节	潜在风险点	应用程序控制措施	经核查，是否有效执行
	付款审批	采购订单未经恰当合理审批，可能存在采购信息不准确、不合理或虚假采购的风险	供应商付款申请能够根据 OA 系统已配置的审批矩阵流转至各级别审批人处进行审批	是
	生成业务报表	如业务报表无法准确生成，可能会存在成本数据缺失或失真的风险	航旅业财管理系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成付款明细表	是
			商旅数据报表系统能够根据所选期间的已出票订单准确生成付款明细表	是
成本核算流程	配置费核算	配置费未经恰当合理审批即入账，或未能准确传输至财务系统，可能存在配置费入账不准确、不合理的风险	费控系统设置了配置费审批矩阵，只有审批成功的配置费方可入账	是
			费控系统能够将经审批后的配置费准确传输至金蝶系统	是

（二）说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性；说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性

1、说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性

发行人已搭建相关信息系统支撑整体业务运营及财务管理，主要分为航旅票务数字化系统、商旅管理数字化系统以及集团公共数字化系统三类。报告期内，发行人业务数据从业务系统流转至财务系统的过程具体如下：

发行人财务部在每月结账日从业务系统中导出相应的业务数据，使用自研的财务辅助自动化工具按照收入、成本确认逻辑，对业务数据进行自动转换并汇总入账至财务系统。为确保业务及财务数据的一致性，发行人财务部实施了相关人工控制程序，主要包括：业务系统订单数据与通过财务辅助自动化工具入账至财务系统的数据一致性比对、业务系统与金蝶系统业务发生额及往来科目余额一致性比对，以及业务系统支付数据与第三方（如银行、支付宝、微信等支付平台）支付数据一致性比对，前述人工控制程序能够有效保障业务系统及财务系统数据一致、准确、完整。

2、说明在不同订单销售采购的渠道、定价方式及费率可能存在差异的情况下，财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性

报告期内，发行人航旅国际及国内机票、商旅国内机票的定价以航司给予发行人的票面价格为基础；商旅板块协议酒店以客户和酒店签订的协议价为基础，在此基础上设置固定服务费/固定金额折扣/约定比例折扣并结合多项考虑因素进行确定；发行人航旅保险、商旅国际机票及非协议酒店则以提供预订服务当时的影响因素进行灵活调整。报告期内，不同销售采购渠道不同类别产品的定价方式及服务费的确认方法具体如下：

业务板块	产品类别	定价方式及服务费确认方法
航旅业务	国际机票	以航司给予的票面价格为基础，根据航司的产品政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素确定，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价；国际机票的折扣主要为比例形式。
	国内机票	以航司给予的票面价格为基础，根据航司的产品政策并综合考虑市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素确定，制定给予客户的折扣，进而确定产品报价；国内机票的折扣主要为固定金额形式。
	酒店	航旅业务中仅存在少量酒店，主要系机票关联的酒店业务的产品管理政策提供预订服务，具有偶发性，不涉及固定的定价政策。
	保险	保险产品是辅营产品，产品政策结合市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素综合拟定指导价格，每笔订单价格均会参考客户预订时的实际需求及影响因素进行调整。
商旅业务	国际机票	主要以发行人结合市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素自主报价为主，少量采用“票面价格+固定服务费”的定价机制。
	国内机票	主要采用“票面价格+固定服务费”的定价机制，服务费在与客户签约时即确定。
	酒店	①协议酒店：采购价格以客户和酒店签订的协议价为准，发行人在约定价格上加收服务费，服务费在与客户签订合约时即确定； ②非协议酒店：为发行人与大型酒店集团或酒店集成供应商合作的酒店，主要参考市场行情、盈利能力、客户信用及类型等多项因素向客户报价。非协议酒店定价受多种因素影响，机制较为灵活，每笔订单价格均会参考当时的影响因素进行调整。

结合上述定价及服务费确认方式，发行人自研了航旅票务数字化系统、商旅

管理数字化系统以及集团公共数字化系统，以支撑各业务板块客商主数据审批及维护、各类别产品相关销售订单发起、预订、出票、确认、核销等流程，以确保前述流程产生的数据能够通过相关信息系统准确、完整地记录，进而确保收入、成本核算基础的准确性。发行人对前述业务流程配置的信息系统自动化控制参见本问题回复之“五/（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性。”

发行人财务部在每月结账日从业务系统中导出相应的业务数据，使用自研的财务辅助自动化工具按照收入、成本确认逻辑，对业务数据进行自动转换并汇总入账至财务系统，并实施了相关人工控制程序以确保各项财务数据真实、准确、完整，关于“财务系统设计如何保证每笔订单收入、成本核算的准确性、各项财务数据真实、准确、完整性”，请参见本问题回复之“五/（二）/1、说明财务系统与业务系统的对接情况，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面能否保证财务与业务信息一致性”。

六、收入相关事项

（一）针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有），销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因

1、针对酒店代理、保险代理，说明发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入（如有）

针对酒店代理，报告期发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入情况如下：

单位：个，万元

产品类型	明细	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
酒店代理	订单量	726,082.00	1,313,541.00	1,085,501.00	456,599.00
	销售金额	42,047.74	78,304.00	67,563.89	27,678.27
	代理收入	1,122.29	2,229.93	2,100.14	887.64

产品类型	明细	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
	后返佣金收入	65.64	50.01	138.94	43.41

注：会奖旅游存在少量单一酒店业务，因金额较小故未列示。

针对保险代理，报告期发行人业务量、销售金额、代理收入、后返佣金收入情况如下：

单位：个，万元

产品类型	明细	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
保险代理	订单量	91,600.00	171,946.00	107,858.00	71,264.00
	销售金额	77.48	163.59	198.51	117.59
	代理收入	-1.70	5.44	34.93	13.09
	后返佣金收入	23.20	51.16	49.88	22.04

注：会奖旅游存在少量单一保险业务，因金额极小故未列示。

2、销售金额、代理收入变动是否与行业趋势、可比公司变动一致，代理收入占销售金额比例及变动情况与行业情况是否一致，说明变动原因

截止目前，文化和旅游部尚未公布 2025 年 1-6 月全国星级酒店经营数据，据酒店行业龙头锦江酒店的 2025 年 1-6 月半年报数据，2025 年 1-6 月锦江酒店合并营业收入比上年同期下降 5.31%。

截止目前，文化和旅游部尚未公布 2024 年全国星级酒店经营数据，据酒店行业龙头锦江酒店的 2024 年年报数据，2024 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期下降 4%。

据文化和旅游部公布的 2023 年全国星级酒店经营数据，2023 年度共有 7245 家星级酒店数据参与调查，同比 2022 年，2023 年度营业总收入同比增长超三成，据酒店行业龙头锦江酒店的 2023 年年报数据，2023 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期增长 29.53%。

据文化和旅游部公布的 2022 年度全国星级酒店经营数据，共有 7337 家星级酒店的经营数据参与调查，2022 年度营业收入总额同比下降 14.63%。受公共卫生事件因素的持续扰动影响，2022 年酒店经营受限制，导致营收下降。据酒店行业龙头锦江酒店的 2022 年年报数据，2022 年度锦江酒店合并营业收入比上年同期下降 3.44%。

综上，2022 年度由于公共卫生事件的持续影响，酒店行业受到限制，相比于 2021 年度营业规模都有所下降，2023 年度随着公共卫生事件的缓解，酒店行业相比同期都有较大规模的增长。

发行人酒店代理业务变动趋势与整体酒店行业大致一致，2023 年度随着公共卫生事件的缓解，销售金额和代理收入均有大规模的增长。2022 年度发行人酒店代理销售规模和代理收入相比于 2021 年度有小幅增长，与行业趋势不一致，主要系 2022 年度境外地区先行解除相关限制，发行人酒店代理业务依托其境外优势率先恢复。

报告期内发行人与可比公司，酒店代理收入与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司	明细	2025 年 1-6 月	2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额	金额	增长率	金额	增长率	金额
发 行 人	销售 金额	42,047.74	78,304.00	15.90%	67,563.89	144.10%	27,678.27
	代理 收入	1,122.21	2,229.93	6.18%	2,100.14	136.60%	887.64
	代理 收入/ 销售 金额 比例	2.67%	2.85%		3.11%		3.21%
携 程 集 团	销售 金额	未披露					
	酒店 预订 收入	1,176,600.00	2,160,000.00	24.14%	1,740,000.00	135.14%	740,000.00
	代理 收入/ 销售 金额 比例	不适用					
同 程 旅 行	销售 金额	未披露					
	酒店 预订 收入	256,100.90	466,817.90	19.71%	389,951.40	61.49%	241,474.70
	代理 收入/ 销售 金额 比例	不适用					

注：报告期内可比公司中只有携程集团和同程旅行有单独披露酒店预订收入，且其中存在以全额法确认的酒店预订收入，从公开披露数据上与发行人无法直接对比。

从上表可见，发行人酒店代理销售金额和代理收入变动与可比公司趋势大致相似。2024 年度酒店销售金额和代理收入有所上升，但是增长幅度相比于 2023 年度有所下降，2023 年度，随着公共卫生事件的缓解，发行人和可比公司的酒店代理收入均大幅上升，2022 年度，境外地区先行解除相关限制，发行人酒店代理业务依托其境外优势率先恢复，携程集团和同程旅行主要针对国内酒店，增幅并不明显。由于可比公司并未同时披露销售金额和代理收入金额，因此代理收入占销售金额比例及变动情况与可比公司无法直接对比。

报告期内，可比公司均没有单独披露保险代理销售金额、代理收入等数据，发行人无法与可比公司直接对比。

（二）说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比，交易对象类型、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系，各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性、是否符合行业惯例，会计处理规范性、购销交易真实性

1、说明三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型

2025 年 1-6 月，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2025 年 1-6 月		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	56,992.71	7,197.86	895.80
	占销售总额的比例	8.77%	1.11%	0.14%
	其中：航司后返佣金（万元）	7,427.42	598.13	—
	占销售总额的比例	1.14%	0.09%	—
	其中：同行互采（万元）	49,565.28	6,599.74	895.80
	占销售总额的比例	7.63%	1.02%	0.14%
采购情况	重叠采购发生额（万元）	376,439.50	127,143.51	1,147.76
	占采购总额的比例	59.36%	20.05%	0.18%
	其中：航司采购（万元）	341,463.61	111,307.39	—
	占采购总额的比例	53.85%	17.55%	—

交易类型	明细	2025 年 1-6 月		
		航旅	商旅	旅行
	其中：同行互采（万元）	34,975.89	15,836.11	1,147.76
	占采购总额的比例	5.52%	2.50%	0.18%

2024 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2024 年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	92,690.56	1,387.36	1,676.34
	占销售总额的比例	7.12%	0.11%	0.13%
	其中：航司后返佣金（万元）	14,612.42	836.70	-
	占销售总额的比例	1.12%	0.06%	-
	其中：同行互采（万元）	78,078.14	550.67	1,676.34
	占销售总额的比例	6.00%	0.04%	0.13%
采购情况	重叠采购发生额（万元）	765,848.58	216,799.81	2,307.26
	占采购总额的比例	68.72%	19.45%	0.21%
	其中：航司采购（万元）	723,852.54	216,718.82	-
	占采购总额的比例	64.95%	19.45%	-
	其中：同行互采（万元）	41,996.04	80.99	2,307.26
	占采购总额的比例	3.77%	0.01%	0.21%

2023 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2023年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	61,599.97	575.94	1,516.70
	占销售总额的比例	5.53%	0.05%	0.14%
	其中：航司后返佣金（万元）	10,797.74	391.79	-
	占销售总额的比例	0.97%	0.04%	-
	其中：同行互采（万元）	50,802.23	184.15	1,516.70
	占销售总额的比例	4.56%	0.01%	0.14%
采购情况	重叠采购发生额（万元）	569,644.16	242,435.00	1,237.59
	占采购总额的比例	52.65%	22.41%	0.11%
	其中：航司采购（万元）	544,099.36	229,528.20	-
	占采购总额的比例	50.29%	21.22%	-

交易类型	明细	2023年度		
		航旅	商旅	旅行
	其中：同行互采（万元）	25,544.80	12,906.80	1,237.59
	占采购总额的比例	2.36%	1.19%	0.11%

2022 年度，三个板块业务中客户供应商重合金额及占比、交易对象类型如下：

交易类型	明细	2022年度		
		航旅	商旅	旅行
销售情况	重叠销售发生额（万元）	50,585.06	956.31	-
	占销售总额的比例	10.67%	0.20%	-
	其中：航司后返佣金（万元）	1,633.24	56.07	-
	占销售总额的比例	0.34%	0.01%	-
	其中：同行互采（万元）	48,951.82	900.24	-
	占销售总额的比例	10.32%	0.19%	-
采购情况	重叠采购发生额（万元）	173,609.81	85,354.47	-
	占采购总额的比例	38.35%	18.86%	-
	其中：航司采购（万元）	146,535.71	82,533.11	-
	占采购总额的比例	32.37%	18.23%	-
	其中：同行互采（万元）	27,074.10	2,821.36	-
	占采购总额的比例	5.98%	0.62%	-

2、各期主要交易对象及交易情况、是否与发行人存在关联关系

2025 年 1-6 月，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
阿联酋航空公司	546.11	16,918.58	否	航旅
北京保盛航空服务有限公司	10,098.40	2,160.77	否	航旅
北京商旅通航空服务有限公司	216.11	297.08	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	476.12	349.54	否	航旅
北京引领假日国际旅行社有限公司	1,594.57	3,955.02	否	航旅
北京由你飞飞科技有限公司	160.76	10,629.51	否	航旅
德国汉莎航空公司	199.97	7,330.64	否	航旅
法国航空公司	170.58	8,962.64	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属版块
广州百奕信息科技有限公司	343.58	215.54	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	1,552.35	2,245.96	否	航旅
国泰航空有限公司	317.50	26,904.33	否	航旅
海南航空控股股份有限公司	407.15	13,001.15	否	航旅
江苏康辉国际旅行社有限责任公司	189.86	167.17	否	航旅
卡塔尔航空公司	165.71	14,480.36	否	航旅
美国达美航空公司	114.63	4,006.16	否	航旅
沙特阿拉伯航空公司	187.40	2,391.71	否	航旅
上海百慧通旅游咨询有限公司	359.10	125.95	否	航旅
上海东立商务有限公司	1,371.24	3,099.23	否	航旅
上海广发航空票务服务有限公司	2,249.19	3,160.66	否	航旅
深圳航空有限责任公司	151.23	7,210.50	否	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	1,581.98	214.49	否	航旅
深圳市万顺通国际旅行社有限公司	243.55	490.14	否	航旅
四川航空股份有限公司	158.04	11,037.52	否	航旅
土耳其航空公司	264.59	11,772.38	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	390.24	41,874.69	否	航旅
中国国际航空股份有限公司	2,064.91	86,970.87	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	1,728.83	37,042.13	否	航旅
重庆昶禧国际旅行社有限公司	387.45	356.90	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	289.02	19,170.71	否	商旅
中国国际航空股份有限公司	169.94	19,811.24	否	商旅
深圳市八星环游国际旅行社有限公司	172.49	442.34	否	旅游

2024 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国东方航空股份有限公司	746.87	88,110.40	否	航旅
深圳航空有限责任公司	309.28	20,397.27	否	航旅
中国国际航空股份有限公司	4,488.10	151,426.90	否	航旅
深圳市白云航空旅游有限公司	1,621.64	1,223.85	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国南方航空股份有限公司	2,544.08	68,301.79	否	航旅
上海吉祥航空股份有限公司	339.56	13,221.94	否	航旅
四川航空股份有限公司	204.17	16,599.09	否	航旅
国泰航空有限公司	567.18	57,856.32	否	航旅
土耳其航空公司	733.41	23,442.23	否	航旅
北京引领假日国际旅行社有限公司	5,930.04	3,126.72	否	航旅
法国航空公司	223.49	17,193.71	否	航旅
海南航空控股股份有限公司	588.15	22,592.99	否	航旅
美国联合航空公司	204.71	13,203.32	否	航旅
美国达美航空公司	158.44	9,050.17	否	航旅
重庆昶禧国际旅行社有限公司	658.85	849.73	否	航旅
阿联酋航空公司	1,399.99	41,712.60	否	航旅
阿联酋阿提哈德航空公司	116.22	4,709.92	否	航旅
北京保盛航空服务有限公司	1,796.36	5,369.53	否	航旅
卡塔尔航空公司	373.51	27,765.52	否	航旅
大韩航空公司	364.31	21,294.98	否	航旅
上海东立商务有限公司	408.11	3,270.38	否	航旅
深圳市招商国旅商务代理有限公司	111.02	146.50	否	航旅
北京由你飞飞科技有限公司	432.59	8,650.79	否	航旅
江苏康辉国际旅行社有限责任公司	265.61	174.21	否	航旅
德国汉莎航空公司	242.25	13,791.63	否	航旅
沙特阿拉伯航空公司	134.14	4,572.86	否	航旅
武汉市丰谊商务国际旅行社有限公司	113.09	1,780.04	否	航旅
深圳市万顺通国际旅行社有限公司	964.11	491.21	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,964.29	2,666.65	否	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	4,182.52	227.73	否	航旅
肯尼亚航空公司	111.14	4,049.84	否	航旅
在路上云（北京）科技有限公司	190.79	3,426.46	否	航旅
重庆云上航空票务股份有限公司	168.14	328.01	否	航旅
韩亚航空公司	170.32	11,046.52	否	航旅
上海瑛珉商旅服务有限公司	132.76	232.84	否	航旅
上海百慧通旅游咨询有限公司	423.07	347.03	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
上海航阳国际旅行社有限公司	108.80	765.48	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	683.56	276.42	否	航旅
深圳市万璟商旅有限公司	531.34	118.82	否	航旅
深圳市环游天下航空服务有限公司	4,409.41	103.72	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	341.81	35,811.61	否	商旅
中国国际航空股份有限公司	253.04	42,578.19	否	商旅
上海携程国际旅行社有限公司	183.54	100.36	否	旅游
深圳市八星环游国际旅行社有限公司	434.30	1,502.68	否	旅游

2023 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国东方航空股份有限公司	327.36	55,425.92	否	航旅
深圳航空有限责任公司	222.02	12,082.09	否	航旅
中国国际航空股份有限公司	2,297.47	64,778.55	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	2,180.38	49,668.18	否	航旅
厦门航空有限公司	120.47	9,325.75	否	航旅
上海吉祥航空股份有限公司	246.01	18,257.23	否	航旅
国泰航空有限公司	733.23	78,654.36	否	航旅
土耳其航空公司	569.76	20,124.80	否	航旅
北京引领假日国际旅行社有限公司	3,047.44	5,152.00	否	航旅
法国航空公司	190.17	13,645.12	否	航旅
美国联合航空公司	128.21	8,464.23	否	航旅
美国达美航空公司	123.39	4,517.12	否	航旅
重庆昶禧国际旅行社有限公司	165.96	582.82	否	航旅
阿联酋航空公司	1,137.31	46,359.79	否	航旅
北京保盛航空服务有限公司	133.19	5,357.39	否	航旅
北京天悦航空服务有限公司	176.44	323.45	否	航旅
卡塔尔航空公司	165.69	24,180.16	否	航旅
大韩航空公司	230.05	19,390.60	否	航旅
海南航空控股股份有限公司	389.59	16,028.34	否	航旅
北京由你飞飞科技有限公司	208.20	2,952.05	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
德国汉莎航空公司	136.09	11,111.16	否	航旅
武汉市丰谊商务国际旅行社有限公司	188.54	612.70	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,779.05	346.55	实际控制人伍俊雄、陈培钢曾经控制的企业，已于2020年7月转出	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	4,593.99	113.00	否	航旅
韩亚航空公司	130.68	10,634.86	否	航旅
上海百慧通旅游咨询有限公司	420.77	363.06	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	182.29	186.31	否	航旅
北京翼星国际旅游咨询有限公司	138.62	310.29	否	航旅
深圳市万璟商旅有限公司	674.91	216.11	否	航旅
中国东方航空股份有限公司	217.81	38,400.56	否	商旅
艺龙网信息技术（北京）有限公司	121.71	1,636.50	否	商旅
深圳市八星环游国际旅行社有限公司	384.32	402.10	否	旅游

2022 年度，销售金额、采购金额均超过 100 万的交易对象如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
中国国际航空股份有限公司	113.21	11,245.25	否	航旅
中国南方航空股份有限公司	927.58	31,620.87	否	航旅
土耳其航空公司	106.53	5,459.66	否	航旅
美国航空公司	117.23	1,598.52	否	航旅
深圳雅途航空服务有限公司	140.14	108.18	否	航旅
广州捷途会展服务有限公司	2,442.57	1,788.95	实际控制人伍俊雄、陈培钢曾经控制的企业，已于2020年7月转出	航旅
深圳市空港易行商旅服务有限公司	3,271.95	1,059.19	否	航旅
北京九州天际国际旅行社有限公司	262.15	323.55	否	航旅
茉莉航空服务（北京）有限公司	298.83	1,411.59	否	航旅
北京溢境国际旅行社有限公司	481.03	264.49	否	航旅
成都环飞西航票务有限公司	850.85	123.39	否	航旅
苏州晟艺国际旅行社有限公司	114.98	213.92	否	航旅
湖南煜迎商旅电子商务服务有限公司	216.97	137.48	否	航旅

客户/供应商名称	销售金额	采购金额	是否存在关联关系	所属板块
云路星达（深圳）国际旅行社有限公司	353.94	303.04	否	航旅
ORIENTAL SKY AVIATION FZE	931.18	10,137.90	否	航旅

3、各板块客户供应商重合模式及占比的商业合理性，是否符合行业惯例

发行人客户与供应商重叠原因为两种情况，第一种为航司，发行人向航司采购机票后，航司同时根据发行人向其提供的销售服务给予后返佣金；第二种为旅业同行，在代理业务中，同一航司或者酒店给到不同代理人的产品、价格会存在差异，其核心代理人通常会获得更多的产品资源、有竞争力的优惠政策等。因此发行人也会向其他代理人采购其具有竞争优势的资源，以获得更加优惠的价格。同理，其他从事代理服务的旅业同行也会从发行人采购产品，均系正常商业背景下开展的业务合作，具有商业合理性，属于行业惯例。

经查询公开信息，可比公司易飞国际在其公开转让说明书中披露的 2016-2018 年 1-6 月的客户和供应商名单中，存在各大航司同时属于客户和供应商的情况，其他可比公司没有披露客户和供应商重叠情况。

4、会计处理规范性、购销交易真实性

发行人存在的既是客户又是供应商的销售和采购业务均系独立交易事项，销售业务和采购业务相互独立，发行人根据具体业务的情况进行会计处理。

发行人既是客户又是供应商的销售和采购业务主要集中在航司，发行人根据业务情况向航司采购机票，航司因代理人为其提供的销售服务给予代理人后返奖励佣金。发行人向航司采购主要通过国际航协，国际航协与发行人一周双结。航司后返奖励佣金系航司对“机票代理人”代理机票的销售佣金，一般按照季度作为考核周期，航司按照发行人该季度机票起飞销售情况作为考核数据，对达到后返奖励条件的销售给予奖励。同行互采系发行人与旅业同行根据各自的资源优势互相采购，最终分别实现向终端用户的销售，采购与销售并不互为前提，互相独立，具有真实性。

综上所述，发行人既是客户又是供应商的销售和采购业务，系基于不同事项的采购与销售，销售和采购分开同时确认，符合会计准则规定，会计处理具有规范性。双方购销交易定期对账结算，交易具有真实性。

七、应收款项坏账计提的充分性

(一) 结合坏账计提方法、账龄迁徙率计算、主要客户构成及信用情况，分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性，结合期后回款情况说明坏账计提是否充分

1、坏账计提方法及确认依据

组合名称	计提方法	确认依据
销售客户组合	公司参考历史信用损失经验，结合当期状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计提预期信用损失。	按销售客户划分组合
后返佣金组合	公司参考历史信用损失经验，结合当期状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计提预期信用损失。	按后返佣金支付方共同信用风险划分组合
单项计提组合	对有客观证据表明其已发生减值的单项金额非重大的应收款项，单独进行减值测试，确定减值损失，计提坏账准备。	按有客观证据表明其发生了减值划分组合

除单项计提坏账准备的客户外，发行人按照客户信用风险特征划分组合，以过去 5 年的回款情况为基准，采用平均迁徙率的减值矩阵计算出预期信用损失率，坏账计提以发行人的历史数据和未来前瞻性为基准，计算方法科学，依据充足。

可比公司信用减值损失计提政策具体如下：

公司名称	应收账款信用减值损失计提政策
腾轩旅游	公司采用简化计量方法，按组合计量预期信用损失的应收款项，组合类别分为账龄和合并关联方往来组合。其中账龄组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失；合并关联方组合参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。
易飞国际	对于不含重大融资成分的应收款项和合同资产，公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。对于包含重大融资成分的应收款项和合同资产，本公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。依据其信用风险自初始确认后是否已经显著增加，而采用未来 12 个月内或者整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。 除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为账龄和合并关联方组合。账龄组合，参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失；合并范围内的各公司之间内部应收账款不计提坏账准备，如果有客观证据表明某项应收账款已经发生信用减值，则对该应收

公司名称	应收账款信用减值损失计提政策
	账款单项计提坏账准备并确认预期信用损失。
岭南控股	对于不存在减值客观证据的应收账款或当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。组合类别分为应收合并范围内公司款项和账龄组合。本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则本公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。
众信旅游	对于应收票据、应收账款、应收款项融资、其他应收款、合同资产、发放贷款及垫款等应收款项，若某一客户信用风险特征与组合中其他客户显著不同，或该客户信用风险特征发生显著变化，本公司对该应收款项单项计提坏账准备。除单项计提坏账准备的应收款项之外，本公司依据信用风险特征对应收款项划分组合，在组合基础上计算坏账准备。对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。应收账款的账龄自确认之日起计算/逾期天数自信用期满之日起计算。
携程集团	公司已识别客户相关风险特征及相应应收账款及预付款项，其中包括本公司提供的预订服务的规模、类型或客户地理位置或该特征的组合体。具有相似风险特征的应收账款已归类至各组别。就每个组别而言，本公司考虑过往信贷亏损经验、当前经济状况、可支持未来经济状况预测及任何评估全期预期信贷亏损可收回金额。
同程旅行	为计量预期信贷亏损，贸易应收款项已根据共有信贷风险特征及应收款项账龄进行分组。各类亏损拨备的确认及计量方法分别是：（1）就基于客户从事的行业及具有类似信贷风险特征分组的应收客户的贸易应收款项而言，本集团计算预期信贷亏损，乃通过参考过往信贷亏损经历并结合当前情况以及对未来经济状况的预测、若干行业数据，并且考虑贸易应收款账龄及生命周期预期信贷亏损率；（2）就具有不同信贷风险的应收客户的贸易应收款项而言，例如该等客户有外间可得信贷评级以及本集团已识别有财务困难的客户，本集团基于各个别结余的信贷风险特征采用个别识别方法。

对比可比公司的信用减值损失计提政策，发行人在账龄组合的基础上进一步按照客户的群体做了详细的分类，组合划分具有合理性和谨慎性，其他政策与可比公司无重大差异。

2、账龄迁徙率计算确定过程

报告期内，发行人按预期信用损失模型测算的迁徙率和预期信用损失率过程如下：

（1）销售客户组合

年份	账龄	历史 回收率	前瞻性 调整	预期 回收率	迁徙率	注释	预期信用 损失率	计算过程
2024 年	1 年以内 (含 1 年)	99.74%	5.00%	94.75%	5.25%	A	1.00%	A*B*C*D*E
	1-2 年 (含 2 年)	79.00%	5.00%	75.05%	24.95%	B	19.11%	B*C*D*E
	2-3 年 (含 3 年)	21.67%	5.00%	20.58%	79.42%	C	76.59%	C*D*E
	3-4 年 (含 4 年)	3.75%	5.00%	3.56%	96.44%	D	96.44%	D*E
	4-5 年 (含 5 年)	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							
2023 年	1 年以内 (含 1 年)	99.38%	5.00%	94.41%	5.59%	A	0.99%	A*B*C*D*E
	1-2 年 (含 2 年)	81.98%	5.00%	77.88%	22.12%	B	17.68%	B*C*D*E
	2-3 年 (含 3 年)	14.66%	5.00%	13.92%	86.08%	C	79.95%	C*D*E
	3-4 年 (含 4 年)	7.49%	5.00%	7.12%	92.88%	D	92.88%	D*E
	4-5 年 (含 5 年)	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							
2022 年	1 年以内 (含 1 年)	99.13%	5.00%	94.18%	5.82%	A	0.94%	A*B*C*D*E
	1-2 年 (含 2 年)	68.14%	5.00%	64.73%	35.27%	B	16.09%	B*C*D*E
	2-3 年 (含 3 年)	55.76%	5.00%	52.97%	47.03%	C	45.63%	C*D*E
	3-4 年 (含 4 年)	2.80%	5.00%	2.98%	97.02%	D	97.02%	D*E
	4-5 年 (含 5 年)	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	E	100.00%	E
	5 年以上							

注：发行人的应收账款按预期信用损失模型测算的迁徙率和预期信用损失率为按年度为单位，2025 年 1-6 月份客户的类型和信用期未发生重大变化，因此未进行测算。

(2) 后返佣金组合

年份	账龄	历史回收率	前瞻性调整	预期回收率	迁徙率	注释	预期信用损失率	计算过程
2024 年	1 年以内（含 1 年）	99.80%	5.00%	94.81%	5.19%	A	3.77%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	28.83%	5.00%	27.39%	72.61%	B	72.61%	B*C
	2-3 年（含 3 年）	0.00%	5.00%	0.00%	100.00%	C	100.00%	C
2023 年	1 年以内（含 1 年）	99.68%	5.00%	94.69%	5.31%	A	3.85%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	28.83%	5.00%	27.39%	72.61%	B	72.61%	B*C
	2-3 年（含 3 年）				100.00%	C	100.00%	C
2022 年	1 年以内（含 1 年）	85.07%	5.00%	80.82%	19.18%	A	4.82%	A*B*C
	1-2 年（含 2 年）	78.83%	5.00%	74.89%	25.11%	B	25.11%	B*C
	2-3 年（含 3 年）				100.00%	C	100.00%	C

注：发行人的应收账款按预期信用损失模型测算的迁徙率和预期信用损失率为按年度为单位，2025 年 1-6 月份客户的类型和信用期未发生重大变化，因此未进行测算。

3、主要客户构成及信用情况

报告期各期，发行人的前五大客户构成及信用情况：

（1）2025 年 1-6 月

单位：万元

序号	客户名称	应收账款余额	占比	历史是否存在无法回收情况	主要主体信用期	综合信用状况情况
1	中石化集团及其下属企业	9,840.14	11.99%	否	T+2的15日	良好
2	东方承启（北京）商务科技有限公司	7,706.71	9.39%	否	T+2的25日	良好
3	南方电网集团及其下属企业	5,506.73	6.71%	否	T+2的31日	良好
4	中国广核集团及其下属企业	4,752.77	5.79%	否	T+2的15日	良好
5	中国化学工程集团及其下属企业	3,384.15	4.12%	否	T+2的15日	良好
合计		31,190.50	38.00%			

(2) 2024 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款 余额	占比	历史是 否存在 无法回 收情况	主要主体 信用期	综合信用 状况情况
1	中石化集团及其下属企业	8,322.56	12.31%	否	T+2的15日	良好
2	南方电网集团及其下属企业	5,387.64	7.97%	否	T+2的31日	良好
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	5,176.56	7.65%	否	T+2的25日	良好
4	中国广核集团及其下属企业	3,735.32	5.52%	否	T+2的15日	良好
5	中国化学工程集团及其下属企业	2,082.30	3.08%	否	T+2的15日	良好
合计		24,704.38	36.53%			

(3) 2023 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款 余额	占比	历史是 否存在 无法回 收情况	主要主体 信用期	综合信用 状况情况
1	中石化集团及其下属企业	7,316.58	13.23%	否	T+2的15日	良好
2	南方电网集团及其下属企业	4,730.39	8.55%	否	T+2的31日	良好
3	东方承启（北京）商务科技有限公司	4,143.15	7.49%	否	T+2的25日	良好
4	中国广核集团及其下属企业	2,581.05	4.67%	否	T+2的15日	良好
5	携程集团及其下属企业	2,500.14	4.52%	否	当日结算 加部分票 款30日的 冻结期	良好
合计		21,271.31	38.46%			

(4) 2022 年度

单位：万元

序号	客户名称	应收账款 余额	占比	历史是否 存在无法 回收情况	主要主体 信用期	综合信用 状况情况
1	中石化集团及其下属企业	3,706.64	12.36%	否	T+2的15日	良好
2	携程集团及其下属企业	3,038.83	10.13%	否	当日结算 加部分票	良好

序号	客户名称	应收账款 余额	占比	历史是否 存在无法 回收情况	主要主体 信用期	综合信用 状况情况
					款30日的 冻结期	
3	中国电建集团及其下 属企业	1,658.99	5.53%	否	T+1的31 日	良好
4	中国化学工程集团及 其下属企业	1,566.12	5.22%	否	T+1的31 日	良好
5	东方承启（北京）商 务科技有限公司	1,088.28	3.63%	否	T+2的25 日	良好
合计		11,058.87	36.87%			

注 1：上述数据同一控制下金额合并计算，因同一集团存在较多合并主体，部分展示如下：

（1）中石化集团及其下属企业主要包括中石化集团国际旅行社有限责任公司、SINOPEC FIFTH CONSTRUCTION CO.,LTD.等；

（2）南方电网集团及其下属企业主要包括南方电网互联网服务有限公司、广东电网有限责任公司等；

（3）中国广核集团及其下属企业主要包括中国广核集团有限公司、中广核白鹭共享服务（深圳）有限公司等；

（4）携程集团及其下属企业主要包括上海华程西南国际旅行社有限公司、北京趣拿软件科技有限公司等；

（5）中国化学工程集团及其下属企业包括中国化学工程第七建设有限公司、中国化学工程股份有限公司等；

（6）中国电建集团及其下属企业主要包括中电建湖北电力建设有限公司、中国电建集团华东勘测设计研究院有限公司等。

注 2：信用期中“T+n 的 N 日”表示出票当月后的第 n 月的第 N 日结算，T 为出票当月；

注 3：综合信用状况情况的判断标准，包括了客户的市场评价、历史合作情况、违约回款情况、财务状况、企业性质等综合判断。

注 4：主要主体信用期系由于客户集团及下属公司主体与发行人合作过程中可能存在不同信用期，本次披露的为该集团与发行人主要的结算信用期。

4、分析发行人应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值的合理性

公司	组合名称	账龄	2025 年 6 月 30 日	2024 年	2023 年	2022 年
岭南控股	应收账款-账龄 组合	1 年以内	0.30%	0.30%	0.30%	0.30%
		1-2 年	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%
		2-3 年	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
		3-4 年	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
		4-5 年	未披露	未披露	50.00%	50.00%
		5 年以上	未披露	未披露	50.00%	50.00%
众信旅游	应收账款-账龄 组合	无	8.85%	6.75%	11.07%	43.97%
腾轩旅游		3 个月以内	3.00%	3.00%	3.00%	3.00%

公司	组合名称	账龄	2025 年 6 月 30 日	2024 年	2023 年	2022 年
	应收账款-账龄组合	3-6 个月	10.00%	10.00%	10.00%	10.00%
		6-9 个月	30.00%	30.00%	30.00%	30.00%
		9-12 个月	50.00%	50.00%	50.00%	50.00%
		1 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
易飞国际	应收账款-信用风险组合	无	2.37%	3.19%	7.30%	6.16%
携程集团	未披露	无	未披露	1.50%	1.77%	5.05%
同程旅行	未披露	无	未披露	4.75%	6.61%	8.33%
发行人	应收账款-销售客户组合	1 年以内（含 1 年）	1.00%	1.00%	0.99%	0.94%
		1-2 年（含 2 年）	19.11%	19.11%	17.68%	16.09%
		2-3 年（含 3 年）	76.59%	76.59%	79.95%	45.63%
		3-4 年（含 4 年）	96.44%	96.44%	92.88%	97.02%
		4-5 年（含 5 年）	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
		5 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
	应收账款-后返佣金组合	1 年以内（含 1 年）	3.77%	3.77%	3.85%	4.82%
		1-2 年（含 2 年）	72.61%	72.61%	72.61%	25.11%
		2 年以上	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内同行业可比公司计提水平如下表所示：

项目	应收账款坏账计提比例			
	2025年6月30日	2024年	2023年	2022年
岭南控股	0.80%	0.90%	1.11%	4.97%
携程集团	未披露	1.50%	1.77%	5.05%
同程旅行	未披露	4.75%	6.61%	8.33%
腾轩旅游	5.04%	6.19%	5.10%	7.32%
易飞国际	2.37%	3.19%	7.30%	6.16%
平均值	2.74%	3.31%	4.38%	6.37%
发行人	1.27%	1.27%	1.43%	1.48%

注 1：因其他可比公司未详细披露坏账计提组合情况或组合分类不一致，为统一比较，取各可比公司按组合汇总的计提比例；

注 2：携程集团未披露单项计提的坏账准备情况，故取其整体坏账计提比例；

注 3：众信旅游 2022 年度按组合计提坏账的比例超过 30.00%，明显异于同行业可比公司，在计算可比公司应收账款坏账计提比例均值时剔除该公司。

发行人的坏账计提比例确认方式采用的是迁徙率模型，结合应收账款账龄、历史损失率、迁徙率并考虑前瞻性调整，确定各组合各账龄阶段的整个存续期预期信用损失率，预计信用损失率的估计模型结合了发行人的历史坏账和回款情况以及未来的预计回收情况，计算方法合理、可靠。计提方法与同行业可比公司也不存在明显差异，综合计提比例低于可比公司的平均值主要原因为：①发行人应收账款主要集中在大型企事业单位，其财务状况和信誉良好，信用风险特征较低，历史回款记录较好；②近年来发行人不断加强对应收账款的催收管理，持续跟踪大额应收客户的回款情况，关注客户经营状况，与客户保持良好联系，回款情况较好；③发行人应收账款余额呈下降趋势，整体账龄结构不断优化，应收账款质量上升。

综上所述，发行人的主要客户群体优质、款项历史回收记录良好，应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值具有合理性。

5、结合期后回款情况说明坏账计提是否充分

截至 2025 年 11 月 10 日，报告期各期末应收账款的回款情况：

单位：万元

项目	2025年1-6月		2024年度		2023年度		2022年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
期末应收账款余额	82,073.18		67,632.06		55,303.13		29,991.99	
回款金额	75,186.35	91.61%	66,823.12	98.80%	54,982.72	99.42%	29,989.86	99.99%
未回款金额	6,886.83	8.39%	808.95	1.20%	320.41	0.58%	2.13	0.01%

发行人在报告期不断加强对应收账款的催收管理，持续跟踪大额应收客户的回款情况，报告期各期末的应收账款在期后回款良好，坏账计提充分。

八、期间费用

（一）分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性，各类人员平均薪酬与经营当地、可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性，说明销售费用率、研发费用率低与可比公司的原因

1、分析报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模的匹配性

报告期内，发行人各类人员数量与相应业务规模的匹配性如下所示：

人员类别	项目	2025 年 1-6 月		2024 年度		2023 年度		2022 年度
		金额或人数	变动幅度	金额或人数	变动幅度	金额或人数	变动幅度	金额或人数
采 购 人员	采购金额（万元）	633,658.26	/	1,266,521.18	17.07%	1,081,850.98	139.00%	452,649.14
	期末员工人数（人）	83	/	77	14.93%	67	21.82%	55
客 服 人员	销售金额（万元）	649,765.76	/	1,301,298.71	16.77%	1,114,446.06	134.98%	474,273.78
	期末员工人数（人）	317	/	319	13.12%	282	21.03%	233
销 售 人员	非散客的客户数量（个）	6,629	/	8,717	56.41%	5,573	33.36%	4,179
	期末员工人数（人）	160	/	158	4.64%	151	1.34%	149
研 发 人员	研发投入（万元）	1,313.80	/	2,538.88	8.69%	2,335.94	-0.73%	2,353.02
	期末员工人数（人）	116	/	117	4.46%	112	16.67%	96
管 理 、 行 政 人 事 与 财 务 人 员	营业利润（万元）	4,133.97	/	9,056.53	9.01%	8,307.99	71.37%	4,847.96
	期末员工人数（人）	121	/	118	1.72%	116	11.54%	104

报告期内，发行人采购人员、客服人员、销售人员以及管理、行政人事与财

务人员的人员规模与发行人业务量、各项活动的变动趋势一致，具备匹配性。

对于 2023 年度研发人员与研发投入变动趋势不一致，主要原因系当年度研发投入中的技术服务费下降，发行人考虑到在研项目的深度和广度的增加，传统的服务商不满足发行人研发的要求，所以发行人加大人员招聘的力度，增加研发人员投入，以满足自身对研发创新的需求。

2、各类人员平均薪酬与经营当地薪酬水平差异及合理性

报告期内，发行人各类人员平均薪酬与经营当地平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

人员类别	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
薪酬计入营业成本的人员平均薪酬	7.94	15.09	15.86	14.25
薪酬计入销售费用的人员平均薪酬	9.09	17.80	18.72	17.97
薪酬计入管理费用的人员平均薪酬	11.03	23.39	21.09	21.21
薪酬计入研发费用的人员平均薪酬	10.61	20.61	19.50	19.27
广州市城镇私营单位就业人员年平均工资	-	8.29	8.19	7.88

注 1：广州市城镇私营单位就业人员年平均工资数据来源于广州市统计局。

注 2：截至本问询回复签署之日，广州市统计局未披露 2025 年 1-6 月相关数据。

报告期内，发行人各类人员的平均薪酬高于当地平均薪酬，主要原因系发行人报告期内经营业绩良好，员工福利待遇较高。

综上所述，报告期内发行人平均薪酬高于当地平均薪酬具有合理性。

3、各类人员平均薪酬与可比公司同类人员薪酬水平差异及合理性

（1）计入营业成本的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入营业成本人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
众信旅游	-	-	-	-
岭南控股	-	10.53	11.43	11.39
携程集团	-	-	-	-
同程旅行	-	-	-	-
腾轩旅游	-	-	-	-
易飞国际	-	-	-	-

公司名称	2025 年 1-6 月	2024 年度	2023 年度	2022 年度
行业平均	-	10.53	11.43	11.39
美亚科技	7.94	15.09	15.86	14.25

注 1：除岭南控股外，其余同行业可比公司未在定期报告中披露计入营业成本人员的人员数量或人工薪酬。

注 2：岭南控股在 2024 年半年度的定期报告中未披露计入营业成本人员的人员数量。

报告期内，与岭南控股相比，发行人计入营业成本人员的平均薪酬不存在重大差异情况。

（2）计入销售费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入销售费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	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	7.64	14.67	10.05	12.96
易飞国际	4.47	8.16	7.61	4.73
携程集团		-	-	-
同程旅行	-	-	-	-
行业平均	6.06	19.77	15.28	8.51
美亚科技	9.09	17.80	18.72	17.97

注 1：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。

注 2：众信旅游、岭南控股在 2025 年半年度的定期报告中未披露销售人员数量。

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差异具有合理性。

（3）计入管理费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入管理费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	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	12.94	28.58	22.53	18.67
易飞国际	9.23	16.81	18.10	11.94
携程集团	-	-	-	-
同程旅行	-	-	-	-
行业平均	11.08	26.97	23.47	17.08
美亚科技	11.03	23.39	21.09	21.21

注 1：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；

注 2：众信旅游、岭南控股在 2025 半年度的定期报告中未披露管理、行政、财务人员数量。

报告期内发行人管理人员平均薪酬与行业平均不存在重大差异。

（4）计入研发费用的人员平均薪酬

报告期内，同行业可比公司计入研发费用人员的平均薪酬情况如下所示：

单位：万元

公司名称	2025 年 1-6 月	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	9.61	18.84	23.55	18.48
易飞国际	4.83	7.29	6.50	12.96
携程集团	-	-	-	-
同程旅行	-	-	-	-
行业平均	7.22	9.22	10.33	10.62
美亚科技	10.61	20.61	19.50	19.27

注 1：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；

注 2：众信旅游、岭南控股在 2025 年半年度的定期报告中未披露研发人员数量。

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，因而研发投入力度相对更强。

与腾轩旅游相比，报告期内发行人与腾轩旅游研发人员的平均薪酬不存在重大差异。

与易飞国际相比，报告期内发行人研发人员的平均薪酬较高，主要原因系易飞国际业务体量明显较小，研发费用相对较低。

综上所述，报告期内发行人研发人员平均薪酬与同行业公司的差异具有合理性。

4、说明销售费用率、研发费用率低于可比公司的原因

（1）销售费用率与可比公司对比情况

报告期内，发行人销售费用率与可比公司对比情况如下所示：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游	8.97	8.48%	8.17%	32.18%
岭南控股	7.17	7.28%	7.68%	13.23%
携程集团	22.06	22.33%	20.67%	21.21%
同程旅行	33.07	32.41%	37.60%	42.54%
腾轩旅游	5.17	4.02%	3.35%	6.93%
易飞国际	8.63	9.42%	8.60%	8.26%
平均数	14.18	13.99%	14.35%	20.73%
发行人	9.67	8.78%	9.35%	6.59%

报告期内，公司销售费用率整体低于同行业平均值。

与众信旅游、岭南控股相比，公司2022年度的销售费用率较低，主要原因系商业模式存在差异，众信旅游主要经营旅游批发与零售，岭南控股主要经营旅行社运营与酒店经营，而公司主要为客户提供航旅票务、商旅管理、会奖旅游服务；众信旅游、岭南控股2023年度、2024年度以及2025年1-6月的销售费用率较低，主要原因系公共卫生事件得到缓解，旅游消费需求加速释放，致使营业收入快速增长。

与携程集团、同程旅行相比，公司报告期内的销售费用率较低，主要原因系携程集团、同程旅行的品牌知名度较高，C端客户占比较高，致使销售及营销开支较多，销售费用率较高。

与腾轩旅游相比，公司2022年度的销售费用率无重大差异；腾轩旅游2023年

度、2024年度和2025年1-6月的销售费用率较低，主要原因系根据定期报告的披露，腾轩旅游的交通票务通过总额法确认收入，并且随着出行限制的解除，业务量增加，致使营业收入快速增长。

与易飞国际相比，公司 2022 年度的销售费用率较低，主要原因系易飞国际业务规模较小，营业收入规模较低，致使销售费用率较高；公司 2023 年度的销售费用率高于易飞国际，主要原因系票源结构调整的影响，公司以总额法确认的收入规模下降，致使营业收入下降。易飞国际 2024 年度的销售费用率较高，主要原因系根据定期报告的披露，销售人员薪酬上涨及加大市场开发力度而增加。易飞国际 2025 年 1-6 月的销售费用率较高，主要原因系公司规模进一步扩张而新增的人员薪酬及办公费用。

(2) 研发费用率与可比公司对比情况

报告期内，发行人研发费用率与可比公司对比情况如下所示：

公司名称	2025年1-6月	2024年度	2023年度	2022年度
众信旅游	-	-	-	-
岭南控股	0.29%	0.38%	0.44%	0.85%
携程集团	24.50%	24.65%	27.23%	41.62%
同程旅行	11.05%	11.54%	15.30%	21.45%
腾轩旅游	1.09%	0.95%	1.06%	2.73%
易飞国际	3.61%	3.65%	3.58%	13.14%
平均数	6.76%	6.86%	7.94%	13.30%
发行人	7.19%	6.33%	6.61%	5.14%

注 1：携程集团适用的财务报告编制基础为 GAAP，并提供 IFRS 调节表，在其定期报告中仅披露“产品研发支出”项目，其产品研发支出主要包括其开发生态系统合作伙伴网络所产生的开支及为维护、监测及管理平台所产生的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异；

注 2：同程旅行适用的财务报告编制基础为 IFRS，在其定期报告中仅披露“服务开发开支”项目，服务开发开支指其开发及多样化向其旅游服务供应商采购的旅游产品及服务所产生的开支，以及与预订辅助系统及本集团线上平台研发有关的开支，与发行人归集核算口径可能存在一定差异。

报告期内发行人研发投入占营业收入比例分别为 5.14%、6.61%、6.33%和 7.19%，研发创新投入力度平稳提升。发行人研发费用率相较同行业可比公司处于中等水平。

相对岭南控股、众信旅游，发行人研发费用率显著更高，主要原因系岭南控股、众信旅游经营综合性的旅游服务，而发行人业务结构中会奖旅游占比较小，偏重航旅票务和商旅管理，发行人业务对线上部署技术效能要求相对更高，因而研发创新投入力度相对更强。

相对腾轩旅游，发行人研发费用率较高，主要原因系腾轩旅游研发团队规模明显小于发行人，研发投入绝对金额相对发行人较低。

相对易飞国际，其业务体量明显较小，研发费用绝对金额波动导致研发费用率波动程度较大。

相对携程集团和同程旅行，发行人研发费用率较低，主要原因系这两家可比公司均为在线旅行社公司，属于典型的互联网企业，技术研发投入力度更高。此外，两家可比公司适用的财务报告编制基础与发行人不同，且其披露的“产品研发支出”项目、“服务开发开支”项目与发行人研发费用的归集核算口径可能存在一定差异。

（二）说明研发人员是否直接从事研发相关活动，具体参与研发项目的情况、形成的研发成果，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性，是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形，是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性；说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性；说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分

1、说明研发人员是否直接从事研发相关活动

发行人按照员工从事工作的性质及具体内容来认定研发人员，将技术中心从事研发活动的人员划分为研发人员，与其他部门能够准确划分，前述人员均直接从事研发相关活动，研发人员划分准确。上述研发部门人员专岗专职，工作内容与研发活动直接相关，和其他部门人员划分标准明确，且能够有效划分，研发人员的界定标准明确、合理。

2、具体参与研发项目的情况、形成的研发成果

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 (万元)	2024年度研 发费用(万 元)	2023年度研 发费用(万 元)	2022年度研发 费用(万元)	参与研发人 员人数 (人)	研发成果
美亚机票航变通知处理平台开发	自主研发				52.55	21	申请软著美亚机票航变通知处理平台V2.0
基于美亚链的机票订单存证系统开发	自主研发				66.75	15	申请软著基于美亚链的机票订单存证系统V1.0
美亚尚途悦行用车管理系统的开发	自主研发				17.59	12	申请软著美亚尚途悦行用车管理系统V2.0
美亚机票运价体系智能调控平台开发	自主研发				83.60	12	申请软著美亚机票运价体系智能调控平台V2.0
美亚芯斗云大客户协议运价在线化系统开发	自主研发				38.69	8	申请软著美亚芯斗云大客户协议运价在线化系统V1.1
美亚一站式办公平台（客户合同审批）开发	自主研发				57.71	17	申请软著美亚一站式办公平台（客户合同审批）V1.1
美亚大数据接口流量监控平台开发	自主研发				95.36	10	申请软著美亚大数据接口流量监控平台V1.0
美亚国际机票OTA智能订单处理平台开发	自主研发				70.07	11	申请软著美亚国际机票OTA智能订单处理平台V2.0
美亚芯斗云火车票产品在线化系统开发	自主研发				62.52	9	申请软著美亚芯斗云火车票产品在线化系统V1.2
美亚航旅网拉位偷位弃程违规预订监测系统开发	自主研发				64.19	9	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中，研发成果已运用业务场景中
美亚航旅网数字人民币应用系统开发	自主研发				85.30	17	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚财务线下退款RR单对接OA审批系统开发	自主研发				86.88	21	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚用户行为监控及统计系统开发	自主研发				85.95	22	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚航旅网国际机票升级改造系统开发	自主研发				114.32	20	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 （万元）	2024年度研 发费用（万 元）	2023年度研 发费用（万 元）	2022年度研发 费用（万元）	参与研发人 员人数 （人）	研发成果
商旅机票类基础数据一体化系统开发	自主研发				39.47	13	申请软著商旅机票类基础数据一体化系统V1.0
商旅火车票订单管理系统开发	自主研发				40.23	12	申请软著商旅火车票订单管理系统V1.0
商旅全产品数据报表系统开发	自主研发				95.71	26	申请软著商旅全产品数据报表系统V1.0
商旅智能发票系统开发	自主研发				125.34	29	申请软著商旅智能发票系统V1.0
商旅钉钉销售数据管理系统开发	自主研发				150.14	29	申请软著商旅钉钉销售数据管理系统V1.0
商旅国内酒店产品优化系统开发	自主研发				162.17	27	申请软著商旅国内酒店产品优化系统V1.0
商旅在线开具发票系统开发	自主研发				148.57	26	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅国内机票（酒店）超时订单监控系统开发	自主研发				225.02	31	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅运营监控分析系统开发	自主研发				166.84	27	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅国内酒店房型信息系统开发	自主研发				218.06	58	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅订单中心UATP智能调整系统的开发研究	自主研发			69.66		19	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅CRM和启信宝对接系统的开发研究	自主研发			75.84		19	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅中台国际机票智能搜索系统	自主研发			84.34		21	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
基于ElasticSearch的酒店资源整合及标准化接口的研发	自主研发			186.32		15	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
基于Vue.js、uniapp等框架的国际机票在线预订系统的研发	自主研发			160.06		12	申请软著基于Vue.js、uniapp等框架的国际机票在线预订系统V1.0

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 （万元）	2024年度研 发费用（万 元）	2023年度研 发费用（万 元）	2022年度研发 费用（万元）	参与研发人 员人数 （人）	研发成果
一种国际酒店产品信息聚合与投放管理系统及方法的研发	自主研发			145.63		12	申请软著一种国际酒店产品信息聚合与投放管理系统V1.0
国际酒店在线预订和差旅合规性管理系统的研发	自主研发			108.86		18	申请软著国际酒店在线预订和差旅合规性管理系统V1.0
客户积分体系搭建及系统的研发	自主研发			118.20		12	申请软著客户积分体系搭建及系统V1.0
针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统研发	自主研发			179.49		18	申请软著针对复杂成本中心和差旅信息配置搭建多维中心的系统V1.0
针对多账户多周期等复杂供应商结算进行自动付款的系统研发	自主研发			91.98		10	申请软著针对多账户多周期等复杂供应商结算进行自动付款的系统V1.0
火车中转场景下多线路组合智能推荐方法的研发	自主研发			58.64		17	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
国内机票多航班组合智能推荐方法的研发	自主研发			70.09		25	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
美亚CRM用户数据统计系统的开发研究	自主研发			71.27		13	申请软著美亚CRM用户数据统计系统V1.0
美亚国内机票新运价系统的开发研究	自主研发			75.64		16	申请软著美亚国内机票新运价系统V1.0
美亚电商客户订单自动对账系统的开发研究	自主研发			76.54		18	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种高聚合性国际机票产品系统的研发	自主研发			145.71		9	申请软著一种高聚合性国际机票产品系统V1.0
高并发I/O吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离方法研究	自主研发			144.55		11	申请软著高并发IO吞吐量场景下的航旅产品数据的读写分离系统V1.0
分布式架构下大数据报表分析与应用的研发	自主研发			133.25		9	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种线下财务收款自动化处理系统及方法	自主研发			154.22		13	申请软著一种线下财务收款自动化处理系统V1.0

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 （万元）	2024年度研 发费用（万 元）	2023年度研 发费用（万 元）	2022年度研发 费用（万元）	参与研发人 员人数 （人）	研发成果
航旅国际机票白屏搜索方法及系统的研发	自主研发			185.66		13	申请软著航旅国际机票白屏搜索系 统V1.0
一种去黑屏化的航班舱位运价信息查询检 索方法及装置	自主研发		143.07			14	申请一种去黑屏化的航班舱位运价 信息查询检索系统1.0（已申请）
全球多源数据深度集成场景下行程组合规 划算法的研究	自主研发		141.43			13	申请全球多源数据深度集成场景下 行程组合规划软件1.0（已申请）
基于富媒体信息的民航出行服务智能推荐 算法	自主研发		199.69			35	申请基于富媒体信息的民航出行服 务智能推荐系统1.0（已申请）
多业务场景中不正常航班信息集中分发技 术架构的研究	自主研发		133.80			14	申请多业务场景中不正常航班信息 集中分发技术系统1.0（已申请）
航旅财务结算自动化匹配处理策略及系统 的研发	自主研发		120.95			21	申请航旅财务结算自动化匹配处理 策略及系统V1.0
泛商旅服务电子合约签章及交易安全验证 系统的研发	自主研发		172.93			23	申请泛商旅服务电子合约签章及交 易安全验证系统V1.0
团队客票资源整合及预订服务线上化部署 技术模块的研发	自主研发		81.38			14	申请团队客票资源整合及预订服务 线上化部署系统V1.0
泛商旅场景下全数电票无纸化处理策略及 流程架构的研究	自主研发		79.34			12	申请泛商旅场景下全数电票无纸化 处理策略系统V1.0
跨境商旅出行事前个性化差标管控算法及 系统的研究	自主研发		61.97			12	申请跨境商旅出行事前个性化差标 管控算法及系统V1.0
商旅管理国际票务服务线上智能定价策略 及算法的研究	自主研发		55.14			11	申请商旅管理国际票务服务线上智 能定价策略及算法系统V1.0
适配长尾酒店需求的房源扩展及订单管理 场景建模的研究	自主研发		187.39			19	/
基于中间件技术的酒店数据交换可配置化 系统的研究	自主研发		190.46			19	申请基于中间件技术的酒店数据交 换可配置化系统V1.0
商旅终端履约核验工单派发和供应商交互 流程及系统的研发	自主研发		113.09			14	申请商旅终端履约核验工单派发和 供应商交互流程及系统V1.0

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 （万元）	2024年度研 发费用（万 元）	2023年度研 发费用（万 元）	2022年度研发 费用（万元）	参与研发人 员人数 （人）	研发成果
酒店供应商SLA品质和技术性能自动化评估及管理模型的研发	自主研发		176.00			16	申请酒店供应商SLA品质和技术性能自动化评估及管理系统1.0（已申请）
酒店运营场景下多维精准定价和投放策略及系统的研发	自主研发		142.74			16	申请酒店运营场景下多维精准定价和投放策略及系统V1.0
基于RocketMQ消息队列的订单状态变更通知技术架构的研发	自主研发		58.98			9	申请基于RocketMQ消息队列的订单状态变更通知技术系统V1.0
基于路由分表技术的多渠道酒店资源数据高效存储及监控策略的研发	自主研发		174.36			19	/
国内民航出行场景下超标订单的混合支付方法及系统的研发	自主研发		53.59			10	申请国内民航出行场景下超标订单的混合支付方法及系统V1.0
火车出行场景下超标订单的混合支付方法及系统的研发	自主研发		53.83			13	申请火车出行场景下超标订单的混合支付方法及系统V1.0
出入境签证自助服务线上化流程建模及系统研发	自主研发		198.74			31	出入境签证自助服务线上化流程建模及系统1.0（已申请）
航旅机票订单多币种报价结算记账技术架构及系统的研发	自主研发	198.55				26	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种航旅机票数据高性能缓存加速机制及算法的研究	自主研发	195.59				24	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种基于即时通讯机器人的航旅服务智能应答算法	自主研发	53.41				18	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
面向航旅同业的多币种机票产品标准化接口协议设计与实现方法	自主研发	68.62				16	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
一种航旅客户统一消息中间件的自定义生成算法	自主研发	71.50				14	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
商旅服务端航变数据精细关联匹配及推送技术的研究	自主研发	183.05				34	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中
国际商旅产品超标订单的混合支付方法及系统的研发	自主研发	72.60				20	暂未申请软著，研发成果已运用业务场景中

研发项目	研发模式	2025年1-6月 研发费用 (万元)	2024年度研 发费用(万 元)	2023年度研 发费用(万 元)	2022年度研发 费用(万元)	参与研发人 员人数 (人)	研发成果
基于POI及客户行为数据的酒店资源动态 排序及推荐算法	自主研发	191.25				34	暂未申请软著，研发成果已运用业 务场景中
适配多出差申请单酒店同住场景的数据匹 配及解析算法	自主研发	99.95				23	暂未申请软著，研发成果已运用业 务场景中
融合多规则引擎的因公酒店订单差标节省 积分兑换算法	自主研发	103.03				23	暂未申请软著，研发成果已运用业 务场景中
面向酒店终端履约核验场景的AI语音驱动 人机交互方法及技术	自主研发	76.25				23	暂未申请软著，研发成果已运用业 务场景中
合计		1,313.80	2,538.88	2,335.94	2,353.02		

3、研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑的合理性

报告期各期末发行人研发人员分别为 96 人、112 人、117 人及 116 人，呈平稳增长态势。报告期各期研发项目数量分别为 24 个、20 个、20 个及 20 个，基本保持稳定。随着泛商旅技术研发持续深化，面临的研发复杂度和难度也有所提升，单个项目所需投入逐步提升，从而研发数量上并没有持续增加。报告期各期研发人员平均承担项目数量分别为 4.00 人/个、5.60 人/个、5.85 人/个及 5.80 人/个，变动趋势与单个项目平均研发投入规模相一致。

综上，报告期内，研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑具有合理性。

4、是否存在研发人员实际从事系统运维工作、研发人员与运维人员混同的情形

发行人于运营中心下设专职运维工程师，响应 IT 运维需求。当出现运维需求时，业务端各个条线/部门的员工提交报障单，运维人员接到全部报障单后即行排查故障原因。若认定该等事项系因外部供应商或基础设施故障（如中航信 IBE+接口问题）、用户预订操作失当、业务人员系统操作有误、数据库或 SQL 待调优等原因，则由运维人员自行或协同业务条线予以处理。运营中心下有充足的专职运维工程师能满足发行人日常的 IT 运维需求，不存在研发人员实际从事系统运维工作的情况。

运营中心隶属于业务部门，相关运维工程师的 IT 运维保障工作系面向航旅票务和商旅管理业务场景中的客户疑难和运营故障提供日常支持，未承担具体的研发活动。技术中心系发行人研发部门，研发人员专职从事系统开发工作，不涉及业务场景中的 IT 运维响应工作。因此发行人研发人员和运维人员不存在混同的情况。

5、是否存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况，如有，请说明合理性及研发工时分摊的准确性

报告期内，经会计差错更正后，发行人不存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况。

6、说明向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容、用途、定价公允性

发行人采购外部信息技术公司的技术服务主要系发行人将部分逻辑简单且非核心的功能模块由外部信息技术公司在发行人的研发项目主导人员安排下进行开发发生的费用，报告期，2023 年度及 2024 年度并没有发生技术服务费，2022 年度存在技术服务费，研发项目超过 10 万元的明细如下：

(1) 2022 年度

单位：万元

项目名称	金额	内容和用途
美亚用户行为监控及统计系统开发	10.87	美亚用户行为监控及统计相关功能点的开发与设计
美亚航旅网国际机票系统开发	32.15	美亚航旅网国际机票系统增加功能点-改集成境内外GDS
商旅机票类基础数据一体化系统开发	11.43	国内机票产品系统-航司加价策略增加浮动加价分析设计与前端测试、对接
商旅全产品数据报表系统开发	18.02	增加国内酒店产品系统数据相关功能点
商旅钉钉销售数据管理系统开发	39.45	H5与APP_添加员工功能、春秋航空NDC对接点开发、国内机票订单处理系统-变更单重复校验规则开发、商旅钉钉销售数据管理等功能开发
商旅国内酒店产品系统开发	38.55	国内酒店产品系统-酒店基础数据重构功能、国内酒店订单系统-酒店随心付、支付系统-差旅钱包（渠道）增加信用卡管理功能点开发
商旅在线开具发票系统开发	42.07	H5出差申请单和 H5待审列表功能点、H5/APP国内机票订单系统-订单中心功能点、CRM-合同支持录入开票公司等功能点的替换
商旅国内机票（酒店）超时订单监控系统开发	76.43	订单处理系统-UATP退改和数据推送、国内机票订单系统-自助选择审批人等功能点的开发和测试
商旅运营监控分析系统开发	35.67	报表系统-报表数据质量监控、商旅运营监控分析等设计与测试
订单处理系统_用车对接悦行	17.58	H5与APP_添加员工功能、订单处理系统_用车对接悦行功能点的开发与加载
合计	322.22	

发行人确定外部信息技术服务商时，根据派发工作量、研发项目难度、投入人员及时间情况等，通过比价、谈判等市场化方式确定采购供应商。外部信息技术服务商与发行人之间不存在关联关系，信息技术服务价格具有公允性。

7、说明将股份支付费用计入研发费用的依据是否充分

发行人结合授予股份对象的所属部门、职务性质及岗位职责，将股份支付费用分配至主营业务成本、销售费用、管理费用和研发费用，具体分配依据为：将直接从事发行人研发工作的人员对应的股份支付费用分配至研发费用，因此，将股份支付费用计入研发费用的依据充分。

九、其他财务及信息披露问题

（一）补充披露 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义

发行人已在招股说明书之“第一节 释义” 中补充披露如下：

“

大数据技术	指	一系列用于高效处理和分析大规模数据集的计算方法、工具和架构，它包括数据采集、存储、管理、处理、分析和可视化等环节。这些技术能够处理结构化、半结构化和非结构化数据，支持高速数据流的实时处理，以及复杂的数据分析和机器学习任务，旨在从海量数据中提取有价值的信息和洞察。
Elasticsearch	指	一个开源、分布式、多用户能力的全文搜索引擎，设计用于快速存储、搜索和分析大量数据。它提供实时的搜索功能，支持复杂查询，并且能够通过其RESTful API轻松集成到各种应用程序中。Elasticsearch的分布式特性使其在处理大规模数据集和高并发请求时表现出色，广泛应用于日志分析、实时监控和企业搜索等领域。
Kettle	指	一种多功能的ETL（Extract，Transform，Load）工具，可通过图形化界面构建数据工作流，执行数据抽取、清洗、转换和加载任务，支持多种数据源和格式，适用于大规模数据处理和集成，是大数据分析和数据仓库建设中不可或缺的组件。
聚类算法	指	一种无监督学习技术，旨在将数据集中的样本划分为若干个由相似对象组成的子集或“簇”，使得同一簇内的样本相似度高，而不同簇间的样本相似度低。这种算法广泛应用于模式识别、图像分析、社交网络分析等领域，目的是发现数据内在的结构和关系，而不依赖于预先标记的标签。
CNN	指	一种深度学习模型，特别适用于处理具有网格状拓扑结构的数据，如图像。它通过使用卷积层来提取输入数据的局部特征，并通过池化层降低特征的空间维度，同时增加对输入数据位移的不变性，能够有效地捕捉图像的层次性特征，使其在图像识别、分类和分割等视觉任务中表现出色。
RNN	指	一种具有短期记忆能力的人工神经网络，其核心特征在于网络的循环连接允许前一时刻的输出作为当前时刻的输入，从而使得网络能够在序列数据的处理中保持时间上的连续性，能够捕捉输入数据的时间动态特性，适用于诸如语言建模、语音识别和时间序列预测等任务。

LSTM	指	一种先进的循环神经网络（RNN）变体，专门设计用于处理长序列数据，通过独特的门控机制（输入门、遗忘门和输出门）有效地解决梯度消失问题，从而能够捕捉和学习长期依赖关系，在处理复杂时间序列数据，如自然语言处理、语音识别和时间序列预测等领域，展现出卓越性能和预测能力。
容器化部署	指	一种新兴的IT部署方式，通过将应用及其依赖封装进轻量级、隔离的容器中，实现应用的快速、一致、可移植的部署，同时利用容器编排工具简化管理和扩展，优化开发和运维流程，尤其适用于微服务架构。
自动化发布	指	一种使用自动化工具和流程来部署软件更新和新功能的软件工程实践，利用持续集成/持续部署（CI/CD）、自动化测试、版本控制、环境一致性保障、回滚机制以及实时监控和日志记录，实现软件更新的快速、可靠和自动化部署，可以提高开发效率和系统稳定性。
弹性伸缩	指	一种通过动态增加或减少计算资源来满足应用程序负载需求的能力，是云计算和微服务架构能够支持大规模、高动态性应用的基础。
灰度发布	指	一种渐进式部署的软件发布策略，通过流量分割、用户分群和A/B测试等技术手段，实现新版本的小规模测试和逐步推广，可以在不影响整体用户群体的情况下，对新功能进行验证，确保系统的高可用性和容错性。

”

（二）补充披露董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续

发行人已在招股说明书之“第四节 发行人基本情况/八、董事、监事、高级管理人员情况/（一）董事、监事、高级管理人员的简要情况”中补充披露如下：

“陈铁梅，女，1971年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，高级管理会计师、助理会计师、国际注册会计师。1992年8月至1997年2月任广东长城建设集团有限公司会计主管；1997年3月至1999年5月任广州市三捷科技发展有限公司财务经理（1997年3月至1998年4月，该公司处于筹备阶段）；1999年5月至2000年6月在家休养；2000年7月至2007年5月历任广东派尔富科技有限公司及其关联企业广东宝龙华达通科技有限公司、广州市华达通通讯设备有限公司（为同一实际控制人卜正武控制的企业）财务经理、总经办主任、审计部经理、财务总监；2007年6月至2008年2月待业；2008年3月至2010年7月湖南省园林建设有限公司广州分公司总经理（2008年3月至2009年7月，该公司处于筹备阶段）；2010年8月至2018年12月任广州韩亚生物科技有限公司及其子公司广州雅诗生物制品有限公司财务总监、副总经理；2019年1月至今任公司财务总监；2019年12月至2021年1月任有限公司董事；2021年1月至今任股份公司董事。”

“史新，男，1983 年 8 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。2005 年 7 月至 2006 年 8 月任广东远光软件股份有限公司软件实施工程师；2006 年 9 月至 2008 年 6 月在中山大学进修硕士学位；2008 年 7 月至 2012 年 4 月任国际商业机器（深圳）系统集成有限公司业务分析师；2012 年 5 月至 2012 年 6 月待业；2012 年 7 月至 2016 年 6 月任深圳市创新投资集团有限公司投资经理、博士后研究员；2016 年 7 月至今任深圳国中创业投资管理有限公司执行总经理；2021 年 6 月至今任股份公司董事。”

“徐勇，男，1959 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，教授。1977 年 2 月至 1978 年 10 月任江西省宜春汽车运输公司工人；1978 年 10 月至 1982 年 7 月在江西师范大学进修本科学士学位；1982 年 7 月至 1986 年 9 月任江西师范大学助教；1986 年 9 月至 1989 年 7 月在中山大学进修硕士学位；1989 年 7 月至 2019 年 9 月任中山大学教授、管理学院副院长；2010 年 2 月至今，任广东中大科技创业投资管理有限公司董事长、总经理。2021 年 1 月至今任股份公司独立董事。”

“左志刚，男，1975 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，教授。1995 年 7 月至 2000 年 8 月，任湖南师范大学行政人员；2000 年 9 月至 2002 年 8 月在湖南大学进修硕士学位；2002 年 9 月至 2005 年 7 月在中国人民大学进修博士学位；2005 年 7 月至 2006 年 6 月，任广东证监局主任科员；2006 年 7 月至今历任广东外语外贸大学会计系系主任、会计学院副院长，现任会计学院教授；2024 年 1 月至今任股份公司独立董事。”

（三）补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况

根据北京美亚的营业执照及工商档案，截至本回复出具之日，北京美亚经工商登记的注册地址为“北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲 2 号联信国际大厦 B 座 2 层 202-3 室”。

截至本回复出具之日，美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司承租经营场所的情况如下：

序号	承租方	出租方	权属证书 编号	坐落	租赁面积 (m²)	租赁期限	实际 用途
1	美亚科技北	刘继明	京朝集有	北京市朝阳区高	140.00	2025.05.18-	办公

序号	承租方	出租方	权属证书 编号	坐落	租赁面积 (m²)	租赁期限	实际 用途
	京分公司		(2009)第 0003号	碑店乡八里庄村 陈家林甲2号联 信国际大厦B座 2层202-1室		2027.05.17	室
2	商旅科技北 京分公司	刘继明	京朝集有 (2009)第 0003号	北京市朝阳区高 碑店乡八里庄村 陈家林甲2号联 信国际大厦B座 2层202-2室	249.00	2023.08.18- 2025.05.17	办公 室

根据上述物业出租方出具的书面说明，其位于北京市朝阳区高碑店乡八里庄村陈家林甲2号联信国际大厦B座2层202室（以下简称“202室”）的租赁房屋实际作为一个整体由北京美亚、美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司3家主体共同用于办公，出租方在租赁合同中将202室分拆为202-1室、202-2室并分别向美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司出租，北京美亚实际未作为承租方与出租方签署租赁合同，而与美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司共享202室的办公空间，为满足一个地址对应一家公司的注册地址工商登记要求，出租方协助北京美亚就“202-3室”办理注册地址登记手续。

发行人已在招股说明书之“第五节 业务和技术/三、发行人主营业务情况/（三）主要资产情况/1、公司的固定资产情况/（3）租赁房产”中补充披露如下：

“截至报告期末，公司及子公司主要租赁房产情况如下：

.....

注：北京美亚实际与美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司共同使用第6项、第19项租赁物业作为其经营场所。”

（四）删除招股书中重复披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容

招股说明书中所披露有关于关联交易、同业竞争、资金占用的相关承诺内容分为新三板挂牌时期与本次公开发行时期，相关承诺主体所作出的承诺。针对不同阶段的承诺需求，相同承诺类型中的承诺内容存在部分非实质上的表述差异，且均长期有效。为保障投资者的切实利益以及敦促发行人落实各项承诺内容，因此，招股说明书中保持披露不同时期的承诺内容，不涉及需要删除的情形。

（五）说明各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性

第三方回款主要系发行人业务模式及主要客户群体特征所致，主要包括客户为自然人控制的企业由其法定代表人或实际控制人代为支付款项、客户所属集团通过集团财务公司或指定相关公司代客户统一对外付款以及政府采购项目指定财政部门或专门部门统一付款，还有少量通过应收账款保理等合规方式或渠道完成付款的情形，具有商业合理性。

其他第三方回款主要包含客户的员工或员工亲属、客户关联方、UATP、客户合作伙伴和其他，具体情况及原因如下：

1、客户的员工或员工亲属：根据发行人与客户签订的《商务旅行服务合作协议》约定，“员工通过约定途径进行差旅预订时，如无特殊说明均记录为因公出差；经过个人确认后，则视为有效的因私出行。因私出行的差旅费用账款责任方为员工个人，不进入甲方相关差旅报告。因私出行所产生差旅费用，由个人现结；因私出行所产生费用，由员工自行现结，不归入发行人账款及报表。”因此，该类因私出行的订单客户系统显示为与发行人签订合同的商旅客户，但实际回款方为客户的员工或员工亲属，具有商业合理性。

2、客户关联方：主要系部分客户与非同一集团的关联方签订委托付款函，形成第三方回款。

3、UATP：第三方支付 UATP 完成客户在机票产品方面的信用授予，UATP 根据合作客户的资信情况和发行人信用记录，给予合作客户一定额度的授信。标准模式下，当客户使用 UATP 卡结算时，UATP 运营商直接把机票款结算给航司，同时把服务费结算给发行人（UATP 模式下，只能在票面价格的基础上收取服务费，不能另行定价，基础佣金体现在对应配置的 BSP 账单中），客户后续按约定结算周期自行还款给 UATP 运营商。该类来自 UATP 的第三方回款，具有商业合理性。

4、客户合作伙伴：主要有两类，其一，部分业务活动，客户邀请其合作伙伴共同开展，由客户通过发行人为其合作伙伴预订机票、酒店等，但相关款项由其合作伙伴自身结算，具有临时性和商业合理性；其二，部分客户与其合作伙伴签订委托付款函，形成第三方回款。

5、其他：回款方和客户不存在明确的关联关系，但有签订相应的委托付款函或因客户自身业务原因由第三方代付款、现金直接缴存发行人账户等。

报告期内发行人第三方回款均具备真实交易背景，相关情形具有必要性、合理性。

（六）说明发行人披露的信息与客户供应商公开披露的信息是否一致

保荐机构、发行人律师、申报会计师通过公开途径检索，发行人披露的信息与客户、供应商公开披露的信息不存在不一致的情形。

（七）修改招股书文字或内容错误

发行人已就招股说明书中的相关错误进行修正。

十、保荐机构、发行人律师、申报会计师核查上述事项并发表明确意见

（一）中介机构核查过程

针对上述事项，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、9，申报会计师执行了以下程序 4-9，具体如下：

1、发行人股权相关问题

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行了以下程序：

（1）取得并查阅发行人已过世股东唐诣的户口注销证明、发行人于股转系统挂牌时的《发行人股本结构表（按股份性质统计）》《初始登记原始股份持有人名册清单》；

（2）对唐诣的继承人进行访谈，了解未完成财产继承的原因并取得其继承人出具的关于不存在纠纷及潜在纠纷的确认函；

（3）前往发行人注册地基层人民法院及广州市中级人民法院、广州市仲裁委员会查询发行人的诉讼、仲裁情况，了解是否存在与发行人股份相关的诉讼、仲裁案件；

（4）取得 2024 年 5 月 7 日发行的《中华工商时报》，查阅公司刊登的关于股份情况的公告。

2、补充披露员工持股平台相关情况

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（1）-（7）项核查程序：

（1）获取并查阅发行人制定的股权激励计划，员工持股平台广州旅商的工商档案及合伙协议、历次份额授予时各激励对象签署的合伙协议补充协议及份额转让协议、广州旅商及其现有合伙人填写的调查表、激励对象的劳动合同及发行人的花名册；

（2）获取并查阅广州旅商报告期内已退出合伙人签署的份额转让协议、份额转让款支付凭证；

（3）获取广州旅商各合伙人出资/支付合伙份额受让款前三个月的出资银行账户流水，核查其出资来源；

（4）访谈广州旅商的各现有合伙人及报告期内已退出合伙人，了解其在员工持股平台持股及退出的相关情况；

（5）查阅《上市公司收购管理办法》等相关规定，判断广州旅商是否构成实际控制人的一致行动人；

（6）对发行人管理层进行访谈，了解报告期内员工持股平台的设立情况、股份支付的授予时点安排和授予价格确定依据、激励对象岗位和职责、股份支付的条件、员工股权激励的资金来源、合伙平台中合伙人的选定依据和在发行人的任职情况等；

（7）访谈发行人申报会计师，了解发行人股权激励时进行股份支付会计处理的情况；

（8）获取发行人股份支付的计算过程，结合发行人的股份支付时点和发行人的外部机构投资者的入股时点股权价值、评估机构的股权估值情况，对权益工具的公允价值和股份支付的确认分摊过程进行复核和重新测算。

3、特殊投资条款的履行与终止

针对上述事项，保荐机构、发行人律师执行了以下程序：

（1）取得并查阅发行人与外部投资方股东签署的《广州美亚电子商务国际

旅行社有限公司增资协议》及《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司增资协议之补充协议》《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司增资协议之补充协议(二)》，了解特殊投资条款签署及解除的具体约定；

(2) 取得并查阅发行人工商档案、股东会决议、《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司现金补偿协议》《广州美亚电子商务国际旅行社有限公司股权补偿协议》，了解发行人因特殊投资条款的约定而执行的资本公积转增股本及外部投资人股份转让的情况；

(3) 对发行人股东进行访谈，了解股东之间及股东与公司是否就特殊投资条款的签署、履行及解除存在纠纷或潜在纠纷；

(4) 取得并查阅发行人股东就持有的公司股份锁定事宜出具的承诺函。

4、发行人子公司

针对上述事项，保荐机构、申报会计师、发行人律师执行了以下程序：

(1) 访谈发行人管理层和财务部门，了解发行人报告期内的子公司构成、业务板块划分情况、各家子公司的市场定位、主要服务区域等、了解发行人设立境外子公司的原因及必要性及发行人注销湖南美亚及武汉美亚原因及合理性、经营合法合规性，发行人注销前的人员安置及资产处置情况；

(2) 登录商务部网站，查询商务部门公布的境外子公司所在国家、地区的境外投资国别(地区)指南，了解境外子公司分红是否存在政策或外汇管理障碍；

(3) 取得并查阅发行人设立境外子公司时，办理的发改部门、商务部门、外汇管理部门备案手续；

(4) 逐条对比公司境外投资事宜是否符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；

(5) 取得并查阅境外子公司所在国家或地区律师出具的法律意见书，确认境外子公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易等问题的合法合规性；

(6) 取得并查阅湖南美亚、武汉美亚的工商档案以及该等公司所在地工商及税务主管部门出具的核准注销文件，登录湖南美亚、武汉美亚所在地的主要政府主管部门官方网站、裁判文书网、信用中国等网站查询湖南美亚、武汉美亚是

否存在重大违法违规；

（7）取得并查阅湖南美亚、武汉美亚注销前最新的《审计报告》，查阅该公司注销前的资产及债权债务情况。

5、信息系统有效性

关于信息系统有效性的核查程序，参见本问题回复之“十二/（一）针对 IT 审计的详细核查方案”。

6、收入相关事项

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行了以下程序：

（1）访谈发行人管理层，了解发行人酒店和保险业绩情况，与行业及可比公司变动趋势是否一致，了解发行人客户供应商重合的商业逻辑；

（2）获取发行人的收入成本明细表，核查报告期发行人的酒店和保险订单数量、销售金额、代理收入及后返佣金收入情况并进行分析，了解和分析其变动原因及合理性；

（3）获取发行人的收入成本明细表，核查报告期内不同维度，如年度、板块等，分析发行人客户和供应商重合的情况及其合理性，关注交易对象与发行人的关系；

（4）检索查阅相关行业研究报告及公开新闻，查阅可比公司公开资料，对比分析发行人酒店和保险业绩变动趋势与行业及可比公司变动是否一致，了解代理收入占销售金额比例及变动情况是否合理，了解同行业客户供应商重合的情形，是否属于行业惯例。

7、应收款项坏账计提的充分性

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行了以下程序：

（1）访谈发行人管理层和财务部门，了解发行人不同类型主要客户的信用政策、回款周期、历史回款情况以及客户的信用资质确定情况；

（2）获取发行人主要客户合同协议和信用政策明细表，对发行人的合作模式、结算周期、信用政策、客户类型进行复核；

(3) 获取报告期内应收账款的账龄明细表,按照回款的信用风险等级划分组合,结合客户的历史回款、逾期情况,按照不同组合重新测试迁徙率和信用风险损失率;

(4) 根据各报告期期后的应收账款回收情况,对应收账款的回款风险、逾期风险、应收账款计提比例是否充足等进行分析;

(5) 查阅可比公司的公开信息,分析发行人与可比公司就应收账款坏账计提方法、依据、计提比例是否存在差异以及分析差异原因。

8、期间费用

针对上述事项,保荐机构、申报会计师执行了以下程序:

(1) 获取发行人各报告期末的员工花名册,核查各类人员数量,并与发行人各类业务活动进行对比,分析匹配性;

(2) 获取并复核报告期各期费用明细表,计算各类人员的平均薪酬;通过公开渠道查询广州市城镇私营单位就业人员平均工资与发行人平均薪酬水平进行对比;查询同行业可比公司年报并计算其平均薪酬水平,与发行人平均薪酬水平进行对比分析;

(3) 获取发行人的财务报表及附注,分析销售费用、研发费用占营业收入的比例变化情况;查询同行业公司期间费用率数据,并进行对比分析;

(4) 访谈发行人管理层,了解发行人研发人员认定标准,研发人员参与工作情况,是否参与运维工作,研发活动中外部技术服务费发生的原因及其定价标准;

(5) 获取发行人研发人员名单,了解发行人研发人员是否直接参与研发活动;获取报告期发行人研发项目明细,了解报告期内各个研发项目人员参与情况及其研发成果;

(6) 获取报告期发行人向外部信息技术服务商采购技术服务明细,检查合同、结算单、发票、付款单等材料,了解采购技术服务的交易对手方与发行人的关系,分析其定价是否具有公允性;

(7) 获取发行人涉及股份支付的人员名单,核查计入研发费用的股份支付,其核算的人员是否直接从事研发活动。

9、其他财务及信息披露问题

针对上述事项，保荐机构、申报会计师执行了以下程序：

- （1）核查北京美亚的营业执照及工商档案；
- （2）核查美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司签署的租赁合同；
- （3）取得美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司租赁物业的出租方出具的书面说明；
- （4）检索查阅软件和信息技术相关网站，整理 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词的具体含义；
- （5）核查董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的个人履历及其填写的核查表所披露的职业经历，并对相关人员关于从业经历的完整性进行访谈；
- （6）对各期第三方回款的必要性、合理性、交易真实性进行分析；
- （7）对招股说明书中披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容进行复核；
- （8）通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，核查发行人披露的信息是否与其一致；
- （9）对招股说明书中的文字或内容进行复核。

针对上述事项，发行人律师执行了以下程序：

- （1）核查北京美亚的营业执照及工商档案；
- （2）核查美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司签署的租赁合同；
- （3）取得美亚科技北京分公司、商旅科技北京分公司租赁物业的出租方出具的书面说明；
- （4）查阅招股说明书及问询回复关于 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义的补充披露；
- （5）核查董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的个人履历及其填写的核查表

所披露的职业经历与招股说明书披露的任职经历情况；

（6）取得并查阅公司关于报告期内第三方回款必要性、合理性的说明；

（7）对招股说明书中披露的关联交易、同业竞争、资金占用相关承诺内容进行复核；

（8）通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，核查发行人披露的信息是否与其一致；

（9）查阅招股说明书中的文字或内容的修订情况。

（二）中介机构核查意见

经核查，保荐机构、发行人律师认为：

1、发行人原股东唐诣生前所持有公司股份尚未完成继承程序，其生前持有的股份在发行人申请挂牌时，已登记为“待确认限售股”，发行人未将其作为发行人股东予以登记，不存在股东身份适格性问题。根据唐诣继承人的确认，其生前股份权属不存在纠纷或潜在纠纷。发行人不存在未解除、未披露的其他股权代持事项，不存在股权纠纷或潜在争议。期末应付股利为发行人“待确认限售股”所对应的应付股利，发行人在通知唐诣的继承人后，将该等分红款计提为应付股利，并说明待其继承人内部确认继承份额后将再按照份额进行发放。

2、发行人员工持股平台广州旅商的现有合伙人均为发行人或其分子公司员工（包括已离职员工1名），除朱何益外其他合伙人与发行人实际控制人不存在亲属关系；合伙人均以自有或自筹资金支付出资资金，不存在委托持股、信托持股或其他利益安排。广州旅商各激励对象的份额来源均为实际控制人转让。发行人已经在《招股说明书》中补充披露了股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关过程，说明了计提股份支付费用并进行分摊的情况。根据《上市公司收购管理办法》及广州旅商的合伙协议的约定，广州旅商为伍俊雄的一致行动人。

3、特殊投资条款的履行或解除过程中不存在纠纷，不存在损害发行人及其他股东利益的情形、未对发行人经营产生不利影响；股权转让限制条款在上市审核期间未终止的情形，与股东在上市审核期间作出的自愿限售承诺的内容的实质相同，该条款在上市审核期间未终止对本次发行上市不存在不利影响。

经核查，保荐机构认为：

2、发行人已在招股说明书中补充披露了股份授予价格、权益工具公允价值的确认方法及相关计算过程；已足额计提股份支付费用并进行准确分摊；符合《企业会计准则》相关规定。

经核查，保荐机构、发行人律师、申报会计师认为：

4、发行人设立境外子公司具有业务发展的必要性，境外子公司投资金额与发行人现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，根据商务部发布的境外子公司注册地的境外投资国别（地区）指南，境外子公司分红不存在政策或外汇管理障碍。发行人设立香港美亚已履行发改部门、商务部门、外汇管理部门备案程序，设立迪拜美亚已按照法律法规的要求向商务部门进行了事后报告；根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，该等境外子公司已在注册地完成境外主管机构的登记设立程序；发行人设立境外子公司符合《关于进一步引导和规范境外投资方向的指导意见》规定；发行人已取得境外子公司所在国家或地区律师关于前述公司设立、股权变动、业务合规性、关联交易等问题的明确合法合规意见，该等境外子公司均为发行人全资子公司，与发行人不存在同业竞争。发行人因业务发展需要，注销武汉美亚及湖南美亚并由美亚科技武汉分公司及长沙分公司作为后续业务的开展主体，具有商业合理性。武汉美亚及湖南美亚已经由工商登记主管部门核准注销，公司注销前已进行了资产清理，员工已分别与美亚科技武汉分公司及长沙分公司签署劳动合同，武汉美亚及湖南美亚注销前不存在重大违法违规或者大额债务、纠纷的情形。

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

5、发行人主要业务系统运行稳定，不存在重大风险控制点，主要功能、模块、业务流程中不存在重大数据造假风险点，相关控制有效，可以保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性；发行人航旅和商旅业务运营相关的主要业务和财务数据不存在明显的异常情形，系统设置和执行、相关数据及时性和完整性等方面可以保证财务与业务信息一致性；财务系统设计可以保证每笔订单收入、成本核算的准确性，各项财务数据真实、准确、完整。

6、酒店代理、保险代理收入变动与行业趋势一致，代理收入变动与可比公

司一致，销售金额、代理收入占销售金额比例由于可比公司没有公开披露，无法直接进行对比；发行人客户供应商重合具有商业合理性，属于行业惯例，报告期内交易对象与发行人的不存在关联关系，会计处理规范，购销交易具有真实性。

7、发行人的主要客户群体优质、款项历史和期后回收记录良好，应收账款坏账计提比例低于可比公司平均值具有合理性。

8、报告期各期客服、销售、管理、研发人员数量与相应业务规模具有匹配性，报告期内发行人平均薪酬高于当地平均薪酬，与可比公司有所差异，但均具有合理性；发行人销售费用率、研发费用率与可比公司有所差异，但均具有合理性；发行人研发人员均直接从事相关活动，报告期内发行人研发项目稳定，研发成果均已实际运用到经营活动当中；发行人研发人员持续上涨的同时研发项目波动下滑系发行人研发项目研发复杂度和难度增加，原因具有合理性；发行人不存在兼职研发人员或将非研发部门的人员认定为研发人员的情况；发行人向外部信息技术服务商采购技术服务的具体内容为逻辑简单且非核心的功能模块，发行人根据市场化方式确认供应商，定价具有公允性；发行人将直接从事研发活动人员的股份支付费用计入研发费用的依据充分。

9、经核查，发行人已在招股说明书中补充披露了 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义；发行人已在招股说明书中补充披露了董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续；发行人已在招股说明书中补充披露子公司北京美亚的经营场所租赁情况；招股说明书中所披露有关于关联交易、同业竞争、资金占用的相关承诺内容分为新三板挂牌时期与本次公开发行时期，相同承诺类型中的承诺内容存在部分非实质上的表述差异，不作删除处理；发行人第三方回款具有必要性、合理性、交易真实性；通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，发行人披露的信息不存在矛盾；发行人已对招股说明书中的文字或错误内容进行更正。

经核查，发行人律师认为：

9、经核查，发行人已在招股说明书中补充披露了 Elasticsearch、Kettle 等大数据技术，聚类算法、CNN、RNN、LSTM 等 AI 技术，容器化部署、自动化发

布、弹性伸缩、灰度发布等专业名词释义；发行人已在招股说明书中补充披露了董事陈铁梅、史新、徐勇、左志刚的职业经历，保持时间连续；发行人已在招股说明书中补充披露了子公司北京美亚的经营场所租赁情况；招股说明书中所披露有关于关联交易、同业竞争、资金占用的相关承诺内容分为新三板挂牌时期与本次公开发行时期，相同承诺类型中的承诺内容存在部分非实质上的表述差异，不涉及需要删除的情形；发行人已在本回复中说明第三方回款必要性、合理性、交易真实性；通过公开渠道查询，查阅客户、供应商的公开披露信息，发行人披露的信息不存在矛盾；发行人已对招股说明书中的文字或错误内容进行更正。

十一、结合对股权代持形成、变动、解除、分红等关键时间节点相关人员的资金流水核查情况，说明对股权代持事项的核查程序是否充分有效

发行人历史上存在股权代持事项，为对股权代持的形成、变动及解除进行核查，保荐机构及发行人律师履行了下列核查程序：

- 1、取得并查阅公司的工商档案、《公司章程》、最新股东名册；
- 2、取得并查阅公司历次增资、股权/股份转让所涉及的相关协议及其补充协议、董事会决议、股东（大）会决议、验资报告、部分出资凭证及转让款支付凭证、转让双方就股权转让事项出具的书面确认；
- 3、对股权代持形成、变动、解除等关键时间节点相关股东资金流水制定了核查标准、向相关股东提出核查要求并进行核查，具体如下：

（1）就股权代持期间内相关股东资金流水核查确定了如下核查标准：

①对于涉及四名实际控制人的股权代持事项，核查历次股权变动节点前后6个月（以下简称“核查期间”）的资金流水，核查对象为四名实际控制人，核查银行账户范围按以下标准确定：如无法确认用以出资/收（付）款的银行账户信息，核查前述自然人在该期间的全部中国工商银行、中国农业银行、中国银行、中国建设银行、交通银行、邮政储蓄银行及招商银行（合称“查询银行”）的所有借记卡在核查期间内的账户流水；如可以确认用以出资/收（付）款的银行账户信息，核查范围为该特定银行账户；

②对于实际控制人同期被代持方甘红燕、实际控制人代持期间公司时任出纳朱何益，考虑到其亦涉及代持期间资金流转，参照上述第①项标准核查前述自然

人查询银行开立的所有借记卡在核查期间内的账户资金流水。

(2) 陪同相关自然人前往查询银行，通过现场查询的方式确认是否在查询银行开立账户，获得银行出具的开户信息清单或自动柜员机显示账户信息查询记录的截图、视频或录音；对于核查期间内存在资金流水交易的银行账户获取对应的银行流水，对于核查期间内不存在资金流水交易的账户通过照片、录音等形式记录；

(3) 对于查询期间对应时点股权变动金额相同或相近的资金流水，访谈相关自然人了解资金流水往来性质、往来背景，确认是否与股权代持相关；对于查询期间对应时点未查询到与代持相关银行流水的情况，访谈相关自然人了解未能提供相关资金往来对应的银行流水的原因；

(4) 取得相关自然人关于代持相关银行流水的确认函。

4、就股权代持解除后公司历次现金分红的资金流向核查制定了核查标准、向相关股东提出核查要求并进行核查，具体如下：

(1) 就现金分红资金流向核查确定了如下核查标准：核查对象为历次分红节点公司全部直接股东、广州旅商的全部现有合伙人，核查范围为前述主体用于收取现金红利的银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水（就广州旅商的合伙人而言，指其从广州旅商收取分红之日后的 3 个月，下同）；

(2) 对于实际控制人，陪同其前往开户银行，现场打印获取该个人银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水；

(3) 对于非实际控制人的核查对象，获取相关自然人从电子银行渠道下载的该个人银行账户在现金红利派发之日后 3 个月的资金流水；

(4) 如上述核查范围未能覆盖分红资金主要去向，获取与相关自然人收取现金红利的银行账户存在资金往来的其他银行账户流水，或取得相关自然人关于分红款去向的确认，以确保对分红资金的主要去向进行了核查；

(5) 对于无法提供或拒绝提供银行流水的核查对象（包括已过世股东唐诣无法提供银行流水，五名外部投资人股东及非未在公司任职的股东戴卫红、曹旭然拒绝提供银行流水），取得其出具的关于分红资金去向的说明；

(6)对于去向异常的资金流水,访谈相关自然人了解资金流水的交易性质、交易背景,获取相关资金流水的客观支持证据,判断是否存在代持或者其他利益安排、股东在收取分红资金后支付给实际股东的情形。

5、对于代持过程中签署了代持股权转让协议的情形,均取得并查阅了代持股权转让协议,对于其余代持过程中未签署书面协议的情形,均取得并查阅了代持相关主体于代持解除后就代持事项及解除情况出具的书面确认;

6、访谈除吴迪、梁梅以外的历史股权代持中的代持方、被代持方,向代持各方了解代持原因、代持各方之间的资金提供情况、代持期间公司股权变动涉及的出资情况、被代持方的身份信息及代持解除情况等;

7、取得并查阅了各现有股东填写的调查表并对现有股东进行访谈,确认截至本回复出具之日,各股东均不存在股权代持;

8、取得并查阅公司通过《中华工商时报》刊登的启事,前述登报启事公告了公司截至公告日(2024年5月7日)的在册股东情况,并说明如任何个人或机构对现有股东持有的公司股份存在权利主张、纠纷、争议或认为现有股东持有的公司股份存在代持的,可与预留的发行人律师的联系方式进行联系。自公告刊登之日起至本回复出具日,未有任何主体进行联系或回复,进一步佐证发行人股权代持已经解除。

经核查,保荐机构及发行人律师认为就公司股权代持事项已采取充分尽职的核查程序,公司历史上的股权代持已解除。

十二、说明前期 IT 审计的具体情况及结论,并提供相关审计报告

(一) 针对 IT 审计的详细核查方案

发行人自主搭建了涵盖泛商旅出行多种场景的运营管理系统和业务处理系统,业务运营主要通过相关信息系统进行线上管理,相关业务运营数据由信息系统记录并存储,日常业务经营较为依赖信息系统。因此,保荐机构聘请了毕马威企业咨询(中国)有限公司对美亚科技 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日(“核查期间”)的主要信息系统内部控制及相关业务、财务数据开展评估工作并出具信息系统专项核查报告。

结合信息系统专项核查工作要求，IT 审计的详细核查方案如下：

1、信息系统一般性控制测试

针对发行人 2022 年 1 月 1 日至 2025 年 6 月 30 日报告期间的信息技术治理环境、信息系统管理和信息系统运行情况的测试，从与营业收入、营业成本等重要账户相关的收入确认、成本结转等业务流程出发，通过穿行测试了解相关业务及管理流程，选取其业务主体及管理流程，筛选出支撑这些业务运营及财务报告的主要信息系统，通过对所识别出的支撑目标发行人业务运营的主要信息系统进行一般性控制测试，评估目标公司信息系统管理水平及主要信息系统对业务运行的支撑能力和存在的风险，以确定信息系统稳定性和业务财务相关数据运行环境和来源的可靠性。针对这些信息系统的控制测试内容包括：

（1）信息科技治理：涉及发行人信息科技治理组织架构、信息科技战略规划、预算编制与跟踪、员工培训与信息安全及风险评估等；

（2）信息系统访问控制：涉及信息系统管理制度、用户组织与权限管理、系统用户账号与密码管理、超级用户管理等；

（3）信息系统程序变更、开发：涉及程序变更/开发制度、立项申请及审批、项目启动及实施、项目测试及验收、开发测试与生产环境隔离等；

（4）信息系统运行维护管理：涉及系统作业与运行管理、数据备份管理、恢复性测试、问题事件管理等。

具体核查方法如下：

核查方法	核查方法介绍
现场访谈	现场与发行人相关人员进行面对面交流，了解信息科技相关检查领域的管理流程、风险及控制现状。
文档审阅及系统查询	检查信息科技管理机制下相关领域和管理流程的审批记录、审阅记录、测试记录、配置信息等，测试相关控制的执行有效性。查阅系统账号、权限、参数、日志等，测试相关控制的执行有效性。

2、信息系统应用控制测试

以风险为导向，从主营业务运营环节数据一致性、主要收入、成本合理性等对其业务运营、财务报告有较大影响的业务和管理流程出发，通过穿行相关业务及管理流程，对其中支撑业务运营流程的各个环节的信息系统功能进行测试分析，

梳理主营业务在系统中各环节的数据流转过程，分析可能存在的影响业务、财务报告数据准确性和完整性的风险点，并结合系统功能和管控特点设计相应的应用控制测试点，测试公司各业务环节中信息系统运营数据的真实性、准确性和完整性，具体的信息系统应用控制测试内容，参见本问题回复之“五/（一）说明主要业务系统情况，梳理主要功能、模块、业务流程中可能存在的数据造假风险点、控制措施及有效性，能否保证发行人存储于系统中的业务运营数据的真实、准确、完整性”。

结合信息系统支撑业务的功能，运用以下信息系统应用控制的评估方法开展了测试，以测试系统中运营数据的准确性和完整性。

核查方法	核查方法介绍
系统接口/转换类控制	通过设置测试程序，判断数据传输、数据转换的准确性和完整性。
系统校验/配置类控制	通过设置测试程序，判断系统对异常或差错的操作，是否有效地校验、识别违反设定标准的情况，终止业务流程（同时有系统提示）。

3、运营及财务数据分析

通过提取出能代表业务运营趋势的相关指标，并进行基础数据质量探查、业务数据及相关财务数据指标的趋势及一致性比对分析，以风险为导向，识别发行人业务运营过程中的主要数据造假风险点，梳理关键业务和财务指标数据，并与业务环节相结合，分析指标数据变化趋势以及指标数据间的一致性。对分析过程中出现的异常情形执行进一步的核查程序。

根据发行人业务运营的相关数据开展单指标趋势分析、双指标趋势分析、单指标置信区间分析、场景分析工作，进一步结合对业务的理解，识别出关键指标之间所反映出的业务实质所存在的关联，分析存在关联性的指标之间的相互影响和相互作用，对各项业务环节和数据全方位的评估与分析。

核查方法	核查方法介绍
单指标趋势分析	对单指标变化趋势进行分析，识别其中是否存在异常的数据。
双指标趋势分析	对有业务关联的两个指标进行分析，对比其趋势变化是否合理，识别是否存在背离趋势的情况。
单指标置信区间分析	对单指标进行趋势分析，并判断是否落在 95%置信区间内（均值±1.96倍标准差），如果处于 95%的置信区间外，学术通用标准认为该情形为小概率事件，是应当重点关注容易发生风险的异常事件。
反舞弊场景分析	对特定的场景数据，分析是否存在有悖业务逻辑的情况，识别是否存在舞弊造假的情形。

从航旅机票销售业务、商旅机票销售业务、商旅酒店销售业务数据出发，通过趋势分析与反舞弊场景分析对业务数据的真实性进行测试，测试指标主要包括国际及国内机票出票数、出票金额、出票时间及退票率；商旅酒店订单数、订单金额、间夜金额、下单时间等。

（二）针对 IT 审计的核查结论

经核查，保荐机构与申报会计师认为：

1、信息系统一般性控制测试核查结论

发行人信息系统一般性控制总体有效，经执行测试及影响分析，不存在对信息系统数据有效性、真实性和完整性产生重大或重要影响的控制缺陷。

2、信息系统应用控制测试核查结论

发行人信息系统应用控制不存在明显的异常情形，发行人在前述流程所涉及的信息系统应用程序控制总体有效。

3、业务数据和相关财务数据分析核查结论

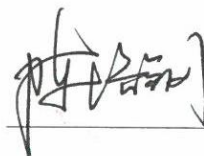
发行人航旅和商旅业务运营相关的主要业务和财务数据不存在明显的异常情形，业务运营各个环节存在舞弊造假行为的风险较低。

（三）提供 IT 审计的相关审计报告

毕马威企业咨询（中国）有限公司已出具《广东美亚旅游科技集团股份有限公司信息系统核查报告》，保荐机构已于本次反馈回复文件提交时一同通过系统报送。

(本页无正文，为广东美亚旅游科技集团股份有限公司《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一轮审核问询函的回复》之签字盖章页)

法定代表人：



陈培钢

广东美亚旅游科技集团股份有限公司

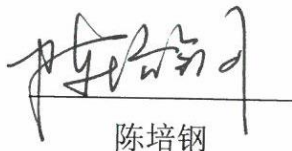


2025 年 11 月 28 日

发行人法定代表人声明

本人已认真阅读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回复的全部内容,确认本次审核问询函回复内容不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏,并对本审核问询函回复内容的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应的法律责任。

法定代表人:



陈培钢

广东美亚旅游科技集团股份有限公司



2025年 11 月 28 日

(本页无正文，为《广发证券股份有限公司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》之签字盖章页)

保荐代表人：

陈胜圳

陈胜圳

郭国

郭国

法定代表人：

林传辉

林传辉

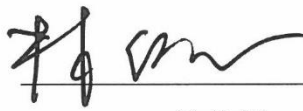
广发证券股份有限公司

2025年 11 月 28 日

发行人保荐机构(主承销商)法定代表人、董事长声明

本人已认真阅读广东美亚旅游科技集团股份有限公司本次问询意见回复报告的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本次问询意见回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

法定代表人、董事长：


林传辉



2025年11月28日