

关于中智经济技术合作股份有限公司首次公开发行股票并
在沪市主板上市申请文件的审核问询函之

回复报告

天职业字[2023]39557 号

关于中智经济技术合作股份有限公司首次公开发行股票并
在沪市主板上市申请文件的审核问询函之
回复报告

天职业字[2023]39557 号

上海证券交易所：

贵所于 2023 年 5 月 25 日出具的《关于中智经济技术合作股份有限公司首次公开发行股票并在沪市主板上市申请文件的审核问询函》（以下简称“《审核问询函》”）已收悉。根据贵所的要求，天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”或“申报会计师”）对《审核问询函》所列问题认真进行了逐项落实并书面回复如下，请予审核。

本回复中所引用的简称和释义，如无特别说明，与《中智经济技术合作股份有限公司首次公开发行股票并在主板上市招股说明书（申报稿）》中保持一致。

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

本回复报告中的字体代表以下含义：

黑体（加粗）	审核问询函所列问题
宋体（加粗）	审核问询函回复中涉及问题的标题
宋体（不加粗）	对审核问询函所列问题的回复
楷体_GB2312（不加粗）	对招股说明书（申报稿）的引用
楷体_GB2312（加粗）	对招股说明书（申报稿）的修改、补充

目 录

问题 1 关于主营业务收入	3
问题 2 关于主营业务成本	119
问题 3 关于毛利率	183
问题 4 关于应收款项	197
问题 5 关于销售费用	227
问题 9 关于其他	239

问题 1 关于主营业务收入

问题 1.1 关于收入确认政策

根据申报材料:(1)发行人主营业务收入主要来源于业务外包、招聘及灵活用工、健康福利、人事管理,各期合计占比分别为 75.10%、94.93%、94.89%;(2)报告期内,业务外包与灵活用工业务采用总额法确认收入,人才派遣业务收入确认方法由总额法调整为净额法,管理咨询业务收入确认由完工进度确认改为终验确认;(3)发行人收入确认依据包括取得经客户确认的付款通知书、获得卡券类密码、完成验收手续等,定价方式包括服务费、管理费、风险金或合理溢价等;(4)福利平台业务方面,2019 年之后部分采取自营模式经营,报告期内健康服务和福利服务业务存在采购商品或服务再转售或作为福利交付给客户情形。

请发行人说明:(1)各类业务的付款通知单确认时点、发票开具时点、收付款时点及具体收入确认时点,是否存在未经客户确认代为垫付资金的情形,如存在,说明相关资金流向及回款情况,是否与合同约定存在差异及原因;(2)结合各类业务具体合同条款、合同对价构成要素、履约过程、履约周期、交付形式结算时点、结算依据,对照企业会计准则分析说明各类业务合同履约义务的识别、主要责任人或代理人的确定依据、收入确认方式及计量依据是否符合准则相关规定,是否与同行业可比公司存在差异及原因;(3)各类业务付款通知单中服务费、项目风险金合理溢价的具体构成及金额确定依据,与合同对价之间的匹配关系;(4)结合管理咨询业务验收形式、验收依据、验收过程,分析说明由完工进度改为终验法的原因及合理性,是否符合企业会计准则规定,是否与同行业可比公司存在差异,如存在,请说明具体原因;(5)2019 年后福利平台采取部分自营模式经营的原因,自营模式与非自营模式的差异及分类标准,关爱通福利平台具体业务开展模式及实物流转过程,相关自营福利商品采购来源供应商选择标准,是否存在客户指定供应商情形;(6)是否存在同类福利健康商品分别采用总额法和净额法确认收入,如存在请说明对应的收入及成本结转差异情况,相关内控制度是否健全并得到有效执行;(7)福利平台业务是否存在退换货情形,如存在,请说明相关会计处理方式,进一步分析在取得券类密码或兑换码即确认收入的合理性,是否存在提前确认收入情形。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程,并发表明确核查意见,重点说明收入核查方式、核查比例、核查结论,核查程序的样本选取方法,回函比例及回

函金额差异情况、履行的替代性程序。

回复：

一、发行人说明

（一）各类业务的付款通知单确认时点、发票开具时点、收付款时点及具体收入确认时点，是否存在未经客户确认代为垫付资金的情形，如存在，说明相关资金流向及回款情况，是否与合同约定存在差异及原因。

1、各类业务的付款通知单确认时点、发票开具时点、收付款时点及具体收入确认时点等相关情况

业务类型		付款通知单确认时点	发票开具时点	收付款时点	收入确认时点
人事管理、人才派遣、薪酬财税		发行人每月按约定向客户提交“付款通知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况：发行人每月按合同约定在约定日期发出付款通知单，如客户对付款通知单内容有异议，应于约定时间内向发行人提出，逾期未提出异议或提出异议但未提供相应证据予以说明经发行人认可的，视为无异议 付款安排：客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期：否	付款通知单经客户确认后	（1）发行人收款，按合同约定时点收取 （2）客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超三个月的信用期并在信用期内来款 （3）发行人付款，根据社保公积金政策每月付款，并根据与客户合同约定每月向员工付款	按付款通知单确认时间点，确认当月收入
招聘及灵活用工	中高端人才寻访	发行人完成候选人推荐并经客户正式录取后 合同约定情况：客户如录用发行人推荐人员，须于候选人到职后约定时间内将候选人年收入金额通知发行人，发行人确认服务费金额后向客户发出付款通知单 付款安排：客户应于收到付款通知单后按照约定日期支付服务费，客户如逾期未支付，需承担违约责任，根据逾期天数支付违约金 是否存在分期：否	客户正式录取候选人后	（1）根据与客户合同约定时点收取 （2）本业务不涉及垫款	候选人经客户正式录取后，确认服务收入
	招聘流程外包	发行人完成招聘项目服务并经客户确认后	客户验收项目	（1）根据与客户合同约定时点收取	完成招聘项目服务并经客户

业务类型		付款通知单确认时点	发票开具时点	收付款时点	收入确认时点
		合同约定情况：提供服务前收取预付款，预付款为服务总费用的一定比例，尾款在发行人提供完毕所有服务并经客户验收合格后通知客户付款 付款安排：完成招聘项目服务并经客户验收后向客户开具发票，客户收到发票后规定日期内进行支付 是否存在分期：存在分期情况，提供服务前预收一定比例款项，服务完成后收取尾款	服务后	(2) 本业务不涉及垫款	验收后，确认服务收入
	灵活用工服务	发行人每月按约定向客户提交“付款通知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况：客户应于每月约定日期前向发行人送达上月工作量统计，发行人收到工作量统计后制作付款通知单，客户应于约定日期前确认，逾期未确认的视为对付款通知单无异议 付款安排：客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期：否	付款通知单经客户确认后	(1) 发行人收款，按合同约定时点收取 (2) 客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超过三个月的信用期并在信用期内来款	按付款通知单确认时间点，确认当月收入
健康福利	健康服务	发行人每月按约定向客户提交“付款通知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况：发行人和客户应于服务结束后以书面形式对服务项目进行核对，确认费用 付款安排：客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期：否	付款通知单经客户确认后	(1) 发行人收款，按合同约定时点收取 (2) 客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超过三个月的信用期并在信用期内来款	按付款通知单确认时间点，确认当月收入
	福利外包	发行人每月按约定向客户提交“付款通知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况：福利外包费用根据客户选择的福利外包服务项目由发行人与客户协商确定，发行人应于约定日期将付款通知单发送客户	付款通知单经客户确认后	(1) 发行人收款，按合同约定时点收取 (2) 客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超过三个月的信用期并	按付款通知单确认时间点，确认当月收入

业务类型		付款通知单确认时点	发票开具时点	收付款时点	收入确认时点
		付款安排： 客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期： 否		在信用期内来款	
	福利平台净额	不涉及	收到 B 端客户款项后	（1）发行人收款，根据与 B 端客户合同约定时点收取 （2）发行人付款，根据与供应商合同约定时点支付	客户 C 端员工已兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码同时，即确认服务费收入
	福利平台总额	不涉及	收到 B 端客户款项后	（1）发行人收款，根据与 B 端客户合同约定时点收取 （2）发行人付款，根据与供应商合同约定时点支付	客户 C 端员工已兑换完毕对应商品且商品被 C 端员工已签收时确认商品销售收入
业务外包		发行人每月按约定向客户提交“付款通知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况： 发行人按照合同约定日期，每月向客户提交付款通知单 付款安排： 客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期： 否	付款通知单经客户确认后	（1）发行人收款，按合同约定时点收取 （2）客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超三个月的信用期并在信用期内来款	按付款通知单确认时间点，确认当月收入
管理咨询		发行人完成管理咨询项目服务并经客户确认后，通常按项目验收报告日或项目验收通知日确认 合同约定情况： 客户须在收到发行人每一阶段提交的工作成果后的约定日期以书面形式对提交的工作成果进行验收，若在验收期限过后仍未以书面形式做出回复，则视为已接受并确认所提交的工作成果 付款安排： 根据合同约定在信用期内分阶段付款 是否存在分期： 存在分期收款情况，发行人根据与客户的约定，按项目阶段进行收款	客户验收项目服务后	（1）根据与客户合同约定时点收取 （2）本业务不涉及垫款	完成管理咨询项目服务并经客户验收后，确认服务收入
其他	国际人	发行人每月按约定向客户提交“付款通	付款通	（1）发行人收款，	按付款通知单

业务类型		付款通知单确认时点	发票开具时点	收付款时点	收入确认时点
	力资源服务	知单”并要求客户当月确认。客户确认或视同确认时，发行人当月确认付款通知单 合同约定情况： 发行人根据合同约定每月按与客户约定日期向客户提交付款通知单 付款安排： 客户确认付款通知单无误后，发行人开具发票给客户，客户在信用期内付款 是否存在分期： 否	知单经客户确认后	按合同约定时点收取 (2) 客户依据付款通知单通常当月来款，少量信用较好的客户一般有不超三个月的信用期并在信用期内来款	确认时间点，确认当月收入
	人力资源技术服务	发行人完成人力资源技术服务项目并经客户确认后，通常按项目验收报告日或项目验收通知日确认 合同约定情况： 发行人完成人力资源技术服务项目经客户分阶段验收通过后进行确认 付款安排： 根据合同约定在信用期内分阶段付款 是否存在分期： 存在分期收款情况，发行人根据与客户的约定，按项目阶段进行收款	客户验收项目服务后	(1) 根据与客户合同约定时点收取 (2) 本业务不涉及垫款	客户完成验收手续时确认业务收入

2、是否存在未经客户确认代为垫付资金的情形，如存在，说明相关资金流向及回款情况，是否与合同约定存在差异及原因

发行人针对垫付资金制订了严格的管理制度与审核流程，结合业务特点和客户具体情况，发行人针对信用较好的客户一般授予不超过三个月的信用期，并严格按照《资金管理制度》履行审核流程后予以授信，授信后发行人密切跟踪客户来款情况并保持动态跟踪管理。

发行人资金管理制度中明确规范垫付资金流程，发行人资金管理制度第十四条规定：付款业务涉及垫付资金的，除合同约定垫付条款外，应由客户出具正式垫付申请函。中智股份经办申请人应填制“中智股份特殊付款业务申请单”，注明申请客户名称、垫付期间、垫付金额上限、对应的台账信息、垫付原因等重要信息，并履行相应的审批流程。财务部付款审核人员依据审批结果并审核客户垫付申请、“中智股份特殊付款业务申请单”等相关资料后，移交出纳人员办理付款。发行人垫付资金严格按照资金管理制度执行，不存在未经客户确认代为垫付资金的情形。

(二)结合各类业务具体合同条款、合同对价构成要素、履约过程、履约周期、交付形式、结算时点、结算依据，对照企业会计准则分析说明各类业务合同履约义务的识别、主要责任人或代理人的确定依据、收入确认方式及计量依据是否符合准则相关规定，是否与同行业可比公司存在差异及原因

发行人结合各类业务具体合同条款、合同对价构成要素、履约过程、履约周期、交付形式、结算时点、结算依据，对照企业会计准则对发行人各类业务合同履约义务的识别、主要责任人或代理人的确定依据、收入确认方式及计量依据进行分析，并与同行业可比公司进行对比分析，具体如下所示：

1、业务外包

项目	内容
合同条款	客户名称：某技术公司 服务提供方：中智项目外包服务有限公司 服务内容：业务外包服务 合同条款： （1）中智项目外包公司与雇员建立劳动关系，对服务事项和雇员具有管理权，负责雇员的管理、分工、考核、奖惩等 （2）业务人员在工作场所内发生人身伤害事故的，某技术公司应在 24 小时内通知中智项目外包并采取必要的紧急措施，同时配合中智项目外包妥善处理善后事宜 （3）在项目服务期间，某技术公司在每月 10 日前向中智项目外包支付当月项目外包费用，具体金额和支付方式以中智项目外包每月向某技术公司发送的《付款通知单》为准，自《付款通知单》发出之日起十个工作日内（含）某技术公司未提出书面异议的，视为其对《付款通知单》内记载的应付款项无异议
合同对价构成要素	根据具体外包工作量确定总价格
履约过程	由发行人根据合同约定，视外包项目情况，派出项目经理以及相关雇员为客户提供外包服务，达成客户约定项目外包任务，按月向客户发送付款通知单经客户确认后，向客户开具发票，确认收入
履约周期	按月履约
交付形式	向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	客户确认付款通知单后按月结算
结算依据	经客户确认的付款通知单
合同履约义务的识别	向客户派出外包人员，完成合同约定的项目外包任务
用人单位/用工	发行人既是用人单位，也是用工单位

项目	内容
单位	
是否承担用工风险	发行人需要承担用工风险。发行人向客户提供的特定服务是劳务服务，实际提供该服务的是发行人外派至在客户现场的雇员，雇员是发行人按照外包工作的需求条件自主招聘或选派的，发行人需与雇员签订劳动合同建立劳动关系，无论劳动者派驻与否、发行人是否从客户处收到服务相关费用，发行人仍负有按照劳动合同向劳动者支付工资和社会保险的义务，因此发行人需要承担用人及用工单位风险
出现纠纷后发行人是否有权向客户追偿	外包业务中出现劳动纠纷发行人无权向客户追偿。外包业务中发行人与雇员之间签署劳动合同，建立劳动关系，雇员与客户之间不存在劳动关系。发行人承担雇员的管理责任，由发行人指派雇员的工作任务并负责考勤统计、薪酬绩效计算及发放、社保公积金缴纳。出现用工退回时由发行人承担经济风险，出现用工或劳动纠纷时由发行人承担法律责任
相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放的负责单位	相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放由发行人负责。合同约定发行人对外包服务事项和雇员具有管理权，发行人根据外包项目的具体情况安排雇员的数量、分工、考核标准、奖惩措施等
主要责任人/代理人确定依据	（1）发行人对雇员具有管理权。发行人与雇员之间签署劳动合同，发行人作为用人单位承担雇员管理责任，劳动关系由发行人与雇员建立，雇员与客户之间不存在劳动关系。由发行人负责雇员考勤、计算并发放薪酬、缴纳社保公积金 （2）发行人承担了用人及用工单位风险。发行人承担全方位的用人风险，出现用工退回时由发行人承担经济风险，出现用工或劳动纠纷时由发行人承担法律责任 （3）发行人具备自主的定价权。在服务定价方面，服务标准、服务要求、服务收费标准均由发行人确定 综合上述因素，业务外包体现了发行人主要责任人的特点
收入确认方式	总额法确认收入
收入确认计量依据	依据客户确认的“付款通知单”确认收入
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

2、招聘及灵活用工

（1）中高端人才寻访

项目	内容
合同条款	客户名称：某器材公司 提供方：中智河北人力资源服务有限公司 服务内容：中高端人才寻访

项目	内容
	合同条款： （1）某器材公司负责对中智河北提供的候选人名单进行筛选。配合中智河北及时协调组织符合初选条件的候选人的面试。对于面试通过的候选人，某器材公司应及时协调安排正式录用手续 （2）在收到招聘要求后，中智河北应及时开展对候选人的寻访和初步审查工作。根据反馈意见，中智河北负责对面试提供全程的协助及引导性服务工作。在项目实施过程中，中智河北有义务接受客户的各项监督 （3）某器材公司应在确定录用中智河北推荐的候选人的 5 日内按上述确定的标准向支付招聘费用
合同对价构成要素	根据实际聘用人的年度薪资对应比例金额计算服务费
履约过程	为客户提供分析用人需求、搜寻与筛选候选人、甄选和评估面试者、推荐，完成招聘服务后向客户发送付款通知单，经客户确认后，向客户开具发票，确认收入
履约周期	按项目履约
交付形式	推荐招聘成功并到岗，向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	客户确认付款通知单后根据项目履约进度及时结算
结算依据	经确认的付款通知单
合同履约义务的识别	完成合同约定的招聘服务
用人单位/用工单位	发行人既非用人单位，也非用工单位
是否承担用工风险	发行人不承担用工风险。招聘服务业务中，由客户与录取人签订劳动合同建立劳动关系；因发行人在该项业务中仅提供招聘环节中的某类服务或全流程招聘工作，不与录取人签订劳动合同，且招聘服务协议约定发行人对于候选人在被客户录用后工作期间的行为，不承担任何连带责任
出现纠纷后发行人是否有权向客户追偿	出现劳动纠纷有权向客户追偿。招聘服务协议约定客户拖延支付服务费或拖延提供入职员工人数，应承担违约责任
相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放的负责单位	相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放的负责单位是客户。招聘服务协议约定客户应向发行人提供委托招聘职位的薪资标准，协议未约定发行人需向客户提供代发薪服务
主要责任人/代理人确定依据	发行人在此类业务中依据客户需求，为客户配置满足条件的候选人，并与客户签订服务协议，发行人可以主导招聘服务，自主推荐候选人，招聘服务完成后，由客户对发行人的工作结果进行确认，发行人此时是履行招聘服务承诺的主要责任，发行人承担的是主要责任人角色
收入确认方式	按合同约定的招聘服务费确认收入
收入确认计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

项目	内容
可比公司存在差异	

(2) 招聘流程外包

项目	内容
合同条款	客户名称：某制药公司 服务提供方：中智职业发展有限公司 服务内容：为客户提供 2022 年秋季校园招聘服务 合同条款： (1) 某制药公司委托发行人以雇主品牌建设、校园宣讲会、线上校园宣传、第三方采购等形式提供 2022 年秋季校园招聘服务 (2) 对于各项服务内容,发行人应在某制药企业要求的期限内完成该项服务,并提供对应的全部服务成果。发行人应在约定日期前交付全部服务成果、服务总结报告并通过某制药企业验收确认 (3) 某制药企业应在收到发行人提交的各项服务成果后 15 个工作日内完成验收确认。若未在 15 个工作日内完成验收,视为验收合格 (4) 合同生效之日起 5 个工作日内,发行人向某制药公司开具实际服务费 30%的增值税专用发票,某制药企业应在收到发票后 15 个工作日内向发行人支付发票对应服务费和税款。合同履行完成并经某制药企业验收合格且收到发行人出具的增值税专用发票后的 15 个工作日内支付剩余服务费和税
合同对价构成要素	根据客户选择的对应服务进行报价
履约过程	结合客户招聘需求,发行人按约定时间为客户提供各形式招聘服务,经客户对服务成果验收后确认收入,向客户开具发票并收款
履约周期	按项目履约
交付形式	向客户交付服务成果、服务总结,通知客户验收确认
结算时点	客户验收确认后在信用期内收付款
结算依据	依据合同约定条款结算
合同履约义务的识别	提供满足客户需求的招聘流程外包服务
主要责任人/代理人确定依据	发行人根据招聘流程外包服务合同履行约定的权利义务,在交付工作成果前能够对相关成果实施控制,并就其服务内容向客户承担责任,发行人承担的角色为主要责任人
收入确认方式	按合同约定的服务费确认收入
收入计量依据	客户完成验收手续时确认业务收入
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异,符合准则相关规定

(3) 灵活用工

项目	内容
合同条款	客户名称：某外资企业 提供方：中智职业发展有限公司 服务内容：灵活用工服务 合同条款： （1）职业发展与某外资企业签订灵活用工服务合同，某外资企业授权职业发展协助其发展学生兼职、社会兼职、零售店或卖场促销服务 （2）某外资企业应向职业发展支付服务费，服务费根据约定单价标准以及双方共同确认的雇员实际服务时间计算，根据每个订单确定的金额按月结算和支付
合同对价构成要素	根据实际派出人员数量，按其对应岗位进行报价
履约过程	针对客户临时性、季节性、不定时性、项目性等岗位用工需求，为客户提供岗位外包、长短期兼职、灵活用工等专业解决方案，按月向客户发送付款通知单，经客户确认后确认收入，向客户开具发票并收款
履约周期	按月履约
交付形式	完成合同约定的服务后，向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	按月结算
结算依据	经客户确认的付款通知单
合同履约义务的识别	完成合同约定的灵活用工服务
用人单位/用工单位	发行人既是用人单位，也是用工单位
是否承担用工风险	发行人需要承担用工风险。发行人向客户提供的特定服务是劳务服务，实际提供该服务的是发行人外派至在客户现场的劳务工作者，劳务工作者是发行人按照客户的需求条件自主招聘或选派的，发行人需与符合签订劳动合同条件的劳务工作者签订劳动合同建立劳动关系，与不符合签订劳动合同条件的员工签订劳务合同或用工服务协议（例如：实习生），无论劳动者派驻与否、发行人是否从客户处收到服务相关费用，发行人仍负有按照劳动合同向劳动者支付工资和社会保险的义务，因此发行人需要承担用人单位风险
出现纠纷后发行人是否有权向客户追偿	发生纠纷发行人无权向客户追偿。灵活用工业务中发行人与符合签订劳动合同条件的劳务工作者签署劳动合同，与不符合签订劳动合同条件的劳务工作者签署劳务合同或用工协议，劳务工作者与客户之间不存在劳动关系。发行人承担劳务工作者的管理责任，由发行人指派劳务工作者的工作任务并负责考勤统计、薪酬绩效计算及发放、社保公积金缴纳。出现用工退回时由发行人承担经济风险，出现用工或劳动纠纷时由发行人承担法律责任
相关人员的绩效考核、薪酬	相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放由发行人负责。业务合同约定发行人对服务事项和劳务工作者具有管理权，发行人根据项目的具体情况

项目	内容
确定及发放的负责单位	安排雇员的数量、分工、考核标准、奖惩措施等；劳务人员的工资等劳动报酬由发行人支付，除另有约定外客户不得向劳务人员直接支付任何形式的报酬，若违约则应向发行人支付与该报酬等额的违约金
主要责任人/代理人确定依据	(1) 发行人与符合签订劳动合同条件的雇员签署劳动合同，与不符合签订劳动合同条件的员工签订劳务合同或用工服务协议。由发行人承担服务事项及用人管理与责任。雇员与客户之间不存在劳动关系。由发行人负责雇员考勤、计算并发放薪酬、缴纳社保公积金 (2) 发行人承担全方位的用人及用工风险，出现用工退回时由发行人承担经济风险，出现用工或劳动纠纷时由发行人承担法律责任 (3) 发行人具备自主的定价权。在服务定价方面，服务标准、服务要求、服务收费标准均由发行人确定 综合上述因素，灵活用工体现了发行人主要责任人的特点
收入确认方式	总额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

3、健康福利服务

(1) 健康服务

项目	内容
合同条款	客户名称：某咨询公司 服务提供方：中智广州经济技术合作有限公司 服务内容：为客户劳务人员提供健康保障服务 合同条款： (1) 中智广州为客户劳务人员提供健康保障服务的费用为每名雇员每月贰拾元，该费用由客户承担。前述费用将由客户按合同的付款约定与合同的其他费用向中智广州支付，逾期支付的，中智广州有权停止为客户劳务人员提供健康保障服务并要求支付滞纳金，由此产生的责任由客户承担 (2) 中智广州依照与保险公司之间的团体保险优惠协议与客户的委托，以为客户劳务人员投缴商业保险的方式提供健康保障服务
合同对价构成要素	按照服务单价与服务人数收取服务费
履约过程	根据服务项目和服务标准，与外部合作伙伴合作完成服务内容
履约周期	按月履约
交付形式	向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	确认付款通知单后在信用期内按月收付款
结算依据	经确认的付款通知单

项目	内容
合同履约义务的识别	提供满足客户需求的健康管理和健康保障服务
主要责任人/代理人确定依据	发行人承担主要责任人角色，根据服务项目和服务标准，由发行人为客户管理总体服务方案，并与外部合作伙伴合作完成服务内容。客户同意服务方案后，发行人于每月约定的日期依据实际服务的客户员工数量及对应的服务单价，向其客户提交“付款通知单”进行确认，发行人承担的角色为主要责任人
收入确认方式	总额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

（2）福利服务

1) 福利外包

项目	内容
合同条款	客户名称：某实业公司 服务提供方：中智经济技术合作股份有限公司 服务内容：为客户提供福利外包服务 合同条款： （1）某实业公司委托发行人提供福利外包服务 （2）发行人有权根据合同约定，按月向某实业公司收取外包管理费，某实业公司有权要求发行人及时提供双方约定的福利外包服务 （3）某实业公司应根据合同约定，按月向发行人足额支付外包管理费，管理费根据某实业公司所选择的福利外包服务项目，由双方协商确定，并以每月经双方确认的《付款通知单》为当月外包管理费的结算依据
合同对价构成要素	根据客户选择的福利外包服务项目、对应的服务单价、每月服务人数计算月的福利外包管理费
履约过程	结合客户福利外包需求，发行人为客户提供各类福利商品或福利商品组合，按月向客户发送付款通知单，经客户确认后确认收入，向客户开具发票并收款
履约周期	按月履约
交付形式	向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	确认付款通知单后在信用期内按月收付款
结算依据	经确认的付款通知单
合同履约义务的识别	提供满足客户需求的福利外包服务
主要责任人/代理人确定	发行人根据福利外包服务合同履行约定的权利义务，在交付工作成果前能够对相关成果实施控制，并就其福利外包服务向客户承担责任，发行人承

项目	内容
依据	担的角色为主要责任人
收入确认方式	总额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

2) 福利平台

项目	内容
合同条款	1、福利平台总额： 客户名称：某船舶公司 服务提供方：中智关爱通（上海）科技股份有限公司 服务内容：为客户的高危岗位慰问采购项目提供采购、送货、质保等工作 合同条款： （1）交货时间：应于 2022 年 7 月 14 日前将按客户要求设计、包装和约定数量的物品送至指定交货地点 （2）交货地点：客户指定地点 （3）交货方式：负责将物品运送到客户指定地点，承担运输和保险等费用，并负责运输中物品的安全 （4）履约地点：客户所在地 （5）结算条款：客户应于合同生效后且收到采购物品验收合格，收到发票起 30 个工作日内支付合同款 2、福利平台净额： 客户名称：某运营公司 服务提供方：中智关爱通（上海）科技股份有限公司 服务内容：关爱通向客户代销各类福利卡券，福利卡券发行人一般为京东和盒马等大型零售供应商 合同条款： （1）某运营公司应安排专人配合乙方开展工作，及时协调与员工和相关沟通 （2）如涉及服务费用，应在本协议生效后，在双方书面约定一致的期限内，及时向关爱通支付相关费用 （3）关爱通负责在协议生效后，根据双方书面约定的合理的时间内向某运营公司交付关爱通平台。关爱通负责培训相关人员学习使用关爱通平台并提供员工使用手册等相关资料。关爱通负责关爱通平台的日常维护与升级 （4）依据双方确认的内容，某运营公司员工通过选定的兑换途径及产品范围内实现产品兑换

项目	内容
合同对价构成要素	1、福利平台总额：根据提供对方的商品确定对价 2、福利平台净额：卡券的折扣收入
履约过程	1、福利平台总额：关爱通与客户签订产品销售合同，关爱通按照合同规定的交货时间、交货地点、交货方式和履约地点将货物运送给对方，客户收到采购物品验收合格后，支付合同款 2、福利平台净额：根据合同服务内容约定，从客户端收取的服务费收入，确认时间点为企业客户完成服务时，通常为关爱通系统中显示企业客户的C端员工已兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码或兑换码的同时，关爱通即确认代销服务费收入
履约周期	根据客户实际订单情况进行履约，通常周期较短
交付形式	1、福利平台总额：为客户提供采购、送货、质保等工作 2、福利平台净额：关爱通向客户代销相关商品
结算时点	1、福利平台总额：客户收到采购物品验收合格后 2、福利平台净额：根据合同约定预收
结算依据	1、福利平台总额：企业客户的C端员工已兑换完毕对应商品且商品被C端员工已签收 2、福利平台净额：客户的C端员工已兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码
合同履约义务的识别	1、福利平台总额：为客户采购项目完成采购、送货、质保等工作 2、福利平台净额：向客户代销相关商品
主要责任人/代理人确定依据	1、福利平台总额：在商品转移给客户之前，发行人具有商品的控制权，按照对价的总额确认收入，此时为主要责任人角色 2、福利平台净额：发行人的履约义务是安排或协调第三方直接提供商品或服务，商品在转移前后均不由发行人控制，发行人在此为代理人角色
收入确认方式	1、福利平台总额：总额法确认收入 2、福利平台净额：净额法确认收入
收入计量依据	1、福利平台总额：企业客户的C端员工已兑换完毕对应商品且商品被C端员工签收时确认收入 2、福利平台净额：客户的C端员工兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码同时，即确认收入
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

福利平台代销服务费的具体收取标准，折扣收入具体内容及确定依据，与卡券面值之间的关系相关情况如下：

折扣收入具体内容	服务费具体收取标准	折扣收入确定依据及与卡券面值的关系
销售返点	根据销售规模确定返点比例，具体标准根据销售规模与卡券销售方进行协商确定	折扣收入=卡券面值-卡券面值/(1+返点率)
采购折扣	以低于卡券面值一定比例进行采购，折扣比例以采购	折扣收入=卡券面值*折

折扣收入具体内容	服务费具体收取标准	折扣收入确定依据及与卡券面值的关系
	规模与卡券销售方进行协商确定	扣率
面值加价	以卡券面值加收销售服务费的形式进行销售, 服务费以面值金额乘以一定比例进行确定	折扣收入=卡券面值*加价率

销售返点举例：以某电商平台预付卡为例，某一档下的返点比例为 1.9%，对于每一张 100 元面值预付卡来说的成本即是 98.14 元（=100/（1+1.9%）），每一张卡对应销售服务费为 1.86 元。

采购折扣举例：以某咖啡预付卡为例，按照每笔订单所对应产品的折扣率 4% 直接对该笔订单给予发行人价格折扣，发行人销售 100 元卡券，采购成本为 96 元，对应的销售服务费为 4 元。

面值加价举例：以某商旅预付卡为例，按照卡券面值金额加收取 3% 加价率，发行人销售 100 元面值卡券加收 3 元服务费，对应的销售服务费收入为 3 元。

发行人福利业务处于充分竞争的市场，定价考虑客户接受程度和市场竞争对手情况，定价处于合理范围。

4、人事管理

项目	内容
合同条款	客户名称：某技术公司 提供服务方：中智经济技术合作股份有限公司 服务内容：提供人事管理等相关服务 合同条款： （1）某技术公司委托发行人提供人事代理服务事宜，发行人有权根据合同约定，按月向某技术公司收取人力资源服务费和代收费用，代收费用包括某技术公司用于缴纳中国政府规定的各类社会保险、公积金、档案管理的费用 （2）据某技术公司所选择的人力资源服务项目，由代收费用和双方协商确定人力资源服务费构成本合同的全部费用，并以每月 10 日发行人的《付款通知书》为当月结算依据 （3）某技术公司应在每月月底前将当月管理费汇至发行人银行账户
合同对价构成要素	根据雇员人数计算服务费
履约过程	发行人根据客户需求，制订综合、高效的人事管理解决方案，为客户提供专业的人事管理服务，按月向客户发送付款通知单，经客户确认后，向客户开具发票，确认收入

项目	内容
履约周期	按月履约
交付形式	为客户雇员提供合同约定的各项人事管理服务，在此基础上向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	确认付款通知单后在信用期内按月结算
结算依据	依据客户确认的“付款通知单”的服务费金额，确认人事管理服务费收入
合同履约义务的识别	完成合同约定的人事管理服务
主要责任人/代理人确定依据	根据合同约定，发行人为客户提供人事管理服务，发行人并未与雇员签订劳动合同，客户作为用人单位与员工的法律责任并未改变，由客户对员工进行实际管理、发行人无法主导雇员为客户提供服务。在服务期间，发行人为客户提供社保公积金的代缴代办等服务，客户按约定标准按时向发行人支付相关服务费用，由此可以判断发行人在此扮演的是代理人角色
收入确认方式	净额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

5、管理咨询

项目	内容
合同条款	客户名称：某电力公司 服务提供方：中智管理咨询有限公司 服务内容：管理咨询服务 合同条款： （1）某电力公司对中智管理咨询的工作进度、流程进行监督，保证所提供资料及时、准确、真实、完整 （2）中智管理咨询根据项目内容提供咨询服务，按工作进度，按时交付服务成果、提出服务意见 （3）某电力公司按照费用支付时间点支付款项
合同对价构成要素	根据项目完成进度或质量确定的服务费
履约过程	为客户提供咨询服务，按照约定提交项目成果并经客户验收后确认收入，向客户开具发票并收款
履约周期	按项目合同约定的时间履约
交付形式	向客户提交咨询报告或方案实施落地，并通知客户验收确认
结算时点	根据协议约定按合同进度分阶段收款
结算依据	依据合同约定条款结算
合同履约义务	完成合同约定的管理咨询服务

项目	内容
的识别	
主要责任人/代理人确定依据	发行人按照项目内容提供咨询服务，按工作进度，按时交付服务成果、提出服务意见，承担向客户转让成果的主要责任，此时发行人是履行提供特定服务承诺的主要责任人
收入确认方式	按合同约定的项目金额确认收入
收入计量依据	客户完成验收手续时确认业务收入
是否与同行业可比公司存在差异	同行业公司未披露相关业务，公司符合准则相关规定

6、人才派遣

项目	内容
合同条款	客户名称：某米业公司 服务提供方：中智广州经济技术合作有限公司 服务内容：提供劳务派遣服务 合同条款： （1）中智广州负责与劳务派遣人员建立劳动关系，岗前培训，并提供给某米业公司备案 （2）中智广州为劳务派遣人员办理职工社会保险并承担费用 （3）某米业公司定期向中智广州支付劳务派遣人员的劳动报酬和管理费 （4）每月 2 日前，某米业公司应将《派遣员工算薪支持表》发给中智广州，中智广州根据与其确认的劳务派遣人员的劳动报酬、法律法规规定的员工社保、住房公积金标准及其他应缴费用信息和服务项目明细按月计算生成《工资明细表》和《付款通知单》，于每月 5 日前发给某米业公司，某米业公司应于每月 7 日前确认无误后反馈中智广州，由中智广州提供《付款通知单》盖章版、《工资明细表》盖章版发送某米业公司，某米业公司确认后于每月 14 日前付款
合同对价构成要素	派遣员工人员数量乘以约定的人次服务费
履约过程	发行人为客户提供人才派遣服务的方式主要是作为派遣单位(用人单位)与客户(用工单位)签订派遣合同，将与发行人签订劳动合同的员工派遣至客户处工作，并为客户提供派遣员工劳动关系管理、员工档案管理、各类社会保险与住房公积金缴纳、派遣员工工资计算、发放等人事行政和薪资福利综合配套服务。发行人按月向客户发送付款通知单，经客户确认后，向客户开具发票，确认收入
履约周期	按月履约
交付形式	依法并按合同约定为派遣员工提供相应服务，在此基础上向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	客户确认付款通知单后在信用期内按月结算
结算依据	经确认的付款通知单

项目	内容
合同履约义务的识别	实际把雇员派驻到客户公司，完成相关服务
用人单位/用工单位	发行人作为用人单位，客户为用工单位。 用人单位是指依据《劳动合同法》与雇员签订劳动合同的单位，依照劳动合同履行用人单位责任和义务。用工单位是指依据《劳动合同法》《劳务派遣暂行规定》实际使用和管理雇员并承担劳动用工经济责任的单位
是否承担用工风险	发行人不承担用工风险。派遣合同约定客户在按照《劳动合同法》的规定合法规范用工的前提下安排劳务派遣人员的工作岗位
出现纠纷后发行人是否有权向客户追偿	出现劳动纠纷后发行人有权向客户追偿。虽然发行人与派遣人员签订劳动合同，但根据与客户的合同约定及派遣法律法规，派遣人员与客户建立了用工关系，在工作期间由客户指派工作任务并负责考核，薪酬由客户确定，出现用工或劳动纠纷后，发行人按约定有权向客户追偿，由客户实际承担用工或劳动纠纷的经济责任
相关人员的绩效考核、薪酬确定及发放的负责单位	相关人员的绩效考核、薪酬由客户确定，并通过发行人发放。派遣合同约定客户按照制定的各项管理规章制度对劳务派遣人员进行考勤考核奖惩等综合劳务考核
主要责任人/代理人确定依据	（1）发行人实际不承担用工风险。在人才派遣业务中，发行人与雇员签订劳动合同，依据与客户签订的派遣服务合同，发行人将派遣雇员派驻至客户处工作。虽然发行人与雇员签订劳动合同，但根据与客户合同约定及派遣法律法规，派出雇员与客户建立用工关系，派出雇员由客户实际管理、雇员在工作期间由客户指派工作任务并负责考核。出现用工或劳动纠纷后，发行人按约定有权向客户追偿，由客户实际承担用工或劳动纠纷的经济责任 （2）发行人对人事服务费部分具有定价权。在服务定价方面，发行人每月向客户收取的价款主要由三部分组成，分别是派遣人员的工资、社保公积金和与客户约定的人事服务费。其中员工的工资计算标准是由客户确定的，人事服务费是通过招标确定或与客户谈判确立。由此判断发行人在此业务中扮演的是代理人角色
收入确认方式	净额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

7、薪酬财税

项目	内容
合同条款	客户名称：某电子公司 服务提供方：中智河北人力资源服务有限公司 服务内容：薪酬财税服务、薪酬计算和个税计算 合同条款：

项目	内容
	(1) 某电子公司应按照双方确定的服务事项，最晚于每月工资发放日前的第五个工作日及时向中智河北提供薪资发放、纳税申报服务所需的文件和证明材料，并对所需资料的真实性、合法性、完整性负责 (2) 某电子公司及时确认中智河北发出的付款通知单并足额支付服务费。某电子公司应最晚于工资发放日前的第一个工作日中午 12 时将指定人员的全额薪资（含应缴税款）服务费以及双方约定的其他费用（以下简称相关费用）支付给中智河北 (3) 中智河北应根据某电子公司提供的资料向中智河北主管税务机关申报并缴纳指定人员薪资的个人所得税 (4) 在及时足额收到某电子公司支付的相关费用后，中智河北应确保在约定的工资发放日代为发放工资
合同对价构成要素	服务的客户员工数量乘以约定的人次服务费
履约过程	为客户提供代计算并代发薪酬的服务、为客户提供代理记账、代报税等相关服务，按月向客户发送付款通知单，经客户确认后，向客户开具发票，确认收入
履约周期	按月履行或者按项目履行
交付形式	按合同约定向客户提供相应的服务或完成相应的任务，在此基础上向客户发出付款通知单，通知客户确认
结算时点	确认付款通知单后在信用期内按月结算
结算依据	经确认的付款通知单
合同履约义务的识别	完成满足客户需求的薪酬财税服务
主要责任人/代理人确定依据	在及时足额收到客户支付的相关费用后，发行人应确保在约定的工资发放日发放工资，发行人无法主导薪酬发放的标准，发行人根据客户确认的付款通知单向客户收款后，向员工支付相应月份的薪资，并向客户收取服务费。由此可以判断发行人在此扮演的是代理人角色
收入确认方式	净额法确认收入
收入计量依据	经客户确认的付款通知单
是否与同行业可比公司存在差异	与同行业可比公司不存在差异，符合准则相关规定

公司各类业务收入确认方式及计量依据均符合企业会计准则相关规定，收入确认方法合理，主要业务与同行业可比公司不存在差异。

（三）各类业务付款通知单中服务费、项目风险金、合理溢价的具体构成及金额确定依据，与合同对价之间的匹配关系

发行人各类业务付款通知单中服务费、项目风险金、合理溢价的具体构成及金

额确定依据，与合同对价之间的匹配关系相关情况如下表所示：

业务类型	服务费、项目风险金、合理溢价的具体构成及金额确定依据	与合同对价之间的匹配关系
业务外包	业务外包业务合同对价为按照项目成本加合理溢价或项目风险金进行收费，根据合同约定发行人承担全方位的用工风险，客户不承担用工风险，项目风险金、合理溢价主要根据项目复杂度、风险度、雇员薪资、具体服务内容等因素确定，例如客户工作环境是否为高危环境、工作性质是否存在安全隐患等。项目风险金与合理溢价均已包括在与客户约定的合同对价中	付款通知单是与客户进行结算的凭据，付款通知单中的收费金额即为与客户约定的合同对价
灵活用工	灵活用工服务的合同对价为根据客户企业的需求，定制项目服务方案，根据项目所需人员数量，并在提供的项目服务人员的人工成本上加成风险金和合理溢价进行收费。风险金和合理溢价是根据行业平均或成本加成方法，并综合考虑具体服务内容、项目风险等因素来确定。项目风险金、合理溢价已经含在合同对价中	付款通知单是与客户进行结算的凭据，付款通知单中的收费金额即为与客户约定的合同对价
健康福利	健康服务、福利外包：根据客户使用健康管理服务或福利项目的雇员规模并依据体检供应商、保险供应商、福利供应商提供的报价，在自身成本及采购成本基础上合理溢价进行定价与收费，收费方式通常为按月收费或者按项目一次性收费，健康服务及福利外包均不涉及项目风险金，服务费中已包含了合理溢价，合理溢价是根据行业平均或成本加成方法，综合考虑市场价格、健康和福利配套服务内容、服务规模、健康和福利产品的采购成本等因素来确定	健康服务、福利外包：付款通知单中的收费金额即为与客户约定的合同对价，同时也是与客户进行按月结算的凭据
	福利平台净额：服务费根据客户的C端员工兑换完毕有关卡券类商品金额，按合同约定收取一定比例的服务费 福利平台总额：按照自身商品成本加合理溢价进行出售，加价幅度根据行业平均或成本加成方法确定	福利平台均不涉及付款通知单
人事管理、人才派遣、薪酬财税	服务费计算依据为每位雇员服务费乘以雇员人数，服务费中已经包括了合理溢价，合理溢价是根据行业平均或成本加成方法，综合考虑服务规模、市场价格、具体服务内容来确定，人事管理与人才派遣、薪酬财税业务发行人不承担用工风险，不涉及风险保证金	付款通知单中的服务费即为与客户约定的合同对价，同时也是与客户进行按月结算的凭据

业务类型	服务费、项目风险金、合理溢价的具体构成及金额 确定依据	与合同对价之间的匹配 关系
管理咨询	管理咨询按项目制收取服务费，收费定价会根据自身成本、项目工作量、项目复杂度、项目交付周期等因素进行定价并收取服务费，管理咨询业务不涉及项目风险金，服务费包括了合理溢价	依据合同与客户结算

报告期内，公司主营业务合理溢价水平，即毛利率水平与可比公司的情况及差异如下：

平均合理溢价水平	年份	人才派遣	人事管理	薪酬财税、健康福利	业务外包	招聘及灵活用工	管理咨询
外服控股（A）	2022 年度	71.06%	75.64%	27.12%	1.70%	7.05%	-
	2021 年度	76.10%	81.19%	31.19%	1.99%	7.85%	-
	2020 年度	1.06%	84.80%	33.28%	1.86%	8.55%	-
北京人力（B）	2022 年度	-	-	-	-	-	-
	2021 年度	83.13%		33.03%	2.60%	9.30%	-
	2020 年度	78.27%		35.44%	2.74%	9.49%	-
平均值（C= （A+B）/2）	2022 年度	71.06%	75.64%	27.12%	1.70%	7.05%	-
	2021 年度	79.62%	82.16%	32.11%	2.30%	8.58%	-
	2020 年度	39.67%	81.54%	34.36%	2.30%	9.02%	-
发行人（D）	2022 年度	69.64%	71.96%	24.64%	2.46%	10.37%	45.06%
	2021 年度	69.89%	71.88%	30.45%	2.24%	12.50%	44.91%
	2020 年度	69.05%	71.11%	42.13%	2.55%	12.84%	37.29%
与可比公司之间的差异 （=D-C）	2022 年度	-1.42%	-3.68%	-2.48%	0.76%	3.32%	-
	2021 年度	-9.73%	-10.28%	-1.66%	-0.05%	3.93%	-
	2020 年度	29.38%	-10.43%	7.77%	0.25%	3.82%	-

注：

1、外服控股相关数据来源于上市公司外服控股（600662.SH）公开披露信息，北京人力相关数据来源于上市公司北京人力（600861.SH）公开披露信息，其中北京人力 2022 年审计报告未披露细分业务相关数据；

2、外服控股、北京人力不涉及管理咨询业务类型；

3、北京人力 2020 年度、2021 年度人才派遣和人事管理业务数据按一项业务合并列示。

报告期内，公司业务主要由人事管理、人才派遣、薪酬福利、招聘及灵活用工、业务外包等业务构成，上述几项业务也是同行业可比公司的主营业务，其中薪酬财税、健康福利、业务外包、招聘及灵活用工业务的合理溢价水平与可比公司相比基本无差异，其他业务差异对比分析如下：

（1）人才派遣业务

公司报告期内人才派遣业务的合理溢价水平分别为 69.05%、69.89%和 69.64%，报告期内保持稳定，与外服控股 2021 和 2022 年度合理溢价水平相对接近（因外服控股从 2021 年开始对人才派遣业务由总额法调整为净额法核算，取其 2021 年和 2022 年数据进行对比）。北京人力未披露人才派遣业务合理溢价水平。

（2）人事管理业务

公司报告期内人事管理业务的合理溢价水平分别为 71.11%、71.88%和 71.96%，与可比公司均保持在 70%以上水平，其中公司合理溢价水平略低于可比公司，主要系公司业务范围遍布全国多个省份和地区，部分地区人事管理业务收费相对较低所致。

综上，发行人主要业务的平均合理溢价水平与同行业可比上市公司之间不存在重大差异，处于合理水平。

（四）结合管理咨询业务验收形式、验收依据、验收过程，分析说明由完工进度改为终验法的原因及合理性，是否符合企业会计准则规定，是否与同行业可比公司存在差异，如存在，请说明具体原因；

1、完工进度法改为终验法的原因及合理性

管理咨询服务是指发行人依据与客户签订的合同，为客户提供战略规划、公司治理、集团管控、组织变革、人力资源管理、国资国企改革、人力资源数据调研与对标、数字化转型等咨询服务。管理咨询业务验收形式为客户以书面形式对工作成果进行验收，验收依据为客户向发行人发送书面确认文件，具体包括项目验收函、验收报告书、项目验收电子邮件等，验收过程为项目实施完成后将成果交付客户，由客户进行验收。

发行人对管理咨询业务收入确认历史上采取完工进度法主要原因为管理咨询服务属于非标准定制化服务，部分项目执行周期较长并超过一年。由完工进度调整为终验法确认，主要考虑在管理咨询项目实施过程中可获取的外部支持和验证性证据较少，因此完工进度估计具有一定的主观性和不确定性。相较于完工进度，终验法有效避免了完工进度中确定预计总成本及完工进度带来的误差，收入确认更谨慎，

成本配比更准确。

2、是否符合企业会计准则规定

发行人 2019 年度收入确认执行《企业会计准则第 14 号——收入》(财会[2006]3 号)(以下简称“旧收入准则”),自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部 2017 年修订的《企业会计准则第 14 号——收入》(财会[2017]22 号)(以下简称“新收入准则”)。

(1) 发行人管理咨询业务采用终验法确认收入符合旧收入准则的要求,具体分析如下:

旧收入准则对于收入需满足的条件主要有以下规定:将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方;公司不再保留通常与所有权相联系的继续管理权,也不再对已售出的商品实施有效控制;收入金额能够可靠地计量;相关的经济利益很可能流入销售方;相关已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

管理咨询业务取得最终验收单据时,已经将成果交付客户,符合合同交付条款且合同金额确定,合同价款已经收取大部分。同时,此时该交付项目的所有相关成本也已可靠地归集和计量,符合准则中收入确认的标准。结合管理咨询业务特点,项目通过最终验收意味着发行人风险报酬的真正转移,因此采用终验法确认收入符合旧收入准则的相关规定。

(2) 终验法确认收入符合新收入准则的相关规定,具体分析如下:

根据新收入准则第十一条规定:“满足下列条件之一的,属于在某一时段内履行履约义务;否则,属于在某一时点履行履约义务:

- 1) 客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益。
- 2) 客户能够控制企业履约过程中在建的商品。
- 3) 企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途,且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。”

管理咨询业务完成并经客户验收后,客户才能正常享受带来的成果,因此不满足“客户在企业履约的同时即取得并消耗企业履约所带来的经济利益”。

管理咨询业务在项目进行中，客户对实施中的工作不能主导相应成果的使用，在最终交付客户并通过验收前亦不被客户所控制。因此发行人管理咨询业务不满足“客户能够控制企业履约过程中在建的商品或服务”的条件。

发行人提供的管理咨询业务根据客户的需求进行定制化的服务，相关成果不具有其他替代用途，在最终交付约定的项目成果前，发行人在客户或另一方因并非发行人未能按承诺履约之外的其他原因终止合同的情况下，发行人无权就已完成的阶段性成果收取足以弥补自身成本和合理利润的款项，发行人并不拥有合格收款权。因此管理咨询业务不能同时满足“企业履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且该企业在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项”的条件。

综上所述，管理咨询业务属于在某一时点履行履约义务，验收完成作为管理咨询业务收入确认时点，符合新收入准则中“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”的要求。

3、是否与同行业可比公司存在差异，如存在，请说明具体原因

管理咨询业务是中智股份主营业务的重要组成部分。发行人同行业上市公司外服控股、北京人力等，在其公开信息披露的细分业务类型及收入确认政策中，并未披露管理咨询业务。

报告期内，发行人管理咨询业务收入规模占主营业务收入比例分别为 1.38%、1.36%及 1.52%，整体占比较低且较为稳定。公司管理咨询业务收入占比较小，发行人根据管理咨询业务的实际开展情况，采用终验法确认收入符合会计准则相关规定，具有合理性。

（五）2019 年后福利平台采取部分自营模式经营的原因，自营模式与非自营模式的差异及分类标准，关爱通福利平台具体业务开展模式及实物流转过程，相关自营福利商品采购来源、供应商选择标准，是否存在客户指定供应商情形；

1、2019 年后福利平台采取部分自营模式经营的原因，自营模式与非自营模式的差异及分类标准

（1）2019 年后关爱通福利平台采取部分自营模式经营的原因

发行人主要通过控股子公司关爱通从事福利平台业务。福利平台关爱通依托于互联网为企业客户构建企业专属的员工服务平台，为客户员工提供线上福利兑换平台服务。

公司福利平台业务采取自营模式主要原因是受市场驱动和业务发展所致。2019年以前，关爱通福利平台主要为客户提供卡券类商品和部分实物商品。该部分实物商品为根据客户需求代理采购，相关商品主要受第三方供应商控制、管理并提供售后服务，关爱通以代理人的角色为客户提供实物商品销售服务，且不承担主要风险。随着关爱通客户对福利商品不同 SKU（全称为 Stock-Keeping Unit，是产品入库后一种编码归类方法，也是库存控制的最小单位，比如：件、盒）的精细化管理要求、对实物商品运输、配送的时效性要求在不断提高，在原实物商品代销模式下，关爱通无法决定福利产品的价格，无法根据客户需求对福利产品及服务的组合实施干预，且不承担福利商品销售过程中的主要风险和报酬，进而导致发行人福利产品和服务无法灵活应对日益变化的市场环境及客户的个性化需要。

因此，为进一步提升福利平台业务的用户体验，扩大福利产品业务市场规模，满足客户及市场的定制化需求，同时进一步增强关爱通在行业内的市场竞争力，2019年后，发行人采用部分自营模式开展福利平台业务。

（2）自营模式与非自营模式的差异及分类标准

目前，关爱通福利平台业务分为自营模式和非自营模式两种类型。

自营模式是指发行人通过 SaaS 技术手段为客户提供定制的弹性福利管理一体化解决方案，由企业客户向关爱通进行福利购买并以积分记账，关爱通通过福利平台为企业客户配置管理账号，由企业客户根据其内部分配计划自行为企业员工进行福利积分配置。在客户为其雇员购买关爱通福利积分或福利额度后，客户雇员可在关爱通平台上选取各类福利商品与福利服务，相关福利商品与服务由关爱通自主根据供应商提供的商品与服务进行定制组合。关爱通根据客户雇员所下福利产品订单，根据不同采购渠道进行采购并跟踪发货、物流全过程，主导其供应商完成福利商品的交付。自营模式对应商品类型主要为实物商品。

非自营模式是指发行人通过线上福利兑换平台为客户员工提供第三方电商平

台卡券类非实物商品的兑换（如京东卡券、盒马卡券等），该模式不涉及关爱通定制商品或服务组合的情形，客户雇员在兑换完成后获取到卡券类密码或兑换码的同时完成服务。

自营模式和非自营模式主要差异及分类标准如下：

主要差异	自营模式	非自营模式
业务模式	自营模式主要通过关爱通自营商品平台为客户员工提供线上实物福利商品采购与兑换，关爱通收取福利商品收入	非自营模式主要为客户员工提供第三方卡券销售及兑换服务，关爱通收取服务费
收入来源	福利商品销售收入	服务费收入
商品类型	实物商品	卡券类商品，如京东卡、天猫卡等
定价依据	业务成本加合理溢价或市场价格	卡券票面价格
关爱通承担的角色	主要责任人角色	代理人角色
收入确认方式	总额法	净额法
收入确认时点	客户取得商品的控制权时确认收入。通常为客户的 C 端员工已兑换完毕有关福利商品，商品发货且 C 端员工已签收时，确认福利商品销售收入	为客户提供服务完毕时确认收入。通常为客户的 C 端员工已兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码或兑换码的同时，确认服务费收入
售后服务	关爱通	第三方供应商
主要责任风险承担方	关爱通	第三方供应商

根据上表对比分析，自营模式及非自营模式分类标准主要依据福利业务不同模式下的业务实质，以及发行人在不同业务模式中承担的角色而定。发行人在实物商品销售中承担主要责任人角色，该类业务属于自营模式；在卡券类商品销售中承担代理人角色，该类业务属于非自营模式。

自营模式依据《企业会计准则第 14 号——收入》（“收入准则”）采取总额法标准确认具有合理性。收入准则第三十四条规定：“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

企业向客户转让商品前能够控制该商品的情形包括：

（一）企业自第三方取得商品或其他资产控制权后，再转让给客户。

（二）企业能够主导第三方代表本企业向客户提供服务。

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

根据上述标准，关爱通满足上述条件（二）与（三），符合控制的主要条件。

收入准则第三十四条另规定：“收入在具体判断向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权时，企业不应仅局限于合同的法律形式，而应当综合考虑所有相关事实和情况，这些事实和情况包括：

（一）企业承担向客户转让商品的主要责任。

（二）企业在转让商品之前或之后承担了该商品的存货风险。

（三）企业有权自主决定所交易商品的价格。

（四）其他相关事实和情况。”

根据上述标准，关爱通满足上述条件（一）与（三），符合进一步判断是否具有控制事实的主要条件。

2、关爱通福利平台具体业务开展模式及实物流转过程

关爱通作为企业员工预算管理与分发、一站式弹性福利解决方案与技术供应商，为所有企业提供定制化员工弹性福利相关技术与服务，企业员工可以通过关爱通提供的 SaaS 平台，在企业客户指定的预算下进行多种弹性选择及完成员工福利商品兑换。

福利平台业务主要由发行人子公司关爱通开展，关爱通与客户沟通服务方案，方案经双方确定后，签约并按客户的福利需求配置相应定制化平台。通过 SaaS 平台为客户开设福利管理账号，并配置具体的弹性福利项目。

客户依据福利预算申请福利积分，由关爱通根据客户申请的福利预算向客户福利管理账号完成积分总体配置，客户 HR 管理人员在福利预算总额内，为自身员工

根据福利标准及预算的内容配置福利积分，由客户企业将相关的福利积分发放给员工。

客户员工获得福利积分后，根据所在企业的福利预算要求和兑换内容，在关爱通福利平台上兑换相关福利产品，并由关爱通完成员工具体兑换福利内容的交付和售后的服务。

相关实物福利商品由关爱通或关爱通的供应商提供，为避免二次物流，通常采取“一键发货”的服务模式并由供应商发货，部分商品由关爱通直接发货。当员工选择兑换后，关爱通追踪商品交付及实施的全流程，关爱通平台会自动生成订单及物流信息，商品物流状态将实时更新，直至员工收到货物并完成签收，关爱通提供后期的售后服务。

“一键发货”由客户员工在关爱通平台下单，关爱通平台自动将订单传给供应商，供应商收到订单后组织完成发货，并在关爱通后台生成物流信息，商品物流状态实时更新，直至客户员工收到货物并完成签收。

总额法下，发行人采用零库存管理模式，在商品销售前，不涉及对商品的控制，以销定采零存货是关爱通的内部管理手段，也是当前技术条件下企业降低成本的管理方法。关爱通平台销售的商品价格由发行人自主决定，客户员工在关爱通平台下单后，发行人平台自动将订单传给供应商，供应商需及时完成发货，关爱通追踪商品交付及实施的全流程，提供符合发行人零售标准的商品。

部分季节性或紧俏性商品，发行人自供应商处采购后放入自有仓库，商品由发行人控制，待客户员工下单后自行发出商品。

对于整体的实物流转主要有以下几个流程：

（1）选商家：关爱通对于自营商品的采购供应商有明确的标准和要求

1）须为生产商、品牌商、品牌商直接授权的一级代理，国外品牌国内总代及其下一级经销商或直接进口商；

2）须为中国大陆正式注册企业（非个体工商户）且必须为一般纳税人，除特殊业务模式外，不接受非中国大陆注册企业的入驻申请；

3) 须经过商管对包括注册资本、引入品牌、授权等级等在内的背景调查评估;

4) 须具备“一键发货”的服务能力,与主流快递公司签约,能及时发货并可追踪物流信息等。

(2) 选商品:根据关爱通相关品类要求,由供应商提供商品清单。由采购人员先进行初步挑选;商品初步选定后,采购与运营每周进行选品讨论及标准对外售价。运营综合考虑商品的热度,客户的需求度,页面规划等,确定商品,并考虑市场可比价格,共同确定商品和对外售价。

(3) 上架及库存:客户员工在关爱通平台下单后,发行人平台自动将订单传给供应商,供应商需保证及时完成发货,提供符合发行人零售标准的商品。

(4) 销售与物流:关爱通决定福利平台上产品的售价,客户的员工在关爱通为其配置的平台进行福利的兑换。供应商根据关爱通系统所下达的兑换订单,组织发货,并在规定时间内发货到关爱通用户指定地址。关爱通系提供客户员工查询相应物流情况。商品配送到指定地址后,客户会按照订单信息与商品包装要求进行验收,关爱通客户签收后视为关爱通签收。

(5) 售后与服务:对于客户员工售后问题,由关爱通对接并负责处理售后问题,针对不同的售后情况给出不同的解决方案。

关于公司的卡券类别商品,通过电子票系统进行管理与控制。卡券类主要为客户员工提供第三方卡券销售及兑换服务,一般与主流卡券发卡方达成销售协议。公司基于平时的兑换需求,向发卡方下订单,一般每月多次,首先由电子票系统生成卡券采购单,内部审批通过后安排付款,并下需求单给到发卡方(商家),发卡方核对后安排发出电子卡,电子卡入到电子票系统会进行技术加密处理,客户员工进行兑换卡券后,由电子票系统调用指令自动将卡密给到终端兑换员工,兑换的订单卡密只有客户员工账户可以查看,所有卡券一经售出,不予退还。由员工兑换卡后,按发卡方的要求和公示的规则进行卡券使用。

公司在报告期内建立健全了审计与内控管理制度、采购管理制度、商家引入及管理制度等财务会计、供应商采购相关的内部控制制度,在财务会计管理、供应商管理及福利健康商品管理及业务运营等方面,严格遵守有关部门的各项管理规定,

相关制度均已得到有效执行。

3、相关自营福利商品采购来源、供应商选择标准，是否存在客户指定供应商情形

发行人每年根据市场变化和需求来选择对应的供应商，公司制定了《关爱通招商标准》《关爱通供应商引入流程》《关爱通平台商家综合评分规则》，对供应商的选择、管理原则、供应商的筛选与考核等各方面做出了相关规定，供应商选择标准为对方需经营合规、资质齐全、具有一定规模以及完善的物流派发体系，符合条件的供应商列入供应商名单目录，后续对供应商是否满足合作条件进行持续评价。

在具体福利商品使用场景中，客户仅可在指定的福利产品范围内在发行人福利平台消费，客户会依据企业内部管理要求和员工需求选择某一兑换平台兑换相关福利商品，如京东或盒马，但自营模式下由发行人就 SKU 进行管理与定价，不存在由客户指定兑换 SKU 的情形。

（六）是否存在同类福利健康商品分别采用总额法和净额法确认收入，如存在，请说明对应的收入及成本结转差异情况，相关内控制度是否健全并得到有效执行；

发行人福利健康商品采取总额法或净额法确认收入具备严格的内控标准。发行人在福利平台业务中，对于实物商品自营模式与卡券类非自营模式有明确的业务管理和内控管理流程。在具体判断收入确认方式时，发行人根据商务合同条款判定具体业务模式，明确收入计量方式，从“主要责任人”及“代理人”的身份和角色进行判定，进而确定是否采用总额法或净额法的收入确认方式。

财务处理上，发行人依据业务实质将自营商品按总额法确认收入，将非自营商品按净额法确认收入。报告期内，发行人不存在同类福利健康商品分别采用总额法和净额法确认收入的情况。

报告期内，公司建立健全了审计与内控管理制度、采购管理制度、商家引入及管理制度等财务会计、供应商采购相关的内部控制制度，在财务会计管理、供应商管理及福利健康商品管理及业务运营等方面，严格遵守有关部门的各项管理规定，相关制度均已得到有效执行。

(七)福利平台业务是否存在退换货情形,如存在,请说明相关会计处理方式,进一步分析在取得券类密码或兑换码即确认收入的合理性,是否存在提前确认收入情形。

1、福利平台业务存在退换货情形及相应会计处理方式

(1) 自营模式

关爱通福利平台自营模式主要为客户提供福利商品兑换及交付,在业务开展过程中存在客户退换货的情形。对于自营模式的实物商品,关爱通承担用户“七天无理由退换货”的义务。退货的会计处理方式如下:

1) 估计退货率

关爱通基于前一个会计年度的实际退货率,作为当期的退货率。

2) 确认预计负债及应收退货成本

在客户取得相关商品控制权时,关爱通结合销售收入及估计退货率,将预期因销售退回将退还的金额确认预计负债,同时按照预期将退回商品转让时的账面价值,扣除收回该商品预计发生的成本后的余额,确认应收退货成本,每一资产负债表日,关爱通重新估计未来销售退回情况。

(2) 非自营模式

福利平台非自营模式不存在退换货的情况,非自营模式采取净额法核算,相关福利产品主要为卡券类商品,客户员工获得卡密或兑换码后,发行人服务履约完毕。卡券一经员工兑换,不予退还,不涉及退换货情形。

2、进一步分析在取得券类密码或兑换码即确认收入的合理性,是否存在提前确认收入情形

非自营模式以卡券兑换为主要的服务内容。根据约定,卡券类商品一经员工兑换,不予退还。卡券或兑换码的服务主体为第三方供应商,比如京东、天猫等,而非发行人。卡券不由发行人发行,也不由发行人履行电子卡券兑换商品的交付义务,发行人在此业务中扮演的是代理人角色。

以京东卡为例，客户员工获取京东卡卡密或兑换码后，卡券对应的实物商品后续服务由京东实际提供，关爱通仅提供相关卡券的销售服务，客户员工后续兑换商品也不受发行人控制，商品兑换后由京东履行商品交付义务，不受发行人控制。客户员工获得卡密或兑换码后，发行人服务履约完毕，服务相关的控制权已经转移。因此针对卡券类福利业务，关爱通收入主要来自于代销京东卡券的服务费，该类收入以净额法计量，收入的确认时点为员工取得卡券类密码时，关爱通已完成对卡券类别的交付服务。

（1）发行人确认收入的时点

发行人为客户员工提供第三方卡券销售服务，发行人收取折扣收入或服务费。发行人以员工获得卡券类密码时作为收入确认时点。

（2）获取卡片密码或兑换码的具体识别标准

卡券类商品在发行人福利平台进行统一管理，记录包括买家下单、买家付款、商家备货、商家发货、买家确认全过程，并记录付款、发货及配送等信息。客户员工兑换卡券时，卡密或兑换码同时加密发送到客户员工福利账户，福利平台显示交易成功，发行人根据兑换卡券密码交易成功信息进行收入确认，交易成功信息即为获取卡片密码或兑换码的具体识别标准。

（3）是否存在员工过期未兑换情形，如存在，说明相关会计处理

客户员工获得卡片密码或兑换码后，发行人服务履行完毕，卡券一经员工兑换，不退不换，不挂失。如果客户员工获取卡券密码或兑换码后一直未去发卡方消费导致卡券过期，客户员工需自行联系发卡方进行处理，发卡方通常会给予延期，此情形对发行人会计处理不产生影响。

综上所述，客户取得卡券类密码或兑换码时，发行人已完成对卡券类别的交付服务，服务相关的控制权已经转移，此时卡券客户已经获取主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。从其业务内容实质看，在取得卡券类密码或兑换码即确认收入符合企业会计准则的规定，不存在提前确认收入的情形。

二、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、对发行人主要业务进行穿行测试，抽取客户合同、对应付款通知单、发票等业务凭证；

2、查阅同行业上市公司外服控股、北京人力年度报告等公开信息披露文件，对主要业务收入确认方式与发行人进行对比分析；

3、查阅发行人付款通知单，分析付款通知单中服务费、项目风险金合理溢价的具体构成，及其与对应合同之间的匹配情况；

4、查阅《企业会计准则第 14 号——收入》关于终验法确认收入的相关标准和要求，对照管理咨询典型合同判断采用终验法确认收入的合理性；

5、查阅同行业 A 股同行业公司公开披露的 2022 年报及 2022 年度审计报告；

6、取得关爱通供应商相关规则制度文件，如《关爱通招商标准》《关爱通供应商引入流程》《关爱通平台商家综合评分规则》等，取得发行人相关财务管理管理内控制度文件；

7、与发行人及关爱通管理层交流，了解福利健康业务不同模式的业务实质、业务流程，以及分别采取总额法、净额法核算依据和判断标准；

8、与关爱通管理层访谈，了解福利商品退换货的业务流程及相应会计处理方式；

9、对发行人收入进行核查，具体情况如下：

（1）核查方式

1）评估和测试了发行人与收入确认相关的内控制度设计和执行的有效性；

2）选取样本检查销售合同，识别与商品控制权转移相关的合同条款与条件，评价不同类型收入确认时点是否符合《企业会计准则》的要求；

3) 对收入、成本、毛利率执行实质性分析程序，包括各年度的收入、成本、毛利率波动和比较分析，主要产品和主要客户的收入、成本、毛利率波动和比较分析等；

4) 实施细节测试，以抽样方式检查与收入确认相关的支持性文件，包括销售合同、销售发票、付款通知单及验收报告等；

5) 选取大额营业收入发生额和应收账款余额实施函证程序；

6) 对营业收入执行截止测试，确认收入是否记录在正确的会计期间；

7) 执行走访或访谈程序，对主要客户进行走访或访谈，了解销售收入的真实性；

8) 检查与营业收入相关的信息是否已在财务报表中作出恰当列报和披露。

(2) 核查比例

报告期各期，发行人收入整体核查比例分别是 77.19%、72.87%及 57.44%。

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入金额	1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30
核查金额	1,052,425.51	1,132,861.86	1,164,338.30
其中：函证金额（含同时走访与函证）	1,027,234.46	1,079,679.95	1,104,524.48
仅走访金额（未函证）	25,191.05	53,181.91	59,813.82
核查比例	57.44%	72.87%	77.19%

其中，2022 年收入核查中函证及走访客户的具体标准与 2020-2021 年差异的原因如下：

第一、从发行人业务特点分析。发行人人力资源业务的主营业务特点为，发行人每月向客户发送付款通知书，客户按月确认付款通知书，发行人按月确认收入。收入具有持续、稳定、连续的特点，申报会计师已通过函证及走访核查 2019 年、2020 年、2021 年、2022 年 1-6 月的收入比例超过 70%，因此本期（2022 年全年）验证比例略低，不影响收入核查重点与核查结论的判断。

第二、从发行人客户收入结构分析。发行人超过 5 万余客户，前 100 大客户收

入占比约为 50%，客户收入呈长尾分布特点。申报会计师已核查报告期各期前 100 大客户，针对 2022 年前 100 大客户中新增客户已全量核查，因此不影响收入核查重点与核查结论的判断。

第三、从发行人历史穿行测试看，申报会计师针对发行人各主要业务、主要客户进行穿行测试超过 800 笔，验证了发行人由签署合同、建立内部客户档案、录入员工信息、发送付款通知书、来款银行凭证、开具发票、入账凭证、付款银行流水凭证、付款凭证的完整信息，验证了发行人内控管理、业务流程、与收入确认的合理性，因此本期适当调减比例不影响收入核查重点与核查结论的判断。

第四、从其他核查措施验证其收入的真实、准确与完整。报告期内，发行人聘请天职国际针对发行人核心业务系统进行全面 IT 审计，验证其付款通知书发送的及时性与完整性，天职国际出具了“核查范围内的信息系统在测试的所有重大方面未发现异常，系统相关的内部控制实施有效”的核查意见。

综上，发行人在补充 2022 年报时，相关收入核查比例充分，不影响发行人收入的真实、准确与完整。

（3）核查程序的样本选取方法

在考虑合并范围内各公司实际执行的重要性水平的基础上，结合发行人客户分布情况，主要核查程序样本选取方法如下：

1) 客户函证：发行人首次申报时选取报告期各期营业收入大于 500 万的客户，2022 年年度审计选取 2022 年前 500 大客户进行函证；

2) 客户走访：发行人首次申报时选取报告期各期前 100 大客户，2022 年度选取前 20 大客户及当期新增前 10 大客户。

（4）回函比例及回函金额差异情况

报告期各期，客户函证的金额占营业收入的比例分别是 73.23%、69.45%及 56.07%。发行人主营业务收入回函率如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30
发函金额	1,027,234.46	1,079,679.95	1,104,524.48
发函率	56.07%	69.45%	73.23%
回函金额	1,001,452.42	977,929.39	1,021,314.13
回函比例合计	97.49%	90.58%	92.47%

报告期各期，发行人营业收入的回函差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	2020 年
发函金额	1,027,234.46	1,079,679.95	1,104,524.48
回函金额	1,001,452.42	977,929.39	1,021,314.13
未回函金额	25,782.04	101,750.56	83,210.35
替代金额	124,753.28	156,765.40	133,901.18

报告期各期，发行人营业收入的回函差异金额分别为 133,901.18 万元、156,765.40 万元及 124,753.28 万元。对于写明原因的不符回函进行核查并调节，对于回函不符未写明原因和未回函的部分实施替代程序，差异原因主要为发行人与客户双方入账口径不同所致，已执行替代程序进行核查，不存在异常情况。

（5）替代程序

针对未回函及回函差异情况，执行了以下替代程序：

- 1) 执行分析性复核程序，结合行业变动趋势及发行人业务情况，分析发行人收入变动趋势是否合理；
- 2) 执行销售收入穿行测试，检查销售合同、销售发票和付款通知单等文件；
- 3) 执行回款检查，查验客户回款的银行单据，核对回款方与客户名称是否一致，回款性质与收入是否相关；
- 4) 通过检查客户的期后回款，进一步验证收入真实性。

（二）核查结论

经核查，申报会计师认为：

1、发行人针对垫付资金拥有严格的管理制度与审核流程，发行人资金管理制度中明确规范垫付资金流程，发行人资金管理制度规定，付款业务涉及垫付资金的，除合同约定垫付条款外，应由客户出具正式垫付申请函。发行人垫付资金严格按照资金管理制度执行，不存在未经客户确认代为垫付资金的情形。

2、公司各类业务收入确认方式及计量依据均符合企业会计准则相关规定，主要业务与同行业可比公司不存在差异。

3、公司各类主要业务中，人事管理、人才派遣、薪酬财税、健康福利、业务外包及灵活用工等业务其付款通知单中的费用金额即为与客户约定的合同对价，管理咨询不涉及付款通知单，依据合同与客户结算，上述业务涉及的服务费、项目风险金、合理溢价等与合同具备匹配关系。

4、管理咨询业务属于在某一时点履行履约义务，验收完成作为管理咨询业务收入确认时点，符合新收入准则中“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”的要求。管理咨询业务是中智股份主营业务的有益补充。同行业上市公司其细分业务类型及收入确认政策中，并未披露管理咨询业务。

5、公司福利平台业务采取自营模式主要原因是受市场驱动和业务发展所致。在具体福利商品使用场景中，客户仅可在指定的福利产品范围内在发行人福利平台消费，客户会依据企业内部管理要求和员工需求选择某一兑换平台兑换相关福利商品，但自营模式下由发行人就 SKU 进行管理与定价，不存在由客户指定兑换 SKU 的情形。

6、发行人依据业务实质将自营商品按总额法确认收入，将非自营商品按净额法确认收入。报告期内，发行人不存在同类福利健康商品分别采用总额法和净额法确认收入的情况。在财务会计管理、供应商管理及福利健康商品管理及业务运营等方面，严格遵守有关部门的各项管理规定，相关制度均已得到有效执行。

7、关爱通福利平台自营模式主要为客户提供福利商品服务，在业务开展过程中存在客户退换货的情形。福利平台非自营模式不存在退换货的情况。客户取得券类密码或兑换码时，发行人已完成对卡券类别的交付服务。从其业务内容实质看，

在取得券类密码或兑换码即确认收入符合企业会计准则的规定，不存在提前确认收入的情形。

8、针对发行人收入核查，申报会计师向报告期内发行人主要客户执行了函证及现场走访等核查程序。由于发行人客户较多，相对较为分散，针对重要客户进行函证，函证比例较为合理，符合公司的实际情况。针对未回函收入及未走访客户，执行了穿行测试、期后回款测试等替代程序，可有效验证收入的真实性，也不存在收入跨期等情形。发行人营业收入的核查程序恰当、核查比例充分。

问题 1.2 关于客户

根据申报材料：(1) 报告期内，发行人前五大客户收入占比分别为 23.99%、24.07%、19.29%，主要为外企和国企；(2) 发行人存在对同一客户提供多种类型人力资源服务业务情形，部分业务同一时期不同客户之间的均价差异较大；(3) 2021 年招聘及灵活用工业务方面，欧莱雅客户组退回较多员工；(4) 报告期内存在既是客户又是供应商情形，销售及采购金额较大。

请发行人披露：(1) 报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因；(2) 客户类型、规模、地域、行业及收入分布情况，分析披露与同行业可比公司的差异情况；(3) 其他人力资源业务收入明细构成及地域分布。

请发行人说明：(1) 结合合同条款、同行业可比公司情况、具体岗位职能、同时期同类人才薪酬水平等，量化分析前述各类业务前五大客户平均服务费的定价依据、定价公允性以及变动原因，是否符合行业惯例；(2) 业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务整体均价及前五大客户平均单价情况、信用期限、是否直接与发行人签订业务合同，量化分析前述各类业务前五大客户之间的均价差异以及与该业务整体均价之间的差异原因；(3) 报告期内各类业务发生退回员工情况及具体原因，相关人员后续安排，相关会计处理及对当期收入、成本的影响程度；(4) 结合同行业可比公司及出售时市场价格，进一步分析福利健康产品定价依据及公允性；(5) 报告期内存在供应商和客户双重身份的客户的主营业务情况、成立时间、股权结构、经营规模、合作时间，是否与发行人存在关联关系；各期销售及采购的具体内容、用途、均价及公允性，与其他同类商品供应商之间的采购均价是否存在显著差异，如存在，请说明原因及合理性。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见，重点说明对主要客户的发函、回函及确认相符的比例。

一、发行人披露

(一) 报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因

公司已在招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人经营情况”之“(一)

销售情况”中补充披露如下：

“5、报告期内各业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况

报告期内，发行人各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况如下：

(1) 业务外包

单位：万元、元/人/月

序号	客户名称	金额	占比
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	116,500.95	9.41%
2	欧莱雅（中国）有限公司	55,146.61	4.45%
3	惠氏（上海）贸易有限公司	52,343.78	4.23%
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	39,241.96	3.17%
5	中交第二公路工程局有限公司	27,318.89	2.21%
合计		290,552.19	23.46%
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	121,065.86	11.40%
2	惠氏（上海）贸易有限公司	75,577.80	7.12%
3	欧莱雅（中国）有限公司	61,534.94	5.80%
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	54,645.00	5.15%
5	光大环保能源（南京）有限公司	52,285.84	4.92%
合计		365,109.46	34.39%
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	99,606.82	12.41%
2	欧莱雅（中国）有限公司	76,995.87	9.59%
3	惠氏（上海）贸易有限公司	70,917.21	8.83%
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	62,215.85	7.75%
5	利质美（上海）投资有限公司	33,477.01	4.17%
合计		343,212.76	42.76%

报告期内，雅诗兰黛均价较高主要系其外包雇员为高端化妆品线的销售人员，薪资较高；惠氏均价较低主要系其外包雇员大多为商超的奶粉促销员，爱茉莉均价较低主要系其外包雇员为商场化妆品柜台的销售人员，欧莱雅均价较低主要系其外包雇员大多为大众化妆品线的销售人员，利质美均价较低主要系其外包雇员为食品销售人员，前述人员薪资水平相对较低。前述客户的外包雇员的岗位分布与均价情况如下：

单位：元/人/月

年份	客户	主要岗位	主要岗位占比
2022	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	高端化妆品线的销售人员	100%
2022	欧莱雅（中国）有限公司	大众化妆品线的销售人员	95%
2022	惠氏（上海）贸易有限公司	商超的奶粉促销员	85%
2022	爱茉莉太平洋贸易有限公司	商场化妆品柜台的销售人员	100%
2021	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	高端化妆品线的销售人员	100%
2021	欧莱雅（中国）有限公司	大众化妆品线的销售人员	97%
2021	惠氏（上海）贸易有限公司	商超的奶粉促销员	85%
2021	爱茉莉太平洋贸易有限公司	商场化妆品柜台的销售人员	100%
2020	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	高端化妆品线的销售人员	100%
2020	欧莱雅（中国）有限公司	大众化妆品线的销售人员	98%
2020	惠氏（上海）贸易有限公司	商超的奶粉促销员	85%
2020	爱茉莉太平洋贸易有限公司	商场化妆品柜台的销售人员	100%
2020	利质美（上海）投资有限公司	食品销售人员	100%

2021 年，发行人业务外包主要客户均价普遍上升较多主要系 2020 年初因外部环境影 响，国家出台阶段性减免企业社会保险费用政策，2021 年阶段性政策取消所致。

（2）招聘及灵活用工

单位：万元、元/人/月

序号	客户名称	金额	占比
1	柯信信息科技有限公司	12,334.15	5.69%
2	河北幸福消费金融股份有限公司	7,969.35	3.67%
3	欧莱雅（中国）有限公司	7,053.77	3.25%
4	英大长安保险经纪有限公司	4,960.57	2.29%
5	阿迪达斯体育（中国）有限公司	4,376.17	2.02%
合计		36,694.01	16.92%
1	欧莱雅（中国）有限公司	6,153.76	3.47%
2	网易（杭州）网络有限公司	4,366.19	2.46%
3	阿迪达斯体育（中国）有限公司	3,819.55	2.15%
4	盖璞（上海）商业有限公司	3,529.68	1.99%
5	长讯通信服务有限公司	3,042.28	1.72%

序号	客户名称	金额	占比
合计		20,911.45	11.80%
1	网易（杭州）网络有限公司	5,186.08	3.84%
2	盖璞（上海）商业有限公司	5,038.99	3.73%
3	欧莱雅（中国）有限公司	4,472.79	3.31%
4	长讯通信服务有限公司	2,822.21	2.09%
5	上海市计量测试技术研究院	1,916.32	1.42%
合计		19,436.39	14.40%

报告期内，因客户雇员的岗位及对应薪资不同，或灵活用工的用工多样化，各主要客户灵活用工业务均价存在一定差异。

盖璞（上海）商业有限公司均价较低主要系其灵活用工人员为兼职人员，阿迪达斯体育（中国）有限公司均价较低主要系其灵活用工人员大多为兼职人员；长讯通信服务有限公司均价较低，主要系其灵活用工人员大多为通信生产施工与维护人员，负责线路、机房巡检、维护、施工，薪酬水平较低。

柯信信息科技有限公司均价较高主要系其灵活用工人员为 ERP 咨询顾问；河北幸福消费金融股份有限公司均价较高主要系其灵活用工人员为金融领域的 IT 工程师、产品经理和数据分析师；欧莱雅（中国）有限公司均价较高主要系其灵活用工人员大多为品牌助理、人事行政人员，承担重要职责，薪资相对较高；英大长安保险经纪有限公司均价较高，主要系其灵活用工人员大多为保险代理人，其薪酬包括销售提成，整体薪酬水平较高；网易（杭州）网络有限公司均价较高主要系其灵活用工人员大多为游戏工程师和设计师，薪资相对较高；上海市计量测试技术研究院均价较高主要系其灵活用工人员大多为科研助理，薪资相对较高。

前述客户的灵活用工人员的岗位分布与均价情况如下：

单位：元/人/月

年份	客户	主要岗位	主要岗位占比
2022	柯信信息科技有限公司	ERP 咨询顾问	100%
2022	河北幸福消费金融股份有限公司	金融领域的 IT 工程师、产品经理和数据分析师	100%
2022	欧莱雅（中国）有限公司	品牌助理、人事行政人员	88%
2022	英大长安保险经纪有限公司	保险代理人	75%

年份	客户	主要岗位	主要岗位占比
2022	阿迪达斯体育（中国）有限公司	兼职人员	96%
2021	欧莱雅（中国）有限公司	品牌助理、人事行政人员	86%
2021	网易（杭州）网络有限公司	游戏工程师和设计师	90%
2021	阿迪达斯体育（中国）有限公司	兼职人员	95%
2021	盖璞（上海）商业有限公司	兼职人员	100%
2021	长讯通信服务有限公司	通信生产施工与维护人员	95%
2020	网易（杭州）网络有限公司	游戏工程师和设计师	90%
2020	盖璞（上海）商业有限公司	兼职人员	100%
2020	欧莱雅（中国）有限公司	品牌助理、人事行政人员	87%
2020	长讯通信服务有限公司	通信生产施工与维护人员	95%
2020	上海市计量测试技术研究院	科研助理	70%

（3）健康福利

报告期各期公司健康福利业务前五大客户均为福利平台业务的前五大客户，其均价具体情况如下：

单位：万元、元/件

序号	客户名称	金额	占比
1	中广核新能源投资（深圳）有限公司	7,679.89	4.52%
2	上海市徐汇区人民政府徐家汇街道办事处	5,616.34	3.31%
3	深圳供电局有限公司	4,490.97	2.64%
4	上海市徐汇区人民政府漕河泾街道办事处	3,167.49	1.86%
5	大亚湾核电运营管理有限责任公司	2,890.60	1.70%
合计		23,845.28	14.04%
1	深圳供电局有限公司	3,390.60	2.80%
2	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	3,332.56	2.75%
3	吉致汽车金融有限公司	1,717.85	1.42%
4	阳光城集团股份有限公司	1,589.65	1.31%
5	新城控股集团股份有限公司	1,440.48	1.19%
合计		11,471.13	9.46%
1	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	3,260.92	3.77%
2	深圳供电局有限公司	1,853.53	2.14%
3	融创房地产集团有限公司	1,188.25	1.37%

序号	客户名称	金额	占比
4	五八同城信息技术有限公司	721.47	0.83%
5	东方航空技术有限公司工会委员会	700.13	0.81%
合计		7,724.29	8.94%

注：发行人为客户提供的福利平台服务，自营商品采用总额法核算，上表均价为商品销售总额除以商品数量得出；发行人为客户提供福利平台服务，非自营商品采用净额法确认销售服务费收入，销售服务费依据销售规模的一定比例计算收取，该部分服务的收费标准对于上表客户不存在差异。

福利平台业务由发行人下属控股企业关爱通运营，关爱通福利平台通过 SaaS 技术手段为客户提供定制化的、综合化的弹性福利管理一体化解决方案。在客户为其雇员购买关爱通福利积分或福利额度后，客户雇员可在关爱通平台上选取各类福利商品与福利服务。

由于不同客户或客户不同年份的福利需求不同，报告期内，发行人健康福利前五大客户之间的均价存在一定差异，具备合理性。客户的福利需求体现在多个方面，包括客户福利的预算、实施预算的周期、发放福利的频率、客户员工的兑换习惯、客户所属的行业及性质、客户的福利政策等：（1）客户在当年度福利预算的高低直接影响客户员工所兑换福利商品的单价，预算更为充足的情况下，员工更倾向于兑换相对高价的福利商品；（2）客户发放福利的频率直接影响客户员工所兑换福利商品的单价，同样预算的情况下，发放福利的频率越高，员工越倾向于兑换相对低价的福利商品；（3）不同行业及性质的企业会有不同的福利政策，综合影响员工所兑换福利商品的价格。公司的福利平台上同一商品的销售价格对于每个客户是一致的，客户福利需求的差异导致了不同客户的整体福利商品均价的差异。

不同客户或客户不同年份的福利商品消费结构及不同品类的单价存在一定的差异。中广核新能源投资（深圳）有限公司、大亚湾核电运营管理有限责任公司、吉致汽车金融有限公司、融创房地产集团有限公司、东方航空技术有限公司工会委员会均价相对较高主要系其福利商品消费结构中，单价较高的 3C 数码类产品占比较高所致。深圳供电局有限公司和东风汽车有限公司东风日产乘用车公司 2021 年均价有所下降，主要系公司自 2020 年第四季度起为前述客户提供福利平台服务，前述客户当年年末一次性的福利预算较高，其员工兑换的福利商品均价较高；2021 年前述客户的福利发放频率变为一季度一次，其员工兑换的福利商品均价较低。从

福利商品消费结构来看，东风汽车均价较高的家用电器类福利商品的消费比例有所下滑，直接导致其整体的均价下滑。

除福利平台业务外，发行人健康福利业务前五大客户的均价具体情况如下：

单位：万元、元/人/月或元/人/次

序号	客户名称	金额	占比
1	路孚特（中国）科技有限公司	516.09	0.30%
2	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	503.38	0.30%
3	西门子工业软件（上海）有限公司	389.44	0.23%
4	励德爱思唯尔信息技术（北京）有限公司	363.98	0.21%
5	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	300.80	0.18%
合计		2,073.69	1.22%
1	西门子工业软件（上海）有限公司	421.21	0.35%
2	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	404.88	0.33%
3	百视通网络电视技术发展有限责任公司	272.02	0.22%
4	欧姆龙自动化（中国）有限公司	240.96	0.20%
5	克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司	164.29	0.14%
合计		1,503.35	1.24%
1	欧莱雅（中国）有限公司	197.72	0.23%
2	百视通网络电视技术发展有限责任公司	194.50	0.22%
3	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	108.89	0.13%
4	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	81.04	0.09%
5	天津泰达人才发展有限公司	71.06	0.08%
合计		653.20	0.76%

注：

- 1、泛林半导体设备技术（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每月人数、保额的比例、人次来收费，不涉及整体的人均价格；
- 2、西门子工业软件（上海）有限公司、励德爱思唯尔信息技术（北京）有限公司、普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司和克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每月人数、人次来收费，不涉及整体的人均价格；
- 3、阿迪达斯体育用品（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每年人数、人次来收费，不涉及整体的人均价格；

报告期内，发行人福利平台外健康福利前五大客户之间的均价间存在一定差异，主要系发行人为客户提供的健康福利服务的数量、内容存在差异所致。同一客户不同年份的均价存在差异主要系发行人为同一客户不同年份提供的健康福利服务的

数量、内容存在差异所致。前述客户的具体健康福利服务及报价情况如下：

年度	客户	健康福利服务具体内容及报价
2022 年度	路孚特（中国）科技有限公司	(1) 补充医疗保险 (2) 商业保险 (3) 体检 (4) 福利：包括年节福利、高温福利、电影福利等
	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	(1) 全员意外险和疾病死亡险 (2) 普通补充医疗，重疾，住院补贴，高额医疗保险等 (3) 年节福利 (4) 医疗报销
	西门子工业软件（上海）有限公司	(1) 年节福利 (2) 体检
	励德爱思唯尔信息技术（北京）有限公司	(1) 补充医疗 (2) 商业保险 (3) 体检 (4) 弹性福利
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	(1) 补充医疗保险 (2) 体检 (3) 体检报销
2021 年度	西门子工业软件（上海）有限公司	(1) 年节福利 (2) 体检
	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	(1) 全员意外险和疾病死亡险 (2) 普通补充医疗，重疾，住院补贴，高额医疗保险等 (3) 年节福利等 (4) 医疗报销
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	(1) 入职体检 (2) 年节福利
	欧姆龙自动化（中国）有限公司	(1) 体检 (2) 商业保险 (3) 服装福利
	克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司	(1) 体检 (2) 中秋节福利 (3) 新年福利 (4) 生日福利 (5) 儿童节福利 (6) 端午节福利
2020	欧莱雅（中国）有限公司	年节福利
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	(1) 体检 (2) 年节福利
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	(1) 年节福利 (2) 高温补贴

年度	客户	健康福利服务具体内容及报价
	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	(1) 商业保险 (2) 年节福利
	天津泰达人才发展有限公司	补充医疗

注：若发行人为客户提供多项健康福利服务，不同单项健康福利服务的使用人次可能存在差异。

(4) 人事管理

单位：万元、元/人/月

序号	客户名称	金额	占比
1	华为技术有限公司	1,130.39	1.00%
2	中国国际金融股份有限公司	1,033.82	0.91%
3	中国中金财富证券有限公司	830.37	0.73%
4	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	825.03	0.73%
5	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	777.80	0.69%
合计		4,597.40	4.06%
1	中央国债登记结算有限责任公司	1,317.15	1.14%
2	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	1,057.07	0.92%
3	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	877.57	0.76%
4	中国国际金融股份有限公司	860.25	0.75%
5	中债金科信息技术有限公司	834.15	0.73%
合计		4,946.18	4.30%
1	中钢设备有限公司	3,655.92	3.38%
2	思科科技（北京）有限公司	2,359.47	2.18%
3	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,066.18	0.98%
4	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	895.44	0.83%
5	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	856.56	0.79%
合计		8,833.57	8.16%

注：华为人事管理服务存在多类服务，包括户籍服务、社保服务、档案服务等，分别按单数或人次结算，不涉及整体的人均价格；

报告期内，发行人人事管理前五大客户之间的均价间存在一定差异，主要系客户对人事管理的服务需求不同所致。发行人一般会为客户提供基础的人事管理服务，主要包括员工入离职手续办理、各类社会保险与住房公积金手续办理等基础服务。应客户的需求，发行人可能会提供额外的服务，包括驻场管理服务、就业与户籍服

务等。

对于人事管理服务，发行人提供的基础服务、额外服务的主要服务内容及相应报价情况如下：

服务类别	细分服务事项	服务内容
基础服务	社会保险管理	办理社保缴纳手续
		企业、员工社保相关信息变更及接转手续（人员新增及减少）
		社保基数核定、年度基数申报及调整
		社保相关待遇领取指引及手续代办
		提供客户和员工个人的社保缴存情况查询
		提供社保相关规定及最新政策、法规信息
		其他社保相关服务
	住房公积金管理	办理住房公积金缴纳手续
		住房公积金接转手续（每月人员新增及减少）
		协助在职员工住房公积金支取
		提供客户和员工个人的公积金缴存、支取和账户情况查询
		住房公积金基数年度调整、申报
		其他公积金相关服务
	日常服务	员工入离职手续办理
		入职员工人事政策和劳动政策方面的介绍
		人事证明出具
		协办任职资格认证/评定等
		日常劳动人事法务咨询
		其他日常服务
额外服务	档案整理	为客户企业建立员工个人档案
		员工个人档案入库整理
	代办工伤服务	协助办理工伤认定
		协助办理伤残等级鉴定
		协助办理工伤理赔
	代办退休服务	代办延迟退休手续
		代办延迟退休提前终止手续
		代办特殊工种审批手续
		代办劳动能力鉴定手续

服务类别	细分服务事项	服务内容
		代办退休人员档案的行政审批手续
		代办退休人员基本医疗待遇审批手续
		提供退休入库、档案转街道、社保停缴、退休证发放、社保卡变更等全部支付及后续手续的代理服务
	驻场管理服务	沟通、协调各项服务相关事宜
		解答 HR、员工日常相关问题
		员工培训
		现场文档整理
		提供社保报表
		支持 HR 内部工作
		员工数据汇总及人员报送
		其他驻场管理服务
	就业与户籍服务	协助办理应届毕业生接收手续
		协助办理留学回国人员接收手续
		协助符合条件的员工办理人才引进手续
		协助符合条件的员工办理工作居住证手续
		为符合条件员工的提供集体户口管理服务
		其他就业与户籍相关服务
	政府联系与合规证明	及时了解当地政府及相关部门如劳动监察部门, 社会保险管理中心, 公积金管理中心, 劳动局等最新政策, 及时告知甲方并提供对政策的解读和应对方式的建议
		协助出具合规证明 (政府相关部门)
	员工协调服务	对甲方各类员工突发事件予以协调
	其他	其他额外服务, 具体与客户约定

注: 政府联系与合规证明、员工协调服务均一事一议, 无标准化报价区间。

发行人针对不同客户的基础人事管理服务的报价可能会存在差异, 主要系发行人为客户提供的均为个性化、定制化的服务, 相关服务的价格由发行人与客户协商而定, 客户会参考发行人所提供服务的规模、内容等因素来选择是否接受发行人的报价。

报告期内, 人事管理业务前五大客户中部分客户的均价与公司整体均价存在一定差异且报告期内部分客户均价存在一定波动, 其主要服务项目与报价情况如下:

序号	客户	年度	服务项目
1	中国国际金融股份有限公司	2021 年、2022 年	基础服务
			额外服务（就业与户籍服务、档案整理、员工协调服务、政府联系与合规证明等）
2	中国中金财富证券有限公司	2022 年	基础服务
			额外服务（档案整理、员工协调服务、政府联系与合规证明等）
3	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	2022 年	基础服务
			额外服务（文档保管等）
		2021 年	基础服务
			额外服务（驻场管理服务、文档保管等）
4	阿迪达斯体育（中国）有限公司	2020 年	基础服务
			额外服务（驻场管理服务、文档保管等）
5	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	2020 年至 2022 年	基础服务
			额外服务（档案整理等）
6	思科科技（北京）有限公司	2020 年	基础服务
			额外服务（就业与户籍服务、政府联系与合规证明等）
7	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	2020 年	基础服务
			额外服务（档案整理等）

注：

- 1、上述额外服务均为根据客户需求定制的个性化服务，可能存在部分客户员工不使用额外服务的情况；
- 2、为满足全国各地区的服务落地需要，发行人根据社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求，以行业经验、服务可靠性、服务专业性和服务质量等为主要指标选聘当地的人力资源服务供应商，采购相关人力资源落地服务。上表客户均涉及全国人力资源委托，全国委托的成本依据落地服务地区、服务规模和服务要求等因素综合而定。

中国国际金融股份有限公司均价较高，主要系发行人为其提供的服务除基础服务外，还包括额外服务，如就业及户籍服务、档案整理服务、员工协调服务、政府联系和合规证明服务等，发行人针对前述服务进行合并报价。

中国中金财富证券有限公司均价较高，主要系该客户的员工较为分散，发行人需进行全国人力资源委托所致，同时该公司涉及额外服务，如档案整理、员工协调服务、政府联系与合规证明等。发行人针对该客户的报价包含全国委托成本。

阿迪达斯体育用品（上海）有限公司和阿迪达斯体育（中国）有限公司均价较

高，主要系发行人为其提供的服务除基础服务外，还包括驻场管理服务，其中阿迪达斯体育用品（上海）有限公司 2022 年均价有所下降主要系该客户驻场管理服务的服务范围发生变化，驻场管理服务需求减少，相关服务费会根据驻场服务的人次、服务内容等因素进行调整。

中国民生银行股份有限公司信用卡中心均价较低，主要系发行人为该公司部分员工提供收费较低的额外服务所致，该额外服务为档案整理服务。

思科科技（北京）有限公司均价较高，主要系发行人为其提供的服务除基础服务外，还包括额外服务，如就业及户籍服务、政府联系和合规证明服务等。

阿斯利康（无锡）贸易有限公司均价较低，主要系该部分客户服务规模大，且为世界 500 强企业，考虑到与该部分客户合作能获取一定的品牌和声誉效益，发行人给予其相对优惠的服务报价。

综上，上述客户人事管理业务报价与发行人服务定价政策相匹配，相关政策均得到一贯执行。

（5）管理咨询

单位：万元、万元/项目数

序号	客户名称	金额	占比
1	中国石油化工集团有限公司	386.79	1.39%
2	中国中化股份有限公司	286.68	1.03%
3	中国南方航空股份有限公司	224.68	0.80%
4	天津滨海新区建设投资集团有限公司	201.49	0.72%
5	中海油天津化工研究设计院有限公司	188.68	0.68%
合计		1,288.33	4.61%
1	中国储备粮管理集团有限公司	343.24	1.63%
2	深圳市人力资源和社会保障局	268.58	1.27%
3	中国核工业集团资本控股有限公司	166.42	0.79%
4	北京石油机械有限公司	164.81	0.78%
5	深圳供电局有限公司	164.60	0.78%
合计		1,107.65	5.25%
1	中国联合网络通信集团有限公司	376.00	1.81%

序号	客户名称	金额	占比
2	深圳市地铁集团有限公司	329.21	1.59%
3	中国储备粮管理集团有限公司	284.37	1.37%
4	上海市职业技能鉴定中心	256.45	1.24%
5	深圳市人力资源和社会保障局	241.99	1.17%
合计		1,488.03	7.17%

注：管理咨询项目不按人均价格收费，均价计算口径为该客户对应当期收入除以当期确认收入的项目数。

报告期内，发行人管理咨询业务的主要服务内容为公司治理管控体系服务设计与咨询、国企改革相关咨询服务、福利体系设计、薪酬体系设计、中长期激励体系设计以及人才甄选与识别咨询等管理咨询服务。

主要客户涉及的项目大类	主要客户涉及的细分项目类型	主要定价依据
人力资源战略与规划、薪酬激励与考核	人才甄选与识别咨询	主要依据咨询对象所需要的不同职级岗位、不同类型的题本开发套数、题本开发难度、报告输出份数等进行定价
	福利体系设计、薪酬体系设计、中长期激励体系设计、专项人员薪酬激励考核咨询、人才培养与发展咨询	主要根据在不同项目中发行人的人员投入水平进行定价。人员投入水平具体包括项目组整体人员数量、项目组人员结构（项目总监、项目经理及项目顾问占比）以及项目执行时间（人周、人天及人小时）等进行定价
国企改革	综合改革方案设计、国资国企改革课题研究、混合所有制改革方案咨询	
战略与组织咨询	公司治理管控体系服务设计与咨询	
城市/行业调研与数据报告	城市薪酬报告	主要根据报告所需收集及处理的数据量（如单体数据维度、行业数量、对标城市数量等）以及报告所需涵盖的特殊内容（如是否涉及境内外比较等）进行定价

各期前五大客户的平均服务费在报告期内有所变动，主要系发行人管理咨询业务按项目收费，不同项目间因服务主体的体量、服务内容、公司项目组人员配置和项目服务周期差异较大，对于除人才甄选与识别咨询、城市薪酬报告类外的咨询项目，公司向主要客户收取的平均服务价格与服务内容、项目组人员配置情况、项目服务周期长短整体呈正相关关系，而对于甄选与识别咨询、城市薪酬报告类，公司

的收费价格主要基于服务范围和具体服务内容。因此，各期平均项目服务费不直接具备可比性。

(6) 人才派遣

单位：万元、元/人/月

序号	客户名称	金额	占比
1	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	1,112.64	5.24%
2	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	874.71	4.12%
3	中国人民解放军山东省军区保障局	449.77	2.12%
4	三菱重工空调系统（上海）有限公司	335.65	1.58%
5	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	275.72	1.30%
合计		3,048.49	14.35%
1	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	632.79	3.50%
2	中国人民解放军山东省军区保障局	367.63	2.04%
3	西安飞豹科技有限公司	293.45	1.62%
4	三菱重工空调系统（上海）有限公司	285.82	1.58%
5	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	284.12	1.57%
合计		1,863.81	10.32%
1	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	453.23	2.94%
2	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	354.72	2.30%
3	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	275.33	1.78%
4	延长油田股份有限公司靖边采油厂	202.57	1.31%
5	三菱重工空调系统（上海）有限公司	177.27	1.15%
合计		1,463.14	9.48%

报告期内，人才派遣前五大客户之间的均价存在一定差异，主要系客户对人才派遣的服务需求不同所致。发行人一般会为客户提供基础的派遣服务，主要包括员工劳动关系管理、员工入离职手续办理、各类社会保险与住房公积金手续办理等基础派遣服务。应客户的需求，发行人可能会提供额外的服务，主要包括派遣人员的薪税服务、驻场管理服务、补充福利服务等，薪税服务指薪资计算及发放、个税申报缴纳等服务；驻场管理服务指发行人派自有员工到客户现场参与员工管理与支持性工作，包括现场文档整理、员工培训等；补充福利服务指发行人为派遣人员提供的一揽子福利服务，包括健康管理、健康保障、年节福利等服务。

对于人才派遣服务，发行人提供的基础服务、额外服务的主要服务内容及相应标准报价情况如下：

服务类别	细分服务事项	服务内容
基础服务	劳动关系管理	与符合条件的派遣人员签订劳动合同
		办理派遣人员聘用手续
		与符合条件的在职派遣人员续签劳动合同
		全部派遣人员劳动合同管理和续约提醒
		协助办理人事档案、社会保险关系转接手续
		提供派遣人员个人网上服务信息查询
		其他劳动关系管理服务
	社会保险管理	办理社保缴纳手续
		企业、员工社保相关信息变更及接转手续（人员新增及减少）
		社保基数核定、年度基数申报及调整
		社保相关待遇领取指引及手续办理
		提供员工个人的社保缴存情况查询
		提供社保相关规定及最新政策、法规信息
		其他社保相关服务
	住房公积金管理	办理住房公积金缴纳手续
		住房公积金接转手续（每月人员新增及减少）
		在职员工住房公积金支取
		提供客户和员工个人的公积金缴存、支取和账户情况查询
		住房公积金基数年度调整、申报
		其他公积金相关服务
	日常服务	员工入离职手续办理
		入职员工人事政策和劳动政策方面的介绍
		人事证明出具
		协办任职资格认证/评定等
		党组织关系转接
		日常劳动人事法务咨询
		其他日常服务
额外服务	薪酬服务	工资项目计算：包括基础薪资项目、月度奖金、各类含税津贴、加班工资、年终奖等
		根据约定发薪日期按时发放工资（包括年终奖金）

服务类别	细分服务事项	服务内容
		按月计算员工个人所得税累积扣缴及预扣预缴数额
		按月按时在国家税务系统中申报并汇缴个人所得税（含明细）
		按月提供薪资报表
		提供关于薪资计算、个税申报缴纳等薪酬方面基础政策相关咨询服务
	档案整理	建立员工个人档案
		员工个人档案入库整理
	工伤办理服务	协助办理工伤认定
		协助办理伤残等级鉴定
		协助办理工伤理赔
	退休办理服务	协助办理延迟退休手续
		协助办理延迟退休提前终止手续
		协助办理特殊工种审批手续
		协助办理劳动能力鉴定手续
		协助办理退休人员档案的行政审批手续
		根据政策核准养老金,协助办理退休人员基本医疗待遇审批手续
		提供退休入库、档案转街道、社保停缴、退休证发放、社保卡变更等全部支付及后续手续的协助办理服务
	驻场管理服务	沟通、协调各项服务相关事宜
		解答 HR、员工日常相关问题
		员工培训
		现场文档整理
		提供社保报表
		支持 HR 内部工作
		派遣员工数据汇总及人员报送
		其他驻场管理服务
	补充福利	健康保障服务
		健康管理服务
		为派遣人员发放年节福利
		为派遣人员发放生日福利
		组织派遣员工团建活动,提供主题课堂分享等知识讲堂
	就业与户籍服务	协助办理应届毕业生接收手续
		协助办理留学回国人员接收手续

服务类别	细分服务事项	服务内容
		协助符合条件的员工办理人才引进手续
		协助符合条件的员工办理工作居住证手续
		为符合条件员工的提供集体户口管理服务
		其他就业与户籍相关服务
	政府联系与合规证明	及时了解当地政府及相关部门如劳动监察部门, 社会保险管理中心, 公积金管理中心, 劳动局等最新政策, 及时告知甲方并提供对政策的解读和应对方式的建议
		协助出具合规证明(政府相关部门)
	员工协调服务	对甲方各类员工突发事件予以协调, 具体与客户约定
	其他	其他额外服务, 具体与客户约定

注: 政府联系与合规证明、员工协调服务均一事一议, 无标准化报价区间。

发行人针对不同客户的基础派遣服务的报价可能会存在差异, 主要系发行人为客户提供的均为个性化、定制化的服务, 相关服务的价格由发行人与客户协商而定, 客户会参考发行人所提供服务的规模、内容等因素来选择是否接受发行人的报价。

报告期内, 人才派遣业务前五大客户中部分客户的均价与公司整体均价存在一定差异且报告期内部分客户均价存在一定波动, 其具体服务项目与报价情况如下:

序号	客户	年度	服务项目
1	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	2022 年	基础服务
			额外服务(档案整理、补充福利等)
		2020 年、2021 年	基础服务
			额外服务(档案整理等)
2	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	2020 年至 2022 年	基础服务
			额外服务(驻场管理服务、补充福利等)
3	中国人民解放军山东省军区保障局	2021 年、2022 年	基础服务
			额外服务(驻场管理服务、补充福利等)
4	三菱重工空调系统(上海)有限公司	2020 年至 2022 年	基础服务
			额外服务(档案整理、补充福利等)
5	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	2022 年	基础服务
			额外服务(费用报销服务、补充福利等)

序号	客户	年度	服务项目
6	西安飞豹科技有限公司	2021 年	基础服务
			额外服务（补充福利等）
7	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	2020 年	基础服务
			额外服务（补充福利等）
8	延长油田股份有限公司靖边采油厂	2020 年	基础服务
			额外服务（档案整理等）

注：上述额外服务均为根据客户需求定制的个性化服务，可能存在部分客户员工不使用额外服务的情况。

2020 和 2021 年民生银行信用卡中心均价较低，主要系其发行人为其提供的服务主要为基础的派遣服务所致，2022 年民生银行信用卡中心均价上升主要系对派遣人员提供的额外的福利服务的增加所致。

浦发银行信用卡中心人才派遣服务均价较高，主要系发行人为其提供的服务除基础派遣服务外，还包括现场文档整理服务等驻场管理服务，发行人为浦发银行信用卡中心提供的现场文档整理服务包括（1）指导填写新员工情况表及各类文件阅读回执，发放员工手册；（2）收取新员工情况表、各类文件阅读回执、体检发票；（3）试用期员工名单、考评资料、审批文件，签字文件等整理；（4）整理核对续签合同，归档等服务。

中国人民解放军山东省军区保障局、三菱重工空调系统（上海）有限公司、深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司、西安飞豹科技有限公司、中国联合网络通信有限公司广东省分公司均价较高，主要系发行人为其提供的服务除基础派遣服务外，还包括额外的福利服务，如健康管理、健康保障、年节福利、就餐福利、生日福利等，客户可以根据需求选择其中的明细服务，该部分服务收费因客户需求不同而变化，具体情况如下：

中国人民解放军山东省军区保障局额外服务包括驻场管理和福利服务，补充福利包括健康保障、健康管理、年节福利等；三菱重工空调系统（上海）有限公司补充福利包括健康保障、健康管理、年节福利等；深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司补充福利项目收费依据实际福利发生交付量及结算价格确认具体最终的结算金额；西安飞豹科技有限公司补充福利包括就餐福利、生日福利、年节福利等；中国联合网络通信有限公司广东省分公司补充福利项目收费依据实际发生额而定。

延长油田股份有限公司靖边采油厂均价较低,主要系发行人为其提供的服务为基础派遣服务和收费较低的档案整理服务所致。

综上,上述客户人才派遣业务报价与发行人服务定价政策相匹配,相关政策均得到一贯执行。

(7) 薪酬财税

单位: 万元、元/人/月

序号	客户名称	金额	占比
1	特斯拉(上海)有限公司	337.31	1.80%
2	阿迪达斯体育用品(上海)有限公司	229.99	1.23%
3	中交第二公路工程局有限公司	180.39	0.96%
4	特斯拉汽车(北京)有限公司	151.58	0.81%
5	金瓜子科技发展(北京)有限公司	112.25	0.60%
合计		1,011.52	5.40%
1	中交第二公路工程局有限公司	285.39	1.57%
2	特斯拉(上海)有限公司	282.23	1.55%
3	广东链家房地产经纪有限公司佛山分公司	213.16	1.17%
4	阿迪达斯体育(中国)有限公司	157.72	0.87%
5	阿迪达斯体育用品(上海)有限公司	150.14	0.83%
合计		1,088.63	5.99%
1	中交第二公路工程局有限公司	267.96	1.62%
2	阿迪达斯体育(中国)有限公司	169.14	1.02%
3	盖璞(上海)商业有限公司	167.68	1.01%
4	特斯拉(上海)有限公司	159.29	0.96%
5	布鲁奈尔管理咨询(上海)有限公司	141.93	0.86%
合计		905.99	5.48%

注:发行人为金瓜子科技发展(北京)有限公司提供的服务是按项目收费的财税项目,不按人均价格收费。

报告期内,盖璞(上海)商业有限公司和广东链家房地产经纪有限公司佛山分公司均价较高,主要系发行人为前述客户提供的服务除基础薪税服务外,还包括现场管理等服务。薪税业务现场管理服务主要涉及发行人派自有员工到现场提供整理和收集考勤数据、计算工资、分发工资单,以及提供国家补贴申请、政策咨询等服务。

特斯拉（上海）有限公司均价各期逐渐下降，主要系发行人为该客户提供的薪酬财税服务为阶梯式报价，单价与特斯拉（上海）有限公司使用该项服务的员工人数有关，随员工人数增加而下降。特斯拉的阶梯式报价具体如下：

人数	报价
2020 年	
1,500 以下	/
1,500-2,500	/
2,500-3,500	/
3,500-5,000	/
5,000-7,500	/
7,500-10,000	/
10,000-12,500	/
2021 年和 2022 年	
7,500-10,000	/
10,000-12,500	/
12,500-15,000	/
15,000-17,500	/
17,500-20,000	/
20,000-25,000	/
25,000-35,000	/
35,000-45,000	/
45,000-55,000	/

报告期各期，特斯拉（上海）有限公司的平均服务人数分别为 5,475 人，15,033 人和 23,643 人，平均服务人数与均价相匹配，该报价标准得到一贯执行。

除特斯拉（上海）有限公司外，发行人薪酬财税业务还存在其他客户为阶梯式报价的情况。阶梯式报价方式主要基于客户与发行人之间的商业谈判而定，一般适用于整体规模较大但服务体量分批转入的客户，该报价标准符合行业惯例。”

（二）客户类型、规模、地域、行业及收入分布情况，分析披露与同行业可比公司的差异情况；

发行人在招股说明书“第五节 业务与技术”之“三、发行人的经营情况”之“（一）

销售情况”之“1、发行人收入情况及主要客户群体”中补充披露如下：

“.....

（1）主要客户类型、规模、地域行业及收入分布情况

报告期内，公司客户按类型（国企\民企\外企\其他）分布情况具体如下：

客户类型	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	户数 (家)	销售金额(万 元)	销售金额 占比	户数 (家)	销售金额(万 元)	销售金 额占比	户数 (家)	销售金额(万 元)	销售金 额占比
外资企业	15,446	857,571.39	46.81%	14,012	794,045.41	51.08%	16,817	855,167.15	56.69%
国有企业	10,495	670,999.87	36.62%	10,759	512,194.63	32.95%	9,678	441,092.78	29.24%
民营企业	26,596	257,468.31	14.05%	23,231	220,462.23	14.18%	21,947	192,524.21	12.76%
其他	1,591	46,042.44	2.51%	1,246	27,897.19	1.79%	2,072	19,587.16	1.30%
合计	54,128	1,832,082.01	100.00%	49,248	1,554,599.46	100.00%	50,514	1,508,371.30	100.00%

注：“其他”包括政府机关、事业单位、非营利组织等非企业主体。

报告期内，公司客户类型以大型国有企业及外资企业为主，其中，外资企业客户贡献收入明显，各期均占营业收入比例 45%以上。报告期各期，公司客户中国有企业及外资企业收入规模合计占营业收入比例分别为 85.94%、84.02%及 83.43%。

报告期内，公司客户按企业规模（大型\中型\小型）分布情况具体如下：

企业规模	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	户数 (家)	销售金额 (万元)	销售金 额占比	户数 (家)	销售金额 (万元)	销售金 额占比	户数 (家)	销售金额 (万元)	销售金 额占比
大型	9,721	959,235.07	52.36%	8,356	768,885.46	49.46%	8,326	702,527.78	46.58%
中型	21,353	497,332.70	27.15%	20,056	464,879.58	29.90%	19,361	448,647.61	29.74%
小型	21,359	355,423.22	19.40%	18,602	305,748.02	19.67%	20,340	344,058.20	22.81%
其他	1,695	20,091.04	1.10%	2,234	15,086.40	0.97%	2,487	13,137.71	0.87%
合计	54,128	1,832,082.03	100.00%	49,248	1,554,599.46	100.00%	50,514	1,508,371.30	100.00%

注：“大型”为注册资金 1 亿元以上的主体，“中型”为注册资金 2,000 万元-1 亿元的主体，“小型”为注册资金 100 万元-2,000 万元的主体，“其他”为注册资金 100 万元以下的主体、未披露规模的境外企业及社会团体组织等。

公司客户以大中型企业为主，报告期各期，大型和中型企业收入规模合计占营业收入的比例分别为 76.32%、79.36%及 79.51%。

报告期内，公司客户按地域分布情况具体如下：

区域	2022 年度			2021 年度			2020 年度		
	户数 (家)	销售金额(万元)	销售金额占比	户数 (家)	销售金额(万元)	销售金额占比	户数 (家)	销售金额 (万元)	销售金额占比
华东地区	21,443	916,301.71	50.01%	21,746	839,619.87	54.01%	22,573	906,442.89	60.09%
华北地区	13,353	388,005.35	21.18%	10,973	348,831.43	22.44%	12,410	273,080.40	18.10%
华中地区	3,004	75,376.04	4.11%	2,278	52,463.34	3.37%	2,114	62,034.10	4.11%
华南地区	9,034	181,661.17	9.92%	7,832	139,755.51	8.99%	7,259	133,805.98	8.87%
东北地区	2,095	70,711.40	3.86%	1,737	50,902.65	3.27%	1,546	38,425.88	2.55%
西北地区	2,278	106,959.42	5.84%	2,085	61,943.23	3.98%	2,138	46,881.42	3.11%
西南地区	2,921	93,066.92	5.08%	2,597	61,083.43	3.93%	2,474	47,700.63	3.16%
合计	54,128	1,832,082.01	100.00%	49,248	1,554,599.46	100.00%	50,514	1,508,371.30	100.00%

公司客户主要分布在华东及华北地区,报告期内收入规模合计占营业收入的比例分别为 78.20%、76.45%和 71.19%。

报告期内,发行人客户按行业分布情况具体如下:

所处行业	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	销售金额(万元)	销售金额占比	销售金额(万元)	销售金额占比	销售金额(万元)	销售金额占比
批发和零售业	593,620.88	32.40%	551,116.29	35.45%	692,814.17	45.93%
租赁和商务服务业	448,851.52	24.50%	458,304.94	29.48%	358,497.54	23.77%
科学研究和技术服务业	254,363.08	13.88%	196,212.05	12.62%	192,200.05	12.74%
金融业	142,136.19	7.76%	75,028.99	4.83%	45,397.39	3.01%
信息传输、软件和信息技术服务业	91,743.26	5.01%	48,030.33	3.09%	45,342.08	3.01%
建筑业	61,966.03	3.38%	22,305.64	1.43%	18,163.38	1.20%
电力、热力、燃气及水生产和供应业	56,910.22	3.11%	22,073.81	1.42%	21,561.40	1.43%
制造业	53,053.00	2.90%	42,872.83	2.76%	56,105.87	3.72%
房地产业	47,840.58	2.61%	33,705.46	2.17%	31,275.96	2.07%
水利、环境和公共设施管理业	22,952.90	1.25%	54,803.09	3.53%	677.97	0.04%
其他	1,773,438	3.20%	1,504,453	3.23%	1,462,036	3.07%
合计	1,832,082.01	100.00%	1,554,599.46	100.00%	1,508,371.30	100.00%

报告期内,发行人服务客户行业分布广泛,主要客户集中在批发和零售业、科学研究和技术服务业、租赁和商务服务业、金融业、制造业及信息传输、软件和信息技术服务业等。

(2) 主要客户类型与同行业可比公司的对比情况

根据发行人同业可比公司北京人力(北京外企)公开披露数据,2020年及2021年,前五大客户情况如下:

期间	客户名称	客户类型	销售金额(万元)	占营业收入比例
2021年	华为客户组	民企	513,126.46	20.19%
	贝壳客户组	民企	157,381.22	6.19%
	黑龙江飞鹤乳业销售有限公司	民企	110,718.37	4.36%
	阿里巴巴客户组	民企	106,088.91	4.17%
	上海禹臻信息技术有限公司	民企	52,518.04	2.07%
	合计		939,833.01	36.98%
2020年	华为客户组	民企	256,131.14	14.15%
	阿里巴巴客户组	民企	136,798.69	7.56%
	滴滴客户组	民企	106,055.96	5.86%
	顺丰客户组	民企	70,626.28	3.90%
	衣恋客户组	外企	46,757.99	2.58%
	合计		616,370.07	34.06%

根据发行人同业可比公司上海外服(集团)有限公司公开披露数据,2020年,前五大客户情况如下:

期间	客户名称	客户类型	销售金额(万元)	占营业收入比例
2020年	上海浦东发展银行股份有限公司	国企	132,259.84	6.05%
	延长石油客户组	国企	49,219.28	2.25%
	健合(中国)有限公司	外企	43,193.52	1.97%
	交通银行客户组	国企	33,718.96	1.54%
	上汽通用汽车有限公司	国企	32,675.04	1.49%
	合计		291,066.64	13.31%

注:北京人力(北京外企)2022年前五大客户情况未披露;上海外服(集团)有限公司2022及2021年前五大客户情况未披露。

根据同行业可比公司披露的公开信息,北京人力2020年及2021年前五名客户组主要系华为、阿里巴巴等大型民营企业,具备一定的规模优势。上海外服2020年前五名客户组主要由浦发银行、交通银行、上汽通用等总部位于上海的大型企业

组成，上海外服在上海地区积累了一定的竞争优势。

发行人经过多年的经营，在服务央企客户及世界 500 强外资客户方面具有一定的基础性优势。一方面，发行人在央企客户方面具有先发优势，能够借助于一系列中央企业的合作示范效应，辐射其他央企和地方国企，进一步提升各类型产品的客户覆盖面；另一方面，发行人建立了覆盖 33 个省、自治区、直辖市的超过 380 个城市的全国性服务网络，具有较强的规模优势和为大型央企、外资客户提供全国性、属地化服务的能力。

此外，主要客户稳定性较高亦是发行人的重要竞争优势。发行人主要客户经营情况稳定，与发行人合作时间长，并对供应商准入有较为严格的要求，此类客户一旦建立合作，由于雇员信息安全、资金安全、可靠性要求等原因，会保持供应商稳定。”

（三）其他人力资源业务收入明细构成及地域分布

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“2、主营业务收入构成”之“8）其他人力资源业务”中补充披露如下：

“.....

报告期内，发行人其他人力资源业务收入明细如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
国际人力资源服务	17,110.52	12,651.27	9,781.09
人力资源技术服务	3,560.63	4,361.26	2,481.50
其他	4,919.86	4,505.50	3,355.01
合计	25,591.01	21,518.03	15,617.60

报告期内，发行人其他人力资源业务收入按地域分布情况如下：

单位：万元

区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华东地区	5,860.43	22.90%	6,526.30	30.33%	2,745.03	17.58%

区域	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
华北地区	14,298.56	55.87%	12,182.89	56.62%	9,979.90	63.90%
华中地区	1,372.61	5.36%	70.11	0.33%	259.86	1.66%
华南地区	2,479.18	9.69%	1,760.21	8.18%	2,206.49	14.13%
东北地区	849.08	3.32%	320.66	1.49%	117.94	0.76%
西北地区	126.69	0.50%	12.44	0.06%	19.73	0.13%
西南地区	604.46	2.36%	645.43	3.00%	288.64	1.85%
合计	25,591.01	100.00%	21,518.03	100.00%	15,617.60	100.00%

”

二、发行人说明

（一）结合合同条款、同行业可比公司情况、具体岗位职能、同时期同类人才薪酬水平等，量化分析前述各类业务前五大客户平均服务费的定价依据、定价公允性以及变动原因，是否符合行业惯例；

发行人属于人力资源服务行业，行业内对各项人力资源服务的收费不存在统一的标准，因此发行人各类业务的收费标准均通过与具体客户协商而定，发行人对不同客户或者同一客户不同年份间的收费标准可能会存在差异。发行人与客户间的协商定价方式主要有三类：招投标、竞争性谈判和报价谈判，其具体过程如下：

协商定价方式	具体过程
招投标	（1）客户发出公开招投标邀请或通过第三方招标公司发布招投标信息。 （2）发行人看到客户发出的招投标信息后，根据招标要求制作标书，并于客户现场或者线上递交标书。 （3）发行人于现场或线上述标，与客户沟通服务方案。 （4）发行人向客户提交最终方案及报价，客户对投标单位进行打分及评价，最终确认中标单位，向中标单位发送中标通知。
竞争性谈判	客户定向邀请人力资源服务行业内的多家主流服务商（包括发行人），要求被邀请服务商分别提供其服务方案和报价，涉及一轮或多轮的报价和比价过程，客户通过比较服务方案和报价综合决定最终承接客户服务需求的人力资源服务商。
报价谈判	客户向发行人发出人力资源服务采购需求，发行人接到该采购需求后，向客户提供服务方案及报价，与客户经一轮或多轮的报价谈判，最终确认方案与报价。

报告期内，各类业务前五大客户平均服务费的定价依据、定价公允性以及变动原因如下：

1、业务外包

公司业务外包价格由雇员薪资水平、具体服务内容等项目成本及项目风险金等因素综合决定，结合岗位职能，同时期同类薪酬水平，报告期各期前五大客户平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/人/月

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	雇员岗位职能	同时期同类人才薪资	定价依据及公允性
2022	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	高端化妆品线的销售人员等	14,260.75-22,134.67	项目成本加项目风险金或合理溢价，价格公允，符合行业惯例
	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	大众化妆品线的销售人员等	5,160.67-14,260.75	
	惠氏（上海）贸易有限公司	/	框架合同，约定服务内容	商超的奶粉促销员等	5,160.67-14,260.75	
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	商场化妆品柜台的销售人员等	5,160.67-14,260.75	
	中交第二公路工程有限公司	/	框架合同，约定服务内容	工程技术员等	8,226.25-13,154.25	
2021	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	高端化妆品线的销售人员等	10,369.08-17,596.58	
	惠氏（上海）贸易有限公司	/	框架合同，约定服务内容	商超的奶粉促销员等	6,889.42-10,145.00	
	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	大众化妆品线的销售人员等	6,889.42-10,145.00	
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	商场化妆品柜台的销售人员等	6,889.42-10,145.00	
	光大环保能源（南京）有限公司	/	框架合同，约定服务内容	生产运营部一线工人技术岗位等	8,214.08-15,167.25	
2020	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	高端化妆品线的销售人员等	8,940.33-15,773.50	
	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	大众化妆品线的销售人员等	4,604.08-8,017.58	
	惠氏（上海）贸易有限公司	/	框架合同，约定服务内容	商超的奶粉促销员等	5,133.92-8,940.33	
	爱茉莉太平洋贸易有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	商场化妆品柜台的销售人员等	4,604.08-8,017.58	
	利质美（上海）投资有限公司	/	框架合同，约定服务内容	食品销售人员等	5,133.92-8,940.33	

注：同时期同类人才薪资数据主要源于市场薪资报告、看准网等公开渠道数据。

2021 年，发行人业务外包主要客户平均服务费普遍上升较多主要系 2020 年初因外部环境影响，国家出台阶段性减免企业社会保险费用政策，2021 年阶段性政策取消所致。前述变动符合行业惯例。发行人业务外包各期前五大客户平均服务费

存在一定差异，具体原因详见本题之“二、发行人说明”之“（二）业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务整体均价及前五大客户平均单价情况、信用期限是否直接与发行人签订业务合同，量化分析前述各类业务前五大客户之间的均价差异以及与该业务整体均价之间的差异原因”的相关回复。

2、招聘及灵活用工

公司招聘及灵活用工业务价格由雇员薪资水平、具体服务内容等项目成本及项目风险金等因素综合决定，结合岗位职能，同时期同类薪酬水平，报告期各期前五大客户平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/人/月

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	雇员岗位职能	同时期同类人才薪资	定价依据及公允性
2022	柯信信息科技有限公司	/	框架合同	ERP 顾问（IT 咨询）等	18,875.92-31,415.33	项目成本加项目风险金或合理溢价，价格公允，符合行业惯例
	河北幸福消费金融股份有限公司	/	框架合同，约定服务内容	金融工程师、产品经理、数据分析师等	32,688.33-57,263.66	
	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，约定服务内容	品牌助理、人事行政等	11,871.92-22,226.00	
	英大长安保险经纪有限公司	/	框架合同，约定服务内容、服务费的计算标准	保险代理人	18,224.50-28,286.33	
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	门店兼职人员	2,304-3,840	
2021	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，约定服务内容	品牌助理、人事行政等	12,964.00-22,391.25	
	网易（杭州）网络有限公司	/	框架合同，约定服务内容	游戏工程师和设计师等	13,237.17-21,103.33	
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费	门店兼职人员	2,304-3,840	
	盖璞（上海）商业有限公司	/	框架合同，约定服务内容	门店兼职人员	1,152-2,880	
	长讯通信服务有限公司	/	框架合同，约定服务内容	通信生产施工与维护人员	4,024.83-5,790.16	
2020	网易（杭州）网络有限公司	/	框架合同，约定服务内容	游戏工程师和设计师等	13,239.75-14,742.08	
	盖璞（上海）商业有限公司	/	框架合同，约定服务内容	门店兼职人员	1,152-2,880	

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	雇员岗位职能	同时期同类人才薪资	定价依据及公允性
	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，约定服务内容	品牌助理、人事行政等	11,871.92-15,893.67	
	长讯通信服务有限公司	/	框架合同，约定服务内容	通信生产施工与维护人员等	3,865.33-5,360.42	
	上海市计量测试技术研究院	/	框架合同，约定服务内容、基础服务费及其计算标准	业务助理等	7,961.92-12,223.25	

注：同时期同类人才薪资数据主要源于市场薪资报告、看准网等公开渠道数据。

根据上表，发行人招聘及灵活用工各期前五大客户的平均服务费在报告期内存在一定变动，主要系客户灵活用工雇员的薪酬水平各期有变动所致。2021 年，对网易、欧莱雅等客户招聘及灵活用工业务价格普遍上升较多主要系 2020 年初因外部环境影响，国家出台有阶段性减免企业社会保险费用政策，2021 年阶段性政策取消所致，前述变动符合行业惯例，具体原因详见本题之“二、发行人说明”之“（二）业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务整体均价及前五大客户平均单价情况、信用期限是否直接与发行人签订业务合同，量化分析前述各类业务前五大客户之间的均价差异以及与该业务整体均价之间的差异原因”的相关回复。

3、健康福利

公司健康福利业务价格由健康福利产品采购成本、配套服务成本和合理溢价综合决定，与岗位职能，薪酬水平关联度较低，报告期各期公司健康福利业务前五大客户均为福利平台业务的前五大客户，其平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/件

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性
2022	中广核新能源投资（深圳）有限公司	/	框架合同，约定服务内容	业务成本加合理溢价，具体详见本回复报告“问题 1.2 关于客户”之“二、发行人说明”之“（四）结合……进一步分析福利健康产品定价依据及公允性”，价格公允，符合行业惯例
	上海市徐汇区人民政府徐家汇街道办事处	/	框架合同，约定服务内容和采购订单	
	深圳供电局有限公司	/	框架合同，约定服务内容和暂估总价	
	上海市徐汇区人民政府漕河泾街道办事处	/	框架合同，约定服务内容和采购订单	
	大亚湾核电运营管理有限责任公司	/	框架合同，约定服务内容	
2021	深圳供电局有限公司	/	框架合同，约定服务内容和暂估总价	

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性
	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	/	框架合同，约定服务内容	
	吉致汽车金融有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
	阳光城集团股份有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
	新城控股集团股份有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
2020	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	/	框架合同，约定服务内容	
	深圳供电局有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
	融创房地产集团有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
	五八同城信息技术有限公司	/	框架合同，约定服务内容	
	东方航空技术有限公司工会委员会	/	框架合同，约定服务内容	

注：发行人为客户提供的福利平台服务，自营商品采用总额法核算，上表均价为商品销售总额除以商品数量得出；发行人为客户提供福利平台服务，非自营商品采用净额法确认销售服务费收入，销售服务费依据销售规模的一定比例计算收取，该部分服务的收费标准对于上表客户不存在差异。

福利平台业务由发行人下属控股企业关爱通运营，关爱通福利平台通过 SaaS 技术手段为客户提供定制化的、综合化的弹性福利管理一体化解决方案。在客户为其雇员购买关爱通福利积分或福利额度后，客户雇员可在关爱通平台上选取各类福利商品与福利服务。

由于不同客户或客户不同年份的福利需求不同，报告期内，发行人健康福利前五大客户之间的均价存在一定差异，具备合理性。客户的福利需求体现在多个方面，包括客户福利的预算、实施预算的周期、发放福利的频率、客户员工的兑换习惯、客户所属的行业及性质、客户的福利政策等：（1）客户在当年度福利预算的高低直接影响客户员工所兑换福利商品的单价，预算更为充足的情况下，员工更倾向于兑换相对高价的福利商品；（2）客户发放福利的频率直接影响客户员工所兑换福利商品的单价，同样预算的情况下，发放福利的频率越高，员工越倾向于兑换相对低价的福利商品；（3）不同行业及性质的企业会有不同的福利政策，综合影响员工所兑换福利商品的价格。公司的福利平台上同一商品的销售价格对于每个客户是一致的，客户福利需求的差异导致了不同客户的整体福利商品均价的差异。

报告期内，发行人健康福利前五大客户的福利商品组合及不同类别的均价如下：

单位：元/件

2022 年					
类别	中广核新能源投资（深圳）有限公司	上海市徐汇区人民政府徐家汇街道办事处	深圳供电局有限公司	上海市徐汇区人民政府漕河泾街道办事处	大亚湾核电运营管理有限公司
	占比	占比	占比	占比	占比
美食健康	54.27%	100.00%	66.53%	100.00%	77.53%
3C 数码	25.11%	0.00%	1.27%	0.00%	12.95%
家用电器	5.77%	0.00%	2.84%	0.00%	3.59%
日用百货	8.50%	0.00%	14.23%	0.00%	3.43%
个护美妆	2.78%	0.00%	14.32%	0.00%	1.09%
服饰鞋靴	1.44%	0.00%	0.00%	0.00%	0.67%
母婴玩具	1.64%	0.00%	0.67%	0.00%	0.50%
家具家装	0.50%	0.00%	0.14%	0.00%	0.25%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2021 年					
类别	深圳供电局有限公司	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	吉致汽车金融有限公司	阳光城集团股份有限公司	新城控股集团股份有限公司
	占比	占比	占比	占比	占比
美食健康	54.28%	27.00%	10.92%	14.78%	15.22%
3C 数码	1.43%	9.55%	52.67%	30.42%	31.64%
家用电器	3.86%	20.93%	13.04%	20.59%	21.38%
日用百货	20.45%	20.10%	6.27%	10.64%	10.60%
个护美妆	18.23%	13.89%	8.13%	12.65%	13.38%
服饰鞋靴	0.00%	7.88%	3.49%	2.67%	2.49%
母婴玩具	1.75%	0.36%	3.19%	6.41%	3.67%
家具家装	0.00%	0.29%	2.28%	1.84%	1.63%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
2020 年					
类别	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	深圳供电局有限公司	融创房地产集团有限公司	五八同城信息技术有限公司	东方航空技术有限公司工会委员会
	占比	占比	占比	占比	占比

美食健康	20.67%	91.11%	7.47%	68.78%	41.98%
3C 数码	7.87%	1.84%	46.41%	6.76%	0.92%
家用电器	34.88%	1.87%	19.83%	8.62%	38.21%
日用百货	19.77%	0.02%	7.60%	8.61%	16.45%
个护美妆	11.53%	2.76%	15.34%	6.37%	2.02%
服饰鞋靴	4.96%	0.00%	0.32%	0.28%	0.41%
母婴玩具	0.02%	2.39%	2.81%	0.52%	0.00%
家具家装	0.32%	0.00%	0.23%	0.06%	0.00%
合计	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

根据上表，不同客户或客户不同年份的福利商品消费结构及不同品类的单价存在一定的差异。中广核新能源投资（深圳）有限公司、大亚湾核电运营管理有限责任公司、吉致汽车金融有限公司、融创房地产集团有限公司、东方航空技术有限公司工会委员会均价相对较高主要系其福利商品消费结构中，单价较高的 3C 数码类产品占比较高所致。深圳供电局有限公司和东风汽车有限公司东风日产乘用车公司 2021 年均价有所下降，主要系公司自 2020 年第四季度起为前述客户提供福利平台服务，前述客户当年年末一次性的福利预算较高，其员工兑换的福利商品均价较高；2021 年前述客户的福利发放频率变为一季度一次，其员工兑换的福利商品均价较低。从福利商品消费结构来看，东风汽车均价较高的家用电器类福利商品的消费比例有所下滑，直接导致其整体的均价下滑。

报告期内，除福利平台以外，发行人其他健康福利业务的前五大客户具体销售情况如下：

单位：元/人/月或元/人/次

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
2022	路孚特（中国）科技有限公司	/	框架合同，约定服务内容	业务成本加合理溢价，总体协商定价，具体详见本回复报告“问题 1.2 关于客户”之“二、发行人说明”之“（四）结	报价谈判
	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	- 注 1	框架合同，约定服务内容		竞争性谈判
	西门子工业软件（上海）有限公司	- 注 2	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	励德爱思唯尔信息技术（北京）有限公司	- 注 2	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	- 注 3	框架合同，约定服务内容		报价谈判

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
2021	西门子工业软件（上海）有限公司	注2	框架合同，约定服务内容	合.....进一步分析福利健康产品定价依据及公允性”，价格公允，符合行业惯例	报价谈判
	泛林半导体设备技术（上海）有限公司	注1	框架合同，约定服务内容		竞争性谈判
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	欧姆龙自动化（中国）有限公司	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司	注2	框架合同，约定服务内容		报价谈判
2020	欧莱雅（中国）有限公司	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	注2	框架合同，约定服务内容		报价谈判
	天津泰达人才发展有限公司	/	框架合同，约定服务内容		报价谈判

注：

- 1、泛林半导体设备技术（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每月人数、保额的比例、人次来收费，不涉及整体的人均价格；
- 2、西门子工业软件（上海）有限公司、励德爱思唯尔信息技术（北京）有限公司、普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司、克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每月人数、人次来收费，不涉及整体的人均价格；
- 3、阿迪达斯体育用品（上海）有限公司健康福利服务存在多类服务，分别按每年人数、人次来收费，不涉及整体的人均价格。

报告期内，发行人福利平台外健康福利前五大客户之间的均价间存在一定差异，主要系发行人为客户提供的健康福利服务的数量、内容存在差异所致。同一客户不同年份的均价存在差异主要系发行人为同一客户不同年份提供的健康福利服务的数量、内容存在差异所致。前述客户的具体健康福利服务及报价情况如下：

年度	客户	健康福利服务具体内容及报价
2022 年	路孚特(中国)科技有限公司	(1) 补充医疗保险 (2) 商业保险 (3) 体检 (4) 福利：包括年节福利、高温福利、电影福利等

年度	客户	健康福利服务具体内容及报价
	泛林半导体设备技术(上海)有限公司	(1) 全员意外险和疾病死亡险 (2) 普通补充医疗, 重疾, 住院补贴, 高额医疗保险等 (3) 年节福利 (4) 医疗报销
	西门子工业软件(上海)有限公司	(1) 年节福利 (2) 体检
	励德爱思唯尔信息技术(北京)有限公司	(1) 补充医疗 (2) 商业保险 (3) 体检 (4) 弹性福利
	阿迪达斯体育用品(上海)有限公司	(1) 补充医疗保险 (2) 体检 (3) 体检报销
2021 年	西门子工业软件(上海)有限公司	(1) 年节福利 (2) 体检
	泛林半导体设备技术(上海)有限公司	(1) 全员意外险和疾病死亡险 (2) 普通补充医疗, 重疾, 住院补贴, 高额医疗保险等 (3) 年节福利等 (4) 医疗报销
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	(1) 入职体检 (2) 年节福利
	欧姆龙自动化(中国)有限公司	(1) 体检 (2) 商业保险 (3) 服装福利
	克丽丝汀迪奥商业(上海)有限公司	(1) 体检 (2) 中秋节福利 (3) 新年福利 (4) 生日福利 (5) 儿童节福利 (6) 端午节福利
2020 年	欧莱雅(中国)有限公司	年节福利
	百视通网络电视技术发展有限责任公司	(1) 体检 (2) 年节福利
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	(1) 年节福利 (2) 高温补贴
	普罗旺斯欧舒丹贸易(上海)有限公司	(1) 商业保险 (2) 年节福利
	天津泰达人才发展有限公司	补充医疗

注: 若发行人为客户提供多项健康福利服务, 不同单项健康福利服务的使用人次可能存在差异。

4、人事管理

公司人事管理业务价格由服务费构成，与岗位职能，薪酬水平关联度较低，报告期各期前五大客户平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/人/月

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
2022	华为技术有限公司	注	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、合同限价	基础服务参考服务的规模、内容、行业平均收费水平等因素定价；额外服务基于服务成本、服务内容、服务规模等，参考行业收费水平定价。总体协商定价，价格公允，符合行业惯例	招投标
	中国国际金融股份有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国中金财富证券有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		招投标
2021	中央国债登记结算有限责任公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		招投标
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国国际金融股份有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中债金科信息技术有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
2020	中钢设备有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		招投标
	思科科技（北京）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		竞争性谈判
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判

注：华为人事管理服务存在多类服务，包括户籍服务、社保服务、档案服务等，分别按单数或人次结算，不涉及整体的人均价格。

根据上表，发行人人事管理业务各期前五大客户的平均服务费在报告期内略有变动，主要系客户对人事管理的服务需求不同所致，符合行业惯例。发行人人事管

理各期前五大客户平均服务费存在一定差异，具体原因详见本题之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（4）人事管理”的相关回复。

5、管理咨询

发行人管理咨询业务的主要服务内容为国资国企改革、世界一流企业建设、智库服务、战略规划、公司治理管控、组织变革管理、人力资源管理、人才发展、数字化转型等相关内容的管理咨询服务。各期前五大客户的平均服务费在报告期内有所变动，主要系发行人管理咨询业务按项目收费，不同项目间因服务主体的体量、服务内容、公司项目组人员配置和项目服务周期差异较大，对于除人才甄选与识别咨询、城市薪酬报告类外的咨询项目，公司向主要客户收取的平均服务价格与服务内容、项目组人员配置情况、项目服务周期长短整体呈正相关关系，而对于甄选与识别咨询、城市薪酬报告类，公司的收费价格主要基于服务范围和具体服务内容。因此，各期平均项目服务费不直接具备可比性。发行人不同类型项目的具体定价依据如下：

主要客户涉及的项目 大类	主要客户涉及的细分 项目类型	主要定价依据
人力资源战略与规划、薪酬激励与考核	人才甄选与识别咨询	主要依据咨询对象所需要的不同职级岗位、不同类型的题本开发套数、题本开发难度、报告输出份数等进行定价
	福利体系设计、薪酬体系设计、中长期激励体系设计、专项人员薪酬激励考核咨询、人才培养与发展咨询	主要根据在不同项目中发行人的人员投入水平进行定价。人员投入水平具体包括项目组整体人员数量、项目组人员结构（项目总监、项目经理及项目顾问占比）以及项目执行时间（人周、人天及人小时）等进行定价
国企改革	综合改革方案设计、国资国企改革课题研究、混合所有制改革方案咨询	
战略与组织咨询	公司治理管控体系服务设计与咨询	
城市/行业调研与数据报告	城市薪酬报告	主要根据报告所需收集及处理的数据量（如单体数据维度、行业数量、对标城市数量等）以及报告所需涵盖的特殊内容（如是否涉及境内外比较等）进行定价

报告期内，发行人管理咨询业务前五大客户服务内容及均价相关情况如下：

单位：万元/项目数

年度	客户名称	均价	主要服务内容	项目人员配置及服务周期	合同条款约定模式	定价依据及公允性
2022	中国石油化工集团有限公司	/	公司治理管控体系服务设计与咨询	项目总监 5 人周，项目经理 25 人周，项目顾问 50 人周	约定服务内容、项目服务费	参考服务方案、内容及成本协商定价，主要采取招投标和竞争性磋商等方式获取业务，价格公允。
	中国中化股份有限公司	/	国资国企改革课题研究、高管薪酬及考核评价体系、专业队伍培养咨询	项目总监 2 人周，项目经理 15 人周，项目顾问 25 人周	约定服务内容、项目服务费	
	中国南方航空股份有限公司	/	人才甄选与识别咨询	不适用 ^注	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、项目服务费、合同限价	
	天津滨海新区建设投资集团有限公司	/	国企改革（综合改革方案设计）	项目总监 6 人周，项目经理 15 人周，项目顾问 15 人周	约定服务内容、项目服务费	
	中海油天津化工研究设计院有限公司	/	公司治理管控体系服务设计与咨询、专项人员薪酬激励考核咨询	项目总监 5 人周，项目经理 25 人周，项目顾问 50 人周	约定服务内容、项目服务费	
2021	中国储备粮管理集团有限公司	/	人才甄选与识别咨询	不适用 ^注	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、项目服务费	
	深圳市人力资源和社会保障局	/	城市薪酬报告	不适用 ^注	约定服务内容、项目服务费	
	中国核工业集团资本控股有限公司	/	人才管理体系设计、薪酬体系设计	项目总监 2 人周，项目经理 20 人周，项目顾问 50 人周	约定服务内容、项目服务费	
	北京石油机械有限公司	/	公司治理管控体系服务设计与咨询、薪酬体系设计、中长期激励体系设计	项目总监 1 人周，项目经理 15 人周，项目顾问 15 人周	约定服务内容、项目服务费	
	深圳供电局有限公司	/	福利体系设计	项目总监 1 人周，项目经理 7 人周，项目顾问 15 人周	框架合同，约定服务内容、服务费的计算标准	
2020	中国联合网络通信集团有限公司	/	混合所有制改革方案咨询	项目总监 10 人周，项目经理 60 人周，项目顾问 80 人周	框架合同，约定服务内容	

年度	客户名称	均价	主要服务内容	项目人员配置及服务周期	合同条款约定模式	定价依据及公允性
	深圳市地铁集团有限公司	/	公司治理管控体系服务设计与咨询、薪酬体系设计、中长期激励体系设计	项目总监 1 人周，项目经理 10 人周，项目顾问 40 人周	约定服务内容、项目服务费	
	中国储备粮管理集团有限公司	/	人才甄选与识别咨询	不适用 ^注	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、项目服务费	
	上海市职业技能鉴定中心	/	人才甄选与识别咨询	不适用 ^注	约定服务内容、项目服务费	
	深圳市人力资源和社会保障局	/	城市薪酬报告	不适用 ^注	约定服务内容、项目服务费	

注：

- 1、管理咨询项目不按人均价格收费，均价计算口径为该客户对应当期收入除以当期确认收入的项目数；
- 2、部分项目原始价格为按照人天或人小时维度进行收费，已统一转换为人周；
- 3、人才甄选与识别咨询、城市薪酬报告等项目与其他类型管理咨询项目在服务内容及定价模式上存在差异，该类项目不存在标准的项目人员配置及服务周期。

根据上表，报告期内，同行业可比公司未披露各业务前五大客户的平均服务费的定价依据、定价公允性及变动原因。根据对合同条款、具体岗位职能、同时期同类人才薪酬水平等的分析，发行人各类业务前五大客户平均服务费定价依据和变动原因合理，符合行业惯例，定价公允。

6、人才派遣

公司人才派遣业务价格由服务费构成，与岗位职能，薪酬水平关联度较低，报告期各期前五大客户平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/人/月

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
2022	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费	基础服务参考服务的规模、内容、行业平均收费水平等因素定价；额外服务基于服务成本、	招投标
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国人民解放军山东省军区保障局	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		招投标
	三菱重工空调系统（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		招投标

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费	服务内容、服务规模等，参考行业收费水平定价。总体协商定价，价格公允，符合行业惯例	竞争性谈判
2021	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国人民解放军山东省军区保障局	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		招投标
	西安飞豹科技有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		报价谈判
	三菱重工空调系统（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		报价谈判
	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		招投标
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
2020	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费，派遣服务费用其他项目按实际发生额结算		招投标
	延长油田股份有限公司靖边采油厂	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费		竞争性谈判
	三菱重工空调系统（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费、补充福利项目收费		报价谈判

根据上表，发行人人才派遣业务各期前五大客户的平均服务费在报告期内略有变动，主要系客户对人才派遣的服务需求不同所致，符合行业惯例。发行人人才派遣各期前五大客户平均服务费存在一定差异，具体原因详见本题之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（6）人才派遣”的相关回复。

7、薪酬财税

公司薪酬财税业务价格由服务费构成，与岗位职能，薪酬水平关联度较低，报告期各期前五大客户平均服务费均价、公允性情况如下：

单位：元/人/月

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
2022	特斯拉（上海）有限公司	/	框架合同，提供模板报价单，约定服务内容、基础服务费，阶梯式报价	基础服务参考服务	报价谈判

年度	客户名称	均价	合同条款约定模式	定价依据及公允性	协商定价方式
	阿迪达斯体育用品(上海)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费	的规模、内容、行业平均收费水平等因素定价; 额外服务基于服务成本、服务内容、服务规模等, 参考行业收费水平定价。总体协商定价, 价格公允, 符合行业惯例	报价谈判
	中交第二公路工程局有限公司	/	框架合同, 约定基础服务内容或项目		报价谈判
	特斯拉汽车(北京)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费, 阶梯式报价		报价谈判
	金瓜子科技发展(北京)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础项目收费		报价谈判
2021	中交第二公路工程局有限公司	/	框架合同, 约定基础服务内容或项目		报价谈判
	特斯拉(上海)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费, 阶梯式报价		报价谈判
	广东链家房地产经纪有限公司佛山分公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	阿迪达斯体育(中国)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		招投标
	阿迪达斯体育用品(上海)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		报价谈判
2020	中交第二公路工程局有限公司	/	框架合同, 约定基础服务内容或项目		报价谈判
	阿迪达斯体育(中国)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	盖璞(上海)商业有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		报价谈判
	特斯拉(上海)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费, 阶梯式报价		报价谈判
	布鲁奈尔管理咨询(上海)有限公司	/	框架合同, 提供模板报价单, 约定服务内容、基础服务费		报价谈判

注: 发行人为金瓜子科技发展(北京)有限公司提供的服务是按项目收费的财税项目, 不按人均价格收费。

报告期内, 盖璞(上海)商业有限公司和广东链家房地产经纪有限公司佛山分公司均价较高, 主要系发行人为前述客户提供的服务除基础薪税服务外, 还包括驻场管理等服务。薪税业务现场管理服务主要涉及发行人派自有员工到现场提供整理和收集考勤数据、计算工资、分发工资单, 以及提供国家补贴申请、政策咨询等服务。

特斯拉(上海)有限公司均价各期逐渐下降, 主要系发行人为该客户提供的薪酬财税服务为阶梯式报价, 单价与特斯拉(上海)有限公司使用该项服务的员工人

数有关，随员工人数增加而下降。特斯拉的阶梯式报价具体如下：

人数	报价
2020 年	
1,500 以下	/
1,500-2,500	/
2,500-3,500	/
3,500-5,000	/
5,000-7,500	/
7,500-10,000	/
10,000-12,500	/
2021 年和 2022 年	
7,500-10,000	/
10,000-12,500	/
12,500-15,000	/
15,000-17,500	/
17,500-20,000	/
20,000-25,000	/
25,000-35,000	/
35,000-45,000	/
45,000-55,000	/

报告期各期，特斯拉（上海）有限公司的平均服务人数分别为 5,475 人，15,033 人和 23,643 人，平均服务人数与均价相匹配，该报价标准得到一贯执行。

除特斯拉（上海）有限公司外，发行人薪酬财税业务还存在其他客户为阶梯式报价的情况。阶梯式报价方式主要基于客户与发行人之间的商业谈判而定，一般适用于整体规模较大但服务体量分批转入的客户，该报价标准符合行业惯例。

（二）业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务整体均价及前五大客户平均单价情况、信用期限、是否直接与发行人签订业务合同，量化分析前述各类业务前五大客户之间的均价差异以及与该业务整体均价之间的差异原因

报告期内，发行人业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务整体均价情况如下：

单位：元/月/人

业务	2022 年	2021 年	2020 年
业务外包	11,172.86	10,412.81	8,122.49
灵活用工	8,335.20	8,166.55	7,296.57
人事管理	63.38	66.92	65.74
人才派遣	148.59	136.93	132.53

注：上述均价计算口径为该具体业务对应收入除以相应业务对应的平均雇员人数。

报告期内，发行人业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务前五大客户平均单价情况、信用期限、业务合同签订情况如下：

1、业务外包

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2022 年度					
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	116,500.95	/	1 个月内	是
2	欧莱雅（中国）有限公司	55,146.61	/	1 个月内	是
3	惠氏（上海）贸易有限公司	52,343.78	/	1 个月内	是
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	39,241.96	/	1 个月内	是
5	中交第二公路工程局有限公司	27,318.89	/	无	是
2021 年度					
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	121,065.86	/	1 个月内	是
2	惠氏（上海）贸易有限公司	75,577.80	/	1 个月内	是
3	欧莱雅（中国）有限公司	61,534.94	/	1 个月内	是
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	54,645.00	/	1 个月内	是
5	光大环保能源（南京）有限公司	52,285.84	/	1 个月内	是
2020 年度					
1	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	99,606.82	/	1 个月内	是

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2	欧莱雅（中国）有限公司	76,995.87	/	1 个月内	是
3	惠氏（上海）贸易有限公司	70,917.21	/	1 个月内	是
4	爱茉莉太平洋贸易有限公司	62,215.85	/	1 个月内	是
5	利质美（上海）投资有限公司	33,477.01	/	1 个月内	是

根据上表，发行人报告期各期业务外包前五大客户的均价间存在一定差异，主要系客户雇员的岗位及对应薪资不同所致。发行人业务外包前五大客户与该业务整体均价之间的差异原因如下：

（1）雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

报告期内，雅诗兰黛（上海）商贸有限公司业务外包服务均价较高，主要系雅诗兰黛的外包雇员为高端化妆品线的销售人员，该岗位对人员的学历、沟通能力等要求高，整体薪酬相对较高。

（2）欧莱雅（中国）有限公司

报告期内，欧莱雅（中国）有限公司业务外包服务的月均价较低，主要系欧莱雅的外包雇员大多为大众化妆品线的销售人员，薪酬相对较低。

（3）惠氏（上海）贸易有限公司

报告期内，惠氏（上海）贸易有限公司业务外包服务的月均价较低，主要系惠氏的外包雇员大多为商超的奶粉促销员，薪酬相对较低。

（4）爱茉莉太平洋贸易有限公司

报告期内，爱茉莉太平洋贸易有限公司业务外包服务的月均价较低，主要系爱茉莉的外包雇员为商场化妆品柜台的销售人员，薪酬相对较低。

（5）中交第二公路工程局有限公司

2022 年，中交第二公路工程局有限公司业务外包服务的月均价与发行人业务外包业务的整体均价不存在显著差异。

（6）光大环保能源（南京）有限公司

2021 年，光大环保能源（南京）有限公司业务外包服务的月均价与发行人业务外包业务的整体均价不存在显著差异。

(7) 利质美（上海）投资有限公司

2020 年，利质美（上海）投资有限公司业务外包服务的月均价较低，主要系利质美的外包雇员为食品销售人员，薪酬相对较低。

上述客户业务外包涉及的主要岗位及薪资情况详见本题回复之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（1）业务外包”的相关回复。

2、灵活用工

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2022 年度					
1	柯信信息科技有限公司	12,334.15	/	无	是
2	河北幸福消费金融股份有限公司	7,969.35	/	1 个月内	是
3	欧莱雅（中国）有限公司	7,053.77	/	1 个月内	是
4	英大长安保险经纪有限公司	4,960.57	/	1 个月内	是
5	阿迪达斯体育（中国）有限公司	4,376.17	/	2 个月内	是
2021 年度					
1	欧莱雅（中国）有限公司	6,153.76	/	1 个月内	是
2	网易（杭州）网络有限公司	4,366.19	/	1 个月内	是
3	阿迪达斯体育（中国）有限公司	3,819.55	/	2 个月内	是
4	盖璞（上海）商业有限公司	3,529.68	/	无	是
5	长讯通信服务有限公司	3,042.28	/	2 个月内	是
2020 年度					
1	网易（杭州）网络有限公司	5,186.08	/	1 个月内	是
2	盖璞（上海）商业有限公司	5,038.99	/	无	是
3	欧莱雅（中国）有限公司	4,472.79	/	1 个月内	是
4	长讯通信服务有限公司	2,822.21	/	2 个月内	是
5	上海市计量测试技术研究院	1,916.32	/	1 个月内	是

根据上表，发行人报告期各期灵活用工前五大客户的均价间存在一定差异，主要系客户雇员的岗位及对应薪资不同或灵活用工的模式不同所致。发行人灵活用工前五大客户与该业务整体均价之间的差异原因如下：

（1）柯信信息科技有限公司

2022 年，柯信信息科技有限公司灵活用工服务的月均价较高，主要系柯信信息的灵活用工人员为 ERP 咨询顾问，薪资相对较高。

（2）河北幸福消费金融股份有限公司

2022 年，河北幸福消费金融股份有限公司灵活用工服务的月均价较高，主要系河北幸福消费金融的灵活用工雇员为金融领域的 IT 工程师、产品经理和数据分析师，薪资较高。

（3）欧莱雅（中国）有限公司

报告期内，欧莱雅（中国）有限公司灵活用工服务的月均价较高，主要系欧莱雅的灵活用工雇员大多为市场化招募的品牌助理、人事行政等人员，日常与自雇员工一同办公，接受同等绩效考核标准且承担着较为重要的部门职责，薪酬相对较高。

（4）英大长安保险经纪有限公司

2022 年，英大长安保险经纪有限公司灵活用工服务的月均价较高，主要系英大长安保险的灵活用工雇员大多为保险代理人，其薪酬包括销售提成，整体薪酬水平较高。

（5）网易（杭州）网络有限公司

2020 和 2021 年，网易（杭州）网络有限公司灵活用工服务的月均价较高，主要系网易的灵活用工雇员大多为游戏工程师和设计师，薪酬相对较高。

（6）阿迪达斯体育（中国）有限公司

2021 和 2022 年，阿迪达斯体育（中国）有限公司灵活用工服务的月均价较低，主要系阿迪达斯体育的灵活用工雇员大多为门店兼职人员，负责门店的销售和鞋服整理摆放，薪酬水平较低。

(7) 盖璞（上海）商业有限公司

2020 和 2021 年，盖璞（上海）商业有限公司灵活用工服务的月均价较低，主要系盖璞的灵活用工雇员为门店兼职人员，负责门店的销售和鞋服整理摆放，薪酬水平较低。

(8) 长讯通信服务有限公司

2020 和 2021 年，长讯通信服务有限公司灵活用工服务的月均价较低，主要系长讯通信的灵活用工雇员大多为通信生产施工与维护人员，负责线路、机房巡检、维护、施工，薪酬水平较低。

(9) 上海市计量测试技术研究院

2020 年，上海市计量测试技术研究院灵活用工服务的月均价较高，主要系计量测试技术研究院的灵活用工雇员大多为科研助理，薪资较高。

上述客户灵活用工业务涉及的主要岗位及薪资情况详见本题回复之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（2）招聘及灵活用工”的相关回复。

3、人事管理

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2022 年度					
1	华为技术有限公司	1,130.39	/	1 个月内	是
2	中国国际金融股份有限公司	1,033.82	/	1 个月内	是
3	中国中金财富证券有限公司	830.37	/	1 个月内	是
4	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	825.03	/	1 个月内	是
5	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	777.80	/	1 个月内	是
2021 年度					
1	中央国债登记结算有限责任公司	1,317.15	/	1 个月内	是
2	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	1,057.07	/	1 个月内	是

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
3	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	877.57	/	1 个月内	是
4	中国国际金融股份有限公司	860.25	/	1 个月内	是
5	中债金科信息技术有限公司	834.15	/	1 个月内	是
2020 年度					
1	中钢设备有限公司	3,655.92	/	1 个月内	是
2	思科科技（北京）有限公司	2,359.47	/	1 个月内	是
3	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,066.18	/	1 个月内	是
4	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	895.44	/	1 个月内	是
5	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	856.56	/	1 个月内	是

注：华为人事管理服务存在多类服务，包括户籍服务、社保服务、档案服务等，分别按单数或人次结算，不涉及整体的人均价格。

根据上表，发行人报告期各期人事管理前五大客户的均价间存在一定差异，主要系客户对人事管理的服务需求不同所致，具体原因详见本题之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（4）人事管理”的相关回复。

4、人才派遣

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2022 年度					
1	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	1,112.64	/	1 个月内	是
2	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	874.71	/	1 个月内	是
3	中国人民解放军山东省军区保障局	449.77	/	2 个月内	是
4	三菱重工空调系统（上海）有限公司	335.65	/	1 个月内	是
5	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	275.72	/	无	是
2021 年度					
1	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	632.79	/	1 个月内	是

序号	客户名称	金额（万元）	均价（元/月/人）	信用期限	是否签订业务合同
2	中国人民解放军山东省军区保障局	367.63	/	2个月内	是
3	西安飞豹科技有限公司	293.45	/	1个月内	是
4	三菱重工空调系统（上海）有限公司	285.82	/	1个月内	是
5	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	284.12	/	1个月内	是
2020 年度					
1	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	453.23	/	1个月内	是
2	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	354.72	/	1个月内	是
3	中国联合网络通信有限公司广东省分公司	275.33	/	1个月内	是
4	延长油田股份有限公司靖边采油厂	202.57	/	无	是
5	三菱重工空调系统（上海）有限公司	177.27	/	1个月内	是

根据上表，发行人报告期各期人才派遣前五大客户的均价间存在一定差异，主要系客户对人才派遣的服务需求不同所致，具体原因详见本题之“一、发行人披露”之“（一）报告期内各类业务前五大客户销售金额、均价及收入占比情况，对变动较大的客户，分析产生变动的具体原因”之“（6）人才派遣”的相关回复。

（三）报告期内各类业务发生退回员工情况及具体原因，相关人员后续安排，相关会计处理及对当期收入、成本的影响程度；

1、报告期内各类业务发生退回员工情况及具体原因，相关人员后续安排

退回员工是指公司在业务开展过程中，由于客户业务发生变化导致项目终止、提前取消合同、不能胜任岗位要求、进入孕期、产期及哺乳期等原因，雇员自客户处退回至发行人的情况。在雇员退回后，发行人后续安排主要包括为其解除合同或进行分配转岗。

报告期内，人才派遣业务开展过程中发生雇员退回时，发行人不承担因退回雇员产生的经济责任。业务外包及灵活用工服务开展过程中发生雇员退回时，如果发行人短期内无法派出退回雇员前往其它客户，公司将承担派出人员报酬或经济补偿

金，对于未解除劳动合同待岗期间的员工，通常发放最低工资，对于解除劳动合同的员工，通常按员工工作时限、薪酬水平等支付经济补偿。

报告期各期，客户退回员工人次前五大客商如下表：

单位：万元

年度	序号	公司名称	退回员工 (人次)	支付风险保证金
2020	1	远东国际融资租赁有限公司	125	391.66
	2	花旗银行（中国）有限公司上海分行	41	13.86
	3	思科科技（北京）有限公司	37	124.50
	4	阿迪达斯体育（中国）有限公司	36	42.43
	5	欧莱雅（中国）有限公司	19	49.48
2021	1	康健信息技术（深圳）有限公司上海分公司	39	46.73
	2	欧莱雅（中国）有限公司	35	126.57
	3	四川万达影院管理有限公司	26	10.19
	4	花旗银行（中国）有限公司上海分行	25	8.67
	5	玫琳凯（中国）有限公司	17	20.52
2022	1	中国民生银行股份有限公司信用卡中心	190	27.11
	2	康健信息技术（深圳）有限公司上海分公司	46	25.05
	3	欧莱雅（中国）有限公司	29	66.55
	4	威富服饰（中国）有限公司上海分公司	27	45.06
	5	百视通网络电视技术发展有限责任公司	22	36.98

2、相关会计处理及对当期收入、成本的影响程度

在人才派遣业务下发生雇员退回时，因经济责任由客户最终承担，对发行人收入、成本不产生影响。发行人发生的部分垫付资金，计入其他应收款科目后向客户收取。

在业务外包及灵活用工业务下，由于存在用工辞退风险，发行人结合当期雇员人数、预计辞退率、预计人均支付月份、预计月均辞退成本测算项目风险金，确认各期预计负债，同时确认相关成本。

项目风险保证金的使用范围仅限于业务相关的或有事项，包括但不限于：雇员辞退补偿、因雇员行为承担的赔偿责任、因客户要求退回等，公司于每年末计提项目风险金，确认营业成本和预计负债。发行人无法派出退回员工前往其它用工单位的，由发行人承担退回人员报酬或经济补偿金并冲减已计提的预计负债，对营业收入并无影响。

报告期内，发行人项目风险金的使用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日
风险金期初数	2,412.79	4,590.33	2,460.94
-本期使用数	755.60	640.87	1,412.23
-本期转回数	1,657.19	3,949.46	1,048.71
+本期计提数	2,661.74	2,412.79	4,590.33
风险金期末数	2,661.74	2,412.79	4,590.33

报告期各期末，公司预计负债中的项目风险金分别为 4,590.33 万元、2,412.79 万元和 2,661.74 万元，报告期内对营业成本和毛利的影响如下表所示：

单位：万元

年度	退回员工 (人次)	风险金对成本影响金额	占营业成本的比例	未剔除风险金影响的毛利率	剔除风险金影响后的毛利率	影响毛利比例
2020 年	939	3,541.62	0.35%	13.49%	13.73%	0.23%
2021 年	529	-1,536.67	-0.11%	12.80%	12.70%	-0.10%
2022 年	756	1,004.55	0.06%	11.72%	11.77%	0.05%

报告期内，欧莱雅招聘及灵活用工服务的毛利率分别为 21.14%，14.57%和 21.52%。发行人按公司整体情况计提项目风险金，虽然项目风险金对发行人营业成本影响较小，但在统计单客户收入成本过程中，会考虑用工退回的影响。2021 年欧莱雅毛利率较低，主要系欧莱雅当年受疫情影响进行业务调整，退回员工较多成本增加所致，随着客户业务的稳定开展，其毛利率恢复至 2020 年水平。

综上，报告期内公司发生的员工退回情况对当期收入不产生影响，对营业成本影响金额及占比均较小，员工退回情况对公司正常经营不会构成重大不利影响。

（四）结合同行业可比公司及出售时市场价格，进一步分析福利健康产品定价依据及公允性；

1、福利产品定价依据及公允性

自营福利商品平台业务由发行人下属控股企业关爱通运营，关爱通福利平台通过 SaaS 技术手段为客户提供定制化的、综合化的弹性福利管理一体化解决方案。在客户为其雇员购买关爱通福利积分或福利额度后，客户雇员可在关爱通平台上选取各类福利商品与福利服务。发行人自营福利产品的定价主要参考市场价格（一般源于主流电商平台），综合考虑采购成本定价。关爱通会安排专人定期跟踪市场价格，根据市场价格的变化情况及时调整福利平台上商品的售价。

报告期内，发行人自营福利业务的成本、采购数量以及对应的销售均价如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自营福利成本（万元）	106,642.75	64,608.93	30,858.20
数量（万件）	869.70	656.13	253.29
自营福利收入（万元）	116,073.08	71,804.37	34,364.07
福利商品成本均价（元/件）	122.62	98.47	121.83
福利商品收入均价（元/件）	133.46	109.44	135.67
成本收入比	91.88%	89.98%	89.80%

报告期内，发行人自营福利商品的销售均价分别为 135.67 元/件、109.44 元/件、133.46 元/件，福利商品为非标准类型商品，品类、规格跨度较大（涵盖食品饮料、生活用品、数码产品等），市场价格差异较大，因此不存在标准的市场均价。报告期内，发行人福利商品的成本收入比分别为 89.80%、89.98%、91.88%，毛利不存在较大幅度波动，溢价总体保持稳定。

报告期内，发行人向福利商品前五大供应商采购中，选取主要类别主要商品进一步判断其价格公允性，各期典型的采购种类、对应的具体商品、出售单价与市场价格比对情况如下：

单位：元/件

供应商	主要采购种类	具体福利商品样例	样例采购金额占比	采购单价	市场价格	采购单价与市场价格差异	销售单价
2022 年度							

供应商	主要采购种类	具体福利商品样例	样例采购金额占比	采购单价	市场价格	采购单价与市场价格差异	销售单价
上海圆迈贸易有限公司	美食健康	五湖一级大豆油 5L*4 整箱	1.81%	222.00	239.00	7.66%	235.32
	3C 数码	Apple iPhone 13 128G	0.65%	4,799.00	5,399.00	12.50%	5,086.94
	日用百货	清风抽纸 M 码 150 抽*20 包	0.07%	44.72	49.90	11.58%	47.48
上海盒马网络科技有限公司	美食健康	包装食品礼盒	90.12%	489.51	528.00	7.86%	500.00
上海索电数码科技有限公司	3C 数码	Apple iPhone 13Pro Max 256GB	2.60%	9,389.12	9,878.00	5.21%	9,781.95
上海兰焜信息科技有限公司	3C 数码	荣耀手机 Play5T Pro 8G+128G	0.80%	1,077.00	1,159.00	7.61%	1,149.00
上海奥焜贸易有限公司	服饰鞋靴	AIRZOOM 男款跑步鞋	0.02%	557.58	620.00	11.19%	619.53
	个护美妆	雅诗兰黛小棕瓶护肤套装小棕瓶精华 50ml+眼霜 15ml	0.14%	577.19	659.00	14.17%	641.33
	日用百货	康巴赫德系蜂窝炒锅 CDX32A1 32cm	0.28%	286.23	339.00	18.44%	329.00
2021 年度							
上海圆迈贸易有限公司	美食健康	蒙牛特仑苏纯牛奶 250ml*12 盒*6 箱	7.74%	317.30	335.00	5.58%	318.90
	3C 数码	Apple iPad 10.2 英寸 (2020 年新款 128G WLAN 版)	0.38%	2,980.00	3,399.00	14.06%	3,158.80
	家用电器	小米电视 4A70 70 英寸	0.11%	3,328.38	3,699.00	11.14%	3,350.36
上海索电数码科技有限公司	3C 数码	AirPods 无线蓝牙耳机(配充电盒)	3.61%	967.29	999.00	3.28%	1,067.45
上海兰焜信息科技有限公司	3C 数码	华为 mate40E 8G+512G	3.68%	4,956.91	5,298.00	6.88%	5,225.09
上海盒马网络科技有限公司	美食健康	包装食品礼盒	70.32%	480.00	528.00	10.00%	500.00
上海中智科技应用发展有限公司	3C 数码	华为 HUAWEI Mate 40Pro 256G	6.05%	7,259.10	7699.00	6.06%	7,721.29
2020 年度							
上海圆迈贸易有限公司	家用电器	美的多功能电烤箱 MG38CB-AA	0.37%	221.35	249.00	12.49%	249.91

供应商	主要采购种类	具体福利商品样例	样例采购金额占比	采购单价	市场价格	采购单价与市场价格差异	销售单价
	美食健康	胡姬花花生油 6.18L	0.48%	155.28	169.90	9.42%	164.49
	日用百货	康巴赫不锈钢炒菜锅 316L 32cm	0.25%	380.00	399.00	5.00%	393.90
上海索电数码科技有限公司	3C 数码	苹果 AirPods Pro	5.87%	1,644.09	1,799.00	9.42%	1,769.76
柏全实业（上海）有限公司	家用电器	康宁多功能电烤箱 WK-OV12L	3.16%	170.00	198.00	16.47%	199.79
	日用百货	凤凰折叠自行车新雅 FH-ZXFD	1.35%	425.00	498.00	17.18%	499.76
上海艺冉贸易有限公司	家用电器	九阳多功能破壁机 L18-Y928S	9.75%	425.00	490.00	15.29%	499.89
	日用百货	欧姆龙上臂式电子血压计 HEM-7122	1.30%	255.00	299.00	17.25%	299.99
上海沁好贸易有限公司	日用百货	金稻遥控颈部按摩仪 KD812A	2.99%	168.00	199.00	18.45%	199.88
	家用电器	美国西屋无叶风扇 WTH-FH13	3.90%	425.00	499.00	17.41%	499.97
	3C 数码	机乐堂骨传导蓝牙耳机 JR-X1	0.81%	170.00	199.00	17.06%	199.61

注：市场价格均源于淘宝、京东、盒马等电商平台价格。

同行业可比上市公司未披露福利商品的出售价格，由于发行人批量采购福利商品，部分产品销售给员工价格与市场价格相比具有一定的优惠幅度，经淘宝、京东和盒马等官方渠道查询，发行人自营福利商品出售价格与市场价格不存在明显差异，发行人福利商品定价公允。

2、健康服务定价依据及公允性

发行人的健康业务主要是由发行人为客户员工提供和制订健康服务方案，发行人与客户沟通服务方案后，由发行人根据服务内容和标准，组织人员或与供应商合作完成健康服务。发行人的健康服务主要有健康管理和健康保障两类，具体收费标准依据客户选择服务项目的种类。

（1）健康保障服务

发行人对健康保障服务的定价主要考虑因素包括保险产品的采购成本、保险配

套服务的成本等业务成本和合理溢价，具体情况如下：

1) 保险产品的采购成本受保险供应商的报价影响；

2) 保险配套服务包括理赔协同服务、投保人员信息变更服务、健康保障咨询服务等。除此之外，发行人在为客户提供商业保障服务时，会根据客户的不同需求提供多样化的保险配套服务，如开展客户上门收取理赔资料并提供业务咨询；对客户雇员整体出险情况进行数据整理分析，并为客户提供针对性的员工健康管理咨询服务；针对雇员个性化健康问题提供专家建议；为客户提供健康类讲座、云课堂等健康知识类服务等。该部分服务需要一定的人力和固定运维成本；

3) 合理溢价主要参考同行业公司的健康保障服务报价和历史上与客户之间的交易价格而定。

报告期内，发行人健康保障业务的采购成本、采购数量以及对应的销售均价如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
健康保障成本（万元）	20,504.06	17,344.11	18,027.98
服务人次（万次）	30.84	25.34	24.65
人均成本（元/年）	664.85	684.46	731.36
人均销售价（元/年）	948.05	924.05	815.11

报告期内，随着健康保障业务服务人次逐年上升，发行人采购健康保障产品议价能力逐步提升，进而导致人均成本下降。随着客户需求多样化，健康保障业务配套服务内容及需求逐步增加，相应服务费及对应人均销售价出现增长。

发行人主要健康保障产品供应商的部分具体保险公开市场价格具体如下：

对应供应商名称	对应同类保险	保险名称	市场价格（元/年）
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	意外伤害保险	国民意外综合险	102.7-452.7
	家庭财产保险	馨享无忧（家财险）豪华款	998
	医疗保险	太健康 2022 版个人	856-873
中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	意外伤害保险	平安企业团体综合意外险	285-1,452.6
		平安个人意外伤害险	137.4-552.5

对应供应商名称	对应同类保险	保险名称	市场价格 (元/年)
	家庭财产保险	平安家庭财产保险 E 款	80-531.6
	雇主责任险	平安雇主安心保	78 起
	医疗保险	平安 e 家平安万事兴百万医	236-506
平安健康保险股份有限公司上海分公司	医疗保险	平安致优团体医疗保险	8,566-36,757
合众人寿保险股份有限公司北京分公司	寿险、医疗、意外伤害保险	团体员工住院无忧	150-200
平安养老保险股份有限公司上海分公司	医疗保险	安康福 关爱女性保险	244
	养老保险	富民宝专属商业养老保险	100

同行业可比上市公司未披露健康保障服务的出售价格，经各大保险公司官方网站查询，发行人报告期各期健康保障服务的销售均价处在主流保险公司的公开报价区间范围内，发行人健康保障服务的定价具有商业合理性和公允性。

（2）健康管理服务

发行人对健康管理服务的定价主要考虑因素包括体检产品的采购成本、体检配套服务的成本等业务成本和合理溢价，具体情况如下：

1）体检产品的采购成本受体检供应商的报价影响；

2）体检配套服务包括体检项目实施系统实现的体检在线预约和客户到检情况反馈、体检报告解读服务等体检配套服务，该部分服务需要一定的人力和系统运维成本；

3）合理溢价主要参考同行业公司的健康管理服务报价和历史与客户之间的交易价格而定。

报告期内，发行人健康管理业务的采购成本、采购数量以及对应的销售均价如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
健康管理采购成本（万元）	3,906.49	3,607.78	2,655.95
服务人次（万次）	8.49	8.08	6.26
人均采购成本（元/年）	460.12	446.37	424.52
人均销售价（元/年）	673.08	676.08	573.84

报告期内，发行人健康管理服务提供的产品主要为每年一次的体检产品，销售均价 573.84 元/年、676.08 元/年、673.08 元/年。健康管理产品为非标准类型产品，市场价格随产品内容差异较大，不存在标准的市场均价。

根据发行人可比上市公司外服控股的公开披露，外服控股 2018-2020 年的提供的体检服务主要有 420 元/年、600 元/年、780 元/年、1,020 元/年、1,260 元/年及 1,800 元/年等套餐。

发行人主要健康管理产品供应商的公开市场价格具体如下：

健康管理供应商名称	职场体检主要套餐价格（元/人）
上海美年门诊部有限公司	642-1,864
上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	256-570
爱康健康科技集团有限公司	535-1,670
北京爱康国宾门诊部有限公司	535-899
上海仁爱医院有限公司	105-748
上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	256-570

数据来源：各体检服务供应商官方网站。

发行人报告期各期健康管理服务的销售均价处在主流体检服务商职场体检的公开报价区间范围内，也处在外服控股销售的体检套餐价格区间范围内，发行人健康管理服务的定价具有商业合理性和公允性。

(五)报告期内存在供应商和客户双重身份的客户的主营业务情况、成立时间、股权结构、经营规模、合作时间，是否与发行人存在关联关系；各期销售及采购的具体内容、用途均价及公允性，与其他同类商品供应商之间的采购均价是否存在显著差异，如存在，请说明原因及合理性；

1、报告期内存在供应商和客户双重身份的客户的主营业务情况、成立时间、股权结构、经营规模、合作时间，是否与发行人存在关联关系

发行人主要从事人力资源服务，主要客户由世界 500 强企业、中国 500 强企业、大型国有企业和优质民营企业组成。报告期各期，公司因向客户雇员提供综合人力资源服务或因公司日常运营需要，存在向部分客户采购商品或服务的情况，如采购实物商品用于公司健康福利业务、采购通信服务用于维护公司日常经营等，代表主体如每日优鲜等知名社区零售平台、中国人保财险等大型保险公司、中国电信等国有大型通信服务公司。

报告期各期，既是客户又是供应商身份，且销售及采购金额当期均大于 100 万元或销售、采购单项大于 5 亿元的主要公司基本情况如下：

序号	客户名称	成立时间	主营业务	股权结构（主要股东及其持股比例）	经营规模	合作时间	是否存在关联关系
1	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	2000 年	韩国最大的化妆品及日化集团的境内全资子公司，主营化妆品及家用个护用品及饮料	LG 生活健康股份有限公司持股 100%	LG H&H: 7.19 万亿韩元	5 年以上	否
2	中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	1996 年	大型国有保险公司之分公司，主营财产保险相关的各类个人及企业保险产品	中国人民保险集团股份有限公司持股 68.98%	该分公司的总公司中国人民财产保险股份有限公司保险业务收入：4,875.33 亿元	5 年以上	否

序号	客户名称	成立时间	主营业务	股权结构（主要股东及其持股比例）	经营规模	合作时间	是否存在关联关系
3	上海烟草包装印刷有限公司	1994 年	主要生产高中档卷烟商标及包装装潢印刷品、画册、样本等	上海烟草集团有限责任公司持股 60.00%	未披露	10 年以上	否
4	中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司	2000 年	世界最大的石油公司之一、中国最大的油气生产和销售商中国石油的分支机构	中国石油天然气股份有限公司之分公司	该分公司的总公司中国石油天然气股份有限公司：3.24 万亿元	5 年以上	否
5	中汽研企业管理服务（天津）有限公司	1993 年	主营单位后勤管理服务、物业管理、专业保洁、清洗、消毒服务、住宿服务、餐饮服务	中国汽车技术研究中心有限公司持股 100.00%	未披露	3 到 5 年	否
6	华为技术有限公司	1987 年	世界 500 强，中国知名民营企业，是全球领先的信息与通信技术（ICT）解决方案供应商	华为投资控股有限公司持股 100.00%	6,423.38 亿元	3 年以下	否
7	西安蓝天实业有限公司	1993 年	主营单位后勤管理服务，经营范围涉及建筑安装工程、物业管理、动力运维、园林绿化 图文印刷、成品油销售、餐饮服务、货物运输、会展服务等	中国航空工业集团公司西安飞机设计研究所持股 100.00%	未披露	10 年以上	否
8	中智澳门有限公司	1995 年	发行人控股股东全资子公司，主营人力资源服务，原从事内地输澳劳务等人力资源服务业务，现已不再新签人力资源服务业务	中智集团持股 100.00%	1,344.12 万元	3 到 5 年	是

序号	客户名称	成立时间	主营业务	股权结构（主要股东及其持股比例）	经营规模	合作时间	是否存在关联关系
9	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	1994 年	国内领先产险公司的分支机构，主营业务覆盖法定产险业务及国际再保险业务等险种	中国平安保险（集团）股份有限公司持股 99.55%	该分公司的总公司中国平安财产保险股份有限公司原保险保费收入：2,980.38 亿元	10 年以上	否
10	陕西盛泰晟商贸有限公司	2021 年	主营包括会议展览服务、企业管理、市场调研、设计服务、商品销售等各类业务	自然人王敏持股 52.00%	未披露	3 年以下	否
11	平安健康保险股份有限公司上海分公司	2007 年	中国平安集团旗下的专业健康保险公司的分支机构，主营各类健康保险业务、意外伤害保险业务、政府委托管理健康保险业务、健康咨询服务业务、健康保险再保险业务等	中国平安保险（集团）股份有限公司持股 74.33%	该分公司的总公司平安健康保险股份有限公司：138.89 亿元	10 年以上	否
12	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	2005 年	国内知名综合性人寿保险公司的分支机构，主营各类人寿保险	中发实业（集团）有限公司持股 46.0559%	未披露	5 年以上	否
13	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	2002 年	中国太平洋保险旗下的一家专业子公司的分支机构，主营财产保险产品和服务。	中国太平洋保险（集团）股份有限公司持股 98.50%	该分公司的总公司中国太平洋财产保险股份有限公司：1,541.75 亿元	5 年以上	否

序号	客户名称	成立时间	主营业务	股权结构（主要股东及其持股比例）	经营规模	合作时间	是否存在关联关系
14	成都高新投资集团有限公司	1996 年	国有投资公司，主要从事城市开发、城市运营、产业投资	成都高新技术产业开发区国资金融局持股 90.00%	未披露	3 年以下	否
15	上海君翔广告制作有限公司	2014 年	主营图文广告设计制作、包装设计、会务服务、展览展示服务等	自然人舒乐申持股 100.00%	未披露	3 年以下	否
16	北京朗新天霁软件技术有限公司	2001 年	主营软件开发、计算机信息化、人力资源管理技术服务等	自然人蒋建军持股 31.9623%、无锡君枫股权投资合伙企业（有限合伙）持股 30.00%	未披露	3 年以下	否
17	北京每日优鲜电子商务有限公司	2014 年	知名生鲜 O2O 电商平台，主要销售水果蔬菜、海鲜肉禽、牛奶零食等全品类商品	Missfresh HK Limited 持股 100.00%	69.515 亿元	5 年以上	否
18	平安养老保险股份有限公司上海分公司	2007 年	国内知名综合性金融服务机构中国平安旗下子公司，全国最大的养老险公司的分支机构，主营年金、保险、养老保障等产品及服务	平安养老保险股份有限公司之分公司	该分公司的总公司平安养老保险股份有限公司：221.57 亿元	10 年以上	否
19	上海人寿保险股份有限公司上海分公司	2018 年	主营健康险、年金险、意外险及寿险等保险产品与资管服务	上海人寿保险股份有限公司之分公司	未披露	5 年以上	否

序号	客户名称	成立时间	主营业务	股权结构（主要股东及其持股比例）	经营规模	合作时间	是否存在关联关系
20	中国电信股份有限公司上海分公司	2008 年	世界 500 强，全球大型全业务综合智能通信信息服务运营商中国电信的分支机构，主营固定电话、移动通信、卫星通信、互联网接入及应用等综合信息服务	中国 电 信 股 份 有 限 公 司 之 分 公 司	该分公司的总公司中国电信股份有限公司：4,749.67 亿元	10 年以上	否
21	上海东航国际贸易有限公司	1992 年	主要从事餐饮服务和食品经营	东 方 航 空 进 出 口 有 限 公 司 持 股 100.00%	未披露	5 年以上	否
22	爱茉莉太平洋贸易有限公司	2003 年	世界 500 强，全球知名化妆品公司爱茉莉太平洋集团的境内子公司，主营化妆品、个护用品等	AMORE PACIFIC GLOBAL OPERATION S LIMITED 持股 100.00%	爱茉莉太平洋集团：44,950 亿韩元	5 年以上	否
23	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	2005 年	世界 500 强，全球最大的护肤、化妆品和香水公司之一雅诗兰黛集团的境内子公司，主营护肤、化妆品和香水	ESTEE LAUDER INTERNATIONAL INC 持股 100.00%	雅诗兰黛集团：177.38 亿美元	10 年以上	否

注：经营规模采用公司 2022 年/财年经审计的财务报告数据或公开披露的 2022 年经营业绩数据。

上述公司中，除澳门有限外，其他同为客户供应商的主体与发行人均不存在关联关系，相关交易价格公允，与其他同类业务的销售及采购不存在显著差异。澳门有限为发行人控股股东中智集团控制的企业，报告期内，澳门有限既为客户又为供应商的原因主要系中智集团为实现人力资源业务整合，将原澳门有限业务平移至发行人子公司中智澳门，或发行人境内子公司与澳门有限之间存在除平移业务之外的正常业务合作所致。

2、各期销售及采购的具体内容、用途、均价及公允性，与其他同类商品供应商之间的采购均价是否存在显著差异，如存在，请说明原因及合理性

（1）采购及销售规模

报告期各期，公司既是供应商又是客户主要系公司对外提供人力资源服务，同时因开展业务及保障日常运营向部分客户采购商品用于福利平台、采购通信服务维护日常运营、为自有员工及雇员采购保险产品等。

报告期各期，公司既是客户又是供应商，且销售及采购金额当期均大于 100 万元或销售或采购单项大于 5 亿元的合作主体在报告期内的交易情况如下：

单位：万元

客户/供应商名称	销售金额			采购金额		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
爱茉莉太平洋贸易有限公司	-	-	62,509.15	-	-	0.43
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	-	121,197.11	-	-	1.48	-
乐金生活健康贸易（上海）有限公司	25,409.61	30,127.70	29,530.01	96.68	113.63	184.94
中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司	2,377.40	3,676.61	4,391.97	59.41	99.44	126.39
中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	8,280.73	4,005.37	4,548.36	136.30	65.16	60.56
上海烟草包装印刷有限公司	3,575.34	3,404.65	2,900.36	68.08	160.49	149.69
中汽研企业管理服务（天津）有限公司	1,654.22	2,340.38	-	249.32	151.89	-
华为技术有限公司	-	840.14	415.33	-	180.55	132.21
西安蓝天实业有限公司	1,097.99	-	-	183.93	-	-
陕西盛泰晟商贸有限公司	-	272.98	-	-	103.64	-
中国电信股份有限公司上海分公司	35.94	37.83	1,592.66	540.02	391.58	474.59
成都高新投资集团有限公司	188.25	177.91	29.05	349.61	19.54	28.35
平安健康保险股份有限公司上海分公司	386.66	218.31	-	1,904.52	1,739.88	-
合众人寿保险股份有限公司北京分公司	304.91	228.05	-	1,526.83	1,245.19	-
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	229.65	217.16	-	9,713.41	6,867.73	-
中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	648.63	596.01	15.74	4,394.64	4,168.95	3,849.99

客户/供应商名称	销售金额			采购金额		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
平安养老保险股份有限公司上海分公司	77.23	140.90	-	644.52	981.33	-
上海人寿保险股份有限公司上海分公司	47.63	130.73	-	30.73	355.81	-
上海君翔广告制作有限公司	142.68	-	-	207.38	-	-
北京朗新天霁软件技术有限公司	109.43	-	-	203.30	-	-
北京每日优鲜电子商务有限公司	96.76	87.96	112.35	463.59	252.30	435.60
上海东航国际贸易有限公司	-	10.91	104.46	41.83	67.44	182.91
中智澳门有限公司	977.44	28.88	-	1,017.80	0.27	-
合计	45,640.49	167,739.58	106,149.45	21,831.90	16,966.28	5,625.65

注：该表仅统计当期既为客户又为供应商的主体当期的销售及采购金额。

报告期内，发行人向既是客户又是供应商的客户采购金额较小。

（2）销售具体情况

报告期内，发行人向当期同为客户、供应商的前述主体的主要销售内容及单价情况如下：

主体名称	主要销售内容及用途	销售价格		
		2022	2021	2020
爱茉莉太平洋贸易有限公司	业务外包	/	/	/
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	业务外包	/	/	/
乐金生活健康贸易（上海）有限公司	业务外包	/	/	/
中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司	业务外包	/	/	/
中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	业务外包	/	/	/
上海烟草包装印刷有限公司	业务外包	/	/	/
中汽研企业管理服务（天津）有限公司	业务外包	/	/	/
华为技术有限公司	人事管理	/	/	/
西安蓝天实业有限公司	业务外包	/	/	/
陕西盛泰晟商贸有限公司	业务外包	/	/	/

主体名称	主要销售内容及用途	销售价格		
		2022	2021	2020
中国电信股份有限公司上海分公司	招聘	/	/	/
成都高新投资集团有限公司	业务外包	/	/	/
	管理咨询	/	/	/
平安健康保险股份有限公司上海分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
合众人寿保险股份有限公司北京分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
平安养老保险股份有限公司上海分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
上海人寿保险股份有限公司上海分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	健康福利（保险经纪业务经纪费）	/	/	/
	人才派遣	/	/	/
上海君翔广告制作有限公司	业务外包	/	/	/
北京朗新天霁软件技术有限公司	其他人力资源服务（软件开发）	/	/	/
北京每日优鲜电子商务有限公司	人事管理	/	/	/
上海东航国际贸易有限公司	健康福利	/	/	/
中智澳门有限公司	薪酬财税	/	/	/
	招聘	/	/	/

注：上表发行人向中智澳门有限公司销售内容不包含中智集团相关人力资源平移业务。

报告期内，发行人向同为客户及供应商主体各业务销售均价及公允性情况如下：

1) 业务外包

报告期内上述同为客户及供应商的客户销售均价与发行人业务外包业务平均单价对比如下：

序号	主体名称	销售价格（元/人/月）		
		2022	2021	2020
1	爱茉莉太平洋贸易有限公司	/	/	/
2	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	/	/	/

序号	主体名称	销售价格（元/人/月）		
		2022	2021	2020
3	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	/	/	/
4	中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司	/	/	/
4	中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	/	/	/
5	上海烟草包装印刷有限公司	/	/	/
6	中汽研企业管理服务（天津）有限公司	/	/	/
7	西安蓝天实业有限公司	/	/	/
8	陕西盛泰晟商贸有限公司	/	/	/
9	成都高新投资集团有限公司	/	/	/
10	上海君翔广告制作有限公司	/	/	/
业务外包业务人均月收费		11,172.86	10,412.81	8,122.49

发行人业务外包依据项目成本加项目风险金或合理溢价进行定价。发行人向同为客户及供应商的客户提供业务外包服务均依据前述定价标准合理定价，销售定价均处于合理价格区间内，定价公允。

2）招聘及灵活用工

报告期内，发行人向上述同为客户及供应商的客户提供招聘服务，其均价与发行人招聘及灵活用工业务平均单价对比如下：

序号	主体名称	销售价格（元/人/月或元/岗）		
		2022	2021	2020
1	中智澳门有限公司	/	/	/
2	中国电信股份有限公司上海分公司	/	/	/
招聘及灵活用工人均月收费		8,562.56	8,449.17	7,539.75

发行人招聘业务一般依据项目、人次或需要提供的服务数量定价。报告期内，发行人向同为客户及供应商的关联方澳门有限提供招聘服务，按照所招聘人才的岗位和级别定价，与澳门有限其他客户不存在显著差异，定价公允。

3）健康福利

发行人健康福利业务一般由发行人向客户员工提供健康服务、福利外包服务或通过子公司关爱通的福利平台提供实物商品或卡券类福利商品服务。2020 及 2021

年，发行人向同为客户及供应商的客户上海东航国际贸易有限公司（下称“东航国际贸易”）销售福利产品，由于可选福利产品众多，整体销售较为分散，其各类型产品销售结构如下：

序号	产品类型	福利产品销售金额占比	
		2021 年	2020 年
1	零食/茶酒/食品	54.55%	56.06%
2	生活家电	24.57%	20.60%
3	居家/厨具/收纳	16.43%	15.00%
4	家纺/家饰/鲜花	0.73%	4.12%
5	手机/数码	-	2.16%
6	箱包皮具	-	1.54%
7	美妆/个人护理	-	0.06%
8	运动/检测/保健	1.70%	0.06%
9	生鲜水果	2.02%	0.06%
10	购物拎袋	-	0.33%
合计		100.00%	100.00%

报告期内，发行人及其子公司向东航国际贸易主要销售零食/茶酒/食品类、生活家电类及居家/厨具/收纳类福利产品，选取占向其销售收入比例较大的部分典型产品对比销售均价与市场价格的具体情况如下：

主体名称	产品类型	代表产品	销售均价（元）				市场价格
			2021 年	购销收入占比	2020 年	购销收入占比	
上海东航国际贸易有限公司	零食/茶酒/食品	林源茂有机杂粮	-	-	/	21.72%	约 138~198 元
		喜茶 苏打气泡水 500ml*15 瓶*1 箱	/	1.53%	-	-	82.5 元
	生活家电	SKG 4098 颈椎按摩器（二代蓝牙款）	-	-	/	16.23%	289 元
		Shark 真空吸尘器（随手吸）	/	5.66%	-	-	约 559~639 元
	居家/厨具/收纳	康宁（Revere）系列耐热玻璃餐具 6 件套	/	11.24%	-	-	约 144~154 元

主体名称	产品类型	代表产品	销售均价（元）				市场价格
			2021 年	购销收入占比	2020 年	购销收入占比	
		黛丝恩洗护套装	-	-	/	1.22%	176 元

注：市场价格参考该产品或同类产品官方定价及在淘宝、京东等电商渠道价格。

由上表可知，因不同商家促销活动不同，同一产品的市场价格有所波动，发行人向东航国际贸易销售产品定价与市场价格不存在较大差异，定价公允。

除福利业务客户之外，发行人在开展健康业务的过程中，通过子公司中智保险采购各知名保险公司的产品，中智保险向保险公司收取保险经纪费。该保险经纪费通常依据不同保险方案及产品定价确定费率，定价公允。

4) 人事管理

报告期内上述同为客户及供应商的客户销售均价与发行人人事管理业务平均单价对比如下：

序号	主体名称	销售价格（元/人/月）		
		2022	2021	2020
1	北京每日优鲜电子商务有限公司	/	/	/
2	华为技术有限公司	/	/	/
人事管理业务人均月收费		63.38	66.92	65.74

发行人人事管理服务一般按照所服务的人次计算服务费，基础服务参考行业服务费定价；额外服务基于服务成本、服务内容、服务规模等，参考行业收费水平，总体协商定价。发行人向同为客户及供应商的客户提供人事管理服务均依据定价标准合理定价，销售定价处于合理价格区间内，定价公允。

5) 管理咨询

发行人管理咨询业务一般按照项目收费，因该业务具有定制化属性，不同客户、不同项目之间定价差异较大，通常综合考虑项目的具体情况、参考项目成本协商确定服务价格。发行人为同为客户及供应商的客户提供咨询服务的定价方式与其他客户的定价方式不存在显著差异，定价公允。

6) 人才派遣

报告期内上述同为客户及供应商的客户销售均价与发行人人才派遣业务平均单价对比如下：

序号	主体名称	销售价格（元/人/月）		
		2022	2021	2020
1	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	/	/	/
人才派遣业务人均月收费		148.59	136.93	132.53

发行人人才派遣业务一般按照所派遣雇员的人次计算服务费，基础服务参考行业服务费定价；额外服务基于服务成本、服务内容、服务规模等，参考行业收费水平，总体协商定价。发行人向同为客户及供应商的客户提供人才派遣服务均依据定价标准合理定价，销售定价处于合理价格区间内，定价公允。

7) 薪酬财税

报告期内上述同为客户及供应商的客户提供薪酬财税服务的均价如下：

序号	主体名称	销售价格（元/人/月）		
		2022	2021	2020
1	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	/	/	/
人才派遣业务人均月收费		148.59	136.93	132.53

发行人薪酬财税计费方式较多，通常按照所服务人次、服务项目计算服务费、按照项目或次数计算服务费或按年/月计算服务费。报告期内，发行人主要向同为客户及供应商的澳门有限提供薪酬财税服务，其定价方式与其他客户定价方式不存在显著差异，具备公允性。

(3) 采购情况

报告期内，发行人向当期同为客户、供应商的前述主要客户主要采购实物商品及定制保险产品，其中代表产品情况具体如下：

1) 向同为客户、供应商的客户采购商品

①采购储值卡、提货码等虚拟商品

报告期内，发行人及其子公司向每日优鲜采购面值为 100 元至 1,000 元不等的“每日优鲜储值卡/提货码”，用于兑换每日优鲜平台商品。经双方协商，基于公司采

购数量较大，采购价格在储值卡（提货码）面值的基础上给予一定折扣，定价公允。

主体	采购内容及用途	代表产品	采购价格（元）			同种或同类产品市场价格（元）
			2022	2021	2020	
北京每日优鲜电子商务有限公司	采购每日优鲜平台提货码用以兑换商品作为福利	每日优鲜储值卡/提货码 100 元	/	/	/	100
		每日优鲜储值卡/提货码 200 元	/	/	/	200
		每日优鲜储值卡/提货码 300 元	/	/	/	300
		每日优鲜储值卡/提货码 500 元	/	/	/	500
		每日优鲜储值卡/提货码 1000 元	/	/	/	1,000

②采购实物商品作为福利产品

报告期内，东航国际贸易向发行人子公司关爱通提供食品、电器、日用百货等各类商品作为关爱通平台自营福利商品，由关爱通平台用户自行选购后，关爱通与东航国际贸易进行结算，采购较为分散，采购产品结构如下：

类别	2022 年	2021 年	2020 年
美食健康	62.50%	86.03%	75.77%
家用电器	27.28%	11.34%	19.22%
日用百货	10.22%	0.56%	1.29%
个护美妆	-	2.07%	3.11%
母婴玩具	-	-	0.61%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

报告期内，发行人子公司关爱通向东航国际贸易主要采购美食健康类及家用电器类商品，由于产品众多，采购较为分散，各品类代表产品参考市场价格定价，定价公允，代表产品、占向东航国际贸易采购金额的比例、价格对比具体如下：

产品类别	代表产品	采购价格(元)						同种或同类产品市场价格(元)
		2022	占比	2021	占比	2020	占比	
美食健康	纽仕兰 3.6g 脱脂牛奶礼盒 250ml*10	-	-	/	5.48%	/	0.00%	40.40
	太湖黑 黑猪礼盒 2365g	-	-	/	4.90%	-	-	288
家用电器	博皓智能冲牙器	/	0.07%	/	2.05%	/	3.04%	189~219
	九阳 降糖蒸汽电饭煲 3.5L	-	-	/	8.49%	-	-	533.33

注：市场价格参考该产品或同类产品官方定价及在淘宝、京东等电商渠道价格。

报告期内，中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司发放零星食品及家居日化用品作为外包雇员福利，由发行人子公司支付；此外，发行人及其子公司分别向乐金生活健康、爱茉莉及雅诗兰黛采购其旗下知名品牌“后”系列、“兰芝”系列及“祖玛珑”系列产品作为客户指定活动用品及客户维护的伴手礼，前述产品各期采购均金额较小，代表产品情况具体如下：

主体	采购内容及用途	代表产品	采购价格(元)			同种或同类产品市场价格(元)
			2022	2021	2020	
中国石油天然气股份有限公司陕西西安销售分公司	外包雇员福利商品采购	汰渍全效 360 度洗衣液 洁雅百合香型 1kg	/	-	-	29.9
		奥妙净蓝全效洗衣液 2L	/	/	-	27.8
		农夫山泉天然苏打水饮品(白桃风味)410ML*1箱	-	/	-	约 45
乐金生活健康贸易(上海)有限公司	化妆品等客户指定活动用品采购	后拱辰享雪玉凝光彩精华乳	-	-	/	约 274
		后天气丹花献光彩紧颜眼霜 25ml	-	/	-	430
爱茉莉太平洋贸易有限公司	化妆品等客户指定活动用品采购	兰芝鲜活亮采维果精华肌底液	-	-	/	270
		兰芝新水酷高保湿精华露	-	-	/	325
雅诗兰黛(上海)商贸有限公司	采购美妆个护用品	祖玛珑维他命 E 盈润护手霜	-	/	-	550

主体	采购内容及用途	代表产品	采购价格（元）			同种或同类产品市场价格（元）
			2022	2021	2020	
公司	用于客户维护	JO MALONE 香水	-	/	-	950

注：市场价格参考该产品或同类产品官方定价及在淘宝、京东等电商渠道价格。

2）向同为客户、供应商的供应商采购保险产品

发行人及其子公司向报告期内同为客户、供应商的主要保险供应商的采购均通过邀请招标或询比价的方式开展，具体如下：

序号	主体	采购内容及用途	采购方式
1	平安健康保险股份有限公司上海分公司	医疗保险	邀请招标
2	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	寿险、医疗、意外伤害保险	邀请招标
3	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	家庭财产保险、医疗保险、雇主责任险	邀请招标
4	中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	寿险、医疗、意外伤害保险	邀请招标
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	医疗保险、意外险	询比价
6	上海人寿保险股份有限公司上海分公司	寿险、医疗、意外伤害保险	询比价
7	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	家庭财产保险	询比价

上述供应商中，平安健康、合众人寿及太平洋财险的采购价格公允性分析参见本回复之“问题 2 关于主营业务成本”之“问题 2.1 关于主要供应商”之“（八）向平安保险采购健康保障产品价格显著高于其他同类产品供应商的原因及合理性，是否与可比公司存在差异及原因；结合产品内容、招投标过程、竞标情况、定价依据等，进一步分析说明健康保障产品前五大客户采购价格的公允性”。

人保财险成都分公司中标发行人子公司中智四川采购的“团体人身保险”。在评标过程中，发行人综合考量供应商承保方案（5%）、合作项目延伸（30%）、理赔服务（5%）、增值服务（10%）及价格（50%）量化评分，人保财险成都分公司经过评分中标，采购定价公允。

选取拟投保人数最多的某项商业保障计划报价对比情况如下：

单位：元/人/年

方案内容	供应商	报价
门诊 2 万元，住院 10 万元，生育保险 8,000 元；住院医疗 0 免赔，赔付比例 100%；床位费 100 元/日；门诊医疗 0 免赔，赔付比例 100%，无日限额	中国人民财产保险股份有限公司成都市分公司	/
	中德安联人寿保险有限公司四川分公司	/
	中意人寿保险有限公司四川省分公司	/

此外，发行人亦通过向与其长期合作的大型保险公司发送需求并开展询比价，根据保险公司报价及综合条件选择合适供应商的方式采购保险产品，上述同为客户、供应商的主体中，平安养老保险股份有限公司上海分公司（下称“平安养老保险”）、上海人寿保险股份有限公司上海分公司（下称“上海人寿”）及中国平安财产保险股份有限公司上海分公司（下称“平安财险”）系通过询比价方式采购，代表产品报价对比如下：

①向平安养老保险采购客户公共交通保险方案

险种	询价单位	费率
飞机	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/
火车、轨交	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/
轮船	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/
驾驶非营运性质的机动车（自驾车）	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/
乘坐非营运性质的机动车（自驾车）	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/
乘坐营运性质的机动车（营运汽车、含网约车）	平安养老保险	/
	保险公司 A	/
	保险公司 B	/

2021 年，银保监会发布《中国银保监会办公厅关于印发意外伤害保险业务监管办法的通知》对意外伤害保险费率做出指导意见，平安养老保险率先响应该意见，使得其当年意外保险费率相较其他供应商有较大优势，经比价，选定其为续保供应商。

②向上海人寿采购“惠氏 SSM”续保方案

方案名称	险种	询价单位	保费/费率
“A 类 员工普通方案 700”	意外身故	上海人寿	/
		保险公司 A	/
		保险公司 B	/
		保险公司 C	/
		保险公司 D	/
	疾病身故	上海人寿	/
		保险公司 A	/
		保险公司 B	/
		保险公司 C	/
		保险公司 D	/
	重大疾病	上海人寿	/
		保险公司 A	/
		保险公司 B	/
		保险公司 C	/
		保险公司 D	/
	交通意外 (航空 50 万元；轮 船、营运汽车、火车、 自驾车 20 万元)	上海人寿	/
		保险公司 A	/
		保险公司 B	/
		保险公司 C	/
		保险公司 D	/
	门急诊、住院、女性 生育	上海人寿	/
		保险公司 A	/
		保险公司 B	/
		保险公司 C	/
		保险公司 D	/

注：意外伤害保险及定期寿险保费=保额*费率。

经比价及综合考虑供应商服务能力、保险方案与客户需求的匹配程度，选定上海人寿作为“惠氏 SSM”续保项目的供应商。

③向平安财险采购雇主责任险

报告期内，发行人子公司向平安财险采购雇主责任险，该子公司经向市场多家保险机构询比价，仅平安财险满足报价及承保条件需求，该保险方案各年均价与同类产品市场价格对比情况如下：

代表产品	采购价格（元/人/年）			同种或同类产品市场价格
	2022	2021	2020	
雇主责任险	/	/	/	约 60 元/人/年

雇主责任险通常依据被保职工类型、所选保险方案、保额大小、保障期限及投保人数定价，因其所选保障方案不同，保费可能存在差异。报告期内发行人子公司向平安财险采购雇主责任险的首批投保人数均大于 4.8 万人，根据平安财险保费计算规则，依其投保规模享受相应优惠，定价公允。

综上，对于实物商品，发行人向当期同为客户、供应商的上述主体的代表产品的采购价格与该主体销售同类产品的市场价格不存在显著差异，定价公允；对于保险产品，发行人所采购的定制产品依据所选的保障项目的报价计算保费，与保险公司其他产品的定价规则不存在差异，相关采购均履行邀请招标或询比价流程，定价公允。

除上述主要采购外，发行人还向其他当期同为客户、供应商的主体采购外包雇员餐饮服务、通信服务、展厅布置服务、软件服务及房屋租赁服务等，相关采购价格以市场价格为依据或以供应商统一报价为参考，具备公允性。

三、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、取得发行人的各业务的收入明细表，查阅发行人的业务系统，统计报告期各期各业务前五大客户的收入和年平均雇员人数，复核计算其均价和收入占比；

2、取得发行人的其他人力资源业务的收入明细表，统计其他人力资源业务的细分业务占比情况，按客户注册地统计其他人力资源业务收入按地域分布情况；

3、取得发行人报告期各期各业务前五大客户的合同，查阅服务费报价和信用期相关的合同条款；

4、访谈发行人的业务负责人，了解发行人报告期各期各业务前五大客户平均服务费的定价依据，查阅市场薪酬报告，查阅同行业可比公司公开披露材料，结合合同条款、岗位职能、同时期同类人才薪酬水平分析发行人报告期各期各业务前五大客户平均服务费的定价公允性及变动原因；

5、访谈发行人的业务负责人，将发行人报告期各期业务外包、灵活用工、人才派遣、人事管理前五大客户的均价与相应业务整体均价进行比对，并结合雇员岗位职能、服务内容等分析差异原因及合理性；

6、取得发行人报告期各期福利服务的平均销售单价，选取向福利商品前五大供应商采购的主要品类的具体福利商品，将其出售价格与主流电商平台的同型号商品进行对比；

7、取得发行人报告期各期健康保障服务和健康管理服务的平均销售单价，分别与发行人主要健康保障产品供应商的部分具体保险产品公开市场价格和主要健康管理产品供应商的公开市场价格、同行业可比公司公开披露的体检服务的价格进行对比；

8、查阅了发行人审计报告、获取了报告期各期发行人销售及采购明细，对发行人主要客户的类型、规模、地域、行业分布进行了分析，比对了销售及采购明细中同为客户与供应商的情形；

9、查阅了发行人同业可比公司客户构成、客户规模等公开信息，并与发行人进行对比分析；

10、查阅公开信息，了解了发行人同为客户供应商的合作主体的成立时间、主营业务、经营规模等基本信息，获取前述主体股权结构并与发行人关联方进行比对；

11、获取了同为发行人客户及供应商的中重要主体的销售及采购内容、均价、

用途及同类产品其他供应商采购均价等业务明细信息；

12、向发行人的业务负责人和财务负责人了解报告期内员工退回的情况和具体原因，退回人员的后续安排，对收入成本的影响，获取员工退回相关制度，对发行人员工退回情况分析其合理性；

13、对发行人的主要客户进行发函，首次申报时选取报告期各期营业收入大于 500 万的客户，2022 年年度审计选取 2022 年前 500 大客户进行函证。报告期各期对主要客户的发函、回函及确认相符的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入（A）	1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30
发函金额（B）	1,027,234.46	1,079,679.95	1,104,524.48
发函比例（=B/A）	56.07%	69.45%	73.23%
回函金额（C）	1,001,452.42	977,929.39	1,021,314.13
回函比例合计（=C/B）	97.49%	90.58%	92.47%
确认相符金额（D）	1,027,234.45	1,079,679.95	1,104,524.48
确认相符比例合计（=D/B）	100.00%	100.00%	100.00%

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人各类业务前五大客户平均服务费定价依据和变动原因合理，符合行业惯例，定价公允；

2、发行人业务外包和灵活用工业务五大客户之间的均价存在一定差异，主要系客户雇员的岗位及对应薪资不同所致；人才派遣和人事管理业务前五大客户之间的均价存在一定差异，主要系客户对服务需求不同所致。各业务信用期限一般不超过三个月，客户直接与发行人签订合同，业务外包、灵活用工、人事管理、人才派遣业务前五大客户的均价与对应业务整体均价的差异具有合理性；

3、报告期内，退回员工是指公司在承担经济责任的业务外包及灵活用工服务开展过程中，客户因业务调整出现退回派出人员的情况，主要系客户业务发生变化导致项目终止或提前取消合同、员工进入孕产期等原因，相关员工退回情况具有

合理性。在员工退回后，由发行人后续安排为其解除合同或者分配转岗，报告期内公司发生的员工退回情况对当期收入不产生影响，对营业成本影响金额及占比均较小，对公司正常经营不会构成重大不利影响；

4、发行人自营福利产品的定价主要参考市场价格，综合考虑采购成本定价；发行人自营福利商品出售价格与市场价格不存在明显差异；发行人对健康管理服务的定价主要考虑体检产品的采购成本、体检配套服务的成本等业务成本和合理溢价；发行人报告期各期健康管理服务的销售均价与市场价格、同行业可比公司对应服务均价不存在显著差异，发行人健康管理服务定价公允；发行人对健康保障服务的定价主要考虑保险产品的采购成本、保险配套服务的成本等业务成本和合理溢价；发行人报告期各期健康保障服务的销售均价与市场价格不存在显著差异；发行人福利健康产品定价依据充分，价格公允；

5、报告期内，公司既是供应商又是客户主要系公司对外提供人力资源服务，同时因开展业务及保障日常运营向部分客户采购商品用于福利平台、采购通信服务维护日常运营、为自有员工及雇员采购保险产品等，除澳门有限外，其他同为客户供应商的主体与发行人均不存在关联关系；发行人向同为客户及供应商的主体主要销售包括人事管理、人才派遣、业务外包、灵活用工及薪酬财税等各类人力资源服务，均依据各类业务的收费标准结合客户需求定价，定价公允；发行人向同为客户及供应商的主体主要采购实物商品及保险产品等，经与市场价格比较，定价公允。

问题 2 关于主营业务成本

问题 2.1 关于主要供应商

根据申报材料：（1）发行人外采内容主要为人力资源外部委托、自营福利商品采购、健康保障采购以及健康管理产品采购；（2）2021-2022 年期间，安华物业持续为人力资源外部委托的第一大供应商，且采购单价与其他供应商差异较大；（3）福利商品采购方面，向索电数码、兰焜信息采购单价显著高于其他供应商且存在波动，系前述供应商主要提供电子产品类商品；（4）健康保障、健康管理两类产品采购中，向平安保险和爱康集团采购产品的单价远高于其他供应商，其中爱康集团单价 2021 年较 2020 年显著增加；上海电力医院自 2020 后未再成为健康管理产品的前五大供应商。

请发行人说明：（1）各类别产品采购的前五大供应商、合同类型、具体采购内容、采购规模及占比；（2）不同类别产品供应商的选择标准及定价依据，各类产品前五大供应商的成立时间、注册资本、股权结构、合作历史、主营业务及经营规模、采购金额占供应商收入的比例，是否与发行人存在关联关系，是否存在成立即成为发行人主要供应商及原因；（3）发行人取得客户订单、外采人力资源的具体过程，人力资源供应商的选择标准、合作模式、结算方式、主要合同条款及发行人承担的主要责任，相关收入、成本的确认时点、确认依据及会计处理方式；是否存在未经客户确认外采人力资源的情形，如存在，分析原因及风险；（4）安华物业自 2021 年起新增成为人力资源外部委托第一大供应商的原因，结合合同内容、定价机制、岗位职能、地域薪资水平、自有人才薪资水平等，定量分析该供应商采购单价远高于其他同类供应商单价的原因及合理性；（5）结合福利平台业务的具体开展模式、实物流及资金流情况、客户验收条件及收入确认依据，量化分析自营福利产品采购成本与相关业务收入之间的匹配关系；（6）报告期内，采购“非标准类型商品”的类别分布情况，向索电数码、兰焜信息采购电子产品的具体品类，结合与其他供应商同类产品单价或该类型产品市场价格的差异情况，分析说明差异原因及定价公允性；（7）保险类合同的签订方、投保人、资金来源及流向、结算周期、发行人承担的主要责任、客户员工享有的权益及实现途径，子公司中智保险具体业务内容与发行人采购此类产品之间的关系；（8）向平安保险采购健康保障产品价格显著高于其他同类产品供应商的原因及合理性，是否与可比公司存在差异及原因；结合产品内容、

招投标过程、竞标情况、定价依据等，进一步分析说明健康保障产品前五大客户采购价格的公允性；（9）各期健康管理产品前五大供应商增减变动原因，结合爱康集团、上海电力医院提供的健康管理产品内容与其他供应商同类产品具体差异，进一步分析爱康集团采购价格增幅显著且远高于其他供应商的原因。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）各类别产品采购的前五大供应商、合同类型、具体采购内容、采购规模及占比；

报告期内，发行人涉及对外采购的产品主要包括人力资源外部委托、自营福利商品、健康保障以及健康管理产品。具体情况如下：

1、人力资源外部委托

报告期内，除发行人直接为客户提供人力资源服务外，发行人及其各地分子公司会根据客户需求委托第三方外部机构开展人力资源服务。

为满足全国各地区的服务落地需要，发行人根据社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求，以行业经验、服务可靠性、服务专业性和服务质量等为主要指标选聘当地的人力资源服务供应商，采购相关人力资源落地服务，并通过评估、审核批准、签署合作协议、进入试用期并最终确定成为发行人的正式服务供应商。该类人力资源外部委托采购一般发生在公司业务较为薄弱或没有直接落地服务的地区，如山东、内蒙古、安徽、吉林、黑龙江等地区。

发行人与客户签署的服务主协议中，一般会明确约定由发行人负责确定外部或异地受托机构。报告期内，发行人未发生因外部委托而导致的客户纠纷，发行人亦通过严格的供应商遴选程序，并通过及时收集终端客户对委外服务商服务质量反馈等方式控制外部委托业务风险，保证客户服务满意度。

报告期各期，发行人上述人力资源外部委托业务的前五大供应商的合同类型、具体采购内容、采购规模及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
2022 年度					
1	山东安华物业管理有限公司	框架合同	派遣人员现场管理服务	402.84	6.02%
2	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、入离职办理服务等	266.47	3.98%
3	安徽德勤人力资源有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	261.17	3.90%
4	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	247.67	3.70%
5	吉林省外国企业服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	227.91	3.40%
2021 年度					
1	山东安华物业管理有限公司	框架合同	派遣人员现场管理服务	363.63	5.27%
2	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	326.05	4.73%
3	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	286.07	4.15%
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、入离职办理服务等	284.01	4.12%
5	安徽德勤人力资源有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	274.43	3.98%
2020 年度					
1	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	314.24	4.80%
2	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	290.72	4.44%
3	安徽德勤人力资源有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	289.92	4.43%
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、入离职办理服务等	217.62	3.32%
5	哈尔滨外国企业服务有限公司	框架合同	代办社保公积金、档案管理服务等	191.35	2.92%

2、自营福利商品

自营福利商品平台业务由发行人下属控股企业关爱通运营，报告期各期，发行人自营福利商品的前五大供应商的合同类型、具体采购内容、采购规模及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
2022 年度					
1	上海圆迈贸易有限公司	框架合同	日用百货、美食健康、服饰鞋靴等类型福利商品	39,827.61	37.35%
2	上海盒马网络科技有限公司	框架合同	美食健康类福利商品	15,205.69	14.26%
3	上海索电数码科技有限公司	框架合同	3C 数码类福利商品	4,258.61	3.99%
4	上海兰焜信息科技有限公司	框架合同	3C 数码类福利商品	2,306.02	2.16%
5	上海奥炯贸易有限公司	框架合同	家用电器、个护美妆、服饰鞋靴等类型福利商品	2,201.69	2.06%
2021 年度					
1	上海圆迈贸易有限公司	框架合同	母婴玩具、美食健康、日用百货等类型福利商品	32,196.20	49.83%
2	上海索电数码科技有限公司	框架合同	家用电器、母婴玩具、3C 数码等类型福利商品	2,646.36	4.10%
3	上海兰焜信息科技有限公司	框架合同	3C 数码类福利商品	1,224.86	1.90%
4	上海盒马网络科技有限公司	框架合同	美食健康类福利商品	1,209.77	1.87%
5	上海中智科技应用发展有限公司	框架合同	3C 数码、家用电器、个护美妆等类型福利商品	876.39	1.36%
2020 年度					
1	上海圆迈贸易有限公司	框架合同	美食健康、家用电器、个护美妆等类型福利商品	6,310.12	20.45%
2	上海索电数码科技有限公司	框架合同	家用电器、母婴玩具、3C 数码等类型福利商品	2,757.70	8.94%
3	柏全实业（上海）有限公司	框架合同	家用电器、日用百货等类型福利商品	1,170.88	3.79%
4	上海艺冉贸易有限公司	框架合同	家用电器、日用百货等类型福利商品	794.50	2.57%
5	上海沁好贸易有限公司	框架合同	美食健康、家用电器、日用百货等类型福利商品	791.32	2.56%

注：上述公司除上海中智科技应用发展有限公司系中智集团下属子公司外，其余均为中智体系的外部供应商。

3、健康保障产品

健康保障成本主要由发行人向保险公司采购的保险产品构成，投保的具体产品主要为补充健康医疗保险。

报告期各期，发行人健康保障商品的前五大供应商的合同类型、具体采购内容、采购规模及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
2022 年度					
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	9,711.54	47.36%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	4,132.98	20.16%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	保单	团体全球高端医疗保险等	1,904.13	9.29%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	保单	团体意外伤害保险、团体附加意外伤害医疗保险等	1,217.85	5.94%
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险等	636.31	3.10%
2021 年度					
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	6,851.50	39.50%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	3,873.06	22.33%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	保单	团体全球高端医疗保险等	1,739.50	10.03%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	保单	团体意外伤害保险、团体附加意外伤害医疗保险等	1,147.22	6.61%

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险等	960.51	5.54%
2020 年度					
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	6,783.80	37.63%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等	3,845.06	21.33%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	保单	团体全球高端医疗保险等	1,551.53	8.61%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	保单	团体意外伤害保险、团体附加意外伤害医疗保险等	1,132.44	6.28%
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	保单	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险等	966.12	5.36%

发行人健康保障产品前五大供应商采购招投标过程及价格情况参见本回复之“问题 2.1 关于主要供应商”之“（八）向平安保险采购健康保障产品价格显著高于其他同类产品供应商的原因及合理性，是否与可比公司存在差异及原因；结合产品内容、招投标过程、竞标情况、定价依据等，进一步分析说明健康保障产品前五大客户采购价格的公允性”。

4、健康管理产品

健康管理产品采购主要系发行人在健康管理服务业务开展过程中，为满足全国各地客户服务属地化需要，向相关体检服务商采购体检相关服务。

报告期各期，发行人健康管理产品的前五大供应商的合同类型、具体采购内容、采购规模及占比情况如下：

单位：万元

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
2022 年度					

序号	供应商名称	合同类型	具体采购内容	采购金额	占比
1	上海美年门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	1,164.76	29.82%
2	上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	744.20	19.05%
3	爱康健康科技集团有限公司	框架合同	医疗服务-体检	407.69	10.44%
4	北京爱康国宾门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	222.92	5.71%
5	上海仁爱医院有限公司	框架合同	医疗服务-体检	126.65	3.24%
2021 年度					
1	上海美年门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	926.05	25.67%
2	爱康健康科技集团有限公司	框架合同	医疗服务-体检	681.58	18.89%
3	上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	502.52	13.93%
4	上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	312.13	8.65%
5	上海仁爱医院有限公司	框架合同	医疗服务-体检	143.94	3.99%
2020 年度					
1	上海中盈保险经纪有限公司	框架合同	体检及配套服务	874.49	32.93%
2	上海美年门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	356.67	13.43%
3	爱康健康科技集团有限公司	框架合同	医疗服务-体检	332.74	12.53%
4	上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	框架合同	医疗服务-体检	287.96	10.84%
5	上海电力医院	框架合同	医疗服务-体检	141.80	5.34%

注：上述公司除上海中盈保险经纪有限公司外，其余均为中智体系的外部供应商。发行人于 2020 年收购上海中盈保险经纪有限公司，将其纳入合并范围内。上海中盈保险经纪有限公司现已改名为“中智保险经纪（上海）有限公司”。

为满足客户属地化、多样化、个性化的需求，发行人在选择健康管理产品时将供应商线下网点覆盖范围、体检套餐产品丰富程度、专业化服务能力、市场口碑及资质条件作为主要考量因素，在相应供应商准入标准下，市场上体检产品主流供应商均可纳入发行人供应商体系，无需履行招投标程序。由于健康管理业务通常在客户雇员在发行人服务平台自主选择体检产品完成体检服务之后，再由供应商定期依据客户雇员所选购套餐内容及数量与发行人结算，因此在初次引进供应商时，由于无法确定具体的采购内容，产品价格并不作为重要考量因素。

（二）不同类别产品供应商的选择标准及定价依据，各类产品前五大供应商的成立时间、注册资本、股权结构、合作历史、主营业务及经营规模、采购金额占供应商收入的比例，是否与发行人存在关联关系，是否存在成立即成为发行人主要供应商及原因；

1、发行人不同类别产品供应商的选择标准及定价依据

报告期内，发行人主要对外采购人力资源委托服务、福利商品、健康保障产品、健康管理产品四类产品及服务，其不同类别产品供应商选择标准及定价依据如下：

（1）人力资源外部委托

发行人在分支机构未设点的省、市、地区采购人力资源外部委托服务，通常首先依据当地人力资源外部委托服务排名选择其中排名前列的机构，再对目标机构的服务客户范围、服务雇员数、业务承接及流程管控能力、业务交付及财务管理的合法合规性以及服务意识与发行人服务标准的匹配程度等进行综合考量，选取其中符合要求者作为供应商。

通常，采购定价以当地人力资源外部委托服务的市场平均价格为基础，并结合实际承接委外业务的服务体量、服务内容及服务人工成本等因素综合定价。

（2）自营福利商品

发行人福利商品采购主要系发行人子公司关爱通的福利商品采购，关爱通福利平台对自营商品采购供应商的选择通常采用如下标准：

1）须为生产商、品牌商、品牌商直接授权的一级代理，国外品牌国内总代及其下一级经销商或直接进口商；

2）须为中国大陆正式注册企业（非个体工商户）且必须为一般纳税人，除特殊业务模式外，不接受非中国大陆注册企业的入驻申请；

3）须经过商管对包括注册资本、引入品牌、授权等级等在内的背景调查评估；

4）须具备“一键发货”的服务能力，与主流快递公司签约，能及时发货并可追踪物流信息等。

关爱通对现存供应商进行年度考核，综合考虑供应商过去 12 个月的交易额、违规情况、客诉率、发货及时率等数据判断是否列入供应商退出提报名单，如不再满足上述供应商选取标准，则与该供应商终止合作。

关爱通所采购的自营福利商品涵盖食品饮料、家居生活用品、办公用品、电子产品等各种品类，由供应商参考市场价格定价。

（3）健康保障产品

发行人健康保障产品采购产品为保险产品，主要通过保险经纪公司拟定方案或直接向相关知名保险公司展开项目询比价、邀请招标采购的模式完成保险产品采购。发行人依据保险公司的综合市场排名、产品与需求的匹配程度及产品报价等进行综合选择供应商。相关保险产品采购定价方式通常为双方在市场定价的基础上协商定价。

（4）健康管理产品

发行人健康管理服务采购产品主要为体检相关服务，主要采用邀请招标采购、竞争性谈判采购、比价采购等方式进行采购。发行人主要依据供应商综合市场排名、客户对供应商产品服务的青睐程度、产品报价等因素选择供应商。相关体检服务产品采购定价方式通常为双方在市场定价的基础上协商定价。

2、各类产品前五大供应商的成立时间、注册资本、股权结构、合作历史、主营业务及经营规模、采购金额占供应商收入的比例，是否与发行人存在关联关系，是否存在成立即成为发行人主要供应商及原因

报告期内，发行人各类外采产品前五大供应商情况具体如下：

（1）人力资源外部委托

公司人力资源外部委托所涉报告期各期前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商	成立时间	注册资本	股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
1	山东安华物业管理有限公司	2018 年 12 月	3,000	徐龙飞 90%、张义德 10%	2020 年 5 月	主营物业管理、劳务派遣、劳务外包服务等	否

序号	供应商	成立时间	注册资本	股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
2	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限公司	2009年6月	200	吉雅 70%、赵会霞 30%	2009 年 6 月	主营人力资源服务	否
3	安徽德勤人力资源有限公司	2006年8月	1,000	董开琳 50%、张友领 50%	2007 年 11 月	安徽省优质综合性人力资源服务企业，主营各类人力资源服务	否
4	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	2003年3月	1,000	谷涛 40%、李安芝 30%、高敏迁 30%	2006 年 4 月	主营各类人力资源服务	否
5	吉林省外国企业服务有限公司	1991年11月	2,000	傅春 99%、傅宇青 1%	2003 年 11 月	吉林省服务规模较大的专业人力资源服务企业，主营各类人力资源服务和解决方案	否
6	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	2010年2月	280	程文 97.14%、张宇 2.86%	2010 年 2 月	湖北省优质人力资源服务企业，主营各类人力资源服务	否
7	哈尔滨外国企业服务有限公司	1992年10月	2,000	佟红梅 51.5%、张继红 25%、宋东华 16%、其他股东 7.5%	2007 年 11 月	黑龙江省规模最大的人力资源服务机构，主营各类人力资源服务和解决方案	否

报告期各期，人力资源外部委托前五大供应商采购金额占供应商收入的比例如下：

单位：万元

序号	供应商	采购金额 (万元)	采购金额占供应商收入的比例
2022 年			
1	山东安华物业管理有限公司	402.84	4.70%
2	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限公司	266.47	25.38%
3	安徽德勤人力资源有限公司	261.17	21.80%
4	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	247.67	18.03%
5	吉林省外国企业服务有限公司	227.91	0.10%

序号	供应商	采购金额 (万元)	采购金额占供应 商收入的比例
2021 年			
1	山东安华物业管理有限公司	363.63	4.50%
2	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	326.05	19.86%
3	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	286.07	8.10%
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	284.01	32.95%
5	安徽德勤人力资源有限公司	274.43	29.22%
2020 年			
1	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	314.24	19.59%
2	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	290.72	4.75%
3	安徽德勤人力资源有限公司	289.92	28.68%
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	217.62	28.23%
5	哈尔滨外国企业服务有限公司	191.35	8.65%

上述供应商大部分系历史较为悠久，系深耕所在区域规模较大、口碑较好、服务范围较大的专业人力资源服务机构，报告期内发行人向其采购金额与其在所在区域的行业地位及总体规模相符。相关机构均为市场化运营机构，除发行人外亦服务于其他人力资源服务企业，不存在主要为发行人服务的情况，对发行人亦不存在依赖。发行人人力资源外部委托服务采购金额总体较小，上述供应商与发行人不存在关联关系，除呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司及湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司外，不存在成立即成为发行人主要供应商的情况。发行人与上述两家供应商的合作历史具体如下：

1) 呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司

发行人自 2007 年 12 月与内蒙古众智外企服务有限公司（下称“内蒙古众智”）建立合作关系，委托其在内蒙古自治区提供人力资源服务。内蒙古众智自 2008 年起调整经营方向，原人力资源外包服务团队离开内蒙古众智，成立呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司（下称“诚泰人力”），继续开展内蒙古地区的人力资源服务业务。因发行人在内蒙古自治区未设立分子公司，且需继续维持在内蒙古地区的业务交付及服务质量，故自诚泰人力成立之日起，发行人即与其延续合作，继续委托其开展发行人在内蒙古地区的人力资源落地服务。

2) 湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司

发行人自 2007 年 8 月与湖北省外国企业服务公司（下称“湖北外服”）建立合作关系，委托其在湖北省内提供人力资源服务，后因湖北外服业务调整，原承接发行人在湖北地区委托业务的团队离开湖北外服，成立了湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司（曾用名“武汉外服鑫中浩人力资源服务有限公司”，下称“湖北外服鑫中浩”），为维持发行人在湖北地区的业务交付及服务稳定性，自湖北外服鑫中浩成立之日起，发行人即与其延续合作，继续委托其开展发行人在湖北地区的人力资源落地服务。

综上，上述供应商成立之初即成为发行人主要供应商具有商业合理性。

发行人人力资源外部委托采购的定价模式一般为按照每人每月收费。报告期各期，发行人向上述供应商采购人力资源外部委托服务均价与发行人人力资源委托服务采购均价对比如下：

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购均价 (元/月/人)
2022 年			
1	山东安华物业管理有限公司	402.84	/
2	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	266.47	/
3	安徽德勤人力资源有限公司	261.17	/
4	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	247.67	/
5	吉林省外国企业服务有限公司	227.91	/
人力资源委托服务采购		6,695.72	/
2021 年			
1	山东安华物业管理有限公司	363.63	/
2	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	326.05	/
3	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	286.07	/
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	284.01	/
5	安徽德勤人力资源有限公司	274.43	/
人力资源委托服务采购		6,899.55	/
2020 年			
1	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	314.24	/
2	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	290.72	/
3	安徽德勤人力资源有限公司	289.92	/

序号	供应商名称	采购金额 (万元)	采购均价 (元/月/人)
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	217.62	/
5	哈尔滨外国企业服务有限公司	191.35	/
人力资源委托服务采购		6,545.51	/

注：公开信息未披露人力资源外部委托服务第三方可比价格。

报告期各期，公司前五大人力资源外部委托服务商的月平均单价与发行人全国委托服务均价较为接近。报告期内，公司向主要人力资源外部委托服务商山东安华物业管理有限公司支付的月平均采购单价较高，主要系向其采购人才派遣业务现场管理服务，详见本题之“一、发行人说明”之“（四）安华物业自 2021 年起新增成为人力资源外部委托第一大供应商的原因，结合合同内容、定价机制、岗位职能、地域薪资水平、自有人才薪资水平等，定量分析该供应商采购单价远高于其他同类供应商单价的原因及合理性”的相关回复。2020 年至 2022 年，公司对其采购金额占人事管理委托服务采购总额的比例分别为 1.43%、5.27%及 6.01%，总体较小。综上，报告期内公司向其主要供应商的采购定价公允。

（2）福利商品

公司福利商品采购所涉报告期各期前五大供应商基本情况如下：

单位：万元

序号	供应商	成立时间	注册资本	股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
1	上海圆迈贸易有限公司	2007 年 8 月	30,000	北京京东世纪贸易有限公司 100%	2010 年 1 月	京东旗下公司，主营各类商品零售	否
2	上海盒马网络科技有限公司	2015 年 6 月	72,253	Hema (HongKong) Limited 100%	2021 年 4 月	阿里巴巴旗下知名新零售平台	否
3	上海索电数码科技有限公司	2003 年 10 月	5,056	浙江美承数码科技集团有限公司 100%	2019 年 8 月	中国知名 IT 零售公司美承集团旗下公司，主要销售电子数码产品	否
4	上海兰焜信息科技有限公司	2013 年 5 月	1,000	万再生 80%、王为林 20%	2021 年 1 月	主营信息科技、计算机技术领域内的技术服务	否
5	上海奥炯贸易有限公司	2018 年 2 月	300	贺琮耀 70%、陈翀 30%	2019 年 9 月	主要销售鞋服、美妆护肤用品、居家用品等	否

序号	供应商	成立时间	注册资本	股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
6	上海中智科技应用发展有限公司	1995 年 4 月	5,700	中智科技集团有限公司 100%	2019 年 8 月	中智集团旗下公司, 主要销售代理各类进出口商品	是
7	柏全实业(上海)有限公司	2014 年 3 月	500	顾元元 100%	2019 年 8 月	主要销售各类百货商品	否
8	上海艺冉贸易有限公司	2010 年 7 月	1,000	葛磊 100%	2019 年 8 月	主要从事国内外一线品牌经销和代理	否
9	上海沁好贸易有限公司	2010 年 9 月	1,200	顾丽丽 100%	2019 年 8 月	主要销售各类百货商品	否

报告期各期福利商品前五大供应商采购金额占供应商收入的比例如下:

序号	供应商	经营规模	采购金额 (万元)	采购金额占供应商收入的比例
2022 年				
1	上海圆迈贸易有限公司	10,462.39 亿元	39,827.61	0.04%
2	上海盒马网络科技有限公司	未披露	15,205.69	-
3	上海索电数码科技有限公司	未披露	4,258.61	-
4	上海兰焜信息科技有限公司	未披露	2,306.02	-
5	上海奥炯贸易有限公司	未披露	2,201.69	-
2021 年				
1	上海圆迈贸易有限公司	9,515.93 亿元	32,196.20	0.03%
2	上海索电数码科技有限公司	未披露	2,646.36	-
3	上海兰焜信息科技有限公司	未披露	1,224.86	-
4	上海盒马网络科技有限公司	未披露	1,209.77	-
5	上海中智科技应用发展有限公司	10.14 亿元	876.39	0.86%
2020 年				
1	上海圆迈贸易有限公司	7,458.00 亿元	6,310.12	0.01%
2	上海索电数码科技有限公司	未披露	2,757.70	-
3	柏全实业(上海)有限公司	未披露	1,170.88	-
4	上海艺冉贸易有限公司	未披露	794.50	-
5	上海沁好贸易有限公司	未披露	791.32	-

注: 由于京东年报未披露上海圆迈贸易有限公司等下属子公司财务数据, 采用京东集团营业收入 (US-GAAP), 其他主要供应商公开信息均未披露经营规模数据。

发行人福利商品业务前五大供应商除上海中智科技应用发展有限公司外, 与发行人不存在关联关系, 不存在成立即成为发行人主要供应商的情况。报告期内公司

向中智集团下属从事贸易业务的上海中智科技应用发展有限公司采购少数数码及计算机配套产品，价格公允合理。

(3) 健康保障产品

公司健康保障产品采购所涉报告期各期前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商	成立时间	注册资本	总公司股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	2002 年 2 月	-	中国太平洋保险（集团）股份有限公司 98.5%、其他股东 1.5%	2004 年 1 月	中国太平洋保险旗下的专业子公司的分支机构，主营财产保险产品和服务。	否
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	1994 年 1 月	-	中国平安保险（集团）股份有限公司 99.55%，其他股东 0.45%	2014 年 1 月	中国平安集团旗下的专业子公司的分支机构，主营业务覆盖法定产险业务及国际再保险业务	否
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	2007 年 1 月	-	中国平安保险（集团）股份有限公司 74.33%、Discovery Limited 24.99%、其他股东 0.68%	2018 年 8 月	中国平安集团旗下的专业子公司的分支机构，主营健康保险业务、意外伤害保险业务、政府委托管理健康保险业务、健康咨询服务业务、健康保险再保险业务等	否
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	2005 年 6 月	-	中发实业（集团）有限公司 46.06%、斯迈特投资有限责任公司 18.48%、西藏德凡企业管理有限公司 13.87%、西藏楚汉经贸有限公司 13.86%、其他股东 7.74%	2007 年 1 月	国内知名综合性人寿保险公司的分支机构，主营各类人寿保险	否
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	2007 年 3 月	-	中国平安保险（集团）股份有限公司 90.37%、中国平安人寿保险股份有限公司 9.54%、其他股东 0.09%	2015 年 1 月	中国平安集团旗下的专业子公司的分支机构，主营年金、保险、养老保障等产品及服务	否

注：上述分公司无注册资本。

发行人健康保障产品业务前五大供应商与发行人不存在关联关系，不存在成立即成为发行人主要供应商的情况。

报告期各期健康保障产品前五大供应商采购金额占供应商收入的比例如下：

序号	供应商	经营规模	采购金额 (万元)	采购金额占供应 商收入的比例
2022 年				
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	1,703.77 亿元	9,711.54	0.06%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	2,980.38 亿元	4,132.98	0.01%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	138.89 亿元	1,904.13	0.14%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	未披露	1,217.85	-
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	221.57 亿元	636.31	0.03%
2021 年				
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	1,526.43 亿元	6,851.50	0.04%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	2,700.43 亿元	3,873.06	0.01%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	131.02 亿元	1,739.50	0.13%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	333.59 亿元	1,147.22	0.03%
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	230.24 亿元	960.51	0.04%
2020 年				
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	1,477.34 亿元	6,783.80	0.05%
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	2,858.54 亿元	3,845.06	0.01%
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	109.70 亿元	1,551.53	0.14%
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	252.28 亿元	1,132.44	0.04%
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	313.19 亿元	966.12	0.03%

注：上述经营规模数据分别选取中国太保（601601.SH）年报中的中国太平洋财产保险股份有限公司保险业务收入、中国平安（601318.SH）年报中的中国平安财产保险股份有限公司原保险保费收入、Wind 企业库中的平安健康保险股份有限公司、合众人寿保险股份有限公司及平安养老保险股份有限公司的营业收入数据。

发行人健康保障产品业务前五大供应商与发行人不存在关联关系，不存在成立即成为发行人主要供应商的情况。

(4) 健康管理产品

公司健康管理产品采购所涉报告期各期前五大供应商基本情况如下：

序号	供应商	成立时间	注册资本	股权结构	开始合作时间	主营业务	关联关系
1	上海美年门诊部有限公司	2006 年 8 月	6,000	美年大健康产业（集团）有限公司 100%	2006 年 8 月	知名医疗健康机构美年大健康子公司，主营医疗服务、体检服务等	否
2	上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	2009 年 4 月	500	南通浩泽医疗管理有限公司 100%	2015 年 12 月	知名医疗品牌瑞慈医疗下属门诊部	否
3	爱康健康科技集团有限公司	2004 年 9 月	6,939	何伯权 49%、张黎刚 49%、其他股东 2%	2015 年 3 月	国内知名的主要提供体检和就医服务的健康管理机构爱康国宾	否
4	北京爱康国宾门诊部有限公司	2010 年 8 月	1,200	爱康国宾健康体检管理集团有限公司 100%	2020 年 4 月	国内知名健康管理机构爱康国宾旗下门诊部，主要提供体检和就医服务	否
5	上海仁爱医院有限公司	2002 年 2 月	2,000	上海仁爱投资管理有限公司 64%、深圳博爱医院 36%	2002 年 2 月	多专科综合医院	否
6	上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	2013 年 3 月	500	南通浩泽医疗管理有限公司 100%	2015 年 12 月	知名医疗品牌瑞慈医疗下属门诊部	否
7	中智保险经纪（上海）有限公司	2005 年 4 月	1,200	中智股份 65%、上海俊佳服饰有限公司 20%、伯馥（上海）企业发展有限公司 15%	2013 年 1 月	主营体检、理赔及保险等业务	是
8	上海电力医院	1951 年	6,000	未披露	2014 年 9 月	综合性二级甲等医院	否

注：上海电力医院成立时间较早，公开信息未披露成立月份。

报告期各期健康管理产品前五大供应商采购金额占供应商收入的比例如下：

序号	供应商	经营规模	采购金额（万元）	采购金额占供应商收入的比例
2022 年				

序号	供应商	经营规模	采购金额 (万元)	采购金额占供应 商收入的比例
1	上海美年门诊部有限公司	85.33 亿元	1,164.76	0.14%
2	上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	23.75 亿元	744.20	0.31%
3	爱康健康科技集团有限公司	未披露	407.69	-
4	北京爱康国宾门诊部有限公司	未披露	222.92	-
5	上海仁爱医院有限公司	未披露	126.65	-
2021 年				
1	上海美年门诊部有限公司	92.16 亿元	926.05	0.10%
2	爱康健康科技集团有限公司	未披露	681.58	-
3	上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	25.07 亿元	502.52	0.20%
4	上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	25.07 亿元	312.13	0.12%
5	上海仁爱医院有限公司	未披露	143.94	-
2020 年				
1	中智保险经纪（上海）有限公司	2,673.85 万元	874.49	32.71%
2	上海美年门诊部有限公司	78.48 亿元	356.67	0.05%
3	爱康健康科技集团有限公司	未披露	332.74	-
4	上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	19.25 亿元	287.96	0.15%
5	上海电力医院	未披露	141.80	-

注：由于上市公司年报未披露下属子公司财务数据，上海美年门诊部有限公司采用美年健康（002044.SZ）各年度收入数据；上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司及上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司采用瑞慈医疗（01526.HK）各年度收入数据。

发行人健康管理产品前五大供应商中，除中智保险外，其他供应商与发行人不存在关联关系，报告期内发行人通过中智保险采购部分保险产品，向客户提供健康福利业务。自中智股份完成业务重组后，中智保险于 2021 年纳入发行人合并范围。

除上海美年门诊部有限公司及上海仁爱医院有限公司外，其他供应商不存在成立即成为发行人主要供应商的情况，上述两家公司成立之前以体系内其他主体与发行人合作，成立之后即延续合作，具有商业合理性。

（三）发行人取得客户订单、外采人力资源的具体过程，人力资源供应商的选择标准、合作模式、结算方式、主要合同条款及发行人承担的主要责任，相关收入、成本的确认时点、确认依据及会计处理方式；是否存在未经客户确认外采人力资源的情形，如存在，分析原因及风险

1、发行人取得客户订单、外采人力资源的具体过程

（1）发行人取得客户订单的具体过程

发行人致力于提供人力资源领域的专业化服务，通过为客户提供全面的、综合的、定制的人力资源服务解决方案，以满足客户需求并建立商业合作。发行人获取客户来源主要通过以下方式：

一是客户与业内推荐。发行人凭借专业化的服务在行业中建立了良好的口碑，公司的专业人士与客户建立了长期、紧密的业务往来。很多客户往往重视供应商是否有同行业企业的服务经验和综合服务能力，中智的客户群覆盖度宽、行业覆盖面广。因此现有客户和业内人士会向中智推荐新客户，此类推荐由于对中智产品了解或中智有相关行业经验，获客成功率较高。

二是自主开发与投标。发行人通过客户分析、客户画像、跟踪产业动态，了解客户需求，并在此基础上对客户进行上门拜访和投标，从而扩展客户覆盖范围。投标及客户拜访为发行人传统的获客渠道。

三是二次开发。发行人具备规模化、全国化和综合化的服务能力，布局人力资源服务全产业链，在行业中长期处于领先地位，并拥有庞大的优质客户群体。公司在原有客户的基础上进行“二次开发”，即根据客户需求，向原有客户提供新服务或新产品，扩大服务范围或新增服务人数，从而实现服务规模的扩大。

四是营销转化。发行人通过参与、组织各类人力资源行业知名展会、论坛、会议，借此宣传中智的产品优势，增加客户对于公司产品的了解和认同，并提升公司对客户需求的把握能力。发行人通过挖掘客户并建立合作关系，从而获取新客户。

上述方式是发行人获取客户的主要方式。此外，发行人也通过网络宣传、品牌营销等方式获取客户资源。

在具体业务类别上，发行人人事管理、人才派遣、业务外包、薪酬财税、健康福利、招聘及灵活用工业务主要通过上述介绍的客户与业内推荐、自主开发与投标、二次开发、营销转化等方式获取客户。发行人管理咨询业务主要通过上述介绍的客户与业内推荐，也会通过行业论坛、专题论坛、峰会、发布白皮书等多种营销转化方式开拓业务并获取客户。此外，在福利平台业务领域，发行人不定期在站内和社交媒体策划用户互动活动，联合商家策划各类推广活动，进行品牌推广及消费转化。

（2）外采人力资源的具体过程和内部控制制度

发行人根据客户的具体需求，为满足客户的落地服务需要或社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求等，在公司尚未布局或业务较为薄弱的地区，发行人会向已建立合作的人力资源服务供应商提出外采人力资源的需求从而进行相应采购。

为进一步加强公司人力资源外部采购流程的内部控制和管理，有效管控外采服务质量，发行人通过《人力资源服务供应商管理办法》等管理制度，建立了严格的采购管理制度和流程，规范供应商评审标准、供应商资格审核流程等，实现科学化、制度化的供应商管理。

（3）人力资源外部采购的主要内容

发行人人力资源外部采购，主要分为人力资源外部委托采购、自营福利商品采购、健康保障产品采购和健康管理产品采购。

人力资源外部委托服务采购是指，发行人为满足全国各地区的服务落地需要，根据社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求，以行业经验、服务可靠性、服务专业性和服务质量等为主要指标选聘当地的人力资源服务供应商，采购相关人力资源落地服务，并通过评估、审核批准、签署合作协议、进入试用期并最终确定成为发行人的正式服务供应商。该类人力资源外部委托采购一般发生在公司没有落地服务或业务较为薄弱的地区。

在其他项目的采购方面，发行人采用公开招标采购、邀请招标采购、竞争性谈判采购、询价采购等方式。

发行人及下属子公司指定专门的采购负责部门或成立采购团队，负责日常登记、备案、审核供应商；组织实施集中采购，发布正式招标信息等。

各类业务的主要采购内容有：

1) 发行人人事管理、人才派遣、业务外包业务的主要对外采购内容为人力资源外部委托采购。

2) 发行人健康福利业务的主要对外采购内容为健康管理产品采购、健康保障产品采购和福利商品采购。在健康管理服务产品采购中，采用邀请招标采购、竞争性谈判采购、比价采购等方式。在健康保障保险产品采购中，发行人通过保险经纪公司或直接向相关知名保险公司展开询比价、邀请招标采购的模式完成保险产品采购。在福利商品采购中，为了满足全国福利业务的服务落地需求，采用邀请招标采购、竞争性谈判采购、询价采购等方式完成采购。

3) 发行人中高端人才寻访和招聘流程外包服务的主要对外采购内容为：简历获取服务、测评工具、背景调查服务及其他相关服务，公司以服务能力、服务质量保证、服务响应速度等多方面综合评价指标体系选聘服务供应商。

4) 发行人薪酬财税、灵活用工、管理咨询服务对外采购内容相对较少，少量对外采购的内容为：软件开发及系统采购、财税服务采购、职位发布和简历获取服务采购、背景调查服务及其他相关服务采购等。

2、人力资源供应商的选择标准、合作模式、结算方式、主要合同条款及发行人承担的主要责任

发行人采购各类人力资源服务时从信誉、资质、质量、价格、交付时间、服务等方面择优采购。发行人在人力资源服务外部采购中承担主要责任人的角色，拥有对采购的相应商品或服务的控制权并享有风险报酬和承担相应义务。报告期内，发行人与各类人力资源供应商的合作模式、结算方式、主要合同条款及发行人承担的主要责任分析等具体情况如下：

外采类别	供应商合作模式	结算方式	主要合同条款	主要责任
自营福利商品采购	商品或服务类采购，采购内容主要为各类商品（如作为节日礼品福利发放给客户员工的食品、日用品、家用电器等）；双方通过商业谈判等形式建立合作；客户员工通过发行人福利平台在线下单后由供应商代发；客户验收无误完成交易	发行人预付货款再以实际订单金额结算或按合同约定的时间节点付款结算	验收条款：商品配送到指定地址后，甲方或甲方用户会按照订单信息与商品包装要求进行验收，商品由甲方用户签收后视为甲方签收。	供应商将货物送至发行人指定地点并由发行人或由发行人用户当场验收，过程中发行人承担主要责任人的角色，向客户转让商品前发行人拥有对该商品的控制权，发行人享有商品的所有权利和风险报酬，
人力资源外部委托采购	服务类采购，采购内容主要为委托人事管理、劳务派遣及服务外包、灵活用工等人力资源综合服务；双方通过招投标等形式建立合作；发行人按自身需求进行采购；在服务完成或项目结束结算后交易完成	双方对付款通知单等明细数据确认无误后，于约定期限内进行收付款结算	乙方每月向甲方出具当月付款通知单供甲方审核。付款通知单应包括社会保险、住房公积金、福利待遇的明细及总额、委托服务费金额等。甲方与乙方核对已提供本合同约定之服务的人员清单及服务费金额，乙方根据确认后的信息/数据计算服务费并发送付款通知给甲方，甲方收到通知后将对应的服务费支付至乙方所指定的银行账户	发行人委托当地人力资源供应商提供相关人力资源落地服务，过程中发行人承担主要责任人的角色，发行人作为人力资源服务合同购买方，享有该服务产品的所有权利并承担支付委托服务费等费用的义务。
健康保障采购	保险服务类采购，采购内容主要为雇主责任保险、意外伤害保险、定期寿险和重大疾病保险等；双方通过商业谈判等形式建立合作；签订服务协议后通过邮件按需下单；员工完成实际投保结算后交易完成	发行人与供应商按月或年对账，对账后于约定期限内付款等	对于保险产品，甲方在收到《定期结算通知书》及所附结算清单后，应及时完成结算清单内容和结算金额的核对确认。如有异议应在收到《定期结算通知书》后的7个工作日内通知乙方，逾期则视为同意乙方出具的结算清单和结算金额，应及时完成保费收付。	相关供应商向发行人提供意外伤害保险、定期寿险和重大疾病保险等产品，在客户雇员受雇过程中遭受意外伤害或患重大疾病时提供保险服务，发行人承担主要责任人的角色，在购买该保单后，发行人享有该保险产品的所有权利和风险报酬。
健康管理产品采购	体检服务类采购，主要采购内容为健康体检服务等；双方通过商业谈判等形式建立合作；签订服务协议后通过邮件按需下单；员工实际完成体检结算后交易完成	发行人与供应商按月或年对账，对账后于约定期限内付款等	对于体检产品，体检服务期在三个月内的，经双方协商同意，乙方应在该客户完成体检后且各方确认结算数据后，向甲方开具发票，甲方于收到发票30日内一次性向乙方付款。体检服务期在三个月以上的，采用阶段性(月/季)结算方式，甲方阶段性根据经各方确认的客户实际结算数据，向乙方付款；项目最终清算时，于经各方确认结算数据后，乙方向甲方提供全额发票，甲方收到发票且收到客户付款后，于30日内向乙方支付余款。	在客户完成体检后且各方确认结算数据后，发行人向供应商进行付款，发行人在过程中承担主要责任人的角色，且享有该服务的所有权利与风险报酬。

3、相关收入、成本的确认时点、确认依据及会计处理方式

发行人的业务外包、招聘及灵活用工、健康福利、人事管理、人才派遣、薪酬财税等业务，属于某一时点履行的履约义务。企业在履行了合同中的履约义务，在客户取得相关商品控制权时或取得相关服务时确认收入，同时确认相关成本。

发行人取得客户订单及外采人力资源对应的收入、成本确认时点、确认依据及会计处理方式具体情况如下：

业务类别	相关收入/外采成本确认方法、时点	相关收入/外采成本确认依据	会计处理方式
业务外包服务	公司为客户提供业务外包服务，并与客户签订业务外包合同。根据合同约定，公司为客户提供业务流程外包服务，公司根据与客户约定服务内容,向客户派驻符合要求工作人员提供服务。公司于每月约定时间向客户提供当月服务外包费用明细，并向其客户提交“付款通知单”。公司依据双方确认的“付款通知单”的外包费用金额，确认业务外包服务收入，同时依据供应商发送并经确认的“付款通知单”的外包费用金额确认相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	按照客户确认的付款通知单所记载服务费金额（含增值税）借记“银行存款”、“应收账款”等科目，按应确认的收入金额，贷记营业收入，按应收取的增值税额，贷记“应交税费”等科目，按供应商发送并经确认的付款通知单所记载采购金额（含增值税），贷记“银行存款”、“应付账款”等科目，同时按应与收入相匹配确认的成本金额，借记营业成本，按应支付的增值税额借记“应交税费”等科目。
招聘及灵活用工服务	公司为客户提供灵活用工服务，并与客户签订合同。根据合同约定，为客户提供临时性、季节性、不定时性、项目性等岗位用人需求设计专业解决方案,合同中对于所提供服务的岗位职责、期限、岗位胜任能力需求均作出了明确约定。灵活用工服务收费标准一般以客户企业的需求，定制项目服务方案，折算项目所需人员数量，并在提供的项目服务人员的人工成本上加成风险金和合理溢价或以双方约定的固定服务费的方式进行收费。公司在每月的约定日期依据上月实际派出人员数量，按其对应岗位报价，向其客户提交“付款通知单”。公司依据客户所确认的“付款通知单”进行业务收入的确认同时依据供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额确认外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	按照客户确认的付款通知单所记载服务费金额（含增值税）借记“银行存款”、“应收账款”等科目，按应确认的收入金额，贷记营业收入，按应收取的增值税额，贷记“应交税费”等科目，按供应商发送并经确认的付款通知单所记载采购金额（含增值税），贷记“银行存款”、“应付账款”等科目，同时按应与收入相匹配确认的成本金额，借记营业成本，按应支付的增值税额借记“应交税费”等科目。
健康福利服务	健康服务：健康管理服务公司为客户提供健康管理服务，并与客户签订《健康管理服务协议》等。根据合同约定，为客户量身定制如体检方案等服务，并根据服务项目和服务标准，自行组织人员或与外部合作伙伴合作完成服务内容。健康管理服务的收费标准一般根据客户选择的服务项目对应的服务单价及服务人数等计算。公司于每月约定的日期依据实际服务的客户员工数量及对应的服务单价，向其客户提交“付款通知单”。公司依据客户确认的服务费金额，确认健康管理服务收入，同时依据当月雇员实际到检情况或当月实际有效投保名单所消耗的资源确认当期外采成本，并定期或年末根据供应商发送并经确认的“结算通知书或结算数据账单”的服务费金额调整相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	按照客户确认的付款通知单所记载服务费金额（含增值税）借记“银行存款”、“应收账款”等科目，按应确认的收入金额，贷记营业收入，按应收取的增值税额，贷记“应交税费”等科目，按供应商发送并经确认的付款通知单所记载采购金额（含增值税），贷记“银行存款”、“应付账款”等科目，同时按应与收入相匹配确认的成本金额，借记营业成本，按应支付的
	福利外包：根据合同约定，为客户量身定制如福利外包服务方案，福利外包的收费标准一般根据客户选择的服务项目对应的服务单价及服务人数等计算。公司于每月约定的日期依据实际服务的客户员工数量及对应的服务单价，向其客户提交“付款通知单”。公司依据客户确认的福利外包服务费金额，确认服务费收入，同时依据供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额确认相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	

业务类别	相关收入/外采成本确认方法、时点	相关收入/外采成本确认依据	会计处理方式
	福利平台：发行人子公司关爱通依托于互联网为企业客户构建一个企业专属的员工服务平台，为其员工提供线上的福利兑换平台。其中自营福利产品类业务的收入确认时间点是客户取得相关商品控制权时，通常为福利平台系统中显示企业客户的C端员工已兑换完毕对应商品，积分已消耗，且商品被C端员工已签收时；非自营预付卡券类的收入确认方法及时点为关爱通系统中显示企业客户的C端员工已兑换完毕有关卡券类商品，获取到卡券类密码或兑换码的同时，关爱通即确认收入（根据约定卡券密码已兑换即视同销售服务完成），同时依据客户员工当期实际兑换福利产品已消耗资源确认当期外采成本，并定期或年末根据供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额调整相关外采成本。	相关卡券类商品密码已由客户的C端员工兑换完成或企业客户的C端员工已兑换完毕对应商品且商品显示已被C端员工签收/供应商发送并经确认的付款通知单	的增值税额借记“应交税费”等科目。 （其中，对于预付卡券类产品，按与供应商约定的折扣金额等确认服务费收入，借记“银行存款”、“预付账款”等科目，按应确认的收入金额，贷记营业收入）
人事管理服务	公司为客户提供代办理员工录用和退工手续、代缴纳社保公积金等服务。通常按公司服务的客户员工数量，乘以约定人次收取服务费，每月向客户发送“付款通知单”。付款通知单清晰载明代收代办业务种类、代办社保公积金金额、以及服务费。公司依据客户确认的“付款通知单”的服务费金额，确认人事管理服务费收入，同时依据供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额确认相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	按照客户确认的付款通知单所记载服务费金额（含增值税）借记“银行存款”、“应收账款”等科目，按应确认的收入金额，贷记营业收入，按应收取的增值税额，贷记“应交税费”等科目，按供应商发送并经确认的付款通知单所记载采购金额（含增值税），贷记“银行存款”、“应付账款”等科目，同时按应与收入相匹配确认的成本金额，借记营业成本，按应支付的增值税额借记“应交税费”等科目。
人才派遣服务	公司为客户提供人才派遣服务，并与客户签订《劳务派遣协议》等，公司与员工签订《劳动合同》等，根据客户需求将员工派遣到客户处为其提供服务。收费标准一般为公司服务的客户员工数量，乘以约定的人次服务费。公司于每月的约定日期依照实际派出人员数量及合同约定的结算标准向客户提交“付款通知单”。公司依据双方确认的“付款通知单”的服务费金额，确认人才派遣服务收入，同时依据由供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额确认相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	
薪酬财税服务	薪税管理服务公司为客户提供薪税管理服务，并与客户签订《薪酬服务协议》等。根据合同约定，公司为客户提供整体全流程薪酬服务，确保数据处理及时性；提供专业薪酬发放解决方案，解决客户全国各地员工的工资发放问题；提供所有涉及城市的薪酬政策咨询及落地服务等。薪税管理服务的收费标准一般为公司服务的客户员工数量，乘以约定的人次服务费。薪税管理服务按月结算，公司每月根据所服务的客户员工数量确定应收取的服务费，向客户发送“付款通知单”。公司依据客户确认的服务费金额，确认薪税管理服务费收入，同时依据供应商发送并经确认的“付款通知单”的服务费金额确认相关外采成本。	经客户确认（或明确告知客户并视同客户确认）的付款通知单/供应商发送并经确认的付款通知单	

发行人人力资源外部委托采购包括人事管理服务、业务外包服务采购，不涉及人才派遣服务采购。人事管理、人才派遣仅涉及人事管理服务采购，业务外包涉及人事管理服务和部分业务外包服务采购。

发行人人力资源外部委托采购中的采购类别、主要服务内容、收入确认方法及成本核算等方面的区别和联系如下表所示：

业务类型	收入确认依据	收入确认方法	外采服务类别	外采服务内容	外采成本核算分类
人事管理	经客户确认的付款通知单	净额法	人事管理	属地供应商配合办理部分客户员工入、离职手续办理以及社保与公积金的计算、申报、缴纳	外采服务费成本
人才派遣	经客户确认的付款通知单	净额法	人事管理	属地供应商配合办理部分派出员工入、离职手续办理以及社保与公积金的计算、申报、缴纳	外采服务费成本
业务外包	经客户确认的付款通知单	总额法	人事管理	属地供应商配合办理部分员工入、离职手续办理以及社保与公积金的计算、申报、缴纳	外采服务费成本
			业务外包	属地供应商提供部分业务外包服务	外采分包成本

发行人出于满足客户在该地区的服务落地需要或社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求等向属地供应商采购，属地供应商配合发行人办理部分员工的入、离职手续以及社保与公积金的计算、申报、缴纳等服务。上述发行人向供应商外采服务构成发行人相关业务成本的一部分，不影响发行人相关业务的收入确认方法、收入确认时点以及收入确认金额。

4、是否存在未经客户确认外采人力资源的情形

发行人根据与客户的合同约定以及具体情况为客户提供服务，在公司没有落地服务或业务较为薄弱的地区，为了服务客户的落地需要，以及满足社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求，发行人会以行业经验、服务可靠性、服务专业性和服务质量等为主要指标选聘当地的人力资源服务供应商，采购相关人力资源落地服务。

发行人依据与客户的合同约定为客户提供相应人力资源服务，通常无禁止发行人委托第三方提供相关人力资源服务约定。发行人在签订人力资源服务合同时，会告知客户在实际业务开展过程中可能涉及向第三方采购人力资源服务的情形。发行人选择供应商严格遵守相关标准和程序，供应商采购亦经过独立的决策程序，符合相关内部控制制度的规定。

无论是发行人自行提供服务还是通过第三方外采人力资源为客户提供服务，最终服务成果都会以付款通知单等形式与客户进行确认，双方确认无误后进行结算，发行人不存在未经客户确认外采人力资源的情形。

(四) 安华物业自 2021 年起新增成为人力资源外部委托第一大供应商的原因，结合合同内容、定价机制、岗位职能、地域薪资水平、自有人才薪资水平等，定量分析该供应商采购单价远高于其他同类供应商单价的原因及合理性

1、安华物业自 2021 年起新增成为人力资源外部委托第一大供应商的原因

报告期内，公司向安华物业采购金额分别为 93.36 万元、363.63 万元和 402.84 万元，总体采购金额较小。山东安华物业管理有限公司是一家物业管理公司，其主营业务包括：物业管理服务、劳务派遣服务、劳务外包服务、工程维修服务等。安华物业提供给发行人的服务主要为人力资源及现场管理服务，发行人采购安华物业的服务主要系客户提出的对派遣人员的综合服务要求较高，疫情期间根据需要，发行人向客户所在地的物业管理公司采购对派遣人员的培训、现场管理等专业服务以满足客户的需求所致。发行人自 2020 年 5 月开始与安华物业合作，随着派遣人员数量增加，且为客户的派遣人员提供大量现场管理服务，报告期内公司对安华物业采购金额逐步增加并成为人力资源外部委托第一大供应商。

2、安华物业采购单价远高于其他同类供应商单价的原因及合理性

2021 年和 2022 年，公司对安华物业采购单价与其他主要供应商比较如下：

序号	外部供应商名称	采购金额 (万元)
2022 年度		
1	山东安华物业管理有限公司	402.84
2	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	266.47
3	安徽德勤人力资源有限公司	261.17
4	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	247.67
5	吉林省外国企业服务有限公司	227.91
2021 年度		
1	山东安华物业管理有限公司	363.63
2	长沙经济技术开发区捷特人力资源开发有限公司	326.05

序号	外部供应商名称	采购金额 (万元)
3	湖北外服鑫中浩人力资源服务有限公司	286.07
4	呼和浩特市诚泰人力资源服务有限责任公司	284.01
5	安徽德勤人力资源有限公司	274.43

发行人人力资源外部委托采购的服务，通常为当地人力资源服务供应商代缴社保公积金的服务。发行人采购安华物业的服务较其他供应商有所区别，主要系为派遣员工提供现场管理服务，合同中涉及的服务内容主要包括：新员工招聘，员工入场手续办理（政审及体检等），员工更换调整，组织现场人员培训、思想及安全教育、组织员工活动、应急演练、岗位竞赛等活动，处理员工纠纷调解，负责员工工装的采购与分发、其他办公工具、设备的配备，安排人员值班、加班、替班等具体现场管理工作，服务范围较为广泛。

发行人向安华物业采购内容主要为人才派遣业务现场管理服务，其定价依据主要基于客户需求将员工派遣到客户处并为其提供所约定的具体服务内容协商定价。收费模式为服务客户雇员数量乘以约定的服务费。公司向安华物业采购的成本采用净额法核算，相关采购涉及服务费与雇员地域薪资水平不具备直接关系。

综上，安华物业在为发行人派遣员工提供服务时，需派驻相应的培训和现场管理服务人员，并提供所要求的配套服务，相关服务内容较为广泛，与向其他供应商采购的服务有较大差异，因此公司采购均价相对较高，具有合理性。

（五）结合福利平台业务的具体开展模式、实物流及资金流情况、客户验收条件及收入确认依据，量化分析自营福利产品采购成本与相关业务收入之间的匹配关系；

发行人福利平台主要开展自营福利产品采购和销售业务，发行人自营福利产品业务具体开展模式、实物流及资金流情况如下：

发行人下属子公司关爱通与客户沟通服务方案，方案经双方确定后，签约并按客户的福利需求配置平台。通过 SaaS 平台为客户开设福利管理账号，并配置具体的弹性福利项目。

客户依据福利预算申请福利积分，由关爱通按客户申请的福利预算向客户福利管理账号完成积分总体配置，客户 HR 管理人员在福利预算总额内，为自身员工根据福利标准及预算的内容配置福利积分，由企业将相关的福利积分发放给员工。员工获取福利积分后，自由决定在关爱通福利平台上兑换的内容，可以是兑换的实物商品，也可以兑换相应的服务，具体的兑换的范围与内容取决于其员工所在企业的福利预算的整体要求，由关爱通完成员工具体兑换内容的交付及售后。相关福利商品由关爱通或关爱通的供应商提供，通常采取“一键发货”的服务模式并由供应商发货，当员工选择兑换后，关爱通平台会自动生成订单及物流信息，商品状态将会实时更新，直至员工收到货物并完成签收。

关爱通按合同约定与客户进行资金结算按不同客户的信用期分为预收和账期到期结算的形式，针对部分优质客户，账期一般不超过 3 个月。关爱通与供应商之间的资金结算通常采取预付款结算或 1 个月付款结算到期结算的方式。

发行人自营福利产品类业务的收入确认时间点为客户取得相关商品控制权时，通常为福利平台系统中显示企业客户的 C 端员工已兑换完毕对应商品，积分已消耗，且商品被 C 端员工已签收时，发行人以此作为相关收入确认依据，根据客户员工实际兑换福利产品价格确认相关收入。

发行人自营福利产品采购成本与相关业务收入之间的匹配关系情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
自营福利成本	106,642.75	64,608.93	30,858.20
自营福利业务收入	116,073.08	71,804.37	34,364.07
相关成本占相关收入比	91.88%	89.98%	89.80%

报告期各期发行人自营福利产品的采购成本占相关业务收入比重分别为 89.80%、89.98%、91.88%，各期占比均在 90%左右，报告期各期发行人自营福利产品的采购成本随着自营福利业务收入规模的扩大同步增长，相关成本与收入相匹配。

（六）报告期内，采购“非标准类型商品”的类别分布情况，向索电数码、兰焜信息采购电子产品的具体品类，结合与其他供应商同类产品单价或该类型产品市场价格的差异情况，分析说明差异原因及定价公允性；

1、报告期内采购“非标准类型商品”的类别分布情况

发行人主要通过关爱通从事福利平台业务，相关福利平台业务的商品采购存在较多“非标准类型商品”，上述商品主要类别分布及报告期内采购金额的占比情况如下：

类别	2022 年度	2021 年度	2020 年度
美食健康	45.44%	29.47%	24.60%
3C 数码	20.57%	23.60%	19.86%
家用电器	12.63%	21.13%	24.73%
日用百货	9.36%	8.73%	18.74%
个护美妆	6.18%	10.69%	8.80%
服饰鞋靴	3.26%	2.28%	0.91%
母婴玩具	2.09%	3.03%	2.19%
家具家装	0.47%	1.07%	0.17%
合计	100.00%	100.00%	100.00%

2、关爱通向索电数码、兰焜信息采购电子产品的具体品类

（1）向索电数码采购情况

报告期各期，关爱通向索电数码采购内容主要以 3C 数码产品为主，其采购金额占比均超过 90%。其中以“苹果（Apple）”品牌为主，涉及的具体品类包括电脑（笔记本、台式机、平板电脑）、手机、影音娱乐（耳机、音箱）、智能设备（手环、手表）等。

各 3C 数码产品具体品类及其对应采购金额占比情况如下：

单位：万元

类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
手机	3,088.78	72.53%	1,651.79	62.42%	1,641.07	59.51%
电脑	521.12	12.24%	310.84	11.75%	261.44	9.48%

类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
智能设备	217.82	5.11%	127.32	4.81%	175.47	6.36%
影音娱乐	208.43	4.89%	372.42	14.07%	468.79	17.00%
配件	22.97	0.54%	29.61	1.12%	18.42	0.67%
摄影摄像	-	-	-	-	0.37	0.01%
合计	4,059.12	95.32%	2,491.99	94.17%	2,565.55	93.03%

注：上述占比为该类产品采购金额占关爱通向索电数码采购总金额的比例。

（2）向兰焜信息采购情况

关爱通与兰焜信息自 2021 年开始合作，其向兰焜信息采购内容主要为 3C 数码产品为主，2021 年、2022 年其采购 3C 数码产品金额占比均超过 99%，相关产品主要为“华为（HUAWEI）”品牌。涉及的具体品类包括电脑（笔记本、平板电脑）、手机、影音娱乐（耳机、音箱）、智能设备（手环、手表）等品类。

各 3C 数码产品具体品类及其对应采购金额占比情况如下：

单位：万元

类别	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	采购金额	占比	采购金额	占比	采购金额	占比
手机	1,233.01	53.47%	821.75	65.38%	-	-
电脑	613.84	26.62%	246.04	20.09%	-	-
智能设备	290.06	12.58%	108.46	8.85%	-	-
影音娱乐	151.82	6.58%	63.26	5.16%	-	-
配件	11.11	0.48%	4.8	0.39%	-	-
合计	2,299.83	99.73%	1,244.32	99.87%	-	-

注：上述占比为该类产品采购金额占关爱通向兰焜信息采购总金额的比例。

3、与该类型产品市场价格的差异情况及定价公允性分析

关爱通向索电数码、兰焜信息采购的主要内容 3C 数码产品，在同一时间段关爱通通常仅向同一家供应商采购并在福利平台上线展示相关产品。针对同一型号产品，一般情况下不存在向其他供应商采购的情形。

3C 数码产品生命周期较短，同一品牌不同型号、不同规格的数码产品之间采购价格差异较大，不同时间段如年节、大促期间，上游厂商和代理商均会出台特定

的销售政策，相关产品采购价格及市场价格也存在一定差异。

结合上述实际情况，选取同类产品的市场价格与关爱通采购均价进行差异对比分析，具体情况如下：

(1) 向索电数码采购的主要产品价格及差异情况

关爱通向索电数码采购内容以“苹果（Apple）”品牌 3C 数码产品为主，其中手机产品占总采购比例较高，2022 年度手机产品采购金额占比约为 72.53%。以报告期各期采购金额前五大单品为例，对应产品采购价格及与市场价格的差异情况如下：

年度	序号	产品具体型号	具体规格	采购金额占比	采购均价 A(元)	市场价格 B (元)	价格差异率 =(B-A)/B
2022 年度	1	手机-苹果 iPhone 13 Pro Max	256GB 远峰蓝色	2.30%	9,389.12	9,799.00	4.18%
	2	手机-苹果 iPhone 13	256G 午夜色	2.29%	6,257.41	6,799.00	7.97%
	3	手机-苹果 iPhone 14	256G 星光色	1.90%	6,592.22	6,899.00	4.45%
	4	手机-苹果 iPhone 13 Pro	256GB 远峰蓝色	1.79%	8,386.06	8,799.00	4.69%
	5	手机-苹果 iPhone 14	128G 紫色	1.01%	5,741.35	5,999.00	4.29%
2021 年度	1	手机-苹果 iPhone 13	256G 星光色	4.38%	6,520.91	6,799.00	4.09%
	2	耳机-苹果 AirPods	配充电盒	3.20%	967.36	1,246.00	22.36%
	3	手机-苹果 iPhone 13	256G 午夜色	3.14%	6,522.00	6,799.00	4.07%
	4	耳机-苹果 AirPods Pro	Airpods Pro	2.21%	1,650.00	1,999.00	17.46%
	5	手机-苹果 iPhone 13	128G 星光色	2.06%	5,750.17	5,999.00	4.15%
2020 年度	1	耳机-AirPods	Airpods Pro	5.19%	1,644.09	1,999.00	17.75%
	2	耳机-AirPods	配充电盒	4.51%	1,051.31	1,246.00	15.63%
	3	手机-苹果 iPhone 12	128G 蓝色	3.37%	6,527.00	6,799.00	4.00%
	4	手机-苹果 iPhone 12	128G 黑色	3.29%	6,527.00	6,799.00	4.00%
	5	手机-苹果 iPhone 12	128G 白色	2.16%	6,527.00	6,799.00	4.00%

注：

- 1、采购均价为关爱通采购同类型、同规格产品不同批次的平均价格；
- 2、市场价格取同类型、同规格产品官方网站新品售价。

各年度前五大产品分类别采购价格差异率情况如下：

采购品类	平均价格差异率		
	2022 年度	2021 年度	2020 年度
耳机	-	19.91%	16.69%
手机	5.12%	4.10%	4.00%

结合上述数据对比分析，关爱通向索电数码采购前五大数码产品包括手机、耳机，不同类别产品价格存在一定差异，同类产品采购价格与市场价格差异率相对稳定。

（2）向兰焜信息采购的主要产品价格及差异情况

关爱通向兰焜信息采购内容以“华为（HUAWEI）”品牌 3C 数码产品为主，其中手机产品占总采购比例超过 50%。关爱通与兰焜信息自 2021 年开始合作，以 2022 年度、2021 年度采购金额前五大单品为例，对应产品采购价格及与市场价格的差异情况如下：

年度	序号	产品具体型号	具体规格	采购金额占比	采购均价 A（元）	市场价格 B（元）	价格差异率 =(B-A)/B
2022 年度	1	电脑-华为 MateBook 16	i5-12500H 16G 512G 皓月银	1.96%	5,322.54	5,699.00	6.61%
	2	手机-华为 P50 pro	4G 含充版 8G 256G 耀金黑	1.79%	5,756.20	6,188.00	6.98%
	3	电脑-华为 MateBook 14s	i5 16G 512 深空灰	1.50%	6,098.84	6,699.00	8.96%
	4	智能手表-华为 WATCH 3	活力款(46mm)黑色	1.45%	1,943.68	2,199.00	11.61%
	5	手机-华为 Mate 40 RS	5G 标准版 8G 256G 陶瓷黑	1.16%	10,450.00	10,999.00	4.99%
2021 年度	1	手机-华为 Mate 40E	5G 版 8G+128G 亮黑色	3.26%	4,956.91	5,499.00	9.86%
	2	手机-华为 Mate 40E	5G 版 8G+256G 亮黑色	3.08%	5,601.61	6,199.00	9.64%
	3	手机-华为 Mate 40 Pro	5G 含充版 8GB+256GB 釉白	2.94%	7,386.85	7,898.00	6.47%

年度	序号	产品具体型号	具体规格	采购金额占比	采购均价A（元）	市场价格B（元）	价格差异率 =(B-A)/B
			色				
	4	手机-华为Mate 40 Pro	5G 含充版 8GB+256GB 秘银色	2.93%	7,639.38	7,898.00	3.27%
	5	手机-华为Mate 40 Pro	5G 含充版 8GB+256GB 亮黑色	2.85%	7,747.57	7,898.00	1.90%

注：

- 1、采购均价为关爱通采购同类型、同规格产品不同批次的平均价格；
- 2、市场价格取同类型、同规格产品官方网站新品售价。

各年度前五大产品分类别采购价格差异率情况如下：

采购品类	平均价格差异率	
	2022 年度	2021 年度
电脑	8.96%	-
智能手表	11.61%	-
手机	5.99%	6.23%

结合上述数据对比分析，2021 年-2022 年，关爱通向兰焜信息采购的手机等主要数码产品价格与市场价格差异率较为平稳。

综上所述，关爱通向索电数码、兰焜信息采购电子产品型号、规格较多，不同品类采购价格存在一定差异。报告期各期，各品类主要电子产品采购价格与市场价格相比不存在显著差异，价格差异率相对稳定，相关产品采购价格定价具备公允性。

（七）保险类合同的签订方、投保人、资金来源及流向、结算周期、发行人承担的主要责任、客户员工享有的权益及实现途径，子公司中智保险具体业务内容与发行人采购此类产品之间的关系

1、发行人采购保险类合同的具体情况

报告期内，发行人在人力资源服务业务中，存在因客户需求为客户相关员工提供商业保障服务的情形，其中涉及向保险公司采购保险产品。以中智股份与某保险公司签订的《员工健康保障计划》为例，相关合同具体情况如下：

（1）保险类合同的签订方及投保人

在一般保险类合同中，涉及投保人、保险人以及被保险人。在上述《员工健康保障计划》合同中，中智股份为员工及其连带家属采购某保险公司的补充医疗保险产品，相关主体及对应合同身份如下：

相关主体	对应合同身份
保险公司	保险人
发行人	投保人
员工及连带家属	被保险人

（2）资金来源、流向及结算周期

此类保险服务采购资金来源为发行人的客户，资金流向为保险公司。在发行人与客户签署人力资源服务协议时，若涉及健康保障服务，一般会约定客户向发行人按月度支付相关服务费。根据发行人与保险公司签订的健康保障计划协议，发行人根据客户实际用工情况，每月向保险公司申报并增减人员，根据每月实际被保险人数计算费用。

一般保险合同保险期间为一年。发行人按月度结算周期向客户收取健康保障服务费，并按月度结算周期向保险公司支付保费。

（3）发行人承担的主要责任

根据相关合同条款，发行人作为投保人承担的主要责任如下：

- 1）投保人应为对被保险人有保险利益的机关、企业、事业单位和社会团体，其投保的人数必须占约定承保团体人员的 75%以上，且投保人数不低于 5 人；
- 2）保险金额由投保人、保险人双方约定，并在保险单中载明。保险金额一经确认，中途不得变更；
- 3）投保人应该按照合同约定向保险人缴纳保险费。

（4）客户员工享有的权益及实现途径

1）客户员工享有的权益

根据一般保险产品采购合同条款，发行人相关雇员作为被保险人享有的权益如下：

“（1）被保险人遭受意外伤害或自本保险合同生效之日起 15 天（或保单约定的天数）后（续保者自续保生效日后）罹患疾病，在中华人民共和国境内（不含港、澳、台地区，下同）二级以上（含二级）或保险人认可的医疗机构进行门诊或急诊治疗，保险人对其每次实际支出的、属于当地政府基本医疗保险制度报销范围内的合理且必要的各项医疗费用，按投保时双方约定的每次门急诊免赔额、每次医疗费用发生限额及给付比例给付门急诊医疗保险金。

每一被保险人在一天 24 小时内（0 时到 24 时）在同一科室进行的所有门急诊治疗合计为一次。

（2）被保险人一次或多次因意外伤害事故或疾病进行门诊急诊治疗，保险人均按上述规定向被保险人分别给付门急诊医疗保险金，但累计给付金额以不超过该被保险人的保险金额为限。累计给付金额达到其保险金额时，对该被保险人的保险责任终止。

（3）本保险合同为费用补偿型保险合同，适用医疗费用补偿原则。被保险人因意外伤害事故或疾病所致门急诊医疗费用可依据法律或当地政府规定而有所补偿，或可从其他福利计划或医疗保险计划取得部分或全部补偿，保险人的给付金额将扣除被保险人可取得的以上补偿部分。”

2）相关权益实现路径

根据《员工健康保障计划》相关约定，被保险人权益的实现主要由被保险人直接或通过发行人向保险公司发起保险金请求和约定的有关证明材料，保险公司收到请求后作出是否属于保险责任的核定，并将核定结果通知被保险人。对属于保险责任的，在与被保险人达成给付保险金的协议后十日内，由保险公司直接向被保险人履行赔偿保险金义务。

2、中智保险具体业务内容与发行人采购此类产品之间的关系

中智保险是发行人的控股子公司，其作为持牌经营的保险中介机构，在经申请获批的经营范围内主要从事保险经纪业务，除此之外，中智保险通过其子公司安尊（上海）健康管理有限公司（简称“安尊健康”）从事健康体检相关服务。

（1）中智保险主要业务内容

中智保险作为发行人控股的保险经纪公司，受发行人委托为其保险经纪人，代表发行人的利益与保险公司进行商务谈判，通过筛选、比较各家保险供应商的相关产品，选择最适合的健康保障方案，为发行人及其雇员争取最优惠的条款和保费。作为保险经纪公司，中智保险可根据中智股份的业务需求和风险状况为其量身定制保险方案，解答专业疑问，并提供相关风险管理建议。

中智保险通过子公司安尊健康为已参保的健康保障相关雇员群体提供健康体检服务，同时将健康体检领域已服务的客户雇员引流至健康保障领域，提供“大健康生态圈”健康保障、健康管理各环节的产品及服务。

（2）具体业务内容与发行人采购此类产品的关系

在发行人向保险公司采购此类保险产品以及后续保险理赔的业务流程中，中智保险根据其业务范围履行保险经纪人相关职责。中智保险基于投保人的利益，为投保人与保险人订立保险合同提供中介服务，并依法收取保险经纪费。中智保险以促成保险合同为主要目的，在发行人向保险公司采购保险产品的过程中，其主要提供的具体服务包括客户风险评估、保险安排、协助索赔等保险中介服务，在保险合同达成以后，中智保险作为保险经纪人向保险人（即保险公司）收取保险经纪费。

在日常业务开展过程中，中智保险向中智股份及相关被保险人提供保险咨询、风险评估、风险管理、防灾防损或其他健康保障、健康管理顾问服务；及时协助投保人完成续约、更新保险合同，确保健康保障服务的连续性和有效性；协助各分支机构进行保险索赔，包括填写理赔申请、收集相关文件和凭证、与保险公司开展沟通等，确保被保险人顺利获得赔付；同时，中智保险即时关注保险市场动态和政策变化，向中智股份及相关被保险人提供市场信息和建议，协助其做出正确的健康保障或健康管理决策。

（3）中智保险主要内部控制制度

中智保险作为依法成立并持牌经营的保险经纪公司，根据国家金融监督管理总局的监管要求及中智股份的内部管理要求，围绕健康保障、健康管理业务内部控制制定了包括业务管理、服务管理、供应商管理等一系列管理制度，主要相关制度情况如下：

1) 业务管理

中智保险制定了《合规政策》《保险业务内控准则》《合同管理制度》《互联网保险业务管理办法》《反洗钱规定》《个人保险销售行为可回溯管理办法》《自媒体保险营销宣传行为管理办法》《消费者投诉处理管理办法》《个人信息保护制度》《网络安全总体方针及安全策略》《综合业务部管理规章制度》等主要业务管理制度，上述制度为中智保险依法依规经营、防范经营风险提供坚实的制度保障。

2) 服务管理

中智保险制定了《保险经纪服务标准》、《售后服务管理细则》、《后援服务部管理制度》、《运营部管理制度》等主要服务管理制度，明确了健康保障、健康管理服务的标准、细化流程和规范操作要求。

3) 供应商管理

为了规范保险供应商引入规范，中智保险根据《银行保险机构公司治理监管评估办法》《保险公司偿付能力管理规定》以及每年度保险公司偿付能力风险管理评估结果等，并结合实际情况制定了《中智保险经纪供应商引入操作规范》等主要供应商管理制度。

中智保险在实际业务开展过程中，结合监管要求和业务经营情况不断完善内部控制规范及相关内部管理规章制度，进一步确保中智保险依法合规经营。

(八)向平安保险采购健康保障产品价格显著高于其他同类产品供应商的原因及合理性，是否与可比公司存在差异及原因；结合产品内容、招投标过程、竞标情况、定价依据等，进一步分析说明健康保障产品前五大客户采购价格的公允性

1、发行人向平安健康保险采购价格显著高于其他保险产品供应商的原因及合理性，是否与可比公司存在差异及原因

报告期内，发行人向平安健康保险股份有限公司上海分公司（简称“平安健康保险”）采购保险产品均价分别为 861.96 元/月/次、852.70 元/月/次和 933.39 元/月/次，明显高于其他保险产品供应商，主要系根据客户需求，发行人向其采购的保险产品为全球高端健康医疗保障产品，与一般补充医疗保障产品存在下列主要差异：

主要差异	全球高端健康医疗保障产品	普通补充医疗保障产品
赔付范围	可赔付不仅限于社会医疗保险范围内的医疗费用，无需使用医保卡就医	仅赔付社会医疗保险范围内的医疗费用，且需使用医保卡就医
赔付方式	直付服务（保险公司直接向医院支付相关费用，无需个人垫付）	无直付服务
赔付医院范围	全球范围（含中国大陆、大中华地区、全球其他地区）	中国大陆（不含港澳台地区）
赔付医院类型	公立医院（含特需/VIP/外宾部），民营医院、私立医院、特定/昂贵医院	二级及以上公立医院普通门诊、住院部
赔付额度	50 万元~1,600 万元	1 万元~2 万元
其他服务	提供住院代表服务、慢病送药保险直付服务、二次诊疗服务、双语及多语种服务	-

根据上表产品服务差异对比，发行人向平安健康保险采购的全球高端健康医疗产品，其产品功能、赔付范围、赔付额度、综合服务等方面相比普通医疗保障产品更为广泛、丰富，具备更高的服务标准和质量。该产品主要受众为外籍人员、企业中高层管理人员或福利水平较高的相关企业员工，具备较高的产品定价，发行人向平安健康保险采购的健康保障产品价格高于其他保险产品供应商具备合理性。

报告期内，除平安健康保险外，发行人还向其他主要供应商采购同类高端医疗产品，相关报价等具体情况如下：

供应商	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
中意人寿 保险有限 公司（简称 “中意人 寿”）	保单名称	中意全球保障团体医疗保险		
	采购均价（元/月）	989.25	1,055.42	1,110.50
	承保人数（人）	497	466	424
	供应商询比价情况	安盛天平、中国人寿、太保安联等供应商参与询比价		

根据上表数据，公司向平安健康保险采购的高端医疗保险与向中意人寿采购的同类产品价格之间不存在显著差异。发行人在向相关高端保险产品供应商采购时，均经由公司组织比价询价程序开展供应商遴选，相关价格具备公允性。

根据同行业可比上市公司北京人力和外服控股公开数据显示，其未公开披露向供应商采购保险产品的价格水平，报告期内公司向同一供应商采购价格总体保持平稳，符合市场情况。

2、结合产品内容、招投标过程、竞标情况、定价依据等，进一步分析说明健康保障产品前五大供应商采购价格的公允性

（1）主要产品内容

报告期内，发行人各期前五大健康保障产品供应商较为稳定，相关公司名称及对应采购具体产品内容如下：

序号	供应商名称	产品内容
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险、雇主责任保险等
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	团体全球高端健康医疗保险等
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	团体意外伤害保险、团体附加意外伤害医疗保险等
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	团体意外伤害保险、团体重大疾病保险、团体医疗保险等

（2）招投标过程及竞标情况

发行人健康保障产品采购均通过专业机构邀请招标或询比价方式开展，具体如下：

序号	供应商名称	采购方式
1	中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	邀请招标
2	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	询比价
3	平安健康保险股份有限公司上海分公司	邀请招标
4	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	邀请招标
5	平安养老保险股份有限公司上海分公司	询比价

在上述具体采购过程中，由中智股份向行业内主要保险公司进行邀请招标，经过规范招标流程的设置，相关保险公司前来竞标。经由评标委员会综合评估竞标保险公司的资质、承保能力、承保条件、服务能力、报价等各方面因素，通过打分评定的方式最终遴选出相关健康保障产品的供应商。

（3）定价依据

根据主要保险公司向发行人提供的报价单，影响健康保障产品报价的主要因素包括保险种类、商业保障范围、业务服务区域、历史赔付率、客户存续时间，以及

保险产品的设计能力、保险公司的业务管理能力等方面，各家供应商针对发行人的需求，并结合上述各类定价因素设置相应的市场化报价。

（4）价格对比

发行人向报告期内前五大健康保障产品供应商采购时，履行邀请招标程序的代表性产品项目的价格对比情况具体如下：

1）高端医疗员工福利保障集合计划续保采购项目

该项目分为原方案续保及新方案招标两部分，由邀请参与招标的 6 家单位按照区域（大陆/大中华/亚太）及年龄段（保障范围 0-75 岁）对标书所述保障方案分别报价。发行人综合考虑商务评审（5%）、价格评审（45%）及技术评审（50%）依据打分排名选定供应商，其中，报价参考基准价及限价评分。

平安健康保险股份有限公司上海分公司及中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司与本次项目招标要求较为契合，经综合评审打分，分别中标原方案续保及新方案招标项目。

在本次原方案续保招标计划中，发行人拟续保人数最多的“环球安盈型地区一”中“35-44 岁年龄段”保险计划的各供应商的投标报价对比如下：

单位：元/人/月

供应商	年龄段	环球安盈型地区一
安盛天平财产保险有限公司	35-44	2,450
太平洋健康保险股份有限公司上海分公司	35-44	1,817
亚太财产保险有限公司上海分公司	35-44	1,816
平安健康保险股份有限公司上海分公司	35-44	1,463
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	35-44	1,335
招商信诺人寿保险有限公司	未按标书要求报价	

在本次新方案招标保险计划中，发行人采购金额较大的大陆区域保险计划的各供应商的投标单方案均价对比如下：

单位：元/人/月

供应商	大陆计划 A	大陆计划 B	大陆计划 C
安盛天平财产保险有限公司	1,163.75	1,710.00	2,007.10
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	723.03	939.80	1,268.34
太平洋健康保险股份有限公司上海分公司	671.78	904.85	946.68
亚太财产保险有限公司上海分公司	646.82	970.90	1,087.30
招商信诺人寿保险有限公司	未按标书要求报价		
平安健康保险股份有限公司上海分公司	未按标书要求报价		

综上，在原方案及新方案招标评审中，平安健康保险股份有限公司上海分公司及中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司分别综合评分最高，故选定为中标供应商。

2) 中智本地员工福利保障集合计划续保采购项目

该项目由邀请参与招标的五家单位按方案类型及赔付比率分别报价。发行人综合考虑公司业务资质(5%)、风险评估报告(5%)、项目报价(40%)、价格结构(5%)、承保方案及条件(15%)、运管及系统(10%)、服务(15%)及现场述标(5%)依据打分排名选定供应商，其中，报价参考基准价及限价评分。中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司与本次项目招标要求较为契合，经综合评审打分，中标该项目。

在本次招标保险计划中，发行人拟续保人数最多的“补充医疗方案类型一”中“门急诊、住院赔付比例 100%”的保险计划的各供应商的投标报价对比如下：

单位：元/人/月

供应商	补充医疗方案类型一	
	员工及配偶	子女
中国平安财产保险股份有限公司浙江分公司	137	113
平安健康保险股份有限公司上海分公司	116	86
平安养老保险股份有限公司上海分公司	114.5	69
泰康养老保险股份有限公司上海分公司	72	75
中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司	67	67

本次招标中，中国太平洋财产保险股份有限公司上海分公司综合评分最高，故

选定为中标供应商。

3) 2022 年内部员工商业保险服务采购

该项目由邀请参与招标的三家单位对标书所载各保险方案分别报价。发行人综合考虑公司综合实力(5%)、服务经验(10%)、服务能力(30%)、服务时效性(10%)及本项目价格(40%)及增值服务(5%)依据打分排名选定供应商,报价采用低价优先法计算。合众人寿保险股份有限公司北京分公司在价格及服务能力方面均与本次招标项目要求较为契合,经综合评审打分,中标该项目。

在本次招标保险计划中,各险种各供应商报价具体如下:

单位:元/人/年

类型	供应商	管理类/专业类员工	服务类员工满一年	服务类员工一年内
补充医疗保险(员工)	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	1,700	1,300	950
	中国人寿保险股份有限公司北京市分公司	1,752	1,278	764
	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	1,348	990	587
重疾	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	550	137.5	137.5
	中国人寿保险股份有限公司北京市分公司	520	130	130
	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	402	100.5	100.5
意外	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	100	50	50
	中国人寿保险股份有限公司北京市分公司	100	50	50
	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	100	50	50
病故	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	100	-	-
	中国人寿保险股份有限公司北京市分公司	88	-	-
	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	88	-	-
补充医疗保险(子女)	中国平安财产保险股份有限公司上海分公司	1,900	700	700

类型	供应商	管理类/专业类员工	服务类员工满一年	服务类员工一年内
	中国人寿保险股份有限公司北京市分公司	1,610	575	575
	合众人寿保险股份有限公司北京分公司	1,610	575	575

本次招标中，合众人寿保险股份有限公司北京分公司综合评分最高，故选定为中标供应商。

综上分析，报告期各期发行人前五大健康保障产品采购供应商均为行业内知名保险公司，发行人通过询比价或招投标方式遴选供应商，相关保险产品采购价格均属于市场化定价，具备公允性。

（九）各期健康管理产品前五大供应商增减变动原因，结合爱康集团、上海电力医院提供的健康管理产品内容与其他供应商同类产品具体差异，进一步分析爱康集团采购价格增幅显著且远高于其他供应商的原因

1、各期健康管理产品前五大供应商增减变动原因

公司报告期健康管理产品前五大供应商总体较为稳定，各期健康管理产品前五大供应商与发行人在 2020-2022 年的具体合作情况如下：

单位：万元

公司	2022 年	2021 年	2020 年
上海美年门诊部有限公司	1,164.76	926.05	356.67
上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司	744.20	502.52	0.06
爱康健康科技集团有限公司	407.69	681.58	332.74
北京爱康国宾门诊部有限公司	222.92	96.63	0.49
上海仁爱医院有限公司	126.65	143.94	76.07
上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	-	312.13	287.96
中智保险经纪（上海）有限公司	-	-	874.49
上海电力医院	79.77	100.98	141.80

报告期各期，上海美年门诊部有限公司、爱康健康科技集团有限公司均为公司前五大供应商，北京爱康国宾门诊部有限公司系爱康健康科技集团有限公司下属子公司，上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司和上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司均系瑞慈医疗

(01526.HK)的下属子公司，瑞慈医疗亦为报告期内前五大供应商，上海仁爱医院系公司 2021 年和 2022 年的前五大供应商，2020 年系公司的第六大供应商，上海电力医院 2020 年为公司第五大供应商，2021 年和 2022 年系公司前十大供应商，上述供应商均为公司主要合作的供应商，报告期内未发生变化。

公司通过中智保险的体检平台采购健康管理产品，经重组后 2021 年中智保险成为发行人的子公司，因此不再成为公司前五大供应商。

2、结合爱康集团、上海电力医院提供的健康管理产品内容与其他供应商同类产品具体差异，进一步分析爱康集团采购价格增幅显著且远高于其他供应商的原因。

发行人向各期健康管理产品前五大供应商采购的代表性体检套餐情况如下：

公司	可供选择套餐数量	套餐价格区间	典型体检套餐举例
上海美年门诊部有限公司	3	242-500 元/人	“安心体检 B 中智定制版（胸部 CT）体检项目”套餐：单价为 300 元/男、340 元/女未婚、370 元/女已婚
上海瑞慈瑞铂门诊部有限公司/上海瑞慈瑞兆门诊部有限公司	13	224-1,000 元/人	“安心经典套餐”套餐：单价为 278 元/男、370 元/女未婚、388 元/女已婚
爱康健康科技集团有限公司/北京爱康国宾门诊部有限公司	55	101-3,160 元/人	“卓越套餐 SE”套餐：单价为 930/1,150 元/男、975/1,205 元/女未婚、1,055/1,305 元/女已婚； “爱康第三套（BJ）”套餐：单价为 265 元/男、310 元/女未婚、343 元/女已婚
上海仁爱医院有限公司	9	125-1,100 元/人	“安心优选基础套餐 SE”套餐：单价为 280 元/男、350 元/女未婚、380 元/女已婚
上海中盈保险经纪有限公司	39	125-1,289 元/人	“安心经典套餐”：单价为 380 元/男，470 元/女未婚，500 元/女已婚
上海电力医院	5	978-1,694 元/人	“中智外包员工体检项目”：单价为 897 元/男，1,112 元/女

注：上表相关数据均为某个具体合同样例对应的服务内容 & 报价情况。

报告期各期健康管理产品前五大供应商均提供多种体检套餐产品，其中上海电力医院主要面向电网等电力行业雇员，福利待遇较好，采购均价相对较高。

报告期各期，爱康集团的体检人次和体检均价情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
体检人次（万次）	0.38	0.84	1.47
体检均价（元/次）	1,069.22	808.71	226.14

爱康集团的体检套餐价格区间跨度较大，包含普通至中高端各个维度的健康管理产品，其体检功能范围、综合服务等方面较其他供应商相比选择更为宽泛。报告期内，爱康集团相关体检产品套餐价格区间及体检人次具体情况如下：

年度	体检套餐类型	套餐价格区间（元）	体检人次（次）	占比
2022 年	菁英版套餐	1,280-3,160	2,150	56.39%
	专业版套餐	500-1,280	1,215	31.86%
	基础版套餐	101-500	448	11.75%
2021 年	菁英版套餐	1,280-3,160	2,237	26.54%
	专业版套餐	300-980	4,356	51.68%
	基础版套餐	101-300	1,835	21.77%
2020 年	菁英版套餐	980-3,160	1,102	0.69%
	专业版套餐	300-980	1,248	8.48%
	基础版套餐	101-300	12,364	90.83%

注：菁英版套餐如“爱康卓越套餐”等，专业版套餐如“爱康安心关爱经典-颈椎套餐”等，基础版套餐如“安心基础套餐”等。

除爱康集团以外，发行人还向其他供应商采购同类中高端体检产品，如美兆集团（MJ GROUP）、美年大健康、上海电力医院等供应商，典型采购套餐及价格区间具体情况如下：

年度	供应商	套餐名称	套餐价格区间（元）
2022 年	美兆集团 ^注	智享-高端体检套餐	1,343-2,900
	美年大健康	中智优选套餐	1,359-1,513
	上海电力医院	体检套餐 C/D	906-1,430
2021 年	美兆集团	智享-高端体检套餐	1,370-3,150
	美年大健康	中智优选套餐	1,365-1,632
	上海电力医院	体检套餐 C/D	936-1,488
2020 年	美年大健康	中智专享套餐	1,010-1,080
	上海电力医院	体检套餐 C/D	978-1,337

注：发行人与美兆集团自 2021 年开始合作。

由于普通体检套餐市场可供选择范围较多，报告期各期选择爱康健康科技集团有限公司普通套餐体检的人数持续下降，结合爱康集团对于中高端个人客户和政府机构、企事业单位客户的产品定位，着重打造中高端体检产品的服务体验，客户中高端体检产品选择比例持续上升，因此采购均价增幅高于其他主要供应商，具备合理性。

二、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取报告期内采购明细表，统计报告期各期各类别产品采购的前五大供应商的采购规模及占比；

2、获取并查阅自营福利商品采购明细表和自营福利商品前五大供应商的合同，了解自营福利商品具体采购内容；获取报告期各期健康产品采购的前五大供应商的合同，了解健康产品具体采购内容；

3、访谈发行人运营管理部及部分供应商，了解发行人的采购内容、与供应商的合作情况、供应商选择标准及定价依据；

4、通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等公开渠道查询主要供应商的工商注册等信息，了解供应商的注册地址、注册资本、股东、法定代表人、主要管理人员、经营业务等基本情况，判断发行人向该等供应商采购商品或服务的合理性，并将该等供应商的股东、主要管理人员等与公司关联方名单进行比对，检查其是否与该公司存在关联关系；

5、对发行人报告期内各类产品前五大供应商进行了穿透核查，将前五大供应商的股东、董事、监事、高级管理人员与发行人及发行人的控股股东、实际控制人及其关联方以及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员进行了比对；查阅发行人与主要供应商签订的采购合同或合作协议，访谈公司业务部门及主要供应商，了解供应商与公司的合作情况；通过实地走访或视频访谈了解相关供应商的基本信息、相关业务规模及变动情况、与发行人是否存在关联关系、与发行人是否存在非经营性资金往来等情况；

6、针对发行人与人力资源外部委托、自营福利商品采购、健康保障采购以及健康管理产品业务主要供应商的合作，获取发行人与上述主要供应商的合同、付费通知书、发票、银行回单等相关资料，通过执行细节性测试判断发行人采购单价的真实性；

7、了解并取得发行人采购与付款循环方面的内部控制制度，评价发行人采购付款循环内部控制的设计的有效性，并对采购与付款循环实施穿行测试和控制测试以了解发行人相应内部控制制度的执行的有效性。

8、获取并查阅安华物业的采购合同，访谈安华物业的相关负责人，了解发行人与安华物业的合作背景、采购具体内容、定价机制；查阅山东省统计局数据库，获取当地城镇非私营单位就业人员月平均工资水平数据。

9、对发行人福利平台业务进行穿行测试，抽取客户合同、对应付款通知单、发票等业务凭证；

10、获取“非标准类型商品”采购产品类型分布情况表，获取关爱通向索电数码、兰焜信息采购的主要产品市场价格，对索电数码、兰焜信息开展现场走访，并对相关业务负责人进行访谈；

11、获取报告期内采购明细表，统计健康管理产品前五大供应商报告期各期与发行人的交易金额；查阅的合同及报价单，了解其具体健康管理套餐内容；查阅发行人的业务系统，获取健康管理产品前五大供应商的采购数量。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人人力资源业务相关的外部委托采购通常选取当地排名前列的机构，对其服务客户范围、服务雇员数、业务承接及流程管控能力、业务交付及财务管理的合法合规性以及服务意识进行综合考量选定，采购定价基于当地人力资源外部委托服务的市场平均价格与实际情况定价；发行人自营商品采购为发行人子公司关爱通福利平台采购，需符合关爱通供应商准入标准，具体商品由供应商参考市场价格定价；发行人健康保障业务采购依据保险公司的综合市场排名、产品与需求的匹配程度及产品报价等综合选择供应商，相关保险产品采购由双方在市场价格的基础上

协商定价；发行人健康管理服务采购产品主要为体检相关服务，主要依据供应商综合市场排名、客户对供应商产品服务的青睐程度、产品报价等因素选择供应商，相关体检服务产品采购定价方式由双方在市场定价的基础上协商定价。

2、报告期内，发行人向其各类产品前五大供应商采购金额与供应商总体规模相符，除中智科技应用与中智保险外与发行人均不存在关联关系，不存在成立即成为发行人主要供应商的情况；

3、发行人获取客户来源主要通过客户与业内推荐、自主开发与投标、二次开发、营销转化等；发行人采购各类人力资源服务时一般选择三个及以上的供应商，以供采购实施部门从信誉、资质、质量、价格、交付时间、服务等方面择优采购，并根据合同与供应商结算。发行人在人力资源服务外部采购中承担主要责任人的角色，拥有对采购的相应商品或服务的控制权并享有风险报酬和承担相应义务；发行人的人事管理、人才派遣、薪酬财税、健康福利、业务外包、招聘及灵活用工等业务，属于某一时点履行的履约义务。企业在履行了合同中的履约义务，在客户取得相关商品控制权时或取得相关服务时确认收入，同时确认相关成本；发行人不存在未经客户确认外采人力资源的相关风险。

4、发行人自 2020 年 5 月开始与安华物业合作，随着派遣人员数量增加，且为客户的派遣人员提供大量现场管理服务，安华物业自 2021 年起新增成为人力资源外部委托第一大供应商具备合理性。发行人采购安华物业的服务较其他供应商有所区别，主要系为派遣员工提供现场管理服务。安华物业与发行人之间的交易定价结合客户需求和市场用工水平，并综合参考多种因素。安华物业在服务发行人的派遣员工时，需派驻相应的培训和现场管理服务人员，因此该供应商采购单价高于其他同类供应商单价具有合理性。

5、报告期各期发行人自营福利产品的采购成本随着自营福利业务收入规模的扩大同步增长，相关成本与收入相匹配。

6、公司向索电数码、兰焜信息采购电子产品型号、规格较多，不同品类采购价格存在一定差异。报告期各期，各品类主要电子产品采购价格与市场价格相比不存在显著差异，价格差异率相对稳定，相关产品采购价格定价具备公允性。

7、在公司保险类业务中，由发行人担任投保人，采购资金来源为发行人的客户，资金流向为保险公司，一般保险合同保险期间为一年。发行人按月度结算周期向客户收取商业保障服务费，并按月度结算周期向保险公司支付保费，发行人作为投保人承担合同约定的相关责任。下属子公司中智保险作为持牌经营的保险中介机构，在经申请获批的经营范围内主要从事保险经纪业务，中智保险基于投保人的利益，为投保人与保险人订立保险合同提供中介服务，并依法收取保险经纪费。在发行人向保险公司采购保险产品的过程中，其主要提供的具体服务包括客户风险评估、保险安排、协助索赔等保险中介服务。

8、发行人向平安健康保险采购的全球高端健康医疗产品，其产品功能、赔付范围、赔付额度、综合服务等方面相比普通医疗保障产品更为广泛、丰富，具备更高的服务标准和质量。该产品主要受众为外籍人员、企业中高层管理人员或福利水平较高的相关企业员工，具备较高的产品定价，发行人向平安健康保险采购的健康保障产品价格高于其他保险产品供应商具备合理性。报告期内公司向同一供应商采购价格总体保持平稳，符合市场情况。发行人各期前五大健康保障产品供应商较为稳定，通过询比价或招投标方式遴选供应商，相关保险产品采购价格均属于市场化定价，具备公允性。

9、发行人各期健康管理产品前五大供应商总体较为稳定，其中上海电力医院主要面向电网等电力行业雇员，福利待遇较好，采购均价相对较高。爱康集团的体检套餐价格区间跨度较大，由于普通体检套餐市场可供选择范围较多，报告期各期选择爱康健康科技集团有限公司普通套餐体检的人数持续下降，客户中高端体检产品选择比例持续上升，因此采购均价增幅高于其他主要供应商，具备合理性。

问题 2.2 关于成本归集

根据申报材料：（1）发行人主营业务成本主要为外包雇员成本和人力资源服务外采成本，合计占总成本比重约为 97%；（2）外包成本主要核算业务外包、灵活用工业务中向外包雇员支付的工资、社保、公积金等薪酬，人力资源服务外采成本核算提供各类服务时，支付的商品或服务采购成本；（3）2021-2022 年，业务外包成本、招聘及灵活用工成本合计均小于当年外包雇员成本；（4）人力资源服务外采成本持续增长主要系健康福利业务增长；业务外包外采成本增幅较大主要系发行人

新增部分分包业务。

请发行人披露：各类型业务的成本构成明细及变动原因。

请发行人说明：（1）外包雇员成本、人力资源服务外采成本核算的具体明细内容、金额及占比，与各类型业务收入、服务量、服务员工人数之间的匹配性；（2）各期业务外包成本、招聘及灵活用工成本合计金额与外包雇员成本之间的差异程度、差异原因及合理性；前述两类业务模式下，人均服务收入与成本的变动趋势是否存在差异，如存在，请分析原因及合理性；（3）报告期内，新增分包业务、灵活用工平台的原因及必要性，业务外包、招聘及灵活用工外采成本变动情况与新增分包业务量、灵活用工平台业务量之间的匹配关系。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人披露

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（二）营业成本分析”之“2、主营业务成本构成”之“（2）按业务类别分类的情况”中补充披露如下：

“……

报告期内，各类业务的成本构成明细如下：

单位：万元

业务类型	支出项目	2022 年	占比	2021 年	占比	2020 年	占比
人才派遣	人力资源服务外采成本	5,306.93	82.31%	4,409.88	81.09%	3,745.14	78.36%
	人工成本	969.31	15.03%	840.29	15.45%	882.53	18.46%
	其他	170.86	2.65%	187.87	3.45%	152.04	3.18%
小计		6,447.10	100.00%	5,438.04	100.00%	4,779.71	100.00%
人事管理	人力资源服务外采成本	19,311.73	60.90%	21,271.76	65.75%	21,944.36	70.15%
	人工成本	10,058.49	31.72%	8,786.11	27.16%	7,059.85	22.57%
	其他	2,340.47	7.38%	2,296.60	7.10%	2,278.16	7.28%
小计		31,710.68	100.00%	32,354.48	100.00%	31,282.37	100.00%
薪酬财税	人力资源服务外采成本	27.77	0.37%	138.00	1.82%	786.58	11.51%

业务类型	支出项目	2022 年	占比	2021 年	占比	2020 年	占比
	人工成本	6,753.59	89.75%	6,659.52	88.07%	5,332.21	78.00%
	其他	743.40	9.88%	764.31	10.11%	717.09	10.49%
小计		7,524.77	100.00%	7,561.84	100.00%	6,835.88	100.00%
健康福利	人力资源服务外采成本	131,163.30	97.46%	86,349.45	96.58%	50,218.96	95.20%
	人工成本	3,059.86	2.27%	2,574.52	2.88%	2,024.06	3.84%
	其他	355.01	0.26%	484.21	0.54%	510.74	0.97%
小计		134,578.17	100.00%	89,408.18	100.00%	52,753.77	100.00%
业务外包	外包雇员成本	1,165,730.61	96.50%	1,015,877.05	97.87%	779,143.01	99.61%
	人力资源服务外采成本	40,766.16	3.37%	20,680.74	1.99%	2,002.97	0.26%
	人工成本	1,265.97	0.10%	1,003.69	0.10%	790.08	0.10%
	其他	294.00	0.02%	404.54	0.04%	275.20	0.04%
小计		1,208,056.74	100.00%	1,037,966.03	100.00%	782,211.26	100.00%
招聘及灵活用工	外包雇员成本	179,870.09	92.53%	142,394.59	91.81%	114,362.95	97.24%
	人力资源服务外采成本	12,131.12	6.24%	10,960.41	7.07%	1,175.73	1.00%
	人工成本	1,575.05	0.81%	972.07	0.63%	1,422.39	1.21%
	其他	808.40	0.42%	776.34	0.50%	646.60	0.55%
小计		194,384.65	100.00%	155,103.42	100.00%	117,607.66	100.00%
管理咨询	人力资源服务外采成本	8,047.14	52.45%	6,649.44	57.18%	6,763.79	51.99%
	人工成本	7,198.86	46.92%	4,913.05	42.25%	6,223.50	47.84%
	其他	95.25	0.62%	67.24	0.58%	22.79	0.18%
小计		15,341.25	100.00%	11,629.74	100.00%	13,010.08	100.00%
其他人力资源服务与非人力资源业务	外包雇员成本	11,157.22	58.29%	10,570.92	66.23%	7,796.77	2.63%
	人力资源服务外采成本	4,290.19	22.41%	2,863.62	17.94%	1,362.03	0.46%
	人工成本	2,249.73	11.75%	2,076.89	13.01%	1,436.98	0.49%
	其他	1,445.29	7.55%	448.87	2.81%	109.99	0.04%
	非人力资源业务	-	-	-	-	285,517.58	96.39%
小计		19,142.43	100.00%	15,960.29	100.00%	296,223.34	100.00%
主营业务成本		1,617,185.80		1,355,422.02		1,304,704.07	

报告期内发行人各业务的成本明细构成相对稳定，部分细分成本变动原因如下：

薪酬财税外采成本 2021 年和 2022 年降幅较大主要系发行人逐步完善和升级薪税业务系统，减少外部委托所致。

健康福利外采成本持续上升主要系发行人福利平台业务为适应市场变化逐步扩大自营模式经营，外采成本扩大所致。

业务外包雇员成本 2021 年增幅较大主要系 2020 年初因外部环境影响，国家出台阶段性减免企业社会保险费用政策，2021 年阶段性政策取消所致；外采成本 2021 年和 2022 年增幅较大主要系发行人新增部分分包业务所致。

招聘及灵活用工外采成本 2021 年增幅较大主要系当年发行人新增灵活用工平台外采用工所致；人工成本 2021 年降幅较大主要系发行人部分子公司调整后道人员结构，分摊人工成本下降所致；人工成本 2022 年增幅较大主要系业务量持续增大所致。

管理咨询人工成本 2022 年增幅较大主要系当年管理咨询项目验收较多所致。

其他人力资源服务外包雇员成本 2021 年增幅较大主要系部分提供跨国人员综合人力资源服务的子公司业务量上升所致；外采成本 2021 年和 2022 年增幅较大主要系 2020 年因外部环境影响，境内外人员流动较少，2021 年和 2022 年外部环境有所好转，境外人力资源服务需求增大，委托境外机构提供服务的业务量增大所致；人工成本 2021 年增幅较大主要系人力资源技术服务当年验收项目较多所致；其他成本 2021 和 2022 年增幅较大主要系人力资源培训业务增量较大所致。

非人力资源业务成本自 2021 年后减少为 0，主要系 2020 年 12 月发行人完成业务重组，原非人力资源业务置出至中智集团所致。”

二、发行人说明

（一）外包雇员成本、人力资源服务外采成本核算的具体明细内容、金额及占比，与各类型业务收入、服务量、服务员工人数之间的匹配性

1、外包雇员成本、人力资源服务外采成本核算的具体明细内容、金额及占比

外包雇员成本、人力资源服务外采成本是发行人主营业务成本的主要构成，报告期内，发行人主营业务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外包雇员成本	1,356,757.91	83.90%	1,168,842.56	86.23%	901,302.73	69.08%
人力资源服务外采成本	221,044.35	13.67%	153,323.31	11.31%	87,999.55	6.74%
人工成本	33,130.86	2.05%	27,826.16	2.05%	25,171.60	1.93%
折旧和摊销	1,396.73	0.09%	778.80	0.06%	877.47	0.07%
房租物业水电等	3,718.54	0.23%	3,557.77	0.26%	2,459.88	0.19%
其他	1,137.41	0.07%	1,093.42	0.08%	1,643.24	0.13%
贸易业务采购成本	-	-	-	-	285,249.60	21.86%
合计	1,617,185.80	100.00%	1,355,422.02	100.00%	1,304,704.07	100.00%

按各业务类别分类，报告期内外包雇员成本、人力资源服务外采成本具体情况如下：

单位：万元

类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	外包雇员成本	人力资源外采成本	外包雇员成本	人力资源外采成本	外包雇员成本	人力资源外采成本
业务外包	1,165,730.61	40,766.16	1,015,877.05	20,680.74	779,143.01	2,002.97
招聘及灵活用工	179,870.09	12,131.12	142,394.59	10,960.41	114,362.95	1,175.73
健康福利	-	131,163.30	-	86,349.45	-	50,218.96
人事管理	-	19,311.73	-	21,271.76	-	21,944.36
管理咨询	-	8,047.14	-	6,649.44	-	6,763.79
人才派遣	-	5,306.93	-	4,409.88	-	3,745.14
薪酬财税	-	27.77	-	138.00	-	786.58
其他人力资源服务	11,157.22	4,290.19	10,570.92	2,863.62	7,796.77	1,362.03
合计	1,356,757.91	221,044.35	1,168,842.56	153,323.31	901,302.73	87,999.55

外包雇员成本，是指发行人开展业务外包、招聘及灵活用工等全风险人力资源服务业务中，向外包雇员支付的工资、社保、公积金等薪酬和福利，属于发行人外包雇员的用人成本。每月按照业务外包、招聘及灵活用工等业务客户维度对用人成本进行归集核算。

外包雇员成本主要为业务外包、招聘及灵活用工人员的薪酬和福利，还包括国

际人力资源服务业务人员的薪酬和福利。报告期各期，公司外包雇员成本分别为 901,302.73 万元、1,168,842.56 万元和 1,356,757.91 万元。具体明细内容、金额及占比如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
业务外包雇员成本	1,165,730.61	85.92%	1,015,877.05	86.91%	779,143.01	86.45%
招聘及灵活用工雇员成本	179,870.09	13.26%	142,394.59	12.18%	114,362.95	12.69%
国际人力资源服务业务雇员成本	11,157.22	0.82%	10,570.92	0.91%	7,796.77	0.86%
合计	1,356,757.92	100.00%	1,168,842.56	100.00%	901,302.73	100.00%

人力资源服务外采成本是指发行人在向客户提供人力资源各类服务时，发生的对应外部采购成本，主要由福利采购成本、外部委托成本和健康产品采购成本构成，福利采购成本主要为福利业务中发行人为客户采购需要的福利产品发生的成本；外部委托成本主要为满足全国各地区的服务落地需要，发行人根据社会保险与住房公积金管理的属地化政策要求，委托当地的人力资源服务供应商，采购相关人力资源落地服务，发生的相关采购成本为外部采购成本；健康产品采购成本主要为发行人向医疗健康机构采购体检服务及向保险公司采购保险产品发生的成本。

按照各业务项下的对应外采成本进行归集。发行人人力资源服务外采成本随着相关业务的增长呈现逐年增加的趋势，报告期各期具体明细内容、金额及占比如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
福利采购成本	111,332.23	50.37%	65,203.57	42.53%	36,820.15	41.84%
外部委托成本	86,097.41	38.95%	66,832.98	43.59%	31,289.76	35.56%
健康产品采购成本	23,614.71	10.68%	21,286.76	13.88%	19,889.64	22.60%
合计	221,044.35	100.00%	153,323.31	100.00%	87,999.55	100.00%

2、与各类型业务收入、服务量、服务员工人数之间的匹配性

发行人外包雇员成本核算的是发行人业务外包、招聘及灵活用工业务以及国际人力资源服务业务中，向外包雇员支付的工资、社保、公积金等薪酬和福利。发行

人业务外包、招聘及灵活用工业务和国际人力资源服务业务的收入、服务员工人数和外包雇员成本的比对情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
业务外包			
业务外包收入（万元）	1,238,491.27	1,061,738.04	802,705.59
业务外包对应的外包雇员成本（万元）	1,165,730.61	1,015,877.05	779,143.01
成本占收入比	94.13%	95.68%	97.06%
年平均服务人数（万人）	9.24	8.50	8.24
招聘及灵活用工			
招聘及灵活用工收入（万元）	216,865.67	177,260.24	134,937.31
招聘及灵活用工对应的外包雇员成本（万元）	179,870.09	142,394.59	114,362.95
成本占收入比	82.94%	80.33%	84.75%
年平均服务人数（万人）	2.11	1.75	1.49
国际人力资源服务业务			
国际人力资源服务业务收入（万元）	17,110.52	12,651.27	9,781.09
国际人力资源服务业务对应的外包雇员成本（万元）	11,157.22	10,570.92	7,796.77
成本占收入比	65.21%	83.56%	79.71%
年平均服务人数（万人）	0.06	0.04	0.03
外包成本匹配分析			
相关业务收入合计（万元）	1,472,467.46	1,251,649.55	947,423.99
相关业务收入平均人数（万人）	11.41	10.29	9.76
相关业务成本合计（万元）	1,356,757.91	1,168,842.56	901,302.73
成本占收入比	92.14%	93.38%	95.13%

报告期内，发行人业务外包、招聘及灵活用工业务相关员工人数逐步增加，业务量及营业收入同步增长，雇员成本等同步增加，国际人力资源服务业务公司规模较小，报告期内服务人数逐步增加，对应的营业收入和成本也相应增加。报告期内，各相关业务的外包雇员成本对应的收入占比为 95.13%、93.38%、92.14%，各期占比相对稳定，均在 90%以上。发行人各类型业务收入、服务量、服务员工人数与外包雇员成本之间总体匹配。

发行人主营业务成本中，人力资源服务外采成本核算发行人在向客户提供人力

资源各类服务时，发生的外部采购成本，包括外部委托成本、福利采购成本、健康产品采购成本。

各类细分业务中，健康福利业务外部采购成本仅包含福利采购成本和健康产品采购成本。报告期各期，健康福利业务外部采购成本占福利采购和健康产品采购合计总成本的比例分别为 88.55%、99.84%和 97.20%；其他各细分业务人力资源外采成本占外部委托总成本的比例为 100%。

发行人的各类型业务收入与人力资源外采成本的匹配关系及变动情况如下：

项目	2022 年度	同比	2021 年度	同比	2020 年度
业务外包					
业务外包收入（万元）	1,238,491.27	16.65%	1,061,738.04	32.27%	802,705.59
业务外包外采成本（万元）	40,766.16	97.12%	20,680.74	932.50%	2,002.97
外采成本占相关收入比	3.29%		1.95%		0.25%
招聘及灵活用工					
招聘及灵活用工收入（万元）	216,865.67	22.34%	177,260.24	31.36%	134,937.31
招聘及灵活用工外采成本（万元）	12,131.12	10.68%	10,960.41	832.22%	1,175.73
外采成本占相关收入比	5.59%		6.18%		0.87%
健康福利					
健康福利收入（万元）	169,845.24	40.10%	121,229.69	40.24%	86,445.12
健康福利外采成本（万元）	131,163.30	51.90%	86,349.45	71.95%	50,218.96
其中：福利采购成本	111,332.23	70.75%	65,203.57	77.09%	36,820.15
健康产品采购成本	19,831.07	-6.22%	21,145.88	57.82%	13,398.81
外采成本占相关收入比	77.23%		71.23%		58.09%
人事管理					
人事管理收入（万元）	113,108.79	-1.68%	115,047.18	6.26%	108,265.17
人事管理外采成本（万元）	19,311.73	-9.21%	21,271.76	-3.07%	21,944.36
外采成本占相关收入比	17.07%		18.49%		20.27%
管理咨询					
管理咨询收入（万元）	27,925.37	32.27%	21,112.16	1.76%	20,747.89
管理咨询外采成本（万元）	8,047.14	21.02%	6,649.44	-1.69%	6,763.79
外采成本占相关收入比	28.82%		31.50%		32.60%
人才派遣					

项目	2022 年度	同比	2021 年度	同比	2020 年度
人才派遣收入（万元）	21,238.39	17.59%	18,061.70	16.96%	15,441.97
人才派遣外采成本（万元）	5,306.93	20.34%	4,409.88	17.75%	3,745.14
外采成本占相关收入比	24.99%		24.42%		24.25%
薪酬财税					
薪酬财税收入（万元）	18,721.24	2.93%	18,188.93	9.97%	16,539.82
薪酬财税外采成本（万元）	27.77	-79.88%	138.00	-82.46%	786.58
外采成本占相关收入比	0.15%		0.76%		4.76%
其他人力资源业务					
其他人力资源业务收入（万元）	25,591.01	18.93%	21,518.03	37.78%	15,617.60
其他人力资源业务外采成本（万元）	4,290.19	49.82%	2,863.62	110.25%	1,362.03
外采成本占相关收入比	16.76%		13.31%		8.72%

在各具体业务类别上，发行人根据实际需求进行人力资源服务外采，采购形式、内容、占比各有不同，在健康福利类业务中，发行人的健康福利产品外部采购需求较多，故外采成本占相关收入比重较高，在薪酬财税类业务中，发行人对外采购少量软件开发服务、财税服务等，故外采成本占相关收入比重相对较低，发行人各主要业务类型收入、服务量与人力资源服务外采成本之间总体匹配。

3、外采成本明细项目的金额变动情况，其中变动较大或波动趋势不一致项目的原因，以及与收入变动趋势存在的差异及原因

（1）外采成本变动情况及相关原因

发行人人力资源外采成本中福利采购成本、外部委托成本变动较大。

其中福利采购成本变动较大的原因为发行人自营福利产品业务不断发展，销售收入大幅增加，相关福利产品采购成本随之扩大，相关成本与收入变动趋势相匹配。

外部委托成本变动较大主要系为了满足业务外包客户的人力资源服务多样化需求，同时为进一步开拓人力资源服务形态，对人力资源灵活用工市场进行业务布局，发行人新增分包业务规模及灵活用工平台，报告期内发行人项目外包业务中分包业务量大幅增加，分包业务的外采成本随分包用工数量增长而增加，以及灵活用工平台业务作为市场新兴业务规模不断发展，灵活用工平台的外采成本随灵活用工

平台用工数量增长而增加，相关成本与收入变动趋势相匹配。

（2）各业务类别外采成本与相关收入变动趋势及差异情况

发行人人事管理、人才派遣、薪酬财税、健康福利、业务外包、招聘及灵活用工、管理咨询以及其他人力资源业务的人力资源外采成本主要由外部委托成本构成。

其中，人事管理业务 2021 年收入上升外采成本下降，主要系 2021 年发行人加快全国人力资源机构分支布局，提高自身服务能力，对外采需求有所下降所致。

薪酬财税业务外采成本与收入变动趋势相反，报告期内外采成本降幅较大，主要系发行人逐步完善和升级薪税业务系统，减少外部委托所致。

健康福利业务外采成本由福利采购成本和健康产品采购成本构成，报告期内健康福利业务外采成本增幅较大，与收入变动趋势一致。

业务外包外采成本与收入变动趋势一致，报告期内外采成本增幅较大，主要系发行人随着业务规模的扩大新增部分分包业务所致。

招聘及灵活用工外采成本与收入变动趋势一致，2021 年外采成本增幅较大主要系当年发行人新增灵活用工平台外采用工所致。

其他人力资源业务外采成本与收入变动趋势一致，报告期内外采成本增幅较大，主要系 2020 年外部环境影响，境内外人员流动较少，而 2021 年和 2022 年外部环境有所好转，境外人力资源服务需求增大，委托境外机构提供服务的业务量增大所致。

（3）管理咨询项目各期验收金额，人工成本和外采成本波动趋势不一致的原因，成本增加的主要影响因素

管理咨询业务为发行人与客户签订咨询服务合同，为客户提供管理咨询服务。发行人根据合同约定，向客户交付项目成果并经客户验收后，确认管理咨询服务收入。

发行人管理咨询项目各期验收金额、人工成本和外采成本金额及变动情况如下：

单位：万元

管理咨询项目	2022 年度	增长率	2021 年度	增长率	2020 年度
验收金额 (A)	27,925.37	32.27%	21,112.16	1.76%	20,747.89
人工成本	7,198.86	46.53%	4,913.05	-21.06%	6,223.50
外采成本	8,047.14	21.02%	6,649.44	-1.69%	6,763.79
人工成本和外采成本合计 (B)	15,246.00	31.86%	11,562.49	-10.97%	12,987.29
相关成本占比 (B/A)	54.60%	-	54.77%	-	62.60%

1) 报告期验收金额变动分析。2021 年验收金额较 2020 年增长 1.76%，主要原因为 2021 年受外部环境影响，部分项目进度放缓；2022 年较 2021 年增长 32.27%，主要原因为 2022 年外部环境向好，发行人开拓业务量的同时加快项目进度所致。

2) 2021 年验收金额增加的同时，人工成本和外采成本下降的原因分析。2021 年较 2020 年验收金额增长 1.76%，人工成本和外采成本合计下降 10.97%，主要原因为 2020 年末发行人关停培训业务等部分亏损中心，相关离职和辞退人数共计 36 人，故 2021 年相较 2020 年人工成本下降。2020 年关停部分业务涉及收入 2,452 万元、成本 2,559 万元，剔除关停部分业务影响后，2021 年较 2020 年验收金额增长 15.39%、人工成本和外采成本增长 10.88%，变动趋势一致。

(二) 各期业务外包成本、招聘及灵活用工成本合计金额与外包雇员成本之间的差异程度、差异原因及合理性；前述两类业务模式下，人均服务收入与成本的变动趋势是否存在差异，如存在，请分析原因及合理性

1、各期业务外包成本、招聘及灵活用工成本合计金额与外包雇员成本之间的差异程度、差异原因及合理性

业务外包、招聘灵活用工成本构成类似，具体包括外包雇员成本、人力资源外采成本、人工成本与其他成本。上述两类业务成本构成具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
业务外包			
业务外包成本	1,208,056.74	1,037,966.03	782,211.26
其中：外包雇员成本	1,165,730.61	1,015,877.05	779,143.01
外包雇员成本占比	96.50%	97.87%	99.61%

其中：人力资源外采成本	40,766.16	20,680.74	2,002.97
其中：人工成本与其他	1,559.97	1,408.23	1,065.28
招聘及灵活用工			
招聘及灵活用工成本	194,384.65	155,103.42	117,607.66
其中：外包雇员成本	179,870.09	142,394.59	114,362.95
外包雇员成本占比	92.53%	91.81%	97.24%
其中：人力资源外采成本	12,131.12	10,960.41	1,175.73
其中：人工成本与其他	2,383.45	1,748.41	2,068.99

报告期内，发行人业务外包成本中，外包雇员成本占该业务总成本比例分别为 99.61%、97.87%、96.50%，占比总体稳定。招聘及灵活用工业务中，外包雇员成本占该业务总成本比例分别为 97.24%、91.81%、92.53%，各期占比均在 90%以上，随各期招聘及灵活用工成本同步增加总体稳定。

按业务分类，外包雇员成本不仅包含业务外包、招聘及灵活用工的相应成本，同时也包含其他人力资源服务中的“国际人力资源服务”对应的外包雇员成本。外包雇员成本构成及其与业务外包、招聘及灵活用工合计成本的数据对比如下：

单位：万元

业务类型	成本科目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
业务外包	外包雇员成本	1,165,730.61	1,015,877.05	779,143.01
	总成本	1,208,056.74	1,037,966.03	782,211.26
招聘及灵活用工	外包雇员成本	179,870.09	142,394.59	114,362.95
	总成本	194,384.65	155,103.42	117,607.66
国际人力资源服务	外包雇员成本	11,157.22	10,570.92	7,796.77
外包雇员成本合计		1,356,757.91	1,168,842.56	901,302.73
业务外包+招聘及灵活用工成本合计		1,402,441.39	1,193,069.45	899,818.92

根据上表所示，2020 年发行人业务外包、招聘及灵活用工成本合计小于当年外包雇员成本，主要系一方面外包雇员成本还包含国际人力资源服务外包雇员成本，另一方面业务外包、招聘及灵活用工成本除外包雇员成本外，还包括人力资源外采成本、人工成本等，2021 年、2022 年业务外包、招聘及灵活用工成本合计均大于当年外包雇员成本，具有合理性。

2、前述两类业务模式下，人均服务收入与成本的变动趋势是否存在差异

业务外包、招聘灵活用工两类业务人均服务收入及人均成本数据如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
业务外包			
业务外包收入（万元）	1,238,491.27	1,061,738.04	802,705.59
年平均服务人数（万人）	9.24	8.5	8.24
人均月收入（元）	11,172.86	10,412.81	8,122.49
人均月收入增长率	7.30%	28.20%	-
人均月成本（元）	10,898.30	10,179.67	7,915.11
人均月成本增长率	7.06%	28.61%	-
招聘及灵活用工			
招聘及灵活用工收入（万元）	216,865.67	177,260.24	134,937.31
年平均服务人数（万人）	2.11	1.75	1.49
人均月收入（元）	8,562.56	8,449.17	7,539.75
人均月收入增长率	1.34%	12.06%	-
人均月成本（元）	7,674.94	7,393.06	6,571.44
人均月成本增长率	3.81%	12.50%	-

根据上表数据，报告期内，发行人业务外包人均月收入逐年增长，2021 年度、2022 年度增长比例分别为 28.20%、7.30%，对应人均成本变动比例为 28.61%、7.06%；招聘及灵活用工业务人均月收入逐年增长，2021 年度、2022 年度增长比例分别为 12.06%、1.34%，对应人均成本变动比例为 12.50%、3.81%。综上分析，上述两类业务模式下，人均服务收入与成本的变动趋势基本一致。

（三）报告期内，新增分包业务、灵活用工平台的原因及必要性，业务外包、招聘及灵活用工外采成本变动情况与新增分包业务量、灵活用工平台业务量之间的匹配关系

1、报告期内，新增分包业务、灵活用工平台的原因及必要性

发行人新增分包业务主要系发行人近年来着力发展业务外包，随着业务外包体量逐步增加，客户需求愈发多样化。在业务外包中，发行人结合业务特点对客户特定需求进行分包，选取特定行业内有明显专业优势的合作伙伴开展业务，以便匹配客户的多元化需求，提高客户服务质量。

发行人作为人力资源服务综合性企业，积极开拓人力资源服务形态。报告期内，随着人力资源市场灵活用工平台业务模式的兴起，发行人新设子公司合肥智灵犀、苏州智灵犀，用于开展灵活用工平台服务业务。在灵活用工平台业务中，发行人依据与客户签订的合同，基于客户的阶段性需求，承揽并发布客户的任务订单，承接人通过发行人灵活用工平台承接订单并完成任务。报告期内，公司灵活用工平台业务实现较快增长，相应分包及人力资源外采规模保持同步增长。

综上，基于满足业务外包客户的人力资源服务多样化需求，同时为进一步开拓人力资源服务形态，对人力资源灵活用工市场进行业务布局，发行人新增分包业务规模及灵活用工平台，具备必要性。

2、业务外包、招聘及灵活用工外采成本变动情况与新增分包业务量、灵活用工平台业务量之间的匹配关系

2021 年、2022 年，发行人分包业务及灵活用工平台业务规模主要因政策和客户需求原因有较大幅度增长。发行人业务外包、招聘及灵活用工业务所涉人力资源外采成本对应的分包业务规模及灵活用工平台业务规模分别如下：

业务类别	2022 年	2021 年	2020 年
业务外包			
人力资源外采成本（万元）	40,766.16	20,680.74	2,002.97
其中：分包业务外采成本（万元）	35,614.82	12,746.08	-
分包业务的业务量（年人次）	33,430	12,442	-
分包业务的用工单价（人次元）	10,653.55	10,244.39	-
招聘及灵活用工			
人力资源外采成本（万元）	12,131.12	10,960.41	1,175.73
其中：灵活用工平台外采成本（万元）	8,428.55	6,853.57	-
灵活用工平台业务量（年人次）	7,838	6,612	-
灵活用工平台业务用工单价（人次元）	10,753.45	10,365.35	-

2021 年-2022 年，业务外包中，人力资源外采成本增加主要来源于分包业务，分包业务的外采成本随分包用工数量增长而增加，分包业务的用工单价总体平稳，不存在异常。分包业务量与分包业务成本变动趋势一致，具备匹配性。

2021 年-2022 年，招聘及灵活用工业务中，人力资源外采成本增加主要来源于

灵活用工平台，灵活用工平台的外采成本随灵活用工平台用工数量增长而增加，灵活用工平台业务的用工单价总体平稳，灵活用工平台业务量与灵活用工平台外采成本变动趋势一致，具备匹配性。

三、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、访谈发行人采购及财务部门负责人，了解发行人采购流程及成本核算方法，分析是否与公司的经营情况相匹配，是否符合《企业会计准则》的相关规定；经了解，发行人成本核算方法与流程与公司经营情况匹配，且符合准则规定；

2、查阅发行人成本核算相关内控管理制度文件，分析内控制度设计是否合理，执行必要的测试程序以确定内部控制制度是否合理有效并得到执行；经检查，发行人成本核算的内控有效；

3、分析发行人成本变动的合理性，对外包雇员成本、人力资源外采成本等成本结构变化，分析变动原因；查询主要采购产品的公开市场价格，与发行人采购价格进行比较，分析发行人采购价格变动的合理性；

4、查阅同行业可比公司年报、招股说明书及其他公开披露文件，分析对比各产品同行业可比业务的成本变动情况及差异原因；

5、获取发行人按业务分类的收入和成本明细表，分析各业务的收入规模与细分成本项的匹配关系。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人外包雇员成本、人力资源服务外采成本均属于主营业务成本的部分，根据具体归集核算的口径，外包雇员成本具体明细内容包含的是发行人业务外包、招聘及灵活用工以及国际人力资源服务业务雇员的薪酬和福利，而人力资源服务外采成本具体明细内容包含的是发行人人力资源外部采购中发生的福利采购成本、健康产品采购成本以及外部委托成本，两类成本的金额及占比情况符合实际，且与各

类型业务收入、服务量、服务员工人数之间相匹配；外采成本明细项目变动较大或波动趋势不一致项目的原因，以及与收入变动趋势存在的差异存在合理性，其中增长较大的原因主要系发行人自营福利产品业务规模大幅增加、项目外包业务中分包业务量大幅增加以及灵活用工平台业务作为市场新兴业务规模不断发展所致；管理咨询业务人工成本及外采成本变动主要系当年管理咨询项目具体需求波动以及自有人员使用和借用外部资源情况变动所致。

2、各期业务外包成本、招聘及灵活用工成本合计金额与外包雇员成本之间的差异主要系外包雇员成本还包含国际人力资源服务外包雇员成本，且业务外包、招聘及灵活用工成本除外包雇员成本外，还包括人力资源外采成本、人工成本等，存在一定差异具有合理性。报告期内业务外包雇员成本占该业务总成本比例占比总体稳定。招聘及灵活用工业务中，外包雇员成本占该业务总成本比例各期均在 90%以上，随各期招聘及灵活用工成本同步增加。上述两类业务模式下，人均服务收入与成本的变动趋势一致，不存在差异。

3、基于满足业务外包客户的人力资源服务多样化需求，同时为进一步开拓人力资源服务形态，对人力资源灵活用工市场进行业务布局，发行人新增分包业务规模及灵活用工平台，具备必要性。分包业务的外采成本随分包用工数量增长而增加，分包业务的用工单价总体平稳，分包业务量与分包业务成本变动趋势一致，具备匹配性。灵活用工平台的外采成本随灵活用工平台用工数量增长而增加，灵活用工平台业务的用工单价总体平稳，灵活用工平台业务量与灵活用工平台外采成本变动趋势一致，具备匹配性。

问题 3 关于毛利率

根据申报材料：（1）发行人业务外包、招聘及灵活用工、人才派遣业务毛利率差异较大，其中业务外包毛利率保持最低；（2）报告期内，招聘及灵活用工人均月成本低于北上广深城镇单位社会平均工资以及可比公司外服控股同类业务用工成本，健康福利业务毛利率降幅较大；（3）科锐国际主营业务为中高端人才访寻、招聘流程外包、灵活用工服务等，发行人未与其进行对比分析。

请发行人说明：（1）区分业务外包、招聘、灵活用工、人才派遣业务，结合人员构成、收费标准、地域分布等，说明各期上述业务毛利率水平及差异原因；（2）招聘及灵活用工人均月成本低于当期市场平均薪酬、外服控股同类业务用工成本的原因；（3）招聘及灵活用工为第二大收入来源，发行人未选择科锐国际进行可比公司对比分析的原因，同行业可比公司选取是否全面；（4）健康福利业务中，自营模式毛利率较低的原因，结合报告期各期采用不同经营模式的收入、成本占比及毛利率差异情况，进一步分析说明健康福利业务毛利率持续下降的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在显著差异，如存在，请分析原因。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）区分业务外包、招聘、灵活用工、人才派遣业务，结合人员构成、收费标准、地域分布等，说明各期上述业务毛利率水平及差异原因

报告期内，发行人业务外包、招聘、灵活用工、人才派遣业务各期收入、成本、成本构成、毛利率、收费单价情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
人才派遣			
人才派遣收入（万元）	21,238.39	18,061.70	15,441.97
人才派遣成本（万元）	6,447.10	5,438.04	4,779.71
其中：外包雇员成本	-	-	-
其中：人力资源外采成本	5,306.93	4,409.88	3,745.14
其中：人工成本与其他	1,140.17	1,028.16	1,034.56
年平均服务人数（万人）	11.91	10.99	9.71

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
人均月收费（元）	148.59	136.93	132.53
人均月成本（元）	45.11	41.23	41.02
毛利率	69.64%	69.89%	69.05%
业务外包			
业务外包收入（万元）	1,238,491.27	1,061,738.04	802,705.59
业务外包成本（万元）	1,208,056.74	1,037,966.03	782,211.26
其中：外包雇员成本	1,165,730.61	1,015,877.05	779,143.01
其中：人力资源外采成本	40,766.16	20,680.74	2,002.97
其中：人工成本与其他	1,559.97	1,408.23	1,065.28
年平均服务人数（万人）	9.24	8.5	8.24
人均月收费（元）	11,172.86	10,412.81	8,122.49
人均月成本（元）	10,898.30	10,179.67	7,915.11
毛利率	2.46%	2.24%	2.55%
招聘及灵活用工			
招聘及灵活用工收入（万元）	216,865.67	177,260.24	134,937.31
招聘及灵活用工成本（万元）	194,384.65	155,103.42	117,607.66
其中：外包雇员成本	179,870.09	142,394.59	114,362.95
其中：人力资源外采成本	12,131.12	10,960.41	1,175.73
其中：人工成本与其他	2,383.45	1,748.41	2,068.99
年平均服务人数（万人）	2.11	1.75	1.49
人均月收费（元）	8,562.56	8,449.17	7,539.75
人均月成本（元）	7,674.94	7,393.06	6,571.44
毛利率	10.37%	12.50%	12.84%

业务外包、招聘及灵活用工、人才派遣均为派出类业务，但三者毛利率差异较大，主要系业务模式、成本构成及财务核算影响所致。具体分析如下：

人才派遣业务中，发行人按净额法核算，收入与成本中均未包含派遣人员的工资、社保、公积金。成本构成主要为人力资源服务外采成本及后道人员人工成本，其毛利率水平主要与人均收费水平、人均单位成本直接相关，并不与派遣员工的工资水平直接相关。报告期内，人才派遣业务人均收费水平以及人均单位成本总体平稳，不存在大幅度波动。人才派遣毛利率大幅度高于业务外包、招聘及灵活用工业务主要系财务核算按净额法所致。

业务外包、招聘及灵活用工中，发行人按总额法核算，收入与成本中包含雇员的工资、社保、公积金。成本构成主要为外包雇员成本，其主要与外包雇员的工资、社保、公积金直接相关。报告期内，业务外包、招聘及灵活用工的外包雇员成本 2021 年较 2020 年均有一定幅度增加，主要系 2020 年国家因疫情出台社保减免政策，后续减免政策陆续取消所致。报告期内，发行人业务外包毛利率总体平稳，不存在大幅度波动情况。

报告期内，公司招聘及灵活用工业务毛利率分别为 12.84%、12.50%及 10.37%，总体平稳。其中，招聘业务毛利率分别为 56.92%、57.10%及 58.48%，灵活用工业务毛利率分别为 11.37%、10.96%及 9.05%。2022 年，公司该类业务毛利率有所下降，主要系部分子公司灵活用工业务结构发生变化，灵活用工平台等模式业务量增大所致。剔除该部分影响因素后，公司招聘及灵活用工业务毛利率分别为 12.84%、12.54%和 11.83%，总体相对平稳，具体如下：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
剔除灵活用工平台等模式后收入	186,131.72	176,321.82	134,937.31
剔除灵活用工平台等模式后毛利率	11.83%	12.54%	12.84%

业务外包、招聘及灵活用工二者毛利率相差较大，主要系二者用工特点不同所致。发行人在上述业务中的报价均为成本加合理溢价模式，虽然业务外包人均工资水平较招聘及灵活用工人均工资水平高，但与毛利率不存在必然联系，二者毛利率水平差异与用工人员构成、地域分布也不存在必然联系，二者毛利率差异主要与发行人向客户的收费标准不同直接相关。业务外包中，发行人一般与客户签订一年以上的服务协议，用工期间相对稳定，管理模式相对固定，发行人招聘难度相对较低，因此发行人向客户提供的收费标准也相对较低。灵活用工业务中，发行人与客户签订的服务协议期限从若干日到一年，客户需求多变，用工期间并不固定，用工管理模式也相对多样，由于用工特点导致发行人招聘难度相对较高，因此发行人向客户提供的收费标准和溢价也相对较高。

人才派遣、业务外包、招聘及灵活用工业务收费标准差异的情况如下：

业务类型	业务模式及收费标准
人才派遣	公司为客户提供人才派遣服务，并与客户签订《劳务派遣协议》等，公司与员工签订《劳动合同》等，根据客户需求将员工派遣到客户处为其提供服务。收

业务类型	业务模式及收费标准
	费标准一般为公司服务的客户员工数量，乘以约定的人次服务费。
业务外包	公司为客户提供业务外包服务，并与客户签订业务外包合同。根据合同约定，公司为客户业务流程外包服务，公司根据与客户约定服务内容,向客户派驻符合要求工作人员提供服务。收费标准主要以项目服务人员的人工成本上加成风险金和合理溢价或以双方约定的固定服务费的方式进行收费。
招聘及灵活用工	灵活用工服务：灵活用工服务收费标准一般以客户企业的需求，定制项目服务方案，折算项目所需人员数量，并在提供的项目服务人员的人工成本上加成风险金和合理溢价或以双方约定的固定服务费的方式进行收费。
	中高端人才寻访：公司与客户签订《委托代理招聘协议》，公司根据客户需求，为客户招聘中高端人才提供专业化服务，服务收费标准一般为客户实际聘用人的年度薪资对应比例计算服务费。
	招聘流程外包：公司与客户签订《招聘外包服务协议》，为客户提供招聘流程外包服务。招聘流程外包服务主要根据客户需求，为客户提供招聘全流程管理服务并进行收费。

根据外服控股公开披露，其业务外包、招聘及灵活用工业务毛利率列示如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
业务外包	1.70%	1.99%	1.86%
招聘及灵活用工	7.05%	7.85%	8.55%

根据北京人力公开披露，其业务外包、招聘及灵活用工业务毛利率按照业务类别分类列示如下：

项目	2021 年度	2020 年度
业务外包	2.60%	2.74%
招聘及灵活用工	9.30%	9.49%

注：北京人力未披露 2022 年度各业务毛利率数据。

上市公司科锐国际主要从事灵活用工、中高端人才访寻、招聘流程外包业务，发行人招聘及灵活用工业务与科锐国际具备可比性。其未参考公司及可比公司就业务外包、招聘及灵活用工进行分类，根据科锐国际公开披露信息，其涵盖业务外包、招聘及灵活用工的三类业务总体毛利率情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
灵活用工、中高端人才访寻、招聘流程外包	9.89%	11.82%	13.66%

报告期内，公司业务外包毛利率分别为 2.55%、2.24%及 2.46%；公司招聘及灵活用工业务毛利率分别为 12.84%、12.50%及 10.37%。根据前述外服控股、北京人力等同行业上市公司披露数据分析，同行业可比上市公司招聘及灵活用工业务毛

利率普遍高于业务外包毛利率，与发行人情况相同。发行人业务外包毛利率、招聘及灵活用工毛利率与同行业可比公司不存在较大差异，符合行业水平。

（二）招聘及灵活用工人均月成本低于当期市场平均薪酬、外服控股同类业务用工成本的原因

报告期内，发行人招聘及灵活用工业务人均月成本如下：

单位：元/月

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
招聘及灵活用工人均成本	7,674.94	7,393.06	6,571.44

1、与当期市场平均薪酬及同行业可比公司外服控股的对比情况

（1）与市场平均薪酬对比情况

发行人选取主要业务经营所在地市场平均薪酬作为基准，与发行人灵活用工人均成本进行对比分析。根据相关地区 2020 年度-2022 年度社会保险部门或统计部门公布的数据，各地区城镇单位就业人员平均工资水平如下：

单位：元/月

类别	2022 年度	2021 年度	2020 年度
北京市城镇单位社会平均工资	10,628	9,407	8,847
上海市城镇单位社会平均工资	11,396	10,338	9,580
深圳市城镇单位社会平均工资	12,789	11,443	10,468
广州市城镇单位社会平均工资	11,650	10,843	9,954
成都市城镇单位社会平均工资	7,655	6,963	6,491
西安市城镇单位社会平均工资	9,257	8,276	7,697
天津市城镇单位社会平均工资	7,478	6,777	6,323
石家庄市城镇单位社会平均工资	5,789	5,409	5,070
沈阳市城镇单位社会平均工资	5,709	5,238	4,801
南京市城镇单位社会平均工资	11,832	10,846	9,909
哈尔滨市城镇单位社会平均工资	7,466	7,066	6,624
杭州市城镇单位社会平均工资	7,437	6,594	5,960
福州市城镇单位社会平均工资	6,653	6,126	5,814
济南市城镇单位社会平均工资	6,633	6,242	5,761
武汉市城镇单位社会平均工资	6,795	5,926	5,388
昆明市城镇单位社会平均工资	6,622	6,284	5,720

类别	2022 年度	2021 年度	2020 年度
兰州市城镇单位社会平均工资	6,400	6,063	5,542
南宁市城镇单位社会平均工资	6,197	5,819	5,257
银川市城镇单位社会平均工资	7,014	6,110	5,595
太原市城镇单位社会平均工资	5,914	5,392	4,832
长春市城镇单位社会平均工资	6,385	6,005	5,088
合肥市城镇单位社会平均工资	6,387	5,975	5,455
南昌市城镇单位社会平均工资	5,880	5,548	5,040
郑州市城镇单位社会平均工资	5,328	5,298	4,975
长沙市城镇单位社会平均工资	5,977	5,460	4,764
海口市城镇单位社会平均工资	7,586	6,543	6,116
贵阳市城镇单位社会平均工资	6,798	6,379	6,009
西宁市城镇单位社会平均工资	7,604	7,023	6,085
呼和浩特市城镇单位社会平均工资	6,751	6,344	5,688
拉萨市城镇单位社会平均工资	9,900	8,839	8,143
乌鲁木齐市城镇单位社会平均工资	7,089	6,531	5,738
重庆市城镇单位社会平均工资	6,595	6,165	5,819
平均值	7,612	6,977	6,392
发行人招聘及灵活用工人均成本	7,674.94	7,393.06	6,571.44

注：上述数据来源于各地社保人事部门或地方统计局在当年公布的上年度社会平均工资水平统计数据。

根据上述数据对比分析，报告期内，发行人招聘及灵活用工人均成本分别为 6,571.44 元/月、7,393.06 元/月和 7,674.94 元/月，与全国主要城市社会平均工资水平 6,392 元/月、6,977 元/月和 7,612 元/月基本一致。

（2）与同行业可比上市公司的对比

根据发行人同行业上市公司公开披露情况，仅外服控股披露其 2018 年度-2020 年度灵活用工服务派出类员工数量及人均用工成本情况，具体数据如下：

年份	2020 年度	2019 年度	2018 年度
派出员工用工成本（万元/年）	12.86	12.00	11.78
派出员工用工成本（元/月）	10,716.67	10,000.00	9,816.67

根据上述数据对比分析，报告期内，发行人招聘及灵活用工人均成本分别为

6,571.44 元/月、7,393.06 元/月和 7,674.94 元/月，其变动趋势与同行业可比上市公司外服控股及当期市场平均薪酬水平保持一致，但人均成本金额相对较低。

2、差异原因分析

公司招聘与灵活用工人均成本，与同行业上市公司外服控股派出员工用工成本相比较低的原因主要如下：

（1）发行人招聘与灵活用工业务中，存在部分业务按照客户的需求由发行人为客户提供长期兼职、短期兼职及非全日制人员并为客户提供服务。相关雇员一般与发行人签署劳务合同或其他短期服务协议，薪酬按日等方式计算，由于大部分工作时间较短，因此按月度计算薪酬的人均成本较低。

结合上述情况，对扣除灵活用工业务中非全日制雇员后的平均用工成本进行初步测算，具体情况如下：

单位：元/月

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
扣除非全日制雇员后的招聘及灵活用工人均成本	11,152.35	12,073.36	11,284.73

根据外服控股公开信息，外服控股 2020 年度灵活用工业务的派出员工用工成本为 10,716.67 元/月（其未披露灵活用工业务中是否含非全日制雇员），同期发行人扣除非全日制雇员后的平均用工成本为 11,284.73 元/月，与同行业可比公司不存在显著差异。

（2）发行人灵活用工业务覆盖区域较广，客户较为分散。根据外服控股公开信息，2020 年其上海地区与东部大区合计收入占比为 71.27%，而同期发行人华东地区（含上海地区）收入占比为 60.09%。发行人业务范围涉及全国，渗透市场涉及各省市三四线城市，相对更为分散，我国中西部、东北地区等区域平均用工水平相对较低，且同一省份不同地区用工水平差异较大。

因此，从整体上来看，发行人灵活用工业务平均用工成本，与同行业上市公司外服控股相比较低，但与前述统计口径的全国市场平均薪酬水平基本一致。

（三）招聘及灵活用工为第二大收入来源，发行人未选择科锐国际进行可比公司对比分析的原因，同行业可比公司选取是否全面

发行人主要从事人力资源服务业务，综合考虑行业属性、业务相关性、市场地位、客户结构等标准，公司主要选取了与发行人同处于人力资源服务行业的 A 股上市公司外服控股及北京人力作为发行人的可比公司。发行人与上述公司的对比情况详见招股说明书“第五节 业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（四）行业竞争格局、行业内主要企业”之“4、发行人与同行业可比公司的对比情况”。

发行人未选择科锐国际作为主要可比公司的原因如下：

发行人虽然与科锐国际同属于人力资源服务行业，但二者的历史沿革、所处细分市场、收入与利润构成、行业规模均存在明显差异。发行人从事人力资源业务起源于上世纪 90 年代，起初主要以人事管理和人才派遣为主，后按国家政策不断发展业务外包服务。报告期内发行人收入构成中人事管理、人才派遣、业务外包三者合计占比均超过 50%，而招聘与灵活用工收入占比约为 10%。发行人业务模式上重点强化人事管理、人才派遣、业务外包服务的专业性，通过专业化人事服务管理及专业化用工管理驱动业务；科锐国际从事人力资源业务起步于 2005 年，主要以招聘（科锐国际按“中高端人才访寻、招聘流程外包”列报）及灵活用工业务为主，科锐国际披露招聘业务是其竞争优势业务，报告期内科锐国际招聘与灵活用工收入占比约超过 90%。业务模式上，科锐国际通过招聘驱动业务，并进而为客户提供灵活用工服务。

发行人与科锐国际业务结构与业务规模差异情况具体分析如下：

（1）科锐国际招聘及灵活用工业务与发行人可比，但整体业务结构与发行人存在较大差异

根据科锐国际 2022 年年度报告相关信息，科锐国际主要从事中高端人才访寻、招聘流程外包、灵活用工、技术服务等业务。科锐国际相关业务收入及占比情况如下：

业务分类	2022 年度	
	金额（万元）	占比
灵活用工	803,683.47	88.39%

中高端人才访寻	68,171.66	7.50%
招聘流程外包	10,951.80	1.20%
技术服务	4,017.64	0.44%
其他	22,381.65	2.46%
合计	909,206.23	100.00%

发行人所从事的人力资源服务业务具体包括人事管理、人才派遣、薪酬财税、健康福利、业务外包、招聘及灵活用工、管理咨询和其他人力资源业务。发行人相关业务收入及占比情况如下：

项目	2022 年度	
	金额（万元）	占比
人才派遣	21,238.39	1.16%
人事管理	113,108.79	6.17%
薪酬财税	18,721.24	1.02%
健康福利	169,845.24	9.27%
业务外包	1,238,491.27	67.61%
招聘及灵活用工	216,865.67	11.84%
管理咨询	27,925.37	1.52%
其他人力资源业务	25,591.01	1.40%
合计	1,831,786.97	100.00%

根据上述数据对比分析，发行人所主要从事的人才派遣、人事管理及业务外包业务合计收入占比约为 74.94%，上述三类业务为发行人所从事的传统人力资源典型业务。

科锐国际所从事的主营业务灵活用工、中高端人才访寻以及招聘流程外包业务收入占其营业收入比例为 97.09%，而发行人收入排名第二的招聘及灵活用工业务（含中高端人才寻访、招聘流程外包及灵活用工）占发行人营业收入比例仅为 11.84%。因此，尽管发行人与科锐国际在招聘及灵活用工业务上存在一定交叉，但二者整体的业务结构存在较大差异。

（2）科锐国际业务规模与发行人及其可比公司存在一定差异

在选取同行业可比公司时，发行人尽可能选取与其收入体量、利润规模等方面相似的上市公司作为可比公司。2020 年-2022 年，发行人与同行业上市公司外服控

股、北京人力的收入与扣非净利润等指标对比情况如下：

公司名称	收入规模（万元）			扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润（万元）		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
外服控股	1,466,370.33	1,145,392.46	2,187,644.52	45,442.34	45,960.05	41,986.45
北京人力	3,185,503.75	2,541,767.89	1,809,677.81	42,856.54	38,823.44	39,141.71
发行人	1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30	73,744.36	64,182.70	29,915.08

根据科锐国际公开数据显示，其最近三年收入与扣非净利润等指标如下：

公司名称	收入规模（万元）			扣除非经常性损益后的净利润（万元）		
	2022 年	2021 年	2020 年	2022 年	2021 年	2020 年
科锐国际	909,206.23	701,045.09	393,200.10	23,524.93	21,064.57	14,930.36

根据上表对比分析，因科锐国际主要从事灵活用工、中高端人才访寻以及招聘流程外包业务，其在收入、利润等财务指标和经营业绩等方面与发行人及其可比上市公司外服控股、北京人力均存在一定差异。

综上，科锐国际所从事的招聘及灵活用工各业务与发行人具备可比性，但鉴于科锐国际整体业务结构、业务规模等方面与发行人存在差异，为保证财务状况、经营成果等具备可比性，发行人主要选取外服控股、北京人力作为同行业可比上市公司进行对比，具备合理性。

（四）健康福利业务中，自营模式毛利率较低的原因，结合报告期各期采用不同经营模式的收入、成本占比及毛利率差异情况，进一步分析说明健康福利业务毛利率持续下降的原因及合理性，是否与同行业可比公司存在显著差异，如存在，请分析原因。

公司健康福利业务包括健康管理及福利外包、福利平台业务，其中福利平台业务包含自营模式和非自营模式。

1、福利平台自营模式毛利率较低的原因

发行人主要通过子公司关爱通开展福利平台自营模式业务。福利平台自营模式主要通过关爱通自营商品平台为客户员工提供线上实物福利商品兑换，关爱通收取福利商品收入。

在福利平台自营模式中，关爱通主要销售实物商品，其定价依据主要通过业务成本及合理溢价进行定价，关爱通在自营模式中承担主要责任人角色，其收入确认方式为总额法计量，因此该业务模式下的毛利率水平相对较低，通常为 8%-10%。而非自营模式的福利业务收入通过净额法核算，其成本主要是人力成本或运营成本，其平均毛利率相对较高。

自营模式与非自营模式的差异情况详见本回复“1、关于主营业务收入”之“（五）2019 年后福利平台采取部分自营模式经营的原因，自营模式与非自营模式的差异及分类标准”。

2、采用不同经营模式的收入、成本占比及毛利率差异情况

报告期内，发行人健康福利业务不同营业模式下的收入、成本及毛利率具体情况如下：

单位：万元

年度	业务类型	收入	成本	毛利率
2022 年度	健康及福利外包业务	40,824.41	26,557.87	34.95%
	福利平台自营模式	116,073.08	106,642.75	8.12%
	福利平台非自营模式	12,947.75	1,377.55	89.36%
	合计	169,845.24	134,578.17	20.76%
2021 年度	健康及福利外包业务	37,801.75	24,459.82	35.29%
	福利平台自营模式	71,804.37	64,608.93	10.02%
	福利平台非自营模式	11,623.56	339.43	97.08%
	合计	121,229.69	89,408.18	26.25%
2020 年度	健康及福利外包业务	33,236.26	21,183.07	36.27%
	福利平台自营模式	34,364.07	30,858.20	10.20%
	福利平台非自营模式	18,844.79	712.50	96.22%
	合计	86,445.12	52,753.77	38.97%

根据上表，发行人健康福利业务中，健康管理及福利外包业务、福利平台自营模式、福利平台非自营模式三种不同经营模式的毛利率水平在报告期内保持相对稳定。

3、健康福利业务毛利率持续下降的原因及合理性

为进一步提升福利平台业务的用户体验，增强关爱通在行业内的市场竞争力，关爱通决定自 2019 年起对实物商品采取自营模式经营，通过自营模式深耕实物商品垂直供应链体系，以更加多元化、差异化的产品来满足客户员工的需求。随着关爱通自营模式的持续投入，平台用户兑换实物商品的比例逐年提升，关爱通自营实物商品的销售收入呈现较快增长趋势。因自营模式下的福利平台业务毛利率较低，进而导致健康福利业务整体毛利率出现下降。

综上，报告期内发行人健康福利业务整体毛利率呈逐年下降趋势，主要系毛利率较低的自营福利平台业务规模逐年增加所致，相关业务毛利率变动趋势具备合理性。

4、与同行业可比上市公司的对比情况

发行人可比上市公司主要包括外服控股和北京人力。

外服控股主营业务中涉及薪酬福利业务，具体包含薪税管理服务、健康管理服务和商业福利服务。根据外服控股披露的相关数据显示，其薪酬福利业务最近三年毛利率水平如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
薪酬福利	27.12%	31.19%	33.28%

北京人力主营业务涉及薪酬福利服务，主要包括薪酬财税管理服务、员工弹性福利关怀服务、健康管理服务等细分业务。根据北京人力披露的相关数据显示，其薪酬福利业务毛利率水平如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
薪酬福利服务	-	33.03%	35.44%

注：上述数据来源于北京人力披露的《北京城乡重大资产置换及发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（草案）（修订稿）》。其 2022 年度审计报告未披露不同业务类型的毛利率水平。

与同行业可比上市公司相比，发行人健康福利业务不涉及薪酬财税管理服务，业务结构存在一定差异。发行人健康福利业务毛利率具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
健康福利业务	20.76%	26.25%	38.97%
健康服务及福利外包业务（剔除福利平台）	34.95%	35.29%	36.27%

发行人健康福利业务毛利率下降，主要系毛利率较低的自营福利平台业务规模逐年增加所致，若剔除该部分业务，发行人健康福利业务毛利率为 36.27%、35.29% 及 34.95%，基本稳定。

综上对比分析，发行人与同行业可比公司在健康福利业务结构和具体分类上存在一定差异，但从整体毛利率水平来看，模拟剔除福利平台后，发行人健康福利业务与同行业上市公司毛利率水平不存在显著差异。

二、中介机构核查过程及核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了以下核查程序：

- 1、获取发行人按业务分类的收入和成本明细表，分析包括业务外包、招聘及灵活用工等业务的收入规模与成本的匹配关系；
- 2、查阅全国各主要地区的城镇单位就业人员平均工资水平；
- 3、取得科锐国际、外服控股、北京人力等上市公司年度报告、重组报告等公开披露信息，分析对比各产品同行业可比业务的业务结构、毛利率变动情况及差异原因；
- 4、与公司管理层进行沟通，了解公司健康福利业务毛利率变动情况及原因。

（二）中介机构核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人业务外包、招聘及灵活用工、人才派遣等业务毛利率因业务模式、服务内容及财务核算等方面不同而存在差异，具备合理性。
- 2、公司招聘与灵活用工人均成本，与当期市场平均薪酬水平及同行业上市公司外服控股派出员工用工成本相比较低的原因主要包括：（1）发行人招聘与灵活用

工业务中，存在部分业务按照客户的需求由发行人为客户提供长期兼职、短期兼职及非全日制人员并为客户提供服务；（2）发行人灵活用工业务覆盖区域较广，客户较为分散。从整体上来看，发行人灵活用工业务平均用工成本，与同行业上市公司外服控股相比较低，但与前述统计口径的全国市场平均薪酬水平基本一致。

3、鉴于科锐国际业务结构、业务规模等方面与发行人存在较大差异、业务规模等方面与发行人亦存在一定差异，为保证财务状况、经营成果等具备可比性，发行人未选取科锐国际，而选取外服控股、北京人力作为同行业可比上市公司进行对比，具备合理性。

4、福利平台自营模式中，关爱通主要销售实物商品，其定价依据主要通过业务成本及合理溢价进行定价，关爱通在自营模式中承担主要责任人角色，其收入确认方式为总额法计量，因此该业务模式下的毛利率水平相对较低。报告期内发行人健康福利业务整体毛利率呈逐年下降趋势，主要系毛利率较低的自营福利平台业务规模逐年增加所致，相关业务毛利率变动趋势具备合理性。发行人与同行业可比公司在健康福利业务结构和具体分类上存在一定差异，但从整体毛利率水平来看，剔除福利平台后，发行人健康福利业务与同行业上市公司毛利率水平不存在显著差异。

问题 4 关于应收款项

根据申报材料：（1）报告期各期，发行人应收账款规模分别为 39,513.74 万元、40,876.01 万元和 62,371.00 万元，主要为业务外包和灵活用工业务中应收客户的人力资源服务款；（2）2022 年度，应收账款前五大客户中存在无信用政策客户，欧莱雅持续为发行人第一大应收账款客户；（3）各期其他应收款账面价值分别为 242,695.36 万元、163,353.45 万元和 160,023.88 万元，主要为人事管理和人才派遣业务中应收客户的代理代办款。

请发行人披露：（1）各类业务的信用政策、信用期确定标准、结算方式、结算周期，应收账款主要构成及预期信用损失的确定方法；（2）其他应收款中各类业务对应的代理代办款金额、账龄结构、逾期及期后回款情况。

请发行人说明：（1）报告期内，各类业务信用政策实际执行情况，期末主要应收账款及代理代办款对应的收入形成时间，是否与合同约定相符，是否与同行业可比公司存在显著差异及原因，是否存在放宽信用期增加销售收入情形；（2）区分业务类型，说明应收账款、其他应收款中代理代办款前五大客户与该类业务销售前五大客户的差异情况、原因及合理性；（3）前五大应收账款客户中，存在无信用政策但应收账款期末余额较大的原因，是否与合同条款约定相一致，信用政策制度是否得到一贯执行；（4）欧莱雅客户应收账款期末余额、其他应收款中代理代办款期末余额持续远高于其他客户的原因；（5）应收账款及其他应收款中代理代办款的平均回款时间及回款方情况，是否存在第三方回款，如存在，请披露第三方回款金额、比例、原因，说明回款方是否与发行人存在关联关系或其他利益安排，是否与合同约定相符。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见，如存在第三方回款，请对照《监管规则适用指引——发行类第 5 号》进行核查。

回复：

一、发行人披露

（一）各类业务的信用政策、信用期确定标准、结算方式、结算周期，应收账款主要构成及预期信用损失的确定方法；

公司在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”

之“（一）资产的构成及分析”之“1、流动资产构成分析”之“（4）应收账款”中补充披露如下：

“.....

2) 应收账款主要构成

报告期内，发行人应收账款余额按业务类型分类构成如下表：

单位：万元

项目	2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
人才派遣	793.80	1.24%	782.51	1.86%	501.32	1.23%
人事管理	7,299.72	11.39%	5,772.08	13.70%	3,575.57	8.75%
薪酬财税	421.71	0.66%	144.81	0.34%	140.37	0.34%
健康福利	3,229.63	5.04%	824.42	1.96%	1,190.33	2.91%
业务外包	30,566.23	47.69%	19,428.51	46.13%	24,338.11	59.57%
招聘及灵活用工	16,677.66	26.02%	10,746.18	25.51%	8,206.95	20.09%
管理咨询	2,129.49	3.32%	1,938.50	4.60%	1,108.01	2.71%
其他人力资源业务	2,979.52	4.65%	2,480.41	5.89%	1,797.34	4.40%
合计	64,097.76	100.00%	42,117.42	100.00%	40,858.01	100.00%

发行人应收账款余额占比较高的业务主要涉及业务外包、招聘及灵活用工，各期两大业务应收账款余额分别占总额的 79.66%、71.64%和 73.71%，与主营业务收入构成基本相符。

3) 各类业务的信用政策、信用期确定标准、结算方式、结算周期

①各类业务的信用政策

公司目前主要客户由世界 500 强企业、中国 500 强企业、大型国有企业和优质民营企业组成。公司在与客户建立长期稳定的人力资源服务业务过程中，严格遵守《中智股份客户信用管理办法》，根据客户的经营状况、资信水平给予客户一定的信用期限。由于公司的信用政策管理较为严格，公司未给予大部分客户授信额度和信用账期，主要对部分信用情况较好的大客户给予信用账期，一般不超过 3 个月。

发行人制定了统一的信用政策，在客户信用管理方面，发行人结合公司实际业务开展情况制定了《客户信用管理办法》，该办法规定了客户信用管理的框架原则和审批权限。具体情况如下：

各分支机构单一客户授信额度超过 1,000 万元或未超过 1,000 万但超过本单位上年度合并报表净资产 15%、单一客户最长授信周期超过 3 个月，须报发行人总部运营管理部审批。发行人授权给各分支机构根据实际业务情况制定实施细则，在相应级别的范围内对外授信。各分支机构制定授信审批制度时，包含授信事项的方法、标准和流程等实施细则。

②信用期确定标准

发行人针对不同客户制定不同的信用政策，在确定具体客户信用期时，主要考虑各类业务不同客户的履约能力、履约表现、综合评价等方面。履约能力表现为客户性质、行业地位、客户可接受的付款条件、财务状况、是否有公开不诚信记录等；履约表现主要是过往交易情况，如购买产品情况、是否有逾期违约情况等；综合评价则包括历年销售额的增长情况、行业发展前景等。发行人在不同业务客户信用期确定标准方面不存在重大差异。

③各类业务的结算方式、结算周期

发行人主要业务及客户的结算方式为先收到客户来款后提供服务，部分客户存在信用期，按照发行人制定的《客户信用管理办法》采取信用结算模式。

发行人主要业务的结算周期一般为按月度结算，部分业务因业务性质和类型按项目结算或根据客户兑换情况结算。具体情况如下表所示：

业务类型	二级业务分类	结算周期
人事管理	人事管理	月度
	人才派遣	月度
	薪酬财税	月度
	业务外包	月度
招聘及灵活用工	中高端人才寻访服务	按项目结算
	招聘流程外包	按项目结算
	灵活用工服务	月度

业务类型	二级业务分类	结算周期
健康福利	健康服务	月度
	福利外包	月度、按项目结算
	福利平台净额	根据客户员工兑换
	福利平台总额	根据客户员工兑换
管理咨询		按项目进度结算
其他人力资源业务	国际人力资源服务	月度、按项目结算
	人力资源技术服务	按项目结算

.....

5) 应收账款坏账计提分析

报告期内，发行人应收账款坏账准备计提情况如下：

单位：万元

种类	2022-12-31				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
单项计提坏账准备	249.23	0.39%	249.23	100.00%	-
按组合计提坏账准备	63,848.52	99.61%	1,477.53	2.31%	62,371.00
其中：账龄分析组合-人力板块	63,848.52	99.61%	1,477.53	2.31%	62,371.00
账龄分析组合-非人力板块	-	-	-	-	-
合计	64,097.76	100.00%	1,726.76	-	62,371.00
种类	2021-12-31				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
单项计提坏账准备	244.56	0.58%	244.56	100.00%	-
按组合计提坏账准备	41,872.86	99.42%	996.85	2.38%	40,876.01
其中：账龄分析组合-人力板块	41,872.86	99.42%	996.85	2.38%	40,876.01
账龄分析组合-非人力板块	-	-	-	-	-
合计	42,117.42	100.00%	1,241.41	-	40,876.01
种类	2020-12-31				
	账面余额	比例	坏账准备	计提比例	账面价值
单项计提坏账准备	273.38	0.67%	273.38	100.00%	-
按组合计提坏账准备	40,584.63	99.33%	1,070.89	2.64%	39,513.74

其中：账龄分析组合-人力板块	40,584.63	99.33%	1,070.89	2.64%	39,513.74
账龄分析组合-非人力板块	-	-	-	-	-
合计	40,858.01	100.00%	1,344.27	-	39,513.74

发行人的预期信用损失的确定方法是基于历史损失信息、当前信息以及对未来预测信息对预期信用风险损失进行估计。

①发行人当期信息、历史数据情况及同行业对比情况

发行人报告期各期应收账款金额较小，目前主要客户由世界 500 强企业、中国 500 强企业、大型国有企业和优质民营企业组成。该部分客户具有较好的行业地位和资金实力，长期以来同发行人保持着良好的合作关系，报告期内发行人应收账款账龄主要集中在 1 年以内，报告期各期末一年以内的应收账款占其总额的比例分别为 97.20%、97.75%及 97.83%。

同行业 A 股上市公司外服控股和北京人力应收账款金额及账龄情况如下：

单位：万元

公司名称	应收账款账龄	应收账款余额					
		2022 年 12 月 31 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日	
		金额	占比	金额	占比	金额	占比
上海外服	1 年以内	64,357.04	98.20%	32,540.35	97.59%	39,843.90	98.12%
	1 年以上	1,178.82	1.80%	802.98	2.41%	765.39	1.88%
北京人力	1 年以内	310,277.20	99.48%	174,892.55	98.74%	132,934.11	99.08%
	1 年以上	1,623.20	0.52%	2,234.53	1.26%	1,229.34	0.92%
中智股份	1 年以内	62,705.68	97.83%	41,169.41	97.75%	39,711.33	97.20%
	1 年以上	1,392.08	2.18%	948.00	2.25%	1,146.68	2.80%

根据上述数据，发行人应收账款账龄情况与同行业可比公司不存在明显差异。

②发行人对未来预测信息处理、发行人坏账政策及同行业对比情况

参考发行人所处同行业存在业务规模、市场地位均可比的上市公司，发行人参考同行业可比公司数据，根据获得的合理且有依据的信息，对未来预测信息进行相关处理，并采用与同行业可比上市公司基本一致的坏账政策。

发行人以账龄组合计提减值损失比例的情况具体如下：

组合名称		同行业可比上市公司坏账准备计提政策		发行人
		外服控股	北京人力	
账龄组合	6 个月以内	1.00%	1.00%	1.00%
	7 月-1 年（含 1 年）	5.00%	5.00%	5.00%
	1-2 年（含 2 年）	50.00%	50.00%	50.00%
	2-3 年（含 3 年）	80.00%	80.00%	80.00%
	3 年以上	100.00%	100.00%	100.00%

根据上述数据，报告期内公司应收账款预期信用减值损失的确定方法合理，与可比公司坏账政策基本一致。

.....”

（二）其他应收款中各类业务对应的代理代办款金额、账龄结构、逾期及期后回款情况。

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“十、资产质量分析”之“（一）资产的构成及分析”之“1、流动资产构成分析”之“（6）其他应收款”中补充披露如下：

“.....

6）其他应收款项中代理代办款情况

①各类业务对应的其他应收款代理代办款金额

发行人为客户提供综合人力资源服务，通常存在发行人为同一客户同时提供人事管理服务、人才派遣服务或其他服务的情形。公司其他应收款中的代理代办款主要涉及人事管理、人才派遣、薪酬财税等业务。

人事管理和人才派遣代理代办款主要为发行人为客户代收代缴的社保及公积金等，薪酬财税代理代办款主要系公司在开展薪酬财税业务时，为客户员工代收代付的工资薪金和代收代缴的税金。其中，人事管理、人才派遣代理代办款为主要构成部分，报告期各期占比分别为 85.45%、87.16%、84.51%，具体如下：

单位：万元

年度	其他应收款 中代理代办 款合计	业务构成及占比					
		人事管理	占比	人才派遣	占比	薪酬财税	占比
2022 年末	158,372.39	110,392.90	69.71%	23,441.16	14.80%	24,538.33	15.49%
2021 年末	162,835.38	115,854.42	71.15%	26,071.43	16.01%	20,909.53	12.84%
2020 年末	132,679.16	97,260.03	73.30%	16,120.69	12.15%	19,298.44	14.55%

②其他应收款代理代办款账龄结构

报告期内，发行人代理代办款账龄情况如下表：

单位：万元

年度	其他应收款代 理代办款余额	账龄情况				
		0-6 个月	7-12 月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
2022 年末	158,372.39	154,933.24	2,053.12	338.20	24.29	1,023.53
2021 年末	162,835.38	161,286.75	328.47	77.18	86.65	1,056.32
2020 年末	132,679.16	130,854.66	65.90	248.60	278.62	1,231.38

发行人代理代办款账龄主要在一年以内，报告期内，一年以内的其他应收款代理代办款占比分别为 98.67%、99.25%、99.12%，该类款项回款情况良好。

③其他应收款代理代办款逾期及期后回款情况

报告期内，发行人其他应收款代理代办款逾期及期后回款情况如下表：

单位：万元

项目	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他应收款中代理代办款余额	158,372.39	100.00%	162,835.38	100.00%	132,679.16	100.00%
其中：信用期内	149,672.03	94.51%	154,227.57	94.71%	121,770.85	91.78%
信用期外	8,700.36	5.49%	8,607.81	5.29%	10,908.31	8.22%
截至 2023 年 2 月末回款金额	149,848.67	94.62%	162,441.68	99.76%	132,558.20	99.91%

根据上表数据分析，发行人报告期各期信用期内其他应收款代理代办款余额占比分别为 91.78%、94.71%、94.51%，总体占比较高。截至 2023 年 2 月末，其他应收款中代理代办款的回款金额占其他应收款代理代办款余额的比例分别为

99.91%、99.76%、94.62%，报告期各期发行人其他应收款代理代办款期后回款情况良好。”

二、发行人说明

（一）报告期内，各类业务信用政策实际执行情况，期末主要应收账款及代理代办款对应的收入形成时间，是否与合同约定相符，是否与同行业可比公司存在显著差异及原因，是否存在放宽信用期增加销售收入情形

1、发行人信用政策实际执行情况

为加强和规范公司客户信用管理，进一步完善公司经营管控体系，防范业务和资金风险，结合实际情况，发行人制定了客户信用管理办法，发行人通过《中智股份客户信用管理办法》进行统一的信用管理，并授权给各分支机构根据实际业务情况制定信用政策的实施细则，各类业务的信用政策不存在显著差异。

报告期内，发行人及各分支机构严格执行《中智股份客户信用管理办法》，根据客户的资信评估等级，对客户进行分类管理，在履行相关决策程序后，有针对性地确定授信额度和周期，对于已认定资信等级并符合授信条件的客户每年进行一次等级更新。各分支机构遵守授信总额控制的原则，根据自身经营实际制定月度、年度授信额度标准，单一客户信用期一般不超过三个月。各分支机构持续动态监测应收款项的回款情况，每月把逾期 2 个月及以上的应收款项情况上报至发行人运营管理部。若存在超出信用期等特殊情况，均按规定履行相应的内部决策程序。

对于信用较好的客户，发行人一般给予不超过三个月的信用期，并严格按照《客户信用管理办法》履行相关流程后，在合同中与客户进行明确约定。由于人力资源服务业务每月来款、每月支付、高频次、高周转的特点，对于极个别客户出现申请临时信用期需求，但未在合同中予以明确约定的情形，发行人严格依照《客户信用管理办法》对客户资信等级进行认定，对其临时信用期进行评估并履行相关审批流程。相关制度核心内容主要包括如下几个方面：

（1）客户资信评估

客户资信评估旨在对客户的资信状况进行评价，确定客户资信等级。客户资信等级是对客户进行授信管理的重要依据。发行人根据实际情况建立客户资信评估指

标体系和评分标准，充分考虑企业性质、所在行业、项目收益、项目规模、授信周期、资金成本等相关因素。

客户资信评估的等级认定机构由财务部、运营部等部门相关岗位人员组成。其中财务部门作为等级认定机构的牵头部门。

客户资信等级认定过程须符合以下要求：

1) 等级认定机构的牵头部门应对客户资信评估材料的完整性、真实性、准确性进行审核。

2) 审核通过后，牵头部门组织认定机构对照本单位客户，资信评估指标体系和评分标准，对客户进行信用评分，根据信用评分结果，应将客户资信状况划分为若干等级。

3) 认定工作完成后，牵头部门应将认定结果及时反馈给发起部门。

(2) 授信管理

客户资信评估结果主要运用于对客户的授信，对客户的授信，应符合以下要求：

1) 实施授信总额控制，根据自身经营实际制定月度、年度授信额度标准,确定最高授信额度和最长授信周期，年度最高授信额度一般不应超过上年度合并报表净资产的 30%，单一客户最长授信周期一般不应超过 90 天，特殊情况须报中智股份运营管理部审批。

2) 对客户的授信根据资信评估指标体系和评分标准进行管理，根据不同客户资信等级，有针对性地确定授信额度和周期。

3) 制定授信审批制度。单一客户授信额度超过 1,000 万元，或未超过 1,000 万但超过本单位上年度合并报表净资产 15%的，须报中智股份运营管理部审批。

(3) 预期应收账款管理

逾期应收账款是指未能在合同约定收款日如期收回的应收账款。对于应收业务款项，服务部门应积极与客户对账，并监控客户是否按照约定时间到款；对未收到的款项应积极催收，催收责任部门对催收过程做好留证工作。

动态监测应收账款回款情况，将逾期 2 个月及以上的应收账款情况及时上报。客户发生特殊情况的，应按照内部决策流程要求履行相关决策程序。

综上，发行人结合公司业务特点及客户需求，针对客户资信评估及信用管理建立有全面、完善的制度，相关内控制度全面、有效。

2、期末主要应收账款相关情况

报告期各期末，发行人主要应收账款对应的收入形成时间如下：

年度	客户	应收账款期末余额（万元）	信用期	主要应收账款对应收入形成时间
2022 年度	欧莱雅（中国）有限公司	6,011.83	1 个月内	2022 年 12 月
	安徽省通信产业服务有限公司	5,413.02	无	2022 年 10-12 月
	惠氏（上海）贸易有限公司	3,894.27	1 个月内	2022 年 12 月
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	1,698.65	1 个月内	2022 年 12 月
	北京孩思乐商业有限公司	756.31	无	2022 年 10-12 月
		543.23	无	2022 年 7-9 月
		350.26	无	2022 年 4-6 月
2021 年度	欧莱雅（中国）有限公司	6,787.11	1 个月内	2021 年 12 月
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,163.20	1 个月内	2021 年 12 月
	上汽通用汽车销售有限公司	1,409.05	2 个月内	2021 年 11-12 月
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,315.66	2 个月内	2021 年 11-12 月
	联想云领（成都）科技有限公司	1,008.02	1 个月内	2021 年 12 月
2020 年度	欧莱雅（中国）有限公司	13,456.53	1 个月内	2020 年 12 月
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,158.30	1 个月内	2020 年 12 月
	联想云领（成都）科技有限公司	1,522.97	1 个月内	2020 年 12 月
	中铁第六勘察设计院集团有限公司隧道设计分公司	734.71	1 个月内	2020 年 12 月
	利乐包装（昆山）有限公司	676.65	2 个月内	2020 年 11-12 月

根据上表，发行人期末主要的应收账款对应的收入都形成于信用期内，与合同约定相符。

（1）孩思乐应收账款及临时信用期审批情况

2022 年末，发行人对北京孩思乐的应收账款期末余额分别形成于 10-12 月、7-9 月和 4-6 月，主要系 2022 年北京孩思乐受外部环境影响经营欠佳，向发行人申请临时的信用期，发行人考虑到北京孩思乐为有一定市场知名度的客户，信誉较好，且历史合作过程中严格执行合同约定，经内部决策批准了北京孩思乐的临时信用期申请，该部分应收账款已于期后回款完毕。

孩思乐临时信用期审批具体情况如下：

孩思乐是国内领先的玩具品牌运营商和零售商，与全球各大知名玩具品牌合作，在全国拥有数百家直营零售连锁品牌。发行人自 2017 年与孩思乐开展业务合作，合作期间孩思乐从未出现违约情况。2022 年，因外部环境影响，孩思乐短期资金周转出现困难，因此向发行人申请临时授信金额 2,000 万元，最长授信周期为 180 天。

上海中智营销服务有限公司（简称“中智营销”）依照《客户信用管理办法》，向中智股份运营管理部申请关于孩思乐的临时信用期及相应授信额度。孩思乐为发行人合作 8 年的业务伙伴，历史合作情况良好，符合发行人信用管理制度中关于客户履约能力及信用综合评价的标准。同时，孩思乐之关联方凯知乐国际控股有限公司（香港上市公司，股票代码：02122.HK）针对孩思乐向发行人申请信用期事项出具了不可撤销的连带责任担保。2022 年 11 月，经发行人严格履行相应审批流程后，中智股份签批完成中智营销关于孩思乐的临时授信申请。

孩思乐临时信用期审核主要内控记录凭证包括：1）中智营销关于申请孩思乐临时授信申请；2）凯知乐国际控股有限公司针对孩思乐向发行人申请信用期事项出具的不可撤销的连带责任担保函；3）中智营销总经理签批审核意见；4）中智股份运营管理部审核意见。

（2）安徽通服应收账款及临时信用期审批情况

2022 年末，发行人对安徽通服的应收账款期末余额形成于 10-12 月，主要系发行人 2022 年新增与安徽通服的合作，考虑到安徽通服资信情况良好，系中国电信下属中国通信服务股份有限公司全资子公司，在履行临时审批流程后，决定给予安

徽通服临时信用期，该部分应收账款已于期后回款完毕。报告期内公司不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

安徽通服临时信用期审批具体情况如下：

2022 年 4 月，中智安徽与安徽通服接洽谈判，拓展人力资源服务业务。中智安徽经商业背景调查了解，安徽通服系中国通信服务股份有限公司（简称“中国通服”，香港上市公司，股票代码 00552.HK）之全资子公司，该公司由中国电信集团公司、中国移动通信集团公司、中国联合网络通信集团有限公司三大电信运营商控股，该公司信用情况良好，股东实力雄厚。

考虑到安徽通服在皖市场重要性并且有其他竞争对手与其接洽，发行人为尽快落地业务合作，同意签署标准版本业务合同，具体信用条款后续协商确定。根据发行人与安徽通服的具体业务合作情况，中智安徽依照《客户信用管理办法》，对安徽通服客户资信进行评估，并对客户临时信用期进行审批。2022 年 8 月，经严格履行相应审批流程后，中智股份签批完成中智安徽关于安徽通服的临时授信申请。

结合安徽通服企业性质、所在行业、项目情况等相关因素，安徽通服符合发行人信用管理制度中有关履约能力及信用综合评价的标准，并经过内部审核流程后予以执行。

安徽通服临时信用期审核主要内控记录凭证包括：1）中智安徽业务部门关于申请安徽通服临时授信申请；2）中智安徽总经理签批审核意见；3）中智股份运营管理部审核意见。

3、期末主要代理代办款相关情况

发行人代理代办款项涉及的具体业务主要为人事管理、人才派遣和薪酬财税业务等，人事管理和人才派遣代理代办款主要为发行人为客户代收代缴的社保及公积金等，薪酬财税代理代办款主要系公司在开展薪酬财税业务时，为客户员工代收代付的工资薪金和代收代缴的税金。具体业务内容和经营模式如下：

人事管理：发行人的人事管理业务具体包括为客户员工提供入离职管理、社会保险及住房公积金缴纳、基础人事管理等各类人事管理服务。

人才派遣：人才派遣即《中华人民共和国劳动合同法》规定的劳务派遣用工形式。发行人为客户提供人才派遣服务的方式主要是作为派遣单位（用人单位）与客户（用工单位）签订派遣合同，将与发行人签订劳动合同的员工派遣至客户处工作，并为派遣员工提供劳动关系管理、员工档案管理、各类社会保险与住房公积金缴纳、派遣员工工资计算与发放等人事行政和薪资福利综合配套服务。发行人承担用人单位责任并收取服务费用，客户承担用工单位责任和员工管理责任。

薪酬财税：发行人的薪酬财税服务主要包括薪酬服务和财税服务，依据国家政策和地方政策，致力于为客户及其雇员提供综合性的薪酬与财税解决方案。其中，薪酬服务，是指发行人依据与客户签订的合同，为客户的员工提供薪酬计算和发放、个税申报、个税年度汇算清缴等服务；财税服务，是指发行人依据与客户签订的合同，为客户提供代理记账、税务申报、税金缴纳等服务。

代理代办款项的形成系合同约定,发行人给客户的信用期一般在三个月以内，同类客户因信用政策及结算周期不同，期末代理代办款项存在差异。

报告期内发行人各期末其他应收款中代理代办款项形成时间分布如下：

单位：万元

形成时间	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 个月内	137,078.40	86.55%	145,426.43	89.31%	122,779.25	92.54%
1 至 2 个月	14,074.15	8.89%	8,920.14	5.48%	3,687.41	2.78%
2 至 3 个月	3,183.35	2.01%	4,614.28	2.83%	2,217.48	1.67%
3 个月以上	4,036.49	2.55%	3,874.53	2.38%	3,995.02	3.01%
合计	158,372.39	100.00%	162,835.38	100.00%	132,679.16	100.00%

报告期内，发行人各期末代理代办款项形成时间在三个月内的比例均超过 95%，与信用期匹配。

报告期各期末，发行人主要代理代办款对应的收入形成时间如下：

年度	客户	代理代办款 期末余额 (万元)	信用期	收入形成时间
2022	欧莱雅（中国）有限公司	11,584.82	1 个月内	2022 年 12 月

年度	客户	代理代办款 期末余额 (万元)	信用期	收入形成时间
年度	深圳市橙信发展有限公司	3,208.64	1 个月内	2022 年 12 月
	康乐保（中国）医疗用品有限公司	3,172.95	1 个月内	2022 年 12 月
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	3,059.58	2 个月内	2022 年 11-12 月
	联想（北京）有限公司	2,889.69	2 个月内	2022 年 11-12 月
2021 年度	欧莱雅（中国）有限公司	9,886.70	1 个月内	2021 年 12 月
	美赞臣营养品（中国）有限公司	2,568.61	4 个月内	2021 年 9-12 月
	网神信息技术（北京）股份有限公司	2,338.14	1 个月内	2021 年 12 月
	UT 斯达康（中国）股份有限公司	1,792.17	1 个月内	2021 年 12 月
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	1,635.47	2 个月内	2021 年 11-12 月
2020 年度	欧莱雅（中国）有限公司	15,206.64	1 个月内	2020 年 12 月
	腾讯科技（上海）有限公司	2,691.29	2 个月内	2020 年 11-12 月
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	2,130.95	2 个月内	2020 年 11-12 月
	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	1,662.79	1 个月内	2020 年 12 月
	中国人民解放军海军军医大学第一附属医院	1,656.08	1 个月内	2020 年 12 月

根据上表，发行人期末主要的代理代办款对应的收入都形成于信用期内，与合同约定相符。

同行业可比上市公司未披露期末主要应收账款及代理代办款对应的收入形成时间，根据同行业可比上市公司年度报告，应收账款和其他应收款的账龄绝大部分在 6 个月以内，与公司不存在显著差异。

（二）区分业务类型，说明应收账款、其他应收款中代理代办款前五大客户与该类业务销售前五大客户的差异情况、原因及合理性

1、应收账款

报告期内，发行人各业务类型期末应收账款前五名客户（按发行人单一子公司与该客户的合作金额统计口径）与发行人各业务类型销售前五大客户（发行人合并范围与该客户的汇总合作金额统计口径）存在差异，主要原因如下：

- ① 不同客户结算周期、付款安排存在差异。部分客户由于内部预算管理等原

因，存在年末集中付款的情形，以致对相关客户的期末应收账款余额减少。此类情形会形成该部分客户当期销售收入金额较大但期末应收账款余额相对较小的情况；

② 部分业务类型如管理咨询业务采用终验法确认收入，相关项目于客户完成验收时一次性确认收入，收入确认时通常已按合同约定根据项目进度完成分阶段收款。此类情形会形成该部分客户当期销售收入金额较大但期末应收账款相对较小的情况；

③ 部分客户应收账款账龄或信用期相对较长，而报告期内发行人与此类客户未发生销售收入或因销售规模相对较小导致累计销售收入较小。此类情形会形成该类客户报告期末应收账款相对较大但当期销售收入较小的情况；

④ 部分客户存在因外部环境变化及业务发展等原因申请临时信用期，于报告期末形成金额较大的应收账款。此类情形会形成该类客户报告期末应收账款较大但当期销售收入较小的情况。针对此类情况发行人已按内部管理规定履行了相应的审批流程；

⑤ 个别客户开展业务合作时间较短或合同额较小，报告当期累计销售收入相对较小。此类情形会形成该类客户报告期末应收账款较大但当期销售收入较小的情况。

报告期内，从应收账款角度出发，经对比统计发行人各类业务应收账款余额前五大客户及与各类业务前五大客户差异，在 105 项统计单元中，应收账款余额前五大客户同为销售收入前五大客户的情况为 26 项，不同的情况为 79 项。具体情况如下：

（1）业务外包

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为业务外包前五大客户	前五大客户差异原因
2022	欧莱雅（中国）有限公司	5,290.27	是	-
	惠氏（上海）贸易有限公司	3,886.98	是	-
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	1,698.65	否	原因③
	北京孩思乐商业有限公司	1,649.79	否	原因④

年份	客户	应收账款 余额	是否为业务 外包前五大 客户	前五大客户差 异原因
	联想云领（成都）科技有限公司	1,337.38	否	原因③
2021	欧莱雅（中国）有限公司	6,248.87	是	-
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,163.20	否	原因③
	上汽通用汽车销售有限公司	1,409.05	否	原因③
	联想云领（成都）科技有限公司	1,008.02	否	原因③
	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	513.80	否	原因③
2020	欧莱雅（中国）有限公司	12,673.51	是	-
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,158.30	否	原因③
	联想云领（成都）科技有限公司	1,485.97	否	原因③
	中铁第六勘察设计院集团有限公司隧道 设计分公司	734.71	否	原因③
	中国民生银行股份有限公司	333.52	否	原因③

（2）招聘及灵活用工

单位：万元

年份	客户	应收账 款余额	是否为招聘 及灵活用工 前五大客户	前五大客户差 异原因
2022	安徽省通信产业服务有限公司	5,190.59	否	原因④
	欧莱雅（中国）有限公司	650.64	是	-
	利乐包装（昆山）有限公司	549.00	否	原因③
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	482.85	是	-
	国能龙源环保有限公司	215.83	否	原因③
2021	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,169.46	是	-
	利乐包装（昆山）有限公司	651.77	否	原因③
	欧莱雅（中国）有限公司	538.24	是	-
	沃尔沃汽车销售（上海）有限公司	207.99	否	原因③
	花旗银行（中国）有限公司上海分行	202.72	否	原因③
2020	欧莱雅（中国）有限公司	783.02	是	-
	利乐包装（昆山）有限公司	676.65	否	原因⑤
	花旗银行（中国）有限公司上海分行	165.83	否	原因③
	百威（中国）销售有限公司	139.36	否	原因③
	长讯通信服务有限公司	108.94	是	-

(3) 健康福利

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为健康福利前五大客户	前五大客户差异原因
2022	深圳供电局有限公司	170.69	是	-
	特斯拉汽车（北京）有限公司	89.12	否	原因③
	大亚湾核电运营管理有限责任公司	88.93	是	-
	东风汽车集团股份有限公司	78.40	否	原因③
	中广核新能源投资（深圳）有限公司	66.20	是	-
2021	北京字节跳动网络技术有限公司	456.20	否	原因③
	东风汽车有限公司东风日产乘用车公司	137.64	是	-
	东风汽车股份有限公司	95.67	否	原因③
	特斯拉汽车（北京）有限公司	76.38	否	原因③
	最高人民检察院机关工会委员会	56.38	否	原因③
2020	北京字节跳动网络技术有限公司	161.13	否	原因③
	楼宇云仓商贸（深圳）有限公司	142.01	否	原因③
	东风汽车股份有限公司	26.50	否	原因③
	国家税务总局机关工会	23.62	否	原因③
	长江存储科技有限责任公司	20.91	否	原因③

(4) 管理咨询

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为管理咨询前五大客户	前五大客户差异原因
2022	陕西燃气集团有限公司	59.70	否	原因③
	中国工商银行四川泸州分行	42.70	否	原因③
	中国黄金集团内蒙古矿业有限公司	40.10	否	原因⑤
	深圳市华舟海洋发展股份有限公司	33.46	否	原因③
	聊城经济技术开发区党群工作部	28.80	否	原因⑤
2021	陕西燃气集团有限公司	59.70	否	原因③
	上海振华重工（集团）股份有限公司	58.41	否	原因⑤
	中国工商银行四川泸州分行	42.70	否	原因③
	大连北黄海经济开发区管理委员会	28.98	否	原因⑤
	河南中迈投资集团	27.00	否	原因③

年份	客户	应收账款余额	是否为管理咨询前五大客户	前五大客户差异原因
2020	大连金普新区管理委员会办公室	154.98	否	原因⑤
	深圳市人力资源和社会保障局	100.33	是	-
	深圳市地铁集团有限公司	97.50	是	-
	上海市职业技能鉴定中心	76.69	是	-
	中国银行股份有限公司	74.83	否	原因⑤

(5) 人事管理

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为人事管理前五大客户	前五大客户差异原因
2022	华为技术有限公司	181.54	是	-
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	179.70	是	-
	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	105.69	否	原因③
	英特尔半导体存储技术（大连）有限公司	95.95	否	原因③
	领泰（上海）信息科技有限公司	63.39	否	原因③
2021	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	186.98	否	原因③
	华为技术有限公司	148.19	否	原因③
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	102.48	是	-
	领泰（上海）信息科技有限公司	63.62	否	原因③
	北京达佳互联信息技术有限公司	56.90	否	原因③
2020	阿斯利康（无锡）贸易有限公司	227.29	是	-
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	146.01	是	-
	玛氏箭牌营销管理有限公司	77.87	否	原因③
	英特尔半导体（大连）有限公司	71.73	否	原因③
	渣打银行（中国）有限公司	51.57	否	原因③

(6) 人才派遣

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为人才派遣前五大客户	前五大客户差异原因
2022	E&B（香港）有限公司深圳代表处	182.73	否	原因③
2	深圳荧兴源资产管理集团有限公司	45.45	否	原因③

年份	客户	应收账款余额	是否为人才派遣前五大客户	前五大客户差异原因
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	24.94	是	-
	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	15.46	否	原因③
	利乐包装（昆山）有限公司	12.04	否	原因③
2021	E&B（香港）有限公司深圳代表处	182.73	否	原因③
	深圳茨兴源资产管理集团有限公司	45.45	否	原因③
	上海浦东发展银行股份有限公司信用卡中心	20.91	是	-
	利乐包装（昆山）有限公司	12.20	否	原因③
	艾仕得涂料系统（上海）有限公司	10.38	否	原因③
2020	E&B（香港）有限公司深圳代表处	182.73	否	原因③
	深圳茨兴源资产管理集团有限公司	45.45	否	原因③
	阿迪达斯体育（中国）有限公司上海分公司	20.51	否	原因③
	中国人民解放军山东省军区保障局	20.06	否	原因③
	中国人民解放军海军军医大学第一附属医院	19.80	否	原因③

（7）薪酬财税

单位：万元

年份	客户	应收账款余额	是否为薪酬财税前五大客户	前五大客户差异原因
2022	金瓜子科技发展（北京）有限公司	20.93	是	-
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	18.99	是	-
	绰琪服装（深圳）有限公司	10.31	否	原因③
	乐高玩具制造（嘉兴）有限公司	8.79	否	原因③
	Cignal Technology Company Limited	7.39	否	原因③
2021	安瑞雅信息技术服务（大连）有限公司	12.47	否	原因③
	天津朗信投资管理有限公司	8.14	否	原因③
	爱恩康临床医学研究（北京）有限公司	7.01	否	原因③
	日立金属（东莞）特殊钢有限公司	3.23	否	原因③
	绰琪服装（深圳）有限公司	2.61	否	原因③
2020	艾仕得涂料系统（上海）有限公司	5.50	否	原因③
	科睿唯安信息服务（北京）有限公司	4.19	否	原因③
	联合利华（中国）有限公司	4.05	否	原因③

年份	客户	应收账款余额	是否为薪酬财税前五大客户	前五大客户差异原因
	乐高玩具制造（嘉兴）有限公司	3.23	否	原因③
	建信人寿保险有限公司	3.17	否	原因③

以上统计口径中，应收账款前五大客户统计口径为发行人单一子公司与该客户的合作金额统计口径，销售收入前五大客户统计口径为发行人合并范围与该客户的汇总合作金额统计口径。

选取不同口径进行列示主要系从资产负债表角度出发，按发行人单一子公司与该客户的合作金额进行统计应收账款，体现客户主体及签约合同的法律属性；从利润表角度出发，按发行人合并范围与该客户的汇总合作金额统计销售收入，体现发行人与该签约客户的整体业务规模。

根据上述口径，应收账款余额前五大客户同为销售收入前五大客户的情况为 26 项，不同的情况为 79 项。如应收账款前五大客户统计口径与销售收入前五大客户统计口径保持一致，则在上述 105 项统计单元中，应收账款余额前五大客户同为销售收入前五大客户的情况为 24 项，不同的情况为 81 项，不同统计口径下的差异情况基本一致。

2、其他应收款中代理代办款

报告期内，其他应收款中的发行人代理代办款项主要系发行人已先行代付，但尚未和客户完成资金结算的款项。形成代理代办款的具体业务包括人事管理业务、人才派遣业务，薪酬财税业务，上述业务中的代理代办款主要由客户员工代收代付的工资薪金、社保公积金、代收代缴的税金等构成。

相关业务代理代办款的形成均依照发行人与客户之间的合同约定，在实际业务开展过程中，存在客户先来款后支付、发行人先行代付后结算两类付款安排，因此，在发行人先行代付后结算的付款安排下，同类业务的部分客户存在形成上述代理代办款的情况。

报告期内，公司人才派遣和人事管理业务代理代办款合计前五大客户如下：

单位：万元

年份	客户	代理代办款余额	是否为人才派遣、人事管理合计收入前五大客户
2022	深圳市橙信发展有限公司	3,208.64	否
	康乐保（中国）医疗用品有限公司	3,172.95	否
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	3,059.58	否
	欧莱雅（中国）有限公司	2,951.34	否
	联想（北京）有限公司	2,889.69	否
2021	美赞臣营养品（中国）有限公司	2,568.61	否
	网神信息技术（北京）股份有限公司	2,338.14	否
	UT 斯达康（中国）股份有限公司	1,792.17	否
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	1,635.47	否
	上海商汤科技开发有限公司	1,632.16	否
2020	欧莱雅（中国）有限公司	5,627.58	否
	腾讯科技（上海）有限公司	2,691.29	否
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	2,130.95	否
	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	1,662.79	否
	中国人民解放军海军军医大学第一附属医院	1,656.08	否

报告期内，公司薪酬财税业务代理代办款前五大客户如下：

单位：万元

年份	客户	代理代办款余额	是否为薪酬财税收入前五大客户
2022	欧莱雅（中国）有限公司	8,633.49	否
	康宝莱（上海）管理有限公司	1,317.19	否
	上海纵游网络技术有限公司	885.76	否
	康宝莱（中国）保健品有限公司上海分公司	674.87	否
	广州市新御运营管理有限公司	411.16	否
2021	欧莱雅（中国）有限公司	9,845.88	否
	上海雷米君度贸易有限公司	602.12	否
	上海德峰广告传播有限公司	545.95	否
	上海新世界淮海物业发展有限公司	488.97	否
	成都鹰阁医院有限责任公司	214.53	否
2020	欧莱雅（中国）有限公司	9,579.06	否

年份	客户	代理代办款余额	是否为薪酬财税收入前五大客户
	上海中心大厦建设发展有限公司	533.77	否
	上海音智达信息技术有限公司	422.03	否
	利惠商业（上海）有限公司	310.74	否
	欧米亚（上海）投资有限公司	290.03	否

发行人其他应收款中的代理代办款项的规模与需要代付工资、社会公积金的客户员工数量及薪酬水平有关，而对应发行人人才派遣、人事管理、薪酬财税业务收入与需要代付工资、社会公积金的客户员工的数量和人均服务费有关，因此发行人对客户的代理代办款余额与对应客户的收入不具备匹配关系。

综上分析，因上述原因发行人人才派遣、人事管理、薪酬财税业务的代理代办款前五大客户与对应各类业务销售前五大客户存在差异，该等情况具备合理性。

（三）前五大应收账款客户中，存在无信用政策但应收账款期末余额较大的原因，是否与合同条款约定相一致，信用政策制度是否得到一贯执行

报告期内，发行人应收账款前五大客户的销售政策、信用政策、结算方式情况如下：

年度	客户	应收账款期末余额（万元）	信用政策	结算方式
2022年度	欧莱雅（中国）有限公司	6,011.83	1个月内	按月结算，发送付款通知单后在信用期内付款
	安徽省通信产业服务有限公司	5,413.02	无	
	惠氏（上海）贸易有限公司	3,894.27	1个月内	
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	1,698.65	1个月内	
	北京孩思乐商业有限公司	1,649.79	无	
合计		18,667.57	-	-
2021年度	欧莱雅（中国）有限公司	6,787.11	1个月内	按月结算，发送付款通知单后在信用期内付款
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,163.20	1个月内	
	上汽通用汽车销售有限公司	1,409.05	2个月内	
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,315.66	2个月内	
	联想云领（成都）科技有限公司	1,008.02	1个月内	
合计		12,683.04	-	-
2020	欧莱雅（中国）有限公司	13,456.53	1个月内	按月结算，发送

年度	客户	应收账款 期末余额 (万元)	信用政策	结算方式
年度	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,158.30	1 个月内	付款通知单后 在信用期内付款
	联想云领（成都）科技有限公司	1,522.97	1 个月内	
	中铁第六勘察设计院集团有限公司隧道设计分公司	734.71	1 个月内	
	利乐包装（昆山）有限公司	676.65	2 个月内	
合计		18,549.16	-	-

2022 年末，发行人应收账款前五大客户中，孩思乐、安徽通服存在应收账款余额但在业务合同中并未明确约定信用期的情况。

孩思乐及安徽通服向发行人申请临时信用期原因及背景等相关情况详见本题回复之“二、发行人说明”之“（一）报告期内，各类业务信用政策实际执行情况，期末主要应收账款及代理代办款对应的收入形成时间，是否与合同约定相符，是否与同行业可比公司存在显著差异及原因，是否存在放宽信用期增加销售收入情形”之“2、期末主要应收账款相关情况”。截至 2023 年 3 月末，孩思乐已归还完毕上述资金，截至 2023 年 2 月末，安徽通服已归还完毕上述资金。

报告期内，发行人严格依照《中智股份客户信用管理办法》履行授信审批流程，并动态监控客户回款情况。不存在未经审批或越权审批，即向客户予以授信的情形，信用政策有效执行。

（四）欧莱雅客户应收账款期末余额、其他应收款中代理代办款期末余额持续远高于其他客户的原因

欧莱雅（中国）有限公司是发行人合作历史十年以上的重要客户，业务合作范围较广，涵盖业务外包、招聘及灵活用工、人事管理、健康福利和薪酬财税等业务。欧莱雅（中国）有限公司报告期内均属于发行人的前五大单体客户，业务规模较大。对其应收账款主要由业务外包、招聘及灵活用工业务组成，对其其他应收款主要由人才派遣、人事管理以及薪酬财税业务组成，报告期各期末，发行人对该客户的应收账款和其他应收款期末余额情况如下：

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
应收账款期末余额（万元）	6,011.83	6,787.11	13,456.53

项目	2022 年末	2021 年末	2020 年末
业务外包和招聘及灵活用工收入（万元）	62,200.38	67,688.71	81,468.67
其他应收款期末余额（万元）	11,584.82	9,886.70	15,206.64

注：发行人对欧莱雅（中国）有限公司的其他应收款的款项性质均为代理代办款。

发行人对欧莱雅（中国）有限公司的应收账款主要系业务外包、招聘及灵活用工业务产生的相关人力资源服务款，报告期各期，发行人对其的应收账款期末余额与业务外包和招聘及灵活用工收入规模总体相匹配；发行人对欧莱雅（中国）有限公司的其他应收款主要系人才派遣、人事管理和薪酬财税等业务，由于代发工资、代缴社保公积金形成的代理代办款项，由于相关业务以净额法核算，相关业务报告期收入相对较小。

2020-2022 年，发行人对欧莱雅（中国）有限公司的期末应收账款余额、业务外包和招聘及灵活用工的收入，与报告期内其他期末应收账款余额前五大客户对比如下：

年度	客户	应收账款期末余额（万元）	业务外包和招聘及灵活用工收入（万元）
2022	欧莱雅（中国）有限公司	6,011.83	62,200.38
	安徽省通信产业服务有限公司	5,413.02	15,399.28
	惠氏（上海）贸易有限公司	3,894.27	52,343.78
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	1,698.65	12,156.17
	北京孩思乐商业有限公司	1,649.79	3,189.32
2021	欧莱雅（中国）有限公司	6,787.11	67,688.71
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,163.20	11,776.41
	上汽通用汽车销售有限公司	1,409.05	1,607.82
	阿迪达斯体育（中国）有限公司	1,315.66	3,823.51
	联想云领（成都）科技有限公司	1,008.02	18,608.97
2020	欧莱雅（中国）有限公司	13,456.53	81,468.67
	中铁第六勘察设计院集团有限公司	2,158.30	2,036.13
	联想云领（成都）科技有限公司	1,522.97	10,981.04
	中铁第六勘察设计院集团有限公司隧道设计分公司	734.71	9,757.48
	利乐包装（昆山）有限公司	676.65	1,455.32

根据上表，对欧莱雅（中国）有限公司客户应收账款期末余额持续远高于其他

客户，主要系欧莱雅业务外包和招聘及灵活用工的业务规模及收入较大所致，所形成的应收账款均于期后结算完毕。

报告期各期公司其他应收款中代理代办款前五大客户情况如下：

单位：万元

年度	客户	代理代办款 期末余额	人事管理和人才派遣		薪酬财税	
			金额	占比	金额	占比
2022	欧莱雅（中国）有限公司	11,584.82	2,951.34	25.48%	8,633.49	74.52%
	深圳市橙信发展有限公司	3,208.64	3,208.64	100.00%	-	-
	康乐保（中国）医疗用品有限公司	3,172.95	3,172.95	100.00%	-	-
	阿迪达斯体育用品（上海）有限公司	3,059.58	3,059.58	100.00%	-	-
	联想（北京）有限公司	2,889.69	2,889.69	100.00%	-	-
2021	欧莱雅（中国）有限公司	9,886.70	40.82	0.41%	9,845.88	99.59%
	美赞臣营养品（中国）有限公司	2,568.61	2,568.61	100.00%	-	-
	网神信息技术（北京）股份有限公司	2,338.14	2,338.14	100.00%	-	-
	UT 斯达康（中国）股份有限公司	1,792.17	1,792.17	100.00%	-	-
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	1,635.47	1,635.47	100.00%	-	-
2020	欧莱雅（中国）有限公司	15,206.64	5,627.58	37.01%	9,579.06	62.99%
	腾讯科技（上海）有限公司	2,691.29	2,691.29	100.00%	-	-
	辉瑞（中国）研究开发有限公司	2,130.95	2,130.95	100.00%	-	-
	深圳市中兴通讯技术服务有限责任公司	1,662.79	1,662.79	100.00%	-	-
	中国人民解放军海军军医大学第一附属医院	1,656.08	1,656.08	100.00%	-	-

2020-2022 年，发行人对欧莱雅（中国）有限公司的期末其他应收账款中代理代办款余额高于其他客户，主要系：

一方面欧莱雅客户组为公司报告期各期的前五大客户，报告期各期对其销售金额 82,439.31 万元、68,776.70 万元和 63,746.23 万元，远高于其他客户，欧莱雅和发行人合作历史时间较长，综合涵盖业务外包、招聘及灵活用工、人事管理、健康福利和薪酬财税等业务，考虑到欧莱雅系世界 500 强企业集团，业务规模体量较大，

出于长期合作历史、客户资信以及综合业务合作情况，对其代理代办款项高于其他客户，具备合理性；

另一方面，报告期各期其他应收款中代理代办款前五大客户中，欧莱雅的代理代办款包括人才派遣、人事管理、薪酬财税业务的代理代办款，即工资薪金和社保公积金，其他客户的代理代办款仅包括人才派遣和人事管理业务的代理代办款，主要包括社保公积金，欧莱雅代理代办款的期末余额远高于其他客户具备合理性，不存在对大客户额外放宽信用期的情形。对欧莱雅各期代理代办款项均于次月顺利结算完毕。

（五）应收账款及其他应收款中代理代办款的平均回款时间及回款方情况，是否存在第三方回款，如存在，请披露第三方回款金额、比例、原因，说明回款方是否与发行人存在关联关系或其他利益安排，是否与合同约定相符

1、应收账款及其他应收款中代理代办款平均回款时间

发行人给予客户的信用期一般不超过 3 个月，报告期内各年公司的应收账款、其他应收款代理代办款周转率及周转天数情况如下所示：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
应收账款周转率（次/年）	35.49	38.68	22.35
应收账款周转天数（天）	10.28	9.44	16.33
其他应收款代理代办款周转率（次/年）	84.19	55.52	42.82
其他应收款代理代办款周转天数（天）	4.34	6.57	8.52

报告期内，客户平均回款时间分别为 16.33 天、9.44 天、10.28 天。近三年回款周期整体小于信用期且较为稳定。报告期内，其他应收款代理代办款平均回款时间分别为 8.52 天、6.57 天、4.34 天。近三年，发行人其他应收款代理代办款平均回款周期持续缩短，主要系发行人对客户加强收款管理，反映了公司对应收账款及其他应收款良好的管理能力。

报告期发行人其他应收款中代理代办款项期后回款时间分布如下：

单位：万元

回款时间	2022 年末		2021 年末		2020 年末	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
3 个月以内	153,222.25	96.75%	159,857.99	98.17%	132,525.51	99.88%
3 个月以上	5,150.14	3.25%	2,977.39	1.83%	153.65	0.12%
合计	158,372.39	100.00%	162,835.38	100.00%	132,679.16	100.00%

根据上表分析，发行人代理代办款项回款周期总体较短，三个月以内回款率达 96%以上，回款时间与发行人对客户的信用期匹配，报告期内各期后三个月内回款比例分别为 99.88%、98.17%、96.75%，报告期各期发行人其他应收款代理代办款期后回款情况良好。

2、回款方及第三方回款情况

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”中补充披露如下：

“5、第三方回款

发行人业务活动回款方多数与签订合同方为同一主体，报告期内存在少量第三方回款的情况，主要系发行人客户中存在一定比例的集团公司，发行人收到集团公司或其财务公司代为支付的回款或发行人收到客户集团内部代为支付回款。第三方回款情况如下表：

单位：万元

第三方回款原因	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
客户所属集团通过集团财务公司或指定内部公司统一对外付款	9,761.15	90.74%	4,780.83	90.35%	4,661.89	90.56%
境外客户指定机构付款	436.53	4.06%	202.71	3.83%	241.12	4.68%
客户为自然人控制的企业，由该企业的法定代表人、实际控制人支付货款	298.55	2.78%	102.76	1.94%	80.14	1.56%
客户为个体工商户等，通过直系亲属支付货款	127.83	1.19%	189.19	3.58%	151.32	2.94%
政府采购项目、事业单位指定财政或财务管理单位统一付款	131.87	1.23%	13.33	0.25%	13.23	0.26%

第三方回款原因	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
通过应收账款保理、供应链物流等合规渠道付款	0.86	0.01%	2.68	0.05%	-	-
总计	10,756.77	100.00%	5,291.50	100.00%	5,147.71	100.00%

报告期内各期第三方回款占营业收入的比例分别为 0.34%、0.34%、0.59%，第三方回款占营业收入比例很小，处于合理范围。第三方回款原因符合经营特点，具有合理性。发行人不存在与第三方回款方关联关系或其他利益安排，第三方回款情况与合同约定总体相符。”

三、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、查阅发行人客户信用管理内部管理制度，抽取客户的销售合同检查信用政策、结算政策与前述信用政策、结算政策是否相符，抽取相关客户的发票、付款通知单和银行回单等材料检查与销售合同中收付款安排是否相符。

2、获取发行人应收账款明细表，了解应收账款的形成原因、款项性质和对应业务内容，获取报告期各期发行人应收账款余额和账龄分布，查阅报告期内同行业可比上市公司的重组报告书等公开披露文件，与同行业可比公司在信用政策、应收账款账龄分布方面进行比较，分析发行人预期信用损失的确定方法的合理性。

3、获取发行人其他应收款中的代理代办款账龄明细表。了解代理代办款的形成原因、款项性质和对应业务内容；抽样选取代理代办款期后回款项目，通过核对其银行回单等支持性文件，检查期后回款方式以及代理代办款期后回款明细表的准确性。

4、查阅《中智股份客户信用管理办法》，访谈发行人的业务负责人，了解报告期内各类业务信用政策实际执行情况。

5、获取报告期末主要应收账款和代理代办款对应的收入明细表，统计应收账款和代理代办款对应的收入形成时间，抽取相应的付款通知单和记账凭证。

6、获取发行人报告期各期各业务的应收账款和收入明细表，查阅各业务应收账款前五大客户和各业务销售前五大客户的合同，分析各业务应收账款前五大客户和各业务销售前五大客户存在差异的合理性。

7、查阅公司与信用期外客户签署的合同，访谈客户的相关负责人，访谈发行人的业务负责人，了解部分客户无信用政策但期末应收账款余额较大的原因。查阅前述客户应收账款的临时审批流程。

8、获取发行人的收入明细表，统计应收账款前五大客户的业务外包和招聘及灵活用工合计收入、代理代办款前五大客户的人才派遣、人事管理和薪酬财税合计收入并进行对比，分析主要客户应收账款期末余额、其他应收款中代理代办款期末余额持续高于其他客户的原因。

9、获取报告期内发行人第三方回款统计明细表，通过采取随机选取样本的方式，检查第三方回款涉及的销售合同、发票、记账凭证和销售回款凭证等，同时取得委托代付协议等文件，以核查发行人业务的真实性；获取发行人关联方信息、发行人及其实际控制人、董事、监事、高管或其他关联方的资金流水，核查发行人及其实际控制人、董事、监事、高管或其他关联方与第三方回款方是否存在关联关系。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期内，发行人及各分支机构严格执行《中智股份客户信用管理办法》，根据自身经营实际制定月度、年度授信额度标准，单一客户信用期一般不超过三个月。发行人期末主要的应收账款对应的收入都形成于信用期内，与合同约定相符，就个别主要客户超过信用期的情况，已经内部决策批准了临时信用期申请，该部分应收账款已于期后回款完毕。其他应收款中代理代办款期末余额前五大客户的代理代办款余额对应的收入形成时间均在信用期内。根据同行业可比上市公司年度报告，应收账款和其他应收款的账龄分布与信用政策、结算方式与公司不存在显著差异。不存在放宽信用期增加销售收入的情形。

2、报告期内，由于各客户结算周期、付款习惯存在差异，故各业务类型期末应收账款前五名客户与发行人该业务类型销售前五大客户不存在强对应关系。发行

人对客户的其他应收款中的代理代办款项的规模与需要代付工资、社保公积金的客户员工的数量及薪酬水平有关，发行人人事管理、人才派遣和薪酬财税业务的收入与服务的员工的数量和服务费有关，其中部分客户未要求公司代付工资、社保公积金，因此发行人对客户的代理代办款与该客户的人事管理、人才派遣和薪酬财税业务的收入在规模上不具备很强的匹配关系，发行人人事管理、人才派遣和薪酬财税业务的代理代办款的前五大客户与对应业务的前五大客户存在差异具备合理性。

3、报告期内个别客户无信用政策但期末应收账款余额较大均有相应合理的原因，并均经过相应信用审批流程。相关客户已于期后回款完毕，报告期末的前述客户的应收账款不存在坏账风险。报告期内，发行人不存在未经审批或越权审批，即向客户予以授信的情形，信用政策制度有效执行。

4、因欧莱雅本身系报告期各期的前五大客户，对应业务规模远高于其他的应收账款和代理代办款前五大供应商，且和发行人合作历史时间较长，综合涵盖业务外包、招聘及灵活用工、人事管理、健康福利和薪酬财税等业务，考虑到欧莱雅系世界 500 强企业集团，业务规模体量较大，出于长期合作历史、客户资信以及综合业务合作情况，欧莱雅应收账款期末余额、其他应收款中代理代办款期末余额持续远高于其他客户具有合理性。对欧莱雅各期的应收账款和代理代办款项均于期后顺利结算完毕。

5、报告期内各年公司应收账款的回款周期整体小于信用期且较为稳定，其他应收款代理代办款平均回款周期持续缩短，反映了公司对应收账款及其他应收款良好的管理能力。报告期内第三方回款占营业收入的比例很小，处于合理范围。第三方回款原因符合经营特点，具有合理性，已对照《监管规则适用指引—发行类第 5 号》进行核查，发行人不存在与第三方回款方关联关系或其他利益安排，第三方回款情况与合同约定总体相符。

问题 5 关于销售费用

根据申报材料：（1）发行人销售费用主要由职工薪酬构成，2022 年销售人员数量为 458 人，报告期各期计入销售费用人员平均人数为 1,880 人、1,793 人和 1,783 人，人均薪酬持续上升，主要系收入及回款增加、工资及绩效增长所致；（2）报告期各期，业务宣传费金额分别为 1,948.76 万元、1,822.71 万元和 2,000.53 万元，主要系广告宣传费、展位费、展位搭建费等；（3）2021 年度，销售费用率与同行业可比公司存在较大差异。

请发行人披露：量化分析销售费用先降后升的影响因素及变动原因，结合业务特点和经营模式分析销售费用率与同行业可比公司差异的原因。

请发行人说明：（1）计入销售费用人员的认定标准，与各期销售人员数量的差异情况及原因，与销售费用中职工薪酬金额的匹配关系，归集方式是否与同行业可比公司存在差异；（2）结合各类业务销售人员数量结构、绩效考核机制、薪酬变动、发行人收入及回款变动情况，分析说明销售费用与主营业务收入变动不一致的原因，销售人员平均薪酬持续增长且远高于各地区平均薪酬水平的原因及合理性；（3）业务宣传费具体构成及用途，与相关业务规模增长情况是否相匹配。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人披露

公司已在招股说明书“第六节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（四）期间费用分析”之“1、销售费用分析”中补充披露如下：

“报告期内，公司销售费用明细如下：

单位：万元

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	48,798.72	80.47%	43,221.36	80.82%	43,512.15	79.60%
租赁费	3,426.56	5.65%	3,253.38	6.08%	3,688.36	6.75%
销售服务费	1,583.74	2.61%	1,052.89	1.97%	1,396.41	2.55%
办公费	2,210.33	3.64%	1,822.93	3.41%	1,697.68	3.11%
业务宣传费	2,000.53	3.30%	1,822.71	3.41%	1,948.76	3.57%

项目	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
折旧及摊销	894.65	1.48%	612.18	1.14%	662.27	1.21%
物业费	612.14	1.01%	601.52	1.12%	585.14	1.07%
业务招待费	405.57	0.67%	429.56	0.80%	455.81	0.83%
咨询费	101.51	0.17%	101.85	0.19%	58.60	0.11%
差旅费	217.03	0.36%	321.95	0.60%	334.39	0.61%
其他	393.90	0.65%	240.78	0.45%	321.48	0.59%
合计	60,644.69	100.00%	53,481.12	100.00%	54,661.06	100.00%

报告期各期，公司销售费用分别为 54,661.06 万元、53,481.12 万元及 60,644.69 万元，占当期营业收入的比例分别为 3.62%、3.44%和 3.31%。报告期内，公司的销售费用先降后升，主要系 2020 年底公司因人力资源业务重组，将原非人力资源业务置出至中智集团，导致 2021 年公司销售人员有所减少，对应职工薪酬下降。剔除原非人力资源业务影响后发行人 2020 年销售费用为 51,903.25 万元，报告期各期销售费用随业务收入规模扩大同步上升。

发行人的销售费用主要由职工薪酬、租赁费、办公费、折旧与摊销、物业费构成，上述费用在 2020 年、2021 年及 2022 年合计占各期销售费用的比例分别为 91.74%、92.58%和 92.25%。

同行业上市公司销售费用、收入规模及销售费用占其营业收入的比重如下：

单位：万元，%

可比上市公司名称		2022 年度	2021 年度	2020 年度
外服控股	销售费用	69,527.15	70,163.89	71,396.68
	营业收入	1,466,370.33	1,145,392.46	2,187,644.52
	销售费用率	4.74	6.13	3.26
北京人力	销售费用	45,665.05	47,505.65	44,139.16
	营业收入	3,185,503.75	2,541,767.89	1,809,677.81
	销售费用率	1.43	1.87	2.44
销售费用率平均值		3.09	4.00	2.85
发行人	销售费用	60,644.69	53,481.12	54,661.06
	营业收入	1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30
	销售费用率	3.31	3.44	3.62

报告期各期，公司销售费用率分别为 3.62%、3.44%及 3.31%，占比和趋势基本稳定，与同行业可比公司的情况相比有所差异，主要系各家公司收入结构和规模有所不同。

2020 年，外服控股的销售费用率与发行人接近，自 2021 年起，由于外服控股人才派遣业务由总额法转为净额法计量，其整体收入规模下降较多，2021 年和 2022 年外服控股整体收入均小于发行人，因此其销售费用率提升较多并高于发行人。

北京人力未披露 2022 年收入结构数据，根据公开信息显示，2020 年和 2021 年，北京人力主营业务中，以总额法计量的业务外包、招聘及灵活用工业务收入占比合计均超过 85%，高于发行人对应业务收入占比，其整体收入规模亦高于发行人。另外，北京人力的销售费用相对于发行人较少，主要系职工薪酬的差异，人力资源服务行业对销售人员的界定不存在统一的标准，发行人与北京人力销售费用与管理费用中的合计职工薪酬情况具体如下：

单位：万元

公司	项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
北京人力	销售费用中职工薪酬	30,826.21	32,413.11	29,746.11
	管理费用中职工薪酬	53,787.37	44,179.26	36,481.29
	合计	84,613.58	76,592.37	66,227.40
中智股份	销售费用中职工薪酬	48,798.72	43,221.36	43,512.15
	管理费用中职工薪酬	39,823.08	35,220.51	40,901.05
	合计	88,621.80	78,441.87	84,413.20

除 2020 年发行人存在非人力资源业务，职工薪酬较多外，2021 和 2022 年发行人与北京人力销售费用与管理费用中的职工薪酬合计不存在显著差异。

综上，发行人销售费用水平相对于收入高于北京人力具有合理性。”

二、发行人说明

(一)计入销售费用人员的认定标准,与各期销售人员数量的差异情况及原因,与销售费用中职工薪酬金额的匹配关系,归集方式是否与同行业可比公司存在差异

1、计入销售费用人员的认定标准及划分依据

发行人计入销售费用人员的认定标准为发行人销售商品、提供劳务过程中，承

担宣传企业产品、引导潜在客户购买产品或服务的人员。发行人在核算计入销售费用人员时，严格按上述标准执行，依据部门职责分工按部门将相关人员计入销售费用人员并进行核算。

发行人按不同部门、不同岗位制定了岗位说明书，明确了岗位职责和工作内容，发行人销售部门人员仅负责销售工作，不承担其他管理职能，人员薪酬全部计入销售费用核算。同时按照实质重于形式的原则，将部分前道业务部门承担了销售职责的人员的薪酬也计入销售费用核算。从事销售工作的人员，不存在同时承担其他管理工作的情况。

发行人计入销售费用的各人员的主要工作职责如下：

（1）客户开发，负责开展与新客户（潜在）的关系维护，老客户的二次开发，积极为客户提供发行人的各类服务产品介绍与政策咨询等，并制定销售方案。

（2）渠道开发拓展，了解并跟踪市场信息，积极主动拓展新客户渠道，寻找拓展客户资源。

（3）电话营销，获得客户资料后主动联系客户，宣传企业产品和服务并约定拜访时间，与客户商务对接洽谈、邮件沟通等。

（4）内部联络沟通，对于需要及时解决的问题，联系相关部门，负责项目启动及后期与客服团队交接等工作。

（5）客户拜访，检查工作进度，及时跟进实际达成目标进度，针对潜力客户和一般客户，定时拜访，力求促成合作，对约谈、面谈以及签约的客户及时进行跟踪，做好拜访数量和次数统计，负责客户维护等相关工作。

2、销售费用、管理费用、相关业务成本之间的划分原则及依据，相关内控情况

发行人制定了《会计核算标准手册》等相关内控制度，按照收益对象、权责发生制和收入成本配比等原则明确了成本和费用核算原则、核算依据及具体各类业务的核算办法。

发行人将成本分为直接成本和间接成本，其中：直接成本包括劳务派遣、人事

代理业务中的委外服务费等成本、项目外包业务中与雇员相关的人工成本、差旅交通费、通讯费、报销款等。间接成本主要是自有后道服务人员的人工成本以及上述人员应分摊的房租、水电、物业、折旧、差旅费等。

具体核算内容如下：

主营业务成本主要是发行人因销售产品或者提供劳务而发生的各项直接或间接的支出，包括上述的各直接成本和分摊的后道服务人员的人工成本以及上述人员应分摊的房租、水电、物业、折旧、差旅费等。

销售费用主要是与销售产品或服务有关的支出，主要包括发行人为销售本企业产品及服务而专设的销售机构（含销售分支网点、客服中心等）的职工薪酬、租赁费、办公费、折旧与摊销、物业费等，以及展览费和广告费用等。发行人发生的与销售商品或服务以及专设销售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，也计入销售费用核算。

管理费用主要是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，包括管理员工资、职工福利费、差旅费、办公费、折旧费、无形资产摊销、业务招待费、会议费、技术转让费、咨询费、诉讼费、中介费、筹建期间发生的开办费以及其他管理费用。

发行人在报告期内严格按《会计核算标准手册》等制度划分相关费用和各业务成本，相关内控完善，并得到了有效执行。

3、与各期销售人员数量的差异情况及原因

报告期内，各期销售费用的人员数量与销售人员数量差异情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销售费用中职工薪酬金额（万元）	48,798.72	43,221.37	43,512.15
计入销售费用的平均人数（人）	1,783	1,793	1,880
销售人员数量（人）	458	422	387

报告期内，公司销售人员数量分别为 387 人、422 人和 458 人，与计入销售费用人员相比较少，主要系已披露的销售人员数量为公司销售部门的人员数量，而计入销售费用的人员除销售部门人员外，还包含部分承担销售岗位职能的业务部门人

员。

发行人纳入业务人员统计的部门包括“前道部门”如业务发展部、人事外包事业部等，也包括“后道部门”如客服部、数据支持部、全国委托部、福利保障部、雇员服务部等，前道部门主要负责与客户日常联络、客户政策咨询、产品推荐、二次开发等，后道部门主要负责落实、执行客户需求，按约定为客户办理全国委托、提供福利保障服务、按时缴纳社保公积金、接受和处理客户投诉等运营性质类工作。实际情况中，除销售部门外，业务部门中的前道部门，不仅承担着一部分销售职能，也承担着客户维护、客户日常管理职能，上述人员在员工结构情况中属业务部门人员。而发行人对计入销售费用人员进行核算时，按会计核算的相关性原则，将销售部门及业务部门中的前道部门人员纳入“计入销售费用人员”的核算范围。

4、计入销售费用的人员与销售费用中职工薪酬金额的匹配关系，归集方式是否与同行业可比公司存在差异

报告期内，公司销售费用中职工薪酬金额、销售人员数量情况详见下表：

单位：万元，万元/年

项目	2022年	2021年	2020年
销售费用中职工薪酬金额	48,798.72	43,221.36	43,512.15
计入销售费用人员平均人数（人）	1,783	1,793	1,880
发行人销售人员平均薪酬	27.37	24.11	23.14

2021 年度，发行人销售费用职工薪酬金额和计入销售费用人员较 2020 年有所下降，主要为 2020 年数据中包含了非人力资源板块销售人员薪酬，重组后 2021 年计入销售费用人数和销售费用中职工薪酬金额均有所减少。2022 年公司计入销售费用人数较 2021 年稳中有降，主要系发行人优化内部资源配置，提高现有业务人员效率，销售费用人员的人均工资绩效增加，带动销售费用职工薪酬有所增长。

报告期各期销售人员平均薪酬逐年增长，反映公司较好的薪酬和福利待遇水平，报告期内发行人计入销售费用的人员与销售费用中职工薪酬金额总体匹配。

同行业可比上市公司未具体披露计入销售费用人员的数量，仅外服控股重组上市后的年报对员工进行分类统计。外服控股将其员工分类为管理人员和专业人员两类，2021 年和 2022 年外服控股专业人员分别为 2,458 人、2,490 人，与发行人计入

销售费用人员相比较多，其销售费用中职工薪酬金额分别为 57,976.38 万元和 57,895.59 万元，亦高于发行人同期金额，分析比对不存在明显差异。

外服控股 2022 年年报中仅披露了管理人员和专业人员占比，其中管理人员 560 人，专业人员 2,490 人，总计 3,050 人。我们通过公开信息，对外服控股的人员构成和薪酬情况进行了对比分析，外服控股的专业人员范畴不仅包括销售人员，同时也包括研发、作业等相关人员（对应反映在研发费用、主营业务成本报表项目）。由于外服控股未披露具体的销售人员数量，因此我们按相同口径分析了发行人与外服控股的人员总体构成，具体如下：

发行人与外服控股各类人员结构对比如下：

项目	外服控股		发行人	
	人数	占比	人数	占比
管理人员	560	18.36%	865	17.70%
专业人员（含销售人员）	2,490	81.64%	4,023	82.30%
合计	3,050	100.00%	4,888	100.00%

发行人专业人员占比 82.30%，可比公司外服控股专业人员占比 81.64%，发行人人员结构与外服控股人员结构基本一致。

（二）结合各类业务销售人员数量结构、绩效考核机制、薪酬变动、发行人收入及回款变动情况，分析说明销售费用与主营业务收入变动不一致的原因，销售人员平均薪酬持续增长且远高于各地区平均薪酬水平的原因及合理性

1、结合各类业务销售人员数量结构、绩效考核机制、薪酬变动、发行人收入及回款变动情况，分析说明销售费用与主营业务收入变动不一致的原因

报告期内，发行人计入销售费用的人员包括销售部门和业务部门的相关人员，其负责制定销售方案、与客户商务对接洽谈、负责客户维护等相关工作，并不对应某类具体业务，其中大部分为普通员工，少部分为管理层员工。发行人执行岗位绩效工资制，以年度总现金薪酬为管理基础，包括销售人员和业务人员在内的发行人年度总现金薪酬的增长金额，受营业收入金额、净利润金额及经济增加值等年度总现金薪酬考核指标的限制。

报告期内发行人根据年度总现金薪酬考核指标的要求，细化至各职能部门，形成各业务部门工作人员的绩效考核指标。销售人员的工资由基础工资、岗位工资、绩效工资、福利以及中长期激励构成。绩效工资=绩效工资基数×个人考核系数×当年在岗率。其中个人考核系数根据年度绩效考核结果划分等级来确定。年度绩效考核可根据计入销售费用人员职级分为管理人员绩效考核和普通员工绩效考核。

报告期内公司销售人员数量结构、薪酬变动情况、销售费用、发行人收入与回款、主营业务收入情况如下表所示：

单位：万元，万元/年

项目	类别	2022 年	2021 年	2020 年
一、销售人员、销售人员薪酬情况				
销售人员数量结构	管理层人数	169	187	189
	普通员工人数	1,614	1,606	1,691
计入销售费用人员平均人数（人）		1,783	1,793	1,880
销售费用人员薪酬		48,798.72	43,221.37	43,512.15
销售人员人均薪酬		27.37	24.11	23.14
二、销售费用、发行人收入与回款、主营业务收入				
销售费用		60,644.69	53,481.12	54,661.06
营业收入		1,832,082.01	1,554,599.46	1,508,371.30
其中：主营业务收入		1,831,786.97	1,554,155.96	1,507,725.65
销售商品、提供劳务取得的现金		1,946,405.98	1,691,285.94	1,653,496.87
应收账款余额		62,371.00	40,876.01	39,513.74
三、备考销售费用与营业收入、主营业务收入				
销售费用		60,644.69	53,481.12	51,903.25
营业收入		1,832,082.01	1,554,599.46	1,202,253.95
其中：主营业务收入		1,831,786.97	1,554,155.96	1,201,608.30

（1）计入销售费用人员与薪酬变动、销售费用变动情况分析

报告期内，发行人销售费用人员数量分别为 1,880 人、1,793 人和 1,783 人，2021 年计入销售费用的管理层人数和普通员工人数有所减少，主要系 2020 年数据中包含了非人力资源板块销售人员，重组后 2021 年计入销售费用人数有所减少，2022 年公司提高现有业务人员效率，计入销售费用的管理层人数进一步优化，总体人数略有减少。

由于 2021 年不包含非人力资源板块销售人员，2021 年销售费用人员薪酬和销

售费用随之有所下降，其中职工薪酬同比下降 0.67%、销售费用同比下降 2.16%。2022 年随着销售人员效率的提高，人均薪酬得以提升，销售费用人员薪酬和销售费用同步增长，其中职工薪酬同比增加 12.90%、销售费用同比增加 13.39%，销售人员数量、职工薪酬、销售费用变动幅度保持一致。

（2）销售费用与发行人收入及回款、主营业务收入情况变动分析

报告期内公司持续扩大业务及销售规模，2021 年主营业务收入同比增长 3.08%，2022 年主营业务收入同比增长 17.86%；同期发行人销售商品、提供劳务取得的现金亦保持稳定且与营业收入增幅保持一致，发行人回款情况良好，报告期各期末公司应收账款金额亦较小。

报告期内，2021 年销售费用较 2020 年下降、2021 年营业收入较 2020 年有所增长，主要是由于 2020 年发行人通过人力资源业务重组将非人力资源业务置出，2021 年销售费用未包含非人力资源业务所致，剔除此因素后，报告期内销售费用、主营业务收入变动趋势均为稳定增长态势。

2、销售人员平均薪酬持续增长且远高于各地区平均薪酬水平的原因及合理性

报告期内，不同地区薪酬水平情况如下表所示：

单位：万元，万元/年

类型	2022 年	2021 年	2020 年
发行人销售人员薪酬	48,798.72	43,221.36	43,512.15
计入销售费用人员平均人数（人）	1,783	1,793	1,880
发行人销售人员平均薪酬	27.37	24.11	23.14
上海地区平均薪酬水平	13.68	12.41	11.50
深圳地区平均薪酬水平	15.35	13.73	12.56
广州地区平均薪酬水平	13.98	13.01	11.94
北京地区平均薪酬水平	12.75	11.29	10.62
西安地区平均薪酬水平	11.11	9.93	9.24
成都地区平均薪酬水平	9.19	8.36	7.79
以上地区平均薪酬水平	12.68	11.46	10.61
与当地平均薪酬水平差异对比说明	均高于各地平均薪酬水平		
销售人员奖金计提依据	根据当年实现绩效计提		

发行人销售人员平均薪酬持续增长的原因系：（1）2020 年至 2022 年，公司营业收入及销售回款增加，销售人员的工资绩效与销售收入、销售回款存在正向变化趋势，销售人员的整体薪酬相应增加；（2）随着社会平均人工成本持续上升，为进一步降本增效，发行人优化内部资源配置，提高现有业务人员效率，销售人员数量稳中有降，销售人员的工资绩效有所增长，带动销售人员平均薪酬逐年增加。

发行人报告期内销售人员的平均薪酬均高于当地平均薪酬，主要系公司总部位于上海，公司大部分销售和业务人员分布在上海、北京等经济发达地区，结合发行人制定具有较强竞争力的薪酬政策，报告期内公司销售人员薪酬相对较高，与报告期公司持续增长的销售规模相匹配，反映公司较好的薪酬和福利待遇水平，销售费用人员平均薪酬水平高于各地区平均薪酬水平具有合理性。

（三）业务宣传费具体构成及用途，与相关业务规模增长情况是否相匹配

报告期内，发行人各期业务宣传费的具体构成、金额及占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年		2021 年		2020 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
广告费	1,117.72	55.87%	1,008.24	55.32%	806.42	41.38%
展览费	270.76	13.53%	185.72	10.19%	179.66	9.22%
网络推广	240.29	12.01%	188.15	10.32%	249.52	12.80%
品牌服务	188.35	9.42%	212.81	11.67%	399.79	20.52%
公共事务	35.99	1.80%	60.30	3.31%	78.74	4.04%
微信渠道推广	86.60	4.33%	38.58	2.12%	146.20	7.50%
运营活动	60.82	3.04%	128.91	7.07%	88.43	4.54%
合计	2,000.53	100.00%	1,822.71	100.00%	1,948.76	100.00%

报告期内，发行人的业务宣传费主要由广告费、展览费、网络推广以及品牌服务费用构成。发行人各期的业务宣传费用分别为 1,948.76 万元、1,822.71 万元和 2,000.53 万元，占各期销售费用比例分别为 3.57%，3.41%和 3.30%，占比保持稳定。

报告期各期，公司业务宣传费金额较小，占各期营业收入比重分别为 0.13%、0.12%和 0.11%，随营业收入的增长整体保持稳定，与业务规模的增长相匹配。

三、中介机构核查过程和核查意见

（一）核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

- 1、访谈发行人的财务负责人，查阅发行人的备考利润表，分析销售费用先降后升的影响因素及变动原因；
- 2、查阅同行业可比公司的公开披露材料，结合同行业可比公司的收入结构和规模分析其与发行人销售费用率的差异原因；
- 3、取得发行人及其子公司财务数据，核查发行人销售费用中工资薪酬和业务宣传费用的使用和归集情况；
- 4、取得发行人提供的销售费用人员信息统计表和工资薪酬统计表，核查销售费用人员数量和销售费用人员工资薪酬的匹配关系；
- 5、取得发行人及其子公司绩效考核和薪酬管理相关的规章制度，核查发行人及其子公司对于销售人员的绩效考核标准；
- 6、取得发行人及其子公司业务宣传费的相关合同，核查业务宣传费的具体用途。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

- 1、发行人销售费用率与同行业可比公司的差异主要系发行人与同行业可比公司的业务结构和规模差异所致；
- 2、发行人计入销售费用人员的认定标准合理，符合会计准则的相关性原则。“计入销售费用人员数量”与员工结构情况中的“销售人员”数量因统计口径不同造成差异，“计入销售费用人员数量”包括“销售人员”和实质承担销售职责的业务人员（即业务部门中的“前道部门”人员）。销售费用人员数量与销售费用中职工薪酬金额总体匹配。同行业可比上市公司虽然未具体披露计入销售费用人员数量的归集方式，但与同行业可比上市公司相关人员数量、销售费用中的职工薪酬科目进行综合对比，

不存在异常；

3、销售费用与主营业务收入变动不一致，主要系 2021 年发行人重组后计入销售费用人数有所减少，销售费用人员薪酬和销售费用也随之有所下降。剔除此因素后，发行人报告期内销售费用与主营业务收入变动趋势保持一致。发行人销售费用人员的平均薪酬均高于当地平均薪酬，主要系大部分销售费用人员分布在经济发达地区，销售费用人员薪酬相对较高。销售费用人员平均薪酬水平远高于各地区平均薪酬水平合理；

4、业务宣传费主要由广告费、展览费、网络推广以及品牌服务费用构成。各期业务宣传费占营业收入的比重随营业收入的增长整体保持稳定，与业务规模的增长总体匹配。

问题 9 关于其他

问题 9.1 关于货币资金和大额存单

根据申报材料：（1）报告期内，发行人货币资金以银行存款为主，各期金额分别为 784,151.52 万元、798,411.58 万元和 667,266.93 万元；（2）其他非流动资产主要由大额定期存单构成，各期金额分别为 35,147.36 万元、275,704.65 万元和 413,665.58 万元，增幅显著；（3）报告期内，各期利息收入金额分别为 15,898.30 万元、17,880.84 万元和 28,819.63 万元。

请发行人说明：大额定期存单的具体构成、金额、收益，银行存款及大额存单金额与利息收入金额的匹配性，是否存在将银行理财产品列报为银行存款情形，如存在，请说明相关会计处理是否符合企业会计准则相关规定。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）发行人大额定期存单的具体构成、金额、收益的情况

报告期内，发行人大额存单主要系购买的大型国有或股份制银行的定期存单，报告期内具体构成、金额和收益的情况如下：

单位：万元

名称	2022-12-31/2022 年度	2021-12-31/2021 年度	2020-12-31/2020 年度
广发银行股份有限公司	85,000.00	85,000.00	-
交通银行股份有限公司	100,000.00	-	-
平安银行股份有限公司	-	-	10,000.00
兴业银行股份有限公司	45,000.00	45,000.00	15,000.00
招商银行股份有限公司	100,000.00	50,000.00	6,000.00
浙商银行股份有限公司	67,100.00	75,500.00	60,500.00
中信百信银行股份有限公司	61,000.00	69,000.00	-
中信银行股份有限公司	22,500.00	22,500.00	16,000.00
合计	480,600.00	347,000.00	107,500.00
利息收益	15,692.34	5,842.92	2,425.00

（二）发行人银行存款及大额存单金额与利息收入金额的匹配性

报告期内，发行人利息收入分别为 15,898.30 万元、17,880.84 万元和 28,819.63 万元，主要来源为活期存款利息、大额存单利息、资金归集利息和内部借款利息。发行人选取主要往来银行的存款及大额存单金额与利息收入进行匡算，报告期内账面利息收入分别为 14,022.85 万元、14,591.19 万元、27,302.75 万元，具体匡算过程如下表所示：

2020 年度，利息收入匡算情况如下：

单位：万元

日期	活期存款		大额存单		资金归集款		合并范围内借款	
	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）
1月	98,690.85	0.20-0.22	23,400.00	0.34	175,266.25	0.30	42,787.71	0.35
2月	101,967.01	0.20-0.22	26,700.00	0.34	175,266.25	0.30	53,877.71	0.34
3月	139,519.51	0.20-0.22	30,000.00	0.34	175,266.25	0.30	56,352.71	0.34
4月	239,684.96	0.20-0.27	32,000.00	0.27-0.34	175,266.25	0.30	59,102.71	0.32
5月	247,863.52	0.20-0.27	34,500.00	0.27-0.34	175,266.25	0.30	57,352.71	0.32
6月	234,691.82	0.20-0.27	35,000.00	0.27-0.34	184,766.25	0.30	58,652.71	0.32
7月	242,733.32	0.20-0.27	35,000.00	0.27-0.34	138,312.25	0.29	63,452.71	0.32
8月	261,405.16	0.20-0.27	35,000.00	0.27-0.34	82,358.25	0.29	64,995.21	0.32
9月	283,011.12	0.20-0.27	35,000.00	0.27-0.34	82,358.25	0.29	66,787.71	0.32
10月	280,768.94	0.20-0.27	42,500.00	0.27-0.33	82,358.25	0.28	69,587.71	0.32
11月	273,311.93	0.20-0.27	57,500.00	0.27-0.32	57,358.25	0.28	78,237.36	0.32
12月	301,568.45	0.20-0.27	82,039.07	0.29-0.31	19,443.63	0.28	42,418.50	0.32
利息合计数（加权平均）							14,058.34	
账面利息合计							14,022.85	
差异率（%）							0.25	

2021 年度，利息收入匡算情况如下：

单位：万元

日期	活期存款		大额存单		资金归集款		合并范围内借款	
	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）	加权平均余额	平均月利率（%）
1月	256,831.86	0.12-0.27	58,089.07	0.31			85,747.00	0.32

日期	活期存款		大额存单		资金归集款		合并范围内借款	
	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)
2月	170,555.67	0.12-0.27	87,850.00	0.31			86,657.00	0.32
3月	164,332.05	0.12-0.27	105,600.00	0.31			86,657.00	0.32
4月	170,209.83	0.12-0.27	120,600.00	0.32			86,867.00	0.32
5月	151,719.02	0.12-0.27	120,600.00	0.32			94,627.00	0.32
6月	271,699.24	0.12-0.27	123,100.00	0.31			109,095.50	0.32
7月	338,277.81	0.13-0.27	179,100.00	0.29-0.31			107,095.50	0.32
8月	279,810.84	0.13-0.27	180,600.00	0.29-0.32			98,177.00	0.32
9月	452,520.07	0.13-0.27	182,550.00	0.29-0.32			98,177.00	0.32
10月	490,795.91	0.13-0.27	186,500.00	0.29-0.32			98,177.00	0.32
11月	341,086.55	0.13-0.27	184,500.00	0.29-0.32			98,177.00	0.32
12月	522,827.01	0.13-0.27	351,077.67	0.29-0.32			49,748.50	0.32
利息合计数(加权平均)							14,436.69	
账面利息合计							14,591.19	
差异率(%)							-1.06	

2022 年度，利息收入匡算情况如下：

单位：万元

日期	活期存款		大额存单		资金归集款		合并范围内借款	
	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)
1月	625,706.09	0.18-0.27	313,477.67	0.30-0.32			1,320.00	0.31
2月	495,474.28	0.18-0.27	450,000.00	0.30-0.32			1,320.00	0.31
3月	488,210.76	0.18-0.27	443,500.00	0.30-0.32			1,320.00	0.31
4月	502,173.49	0.18-0.27	436,000.00	0.30-0.32			1,320.00	0.31
5月	495,749.14	0.18-0.27	433,500.00	0.30-0.32			1,320.00	0.31
6月	507,485.77	0.18-0.27	481,896.30	0.30-0.33			1,320.00	0.31
7月	507,633.81	0.18-0.27	388,896.30	0.30-0.32			1,110.00	0.31
8月	528,872.69	0.18-0.27	433,500.00	0.30-0.32			900.00	0.30
9月	553,281.54	0.18-0.27	436,000.00	0.30-0.32			900.00	0.30
10月	553,219.76	0.18-0.27	488,213.23	0.30-0.34			900.00	0.30
11月	561,414.22	0.18-0.27	438,665.05	0.30-0.34			900.00	0.30

日期	活期存款		大额存单		资金归集款		合并范围内借款	
	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)	加权平均余额	平均月利率(%)
12月	581,557.98	0.18-0.27	436,020.73	0.30-0.34			900.00	0.30
利息合计数(加权平均)							27,755.17	
账面利息合计							27,302.75	
差异率(%)							1.66	

报告期内，发行人上述匡算利息与账面利息差异情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
匡算利息	27,755.17	14,436.69	14,058.34
利息收入	27,302.75	14,591.19	14,022.85
差异率	1.66%	-1.06%	0.25%

根据上表对比分析，报告期内，发行人银行存款及大额存单金额与利息收入金额相匹配。

(三) 是否存在将银行理财产品列报为银行存款情形，如存在，请说明相关会计处理是否符合企业会计准则相关规定

报告期各期末，发行人银行存款中包含活期存款、通知存款和一年以内的大额存单，不存在将银行理财产品列报为银行存款的情形。符合《企业会计准则》的相关规定。

二、中介机构核查过程和核查意见

(一) 核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、获取并检查发行人报告期内大额存单的明细，独立向发行人主要往来银行函证或亲函，核查相关购买合同、产品说明书等资料，以确认大额存单的真实性，是否存在抵质押及其他受限情况。

2、查阅报告期内发行人利息收入金额，获取发行人主要银行账户的活期存款、大额存单、资金归集和内部借款的明细表，通过匡算上述各类利息收入金额与其账

面利息收入金额进行对比，分析发行人银行存款及大额存单金额与利息收入金额的匹配性。

3、依照《<企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量>应用指南（2018）》和《企业会计准则第 22 号-金融工具确认和计量》（2017 年修订），核查发行人理财产品会计核算和财务报表列报的准确性，核查是否存在将银行理财产品列报为银行存款的情形。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、针对发行人主要银行账户各类利息收入金额与其账面利息收入金额进行匡算与对比。报告期内，匡算利息与账面利息差异率为 0.25%、-1.06%和 1.66%，差异率较低。发行人银行存款及大额存单金额与利息收入金额相匹配。

2、报告期各期末，发行人银行存款中包含活期存款、通知存款和一年内的大额存单，并依照企业会计准则进行核算与列报，不存在将银行理财产品列报为银行存款的情形，符合《企业会计准则》的相关规定。

问题 9.2 关于资金拆借

根据申报材料：2020 年，发行人资金拆借及利息金额为 83,937.00 万元，主要系曾向非人力资源业务公司进行内部资金拆借，2020 年 12 月重组完成后，形成关联方资金拆借。

请发行人说明：（1）报告期内关联方资金拆借背景原因、拆入/拆出金额、具体日期、资金去向和用途、归还金额、履行的相关决策程序及协议签署情况；（2）关联方归还发行人资金来源，拆借利率公允性，相关利息收取情况，是否存在关联方资金占用情形；发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来；（3）资金管理内部控制制度设计及执行情况，资金拆借行为是否得到有效整改。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）报告期内关联方资金拆借背景原因、拆入/拆出金额、具体日期、资金去向和用途、归还金额、履行的相关决策程序及协议签署情况

报告期内，发行人于 2020 年 12 月完成人力资源业务重组以前，相关非人力资源业务公司（“相关子公司”）为发行人的子公司。相关子公司根据其业务发展需要，曾向发行人拆借资金。2020 年 12 月发行人完成人力资源业务重组，相关子公司被无偿划转至中智集团后成为发行人的关联方，进而形成关联方资金拆借。

相关拆借事项均已按照发行人相关的内部控制制度履行了相应审批程序，均签订借款协议，并约定按照同期银行贷款利率收取利息。截至 2021 年 12 月 17 日，相关借款已全部归还。截至报告期末，发行人与关联方之间已不存在资金拆借情形。

具体资金拆借情况如下：

单位：万元

资金拆出方	资金拆入方	拆借金额	起始日	到期日	合同利率	市场利率	拆入方资金去向及用途
发行人	上海中智恒康医疗器械有限公司	10,000.00	2019 年 1 月 1 日	2021 年 12 月 17 日	3.88%	3.88%	经营周转
		10,000.00	2020 年 2 月 18 日	2021 年 12 月 17 日	3.87%	3.87%	经营周转
		5,000.00	2020 年 4 月 23 日	2021 年 12 月 17 日	3.85%	3.85%	经营周转
		7,000.00	2020 年 7 月 27 日	2021 年 12 月 17 日	3.85%	3.85%	经营周转
		3,000.00	2020 年 9 月 9 日	2021 年 12 月 17 日	3.85%	3.85%	经营周转
		10,000.00	2020 年 12 月 18 日	2021 年 12 月 17 日	3.85%	3.85%	经营周转
发行人	上海中智医疗器械有限公司	4,000.00	2019 年 1 月 1 日	2021 年 12 月 17 日	3.88%	3.88%	经营周转
发行人	上海中智科技应用发展有限公司	1,000.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 4 月 3 日	4.03%	4.03%	经营周转
		1,000.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 4 月 30 日	4.03%	4.03%	经营周转
		1,000.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 5 月 15 日	3.99%	3.99%	经营周转
		500.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 5 月 29 日	3.99%	3.99%	经营周转
		500.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 6 月 1 日	3.97%	3.97%	经营周转
		500.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 6 月 12 日	3.97%	3.97%	经营周转
		2,000.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 6 月 19 日	3.97%	3.97%	经营周转
		1,000.00	2019 年 1 月 1 日	2020 年 9 月 3 日	3.93%	3.93%	经营周转
		0.71	2019 年 1 月 1 日	2020 年 12 月 9 日	3.91%	3.91%	经营周转
		3,000.00	2019 年 1 月 1 日	2021 年 6 月 22 日	3.89%	3.89%	经营周转

资金拆出方	资金拆入方	拆借金额	起始日	到期日	合同利率	市场利率	拆入方资金去向及用途
		1,000.00	2019年1月1日	2021年6月29日	3.89%	3.89%	经营周转
		3,287.00	2019年1月1日	2021年12月17日	3.88%	3.88%	经营周转
		1,550.00	2020年3月11日	2021年12月17日	3.86%	3.86%	经营周转
		5,000.00	2020年4月9日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		2,000.00	2020年11月17日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		1,000.00	2020年11月23日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
发行人	上海中智电气工程技术有限公司	6,000.00	2019年1月1日	2020年4月23日	4.03%	4.03%	经营周转
		1,500.00	2019年1月1日	2020年4月30日	4.03%	4.03%	经营周转
		500.00	2019年1月1日	2020年5月29日	3.99%	3.99%	经营周转
		2,000.00	2019年1月2日	2020年5月29日	3.99%	3.99%	经营周转
		1,000.00	2019年1月2日	2021年12月17日	3.88%	3.88%	经营周转
		3,000.00	2019年5月30日	2021年12月17日	3.88%	3.88%	经营周转
		1,000.00	2020年5月18日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		5,000.00	2020年5月25日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		1,600.00	2020年7月20日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		1,000.00	2020年8月20日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		1,400.00	2020年10月15日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		1,600.00	2020年11月3日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转
		2,500.00	2020年11月25日	2021年12月17日	3.85%	3.85%	经营周转

(二) 关联方归还发行人资金来源，拆借利率公允性，相关利息收取情况，是否存在关联方资金占用情形；发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

1、关联方归还发行人资金来源，拆借利率公允性，相关利息收取情况，是否存在关联方资金占用情形

报告期内，发行人与关联方之间资金拆借情况如下表所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
向关联方收取利息收入	-	3,380.82	242.01
向关联方提供资金月平均金额	-	91,600.21	78,237.36
平均月利率	-	0.31%	0.31%

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
同期 LPR 一年期市场平均月利率	-	0.32%	0.33%

根据上表对比分析，发行人向关联方拆出资金利率与同期市场利率基本一致，资金拆借利率公允。

关联方归还发行人资金来源一方面为日常经营取得的资金，另一方面为关联方向中智集团的借款。上述关联方资金拆借事项均已签署贷款协议，协议约定借款利率参考中国人民银行公布的一年期基准贷款利率确定，借款利息按实际借款天数计算，拆借利率公允。截至 2021 年 12 月 17 日，相关借款及利息已全部收回，发行人不再发生新的关联方资金拆借。报告期末，发行人不存在关联方资金占用的情形。

2、发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商是否存在异常大额资金往来

报告期内，发行人取得公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员报告期内的个人银行流水、员工花名册及工资明细表，报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商之间不存在异常大额资金往来情况。

（三）资金管理内部控制制度设计及执行情况，资金拆借行为是否得到有效整改

发行人在资金管理方面建立了内部控制制度，在《中智经济技术合作股份有限公司关联交易管理制度》等规定中明确了关联交易公允决策的程序，并制定了《中智经济技术合作股份有限公司防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用制度》，明确了控股股东、实际控制人及其他关联方行为规范、违反内部规定侵占公司财产时的责任。发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员已出具《关于规范和减少关联交易的确认与承诺》，发行人已出具《关于减少关联交易和规范关联交易的措施说明》。发行人相关部门、责任人均严格执行公司现行规范关联交易、防范资金占用的规定，有效杜绝公司与控股股东及其他关联方的资金占用等行为。截至 2021 年 12 月 17 日，相关资金拆出款及利息已全部收回，发行人不再发生新的关联方资金拆借，关联方资金拆借情况得到有效整改，发行人内控措施得到了有效执行。

天职国际按照《企业内部控制基本规范》（财会[2008]7号）及相关规定对公司内部控制的建立和执行情况进行了审核，并出具《中智经济技术合作股份有限公司内部控制鉴证报告》，发表意见如下：“中智股份按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于2022年12月31日在所有重大方面保持了有效的与财务报告相关的内部控制”。

二、中介机构核查过程和核查意见

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

（一）核查过程

1、了解报告期内关联方资金拆借背景原因、拆入及拆出金额、具体日期、资金去向和用途、归还金额、履行的相关决策程序及协议签署情况，获取并核查报告期内关联方资金拆借的相关合同及凭证，以核实关联方资金拆借的真实性和准确性；

2、了解关联方归还发行人资金来源，拆借利率公允性，相关利息收取情况，测算实际资金拆借利率并与同期市场利率比较，分析资金拆借利率是否公允；获取并查阅《控股股东、实际控制人关于不存在资金占用情况的说明与承诺函》。获取发行人关联往来明细，了解大额关联往来款的形成原因，了解大额关联方资金流水的形成原因，分析是否存在关联方资金占用情形；获取并核查发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员的银行流水，对款项性质、交易对手方的合理性进行分析，以确认是否与发行人关联方、客户、供应商存在异常大额资金往来；

3、查阅发行人《关联交易管理制度》《防范控股股东、实际控制人及其他关联方资金占用制度》《货币资金管理制度》等资料，查阅发行人与资金拆借有关的内部决议文件，评价发行人报告期内资金管理内部控制制度的执行情况；查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事及高级管理人员出具的《关于规范和减少关联交易的确认与承诺》，查阅发行人出具的《关于减少关联交易和规范关联交易的措施说明》。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、关联方根据其业务发展需要，曾向发行人拆借资金，借入资金用于自身的经营周转，上述拆借事项均已按照发行人相关的内部控制制度履行了相应审批程序，均已按照同期银行贷款利率足额计提利息，截至 2021 年 12 月 17 日，相关借款已全部归还。截至报告期末，发行人与关联方之间已不存在资金拆借情形；

2、关联方归还发行人资金来源一方面为日常经营取得的资金，另一方面为关联方向中智集团的借款。关联方资金拆借事项均已签署贷款协议，协议约定借款利率参考中国人民银行公布的一年期基准贷款利率确定，借款利息按实际借款天数计算，拆借利率公允。发行人控股股东、实际控制人已出具《控股股东、实际控制人关于不存在资金占用情况的说明与承诺函》，报告期内，发行人不存在关联方资金占用的情形。报告期内，发行人控股股东、实际控制人、董监高、关键岗位人员与发行人关联方、客户、供应商之间不存在异常大额资金往来情况；

3、发行人相关部门、责任人均严格执行公司现行规范关联交易、防范资金占用的规定，有效杜绝公司与控股股东及其他关联方的资金占用等行为。截至 2021 年 12 月 17 日，关联方资金拆出款及利息已全部收回，发行人不再发生新的关联方资金拆借，关联方资金拆借情况得到有效整改，发行人内控措施得到了有效执行。申报会计师已出具《中智经济技术合作股份有限公司内部控制鉴证报告》，“中智股份按照《企业内部控制基本规范》及相关规范于 2022 年 12 月 31 日在所有重大方面保持了有效的与财务报告相关的内部控制”。

问题 9.3 关于现金流量

根据申报材料：（1）报告期内，发行人经营活动现金流量净额与净利润差异较大；（2）2020 年、2021 年现金分红金额分别为 222,127.04 万元、97,443.63 万元，各期分配股利、利润或偿付利息所支付的现金金额分别为 203,109.45 万元、117,593.88 万元和 4,743.53 万元。

请发行人说明：（1）报告期各期，分配股利、利润或偿付利息所支付的现金金额具体构成内容、金额，2020 年、2021 年前述金额与现金分红规模差异较大的原因及合理性；（2）现金分红的具体情况、资金来源，是否已履行所得税代扣代缴义务，金额与发行人现金分红政策是否匹配；（3）主要股东资金使用情况及其资金流向，是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情况，是否存在利益输送

或体外资金循环情形。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、发行人说明

（一）报告期各期，分配股利、利润或偿付利息所支付的现金金额具体构成内容、金额，2020 年、2021 年前述金额与现金分红规模差异较大的原因及合理性

报告期各期，分配股利、利润或偿付利息所支付的现金金额分别为 203,109.45 万元、117,593.88 万元和 4,753.53 万元，具体构成内容、金额如下所示：

单位：万元

项目	2022 年度	2021 年度	2020 年度
现金分红金额	-	97,443.63	222,127.04
加：宣告向少数股东现金分红金额	676.66	4,316.10	266.31
加：利息支出金额	-	0.53	93.14
加：应付股利影响的股利跨期支付金额	4,066.87	15,833.63	-19,377.05
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	4,743.53	117,593.88	203,109.45

2020 年，公司分配股利、利润或偿付利息支付的现金金额小于现金分红金额，主要系当年部分股利尚未发放完毕所致，上述股利部分在 2021 年度发放，因此 2021 年度分配股利、利润或偿付利息支付的现金金额大于现金分红金额，情况合理。

（二）现金分红的具体情况、资金来源，是否已履行所得税代扣代缴义务，金额与发行人现金分红政策是否匹配

1、现金分红的具体情况

2020 年 7 月 31 日，中智集团下达《关于上缴历年未分配利润的通知》（智发财（2020）152 号），经中智集团总经理办公会研究决定，发行人应以 2019 年经审计的资产负债表中未分配利润为基数上缴资金。发行人 2020 年向股东分配利润 222,127.04 万元。

2021 年 8 月 27 日，中智集团下达《关于分配利润的通知》（智发财（2021）198 号），经中智集团总经理办公会研究决定，发行人应将 2021 年 7 月 31 日之前

形成的累计未分配利润及过渡期应付股利全部上缴。发行人 2021 年向股东分配利润 97,443.63 万元。

2、现金分红的资金来源，是否已履行所得税代扣代缴义务，金额与发行人现金分红政策是否匹配

（1）现金分红的资金来源

报告期内，发行人盈利能力及财务状况良好。报告期内发行人及其子公司向股东现金分红情况如下：

单位：万元

分红对象	2022 年度	2021 年度	2020 年度
控股股东中智集团	-	97,443.63	222,127.04
发行人及其子公司的少数股东	676.67	4,316.10	266.31

发行人及其子公司根据公司利润分配政策及国资管理要求，分别向中智集团及相关少数股东进行现金分红，现金分红的资金来源均为公司自有资金。

（2）是否已履行所得税代扣代缴义务

发行人及其子公司少数股东包括法人股东和自然人股东。报告期各期，发行人子公司对应少数股东名称以及现金分红金额如下：

单位：万元

发行人子公司	对应少数股东名称	2022 年	2021 年	2020 年
关爱通	新三板 40 余名普通股股东（含自然人）	641.67	4,170.84	-
中智（大连）对外服务有限公司	张琦（自然人）		1.78	4.43
上海中智科创服务外包有限公司	上海杨浦科技创新（集团）有限公司	-	99.65	242.03
上海中智境外就业服务有限公司	中智上海经济技术合作有限公司工会委员会	-	-	19.85
中智保险	伯馥（上海）企业发展有限公司、上海骏佳服饰有限公司	35.00		
上海中智普陀人力资源有限公司	上海市普陀区国有资产经营有限公司	-	43.84	-
合计		676.67	4,316.10	266.31

对于法人股东，根据《企业所得税法》第二十六条，符合条件的居民企业之间的股息、红利等权益性投资收益为企业的免税收入。因此企业法人股东收到发行人及其子公司现金分红无需代扣代缴所得税。

对于自然人股东，主要涉及关爱通和中智大连，上述公司向自然人分红，涉及代扣代缴个人所得税。

其中，关爱通为新三板挂牌公司，其自然人股东主要包括潘军，皮兴忠，邬文皓，丁梓一，王剑，段春艳等。根据《财政部、税务总局、证监会关于继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》的相关规定，关爱通 2020 年至 2022 年分红所涉个人所得税的股东，持股超过 1 年的部分，未产生代扣代缴义务；持股期限 1 年以内（含 1 年）且尚未转让的部分，其应纳税额由股票托管机构在该部分股票发生转让时依法划扣，未产生关爱通代扣代缴义务；持股期限 1 年以内（含 1 年）且已转让的部分，关爱通已履行代扣代缴义务。除此之外，中智大连历次现金分红事项中涉及需缴纳所得税的，均已履行了代扣代缴义务。

综上，发行人现金分红涉及代扣代缴所得税的，均已履行了代扣代缴义务，不存在违反税务管理相关法律法规规定的情形。

（2）金额与发行人现金分红政策是否匹配

根据发行人的股利分配政策，公司对弥补亏损和提取公积金后所余税后利润分配的，按照股东持有的股份比例进行分配。

2020 年，发行人以 2019 年经审计的资产负债表中未分配利润为基数，向股东分配利润 222,127.04 万元；2021 年，发行人进行人力资源业务重组，以 2021 年 7 月 31 日为基准日，以累计未分配利润为基数，向股东分配利润 97,443.63 万元。

其中，报告期内关爱通少数股东现金分红金额较高的原因如下：

报告期内，关爱通经营业绩稳定且持续增长，货币资金充裕，财务状况良好，且自 2016 年之后未进行现金股利分配。关爱通作为新三板挂牌非上市公司，股权结构较为分散，为回报股东支持、与全体股东共享公司的经营成果，2021 年，关爱通基于公司盈利情况，发展战略等多方面综合因素，依据关爱通股利分配政策，

决定向全体股东进行利润分配。

关爱通 2020 年年度权益分派方案为：以总股本 119,166,698 股为基数，向关爱通全体股东每 10 股派人民币现金 6.5 元。2021 年关爱通共计派发现金红利 7,745.84 万元，按持股比例进行分配，其中少股股东按比例分红为 4,170.84 万元。2021 年现金分红未对关爱通财务状况和生产经营产生不利影响。

关爱通董事会、管理层结合盈利情况、资金需求、股东意见和股东回报规划等因素提出合理的分红建议和预案，并由董事会制订年度利润分配方案，提交关爱通股东大会进行表决通过后生效。关爱通 2021 年现金分红已履行了董事会、股东大会、监事会等必要的审议程序。

综上，发行人上述主要现金分红金额均以经审计的累计未分配利润为基准进行现金分红，与发行人当时的利润分配政策相匹配。

(三)主要股东资金使用情况的具体资金流向,是否存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情况,是否存在利益输送或体外资金循环情形

中智集团取得发行人现金分红后，按国资委要求用于主责主业及上交国有资本收益。经核查，主要股东及相关关联方的银行流水，并与发行人客户、供应商及其关联方进行比对，现金分红款不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情况，不存在利益输送或体外资金循环情形。

二、中介机构核查过程和核查意见

(一) 核查过程

针对上述事项，申报会计师主要履行了如下核查程序：

1、复核报告期内发行人现金流量表的编制过程和结果，核查分配股利、利润或偿付利息所支付的现金金额具体构成内容、金额。

2、获取发行人报告期内现金分红的相关文件、支付凭证，了解发行人现金分红情况。

3、获取发行人《公司章程》，了解发行人的利润分配政策。

4、获取报告期内现金分红股权登记日股东名册，并结合《企业所得税法》分析所得税缴纳情况。

5、获取发行人主要股东对应分红年度的银行流水，核查现金分红款的资金流向。

（二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期，公司分配股利、利润或偿付利息所支付的现金主要为现金分红，其中 2020 年和 2021 年分配股利、利润或偿付利息支付的现金金额与现金分红金额存在差异，主要系股利发放年度存在差异所致，具有合理性。

2、发行人及其子公司根据公司利润分配政策及国资管理要求，分别向中智集团及相关少数股东进行现金分红，现金分红的资金来源均为公司自有资金。发行人现金分红涉及代扣代缴所得税的，均已履行了代扣代缴义务，不存在违反税务管理相关法律法规规定的情形。发行人上述主要现金分红金额均以经审计的累计未分配利润为基准进行现金分红，与发行人当时的利润分配政策相匹配。

3、中智集团取得发行人现金分红后，按国资委要求用于主责主业及上交国有资本收益，发行人的现金分红款不存在直接或间接流向客户、供应商及其关联方情况，不存在利益输送或体外资金循环情形。

[此页无正文，为《关于中智经济技术合作股份有限公司首次公开发行股票并在沪
市主板上市申请文件的审核问询函之回复报告》之盖章页]



中国注册会计师：



中国注册会计师：



证书序号: 0000175

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批, 准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的, 应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的, 应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。

发证机关:



中华人民共和国财政部制

会计师事务所

执业证书



名称:

邱靖之

首席合伙人:

主任会计师:

经营场所:

北京市海淀区车公庄西路19号68号楼A1层
A-5区域

特殊普通合伙

组织形式:

11010150

执业证书编号:

京财会许可[2011]0105号

批准执业文号:

2011年11月14日

批准执业日期:

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



证书编号:

No. of Certificate

批准注册协会: 北京注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2018 年 12 月 14 日
Date of Issuance

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



年 月 日

年 月 日



姓名

Full name

性别

Sex

出生日期

Date of birth

工作单位

Working unit

身份证号码

Identity card No.

白浩杰

男

1986-02-13

天业国际会计师事务所(特
殊普通合伙)

410381198602132594

