



关于北京致远互联软件股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市  
申请文件第二轮审核问询函的回复

保荐机构（主承销商）



中德证券有限责任公司  
Zhong De Securities Co., Ltd.

二零一九年七月

## 上海证券交易所：

贵所于 2019 年 6 月 28 日出具的《关于北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》(上证科审(审核)[2019]344 号)(以下简称“第二轮审核问询函”)已收悉。北京致远互联软件股份有限公司(以下简称“致远互联”、“发行人”、“公司”)与中德证券有限责任公司(以下简称“保荐机构”)、北京市君合律师事务所(以下简称“发行人律师”)、立信会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“发行人会计师”或“申报会计师”)等相关方对第二轮审核问询函所列问题进行了逐项核查,并完成了《北京致远软件互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》(以下简称“第二轮审核问询函的回复”或“本回复”),请予审核。

如无特别说明,本回复使用的简称与《北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书(申报稿)》中的释义相同。

---

第二轮审核问询函所列问题	黑体(不加粗)
审核问询函所列问题答复	宋体(加粗或不加粗)
对招股说明书的修改与补充	楷体-GB2312(加粗)

---

注:本回复中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上存在差异,这些差异是由于四舍五入造成的。

## 目 录

问题 1、 .....	3
问题 2、 .....	10
问题 3、 .....	29
问题 4、 .....	38
问题 5、 .....	40
问题 6、 .....	45
问题 7、 .....	63
问题 8、 .....	69
问题 9、 .....	72
问题 10、 .....	78
问题 11、 .....	88

## 问题 1、关于向经销商进行担保

根据问询回复，报告期各期，接受担保的经销商均与公司签订了年度合作协议。报告期内，来自接受担保的经销商各期收入金额为 1,251.50 万元、1,675.88 万元和 1,680.18 万元，占主营业务收入的比例为 3.34%、3.59%和 2.91%，占比较小。

请发行人补充披露：(1)来自接受担保的经销商各期收入占报告期内经销商收入金额的比重；(2)上述客户的退货原因。

请发行人进一步说明：(1)为经销商的银行借款提供担保的原因、是否为行业惯常做法；(2)为注册地在不同地点的经销商的就同一笔银行借款进行担保的原因、背景情况；(3)今后发行人是否还计划为经销商借款进行担保或以其他方式提供财务资助。

请保荐机构进行核查并发表意见；请发行人律师就发行人对经销商银行贷款进行担保是否履行了相应内部程序进行核查并发表意见。请发行人律师、申报会计师就上述担保对象与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员等是否存在关联关系进行核查并发表意见。

回复：

（一）来自接受担保的经销商各期收入占报告期内经销商收入金额的比重

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（二）融资项目合同”中补充披露如下：

报告期内，来自接受担保的经销商各期收入金额为1,251.50万元、1,675.88万元和1,680.18万元，占主营业务收入的比例为3.34%、3.59%和2.91%，占**经销收入的比例为14.75%、13.41%和11.45%**。

（二）上述客户的退货原因

发行人已在招股说明书“第十一节 其他重要事项”之“二、重大合同”之“（二）融资项目合同”中补充披露如下：

公司原则上不允许经销商退货，如有质量问题、应用功能不匹配等特殊情况，

经销商可向公司申请退货，公司经退货专项审批流程后予以退货。报告期内，接受担保的经销商中有3家发生过退货情况，2016年、2017年和2018年的退货金额分别为0.00万、20.44万和0.82万元，退货原因符合退货要求，且履行过退货专项审批流程。具体退货情况及原因如下：

单位：万元

经销商名称	2016年	2017年	2018年	退货内容	退货原因
昆明迅飞通信技术有限公司	-	0.15	-	应用插件	应用功能不匹配
上海企通软件有限公司	-	20.29	0.38	A8产品及移动端办公套件	应用功能不匹配
上海圣思信息科技有限公司	-	-	0.45	应用插件	应用功能不匹配
合计	-	20.44	0.82	-	-

### （三）为经销商的银行借款提供担保的原因、是否为行业惯常做法

2015年12月1日，公司与北京银行股份有限公司中关村海淀园支行（以下简称“北京银行”）签署《分销商融资项目合作协议》，北京银行为公司经销商提供1,500.00万元的授信额度。根据该协议，北京银行为公司推荐的符合条件且具有商务合作背景的经销商提供贷款业务，该贷款业务将专项用于经销商向公司支付采购货款及相关费用，公司为经销商的银行贷款提供相关担保。该协议已于2017年履行完毕。

#### 1、为经销商提供担保的原因

公司从北京银行了解到其推出的关于促进小微企业融资的相关政策，可以通过为经销商提供银行借款担保的方式帮助部分经销商解决在经营活动中的资金短缺困难，与经销商建立良好的长期合作关系，实现公司与经销商的共赢。故此，公司经内部决策后与北京银行签署了该等协议。公司在对经销商提供担保前，已对其进行信用调查，对符合一定条件的经销商进行筛选后推荐给银行；通过银行的资质审核后，经销商可获得银行提供的授信支持。

经销商与北京银行签署的贷款合同已于2017年履行完毕，履行完毕后公司没有再针对经销商借款进行过担保或类似业务，原因是：（1）2017年以来，公司从主要注重经销商的预付款能力，逐渐转变为注重经销商的销售能力、实施客开能力等综合实力；（2）为了降低公司的对外担保风险。

综上，公司当时为经销商提供担保主要系银行推出相关产品且经销商有相应资金需求所致，且有利于公司与经销商建立良好的长期合作关系，实现公司与经销商的共赢，具有合理的商业背景。

## 2、是否为行业惯常做法

公司为经销商的银行贷款提供担保，符合当时公司的经销业务发展需求，属于内部的业务决策之一，但公司并未持续为经销商银行借款提供担保。类似的授信担保属于企业发展经销业务的手段之一，国内多家商业银行均推出了该项业务，且与多家采取经销政策的上市公司（如浪潮软件）签署合作协议，由上市公司或其子公司为经销商提供担保。

（四）为注册地在不同地点的经销商的就同一笔银行借款进行担保的原因、背景情况

### 1、接受担保的经销商地域分布情况

报告期内，接受公司担保的经销商数量共有 30 家，经销商的地域分布情况如下：

单位：家

区域分布	数量
东北	1
华北	11
华东	11
华南	1
华中	2
西部	4
合计	30

### 2、为注册地在不同地点的经销商提供担保的原因

根据《分销商融资项目合作协议》，北京银行为公司所有经销商提供共计 1,500.00 万元人民币的授信额度，其中北京地区的经销商可用额度为 500.00 万元，其他地区的经销商的可用额度为 1,000.00 万元。报告期内公司共有 600 多家经销商，地域分布覆盖全国大部分省、自治区及直辖市，其中华北、华东和西部的经

销商较多。由于公司经销商数量多、地域分布广且资金实力各有差异，因此具有贷款需求的经销商注册地分布在不同地点。

公司为注册地在不同地点的经销商提供担保的主要原因为：（1）北京银行通过批量授信能够向本地和异地小微企业进行贷款业务，且为经销商提供的授信额度中包含了专门用于异地经销商的授信额度；（2）公司在推荐符合条件且具有资金需求的经销商时，主要考虑经销商的法人资格、从业年限、与公司的合作期限和年经销金额、资信状况等，对其注册地没有限制。综上，公司为注册地在不同地点的经销商贷款进行了担保是有合理原因的。

#### **（五）今后发行人是否还计划为经销商借款进行担保或以其他方式提供财务资助**

目前及可预见的未来，公司没有为经销商借款进行担保或以其他方式提供财务资助的计划。

**（六）请保荐机构进行核查并发表意见；请发行人律师就发行人对经销商银行贷款进行担保是否履行了相应内部程序进行核查并发表意见。请发行人律师、申报会计师就上述担保对象与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员等是否存在关联关系进行核查并发表意见。**

#### **1、发行人对经销商银行贷款进行担保是否履行了相应内部程序**

根据《分销商融资项目合作协议》，北京银行为公司的经销商提供 1,500 万元的授信额度，公司为经销商的信贷业务提供保证担保及保证金质押担保，同时徐石提供保证担保，合同期限为 2 年。该合同已于 2017 年履行完毕。

报告期内，从北京银行贷款并接受公司提供担保的经销商共有 30 家。截至 2016 年 12 月 31 日，公司的经销商向北京银行借款 1,136 万元，公司为该等经销商借款提供保证金质押担保金额为 1,023.90 万元，其中包括为不同经销商贷款提供的 623.90 万元质押担保金，以及根据上述《分销商融资项目合作协议》约定，在经销商借款余额的总和达到 1,000 万时提供的 400 万质押担保金；除上述已履行完毕的经销商贷款担保事项之外，截至本回复出具之日，发行人无新增的经销商贷款担保。报告期内接受公司提供的贷款担保的经销商基本情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	贷款金额	担保情况	贷款起始日	贷款到期日	是否存在关联关系
1	武汉友达科技有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/1/4	2017/1/4	否
2	上海用诚计算机技术有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/1/8	2017/1/8	否
3	上海致拓软件有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/1/11	2017/1/11	否
4	厦门智合诚信息技术有限公司	18.00	最高额保证担保	2016/1/11	2017/1/11	否
5	云南科瑞信息产业有限公司	15.00	最高额保证担保	2016/1/12	2017/1/12	否
6	福州拓维计算机技术服务有限公司	50.00	最高额保证担保	2016/1/12	2017/1/12	否
7	廊坊市蓝拓计算机技术有限公司	50.00	保证金质押担保	2016/1/4	2017/1/4	否
8	北京新龙嘉盛科技有限公司	50.00	保证金质押担保	2016/2/2	2017/2/2	否
9	重庆长伴科技发展有限公司	20.00	保证金质押担保	2016/3/3	2017/3/3	否
10	昆明迅飞通信技术有限公司	30.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
11	唐山为友信息技术有限公司	25.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
12	辽宁惠友科技股份有限公司 <sup>1</sup>	30.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
13	上海用蝶信息科技有限公司	20.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
14	临沂科迅信息技术有限公司	35.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
15	邯郸市友华网络科技有限公司	40.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
16	赣州通友科技有限公司	20.00	保证金质押担保	2016/3/8	2017/3/8	否
17	上海圣思信息科技有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/3/8	2017/3/8	否
18	上海企通软件有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/3/8	2017/3/8	否
19	宜昌金铭科技有限公司	30.00	保证金质押担保	2016/3/11	2017/3/11	否
20	内蒙古腾达信息科技有限公司	30.00	保证金质押担保	2016/3/11	2017/3/11	否
21	邯郸市丛台易维软件有限公司	18.00	保证金质押担保	2016/3/11	2017/3/11	否
22	深圳市欧驰信息技术有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/3/16	2017/3/16	否
23	日照远创信息科技有限公司	60.00	保证金质押担保	2016/3/25	2017/3/25	否

<sup>1</sup> “辽宁惠友科技股份有限公司”原名称为“盘锦惠友软件有限公司”。



序号	经销商名称	贷款金额	担保情况	贷款起始日	贷款到期日	是否存在关联关系
24	四川凤凰世纪信息技术有限公司	60.00	最高额保证担保	2016/3/25	2017/3/25	否
25	天津益友软件技术有限公司	60.00	保证金质押担保	2016/3/25	2017/3/25	否
26	锡林浩特市联创信达科技有限公司	100.00	保证金质押担保	2016/3/29	2017/3/29	否
27	张家口东辉软件服务有限公司	40.00	保证金质押担保	2016/3/25	2017/3/25	否
28	保定市英诺软件有限公司	20.00	保证金质押担保	2016/4/8	2017/4/8	否
29	云南科瑞信息产业有限公司	35.00	保证金质押担保	2016/4/27	2017/4/27	否
30	上海坤迪软件信息有限公司	30.00	最高额保证担保	2016/4/28	2017/4/28	否
31	深圳市欧驰信息技术有限公司	30.00	保证金质押担保	2016/5/27	2017/5/27	否
32	北京南社村软件有限公司	40.00	最高额保证担保	2016/5/27	2017/5/27	否
合计		1,136	-	-	-	-

经核查，报告期内发生上述经销商贷款担保时，公司为有限责任公司，尚未整体变更为股份有限公司，且尚未制定专门的对外担保制度；发行人对经销商提供的上述贷款担保均经由公司总裁办公会会议和董事会审议通过，符合当时有效的公司章程、法律法规的规定。

## 2、上述担保对象与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员等是否存在关联关系

根据发行人、发行人实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事和高级管理人员、上述担保对象的确认，以及在国家企业信用信息公示系统的查询，上述担保对象与发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事和高级管理人员不存在关联关系。

## 3、核查程序

保荐机构的主要核查程序如下：

- （1）获取经销商退货明细及相关退货单据，核查经销商退货情况及原因；
- （2）取得并查阅了《分销商融资项目合作协议》及相关的借款合同、担保合同等；
- （3）取得了公司出具的关于报告期内担保情况的说明；
- （4）访谈公司业务经

销负责人、财务部门负责人，了解为经销商银行借款提供担保的原因及业务背景；

(5) 查阅同行业公司的公开披露资料，分析是否属于行业惯常做法；(6) 实地走访北京银行中关村海淀园支行，针对报告期内发行人为经销商的银行借款提供担保事项进行访谈；(7) 取得了发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事和高级管理人员和担保对象出具的关于不存在关联关系的确认；

(8) 在国家企业信用信息公示系统查阅 30 家受担保的经销商股东构成、董监高情况；(9) 选取部分受担保的经销商实地走访，取得调查表问卷。

发行人律师的主要核查程序如下：

(1) 取得并查阅了《分销商融资项目合作协议》及相关的借款合同、担保合同等；(2) 取得了公司出具的关于报告期内担保情况的说明；(3) 取得并查阅了公司的总裁办公会会议文件和董事会会议文件；(4) 在国家企业信用信息公示系统进行查询；(5) 取得了发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事和高级管理人员和担保对象出具的关于不存在关联关系的确认。

申报会计师的主要核查程序如下：

(1) 在国家企业信用信息公示系统查阅受担保的经销商工商信息、股东构成、董监高情况；(2) 选取部分受担保的经销商实地走访，取得关联关系调查表问卷及核实；(3) 取得了发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事和高级管理人员和担保对象出具的关于不存在关联关系的确认。

#### 4、核查意见

经核查，保荐机构认为：

(1) 发行人已在招股说明书中补充披露：**A.**报告期内接受担保的经销商各期收入占报告期内经销商收入金额的比重；**B.**报告期内 3 家接受担保的经销商的退货原因；(2) 发行人已说明为经销商的银行借款提供担保的原因、是否为行业惯常做法以及为注册地在不同地点的经销商的就同一笔银行借款进行担保的原因、背景情况，相关说明符合公司的实际情况和行业特点；(3) 发行人已说明目前及可预见的未来，发行人没有为经销商借款进行担保或以其他方式提供财务资助的计划；(4) 发行人为经销商银行贷款提供担保履行了相应内部程序，符合当

时有效的公司章程、法律法规的规定；(5)上述担保对象与发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

经核查，发行人律师认为：

(1)发行人为经销商银行贷款提供担保履行了相应内部程序，符合当时有效的公司章程、法律法规的规定；(2)上述担保对象与发行人及其实际控制人以及上述贷款担保发生时公司的董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

经核查，申报会计师认为：

上述担保对象与发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系。

## 问题 2、关于经销模式

问询回复披露了发行人经销模式的相关情况。

请发行人：(1)进一步说明经销模式下是否可以按照需要发行人实施交付以及不需要实施交付进行划分，如可以请对收入、合同数量、平均合同金额等进行相关划分；(2)经销模式下发行人向经销商销售的由经销商自行负责安装的产品价格相比需由发行人负责安装的产品价格是否更低；如不存在差异，这种情况是否合理；如存在差异，该类产品价格整体下调的情况与毛利率上升是否匹配；(3)进一步说明对于经销商的销售折扣、销售折让政策以及报告期内执行情况；(4)进一步说明直销和经销模式下各类产品的销售收入及占比情况，说明报告期内经销模式 G6 产品收入增速较快的原因；(5)说明 G6 产品 2017、2018 年更多将外包成本转为自有技术人员来完成的原因；并进一步说明各类产品报告期内成本构成情况、平均单价情况；(6)说明经销商的地域分布情况，以及报告期内经销业务收入的地域分布情况；(7)说明公司员工(包括已离职员工)、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况。

请保荐机构、申报会计师核查，进一步说明实地走访、电话访谈分别核查客户数量、收入金额及占比，实地走访、电话访谈和经销商回函的核查样本重复情况、上述手段累计核查客户数量、收入金额以及占比，说明计算核查比例时分子、分母的具体范围，实地走访的具体过程、取得的核查资料情况，电话访谈内容是

否经客户盖章确认，说明保荐机构、申报会计师相同核查方式下核查比例不同的原因，并发表意见。

回复：

(一) ~ (二)：(一) 进一步说明经销模式下是否可以按照需要发行人实施交付以及不需要实施交付进行划分，如可以请对收入、合同数量、平均合同金额等进行相关划分；(二) 经销模式下发行人向经销商销售的由经销商自行负责安装的产品价格相比需由发行人负责安装的产品价格是否更低；如不存在差异，这种情况是否合理；如存在差异，该类产品价格整体下调的情况与毛利率上升是否匹配

经销模式是指公司将协同管理软件产品以买断方式销售给经销商并由经销商直接面向终端用户签署产品服务合同并进行产品交付和服务的模式。在经销商无法独立完成协同管理软件产品的实施交付、二次开发及运维服务的少数情况下，可以向公司提出支持申请，将获得有偿支持服务，经销商将无法独立完成的部分实施开发服务等工作交由公司完成并单独签订合同。经销模式下均为产品的买断式销售，根据经销协议和订单，公司不负有实施安装义务，经销商需要相应服务时需单独购买，该等服务订单与产品订单相互独立，服务订单的实施交付与产品订单不相关。

经销模式可以根据实际情况划分为标准化产品和产品支持服务两大类，但经销模式与直销模式对是否需要发行人实施的划分维度是不同的，直销模式下软件产品可以根据是否需要发行人实施进行划分，经销模式下，由经销商负责实施安装的标准化软件产品与经销商向发行人单独购买的产品支持服务的价格不具有可比性。

公司向经销商销售标准化产品的销售模式，与公司直销模式下无需实施交付的模式类似；经销模式下产品支持服务系经销商向发行人单独购买的有偿支持服务，与产品订单相互独立，而直销模式下需要发行人实施交付的产品为软件产品的整体解决方案，包括了软件产品授权使用许可以及实施交付、定制化开发等服务。经销商单独向发行人购买产品支持服务的订单量和收入金额很小，该等产品

支持服务在按照合同约定完成交付并经客户验收时确认收入，与直销模式下需要实施交付的产品收入确认原则不存在重大差异。

### 1、协同管理软件产品收入按销售模式和是否涉及实施等服务划分的毛利率匹配关系

报告期内，公司协同管理软件产品收入按销售模式和是否涉及实施等服务划分的毛利率情况如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	收入 (万元)	收入 占比 (%)	毛利 率(%)	收入 (万元)	收入 占比 (%)	毛利 率(%)	收入 (万元)	收入 占比 (%)	毛利 率(%)
<b>直销模式</b>	<b>38,001.36</b>	<b>72.43</b>	<b>70.60</b>	<b>30,224.71</b>	<b>70.88</b>	<b>71.22</b>	<b>26,065.55</b>	<b>75.84</b>	<b>68.53</b>
其中：需要实施交付	32,045.89	61.08	65.78	24,310.12	57.01	66.28	21,181.24	61.63	62.36
其中：不需要实施交付	5,955.47	11.35	96.52	5,914.59	13.87	91.54	4,884.31	14.21	95.26
<b>经销模式</b>	<b>14,466.25</b>	<b>27.57</b>	<b>93.56</b>	<b>12,417.54</b>	<b>29.12</b>	<b>94.02</b>	<b>8,304.55</b>	<b>24.16</b>	<b>96.41</b>
其中：产品支持服务	256.47	0.49	72.27	128.26	0.30	78.40	125.56	0.36	75.53
其中：标准化产品	14,209.78	27.08	93.95	12,289.28	28.82	94.18	8,178.99	23.80	96.73
<b>合 计</b>	<b>52,467.61</b>	<b>100.00</b>	<b>76.93</b>	<b>42,642.25</b>	<b>100.00</b>	<b>77.86</b>	<b>34,370.10</b>	<b>100.00</b>	<b>75.26</b>

报告期内，协同管理软件产品收入中，经销模式下标准化产品的毛利率与直销模式下无需实施开发服务产品的毛利率大致相当。经销模式下产品支持服务订单所需的安装部署、实施交付与定制开发的工作量较小，产品实施交付的平均复杂程度较低，因此，经销模式下产品支持服务的毛利率一般高于直销模式下需实施开发服务产品的毛利率。

经销模式下产品支持服务与标准化产品的毛利率因成本构成不同，不具有可比性。经销模式下产品支持服务的成本主要是实施、定制化开发等的人工成本，经销模式下标准化产品的成本主要为外购的插件等，与直销模式类似，不需要实施交付的产品毛利率高于需要实施交付的产品毛利率，经销模式下标准化产品的毛利率通常也高于产品支持服务的毛利率。

### 2、协同管理软件产品按销售模式和是否涉及实施等服务划分的平均合同金额情况

直销模式下，协同管理软件产品包括软件产品授权使用许可以及相关的实施交付及定制开发等，通常按照授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数，并结合安装部署、实施交付与定制开发的工作量计费，并在此基础上综合考虑客户规模、客户需求、同质化产品定价情况、客户购买力、竞争策略等因素与客户协商或根据中标价格收费；经销模式下，公司按照软件产品授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数以及不同产品系列和经销商对应的销售折让政策综合定价和收费。因此，不同销售合同的具体内容差异较大，同一类型软件产品的不同销售合同的价格不具有可比性。公司协同管理软件产品收入按销售模式和是否涉及实施等服务划分的平均合同金额情况如下：

项目	2018 年度			2017 年度			2016 年度		
	金额 (万元)	合同 数量 (个)	平均合 同金额 (万元)	金额 (万元)	合同 数量 (个)	平均合 同金额 (万元)	金额 (万元)	合同 数量 (个)	平均合 同金额 (万 元)
直销模式	<b>38,001.36</b>	<b>3,040</b>	<b>12.50</b>	<b>30,224.71</b>	<b>2,605</b>	<b>11.60</b>	<b>26,065.55</b>	<b>2,353</b>	<b>11.08</b>
其中：需要实施交付	32,045.89	1,915	16.73	24,310.12	1,437	16.92	21,181.24	1,428	14.83
其中：不需要实施交付	5,955.47	1,125	5.29	5,914.59	1,168	5.06	4,884.31	925	5.28
经销模式 (注)	<b>14,466.25</b>	<b>4,461</b>	<b>3.24</b>	<b>12,417.54</b>	<b>4,388</b>	<b>2.83</b>	<b>8,304.55</b>	<b>2,799</b>	<b>2.97</b>
其中：产品支持服务	256.47	53	4.84	128.26	19	6.75	125.56	30	4.19
其中：标准化产品	14,209.78	4,408	3.22	12,289.28	4,369	2.81	8,178.99	2,769	2.95
合 计	<b>52,467.61</b>	<b>7,501</b>	<b>6.99</b>	<b>42,642.25</b>	<b>6,993</b>	<b>6.10</b>	<b>34,370.10</b>	<b>5,152</b>	<b>6.67</b>

注：经销模式下的合同数量为经销商的订单数量。

报告期内，经销模式下的平均合同金额略低于直销模式下不需要实施交付的项目的平均合同金额，主要是由于经销模式和直销模式下的终端客户规模、购买的产品类型有所不同，直销模式下大中型企业、事业单位和政府机构客户占比较高，需要实施交付的终端客户平均规模较大且复杂程度相对较高，平均合同金额较大。

经销模式下向经销商提供实施开发等产品支持服务的订单较少，通常是经销商将其无法独立完成的部分工作而非全部实施开发工作下订单给公司，且经销商

终端客户的平均规模小于直销客户，经销模式下产品支出服务订单所需的安装部署、实施交付与定制开发的工作量较小，且不包括产品授权使用许可，因此经销模式下产品支持服务平均合同金额低于直销模式下需实施开发服务的平均合同金额。

### （三）进一步说明对于经销商的销售折扣、销售折让政策以及报告期内执行情况

公司关于经销商预付款政策中的销售折让政策指发行人根据经销商预付款的金额和专业服务能力资质等因素将经销商划分为不同级别，给予相应级别经销商一定商业折扣（即当年购货价格的确定方式，购货价格=产品标准价格\*商业折扣），经销订单系按照对应的商业折扣后的价格进行定价和收费，并从预付款中扣减相应金额，逐笔进行结算。公司与经销商的经销协议不存在关于年度返利、季度返利和（或）与当年实际经销金额或数量挂钩的折让和返利等相关约定。

公司依据预付款金额和专业服务能力资质等因素将经销商划分为 5 个级别，同时将经销商覆盖的销售区域经济水平以及经销商前一年度的销售情况纳入经销商分级考核因素，不同区域、级别的经销商对应不同的商业折扣及服务支持。原则上，预付款金额越大、专业服务能力资质越强，经销商享受的商业折扣以及服务支持较多。报告期内，发行人已按照相关经销业务管理制度及相关折扣政策执行了上述商业折扣政策，无异常变化。

### （四）进一步说明直销和经销模式下各类产品的销售收入及占比情况，说明报告期内经销模式下 G6 产品收入增速较快的原因

直销和经销模式下各类产品的销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
协同管理软件产品收入①	52,467.61	90.93%	42,642.25	91.42%	34,370.10	91.78%
（1）直销	38,001.36	65.86%	30,224.71	64.80%	26,065.55	69.60%
A6 系列	777.44	1.35%	1,154.99	2.48%	1,881.89	5.03%
A8 系列	30,319.18	52.55%	22,930.83	49.16%	18,836.08	50.30%

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例	金额	占主营业务收入比例
G6 系列	4,652.77	8.06%	4,374.72	9.38%	3,562.97	9.51%
其他产品	742.34	1.29%	438.21	0.94%	170.23	0.45%
第三方产品	1,509.63	2.62%	1,325.96	2.84%	1,614.39	4.31%
(2) 经销	14,466.25	25.07%	12,417.54	26.62%	8,304.55	22.18%
A6 系列	2,409.57	4.18%	2,305.35	4.94%	2,763.49	7.38%
A8 系列	10,438.48	18.09%	9,142.69	19.60%	5,288.77	14.12%
G6 系列	1,618.20	2.80%	960.46	2.06%	160.61	0.43%
其他产品		0.00%		0.00%	14.39	0.04%
第三方产品		0.00%	9.03	0.02%	77.29	0.21%
<b>技术服务收入②</b>	<b>5,232.37</b>	<b>9.07%</b>	<b>4,001.05</b>	<b>8.58%</b>	<b>3,077.76</b>	<b>8.22%</b>
(1) 直销	5,019.48	8.70%	3,919.70	8.40%	2,896.09	7.73%
(2) 经销	212.89	0.37%	81.36	0.18%	181.67	0.49%
<b>主营业务收入③=①+②</b>	<b>57,699.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>46,643.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,447.86</b>	<b>100.00%</b>

报告期内 G6 产品经销模式下收入增速较快主要有两方面因素影响：

1、2016 年 G6 产品经销收入的基数较低，2017 年度、2018 年度的收入增幅较快，但经销 G6 产品收入占比仍远低于直销。

2、公司从 2015 年下半年开始逐步授权经销商销售 G6 产品，以满足政府协同应用快速增长及本地化服务的需求。2017 年、2018 年 G6 产品的经销收入增长较快，主要由于：经销商覆盖了部分地级市及以下的政府机构的本地化销售，且该类用户对于协同产品的定制化开发需求相对较低，经销商可以满足客户需求；同时，这部分政府客户对于是否与原厂商签署合同未作限制，由本地经销商完成销售及服务能够快速响应客户需求，提高客户满意度，推动实现公司产品在政府客户的应用广度。

(五) 说明 G6 产品 2017、2018 年更多将外包成本转为自有技术人员来完成的原因；并进一步说明各类产品报告期内成本构成情况、平均单价情况

1、G6 产品从 2017 年、2018 年将外包成本转为自有技术人员来完成主要基于以下方面：



(1) 公司为提高资源利用效率、应对临时出现的交付资源不足、实现业务快速发展可能需要与外包服务伙伴开展合作。随着 2017、2018 年直销模式下 G6 产品销售规模的进一步扩大，公司配置了更多的自有技术人员以满足 G6 产品的实施及服务需求。

(2) 2017 年度、2018 年度公司为适应不同客户的个性化服务需求，加强了 G6 产品的定制化扩展应用和推广。由于部分 G6 客户存在对自有技术人员的交付要求，且部分外包服务人员的专业服务能力不足以满足上述定制化应用的交付需求，为了更好的满足客户的需求和提高服务质量，公司 2017 年、2018 年逐渐增加自行实施交付和技术服务人员投入。

(3) 因外包商需赚取合理的利润，通常情况下，公司自有技术人员的人工成本低于外包人员服务成本，2017 年、2018 年公司 G6 产品销售规模增长较快，公司为降低成本，更多选择由自有技术人员来完成产品交付。

## 2、报告期内各类产品及服务成本构成情况

报告期内各类产品及服务成本构成情况如下：

单位：万元

项目	员工薪酬	外包服务	商品采购	第三方产品	合计
<b>2018 年度</b>					
(1) 协同管理软件产品	4,055.11	4,999.37	1,528.11	1,521.14	12,103.73
其中：A6 系列	66.37	101.57	61.49		229.43
A8 系列	3,364.70	3,886.12	1,412.15		8,662.97
G6 系列	601.53	951.07	54.47		1,607.07
其他产品	22.51	60.60			83.11
第三方产品				1,521.14	1,521.14
(2) 技术服务		622.24			622.24
<b>合计</b>	<b>4,055.11</b>	<b>5,621.60</b>	<b>1,528.11</b>	<b>1,521.14</b>	<b>12,725.96</b>
<b>2017 年度</b>					
(1) 协同管理软件产品	2,586.91	4,540.93	1,028.84	1,283.84	9,440.53
其中：A6 系列	68.17	142.77	20.16		231.10
A8 系列	2,004.72	3,579.33	873.08		6,457.14
G6 系列	513.25	811.00	69.94		1,394.19
其他产品	0.78	7.83	65.65		74.27

项目	员工薪酬	外包服务	商品采购	第三方产品	合计
第三方产品				1,283.84	1,283.84
(2) 技术服务		635.93			635.93
<b>合计</b>	<b>2,586.91</b>	<b>5,176.87</b>	<b>1,028.84</b>	<b>1,283.84</b>	<b>10,076.46</b>
<b>2016 年度</b>					
(1) 协同管理软件产品	1,702.83	4,426.80	732.26	1,640.42	8,502.31
其中：A6 系列	140.82	200.79	53.84		395.45
A8 系列	1,287.75	3,334.75	608.60		5,231.10
G6 系列	274.26	891.26	69.73		1,235.25
其他产品			0.09		0.09
第三方产品				1,640.42	1,640.42
(2) 技术服务		522.95			522.95
<b>合计</b>	<b>1,702.83</b>	<b>4,949.75</b>	<b>732.26</b>	<b>1,640.42</b>	<b>9,025.27</b>

公司的主要成本构成为员工薪酬及外包服务成本，报告期内两项成本合计占营业成本比例分别为 73.19%、76.56%、75.66%，较为稳定。报告期内，外包服务成本占营业成本的比例呈下降趋势，而员工薪酬占营业成本的比例呈上升趋势，主要系报告期内公司业务个性化需求逐渐加大，为了更好的满足客户的需求和提高服务质量，公司逐渐增加自行实施交付和技术服务人员投入。

### 3、报告期内各类产品及服务的平均合同成本情况

公司成本主要包括员工薪酬、外包服务、商品采购和第三方产品，不同销售合同不同产品的功能应用模块及并发数或注册数、实施范围和交付要求、定制化开发程度、外购软硬件比例等方面有所差异，同一类型软件产品的不同销售合同的成本单价不具有可比性，因此，从平均合同成本角度进行分析。报告期内各类产品及服务的平均合同成本情况如下：

单位：万元

项目	直销			经销		
	成本金额	合同数量	平均合同成本	成本金额	合同数量	平均合同成本
<b>协同管理软件产品</b>						
<b>A6 产品：</b>						
2018 年	178.10	218	0.82	51.33	1,958	0.03
2017 年	198.50	275	0.72	32.60	2,193	0.01

项目	直销			经销		
	成本金额	合同数量	平均合同成本	成本金额	合同数量	平均合同成本
2016年	353.49	465	0.76	41.97	1,730	0.02
<b>A8产品:</b>						
2018年	7,821.42	2,507	3.12	841.56	2,227	0.38
2017年	5,838.54	2,013	2.90	618.60	1,952	0.32
2016年	5,025.96	1,654	3.04	205.14	1,025	0.20
<b>G6产品:</b>						
2018年	1,569.57	283	5.55	37.50	276	0.14
2017年	1,374.99	307	4.48	19.20	205	0.09
2016年	1,231.01	223	5.52	4.24	38	0.11
<b>其他产品:</b>						
2018年	83.11	32	2.60			
2017年	41.35	10	4.13	32.92	38	0.87
2016年	0.07	11	0.01	0.02	6	0.003
<b>技术服务</b>						
2018年	621.68	2,792	0.22	0.56	183	0.003
2017年	635.78	1,853	0.34	0.15	66	0.002
2016年	522.84	1,234	0.42	0.11	48	0.002

由于第三方产品不独立于其他软件产品单独对外销售,无法通过合同口径比较平均合同成本单价,故上表中未列示第三方产品的平均合同成本情况。

由上表可见,报告期内公司主要产品 A6、A8 和 G6 产品的平均合同成本略有波动,主要是由于公司同一类型软件产品的不同合同在授权使用许可功能应用模块及并发数或注册数、安装部署、实施交付与定制开发的工作量等方面有所差异造成;其他产品主要是 Formtalk 以及其他类型的产品,收入规模和合同数量较小,合同内容区别较大,不同年度间的平均合同成本不具有可比性;技术服务主要包括运维服务和驻场服务等其他技术服务,且主要来自直销模式,报告期内,直销模式下的平均合同成本呈下降趋势,主要是由于随着公司客户数量的逐年累积,客户对运维服务的需求上升,技术服务中运维类合同数量逐年上升,运维类合同的金额普遍较小,相应的技术服务的平均合同成本逐年下降。

(六) 说明经销商的地域分布情况，以及报告期内经销业务收入的地域分布情况

公司报告期内共有 600 多家经销商，报告期各期产生收入的经销商收入及数量的区域分布如下：

区域分布	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	收入（万元）	数量	收入（万元）	数量	收入（万元）	数量
东北	1,036.08	46	779.74	44	542.05	33
华北	3,092.89	115	2,328.48	113	2,057.63	114
华东	4,636.20	170	4,017.02	191	2,388.67	159
华南	1,638.76	64	1,579.24	71	1,043.05	46
华中	1,252.13	49	1,004.91	54	632.19	43
西部	3,023.09	105	2,789.51	126	1,822.63	117
<b>合计</b>	<b>14,679.14</b>	<b>549</b>	<b>12,498.90</b>	<b>599</b>	<b>8,486.22</b>	<b>512</b>

报告期内，公司各区域的经销收入整体呈上升趋势。为应对协同管理软件市场的竞争态势，加大了对经销业务的开发力度，公司 2017 年新开拓了一部分经销商，同时进一步加强与原有经销商的业务黏性，因此 2017 年经销收入和经销商数量较 2016 年增长较快，大部分区域的经销收入和经销商数量都相应增长。2018 年公司战略性布局协同管理软件产业生态，提高了经销商的认证和准入门槛，对经销商在中高端市场及行业市场的业务能力提出更高要求，经销商数量较 2017 年有所下降，但是经销商能力的整体提升使得平均收入增长，因此各区域的经销收入均较 2017 年也有所增长。

(七) 说明公司员工(包括已离职员工)、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况

报告期内，公司与员工签署《遵守<北京致远互联软件股份有限公司员工利益相关禁止行为的规定>及“阳光经营”承诺书》，要求员工在职期间不得在经销商处从事兼职工作、参与经营等行为，若违规行为一经查实，视为严重违反公司制度，公司将解除劳动关系。截至 2019 年 6 月 30 日，公司在职员工不存在在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况。

截至本回复出具日，公司共有 30 名股东，其中自然人股东 14 名，机构股东 16 名，16 名机构股东主要是上市公司、私募投资基金、员工持股平台以及随锐融通、欣欣升利和昀润创新三家合伙企业。机构股东中，私募投资基金性质的股东均已在中国证券投资基金业协会备案，员工持股平台的合伙人均为公司的在职员工，随锐融通、欣欣升利和昀润创新由其合伙人以自有资金出资组建而成，在设立过程不存在通过非公开方式向投资者募集资金的情形。上述股东的基本情况、出资结构和简历等详见第一轮审核问询函的回复问题 1 之“（六）请发行人区分内部和外部股东，说明现有股东的简历情况，入股时间、入股价格及其公允性，相关资金来源及其合法合规性，历史上是否存在对赌协议及其清理情况”的回复。截至 2019 年 6 月 30 日，公司直接或间接股东不存在在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况。

报告期内，共有 5 名离职员工为公司经销商股东、担任董监高或其他职务，这 5 家经销商在报告期内合计给公司带来的收入较低，分别为 46.39 万元、178.71 万元和 114.90 万元，占公司经销收入的比例为 0.55%、1.43% 和 0.78%。

公司与员工的劳动合同中含有竞业禁止的相关约定，但是和经销商之间并无竞业禁止的约定条款，双方均充分尊重公司员工的自主选择。其次，行业内存在离职员工前往经销商或合作伙伴处任职的类似情形，经查阅《上海泛微网络科技有限公司首次公开发行股票并上市招股说明书》，泛微网络存在个别离职的基层员工回到老家区域授权业务运营中心工作的情况。

综上，截至 2019 年 6 月 30 日，公司在职员工、直接或间接股东不存在在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况。报告期内，公司离职员工为经销商股东、担任董监高或其他职务的人员较少，涉及的经销商在报告期内产生的经销收入占公司的经销收入总额比例较低，对公司的经营业绩不构成重大影响。

(八) 请保荐机构、申报会计师核查, 进一步说明实地走访、电话访谈分别核查客户数量、收入金额及占比, 实地走访、电话访谈和经销商回函的核查样本重复情况、上述手段累计核查客户数量、收入金额以及占比, 说明计算核查比例时分子、分母的具体范围, 实地走访的具体过程、取得的核查资料情况, 电话访谈内容是经客户盖章确认, 说明保荐机构、申报会计师相同核查方式下核查比例不同的原因, 并发表意见

### 1、实地走访、电话访谈分别核查客户数量、收入金额及占比

#### (1) 保荐机构核查情况

保荐机构通过核查经销商合同和签收单、实地走访经销商、对经销商进行电话访谈及对主要经销商进行函证等方式对经销商收入的真实性进行了核查。其中, 通过实地走访、电话访谈和经销商回函核查经销商数量情况如下:

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	比例	数量 (家)	比例	数量 (家)	比例
实地走访核查数量	59	10.75%	60	10.02%	47	9.18%
电话访谈核查数量	126	22.95%	114	19.03%	91	17.77%
经销商回函数量	161	29.33%	135	22.54%	95	18.55%
实地走访、电话访谈、函证 重复数量 <sup>注</sup>	119	21.68%	110	18.36%	84	16.41%
<b>实地走访、电话访谈、函证 累计核查数量</b>	<b>227</b>	<b>41.35%</b>	<b>199</b>	<b>33.22%</b>	<b>149</b>	<b>29.10%</b>
当期产生收入的经销商数量	549	100.00%	599	100.00%	512	100.00%

注: ①: 核查样本重复情况计算口径为: 当同一样本被两种核查方法同时核查到时, 即归为重复样本, 如一个样本被 N 种核查方法进行核查, 则重复样本的数量为 N-1, 重复核查的金额计算以此类推, 下同;

②比例=各核查手段核查的各期经销商数量/当期产生收入的经销商数量;

通过实地走访、电话访谈和经销商回函核查经销商收入情况如下:

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
实地走访核查金额	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
电话访谈核查金额	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
经销商函证核查金额	8,231.94	56.08%	6,232.04	49.86%	3,491.75	41.15%

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
实地走访、电话访谈、函证重复核查金额	8,573.83	58.41%	7,064.53	56.52%	3,980.69	46.91%
<b>实地走访、电话访谈、函证核查累计核查金额</b>	<b>10,899.97</b>	<b>74.25%</b>	<b>9,010.86</b>	<b>72.09%</b>	<b>5,219.50</b>	<b>61.51%</b>
经销收入金额	14,679.14	100.00%	12,498.90	100.00%	8,486.22	100.00%

注：比例=各核查手段核查的经销商当年产生的收入合计/当年经销收入

## (2) 申报会计师核查情况

申报会计师通过核查经销商合同和签收单、实地走访经销商、对经销商进行电话访谈及对主要经销商进行函证等方式对经销商收入的真实性进行了核查。其中，通过实地走访、电话访谈和经销商回函核查经销商数量情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	比例	数量 (家)	比例	数量 (家)	比例
实地走访核查数量	59	10.75%	60	10.02%	47	9.18%
电话访谈核查数量	126	22.95%	114	19.03%	91	17.77%
经销商回函数量	168	30.60%	150	25.04%	108	21.09%
实地走访、电话访谈、函证重复数量	132	24.04%	122	20.37%	95	18.55%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查数量</b>	<b>221</b>	<b>40.26%</b>	<b>202</b>	<b>33.72%</b>	<b>151</b>	<b>29.49%</b>
当期产生收入的经销商数量	549	100.00%	599	100.00%	512	100.00%

注：比例=各核查手段核查的各期经销商数量/当期产生收入的经销商数量

通过实地走访、电话访谈和经销商回函核查经销商收入情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
实地走访核查金额	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
电话访谈核查金额	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
经销商函证核查金额	8,866.83	60.40%	6,933.27	55.47%	3,740.89	44.08%
实地走访、电话访谈、函证重复核查金额	9,395.86	64.01%	9,062.88	72.51%	4,285.08	50.49%

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
实地走访、电话访谈、函证核查累计核查金额	10,712.83	72.98%	7,713.74	61.72%	5,164.26	60.85%
经销收入金额	14,679.14	100.00%	12,498.90	100.00%	8,486.22	100.00%

注：比例=各核查手段核查的经销商当年产生的收入合计/当年经销收入

## 2、实地走访、电话访谈的过程及取得的主要资料

### (1) 实地走访过程

保荐机构和申报会计师核查过程中，通过实地走访对经销商主要负责人进行访谈。核查程序包括：首先，保荐机构核实受访人员身份，核对经销商工商登记信息，取得经销商营业执照、公司章程，核实相应营业资质；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括了解经销商与发行人的合作历史、交易内容、报告期内交易金额和资金往来情况，核查经销商与发行人采购软件产品及服务的质量情况、退换货信息、与发行人是否存在纠纷及诉讼等；最后，获取的资料包括经销商相关责任人签字确认的访谈记录、经销商出具的与发行人无关联关系的确认函、部分经销商与终端用户签订的合同等资料。

### (2) 电话访谈过程

#### A. 保荐机构核查情况

保荐机构核查过程中，通过电话访谈对经销商进行访谈。核查程序包括：首先，保荐机构设计访谈问卷，通过发行人的呼叫中心语音系统，以 400 客服电话的方式表明客服人员信息并核实受访人员身份；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括经销商经销软件产品的信息、报告期内与发行人的预付款金额等业务情况；最后，获取的资料包括访谈录音等，由于电话访谈以线上方式进行，故访谈内容未经过经销商盖章确认，主要以录音形式确认。对经销收入的核查是通过多种方式进行并相互验证，除走访、电话访谈和函证外，重要的核查手段还包括核查经销商合同、签收单、核查终端用户产品激活和运维服务记录等。

扣除电话访谈前后的经销商核查情况如下：

项目	2018年	2017年	2016年
----	-------	-------	-------



	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1.核查经销商合同、签收单等外部证据情况	8,948.30	60.96%	7,425.98	59.41%	4,369.18	51.49%
2.实地走访、电话访谈核查情况	9,094.76	61.96%	7,760.63	62.09%	4,560.14	53.74%
其中：2.1 实地走访	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
2.2 电话访谈	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
3.经销商回函核查情况	8,231.94	56.08%	6,232.24	49.86%	3,491.75	41.15%
4.核查样本重复情况	15,132.14	103.09%	11,996.89	95.98%	6,607.46	77.86%
<b>经销收入核查情况合计 1+2+3-4</b>	<b>11,142.85</b>	<b>75.91%</b>	<b>9,421.96</b>	<b>75.38%</b>	<b>5,813.60</b>	<b>68.51%</b>
4.1 扣除电话访谈后样本重复情况	11,457.51	78.05%	9,622.70	76.99%	5,238.09	61.72%
<b>扣除电话访谈后核查情况 1+2.1+3-4.1</b>	<b>10,472.48</b>	<b>71.34%</b>	<b>8,981.37</b>	<b>71.86%</b>	<b>5,316.24</b>	<b>62.65%</b>
<b>经销收入金额</b>	<b>14,679.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,498.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,486.22</b>	<b>100.00%</b>

扣除电话访谈前后的终端客户核查情况如下：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1.核查最终客户激活、运维的情况	13,946.14	95.01%	12,056.53	96.46%	7,739.14	91.20%
2.实地走访、电话访谈核查情况	3,727.86	25.40%	5,376.70	43.02%	2,768.93	32.63%
其中：2.1 走访	409.50	2.79%	639.54	5.12%	116.75	1.38%
2.2 电话访谈	3,379.26	23.02%	5,076.51	40.62%	2,702.21	31.84%
3.核查样本重复情况	3,613.93	24.62%	5,314.88	42.52%	2,743.60	32.33%
<b>最终客户使用核查情况合计 1+2-3</b>	<b>14,060.06</b>	<b>95.78%</b>	<b>12,118.35</b>	<b>96.96%</b>	<b>7,764.46</b>	<b>91.49%</b>
3.1 扣除电话访谈后核查样本重复情况	409.50	2.79%	639.54	5.12%	116.75	1.38%
<b>扣除电话访谈后最终客户使用核查情况合计 1+2.1-3.1</b>	<b>13,946.14</b>	<b>95.01%</b>	<b>12,056.53</b>	<b>96.46%</b>	<b>7,739.14</b>	<b>91.20%</b>
<b>经销收入金额</b>	<b>14,679.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,498.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,486.22</b>	<b>100.00%</b>

综上，电话访谈内容未经经销商的盖章确认，不影响访谈结果的有效性和对经销收入的核查结果。

## B.申报会计师核查情况

申报会计师核查过程中，通过电话访谈对经销商进行访谈。核查程序包括：首先，通过发行人的呼叫中心语音系统，以 400 客服电话的方式表明客服人员信息并核实受访人员身份；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括经销商经销软件产品的信息、报告期内与发行人的预付款金额等业务情况；最后，获取的资料包括访谈录音等，由于电话访谈以线上方式进行，故访谈内容未经过经销商盖章确认，主要以录音形式确认。对经销收入的核查是通过多种方式进行并相互印证，除走访、电话访谈和函证外，重要的核查手段还包括核查经销商合同、签收单、核查终端用户产品激活和运维服务记录等。

扣除电话访谈前后的经销商核查情况如下：

项目	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1.核查经销商合同、签收单等外部证据情况	8,948.30	60.96%	7,425.98	59.41%	4,369.18	51.49%
2.实地走访、电话访谈核查情况	9,094.76	61.96%	7,760.63	62.09%	4,560.14	53.74%
其中：2.1 实地走访	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
2.2 电话访谈	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
3.经销商回函核查情况	8,866.83	60.40%	6,933.27	55.47%	3,740.89	44.08%
4.核查样本重复情况	15,799.61	107.63%	12,627.44	101.03%	6,880.91	81.08%
<b>经销收入核查情况合计 1+2+3-4</b>	<b>11,110.27</b>	<b>75.69%</b>	<b>9,492.44</b>	<b>75.95%</b>	<b>5,789.30</b>	<b>68.22%</b>
4.1 扣除电话访谈后样本重复情况	12,066.76	82.20%	10,306.24	82.46%	5,467.50	64.43%
<b>扣除电话访谈后核查情况 1+2.1+3-4.1</b>	<b>10,498.12</b>	<b>71.52%</b>	<b>8,998.86</b>	<b>72.00%</b>	<b>5,335.97</b>	<b>62.88%</b>
<b>经销收入金额</b>	<b>14,679.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,498.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,486.22</b>	<b>100.00%</b>

扣除电话访谈前后的终端客户核查情况如下：

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例	金额 (万元)	比例
1.核查最终客户激活、运维的情况	13,946.14	95.01%	12,056.53	96.46%	7,739.14	91.20%
2.实地走访、电话	3,727.86	25.40%	5,376.70	43.02%	2,768.93	32.63%

访谈核查情况						
其中：2.1 走访	409.5	2.79%	639.54	5.12%	116.75	1.38%
2.2 电话访谈	3,379.26	23.02%	5,076.51	40.62%	2,702.21	31.84%
3.核查样本重复情况	3,613.93	24.62%	5,314.88	42.52%	2,743.60	32.33%
<b>最终客户使用核查情况合计 1+2-3</b>	<b>14,060.06</b>	<b>95.78%</b>	<b>12,118.35</b>	<b>96.96%</b>	<b>7,764.46</b>	<b>91.49%</b>
3.1 扣除电话访谈后核查样本重复情况	409.5	2.79%	639.54	5.12%	116.75	1.38%
<b>扣除电话访谈后最终客户使用核查情况合计 1+2.1-3.1</b>	<b>13,946.14</b>	<b>95.01%</b>	<b>12,056.53</b>	<b>96.46%</b>	<b>7,739.14</b>	<b>91.20%</b>
<b>经销收入金额</b>	<b>14,679.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>12,498.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>8,486.22</b>	<b>100.00%</b>

综上，电话访谈内容未经经销商的盖章确认，不影响访谈结果的有效性和对经销收入的核查结果。

### 3、保荐机构、申报会计师相同核查方式下核查比例不同的原因

保荐机构和申报会计师在相同核查方式下核查比例不同的情况仅存在于函证核查程序。由于保荐机构和申报会计师分别执行独立的函证程序，函证回函数量存在差异，但总体核查数量、金额及核查比例差异较小。

#### （九）核查程序及核查意见

##### 1、核查程序

保荐机构的主要核查程序如下：

（1）获取经销业务相关收入及成本明细表，获取经销最终客户订单明细表，对不同销售模式的平均合同金额等执行分析性复核程序；（2）访谈发行人经销业务相关负责人和财务负责人，了解报告期内经销商的销售折扣、折让政策，选取部分样本复核实际执行情况；（3）获取报告期内收入及成本明细表，对不同直销模式、经销模式各类产品收入占比、成本构成、平均合同成本金额等执行分析性复核程序；（4）获取报告期内经销商地域分布情况表，对不同区域经销商收入和数量执行分析性复核程序；（5）获取报告期内主要经销商的工商资料，并通过网络查询报告期内经销商的工商资料，核查经销商的股东及董监高情况，与公司报告期内直接和间接股东、董监高、员工花名册和离职员工进行比较；获取经销商

关键岗位员工名单，与公司报告期内股东、董监高、员工花名册和离职员工进行比较，核查并询问是否存在公司员工（包括已离职员工）、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况；（6）获取经销商的合同、签收单等外部证据，对主要经销商进行函证等方式对经销收入进行核查；（7）实地走访经销商，了解经销商与发行人业务合作情况和资金往来情况，获取营业执照、访谈记录、无关联关系的确认函等资料；（8）对经销商进行电话访谈，获取录音文件等资料；（9）通过核查经销商合同、与终端客户的签收单和验收报告等了解公司与经销商、经销商与终端客户的销售合作情况；（10）对经销商终端用户的产品激活记录、运维服务记录等进行核查。

申报会计师的主要核查程序如下：

（1）获取经销业务相关收入及成本明细表，获取经销最终客户订单明细表，对不同销售模式的平均合同金额、产品价格差异等执行分析性复核程序；（2）访谈发行人经销业务相关负责人和财务负责人，了解报告期内经销商的销售折扣、折让政策，选取部分样本复核实际执行情况；（3）获取报告期内收入及成本明细表，对不同直销模式、经销模式各类产品收入占比、成本构成、平均合同成本金额等执行分析性复核程序；（4）获取报告期内经销商地域分布情况表，对不同区域经销商收入和数量执行分析性复核程序；（5）获取报告期内主要经销商的工商资料，并通过网络查询报告期内经销商的工商资料，核查经销商的股东及董监高情况，与公司报告期内股东、董监高、员工花名册和 2014 年起离职员工进行比较；获取经销商关键岗位员工名单，与公司报告期内股东、董监高、员工花名册和 2014 年起离职员工进行比较，核查并询问是否存在公司员工（包括已离职员工）、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况；（6）获取经销商的合同、签收单等外部证据，对主要经销商进行函证等方式对经销收入进行核查；（7）实地走访经销商，了解经销商与发行人业务合作情况和资金往来情况，获取营业执照、访谈记录、无关联关系的确认函等资料；（8）对经销商进行电话访谈，获取录音文件等资料；（9）通过核查经销商合同、与终端客户的签收单和验收报告等了解公司与经销商、经销商与终端客户的销售合作情况；（10）对经销商终端用户的产品激活记录、运维服务记录等进行核查。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：

(1) 经销模式下均为产品的买断式销售，根据经销协议和订单，公司不负有实施安装义务，经销商需要相应服务时需单独购买，该等服务订单与产品订单相互独立，服务订单的实施交付与产品订单不相关，公司经销模式下可以划分为标准化产品和产品支持服务两大类，经销模式下标准化产品的毛利率与直销模式下无需实施开发服务产品的毛利率大致相当，经销模式下产品支持服务的毛利率高于直销模式下需实施开发服务产品的毛利率的原因合理，经销模式下标准产品的毛利率高于产品支持服务的毛利率的原因合理；(2) 报告期内，发行人已按照相关经销业务管理制度及相关折扣政策执行了商业折扣政策，无异常变化；(3) 直销和经销模式下各类产品的销售收入及占比、成本构成情况、平均合同成本情况与实际情况相符；(4) 发行人已说明经销模式下 G6 产品收入增速较快的原因以及 G6 产品 2017、2018 年更多将外包成本转为自有技术人员来完成的原因，符合发行人实际经营情况；(5) 报告期内，按区域划分经销收入和经销商数量相匹配；(6) 发行人已说明公司员工（包括已离职员工）、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况，截至 2019 年 6 月 30 日，公司在职员工、直接或间接股东不存在在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况，报告期内，公司离职员工为经销商股东、担任董监高或其他职务的人员较少，涉及的经销商在报告期内产生的经销收入占公司的经销收入总额比例较低，对公司的经营业绩不构成重大影响；(7) 保荐机构已对实地走访、电话访谈分别核查客户数量、收入金额及占比，实地走访、电话访谈和经销商回函的核查样本重复情况、上述手段累计核查客户数量、收入金额以及占比情况、实地走访的具体过程、取得的核查资料情况等进行说明，电话访谈内容未经经销商的盖章确认，但不影响访谈结果的有效性和对经销收入的核查结果；(8) 保荐机构和申报会计师在相同核查方式下核查比例不同的情况仅存在于函证核查程序，由于保荐机构和申报会计师分别执行独立的函证程序，函证回函数量存在差异，但总体核查数量、金额及核查比例差异较小。

经核查，申报会计师认为：

(1) 公司经销模式下可以划分为标准化产品和产品支持服务两大类，经销模式下标准化产品的毛利率与直销模式下无需实施开发服务产品的毛利率大致

相当，经销模式下产品支持服务的毛利率高于直销模式下需实施开发服务产品的毛利率的原因合理，经销模式下标准产品的毛利率高于产品支持服务的毛利率的原因合理；（2）报告期，发行人已按照相关经销业务管理制度及相关折扣政策执行了商业折扣政策，无异常变化；（3）发行人已说明经销模式下 G6 产品收入增速较快的原因以及 G6 产品 2017、2018 年更多将外包成本转为自有技术人员来完成的原因，符合发行人实际经营情况；直销和经销模式下各类产品的销售收入及占比、成本构成情况、平均单价情况符合实际情况；（4）报告期内，按区域划分经销收入和经销商数量相匹配；（5）发行人已说明公司员工（包括已离职员工）、直接或间接股东是否在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况，截至 2019 年 6 月 30 日，公司在职员工、直接或间接股东不存在在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况，报告期内，公司离职员工为经销商股东、担任董监高或其他职务的人员较少，涉及的经销商在报告期内产生的经销收入占公司的经销收入总额比例较低，对公司的经营业绩不构成重大影响；（6）保荐机构和申报会计师在相同核查方式下核查比例不同的情况仅存在于函证核查程序，由于保荐机构和申报会计师分别执行独立的函证程序，函证回函数量存在差异，由于物流因素、客户回函意愿等原因，使得二者收到回函数量存在差异，故导致核查比例不同，但总体差异较小。

### 问题 3、关于股权激励

问询回复披露了发行人股权激励费用确认情况。

请发行人：（1）进一步列表说明股权激励对象在公司担任职务的情况；（2）结合获得股份数量、受让或增资价格、每股公允价值等情况，列表说明股权激励费用的计算过程；（3）中天华咨询报告的估值方法、估值结论，如采用收益法进行评估，请说明发行人利润实现情况与预测数的差异情况，并补充提交相关评估报告；（4）招股说明书引用的评估报告的出具机构是否具有证券业务资格。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

## (一) 进一步列表说明股权激励对象在公司担任职务的情况

公司股权激励对象均是公司中层及以上管理人员、核心技术人员及业务骨干，具体内容如下：

序号	姓名	在公司的职级	任职情况	工作
1	黄涌	高级管理人员	副总经理、董事会秘书	管理
2	淦勇	高级管理人员	副总经理	管理
3	严洁联	高级管理人员	副总经理、财务负责人	财务管理
4	李平	高级管理人员、核心技术人员	副总经理	研发
5	杨祉雄	高级管理人员、核心技术人员	副总经理	管理
6	谭敏锋	核心技术人员	协同工作事业部总经理	研发
7	刘古泉	中层管理人员	高级咨询顾问	咨询
8	李继红	中层管理人员	协同业务事业部副总经理	研发
9	宋建成	中层管理人员	政务事业部总经理	销售
10	马文	中层管理人员	区域总经理	销售
11	何群	中层管理人员	区域总经理	销售
12	任明	中层管理人员	支持服务事业部总经理	管理
13	毛凯	中层管理人员	协同生态事业部总经理	研发
14	宋华	中层管理人员	协同业务事业部副总经理	研发
15	刘瑞华	中层管理人员	审计部总经理	审计
16	李春	中层管理人员	企业事业部总经理	销售
17	张意	中层管理人员	区域总经理	销售
18	夏志龙	中层管理人员	分销事业部经理	销售
19	张浩	中层管理人员	区域总经理	销售
20	陆光宇	中层管理人员	营销管理中心总经理	运营管理
21	陶维浩	中层管理人员	陕西致远执行董事	管理
22	刘亦然	中层管理人员	市场中心总经理	市场品牌宣传
23	段芳	中层管理人员	投融资管理中心总经理	投融资
24	孙巨	中层管理人员	应用专家	产品应用分析
25	李天阔	业务骨干	区域总经理	销售
26	唐玺	业务骨干	区域总经理	销售
27	梁建	业务骨干	区域总经理	销售
28	廖勇	业务骨干	区域总经理	销售

序号	姓名	在公司的职级	任职情况	工作
29	杨杨	业务骨干	区域总经理	销售
30	田月欣	业务骨干	区域总经理	销售
31	刘慧丽	业务骨干	区域总经理	销售
32	王学艳	业务骨干	区域总经理	销售
33	罗帅	业务骨干	区域总经理	销售
34	章涛	业务骨干	区域总经理	销售
35	丁侃	业务骨干	区域总经理	销售
36	康妮	业务骨干	区域总经理	销售
37	李巍	业务骨干	区域总经理	销售
38	张志闵	业务骨干	区域总经理	销售
39	周开	业务骨干	区域总经理	销售
40	李彬	业务骨干	区域总经理	销售
41	刘博	业务骨干	区域总经理	销售
42	郑红斌	业务骨干	区域总经理	销售
43	王征	业务骨干	区域总经理	销售
44	李建明	业务骨干	区域总经理	销售
45	刘晶莹	业务骨干	远程运维服务总监	运维服务
46	杨佰元	业务骨干	政务研发中心总经理	研发
47	陈骁兵	业务骨干	航空事业部副总经理	经营管理
48	余琰	业务骨干	航空事业部总经理	经营管理
49	苑国亮	业务骨干	区域总经理	销售
50	王雪琪	业务骨干	区域总经理	销售
51	印兵	业务骨干	区域总经理	销售
52	王峰	业务骨干	云智汇事业部副总经理	研发
53	王文友	业务骨干	协同技术中心总经理	研发
54	曾静良	业务骨干	协同工作事业部副总经理	研发
55	王淇	业务骨干	行政管理部总监	行政
56	王晓东	业务骨干	销售业务推进部总经理	销售
57	陈坤	业务骨干	区域副总经理	销售
58	梁成斌	业务骨干	营销管理中心副总经理	运营管理
59	赵鼐	业务骨干	政务业务推进部总经理	销售
60	谢拥军	业务骨干	服务主管	服务
61	胡继勇	业务骨干	行业总监	服务



序号	姓名	在公司的职级	任职情况	工作
62	袁红升	业务骨干	伙伴拓展总监	伙伴管理
63	郑云阳	业务骨干	区域副总经理	销售
64	俞淼	业务骨干	客户化项目部经理	项目管理
65	王钊	业务骨干	服务业务推进总监	服务
66	张立江	业务骨干	区域副总经理	销售
67	王启洋	业务骨干	区域副总经理	销售
68	梁丁于	业务骨干	产品市场总监	产品市场
69	陈祥	业务骨干	政务产品开发部总监	研发
70	王耀玲	业务骨干	区域副总经理	销售
71	邓旭东	业务骨干	高级顾问	顾问
72	陈景霞	业务骨干	解决方案能力总经理	售前
73	王曼曼	业务骨干	客体产品市场部总经理	市场
74	曾伟	业务骨干	区域副总经理	销售
75	刘丹	业务骨干	高级产品经理	研发
76	李占江	业务骨干	资深架构师	研发
77	付涛	业务骨干	协同生态事业部副总经理	研发
78	张田枫	业务骨干	伙伴支持与分销市场总监	渠道能力提升
79	朱岗	业务骨干	业务运营支持经理	业务运营支持
80	金淑红	业务骨干	销售服务总监	销售服务
81	潘少飞	业务骨干	政务事业部销售管理总经理	销售
82	叶彧	业务骨干	政务事业部副总经理	销售
83	潘睿	业务骨干	客户总监	服务
84	毛宏伟	业务骨干	航空实施服务部经理	实施服务
85	袁利娟	业务骨干	高级产品经理	研发
86	申利锋	业务骨干	薪酬绩效部总经理	薪酬管理
87	陈颀	业务骨干	协同研究专家	协同研究
88	薛瑶	业务骨干	高级财务经理	财务
89	李睿	业务骨干	运维技术经理	运维服务
90	孙广军	业务骨干	实施运维支持中心总监	实施运维
91	李玉	业务骨干	成都管理部总监	行政
92	谢阳	业务骨干	产品设计师	研发
93	李勇	业务骨干	航空研发部经理	研发

序号	姓名	在公司的职级	任职情况	工作
94	滕跃	业务骨干	门户 BPM 集成总监	营销工具
95	张伟	业务骨干	区域副总经理	销售
96	杨桦	业务骨干	区域副总经理	销售
97	尹红旗	业务骨干	生态拓展总监	销售
98	王朝文	业务骨干	基础架构部经理	研发
99	王海蓉	业务骨干	用户体验设计总监	研发
100	雷广法	业务骨干	环境技术专家	研发
101	高祥莉	业务骨干	致远学院执行院长	研发
102	魏俊华	业务骨干	平台开发二部经理	研发
103	代毅	业务骨干	高级架构师	研发
104	任会阳	业务骨干	V5 应用技术与总架构经理	研发
105	李兴旺	原公司副总经理，现已离职		

## (二) 结合获得股份数量、受让或增资价格、每股公允价值等情况，列表说明股权激励费用的计算过程

单位：万元

股份支付确认年度	股权激励对象	增资或受让取得对应出资额	增资或受让持股比例①	受让价格/增资价格②	公允价值③	权益工具取得成本④	权益工具的公允价值⑤ =①*③	股份支付确认金额 ⑥=⑤-④	公允价值确认依据
2015年	恒泰祥云持股平台下13合伙人	47.0000	4.23%	797.355	29,741.02	797.355	1,258.05	460.69	参考中天华咨询报字【2015】第3018号咨询报告的估值确定
2015年	开泰祥云持股平台下37合伙人	24.2222	2.18%	410.930	29,741.02	410.930	648.35	237.42	
2015年	明泰祥云持股平台下31合伙人	18.6667	1.68%	316.680	29,741.02	316.680	499.65	182.97	
2015年	仁泰祥云持股平台下31合伙人	21.2222	1.91%	360.035	29,741.02	360.035	568.05	208.02	
2015年	黄涌	10.00	1.00%	145.140	29,741.02	145.140	297.41	152.27	
	小计					<b>2,030.14</b>	<b>3,271.51</b>	<b>1,241.37</b>	
2016年	李兴旺	5.5555	0.50%	94.40	70,000.00	94.40	350.00	255.60	参考外部投资者受让公司股权对应的公司估值确定
	小计					<b>94.40</b>	<b>350.00</b>	<b>255.60</b>	
	合计							<b>1,496.97</b>	

(三) 中天华咨询报告的估值方法、估值结论，如采用收益法进行评估，请说明发行人利润实现情况与预测数的差异情况，并补充提交相关评估报告

### 1、估值方法

中天华咨询报告的估值方法为采用收益法（现金流量折现法）合并口径进行估值，以确定资产的公允价值。即通过企业未来预期现金流和采取适宜的折现率，将预期现金流折算成现时价值，得到企业价值。

### 2、估值结论

截止估值基准日 2015 年 7 月 31 日，在估值假设成立的前提下，采用收益法估值后的股东全部权益价值为 29,741.02 万元。

### 3、公司利润实现情况与预测数的差异情况

根据中天华出具的咨询报告及公司报告期内实现的利润情况，2016 年-2018 年公司净利润实现情况与预测数的差异情况如下：

单位：万元

	2018 年	2017 年	2016 年
预测数	3,387.79	3,244.56	3,075.56
实际数	7,601.22	4,442.38	1,820.82
差异	-4,213.43	-1,197.82	1,254.74

咨询报告基准日后，公司发生了股权激励、2017 年增资等基准日未进行规划、从而预测净利润时候未予考虑的事项，且公司在经营过程中不断根据市场和行业的变化而调整经营方针。股权激励有助于激励员工，2017 年增资使得公司拥有更强的资金实力以拓展经营规模，以及经营规模扩大之后进一步实现规模效应、增强盈利能力。上述事项使得咨询报告中预测的净利润数据与实现数据存在差异，其中 2016 年实际数低于预测数、2017 年和 2018 年高于预测数，具体影响因素如下：

(1) 2016 年净利润实际数低于预测数，主要系：

A. 人员薪酬高于预测数据，从而使得实际的销售费用和管理费用金额高于预测数、净利润低于预测数；

B.2016 年公司存在股权激励，发生股份支付费用，该等费用未在预测数中体现；

C.公司确认的增值税退税金额按照实际收到确认，低于预测的增值税退税收入。

(2) 2017 年及 2018 年，实际的营业收入高于预测数，主要系：

A.随着客户个性化应用需求增加，公司加强了可规模化定制高端产品的扩展应用和推广力度，A8 等高端产品的收入增长较快；同时，公司加强了老客户需求的深入挖掘，来自老客户的收入增加较多；

B.受益于政府、事业单位信息化建设的快速增长，同时，公司从 2015 年下半年开始逐步授权经销商销售 G6 产品，以满足政府、事业单位协同应用快速增长及本地化服务的需求，上述因素带动了相应年份 G6 产品整体销售收入增长。

(3) 随着 2017 年公司融资，相应的理财收益和财务费用-利息收入增加。同时原预测时公司在 2016 年之后有稳定的利息支出金额，而实际情况公司报告期内无借款发生，财务费用主要由利息收入构成，并存在大额的理财收益等非经常性收益。

2015 年的股权激励发生在报告期前，2015 年的股权激励事项不影响公司报告期各期的净利润以及报告期初和报告期各期末的净资产，不会对本次发行上市构成实质性影响。发行人已补充提交中天华咨询报字【2015】第 3018 号咨询报告。

(四) 招股说明书引用的评估报告的出具机构是否具有证券业务资格

经核查，招股说明书引用的评估报告的出具机构北京中天华资产评估有限责任公司具有证券业务资格，证书编号（0100035015）。

(五) 核查程序及核查意见

## 1、核查程序

保荐机构履行的主要核查程序如下：

(1) 核查了恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云、明泰祥云的《合伙协议》、各合伙人任职情况、《股东情况调查表》等资料；(2) 查阅了徐石转让给黄涌、李

兴旺的三会会议文件，股权转让协议和工商登记资料、股权款项支付记录等资料；

- (3) 查阅了恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云、明泰祥云增资入股时的三会会议文件、股权款项支付记录，工商登记资料等资料；
- (4) 复核发行人股份支付金额计算过程；
- (5) 获取由北京中天华资产评估有限责任公司出具的中天华咨询报字【2015】第 3018 号咨询报告，分析复核报告期内实际数据与预测数据差异情况；
- (6) 查阅了中天华资产评估有限责任公司的《证券期货相关业务评估资格证书》。

申报会计师履行的主要核查程序如下：

- (1) 核查了恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云、明泰祥云的《合伙协议》、各合伙人任职情况、《股东情况调查表》等资料；
- (2) 查阅了徐石转让给黄涌、李兴旺的三会会议文件，股权转让协议和工商登记资料、股权款项支付记录等资料；
- (3) 查阅了恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云、明泰祥云增资入股时的三会会议文件、股权款项支付记录，工商登记资料等资料；
- (4) 复核发行人股份支付金额计算过程；
- (5) 获取由北京中天华资产评估有限责任公司出具的中天华咨询报字【2015】第 3018 号咨询报告，分析复核报告期内实际数据与预测数据差异情况；
- (6) 查阅了中天华资产评估有限责任公司的《证券期货相关业务评估资格证书》。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：

- (1) 发行人已说明股权激励对象在公司担任职务的情况，与实际情况相符；
- (2) 发行人已结合获得股份数量、受让或增资价格、每股公允价值等情况，列表说明股份支付金额的计算过程，发行人股份支付金额计算正确，符合企业会计准则的相关规定；
- (3) 发行人已说明中天华咨询报告的估值方法、估值结论和收益法评估下的利润实现情况与预测数的差异情况，采用的估值方法、估值结论和利润实现情况与预测数的差异是合理的；
- (4) 招股说明书引用的评估报告的出具机构北京中天华资产评估有限责任公司具有证券业务资格。

经核查，申报会计师认为：

- (1) 发行人已说明股权激励对象在公司担任职务的情况，与实际情况相符；
- (2) 发行人股份支付金额计算正确，符合企业会计准则的相关规定；
- (3) 发行人对估值方法、估值结论的描述与中天华咨询报告的内容一致，对利润实现情况

与预测数的差异情况说明合理；（4）招股说明书引用的评估报告的出具机构北京中天华资产评估有限责任公司具有证券业务资格。

#### 问题 4、关于收入确认

根据问询回复，软件产品授权使用许可仅为软件许可不包含后续维护服务费，公司销售协同管理软件产品及服务一般会有一定期限的质保期，可为客户提供电话、网络及自助服务工具等手段的保障性技术支持。

请发行人结合合同约定以及同行业公司收入确认情况，说明是否应就质保服务单独确认收入。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

（一）请发行人结合合同约定以及同行业公司收入确认情况，说明是否应就质保服务单独确认收入

根据公司的软件产品销售合同，公司对所售软件产品承担质量保证，所约定的质保条款属于行业惯常的商务条款，与客户签署的软件产品销售合同中关于质保服务的约定一般为基于产品验收之日起一年的免费质保服务。

质保期内，公司提供的质保服务主要内容如下：

服务项目		服务内容	服务角色	质保服务时间
自助服务	自助服务网站	<a href="http://support.seeyon.com">http://support.seeyon.com</a> 常见问题 FAQ、补丁包、应用技巧	自助	7*24 小时
	微信服务平台	关注“致远互联微服务”公众号，获取最新服务资讯、问题解决技巧、协同应用案例、产品新功能等	自助	7*24 小时
	S1 运维工具（基础版）	基础版：协同服务启停、补丁包获取、服务进度跟踪、常见问题知识库（以 S1 实际提供服务内容为准）	自助	基础版
远程服务	400 热线支持	致远互联 400 热线座席服务，受理用户反馈的产品功能问题、系统环境问题、产品应用咨询、产品功能需求	客服团队	不限次 5*8 小时

上述服务主要通过客户在注册后拨打公司 400 服务电话或者登陆公司自主服务网站（平台）获取，针对单一产品销售合同，不会产生实质性的增量成本。公司 400 电话服务除为客户提供质保服务外，还包括承担客户或潜在客户的业务

咨询、需求调研等职责，400 电话服务所发生的费用与收入不直接相关，于发生时计入当期的销售费用。

如客户需要更深层次的服务，则需与公司另外签署合同购买增值运维服务。增值运维服务是在质保服务的基础上提供更有价值的服务，主要包括：6\*8 小时或 7\*24 小时 400 热线服务及远程专家座席、技术专家咨询支持、问题加急解决、定期现场巡检、系统管理员培训、业务分享活动等。

公司软件产品销售合同质保条款的约定系产品质量保证惯常商务条款，质保期内提供的服务不够成一项单独的劳务，收入和成本的金额不能单独计量。公司主要的协同管理软件产品经过 10 多年的迭代升级和应用，产品成熟度较高，报告期内未因质量问题产生大额质保成本。通过查阅同行业可比上市公司的收入确认原则，未发现同行业可比上市公司有就质保服务单独确认收入的情况。

综上，公司软件产品销售合同约定的质保服务不单独确认收入符合企业会计准则关于收入确认的相关规定。

## （二）核查程序及核查意见

### 1、核查程序

保荐机构和申报会计师履行的主要核查程序如下：

（1）查阅公司与客户签署的销售合同中关于质保服务的条款约定情况；（2）获取同行业上市公司收入确认方式，与发行人收入确认方式进行对比分析；（3）检查报告期内公司的质保支出情况；（4）访谈公司负责售后服务的负责人，了解产品质量保证服务内容与增值运维服务内容的区别。

### 2、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：

发行人与同行业可比上市公司在质保服务相关的收入确认政策上不存在重大差异，质保服务不单独确认收入符合企业会计准则关于收入确认的相关规定。



## 问题 5、关于用友网络转让发行人股份

根据问询回复，用友网络根据公司整体战略规划，于 2015 年 12 月将其持有公司的 26.52% 的股权转让给信义一德、二六三和随锐融通。信义一德成立时间为 2015 年 12 月 8 日，随锐融通成立时间为 2015 年 2 月 2 日。本次股权转让的价格经各方协商，按照公司估值人民币 7 亿元整计算，用友网络本次转让公司 26.52% 的股权，转让价格共计人民币 18,564 万元。转让价格定价公允。

请发行人：(1)进一步说明本次转让价格公允性的确定依据；(2)信义一德、随锐融通成立后不久即参与本次交易的原因，相关股份受让方与用友网络及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在由其他方代网络股份持有发行人股份的情形。

请保荐机构、申报会计师、发行人律师核查并发表意见。

回复：

### （一）进一步说明本次转让价格公允性的确定依据

本次股权转让价格系各方根据发行人所在行业的发展情况、发行人盈利能力等经市场化磋商达成的，转让方用友网络为上市公司，三个受让方的受让价格对应的估值一致，且与转让方均不存在关联关系，受让方之一的二六三亦为上市公司，相关上市公司均履行了审批程序和信息披露义务。

（二）信义一德、随锐融通成立后不久即参与本次交易的原因，相关股份受让方与用友网络及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在由其他方代网络股份持有发行人股份的情形

### 1、信义一德、随锐融通成立后不久即参与本次交易的原因

根据信义一德的《营业执照》（统一社会信用代码：9144030035945624X8）和随锐融通的《营业执照》（统一社会信用代码：913604053276970737），信义一德、随锐融通分别成立于 2015 年 12 月 8 日、2015 年 2 月 2 日。

根据信义一德及其普通合伙人深圳市前海信义一德基金管理有限公司的确认，因看好协同管理软件行业及公司的未来发展，深圳市前海信义一德基金管理

有限公司作为普通合伙人发起设立了信义一德，用于受让用友网络拟转让的部分公司股权。

根据随锐融通的确认并经查询国家企业信用信息公示系统，随锐融通系专门从事股权投资的有限合伙企业，其于 2015 年 2 月设立后，于 2015 年 9 月投资了上海银河数娱网络科技有限公司、2015 年 12 月受让了用友网络转让的部分公司股权，此后陆续投资了上海银河数娱文化传播有限公司、上海二次元信息科技有限公司、深圳市六度人和科技有限公司。随锐融通因看好协同管理软件行业及公司的未来发展而受让用友网络转让的部分公司股权。

**2、相关股份受让方与用友网络及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员是否存在关联关系或其他利益安排，是否存在由其他方代网络股份持有发行人股份的情形**

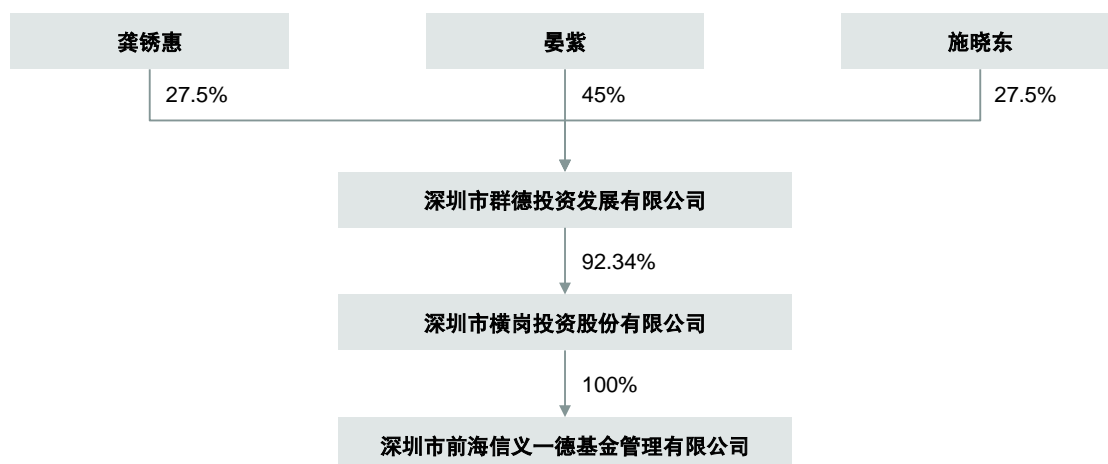
(1) 深圳市信义一德信智一号创新投资管理企业（有限合伙）的基本情况如下：

成立时间	2015 年 12 月 8 日
认缴出资额（万元）	9,502
实缴出资额（万元）	9,502
注册地/主要经营场所	深圳市龙岗区龙城街道龙岗天安数码创新园三号厂房 A401-F05
执行事务合伙人	深圳市前海信义一德基金管理有限公司（委派代表：姚新建）
经营范围	投资科技型企业或其他企业和项目；创业投资咨询；投资管理咨询（根据法律、行政法规、国务院决定等规定需要审批的，依法取得相关审批文件后方可经营）
主营业务与发行人主营业务关系	对外投资；与发行人主营业务不存在直接或间接的竞争关系

截至 2018 年 12 月 31 日，信义一德持有发行人 11.3527% 的股份，信义一德合伙人出资金额及其比例如下：

序号	合伙人名称	合伙人类别	认缴出资额（万元）	认缴比例
1	深圳市前海信义一德基金管理有限公司	普通合伙	4,807.08	50.59%
2	深圳市深商兴业创业投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙	2,634.89	27.73%
3	余宋嘉	有限合伙	1,717.01	18.07%
4	朱岩	有限合伙	343.02	3.61%
合计			<b>9,502.00</b>	<b>100.00%</b>

## A.深圳市前海信义一德基金管理有限公司的股权结构如下：



## B.深圳市深商兴业创业投资基金合伙企业（有限合伙）的出资结构如下：

深圳市深商兴业创业投资基金合伙企业（有限合伙）成立于 2013 年 9 月 17 日，其各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）
1	深圳市一德兴业创新投资有限公司	9,860.9865	19.86
2	深圳市新望投资有限公司	9,860.9865	19.86
3	李贵平	4,930.7415	9.93
4	深圳市城市投资发展（集团）有限公司	4,930.7415	9.93
5	深圳市引导基金投资有限公司	4,930.7415	9.93
6	深圳市卓佳汇智创业投资有限公司	3,451.1715	6.95
7	林克龙	1,972.098	3.97
8	深圳市汇智成长投资管理有限公司	1,479.0735	2.98
9	深圳市深商富坤兴业基金管理有限公司	1,331.1165	2.68
10	姜山	986.049	1.99
11	王国忠	986.049	1.99
12	刘红侠	986.049	1.99
13	陈庆林	986.049	1.99
14	蔡永新	986.049	1.99
15	张宴	986.049	1.99
16	杨钦琪	986.049	1.99
	合计	49,650	100.00

## (2) 随锐融通

随锐融通经工商登记的基本情况如下：

名称	共青城随锐融通创新投资中心（有限合伙）
主要经营场所	江西省九江市共青城私募基金园区 406-32
执行事务合伙人	舒骋
企业类型	有限合伙企业
经营范围	投资管理、投资咨询、以自有资金对非上市企业进行投资、企业战略策划、项目投资（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
合伙期限	2015.02.02 – 2030.02.01

随锐融通各合伙人的出资情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）	合伙人性质
1	舒骋	3,700	45.6114	普通合伙人
2	北京融通高科资本管理中心（有限合伙）	3,112	38.3629	普通合伙人
3	随锐科技股份有限公司	1,300	16.0256	有限合伙人
合计		<b>8,112</b>	<b>100.000</b>	-

北京融通高科资本管理中心（有限合伙）成立于 2014 年 9 月 24 日，其各合伙人出资情况如下：

序号	合伙人	出资额（万元）	出资比例（%）
1	何中林	32,976	65.95
2	常波	15,524	31.05
3	北京融通高科创业投资有限公司	1,500	3.00
合计		<b>50,000</b>	<b>100.00</b>

随锐科技股份有限公司为新三板挂牌公司，股票代码为 835990。

根据信义一德、随锐融通出具的说明，信义一德、随锐融通和用友网络的股东情况调查表以及全国企业信用信息公示系统的登记信息等资料，信义一德和随锐融通与用友网络及其控股股东、实际控制人和股权转让时用友网络的董事、监事和高级管理人员不存在关联关系或其他利益安排，信义一德和随锐融通不存在代用友网络持有发行人股份的情形。

### （三）核查程序及核查意见

#### 1、核查程序

保荐机构、发行人律师履行的主要核查程序如下：

(1) 取得并查阅了公司 2014 年度的财务报表和审计报告；(2) 查阅了用友网络与信义一德、二六三和随锐融通签署的股权转让协议；(3) 查阅了信义一德、随锐融通出具的说明；(4) 查阅了信义一德、随锐融通及用友网络的股东情况调查表；(5) 取得和查阅了信义一德、随锐融通的《营业执照》，在全国企业信用信息公示系统穿透核查了信义一德、随锐融通的企业登记信息，并查阅了用友网络和二六三的公告文件；(6) 对用友网络进行了访谈。

申报会计师履行的主要核查程序如下：

(1) 取得并查阅了公司 2014 年度的财务报表和审计报告；(2) 查阅了用友网络与信义一德、二六三和随锐融通签署的股权转让协议；(3) 查阅了信义一德、随锐融通出具的说明；(4) 查阅了信义一德、随锐融通及用友网络的股东情况调查表；(5) 在全国企业信用信息公示系统穿透核查了信义一德、随锐融通的企业登记信息，并查阅了用友网络和二六三的公告文件。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：

(1) 本次股权转让价格系各方根据发行人所在行业的发展情况、发行人盈利能力等经市场化磋商达成的。

(2) 信义一德和随锐融通与用友网络及其控股股东、实际控制人和股权转让时用友网络的董事、监事和高级管理人员不存在关联关系或其他利益安排，信义一德和随锐融通不存在代用友网络持有发行人股份的情形。

经核查，发行人律师认为：本次股权转让价格系各方根据发行人所在行业的发展情况、发行人盈利能力等经市场化磋商达成的；信义一德、随锐融通与用友网络及其控股股东、实际控制人和股权转让发生时用友网络的董事、监事和高级管理人员不存在关联关系或其他利益安排，信义一德和随锐融通不存在代用友网络持有发行人股份的情形。

经核查，申报会计师认为：本次股权转让价格系各方根据发行人所在行业的发展情况、发行人盈利能力等经市场化磋商达成的；我们未发现信义一德、随锐融通与用友网络及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员存在关联关系或其他利益安排，未发现存在由其他方代用友网络持有发行人股份的情形。

## 问题 6、关于用友网络经销渠道重合

根据招股说明书(申报稿), 2016 年至 2018 年, 发行人的经销收入分别为 8,486.22 万元、12,498.90 万元和 14,679.14 万元, 占主营业务收入的比例分别为 22.66%、26.80%和 25.44%。根据问询回复, 发行人与用友网络重合的经销商家数分别为 259 家、306 家和 324 家, 经销收入分别为 4,423.15 万元、6,807.96 万元和 8,595.10 万元。

请发行人进一步说明: (1)公司大部分经销商与用友网络重合的原因, 是否符合行业惯例; (2)相应经销商在用友网络经销商管理体系中的定位, 是否为用友网络的前十大经销商; (3)公司与相应经销商的合作年限和合作过程, 相应经销商在发行人经销商管理体系中的定位和作用, 是否为前十大经销商; (4)公司向用友网络销售产品的单价、毛利与向金蝶软件、其他软件集成商相比是否存在重大差异; (5)公司是否由用友网络使用发行募集资金设立, 主要资产是否来源于用友网络; (6)是否存在由用友网络的相关渠道为发行人承担费用的情形。

请保荐机构对上述事项进行核查, 并就发行人是否具有独立的经销商管理体系, 经销业务等是否依赖用友网络发表明确意见, 详细说明核查过程和依据。

回复:

(一) 公司大部分经销商与用友网络重合的原因, 是否符合行业惯例

### 1、公司经销商与 ERP 等企业管理软件公司的经销商重合符合行业特点

企业级管理软件(包括财务软件、ERP、协同管理软件等企业级管理软件)厂商通常采用直销与经销相结合的销售模式, 并且协同管理软件和 ERP 等企业管理软件存在集成互补关系, 用户通常会同时应用该两类软件。行业内主要协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司的产品开放度和可集成性情况、经销渠道划分和管理情况比较如下:

公司类型	公司名称	产品开放度和可集成情况	销售模式	经销商管理情况	经销渠道数量及管理情况
协同管理软件公司	泛微网络	具有后端集成平台能力, 满足组织集成化、个性化应用需求	直销和渠道分销两种模式; 直销服务网点包括区域服务中心和区域授权业务运营中	公司通常要求经销商配备一定的技术服务人员, 并通过公司的专业资格认证	2016 年 120 余家经销商, 近两年经销商数量无公开披露数据

公司类型	公司名称	产品开放度和可集成情况	销售模式	经销商管理情况	经销渠道数量及管理情况
			心		
	蓝凌软件	新一代开发建模、集成平台，具有易扩展的特点	直销、授权业务单元、渠道分销相结合的混合模式及互联网电子商务模式	经销商需符合条件认证，根据各经销商自身的业务规模、销售实力和区域市场等情况给予各经销商以不同的价格折扣	在各区域或行业发展符合条件的认证经销商；2015年11月公开转让说明书披露其在全国发展了200余家分销商，近三年无公开披露数据
	发行人	产品具有易用性、开放性和可扩展性等特点	直销与经销相结合	公司对经销商在法人资格、经营范围、流动资金、人员安排等方面有一定的要求	按经销商所在区域或城市界定其产品和服务的销售范围；目前在全国建立了30多个分支机构，600多家经销商
ERP等企业管理软件公司	用友网络	用友网络形成了以用友云为核心的新战略布局，用友云是开放的生态化平台，除自身提供的服务，还聚合了大量其他提供商的服务	针对不同的客户和产品采取直销与经销相结合的销售模式	对经销商在公司资质、人员安排、技术能力等方面有一定的要求	根据产品和区域划分经销商覆盖范围；2017年1月有超过1,000家生态伙伴（经销商）参加其伙伴大会，除此以外无公开披露数据
	金蝶软件	主要产品特性：广泛的业务链接、创新的开放平台、云端化业务应用	直销与经销相结合	对经销商资质进行审核和认证	在授权销售区域内经营金蝶软件授权产品；截至2018年12月31日，通过50家以营销与服务为主的分支机构和约2,000余家咨询、技术、实施服务、分销等合作伙伴为客户提供产品和售后服务

注：以上信息来自上述公司的官网、年报、招股说明书、公开转让说明书等公开信息披露。

公司经销商与 ERP 等企业管理软件公司的经销商重合符合行业特点，具体原因如下：

(1) 协同管理软件和 ERP 等企业管理软件存在集成互补关系，用户通常会同时应用

协同管理软件可以全面整合企业中孤立的信息系统，在统一的界面上展现和应用各个系统的数据信息，构建企业统一的工作管理平台。因此，协同管理软件和 ERP 等企业管理软件在企业内部通常都会同时应用，通过功能和数据集成实现企业信息系统、数据资源的一体化管理应用，协同管理软件和 ERP 等企业管理软件具体集成范围和程度取决于最终用户的选择。行业内主要协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司的产品开放度和可集成情况见上文比较分析。

公司协同管理软件产品具有易用性、开放性和可扩展性等特点，可在用户已应用或购买 ERP 等企业管理软件的情况下，由经销商直接面向用户，实现协同管理软件与 ERP 等其他企业管理软件的整合应用，公司经销商与用友网络经销商重合是上述集成互补关系的一种体现。

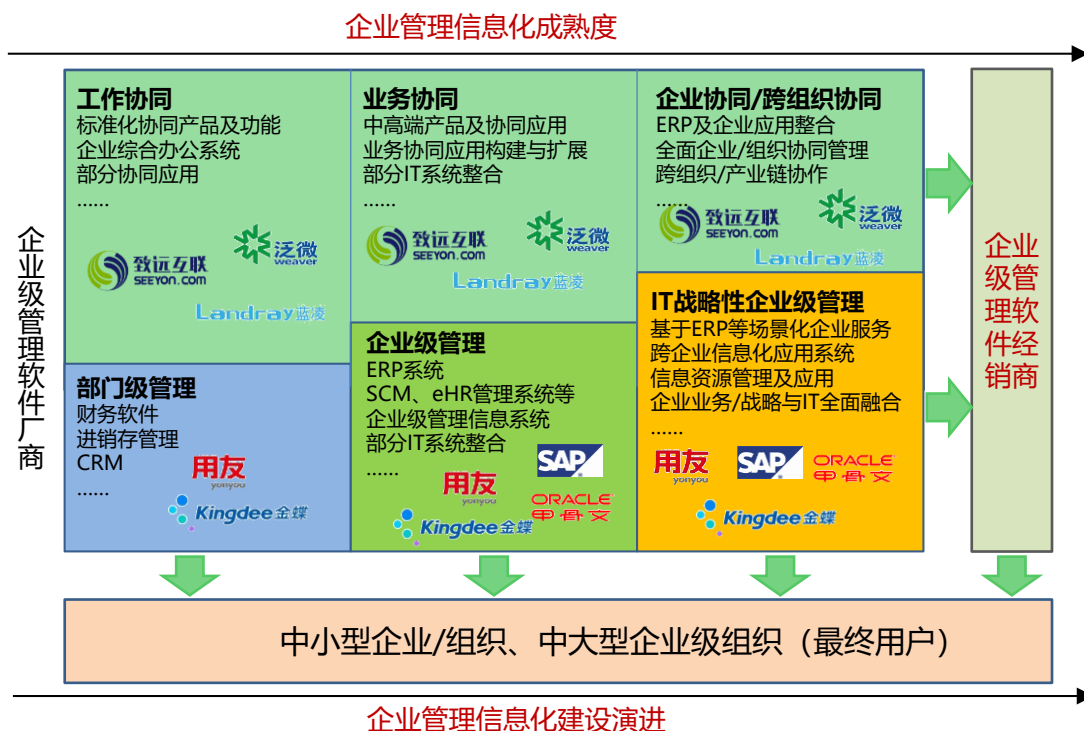
(2) 企业级管理软件厂商通常采用直销与经销相结合的销售模式，厂商和经销商均面向企业级客户提供专业的软件产品和服务

企业级管理软件（包括财务软件、ERP、协同管理软件等企业级管理软件）厂商通常采用直销与经销相结合的销售模式，协同管理软件公司、ERP 等企业管理软件公司、企业级管理软件经销商均面向企业级客户提供专业的软件产品和服务，最终用户可选择从企业级管理软件厂商购买相关产品及服务，也可选择从企业级管理软件经销商购买相关产品及服务。

经过若干年的发展，国内从事企业级管理软件的经销商数量较多，在全国各地形成了一批具有专业能力和知名度的本地化经销商，这些经销商会销售包括协同管理软件、ERP 等在内的各类企业级管理软件，公司及用友网络等企业级管理软件厂商通常倾向于选择此类综合实力较强的经销商；而经销商通常会丰富其销售的产品线，即销售协同管理软件与 ERP 等企业管理软件以满足客户多样化的应用需求。

以下为典型的用户信息一体化建设过程中企业级管理软件厂商、经销商和用户关系的示例：





(3) 行业内主要协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司通常按照区域划分和管理经销商

由上文比较分析可知，行业内主要协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司通常按照区域划分和管理经销商，并且对经销商的资质和能力有一定要求，因此区域内优质经销商可能同时符合上述协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司的经销商认证标准，该等经销商通常拥有较丰富客户资源、更专业的技术能力和较多的产品业务线，在经销协议允许的范围内可能同时经销协同管理软件和 ERP 等企业管理软件。

(4) 除用友网络的产品外，公司经销商也销售其他企业管理软件公司产品

除用友网络的产品外，公司经销商存在同时销售金蝶软件、SAP 等其他企业管理软件公司产品的情形。此外，随着公司经销业务的发展，公司对经销商在中高端市场、行业市场的业务技术能力提出更高要求，公司经销商与其他企业管理软件公司重合的情况有所增加。

## 2、公司经销商与用友网络的经销商重合符合行业特点和公司的实际情况

(1) 用友网络在国内 ERP 市场占有率较高并在全国建立了经销渠道网络

用友网络面向不同规模、行业的企业提供解决方案与专业服务业务，在财务、ERP 以及企业服务等方面经营超过 30 年，其产品服务具有一定深度和广度、用户基础较大。根据中国软件行业协会发布的《中国软件和信息服务业发展报告 2018》，2016 年，用友网络以 39% 的市场占有率在国内 ERP 市场排名第一。

用友网络在全国建立了经销渠道网络，与公司相比其发展经销业务更早、经销业务规模更大、经销渠道网络更加完善，用友网络的经销商通常在业务规模、技术实力等方面能力较强，能够满足公司经销商准入审核资质条件，并且该等经销商通常在企业级管理软件方面具有较为丰富的经验和较大的客户群体。

(2) 公司协同管理软件产品和用友网络企业管理软件产品的适配程度和集成接口开发程度较高

公司与用友网络有长期的合作关系，公司协同管理软件产品和用友网络 ERP 软件、财务软件等企业管理软件产品的适配程度和集成接口开发成熟度较高，同时应用两家公司产品可降低用户企业信息化一体化建设的开发成本，因此用户同时选择两家公司产品的概率相对较高。由此可见，公司的经销商在履行相关经销伙伴协议的情况下，存在同时销售用友网络产品的情况，符合公司的实际情况。

综上所述，公司经销商与用友网络的经销商重合原因合理，符合所在行业特点和公司的实际情况。

(二) 相应经销商在用友网络经销商管理体系中的定位，是否为用友网络的前十大经销商

根据用友网络出具的说明和对用友网络的访谈情况，用友网络按照业务发展战略独立开拓渠道，根据相关业务制度市场化的选择和统一管理经销商，并未对与公司重合的经销商进行区别管理和特殊定位，亦不存在要求其经销商禁止销售致远互联等协同管理软件产品或干预相关经销商与致远互联开展商业合作的情形。

最近三年，公司与用友网络重合的经销商同时是用友网络前十大经销商的具体情况如下：

单位：万元

用友网络前十大经销商同时为公司经销商	2018 年	2017 年	2016 年

重合经销商数量	6	6	8
公司来自重合经销商的经销收入	630.22	593.12	639.72
上述经销商收入占公司经销收入比例	4.29%	4.75%	7.54%
上述经销商收入占公司主营业务收入比例	1.09%	1.27%	1.71%

最近三年，公司来自用友网络前十大经销商中与公司重合经销商的收入占公司主营业务收入的比例分别为 1.71%、1.27% 和 1.09%，比例较小且逐年降低。

根据用友网络的公开披露信息、用友网络的出具的说明及对其的访谈情况，用友网络针对不同的客户和产品采取直销与经销相结合的销售模式，以直销模式为主，经销商数量众多，且较为分散，经销收入的集中度较低。

综上所述，公司来自用友网络前十大经销商中与公司重合经销商的收入占公司主营业务收入的比例较小，用友网络经销收入集中度较低且未对与公司重合的经销商进行区别管理和特殊定位，用友网络前十大经销商中与公司重合的经销商对公司和用友网络均不构成重大影响。

### **（三）公司与相应经销商的合作年限和合作过程，相应经销商在发行人经销商管理体系中的定位和作用，是否为前十大经销商**

公司经销商渠道采用授权制，按经销商所在区域或城市界定其产品和服务的销售范围，以增强产品及服务的覆盖能力，并对全国各地的经销商采取统一的管理和服务模式。公司基于经销商的企业信用、业务规模、技术实力等因素形成了严格的准入标准，并对经销商进行市场化的独立选择，公司对经销商的选择标准和管理模式、经销商的体系和层级情况、经销商进入和退出机制的具体内容见第一轮审核问询函的回复问题 17 之“（六）公司经销商的选择标准、经销商的管理模式，经销商的体系和层级情况、经销商进入和退出机制，报告期内重要经销商的变动情况及原因、经销最终实现销售的情况、经销商退货情况”的回复。

公司通过品牌推广、伙伴大会等市场活动、区域客户交流会等区域市场活动、电话营销等多种渠道和方式展开全方位、多层次的品牌市场营销，公司与经销商建立合作的途径包括但不限于公司分支机构独立拓展、行业内企业交流联系、伙伴大会、客户推荐、官网宣传与电话营销等多种方式，经销商来源不依赖用友网络。

公司按照业务发展战略独立开拓渠道，根据相关业务制度市场化的选择和统一管理经销商，并未对与用友网络重合的经销商进行区别管理和特殊定位，亦不存在要求经销商禁止销售用友网络产品的情形，公司与该等经销商合作年限从几年到十几年不等，其中合作超过一年的经销商约占 80%左右。

合作年限	公司与用友网络重合经销商数量（个）		
	2018 年	2017 年	2016 年
0-1 年	52	60	52
1-2 年	46	48	46
2-3 年	42	42	43
3 年以上	184	156	118
合计	324	306	259

用友网络面向不同规模、行业的企业提供解决方案与专业服务业务，在财务、ERP 以及企业服务等经营超过 30 年，其产品服务具有一定深度和广度、用户基础较大，用友网络与公司相比其发展经销业务更早、经销业务规模更大、经销渠道网络更加完善，用友网络的经销商通常在业务规模、技术实力等方面能力较强，能够满足公司经销商准入审核资质条件，并且该等经销商通常在企业管理软件方面具有较为丰富的经验和较大的客户群体，基于产品层面的互补集成关系，因此该等经销商通常为公司带来的经销收入较大、经销收入排名靠前。最近三年，公司与用友网络重合的经销商同时是公司前十大经销商的具体情况如下：

单位：万元

公司与用友网络重合的经销商同时是公司前十大经销商	2018 年	2017 年	2016 年
重合经销商数量	8	7	7
公司来自重合经销商的经销收入	1,524.74	1,307.47	869.89
上述经销商收入占公司经销收入比例	10.39%	10.46%	10.25%
上述经销商收入占公司主营业务收入比例	2.64%	2.80%	2.32%

最近三年，公司前十大经销商中与用友网络重合部分经销商带来的收入占公司主营业务收入的比例分别为 2.32%、2.80%和 2.64%，比例较小。

公司业务以直销模式为主，公司的经销商分布区域较广、数量众多，经销商平均产生的收入较小，报告期内，前十大经销商销售收入占经销收入的比例为 15.54%、14.20%和 13.04%，占主营业务收入的比例分别为 3.52%、3.81%和 3.32%，集中度较低。

综上所述，报告期内公司与用友网络重合的经销商大部分是公司长期合作的经销商，公司对经销商进行市场化的独立选择，经销商的选择并不依赖用友网络，公司经销商集中度较低且未对与用友网络重合的经销商进行区别管理和特殊定位，公司前十大经销商中与用友网络重合部分经销商带来的收入对公司不构成重大影响。

#### （四）公司向用友网络销售产品的单价、毛利与向金蝶软件、其他软件集成商相比是否存在重大差异

用友网络及其他企业管理软件公司或软件集成商（包括神州数码系统集成服务有限公司、重庆市浪潮科技有限公司、联通系统集成有限公司等系统集成商）直接面向客户，并根据客户的具体需求，可能需采购协同管理软件产品和服务以提供整体解决方案。由于用友网络、金蝶软件及其他软件集成商一般具有为客户提供技术支持服务的能力，因此公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的收入主要是协同管理软件产品收入，销售模式以直销业务模式为主。

报告期内，公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的收入情况如下：

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额 (万元)	占主营业 务收入 比例	金额 (万元)	占主营业 务收入 比例	金额 (万元)	占主营业 务收入 比例
<b>直销模式</b>	<b>1,031.78</b>	<b>1.79%</b>	<b>1,000.42</b>	<b>2.14%</b>	<b>888.98</b>	<b>2.37%</b>
其中：用友网络	693.38	1.20%	729.7	1.56%	699.53	1.87%
其中：金蝶软件	8.49	0.01%	-	-	-	-
其中：其他软件集成商	329.91	0.57%	270.72	0.58%	189.45	0.51%
<b>经销模式</b>	<b>53.78</b>	<b>0.09%</b>	<b>115.73</b>	<b>0.25%</b>	<b>106.72</b>	<b>0.28%</b>
其中：其他软件集成商	53.78	0.09%	115.73	0.25%	106.72	0.28%
<b>合计</b>	<b>1,085.56</b>	<b>1.88%</b>	<b>1,116.15</b>	<b>2.39%</b>	<b>995.70</b>	<b>2.66%</b>

报告期内，公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的收入整体占主营业务收入比例较小。

#### 1、公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商销售的毛利率比较

直销模式下，公司直接与客户签订产品与服务销售合同，并进行相关软件产品及服务的交付，公司提供的协同管理软件产品通常包括产品授权使用许可、产品实施、客户化定制开发等整体解决方案，对应的成本主要包括员工薪酬、外包服务成本、商品采购和第三方产品；对于无需实施开发服务的项目，对应的成本主要包括商品采购和第三方产品。经销模式下，公司主要向经销商销售协同管理软件产品和提供运维服务与技术支持，产品的实施交付、定制化开发及运维服务通常由经销商向最终用户提供，经销模式对应的成本主要包括商品采购成本。公司销售协同管理软件产品的毛利率变动主要受以下两个因素影响：

(1) 安装部署、实施交付与定制开发的工作量

由于无需实施开发服务的项目成本一般不包括员工薪酬、外包服务成本，该等项目的成本一般低于需要实施交付的项目，因此需要实施开发服务的项目毛利率受客户所需的安装部署、实施交付与定制开发的工作量影响较大。

(2) 客户对产品的功能应用模块需求情况

无需实施开发服务的项目的成本主要取决于客户所需的产品授权使用许可的功能应用模块的多少和具体产品授权许可定价不同，以及并发数或注册数的多少。如客户提出增加的可选扩展应用模块或其他软硬件为非公司生产的第三方软硬件，公司需为客户代为采购，而第三方软硬件的毛利水平受不同客户需求影响，较公司自有协同管理软件产品的毛利率差距较大。因此，无需实施开发服务的项目的毛利率受客户所需产品功能模块中第三方软硬件的比例影响较大。

因此，公司不同销售模式和是否需要实施交付的项目的毛利率差异主要取决于客户具体需求。报告期内公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的收入整体占主营业务收入比例较小，以下将公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的毛利率情况与公司整体按照销售模式和是否涉及实施等服务划分的毛利率进行比较，具体情况如下：

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	涉及实施等服务	不涉及实施等服务	涉及实施等服务	不涉及实施等服务	涉及实施等服务	不涉及实施等服务
直销模式	65.78%	96.52%	66.28%	91.54%	62.36%	95.26%

其中：用友网络	57.85%	97.62%	73.76%	96.05%	57.35%	97.85%
其中：金蝶软件	44.44%	-	-	-	-	-
其中：其他软件集成商	61.05%	86.99%	60.78%	97.93%	68.11%	43.79%
<b>经销模式</b>	<b>72.27%</b>	<b>93.95%</b>	<b>78.40%</b>	<b>94.18%</b>	<b>75.53%</b>	<b>96.73%</b>
其中：其他软件集成商	-	94.08%	-	84.01%	-	97.75%

由上表可见，公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的毛利率整体上与公司按照销售模式和是否涉及实施等服务划分的毛利率大致相当，并且受具体项目客户所需安装部署、实施交付与定制开发的工作量和客户所需产品功能模块中第三方软硬件的比例影响不同而存在一定差异。其中，公司2016年和2018年来自用友网络需要实施交付项目的毛利率低于直销模式平均水平主要系个别项目所需安装部署、实施交付与定制开发的工作量较大导致；公司2018年来自金蝶软件需要实施交付项目的毛利率较低主要系当年公司仅与金蝶软件发生一笔交易样本量较小，且该项目所需安装部署、实施交付与定制开发的工作量较大导致；公司2016年和2018年直销模式下来自其他软件集成商无需要实施交付项目的毛利率较低主要系个别项目客户所需产品功能模块中第三方软硬件的比例较高导致。

综上所述，公司向用友网络、金蝶软件、其他软件集成商提供产品及服务的毛利率差异具有合理性。

## 2、公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商销售平均合同金额比较

协同管理软件产品收入包括软件产品授权使用许可、实施交付及定制开发的收入，通常按照授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数，并结合安装部署、实施交付与定制开发的工作量计费，具体内容差异较大，同一类型软件产品的不同销售合同的价格不具有可比性。以下比较的口径为协同管理软件产品按销售模式和是否涉及实施等服务划分的平均合同金额。

报告期内公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商提供产品及服务的收入整体占主营业务收入比例较小，以下将公司来自于用友网络、金蝶软件及其他软件集成商协同管理软件产品收入的平均合同金额与公司整体按照销售模式和是否涉及实施等服务划分的平均合同金额进行比较，具体情况如下：

单位：万元

项 目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	涉及实施等服务	不涉及实施等服务	涉及实施等服务	不涉及实施等服务	涉及实施等服务	不涉及实施等服务
<b>直销模式</b>	<b>16.73</b>	<b>5.29</b>	<b>16.92</b>	<b>5.06</b>	<b>14.83</b>	<b>5.28</b>
其中：用友网络	24.96	12.70	19.81	14.47	20.43	9.02
其中：金蝶软件	8.49	-	-	-	-	-
其中：其他软件集成商	30.04	9.85	32.24	11.26	15.90	6.61
<b>经销模式</b>	<b>4.84</b>	<b>3.22</b>	<b>6.75</b>	<b>2.81</b>	<b>4.19</b>	<b>2.95</b>
其中：其他软件集成商	-	4.48	-	3.05	-	4.45

注：经销模式下的合同数量为经销商的订单数量。

由上表可见，公司向用友网络、金蝶软件及其他软件集成商销售产品的平均合同金额受具体项目的客户需求影响存在一定差异，但是报告期内用友网络的平均合同额相对较为稳定，整体上公司向用友网络提供产品及服务的毛利率与公司相同模式下整体的平均合同金额不存在重大差异。

由于用友网络、其他软件集成商通常在品牌营销、业务规模、技术实力等方面能力较强且规模较大、客户资源较为丰富，因此公司向用友网络、其他软件集成商提供产品及服务的平均合同金额通常高于公司相同模式下整体的平均合同金额，2017 年和 2018 年其他软件集成商需要实施交付的平均合同较大，主要是受部分具体项目的客户需求影响，单个合同额较大。公司 2018 年来自金蝶软件需要实施交付项目的平均合同金额较低主要系当年公司仅与金蝶软件发生一笔交易样本量较小，平均合同额不具有代表性。

综上所述，报告期内用友网络的平均合同额相对较为稳定，公司向用友网络、金蝶软件、其他软件集成商提供产品及服务的平均合同金额差异具有合理性。

**（五）公司是否由用友网络使用发行募集资金设立，主要资产是否来源于用友网络**

#### **1、公司由用友网络使用募集资金设立**

用友网络与徐石、张屹于 2002 年 4 月共同出资设立致远有限。致远有限注册资本 500 万元人民币，其中徐石出资 320 万元人民币，用友网络出资 150 万元人民币，张屹出资 30 万元人民币。2009 年 6 月，致远有限股东会决议同意将注



注册资本增至 538.46 万元，新增注册资本 38.46 万元由用友网络以 12,425,126.00 元人民币认缴。此后，用友网络未向公司出资。

根据用友网络第一届董事会 2002 年第四次会议决议、用友网络《2001 年度报告》、《2002 年度报告》和《2009 年度报告》，2002 年 4 月公司设立时用友网络的出资属于其募集资金，占用友网络首次发行募集资金净额的 0.17%。2009 年公司增资时用友网络的出资来源于其自有资金，不属于用友网络的募集资金。

## **2、公司不存在主要资产来源于用友网络的情况，用友网络投入资金占公司资产比例较小**

根据公司的工商登记资料、增资协议、《验资报告》及付款凭证等资料，用友网络于 2002 年和 2009 年合计以货币方式向公司出资 13,925,126 元，此后用友网络未向公司出资。公司为轻资产公司，主营业务为协同管理软件产品的研发、销售业务和技术服务，不需要进行实体产品的生产，不需要配置大量固定资产，因此，公司不存在固定资产来源于用友网络的情况。此外，公司拥有的专利、软件著作权及商标均来源于公司的自主研发，不存在来源于用友网络的情况。

综上，公司除了 2002 年设立及 2009 年第一次增资时收到来自用友网络的货币出资累计为 13,925,126 元以外，其主要资产不存在来源于用友网络的情况。随着公司业务规模的增长，公司通过自主经营留存收益、其他股东投入等方式推动资产规模的增长。截至 2018 年末，公司资产总额 759,603,947.25 元，用友网络累计投入资金占公司资产总额的比例为 1.83%。

## **3、用友网络使用募集资金对公司进行出资设立符合法律法规等要求**

根据用友网络董事会会议文件、《公司章程》、《2001 年年度报告》和《2002 年年度报告》等公开信息披露文件，用友网络使用募集资金对公司进行出资设立履行了董事会会议审批，且相关事项已经履行了披露程序，符合法律法规、公司章程以及证监会和上海证券交易所有关上市公司监管和信息披露要求，不存在争议或潜在纠纷。

## **4、公司董事、监事和高级管理人员在用友网络及其控制公司的任职情况**

(1) 公司现任董事、监事和高级管理人员在用友网络及其控制公司的任职情况及合法合规性

公司董事、监事和高级管理人员在用友网络及其控制公司的任职情况如下：

姓名	在公司担任的职务	在用友网络及其控制公司的任职情况	在用友网络及其控制公司担任职务的任期
徐石	董事长、总经理	-	-
黄涌	董事、副总经理、董事会秘书	-	-
杨祉雄	董事、副总经理	曾任财务软件开发部经理、财务软件事业部副总经理、产品研发中心副总经理、U8事业部副总经理、监事会召集人等职务、副总裁、高级副总裁等职务。	1992年-2010年
胡守云	董事、副总经理	-	
李小龙	董事	-	
马骏	董事	-	
王咏梅	独立董事	-	
董衍善	独立董事	-	
尹好鹏	独立董事	-	
向奇汉	副总经理	曾任产品市场部总经理,产品市场总监,副总裁,高级副总裁,执行副总裁、执行总裁等职务。	2003年-2017年
严洁联	副总经理、财务负责人	-	
淦勇	副总经理	-	
李平	副总经理	-	
刘瑞华	监事会主席	行政经理	1996年-1998年
曲璐	监事	曾先后任北京用友幸福投资管理有限公司投资管理经理、用友网络投资管理部专员兼副董事长秘书,现任北京用友幸福投资管理有限公司投资管理经理。	2004年至今
张沿沿	监事	-	-
谭敏锋	职工监事、核心技术人员	-	-
任明	职工监事	-	-

公司现任董监高 18 人，其中：3 人曾在用友网络及其控制的企业任职；1 人系用友网络作为股东提名并当选的公司监事，现在用友网络及其控制的企业任职。根据用友网络的年度报告、三会会议决议及其出具的《离职员工证明》等资料，

公司董事、监事和高级管理人员在用友网络及其控制的公司的历史任职是合法合规的，不存在违反竞业禁止的情形。

(2) 公司设立时以及 2009 年增资时，公司的董事、监事和高级管理人员在用友网络的任职情况

公司设立时以及 2009 年增资时，公司的董事、监事和高级管理人员在用友网络的任职情况如下：

姓名	在公司担任的职务	在用友网络及其控制公司的任职情况
徐石	董事长、总经理	-
张屹	董事	-
吴政平	董事	董事
郭新平	董事	副董事长兼财务总监
余琰	董事	-
陶维浩	董事	-

根据用友网络第一届董事会 2002 年第四次会议会议资料及第四届董事会 2009 年第五次会议决议，用友网络在 2002 年审议《公司出资设立北京用友致远软件技术有限公司事宜》及 2009 年审议《关于向北京用友致远软件技术有限公司增资的议案》时，吴政平和郭新平均未回避表决。根据 2002 年和 2009 年时用友网络的《公司章程》、《公司法》、《证券法》、《企业会计准则》等法规规定，吴政平和郭新平与公司不存在关联关系，因此在审议用友网络对公司出资时未回避表决符合当时的法律法规规定。

在不计算关联董事表决意见的情况下，该项议案已取得全部非关联董事审议通过，有关协议所确定的条款是公允的、合理的，符合发行人及全体股东的利益，且相关事项均已履行了信息披露的义务，不存在损害股东利益的情形。因此，上述关联董事未回避情形对该项议案的表决结果没有实质性影响，不存在损害股东利益的情形。

此外，根据用友网络 2002 年的《公司章程》、《首次公开发行股票并上市招股说明书》、《2001 年年度报告》、《2002 年年度报告》、《公司法》、《证券法》等规定，2002 年 4 月用友网络使用募集资金对公司出资是符合其募集资金承诺投

资项目的投资范围的，且已经履行相应的披露程序，符合法律法规的规定，不存在损害股东利益的情形。

综上，用友网络在审议对公司出资的事项时吴政平和郭新平未回避表决符合当时的《公司章程》、《公司法》等规定；用友网络使用募集资金出资事项经其董事会审议通过，募集资金投向符合其募集资金的承诺事项，且履行了信息披露义务，不存在损害中小股东利益的情形。

#### **（六）是否存在由用友网络的相关渠道为发行人承担费用的情形**

##### **1、公司经销业务管理规范**

公司就经销业务管理方面制定了多层次的管理制度，形成了独立的经销业务管理体系，并严格按照相关制度规范和管理经销商和员工的行为，不存在要求经销商代为承担费用的情形：

（1）公司按照业务发展战略独立开拓经销商，根据相关业务制度市场化的选择和统一管理经销商，并未对与用友网络重合的经销商（以下简称“用友网络重合经销商”）进行区别化管理。

（2）公司与经销商协议中未约定相关代垫费用或干预经销商经营情况的特殊条款；公司与经销商签订了阳光合作协议，约定双方合作期间经销商不得向公司支付和收取回扣等阳光合作条款，并要求经销商对公司员工或已离职员工经销商任职情况进行报备。

（3）公司禁止员工在经销商等影响本职工作或影响公司利益的单位兼职，禁止员工与公司内部交易、支付或收取回扣等职务侵占行为，并要求所有员工签署相关承诺书。

（4）公司的经销商分布区域较广、数量众多，经销商平均产生的收入较小，集中度较低，公司对单个经销商不存在重大依赖。

因此，公司具有独立的经销管理体系，对经销业务管理规范，不存在要求与用友网络重合的经销商代为承担费用的情形。

##### **2、用友网络经销业务管理情况**

根据用友网络出具的说明和对用友网络销售相关负责人的访谈情况，用友网络根据相关业务制度规范经销业务，不存在要求用友网络重合经销商代为承担费用的情形：

(1) 用友网络与经销商属于独立主体，无关联关系，并遵循市场化原则和商业实质开展相关经销业务。

(2) 用友网络根据相关业务制度统一管理经销商，并未对与公司重合的经销商进行区别管理和特殊定位。用友网络与经销商的经销商协议中未约定要求经销商为公司相关代垫费用或干预经销商经营情况的特殊条款，也不存在干预相关经销商与致远互联开展商业合作的情形。

(3) 用友网络针对不同的客户和产品采取直销与经销相结合的销售模式，以直销模式为主，且经销商数量众多、遍布全国较为分散，经销商产生收入的集中度较低，用友网络对单个经销商不存在重大依赖。

用友网络已就上述内容出具如下说明：

“本公司及本公司下属公司按照业务发展战略独立开拓渠道，根据产品和区域划分经销商的覆盖范围，并根据本公司相关业务制度市场化的选择和统一管理经销商，经销渠道体系与致远互联相互独立，本公司对经销商来源不依赖致远互联，亦不存在要求本公司及本公司下属公司的经销商禁止销售致远互联等协同管理软件产品或干预相关经销商与致远互联开展商业合作的情形。

本公司及本公司下属公司与经销商属于独立主体，并遵循市场化原则和商业实质开展相关经销业务，不存在要求经销商为致远互联承担费用的情形。”

### 3、用友网络对发行人持股比例低，无法施加重大影响

报告期内，用友网络对公司的持股比例均不超过 5%，不控制公司，且在公司董事会中无董事会席位，亦无法对公司施加重大影响。

### 4、公司与用友网络重合部分经销商的交易公允

报告期内，发行人来自于与用友网络、金蝶软件和 SAP 重合经销商的收入金额和毛利率情况如下：

项 目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
-----	---------	---------	---------

	金额 (万元)	毛利率	金额 (万元)	经销商 数量	金额 (万元)	经销商 数量
与用友网络重合的经销商	8,595.10	92.38%	6,807.96	93.26%	4,423.15	97.72%
与金蝶软件重合的经销商	189.64	94.10%	37.85	92.49%	-	-
与 SAP 重合的经销商	9.75	99.82%	4.79	100.00%	-	-
<b>合计</b>	<b>8,794.48</b>	<b>92.42%</b>	<b>6,850.60</b>	<b>93.26%</b>	<b>4,423.15</b>	<b>97.72%</b>
<b>经销业务毛利率</b>		<b>93.56%</b>		<b>94.02%</b>		<b>96.41%</b>
<b>重合经销商收入占经销收入比例</b>	<b>59.91%</b>		<b>54.81%</b>		<b>52.12%</b>	
<b>重合经销商的收入占主营业务收入比例</b>	<b>15.24%</b>		<b>14.69%</b>		<b>11.81%</b>	

用友网络重合经销商在与公司合同签订、定价原则方面与其他经销商的管理方式一致，交易价格公允。报告期内，公司来自于用友网络、金蝶软件、SAP重合经销商的毛利率水平大致相当，且该类重合经销商的毛利率水平与公司经销业务整体毛利率水平基本接近。

## 5、用友网络重合经销商与公司之间不存在关联关系

报告期内，用友网络重合经销商与公司之间不存在关联关系。

综上所述，公司具有独立的经销管理体系，对经销业务管理规范，不存在用友网络的相关渠道为发行人承担费用的情形。

(七) 请保荐机构对上述事项进行核查，并就发行人是否具有独立的经销管理体系，经销业务等是否依赖用友网络发表明确意见，详细说明核查过程和依据

保荐机构的核查程序及核查意见如下：

### 1、核查程序

(1) 访谈了用友网络相关负责人，了解用友网络经销业务情况，并核查了用友网络关于其经销业务的相关说明文件；(2) 查阅行业内主要协同管理软件公司与 ERP 等企业管理软件公司的官网、年报、招股说明书、公开转让说明书等公开信息披露，就公司经销商与用友网络存在重合的原因及是否符合行业惯例进行比较分析；(3) 查阅发行人的经销业务管理相关制度文件，访谈发行人经销业务相关负责人，了解发行人经销业务情况及经销商管理规范；(4) 了解发

行人经销业务的相关内部控制等，对发行人的销售与收款循环的内部控制进行测试；（5）取得公司经销商基本情况表，了解公司与用友网络重合经销商的合作过程和合作年限；（6）检查公司对用友网络和其他企业管理软件公司的主要销售合同及客户验收报告、凭证等，查阅公司销售制度及定价方式，了解公司对用友网络销售定价方式与其他客户是否一致，对上述客户的毛利率进行分析性复核；（7）获取报告期内主要经销商的工商资料、网站查询经销商的工商资料，走访报告期内主要经销商并获取经销商关于关联关系的说明，核查公司与经销商是否存在关联关系；（8）获取并核查报告期内主要经销商的经销协议和阳光协议；（9）了解公司对员工利益冲突相关禁止行为的规定，获取并核查公司员工相关承诺；（10）获取经销商的合同、签收单等外部证据，通过实地走访经销商、对经销商进行电话访谈及对主要经销商进行函证等方式对经销收入进行核查，对公司与用友网络重合经销商的毛利率水平进行分析性复核；（11）访谈了用友网络的董事会秘书了解关于使用募集资金向公司出资等情况；（12）查阅了用友网络《2001 年度报告》、《2002 年度报告》和《2009 年度报告》、2002 年适用的《公司章程》、2009 年适用的《公司章程》、《首次公开发行股票并上市招股说明书》、以及相关的董事会会议文件等资料，并复核其履行程序是否符合法律法规规定；（13）查阅了公司的工商登记资料、增资协议、《验资报告》及付款凭证等资料。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：

（1）公司经销商与用友网络部分经销商重合的原因合理，符合所在行业特点和公司的实际情况；（2）用友网络前十大经销商中同时为公司经销商的与公司发生的收入占公司主营业务收入的比例较小，用友网络经销收入集中度较低且未对与公司重合的经销商进行区别管理和特殊定位，用友网络前十大经销商中与公司重合的经销商收入对公司和用友网络均不构成重大影响；（3）报告期内公司与用友网络重合的经销商大部分是公司长期合作的经销商，公司对经销商进行市场化的独立选择，经销商的选择不依赖用友网络，公司经销商集中度较低对且未对与用友网络重合的经销商进行区别管理和特殊定位，公司前十大经销商中与用友网络重合部分经销商带来的收入对公司不构成重大影响；（4）公司向用友网络、

金蝶软件、其他软件集成商提供产品及服务的毛利率和平均合同金额差异具有合理性；（5）用友网络在审议对公司出资的事项时吴政平和郭新平未回避表决符合当时的《公司章程》、《公司法》等规定；用友网络使用募集资金出资事项经其董事会审议通过，募集资金投向符合其募集资金的承诺事项，且履行了信息披露义务，不存在损害中小股东利益的情形；（6）公司具有独立的经销管理体系，对经销业务管理规范，不存在用友网络的相关渠道为发行人承担费用的情形。

综上所述，发行人具有独立的业务经营体系和直接面向市场能力，发行人具有独立的经销商管理体系，公司的业务完全独立于用友网络，经销业务不存在依赖用友网络的情形。

## 问题 7、关于外包服务和劳务派遣

根据问询回复，外包服务内容主要指根据实际业务需要代替公司承担项目软件安装、开发、测试、培训和运维交付等辅助性技术服务工作，完成项目启动、系统建设、系统上线、项目验收等；上海智阳的许可经营事项为劳务派遣，发行人与上海智阳先后签署《技术服务外包合同》和《服务外包合同》，合同期限为2016年9月30日至2020年9月30日，劳务派遣的工作内容为：上海智阳提供IT技术服务人员至发行人项目现场进行IT技术相关项目的服务，包括但不限于项目实施交付、售前支持、运维服务、能力转移，其他与上述内容相关的事务性工作等；报告期各期末，发行人使用劳务派遣员工数量分别为33人、83人和92人，占员工人数比例分别为2.88%、6.60%和6.48%。

请发行人：(1)进一步说明：外包服务与劳务派遣的区别及划分依据，报告期内上海智阳提供IT技术服务人员的具体人数，是否存在其他的劳务派遣单位，是否具备相应资质；(2)进一步说明使用外包服务或者由发行人自身派遣员工相比，对发行人报告期内成本的影响；(3)结合报告期内劳务派遣人员的平均工资与发行人相关岗位自有员工平均工资的情况，说明劳务派遣对发行人报告期内成本的影响。

请保荐机构、发行人律师就发行人用工制度与外包服务的合法合规性发表明确意见；请保荐机构、申报会计师就问题(2)(3)核查并发表意见。

回复：



(一) 进一步说明:外包服务与劳务派遣的区别及划分依据, 报告期内上海智阳提供 IT 技术服务人员的具体人数, 是否存在其他的劳务派遣单位, 是否具备相应资质

### 1、外包服务与劳务派遣的区别及划分依据

报告期内, 发行人采用的外包服务和劳务派遣的区别和划分依据如下:

区别	外包服务	劳务派遣
工作方式	发行人将其部分业务或工作发包给外包商, 由其自行安排人员按照发行人的要求完成相应的业务或工作	由具有劳务派遣资质的机构与被派遣劳动者签订劳动合同, 然后向发行人派出被派遣劳动者; 被派遣劳动者向发行人提供劳务, 在发行人自有或指定的工作场所内劳动, 接受发行人的直接指挥、监督
工作内容	根据实际业务需要, 代替公司承担项目软件安装、开发、测试、培训和运维交付等工作, 完成项目启动、系统建设、系统上线、项目验收等	现场支持类工作, 例如协助整理客户需求、工作资料, 搭建系统应用, 制作表单等, 该类岗位对操作人员技术水平要求低、可替代性高、属于辅助性岗位
管理权限	从事外包劳务的劳动者由外包商直接管理, 发行人一般不直接管理, 发行人的各种规章制度也并不适用于从事外包劳务的劳动者	被派遣劳动者主要由发行人直接管理, 适用发行人的各种规章制度
经营资质	外包商一般没有特别的经营资质要求	劳务派遣单位必须是获得劳务派遣资质的法人实体(上海智阳持有上海市嘉定区人力资源和社会保障局核发的《劳务派遣经营许可证》(嘉人社派许字第 00189 号), 许可经营事项为劳务派遣)
费用计算方式	发行人与外包商根据外包项目的具体工作量整体确定外包费用	根据劳务派遣人员的技术等级支付岗位包月费, 月度低于 21 天的按人/天标准减扣, 即按照劳务派遣人员的人数、工作时间来结算

### 2、报告期内上海智阳提供 IT 技术服务人员的具体人数

发行人自 2016 年 10 月开始使用劳务派遣用工, 报告期内每月月末上海智阳提供 IT 技术服务劳务派遣人员的人数如下:

项目	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
2016年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10	20	33
2017年	29	32	37	42	39	38	53	70	68	75	81	83
2018年	85	74	48	52	52	56	86	85	92	92	90	92

### 3、是否存在其他的劳务派遣单位, 是否具备相应资质

报告期内, 发行人除与上海智阳发生劳务派遣业务关系以外, 未与其他劳务派遣单位发生劳务派遣业务关系。

#### 4、发行人用工制度与外包服务的合法合规性

##### (1) 发行人劳务派遣用工的合规情况

##### A. 劳务派遣公司的资质

报告期内为发行人提供劳务派遣服务的上海智阳成立于 2015 年 12 月 10 日，持有上海市嘉定区人力资源和社会保障局分别于 2015 年 11 月 10 日、2018 年 9 月 11 日核发的《劳务派遣经营许可证》（嘉人社派许字第 00189 号），许可经营事项为劳务派遣，有效期限分别为 2015 年 9 月 11 日至 2018 年 11 月 10 日、2018 年 9 月 11 日至 2021 年 11 月 10 日。前述事项符合《劳务派遣行政许可实施办法》第六条“经营劳务派遣业务，应当向所在地有许可管辖权的人力资源和社会保障行政部门依法申请行政许可”的规定。

##### B. 劳务派遣人员任职性质

劳务派遣人员主要的工作内容为现场支持类工作，例如协助整理客户需求、工作资料、搭建系统应用、制作表单等，该类岗位对操作人员技术水平要求低、可替代性高，属于辅助性岗位，且通过劳务派遣用工形式招聘部分岗位需求人员已经发行人的职工代表大会通过，符合《劳务派遣暂行规定》第三条“用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者”的规定。

##### C. 劳务派遣用工人数

发行人报告期内各年末劳务派遣用工人数如下：

时间	劳务派遣人数（人）	发行人（单体口径） 用工总数（人）	劳务派遣用工比例 （%）
2016 年末	33	1,147	2.88
2017 年末	83	1,258	6.60
2018 年末	92	1,419	6.48

如上表所示，发行人报告期内劳务派遣用工占比低于 10%，符合《劳务派遣暂行规定》第四条“用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%；前款所称用工总量是指用工单位订立劳动合同人数与使用的被派遣劳动者人数之和”的规定。

综上所述，发行人就劳务派遣事项与上海智阳签署了合法有效的劳务派遣协议；上海智阳向发行人提供劳务派遣服务期间持有《劳务派遣经营许可证》，拥

有劳务派遣资格；发行人使用劳务派遣人员的岗位符合辅助性原则，劳务派遣人员数量未超过发行人用工总量（单体口径）的 10%，发行人的劳务派遣用工符合《劳动合同法》等相关法律法规的规定。

## （2）发行人服务外包的合规情况

发行人服务外包的工作内容主要是由外包商根据公司的实际业务需要，代替公司承担项目软件安装、开发、测试、培训和运维交付等工作。外包人员与外包商签署劳动合同，由外包商统一管理并支付工资。

发行人每年根据服务外包商准入标准，确定经审核的服务外包商名单，纳入合格供应商资源库。在项目需要外包服务时，根据项目规模大小、报价信息等在供应商资源库中选择合适的外包商并签署服务外包合同和采购外包服务。发行人服务外包是公司的实际业务需要，符合《劳动合同法》等相关法律法规的规定。

## （二）进一步说明使用外包服务或者由发行人自身派遣员工相比，对发行人报告期内成本的影响

考虑到公司客户分布地域较广，在实施交付过程中，为了提高服务响应速度，会视情况将一些项目的部分实施、定制化开发和运维服务等工作外包给部分客户所在地或附近的软件服务商，属于公司提高资源利用效率、应对临时出现的交付资源不足、实现业务快速发展所采取的一种经营策略，也是软件行业中一种常见的业务模式，使用外包服务相比自有员工对成本的影响主要包括以下因素：

项目	具体因素
外包服务增加成本因素	外包服务商需要赚取合理的利润，外包服务的人天成本高于自有员工的人天成本
	额外增加外部沟通协调的成本
外包服务降低成本因素	使用外包服务可以降低人员和项目的管理成本、差旅费用和人员培训等相关费用
	使用外包服务可以调节人员需求的波峰波谷，降低波谷阶段的人员冗余，提升人员利用效率

报告期内，公司自有人员人天成本与外包人员人天成本的差异情况如下：

项目	2018 年	2017 年	2016 年
自有人员平均人天成本（元/人/天）①	655.95	591.77	512.46
外包服务平均人天成本（元/人/天）②	779.04	721.49	590.11
差异率③=（②-①）/②	15.80%	17.98%	13.16%

外包服务金额（万元）④	5,621.60	5,176.87	4,949.75
上述差异影响成本金额（万元）⑤=③*④	888.22	930.77	651.32
影响主营业务成本比例⑥=⑤/主营业务成本	6.98%	9.24%	7.22%

注：外包服务的人天成本依据不同区域、外包服务所需的人员资历、外包服务的内容和难易程度等有所不同，上述外包服务平均人天成本为公司当年外包服务的加权平均人天成本。

因外包服务商需要赚取合理的利润，外包服务的人天成本高于自有人员的人天成本，以人天成本测算，报告期内，使用外包服务相比使用自有人员而增加的直接成本分别为 651.32 万元、930.77 万元和 888.22 万元，占当期主营业务成本的比例分别为 7.22%、9.24%和 6.98%。就人天成本而言，自有员工的平均人天成本较外包服务的人天成本低，使用自有员工在一定程度上可以降低公司的直接成本，但使用外包服务和自有员工相对对成本的影响因素是多方面的，使用外包服务在增加直接成本的同时，可以降低人员和项目的管理成本、差旅费用和人员培训等相关费用，提升公司人员的整体利用效率，降低公司固定成本的比例和提升公司应对业务波动风险的能力，因此外包服务的存在具有一定的合理性。公司将根据客户需求、所属区域、交付难度、时间限制、公司人员需求的波峰波谷和自有人员的使用效率等情况，合理调整使用外包服务和自有人员的构成，以达到客户服务质量、成本和效益等的动态平衡。

### （三）结合报告期内劳务派遣人员的平均工资与发行人相关岗位自有员工平均工资的情况，说明劳务派遣对发行人报告期内成本的影响

公司使用的劳务派遣人员主要从事现场支持类工作，例如协助整理客户需求和资料，搭建系统应用、制作表单等，该类岗位对操作人员技术水平要求低、可替代性高、属于辅助性岗位，其人工成本相对较低。劳务派遣人员主要执行实施工作，其级别一般为较为基础的顾问级别，报告期各期，劳务派遣人员的平均月薪分别约为 0.55 万元、0.65 万元和 0.72 万元，公司自有人员中顾问级别人员的月均薪酬分别约为 0.62 万元、0.71 万元和 0.81 万元，顾问级别的自有人员薪酬略高于劳务派遣人员，差异较小。

报告期各期，发行人成本中的劳务派遣金额分别为 12.76 万元、333.22 万元和 660.40 万元，占主营业务成本的比例分别为 0.14%、3.31%和 5.19%，劳务派遣金额及占主营业务比例均较小，劳务派遣人员平均薪酬与公司自有实施人员平均薪酬的差异对报告期内主营业务成本影响较小。

(四) 请保荐机构、发行人律师就发行人用工制度与外包服务的合法合规性发表明确意见;请保荐机构、申报会计师就问题(2)(3)核查并发表意见

## 1、核查程序

保荐机构履行了如下核查程序:

(1) 访谈发行人的人力资源部门负责人,了解发行人报告期内的劳务派遣和服务外包用工情况;(2) 查阅了发行人报告期内的劳务派遣协议和服务外包协议;(3) 取得了上海智阳的劳务派遣经营资质文件;(4) 查阅《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关规定,分析判断发行人用工情况的合规性;(5) 查阅发行人与服务外包商相关的制度;(6) 获取并核查公司报告期内各月工资表,技术服务人员工资和奖金发放的银行回单等相关资料;(7) 核查报告期内服务外包合同明细,平均外包服务人天成本金额情况;(8) 获取并复核报告期内各月劳务派遣工资结算明细。

发行人律师履行了如下核查程序:(1) 访谈发行人的人力资源部门负责人,了解发行人报告期内的劳务派遣和服务外包用工情况;(2) 查阅了发行人报告期内的劳务派遣协议和服务外包协议;(3) 取得了上海智阳的劳务派遣经营资质;(4) 查阅《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关规定,分析判断发行人用工情况的合规性;(5) 查阅发行人的《实施客开外包管理制度》、《支持运维业务管理制度》等与服务外包商相关的制度。

申报会计师履行了如下核查程序:

(1) 核查公司报告期内各月工资表,技术服务人员工资和奖金发放的银行回单等相关资料;(2) 抽查报告期内服务外包合同、劳务派遣合同、服务发票等;(3) 核查报告期内服务外包合同明细,平均外包服务人天成本金额情况;(4) 核查报告期内各月劳务派遣工资结算明细。

## 2、核查意见

经核查,保荐机构认为:(1) 发行人已对外包服务与劳务派遣的区别及划分依据进行说明。报告期内,发行人除与上海智阳发生劳务派遣业务关系以外,未与其他劳务派遣单位发生劳务派遣业务关系;发行人的劳务派遣用工、服务外包用工符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定;(2) 发

行人已说明使用外包服务与由发行人自身派遣员工相比对发行人报告期内成本的影响，相关说明符合公司的实际情况和所在行业特点；（3）发行人已结合报告期内劳务派遣人员的平均工资与发行人相关岗位自有员工平均工资的情况，说明了劳务派遣对发行人报告期内成本的影响，相关说明符合公司的实际情况和所在行业特点。

经核查，发行人律师认为：报告期内，发行人除与上海智阳发生劳务派遣业务关系以外，未与其他劳务派遣单位发生劳务派遣业务关系；发行人的劳务派遣用工、服务外包用工符合《劳动合同法》、《劳务派遣暂行规定》等相关法律法规的规定。

经核查，申报会计师认为：发行人已说明使用外包服务与由发行人自身派遣员工相比对发行人报告期内成本的影响；结合报告期内劳务派遣人员的平均工资与发行人相关岗位自有员工平均工资的情况，已说明劳务派遣对发行人报告期内成本的影响，说明内容符合公司的实际情况。

## 问题 8、关于员工持股平台

根据问询回复，恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云为员工持股平台，普通合伙人分别为刘古泉、刘瑞华、陶维浩、和孙巨，各自在其担任普通合伙人的员工持股平台中的出资比例分别为 0.0473%、1.8349%、0.1190% 和 3.4555%。

请发行人进一步说明：恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云设立以来执行事务合伙人的变化情况，相应普通合伙人、执行事务合伙人在公司的职务及年限，直接和间接持股比例，该等员工持股平台是否为实际控制人控制，是否与实际控制人存在一致行动关系。

请保荐机构、发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

(一) 请发行人进一步说明:恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云设立以来执行事务合伙人的变化情况,相应普通合伙人、执行事务合伙人在公司的职务及年限,直接和间接持股比例,该等员工持股平台是否为实际控制人控制,是否与实际控制人存在一致行动关系

### 1、恒泰祥云

根据恒泰祥云的工商档案,其成立于2015年8月6日,自设立以来的执行事务合伙人变化情况,以及执行事务合伙人在公司的职务、工作年限和持股情况如下:

姓名	担任执行事务合伙人的期间	在公司的职务	工作年限	直接持股比例	间接持股情况
徐石	2015.8.6-2015.12.28	董事长、总经理	自2002年至今	30.8454%	-
刘古泉	2015.12.28至今	高级咨询顾问	自2011年至今	0.3897%	持有恒泰祥云0.0473%合伙份额,恒泰祥云持有发行人3.6630%的股份

### 2、开泰祥云

根据开泰祥云的工商档案,其成立于2015年8月6日,自设立以来的执行事务合伙人变化情况,以及执行事务合伙人在公司的职务、工作年限和持股情况如下:

姓名	担任执行事务合伙人的期间	在公司的职务	工作年限	直接持股比例	间接持股情况
刘瑞华	2015.8.6至今	监事、审计部总经理	自2002年至今	-	持有开泰祥云1.8349%合伙份额,开泰祥云持有发行人1.8878%的股份;持有明泰祥云14.1667%合伙份额,明泰祥云持有发行人1.4548%的股份

### 3、仁泰祥云

根据仁泰祥云的工商档案,其成立于2015年8月6日,自设立以来的执行事务合伙人变化情况,以及执行事务合伙人在公司的职务、工作年限和持股情况如下:

姓名	担任执行事务合伙人的期间	在公司的职务	工作年限	直接持股比例	间接持股情况
胡守云	2015.8.6-2015.12.28	董事、副总经理	自 2004 年至今	3.8535%	-
孙巨	2015.12.28 至今	应用专家	自 2007 年至今	-	持有仁泰祥云 3.4555% 合伙份额，仁泰祥云持有发行人 1.6540% 的股份；持有恒泰祥云 6.2411% 合伙份额，恒泰祥云持有发行人 3.6630% 的股份

#### 4、明泰祥云

根据明泰祥云的工商档案，其成立于 2015 年 8 月 6 日，自设立以来的执行事务合伙人变化情况，以及执行事务合伙人在公司的职务、工作年限和持股情况如下：

姓名	担任执行事务合伙人的期间	在公司的职务	工作年限	直接持股比例	间接持股情况
陶维浩	2015.8.6 至今	陕西致远执行董事	自 2002 年至今	2.7797%	持有明泰祥云 0.1190% 合伙份额，明泰祥云持有发行人 1.4548% 的股份；持有开泰祥云 3.6697% 合伙份额，开泰祥云持有发行人 1.8878% 的股份

#### 5、该等员工持股平台是否为实际控制人控制，是否与实际控制人存在一致行动关系

截至本回复出具之日，发行人实际控制人徐石未在恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云中直接或间接持有权益。根据恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云的合伙协议，该等合伙企业由普通合伙人执行合伙事务，执行事务合伙人由普通合伙人担任，对外代表合伙企业；执行事务合伙人的职权包括：（1）管理和决定合伙企业日常事务，办理合伙企业经营过程中相关事务和手续，代表合伙企业对外签订合同和其他文件；（2）召集合伙人大会并执行合伙人大会决议；（3）代表合伙企业行使致远互联股东权利；就合伙企业持有的致远互联股份购买、持有、转让、处置等作出决定并代表合伙企业签订相关的协议和文件；（4）根据合伙协议的约定，批准合伙人出资份额的转让；（5）根据合伙协议的约定，批准合伙人减少出资的申请；（6）根据合伙协议的约定，决定有限合伙人入伙、



退伙，并签署相应的文件；（7）除根据合伙协议规定必须由合伙人大会批准修改的合伙协议条款外，修改合伙协议的其他条款并签署相关修正案。

根据发行人实际控制人徐石和恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云及其各自的执行事务合伙人分别出具的确认，恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云不受徐石控制，与徐石不存在一致行动关系或其他任何特殊协议或安排。

## （二）核查程序及核查意见

### 1、核查程序

保荐机构和发行人律师履行了如下核查程序：（1）取得并查阅了员工持股平台的工商档案；（2）取得并查阅了员工持股平台历任执行事务合伙人的简历；（3）取得并查阅了员工持股平台的合伙协议；（4）取得了发行人实际控制人、员工持股平台及其执行事务合伙人出具的确认。

### 2、核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：恒泰祥云、开泰祥云、仁泰祥云和明泰祥云不受发行人实际控制人徐石控制，与徐石不存在一致行动关系。

## 问题 9、关于核心技术人员认定

根据问询回复，郭友林为公司核心技术协同移动平台的项目研发负责人；何钟为协同集成平台的项目研发负责人；曾静良为门户技术的项目研发负责人；辛裴为“小致”机器人的项目研发负责人；王文友为文档技术及搜索的项目研发负责人，协同技术中心总经理，2008年9月入职；任会阳为V-join的项目研发负责人；韩兴建为云联中心项目研发负责人；公司软件著作权、发明专利及核心技术的参与人员杨佰元系政务研发中心总经理，2007年6月入职。

请发行人进一步说明：核心技术项目研发管理的具体模式，相应研发负责人未被认定为核心技术人员的理由。

请保荐机构对上述事项进行核查，就发行人对核心技术人员的认定情况和认定依据是否符合公司实际情况，是否具有合理依据发表明确意见。

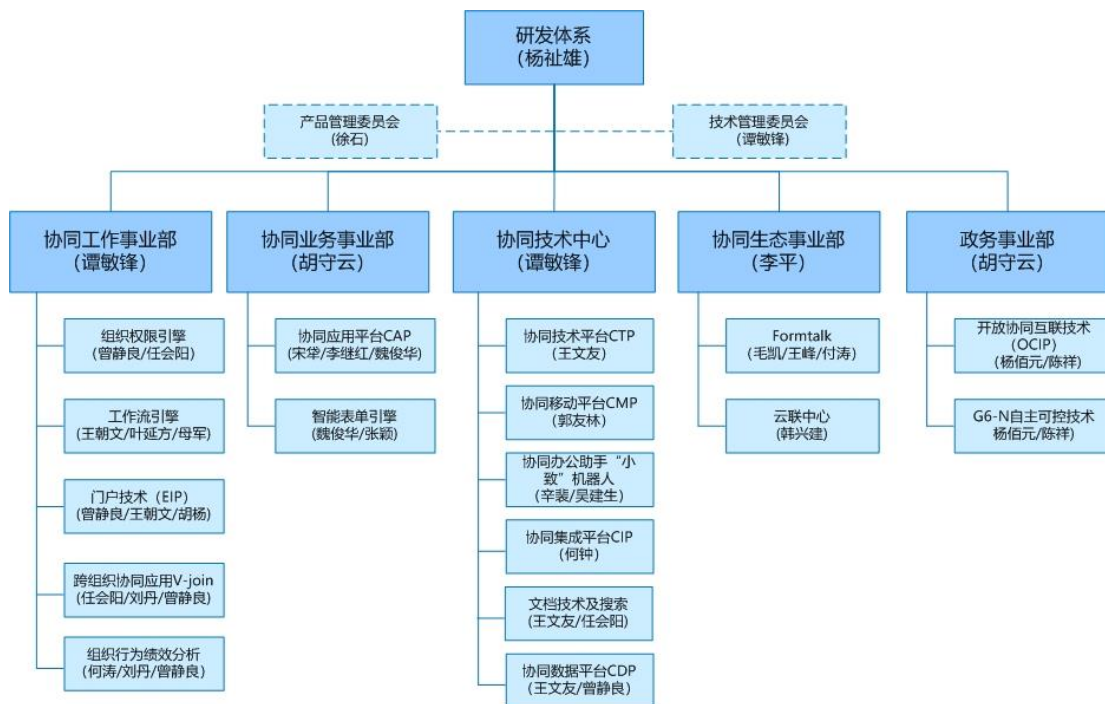
回复：

(一) 请发行人进一步说明：核心技术项目研发管理的具体模式，相应研发负责人未被认定为核心技术人员的理由

### 1、公司核心技术项目研发管理的具体模式

公司核心技术研发团队采用“事业部/技术中心负责制”的管理模式，产品线 A6、A8、G6 的开发和升级由研发体系（产品管理委员会及技术管理委员会）牵头规划，设定技术发展方向、产品客户定位、关键技术设计及协同产品功能应用，然后由研发体系下属各技术/应用/项目研发团队进行实施执行。

公司研发体系的组织结构及主要负责人员如下：



公司研发体系的总负责人为杨祉雄，负责产品总体规划及研发管理。同时在研发体系中设立了产品管理委员会和技术管理委员会，其成员包括研发体系各事业部负责人及营销体系中的实施和客户化开发的负责人等。产品管理委员会主要负责产品的发展规划、产品定位、产品版本规划及审定等，产品管理委员会负责人为徐石；技术管理委员会主要负责关键技术发展方向的规划、技术创新、技术难题的解决方案设计等，技术管理委员会负责人为谭敏峰。

公司在研发体系下设协同工作事业部（负责人谭敏锋）、协同业务事业部（负责人胡守云）、协同技术中心（负责人谭敏锋）、协同生态事业部（负责人李平）

以及政务事业部（负责人胡守云），负责协同关键技术、平台及应用等子项目的研发。

综上，公司拥有健全的核心技术项目研发管理模式，通过“事业部/技术中心负责制”的管理模式，推动公司研发工作。

## 2、相应研发负责人未被认定为核心技术人员的理由

### （1）公司认定核心技术人员的依据

发行人对核心技术人员的认定主要考虑以下因素：①在公司研发岗位上担任重要职务；②为公司的技术和产品研发作出了重要贡献；③具有丰富的计算机及通信等相关技术行业从业经验。在符合前述条件的基础上，结合公司生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用综合认定。

### （2）相应子项目研发负责人未被认定为核心技术人员

郭友林、何钟、曾静良、辛裴、王文友、任会阳、韩兴建、杨佰元等人主要作为公司研发体系事业部下一级或子项目的负责人，在公司研发管理体系中属于部门级研发/管理人员，参与研发的子项目属于公司整个研发体系或产品功能的一部分，无法单独形成完整的技术/功能模块。公司产品、技术及平台的研发项目分别由研发体系事业部级管理人员谭敏峰、胡守云、李平来主导，并最终由徐石和杨祉雄进行统筹管理；公司的技术发展方向、产品定位、产品立项至最终审核，由公司产品管理委员会和技术管理委员会作出决策。

郭友林、何钟、曾静良、辛裴、王文友、任会阳、韩兴建、杨佰元参与了公司核心项目研发的部分工作，但该等人员不在公司的研发体系中担任重要职务，仅作为个别子项目的负责人，对公司整体技术和产品的研发的贡献尚未达到核心技术人员的标准。故此，根据公司对核心技术人员认定的主要考虑因素，公司未将该等人员认定为核心技术人员。

(二) 请保荐机构对上述事项进行核查, 就发行人对核心技术人员认定情况和认定依据是否符合公司实际情况, 是否具有合理依据发表明确意见

### 1、公司认定核心技术人员的依据符合相关规定

发行人认定核心技术人员的主要考虑因素与《科创板审核问答》问题 6 相关规定的匹配情况如下:

《科创板审核问答》问题 6 的相关规定	发行人认定核心技术人员的主要考虑因素
“原则上, 核心技术人员通常包括公司技术负责人、研发负责人、研发部门主要成员”	①在公司研发岗位上担任重要职务
“原则上, 核心技术人员通常包括…主要知识产权和非专利技术的发明人或设计人、主要技术标准的起草者等”	②为公司的技术和产品研发作出了重要贡献; ③具有丰富的计算机及通信等相关技术行业从业经验
“申请在科创板上市的企业, 应当根据企业生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用, 确定核心技术人员范围”	在符合前述条件的基础上, 结合公司生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用综合认定。

综上, 公司认定核心技术人员的考虑因素符合《科创板审核问答》问题 6 的相关规定。

### 2、发行人对核心技术人员的认定情况和认定依据是否符合规定要求, 是否符合实际情况, 是否具有合理依据

根据发行人制订的对核心技术人员的认定标准, 截至报告期末发行人认定核心技术人员共 5 名, 分别为徐石、杨祉雄、胡守云、谭敏锋、李平。

根据本题回复之(一)之“1、公司核心技术项目研发管理的具体模式”中公司研发管理体系组织结构及相关管理人员图示可见, 研发体系的事业部负责人级别以上的人员包括徐石、杨祉雄、胡守云、谭敏锋、李平, 分别负责公司主要技术、应用和平台的研发及管理工作, 符合公司认定核心技术人员的考虑因素之“①在公司研发岗位上担任重要职务”。

结合公司核心技术、专利技术、核心产品等实际情况, 核心技术人员徐石、杨祉雄、胡守云、谭敏锋、李平在研发体系中的贡献程度以及从业经验具体情况如下:

序号	姓名	职务及职责	重要贡献	行业从业经验
1	徐石	董事长、总经理, 统筹领导发行人研发团队;	发行人共拥有 10 项发明专利, 徐石为 5 项发明专利的发明人之一, 即一种自由和固定 workflow 搭建方法、一种基于协同管理模块的协	自 2002 年起创办发行人前身致远有限, 专注于协同管理软件的理论研究 and 应用创新。

序号	姓名	职务及职责	重要贡献	行业从业经验
		产品战略总负责人	同关系计算方法、电子文档的加解密方法、一种数据交换方法及数据交换装置、业务流程的执行系统及执行方法。徐石参与了协同技术平台（CTP）、协同应用平台（CAP）、协同移动平台（CMP）、协同集成平台（CIP）以及 A6、A8、G6 产品等的设计与研发。	
2	杨祉雄	董事、副总经理，研发体系总负责人	规划公司产品线体系和产品发展战略和重点，推进公司协同管理产品向平台化的发展，全面推进了 A8/A6 6.0 和 7.0 版本的研发，促进公司技术平台化和应用的移动化，推动移动工作平台和集成连接平台的构建和发展，促进研发体系的端到端连接及基于市场驱动研发体系发展，培养研发核心人才队伍，激活研发文化和人才队伍。	在财务软件规划和研发、ERP、企业 SAAS 服务、电子商务应用、移动应用的研发方面拥有多年经验，在企业信息系统领域有超过二十多年的经验和积累。曾任中国计算机行业协会第六届常务理事，2007 年曾获中国软件行业协会软件生产力推进风云人物荣誉。
3	胡守云	董事、副总经理，研发负责人	主持研发了致远新一代软件 A8 系列产品，实现了集团化、高并发、多语言、门户空间和复合多文档知识体系结构等；主持开发了大组织多部署的公文和文档交换平台 OCIP，实现了多部署的单一前端 M1 和 M3 访问，跨部署人员访问、软件资源注册和公文交换等大组织应用。作为公司二元化工作流的主要开拓者和研发者之一，对二元化工作流的技术实现做出了重要贡献。	拥有多年通信系统、工业控制系统开发等经验。
4	谭敏锋	协同工作事业部总经理，研发负责人	参与协同技术平台（CTP）、协同移动平台（CMP）、协同集成平台（CIP）、协同数据平台（CDP），以及 A6、A8 产品等的设计与研发。	拥有 14 年协同管理软件从业经验，负责并主导完成多个产品线和版本的规划、设计、架构体系工作。深度参与多个大型项目的现场实施方案和执行工作
5	李平	副总经理，云智汇事业部总经理，研发负责人	参与 Formtalk PaaS 云平台、协同技术平台（CTP）、协同移动平台（CMP）等的设计与研发	拥有 20 年 IT 软件及互联网行业从业经验，8 年协同管理软件从业经历。具备大规模产品研发及团队管理经验，拥有政府 IT 大项目的方案设计及项目交付经验。

由上表可见，徐石、杨祉雄、胡守云、谭敏锋、李平在公司技术和产品研发中作出了重要贡献，且在公司所处行业中拥有丰富的从业经验，符合公司认定核心技术人员的考虑因素之“②为公司的技术和产品研发作出了重要贡献”和“③具有丰富的计算机及通信等相关技术行业从业经验”。

此外，徐石为公司董事长、控股股东以及实际控制人，杨祉雄、胡守云、谭敏锋、李平在公司担任董事、监事或者高级管理人员，该等人员在公司生产经营、管理决策中发挥重要的作用。

综上，发行人根据生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用对核心技术人员进行综合认定，认定情况和认定依据符合规定要求、符合公司的实际情况，具有合理依据。

发行人未将郭友林、何钟、曾静良、辛裴、王文友、任会阳、韩兴建、杨佰元等参与子项目研发的人员认定为核心技术人员，主要系该等人员不在公司的研发体系中担任重要职务，仅作为个别子项目的负责人，对公司整体技术和产品的研发的贡献尚未达到核心技术人员的标准。故此，根据公司对核心技术人员认定的主要考虑因素，公司未将该等人员认定为核心技术人员具备合理性。

## 2、保荐机构核查程序及核查意见

### （1）核查程序

取得发行人关于研发体系的组织结构及主要负责人员的说明；取得发行人技术委员会和产品委员会管理制度；了解发行人核心技术保密措施及知识产权保护措施；取得发行人对核心技术人员的认定主要考虑因素的说明；访谈发行人管理层及相关研发负责人员。

### （2）核查意见

经核查，保荐机构认为：

A.发行人已进一步说明核心技术项目研发管理的具体模式，相应研发负责人未被认定为核心技术人员的理由。

B.发行人未将郭友林、何钟、曾静良、辛裴、王文友、任会阳、韩兴建、杨佰元等参与项目研发的人员认定为核心技术人员，主要系该等人员不在公司的研

发体系中担任重要职务，仅作为个别子项目的负责人，对公司整体技术和产品的研发的贡献尚未达到核心技术人员标准。故此，公司未将该等人员认定为核心技术人员具备合理性。

C.发行人根据生产经营需要和相关人员对企业生产经营发挥的实际作用等综合情况对核心技术人员进行认定，认定情况和认定依据符合公司的实际情况，具有合理依据，符合《科创板审核问答》问题6等相关法规的要求。

## 问题 10、关于客户黏度和人均产出

根据问询回复，按终端客户维度(直销客户和经销终端客户)，来自老客户的收入分别为 17,428.71 万元、24,004.10 万元和 31,488.07 万元，占主营业务收入的比分别为 46.54%、51.46%和 54.57%。老客户根据自身需求决定是否对版本进行升级、是否购买其他产品或服务，老客户可能根据需要单独或合并购买不同组合的解决方案，亦可能是一次或分次(期)购买，因此老客户对其购买的产品没有固定的升级周期。同时，根据招股说明书(申报稿)，截至 2018 年末，公司员工总数为 1,454 人，2018 年实现收入 57,699.98 万元;根据泛微网络 2018 年度报告，员工总数为 1,148 人，实现收入为 100,360.08 万元。

请发行人进一步说明：(1)公司产品和服务的收费模式；终端客户维度下，老客户收入的统计口径；对老客户收入而言，可否进一步划分，例如是否为持续的授权许可、产品升级或增值服务、运维服务或为新购不可分产品、新购独立产品(如不适合，请使用其他恰当的划分标准)，以便投资者更准确地了解公司的业务模式及其客户黏度以及影响客户黏度的主要因素；(2)结合员工构成、业务模式等因素，分析报告期内公司人均产出与泛微网络等同行可比公司差距较大的具体原因，并根据实际情况，补充披露发行人与泛微网络等的差异情况，充分揭示可能影响发行人盈利能力的重要因素或风险。

请保荐机构对上述事项进行核查。

回复：

(一) 公司产品和服务的收费模式；终端客户维度下，老客户收入的统计口径；对老客户收入而言，可否进一步划分，例如是否为持续的授权许可、产品升级或增值服务、运维服务或为新购不可分产品、新购独立产品(如不适合，请使用其他恰当的划分标准)，以便投资者更准确地了解公司的业务模式及其客户黏度以及影响客户黏度的主要因素

### 1、公司产品和服务的收费模式

公司根据软件行业竞争现状及协同管理软件市场运作机制，在定价模式上形成了市场化、竞争性、盈利性等三种定价导向，在不同产品和服务定价原则的基础上，结合客户规模、客户需求、同质化产品定价情况、客户购买力、竞争策略等因素，与客户协商或根据中标价格确定最终的合同金额，具体情况如下：

收入类别	销售模式	具体定价和收费模式	信用政策/结算周期
协同管理软件产品	直销	需要提供实施开发服务等综合解决方案的项目：按照授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数，并结合安装部署、实施交付与定制开发的工作量综合定价，并在此基础上综合考虑客户规模、客户需求、同质化产品定价情况、客户购买力、竞争策略等因素与客户协商或根据中标价格收费	需实施交付、定制化开发的产品，客户根据合同约定支付进度款，通常产品的付款进度为：合同生效后5-30个工作日，支付5%-30%；系统上线或其他里程碑完成支付25%-40%；系统验收后支付30-60%；质保金10%左右在系统验收后1年支付
		无需实施开发服务的项目：按照授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数综合定价，并在此基础上综合考虑客户规模、客户需求、同质化产品定价情况、客户购买力、竞争策略等因素与客户协商或根据中标价格收费	无需实施开发服务的项目，通常在产品交付前或交付后一定期限内付款
	经销	标准化产品：按照软件产品授权使用许可不同产品的功能应用模块及并发数或注册数以及不同产品系列和经销商对应的销售折让政策综合定价和收费	经销商在签订经销协议时向公司集中预付款，在公司预收款余额低于订单额时，需支付款项后发货，公司根据经销商订单交付产品并确认收入后结转预收账款
技术服务	直销为主，少量经销	运维服务：按照合同规定的服务期间和服务内容涉及工作量综合定价，并在此基础上综合考虑客户规模、客户需求和购买力等因素与客户协商收费	运维类服务通常为客户按所属服务期支付款项
		驻场服务等其他技术服务：按照评估工作量及服务内容综合定价，并在此基础上综合考虑客户规模、客户需求和购买力等因素与客户协商收费	驻场服务通常为根据服务期按季度、半年度结算并取得双方认可的结算单据后支付款项；其他类技术服务通常在服务提供后支付款项



## 2、终端客户维度下，老客户收入的统计口径

直销模式下，直接与公司签订销售合同的客户（未进行同一控制下合并）再次向公司购买相关产品或服务，即视为老客户，该合同对应的收入计入老客户收入；经销模式下，经销商向公司下订单时会体现终端客户的名称，经销商向公司下订单时再次出现该终端客户名称（未进行同一控制下合并），该订单对应的终端客户即为老客户，该订单对应的经销收入计入老客户收入。

## 3、老客户收入来源的构成情况

老客户的收入来源主要包括系统扩容与升级升迁、实施与定制化开发、运维服务、驻场服务和产品整体解决方案。

### （1）系统扩容与升级升迁

随着企业和组织规模的不断扩大，以及协同管理在组织中的应用不断扩展和深入，老客户在协同管理软件产品上的授权许可数或功能模块将进一步增加。公司根据老客户提供相应的系统扩容服务，扩大老客户在公司软件产品上的应用规模和应用广度。

公司定期会对原有产品系列进行版本优化和升级。新版本的软件产品在总结用户应用需求趋势、融合新兴技术基础上，将增加更加丰富的功能和应用。公司根据老客户需求提供新版本的产品，并帮助老客户完成原有系统升级和数据迁移，增强老客户对公司新产品的应用体验。

### （2）实施与定制化开发

在公司软件产品上线运行之后，为满足老客户在组织、流程、业务、协作等方面的优化与调整需求，公司提供方案设计、业务构建、流程优化、业务定制、客户化开发、系统集成、咨询培训等一系列个性化服务，帮助老客户提高协同软件产品的应用深度、增强老客户在业务发展中按需而变的弹性和敏捷能力。

### （3）运维服务

公司向老客户提供远程技术支持为主的系统运维服务，以保障协同管理软件系统的正常、稳定、高效运行。公司提供的运维服务主要包括：产品技术咨询、应用解答、故障诊断、环境检测、应用巡检、系统修复与优化等相关服务内容。

#### (4) 驻场服务等其他技术服务

规模较大的企事业单位和政府组织缺少系统建设方面的 IT 人才或不能处理复杂的系统应用时，公司会向其派驻长期的现场人员，协助其进行协同管理软件系统的建设、个性化开发、应用集成、咨询培训等技术服务。

#### (5) 产品整体解决方案

为满足老客户需求，公司向老客户提供系统扩容与升级升迁、方案设计、业务构建、流程优化、业务定制、客户化开发、系统集成、咨询培训等协同管理软件产品整体解决方案。

报告期内，直销模式下老客户收入（终端客户维度）来源的构成情况如下：

单位：万元

老客户收入来源	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
系统扩容和升级升迁	2,971.51	11.45%	3,344.20	17.00%	1,813.78	12.21%
实施与定制化开发	4,209.43	16.23%	2,328.49	11.84%	1,638.63	11.03%
运维服务	4,303.13	16.59%	3,347.80	17.02%	2,176.84	14.65%
驻场服务	528.28	2.04%	403.76	2.05%	573.35	3.86%
产品整体解决方案	13,931.53	53.70%	10,247.73	52.09%	8,652.24	58.25%
<b>合计</b>	<b>25,943.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,671.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>14,854.84</b>	<b>100.00%</b>

直销模式下，由公司直接面向客户并深入了解客户需求，老客户在系统扩容或升级升迁过程中，通常伴随着方案设计、业务构建、流程优化、业务定制、客户化开发、系统集成、咨询培训等新增需求，协同管理软件产品整体解决方案是老客户收入来源的主要构成部分，价值量相对较高。直销模式下来自老客户的运维服务收入占比较低且较为稳定，主要是由于运维服务通常是按期间收取相对固定的费用，相比产品整体解决方案，运维服务的价值量相对较低。

报告期内，经销模式下老客户收入（终端客户维度）来源的构成情况如下：

单位：万元

老客户收入来源	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
系统扩容和升级升迁	5,125.45	92.45%	4,148.14	95.75%	2,414.79	93.82%
实施与定制化开发	205.85	3.71%	102.62	2.37%	113.98	4.43%

老客户收入来源	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运维服务	212.89	3.84%	81.36	1.88%	45.1	1.75%
驻场服务	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
产品整体解决方案	0.00	0.00%	0.00	0.00%	0.00	0.00%
合计	<b>5,544.19</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,332.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,573.87</b>	<b>100.00%</b>

经销模式下，终端客户的实施交付、定制化开发、技术服务等主要由经销商提供，因此，经销模式下来自终端老客户的收入主要是系统扩容和升级升迁。

(二) 结合员工构成、业务模式等因素，分析报告期内公司人均产出与泛微网络等同行可比公司差距较大的具体原因，并根据实际情况，补充披露发行人与泛微网络等的差异情况，充分揭示可能影响发行人盈利能力的重要因素或风险

以下楷体加粗部分已补充披露至招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“(九) 人均产出情况分析”

报告期内，公司人均产出与同行业可比上市公司的比较情况如下：

单位：万元/人

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
泛微网络	87.42	73.28	44.57
用友网络	47.91	41.75	35.75
鼎捷软件	37.18	33.27	31.78
远光软件	30.22	28.37	28.84
可比上市公司平均	50.68	44.17	35.24
扣除泛微网络后平均	38.44	34.46	32.12
本公司	39.76	36.34	31.23

注：同行业可比上市公司人均产出根据上市公司年报披露的营业收入和员工人数计算，公司人均产出根据报告期内的营业收入与报告期各期末的员工人数计算。

公司人均产出逐年稳步上升，扣除泛微网络后，与同行业可比上市公司平均水平相当，且变化趋势一致。公司与泛微网络人均收入差距较大，主要系各自的业务模式、员工构成等有所区别。具体情况如下：

业务模式	泛微网络	致远互联
直销模式	直营销机构：区域服务中心，其员工归属于泛微网络 外部销售机构：区域授权业务运营中	直营销机构：各地分支机构（分子公司），其员工均归属于致远互联

业务模式	泛微网络	致远互联
	心，其员工不归属于泛微网络	
经销模式	经销商只经销标准化产品 e-office, 经销业务占比较小，未披露具体数据，经销商员工归属于经销商	经销商经销主要产品线 A6、A8 和 G6, 2016-2018 年经销收入占主营业务收入的比例分别为 22.66%、26.80% 和 25.44%，经销商员工归属于经销商

### 1、直销模式比较

直销模式下，泛微网络的销售和服务渠道分为直营的销售机构（区域服务中心）和外部销售机构（区域授权业务运营中心），公司直销模式下的销售服务渠道为全国的 30 多家分支机构（分子公司），公司的分支机构类似于泛微的直营的销售机构（区域服务中心），但公司没有区域授权业务运营中心这一销售和服务渠道。根据泛微网络招股说明书和年度报告以及官方网站的披露，泛微网络的区域授权业务运营中心均为独立法人，与泛微网络不存在关联关系，区域授权业务运营中心带来的项目，由泛微网络负责与最终用户签订合同，相关合同收入计入泛微网络的收入，但其员工不属于泛微网络，区域授权业务运营中心的本质是销售代理机构，双方签署的《授权业务运营中心合作协议》中明确规定两者的利益分成比例，泛微网络按合同约定应支付给区域授权业务运营中心的实施费计入销售费用。由授权业务运营中心相关收入及占比情况如下：

单位：万元

项目	2016 年 1-6 月	2015 年度	2014 年度	2013 年度
授权业务运营模式	9,668.12	14,707.29	11,928.95	10,231.04
营业收入	18,853.82	31,692.21	25,475.88	21,896.88
占比	51.28%	46.41%	46.82%	46.72%

2016-2018 年泛微网络没有披露授权业务运营中心模式下的收入占比，根据泛微网络的各年度报告，其销售费用项目实施费主要来自于需委托授权运营中心进行项目实施的项目实施费，2016-2018 年项目实施费占其营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
项目实施费	55,928.27	33,249.62	17,358.86
营业收入	100,360.08	70,421.77	46,130.50
占比	55.73%	47.21%	37.63%

致远互联直销模式下的收入均来自于其直营的销售机构，即位于全国的 30 多家分支机构（分子公司），不存在授权业务运营中心模式的相关收入。

## 2、经销模式比较

泛微网络的经销商只经销面向中小型企业事业单位的标准化产品 e-office，经销业务占比较小，但未披露具体数据，公司经销商所经销的产品既包括面向中小企业的 A6 产品，也包括面向中大型企业、政府、事业单位的 A8 和 G6 产品，2016-2018 年公司经销收入占营业收入的比例分别为 22.66%、26.80%和 25.44%，报告期内公司与泛微网络的经销商数量情况如下：

公司名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
泛微网络	未披露	未披露	120 余家
致远互联	549 家	599 家	512 家

综上，公司经销商所经销的产品线较广，且 2016 年的数据显示，公司经销商数量高于泛微网络。经销模式下，公司软件产品的实施交付、定制化开发等增值服务由经销商提供，相应收入也归属于经销商，因此，同等条件下，公司经销模式下产品和服务的价值量和收入相比泛微网络的区域授权业务运营中心的业务模式要低。

## 3、员工构成比较

截至 2018 年末，公司与泛微网络的员工构成情况如下：

单位：人

专业构成	泛微网络	致远互联
管理人员	50	80
研发人员及技术服务人员	537	596
销售人员	561	778
合计	1,148	1,454

公司直销模式下的销售服务渠道为全国的 30 多家分支机构（分子公司），销售和技术服务人员均系公司或其分子公司的员工，泛微网络除直营的销售机构以外，还有独立的区域授权业务运营中心，其为独立的法人，与泛微网络不存在关联关系，相关销售和技术服务人员也不归属于泛微网络，因此，公司研发人员及技术服务人员、销售人员和管理人员的人数均高于泛微网络。

#### 4、业务模式和员工构成对业务指标（人均产出）和财务指标的综合影响分析

在业务模式及员工构成上，公司与泛微网络的区别主要是：一是公司主要通过直营的销售机构和经销商来开展业务，泛微网络主要通过直营的销售机构和独立的区域授权业务运营中心来开展业务，辅以经销商经销标准化的产品，其区域授权业务运营中心为独立于泛微网络之外的法人机构，区域授权业务运营中心的员工不归属于泛微网络，但区域授权业务运营中心带来的收入计入泛微网络的收入；二是需要实施交付和定制化开发的协同管理软件产品，在直销模式下，除直营的销售机构以外，泛微网络主要通过区域授权业务运营中心来开展业务，泛微网络直接与最终用户签订合同，相关合同收入计入泛微网络的收入，而公司经销收入中包括较多的需要实施交付和定制化开发的协同管理软件产品，这部分产品的经销收入体现为软件产品授权使用许可的收入，实施交付、定制化开发主要由经销商负责，体现为经销商的收入，在同等条件下，公司的经销收入相比泛微网络区域授权业务运营中心带来的收入要低。

因业务模式和员工构成有所不同，在不考虑其他因素情况下，公司的业务模式体现的收入规模低于泛微网络，但所需的员工人数高于泛微网络，故公司人均产出低于泛微网络。同时，泛微网络区域授权业务运营中心带来的收入计入了泛微网络的收入，应支付给区域授权业务运营中心的实施费计入销售费用，公司直营模式下的项目实施交付、定制化开发等有关成本均计入营业成本，因此，公司毛利率和销售费用率均低于泛微网络。

综上，公司与泛微网络的业务模式与人员构成不同，成本和费用的分类口径有所不同，导致业务和财务指标上体现为：公司人均产出低于泛微网络，毛利率和销售费用率亦低于泛微网络，2017和2018年扣除非经常性损益后归属于母公司的净利率与泛微网络大致相当。

#### 5、影响发行人盈利能力的重要因素或风险

发行人盈利能力与泛微网络的比较分析情况如下：

期间	项目	泛微网络	致远互联
2018年	毛利率	95.80%	77.94%

期间	项目	泛微网络	致远互联
	销售费用率	71.59%	47.26%
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利率	9.41%	10.96%
2017年	毛利率	95.41%	78.40%
	销售费用率	71.39%	47.52%
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利率	9.37%	8.21%
2016年	毛利率	95.93%	75.90%
	销售费用率	70.31%	50.40%
	扣除非经常性损益后归属于母公司的净利率	11.16%	4.76%

公司的直销收入均来自于直营的销售机构，相关收入均计入直销收入，与直销有关的实施交付、定制化开发以及外购的软硬件等成本均计入了营业成本；经销模式下，由经销商负责软件产品的实施交付、定制化开发等，经销模式下的收入主要为软件产品授权使用许可的收入，经销模式的成本主要为外购的非公司生产的软硬件成本等。泛微网络直销模式下，区域授权业务运营中心带来的收入计入营业收入，按合同约定应支付给区域授权业务运营中心的实施费计入销售费用，且泛微网络区域授权业务运营中心为独立的法人，其需要获取一定的利润。因此，公司与泛微网络销售模式及其对应的员工构成有所不同，对成本和费用的分类口径有所不同，故公司的毛利率低于泛微网络的毛利率，而销售费用率亦低于泛微网络，从扣除非经常性损益后归属于母公司的净利率上看，2017年和2018年公司与泛微网络大致相当，2016年低于泛微网络，主要原因是2016年公司营业收入相对较小以及股份支付等因素的影响，相应的管理费用率较高。

影响公司盈利能力的主要因素是对收入、成本和费用的影响因素，行业市场规模、客户数量和公司的产品研发能力是影响公司收入的主要因素；员工薪酬是公司成本和费用的主要影响因素。从业务模式和员工构成的角度看，影响公司盈利能力的重要因素和风险包括：一是直销模式下，公司直接面向客户提供产品和服务，直销模式下的销售和服务渠道全部为直营的销售机构，公司需聘请的销售和技术服务人员较多，人力成本占营业收入的比重较高，公司面临人力成本不断上升的风险；二是经销模式下，经销商的获取、维护、管理和经销商自身的经营能力对公司的盈利能力有重要影响，公司面临着一定的经销商销售模式的风险。

发行人已在招股说明书“第四节 风险因素”之“二、经营风险”进行了补充披露，具体如下：

### （七）人力成本不断上升的风险

报告期内，公司经营规模快速扩张，员工人数从 2016 年末的 1,206 人增加到 2018 年末的 1,454 人，且在持续增加。报告期内，公司发生的员工薪酬总额分别为 22,248.99 万元、27,375.12 万元和 34,335.26 万元，占当期营业收入的比例分别为 59.08%、58.63%和 59.39%。随着社会进步和产业结构的调整，我国劳动力市场价格不断上涨，公司为保持人员稳定并进一步吸引优秀人才加入公司，未来仍有可能进一步提高员工薪酬待遇，增加人工成本支出，从而对公司盈利产生一定的不利影响。

### （八）经销模式的经营风险

由于客户覆盖区域较广，公司根据协同管理软件行业的市场运行规律，结合不同产品系列适用的销售模式，采取直销与经销相结合的销售模式，经销商作为公司直销渠道的重要补充，报告期内经销收入占主营业务收入的比例分别为 22.66%、26.80%和 25.44%，报告期内产生收入的经销商数量分别为 512 家、599 家和 549 家，经销商的获取、维护、管理和经销商自身的经营能力对公司的盈利能力有重要影响。经销模式下公司对终端客户的可控性相对较弱，自身难以对客户关系进行必要的直接维护，在一定程度上影响公司对终端客户的了解程度和需求的深度挖掘，并在补充销售渠道的同时也失去了在实施交付、定制化开发等增值服务方面的部分利润；如果经销商不能较好地开拓及维护所负责的市场区域和终端客户，或者严重违反经销商协议的相关约定，将对公司的品牌影响力和终端客户的体验造成不利影响；如果经销商与公司的经营理念和发展目标发生重大分歧或经销商自身经营状况不佳，公司面临经销商流失和经销收入下降的风险。综上，公司存在因经销模式引致的经营风险。

### （三）核查程序及核查意见

#### 1、核查程序

保荐机构履行的主要核查程序如下：



(1) 查阅了发行人与主要客户、经销商签署的合同、订单；(2) 对发行人主要客户、经销商及其终端客户进行了走访；(3) 复核了公司老客户的统计分类口径、老客户不同收入来源的计算过程；(4) 查阅了同行业可比上市公司招股说明书、定期报告等公开信息披露文件，就发行人人均产出情况与同行业可比上市公司进行比较分析；(5) 复核了可能影响发行人盈利能力的重要因素或风险的信息披露情况。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：(1) 发行人产品和服务的收费模式符合公司的实际情况和所在行业特点，老客户收入的统计口径分类保持了一贯性原则，发行人已准确说明了公司的业务模式及其客户黏度以及影响客户黏度的主要因素；(2) 发行人已结合员工构成、业务模式等因素，分析了报告期内公司人均产出与泛微网络等同行业可比公司差距较大的具体原因，并根据实际情况，补充披露了发行人与泛微网络等的差异情况，并充分揭示了可能影响发行人盈利能力的重要因素或风险。

## 问题 11、关于其他问题

(1) 根据问询回复，报告期内，同行业公司泛微网络平均毛利率约 95% 左右，发行人平均毛利率约 77% 左右。

请发行人进一步说明与同行业公司泛微网络毛利率差异较大的原因。

请保荐机构核查并发表意见。

(2) 根据问询回复，2018 年 12 月 5 日，于满芝辞去申云科技的经理职务，申云科技与发行人的关联关系由此解除。

请发行人进一步说明解除关联关系后，发行人与申云科技发生交易的情况、定价公允性。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

(3) 请保荐机构、申报会计师说明对报告期内发行人收入的核查手段、不同手段的核查比例、剔除重复客户后不同手段累计核查比例、核查结论，以及发行人报告期内的退货情况，并发表明确意见。

(4) 请保荐机构、申报会计师说明报告期内发行人研发费用税务加计扣除与审计报告金额的差异情况、差异原因，并发表意见。

(5) 请发行人对招股说明书披露的“发行人及实际控制人保持控制权稳定的切实有效措施”“联合创始人张屹的基本情况”“协同管理软件行业的发展情况”“协同管理软件行业发展趋势”“发行人所属行业在新技术、新产业、新产业、新模式等方面的情况及未来发展趋势”“二元化工作流的具体内容”“公司面临的挑战”“发行人与同行业公司的比较情况”“公司与股东及ERP 等企业管理软件厂商之间的合作情况”“公司的采购情况”“募集资金使用管理制度”等相关内容进行整理和精炼，删除相关冗余信息，突出与投资者投资决策相关的重要信息，提高招股说明书可读性。

请保荐机构督促发行人修改并完善相关表述。

回复：

(一) 请发行人进一步说明与同行业公司泛微网络毛利率差异较大的原因

发行人与同行业公司泛微网络毛利率差异较大的原因请详见本回复“问题10”。

(二) 请发行人进一步说明解除关联关系后，发行人与申云科技发生交易的情况、定价公允性

公司在2018年12月与北京申云科技有限公司（以下简称“申云科技”）的关联关系解除后，2019年1-6月与申云科技发生的交易情况如下：

单位：元

期间	采购额	销售额
2019年1-6月	1,067,661.72	302,349.84

### 1、采购交易定价公允性

2019年1-6月，公司与申云科技、北京区域外包供应商签署的外包服务合同的平均人天单价（含税/元）区间如下：

期间	北京区域外包供应商人均单价区间	申云科技人均单价区间
2019年1-6月	700-1,000 元/人天	700-1,000 元/人天

申云科技的合同平均人天单价与所属区域外包供应商的合同平均人天单价区间一致，公司向申云科技采购的外包服务定价公允。

## 2、销售交易定价公允性

报告期内，申云科技与同级别的其他经销商享受同等的销售政策，销售价格定价公允。2019年1-6月，公司与申云科技销售的毛利率为86.43%；报告期内，公司与申云科技销售的毛利率分别为90.71%、96.24%和89.40%，公司经销业务毛利率分别为96.48%、94.05%和93.65%，公司与申云科技销售的毛利率未见异常波动。

## 3、核查程序及核查意见

### （1）核查程序

保荐机构和申报会计师履行的核查程序如下：

A.获取2019年1-6月公司与申云科技交易明细；B.获取报告期内及2019年1-6月签署的外包合同清单，比较采购价格是否存在异常；C.获取报告期内及2019年1-6月经销出货明细，比较销售价格是否存在异常，并对来自申云科技收入的毛利率与公司整体经销收入的毛利率进行对比分析。

### （2）核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人与申云科技解除关联关系后，与申云科技发生交易情况与实际相符，定价公允。

（三）请保荐机构、申报会计师说明对报告期内发行人收入的核查手段、不同手段的核查比例、剔除重复客户后不同手段累计核查比例、核查结论，以及发行人报告期内的退货情况，并发表明确意见

## 1、保荐机构核查情况

### （1）直销收入核查情况

报告期内，保荐机构对直销收入的主要核查手段包括：（1）核查了公司与直销客户签订的合同、产品签收单或验收报告等资料；（2）对直销客户进行实地走访、电话访谈和函证核查。报告期内，发行人直销客户数量分别为2,552家、3,153家和3,769家，直销客户具体核查数量情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比
核查合同、签收单/验收报告等外部证据情况①	1,200	31.84%	960	30.45%	623	24.41%
实地走访核查情况②	89	2.36%	81	2.57%	66	2.59%
电话访谈核查情况③	798	21.17%	611	19.38%	397	15.56%
直销客户回函情况④	222	5.89%	142	4.50%	84	3.29%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	140	3.71%	103	3.27%	66	2.59%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤</b>	<b>969</b>	<b>25.71%</b>	<b>731</b>	<b>23.18%</b>	<b>481</b>	<b>18.85%</b>
全部核查样本重复情况⑦	739	19.61%	579	18.36%	349	13.68%
<b>直销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦</b>	<b>1,570</b>	<b>41.66%</b>	<b>1,215</b>	<b>38.53%</b>	<b>821</b>	<b>32.17%</b>
当期直销客户数量	3,769	100.00%	3,153	100.00%	2,552	100.00%

由上表可见，报告期各期，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户数量分别为481家、731家和969家，占当期直销客户数量比例为18.85%、23.18%和25.71%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的客户数量为821家、1,215家和1,570家，占当期直销客户数量比例为32.17%、38.53%和41.66%。

报告期内，核查直销客户收入情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
核查合同、签收单/验收报告等外部证据情况①	32,346.33	75.19%	22,931.70	67.16%	16,626.97	57.41%
实地走访核查情况②	5,030.90	11.69%	4,077.11	11.94%	3,859.36	13.33%
电话访谈核查情况③	17,787.73	41.35%	14,260.88	41.77%	9,830.59	33.94%
直销客户回函情况④	10,827.07	25.17%	6,423.21	18.81%	3,564.71	12.31%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	7,678.77	17.85%	5,412.58	15.85%	3,518.33	12.15%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤</b>	<b>25,966.93</b>	<b>60.36%</b>	<b>19,348.62</b>	<b>56.67%</b>	<b>13,736.33</b>	<b>47.43%</b>
全部核查样本重复情况⑦	29,719.87	69.08%	20,552.98	60.19%	13,399.42	46.27%
<b>直销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦</b>	<b>36,272.16</b>	<b>84.31%</b>	<b>27,139.91</b>	<b>79.49%</b>	<b>20,482.21</b>	<b>70.72%</b>

当期直销收入金额	43,020.84	100.00%	34,144.41	100.00%	28,961.64	100.00%
----------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

由上表可见，报告期各期，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户金额分别为 13,736.33 万元、19,348.62 万元和 25,966.93 万元，占当期直销收入的比例为 47.43%、56.67%和 60.36%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户对应直销收入为 20,482.21 万元、27,139.91 万元和 36,272.16 万元，占当期直销收入的比例为 70.72%、79.49%和 84.31%。

## (2) 经销收入核查情况

报告期内，保荐机构对经销收入的主要核查手段包括：（1）核查了公司与经销客户签订的合同、产品签收单等资料；（2）对经销客户进行实地走访、电话访谈和函证核查。报告期内，发行人当期产生收入的经销商数量分别为 512 家、599 家和 549 家，经销商具体核查数量情况如下：

项目	2018 年		2017 年		2016 年	
	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比
核查合同、签收单等外部证据情况①	125	22.77%	106	17.70%	73	14.26%
实地走访核查情况②	59	10.75%	60	10.02%	47	9.18%
电话访谈核查情况③	126	22.95%	114	19.03%	91	17.77%
经销客户回函情况④	161	29.33%	135	22.54%	95	18.55%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	119	21.68%	110	18.36%	85	16.60%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤</b>	<b>227</b>	<b>41.35%</b>	<b>199</b>	<b>33.22%</b>	<b>149</b>	<b>29.10%</b>
全部核查样本重复情况⑦	239	43.53%	204	34.06%	142	27.73%
<b>经销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦</b>	<b>232</b>	<b>42.26%</b>	<b>211</b>	<b>35.23%</b>	<b>164</b>	<b>32.03%</b>
当期产生收入的经销商数量	549	100.00%	599	100.00%	512	100.00%

由上表可见，报告期各期，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户数量分别为 149 家、199 家和 227 家，占当期产生收入的经销商数量比例为 29.10%、33.22%和 41.35%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的客户数量为 164 家、211 家和 232 家，占当期产生收入的经销商数量比例为 32.03%、35.23%和 42.26%。

报告期内，核查经销商收入情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
核查合同、签收单等外部证据情况①	8,948.30	60.96%	7,425.98	59.41%	4,369.18	51.49%
实地走访核查情况②	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
电话访谈核查情况③	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
直销客户回函情况④	8,231.94	56.08%	6,232.04	49.86%	3,491.75	41.15%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	8,573.83	58.41%	7,064.53	56.52%	3,980.69	46.91%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥ =②+③+④-⑤</b>	<b>10,899.97</b>	<b>74.25%</b>	<b>9,010.86</b>	<b>72.09%</b>	<b>5,219.50</b>	<b>61.51%</b>
全部核查样本重复情况⑦	17,279.25	117.71%	14,079.41	112.65%	7,755.78	91.39%
<b>经销商收入核查情况⑧= ①+②+③+④-⑦</b>	<b>11,142.85</b>	<b>75.91%</b>	<b>9,421.96</b>	<b>75.38%</b>	<b>5,813.60</b>	<b>68.51%</b>
当期经销客户收入	14,679.14	100.00%	12,498.90	100.00%	8,486.22	100.00%

由上表可见，报告期各期，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的经销商金额分别为 5,219.50 万元、9,010.86 万元和 10,899.97 万元，占当期直销收入的比例为 61.51%、72.09%和 74.25%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的经销商对应经销收入为 5,813.60 万元、9,421.96 万元和 11,142.85 万元，占当期直销收入的比例为 68.51%、75.38%和 75.91%。

## 2、申报会计师核查情况

### (1) 直销收入核查情况

直销模式下对发行人收入的核查手段包括（1）核查了公司与直销客户签订的合同、产品签收单或验收报告等资料；（2）对直销客户进行实地走访、电话访谈和函证核查。报告期内，发行人直销客户数量分别为 2,552 家、3,153 家和 3,769 家，直销客户具体核查数量情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比
核查合同、签收单等外部证据	1200	31.84%	960	30.45%	623	24.41%

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比
情况①						
实地走访核查情况②	89	2.36%	81	2.57%	66	2.59%
电话访谈核查情况③	798	21.17%	611	19.38%	397	15.56%
直销客户回函情况④	272	7.22%	178	5.65%	80	3.13%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	169	4.48%	118	3.74%	50	1.96%
实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤	<b>990</b>	<b>26.27%</b>	<b>752</b>	<b>23.85%</b>	<b>493</b>	<b>19.32%</b>
全部核查样本重复情况⑦	768	20.38%	606	19.22%	348	13.64%
直销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦	<b>1,591</b>	<b>42.21%</b>	<b>1224</b>	<b>38.82%</b>	<b>818</b>	<b>32.05%</b>
当期直销客户数量	3,769	100.00%	3,153	100.00%	2,552	100.00%

由上表可见，2016年度-2018年度，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户数量分别为493家、752家和990家，占当期直销客户数量比例为19.32%、23.85%和26.27%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的客户数量为818家、1224家和1591家，占当期直销客户数量比例为32.05%、38.82%和42.21%。

报告期内，核查直销客户收入情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
核查合同、签收单等外部证据情况①	32,346.33	75.19%	22,931.70	67.16%	16,626.97	57.41%
实地走访核查情况②	5,030.90	11.69%	4,077.11	11.94%	3,859.36	13.33%
电话访谈核查情况③	17,787.73	41.35%	14,260.88	41.77%	9,830.59	33.94%
直销客户回函情况④	11,894.06	27.65%	7,463.86	21.86%	2,967.08	10.24%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	8,614.61	20.02%	6,149.66	18.01%	2,791.62	9.64%
实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤	<b>26,098.08</b>	<b>60.66%</b>	<b>19,652.18</b>	<b>57.56%</b>	<b>13,865.40</b>	<b>47.88%</b>
全部核查样本重复情况⑦	30,523.37	70.95%	21,536.67	63.08%	12,708.36	43.88%
直销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦	<b>36,535.65</b>	<b>84.93%</b>	<b>27,196.86</b>	<b>79.65%</b>	<b>20,575.64</b>	<b>71.04%</b>

当期直销收入金额	43,020.84	100.00%	34,144.41	100.00%	28,961.64	100.00%
----------	-----------	---------	-----------	---------	-----------	---------

由上表可见，2016年度-2018年度，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户金额分别为13,865.40万元、19,652.18万元和26,098.08万元，占当期直销收入的比例为47.88%、57.56%和60.66%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户对应直销收入为20,575.64万元、27,196.86万元和36,535.65万元，占当期直销收入的比例为71.04%、79.65%和84.93%。

## (2) 经销收入核查情况

经销模式下对发行人收入的核查手段包括（1）核查了公司与经销客户签订的合同、产品签收单等资料；（2）对经销客户进行实地走访、电话访谈和函证核查。报告期内，发行人当期产生收入的经销商数量分别为512家、599家和549家，经销商具体核查数量情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比	数量 (家)	占比
核查合同、签收单等外部证据情况①	125	22.77%	106	17.70%	73	14.26%
实地走访核查情况②	59	10.75%	60	10.02%	47	9.18%
电话访谈核查情况③	126	22.95%	114	19.03%	91	17.77%
经销客户回函情况④	168	30.60%	150	25.04%	108	21.09%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	132	24.04%	122	20.37%	95	18.55%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤</b>	<b>221</b>	<b>40.26%</b>	<b>202</b>	<b>33.72%</b>	<b>151</b>	<b>29.49%</b>
全部核查样本重复情况⑦	248	45.17%	216	36.06%	152	29.69%
<b>经销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦</b>	<b>230</b>	<b>41.89%</b>	<b>214</b>	<b>35.73%</b>	<b>167</b>	<b>32.62%</b>
当期经销客户数量	549	100.00%	599	100.00%	512	100.00%

由上表可见，2016年度-2018年度，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的直销客户数量分别为151家、202家和221家，占当期经销商数量比例为29.49%、33.72%和40.26%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的客户数量为167家、214家和230家，占当期经销商数量比例为32.62%、35.73%和41.89%。



报告期内，核查经销商收入情况如下：

项目	2018年		2017年		2016年	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
核查合同、签收单等外部证据情况①	8,948.30	60.96%	7,425.98	59.41%	4,369.18	51.49%
实地走访核查情况②	4,749.75	32.36%	4,945.85	39.57%	2,693.40	31.74%
电话访谈核查情况③	6,492.11	44.23%	4,897.50	39.18%	3,015.05	35.53%
直销客户回函情况④	8,866.83	60.40%	6,933.27	55.47%	3,740.89	44.08%
实地走访、电话访谈、函证核查样本重复情况⑤	9,395.86	64.01%	7,713.74	61.72%	4,285.08	50.49%
<b>实地走访、电话访谈、函证累计核查情况⑥=②+③+④-⑤</b>	<b>10,712.83</b>	<b>72.98%</b>	<b>9,062.88</b>	<b>72.51%</b>	<b>5,164.26</b>	<b>60.85%</b>
全部核查样本重复情况⑦	17,946.72	122.26%	14,710.16	117.69%	8,029.22	94.61%
<b>经销收入核查情况⑧=①+②+③+④-⑦</b>	<b>11,110.27</b>	<b>75.69%</b>	<b>9,492.44</b>	<b>75.95%</b>	<b>5,789.30</b>	<b>68.22%</b>
当期经销收入金额	14,679.14	100.00%	12,498.90	100.00%	8,486.22	100.00%

由上表可见，2016年度-2018年度，通过实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的经销商金额分别为 5,164.26 万元、9,062.88 万元和 10,712.83 万元，占当期直销收入的比例为 60.85%、72.51%和 72.98%。通过核查合同、验收单等外部证据、实地走访、电话访谈和函证方式累计核查的经销商对应经销收入为 5,789.30 万元、9,492.44 万元和 11,110.27 万元，占当期直销收入的比例为 68.22%、75.95%和 75.69%。

### 3、发行人报告期内退货情况

报告期内，发行人退货的具体情况如下：

项目	2018年	2017年	2016年
经销收入金额（万元）	14,679.14	12,498.90	8,486.22
经销商退货金额（万元）	59.38	91.43	10.46
经销商退货金额占经销收入比例	0.40%	0.73%	0.12%
直销收入金额（万元）	43,020.84	34,144.41	28,961.64
直销客户退货金额（万元）	23.82	22.26	13.45
直销客户退货金额占直销收入比例	0.06%	0.07%	0.05%

报告期内，公司直销客户、经销客户退货金额较小，分别占直销收入、经销收入比例较小。发生的退货金额均已冲减当期收入，对经营业绩不构成实质性影响。

#### 4、核查程序及核查意见

保荐机构的主要核查程序如下：

(1)实地走访经销商和直销客户，了解双方业务合作情况和资金往来情况，获取营业执照、访谈记录、无关联关系的确认函等资料；(2)通过呼叫中心语音系统对经销商和直销客户进行电话访谈，获取录音文件等资料；(3)通过函证对发行人与经销商和直销客户之间的交易情况进行确认，获取回函资料；(4)获取发行人报告期内退货明细及相关退货单据，核查经销商和直销客户的退货情况。

申报会计师的主要核查程序见上文“2、申报会计师核查情况”和“3、发行人报告期内退货情况”。

经核查，保荐机构认为：

(1)保荐机构已对报告期内发行人收入的核查手段、不同手段的核查比例、剔除重复客户后不同手段累计核查比例、核查结论进行说明；(2)报告期内，公司经销商和直销客户的退货金额较小，占经销收入和直销收入比例较小，对经营业绩不构成实质性影响。

经核查，申报会计师认为：

我们已对报告期内发行人收入的核查手段、不同手段的核查比例、剔除重复客户后不同手段累计核查比例、核查结论进行说明；报告期内发行人的退货已冲减当期收入，退货金额较小，对经营业绩不构成实质性影响。

(四)请保荐机构、申报会计师说明报告期内发行人研发费用税务加计扣除与审计报告金额的差异情况、差异原因，并发表意见

#### 1、报告期内研发费用税务加计扣除与审计报告金额的差异情况、差异原因

单位：万元

年度	审计报告数据①	税务加计扣除基数②	差异③=①-②
2016年度	5,443.75	4,076.49	1,367.26
2017年度	6,849.47	6,069.60	779.87

2018 年度	7,682.39	6,861.25	821.14
---------	----------	----------	--------

报告期内的研发费用税务加计扣除金额均小于审计报告披露金额，主要是公司出于谨慎性考虑，对于报告期内发生的除人员费用支出的其他费用支出未申请加计扣除。报告期内申请税务加计扣除的人员费用包括研发人员的工资薪金、基本养老保险费、基本医疗保险费、失业保险费、工伤保险费、生育保险费和住房公积金。

## 2、核查程序

针对上述问题，保荐机构和申报会计师主要核查程序如下：

(1) 获取报告期内企业所得税年度纳税申报表，计算研发费用加计扣除金额是否准确；(2) 获取报告期内各月工资表，抽查计入研发费用的人员范围与职工花名册的划分部门是否一致；(3) 复核研究开发费用税前加计扣除金额是否满足相关规定。

## 3、核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：报告期内发行人研发费用税务加计扣除符合研究开发费用税前加计扣除政策。

(五)请发行人对招股说明书披露的“发行人及实际控制人保持控制权稳定的切实有效措施”“联合创始人张屹的基本情况”“协同管理软件行业的发展情况”“协同管理软件行业发展趋势”“发行人所属行业在新技术、新产业、新产业、新模式等方面的情况及未来发展趋势”“二元化工作流的具体内容”“公司面临的挑战”“发行人与同行业公司的比较情况”“公司与股东及ERP 等企业管理软件厂商之间的合作情况”“公司的采购情况”“募集资金使用管理制度”等相关内容进行整理和精炼，删除相关冗余信息，突出与投资者投资决策相关的重要信息，提高招股说明书可读性。

发行人已对招股说明书披露的相关内容进行整理和精炼，删除相关冗余信息，突出与投资者投资决策相关的重要信息，详见《北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）修订情况的说明》。

（以下无正文）

（本页无正文，为《关于北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签章页）

北京致远互联软件股份有限公司  
2018年7月12日



（本页无正文，为中德证券有限责任公司《关于北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》之签章页）

保荐代表人：   
黄庆伟

  
吴娟

  
中德证券有限责任公司  
2019年7月2日

## 保荐机构总经理声明

本人已认真阅读《关于北京致远互联软件股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件第二轮审核问询函的回复》的全部内容，了解本回复涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本回复不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐机构总经理：

  
段 涛



中德证券有限责任公司

2019年7月12日