



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  
申请文件第三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.

二零一九年八月

## 上海证券交易所：

贵所于 2019 年 7 月 26 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三轮审核问询函》（上证科审（审核）[2019]446 号）（以下简称“第三轮审核问询函”）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”）等相关方对第三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三轮审核问询函的回复》（以下简称“第三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。

---

<b>第三轮审核问询函所列问题</b>	<b>黑体（不加粗）</b>
审核问询函所列问题答复	宋体（ <b>加粗</b> 或不加粗）
<b>对招股说明书的修改与补充</b>	<b>楷体-GB2312（加粗）</b>

---

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、关于发行人与用友网络的联系 .....	4
问题 2、关于技术先进性 .....	12
问题 3、关于向经销商提供担保 .....	26
问题 4、关于收入核查抽样方法 .....	27
问题 5、关于其他 .....	50

## 问题 1、关于发行人与用友网络的联系

根据发行上市申请文件和问询回复，公司董事、副总经理、核心技术人员杨祉雄兼任北京用友企业管理研究所有限公司监事、公司副总经理向奇汉兼任用友超客网络科技有限公司经理、天津滨海用友软件有限公司执行董事，2002 年 4 月公司设立时用友网络的出资属于其募集资金，报告期内发行人与用友网络重合的经销商数量分别为 259 家、306 家和 324 家。

请发行人进一步说明：（1）除用友网络以募集资金设立致远有限外，用友网络是否将募集资金用于公司业务；（2）公司管理团队对外兼职单位是否为用友网络或其关联方，如是，请说明兼职的背景与原因，分析对公司独立性的影响；（3）与用友网络重合的经销商是否经销其他企业管理软件，非重合的经销商是否亦为其他企业管理软件的经销商，彼此的重合程度如何，请提供具体情况；（4）公司营销网络的建立和运营历史，是否与用友网络存在联系，如是，请充分披露并分析对公司独立性的影响；（5）从最终客户角度，分析发行人产品与用友网络、其他企业管理软件的集成程度，对用友网络是否存在技术依赖。

请保荐机构、发行人律师对发行人与用友网络的联系情况进行全面核查，发表明确意见，充分论证发行人资产是否完整、人员、财务、机构、业务是否独立，是否依赖用友网络，是否具有直接面向市场独立持续经营的能力发表明确意见，详细说明理由和依据；请保荐机构督促发行人完善招股说明书的披露内容。

回复：

（一）除用友网络以募集资金设立致远有限外，用友网络是否将募集资金用于公司业务

用友网络于 2001 年 4 月首次公开发行股票并上市，上市时及上市后历次股权融资如下：

发行时间	发行方式	募集资金净额（万元）	募集资金用途	募集资金使用情况
2001 年 4 月	首次公开发行股票	88,750.00	1、主要用于财务软件、管理软件和其他企业应用软件的研究与开发，以及用于研究开发的配套设施及相关投入共 9 个部分 29 个项目；	截至 2006 年 12 月 31 日，用友网络募集资金已全部使用完毕。

发行时间	发行方式	募集资金净额（万元）	募集资金用途	募集资金使用情况
			2、根据发展战略通过收购具有一定基础和发展潜力的管理软件类企业和符合公司产品规划的成熟软件产品等方式加快产业发展、加强核心竞争能力。	
2015年8月	定向增发	161,615.00	用友企业互联网服务、用友企业互联网公共服务平台、用友互联网金融数据服务平台、偿还银行借款、用友智能制造服务平台项目	截至2018年12月31日，剩余1,175,371元尚未从专户划出。

由上表可见，用友网络于2001年4月上市，上市以后用友网络仅发生了一次股权融资：2015年8月，用友网络定向增发，募集资金用途为用友企业互联网服务、用友企业互联网公共服务平台、用友互联网金融数据服务平台、偿还银行借款、用友智能制造服务平台项目。根据用友网络出具的《确认函》和公司自设立至今与用友网络的交易和资金往来情况，用友网络除2002年使用首次公开发行股票募集资金和2009年使用自有资金对公司出资以外，未将其他募集资金用于公司业务。

（二）公司管理团队对外兼职单位是否为用友网络或其关联方，如是，请说明兼职的背景与原因，分析对公司独立性的影响

公司管理团队对外兼职单位中有用友网络的关联方，具体情况如下：

姓名	公司职务及负责的事务	兼职单位及与用友网络的关系	兼职职务	在兼职单位负责的主要事务	背景及原因
杨祉雄	董事、副总经理、核心技术人员，负责研发相关的事务	北京用友企业管理研究有限公司（以下简称“用友研究所”），为持有用友网络 3.97% 股份的股东	监事	除根据用友研究所的公司章程履行监事职责外，不参与经营管理、也不负责任何具体事务。	用友研究所于 1998 年成立，主营业务为股权投资和投资管理。杨祉雄自用友研究所成立时便担任其监事职务。杨祉雄于 2009 年 12 月从用友网络离职后仍然担任用友研究所的监事一职，但不参与其实际经营。用友研究所于 2019 年 8 月 2 日作出股东会决议同意杨祉雄的辞职申请，并出具《说明函》，确认其将尽快办理该等辞职相关的工商变更手续。
向奇汉	副总经理，负责销售相关的事务	用友超客网络科技有限公司（以下简称“用友超客”），为用友网络的控股子公司	经理	向奇汉于 2015 年 11 月至 2016 年 6 月，参与负责用友超客的经营事宜，2016 年 6 月至今，不再参与负责用友超客的事务。	用友超客成立于 2015 年，主营业务为提供 SAAS 化的客户关系管理（CRM）产品及服务。向奇汉于 2015 年 11 月至 2016 年 6 月，担任用友超客的经理，并参与负责用友超客的经营事宜。向奇汉于 2017 年 2 月从用友网络离职。向奇汉虽然在工商登记信息中仍显示为用友超客的经理，但是实际上于 2016 年 6 月后就不再参与用友超客的经营，亦未从其处领取薪酬。截至本回复出具日，用友超客工商变更已完成，向奇汉不再担任用友超客的经理。

## 1、公司独立进行人员管理，高级管理人员均专职在公司任职、领薪

发行人建立了独立的劳动、人事、工资报酬及社会保障管理体系，独立招聘员工，与员工签订劳动合同。

公司董事、监事及高级管理人员均依《公司法》、《公司章程》等规定的合法程序选举或聘任，不存在超越董事会、监事会和股东大会的权限作出人事任免决定的情况。

公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职于公司工作并领取报酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务或领薪的情况，公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

## 2、向奇汉和杨祉雄在用友网络关联方兼职不影响公司的独立性

杨祉雄于 1998 年用友研究所设立至今一直担任其监事，但未参与过用友研究所的实际经营，亦未领取过薪酬。用友研究所持有用友网络 3.97% 的股份，其主要业务为股权投资和投资管理。用友研究所于 2019 年 8 月 2 日作出股东会决议同意杨祉雄的辞职申请，并出具了《说明函》，确认其将尽快办理该等辞职相关的工商变更手续。

根据用友超客出具的《说明函》，向奇汉已于 2016 年 6 月从用友超客离职，根据用友网络出具的《离职员工证明》，向奇汉于 2017 年 2 月与用友网络解除劳动关系并离职。虽然截至目前，向奇汉在工商登记信息中仍显示为用友超客的经理，但是实际上其于 2016 年 6 月后已经不再参与用友超客的经营，亦未从用友超客领取薪酬；向奇汉在工商登记信息中仍显示为用友超客的经理，系用友超客未及时办理工商登记变更造成的。截至本回复出具日，用友超客工商变更已完成，向奇汉不再担任用友超客的经理。

公司已在招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的兼职情况”补充披露如下：

用友研究所于 2019 年 8 月 2 日作出股东会决议同意杨祉雄的辞职申请，并出具《说明函》，确认其将尽快办理该等辞职相关的工商变更手续。根据用友超客

出具的《说明函》，向奇汉已于2016年6月从用友超客离职。截至本招股说明书签署日，用友超客工商变更已完成，向奇汉不再担任用友超客的经理。

(三)与用友网络重合的经销商是否经销其他企业管理软件，非重合的经销商是否亦为其他企业管理软件的经销商，彼此的重合程度如何，请提供具体情况

公司向报告期内与公司发生交易的 1,030 家经销商发送了调查问卷，截至 2019 年 8 月 6 日，共收到了 608 份回复，具体情况如下：

### 1.与用友网络重合的经销商销售其他管理软件的情况

与用友网络重合的 460 家经销商中有 292 家回复了问卷，回复比例占与用友网络重合经销商数量的比例为 63.48%。经核查，与用友网络重合的经销商除了销售公司的企业管理软件产品以外，还销售其他企业管理软件产品（包括 CRM、人力资源管理、行业专业软件、自主品牌管理/应用软件等）、提供技术或系统集成服务等（包括云服务、软硬件维护、IT 培训与教育、硬件产品及系统集成等），具体情况如下：

类别	项目	数量（家）	占回复问卷的用友网络重合经销商的比例
与用友网络重合的经销商	仅销售用友网络和公司的软件产品的经销商	0	0.00%
	销售用友网络和公司的软件产品，并提供技术或系统集成服务的经销商	60	20.55%
	销售用友网络和公司的软件产品，同时销售其他企业管理软件产品，并提供技术或系统集成服务的经销商	232	79.45%
	小计	292	100.00%

由上表可见，根据问卷统计，与用友网络重合的经销商均会为用户提供技术或系统集成服务，其中：有 60 家用友网络重合的经销商提供技术或系统集成服务，占回问卷的用友网络重合经销商的比例为 20.55%；有 232 家重合经销商同时销售其他企业管理软件并提供技术或系统集成服务，占回问卷的用友网络重合经销商比例为 79.45%。



## 2、非重合的经销商销售其他管理软件的情况

非重合的 570 家经销商中有 316 家回复了问卷，回复占非重合的经销商的比例为 55.44%，具体情况如下：

类别	项目	数量	占回复问卷的非重合经销商的比例
非重合的经销商	仅销售公司的软件产品的经销商	0	0.00%
	销售公司的软件产品，并提供技术或系统集成服务的经销商	36	11.39%
	销售公司的软件产品，同时销售其他企业管理软件产品，并提供技术或系统集成服务的经销商	280	88.61%
	小计	316	100.00%

由上表可知，根据问卷统计，非重合经销商均会为用户提供技术或系统集成服务，其中：有 36 家非重合经销商提供技术或系统集成服务，占回问卷的非重合经销商的比例为 11.39%；有 280 家非重合经销商同时销售其他企业管理软件并提供技术或系统集成服务，占回问卷的非重合经销商比例为 88.61%。

综上，与用友网络重合的和非重合的经销商均提供技术或系统集成服务，且其中大部分有销售其他企业管理软件，符合公司所在行业特点。

（四）公司营销网络的建立和运营历史，是否与用友网络存在联系，如是，请充分披露并分析对公司独立性的影响

### 1.公司营销网络的建立和运营历史及与用友网络的关系

公司营销网络的建立和运营历史如下所示：

阶段	营销网络的建立和运营	营销网络建设与用友网络的关系
产品研发阶段：2002-2003 年	精力集中在第一代产品的研发，尚未正式启动营销网络的建设。	产品研发阶段，公司没有对外进行产品销售，也尚未开始建立营销网络。营销网络建设与用友网络不存在关系。
独立拓展经销渠道：2004-2007 年	<p>公司从 2004 年开始逐步在西部（四川）、华北（北京）、华南（广州）、华东（上海）等全国重要区域建立营销网络，由于公司发展初期经营规模较小，主要采取经销模式。</p> <p>公司主要通过以下方式独立建立经销体系：</p> <p>（1）公司在北京总部设置了渠道管理部，负</p>	公司营销网络建设初期，作为公司的创始股东之一，用友网络在公司成立初期对公司的市场拓展和渠道销售方面起到了一定的积极作

阶段	营销网络的建立和运营	营销网络建设与用友网络的关系
	<p>责全国销售渠道体系的建设；渠道管理部设立渠道专员通过现场推广、互动交流的方式在全国重点区域的主要城市发展经销商；</p> <p>(2) 公司前身为“北京用友致远软件技术有限公司”，作为用友网络持股 30%的参股公司，通过参加用友网络的伙伴大会，介绍公司及产品，获得行业内经销商的信息和联系方式，进而通过渠道管理部与经销商接洽，在其中发展公司的经销商；</p> <p>(3) 在北京、上海、成都等各大城市参加各类第三方机构组织的行业与伙伴会议，并积极参与全国各重点城市的软件与服务类经销商、行业协会等联系，通过当地的行业活动、经销商联谊互动等方式发展经销商。</p>	<p>用。具体如下： 作为用友网络的参股公司，参加用友网络的伙伴大会，推广公司及其产品，让经销商更多了解公司以及公司产品价值；在会议现场与经销商进行互动交流、获取经销商联系信息，最终通过与用友网络经销商独立进行商业谈判和发展公司的经销商。</p>
直销+经销阶段： 2008 年至今	<p>随着协同管理软件市场规模的不断扩大，以及公司产品技术的逐步成熟和发展，公司从 2008 年开始逐步在全国各重点城市设立分支机构，在此基础上建立公司的直销体系。公司销售模式也由单一的经销模式逐步转变为“直销+经销”的营销模式。</p> <p>(1) 2009 年开始在全国重点城市设立分支机构，并逐步建立自身的直销服务体系，逐步形成公司“直销+经销”的营销模式；</p> <p>(2) 继续保持并发展公司原有的渠道体系，持续在全国各地独立发展经销商，扩大经销商体系规模；2009 年开始每年通过独立举办全国性经销商伙伴大会、伙伴夏令营等活动，加强伙伴对公司战略、产品技术、销售策略等的了解，增强经销商体系的凝聚力。在此期间，2010 年 3 月，公司名称正式更名为“北京致远协创软件有限公司”。2016 年 9 月，公司由有限责任公司变更为股份有限公司，且更名为“北京致远互联软件股份有限公司”。</p> <p>(3) 用友网络为公司的直销客户之一。</p> <p>(4) 报告期内，公司已形成以直销为主、经销为辅的独立的营销网络和销售体系。在直销业务模式下，报告期内公司对用友网络的销售金额占收入比例均不超过 2%，占比较小。在经销业务模式下，公司的经销商存在同时销售用友网络产品的情况，报告期内这部分经销商产生的经销收入占营业收入比例均不超过 15%。</p>	<p>公司已逐步建立起了成熟的营销网络，与用友网络在营销网络建设和运营方面之间不存在关系。</p>

## 2、用友网络在公司营销网络建设初期对公司经销渠道的拓展起到了一定的积极作用，但是并未对公司业务独立性产生影响

公司成立初期，公司为用友网络持股 30% 的参股子公司，且曾用名“北京用友致远软件技术有限公司”，在营销网络建立初期，公司借助用友网络的品牌效应，通过参加用友网络或行业内的机构组织的经销商大会等方式推广公司产品，独立发展公司的经销商。这对公司经销渠道的拓展起到了一定的积极作用，但用友网络与其经销商是各自独立的法律主体，系上下游关系，公司拓展经销商渠道过程中，需要与用友网络经销商和其他经销商独立进行商业谈判和签署经销协议，未对公司业务独立性产生影响。

随着公司的产品被广泛用户认可，公司开始独立建立自己的直销渠道，在北京、上海、广州等全国各大城市建立直销网点服务机构，逐渐形成了以“直销为主，经销为辅”的营销渠道，用友网络品牌效应对公司产品的销售拓展起到的积极作用逐渐消失。2010 年 3 月，公司更名为“北京致远协创软件有限公司”。2015 年 12 月，用友网络转让其持有的股份给二六三、信义一德和随锐融通，其持有公司的股权比例降低至 4.98%。2016 年 9 月，公司由有限责任公司变更为股份有限公司，且更名为“北京致远互联软件股份有限公司”。2017 年 1 月，公司引入新的投资者，用友网络的持股比例进一步降低至 4.3125%。

用友网络在公司营销网络建设初期对公司经销渠道的拓展起到了一定的积极作用，但是其未对公司业务独立性产生影响，具体分析如下：

### （1）公司已经独立构建起了成熟、稳定网格化营销服务体系

报告期内，公司建立了独立的销售渠道、销售体系和销售团队，独立面向市场开发客户，并与客户签订合同，建立业务合作关系。在经销业务模式下，报告期内，公司存在部分经销商与用友网络经销商重合的情形；但是，公司已建立了基于经销商的企业信用、业务规模、技术实力等因素的准入标准，按照市场化原则面向经销商独立开展业务、签订经销协议，不存在利用重合的经销商在公司和用友网络之间输送利益的情形，不会对公司的独立性造成不利影响。

（2）公司产品与用友网络的产品均属于企业级管理软件，并且存在集成互补关系，部分经销商重合的情形，符合行业特点

公司的协同管理软件产品与用友网络 ERP 产品均属于企业级管理软件，并且存在集成互补关系，用户通常会同时应用该两类软件。因此，部分经销商会同时销售该两种产品，导致了公司部分经销商与用友网络的经销商重合。该等重合符合行业特点，不会对公司的独立性造成不利影响。具体分析详见本题之“（三）与用友网络重合的经销商是否经销其他企业管理软件,非重合的经销商是否亦为其他企业管理软件的经销商，彼此的重合程度如何，请提供具体情况”。

（3）重合经销商中较多为区域或行业内声誉较高、规模较大的经销商，拥有独立选择其经销的产品的能力

公司在选择经销商时，通常会严格按照经销商的企业信用、业务规模、技术实力等因素进行遴选；与公司相比，用友网络发展经销业务更早、经销业务规模更大、经销渠道网络更加完善，用友网络的经销商的业务规模、技术实力等通常较强，且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，能够满足公司对经销商的资质条件。因此，公司部分经销商与用友网络经销商重合是公司按照市场化和专业化的原则选择的结果。

其次，与用友重合的经销商中较多为区域或行业声誉较高、规模较大的经销商，拥有较广的销售渠道和专业的经销团队；因此，该类经销商会独立选择经销的产品。报告期内，公司与该等经销商合作均是通过召开经销商大会、夏令营等推广活动获取经销商信息，并独立与经销商谈判、议价并签署协议，不存在依赖用友网络经销渠道的情形或共用营销渠道的情形。

综上，公司与用友网络存在重合经销商的情形，不影响公司业务的独立性。

（4）公司的经销商比较分散，数量众多，集中度较低，不会对单个经销商产生依赖，不会对公司独立性造成影响

报告期内，公司的经销收入集中程度如下：

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
经销收入金额（万元）	6,758.62	14,679.14	12,498.90	8,486.22
经销商数量（个）	485	549	599	512
与用友重合的经销商数量（个）	223	324	306	259
经销商平均收入（万元）	13.94	26.74	20.87	16.57

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
与用友网络重合的经销商收入（万元）	3,105.99	8,595.10	6,807.96	4,423.15
与用友网络重合的经销商平均收入（万元）	13.94	26.74	20.25	17.08
营业收入（万元）	25,071.69	57,809.25	46,691.52	37,659.28
重合经销商的收入占主营业务收入比例	12.39%	14.87%	14.58%	11.75%

由上表可知，报告期内，公司的经销商均比较分散、数量众多、集中度低，对单个经销商不存在重大依赖。公司来自与用友网络重合经销商的收入占主营业务收入的比例较低，不会对公司业务的独立性造成实质性影响。用友网络重合经销商的平均收入跟所有经销商的平均收入大致相当，不存在利用重合的经销商在公司和用友网络之间输送利益的情形，不会对公司的独立性造成不利影响。

（5）用友网络重合经销商交易价格公允，不存在利用重合的经销商在公司和用友网络之间相互输送利益的情形

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	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额（万元）	毛利率	金额（万元）	毛利率	金额（万元）	毛利率	金额（万元）	毛利率
与用友网络重合的经销商	3,105.99	88.52%	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	88.07	96.10%	189.64	94.10%	37.85	92.49%	-	-
与 SAP 重合的经销商	18.14	92.29%	9.75	99.82%	4.79	100.00%	-	-
合计	3,212.20	88.75%	8,794.48	92.42%	6,850.60	93.26%	4,423.15	97.72%
经销业务毛利率		90.40%		93.56%		94.02%		96.41%
重合经销商收入占经销收入比例	47.53%		59.91%		54.81%		52.12%	
重合经销商的收入占主营业务收入比例	12.83%		15.24%		14.69%		11.81%	

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，且该毛利率水平与公司经销业务整体毛利率

水平接近，不存在利用重合的经销商在公司和用友网络之间输送利益的情形，不会对公司的独立性造成不利影响。

综上所述，发行人已建立独立的销售体系，具备独立评价和选择经销商的能力。报告期内，发行人与经销商独立签署合同，不存在与用友网络及其关联的其他企业共用销售渠道的情形或者是依赖用友网络销售渠道的情形，也不存在与用友网络及其关联方之间输送利益的情形。相关经销商重合并未导致发行人以非公允价格销售产品，也不会对公司的业务独立性造成实质性影响。

**（五）从最终客户角度，分析发行人产品与用友网络、其他企业管理软件的集成程度，对用友网络是否存在技术依赖**

从最终客户的角度，公司的协同管理软件是完全独立于用友网络或其他企业管理软件，不需要集成任何企业管理软件便可以满足其日常需求。公司的产品是否进行 ERP 等其它 IT 系统的集成以及集成的程度系最终用户根据自身需求进行的个性化选择。公司利用用友网络和其他企业管理软件开放的、标准化的接口，开发了具有一定通用性的集成插件，该等集成插件可根据客户需求进行个性化配置，以实现公司产品与用友网络、其他企业管理软件的集成与整合；同时，公司产品也提供开放的、标准化的开发接口，可以与用友网络、其他企业管理软件进行集成整合。

从最终用户角度看，已使用或拟使用用友网络、其他管理软件的用户，其可以选择公司或同行业的其他厂商的协同管理软件产品和服务，并与用友网络、其他管理软件进行集成；用户可以选择购买公司的集成插件或利用产品标准化的开发接口，自行或由公司（或其经销商）对相关软件进行集成，也可以选择其他独立的系统集成商进行集成。

公司的协同管理软件产品可以与用友、金蝶、甲骨文、SAP 等企业级应用管理软件进行个性化或集成插件的方式进行集成，公司提供的集成插件具体情况如下：

企业名称	插件名称	具体情况	主要价值
用友网络	NC插件	与用友NC软件系统集成：可以与NC基础、NC凭证、NC业务（含供应链、财务、人力资源和房产建筑）进	实现从基础主数据、信息、门户、业务流程的全面无缝集成，满足客户跨系统业务实现、决策支持、知识挖掘、商业智能等一体化服务的需求。

企业名称	插件名称	具体情况	主要价值
		行集成。	
	U8插件	与用友U8集成：与用友U8财务和供应链模块集成。	1、财务插件支持用友U8软件的总账和协同的集成一体化使用，可以通过表单自动生成凭证，支持ERP多账套业务处理。支持协同查看，修改，删除凭证，并支持财务{营改增}价税分离入账。支持流程表单和凭证双向查询，支持表单打印次数控制。 2、供应链插件支持用友U8软件的致远审批流程和ERP-U8业务单据的集成使用。支持协同/ERP单据双向发起，支持协同直接调用ERP集成档案数据。支持协同查看ERP自定义报表。
金蝶	K3插件	与金蝶K3集成：与金蝶K3财务和供应链模块集成。	1、提供从K3中读取基础数据至V5财务审批流程里，审批完成后自动生成K3财务凭证，并支持凭证的合并生成； 2、提供将金蝶K3单据数据传递到V5协同中做审批，并支持在K3中进行流程查看与撤销。
	EAS插件	与金蝶EAS集成：与金蝶EAS基础模块和凭证集成。	1、EAS基础插件主要解决EAS和致远协同管理软件之间的组织一致性问题，实现了从EAS到协同管理软件的组织机构信息同步，含岗位、职务级别、部门和人员信息； 2、EAS凭证插件解决协同的财务表单审批推送EAS凭证的需求，实现了协同与EAS流程与财务数据的无缝集成，提高了业务处理效率，降低了业务出错的概率。
SAP	SAP插件	与SAP集成：通用查询业务、MDG基础主数据管理业务、FICO财务管理业务、SD销售管理业务、MM物料管理业务和HR人事管理业务的集成整合。	1、主要实现协同软件与SAP基础数据打通、流程整合的场景； 2、主要实现通用查询业务、MDG基础主数据管理业务、FICO财务管理业务、SD销售管理业务、MM物料管理业务和HR人事管理业务的集成整合。
其他	N/A	集成其他企业级应用管理软件	与其他企业级应用集成

报告期内，公司运用 J2EE、HTML5、Restful、中间件、数据库、微服务架构等软件行业普遍采用的技术框架、规范和开发语言等，开发并发展了公司的核心技术-V5 协同管理平台、 workflow引擎、组织权限管理等核心技术，并应用于 A6、A8 和 G6 产品系列。公司拥有独立的研发团队、技术支持服务团队和自主

知识产权，且相关集成插件基于用友网络开放的、标准化的接口进行开发，对用友网络不存在技术依赖。

综上，从最终客户角度看，发行人产品与用友网络、其他企业管理软件是否进行集成以及集成的程度取决于最终客户的个性化需求，公司提供的与用友网络相关产品进行集成的插件基于用友网络开放的、标准化的接口进行开发，公司已建立了独立自主的研发体系和技术支持服务体系，对用友网络不存在技术依赖。

#### （六）补充披露

公司已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人销售情况和主要客户”之“（三）公司与股东及 ERP 等企业管理软件厂商之间的合作情况”之“2、公司与用友网络的合作情况”之“（1）用友网络作为公司创始股东所起的作用”补充披露如下：

公司自成立以来，始终专注于协同管理软件核心技术及产品的持续创新。公司运用 J2EE、HTML5、Restful、中间件、数据库、微服务架构等软件行业普遍采用的技术框架、规范和开发语言等，开发并发展了公司的核心技术-V5 协同管理平台、 workflow 引擎、组织权限管理等核心技术，并应用于 A6、A8 和 G6 产品系列。公司拥有独立的研发团队和自主知识产权，且相关集成插件基于用友网络开放的、标准化的接口进行开发，对用友网络不存在技术依赖。同时为了保障客户产品运行和满足客户深化应用等需求配备了独立的售前、销售、实施和技术服务支持等专业技术服务团队。发行人核心技术权属清晰，不存在技术侵权或纠纷，独立向客户提供技术支持服务，在产品研发和技术支持方面不存在依赖用友网络的情形。

公司成立初期，公司为用友网络持股30%的子公司，且曾用名“北京用友致远软件技术有限公司”，在营销网络建立初期，公司借助用友网络的品牌效应，通过独立参加用友网络或行业内的机构组织的经销商大会等方式推广公司产品，独立发展公司的经销商。这对公司经销渠道的拓展起到了一定的积极作用，但用友网络与其经销商是各自独立的法律主体，系上下游关系，公司拓展经销商渠道过程中，需要与用友网络经销商和其他经销商独立进行商业谈判和签署经销协议，未对公司业务独立性产生影响。



2008年开始，随着协同管理软件市场规模的不断扩大，公司产品逐步被用户广泛认可，公司开始独自建立自己的直销渠道，在北京、上海、广州等全国各大城市建立直销网点服务机构，逐渐形成了以“直销为主，经销为辅”的营销渠道；同时用友网络品牌效应在公司产品的营销中的积极作用逐渐消失。2010年3月，公司名称更名为“北京致远协创软件有限公司”。2015年12月，用友网络转让其持有的股份给二六三、信义一德和随锐融通，其持有公司的股权比例降低至4.98%。2016年9月，公司由有限责任公司变更为股份有限公司，且更名为“北京致远互联软件股份有限公司”。2017年1月，公司引入新的投资者，用友网络的持股比例进一步降低至4.3125%。

在直销业务模式下，报告期内公司对用友网络的销售金额占收入比例均不超过2%，占比较小。在经销业务模式下，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，经销商来源不依赖用友网络，但由于协同管理软件产品与用友网络的主要产品存在集成互补关系，公司的经销商存在同时销售用友网络产品的情况，报告期内这部分经销商产生的经销收入占营业收入比例均不超过15%。

#### （七）核查程序及核查意见

**1、发行人资产、人员、财务、机构、业务独立，不存在依赖用友网络的情形，具有直接面向市场独立持续经营的能力**

##### （1）资产完整

发行人系由致远有限整体变更设立，全部资产和债权债务均由发行人依法承继，且产权清晰。公司拥有独立的经营场所、专利、计算机软件著作权以及其他资产的合法所有权或使用权，具备开展生产经营所必备的独立完整资产以及相应的采购、研发销售和管理体系，不存在依赖用友网络的情形。

##### （2）人员独立

报告期内，公司的管理团队存在对外兼职的情况，主要情形及原因如下：

姓名	在本公司任职	兼职单位	兼职职务	原因及背景
黄涌	董事、副总经理、 董事会秘书	北京慧友云商科技 有限公司	董事	发行人参股公司，作为提名并当选的董事。

姓名	在本公司任职	兼职单位	兼职职务	原因及背景
杨祉雄	董事、副总经理、 核心技术人员	北京用友企业管理 研究所有限公司	监事	未参与过用友研究所的实际经营，亦未领取过薪酬，已辞去任职并已启动办理工商变更手续。
向奇汉	副总经理	天津滨海用友软件 有限公司（已注销）	执行董事	原因是未办理工商变更，该公司已于2019年5月注销。
		用友超客网络科技 有限公司	经理	原因是未办理工商变更，截至本回复出具日，用友超客工商变更已完成，向奇汉不再担任用友超客的经理。
严洁联	财务负责人、副 总经理	深圳上银投资基金 有限公司	董事	原因是未办理工商变更。

因此，发行人建立了独立的劳动、人事、工资报酬及社会保障管理体系，独立招聘员工，与员工签订劳动合同。公司董事、监事及高级管理人员均依《公司法》、《公司章程》等规定的合法程序选举或聘任，不存在超越董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。公司总经理、副总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员均专职于公司工作并领取报酬，不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担任除董事、监事以外的其他职务或领薪的情况。公司财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

### （3）财务独立

公司设有独立的财务部门，是财务管理的日常职能部门，财务部门独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业、用友网络及关联方。

公司根据现行法律法规，结合公司实际，建立了独立完善的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对分公司、子公司的财务管理制度。

公司在银行开设了独立账户，独立支配自有资金和资产，公司独立对外签订合同，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立的纳税人进行纳税申报及履行纳税义务。

### （4）机构独立

公司依照《公司法》等有关法律法规和《公司章程》建立了以股东大会为权力机构、董事会为决策机构、监事会为监督机构、经理层为执行机构的法人治理结构。公司拥有独立于控股股东和实际控制人的经营和办公场所，所有的组织机

构均不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业混合经营、合署办公的情况，机构设置和生产经营活动不存在受控股股东及其他单位或个人干预的情形。

#### （5）业务独立

公司具有独立的业务经营体系和直接面向市场能力，公司的业务完全独立于控股股东、实际控制人和实际控制人控制的其他企业，与其不存在同业竞争或严重影响独立性或者显失公平的关联交易。公司不存在依赖用友网络的情形，具体回复详见本题之“（四）公司营销网络的建立和运营历史，是否与用友网络存在联系，如是，请充分披露并分析对公司独立性的影响”。

## 2、核查程序

保荐机构和发行人律师履行的主要核查程序如下：

（1）核查了用友网络历次募集资金使用情况的公告及其对发行人的出资情况，用友网络出具的《确认函》和公司自设立至今与用友网络的交易和资金往来情况。

（2）访谈了公司管理团队，了解其兼职的原因和背景；核查了杨祉雄和向奇汉的辞职申请，以及用友网络出具的杨祉雄和向奇汉《离职员工证明》和用友研究所和用友超客出具的《说明函》。

（3）向报告期内与公司有交易的经销商发送核查问卷并进行统计，了解与用友网络重合的经销商经销其他企业管理软件的情况，非重合的经销商经销其他企业管理软件的情况。

（4）访谈公司实际控制人了解公司营销网络的建立和运营历史，分析其与用友网络存在的联系；对公司主要经销商进行访谈，核查主要经销商工商登记信息和背景情况；了解发行人经销商管理制度，核查发行人经销收入的构成和分布情况，对相关重合经销商的收入、销售毛利率进行对比分析等。

（5）访谈公司管理层和技术人员，了解公司产品与用友、金蝶、甲骨文等企业级应用管理软件集成情况。

### 3、核查意见

经核查，保荐机构和发行人律师认为：公司资产完整，人员、财务、机构和业务独立，不存在依赖用友网络的情形，具有直接面对市场独立持续经营的能力。

## 问题 2、关于技术先进性

请发行人进一步说明：公司未取得 CMMI 最高级别认证的原因，CMMI3 级认证对发行人业务开展的具体作用；公司核心技术名称及其产品应用的对应关系，核心技术是否基于行业通用技术发展而来，如是，请充分披露，避免误导投资者。

请保荐机构对上述问题进行核查，督促发行人修改、重新组织、编排“业务与技术”章节内容，以易于投资者理解的方式，用浅白语言，平实的介绍公司业务、产品、服务、技术，并紧密结合发行人的业务特点，充分披露风险因素或作重大事项提示。

回复：

（一）公司未取得 CMMI 最高级别认证的原因，CMMI3 级认证对发行人业务开展的具体作用

### 1、CMMI 认证的基本情况

CMMI 即能力成熟度模型集成，对于软件组织在定义、实施、度量、控制和改善其软件过程的实践中各个阶段的描述。CMMI 是一种软件能力成熟度评估标准，主要用于指导软件开发过程的改进和进行软件开发能力的评估。CMMI 共有 5 个级别，代表软件团队能力成熟度的 5 个等级，数字越大，成熟度越高，高成熟度等级表示有比较强的软件综合开发能力。根据 CMMI 官网记载，CMMI 各级别综合开发能力如下：

CMMI 一级，执行级。在执行级水平上，软件组织对项目的目标与要做的努力很清晰，项目的目标可以实现。但是由于任务的完成带有很大的偶然性，软件组织无法保证在实施同类项目时仍然能够完成任务。项目实施能否成功主要取决于实施人员。

CMMI 二级，管理级。在管理级水平上，所有第一级的要求都已经达到，另外，软件组织在项目实施上能够遵守既定的计划与流程，有资源准备，权责到人，对项目相关的实施人员进行了相应的培训，对整个流程进行监测与控制，并联合

上级单位对项目与流程进行审查。二级水平的软件组织对项目有一系列管理程序，避免了软件组织完成任务的随机性，保证了软件组织实施项目的成功率。

**CMMI 三级，明确级。**在明确级水平上，所有第二级的要求都已经达到，另外，软件组织能够根据自身的特殊情况及自己的标准流程，将这套管理体系与流程予以制度化。这样，软件组织不仅能够在同类项目上成功，也可以在其他项目上成功。科学管理成为软件组织的一种文化，成为软件组织的财富。

**CMMI 四级，量化级。**在量化管理级水平上，所有第三级的要求都已经达到，另外，软件组织的项目管理实现了数字化。通过数字化技术来实现流程的稳定性，实现管理的精度，降低项目实施在质量上的波动。

**CMMI 五级，优化级。**在优化级水平上，所有第四级的要求都已经达到，另外，软件组织能够充分利用信息资料，对软件组织在项目实施的过程中可能出现的次品予以预防。能够主动地改善流程，运用新技术，实现流程的优化。

## **2、公司未取得 CMMI 最高级别认证的原因及 CMMI3 级认证对发行人业务开展的具体作用**

公司 CMMI3 体系建设开始于 2011 年 1 月，2012 年 12 月首次通过 CMMI3 的评估认定后，分别于 2016 年 2 月、2019 年 1 月，再次通过 CMMI3 级认证。CMMI3 级认证对公司规范研发管理、提升软件开发以及项目管理水平有较好的帮助。在该体系指引下，已形成一整套标准流程制度，公司不仅能够在同类的项目上成功的实施，在不同类的项目上一样能够得到成功的实施，同时形成了一支软件质量保证的专业化队伍，建立了一套管控有力的研发质量体系。

公司研发体系制度经过多年的持续迭代、发展完善，目前在 CMMI3 级基础上，已完成各业务维度项目标准基线构建，可实现软件过程全域度量，且通过致远协同协同管理软件系统，实现了项目全过程度量监管监控，确保项目进度风险可控，达到 CMMI4 级评估标准；同时有专门的 EPG 过程改进小组，持续分析软件开发过程问题，并制定专项计划持续推动改进，在项目开发过程中不断实践，持续优化，能达到 CMMI5 级同等能力水平。

CMMI 认证通常适用于海外软件外包与大型系统集成项目等业务领域，公司在日常招投标等获取业务订单的过程中，客户很少要求公司具有 CMMI3 级以上

的认证资格，公司获取的 CMMI3 级的认证能够满足公司的日常经营管理和业务发展需求，因此，公司没有再去获取更高级别 CMMI 认证。公司的主要竞争对手泛微网络、蓝凌软件等也已获得了 CMMI3 级证书。

## （二）公司核心技术名称及其产品应用的对应关系，核心技术是否基于行业通用技术发展而来

公司运用 J2EE、HTML5、Restful、中间件、数据库、微服务架构等软件行业普遍采用的技术框架、规范和开发语言等，开发并发展了公司的核心技术-V5 协同管理平台、 workflow 引擎、组织权限管理等核心技术，并应用于 A6、A8 和 G6 产品系列。公司在 2016 年推出了基于云计算技术的 PaaS 协同云平台 Formtalk，其可以与公司 V5 平台整合实现混合云部署应用。

目前国内软件行业一般都普遍采用通用、开源等技术进行产品应用研发，公司的核心技术是在行业通用技术基础上自主创新研发形成，目前已获得 12 项国家发明专利、98 项软件著作权。公司核心技术与产品应用的对应关系如下：

主要技术	技术简介	技术与产品应用的对应关系
协同技术平台 (CTP)	提供协同管理软件产品及应用的底层基础性技术与组件，支撑其它平台组件以及软件功能应用的运行、开发、扩展与集成。	CTP 是公司产品的核心技术底层平台，应用于公司 A6、A8、G6 等产品系列中。
协同应用平台 (CAP)	CAP 平台技术通过业务/应用设计器、运行器等多项自主研发技术为客户和开发者提供在公司产品上的业务与应用的个性化定制功能。	A6 产品不提供 CAP 平台技术，但可以运行 CAP 定制的业务和应用；A8、G6 产品提供 CAP 平台技术。
协同移动平台 (CMP)	提供协同管理软件的移动端技术/开发、集成与扩展框架，支持移动原生应用以及移动终端管理，提供移动端 APP M3 应用。	A6、A8、G6 产品全部采用 CMP 技术平台，并提供移动端 APP M3 应用。
协同集成平台 (CIP)	通过开放的集成接口、组件和工具，采用分层服务模式帮助客户实现公司产品与其它应用系统的集成整合。	A6 产品一般不适用 CIP，该技术平台主要应用于 A8、G6 产品中。
协同数据平台 (CDP)	CDP 是组织协同行为数据的管理平台，为企业、政府等客户提供流程绩效数据分析、组织行为绩效数据分析等应用和服务。	CDP 主要应用在 A8、G6 产品系列中。
组织权限引擎	通过对组织中人员/角色、单位/部门、职级/岗位等的定义和描述，实现组织中的权限访问控制，是协同管理软件产品中的基础核心技术。	协同软件产品核心技术；应用于公司 A6、A8、G6 产品系列中。
workflow 引擎	通过刚性+柔性流程支持组织工作和管理过程中的规范化和敏捷性，实现有序、敏捷的高效沟通与业务协作。	协同软件产品核心技术；应用于公司 A6、A8、G6 产品中。

主要技术	技术简介	技术与产品应用的对应关系
智能表单引擎	提供可视化的操作设置、流程设置、控件设置等功能，支撑快速构建业务应用场景和基于单据流程应用。	应用于公司 A6、A8、G6 产品中。
门户技术 (EIP)	通过自定义配置方式实现多种的门户展现、数据信息聚合，形成组织统一的工作管理入口和个性化的业务展现。	应用于公司 A6、A8、G6 产品系列中。
开放协同互联技术 (OCIP)	OCIP 以开放的系统接口标准体系，实现了大组织、多组织模型的统一信息数据交换，同时支持异构系统的信息交换。	主要应用于公司 G6、A8 产品中。
G6-N 自主可控技术	G6-N 实现了国产化软硬件环境适配，在国家电子公文规范、OFD 公文格式、国家涉密安全管理等方面实现了全面合规有效，提升了系统的稳定和效率。	应用于 G6 产品。
PaaS 平台技术 Formtalk	以云计算架构为基础提供包括可视化、智能化流程表单设计构建和配置工具，提供从前端数据采集到轻量级业务应用构建的云服务；支持与公司其它产品的整合应用。	Formtalk 是独立运行的 PaaS 云服务；同时可与公司 A6、A8、G6 产品进行集成应用。

(三) 督促发行人修改、重新组织、编排“业务与技术”章节内容，以易于投资者理解的方式，用浅白语言，平实的介绍公司业务、产品、服务、技术，并紧密结合发行人的业务特点，充分披露风险因素或作重大事项提示

保荐机构已督促发行人修改、重新组织、编排招股书相关章节的内容，以易于投资者理解的方式，用浅白语言，平实的介绍了公司业务、产品、服务、技术，并紧密结合了发行人的业务特点，对风险因素或作重大事项提示进行了充分披露，具体详见“第四节 风险因素”和“第六节 业务与技术”等章节。

#### (四) 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) 从 CMMI 中国官网了解 CMMI 认证的基本情况，核查了公司 CMMI 认证的相关证明文件，查阅同行业软件企业取得 CMMI 认证的情况。

(2) 访谈公司相关人员了解未取得 CMMI 最高级别认证的原因及 CMMI3 级认证对公司业务开展的具体作用。

(3) 访谈公司相关人员了解公司核心技术的情况以及其在公司产品的应用情况；查阅公司取得的专利、软件著作权等知识产权。



(4) 核查发行人业务、产品、服务、技术以及风险因素和重大事项提示等的信息披露情况。

## 2、核查意见

经核查，保荐机构认为：

(1) 发行人已说明公司未取得 CMMI 最高级别认证的原因、CMMI3 级认证对发行人业务开展的具体作用、公司核心技术名称及其产品应用的对应关系和核心技术是否基于行业通用技术发展而来，并进行了相应披露，相关说明和信息披露符合公司的实际情况。

(2) 发行人已修改、重新组织、编排招股书相关章节的内容，以易于投资者理解的方式，用浅白语言，平实的介绍了公司业务、产品、服务、技术，并紧密结合了发行人的业务特点，对风险因素或作重大事项提示进行了充分披露。

### 问题 3、关于向经销商提供担保

根据问询回复，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。

请发行人进一步说明发行人对于不向经销商提供担保或其他财务资助的声明。

请保荐机构核查并发表意见。

回复：

（一）发行人进一步说明发行人对于不向经销商提供担保或其他财务资助的声明。

发行人第一届董事会第十六次会议审议通过《关于不向经销商提供担保或其他财务资助的议案》，一致同意“公司于未来 36 个月内不为经销商借款提供担保或以其他方式提供财务资助”。公司出具了《关于不向经销商提供担保或其他财务资助的声明》，具体内容如下：

“截至本声明签署之日，本公司不存在为经销商借款提供担保或以其他方式提供财务资助的情形；自本声明签署之日起，至本公司上市后 36 个月内，本公司没有为经销商借款提供担保或以其他方式提供财务资助的计划。

本声明自加盖本公司公章之日起生效。”

（二）核查程序及核查意见

#### 1、核查程序

保荐机构核查了公司审议通过的董事会议案和出具的《关于不向经销商提供担保或其他财务资助的声明》。

#### 2、核查意见

保荐机构认为：发行人已出具了《关于不向经销商提供担保或其他财务资助的声明》，相关声明符合公司章程、相关法律法规的规定。

## 问题 4、关于收入核查抽样方法

报告期内发行人客户数量较多，请保荐机构、申报会计师进一步说明：（1）不同核查方式下选取核查样本的方法、是否符合其内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准、访谈和函证比例较低的原因；（2）出具审计意见和进行问询回复期间分别履行的核查程序，实地走访是否取得加盖发行人客户的访谈记录、补充提交电话访谈形成的底稿模板，函证回函是否存在困难，说明对经销商对应的终端客户的核查情况。

回复：

### （一）收入核查方法的整体情况

公司的主营业务收入包括直销收入和经销收入，公司业务以直销模式为主，经销模式为辅。报告期内，直销收入分别为 28,961.64 万元、34,144.41 万元、43,020.84 万元和 18,275.52 万元，经销收入分别为 8,486.22 万元、12,498.90 万元、14,679.14 万元和 6,758.62 万元。报告期内，发行人产生收入的客户数量较多，地域分布较分散，单一客户/项目收入金额较小。

报告期内直销收入及直销客户数量的区域分布情况如下：

区域分布	2019 年 1-6 月		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	收入 (万元)	数量
东北	611.37	101	1,515.40	138	1,665.54	134	1,172.91	104
华北	5,239.27	824	11,704.13	1110	9,772.96	1028	9,901.78	902
华东	4,749.28	660	9,362.92	904	7,588.32	743	6,654.02	629
华南	2,121.28	431	7,513.59	641	5,390.14	458	4,499.31	338
华中	1,646.68	163	2,649.89	227	1,580.42	164	1,288.11	128
西部	3,907.64	507	10,274.89	749	8,147.03	626	5,445.51	451
合计	<b>18,275.52</b>	<b>2,686</b>	<b>43,020.84</b>	<b>3,769</b>	<b>34,144.41</b>	<b>3,153</b>	<b>28,961.64</b>	<b>2,552</b>

报告期内直销收入按照单一项目收入金额分层情况如下：

单位：万元

收入分类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
300万元以上	339.62	1,028.24	-	323.88
100-300万元	1,878.25	3,198.21	2,912.54	1,994.11

收入分类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
50-100万元	2,104.81	6,074.83	4,514.73	3,304.98
30-50万元	3,221.19	6,662.05	5,127.13	4,728.61
10-30万元	5,649.47	16,240.37	13,595.78	11,598.51
10万元以下	5,082.17	9,817.14	7,994.23	7,011.55
<b>合计</b>	<b>18,275.52</b>	<b>43,020.84</b>	<b>34,144.41</b>	<b>28,961.64</b>

报告期经销收入及经销商数量的区域分布如下：

区域分布	2019年1-6月		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	收入 (万元)	数量
东北	454.02	48	1,036.08	46	779.74	44	542.05	33
华北	1,164.61	94	3,092.89	115	2,328.48	113	2,057.63	114
华东	2,255.54	152	4,636.20	170	4,017.02	191	2,388.67	159
华南	968.77	53	1,638.76	64	1,579.24	71	1,043.05	46
华中	498.32	46	1,252.13	49	1,004.91	54	632.19	43
西部	1,417.36	92	3,023.09	105	2,789.51	126	1,822.63	117
<b>合计</b>	<b>6,758.62</b>	<b>485</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>

报告期内经销收入按照经销商收入金额分层情况如下：

单位：万元

收入分类	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
300万元以上	-	353.77	333.38	-
100-300万元	465.96	2,746.74	2,384.11	1,421.20
50-100万元	1,640.76	4,307.97	3,389.28	2,093.64
30-50万元	1,259.24	2,792.57	1,978.78	1,504.07
10-30万元	2,383.03	3,463.65	3,285.40	2,179.98
10万元以下	1,009.63	1,014.45	1,127.96	1,287.33
<b>合计</b>	<b>6,758.62</b>	<b>14,679.14</b>	<b>12,498.90</b>	<b>8,486.22</b>

保荐机构和申报会计师结合发行人的销售模式、业务类型，了解、评价和测试与收入相关的内部控制的设计和运行有效性，对营业收入的变动、主要客户和经销商情况、毛利率等多个维度信息执行分析性复核程序和资金往来等专项核查，判断收入变动的合理性。根据直销和经销收入的业务模式和收入确认方式，采取对主要直销客户、经销商进行函证、检查收入确认相关的支持性文件（包括销售合同、订单、生产记录、产品签收单、验收报告及收款单据等），并对主要

直销客户、经销商和终端客户进行访谈，获取终端客户软件激活记录和远程技术支持记录等方式对收入进行实质性核查，通过多种维度的核查手段相互印证来验证收入确认的真实性、准确性和完整性。

### 1、与收入有关的内部控制

不同收入类别和销售模式的下具体收入确认时点及收入确认依据情况如下：

收入类别	销售模式	收入确认条件及时点	收入确认依据	收入核查取得资料
协同管理软件产品	直销	公司根据与客户签署的合同或产品订单，授予客户使用许可，对于无需实施开发服务的产品在送达约定地点，客户完成到货签收后，产品所有权上的主要风险报酬转移，并同时满足销售商品收入确认一般原则时确认收入；对于需实施开发服务的产品在按照合同约定完成交付并经客户验收时确认收入。 公司通常不单独销售第三方软、硬件产品，该等收入和与之相关的自主开发软件产品的销售收入同时确认。	直销合同、客户签收单、验收报告或客开报告。	公司与客户签订的合同、产品签收或验收单据、发货记录、收款凭证等
	经销	公司在收到订单后，通过经销商授予最终客户使用许可，因无需公司实施开发服务，产品到达约定地点，经销商完成到货签收后，产品所有权上的主要风险报酬转移，并同时满足销售商品收入确认一般原则时确认收入。 公司通常不单独销售第三方软、硬件产品，该等收入和与之相关的自主开发软件产品的销售收入同时确认。	经销商合同、订单、经销商签收单据。	公司与经销商签订的合同、订单、产品签收单据、收款凭证；经销商与终端用户的合同或订单。
技术服务	直销、经销	年度维护服务收入属于按期提供的技术服务，公司在按照合同约定内容提供了服务，按合同规定的服务期内按期确认收入；驻场服务等其他技术服务收入在按照合同约定内容提供了服务并取得结算单据时确认收入。	合同/订单中关于金额、服务期间的约定、结算单据/收款记录。	公司与客户签订的合同、结算单据、收款凭证。

保荐机构和申报会计师了解了公司的内控制度、对于关键控制点及内控制度执行情况进行了穿行测试。保荐机构和申报会计师对内部控制运行有效性执行了控制测试，重点核查了销售合同、验收报告、收款凭证相关内控制度、经销商准入和维护、订单和发货等管理制度。同时，申报会计师出具了《内部控制鉴证报告》。

经核查，保荐机构和申报会计师认为公司与收入相关的内部控制的设计有效，并且控制运行有效，能够保证公司收入的真实、准确、完整。

## 2、分析性复核程序

保荐机构和申报会计师已对发行人报告期内的收入变动、主要客户和经销商情况、毛利率等进行了多维度的分析性复核，主要包括以下程序：

### (1) 收入、成本及毛利率变动分析性复核

A.获取营业收入及成本明细表，获取经销最终客户订单明细表，对不同销售模式、经营模式、产品类型的收入、成本构成及毛利率变动情况执行分析性复核程序，并复核收入分类数据是否准确，检查收入确认是否正确、成本结转是否完整；

B.获取报告期内直销客户、经销商地域分布情况表，对不同区域经销商的收入和数量执行分析性复核程序；

C.结合报告期内销售政策，分析发行人客户种类、销售模式以及预收、应收往来情况，核查发行人报告期内信用政策、结算方式；核查发行人主要客户的收入、收款情况、经济业务性质和内容，分析了解应收账款的可回收性；

D对收入、成本波动情况进行分析性复核；

E获取技术服务业务收入的明细，核对财务账面确认收入的时点、期间和金额是否准确；

F.获取报告期内退货明细，对退货情况的合理性进行分析性复核；

G.针对收入、成本及毛利率等财务数据与可比公司的比较情况执行分析性复核程序。

### (2) 收入与其他财务及非财务指标匹配情况分析

A.针对报告期内客户数量、合同数量、最终客户订单、在执行合同/订单、平均合同收入/成本等影响收入的非财务指标变动情况与相关财务数据匹配情况执行分析性复核程序；

B.针对报告期内员工薪酬构成及人员数量、岗位职责、人均创收等情况与收入、成本变动匹配情况执行分析性复核程序；

C.了解报告期内软件产品增值税退税的备案及相关政策情况，针对软件产品增值税退税计算情况进行复核，针对报告期内应税软件销售收入等与软件产品增

值税退税收入的匹配情况执行分析性复核程序。

### 3、专项核查

#### (1) 资金往来核查

##### A. 与客户和经销商资金往来

报告期内，发行人来自直销客户和经销商的销售收入均为银行转账收款，对于向直销客户和经销商销售情况，保荐机构和申报会计师查阅了发行人与直销客户和经销商签订的销售合同和订单，并关注销售合同和订单的付款条款；核查了发行人与直销客户和经销商的资金往来明细，并核查了相关银行流水是否存在异常情况，经核查，保荐机构和申报会计师未发现异常交易事项。

##### B. 与实际控制人及董监高资金往来

保荐机构和申报会计师核查了发行人实际控制人和董监高（不包含外部董事和独立董事）个人资金账户的往来情况，对发行人实际控制人和董监高报告期内取得的分红、薪金和其他大额收支等进行了重点核查，并取得了相关的银行对账单和相关凭证。经核查，保荐机构和申报会计师未发现异常交易事项。发行人实际控制人及其董监高（不包含外部董事和独立董事）不存在将资金用于发行人承担成本费用或进行自我交易的情形。

#### (2) 销售模式专项分析

针对发行人与可比竞争对手在销售渠道的差异情况，查阅同行业上市公司及可比竞争对手的公司招股书、年报及其他公开信息，核查发行人经销模式收入确认方式与同行业上市公司是否存在重大差异；结合行业、客户、产品特点等因素，针对报告期内公司直销模式与经销模式的平均合同金额、毛利率等变动情况进行分析性复核；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）、直接或间接股东在公司经销商处持有股份、担任董监高或其他任职情况。

### 4、各类型收入所涉及的实质性核查程序及方法概况如下：

销售模式	核查对象	核查和抽样方法	细节性测试	实地走访或电话访谈	函证
直销	直销客户	核查方法	获取并检查合同、产品签收单、验收报告、收款凭证、技术服务分期测算等。	实地走访：客户办公场所访谈，核实被访谈人员的身份，访谈记录经被访谈对象签字确认； 电话访谈：客户是否购买和使用公司的产品以及购买和上线的时间等，留存访谈录音记录。	保荐机构和申报会计师亲自制作、邮寄、收取函证，函证内容包含报告期各期对该客户全部收入项目的合同金额、项目验收情况、开票及收款金额等信息。
		抽样方法	选样覆盖前十大直销客户，非前十大直销客户采取非统计抽样方法选取样本。	选样覆盖前十大直销客户，非前十大直销客户采取非统计抽样方法选取样本进行实地走访或电话访谈。	选样覆盖前十大直销客户，非前十大直销客户采取非统计抽样方法选取样本。
经销	经销商	核查方法	核查经销商协议、产品订单和签收单、收款凭证等。	实地走访：经销商办公场所访谈，核实被访谈人员的身份，访谈记录经被访谈对象签字确认； 电话访谈：与经销商的签约和交易情况，留存访谈录音记录。	保荐机构和申报会计师亲自制作、邮寄、收取函证，函证内容包含报告期各期对该经销商收入确认金额、付款金额、往来余额等信息。
		抽样方法	选样覆盖前十大经销商，非前十大经销商采取非统计抽样方法选取样本。	选取前十大经销商全部实地走访，非前十大经销商采取非统计抽样方法选取样本进行实地走访或电话访谈。	选样覆盖前十大经销商，非前十大经销商采取非统计抽样方法选取样本。
	最终客户	核查方法	核查最终客户产品激活记录、远程技术支持记录等。	实地走访：最终客户办公场所访谈，核实被访谈人员的身份，访谈记录经被访谈对象签字确认； 电话访谈：核实最终客户与经销商之间的交易情况等，留存访谈录音记录。	不适用。
		抽样方法	采取非统计抽样方法对全部经销商的最终客户订单进行抽样。	实地走访：选样覆盖前十大经销商的最终客户，非前十大经销商的最终客户采用非统计抽样方法选取； 电话访谈：采取非统计抽样方法对全部经销商的最终客户订单进行抽样。	不适用。



(二) 不同核查方式下选取核查样本的方法、是否符合其内核规定或行业通用的抽样要求, 核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准、访谈和函证比例较低的原因

### 1、直销模式下收入的核查

#### (1) 细节性测试

抽样方法: 首先选取报告期各期前十大直销客户(按照集团合并口径计算)所涉及的全部项目作为测试样本, 其次对非前十大直销客户的项目采取非统计抽样的方法按照一定比例对各类收入项目选取样本进行细节测试。

核查方法: 获取并检查合同、产品签收单、验收报告、收款凭证、技术服务分期测算等, 核对验收内容是否与合同一致、验收时间、收入确认的金额和时点是否准确等, 并执行截止性测试程序。

#### (2) 实地走访或电话访谈

##### A. 抽样方法

实地走访: 首先选样覆盖报告期各期前十大直销客户(按照集团合并口径计算)作为走访样本, 其次对非前十大直销客户结合合同金额、客户性质等采取非统计抽样的方法按照一定比例选取样本进行实地走访。

电话访谈: 按照重要性原则, 结合合同金额大小等因素采取分层非统计抽样的方法选样进行电话访谈。

##### B. 具体核查方法

实地走访: 保荐机构和申报会计师在在直销客户的办公场所对直销客户的主要经办人员进行了访谈。首先, 核实被访谈人员的身份; 其次, 根据访谈提纲将问题逐一访谈, 访谈内容包括了解直销客户与发行人的合作历史、交易内容、报告期内交易金额、资金往来和关联关系情况, 了解经销商与发行人采购软件产品及服务的质量情况等; 最后, 请被访谈人员签字确认访谈记录内容的准确性与完整性。

除通过实地走访直销客户，访谈直销客户主要经办人员外，保荐机构和申报会计师还通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网络渠道对公司与主要直销客户之间是否存在关联关系进行核查。

电话访谈：保荐机构和申报会计师设计访谈问卷话术并选取样本。首先，接通电话后核实受访人员身份；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括客户是否购买和使用公司的产品以及购买和上线的时间等。电话访谈过程均已录音方式予以记录，由于电话访谈以线上方式进行，故访谈内容未经过客户盖章确认。

### (3) 函证

抽样方法：根据收入金额及期末应收余额，结合重要性原则，首先选取覆盖报告期各期前十大直销客户（按照集团合并口径汇总）作为函证样本，其次非前十大直销客户采取非统计抽样方法按照一定比例选取样本进行函证。

核查方法：保荐机构和申报会计师亲自制作、邮寄、收取函证，同时在邮寄前与网上公开信息核对收件人地址。函证内容包含报告期各期对该客户全部收入项目的合同金额、项目验收情况、开票及收款金额等信息。对未回函部分执行替代测试程序，通过检查销售合同、验收报告、收款凭证及期后回款等方式来验证收入、往来款项的真实性、准确性。

### (4) 上述核查手段所核查的具体情况

保荐机构核查具体情况：

#### A. 核查数量

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
细节性测试核查数量	312	1,200	960	623
实地走访核查数量	69	89	81	66
电话访谈核查数量	626	798	611	397
直销客户发函数量	134	359	240	139
直销客户回函数量	99	222	142	84
<b>去重后累计核查数量</b>	<b>843</b>	<b>1,570</b>	<b>1,215</b>	<b>821</b>
当期产生收入的直销客户数量	2,686	3,769	3,153	2,552

#### B. 核查金额

2019年1-6月：

单位：万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	339.62	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%	100.00%
100-300万元	1,878.25	100.00%	62.35%	49.46%	91.91%	100.00%
50-100万元	2,104.81	100.00%	17.15%	66.17%	62.22%	100.00%
30-50万元	3,221.19	98.46%	14.13%	71.48%	57.03%	100.00%
10-30万元	5,649.47	64.07%	7.78%	39.09%	10.81%	80.06%
10万元以下	5,082.17	2.62%	2.57%	28.95%	3.28%	33.78%
<b>合计</b>	<b>18,275.52</b>	<b>61.54%</b>	<b>15.85%</b>	<b>45.44%</b>	<b>32.78%</b>	<b>75.42%</b>

2018年度：

单位：万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	1,028.24	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%	100.00%
100-300万元	3,198.21	100.00%	37.77%	22.95%	69.65%	100.00%
50-100万元	6,074.83	89.12%	16.09%	51.56%	49.48%	96.68%
30-50万元	6,662.05	91.94%	8.26%	57.80%	35.10%	97.56%
10-30万元	16,240.37	90.39%	5.70%	49.58%	9.86%	96.13%
10万元以下	9,817.14	19.37%	3.47%	20.57%	6.38%	41.37%
<b>合计</b>	<b>43,020.84</b>	<b>75.19%</b>	<b>11.69%</b>	<b>41.35%</b>	<b>25.17%</b>	<b>84.31%</b>

2017年度：

单位：万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	-	-	-	-	-	-
100-300万元	2,912.54	71.34%	56.80%	24.55%	59.75%	100.00%
50-100万元	4,514.73	85.24%	19.75%	63.52%	42.08%	95.79%
30-50万元	5,127.13	80.23%	8.84%	57.93%	27.08%	95.61%
10-30万元	13,595.78	88.69%	6.21%	48.13%	7.88%	94.55%
10万元以下	7,994.23	10.42%	2.91%	14.56%	4.05%	26.84%
<b>合计</b>	<b>34,144.41</b>	<b>67.16%</b>	<b>11.94%</b>	<b>41.77%</b>	<b>18.81%</b>	<b>79.49%</b>

2016 年度：

单位：万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	323.88	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%	100.00%
100-300 万元	1,994.11	86.79%	62.84%	6.91%	43.90%	86.79%
50-100 万元	3,304.98	72.69%	24.56%	43.01%	20.27%	89.92%
30-50 万元	4,728.61	68.57%	11.11%	55.20%	15.01%	86.17%
10-30 万元	11,598.51	73.58%	5.77%	43.50%	5.46%	86.82%
10 万元以下	7,011.55	5.61%	3.93%	8.78%	5.02%	18.71%
<b>合计</b>	<b>28,961.64</b>	<b>57.41%</b>	<b>13.33%</b>	<b>33.94%</b>	<b>12.31%</b>	<b>70.72%</b>

申报会计师核查具体情况：

## A. 核查数量

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
细节性测试核查数量	312	1200	960	623
实地走访核查数量	69	89	81	66
电话访谈核查数量	626	798	611	397
直销客户发函数量	134	397	250	175
直销客户回函数量	115	272	178	80
<b>去重后累计核查数量</b>	<b>853</b>	<b>1591</b>	<b>1224</b>	<b>818</b>
当期产生收入的直销客户数量	2686	3769	3153	2552

## B. 核查金额

2019 年 1-6 月：

单位：万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	339.62	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%	100.00%
100-300 万元	1,878.25	100.00%	62.35%	49.46%	86.09%	100.00%
50-100 万元	2,104.81	100.00%	17.15%	66.17%	67.69%	100.00%
30-50 万元	3,221.19	98.46%	14.13%	71.48%	58.45%	100.00%
10-30 万元	5,649.47	64.07%	7.78%	39.09%	11.93%	80.06%
10 万元以下	5,082.17	2.62%	2.57%	28.95%	4.05%	34.36%
<b>合计</b>	<b>18,275.52</b>	<b>61.54%</b>	<b>15.85%</b>	<b>45.44%</b>	<b>33.62%</b>	<b>75.58%</b>

2018年:

单位: 万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	1,028.24	100.00%	100.00%	0.00%	70.20%	100.00%
100-300万元	3,198.21	100.00%	37.77%	22.95%	68.53%	100.00%
50-100万元	6,074.83	89.12%	16.09%	51.56%	62.13%	97.73%
30-50万元	6,662.05	91.94%	8.26%	57.80%	37.23%	98.06%
10-30万元	16,240.37	90.39%	5.70%	49.58%	12.43%	96.86%
10万元以下	9,817.14	19.37%	3.47%	20.57%	7.20%	41.85%
<b>合计</b>	<b>43,020.84</b>	<b>75.19%</b>	<b>11.69%</b>	<b>41.35%</b>	<b>27.65%</b>	<b>84.93%</b>

2017年:

单位: 万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	-	-	-	-	-	-
100-300万元	2,912.54	71.34%	56.80%	24.55%	70.31%	100.00%
50-100万元	4,514.73	85.24%	19.75%	63.52%	42.98%	95.79%
30-50万元	5,127.13	80.23%	8.84%	57.93%	32.42%	96.27%
10-30万元	13,595.78	88.69%	6.21%	48.13%	10.46%	94.49%
10万元以下	7,994.23	10.42%	2.91%	14.56%	4.90%	27.24%
<b>合计</b>	<b>34,144.41</b>	<b>67.16%</b>	<b>11.94%</b>	<b>41.77%</b>	<b>21.86%</b>	<b>79.65%</b>

2016年:

单位: 万元

收入分层	直销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	323.88	100.00%	100.00%	0.00%	100.00%	100.00%
100-300万元	1,994.11	86.79%	62.84%	6.91%	27.55%	81.30%
50-100万元	3,304.98	72.69%	24.56%	43.01%	13.91%	90.19%
30-50万元	4,728.61	68.57%	11.11%	55.20%	8.28%	85.52%
10-30万元	11,598.51	73.58%	5.77%	43.50%	6.87%	86.49%
10万元以下	7,011.55	5.61%	3.93%	8.78%	6.36%	22.46%
<b>合计</b>	<b>28,961.64</b>	<b>57.41%</b>	<b>13.33%</b>	<b>33.94%</b>	<b>10.24%</b>	<b>71.04%</b>

## 2、经销模式下收入的核查

### (1) 细节性测试

抽样方法：首先选样覆盖报告期各期前十大经销商所涉及的订单作为测试样本，其次非前十大经销商所涉及的订单采取非统计抽样的方法按照一定比例选取样本进行细节性测试。

核查方法：核查经销商与公司签订的协议、经销商产品订单、产品签收单、收款凭证等，并执行截止性测试程序。

### (2) 对经销商进行实地走访和电话访谈

#### A. 抽样方法

实地访谈：首先选取报告期各期前十大经销商作为走访样本，其次对非前十大经销商采取非统计抽样的方法按照一定比例选取样本进行实地走访。

电话访谈：采取非统计抽样的方法按照一定比例选取经销商进行电话访谈。

#### B. 具体核查方法

实地访谈：保荐机构和申报会计师在经销商的办公场所对经销商主要经办人员进行了访谈。首先，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，了解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。

除通过实地走访经销商，访谈经销商主要经办人员、取得非关联经销商出具的不存在关联关系的声明外，保荐机构和申报会计师还通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网络渠道对公司与主要经销商是否存在关联关系进行核查。经查询，除申云科技外，发行人与主要经销商之间不存在关联关系。

电话访谈：保荐机构和申报会计师设计访谈问卷话术并选取样本。首先，接通电话后核实受访人员身份；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。电话访谈过程均已录音方式予以记录，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。

### (3) 函证

抽样方法：结合经销商收入金额及期末往来余额，根据重要性原则，首先选取报告期各期前十大经销商全部函证，其次对非前十大经销商采取非统计抽样方法按照一定比例选取样本进行函证。

核查方法：保荐机构和申报会计师亲自制作、邮寄、收取函证，同时在邮寄前与网上公开信息核对收件人地址。函证内容包含报告期各期对经销商的出货金额、经销商付款金额及期末往来余额。对未回函部分执行替代测试程序，检查经销协议、产品订单、产品签收单、银行收款凭证等来验证收入和往来款项的准确性。

### (4) 上述核查方法的核查数量及核查比例

保荐机构核查具体情况：

#### A. 核查数量

项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
细节性测试核查数量	132	125	106	73
实地走访核查数量	56	59	60	47
电话访谈核查数量	116	126	114	91
经销商发函数量	92	199	166	122
经销商回函数量	89	161	135	95
<b>去重后累计核查数量</b>	<b>225</b>	<b>232</b>	<b>211</b>	<b>164</b>
当期产生收入的经销商数量	485	549	599	512

#### B. 核查金额

2019年1-6月：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300万元以上	-	-	-	-	-	-
100-300万元	465.96	79.80%	100.00%	77.39%	100.00%	100.00%

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
50-100 万元	1,640.76	71.87%	68.16%	38.39%	87.99%	93.53%
30-50 万元	1,259.24	70.56%	41.87%	45.10%	74.64%	96.86%
10-30 万元	2,383.03	47.08%	12.03%	29.84%	15.40%	68.38%
10 万元以下	1,009.63	0.00%	3.85%	18.89%	11.07%	29.18%
<b>合计</b>	<b>6,758.62</b>	<b>52.69%</b>	<b>36.06%</b>	<b>36.40%</b>	<b>49.25%</b>	<b>76.12%</b>

2018 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	353.77	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
100-300 万元	2,746.74	100.00%	86.14%	49.99%	86.09%	100.00%
50-100 万元	4,307.97	94.89%	37.13%	59.09%	71.04%	98.17%
30-50 万元	2,792.57	61.44%	10.36%	53.25%	56.40%	86.08%
10-30 万元	3,463.65	1.02%	3.77%	19.56%	23.35%	37.67%
10 万元以下	1,014.45	0.89%	1.03%	5.45%	6.85%	10.32%
<b>合计</b>	<b>14,679.14</b>	<b>60.96%</b>	<b>32.36%</b>	<b>44.23%</b>	<b>56.08%</b>	<b>75.19%</b>

2017 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	333.38	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
100-300 万元	2,384.11	100.00%	94.66%	27.32%	72.13%	100.00%
50-100 万元	3,389.28	96.214%	53.06%	54.63%	66.70%	98.37%
30-50 万元	1,978.78	73.16%	19.75%	60.10%	44.44%	93.35%
10-30 万元	3,285.40	0.00%	5.03%	25.27%	29.16%	43.40%
10 万元以下	1,127.96	0.00%	0.12%	3.69%	7.17%	8.63%
<b>合计</b>	<b>12,498.90</b>	<b>59.41%</b>	<b>39.57%</b>	<b>39.18%</b>	<b>49.86%</b>	<b>75.38%</b>

2016 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	-	-	-	-	-	-
100-300 万元	1,421.20	91.09%	91.09%	35.39%	65.54%	91.09%



收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
50-100 万元	2,093.64	86.76%	42.81%	49.07%	53.51%	93.80%
30-50 万元	1,504.07	83.64%	18.82%	43.80%	48.92%	91.21%
10-30 万元	2,179.98	0.00%	8.62%	32.83%	27.50%	45.61%
10 万元以下	1,287.33	0.00%	2.46%	8.57%	8.14%	14.69%
<b>合计</b>	<b>8,486.22</b>	<b>51.49%</b>	<b>31.74%</b>	<b>35.53%</b>	<b>41.15%</b>	<b>68.51%</b>

申报会计师核查具体情况：

#### A. 核查数量

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
细节性测试核查数量	132	125	106	73
实地走访核查数量	56	59	60	47
电话访谈核查数量	116	126	114	91
经销商发函数量	95	207	179	129
经销商回函数量	89	168	150	108
<b>去重后累计核查数量</b>	<b>226</b>	<b>230</b>	<b>214</b>	<b>167</b>
当期产生收入的经销商数量	485	549	599	512

#### B. 核查金额

2019 年 1-6 月：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	-	-	-	-	-	-
100-300 万元	465.96	79.80%	100.00%	77.39%	100.00%	100.00%
50-100 万元	1,640.76	71.87%	68.16%	38.39%	91.25%	100.00%
30-50 万元	1,259.24	70.56%	41.87%	45.10%	71.88%	99.08%
10-30 万元	2,383.03	47.083%	12.03%	29.84%	15.52%	68.99%
10 万元以下	1,009.63	0.00%	3.85%	18.89%	11.14%	28.32%
<b>合计</b>	<b>6,758.62</b>	<b>52.69%</b>	<b>36.06%</b>	<b>36.40%</b>	<b>49.58%</b>	<b>78.19%</b>

2018 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	353.77	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
100-300 万元	2,746.74	100.00%	86.14%	49.99%	94.50%	100.00%
50-100 万元	4,307.97	94.89%	37.13%	59.09%	80.91%	98.82%
30-50 万元	2,792.57	61.44%	10.36%	53.25%	56.28%	86.35%
10-30 万元	3,463.65	1.02%	3.77%	19.56%	22.57%	35.98%
10 万元以下	1,014.45	0.89%	1.03%	5.45%	7.76%	9.36%
<b>合计</b>	<b>14,679.14</b>	<b>60.96%</b>	<b>32.36%</b>	<b>44.23%</b>	<b>60.40%</b>	<b>75.69%</b>

2017 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上	333.38	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
100-300 万元	2,384.11	100.00%	94.66%	27.32%	85.09%	100.00%
50-100 万元	3,389.28	96.21%	53.06%	54.63%	68.90%	98.37%
30-50 万元	1,978.78	73.16%	19.75%	60.10%	53.66%	95.00%
10-30 万元	3,285.40	0.00%	5.03%	25.27%	33.11%	44.43%
10 万元以下	1,127.96	0.00%	0.12%	3.69%	7.66%	9.00%
<b>合计</b>	<b>12,498.90</b>	<b>59.41%</b>	<b>39.57%</b>	<b>39.18%</b>	<b>55.47%</b>	<b>75.95%</b>

2016 年度：

单位：万元

收入分层	经销收入	细节性测试	实地走访	电话访谈	回函情况	去重后核查
300 万元以上						
100-300 万元	1,421.20	91.09%	91.09%	35.39%	71.00%	91.09%
50-100 万元	2,093.64	86.76%	42.81%	49.07%	54.32%	93.80%
30-50 万元	1,504.07	83.64%	18.82%	43.80%	51.69%	88.77%
10-30 万元	2,179.98	0.00%	8.62%	32.83%	31.38%	45.61%
10 万元以下	1,287.33	0.00%	2.46%	8.57%	10.32%	15.65%
<b>合计</b>	<b>8,486.22</b>	<b>51.49%</b>	<b>31.74%</b>	<b>35.53%</b>	<b>44.08%</b>	<b>68.22%</b>

### 3、经销模式下最终客户的核查

#### (1) 经销模式的特征

在经销模式下，公司向经销商销售的协同管理软件产品为标准化软件产品，产品的实施交付、二次开发及运维服务通常由经销商向最终用户提供，因此发行

人的经销模式为买断式销售。公司产品在经销商签收后即已完成了所有权上的主要风险报酬转移，因此公司无需掌握经销模式下对最终客户的销售实现情况，与传统的工业品和消费品不同，不同用户对公司软件产品的功能模块、并发数或注册数等要求是不同的，经销商需了解最终客户的需求并达成意向或签订协议后才向公司下订单，订单中会体现具体的功能模块、并发数或注册数的具体内容以及最终客户的基本信息，最终用户在使用公司产品前需要进行软件产品激活，因此，公司能够掌握经销模式下最终客户的基本信息、购买情况、产品激活、远程技术支持记录情况等以了解最终客户的使用情况，具体方式如下：

A.最终客户购买信息：公司为有效的管理和支持经销商销售、更好的服务客户，所有经销商在销售过程中，其最终客户信息档案均需在公司进行登记备案，并由公司进行统一管理。根据经销协议和相关经销商管理制度，经销商在与最终客户达成购买意向或签订合同时，向公司发起订单，订单中的需要报备最终客户信息等内容。

B.产品激活记录：公司在收到产品订单后，根据订单内容生成产品并发货给经销商，通过经销商授予最终客户使用许可并激活产品，公司保留产品激活记录（包括激活时间、激活 MAC 地址等信息），除运维服务等无需激活的订单之外，公司能够通过授予最终客户使用许可的激活情况掌握最终客户的使用情况。

C.远程技术支持记录：为了充分保障客户协同管理软件系统的正常、稳定、高效运行，公司提供自助服务网站、微信服务平台等自助服务和 400 热线支持的远程服务，除上述基础服务之外，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。最终客户在购买公司产品后通常由经销商提供产品的实施交付、二次开发及运维服务等后续服务，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，最终客户也可以通过经销商购买公司增值运维服务。

公司的客服业务系统等平台具备接听、录音、监控等功能，如最终客户使用了公司的远程服务，可通过查看 400 热线电话记录等远程技术支持记录了解最终客户的产品使用和运维服务情况，进而核查经销收入的真实性。

## （2）抽样方法

激活记录、远程技术支持记录：根据重要性原则，采取非统计抽样方法按照一定比例对全部经销商的最终客户订单进行样本选取。

实地访谈：首先选样覆盖前十大经销商的最终客户，其次对非前十大经销商的最终客户采取非统计抽样方法选取样本进行实地走访。

电话访谈：对全部经销商的最终客户订单采取非统计抽样方法按照一定比例选取样本进行电话访谈。

### （3）具体核查方法：

产品激活记录：获取报告期内最终客户的激活记录，核对激活时间、激活MAC地址等信息与经销商收入确认情况是否匹配。

远程技术支持记录：获取报告期内公司的远程技术支持记录，如最终客户使用了公司的远程服务，检查最终客户的产品使用情况和运维服务情况进而验证最终客户的使用情况与与经销商收入确认情况是否匹配；

实地访谈：保荐机构和申报会计师在最终客户的办公场所对最终客户的主要经办人员进行了访谈。首先，核实被访谈人员的身份；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括了解最终客户购买公司产品情况、资金往来和关联关系情况，了解最终客户使用软件产品及服务的质量情况等；最后，请被访谈人员签字确认访谈记录内容的准确性与完整性。

除通过实地走访最终客户，访谈最终客户主要经办人员外，保荐机构和申报会计师还通过国家企业信用信息公示系统、天眼查等网络渠道对公司与已走访的最终客户是否存在关联关系进行核查。

电话访谈：保荐机构和申报会计师设计访谈问卷话术并选取样本。首先，接通电话后核实受访人员身份；其次，根据访谈提纲将问题逐一访谈，访谈内容包括最终客户是否通过相关经销商购买和使用公司的产品等。电话访谈过程均已录音方式予以记录，由于电话访谈以线上方式进行，故访谈内容未经过经销商最终客户盖章确认。

保荐机构和申报会计师对最终客户的具体核查比例如下：

项目	2019年1-6月		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	金额 (万元)	比例
核查最终客户 激活情况	5,321.92	78.74%	12,386.02	84.38%	10,431.90	83.46%	6,776.88	79.86%
核查最终客户 远程技术支持 记录情况	3,340.72	49.43%	9,524.83	64.89%	10,939.43	87.52%	7,248.55	85.42%
实地走访核查 情况	305.27	4.52%	409.50	2.79%	639.54	5.12%	116.75	1.38%
电话访谈核查 情况	1,509.37	22.33%	3,379.26	23.02%	5,076.51	40.62%	2,702.21	31.84%
<b>去重后核查 情况</b>	<b>6,026.91</b>	<b>89.17%</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>

#### 4、核查方法是否符合其内核规定或行业通用的抽样要求，核查收入金额和范围是否满足确定的重要性测试标准

根据《中国注册会计师审计准则 1301 号——审计证据》第十四条和《中国注册会计师审计准则 1314 号——审计抽样》第十五条及应用指南的相关规定，在设计控制测试和细节测试时，选取测试项目的方法包括：选取全部项目、选取特定项目、审计抽样和一种或几种方法的组合。在运用审计抽样时，可以使用非统计抽样方法，也可以使用统计抽样方法，应当根据具体情况并运用职业判断进行确定，以最有效率地获取审计证据。

结合公司客户数量多且分布区域广、单一项目合同金额较小的实际情况，根据对公司了解、评估的重大错报风险以及所测试总体的特征等，首先，选取特定项目样本进行全部测试；其次，采用非统计抽样的方法按照一定比例选取各种核查方式的样本，符合保荐机构和申报会计师内核规定和行业通用的抽样要求。

因发行人报告期内客户较多，区域分布广泛，集中度较低，各种核查方式在选取样本的方法和确定核查收入金额与范围时综合考虑了发行人所在行业特点、经营模式、产品与业务类型、收入风险程度、内部控制、样本分布情况等因素，并结合各种核查方式的特点和局限性等进行相互验证，报告期各期保荐机构和申报会计师对主营业务收入的合计核查比例均在 70% 以上，核查收入金额和范围满足确定的重要性测试标准。

## 5、访谈和函证比例较低的原因

访谈和函证比例较低主要因为发行人客户较为分散，单一项目金额较小。公司的直销客户均为具备一定规模的企事业单位，经评估，发行人通过单一客户或部分客户虚增收入的舞弊风险较小。同时，公司老客户收入占比较高，按直接客户统计口径老客户收入占比 2/3 左右，按最终客户维度统计，老客户收入占比 50% 左右，老客户数量占比 60-70% 左右，公司与老客户有持续的交易，通过报告期各期的核查验证，老客户收入风险相对小于新客户。结合公司的业务特征，保荐机构和申报会计师采取多种核查方式，相互验证，通过细节性测试等加大了核查比例，报告期各期，直销和经销收入的合计核查比例均在 70% 以上。

(三) 出具审计意见和进行问询回复期间分别履行的核查程序，实地走访是否取得加盖发行人客户的访谈记录、补充提交电话访谈形成的底稿模板，函证回函是否存在困难，说明对经销商对应的终端客户的核查情况。

### 1、出具审计意见和进行问询回复期间分别履行的核查程序

申报会计师的上述核查方式均在出具审计意见前执行，出具审计意见后未追加新的核查范围。因执行独立的函证程序，除在审计报告出具日后至提交申报文件前收到个别回函之外，保荐机构的上述核查主要在审计报告出具日前完成，另外，保荐机构根据《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规和保荐机构内部质量控制和内核的相关要求，在问询回复期间持续的履行尽职调查工作。

2、实地走访是否取得加盖发行人客户的访谈记录、补充提交电话访谈形成的底稿模板，函证回函是否存在困难

#### (1) 实地走访的访谈记录情况

实地访谈已在现场核实被访谈人身份且获得被访谈人签字确认、但未加盖发行人客户公章。基于以下原因实地走访未取得加盖发行人客户公章的访谈记录不影响访谈结果的有效性：A.相关访谈地点系发行人客户所在地，已核实被访谈对象的身份；B.访谈记录已经被访谈对象签字确认；C.保荐机构和申报会计师通过多种核查相互结合、相互印证的方式以检查收入的真实性，保荐机构和申报会计师已查验销售合同、验收报告、函证等盖章文件，并核查了发行人及其实际控制

人和董监高（不包含外部董事和独立董事）的资金流水等，从整体上核查公司是否存在虚增收入等情形。

## （2）电话访谈情况

报告期各期，保荐机构和申报会计师电话访谈的接通率情况如下：

单位：万元

类型	项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
直销	电话访谈抽样情况（数量）	867	1225	983	648
	电话访谈核查情况（数量）	626	798	611	397
	接通率（数量）	72.20%	65.14%	62.16%	61.27%
	电话访谈抽样情况（金额）	10,260.35	28,053.52	22,498.62	16,477.70
	电话访谈核查情况（金额）	8,303.67	17,787.73	14,260.88	9,830.59
	接通率（金额）	80.93%	63.41%	63.39%	59.66%
经销	电话访谈抽样情况（数量）	201	227	212	171
	电话访谈核查情况（数量）	116	126	114	91
	接通率（数量）	57.71%	55.51%	53.77%	53.22%
	电话访谈抽样情况（金额）	4,439.27	11,028.47	9,602.37	6,347.79
	电话访谈核查情况（金额）	2,460.21	6,492.11	4,897.50	3,015.05
	接通率（金额）	55.42%	58.87%	51.00%	47.50%
经销最终客户	电话访谈抽样情况（数量）	427	908	1220	739
	电话访谈核查情况（数量）	250	523	640	346
	接通率（数量）	58.55%	57.60%	52.46%	46.82%
	电话访谈抽样情况（金额）	2,946.60	6,062.16	8,735.68	5,681.27
	电话访谈核查情况（金额）	1,509.37	3,379.26	5,076.51	2,702.21
	接通率（金额）	51.22%	55.74%	58.11%	47.56%

在电话访谈时，被访谈对象能够确认购买了公司授权产品时，则为有效信息。鉴于部分客户因保护隐私、工作岗位变更等理由未接通电话或提供有效信息，报告期内电话访谈的接通率情况有一定波动。

保荐机构和申报会计师已补充提交电话访谈形成的底稿模板。

## （3）函证回函情况

报告期各期，保荐机构对直销收入和经销收入的发函和回函情况如下：

单位：万元

类型	项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
直销	发函（数量）	134	359	240	139
	回函（数量）	99	222	142	84
	回函率	73.88%	61.84%	59.17%	60.43%
	发函（金额）	7,622.90	16,737.69	10,076.85	5,494.64
	回函（金额）	5,989.98	10,827.07	6,423.21	3,564.71
	回函率	78.58%	64.69%	63.74%	64.88%
经销	发函（数量）	92	199	166	122
	回函（数量）	89	161	135	95
	回函率	96.74%	80.90%	81.33%	77.87%
	发函（金额）	3,348.46	9,880.27	7,620.94	4,274.73
	回函（金额）	3,328.47	8,231.94	6,232.04	3,491.75
	回函率	99.40%	83.32%	81.78%	81.68%

报告期各期，申报会计师对直销收入和经销收入的发函和回函情况如下：

单位：万元

类型	项目	2019年1-6月	2018年度	2017年度	2016年度
直销	发函（数量）	134	397	250	175
	回函（数量）	115	272	178	80
	回函率	85.82%	68.51%	71.20%	45.71%
	发函（金额）	7,622.90	17,673.05	10,094.08	6,218.15
	回函（金额）	6,143.93	11,894.06	7,463.86	2,967.08
	回函率	80.60%	67.30%	73.94%	47.72%
经销	发函（数量）	95	207	179	129
	回函（数量）	89	168	150	108
	回函率	93.68%	81.16%	83.80%	83.72%
	发函（金额）	3,440.57	10,352.06	8,019.82	4,470.21
	回函（金额）	3,350.68	8,866.83	6,933.27	3,740.89
	回函率	97.39%	85.65%	86.45%	83.68%

上述函证回函信息均无不符。未回函的客户主要为行政事业单位或国有企业客户，该类客户回函存在一定困难。针对上述未回函的客户，通过执行替代测试程序，包括核查直销客户的背景情况、检查客户的销售合同、验收报告、客户回



款记录、发货记录等。对于经销客户检查了全部交易情况及回款情况，同时选取部分订单检查经销商上与最终客户合同签署情况。

## 问题 5、关于其他

(1) 首轮问询回复报告期内销售费用中销售人员工资分别为 8,903.72 万元、9,832.91 万元和 11,486.96 万元，招股说明书中销售费用中员工薪酬分别为 13,863.36 万元、16,042.43 万元和 20,441.84 万元。

请发行人说明差异原因。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

(2) 报告期内，发行人预收账款金额较大。

请发行人说明预收账款是否均为对经销商的预收账款、是否均有相应的合同支撑，并说明报告期内前五大预收账款客户、金额情况。

请保荐机构、申报会计师核查并发表意见。

回复：

(一) 首轮问询回复报告期内销售费用中销售人员工资与招股说明书中销售费用中员工薪酬的差异原因

### 1、差异原因

《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审核问询函的回复》（以下简称“首轮问询回复”）中第 27 题“（一）说明报告期列入销售费用的人员部门构成、人数、级别分布、入职时间分布、基本工资和奖金构成、奖金与绩效匹配关系等相关信息”之“4、销售人员报告期各期工资和奖金构成情况”回复如下：“

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比	金额 (万元)	占比
工资	6,137.31	100.00%	11,486.96	66.32%	9,832.91	71.99%	8,903.72	76.28%
其中：绩效工资	1,445.36	23.55%	3,222.13	18.60%	2,853.20	20.89%	2,507.82	21.49%
奖金	-	-	5,832.42	33.68%	3,826.06	28.01%	2,768.85	23.72%
<b>合计</b>	<b>6,137.31</b>	<b>100.00%</b>	<b>17,319.38</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,658.97</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,672.58</b>	<b>100.00%</b>
浮动收入 (绩效工资+奖金)	1,445.36	23.55%	9,054.55	52.28%	6,679.26	48.90%	5,276.67	45.21%

注：销售费用中“员工薪酬”除包含工资和奖金以外，还包括公积金社保、员工补贴等；“奖金”为年终奖金，因此 2019 年 1-6 月奖金金额为零。”

招股说明书中“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“九、经营成果分析”之“（五）期间费用分析”之“1、销售费用”的构成情况如下：“

项目	2019 年 1-6 月		2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
员工薪酬	8,042.60	32.08%	20,441.84	35.36%	16,042.43	34.36%	13,863.36	36.81%
交通差旅费	932.53	3.72%	1,948.29	3.37%	1,372.97	2.94%	1,204.04	3.20%
市场活动	914.16	3.65%	1,294.07	2.24%	1,773.61	3.80%	1,422.33	3.78%
会议费	504.81	2.01%	906.24	1.57%	746.62	1.60%	527.05	1.40%
房租物业	522.10	2.08%	922.06	1.60%	727.99	1.56%	723.35	1.92%
招待费	378.63	1.51%	863.64	1.49%	699.15	1.50%	554.55	1.47%
中标服务费	59.70	0.24%	274.13	0.47%	100.47	0.22%	57.76	0.15%
办公费	50.02	0.20%	185.99	0.32%	119.32	0.26%	88.82	0.24%
通讯费	62.96	0.25%	167.62	0.29%	167.38	0.36%	184.59	0.49%
装修、折旧、摊销	74.26	0.30%	133.80	0.23%	80.83	0.17%	56.88	0.15%
培训费	11.98	0.05%	91.38	0.16%	258.41	0.55%	195.11	0.52%
快递费	28.28	0.11%	52.07	0.09%	53.22	0.11%	48.05	0.13%
服务费	60.01	0.24%	33.31	0.06%	42.18	0.09%	47.62	0.13%
其他	1.50	0.01%	4.83	0.01%	2.34	0.01%	5.14	0.01%
<b>合计</b>	<b>11,643.54</b>	<b>46.44%</b>	<b>27,319.26</b>	<b>47.26%</b>	<b>22,186.94</b>	<b>47.52%</b>	<b>18,978.64</b>	<b>50.40%</b>

”

上述差异原因主要为：首轮问询回复报告期内销售费用中销售人员工资系销售人员员工薪酬的一部分，招股说明书中销售费用中的员工薪酬除销售人员工资外还包括奖金、社会保险和住房公积金、职工福利费等。

销售人员员工薪酬的具体构成已在首轮问询回复第 29 题之“（四）说明是否通过销售人员薪酬间接支付市场开拓费用、是否通过发票抵扣报销的形式支付人员薪酬、是否足额缴纳所得税是值得关注的项”之“1、销售人员的薪酬构成情况”中进行披露，具体情况如下：“

单位：万元

项目	2019年1-6月		2018年度		2017年度		2016年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
工资	6,137.31	76.31%	11,486.96	56.19%	9,832.91	61.29%	8,903.72	64.22%
奖金	-	-	5,832.42	28.53%	3,826.06	23.85%	2,768.85	19.97%
社会保险和住房公积金	1,349.43	16.78%	2,281.62	11.16%	1,570.90	9.79%	1,519.24	10.96%
职工福利费	555.87	6.91%	840.84	4.11%	812.56	5.07%	671.55	4.84%
<b>合计</b>	<b>8,042.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>20,441.84</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,042.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>13,863.36</b>	<b>100.00%</b>

”

以上“工资”和“年终奖金”之和即为销售人员工资，与首轮问询回复中报告期内销售费用中销售人员工资金额一致。

## 2、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：

核对了首轮问询回复及招股说明书中披露的销售人员员工薪酬构成情况，复核差异原因。

### (2) 核查意见

经核查，保荐机构和申报会计师认为：发行人已说明首轮问询回复报告期内销售费用中销售人员工资与招股说明书的销售费用中员工薪酬的差异原因，差异原因合理。

(二) 请发行人说明预收账款是否均为对经销商的预收账款、是否均有相应的合同支撑，并说明报告期内前五大预收账款客户、金额情况

### 1、预收账款情况

公司的预收账款主要为直销客户按照合同约定支付给公司的进度款和公司向经销商预收的购货款。直销预收账款与当期末在执行合同有关，均有相应的直销合同支撑；经销预收账款为经销商依据经销商协议及公司的经销政策预付的货款，公司与经销商之间采取预付款制度进行定价和结算，通常情况下，经销商依

据自身的业务规模、销售实力及区域市场等情况预估年度产品销售额，并向公司支付一定金额的预付款，公司依据经销商预付款金额和专业服务能力等资质给予相应的经销政策，因此，经销预收账款与当期未经销在手订单不直接相关。

报告期内预收账款直销客户及经销商构成情况如下：

单位：万元

预收账款	2019年6月30日		2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直销	12,614.74	53.13%	12,991.42	48.06%	12,159.74	47.54%	7,917.61	42.84%
经销	11,129.52	46.87%	14,039.09	51.94%	13,418.71	52.46%	10,563.50	57.16%
<b>合计</b>	<b>23,744.27</b>	<b>100.00%</b>	<b>27,030.51</b>	<b>100.00%</b>	<b>25,578.45</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,481.11</b>	<b>100.00%</b>

直销和经销预收账款的相关分析，详见“北京致远互联软件股份有限公司及中德证券有限责任公司关于审核问询函的回复(2019年半年报财务数据更新版)”问题 25 回复之“（一）结合客户种类、销售模式以及预收、应收往来情况，披露报告期内信用政策、结算方式和结算周期，是否存在放宽信用政策增加销售收入的情形”之“2、结合客户种类、销售模式和预收账款情况分析”。

## 2、报告期内前五大预收账款客户及金额情况

### （1）直销前五大预收账款情况

报告期各期末，直销前五大预收账款余额（同一控制下未合并计算）情况如下：

单位：万元

期间	客户名称	直销预收账款余额 (万元)	占直销预收账款余额比例
2019年6月末	北京华宇信息技术有限公司	203.00	1.61%
	哈尔滨宝亮凯瑞科技发展有限公司	191.35	1.52%
	广东省特种设备检测研究院	132.12	1.05%
	宝鸡市政府信息化办公室	107.52	0.85%
	武汉市江汉区房地产公司	106.50	0.84%
	<b>合计</b>	<b>740.49</b>	<b>5.87%</b>
2018年末	智阳网络技术（上海）有限公司	260.00	2.00%
	贵州省政府办公厅	211.89	1.63%
	黔东南苗族侗族自治州人民政府办公室	191.71	1.48%

期间	客户名称	直销预收账款余额 (万元)	占直销预收账款余额比例
	东兴证券股份有限公司	132.12	1.02%
	广东省特种设备检测研究院	126.79	0.98%
	<b>合计</b>	<b>922.51</b>	<b>7.10%</b>
2017 年末	上海科技馆	253.00	2.08%
	黔东南苗族侗族自治州公共资源交易中心	194.86	1.60%
	中国东方航空股份有限公司	160.50	1.32%
	四川郎酒股份有限公司	136.60	1.12%
	西部航空有限责任公司	135.00	1.11%
	<b>合计</b>	<b>879.96</b>	<b>7.24%</b>
2016 年末	百联集团有限公司	164.91	2.08%
	西部航空有限责任公司	138.49	1.75%
	上海科技馆	138.00	1.74%
	成都市信息化建设发展有限公司	102.58	1.30%
	陕西中烟工业有限责任公司	95.18	1.20%
	<b>合计</b>	<b>639.16</b>	<b>8.07%</b>

注：成都市信息化建设发展有限公司已更名为成都市大数据股份有限公司。

## (2) 经销前五大预收账款情况

报告期各期末，经销前五大预收账款余额（同一控制下未合并计算）情况如下：

单位：万元

期间	经销商名称	经销预收账款 余额（万元）	占经销预收账款 余额比例
2019 年 6 月末	上海浪洪信息技术有限公司	197.14	1.77%
	广东赛诺科技股份有限公司	180.32	1.62%
	上海泊冉软件有限公司	173.58	1.56%
	上海圣思信息科技有限公司	153.23	1.38%
	天津市中环系统工程有限责任公司	145.32	1.31%
	<b>合计</b>	<b>849.59</b>	<b>7.63%</b>
2018 年末	上海圣思信息科技有限公司	239.63	1.71%
	上海浪洪信息技术有限公司	226.35	1.61%
	广州市朗恒信息科技有限公司	216.35	1.54%
	上海泊冉软件有限公司	214.72	1.53%
	北京通友时代科技有限公司	200.20	1.43%

期间	经销商名称	经销预收账款 余额（万元）	占经销预收账款 余额比例
	合计	<b>1,097.25</b>	<b>7.82%</b>
2017 年末	广东轩辕网络科技股份有限公司	282.87	2.11%
	北京通友时代科技有限公司	262.99	1.96%
	上海七通网络科技股份有限公司	220.04	1.64%
	上海泊冉软件有限公司	215.15	1.60%
	致威世纪（北京）信息技术有限公司	185.60	1.38%
	合计	<b>1,166.65</b>	<b>8.69%</b>
2016 年末	广东轩辕网络科技股份有限公司	444.28	4.21%
	上海七通网络科技股份有限公司	321.44	3.04%
	北京浩鸿达科技发展有限责任公司	228.37	2.16%
	杭州麦吉科信息技术有限公司	186.43	1.76%
	锡林浩特市联创信达科技有限公司	150.44	1.42%
	合计	<b>1,330.96</b>	<b>12.60%</b>

注：上海七通网络科技股份有限公司已更名为上海七通智能科技股份有限公司；北京浩鸿达科技发展有限责任公司已更名为北京浩鸿达科技发展股份公司；杭州麦吉科信息技术有限公司已更名为杭州永炜信息科技有限公司。

### 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主要核查程序如下：

A.分析复核预收账款构成情况；B.分别针对直销、经销两类收入选取样本检查客户的销售合同、收款等；C.分别针对直销客户、经销商两类客户选取样本执行预收账款函证程序。

#### （2）核查意见

经核查，保荐机构认为：发行人已说明预收账款性质及相应的合同支撑情况，并说明了报告期内前五大预收账款客户、金额情况，发行人披露的预收账款构成及报告期内预收账款前五名情况与实际相符。

经核查，申报会计师认为：发行人披露的预收账款构成及报告期内预收账款前五名情况与实际相符。

（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三轮审核问询函的回复》之签章页）

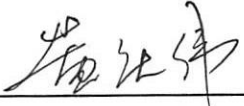
北京致远互联软件股份有限公司

2019年8月8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三轮审核问询函的回复》之签章页)

保荐代表人:   
黄庆伟

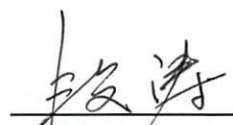
  
吴娟



## 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三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

