

关于落实上海泰坦科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文
件的第四轮审核问询函的回复

大信备字[2019]第 4-00051 号

**关于落实上海泰坦科技股份有限公司
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的
第四轮审核问询函的回复**

大信备字[2019]第 4-00051 号

上海证券交易所：

贵所上证科审（审核）（2019）394 号《关于上海泰坦科技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四轮审核问询函》已收悉。作为上海泰坦科技股份有限公司(以下简称“发行人”或“公司”)的审计机构，大信会计师事务所（特殊普通合伙)(以下简称“大信所”或“我们”)会同发行人、光大证券股份有限公司、北京德恒律师事务所，本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对贵所问询函进行了认真讨论和分析，现将有关问题回复如下：

2、关于对学校 and 科研院所销售合法性

根据二轮问询问题 3 的回复，发行人的销售人员和销售工程师是为客户提供集成服务的窗口，发行人销售人员和销售工程师主要工作是沟通协调及对客户需求的梳理等技术集成服务咨询，下单环节由客户自身或公司客服等完成；保荐机构认为发行人的销售人员与相关研究人员不存在资金往来，不存在商业贿赂或其他违法违规情形，不存在由实际控制人或发行人关联方进行体外补偿的情况；委托下单仅仅只是订单产生的操作环节，在技术集成解决方案交流、购买决策、结算等环节和其他方式无差异。

请发行人：（1）说明销售人员与销售工程师的划分依据、各自职责，报告期内销售人员及销售工程师的人员构成情况；（2）说明下单环节的客服人员是否属于销售人员及原因；（3）说明委托下单模式的具体操作流程、参与人员及作用，在高校院所平台销售和科研人员直接下单销售两种模式的区别。

请保荐机构、申报会计师对发行人销售人员及客户研发人员的资金流水进行核查，说明核查过程、核查证据，核查比例，并在此基础上说明认为发行人的销售人员与相关研究人员不存在资金往来，不存在商业贿赂或其他违法违规情形，不存在由实际控制人或发行

人关联方进行体外补偿的情况的原因及合理性，依据是否充分。

回复：

1、说明销售人员与销售工程师的划分依据、各自职责，报告期内销售人员及销售工程师的人员构成情况

销售人员是承担销售职能人员的统称，具体构成和主要职责情况如下：

销售人员所属部门	主要职责
销售体系	主要负责公司销售拓展，客户关系维护，业务合作推进；各区域主要负责本区域的业务拓展。
其中：销售各区域中心	各区域主要负责本区域的业务拓展及商务服务。
网络营销中心	主要负责网络宣传、网络客户的业务拓展及商务服务。
渠道营销中心	主要负责销售泰坦自主品牌的贸易商的业务拓展及商务服务。
客服部	负责售前客户咨询、售中订单处理及跟踪、售后问题解答。

公司销售人员由销售体系中各区域中心及网络营销中心、渠道营销中心等相关人员，和运营体系中的客服部人员组成。根据公司职级体系设置，公司销售部门设置的职级包括：销售助理、销售工程师、销售主管、销售经理、销售总监等。

销售工程师是公司销售部门岗位职级体系中的职级名称，其岗位职责主要是沟通协调及对客户需求的梳理等技术集成服务咨询等；销售经理、销售总监等岗位职责主要为负责客户开拓和维护、完成年度销售计划等工作。

截至 2019 年 6 月底，公司共有销售人员 197 人，其中销售工程师 100 人。

2、说明下单环节的客服人员是否属于销售人员及原因

公司下单环节的客服人员主要职能包括：售前客户咨询、售中订单处理及跟踪等，承担了部分销售职能，从而公司将客服人员纳入了销售人员。

3、说明委托下单模式的具体操作流程、参与人员及作用，在高校院所平台销售和科研人员直接下单销售两种模式的区别

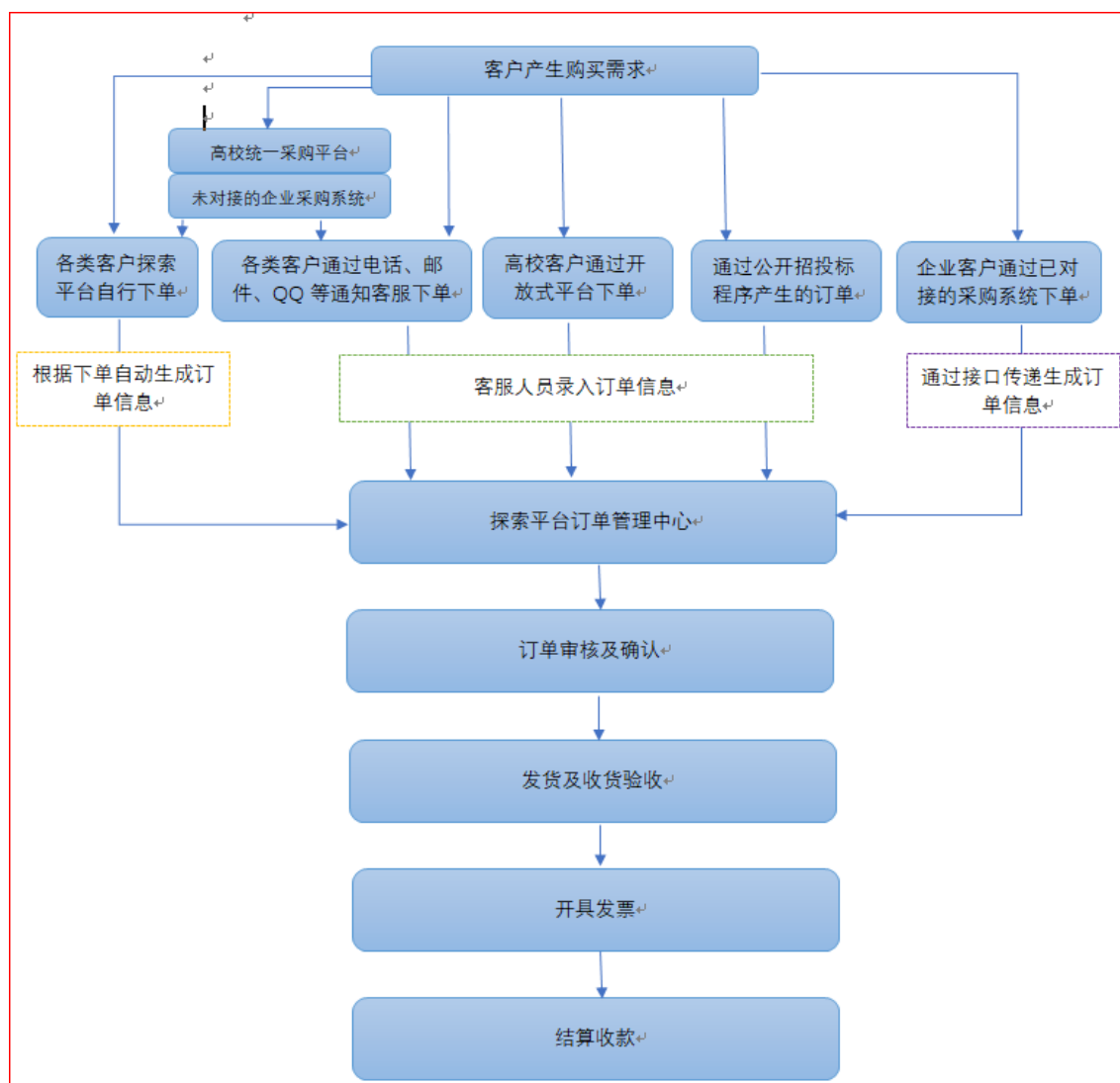
(1) 发行人的高校院所业务开展情况

公司销售按渠道分为线上渠道和线下渠道。线上渠道，即通过“探索平台”实施，可进一步分为：客户自主下单、系统对接下单和客户委托下单三种方式。线下销售主要是针对实验室建设、软件产品等，即不通过“探索平台”实施的部分。

收入-按渠道	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
--------	--------------	--------	--------	--------

(单位: 万元)	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
线上销售	47,784.29	91.93%	88,561.66	95.68%	62,692.16	94.45%	37,841.02	92.59%
其中: 客户自主	4,578.48	8.81%	8,100.73	8.75%	4,950.89	7.46%	3,225.87	7.89%
客户委托	43,137.24	82.99%	80,134.14	86.58%	57,476.09	86.59%	34,569.35	84.59%
系统接口	68.58	0.13%	326.79	0.35%	265.18	0.40%	45.8	0.11%
线下销售	4,193.49	8.07%	3,995.15	4.32%	3,688.77	5.56%	3,026.63	7.41%
合计	51,977.78	100.00%	92,556.82	100.00%	66,380.92	100.00%	40,867.65	100.00%

针对线上渠道, 即通过“探索平台”实施的部分, 流程如下所示:



无论发行人的何种客户, 在其产生购买需求后, 可通过探索平台上直接下单、探索平台的接口对接、委托客服人员在探索平台后台下单等三种方式, 将客户采购需求汇聚到发行人的探索平台(订单管理), 由后者统一执行后续工作。

就高校院所客户而言, 其采购需求主要通过“探索平台直接下单”和“委托发行人客服

下单”两种方式汇总到探索平台——高校自身的开放式平台上的订单亦需要人工手动输入到探索平台；而企业客户还有部分通过实验室软件的接口接入到探索平台进而实现接口传递生成订单的情况。具体构成情况如下：

高校院所采购模式		发行人的对接方式	下单方式	订单依据	客户确认
网络平台采购	开放式采购平台	使用者（或院校）在院校的采购平台下单，后台生成订单信息，发行人客服认领订单、导入到探索平台	委托下单	平台订单导入	探索平台订单生成后由短信邮件通知客户，客户如有异议将通知；物流配送单据需客户签字确认
	统一采购管理平台	院校在发行人探索平台直接下单，或通过邮件、即时通信工具通知发行人客服，由后者在探索平台下单	直接下单 委托下单	邮件、即时通信工具通知	
自行采购		使用者在发行人探索平台直接下单，或通过邮件、即时通信工具通知发行人客服，由后者在探索平台下单	直接下单	邮件、即时通信工具通知	
			委托下单		
招投标采购		发行人参与院校招标，投标中标后，由发行人客服根据中标通知等在探索平台下单	委托下单	中标通知等	

注：目前发行人高校院所客户极少存在通过实验室软件的客户端对接到探索平台进行“系统接口下单”的情况

目前，国内高校院所的科研物资采购主要采用网络平台采购、招投标采购及科研人员自行采购等模式，且同一高校院所内部亦存在多种模式相互补充的情况。

在前述各类采购模式下，发行人根据客户不同的订单（指令）依据，通过探索平台完成业务后续的执行。其中所涉及的下单方式——直接下单或委托下单，实际系高校院所客户直接或间接地通过探索平台启动业务后续执行的方式。

无论何种订单指令均有明确的依据，在探索平台上订单生成后均会通知客户，如有异议则将启动订单修订调整，没有异议的则由系统完成仓库选择-分拣出库-物流配送-销售确认-财务记录等环节后续工作，最终完成整体销售工作。

（2）委托下单模式

报告期内，发行人高校院所客户的各类下单方式的构成情况如下：

项目 (单位：万元)	2019年1-6月		2018年		2017年		2016年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直接下单	2,187.93	26.62%	4,612.03	29.16%	2,888.79	29.15%	1,922.94	27.29%
委托下单	6,032.23	73.38%	11,206.07	70.84%	7,021.50	70.85%	5,124.62	72.71%
其中：线下委托下单	5,576.87	67.84%	10,310.44	65.18%	6,553.13	66.12%	4,898.31	69.50%
开放平台导入	455.36	5.54%	895.63	5.66%	468.37	4.73%	226.31	3.21%
合计	8,220.17	100.00%	15,818.10	100.00%	9,910.29	100.00%	7,047.56	100.00%

高校院所的直接下单方式系课题组（科研人员）或院校采购部门直接在发行人探索平台下单的情况。报告期内，该等方式下单金额逐步增长，比例基本稳定。

高校院所的委托下单方式主要包括：线下委托下单和开放平台订单导入。前者系部分客

户采购需求较大、品种较多，发行人销售工程师或客服人员与其进行沟通，在产品种类、标准、品牌等各方面需求达成一致并经客户通过邮件、电话、网络等方式确认后，由公司客服人员完成下单。后者系在高校开放式采购平台模式下，根据其内部管理需要在内部采购平台下单，发行人以供应商身份登陆其采购平台获取订单后，由公司客服人员在核对平台订单信息后、在“探索平台”的后台系统通过客户的账户进行下单操作——该流程实际系高校院所开放式平台不能直接对接“探索平台”情况下，所形成订单由人工导入至探索平台的环节。

（3）委托下单模式具体操作流程、参与人员及作用

发行人委托下单模式参与人员主要包括：销售工程师和客服人员。其中：销售工程师主要负责沟通协调及对客户需求的梳理等技术集成服务咨询；客服人员主要负责售前客户咨询、售中订单处理及跟踪等。针对采用开放式采购平台的高校院所客户，客服人员还负责登录平台供应商模块中的公司账户，处理订单信息并在探索平台完成下单等工作。具体流程、参与人员及作用如下：

①销售前准备：探索平台的账号注册及客户认证

在销售启动前，客户（企业客户、个人客户、课题组及相关科研人员）需要完成探索平台的账号注册及认证工作，具体分为两种情况：

A、客户自行在网上注册。注册流程和普通的电商购物网站类似，但此时账号的付款方式只能是款到发货；在此基础上，用户完成账号注册后可进一步申请对账户实施认证——发行人的客服人员会联系客户提供相应的材料，如身份证、高校学生证（工作证）、课题组信息及经费使用授权等，必要时需要现场身份核对，完成认证的客户才可申请票到付款、按月结算、信用账期等。

B、客户联系发行人客服人员并提交相应的材料，发行人客服人员代替客户注册账户并完成账户认证、申请票到付款、按月结算、信用账期等付款方式。客户可以使用该账户进行搜索、下单等操作。

因此，发行人高校院所客户需要完成账户注册及身份认证手续，此等工作为验证客户（主要针对课题组科研人员）身份、账号实名制、采购授权等奠定了基础；同时，为加强客户管理、加强课题组的综合授权，做好了准备工作。

②销售实施：探索平台的订单流程综合管理

A、订单产生：销售工程师根据客户的实验、教学需求，为客户推荐科研产品；客户可以自行在探索平台下单，也可以与销售工程师通过邮件、电话、短信及其他网络通信方式确认采购清单信息；发行人接入的高校开放式平台，客户也可以直接在开放式平台中下单，由泰坦客服人员进行认领处理。无论采用何种方式，客户所有的订单都会统一到探索后台管理系统管理。

B、订单审核及确认：发行人的客服人员（后台，非客户的现场人员）会对产品是否属于管制品、是否提供管制产品材料等进行订单审核，确认无误后在探索平台的后台系统通过客户的账户进行下单操作，确认订单并发送给客户，客户如无异议即执行后续流程。客户可接收到系统发送的订购清单信息，可在自己账户内查看并跟踪到所有的货物信息（包括订单信息、产品物流信息等）。

C、发货及签收确认：发行人仓储配送部门按照订单信息进行配货、发货，如采用自送方式，要求客户签署签收单；如使用第三方配送方式，通过接口查询签收情况并保留签收证据。发行人物流配送部门根据订单签收时间，在系统上确认订单收货，将签收单据（物流流转信息、签收单等）扫描上传至探索平台留存。

D、开票：所有后付款订单在客户货物签收后，探索平台会生成待收款任务，同时报送给财务部门和销售部门，开票——高校院所客户统一开具对应高校发票。

E、收款：货款由销售服务人员负责催回收款，并由财务部门时时更新订单收款状态。客户收到发票后根据付款条件安排申请付款，高校院所客户（课题组）会根据本校的报销流程，填写报销单、发票及其他要求的材料提交财务处，高校院所财务处进行统一审核、付款给发行人。收款情况纳入销售人员 KPI 考核。

高校院所客户（经认证的）为后付款客户，发行人与客户间一般不约定给予信用期。但在实际操作中，课题组收到发票后（鉴于单笔订单金额较小、会累积一定金额）统一填制资料申请报销，故实际结算的回款周期在 1-3 月。

综上，客户委托下单模式的业务流程，自（在探索平台）下单后与其他直接在探索平台下单采购产品的业务流程相一致，均系可追溯、可复核的。

（4）在高校院所平台销售和科研人员直接下单销售模式的区别

①在高校院所平台销售

A、开放式采购平台。供应商通过高校院所审核后自主对接该开放式采购平台，自行管

理产品数据，使用者（课题组或科研人员）在平台上选购产品生成订单，供应商通过各自账号进入后台系统处理订单。这种平台类似于（N 个课题组对应 N 个供应商）的“多对多”模式；若建立网络平台的高校院所，大部分都采用开放式采购平台，如清华大学、上海交通大学、华东理工大学等。

这种平台的信息量较大和信息可追溯，但是由于各家供应商的产品信息没有统一规范，在产品查找、参数比对等细节上存在不便，体验较差。

B、统一采购管理平台。高校院所管理部门筛选审核供应商后，把合格供应商的产品数据放入采购管理平台，使用者（课题组或科研人员）选购好产品后由高校院所采购部门统一把订单发给供应商。这种平台类似于（N 个课题组对应 1 个管理者，再由后者统一对应 N 个供应商）“多对一·再对多”模式。这种方式类似企业采购部，需要有专门的采购部门来支撑日常数量众多的订单处理工作，同时校内需要有配套的危险品仓库、耗材仓库及仓储管理和配送人员进行支撑。

目前，仅上海有机所等少数单位使用该平台模式。

②客户（课题组或院校）自行采购——直接下单或委托下单。在委托模式下，由于科研采购的产品种类多，对产品质量指标和服务的要求各不相同，同时使用者对价格有一定敏感性，故无论使用哪种高校的网络平台都无法完全满足使用者的采购需求，高校院所均提供了自行采购的途径，使用者在平台外采购产品后再通过其内部管理流程申请报销审批，便于高校院所的管理。

综上所述，对高校院所而言，平台采购或直接下单均系科研人员根据所在高校院所的内部采购流程管理、科研资金管理的规定实施的科研物资采购，无论哪种采购模式，采购决策权都在使用者（科研人员等），采购完毕后，使用者（课题组或科研人员等）均需向其所在高校院所财务部门申请结算，以满足财务部门对该采购行为的审核，财务部门以此与相应的供应商进行统一付款。

对发行人而言，高校院所采购模式是客户下单的一个环节，在如采用开放式采购平台采购，对应发行人的销售模式即为委托下单的情形；如采用统一采购管理平台或自行采购，发行人均提供了网上平台直接下单和客服协助下单的操作方式，客户可自行根据需求和操作便利性选择采用何种方式。

4、请保荐机构、申报会计师对发行人销售人员及客户研发人员的资金流水进行核查，

说明核查过程、核查证据，核查比例，并在此基础上说明认为发行人的销售人员与相关研究人员不存在资金往来，不存在商业贿赂或其他违法违规情形，不存在由实际控制人或发行人关联方进行体外补偿的情况的原因及合理性，依据是否充分

(1) 关于发行人针对高校院所客户相关人员资金流水的核查

①资金流水核查范围、核查比例

核查范围		核查情况		备注
类型	人数	核查人数	核查比例	
1、发行人方面				
(1) 实际控制人、内部董事、监事、高管、核心技术人员	13	13	100.00%	
(2) 销售负责人	1	1	100.00%	销售负责人张华，亦是公司副总经理，含在上述 13 人核查中
(3) 针对高校院所销售人员	46	24	52.17%	
其中：销售总监	4	4	100.00%	中层销售管理人员全覆盖
销售工程师	35	18	51.43%	
客服人员	7	2	28.57%	鉴于客服人员与客户研发人员不直接接触，且根据发行人与其资金流水核查，除零星小额费用款和工资款外，无其他资金往来
合计	59	37	62.71%	
2、高校院所客户的研发人员				
	-	-	-	鉴于客户隐私，无法获取其资金流水

②核查过程、核查证据

针对发行人方面，获取了发行人实际控制人、内部董事、监事、高管人员、核心技术人员、销售负责人、高校院所业务销售人员——销售总监、销售工程师和客服人员等提供的主要银行卡流水信息；核查了大额异常收付款等；对银行卡资金流水中自然人交易对象，与发行人高校院所客户的购买账户名称（课题组负责人或相关研发人员姓名）进行了比对核查，重点核查了资金流水中的交易对象是否存在重合；是否存在大额异常资金往来等情况。

经核查，发行人上述相关人员与高校院所客户研发人员无大额异常资金往来。同时，发行人实际控制人、内部董事、监事、高级管理人员及核心技术人员与客户无资金往来，不存在与高校院所客户销售人员异常资金往来。

但是，受限于相关人员的个人隐私因素，会计师无法获得高校院所客户的研发人员的资金流水情况，故采用其他替代程序进行核查。

(2) 关于发行人针对高校院所客户销售情况的核查情况

①发行人有关销售及防范商业贿赂等内控制度核查

会计师获取了《员工手册》、《反商业贿赂制度》、《销售管理办法》、《应收账款管理办法》等发行人内部文件，对发行人内部的董事、监事、高管人员、发行人负责高校院所业务的销售人员、核心技术人员等进行了访谈，了解公司针对销售业务及防范商业贿赂等内控制度的建立和实施情况，确保发行人已建立相关内控制度并有效实施，无重大缺陷。

②发行人及下属子公司的银行资金流水核查

会计师获取了发行人及下属所有子公司报告期内的银行流水，对发行人与发行人高校院所销售人员资金往来进行核查，重点核查了是否存在除工资、费用报销、备用金等以外的异常资金往来；对发行人与高校院所客户及其相关的研发人员的资金往来进行核查，核查是否存在真实交易背景等。

经核查，发行人与内部的董监高、高校院所销售人员、核心技术人员等无重大异常资金往来，发行人与高校院所客户的资金往来具备真实的交易背景、无重大异常情形；发行人报告期内不存在与高校院所研发人员的资金往来。

③发行人的期间费用核查

会计师获取了发行人报告期内的期间费用明细，重点抽查大额费用的原始凭证及相关文件，关注销售费用、管理费用中是否存在异常情况，大额报销、大额备用金、招待费、会务费等情况，结合发行人与内部的董监高、高校院所销售人员、核心技术人员等资金往来情况，核查费用的真实性、合规性。

经核查，发行人报告期内的期间费用真实、无异常，不存在与高校院所客户之间的非业务费用往来，不存在异常费用报销。

④对发行人主要高校院所客户的访谈和函证核查

会计师对报告期内发行人高校院所客户销售收入从大到小排序，筛选各期合计覆盖比例达到 50%的客户对象进行访谈和函证。访谈内容包括高校院所客户采购产品类型、品牌、定价依据、价格变动趋势、用途等，主要交易条件（合同、运费、发票、验收、结算和付款政策、退换货政策等）、产品质量、是否存在关联关系，是否存在非交易性资金往来、返利、回扣或其他利益安排等。函证内容包括报告期内销售发生额、期末应收余额、相关合同信息及是否存在关联关系等。报告期内，发行人高校院所客户的访谈及函证比例如下：

项目（单位：万元）	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
访谈的高校院所客户对应的营业收入	6,535.93	11,225.66	7,314.70	5,280.51

项目（单位：万元）	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
发行人高校院所客户的营业收入	9,901.05	16,675.58	11,055.54	7,495.59
访谈比例	66.01%	67.32%	66.16%	70.45%
函证的高校院所客户对应的营业收入	6,238.20	10,525.13	6,748.81	4,572.00
函证比例	63.01%	63.12%	61.04%	61.00%

经核查，发行人高校院所客户与发行人不存在关联关系，不存在非交易性资金往来、返利、回扣或其他利益安排等。

⑤重点人员对外投资情况和关联方核查

对发行人实际控制人、内部董监高、销售负责人、销售总监、核心技术人员等进行访谈，获得书面调查表，了解相关人员信息、关联方关系等，通过工商局网站等网络信息核查，了解相关人员对外投资的情况。

经核查，发行人最初系一家在校大学生创业企业，创始人团队及实际控制人从业背景、社会关系都较为简单，除公司副总经理张华外，上述其他相关人员无对外投资情况，不存在实际控制人或发行人关联方进行体外补偿的情况。

⑥访谈并获取书面承诺

对发行人实际控制人、内部董监高、销售负责人、负责高校院所业务的销售人员、核心技术人员等进行了访谈，了解业务开展情况、业务流程、内控管理措施，获取了发行人高校院所销售人员相关承诺，确认业务合法合规、不存在商业贿赂，不存在非交易性资金往来、返利、回扣或其他利益安排等，不存在通过关联方或其他人员进行体外补充的情况。

⑦核查发行人高校院所业务履行招投标的情况

对发行人高管、销售负责人、负责高校院所业务的销售人员等进行了访谈，了解高校院所业务开展招投标的背景、基本要求、相关制度等；获取报告期内发行人高校院所业务清单明细，重点关注单笔金额较大的及单价较高的产品情况，查询相关业务的订单记录，分析业务来源和是否需要履行招投标手续等；对部分高校的平台网站、物资采购制度、招投标制度等进行搜集，比较相关采购信息，访谈部分高校的物资处、财务处人员，了解相关业务开展情况和审批程序等。

经核查，发行人报告期内高校院所业务不存在应履行未履行招投标程序情况。

⑧查询网络信息、相关政府部门网站和媒体关注情况等

经查阅中国裁判文书网(<http://wenshu.court.gov.cn/>),不存在发行人及发行人实际控制人、内部董监高、销售负责人、负责高校院所业务的主要销售人员、核心技术人员等行贿犯罪记录;经查询上海市工商局行政处罚记录公示信息及相关网络舆情,未发现发行人存在商业贿赂的相关报道。根据上海市工商局向发行人出具合规证明,公司报告期内未曾因工商违法行为而被处罚。

(3) 关于发行人针对高校院所客户销售合法性的其他核查

①核查分析发行人高校院所客户业务基本情况

项目	2019年1-6月	2018年	2017年	2016年
发行人高校院所客户的营业收入(万元)	9,901.05	16,675.58	11,055.54	7,495.59
高校院所客户的数量(家)	721	747	634	520
平均单家客户收入(万元)	13.73	22.32	17.44	14.41
高校院所客户的下单条数(万)	18.93	31.53	26.80	16.87
单条订单的金额(元)	523.03	527.34	369.79	417.76
前20大高校院所课题组收入合计(万元)	840.54	1,009.60	660.99	686.11
占发行人高校院所客户收入的比例	8.49%	6.05%	5.98%	9.15%
占发行人主营业务收入的比例	1.62%	1.09%	1.00%	1.68%

发行人高校院所客户在采购内容上,除实验室建设、金额较大的仪器设备等需履行招投标采购程序外,其他试剂耗材、小型仪器等采购具有频次高,单笔订单金额较小的特点,如2018年高校院所客户订单量为31.53万条,平均订单量金额为527.34元;涉及的课题组较多,单个课题组采购规模较小,报告期内,发行人前20大高校院所课题组合计采购金额占发行人高校院所销售收入的比例分别为9.15%、5.98%和6.05%和**8.49%**,占发行人全年主营收入的比例均不到2%。

高校院所课题组科研物资采购所用科研经费均由校方承担,由课题组支配使用,符合科研行业的相关管理规范。

②核查发行人高校院所客户的采购模式和相关制度等

会计师访谈了部分高校院所科研物资采购相关人员,针对高校院所的科研物资采购模式、网络平台采购情况、科研项目资金管理和使用制度,自行采购合规性及流程、高校院所防范商业贿赂等进行访谈。其中:

其一,高校院所客户在在科学服务领域的采购方面,除实验室建设、金额较大的仪器设

备等需履行招投标采购程序外，其他试剂耗材、小型仪器等采购具有频次高，单笔订单金额较小的特点，一般由科研人员根据科研项目计划等自行采购，采购途径并不局限于各高校院所的网络平台——如有平台的仅规定优先考虑使用，若平台无法提供的，或产品价格、质量、交期、数量等无法满足，可由科研人员另行采购，并办理手续予以登记、申请报销结算等。

其二，高校院所在科学服务领域经费管理方面：教授（或课题组）通过横向（企业合作）或纵向（政府拨款）申请研究项目，经费使用权属于教授（课题组）；科研项目资金不仅用于科研物资的采购，还可用于工资、会议、差旅、资料购买等其他方面，可根据项目计划和预算自行支配；科研项目资金的监督管理由学校和项目支持部门或单位进行双重监督、由学校统一管理——课题组购买科研物资或其他用途后，办理相关手续、申请学校财务部门的支付流程，资金管理严格。

其三，发行人针对高校院所客户的销售过程中，除实验室建设项目等少量业务通过公开招标承接业务并提供线下服务外，其余无论是由客户直接下单还是由客户网络平台下单、委托下单等，最终均通过探索平台与高校院所的采购对接，并由系统实施后续执行，确保相关业务销售真实、准确、可追溯等。

综上，高校院所客户并不存在对科研人员采购科研物资强制使用网络平台的规定；科研项目资金使用权归属教授（课题组），用途不仅限于科研物资购买，由学校统一管理、监督并由财务部门与发行人等供应方结算；资金用途与项目预算和计划相匹配，服务于科研项目实施，还要接受审计监督等，防范相关风险。发行人与高校院所客户的业务模式清晰，管理规范，销售真实、准确、可追溯。

③核查分析高校院所业务与医疗机构业务的商业模式的差异比较

经访谈，高校院所的科学试剂、耗材、仪器购买决策由最终使用者制定的，其购买产品要符合科研项目的计划和预算要求，要对产品使用效果直接负责，最终服务于实验结果、并接受项目决算的审核；科研项目经费归属权在课题组，可自行支配使用、用途不限于科研物资，结算环节由高校院所财务部门统一管理。

高校院所关于科研试剂、耗材、仪器的采购模式与医疗结构的医药、医疗器械、医疗仪器行业的采购模式存在较大差异，具体如下：

项目	科研试剂、耗材、仪器	医药、医疗器械、医疗仪器
采购决策者	教授、课题组（部分大型设备为院校）	列入医院采购范围，医生开方影响采购量
采购依据	科研项目预算和计划，范围和数量受限制	医生开方后的需求
采购资金承担	学校承担、课题组支配	最终由患者付费
最终使用者	教授、课题组	医生开方确定使用，患者最终消费
销售服务人员	协助沟通需求、开展综合服务	促进产品消费为主、服务较少
采购监督	财务部门审核，项目完成后审计和验收	列入采购目录即可

在发行人方面，销售工程师主要工作是沟通协调及对客户需求的梳理等技术集成服务咨询，下单环节由客户自身或公司客服等完成，结算环节由公司与高校院所财务部门完成，商务环节均由公司统一管理；在高校院所客户方面，课题组负责人或相关研发人员作为直接使用者提出需求，也作为采购方与发行人发生业务往来，但其需要遵循所在各高校院所内部的采购流程管理、科研资金管理等相关管理规定，与财务部门进行内部结算，满足财务部门对该采购行为审核，并以此与发行人进行结算，通过相关制度的执行杜绝随意采购和商业回扣等。

因此，商业模式、采购资金的来源、决策者和使用者的角色等，使得发行人高校院所的科研物资采购与医疗机构的医药或医疗器械采购存在较大差异。

综上所述，经核查，我们认为，发行人的销售人员与相关研究人员不存在资金往来，不存在商业贿赂或其他违法违规情形，不存在由实际控制人或发行人关联方进行体外补偿的情况的原因及合理性，依据充分。

（本页无正文，为大信会计师事务所（特殊普通合伙）《关于落实上海泰坦科技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四轮审核问询函的回复》之盖章签字页，不得用作任何其他目的）

大信会计师事务所（特殊普通合伙）



中国 · 北京

中国注册会计师：



中国注册会计师：



2019年9月3日



营业执照

(副本) (6-6)

统一社会信用代码 91110108590611484C

名称 大信会计师事务所（特殊普通合伙）

类型 特殊普通合伙企业

主要经营场所 北京市海淀区知春路1号学院国际大厦1504室

执行事务合伙人 吴卫星, 胡咏华

成立日期 2012年03月06日

合伙期限 2012年03月06日至 2112年03月05日

经营范围 审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律法规规定的其他业务。
（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）



在线扫码获取详细信息

登记机关



2019年 02月 01日

提示：每年1月1日至6月30日通过企业信用信息公示系统报送上一年度年度报告并公示。



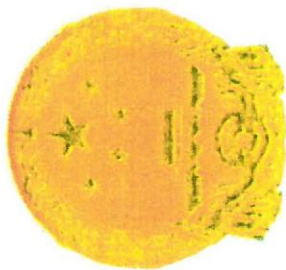
证书序号: 0000119

说明

- 1、《会计师事务所执业证书》是证明持有人经财政部门依法审批，准予执行注册会计师法定业务的凭证。
- 2、《会计师事务所执业证书》记载事项发生变动的，应当向财政部门申请换发。
- 3、《会计师事务所执业证书》不得伪造、涂改、出租、出借、转让。
- 4、会计师事务所终止或执业许可注销的，应当向财政部门交回《会计师事务所执业证书》。



中华人民共和国财政部制



会计师事务所 执业证书

名称: 大信会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人: 胡咏华

主任会计师:

经营场所 北京市海淀区知春路一号学院国际大厦1504室

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010141

批准执业文号: 京财会许可[2011]0073号

批准执业日期: 2011年09月09日





证书序号: 0006,07

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准
大信会计师事务所(特殊普通合伙) 执行证券、期货相关业务。

首席合伙人: 胡咏华



证书号: 08

发证时间: 二〇一〇年一月十八日

证书有效期至: 二〇二〇年一月十八日





姓名 郭安静
Full name
性别 女
Sex
出生日期 1981-06-25
Date of birth
工作单位 大信会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所
Working unit
身份证号码 420111198106254105
Identity card No.

证书编号: 420301804695
No. of Certificate

批准注册协会: 上海市注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2004 年 09 月 10 日
Date of Issuance /y /m /d

年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
This certificate is valid for another year after this renewal.



郭安静(420301804695)
您已通过2019年年检
上海市注册会计师协会
2019年05月31日

年 月 日
/y /m /d





姓名 上官胜
 Full name _____
 性别 男
 Sex _____
 出生日期 1984-06-26
 Date of birth 大华会计师事务所(特殊普通合伙)上海分所
 Working unit
 身份证号码 411522198406267514
 Identity card No. _____

证书编号: 110100690069
 No. of Certificate

批准注册协会: 上海市注册会计师协会
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2010 年 07 月 27 日
 Date of Issuance /y /m /d

年度检验登记

Annual Renewal Registration

本证书经检验合格，继续有效一年。
 This certificate is valid for another year after this renewal.



上官胜(110100690069)
 您已通过2019年年检
 上海市注册会计师协会
 2019年05月31日

年 /y 月 /m 日 /d

