



西安环球印务股份有限公司

《关于请做好西安环球印务股份有限公司

非公开发行股票

发审委会议准备工作的函》

之

回复报告

保荐机构（主承销商）



（住所：广东省深圳市福田区中心三路8号卓越时代广场（二期）北座）

二〇二二年一月

西安环球印务股份有限公司

《关于请做好西安环球印务股份有限公司非公开发行股票发审委员会准备工作的函》 之回复报告

中国证券监督管理委员会：

根据贵会 2022 年 1 月 11 日出具的《关于请做好西安环球印务股份有限公司非公开发行股票发审委员会准备工作的函》的要求，中信证券股份有限公司（以下简称“中信证券”、“保荐机构”或“本保荐机构”）本着行业公认的业务标准、道德规范和勤勉精神，会同发行人西安环球印务股份有限公司（以下简称“申请人”、“发行人”、“公司”或者“环球印务”）以及其他中介机构对函中所列问题进行了认真研究和分析。现将相关问题的落实情况回复如下，请予审核。

如无特别说明，本回复报告中的简称或名词释义与尽职调查报告相同。本回复报告的字体规定如下：

告知函所列问题	黑体，不加粗
对告知函所列问题的回复	宋体

本告知函回复报告中部分合计数若出现与各加数直接相加之和在尾数上有差异，均为四舍五入所致。

目录

问题一:	3
问题二:	26
问题三:	44

问题一：

1、关于互联网数字营销业务。报告期内，申请人主营业务收入大幅增长，主要原因为子公司领凯科技从事的互联网数字营销业务收入金额及占比大幅增长，已成为主营业务收入的主要来源。领凯科技主要供应商为今日头条、腾讯、快手等媒体平台，主要客户为阿里集团等，业务模式由 DSP 平台广告需求分发服务转变为广告代理运营，上游媒体平台的返点逐渐成为领凯科技的主要利润来源，毛利率逐期下降。

请申请人：（1）说明领凯科技的具体业务模式，客户究竟是阿里还是电商，业务模式转变的原因及必要性，并结合领凯科技与供应商及客户签订的合同条款、权利义务关系、领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用等，说明领凯科技的收入确认方法是否符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额是否准确；（2）说明申请人收购领凯科技后能否及如何对其实施有效控制，领凯科技报告期内收入大幅增长的原因及合理性，申请人会计差错更正是否涉及领凯科技，领凯科技财务会计基础是否薄弱，内部控制是否健全有效；（3）说明返点逐渐成为主要利润来源是否符合行业惯例，返点暂估的准确性、与实际返点是否存在显著差异，相关会计核算是否规范，毛利率是否将持续下降，相关风险是否揭示充分；（4）说明领凯科技应收账款金额较大的原因，涉及的具体客户及其回款风险的识别和调查情况，期后回款情况，坏账准备计提比例较大的原因，是否存在需要单项计提坏账准备的情形；（5）说明领凯科技业务是否承担广告内容制作，是否会受到国家近期对网络主播、网红经济整治措施的不利影响，相关风险是否揭示充分。

请保荐机构、申请人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、说明领凯科技的具体业务模式，客户究竟是阿里还是电商，业务模式转变的原因及必要性，并结合领凯科技与供应商及客户签订的合同条款、权利义务责任关系、领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用等，说明领凯科技的收入确认方法是否符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额是否准确

（一）说明领凯科技的具体业务模式，客户究竟是阿里还是电商，业务模式转变的原因及必要性

1、领凯科技的具体业务模式

领凯科技凭借多年来的服务经验积累，可以为客户提供无线推广、媒体资源采购、素材与创意设计制作、计划结构搭建、广告运维、投放测试和效果分析、策略优化等服务，具体服务模式如下：

领凯科技营销服务团队通过与客户深入沟通，熟悉客户产品信息及行业情况，了解其推广需求及考核标准，通过大数据分析，剖析产品卖点，分类假设目标人群，按照拟投放媒体平台相适应的风格设计制作相应的文字、图片、动画、视频等广告素材，并与客户沟通确认营销方案。

方案确认后，经拟投放媒体平台审核通过，将小批量投放广告进行测试，投放后，相关广告内容（目前以短视频为主）将在各媒体平台下属 APP（如今日头条旗下的今日头条客户端、抖音、西瓜视频、懂车帝等）进行展示，受众群体以观看、点击或者通过链接下载等方式，获取推广产品的具体信息，媒体平台会对曝光量、点击率、下载量、转化成本等关键指标进行统计，实时反馈至领凯科技。在测试阶段，服务团队会实时跟踪广告投放的效果，监控消耗进度、转化率和转化成本等，结合在不同互联网媒体平台（例如今日头条、腾讯、快手等）、不同时间段、不同受众人群的推广效果等各种维度数据，时时调整投放策略。

推广完成后，媒体平台会根据其后台数据统计，如曝光量、点击率、下载量等，与领凯科技进行核对并完成结算，目前领凯科技与主要供应商的结算模式以 CPM（Cost Per Mile，是指按照每千次营销展示曝光收费的计费模式）、CPC（Cost Per Click，是指按照广告营销投放点击数收费的计费模式）、CPA（Cost Per Action，

是指按照用户行为作为指标的计费模式)为主。与供应商核对无误后,领凯科技根据供应商媒体平台提供的相关数据,与客户进行核对,并按照约定的结算模式完成结算。

2、阿里集团业务模式

领凯科技与阿里集团的主要具体合作对象为阿里集团旗下众多公司如淘宝(中国)软件有限公司、阿里巴巴(中国)网络技术有限公司、北京优酷科技有限公司等,领凯科技主要为上述阿里集团旗下公司之 APP 提供互联网数字营销服务,推广产品包括淘特 APP、点淘 APP、咸鱼 APP、飞猪 APP、优酷 APP 等。领凯科技之合作对象、合作产品截至目前不包括具体电商商户。领凯科技主要提供相关公司 APP 平台的推广服务,受众群体可以观看推广内容、通过推广链接点击激活、下载安装 APP、注册新用户等,从而提高相关 APP 的活跃度以及市场占有率,报告期内,推广案例如下:

优酷 APP (短视频)	1688APP (短视频)	淘特 APP 案例 (短视频)
		

3、业务模式转变的原因及必要性

2019 年之前,领凯科技使用自主研发的 DSP 平台为客户提供互联网数字营销服务,2019 年二季度开始,领凯科技逐步取得了今日头条和快手的代理商资格,业务模式由 DSP 平台广告需求分发服务转变为广告代理运营,业务模式转变的原因及合理性如下:

(1) 新媒体崛起使得信息流广告成为互联网数字营销主要增长点

伴随着互联网的诞生、大数据的出现及蓬勃发展，大众在传统媒体花费时间逐渐转移到新型互联网媒体，并已经发展到由 PC 互联网转移到移动互联网，丰富的形式不断扩展“媒体”定义，广告多渠道投放已成为标配。

互联网营销发展初期，广告承载媒体为以文字和图片为主的网站，随着智能手机、大数据以及人工智能技术的应用，以信息流广告为代表的移动互联网媒体逐步取代传统广告媒体成为新兴增长点。基于大数据算法，信息流广告可以突破传统广告的时间、空间限制，精准推送，提高广告转换效率，节约推广成本。以今日头条、快手、腾讯等为代表的头部媒体作为流量领先的广告资源平台，汇集了大量的流量资源，广告主可以在相关媒体资源平台（如头条/抖音/西瓜/火山视频等），以开屏广告、短视频信息流广告、首页及详情页图文信息流广告等多种形式进行推广服务。

在信息流广告市场中，以抖音为代表的短视频平台发展迅猛，短视频营销具有代入感、传播力更强的特性，以及庞大且持续增长的年轻用户，正逐渐取代图文成为品牌营销最重要的方式之一。据统计，截至 2021 年 6 月末，我国短视频用户群体已突破 8.8 亿人次（数据来源于 Wind 资讯）。凭借庞大的用户群体资源、对目标客户的高效触达能力，短视频营销可大幅提升广告转换效果，为互联网营销带来新的活力。

（2）短视频营销逐渐成为互联网数字营销的新热点

短视频营销的价值主要体现在流量基数庞大、营销方式多元、投放精准度高。虽然当前移动互联网红利有所减退，但是短视频平台抖音、快手保持着庞大的用户规模并集中了用户的大量注意力资源，拥有庞大的流量基数。同时短视频营销方式多元，广告形式丰富，且信息流广告形式接近原生，内容形式更具吸引力，投放精准度高，带动广告转化率提升。

（3）今日头条等媒体平台具有成熟的营销服务体系及强大的技术支撑

2012 年 8 月今日头条创立，最早开始探索信息流广告形式，在 2014 年开发出适应中国企业的商业广告算法体系，成为最早利用大数据算法进行商业运营的移动资讯平台，成立初期通过其信息流广告实践完成了巨量引擎商业产品体系的内核构建，搭建出了一套贯穿从客户到用户的商业信息分发全过程和客户在整个

推广周期内全交易流程的商业产品体系。2016 年字节跳动推出抖音、西瓜视频等短视频产品，抖音 DAU 迅速由 2018 年 1 月的 3,000 万增长至 2019 年 1 月的 2.5 亿，目前已成为短视频行业龙头，奠定了其广告营销体系的流量基础。同时 2017 年头条广告平台开放 DMP 功能，帮助广告主优化投放效率，由此，字节跳动营销能力基石已经铺垫完毕。2019 年 1 月，字节跳动推出综合数字营销服务品牌巨量引擎，集合了今日头条、抖音、火山、西瓜视频、懂车帝、激萌、穿山甲等产品的营销能力，进入商业化能力跃迁新阶段。

目前，公司合作的主要媒体平台为今日头条、快手、腾讯，依托强大的流量基数及成熟的技术，均已开发出完善的广告投放管理平台。合作过程中，代理商广告制作完成后，在广告投放管理平台上设置目标受众的定向条件、预算、出价、创意等，内容通过审核后，即可完成广告投放，为目前短视频营销中较为成熟的一种模式，符合行业惯例。

(4) 领凯科技不断加大人员及技术、运营投入，规模逐渐壮大，有利保障业绩提升

领凯科技拥有规模化的广告运营团队，广告优化师队伍架构完整且分工明细，多数优化师已通过巨量引擎、腾讯、快手等各媒体专业认证，具有信息流等渠道深耕的丰富经验，对制作素材见解敏感度较高，能够准确把握时事热点，及时更新素材创意，为客户提供更好地符合目标受众的广告策略。截至 2021 年 6 月 30 日，公司互联网数字营销板块共有员工 296 人，其中运营部 69 人，视频部 95 人，设计部 19 人，媒介部 7 人，从学历分布来看，本科以上有 179 人，占比 60.47%，良好的人才储备，将持续助推公司互联网数字营销业务快速健康发展。

领凯科技致力于打造智能数字营销体系服务客户，以丰富的创意形式，将产品和服务相结合、内容和创意相融合，协助客户品牌和产品扩大社会影响力，协助客户扩大营收规模。公司服务内容涵盖数字营销传播整个产业链，服务范围涉及全行业，服务地域基本覆盖全国主要市场。公司在 2020 年荣获江苏省互联网平台经济“百千万”工程重点企业、江苏省重点文化科技企业、Bilibili 创新营销奖、腾讯广告银牌服务商奖、金投赏商业创意奖银奖，2021 年荣获巨量引擎引擎奖、快手新锐合作伙伴（KA 效果）奖、爱奇艺素材创意奖、金投赏商业创意奖。凭借着多年累积的行业经验和全面的服务能力，公司在行业内逐渐形成了良

好的口碑和较高的品牌知名度，得到客户的普遍认可，为公司业务发展奠定良好的基础。

综上，发行人互联网数字营销业务模式转变符合行业发展规律，具有必要性。

（二）结合领凯科技与供应商及客户签订的合同条款、权利义务责任关系、领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用等，说明领凯科技的收入确认方法是否符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额是否准确

1、与供应商签订的合同条款、权利义务责任关系

发行人目前供应商主要为今日头条、北京快手、腾讯等互联网媒体平台，目前今日头条为发行人第一大供应商，占比逐年提升，因合作模式类似，因此此处列举发行人与今日头条合同的主要条款及权利义务责任关系，具体如下：

今日头条（甲方）：乙方委托甲方按照协议约定为乙方提供数据推广服务，并因此向甲方支付约定的推广费用。甲方授权乙方为全国地区内除独代范围以外的综合代理商（甲方有权单方调整和变更乙方代理范围和期限，具体以甲方邮件通知为准）。在代理期限内，乙方只能代理甲方授权范围内数据推广服务，且不能与甲方涉及该地区业务的独家代理发生客户冲突。

领凯科技（乙方）：可以根据数据推广平台规则指引，也可以按照协议约定的其他方式，通过甲方所提供的数据推广服务，将其内容素材展示在甲方关联公司的客户端应用程序、网站以及其他合作方网络平台等相关页面、界面或位置上或使用和享受相应的服务和功能。

结算条款：竞价数据推广，依照双方约定的数据推广具体方式，乙方应以相应的计费方式（包括 CPT/CPM/CPC/OCPM/OCPC 等），向甲方结算并支付费用。

2、与客户签订的合同条款、权利义务责任关系

发行人目前客户主要集中在电商行业、游戏行业等，目前阿里集团为发行人第一大客户，占比逐年提升，因合作模式类似，因此此处列举发行人与阿里集团合同的主要条款及权利义务责任关系，具体如下：

服务内容：乙方接受甲方委托向甲方提供无线推广、素材制作、广告运维、竞品投放报告等甲方指定的其他服务。

结算条款：（1）服务信息：①甲方产品名称：阿里巴巴集团及相关公司产品；②信息服务内容：信息流服务；③数据统计/监测地址：以投放媒体后台为准；（2）价格政策：以双方书面确认为准。

3、领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用

（1）产业链上下游

目前我国互联网数字营销行业的上游（即媒体端）主要为搜索引擎、社交媒体、门户网站等。下游主要为各类广告主，如各大 APP 平台、电商、汽车、3C 数码、快消（食品、服饰、化妆品等）、游戏、教育等行业客户。



数据来源：Wind

（2）领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用

主要工作	实际作用
素材与创意设计制作	与客户深入沟通，熟悉客户产品信息及行业情况，了解其推广需求及考核标准，通过大数据分析，剖析产品卖点，分类假设目标人群，按照拟投放媒体平台相适应的风格设计制作相应的文字、图片、动画、视频等广告素材
媒体资源采购	与今日头条、快手、腾讯等媒体平台对接，根据产品特性及投放策略选择合适的媒体平台，采购相应的流量资源
广告运维	根据客户需求，将经媒体平台审核通过的广告内容进行推广
投放测试和效果分析	实时跟踪广告投放的效果，监控消耗进度、转化率和转化成本等，结合在不同互联网媒体平台（例如今日头条、腾讯、快手等）、不同时间段、不同受众人群的推广效果等各种维度数据，调整投放策略
策略优化	服务团队按照测试优化后的方案和策略进行稳定投放，同时进行广告投放效果的跟踪、监测和评估，定期向客户进行汇报，总结当期采用的投放策略、营销数据以及广告效果，并拟定下一月的投放策略优化方案

4、说明领凯科技的收入确认方法是否符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额是否准确

领凯科技提供互联网数字营销广告代理服务，由于公司履约的同时客户即取

得并消耗公司履约所带来的经济利益，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入，履约进度不能合理确定的除外。对于履约进度不能合理确定时，公司已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

公司互联网数字营销业务通过子公司领凯科技开展，主要为客户提供广告投放、推广服务。领凯科技按照合同约定的时间定期与客户对账，以充值金额或实际消耗数据为基础，核对确认结算金额，经客户确认后按照结算金额确认营业收入。

公司独立为广告主提供无线推广、媒体资源采购、素材与创意设计制作、计划结构搭建、广告运维、投放测试和效果分析、策略优化等服务，根据需求向今日头条、快手、腾讯等媒体平台采购流量，将客户推广内容（如短视频等），通过今日头条等广告推广平台，推送至目标客户群体，供应商与客户之间不存在一一对应关系，购、销业务相互独立。

结合领凯科技与供应商及客户签订的合同条款、权利义务责任关系、领凯科技承担的主要工作和发挥的实际作用等，该项业务收入确认谨慎、合理，符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额准确。

二、说明申请人收购领凯科技后能否及如何对其实施有效控制，领凯科技报告期内收入大幅增长的原因及合理性，申请人会计差错更正是否涉及领凯科技，领凯科技财务会计基础是否薄弱，内部控制是否健全有效

（一）说明申请人收购领凯科技后能否及如何对其实施有效控制

发行人收购领凯科技完成后，为实施对其有效控制，对领凯科技的董事会进行改组，并委派监事、副总经理、财务负责人、财务管理人员，参与标的企业的日常经营管理。

收购后，领凯科技董事会、监事会构成情况如下：

领凯科技		
职位	姓名	职务
董事	李移岭（环球印务委派）	董事长、董事
	孙学军（环球印务委派）	董事

	林蔚（环球印务委派）	董事
	李仁东	董事
	连学旺	董事
监事	石宗礼（环球印务委派）	监事
	吕冰茵（环球印务委派）	监事
	谢秋玥	监事
副总经理	孟德（环球印务委派）	副总经理
财务负责人	屈颖君（环球印务委派）	财务负责人
财务管理人员	刘佩（环球印务委派）	财务管理人员

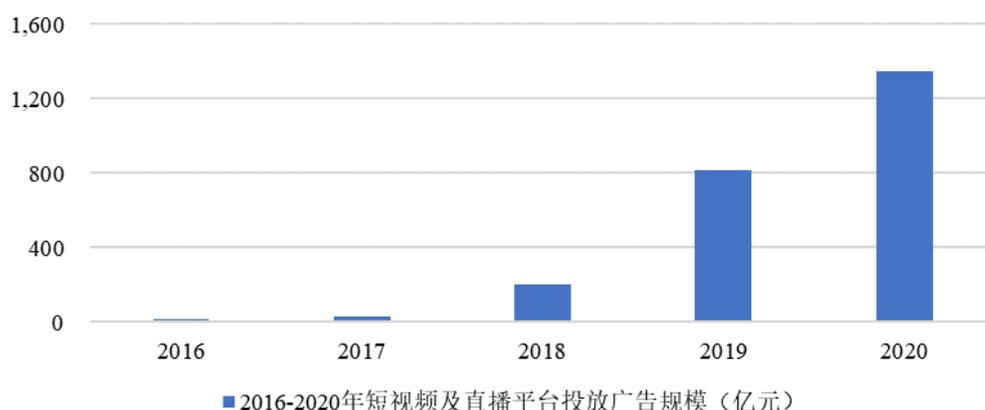
（二）领凯科技报告期内收入大幅增长的原因及合理性

1、互联网数字营销与短视频相结合，成为网络广告的新趋势；领凯科技顺应行业发展趋势，相继成为今日头条、快手、腾讯的一级代理商，业务规模不断扩大

根据艾瑞咨询数据，2020年我国网络广告市场规模为7,932亿，其中电商、信息流、搜索广告等典型的效果广告占比高达80%。其中，短视频广告投放内容具有更强的吸睛能力，也使得大量传统文字或图片形式的广告内容转换至短视频模式。

从趋势上看，随着营销内容的短视频化及电商直播渗透率的提升，通过短视频及直播平台投放的广告规模有望进一步扩大，互联网数字营销与短视频结合日趋紧密。2016年至2020年，通过短视频及直播平台投放的广告规模达从16亿元增长至1,351亿元（数据来源于Wind资讯），年均复合增长率为203.13%。

2016-2020年短视频及直播平台投放广告规模（亿元）



数据来源：Wind

领凯科技顺应行业发展趋势，积极开拓与信息流头部媒体平台的合作关系，2019年起，领凯科技相继成为今日头条、快手、腾讯的一级代理商，可为广告主提供素材与创意设计制作、广告运维、投放测试和效果分析等综合性服务，推广效果逐渐受到如阿里集团等大客户的认可，业务规模不断扩大，收入大幅增长。

2、发行人收购后领凯科技后协同效应显著，为收入持续增长提供保障

首先，在业务方面，领凯科技受益于发行人上市公司及国有企业的优质背景，在主流媒体平台及客户对其进行资质审核时，相较于其他竞争对手更有优势，获客能力不断增强。其次，在财务方面，收购完成后，领凯科技的融资能力逐渐增强，融资成本不断降低，资金运营效率随之提高，为主营业务开展提供良好的资金保障；再次，在管理方面，领凯科技利用发行人的融资平台优势、资金规模优势，加快推进研发力度、积极提升人员规模，大力实行销售拓展，同时借助上市公司在管理上的先进经验，加强对于业务流程的内部控制措施，降低经营成本，为收入持续增长提供保障。

3、领凯科技品牌优势凸显，为业绩增长注入动力

领凯科技致力于打造智能数字营销体系服务客户，以丰富的创意形式，将产品和服务相结合、内容和创意相融合，协助客户品牌和产品扩大社会影响力，协助客户扩大营收规模。领凯科技服务内容涵盖数字营销传播整个产业链，服务范围涉及全行业，服务地域基本覆盖全国主要市场。领凯科技在2020年荣获江苏省互联网平台经济“百千万”工程重点企业、江苏省重点文化科技企业、Bilibili

创新营销奖、腾讯广告银牌服务商奖、金投赏商业创意奖银奖，2021 年荣获巨量引擎引擎奖、快手新锐合作伙伴（KA 效果）奖、爱奇艺素材创意奖、金投赏商业创意奖。凭借着多年累积的行业经验和全面的服务能力，领凯科技在行业内逐渐形成了良好的口碑和较高的品牌知名度，得到客户的普遍认可。

综上，领凯科技报告期内收入大幅增长具有合理性。

（三）申请人会计差错更正是否涉及领凯科技，领凯科技财务会计基础是否薄弱，内部控制是否健全有效

1、申请人会计差错更正是否涉及领凯科技

2021 年 10 月 14 日，发行人披露《关于 2021 年半年度报告会计差错更正的公告》（2021-068 号）及相关公告。此项会计差错更正中，涉及领凯科技的更正如下：

2021 年 1-6 月，发行人子公司因工作疏漏，将研发活动形成的产品中，部分对外销售产品未按照“收入成本配比”原则确认为“营业成本”，而是在“研发费用”科目列示。

领凯科技主营业务为互联网数字营销，在研发过程中，会对投放效果进行测试。测试环节会实时跟踪广告投放的效果，监控消耗进度、转化率和转化成本等，结合在不同平台、不同时间段、不同受众人群的推广效果等各种维度数据，调整投放策略。测试环节完成后，公司服务团队按照测试优化后的方案和策略进行稳定投放。因此，该部分测试费属于为研发活动发生的直接投入，故属于“研发投入”。但在会计核算上，由于测试费部分构成了对客户整体报价中的一部分，最终实现对外销售。根据企业会计准则中的“收入配比”原则，应确认为“营业成本”，而不在“研发费用”科目列示。因此领凯科技对这部分应计入“营业成本”的支出进行了差错更正。

2、领凯科技财务会计基础是否薄弱，内部控制是否健全有效

收购完成后，发行人对领凯科技财务核算体系、会计政策等进行统一，并委派财务负责人，财务管理人员，协助领凯科技进一步完善财务内控体系等。

为规范公司会计核算与信息披露，提高会计信息质量，确保财务报告合法合

规、真实完整，保护投资者、债权人及其他利益相关者的合法权益，发行人制定了《财务报告管理制度》《关联交易管理制度》等规章制度，建立了关联交易审批、会计业务处理、会计政策及会计估计变更、财务报告编制与审核等主要控制流程，合理设置了财务报告相关的部门和岗位，明确职责权限，明确了会计核算、报告编制、复核、审批的控制程序及职责分工。在收购领凯科技后，发行人也委派监事、财务管理人员，参与领凯科技的日常经营管理。

环球印务作为上市公司，在公司规范治理、内部控制、管理系统方面具有一定的优势。领凯科技在被纳入上市公司的体系后，上市公司充分发挥与领凯科技在业务、管理、财务等方面的协同效应，实现优势互补，促进共同发展。领凯科技借助上市公司在管理上的先进经验，加强对于业务流程的内部控制措施，降低经营成本，充分实现战略协同，提升抗风险能力。

报告期内，公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求，同时结合公司内部控制制度和评价办法，在对内部控制日常监督和专项监督各项要求的基础上，对公司报告期各期末的内部控制有效性进行了系统评价，并出具了《内部控制有效性的自我评价报告》。根据自我评价报告，2018年度、2019年度和2020年度，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷和重要缺陷。

2017至2019年度，公司依据原《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引（2015年修订）》，至少每两年要求会计师事务所对内部控制设计与运行的有效性进行一次审计或者鉴证。报告期内希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）分别于2020年4月9日、2021年4月14日出具《关于西安环球印务股份有限公司内部控制鉴证报告》（希会其字（2020）0067号）、《关于西安环球印务股份有限公司内部控制鉴证报告》（希会其字（2021）0107号）。报告认为发行人按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效内部控制。

综上所述，此次会计差错更正由领凯科技自查发现，报告期内领凯科技会计核算真实、完整，财务会计基础不断增强，内部控制健全有效。

三、说明返点逐渐成为主要利润来源是否符合行业惯例，返点暂估的准确性、与实际返点是否存在显著差异，相关会计核算是否规范，毛利率是否将持续下降，相关风险是否揭示充分

(一) 说明返点逐渐成为主要利润来源是否符合行业惯例

对于互联网数字营销业务而言，返点作为利润来源是当前行业中的通常做法，同行业关于返点情况如下：

公司名称	返点情况
利欧股份	当智趣广告达到与媒体约定的采购金额，即可获得约定比例的返点、返货，同时，智趣广告也会给广告主提供一定数额的返点、返货，智趣广告从中赚取差价利润
华扬联众	毛利主要来自于收到的媒体返利减去向客户支付返利后的净额系我国互联网广告服务行业的经营模式特点
天龙集团	媒体与客户返利政策差价是睿道科技盈利的主要来源

注：以上数据来源于相关公司招股说明书、发行股份购买资产报告书等公开披露文件。

经与同行业公司对比，发行人互联网数字营销业务返点逐渐成为主要利润来源符合行业惯例。

(二) 返点暂估的准确性、与实际返点是否存在显著差异，相关会计核算是否规范

1、返点暂估的准确性、与实际返点是否存在显著差异

为保持收入和成本的匹配性，公司每月末按照不同平台上一年度实际返点比例，结合未来行业返点的趋势，根据谨慎性原则，对供应商返利进行暂估，收到实际返点时，再根据实际返点金额调整对应年度主营业务成本。

媒体年度返点通常由媒体结合其当年的代理商管理政策、互联网广告营销服务提供商的整个年度的任务完成率和收入增长比等多方面的综合因素于次年统一评定，预测数与实际获得数通常会存在较小幅度的差异，公司 2019 年度、2020 年度暂估返点与实际返点差异占总消耗比例均未超过 1%，不存在显著差异，返点暂估准确。

2、返点暂估相关会计核算

互联网媒体给出的都是阶梯式的返点政策，不同的互联网媒体公司给出的返

点政策有所不同，同一互联网媒体公司针对下属不同的互联网媒体类型给出的返点政策也是不同的。

互联网媒体返点实质上导致公司当期营业成本的减少，公司在计提当期媒体返点时冲减主营业务成本，同时减记对互联网媒体的应付账款。公司在月末确认收入、结转成本的同时按照暂估的返点比例计提当月媒体返点，符合权责发生制原则。

收到实际返点时，再根据实际返点金额调整对应年度主营业务成本，使冲减后的成本能正确反映公司当期交易的实际付出的对价，符合企业会计准则相关规定，相关会计核算规范。

（三）毛利率是否将持续下降，相关风险是否揭示充分

报告期内，发行人互联网数字营销业务毛利率分别为 17.94%、11.49%、8.99% 和 5.01%。互联网数字营销业务毛利率有所降低，主要系发行人报告期内业务模式的转变，以及供应商返点及给予客户折扣波动原因所致。

在整个数字营销产业链中，市场参与者构成了一个有机的整体，各方的决策都将会对他方产生影响。如果媒体供应商集体大幅降低返点比率，则数字营销服务商通过成本转嫁，将间接增加广告主的投放成本，那么广告主必将通过调整广告投放计划而将该负面效应进一步反馈给媒体供应商，最终结果会导致数字媒体的广告投放收入的相应减少；若个别媒体供应商大幅调低返利比率，则数字营销服务商也会选择降低在该媒体供应商处的投放金额，而将其投放重心向其他返利比率较高的媒体供应商转移。目前，行业已由蓬勃发展进入到成熟阶段，整体边际利润率已经趋于稳定，供应商返点继续大幅向下的空间较小。因此，在可以预见的一段期间内，媒体供应商对代理商的返利政策将会保持相对稳定，媒介代理商的毛利率将会维持在一定区间相对稳定波动。

针对毛利率下降风险，保荐机构已在尽调报告中披露如下：

“报告期内，公司互联网数字营销业务整体规模迅速扩张，2019 年至 2021 年 6 月末，互联网数字营销业务营业收入分别为 58,516.05 万元、101,814.31 万元及 109,452.99 万元，毛利率分别为 11.49%、8.99% 和 5.01%，呈下降趋势。未来，若上游媒体平台返利规模进一步缩减，或公司不能进一步提高议价能力，公

司互联网数字营销业务毛利率将面临下滑的风险。”

四、说明领凯科技应收账款金额较大的原因，涉及的具体客户及其回款风险的识别和调查情况，期后回款情况，坏账准备计提比例较大的原因，是否存在需要单项计提坏账准备的情形

(一) 说明领凯科技应收账款金额较大的原因

报告期各期末，公司互联网数字营销业务应收账款占主营业务收入的比例情况如下：

单位：万元

项目		2021.6.30/ 2021年 1-6 月	2020.12.31/ 2020 年度	2019.12.31/ 2019 年度	2018.12.31/ 2018 年度
互联网数字营销业务	应收账款余额	11,892.12	8,819.08	7,264.79	2,134.69
	主营业务收入	109,452.99	101,814.31	58,516.05	5,942.43
	应收账款占主营业务收入比例	5.43%	8.66%	12.42%	8.98%

注 1：互联网数字营销业务纳入合并报表时间为 2018 年 10 月，2018 应收账款占营业收入比例已经过年化处理；2021 年应收账款占营业收入比例已经过年化处理。

报告期内，互联网数字营销业务应收账款账面原值分别为 2,134.69 万元、7,264.79 万元、8,819.08 万元、11,892.12 万元，占主营业务收入比例分别为 8.98%、12.42%、8.66%、5.43%，应收账款金额较大的原因主要系：①领凯科技大型互联网客户的采购需求进一步增加，营业收入规模快速增长，故应收账款金额随着公司业务规模的扩大而有所上升；②由于结算、付款存在一定的时间周期，也导致领凯科技报告期末应收账款余额有所增长。

(二) 具体客户及其回款风险的识别和调查情况，期后回款情况

1、应收账款具体客户明细

报告期内，发行人互联网数字营销业务应收账款前五名明细如下：

单位：万元，%

单位名称	2021-6-30	账龄	占比
淘宝（中国）软件有限公司	3,230.28	1 年以内	27.16
海南亿成网络技术有限公司	1,200.00	1 年以内	10.09
上海搜尔信息科技有限公司	1,054.11	1 年以内	8.86

上海欢兽实业有限公司	980.00	1-2年	8.24
上海纸草信息科技有限公司	543.41	1年以内	4.57
小计	7,007.80		58.93
单位名称	2020-12-31	账龄	占比
淘宝（中国）软件有限公司	1,779.86	1年以内	20.18
上海欢兽实业有限公司	980.00	1-2年	11.11
同程网络科技股份有限公司	700.00	1年以内	7.94
上海研漾网络科技有限公司	661.75	1年以内	7.50
南京亿云新网络科技有限公司	659.65	1年以内	7.48
小计	4,781.27		54.22
单位名称	2019-12-31	账龄	占比
成都力奥文化传播有限公司	1,211.88	1年以内	16.68
湖南草花互动网络科技有限公司	983.00	1年以内	13.53
上海欢兽实业有限公司	980.00	1年以内	13.49
支付宝（中国）网络技术有限公司	932.88	1年以内	12.84
海南头角信息科技有限公司	825.48	1年以内	11.36
小计	4,933.23		67.91
单位名称	2018-12-31	账龄	占比
北京字节跳动网络技术有限公司	1,309.28	1年以内	61.33
北京星空秋雨信息技术有限公司	125.85	1年以内	5.90
上海新志网络科技有限公司	100.00	1年以内	4.68
北京炫众网络科技有限公司	78.82	1年以内	3.69
深圳前海新之江信息技术有限公司	77.46	1年以内	3.63
小计	1,691.42		79.23

报告期内，发行人互联网业务应收账款前五名占比分别为 79.23%、67.91%、54.22%、58.93%，占比较高。

公司针对账期较长的应收款项单独进行减值测试，上海欢兽实业有限公司账龄超过 1 年，期后未及时回款，经核实该公司经营异常，有公告清算重组通知，公司单独对其进行减值测试，并计提减值准备。

2、应收账款回款情况

报告期内，互联网业务应收账款前五名期后回款情况如下：

单位：万元，%

单位名称	2021-6-30	2019年回款	2020年回款	2021年7-12月回款	回款比例
淘宝（中国）软件有限公司	3,230.28	-	-	3,230.28	100.00
海南亿成网络技术有限公司	1,200.00	-	-	1,200.00	100.00
上海搜尔信息科技有限公司	1,054.11	-	-	1,054.11	100.00
上海欢兽实业有限公司	980.00	-	-	-	0.00
上海纸草信息科技有限公司	543.41	-	-	543.41	100.00
单位名称	2020-12-31	2019年回款	2020年回款	2021年7-12月回款	回款比例
淘宝（中国）软件有限公司	1,779.86	-	-	1,779.86	100.00
上海欢兽实业有限公司	980.00	-	-	-	0.00
同程网络科技股份有限公司	700.00	-	-	700.00	100.00
上海研漾网络科技有限公司	661.75	-	-	661.75	100.00
南京亿云新网络科技有限公司	659.65	-	-	659.65	100.00
单位名称	2019-12-31	2019年回款	2020年回款	2021年7-12月回款	回款比例
成都力奥文化传播有限公司	1,211.88	-	1,207.06	-	99.60
湖南草花互动网络科技有限公司	983.00	-	983.00	-	100.00
上海欢兽实业有限公司	980.00	-	-	-	0.00
支付宝（中国）网络技术有限公司	932.88	-	932.88	-	100.00
海南头角信息科技有限公司	825.48	-	825.48	-	100.00
单位名称	2018-12-31	2019年回款	2020年回款	2021年7-12月回款	回款比例
北京字节跳动网络技术有限公司	1,309.28	1,309.28	-	-	100.00
北京星空秋雨信息技术有限公司	125.85	79.34	46.51	-	100.00
上海新志网络科技有限公司	100.00	50.00	50.00	-	100.00
北京炫众网络科技有限公司	78.82	78.65	0.17	-	100.00
深圳前海新之江信息技术有限公司	77.46	77.46	-	-	100.00

除上海欢兽实业有限公司、成都力奥文化传播有限公司外，公司报告期各期末应收账款前五名期后回款比例均为 100%，回款比例较高。公司的大部分客户资信情况良好，具有相应的付款能力。应收上海欢兽实业有限公司款项因对方经营异常导致无法收回，公司按照既定会计政策及会计估计，充分计提了坏账准备。

（三）坏账准备计提比例较大的原因，是否存在需要单项计提坏账准备的情形

1、应收账款坏账计提政策

公司对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收账款，公司依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失。

对于单项计提坏账准备的应收账款，公司会评估单项应收账款的预计可回收金额，根据实际情况计提信用损失。其中，对于与对方涉及诉讼且已有明确迹象表明债务人无可执行财产等情况的，按照 100% 计提坏账；对于与对方涉及诉讼但有迹象表明对方仍有部分可执行财产的，按照预期可回收金额估计比例计提坏账；对于其他账龄在 3-4 年的应收款项，发行人按照 50% 的比例计提坏账，对于账龄在 4 年以上的应收款项，发行人按照 100% 的比例计提坏账。

2、应收账款坏账计提情况

报告期内，互联网数字营销业务应收账款坏账计提明细如下：

单位：万元，%

2021-6-30				
项目	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	2,262.26	1,854.87	81.99	407.38
按组合计提坏账准备的应收账款	9,629.86	494.03	5.13	9,135.83
其中：1 年以内	9,435.79	471.79	5.00	8,964.00
1 至 2 年	179.89	17.99	10.00	161.90
2 至 3 年	14.19	4.26	30.00	9.93
合计	11,892.12	2,348.91	19.75	9,543.21

2020-12-31				
项目	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	2,354.72	1,928.95	81.92	425.77
按组合计提坏账准备的应收账款	6,464.36	329.58	5.10	6,134.78
其中：1年以内	6,351.35	317.57	5.00	6,033.78
1至2年	109.43	10.94	10.00	98.49
2至3年	3.58	1.07	30.00	2.51
合计	8,819.08	2,258.53	25.61	6,560.55
2019-12-31				
项目	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	1,048.04	754.04	71.95	294.00
按组合计提坏账准备的应收账款	6,216.75	319.41	5.14	5,897.34
其中：1年以内	6,045.43	302.27	5.00	5,743.16
1至2年	171.28	17.13	10.00	154.15
2至3年	0.04	0.01	30.00	0.03
合计	7,264.79	1,073.45	14.78	6,191.34
2018-12-31				
项目	账面余额	坏账准备	计提比例	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	68.04	68.04	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,066.65	103.33	5.00	1,963.31
其中：1年以内	2,066.61	103.33	5.00	1,963.28
1至2年	0.04	0.00	10.00	0.04
2至3年	-	-	-	-
合计	2,134.69	171.38	8.03	1,963.31

领凯科技坏账准备计提比例较大的原因主要系：报告期末，公司针对涉诉、因对方破产、财务困难或挂账时间较长导致无法收回的应收账款（例如上海欢兽实业有限公司等），公司单独进行减值测试并计提减值准备导致。

截至2021年6月30日，公司互联网数字营销和业务单项计提坏账准备明细如下：

单位：万元，%

按单项计提坏账准备的应收账款					
单位名称	账面余额	坏账准备	账龄	计提比例	计提理由

上海欢兽实业有限公司	980.00	980.00	1-2 年	100.00	破产
广州战游网络科技有限公司	480.47	384.38	1-2 年	80.00	涉诉
武汉慧选优品传媒有限公司	433.37	216.68	1-2 年	50.00	客户经营不佳,拟破产
广州天瑀网络科技有限公司	188.81	94.40	1-2 年	50.00	涉诉
广州会玩互娱网络科技有限公司	95.00	95.00	1-2 年	100.00	涉诉
汕头市曾游互娱网络科技有限公司	16.16	16.16	1-2 年	100.00	涉诉
厦门点触科技股份有限公司	48.36	48.36	3-4 年	100.00	挂账时间较长,收回可能性极低
深圳洞察科技有限公司	19.68	19.68	3-4 年	100.00	挂账时间较长,收回可能性极低
北京阿吉比科有限公司	0.36	0.18	3-4 年	50.00	挂账时间较长,收回可能性中等
上海瑞狮网络科技有限公司	0.04	0.02	3-4 年	50.00	挂账时间较长,收回可能性中等

五、说明领凯科技业务是否承担广告内容制作，是否会受到国家近期对网络主播、网红经济整治措施的不利影响，相关风险是否揭示充分

（一）领凯科技业务是否承担广告内容制作

领凯科技的主营业务为互联网数字营销，主要供应商为今日头条、腾讯、快手等第三方互联网平台，服务模式如下：领凯科技为客户提供无线推广、媒体资源采购、素材与创意设计制作、计划结构搭建、广告运维、投放测试和效果分析、策略优化等服务，其中包括承担广告内容制作。

领凯科技营销服务团队通过与客户深入沟通，熟悉客户产品信息及行业情况，了解其推广需求及考核标准，通过大数据分析，剖析产品卖点，分类假设目标人群，按照拟投放媒体平台相适应的风格设计制作相应的文字、图片、动画、

视频等广告素材，并与客户沟通确认营销方案。

领凯科技严格按照《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理暂行办法》等相关规定制作广告内容。该等广告在正式投放前，需经客户审核及投放平台审核通过，符合上述相关规定。

（二）是否会受到国家近期对网络主播、网红经济整治措施的不利影响

如上述，领凯科技的主营业务为互联网数字营销，主要通过文字、图片、动画、视频等广告形式推广各类 APP 或小程序等。以阿里集团为例，领凯科技为阿里集团旗下众多公司如淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、北京优酷科技有限公司等提供互联网数字营销服务，推广产品包括淘特 APP、点淘 APP、咸鱼 APP、飞猪 APP、优酷 APP 等。领凯科技主要提供相关 APP 的推广服务，受众群体可以观看推广内容、通过推广链接点击激活、下载安装 APP、注册新用户等，从而提高相关 APP 的活跃度以及市场占有率，截至目前，领凯科技业务模式不涉及网络直播和网红经济模式。

近期，国家针对网络主播和网红经济采取了一些整治措施，主要如下：

2021 年 2 月，国家互联网信息办公室、全国“扫黄打非”工作领导小组办公室、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局联合发布了《关于印发〈关于加强网络直播规范管理工作的指导意见〉的通知》，主要针对网络直播行业中存在的主体责任缺失、内容生态不良、主播良莠不齐、充值打赏失范、商业营销混乱、青少年权益遭受侵害等问题进行了规范。其中要求建立健全制度规范，强化准入备案管理，构建行业制度体系，针对网络直播平台，要求建立直播账号分类管理规范制度、直播打赏服务管理规则、直播带货管理制度。

2021 年 9 月，国家税务总局印发通知，要求进一步加强文娱领域从业人员日常税收管理，对明星艺人、网络主播成立的个人工作室和企业，要辅导其依法依规建账建制，并采用查账征收方式申报纳税。要定期开展税收风险分析，近期要结合 2020 年度个人所得税汇算清缴办理情况，对存在涉税险的明星艺人、网络主播进行一对一风险提示和督促整改。

鉴于领凯科技目前的业务模式不涉及网络直播及网红经济，公司亦未与网络

主播进行合作开展相关直播业务，因此国家近期对网络主播及网红经济的整治措施未对领凯科技产生重大不利影响。

领凯科技目前虽然不涉及网络直播及网红经济，但其业务开展仍然受到《中华人民共和国广告法》等相关法律法规规定监管，因此仍然存在业务违规而被监管部门处罚的风险，保荐机构将在尽调报告中补充披露如下风险：

“7、互联网数字营销业务违规风险

广告应当真实、合法，不得含有虚假的内容，不得欺骗和误导消费者，《中华人民共和国广告法》《互联网广告管理暂行办法》等均对互联网广告的内容、发布等进行了细致、严格的规定。

尽管公司已建立了较为完善的业务流程、客户服务流程和内部控制制度，通常能够保证广告业务活动的合规性。但是，如果公司因对客户资质、身份审查不充分、对客户的产品或服务理解不到位、对广告内容审查出现疏漏或公司相关岗位的员工工作懈怠而导致广告内容不准确或具有误导性，或者客户刻意隐瞒其产品或服务的真实信息而导致公司不能及时发现问题，则公司可能会因广告业务活动不合规而导致公司存在被处罚或被索偿的法律风险。”

六、请保荐机构、申请人律师、申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

（一）核查依据、过程

1、访谈领凯科技相关业务负责人，了解其具体业务模式，主要客户、供应商情况，收入确认政策，领凯科技在实际运营中承担的主要工作及发挥的实际作用；

2、获取领凯科技主要销售、采购合同，核查合同主要条款、权利义务关系；

3、查阅同行业可比公司相关披露文件，了解收入确认政策；

4、访谈发行人管理层，查阅相关会议记录，了解发行人对领凯科技的管理措施，了解发行人参与领凯科技日常经营情况，收入增长的原因及合理性；

5、访谈发行人财务负责人，了解发行人会计差错更正原因及过程；

6、查阅发行人 2021 年半年度报告、会计差错更正公告；《财务报告管理制

度》《关联交易管理制度》等规章制度；查阅会计师出具的《内控鉴证报告》；

7、查阅同行业可比公司的定期报告及公开披露信息中披露返点模式描述，并进行比较；

8、访谈发行人财务负责人，了解发行人对暂估返点的会计处理方法；查阅领凯科技报告期内收入及成本明细表，对发行人报告期内的收入、成本、毛利率变动情况进行分析；

9、访谈公司财务人员，了解领凯科技应收账款规模较高的原因，并结合领凯科技业务规模、业务模式、相关政策等情况分析其合理性；

10、检查领凯科技报告期主要客户对应的销售合同、收款记录等情况，并查询对应客户的工商登记资料，调查主要客户背景，进行风险识别；

11、结合领凯科技主要客户期后回款情况以及同行业上市公司应收账款坏账准备计提情况，分析领凯科技应收账款坏账准备计提的充分性；

12、查询国家近期对网络主播、网红经济整治措施，查阅发行人及领凯科技财务报表、获取领凯科技主要销售合同，核查合同主要交易内容中是否包含网络主播、网红经济相关内容。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申请人律师、申报会计师认为：

1、领凯科技主营业务为互联网数字营销，主要客户为阿里集团等，为阿里集团旗下公司之 APP 提供互联网数字营销服务，合作产品截至目前不包括具体电商商户；

2、领凯科技业务模式转变符合行业发展规律，具有必要性；

3、结合领凯科技的业务模式、主要合同条款、权利义务关系等，领凯科技收入确认方法符合业务实际情况和企业会计准则规定，收入确认时点及金额准确；

4、发行人收购领凯科技后，通过委派董事、监事、副总经理、财务负责人、财务管理人员等，参与标的企业的日常经营管理及财务管控，能对其实施有效控制；

5、基于行业整体快速发展、收购协同效应加深、自身实力增强等原因，领凯科技报告期内收入大幅增长具有合理性；

6、领凯科技已根据《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第19号—财务信息的更正及相关披露》等有关规定，针对会计差错进行更正；报告期内领凯科技会计核算真实、完整，财务会计基础不断增强，内部控制健全有效；

7、经与同行业公司对比，发行人互联网数字营销业务返点逐渐成为主要利润来源符合行业惯例；

8、经核查，发行人返点暂估与实际返点不存在显著差异，返点暂估准确，相关会计核算规范；随着业务模式的稳定，预计毛利率将会维持在一定区间相对稳定波动，已就毛利率下滑做出风险提示；

9、随着收入规模的扩张，领凯科技应收账款余额随着增加，具有一致性，领凯科技大部分客户资信情况良好，应收账款期后回款情况良好；坏账准备计提比例较大主要系单项计提坏账准备较大所致，因对方经营异常等原因导致无法收回的应收账款，公司按照既定会计政策及会计估计，已充分计提了坏账准备；

10、领凯科技目前的业务模式不涉及网络直播及网红经济，国家近期对网络主播及网红经济的整治措施未对领凯科技产生重大不利影响；领凯科技目前虽然不涉及网络直播及网红经济，但其业务开展仍然受到《中华人民共和国广告法》等相关法律法规规定监管，因此仍然存在业务违规而被监管部门处罚的风险，已补充提示相关风险。

问题二：

2、关于应收账款。报告期内，申请人供应链管理业务、互联网数字营销业务的应收账款占营业收入比例较高。其中，供应链管理业务的应收账款周转率低于行业平均值，互联网数字营销业务客户存在因破产风险单项计提减值准备的情况。

请申请人：（1）说明供应链管理业务应收账款占主营业务收入比例最高但

坏账准备计提比例相较申请人其他主营业务最低的原因及合理性；（2）区分不同主营业务说明应收账款的主要客户及账龄等情况，说明单项计提坏账准备的应收账款涉及的主营业务及主要客户的风险情况，申请人如何确保单项计提的及时性和充分性，区分不同主营业务说明坏账准备计提的充分性和合理性；（3）说明报告期末供应链管理业务、互联网数字营销业务的主要客户情况，包括主要客户及应收余额、客户是否存在债务信用风险、信用结算和期后回款等情况，并结合前述情况，说明减值计提的充分合理性。

请保荐机构、申报会计师说明核查依据、方法、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、说明供应链管理业务应收账款占主营业务收入比例最高但坏账准备计提比例相较申请人其他主营业务最低的原因及合理性

（一）发行人各业务板块应收账款占主营业务收入比例及坏账比例情况对比

报告期各期末，公司主营业务的应收账款占主营营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目		2021.6.30/2021 年 1-6 月	2020.12.31/202 0 年度	2019.12.31/201 9 年度	2018.12.31/201 8 年度
造纸及纸制品业务	应收账款余额	14,833.66	12,336.69	14,861.20	14,930.64
	主营业务收入	29,915.16	57,855.18	52,328.29	49,289.62
	应收账款占主营业务收入比例	24.79%	21.32%	28.40%	30.29%
互联网数字营销业务	应收账款余额	11,892.12	8,819.08	7,264.79	2,134.69
	主营业务收入	109,452.99	101,814.31	58,516.05	5,942.43
	应收账款占主营业务收入比例	5.43%	8.66%	12.42%	8.98%
供应链管理业务	应收账款余额	11,444.68	11,691.25	10,067.39	-
	主营业务收入	22,903.15	27,013.27	13,519.49	-
	应收账款占主营业务收入比例	24.98%	43.28%	37.23%	-

注 1：为增加数据的可比性，2021 年 1-6 月应收账款占营业收入比例已经过年化处理；

注 2：互联网数字营销业务纳入合并报表时间为 2018 年 10 月，2018 应收账款占营业收入比例已经过年化处理；

注 3：供应链管理业务纳入合并报表时间为 2019 年 7 月，2019 应收账款占营业收入比例已经过年化处理。

报告期内，发行人不同业务应收账款坏账计提比例如下表所示：

单位：%

业务名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
造纸及纸制品业	8.64	9.85	10.36	8.18
互联网数字营销业	19.75	25.61	14.78	8.03
供应链管理业	5.71	5.61	6.15	-

（二）供应链管理业务应收账款占主营业务收入比例最高但坏账准备计提比例相较申请人其他主营业务最低的原因及合理性

1、内部交易抵消导致数据层面供应链管理业务应收账款占营业收入比例较高

报告期内，从事供应链管理业务的子公司（金印联）与发行人从事造纸及纸制品业务的公司（西安环球和天津环球）存在内部交易，这部分销售金额较大但回款速度较快，因此应收账款余额相对较小，若将此部分内部交易的影响还原，发行人供应链管理业务的应收账款占主营业务收入的比例将显著降低，具体情况如下：

单位：万元

项目		2021.6.30/2021 年 1-6 月	2020.12.31/202 0 年度	2019.12.31/201 9 年度	2018.12.31/201 8 年度
供应链管理 业务	应收账款余额	13,006.29	11,717.90	11,081.02	-
	主营业务收入	38,071.17	44,062.35	16,630.03	-
	应收账款占主营 业务收入比例	17.08%	26.59%	33.32%	-

注 1：为增加数据的可比性，2021 年 1-6 月应收账款占营业收入比例已经过年化处理。

2、供应链管理业务与客户紧密度较强，应收账款坏账比例较低

公司供应链管理业务主要由子公司北京金印联开展，北京金印联成立于 1998 年，自成立以来积极倡导“服务创造印艺价值”的理念，专注为印刷包装企业提供专业供应链解决方案，主营产品为印刷包装企业需要的各类绿色环保原辅材料，为超过 1,000 家印刷企业提供稳定的印刷包装供应链服务，与印刷业行业多家知名企业保持良好合作关系，客户整体资信较高，回款情况良好。

发行人各项业务坏账计提政策一致。但与发行人另外两项业务相比，供应链管理业务与客户的联系更为紧密，出现因涉诉或其他减值迹象导致需要单独计提坏账准备的情况较少。因此，供应链管理业务单独计提坏账的应收账款占应收账款余额总额的比例较其他两项业务更低，导致整体应收账款坏账比例更低，具有合理性。

发行人不同业务按组合计提坏账准备的应收账款占应收账款总额的比例如下所示：

单位：%

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31
造纸及纸制品业	96.17	94.41	93.34
互联网数字营销业	80.98	73.30	85.57
供应链管理业	99.60	99.63	99.01

3、供应链管理业务与同行业可比公司应收账款坏账比例接近

报告期各期末，公司供应链管理业务应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：%

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31
普路通	8.15	6.71	3.64
嘉诚国际	6.66	7.55	9.30
东方嘉盛	3.26	2.67	0.30
怡亚通	4.20	4.28	4.10
平均值	5.57	5.30	4.34
环球印务	5.71	5.61	6.15

报告期内，发行人供应链管理业务应收账款坏账实际计提比例分别 6.15%，5.61%，5.71%，与同行业可比公司无重大差异，应收账款坏账准备计提充分。

综上，发行人供应链管理业务应收账款占主营业务收入比例最高但坏账准备计提比例相较申请人其他主营业务最低主要受内部交易、与客户紧密程度、单项计提坏账准备等因素影响，具有合理性。

二、区分不同主营业务说明应收账款的主要客户及账龄等情况，说明单项计提坏账准备的应收账款涉及的主营业务及主要客户的风险情况，申请人如何确保单项计提的及时性和充分性，区分不同主营业务说明坏账准备计提的充分性和合理性

(一) 区分不同主营业务说明应收账款的主要客户及账龄等情况

报告期各期末，公司不同业务应收账款的主要客户及账龄情况如下：

单位：万元

2021-06-30					
业务类型	单位名称	应收账款期末余额	账龄	坏账计提比例	坏账计提金额
造纸及纸制品业	拜耳医药保健有限公司	2,526.49	1年以内	5.00%	126.32
	成都生物制品研究所有限责任公司	1,041.89	1年以内	5.00%	52.09
	北京生物制品研究所有限责任公司	1,040.76	1年以内	5.00%	52.04
	武汉生物制品研究所有限责任公司	984.54	1年以内	5.00%	49.23
	北京科兴中维生物技术有限公司	831.42	1年以内	5.00%	41.57
	合计	6,425.09	-	-	321.25
互联网数字营销业	淘宝（中国）软件有限公司	3,230.28	1年以内	5.00%	161.51
	海南亿成网络技术有限公司	1,200.00	1年以内	5.00%	60.00
	上海搜尔信息科技有限公司	1,054.11	1年以内	5.00%	52.71
	上海欢兽实业有限公司	980.00	1-2年	100.00%	980.00
	上海纸草信息科技有限公司	543.31	1年以内	5.00%	27.17
	合计	7,007.80	-	-	1,281.39
供应链管理业	虎彩印艺股份有限公司	1,761.17	1年以内	5.00%	88.06
	和瑞（天津）供应链科技有限公司	811.68	1年以内	5.00%	40.58
	烟台鸿庆预涂新材料股份有限公司	473.22	1年以内	5.00%	23.66
	广州辉杭印刷材料有限公司	356.20	1年以内	5.00%	17.81
	北京雅昌艺术印刷有限公司	268.78	1年以内	5.00%	13.44
	合计	3,671.05	-	-	183.55

单位：万元

2020-12-31					
业务类型	单位名称	应收账款期末余额	账龄	坏账计提比例	坏账计提金额
造纸及纸制品业	拜耳医药保健有限公司	2,572.51	1年以内	5.00%	128.63
	咸阳伊利乳业有限责任公司	1,812.32	1年以内	5.00%	90.62
	西安伊利泰普克饮品有限公司	1,489.42	1年以内	5.00%	74.47
	江西和力物联实业有限公司	317.52	1年以内	5.00%	15.88
	吉林省吴太感康药业有限公司	216.78	1年以内	5.00%	10.84
	合计	6,408.55	-	-	320.43
互联网数字营销业	淘宝（中国）软件有限公司	1,779.86	1年以内	5.00%	88.99
	上海欢兽实业有限公司	980.00	1-2年	100.00%	980.00
	同程网络科技股份有限公司	700.00	1年以内	5.00%	35.00
	上海研漾网络科技有限公司	661.75	1年以内	5.00%	33.09
	南京亿云新网络科技有限公司	659.65	1年以内	5.00%	32.98
	合计	4,781.27	-	-	1,170.06
供应链管理业	虎彩印艺股份有限公司	2,138.25	1年以内	5.00%	106.91
	和瑞（天津）供应链科技有限公司	614.31	1年以内	5.00%	30.72
	广州辉杭印刷材料有限公司	305.38	1年以内	5.00%	15.27
	北京雅昌艺术印刷有限公司	283.92	1年以内	5.00%	14.20
	中山市嘉利印刷有限公司	173.34	1年以内	5.00%	8.67
	合计	3,515.21	-	-	175.76

单位：万元

2019-12-31					
业务类型	单位名称	应收账款期末余额	账龄	坏账计提比例	坏账计提金额
造纸及纸制品业	拜耳医药保健有限公司	2,367.61	1年以内	5.00%	118.38
	西安伊利泰普克饮品有限公司	1,348.02	1年以内	5.00%	67.40

	咸阳伊利乳业有限责任公司	1,170.49	1年以内	5.00%	58.52
	吉林省吴太感康药业有限公司	1,162.59	1年以内 /5年以上	5.00%/100%	60.76
	赛诺菲(杭州)制药有限公司	558.40	1年以内	5.00%	27.92
	合计	6,607.11	-	-	332.98
互联网 数字营 销业	成都力奥文化传播有限公司	1,211.88	1年以内	5.00%	60.59
	湖南草花互动网络科技有限公司	983.00	1年以内	5.00%	49.15
	上海欢兽实业有限公司	980.00	1年以内	70.00%	686.00
	支付宝(中国)网络技术有限公司	932.88	1年以内	5.00%	46.64
	广州战游网络科技有限公司	573.30	1年以内	5.00%	28.66
	合计	4,681.06	-	-	871.04
供应链 管理业	虎彩印艺股份有限公司	1,444.03	1年以内	5.00%	72.20
	北京雅昌艺术印刷有限公司	251.85	1年以内	5.00%	12.59
	广州辉杭印刷材料有限公司	240.40	1年以内	5.00%	12.02
	广西真龙彩印包装有限公司	197.48	1年以内	5.00%	9.87
	深圳市兴和顺印刷物资商行	175.85	1年以内	5.00%	8.79
	合计	2,309.61	-	-	115.48

单位：万元

2018-12-31					
业务类型	单位名称	应收账款期末余额	账龄	坏账计提比例	坏账计提金额
造纸及 纸制品 业	拜耳医药保健有限公司	2,121.69	1年以内	5.00%	106.08
	西安伊利泰普克饮品有限公司	1,399.22	1年以内	5.00%	69.96
	吉林省吴太感康药业有限公司	1,155.37	1年以内 /5年以上	5.00%/100%	60.40
	西安杨森制药有限公司	644.52	1年以内	5.00%	32.23
	赛诺菲(杭州)制药有限公司	488.31	1年以内	5.00%	24.42
	合计	5,809.11	-	-	293.08
互联网 数字营	北京字节跳动网络技术有限公司	1,309.28	1年以内	5.00%	65.46

销业	北京星空秋雨信息技术有限公司	125.85	1年以内	5.00%	6.29
	上海新志网络科技有限公司	100.00	1年以内	5.00%	5.00
	北京炫众网络科技有限公司	78.82	1年以内	5.00%	3.94
	深圳前海新之江信息技术有限公司	77.46	1年以内	5.00%	3.87
	合计	1,691.42	-	-	84.57

(二) 说明单项计提坏账准备的应收账款涉及的主营业务及主要客户的风险情况

报告期内，单项计提坏账准备的应收账款涉及的主营业务情况如下表所示：

单位：万元

日期	业务名称	应收账款期末余额	坏账计提比例	坏账计提金额
2021-06-30	造纸及纸制品业	568.11	99.42%	564.84
	互联网数字营销业	2,262.26	81.99%	1,854.87
	供应链管理业	46.15	53.76%	24.81
	合计	2,876.51	84.98%	2,444.52
2020-12-31	造纸及纸制品业	689.60	90.49%	624.03
	互联网数字营销业	2,354.72	81.92%	1,928.95
	供应链管理业	42.93	53.77%	23.09
	合计	3,087.24	83.44%	2,576.07
2019-12-31	造纸及纸制品业	989.72	78.37%	775.66
	互联网数字营销业	1,048.04	71.95%	754.04
	供应链管理业	100.06	97.36%	97.42
	合计	2,137.81	76.11%	1,627.12
2018-12-31	造纸及纸制品业	522.42	73.99%	386.57
	互联网数字营销业	68.04	100.00%	68.04
	合计	590.46	76.99%	454.61

报告期内，单项计提坏账准备的应收账款涉及的主要客户情况如下表所示：

单位：万元

日期	单位名称	业务名称	应收账款期末余额	坏账计提比例	坏账计提金额	单项计提原因
2021-06-30	上海欢兽实业有限公司	互联网数字营销业	980.00	100.00%	980.00	客户破产
	广州战游网络科技有限公司	互联网数字营销业	480.47	80.00%	384.38	涉诉，款项收回可能性较低

	武汉慧选优品传媒有限公司	互联网数字营销业	433.37	50.00%	216.68	客户回款情况不佳,款项收回可能性中等
	陕西杜康酒业商贸有限公司	造纸及纸制品业	171.82	100.00%	171.82	涉诉,款项收回可能性极低
	广州会玩互娱网络科技有限公司	互联网数字营销业	95.00	100.00%	95.00	涉诉,款项收回可能性极低
	合计		2,160.67	85.52%	1,847.89	
2020-12-31	上海欢兽实业有限公司	互联网数字营销业	980.00	100.00%	980.00	客户破产
	广州战游网络科技有限公司	互联网数字营销业	573.30	80.00%	458.64	涉诉,款项收回可能性较低
	武汉慧选优品传媒有限公司	互联网数字营销业	433.37	50.00%	216.68	客户回款情况不佳,款项收回可能性中等
	广州天瑞网络科技有限公司	互联网数字营销业	188.81	50.00%	94.40	涉诉,款项收回可能性中等
	陕西杜康酒业商贸有限公司	造纸及纸制品业	171.82	100.00%	171.82	涉诉,款项收回可能性极低
	合计		2,347.30	81.86%	1,921.55	
2019-12-31	上海欢兽实业有限公司	互联网数字营销业	980.00	70.00%	686.00	客户经营状况不佳,款项收回可能性较低
	陕西杜康酒业商贸有限公司	造纸及纸制品业	191.82	91.68%	175.86	涉诉,款项收回可能性极低
	宁夏红中宁枸杞制品有限公司	造纸及纸制品业	265.35	50.00%	84.36	账龄较长,款项收回可能性中等
	北京今印联图像设备有限公司	供应链管理业	94.80	98.29%	93.18	账龄较长,款项收回可能性极低
	珠海市江龙酒业有限公司	造纸及纸制品业	57.46	100.00%	57.46	涉诉,款项收回可能性极低
	合计		1,492.79	73.48%	1,096.86	
2018-12-31	陕西杜康酒业商贸有限公司	造纸及纸制品业	194.70	50.00%	97.35	涉诉,款项收回可能性中等
	LaGray	造纸及纸制品业	58.16	100.00%	58.16	账龄较长,款项收回可能性极低
	厦门点触科技股份有限公司	互联网数字营销业	48.36	100.00%	48.36	账龄较长,款项收回可能性极低
	西安黄金甲工贸有限公司	造纸及纸制品业	28.50	100.00%	28.50	账龄较长,款项收回可能性极低
	深圳洞察科技有限公司	互联网数字营销业	19.68	100.00%	19.68	账龄较长,款项收回可能性极低

	合计		349.40	72.14%	252.05	
--	----	--	--------	--------	--------	--

(三) 申请人如何确保单项计提的及时性和充分性

公司对于存在客观证据表明存在减值，以及其他适用于单项评估的应收账款单独进行减值测试，确认预期信用损失，计提单项减值准备。对于不存在减值客观证据的应收账款，公司依据信用风险特征将应收账款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失。公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，计算预期信用损失。

发行人已建立完善的《应收及预付款管理办法》，明确业务部门和业务经办人员负有向客户联系催收应收账款的责任。财务部门于每月末测试应收账款减值情况，并对应收账款计提坏账准备，以保证坏账准备计提的及时性。

对于单项计提坏账准备的应收账款，公司会评估单项应收账款的预计可回收金额，根据实际情况计提信用损失。其中，对于与对方涉及诉讼且已有明确迹象表明债务人无可执行财产等情况的，按照 100% 计提坏账；对于与对方涉及诉讼但有迹象表明对方仍有部分可执行财产的，按照预期可回收金额估计比例计提坏账；对于其他账龄在 3-4 年的应收款项，发行人按照 50% 的比例计提坏账，对于账龄在 4 年以上的应收款项，发行人按照 100% 的比例计提坏账。

(四) 区分不同主营业务说明坏账准备计提的充分性和合理性

1、造纸及纸制品业

报告期内，发行人造纸及纸制品业务应收账款坏账实际计提比例如下表示：

单位：万元

账龄	2021-6-30			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	568.11	564.84	99.42	3.27
按组合计提坏账准备的应收账款	14,265.55	716.69	5.02	13,548.86
其中：1 年以内	14,239.37	711.97	5.00	13,527.40
1 至 2 年	15.65	1.57	10.00	14.09
2 至 3 年	10.53	3.16	30.00	7.37
合计	14,833.66	1,281.53	8.64	13,552.13
账龄	2020-12-31			

	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	689.60	624.03	90.49	65.56
按组合计提坏账准备的应收账款	11,647.09	591.55	5.08	11,055.54
其中：1年以内	11,573.69	578.68	5.00	10,995.01
1至2年	45.76	4.58	10.00	41.18
2至3年	27.64	8.29	30.00	19.35
合计	12,336.69	1,215.59	9.85	11,121.10
账龄	2019-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	989.72	775.66	78.37	214.06
按组合计提坏账准备的应收账款	13,871.48	763.61	5.50	13,107.87
其中：1年以内	13,262.97	663.15	5.00	12,599.82
1至2年	410.44	41.04	10.00	369.40
2至3年	198.07	59.42	30.00	138.65
合计	14,861.20	1,539.27	10.36	13,321.92
账龄	2018-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	522.42	386.57	73.99	135.86
按组合计提坏账准备的应收账款	14,408.22	834.65	5.79	13,573.57
其中：1年以内	13,420.69	671.03	5.00	12,749.65
1至2年	663.23	66.32	10.00	596.91
2至3年	324.30	97.29	30.00	227.01
合计	14,930.64	1,221.21	8.18	13,709.43

报告期各期末，公司造纸及纸制品业务应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：%

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
翔港科技	3.12	3.97	6.97	6.53
吉宏股份	5.33	5.47	5.24	5.04
东风股份	9.16	9.98	7.96	8.67
美盈森	6.86	6.71	6.56	7.15
平均值	6.12	6.53	6.68	6.85

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
环球印务	8.64	9.85	10.36	8.18

报告期内,发行人应收账款坏账实际计提比例分别为 8.18%,10.36%,9.85%,8.64%,与同行业可比公司相比,计提比例更为谨慎,整体高于行业均值,应收账款坏账准备计提充分合理。

2、互联网数字营销业

报告期内,发行人互联网数字营销业务应收账款坏账实际计提比例如下表示:

单位:万元

账龄	2021-6-30			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	2,262.26	1,854.87	81.99	407.38
按组合计提坏账准备的应收账款	9,629.86	494.03	5.13	9,135.83
其中:1年以内	9,435.79	471.49	5.00	8,964.00
1至2年	179.89	17.99	10.00	161.90
2至3年	14.19	4.26	30.00	9.93
合计	11,892.12	2,348.91	19.75	9,543.21
账龄	2020-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	2,354.72	1,928.95	81.92	425.77
按组合计提坏账准备的应收账款	6,464.36	329.58	5.10	6,134.78
其中:1年以内	6,351.35	317.57	5.00	6,033.78
1至2年	109.43	10.94	10.00	98.49
2至3年	3.58	1.07	30.00	2.51
合计	8,819.08	2,258.53	25.61	6,560.55
账龄	2019-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	1,048.04	754.04	71.95	294.00
按组合计提坏账准备的应收账款	6,216.75	319.41	5.14	5,897.34
其中:1年以内	6,045.43	302.27	5.00	5,743.16

1至2年	171.28	17.13	10.00	154.15
2至3年	0.04	0.01	30.00	0.03
合计	7,264.79	1,073.45	14.78	6,191.34
账龄	2018-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	68.04	68.04	100.00	-
按组合计提坏账准备的应收账款	2,066.65	103.33	5.00	1,963.31
其中：1年以内	2,066.61	103.33	5.00	1,963.28
1至2年	0.04	0.00	10.00	0.04
2至3年	-	-	30.00	-
合计	2,134.69	171.38	8.03	1,963.31

报告期各期末，公司互联网数字营销业务应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：%

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31	2018-12-31
利欧股份	7.53	7.46	8.99	6.19
华扬联众	5.46	5.68	4.43	6.89
省广集团	15.59	12.64	10.25	7.80
天龙集团	7.14	7.52	7.14	7.80
平均值	8.93	8.32	7.70	7.17
环球印务	19.75	25.61	14.78	8.03

3、报告期内，发行人应收账款坏账实际计提比例分别为 8.03%，14.78%，25.61%，19.75%，与同行业可比公司相比，计提比例更为谨慎，单项计提坏账占比更高，导致实际计提比例整体高于行业均值，应收账款坏账准备计提充分合理。

3、供应链管理业务

报告期内，发行人供应链管理业务应收账款坏账实际计提比例如下表示：

单位：万元

账龄	2021-6-30			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	46.15	24.81	53.76	21.34

按组合计提坏账准备的应收账款	11,398.54	628.44	5.51	10,770.10
其中：1年以内	11,001.54	550.08	5.00	10,451.46
1至2年	203.69	20.37	10.00	183.32
2至3年	193.31	57.99	30.00	135.32
合计	11,444.68	653.25	5.71	10,791.43
账龄	2020-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	42.93	23.09	53.77	19.85
按组合计提坏账准备的应收账款	11,648.32	632.86	5.43	11,015.45
其中：1年以内	11,283.76	564.19	5.00	10,719.57
1至2年	203.47	20.35	10.00	183.12
2至3年	161.09	48.33	30.00	112.76
合计	11,691.25	655.95	5.61	11,035.30
账龄	2019-12-31			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	账面价值
按单项计提坏账准备的应收账款	100.06	97.42	97.36	2.64
按组合计提坏账准备的应收账款	9,967.33	521.96	5.24	9,445.37
其中：1年以内	9,674.95	483.75	5.00	9,191.20
1至2年	247.52	24.75	10.00	222.76
2至3年	44.87	13.46	30.00	31.41
合计	10,067.39	619.38	6.15	9,448.01

报告期各期末，公司供应链管理业务应收账款坏账计提比例与同行业可比公司对比如下：

单位：%

公司名称	2021-6-30	2020-12-31	2019-12-31
普路通	8.15	6.71	3.64
嘉诚国际	6.66	7.55	9.30
东方嘉盛	3.26	2.67	0.30
怡亚通	4.20	4.28	4.10
平均值	5.57	5.30	4.34
环球印务	5.71	5.61	6.15

报告期内，发行人应收账款坏账实际计提比例分别 6.15%，5.61%，5.71%，

与同行业可比公司无重大差异，应收账款坏账准备计提充分合理。

三、说明报告期末供应链管理业务、互联网数字营销业务的主要客户情况，包括主要客户及应收余额、客户是否存在债务信用风险、信用结算和期后回款等情况，并结合前述情况，说明减值计提的充分合理性

2021年1-6月，发行人供应链管理业务、互联网数字营销业务主要客户情况如下：

（一）供应链管理业务

单位：万元，%

序号	客户名称	营业收入	占比	应收账款	坏账准备	2021年7-12月回款	信用政策	结算方式
1	和瑞集团	5,474.86	23.90	864.03	43.20	864.03	30天、90天	电汇、承兑
2	陕西广丰纸业有限公司	2,236.05	9.76	-	-	-	30天	电汇
3	虎彩集团	1,409.55	6.15	1,872.20	93.82	1,795.17	90天	承兑
4	烟台鸿庆预涂新材料股份有限公司	779.34	3.40	473.22	23.66	473.22	60天	电汇、承兑
5	广州辉杭印刷材料有限公司	550.71	2.40	356.20	17.81	356.20	90天	电汇

注 1：已剔除内部交易影响；

注 2：和瑞集团指和瑞（天津）供应链科技有限公司、宁夏和瑞包装有限公司等其关联企业；虎彩集团指虎彩印艺股份有限公司、青海虎彩印刷有限公司等其关联企业。

由上表可知，截至报告期末，发行人供应链管理业务主要客户期后回款情况良好，债务信用风险较小；发行人已按照账龄对其计提坏账准备，减值计提充分、合理。

（二）互联网数字营销业务

单位：万元，%

序号	客户名称	营业收入	占比	应收账款	坏账准备	2021年7-12月回款	信用政策	结算方式
1	阿里集团	57,580.36	52.61	3,407.00	170.35	3,407.00	收到发票后5个工作日内	电汇
2	北京酷划	25,089.18	22.92	1,200.00	60.00	1,200.00	次月30日前付款或收到发票当月30日前	电汇

3	福州来玩互娱网络科技有限公司	4,167.24	3.81	-	-	-	次月回款	电汇
4	上海搜尔	3,343.13	3.05	1,064.12	53.21	1,064.12	收到发票后 45 个自然日	电汇
5	上海畅梦	2,888.24	2.64	417.48	20.87	417.48	畅梦：结算周期 1 个自然周，每周四 核对本周及上周五（包括上周周末） 数据，对账后次日付款 升游：结算周期 15 天，每月 16 号、 次月 1 号对账，对账后次日付款	电汇

注 1：阿里集团指淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司、北京优酷科技有限公司等其关联企业；2、北京酷划指北京酷划在线网络技术有限公司、海南邵赢网络技术有限公司等其关联企业；3、上海搜尔指上海任意门科技有限公司、上海搜尔信息科技有限公司等其关联企业；4、上海畅梦指上海畅梦移动网络科技有限公司、上海升游网络科技有限公司等其关联企业。

由上表可知，截至报告期末，发行人互联网数字营销业务主要客户期后回款情况良好，债务信用风险较小；发行人已按照账龄对其计提坏账准备，减值计提充分、合理。

四、请保荐机构、申报会计师说明核查依据、方法、过程，并发表明确核查意见。

（一）核查依据、方法、过程

1、获取发行人报告期各期末按不同主营业务划分的应收账款余额明细、账龄明细及坏账准备明细，复核应收账款坏账计提计算结果是否正确；

2、访谈发行人财务人员，了解发行人供应链管理业务的业务模式、业务规模、主要客户、信用政策，分析供应链管理业务应收账款占营业收入比较高的原因；

3、查阅发行人报告期各期末供应链管理业务应收账款单项计提坏账明细，分析单项计提坏账准备的原因，并结合同行业上市公司应收账款坏账准备计提情况，分析坏账准备计提的充分性；

4、获取发行人报告期各期末单项计提坏账准备明细表，按照不同主营业务计算计提比例，筛选单项计提坏账涉及的主要客户并了解原因；

5、访谈发行人财务人员，查阅发行人《应收及预付款管理办法》及坏账准备计提政策，复核发行人是否及时且按照规定足额计提单项坏账准备；

6、获取报告期各期末同行业上市公司坏账准备计提情况的公开信息并与发行人各主营业务进行对比，分析发行人坏账准备计提的充分性和合理性；

7、筛选发行人报告期内互联网数字营销业务及供应链管理业务的主要客户，并查询对应客户的工商登记资料，调查主要客户背景，进行风险识别；查阅主要合同，访谈发行人财务人员，复核发行人对主要客户的信用政策、结算方式、期后回款信息，分析坏账准备计提的充分合理性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为，

1、发行人供应链管理业务应收账款占营业收入比重较高但坏账准备计提比例较低主要受内部交易和单项计提坏账准备原因等因素影响，坏账准备计提比例与同行业上市公司不存在重大差异，具有合理性；

2、发行人报告期内各主营业务单项计提坏账准备符合相关内部控制和会计政策的要求，计提坏账准备及时且充分。各主营业务坏账准备计提情况与同行业上市公司的差

异存在合理性，坏账准备计提具有充分性和合理性；

3、发行人供应链管理业务和互联网数字营销业务的主要客户信用情况良好，相关应收账款期后回款良好，债务风险较小，相关应收账款坏账准备计提严格依照会计政策执行，具有充分性和合理性。

问题三：

3、关于会计差错更正。申请人 2021 年 10 月发布 2021 年半年度报告会计差错更正的公告。请申请人说明该会计差错是自查发现还是外部审计发现，并结合上述情况说明会计基础工作是否规范。

请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

回复：

一、请申请人说明该会计差错是自查发现还是外部审计发现

发行人第五届董事会 2021 年第十二次会议、第五届监事会第十次会议审议通过了《关于 2021 年半年度报告会计差错更正的议案》，对 2021 年半年度报告及 2021 年半年度财务报表的会计差错进行了更正，不涉及追溯调整，现将有关会计差错更正事项说明如下：

2021 年 10 月 14 日，发行人披露《关于 2021 年半年度报告会计差错更正的公告》（2021-068 号）及相关公告，2021 年 1-6 月，发行人子公司因工作疏漏，将研发活动形成的产品中，部分对外销售产品未按照“收入成本配比”原则确认为“营业成本”，而是在“研发费用”科目列示。

该项会计差错更正所涉及的直接科目调整如下：

单位：万元

财务报表项目		更正前	更正后	变动金额
合并利润表	营业成本	141,503.67	145,215.00	3,711.34
	研发费用	6,289.12	2,577.79	-3,711.34

2021 年 1-6 月，因少数股东增资导致发行人丧失对原子公司陕西永鑫纸业包装有限公司控制权后，发行人在编制合并财务报表时，对剩余股权在丧失控制权日未按照公允价值进行重新计量。

该项会计差错更正所涉及的直接科目调整如下：

单位：万元

财务报表项目		更正前	更正后	变动金额
合并资产负债表	长期股权投资	11,498.73	11,905.69	406.97
	资本公积	4,836.63	4,519.51	-317.12
	未分配利润	38,615.14	39,339.24	724.09
合并利润表	投资收益	781.62	1,188.59	406.97

以上差错更正系申请人自查发现。

二、并结合上述情况说明会计基础工作是否规范

（一）发行人会计差错更正的合理性

1、北京金印联和江苏领凯差错更正符合企业会计准则的要求

发行人子公司北京金印联国际供应链管理有限公司主营业务为印刷材料的销售及配套服务，公司首先了解客户的设备状况、产品定位、采购需求、技术要求、工艺特点、最终产品行业特性等多维度信息，之后利用耐摩擦测试仪、总有机卤素分析仪、微波消解仪、原子吸收光谱仪、液相色谱仪、电子油墨粘性仪等技术设备帮助客户进行产品甄选和匹配以及必要的测试和检测，并通过小批量生产验证研发成果的有效性及其稳定性，将客户选错、错用产品的影响降到最低，试验结束后将满足标准可对外出售的产品成本对应转入到库存商品中，根据收入成本匹配原则，在实现销售后转至“营业成本”科目。因此，在研发过程中领用的原材料属于为研发活动发生的直接投入，故属于“研发投入”，但在会计核算上，由于这部分测试合格的产品最终实现对外销售，根据企业会计准则中的“收入配比”原则，应确认为“营业成本”，而不在“研发费用”科目列示。但2021年1-6月，北京金印联国际供应链管理有限公司未将此部分支出计入“营业成本”核算，需要进行差错更正。

发行人子公司江苏领凯数字科技有限公司主营业务为互联网数字营销，在研发过程中，会对投放效果进行测试。测试环节会实时跟踪广告投放的效果，监控消耗进度、转化率和转化成本等，结合在不同平台、不同时间段、不同受众人群的推广效果等各种维度数据，调整投放策略。测试环节完成后，公司服务团队按照测试优化后的方案和策略进行稳定投放。因此，该部分测试费属于为研发活动发生的直接投入，故属于“研发投入”。但在会计核算上，由于测试费部分构成了对客户整体报价中的一部分，最终实现

对外销售。根据企业会计准则中的“收入配比”原则，应确认为“营业成本”，而不在“研发费用”科目列示。但 2021 年 1-6 月，江苏领凯数字科技有限公司未将此部分支出计入“营业成本”核算，需要进行差错更正。

基于以上情况，发行人根据《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 19 号—财务信息的更正及相关披露》等有关规定，针对上述会计差错进行更正，该事项仅对“合并利润表”中的“主营业务成本”、“研发费用”进行重分类，不涉及追溯调整、不影响合并利润表中的利润总额和净利润等项目，具有合理性。

2、投资收益差错更正符合企业会计准则的要求

2021 年 1-6 月，因少数股东增资导致发行人丧失对原子公司陕西永鑫纸业包装有限公司控制权后，发行人在编制合并财务报表时，对剩余股权在丧失控制权日未按照公允价值进行重新计量。

根据《企业会计准则第 33 号—合并财务报表》及应用指南，对于陕西永鑫剩余股权，发行人应当按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量，即处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益、其他所有者权益变动等，应当在丧失控制权时转入当期损益。

基于以上情况，发行人根据《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 19 号—财务信息的更正及相关披露》等有关规定，针对上述会计差错进行更正。该项会计差错更正使公司 2021 年半年度归属于母公司所有者的净利润增加 406.97 万元，不涉及追溯调整，具有合理性。

（二）相关内部控制的有效性

本次差错更正变动金额占相关资产、净资产、营业收入比例均较低，不属于重大内部控制缺陷，具体情况如下：

单位：万元

财务报表项目		变动金额	科目	金额	变动金额占比
合并资产负债表	长期股权投资	406.97	总资产	164,545.32	0.25%
	资本公积	-317.12	净资产	81,048.01	-0.39%

财务报表项目		变动金额	科目	金额	变动金额占比
	未分配利润	724.09	净资产	81,048.01	0.89%
合并利润表	投资收益	406.97	营业收入	162,513.08	0.25%

为规范公司会计核算与信息披露，提高会计信息质量，确保财务报告合法合规、真实完整，保护投资者、债权人及其他利益相关者的合法权益，公司制定了《财务报告管理制度》《关联交易管理制度》等规章制度，建立了关联交易审批、会计业务处理、会计政策及会计估计变更、财务报告编制与审核等主要控制流程，合理设置了财务报告相关的部门和岗位，明确职责权限，明确了会计核算、报告编制、复核、审批的控制程序及职责分工。

报告期内，公司根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引的规定和其他内部控制监管要求，同时结合公司内部控制制度和评价办法，在对内部控制日常监督和专项监督各项要求的基础上，对公司报告期各期末的内部控制有效性进行了系统评价，并出具了《内部控制有效性的自我评价报告》。根据自我评价报告，2018年度、2019年度和2020年度，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷和重要缺陷。

2017至2019年度，公司依据原《深圳证券交易所中小板上市公司规范运作指引（2015年修订）》，至少每两年要求会计师事务所对内部控制设计与运行的有效性进行一次审计或者鉴证。报告期内希格玛会计师事务所（特殊普通合伙）分别于2020年4月9日、2021年4月14日出具《关于西安环球印务股份有限公司内部控制鉴证报告》（希会其字（2020）0067号）、《关于西安环球印务股份有限公司内部控制鉴证报告》（希会其字（2021）0107号）。报告认为发行人按照《企业内部控制基本规范》和相关规定在所有重大方面保持了与财务报表编制相关的有效内部控制。

综上所述，发行人已根据《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第19号—财务信息的更正及相关披露》等有关规定，针对上述会计差错进行更正，会计基础工作规范。

三、请保荐机构及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见

（一）核查依据、过程

1、访谈发行人财务负责人，了解发行人会计差错更正原因及过程，了解公司研发支出、成本归集和核算方法；

- 2、查阅发行人 2021 年半年度报告、会计差错更正公告；
- 3、查阅发行人《财务报告管理制度》《关联交易管理制度》等规章制度；
- 4、查阅会计师出具的《内控鉴证报告》；
- 5、获取研发支出明细账、高新技术企业申请材料，抽取研发项目各项费用大额支出等原始凭证，判断研发支出的合理性以及研发金额的准确性。

（二）核查意见

经核查，保荐机构、申报会计师认为：

申请人会计差错更正系自查发现，发行人已根据《企业会计准则》《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 19 号—财务信息的更正及相关披露》等有关规定，对上述会计差错进行更正，会计基础工作规范。

（本页无正文，为西安环球印务股份有限公司关于《西安环球印务股份有限公司<关于请做好西安环球印务股份有限公司非公开发行股票发审委会议准备工作的函>之回复报告》之签署页）

西安环球印务股份有限公司

2022 年 1 月 24 日

保荐机构董事长声明

本人已认真阅读《西安环球印务股份有限公司<关于请做好西安环球印务股份有限公司非公开发行股票发审委会议准备工作的函>之回复报告》的全部内容，了解报告涉及问题的核查过程、本公司的内核和风险控制流程，确认本公司按照勤勉尽责原则履行核查程序，本告知函回复报告不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对上述文件的真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

董事长：

张佑君

中信证券股份有限公司

2022年1月24日

（本页无正文，为中信证券股份有限公司关于《西安环球印务股份有限公司〈关于做好西安环球印务股份有限公司非公开发行股票发审委会议准备工作的函〉之回复报告》之签署页）

保荐代表人：

段 晔

邹 超

中信证券股份有限公司

2022 年 1 月 24 日