

关于无锡宝通科技股份有限公司
申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复
天衡专字（2024）00510 号

天衡会计师事务所（特殊普通合伙）



关于无锡宝通科技股份有限公司

申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复

天衡专字（2024）00510 号

深圳证券交易所：

贵所于 2024 年 2 月 6 日出具的《关于无锡宝通科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》（审核函〔2024〕020008 号）（以下简称“审核问询函”）已收悉。天衡会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“会计师”）作为无锡宝通科技股份有限公司（以下简称“宝通科技”、“公司”或“发行人”）向特定对象发行股票并在创业板上市的会计师，对审核问询函中涉及会计师相关的问题进行了逐项落实和核查，现回复如下：

问题 2

最近一期末，发行人多家子公司如中盛有限公司、宝通国际有限公司、Efun International Ltd、Goat Co., Ltd 等，主营业务均为投资管理。最近一期末，发行人其他应收款账面余额为 2,978.73 万元，其中包括代付款、单位往来款等；对外投资相关科目，如长期股权投资、其他权益工具投资、其他非流动金融资产等账面余额合计约 102,923.37 万元，其中北京踏歌智行科技有限公司、上海辰通远见智能科技有限责任公司、北京宝力智行科技有限公司等被投资企业主营业务涉及无人驾驶矿卡运输、智能矿山建设无人驾驶矿卡综合服务平台、智慧矿山技术推广与应用等；北京哈视奇科技有限公司、南京八点八数字科技有限公司、青岛虚拟现实研究院有限公司、杭州一隅千象科技有限公司等被投资企业主营业务涉及 VR 游戏+VR 应用、虚拟数字人的制作、虚拟现实技术与推广应用、裸眼 3D 技术等；鄂尔多斯市智能网联科技有限责任公司等被投资企业主营业务涉及智慧网联技术与推广应用等；海南科技对诺华视创电影科技（江苏）有限公司等被投资企业主营业务涉及全流程影视特效技术与创意服务等；上海宝通、宁波梅山保税港区宝通辰韬创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称宁波宝通）、宁波梅山保税港区宝辰投资管理合伙企业（有限合伙）（以下简称宁波宝辰）以及平潭汇通创业投资合伙企业（有限合伙）（以下简称平潭汇通）等被投资企业



经营范围包括资产管理、投资管理、实业投资、投资咨询等。根据申报材料，上海宝通投资方向包括大健康、教育互联网、智能化等领域；宁波宝通投资方向包括其他新兴及成长性产业等；宁波宝辰对外投资范围包括新兴及成长性产业等；平潭汇通投资方向包括电力电子、机器人、汽车电子、传感器、半导体材料、新能源矿卡、高端装备及其他新兴及成长性产业等，该企业设立于 2023 年 11 月，且已更名为宁波慧通创业投资合伙企业（有限合伙）。

请发行人补充说明：（1）结合最近一期末可能涉及财务性投资的会计科目情况，说明相关投资是否属于财务性投资，未认定为财务性投资的具体情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例，并说明本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条的规定；（2）相关被投资企业无人驾驶矿卡运输、智能矿山建设无人驾驶矿卡综合服务平台、智慧矿山技术推广与应用等的具体经营内容，详细论证被投资企业与发行人主营业务相关性，发行人是否从事矿卡运输、矿卡综合业务、矿山相关业务，该业务是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的与发行人主营业务相关行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取稳定的财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定；（3）相关被投资企业 VR 游戏+VR 应用、虚拟数字人的制作、虚拟现实技术与推广应用、裸眼 3D 技术等的具体含义及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事 VR、虚拟现实、裸眼 3D 等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定；（4）相关被投资企业智慧网联技术与推广应用的具体含义与及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，以及报告期内发行人与被投资企业主要合作情况等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，



认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定；(5) 相关被投资企业全流程影视特效技术与创意服务的具体含义及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事影视特效技术、创意服务等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定；(6) 结合上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、平潭汇通等企业经营范围、投资背景、对外投资情况、投资协议主要条款及内容，是否已明确相关企业投资方向仅投资于和发行人主营业务及战略发展方向相关，是否存在未投向与发行人主营业务相关的领域等，说明认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，发行人是否仅为获取财务性收益，是否符合相关规定。

请保荐人、会计师和发行人律师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合最近一期末可能涉及财务性投资的会计科目情况，说明相关投资是否属于财务性投资，未认定为财务性投资的具体情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例，并说明本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条的规定

(一) 结合最近一期末可能涉及财务性投资的会计科目情况，说明相关投资是否属于财务性投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司可能涉及财务性投资的情况列示如下：

单位：万元

项目	金额	主要构成
交易性金融资产	-	-
持有待售资产	-	-
其他应收款	2,978.73	保证金及押金、授权金退回款、代付款、单位往来款
其他流动资产	1,385.20	待抵扣税金、预缴税款
其他债权投资	-	-



项目	金额	主要构成
长期股权投资	20,734.14	踏歌智行科技有限公司等对外股权投资
其他权益工具投资	742.64	青岛虚拟现实研究院有限公司等对外股权投资
其他非流动金融资产	81,446.59	宁波梅山保税港区宝通辰韬创业投资合伙企业（有限合伙）等产业并购基金投资 诺华视创电影科技（江苏）有限公司对外债权投资
其他非流动资产	2,940.69	预付设备及工程款

1、交易性金融资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司不存在交易性金融资产。

2、持有待售资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司不存在持有待售资产。

3、其他应收款

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他应收款主要为保证金及押金、授权金退回款、代付款、单位往来款，不属于财务性投资。

4、其他流动资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他流动资产主要为待抵扣税金、预缴税款，不属于财务性投资。

5、其他债权投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司不存在其他债权投资。

6、长期股权投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司长期股权投资为 20,734.14 万元，具体投资明细参见本回复“问题 2/一/（二）/ 未认定为财务性投资的具体情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例”。相关企业均与公司的主营业务具有高度相关性，均属于公司工业互联网业务或移动互联网业务板块的同一领域或产业链上下游，属于公司围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，因此不构成财务性投资。

7、其他权益工具投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他权益工具投资为 742.64 万元，具体投资明细参见本回复“问题 2/一/（二）/ 未认定为财务性投资的具体情况，包括公司



名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例”。相关企业均与公司的主营业务具有高度相关性，均属于公司工业互联网业务或移动互联网业务板块的同一领域或产业链上下游，属于公司围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资，因此不构成财务性投资。

8、其他非流动金融资产

(1) 私募基金投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动金融资产中私募基金投资系公司投资的上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰以及宁波慧通等产业并购基金。公司持有的产业并购基金具体情况参见“问题 2/六 结合上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、宁波慧通等企业经营范围、投资背景、对外投资情况、投资协议主要条款及内容”。

上述基金系围绕公司产业布局设立的产业基金，投资方向符合公司主营业务及战略发展方向。但鉴于产业基金项目投资范围广泛，且公司对产业基金未来投资的具体标的选择不具有控制权，因此基于谨慎性原则考虑，公司将其认定为财务性投资。截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动金融资产中私募基金投资账面金额为 80,935.66 万元，占归属于母公司股东净资产比例为 22.88%，不超过公司最近一期末合并报表归属于母公司净资产的 30%，公司不存在持有金额较大的财务性投资情形。

(2) 债务工具投资

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动金融资产中债务工具投资账面金额 510.93 万元，系公司全资子公司海南科技对诺华视创电影科技（江苏）有限公司的战略投资，交易附回购条款。具体投资明细参见本回复“问题 2/一/（二）/ 未认定为财务性投资的具体情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例”。被投企业为公司移动互联网业务板块的同一领域或产业链上下游企业，因此不属于财务性投资。

9、其他非流动资产

截至 2023 年 9 月 30 日，公司其他非流动资产主要为预付设备及工程款，不属于财务性投资。



（二）未认定为财务性投资的具体情况，包括公司名称、认缴金额、实缴金额、投资标的、初始及后续投资时点、持股比例、账面价值、累计占最近一期末归母净资产比例

截至 2023 年 9 月 30 日，公司长期股权投资、其他权益工具投资以及其他非流动金融资产涉及未认定为财务性投资的被投资企业具体情况如下：

单位：万元

序号	企业名称	认缴金额	实缴金额	初始投资时点	后续投资时点	持股比例/份额	期末账面价值	占最近一期末归母净资产比例	是否属于财务性投资
长期股权投资：									
1	踏歌智行科技有限公司	438.50	438.50	2019 年 10 月	2020 年 8 月、2022 年 10 月	7.53%	14,547.87	4.11%	否
2	北京哈视奇科技有限公司	6.16	6.16	2016 年 10 月	2021 年 7 月、2022 年 1 月	38.85%	1,057.98	0.30%	否
3	鄂尔多斯市智能网联科技有限责任公司	262.50	262.50	2022 年 3 月	-	13.13%	210.18	0.06%	否
4	上海宝力智行技术有限公司	1,266.50	1,266.50	2021 年 6 月	-	14.90%	1,992.83	0.56%	否
5	江苏八点八智能科技有限公司	66.67	-	2022 年 3 月	-	5.85%	456.40	0.13%	否
6	上海辰通远见智能科技有限责任公司	4,050.00	2,430.00	2023 年 9 月	-	40.50%	2,430.00	0.69%	否
7	广州星量网络科技有限公司	48.00	-	2022 年 11 月	-	48.00%	38.87	0.01%	否
其他权益工具投资：									
8	青岛虚拟现实研究院有限公司	500.00	500.00	2022 年 3 月	-	3.73%	500.00	0.14%	否
9	成都猫布丁文化传播有限公司	0.49	0.49	2019 年 1 月	-	8.11%	80.63	0.02%	否
10	CHAOS INC	1,500.00	1,500.00	2021 年 5 月	-	10.00%	162.02	0.05%	否
其他非流动金融资产-债务工具投资									
11	诺华视创电影科技（江苏）有限公司	58.82	58.82	2022 年 4 月	-	-	510.93	0.14%	否
合计							21,987.71	6.22%	否

注 1：初始及后续投资时点为发行人签署投资协议时间。

注 2：江苏八点八智能科技有限公司（以下简称“江苏八点八”）系南京八点八数字科技有



限公司（以下简称“南京八点八”）母公司，发行人子公司海南科技于 2022 年 3 月战略投资南京八点八。被投资企业创始人考虑注册地业务及资金资源支持等因素，于 2023 年 4 月新设江苏八点八主体。海南科技等原南京八点八股东于 2023 年 7 月全部平移至新设主体江苏八点八，上述股权变更完成后，南京八点八成为江苏八点八全资子公司，海南科技直接持股江苏八点八。

注 3：CHAOS INC 系在开曼群岛设立的特殊目的公司，通过 VIE 结构协议控制杭州一隅千象科技有限公司。

（三）说明本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的财务性投资的具体情况，是否符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条的规定

2023 年 7 月 28 日，公司召开第五届董事会第十七次会议和第五届监事会第十二次会议，首次审议通过了本次发行相关的议案，自该次董事会决议日前六个月至本次发行前，公司实施或拟实施财务性投资（含类金融业务）的具体情况如下：

1、投资类金融业务

本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在新实施或拟实施投资类金融业务的情形。

2、非金融企业投资金融业务

本次发行的董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在新实施或拟实施投资金融业务的情形。

3、与公司主营业务无关的股权投资

本次发行的董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在新实施或拟实施与公司主营业务无关的股权投资的情形。

4、投资产业基金或并购基金

本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前，公司存在新实施或拟实施投资产业基金或并购基金的情形，具体情况如下：

2021 年 7 月，公司全资子公司海南科技与上海辰韬资产管理有限公司共同发起设立平潭汇通创业投资合伙企业（有限合伙）（现已更名为“宁波慧通创业投资合伙企业（有限合伙）”），海南科技为有限合伙人，以自有资金认缴出资。其中 2023 年 4 月，海南科技支付出资款 483.93 万元。

上述款项属于本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入投资产业基金或并购基金的范畴，发行人已召开董事会在本次向特定对象发行股票发行的募集资金中对宁波慧通 483.93 万元投资款进行全额扣除。



5、拆借资金

本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在对合并报表范围外的公司拆借资金的情形。

6、委托贷款

本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在委托贷款的情形。

7、购买收益波动大且风险较高的金融产品

本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前，公司不存在购买收益波动大且风险较高的金融产品的情形。

8、未完成实缴的对外投资情况

截至 2023 年 9 月 30 日，发行人未完成实缴的对外投资情况如下：

单位：万元

序号	企业名称	最近一次 投资时间	认缴金额	实缴金额	是否为财务性 投资
1	宝通辰韬（上海）投资管理合伙企业（有限合伙）	2015 年 5 月	4,207.20	2,850.00	是
2	宁波梅山保税港区宝通辰韬创业投资合伙企业（有限合伙）	2017 年 2 月	35,000.00	24,369.00	是
3	宁波慧通创业投资合伙企业(有限合伙)	2021 年 8 月	19,000.00	13,683.93	是
4	江苏八点八智能科技有限公司	2022 年 3 月	66.67	-	否
5	上海辰通远见智能科技有限责任公司	2023 年 7 月	4,050.00	2,430.00	否
6	广州星量网络科技有限公司	2023 年 2 月	48.00	-	否

（1）第 1 至 3 项财务性投资部分

在上述股权投资中，发行人未完成全部实缴出资，但发行人近期无实缴计划。其中产业基金上海宝通以及宁波宝通已出具说明，确认由于合伙企业的投资期限以及发行人的出资缴付期限已届满，发行人对于尚未实缴的认缴出资额已无出资义务，合伙企业未来不会要求发行人补缴出资或以其他方式新增对合伙企业的投资，发行人亦无需承担逾期缴付出资的责任。此外，发行人已出具关于对上海宝通、宁波宝通的投资说明，明确未来不再继续向上海宝通以及宁波宝通追加投资。

对于宁波慧通的投资，发行人已出具说明，明确自本次发行申请材料被深圳证券交易所受理之日（即 2024 年 1 月 19 日）至完成本次发行前，公司不会对宁波慧通实施增资或实缴注册资本。



因此，上述未实缴出资部分不纳入拟投入的财务性投资计算口径，无需从本次募集资金中扣除。

（2）第 4 项至 6 项非财务性投资部分

上述非财务性投资部分的股权投资与公司主营业务和未来战略发展方向息息相关，其中江苏八点八的具体情况参见本问题回复之“三/（二）、详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事 VR、虚拟现实、裸眼 3D 等相关业务”；上海辰通远见智能科技有限公司的具体情况参见本问题回复之“二/（二）、详细论证被投资企业与发行人主营业务相关性，发行人是否从事矿卡运输、矿卡综合业务、矿山相关业务”。此外，发行人对广州星量的投资，主要系发展国内游戏发行业务考虑，与公司的主营业务具有高度相关性。前述股权投资不纳入拟投入的财务性投资计算口径，无需从本次募集资金中扣除。

综上，截至 2023 年 9 月末，公司持有的财务性投资金额为 80,935.66 万元，占公司合并报表归属于母公司净资产 353,678.31 万元的比例为 22.88%，未超 30.00%。

根据公司 2024 年第一季度报告，截至 2024 年 3 月末，公司持有的财务性投资金额为 66,426.69 万元，占公司合并报表归属于母公司净资产 367,399.54 万元的比例为 18.08%，亦未超 30.00%。发行人已于 2024 年 3 月召开董事会，在本次向特定对象发行股票发行的募集资金中对本次发行相关董事会前六个月至今，公司已实施或拟实施的 483.93 万元财务性投资进行全额调减。此外，根据《证监会统筹一二级市场平衡优化 IPO、再融资监管安排》和《深交所有关负责人就优化再融资监管安排相关情况答记者问》的规定，公司于 2024 年 5 月召开董事会，继续调减本次募集资金 29,202.82 万元，前述两次调减总金额共计 29,686.75 万元，占发行人 2024 年 3 月 31 日归属于母公司净资产的比例为 8.08%。调减后，本次向特定对象发行股票的募集资金总额不超过人民币 30,313.24 万元（含 30,313.24 万元）。因此，公司不存在持有金额较大、期限较长的交易性金融资产和可供出售的金融资产、借予他人款项、委托理财等财务性投资（含类金融业务）的情形；同时，本次发行董事会决议日前六个月至本次发行前新投入和拟投入的财务性投资金额已从本次募集资金总额中扣除。故以上情况符合《证券期货法律适用意见第 18 号》第一条相关规定，符合《证监会统筹一二级市场平衡优化 IPO、



再融资监管安排》及《深交所有关负责人就优化再融资监管安排相关情况答记者问》的相关要求。

二、相关被投资企业无人驾驶矿卡运输、智能矿山建设无人驾驶矿卡综合服务平台、智慧矿山技术推广与应用等的具体经营内容，详细论证被投资企业与发行人主营业务相关性，发行人是否从事矿卡运输、矿卡综合业务、矿山相关业务，该业务是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的与发行人主营业务相关行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取稳定的财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

（一）相关被投资企业无人驾驶矿卡运输、智能矿山建设无人驾驶矿卡综合服务平台、智慧矿山技术推广与应用等的具体经营内容

1、踏歌智行科技有限公司

踏歌智行科技有限公司（以下简称“踏歌智行”）成立于 2016 年 10 月 12 日，注册资本为 5,820.0610 万元。踏歌智行专注于矿用车无人驾驶技术、产品研发和无人矿山整体工程化设计及实施，推出了车-地-云架构的露天矿无人驾驶运输全栈式解决方案，打造了由云端智能调度管理、车联网通信、智能路侧设备和车载控制系统组成的全套产品谱系。目前，踏歌智行的用户与合作伙伴覆盖煤炭、钢铁、有色金属、水泥、砂石骨料等矿山行业细分领域的代表性企业及主流矿用自卸车主机厂。

2、上海辰通远见智能科技有限公司

上海辰通远见智能科技有限公司（以下简称“辰通远见”）成立于 2023 年 7 月 17 日，注册资本为 10,000.00 万元。辰通远见的主营业务是智能矿山建设、无人驾驶矿卡综合服务平台。辰通远见通过融资租赁的方式购买无人驾驶矿卡、无人驾驶宽体自卸车、无人驾驶车载系统、无人值守矿山输送系统等智慧矿山用品，从运输、生产运营、用户服务等方面系统推进智慧矿山建设，实现智慧矿山运营一体化服务。

3、上海宝力智行技术有限公司

上海宝力智行技术有限公司（曾用名“北京宝力智行科技有限公司”，以下简称“宝力智行”）成立于 2020 年 6 月 24 日，注册资本为 8,500.00 万元。宝力



智行由发行人联合踏歌智行、内蒙古中环协力矿业有限公司共同投资设立，后引入了在矿业领域拥有优质资源的上海吾毅企业管理咨询中心（有限合伙）作为新投资者。宝力智行专注于露天矿矿用无人驾驶技术研究、产品开发和产品运营，核心技术依托于股东踏歌智行。

（二）详细论证被投资企业与发行人主营业务相关性，发行人是否从事矿卡运输、矿卡综合业务、矿山相关业务，该业务是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的与发行人主营业务相关行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取稳定的财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

报告期内，公司工业互联网及移动互联网下的细分业务板块及收入占比情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
工业互联网	143,443.98	163,555.49	123,187.96	110,682.36
智能输送数字化产品制造	129,381.88	141,262.06	106,234.91	93,864.79
智能输送系统产品及服务	14,062.10	22,293.43	16,953.06	16,817.57
移动互联网	98,344.90	162,366.84	152,789.96	153,109.88
海外区域化发行与运营业务	56,049.38	98,105.32	95,832.54	106,559.95
全球研运一体业务	42,295.51	64,261.51	56,957.42	46,549.93
合计	241,788.88	325,922.32	275,977.93	263,792.24

发行人工业互联网业务提供的产品和服务主要为智能输送数字化产品和智能输送系统产品及服务。其中智能输送数字化产品主要是广泛应用于矿产开采、钢铁冶炼、建材水泥、港口码头、火力发电等行业场景的高可靠性输送带产品。智能输送数字化产品和智能输送系统产品及服务主要包括：1）智能输送系统产品，主要为输送带运行监测系统、输送机运行监测系统等智能产品；2）智能运营一体化服务，主要包括数字化输送系统集成总包服务和输送系统智能技术整体解决方案等。

发行人的移动互联网业务，具体为移动网络游戏的海外区域化发行与运营业



务和全球研运一体业务。发行人移动游戏的海外区域化发行与运营业务主要由子公司易幻网络运营，全球研运一体业务主要由子公司海南高图运营。

发行人智慧矿山业务属于工业互联网板块业务，系面向智慧矿山场景以及相关领域客户开展的综合业务，具体包括应用于矿山相关场景的输送带产品、输送带运行监测系统等以及无人矿卡运营等产品或服务。报告期内，发行人工业互联网业务在智慧矿山等不同应用场景中的收入情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
智慧矿山	99,763.17	106,026.97	68,650.79	59,398.84
智慧钢铁	14,272.69	20,279.90	27,621.59	23,974.07
智慧港口	2,650.02	3,147.36	1,615.88	2,692.05
其他（建材、火电等）	26,758.11	34,101.26	25,299.71	24,617.40
合计	143,443.98	163,555.49	123,187.96	110,682.36

发行人无人矿卡业务系结合无人驾驶技术与现场运营，通过无人驾驶矿卡为矿山场景提供运输解决方案的业务。发行人的无人矿卡业务主要涵盖从矿石爆破后的初步搬运到长距离输送带系统之间的运输场景，该业务也属于智慧矿山领域。发行人无人矿卡业务于 2023 年三季度正式落地产生收入，报告期内发行人无人矿卡业务规模较小，仅在 2023 年三季度实现少量收入。

发行人与踏歌智行等公司业务相关性，投资后新取得的行业资源或新增客户、订单及合作情况如下：

公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
踏歌智行科技有限公司	加速公司工业散货物料智能输送全栈式服务的推广及应用	踏歌智行服务的无人驾驶矿卡在露天矿场景下与公司智能输送系统为物料转运的前后道工艺关系，预计未来向发行人提供无人驾驶技术	双方相互引荐智慧矿山客户，并取得智慧矿山一体化能力	新疆重和通汇工程机械有限公司	与踏歌智行共同研发智慧矿山管理平台，将皮带输送系统与矿卡调度系统打通融合成工业散货物料智能调运平台	否
上海辰通	加快无人值守智能输送系统	智能装备及无人驾驶矿卡资产持	-	新疆鸣阳矿业	向辰通远见租赁 60 台无	否



公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
远见智能科技有限责任公司	与矿山无人驾驶运输服务的应用，落实智慧矿山一体化战略，促进传统产业绿色转型升级	有方，为公司提供智能矿用设备		建设集团有限公司准东经济技术开发区分公司	人驾驶矿卡	
上海宝智行技术有限公司	加速公司工业散货物料智能输送全栈式服务的推广及应用	该公司为内蒙古北方智行采矿机械有限公司的股东，内蒙古北方智行采矿机械有限公司主要为智能采矿设备的维保服务商	国内矿卡维保服务市场占有率较高，大量客户与公司智能输送系统客户重叠，可以相互引荐客户资源	-	目前尚未开展实质性业务合作，未来考虑就矿卡维保等业务进行合作	否

由上表所述，发行人作为投资者投资踏歌智行、辰通远见以及宝力智行，主要系为加速自身工业散货物料智能输送全栈式服务的推广及应用，落实智慧矿山一体化战略而开展的产业投资。

发行人围绕自身工业散货物料输送业务，逐渐向智慧矿山产业链上下游的矿卡运输、矿卡综合业务延伸，以加快智能一体化服务在智慧矿山领域的商业化进程，报告期内发行人子公司宝通智能物联已参与部分煤矿项目的无人矿卡智能运输项目。上述公司与发行人处于相同产业链的上下游，具有相同的应用场景或客户群体。发行人与上述公司在产业链上下游合作关系较为紧密，报告期内已形成合作意向、达成合作关系或相互引荐客户资源。

综上，发行人的上述投资系围绕产业链以获取行业资源的产业投资，符合公司的主营业务及战略发展方向，非仅为获取稳定的财务性收益，不属于财务性投资。



三、相关被投资企业 VR 游戏+VR 应用、虚拟数字人的制作、虚拟现实技术研究与推广应用、裸眼 3D 技术等的具体含义及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事 VR、虚拟现实、裸眼 3D 等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

（一）相关被投资企业 VR 游戏+VR 应用、虚拟数字人的制作、虚拟现实技术研究与推广应用、裸眼 3D 技术等的具体含义及业务模式

1、江苏八点八智能科技有限公司

江苏八点八成立于 2023 年 4 月 10 日，系南京八点八母公司，持有南京八点八 100%股权，其主要业务由子公司南京八点八开展经营。南京八点八成立于 2014 年 9 月 5 日，注册资本为 1,093.3624 万元。南京八点八是一家虚拟人软件服务商，提供身份型和服务型虚拟人软件的行业解决方案，自主研发了 AI 虚拟人内容生成平台 XMEN.AI，并推出了 3D 数字人直播平台、3D 数字人短视频平台等消费级数字人软件产品。

南京八点八自主研发软件并通过软件销售与软件授权等方式获利。企业客户能够借助南京八点八的 XMEN.AI 产品快速生成虚拟人短视频、开启虚拟人 AI 直播、部署对话机器人、开展在线活动展览等。南京八点八服务于政企、品牌、影视、游戏、动画等领域用户的营销及业务场景，长期战略合作伙伴包括新华社、国家电网、中国电信、中国移动、江苏广电、贵州金服等。

2、青岛虚拟现实研究院有限公司

青岛虚拟现实研究院有限公司（以下简称“青岛虚拟现实研究院”）成立于 2019 年 3 月 1 日，注册资本为 13,400.00 万元，青岛虚拟现实研究院是工业和信息化部于 2022 年 11 月批复组建的国家虚拟现实创新中心的运营单位，聚焦制约我国虚拟现实产业发展的关键共性技术难题，意在逐步构建覆盖虚拟现实全产业链的产业创新生态，推动我国虚拟现实产业高质量发展。

青岛虚拟现实研究院主要从事虚拟现实、增强现实领域内软硬件的技术开发、技术服务等业务，建设了共性技术研发、检测技术、中试验证、成果转化与推广、



信息服务与交流合作五大平台，通过提供技术开发服务、产品性能测试验证与质量认证服务等方式获利。

3、CHAOS INC

CHAOS INC 系在开曼群岛设立的特殊目的公司，通过 VIE 结构协议控制境内公司杭州一隅千象科技有限公司（以下简称“一隅千象”），其主要业务由一隅千象开展经营。一隅千象成立于 2017 年 1 月 24 日，注册资本为 593.6472 万元，致力于在无任何穿戴设备的条件下实现裸眼混合现实交互。一隅千象的主要产品为大型步入式虚拟仿真成像设备，内置运算服务器、光学成像系统、3D 视觉空间信息抓取系统、实时渲染图像引擎等，可通过算法进行人眼位置追踪、行为姿态识别与图像畸变处理，给用户投射出符合人眼透视逻辑的画面，实现在有限的房间内投射出虚拟世界，并还原各类工业设备、厂房及作业环境。

一隅千象自主研发算法，并将其与硬件系统集成，通过出售软硬件一体的设备等方式获利，可为大文娱行业客户打造快闪店、展会等沉浸式体验，并为工业客户量身定制数字孪生内容。

4、北京哈视奇科技有限公司

北京哈视奇科技有限公司（以下简称“哈视奇”）成立于 2015 年 11 月 4 日，注册资本为 15.8532 万元。

哈视奇是 AR/VR 内容和解决方案供应商，自主研发 VR/AR 游戏产品，并通过在 HTC Viveport、Steam 等主流游戏商城平台上实现游戏销售而获利。其中，AR 射击游戏《奇幻射鱼》曾获 2021 Qualcomm XR 创新应用挑战赛 OPPO AR 特别奖组金奖；第一人称射击游戏《罗布泊丧尸》曾在 HTC Viveport 平台上获得付费榜第一名；运动体感游戏《极限滑雪》曾在 Steam 平台上获得热销榜第一名。

（二）详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事 VR、虚拟现实、裸眼 3D 等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

发行人与江苏八点八等公司业务相关性，投资后新取得的行业资源或新增客



户、订单及合作情况如下：

公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
江苏八点八智能科技有限公司	向虚拟现实产业进行战略拓展，通过优质的虚拟人研发团队为公司打造虚拟现实生态	子公司南京八点八为发行人在虚拟现实领域的内容供应商	国内领先的数字人产品制作能力	-	向南京八点八采购用于客户服务、企业形象宣传以及品牌宣传的数字人产品	否
青岛虚拟现实研究院有限公司	布局未来虚拟现实产业生态	该公司为国家级虚拟现实技术创新实验室的载体公司，为公司提供虚拟现实技术的技术咨询	国内领先的虚拟现实技术	-	目前尚未开展实质性业务合作，未来考虑在虚拟现实、增强现实业务领域进行合作	否
CHAOS INC	展现公司在移动互联网和工业互联网的内容，拓展在虚拟现实产业的生态布局	协议控制企业杭州一隅千象科技有限公司为虚拟现实领域的硬件及内容供应商	-	-	发行人将一隅千象裸眼 3D 成像技术及硬件设备应用于煤矿井下、钢铁冶炼等场景，与发行人以及虚拟现实内容提供商共同构建相关场景的数字孪生系统	否
北京哈视奇科技有限公司	实现在虚拟现实（VR）内容端的初步布局	公司移动互联网业务主要是游戏发行相关，哈视奇主要业务为 VR 游戏研发，双方具有上下游产业链关系，为公司提供虚拟现实内容产品。同时，在智慧矿山数字孪生系统的开发上，哈视奇可以提供技术服务。	-	-	发行人向哈视奇采购虚拟现实内容制作服务，用于工业输送场景的数字孪生系统建设项目。哈视奇作为虚拟现实内容提供商，在数字孪生系统中设计制作虚拟现实场景	否

由上表所述，发行人作为投资者投资江苏八点八、青岛虚拟现实研究院、一隅千象以及哈视奇，主要系为布局未来虚拟现实产业生态而开展的产业投资。对于公司移动互联网业务板块，布局虚拟现实技术可以为游戏提供更广阔的展现形式，借助虚拟现实硬件储备，融合公司 AR/VR 游戏内容和已储备的云平台技术架构，拓展虚拟现实游戏业务。对于公司工业互联网业务板块，通过 AR/VR 技术在虚拟空间还原各类工业设备、厂房及作业环境，帮助设备操作员脱离人对设备、场景的要求，员工通过语音、手势等与机器进行远程交互，实现工业输送数



字系统的沉浸式体验，最终实现数字孪生工厂和数字孪生智慧矿山的建设。报告期内，公司与上述被投资企业的具体合作情况如下：

1、江苏八点八智能科技有限公司

报告期内发行人向江苏八点八采购用于客户服务、企业形象宣传以及品牌宣传的数字人产品。其中江苏八点八开发的数字人物“彤”与“博”，已广泛被应用于发行人的日常企业宣传活动，包括线上媒体、线下展厅等应用场景，用于提升发行人的品牌形象。

图示 1：数字人物“彤”与“博”

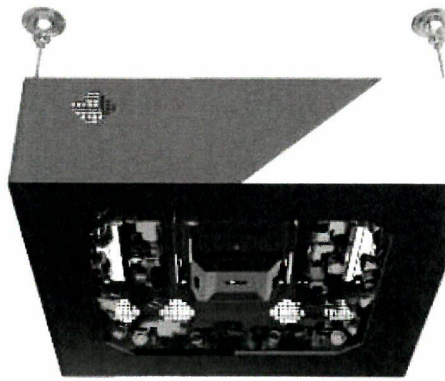


2、CHAOS INC

报告期内，发行人与 CHAOS INC 协议控制企业一隅千象合作打造工业场景的数字孪生系统，一隅千象主要提供系统中的硬件设备。一隅千象的裸眼 3D 成像硬件设备，通过光学投影单元构建的光场，创建全沉浸式的混合现实空间，实现人与数字孪生场景环境的直接互动。发行人已将一隅千象裸眼 3D 成像技术及硬件设备应用于煤矿井下、钢铁冶炼输送场景，与发行人以及虚拟现实内容提供商共同构建相关场景的数字孪生系统，实现煤矿井下、钢铁冶炼输送系统及运行场景的真实还原。

图示 2：一隅千象裸眼 3D 成像硬件设备及成像效果





3、北京哈视奇科技有限公司

报告期内，发行人向哈视奇采购虚拟现实内容制作服务，用于工业输送场景的数字孪生系统建设项目。哈视奇作为虚拟现实内容提供商，结合头戴式虚拟现实技术及设备，在数字孪生系统中设计制作虚拟现实场景。哈视奇通过游戏引擎技术构建钢铁厂钢铁冶炼输送系统的虚拟场景，包括相关场景的操作环境、运行监测系统等，为数字孪生系统的构建提供内容支持。

图示 3：哈视奇构建的虚拟内容场景



报告期内发行人通过销售智能硬件设备的方式从事虚拟现实、裸眼 3D 相关业务。发行人子公司上海荷笛销售的裸眼 3D 显示设备 BOTON SPACE 1，以裸眼视角完成虚拟世界重构，能够在虚拟空间还原各类工业设备、厂房及作业环境，实现工业输送场景的数字化呈现。目前相关设备及技术已在煤矿井下场景的数字孪生系统建设项目中应用，通过对真实应用场景进行建模，实现井下场景及设备的 3D 还原、画面共享、沙盘模式等功能。结合智能检测、数据传输以及井下设备的实时图像、视频及工况数据，地面人员能够及时有效对输送设备进行运维及监测。发行人与上述公司在产业链上下游合作关系较为紧密，报告期内已形成合作意向、达成合作关系。



综上，发行人的上述投资系围绕产业链以获取行业资源的产业投资，符合公司的主营业务及战略发展方向，非仅为获取稳定的财务性收益，不属于财务性投资。

四、相关被投资企业智慧网联技术研究与应用的具体含义与及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，以及报告期内发行人与被投资企业主要合作情况等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

(一)相关被投资企业智慧网联技术研究与应用的具体含义与及业务模式

鄂尔多斯市智能网联科技有限责任公司（以下简称“鄂尔多斯智能网联”）成立于 2022 年 3 月 28 日，注册资本为 2,000.00 万元。鄂尔多斯智能网联以鄂尔多斯市政府为主导，清华大学苏州汽车研究院作为技术支撑，联合多家国内知名智能网联企业共同发起成立，主要针对煤矿智能化建设需求，开展矿用无人驾驶汽车技术研发、成果转化、高新技术企业孵化，着力构建标准制定平台、创新研发平台、产业培养平台；突破人、车、路、云核心关键技术瓶颈，制定矿用无人车技术标准和技术路线，形成满足自动驾驶要求的智能网联汽车完整技术体系，致力于打造内蒙古智能网联汽车行业创新战略的核心智库。

(二)详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，以及报告期内发行人与被投资企业主要合作情况等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

发行人与鄂尔多斯智能网联业务相关性，投资后新取得的行业资源或新增客户、订单及合作情况如下：

公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
------	---------	-------	----------	---------	-------------------	----------------



公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
鄂尔多斯智能网联科技有限责任公司	智慧网联技术研究与应用	该公司为鄂尔多斯市国有资本参股公司，为智慧矿山技术研发及应用载体平台，为公司储备智慧矿山一体化技术	鄂尔多斯市及周边地区煤矿的矿山输送带业务资源	-	联合开发获取鄂尔多斯市及周边地区煤矿客户及业务资源	否

由上表所述，发行人作为投资者投资鄂尔多斯智能网联，主要系为储备智慧矿山一体化技术而开展的产业投资。鄂尔多斯智能网联与发行人同属智慧矿山产业链的上下游，具备较强的煤矿智能化技术，有利于赋能发行人的智慧矿山一体化能力建设。此外，上述投资也有利于发行人获取鄂尔多斯市及周边地区煤矿的输送带业务资源。

截至目前，发行人通过鄂尔多斯智能网联的引介，正与包括国家能源集团杭锦能源有限责任公司、神华新街能源有限责任公司在内的当地多家潜在客户对接业务机会，潜在业务合作方向包括智能输送带的销售与相关服务。未来发行人还将就无人矿卡等业务与鄂尔多斯智能网联进行合作探讨，以促进智慧矿山业务的开拓。因此，发行人的上述投资系围绕产业链以获取行业资源的产业投资，符合公司的主营业务及战略发展方向，非仅为获取稳定的财务性收益，不属于财务性投资。

五、相关被投资企业全流程影视特效技术与创意服务的具体含义及业务模式，详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事影视特效技术、创意服务等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

（一）相关被投资企业全流程影视特效技术与创意服务的具体含义及业务模式

诺华视创电影科技（江苏）有限公司（以下简称“诺华视创”）成立于 2012 年 5 月 29 日，注册资本为 1,000.00 万元。诺华视创自主研发标准化数字内容生



产流程和影视级精细化内容生产工具，提供的产品包括三维扫描技术解决方案、前期概念设计、视效解决方案、视觉特效制作以及剪辑和调色服务等。自成立以来，诺华视创已参与并完成了《西游记之大圣归来》《大唐玄奘》《微微一笑很倾城》《捉妖记2》《白蛇》《流浪地球》《姜子牙》等电影与电视剧集的影视特效制作。

（二）详细论证被投资企业与发行人主营业务是否密切相关，发行人是否从事影视特效技术、创意服务等相关业务，是否属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游，结合投资后新取得的行业资源或新增客户、订单，报告期内发行人与被投资企业主要合作情况，以及相关资源在主营业务中的具体应用或体现等，说明发行人是否仅为获取财务性收益，认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，是否符合相关规定

发行人与诺华视创业务相关性，投资后新取得的行业资源或新增客户、订单及合作情况如下：

公司名称	投资背景及目的	业务相关性	新取得的行业资源	新增客户、订单	报告期内与被投资企业的主要合作情况	是否仅为获取稳定的财务性收益
诺华视创电影科技(江苏)有限公司	向虚拟现实产业进行战略拓展，通过优质的影视级写实虚拟人研发团队为公司打造虚拟现实生态	公司在虚拟现实领域的内容供应商	国内领先的影视级场景及数字人制作能力	-	与诺华视创合作完成兴澄钢铁数字孪生技术合作项目。诺华视创作为虚拟现实内容提供商，为数字孪生系统的构建提供内容支持	否

诺华视创在虚拟现实技术、影视级仿真数字人等技术能力上具有较强的制作能力，并且积累了大量数字场景资产，可以为公司提供快速、高质量的虚拟内容制作。截至目前，发行人未从事影视特效技术、创意服务等相关业务。发行人作为投资者投资诺华视创，一方面可以获取游戏互动相关的宣传素材，另一方面可以拓展游戏、工业领域的虚拟现实技术与内容。

报告期内，发行人通过采购诺华视创的3D内容设计制作技术服务，整合到公司工业及移动互联网上下游业务中，用于更好地满足客户的需要和公司业务拓展。发行人与诺华视创合作完成了兴澄钢铁数字孪生技术合作项目，诺华视创作为虚拟现实内容提供商，结合裸眼3D技术及设备，在数字孪生系统中负责构建



相关场景的高精度 3D 模型以及特效制作。诺华视创通过应用其虚拟现实技术和仿真技术,对钢铁厂的钢铁冶炼及输送系统构建了高精度的 3D 模型和虚拟场景,包括相关场景的机器设备、运行操作系统等,为数字孪生系统的构建提供内容支持。

图示 4: 诺华视创构建的 3D 模型以及虚拟内容场景



因此,发行人的上述投资系围绕产业链以获取行业资源的产业投资,符合公司的主营业务及战略发展方向,非仅为获取稳定的财务性收益,不属于财务性投资。

六、结合上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、平潭汇通等企业经营范围、投资背景、对外投资情况、投资协议主要条款及内容,是否已明确相关企业投资方向仅投资于和发行人主营业务及战略发展方向相关,是否存在未投向与发行人主营业务相关的领域等,说明认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理,发行人是否仅为获取财务性收益,是否符合相关规定

(一) 上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、平潭汇通等企业经营范围、投资背景、对外投资情况、投资协议主要条款及内容

1、企业经营范围、投资背景

(1) 上海宝通

单位名称	宝通辰韬(上海)投资管理合伙企业(有限合伙)
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91310115332677974C
成立日期	2015 年 4 月 30 日
出资额	12,000 万元人民币
主要经营场所	中国(上海)自由贸易试验区临港新片区环湖西二路 888 号 2 幢 1 区 2072 室
经营期限	2015 年 4 月 30 日至 2045 年 4 月 29 日



经营范围	资产管理，投资管理，实业投资，投资咨询，商务信息咨询，企业管理咨询，财务咨询（以上咨询均除经纪），市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），会议及展览服务，企业形象策划，仓储（除危险品），从事货物及技术的进出口业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资背景	夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标

（2）宁波宝通

单位名称	宁波梅山保税港区宝通辰韬创业投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA282DFE4N
成立日期	2016 年 7 月 28 日
出资额	40,000 万元人民币
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 F1475
经营期限	2016 年 7 月 28 日至 2046 年 7 月 27 日
经营范围	创业投资及其相关咨询服务。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资背景	夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标

（3）宁波宝辰

单位名称	宁波梅山保税港区宝辰投资管理合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91330206MA2905WL8C
成立日期	2017 年 4 月 13 日
出资额	2,000 万元人民币
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 F1476
经营期限	2017 年 4 月 13 日至 2037 年 4 月 12 日
经营范围	投资管理，资产管理，实业投资，项目投资，投资咨询，商务信息咨询，企业管理咨询，财务咨询。（未经金融等监管部门批准不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资背景	夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标

（4）宁波彗通

单位名称	宁波彗通创业投资合伙企业（有限合伙）（曾用名：平潭汇通创业投资合伙企业（有限合伙））
------	--



企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350128MA8RYFNN77
成立日期	2021 年 4 月 14 日
出资额	46,500 万元人民币
主要经营场所	浙江省宁波市江北区慈城镇慈湖人家 366 号 2952 室
经营期限	2021 年 4 月 14 日至无固定期限
经营范围	一般项目：创业投资（限投资未上市企业）（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
投资背景	夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标

2、对外投资情况

（1）上海宝通

截至 2023 年 9 月 30 日，上海宝通已完成投资的标的及与公司主营业务的协同关系情况如下：

被投资单位	持股比例	主营业务	与公司主营业务及战略发展的关系
征图新视（江苏）科技股份有限公司	8.55%	机器视觉检测设备及自动化制造设备的研发、生产、销售	公司拓展智慧矿山、智慧港口等业务，其中核心业务输送带智能在线检测系统，机器视觉是 AI 中核心技术，具有潜在协同
北京哈视奇科技有限公司	4.76%	虚拟现实游戏及应用的开发	公司移动游戏发行业务的延伸，探索前沿技术发展：虚拟现实技术+游戏/工业的结合。
江苏博砚电子科技股份有限公司	1.04%	TFT 领域、液晶领域、有机发光体	-
北京朱李叶健康科技有限公司	3.52%	医药企业提供面向基层医生以产品推广为主线的市场普及教育培训服务；面向高频与自费药品消费者，通过医生渠道以推荐、会员服务等方式分销药品	-
上海汉声教育科技有限公司	3.54%	中国高校来华留学预科和招生、企业及人才培养、人才招聘业务	-

（2）宁波宝通

截至 2023 年 9 月 30 日，宁波宝通已完成投资的标的及与公司主营业务的协同关系情况如下：



被投资单位	持股比例	主营业务	与公司主营业务及战略发展的关系
踏歌智行科技有限公司	2.38%	矿山无人驾驶	智慧矿山一体化战略 重要组成部分
上海翊视皓瞳信息科技有限公司	12.36%	AR（扩增实境）及 MR（介导现实）智能眼镜之系统厂·负责产品设计、软硬件开发与生产	探索前沿技术发展：虚拟现实技术+游戏的结合。
嘉兴中润光学科技股份有限公司	1.09%	精密光学镜头的研发、生产及制造并提供相关技术服务	公司拓展智慧矿山、智慧港口等业务，各类传感器为核心元器件。其中光学镜头为必不可少的传感器等核心零部件
海南高图网络科技有限公司	30.00%	全球移动网络游戏的发行与研发	补强公司移动游戏研运一体商业模式
中影年年（北京）科技有限公司	5.09%	制作、发行动画片；动漫设计	大文娱协同发展，动漫+游戏联动
河北金力新能源科技股份有限公司	0.38%	锂电池湿法隔膜研发、生产和销售	-
新乡天力锂能股份有限公司	1.11%	锂电池三元材料及其前驱体的研发、生产及销售	-
无锡朗贤轻量化科技股份有限公司	1.99%	汽车轻量化产品的研发生产以及销售，将热成形、液压成形、铝镁压铸和辊压成形等轻量化模具及产品，应用到汽车、高铁等领域	-
镇江润晶高纯化工科技股份有限公司	2.75%	生产电子级化学品及精细化工产品的生产商，电子级四甲基氢氧化铵、工业级四甲基氢氧化铵、四乙基氢氧化铵、四丙基氢氧化铵、四甲基氯化铵和苄基三甲基氯化铵等精细化学品的研发、生产与销售	-
嘉兴辰通创业投资合伙企业（有限合伙）	60.09%	创业投资；股权投资；投资咨询	-

（3）宁波宝辰

截至 2023 年 9 月 30 日，宁波宝辰已完成投资的标的及与公司主营业务的协同关系情况如下：

被投资单位	持股比例	主营业务	与公司主营业务及战略发展的关系
无锡朗贤轻量化科技股份有限公司	0.71%	汽车轻量化产品的研发生产以及销售，将热成形、液压成形、铝镁压铸和辊压成形等轻量化模具及产品，应用到汽车、高铁等领域	-



成都启英泰伦科技有限公司	1.38%	人工智能语音芯片及 AI 算法开发	-
--------------	-------	-------------------	---

(4) 宁波慧通

截至 2023 年 9 月 30 日, 宁波慧通已完成投资的标的及与公司主营业务的协同关系情况如下:

被投资单位	持股比例	主营业务	与公司主营业务及战略发展的关系
平潭友合创业投资合伙企业(有限合伙)(上海创米数联智能科技发展有限公司)	0.72%	焦智能家居, 融合人工智能, 以居家安全为基础提供全方位产品与服务的物联网方案解决商	公司拓展智慧矿山、智慧港口等业务, 其中核心业务输送带智能在线检测系统, 与智能家居具有同样的解决方案, AI 及硬件布置具有潜在协同
上海木蚁机器人科技有限公司	4.29%	无人驾驶搬运机器人和应用方案的研发、设计、生产及销售	公司拓展智慧矿山、智慧港口等业务, 核心是解决工业物料的转运。公司与木蚁机器人在工业物料转运目的相同, 场景不同, 存在较强的互补性, 打造工业物料转运闭环。
嘉兴添辰创业投资合伙企业(有限合伙)(北京首钢朗泽科技股份有限公司)	0.39%	气体生物发酵技术, 将工业尾气直接转化为燃料乙醇、蛋白饲料等高附加值产品, 实现工业尾气资源的高效清洁利用	公司核心客户与首钢朗泽具有重合, 通过首钢朗泽战略布局双碳技术发展, 为未来智慧矿山、智慧工厂下的绿色化做好战略布局。
江苏米格新材料股份有限公司	1.25%	先进碳纤维复合材料及产品的研发、生产和销售	公司输送带骨架材料复合材料开发, 双方可以相互借鉴协同。
白犀牛智达(北京)科技有限公司	3.60%	城市公开道路上的自动驾驶产品和服务	公司拓展智慧矿山、智慧港口等业务, 核心是解决工业物料的转运。公司与白犀牛都在为解决物料的转运进行研发和商业化应用。工业物料转运目的相同, 技术方法趋同, 场景不同,



被投资单位	持股比例	主营业务	与公司主营业务及战略发展的关系
			存在较强的互补性。
宁波兴贤创业投资合伙企业（有限合伙）（无锡朗贤轻量化科技股份有限公司）	1.51%	汽车轻量化产品的研发生产以及销售，将热成形、液压成形、铝镁压铸和辊压成形等轻量化模具及产品，应用到汽车、高铁等领域	-
上海鹰峰电子科技有限公司	3.43%	专业研发、生产及销售电力电子无源器件	-
泰兴市永志电子器件有限公司	2.46%	功率器件冲压引线框架研发、生产及销售	-
宁波鑫硕创业投资合伙企业（有限合伙）（江苏芯德半导体科技有限公司）	0.45%	从事 Bumping、WLCSP、WB/FC-QFN、BGA、LGA、HDFANOUT 等高端先进封装技术研发及生产	-
胜达克半导体科技（上海）股份有限公司	0.64%	半导体行业后道封装测试领域专用设备的研发、生产和销售的设备提供商，拥有全球一流的集成电路测试机技术和产品	-
上海锦源晟新能源材料有限公司	0.28%	新能源锂电关键金属矿产资源（铜钴镍锂锰磷）的开发冶炼及深加工、锂离子电池正极前驱体及正极材料的研发及制造、动力电池与材料的回收及梯次利用，致力于打造全球领先的新能源关键金属与锂离子电池正极前驱体材料制造商	-
北京千里马网信科技有限公司	0.50%	招投标数据和自动化营销供应商	-
嘉兴金浦众诚创业投资合伙企业（有限合伙）（南京金阵微电子科技有限公司）	0.47%	数模混合信号技术架构结合先进的芯片制造工艺，设计研发以太网 PHY 芯片	-

注：上海创米数联智能科技发展股份有限公司、北京首钢朗泽科技股份有限公司、无锡朗贤轻量化科技股份有限公司、江苏芯德半导体科技有限公司以及南京金阵微电子科技有限公司等公司系宁波慧通通过合伙企业间接投资，相关持股比例为间接持股比例。

3、投资协议主要条款及内容

（1）上海宝通

事项	条款	条款主要内容
投资方向	2.4	合伙企业的投资领域：大健康（医疗、健康消费；药品、器械、医用食品、保健品生产）、教育、大消费领域（重点为家庭家政及健康服务、老龄化相关）、TMT 部分领域（重点为大健康、大消费与移动互联、智能化相关领域）及其他；货币基金，国债逆回购，安全等级高的信托产品以及其他经全体合伙人会议批准的品种。
出资	3.1	合伙企业首期认缴出资总额为人民币 12,000 万元，在此额度内将根据合伙



额		企业投资进度，经全体合伙人会议同意逐步增加有限合伙人和出资金额。
投资决策机制	5.3.1、6.3.1	本合伙企业的普通合伙人上海辰韬资产管理有限公司是合伙企业的执行事务合伙人。合伙企业的投资业务及其他活动之管理、控制、运营、决策的执行全部归属于执行事务合伙人，由其直接行使或通过其委派的代表形式。投资与决策委员会由 5 名人士组成，各有限合伙人推荐 3 名，普通合伙人推荐 2 名（全体合伙人会议可以根据基金募集情况对投资与决策委员会成员的人数及委派方式作适当调整）。投资与决策委员会委员需为普通合伙人及合伙企业管理人认可。
收益分配	4.4	第一轮分配：合伙企业取得的每个项目退出可分配现金收入，首先按照各有限合伙人的实缴出资占全体合伙人实缴出资总额的比例所对应的该项目净收益分配给所有有限合伙人，直至所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金。 第二轮分配：在所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金之后，合伙企业取得该项目可分配现金收入分配给普通合伙人直至其收回其在该次分配时对应的项目实缴投资本金。 如经过前述第一轮、第二轮分配后，合伙企业仍有可分配的项目现金收入，则该等可分配现金收入中的 80%由全体合伙人按实缴出资比例享有。另外的 20%金额，作为管理分成应分配给普通合伙人。

(2) 宁波宝通

事项	条款	条款主要内容
投资方向	2.4	合伙企业的投资领域：游戏、娱乐、文化等内容制作运营与相关先进硬件技术，及其他新兴及成长性产业等（如医疗健康、教育、新能源汽车、智能制造等），着重布局其中与互联网相关领域；货币基金，国债逆回购，安全等级高的信托产品以及其他经全体合伙人会议批准的品种。
出资额	3.1	合伙企业认缴出资总额为不低于人民币 40,000 万元，不超过人民币 100,000 万元，在此额度内将根据合伙企业投资进度，经全体合伙人会议同意逐步增加有限合伙人和出资金额。
投资决策机制	5.3.1、6.3.1	本合伙企业的普通合伙人上海辰韬资产管理有限公司是合伙企业的执行事务合伙人。合伙企业的投资业务及其他活动之管理、控制、运营、决策的执行全部归属于执行事务合伙人，由其直接行使或通过其委派的代表形式。投资决策委员会由 5 名人士组成，各有限合伙人推荐 3 人（来自宝通科技的委员不少于 1 人，不超过 2 人），普通合伙人推荐 2 名。投资与决策委员会委员需为普通合伙人及合伙企业管理人认可。
收益分配	4.4	第一轮分配：首先按照各有限合伙人的实缴出资占全体合伙人实缴出资总额的比例所对应的该项目净收益分配给所有有限合伙人，直至所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金。 第二轮分配：在所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金之后，合伙企业取得的该项目可分配收入分配给普通合伙人直至其收回其在该次分配时对应的项目实缴投资本金。 如经过前述第一轮、第二轮分配后，合伙企业仍有可分配的项目收入，则该等可分配收入中的 80%由全体合伙人按实缴出资比例享有。另外的 20%金额，作为管理分成应分配给普通合伙人或其指定第三方。

(3) 宁波宝辰

事项	条款	条款主要内容
投资	2.4	合伙企业的投资领域：游戏、娱乐、文化等内容制作运营与相关先进硬件



方向		技术，及其他新兴及成长性产业等（如医疗健康、教育、新能源汽车、智能制造等），着重布局其中与互联网相关领域；以及据内部决策程序批准后，闲置资金可以短期投资货币基金，国债逆回购，安全等级高的信托产品以及其他经全体合伙人会议批准的品种。
出资额	3.1	合伙企业认缴出资总额为不低于人民币 2,000 万元，不超过人民币 20,000 万元，在此额度内将根据合伙企业投资进度，经全体合伙人会议同意逐步增加有限合伙人和出资金额。
投资决策机制	5.3.1、6.3.1	本合伙企业的普通合伙人上海辰韬资产管理有限公司是合伙企业的执行事务合伙人。合伙企业的投资业务及其他活动之管理、控制、运营、决策的执行全部归属于执行事务合伙人，由其直接行使或通过其委派的代表形式。 投资决策委员会由 5 名人士组成，各有限合伙人推荐 3 人（来自宝通科技的委员不少于 1 人，不超过 2 人），普通合伙人推荐 2 名。（经全体合伙人同意可以根据基金募集情况对投资与决策委员会成员的人数及委派方式作适当调整）投资与决策委员会委员需为普通合伙人及合伙企业管理人认可。
收益分配	4.4	第一轮分配：首先按照各有限合伙人的实缴出资占全体合伙人实缴出资总额的比例所对应的该项目净收益分配给所有有限合伙人，直至所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金。 第二轮分配：在所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金之后，合伙企业取得的该项目可分配收入分配给普通合伙人直至其收回其在该次分配时对应的项目实缴投资本金。 如经过前述第一轮、第二轮分配后，合伙企业仍有可分配的项目收入，则该等可分配收入中的 80%由全体合伙人按实缴出资比例享有。另外的 20%金额，作为管理分成应分配给普通合伙人或其指定第三方。

(4) 宁波慧通

事项	条款	条款主要内容
投资方向	6.2	合伙企业的投资对象为：重点投资电力电子、机器人、汽车电子、传感器、半导体材料、新能源矿卡、高端装备及其他新兴及成长性产业，着重布局其中与工业新兴、人工智能、大数据相关的产业领域。
出资额	3.1	合伙企业认缴出资总额为 46,500.0000 万元人民币
投资决策机制	5.3.1、6.4.1	本合伙企业的普通合伙人上海辰韬资产管理有限公司是合伙企业的执行事务合伙人。合伙企业的投资业务及其他活动之管理、控制、运营、决策的执行全部归属于执行事务合伙人，由其直接行使或通过其委派的代表形式。 投资与决策委员会由 5 名人士组成，其中，有限合伙人委派 3 人（合伙人会议可以根据基金募集情况对投资与决策委员会成员的人数及委派方式作适当调整）。投资与决策委员会委员需为普通合伙人及合伙企业管理人认可。
收益分配	4.4	第一轮分配：合伙企业取得的每个项目退出可分配现金收入，首先按照各有限合伙人的实缴出资占全体合伙人实缴出资总额的比例所对应的该项目净收益分配给所有有限合伙人，直至所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金。 第二轮分配：在所有有限合伙人均收回其对该项目的实缴投资本金之后，合伙企业取得的该项目可分配现金收入分配给普通合伙人直至其收回其在该次分配时对应的项目实缴投资本金。 如经过前述第一轮、第二轮分配后，合伙企业仍有可分配的项目现金收入，



事项	条款	条款主要内容
		则该等可分配现金收入中的 80%由全体合伙人按实缴出资比例享有。另外的 20%金额，作为管理分成应分配给普通合伙人或其书面指定第三方，但若基金回报年化收益低于 8%（单利）则不能计提。

（二）是否已明确相关企业投资方向仅投资于和发行人主营业务及战略发展方向相关，是否存在未投向与发行人主营业务相关的领域等，说明认定相关投资不属于财务性投资的理由是否充分、合理，发行人是否仅为获取财务性收益，是否符合相关规定

如前文所述，公司投资的上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、宁波慧通等产业基金，系夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标而设立。上述基金主要投资于先进制造、互联网等战略新兴、高端成长型产业，投资方向与公司主营业务和战略发展方向一致，其主要投资标的与公司在客户渠道、供应链、技术方案等方面具备一定协同效应。相关投资有助于公司进一步拓展市场、稳定供应链以及增强技术实力，属于围绕产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资。

考虑到上述产业基金项目投资范围广泛，存在投向新能源、半导体等与公司主营业务不完全相关领域的情况，且公司对上述产业基金未来投资的具体标的选择不具有控制权，因此基于谨慎性原则考虑，公司将上述产业基金的投资认定为财务性投资。

七、核查程序及核查意见

（一）核查程序

会计师履行了以下核查程序：

（1）查阅《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见——证券期货法律适用意见第 18 号》《监管规则适用指引——发行类第 7 号》《监管规则适用指引——上市类第 1 号》等文件关于财务性投资的有关规定；

（2）获取并查阅发行人财务报告、相关科目明细构成，了解发行人相关对外投资具体情况；

（3）获取发行人对外投资的相关协议文件，了解对外投资的背景和目的，查阅被投资企业的工商、业务信息，判断是否属于财务性投资；与发行人沟通了



解其对外投资与发行人业务相关性、投资后新取得的行业资源或新增客户、订单及合作等情况；

（4）查阅产业基金的合伙协议，核查投资方向、投资决策机制；查阅产业基金投资项目清单，了解被投资企业的主营业务、与发行人的协同方式等；查阅产业基金出具的说明；查阅发行人出具的关于投资产业基金的说明；

（5）向发行人了解本次发行相关董事会决议日前六个月起至今，发行人实施或拟实施的财务性投资情况。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、发行人最近一期末不存在持有金额较大的财务性投资情形，符合《<上市公司证券发行注册管理办法>第九条、第十条、第十一条、第十三条、第四十条、第五十七条、第六十条有关规定的适用意见—证券期货法律适用意见第 18 号》及相关法规的要求。本次发行董事会决议日前六个月至今，发行人投资的宁波慧通创业投资合伙企业(有限合伙)属于财务性投资且已在本次募集资金总额中扣除，除此之外发行人不存在新投入或拟投入类金融业务的情况；

2、踏歌智行、辰通远见、宝力智行等相关被投企业与发行人业务密切相关；报告期内发行人已从事矿卡运输、矿卡综合业务、矿山相关业务，相关业务属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游；发行人投资踏歌智行、辰通远见、宝力智行等企业符合公司主营业务及战略发展方向，能够协同行业上下游资源以达到战略整合或拓展主业的目的，并非仅为获取财务性收益，该等投资符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定，未将对踏歌智行、辰通远见、宝力智行的投资认定为财务性投资具有合理性；

3、江苏八点八、青岛虚拟现实研究院、CHAOS INC、哈视奇等相关被投企业与发行人业务密切相关；报告期内发行人已从事 VR、虚拟现实、裸眼 3D 相关业务，相关业务属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游；发行人投资江苏八点八、青岛虚拟现实研究院、CHAOS INC、哈视奇等企业符合公司主营业务及战略发展方向，能够协同行业上下游资源以达到战略整合或拓展主业的目的，并非仅为获取财务性收益，该等投资符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定，未将对江苏八点八、青岛虚拟现实研究院、CHAOS INC、哈视奇的投资认定为财务性投资具有合理性；



4、被投资企业鄂尔多斯智能网联与发行人业务密切相关，鄂尔多斯智能网联相关业务属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游；发行人投资鄂尔多斯智能网联符合公司主营业务及战略发展方向，能够协同行业上下游资源以达到战略整合或拓展主业的目的，并非仅为获取财务性收益，该等投资符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定，未将对鄂尔多斯智能网联的投资认定为财务性投资具有合理性；

5、被投资企业诺华视创与发行人业务密切相关，诺华视创相关业务属于发行人主营业务的同一领域或产业链上下游；发行人未从事影视特效技术、创意服务等相关业务；发行人投资诺华视创符合公司主营业务及战略发展方向，能够协同行业上下游资源以达到战略整合或拓展主业的目的，并非仅为获取财务性收益，该等投资符合《证券期货法律适用意见第 18 号》的相关规定，未将对诺华视创的投资认定为财务性投资具有合理性；

6、发行人投资的上海宝通、宁波宝通、宁波宝辰、宁波慧通等产业基金，系夯实公司产业转型升级基础，实现公司的发展战略目标而设立，上述基金投资方向与公司主营业务和战略发展方向一致。但考虑到上述产业基金项目投资范围广泛，存在投向与公司主营业务不完全相关领域的情况，且公司对上述产业基金未来投资的具体标的选择不具有控制权，因此基于谨慎性原则考虑，公司将上述产业基金的投资认定为财务性投资。

问题 3

发行人 2022 年扣非归母净利润为-41,968.19 万元，同比下降 210.55%，主要原因为游戏推广费大幅度增加、游戏上线后销售情况不及预期、对子公司广州易幻网络科技有限公司（以下简称易幻网络）计提商誉减值 48,603.72 万元等；报告期内，发行人广告费/推广费分别为 42,434.59 万元、43,374.91 万元、70,338.11 万元和 34,363.65 万元，2022 年推广费大幅上涨，相关收入转化率大幅下滑；发行人 2016 年收购易幻网络形成商誉 12.26 亿元，2022 年计提减值准备 4.86 亿元，并预计易幻网络 2025 年收入增长率为 20%，高于三七互娱、昆仑万维相关增长率预测值 10.96%和 9.94%；收购时存在业绩承诺，2016 年至 2018 年易幻网络承诺各年完成利润分别为 1.55 亿元、2.015 亿元和 2.6195 亿元，其中 2018 年易幻网络未完成业绩承诺，完成率为 97.45%；报告期内，发行人境外



营业收入金额分别为 199,093.20 万元、190,863.74 万元、207,141.84 万元、159,136.93 万元，境外营业收入占比分别为 75.47%、69.16%、63.56%、65.82%，根据申报材料，保荐人对发行人报告期内主营业务收入的前五大客户执行函证程序，未回函占发函金额的比例分别为 95.77%、100.00%、100.00%和 68.91%，最近一期回函不符金额占发函金额的比例为 31.09%；保荐人对发行人报告期内采购金额的前五大供应商执行函证程序，发函比例均不足 20%，回函不符金额占发函金额的比例分别为 14.85%、11.82%、55.00%和 57.50%；保荐人对发行人报告期内主要银行账户执行函证程序，回函相符金额占发函金额的比例分别为 89.84%、76.44%、49.61%和 97.75%，未回函金额占发函金额的比例分别为 10.16%、19.81%、50.39%和 2.35%，2022 年相关金额占比明显低于其他时期。

请发行人补充说明：（1）结合导致 2022 年亏损的具体因素、公司所处行业发展情况、主要产品毛利率波动情况、成本费用变化情况、同行业可比公司业绩等，说明相关影响因素在 2023 年的改善情况，相关影响因素是否已消除或已缓解，是否对公司生产经营和本次募投项目实施产生重大不利影响；（2）结合发行人相关业务模式、广告费/推广费支付方式、支付对象、支付金额、推广活动的具体形式、各类推广活动的收费标准及其合理性，费用支付周期、结算及报销方式等，说明报告期内广告费/推广费大幅变动的原因、合理性，相关业务收费标准及推广服务费率与同行业公司相比是否存在显著差异，发行人是否严格执行支付结算报销流程，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证等是否存在异常，发行人是否存在通过推广活动代垫成本和费用，是否存在资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整；（3）易幻网络在业绩承诺期内业绩实现的具体情况，是否存在业绩精准达标、承诺期后业绩大幅下降的情形；2022 年对子公司易幻网络商誉进行减值测试的具体情况，结合细分行业发展情况、同行业可比公司业绩情况及预计增长率等关键参数，易幻网络订单及转化情况、最新业绩情况、前次商誉减值关键参数与实际业绩是否存在差异等，对照《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》说明商誉减值计提是否充分，是否与同行业可比公司相符，报告期内相关会计处理是否准确，是否符合会计准则等相关规定；（4）结合报告期内在境外主要国家和地区的出口产品及收入实现情况、主要境外业务模式等，说明进口国的有关进口政策、国际贸易摩擦等因素是否对公司



境外销售造成不利影响；(5) 结合报告期内境外销售金额及数量、主要产品销量和定价、与境外客户相关协议或合同签署情况、相关运费支出、出口退税、汇兑损益、收入确认时点及依据、境外应收账款及回款情况等，分别说明工业互联网产品和移动互联网产品的境外收入的真实性、与运输费用的匹配性，报告期内境外采购、跨境运费、出口退税、汇兑损益与境外销售规模的匹配性；(6) 结合发行人业务单据抽查结果，相关销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等单据所载信息，包括但不限于货物规格、数量、单价、总价、交货地等，是否匹配一致，是否与海关出口数据、境外销售收入数据及对发行人主要境外客户的访谈与实地走访了解的情况相互印证，发行人境外收入信息披露是否真实、准确、完整；(7) 对前五大客户函证程序中最近一期回函不符金额占比较高的原因、合理性；对前五大供应商发函比例不足 20%且最近一年及一期回函不符占比较高的原因、合理性；对发行人报告期内主要银行账户函证 2022 年回函相符金额及未回函比例明显高于其他时期的原因、合理性；结合上述情况，进一步说明针对未回函、回函不符的具体替代性措施及其有效性，针对发行人境外收入真实性核查是否充分、完备。

请发行人补充披露 (1) (3) (4) 涉及的相关风险。

请保荐人和会计师核查并发表明确意见，并进一步说明对境外收入核查程序是否充分、完备，核查证据是否支持核查结论。

回复：

一、结合导致 2022 年亏损的具体因素、公司所处行业发展情况、主要产品毛利率波动情况、成本费用变化情况、同行业可比公司业绩等，说明相关影响因素在 2023 年的改善情况，相关影响因素是否已消除或已缓解，是否对公司生产经营和本次募投项目实施产生重大不利影响；

(一) 2022 年公司亏损的具体因素

2022 年，国内移动游戏市场与出海市场实际销售收入同比均出现了下降。同时，因国内监管政策规范、国内版号供给减少等因素共同影响，行业内获客成本持续走高，竞争加剧。2022 年，易幻网络新上线发行 21 款游戏产品，远高于 2020 年的 14 款和 2021 年的 11 款；海南高图在自研游戏《Bloodline: Heroes of Lithas》上线时进行了大量的广告投入。但是两家子公司主推的游戏上线后的销售表现均不及预期，2022 年全年合计亏损 15,434.10 万元。公司因收购易幻网络



累计产生商誉 12.26 亿元。2022 年度,由于易幻网络整体经营业绩首次出现亏损,基于谨慎性原则,公司对易幻网络资产组计提商誉减值准备,计提金额为 48,603.72 万元。受上述因素影响,2022 年公司归属于母公司所有者的净利润为 -39,594.18 万元,扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为 -41,968.19 万元。

2023 年,公司对过往的游戏线上推广工作进行了总结分析,全面优化了游戏推广策略和内部组织架构,游戏推广管理制度更加严谨科学。同时,公司在选择代理运营游戏时更加谨慎,2023 年易幻网络新上线发行 7 款游戏产品,全年的上线数量低于 2022 年。

2023 年 1-9 月,公司广告费/推广费为 34,363.65 万元,较去年同期下降 38.53%,子公司易幻网络和海南高图合计实现净利润 2,842.68 万元,实现扭亏为盈。

（二）公司所处行业发展情况

1、移动互联网

（1）行业基本情况

《2023 年中国游戏产业报告》的统计数据显示,2023 年中国游戏市场实际销售收入预计达到 3,029.64 亿元,同比增长 13.95%,扭转了 2022 年的下降趋势,首次突破 3,000 亿。细分市场方面,移动游戏实际销售收入快速增长,收入占比达到 74.88%,继续占据主导地位。

海外市场方面,2023 年我国自研产品海外实价销售收入预计达到 163.66 亿美元,连续四年超千亿元人民币。该销售收入规模较 2022 年同比下降 5.65%,主要是受国际局势动荡、市场竞争剧烈以及隐私政策变动等因素影响,出海难度和经营成本有所提高。在自研移动游戏海外市场收入分布中,美国、日本、韩国分别占比 32.51%、18.87%和 8.18%,是中国游戏企业出海的主要目标市场。

（2）行业发展面临的机遇和挑战

1) 游戏企业积极出海,挖掘海外市场增量

中东、非洲和拉美等地区的人口基数较大,网络基础设施建设日渐完善,智能手机等游戏终端正从中低端机型向高端机型普及发展,市场潜力较大,是海外游戏市场增长的新区域。近年来,我国游戏行业持续探索出海赛道,寻找海外市场增量,或将国内发行的游戏做本土化改编之后进入海外市场,或直接面向海外市场开发新产品,取得了可喜的成绩。



2) 新兴技术赋能，游戏产业迎来发展机遇

在数字经济蓬勃发展的背景下，随着多种技术的融合创新，游戏产业和其他相关产业实现了终端、平台、场景、应用等多个层面的跨界合作，游戏产业的自身建设也迎来了新的发展契机。科学技术升级加速游戏业态变革，产业发展又助力科技创新，使游戏成为虚拟现实、人工智能等新技术应用的实验场。

3) 游戏产业生态边界多元延展

游戏产业正在不断拓展与各类行业之间的交流与合作，以玩法、内容、技术等方面的积累，赋能多个领域，向外拓展产业生态。例如“游戏+科普”，主要以寓教于乐的方式，通过功能游戏设计，面向青少年普及航空航天、动物植物等知识，拓宽其视野，增强其对科学的热情；面向老年人普及智能手机常用软件使用方法，帮助消除“数字鸿沟”；面向大众开展安全宣传，普法反诈，提高公民网络安全意识等。

4) 国际局势日趋复杂，市场竞争加剧

近年来，国际局势越发动荡复杂，地缘政治风险增加，主要经济体政策趋于收紧，世界各国各地区人民币汇率波动频繁，我国游戏产业出海面临的外部环境不稳定因素增多。

同时，海外各国各地区愈加重视游戏产业在经济、文化以及科技等方面的作用，美国、欧盟、沙特推行扶持当地游戏产业发展的政策举措。海外各大互联网公司也着重布局游戏及其周边产业链，加大投资和研发力度。我国游戏出海面对日益激烈的竞争，游戏推广成本持续上升，利润率降低，在全球移动游戏市场扩张初期积累的优势受到极大冲击。

2、工业互联网

(1) 行业基本情况

输送带是用于承载和运送物料的橡胶与纤维、金属复合制品，或者是塑料和织物复合的制品，具有耐高温、耐磨损、防静电等特性，是传统工业中常见的运输设备。以覆盖层原料为分类标准，输送带可分为重型输送带和轻型输送带两大类。重型输送带以橡胶为原料，主要应用于重工业行业。轻型输送带以高分子材料为原料，主要应用于电子、食品等下游轻工业行业。

从输送带产业链来看，输送带由骨架材料、覆盖层和贴合层材料（统称覆盖层）、打底材料三个部分组成。其中覆盖层是输送带正常工作的保证，具有保护



骨架材料、输送物料、增大摩擦系数、吸收物料冲击、抗磨损等作用，输送带的特性如耐高温、耐磨损、防静电等均依赖于覆盖层材料的特性。

公司橡胶输送带产品最主要的原材料是橡胶，包括天然橡胶和合成橡胶。天然橡胶环保、易加工、耐磨损，但产量有限，且温度适应性较差。生产天然橡胶对地理环境、土壤、气候、湿度等自然条件的要求较严格，产地主要集中在东南亚地区，其中，泰国、印尼、越南、马来西亚四国合计总产量近年来在全球天然橡胶产量中的比例保持在 70%左右。

据前瞻产业研究院估算，国内重型输送带约占行业需求的 90%左右。贝哲斯咨询的数据显示，2022 年全球输送带市场规模约 196.89 亿元人民币。

重型输送带行业的下游应用主要集中在矿山、钢铁、港口、砂石骨料等行业。近年来，国家出台相应的法律法规和政策支持鼓励工业企业进行智能化转型，相关部门陆续颁布产业政策支持文件，明确制造业智能化为重点发展领域。根据第三方机构头豹产业研究院发布的数据，重型输送带行业在下游不同应用市场中的收入占比为：矿山（煤炭、砂石骨料）占比 53%，钢铁占比 20%，港口占比 13%，火力发电占比 9%，水泥占比 5%。根据头豹产业研究院发布的数据，2025 年中国工业散货物料智能输送行业的市场规模预计将达到千亿级，2021-2025 年的年复合增长率有望超过 80%。

（2）行业发展面临的机遇和挑战

1）橡胶输送带出口前景广阔

2014 年我国提出“一带一路”经济战略，打造新亚欧大陆桥、中蒙俄、中国—中亚—西亚、中国—中南半岛等国际经济合作走廊，与沿线各国在交通基础设施、贸易与投资、能源合作、区域一体化、人民币国际化等领域深度合作。随着经济互通以及投资贸易更加便利与人性化，各行业生产交易量的迅速增加，作为现代化生产链中必不可少的橡胶输送带，需求量也会随之不断增加。

2）长距离输送机逐步取代汽车运输

十三五期间，在水泥建材行业、砂石骨料行业，受环保压力增加和交通事故频发的影响，各地政府纷纷出台政策限期改变传统汽车运输方式。十四五期间，长距离输送机建设在建材水泥行业中预计将逐步成为常态。同时，煤炭行业传统的汽车运输方式预计也将被逐步淘汰，这将改变主要产煤区公路煤灰飞扬、道路不堪重负的状况。



长距离大运量输送机输送方案在前述场景中具有显著优势，由运输方式改变而产生的橡胶输送带需求量将填补由煤炭采矿量下降造成的橡胶输送带需求的下降。只有当橡胶输送带企业的产品满足高耐磨、长寿命的质量要求时，才能承接长距离、高强度的橡胶输送带项目。

3) 锂、镍等金属材料的市场需求持续增长

随着新能源产业的快速发展，锂、镍等金属材料的市场需求持续增长。以金属锂为例，锂作为电化当量最大的金属，具有密度小、高比能量的特性，是生产电池的理想材料，应用领域广泛。当前，新能源汽车、储能电池发电系统、再生能源并网、备用电源等行业对锂离子电池都有较大的需求量。

近年来，锂、镍等金属材料的开采需求旺盛，已成为工业橡胶输送带产品市场需求的新增长点。

4) 部分下游市场需求增长有限

煤炭、钢铁、水泥等行业依然是我国产能过剩或存在产能增长限制的行业，国家和地方政府陆续出台淘汰落后产能的政策，同时这些行业也是环保和节能减排的重点领域。国家和地方控制碳排放量的强制规定会大大减少煤炭需求，同时国家从加强安全生产角度，已出台关闭部分煤矿的强制措施。因此，预计国内前述行业未来的橡胶输送带产品需求增长有限。

(三) 公司的成本与毛利率情况

报告期内，公司营业成本按业务类型构成如下所示：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
移动互 联网	48,319.18	32.30%	82,195.80	41.71%	76,642.09	47.26%	82,545.89	52.88%
工业互 联网	101,285.38	67.70%	114,848.63	58.29%	85,543.20	52.74%	73,546.21	47.12%
合计	149,604.56	100.00%	197,044.43	100.00%	162,185.29	100.00%	156,092.10	100.00%

报告期内，公司分业务类型毛利率具体情况如下：

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
移动互联网	50.87%	49.38%	49.84%	46.09%
工业互联网	29.39%	29.78%	30.56%	33.55%



项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
合计	38.13%	39.54%	41.23%	40.83%

报告期内，公司移动互联网业务的毛利率分别为 46.09%、49.84%、49.38% 和 50.87%，整体呈现小幅上升的趋势，主要原因是公司报告期内积极与渠道费率更低的第三方充值渠道开展合作，来自安卓、IOS 应用市场的销售收入占比有所下降。

报告期内，公司工业互联网业务的毛利率分别为 33.55%、30.56%、29.78% 和 29.39%，呈现缓慢下降的趋势，整体较为稳定。2021 年公司工业互联网业务毛利率较 2020 年下降的主要原因是子公司宝通智能物联组建人员规模较大的项目运营团队，员工薪酬大幅增加。2020 年-2021 年，宝通智能物联新增员工人数、与社保缴纳金额的具体情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度
平均社保缴纳人数	410.5	55
社保缴纳总金额（万元）	836.20	82.83
人均社保缴纳金额（万元/人）	2.04	1.51

注：宝通智能物联子公司澳洲宝通的员工主要为外籍人员，因此上表中未包含。

2020 年-2021 年，宝通智能物联的员工数量大幅增长，社保缴纳金额大幅增加。2021 年，宝通智能物联的人均社保缴纳金额有所上升，主要是由于 2020 年政府部门出台了一系列社保缴纳减免政策。

（四）公司费用变化情况

报告期内，公司期间费用情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
销售费用	45,131.86	-31.46%	83,923.28	58.22%	53,041.36	7.60%	49,295.05	-47.06%
管理费用	24,385.83	33.46%	26,702.89	47.47%	18,106.82	-3.31%	18,725.88	42.87%
研发费用	8,736.60	-13.82%	15,888.96	18.17%	13,446.24	84.64%	7,282.45	42.30%
财务费用	241.40	-85.49%	1,881.16	-1.10%	1,902.01	35.88%	1,399.73	-21.27%
期间费用合计	78,495.69	-18.17%	128,396.29	48.44%	86,496.43	12.77%	76,703.11	-31.10%
销售费用占比	18.67%		25.75%		19.22%		18.69%	



项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率	金额	增长率
管理费用占比		10.09%		8.19%		6.56%		7.10%
研发费用占比		3.61%		4.88%		4.87%		2.76%
财务费用占比		0.10%		0.58%		0.69%		0.53%
期间费用占比		32.46%		39.39%		31.34%		29.08%

注：上表中的增长率均为与上年同期相比较的增长率，占比为占营业收入的比例。

报告期内，公司期间费用分别为 76,703.11 万元、86,496.43 万元、128,396.29 万元和 78,495.69 万元，占营业收入比例分别为 29.08%、31.34%、39.39%和 32.46%。

2022 年，公司销售费用同比增长 58.22%，主要由于 2022 年公司上线新游戏数量较多和公司大力推广自研游戏，广告费/推广费大幅增加。2023 年 1-9 月，公司销售费用同比下降 31.46%，主要由于当期公司新上线发行的游戏数量低于上年同期，同时公司对游戏推广策略与管理制度均进行了优化，广告费/推广费大幅降低。

2022 年和 2023 年 1-9 月，公司管理费用分别同比增长 47.47%和 33.46%，主要由于 2022 年子公司澳洲百年通的人员规模大幅上升，致使公司管理人员工资及奖励福利的金额增加。2021 年-2022 年，澳洲百年通新增员工人数与养老金缴纳金额的具体情况如下：

项目	2022 年度	2021 年度
平均养老金缴纳人数	60.21	18.65
养老金缴纳总金额（万元）	301.34	102.27
人均养老金缴纳金额（万元/人）	5.00	5.48

注：澳洲百年通的员工主要为外籍人员，故上表中采用在当地的养老金缴纳情况进行说明。

2021 年-2022 年，澳洲百年通的员工数量大幅增长，养老金缴纳金额也大幅增加，两者相互匹配。

2023 年 1-9 月，公司财务费用同比下降 85.49%，主要由于美元存款利率持续提高，公司境外子公司使用结余外币购买美元定期存款，利息收入大幅增加。2023 年 1-9 月，公司境外子公司使用结余外币购买美元定期存款产生利息收入 1,082.77 万元，主要情况如下：



序号	境外子公司名称	存款银行	平均利率	平均存款金额 (万美元)	当期利息收入 (万美元)	当期利息收入 (万人民币)
1	易幻国际	信托银行	5.11%	845.33	32.40	227.89
		中国银行	5.12%	614.65	23.60	166.02
2	火星人	华夏银行	5.80%	664.70	28.91	204.02
3	香港易幻	信托银行	5.01%	831.12	31.23	219.67
		中国银行	5.09%	204.64	7.81	54.95
		花旗银行	4.38%	176.92	5.81	40.88
4	宝通国际	信托银行	4.51%	664.87	22.48	158.59
5	香港高图	信托银行	4.89%	36.58	1.34	9.44
6	Efun Play	花旗银行	4.50%	3.29	0.11	0.78
7	香港柴斯	花旗银行	4.81%	2.07	0.07	0.53
合计					153.76	1,082.77

(五) 同行业公司业绩情况

2023 年 1-9 月，公司与同行业上市公司的业绩情况如下：

单位：亿元

公司简称	营业收入		净利润	
	金额	增长率	金额	增长率
三七互娱	120.43	3.12%	21.66	-2.93%
恺英网络	30.29	7.23%	12.05	2.66%
游族网络	11.79	-19.35%	0.10	-85.90%
电魂网络	5.05	-18.14%	1.14	-43.07%
移动网络游戏行业平均	41.89	-6.79%	8.74	-32.31%
三维股份	28.60	0.17%	1.67	15.00%
双箭股份	18.54	9.28%	1.63	92.92%
三力士	5.85	-3.25%	0.78	0.32%
输送带业务行业平均	17.66	2.07%	1.36	36.08%
宝通科技	24.18	1.26%	1.36	264.95%
宝通科技-移动互联网	9.83	-21.17%	0.28	/
宝通科技-工业互联网	14.34	25.97%	0.96	12.56%

注 1：上表中的增长率均为与上年同期相比较的增长率。

注 2：2022 年 1-9 月公司移动互联网业务亏损。

2023 年 1-9 月，公司移动互联网业务的同行业上市公司中，恺英网络的营业



收入和净利润均实现同比增长，三七互娱的营业收入同比增长、净利润同比下降，而游族网络、电魂网络的营业收入和净利润均同比下降，符合行业当前市场规模增速逐步放缓、竞争加剧的发展现状。当期公司上线新游戏数量低于上年同期，移动互联网业务实现营业收入同比下降 21.17%，净利润扭亏为盈。

2023 年 1-9 月，公司工业互联网业务的同行业上市公司中，三维股份和双箭股份的营业收入和净利润均实现同比上升，三力士的营业收入同比下降、净利润同比上升，符合行业当前市场规模稳健增长的发展现状。当期公司在境外客户拓展方面取得积极成效，工业互联网业务营业收入较上年同期增长 25.97%。

综上所述，公司 2022 年业绩出现亏损主要是由于移动互联网业务的经营情况不及预期。行业方面，2023 年中国移动游戏市场规模重回增长轨道，国内游戏企业持续挖掘海外市场，行业内竞争有所加剧，同行业上市公司的业绩差异较大。公司方面，2023 年 1-9 月，公司移动互联网业务毛利率整体稳定，游戏推广策略和内部组织架构获得优化，游戏推广管理制度更加严谨科学，销售费用规模同比下降，预计该业务全年实现盈利。因此，相关不利因素在 2023 年均有所缓解，不会对公司生产经营产生重大不利影响。

公司本次募集资金拟投向工业互联网业务，报告期内公司该业务的营业收入持续增长，毛利率和期间费用率均较为稳定，市场规模稳健增长。因此，公司本次募投项目的实施不会受到重大不利影响。

二、结合发行人相关业务模式、广告费/推广费支付方式、支付对象、支付金额、推广活动的具体形式、各类推广活动的收费标准及其合理性，费用支付周期、结算及报销方式等，说明报告期内广告费/推广费大幅变动的原因、合理性，相关业务收费标准及推广服务费率与同行业公司相比是否存在显著差异，发行人是否严格执行支付结算报销流程，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证等是否存在异常，发行人是否存在通过推广活动代垫成本和费用，是否存在资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整；

（一）公司相关业务模式

公司的工业互联网业务具体为智能输送数字化产品和智能输送系统产品及服务，围绕现代工业散货物料输送带开展。公司工业互联网业务的主要客户大多



为大型矿业集团、钢铁集团、建材集团、散货码头等，广告投放的费用金额相对较小。而公司的移动互联网业务具体为移动网络游戏的海外区域化发行与运营和全球研运一体业务，面向数量庞大的游戏玩家群体，发行人的广告投放以移动互联网业务为主。

发行人移动互联网业务广告投放分为线上和线下两部分。其中，线下广告投放占比较小，主要是明星代言，在地铁、公交等场景投放广告。发行人的广告投放以线上为主，主要由于线上推广能够精准定位目标用户、灵活多样地满足不同推广需求，同时提高游戏知名度和覆盖面，以及通过数据分析及时优化推广效果。线上广告以视频或图片形式展示，公司设定需求、制作并上传广告素材，由广告商后台自动推送。

（二）广告费/推广费支付方式、支付对象、支付金额、费用支付周期

发行人主要的广告投放渠道是 Facebook、Google、Twitter、头条、快手等国内外头部媒体平台，广告费的支付对象主要为广告授权代理商，同时也包括广告效果优化公司。广告授权代理商的广告投放量大，可以在与前述平台的谈判中赢得更高的折扣率。发行人与各个平台的广告授权代理商合作，可以享受到一定的费率优惠，同时获得广告投放操作培训等免费服务。

报告期内，发行人的广告费/推广费的主要支付对象、支付金额、支付方式和支付周期如下：

期间	序号	广告商	金额（万元）	占年度推广费的比例	支付周期	计费/支付方式
2023 年 1-9 月	1	Madhouse Co. Limited	22,901.83	66.81%	信用期 60 天	CPM/银行转账
	2	Moloco, Inc.	1,483.47	4.33%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	3	AppLovin Corporation	1,255.74	3.66%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	4	久其数字传播有限公司	1,109.93	3.24%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	5	Tecdo Hong Kong Limited	857.02	2.50%	信用期 60 天	CPM/银行转账
		合计	27,607.98	80.34%		
2022 年	1	Madhouse Co. Limited	26,040.79	37.02%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	2	Connex Digital Limited	7,647.63	10.87%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	3	乐推（上海）文化传播有限公司	4,939.72	7.02%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	4	利欧聚合广告有限公司	2,818.05	4.01%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	5	Moloco, Inc.	2,776.11	3.95%	信用期 30 天	CPM/银行转账



期间	序号	广告商	金额（万元）	占年度推广费的比例	支付周期	计费/支付方式
		合计	44,222.30	62.87%		
2021 年	1	Madhouse Co. Limited	19,389.94	44.70%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	2	上海竞道广告传媒有限公司	3,543.55	8.17%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	3	乐推（上海）文化传播有限公司	3,465.65	7.99%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	4	Ironsource Mobile Ltd	1,929.57	4.45%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	5	Moloco, Inc.	1,769.33	4.08%	信用期 30 天	CPM/银行转账
		合计	30,098.04	69.39%		
2020 年	1	Madhouse Co. Limited	27,829.11	65.58%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	2	上海竞道广告传媒有限公司	2,310.98	5.45%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	3	Meet Social (HongKong) Digital Marketing Co., Limited	1,071.80	2.53%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	4	乐推（上海）文化传播有限公司	816.43	1.92%	信用期 30 天	CPM/银行转账
	5	CyberZ Inc.	795.30	1.87%	信用期 45 天	广告商，除 CPM 模式外，还有线下广告费/银行转账
		合计	32,823.63	77.35%		

报告期各期，公司前五大广告商的推广费占年度推广费的比例分别为 77.35%、68.39%、62.87%和 80.34%，集中度较高。2020 年第四季度起，公司逐步加大国内市场的拓展力度，其中 2022 年在国内集中上线了 4 款新游戏。2021 年-2022 年，由于国内游戏业务的开展，公司进行广告投放的渠道更加多元，使得公司前五大广告商占年度推广费的比例有所下降。由于国内业务未达预期，2023 年 1-9 月，公司未在国内上线新游戏产品，并逐步下线已有产品，经营重点聚焦在海外市场，因此前五大广告商推广费占比较往年更高。

（三）推广活动的具体形式、各类推广活动的收费标准及其合理性

1、推广活动的具体形式

报告期内，公司移动互联网业务的开展区域以海外市场为主，选择的推广渠道主要为海外知名的大媒体平台、视频平台。公司主要推广渠道的具体推广形式、收费标准以及优势情况如下：



项目	渠道	具体推广形式与收费标准	优势
大媒体渠道	Facebook	以视频、图片、文字类等广告为展示形式和宣传媒介，以用户安装、付费或其他应用内事件以及投入产出比等为优化目标导向进行自动竞价。主流计费方式是按照广告展示的次数进行计费（CPM）。	拥有庞大的用户群体，通过在这些平台上投放广告，能够精准定位目标受众，提高游戏的曝光度和下载量。
	Google		
	Twitter		
	ASA		
	Tiktok		
	今日头条		
视频渠道	APPlivin	以视频类广告为宣传媒介，以用户安装、付费事件以及投产比为导向的自动竞价广告。主流计费方式是按照广告展示的次数进行计费（CPM）。	拥有庞大的用户群体，通过在这些平台上投放广告，能够精准定位目标受众，提高游戏的曝光度和下载量。
	Unity Ads		
	Ironsource		
	腾讯视频		
网盟渠道	Mobvista	与广告联盟合作，以项目投产比目标为导向，与渠道协商阶梯式结算标准。	具有较低的投放成本，通过与各种网盟渠道的搭配，广告主可以在有限的预算下实现更广泛的广告覆盖。
	Yeahmobie		
	Taptica		
激励渠道	Mistplay	以自动竞价或固定价格的形式，以用户在游戏内达成特定行为为支付基础。	拥有特定市场的玩家群体，通过在这些平台上投放广告，能根据项目需求做针对性投放。

2、各类推广活动的收费标准及其合理性

报告期内，公司游戏业务的推广活动主要为线上平台推广费用，采用的定价模式以 CPM 模式为主，同时采用少量的 CPI 模式，两类定价模式的具体情况如下：

计价模式	模式说明	定价方式	支付依据
CPM	CPM 是指每 1,000 次展示，广告主需要支付的成本，与是否点击或与广告产生互动无关。	竞价	根据投放平台的竞价结果与广告在该平台的展示次数记录进行结算
CPI	CPI 是指每次安装时，广告主所需要付出的成本。不论其曝光率或点击量是多少，没有完成转化则广告主不支付费用。	协商定价	根据各个广告主的出价与通过该媒体平台的新增安装用户数量记录进行结算

在 CPM 模式下，公司游戏线上广告费/推广费的定价主要由投放渠道决定，投放渠道主要为各大头部媒体公司，公司自主议价权较低，最终的广告投放价格由所有广告主竞价形成。

在 CPI 模式下，公司先向广告商提出特定的投放需求，并协商确认单次用户安装的结算价格。广告商在媒体渠道进行广告投放后，根据符合条件的用户安装数量与公司进行结算。公司在协商定价时考虑的因素主要包括：



因素	说明
目标客户	公司基于某款游戏投入产出比的预测，会确定游戏的重点目标客户类型，消费意愿越高的客户往往获取成本更高
地域	不同地区的用户获取成本有所差异
市场竞争	当公司的出价低于竞争对手的出价，则无法获取特定的用户
投放效果	公司会持续比较 CPI 模式和其他模式的投入产出比

报告期各期，公司在 CPI 模式下的广告费金额占比分别为 2.21%、2.74%、2.78%和 3.13%，占比较低。公司在该模式下的主要广告商情况如下：

单位：万元

广告商名称	报告期内的总推广费	关联境内主体	简介
NOW.GG, Inc.	849.12	北京蓝叠科技有限公司	NOW.GG 于 2020 年成立于美国，与全球最大的移动电竞平台 Game.tv 和最大的桌面端安卓游戏平台 BlueStacks 同属于一家母公司。NOW.GG 是帮助游戏发行商生成游戏的分享链接并通过社交平台等方式传播，用户可通过链接直接进入云游戏、即点即玩。
Mistplay Inc.	675.78	/	Mistplay 于 2016 年成立于加拿大，是安卓平台上的忠诚度驱动的手游玩家获客平台 APP。Mistplay APP 的累计安装数已超过 3 千万次，在 2023 年 Singular ROI Index 中的 6 个获客投资回报率和留存表现子榜单中位居全球前五。
AdAction Interactive LLC	467.05	/	AdAction 于 2013 年成立于美国，是领先的移动应用营销平台，服务来自 180 多个国家/地区的品牌、商家和应用开发商，每月为知名公司和游戏开发商提供超过 600 万次用户转化，
Gamelight GmbH	365.86	/	Gamelight 于 2022 年成立于德国，目前已经跻身北美、欧洲、日本和韩国最大游戏推荐平台之一。根据 Singular Market Overview 的数据，Gamelight 的广告支出占全球所有 Match-3 游戏广告支出的 12%，在 iOS 平台上排名前三，在 Android 平台上排名前二，仅次于 Google Ads。
Xuanzhi International Co., Limited	298.42	/	Xuanzhi 于 2018 年成立于中国香港，是一家 PC 端安卓模拟器开发商，旗舰产品 LDPlayer 支持游戏玩家在电脑上以高性能运行各类手机游戏。
合计	2,656.22	/	/

注：广告商的简介信息整理自公开资料。

公司、公司持股 5%以上股东、董事、监事及高级管理人员与上述广告商及其主要股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。



（四）广告费/推广费的结算及报销方式

1、广告投放流程

针对广告费用，公司已制定、完善并有效执行了《财务资金审批制度》《预算管理制度》《线上广告管理流程制度》等内部控制制度，在广告费预算与审批、付款流程与结算对账等方面形成了较为完善的管理体系。公司推广活动主要与行业内知名企业合作，定期与广告商进行结算，极少涉及报销程序。公司广告投放流程如下：

流程	介绍
广告费预算及审批	公司在上年年末进行次年的年度预算，并在预算执行过程中根据实际情况定期进行调整。
广告合同审批	商务部或市场部经办人就合同类型、合同主要条款、合同进度、合同金额、合同期限等创建审批单，根据公司制定的《合同管理办法》审批。
广告监控流程-广告账号管理、审批、调整	1) 广告权限管理：广告账号申请由市场发行部发起，由部门负责人和商务部负责人审批。当部门人员离职后，总经办和商务部负责收回公司后台权限与大媒体广告后台权限； 2) 广告账号开户与充值流程：市场中心或商务部通过邮件发起指定广告渠道的账号需求至总经办，同时需提供该广告平台所需要的开户资料与充值的账号编号、充值金额等信息与具体需求。总经办根据开户需求，开启不同广告投放平台的广告账户；针对充值需求，总经办将需求发送至代理商处，由代理商执行充值，充值完成后，市场中心检查充值到账情况； 3) 功能需求配置流程：市场中心通过邮件发起指定广告渠道的功能配置需求至总经办，总经办根据需求进入后台进行功能配置； 4) 账号问题解决流程：市场中心遇到广告账号发生突发情况或问题，由总经办对接代理商或广告渠道解决相关的问题。
广告监控流程-广告效果分析	1) 国外：由代理商直接提供 SDK 接口实时核对，并在月末将结算单传给公司市场部人员经确认后开具发票； 2) 国内：主要通过“巨量引擎方舟”等平台导入相关数据，由发行运营中心--市场组根据数据对每款游戏作出分析。

2、推广活动结算及报销方式

每月 10 号前，广告商通过邮件发出上一个自然月的结算单，与公司的市场/总经办结算核对人员进行上月度结算单核对，核对人员将结算单与广告后台或约定的结算依据进行金额或数量核对，如金额和数量核对无误即可确认结算金额。结算核对人员确认广告数据结算单无误后，将数据同步给财务部门，并且同步让广告商开出结算金额对应的发票。

结算人员在账期要求范围内提出广告费用支付申请，申请时附上结算明细、发票、公司数据后台截图、广告后台或第三方后台数据截图。对于通过审批的款项，公司需在账期规定时间内进行付款。



（五）报告期内广告费/推广费大幅变动的原因、合理性

报告期内，公司广告费/推广费情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
广告费/推广费	34,363.65	70,338.11	43,374.91	42,434.59
较上年增长	-38.53%	62.16%	2.22%	/

报告期各期，公司广告费金额主要受到新游戏上线数量、公司游戏推广策略、游戏推广成本等多种因素的影响。2021 年度与 2020 年度广告费基本持平，而 2022 年度推广费出现了较大金额增长，主要原因为 2022 年公司上线新游戏数量较多、大力推广自研游戏以及行业获客成本的提高。

2022 年，受到 iOS 隐私政策限制、移动游戏用户数量增长缓慢等因素影响，游戏行业获客成本大幅上升。根据全球营销衡量与体验管理平台 AppsFlyer 发布的《2023 游戏 App 营销现状报告》，2022 年全球游戏 App 获客花费总额达 267 亿美元。其中，iOS 平台的游戏获客成本显著提高。

2022 年易幻网络的广告费/推广费大幅上升主要是由于 2022 年新上线发行 21 款游戏，全年广告费/推广费为 36,094.62 万元。2020 年和 2021 年，易幻网络上线发行的游戏分别为 14 款和 11 款。

2022 年海南高图的广告费/推广费大幅上升主要是由于 2022 年 6 月发行自研游戏《Bloodline: Heroes of Lithas》时进行了大量的广告投入。该款游戏系公司首款自研大型游戏，2022 年的推广费为 17,390.12 万元。

2022 年，公司进行广告投放的新上线发行游戏的推广费金额、主要投放渠道、主要广告商、支付方式、主要支付周期和主要定价模式的情况如下：

单位：万元

游戏名称	推广费	主要投放渠道	主要广告商	支付方式	主要支付周期	主要定价模式
Bloodline: Heroes of lithas	17,390.12	Google、Facebook、Tiktok	Madhouse Co. Limited、Moloco, Inc.	银行转账	信用期 30 天	CPM
剑侠世界 3	10,133.75	Facebook、Google、Tiktok、Apple Search Ads	Madhouse Co. Limited、Connex Digital Limited、Growing Advisor Pte. Ltd.	银行转账	信用期 30 天	CPM



游戏名称	推广费	主要投放渠道	主要广告商	支付方式	主要支付周期	主要定价模式
元素方尖	5,720.82	Facebook、Google、抖音、哔哩哔哩	Madhouse Co. Limited、利欧聚合广告有限公司、汨汨文化传媒（青岛）有限公司	银行转账	信用期 30 天	CPM
魔力宝贝：旅人	3,679.10	Facebook、Google、Youtube、Tiktok	Madhouse Co. Limited、上海竞道广告传媒有限公司、Growing Advisor Pte. Ltd.	银行转账	信用期 30 天	CPM
终末阵线：伊诺贝塔	3,077.53	Facebook、Google、Youtube、抖音	Madhouse Co. Limited、利欧聚合广告有限公司	银行转账	信用期 30 天	CPM
天龙八部 2	2,649.93	Facebook、Google、Tiktok	Madhouse Co. Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM
DK Mobile:The Return of Heroes	2,221.16	Facebook、Google、Tiktok、Apple Search Ads、Ldplayer	Madhouse Co. Limited、Growing Advisor Pte. Ltd.、Xuanzhi International Co., Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM、CPI
有杀气童话 2	1,929.21	Facebook、Google、Tiktok	Connex Digital Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM
超次元战记	1,301.69	巨量引擎、广点通、快手	乐推（上海）文化传播有限公司、北京瑞意恒动科技有限公司	银行转账	信用期 30 天	CPM
魔镜物语	1,083.15	Facebook、Google、Tiktok	Connex Digital Limited、HongKong Weidian Technology Co., Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM
道友请留步	974.10	Facebook、Ldplayer	Connex Digital Limited、Xuanzhi International Co., Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM、CPI
卧龙吟 2	844.91	Facebook、Google、Tiktok	Connex Digital Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM
D5	660.89	Facebook、Google、Apple Search Ads	Connex Digital Limited、Growing Advisor Pte. Ltd.	银行转账	信用期 30 天	CPM
浮生妖绘卷	461.37	Facebook、Google、Tiktok	Connex Digital Limited	银行转账	信用期 30 天	CPM
合计	52,127.73	-	-	-	-	-

注：《终末阵线：伊诺贝塔》包含在中国大陆、中国港澳台和日本上线的三个版本，《元素方尖》包含在中国港澳台、韩国等市场上线的五个版本，《卧龙吟 2》包含在韩国和东南亚地区上线的两个版本，《剑侠世界 3》包含在中国港澳台和东南亚地区上线的两个版本，前述游戏的推广费已合并计算。

公司 2022 年新上线发行的游戏中，多数游戏以境外发行为主，推广费主要投向 Facebook、Google、Youtube、Tiktok 等知名媒体平台，定价模式主要为 CPM



模式。同时，公司会结合游戏发行区域、目标客户类型、前期不同渠道的推广费投入产出比等因素灵活选择其他投放渠道作为补充。

(六)相关业务收费标准及推广服务费率与同行业公司相比是否存在显著差异

同行业公司广告费/推广费收费标准如下：

公司简称	广告费/推广费收费标准
游族网络	公司移动互联网广告投放主要采用 Banner 广告、插屏广告为主，其他形式为辅的经营模式。移动互联网投入效果广告的主流计费模式有 CPC、CPM、CPS、CPA，各种计费模式解释如下： (1) CPC (Cost Per Click; Cost Per Thousand Click-Through) 每次点击的费用。 (2) CPM (Cost Per Mille, 或者 Cost Per Thousand; Cost Per Impressions) 每千次印象费用。广告条每显示 1,000 次 (印象) 的费用。 (3) CPS (Cost Per Sales) 以实际销售产品数量来换算广告刊登金额。即根据每个订单/每次交易来收费的方式。用户每成功达成一笔交易,网站主可获得佣金。 (4) CPA (Cost Per Action) 即每行动成本，是指按广告投放实际效果，即按回应的有效问卷或定单来计费，而不限广告投放量。CPA 的计价方式对于网站而言有一定的风险，但若广告投放成功，其收益也比 CPM 的计价方式要大得多。
昆仑万维	公司境内外发行游戏的推广、广告均主要通过互联网进行，主要包括 CPC 广告、CPI 广告、CPA 广告、CPM 广告和固定位置时段广告。具体推广方式如下： (1) CPC 广告模式：发行人与广告主约定广告位、展示时段、广告被单次点击的价格 (CPC 价格)，广告费用为 CPC 单价×有效点击次数。在这种模式下，市场推广费按照广告商提供的系统统计的广告点击次数并经发行人认可后，按照双方约定的单价进行确认计量。 (2) CPI 广告模式：发行人与广告主约定广告位、展示时段、所推广的游戏被单次下载安装的价格 (CPI 价格)，广告费用为 CPI 单价×有效安装次数。在这种模式下，市场推广费按照广告商提供的系统统计的所推广游戏安装次数并经发行人认可后，按照双方约定的单价进行确认计量。在此种模式下，用户导流的方式与 CPC 广告类似：用户看到公司广告展示，点击广告即会进入相应游戏的官网、注册页面或者下载链接，可以浏览官网、注册成为用户或者直接下载游戏。 (3) CPA 广告模式：发行人与广告主约定广告位、展示时段、所推广的游戏被单次激活的价格 (CPA 价格)，广告费用为 CPA 单价×有效激活次数。在这种模式下，市场推广费按照广告商提供的系统统计的所推广游戏激活次数并经发行人认可后，按照双方约定的单价进行确认计量。在此种模式下，用户导流的方式与 CPC 广告类似：用户看到公司广告展示，点击广告即会进入相应游戏的官网、注册页面或者下载链接，可以浏览官网、注册成为用户或者直接下载游戏。 (4) CPM 广告模式：发行人与广告主约定广告位、展示时段、广告被单次播放的价格 (CPM 价格)，广告费用为 CPM 单价×有效播放次数。在这种模式下，市场推广费按照广告商提供的系统统计的播放次数并经发行人认可后，按照双方约定的单价进行确认计量。 (5) 固定位置时段广告：发行人与广告主约定广告位、展示时段、广告价



公司简称	广告费/推广费收费标准
	格，广告费用为双方约定的整体价格。市场推广费按照合同约定的价格，在广告展示时段期间内平均摊销进行确认计量。
发行人	公司游戏业务的推广活动主要为线上平台推广费用，采用的定价模式以 CPM 模式为主，同时采用少量的 CPI 模式，投放渠道主要为各大头部媒体公司，最终的广告投放价格主要由所有广告主竞价形成。

注：同行业公司数据的来源为上市公司披露的定期报告。

根据上市公司披露的公告信息，游戏行业内其他公司的互联网广告推广主要采取 CPM、CPI 等收费标准，支付依据主要为广告商提供的系统结算数据，自主议价权较低，与发行人不存在显著差异。

发行人的推广费率与同行业公司的对比情况如下：

单位：万元

同行业公司	推广费用类型	2023 年 1-6 月			2022 年度		
		推广费	营业收入	推广费率	推广费	营业收入	推广费率
三七互娱	互联网流量费用	398,847.35	776,057.39	51.39%	816,977.63	1,640,603.42	49.80%
游族网络	宣传及会务费	3,505.12	84,543.94	4.15%	8,839.45	198,055.19	4.46%
电魂网络	业务宣传费	4,190.28	31,832.95	13.16%	8,107.37	79,061.96	10.25%
恺英网络	市场推广成本	41,501.73	197,641.45	21.00%	70,694.13	372,553.45	18.98%
推广费率平均值		22.43%			20.87%		
发行人	推广费	15,646.28	61,800.23	25.32%	70,338.11	162,366.84	43.32%
同行业公司	推广费用类型	2021 年度			2020 年度		
		推广费	营业收入	推广费率	推广费	营业收入	推广费率
三七互娱	互联网流量费用	876,998.19	1,621,649.82	54.08%	801,496.18	1,439,970.31	55.66%
游族网络	宣传及会务费	21,808.36	320,438.28	6.81%	27,820.09	470,313.77	5.92%
电魂网络	业务宣传费	12,034.91	99,629.10	12.08%	18,537.73	102,394.71	18.10%
恺英网络	市场推广成本	30,311.46	237,530.36	12.76%	41,853.06	154,318.93	27.12%
推广费率平均值		21.43%			26.70%		
发行人	推广费	43,374.91	152,789.96	28.39%	42,434.59	153,109.88	27.72%

注 1：发行人推广费主要为移动互联网业务的推广费，推广费金额为母公司合并口径的推广费/广告费；营业收入为移动互联网板块营业收入。同行业公司数据来自定期报告。

注 2：同行业公司未披露 2023 年 1-9 月的推广费用明细数据。

发行人推广活动主要为移动互联网业务的游戏产品在媒体平台引流的投入，与上述同行业公司相似。报告期内移动互联网业务的推广费率高于同行业公司平均水平，主要原因包括：①公司移动互联网业务模式与上述公司存在差异，公司 2021-2022 年开始涉足自研游戏，但主要业务为游戏发行与运营，游戏推广是发



行活动的重要组成部分，同行业公司游戏开发业务占比更高，推广投入相对较低；②同行业公司主要经营区域在国内，更多采用联合运营模式开展业务，在联合运营模式下，游戏的各项运营和推广工作由联合运营商负责，发行人游戏业务的主要经营区域在海外，采取联运模式实现的销售收入占比显著低于同行业公司，因此推广投入相对更高；③不同于国内规则统一的游戏市场，公司在海外多个国家、地区进行游戏发行，不同市场之间存在一定壁垒，在市场体量相当的情况下，发行成本高于国内市场。

2022 年发行人推广费率远高于同行业公司平均值，主要是由于 2022 年公司上线新游戏数量较多、大力推广自研游戏以及行业获客成本的提高，当期公司的推广费出现了大幅增长。

（七）发行人是否严格执行支付结算报销流程，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证等是否存在异常，发行人是否存在通过推广活动代垫成本和费用，是否存在资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整；

1、发行人是否严格执行支付结算报销流程，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证是否真实、完整、有效

针对广告费用，公司已制定、完善并有效执行了《财务资金审批制度》《预算管理制度》《线上广告管理流程制度》等内部控制制度，在广告费预算与审批、付款流程与结算对账等方面形成了较为完善的管理体系。公司推广活动主要与行业内知名企业合作，定期与广告商进行结算，极少涉及报销程序。结算人员在账期要求范围内提出广告费用支付申请，申请时附上结算明细、发票、公司数据后台截图、广告后台或第三方后台数据截图。对于通过审批的款项，公司需在账期规定时间内进行付款。

会计师取得了推广活动中涉及的主要合同、结算单、发票等原始凭证，查看了公司推广活动所使用账号的后台界面，取得了投放效果部分截图文件，取得了公司与广告商的部分沟通记录，相关原始凭证的信息相互印证。

2020-2022 年末，会计师对发行人出具了《内部控制审核报告》，认为发行人管理层按照财政部颁布的《企业内部控制基本规范》及相关规定的控制标准于相



应期末，在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。

综上所述，公司严格执行《财务资金审批制度》《预算管理制度》《线上广告管理流程制度》等支付结算报销制度，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证真实、完整、有效。

2、发行人是否存在通过推广活动代垫成本和费用，是否存在资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整

公司推广费活动主要投向 Facebook、Google、Twitter、今日头条等知名媒体平台。发行人与各个平台的广告授权代理商合作，可以享受到一定的费率优惠，同时获得广告投放操作培训等免费服务。公司通过代理商开通上述广告投放平台的账户，后续的推广活动由公司直接操作，推广活动产生的费用主要基于广告投放平台设定的结算规则计算产生。公司通过 App Store、Google Play 等应用商城取得收入，最终收入来源为游戏玩家。

报告期内，公司合作的主要广告商均为国内外知名企业及其下属企业，与公司不存在关联关系，具体情况如下：

广告商名称	关联境内主体	简介
Madhouse Co. Limited	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	Madhouse 是上市公司蓝色光标的子公司，成立于 2006 年，作为品牌整合营销及一站式出海营销先行者，已与全球七十多家知名渠道建立了合伙关系。
上海竞道广告传媒有限公司	北京蓝色光标数据科技股份有限公司	上海竞道广告传媒有限公司是上市公司蓝色光标的子公司，成立于 2019 年，公司经营范围包括广告设计、代理、广告制作、广告发布、组织文化艺术交流活动、项目策划与公关服务、企业形象策划、市场营销策划等。
Meet Social (Hong Kong) Digital Marketing Co., Limited	上海飞书深诺数字科技集团股份有限公司	Meet Social 于 2014 年成立于中国香港，境内关联公司上海飞书深诺数字科技集团股份有限公司是一家跨境数字化营销服务商，为中国内外企业出海提供多元数字营销服务。
Tecdo Hong Kong Limited	广州钛动科技股份有限公司	钛动科技（Tec-Do）是一家基于大数据和商业智能的企业服务公司，致力于为中国品牌出海提供全链路解决方案。钛动科技业务范围遍及全球 200 余个国家和地区，服务超 30,000 家中国文娱及消费品牌。
Growing Advisor Pte. Ltd.	北京比邻弘科科技有限公司	Growing Advisor Pte. Ltd. 是北京比邻弘科科技有限公司的境外子公司，后者是国内较早将大数据、机器学习算法运用于 iOS App 市场智能投放的公司，服务的客户包括阿里巴巴集团、腾讯集团等。
HongKong Weidian Technology	微电互动(广州)网络科技股份有限公司	新三板挂牌公司微电互动(广州)网络科技股份有限公司的主营业务是为客户提供社交媒体平台上的投放、运营与内容制作，HongKong Weidian Technology Co., Limited 是



广告商名称	关联境内主体	简介
Co., Limited		前者设立的境外子公司,旨在推动海外广告策划和营销推广业务发展。
CyberZ Inc.	/	CyberZ 是日本上市公司 CyberAgent 的子公司,主营业务是智能手机领域的广告营销代理
AppLovin Corporation	/	AppLovin 是美国纳斯达克上市公司。AppLovin 为游戏开发者提供必要服务和工具,使其能够发行、变现、以及获客。
Moloco, Inc.	/	Moloco 于 2014 年成立于美国,是一家利用机器学习技术为不同行业公司提供全球营销解决方案的公司,主要产品为云 DSP 平台、零售媒体平台。
Ironsource Mobile Ltd	/	Ironsource 于 2009 年创立于以色列,是全球领先的广告聚合平台,为 APP 开发者、广告主、设备厂商和移动运营商提供用户获取、广告变现、广告素材定制等服务。
Connex Digital Limited	/	Connex 专注为中国出海企业提供数字营销服务,为处于不同商业阶段的出海企业提供营销战略咨询、整合营销策略、社交媒体运营、红人营销和广告投放优化等服务。
久其数字传播有限公司	北京久其软件股份有限公司	久其数字传播有限公司是上市公司久其软件旗下全资子公司,为客户提供全球全渠道一站式数字营销解决方案。
北京瑞意恒动科技有限公司	北京久其软件股份有限公司	北京瑞意恒动科技有限公司是上市公司久其软件全资子公司,是深耕于社会化营销领域的数字营销公司,是美国口碑营销协会会员、新浪微博指定合作伙伴、百度贴吧指定代理商。
乐推(上海)文化传播有限公司	云想科技控股有限公司	乐推(上海)文化传播有限公司是港股上市公司云想科技的子公司,为上千家客户提供精准营销服务。
利欧聚合广告有限公司	利欧集团股份有限公司	利欧聚合广告有限公司成立于 2016 年,是上市公司利欧股份的全资子公司,从事互联网数字营销业务。
汨汨文化传媒(青岛)有限公司	/	汨汨文化传媒(青岛)有限公司是一家数字广告营销商,是哔哩哔哩的核心代理商之一,主要负责提供品牌客户的精准营销与定制化整合营销服务,深度服务所有主流行业的广告主。

注: 上述信息整理自公开资料。

公司、公司持股 5%以上股东、董事、监事及高级管理人员与上述主要广告商及其主要股东、董事、监事、高级管理人员之间不存在关联关系。公司不存在通过推广活动代垫成本和费用、资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形,不存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形,相关信息披露真实、准确、完整。



三、易幻网络在业绩承诺期内业绩实现的具体情况，是否存在业绩精准达标、承诺期后业绩大幅下降的情形；2022 年对子公司易幻网络商誉进行减值测试的具体情况，结合细分行业发展情况、同行业可比公司业绩情况及预计增长率等关键参数，易幻网络订单及转化情况、最新业绩情况、前次商誉减值关键参数与实际业绩是否存在差异等，对照《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》说明商誉减值计提是否充分，是否与同行业可比公司相符，报告期内相关会计处理是否准确，是否符合会计准则等相关规定；

（一）易幻网络在业绩承诺期内业绩实现的具体情况，是否存在业绩精准达标、承诺期后业绩大幅下降的情形

据天衡会计师事务所（特殊普通合伙）出具《关于广州易幻网络科技有限公司 2018 年度业绩承诺完成情况的专项审核报告》【天衡专字（2019）00438 号】，易幻网络 2016-2018 年度经审计的归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低）如下：

单位：万元

业绩承诺期	承诺金额	扣除非经常性损益归属于母公司的净利润 前后取低值计算的实现数	完成率
2016 年	15,500.00	17,305.09	111.65%
2017 年	20,150.00	20,304.13	100.76%
2018 年	26,195.00	25,527.82	97.45%
合计	61,845.00	63,137.04	102.09%

易幻网络 2018 年未完成业绩承诺所承诺净利润，但根据业绩补偿相关协议，易幻网络合计完成了业绩承诺期所承诺的净利润。

业绩承诺期结束后，2019 年-2021 年易幻网络的净利润如下：

单位：万元

指标	2021 年	2020 年	2019 年
净利润	19,222.32	20,911.88	25,109.25

2019 年-2021 年，易幻网络合计实现净利润 6.52 亿元，超过业绩承诺期 2016-2018 年的 6.31 亿元，不存在承诺期后业绩大幅下降的情形。2020 年，易幻网络实现净利润 2.09 亿元，同比下降 16.72%，主要由于易幻网络受到全球公共卫生事件的影响，当年的业务开展受到一定不利影响。



(二) 2022 年对子公司易幻网络商誉进行减值测试的具体情况，结合细分行业发展情况、同行业可比公司业绩情况及预计增长率等关键参数，易幻网络订单及转化情况、最新业绩情况、前次商誉减值关键参数与实际业绩是否存在差异等

1、2022 年对子公司易幻网络商誉进行减值测试的具体情况

上海立信资产评估有限公司 2023 年 4 月 21 日出具了《无锡宝通科技股份有限公司以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的广州易幻网络科技有限公司相关资产组可收回金额资产评估报告》（信资评报字（2023）第 080019 号），对易幻网络资产组预计未来现金流量的现值（可收回金额）引自该评估报告，商誉减值测试的具体情况如下：

单位：万元	
项目	易幻网络
商誉账面余额（1）	122,624.49
商誉减值余额（2）	-
商誉的账面价值（3）=（1）-（2）	122,624.49
未确认归属于少数股东权益的商誉价值（4）	52,553.35
包含未确认少数股东权益的商誉价值（5）=（3）+（4）	175,177.85
资产组的账面价值（6）	2,846.04
包含整体资产组的公允价值（7）=（5）+（6）	178,023.89
资产组预计未来现金流量的现值（可收回金额）（8）	108,590.00
整体商誉减值损失（大于 0 时）（9）=（7）-（8）	69,433.89
收购时持股比例（10）	70.00%
按比例计算应确认的当期商誉损失（11）=（9）*（10）	48,603.72

2、细分行业发展情况、同行业可比公司业绩情况及预计增长率等关键参数

上海立信资产评估有限公司 2023 年 4 月 21 日出具了《无锡宝通科技股份有限公司以财务报告为目的的商誉减值测试所涉及的广州易幻网络科技有限公司相关资产组可收回金额资产评估报告》（信资评报字（2023）第 080019 号）（以下简称“评估报告”），其中关键参数如下：

单位	关键参数				
	预测期	预测期增长率	稳定期增长率	利润率	折现率（加权平均资本成本 WACC）



单位	关键参数				
	预测期	预测期增长率	稳定期增长率	利润率	折现率(加权平均资本成本 WACC)
易幻网络	2023-2027 年 (后续为稳定期)	10%-20%	持平	根据预测的收入、成本、费用等计算	12.66% (税前)

(1) 行业发展情况、同行业可比公司业绩情况

《2023 年中国游戏产业报告》的统计数据显示，2023 年中国游戏市场实际销售收入预计达到 3,029.64 亿元，同比增长 13.95%，扭转了 2022 年的下降趋势，首次突破 3,000 亿关口。细分市场方面，移动游戏实际销售收入快速增长，收入占比达到 74.88%，继续占据主导地位。

海外市场方面，2023 年我国自研产品海外实价销售收入预计达到 163.66 亿美元，连续四年超千亿元人民币。该销售收入规模较 2022 年同比下降 5.65%，主要是受国际局势动荡、市场竞争剧烈以及隐私政策变动等因素影响，出海难度和经营成本有所提高。在自研移动游戏海外市场收入分布中，美国、日本、韩国分别占比 32.51%、18.87%和 8.18%，是中国游戏企业出海的主要目标市场。

2023 年 1-9 月，公司同行业上市公司的业绩情况如下：

单位：亿元

公司简称	营业收入		净利润	
	金额	增长率	金额	增长率
三七互娱	120.43	3.12%	21.66	-2.93%
恺英网络	30.29	7.23%	12.05	2.66%
游族网络	11.79	-19.35%	0.10	-85.90%
电魂网络	5.05	-18.14%	1.14	-43.07%

注：上表中的增长率均为与上年同期相比较的增长率。

2023 年中国移动游戏市场规模重回增长轨道，国内游戏企业持续挖掘海外市场，行业内竞争有所加剧，同行业上市公司的业绩差异较大。

(2) 预计增长率

易幻网络收入对比情况如下：

类别	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
易幻网络收入（亿元）	10.78	9.58	9.81	7.14	7.86	9.43	10.84	11.93
易幻网络收入	-20.49	-11.07	2.37	-27.20	10.00	20.00	15.00	10.00



类别	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
增长率（%）								
行业增长率（%）	33.25	16.59	-3.70	/	/	/	/	/
三七互娱收入 增长率（%）	8.86	12.62	2.48	15.76	12.83	/	/	/
昆仑万维收入 增长率（%）	46.97	-10.51	-0.14	13.70	11.89	/	/	/

注：①行业增长率指的是《2022 年中国游戏产业报告》中国自主研发游戏海外市场实际销售收入增长率；②三七互娱、昆仑万维 2022-2024 年收入增长率系评估时点 iFinD “盈利预测”栏目下的“机构一致预测”数值。

2020 年公司收入增长率大幅下降，2021 年收入增长率数值减小，2022 年收入增长率转正，整体业务处于收缩趋势；行业增长率在 2020 年升至高点后，2021-2022 年快速下降；三七互娱在 2022 年出现了明显的增长放缓情形，昆仑万维在 2021-2022 年均出现了收入缩减的情况；受到外部环境影响，2020 年以来易幻网络与行业整体处于增速放缓甚至规模缩减的状态。

2022 年度，因公司优化产品结构、加大国内外市场推广投放和在自研产品的投入，新上线 21 款游戏，收入有所增加，如剔除 2022 年度高额市场投入的影响，易幻网络与行业整体的增长具有相关性。

2023-2027 年的收入增长参考了同行业公司三七互娱、昆仑万维的盈利预测，基于“机构一致预测”，同行业公司在 2023-2024 年的收入增长率呈现快速上升后小幅下降的趋势。由于 2022 年的亏损，易幻网络将在 2023 年调整经营策略，向经营良好的优质游戏倾斜资源，减少尾部产品投入，提高经营效率，但市场投入的下降短期内将导致收入金额的下降，经营策略带来的改变预计在 2024 年产生正面回报，同时参照同行业公司，易幻网络的收入预计恢复增长并逐渐达到 2020 年以前的水平。

截至 2023 年 9 月末，同行业公司“机构一致预测”收入增长率及收入情况如下：

公司	类别	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
易幻 网络	收入 (亿元)	10.78	9.58	9.81	7.14	7.86	9.43	10.84	11.93
	增长率 (%)	-20.49	-11.07	2.37	-27.20	10.00	20.00	15.00	10.00
三七	收入 (亿元)	144.00	162.17	164.06	185.24	209.30	232.24	/	/



公司	类别	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
互娱	增长率(%)	8.86	12.62	1.17	12.91	12.99	10.96	/	/
昆仑万维	收入(亿元)	54.20	48.50	47.36	51.74	57.55	63.27	/	/
	增长率(%)	46.97	-10.51	-2.35	9.25	11.23	9.94	/	/

注：三七互娱、昆仑万维 2023-2025 年收入增长率系评估时点 iFinD “盈利预测”栏目下的“机构一致预测”数值。

基于上述预计增长率及收入情况，预测期内的年复合增长率如下：

公司	2022 年-2025 年复合增长率	2022 年-2027 年复合增长率
易幻网络	-1.31%	5.01%
三七互娱	12.28%	/
昆仑万维	10.14%	/

与评估时点的收入增长预测相比，同行业公司“机构一致预测”情况未发生显著变化，新增的 2025 年预测数值约 10%。易幻网络 2025 年收入增长率为 20%，高于三七互娱、昆仑万维 2025 年增长率预测值 10.96%和 9.94%，主要系以下几点原因：（1）相较同行业上市公司，易幻网络在经营规模存在较大差异；（2）2023 年，易幻网络调整经营策略，向经营良好的优质游戏倾斜资源，减少尾部产品投入，提高经营效率，经营策略带来的改变预计在 2024 年产生正面回报，并在 2025 年深化正面影响，在 2026 年收入增长率逐渐回落，预测期内易幻网络的年复合增长率为 5.01%，相较同行业上市公司预计增长率，较为谨慎、合理。

整体而言，对于易幻网络的收入测算是根据全球移动游戏市场宏观环境以及公司的发展规划，结合历史经营数据、市场优劣势、区域定位和多种风险因素进行的，预计易幻网络资产组 2024 年至 2027 年营业收入增速 10%-20%，2028 年及后，预计业务回归平稳期，增长率为 0，收入增长率预计具有合理性。

（3）利润率

易幻网络利润情况如下：

项目占比	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年
营业收入（亿元）	10.78	9.58	9.81	7.14	7.86	9.43	10.84	11.93
营业利润（亿元）	2.16	1.95	-0.70	0.54	0.78	1.05	1.30	1.48
营业利润率（%）	20.01	20.30	-7.11	7.57	9.88	11.15	11.95	12.38



2020-2021 年营业利润率均为 20%左右，2022 年由于高额市场投入的缘故为 -7.11%，预计公司调整经营策略后，预计营业利润率将逐渐回升并最终稳定。营业利润率主要受到主营业务成本及期间费用的影响，相关比例情况如下：

成本费率	2020 年	2021 年	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	2027 年
主营业务成本率	55.97%	54.32%	55.99%	56.27%	55.09%	55.09%	55.09%	55.09%
销售费用率	22.77%	23.85%	41.52%	31.15%	30.25%	29.48%	29.00%	28.77%
管理费用率	2.31%	2.47%	3.95%	3.17%	3.02%	2.73%	2.54%	2.41%
研发费用率	1.01%	1.34%	2.57%	1.81%	1.73%	1.52%	1.39%	1.32%
财务费用率	-2.22%	-1.22%	-0.94%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%

注：成本费率指的是各成本费用与营业收入的比值。

公司主营业务成本占比保持稳定，后续测算数值与历史数值接近。

除 2022 年市场投入金额较高导致期间费用占比较高外，公司销售费用、管理费用、研发费用与收入的比值相对稳定；在 2022 年较高的基础上，测算数值以 2020-2021 年数值为标杆，逐渐回归正常水平。利润率相关参数具有合理性。

（4）折现率

按照收益额与折现率口径一致的原则，本次评估收益额口径为资产组，折现率选取加权平均资本成本（WACC）（税前）。由于税前折现率较难直接计算得出，本次评估先采用税后现金流和税后折现率计算资产组预计未来现金流量的现值，再倒算出税前折现率。

项目	说明	数值
①市场风险溢价 ERP	根据近十年沪深 300 指数测算	6.49%
②无风险收益率	根据国债收益率取值	2.87%
③个别风险	规模风险 1.00%，经营风险 1.00%，其他风险 0.50%	2.50%
④加权 beta	基于同行业公司三七互娱、昆仑万维和掌趣科技测算	1.1121
⑤CAPM 折现率	根据 CAPM 公式计算，最终取值 12.60%	12.60%
⑥税后折现率	需考虑行业平均、自身融资成本等因素	12.40%
⑦税前折现率	根据税后折现率测算公司价值后，倒算税前折现率	12.66%

折现率上述计算过程中所选取数据均是基于公开数据计算所得，折现率参数的设置具有合理性。

综上所述，易幻网络商誉减值测试所涉及的关键参数除预计增长率外，还包



括利润率、折现率等，商誉减值测试所涉及的关键参数设置具有合理性。

3、易幻网络订单及转化情况、最新业绩情况、前次商誉减值关键参数与实际业绩是否存在差异等

(1) 易幻网络业务情况

易幻网络的主营业务为移动游戏的海外区域化发行与运营，游戏玩家在游戏内进行充值与消费，因此易幻网络不涉及订单与转化。报告期内，易幻网络新上线游戏数量以及推广费用与营业收入的对比情况如下：

项目	2023 年 (未经审计)	2022 年	2021 年	2020 年
新上线游戏数量(款)	7	21	11	14
营业收入(万元)	100,320.92	98,105.32	95,832.54	107,759.79
推广费用(万元)	29,294.54	36,094.62	18,452.08	21,133.44
推广费用转化率	3.42	2.72	5.19	5.10

注：推广费用转化率=营业收入/推广费用。

2023 年，易幻网络的推广费用转化率较 2022 年显著提高。

(2) 最新业绩情况、前次商誉减值关键参数与实际业绩是否存在差异

2022 年易幻网络商誉减值测试评估采用的 2023 年度业绩预测数据和实际数据（未经审计）的对比如下：

单位：万元	
项目	金额或差异率
2023 年预测销售收入	71,423.44
2023 年销售收入（未经审计）	100,320.92
销售收入差异率	40.46%
2023 年预测营业利润	5,406.54
2023 年营业利润（未经审计）	6,538.76
营业利润差异率	20.94%

注：实际营业利润不包含利息收入、其他收益等商誉资产组无关的收益；差异率=实际数据/预测数据-1。

2023 年易幻网络的销售收入和营业利润与预测值存在差异的主要原因是商誉减值测试评估于 2023 年 4 月完成，易幻网络于 2023 年 9 月代理上线一款新游戏，运营表现较好，商誉减值测试评估中对于 2023 年的业绩预测未考虑该款游戏。



综上所述，易幻网络商誉减值测试评估采用的 2023 年度业绩预测数据较为合理。

（三）对照《会计监管风险提示第 8 号——商誉减值》说明商誉减值计提是否充分，是否与同行业可比公司相符，报告期内相关会计处理是否准确，是否符合会计准则等相关规定

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第十五条：“可收回金额的计量结果表明，资产的可收回金额低于其账面价值的，应当将资产的账面价值减记至可收回金额，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备”。

根据《企业会计准则第 8 号——资产减值》第四条：“企业应当在资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象。因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都应当进行减值测试”。

公司各年聘请上海立信资产评估有限公司对易幻网络包含商誉资产组的可回收金额进行评估。根据评估结果，易幻网络与商誉相关的资产组于 2022 年末的可回收金额小于易幻网络资产组账面价值和全部商誉账面价值之和，需要计提减值准备 4.86 亿元。

2022 年度，因公司优化产品结构、加大国内外市场推广投放和市场竞争加剧等影响，子公司易幻网络整体经营业绩首次出现了亏损，基于谨慎性原则，公司对易幻网络资产组计提商誉减值准备，计提金额 4.86 亿元。

发行人商誉减值过程中资产组的认定情况、商誉减值测试的过程与方法符合《会计监管风险提示第 8 号-商誉减值》的相关规定，与同行业公司不存在明显差异。

四、结合报告期内在境外主要国家和地区的出口产品及收入实现情况、主要境外业务模式等，说明进口国的有关进口政策、国际贸易摩擦等因素是否对公司境外销售造成不利影响；

（一）公司境外销售情况

1、工业互联网

报告期内，公司工业互联网业务在境外主要国家和地区的出口产品及收入实现情况如下：



单位：万元

国家/地区	主要产品类型	销售金额			
		2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
澳大利亚	输送带、服务	49,061.62	48,609.30	32,148.71	39,633.25
南美洲	输送带	6,105.67	8,223.56	5,216.86	4,304.15
北美洲	输送带	2,651.22	4,364.85	1,982.79	1,334.93
其他	输送带	7,376.50	4,207.49	2,729.79	1,192.55
合计		65,195.02	65,405.21	42,078.16	46,464.88

报告期内，公司工业互联网业务的主要出口国家和地区为澳大利亚、南美洲和北美洲，主要国家多为矿产资源丰富的矿业产品出口大国。澳大利亚是公司工业互联网业务的最主要出口国，报告期各期的境外销售收入占比均在70%以上。公司工业互联网业务的境外业务模式以输送带产品的直接销售为主，同时也提供与输送系统相关的服务。

2、移动互联网

报告期内，公司移动互联网业务在境外主要国家和地区的出口产品及收入实现情况如下：

单位：万元

国家/地区	主要产品类型	主要运营模式	销售金额			
			2023年1-9月	2022年	2021年	2020年
中国港澳台	移动网络游戏	代理运营、联合运营	30,698.19	47,623.61	39,815.04	28,778.51
美国	移动网络游戏	自主运营	19,083.20	27,043.21	25,245.06	16,909.46
韩国	移动网络游戏	代理运营	12,047.48	20,170.19	21,275.90	35,486.54
日本	移动网络游戏	代理运营	8,224.39	5,225.45	9,702.49	11,017.42
其他	移动网络游戏	-	23,888.64	41,674.16	52,747.08	60,436.38
合计			93,941.91	141,736.63	148,785.57	152,628.31

报告期内，公司移动互联网业务的主要出口国家和地区为中国港澳台地区、美国、韩国和日本，在不同市场中的主要运营模式存在一定差异。公司移动互联网业务在各个主要国家或地区的销售收入受到公司在该市场中的新游戏上线数量、推广力度、游戏上线后的市场销售表现等多种因素影响。



（二）主要进口国的对华贸易、进口政策、贸易摩擦等情况

1、澳大利亚

2022 年全年，中国对澳大利亚的出口额为 788 亿美元，同比增长 19%，进口额为 1,421 亿美元，同比下降 13%。中国是澳大利亚第一大贸易伙伴、第一大出口市场和第一大进口来源地。

澳大利亚矿产资源富集，矿业是澳大利亚的国民经济支柱产业之一，每年矿业向澳联邦、州地政府支付大量税收和特许权使用费。根据澳大利亚矿业理事会发布的报告，2022 年澳大利亚矿业出口额创下 3,200 亿美元的历史新高，同比增长 31%。其中煤炭出口 980 亿美元，铁矿石 854 亿美元，黄金 160 亿美元。中国是澳大利亚重要的矿业产品出口国。

澳大利亚是全球重要的农产品生产和贸易大国。根据澳大利亚统计局数据，2021-2022 年，澳大利亚农业总产值为 637 亿美元，占 GDP 总量的 2.4%。澳大利亚农业属于出口导向型行业，约 72% 的农产品出口，2021-2022 年的出口额为 483 亿美元，其中 63.8% 流向亚洲国家。中国是澳大利亚重要的农产品出口国。

2014 年 11 月，中澳两国确立全面战略合作伙伴关系。2015 年，两国签署自由贸易协定，澳大利亚加入中国主导的亚洲基础设施投资银行，成为中国“一带一路”倡议的重要合作伙伴。2016 年，中国对澳大利亚直接投资达到历史最高，中澳关系一度成为中国与周边不同政治和社会制度国家友好合作的典范。然而，2017 年以后澳大利亚的对华政策转向，两国关系趋于紧张。2018 年，澳大利亚政府以所谓“国家安全”为由，禁止中国企业华为参与该国的 5G 网络建设竞标。2020 年，澳大利亚时任总理莫里森要求对新冠病毒溯源进行独立调查，中澳关系遭遇危机。

2022 年 5 月，澳大利亚工党党魁阿尔巴尼斯就任总理，他对于恢复中澳双边高层对话和重建经贸关系高度重视。2023 年 5 月，中澳两国一致同意重启自贸协定联委会、高级别贸易救济对话等经贸对话机制，同时加强绿色低碳、奥运基础设施建设等领域合作。2023 年 11 月，阿尔巴尼斯访问中国并参加于上海举行的第六届中国国际进口博览会。至此，中澳两国贸易摩擦趋于缓和，贸易关系获得修复。

中国是澳大利亚重要的国际贸易伙伴，是澳大利亚矿业产品、农产品的主要出口国，与澳大利亚在新能源领域也有广阔的合作空间。报告期内，公司在澳大



利亚的工业产品销售未受到两国贸易摩擦的影响。当前，两国的贸易摩擦已趋于缓和，预计对公司未来在澳大利亚的产品销售影响较小。

澳大利亚是亚太经合组织成员国，与中国签署了《中国-澳大利亚自由贸易协定》，目前对公司工业输送带产品实施零关税的政策。

2、美国

2022 年全年，中国对美国的出口额为 5,818 亿美元，同比增长 1.1%，进口额为 1,776 亿美元，同比下降 1.1%。中国是美国第三大贸易伙伴，美国是中国第三大贸易伙伴，排在东盟和欧盟之后。

美国是世界上最大的发达经济体，法律制度比较健全，市场体系较为完善，基础设施发达，在市场容量、科技创新等方面居于领先地位。近年来，美国着力优化产业结构，实施“再工业化”战略，振兴实体经济，推动制造业回流。2022 年，美国制造业产值约 2.8 万亿美元，同比增长 11.9%。同时，美国政府通过推动立法、行政令等方式，为特定产业提供补贴和支持，推动包括半导体、清洁能源、电动汽车等在内的高端制造业发展。

美国目前主要实施游戏的 ESRB 分级制度，即一共分为六个等级。另外，以美国加利福尼亚州为例，2020 年 1 月该州正式实施《2018 年加州消费者隐私法案》，赋予了玩家对游戏厂商收集、管理其个人信息更多的控制权，包括但不限于知情权、删除权、拒绝权、选择加入权和选择退出权。

近年来，美国通过多种手段对我实施贸易限制，主要包括：禁止对华为、中兴、海能达、海康威视、大华科技等中国通讯领域企业生产的电信或视频设备进行认证；要求获得联邦税收抵免的电动汽车所使用的电池组件有一定比例必须在北美制造或组装；对中国铁路货运车辆耦合器、内燃高压清洗机、镀锡板等产品提起双反调查等。

中美两国间的摩擦频繁，但是两国的经贸关系整体平稳，仅在集成电路、人工智能和第五代移动通信技术等前沿科技领域存在较大冲突。报告期内，公司在美国的产品销售未受到两国贸易摩擦的影响。

美国负责外贸法律及政策执行的机构主要包括美国贸易代表办公室、美国国际贸易委员会等。自 2018 年 6 月起，美国贸易代表办公室陆续发布四批征税清单，对从中国进口的指定类别产品征收额外关税，即在原适用税率基础上再额外征收一定比例的关税，额外征收税率最高可达 25%。近年来，美国对中国的关税



政策不断变化，关税细则主要由美国国际贸易委员会负责维护。

工业互联网业务方面，公司向美国出口的主要产品为工业输送带，报告期各期的公司在美国地区的输送带销售收入占公司工业互联网业务总收入的比例分别为 0.53%、0.79%、1.01%和 0.83%，占公司总收入的比例分别为 0.22%、0.35%、0.51%和 0.50%。如果未来美国对公司输送带产品加征高额关税，导致公司输送带产品被迫退出美国市场，公司工业互联网业务的经营业绩受到的影响较小。

移动互联网业务方面，美国是公司全球研运一体业务的重要市场。报告期各期，公司在美国地区的移动互联网业务销售收入占公司移动互联网业务总收入的比例分别为 11.04%、16.52%、16.66%和 19.40%，占公司总收入的比例分别为 6.41%、9.15%、8.30%和 7.89%。当前，在美国已发布的征税清单和相关细则中未找到涉及移动游戏产品的内容或条款，美国各州对移动游戏充值收入征收增值稅的稅率不尽相同，多数在 0%-10%的区间内，不涉及关税征收。

如果未来美国对公司发行运营的移动游戏产品加征高额增值稅或关税，导致公司的全球研运一体业务被迫退出美国市场，公司移动互联网业务的销售收入将面临下滑。但是，由于报告期内公司全球研运一体业务整体处于亏损状态，因此即便全球研运一体业务被迫退出美国市场，公司净利润受到的影响也较小。同时，公司的全球研运一体业务已采取将游戏发行主体设立在境外、持续拓展更多发行市场等措施，以降低双边贸易摩擦对公司业务的潜在风险。

3、韩国

2022 年全年，中国对韩国的出口额为 1,626 亿美元，同比增长 9.5%，进口额为 1,997 亿美元，同比下降 6.5%。中国是韩国最大的贸易伙伴、最大出口市场和最大进口来源地。

韩国的国民经济支柱产业包括半导体、汽车、电子电器、石化、造船、机械设备等，近年来重点支持或优先发展产业包括半导体、电动汽车、蓄电池、生物医药、显示面板、新能源及可再生能源、航空航天、文化产业等。

2019 年以来，韩国陆续取消了成年人每月游戏充值上限、网络棋牌游戏每天消费上限等规定。随着监管松绑，韩国游戏产业在近年来成长显著。根据韩国文化产业振兴院发布的《2022 年韩国游戏白皮书》，2021 年韩国游戏市场规模增长 11.2%，首次突破 20 万亿韩元。



韩国网络通信设施世界一流，投资环境总体良好。受地缘政治因素影响，中韩两国在外交领域偶有摩擦，但是两国的经贸关系整体平稳，预计对公司未来在韩国的移动互联网业务影响较小。

政策方面，游戏公司在韩国市场需要取得游戏发行业务许可证。游戏在韩国正式运营前，应先完成分级审查。对于已完成分级的游戏，如内容发生修改的，应向分级委员会提交书面报告说明修改情况，并同步提交修改后的游戏内容。

五、结合报告期内境外销售金额及数量、主要产品销量和定价、与境外客户相关协议或合同签署情况、相关运费支出、出口退税、汇兑损益、收入确认时点及依据、境外应收账款及回款情况等，分别说明工业互联网产品和移动互联网产品的境外收入的真实性、与运输费用的匹配性，报告期内境外采购、跨境运费、出口退税、汇兑损益与境外销售规模的匹配性；

（一）公司境外采购、跨境运费、出口退税、汇兑损益与境外销售规模的匹配性

1、工业互联网

报告期内，公司工业互联网业务主要产品工业输送带的境外销售收入、外销运输费用、出口退税、汇兑损益的情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
输送带-外销收入	48,335.02	46,648.32	30,988.13	36,980.93
输送带-外销运费	3,271.85	3,445.20	2,873.91	2,336.73
外销运费占外销收入的比例	6.77%	7.39%	9.27%	6.32%
输送带-免抵退税	5,917.10	5,709.73	3,330.26	3,936.45
免抵退税占外销收入的比例	12.24%	12.24%	10.75%	10.64%
工业互联网-汇兑损益	-846.82	-1,878.29	141.36	-1,312.46
汇兑损益占外销收入的比例	-1.75%	-4.03%	0.46%	-3.55%
输送带-境外采购	1,002.74	1,575.35	1,195.56	3,455.75
境外采购占外销收入的比例	2.07%	3.38%	3.86%	9.34%

报告期内，公司工业输送带产品的境外销售收入规模与外销运输费用、出口退税、汇兑损益规模基本匹配。公司工业输送带产品 2021 年外销运费占外销收



入的比例较高，主要是由于 2021 年全球各地码头复工率低和箱船运力紧缺导致海运价格大幅提高。报告期内，公司工业互联网业务的境外采购规模整体呈现下降趋势，主要由于境内原材料橡胶的品质不断提高，公司的境内采购的比例有所提高。

2、移动互联网

报告期内，公司的移动互联网业务，具体为移动网络游戏在海外区域化发行与运营业务和全球研运一体业务，不涉及产品运输与出口退税，产品的境外销售收入、汇兑损益与境外采购的情况如下：

单位：万元

项目	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
移动互联网-外销收入	93,941.91	141,736.63	148,785.57	152,628.31
移动互联网-汇兑损益	-369.71	-1,403.57	144.27	-1,251.11
汇兑损益占外销收入的比例	-0.39%	-0.99%	0.10%	-0.82%
移动互联网-境外采购	5,464.86	9,054.13	7,648.46	9,939.64
境外采购占外销收入的比例	5.82%	6.39%	5.14%	6.51%

报告期内，公司移动互联网业务的境外销售收入规模与汇兑损益和境外采购的规模基本匹配。

（二）公司境外销售金额及数量、主要产品销量和定价、收入确认时点及依据、境外应收账款及回款情况

1、工业互联网

报告期内，公司工业互联网业务主要产品工业输送带的境外销售收入、输送带外销数量与单价、境外应收账款及回款的情况如下：

项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
外销金额（万元）	48,335.02	46,648.32	30,988.13	36,980.93
外销数量（万平方米）	956.49	946.20	747.34	845.86
平均外销单价（元/平方米）	50.53	49.30	41.46	43.72
境外应收账款余额（万元）	17,559.49	19,039.69	17,282.83	10,470.82
境外应收账款回款率	73.43%	94.23%	95.98%	99.59%

注：境外应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日。



报告期内，公司工业互联网业务主要产品输送带的境外销售单价整体呈现上升趋势，境外应收账款回款情况良好。2022 年，公司出口的输送带产品结构有所调整，高单价产品的销量占比明显提高，整体的产品境外销售单价上升。公司输送带产品外销的主要销售模式为 FOB 和 CIF 模式，收入确认时点为报关出口时间，收入确认凭证为出口报关单、销售订单等单据。

2、移动互联网

报告期内，公司移动互联网业务的境外销售收入、境外应收账款及回款的情况如下：

单位：万元

项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
外销金额	93,941.91	141,736.63	148,785.57	152,628.31
境外应收账款余额	16,320.34	11,001.52	11,153.60	14,424.75
境外应收账款回款率	99.41%	99.32%	99.35%	99.44%

注：境外应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日。

报告期内，公司移动互联网业务的境外应收账款回款情况良好，不涉及外销数量与单价。公司游戏业务的结算采用月结的方式，每月 5~10 号与客户核对上月充值明细，核对无误后确认收入。收入确认凭证为销售合同与结算单。

（三）公司与境外客户相关协议或合同签署情况

1、工业互联网

报告期内，公司与境外多家知名企业签署长期框架协议，部分协议的情况如下：

序号	客户名称	合同标的/ 主要内容	合同金额/ 结算方式	签订时间	合同期间
1	Alcoa	出售输送带	以订单为准	2023 年 7 月 3 日	2023 年 7 月 3 日- 2026 年 6 月 30 日
2	Roy Hill	出售输送带	以订单为准	2023 年 4 月 27 日	2023 年 3 月 1 日- 2028 年 3 月 1 日
3	Vale Malaysia	出售输送带	以订单为准	2022 年 10 月 12 日	2022 年 8 月 2 日- 2025 年 8 月 2 日
4	BHP	出售输送带	以订单为准	2020 年 6 月 18 日	2020 年 7 月 1 日 -2024 年 6 月 30 日
5	Rio Tinto	出售输送带	以订单为准	2019 年 5 月 29 日	2019 年 6 月 1 日- 2024 年 6 月 1 日



2、移动互联网

在移动互联网业务中，公司与客户之间的合同主要为开发者发行协议，开发者为通过如 Google Play、App Store 等应用程序在线发布平台（以下简称“应用商店”）发布产品，须同意 Google、Apple 及 Onestore 公开的开发者发行协议。开发者在应用商店注册后，可以通过应用商店发布产品以供用户下载及购买，同时可向产品使用者收取费用。

报告期内，公司及其控股子公司与移动互联网业务主要客户签署的协议情况如下：

序号	客户名称	主要内容	结算方式	合同期间
1	Google Inc	开发人员在 Google Play 发布产品，可以向产品使用者收取费用，Google 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
2	Apple Inc	开发人员在 App Store 发布产品，可以向产品使用者收取费用，Apple 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
3	Onestore Co., Ltd	开发人员在 Onestore 商城发布产品，可以向产品使用者收取费用，Onestore 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
4	Worldpay (UK) Limited	玩家在游戏中可选择的支付渠道方式，开发人员通过 Worldpay 向产品使用者收取费用，Worldpay 收取支付渠道费用	向用户收费，并扣除支付渠道费	长期

六、结合发行人业务单据抽查结果，相关销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等单据所载信息，包括但不限于货物规格、数量、单价、总价、交货地等，是否匹配一致，是否与海关出口数据、境外销售收入数据及对发行人主要境外客户的访谈与实地走访了解的情况相互印证，发行人境外收入信息披露是否真实、准确、完整；

（一）结合发行人业务单据抽查结果，相关销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等单据所载信息，包括但不限于货物规格、数量、单价、总价、交货地等，是否匹配一致

1、工业互联网板块抽查结果

会计师按季度随机抽取报告期内公司境外输送带产品的销售记录，获取了销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等原始单据，对应客户的销售收入覆盖比例分别为 84.77%、79.32%、76.59%和 79.18%。根据已抽取业务



单据，报告期各期发行人境外输送带产品销售的货物规格、数量、单价、总金额、交货地等信息均匹配一致，相符率为 100%。以 2023 年 1-9 月抽取的数笔单据为例，相关信息的统计情况如下：

单据类型	货物规格	总数量	单价	总金额	交货地
销售订单	输送带	113,492.00 米、12 卷	相符	相符（注）	澳大利亚、智利等
报关单	输送带	6,763,050.00 千克	相符	1,888.06 万美元、137.83 万欧元、28.15 万加拿大元	澳大利亚、智利等
货运提单	输送带	6,763,050.00 千克	-	-	澳大利亚、智利等
销售发票	输送带	6,763,050.00 千克	相符	1,888.06 万美元、137.83 万欧元、28.15 万加拿大元	-
销售回单	输送带	6,763,050.00 千克	相符	1,888.06 万美元、137.83 万欧元、28.15 万加拿大元	-

注：公司部分订单对应多次发货报关、收入确认。

会计师按季度随机抽取报告期内公司境外服务的销售记录，获取了签收单、发票和付款通知单等原始单据，对应客户的销售收入覆盖比例分别为 98.75%、84.82%、73.65%和 74.84%。根据已抽取业务单据，发行人境外服务收入相关单据中的客户信息、总金额、日期等信息均匹配一致，相符率为 100%。以 2023 年 1-9 月抽取的数笔单据为例，相关信息的统计情况如下：

单据类型	客户名称	总金额	日期
签收单	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd、中信泰富矿业等	4,531,852.09 澳元	与其他单据匹配
销售发票	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd、中信泰富矿业等	4,531,852.09 澳元	与其他单据匹配
付款通知单	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd、中信泰富矿业等	4,531,852.09 澳元	与其他单据匹配



工业互联网业务的境外客户走访方面，保荐人走访了 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 的中国分支机构和 BHP Billiton Iron Ore 的中国分支机构，并取得了客户签字的访谈记录。会计师取得了保荐人走访资料并进行了复核。

工业互联网业务的客户期后回款方面，请参见本回复“问题 2/一/（三）公司应收账款对应的主要客户情况、账龄结构以及期后回款情况和“问题 2/一/（四）公司应收账款的账龄结构、坏账准备计提和期后回款情况”。

综上，会计师采取的替代措施充分、有效，相关证据可以相互印证。

2、移动互联网板块抽查结果

移动互联网境外收入主要为移动游戏的发行和运营，主要客户为 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd 等。前述客户为业内知名客户，内部控制制度完善，有开放的平台可以查询到后台业务数据及结算金额，会计师登录并查看了该平台，抽查并获取月度结算单并检查相关回款情况，确认结算单和回款的真实性。各期核查对应客户的销售收入覆盖比例均达 80%以上。根据抽查结果，相关结算金额和回款金额匹配。

移动互联网业务的境外客户走访方面，公司的主要客户 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd 均未同意安排与保荐人的访谈。

移动互联网业务的客户期后回款方面，请参见本回复“问题 2/一/（三）公司应收账款对应的主要客户情况、账龄结构以及期后回款情况和“问题 2/一/（四）公司应收账款的账龄结构、坏账准备计提和期后回款情况”。

综上，会计师采取的替代措施充分、有效，相关证据可以相互印证。

（二）发行人业务单据抽查结果，是否与海关出口数据、境外销售收入数据及对发行人主要境外客户的访谈与实地走访了解的情况相互印证，发行人境外收入信息披露是否真实、准确、完整

1、工业互联网板块

发行人工业输送带产品的账面出口收入金额、海关出口报关金额数据情况如下：

单位：万元				
	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年



	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
账面出口收入金额	48,335.02	46,648.32	30,988.13	36,980.93
海关出口报关金额	44,817.09	44,614.66	32,910.15	35,408.68
差异率	-7.28%	-4.36%	6.20%	-4.25%

注：差异率=海关出口报关金额/账面出口收入金额-1；上述账面出口收入金额为公司工业输送带产品的收入；上述海关出口报关金额系根据各报告期内的平均美元汇率折算得出。

报告期内，公司出口收入与海关报关单数据的差异较小，差异产生的原因包括公司部分产品是由澳洲子公司销售给客户时才实现最终销售、公司报关金额包含了部分不计入销售收入的运输费用以及外币折算时产生的差异。

会计师对报告期各期发行人的境外输送带销售收入和境外服务收入进行穿行测试，相关信息与海关出口数据、境外销售收入数据及对发行人主要境外客户的访谈与实地走访了解的情况相互印证，发行人境外收入信息披露真实、准确、完整。

2、移动互联网板块

移动互联网境外收入主要客户为 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd 等。前述客户提供相关业务系统可以查询到结算金额，未能配合函证与访谈。根据相关业务数据的结算和回款情况抽查情况，相关结算金额和回款金额真实，经会计师核查，相关收入确认政策合理。综上，发行人境外收入信息披露真实、准确、完整。

七、对前五大客户函证程序中最近一期回函不符金额占比较高的原因、合理性；对前五大供应商发函比例不足 20%且最近一年及一期回函不符占比较高的原因、合理性；对发行人报告期内主要银行账户函证 2022 年回函相符金额及未回函比例明显高于其他时期的原因、合理性；结合上述情况，进一步说明针对未回函、回函不符的具体替代性措施及其有效性，针对发行人境外收入真实性核查是否充分、完备

（一）对前五大客户函证程序中最近一期回函不符金额占比较高的原因、合理性

保荐人对发行人报告期内主营业务收入的前五大客户执行函证程序，会计师对各年年末主要客户执行了函证程序，销售收入函证的发函、回函和回函不符的比例情况如下：



项目	2023 年 1-9 月	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
主营业务收入 (万元)	241,788.88	154,529.39	325,922.32	275,977.93	263,792.24
发函金额(万元)	108,829.94	68,491.98	149,678.04	151,467.39	146,811.66
发函比例	45.01%	44.32%	45.92%	54.88%	55.65%
回函相符金额/发 函金额	-	-	-	-	-
未回函金额/发函 金额	80.95%	68.91%	100.00%	100.00%	95.77%
回函不符金额/发 函金额	19.05%	31.09%	-	-	4.23%

由上表所示，报告期各期，销售收入函证发函金额占比分别为 55.65%、54.88%、45.92%、44.32%和 45.01%。报告期各期，未回函占发函金额的比例分别为 95.77%、100.00%、100.00%、68.91%和 80.95%，占比较高，主要系：Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd 提供开放的系统供开发者查询后台业务数据及结算金额（如开发者可通过登录 App Store Connect，查询在 Apple Inc 相关平台上发生的业务数据和结算金额等数据），未配合回函，具备业务合理性；BHP Billiton Iron Ore、兖矿能源集团股份有限公司和中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司，根据其内部制度或管理要求未配合回函，具备业务合理性。

针对前述情况，会计师执行的具体替代程序如下：

- （1）向公司相关人员了解未回函原因，分析原因的合理性；
- （2）获取并查阅相关销售合同、订单；了解执行情况、信用期，结算条款等约定，是否与公司的销售政策和业务模式一致；
- （3）针对 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd，该类客户均提供开放的系统供开发者查询后台相关业务数据及结算数据（如开发者可通过登录 App Store Connect，查询在 Apple Inc 相关平台上发生的业务数据和结算金额等数据），会计师登录并查看了该系统，获取并检查报告期内月度结算数据、结算后的回款情况及对应的银行流水等单据，确认收入和回款的真实性；针对其他未回函客户，获取并检查相关客户的销售合同或订单、记账凭证、销售发票、出库单、银行对账单等原始凭证，确认收入和回款的真实性；
- （4）对上述客户进行了实地走访，具体情况如下：

走访客户	是否实地走访	问卷签字盖章情况
------	--------	----------



BHP Billiton Iron Ore 的中国分支机构	是	访谈人签字
兖矿能源集团股份有限公司	是	访谈人签字及盖章
中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	是	访谈人签字及盖章
Google Inc	未走访。Google Inc 未对其平台下的开发者提供专门的业务访谈对接服务，保荐人尝试通过其官网上公布的联系方式发出访谈需求，未得到回应。	/
Apple Inc	未走访。Apple Inc 未对其平台下的开发者提供专门的业务访谈对接服务，保荐人尝试通过其官网上公布的联系方式发出访谈需求，未得到回应。	/
Onestore Co., Ltd	未走访。Onestore Co., Ltd 未对其平台下的开发者提供专门的业务访谈对接服务，保荐人尝试通过其官网上公布的联系方式发出访谈需求，未得到回应。	/
Worldpay (UK) Limited	未走访。Worldpay (UK) Limited 未对其平台下的开发者提供专门的业务访谈对接服务，保荐人尝试通过其官网上公布的联系方式发出访谈需求，未得到回应。	/

(5) 对应收账款实施期后回款测试，经核查，期后回款情况不存在异常情形，各期发函客户期后回款的具体情况如下：

年份	客户名称	应收账款期末余额（万元）	期后回款率
2023 年 1-9 月	Google Inc	4,718.39	100.00%
	Apple Inc	9,116.63	100.00%
	兖矿能源集团股份有限公司	4,896.16	92.75%
	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	10,028.73	100.00%
2023 年 1-6 月	Google Inc	2,636.96	100.00%
	Apple Inc	3,573.90	100.00%



年份	客户名称	应收账款期末余额（万元）	期后回款率
	兖矿能源集团股份有限公司	3,924.99	100.00%
2022 年	Apple Inc	3,894.58	100.00%
	Google Inc	2,808.78	100.00%
	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	4,989.24	100.00%
	Onestore Co., Ltd	405.35	100.00%
2021 年	Google Inc	4,358.18	100.00%
	Apple Inc	3,284.46	100.00%
	Onestore Co., Ltd	812.71	100.00%
	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	2,109.42	100.00%
	BHP Billiton Iron Ore	5,723.60	100.00%
2020 年	Google Inc	5,506.82	100.00%
	Apple Inc	6,006.21	100.00%
	Onestore Co., Ltd	903.74	100.00%
	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	1,244.23	100.00%

综上，会计师采取的替代措施充分、有效，相关证据能够相互印证。

2023 年 1-6 月和 2023 年 1-9 月回函不符金额占发函金额的比例分别为 31.09%和 19.05%，占比较高，具体情况如下；

年度	回函不符客户名称	函证交易金额	回函情况	差异原因
2023 年 1-9 月	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd	AUD 44,269,832.60	回函不符，回函金额为 AUD 42,250,875.50	双方入账时间差异
2023 年 1-6 月	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd	AUD 31,159,767.48	回函不符，回函金额为 AUD 32,139,527.82	双方入账时间差异
	Worldpay (UK) Limited	USD 9,669,152.26	已回函，未对发函金额做明确回应	/

由上表所示，2023 年 1-6 月和 2023 年 1-9 月回函不符的客户为 Worldpay(UK) Limited 和 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd。其中 Worldpay (UK) Limited 回函不符但未对发函金额做明确回应，主要系：Worldpay (UK) Limited 为移动互联网板块客户，函证金额为基于用户生命周期的收入确认模型下计算的收入金额，客户无法确认该金额，未对发函金额做明确回应。Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 回函不符，回函金额与函证金额差异较小，差异原因主要系：



公司采用 FOB 模式，办妥装船及出口报关手续确认控制权已转移后，公司确认销售收入实现，而客户根据其内部制度进行验收及入账，双方存在时间性差异。

针对前述情况，会计师执行的具体替代程序如下：

（1）询问公司财务人员等方式了解回函差异原因、未对发函金额做明确回应的原因，分析原因的合理性；

（2）针对 Worldpay (UK) Limited 未对发函金额做明确回应，获取 2023 年 1-6 月的相关结算单据；Worldpay (UK) Limited 提供开放的系统供开发者查询后台相关业务数据及结算数据，登录该系统进行查看，复核收入计算过程，经核查，相关交易金额可以确认；

（3）针对 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 回函不符，会计师获取函证金额对应的销售明细表，抽查发票和银行对账单等原始单据，并编制差异调节表，差异原因为：公司采用 FOB 模式，办妥装船及出口报关手续确认控制权已转移后，公司确认销售收入实现。而客户根据其内部制度进行验收及入账，双方存在时间性差异，经调节，函证金额可以确认。具体调节情况如下：

单位：澳元

期间	函证金额①	公司当期确认，客户未确认②	公司上期确认，客户当期确认③	回函金额④ (④=①-②+③)
2023 年 1-9 月	44,269,832.60	7,366,255.88	5,347,298.78	42,250,875.50
2023 年 1-6 月	31,159,767.48	4,367,538.44	5,347,298.78	32,139,527.82

（4）对 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 的中国分支机构进行了实地走访，了解双方合作背景、合作情况等，相关问卷经访谈对象签字确认；

（5）对应收账款实施期后回款测试，经核查，期后回款情况不存在异常情形，具体情况如下：

年度	客户名称	应收账款期末余额（万元）	期后回款率
2023 年 1-9 月	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd	3,233.61	88.99%
2023 年 1-6 月	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd	2,224.32	100.00%
	Worldpay (UK) Limited	487.74	100.00%

注：应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日



(6) 对 Worldpay (UK) Limited 和 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 进行背景核查, 均为上市公司子公司和业内知名客户, 内部控制制度良好, 建立了完善的供应商管理系统, 会计师登录并查看了该系统;

综上, 会计师采取的替代措施充分、有效, 相关证据能够相互印证。2023 年 1-6 月和 2023 年 1-9 月回函不符金额占发函金额的比例较高具备合理性。

(二) 对前五大供应商发函比例不足 20%且最近一年及一期回函不符占比较高的原因、合理性

会计师对发行人报告期内采购金额的前五大供应商执行函证程序, 采购函证的发函、回函和回函不符的比例情况如下:

项目	2023 年 1-9 月	2023 年 1-6 月	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业成本(万元)	149,604.56	96,638.69	197,044.43	162,185.29	156,092.09
发函金额(万元)	21,671.20	16,161.87	26,476.60	30,750.76	26,430.07
发函比例	14.49%	16.72%	13.44%	18.96%	16.93%
回函相符金额/ 发函金额	36.44%	42.50%	45.00%	88.18%	85.15%
未回函金额/ 发函金额	-	-	-	-	-
回函不符金额/ 发函金额	63.56%	57.50%	55.00%	11.82%	14.85%

由上表所示, 报告期各期, 采购函证发函金额占比分别为 16.93%、18.96%、13.44%、16.72%和 14.49%。各期发函金额占比未超过 20%, 主要系: 报告期内, 公司供应商较为分散, 会计师对 2020 年度-2022 年度的主要供应商进行了函证, 并对保荐人 2023 年 1-9 月相关函证和替代工作进行了复核, 并对期后 2023 年 12 月 31 日主要供应商进行了函证。针对未函证的供应商, 会计师通过抽取供应商合同/订单、核查并复核发票、付款单、结算单等原始单据进行核查, 相关采购真实。综上所述, 保荐人各期发函未超过 20%具备合理性。

报告期各期, 回函不符金额占发函金额的比例分别为 14.85%、11.82%、55.00%、57.50%和 63.56%, 2022 年、2023 年 1-6 月和 2023 年 1-9 月回函不符的具体情况如下:

年度	回函不符供应商名称	函证采购金额(万元)	回函情况	差异原因
2023 年 1-9 月	江苏法尔胜金属线缆销售有限公司	5,130.97	已回函, 未对发函金额做明确回应	/



	帝人芳纶贸易（上海）有限公司	4,903.60	已回函，未对发函金额做明确回应	/
	江苏中橡化工贸易有限公司	3,740.17	回函不符，回函采购额为 3,685.85 万元	双方入账时间差异
2023 年 1-6 月	江苏法尔胜金属线缆销售有限公司	4,291.88	已回函，未对发函金额做明确回应	/
	江苏中橡化工贸易有限公司	2,934.77	回函不符，回函采购额为 2,612.73 万元	双方入账时间差异
	杭州铭源橡胶科技有限公司	2,066.89	已回函，未对发函金额做明确回应	/
2022 年	江苏法尔胜金属线缆销售有限公司	6,714.43	已回函，未对发函金额做明确回应	/
	杭州铭源橡胶科技有限公司	4,137.21	已回函，未对发函金额做明确回应	
	帝人芳纶贸易（上海）有限公司	3,710.64	已回函，未对发函金额做明确回应	/

由上表所示，2022 年、2023 年 1-6 月和 2023 年 1-9 月供应商函证不符比例较高主要系：供应商回函但未对函证采购金额做明确回应以及部分供应商回函金额与函证金额差异较小。其中，供应商回函但未对采购金额做明确回应，主要系：供应商未完全配合函证程序，仅对应付账款余额做出明确回应。部分供应商回函金额与函证金额差异较小，主要系：公司收到货物并暂估入库和入账，公司未收到货物但供应商已发货并入账。

针对前述情况，会计师执行的具体替代程序如下：

（1）向公司相关人员了解回函差异及未对发函金额做明确回应的原因，分析原因的合理性；

（2）针对供应商回函但未对采购金额做明确回应，获取并核查采购合同/订单、入库单、发票等原始单据，复核采购额计算过程；

（3）针对江苏中橡化工贸易有限公司关于入账时间性差异导致的回函不符，核实差异形成的原因及合理性，检查相关合同、发票、采购入库单等原始单据，具体差异调节情况如下：

单位：元				
期间	函证金额①	公司当期确认，供应商未确认②	供应商已确认，公司尚未确认③	回函金额④（④=①-②+③）
2023 年 1-9 月	37,401,657.47	1,114,632.00	571,460.20	36,858,485.67
2023 年 1-6 月	29,347,673.27	4,676,844.37	1,456,460.17	26,127,289.07



(4) 对上述供应商进行了实地走访，具体情况如下：

走访供应商	是否实地走访	问卷签字盖章情况
江苏法尔胜金属线缆销售有限公司	是	访谈人签字及盖章
帝人芳纶贸易（上海）有限公司	是	访谈人签字及盖章
江苏中橡化工贸易有限公司	是	访谈人签字及盖章
杭州铭源橡胶科技有限公司	是	访谈人签字及盖章

(5) 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等公开渠道获取上述供应商的工商信息、经营规模、成立年限等信息，并交叉查询发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与上述供应商是否存在关联关系，分析交易是否具有商业合理性；

综上，会计师采取的替代措施充分、有效，相关证据能够相互印证，最近一年及一期回函不符占比较高具备合理性。

(三) 对发行人报告期内主要银行账户函证 2022 年回函相符金额及未回函比例明显高于其他时期的原因、合理性

保荐人对发行人报告期内主要银行账户执行函证程序，会计师对各期末全部银行账户执行了函证程序均取得了回函，保荐人对发行人报告期内主要银行账户执行了函证程序，其中发函、回函和回函不符的比例情况如下：

项目	2023-09-30	2023-06-30	2022-12-31	2021-12-31	2020-12-31
银行存款（万元）	102,156.09	98,388.71	89,839.24	57,131.78	72,212.82
发函金额（万元）	58,948.50	47,837.09	55,278.97	23,166.90	35,135.67
发函比例	57.70%	48.62%	61.53%	40.55%	48.66%
回函相符金额/发函金额	100.00%	97.65%	49.61%	76.44%	89.84%
未回函金额/发函金额	-	2.35%	50.39%	19.81%	10.16%
回函不符金额/发函金额	-	-	-	3.76%	-

注：外币以报告期各期末资产负债表日中国外汇交易中心公布的人民币汇率中间价进行折算

由上表所示，报告期各期，银行函证发函金额占比分别为 48.66%、40.55%、61.53%、48.62%和 57.70%，回函相符金额/发函金额的比例分别为 89.84%、76.44%、49.61%、97.65%和 100%。

2022 年末回函金额较高的原因主要系：2022 年发行人存款金额较大的香港



花旗银行未对保荐人回函以及存款金额相对较小的工商银行未对保荐人回函，两家银行未回函的原因为：（1）保荐人收到中国工商银行询证函退函告知书，告知保荐人非会计师事务所，因此无法受理询证函并做退函处理，因此，工商银行未回函；（2）香港花旗银行的回函方式为在其官方系统内注册账号实施电子函证，该网站注册阶段显示用户注册的组织类型为会计公司（授权的注册会计师事务所）或资产核查（仅限美国或加拿大），因此，保荐人不满足资格要求而未通过该系统实施电子函证。保荐人通过联系香港花旗银行相关人员仍实施独立发函但未回函。

会计师对 2020 年度-2023 年度末的所有银行均进行了函证且取得了回函，对保荐人 2023 年 1-9 月相关函证和替代工作进行了复核。经复核，会计师采取的替代措施充分、有效，相关证据能够相互印证，保荐人银行函证 2022 年末回函比例较高具备合理性。

（四）结合上述情况，进一步说明针对未回函、回函不符的具体替代性措施及其有效性，针对发行人境外收入真实性核查是否充分、完备

1、结合上述情况，进一步说明针对未回函、回函不符的具体替代性措施及其有效性

针对客户、供应商、银行函证未回函、回函不符的情况，会计师执行的替代性程序如下：

（1）向公司财务人员、业务人员和管理层了解未回函或回函不符原因；获取并查阅相关销售/采购合同，了解合同执行情况、信用期，结算条款等约定，是否与公司的销售/采购政策和销售/采购业务模式一致；

（2）针对境外未回函的客户如 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd，该类客户建立了较为完善的供应商管理系统，会计师登录并查看了该系统，获取并检查报告期内每月的系统内结算单、结算后的回款情况及对应的银行流水，确认收入和回款的真实性；针对其他未回函客户，获取并检查相关客户的销售合同或订单、记账凭证、销售发票、结算单、银行对账单等业务凭证，确认收入和回款的真实性；

（3）针对回函不符的客户/供应商，根据客户/供应商回函结果复核各项差异及支持性证据；

（4）获取保荐人对前五大客户中的国内客户兖矿能源集团股份有限公司和



中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司进行了实地走访资料，对境外客户 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 和 BHP Billiton Iron Ore 的中国分支机构进行了实地走访资料；

(5) 通过企查查、国家企业信用信息公示系统等公开渠道获取境内客户/供应商的工商信息、经营规模、成立年限等信息，并交叉查询发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员与境内客户/供应商是否存在关联关系，分析境内客户/供应商和发行人的交易是否具有商业合理性；

(6) 银行函证回函存在少量不符，主要系账户类型、注销账户号等非银行存款项目不符，就少量回函不符的情况，进行数据复核；

会计师对未回函或回函不符的客户、供应商和银行函证执行上述替代性程序，内外部证据相互验证，采取的替代性程序充分有效。

2、针对发行人境外收入真实性核查是否充分、完备

会计师对境外销售收入真实性的核查方式、核查手段如下：

(1) 移动互联网境外收入

1) 查阅并获取相关境外客户的合同；查阅发行人销售相关管理制度；了解公司移动互联网境外收入的销售模式、产品类型、定价方式、信用政策、结算方式等具体情况；查阅恺英网络、三七互娱等同行业上市公司的公开资料，分析公司结算方式是否符合行业惯例；

2) 获取报告期内公司游戏收入明细表，分析公司境外销售涉及的主要游戏、涉及主要国家、收入占比、游戏种类、运营模式等，了解其背景及合理性；

3) 针对移动互联网业务主要客户 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd、Worldpay(UK)Limited 等客户进行背景核查，前述客户为上市公司或业内知名客户，内部控制制度良好，该类客户均提供开放的系统供开发者查询后台相关业务数据及结算数据（如开发者可通过登录 App Store Connect，查询在 Apple Inc 相关平台上发生的业务数据和结算金额等数据），会计师登录并查看该系统；

4) 针对移动互联网业务主要客户 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd、Worldpay (UK) Limited，抽查并获取报告期内的月度结算单，检查回款情况，确认收入和回款的真实性；各期核查对应客户的销售收入覆盖比例均达 80%以上。

5) 对报告期各期前五大客户中的涉及客户如 Google Inc、Apple Inc 等，执行函证程序，函证客户在报告期内的销售金额和期末往来余额，会计师独立完成



发函过程，并对函证过程实施控制；

6) 对移动互联网业务报告期各期的应收账款余额前五大客户进行期后回款测试，对期后回款率进行分析；

7) 结合游戏业务同行业上市公司的收入确认政策，游戏业务的业务模式等，分析并评价公司基于用户生命周期的收入确认模型的合理性；

8) 获取并分析发行人报告期内主要游戏的自主运营与联合运营收入数据、充值用户数量及季度充值流水数据、季度 ARPU 值；查阅并复核 IT 审计报告关于信息系统一般控制、信息系统应用控制、数据分析和结论等具体结果；

9) 获取并核查主要游戏的流水等运营数据和推广费投入情况；分析移动互联网业务相关推广费用的合理性；取得推广活动中涉及到的合同、结算单、发票等原始凭证；核对了公司主要银行流水的大额支出记录；

10) 分析公司移动互联网业务相关产品境外销售收入和汇兑损益的匹配性；

11) 分析海外潜在的贸易摩擦和政策变化对移动互联网境外收入的影响；访谈公司业务部门的负责人，了解公司过往境外业务开展中受相关政策和贸易摩擦影响的情况，并查阅公开新闻报道；

(2) 工业互联网境外收入

1) 获取公司工业互联网境外销售涉及的主要客户、所处国家或地区、销售模式等收入明细表，分析相关收入情况及合理性；

2) 获取与主要外销客户签订的框架协议和订单，核查协议主要条款、交易方式、各方权利和义务约定等重要条款，评价收入确认政策合理性；

3) 针对工业互联网境外业务主要客户进行背景核查，如报告期内工业互联网境外业务主要客户 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 和 BHP Iron Ore Pty Ltd 均为上市公司子公司，内部控制制度良好，建立了完善的供应商管理系统；

4) 获取保荐人对 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 和 BHP Billiton Iron Ore 的中国分支机构进行了实地走访，并取得客户签字的访谈记录；

5) 按季度随机抽取报告期内公司境外输送带产品的销售记录，获取了销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等原始单据，对应客户的销售收入覆盖比例分别为 84.77%、79.32%、76.59%和 79.18%；核查境外收入是否真实发生，相关金额、数量等信息是否记录正确；

6) 对报告期各期前五大客户中的涉及客户如 Pilbara Iron Company (Services)



Pty Ltd 和 BHP Billiton Iron Ore，执行函证程序，函证客户在报告期内的销售金额和期末往来余额，会计师独立完成发函过程，并对函证过程实施控制；

7) 取得中国海关系统记录的公司出口报关相关数据，并与公司账面的出口收入进行了比对，分析公司出口收入与海关报关单数据差异的合理性及数据匹配性；

8) 获取公司报告期出口退税相关数据，核查相关销售收入与出口退税数据的匹配性；

9) 分析工业互联网境外销售主要产品工业输送带的境外销售收入和输送带外销数量规模的匹配性，分析产品单价变动的合理性；

10) 对报告期各期末工业互联网业务境外应收账款余额及期后回款情况进行测试，对期后回款率进行分析；

11) 查阅商务部等政府主管部门的官网信息，了解发行人主要出口国的宏观经济概况、主要进出口商品及双边贸易情况、主要进口政策、支柱产业、重要产业政策等，分析是否存在潜在不利影响；

12) 访谈公司业务部门的负责人，了解公司过往境外业务开展中受进口国进口政策、双边贸易摩擦影响的情况，查阅公开新闻报道；

综上，会计师对境外收入真实性核查充分且完备，经核查，发行人境外收入真实。

八、核查程序及核查意见

(一) 核查程序

会计师履行了以下核查程序：

(1) 获取并查阅发行人财务报告与相关公告文件，查阅行业研究报告，访谈发行人董事会秘书、财务总监、子公司主要负责人，分析导致发行人 2022 年业绩亏损的主要因素和 2023 年的改善情况，查阅公司子公司宝通智能物联、澳洲百年通的员工花名册、社保/养老金缴纳统计表、缴费凭证；

(2) 查阅同行业上市公司年报、招股说明书等行业内公司的公开信息，获取同行业公司经营情况、财务数据等关键指标信息，与发行人进行对比分析；

(3) 查阅发行人主要广告商名单，核查相关广告商的工商登记信息或官网信息，通过公开途径查询广告商的股东和董监高信息；获取发行人对外投资企业名单并通过企查查、国家企业信用信息公示系统查询上述企业的工商登记信息，



查阅发行人董事、监事、高级管理人员及持股 5%以上股东填写的调查表，了解上述人员及其关系密切的家庭成员对外投资及在外任职情况，核查发行人及其主要股东、董事、监事、高级管理人员与主要广告商及其主要股东、董事、监事、高级管理人员之间是否存在关联关系；

（4）查阅报告期内公司与主要广告商签订的合作协议，查阅公司主要游戏的结算数据明细，查阅恺英网络、三七互娱等同行业上市公司的公开资料，分析公司结算方式是否符合行业惯例；

（5）取得了推广活动的管理制度、商业廉洁制度/承诺等，取得了推广活动中涉及的合同、结算单、发票等原始凭证，查看了公司推广活动所使用账号的后台界面，取得了投放效果部分截图文件，取得了公司与广告商的部分沟通记录，对主要游戏的流水等运营数据以及推广费投入情况进行了分析，核查了公司主要银行流水的大额支出记录；

（6）了解、评价和测试了与商誉减值相关的内部控制的设计和运行有效性，获取商誉减值测试相关资料及计算过程，取得并复核易幻网络资产组相关项目收入及利润明细表、报告期内各款游戏的运营情况，大额成本费用的支出情况，评估商誉减值测试所使用的估值方法是否适当，计算是否准确；

（7）将预测时采用的关键假设与易幻网络历史财务数据、预算发展趋势、行业走势、新的市场机会及由于规模效应带来的成本及费用节约等情况进行了比较分析，结合同行业可比上市公司数据，评估易幻网络公司商誉减值测试的假设及参数是否合理；

（8）取得易幻网络 2023 年全年未经审计的财务数据与业务数据，与前次商誉减值测试中的预测值进行比较，分析差异产生的原因。

（9）获取并查阅发行人按照国家/地区进行汇总的境外销售明细表，分析发行人在相关国家/地区销售规模较大的背景及合理性；

（10）查阅商务部等政府主管部门的官网信息，了解发行人主要出口国的宏观经济概况、主要进出口商品及双边贸易情况、主要进口政策、支柱产业、重要产业政策等；

（11）访谈发行人业务部门的负责人，了解发行人过往境外业务开展中受进口国进口政策、双边贸易摩擦影响的情况，查阅公开新闻报道；

（12）获取发行人境外销售金额及数量、相关运费支出、出口退税、汇兑损



益、境外采购金额及数量的明细数据，对各类数据间的匹配性进行验证，分析产品销售单价变化的原因；

（13）获取并查阅发行人与主要境外客户签署的协议、应收账款明细表、主要客户的期后回款统计表、发行人关于收入确认的流程文件；

（14）向公司管理层、外销负责人及财务负责人了解发行人的境外销售业务流程和境外销售收入确认方式，抽取了报告期内公司境外输送带产品销售的销售订单、出口报关单、货运提单、销售发票、销售回单等单据，以及公司境外服务的签收单、发票和付款通知单，进行穿行测试；

（15）获取并查阅海关系统中调取的数据，与公司境外销售收入、客户访谈了解到的信息进行对比分析，访谈发行人财务人员；

（16）关于未回函、回函不符的函证、境外收入相关核查程序参见本问题回复之七之“（四）结合上述情况，进一步说明针对未回函、回函不符的具体替代性措施及其有效性，针对发行人境外收入真实性核查是否充分、完备”相关回复。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、公司 2022 年亏损的主要原因为行业内获客成本持续走高、公司游戏推广费大幅度增加、游戏上线后销售情况不及预期和对子公司易幻网络计提商誉减值，相关不利因素在 2023 年整体有所缓解，对公司生产经营和本次募投项目实施不会产生重大不利影响；

2、公司推广活动主要为移动互联网板块的线上广告投放，投放渠道主要为行业知名渠道公司，广告费/推广费的定价方式和支付依据主要由投放渠道决定，公司自主议价权较低，报告期内广告费/推广费大幅变动系公司正常商业安排所致，具有其合理性；

公司推广活动业务模式、推广服务费率与同行业公司不存在显著差异；公司严格执行支付结算报销流程，推广活动中出具及获取的各类发票、相关原始凭证等不存在异常；公司不存在通过推广活动代垫成本和费用、资金直接或间接流向客户后调节销售收入的情形，公司不存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露真实、准确、完整；

3、易幻网络在业绩承诺期内实现了承诺业绩，不存在业绩精准达标和承诺期后业绩大幅下降的情形；2022 年易幻网络出现了被收购以来的首次亏损，公



公司于 2022 年对易幻网络商誉进行减值测试，并计提了 4.86 亿元商誉减值，相关商誉减值计提充分，减值测试采用的关键参数与同行业可比公司相符，报告期内相关会计处理准确，符合会计准则等相关规定；

4、报告期内公司的境外营业收入占比较高，主要由于公司移动互联网板块业务实现的销售收入主要来自境外、工业互联网业务实现的销售收入也有部分来自境外；公司主要进口国的有关进口政策发生重大不利变化或发生国际贸易摩擦的风险较小，对公司境外销售不会产生重大不利影响；

5、报告期内，公司境外采购、跨境运费、出口退税、汇兑损益与境外销售规模的基本匹配，销售单价合理，与境外客户合作关系良好，收入确认时点准确、依据完整，境外应收账款回款情况良好，工业互联网产品和移动互联网产品的境外收入真实；

6、根据抽查结果，公司业务单据所载信息相互匹配，与海关出口数据、境外销售收入数据、客户访谈情况相互印证，公司境外收入信息披露真实、准确、完整；

7、前五大客户函证中最近一期回函不符金额占比较高主要系双方入账时间性差异及未回复具体金额，具备合理性，已执行相关替代性程序；对前五大供应商发函比例不足 20%主要系供应商较为分散，最近一年及一期回函不符占比较高主要系未回复具体金额，具备合理性，已执行相关替代性程序；银行函证 2022 年未回函比例明显高于其他时期主要系相关银行根据其内部制度未对保荐人回函，具备合理性；针对前述情况，会计师已执行有效的替代性措施；针对公司境外收入真实性核查，会计师已执行相关核查程序，针对公司境外收入真实性核查充分、完备。

九、进一步说明对境外收入核查程序是否充分、完备，核查证据是否支持核查结论

会计师对境外收入执行了如下核查程序：

（一）移动互联网境外收入

1、查阅并获取相关境外客户的合同；查阅发行人销售相关管理制度；了解公司移动互联网境外收入的销售模式、产品类型、定价方式、信用政策、结算方式等具体情况；查阅恺英网络、三七互娱等同行业上市公司的公开资料，分析公司结算方式是否符合行业惯例；



2、获取报告期内公司游戏收入明细表，分析公司境外销售涉及的主要游戏、涉及主要国家、收入占比、游戏种类、运营模式等，了解其背景及合理性；

3、针对移动互联网业务主要客户 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd、Worldpay(UK)Limited 等客户进行背景核查，前述客户为业内知名客户，建立了完善的供应商管理系统，该类客户均提供开放的系统供开发者查询后台相关业务数据及结算数据（如开发者可通过登录 App Store Connect，查询在 Apple Inc 相关平台上发生的业务数据和结算金额等数据），会计师登录并查看了该系统；

4、针对移动互联网业务主要客户 Google Inc、Apple Inc、Onestore Co., Ltd、Worldpay (UK) Limited，抽查并获取报告期内的月度结算单，检查回款情况，确认收入和回款的真实性，各期核查对应客户的销售收入覆盖比例均达 80%以上；

5、获取主要客户签订的协议，核查协议主要条款，结合游戏行业收入确认政策，分析并评价公司收入确认政策的合理性；

6、核查主要游戏充值用户数量和充值流水，分析是否存在异常；

7、对报告期各期前五大客户中的涉及客户如 Google Inc、Apple Inc 等，执行函证程序，函证客户在报告期内的销售金额和期末往来余额，保荐人独立完成发函过程，并对函证过程实施控制；

8、对移动互联网业务报告期各期的应收账款余额前五大客户进行期后回款测试，对期后回款率进行分析；

9、结合游戏业务同行业上市公司的收入确认政策，游戏业务的业务模式等，分析并评价公司基于用户生命周期的收入确认模型的合理性；

10、获取并分析发行人报告期内主要游戏的自主运营与联合运营收入数据、充值用户数量及季度充值流水数据、季度 ARPU 值；查阅并复核 IT 审计报告关于信息系统一般控制、信息系统应用控制、数据分析和结论等具体结果；

11、获取并核查主要游戏的流水等运营数据和推广费投入情况；分析移动互联网业务相关推广费用的合理性；取得推广活动中涉及到的合同、结算单、发票等原始凭证；核对了公司主要银行流水的大额支出记录；

12、分析公司移动互联网业务相关产品境外销售收入和汇兑损益的匹配性。

（二）工业互联网境外收入

1、获取公司工业互联网境外销售涉及的主要客户、所处国家或地区、销售模式等收入明细表，分析相关差异情况及合理性；



2、获取与主要外销客户签订的框架协议，核查协议主要条款、交易方式、各方权利和义务约定等重要条款，评价收入确认政策合理性；

3、针对工业互联网境外业务主要客户进行背景核查，如报告期内工业互联网境外业务前两大客户 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 和 BHP Iron Ore Pty Ltd 均为上市公司子公司，内部控制制度良好，建立了完善的供应商管理系统；获取并复核了保荐人对 Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd 和 BHP Billiton Iron Ore 的中国分支机构进行了实地走访相关资料；

4、采用抽样测试的方式，查阅了发行人境外业务相关的销售订单、报关单、提货单、销售回单等单据，核查收入是否真实发生，相关金额、数量等信息是否记录正确；

5、取得中国海关系统记录的公司出口报关相关数据，并与公司账面的出口收入进行了比对，分析公司出口收入与海关报关单数据差异的合理性及数据匹配性；

6、获取公司报告期出口退税相关数据，核查相关销售收入与出口退税数据的匹配性；

7、分析工业互联网境外销售主要产品工业输送带的境外销售收入和输送带外销数量规模的匹配性，分析产品单价变动的合理性；

8、对报告期各期末工业互联网业务境外应收账款余额及期后回款情况进行测试，对期后回款率进行分析。

综上，会计师采取的境外收入核查程序充分且完备，相关核查程序能够支持核查结论。

问题 4

报告期内，发行人营业收入分别为 263,792.24 万元、275,977.93 万元、325,922.32 万元和 241,788.88 万元。报告期各期末，发行人应收账款及合同资产余额持续增加，分别为 57,668.53 万元、73,628.85 万元、80,751.24 万元和 91,824.35 万元，占当期营业收入的比例分别为 21.86%、26.68%、24.78%和 37.98%；存货账面价值分别为 26,172.75 万元、27,937.05 万元、32,962.68 万元、34,505.99 万元，主要为现代工业散货物料智能输送与服务业务，存货周转率分别为 6.13 次/年、5.81 次/年、6.29 次/年和 5.78 次/年，高于输送带业务行业



平均水平，主要系发行人移动网络游戏业务成本占比较高，且该类业务没有存货所致；最近一年及一期，发行人移动互联网业务的营业收入分别为 162,366.84 万元和 98,344.90 万元，最近一期同比下降 21.17%；报告期内，发行人移动互联网业务的毛利率分别为 46.09%、49.84%、49.38%和 50.87%，远低于同行业公司；预付款项账面价值分别为 13,615.76 万元、19,901.47 万元、22,080.87 万元和 22,536.32 万元，主要为预付的游戏授权金和分成款，其中账龄在 1 年以内的预付款项余额占比逐年降低，分别为 83.61%、74.26%、48.76%和 33.39%。

请发行人补充说明：（1）结合同行业可比情况、营业收入变动趋势、应收账款对应的客户情况、账龄结构以及期后回款情况等，分业务说明应收账款账面余额较高的原因及合理性，应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势是否匹配，是否存在放宽信用政策的情形，应收账款、合同资产减值准备计提是否充分；（2）分业务列式发行人营业成本、存货账面价值、存货平均余额及存货周转率，说明存货周转率的具体计算过程，在移动互联网业务不存在存货的情况下，存货周转率的计算是否与业务口径相匹配，剔除移动互联网业务成本后的存货周转率是否与同行业可比公司平均水平存在差异，相关信息披露是否真实、准确；（3）结合游戏业务的行业政策、业务模式、收入确认周期、与主要客户的合作情况等，披露发行人移动互联网业务业绩下滑的具体情况，相关影响因素是否持续、是否缓解或消除，是否与同行业一致，同行业可比游戏公司范围选取是否合理，基于用户生命周期的收入确认模型的具体计算方式是否合理，量化分析相关因素对发行人可能产生影响的区间或范围，发行人的应对措施及有效性，结合发行人移动互联网具体产品类型、定价方式、销售模式等，分析说明移动互联网毛利率低于同行业公司的原因；（4）结合自主运营和联合运营收入、各款游戏充值用户数量及季度充值流水的对比情况、异常频繁充值用户核查情况、游戏业务系统的稳定性和充值数据是否可靠性等，说明游戏业务是否存在刷单的情形、游戏业务收入是否真实准确；（5）结合发行人授权金的摊销方式、摊销政策，主要预付对象，款项支付时间及支付方式等，说明账龄在 1 年以内的预付款项余额占比逐年降低的原因、合理性，相关情况与同行业公司是否一致，是否存在长期挂账情形，相关减值计提是否充分，是否存在关联方资金占用，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整。

请发行人补充披露相关风险。



请保荐人和会计师核查并发表明确意见。

回复：

一、结合同行业可比情况、营业收入变动趋势、应收账款对应的客户情况、账龄结构以及期后回款情况等，分业务说明应收账款账面余额较高的原因及合理性，应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势是否匹配，是否存在放宽信用政策的情形，应收账款、合同资产减值准备计提是否充分；

（一）应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势

1、工业互联网

报告期内，公司工业互联网业务的应收账款及合同资产账面余额与营业收入的情况如下：

单位：万元				
项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
应收账款余额	67,751.92	64,167.99	62,080.23	42,752.79
合同资产余额	7,573.99	5,192.91	-	-
应收账款及合同资产同比增幅	8.60%	11.73%	45.21%	6.98%
营业收入	143,443.98	163,555.49	123,187.96	110,682.36
营业收入同比增幅	25.79%	32.77%	11.30%	26.31%
应收账款及合同资产余额占当期营业收入比例	39.38%	42.41%	50.39%	38.63%
应收账款周转率（次/年）	2.90	2.59	2.35	2.68

注 1：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额。

注 2：2023 年 1-9 月的应收账款及合同资产余额占当期营业收入比例、应收账款周转率已进行年化处理。

报告期内，公司工业互联网业务的应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势基本匹配，应收账款周转率整体较为稳定。2021 年以来，公司工业互联网业务的应收账款周转率有所上升，主要原因为公司境外收入占比逐年上升，境外客户的付款速度整体好于境内客户。

2、移动互联网

报告期内，公司移动互联网业务的应收账款及合同资产账面余额与营业收入的情况如下：

单位：万元				
项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度



项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
应收账款余额	16,498.45	11,390.35	11,548.62	14,915.74
合同资产余额	-	-	-	-
应收账款及合同资产同比增幅	44.85%	-1.37%	-22.57%	19.72%
营业收入	98,344.90	162,366.84	152,789.96	153,109.88
营业收入同比增幅	-21.17%	6.27%	-0.21%	-4.27%
应收账款及合同资产余额占当期营业收入比例	12.58%	7.02%	7.56%	9.74%
应收账款周转率（次/年）	9.40	14.16	11.55	11.19

注 1：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额。

注 2：2023 年 1-9 月的应收账款及合同资产余额占当期营业收入比例、应收账款周转率已进行年化处理。

报告期内，公司移动互联网业务的应收账款账面余额与营业收入变动趋势基本匹配，应收账款周转率速度较快。

综上所述，公司应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势相匹配。

（二）公司的信用政策与结算方式

1、工业互联网

公司每年都会对工业互联网业务的新老客户进行一次信用评估，并把客户分为 A 类客户和 B 类客户，其中 A 类客户主要为信用比较好的国企、央企、上市公司等客户，B 类客户为其他客户。公司通常给予 A 类客户 90 天的信用账期，根据供货量或项目进度滚动付款，结算方式主要有银行转账及银行承兑汇票，少量客户使用商业承兑汇票；对于 B 类客户，公司通常要求预付 30% 的货款，发货后 60 天或 90 天内支付余款，结算方式通常为银行转账。

2、移动互联网

在移动互联网业务中，公司与客户采用月结的结算方式，每月 5~10 号与客户核对当月充值明细，核对无误后确认收入。公司通常给予客户 15 天-60 天的信用账期，主要采用银行转账方式结算。公司在收款日核对银行入账情况，对未收到款项及时跟进及催收。

报告期内，公司不存在放宽信用政策的情形。

（三）公司应收账款对应的主要客户情况、账龄结构以及期后回款情况

1、工业互联网

报告期内，公司工业互联网业务应收账款对应的主要客户以及截至 2023 年



年末的期后回款情况如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	期末余额	占工业互联网 应收账款 余额的比例	期后回款率 (注 1)	账龄情况
2023 年 9 月 30 日	1	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	10,028.73	14.80%	100.00%	均在一年以内
	2	BHP Iron Ore Pty Ltd	5,525.94	8.16%	67.55%	均在一年以内
	3	国家能源集团宁夏煤业有限责任公司	4,933.66	7.28%	0.00% (注 2)	1 年以内占比 99.84%
	4	兖矿能源集团股份有限公司	4,896.16	7.23%	92.75%	均在一年以内
	5	Pilbara Iron Company (Services) Pty Ltd	3,233.61	4.77%	88.99%	均在一年以内
		合计	28,618.11	42.24%	74.01%	
2022 年 12 月 31 日	1	中国神华能源股份有限公司神东煤炭分公司	4,989.24	7.78%	100.00%	1 年以内占比 95.41%
	2	Pilbara Iron Company(Services) Pty Ltd	4,407.78	6.87%	100.00%	均在一年以内
	3	Corporacion Nacional del Cobre De Chile	2,224.88	3.47%	100.00%	1 年以内占比 89.71%
	4	日照港机工程有限公司	1,829.12	2.85%	75.09%	均在一年以内
	5	国家电力投资集团有限公司物资装备分公司	1,568.45	2.44%	100.00%	均在一年以内
		合计	15,019.47	23.41%	96.97%	
2021 年 12 月 31 日	1	BHP Billiton Iron Ore	5,723.60	9.22%	100.00%	均在一年以内
	2	Pilbara Iron Company(Services) Pty Ltd	4,090.14	6.59%	100.00%	均在一年以内
	3	欧冶工业品股份有限公司	2,697.81	4.35%	100.00%	均在一年以内
	4	日照港机工程有限公司	2,479.71	3.99%	100.00%	均在一年以内
	5	南京凯盛国际工程有限公司	2,253.08	3.63%	81.69%	均在一年以内
		合计	17,244.34	27.78%	97.61%	
2020 年 12 月 31 日	1	Pilbara Iron Company(Services) Pty Ltd	4,518.31	10.57%	100.00%	均在一年以内
	2	BHP Billiton Iron Ore	1,960.61	4.59%	100.00%	均在一年以内
	3	中交第一航务工程局有限公司	1,805.60	4.22%	100.00%	均在一年以内
	4	神华物资集团有限公司	1,626.10	3.80%	100.00%	1 年以内占比 11.68%；1-2 年 占比 88.32%
	5	山西晋城无烟煤矿业集团有限责任公司	1,536.51	3.59%	100.00%	均在一年以内



时间	序号	客户名称	期末余额	占工业互联网 应收账款 余额的比例	期后回款率 (注 1)	账龄情况
		合计	11,447.13	26.78%	100.00%	

注 1：境外应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日。

注 2：根据国家能源集团宁夏煤业有限责任公司在公开招标文件中确定的付款方式，该客户在公司提供的产品质保期结束后再全额支付货款。截至 2023 年 12 月 31 日，该客户取得的产品仍在质保期内。

报告期各期末，公司工业互联网板块存在部分客户应收账款逾期情况。逾期客户多数为国有企业，相关客户的信用资质未发生不利变化，逾期原因主要系客户的付款审批流程较长。

2、移动互联网

报告期内，公司移动互联网业务应收账款对应的主要客户以及截至 2023 年年末的期后回款情况如下：

单位：万元

时间	序号	客户名称	期末余额	占移动互联网 应收账款余额 的比例	期后 回款率	账龄情况
2023 年 9 月 30 日	1	Apple Inc	9,116.63	55.27%	100.00%	均在一年以内
	2	Google Inc	4,718.39	28.60%	100.00%	均在一年以内
	3	Mover Entertainment Limited	708.13	4.29%	100.00%	均在一年以内
	4	Worldpay(UK) Limited	334.06	2.03%	100.00%	均在一年以内
	5	Onestore Co., Ltd	289.99	1.76%	100.00%	均在一年以内
		合计	15,167.20	91.93%	100.00%	
2022 年 12 月 31 日	1	Apple Inc	3,894.58	34.19%	100.00%	均在一年以内
	2	Google Inc	2,808.78	24.66%	100.00%	均在一年以内
	3	Mover Entertainment Limited	1,475.59	12.95%	100.00%	均在一年以内
	4	Worldpay(UK) Limited	872.55	7.66%	100.00%	均在一年以内
	5	Huawei Services(Hong Kong) Co., Limited	497.11	4.36%	100.00%	均在一年以内
		合计	9,548.61	83.83%	100.00%	
2021 年 12 月 31 日	1	Google Inc	4,358.18	37.74%	100.00%	均在一年以内
	2	Apple Inc	3,284.46	28.44%	100.00%	均在一年以内
	3	Mover Entertainment Limited	1,142.35	9.89%	100.00%	均在一年以内
	4	Onestore Co., Ltd	812.71	7.04%	100.00%	均在一年以内
	5	Huawei Services(Hong	505.30	4.38%	100.00%	均在一年以内



时间	序号	客户名称	期末余额	占移动互联网 应收账款余额 的比例	期后 回款率	账龄情况
		Kong) Co., Limited				
		合计	10,103.00	87.48%	100.00%	
2020 年 12 月 31 日	1	Apple Inc	6,006.21	40.27%	100.00%	均在一年以内
	2	Google Inc	5,506.82	36.92%	100.00%	均在一年以内
	3	Huawei Services(Hong Kong) Co., Limited	975.91	6.54%	100.00%	均在一年以内
	4	Onestore Co., Ltd	903.74	6.06%	100.00%	均在一年以内
	5	Hiho Technology Co., Limited	365.39	2.45%	100.00%	均在一年以内
		合计	13,758.07	92.24%	100.00%	

注：境外应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日。

截至 2023 年年末，公司移动互联网业务主要客户的应收账款期后回款率均为 100%。

综上，报告期内公司两类业务的主要客户的应收账款质量较高，账龄主要在 1 年以内，应收账款期后回款情况整体良好。

（四）公司应收账款的账龄结构、坏账准备计提和期后回款情况

对于划分为账龄组合的应收款项，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，编制应收款项账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

账龄分析法组合 1（工业互联网业务），采用账龄作为信用风险特征：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内	6
1 至 2 年	10
2 至 3 年	30
3 至 4 年	50
4 至 5 年	80
5 年以上	100

账龄分析法组合 2（移动互联网业务），采用账龄作为信用风险特征：

账龄	应收账款计提比例（%）
1 年以内	5
1 至 2 年	10



账龄	应收账款计提比例（%）
2 至 3 年	20
3 年以上	100

报告期各期末，公司应收账款余额的账龄分布情况如下：

单位：万元

2023 年 9 月 30 日				
项目	账面余额	占比	坏账准备	计提比例
账龄组合 1-工业互联网业务客户				
1 年以内	52,611.85	77.65%	3,156.73	6.00%
1 至 2 年	12,842.00	18.95%	1,284.20	10.00%
2 至 3 年	344.19	0.51%	103.26	30.00%
3 至 4 年	413.87	0.61%	206.93	50.00%
4 至 5 年	58.24	0.09%	46.59	80.00%
5 年以上	1,481.77	2.19%	1,481.77	100.00%
合计	67,751.92	100.00%	6,279.49	
账龄组合 2-移动互联网业务客户				
1 年以内	16,423.97	99.55%	821.20	5.00%
1 至 2 年	1.57	0.01%	0.16	10.00%
2 至 3 年	-	-	-	20.00%
3 年以上	72.91	0.44%	72.91	100.00%
合计	16,498.45	100.00%	894.27	
2022 年 12 月 31 日				
项目	账面余额	占比	坏账准备	计提比例
账龄组合 1-工业互联网业务客户				
1 年以内	54,736.68	85.30%	3,284.20	6.00%
1 至 2 年	6,443.60	10.04%	644.36	10.00%
2 至 3 年	53.36	0.08%	16.01	30.00%
3 至 4 年	1,008.71	1.57%	504.36	50.00%
4 至 5 年	275.04	0.43%	220.03	80.00%
5 年以上	1,650.58	2.57%	1,650.58	100.00%
合计	64,167.99	100.00%	6,319.54	-
账龄组合 2-移动互联网业务客户				
1 年以内	11,311.10	99.30%	565.56	5.00%



1 至 2 年	3.43	0.03%	0.34	10.00%
2 至 3 年	0.15	0.00%	0.03	20.00%
3 年以上	75.65	0.66%	75.65	100.00%
合计	11,390.35	100.00%	641.58	-

2021 年 12 月 31 日

项目	账面余额	占比	坏账准备	计提比例
----	------	----	------	------

账龄组合 1-工业互联网业务客户

1 年以内	55,457.39	89.33%	3,327.44	6.00%
1 至 2 年	3,053.32	4.92%	305.33	10.00%
2 至 3 年	1,265.21	2.04%	379.56	30.00%
3 至 4 年	435.16	0.70%	217.58	50.00%
4 至 5 年	219.77	0.35%	175.82	80.00%
5 年以上	1,649.38	2.66%	1,649.38	100.00%
合计	62,080.23	100.00%	6,055.11	-

账龄组合 2-移动互联网业务客户

1 年以内	11,256.35	97.47%	562.82	5.00%
1 至 2 年	0.19	0.00%	0.02	10.00%
2 至 3 年	216.46	1.87%	43.29	20.00%
3 年以上	75.62	0.65%	75.62	100.00%
合计	11,548.62	100.00%	681.75	-

2020 年 12 月 31 日

项目	账面余额	占比	坏账准备	计提比例
----	------	----	------	------

账龄组合 1-工业互联网业务客户

1 年以内	34,962.55	81.78%	2,097.75	6.00%
1 至 2 年	5,079.30	11.88%	507.93	10.00%
2 至 3 年	594.44	1.39%	178.33	30.00%
3 至 4 年	287.13	0.67%	143.57	50.00%
4 至 5 年	312.27	0.73%	249.81	80.00%
5 年以上	1,517.09	3.55%	1,517.09	100.00%
合计	42,752.79	100.00%	4,694.49	-

账龄组合 2-移动互联网业务客户

1 年以内	14,605.43	97.92%	730.27	5.00%
1 至 2 年	221.53	1.49%	22.15	10.00%



2 至 3 年	-	-	-	20.00%
3 年以上	88.77	0.60%	88.77	100.00%
合计	14,915.74	100.00%	841.20	-

从应收账款账龄结构来看，报告期各期末，公司应收账款账龄在 1 年以内的账面余额占各期末应收账款账面余额比例分别为 85.95%、90.61%、87.41%和 81.94%，不存在重大可回收风险。

报告期各期末，公司分业务类型的应收账款余额和截止 2023 年年末的期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2023.9.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	应收账款 余额	期后回款 比例	应收账款 余额	期后回款 比例	应收账款 余额	期后回款 比例	应收账款 余额	期后回款 比例
工业互联网	67,751.92	65.78%	64,167.99	87.80%	62,080.23	92.43%	42,752.79	95.84%
移动互联网	16,498.45	99.40%	11,390.35	99.34%	11,548.62	99.37%	14,915.74	99.44%
合计	84,250.37	72.36%	75,558.34	89.54%	73,628.85	93.52%	57,668.53	96.77%

注：应收账款回款率计算的截止时点为 2023 年 12 月 31 日。

报告期内，公司两类业务的应收账款期后回款情况整体良好。

（五）公司合同资产的减值准备计提情况

报告期内，公司对合同资产的计提减值方法，与应收账款的处理方法一致，已充分计提减值准备。报告期各期末，公司合同资产账面余额及减值准备计提情况如下：

（五）公司合同资产的减值准备计提情况

报告期内，公司对合同资产的计提减值方法，与应收账款的处理方法一致，已充分计提减值准备。报告期各期末，公司合同资产账面余额及减值准备计提情况如下：

单位：万元

项目	2023.9.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
账面余额	7,573.99	5,192.91	-	-
减值准备	989.74	312.80	-	-
账面价值	6,584.25	4,880.11	-	-



报告期内，公司合同资产的账面余额分别为 0、0、5,192.91 万元和 7,573.99 万元，主要为应收质量保证金。因应收质保金需在按约履行完毕质保义务后收取，在此之前不具有无条件收款权，公司于 2022 年起执行新收入准则，将应收质保金重分类为合同资产。

（六）同行业公司情况

1、应收账款周转率

报告期内，公司应收账款周转率与同行业公司比较情况如下：

单位：次/年

同行业公司	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
双箭股份	未披露	3.93	3.82	4.24
三维股份	未披露	3.19	3.00	1.95
三力士	未披露	9.16	10.43	11.10
输送带业务行业平均	未披露	5.42	5.75	5.76
三七互娱	未披露	11.94	13.06	11.44
游族网络	未披露	3.11	3.93	5.06
电魂网络	未披露	14.39	10.43	9.37
恺英网络	未披露	4.35	3.61	2.29
移动网络游戏行业平均	未披露	8.45	7.76	7.04
宝通科技	4.03	4.37	4.20	4.79
宝通科技-工业互联网	2.90	2.59	2.35	2.68
宝通科技-移动互联网	9.40	14.16	11.55	11.19

注 1：应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额。

注 2：2023 年 1-9 月数据已进行年化处理。

注 3：同行业公司数据的来源为上市公司披露的定期报告。

报告期内，公司工业互联网业务的应收账款周转率低于同行业平均水平。三力士的应收账款周转率远高于行业平均水平，主要由于三力士的产品销售主要采用经销模式，销售的回款速度更快，而公司与双箭股份、三维股份主要采用直销模式。公司的应收账款周转率略低于双箭股份、三维股份，主要是由于公司工业互联网业务主要聚焦国企、上市公司、国际知名企业等信用资质良好、市场影响力大的头部客户，客户集中度较高。该类客户的话语权较强，回款速度相对较慢。

2、应收账款坏账准备计提

工业互联网业务中，公司与同行业上市公司应收账款坏账准备计提比例无重



大差异，具体情况如下：

账龄	双箭股份	三维股份	三力士	公司
1 年以下	5%	5%	5%	6%
1 至 2 年	10%	10%	20%	10%
2 至 3 年	20%	20%	30%	30%
3 至 4 年	30%	30%	80%	50%
4 至 5 年	50%	50%	80%	80%
5 年以上	100%	100%	100%	100%

注：上述同行业公司应收账款坏账准备计提比例取自年度报告或招股说明书。

移动互联网业务中，公司与同行业上市公司应收账款坏账准备计提比例无重大差异，具体情况如下：

单位：%

账龄	三七互娱	游族网络	电魂网络	恺英网络	公司
1 年以下	5%	-	5%	1%	5%
1 至 2 年	10%	10%	10%	10%	10%
2 至 3 年	30%	50%	20%	50%	20%
3 至 4 年	50%	100%	100%	100%	100%
4 至 5 年	80%	100%	100%	100%	100%
5 年以上	100%	100%	100%	100%	100%

注：上述同行业公司应收账款坏账准备计提比例取自年度报告或招股说明书。

综上，公司与同行业上市公司应收账款坏账计提政策不存在重大差异，已充分计提应收账款坏账准备。

3、合同资产跌价准备计提

报告期内，公司对合同资产的计提减值方法，与应收账款的处理方法一致，已充分计提坏账准备。根据同行业上市公司 2023 年半年度报告，同行业上市公司对合同资产计提减值方式如下：

同行业公司	合同资产计提减值方式
双箭股份	采用账龄分析法计提坏账准备，与应收账款减值准备计提政策一致
三维股份	采用账龄分析法计提坏账准备，与应收账款减值准备计提政策一致
三力士	未披露

注：同行业公司信息取自定期报告。

公司对合同资产计提减值方式与同行业上市公司一致，符合行业惯例。



综上，公司工业互联网业务应收账款的账面余额较高主要由于行业和客户特性所致，应收账款周转率低于行业平均水平主要是由于公司的销售模式和客户结构与同行业公司存在差异，应收账款及合同资产的账面余额与营业收入变动趋势整体匹配，不存在放宽信用政策的情形，应收账款和合同资产已充分计提减值准备。公司移动互联网业务应收账款的账面余额较低，应收账款的账面余额与营业收入变动趋势整体匹配，不存在放宽信用政策的情形，应收账款已充分计提减值准备，不涉及合同资产。

二、分业务列式发行人营业成本、存货账面价值、存货平均余额及存货周转率，说明存货周转率的具体计算过程，在移动互联网业务不存在存货的情况下，存货周转率的计算是否与业务口径相匹配，剔除移动互联网业务成本后的存货周转率是否与同行业可比公司平均水平存在差异，相关信息披露是否真实、准确；

（一）公司存货周转率的具体计算过程

报告期内，公司存货周转率的具体计算过程如下：

单位：万元、次/年

项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
营业成本	149,604.56	197,044.43	162,185.29	156,092.09
存货账面价值	34,505.99	32,962.68	27,937.05	26,172.75
存货账面余额	35,263.59	33,727.88	28,935.26	26,926.93
存货平均余额	34,495.73	31,331.57	27,931.09	25,473.04
存货周转率	5.78	6.29	5.81	6.13

注 1：存货周转率=营业成本/存货平均余额。

注 2：存货平均余额=（当期期末存货账面余额+上期期末存货账面余额）/2。

注 3：2023 年 1-9 月数据已进行年化处理。

（二）公司营业成本、存货账面价值、存货平均余额及存货周转率

1、工业互联网

单位：万元、次/年

项目	2023.9.30/ 2023 年 1-9 月	2022.12.31/ 2022 年度	2021.12.31/ 2021 年度	2020.12.31/ 2020 年度
营业成本	101,285.38	114,848.63	85,543.20	73,546.21
存货账面价值	34,505.99	32,962.68	27,937.05	26,172.75
存货账面余额	35,263.59	33,727.88	28,935.26	26,926.93
存货平均余额	34,495.73	31,331.57	27,931.09	25,473.04
存货周转率	3.91	3.67	3.06	2.89



注 1：存货周转率=营业成本/存货平均余额。

注 2：存货平均余额=（当期期末存货账面余额+上期期末存货账面余额）/2。

注 3：2023 年 1-9 月数据已进行年化处理。

报告期内，公司工业互联网业务的存货周转率持续提升，主要原因为公司工业互联网业务的销售收入持续增长、下游客户需求强劲以及公司生产基地与仓库的自动化水平持续提高。

2、移动互联网

报告期内，公司移动互联网业务的营业成本分别为 82,545.89 万元、76,642.09 万元、82,195.80 万元和 48,319.18 万元，不涉及存货。

（三）同行业公司情况

报告期内，公司存货周转率与同行业公司比较情况如下：

单位：次/年

同行业公司	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
双箭股份	未披露	4.20	4.24	4.32
三维股份	未披露	6.23	5.96	3.11
三力士	未披露	2.23	2.76	2.52
输送带业务行业平均	未披露	4.22	4.32	3.32
宝通科技-工业互联网	3.91	3.67	3.06	2.89

注 1：存货周转率=营业成本/存货平均余额。

注 2：存货平均余额=（当期期末存货账面余额+上期期末存货账面余额）/2。

注 3：2023 年 1-9 月数据已进行年化处理。

报告期内，公司工业互联网业务的存货周转率高于上市公司三力士，低于双箭股份和三维股份。上述存货周转率的计算与业务口径相匹配，剔除移动互联网业务成本后的存货周转率与同行业公司平均水平不存在重大差异。



三、结合游戏业务的行业政策、业务模式、收入确认周期、与主要客户的合作情况等，披露发行人移动互联网业务业绩下滑的具体情况，相关影响因素是否持续、是否缓解或消除，是否与同行业一致，同行业可比游戏公司范围选取是否合理，基于用户生命周期的收入确认模型的具体计算方式是否合理，量化分析相关因素对发行人可能产生影响的区间或范围，发行人的应对措施及有效性，结合发行人移动互联网具体产品类型、定价方式、销售模式等，分析说明移动互联网毛利率低于同行业公司原因；

（一）游戏行业政策

2021年3月，十三届全国人大四次会议通过的《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》，提出“十四五”期间，我国要实施文化产业数字化战略，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”，加强国家文化出口基地建设。

2021年8月，国家新闻出版署发布《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》，要求严格限制向未成年人提供网络游戏服务的时间，所有网络游戏企业仅可在周五、周六、周日和法定节假日每日20时至21时向未成年人提供1小时服务，其他时间均不得以任何形式向未成年人提供网络游戏服务。严格落实网络游戏用户账号实名注册和登录要求，不得以任何形式向未实名注册和登录的用户提供游戏服务。

2022年8月，商务部等27部门联合印发《关于推进对外文化贸易高质量发展的意见》，提出聚焦推动文化传媒、网络游戏、动漫、创意设计等领域发展，开展优化审批流程改革试点，扩大网络游戏审核试点，创新事中事后监管方式。

2023年10月，国务院公布《未成年人网络保护条例》，这是我国出台的第一部专门性的未成年人网络保护综合立法，重点就规范网络信息内容、保护个人信息、防治网络沉迷等作出规定。该条例规定了有关政府部门和学校、家庭、行业组织、新闻媒体等各方主体的责任，明确了网络产品和服务提供者、个人信息处理者、智能终端产品制造者和销售者等的保护义务。

2023年10月，国家新闻出版署发布《关于实施网络游戏精品出版工程的通知》，要求坚持精品化发展方向，发挥优秀作品引领示范作用，加强组织规划引导，推选一批价值导向正确、富有文化内涵、寓教于乐的网络游戏精品，让正能量成为网络游戏发展主基调。该通知旨在加强网络游戏正向引领，推动网络游戏



弘扬真善美、传播正能量，促进游戏产业健康有序发展。

随着未成年保护、防沉迷制度的落地和完善，我国游戏产业逐步告别“野蛮生长”，肩负起更加重要的历史使命。相关行业政策的出台有助于网络游戏行业的规范运行，有利于提升网络游戏行业整体游戏产品的质量，推动行业持续发展。公司具有较强的发行和运营能力，上述政策未对公司移动互联网业务产生不利影响。

（二）公司游戏业务模式

报告期内，公司的移动互联网业务主要由公司子公司易幻网络和海南高图开展。

易幻网络移动网络游戏的海外区域化发行与运营业务的运营模式包括代理运营模式和联合运营模式。在代理运营模式下，公司通过与游戏开发商合作，取得某款游戏产品在特定区域的独家代理授权，由公司负责该款游戏在特定区域的各项运营工作，包括市场推广、信息反馈、运营控制、服务器支持和支付渠道支持等多项工作，承担运营成本并取得运营收入，同时按协议向游戏开发商支付游戏代理授权金和一定比例的分成款。在联合运营模式下，公司在取得游戏开发商某款游戏产品在特定区域的独家代理授权后，与该区域的本土游戏运营商合作（简称“联运商”），由联运商负责各项运营工作，承担运营成本并取得运营收入，公司按照协议向联运商收取一定比例的分成款，同时向游戏开发商支付游戏代理授权金和一定比例的分成款。

海南高图全球研运一体业务的运营模式为自主运营，公司通过自主研发或代理的方式获得游戏产品的运营权，利用自有或第三方渠道发布并运营。公司全面负责游戏的运营、推广与维护，提供游戏上线的推广、在线客服及充值收款的一管理服务，并根据用户和游戏实时反馈信息。

报告期内，公司游戏业务模式未发生重大变化。

（三）收入确认周期

公司采用基于用户生命周期的收入确认模型。用户生命周期是指用户在游戏内的活跃周期，即首次登录和末次登录之间的时长，具体计算方式为通过统计所有用户首次和最后一次登录之间的时长，按其平均值估计用户生命周期。用户当月的游戏充值金额需要在用户生命周期内均匀分摊，公司将分摊至当月的充值金



额确认为当月收入，剩余部分递延到以后期间分摊确认。

报告期内，公司移动互联网业务的收入确认周期未发生变化。

（四）公司与主要客户的合作情况

在移动互联网业务中，公司与客户之间签署的合同主要为开发者发行协议，开发者通过 Google Play、App Store 等应用程序在线发布平台（以下简称“应用商店”）发布产品，须同意 Google、Apple 公开的开发者发行协议。开发者在应用商店注册后，可以通过应用商店发布产品以供用户下载及购买，同时可向产品使用者收取费用。

报告期内，公司及其控股子公司与移动互联网业务主要客户签署的协议如下：

序号	客户名称	主要内容	结算方式	合同期间
1	Google Inc	开发人员在 Google Play 发布产品，可以向产品使用者收取费用，Google 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
2	Apple Inc	开发人员在 App Store 发布产品，可以向产品使用者收取费用，Apple 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
3	Onestore Co., Ltd	开发人员在 Onestore 商城发布产品，可以向产品使用者收取费用，Onestore 收取渠道费用	向用户收费，并扣除平台服务费	长期
4	Worldpay (UK) Limited	玩家在游戏中可选择的支付渠道方式，开发人员通过 Worldpay 向产品使用者收取费用，Worldpay 收取支付渠道费用	向用户收费，并扣除支付渠道费	长期

报告期内，公司移动互联网业务中与客户签署的合同主要为长期协议，无需定期重新签署。当客户计划对协议条款进行调整时，会在系统中通知公司进行查阅和签署。

（五）公司移动互联网业务业绩下滑的具体情况，相关影响因素是否持续、是否缓解或消除，是否与同行业一致

报告期内，公司移动互联网业务的业务模式、收入确认周期、与主要客户的合作情况均未发生显著改变，行业政策也未对公司业务产生不利影响。导致公司 2022 年移动互联网业务业绩下滑的具体因素及其变化情况请参见本回复之“问题 3/一、结合导致 2022 年亏损的具体因素、公司所处行业发展情况、主要产品毛利率波动情况、成本费用变化情况、同行业可比公司业绩等，说明相关影响因素在 2023 年的改善情况，相关影响因素是否已消除或已缓解，是否对公司生产



经营和本次募投项目实施产生重大不利影响”。

（六）基于用户生命周期的收入确认模型的具体计算方式是否合理

公司基于用户生命周期的收入确认模型是以代理运营、自主运营的所有游戏产品用户生命周期为基础对收入进行分摊。用户生命周期是指用户在游戏内的活跃周期，即首次登录和末次登录之间的时长，具体计算方式为通过统计所有用户首次和最后一次登录之间的时长，按其平均值估计用户生命周期。报告期内，公司所有游戏产品用户生命周期测算情况如下：

时间	用户在游戏内的活跃周期分布				
	1个月	2个月	3个月	4个月	4个月以上
2022年末	87.98%	3.43%	1.74%	1.16%	5.70%
2021年末	87.83%	3.47%	1.75%	1.18%	5.77%
2020年末	87.91%	3.56%	1.77%	1.19%	5.56%

公司每年按照上年确定的用户生命周期确认收入，每年年末进行用户生命周期的测算复核，如用户生命周期发生重大变化则进行调整。由上表可见，公司运营的游戏产品用户的生命周期结构稳定，报告期内未发生重大变化。

根据同行业上市公司 2023 年半年度报告，同行业上市公司在承担主要运营责任的模式下，收入确认原则如下：

公司简称	收入确认原则
三七互娱	（1）在自主运营模式下，公司全面负责游戏的运营、推广与维护，提供游戏上线的广告投放、在线客服及充值收款的统一管理，公司是主要责任人，因此按总额法确认收入。游戏玩家直接在前述渠道注册并进入游戏，通过对游戏充值获得游戏内的虚拟货币，使用虚拟货币进行游戏道具的购买，公司在游戏玩家消耗虚拟货币购买游戏道具并取得游戏道具时，将游戏玩家实际充值并已消费的金额确认为营业收入。 （2）在第三方联合运营模式下，公司与第三方游戏运营公司或游戏应用平台负责各自渠道的管理，如运营、推广、充值收款以及计费系统等。公司根据与第三方游戏运营公司或游戏应用平台的合作协议，计算的分成金额，在双方结算且核对无误后确认为营业收入。
游族网络	（1）自主运营收入： 1）不能够区分长期性和消耗性道具。于游戏玩家在游戏产品中实际使用其购买的虚拟游戏货币时确认营业收入。 2）能够区分长期性和消耗性道具。于游戏玩家在游戏产品中将其购买的虚拟游戏货币购买不同道具类型时分别采用以下方式确认营业收入： A.对于游戏玩家购买的消耗性道具所使用的虚拟游戏货币，在该虚拟货币于游戏产品中实际使用时确认营业收入。 B.对于游戏玩家购买的长期性道具所使用的虚拟游戏货币，在该游戏产品的玩家生命周期内采用直接法摊销并确认营业收入。 （2）联合运营收入：一般联合运营。根据合作运营的其他游戏运营商定期



公司简称	收入确认原则
	提供的核对数据确认营业收入。
恺英网络	(1) 自主运营收入：以自玩家收取的充值款项总额作为交易价格，初始确认为合同负债，后续根据各游戏产品付费玩家的预计生命周期分摊确认收入。 (2) 联合运营收入：以自联合运营商处取得的分成款作为交易价格，初始确认为合同负债，后续根据各游戏产品付费玩家的预计生命周期分摊确认收入。 (3) 授权运营收入：主要指与运营商合作取得的收入，包括：网络游戏授权金收入和营业分成收入，具体确认方法如下： ①授权金收入的确认：本公司将从运营商处收取的授权金收入初始确认为合同负债，按网络游戏的可使用经济年限或合同约定的许可期间（以较短者为准）分期确认收入。 ②营业分成收入的确认：本公司以自运营商处取得的分成款作为交易价格，根据合同约定的履约进度确认收入。
电魂网络	(1) 自主运营：采用道具收费模式，游戏玩家可以免费体验公司在线运营的网络游戏的基本功能，只有游戏玩家购买游戏中的虚拟道具可增强用户游戏体验等时才需要支付费用。游戏玩家在公司游戏平台上购买的虚拟道具包括即时型道具、固定使用期限道具以及无固定使用期限道具包括可多次使用道具和可永久使用道具。即时型道具为可一次性为某特定角色使用的虚拟道具，固定使用期限道具为可在某一特定时间段为某特定角色使用的虚拟道具，无固定使用期限道具为某游戏玩家账户在游戏生命周期内或规定使用次数内可持续使用的虚拟道具。 (2) 授权经营：对一次性收取的版权金于协议约定的受益期间内按直线法摊销确认营业收入；对授权运营商将其在游戏运营中取得的收入按协议约定的比例分成给公司部分，在双方核对数据确认无误后，公司确认营业收入。 (3) 联合运营：采用基于玩家生命周期的收入确认方法，将玩家兑换游戏币的金额扣除分成给游戏开发商后的余额或者取得的分成款项按照游戏的玩家生命周期摊销确认收入。
掌趣科技	自主运营和联合运营模式下，公司负责游戏产品的运营、维护和推广等，承担主要责任。游戏玩家通过充值直接购买道具，或者通过充值获得游戏虚拟货币并使用虚拟货币购买游戏道具。游戏玩家的充值或者使用虚拟货币购买道具的金额，按照最终游戏玩家直接消费的金额或与第三方联运平台结算金额确定。公司将虚拟游戏道具分为消耗型道具和永久性道具，对不同的道具类型采用不同的收入确认方法：a、对于消耗型道具，于游戏道具消耗时确认为收入；b、对于永久性道具，按照付费用户的用户生命周期进行分摊。如难以区分道具的性质，则视同为永久性道具进行处理。对应的分成成本按照相应的模式计入合同履约成本和营业成本中。
昆仑万维	(1) 在自主运营模式下，本公司独立进行游戏产品的研发和运营，按照道具消耗金额确认收入。 (2) 在代理运营模式下，根据协议约定，本公司承担主要运营责任，按照总额法，采用基于用户生命周期的收入确认模型，将用户兑换游戏币的金额按照用户生命周期分摊确认收入。

注：同行业公司数据的来源为上市公司披露的 2023 年半年度报告。

如上表所示，游戏行业主要上市公司中除三七互娱外，其他公司均部分采用了在用户生命周期内分摊确认收入的方法。



公司运营的游戏产品主要为代理游戏产品，游戏产品的道具、装备由游戏研发商设计和开发，道具和装备的价格也主要由游戏研发商设定和管理。作为移动网络游戏运营商，公司的收入主要通过游戏平台的流水分成产生，公司的后台数据库没有保留各游戏的道具、装备价格信息以及游戏客户的游戏消费数据。

公司的后台系统中保存了用户完整的登录、充值等数据记录，而未保存用户消费、道具购买等数据记录，因此公司采用基于用户生命周期的收入确认模型，将用户充值的金额按照用户生命周期分摊确认收入。游戏行业上市公司中，恺英网络自主运营和联合运营模式下的收入确认原则以及昆仑万维代理运营模式下的收入确认原则和公司一致。

综上所述，公司基于用户生命周期进行收入确认的原则与同行业公司不存在重大差异。公司运营的游戏产品用户的生命周期结构稳定，报告期内未发生重大变化，基于用户生命周期的收入确认模型的具体计算方式合理。

（七）量化分析相关因素对发行人可能产生影响的区间或范围，发行人的应对措施及有效性

公司移动互联网业务业绩下滑的主要原因为行业内获客成本提高、游戏推广费大幅度增加和游戏上线后销售情况不及预期。报告期内，公司的业务模式、收入确认周期、与主要客户的合作情况未发生显著变化，目前游戏行业的相关政策已逐步完善，未来对公司的影响有限。

国内移动游戏市场与出海市场实际销售收入和行业内的获客成本预计将继续对公司移动互联网业务产生影响，对利润影响的测算具体如下：

对利润的影响 (万元)		市场规模增长率				
		-10%	-5%	0%	5%	10%
推广 费增 长率	-10%	-9,202.87	1,084.53	7,033.81	15,152.15	23,270.50
	-5%	-12,719.78	-4,601.44	3,516.91	11,635.25	19,753.59
	0%	-16,236.68	-8,118.34	-	8,118.34	16,236.68
	5%	-19,753.59	-11,635.25	-3,516.91	4,601.44	12,719.78
	10%	-23,270.50	-15,152.15	-7,033.81	1,084.53	9,202.87

注：①假设移动互联网业务毛利率与2022年保持一致，对利润的影响以2022年移动互联网业务收入为基础测算；②假设移动互联网业务收入增速与市场规模保持一致；③推广费增长率指的是相对2022年推广费的变化幅度。

根据上表中的测算结果，国内移动游戏市场与出海市场实际销售收入、行业



内的获客成本对公司净利润的影响较为显著。

2023 年，公司对过往的游戏线上推广工作进行了总结分析，全面优化了游戏推广策略和内部组织架构，游戏推广管理制度更加严谨科学，致力于提高推广费的收入转换效果。同时，公司在选择代理运营游戏时公司也更加谨慎，优化游戏运营支出。公司的上述应对措施具有针对性和有效性。

（八）公司移动互联网业务的具体产品类型、定价方式、销售模式

1、主要产品类型

序号	游戏类型	类型简介	代表作品
1	战争策略类	一个或多个玩家对一场战役或整个战争进行模拟	《War and Magic》《三国群英传》 《君临天下》
2	角色扮演类	玩家负责扮演一个或多个角色，并通过一系列的行动令所扮演的角色成长	《Dragon Storm Fantasy》《魔力宝贝》 《Kingdom: Flames of War》
3	模拟经营类	玩家扮演特定领域的经营者，不断将该领域发展壮大	《King's Throne》《大清天下》
4	卡牌类	玩家按照一定的规则，对不同类型的卡牌进行灵活运用	《Bloodline: Heroes of Lithas》《浮空秘境》 《魔镜物语》

报告期内，公司移动互联网业务的产品类型未发生显著变化。

2、定价方式

公司游戏产品的定价主要分为虚拟道具定价和游戏币定价两部分。

虚拟道具定价方面，公司运营的游戏以代理游戏为主，仅参与自研游戏的虚拟道具定价。虚拟道具的价格主要是在游戏开发的过程中确定，游戏开发商会先为特定虚拟道具定价，然后以该道具的价格为基准，结合其他道具的稀有程度、玩家需求量等因素分别进行定价。

游戏币定价方面，公司作为游戏运营商，会基于游戏开发商提供的定价方案，并结合同类型游戏的定价策略、发行地区的玩家支付能力、玩家留存率预估等因素，最终决定游戏币的价格。整体的定价原则是，同一款游戏的相同道具在消费水平接近的市场中价格也接近。

报告期内，公司移动互联网业务的定价方式未发生显著变化。

3、销售模式

报告期内，公司移动互联网业务的定价方式未发生显著变化。请参见本回复“问题 4/三/（二）公司游戏业务模式”。



（九）同行业可比游戏公司的选取方式以及公司毛利率较低的原因

结合 A 股游戏行业上市公司披露的公开信息以及证券公司发布的研究报告，与发行人业务存在相关性的游戏公司主要包括三七互娱、掌趣科技、游族网络、完美世界、巨人网络、电魂网络和恺英网络。根据上市公司披露的 2022 年年度报告信息，以上 7 家游戏公司的业务情况如下：

公司简称	可比业务	业务模式	具体说明
三七互娱	移动游戏	自研+代理	未披露自研游戏和代理游戏的比例。子公司三七互娱（上海）科技有限公司主要业务为移动游戏发行和运营，2022 年度收入为 163.69 亿元。2021 年，三七互娱入选 App Annie 发布的年度全球 52 强发行商榜单。
游族网络	移动游戏	自研+代理	已上线 10 款产品，其中 8 款为自研，2 款为代理。2021 年，游族网络入选 App Annie 发布的年度全球 52 强发行商榜单。
电魂网络	移动端游戏	自研+代理	主要运营 6 款手游，其中 4 款为自研，2 款为代理。
恺英网络	移动游戏	自研+代理	未披露自研游戏和代理游戏的比例。游戏发行业务是恺英网络的两大业务板块之一。
掌趣科技	移动终端游戏	自研	未提及代理游戏。
完美世界	移动网络游戏	自研	以自研游戏为主，年报仅涉及一个即将发行的代理游戏也是其参控股公司研发。
巨人网络	移动端网络游戏	自研	公司最主要的两条产品线“征途”系列和“球球大作战”均为自研游戏，未提及代理游戏。

注：数据来源为上市公司披露的 2022 年年度报告。

由于发行人移动互联网业务中运营的游戏来源以代理游戏为主，因此选取业务模式中包含代理游戏的三七互娱、游族网络、电魂网络和恺英网络作为同行业可比公司。

报告期内，公司移动互联网业务的毛利率低于同行业公司，主要是由于公司移动游戏业务以代理运营模式为主，游戏来源主要为合作的游戏开发商，营业成本构成中包含开发商分成和授权金分摊成本，而同行业公司的游戏来源以自研游戏为主。

四、结合自主运营和联合运营收入、各款游戏充值用户数量及季度充值流水的对比情况、异常频繁充值用户核查情况、游戏业务系统的稳定性和充值数据是否可靠性等，说明游戏业务是否存在刷单的情形、游戏业务收入是否真实准确；

（一）公司自主运营和联合运营收入

报告期内，公司部分游戏同时采用自主运营和联合运营模式。为比较公司的



自主运营和联合运营收入情况，以下选取发行人报告期各期销售收入前五的主要游戏中同时采用自主运营和联合运营模式并且首次上线时间在 2022 年及之前的游戏，前述游戏的联合运营收入占比情况如下：

业务类型	2023 年 1-9 月	2022 年	2021 年	2020 年
King's Throne	0.12%	0.23%	0.05%	-
War and Magic	1.00%	0.79%	0.81%	0.47%
Kingdom: Flames of War	3.83%	0.62%	2.00%	2.14%
Dragon Storm Fantasy	0.26%	0.36%	0.24%	1.46%
魔力宝贝：旅人	7.81%	10.80%	-	-
伊苏 VI：纳比斯汀的方舟	6.88%	4.61%	1.72%	-
食物语	2.35%	0.93%	1.22%	2.09%

报告期内，发行人上述游戏的联合运营收入整体占比较低，整体趋势稳定，无明显异常。

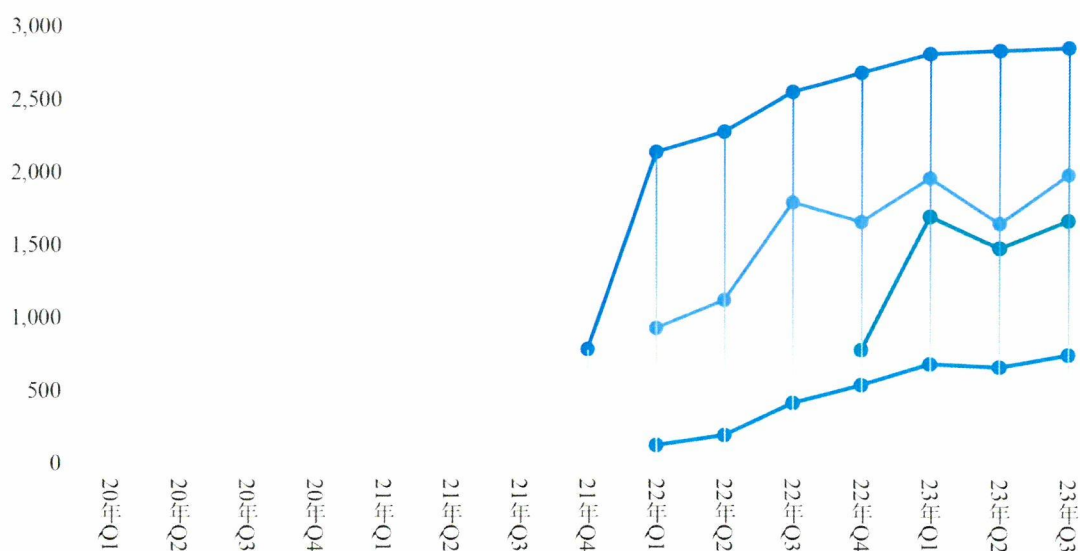
（二）公司各款游戏充值用户数量及季度充值流水的对比情况

季度 ARPU 值（ $ARPU = \text{充值流水} / \text{付费用户数}$ ）可以反映公司各款游戏充值用户数量及季度充值流水的对比情况，也是衡量公司游戏用户的付费意愿以及游戏业务的盈利能力的重要指标。以下选取发行人报告期各期销售收入前五的主要游戏中首次上线时间在 2022 年及之前的游戏，前述游戏在报告期内季度 ARPU 值的变化情况如下：

1、ARPU 值呈现上升态势的游戏

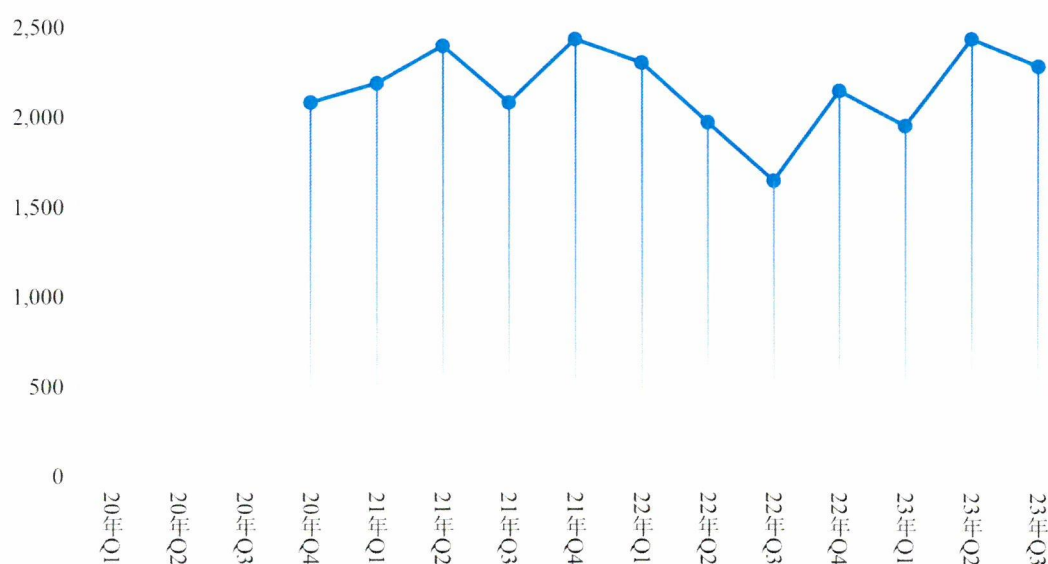
报告期内，发行人旗下 4 款主要游戏的 ARPU 值呈现上升态势，包括《伊苏 VI：纳比斯汀的方舟》《魔力宝贝：旅人》《剑侠世界 3》《Bloodline: Heroes of Lithas》。前述 4 款游戏的上线时间相对较短，随着时间的推移，游戏内的低付费意愿的用户逐渐流失，留存下来的玩家付费意愿较强，游戏的 ARPU 值逐步上升。





2、ARPU 值呈现波动变化的游戏

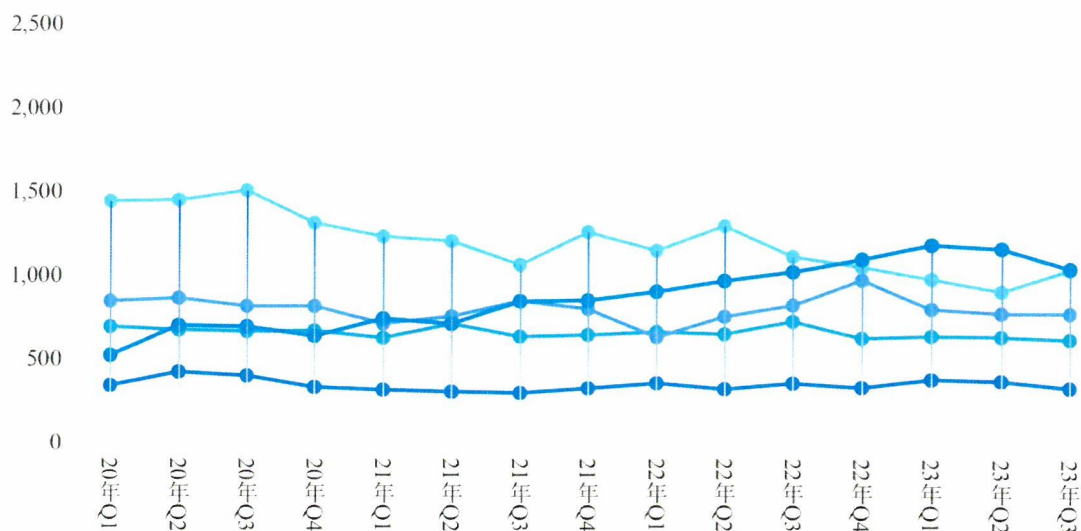
报告期内，发行人旗下游戏《Kingdom: Flames of War》的 ARPU 值呈现波动变化，主要由于该游戏上线了新版本、游戏内容快速更新以及公司开展促销活动所致。



3、ARPU 值较为稳定的游戏

报告期内，发行人旗下 5 款主要游戏的 ARPU 值较为稳定，包括《食物语》《龙之怒吼》《三国群英传》《War and Magic》《King's Throne》。前述 5 款游戏的上线时间较早，用户群体相对稳定，ARPU 值也较为稳定。





报告期内，公司各款主要游戏的充值用户数量与季度充值流水相匹配，趋势变化均具有合理性。

（三）异常频繁充值用户核查情况

由于游戏业务具备订单平均价格低、订单量大和客户分布广泛等特点，发行人主要依赖信息系统对游戏业务收入进行内部控制，江苏天衡管理咨询有限公司信息系统审计团队（以下简称“IT 审计机构”）对公司 2020 年度至 2022 年度的信息系统及相关内部控制的设计是否合理、执行是否有效进行了专项核查，出具了信息系统风险管理专项咨询报告。

IT 审计机构对相关订单的订单系统数据、玩家的 IP 地址、上线时长、充值金额与角色等级等数据进行了比较分析，确认相关玩家不存在频繁充值、或是充值金额、在线时长和游戏等级不匹配等异常情形。

经核查，报告期内公司不存在异常频繁充值用户。

（四）游戏业务系统的稳定性和充值数据是否可靠，游戏业务是否存在刷单的情形、游戏业务收入是否真实准确

报告期内，发行人主要依赖信息系统对游戏发行收入进行内部控制，IT 审计机构对公司 2020 年度至 2022 年度的信息系统及相关内部控制的设计是否合理、执行是否有效进行了专项核查，出具了信息系统风险管理专项咨询报告。

1、IT 审计的核查依据及方法

IT 审计机构按照《企业内部控制基本规范》《企业内部控制配套指引》《企业内部控制应用指引第 18 号—信息系统》等专业标准和准则，对发行人核心业



务系统的一般控制与应用控制进行评估,对其报告期内与财务报告相关的核心业务数据执行分析程序。

控制层面	核查目的	控制领域
信息系统一般控制	通过一般控制测试,了解公司信息系统控制环境,识别薄弱控制点,评估并汇报发现问题及其影响。	
信息系统应用控制	通过应用控制测试,了解公司核心业务系统关键业务循环,识别薄弱控制点,评估并汇报发现问题及其影响。	汇率管理、资金管理)
数据流转过程验证	通过执行穿行测试,查看公司主要业务系统数据库地址、数据结构,了解业务数据的存储与流转规则,测试数据记录是否准确。	
财务报表相关的业务数据核对程序	验证业务数据的完整性与准确性;了解数据存储质量,为数据分析提供基础。	

IT 审计在审前调查时所采用的技术方法主要有:问卷调查表法、会议座谈法、实地查看法,掌握易幻网络、海南高图的信息系统基本概况。对系统分析时采用的技术方法主要有:资料审阅法、流程图检查法、数据核对法、模拟操作法,对信息系统的安全性、可靠性和健壮性进行评估。对数据库业务数据分析时采用的技术方法主要有:SQL 语句查询法、勾稽关系验证法、横纵向比较法、量本利分析法等,重点审查业务数据的真实性、完整性和效益性。

2、IT 审计过程与依据

(1) 信息系统一般控制

IT 审计通过访谈开发工程师、实际查看资料等方式,对以下审计项目与测试点进行了核查:

分类	审计项目	测试点
IT 组织	1) 是否设立了 IT 治理委员会或类似组织,负责 IT 治理工作,并明确了治理委员会的职责。	1) IT 治理委员会章程; 2) IT 治理委员会会议纪要
IT 岗位及人员	2) 是否明确 IT 部门职责,并落实各 IT 人员岗位职责。是否对关键岗位设置了主岗和备岗。	1) IT 部门组织机构图、IT 部门及岗位职责说明; 2) 明确主岗备岗的工作职责
	3) 安全管理员是否兼任网络管理员、系统管理员、数据库管理员。	1) IT 部门组织机构图、IT 部门及岗位职责说明; 2) 技术中心组织图
	4) 是否有对技术部门人员的年度培训计划,并根据计划实施。	1) 培训计划及培训课程; 2) 月度培训分享
IT 规划	5) 是否根据公司发展需要制定中长期的 IT 规划。	1) 技术明年规划; 2) 年度技术总结; 3) 运维明年规划; 4) 年度运维总结



分类	审计项目	测试点
IT 风控	6) 是否建立信息技术项目外包管理规范, 对重要的外包服务明确服务商资质要求、服务等级、服务流程、责任义务和服务质量标准。	各类云服务器协议、机房租赁合同
	7) 在采购软硬件产品或技术服务时, 是否对供应商的资质、财务稳定性、专业经验、产品和服务质量等进行调查评估。	云服务测试报告
	8) 与合作方签订的合同中是否包含保密和诚信协议, 是否对合作方服务人员提出明确的信息安全要求。	腾讯云服务协议
	9) 是否定期对信息技术服务提供商的服务质量进行评估。	1) 各类云服务测试报告; 2) 年度供应商资质评价表
	10) 是否对公司全体员工开展必要的信息安全培训和教育。	安全培训资料
制度规定	11) 是否制定相关制度对机房管理、机房设备管理、项目建设管理、网络安全管理、系统安全管理、数据库安全管理、权限口令管理、系统变更管理、备份与恢复管理、事故调查及责任追究等进行规范。	/
制度修订	12) 是否至少每年组织相关部门和人员对管理制度体系的合理性和适用性进行审定。	IT 治理委员会章程-会议纪要
日常监控	13) 是否在关键时间点对生产环境运行状态进行巡检。	1) 自动化运维平台; 2) 安全巡检报告
安全管理	14) 病毒攻击防范、补丁升级、漏洞扫描等措施是否符合有关规定。	防毒软件病毒库日期、防火墙防护策略、防火墙运行状态
	15) 安全管理员是否定期进行安全检查	网络安全控制审计、安全扫描
变更管理	16) 所有变更操作是否有事前审批、评估, 事中复核, 事后检查。	项目变更方案、项目变更过程文件
权限及账号管理	17) 账户和权限变更是否有审批记录, 且离职人员账号是否关闭。	离职人员名单、后台账号信息、邮件申请账号开立记录
数据管理	18) 是否每日对核心业务数据进行备份、是否提供同城及异地数据备份功能	平台数据备份策略及备份文件、日志
	19) 核心业务数据的内部使用是否有严格的审批程序	数据库访问记录
	20) 是否定期对核心业务数据的有效性进行验证	数据库备份机制
应急响应机制	21) 是否成立信息技术应急工作组织, 是否明确技术事故防范和处理工作的责任人。	游戏灾难恢复控制审计
	22) 是否建立技术事故防范策略, 制定完善的应急预案或计划, 制定技术事故防范、处理、报告、问责、应急值班等相关制度。	1) 游戏灾难恢复控制审计; 2) 故障清单
	23) 应急处置预案是否每年审查, 及时更新	/
	24) 内部应急联络人员名单及职责, 是否随时更新, 保持联络畅通。	应急联络人员名单及联系方式
应急计划培训与演练	是否每年对涉及应急处置预案的部门进行一次应急预案培训, 是否制定应急演练计划, 根据不同的应急内容, 确定演练周期, 并定期组织演练	/



(2) 信息系统应用控制

审计目标	审计项目
验证后台系统记录玩家注册信息的准确性和完整性。	1) 访谈了解后台系统记录的玩家注册信息主要包含哪些信息, 是否记录玩家 IP 地址、MAC 地址等信息; 2) 查看后台系统注册信息的准确性和完整性, 重点关注玩家 IP 地址、MAC 地址等信息的真实性。
验证系统是否能够区分付费玩家和免费玩家。	1) 访谈了解付费玩家和免费玩家如何区分; 2) 实际查看数据库及系统, 验证访谈了解内容。
验证是否存在单个 IP 地址、MAC 地址多账户的情形。	1) 访谈了解后台数据库是否对用户充值的 MAC 地址进行记录; 2) 从后台数据库查询前 100 名用户充值明细, 并根据查询结果检查是否存在单个 IP 地址、MAC 地址多账户情形。
验证自营游戏平台及联运游戏平台数据是否存在混淆情况。	1) 访谈了解自营游戏平台及联运游戏平台数据如何区分; 2) 在数据库中实际查看相关表及实例, 验证访谈了解内容。
验证游戏内测和公测数据与正常数据是否进行物理区分。	1) 访谈了解游戏内测和公测数据与正常数据如何物理区分; 2) 实际查看系统, 验证上述了解。
验证测试环境与生产环境是否进行有效分离。	1) 访谈了解及实际查看测试环境与生产环境如何进行分离; 2) 实际查看生产与测试环境, 验证上述了解。
验证系统是否记录玩家退款信息。	1) 访谈了解退款行为实现的方式; 2) 在数据库中查看是否记录退款信息, 并筛选出退款前 100 的退货玩家信息及退款金额, 查看是否存在异常数据。
是否存在恶意修改游戏数据的控制缺陷。	1) 访谈了解修改游戏数据库中数据的流程; 2) 抽取流程相关文件, 验证访谈了解内容; 3) 查看拥有数据库写入权限的人员清单, 验证与其岗位职责是否相符。
验证管理系统游戏币补发权限分配是否合理。	1) 访谈了解充值异常的处理流程; 2) 抽取管理系统中拥有游戏币补发人员清单, 检查是否与其工作职责相符。
测算被审计年度玩家生命周期, 判断确认充值摊销期间是否合理。	1) 测算被审计年度玩家生命周期, 通过统计所有用户首次和最后一次登录之间的时长, 按其平均值估计游戏的用户生命周期; 2) 查看被审计年度玩家生命周期, 判断确认充值摊销期间是否合理。
验证充值记录中是否对充值返点、充值送道具等不同情况进行区分。	1) 访谈了解充值记录与充值返点或者充值送道具的情况系统如何区分; 2) 在数据库中实际查看相关表及实例, 验证访谈了解内容。
验证系统是否能够记录每款游戏每个玩家的充值、登录、消耗等数据。	1) 访谈了解系统是否记录每款游戏每个玩家的充值、登录、消耗等数据, 对充值、登录、消耗数据存储时间; 2) 在数据库中实际查看游戏充值、登录、消耗记录, 验证访谈了解内容。
验证公司内部员工是否存在大量自充值行为。	1) 访谈了解系统对用户充值行为记录哪些用户个人信息; 2) 根据可以核查到用户身份的有效字段与公司员工个人信息进行比对, 查找是否存在内部员工自充值行为。
验证后台数据与金流商提供结算数据间的数据差异是否在合理范围内。	1) 访谈了解被审计主体日常工作中如何对后台金流商数据一致性进行核对及对差异的处理; 2) 抽取被审计年度某一月份被审计主体后台和金流商数据, 按照平台分别对数据一致性进行核对, 检查各平台间数据差异率是否在合理范围内以及产生差异的原因。
验证是否存在个人账户打款情况, 如果存在个人打款的情况, 验证数据是否	访谈了解企业是否存在个人打款的情况, 并了解个人打款业务如何执行, 确认个人打款业务收入信息的完整性。



审计目标	审计项目
全部计入收入。	
验证是否存在玩家角色等级较低、登录次数较少但充值金额较高的情况。	1) 从后台数据库被审计年度用户充值明细, 并根据查询结果统计各用户等级、充值金额; 2) 检查是否存在玩家角色等级较低但充值金额较高的情况; 3) 检查是否存在玩家角色登录次数较少但充值金额较高的情况。
验证联运模式下后台与联运方数据是否存在差异。	1) 访谈了解联运模式下被审计主体后台与联运方如何核对结算收入的一致性; 2) 并随机抽取被审计年度某一月份被审计主体后台、联运方数据进行核对, 核查差异率并调查产生差异的原因。
验证后台的汇率与即期汇率差异率, 是否存在差异较大的情况。	1) 访谈了解系统后台外币如何设定; 2) 判断对收入金额影响程度后, 测算后台汇率与即期汇率差异。

(3) 数据分析核查

IT 审计机构对易幻网络、海南高图的主要指标数据进行核查验证和分析, 对其生产环境中的数据按照指标计算规则进行处理和重新计算, 指标包括月注册帐户数、月付费账户数、月活跃账户数、月充值金额、月均每账户充值金额、月转化率、玩家生命周期等, 并结合新游戏的推出或营销策略的转变等关键业务进展, 对关键指标的变化趋势或匹配关系进行分析, 以验证各类指标数据是否存在异常。

3、IT 审计结论

IT 审计机构对包括信息系统控制环境、机房基本信息、技术架构设计、操作流程、信息安全管理资料、业务制度及风险管理制度、控制验证等方式进行了验证, 认为易幻网络、海南高图符合 IT 审计的信息技术一般控制和应用控制的控制要求。

综上所述, 公司游戏业务系统具有稳定性, 充值数据可靠, 游戏业务不存在刷单的情形, 游戏业务收入真实准确。

五、结合发行人授权金的摊销方式、摊销政策, 主要预付对象, 款项支付时间及支付方式等, 说明账龄在 1 年以内的预付款项余额占比逐年降低的原因、合理性, 相关情况与同业公司是否一致, 是否存在长期挂账情形, 相关减值计提是否充分, 是否存在关联方资金占用, 是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形, 相关信息披露是否真实、准确、完整。

(一) 发行人授权金的摊销方式、摊销政策

发行人代理游戏预付的授权金在游戏上线后即转为长期待摊费用, 按游戏生



命周期期限平均摊销计入主营业务成本。发行人定期对上线时间超过一年的游戏对应的长期待摊费用进行减值测试，若已上线的游戏月度平均收入不能覆盖各月授权金摊销，则综合考虑游戏上线时间、后续运营计划、未来收入预期等各方面因素，对预计未来收入不能覆盖未摊销授权金余额的游戏待摊授权金一次性转入当期营业成本。对于未上线游戏，发行人定期跟进游戏的研发进度、版本测试情况等，对综合评估后无明确运营计划的游戏授权金或分成款，发行人一次性转入当期营业成本。

（二）主要预付对象，款项支付时间及支付方式等

截至 2023 年 9 月 30 日，公司主要预付款项情况如下：

预付对象名称	金额 (万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
GAMEL OFT S.E.	3,522.01	15.63%	1-2 年 704.40 万元，2-3 年 1,056.6 万元，3 年以上 1,761.01 万元	第一期：协议签署生效后 第二期：应于完成游戏内测版后或者约定的具体日期 第三期：应于游戏上线或者约定的具体日期	预付分成款
上海深蓝 互动星梯 网络科技有限公司	3,230.91	14.34%	1 年以内 1,292.36 万元，1-2 年 1,938.55 万元	第一期：协议签署生效后 第二期：甲方取得中国大陆地区发行版本号后且乙方收到 invoice 原件后 第三期：应于双版本通过授权平台资质审查后	游戏预付分成款和授权金
成都阿尔 匹纪科技 有限公司	2,306.11	10.23%	1-2 年 1,543.04 万元，2-3 年 763.08 万元	按照分期付款的原则，不同项目分三期或四期支付，按四期付款的方式如下： 第一期：协议签署生效后； 第二期：约定的具体日期； 第三期：项目 DEMO 版本交付后； 第四期：第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏定制费、预付分成款和授权金
绍兴逗娱 科技有限 公司	1,602.53	7.11%	1 年以内 574.38 万元，1-2 年 1,028.15 万元	第一期：协议签署生效后 第二期：首个版本通过授权平台资质审查后 第三期：授权游戏首个语言版本在授权区域正式商业化运营后	游戏预付分成款和授权金
成都双倍 游戏科技 有限公司	1,264.16	5.61%	3 年以上	按照分期付款的原则，不同项目分三期或四期支付，按四期付款的方式如下： 第一期：协议签署生效后； 第二期：约定的具体日期； 第三期：项目 DEMO 版本交付后；	游戏定制费



预付对象名称	金额(万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
				第四期：第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	
合计	11,925.72	52.92%			

截至 2022 年 12 月 31 日，公司主要预付款项情况如下：

预付对象名称	金额(万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
GAMELOFT S.E.	3,340.31	15.13%	1 年以内 591.35 万元，1-2 年 1,132.80 万元，2-3 年 1,616.16 万元	第一期：协议签署生效后 第二期：应于完成游戏内测版后或者约定的具体日期 第三期：应于游戏上线或者约定的具体日期	预付分成款
成都阿尔匹纪科技有限公司	3,235.50	14.65%	1 年以内 246.79 万元，1-2 年 2,988.70 万元	按照分期付款的原则，不同项目分三期或四期支付，按四期付款的方式如下： 第一期：协议签署生效后； 第二期：约定的具体日期； 第三期：项目 DEMO 版本交付后； 第四期：第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏定制费、预付分成款和授权金
成都双倍游戏科技有限公司	2,172.20	9.84%	1-2 年 518.03 万元，2-3 年 1,654.17 万元	按照分期付款的原则，不同项目分三期或四期支付，按四期付款的方式如下： 第一期：协议签署生效后； 第二期：约定的具体日期； 第三期：项目 DEMO 版本交付后； 第四期：第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏定制费、预付分成款和授权金
上海深蓝互动星梯网络科技有限公司	1,880.44	8.52%	1 年以内	第一期：协议签署生效后 第二期：甲方取得中国大陆地区发行版号后且乙方收到 invoice 原件后 第三期：应于双版本通过授权平台资质审查后	游戏预付分成款和授权金
深圳市爱的番茄科技有限公司	1,132.08	7.04%	1-2 年	第一期：协议签署生效后 第二期：项目 DEMO 版本交付后 第三期：目标游戏商业化测试数据达到保底目标后	游戏预付分成款和授权金
合计	11,760.51	53.27%			

截至 2021 年 12 月 31 日，公司主要预付款项情况如下：



预付对象名称	金额 (万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
GAMELOFT S.E.	2,599.09	13.06%	1 年以内 860.96 万元, 1-2 年 1,738.13 万元	第一期: 协议签署生效后 第二期: 应于完成游戏内测版后或者约定的具体日期 第三期: 应于游戏上线或者约定的具体日期	预付分成款
成都阿尔匹纪科技有限公司	2,225.63	11.18%	1 年以内	按照分期付款的原则, 不同项目分三期或四期支付, 按四期付款的方式如下: 第一期: 协议签署生效后; 第二期: 约定的具体日期; 第三期: 项目 DEMO 版本交付后; 第四期: 第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏定制费、 预付分成款 和授权金
成都双倍游戏科技有限公司	2,177.06	10.94%	1 年以内 518.03 万元 1-2 年 1,659.03 万元	按照分期付款的原则, 不同项目分三期或四期支付, 按四期付款的方式如下: 第一期: 协议签署生效后; 第二期: 约定的具体日期; 第三期: 项目 DEMO 版本交付后; 第四期: 第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏预付分成款和授权金
Madhouse Co. Limited	1,170.55	5.88%	1 年以内	根据业务情况支付	推广费
NTRANCE Corp.	1,147.63	5.77%	1 年以内	第一笔: 协议签署生效后; 第二笔: IOS 和 Android 双版本在授权地区商业运营后;	游戏预付分成款和授权金
合计	9,319.96	46.83%			

截至 2020 年 12 月 31 日, 公司主要预付款项情况如下:

预付对象名称	金额 (万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
成都双倍游戏科技有限公司	2,540.35	18.65%	1 年以内	按照分期付款的原则, 不同项目分三期或四期支付, 按四期付款的方式如下: 第一期: 协议签署生效后; 第二期: 约定的具体日期; 第三期: 项目 DEMO 版本交付后; 第四期: 第一个商业化版本通过苹果和谷歌应用平台审核后	游戏定制费、预付分成款和授权金
Madhouse Co. Limited	2,318.20	17.02%	1 年以内	根据业务情况支付	推广费
GAMELOFT S.E.	1,805.63	13.25%	1 年以内	第一期: 协议签署生效后 第二期: 应于完成游戏内测版后	预付分成款



预付对象名称	金额 (万元)	占期末余额比例	账龄	支付方式	资金用途
				或者约定的具体日期 第三期：应于游戏上线或者约定的具体日期	
西山居有限公司	782.99	5.75%	1-2 年	第一期：协议签署生效后； 第二期：IOS 或 Android 任一版本在授权地区商业运营后； 第三期：IOS 和 Android 双版本在授权地区商业运营后	游戏预付分成款及授权金
浙江古纤道绿色纤维有限公司	565.41	4.15%	1 年以内	根据业务情况支付	货款
合计	8,012.58	58.82%			

(三) 说明账龄在 1 年以内的预付款项余额占比逐年降低的原因、合理性

报告期各期末，公司预付账款的账龄情况如下表所示：

单位：万元

账龄	2023.9.30		2022.12.31		2021.12.31		2020.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1 年以内	7,525.65	33.39%	10,766.54	48.76%	14,779.32	74.26%	11,383.36	83.61%
1-2 年	8,612.87	38.22%	7,542.48	34.16%	3,757.81	18.88%	1,471.31	10.80%
2-3 年	3,150.23	13.98%	3,276.26	14.84%	1,176.62	5.91%	730.26	5.36%
3 年以上	3,247.57	14.41%	495.58	2.24%	187.71	0.95%	30.82	0.23%
合计	22,536.32	100.00%	22,080.87	100.00%	19,901.47	100.00%	13,615.76	100.00%

报告期各期末，公司 1 年以内预付款项余额占比分别为 83.61%、74.26%、48.76%和 33.39%，呈现逐渐递减的趋势。2021 年末公司 1 年以内预付账款的余额较高，2020 年末及 2022 年末的余额接近，2023 年 9 月末的余额有所减少。

报告期内，公司主要通过代理和定制的方式取得游戏，通过代理的方式取得的游戏，在游戏上线后，预付款项（授权金）转为长期待摊费用，通过定制的方式取得的游戏，公司拥有其知识产权的，在达到商业化用途（通常为游戏上线）后，预付款项（定制游戏款）转入无形资产。代理的游戏通常相对成熟或已经在部分市场取得成绩，获得代理权后，通常上线较快。对于定制游戏，公司深度参与游戏研发，根据合同约定，一般按进度向供应商付款，因此在游戏早期开发时即预付款项，因此首次付款到游戏上线之间的时间间隔相对较长；部分游戏还存在预付分成款，待游戏产生收入后抵减游戏分成，若游戏上线时间较晚，预付款



项账龄相应增加。

公司 2019 年以前主要通过代理的方式取得游戏，2019 年后，定制游戏的占比逐渐增加，定制游戏的商业化周期相对较长，以前年度签订的部分游戏未上线以及已上线游戏预付的分成款尚未全部抵扣，导致预付账款 1 年以上的余额增加。在主要预付款项支付对象中，成都双倍游戏科技有限公司和成都阿尔匹纪科技有限公司为公司提供游戏定制服务，2021-2022 年由于外部因素影响，游戏开发进度延期，进一步拉长了相关游戏的商业化进程。上述企业预付账款的性质未发生改变，不存在供应商破产、撤销等情形，无需对上述预付款项计提减值。

另外，公司游戏《重返 1999》和《DHS》已于 2023 年 10 月上线，对应的预付款项将逐步转销。

（四）相关情况与同业公司是否一致

与同行业公司相比，公司预付款项账龄分布情况如下：

同业公司	2022-12-31		2021-12-31		2020-12-31	
	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上	1 年以内	1 年以上
三七互娱	83.56%	16.44%	89.50%	10.50%	96.88%	3.12%
游族网络	50.09%	49.91%	44.36%	55.64%	79.78%	20.22%
电魂网络	96.50%	3.50%	85.08%	14.92%	100.00%	0.00%
恺英网络	36.18%	63.82%	51.35%	48.65%	66.31%	33.69%
平均值	66.58%	33.42%	67.57%	32.43%	85.74%	14.26%
发行人	48.76%	51.24%	74.26%	25.74%	83.61%	16.40%

注：同行业公司数据的来源为上市公司披露的定期报告。

2020-2022 年，同行业公司预付款项整体上呈现出账龄变长的趋势，1 年以上的预付款项占比从 2020 年末的 14.26%增长至 2022 年末的 33.42%，三七互娱、恺英网络均逐年增加，游族网络、电魂网络在 2021 年大幅度增加。受到外部因素的影响，同行业公司预付款项账龄整体拉长，公司预付款项账龄拉长的主要原因因为正常业务经营因素和外部因素的影响，与同行业公司变化趋势一致。

各家公司的具体业务模式存在差异，预付款项账龄结构也存在较大差异，公司主要以定制和代理方式取得游戏，1 年以内预付款项占比处于同行业公司范围之间，与同业公司不存在重大差异。



（五）发行人是否存在长期挂账情形，相关减值计提是否充分，是否存在关联方资金占用，是否存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露是否真实、准确、完整。

综上所述，公司 1 年以内预付账款占比下降系正常业务经营因素及外部因素影响所致，公司无长期挂账预付款项，预付款项未出现应当减值的情形，相关减值计提充分。主要预付对象与公司不存在关联关系，不存在关联方资金占用、利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露真实、准确、完整。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，会计师履行了以下核查程序：

（1）查阅发行人应收账款及合同资产明细表、应收账款对应的主要客户以及期后回款情况、应收账款的账龄结构表、坏账准备计提明细表和期后回款明细表；

（2）查阅发行人应收账款坏账准备计提政策、合同资产减值准备计提政策；

（3）查阅同行业上市公司年报、招股说明书等行业内公司的公开信息，获取同行业公司应收账款周转率、应收账款坏账准备计提政策等相关信息，与发行人进行对比；

（4）查阅发行人存货明细表，复核存货周转率的计算过程，分析报告期内发行人存货周转率的变化趋势，访谈发行人工业互联网业务主要负责人；

（5）查阅同行业上市公司年报、招股说明书等公开信息，将同行业公司的业务模式与发行人进行比较，获取同行业公司存货周转率、存货跌价准备计提政策等相关信息，与发行人进行对比分析；

（6）查阅游戏行业的相关政策，分析发行人业务模式和收入确认周期在报告期内是否发生变化，查阅公司移动互联网业务中与主要客户签署的协议，分析发行人移动互联网业务业绩下滑的具体情况、相关不利因素的变化情况，并进行敏感性分析；

（7）查阅同行业上市公司收入确认原则，分析公司采用基于用户生命周期的收入确认模型是否合理，抽取并查阅公司后台的用户登录、用户充值等数据；

（8）查阅发行人披露的定期报告，访谈发行人业务部门负责人，梳理发行人移动互联网的具体产品类型、定价方式和销售模式，分析发行人毛利率低于同



行业公司的原因；

(9) 获取并分析发行人报告期内主要游戏的自主运营与联合运营收入数据、充值用户数量及季度充值流水数据、季度 ARPU 值，查阅 IT 审计报告；

(10) 获取并查阅发行人预付账款明细表、主要预付款项对应的合同、授权金的摊销政策、预付账款主要预付对象的金额、款项支付时间及支付方式，并与同行业公司的预付款项账龄分布情况进行比较；

(11) 询问发行人游戏业务总经理和商务副总经理，了解发行人与主要游戏开发商的合作模式；

(12) 查阅发行人报告期内在执行的 game 代理协议，确认相关协议对 game 授权金和预付分成款等的约定情况及实际执行情况；

(13) 查询同行业可比公司披露的 game 授权金和预付分成款的核算方式，与发行人的会计政策进行比较。

(二) 核查意见

经核查，会计师认为：

1、公司工业互联网业务应收账款账面余额较高，主要原因为公司工业互联网业务的营业收入持续增长，具有合理性；公司移动互联网业务应收账款账面余额较低；报告期内，发行人应收账款及合同资产账面余额与营业收入变动趋势相匹配，不存在放宽信用政策的情形，应收账款、合同资产减值准备计提充分；

2、公司移动互联网业务不涉及存货，剔除移动互联网业务成本后，公司的存货周转率与工业互联网业务的同行业公司平均水平不存在显著差异，相关信息披露真实、准确；

3、公司移动互联网业务业绩下滑的主要原因为行业内获客成本提高、游戏推广费大幅度增加和 game 上线后销售情况不及预期，相关影响因素已缓解，与同行业一致；发行人的同行业公司可比 game 公司的选取标准合理；国内移动 game 市场与出海市场实际销售收入、行业内的获客成本对公司净利润的影响较为显著，公司全面优化了 game 推广策略和内部组织架构，game 推广管理制度更加严谨科学，应对措施有效；公司基于用户生命周期的收入确认模型的具体计算方式合理，与同行业公司不存在重大差异；公司移动互联网业务的毛利率低于同行业公司，主要是由于公司移动 game 来源以代理 game 为主，营业成本构成中包含开发商分成和授权金分摊成本，而同行业公司的 game 来源以自研为主；



4、公司主要游戏的自主运营收入与联合运营收入不存在异常、游戏充值用户数量与季度充值流水相匹配，不存在异常频繁充值用户，游戏业务系统稳定，充值数据可靠；公司游戏业务不存在刷单的情形，游戏业务收入真实、准确；

5、公司账龄在 1 年以内的预付款项余额占比逐年降低系正常业务经营因素及外部因素影响所致，具有合理性，与同业公司不存在重大差异；公司不存在预付款项长期挂账的情形，无需计提减值，不存在关联方资金占用，不存在利益输送或侵害上市公司及相关股东权益的情形，相关信息披露真实、准确、完整。

问题 5

根据申报材料，发行人本次拟募集资金总额不超过 60,000 万元，扣除发行费用后用于建设泰国年产 1,000 万平方数字化输送带项目，主要产品包括钢丝绳芯输送带和织物芯输送带。预计项目建成后第 5 年完全达产，预计收入为 45,200 万元，毛利率为 27.73%，单位产能成本为 45.20 元/平方米。本次募投项目由发行人控股子公司无锡百年通工业输送有限公司（以下简称百年通工业）及全资子公司 BOTONPTE. LTD. 共同出资成立的宝通工业输送（泰国）有限公司（以下简称宝通泰国）实施。百年通工业涉及少数股东为澄迈宝立企业管理合伙企业（有限合伙）（以下简称澄迈宝立），本次不向百年通提供同比例借款。澄迈宝立成立于 2021 年 5 月，注册资本 10 万元，股东为萨日娜和薛晓波。本次募投项目尚未取得所需用地，且认为项目正式建成并投入运营前无需开展环评相关工作。本次募投项目建设投资包括设备及安装费用、土地购买及厂房建设、智能化设备等，项目建设期为 36 个月。最近一期末，发行人货币资金约为 10.22 亿元，短期借款为 5.74 亿元。

请发行人补充说明：（1）结合公司业务规模、期末货币资金的具体用途、资产负债结构、报告期内开展投资活动具体情况、未来资金需求等，说明本次融资必要性与合理性；（2）结合澄迈宝立基本信息、财务情况等，说明发行人选择与澄迈宝立合作实施募投的原因、合理性，少数股东不进行同比例增资或借款的原因、合理性，是否存在潜在利益输送或其他利益安排的情形，是否损害上市公司利益，是否符合《监管规则适用指引——发行类第 6 号》6-8 的相关要求；（3）本次募投项目单位产能投资及单位产能成本与前次相关募投项目、发行人现有业务及同行业可比公司项目存在差异的原因、合理性，剔除相关影响因素后，是否



存在差异,相关原因、合理性;(4)结合发行人现有产能、在建及拟建扩产项目(如有)、未来产能释放计划,发行人现有销量及外销占比,在手订单及意向性订单,发行人产品较同行业可比公司产品的竞争优势,行业地位、输送带市场容量及竞争格局情况、下游客户需求及拓展情况,同行业可比公司产能扩张情况等,量化说明发行人各产品新增产能规模合理性及消化措施有效性,是否存在竞争加剧、客户拓展不及预期、产能过剩等风险;(5)以简明清晰、通俗易懂语言说明本次募投项目与现有业务和前次募投项目的区别与联系,包括但不限于本次募投项目“数字化输送带”的具体含义,“数字化”的具体体现,与前次募投项目“新型环保节能输送带”的主要区别和联系,相关信息披露是否准确、完整;(6)项目正式建成并投入运营后是否需要开展环评相关工作,相关土地后续取得计划和时间安排,是否已经取得开展项目所必需的全部资质,是否已完成本次募投项目所需的全部主管部门审批、核准、备案等程序及履行情况,具体安排和计划,上述事项是否存在重大不确定性,是否会对本次募投项目实施产生重大不利影响;(7)结合项目实施主体宝通泰国目前的具体经营情况、技术和人员储备、销售渠道,说明宝通泰国是否具备实施本次募投项目所需的资质,是否具备实施项目的相关能力;(8)说明发行人拟通过宝通泰国实施募投项目的资金安排方式和资金流转情况,包括但不限于募集资金投资路径、泰国子公司日常资金管理、分红款外汇汇回等,募集资金投资路径是否合规,预计在境外银行存放的募集资金如何进行监管,是否能够满足募集资金的监管要求;(9)结合发行人本次募投项目固定资产、无形资产等投资进度安排,现有在建工程的建设进度、预计转固时间、发行人现有固定资产和无形资产折旧摊销计提情况、折旧摊销政策等,量化分析相关折旧摊销对发行人未来经营业绩的影响;(10)结合董事会决议日前已投入资金与本次募投项目投资明细情况,说明是否存在将已投入资金列入募集资金投资构成的情形,是否符合《监管指引第7号》第7-4条关于募集资金投向监管要求的规定。

请发行人补充披露(3)(4)(6)(7)(9)涉及的相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见,请会计师核查(1)(3)(8)(9)(10)并发表明确意见,请发行人律师核查(1)(2)(5)(6)(7)(8)(10)并发表明确意见。

回复:



一、结合公司业务规模、期末货币资金的具体用途、资产负债结构、报告期内开展投资活动具体情况、未来资金需求等，说明本次融资必要性与合理性

报告期内，公司营业收入及增长具体情况如下：

单位：亿元

项目	2023 年 1-9 月		2022 年度		2021 年度		2020 年度
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅	金额
移动互联网	9.83	-21.17%	16.24	6.27%	15.28	-0.21%	15.31
工业互联网	14.34	25.97%	16.36	32.77%	12.32	11.30%	11.07
合计	24.18	1.25%	32.59	18.10%	27.60	4.62%	26.38

注：2023 年 1-9 月同比增幅为相对 2022 年 1-9 月的增幅。

2021 年公司工业互联网业务收入较上年同期增长了 11.30%；2022 年，公司加快智能硬件产品研发进程，实现智能输送软硬件产品落地，智能输送硬件在线监测产品新增签约数家知名客户。同时，公司子公司山东新宝龙正式运营。2022 年公司工业互联网业务收入较上年同期增长了 32.77%；2023 年 1-9 月，公司在境外客户拓展方面取得积极成效，工业互联网业务营业收入较上年同期增长 25.97%。

报告期内，公司多方面积极拓展工业互联网（工业散货物料智能输送全栈式服务）业务，2021 年、2022 年和 2023 年 1-9 月工业互联网营业收入同比增幅为 11.30%、32.77%和 25.97%，营业收入增长迅速，工业互联网业务规模持续扩大。

为进一步扩大公司工业互联网业务的业务规模，本次融资计划用于建设泰国年产 1,000 万平方数字化输送带项目，有助于提高公司产能和实现产品升级，本次融资具备必要性及合理性。

（二）期末货币资金的具体用途

截至 2024 年 6 月 30 日，公司 2023 年 9 月 30 日的期末货币资金预计用途规划如下表所示：

项目	2023 年 9 月末货币资金（万元）	截至 2024 年 6 月 30 日资金用途规划	金额测算（万元）
存放在境内的款项总额	70,047.75	需偿还的短期借款	45,700.00
		募投项目土地购买	6,139.90
		银行承兑汇票保证金、信用证保证金等各类保证金	13,313.26
		工业互联网境内业务三个月的平均应付货款	25,000.00



项目	2023年9月末货币资金（万元）	截至2024年6月30日资金用途规划	金额测算（万元）
		截至2024年6月30日绿色输送智慧产业基地项目（鲁西工业园）的预计投资款	7,000.00
		小计	97,153.16
存放在境外的款项总额	32,108.34	移动游戏推广费	35,000.00
		移动游戏版权预付款	4,900.00
		保函保证金等保证金	625.69
		小计	40,525.69
合计	102,156.09	合计	137,678.85

注：海外业务以美元进行测算，以1美元=7.1人民币的汇率进行折算

由上表所示，截至报告期末，发行人的账面货币资金余额均有明确的使用计划，且存在一定资金缺口，资金主要用于偿还银行借款、主营业务的持续开展、募投项目的前期投入等用途。除前述用途外，公司在业务经营与发展中尚面临行业周期风险、市场竞争风险等风险因素，还需保持一定水平的安全资金以提高公司的抗风险水平，因此，现有货币资金持有量不足以支持发行人本次募投项目的开展，本次募集资金具备必要性。

（三）资产负债结构

报告期各期末，公司资产负债率分别为35.27%、27.38%、34.36%和32.88%，具体情况如下表所示：

项目	2023.9.30	2022.12.31	2021.12.31	2020.12.31
总资产（万元）	559,907.41	535,121.22	536,309.93	476,640.53
总负债（万元）	184,089.70	183,887.23	146,865.73	168,099.37
资产负债率	32.88%	34.36%	27.38%	35.27%

注：资产负债率=负债总额/资产总额。

报告期内，公司资产负债率整体略有波动，本次募集资金有助于提高公司的净资产规模，进一步降低资产负债率，增强公司的偿债能力和抗风险能力。假设本次募集资金全部通过银行借款方式解决，在其他条件不变的情况下，2023年9月末公司资产负债率将会提高至39.38%，不利于公司稳健经营。本次募集资金投资项目整体规划周期较长，从项目建设到效益显现以及资金回收需要一定时间，而银行借款等债务融资具有期限较短、融资规模受信贷政策影响较大风险，采用股权融资，可以解决公司的长期资金需求。



（四）报告期内开展投资活动具体情况

报告期内，公司投资活动主要为围绕工业互联网业务或移动互联网业务板块产业链上下游以获取技术、原料或渠道为目的的产业投资。报告期内，公司新增投资活动具体情况如下表所示：

序号	被投资单位	投资年份	总投资金额（万元）	当前状态
1	踏歌智行科技有限公司	2020 年、2022 年	6,800.00	持有
2	北京哈视奇科技有限公司	2021 年、2022 年	803.00	持有
3	鄂尔多斯市智能网联科技有限责任公司	2022 年	262.50	持有
4	上海宝力智行技术有限公司	2021 年	1,266.50	持有
5	江苏八点八数字科技有限公司	2022 年	500.00	持有
6	上海辰通远见智能科技有限公司	2023 年	2,430.00	持有
7	广州星量网络科技有限公司	2023 年	-	持有
8	青岛虚拟现实研究院有限公司	2022 年	500.00	持有
9	CHAOS INC.	2021 年	1,500.00	持有
10	诺华视创电影科技（江苏）有限公司	2022 年	1,000.00	持有
11	宁波彗通创业投资合伙企业（有限合伙）	2021 年	13,683.93	持有
合计			28,745.93	/

报告期内，公司新增且持续持有的对外投资总金额为 28,745.93 万元。报告期内，公司新增投资无锡六维文化传媒有限公司 73.50 万元、投资厦门苍狼网络科技有限公司 300.00 万元和投资兖矿东平陆港有限公司 32,693.50 万元，前述投资均已退出，投资款于 2022 年已收回。当前工业互联网和移动互联网行业整体竞争较为激烈，公司相关投资活动主要目标为完善业务布局、开拓潜在的业务合作机会和发掘新的业务增长点，具备必要性及合理性。

（五）未来资金需求

根据报告期内业务规模、业务增长、资产构成等情况使用销售百分比法，结合未来现金的流入、流出和各科目情况对未来营运资金的需求进行了审慎测算，具体测算情况如下：

1、关键假设

（1）以 2023 年 9 月 30 日的财务数据为基础，预测期内各项经营性资产/



营业收入、各项经营性负债/营业收入的比例与 2023 年 9 月 30 日的数据占比保持一致；

(2) 2023 年预测营业收入基于 2023 年 1-9 月的收入进行年化处理；

(3) 2020 年-2022 年工业互联网和移动互联网营业收入复合增长率分别为 21.56%和 2.98%。基于谨慎性原则，假设发行人未来经营模式、市场需求等内外部条件没有重大变化的情况下，假设预测期内营业收入增长率以历史数据为基础。即 2024 年-2026 年公司工业互联网营业收入按每年 21.56%增长，移动互联网营业收入基于 2023 年预测营业收入按每年 2.98%增长。

2、主要计算公式

经营性资产=应收账款+应收票据+应收款项融资+预付款项+存货；

经营性负债=应付账款+应付票据+合同负债；

流动资金占用额=经营性资产-经营性负债；

新增流动资金需求=期末流动资金占用额-期初流动资金占用额；

未来营运资金需求=2026 年流动资金占用额-2023 年 1-9 月流动资金占用额。

3、测算过程及结果

2024-2026 年，公司未来营运资金需求预测情况具体如下：

单位：万元

项目	2023 年度 1-9 月	2024 年 E	2025 年 E	2026 年 E
营业收入	241,788.88	367,527.72	421,677.57	486,755.14
移动互联网	98,344.90	135,032.29	139,054.39	143,196.29
移动互联网同比增长率	/	2.98%	2.98%	2.98%
工业互联网	143,443.98	232,495.43	282,623.18	343,558.85
工业互联网同比增长率	/	21.56%	21.56%	21.56%
应收票据和应收款项融资	17,935.17	27,262.10	31,278.77	36,106.03
应收账款	84,250.36	128,063.55	146,931.85	169,607.86
预付款项	22,536.32	34,256.01	39,303.13	45,368.79
存货	35,263.59	53,601.91	61,499.37	70,990.58
各项经营性资产合计①	159,985.44	243,183.58	279,013.13	322,073.27
应付票据	32,780.23	49,827.12	57,168.42	65,991.23
应付账款	55,114.93	83,776.66	96,119.93	110,954.13
合同负债	11,441.01	17,390.74	19,953.02	23,032.37



项目	2023 年度 1-9 月	2024 年 E	2025 年 E	2026 年 E
各项经营性负债合计②	99,336.17	150,994.52	173,241.36	199,977.73
流动资金占用额（①-②）	60,649.27	92,189.05	105,771.77	122,095.54
未来三年营运资金需求	/	/	/	61,446.27

注：上述测算仅用于模拟测算营运资金缺口，不构成对公司未来经营情况的预测。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。

由上表所示，在收入增速假设以 2020 年-2022 年工业互联网和移动互联网营业收入复合增长率为基础的情况下，公司未来营运资金缺口（2026 年流动资金占用额-2023 年 1-9 月流动资金占用额）为 61,446.27 万元，相关测算谨慎、合理。

综上，公司报告期末货币资金已有明确规划，未来营运资金存在缺口，假设本次募投项目依靠现有货币资金开展，将对公司中长期资金需求产生较大压力。本次通过外部融资进行项目投资存在必要性。

二、本次募投项目单位产能投资及单位产能成本与前次相关募投项目、发行人现有业务及同行业可比公司项目存在差异的原因、合理性，剔除相关影响因素后，是否存在差异，相关原因、合理性

本次募投项目单位产能投资及单位产能成本与前次相关募投项目、双箭股份 2021 年公开发行可转债募投项目（以下简称“双箭股份募投项目”）、发行人现有业务及双箭股份现有业务对比情况如下：

指标	本次募投项目	前次募投项目 (2019 年)	双箭股份 2021 年公开发行可转债 募投项目	发行人现有业务	双箭股份现有业务
产品类型	数字化输送带（钢丝绳芯、织物芯）	芳纶、碳纤维等新材料 环保节能输送带	钢丝绳芯输送带	钢丝绳芯输送带、织物芯输送带	织物芯输送带、钢丝绳芯输送带、整芯输送带
产能（万平方米） [注 1]	1,000	800	1,500	2,250	7,354
设备原值（万元） [注 2]	32,233.19	28,511.00	27,798.00	43,376.44	141,048.07
单位产能成本（元/平方米） [注 3]	32.66	32.53	27.25	30.50	25.58
平均销售价格（元/平方米） [注 4]	45.20	37.50	40.00	46.06	30.80
单位产能设备原值 （元/平方米）	32.23	35.64	18.53	19.28	19.18
生产设备原值（万元） [注 5]	24,869.68	19,979.00	25,000.00	37,801.02	87,365.57



指标	本次募投项目	前次募投项目 (2019年)	双箭股份 2021年公开发行可转债 募投项目	发行人现有业务	双箭股份现有业务
单位产能生产设备原值(元/平方米)	24.87	24.97	16.67	16.80	11.88

注 1：募投项目设备产能指达产后的新增产能，前次募投项目为改扩建项目，新增产能 800 万平方米；发行人现有业务的产能为百年通 2022 年产能，同行业可比公司现有业务产能为 2022 年销量。

注 2：募投项目设备原值包括生产相关的公用设备和生产设备，发行人及同行业可比公司现有业务的设备原值为 2022 年末固定资产原值。

注 3：公司募投项目单位产能成本=达产后测算的最高生产成本/产能，双箭股份募投项目单位产能成本=（正常稳定营运年成本费用-其他管理费用）/产能，发行人现有业务平均产能成本为子公司百年通的对标产品 2022 年平均成本，双箭股份现有业务单位产能成本=输送带等橡胶制品分部的 2022 年主营业务成本/销量。

注 4：募投项目平均销售价格按照达产后预测收入除以产能计算，发行人现有业务平均销售价格为子公司百年通的对标产品 2022 年平均销售价格，双箭股份现有业务平均销售价格=输送带等橡胶制品分部的 2022 年主营业务收入/销量。

注 5：募投项目生产设备原值仅包括生产设备，发行人及同行业可比公司现有业务的生产设备原值为 2022 年末机器设备原值。

注 6：三维股份主要产品为橡胶 V 带和橡胶输送带，三力士主要产品为橡胶 V 带，橡胶 V 带与橡胶输送带是两类产品，产能无法对比，故同行业公司中仅与双箭股份的现有业务对比分析。

（一）单位产能投资的差异的原因、合理性

本次募投项目单位产能生产设备原值与前次募投项目相近，高于双箭股份募投项目、发行人现有业务及双箭股份现有业务。

本次募投项目单位产能生产设备原值高于双箭股份募投项目的原因，一是公司首次在境外建设生产基地，系公司推行国际化战略的重要一步，同时本次募投项目主要面向境外大型企业供应高端输送带，设备规格、性能要求更高，智能化程度更高、稳定性更好，为确保项目的顺利实施，进一步占领高端市场，公司在设备上的投入较高，境外生产基地的顺利实施，将有利于公司的后续国际化战略的落实；二是双箭股份募投项目产品主要为钢丝绳芯输送带，公司本次募投产品为数字化输送带，既包括钢丝绳芯输送带，又包括织物芯输送带，且内嵌感应芯片，生产线需要适配多类产品，因此设备与可比公司募投项目有所差别。

公司与双箭股份的募投项目单位产能生产设备原值均高于现有业务，主要原因系募投项目产能均为近年或将来新建产能，相较早期建成的产能，设备成本有所提高。

公司橡胶输送带生产环节主要分为密炼生产环节、挤出压延生产环节和硫化生产环节，与双箭股份募投项目主要设备相比，公司在挤出压延生产环节投入的



设备成本较高。公司采用了两台全自动宽幅挤出机（1800mm 和 2500mm），相较双箭股份采用的两辊压延机，性能更好，自动化程度更高，还能与智能仓储系统联动，可以减少成型生产环节工序和操作人员投入。如该环节设备替换为双箭股份的两辊压延机、成型机（合计金额 2,960 万元），则单位产能生产设备原值为 18.83 元/平方米，与双箭股份募投项目相近。

（二）单位产能成本差异的原因、合理性

本次募投项目单位产能成本与前次募投项目、发行人现有业务相近，差异较小，相较双箭股份募投项目及双箭股份现有业务，本次募投项目单位产能成本较高。

本次募投项目是针对高端系列产品新建产能，主要面向境外客户，由于产品结构及面向市场的差异，本次募投项目测算的平均产品单价高于前次募投项目、双箭股份募投项目及双箭股份现有业务，产品成本相应也较高。为保证产品满足客户对产品的高标准要求，本次募投项目产品原材料主要采用天然橡胶，成本相对较高，为提高输送带数字化程度，对输送带植入芯片也带来了成本的提高。

本次募投项目与双箭股份募投项目成本的差异主要来自原材料成本，本次募投项目“原材料”单价为 26.00 元/平方米，双箭股份募投项目“生产原料费用”单价 20.97 元/平方米，剔除该项差异后，本次募投项目单位产能成本与双箭股份募投项目、双箭股份现有业务相近。

综上所述，本次募投项目单位产能成本与前次募投项目、发行人现有业务差异较小，高于同行业可比公司及其募投项目，主要系产品存在差异，具有合理性；本次募投项目单位产能设备原值与前次募投项目、发行人现有业务相近，单位产能生产设备原值与前次募投项目相近，高于双箭股份募投项目、发行人现有业务及双箭股份现有业务，具有合理性。剔除相关影响因素后，本次募投项目单位产能成本、单位产能生产设备原值与双箭股份募投项目相近，具有合理性。

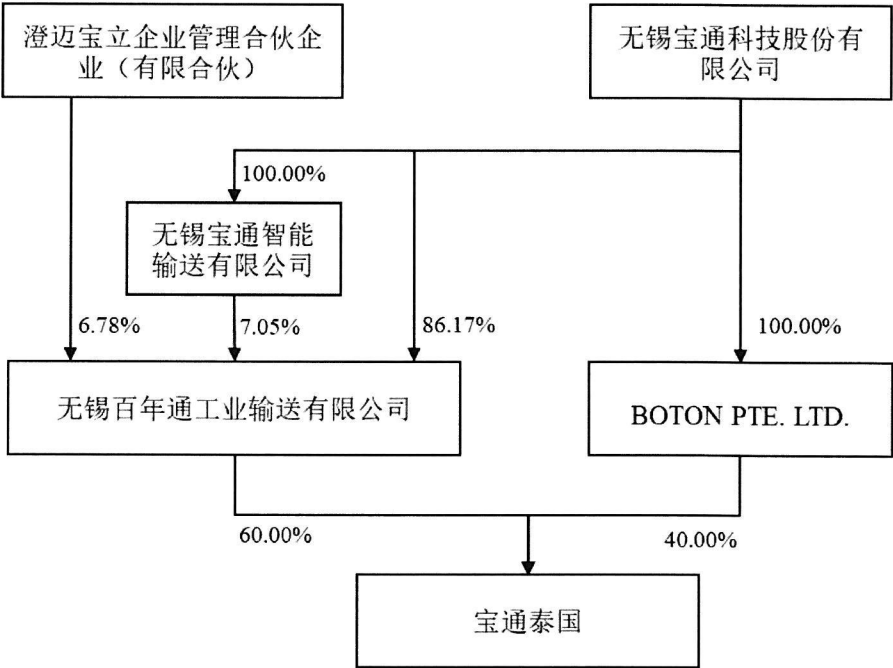
公司与双箭股份的募投项目单位产能生产设备原值均高于现有业务，主要原因系募投项目产能均为近年或将来新建产能，相较早期建成的产能，设备成本有所提高，具有合理性。



三、说明发行人拟通过宝通泰国实施募投项目的资金安排方式和资金流转情况，包括但不限于募集资金投资路径、泰国子公司日常资金管理、分红款外汇汇回等，募集资金投资路径是否合规，预计在境外银行存放的募集资金如何进行监管，是否能够满足募集资金的监管要求；

（一）募集资金投资路径

项目建设单位为公司控股子公司无锡百年通工业输送有限公司及全资子公司 BOTON PTE. LTD.共同出资成立的泰国项目公司，股权结构如下：



公司拟通过借款的方式向百年通出资，通过增资或借款的方式向 BOTON PTE. LTD. 出资，百年通和 BOTON PTE. LTD. 再通过增资或借款的方式向宝通泰国出资，最终实现百年通、公司分别以境内自有资金出资 5,382 万美元的等值人民币和 3,588 万美元的等值人民币。

2023 年 9 月 6 日，“建设泰国年产 1000 万平方数字化输送带项目”已取得无锡市发展和改革委员会出具的《境外投资项目备案通知书》，编号为：备案号（2023）109 号；2023 年 9 月 5 日，“建设泰国年产 1000 万平方数字化输送带项目”已取得江苏省商务厅出具的《企业境外投资证书》，编号为：境外投资证第 N3200202301012 号。公司及百年通已分别取得经办银行中国工商银行股份有限公司无锡新吴支行出具的《业务登记凭证》。

综上所述，公司募集资金投资路径合规。



（二）泰国子公司日常资金管理、分红款外汇汇回

公司已制定《募集资金管理制度》，将严格执行《证券法》《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》以及公司相应的募集资金管理制度对募集资金专户存储、使用、变更、监督和责任追究等方面的规定；将本次募投项目设立专项账户，与相关银行签署募集资金监管协议，用于募集资金的存放和管理，并将定期检查募集资金使用情况；内部审计部门负责对募集资金使用情况进行日常监督；独立董事、监事会有权对募集资金使用情况进行监督与检查，必要时可以聘请专业机构进行审计。

宝通泰国将依照泰国当地对财务制度的要求及公司的财务管理制度和资金管理制度，在公司委派董事的管理下，对资金的日常使用严格管理，并满足募集资金的使用规定。宝通泰国产生的利润优先用于海外市场的开拓，根据公司统筹安排结余资金分回国内。公司将根据各子公司财务状况以及宝通泰国与上层股东的借款情况统筹制定子公司分红方案。公司将通过委派的董事向子公司股东（会）提交利润分配预案，并获得子公司股东（会）的通过，从而确保公司分红政策切实实施。

根据商务部发布的《对外投资合作国别（地区）指南（泰国）》（2022年版），泰国为有限外汇管制国家，泰国财政部授权央行负责外汇的管理，其外汇管制较为宽松，对于资金的汇进，泰国鼓励企业投资资金汇入泰国，汇入资金币种和金额没有特别限制和要求，手续办理需遵循开户银行的具体规定执行；对于资金的汇出，外汇帐户的余款，如投资、分红和利润以及贷款的偿还和支付利息等，在所有适用税务清算之后，可以自由汇出。境内法律法规对境外子公司的利润汇回亦无特殊限制。

（三）在境外银行存放的募集资金的监管

公司将严格依照《上市公司监管指引第2号—上市公司募集资金管理和使用的监管要求》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第2号—创业板上市公司规范运作》等相关法律法规的规定及公司《募集资金管理制度》，对募集资金进行专项存储，保证专款专用，并根据相关规定对募集资金进行定期内部审计，配合监管银行和保荐人对募集资金的存储和使用进行监督、检查，以确保募集资金规范使用，防范募集资金使用风险。

公司将根据募投项目建设进度及资金需求支付募集资金，公司财务部对募集



资金的使用情况设立台账，详细记录募集资金的支出情况和募集资金项目的投入情况。

公司内部审计部门应当至少每季度对募集资金的存放与使用情况检查一次，并及时向审计委员会报告检查结果。

当年存在募集资金运用的，董事会出具半年度及年度募集资金的存放与使用情况专项报告，并聘请会计师事务所对年度募集资金存放与使用情况出具鉴证报告。

募集资金到账后，保荐人将及时与发行人及其子公司、存放募集资金的商业银行签订《募集资金三方监管协议》，并通过定期抽查资金支付情况、募投项目相关设备、材料等采购合同、发票、验收单据及银行流水、现场或远程查看募投项目的施工情况等方式，确保募集资金使用符合监管要求。

综上所述，公司募集资金投资路径合规，预计在境外银行存放的募集资金可以被有效监管，能够满足募集资金的监管要求。

四、结合发行人本次募投项目固定资产、无形资产等投资进度安排，现有在建工程的建设进度、预计转固时间、发行人现有固定资产和无形资产折旧摊销计提情况、折旧摊销政策等，量化分析相关折旧摊销对发行人未来经营业绩的影响；

（一）本次募投项目固定资产、无形资产等投资进度安排

本次募投项目“泰国年产 1000 万平方数字化输送带项目”总投资 63,957.83 万元，预计项目的投资进度如下表所示：

单位：万元

项目名称	T+1	T+2	T+3	T+4~T+12	投资总额
设备及安装	5,191.80	15,575.39	10,383.59	-	31,150.78
土地购买及厂房建设	4,247.64	12,742.92	8,495.28	-	25,485.84
智能化设备	215.13	645.38	430.25	-	1,290.76
其他费用	26.05	78.14	52.09	-	156.27
铺底流动资金	-	-	5,874.18	-	5,874.18
合计	9,680.61	29,041.83	25,235.40	-	63,957.83

（二）现有在建工程的建设进度、预计转固时间

截至 2023 年 9 月 30 日，公司在建工程账面价值为 2,911.01 万元。公司主要在建工程的建设进度、预计转固时间等具体情况如下：



项目名称	账面价值（万元）	预计转固时间	建设进度
机器设备	144.58	2024 年 2 月（注）	88.00%
三维视频融合监控系统	44.07	2024 年 2 月	100.00%
数字孪生智能管理系统及应用服务	66.23	2024 年 2 月	100.00%
待安装设备	14.20	2024 年 2 月	30.00%
鲁西工业园项目	2,641.93	2024 年	约 5%
合计	2,911.01		

注：2023 年 9-12 月投入 19.72 万元，2024 年 1 月转固 61.60 万元，2024 年 2 月转固 102.70 万元。

（三）发行人现有固定资产和无形资产折旧摊销计提情况、折旧摊销政策等

1、固定资产折旧计提情况及折旧政策

截至 2023 年 9 月 30 日，公司各类固定资产原值及累计折旧计提情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计折旧	减值准备	账面净值	综合成新率
房屋建筑物	70,900.12	9,800.53	-	61,099.60	86.18%
机器设备	58,172.24	28,645.04	-	29,527.20	50.76%
运输设备	1,212.83	627.38	-	585.44	48.27%
电子设备	3,047.22	2,205.27	-	841.94	27.63%
办公设备	368.02	109.92	-	258.11	70.13%
合计	133,700.43	41,388.14	-	92,312.29	69.04%

注：综合成新率=固定资产净值/固定资产原值

公司固定资产折旧政策如下：

类别	折旧方法	折旧年限	残值率	年折旧率
房屋建筑物	年限平均法	20	10.00%	4.50%
机器设备	年限平均法	10	10.00%	9.00%
运输设备	年限平均法	5	10.00%	18.00%
办公、电子设备	年限平均法	3、5	0%、10.00%	33.33%、18.00%

2、无形资产摊销情况及摊销政策

截至 2023 年 9 月 30 日，公司各类无形资产原值与累计摊销情况如下：

单位：万元

项目	账面原值	累计摊销	减值准备	账面净值
土地使用权	7,748.39	827.16	-	6,921.23



专利权	140.46	1.05	-	139.41
游戏	1,578.63	1,277.59	-	301.04
软件	2,327.50	1,635.69	-	691.81
合计	11,794.98	3,741.49	-	8,053.49

使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。公司无形资产摊销政策如下：

类别	预计使用寿命（年）	依据
土地使用权	50	权属证书年限
专利权	10	专利期限
软件	2-10	受益年限
游戏	3	受益年限

（四）量化分析相关折旧摊销对发行人未来经营业绩的影响

1、本次募投项目固定资产、无形资产未来转固预计折旧、摊销情况

本次募投项目计划在 T+3 年完成建设并实现生产，T+3 年为投入生产的第一年，按照 6 个月进行折旧；本项目所涉及土地使用权为永久产权，不予摊销。如本次募投项目顺利实施，则未来新增的相关折旧情况如下表所示：

单位：万元

项目	T+1~T+2	T+3	T+4~T+7	T+8	T+9~T+12
折旧金额	-	1,875.49	3,750.97	3,732.22	3,713.47

2、相关折旧摊销对公司未来经营业绩的影响

假设 T+1 年为 2024 年，相关折旧摊销对公司未来经营业绩的影响如下：

单位：万元



项目	T+1	T+2	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7	T+8	T+9	T+10	T+11	T+12
1、相关折旧												
本次募投项目 新增折旧摊销 (a)	-	-	1,875.49	3,750.97	3,750.97	3,750.97	3,750.97	3,732.22	3,713.47	3,713.47	3,713.47	3,713.47
现有在建工程 转固新增折旧 摊销 (b)	1,544.71	3,494.87	4,153.67	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02	4,407.02
公司现有固定 资产、无形资产 折旧摊销 (c)	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21	10,476.21
预计折旧摊销 (d=a+b+c)	12,020.92	13,971.08	16,505.37	18,634.20	18,634.20	18,634.20	18,634.20	18,615.45	18,596.70	18,596.70	18,596.70	18,596.70
2、折旧摊销对 收入的影响												
现有营业收入 (不含募投项 目) (e)	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17	322,385.17
募投项目新增 营业收入 (f)	-	-	16,950.00	33,900.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00	45,200.00
预计营业收入 (含募投项目) (g=e+f)	322,385.17	322,385.17	339,335.17	356,285.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17	367,585.17
新增折旧摊销 占预计营业收 入的比重 (h= (a+b)/g)	0.48%	1.08%	1.78%	2.29%	2.22%	2.22%	2.22%	2.21%	2.21%	2.21%	2.21%	2.21%
折旧摊销占预 计营业收入的 比重 (i=d/g)	3.73%	4.33%	4.86%	5.23%	5.07%	5.07%	5.07%	5.06%	5.06%	5.06%	5.06%	5.06%
3、对 EBITDA 的影响												



现有 EBITDA (不含募投项目) (j)	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00	39,099.00
募投项目新增 EBITDA (k)	-26.04	-78.13	3,573.42	7,731.02	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21	11,050.21
预计 EBITDA (含募投项目) (l=j+k)	39,072.96	39,020.87	42,672.42	46,830.02	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21	50,149.21
新增折旧摊销占预计 EBITDA 的比重 (m= (a+b)/l)	3.95%	8.96%	14.13%	17.42%	16.27%	16.27%	16.27%	16.27%	16.27%	16.23%	16.19%	16.19%	16.19%
折旧摊销占预计 EBITDA 的比重 (n=d/l)	30.77%	35.80%	38.68%	39.79%	37.16%	37.16%	37.16%	37.16%	37.08%	37.12%	37.08%	37.08%	37.08%

注 1：现有营业收入（不含募投项目）=公司 2023 年 1-9 月营业收入*4/3，并假设未来保持不变；现有 EBITDA（不含募投项目）=公司 2023 年 1-9 月 EBITDA*4/3，并假设未来保持不变；

注 2：现有在建工程转固新增折旧摊销按照在建工程预计转固金额及时间进行测算，其中鲁西工业园项目分三期，假设分别于 2024-2026 年各年 6 月转固；公司现有固定资产、无形资产折旧摊销按照截至 2023 年 9 月末的固定资产、无形资产状态进行折旧或摊销，并假设未来折旧摊销金额保持不变。

注 3：测算中考虑了在建工程中绿色输送智慧产业基地项目（鲁西工业园项目）未来转固后的预计新增折旧，但未考虑其新增收入及新增 EBITDA。

注 4：上述假设仅为测算本次募投项目相关折旧或摊销对公司未来经营业绩的影响，不代表公司对 2024 年度及此后年度盈利情况的承诺，也不代表公司对 2024 年及以后年度经营情况及趋势的判断。投资者不应据此进行投资决策，投资者据此进行投资决策造成损失的，公司不承担赔偿责任。



测算期内，募投项目和现有在建工程新增折旧摊销占预计营业收入的比重(h)较低。根据上述测算，T+4 年新增折旧摊销占预计 EBITDA 的比重(m)相对较大，然后回落到稳定水平，随着募投项目产能逐步释放，募投项目预计产生的新增收入能够覆盖本次募投项目新增的折旧、摊销成本，募投项目能够提高公司整体经营效益、提高业绩水平。折旧、摊销占预计营业收入、EBITDA 的比例均较低。

综上所述，本次募投项目新增折旧、摊销预计不会对公司经营业绩产生重大不利影响，但由于募集资金投资项目的建设需要一定周期，若因募投项目实施后，市场环境等发生重大不利变化，无法实现预计效益，则新增固定资产折旧摊销将对公司未来的盈利情况产生一定不利影响。

五、结合董事会决议日前已投入资金与本次募投项目投资明细情况，说明是否存在将已投入资金列入募集资金投资构成的情形，是否符合《监管指引第 7 号》第 7-4 条关于募集资金投向监管要求的规定。

（一）本次募投项目投资进度

本项目计划建设期为 36 个月。

建设内容	T+1				T+2				T+3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目前期准备												
厂房及工程建设												
设备购置及安装												
人员招募培训												
产品试生产												

公司于 2023 年 9 月取得了江苏省商务厅出具的《企业境外投资证书》，编号为：境外投资证第 N3200202301012 号，有效期为 2 年；于 2023 年 9 月取得了无锡市发展和改革委员会出具的《境外投资项目备案通知书》，编号为：备案号（2023）109 号，有效期为 2 年。公司无需向外汇管理局办理外汇登记审批手续，由银行按《直接投资外汇业务操作指引》要求直接审核办理，公司已取得经办银行中国工商银行股份有限公司无锡新吴支行出具的《业务登记凭证》。宝通泰国与土地所有权人泰中罗勇工业园开发有限公司于 2024 年 1 月签署《土地买卖协议》，目前已经办理完毕土地使用许可（IEAT01/2）手续、取得工业区土地使用



和经营许可函，并准备申请土地所有权许可（IEAT 15 Sor）及办理土地所有权转移登记。

（二）本次募投项目投资明细

2024 年 5 月，发行人召开董事会审议通过《无锡宝通科技股份有限公司 2023 年度向特定对象发行股票预案（修订稿）》，本次发行募集资金总额由“不超过 59,516.06 万元（含本数）”调整为“不超过 30,313.24 万元（含本数）”。本次募投项目“泰国年产 1000 万平方数字化输送带项目”，具体投资明细如下：

单位：万元

项目名称	投资总额	拟使用募集资金 金额	拟使用募集资金 占比	是否资本性支出
设备及安装	31,150.78	15,000.00	49.48%	是
土地购买及厂房建设	25,485.84	15,313.24	50.52%	是
智能化设备	1,290.76	-	-	是
其他费用	156.27	-	-	否
铺底流动资金	5,874.18	-	-	否
合计	63,957.83	30,313.24	100.00%	/

宝通泰国于 2023 年 9 月 4 日取得泰国商务部商业发展局出具的《法人注册证明书》并注册成立；2024 年 1 月 15 日，宝通泰国与泰中罗勇工业园开发有限公司签署《土地买卖协议》，本次募投项目将在取得土地所有权后申请施工许可，然后启动募投项目的建设投资。

2023 年 7 月 28 日，公司召开第五届董事会第十七次会议，首次审议通过了本次发行相关的议案，本次发行董事会议日前尚未投入资金启动募投项目建设，不存在已投入的资金列入募集资金投资构成的情形。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

会计师履行了以下核查程序：

1、查阅本次募投项目的可行性研究报告；获取并复核短期借款明细表及合同；获取并核查货币资金具体用途的相关测算表；获取绿色输送智慧产业基地项目的资金使用计划；向公司了解报告期内投资活动的投资背景、投资目的、形成



过程等信息。

2、查阅本次募投项目的可行性研究报告及效益测算明细，查阅百年通成本明细及生产设备明细，查阅前次募投项目及同行业公司披露的可行性研究报告、年度报告、反馈意见回复，比对单位产能投资及单位成本情况。

3、查阅了绿色输送智慧产业基地项目可行性研究报告、项目备案表；取得了公司重大合同、在手订单，取得公司意向性合作协议；查阅公司产品手册，对比同行业可比公司产品参数，查阅行业研究报告；查阅同行业可比公司年报及公告，了解其产能扩张计划。

4、查阅公司第五届董事会第十七次会议相关公告文件，了解募投项目建设进度。查阅固定资产、无形资产及在建工程明细。

5、查阅公司《募集资金管理制度》，询问公司管理层，了解公司实施募投项目的技术、人员、销售渠道储备。

（二）核查意见

经核查，会计师认为：

1、报告期内，公司工业互联网业务营业收入增长迅速，业务规模持续扩大，对营运资金需求同步上升；报告期末货币资金余额主要用于维持日常生产运营且均有相对明确的使用规划，随着营业规模快速增长，营运资金需求显著提升；募集资金有助于提高公司的净资产规模，进一步降低资产负债率，增强公司的偿债能力和抗风险能力，有利于公司长远发展；报告期内公司为完善业务布局进行对外投资，相关投资具备必要性和合理性；基于目前所处发展阶段和工业互联网业务发展状况，公司未来仍有较大资金需求，本次募投项目实施也将持续巩固上市公司的核心竞争力，故本次募集资金具有必要性和合理性。

3、本次募投项目单位产能投资及单位产能成本与前次相关募投项目、发行人现有业务及同行业可比公司项目存在的差异具有合理性，剔除相关影响因素后差异较小，具有合理性。

4、发行人募集资金投资路径合规，预计在境外银行存放的募集资金可以被有效监管，能够满足募集资金的监管要求。

5、本次募投项目新增折旧摊销预计不会对公司经营业绩产生重大不利影响，但由于募集资金投资项目的建设需要一定周期，若因募投项目实施后，市场环境



等发生重大不利变化，无法实现预计效益，则新增固定资产折旧摊销将对公司未来的盈利情况产生一定不利影响。

6、本次发行董事会议日前尚未投入资金启动募投项目建设，不存在已投入的资金列入募集资金投资构成的情形，符合《监管指引第7号》第7-4条关于募集资金投向监管要求的规定。



（本页无正文，为《关于无锡宝通科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函的回复》天衡专字（2024）00510 号报告签字盖章页）



2024 年 5 月 6 日

中国注册会计师：柏丛江



中国注册会计师：张利华

