

**关于北京元隆雅图文化传播股份有限公司  
申请向特定对象发行股票的审核问询函中  
有关财务事项的专项说明**

**致同会计师事务所（特殊普通合伙）**

## 关于北京元隆雅图文化传播股份有限公司 申请向特定对象发行股票的审核问询函中 有关财务事项的专项说明

致同专字（2023）第 110A011458 号

### 深圳证券交易所：

根据贵所 2023 年 3 月 20 日下发的《关于北京元隆雅图文化传播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〔2023〕120030 号）（以下简称“问询函”），致同会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“我们”）对问询函中提到的需要会计师发表意见的问题进行了认真核查，现做专项说明如下：

（本专项说明除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。）

**问题 1：“本次发行拟募集资金总额不超过 108,273.57 万元。本次募投项目创意设计能力提升建设项目（以下简称项目一）、数字营销业务系统建设项目（以下简称项目二）分别拟使用募集资金 18,880.00 万元、14,100.00 万元购买房产。项目一预计毛利率为 23.75%、项目二预计毛利率为 27.62%，均高于发行人最近三年对应业务的毛利率平均水平，申报材料称主要原因为本次募投项目提升了创意设计等能力。**

请发行人补充说明：（1）拟购买房产的用途分类及购置房产的进度；（2）结合本次募集资金投向房产购置的比例，说明本次募集资金是否变相投向房地产；（3）结合报告期内相关业务毛利率下滑原因、本次募投项目对创意设计等能力的具体影响、发行人产品及服务优势、行业竞争格局等情况，说明本次募投项目预测毛利率高于报告期平均水平的原因及合理性，效益预测是否谨慎、合理。

请发行人补充披露（3）相关风险。

请保荐人及会计师核查并发表明确意见。

回复：

## 一、发行人说明

### （一）拟购买房产的用途分类及购置房产的进度

本次募投项目中涉及购买房产的项目为“创意设计能力提升建设项目”和“数字营销业务系统建设项目”，其中“创意设计能力提升建设项目”拟使用募集资金购买 4,000.00 平方米房产，“数字营销业务系统建设项目”拟使用自有或自筹资金购买 3,000.00 平方米房产，房产用途均为办公用途。

截至本回复出具日，公司、子公司谦玛网络已分别与房产出卖方签署《房屋买卖意向书》，相关房产已竣工。

### （二）结合本次募集资金投向房产购置的比例，说明本次募集资金是否变相投向房地产

公司本次募集资金投向及房产购置费用明细如下：

单位：万元、%

序号	项目	投资总额	拟使用募集资金金额	房产购置费用	
				金额	占比
1	创意设计能力提升建设项目	50,992.55	39,788.91	18,000.00	45.24
2	数字营销业务系统建设项目	52,759.80	21,156.51	-	-
3	一体化信息系统平台研发升级建设项目	11,084.62	8,435.34	-	-
4	智能仓储中心建设项目	4,958.68	4,192.81	-	-
5	补充流动资金和偿还银行借款	16,000.00	16,000.00	-	-
合计		<b>135,795.64</b>	<b>89,573.57</b>	<b>18,000.00</b>	<b>20.10</b>

由上表可见，本次发行部分募集资金将用于购置房产，房产购置费用占本次拟募集资金总额的比例为 20.10%，相关房产为办公用途，为实施相应募投项目所需自用房产，不涉及住宅开发或商业地产开发等房地产开发业务用途。

本次募集资金到位后，公司将按照《募集资金使用管理办法》的规定，开设募集资金专项账户，与专户存储银行、保荐机构签署募集资金监管协议，严格管理募集资金使用，确保募集资金按照既定用途得到充分有效的利用，不会

变相将募集资金投入房地产。

此外，公司已出具《关于公司及控股子公司、参股公司不涉及房地产业务的承诺函》，具体内容如下：

“1、截至本承诺函出具日，本公司及本公司的所有控股子公司、参股公司均不涉及且未实际从事房地产开发经营业务，均不具有房地产开发经营资格，不存在房地产开发项目，亦不存在从事房地产开发与经营业务的计划或安排。

2、截至本承诺函出具日，本公司营业收入中不包含房地产开发相关业务收入。本次向特定对象发行募集资金的一部分将用于购置募投项目所需自用房产，均不涉及住宅开发或商业地产开发等房地产开发业务用途，未来亦不会涉及相关房地产业务。

3、本公司首次公开发行股票募集资金不存在投入房地产的情况；本次募集资金到位后，本公司将严格按照法律法规和监管部门的要求使用本次发行的募集资金，不会通过变更募集资金用途的方式使本次募集资金用于或变相用于房地产开发、经营、销售等业务。”

综上，公司本次募集资金不存在变相投向房地产的情况。

**（三）结合报告期内相关业务毛利率下滑原因、本次募投项目对创意设计等能力的具体影响、发行人产品及服务优势、行业竞争格局等情况，说明本次募投项目预测毛利率高于报告期平均水平的原因及合理性，效益预测是否谨慎、合理**

本次募投项目中涉及效益测算的项目为“创意设计能力提升建设项目”和“数字营销业务系统建设项目”。“创意设计能力提升建设项目”为公司现有礼赠品（促销品）及促销服务业务的升级，本项目运营期年均毛利率为 21.66%，公司礼赠品（促销品）及促销服务业务报告期内平均毛利率为 18.26%；“数字营销业务系统建设项目”为公司现有新媒体营销业务的升级，本项目运营期年均毛利率为 22.79%，公司新媒体营销业务报告期内平均毛利率为 19.57%。上述项目运营期年均毛利率均高于公司同类业务报告期内平均毛利率，具体分析如下：

#### **1、创意设计能力提升建设项目**

##### **（1）报告期内相关业务毛利率下滑原因**

报告期内，公司礼赠品（促销品）及促销服务业务毛利率分别为 21.51%、18.61%、15.65%和 17.28%。2021 年度和 2022 年度，公司礼赠品（促销品）及促销

服务业务毛利率下滑主要是礼赠品（促销品）业务毛利率下降所致。公司礼赠品（促销品）业务毛利率从 2020 年度的 23.86% 下降至 2021 年度的 17.59%，主要系 2021 年度毛利率较高的出口业务大幅下降所致；2022 年度礼赠品（促销品）业务毛利率下降至 14.17%，主要原因包括：①2022 年整体经济环境、客户线下营销活动业务开展、行业需求均有一定程度的下滑，部分客户的产品或服务价格下降，导致毛利率有一定程度下滑；②在客户营销需求和营销预算下降的背景下，行业竞争更加激烈，导致利润空间被压缩。2023 年 1-3 月，随着宏观环境的好转和客户营销活动的正常陆续开展，公司礼赠品（促销品）及促销服务业务毛利率有所回升。

### （2）本次募投项目对创意设计等能力的具体影响

本项目对创意设计等能力的具体影响如下：①现阶段，公司创意设计团队主要分布在北京，并辐射全国业务。本项目将在上海组建一支成熟、优秀的创意设计团队，辅以配备一定的市场开拓型人才，进一步挖掘华东地区潜在客户，推动区域业务发展，进一步提高公司创意设计能力和华东地区服务能力；②本项目将进一步加大创意设计、产品研发和 IP 投入，开发更具新颖性、时尚性、有文化内涵和 IP 属性的产品，提升公司核心竞争力；③本项目将进一步加大创意设计和优质 IP 资源投入，获得更多更优质 IP 资源的同时对创意设计能力进行提升，扩充公司 IP 资源库，完善 IP 矩阵，丰富公司产品种类。

### （3）公司产品及服务优势

公司的礼赠品（促销品）及促销服务业务具备一定的产品及服务优势，具体如下：

#### ①打通线上线下、“创意+设计”一体化的整合营销全案能力

礼赠品（促销品）面向线下渠道，涉及创意提案、产品设计、委托加工和采购、品质控制、物流配送、售后等服务，新媒体营销面向线上新媒体渠道，涉及内容创意和制作、精准投放策略、媒介资源采购及投放等服务，两者在创意环节上共通性很强，在客户资源和应用场景上互补性很强。公司的礼赠品（促销品）和新媒体营销双主业相互协同，以统一的创意设计大中台为支撑，面向客户进行礼赠品（促销品）和新媒体广告联合提案，形成打通线上线下、“创意+设计”一体化的整合营销全案能力。

#### ②创意设计能力及 IP 资源

通过长期的业务历练，公司培育了一支由二百余名创意策划和产品设计人员组成的专业团队，荣获北京市设计创新中心、北京高精尖产业设计中心、新

媒体广告创意案例等多项行业奖项，自主创新积累有效知识产权超 600 项，成果荣获德国红点奖、iF 设计奖、中国设计红星奖等国际国内知名奖项 50 余项。公司先后获得了 2008 年北京奥运会、2010 年上海世博会、2014 年南京青奥会、2021 年成都大运会、2022 年北京冬奥会及冬残奥会等大型赛会的特许生产商和零售商资质。公司设计生产的 2022 年北京冬奥会及冬残奥会特许产品获北京冬奥组委主办的创意设计奖项 21 项。

公司不断推进大 IP 战略，签约 NBA、环球影业、卢浮宫等多个知名 IP，并通过原创及多种授权合作方式不断扩大 IP 资源库，包括体育、动漫、国潮、博物馆、原创艺术、科技等多种类型的 IP，打造能满足不同人群及多种场景需要的 IP 矩阵。

### ③数字化和平台化营销服务能力

基于对客户营销链路的理解，公司提供数字化的营销解决方案，包括分别针对经销商和消费者的奖励和管理、数字化营销活动的策划和执行、数字化营销平台的开发和运营等。数字化营销服务应用于销售链路上的多种场景，以技术和数据驱动精准营销和流量变现，有效触达销售渠道和消费者，并具有较强的互动性。

## （4）行业竞争格局

礼赠品（促销品）及促销服务业务的服务对象范围极广，所提供的外包服务针对客户企业的非核心业务环节，靠专业化服务获得收入，不具备垄断因素，是充分竞争行业，业内公司多为民营企业，平等地参与竞争，行业市场化程度很高。

在 2000 年之前，中国专业从事礼赠品（促销品）及促销服务的公司较少，市场环境较为宽松。2000 年后，随着世界 500 强等大型跨国公司大举进入中国，市场竞争日趋激烈。大型跨国公司所带来的先进营销理念以及国内大中型企业的实战经验使得企业管理者逐渐认识到促销的重要作用，礼赠品（促销品）及促销服务行业进入快速发展期。由于礼赠品（促销品）及促销服务行业增长速度快、未来潜力大，而创业相对比较容易，因此业内存在大批只有 1 个核心客户、年收入几百万元到几千万元的小微企业，同时也有少量起步早、在竞争中不断壮大的大中型企业。公司自成立以来一直从事礼赠品（促销品）及促销服务业务，经过二十几年的发展，公司是细分行业内唯一上市公司，从销售规模上看是行业龙头企业。

礼赠品（促销品）及促销服务行业具有市场容量大、单个企业规模小、企

业数量多的特点。由于本行业服务对象涵盖几乎所有的终端产品生产企业，客户以大型快速消费品生产企业（比如日化、食品饮料、乳制品等），药品及保健品企业和电子电气（如手机、个人电脑等）生产企业为主，行业市场容量较大；但由于行业内从业企业数量众多，每个客户都有多家礼赠品（促销品）及促销服务供应商，因此，业内知名企业也只占有较小的市场份额。

### （5）关于毛利率差异的定量分析

本项目建设期为3年，建设期第2年开始产生收入，运营期为5年。本项目包括IP相关的礼赠品（促销品）及促销服务业务（以下简称“IP相关业务”）和非IP相关的礼赠品（促销品）及促销服务业务（以下简称“非IP相关业务”）。

本项目拟购买IP按照购买价格分为600万元、300万元、150万元三类，于购买后次年产生收入，预计每年分别可产生收入2,000万元、900万元、400万元，建设期IP购买情况如下：

序号	IP类别	建设期		
		T1	T2	T3
1	一类IP（600万元/个）	2	2	1
2	二类IP（300万元/个）	2	2	4
3	三类IP（150万元/个）	3	3	5
合计		7	7	10

本项目计算期收入估算情况如下：

序号	项目	单位	计算期							
			T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8
1	IP相关业务收入	万元	-	7,000.00	14,000.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00	21,600.00
1.1	一类IP	个	-	2	4	5	5	5	5	5
	单个IP产生收入	万元	-	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
	一类IP收入合计	万元	-	4,000.00	8,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
1.2	二类IP	个	-	2	4	8	8	8	8	8
	单个IP产生收入	万元	-	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
	二类IP收入合计	万元	-	1,800.00	3,600.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00	7,200.00
1.3	三类IP	个	-	3	6	11	11	11	11	11
	单个IP产生收入	万元	-	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00

	三类 IP 收入合计	万元	-	1,200.00	2,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00
2	非 IP 相关业务收入	万元	-	44,500.00	54,700.00	70,800.00	81,600.00	92,400.00	98,300.00	103,600.00
2.1	大客户	个	-	9	11	14	16	18	19	20
	单个客户产生收入	万元	-	3,700.00	3,700.00	3,700.00	3,700.00	3,700.00	3,700.00	3,700.00
	大客户收入合计	万元	-	33,300.00	40,700.00	51,800.00	59,200.00	66,600.00	70,300.00	74,000.00
2.2	中客户	个	-	12	15	20	24	28	30	31
	单个客户产生收入	万元	-	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00	600.00
	中客户收入合计	万元	-	7,200.00	9,000.00	12,000.00	14,400.00	16,800.00	18,000.00	18,600.00
2.3	小客户	个	-	40	50	70	80	90	100	110
	单个客户产生收入	万元	-	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	小客户收入合计	万元	-	4,000.00	5,000.00	7,000.00	8,000.00	9,000.00	10,000.00	11,000.00
<b>合计</b>		<b>万元</b>	<b>-</b>	<b>51,500.00</b>	<b>68,700.00</b>	<b>92,400.00</b>	<b>103,200.00</b>	<b>114,000.00</b>	<b>119,900.00</b>	<b>125,200.00</b>

本项目的营业成本主要包括采购成本。采购成本根据公司现有相关业务成本与收入比例，并结合项目特点和营业收入计算得出。本项目运营期年均营业成本为 86,945.40 万元。

综上，本项目 IP 相关业务和非 IP 相关业务运营期内的相关财务指标如下：

序号	指标名称	单位	数据	备注
1	营业收入	万元	110,940.00	运营期年均
1.1	IP 相关业务	万元	21,600.00	运营期年均
1.2	非 IP 相关业务	万元	89,340.00	运营期年均
2	营业成本	万元	86,945.40	运营期年均
2.1	IP 相关业务	万元	14,580.00	运营期年均
2.2	非 IP 相关业务	万元	72,365.40	运营期年均
3	毛利率	%	21.66	运营期年均
3.1	IP 相关业务	%	32.50	运营期年均
3.2	非 IP 相关业务	%	19.00	运营期年均
4	收入占比			
4.1	IP 相关业务	%	19.70	运营期年均
4.2	非 IP 相关业务	%	80.30	运营期年均

公司礼赠品（促销品）及促销服务业务中 IP 相关业务和非 IP 相关业务报告期内的相关财务指标如下：



单位：万元

序号	指标名称	2020 年度	2021 年度	2022 年度	2023 年 1-3 月	平均值
1	营业收入	136,478.16	132,038.78	124,173.98	21,957.50	/
1.1	IP 相关业务	1,574.50	1,972.95	3,166.38	641.34	/
1.2	非 IP 相关业务	134,903.66	130,065.83	121,007.59	21,316.16	/
2	营业成本	107,122.79	107,462.35	104,743.46	18,162.36	/
2.1	IP 相关业务	1,069.31	1,244.67	1,992.92	419.77	/
2.2	非 IP 相关业务	106,053.48	106,217.68	102,750.55	17,742.59	/
3	毛利率	21.51%	18.61%	15.65%	17.28%	18.26%
3.1	IP 相关业务	32.09%	36.91%	37.06%	34.55%	35.15%
3.2	非 IP 相关业务	21.39%	18.34%	15.09%	16.76%	17.89%
4	收入占比					
4.1	IP 相关业务	1.15%	1.49%	2.55%	2.92%	2.03%
4.2	非 IP 相关业务	98.85%	98.51%	97.45%	97.08%	97.97%

由上表可见，本项目运营期年均毛利率为 21.66%，其中 IP 相关业务运营期年均毛利率为 32.50%，非 IP 相关业务运营期年均毛利率为 19.00%；发行人礼赠品（促销品）及促销服务业务报告期内平均毛利率为 18.26%，其中 IP 相关业务平均毛利率为 35.15%，非 IP 相关业务平均毛利率为 17.89%。本项目 IP 相关业务和非 IP 相关业务运营期年均毛利率与发行人同类业务报告期内平均毛利率相近，因此本项目收入、成本等测算具有合理性。本项目运营期年均毛利率较发行人报告期内礼赠品（促销品）及促销服务业务平均毛利率高 3.40 个百分点，主要原因是本项目的收入结构与现有业务有所区别，本项目进一步加大创意设计和优质 IP 资源投入，毛利率较高的 IP 相关业务收入占比高于现有业务，提高了本项目的整体毛利率。

#### （6）本项目预测毛利率高于报告期平均水平的原因及合理性

导致公司礼赠品（促销品）及促销服务业务 2021 年度和 2022 年度毛利率有所下滑的上述因素预计不具有可持续性，本项目在进行效益测算时，未考虑不可持续因素的影响，本项目 IP 相关业务和非 IP 相关业务的毛利率与公司报告期内平均水平较为接近；本项目建设完成后会提升创意设计能力，同时募投项目

的收入结构与现有业务有所区别，募投项目进一步加大创意设计和优质 IP 资源投入，毛利率较高的 IP 相关业务收入占比高于现有业务，导致募投项目的整体毛利率高于现有业务；本项目实施将扩大公司礼赠品（促销品）及促销服务业务规模，进一步发挥公司礼赠品（促销品）及促销服务业务的产品及服务优势，增强核心竞争力，加强行业地位。因此，本项目运营期年均毛利率比公司礼赠品（促销品）及促销服务业务报告期内平均毛利率高 3.40 个百分点，差异较小，具有合理性，本项目效益预测谨慎、合理。

## 2、数字营销业务系统建设项目

### （1）报告期内相关业务毛利率下滑原因

报告期内，公司新媒体营销业务毛利率分别为 23.46%、23.28%、14.03%和 17.53%。2021 年度，公司新媒体营销业务毛利率较 2020 年度基本保持稳定；2022 年度，公司新媒体营销业务毛利率较 2021 年度下降 9.25%，主要是由于 2022 年受到宏观环境等的影响，客户营销需求和营销预算也发生一些变化，毛利率较高的策划创意服务类业务收入下降较大，而投放类业务占比上升，导致整体毛利率下降；2023 年 1-3 月，随着宏观环境的好转和客户营销需求的变化，发行人新媒体营销业务毛利率有所回升。

### （2）本次募投项目对创意设计等能力的具体影响

本项目对创意设计等能力的具体影响如下：①本项目将扩充数字营销业务团队，包括创意设计人员、媒介人员、IT 及数字化营销人员等，将进一步提高公司创意设计和内容制作能力；②本项目能够进一步整合公司现有的沃米优选业务系统和 ERP 数字化管理系统，提升平台服务能力，将客户评估、策略分析、内外部数据采集、媒介资源管理、链接监控资源等功能高效串行，提升项目响应速度和执行能力；③本项目以“策略+媒介+技术”为发展导向，将通过提升软硬件基础设施条件、加强策略和技术人才队伍建设，从用户洞察、策略策划、内容实现、媒介投放、效果监测与分析的全链路上进行优化和改革，拓展信息流广告业务，加强数字营销业务的核心竞争力。

### （3）公司产品及服务优势

公司的新媒体营销业务具备一定的产品及服务优势，具体如下：

#### ①人才和管理团队优势

公司自从事新媒体营销业务以来，一直非常注重人才的培养与任用，经过多年积累，已经建立起一支包含高层管理人员、业务带头人在内的优秀、稳定

的人才团队，在策略、创意、技术、客户服务、媒介等各方面均拥有一批出色人才。

公司新媒体营销业务的管理团队具有多年新媒体营销经验，熟悉新媒体营销行业的产品特点、广告主的营销目标、流量资源的变现诉求和广告受众的行为特征，在客户开拓、营销方案策划、流量资源整合及营销效果优化等方面拥有丰富的经验。

### ②技术优势

公司配备了专业的技术、产品、数据团队，并自主开发了新媒体精准营销管理系统“沃米优选”，覆盖了微信、微博、小红书等新媒体，为公司提升市场竞争力提供了有力的技术支持。“沃米优选”管理系统主要包括数据分析子系统、新媒体管理子系统。公司通过海量数据存储、数据挖掘与分析、文本挖掘与分析、信息归类整合等技术对新媒体账号进行评估，确定各类账号隐形属性，并将分析结果以可视化的形式反馈到“沃米优选”管理系统，为广告主找到最精准的广告投放路径提供参考依据，帮助广告主优化广告投放策略。同时，公司还通过平台对广告投放效果进行实时监测，发现异常情况能够快速预警，为提高广告投放效果提供数据支撑，满足广告主的新媒体营销需求。

### ③新媒体供应媒介资源优势

公司与各个新媒体机构进行合作时，在营销的专业技能、运营规范性、行业口碑等各方面保持较高水准，赢得了媒体主的信任，与各媒体主建立起了长期稳定的合作关系。优质的媒介资源能够帮助公司提升广告的投放效果，为公司在开拓新客户、维系老客户，持续取得收入并发展壮大提供了有利的支持和保障。

### ④公司的品牌影响力

公司的子公司谦玛网络先后获得戛纳、长城、OneShow、虎啸、数英、DMAA、Topdigital等60多项奖项；根据第三方平台数英指数对企业账号在数英平台的活跃度、项目数、项目品质、人气、行业认可度等多维度数据综合统计，截至目前，公司的子公司谦玛网络在媒介公关类企业中，排名第三，在细分行业中排名前列。

## （4）行业竞争格局

新媒体营销行业自身发展比较迅速，商业模式、技术应用、营销形式也在不断变化，大量的创新型公司不断进入这个行业参与竞争，因此，行业内的从

业企业数量较多，行业竞争较为充分，单个企业所占的市场份额较低，行业整体集中度较低，行业格局较为分散，目前没有龙头企业，但优质服务供不应求，具备行业洞察力和资源整合能力的公司市占率不断提升。随着行业逐步发展壮大及成熟，行业集中度会不断提升、营销效果差异化不断增强，新媒体营销行业将从单纯以技术或资源为驱动的模式逐步发展到进一步加大并购整合和差异化发展。

### (5) 关于毛利率差异的定量分析

本项目建设期为2年，建设期第2年开始产生收入，运营期为5年。本项目包括数字营销业务和信息流广告业务，计算期收入估算情况如下：

序号	项目	单位	计算期						
			T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7
1	数字营销业务收入	万元	-	93,850.00	107,675.00	120,700.00	123,075.00	125,050.00	126,625.00
1.1	大客户	个	-	18	20	22	23	24	25
	单个客户产生收入	万元	-	3,800.00	3,600.00	3,400.00	3,200.00	3,000.00	2,800.00
	大客户收入合计	万元	-	68,400.00	72,000.00	74,800.00	73,600.00	72,000.00	70,000.00
1.2	中客户	个	-	30	45	60	65	70	75
	单个客户产生收入	万元	-	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00	515.00
	中客户收入合计	万元	-	15,450.00	23,175.00	30,900.00	33,475.00	36,050.00	38,625.00
1.3	小客户	个	-	100	125	150	160	170	180
	单个客户产生收入	万元	-	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	小客户收入合计	万元	-	10,000.00	12,500.00	15,000.00	16,000.00	17,000.00	18,000.00
2	信息流广告业务收入	万元	-	2,000.00	3,000.00	4,000.00	4,500.00	5,000.00	5,500.00
	交易流水	万元	-	20,000.00	30,000.00	40,000.00	45,000.00	50,000.00	55,000.00
	分佣率	%	-	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00
<b>合计</b>		<b>万元</b>	<b>-</b>	<b>95,850.00</b>	<b>110,675.00</b>	<b>124,700.00</b>	<b>127,575.00</b>	<b>130,050.00</b>	<b>132,125.00</b>

本项目的营业成本主要包括采购成本。采购成本根据公司现有相关业务成本与收入比例，并结合项目特点和营业收入计算得出。本项目运营期年均营业成本为 96,500.00 万元。

综上，本项目数字营销业务和信息流广告业务运营期内的相关财务指标如下：

序号	指标名称	单位	数据	备注
----	------	----	----	----

1	营业收入	万元	125,025.00	运营期年均
1.1	数字营销业务	万元	120,625.00	运营期年均
1.2	信息流广告业务	万元	4,400.00	运营期年均
2	营业成本	万元	96,500.00	运营期年均
2.1	数字营销业务	万元	96,500.00	运营期年均
2.2	信息流广告业务	万元	-	运营期年均
3	毛利率	%	22.79	运营期年均
3.1	数字营销业务	%	20.00	运营期年均
3.2	信息流广告业务	%	100.00	运营期年均
4	收入占比			运营期年均
4.1	数字营销业务	%	96.51	运营期年均
4.2	信息流广告业务	%	3.49	运营期年均

由上表可见，本项目运营期年均毛利率为 22.79%，其中数字营销业务运营期年均毛利率为 20.00%，信息流广告业务按净额法结算，运营期年均毛利率为 100.00%。发行人新媒体营销业务报告期内平均毛利率为 19.57%，与本项目数字营销业务运营期年均毛利率相近，因此本项目数字营销业务收入、成本等测算具有合理性。本项目运营期年均毛利率较发行人新媒体营销业务报告期内平均毛利率高 3.22 个百分点，主要原因是本项目新增部分信息流广告业务，该收入按净额法结算，提高了本项目的整体毛利率。

信息流广告是在社交媒体用户好友动态、或者资讯媒体内容流中的广告，穿插在信息流内容中，信息流广告的关键点是“大数据+智能算法”，利用大数据技术，实现用户与广告的智能匹配和精准投放。目前募投项目“数字营销业务系统建设项目”实施主体上海谦玛网络科技有限公司主营业务为新媒体营销业务，“数字营销业务系统建设项目”拟在现有业务系统的基础上开发新的数字营销模块，建立完善的数字营销业务系统，一方面可以增强现有新媒体营销业务的服务能力，一方面拓展部分信息流广告业务，加强数字营销业务的盈利能力和综合竞争力。

#### **(6) 本项目预测毛利率高于报告期平均水平的原因及合理性**

导致公司新媒体营销业务 2022 年度毛利率有所下滑的上述因素预计不具有可持续性，本项目在进行效益测算时，未考虑不可持续因素的影响；本项目建设完成后会提升创意设计和内容制作能力，以及精准投放能力，同时新增部分信息流广告业务，该收入按净额法结算，提高了募投项目的整体毛利率；本项

目实施将扩大公司新媒体营销业务规模，进一步发挥公司新媒体营销业务的产品及服务优势，增强核心竞争力，加强行业地位。因此，本项目运营期年均毛利率比公司新媒体营销业务报告期内平均毛利率高 3.22 个百分点，差异较小，具有合理性，本项目效益预测谨慎、合理。

综上，根据报告期内相关业务毛利率下滑原因、本次募投项目对创意设计等能力的具体影响、公司产品及服务优势、行业竞争格局等情况并结合定量分析，本次募投项目预测毛利率，高于报告期平均水平具有合理性，效益预测谨慎、合理。

#### **（四）请发行人补充披露（3）相关风险**

公司已在募集说明书“第六节 与本次发行相关的风险因素”之“五、募集资金投资项目风险”中补充披露如下：

##### **“（三）募集资金投资项目无法实现预计效益的风险**

本次发行募集资金将用于“创意设计能力提升建设项目”、“数字营销业务系统建设项目”、“一体化信息系统平台研发升级建设项目”、“智能仓储中心建设项目”和“补充流动资金和偿还银行借款”，其中“创意设计能力提升建设项目”预计内部收益率（税后）为 11.23%，静态投资回收期（税后）为 7.33 年（含建设期），运营期年均毛利率为 21.66%，“数字营销业务系统建设项目”预计内部收益率（税后）为 11.89%，静态投资回收期（税后）为 6.30 年（含建设期），运营期年均毛利率为 22.79%。报告期内公司礼赠品(促销品)及促销服务业务、新媒体营销业务的平均毛利率分别为 18.59%、20.26%，上述项目运营期年均毛利率均略高于公司同类业务报告期内平均毛利率，主要系上述项目的收入结构与现有业务有所区别。上述项目预计效益是基于当前产业政策、市场环境、技术发展趋势等因素做出的，如果项目实施过程中宏观政策和市场环境发生不利变动、行业竞争加剧、技术水平发生重大更替或者受其他不可预见因素的影响，上述项目可能无法实现预计效益，从而对公司经营业绩产生不利影响。”

## **二、中介机构核查意见**

### **（一）核查程序**

我们执行的主要核查程序包括：

- 1、查阅发行人本次募投项目的可行性研究报告，了解募投项目的投资明细、房产用途、预计效益；

2、查阅发行人与房产出卖方签署的《房屋买卖意向书》，访谈发行人管理层相关人员和房产出卖方相关人员，获取《建筑工程综合竣工验收合格通知书》，了解相关房产用途及建设进度；

3、访谈发行人管理层相关人员，了解本次募集资金是否存在投入房地产的情况；

4、获取发行人出具的《关于公司及控股子公司、参股公司不涉及房地产业务的承诺函》；

5、查阅发行人报告期内的年度报告，访谈发行人管理层相关人员，了解发行人相关业务毛利率下滑的原因、产品及服务优势、行业竞争格局等情况，比较和分析募投项目预测毛利率与公司报告期内平均毛利率的差异及原因。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

1、本次募投项目中拟购买房产的用途为办公用途，截至本专项说明出具日，发行人、谦玛网络已分别与房产出卖方签署《房屋买卖意向书》，相关房产已竣工；

2、本次发行募集资金中房产购置费用占本次拟募集资金总额的比例为20.10%，发行人本次募集资金不存在变相投向房地产的情况；

3、根据报告期内相关业务毛利率下滑原因、本次募投项目对创意设计等能力的具体影响、发行人产品及服务优势、行业竞争格局等情况并结合定量分析，本次募投项目预测毛利率高于报告期平均水平具有合理性，效益预测谨慎、合理。

**问题 2：最近一年及一期末，发行人存货账面余额持续增长，主要原因为发行人增加冬奥产品备货，库存商品账面余额增加。发行人取得的北京 2022 年冬奥会和冬残奥会组委会关于特许生产商和特许零售商的授权于 2022 年 9 月 30 日到期。**

请发行人补充说明：（1）结合库存商品中冬奥产品占比、库存商品库龄、期后销售金额、售价变化情况、后续销售计划、发行人存货跌价准备计提政策等，说明存货跌价准备计提是否充分；（2）结合上述授权有效期，说明到期后继续销售相关产品是否合法合规。

请发行人补充披露（1）相关风险。

请保荐人核查并发表明确意见，请发行人律师核查（2）并发表明确意见，

请会计师核查(1)并发表明确意见。

回复:

### 一、发行人说明

#### 1、冬奥产品占比情况

最近两年及一期末,公司存货中冬奥产品账面余额及占比情况如下:

单位:万元、%

项目	2023年3月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
存货账面余额	17,394.02	18,712.79	18,279.07
冬奥产品账面余额	2,102.33	2,289.78	6,638.00
占比	12.09	12.24	36.31

如上表所示,最近两年及一期末,公司存货中冬奥产品账面余额分别为6,638.00万元、2,289.78万元和2,102.33万元,占比分别为36.31%、12.24%和12.09%,占比较高但呈现下降趋势。

#### 2、冬奥产品库龄情况

最近两年及一期末,公司冬奥产品库龄情况如下:

单位:万元、%

库龄	2023年3月31日		2022年12月31日		2021年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	1,819.75	86.56	2,176.45	95.05	5,644.27	85.03
1-2年	245.34	11.67	78.96	3.45	840.53	12.66
2-3年	17.23	0.82	21.61	0.94	153.20	2.31
3年以上	20.01	0.95	12.75	0.56	--	--
合计	<b>2,102.33</b>	<b>100.00</b>	<b>2,289.78</b>	<b>100.00</b>	<b>6,638.00</b>	<b>100.00</b>

如上表所示,最近两年及一期末,公司冬奥产品库龄以1年以内为主,占比分别为85.03%、95.05%和86.56%。

#### 3、冬奥产品期后销售情况

最近两年及一期末,公司冬奥产品期后销售情况如下:

单位:万元

项目	2023年3月31日	2022年12月31日	2021年12月31日
----	------------	-------------	-------------



冬奥产品账面余额	2,102.33	2,289.78	6,638.00
截至 2023 年 3 月 31 日已销售冬奥产品	--	187.45	6,557.15
期后销售率	--	8.19%	98.78%

截至 2023 年 3 月 31 日，最近两年及一期末公司冬奥产品期后销售率分别为 98.78%、8.19%和 0.00%，2022 年 10 月 1 日起仅有天猫奥林匹克官方旗舰店（以下简称“天猫旗舰店”）可以线上销售冬奥产品，冬奥产品在天猫旗舰店正常销售，随着冬奥产品热度的降低，销售情况出现下滑。

#### 4、冬奥产品售价变化情况

2021 年度及 2022 年 1-9 月，公司作为特许零售商的自行销售价格为北京 2022 年冬奥会和冬残奥会组织委员会（以下简称“北京冬奥组委”）规定的建议零售价，同时作为特许生产商向经许可的销售渠道的销售价格为北京冬奥组委规定的批发价，公司冬奥产品售价未发生重大变化。

2022 年 10 月 1 日起仅有天猫旗舰店可以线上销售冬奥产品。北京资和信百货商场有限公司（以下简称“北京资和信”）作为天猫旗舰店的运营方授权期限截至 2022 年 12 月 31 日，北京墩后文化发展有限公司（以下简称“北京墩后”）作为天猫旗舰店的运营方授权期限截至 2028 年 12 月 31 日。公司向北京资和信的供货价格未发生变化，2022 年 12 月 28 日公司与北京墩后签署协议，供货价格相较北京资和信的供货价格略有下降，下降幅度为市场零售价格的 3.00%。

#### 5、冬奥产品后续销售计划

北京墩后是经国际奥委会和中国奥委会授权的奥运特许商品生产商、特许零售商和中国奥委会辖区内奥林匹克官方旗舰店独家运营商，授权期限截至 2028 年 12 月 31 日。公司已与北京墩后签署相关协议，约定可以向其供应原北京冬奥会特许商品的剩余库存产品。

#### 6、存货跌价准备计提政策

公司存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法如下：

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。

公司冬奥产品类型主要包括两个大类：纯金、纯银等贵金属纪念品（以下

简称“冬奥贵金属产品”)和其他普通纪念品(以下简称“冬奥其他产品”。

最近两年及一期末,公司冬奥产品计提跌价准备情况如下:

单位:万元、%

项目	2023年3月31日			2022年12月31日			2021年12月31日		
	账面余额	存货跌价准备	跌价准备计提比率	账面余额	存货跌价准备	跌价准备计提比率	账面余额	存货跌价准备	跌价准备计提比率
冬奥贵金属产品	73.74	--	--	115.49	--	--	3,508.76	--	--
冬奥其他产品	2,028.59	657.27	32.40	2,174.28	708.28	32.58	3,129.24	--	--
<b>合计</b>	<b>2,102.33</b>	<b>657.27</b>	<b>31.26</b>	<b>2,289.78</b>	<b>708.28</b>	<b>30.93</b>	<b>6,638.00</b>	<b>--</b>	<b>--</b>

截至2021年末,北京冬奥会尚未开始,公司存货中的冬奥产品主要为北京冬奥会备货,预计销售价格为北京冬奥组委规定的建议零售价或批发价,按照预计售价减去预计的销售费用和相关税费后的可变现净值大于账面成本,冬奥产品不存在减值迹象,公司未计提存货跌价准备。

截至2022年末和2023年3月末,北京冬奥会已结束,冬奥贵金属产品材质为纯金或纯银,可以重新加工为其他贵金属销售,不存在减值迹象,未计提存货跌价准备;冬奥其他产品虽按照预计售价减去预计的销售费用和相关税费后的可变现净值大于账面成本,但考虑到仅可通过天猫旗舰店销售,销售渠道变窄,公司仍基于谨慎性充分考虑滞销风险后计提了约30%的存货跌价准备。

公司已在募集说明书“第六节与本次发行相关的风险因素”之“四、财务风险”中披露冬奥产品跌价风险。

综上所述,最近两年及一期末,公司存货中冬奥产品占比较高但呈现下降趋势,冬奥产品库龄主要在1年以内,2022年10月1日起仅有天猫旗舰店可以线上销售冬奥产品,冬奥产品在天猫旗舰店正常销售,随着冬奥产品热度的降低,销售情况出现下滑,但售价未发生重大变化,具备合理可行的后续销售计划,存货跌价准备政策谨慎合理,存货跌价准备计提充分。

## 二、中介机构核查意见

### (一) 核查程序

- 1、查阅公司最近两年及一期末存货及其中冬奥产品的余额情况;

2、查阅最近两年及一期末冬奥产品期末余额的主要构成情况、期后销售情况及库龄分布等；

3、查阅公司与北京冬奥组委签署的《特许零售协议》和《特许生产协议》、冬奥产品相关的主要客户销售协议，访谈公司管理层相关人员，了解冬奥产品的售价变化情况；

4、了解公司存货跌价准备计提政策，获取最近两年及一期末冬奥产品相关的存货跌价准备计提明细，结合库龄、销售价格和期后销售情况分析存货跌价准备计提是否充分；

5、访谈公司管理层相关人员，了解冬奥产品的后续销售计划、销售途径及滞销风险，以评价存货跌价准备计提是否充分。

## （二）核查结论

经核查，我们认为：

最近两年及一期末，公司存货中冬奥产品占比较高但呈现下降趋势，冬奥产品库龄主要在1年以内，2022年10月1日起仅有天猫旗舰店可以线上销售冬奥产品，冬奥产品在天猫旗舰店正常销售，随着冬奥产品热度的降低，销售情况出现下滑，但售价未发生重大变化，具备合理可行的后续销售计划，存货跌价准备政策谨慎合理，存货跌价准备计提充分。



中国·北京

中国注册会计师



中国注册会计师



二〇二三年五月十八日



姓名 Full name 韩瑞红  
 性别 Sex 女  
 出生日期 Date of birth 1970-03-07  
 工作单位 Working unit 京都天华会计师事务所有限公司  
 身份证号码 Identity card No. 140104700307086

证书编号: 140100010022  
 No. of Certificate

批准注册协会: 北京注册会计师协会  
 Authorized Institute of CPAs

发证日期: 年 月 日  
 Date of issuance

年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日

工作单位变更事项登记  
 Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出  
 Agree the holder to be transferred from

年 月 日

同意调入  
 Agree the holder to be transferred to

年 月 日

年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日

年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

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



2012年 3月 1日

年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日

年度检验登记  
 Annual Renewal Registration

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



年 月 日

	姓名	朱小娃
	Full name	
	性别	男
	Sex	
	出生日期	1980-02-26
	Date of birth	
工作单位	中天会计师事务所有限公司山西分所	
Working unit		
身份证号码	20827198002262093	
Identity card No.		

年度检验登记  
Annual Renewal Registration

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

证书编号:  
No. of Certificate 140100110017

批准注册协会:  
Authorized Institute of CPAs 山西省

发证日期:  
Date of issuance 2005 年 07 月 15 日

山西省注册会计师协会  
山西注册会计师协会  
2011 年 2 月 17 日

注册会计师工作单位变更事项登记  
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出  
Agree the holder to be transferred from

中天会计师事务所有限公司  
2012 年 6 月 7 日

同意调入  
Agree the holder to be transferred to

中天会计师事务所有限公司  
2012 年 6 月 12 日

注册会计师工作单位变更事项登记  
Registration of the Change of Working Unit by a CPA

同意调出  
Agree the holder to be transferred from

中天会计师事务所有限公司  
2012 年 6 月 29 日

同意调入  
Agree the holder to be transferred to

中天会计师事务所有限公司  
2012 年 6 月 29 日

姓名: 朱小娃  
证书编号: 140100110017

CPA 任职资格合格章  
BICPA  
2013

CPA 任职资格合格章  
BICPA  
2014

CPA 任职资格合格章  
BICPA  
2015

CPA 任职资格合格章  
BICPA  
2016

山西省注册会计师协会  
2012 年 2 月 17 日

证书序号: 0014469

此件仅用于业务报告使用, 复印无效



### 说明

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

## 会计师事务所 执业证书



名称: 北京惠丰惠丰会计师事务所(特殊普通合伙)

首席合伙人:

主任会计师:

经营场所: 北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场5层

组织形式: 特殊普通合伙

执业证书编号: 11010156

批准执业文号: 京财会许可[2011]0130号

批准执业日期: 2011年12月13日



发证机关: 北京市财政局

二〇二〇年十一月十一日

中华人民共和国财政部制



此件仅供业务报告使用，复印无效。

# 营业执照

(副本)(20-1)

统一社会信用代码

91110105592343655N



扫描二维码登录“国家企业信用信息公示系统”了解更多登记、备案、许可、监管信息



名称 致同会计师事务所(特殊普通合伙)  
类型 特殊普通合伙企业  
批准合伙人 李惠琦

成立日期 2011年12月22日  
合伙期限 2011年12月22日至 长期  
主要经营场所 北京市朝阳区建国门外大街22号赛特广场五层

审计报告、出具审计报告、验证企业资本，出具验资报告；清算事宜中的审计业务，清算财务决算审计；代理记账；出具会计报表、合并报表、资产负债表、损益表、现金流量表、所有者权益变动表、附表及注册会计师执业准则要求的审计报告、审阅报告、专项审计报告；基本咨询、管理咨询、税务咨询、法律、法规、规章及规范性文件要求的其他业务。下期出资时间为2022年12月31日；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；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；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动；不得从经营活动中牟取不正当利益。

登记机关



2021年11月04日

市场主体应当于每年1月1日至6月30日通过国家企业信用信息公示系统报送公示年度报告。

国家企业信用信息公示系统网址：<http://www.gsxt.gov.cn>

国家市场监督管理总局监制