

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件  
的第二轮审核问询函之回复

信会师函字[2019]第 ZA254 号

上海证券交易所：

根据贵所于 2019 年 5 月 14 日出具的《关于优刻得科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函》（上证科审（审核）[2019]121 号）（以下简称“审核问询函”）相关问题的要求，立信会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“申报会计师”）作为优刻得科技股份有限公司（以下简称“优刻得”、“发行人”、“公司”）首次公开发行股票并在科创板上市的申报会计师，对审核问询函中涉及申报会计师的相关问题逐项回复如下：

**问题 3：关于核心业务系统**

根据保荐机构和申报会计师出具的发行人信息系统专项核查报告，发行人核心业务系统目前存在三方面不足。

请发行人披露云计算控制台、计费系统对发行人业务及财务重要性，如何确保云计算控制台和计费系统设计及运行的有效性，是否存在因控制制度不健全、系统运行故障而导致的经营风险。

请发行人：（1）结合计费系统变更流程的关键控制环节，说明上线申请审批及记录的重要性，报告期内计费系统变更记录，计费系统变更是否通过审批，在审计记录缺失的情况下如何确保相关系统上线均已经过审批；（2）未定期梳理用户权限并形成文档记录，如何确保相关用户权限明确，如何防止恶意篡改数据；（3）数据库日志审计的具体功能，在未开通日志审计功能的情况下采取了哪些替代性控制措施或制度；（4）报告期内云计算控制台、计费系统、财务

系统及对接差错或错报的发现及解决过程；（5）核心业务存在上述不足的具体原因及潜在影响，是否构成内部控制制度重大缺陷，是否会影响报告期财务数据的真实、准确、完整；（6）针对上述不足采取的解决措施、制度或程序。

请保荐机构和申报会计师量化分析发行人核心业务系统存在上述不足但未累计成为重要缺陷的认定依据，已履行的核查程序、核查范围，取得的相关核查证据，并对上述不足对报告期财务数据真实性、准确性、完整性的影响发表明确意见。

答复：

### 【申报会计师核查】

针对发行人核心业务系统目前存在三方面不足，申报会计师对其进行核查、取证、分析如下：

#### 1、针对发行人报告期内计费系统的系统变更上线审批记录缺失的不足

##### （1）核查范围和程序：

核查 2016-2018 年计费系统的运行情况，具体程序如下：

①检查公司《系统获取、开发和维护》制度，了解计费系统的系统变更流程；

②获取并查看系统变更清单及《计费系统变更审批表》，检查报告期间内系统变更测试、上线审批执行情况；

③检查计费系统开发环境、测试环境及生产环境服务器的 IP 地址，确认计费系统开发环境、测试环境、生产环境相互分离情况；

④检查计费系统服务器操作系统及数据库的用户列表，确认操作系统管理员与数据库管理员分别由不同人员掌握。

##### （2）所获取的核查证据：

①《系统获取、开发和维护》的制度文件；

②计费系统变更清单；

- ③2016-2018 年的纸质《计费系统变更审批表》；
- ④计费系统开发环境、测试环境以及生产环境服务器 IP 地址截图；
- ⑤计费系统服务器操作系统用户列表；
- ⑥计费系统数据库用户列表。

### **(3) 分析结论：**

通过检查计费系统变更清单及计费系统变更上线审批单，发现报告期内共有 65 项系统变更，其中有 2 项系统变更缺失对应的纸质上线审批记录，其他变更项均经过有效的上线审核。通过检查缺失的 2 项变更在 Gitlab 中所保存的代码版本，确认其变更内容为产品配置的一般变更，不会对报告期内财务数据的真实性、准确性、完整性产生影响。

## **2、针对发行人未定期梳理用户权限并形成文档记录的不足**

### **(1) 核查范围和程序：**

核查 2016-2018 年计费系统的运行情况，具体程序如下：

- ①访谈了解公司核心业务系统架构情况；
- ②访谈计费系统负责人，了解计费系统操作系统、数据库权限管理流程；
- ③获取计费系统跳板机的用户列表及《跳板机帐号开通工单》，检查跳板机帐号授权审批的执行情况；
- ④获取公司系统中的《离职流程》，检查员工离职账号处理流程；
- ⑤检查跳板机内记录的用户操作日志，了解日志记录内容及保存情况。

### **(2) 所获取的核查证据：**

- ①计费系统跳板机用户列表；
- ②《跳板机用户开通工单》；
- ③《离职流程》；

④跳板机用户操作日志。

### **(3) 分析结论：**

云计算控制台和计费系统分别为 B/S 架构中的 Browser 端和 Server 端，无应用层概念，故不存在应用层用户；申报会计师获取并查看了计费系统后台数据库用户列表，其中数据库管理员账号由指定的发行人高级管理人员掌握。

发行人使用跳板机对操作系统的访问进行控制。申报会计师检查了跳板机的访问控制流程，确认了用户须通过跳板机才能对操作系统进行访问，跳板机已开启用户操作记录功能。

为了验证生产环境的数据未被恶意篡改，申报会计师随机抽取了报告期内 25 天的历史备份数据，并与生产环境的业务数据进行比对，确认历史备份数据和生产环境的订单汇总金额和订单笔数一致。

发行人授权及禁用审批等控制措施能保障发行人用户权限明确，授权合理。用户权限定期梳理控制是对用户权限管理方面的进一步加强，定期梳理用户权限并形成文档记录是对发行人信息系统管理提升的优化建议。发行人所使用的跳板机访问控制机制能够预防业务数据被恶意篡改，并且发行人的数据备份机制能够提供业务数据的完整性和可用性的保障，能够弥补未形成用户权限定期梳理记录的控制执行不足。

### **3、针对发行人未开通计费系统数据库的日志审计功能的不足**

#### **(1) 核查范围和程序：**

核查 2016-2018 年云计算控制台、计费系统的运行情况，具体程序如下：

①访谈公司安全运维负责人，了解公司安全政策，数据库日志存储机制和数据库访问控制流程；

②检查跳板机内记录的用户数据库维度的操作日志，检查日志记录内容及保存情况；

③检查《跳板机日志季度审查表》和跳板机日志定期复核情况。

**（2）所获取的核查证据：**

- ①跳板机记录的数据库操作日志截图；
- ②报告期内《跳板机日志季度审查表》。

**（3）分析结论：**

发行人使用跳板机对部署在服务器上的数据库进行访问控制，跳板机日志能够对数据库的运维操作行为进行记录，从而实现追溯用户数据库操作的控制目标。跳板机日志中记录的数据库运维操作记录是公司未开启数据库日志审计功能的有效补偿；公司跳板机日志保存超过一年以上，每季度对跳板机日志进行全面复核并形成永久保存的文档记录。

申报会计师查看了跳板机内所保存的日志记录，并对跳板机日志进行了抽样检查；申报会计师抽样检查了报告期内的《跳板机日志审查表》，确认发行人公司安全团队人员定期检查跳板机日志。发行人所使用的跳板机访问控制是对目前未开通日志审计功能的不足的有效补偿。

经核查，申报会计师认为，发行人信息系统一般控制的三点不足事项未对核心业务系统的业务数据造成重大影响，对财务报表的具体科目和整体报表的评估不会产生重大影响，属于发行人信息系统内部管理可优化事项，不会对报告期财务数据真实性、准确性、完整性造成重大影响。

**问题 4：关于服务器运行耗电量**

根据回复材料，发行人无法得知公司服务器运行耗电量。

请发行人：（1）说明上述情况是否符合行业惯例，如否，请说明原因；（2）发行人与所有的 IDC 服务商签署的协议是否均为一揽子服务协议，若发行人可选择服务或收费模式，只选择一揽子付费模式的原因；（3）发行人在对采购分项成本无法验知的情况下，选择相关 IDC 供应商的原因、价格是否公允，是否为关联方；（4）IDC 服务商与公司签订服务合同的定价依据及是否符合行业惯例，其中电费是否为合同双方定价的重要考量因素；（5）提供报告期内 IDC 服务商出具的流量图和付费通知单。

请保荐机构和申报会计师是否已核查上述事项，若否，请说明原因，并进一步核查上述事项并发表明确意见；若是，请说明关于服务器运行耗电量履行的核查程序、核查过程及核查范围，是否已采取替代性核查程序及取得的证据，并说明无法获得服务器运行耗电量的情况下，如何分析发行人服务器运行与业务量的匹配性。

答复：

**【公司回复】**

（一）说明上述情况是否符合行业惯例，如否，请说明原因；

目前 IDC 服务商机柜租赁的主要收费模式如下表：

项目	一揽子服务协议模式	整机房租赁模式	整数据中心租赁模式
电费收费模式	提前确定单机柜租赁的价格，按照实际使用机柜数量付费。若存在保底条款，实际使用量低于保底量时按保底机柜数量计费。该模式下电费包含在机柜租赁费用中，不单独计费	在机房的进线端加装电量计费装置，但该装置只能统计机房内的整体机柜耗电，无法统计某个机柜的耗电以及机房应分摊的配套设施耗电量。该模式下，需要云计算厂商与 IDC 服务商提前商定 PUE（Power Usage Effectiveness，等于机柜和配套设施整体耗电量/机柜耗电量），双方基于商定的 PUE 值进行对赌，云计算厂商支付电费金额等于机柜耗电*提前商定 PUE*电价，IDC 服务商的实际成本等于机柜和配套设施的实际耗电量	在数据中心的高压进线侧安装电表进行电力计量，通常是电力局的收费标准，该电量值包含整个数据中心的所有用电计量（包括机柜整体耗电、数据中心配套设施电量、办公照明用电等），无法统计某个机房或某个机柜的耗电量
是否可以统计耗电量	否	是，统计机房中所有机柜的整体耗电	是，统计数据中心中所有机柜、配套设施、办公用电的整体耗电
对应机柜租赁规模	较小（100 个-1000 个）	中等（500 个-1,000 个）	较大（1,000 以上）
适合客户群	零售模式，适用于中小型客户，需与其他用户共享数据中心或机房的机柜	适用于中大型客户，需要客户整租整个机房的机柜	适用于超大型客户，需要客户整租整个数据中心的机柜
技术要求	较低	最高，用户需要对数据中心的构架、节能、设备品	较低

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	一揽子服务协议模式	整机房租赁模式	整数据中心租赁模式
		牌等都具有深度的经验积累，才能与服务商对赌PUE，达到节省成本的效果	
资金实力要求	较低	较高	最高
发行人适用情况	适合公司，成本最优	需要一次性租赁机柜规模较大	需要租赁机柜规模最大

注：1、随着季节的变化，数据中心全年各时点的PUE在实时变化；

2、报告期内发行人在北京鹏博士机房的租赁机柜数量最多，报告期各期末租赁机柜数量分别为580个、891个和1,091个，系由于发行人业务需求自然增长，每月分步新增投入租赁机柜所导致，非一次性租赁整个数据中心或整个机房的机柜

因此针对整租数据中心或者机房中全部机柜的用户，可以统计其期间内的服务器运行耗电量，针对租赁数据中心或机房中部分机柜的用户，IDC服务商不会为每个机柜安装电表，无法统计其期间内的服务器运行耗电量。报告期内由于发行人的业务规模相较阿里云、腾讯云等竞争对手仍然较小，仅租赁某个数据中心或机房中的部分机柜，根据实际租赁数量进行付费，少数存在保底条款协议的，若实际使用量低于保底量，按保底量进行付费。公司与所有IDC服务商签署的均为一揽子服务协议，根据一揽子的服务进行收费，不单独考虑机柜运行的耗电量及电费，不专门统计针对公司服务器的耗电量数据，租赁机柜的费用根据实际使用机柜数量确定。

A股已上市IDC服务商的机柜租赁收费模式情况如下表：

序号	公司名称	收费模式
1	广东奥飞数据科技股份有限公司	机柜租用按客户使用机柜数量收费，计费单位为“元/个/月”。根据业务性质，公司对机柜租用主要采取打包定价的方式，即根据客户使用的机柜、带宽、服务器、IP等的数量和类型，与客户商定固定的月度或年度费用；如需要保底+弹性计费的客户，则会另行商定弹性计费部分的价格，根据客户每月实际使用量另行出具账单进行核对。 公司自建机房机柜租用的价格根据自建机房的折旧摊销费、机房租赁费、机房水电费等成本加成定价且参考当地区域的机柜和服务器的销售价格定价，因此主要受自建机房相关成本费用和自建机房区域的影响。
2	网宿科技股份有限公司	主机托管包括带宽租用、空间租用两种服务，空间租用包括机位租用（以单个设备实际占用的空间为基础向客户提供空间租用服务）、机

序号	公司名称	收费模式
		柜租用（向客户提供 IDC 标准的整机柜的租用）和 VIP 包房租用（可提供物理隔离的单独包房模式的面积租用）。空间租用的服务费以机位为计费单位，根据客户占用机房空间资源的大小收取空间服务费
3	北京光环新网科技股份有限公司	<p>IDC 服务及其增值服务合同分为固定合同与敞口合同，固定合同即合同明确约定服务提供量，每月按固定金额确认收入；敞口合同仅约定单价，主要约定带宽与电费的单价，公司根据客户实际使用量按月确认收入。实际使用电费根据电表计量编制月客户收费通知单，并经客户核对确认。</p> <p>2010 年至 2013 年 1-3 月，光环新网敞口合同收入占同期营业收入的比例分别为 20.93%、25.34%、20.60% 和 30.53%，整体占比较小，其他均为固定合同模式收入，敞口合同占比逐渐提升主要是由于北京当当网信息技术有限公司等大客户的服务收入增加所致。</p>

资料来源：上述公司的招股说明书

根据上表，目前一揽子服务协议模式是数据中心机柜租赁市场的主流交易方式，在部分大型互联网公司的推动下，有些数据中心支持采用租电分离（即整机房租赁或整数据中心租赁）的计费方式。

**（二）发行人与所有的 IDC 服务商签署的协议是否均为一揽子服务协议，若发行人可选择服务或收费模式，只选择一揽子付费模式的原因；**

报告期内，发行人与所有的 IDC 服务商签署的协议均为一揽子服务协议。

目前，一揽子服务协议模式仍为数据中心租赁市场的主流交易方式，在部分大型互联网公司的推动下，有些数据中心支持采用租电分离（即耗电量单独统计，电费单独计价）的计费方式。报告期内发行人根据客户的业务需求采购、部署服务器，采用一揽子服务模式分步租赁机柜对发行人而言更具有经济效益，符合发行人的业务模式，此外发行人的业务规模相对阿里云、腾讯云等竞争对手较小，不具备进行整数据中心租赁或整机房租赁的资金实力。另外北京、上海等一线城市的机柜资源属稀缺资源，整租数据中心或机房的机柜难度也较大。因此发行人签署一揽子服务协议具有商业合理性。

报告期内发行人与 IDC 服务商签署的协议主要条款情况如下表：



立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

序号	合同签订对象	服务内容	收费模式
1	HKCOLO.NET Limited	机柜租赁（含电费）	一揽子服务
2	NTT Com Asia Limited	机柜租赁（含电费）	一揽子服务
3	北京光环迅通数字技术有限公司	机柜租赁（含电费）、裸纤	一揽子服务
4	北京华夏雅库网络科技股份有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP、裸纤	一揽子服务
5	北京企商在线数据通信科技有限公司	机柜租赁（含电费）、裸纤	一揽子服务
6	北京企商在线数据通信科技有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
7	北京森华易腾通信技术有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽、裸纤	一揽子服务
8	北京天地祥云科技有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽、裸纤	一揽子服务
9	北京万国长安科技有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
10	北京万国长安科技有限公司	机柜租赁（含电费）、裸纤	一揽子服务
11	方正宽带网络有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
12	福建口风网络科技有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP、裸纤	一揽子服务
13	甘肃万维信息技术有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
14	广东浩云长盛网络股份有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
15	国富光启（北京）科技发展有限公司	机柜租赁（含电费）、裸纤	一揽子服务
16	杭州优云科技有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
17	金华媒迪雅网络股份有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
18	咪咕视讯科技有限公司	机柜租赁（含电费）	一揽子服务
19	鹏博士电信传媒集团股份有限公司北京技术开发分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽、裸纤	一揽子服务
20	鹏博士电信传媒集团股份有限公司北京技术开发分公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
21	赛尔新技术（北京）有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
22	上海纪耀网络科技有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽	一揽子服务
23	浙江挚云信息科技有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
24	中国电信股份有限公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽、裸纤	一揽子服务
25	中国电信股份有限公司广东分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
26	中国电信股份有限公司广东分公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP、裸纤	一揽子服务
27	中国电信股份有限公司上海分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

序号	合同签订对象	服务内容	收费模式
28	中国电信集团有限公司郑州分公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
29	中国联合网络通信有限公司北京分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
30	中国联合网络通信有限公司广州市分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
31	中国联合网络通信有限公司上海市分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
32	中国联合网络通信有限公司沈阳市分公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
33	中国移动通信广东有限公司东莞分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
34	中国移动通信集团北京分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
35	中国移动通信集团广东分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务
36	中国移动通信集团天津有限公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
37	中国移动通信集团浙江有限公司台州分公司	机柜租赁（含电费）、带宽、IP	一揽子服务
38	中国移动通信有限公司政企客户分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽、裸纤	一揽子服务
39	中国移动通信有限公司政企客户分公司	机柜租赁（含电费）、IP、带宽	一揽子服务

**（三）发行人在对采购分项成本无法验知的情况下，选择相关 IDC 供应商的原因、价格是否公允，是否为关联方；**

报告期内公司的业务规模相对阿里云、腾讯云等竞争对手较小，不具备以整租数据中心或整租机房模式租赁机柜的资金实力和技术经验，发行人根据客户的业务需求采购、部署服务器，采用一揽子服务模式分步租赁机柜对发行人而言更具有经济效益，符合发行人的业务模式，因此发行人签署一揽子服务协议具有商业合理性。

发行人的机房主要部署于北京、上海、广州、香港等核心城市，上述地域内的数据中心竞争较为激烈，价格相对透明，公司采购机柜资源时会采取统一技术评定、公开竞价、定向采购的方式，同时结合数据中心等级、所处地域、机柜架构及当地电费等情况综合测算预估价格，以保障取得合理的机柜资源采购价格。因此，虽然发行人无法对采购分项成本进行验知，但由于市场价格较为透明，发

行人通过市场询价、调研等方式可有效保障租赁机柜整体价格的公允性。报告期内发行人向 IDC 服务商租赁机柜的价格与相关供应商向第三方提供同类服务的价格不存在重大差异。

报告期内发行人的 IDC 供应商中除中国移动通信集团外，均与发行人不存在关联关系，发行人与中国移动通信集团之间的交易定价公允。

**（四）IDC 服务商与公司签订服务合同的定价依据及是否符合行业惯例，其中电费是否为合同双方定价的重要考量因素；**

公司采购机柜资源时采取统一技术评定、公开竞价、定向采购的方式，同时结合数据中心等级、所处地域、机柜架构及当地电费等情况综合测算预估价格，以保障取得合理的机柜资源采购价格，定价依据符合行业惯例。

对 IDC 服务商而言，机柜耗电是重要的运营成本，是其产品定价的重要考量因素，IDC 服务商对外报价会根据自建机房的折旧摊销费、机房水电费等成本加成进行定价。

对云计算服务商而言，根据租赁机柜收费模式的不同，电费对于机柜租赁定价的重要性各不相同：① 一揽子服务协议模式下，云服务商提前与 IDC 服务商确定单机柜租赁定价，不管后续机柜的实际耗电量多少，均按照实际使用机柜数量乘以单价进行付费；② 整机房租赁模式下，电费是双方定价的重要考量因素，双方需要对赌 PUE，云服务商支付的电费金额等于耗电量乘以对赌 PUE 乘以单价；③ 整数据中心租赁模式下，电费是双方定价的重要考量因素，云服务商按照数据中心整体实际耗电情况付费。报告期内发行人全部采用一揽子服务模式签署机柜租赁协议，合同双方定价考量的因素主要包括机房的地理位置、机柜的可用电力值、是否符合业务的集群网络要求、机柜交付时间、机房建设标准配置等因素。因此，电费是 IDC 服务商对外服务定价的重要考量因素，但发行人采购时重点确保一揽子服务整体价格的公允性，电费不是发行人的重要考量因素。

行业内 IDC 服务商与客户签订服务合同的定价依据及计费模式请参见发行人对本审核问询函之“问题 4”之“一、对问询问题的答复”之“（一）说明上述情况是否符合行业惯例，如否，请说明原因”的答复。

**（五）提供报告期内 IDC 服务商出具的流量图和付费通知单。**

由于 IDC 服务商无法单独统计针对公司服务器的运行耗电量情况，因此相关供应商均无法提供电量流量图。报告期内 IDC 服务商出具的付费通知单已补充提供，请参见申报文件 8-4-6。

**【申报会计师核查】**

申报会计师对上述事项履行了以下核查程序：

（1）对报告期内发行人的主要 IDC 服务商进行了访谈，了解发行人无法获取服务器耗电量的具体原因、选取一揽子服务模式签署协议的商业合理性、行业主要的机柜租赁定价模式、交易定价的依据和公允性；

（2）取得发行人主要供应商出具的无关联关系声明函；

（3）获取发行人报告期内所有 IDC 业务服务合同，审阅合同中相关条款，了解定价依据、付费模式、电量是否是定价的重要考量因素；

（4）获取发行人部分 IDC 服务商对第三方提供机柜租赁服务的合同，与发行人同地域同等级机柜的租赁价格进行对比；

（5）获取并审阅报告期内 IDC 服务商向发行人出具的付费通知单；

（6）查阅 A 股上市 IDC 服务商招股说明书及年报，了解 IDC 机柜租赁行业定价模式。

申报会计师已采取替代性程序核查发行人服务器运行与业务量的匹配性：（1）对报告期内发行人主要 IDC 服务商进行访谈，了解发行人租赁机柜的服务器负载运行情况；（2）对报告期末发行人部分机房的服务器进行盘点，核查服务器上线运行状态；（3）获取发行人报告期内各月的通电机柜情况，并与机柜相关的产品收入进行匹配性分析。

报告期内，发行人分区域通电机柜数量与分区域与机柜相关收入分布情况匹配性分析如下表：

单位：万元、个

地域	2018 年度				2017 年度				2016 年度			
	收入	收入占比	通电机柜	机柜占比	收入	收入占比	通电机柜	机柜占比	收入	收入占比	通电机柜	机柜占比
华北	67,283.04	74.46%	2,112.33	68.98%	44,430.06	75.52%	1,389.42	69.31%	29,353.12	82.36%	1,010.92	73.11%
华东	7,119.63	7.88%	387.83	12.67%	4,180.57	7.11%	255.75	12.76%	1,622.77	4.55%	144.83	10.47%
华南	6,284.46	6.95%	288.00	9.41%	4,860.62	8.26%	210.50	10.50%	1,833.77	5.15%	152.50	11.03%
境外	9,676.69	10.71%	273.92	8.95%	5,364.71	9.12%	149.08	7.44%	2,830.55	7.94%	74.50	5.39%
合计	<b>90,363.81</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,062.08</b>	<b>100.00%</b>	<b>58,835.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,004.75</b>	<b>100.00%</b>	<b>35,640.20</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,382.75</b>	<b>100.00%</b>

注：1、通电机柜指已经通电、已部署服务器且服务器正在运行业务的机柜，平均通电机柜数量等于各月末通电机柜数量的平均数；

2、与机柜相关的收入包括公有云中的云主机、物理云主机、云数据库、云硬盘、云内存存储、对象存储、数据分析，混合云中的定制化物理机和机柜托管；

3、由于部分供应商会提供一定数量的免费测试机柜（导致通电机柜数量大于付费租赁机柜数量），部分协议存在保底条款（可能存在通电机柜数量小于付费租赁机柜数量的情况），报告期内发行人平均付费租赁机柜数量与平均通电机柜数量之间存在小幅差异，报告期内发行人平均付费租赁机柜分别为 1,350.33 个、2,005.96 个和 3,052.46 个。平均付费机柜数量根据 IDC 服务商每月提供的付费通知单中列示的发行人付费机柜数量合计数的算数平均值

报告期内发行人分区域的收入金额与通电机柜数量分布相匹配，发行人多数服务器均部署于北京地区，规模效应明显，单机柜贡献的收入更高，因此收入占比较通电机柜占比更高；华东地区机柜数量随着部署服务器数量的增多而增多，规模效应逐渐显现，区域收入贡献逐年增加；华南可用区于 2016 年开始启用，当年单台服务器产生收入较小，随着业务逐渐起量且由于是运营商机房机柜规格更高，华南单机柜贡献收入快速增长，较华东地区更高；境外区域收入占比较通电机柜占比更高，系境外产品和服务的定价更高所导致。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人补充说明的无法得知服务器运行耗电量情况及其原因，相关内容真实、准确，符合行业惯例；（2）发行人报告期内与所有的 IDC 服务商签署的协议均为一揽子协议；（3）发行人补充说明的在对采购分项成本无法验知的情况下选择 IDC 供应商的原因、定价公允性及关联

方情况，相关情况真实、准确；（4）发行人补充说明的与 IDC 服务商签订服务合同的定价依据及行业惯例情况，相关内容真实、准确；（5）发行人已补充提供报告期内 IDC 服务商出具的付费通知单；（6）报告期内发行人的通电机柜运行情况与实际业务量情况相匹配。

#### 问题 5：关于营业收入与消费 ID 数

根据回复材料，报告期各期新增消费 ID 数分别为 7,673 个、5,699 个、7,296 个，终止付费 ID 数分别为 1,946 个、6,401 个、5,971 个，期末消费 ID 数分别为 12,178 个、11,518 个、12,930 个。

请发行人结合公有云、混合云、私有云业务具体流程、相关内控节点及措施，补充披露各类业务收入确认的具体依据，是否符合行业惯例，是否客观，是否存在人为调节的情况，并结合公司与客户签订合同或协议中有关权利义务的约定，披露前述收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定。

请发行人进一步说明：（1）报告期各期消费 ID 中的企业 ID 数和个人 ID 数，区分企业 ID 和个人 ID 说明各期新增消费 ID 数、终止消费 ID 数；（2）报告期内个人消费 ID 数的收入区间分布情况，个人客户主要采购内容，个人客户充值金额持续下降的原因以及与同行业公司云计算业务个人客户拓展情况的对比情况；（3）报告期各期规模以上客户和中小型客户的终止付费 ID 数，进一步说明报告期内客户终止付费的原因，是否是由于对发行人服务质量不满意，终止付费 ID 占比与同行业可比公司的比较情况及差异原因；（4）报告期各期规模以上客户和中小型客户的期初存量消费 ID 数、当期新增消费 ID 数与期末消费 ID 的勾稽关系、差异及其原因，进一步说明报告期内新增注册 ID 数、新增消费 ID 数等经营指标的变动情况及原因；（5）报告期内各类业务与客户的定价原则，是否符合行业惯例；（6）结合报告期内客户注册的 ID 总数及其变化趋势，说明产生收入的 ID 数量变动趋势与收入变动趋势的匹配性、单个 ID 平均收入金额大幅增加的原因及合理性；（7）结合下游细分市场客户，进一步量化分析报告期内营业收入增长的原因。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

## 【公司回复】

（一）请发行人结合公有云、混合云、私有云业务具体流程、相关内控节点及措施，补充披露各类业务收入确认的具体依据，是否符合行业惯例，是否客观，是否存在人为调节的情况，并结合公司与客户签订合同或协议中有关权利义务约定，披露前述收入确认是否符合《企业会计准则》相关规定。

### 1、公有云收入确认

#### （1）业务流程

客户访问发行人云服务网站，完成注册程序和实名认证；客户登录云计算控制台，根据需求新建资源，包括资源配置、数量、期限、付费方式等，进行资源购买并确认订单，根据付费方式支付订单后即可使用产品。

计费系统根据订单开始时间作为产品或服务开通时间。公司通过监控平台对客户使用云平台产品进行系统监控，并保留产品监控日志，同时记录网络和系统的 CPU 使用率、内存使用率、网卡出入流量、磁盘使用率等资源耗用情况。

计费系统以订单开始时间作为计费开始的起点，以订单结束时间作为计费结束的时点。计费系统根据客户购买记录形成相应订单，按订单中各产品的定价方式、产品使用量及使用时间生成订单信息。

公有云订单计费方式分为两种：按期间计费和按量计费。

①按期间计费：计费系统通过系统数据接口从 UPRICE 系统中获取产品价格，从 UCRM 系统中获取客户对应产品折扣，根据客户选择的计费周期、计费数量、代金券等信息显示订单折后金额；

②按量计费：业务部门通过接口向计费系统传递产品类型、产品配置、使用量等参数，计费系统通过系统数据接口从 UPRICE 系统中获取产品价格，从 UCRM 系统中获取客户对应产品折扣，按照产品类型和配置依照线性单价、全量阶梯、分段阶梯、零点分段阶梯等方法计算订单折后金额；

每月初，由数据管理中心专员根据计费系统订单通过运行脚本生成上个月的消费报告，并发送至财务部。财务人员进行核对后根据消费报告数据进行账务处理按月确认收入。

## （2）内控节点及措施

①产品价格：产品经理结合市场和成本制定价格，通过 OA 完成定价审批流程（由产品负责人，事业线负责人，财务总监审核）后，在 UPRICE 系统中进行配价申请，计费部门和运营部门复核后由研发部门定期完成发布。计费系统与 UPRICE 系统之间通过系统数据接口自动对接。

②产品折扣：由客户经理或运营人员在 UCRM 上设置客户折扣，折扣数据存储在账户计费的数据表中，用于计算订单折后金额。计费系统与 UCRM 系统之间通过系统数据接口自动对接。

折扣权限：客户经理只能设置权限范围内的折扣，如果超过权限，需通过邮件向销售总监申请，审批通过后，由运营人员在 UCRM 系统上完成设置。

### ③产品使用量：

计费系统与监控系统之间通过接口自动对接。公司通过监控平台对网络和系统的使用情况进行监控，若指标超过预警阈值，系统自动通过邮件、短信和微信等方式进行告警，通知运维工程师进行处理。

公司制定了有效的数据备份机制，计费系统管理员通过批处理任务每天对业务生产数据进行全量备份。计费系统通过监控脚本对数据接口服务和批处理任务进行监控并会对异常情况告警。

④账单：云计算控制台对账模块提供客户月交易账单汇总，交易订单明细等信息，客户可自行从云计算控制台用户中心查看数据并进行核对；若客户对账单有异议，涉及消费计算方面的问题客户经理会与财务联系，由财务与计费相关人员，客户经理三方一起确定计费逻辑和数据是否无误，如有异常或者争议及时调整。对于提出纸质对账单需求的客户，由客户经理自行打印，经财务审核签章后对外提供。

## （3）收入确认依据

业务类别	收入确认原则	分类	收入确认具体方法
公有云	按照当月系统导出的消费报告金额确认当期收入	固定期限订单	在订单期限内平均确认
		非固定期限订单 (按量计费)	按客户当期实际使用量和收费标准确认

## 2、混合云收入确认



### （1）业务流程

线上混合云，来源于云平台产品，即标准化混合云，其业务流程与公有云相同。

线下混合云，根据客户的不同需求，线下混合云业务可细分为基建托管（采购机柜、带宽、IP 等）、软件授权及系统运维服务（定制化物理机）、扩容部署服务（提供劳务）。具体流程如下：

①客户提交产品需求给销售人员，销售人员确认后提交给项目经理，项目经理根据需求类别提交运维部或产品研发部进行评估后，签订合同并安排部署实施。

②运维部或产品研发部门进行业务部署，部署完成视为资源交付，平台测试部门进行测试，测试通过后，将交付时点视为内部结算时间点，并出具交付邮件给客户、项目经理和销售人员。

③每月末，运营管理部资源管理专员通过各个资源系统，按照为混合云客户设置的专用编码，获取混合云客户资源使用情况。其中，通过 IPDB 管理系统获取 IP 数据，通过链路带宽管理系统获取带宽数据，通过 CMDB 运营资产管理系统获取机柜、服务器、交换机等数据，并将所有数据提交至运营管理部结算专员，由运营管理部结算专员审核后提供至产品经理和客户经理。

④产品经理根据服务器数据中的运行状态列进行筛选，运行状态为“上线”及“备机”的服务器标记为收费节点，与其他数据一起提交给事业部运营人员。

⑤事业部运营人员整理所有数据后，提交给各项目的项目经理和销售人员，项目经理和销售人员将结算数据与内部交付邮件做比对，将反馈结果反馈给运营人员，若有差异，由运营人员与后台人员确认，直至双方确认一致。销售人员根据确认后的数量、合同约定单价出具月度结算单，并发送给运营部门、财务部门和客户。

⑥每月末，财务人员核对结算单数据后进行账务处理确认当期暂估收入，待收到客户确认的结算单后，财务人员按双方确认的结算金额调整暂估收入。

⑦客户确认无误后，根据结算单金额开票收款。

(2) 内控节点及措施

线上混合云，其内控节点及措施与公有云相同。

线下混合云，内控节点及措施如下：

- ①公司出具资源交付邮件给客户、项目经理和销售人员，作为资源交付时点的判断依据；
- ②混合云客户设置专用编码，混合云客户资源使用情况可识别；
- ③资源使用情况由不同系统记录，相关数据由运营部门、产品部门、销售部门多重审核，直至双方确认一致。
- ④每月的结算单发送给运营部门、财务部门和客户。
- ⑤每月财务人员根据结算单进行暂估，最终以经客户确认的结算单确认收入。

(3) 收入确认依据

业务类别	收入确认原则	分类	收入确认具体方法
线上混合云	按照当月系统导出的消费报告金额确认当期收入	固定期限订单	在订单期限内平均确认
		非固定期限订单（按量计费）	按客户当期实际使用量和收费标准确认
线下混合云	根据当月客户实际使用的资源量和合同约定的单价确认收入，以经客户确认的结算单为依据。	基建托管	按客户当期资源实际使用量和合同约定单价和收费标准确认，以结算单为依据；
		软件授权及系统运维服务	在实际服务期内根据当期使用的物理节点数量和收费标准（台/月）确认收入，以结算单为依据；
		扩容部署服务	按实际使用人/天计算，以结算单为依据；

3、私有云收入确认

(1) 业务流程

项目制业务：公司为客户提供架构、部署、调试、售后支持等服务，具体流程如下：

- ①业务人员与客户进行洽谈，了解客户现有业务情况和运营环境、现有硬件资源情况、未来业务规模等，提出解决方案，签订合同；
- ②客户按需采购硬件资源；
- ③对客户技术硬件环境进行配置实施；

④将云平台软件部署到客户硬件设备上；

⑤试运行；

⑥准备验收所需材料，项目验收完成。

⑦财务人员根据合同约定价款和取得的项目验收单，在验收当期一次性确认收入。

非项目制业务：主要包括劳务类、硬件类和订阅类，具体流程如下：

①劳务类：业务人员与客户签订合同；公司根据合同约定的人员标准和客户实际需求情况，提供技术支持、驻场运维、培训等服务；交付部门统计实际使用的人/天，并按月或按季度制作结算单；每月或每季度末，交付部门将当期的结算单交给财务部门作为财务暂估当期收入的依据，待公司收到客户确认的结算单后，财务人员按双方确认的结算金额调整暂估收入。

②硬件类：业务人员与客户签订合同；公司根据合同约定的设备标准进行采购；交付部门将客户在收到货物后确认的签收单交给财务部门，财务人员按合同约定的销售价格确认收入。

③订阅类：业务人员与客户签订合同，约定在一定期限内向客户提供技术支持，每月末，财务人员根据合同约定的价格在合同期内按月确认收入。

## （2）内控节点及措施

1) 项目制：合同签订后，交付人员进入客户机房环境开始进行私有云平台环境搭建等项目交付工作。项目交付完成后，向客户提交验收所需材料，客户确认项目完成情况，并出具验收报告，财务人员根据取得的项目验收报告，按照合同约定价款，在验收当期一次性确认收入。

2) 硬件类：合同签订后，采购人员开始进行硬件采购流程。硬件经采购并最终交付给客户后，客户对硬件进行验收，并出具验收单，财务人员根据取得的验收单，按照合同约定价款，在验收当期一次性确认收入。

3) 劳务类：合同签订后，交付人员在接到客户需求后，进场提供服务，服务完成后进行打卡或填写工单，记录服务天数。在每月/每季度末，交付部门统计并和客户核对当期实际服务天数，确认无误后，客户出具确认单/结算单，财

务人员根据取得的单据，按照合同约定价款和确认的工作量，在验收当期确认收入。

4) 订阅类：合同签订后，交付人员在接到客户需求后，进行远程支持。财务人员根据合同约定的服务期限，按照合同约定的价格在合同期内按月确认收入。

### (3) 收入确认依据

业务类别	收入确认原则	分类		收入确认具体方法
私有云	在项目终验时一次性确认收入	项目制		在项目最终验收时一次性确认收入，以客户确认的验收单为依据；
	按工作量法确认收入	非项目制	人天类（技术服务、运维、培训等）	根据具体提供的人/天和合同约定的单价在服务提供的当期确认收入，以双方确认的结算单为准；
	按商品销售确认收入		硬件类（设备）	以货物签收确认收入，以签收单为依据；
	按照有关合同约定的收费期限和方法按期确认收入		订阅类	根据合同约定的价格在合同期内按期确认收入；

### (4) 公司与客户签署的合同/协议约定的权利义务情况

业务类型	合同权利义务
公有云	甲方所进行的一切充值及消费均出于真实意愿的表达，有义务及时支付使用的产品费用； 当甲方因资源过期欠费而被终止服务后，仍应将欠缴的费用付清； 甲方的服务费用数额按照云计算平台（甲方账户控制台）显示的服务费用确定。乙方也可根据甲方的消费情况向甲方发送账单（发送方式包括但不限于寄送、电子邮件、云计算平台站内信等），甲方应于收到账单之日起5日内确认账单内容，逾期未回复确认的，视为甲方认可账单内容； 由于客户欠费或怠于履行付款义务的，有权按照规则回收资源； 在任何一个自然月内的服务可用性不低于99.9%。
混合云	甲方将乙方所需资源交付于机房，资源部署完成则视为乙方交付完成（同时服务开通）； 因升级扩容的增减服务器资源，由双方另行邮件或书面确认； 在任何一个自然月内的服务可用性不低于99.9%。
私有云 项目制	甲方应于乙方完成本合同约定服务事项的交付后在合同约定时间内进行验收并出具验收报告，甲方拒不验收或拒不出具验收报告的，视为验收合格。 在本合同有效期内，甲方利用乙方提供的技术服务工作成果所完成的新的技术成果，归甲方所有

业务类型	合同权利义务
硬件类	甲方同意按设备清单中所列的一切设备型号、配置、数量向乙方购买计算机及相关设备。 合同约定产品的交货时间，地点，验收标准。甲乙双方应按合同约定执行 甲方应于收到合同标的物后在合同约定时间内，安排合格验收
人天类	乙方应根据合同各项要求，为甲方提供约定人天的技术支持服务，甲方应接受乙方据此提供的符合本合同要求的服务和相应技术成果并支付价款。 在服务期内，乙方应按合同约定的时间要求进行响应，派遣公司员工到达现场维护，乙方保证提供给甲方优质的服务，且服务都是由经验丰富、技术与业务熟练的专业人员来完成的。
订阅类	自本合同生效之日起的约定时间内，乙方向甲方提供订阅服务或软件维保服务。 乙方在合同约定的服务期内，为甲方提供订阅服务

结合上述公有云、混合云、私有云业务具体流程、相关内控节点及措施，公司收入确认符合《企业会计准则》相关规定。公司营业收入确认的具体依据符合行业惯例，客观，不存在人为调节的情况。公司收入确认原则与公司所签署的合同/协议约定的权利义务相匹配。

**（二）报告期各期消费 ID 中的企业 ID 数和个人 ID 数，区分企业 ID 和个人 ID 说明各期新增消费 ID 数、终止消费 ID 数；**

企业 ID、个人 ID 的区分根据用户在注册账号过程中自行选择的身份信息记录确认分类。

报告期各期云平台消费 ID、新增消费 ID 和终止消费 ID 中企业 ID 数和个人 ID 数情况如下表：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
<b>1、消费 ID 数量</b>	<b>12,930</b>	<b>11,518</b>	<b>12,178</b>
其中：企业 ID	4,951	3,962	2,712
个人 ID	7,979	7,556	9,466
<b>2、新增消费 ID 数量</b>	<b>7,296</b>	<b>5,669</b>	<b>7,673</b>
其中：企业 ID	1,352	1,293	995
个人 ID	5,944	4,376	6,678
<b>3、终止付费 ID 数量</b>	<b>5,971</b>	<b>6,401</b>	<b>1,946</b>

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
其中：企业 ID	355	41	25
个人 ID	5,616	6,360	1,921

注：终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同

2018 年终止付费企业 ID 数量增长主要由于以下原因：① 行业政策影响，根据国家广电总局游戏审批结果显示，从 2018 年初开始严格控制网游版号的发放通过，致使游戏行业发展陷入“冰点”，公司 2018 年流失的企业 ID 大量在游戏行业，共终止付费 84 家；2018 年 2 月国家网信办根据《网络安全法》《互联网新闻信息服务管理规定》《互联网直播服务管理规定》等法律法规，会同工信部对直播行业进行整顿，当年公司直播娱乐企业 ID 流失 28 家。② 为了避免陷入 CDN 行业的价格恶性竞争，公司于 2018 年战略性放弃 CDN 价格亏损客户，该类客户主要是仅购买发行人 CDN 产品且议价能力较强，发行人需给予较大力度折扣的客户，如国内大型视频网站，2018 年终止付费企业 ID 中有 53 家仅购买 CDN 一种产品。③ 2017 年开始战略调整为服务优质企业客户，2018 年终止付费的企业 ID 中约 80% 在 2017 年消费金额在 1 万以下，ARPU 值较低，粘性较弱。

2017 年和 2018 年终止付费个人 ID 数量大幅提升，主要原因集中在：① 个人 ID 业务特点决定该部分用户 ARPU 值较低、粘性较差、不具备持续消费能力，后续流失较多，个人用户业务主要包括：个人团队开发移动 APP、拥有独立域名网站的个人通过互联网和网站平台向网民提供咨询网络服务、个人论坛、个人博客、个人购买资源存储音乐资源、对云计算感兴趣的试用型个人消费。② 实名认证影响，2017 年 6 月 1 日正式实施《中华人民共和国网络安全法》，公司进一步完善客户信息实名认证制度，对未完成实名认证的 ID 限制其购买发行人产品，导致部分未实名认证的个人 ID 在 2017 年和 2018 年流失，终止付费 ID 数量增加。

（三）报告期内个人消费 ID 数的收入区间分布情况，个人客户主要采购内容，个人客户充值金额持续下降的原因以及与同行业公司云计算业务个人客户拓展情况的对比情况；

## 1、个人消费 ID 数的收入区间分布

报告期内个人消费 ID 数量分收入区间分布情况如下表：

单位：个

收入区间	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	个人 ID 数量	占比	个人 ID 数量	占比	个人 ID 数量	占比
1 万以下（不含 1 万元）	7,582	95.02%	6,965	92.18%	8,737	92.30%
1 万至 10 万（不含 10 万元）	351	4.40%	498	6.59%	622	6.57%
10 万至 50 万（不含 50 万元）	37	0.46%	77	1.02%	86	0.91%
50 万至 150 万（不含 150 万元）	7	0.09%	9	0.12%	17	0.18%
150 万以上（含 150 万元）	2	0.03%	7	0.09%	4	0.04%
<b>合计</b>	<b>7,979</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,556</b>	<b>100.00%</b>	<b>9,466</b>	<b>100.00%</b>

少数个人 ID 年度贡献收入金额较高，该类个人 ID 主要系互联网公司中某个项目组或业务团队注册，出于缩短决策流程、便捷采购、业务快速上线扩张的考虑，用户以团队或项目经理的个人身份注册、购买并使用公司的云计算产品，但相关的合同签署、资金结算、发票开具、对账等均由发行人与项目组或业务团队所在的公司进行。该类用户的发展潜力大、业务复杂度高，所需资源规模较大，年度收入贡献也较高，公司安排线下团队跟进服务，将其归类为规模以上客户。同时，公司也在逐步改进公司注册的流程，引导该类客户尽量采用企业账号注册，从上述数据也可以看出该类客户在逐年减少。

从用户数量角度，云平台个人消费 ID 集中于年贡献收入金额 1 万元以下（不含 1 万元）和 1 万元至 10 万元（不含 10 万元）区间内，2016 年至 2018 年上述区间合计个人消费 ID 数量分别为 9,359 个、7,463 个和 7,933 个，占当期个人消费 ID 总数的比例分别为 98.87%、98.77%和 99.42%。该类个人 ID 在云平台上消费，主要包括如下几种情况：① 个人团队开发移动 APP；② 拥有独立域名网站的个人，通过互联网和网站平台向网民提供咨询、中介等网络服务；③ 个人论坛、个人博客等采购资源用于业务架构；④ 个人购买资源存储音乐、图片等；

⑤ 对云计算感兴趣的试用型个人消费。个人用户业务特点决定其 ARPU 值较低、粘性较差、不具备持续消费能力，后续流失较多。

## 2、个人客户主要采购内容

报告期内，个人 ID 采购的主要是云主机 UHost、云分发 UCDN、基础网络 UNet 和云数据库 UDB 等标准化产品，2016 年至 2018 年个人 ID 对上述四类产品的合计采购金额分别为 6,781.51 万元、5,365.71 万元和 2,657.68 万元，占当期个人客户总采购金额比重分别为 89.69%、82.71%和 87.64%。

报告期内个人 ID 的采购金额在云平台整体收入中占有一定比例，主要系部分年贡献收入金额较大的用户所导致，该类个人 ID 主要系互联网公司中某个项目组或业务团队注册，出于缩短决策流程、便捷采购、业务快速上线扩张的考虑，用户以团队或项目经理的个人身份注册、购买并使用公司的云计算产品，但相关的合同签署、资金结算、发票开具、对账等均由发行人与项目组或业务团队所在的公司进行。该类用户的发展潜力大、业务复杂度高，所需资源规模较大，年度收入贡献也较高，公司安排线下团队跟进服务，将其归类为规模以上客户。同时，公司也在逐步改进公司注册的流程，引导该类客户尽量采用企业账号注册，该类客户在逐年减少。

此外，个人 ID 采购云平台产品主要用于：①个人团队开发移动 APP；②拥有独立域名网站的个人，通过互联网和网站平台向网民提供咨询、中介等网络服务；③个人论坛、个人博客等采购资源用于业务架构；④个人购买资源存储音乐、图片等；⑤对云计算感兴趣的试用型个人消费。

报告期内个人 ID 主要采购产品情况见下表：

单位：万元

产品	2018 年度	2017 年度	2016 年度
云主机 UHost	1,083.85	2,092.43	3,082.03
云分发 UCDN	924.66	1,973.33	665.62
基础网络 UNet	537.96	1,016.24	2,669.93
数据库 UDB	111.21	283.71	363.93
其他	374.66	1,121.82	779.23



产品	2018 年度	2017 年度	2016 年度
合计	3,032.33	6,487.53	7,560.75

报告期内个人 ID 采购产品金额逐年下降，主要原因包括：①少数年度贡献收入较高的个人 ID 流失，导致 2018 年对个人 ID 销售收入较 2017 年大幅下降；②公司 2017 年调整战略为重点服务优质客户，个人客户 ARPU 值较低，同时 2017 年开始完善信息实名认证制度，导致个人 ID 数量减少。

个人 ID 采购云分发 UCDN 的金额先上升后下降，主要由于 2017 年国内视频直播行业高速发展，公司专门成立事业部门重点发展 CDN 业务，2018 年国家重点规范监管视频直播行业，客户资源需求下降，同时发行人为了避免陷入 CDN 行业的价格恶性竞争，公司战略性放弃 CDN 价格亏损客户。

### 3、个人客户充值金额持续下降的原因

2016 年至 2018 年公司个人 ID 充值金额分别为 5,877.94 万元、5,492.59 万元和 3,624.73 万元，与个人 ID 收入金额变化趋势基本匹配，其中 2018 年下降幅度较大，主要由于报告期内发行人调整策略，集中精力服务于优质企业客户，个人 ID ARPU 值普遍较低，粘性较差，因此导致个人 ID 数量及消费、充值金额下降。此外，少量收入贡献较大的个人 ID 由于其所在的互联网细分行业整体发展趋势减缓、行业监管加强等原因业务规模萎缩，导致充值金额下降。

### 4、与同行业公司云计算业务个人客户拓展情况的对比情况

发行人的主要竞争对手 AWS、阿里云、腾讯云、金山云等，均为大型互联网上市集团内部的一块业务，上市公司披露的关于云计算业务的相关数据较为有限，其他竞争对手如青云、七牛云等为非上市公司，相关数据也未公开披露。通过查询上述公司的年报、官方网站等公开信息，同行业公司 2018 年度客户拓展情况如下：① 2018 年腾讯云收入为 91.00 亿元人民币，于第四季度腾讯云付费客户同比增长逾一倍，根据官网信息腾讯云助力超过 10 万中小企业成功上云；② 阿里云 2019 财年（2018 年 4 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日）收入 247.02 亿元

人民币，服务超过一半以上的 A 股公司，2018 财年阿里云收入为 133.90 亿元人民币，消费用户数超过百万。

发行人云平台单个消费 ID 的 ARPU 值处于行业领先水平，系发行人重点拓展和服务规模以上客户，该部分用户是发行人收入的主要来源。发行人重点关注市场前景良好的下游行业及自身成长性较高的企业客户，通过提供高质量的产品和服务，帮助客户实现自身业务规模增长，从而发行人可以提供更多产品服务支持。

（四）报告期各期规模以上客户和中小型客户的终止付费 ID 数，进一步说明报告期内客户终止付费的原因，是否是由于对发行人服务质量不满意，终止付费 ID 占比与同行业可比公司的比较情况及差异原因；

#### 1、报告期各期规模以上和中小型客户的终止付费 ID 数量及原因分析

规模以上客户、中小型客户的区分是公司根据客户规模、发展潜力、需求复杂程度等多维度综合分析确认分类；规模以上客户由线下销售团队发展跟进，通常该类客户的 ARPU 值较大，但也存在客户虽然当前 ARPU 值较小但由于未来发展潜力较高、需求较复杂，需要公司线下销售团队提供专业的服务才能满足需求的客户被定义为规模以上客户；中小型客户则由线上营销团队负责跟进服务，该类客户的 ARPU 值较小，且需求较简单、未来发展潜力小，仅通过线上沟通即能满足需求。

报告期内云平台规模以上客户和中小型客户终止付费 ID 数量情况如下表：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1、规模以上客户终止付费 ID 数	987	869	241
2、中小型客户终止付费 ID 数	4,984	5,532	1,705

注：终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同 2016 年规模以上客户和中小型客户终止付费 ID 数量均较小，主要系 2015 年云平台消费 ID 数量总数仅 6,426 个，基数较小。2017 年和 2018 年规模以上客户流失数量有增长，主要系互联网行业波动较大，期间内部分规模以上客户所在的细分行业增速下降或监管加强，导致终止付费数量增加。中小型客户终止付费较多，主要

系中小型客户中大部分为个人客户，此类客户粘性较低、没有持续消费能力，此外 2017 年公司进一步完善客户信息实名认证机制，也导致了中小型客户的流失。

## 2、客户终止付费与对发行人服务质量满意度无关

报告期内终止付费的规模以上客户上一年收入区间分布情况如下表：

收入区间	终止付费的规模以上 ID 数量		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1 万以下（不含 1 万元）	824	763	184
1 万至 10 万（不含 10 万元）	135	94	52
10 万至 50 万（不含 50 万元）	25	9	5
50 万至 150 万（不含 150 万元）	2	2	-
150 万以上（含 150 万元）	1	1	-
<b>合计</b>	<b>987</b>	<b>869</b>	<b>241</b>

注：终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同

云平台终止付费的规模以上用户主要集中于年贡献收入 10 万元以下（不含 10 万元）的区间内，该区间内流失客户占比分别为 97.93%、98.62%和 97.16%。

报告期内终止付费的中小型客户上一年收入区间分布情况如下表：

收入区间	终止付费的中小型 ID 数量		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1 万以下（不含 1 万元）	4,819	5,456	1,656
1 万至 10 万（不含 10 万元）	141	75	47
10 万至 50 万（不含 50 万元）	24	1	2
50 万至 150 万（不含 150 万元）	-	-	-
150 万以上（含 150 万元）	-	-	-
<b>合计</b>	<b>4,984</b>	<b>5,532</b>	<b>1,705</b>

注：终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同

云平台终止付费的中小型用户绝大部分集中于年贡献收入 1 万元以下（不含 1 万元）的区间内，少量为 1 万元至 10 万元（不含 10 万元）区间。

发行人云平台终止付费的规模以上客户或中小型客户均主要为年度收入贡献 1 万元以下（不含 1 万元）的客户，该类客户年度贡献收入金额较小，对价格较为敏感，平台粘性较弱。年度收入贡献金额较大的客户更加在意云计算服务商的产品稳定性、安全性以及服务质量，对价格敏感度更低，报告期内发行人该类用户的流失数量很少。

综上，报告期内终止付费用户不再购买公司的云计算产品，主要系对价格较为敏感的、粘性较低的、年度收入贡献较低的客户流失，与对发行人服务质量满意度无关。

### 3、终止付费 ID 占比与同行业可比公司的比较情况及差异原因

发行人的主要竞争对手 AWS、阿里云、腾讯云、金山云等，均为大型互联网上市集团内部的一块业务，上市公司披露的关于云计算业务的相关数据较为有限，其他竞争对手如青云、七牛云等为非上市公司，相关数据也未公开披露。通过查询上述公司的年报、官方网站等公开信息，同行业公司未披露其 2016-2018 年内的终止付费 ID 及占比情况。

（五）报告期各期规模以上客户和中小型客户的期初存量消费 ID 数、当期新增消费 ID 数与期末消费 ID 的勾稽关系、差异及其原因，进一步说明报告期内新增注册 ID 数、新增消费 ID 数等经营指标的变动情况及原因；

#### 1、报告期各期规模以上客户和中小型客户的期初存量消费 ID 数、当期新增消费 ID 数与期末消费 ID 的勾稽关系、差异及其原因

报告期云平台规模以上客户和中小型客户的期初存量消费 ID 数量、当期新增消费 ID 数量与期末消费 ID 的勾稽关系情况如下表：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
<b>1、规模以上客户</b>			
上一年消费 ID 数	3,325	3,061	1,918
当年新增消费 ID 数	1,034	1,126	1,377
当年终止付费 ID 数	987	869	241

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
当年消费 ID 数	3,390	3,325	3,061
勾稽关系差异	-18	-7	-7
<b>2、中小型客户</b>			
上一年消费 ID 数	8,193	9,117	4,508
当年新增消费 ID 数	6,262	4,543	6,296
当年终止付费 ID 数	4,984	5,532	1,705
当年消费 ID 数	9,540	8,193	9,117
勾稽关系差异	-69	-65	-18

注：1、勾稽关系差异=上一年消费 ID 数+当年新增消费 ID 数-当年终止付费 ID 数-当年消费 ID 数；

2、当年新增消费 ID 数指以前年度没有消费但是当年消费的 ID 数量；

3、终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同

如上表所示，勾稽关系的差异主要系新增消费 ID 与终止付费 ID 的统计逻辑差异所致，两个指标的对比周期存在差异，当年新增消费 ID 与以前历年累计进行对比，当年终止付费 ID 与上一年度对比。例如，假设 2016 年仅有 A 客户在云平台进行了消费，2017 年没有客户消费，2018 年又仅有 A 客户进行了消费，则 2018 年新增消费 ID 数量对应为 0，但 2018 年消费 ID 数量对应为 1，“2017 年消费 ID 数量+2018 年新增消费 ID 数量-2018 年终止付费 ID 数量”=0+0-0=0，“2018 年消费 ID 数量”=1。

## 2、报告期内新增注册 ID 数、新增消费 ID 数等经营指标的变动情况及原因

报告期内，云平台新增注册 ID 数、新增消费 ID 数变化情况如下表所示：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1、新增注册 ID 数	39,636	20,284	33,415
2、新增消费 ID 数量	7,296	5,669	7,673
其中：来自于当年新增注册的	6,590	4,930	6,835
来自于以前年度注册的	706	739	838
3、新增规模以上消费 ID 数量	1,034	1,126	1,377
其中：来自于当年注册的	840	899	1,101
来自于以前年度注册的	194	227	276

报告期内，新增注册 ID 数和新增消费 ID 数的变动趋势较为匹配，整体呈现先下降后上升的趋势，主要原因是 2017 年公司战略调整为集中服务优质企业客户，调整市场广告投放策略，更加看中引入客户的质量。报告期内公司的新增消费用户绝大部分来自于当年新增注册的用户，2016 年至 2018 年占比分别为 89.08%、86.96%和 90.32%，新增消费用户中多数为中小型客户，2016 年至 2018 年占比分别为 82.05%、80.14%和 85.83%。

## （六）报告期内各类业务与客户的定价原则，是否符合行业惯例；

### 1、产品定价原则

#### （1）公有云及标准混合云产品

① 新上线产品定价原则：公司结合市场已有同类产品的价格、测算的成本数据、产品性能情况、潜在市场空间等四个维度综合考虑产品的最终定价及收费模式。如果新产品性能测试高于市场同类产品，根据该性能是否为对应产品的核心功能指标及产品行业内竞争情况决定溢价比例；如性能与市场同类产品相同，采取跟随定价的方式；如果行业内无同类产品，根据产品潜在市场空间及成本测算情况确认最终价格。

② 已上线产品价格变更：公司各产品线负责人根据市场同类产品价格情况、市场竞争情况、用户及销售经理反馈等多因素综合考虑决定是否对现有产品价格进行变更，若发起价格变更，变更价格的定价原则与新上线产品的定价原则一致。

公司公有云及标准混合云产品的定价原则符合行业惯例。以公司主要产品云主机、云数据库、云硬盘以及基础网络为例，发行人及同行业可比公司的定价依据对比情况如下表：

云计算服务商	云主机		云数据库		云硬盘		基础网络产品	
	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据
阿里云	ECS	地域、机型、CPU、内存	数据库	地域、CPU 和内存、存储空间	块存储	地域、系统盘/数据盘配置	弹性公网 IP	地域、带宽配置 (Mbps)

云计算服务商	云主机		云数据库		云硬盘		基础网络产品	
	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据	产品名称	核心定价依据
腾讯云	CVM	地域、机型、CPU、内存	数据库	可用区、实例规格、硬盘存储空间	COS	地域、系统盘/数据盘配置	弹性公网IP	地域、带宽配置（Mbps）
发行人	UHost	地域、机型、CPU、内存	UDB	地域、可用区、实例类型、数据库机型、内存、磁盘容量	UDisk	地域、磁盘容量及规格	弹性IP	地域、带宽配置（Mbps）

资料来源：同行业公司官方网站

## （2）私有云产品

私有云通常由云计算服务商为单一企业或组织而搭建，区别于公有云，其服务和基础架构始终在私有网络上进行维护，硬件和软件专供组织使用，产品通常通过商业谈判或招投标定价。公司私有云产品的定价原则符合行业惯例，具体如下：

① 中小规模项目，公司按照内部定价标准，根据客户业务情况和交付规模，计算价格并给与一定折扣。公司内部定价标准主要按照软件产品功能、市场可比产品价格等维度综合考虑。

② 大规模项目，进行投标时，公司会结合客户预算、竞争对手情况、项目交付成本等因素综合考虑，使用竞争定价法进行报价。

## 2、销售折扣确定原则

在公司产品销售过程中，会给予部分客户一定折扣，同行业公司如阿里云、腾讯云对大客户均会给予折扣，具备商业合理性，符合行业通行惯例。公司对客户给予销售折扣时遵循谨慎性原则和利益最大原则，谨慎制订使用销售折扣方案，严禁销售折扣的随意性；销售折扣方案应以项目综合收益最大为目的，兼顾销售成单率，销售收入和项目利润的关系。

（1）针对中小型客户，以官网价格作为产品定价依据，极少数用户经向公司申请，可给予小额折扣。

(2) 针对规模以上客户，以官网价格作为定价指导标准，经向公司申请，会给予客户一定的折扣。销售人员、销售经理、销售总监在各自的折扣权限内自行根据与客户的商务谈判情况约定折扣，当对客户的商务折扣低于其权限时，须向上一级主管邮件申请，申请通过后设置折扣。对于权限范围以外的折扣，未经先行报备，折扣不予批准。

对于公司的战略目标行业客户或者区域内竞争较激烈的潜力客户，公司参照竞争对手的价格采取竞争性定价；以开拓市场树立行业标杆客户为目标，进入的新开辟行业或区域，公司采用竞争性定价。

(七) 结合报告期内客户注册的 ID 总数及其变化趋势，说明产生收入的 ID 数量变动趋势与收入变动趋势的匹配性、单个 ID 平均收入金额大幅增加的原因及合理性；

### 1、产生收入的 ID 数量变动趋势与收入变动趋势的匹配性

云平台的注册 ID 数、报告期内产生收入的 ID 的注册期间与收入变动趋势的匹配性分析如下表：

单位：个、万元

项目	客户引入时间							合计
	2018 年度	2017 年度	2016 年度	2015 年度	2014 年度	2013 年度	2012 年度	
期末累计注册 ID 数量	144,472	104,796	84,510	51,102	18,908	4,454	157	-
期间新增注册 ID 数量	39,636	20,284	33,415	32,194	14,454	4,297	157	-
<b>一、注册客户在 2018 年度贡献收入情况</b>								
注册的客户在 2018 年贡献的收入	4,699.78	10,262.34	14,159.71	27,810.66	40,124.14	10,713.50	4,960.08	<b>112,730.21</b>
注册的客户在 2018 年消费 ID 数量	6,590	2,305	1,495	1,341	786	377	36	<b>12,930</b>
<b>二、注册客户在 2017 年度贡献收入情况</b>								
注册的客户在 2017 年贡献的收入	-	4,871.18	12,843.20	21,755.98	28,186.49	8,877.34	4,447.54	<b>80,981.73</b>
注册的客户	-	4,930	3,027	1,936	1,080	503	42	<b>11,518</b>



立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

项目	客户引入时间							
在 2017 年消 费 ID 数量								
<b>三、注册客户在 2016 年度贡献收入情况</b>								
注册的客户 在 2016 年贡 献的收入	-	-	5,325.18	14,917.65	19,158.69	7,799.90	2,117.70	<b>49,319.12</b>
注册的客户 在 2016 年消 费 ID 数量	-	-	6,835	3,115	1,516	660	52	<b>12,178</b>

注：1、合计收入为通过云平台销售的产品收入合计，包括公有云产品及标准化混合云产品，针对极少数业务类型复杂的客户，公司为其提供线下混合云服务（不通过云平台），包括基建托管、软件授权及系统运维服务、扩容部署服务等；

2、2016 年注册客户在 2018 年收入指 2016 年注册的 ID 2018 年在云平台贡献的收入；

3、2016 年注册客户在 2018 年消费 ID 数量指 2018 年消费的 ID 中来自于 2016 年注册的 ID 数量。报告期内，公司云平台分产品收入情况如下表：

单位：万元

产品明细	2018 年	2017 年	2016 年
云主机 UHost	50,392.81	37,005.65	24,150.00
基础网络 UNet	13,779.21	11,685.45	8,670.99
云硬盘 UDisk	1,393.78	717.69	228.21
云数据库 UDB	6,963.22	5,226.27	4,391.08
云分发 UCDN	5,563.31	7,035.22	2,034.97
物理云主机 UPHost	9,982.74	6,594.80	2,830.66
云内存存储 UMem	2,725.33	1,686.87	798.47
数据分析	4,946.61	1,683.04	700.60
对象存储 UFile	1,192.18	1,171.94	297.29
高速通道 UDPN	2,294.10	1,854.49	2,423.95
安全	1,195.68	873.45	468.64
其他公有云	683.53	864.59	224.95
标准混合云	11,617.71	4,582.27	2,099.32
<b>合计</b>	<b>112,730.21</b>	<b>80,981.73</b>	<b>49,319.12</b>

从用户数量角度，2016年至2018年各年度产生收入的ID主要来自于当年和上一年注册的ID；从贡献收入的角度，报告期内的收入贡献主要来自于2014年至2015年引入的客户。云计算业务主要面对企业客户（即to B模式），不同于面向终端客户（即to C的模式）的业务模式，不同企业对云计算资源的需求有较大的差异，少量大客户贡献的收入远高于大量小客户的收入金额，公司收入的增长不主要取决于消费客户数量的增加，而是依赖于大客户的收入增长。公司2014年至2015年引入的客户经过一定时间的发展，业务规模逐渐成长，或不断将部署在传统架构上的业务迁移至云端，对云资源的需求逐渐增加，带动公司报告期内营业收入的增长。

## 2、单个ID平均收入金额大幅增加的原因及合理性

报告期内，公司云平台单个ID平均贡献收入金额逐年上升，由于以下原因：

① 公司的下游客户较多分布于互联网行业，2016年至2018年中国的互联网行业整体规模快速发展，公司下游客户的业务规模不断扩大，对云计算资源采购需求不断增加；② 随着云计算概念在中国的逐渐普及，部分客户不断将部署在传统架构上的资源需求向云端迁移，对云资源的采购量逐渐增加；③ 报告期内公司针对下游客户的需求，不断推出新的产品和服务，如数据分析、高速通道、容器云等，下游客户采购的云计算产品和服务的种类不断增加，单个用户ARPU值增加；④ 多云部署战略逐渐成为市场主流，其他云计算厂商的大客户出于降低风险的角度会向多家云服务商采购产品和服务，带动公司单个ID平均收入的进一步提升。

**（八）结合下游细分市场客户，进一步量化分析报告期内营业收入增长的原因。**

报告期内，发行人按照下游细分市场区分的营业收入情况如下表：

单位：万元

行业大类	细分行业	2018 年度		2017 年度		2016 年度
		营业收入	增速	营业收入	增速	营业收入
互动娱乐	游戏	22,177.05	-3.99%	23,098.87	18.40%	19,508.50
	影音阅读	7,443.26	106.45%	3,605.37	115.79%	1,670.77
	直播娱乐	3,818.43	-29.89%	5,446.30	39.26%	3,910.89
企业服务	互联网企业服务	20,342.76	64.88%	12,337.71	94.94%	6,329.11
	广告营销	2,369.98	-11.24%	2,670.11	41.69%	1,884.50
移动互联	个人工具软件	15,477.85	121.79%	6,978.49	500.80%	1,161.54
	电子商务	9,441.39	37.07%	6,887.77	40.15%	4,914.72
	社交网络	5,572.68	93.29%	2,883.10	99.26%	1,446.87
	本地生活	3,445.98	6.40%	3,238.60	31.37%	2,465.23
传统企业	金融服务	9,726.07	57.87%	6,160.70	133.37%	2,639.93
	教育	4,004.56	67.50%	2,390.81	29.09%	1,852.05
	智能硬件	2,871.93	23.99%	2,316.33	263.71%	636.87
	其他传统企业	5,854.90	114.63%	2,727.92	148.93%	1,095.84
其他	其他	6,196.48	91.37%	3,237.88	52.01%	2,130.03
合计		<b>118,743.32</b>	<b>41.39%</b>	<b>83,979.96</b>	<b>62.60%</b>	<b>51,646.85</b>

报告期内发行人下游细分市场客户中，来自于游戏、直播娱乐、本地生活、广告营销等行业的收入增速逐渐减缓，原因如下：①2018 年国家加强对游戏和直播娱乐行业的监管，客户业务量萎缩；②近年来本地生活 O2O 行业已完成高速发展阶段，进入成熟阶段，报告期内贡献的收入逐渐下降；③广告营销行业收入报告期内先上升后下降，系由于 2017 年少量大客户云平台贡献的收入大幅增长所致，2018 年受行业整体形势的影响，部分大客户贡献收入下降，公司来自于广告营销细分行业的收入下降。

互联网企业服务、个人工具软件、影音阅读、社交网络、金融服务和传统企业领域客户的收入增速较快，综合带动了发行人整体收入规模的快速增长。其中：① 互联网企业服务行业的收入增长主要来自于广东三维家信息科技有限公司、浪潮集团有限公司、同盾科技有限公司等客户；② 个人工具软件行业的收入增

长主要来自于上海连尚网络科技有限公司；③ 影音阅读行业的收入增长主要来自于北京多格科技有限公司、北京小糖科技有限责任公司、快看世界（北京）科技有限公司等客户；④ 社交网络行业的收入增长主要来自于探探科技（北京）有限公司、北京蓝城兄弟信息技术有限公司等客户；⑤ 金融服务行业的收入增长主要来自于凡普金科集团有限公司、上海前隆金融信息服务有限公司等客户；⑥ 其他传统行业客户的收入增长主要来自于上海永辉云创商业管理有限公司、国家计算机网络与信息安全管理中心、北京旗云互联网技术服务有限公司等客户。

一方面，上述行业整体市场规模近年来快速发展，带动业务资源需求的扩张；一方面，公司创始团队主要来自于腾讯、盛大等国内一线互联网公司，深耕互联网行业，把握用户需求，准确抓住市场行业的发展风口，实现收入快速增长。

发行人部分下游细分行业的客户贡献的收入快速增长，与行业整体发展趋势相匹配：

#### ① 企业服务

根据艾瑞咨询出具的报告，2015 年中国企业服务迎来拐点，融资案例数量和金额达到历史峰值，中国企业服务市场由起步期进入快速成长阶段。企业面临着愈发严峻的竞争环境，人力成本持续走高，对效率提升和成本降低的需求，以及产业互联网兴起带来的精细化管理需求，驱使企业服务市场蓬勃发展。但中国企业信息化率和 SaaS 化率仍然偏低，企业服务市场存在着巨大的发展潜力。以 SaaS 行业为例，根据 IDC 出具的报告 2018 年国内 SaaS 市场服务规模为 18.30 亿美元，2017 年和 2018 年行业增速分别为 40.1% 和 37.65%，到 2022 年国内 SaaS 的市场服务规模将达到 60.28 亿美元，复合增长率为 34.72%，市场前景广阔。

#### ② 个人工具类软件

根据艾瑞咨询出具的报告，作为传统的互联网软件服务代表，个人工具类软件是互联网用户日常网络生活中的“必需品”。目前个人工具类软件已经从 PC 时代走到移动时代再到 AI 时代，例如基于 OCR 技术的个人工具类软件极大的提高了社交便捷性，在全球范围广泛应用，规模快速增长。近年来个人工具类软件

在社会经济生活中的应用越来越广阔和深入，也为发行人业务的拓展创造了极大的需求量。

### ③ 影音阅读

根据易观智库出具的报告，我国影音阅读市场规模庞大，数字阅读与网络视频付费板块 2018 年市场规模合计 556.93 亿元，2017 年、2018 年均保持 30% 的整体增速，2018 年中国网络视频付费用户已达到约 1.29 亿，为发行人产品销售提供了庞大的市场空间。

### ④ 社交网络

根据易观智库出具的报告，2017 年中国社交网络市场规模达到 1,032.8 亿元，2018 年市场规模约 1,497.6 亿元，2017 年、2018 年均保持高速增长，市场增速分别为 58.1%、45.0%，主要来源于社交平台广告收入的良好表现和用户付费收入的增长。自直播、短视频等新兴内容形式与社交相结合之后，多元化的内容形式让用户有了更丰富的互动体验，整体市场规模未来依旧保持可观的增长潜力。

### ⑤ 传统企业

以传统行业中的金融机构为例，根据第三方机构《计世资讯》发布的研究报告，2017 年、2018 年我国金融行业上云市场规模分别为 88.2 亿元、120 亿元，同比增长 40%、36.05%。预计 2016 至 2020 年我国金融云市场复合增长率将达到 35.0%，2020 年整个市场规模有望达到 209 亿元。

### ⑥ 电子商务

根据艾瑞咨询出具的报告，2018 年中国网络购物市场规模约 7.5 万亿，同比增长 24.2%，预计 2019 年、2020 年的增速分别为 20.8%、19.0%，市场规模在 2020 年达到 10.8 万亿元。

综合上述分析，发行人下游细分行业的客户贡献的收入快速增长，与细分行业整体发展趋势相匹配。

## 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

- （1）了解各业务的具体流程和内控节点及措施，核查收入确认的具体依据；
- （2）检查了各业务的合同条款，核查收入确认是否符合会计准则规定；
- （3）对比同行业公司的收入确认依据，判断是否符合行业惯例，是否客观，是否存在人为调节的情况；
- （4）通过与发行人业务线负责人访谈，了解发行人产品和服务的定价原则、报告期内各类用户、产品等业务数据变动的原因；
- （5）自主登陆发行人的官方网站，注册账户，进行实名认证，对账户进行充值，了解发行人云计算控制平台的注册流程、实名认证流程及产品购买流程；
- （6）对上述云计算控制台、计费系统相关的业务数据的原始提取代码进行检查、复核，并重新计算和重新执行，验证数据的真实性、准确性；
- （7）查询同行业公司的官方网站，获取并审阅同行业公司的招股说明书、定期报告等公开信息，了解其个人客户拓展情况、终止付费 ID 情况、产品定价原则，并与发行人情况进行对比分析；
- （8）获取公司的业务数据，并进行分析性复核。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人补充披露的结合公有云、混合云、私有云业务具体流程、相关内控节点及措施，各类业务收入确认的具体依据，相关内容真实、准确、合理；（2）发行人各类业务收入确认的具体依据符合行业惯例，客观，不存在人为调节的情况；（3）发行人补充披露的结合公司与客户签订合同或协议中有关权利义务的约定，相关内容真实、准确、合理；前述收入确认符合《企业会计准则》相关规定；（4）发行人补充说明的报告期各期消费 ID 中的企业 ID 数和个人 ID 数及其新增、终止消费情况，相关说明真实、准确；（5）发行人补充说明的个人消费 ID 的收入区间分布情况、主要采购内容、充值金额下降的原因，并与同行业公司进行了对比，相关说明真实、准确；（6）发行人补充说明的报告期各期的终止付费 ID 数，以及相关客户终止付费的原因及与同行业公司的对比情况，相关说明真实、准确；（7）发行人补充说明的各期规模以上客户和中小型客户存量消费 ID 数、新增消费 ID 数和期末消费 ID 数的勾稽关系及差异原因分析，报告期内新增注册 ID 数、新增消费 ID 数等经营指

标的变动情况，相关说明真实、准确；（8）发行人补充说明的各类业务的定价原则，符合行业惯例，相关说明真实、准确；（9）发行人补充说明的产生收入 ID 数量变动趋势与收入变动趋势的匹配性、单个 ID 平均收入金额大幅增长的原因，相关说明真实、准确；（10）发行人已结合下游细分市场客户进一步量化分析报告期内营业收入增长的原因，相关说明真实、准确。

**问题 6：关于市场推广费与注册客户 ID 数变动趋势**

根据回复材料，报告期内发行人市场推广费金额大幅波动，企业品牌宣传相关费用 2017、2018 年较 2016 年大幅下降。客户注册 ID 数变动趋势与前述推广投入变动情况差异较大。

请发行人进一步说明发行人企业品牌宣传相关费用的具体构成，前述投入的效果，与客户注册 ID 数变动趋势比较情况及差异原因。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

**【公司回复】**

（一）请发行人进一步说明发行人企业品牌宣传相关费用的具体构成；

报告期内发行人市场推广费用的明细如下表所示：

单位：万元

项目	2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
网络运营	250.97	16.16%	184.28	22.04%	355.13	9.29%
行业活动	238.80	15.38%	188.92	22.59%	250.64	6.55%
公关媒体	162.11	10.44%	64.99	7.77%	157.53	4.12%
技术产品宣传	343.47	22.12%	145.11	17.36%	146.82	3.84%
企业品牌宣传	370.15	23.84%	190.85	22.82%	2,806.51	73.38%
其他	187.07	12.05%	62.00	7.41%	108.10	2.83%
合计	<b>1,552.58</b>	<b>100.00%</b>	<b>836.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>3,824.72</b>	<b>100.00%</b>

其中企业品牌宣传费用主要由以下几个方面构成：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年
品牌策划	212.43	154.06	283.02
品牌推广-线上	20.17	36.80	2137.74
品牌推广-线下	57.70	0	0
品牌公关	11.86	0	291.26
其他	68.00	0	94.49
<b>合计</b>	<b>370.15</b>	<b>190.85</b>	<b>2,806.51</b>

发行人的企业品牌宣传主要由品牌策划，品牌推广-线上，品牌推广-线下，品牌公关四个方面组成，其中：（1）品牌策划，主要指公司品牌定位、品牌形象设计、品牌推广策略制定以及公司品牌相关材料的制作整理、品牌活动举办等。

（2）品牌推广-线上，主要指发行人通过线上渠道进行的品牌宣传，包括线上广告投放，渠道流量对接，社群营销等。（3）品牌推广-线下，主要指发行人通过线下渠道进行的品牌宣传，包括线下广告投放，具有发行人 LOGO 的礼品制作，宣传手册等。（4）品牌公关，主要指与发行人品牌形象相关的公关策略制定、宣传内容策划与传播等。

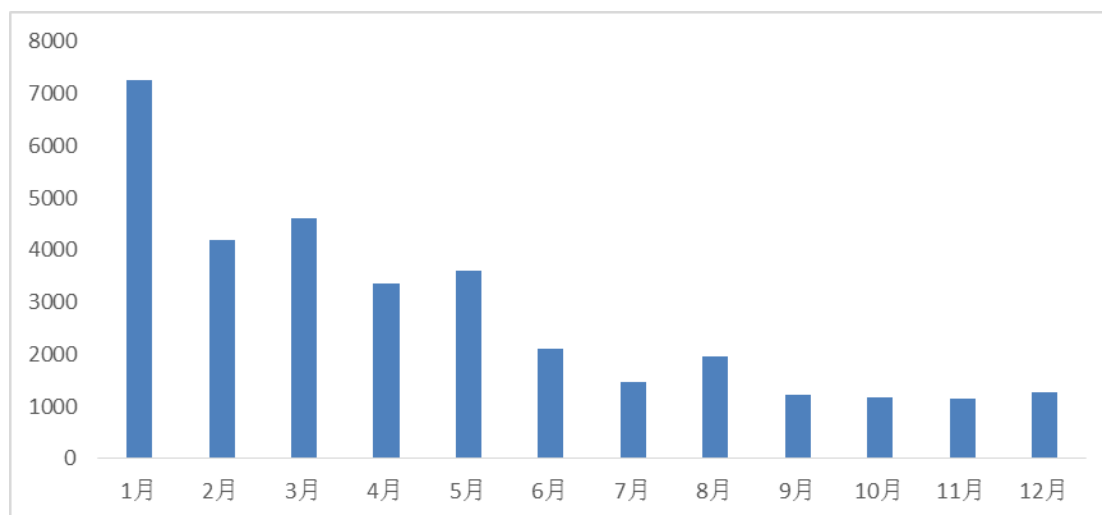
发行人于 2016 年进行了较多企业品牌宣传方面的投入，由于公司早期对外无固定与专业的品牌形象且无品牌宣传经验，因此选择与专业的品牌设计与策划公司北京唐音文化股份有限公司进行合作，制定了公司品牌形象和宣传执行策略，并主要与广告营销领域的公司 Yeahmobi（合同主体为其旗下北京华艺世嘉网络科技有限公司和西安广知网络科技有限公司）和北京微众文化传媒有限公司合作，借助其全球流量资源尝试触达国内及海外各区域的潜在客户群体，对包括美国、欧洲、东南亚等多个国家和地区进行了线上广告推广，希望以此拓展公司的国内和海外市场，打造公司的国际化品牌。

2016 年 10 月，出于公司战略与发展角度考虑，发行人在公司内部进行了大规模组织架构调整，建立了事业部机制，撤消公司市场部，原公司市场部人员及工作全部下放到各事业部内执行，因此 2017 年、2018 年的企业品牌宣传策略与费用投入较 2016 年波动较大。



## （二）前述投入的效果，与客户注册 ID 数变动趋势比较情况及差异原因

2016 年公司各月新增注册 ID 趋势如下图：



2016 年 1 月开始公司有效注册用户数持续降低且引入用户质量低，而与此同时中国整个云计算市场竞争开始加剧，公司希望尽快加强品牌建设以及拓展用户规模数量以扩大市场份额，因此公司开始与专业品牌策划以及广告营销公司尝试合作，进行各类品牌宣传及市场营销活动。但由于对于目标客户市场定位不够清晰，所做企业品牌宣传工作远未达到理想的效果，未给发行人注册客户带来显著提升。

### 【申报会计师核查】

申报会计师履行了以下核查程序：

- （1）获取报告期内发行人企业品牌宣传费用明细，以及相关的凭证、合同，进行核查；
- （2）获取报告期内发行人每月新增注册用户数、新增消费用户数等用户数据，分析企业品牌宣传效果，与报告期内的企业品牌宣传费用进行对比分析；
- （3）对公司市场部相关人员进行访谈，了解发行人市场宣传投放策略及报告期内的变化情况；
- （4）通过公开信息核查发行人主要企业品牌宣传供应商的公开信息，获取其在新三板披露的公开转让说明书及定期报告。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人补充说明的报告期内企业品牌宣传费用的构成情况，相关说明真实、准确；（2）发行人已对报告期内的企业品牌投入的效果及与客户注册 ID 数变动趋势进行了对比分析，并说明差异原因，相关说明真实、准确。

#### **问题 7：关于代金券、赠送金额收入及纳税**

根据回复材料，客户通过代金券、赠送金额产生的消费均不计入收入。后台系统内所有通过赠送金额和代金券的消费在系统中有字段识别，并在消费报告中单独列示赠送金额消费，不计入消费报告的真实金额消费。

请发行人进一步说明代金券、赠送金额产生的消费不计入收入的依据，前述代金券、赠送金额产生的具体业务背景，代金券、赠送金额在客户消费时，相应账户中是否已有充值或计费，发行人对前述业务是否有纳税义务，如有，是否履行。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

#### **【公司回复】**

##### **1、发行人发放代金券及赠送金额的业务背景和具体操作方式**

公司为了拓展业务吸引新客户，促销新产品，推广老产品的新特性等发放代金券或赠送金额，具体发放情形有：1、市场促销活动：为了吸引目标客户购买其云服务，公司通过赠送代金券的形式，给予客户价格优惠，使客户享受优惠价格购买特定产品，以达到扩大销售的目的；2、新产品促销：公司为了吸引客户购买新产品或者推广老产品的新特性，发放代金券或赠送金额，使客户享受优惠价格购买新产品或使用老产品的新特性；3、新机房促销：公司对于新开机房，为了吸引在该地区有业务部署的客户，对购买该机房产品的客户发放部分的代金券或赠送金额，给予一定的价格优惠，以扩大新机房的业务量；4、新客户促销：公司给予新客户一定的代金券，吸引其购买公司云服务。

发放给客户的代金券或赠送金额，直接存入其充值账户。

##### **2、代金券、赠送金额在客户消费时，相应账户中是否已有充值或计费**

代金券、赠送金额的发放与客户充值无关，不存在根据客户充值金额按一定比例发放代金券或赠送金额的情况。

代金券、赠送金额的发放与客户消费无关，不存在根据客户的消费金额按一定比例发放代金券或赠送金额的情况。

客户在创建订单时，前提条件是其充值账户必须具备足够的可用余额（代金券、赠送金额、充值金额或信用额度）：当充值账户的可用余额 $\geq$ 订单金额时，才能完成订单支付，订单创建成功，系统按订单开始时间进行计费；当充值账户的可用余额 $<$ 订单金额时，订单支付不成功，订单创建失败，客户需对账户进行充值，否则无法创建订单进行消费。

因此，公司发放代金券和赠送金额的时点，系在销售产品或服务之前，而非在销售的同时。公司发放代金券和赠送金额的最终效果是给予客户产品折扣以吸引消费。当客户实际消费了产品后，按折扣后的金额计入当期收入。

### 3、使用代金券、赠送金额产生的消费按折扣后的金额计入收入的具体依据

（1）发行人代金券、赠送金额在使用时实质为商业折扣，应当按照扣除商业折扣后的金额确定收入

对于发行人仅发放代金券或赠送金额，而客户未下订单的情况，相关代金券或赠送金额未使用，公司尚未提供服务，且并无经济利益流入公司，不符合收入的定义（根据《企业会计准则第 14 号—收入》的规定，收入是指企业在日常活动中形成的、会导致所有者权益增加的、与所有者投入资本无关的经济利益的总流入）。

由于公司发放代金券和赠送金额的时点，系在销售产品或服务之前，而非在销售的同时，因此上述公司发放代金券和赠送金额“并非在销售同时授予客户”，与《企业会计准则讲解（2010）》中关于奖励积分的情形不同。

《企业会计准则讲解（2010）》规定：某些情况下企业在销售产品或提供劳务的同时会授予客户奖励积分，在销售产品或提供劳务的同时，应当将销售取得的货款或应收货款在本次商品销售或劳务提供产生的收入与奖励积分的公允价

值之间进行分配，将取得的货款或应收货款扣除奖励积分公允价值的一部分确认为收入，奖励积分的公允价值确认为递延收益。

对于使用代金券、赠送金额支付的订单，客户被给予一定的价格优惠，实质是公司给予该订单的商业折扣。根据《企业会计准则第 14 号—收入》第七条规定，销售商品涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额。

因此，公司对使用代金券、赠送金额产生的消费按折后金额确认收入的处理方法符合企业会计准则的规定。

### （2）发行人代金券、赠送金额在发放和使用时的具体会计处理

公司对于代金券、赠送金额的发放和使用，以及订单收入的确认方法如下：

①发放代金券、赠送金额时，未发生销售，不满足收入确认条件，不进行会计处理；

②使用代金券、赠送金额时，对于已用代金券、赠送金额支付的订单，系统根据订单支付金额中代金券、赠送金额、充值金额、信用额度的支付比例和订单总额计算如下：

折扣比例=（订单总额-代金券-赠送金额）/订单总额；

月订单金额=订单总额/订单周期（月），即将订单总额在订单期限内按月平均分摊；

折后金额=月订单金额\*折扣比例

在产品或服务实际提供时，按月计算折后金额，并根据折后金额按月确认收入。

### 3、发行人对前述业务的纳税义务

根据上述分析，公司向客户发放的代金券、赠送金额，实质上是给予客户订单的折扣。根据《关于确认企业所得税收入若干问题的通知》（国税函〔2008〕875号）的规定：企业为促进商品销售而在商品价格上给予的价格扣除属于商业

折扣，商品销售涉及商业折扣的，应当按照扣除商业折扣后的金额确定销售商品收入金额，以及《关于折扣额抵减增值税应税销售额问题通知》（国税函〔2010〕56号）和《关于全面推开营业税改征增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号）的文件精神，随实际消费按折后收入申报销项税，但因公司整体进项税大于销项税，实际未发生增值税纳税义务。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

- （1） 获取系统导出的代金券、赠送金额发放明细，查看具体发放原因。
- （2） 了解并测试用户购买产品生成订单流程，确认系统开通服务前客户必须先下单，才能使用产品。
- （3） 了解云平台系统中的订单类型及不同场景下订单的支付状态、支付条件。
- （4） 在线检查计费系统订单表的数据结构，确认计费系统中订单数据是否与赠送金额和代金券进行关联。
- （5） 了解并测试计费系统计算代金券、赠送金额消费和真实金额消费的脚本逻辑，确认系统计费系将订单金额按照支付比例并在订单周期内平均分摊计算消费。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人对代金券、赠送金额产生的消费抵减收入的依据充分合理；（2）发行人说明的代金券、赠送金额产生的具体业务背景，符合实际情况；（3）公司向客户发放代金券、赠送金额，实质上是给予客户订单的折扣。（4）发行人向客户发放代金券、赠送金额，随实际消费后确认的折后收入完成纳税义务。

### 问题 8：关于非直销模式

根据回复材料，非直销模式下，发行人与代理商签订代理服务协议通过代理商介绍获取客户，或通过经销商实现对终端客户的销售。

请发行人说明：（1）云计算业务采取代销、经销模式是否符合行业惯例，云计算业务代销、经销模式下的定价模式、结算模式，发行人与代销商、经销商的权利义务关系；（2）报告期公司选择代理商的标准，各期主要经销商、代理商及其贡献的销售收入，毛利率、净利率与直销模式的差异及原因，发行人与经销商、代理商是否存在关联关系。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

### 【公司回复】

（一）云计算业务采取代销、经销模式是否符合行业惯例，云计算业务代销、经销模式下的定价模式、结算模式，发行人与代销商、经销商的权利义务关系

#### 1、云计算业务采取代销、经销模式符合行业惯例

报告期内，发行人销售以直销为主，部分采用代销、经销模式，其中代销、经销模式符合行业惯例。

根据阿里云官网，阿里云招募分销伙伴。阿里云分销伙伴与其共同拓展市场，推动更多客户上云，包括分销商、托管服务提供商、虚拟云商等。根据腾讯云官网，腾讯云招募渠道合作伙伴，其中包括面向线上售卖代理的代理商企业等，通过代理商推广及销售腾讯云产品及服务。

综上，阿里云及腾讯云均存在代理或经销等非直销模式，发行人云计算业务采取代销、经销模式符合行业惯例。

#### 2、云计算业务代销、经销模式下的定价模式、结算模式

代理模式下，发行人与代理商签订代理服务协议通过代理商介绍获取客户。代理商引入的均为云平台客户，销售产品为公有云及标准化的混合云产品。发行人与代理商根据终端客户实际消费情况及合同约定的代理服务费率结算代理服务费。代理服务费与代理商引进客户的销售价格相关，客户折扣水平越低，代

理商代理服务费率越高，如一般代理合同约定按照发行人官网价全价销售的，代理服务费比例为实际销售额的 15%；按照发行人官网全价 9 折（含）与全价之间价格销售的，代理服务费比例为实际销售额的 10%；合作伙伴提供给第三方价格低于官网价的九折（底价），需向发行人单独申请，且无代理服务费。。

发行人与经销商的合作模式为经销商与发行人签订合同，双方通过正常商务谈判定价。发行人根据终端客户的产品或服务使用情况及与经销商约定的销售价格与经销商结算，并由经销商回款。发行人不参与经销商与终端客户的定价。发行人经销模式下销售一般以私有云业务为主，私有云业务对经销商的销售价格无折扣约定，通过商务谈判定价。

### 3、发行人与代理商、经销商的权利义务关系

#### （1）发行人与代理商的权利义务关系

根据发行人与代理商签订的合同，代理商主要权利有：代理商销售“UCloud 云服务”可返点产品，根据合同约定的代理服务费率和终端客户的消费情况收取代理服务费。

代理商主要义务有：①为更好掌握发行人产品特征，代理商需在云平台注册为发行人的用户；②为避免代理商间撞单抢单，及时将潜在客户报备给发行人。

发行人主要义务有：为代理商提供销售所需的技术资料及宣传资料、指导协助协调代理商的销售行并配合其与发行人产品相关的市场宣传推广活动。

#### （2）发行人与经销商的权利义务关系

根据发行人与经销商签订的合同，经销商主要权利有：经销商直接与发行人签订协议，指定发行人根据合同约定向终端客户提供产品或服务。

经销商主要义务有：①根据合同约定按期向发行人支付合同价款；②帮助发行人协调解决终端客户的各项工作和具体问题。

发行人主要权利有：经销商未按合同约定支付费用或承担责任的，发行人有权停止全部服务或终止合同。

发行人主要义务有：根据双方合同约定，为终端客户或双方合同约定的项目提供专项技术服务，履行合同约定的服务内容。

（二）报告期公司选择代理商的标准，各期主要经销商、代理商及其贡献的销售收入，毛利率、净利率与直销模式的差异及原因，发行人与经销商、代理商是否存在关联关系。

#### 1、选择代理商和经销商的标准

发行人的代理商和经销商需具备较强云产品销售能力，通过合作扩大发行人的销售方式，提供更多有效的销售支持，有一定基础服务能力。

发行人对代理商及经销商要求如下：（1）具有完成合作内容的相关资质；（2）设立和经营符合中华人民共和国现有法律法规；（3）具备一定的与软件、系统集成、服务相关的技术背景和固定经营场所；（4）具备履行合作协议有关条款的资金能力；（5）接受发行人合作伙伴相关协议并按照协议相互约束的条款开展业务合作；（6）提供开展发行人相关业务需要的基本人员配置；（7）具有广泛的行业客户资源。

#### 2、各期主要经销商、代理商情况

##### （1）不同销售模式的分析

发行人报告期内各销售模式情况的如下：

公司销售模式分为直销模式和非直销销售模式，其中以直销模式为主。直销模式下，发行人直接获取客户，与客户签订合同并结算。非直销模式下，发行人与代理商签订代理服务协议通过代理商介绍获取客户，或通过经销商实现对终端客户的销售。不同销售模式下，公司的公有云中的计算、网络、存储、数据库、数据分析、云分发等各类产品、混合云及私有云均有实现对外销售。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司来自直销模式的收入分别为 50,783.52 万元、79,768.06 万元和 115,949.65 万元，占营业收入之比分别为 98.33%、



94.98%和 97.65%。发行人报告期内不同销售模式的收入、毛利、毛利率和净利率如下表所示。

单位：万元

2018 年度				
销售模式	收入	毛利	毛利率	净利率
直销	115,949.65	45,664.90	39.38%	6.65%
非直销	2,793.67	1,213.89	43.45%	0.24%
<b>合计</b>	<b>118,743.32</b>	<b>46,878.79</b>	<b>39.48%</b>	<b>6.50%</b>
2017 年度				
销售模式	收入	毛利	毛利率	净利率
直销	79,768.06	29,268.14	36.69%	7.69%
非直销	4,211.91	1,355.92	32.19%	-4.96%
<b>合计</b>	<b>83,979.97</b>	<b>30,624.06</b>	<b>36.47%</b>	<b>7.06%</b>
2016 年度				
销售模式	收入	毛利	毛利率	净利率
直销	50,783.52	15,031.49	29.60%	-40.13%
非直销	863.31	-15.92	-1.84%	-82.14%
<b>合计</b>	<b>51,646.84</b>	<b>15,015.57</b>	<b>29.07%</b>	<b>-40.83%</b>

注：由于代理商需在发行人平台注册 ID，存在部分代理商自身消费发行人产品并产生收入，发行人不会就该类收入与代理商结算代理服务费，故该类收入不属于发行人代理业务产生的收入，因前述等数据统计问题对招股书中直销与非直销模式的具体情况进行更正。

由上表可知，非直销模式下净利率低于直销模式，但由于非直销模式收入占比较低，对公司总体盈利水平的影响较小。

报告期内各销售模式产生收入的区域分布如下表所示：

单位：万元

直销模式						
地区	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
华东	52,073.35	44.91%	33,964.57	42.58%	19,999.17	39.38%
华北	41,627.81	35.90%	27,740.75	34.78%	20,682.16	40.73%
华南	16,556.83	14.28%	14,001.86	17.55%	7,169.17	14.12%

直销模式						
地区	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
境内其他地域	4,026.49	3.47%	3,711.14	4.65%	2,692.51	5.30%
境外	1,585.79	1.37%	329.80	0.41%	128.09	0.25%
其他	79.36	0.07%	19.92	0.02%	112.41	0.22%
<b>合计</b>	<b>115,949.65</b>	<b>100.00%</b>	<b>79,768.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>50,783.52</b>	<b>100.00%</b>
非直销模式						
地区	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	比重	金额	比重	金额	比重
华东	997.39	35.70%	1,258.31	29.88%	343.14	39.75%
华北	347.63	12.44%	180.26	4.28%	170.05	19.70%
华南	1,263.75	45.24%	2,679.36	63.61%	238.51	27.63%
境内其他地域	116.12	4.16%	64.77	1.54%	12.06	1.40%
境外	68.78	2.46%	29.20	0.69%	99.56	11.53%
其他	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,793.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,211.91</b>	<b>100.00%</b>	<b>863.31</b>	<b>100.00%</b>

注：1、企业客户按其营业执照上的公司注册地址划分所在地，个人客户按其实名认证地址及身份证号码划分所在地；

2、代理商代理的客户及经销商引入的公有云平台客户依据终端客户的注册地址划分所在地，经销商引入的非公有云平台客户依据经销商注册地址划分所在地；

3、其他主要对应少量没有进行实名认证的用户，比如购买使用海外资源的客户、以及执行实名认证政策之前进行消费的客户。

## （2）各期主要经销商、代理商情况

报告期内发行人前五大代理商、经销商贡献的收入、毛利率和净利率情况如下表所示：

单位：万元

2018 年度				
渠道类型	渠道名称	贡献收入	毛利率	净利率
代理商	广州云络信息科技有限公司	609.86	47.49%	-1.24%
经销商	深圳市优云国际科技有限公司	383.46	32.89%	0.15%

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

代理商	广州熹晔电子有限公司	302.95	45.51%	-3.22%
代理商	深圳市阿凡尼科技有限公司	223.66	28.17%	-20.57%
经销商	北京数人科技有限公司	105.35	38.77%	6.03%
合计		<b>1,625.28</b>		
占非直销收入的比例		<b>58.18%</b>		
<b>2017 年度</b>				
渠道类型	渠道名称	贡献收入	毛利率	净利率
代理商	深圳市科服云服务科技有限公司	1,400.86	38.57%	-1.92%
经销商	深圳市优云国际科技有限公司	645.45	15.70%	-13.30%
代理商	广州云络信息科技有限公司	458.14	45.92%	5.44%
经销商	上海阿尔太珂环境控制技术有限公司	341.88	0.74%	-28.26%
代理商	上海涟颐信息技术有限公司	181.24	43.86%	3.38%
合计		<b>3,027.58</b>		
占非直销收入的比例		<b>71.88%</b>		
<b>2016 年度</b>				
渠道类型	渠道名称	贡献收入	毛利率	净利率
代理商	广州云络信息科技有限公司	138.44	-48.81%	-132.25%
经销商	Mirantis Inc	99.56	34.81%	-34.91%
代理商	深圳市科服云服务科技有限公司	85.75	14.06%	-69.37%
代理商	北京锐网时代科技发展有限公司	83.37	39.03%	-44.41%
经销商	万国数据服务有限公司	60.03	-14.97%	-84.69%
合计		<b>467.15</b>		
占非直销收入的比例		<b>54.11%</b>		

2016-2018 年度发行人直销模式的毛利率分别为 29.60%、36.69%和 39.38%，净利率分别为-40.13%、7.69%和 6.65%；非直销模式的毛利率分别为-1.84%、32.19%和 43.45%，净利率分别为-82.14%、-4.96%和 0.24%。

非直销模式下，发行人通过代理商和经销商的渠道扩大客户资源，贡献收入增长。其中，代理模式下，由于发行人需向代理商支付代理服务费，销售费用率较直销模式更高，因此代理模式下主要客户的净利率低于直销模式。经销模式下，发行人的定价较直销模式更为优惠，因此主要经销商的净利率水平也低于直销模式。

代理模式下，部分代理商贡献收入的毛利率水平高于直销模式的综合毛利率。2017-2018 年度，代理商广州云络信息科技有限公司、广州熹晔电子有限公司、深圳市科服云服务科技有限公司和上海涟颐信息技术有限公司以及 2016 年度北京锐网时代科技发展有限公司所贡献收入的毛利率均高于直销模式。发行人代理商的代理服务费率为阶梯浮动式，主要由于代理服务费率与代理商引进客户的销售价格相关，客户折扣水平越低，代理商代理服务费率越高，故代理商引入客户获得的折扣平均水平较低，代理商贡献的收入毛利水平较高。但由于发行人需向代理商支付代理服务费，故该部分收入的净利率水平低于直销模式。

代理模式下，部分代理商贡献收入的毛利率水平低于直销模式综合毛利率。2016 年度广州云络信息科技有限公司毛利率水平为-48.81%，主要由于其引入客户云分发产品采购占比 26.14%，但 2016 年度发行人云分发业务的毛利率为-80.48%，造成该代理商 2016 年贡献收入的毛利率水平较低。2016 年度深圳市科服云服务科技有限公司毛利率水平为 14.06%，低于直销模式综合毛利率，由于其终端客户的采购产品主要部署在广州加速云计算数据中心，该数据中心 2016 年处于运营初期，利用率相对不足且 IDC 供应商为中国电信集团价格相对较高，故该机房部署的云计算产品盈利水平较低。2018 年度深圳市阿凡尼科技有限公司的毛利率 28.17%，主要由于其终端客户采购的网络产品毛利率水平较低。综上，代理商公有云代理毛利率低于直销模式综合毛利率水平的原因为其引入的终端客户采购毛利率较低的云计算产品。

经销商模式下，Mirantis Inc、深圳市优云国际科技有限公司、上海阿尔太珂环境控制技术有限公司和北京数人科技有限公司销售的均为私有云产品，万国数据服务有限公司销售的为公有云产品。经销模式下，2016 年度主要经销商中万国数据服务有限公司毛利率为-14.97%，主要由于其终端客户上海外服云信息技术有限公司所采购的产品均部署在万国数据上海八号数据中心。该数据中心是 2016 年度的新部署的数据中心，利用率相对不足，2016 年尚处于亏损状态，故该客户的毛利率水平较低。2017 年度上海阿尔太珂环境控制技术有限公司毛利率水平 0.74%，由于该私有云项目为系统集成项目，即为给客户id提供其私有云配套的服务器和调试安装，故毛利率水平较低。2017 年度深圳市优云国际科技有

限公司毛利率水平为 15.70%，主要由于该年度优云国际的销售收入中系统集成业务占比较高，故毛利率水平较低。

### 3、发行人与经销商、代理商是否存在关联关系

经销商 Mirantis Inc 为发行人的关联方，Mirantis 与发行人合资成立子公司上海优铭云计算有限公司，用于向中国客户提供基于 OpenStack 的云服务，Mirantis 将其在成立合资公司前签署的部分订单向发行人转包。除 Mirantis Inc 外，发行人与其他经销商、代理商均不存在关联关系。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）访谈了发行人的主要管理层，了解发行人代理、经销模式下的定价模式、结算模式。

（2）了解并获得了同行业公司采取代理、经销模式的资料。

（3）发行人与主要代理商、经销商签订的合同，复核了代理、经销模式下的定价模式、结算模式及权利义务关系。

（4）获取了主要代理商、经销商的收入、成本明细表，并复核了发行人主要经销商、代理商的销售收入，毛利率、净利率。

（5）获取了报告期内发行人代理商、经销商清单，根据关联方清单核查是否存在关联关系。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人云计算业务采取代销、经销模式符合行业惯例；（2）云计算业务代销、经销模式下的定价模式、结算模式符合发行人主营业务发展需要，发行人与代销商、经销商的权利义务关系划分清晰；（3）各期主要经销商、代理商贡献的销售收入，毛利率、净利率与直销模式的差异具备合理性；（4）除 Mirantis Inc 外，发行人与其他经销商、代理商均不存在关联关系。

### 问题 9：关于盈利模式

请发行人：（1）说明在同行业巨头或新兴云服务公司大部分处于亏损状态情况下，公司规模相对较小但已实现盈利的合理性，是否具有可持续性；（2）结合公有云、私有云、混合云各自的技术特点和竞争格局，主要竞争对手的收入结构，进一步说明发行人营业收入主要来自公有云的原因，发行人向混和云、私有云拓展面临的主要障碍以及对发行人生产经营的影响。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

### 【公司回复】

（一）说明在同行业巨头或新兴云服务公司大部分处于亏损状态情况下，公司规模相对较小但已实现盈利的合理性，是否具有可持续性？

#### 1、公司规模相对较小但已实现盈利的合理性

同行业云计算服务商中，新兴云服务公司亏损的主要原因系云计算行业技术、人才、运营及资金壁垒都较高，在没有形成规模效应以前，其难以从行业中吸引优秀人才团队，研发能力及核心技术难以跟进行业头部企业的水平，在这个新兴行业中也较难积累高效的运营经验，在和行业领先企业的竞争中难以获取市场份额和客户资源并产生稳定持续的收入，再加上前期资金的大额投入，导致亏损。发行人作为创业企业，创业团队专业背景突出，并聚集了经验丰富的管理团队和专业技术人才，在经历了创业初期的亏损后，积累了大量核心技术，研发能力达到行业领先水平，产品服务形成完善的体系，并凭借中立的定位，在行业竞争中立足并形成较大的规模体量，在规模效应的加持下，发行人边际成本降低，实现盈利。

同行业云计算服务商中，巨头企业采取的策略较为鲜明，通过自建大型数据中心等方式快速扩大业务体量，通过“跑马圈地”的方式快速积累市场份额，重资产模式下导致其尚未达到盈亏平衡点，同时在加速扩张的策略下，巨头企业会采用更多非直销模式，拓展经销、代理等渠道，以降低利润率来换取收入规模，部分巨头企业通过连年降价来吸引客源，成本端的高支出导致其尚未实现盈利。相比之下发行人更加注重兼顾业务发展的增速和质量，差异化的经营策略与运营模式让公司在运营管理上更精细高效，成本端更可控。

发行人在报告期内实现盈利的主要原因如下：

（1）直销为主的销售模式

销售模式上，发行人坚持以直销为主。2016 年度、2017 年度和 2018 年度，公司来自直销模式的收入分别为 50,783.52 万元、79,768.06 万元和 115,949.65 万元，占营业收入之比分别为 98.33%、94.98%和 97.65%。直销模式下，发行人运营阶段无需与代理商、经销商分成，获客环节费用也更低，主要体现在 2018 年直销净利率为 6.65%，远高于非直销模式下的 0.24%。同行业巨头云计算服务商为快速扩大市场规模，会更多的采用非直销模式，费用率较高。因此以直销模式为主是发行人盈利的关键要素之一。

（2）坚持精细化运营

运营模式上，发行人致力于做到精细化：

1) IDC 机房全租赁

发行人目前采用机房全租赁模式。全租赁模式下，发行人会根据业务量及发展阶段来规划租赁规模、方式及时限，可以根据业务发展的实际情况作出更即时的反馈调整，从而减少资源闲置，而自建机房相比租赁模式投入大，时间长，对于初步发展的云计算服务商而言资金及资源投入压力较大，在没有形成一定的业务规模之前难以避免造成闲置资源的浪费和持久的亏损。相比其他自建的云计算服务商，发行人发展初期基于对自身经营环境的判断，选择全租赁模式，根据预测的业务需求量匹配成本最低的资源投入方式，实现盈利。

2) 高效的供应链管理

发行人对供应链端高效化管理，根据业务预估情况，早于实际需求与供应商沟通好备货计划，大幅度缩短供应端物料的备货时间，降低上游服务器等经营设备的交付货期；随着供应商的交付更高效、即时，发行人需提前准备的备用设备资源也随之下降，进一步降低了发行人的库存设备成本。

服务器等经营设备到货验收后，发行人凭借内部系统优化可实现分批次自动化系统装机、检测等操作环节，相比人工逐台手动操作，效率大幅度提升，相关人力成本也进一步降低。

3) 智能化运维降低后期运维费用

公司通过智能化运维实现高效精细化运营，提高工作效率：

a. 公司提供的 AIOPS 智能运维是发行人基于多年的运维经验，针对发行人技术输出指标及客户业务指标检测而整合的一套人工智能算法。精准调取分配各种资源，实现资源的灵活释放收缩，根据客户的需求可以做到即时调整用量，最大程度上降低闲置资源的浪费。

b. 实现全自动化运营，自主快速定位运营过程中的问题，提高现网稳定性，智能化容量管理，在一定程度上降低了人力成本。

#### 4) 有针对性的研发投入

发行人的研发向下靠近底层技术，向上贴近用户需求。公司根据对客户需求的理解，基于多年的行业经验，结合对技术成熟性及未来发展趋势的预判，来决定研发投入的策略和时点，不盲目进行前瞻性大规模研发投入。如发行人根据客户不同需求，研发了数据方舟、罗马、UStack、PATHX 等差异化产品，上述差异化产品基于发行人领先的研发技术和对客户需求的深度理解，成为发行人产品体系中的标杆产品。发行人研发的数据安全屋产品，也是基于其云计算业务发展中客户在数据交互上的共性需求，及大数据的未来应用场景，进行研发投入，以满足客户对海量数据的实时分析、数据租户隔离、4A 类安全等需求。

有针对性的研发投入帮助发行人极大程度避免无效的研发支出，同时研发的产品满足客户需求，可以创造价值和经济效益。

#### 5) 创业企业的创业者的理想与奉献精神

发行人作为创业企业，具备创业企业持续创新成长的生命力。公司员工报着求新、求变、求发展的心态，以创造新价值的方式为企业创造利润。在企业愿景与个人理想的引导下，发行人的管理层及员工为同一个目标积极奉献。因此发行人相对大企业的人工成本相对较低。

#### (3) 战略倾向高附加值业务

公司以价值为导向发展业务，战略上倾向高附加值的产品服务。发行人 CDN 业务毛利率当前较低，2017 年、2018 年分别为 3.52%、10.68%；主要原因系发行人当前 CDN 业务未形成规模效应，且 CDN 市场竞争激烈，行业普遍降价，发行人为了避免陷入 CDN 行业的价格恶性竞争，于 2018 年战略性收缩 CDN 业



务，2018年发行人CDN费用同比降低31.51%；2017年度、2018年度发行人CDN收入呈下降趋势，分别为7,035.22万元、5,563.31万元，收入占比分别为9.21%、5.50%。

公司毛利主要来自计算服务，2016年至2018年公司计算服务的毛利率分别为43.26%、51.06%、48.24%，因此公司的综合毛利率整体处于较高水平。另一方面，相比CDN业务，报告期内公司的数据库、数据分析以及混合云等技术壁垒更高或发展前景更好的业务也成为公司重要的盈利点，上述业务收入增长较快，毛利率较高。数据分析服务2018年毛利率高达62.54%，数据库产品2018年毛利率也达到了56.41%。2018年发行人数据分析、数据库以及混合云业务的收入增长率分别为193.91%、40.15%、182.44%，收入占比分别为4.89%、9.58%、11.69%。

#### （4）主动选择高成长性客户

客户选择上，成长性强的客户是发行人的战略性选择。发行人客户包括移动互联网、互动娱乐、企业服务等领域的互联网企业，以及金融、教育机构、新零售、智能制造等传统行业的企业。其中发行人在移动互联网、企业服务等领域实现了收入的突破性增长。

2016年发行人在主要下游行业移动互联网的收入为9,988.36万元，收入占比为19.34%；2017年在移动互联网行业的收入实现100.11%的增长，达到19,987.96万元，收入占比23.80%；2018年依旧保持高速增长，增速为69.79%，收入达到33,937.90万元，收入占比为28.58%。2016年发行人在主要下游行业企业服务的收入为8,213.61万元，收入占比为15.90%；2017年、2018年分别实现82.72%、51.34%的增长，2018年收入22,712.75万元，收入占比提高到19.13%。下游行业的快速增长对发行人而言意味着不断扩大的需求，为发行人的业绩增长、实现盈利提供重要支撑。

## 2、发行人盈利具有可持续性

### （1）坚持直销为主，渠道并举的销售模式

发行人当前销售模式以直销为主。直销模式下，一方面获客环节没有中间渠道费用，另一方面发行人可以第一时间获取客户需求，从而更好的研发产品并提供更优质的服务。兼顾业务增长速度和质量是发行人发展策略的基础之一。在保

证业务高质量发展的同时，未来发行人计划将拓宽销售渠道，一方面拓宽非直销渠道，通过代理、经销等方式获取更多客户，另一方面与发行人重要供应商、在线教育等拟突破的下游行业企业、与公司业务及战略具有协同性的企业、以及拥有海量数据的互联网及制造业巨头、具备人工智能算法和研发能力的技术型企业等进行深度合作，共同为用户构建从 IaaS 到 SaaS、公有云到混合云、从大数据到人工智能等多维度、多层次的互联网生态圈。

发行人的销售模式短期内不会发生重大变化，发行人未来仍将以直销模式为主；发行人未来拓宽非直销渠道，将会带来更多客源，且 2018 年非直销模式的净利率为正，因此不会对发行人的持续盈利能力产生重大不利影响。与合作方共建互联网生态圈，在为客户提供一站式服务的同时，发行人自身产品服务体系、资源渠道以及销售能力都将大幅度提升，进一步增强发行人盈利能力。

#### （2）聚焦前景广阔的下游产业客户

发行人对于客户的战略性选择是其盈利的关键点之一。发行人四个主要下游客户行业中，移动互联、互动娱乐以及企业服务领域由于互联网属性强，在国内大的环境及发展趋势下，未来仍将保持高速增长；传统企业上云更是未来的大趋势，其细分行业众多，市场空间庞大；“互联网+金融”、“互联网+教育”、“互联网+智能制造”等各传统行业互联网化也在需求端为发行人持续盈利提供重要支撑。

#### （3）机房全租赁向自建租赁结合逐步平稳过渡

运营模式上，发行人目前采用机房全租赁模式。但随着业务规模的不断扩大，发行人计划自建大型数据中心，在云计算业务上形成规模效应，进一步降低边际成本。根据测算，自建数据中心在投入稳定使用后，毛利率将在一定程度提升。另一方面为防止闲置资源的浪费，发行人募投项目将根据业务需要分期、模块化建设和投产使用；北京的业务亦可迁移到乌兰察布数据中心，乌兰察布更低的电力费用也将较大程度降低发行人的运营成本，进一步提高发行人的盈利能力。

#### （4）对供应链端进行持续优化

##### 1) 缩短交付货期

发行人通过提前预测业务需求情况，早于实际需求与供应商沟通好备货计划，缩短供应端交付货期。当前标准经营设备货期在 3 周以内，通过紧急协调可实现 2 周内供货。

#### 2) 设备成本优化

通过与服务器核心部件厂商谈判，降低部件采购成本；同时持续引入新厂商综合横向对比报价。另一方面，发行人会对计划采购产品进行市场价格趋势的预测与分析，实时调整采购策略，优化采购设备成本。

#### 3) 数据中心成本优化

发行人结合自身业务需求，深入定制数据中心机柜租赁计划，并整合部分早期租赁的小型规模数据中心机房机柜，在租赁边际成本上实现规模化效应，降低了成本单价，实现成本优化。

#### 4) CDN 采购价格控制

在同省份 CDN 节点选择上，发行人会适当选择下沉至二三线城市节点控制成本。在跨省份 CDN 节点选择上，利用周边节点价格相对较低的省份对高价省份（直辖市）的业务进行覆盖。同时发行人合并若干大节点，形成规模化采购，统一突破部分高价省份。

#### (5) CBA 发展战略下产品更加丰富，更加平台化

业务发展战略上，发行人除了重点发展前景广阔、技术先进、附加值高的产品服务，在大的方向上仍将秉持“CBA”发展战略。由于云计算、大数据及人工智能具有天然的业务协同性，发行人以云计算为核心业务板块，凭借其业内领先的产品技术，将带动大数据及人工智能业务快速发展，创造新的业绩增长点。目前发行人已基于云计算业务发展中客户在数据交互上的共性需求，推出数据流通平台——数据安全屋；基于数据安全技术、大数据分析技术打造的数据流通平台，将吸引企业、事业单位进行安全数据共享，促进数据流通，实现数据价值的最大化。

#### (6) 行业发展趋势支持公司业务持续快速增长

行业的高速发展和广阔空间也是发行人实现持续盈利的重要助推器：

1) 云计算在国内的渗透率还较低，其本身技术的先进性、下游不断衍生的需求，以及国家政策的支持，都将助力行业保持高速增长，市场规模上限较高。根据 IDC 预计，2018 年至 2022 年我国公有云市场复合增长率达 39.91%，在 2022 年市场规模将达到 275.31 亿美元。

2) 发行人业务架构中，公有云是其核心战略板块。而公有云是云计算行业未来主流发展趋势之一。公有云资源共享、高效经济的特点可以满足大部分用户的共性需求，作为承载用户业务的平台，公有云相比项目制的私有云有更高的发展潜力。同时公有云技术、运营、人才及资金壁垒都较高，新进入者与发行人竞争难度较大，发行人凭借其领先的技术、产品及服务，将持续享受行业发展红利。

3) 随着社会信息化和智能化的不断深入，多地区、多行业、跨业务、跨平台的信息流愈发重要，一家云服务商的生态很难覆盖所有业务，为增加信息流通效率，不同云服务商间不同生态下的多云服务将推动各个维度的信息资源融合，多云部署将成为未来云计算发展的重要趋势。行业内头部企业间的竞争也将逐步演变为良性竞争、合作、共赢的关系，发行人也将受益于多云部署，避免恶性竞争，更专注地发展自身业务。

（二）结合公有云、私有云、混合云各自的技术特点和竞争格局，主要竞争对手的收入结构，进一步说明发行人营业收入主要来自公有云的原因，发行人向混合云、私有云拓展面临的主要障碍以及对发行人生产经营的影响。

**1、结合公有云、私有云、混合云各自的技术特点和竞争格局，主要竞争对手的收入结构，进一步说明发行人营业收入主要来自公有云的原因**

（1）公有云、私有云、混合云各自的技术特点和竞争格局，以及主要竞争对手的收入结构

1) 公有云是将其自有的服务器、存储设备和宽带等基础设施资源部署在 IDC 中统一运营管理，并向市场上不同的客户租售无差别的云计算产品和服务，其技术特点是大规模资源虚拟化、高复用率、高拓展性、资源共享、灵活调配；技术壁垒较高。行业马太效应强，根据 IDC 发布的 2018 年上半年公有云 IaaS 调研报告，2018 年上半年阿里云市场份额为 43.2% 保持领先。发行人的市场份额为 4.8%，

位列阿里云、腾讯云、中国电信云、AWS、金山云之后，排名第六。上述企业已共同占据市场大部分份额。

2) 私有云是云服务商为单一企业或者单位搭建部署的云计算基础架构，技术特点体现在基础架构在用户内部网络上部署运营，因此私密性和安全性较高。私有云建设一般都是企业重要的 IT 项目，因此私有云标杆案例作用明显，大型私有云项目上的局部争夺较为激烈，承接大型私有云项目的服务商在竞争中更有优势。整体来看，由于私有云项目的周期和资源投入导致私有云服务商无法同时承接太多项目，整个市场的容量足够支撑众多私有云服务商的发展，因此当前私有云市场形成了局部竞争激烈，整体竞争较为分散的格局。

3) 混合云是将公有云和私有云进行联通和匹配，技术特点为通过统一的平台管理，在云计算厂商自有的云环境中运行用户非核心业务，而在为用户部署的私有云环境中运行核心业务和存储重要数据，灵活配置 IT 资源、兼有公有云资源弹性扩展的灵活性和私有云的安全私密性。混合云是公有云厂商切入客户的一个有效的产品形态，能够很好地服务于强调安全私密且目前仍保有较多服务器资源的、但对云服务有迫切需求的客户。目前混合云的竞争格局主要是由公有云企业来领导，总体来看，目前国内混合云仍处于一个初步发展的阶段。

公司主要竞争对手包括阿里云、腾讯云、中国电信云、AWS、金山云等，上述竞争对手云计算业务板块中仍是以公有云业务为核心。

## （2）发行人营业收入主要来自公有云的原因

发行人营业收入主要来自公有云，是发行人基于对云计算行业理解和判断上的战略性选择，主要原因如下：

### 1) 相比私有云的优势

#### a.更高的技术壁垒

公有云相比私有云具备更高的技术门槛。规模难度更高，公有云要求具备对成千上万台甚至更大规模的服务器集群进行统一调度管理的技术，使得计算、网络、存储像水电般供给，按需调配，按量付费。安全要求更高，公有云在底层需要面对各类众多的基础软硬件资源，在上层需要能够同时支持各类众多的异构的业务，具体到某一业务往往也需要面对大量的用户，面对海量信息交互，需将这

些资源精准的组合，灵活的调配，还要做到多租户间安全隔离。而私有云一般规模较公有云小，技术门槛低，因此只是满足安全性、稳定性的过渡形态。网络能力要求更高，私有云主要面向企业内部，不需要考虑全球的网络调度和部署，公有云客户业务遍布全球，需要云服务厂商具备极强的全球网络调度和部署能力。

#### b.更强大的平台属性

作为用户数据和业务的承载平台，公有云面向的是海量未知的客户，从互联网企业到传统企业，到大数据、人工智能等新兴产业，均可以成为公有云的潜在用户，地域上更可考虑全球化网络部署和调度。其资源共享、高效经济，产品服务可以满足大部分用户的共性需求。集中采购、标准化产品、订阅付费等特点可以持续对下游行业进行技术、资源输出。而私有云消费主体基本以政企部门、电信、银行等国有资本主导的企业为主，技术输出面向的也仅是企业内部；业务形式基本是项目制，周期和资源的投入方式较为集中，私有云服务商无法同时承接太多项目，且项目与项目之间可能存在业务断档期，整体业务复制性较弱，持续性差，不具备公有云强大的平台属性及融通的赋能天赋。

#### c.高效益的规模经济

公有云的规模经济效益较为明显。不断拓展的业务规模将显著降低其边际成本，提高资源复用率。且随着公有云的业务规模不断扩大，发行人所处的业务发展阶段也会向上方层级迈进，从替换传统 IDC 和服务器阶段，到资源的错峰使用、复用率及使用效率进一步提高，再到后面提供中间件技术软件、安全服务、以及协作数据流通平台与人工智能赋能平台，技术和效益的附加值都将越来越高。私有云更类似于“一次性”业务，缺乏技术和和规模化效益的积累，发展潜力较公有云存在较大差距。

#### d.公有云是云计算行业的发展趋势及战略核心

信息基础设施集中建设是云计算行业发展的大前提、大背景。未来无论是云部署模式混合化、多云部署还是边缘计算，都离不开公有云这个核心板块的技术支持。大数据、人工智能也将依托于公有云海量的计算资源、存储空间以及强大的信息处理能力。公有云将成为未来云计算行业的发展趋势及战略核心。

### 2) 相比混合云的优势

相比混合云，公有云更能快速贴近用户的即时需求。混合云学习成本相对较高。提供混合云服务，一方面要求云计算服务商自身已具备公有云成熟应用的技术，另一方面还需对用户的需求有较深的理解，通过对用户业务的梳理，并结合技术层面的要求，来确定用户业务部署的模式和规模。混合云没有固定的部署方案来满足所有企业的需求。混合云业务复制性相对公有云较弱，平台属性和规模效益与公有云相比也存在一定差距。

## 2、发行人向混合云、私有云拓展面临的主要障碍以及对发行人生产经营的影响

### （1）发行人向私有云拓展面临的主要障碍

1) 品牌竞争力较阿里云、腾讯云等行业巨头稍弱。私有云建设一般都是企业重要的 IT 项目，因此私有云标杆案例作用明显，大型私有云项目上的竞争较为激烈，承接大型私有云项目的服务商在竞争中更有优势。阿里云、腾讯云背靠阿里巴巴、腾讯的集团品牌，在私有云标杆项目的竞标中更有优势。

2) 客户资源获取以及与政企等单位的合作关系建立上相对稍弱。阿里云等竞争对手可借助集团资源，在接触政企单位或其他私有云潜在客户方面，拥有比发行人更丰富的渠道。私有云由于技术门槛较公有云低，因此获客层面，渠道与资源会更加重要。

### （2）发行人向混合云拓展面临的主要障碍

1) 作为兼具公有云资源弹性扩展的灵活性和私有云的安全私密性特点的产品，混合云的发展依托于公有云的核心技术，而发行人在公有云领域的技术水平较为领先，因此发行人向混合云的业务拓展不会受限于技术层面的因素。

2) 混合云的获客方式与私有云较为类似，因此发行人在混合云领域的业务拓展面临的主要障碍与私有云类似，主要受制于品牌竞争力和客户关系、渠道等因素。

### （3）上述障碍对发行人生产经营的影响

发行人未来云计算业务的发展仍是以公有云为核心板块，向混合云、私有云拓展面临的上述障碍不会对发行人的生产经营产生重大影响。2017 年度和 2018 年度发行人混合云业务的增长率分别为 119.05% 和 182.44%，增长较快。

## 【申报会计师核查】

申报会计师核查了 IDC 等第三方权威机构发布的报告及可比公司披露的年报及官网信息，对发行人的业务部门负责人及主要客户进行了访谈，并对发行人说明的财务及业务数据进行了核实。

经核查，申报会计师认为：发行人对自身盈利模式、各业务板块发展的分析以及说明中使用的财务、业务等数据符合实际情况，相关信息真实、准确。

### 问题 10：关于营业成本

请发行人进一步说明：（1）公司成本核算方法，成本归集在公有云各类业务、混合云、私有云间分配的具体方法及依据；（2）公有云各类业务、混合云、私有云业务量与经营设备、数据中心流量、光纤耗用量、CDN 费用等各项经营所需资源耗费数量及成本金额间的匹配关系，与同类可比公司或行业一般水平比较情况，各期异常变动、差异情况及其原因。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见

答复：

## 【公司回复】

（一）公司成本核算方法，成本归集在公有云各类业务、混合云、私有云间分配的具体方法及依据；

成本按照权责发生制原则，在确认收入的相应期间予以确认。对于已经发生应由当期负担但尚未实际支付的成本，应在当期预提计入成本；对于虽然于当期支付但应由当期和以后期间共同负担的，应按一定的标准（受益程度）合理分配计入当期和以后对应期间成本。

公司成本具体的核算、归集的方法：

1、公司成本核算的具体项目如下：

（1）公有云业务的成本项目包括：CDN 成本、光纤成本、IDC 成本、经营设备折旧及配件耗品摊销、员工薪酬成本及其他零星成本。

（2）混合云业务的成本项目包括：IDC 成本、经营设备折旧、员工薪酬成本及其他零星成本。



(3) 私有云业务的成本项目包括：员工薪酬成本、IDC 成本、外采商品成本、经营设备折旧及其他零星成本。

## 2、公司各项成本归集的方法：

私有云业务的成本项目单独核算，各类成本均系直接为私有云业务而发生。公有云业务和混合云业务除服务器可直接区分指定外，其他成本均系共同使用，每月末进行分摊。

### (1) 公有云业务及混合云业务总成本归集方法：

① CDN 成本、IDC 成本：运维部统计公司每月实际使用的资源数量，财务部根据上述数量乘以合同约定的采购单价预提当期营业成本。公司收到供应商结算单后，财务按双方确认的结算金额调整相关成本。

② 光纤使用服务：新建光纤的一次性费用根据合同金额直接确认当期成本。已完成建设的光纤，根据合同约定的租用费确认当期成本。

③ 经营设备折旧及配件耗品摊销：所有的经营设备当期折旧金额及配件摊销金额。

④ 员工薪酬成本：直接从事公有云、混合云产品运维人员的工资、奖金、社会保险等确认当期成本。

⑤ 其他零星成本：根据接受的服务和约定价格按期确认成本。

### (2) 私有云业务成本的归集方法：

① 员工薪酬成本：每月以经审批的员工工时为依据，财务部按各私有云业务所耗用的员工工时乘以员工单位薪酬在存货-生产成本中归集。

② IDC 成本：公司每月统计私有云业务实际使用的资源数量，财务部根据上述数量乘以合同约定的采购单价预提当期营业成本。公司收到供应商结算单后，财务按双方确认的结算金额调整相关成本。

③ 外采商品成本：为私有云业务采购的硬件等商品按成本在存货中计量，取得客户验收确认时进行结转。

④ 经营设备折旧：为私有云业务构建的经营设备当期发生的折旧确认当期成本。

⑤ 其他零星成本：为私有云业务采购的其他零星成本根据接受的服务和约定价格按期确认成本。

### 3、公司各项成本的分摊：

#### （1）公有云业务与混合云业务之间的分摊

公有云业务和混合云业务除服务器及 CDN 成本可直接区分指定外，其他成本均系共同使用，每月末进行分摊。

① 经营设备折旧：经营设备主要分服务器及交换机、波分等其他设备，服务器按业务划分有三类：公有云业务服务器、混合云业务服务器、全局类服务器。

公司每月从后台系统中导出各台服务器的业务归属，公有云业务服务器的当期折旧直接归属于公有云业务成本；混合云业务服务器的折旧直接归属于混合云业务成本；全局类服务器为管理服务器，不直接参与单个产品的运行，全局服务器的折旧，根据公有云、混合云的收入占比作为系数进行分配。

其他经营设备折旧，根据公有云业务及混合云业务使用服务器的台数占比作为系数进行折旧的分配。

② IDC 成本：根据混合云使用的 IDC 资源量占总的资源量比例作为系数，分摊公有云、混合云业务的 IDC 成本。

③ CDN 成本：仅公有云业务会发生 CDN 成本，当期发生的 CDN 成本均系公有云业务成本。

④ 光纤成本：将公有云业务及混合云业务使用服务器的台数占比作为系数，分摊光纤成本。

⑤ 员工薪酬成本：公司每月记录参与混合云业务的人员工时，财务根据工时乘以该员工级别的月平均工资作为混合云员工薪酬成本。剩余员工薪酬成本作为公有云业务成本。

⑥ 其他成本：按公有云及混合云业务的收入占比作为分摊系数，分摊其他零星成本。

#### （2）公有云各业务之间的分摊

① 经营设备折旧：经营设备主要分服务器及其他设备，服务器按业务划分为两类：公有云各产品直接使用的服务器、全局类服务器。

公司每月从后台系统中导出各台服务器的业务产品归属，将每个产品使用的服务器当期折旧额直接计入该产品成本；全局类服务器的折旧，根据每个产品的收入占比作为系数分配到每个产品。

其他经营设备折旧，根据公有云每个产品使用服务器的台数占比作为系数进行将折旧额分配到每个产品。

② IDC 成本、光纤成本、维保成本：根据公有云每个产品使用服务器的台数占比作为系数将当期发生的成本分配到每个产品中。

③ CDN 成本：仅公有云云分发产品会使用 CDN 成本，直接归集到云分发产品成本。

④ 员工薪酬成本及其他零星成本：按各产品的收入贡献率，即每个产品的收入占总公有云收入的比例，进行分摊。

### （3）私有云业务分摊方法

私有云业务分项目制业务及非项目制业务。

① 项目制业务：公司每月按项目发生的成本在“生产成本”中归集：薪酬按员工投入该项目的工时除以总工时作为分摊系数，分摊总的薪酬成本。其他为项目发生的直接成本，根据接受的劳务按合同约定价格直接计入“生产成本”。待项目完工确认收入后，一次性从生产成本结转到营业成本。

#### ② 非项目制业务：

1) 技术服务、运维、培训等业务，每月根据提供服务的人员工时除以总工时作为分摊系数，分摊总的薪酬成本。外包人员成本按合同约定的单价结合实际派遣的人天数确认当期成本；

2) 托管类业务，运维部统计公司每月实际使用的资源数量，财务部根据上述数量乘以合同约定的采购单价预提当期营业成本。公司收到供应商结算单后，财务按双方确认的结算金额调整相关成本。

3) 商品销售业务，根据客户当月签收数量结转对应的商品成本。

4) 订阅类业务，薪酬按提供服务的人员工时除以总工时作为分摊系数进行分摊；订阅类外采成本按销售节点数量结转相关成本。

（二）公有云各类业务、混合云、私有云业务量与经营设备、数据中心流量、光纤耗用量、CDN 费用等各项经营所需资源耗费数量及成本金额间的匹配

关系，与同类可比公司或行业一般水平比较情况，各期异常变动、差异情况及其原因。

发行人核心资源与产品之间的对应关系情况如下表：

序号	核心资源	对应产品
1	服务器、网络传输设备、机柜租赁	1、公有云中的产品：包括云主机、物理云主机、云数据库、云硬盘、云内存存储、对象存储、数据分析； 2、混合云中的产品：定制化物理机
2	用于托管业务的机柜租赁	混合云中的产品：机柜托管
3	网络带宽、IP 资源、光纤资源	公有云中的产品：基础网络 UNet、高速通道 UDPN
4	CDN 资源	公有云中的产品：云分发
5	私有云业务通常由客户购置服务器及机柜、网络资源，公司负责搭建虚拟化架构并提供相关软件产品和技术服务，私有云产品对应的资源主要是公司的技术人员	

### 1、依赖于服务器、机柜的业务的资源耗用数量、成本金额与营业收入的匹配性分析

发行人将自主采购的服务器放置于租用的数据中心机柜中，以网络传输设备进行内部网络的连接，公司对上述底层基础资源进行虚拟化，为用户提供云计算产品。报告期内公司向第三方数据中心租赁机柜，租赁机柜的数量根据实际业务需要量进行投入，机柜的租赁数量即为实际资源耗用量；公司滚动预测业务资源需求，根据预测实时调整服务器备货，固定资产中的服务器数量即为实际的服务器耗用量。

（1）服务器耗用量、服务器折旧金额、机柜租赁数量、机柜租赁金额之间的匹配性分析

报告期内公司耗用的服务器数量不断年增加，对应服务器折旧金额、租赁机柜的数量、租赁金额也不断增加，各指标间的变动趋势相互匹配。

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
平均服务器耗用数量（台）	31,765.58	22,098.67	15,743.92
期间服务器折旧金额（万元）	21,899.40	13,918.75	9,710.20

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期间服务器折旧金额/平均服务器耗用数量（万元/台/年）	0.69	0.63	0.62
平均租赁机柜数量（个）	3,052.46	2,005.96	1,350.33
平均服务器耗用数量/平均租赁机柜数量	10.41	11.02	11.66
租赁机柜金额（万元）	23,633.32	15,662.88	11,612.44
机柜平均租赁单价（万元/个/年）	7.74	7.81	8.60

注：平均服务器耗用数量、平均租赁机柜数量为每月末数量的平均数。

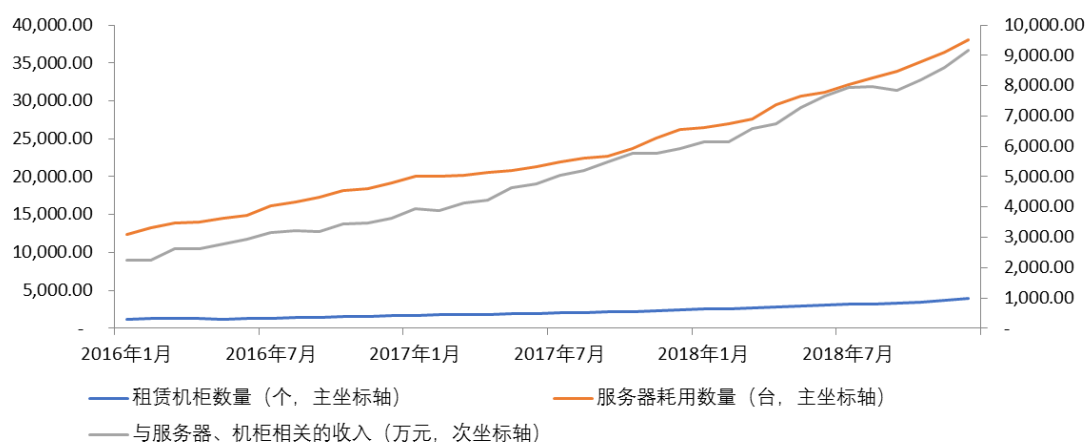
报告期内，发行人平均单台租赁机柜承载的服务器数量分别为 11.66 个、11.02 个和 10.41 个，呈下降趋势，主要由于发行人采购的服务器的性能和配置逐渐提高，功率越来越高，导致单台机柜能承载的服务器数量逐渐下降。此外发行人从 2016 年开始开展机柜托管业务，托管机柜上放置用户的服务器，不放置发行人的服务器，托管机柜数量的增加导致平均单台机柜承载的发行人服务器数量下降。

2016 年公司的机柜平均租赁单价较高，主要由于当年的机柜租赁规模较小，供应商给予的折扣较少，2018 年公司机柜租赁规模进一步增加，但机柜平均租赁单价较 2017 年变化不大，主要由于 2018 年公司向运营商采购机柜，由于需配套其他增值服务（公司向运营商采购 IP 广播服务，该类服务单独计价），运营商对机柜租赁的报价更高。报告期内发行人服务器平均折旧金额逐年上升，系由于发行人报告期内采购的服务器规格、配置逐渐提升，单台服务器的单价更高，但服务器的折旧年限均为 4 年，单台服务器的年折旧金额增加。

## （2）服务器耗用数量、机柜租赁数量与相关产品收入的匹配性分析

报告期内公司相关产品的收入随着服务器、租赁机柜数量的增加而增长，相互间的变动趋势匹配。

图：服务器耗用数量、机柜租赁数量与产品收入的匹配性



注：与服务器、机柜相关的产品主要包括公有云产品中的云主机、云硬盘、云数据库、物理云主机、云内存存储、数据分析、对象存储，以及混合云产品中的定制化物理机、机柜托管。

报告期内发行人各月单台服务器平均贡献收入情况如下图：

图：单台服务器月贡献收入金额



注：仅与服务器相关的收入包括公有云产品中的云主机、云硬盘、云数据库、物理云主机、云内存存储、数据分析、对象存储，以及混合云产品中的定制化物理机。

报告期内，公司单台服务器月贡献收入的平均数分别为 0.181 万元/台/月、0.209 万元/台/月和 0.212 万元/台/月，呈逐年上升趋势，主要是由于云计算特别是公有云 IaaS 领域具有明显的规模优势，随着服务器规模的不断扩大，公司云平台承载的用户种类更多，不同用户在不同时点的资源需求更加多样化，公司基础底层资源的利用率不断提升，导致单台服务器的收入逐年上升。

## 2、网络类产品的网络带宽和 IP 资源耗用量、成本金额与收入之间的匹配性分析

发行人向第三方供应商采购网络带宽资源，通常按照当月实际使用的带宽峰值结算，如与供应商签订的协议中约定有保底带宽，且实际带宽量低于保底带宽时，按保底带宽量结算。发行人采购用于数据中心之间相连的裸光纤资源时会约定固定带宽，不论实际使用带宽量均按照固定带宽付费，裸光纤资源部分还会用于对外提供高速通道 UDPN 服务。此外提供网络类产品发行人还需采购相应的 IP 资源，向第三方租赁 IP 资源，或一次性买断 IP 资源。

发行人报告期内网络带宽、IP 资源的采购金额与对应产品收入之间的匹配关系如下表：

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
产品收入	基础网络 UNet	13,779.21	11,685.45	8,670.99
采购金额	网络带宽资源	5,798.37	5,330.53	3,560.32
	IP 资源	3,005.39	2,186.61	1,034.12
产品收入/采购金额		1.57	1.55	1.89
产品收入	高速通道 UDPN	2,294.10	1,854.49	2,423.95
采购金额	用于 UDPN 的裸光纤资源	1,004.64	997.90	920.77
产品收入/采购金额		2.28	1.86	2.63

公司采购的网络带宽资源、IP 资源主要对应基础网络服务中的 UNet 产品，负责服务器机房与外网之间的数据传输，贡献了主要的网络服务收入，2016-2018 年公司 UNet 产品的收入除以网络带宽资源、IP 资源的采购金额的比例分别为 1.89、1.55 和 1.57，其中 2017 年和 2018 年有所下降，主要是由于 2017 年开始公司由对外租赁 IP 资源改为自购买断 IP 资源，买断 IP 资源的一次性成本较高，但资源后续可重复使用，有利于公司未来业务的开展。

公司采购的裸光纤资源主要用于不同数据中心机房之间的连接，以及为客户提供高速通道服务。报告期内公司高速通道 UDPN 产品的收入与对应的裸光纤

资源采购金额之间的比例分别为 2.63、1.86 和 2.28，2016 年较高主要由于公司当年的主要客户 Supercell Oy 采购 2,000 余万元的 UDPN 产品，用于其全球业务加速，该类产品的单价及毛利率较高；2017 年 Supercell Oy 对该产品的采购量减少，但相关裸光纤资源为固定带宽计费模式，固定成本较高，导致 UDPN 产品毛利率下降；2018 年公司更换裸光纤资源供应商，计费模式改为按实际带宽使用量付费，采购量大幅减少，固定成本下降，产品毛利率上升。

### 3、CDN 类产品的资源耗用量、成本金额与收入之间的匹配性分析

报告期内发行人的 CDN 资源采购包括自建和第三方 CDN 平台资源采购两种模式，自建模式下公司自行搭建 CDN 节点，按照当月节点的实际网络带宽使用量与网络供应商结算；第三方采购模式下公司直接对外采购 CDN 资源，按照当月的实际 CDN 资源使用量与 CDN 供应商结算，公司 CDN 资源的采购量与实际耗用量相等。报告期内公司 CDN 资源的采购量与对应产品收入之间的匹配关系如下表：

单位：万元

项目		2018 年度	2017 年度	2016 年度
产品收入	云分发 UCDN	5,563.31	7,035.22	2,034.97
采购金额	CDN 资源采购	4,037.85	5,895.17	3,323.84
收入/采购金额		1.38	1.19	0.61

云分发业务是较成熟的公有云业务，市场竞争较充分，长期定价趋势下行。报告期内，公司进一步明确了云分发业务的客户定位，聚焦于服务公司有较高议价能力的客户，减少了低毛利客户的合作规模，使得公司云分发业务毛利率在 2017 和 2018 年度显著提高，有效提升了云分发产品的经营效率。

### 4、与同类可比公司或行业一般水平比较情况

发行人的主要竞争对手 AWS、阿里云、腾讯云、金山云等，均为大型互联网上市集团内部的一块业务，上市公司披露的关于云计算业务的相关数据较为有限，其他竞争对手如青云、七牛云等为非上市公司，相关数据也未公开披露。通



过查询上述公司的年报、官方网站等公开信息，同行业公司未披露云计算业务量与经营所需资源耗费数量及成本金额间的匹配关系。

公司 CDN 业务系为云计算客户提供的整体产品矩阵中的其中一个，收入占比较低，报告期内 CDN 业务的收入、成本及毛利对比国内主要经营 CDN 业务的上市公司或拟上市公司情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	网宿科技	白山科技	网宿科技	白山科技	网宿科技	白山科技
CDN 业务收入	574,829.82	103,255.86	490,170.22	61,369.05	403,813.80	20,228.12
CDN 业务成本	375,933.46	83,252.02	310,677.95	47,545.17	227,008.25	14,912.26
CDN 业务毛利率	34.60%	19.37%	36.62%	22.53%	43.78%	26.28%

注：1、网宿科技为 A 股已上市公司，公开信息未查询到其报告期内的 CDN 资源采购金额；

2、白山科技指贵州白山云科技股份有限公司，已申报科创板，在其招股书中未查询到报告期内的 CDN 资源采购金额。

报告期内发行人 CDN 业务的毛利率分别为-80.48%、3.52%和 10.68%，较网宿科技、白山科技更低且波动较大，一方面由于 CDN 业务具有一定规模效应，2016 年发行人 CDN 业务刚刚起步，规模远低于网宿科技和白山科技，处于亏损状态；一方面，2016 年以后发行人减少与以采购 CDN 资源为主且自身议价能力较强的低毛利客户的合作，如国内的大型视频公司，公司给予该类客户的折扣力度较大。2018 年公司更多将 CDN 产品作为与其他云计算产品的配套产品出售，进一步提升 CDN 业务的毛利率。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

(1) 对发行人相关业务人员进行访谈，了解发行人各类型业务的业务量、资源耗用量与成本金额之间的匹配关系；

（2）获取并审阅了发行人报告期内的机柜租赁明细以及各期末租赁机柜区域分布情况；

（3）获取并审阅了发行人报告期内各月末的服务器明细及分区域分布情况；

（4）获取发行人报告期内各月的产品收入情况，并与相关资源的耗用量、成本金额进行匹配性分析；

（5）获取发行人报告期内数据中心资源的采购明细，分析数量、单价变动的合理性，并与相关产品收入进行匹配分析；

（6）查阅同行业可比公司的公开信息，与发行人相关财务数据进行对比分析；

（7）了解了公司的业务情况及成本核算方式及程序，包括计提与分摊的方法；

（8）获取公司成本确认的会计政策，结合上述了解比对会计政策的总体原则和具体原则，并与主要采购合同条款、业务流程中获取的证据进行比对，检查其与上述所了解结果是否相符，综合判断是否符合准则规定的成本确认原则。

经核查，申报会计师认为：（1）公司成本确认的会计政策符合企业会计准则规定；（2）发行人已对报告期内公有云各类业务、混合云、私有云业务量与相关资源、设备的耗费数量及成本金额之间的匹配关系进行了分析，并对与同类可比公司或行业一般水平之间的差异进行了解释说明，相关说明真实、准确，变化趋势符合行业特性和发行人实际业务情况。

#### **问题 11：关于应收账款**

请发行人：（1）结合营业收入变动情况和信用政策，进一步量化分析应收账款波动原因及合理性、新增应收账款情况以及应收账款账龄的划分或统计方法及其合理性；（2）说明是否存在有争议、涉诉等情形的应收账款及各期末逾期应收账款情况，包括主要客户名称、未回收金额、未回收原因等；（3）报告期各期末应收账款截止目前最新统计时点的回款情况；（4）说明报告期内应收账款的核销情况及原因；（5）进一步说明制定应收账款坏账政策及依据，单项金额重大并计提坏账准备的应收账款在报告期各期计提坏账准备的比例、金额、

依据；（6）说明回复材料中应收账款余额（6,327 万元、12,812 万元、19,037 万元）高于招股说明书中应收账款和应收票据余额（5,716 万元、12,143 万元、17,658 万元）差异原因；（7）报告期各期末预付款项增长的原因，对应的采购内容及供应商。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

**【公司回复】**

（一）结合营业收入变动情况和信用政策，进一步量化分析应收账款波动原因及合理性、新增应收账款情况以及应收账款账龄的划分或统计方法及其合理性；

**1、应收账款波动原因及合理性**

报告期各期，公司应收账款账面余额和营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日/ 2018 年度		2017 年 12 月 31 日/ 2017 年度		2016 年 12 月 31 日/ 2016 年度	
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅
应收账款	19,037.45	48.59%	12,812.00	102.50%	6,326.96	—
营业收入	118,743.32	41.39%	83,979.97	62.60%	51,646.84	—

报告期内，主要客户信用额度的增长与收入增长趋势基本匹配。2017 年末，应收账款和营业收入较上年分别增长 102.50% 和 62.60%，应收账款的增幅超过营业收入的原因，主要系 2017 年末部分公有云大客户的回款较慢，存在逾期应收账款，公司已催促客户尽快还款，保证应收账款可回收性。截至 2019 年 5 月 15 日，2017 年末应收账款余额前五名客户的回款情况如下：

单位：万元

单位名称	应收账款余额	期后回款金额	期后回款比例
上海连尚网络科技有限公司	3,155.43	3,155.43	100.00%
深圳市盖娅科技有限公司	713.21	713.21	100.00%
上海千杉网络技术发展有限公司	393.00	393.00	100.00%
中国移动通信集团有限公司	299.98	286.48	95.50%
杭州开迅科技有限公司	285.02	285.02	100.00%
合计	4,846.65	4,833.15	99.72%

注：中国移动通信集团有限公司期后回款比例 95.50%，未全额回款原因为期后客户提出申诉针对私有云业务结算存在的差异 13.5 万，鉴于金额较小，已于 2018 年冲回相应的应收账款和私有云收入。

2018 年末，应收账款较上年增长 48.59%，营业收入较上年增长 41.39%，应收账款的增长与营业收入基本同步。

## 2、新增应收账款情况

报告期各期末，应收账款账面余额的账龄分布情况如下：

单位：万元

账龄	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	账面余额	变动额	账面余额	变动额	账面余额	变动额
1 年以内（含 1 年）	18,006.88	5,564.97	12,441.91	6,244.17	6,197.74	-
1-2 年（含 2 年）	849.95	498.92	351.02	226.83	124.20	-
2-3 年（含 3 年）	167.94	153.89	14.05	9.02	5.03	-
3 年以上	12.69	7.66	5.02	5.02	-	-
合计	<b>19,037.45</b>	<b>6,225.45</b>	<b>12,812.00</b>	<b>6,485.04</b>	<b>6,326.96</b>	-

由上表可见，2017 年末和 2018 年末新增应收账款主要集中在 1 年以内账龄。

## 3、应收账款账龄的统计方法及其合理性

①公有云和标准化混合云（云平台业务）的应收账款账龄：按先进先出法，客户充值先归还历史欠款。账龄表由计费系统通过账龄计算脚本导出，脚本逻辑如下：

a. 只有当累积充值总额-（累积提现总额+累积消费）的结果小于零的月份开始账龄才会出现负数（即应收账款）；

b. 计算从开始充值到当前节点的所有充值金额之和-从开始充值到当前节点的所有提现金额之和，作为实际有效金额；

c. 计算剩余有效金额，剩余有效金额=实际有效金额-历史累计消费，剩余有效金额第一个月等于实际有效金额，剩余有效金额最小值为零；

d. 使用计算得出的实际有效金额，从第一个月开始减当月消费金额，当结果大于零时，账龄计零，当结果小于零时，账龄计实际计算得到差值。即期末剩余有效金额=期初剩余有效金额+当期充值金额-当期提现金额-当期消费；

计费系统每月运行上述脚本，出具按月账龄表。

②线下混合云和私有云的应收账款账龄：基于每个合同，按照权责发生制在收入确认当月记录应收账款账龄，每一笔回款均对应具体合同，采用先进先出法。

（二）说明是否存在有争议、涉诉等情形的应收账款及各期末逾期应收账款情况，包括主要客户名称、未回收金额、未回收原因等；

1、报告期内，发行人不存在争议的应收账款情况。

2、报告期内，发行人涉诉的应收账款情况如下：

2016年末，公有云客户久火奇天信息技术（上海）有限公司（以下简称“久火奇天”）的应收账款余额 306.09 万元，其中账龄一年以内金额 211.08 万元，1-2 年金额 95.01 万元。公司给予久火奇天的信用额度为 240 万元，相关应收账款逾期时间较长且经催促后对方仍未履行支付服务费的义务，且后续无法联系到对方，久火奇天偿债能力存疑，构成严重违约。公司于 2016 年 11 月 30 日向上海仲裁委员会提出仲裁申请。截至 2016 年 12 月 31 日，公司已对久火奇天信息技术（上海）有限公司的应收账款余额 306.09 万元全额计提了坏账准备。

根据 2017 年 6 月 16 日上海仲裁委员会的裁决书（（2016）沪仲案字第 2330 号），公司仲裁失败。后公司于 2017 年 11 月 16 日向上海市第一中级人民法院提出撤回申请，并得到准许。2017 年 12 月，由于仲裁失败应收账款确定无法收回，公司经内部审批流程，对久火奇天信息技术（上海）有限公司的应收账款余额 306.09 万元进行核销。

3、报告期内，发行人逾期应收账款情况：

报告期各期末，公司应收账款前五名客户中应收账款逾期情况如下

单位：万元：

单位名称	2018年末未回收金额	是否逾期	未回收原因
上海连尚网络科技有限公司	1,976.51	是	客户对账周期长，付款流程长，在信用额度内
浪潮集团有限公司	1,514.79	是	项目扩容频繁，客户审批环节多，付款流程较长
深圳市盖娅科技有限公司	1,238.11	是	因客户自身原因，未及时付款

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

单位名称	2018年末未回收金额	是否逾期	未回收原因
上海连尚网络科技有限公司	1,976.51	是	客户对账周期长，付款流程长，在信用额度内
上海幻电信息科技有限公司	653.05	是	客户付款主体变更，并涉及境外付款，周期变长
北京中电飞华通信股份有限公司	585.20	是	因涉及岷江水电（600131）重大资产置换及发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易，付款推迟
<b>合计</b>	<b>5,967.66</b>		

单位名称	2017年末未回收金额	是否逾期	未回收原因
上海连尚网络科技有限公司	3,155.43	是	客户对账周期长，付款流程长，在信用额度内
深圳市盖娅科技有限公司	713.21	是	因客户自身原因，未及时付款，在信用额度内
上海千杉网络技术发展有限公司	393.00	是	客户自身业务调整，导致回款周期变长
中国移动通信集团有限公司	299.98	是	项目实施周期长，客户的审批环节多，付款流程较长
杭州开迅科技有限公司	285.02	是	客户业务扩张，内部对账流程变长，导致回款缓慢
<b>合计</b>	<b>4,846.65</b>		

单位名称	2016年末未回收金额	是否逾期	未回收原因
深圳市盖娅科技有限公司	734.64	是	因客户自身原因，未及时付款
上海连尚网络科技有限公司	556.24	是	客户对账周期长，付款流程长
上海中清龙图网络科技有限公司	546.68	是	在信用额度内，年底内部对账流程长
北京蜜莱坞网络科技有限公司	365.43	否	在信用账期内
久火奇天信息技术（上海）有限公司	306.09	是	涉诉
<b>合计</b>	<b>2,509.08</b>		

公司在签订销售合同时，付款条件默认为预付，同时允许信用良好及有潜力的大客户，经内部流程审批后允许月度后付，信用账期一般不超过3个月。以上

公有云客户中，除上海连尚网络科技有限公司为3个月账期外，其余公有云客户均为月度后付。鉴于云服务的特性，客户使用云服务一般具有持续性，且客户业务数据存放于公司服务器中，当客户应收账款逾期或超过信用额度时，公司不能轻易停止或删除资源。公司通过系统中的信用控制管理模块，实现对客户信用的动态评估和实时预警。

**（三）报告期各期末应收账款截止目前最新统计时点的回款情况；**

截至2019年4月30日，报告期各期末发行人应收账款的回款情况如下：

单位：万元

账龄	2018年12月31日			2017年12月31日			2016年12月31日		
	账面余额	回款金额	回款比例	账面余额	回款金额	回款比例	账面余额	回款金额	回款比例
应收账款	19,037.45	12,849.59	67.50%	12,812.00	12,205.84	95.27%	6,326.96	5,898.45	93.23%

注：回款金额剔除单项金额重大及单项金额不重大单独计提坏账准备的应收账款。

截至2019年4月30日，2016年末应收账款尚未回款428.52万元，其中包括2016年末全额计提坏账的应收久火奇天信息技术(上海)有限公司款项306.09万元，后于2017年核销；2017年末应收账款尚未回款606.16万元，其中包含发行人于2018年末确认了单项金额不重大并单独按100%计提的坏账准备314.34万元（账龄1年以上部分）。公司于2018年度对各账龄段逾期应收账款的云平台客户进行沟通，对其中确实无法联系到或明确拒绝续费的客户的逾期应收账款认定为预期无法收回的云平台应收账款，确认了单项金额不重大并单独按100%计提的坏账准备。

**（四）说明报告期内应收账款的核销情况及原因；**

单位：万元

项目	2018 年度		2017 年度		2016 年度	
	金额	原因	金额	原因	金额	原因
实际核销的应收账款	-	—	306.09	经上海市仲裁委员会仲裁失败无法回收	1.96	子公司优刻得（上海）于 2016 年 7 月停止工位出租业务，相关应收账款确认无法收回

以上核销的应收账款均已通过公司内部审批流程。

（五）进一步说明制定应收账款坏账政策及依据，单项金额重大并计提坏账准备的应收账款在报告期各期计提坏账准备的比例、金额、依据；

### 1、应收账款坏账政策及依据

（1）单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款：

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收账款，将其归入相应组合计提坏账准备。

（2）按信用风险特征组合计提坏账准备应收账款：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
组合 1	合并范围内单位之间的应收账款不计提坏账准备
组合 2	单独测试未发生减值的应收账款，采用账龄分析法计提坏账准备

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)
1 年以内（含 1 年）	5
1—2 年（含 2 年）	10
2—3 年（含 3 年）	50
3 年以上	100

（3）单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款：



单独计提坏账准备的理由：如有客观证据表明单项金额不重大的应收账款发生减值的，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备。

发行人的应收账款坏账政策与同行业比较如下：

项目		优刻得	高升控股	网宿科技	深信服	奥飞数据	数据港
单项金额重大的标准		100 万元（含 100 万元）以上	300 万元（含 300 万元）以上	100 万元（含 100 万元）以上	100 万元（含 100 万元）以上	100 万元（含 100 万元）以上	应收款项余额前五名或占应收账款余额 10% 以上的款项之和。
账龄分析法组合	1 年以内	5%	0%，2%，3%	3%	2%，15%	3%	0%，10%
	1-2 年	10%	10%	10%	30%	10%	30%
	2-3 年	50%	50%	50%	70%	50%	80%
	3 年以上	100%	100%	100%	100%	100%	100%

发行人制定应收账款坏账政策时参考了同行业公司的标准，及应收账款以往损失经验，确定了单项金额重大的标准和按账龄分析法计提坏账的比例。

## 2、单项金额重大并计提坏账准备的应收账款在报告期各期计提坏账准备的比例、金额、依据

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日			2016 年 12 月 31 日		
	坏账准备金额	计提比例	计提依据	坏账准备金额	计提比例	计提依据	坏账准备金额	计提比例	计提依据
单项金额重大并单独计提坏账准备的应收账款	-	-	—	-	-	—	306.09	100.00	向上海市仲裁委员会申请仲裁中，应收账款发生减值

（六）说明回复材料中应收账款余额（6,327 万元、12,812 万元、19,037 万元）高于招股说明书中应收账款和应收票据余额（5,716 万元、12,143 万元、17,658 万元）差异原因；

单位：万元

项目	编号	2018 年 12 月 31 日	2017 年 12 月 31 日	2016 年 12 月 31 日
应收账款余额	A	19,037.45	12,812.00	6,326.96
坏账准备	B	1,469.30	669.24	610.85
应收账款和应收票据净额	C=A-B	17,568.16	12,142.76	5,716.11

回复材料中应收账款余额（6,327 万元、12,812 万元、19,037 万元）系不含坏账准备的应收账款账面余额；招股书中应收账款和应收票据余额（5,716 万元、12,143 万元、17,658 万元）系应收账款和应收票据账面余额减去坏账准备后的账面净值；两者差异系应收账款坏账准备金额。

（七）报告期各期末预付款项增长的原因，对应的采购内容及供应商。

报告期各期末，发行人预付账款明细如下：

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日		2016 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
软件使用授权费	337.06	36.28%	7.29	1.72%	8.54	6.30%
服务器维保费	221.76	23.87%	27.21	6.43%	-	
安全屋采购费	80.73	8.69%	-		-	
年会费用	73.00	7.86%	75.35	17.82%	-	
Gartner 服务费用	42.78	4.60%	-		-	
软件采购费	39.84	4.29%	-		-	
房租物业费	26.31	2.83%	173.07	40.93%	67.93	50.10%
机房托管费用	20.27	2.18%	1.30	0.31%	1.30	0.96%
备件款	11.64	1.25%	11.59	2.74%	-	
光缆施工费	-		100.00	23.65%	-	
云服务责任保险费用	-		-		23.58	17.39%
其他费用	75.70	8.15%	27.06	6.40%	34.25	25.26%
<b>合计</b>	<b>929.09</b>	<b>100.00%</b>	<b>422.87</b>	<b>100.00%</b>	<b>135.60</b>	<b>100.00%</b>

2017年预付账款期末余额较2016年增加287万元，主要原因系：①向国富光启（北京）科技发展有限公司预付了北京丰台园机房1-2层模块间互联光缆施工费100万元。②向上海驴妈妈国际旅行社有限公司预付了员工旅游费75.35万元。③向北京宝创物业管理有限公司预付了2018年第一季度的房屋租赁费129.79万。

2018年预付账款期末余额较2017年增加500万，主要原因系：①向北京润雨嘉科技发展有限公司预付2019年1-7月的服务器维保费221.76万元。②向上海和辰信息技术有限公司预付了2019年微软产品托管服务许可协议SPLA费用337.06万元。③向上海游昆信息技术有限公司预付安全屋采购费80.73万。④向高德纳咨询（北京）有限公司预付2019年度Gartner服务费用42.78万元。

#### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）获取《应收账款管理制度》，了解公司信用政策，分析各期末应收账款波动原因及合理性；

（2）了解并复核应收账款的账龄统计方法：访谈数据管理中心人员，核查计费系统的账龄计算脚本和逻辑，在后台数据库重新执行了账龄生成脚本进行复核；结合合同和回款情况，分析账龄划分的合理性；

（3）了解公司对争议账款的处理和解决的内控制度和流程，并检查相关内控执行情况，判断是否存在争议的应收账款；

（4）对报告期内公司的涉诉情况进行核查，获取裁决书，了解涉诉案件的原因和处理结果；

（5）获取各期末应收账款账龄表和主要客户的合同，结合给予的信用政策，判断是否存在逾期的应收账款，并了解逾期原因；

（6）获取期后充值明细，选取样本抽查客户充值和回款凭证，获取银行回单等；

（7）核查报告期内应收账款核销情况及原因，获取内部审批资料；

（8）了解并比较公司与同行业的应收账款坏账政策，检查单项金额重大并计提坏账准备的应收账款的计提金额是否准确，计提依据是否充分；

（9）检查回复材料中应收账款余额高于招股书中应收账款和应收票据余额的差异原因；

（10）获取预付账款相关合同、订单、银行付款凭证等，检查预付账款的构成是否正确，复核预付账款的性质（或内容）是否属于按照合同规定预付的款项；获取资产负债表日后的结转凭证，核实期后是否已收到实物、接受劳务并转销预付账款，分析资产负债表日预付账款的真实性和完整性；结合预付账款性质（内容）的检查，对预付的费用类支出，是否按权责发生制进行了计提并确认为负债。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人说明的报告期内应收账款波动的原因、新增应收账款情况以及应收账款账龄的划分，相关内容合理；（2）发行人说明的是否存在有争议、涉诉的应收账款及各期末逾期应收账款情况，相关内容真实、准确、合理；（3）发行人说明的报告期各期末应收账款截止目前最新统计时点的回款情况，相关内容真实、准确、合理；（4）发行人说明的报告内应收账款的核销情况及原因，相关内容真实、准确、合理；（5）发行人说明的制定应收账款坏账政策及依据，单项金额重大并计提坏账准备的应收账款在报告期各期计提坏账准备的比例、金额、依据，相关内容真实、准确、合理；（6）发行人说明的回复材料中应收账款余额高于招股书中应收账款和应收票据余额差异原因，相关内容真实、准确、合理；（7）发行人说明的报告期各期末预付款项增长的原因，对应的采购内容及供应商情况，相关内容真实、准确、合理。

#### **问题 12：关于固定资产**

根据回复材料，报告期末公司固定资产账面价值持续增加。

请发行人补充说明：（1）报告期新增固定资产的具体构成各项主要新增固定资产成本明细，主要供应商、供应物资内容、作用、金额等；（2）新增设备数量与所能承载业务量、公司此后业务增量间匹配关系，如存在异常，说明异常情况及原因；（3）公司固定资产周转率变动情况及原因，与同行业可比公司比较情况，如存在差异，说明差异情况及原因；（4）自建数据中心是否改变发行人的经营模式，新增固定资产折旧对经营业绩的影响。

答复：

**【公司回复】**

（一）报告期新增固定资产的具体构成各项主要新增固定资产成本明细，主要供应商、供应物资内容、作用、金额等；

报告期内各期新增固定资产明细如下：

单位：万元

固定资产类别	2018 年新增原值	2017 年新增原值	2016 年新增原值
经营设备-服务器	51,896.13	24,892.17	18,104.06
经营设备-网络设备	3,093.89	1,064.89	1,101.11
经营设备-其他	1,449.48	448.38	17.06
办公设备	264.98	73.76	411.48
<b>合计</b>	<b>56,704.48</b>	<b>26,479.19</b>	<b>19,633.71</b>

报告期内，公司新增固定资产主要是经营设备中的服务器。服务器是公司提供公有云、混合云等业务服务的基础设备。

其中，2018 年度新增固定资产中的服务器情况如下：

单位：万元

供应商	供应物资内容	金额
紫光华山科技有限公司	服务器	16,987.33
浪潮电子信息产业股份有限公司	服务器	15,023.57
曙光信息产业股份有限公司	服务器	7,736.11
江苏群立世纪科技发展有限公司	服务器	5,814.77
北明软件有限公司	服务器	2,910.87
其他	服务器	3,423.49
<b>合计</b>		<b>51,896.13</b>

2017 年度新增固定资产中的服务器情况如下：

单位：万元

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

供应商	供应物资内容	金额
紫光华山科技有限公司	服务器	9,368.93
江苏群立世纪科技发展有限公司	服务器	9,097.29
北明软件有限公司	服务器	3,650.53
曙光信息产业股份有限公司	服务器	1,771.20
浪潮电子信息产业股份有限公司	服务器	523.38
其他	服务器	480.83
<b>合计</b>		<b>24,892.17</b>

2016 年度新增固定资产中的服务器情况如下：

单位：万元

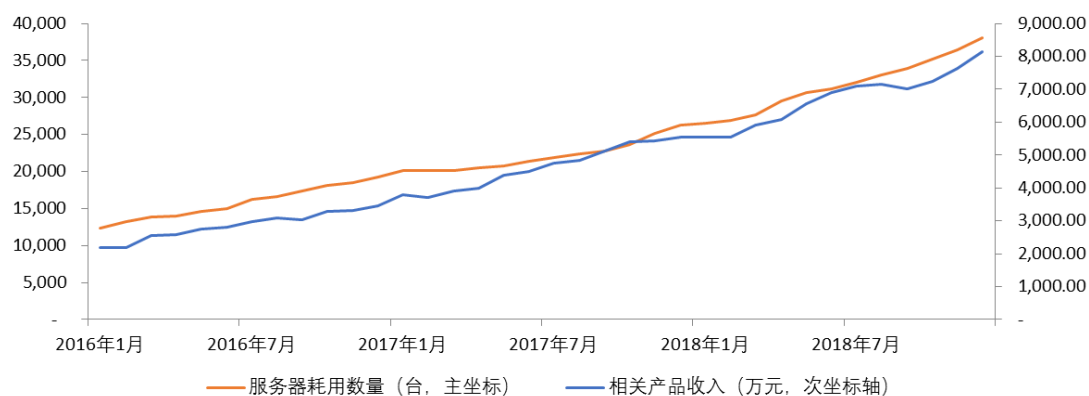
供应商	供应物资内容	金额
北明软件有限公司	服务器	6,968.35
浪潮电子信息产业股份有限公司	服务器	5,193.91
曙光信息产业股份有限公司	服务器	3,239.07
联想融资租赁有限公司	服务器	979.12
紫光华山科技有限公司	服务器	590.99
其他	服务器	1,132.62
<b>合计</b>		<b>18,104.06</b>

（二）新增设备数量与所能承载业务量、公司此后业务增量间匹配关系，如存在异常，说明异常情况及原因；

服务器是云计算服务商运行业务产生收入的核心经营设备。服务器的核心部件包括芯片、硬盘、内存，作为构成满足客户计算、存储、数据库、数据分析等需求的云计算产品的底层物理基础。虽然每台服务器之间由于其承载的产品业务属性不同使得实际使用的服务器资源类比和使用率存在区别，但云计算服务厂商经营整合各种不同配置的服务器资源，以实现服务器资源使用效率最大化的目标，通过最优的服务器经营策略获得最大的收入规模。因此，服务器相关产品贡献的收入规模是能有效反映服务器所能承载业务量的宏观指标。

报告期内，发行人经营设备主要为服务器。发行人服务器耗用数量的增长与相关产品收入增量相匹配。报告期内公司相关产品的收入随着服务器数量的增加而增长，二者之间的变动趋势相互匹配。

图：服务器耗用数量与产品收入的匹配性



注：与公司服务器相关的产品主要包括公有云产品中的云主机、云硬盘、云数据库、物理云主机、云内存存储、数据分析、对象存储，以及混合云产品中的定制化物理机。

2016年度、2017年度、2018年度，发行人单台服务器月贡献收入的平均数分别为0.181万元/台/月、0.209万元/台/月和0.212万元/台/月，呈逐年上升趋势，主要是由于云计算特别是公有云IaaS领域具有明显的规模优势，随着服务器规模的不断扩大，发行人云平台承载的用户种类更多，不同用户在不同时点的资源需求更加多样化，发行人基础底层资源的利用率不断提升，导致单台服务器的收入逐年上升。报告期内发行人各月单台服务器平均贡献收入情况如下图：

图：单台服务器月贡献收入金额



2017 年度和 2018 年度，发行人分别新增服务器数量 80,372 台\*月和 131,447 台\*月，新增服务器所能承载业务量分别为 16,782.87 万元和 27,878.97 万元，新增服务器实际贡献业务量为 15,882.63 万元和 24,585.06 万元，新增服务器贡献的实际业务量处于所能承载业务量范围内。报告期内新增设备数量与所能承载业务量、公司此后业务增量间相匹配。

计算公式	项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
A	服务器总保有量（台*月）	402,229	270,782	190,410
B	服务器耗用数量（台*月）	381,187	265,184	188,927
C	相关产品收入（万元）	80,847.05	55,374.38	34,231.25
D=C/B	单台服务器月贡献收入（万元/台/月）	0.212	0.209	0.181
E= D <sub>t1</sub> -D <sub>t0</sub>	单台服务器月收入增量（万元/台/月）	0.003	0.028	-
F=A <sub>t1</sub> -A <sub>t0</sub>	新增服务器数量（台*月）	131,447	80,372	-
G=D*F	新增服务器所能承载业务量（万元）	27,878.97	16,782.87	-
H=C <sub>t1</sub> -C <sub>t0</sub>	服务器整体业务增量（万元）	25,472.67	21,143.13	-
I=(A-F)*E	原有服务器贡献业务增量（万元）	887.61	5,260.50	-
J=H-I	新增服务器实际贡献业务量（万元）	24,585.06	15,882.63	-

注：服务器总保有量为当期各月末服务器保有数量加总、服务器耗用数量为当期各月末服务器耗用数量加总，t1 为当期，t0 为上一期。

（三）公司固定资产周转率变动情况及原因，与同行业可比公司比较情况，如存在差异，说明差异情况及原因；

### 1、报告期内公司固定资产周转率变动情况

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年年度
固定资产周转率	1.78	1.89	1.51

注：固定资产周转率=销售收入/平均固定资产净值

2017 年度较 2016 年度固定资产周转率显著提升，主要由于公司收入快速增长，提高了经营设备资源的利用率。2018 年固定资产周转率较 2017 年小幅下降，是由于公司基于未来业务发展的良好预期和经营设备的更新计划，为计算服务提前投入和部署的经营设备产生的经营设备原值和净值大幅增长，导致固定资产周转率小幅下降。

### 2、与同行业公司比较情况



A 股市场目前没有与公司的主要业务和经营模式都完全可比的公司。从事云计算行业相关业务的相对可比公司及固定资产周转率如下：

公司名称	2018 年	2017 年	2016 年
高升控股	2.35	3.24	5.77
网宿科技	3.02	4.32	7.24
深信服	19.81	20.29	17.73
奥飞数据	2.61	4.45	5.71
数据港	0.85	0.69	0.68
相对可比公司均值	5.73	6.60	7.43
相对可比公司均值(剔除深信服、奥飞数据)	<b>2.07</b>	<b>2.75</b>	<b>4.57</b>
公司固定资产周转率	<b>1.78</b>	<b>1.89</b>	<b>1.51</b>

公司三年固定资产周转率均低于相对可比公司均值，主要是由于公司处于高速发展阶段，根据市场环境、业务发展预期和经营设备更新计划，公司对经营设备进行持续性的提前采购和部署，使报告期内经营设备账面净值增长较快，对固定资产周转率产生一定的影响。

（四）自建数据中心是否改变发行人的经营模式，新增固定资产折旧对经营业绩的影响。

#### 1、自建数据中心是否会改变发行人的经营模式

发行人将自主采购的服务器放置于租用的数据中心机柜中，以网络传输设备进行内部网络的连接，公司对上述底层基础资源进行虚拟化，为用户提供云计算产品。报告期内公司向第三方数据中心租赁机柜，租赁机柜的数量根据实际上线的服务器使用的机柜数量分步投入，租赁机柜数量即为发行人当前业务所需要的机柜数量。报告期内发行人的产能利用率持续处于饱和状态，未来新增业务需要租赁更多的机柜或自建数据中心。

随着公司经营收入快速增长，数据中心租用模式愈发显现出成本高、整合难等弊端，与此同时北京、上海等地纷纷设置能耗指标，数据中心供应持续紧缩，未来一线城市高等级、大规模的数据中心将日益成为稀缺资源，因此公司计划未来在数据中心布局上转向租建结合的模式，其中在需求量较小或未来增长暂不确

定的地区仍采用租用模式，而在核心城市尤其是北京、上海及其周边自建数据中心，满足大客户规模化需求及定制化要求。发行人采用自建数据中心和租用相结合的方式，是随着自身业务规模的不断扩张，从成本优化和保障客户服务的角度所进行的必要投入，不涉及发行人经营模式的变化。

## 2、新增固定资产折旧对经营业绩的影响

内蒙古乌兰察布市集宁区优刻得数据中心项目预计建设机柜 6,000 个，总投资 48 亿元，其中服务器、交换机设备支出合计约 24.24 亿元，机电支出合计约 10.39 亿元。本项目固定资产投资节奏将会有效把控，分五期建设数据中心，每一期再采用模块化建设方式，项目建成一期即可投产一期，前两年为建设期，第三年至第七年同时进行建设和投产运营，之后为运营期；本项目的收入具有保障，项目选址乌兰察布距离北京 300 公里，时延较短，随着北京市政府严格限制新建数据中心，本项目可有效承接公司北京地区用户的云计算业务迁移；此外本项目的运营成本将得到有效控制，乌兰察布地区自然条件优越，全年平均气温较低，毗邻大同、准格尔等我国主要产煤区，地区内电力成本低廉，能够有效降低数据中心的运营成本。本项目新增固定资产折旧预计不会对发行人的未来经营业绩产生较大不利影响。

内蒙古乌兰察布市集宁区优刻得数据中心项目建设期的预计固定资产折旧情况如下表：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	第三年	第四年	第五年	第六年	第七年
1	机房折旧	-	-	2,355.31	2,355.31	4,793.84	4,960.28	7,343.33
2	服务器折旧	-	-	8,442.14	18,717.11	30,721.64	43,859.48	43,859.48
	合计	-	-	<b>10,797.45</b>	<b>21,072.42</b>	<b>35,515.48</b>	<b>48,819.76</b>	<b>51,202.81</b>

根据上表，内蒙古乌兰察布市集宁区优刻得数据中心项目预计新增折旧主要是部署的服务器折旧，预计第三年至第七年的新增折旧金额分别为 10,797.45 万元、21,072.42 万元、35,515.48 万元、48,819.76 万元和 51,202.81 万元。公司于

内蒙古乌兰察布建设数据中心，主要用于承接现有的以及潜在未来的北京地区客户的云计算业务。未来随着 5G、工业互联网、AI、传统企业上云等下游市场需求的快速增加，势必将进一步带动对云计算基础资源的需求，但随着北京地区设置能耗指标限制新建数据中心，未来国内华北地区的云计算业务势必向北京周边转移，乌兰察布距离北京距离较近、时延短，且当地自然环境优越，电费较低，本项目未来有收入保障。此外，本项目的服务器部署根据下游客户需求进行分步实施，不会短时间购置大规模的服务器，以进一步降低固定资产折旧对经营业绩的影响。

### 【申报会计师核查】

申报会计师履行了以下核查程序：

（1）对报告期新增的大额固定资产进行查验，检查采购的合同、发票等原始凭证，核对其计价及会计处理是否正确，法律手续是否齐；

（2）复核计算公司固定资产周转率并与同行业进行比较，查验是否与公司经营状况一致；

（3）获取了发行人报告期内各月的服务器部署情况和分产品收入情况；

（4）对公司相关人员进行访谈，了解自建数据中心对发行人未来业务经营模式的影响；

（5）获取并核查发行人募投项目“内蒙古乌兰察布市集宁区优刻得数据中心项目”的财务测算表，核查财务测算的合理性、准确性，了解新增固定资产折旧对经营业绩的影响情况。

经核查，申报会计师认为：（1）公司报告期新增的固定资产金额记录准确并且均系公司拥有；（2）公司固定资产周转率与公司经营状况相符；（3）新增设备数量与所能承载业务量、公司此后业务增量间相匹配；（4）发行人补充说明的自建数据中心对发行人经营模式的影响以及新增固定资产折旧对经营业绩的影响，相关说明真实、准确。

### 问题 13：关于经营活动产生现金流量

请发行人进一步说明：（1）报告期各期经营活动产生的现金流量净额高于净利润的原因；（2）经营性应收项目减少和经营性应付项目增加的具体构成，相关项目列示是否准确。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

**【公司回复】**

**（一）报告期各期经营活动产生的现金流量净额高于净利润的原因**

报告期内，发行人净利润和经营活动产生的现金流量净额之间的差异如下：

单位：万元

项目	2018年	2017年	2016年
净利润	7,714.80	5,927.99	-21,086.20
经营活动现金流量净额	44,641.05	19,326.83	8,778.11
差异	<b>-36,926.25</b>	<b>-13,398.84</b>	<b>-29,864.31</b>

上述差异主要由以下原因造成：

1、减少净利润但不影响经营性现金流的主要项目，如固定资产、无形资产和长期待摊费用等长期资产的折旧和摊销、资产减值准备、股份支付费用等；

2、增加净利润但不影响经营性现金流的主要项目，如2016、2017年投资理财产品获得的投资收益；

3、增加经营性现金流但不影响净利润的主要项目，如经营性应收应付余额变化。

上述差异原因的具体影响金额如下：

单位：万元

差异原因	主要项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
减少净利润但不影响经营性现金流的主要项目	固定资产折旧	-23,493.33	-15,023.84	-10,453.29
	资产减值准备	-1,014.40	-425.81	-513.42
	无形资产和长期待摊费用摊销	-467.15	-422.81	-493.87
	股份支付	-1,283.06	-1,343.83	-8,242.66
	财务费用	-57.57	-541.87	-635.49
	处置、报废固定资产损失	91.56	-0.01	-4.97
增加/减少净利润但不影响经营性现金流的主要项目	投资收益		2,387.96	214.67
	递延所得税资产减少	-390.96	1,116.21	
增加经营性现金流但不影响净利润的主要项目	存货的变动	754.14	86.01	161.67
	经营性应收项目减少、经营性应付项目增加合计（包括增值税留抵税额返还）	-11,065.37	769.15	-9,896.95
其他		-0.11		
合计		<b>-36,926.25</b>	<b>-13,398.84</b>	<b>-29,864.31</b>

上述净利润和经营性现金流之间的差异情况，符合公司的商业模式和收入规模快速增长的现状，具有合理性。

一方面，作为公司营业成本重要构成的经营设备折旧是非现金流项目，而公司对相应长期资产的采购支出作为投资活动现金流支出，并不计入经营性现金流活动，因此导致净利润和经营性现金流的差异。

另一方面，经营性应收应付余额等营运资本项目，是造成公司净利润和经营性现金流差异的重要原因。随着公司业务规模的快速扩张，相关应收、应付规模随之扩大，导致相应的差异影响也随之变化。另外公司经营需要大量的固定资产投入，由此产生大量的进项税额并形成增值税留底税额，根据《关于 2018 年退还部分行业增值税留抵税额有关税收政策的通知》（财税[2018]70 号），公司于 2018 年度收到税务部门退还的增值税留抵税额 9,407.08 万元。

**（二）经营性应收项目减少和经营性应付项目增加的具体构成，相关项目列示是否准确**

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

单位：万元

项目	具体构成	2018 年度	2017 年度	2016 年度
经营性应收项目的减少	应收账款的减少（增加以“-”号填列）	-6,225.45	-6,485.04	-3,896.64
	减：本期核销的应收账款		-306.09	-1.96
	预付款项的减少（增加以“-”号填列）	-506.22	-287.27	104.41
	其他应收款的减少（增加以“-”号填列）	-79.96	-183.27	14.66
	应收利息的减少（增加以“-”号填列）	144.76	-144.76	
	其他流动资产-增值税留抵税额的减少（增加以“-”号填列）	2,395.83	-2,312.38	-9,715.99
	经营性应收项目汇率调整等其他项目	11.80	-32.96	4.06
	<b>合计</b>	<b>-4,259.23</b>	<b>-9,751.77</b>	<b>-13,491.46</b>
经营性应付项目的增加	经营性应付账款的增加（减少以“-”号填列）	1,235.95	904.40	4,123.39
	减：债务豁免	1,750.70	80.11	
	预收款项的增加（减少以“-”号填列）	1,330.26	2,784.04	2,316.20
	其他应付款的增加（减少以“-”号填列）	326.27	-125,087.15	125,842.66
	减：其他应付款-未付股权转让款		123,776.67	-123,776.67
	应付职工薪酬的增加（减少以“-”号填列）	638.85	1,381.43	1,848.69
	应交税费的增加（减少以“-”号填列）	394.43	129.30	221.91
	加：非经营性活动相关税费	9,536.01	4,552.98	10,810.96
	递延收益-政府补助的增加（减少以“-”号填列）	382.24	328.03	2,126.89
	经营性应付项目汇率调整等其他项目	-270.11	132.81	-125.61
	<b>合计</b>	<b>15,324.61</b>	<b>8,982.61</b>	<b>23,388.41</b>

报告期内经营性应收项目减少和经营性应付项目增加的具体构成符合企业会计准则的规定，相关项目列示准确。

**【申报会计师核查】**

申报会计师主要履行了以下核查程序：

对于经营活动产生的现金流量净额高于净利润的原因、经营性应收项目减少和经营性应付项目增加的具体构成，申报会计师根据《企业会计准则第 31 号——现金流量表》及其相关规定，并结合对现金流量表补充资料的审计，采用复算、核对等方法确认其真实性、完整性及正确性。

经核查，申报会计师认为：公司补充说明的经营活动产生的现金流量净额高于净利润的原因、经营性应收项目减少和经营性应付项目增加的具体构成，相关内容完整，金额正确。

#### **问题 14：关于主要客户情况**

请发行人进一步说明：（1）报告期各期主要客户、应收账款主要客户的基本情况（包括但不限于成立时间、实际控制人、注册地址、注册资本、经营范围、资产及营收规模、主要业务及销售情况、与发行人业务合作及发展历史、发行人在其同类产品采购体系中所处地位等），发行人对其定价政策、销售内容、发行人产品最终用途，发行人对其销售情况（包括但不限于销售价格及其公允性、销售数量、销售金额及占比、收入确认时点、是否与发行人直接签订合同、毛利率等）；（2）报告期内主要客户的信用政策情况，是否存在变更信用期限以突击确认收入的情形；（3）报告期内新增和减少客户情况，以及主要客户的稳定性；（4）针对成立时间较短、充值金额较多、消费金额较多的客户，结合客户业务发展情况，进一步说明合理性；（5）报告期内发行人前五大充值渠道商情况、充值金额、分成比例及金额、手续费比例及金额。

请保荐机构及申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

#### **【公司回复】**

（一）报告期各期主要客户、应收账款主要客户的基本情况（包括但不限于成立时间、实际控制人、注册地址、注册资本、经营范围、资产及营收规模、主要业务及销售情况、与发行人业务合作及发展历史、发行人在其同类产品采

购体系中所处地位等），发行人对其定价政策、销售内容、发行人产品最终用途，发行人对其销售情况（包括但不限于销售价格及其公允性、销售数量、销售金额及占比、收入确认时点、是否与发行人直接签订合同、毛利率等）

报告期各期主要客户、应收账款主要客户的相关情况如下：

### 1、报告期内主要客户（报告期内各期前五名客户）

（1）上海嵩恒网络科技股份有限公司、上海展盟网络科技有限公司、上海高欣计算机系统有限公司、上海乐湃网络科技有限公司

上海嵩恒网络科技股份有限公司（以下简称“嵩恒网络”）成立于 2014 年 3 月 18 日，注册资本 10,264.941 万元人民币，注册地址上海市浦东新区银冬路 491 号 2 幢，实际控制人为创始人李嵩团队。嵩恒网络是一家专注技术研发与产品运营的互联网科技公司，主要业务包括资讯融合平台“东方头条”和输入法、网络软件、技术服务业务等。根据东方网（834678）临时公告《上海东方网股份有限公司收购资产的公告》（公告编号：2019-003）：截至 2018 年 9 月 30 日，嵩恒网络的总资产 111,513.72 万元，净资产 66,223.18 万元，2018 年 1-9 月营业收入 124,428.61 万元，净利润 8,232.80 万元。嵩恒网络与发行人于 2014 年开始合作，是发行人产品的终端客户。嵩恒网络主要采购发行人计算、数据库、存储公、网络、数据分析等公有云产品，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。双方合作直接签订交易合同，双方以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。

上海高欣计算机系统有限公司为嵩恒网络全资子公司，成立于 2013 年 1 月 4 日，注册资本 1,160.01 万元人民币，注册地址中国（上海）自由贸易试验区芳春路 400 号 1 幢 301-103 室。上海展盟网络科技有限公司为上海高欣计算机系统有限公司控股子公司，成立于 2014 年 2 月 20 日，注册资本 222.222 万元人民币，注册地址上海市嘉定区陈翔路 768 号 7 幢 B 区 3106 室。上海乐湃网络科技有限公司为上海高欣计算机系统有限公司控股子公司，成立于 2015 年 7 月 22 日，注册资本 100 万元人民币，注册地址上海市浦东新区杨高北路 528 号 14 幢 3E21 室。



2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向上海嵩恒网络科技股份有限公司、上海展盟网络科技有限公司、上海高欣计算机系统有限公司、上海乐湃网络科技有限公司合计实现销售收入 438.52 万元、1,510.01 万元和 7,030.35 万元，收入占比 0.85%、1.80%和 5.92%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 41.45%、35.02%和 47.21%。

### （2）上海连尚网络科技有限公司、上海连享网络科技有限公司

上海连尚网络科技有限公司（以下简称“连尚网络”）成立于 2013 年 10 月 28 日，注册资本 2,000 万元人民币，注册地址上海市浦东新区泥城镇云汉路 979 号 2 楼，实际控制人为陈大年。连尚网络是一家专注提供免费网络的移动互联网公司，主要产品为“Wifi 万能钥匙”。连尚网络未公开披露财务数据。连尚网络自其成立以来一直与发行人保持业务合作，采购发行人云计算服务进行产品研发，是发行人产品的终端客户。连尚网络倾向于选择中立的云计算服务商，因此主要向发行人采购云计算服务。连尚网络主要采购发行人计算、数据库、存储、网络、数据分析等公有云产品，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。双方合作直接签订交易合同，双方以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价，或由发行人通过参与招投标的方式定价，交易定价公允。

上海连享网络科技有限公司，成立于 2017 年 5 月 24 日，注册资本 1,000 万元人民币，注册地址上海市浦东新区泥城镇云汉路 979 号 2 楼，实际控制人为陈大年。上海连享网络科技有限公司经营与 Wifi 万能钥匙相关技术服务，其未公开披露财务数据。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向上海连尚网络科技有限公司、上海连享网络科技有限公司合计实现销售收入 1,058.46 万元、4,398.82 万元和 6,937.89 万元，收入占比 2.05%、5.24%和 5.84%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 49.92%、52.97%和 36.94%。

### （3）凡普金科集团有限公司

凡普金科集团有限公司（简称“凡普金科”）成立于 2016 年 9 月 9 日，注册资本 10,526.316 万元人民币，注册地址广西省北海市工业园区北海大道东延线 368 号中电北海产业园二楼 A7-8，控股股东为创始人张辉、董祺、张帆、杨帆和 Great Deep Value、DG Growth、Zest Finance、Cloud Atlas 及 Info-Tech Financial Holding Ltd 组成的一致行动人。凡普金科集团有限公司为凡普金科集团有限公司（香港企业）全资控股的境内子公司，拥有爱钱进、钱站、凡普信、凡普快车、任买、会牛等品牌的互联网金融服务企业，持有上述互联网金融企业的运营主体。根据凡普金科集团有限公司在香港证券交易所递交的招股说明书，其截至 2017 年 12 月 31 日总资产 83.13 亿元，2017 年度营业收入 42.19 亿元，年内盈利 4.88 亿元。凡普金科与发行人从 2016 年开始合作，为发行人产品的终端客户。凡普金科主要采购发行人包括计算、网络服务等公有云产品，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人和凡普金科交易定价通过招投标的方式确定，定价相比官网价格存在一定折扣，交易定价公允。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向凡普金科实现销售收入 424.62 万元、1,437.82 万元和 3,621.43 万元，收入占比 0.82%、1.71%和 3.05%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 22.31%、28.52%和 36.45%。

#### （4）上海恺英网络科技有限公司

上海恺英网络科技有限公司（简称“恺英网络”）成立于 2008 年 10 月 30 日，注册资本 3,000 万元人民币，注册地址上海市徐汇区天钥桥路 909 号 1 号楼 148 室，实际控制人为王悦。恺英网络主要经营互动娱乐和游戏业务。恺英网络为 A 股上市公司恺英网络股份有限公司（简称“恺英网络（002517）”）全资子公司。根据恺英网络（002517）披露的 2018 年年度报告，截至 2018 年 12 月 31 日，恺英网络科技有限公司总资产 27.23 亿元，净资产 13.83 亿元，2018 年度营业收入 6.17 亿元，净利润 3.93 亿元。恺英网络同时向多个主流云计算服务商采购服务，其中发行人凭借中立的定位、定制化服务能力和成本优势，成为恺英网络最大的云服务供应商。恺英网络主要向发行人采购云主机产品等公有云产品，是发行人

产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。双方合作直接签订交易合同，以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价，通过业务量确定折扣，交易定价公允。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向恺英网络实现销售收入 656.88 万元、1,946.33 万元和 2,601.19 万元，收入占比 1.27%、2.32%和 2.19%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 33.99%、31.19%和 20.08%。

#### （5）杭州有赞科技有限公司

杭州有赞科技有限公司（简称“有赞”）成立于 2014 年 9 月 23 日，注册资本 50,000 万美元，注册地址浙江省杭州市西湖区学院路 77 号 1 幢 18 层（实际 15 层），实际控制人为朱宁。有赞主要提供移动电商相关的 SaaS 服务。有赞为香港上市公司中国有赞（08083）的全资子公司，根据中国有赞（08083）2018 年年报，截至 2018 年 12 月 31 日，中国有赞（08083）总资产 76.11 亿元，净资产 44.23 亿元，2018 年度营业收入 6.84 亿元，亏损 8.39 亿元。有赞从成立之初就开始与发行人业务合作，有赞主要向发行人采购公有云、混合云产品，全面覆盖发行人的云平台产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。双方合作直接签订交易合同，以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向有赞实现销售收入 873.09 万元、1,279.10 万元和 2,310.36 万元，收入占比 1.69%、1.52%和 1.95%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 18.69%、33.72%和 52.33%。

#### （6）达疆网络科技（上海）有限公司

达疆网络科技（上海）有限公司（简称“达疆网络”）成立于 2014 年 11 月 7 日，注册资本 70,000 万美元，注册地址上海市杨浦区杨树浦路 1088 号 2205 单元，创始人为蒯佳祺。达疆网络系国内领先的同城速递的信息服务平台，无界零售的即时消费平台，旗下运营通常速递品牌“达达”。达疆网络未公开披露财务数据。达疆网络在创业之初即选择发行人作为云计算服务供应商，主要采购计算、

网络服务等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与达疆网络的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向达疆网络实现销售收入 1,158.20 万元、1,844.74 万元和 2,000.80 万元，收入占 2.24%、2.20%和 1.68%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 50.40%、54.55%和 55.53%。

#### （7）深圳市盖娅科技有限公司

深圳市盖娅科技有限公司（简称“盖娅科技”）成立于 2015 年 7 月 20 日，注册资本 1,000 万元人民币，注册地址深圳市前海深港合作区临海大道 59 号海运中心主塔楼 14 楼-14087，实际控制人为王彦直。盖娅科技主营游戏原创内容的发行。盖娅科技为新三板摘牌企业盖娅互娱（430181）的全资子公司，根据盖娅互娱 2017 年半年报，盖娅互娱截至 2017 年 6 月 30 日，总资产 21.05 亿元，净资产 16.19 亿元，2017 年 1-6 月营业收入 3.13 亿元，净利润 7,158.01 万元。盖娅科技与发行人长期业务合作，主要采购云主机等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与盖娅科技的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向盖娅科技实现销售收入 987.52 万元、1,572.16 万元和 608.90 万元，收入占 1.91%、1.87%和 0.51%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 32.82%、44.62%和 46.24%。

#### （8）Supercell Oy

Supercell Oy 成立于 2010 年 6 月，总部位于芬兰首都赫尔辛基，是一家全球领先的移动游戏公司，产品包括 Clash of Clans、Boom Beach、ClashRoyale 等广受欢迎手机游戏，由 Ilkka Paananen 和其他五位共同创始人共同建立，于 2016 年被腾讯控股收购控股权。根据 Supercell Oy 公布的业绩数据，其 2016 年度、2017 年度和 2018 年度营业收入分别为 23 亿美元、20.29 亿美元和 16 亿美元，2016

年度和 2017 年度净利润分别为 10 亿美元和 8.10 亿美元，2018 年度税息折旧及摊销前利润 6.35 亿美元。Supercell Oy 于 2016 年度开始和发行人业务合作，主要采购发行人的计算、网络等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与 Supercell Oy 的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向 Supercell Oy 实现销售收入 2,932.31 万元、1,303.54 万元和 438.84 万元，收入占 5.68%、1.55% 和 0.37%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率分别为 36.80%、12.09%、30.42%。

#### （9）北京蜜莱坞网络科技有限公司

北京蜜莱坞网络科技有限公司（简称“蜜莱坞”）成立于 2015 年 03 月 31 日，注册资本 171.3224 万元人民币，注册地址北京市朝阳区望京东园四区 8 号楼 8 层 811 室，由创始人股东为奉佑生、侯广凌和廖洁鸣共同控制。主营产品为映客视频直播社交平台。蜜莱坞为香港上市公司映客互娱有限公司（简称“映客（03700）”）的境内业务经营主体。根据映客（03700）的 2018 年度报告，其截至 2018 年 12 月 31 日总资产 42.15 亿元，净资产 34.73 亿元；2018 年度营业收入 38.61 亿元，净利润 11.03 亿元。其认可发行人的技术实力和服务能力，自创业之初即开始采购发行人的云计算服务，主要采购发行人计算、网络、存储、云分发等公有云产品和委托技术开发服务，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与蜜莱坞的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向蜜莱坞实现销售收入 2,878.40 万元、266.14 万元和 16.48 万元，收入占比 5.57%、0.32% 和 0.01%，公有云收入在客户实际消费期间按月确认，委托技术开发服务在完工验收后一次性确认，毛利率为 60.96%、48.21% 和 -204.20%。

#### （10）上海中清龙图网络科技有限公司

上海中清龙图网络科技有限公司（简称“中清龙图”），成立于 2014 年 1 月 13 日，注册资本 1,000 万元人民币，注册地址上海市嘉定区真南路 4268 号 2 幢 JT6861 室，为北京中清龙图网络技术有限公司的全资子公司，北京中清龙图网络技术有限公司的控股股东为上海润良泰物联网科技合伙企业（有限合伙）。中清龙图主要从事网页游戏、手机游戏的研发和运营业务，是网络游戏开发商和代理发行商，主要产品包括刀塔传奇等游戏。报告期内，中清龙图未公开披露财务数据。中清龙图与发行人从 2014 年开始业务合作，主要采购发行人计算、网络、数据库等公有云产品，用于支持刀塔传奇产品的运行，是发行人产品的终端客户，交易金额随刀塔传奇相关业务规模的变化而变化。发行人与中清龙图的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向中清龙图实现销售收入 2,600.36 万元、1,172.47 万元和 817.95 万元，收入占比 5.03%、1.40% 和 0.69%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为 28.73%、21.77% 和 34.64%。

## 2、报告期内主要应收账款客户（报告期内各期前五名应收账款客户）

### （1）上海连尚网络科技有限公司

上海连尚网络科技有限公司相关信息详见前述内容。

### （2）浪潮集团有限公司

浪潮集团有限公司成立于 1989 年 2 月 3 日，注册资本 82,121.86 万元人民币，注册地址济南市高新区浪潮路 1036 号，实际控制人为山东省国资委。浪潮集团是国内领先的 IT 企业。浪潮集团有限公司未公开披露财务数据。发行人主要为浪潮集团提供机柜托管服务，从而期末未回款金额形成应收账款。发行人严格执行销售有关内控制度和销售流程，基于正常的商业需求与浪潮云开展业务，按市场化的原则协商价格，定价公允，交易金额随其业务规模的变化而变化。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向浪潮集团实现销售收入 112.50 万元、328.03 万元和 1,968.74 万元，收入占比 0.22%、0.39% 和 1.66%，根据服务期间按月确认收入，毛利率为 14.18%、44.99% 和 39.11%。

（3）深圳市盖娅科技有限公司

深圳市盖娅科技有限公司相关信息详见前述内容。

（4）上海幻电信息科技有限公司

上海幻电信息科技有限公司（简称“幻电科技”）成立于 2013 年 5 月 2 日，注册资本 1,099.354 万元人民币，注册地址中国（上海）自由贸易试验区祖冲之路 2277 弄 1 号 905、906 室，大股东为陈睿。幻电科技主营视频网站哔哩哔哩弹幕网（简称“bilibili”），为美国上市公司哔哩哔哩（BILI）的境内业务经营主体。根据哔哩哔哩（BILI）披露的 2018 年年度报告，其截至 2018 年 12 月 31 日总资产 104.90 亿元，净资产 71.91 亿元，2018 年度营业收入 41.29 亿元，亏损 5.52 亿元。幻电科技于 2015 年开始和发行人业务合作，主要向发行人采购云分发、计算、网络等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与幻电科技的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向幻电科技实现销售收入 58.81 万元、25.14 万元和 814.40 万元，收入占比 0.11%、0.03% 和 0.69%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为-1.90%、21.52% 和 30.58%。

（5）北京中电飞华通信股份有限公司

北京中电飞华通信股份有限公司（简称“中电飞华”）成立于 1997 年 5 月 7 日，注册资本 10,514.553 万元人民币，注册地址北京市海淀区上地信息路 1 号 2 号楼 6 层 603-5，实际控制人为国务院国资委。中电飞华主要从事增值电信运营业务和通信网络建设业务。根据岷江水电（600131）公告的《重大资产置换及发行股份购买资产并募集配套资金暨关联交易预案（修订稿）》，中电飞华截至 2018 年 11 月 30 日未经审计的总资产 166,572.47 万元，净资产 47,347.89 万元，2018 年 1-11 月未经审计的营业收入 93,396.10 万元，净利润 4,953.05 万元。中电飞华于 2018 年和发行人开展业务合作，采购发行人的私有云服务，为发行人产

品的终端客户，交易金额随其自身业务需求而变化。双方合作直接签订交易合同，通过正常商务谈判定价。

2018 年度，发行人向中电飞华实现销售收入 157.74 万元，收入占比 0.13%，在完工验收后一次性确认收入，毛利率为 9.76%。

#### （6）上海千杉网络技术发展有限公司

上海千杉网络技术发展有限公司（简称“千杉网络”）成立于 2012 年 7 月 11 日，注册资本 500 万元人民币，注册地址中国（上海）自由贸易试验区盛夏路 666 号、银冬路 122 号 5 幢 2 层 02 单元，实际控制人为邓礼帆。千杉网络主营产品为智能电视软件。千杉网络未公开披露财务数据。发行人与千杉网络自 2012 年起开展业务合作，千杉网络主要向发行人采购云分发、计算等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与千杉网络的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向千杉网络实现销售收入 424.43 万元、1,054.33 万元和 771.98 万元，收入占比 0.82%、1.26%和 0.65%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为 22.37%、26.81%和 46.78%。

#### （7）中国移动通信集团有限公司

中国移动通信集团有限公司（简称“中国移动”）成立于 1999 年 7 月 22 日，注册资本 3,000 亿元人民币，注册地址北京市西城区金融大街 29 号，实际控制人为国务院国资委。中国移动是移动通信运营商，根据中国移动 2018 年年报，其截至 2018 年 12 月 31 日总资产 1.54 万亿元，净资产 1.06 万亿元，2018 年度营业收入 7,385.41 亿元，净利润 1,177.81 亿元。中国移动自 2016 年起向发行人采购私有云、公有云服务，为发行人产品的终端用户，交易金额随其自身业务需求而变化。双方合作直接签订交易合同，通过正常商务谈判定价。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向中国移动实现销售收入 200.89 万元、331.45 万元和 503.49 万元，收入占比 0.39%、0.39%和 0.42%，收入主要



来自私有云产品，按业务合同约定在完工验收后一次性确认收入，公有云收入在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为 58.74%、33.28% 和 71.36%。

#### （8）杭州开迅科技有限公司

杭州开迅科技有限公司（简称“开迅科技”）成立于 2011 年 1 月 28 日，注册资本 1,200 万元人民币，注册地址浙江省杭州市西湖区紫荆花路 2 号联合大厦 B 幢 1101-1 室，实际控制人为曹建根。开迅科技主营产品为手游直播平台触手 TV。开迅科技未公开披露财务数据。发行人与开迅科技自 2015 年起开展业务合作，开迅科技主要向发行人采购云分发等公有云产品，是发行人产品的终端客户，交易金额随其自身业务规模和采购策略的变化而变化。发行人与开迅科技的交易定价为官网价格。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度、2017 年度和 2018 年度，发行人向开迅科技实现销售收入 58.45 万元、674.04 万元和 336.56 万元，收入占比 0.11%、0.80% 和 0.28%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为-91.99%、3.64%和-1.26%。

#### （9）上海中清龙图网络科技有限公司

上海中清龙图网络科技有限公司相关信息详见前述内容。

#### （10）北京蜜莱坞网络科技有限公司

北京蜜莱坞网络科技有限公司相关信息详见前述内容。

#### （11）久火奇天信息技术（上海）有限公司

成立于 2015 年 4 月 27 日，注册资本 6,000 万元，注册地址中国（上海）自由贸易试验区马吉路 2 号 17 层 1702I 室，控股股东为香港企业联系有限公司。久火奇天未公开披露财务数据。久火奇天经营网络游戏业务，自 2015 年开始与发行人业务合作，主要向发行人采购计算、网络等公有云产品，是发行人产品的终端客户。双方于 2016 年停止业务合作。发行人与久火奇天的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方合作直接签订交易合同。

2016 年度，发行人向久火奇天实现销售收入 199.13 万元，收入占比 0.24%，在客户实际消费期间按月确认收入，毛利率为 14.16%。

## （二）报告期内主要客户的信用政策情况，是否存在变更信用期限以突击确认收入的情形

发行人通过信用政策和信用额度两种方式共同控制客户的销售回款周期。

根据发行人的信用政策，月度后付客户在当月消费后依据当月消费情况于次月结算并付款，部分客户存在账期，可在账期内回款。

同时，发行人通过信用额度的授予控制客户的回款周期。客户在发行人云平台购买云计算产品时，其云平台账号需存在可用余额。客户账户的可用余额来源可分为：现金充值、信用额度和赠送金额/代金券。报告期内，发行人对经营规范且业务增长有潜力的规模以上客户，经过客户申请且公司审核通过后会进行授信，获得授信的客户可在授予信用额度的范围内消费，一旦消费超过信用额度则需现金充值后才可恢复信用额度用于新购公司产品或者对产品升级。客户的信用额度根据其消费情况或其自身与发行人申请协商调整。

### 1、主要客户信用政策

报告期内各期前五大客户信用政策情况如下：

序号	客户名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
1	上海嵩恒网络科技有限公司	月度后付，2 个月账期	月度后付，2 个月账期	月度后付
	上海展盟网络科技有限公司			
	上海高欣计算机系统有限公司			
	上海乐湃网络科技有限公司			
2	上海连尚网络科技有限公司	月度后付，3 个月账期	月度后付	月度后付
	上海连享网络科技有限公司			
3	凡普金科集团有限公司	月度后付	月度后付	月度后付
4	上海恺英网络科技有限公司	月度后付	月度后付	月度后付
5	杭州有赞科技有限公司	月度后付	月度后付	月度后付
6	达疆网络科技（上海）有限公司	月度后付，2 个月账期	月度后付	月度后付

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

序号	客户名称	2018 年度	2017 年度	2016 年度
7	深圳市盖娅科技有限公司	月度后付	月度后付	月度后付
8	Supercell Oy	月度后付	月度后付	月度后付
9	北京蜜莱坞网络科技有限公司	月度后付	月度后付	月度后付
10	上海中清龙图网络科技有限公司	月度后付	月度后付	月度后付

注：北京蜜莱坞网络科技有限公司非云平台销售的委托开发项目依据项目开发进度付款。

2018 年 3 月，由于上海连尚网络科技有限公司及上海连享网络科技有限公司收入规模的增长、云计算行业竞争加剧等因素，该客户提出延长账期的需求，经发行人与其重新商定并签署合同，对账期小幅调整。2017 年，应上海嵩恒网络科技有限公司及其同一控制主体要求，重新签订合同，约定消费期限为两个月。2018 年，应达疆网络科技（上海）有限公司要求，给予其两个月账期，对账期小幅调整。

## 2、主要客户信用额度

发行人主要客户信用额度根据其消费情况或其自身与发行人申请协商调整，其中报告期各期末时点主要客户的信用额度情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户名称	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
1	上海嵩恒网络科技有限公司	3,100.00	300.00	20.00
	上海展盟网络科技有限公司			
	上海高欣计算机系统有限公司			
	上海乐湃网络科技有限公司			
2	上海连尚网络科技有限公司	4,800.00	4,800.00	430.00
	上海连享网络科技有限公司			
3	凡普金科集团有限公司	780.00	340.00	125.00
4	上海恺英网络科技有限公司	700.00	450.00	300.00
5	杭州有赞科技有限公司	600.00	310.00	100.00
6	达疆网络科技（上海）有限公司	580.00	580.00	530.00
7	深圳市盖娅科技有限公司	630.00	850.00	250.00
8	Supercell Oy	100.00	500.00	800.00
9	北京蜜莱坞网络科技有限公司	-	80.00	60.00

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

序号	客户名称	2018/12/31	2017/12/31	2016/12/31
10	上海中清龙图网络科技有限公司	850.00	850.00	850.00

注：1、上述信用额度依据该客户主要消费 ID 的信用额度统计。

根据发行人的应收款项管理制度，客户的信用额度一般在客户最近一期月消费额的 2.5 倍以内，特殊情况下如经业务人员申请，事业部负责人及首席财务官同意后可以提高比例。

发行人主要客户信用额度的增长与收入增长趋势基本匹配。同时，存在大客户根据其实际消费和回款需求向发行人申请获取更高的信用额度，并需经公司事业部负责人和财务中心总监审批的情况。其中，发行人的主要客户上海连尚网络科技有限公司及上海连享网络科技有限公司为发行人带来的收入规模迅速增长，为保证自身消费不受影响，2017 年 12 月底该客户经与发行人协商，并经事业部负责人和财务中心总监审批，获取较高的信用额度。发行人对上海嵩恒网络科技股份有限公司及相关主体的收入由 2017 年度的 1,510.01 万元增长至 7,030.35 万元，保持快速增长趋势，2018 年该客户向发行人申请并经事业部负责人和财务中心总监审批，故授予该客户的信用额度大幅提升。

信用额度作为发行人应收账款管理的一种方式，发行人不仅根据客户产生的收入的增长提高信用额度，同时也会根据客户收入的规模下滑相应调减信用额度，并对于付款进度延迟的客户采取降低或取消授予信用额度等方式督促客户还款。其中发行人对 Supercell Oy 的销售收入逐年下降，该客户信用额度逐年调整下降。北京蜜莱坞网络科技有限公司资金较为充裕，线上充值周期短，云平台信用额度需求较低，亦未向发行人申请提高信用额度，故其信用额度水平较低。2018 年蜜莱坞收入仅为 16.48 万元，2018 年末发行人取消其信用额度。

报告期内，发行人采取信用账期和信用额度两种方式共同对销售回款进行控制，信用政策的执行标准未发生变化。信用额度的增长与主要客户的收入增长趋势基本匹配，信用账期经与主要客户协商小幅调整。其中，上海连尚网络科技有限公司及其同一控制主体、上海嵩恒网络科技股份有限公司及其同一控制主体账期和信用额度的调整均为对方提出，均非发行人主动提出。

根据发行人的收入确认政策，发行人公有云收入的确认依据客户的实际消费情况：（1）非固定期限订单按客户当期实际使用量和收费标准确认；（2）固定期限订单在在订单期限内平均确认，无法通过变更信用期限突击确认收入。

综上，报告期内发行人不存在变更信用期限以突击确认收入的情形。

### （三）报告期内新增和减少客户情况，以及主要客户的稳定性

#### 1、报告期内新增和减少客户总体情况

报告期内，公司云平台销售公有云及部分混合云产品，2016-2018 年度发行人公有云业务收入占比分别达到 91.43%、90.97%和 85.15%，公司客户以云平台的客户为主，报告期内云平台客户进入退出情况如下表所示：

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
新增消费 ID 数	7,296	5,669	7,673
终止付费 ID 数	5,971	6,401	1,946

注：1、新增消费 ID 数为当年有消费以前年度未曾消费的 ID。

2、终止付费 ID 与终止消费 ID 意义相同，指上一年消费但当年未消费的 ID，下同。

2017 年新增消费 ID 数出现下降，主要由于 2017 年在 2016 年推广效果进行分析总结的基础上，调整营销推广策略，逐步收拢投放，一定程度上影响对消费客户的引流。报告期内的终止付费 ID 主要为通过线上吸引过来尝试或了解云计算相关产品的用户，并无真实业务需求；少量用户自身业务萎缩或创业失败导致付费终止。

2016-2018 年度新增客户产生的收入分别为 8,297.61 万元、8,256.01 万元和 7,263.56 万元；占比分别为 16.07%、9.83%和 6.12%，新增客户收入占比较低，已有客户规模增长带来的收入增长是公司业绩增长主要驱动因素之一。新增客户由于和公司的合作时间较短，且因自身规模或信任程度等原因，采购公司的云服务规模较小。

#### 2、主要客户的稳定性

报告期内发行人各期前五大客户均与发行人均保持稳定的业务合作关系，与发行人的交易规模根据其业务规模和采购策略的变化而变化，各期前五大客户收入排名的变化情况如下表所示：

变动	年份	客户名称	当期收入排名	合作状态
新增	2018 年度	凡普金科集团有限公司	3	报告期内持续合作
		杭州有赞科技有限公司	5	
	2017 年度	上海恺英网络科技有限公司	2	
		深圳市盖娅科技有限公司	4	
		上海嵩恒网络科技股份有限公司 <sup>1</sup>	5	
		上海展盟网络科技有限公司 <sup>1</sup>		
		上海高欣计算机系统有限公司 <sup>1</sup>		
上海乐湃网络科技有限公司 <sup>1</sup>				
变动	年份	客户名称	上期收入排名	
退出	2018 年度	达疆网络科技（上海）有限公司	3	
		深圳市盖娅科技有限公司	4	
	2017 年度	Supercell Oy	1	
		北京蜜莱坞网络科技有限公司	2	
		上海中清龙图网络科技有限公司	3	

注：1、以下简称上海嵩恒集团。

上海连尚网络科技有限公司及上海连享网络科技有限公司报告期各期均为发行人的前五大客户。2016-2018 年度，发行人对其产生的收入分别为 1,058.46 万元、4,398.82 万元和 6,937.89 万元；2017 年至 2018 年其产生的收入同比增长率分别 315.59% 和 57.72%。根据新闻披露，截至 2018 年 8 月，连尚网络旗下产品月活跃用户数超过 9 亿，其中核心产品 WiFi 万能钥匙月活超过 8 亿，该客户采购需求伴随其自身业务规模的增长而提高。

#### （1）报告期内新增前五大客户分析

2016-2018 年度，发行人对主要客户上海嵩恒集团销售收入分别为 438.52 万元、1,510.01 万元和 7,030.35 万元；2017 年至 2018 年其产生的收入同比增长率分别为 244.34% 和 365.58%，呈快速增长趋势。主要由于嵩恒旗下资讯融合平台

“东方头条”业务发展迅速，根据其官网介绍，“东方头条”作为基于大数据挖掘技术的新型新闻资讯聚合移动新媒体，日覆盖用户超过千万级，该客户的采购需求随其自身业务规模的增长而提高。

2016-2018 年度，发行人对主要客户凡普金科集团有限公司收入分别为 424.62 万元、1,437.82 万元和 3,621.43 万元；2017 年至 2018 年其产生的收入同比增长率分别 238.61%和 151.87%。该客户自 2016 年与发行人开始合作，报告期内主要由于其认可发行人的技术优势和服务响应能力，在业务合作中逐步加强了对发行人的信任，对发行人的采购增多。

2016-2018 年度，发行人对主要客户上海恺英网络科技有限公司收入分别为 656.88 万元、1,946.33 万元和 2,601.19 万元；2017 年至 2018 年其产生的收入同比增长率分别 196.30%和 33.65%，报告期内保持持续增长趋势。

2016-2018 年度，发行人对主要客户杭州有赞科技有限公司收入分别为 873.09 万元、1,279.10 万元和 2,310.36 万元；2017 年至 2018 年其产生的收入同比增长率分别 46.50%和 80.62%，报告期内保持持续增长趋势。

2017 年前五大客户中新增的的深圳市盖娅科技有限公司其 2017 年销售收入相当于 2016 年增长 59.20%，其主要原因为 2016 年开始其自身业务发展较为迅速，增加了对发行人的产品采购。

## （2）报告期内退出前五大客户分析

2018 年深圳市盖娅科技有限公司退出前五大客户，2018 年发行人对其销售收入较 2017 年下降 61.27%，主要由于该客户采用多云部署的采购策略，对发行人的采购有所缩减。

Supercell Oy 为发行人 2016 年度的第一大客户，2017-2018 年发行人对其收入同比分别下降 55.55%和 66.34%。一方面由于 Supercell Oy2016 年度、2017 年度和 2018 年度营业收入分别为 23 亿美元、20.29 亿美元和 16 亿美元，报告期内营业收入呈下滑趋势，另一方面由于 2016 年 6 月腾讯收购 Supercell Oy 控股权，影响其对发行人的云服务采购策略。

2017 年至 2018 年，发行人对 2016 年度主要客户达疆网络科技（上海）有限公司的收入同比增长 59.28% 和 8.46%，2018 年度该客户退出发行人的前五大客户，主要由于发行人来自其他客户收入增速较大而来自达疆网络的收入仅较 2017 年度小幅增长。

2017 年至 2018 年，发行人对 2016 年度主要客户北京蜜莱坞网络科技有限公司的收入同比下降 90.75% 和 93.81%。北京蜜莱坞网络科技有限公司运营视频直播平台，其采购产品以云分发、网络为主。一方面由于云分发业务是较成熟的公有云业务，市场竞争较充分，行业定价长期趋势整体下行，发行人调整 CDN 业务的客户定位，减少了低毛利客户的合作规模；另一方面该客户进行多云部署，部分业务分流到阿里云等，也导致其对发行人的采购有所缩减。

2017 年至 2018 年，发行人对 2016 年度主要客户上海中清龙图网络科技有限公司的收入同比下降 54.91% 和 30.24%，报告期内发行人主要为中清龙图刀塔传奇等游戏项目提供云计算产品和服务，受游戏生命周期的影响，前述业务规模有所下降；同时该客户 2018 年未进行新游戏项目的发行，也影响其对发行人的云计算产品的采购规模。

**（四）针对成立时间较短、充值金额较多、消费金额较多的客户，结合客户业务发展情况，进一步说明合理性；**

报告期内发行人主要客户除上海连享网络科技有限公司、凡普金科成立时间较短以外，其余主要客户均在 2016 年之前成立，成立时间超过 3 年，成立时间较长，且与公司的业务合作贯穿整个报告期。

上海连享网络科技有限公司为连尚网络同一控制关联方，经营与 Wifi 万能钥匙相关技术服务，2016 年度、2017 年度和 2018 年度收入分别为 2.41 万元、2.06 万元和 0.99 万元，消费金额较小。

报告期内，凡普金科 2016 年度、2017 年度和 2018 年度分别贡献收入 424.62 万元、1,437.82 万元和 3,621.43 万元，充值和消费金额较多。凡普金科与发行人的合作初期，产生收入金额相对较小，由于其认可发行人的技术优势和服务响应



能力，在业务合作中逐步加强了对发行人的信任，采购发行人产品和服务产生的收入越来越多。

根据凡普金科集团有限公司在香港证券交易所递交的招股说明书，凡普金科经营互联网金融业务，2016年度和2017年度的收入分别为9.89亿元和42.19亿元，业务规模增长迅速，向发行人采购云计算服务的需求随业务规模的扩大而增长。发行人向凡普金科实现的收入金额与凡普金科自身业务规模和采购策略的快速增长情况相匹配。

#### （五）报告期内发行人前五大充值渠道商情况、充值金额、分成比例及金额、手续费比例及金额

报告期内发行人的充值渠道商仅为支付宝和新浪钱包，不参与发行人的收入分成，仅对充值金额收取手续费，充值金额及手续费情况如下表所示：

单位：万元

报告期	渠道商名称	充值金额	手续费比例	手续费金额
2018年度	支付宝	6,606.93	0.55%	36.35
	新浪钱包	949.76	0.50%	4.75
2017年度	支付宝	6,168.61	0.55%	33.95
	新浪钱包	1,973.89	0.50%	9.87
2016年度	支付宝	4,900.10	0.55%-0.60%	27.75
	新浪钱包	1,563.66	0.50%	7.82

注：充值金额\*手续费比例与手续费金额的尾数差异为四舍五入所致。

由于2016年支付宝调增支付费率政策，报告期内，公司2016年1月1日至2016年5月12日支付宝服务费率为0.60%，之后至2018年12月31日支付宝服务费率为0.55%。报告期内，发行人新浪钱包的服务费率为0.50%。

#### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）查阅报告期内主要客户和主要应收账款客户的工商信息、官方网站、公开信息披露文件、公开信息披露报道、客户访谈纪要、报告期内消费账单、交

易合同文件、价格清单，客户信用政策及变更信息。

（2）根据企业财务信息系统获取并复核主要客户和主要应收账款客户收入、毛利数据。

（3）获取了报告期内客户进入、退出的清单，并核查客户数量发生变动的

原因。

（4）针对成立时间较短、充值金额较多、消费金额较多的客户，分析其消费情况的合理性。

（5）获取了报告期内发行人报告期内发行人充值渠道商的名单，充值明细和手续费明细。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人向主要客户、主要应收账款客户进行销售真实、准确、完整；（2）报告期内不存在变更主要客户信用期限以突击确认收入的情形；（3）客户成立时间较短但充值金额较多、消费金额较多具备合理性；（4）发行人充值渠道商的充值及手续费收取情况真实、准确、完整。

#### **问题 15：关于充值账户期末余额**

根据申报及回复材料，充值预收款科目各期余额分别为 8,197 万元、10,598 万元、12,208 万元，充值账户期末余额分别为-3,688 万元、-8,107 万元、-12,827 万元。

请发行人说明：（1）充值预收款科目余额与充值账户期末余额的关系，以及充值预收款、充值账户期末余额、应收票据及应收账款期末余额的勾稽关系及差异原因；（2）各类业务下既有应收账款又有预收账款的原因；（3）预收账款与相关业务规模的匹配关系；（4）是否存在透支消费的情形，对于透支消费情形，确认营业收入和应收账款的具体时点。

请保荐机构和申报会计师核查并发表明确意见。

答复：

#### **【公司回复】**

（一）充值预收款科目余额与充值账户期末余额的关系，以及充值预收款、

## 充值账户期末余额、应收票据及应收账款期末余额的勾稽关系及差异原因；

充值账户余额是发行人基于收付实现制向客户直观展示的其云平台账户资金余额情况。发行人的客户在其云平台账户上充值形成充值账户余额，客户在云平台上购买产品和服务时，需用充值账户余额支付订单。除少数按量计费产品的后付费订单以外，云平台产品需通过预付费订单购买，并由云平台一次性扣除订单合同金额。若为按量计费产品的后付费订单，则由云平台根据产品实际使用量先计算消费金额，待计费周期（日/月）到期后形成实际的订单金额并形成未支付订单，未支付订单通过支付行为，在充值账户余额内扣除。若客户提前结束消费订单，则原支付的订单金额在扣除了消费金额后会退回至充值账户。若充值账户余额为负数，系因该客户使用信用额度支付订单。

充值预收款科目余额是发行人基于权责发生制统计的反映云平台客户预收款项的财务指标。客户在云平台上充值形成发行人的预收款项，根据客户消费金额和提现金额对预收款进行扣除。发行人期末对云平台各客户预收款项金额的合计，为发行人期末充值预收款科目余额。

由于充值账户余额是对客户按收付实现制直接扣除整个订单金额的账户余额，且统计对象包括用信用额度支付订单的预收账款客户，而充值预收款科目余额仅统计预收账款客户，且按权责发生制统计对其的预收款项，因此两者在统计范围和统计方法上都存在差异。

发行人的充值账户余额 = 充值预收款科目余额 - 已支付但未确认消费的订单金额合计 + 已确认消费但未支付的订单金额 - 云平台客户的应收账款余额。

举例解释：

假设客户 A，有 1000 元的信用额度，期初充值了 200 元，则期初该客户充值账户余额等于充值预收款科目余额为 200 元。充值后，客户 A 购买云平台上某单价 100 元/月产品，并支付了 12 个月全年订单 1,200 元。

1 个月以后，客户 A 充值账户余额如下：

充值账户余额（ $200 - 1,200 = -1,000$ ）=充值预收款科目余额（100） - 已支付但未确认消费的订单金额（1,100） + 已确认消费但未支付的订单金额（0） - 客户应收账款余额（0）。

6个月以后，若客户A选择提前结束订单，则客户A实际消费了600元，未消费的订单金额退回充值账户，其充值账户余额如下：

充值账户余额（ $-1,000+600=-400$ ）=充值预收款科目余额（0） - 已支付但未确认消费的订单金额（0） + 已确认消费但未支付的订单金额（0） - 客户应收账款余额（ $600 - 200 = 400$ ）。

若客户A此时购买了公司按量计费的后付费产品的1个月的订单，1个月后实际消费产生500元的未支付订单。则客户A的充值账户余额如下：

充值账户余额（-400）=充值预收款科目余额（0） - 已支付但未确认消费的订单金额（0） + 已确认消费但未支付的订单金额（500） - 客户应收账款余额（ $400+500=900$ ）。

用信用额度支付订单以后，客户A的充值账户余额如下：

充值账户余额（ $-400 - 500 = -900$ ）=充值预收款科目余额（0） - 已支付但未确认消费的订单金额（0） + 已确认消费但未支付的订单金额（0） - 客户应收账款余额（ $400+500=900$ ）。

## （二）各类业务下既有应收账款又有预收账款的原因；

### （1）公有云和线上混合云（云平台业务）

从客户角度看，由于给予客户的信用政策不同（固定信用额度、临时信用额度、无信用额度），同样产生真实消费的情况下：开放信用额度的客户可以以此支付订单，先使用后充值，形成应收账款；未开放信用额度的客户必须先充值，形成预收账款。

从云平台产品看，同样产生真实消费的情况下：除公司部分网络类、云分发类及存储类产品，如基础网络UNet、高速通道UDPN、专线接入UConnect、云

分发 UCDN、对象存储 UFile 和归档存储 UArchive 等，支持多种计费模式，产品开通时无需付费，客户只有在实际使用后才能确定消费的金额，进行订单扣费结算，形成应收账款；除上述产品外，其余产品均需账户具备可用余额才可进行消费，形成预收账款。

（2）线下混合云：不存在既有应收账款又有预收账款的情形

（3）私有云：由于不同业务类型的收入确认方式不同，且合同约定付款进度不一定与收入确认同步，存在既有应收账款又有预收账款的情形：

①项目制：客户一般按合同约定付款进度付款，而收入确认方式按在项目最终验收时一次性确认收入，在项目未终验前，形成预收账款；

②非项目制：客户一般按合同约定付款进度付款，收入确认方式按当期实际提供服务情况确认收入，两者不一定同步导致既有应收账款又有预收账款的情形。

（三）预收账款与相关业务规模的匹配关系；

报告期各期，预收账款与营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2018年12月31日		2017年12月31日		2016年12月31日	
	金额	增幅	金额	增幅	金额	增幅
预收款项	12,577.85	11.83%	11,247.59	32.89%	8,463.54	—
营业收入	118,743.32	41.39%	83,979.97	62.60%	51,646.84	—
预收款项/营业收入	0.11	—	0.13	—	0.16	—

报告期内，随着公司经营规模的扩大，预收款项规模逐步增加，与收入增长趋势基本一致。其中 2018 年预收款项的增速较营业收入增长放缓，主要由于 2018 年云平台业务的规模以上客户消费增长额远超过中小型客户消费增长额，且公司对规模以上客户多给予信用额度系赊销模式。

（四）是否存在透支消费的情形，对于透支消费情形，确认营业收入和应收账款的具体时点。

在云平台业务中，发行人通过信用额度的授予控制客户的回款周期，对于超过信用额度的消费判断为透支消费。

根据云平台业务的合同相关约定，云服务开通后，由于客户业务数据存放于公司服务器中，即使用户未新增服务项目或资源，但其仍继续占用资源，将持续产生透支消费，形成欠费账单。透支消费期间，发行人与客户沟通欠费回款安排，提醒客户一定期限内若不偿还欠款将会导致欠费资源被停机或被删除的风险。

对于透支消费情形，发行人在透支消费期间内根据账单产生时点确认收入和应收账款。删除资源后，由于客户不再占用资源，因此发行人在此后不确认收入和应收账款。

除上述情形外，公司其他业务，不存在透支消费情形。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）结合公司信用政策、产品计费特点和收入确认方式，分析各类业务下既有应收账款又有预收账款的原因；

（2）分析预收账款与相关业务规模的匹配关系；

（3）了解公司的信用政策，及合同权利义务约定，判断是否存在透支消费的情形并分析原因。

经核查，申报会计师认为：（1）发行人说明的充值预收款科目余额与充值账户期末余额的关系，以及充值预收款、充值账户期末余额、应收票据及应收账款期末余额的勾稽关系及差异原因，相关内容真实、准确、合理；（2）发行人说明的各类业务下既有应收账款又有预收账款的原因，相关内容真实、准确、合理；（3）发行人的预收账款与相关业务规模匹配；（4）发行人存在透支消费的情形，对于透支消费情形，确认营业收入和应收账款的具体时点准确、合理。

### 问题 16：关于其他问题

请发行人说明：（1）报告期内发行人、季昕华、莫显峰、琨等股东与其他股东签署的对赌协议的解除过程，是否彻底解除，是否为附条件的终止，是否存在其他替代性利益安排，并提供上述对赌协议、终止协议、相关对赌方的书面确认等文件；（2）实际控制人、董事、高级管理人员、核心技术人员是否违反与曾任职单位之间的竞业禁止协议或保密协议，发行人的知识产权是否存在

权属纠纷或潜在纠纷风险；（3）报告期内发行人部署在各数据中心的服务器期初存量、本期增量、期末存量之间的勾稽关系及存在差异的原因；（4）对照北京基调网络股份有限公司公开披露信息，说明报告期内双方采购销售数据差异及原因；（5）增值税留抵税额的量化计算过程；（6）报告期各子公司增值税与采购金额、销售金额的配比关系及差异原因；（7）收购优刻得云计算 100% 股权的会计处理方法及依据，收购行为对发行人财务状况、经营成果的影响；（8）报告期内各批次员工持股计划股份支付费用的量化计算过程；（9）股东和关联方中的投资机构所投资企业中是否存在发行人的主要客户；如有，请说明销售具体情况及占比。

请保荐机构和发行人律师核查上述事项（1）（2）并发表明确意见，请保荐机构和申报会计师核查上述事项（3）至（9）并发表明确意见。

请发行人：（1）在招股说明书“发行人基本情况”一节补充披露各股东所持股份的股票类型、表决权数量及占比情况；（2）删除招股说明书“风险因素”一节中的“预测性陈述不准确风险”；（3）按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 41 号——科创板公司招股说明书》第十条、第十一条等相关要求，用浅白易懂、简明扼要的语言对招股书适当简化。

答复：

（三）报告期内发行人部署在各数据中心的服务器期初存量、本期增量、期末存量之间的勾稽关系及存在差异的原因；

#### 【公司回复】

报告期内发行人服务器期初存量、本期采购、本期处置和报废和期末存量的情况如下表所示：

单位：台

项目	服务器数量		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度
期初存量	26,846	19,336	12,232
加：本期采购	13,615	7,510	7,104

项目	服务器数量		
	2018 年度	2017 年度	2016 年度
减：本期处置和报废	443	-	-
期末存量	40,018	26,846	19,336

发行人报告期各期末存量服务器等于期初存量加本期采购减去本期处置和报废的服务器。2018 年度存在 443 台处置的服务器主要由于发行人浙江金华机房裁撤，处置服务器 435 台。2018 年度 8 台服务器报废是由于海外运输和机房运营商保管不当导致的服务器损失。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：获取了发行人报告期内的服务器期初期末存量明细、采购及处置和报废明细。

经核查，申报会计师认为：发行人服务器期末存量等于期初存量+本期增量-本期处置和报废，不存在差异。

（四）对照北京基调网络股份有限公司公开披露信息，说明报告期内双方采购销售数据差异及原因

### 【公司回复】

对照北京基调网络股份有限公司公开披露信息，双方采购销售数据如下表所示：

单位：万元

年度	发行人财务数据			北京基调数据
	收入确认金额	消费金额	充值金额	年报披露的采购金额
2017 年度	830.11	879.92	1,059.54	1,059.39
2016 年度	532.14	564.06	659.27	675.15

上表中的收入确认金额为该客户对于发行人的收入，消费金额为含税的收入确认金额；充值金额为当期北京基调网络股份有限公司对发行人的付款金额。客



户消费金额与充值金额的钩稽关系为发行人截止当期的应收或预收账款余额=期初应收或预收账款余额+本期充值-本期消费+本期赔偿-本期提现。

双方采购销售数据的差异系北京基调网络股份有限公司采购确认时点与发行人收入确认时点存在差异，北京基调报告期内披露的采购金额以当期付款金额为依据。如上表所示，2016年-2017年度北京基调网络股份有限公司披露的采购金额与其当期实际充值金额基本一致，北京基调网络股份有限公司与发行人采购销售数据存在差异具备合理性。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：获取北京基调网络股份有限公司公开披露的采购金额、2016-2017年充值明细并对大额流水进行抽样，通过走访和函证北京基调网络股份有限公司，对其报告期内的消费金额进行核查，与其报告期内的收入金额相符。

经核查，申报会计师认为：北京基调网络股份有限公司与发行人采购销售数据存在差异具备合理性。

### （五）增值税留抵税额的量化计算过程；

### 【公司回复】

报告期各期，发行人增值税留抵税额计算过程如下：

单位：万元

项目	编号	2018年 12月31日	2017年 12月31日	2016年 12月31日
期初应缴增值税余额	A	-8,927.31	-6,679.25	-5,050.17
减：本期进项税额	B	14,510.93	8,066.43	5,402.13
加：本期进项税转出	C	11.44	61.25	54.26
加：本期销项税额	D	8,351.34	5,981.72	3,718.92
减：本期已缴税额	E	593.13	224.45	0.14
减：本期减免	F	0.15	0.15	-
加：本期退回	G	9,407.08	-	-
本期应交增值税余额	H	-6,261.65	-8,927.31	-6,679.26

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

其中：期末留抵税额	I=K-H	6,709.44	9,105.28	6,792.90
期末应缴增值税	K	447.79	177.96	113.64

**【申报会计师核查】**

申报会计师主要履行了以下核查程序：复核了发行人报告期各期的增值税留底税额计算过程。

经核查，申报会计师认为：发行人对增值税留抵税额的量化计算过程准确。

（六）报告期各子公司增值税与采购金额、销售金额的配比关系及差异原因；

**【公司回复】**

**1、优刻得（上海）**

（1）2018 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-光纤服务	50,943.37	6.00%	3,056.60
成本-域名解析费	107,058.57	6.00%	6,423.51
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：商业保险	4,420.00	6.00%	265.20
咨询费	1,801.00	6.00%	108.06
<b>进项税测算小计</b>	—	—	<b>9,853.38</b>
<b>本期进项税额</b>	—	—	<b>10,159.74</b>
<b>差异</b>	—	—	<b>-306.36</b>
<b>差异率</b>	—	—	<b>-3.02%</b>

（2）2017 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	采购金额	税率	应计进项税
<b>1.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-光纤服务	148,118.81	6.00%	8,887.13
成本-CDN	2,000,403.49	3.00%	60,012.10
进项税测算小计	—	—	<b>68,899.23</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>-21,378.89</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>90,278.12</b>
本期进项税额	—	—	<b>89,353.76</b>
差异	—	—	<b>924.36</b>
差异率	—	—	<b>1.03%</b>

(3) 2016 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-光纤服务	3,420,787.58	6.00%	205,247.25
成本-CDN	1,711,363.80	3.00%	51,340.91
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租金	292,440.50	6.00%	17,546.43
咨询费	49,380.83	6.00%	2,962.85
进项税测算小计	—	—	<b>277,097.45</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>20,186.37</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>256,911.08</b>
本期进项税额	—	—	<b>263,085.53</b>
差异	—	—	<b>-6,174.45</b>
差异率	—	—	<b>-2.35%</b>

(4) 报告期各期销项税与营业收入匹配情况

单位：元

年份	营业收入	税率	应计销项税	本期销项税	差异	差异率
2018 年	1,603,756.64	6.00%	96,225.40	96,489.03	-263.63	-0.27%
2017 年	3,361,347.80	6.00%	201,680.87	201,680.58	0.29	0.00%
2016 年	6,449,421.65	6.00%	386,965.30	386,635.31	329.99	0.09%

2、优刻得云计算

（1）2018 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：邮电通讯费	189,459.33	6.00%	11,367.56
差旅费	148,605.00	6.00%	8,916.30
商业保险	21,374.17	6.00%	1,282.45
进项税测算小计	—	—	<b>21,566.31</b>
本期进项税额	—	—	<b>22,377.14</b>
差异	—	—	<b>-810.83</b>
差异率	—	—	<b>-3.62%</b>

(2) 2017 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
非流动资产采购-11%	20,129.73	11.00%	2,214.27
非流动资产采购-17%	8,835.06	17.00%	1,501.96
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-维保	339,056.67	6.00%	20,343.40
<b>3. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租赁费	476,460.00	5.00%	23,823.00
邮电通讯费	220,996.83	6.00%	13,259.81
物业管理费	226,460.33	6.00%	13,587.62
物业管理费	22,439.69	13.00%	2,917.16
水电费	10,256.47	17.00%	1,743.60
差旅费	45,664.67	6.00%	2,739.88
进项税测算小计	—	—	<b>82,130.70</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>-1,791.96</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>83,922.66</b>
本期进项税额	—	—	<b>87,898.34</b>
差异	—	—	<b>-3,975.68</b>
差异率	—	—	<b>-4.52%</b>

(3) 2016 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
在建工程	18,394,418.96	17.00%	3,127,051.22
非流动资产采购	1,378,590.55	17.00%	234,360.39
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
周转材料	155,459.80	17.00%	26,428.17
库存商品	118,846.15	17.00%	20,203.85
<b>3. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租赁费	2,021,778.60	12.00%	242,613.43
邮电通讯费	285,318.17	6.00%	17,119.09
咨询费	131,002.74	6.00%	7,860.16
物业水电费	198,056.50	6.00%	11,883.39
进项税测算小计	—	—	<b>3,687,519.70</b>
加：进项税发票认证	—	—	<b>277,601.22</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>3,965,120.92</b>
本期进项税额	—	—	<b>4,020,710.06</b>
差异	—	—	<b>-55,589.14</b>
差异率	—	—	<b>-1.38%</b>

(4) 2018 年销项税与营业收入匹配情况

单位：元

项目	计税基数	税率	应计销项税
营业收入	68,258,267.55	6.00%	4,095,496.05
其他收益-三代手续费	222,708.29	6.00%	13,362.50
资产处置收益	1,161,823.30	16.00%	185,891.73
销项税测算小计	—	—	<b>4,294,750.28</b>
本期销项税	—	—	<b>4,294,748.23</b>
差异	—	—	<b>2.05</b>
差异率	—	—	<b>0.00%</b>

(5) 2017 年销项税与营业收入匹配情况

单位：元

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	计税基数	税率	应计销项税
营业收入-6%	62,217,727.75	6.00%	3,733,063.67
营业收入-17%	190,153.84	17.00%	32,326.15
销项税测算小计	—	—	<b>3,765,389.82</b>
本期销项税	—	—	<b>3,764,727.38</b>
差异	—	—	<b>662.44</b>
差异率	—	—	<b>0.02%</b>

(6) 2016 年销项税与营业收入匹配情况

单位：元

项目	计税基数	税率	应计销项税
营业收入-6%	74,535,367.75	6.00%	4,472,122.07
营业收入-17%	118,846.15	17.00%	20,203.85
销项税测算小计	—	—	<b>4,492,325.91</b>
本期销项税	—	—	<b>4,492,323.47</b>
差异	—	—	<b>2.44</b>
差异率	—	—	<b>0.00%</b>

### 3、北京优刻得

(1) 2018 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	1,261,354.71	17.00%	214,430.30
待摊费用	993,936.69	5.00%	49,696.83
非流动资产采购	2,889,133.23	11.00%	317,804.66
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：市场费用	385,926.95	6.00%	23,155.62
房租	4,454,250.60	5.00%	222,712.53
水电费	211,025.89	16.00%	33,764.14
物业管理费	598,609.02	6.00%	35,916.54
进项税测算小计	—	—	<b>897,480.62</b>
本期进项税额	—	—	<b>905,597.64</b>

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
差异	—	—	-8,117.02
差异率	—	—	-0.90%

(2) 2017 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	67,094.01	17.00%	11,405.98
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：房租	1,795,331.84	5.00%	89,766.59
进项税测算小计	—	—	<b>101,172.57</b>
本期进项税额	—	—	<b>100,922.19</b>
差异	—	—	<b>250.38</b>
差异率	—	—	<b>0.25%</b>

(3) 报告期各期销项税与营业收入匹配情况

单位：元

年份	营业收入	税率	应计销项税	本期销项税	差异	差异率
2018 年	57,691,244.77	6.00%	3,461,474.69	3,461,776.17	-301.48	-0.01%
2017 年	23,313,607.26	6.00%	1,398,816.44	1,398,815.72	0.72	0.00%
2016 年	6,613,379.28	6.00%	396,802.76	396,802.76	-0.00	0.00%

#### 4、深圳云创

(1) 2018 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	87,179.49	17.00%	14,820.51
非流动资产采购	1,658,829.26	11.00%	182,471.22



立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-资源采购	1,631,575.45	6.00%	97,894.53
<b>3. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租赁费	3,238,183.00	3.00%	97,145.49
水电费	188,223.00	3.00%	5,646.69
市场费用	454,660.20	3.00%	13,639.81
其他	241,680.67	6.00%	14,500.84
进项税测算小计	—	—	<b>426,119.09</b>
本期进项税额	—	—	<b>427,677.50</b>
差异	—	—	<b>-1,558.41</b>
差异率	—	—	<b>-0.36%</b>

(2) 2017 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-资源采购	2,187,496.45	6.00%	131,249.79
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租赁费	179,932.00	3.00%	5,397.96
水电费	12,878.00	3.00%	386.34
其他	26,101.83	6.00%	1,566.11
进项税测算小计	—	—	<b>138,600.20</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>-16,451.42</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>155,051.62</b>
本期进项税额	—	—	<b>158,824.44</b>
差异	—	—	<b>-3,772.82</b>
差异率	—	—	<b>-2.38%</b>

(3) 2016 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-资源采购	1,215,658.85	6.00%	72,939.53
成本-备案	113,207.52	6.00%	6,792.45
<b>2. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：租赁费	91,067.67	3.00%	2,732.03
进项税测算小计	—	—	<b>82,464.01</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>-6,328.74</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>76,135.27</b>
本期进项税额	—	—	<b>77,443.28</b>
差异	—	—	<b>-1,308.01</b>
差异率	—	—	<b>-1.69%</b>

(4) 报告期各期销项税与营业收入匹配情况

单位：元

年份	营业收入	税率	应计销项税	本期销项税	差异	差异率
2018年	47,541,725.53	6.00%	2,852,503.53	2,853,182.28	-678.75	-0.02%
2017年	26,602,775.40	6.00%	1,596,166.52	1,596,165.75	0.77	0.00%
2016年	12,463,421.18	6.00%	747,805.27	747,145.91	659.36	0.09%

5、上海优铭云

(1) 2018年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	172,485.73	17.00%	29,322.57
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-外采类	14,748,146.47	6.00%	884,888.79
生产成本	186,494.50	6.00%	11,189.67
<b>3. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：咨询费	2,215,835.49	6.00%	132,950.13

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
差旅费	756,004.94	6.00%	45,360.30
宣传推广费	185,035.02	6.00%	11,102.10
办公费	886,422.93	6.00%	53,185.38
进项税测算小计	—	—	<b>1,167,998.94</b>
本期进项税额	—	—	<b>1,142,921.59</b>
差异	—	—	<b>25,077.35</b>
差异率	—	—	<b>2.19%</b>

(2) 2017 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	450,871.17	17.00%	76,648.10
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-软硬件采购	10,150,184.18	17.00%	1,725,531.31
<b>3.其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：咨询费	2,617,270.84	6.00%	157,036.25
差旅费	877,364.36	6.00%	52,641.86
宣传推广费	372,338.69	6.00%	22,340.32
办公费	613,149.92	6.00%	36,789.00
订阅费	10,168,329.93	6.00%	610,099.80
进项税测算小计	—	—	<b>2,681,086.63</b>
减：未收到进项税发票	—	—	<b>115,949.09</b>
调整后进项税测算合计	—	—	<b>2,565,137.54</b>
本期进项税额	—	—	<b>2,583,804.46</b>
差异	—	—	<b>-18,666.92</b>
差异率	—	—	<b>-0.72%</b>

(3) 2016 年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
固定资产	786,228.89	17.00%	133,658.91
<b>2.与应税产品相关的金额</b>			
主要项：成本-软硬件采购	185,367.47	17.00%	31,512.47
<b>3.其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：咨询服务费	4,461,044.36	6.00%	267,662.66
差旅费	1,099,581.58	6.00%	65,974.89
宣传推广费	707,849.62	6.00%	42,470.98
办公费	369,563.68	6.00%	22,173.82
租赁费	1,217,632.28	5.00%	60,881.61
进项税测算小计	—	—	<b>624,335.35</b>
本期进项税额	—	—	<b>610,069.89</b>
差异	—	—	<b>14,265.46</b>
差异率	—	—	<b>2.34%</b>

(4) 报告期各期销项税与营业收入匹配情况

单位：元

年份	营业收入	税率	应计销项税	本期销项税	差异	差异率
2018年	2,523,975.44	17.00%	429,075.82	2,538,073.75	-4,200.10	-0.17%
	4,700,120.67	16.00%	752,019.31			
	22,546,308.56	6.00%	1,352,778.51			
	-6,309,433.96	—	-			
2017年	12,606,240.74	17.00%	2,143,060.93	2,690,631.15	-8,246.02	-0.31%
	8,988,736.78	6.00%	539,324.21			
2016年	4,867,472.62	6.00%	292,048.36	283,816.38	8,231.98	2.90%

6、内蒙古优刻得

2018年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1.与固定资产、在建工程购建相关的可抵扣金额</b>			
在建工程-6%	371,301.88	6.00%	22,278.11
在建工程-3%	339,805.83	3.00%	10,194.17
进项税测算小计	—	—	<b>32,472.28</b>
本期进项税额	—	—	<b>33,141.61</b>
差异	—	—	<b>-669.33</b>
差异率	—	—	<b>-2.02%</b>

## 7、创优科技

2018年进项税与采购支出匹配情况

单位：元

项目	采购金额	税率	应计进项税
	a	b	c=a*b
<b>1. 其他-可抵扣进项类费用</b>			
主要项：咨询费	6,124.24	3.00%	183.73
差旅费	8,626.00	6.00%	517.56
减免税额	480.00	100.00%	480.00
进项税测算小计	—	—	<b>1,181.29</b>
本期进项税额	—	—	<b>1,169.61</b>
差异	—	—	<b>11.68</b>
差异率	—	—	<b>1.00%</b>

发行人根据各子公司增值税与采购金额、销售金额的配比关系对报告期内各子公司进项税和销项税进行了匡算，与实际产生的进项税、销项税存在细微差异，差异结果在合理范围内。

导致差异的主要原因有：（1）进项税测算时选取了主要采购项目并匹配一般适用税率进行匡算，各项目的实际税率可能与匡算税率存在差异；（2）根据《财政部税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税〔2018〕32号），自2018

年 5 月 1 日起，发行人增值税从原适用的 17% 和 11% 税率的分别调整为 16%、10%，因此实际进项税、销项税与匡算金额存在细微差异。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：复核了发行人对报告期内各子公司进项税和销项税的匡算过程、增值税与采购金额和销售金额的配比关系，并分析差异原因。

经核查，申报会计师认为：发行人说明的报告期各子公司增值税与采购金额、销售金额的配比关系和差异原因，相关内容真实、准确、合理。

（七）收购优刻得云计算 100% 股权的会计处理方法及依据，收购行为对发行人财务状况、经营成果的影响；

### 【公司回复】

2016 年 12 月发行人收购了优刻得云计算 100% 股权，由于参与合并各方在合并前后均受季昕华、莫显峰、华琨最终控制且该控制是非暂时性的，公司确定该项股权收购构成同一控制下企业合并。

1、具体会计处理的依据及方法如下：

（1）收购方 2016 年度单体报表：

根据《企业会计准则第 2 号——长期股权投资》的规定，同一控制下的企业合并，合并方以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式作为合并对价的，应当在合并日按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

据此，长期股权投资的初始投资成本确定为：

单位：万元

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
 关于优刻得科技股份有限公司  
 首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
 第二轮审核问询函之回复

合并日优刻得云计算账面净资产	合并比例	长期股权投资的初始投资成本	合并对价	长期股权投资初始投资成本与合并对价的差额
19,015.78	100%	19,015.78	134,556.79	-115,541.01

收购方单体报表的会计处理如下：

单位：万元

项目	2016 年度
借：长期股权投资	19,015.78
借：资本公积	108,754.42
借：未分配利润	6,786.59
贷：货币资金/其他应付款	134,556.79

(2) 2016 年度合并报表：

根据《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》的规定，母公司在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，应当调整合并资产负债表的期初数，同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在；应当将该子公司以及业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，同时应当对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》的规定，合并方在企业合并中取得的资产和负债，应当按照合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，应当调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

据此，公司在编制 2016 年度合并报表时，将优刻得云计算 2016 年度资产负债表年初数一并纳入合并资产负债表年初数，同时将其合并日前的利润表也纳入合并利润表中。对于合并日合并方取得的净资产账面价值与支付对价的差额处理如下：

单位：万元

立信会计师事务所（特殊普通合伙）  
关于优刻得科技股份有限公司  
首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的  
第二轮审核问询函之回复

项目	2016 年度
借：资产/负债	19,015.78
借：资本公积	108,754.42
借：未分配利润	6,786.59
贷：货币资金/其他应付款	134,556.79

2、该项股权收购对 2016 年 12 月 31 日合并报表财务状况、2016 年度合并报表经营成果的影响如下：

单位：万元

内容	影响项目	影响合并报表金额 (减少以“—”列示)
合并日被合并方净资产纳入合并报表	资本公积	24,170.22
	未分配利润	-5,154.44
股权收购对价冲减净资产	资本公积	-132,924.64
	未分配利润（注）	-1,632.15
合并日前被合并方的净利润纳入合并报表	净利润	-2,911.15
	其中：归属于母公司股东的净利润	-2,911.15

注：同一控制企业合并支付的合并对价，冲减资本公积后仍有不足的部分，冲减了“未分配利润”。

**【申报会计师核查】**

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）获取发行人、优刻得云计算实际控制人的相关依据，确定上述收购行为是否构成同一控制下企业合并。

（2）按照企业会计准则的规定，复核 2016 年度合并报表的编制是否正确。

（3）复核发行人补充说明的收购行为对财务状况、经营成果的影响是否完整，金额是否正确。

经核查，申报会计师认为：收购优刻得云计算 100% 股权确定为同一控制下企业合并的依据充分，会计处理符合企业会计准则的规定，发行人按同一控制下



企业合并处理原则编制的 2016 年度合并报表结果正确，发行人补充说明的对财务状况、经营成果影响的具体项目完整，金额正确。

（八）报告期内各批次员工持股计划股份支付费用的量化计算过程；

【公司回复】

单位：万元

授予层面	授予日期	期权数量	行权单价	外部融资价格 (折人民币)	股份支付费用及其确认期间（万元）				
					2014-2015年	2016年	2017年	2018年	合计
优刻得（开曼）	2014年5月7日	3,350,000.00	0.01	4.3387	1,396.80	53.31	-	-	1,450.11
	2014年5月7日	2,035,000.00	0.30	4.3387	699.85	122.02	-	-	821.88
	2014年12月29日	1,290,000.00	1.00	4.315	257.90	169.74	-	-	427.64
	2015年3月1日	450,000.00	1.00	9.2243	163.64	206.45	-	-	370.09
	2015年8月1日	1,450,000.00	1.00	9.1789	291.32	894.62	-	-	1,185.94
	2015年8月1日	1,413,000.00	3.00	9.1789	214.47	658.61	-	-	873.08
	小计					<b>3,023.99</b>	<b>2,104.75</b>	-	-
员工持股平台	授予日期	股票（股份） 数量	行权单价 (对应股份)	外部融资价格	股份支付费用（万元）				
					2014-2015年	2016年	2017年	2018年	合计
	2016年3月1日	151,462.58	3.96	17.9539	-	211.93	-	-	211.93
	2016年3月1日	2,285,570.16	5.28	17.9539	-	2,896.29	-	-	2,896.29
	2016年12月31日	2,390,836.60	5.28	17.9539	-	3,029.68	-	-	3,029.68
	2017年12月20日	666,435.36	13.20	33.369	-	-	1,343.83	-	1,343.83
	2018年12月31日	580,309.00	9.48	31.591	-	-	-	1,283.06	1,283.06
小计					-	<b>6,137.91</b>	<b>1,343.83</b>	<b>1,283.06</b>	<b>8,764.80</b>
合计					<b>3,023.99</b>	<b>8,242.66</b>	<b>1,343.83</b>	<b>1,283.06</b>	<b>13,893.53</b>

红筹架构存续期间，优刻得（开曼）通过预留股份的方式向员工发放了共计三个批次激励期权。每一批授予员工的期权设 48 个月的成熟期并分批成熟。

2016 年 3 月，发行人在拆除红筹架构时搭建了员工持股平台向优刻得有限出资，原境外员工持股计划平移至员工持股平台，由于不再设置成熟期，则原员工持股计划期权费用按原方法摊销至 2016 年 2 月，尚未摊销完的部分因立即行权于 2016 年 3 月一次性计入费用和资本公积。2016 年 3 月以后，公司历次股权激励参考外部融资价格确定其股份支付的公允价值，因立即行权均一次性计入费用和资本公积。

报告期内，发行人股份支付的会计处理为：借：管理费用-股份支付，贷：资本公积-其他资本公积，具体分录如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
借：管理费用-股份支付	1,283.06	1,343.83	8,242.66
贷：资本公积-其他资本公积	1,283.06	1,343.83	8,242.66

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：

（1）获取每批次授予股票期权或合伙企业合伙份额的相关批准文件、协议等，确定授予的期权或股票（股份）的数量、行权成本是否正确，授予日的确定是否符合企业会计准则的规定。

（2）核查每批次股份支付公允价值的确定方法是否恰当，是否符合企业会计准则、中国证监会的相关规定。

（3）复算股份支付费用的计算结果是否正确。

经核查，申报会计师认为：发行人确认每批次股份支付的依据充分，确定授予日、行权成本、每批次股份支付公允价值的方法恰当，符合企业会计准则、中国证监会的相关规定，复算了股份支付费用的结果正确。

（九）股东和关联方中的投资机构所投资企业中是否存在发行人的主要客户；如有，请说明销售具体情况及占比

**【公司回复】**

截至本审核问询函回复签署日，发行人报告期内前五名客户及其股东如下：

发行人2016年度第二大客户北京蜜莱坞网络科技有限公司的股东嘉兴光信九号投资合伙企业（有限合伙）系发行人的关联方。间接控制发行人5%以上股份的自然人、监事叶雨明控制的光信投资管理（北京）有限公司为嘉兴光信九号投资合伙企业（有限合伙）的执行事务合伙人。光信投资管理（北京）有限公司、嘉兴光信九号投资合伙企业（有限合伙）与发行人的关联关系，已在招股说明书之“第七节 公司治理与独立性”之“八、关联方、关联关系和关联交易”之“（一）关联方及关联关系”之“6、直接或间接持有发行人5%以上股份的自然人及其关系密切的家庭成员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的其他重要企业”作出披露。

公司对北京蜜莱坞网络科技有限公司实现销售及占比情况请参见本审核问询函回复之问题14之“（一）报告期各期主要客户、应收账款主要客户的基本情况（包括但不限于成立时间、实际控制人、注册地址、注册资本、经营范围、资产及营收规模、主要业务及销售情况、与发行人业务合作及发展历史、发行人在其同类产品采购体系中所处地位等），发行人对其定价政策、销售内容、发行人产品最终用途，发行人对其销售情况（包括但不限于销售价格及其公允性、销售数量、销售金额及占比、收入确认时点、是否与发行人直接签订合同、毛利率等）”。

发行人与蜜莱坞的交易定价以官网价格为基准，通过正常商务谈判定价。双方直接签订交易合同合作，与股东嘉兴光信九号投资合伙企业（有限合伙）无关。

除上述情况外，在发行人报告期内前五大客户股东中，不存在发行人股东或关联方中的投资机构。

### 【申报会计师核查】

申报会计师主要履行了以下核查程序：核查了国家企业信用信息公示系统（<http://www.gsxt.gov.cn/index.html>）、香港交易所网站（<https://www.hkex.com.hk>）、标准普尔旗下的 S&P Capital IQ Platform 金融数据库（<https://www.capitaliq.com>）。

经核查，申报会计师认为：发行人 2016 年度第二大客户北京蜜莱坞网络科技有限公司的股东嘉兴光信九号投资合伙企业（有限合伙）系发行人的关联方；除前述情况外，在发行人报告期内前五大客户股东中，不存在发行人股东或关联方中的投资机构。

(本页无正文，为《关于优刻得科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市申请文件的第二轮审核问询函之回复》之签章页)



中国注册会计师：刘 楨



中国注册会计师：黄 海



中国·上海

二〇一九年五月二十一日