

北京中长石基信息技术股份有限公司
发行股份购买资产申请的审核问询函
回复之核查意见

索引

页码

核查报告

1-198



信永中和会计师事务所
ShineWing
certified public accountants

北京市东城区朝阳门北大街
8号富华大厦A座9层
9/F, Block A, Fu Hua Mansion,
No.8, Chaoyangmen Beidajie,
Dongcheng District, Beijing,
100027, P.R.China

联系电话: +86 (010) 6554 2288
telephone: +86 (010) 6554 2288
传真: +86 (010) 6554 7190
facsimile: +86 (010) 6554 7190

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

关于深圳证券交易所

《关于北京中长石基信息技术股份有限公司发行股份 购买资产申请的审核问询函》回复之核查意见

XYZH2026BJAA19F0071

北京中长石基信息技术股份有限公司

深圳证券交易所：

根据深圳证券交易所 2025 年 10 月 28 日出具的《关于北京中长石基信息技术股份有限公司发行股份购买资产申请的审核问询函》（审核函〔2025〕130022 号）（以下简称“问询函”）的要求，信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“信永中和”或“我们”）本着勤勉尽责、诚实守信的原则，对问询函所提出的问题进行了逐项落实，现发表核查意见如下：

说明：

除非文义另有所指，本核查意见中的简称或名词释义与《重组报告书》具有相同含义。

本核查意见报告的字体代表以下含义：

黑体（不加粗）	问询函所列问题
宋体（不加粗）	对问询函所列问题的回复
楷体（加粗）	对问询函所列问题的回复的更新

本核查意见报告中部分合计数与各加数直接相加之和在尾数上有差异，系由四舍五入造成。

问题 1. 关于标的资产经营业绩

申请文件及公开信息显示：（1）上市公司拟通过发行股份方式购买控股子公司深圳市思迅软件股份有限公司（以下简称标的资产或思迅软件）13.50%的少数股权。标的资产收入主要来自于零售行业标准化软件产品销售和为第三方支付机构、商业银行等客户提供支付技术服务，其中，“思迅 Pay”作为零售软件产品中可开通使用的功能模块，具有聚合支付技术功能。报告期内，标的资产技术服务收入金额分别为 2.68 亿元、2.53 亿元和 0.86 亿元，收入下滑主要系有效交易流水金额增幅较小且终端商户平均签约费率略有下降；软件产品收入金额分别为 9057.48 万元、7235.69 万元和 1650.30 万元，收入下滑主要系受经济形势变化等影响。（2）报告期内，标的资产前五大客户中除南京万国思迅软件有限责任公司以外均为技术服务业务客户，与前次 IPO 申报报告期相比，北京天阙科技有限公司、财付通支付科技有限公司、得仕股份有限公司等客户退出前五大客户行列，新增前五大客户为第一大客户随行付支付有限公司、河南财联电子科技有限公司等。（3）报告期内，标的资产采购支出内容主要包括技术服务、硬件产品和云服务，其中技术服务的采购金额分别为 1.14 亿元、1.03 亿元和 0.33 亿元，占各期采购总额的 94.18%、94.03%和 96.44%。（4）报告期各期，标的资产软件业务毛利率分别为 94.82%、94.03%和 93.82%，前次 IPO 申报报告期（2019 年至 2022 年 1-9 月）毛利率分别为 97.90%、97.39%、96.06%和 95.59%；技术服务的毛利率分别为 55.75%、58.56%和 60.71%，前次 IPO 申报报告期毛利率分别为 42.72%、48.50%、53.26%、54.87%。标的资产与收单机构按有效交易流水×（商户签约费率-结算费率）确认技术服务收入，与服务商按有效交易流水×（商户签约费率-服务商合作费率）×分成比例确定技术服务费，标的资产毛利率上升主要系成本下降的幅度超过收入下降的幅度所致。（5）标的资产毛利率高于同行业可比公司平均水平，前次 IPO 申报时选取的可比公司分别为盈建科、中望软件、福昕软件和拉卡拉，本次选取的可比公司为顶点软件、山大地纬、远光软件、普联软件、博思软件和拉卡拉，其中，拉卡拉主营第三方支付业务且毛利率远低于标的资产。（6）报告期各期，标的资产销售费用分别为 3595.54 万元、2837.68 万元和 766.84 万元，销售费用率分别为 9.87%、8.57%和 7.39%，销售费用下降主要系职工薪酬有所下降；管理费用分别为 3014.35 万元、1904.43 万元和 606.10 万元，管理费用率分别为 8.27%、5.75%和 5.84%，整体低于同行业可比公司均值；标的资产研发费用分别为 5324.03 万元、4641.34 万元和 1330.43 万元，研发费用率分别为 14.61%、14.02%和 12.82%。（7）2022 年 5 月，标的资产向深圳市万国联兴科技合伙企业（有限合伙）（以下简称万国联兴）、深圳市万国联赢科技合伙企业（有限合伙）发行 153.50 万股，

发行价格为 13 元/股，锁定期限 36 个月，按上海云鑫创业投资有限公司（以下简称上海云鑫）受让股权的价格 43.0622 元/股作为公允价格，报告期各期末确认的限制性股票回购义务金额为 1995.50 万元。截至重组草案签署日，万国联兴合伙人中一名标的资产员工已离职。

请上市公司补充说明：（1）标的资产支付技术服务业务的主要客户情况，包括业务资质、合作时间、获客方式、合作模式，有效交易流水、费率及变化情况等，费率下降趋势是否持续，标的资产与客户的对账方式、频次、对差异的处理方式等，收入确认方法是否符合《企业会计准则》的有关规定。（2）聚合支付业务的各类模式情况，标的资产依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式是否具备竞争优势，报告期内主要支付业务客户与前次 IPO 申报报告期发生较大变化的原因，是否涵盖国内主要第三方支付机构及商业银行等，主要客户经营情况、行业地位与下游竞争格局，标的资产与主要客户合作的可持续性。（3）结合标的资产等收单外包服务机构、收单机构以及标的资产经销商等所处的产业链环节及作用，支付技术服务收入、成本中主要参数的确定方式和具体数值变化情况，补充说明前次 IPO 申报报告期至今支付技术服务毛利率持续上升的原因以及高于主营第三方支付业务的拉卡拉的合理性，标的资产的利润空间是否具有商业合理性。（4）标的资产标准化软件产品是否具备技术壁垒，同类零售软件领域内的竞争格局、标的资产与竞争对手相比是否具备竞争优势；并结合前次 IPO 申报报告期至今软件产品的销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响，补充说明软件产品收入是否存在持续下降风险。（5）结合软件产品业务对配套硬件产品、云服务的需求情况、采购定价等，补充说明标的资产对硬件产品、云服务采购规模的合理性，是否与软件产品业务规模匹配，软件产品业务成本核算是否完整，并说明软件业务毛利率较 IPO 申报报告期存在下滑趋势的原因。（6）结合销售费用、管理费用、研发费用中的主要构成项目及其变化情况，补充说明期间费用金额及占比呈现下降趋势的原因及合理性，是否与业务开展情况相匹配，并说明成本、销售费用、研发费用相关内部控制是否健全并有效执行，报告期内是否存在成本费用混同情形。（7）标的资产员工持股平台合伙人的确定方式、履历，自成立以来合伙人及合伙份额是否存在变化、原因以及作价依据，对离职员工合伙份额的处理方式，并结合标的资产历史业绩与估值等，补充说明标的资产股份支付费用的确认是否准确、合理。（8）是否存在上市公司从事类似标准化软件产品销售、支付技术服务的情形；结合可比公司的选取过程及依据，补充说明本次重组申请与前次 IPO 申报选取的可比公司存在较大差异的合理性。

请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见，并补充说明对支付技术服务收入真

实性、标的资产成本费用完整性的核查情况，包括但不限于核查范围、核查手段、覆盖比例等，相关核查程序是否充分，获取的核查证据是否足以支撑发表核查结论。

【回复】

一、标的资产支付技术服务业务的主要客户情况，包括业务资质、合作时间、获客方式、合作模式，有效交易流水、费率及变化情况等，费率下降趋势是否持续，标的资产与客户的对账方式、频次、对差异的处理方式等，收入确认方法是否符合《企业会计准则》的有关规定

（一）支付技术服务主要客户

2023 年度至 2025 年度，标的公司向前五大支付技术服务客户的销售收入和占比如下：

单位：万元

2025 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,567.48	42.07%
2	乐刷支付科技有限公司	7,446.76	29.65%
3	易宝支付有限公司	1,381.33	5.50%
4	嘉联支付有限公司	626.54	2.49%
5	上海汇付支付有限公司	599.56	2.39%
合计		20,621.69	82.10%
2024 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,795.91	43.50%
2	乐刷支付科技有限公司	8,500.70	34.25%
3	上海汇付支付有限公司	1,191.55	4.80%
4	上海富友支付服务股份有限公司	1,015.70	4.09%
5	财付通支付科技有限公司	429.15	1.73%
合计		21,933.00	88.38%
2023 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,859.87	41.39%
2	乐刷支付科技有限公司	8,720.94	33.24%

3	上海汇付支付有限公司	2,179.21	8.31%
4	上海富友支付服务股份有限公司	1,759.73	6.71%
5	财付通支付科技有限公司	587.62	2.24%
合计		24,107.37	91.88%

注：占比计算口径为该客户当期收入与技术服务中支付技术服务收入、支付端口技术服务收入合计的比例。

标的公司技术服务业务主要为基于思迅Pay向第三方支付机构或商业银行等客户提供的支付技术服务。

（二）主要客户的业务资质、合作时间、获客方式、合作模式

1、主要客户的业务资质、合作时间、获客方式

2023 年度至 2025 年度，标的公司主要客户业务资质、合作时间如下所示：

客户名称	是否具有收单业务资质	合作时间	合作背景
随行付支付有限公司	是	2020 年	支付公司联系，通过商务谈判达成合作
乐刷支付科技有限公司	是	2019 年	行业展会(如中国零售博览会)会销，以商务谈判方式达成合作
上海汇付支付有限公司	是	2018 年	行业展会(如中国零售博览会)会销，通过商务谈判达成合作
河南财联电子科技有限公司	否	2021 年	收单银行联系，通过商务谈判达成三方模式合作
上海富友支付服务股份有限公司	是	2018 年	行业展会(如中国零售博览会)会销，通过商务谈判达成合作
财付通支付科技有限公司	是	2016 年	通过腾讯官方平台申请达成合作
易宝支付有限公司	是	2025 年	支付公司联系，通过商务谈判达成合作
嘉联支付有限公司	是	2024 年	支付公司联系，通过商务谈判达成合作

报告期内，标的公司支付技术服务的主要客户为第三方支付机构和商业银行，获客方式为商务沟通洽谈。标的公司主要支付技术服务客户均有收单业务资质，其中河南财联电子科技有限公司（以下简称“河南财联”）尚未取得收单业务资质，双方合作情况如下：

河南财联为一家以从事软件和信息技术服务业为主的企业。通过多年的业务发展，河南财联已经与中原银行等国内地方商业银行展开业务合作，包括为其提供移动支付信息系统搭建等业务内容。2023 年度至 2025 年度，标的公司对河南财联收入分别为 141.73 万元、420.55 万元和 536.25 万元，占支付技术服务收入比例分别为 0.54%、1.73 和 2.28%，

占比较低。

在思迅软件与河南财联、中原银行的合作关系中，河南财联为中原银行的入围服务商，中原银行作为收单机构，将非核心收单业务直接外包给思迅软件。报告期内，随着中原银行终端商户签约数量的增加，三方一直亦处于持续合作中，相关合作方式具有合规性，具有可持续性，具体分析如下：

（1）目前合作方式符合《收单外包服务自律管理办法》相关规定

根据《收单外包服务自律管理办法》第八条规定：持牌机构与外包机构开展合作，应当签订合作协议，明确各方权利、义务和责任。持牌机构应当通过协议明确禁止外包机构从事或变相从事支付核心业务；明确禁止外包机构转包、分包业务；明确禁止并采取有效技术措施防止外包机构采集、留存或泄露其服务对象的身份信息、账户信息或交易信息等敏感信息，法律允许或授权的除外。

针对该些仍合作的商户，标的公司已连同河南财联与中原银行签订三方《技术服务合作协议》。根据该协议，中原银行为支付服务提供方，标的公司根据中原银行的技术方案、技术标准，为商户提供接入中原银行支付平台所需的相关技术支持服务，标的公司服务费由标的公司向河南财联收取。该协议亦明确了各方的其他权利、义务和责任。

在以上合作关系中，河南财联作为结算主体与标的公司结算支付技术服务费用，不属于转包、分包机构，中原银行作为收单机构，已具备收单资质，中原银行直接将相关非核心收单服务委托思迅软件提供，该业务外包不属于《收单外包服务自律管理办法》禁止的外包机构转包、分包情况，标的公司已与中原银行签订相关合同，确认各自责任义务，符合相关规定。

报告期内，思迅软件不存在因相关行为而遭受主管机关行政处罚、被相关收单机构投诉、举报、被收单机构向中国支付清算协会报送风险信息、被中国支付清算协会列入黑名单、取消备案、或采取其他行业自律惩戒措施的情形。

（2）河南财联目前不存在被主管机关行政处罚，或被中国支付清算协会实施记分处理或其他自律惩戒的情形

根据河南财联于2026年1月出具的说明：思迅软件、相关商业银行与河南财联直接签订三方合作协议，思迅软件根据商业银行的委托提供收单外包服务，不存在相关违规行为。自2023年1月至今，河南财联不存在因与思迅软件合作事项而遭受主管机关行政处罚的情形，或被相关收单机构投诉、举报，或被收单机构向中国支付清算协会报

送风险信息，或被中国支付清算协会纳入收单外包服务机构风险信息共享系统或黑名单管理，或被中国支付清算协会立案调查、采取记分处理、取消收单外包服务机构备案或其他行业自律惩戒措施的情形。

根据在中国人民银行、中国支付清算协会、企查查、信用中国等网站查询报告期初至本回复出具日河南财联均不存在因与标的公司合作事项而遭受主管机关行政处罚，或被中国支付清算协会采取记分处理或其他惩戒措施的情形。

2、主要客户的合作模式

标的公司需根据收单机构的技术方案、技术标准，为商户提供接入收单机构支付平台所需系统的开发、技术性升级、运行维护以及结算过程中的交易指令信息传输等其他相关的技术支持服务。

客户按照协议相关约定，就标的公司的前述技术服务向标的公司支付技术服务费，具体合作模式如下：

（1）标的公司需提供对接系统的开发、维护和升级技术服务，确保对接系统符合收单机构客户的技术方案和技术标准，并提供能确保商户正常使用收单机构客户支付平台的技术服务；

（2）标的公司通过软件产品推荐商户并成为收单机构的特约商户。经标的公司推荐后，终端商户与收单机构单独签订相关具体产品服务协议并接受相关服务；

（3）当消费者通过移动支付等方式购买商户提供的商品或服务时，收单机构根据商户发起的交易信息向用户和商户提供支付服务，标的公司则负责为商户及收单机构提供对接系统的技术支持，如交易指令信息传输等。

（三）有效交易流水、费率及变化情况及费率下降趋势是否持续

2023 年度至 2025 年度，标的公司与主要客户的有效交易流水、费率情况如下表所示：

单位：万元

客户名称	期间	收入	有效交易流水 ^注	费率
随行付支付有限公司	2025 年度	10,567.48	11,032,405.56	0.10%
	2024 年度	10,795.91	11,212,309.74	0.10%
	2023 年度	10,859.87	10,460,853.81	0.11%
乐刷支付科技有限公	2025 年度	7,446.76	7,752,115.78	0.10%

客户名称	期间	收入	有效交易流水 ^注	费率
司	2024 年度	8,500.70	8,923,042.46	0.10%
	2023 年度	8,720.94	8,396,941.36	0.11%
上海汇付支付有限公司	2025 年度	599.56	498,332.88	0.12%
	2024 年度	1,191.55	985,866.84	0.13%
	2023 年度	2,179.21	1,804,740.72	0.13%
河南财联电子科技有限公司	2025 年度	536.25	411,446.02	0.13%
	2024 年度	420.55	348,403.05	0.13%
	2023 年度	141.73	150,065.36	0.10%
上海富友支付服务股份有限公司	2025 年度	372.07	302,782.96	0.12%
	2024 年度	1,015.70	844,361.36	0.13%
	2023 年度	1,759.73	1,461,797.46	0.13%
财付通支付科技有限公司	2025 年度	345.61	158,907.38	0.22%
	2024 年度	429.15	196,093.99	0.23%
	2023 年度	587.62	264,758.65	0.24%
易宝支付有限公司	2025 年度	1,381.33	1,286,944.16	0.11%
嘉联支付有限公司	2025 年度	626.54	697,622.40	0.09%
	2024 年度	40.80	48,599.87	0.08%

注：有效交易流水为标的公司思迅 Pay 系统记录的商户交易情况，即报告期内标的公司服务的商户中采用相关上游收单机构客户的支付通道所完成交易的流水金额；费率=收入*1.06/有效交易流水。

1、有效交易流水变化分析

2023 年度至 2025 年度，通过标的公司思迅 Pay 系统记录的商户总体有效交易流水分别为 25,264,991.54 万元、25,418,209.61 万元及 24,859,188.32 万元，总体保持稳定。

2023 年度至 2025 年度，标的公司前五大支付业务客户的终端商户数量如下表所示：

单位：万元、个

客户名称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
随行付支付有限公司	有效交易流水	11,032,405.56	11,212,309.74	10,460,853.81
	终端商户数量	48,078	50,104	43,621
乐刷支付科技有限公司	有效交易流水	7,752,115.78	8,923,042.46	8,396,941.36
	终端商户数量	35,467	44,640	42,197

客户名称	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
上海汇付支付有限公司	有效交易流水	498,332.88	985,866.84	1,804,740.72
	终端商户数量	5,653	5,333	7,520
河南财联电子科技有限公司	有效交易流水	411,446.02	348,403.05	150,065.36
	终端商户数量	736	776	593
上海富友支付服务股份有限公司	有效交易流水	302,782.96	844,361.36	1,461,797.46
	终端商户数量	2,505	4,371	6,292
财付通支付科技有限公司	有效交易流水	158,907.38	196,093.99	264,758.65
	终端商户数量	1,041	1,221	1,480
易宝支付有限公司	有效交易流水	1,286,944.16	-	-
	终端商户数量	12,607	-	-
嘉联支付有限公司	有效交易流水	697,622.40	48,599.87	-
	终端商户数量	4,417	719	-

报告期内，标的公司部分前五大支付业务客户的有效交易流水存在下降情形，如上海汇付支付有限公司、上海富友支付服务股份有限公司及财付通支付科技有限公司（以下简称“财付通”），有效交易流水的下降最主要的影响因素来自其他收单机构对终端商户的竞争，竞争者以更低的费率吸引终端商户的转移签约，直接导致其终端商户数量的下降，并进而导致其通过思迅 Pay 产生的有效交易流水规模的下降。

2、费率变化分析

报告期内，标的公司支付技术服务收入对应费率虽略有下滑但总体较为平稳。费率下降主要是由于随着移动支付应用的普及，收单机构及聚合支付服务机构等对终端商户的竞争有所加剧，因此终端商户签约费率有所下降，导致各个通道下标的公司支付技术服务的服务费率均有所下降。

财付通服务费率相对较高，主要系财付通为微信支付的运营主体，其依靠着用户侧强大的市场占有率在整体第三方市场中拥有较高的话语权，因此其在收单业务中亦保持着较高的商户签约费率标准，所以标的公司相应的服务费率较其他支付通道亦较高。

整体来看，未来若市场竞争进一步加剧，则终端商户签约费率可能会持续下降。就上述风险，上市公司已针对相关风险在重组报告书“第十二节 风险因素”之“二、与标的公司相关的风险”之“（六）技术服务收入波动风险”中作出详细披露。

（四）标的资产与客户的对账方式、频次、对差异的处理方式

报告期内，针对支付技术服务业务，标的公司与客户的对账主要通过邮件、客户业务系统进行对账，每月进行对账，标的公司每月确认当月收入。

2023 年度至 2025 年度，针对支付技术服务业务，标的公司与主要客户的对账方式、频次未发生变化，具体对账情况如下：

客户名称	期间	对账方式	频次（每年）
随行付支付有限公司	2025 年度	标的公司每月通过电子邮件等方式与客户对商户交易流水金额及应确认的技术服务金额进行对账并确认收入	12
	2024 年度		12
	2023 年度		12
乐刷支付科技有限公司	2025 年度		12
	2024 年度		12
	2023 年度		12
上海汇付支付有限公司	2025 年度		12
	2024 年度		12
	2023 年度		12
河南财联电子科技有限公司	2025 年度		12
	2024 年度		12
	2023 年度		12
上海富友支付服务股份有限公司	2025 年度	12	
	2024 年度	12	
	2023 年度	12	
财付通支付科技有限公司	2025 年度	12	
	2024 年度	12	
	2023 年度	12	
易宝支付有限公司	2025 年度	12	
嘉联支付有限公司	2025 年度	12	
	2024 年度	12	

标的公司在与支付技术服务客户对账的过程中，核对客户对账单上的有效交易流水或根据流水计算的服务费金额，并与标的公司的系统后台记录的交易情况金额核对，对账过程中可能差异，主要由退款红冲等特殊情况导致，针对双方差异，标的公司会提示收单机构进行核查确认，一般情况下标的公司以收单机构系统确认金额为准，并最终按

照双方认可金额开票结算，标的公司亦按照此金额进行账务处理。

一般情况下，标的公司与主要客户以自然月为对账频次，报告期内，标的公司与客户对账的方式较为稳定，不存在不一致的情形。

（五）收入确认方法是否符合《企业会计准则》的有关规定

根据《企业会计准则第 14 号-收入》的规定，企业应当在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益。标的公司的合同履约义务主要在于向客户持续提供技术支持服务，具体收入确认政策与《企业会计准则》相关规定对比分析如下：

序号	控制权转移迹象	标的公司实际情况	是否满足
1	企业就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务	标的公司已经提供技术支持服务，已经享有收款权利，客户支付义务已经产生	是
2	企业已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已经拥有该商品的法定所有权	标的公司已经提供了技术支持服务，客户确认并享受到了服务，客户根据对应服务获得了相关经济利益流入	是
3	企业已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品		是
4	企业将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬		是
5	客户已接受该商品	标的公司已经与客户就该服务达成一致，双方通过业务系统或邮件已经确认了该项服务的完成情况	是

经上表逐条比照，标的公司支付技术服务业务收入确认政策符合《企业会计准则》的规定。

二、聚合支付业务的各类模式情况，标的资产依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式是否具备竞争优势，报告期内主要支付业务客户与前次 IPO 申报报告期发生较大变化的原因，是否涵盖国内主要第三方支付机构及商业银行等，主要客户经营情况、行业地位与下游竞争格局，标的资产与主要客户合作的可持续性

（一）聚合支付业务的各类模式情况，标的资产依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式是否具备竞争优势

1、聚合支付业务的各类模式情况

（1）以直接开发聚合支付工具向商户提供使用的模式

目前，聚合支付行业的主要参与者仍为专业从事移动支付收款工具开发及推广的聚

合支付机构，亦被称为“第三方支付机构”，其中收钱吧、付呗已在行业内占据一定市场份额。

聚合支付机构的发展依托于早期线下移动支付的快速普及，且主要以直接开发聚合支付工具向商户提供使用的方式获取商户，行业内参与者数量众多。但单一的聚合支付二维码或工具相似度过高，难以实现竞争差异化，加之中小微商户对费率敏感、品牌粘性较低，导致聚合支付市场竞争激烈，利用价格战争夺商户的现象时有发生，因此后期维护成本高、盈利性差等问题导致很多中小聚合支付机构退出了市场。

（2）依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式

近年来，随着聚合支付商业模式发展逐步成熟，门店信息化管理软件产品厂商成为新兴力量。该类厂商以自有产品为基础切入该市场，并获取了良好的客户资源及业务机会，给聚合支付机构的业务拓展带来了较大的挑战。

2、标的资产依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式具备竞争优势

（1）差异化竞争优势

结合标的公司主营业务情况以及主要竞争对手如收钱吧、付呗等主流聚合支付机构的主要业务模式，标的公司与收钱吧、付呗之间的业务开展基础与商户获取方式存在显著不同，具体差异如下：

标的公司支付技术服务业务为依托标的公司门店管理软件产品形成，是标的公司门店管理软件产品的核心功能之一，与标的公司产品高度集成并与各项功能实现连通，因此标的公司的支付技术服务商户需先购买标的公司产品后才可开通思迅 Pay 功能。

收钱吧、付呗为专业从事具备聚合支付功能移动支付工具产品开发及相关服务的企业，直接向商户推荐聚合支付工具产品，再以支付工具为基础向商家提供营销管理、供应链、广告等多种增值服务以增强客户粘性、提高自身的盈利能力。

项目	标的公司	收钱吧、付呗 ^注
业务拓展模式	“思迅 Pay”属于门店信息化管理软件产品的基本功能，随着产品的终端销售一并交付与商户，随后商户基于自身的开通与使用意愿选择开通并使用。标的公司不存在单独拓展“思迅 Pay”的情形。	具有“收钱吧”或“付呗”等独立的支付工具产品，注重支付工具产品的推广（二维码码牌推广为主要形式之一），通过寻求与各机构合作或建立专门的、覆盖全国的地推团队完成市场拓展。
商业模式或理念	以门店管理软件产品为核心，完善产品中的聚合支付功能，并与产品中结算管理、分析管理、会员管理等功能实现连通，进一步提高商户数字化程度。	聚合支付工具为核心产品，未来逐步以支付工具为入口，通过提供营销管理、财务管理和广告等其他经营工具或增值服务增加客户粘性并获取利润。

项目	标的公司	收钱吧、付呗 ^注
竞争方式	以标的公司门店管理软件产品的整体产品力、品牌、口碑为核心竞争基础。	单纯的聚合支付工具产品同质化较严重，需以交易服务费率为核心竞争点，获取更多的商户资源。
客户忠诚度/粘性	标的公司门店管理软件产品为商户实现管理信息化的重要 IT 基础，同时标的公司可为商户进一步提供线上商城、会员营销等解决方案，因此拥有较为稳定的客户基础。	需不断推出各类增值服务，包括运营管理、会员 CRM、移动电商、广告投放、综合营销等，以增加用户粘性，同时获取衍生收入。

注：收钱吧、付呗相关信息来自于官方网页、艾瑞咨询等机构出具的行业研究报告。

因此，由于双方业务开展基础与商户获取方式的不同，导致双方在业务拓展模式、商业模式或理念、竞争方式、客户粘性上存在明显的差别，有利于标的公司依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务中进行差异化竞争。

（2）一体化产品竞争优势

标的公司支付技术服务业务基于自身门店管理软件产品中的思迅 Pay 功能模块开展，与自身软件产品中的对账、会员、营销等功能高效联动，在提高商户支付结算效率的同时，提升终端消费者的消费体验，具体如下：

①产品功能与支付高度集成、作业高效

思迅 Pay 已与标的公司门店管理软件产品无缝对接、高度集成，可高效地协助商户实现门店收银系统的移动支付、扫码结算等功能。

当门店收银员根据顾客挑选的商品完成商品清单确认后，仅需直接通过外接设备扫描顾客的付款码，便会自动带上消费应付金额发起交易请求，并自动识别微信、支付宝或云闪付等不同的支付方式，随后迅速、准确地获取结算结果。

而独立于系统外的收款结算（如外部二维码牌等），门店收银员首先需对商品总额进行计价，然后以口头方式告知消费者消费金额、可支持的支付方式，随后消费者扫码、输入金额、完成支付，最后再由收银员确认交易结果。

对比可见，标的公司一体化的产品服务，可高效实现计价、付款、收款、结算的同步性，能有效满足商户和消费者双方对收银便捷性的需求。

②对账简单、数据准确

对账为商户日常经营过程中对经营成果进行管理及分析的核心流程之一。

思迅 Pay 可提供与收银系统一致的对账模式并支持多维度对账，不限于按店铺、按收银员、按 POS 机、按支付场景等的自动对账，对账过程高效、精准，实现收银与对

账一体化管理；同时思迅 Pay 提供的专属商户对账平台可进一步实现“一键对账”、“移动对账”等，管理者可获得实时动态交易订单、交易报表，有效提升门店经营管理效率。此外，借助思迅 Pay 商户可实现每一笔收款与每一笔交易订单的强关联，从而使整体交易具备查错、纠错的自动处理能力。

而对于独立于系统外的收款结算，商户仍需面对“钱货分离”的情形，在出现短款或长款的情况下，需要通过大量的人工完成钱款与订单的匹配与校对。

③ “支付即营销”、“支付即会员”

目前，商户可直接借助思迅 Pay 功能实现“支付即营销”、“支付即会员”，在支付前发券领券、自动识别会员，支付时卡券核销、会员特价识别，在支付后精准发券、分享拓客、会员裂变的闭环营销，为商户提供全链路的营销工具。

而对于独立于系统外的收款结算，则需要另行重新建立独立的会员及营销数据库，甚至需要人工识别会员、卡券等。

④多场景、多应用的协同

基于思迅 Pay 功能，标的公司可进一步灵活构建和部署商户多样化、差异化与个性化的业务应用，满足跨行业、多业态、多系统之间的复杂协同应用场景，如实现零售端自助收银等解决方案，有效提升消费者的消费体验。

（3）客户粘性竞争优势

从商户感受层面来讲，单纯的支付服务或聚合支付技术服务较为同质化，无法保持良好的客户粘性。而标的公司作为行业内知名的软件产品开发商和支付技术服务商，一直致力于为国内中小微零售业态商户提供门店信息化整体解决方案，通过多年的经营已深入了解中小微商户的经营特征、业务流程及对应的信息化需求。

因此，相较于收钱吧、付呗等服务机构，基于软件产品功能及市场开展支付技术服务，可将相关功能与软件产品其他管理功能深度结合，向商户提供贴合实际经营需求的全流程化系统功能，为客户带来便捷的操作和优质的体验，并产生更为牢固的客户粘性。

（4）核心技术竞争优势

经过多年的服务运营与技术积累，标的公司通过自主研发已形成多项与支付技术服务相关的核心技术并形成发明专利，具体情况如下：

序号	技术名称	技术来源	核心技术内容	对应的专利技术名称	所处阶段
1	支付交易引擎	自主研发	支付交易引擎是一种构成思迅 Pay 聚合支付服务平台的核心功能引擎技术，具备开放式接入能力，支持接入国内主流支付机构/银行的数百种交易通道。同时，该技术使用容器化技术，具有智能动态伸缩能力，支撑交易爆发式增长，能支撑每日 2,500 万笔以上的支付交易。该技术支持跨平台应用，Windows PC、安卓、iOS、微信小程序等多种应用平台上的消费终端均可使用该交易引擎。	相关技术形成专利“基于多路支付通道的通道流量动态管理系统”	产品化应用
2	支付安全监测技术	自主研发	支付安全监测技术用于思迅聚合支付客户端的安全环境监测。通过该技术可实时检测移动支付设备的终端性能参数及其运行网络环境的波动参数，用于判定交易的安全性、完整性、稳定性，并生成报警或安全支付信号。该技术包括数据采集模块、网络分析模块、环境判定模块、终端分析模块等。支持常见的支付终端设备及其运行环境检测，包括 windows/android 固定式收银设备和手机、PDA 等移动设备。	相关技术形成专利“一种支付环境的安全监测系统及方法”	产品化应用
3	进件自动化处理平台	自主研发	进件自动化处理平台用于在商户开通支付账户时，辅助识别上传材料的有效性、准确性。通过对行业政策的解析，该平台可根据营业执照、法人、银行卡、授权函等相关因子创建多种支付信息验证模型。平台内置 OCR 引擎和算法规则策略，拥有机器学习和数据建模能力，可通过系统分析、检测等方式帮助商户在大量的上传材料中找到其中的不匹配或者存在错误的地方，提升商户进件效率，减少人工审核资料的时长，降低进件处理成本。	相关技术形成专利“一种云端数据交互方法、系统、计算机设备及存储介质”	产品化应用

以交易量支撑能力为例，在上述相关核心技术的支持下，标的公司可同时为数十万商家处理日常支付请求等任务，并可在大型节假日或促销活动期间（例如“春节”、“五一”、“国庆”、“双十一”、“双十二”等）稳定、高效支撑高峰期商家最高每秒达 2,000 次，每小时 300 万次并发支付订单任务。在交易容量及稳定性方面，标的公司与收钱吧、付呗的对比情况如下表所示：

公司名称	交易容量及稳定性对比
收钱吧	日交易笔数超 5,300 万笔
付呗	日交易笔数超 680 万笔
标的公司	日均交易笔数超 2,040 万笔，日交易笔数峰值超 3,300 万笔

数据来源：官方网站及其他公开信息。

由上表可见，虽然标的公司并非专注于聚合支付业务，但是标的公司已通过自主研发具备了高效支撑相关业务的核心技术，并在业内已经达到较为领先的水平，具有良好的核心竞争力。

除此之外，与收钱吧、付呗相比，收钱吧所属的上海收钱吧互联网科技股份有限公司由拉卡拉（300773.SZ）投资持股，付呗所属的杭州首展科技有限公司由移卡（09923.HK）投资持股，拉卡拉及移卡均为行业内知名第三方支付机构，收钱吧、付呗可依托上市公司广泛的订单资源进行业务开展，而标的公司主要依托自身门店管理软件产品积累的商户资源开展配套支付技术服务，在交易订单资源方面存在一定竞争劣势。

综上所述，标的公司依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式与主要竞争对手在业务拓展方面存在差异化竞争优势，同时标的公司通过门店管理软件产品拓展支付技术服务对比主要竞争对手在一体化软件功能与服务、客户粘性、核心技术等方面均具备一定的竞争优势。

（二）报告期内主要支付业务客户与前次 IPO 申报报告期发生较大变化的原因，是否涵盖国内主要第三方支付机构及商业银行等，主要客户经营情况、行业地位与下游竞争格局，标的资产与主要客户合作的可持续性

1、报告期内主要支付业务客户与前次 IPO 申报报告期发生较大变化的原因

（1）本次报告期，标的公司前五大支付业务客户

2023 年度至 2025 年度，标的公司前五大支付业务客户的收入及占当期支付业务收入的比例如下：

单位：万元

2025 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,567.48	42.07%
2	乐刷支付科技有限公司	7,446.76	29.65%
3	易宝支付有限公司	1,381.33	5.50%
4	嘉联支付有限公司	626.54	2.49%
5	上海汇付支付有限公司	599.56	2.39%
合计		20,621.69	82.10%
2024 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,795.91	43.50%
2	乐刷支付科技有限公司	8,500.70	34.25%
3	上海汇付支付有限公司	1,191.55	4.80%

4	上海富友支付服务股份有限公司	1,015.70	4.09%
5	财付通支付科技有限公司	429.15	1.73%
合计		21,933.00	88.38%
2023 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司	10,859.87	41.39%
2	乐刷支付科技有限公司	8,720.94	33.24%
3	上海汇付支付有限公司	2,179.21	8.31%
4	上海富友支付服务股份有限公司	1,759.73	6.71%
5	财付通支付科技有限公司	587.62	2.24%
合计		24,107.37	91.88%

报告期内，标的公司支付技术服务业务的客户主要为具有相应收单资质的第三方支付机构，前五大支付业务客户的收入占当期支付业务收入的比例在 80%以上。

（2）前次报告期，标的公司前五大支付业务客户

前次 IPO 申报报告期，标的公司前五大支付业务客户及其销售金额、占当期支付业务收入的比例情况如下：

单位：万元

2022 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	随行付支付有限公司及其相关方 ^注	8,371.40	32.20%
2	乐刷支付科技有限公司	7,261.39	27.93%
3	上海汇付支付有限公司	4,007.21	15.41%
4	上海富友支付服务股份有限公司	3,384.46	13.02%
5	财付通支付科技有限公司	770.83	2.96%
合计		23,795.29	91.51%
2021 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	上海汇付支付有限公司	6,265.78	25.60%
2	乐刷科技有限公司	5,356.35	21.88%
3	上海富友支付服务股份有限公司	5,259.85	21.49%
4	北京天阙科技有限公司	3,997.17	16.33%

5	财付通支付科技有限公司	1,208.22	4.94%
合计		22,087.37	90.23%
2020 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	上海汇付支付有限公司	7,944.65	41.60%
2	上海富友支付服务股份有限公司	5,546.05	29.04%
3	财付通支付科技有限公司	1,619.59	8.48%
4	乐刷科技有限公司	1,292.39	6.77%
5	得仕股份有限公司	998.02	5.23%
合计		17,400.70	91.12%
2019 年度			
序号	客户名称	收入金额	占比
1	上海汇付支付有限公司	4,030.38	31.38%
2	上海富友支付服务股份有限公司	3,351.92	26.10%
3	财付通支付科技有限公司	2,330.93	18.15%
4	得仕股份有限公司	1,470.96	11.45%
5	口碑（上海）信息技术有限公司	732.33	5.70%
合计		11,916.51	92.79%

注：随行付支付有限公司及其相关方包括随行付支付有限公司和北京天阙科技有限公司。

（3）主要支付业务客户变化情况及原因

2023 年度至 2025 年度，标的公司支付业务客户与前次 IPO 申报报告期部分发生变化，主要原因如下：

①标的公司针对不具备从事收单业务相关资质的主要支付业务客户进行整改

2020 年开始，标的公司针对不具备从事收单业务相关资质的主要支付业务客户进行整改，前次申报 IPO 报告期内前五大支付业务客户北京天阙科技有限公司（以下简称“北京天阙”）、口碑（上海）信息技术有限公司（以下简称“口碑（上海）”）、得仕股份有限公司（以下简称“得仕股份”）退出前五大支付业务客户，具体原因如下：

A、北京天阙科技有限公司

报告期内，北京天阙退出前五大支付业务客户，主要原因系北京天阙自身不具备从事收单业务的相关资质，但其作为随行付支付有限公司（以下简称“随行付”）的全资子公司，随行付为具有《支付业务许可证》（编号：Z2011711000016）的非银行支付机

构。

标的公司自 2022 年 10 月 1 日起进行了整改，标的公司直接与随行付签署相关服务协议，并直接与随行付展开业务合作，故北京天阙于报告期内退出前五大支付业务客户。

B、口碑（上海）信息技术有限公司

报告期内，口碑（上海）退出前五大支付业务客户，主要原因系口碑（上海）自身不具备从事收单业务的相关资质，但其作为支付宝的关联企业，支付宝为具有《支付业务许可证》（编号：Z2000133000019）的非银行支付机构。标的公司在前次 IPO 申报期间进行了针对性整改，与口碑（上海）之间的合作已于 2021 年末之前停止。

C、得仕股份有限公司

报告期内，得仕股份退出前五大支付业务客户，主要原因系其《支付业务许可证》有效期至 2021 年 8 月，续期预期存在难度，因此截止 2020 年底，标的公司已停止与得仕股份之间的合作。

同时，根据 2021 年 8 月 29 日央行公布的非银行支付机构《支付业务许可证》续展行政许可公示信息显示，因得仕股份有限公司存在《中国人民银行行政许可实施办法》第二十四条规定的情形，中国人民银行决定中止对其《支付业务许可证》续展申请的审查。

②部分收单机构给予终端商户更低的商户签约费率，因此终端商户选择与政策更好的收单机构合作

2019 年至今，标的公司合作的主要收单机构与终端商户确定的平均商户签约费率总体情况如下：

单位：%

名称	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
随行付支付有限公司及其相关方 ^注	0.3063	0.3090	0.3134	0.3214	0.3313	0.3151	/
乐刷支付科技有限公司	0.3068	0.3099	0.3148	0.3236	0.3361	0.3408	/
上海汇付支付有限公司	0.3287	0.3381	0.3380	0.3355	0.3372	0.3407	0.3465
上海富友支付服务股份有限公司	0.3403	0.3375	0.3376	0.3344	0.3372	0.3397	0.3545
财付通支付科技有限公司	0.4242	0.4223	0.4262	0.4263	0.4314	0.4558	0.4613
易宝支付有限公司	0.2972	/	/	/	/	/	/

名称	2025年度	2024年度	2023年度	2022年度	2021年度	2020年度	2019年度
嘉联支付有限公司	0.2962	0.2885	/	/	/	/	/

注：随行付支付有限公司及其相关方包括随行付支付有限公司和北京天阙科技有限公司。

报告期内，标的公司对随行付和乐刷科技有限公司（以下简称“乐刷科技”）支付业务服务收入对比前次 IPO 报告期存在大幅增长，主要原因系随行付和乐刷科技作为行业内主流的收单机构具有良好的市场声誉、技术实力、经营规模，且能提供更低的商户签约费率，因此终端商户选择与上述收单机构进行合作，导致标的公司对上述客户的技术服务收入同步增加。

报告期内，上海富友及财付通的平均商户签约费率显著高于标的公司合作的其他主要收单机构，导致部分商户更换了费率更低的收单机构进行合作，导致标的公司对上海富友及财付通的收入逐年下降，上海富友及财付通于 2025 年度期间退出标的公司前五大支付业务客户。

报告期内，易宝支付有限公司、嘉联支付有限公司的商户平均签约费率较低，具有一定的竞争优势，合作的活跃商户数量和交易流水增长较快，故于报告期内进入前五大支付业务客户。

2、标的公司对第三方支付机构及商业银行等客户的覆盖情况

标的公司主要支付业务客户以国内主要第三方支付机构为主，标的公司对第三方支付机构的收入占当期支付业务收入的比例一般在 90%以上，商业银行占比较低。

在第三方支付行业中，针对不同商户类型对应的商户特征及主要收单服务机构类型归纳如下：

序号	商户类型	商户特征及主要收单服务机构类型
1	大中型企业	数量较少，交易规模大，属于稀缺优质客户。此类客户具有较强的议价能力，但对费率敏感性不高，收单设备齐全完备。此类企业通常被头部银行系或微信支付、支付宝通过直连方式覆盖。例如，国企央企更愿意选择大型商业银行，因为其知名度更高、双方合作历史更久，具备更强的背书。无国企央企背景的各行业头部企业更愿意选择知名的第三方支付机构，双方的业务节奏更加匹配。此外，收单机构的增值服务能力亦为影响企业级商户选择的主要因素：商业银行有能力为企业客户提供丰富的金融服务，而以互联网平台为核心的第三方支付机构可以为客户提供行业生态下的卡券、营销、会员系统、平台广告曝光等数字化服务。
2	中小微商户	数量大，平均交易规模略低，但属于当前收单市场的主要客户主体。此类客户区域性比较强且价格敏感，同时具备一定的自主选择权，通常会选择费率更为优惠、服务态度更好、更加量身定制的第三方支付机构甚至四方聚合支付机构。而商业银行因业务众多、风控严格，因此对该市场主体竞争意愿相对较弱。第三方支付机构如拉卡拉、汇付天下、随行付等为实现商户客群

序号	商户类型	商户特征及主要收单服务机构类型
		资源的对接与积累，在该领域竞争较为激烈，并通过补贴、价格优惠等方式已在该行业获得了迅猛增长。

因此，根据标的公司终端商户的类型，标的公司的上游收单机构客户以市场上的第三方支付机构为主，符合收单行业的竞争格局。

目前，标的公司合作的主要第三方支付机构客户均为目前收单业务市场中的主流收单机构，具有良好的口碑，且均为具有银行卡收单业务牌照的公司，具体情况如下：

序号	公司名称	牌照类型	首次许可日期	有效期至
1	随行付支付有限公司	储值账户运营 I 类、支付交易处理 I 类（除吉林省、辽宁省、浙江省、福建省、黑龙江省以外地区）	2012-6-27	2027-6-26
2	乐刷支付科技有限公司	支付交易处理 I 类、支付交易处理 II 类	2014-7-10	长期
3	上海汇付支付有限公司	储值账户运营 I 类、支付交易处理 I 类（除贵州省、湖南省、陕西省、河南省、浙江省、重庆市、云南省、湖北省、福建省、宁夏回族自治区、吉林省、黑龙江省、江苏省、海南省、青海省以外地区）	2011-5-3	2026-5-2
4	上海富友支付服务股份有限公司	储值账户运营 I 类、储值账户运营 II 类（福建省、江苏省、上海市、浙江省）、支付交易处理 I 类（除河南省、浙江省、福建省、天津市、江西省、吉林省、湖南省以外地区，可以在宁波市开展业务）	2011-12-22	2026-8-28
5	财付通支付科技有限公司	储值账户运营 I 类、支付交易处理 I 类	2011-5-3	2026-5-2
6	易宝支付有限公司	储值账户运营 I 类、支付交易处理 I 类（除河南省、江西省、吉林省、上海市、深圳市、湖南省、浙江省以外地区，可以在宁波市开展业务）	2011-5-3	长期
7	嘉联支付有限公司	支付交易处理 I 类	2012-6-27	2027-6-26

综上所述，由于自身业务特点，报告期内标的公司主要支付业务客户以国内主要第三方支付机构为主，商业银行占比较低，具有业务层面的合理性。

3、报告期内主要客户经营情况、行业地位与下游竞争格局，标的资产与主要客户合作的可持续性

（1）标的公司支付技术服务业务下游客户所处行业竞争格局

标的公司通过思迅 Pay 所提供的支付技术的核心内容为聚合支付技术服务，下游客户主要为第三方支付行业中收单机构。

收单机构作为商户收单业务的受理机构，对接 B 端商户，负责确认交易并将收到的付款结算后转至商户账户。早期收单方式以银行卡 POS 收单为主，近年来随着移动支付的普及，二维码等条码结算收单业务比重快速上升。收单机构侧（或收单侧、商户侧）所涉及的第三方支付业务为“银行卡收单”业务（以下亦简称“收单业务”），指收单机构与特约商户签订银行卡、条码支付或有关支付工具（方式）受理协议，在特约商户按约定受理支付工具并与客户达成交易后，通过 POS 终端等为特约商户提供交易资金结算服务的行为。

尽管均被称作第三方支付机构，但面向 C 端用户提供支付钱包服务和面向 B 端商户、企业提供支付解决方案是两类截然不同的业务模式和竞争格局。

C 端支付钱包服务更加标准化、易形成规模效应，但通常与完善的商业生态相辅相成，竞争壁垒高，且目前已形成国民级平台化支付工具，竞争格局稳定。B 端商户或企业所属细分领域差异性大，通常面临更为复杂的需求。同时，中小微企业作为中国市场上工商主体，主要集中于国内三四线及以下地区，地域分布广泛，且数字化运营程度较低。

因此，对于 B 端收单机构，商户客群资源的对接与积累为现阶段主要任务。整体来看，收单侧市场集中度较低，竞争更为激烈，头部企业的规模效应尚未形成。目前，收单侧的代表主体包括银联商务、拉卡拉、汇付天下等。支付宝、微信亦具备收单业务资质，同时可作为收单侧的服务机构直连商户并为其提供收单服务，但其在该市场的业务侧重于大型 B 端企业客户的支付体系、账户体系搭建等一系列服务，而国内市场主体主要仍为中小微企业，因此支付宝、微信在收单侧市场占有率相对较低。

（2）报告期内标的公司支付技术服务业务主要客户经营情况、行业地位

报告期内，标的公司支付技术服务业务主要客户经营情况、行业地位如下：

序号	客户名称	所属上市公司名称及代码	经营情况	行业地位
1	随行付支付有限公司	高阳科技 (0818.HK)	根据高阳科技 2025 年年度报告显示，2025 年支付及数字化服务收入为 16.42 亿港元，经营亏损 1.87 亿港元。高阳科技主要通过重庆结行科技有限公司（以下简称“重庆结行”）在境内开展支付业务。企查查显示，重庆结行目前持有随行付 80.04% 股份，为第一大股东。	国内领先第三方支付公司，拥有人民银行颁发的全国银行卡收单牌照、互联网支付牌照、移动电话支付牌照、跨境人民币结算服务资质，中国支付清算协会理事单位，银联成员机构单位。
2	乐刷支付科技有限公司	移卡 (9923.HK)	根据移卡 2025 年年度报告显示，2025 年一站式支付服务收入为 29.02 亿元人民币，毛利率 14.5% ，较上年同期有所上升。企查查	国内领先的支付科技服务商，是全国仅有 16 家同时拥有全国银行卡收单许可证及移动电话支付许可证的支付服务供应商

序号	客户名称	所属上市公司名称及代码	经营情况	行业地位
			显示，乐刷支付科技有限公司为移卡全资子公司。	之一。据 Oliver Wyman 的数据，按 2019 年日均交易笔数计，乐刷是中国第二大非银行独立二维码支付服务提供商。
3	上海汇付支付有限公司	汇付天下（退市）（1806.HK）	根据汇付天下私有化退市前公告的 2020 年中期报告显示，2020 年上半年收入为 17.10 亿元人民币，净利润为-1.12 亿元人民币。此后，汇付天下于 2021 年率先在业内推出全栈支付处理、运营服务与软件开发 PaaS 平台——“斗拱”。斗拱平台已广泛应用于电商、零售、能源、物流、租房、大健康、数字商圈等行业，并已沉淀众多的行业解决方案。	汇付天下是国内领先的数字化支付企业，汇付支付作为“产业数字化生态服务商”的代表，在技术创新、商业模式探索以及解决方案提供等方面始终处于行业领先地位。
4	上海富友支付服务股份有限公司	已于 2025 年 5 月 9 日向香港联交所递表，目前在审核中	根据富友支付招股说明书，2022 年度至 2024 年度收入分别为 11.42 亿元人民币、15.06 亿元人民币、16.34 亿元人民币，净利润分别为 0.71 亿元人民币、0.93 亿元人民币、0.84 亿元人民币，经营情况稳定。	中国头部的综合数字支付服务提供商，富友支付自成立以来及截至 2024 年 12 月 31 日，已处理 TPV 人民币 15.10 万亿元，处理逾 545 亿笔支付交易。根据弗若斯特沙利文报告，以处理的收单服务交易笔数计，富友支付于 2024 年在中国独立综合数字支付服务提供商中排名第一。
5	财付通支付科技有限公司	腾讯控股（0700.HK）	财付通支付科技有限公司未披露相关经营业绩数据，其于 2025 年 8 月 7 日完成注册资本变更，从 153 亿元增至 223 亿元，增幅达 45.75%。截至目前，财付通是注册资本最高的持牌支付机构，稳居支付行业“资本一哥”。	依托微信支付和 QQ 钱包，在个人支付和社交支付市场占据绝对领先地位。
6	易宝支付有限公司	暂未上市	截至 2025 年 11 月，易宝支付年交易规模近 3 万亿元，服务企业商家超 500 万户，日均处理交易笔数突破 1500 万笔，多次核心业务指标稳居行业前列。	易宝支付是中国知名的第三方支付机构，创立于 2003 年，2006 年率先创立 B 端“行业支付”模式，首批获得中国人民银行支付业务许可证及国家外汇局关于支付机构开展外汇业务的批复。公司拥有国家高新技术企业资质和北京市专精特新中小企业称号。服务数字航旅、智慧消费、数字金融、跨境出海、数字政务等多个领域的数头部客户，始终专注于为企业和机构客户提供智能、便捷、可信赖的交易服务，帮助客户实现业务增长和数字化转型。
7	嘉联支付有限公司	新国都（300130.SZ）	根据新国都披露的 2025 年年度报告显示，嘉联支付有限公司 2025 年营业收入为 19.10 亿元，净利润为 1.31 亿元，经营情况良好。	嘉联支付是国内知名的第三方支付公司，专注于为企业用户提供收单服务和向个人用户提供个人支付服务，同时还积累了丰富的第三方支付运营经验，向客户提供增值服务。嘉联支付正处于持续高速发展阶段，收单业务遍及全国 337 个城市，覆盖了百万商户，年交易额近 1.5 万亿。

数据来源：官方网站及其他公开信息。

报告期内，标的公司支付技术服务业务合作的主要客户均为行业内的知名第三方支付机构，经营规模较大，经营情况稳定，具备良好的合作基础。

（3）标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户合作的可持续性

标的公司报告期内支付技术服务业务其他主要客户均为主流第三方支付机构，具备合作的可持续性，具体原因如下：

①标的公司拥有庞大的终端商户资源，收单机构需要依赖标的公司开拓市场

标的公司是国内零售流通管理软件行业较早的进入者，具备完善的市场营销网络。经过近二十年专业零售流通业软件市场的耕耘，标的公司软件产品已成功应用于各类零售细分业态，累计服务线下门店数量达七十余万家，在国内零售流通业软件行业树立起了较高的品牌知名度和较为广泛的客户基础，具有突出的线下优势。

对于上游收单机构而言，商户开户数和交易笔数是两大重要经营指标，两者的增加均主要取决于商户资源的获取与服务情况。而上游收单机构为获取更多的终端商户资源，一般需要与尽可能多的、具有客户资源的企业合作，因此标的公司与收单机构合作具有可持续性。

②标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户均已合作较久，具备较好的合作基础

标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户的合作开始时间如下：

序号	公司名称	合作起始年份
1	随行付支付有限公司	2020 年
2	乐刷支付科技有限公司	2019 年
3	上海汇付支付有限公司	2018 年
4	上海富友支付服务股份有限公司	2018 年
5	财付通支付科技有限公司	2016 年
6	易宝支付有限公司	2025 年
7	嘉联支付有限公司	2024 年

注：随行付支付有限公司的合作起始年份从标的公司与北京天阙科技有限公司开始合作起算。

标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户均已合作较久，在业务开展方面已完成了深入的磨合。综合考量交易流水规模、交易稳定性、结算费率等条件下，标的公司与上述客户自合作开始后均达成了较长时间的支付合作协议，具体情况如下：

客户名称	合同标的	履行期间	履行状态
随行付支付有限公司	聚合支付技术服务、特约商户推荐	2022 年 10 月 1 日至长期	履行中

客户名称	合同标的	履行期间	履行状态
乐刷科技有限公司	收单非核心业务	2025年1月1日至2025年12月31日，本协议自甲、乙双方签章之日起生效，有效期1年。截至本协议有效期届满30个自然日前，如甲、乙双方均未以书面或邮件形式向对方提出终止本协议或发出不自动续约通知的，且本协议双方在有效期届满后继续履行本协议约定的，则本协议自有效期届满目的次日起自动延续1年，顺延2次为限。	履行中
	收单非核心业务	2022年12月30日至长期	履行完毕
	收单非核心业务	2021年6月11日至长期	履行完毕
	移动支付服务	2019年12月2日至长期	履行完毕
上海汇付支付有限公司	特约商户推荐、聚合支付技术服务等非核心业务	2025年5月1日至2026年4月30日，协议有效期一年，自动续约2年。有效期届满前一个月内，双方如有继续合作意愿，本协议将另行续签。	履行中
	特约商户推荐、聚合支付技术服务等非核心业务	2023年5月1日至长期	履行完毕
	技术支持服务	2021年5月1日至长期	履行完毕
	非核心支付业务	2019年5月1日至长期	履行完毕
上海富友支付服务股份有限公司	技术支持服务	2023年1月1日至长期	履行中
	技术支持服务	2021年1月1日至长期	履行完毕
	收单非核心业务	2018年3月14日至长期	履行完毕
财付通支付科技有限公司	技术支持服务	2016年6月17日至长期	履行中
易宝支付有限公司	技术支持服务	2024年10月1日至2025年12月31日，有效期1年零3个月，本协议有效期届满前，如任何一方未提出终止本协议或发出不自动续约通知的，本协议自有效期届满目的次日起自动延续1年，顺延1次为限。	履行中
嘉联支付有限公司	特约商户推荐、聚合支付技术服务等非核心业务	2024年5月1日至2026年4月30日，协议有效期2年，有效期届满前一个月内，双方如有继续合作意愿，本协议将另行续签。	履行中

注：有效期含“长期”的合同系合同条款中注明自动续约条款，如有效期届满前双方未提前解除协议或通知对方不再合作的，到期后自动续约。

根据《收单外包服务自律管理办法》、《收单外包服务机构备案管理规范》，收单外包服务机构受收单机构委托，承办收单非核心业务。收单非核心业务主要包括特约商户服务和受理终端维护、特约商户引荐服务、支付受理标识张贴、交易信息转接服务（含聚合支付技术服务）。

目前，标的公司已在中国支付清算协会完成收单外包服务机构备案，备案业务内容包括：特约商户服务和受理终端维护，特约商户引荐服务，支付受理标识张贴，交易信息转接服务（含聚合支付技术服务）。

标的公司与支付技术服务主要客户签署的合同中约定了主要业务类型，部分合同约定了收单非核心业务中的部分具体服务内容，部分合同则使用“收单非核心业务”这个较为宽泛的概念。在合同实际执行过程中，标的公司均基于相关法律法规的要求和标的公司在中国支付清算协会完成收单外包服务机构备案的内容进行开展。

③标的公司报告期内支付技术服务业务主要客户经营资质完善，具备长期合作的条件

报告期内，标的公司支付技术服务业务的主要客户均为具有相应资质的第三方支付机构，具体情况请参见本题回复之“二”之“（二）”之“2、标的公司对第三方支付机构及商业银行等客户的覆盖情况”相关回复。

截至目前，标的公司支付技术服务业务主要客户均具有较为全面的支付牌照类型，且在首次许可后均成功完成续期，牌照稳定性有所保证，具备长期合作的条件。

④标的公司报告期内支付技术服务业务主要客户总体支付交易规模较大，可以承接标的公司海量终端商户资源

根据 POS 机代理商网 2026 年 2 月 12 日出具的涵盖 23 家支付机构的《2025 年 10 月支付机构交易量排行榜》显示，标的公司报告期内支付技术服务业务主要客户 2025 年 10 月单月交易量及排名如下：

单位：亿元

序号	公司名称	2025 年 10 月单月交易量	排名
1	乐刷支付科技有限公司	1273	第二位
2	嘉联支付有限公司	812	第七位
3	随行付支付有限公司	308	第十二位
4	上海富友支付服务股份有限公司	74	第十八位
5	上海汇付支付有限公司	26	第二十一位

自 2023 年 1 月起，POS 机代理商网持续发布每月第三方支付机构线下交易量排名，目前已更新至 2025 年 10 月数据，为公开披露信息中较新数据。与支付宝类似，财付通不仅聚焦商户端收单交易，亦注重个人账户侧支付服务，公开信息无法单独查询到其商户端收单交易规模，因此针对线下交易第三方收单机构数据统计，一般都暂未统计财付通和支付宝相关数据。综合个人账户侧支付和商户端收单交易量看，支付宝和财付通在行业中位居前列。

与此同时，标的公司主要支付技术服务客户为随行付支付有限公司、乐刷支付科技有限公司。根据乐刷科技其母公司移卡公布的 2025 年 1-6 月上半月交易量数据（包括境内、境外、线上、线下等），其合计交易量达到 11,444 亿元，月均交易量约为 1,900 亿元。随行付母公司高阳科技其官网并未披露其交易量数据，但根据可以公开查询的其他渠道公开信息，各方信息不存在矛盾之处。

标的公司报告期内支付技术服务业务主要客户均在榜单上有所体现，其中乐刷支付科技有限公司、嘉联支付有限公司与随行付支付有限公司以单月 100 亿元以上交易规模高居排行榜前列，与标的公司和上述两家客户的合作规模所对应。标的公司报告期内支付技术服务业务主要客户总体支付交易规模较大，可以承接标的公司终端商户的庞大交易流水处理需求。

综上所述，标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户具备较好的合作基础，支付技术服务业务主要客户经营资质完善，可支持处理的交易规模较大，合作具备稳定性和可持续性。

三、结合标的资产等收单外包服务机构、收单机构以及标的资产经销商等所处的产业链环节及作用，支付技术服务收入、成本中主要参数的确定方式和具体数值变化情况，补充说明前次 IPO 申报报告期至今支付技术服务毛利率持续上升的原因以及高于主营第三方支付业务的拉卡拉的合理性，标的资产的利润空间是否具有商业合理性

（一）标的资产等收单外包服务机构、收单机构以及标的资产经销商等所处的产业链环节及作用

标的公司支付技术服务业务所涉及的第三方移动支付的产业链情况如下图所示：



1、第三方支付机构、商业银行

即商户收单业务的受理机构，对接 B 端商户，负责确认交易并将收到的付款结算后转至商户账户。

2、标的公司等收单外包服务机构

在产业链中，收单外包服务机构居于第三方支付机构与终端商户之间，其中，聚合支付业务为利用自身技术与服务集成能力将银行和第三方支付机构的多重支付渠道进行系统对接和技术整合从而提供一点式支付入口。

聚合支付机构本身无需持有中国人民银行颁发的支付牌照，亦不经手交易资金，但解决了支付渠道分散化、支付场景多样化、支付数据碎片化的市场痛点，因此得以迅速发展。截至 2025 年 11 月 14 日，经中国支付清算协会公示的收单外包服务机构共计 33,872 家，其中具有聚合支付业务备案的机构共 768 家。

标的公司提供的支付技术服务便属于收单外包服务业务，但与主流聚合支付机构不同的是，标的公司该项服务依托标的公司门店管理软件产品及相关服务平台形成，是标的公司门店管理软件产品的核心功能之一。

3、经销商

经销商接受标的公司委托向商户提供后续技术服务。由于标的公司思迅 Pay 产品以中小微商户为销售目标，此类客户普遍具有经营规模小、数量大、分布范围广、地域特征强、信息化渗透率较低、IT 基础环境差等特征。因此，为有效推动支付技术服务业务的开展及持续发展，标的公司委托经销商向终端商户提供与思迅 Pay 有关的技术服务，具体包括：收银系统的调试、思迅 Pay 相关的配置管理、支付场景测试及思迅 Pay 使用过程中的相关问题的解决等。

（二）支付技术服务收入、成本中主要参数的确定方式和具体数值变化情况

标的公司与上游收单机构之间依据支付交易的有效流水结算技术服务收入，计算公式为：支付技术服务收入=有效交易流水*（商户签约费率-结算费率）。其中，商户签约费率由收单机构与终端商户确定，结算费率通常在 0.20%-0.23%区间内。

标的公司与经销商之间也依据支付交易的有效流水结算技术服务费，计算公式为：经销商技术服务费=有效交易流水*（商户签约费率-服务商合作费率）*分成比例。其中，分成比例通常在 60%-70%区间内，服务商合作费率通常为 0.25%。

（三）支付技术服务毛利率持续上升的原因

2023 年度至 2025 年度，标的公司支付技术服务业务的毛利率情况如下：

业务类型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
支付技术服务毛利率	61.86%	58.45%	55.70%

从上表可知，2023 年度至 2025 年度，标的公司支付技术服务业务的销售毛利率整体呈平稳上升趋势。

随着移动支付的普及和收单市场的竞争加剧，使得各机构对签约商户的竞争有所加剧，导致报告期内标的公司思迅 Pay 签约商户的签约费率有所下降。但仅就标的公司支付技术服务业务毛利率而言，终端商户签约费率的适度下降反而会提高标的公司毛利率，该项变动的分析过程如下：

1、商户签约费率的变化情况

2023 年度至 2025 年度，标的公司签约商户的平均签约费率情况如下：

项目内容	2025 年度	2024 年度	2023 年度
签约商户平均签约费率	0.3062%	0.3086%	0.3131%

报告期内，标的公司签约商户平均签约费率分别为 0.3131%、0.3086%和 **0.3062%**，有所下降。

2、商户通过思迅 Pay 完成的有效交易流水情况

2023 年度至 2025 年度，标的公司技术服务收入主要包括支付技术服务、支付端口技术服务、定制化软件开发技术服务收入等，其中支付技术服务收入占比超过 90%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
支付技术服务	23,564.78	90.21%	24,282.99	95.96%	26,213.18	97.88%
其中：不含奖励的收入 ^注	22,338.78	85.51%	23,839.42	94.21%	25,102.34	93.73%
支付机构奖励收入	1,226.00	4.69%	443.56	1.75%	1,110.84	4.15%
支付端口技术服务	1,552.32	5.94%	534.96	2.11%	24.19	0.09%
定制化软件开发及其他技术服务	1,005.89	3.85%	487.75	1.93%	542.89	2.03%
合计	26,122.99	100.00%	25,305.70	100.00%	26,780.26	100.00%

注：2023 年度至 2025 年度，标的公司不含奖励的支付技术服务含税收入分别 26,608.48 万元、25,269.79 万元、23,679.10 万元；

（1）支付技术服务收入变动分析

2023 年度至 2025 年度，标的公司支付技术服务收入主要核算因终端商户通过思迅 Pay 完成的交易流水而向支付机构收取的支付技术服务收入，终端商户通过思迅 Pay 完成的有效交易流水如下所示：

单位：万元

项目内容	2025 年度	2024 年	2023 年
通过思迅 Pay 完成的有效交易流水金额	24,859,188.32	25,418,209.61	25,264,991.54

随着移动支付的广泛普及，2024 年度终端商户通过思迅 Pay 达成的交易流水金额有所上涨，且 2025 年度支付机构对标的公司的达标奖励收入有所增加，并以此抵消了签约商户费率下降所带来的影响，最终使得标的公司支付技术服务业务收入下降幅度不大。

2023 年度至 2025 年度，支付机构对标的公司达标奖励收入情况如下：

单位：万元

收单机构名称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
随行付支付有限公司	545.49	327.40	659.90
乐刷支付科技有限公司	364.74	94.34	409.83
易宝支付有限公司	261.48	-	-
其他收单机构	54.29	21.82	41.11
合计	1,226.00	443.56	1,110.84

支付机构每年会依据通过标的公司思迅 Pay 交易情况，对标的公司给予一定的奖励。2023 年度至 2025 年度，支付机构对标的公司达标奖励存在波动，主要系各年度奖励政策存在一定的波动，具体分析如下：1) 随行付支付有限公司：2024 年标的公司支付奖励收入有所下降，主要系当期支付机构改变了奖励政策，2023 年度，随行付奖励政策主要为每月日均交易笔数超过历史最高月份日均交易笔数的增量部分大于等于 10,000 笔的，按照固定金额对每笔计算奖励。2024 年度开始，随行付奖励政策主要以有效交易流水为基础计算奖励收入，因此 2024 年度奖励收入有所下降。2025 年度，随行付对标的公司奖励收入有所增加，主要系当期提高了有效交易流水的奖励比例。2) 乐刷支付科技有限公司：2023 年乐刷提供多种奖励政策，主要为按照各月日均笔数的增量部分按照固定金额对每笔计算奖励、对新增活跃商户数量按照固定金额计算奖励，2024 年度乐刷将奖励政策变为按照有效交易流水总量所对应的奖励基准，给予固定金额奖励，2025 年度乐刷按照有效交易流水总量*奖励比例计算奖励收入，因此乐刷对标的公司奖励收入有所波动；3) 易宝支付有限公司：易宝支付有限公司 2025 年度开始与标的公司进行合作，其以当月日均笔数超过历史最高月日均笔数增量的部分按照固定金额对每笔计算奖励收入，因此 2025 年其新增对标的公司奖励收入。

(2) 其他技术服务业务类型收入变动分析

标的公司技术服务收入类型还包括支付端口技术服务、定制化软件开发及其他技术服务，收入和毛利占比不高。

标的公司支付端口技术服务主要核算内容为标的公司直接为购买公司软件的终端商户提供支付端口相关的技术服务，主要有两种业务模式：第一类业务模式：在实际业务中，终端商户存在着购买标的公司软件但未开通思迅 Pay 的情形，该类终端商户一般通过现金、微信个人收款码、支付宝个人收款码等其他电子支付方式实现收银，在此业务模式下，标的通过软件中开发特定技术端口，使终端商户通过个人收款码等其他电

子支付方式实现的资金流在同一系统内与货物流、票据流的相匹配，便利终端商户的管理。报告期内随着移动支付的覆盖范围增加，终端商户电子收银占比的提高，其支付端口技术的需求亦同步有所增加，因此相关收入逐年上涨；第二类业务模式：2024年11月开始，支付宝大力推广其“碰一碰”业务，标的公司在软件产品中开发了端口使软件能适配支付宝“碰一碰”业务硬件，针对购买了标的公司软件的终端商户，标的公司配合支付宝向终端商户推广“碰一碰”设备安装和使用，2023年度至2025年度，标的公司因此产生的相关收入分别为0.00万元、32.48万元、357.85万元，相关收入随着“碰一碰”设备的终端商户的安装和使用数量增加而有所上涨。

标的公司定制化软件开发及其他技术服务主要核算内容为标的公司为客户定制化开发的软件及SaaS云平台使用费，2025年度，标的公司该类收入有所增加，主要系当期珠海市云童科技有限公司、深圳华侨城花橙科技有限公司等客户定制化软件产品完成交付所致。SaaS云平台使用费是一种新的业务模式，其报告期内收入占标的公司技术服务收入比例不足1%，标的公司向购买买断式SaaS类产品的终端商户收取云平台使用费，终端商户支付相关费用后，可以获得更大云平台存储空间和更长的数据存储时间。

3、商户签约费率的适度下降会导致标的公司毛利率的上升

标的公司流量计价收入的计费方式为：支付技术服务费=有效交易流水*（商户签约费率-结算费率），结算费率通常在0.20%-0.23%的区间之内。

从标的公司支付技术服务业务成本端而言，标的公司向服务商支付技术服务费的主流计算方式为：有效交易流水*（商户签约费率-服务商合作费率）*分成比例，分成比例的区间通常在60%-70%左右，服务商合作费率通常为0.25%。

对比可见，由于收入计算方式中的“结算费率”阈值相对成本计算方式中的“服务商合作费率”阈值较小，因此商户签约费率越低，标的公司所支付的技术服务费成本下降幅度相较收入的下降幅度更大，导致销售毛利率反而越高。

为了更清晰呈现终端费率下降对标的公司毛利率的影响，以一笔固定流量、固定费率的交易作为基准交易：

单位：元

交易流水	签约费率	结算费率	合作费率	分成比例	变动幅度
10,000,000.00	0.310%	0.210%	0.250%	70.000%	0.005%

当终端费率每下降0.005%的情况下，毛利率的变动情况如下：

单位：元

项目	基准交易	结果 A	结果 B	结果 C	结果 C	结果 D
终端费率	0.310%	0.305%	0.300%	0.295%	0.290%	0.285%
收入	10,000.00	9,500.00	9,000.00	8,500.00	8,000.00	7,500.00
成本	4,200.00	3,850.00	3,500.00	3,150.00	2,800.00	2,450.00
毛利率	58.00%	59.47%	61.11%	62.94%	65.00%	67.33%

如上表所示，基准交易情况下，支付技术服务收入的毛利率为 58.00%，当终端费率每下降 0.005% 的时候，支付技术服务收入毛利率分别由 58.00% 上升至 59.47%、61.11%、62.94%、65.00%、67.33%，因此终端商户签约费率的下降会导致支付技术服务收入毛利率有所上涨。

（四）标的公司毛利率高于主营第三方支付业务的拉卡拉的合理性

标的公司支付技术服务业务与拉卡拉基本情况对比如下：

项目	标的公司	拉卡拉	业务领域关系
主营业务	根据第三方支付行业的产业链及业务划分情况，标的公司通过思迅 Pay 所提供的支付技术服务主要为聚合支付技术服务，属于收单外包服务业务。在该业务中，标的公司向第三方支付机构等收单机构收取技术服务费收入。	为实体小微企业提供收单服务及为个人用户提供支付服务，属于第三方支付服务，核心盈利模式是通过向商户提供收单业务收取手续费及通过为个人提供支付服务收取手续费。	
具体服务内容	“思迅 Pay”本质为实现聚合支付技术服务的工具，是连接商户和收单机构的平台和媒介。首先，标的公司利用自身的技术与服务集成能力，通过零售门店管理信息化软件中的“思迅 Pay”功能模块及相关平台提供支付渠道整合、技术对接、运行维护等相关技术服务，帮助商户在信息系统层面接入商业银行和三方支付机构等收单机构的支付通道，以实现门店 POS 系统的聚合支付功能；随后，在交易结算过程中，标的公司负责完成交易指令信息传输等技术支持服务。	（1）收单业务：拉卡拉为实体小微企业（即拉卡拉的商户）提供收单服务，商户与拉卡拉达成合作意向后，签订商户服务协议，约定商户由拉卡拉提供收单服务，并约定手续费标准、商户的权利和义务等；拉卡拉通过 POS 机、手机收款宝、扫码终端（收钱宝盒、超级收款宝和静态二维码）等终端产品为入口，为商户提供收单服务。拉卡拉向商户收取刷卡额约定比例的手续费，从中取得收单业务服务费；同时拉卡拉还会向商户提供其他增值服务从而获取服务费收入；此外，拉卡拉向商户销售或投放 POS 机具时也会取得相应的硬件销售或服务费收入。（2）个人支付业务：拉卡拉通过手机刷卡器、多媒体自助终端、拉卡拉手环及 APP 等产品为个人用户提供便民金融和生活服务，具体包括信用卡还款、转账汇款、充值缴费、账单支付、银行卡余额查询、代收付、跨境支付等，根据服务类别的不同，拉卡拉采用按笔收费或按金额的百分比收费的模式，向银行、移动公司等服务内容提供机构收取手续费。此外，拉卡拉向个人用户、	拉卡拉系标的公司的上游客户

项目	标的公司	拉卡拉	业务领域关系
		企业客户销售手机刷卡器、多媒体自助终端、拉卡拉手环等设备时，会取得相应硬件销售收入。（3）增值金融业务：在增值金融业务中，拉卡拉通过自主开发 APP 作为服务入口，为商户提供经营贷款及为个人用户提供消费贷款，按照约定利率与借款期限收取利息收入。（4）积分购业务：拉卡拉通过为积分源企业拓展积分消费场景，将海量积分引流到商户进行消费，为商户提供引流服务。商户与拉卡拉达成合作意向时会约定商品或服务的价格或折扣，拉卡拉通过积分消费交易中的商品或服务价格差获取收益。	
资金结算提供情况	不参与交易资金的结算与清分。	负责交易资金的结算与清分。	

由上表可知，标的公司所从事的支付技术服务与拉卡拉所从事的支付业务在第三方支付产业链上的位置及具体的服务内容均存在较大差异。拉卡拉作为具有收单资质的第三方支付机构主要向商户提供收单服务并参与资金结算（统称为**第三方支付业务**），而标的公司则作为服务机构提供交易结算过程中的聚合支付技术（统称为**收单外包服务**），标的公司与拉卡拉系第三方支付产业链上的上下游，拉卡拉为标的公司支付技术服务收入客户。

在实际业务中，拉卡拉作为**第三方收单机构**，可以从事聚合支付业务服务。标的公司是国内零售流通管理软件行业较早的进入者，具备完善的市场营销网络，累计服务线下门店数量达七十余家，在国内零售流通业软件行业树立起了较高的品牌知名度和较为广泛的客户基础，具有突出的线下优势。基于此，在第三方支付行业中，出于经济效益考量，拉卡拉等收单机构一般不自行额外线下拓展客户，一般会选择标的公司类似的收单外包服务商进行合作。

2023 年度至 2025 年度，标的公司支付技术服务业务毛利率与收单机构拉卡拉的支付业务毛利率变化情况如下：

业务类型	2025 年度	2024 年度	2023 年度
标的公司支付技术服务业务	61.86%	58.45%	55.70%
拉卡拉支付业务	22.12%	27.22%	26.30%

注：根据拉卡拉的年度报告相关内容，拉卡拉主营业务按产品划分可分为支付业务以及科技服务业务，其中支付业务为其核心收入来源，报告期各期收入占比均在 80%以上。

如上表所示，最近三年标的公司支付技术服务的毛利率为 55.70%、58.45%和 61.86%，目前暂无从事收单外包业务的上市公司或挂牌公司，虽然上市公司存在着对收单外包机构参股的情况，例如收钱吧所属的上海收钱吧互联网科技股份有限公司由拉卡拉（300773.SZ）投资持股，付呗所属的杭州首展科技有限公司由移卡（09923.HK）投资持股，但是上市公司并未披露相关业务的毛利率等信息。

报告期内，收单机构、标的公司和服务商之间的收入比例关系为 1:0.32:0.13，不考虑其因素，收单机构相关业务毛利率水平应该为 68%左右，标的公司相关业务毛利率水平应该为 60%左右，但是最近三年，标的公司支付技术服务的毛利率高于收单机构拉卡拉支付业务的毛利率，主要是由于：

1、行业细分领域不同

拉卡拉所从事的支付业务和标的公司所提供的支付技术服务分别处于行业的上下游，不属于同一细分领域，根据拉卡拉 2025 年报披露，拉卡拉目前的支付业务包括境内支付业务、跨境支付业务、支付服务业务，其 2025 年度的支付业务收入为 48.74 亿元。

因此标的公司与拉卡拉之间的相关业务的服务内容、业务模式不同，进一步导致双方收入来源、成本结构均存在较大差异。

2、国家政策影响

根据年度报告等公开信息，报告期内拉卡拉积极响应国家关于金融机构减费让利、惠企利民的政策，向小微商户和渠道让利，使其支付业务的平均费率下降、专业化服务费提高，致使其毛利率降低。

3、业务结构不同

(1)拉卡拉 2016 年渠道收单业务毛利率与标的公司支付技术服务毛利率较为接近，2017 年后渠道收单业务毛利率随着拉卡拉向收单外包机构分润比例提高而有所下降

根据拉卡拉招股说明书（2019 年 4 月 15 日），拉卡拉主要通过通过直营推广和商户拓展服务机构发展特约商户，布放终端机具并完成终端入网，开展收单业务，具体情况如下：

单位：万元

项目	2018 年度	2017 年度	2016 年度
收单业务收入	507,106.64	237,166.23	126,910.57
其中：直营推广	91,572.17	63,024.80	37,622.87
渠道推广	415,534.47	174,141.43	89,287.70
收单业务成本	292,920.46	105,783.56	43,825.70
其中：服务分润	278,377.46	97,440.42	40,024.05
POS 机具折旧摊销	12,490.97	6,946.54	2,580.18
交易通讯费	2,052.03	1,396.60	1,221.47
收单业务毛利率	42.24%	55.40%	65.47%
其中：直营推广	88.37%	90.52%	93.46%
渠道推广	32.07%	42.68%	53.67%

2016 年度至 2018 年度，拉卡拉收单业务毛利率分别为 65.47%、55.40%、42.24%，通过渠道推广的收单业务毛利率分别为 53.67%、42.68%、32.07%，毛利率水平随着渠道分润水平的增加而有所下降，其披露了 2016 年至 2018 年渠道收单业务收入成本结构，具体情况如下：

单位：万元

年份	商户拓展服务金额	渠道代理收单业务收入	占比
2018 年度	278,377.46	415,534.47	66.99%
2017 年度	97,440.42	174,141.43	55.95%
2016 年度	40,024.05	89,287.70	44.83%

2016 年度至 2018 年度，拉卡拉商户拓展服务金额分别占当期渠道代理收单业务收入比例分别为 44.83%、55.95%、66.99%，2017 年度和 2018 年度，服务分润分别较上年增长 143.45%和 185.69%，是收单业务成本上升和毛利率水平下降的最主要因素。

其中，渠道分润为拉卡拉向渠道服务机构采购商户拓展服务支付的成本。拉卡拉采购渠道服务的分润计算方式为：交易规模*（签约费率-基准费率）*分润比例。2016 年度至 2018 年度，拉卡拉给予渠道服务机构的分润水平总体上升，具体如下：

①2016 年度及以前，拉卡拉执行的分润比例基本执行 60%-85%的一般代理分润标准；

②2016 年底起，拉卡拉针对部分对交易规模贡献较大的渠道服务机构推出核心代理分润标准，分润比例区间为 75%-100%；例如，2017 年度，拉卡拉前五大渠道服务机

构已有 4 家执行核心代理标准，使商户拓展服务分润占渠道代理收单业务收入的比例较 2016 年有所提高；

③2018 年度，拉卡拉根据商户拓展行业的市场环境变化，更好地留住优质商户拓展机构，向核心代理机构的分润比例进一步提高，分润比例提升至 80%-100%。

综上所述，2016 年度，拉卡拉与渠道代理商收入比例为 1:0.45，通过渠道推广的收单业务毛利率为 53.67%，与标的公司支付技术服务毛利率较为接近。随着拉卡拉给予渠道服务机构的分润水平总体上升，2018 年度，拉卡拉与渠道代理商收入比例达到 1:0.67，而报告期内收单机构、标的公司收入比例关系为 1:0.32，也导致了其通过渠道推广的收单业务毛利率下降到了 32.07%，低于标的公司支付技术服务毛利率水平。

(2) 拉卡拉持续拓展支付业务收入类型，亦导致毛利率水平有所影响

从 2019 年开始，拉卡拉开始多元化发展，在数字支付业务中，拉卡拉为商户提供安全、便捷、一站式的综合支付解决方案，涵盖线上线下 B2C 支付、B2B 支付、跨境支付、外卡支付等各类场景，主要包括：

①境内支付业务：拉卡拉作为中国银联及主流国际卡组织的成员机构，为商户提供包括境内外银行卡支付、扫码支付以及数字人民币支付的收单服务，获取支付手续费收入。

②跨境支付业务：拉卡拉的跨境支付网络覆盖全球超 100 个国家，打通亚马逊、ebay 等海外主流电商平台，为进出口企业提供全球代收付、外汇管理等一站式跨境资金服务，获取跨境支付手续费收入。

③支付服务业务：拉卡拉为商户和银行提供通讯、清算、会员、专业化运营等服务，获取支付服务费收入。

综上，标的公司支付技术服务毛利率高于拉卡拉收单业务毛利率，主要因拉卡拉向渠道服务商支付更多的分润成本，因此其收单业务毛利率持续下降。与此同时，2019 年后的拉卡拉选择更多元的发展方式，其业务结构与 IPO 期间发生了较大的变化，拉卡拉支付业务收入核算口径主要包括支付手续费收入、支付服务费收入，其中支付服务费收入包括银行专业化服务，商户清算、积分、会员、通讯等服务，拉卡拉的支付业务范围远大于标的公司，其业务结构亦与标的公司存在本质差异，从业务结构层面，两者不具有可比基础。

4、成本结构及内容不同

标的公司支付技术服务的成本由服务商技术服务费、平台运维人员薪酬和云服务采购成本组成。其中，服务商技术服务费系该业务最主要的成本构成，占各期该业务成本95%以上。该成本的发生是标的公司根据终端的商户具有规模小、地域分布广、IT技术支持能力欠缺等特点，需要本地化服务商提供思迅Pay功能的相关技术支持服务所产生。此外，为保证标的公司思迅Pay聚合支付技术服务相关平台的正常功能及服务，标的公司不仅需要租用公有云服务器以实现平台系统的部署，还需要专业技术人员持续维护，来强化系统运行的稳定性和持续性。因此，云服务器租赁费和平台运维人工成本亦为开展支付技术服务的必要支出。

相较而言，拉卡拉作为上游收单机构，其收单业务的成本由专业化服务费、POS机具折旧摊销和交易通讯费构成，与标的公司的支付技术服务的成本构成有所不同。最近三年，拉卡拉成本结构情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
营业成本	414,201.41	402,993.08	425,200.78
支付业务营业成本	379,585.09	375,932.02	381,753.98
其中：专业化服务费（包括渠道拓展费）	369,232.80	362,791.33	366,564.02
折旧与摊销	5,276.33	7,584.12	11,355.49
通讯费	4,880.77	5,458.25	3,758.63
其他	195.18	98.33	75.85

报告期内，拉卡拉年报未单独披露其渠道拓展费成本情况，其专业化服务费（包括渠道拓展费）占支付业务收入的比例与标的公司支付经销商成本占支付技术服务收入比例存在差异，不具备可比性，具体对比差异情况如下：

单位：万元

公司	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
拉卡拉	支付业务收入	487,372.78	516,549.68	517,958.81
	专业化服务费（包括渠道拓展费）	369,232.80	362,791.33	366,564.02
	专业化服务费占支付业务收入的比例	75.76%	70.23%	70.77%
标的公司	支付业务收入	25,117.10	24,817.94	26,237.37
	技术服务费成本	9,468.49	10,345.68	11,622.28

公司	项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
	技术服务费成本占支付业务收入的比例	37.70%	41.69%	44.30%

从整体来看，标的公司与拉卡拉之间的毛利率差异主要系双方处于不同产业链环节所导致的双方收入来源及成本结构存在差异而产生，拉卡拉属于收单机构，直接面向商户收取支付业务手续费；而标的公司系从上游收单机构等客户处获取支付技术服务收入，具体分析如下：

首先，拉卡拉作为专业的第三方支付机构，在业务经营中为实现对中小微商户的覆盖，需借助专业化服务机构来协助其拓展商户，该类机构往往依靠较为丰富的商户资源或潜在可触达商户资源，从而具有较高的收费定价权，因此该类成本金额及其占收入比例相对较高；然而，标的公司实际作为零售门店信息化软件产品和解决方案的提供商，支付技术服务业务的实际服务对象系正在使用标的公司软件产品的终端客户，无需完成额外的商户拓展。与此同时，针对第三方支付业务，由于参与资金结算，拉卡拉还需向银联或网联支付通道使用费，亦会增加支付业务成本。

其次，拉卡拉支付业务成本结构中存在其为商户提供的硬件资产（例如 POS 机等）的折旧摊销费用成本以及通讯服务成本，标的公司所提供的支付技术服务系基于标的公司软件产品应用的外延，标的公司主要是通过自身的软件产品中的思迅 Pay 功能模块帮助零售商户在信息系统层面实现接入商业银行和三方支付机构等收单机构的支付通道的功能，故标的公司在开展软件支付技术服务时不会产生 POS 机具折旧摊销和交易通讯费。

综上所述，报告期内标的公司毛利率高于拉卡拉具有合理性。

（五）标的资产的利润空间是否具有商业合理性

2023 年度至 2025 年度，以通过思迅 Pay 完成的交易流水金额为基础计算，收单机构、标的公司以及服务商在该业务链条中的收入金额及费率情况如下表所示：

单位：万元

主体	项目内容	2025 年度	2024 年	2023 年
特约商户	通过思迅 Pay 完成的交易流水金额①	24,859,188.32	25,418,209.61	25,264,991.54
收单机构	支付手续费收入（含税）②	76,128.06	78,436.38	79,093.88
	终端商户签约费率（③=②/①）	0.3062%	0.3086%	0.3131%
标的	支付技术服务收入（含税）④	23,679.10	25,269.79	26,608.48

主体	项目内容	2025 年度	2024 年	2023 年
资产	标的资产平均费率（⑤=④/①）	0.0953%	0.0994%	0.1053%
	标的资产分成占比（⑥=④/②）	31.10%	32.22%	33.64%
服务商	服务商技术服务费（含税）⑦	9,071.74	10,235.99	11,672.26
	服务商平均费率（⑧=⑦/①）	0.0365%	0.0403%	0.0462%
	服务商分成占比（⑨=⑦/②）	11.92%	13.05%	14.76%

注：1、支付手续费收入（含税）根据标的公司业务系统数据及商户费率情况计算；2、标的公司的支付技术服务收入（含税）为标的公司按有效交易流水计价部分的含税收入金额，不包括额外奖励收入；3、服务商技术服务费（含税）为标的公司向服务商支付的按有效交易流水计算的含税费用金额，不包括额外奖励费用。

报告期内，收单机构为该产业链中的核心服务机构，需直接向商户提供资金的转移与结算服务，并与支付账户机构、银行账户机构、清算机构完成对接并支付相关费用，因此获取的支付手续费收入金额相对较高，支付手续费收入(含税)金额分别为 79,093.88 万元、78,436.38 万元和 **76,128.06** 万元。

标的公司作为支付技术服务商，服务的核心内容为聚合支付技术服务，不负责资金的转移与结算，因此在该业务链条中获取的收入小于收单机构，获取的相对应的支付技术服务收入（含税）金额分别为 26,608.48 万元、25,269.79 万元和 **23,679.10** 万元。

服务商则作为标的公司委托的，专门针对标的公司软件产品中思迅 Pay 服务的技术服务商，主要服务内容为围绕着软件产品中思迅 Pay 功能的调试、配置以及异常问题解决等事项展开，因此其计费方式由标的公司结合其服务内容、市场情况等因素制定，其扣除奖励部分的支付技术服务收入（含税）金额分别为 11,672.26 万元、10,235.99 万元和 **9,071.74** 万元。

综合来看，从各机构收入（含税）金额的角度来看，报告期内，收单机构、标的公司和服务商之间的收入比例关系为 **1:0.32:0.13**，相关收入分配具有商业合理性；从各机构平均费率的角度来看，报告期内，收单机构、标的公司和服务商的平均费率分别为 **0.3093%、0.1000%和 0.0410%**，各类主体平均费率不存在重大异常的情况。

综上所述，结合商户对收单机构、收单机构对标的公司、标的公司对经销商各自的支付标准及制定方式，以及业务链条中各机构的利益分配情况来看，标的公司已获取了良好的收入和利润空间，具有商业合理性。

四、标的资产标准化软件产品是否具备技术壁垒，同类零售软件领域内的竞争格局、标的资产与竞争对手相比是否具备竞争优势；并结合前次 IPO 申报报告期至今软件产品的销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响，补充说明软件产品收入是否存在持续下降风险

（一）标的资产标准化软件产品是否具备技术壁垒，同类零售软件领域内的竞争格局、标的资产与竞争对手相比是否具备竞争优势

1、标的资产标准化软件产品具备技术壁垒

面向零售业的专用应用软件企业的技术壁垒主要形成于长期专注于行业特性、客户需求的研究及探索过程。我国零售业形态复杂，软件开发商在产品开发过程中需要充分理解各层次、各业态的终端用户需求，形成其在行业内的技术沉淀及经验积累，并及时转化为软件产品技术或功能方面的优势。具备丰富经验和技术积累的开发商往往已形成完善的行业知识库和与之相对应的数字化解决方案，在新产品开发过程中通过运用已有解决方案及思路可以大幅提升软件的开发效率，从而在行业竞争中取得优势。

自设立以来，标的公司一直秉承帮助线下实体门店实现全数字化运营管理并向智慧门店转型升级的理念，以零售行业中小微企业为目标客户群，从事标准化管理软件产品的研发和销售，标的公司标准化软件产品具有明显的技术优势及壁垒。

（1）专门针对零售业使用场景设计的底层技术

标的公司致力于为中小微企业构建标准化、低成本、简单易用的 IT 系统。标的公司产品开发主要采用“短平快”的技术路线，以节约系统建设和使用成本为导向，采用“重客户端、轻服务器”的轻量化设计思路，力求在满足中小客户功能性能需求的前提下，将整个系统用尽可能少的硬件投资搭建起来。标的公司的 C/S 及 B/S 产品设计均采用标准两层结构（服务器-客户机）或三层结构（数据库服务器、应用服务器、客户机），并多采用本地化部署；同时，标的公司通过构建类似于思迅支付平台、微商店平台等公有云服务，供标的公司各类产品接入，为所有中小微思迅用户提供灵活且低成本的云功能扩展，在功能、成本、扩展性、维护性等方面取得平衡。

标的公司产品可基于硬件配置较低、网络环境较差、智能外设丰富的环境下使用，并且同时具备运行速度快、稳定性强、故障率低、功能丰富、适用业态广等特点，亦具备独有的核心技术和技术壁垒。

例如，标的公司“思迅多平台智慧零售终端技术”，具有专门针对零售业使用场景

的健壮性设计，对低配置硬件、低速网络、易掉电环境、误操作等情况有多重安全设计保障，可保证交易数据完整性；标的公司“SOOP 在线运营云平台”，在简化项目的多组件集成和部署的基础上，具备容器化部署、消息队列技术，具有可伸缩的支撑能力，能支持千万级的突发交易流量；标的公司“智能促销引擎”，则依靠标的公司近二十年行业经验积累，通过独特的计算引擎，可高效正确进行多优惠叠加运算，智能识别当前最优优惠促销处理，给客户推荐最优选择，对零售业促销方案提供完整的产品支持。

（2）面向多类型零售业使用场景的综合技术解决方案

标的公司自成立以来即专注于软件产品开发、销售及相关技术服务的 IT 综合服务领域，深耕零售专业软件行业多年，有着深厚的技术沉淀，是国内“国家级高新技术企业”和“深圳市专精特新中小企业”，子公司思迅网络亦为高新技术企业，同时也是深圳市工业和信息化局认证的“深圳市专精特新中小企业”。标的公司始终坚持研发创新、产品创新，多年来积累了丰富的行业及技术经验，拥有以“商云智慧零售产品”、“思迅 Pay 聚合支付技术服务平台”、“天店 SaaS 云平台”等为核心的自主知识产权技术平台及产品模型。同时，经过多年来持续研发投入和行业积累，标的公司已形成了一系列具有竞争力的核心技术和综合解决方案。截至报告期末，标的公司拥有 **175 项** 计算机软件著作权和 14 项发明专利，已形成智能促销引擎、思迅多平台智慧零售终端技术、BI 数据挖掘平台、混业经营支撑系统、支付交易引擎、支付安全监测技术等多项核心技术，为标的公司业务发展提供了充分的技术保障。

综上，标的公司为保持先进的技术水平以及持续的研发能力，紧跟市场需求发展新形势，需要加大关键技术研发投入与产品结构升级力度，不断提高标的公司产品的技术壁垒，增强标的公司竞争力，标的公司标准化软件产品具备独有的核心技术和技术壁垒。

2、同类零售软件领域内的竞争格局

（1）总体竞争格局

标的公司主要为零售商户提供数字化转型相关的软件产品及服务，归属软件和信息技术服务行业中的专用型应用软件行业。从发展进程来看，专用应用软件的出现与发展跟我国各产业的数字化转型紧密相关。在零售领域，由于近十余年来国民经济的快速发展和互联网、云服务等技术的广泛运用，社会零售规模爆发式增长，零售应用软件市场经历了快速但相对粗放式的增长过程。

同时，由于我国零售业态呈现规模巨大但分布散、层次多的局面，相应的零售应用

软件行业市场集中度较低。尤其对于数量庞大、分布更为广泛的中小微企业，行业渗透率较低，行业内部竞争更为激烈。根据国家市场监督管理总局统计数据显示，截至 2025 年 5 月底，全国登记在册个体工商户达 1.27 亿户，同比增长 1.0%。

未来，伴随着监管政策的不断落实，行业开始由过去的粗放式发展模式进入相对可持续发展的模式，规模较小的零售软件开发商由于缺乏足够的产品开发经验和经销商渠道，将加速淘汰，从而促使行业的市场化程度和市场集中度逐步提升。

（2）同类零售软件主要竞争对手及选取标准

标准化专用应用软件产品领域依托我国零售业态，呈现出低集中度的市场特征，领域内头部企业的市场份额均占比较低。因此，在选择标的公司主要竞争对手时，通过行业聚焦度、产品相似性、目标客户匹配度、市场覆盖率与影响力、技术路线可比性、商业模式趋同性等维度进行筛选，其中各维度的主要考虑因素如下：

维度	考虑因素
行业聚焦度	是否专注于零售、餐饮等与标的公司核心业务重合的垂直领域
产品相似性	是否提供与标的公司相似的标准化、可复制的专用管理软件
目标客户匹配度	主要服务对象是否为中小商户、连锁门店等标的公司的核心用户群
市场覆盖率与影响力	在全国或重点区域是否具备较高的品牌认知度和装机量
技术路线可比性	是否采用 SaaS、本地部署或混合模式，能否实现与标的公司产品的功能对标
商业模式趋同性	是否通过软件销售、代理加盟、订阅服务等标的公司类似的方式拓展市场

经上述标准选取出的标的公司主要竞争对手涵盖深圳市科脉技术股份有限公司（以下简称“科脉技术”）、深圳市智百威科技发展有限公司（以下简称“智百威”）、准动网络科技（厦门）有限公司（以下简称“准动科技”），主要竞争对手情况如下：

A、科脉技术

科脉技术成立于 1999 年，总部位于深圳。科脉技术聚焦零售与餐饮行业，利用移动互联网、云计算、大数据、人工智能和物联网等先进技术，为企业提供收银管理系统、聚合移动支付、全渠道营销及大数据运营等数字化全方位服务，在全国拥有 1,000 多家销售网点，终端用户超过 40 万。科脉技术 2015 年在新三板挂牌上市，于 2020 年 10 月摘牌。

B、智百威

智百威成立于 2003 年，总部位于深圳，是国内商业信息化、数字门店方案供应商与践行者。智百威是国内商业信息化、数字门店方案供应商，可为零售企业提供信息化管理软件、聚合支付、全渠道营销及运营等数字化全方位服务，并为客户提供从管理咨询、移动支付、设备采购、系统集成到技术服务的全方位解决方案。智百威在全国拥有 1,000 多家合作伙伴，销售服务网点布局全国，累计服务商户超过 40 万。

C、准动科技

准动科技成立于 2010 年，总部位于厦门，其旗下产品“银豹（PosPal）”是其知名软件品牌，拥有收银系统、云后台、小程序、AI 收银、店长 App、微店、营销通 CRM、智能厨显等产品。准动科技员工近 500 人，在全国拥有 2000 多家合作商，市场遍及 300 多个城市，并以银豹海外版，顺利进军东南亚、欧美、澳洲等近 110 个国家和地区，全球拥有 240 多万注册用户。

综上所述，标的公司主要竞争对手的选取已基本覆盖行业内主要竞争企业。

3、标的资产与竞争对手相比具备竞争优势

整体来看，标的公司作为零售流通信息化解决方案行业内的龙头企业，与主要竞争对手的比较情况如下表所示：

竞争对手	典型管理软件产品	产品特点	主要竞争力
科脉技术	云鼎、钱鲸云、云帆、蛙笑、云蛙、小蛙等	主要为 C/S、B/S 结构产品，具有 SaaS 产品	拥有 1,000 余家销售网点，累计服务终端商户超过 40 万
智百威	智云 Pro、智鼎、9000V6 等	主要为 C/S、B/S 结构产品，具有 SaaS 产品	拥有 1,000 余家合作伙伴，累计服务终端商户超过 40 万
准动科技	银豹（PosPal）	主要为 SaaS 产品	拥有 2,000 余家合作商，全球拥有 240 多万注册用户
思迅软件	商旗、商云 X、eShop、天店等	主要为 C/S、B/S 结构产品，具有 SaaS 产品	拥有 2,000 余家合作伙伴，累计服务终端门店超过 70 万

数据来源：官方网页及其他公开信息。

（1）产品技术优势

标的公司主要核心技术相较行业内的产品具有良好的竞争优势，标的公司产品的设计目标，是向中小微商户提供易学、易用、高效、低成本的产品；同时满足代理商对于产品快速部署、少培训、易维护、低故障的需求，通过标准化服务体现代理商服务价值。

目前，我国中小微商户仍普遍存在从业人员年龄跨度大、IT 知识储备不足、IT 设备配置较低且多样化、使用环境拥挤等特点，对软件产品的顺利实施与稳定运行有较大

考验；并且，在实现门店数字化过程中，用户往往一方面追求业界流行技术或解决方案（如直播或智能硬件），另一方面又存在预算及人员技能受限的情况。对前述情况，标的公司经过 20 余年稳定发展，建立了丰富的解决方案、行业知识库和产品应用程序框架、开放式扩展平台，产品具备运行速度快、稳定性强、故障率低、扩展功能丰富等特点，在业界拥有良好口碑，已形成了思迅多平台智慧零售终端技术、智能促销引擎、交易数据通讯引擎、IDSS 数据智能调度技术等独有的核心技术和技术壁垒。截至报告期末，标的公司拥有 14 项发明专利和 175 项计算机软件著作权，为标的公司产品提供了充分的技术保障。

标的公司软件产品的技术先进性或创新性具体体现如下：

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
1	智能促销引擎	营销及促销支持	<p>①促销是零售从业者提升经营业绩的主要方法之一，尤其中小微商户缺乏相关专业知 识，多依靠软件产品中搭载的功能实现。此外，不同细分行业下适用的促销优惠方案不同，因此促销活动设计、各促销方案取价规则设计有着非常严格的要求。</p> <p>②目前，市场中大部分软件厂商服务商户数量有限，尚未形成成熟、高效的算法逻辑以支撑多类且有效的促销方案。此外，受基础开发框架的影响，每增加一种促销逻辑，需要在各类软件产品及对应的多种终端类型（POS 机、自助、移动终端等）上重复做多次工作。在出现 bug 时，同样需要在各终端产品上修订代码，工作效率相对较低。</p>	<p>①标的公司基于多年以来大量用户的长期实践方案的积累，借助智能促销引擎技术可使软件产品集成数百种不同促销优惠处理逻辑，并实现智能计算判断商品最优优惠价格处理。</p> <p>②此外，促销方案或逻辑的每一次更新可实现于所有产品之中，所有终端可同步获得新业务功能；bug 修复也可做到同样便捷、高效。</p>	<p>①独有促销计算引擎，支持多优惠叠加运算，可智能识别当前最优优惠促销方式或组合，给客户推荐最优选择，可在不影响产品运行效率的情况下丰富产品的功能；</p> <p>②支持跨平台应用，包括 Windows、安卓、iOS、微信小程序等多种应用平台上的消费终端均可以共享，提升应用系统开发效率；</p> <p>③可实现一次开发多产品可用，提高新业务推广速度，增强产品竞争力；</p> <p>④减少维护复杂度，降低成本。</p>
2	AI 推荐算法引擎	营销及促销支持	<p>目前，行业的主要软件产品以完成销售结算流程为主，不具备直接向消费者进行商品推荐的技术或功能。在中小微商户经营过程中，向消费者推荐商品的类型或品名，基本上由经营者通过自主分析后做出，随后以店内海报或微信群营销等方式传播，且对所有消费者提供的是相同的推广信息。</p>	<p>标的公司的 AI 推荐算法引擎通过自主开发的推荐算法模型，可从用户历史数据中分析特定消费者或消费群体的喜好，并根据设定的规则，在客户可触达点（包括 POS 端、自助端、微信会员端等）向其推荐最有可能购买的商品，最大可能促进交易，同时为商户及消费者提供创新价值或带来良好的体验。</p>	<p>①采用深度学习模型，结合线性模型的记忆能力和 DNN 模型的泛化能力来提升模型的整体能力；</p> <p>②可对接和转换多类异数据源，可实现跨平台处理数据；</p> <p>③利用内存数据库技术，提升大数据下的处理效率；</p> <p>④具有标准化接口，可与 CS/BS 产品进行无缝集成。</p>
3	思迅多平台智慧零售终端技术	应用程序开发、终端兼容性	<p>①随着零售业销售场景及收银解决方案的不断变化，软件产品需要一定程度上能够支持系统、功能各异的智能硬件，同时能紧跟各细分行业发展状况，实现</p>	<p>标的公司近年推出的多款产品，在前端应用中均使用了自主开发的多平台智慧零售终端技术。基于这种应用程序开发框架，标的公司能够快速实现特定行</p>	<p>①标的公司经过多年技术积累，已形成成熟的技术开发框架，可覆盖终端硬件市场数百种主流商业零售终端硬件，包括人工收银机、自助零售终端、移动 POS 机、PDA、手</p>

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
			<p>软件相关功能的快速开发及良好适配。</p> <p>②本行业的新进入者和小型企业，需要花大量时间、人力成本不断对前端软件产品进行开发以适配各类硬件。由于知识储备或者技术上的限制，大多尚未形成成熟的开发框架，在产品开发过程中仍要重复做很多工作，产品在兼容性、升级能力上亦存在很多限制及不足。并且，即便是现有市场中的成熟软件产商，产品一般也仅可实现数十种终端硬件适配，无法满足商户多种销售场景的使用需要。</p>	<p>业、特定产品和特定硬件的零售前端应用程序框架的搭建和适配，加速开发新应用开发。可比同行更快推出适用于新行业和新的智能硬件的解决方案，同时在开发成本、质量和可维护性上取得优势。</p>	<p>机收银、PC 秤、智能秤、条码打印机等以及各类新兴的智能零售硬件，使得标的公司软件产品功能丰富度、质量与稳定性处于行业领先水平，可为商家提供更优良的零售收银解决方案和体验；</p> <p>②内置丰富的底层通用功能，如通讯、权限、日志等，可为各种业态提供不同的功能搭配组合，形成最能适配本行业的终端应用；</p> <p>③该技术具有专门针对零售业使用场景的健壮性设计，对低配置硬件、低速网络、易掉电环境、误操作等情况有多重安全设计保障，可保证交易数据完整性；</p> <p>④使用本技术可大幅提升适配新型终端的效率，减少 60%以上的代码开发量，同时能保障底层技术的稳定性和功能一致性。</p>
4	BI 数据挖掘平台	数据整合运营支撑	<p>①零售客户在实际业务中费时费力，无法跟上业务和市场的快速变化，更无法有效支持管理决策。</p> <p>②零售客户因数据量大，传统目前系统计算能力无法满足，导致决策者许多想法都无法得到数据支撑。</p> <p>③企业的经营环境变化，管理者的视角在变，每时每刻的问题在变，系统报表跟不上需求变化的速度，而 EXCEL 的数据处理能力有限。因为当前系统的限制，仅实现数据的统计就耗费了大量的精力，无法深入分析，而数据仅仅体现在静态的报表上，根本无法去驱动运营。</p> <p>④数据孤岛：POS、ERP、会员等系统各</p>	<p>①BI 数据挖掘平台为解决现有社区便利店超市等零售企业目前系统，面向复合型报表管理系统数据挖掘分析业态而生，支持各业务模块数据协同模式，弥补目前产品中报表面化管理的不足，更趋于市场现有的 IT 解决方案，解决目前零售、轻餐饮、生鲜、移动办公、线上线下高度融通的多业态融合的报表分析及数据营销管理报表分析，为管理者带来更精细化的管理模式；</p> <p>②更贴近市场发展趋势使得产品更稳定，低成本的部署降低 IT 运维费用，减少运维成本。</p>	<p>①跨平台操作系统适配性及性能提升，针对大流量数据传输处理的场景，使用 CDS 数据集处理服务（Centralized Data Service），对不同传输点输入的数据进行集约化处理，服务器资源进行统一分配管理，有效提升应用系统数据传输的准确性、高效性。</p> <p>②引入响应式框架 VUE，前后台分离式部署开发，界面高度统一，可同时分发多个产品使用，缩短开发周期，减少重复性工作不同维度的展示数据间直通，颗粒度由粗到细。</p> <p>③业务后台前端使用 EasyUI 前端框架，jQuery 脚本框架技术，使得产品更稳定，低成本的部署降低 IT 运维费用，减少运维成本。</p>

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
			报表独立呈现，无法集成企业提供全局的视角并经常出现数据“打架”。		④报表模块化程序模式，在数据方面除安全、易维护等优点外，更简化、快捷的处理微商城、大屏营销程序等对于数据的读写，在报表分析及数据处理时效率提升40%，占用系统资源减少20%。
5	SOOP 在线运营云平台	在线平台运营及维护、生态拓展	<p>①线上商城是一种基于互联网的销售模式，可为商家和消费者提供了更加便捷、高效的交易方式。</p> <p>②但由于线上商城是面向终端消费者的应用，用户数量远高于普通的管理信息系统的用户，例如“秒杀”等功能会瞬间给平台带来海量用户访问，因此在平台接入能力和响应速度等方面向软件商技术水平及运维能力提出了较高的挑战。</p> <p>③目前，受限于技术能力、客户群规模与投资成本限制，大部分同行没有自研线上商城系统及平台，使得商户不得不选择其他线上运营商的平台，与线下IT系统分离、各自运营。这种方案的问题在于信息无法同步，两套系统中商品库存、价格变更、新品上架等都依赖人工分别进行维护，容易出现缺货售卖、线上线下价格不一致形成争议等情况，影响客户体验和业务扩展。</p> <p>④此外，即便是具备平台化解决方案的企业，往往存在平台的功能对接能力有限、流量承载力较低等问题。</p>	<p>①SOOP 在线运营云平台是思迅的小程序应用基础平台。基于该平台开发的线上商店、会员运营、商户门店管理系统等产品，能与标的公司线下软件及 SaaS 平台无缝衔接，实现线上线下共享商品、库存与会员优惠措施，形成闭环，为商户打造全渠道运营能力。</p> <p>②此外，本平台具备容器化部署、消息队列技术、搜索引擎等，具有可伸缩的支撑能力，能支持千万级的突发交易流量。平台终端具有微信小程序、支付宝小程序、抖音小程序等交付形态，为商户提供主流线上渠道运营能力。</p>	<p>①简化项目的多组件集成和部署，易搭建、易开发、易维护；</p> <p>②采用搜索引擎技术实现高级商品搜索、精确匹配，同时处理日志和分析日志、报表分析等功能；</p> <p>③以流量为切入点，从流量控制、熔断降级、系统负载保护等多个维度来保护服务的稳定性，有效提高应用服务容错能力；</p> <p>④采用容器化部署，实现自动装箱、服务自愈、水平扩展、服务发现、异常快速回滚、负载均衡等功能；</p> <p>⑤使用消息队列技术实现服务解耦，同时异步提升效率、流量削峰等功能；</p> <p>⑥实时数据分析客户画像、会员画像，更高效地协助客户营销。</p>

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
6	混业经营支撑系统	跨行业运营支撑	<p>①零售行业根据主要经营品类的不同可进一步细分为多种业态，虽然核心经营方法和管理流程类似，但仍存在各自的特色化管理需要，例如化妆品店有会员肤质信息、母婴店要对应婴幼儿年龄及成长变化等相关解决方案。对于跨业态经营的商户，希望能用一套标准的管理软件解决旗下多类店面的经营需求。但实现此类有混业经营支撑力的产品，需要面对商品和会员档案定义复杂、后台营运与营销功能差异大且通用性较低、零售终端业务功能离散度高、维护与变更工作量大、产品运行效率低等多方面问题。</p> <p>②因此大多数软件企业的解决方案是开发多款产品，以对应不同细分行业的需求。对于跨业态经营的商户，若上线多个产品将面对管理成本较高、信息汇总效率低等问题（如总体经营信息要从多个系统采集、人工汇总）。</p>	<p>标的公司能够通过统一产品平台提供适用多业态的轻量级终端和管理后台，可用于支撑同一营业场所下不同业态的商店的经营与决策。该系统管理平台界面统一，通过权限和配置进行数据隔离与功能区隔，易于维护。此外，该系统增强了 SaaS 零售系统的商业适用范围，减少商户在系统选型、对接和维护上的困难。对于涉足多业态经营的中小型零售商户等具有较高的适用性。</p>	<p>①基于虚拟服务器应用云处理，为复杂业务提供资源与流量匹配的高效运算能力，避免过度或不足配置对业务造成影响，大幅提高了混业经营数据的处理效率；</p> <p>②解决同类型经营终端的差异化经营权限问题、经营调度工作混乱问题以及等级划分和平衡调度问题，经营值分析算法在同行业处于领先水平；</p> <p>③运用终端经营值等创新技术，依据经营值将经营区域划分等级，对于不同等级的经营终端针对产品分配、产品上新、产品调货、产品退换等采取不同的策略，具备标准化、流程化、精准化、可量化等显著优势；</p> <p>④统一管理平台界面，并有效平衡维护成本与专业性功能，易于运营。</p>
7	IDSS 数据智能调度技术	在线平台运营及维护	<p>①在线平台系统要同时服务数以万计的用户，数据访问量巨大、增长速度快，用户分组分库是必要手段。巨大的用户量集中在营业高峰时段使用平台，会形成 IT 资源竞争，时常出现店铺收银卡机或是后端单据无法保存等情况，影响商户经营。如果扩充硬件和网络，又会大幅度增加平台方经营方的成本。</p> <p>②业内企业多利用人工分库，工作量大</p>	<p>①标的公司的 IDSS 数据智能调度技术是一种在海量数据访问场景下，对不同场景下的数据采用多种策略进行智能存储、分配和调度的技术。可实现服务器资源有效分配，避免因为数据不平衡导致的访问瓶颈与挤兑占用，有效提升服务器运行的稳定性。</p> <p>②标的公司以更少的 IT 资源，即可保障更大规模用户量的平稳运营，在 IT</p>	<p>①具有智能算法分库，根据用户规模、应用类型自动分配数据存储地，避免因数据不平衡导致的性能瓶颈，从而提升服务器资源利用率，减少单位用户的算力需求，可降低终端商户硬件投入成本；</p> <p>②采用 RWSE 读写分离引擎，可通过 DMS 数据服务同步数据，读、写互不影响，降低软件实时交易下数据库资源的竞争，有效提高产品运行效率及稳定性；</p>

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
			且存在不及时和漏错情况，导致成本高企和用户体验差。	资产的利用率及成本节约方面达到业界领先水平。	③采用多队列技术和分布式高并行算法处理数据查询和更新请求，可对大批量数据同步更新的场景，对不同数据更新请求进行统筹化管理控制，请求与传输依次、分批处理，大幅度缩短高峰时段长查询的响应时间； ④采用独创的流量调度计划，可针对高并发大流量数据的访问场景智能分配服务器资源，优化访问体验。
8	交易数据通讯引擎	信息传输效率	①在产品运行中，POS 前台要从后台获取商品名称、价格、会员等数据以支持销售行为，同时要将完成的交易数据发送回后台汇总、统计及分析，以确保多端信息同步。在传输效率以及及时性得不到保障的情况下，会导致前台卡慢、数据不一致、价格执行错误等严重影响。 ②目前，行业内大多产品的数据传输受网络影响波动很大，多数不支持网络离线销售，或是仅支持离线下的简单业务，对于促销等无法处理，实用性有限。	①标的公司产品通过自主研发的通讯引擎技术，可有效提高 POS 系统与远程服务器之间数据交换的效率，减少对网络的依赖，可提高收银效率。在高峰时段和平时的交易完成速度基本一致，无明显差异。 ②而且经通讯引擎技术优化后传输数据量大幅度减少，数据传输更快速、稳定，数据一致性高，可使商户以较低的服务器硬件和网络投资获得更强大的接入能力，节约商户投资。	①通过该技术 POS 前台可依据用户情况依靠特定算法个性化下载数据，并完成定时交换，缩减 POS 前台下下载数据信息时的流量消耗，降低对网络带宽的需求，控制使用成本。通过该技术可减少 70%的数据传输量，减少一半以上传输时间，同一硬件和网络条件下的系统的接入能力可提升 50%； ②该技术通过对 POS 终端进行用户分析和流量追踪，可对 POS 的流量进行监控，选取优质通信节点，满足了在低流量下实现数据传输的需求； ③该技术令零售终端具备网络容错能力，离线断网时可使用大部分零售功能，且能识别促销等优惠，可用性强。
9	数据库数据压缩	在线平台运营及维护	①数据冗余多、存储成本高，多租户空间浪费严重，业务扩张需频繁新增硬件。 ②高峰期收银易卡顿、日常查询慢，受 I/O 瓶颈制约，影响支付流畅性。 ③早期压缩方案(如应用层压缩)耗 CPU、兼容性差，原生压缩功能未启用。 ④存储扩容频繁且影响营业，备份恢复	①存储优化：数据体积大幅缩减，冗余空间减少，存储成本降低；多租户空间利用率提升，同服务器可承载更多商户，无需新增硬件。 ②性能提升：高峰期收银响应快、无卡顿，结账效率高；日常查询（如商品销量）秒级出结果，无性能衰减。	①结构级深度压缩：通过行、前缀、字典三级算法优化数据页，缩减重复字段冗余，从存储底层解决体积问题，应用层无感知。 ②性能成本双优：减少磁盘 I/O 的同时不影响索引效率，既提升收银响应速度，又降低存储成本，无需额外硬件即可承载更多租户。

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
			慢，维护操作易干扰业务。	③运维简化：存储扩容频率降低、周期延长，维护操作（如索引重建）耗时短；备份文件小、恢复快，业务中断少。	③引擎原生集成：与 MSSQL 事务、备份等核心模块无缝协同，无需第三方工具，压缩/恢复流程兼容原生操作，运维简单。 ④智能动态适配：根据数据特征自动选择最优压缩方式，数据更新时动态维护压缩率，避免性能损耗。
10	在线分析 冷热数据 分离	在线平台运营及维护	①历史与实时数据混存，分析查询（跨月汇总、同期明细）耗时久，调维度更慢。 ②核心库数据膨胀，资源高占用，历史查询抢资源，导致收银延迟、交易失败。 ③冷热数据不分，高存储成本却低效率，浪费高性能存储资源。 ④分析工具难支撑灵活决策，合规查询（历史账单）繁琐耗时，运维扩展复杂。	①查询高效：历史分析（跨月销售、同期明细）秒级响应，无需等待；长尾查询不占用核心资源，不干扰实时收银。 ②核心减负：核心库数据量缩减，CPU/内存占用下降；表结构维护（如加字段）耗时短，不影响支付。 ③业务提效：财务结账周期大幅缩短，无需加班；合规查询（历史账单）几分钟完成，应对审计快。 ④运维灵活：部署简单、维护工作量少；业务扩张时新增分片即可支撑数据增长，无需改变查询逻辑。	①列式+向量化执行：按列存数据减少 90%+I/O，结合 SIMD 指令批量计算，复杂分析（跨月汇总）达亚秒级响应。 ②分布式弹性扩展：无共享集群设计，数据自动分片，新增节点即可线性支撑 PB 级数据，无需改变查询逻辑。 ③冷热智能分层：通过 TTL 策略自动将冷数据迁移至低成本存储，平衡存储成本与热数据查询性能。 ④实时写入+异步合并：数据写入无锁追加，后台异步优化文件布局，兼顾写入效率与查询有序性。 ⑤多维查询加速：依托稀疏索引、跳数索引过滤无效数据，自适应连接算法优化多表关联，查询效率高。 ⑥高可用容错：异步多主复制，节点故障自动切换，恢复无需人工干预，不影响业务连续性。
11	新一代 SaaS 产品 框架	基于云计算的软件即服务型智慧零售产品框架	SaaS（Software as a Service，软件即服务）是一种云计算产品，它允许用户通过互联网访问由 SaaS 供应商基于云的软件，目前市面上大部分 SaaS 行业产品，仍采用比较老旧的技术框架，虽然	标的公司凭借多年的行业经验与深厚的技术积累，对原有 SaaS 产品技术底座进行全面重构与升级，成功打造新一代 SaaS 产品框架。基于该框架研发的 SaaS 产品具备四大核心优势：	①采用 .NET Core 技术框架与开源数据库，实现了跨平台部署能力，有效减少对商业数据库及操作系统授权的依赖，显著降低企业运营成本； ②.NET Core 相较于 .NET Framework 具备显

序号	技术名称	应用方向/ 产品性能	同类技术或功能的行业比较情况		标的公司技术先进性或创新性
			行业现状	标的公司现状	
			<p>在企业级应用中具备稳定性与成熟生态支持，但在当前技术演进和云原生趋势下，存在以下几方面不足：</p> <p>①平台绑定严重，跨平台能力差：依赖 Windows 生态，限制了部署的灵活性；</p> <p>②高成本问题突出：商用数据库许可费用昂贵，操作系统授权成本高，不利于 SaaS 模式下的低成本快速复制与扩张；</p> <p>③可扩展性受限：关系型数据库更适合单机性能提升，水平分片、读写分离实现复杂且成本高，缺乏分布式数据库原生支持：面对海量租户数据时，分库分表方案不如 MySQL 等开源数据库成熟灵活；</p> <p>④DevOps 与云原生适配差：发布周期长：Webserver 托管、DLL 更新、GAC 注册等流程繁琐，不利于持续交付。</p>	<p>①跨平台支持与灵活部署能力；</p> <p>②显著降低商业依赖，实现低成本运营；</p> <p>③卓越的性能表现与高吞吐处理能力；</p> <p>④更强的多租户架构支持，全面提升多商户场景下的稳定性与可扩展性。</p>	<p>著的性能优势，内存占用更低、请求吞吐量更高，相同服务器配置下提供更出色的处理能力，更好地支持高并发、多租户业务场景；</p> <p>③基于 Kubernetes 容器编排平台，实现 Web 服务的自动化部署、多节点智能调度、负载均衡、故障自动恢复及零停机发布，全面提升系统可用性与弹性，显著降低运维复杂度和运维成本；</p> <p>④全面支持华为 GaussDB、阿里 PolarDB、OceanBase 等主流国产数据库，打破国外技术壁垒，积极拥抱国产化信创生态，助力企业实现安全可控与自主可信的技术转型；</p> <p>⑤利用成熟的数据同步技术，实时高效在异种数据库间同步数据，有效构建读写分离架构，显著提升大数据查询性能，为用户提供更流畅、更高效的使用体验。</p>

除上述主要核心技术带来的竞争优势以外，标的公司亦通过其他技术及创新，使标的公司在产品功能或技术上具有明显的创新特色及优势：

序号	产品性能	性能的内容	行业比较	
			行业主流	标的公司技术及创新
1	数据日结效率	门店营业数据日结是商户日常工作中的一个重要环节，是经营分析报表的重要数据来源。在各种复杂的业务场景中保证商品成本数据的正确计算，为商家提供准确的营业报表，并同时缩短日结时间、提升日结效率，是体现产品性能优势的关键内容之一。	行业内大多数产品，针对先销后进、负库存销售等异常业务的成本计算纠错能力较弱，容易出现异常成本。同时，产品一般采用单线程日结的方式，针对营业数据较多的客户，其日结时间较长，影响用户工作效率及使用体验。	①标的公司产品集成的独立日结功能，是标的公司研发创新的一种先进的日结模式。该日结功能引入成本重结转的概念，针对先销后进、负库存销售等异常业务有较好成本纠错能力，确保了商品成本计算的正确性； ②标的公司通过使用多线程技术，可针对多门店进行并发日结，极大提升了数据日结性能，减少用户等待时间，提升了工作效率； ③该日结功能为独立组件，一次开发更新，自动升级，所有产品可同时获得新的业务功能扩展，能避免重复开发，提升了研发效率。
2	非标品的销售	超市行业除销售具有标准条码的标品以外，一般还售卖多种类生鲜、肉类等非标品。	行业产品通常的解决方案为商家一般配备条码电子秤，先由专人操作，对于非标生鲜品包装后预先称重，并打印专用条码，再在收银台通过扫描识别生鲜专用条码，换算出品种、数量和金额。在该操作方案下要求电子秤操作员记忆大量商品的编码，且结算效率较低。	标的公司产品利用 AI 智能识物技术，并将软件产品与称重设备终端对接，可快速、正确地识别商品并完成销售。也即，借助标的公司的解决方案，商户无需单独设置人工识别商品，无需对非标品提前打秤，直接在收银时便可同步实现产品的识别、称重、计价，大大简化了操作流程，令收银效率得到了极大提升。
3	手机管店	手机管店是指使用一台手机完成店铺的大部分日常管理工作，与传统电脑互补，为商家提供高效的店铺管理方案。对应手机管店 APP 提供的功能越全面、操作越便捷，店铺管理工作则越高效。	受限于技术能力与投入成本限制，行业内大部分企业没有自研的手机管店 APP，无法为商家提供高效率的移动管理方案。	标的公司基于自身技术积累及对行业的深入理解，通过自研的店 E 宝、商云管家等程序，可提供新品申请、商品维护、商品调价、传秤、采购、批发、调拨、盘点、会员管理等功能，同时提供各类经营分析报表，全面覆盖店铺的主要日常管理工作，能够为商家提供高效的移动办公方案，提升商家店铺管理效率。

序号	产品性能	性能的内容	行业比较	
			行业主流	标的公司技术及创新
4	浏览器 DB 级数据缓存	浏览器 DB 级数据缓存,其核心是运用 Indexed DB 技术在浏览器端构建一个本地数据库,用于存储大量结构化数据。它将那些不常变化但需要频繁使用的数据缓存在本地,使得应用在启动时可直接从本地加载资源,避免了不必要的网络请求,从而极大提升了应用的启动效率与整体响应性能。	行业内大多数产品采用将数据存储在远端数据库的方案,数据同步依赖浏览器通过 API 进行请求。但在实际运行中,过大的数据请求量或不稳定的网络环境,不仅会造成功能响应延迟,也通常使得应用系统服务器承受较大负载。	标的公司基于对行业功能场景的深刻理解,对系统数据进行了拆分剖析,针对那些常用但修改频率低的数据,创新性地采用了浏览器 DB 本地缓存技术,并将其融入系统档案、单据及报表功能中,实现了关键操作的即点即开。此举从根本上消除了因网络不稳定或数据量大导致的长等待问题,使系统操作实现了无缝加载与流畅运行。
5	AI 客服	AI 客服整合思迅内部技术支持问题知识文档,产品手册、在线文档等多种知识内容,结合 AI 模型的自然语音处理,提供 7×24 小时精准问答服务,同时也支持复杂问题无缝转人工,会话记录智能归档;新文档内容知识库知识动态更新。	行业主流客服仍多以人工客服为主,部分会使用程序实现少部分流程自动回复,人工客服与 AI 客服的对比情况如下: ①人工客服客户服务效率低:响应速度慢,无法 24 小时在线值守,且客服人员知识滞后。 ②人工客服人员培训成本高:传统客服需要进行相当成本的培训才能适应岗位。 ③AI 客服更准确、全面:AI 可以不断学习新的行业知识,且学习后知识涵盖范围更加全面,成本更低。	融合多种形式的文档,消除内部文档间形式不同的壁垒,知识库内容均来自思迅多年积淀的经验技术、文档手册,结合 AI 的自然语音处理模式,通过自然语言处理(NLP)与多轮对话管理技术,实现 7×24 小时客户咨询的自动化响应。AI 客服不仅能够即时解析用户意图(如问题咨询、操作疑问),还能通过知识库内容不断更新,不断完善和优化,在对 AI 客服回答结果有疑问,还可以转接人工客服帮助。
6	AI 助手	AI 助手以让用户的日常操作更加便捷为核心,在用户日常的做单据、录商品等方面,融合入 AI。通过如拍照识别、语音录入等多模态交互方式,解放用户双手,提高用户效率,重构传统的单据模式,不仅免除手工录入负担,更避免因信息人工错漏风险。	行业主流单据的录入、商品信息的新增仍是以人工操作为主,此种方式低效,易出错,不仅有工人工负担,还有出错可能性。替换为 AI,让 AI 成为业务人员的“智能同事”,则可以重塑高效、低错的作业模式。	多模态交互与智能解析技术,重构传统录单流程,保证高精度的同时将录入时间从 5 分钟缩短至 10 秒以内,效率提升 30 倍;依托大模型语义理解能力,支持语音、文本等多渠道输入。AI 通过意图识别、实体抽取等技术,将用户口语化指令,自动转化为结构化数据,实现“对话即开单”
7	AI 顾问	AI 顾问打通客户数据通道,整合思迅平台大数据及行业基准数据,通过智能分析生成可执行的业绩提升策略。	行业通常的方案是通过系统的统计数据、数据报表、图表等内容来分析和决策,缺乏不同方面的数据支撑,数据价值未挖掘;企业	打通数据孤岛,以客户真实营业数据、促销数据等数据,结合思迅大数据,构建数据驱动、自进化 AI 的智能决策系统。集合数据安全架构:通过思迅的私有

序号	产品性能	性能的内容	行业比较	
			行业主流	标的公司技术及创新
		AI 顾问可以依据市场供需变化与竞品价格动态，智能调整商品定价；并基于精准的用户画像，为不同客群匹配个性化的促销方案，从而有效提升客户转化率与整体营收。	积累大量经营数据，但缺乏智能化分析手段，无法转化为决策依据。动态市场响应不足；价格策略、营销活动依赖人工经验，难以实时匹配市场需求。	化部署能力，确保客户经营数据仅在本地服务器处理，规避云端数据泄露风险；思迅大数据和客户业务数据结合 AI 模型进行专业分析，对数据价值的深度挖掘，更通过架构层面的 AI 自主学习机制，推动业务洞察走向实时化、系统化与可持续化

截至报告期末，标的公司同行业竞争对手及标的公司所拥有的授权发明专利数量及软件著作权数量对比情况如下表所示：

单位：个

竞争对手	授权发明专利数量	软件著作权数量
科脉技术	16	239
智百威	12	102
准动科技	-	103
思迅软件	14	175

注：以上数据来自于启信宝等公开信息查询。

由上表可见，相较下标的公司拥有更多的发明专利与丰富的软件著作权，为标的公司业务发展提供了充分的技术保障。

（2）产品功能优势

标的公司自设立以来专注于零售流通信息化行业，产品经过多年的迭代与更新，可向中小微商户提供多种标准化程度高、成熟度高、功能丰富的软件产品，且产品中融合了大量行业经营特性，实现了产品功能与用户经营特点的高度匹配。如标的公司提供的商云 X、eShop 小象称重、天店等系列产品等，可支持各种零售业态客户的复杂应用场景。

通过与同行业主要竞品在各核心功能及其他附属功能模块方面的对比，各方均具有较为类似的基础功能模块，但标的公司产品在零售领域中可提供更为专业的解决方案：

A、产品在行业广度、深度均有明显优势。以生鲜行业产品为例，其它厂商同类产品一般只提供生鲜产品的基本售卖功能，如电子秤称重、识别生鲜条码等。标的公司产品除了上述功能以外，还提供了生鲜品采购订单管理、预包装管理、生鲜临期折扣、生鲜分拣、库存日清等功能，深入贴合生鲜门店经营特色及需求。

B、可提供更丰富细致的行业特性功能。依托近二十年的经营，标的公司产品中沉淀了大量行业经验及技术处理细节。以入库单处理为例，标的公司产品在录入保存时，将通过多个维度、要素验证数据有效性，识别和过滤各种异常信息，避免非法数据进入。比如操作员因失误将条码扫描进价格或数量列，在标的公司产品中可被准确判断并指出。

C、依托自有专利与核心技术，标的公司产品可实现更具有特色和创新性的功能，对商户经营中的传统业务流程完成进一步的数字化改造及优化，在提升工作效率并降低使用成本方面更有优势。例如，标的公司借助智能促销引擎技术使软件产品集成数百种

不同促销优惠处理逻辑，实现智能计算判断商品最优优惠价格；通过 AI 推荐算法引擎可在消费者的不同触达点（包括 POS 端、自助端、微信会员、结账小票等）向其推荐最有可能购买的商品，成为商户促销宣传的助推器；通过手机 APP 上的智能库存算法，使得商户以往需数十分钟的门店补货工作一键完成等。

（3）经销渠道优势

①广泛的经销网络

经过多年发展，标的公司秉承以渠道为核心的市场战略，形成了全方位、立体化、覆盖广的销售体系。目前，标的公司在全国范围内开拓了多个核心经销商，发展了超过 2,000 家合作伙伴，拥有包括合作伙伴在内超过 10,000 人的营销与服务队伍，覆盖了全国 300 多个城市，可实现“7*12 小时”全方位本地化服务，有效实现了对不同区域、不同业态、不同规模企业的营销覆盖，构建起了成熟、稳定、多层次的营销服务体系。利用经销商在当地的资源及本地化服务的优势，由经销商开拓当地市场并为商户提供高效、便捷的现场安装、培训及售后维护等落地技术支持服务，能够有效提高标的公司产品在当地市场占有率，并及时获取终端商户的需求信息。

标的公司与同行业竞争对手的经销网络对比情况如下表所示：

公司名称	对比情况
科脉技术	拥有 1,000 余家销售网点
智百威	拥有 1,000 余家合作伙伴
准动科技	拥有 2,000 余家合作商，市场遍及 300 多个城市
标的公司	拥有 2,000 余家合作伙伴，覆盖全国 300 多个城市

数据来源：官方网页及其他公开信息。

由上表可见，在国内零售数字化市场中，标的公司已建立较为广泛的经销网络，具有良好的渠道优势。

②成熟的经销商管理及运营方式

经过多年的渠道建设与管理经验的积累，标的公司在经销商筛选、合作范围设置、经销商考核及评级、细分市场开拓等多方面形成了较为完善的经销商管理制度及运营经验。目前，经过多年合作并定期对经销商进行业务培训，经销商已熟悉掌握标的公司的产品体系及特点，可根据商户需求的不同推荐适合的解决方案，同时能快速完成产品的安装、软硬件配置、线下线上功能衔接等，实现了产品经验及技术的积累，并建立了可

长期、稳定地为区域商户提供高效服务的团队。

此外，标的公司亦建立了完善的经销商反馈沟通管理机制，通过标的公司搭建的“合作伙伴社区”平台与全国各地经销商建立起时时互动的强连接，能随时接收经销商及终端商户在使用产品过程中发现的程序报错、功能不足等各方面的反馈，以便标的公司研发人员快速、高效地完成产品的维护更新和功能迭代。

③稳定的合作关系

经过十余年发展，标的公司与经销商之间已形成稳定的合作关系。报告期内，标的公司各期前十经销商客户及合作情况如下表所示：

序号	公司名称	合作起始年份
1	南京万国思迅软件有限责任公司	2005 年
2	郑州万国思迅软件有限公司	2004 年
3	南宁万国软件有限公司	2011 年
4	昆明新雅图电子科技有限公司	2004 年
5	重庆璀优科技有限公司	2012 年
6	西安永光电子科技有限公司	2015 年
7	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	2017 年
8	山东思迅汇文电子科技有限公司	2004 年
9	成都优客多科技有限公司	2020 年
10	河南思迅网络科技有限公司	2020 年
11	宜宾市百商电子商务有限公司	2009 年
12	大连盛方科技发展有限公司	2011 年
13	山东昆闰信息技术有限公司	2011 年
14	湖南鑫宇云科技服务有限公司	2019 年
15	西安中云科创信息科技有限公司	2013 年
16	杭州畅奇电子科技有限公司	2015 年

注：个别经销商合作起始时间早于其设立时间，主要系相关合作方曾经以其他经营主体与标的公司合作。

由上表可见，标的公司与主要经销商均有良好的合作历史，双方合作时间大部分在十年以上，合作关系稳定，且部分主要经销商在设立初始便与标的公司建立了合作关系，已逐步发展成为标的公司重要的经营伙伴。目前，主要核心经销商借助与标的公司长期合作所累积的技术实力与售后服务保障能力，在其所销售的区域内已拥有了良好的市场

占有率和口碑，并已与区域典型客户达成合作，已形成经销商多年从业的核心竞争优势。

（4）线下客户资源优势

标的公司是国内零售流通管理软件行业较早的进入者，具备完善的市场营销网络。经过近二十年专业零售流通业软件市场的耕耘，标的公司软件产品已成功应用于各类零售细分业态，累计服务线下门店数量达七十万余家，在国内零售流通业软件行业树立起了较高的品牌知名度和较为广泛的客户基础，具有突出的线下优势。

标的公司与同行业竞争对手的线下客户数量对比情况如下表所示：

公司名称	对比情况
科脉技术	成立于 1999 年，至今已累计服务终端商户超过 40 万
智百威	成立于 2003 年，累计服务终端商户超过 40 万
准动科技	成立于 2010 年，全球拥有 240 多万注册用户
标的公司	成立于 2004 年，累计服务终端门店超过 70 万

数据来源：官方网页及其他公开信息。

由上表可见，除准动科技着重布局海外市场以外，相较科脉技术、智百威，标的公司虽起步相对较晚，但具有更多的国内终端商户服务数量，接近于相关竞争对手的两倍，具有较明显的市场优势，为中小微商户数字化市场中的领军企业。

综上所述，标的公司与同行业竞争对手相比在产品技术、产品功能、经销渠道、线下客户资源等方面均具有良好的竞争优势。

（二）并结合前次 IPO 申报报告期至今软件产品的销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响，补充说明软件产品收入是否存在持续下降风险

标的公司软件产品主要为非 SaaS 软件产品和 SaaS 软件产品，智慧零售软件产品（C/S 及 B/S 结构）为非 SaaS 软件产品，SaaS 软件产品包括永久授权式 SaaS 软件产品和期间订阅式 SaaS 软件产品，门店信息化管理软件产品中的 SaaS 产品主要为永久授权式 SaaS 软件产品，数字运营软件产品主要为期间订阅式 SaaS 软件产品，主要情况如下：

（1）门店信息化管理软件

“智慧零售”及“永久授权式 SaaS”产品为商户实现门店信息化管理的基础软件产品，两个业务板块产品的主要区别在于产品提供方式或部署方式上的不同。

标的公司非 SaaS 软件产品主要包括商旗、商云、商锐、eShop 小象等，永久授权式 SaaS 类产品主要为星耀、商云智选产品等，永久授权式 SaaS 产品正处在持续研发及市

场开拓阶段，标的公司相关产品类型数量及平均售价会低于“智慧零售”非 SaaS 类产品类型。

（2）增值功能产品

“数字运营”板块则为商户在使用标的公司门店信息化管理软件产品的基础上，可进一步拓展、实现的增值功能或产品，主要以小程序为入口可为商户进一步提供线上商城、会员营销等解决方案。

标的公司期间订阅式 SaaS 类产品主要为数字运营类别的微商店、微小店、微餐厅、微会员等，主要为门店信息化管理软件产品的增值功能及服务模块，一般单价较高。

2020 年至 2025 年，标的公司软件产品相关收入情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非 SaaS 软件产品	4,169.01	4,837.28	6,663.42	5,537.20	7,333.02	8,794.56
SaaS 软件产品	2,521.98	2,398.41	2,394.05	1,928.02	1,866.51	1,559.59
其中：永久授权式 SaaS 软件产品	1,254.73	1,257.08	1,308.28	914.60	925.00	757.73
期间订阅式 SaaS 软件产品	1,267.24	1,141.33	1,085.78	1,013.42	941.52	801.86
合计	6,690.99	7,235.69	9,057.48	7,465.23	9,199.53	10,354.15
SaaS 软件产品收入占比	37.69%	33.15%	26.43%	25.83%	20.29%	15.06%

注：为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让，2020 年至 2022 年，其软件产品收入金额分别为 491.64 万元、367.48 万元和 190.80 万元，占比较低。

2020 年至今，标的公司软件产品收入存在一定波动，按照不同角度具体分析如下：

1、受产品销售侧重的影响，产品结构存在一定波动

2020 年至今，标的公司门店信息化管理软件、增值功能产品销量、收入情况如下：

（1）标的公司门店信息化管理软件、增值功能产品收入情况

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
门店信息化管理软件	5,423.74	6,094.36	7,971.70	6,451.80	8,258.01	9,552.29
其中：非 SaaS 软件产品	4,169.01	4,837.28	6,663.42	5,537.20	7,333.02	8,794.56

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
永久授权式 SaaS 软件产品	1,254.73	1,257.08	1,308.28	914.60	925.00	757.73
增值功能产品	1,267.24	1,141.33	1,085.78	1,013.42	941.52	801.86
其中：期间订阅式 SaaS 软件产品	1,267.24	1,141.33	1,085.78	1,013.42	941.52	801.86
合计	6,690.99	7,235.69	9,057.48	7,465.23	9,199.53	10,354.15

注：为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让，2020 年至 2022 年，其软件产品收入金额分别为 491.64 万元、367.48 万元和 190.80 万元，占比较低。

（2）标的公司门店信息化管理软件、增值功能产品销量情况

单位：站点、万天

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
门店信息化管理软件	108,687	107,341	140,627	116,648	149,569	160,032
其中：非 SaaS 软件产品	57,725	67,392	94,292	80,144	111,088	134,975
永久授权式 SaaS 软件产品	41,430	39,949	46,335	36,504	38,481	25,057
增值功能产品	1,353.05	600.12	497.32	497.09	384.45	374.57
其中：期间订阅式 SaaS 软件产品	1,353.05	600.12	497.32	497.09	384.45	374.57

注：1、为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让；2、剔除了部分计量单位与站点概念不一样的产品。

2020 年至今，标的公司为充分应对软件行业的技术趋势变化和下游终端商户需求变化，调整产品销售侧重及结构，逐步深化 SaaS 产品的技术研发以及业务拓展，对传统 B/S、C/S 产品的销售具有一定替代效应，导致传统 B/S、C/S 产品收入有所下降。

标的公司 SaaS 软件产品收入从 2020 年度的 1,559.59 万元上升至 2025 年度的 2,521.98 万元，SaaS 软件产品收入占软件产品总收入的比例逐年上涨，标的公司 SaaS 软件的销售呈现快速稳定上涨的态势。

2、不同类别的产品销售单价及销量变动对销售收入产生一定影响

针对标的公司软件产品各细分类别的销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响分析如下：

（1）非 SaaS 软件产品销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响

2020 年至今，标的公司主要销售的非 SaaS 类软件产品的软件销售收入、软件销售

单价、销售站点数量变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
非 SaaS 软件产品收入（万元）	3,095.64	3,611.01	5,054.62	4,571.80	6,392.41	8,014.18
销量（站点）	57,725	67,392	94,292	80,144	111,088	134,975
平均单价（元/站点）	536.27	535.82	536.06	570.45	575.44	593.75

注：1、报告期内，标的公司非 SaaS 类软件产品以“站点”为单位进行销售，在销售标准化专用应用软件时，厂商常以“站点”作为衡量销量或授权单位的指标，在标准化软件产品语境中，“站点”通常指一个独立运行软件系统的物理经营场所或逻辑使用单位，每个站点对应一套完整的软件部署实例，并需单独购买授权或许可；2、为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让；3、剔除了部分计量单位与站点概念不一样的产品。

2020 年至今，标的公司非 SaaS 类产品收入主要受销量的影响存在一定波动；标的公司非 SaaS 类产品平均单价有所下降，具体分析如下：

①非 SaaS 类软件产品销量对标的公司非 SaaS 类软件产品收入的影响

从标的公司非 SaaS 类软件产品销量对标的公司非 SaaS 类软件产品收入的影响来看，2020 年以来非 SaaS 类软件产品销量与收入存在正相关关系。

2020 年度至 2022 年度，标的公司非 SaaS 类软件产品的软件销售收入从 2020 年度的 8,014.18 万元下降至 2022 年度的 4,571.80 万元，呈现逐年下降的趋势，主要原因系受期间宏观经济环境波动影响，商户关店现象较多，商户新增开店数量较少，导致标的公司非 SaaS 类软件产品销量有所下降。

2023 年度，标的公司非 SaaS 类软件产品的软件销售收入有所上升，主要系随着宏观经济环境波动影响因素的消除，商户对未来经济情况存在良好预期，开店数量有所增长，导致标的公司非 SaaS 类软件产品销量有所回升。

2024 年度非 SaaS 软件产品收入较 2023 年度有所下降，主要系受 2023 年和 2024 年经济波动影响商户新增开店数量不及预期，故经销商 2024 年总体处于一个去库存阶段，当期向标的公司采购软件数量减少，导致 2024 年当年非 SaaS 类软件产品如商云 10、商锐 9 等销量有所下降，综合看 2023 年与 2024 年两年非 SaaS 类软件产品的平均销量与 2022 年销量相比基本持平。

2025 年度非 SaaS 软件产品收入较 2024 年度有所下降，主要系 2024 年 7 月新发布的产品如商云智选等 SaaS 产品对商云 10 等非 SaaS 产品的替代效应有一定影响，导致

主流产品如商云 10 等销量有所下降所致。

②非 SaaS 类软件产品平均单价对标的公司非 SaaS 类软件产品收入的影响

2020 年至今，标的资产非 SaaS 类软件产品平均单价总体呈下降趋势，主要原因系：1) 为持续提高相关产品的市场占有率，标的公司每年会进行一些促销活动，促销活动的形式和纳入促销活动的产品类别的增加综合导致平均单价有所下降；2) 针对非 SaaS 类软件产品在原有产品基础上进行版本升级迭代（此处是指大版本升级，若为实现产品功能缺陷修复、完善等目的所进行的“小版本”升级，则标的公司不收取相关费用；若为实现产品功能迭代、性能升级等目的所进行的“大版本”升级，则标的公司将收取相关升级费）会视同为新的销售统计在当期销量中，该产品一般售价较低，导致总体非 SaaS 软件有所下降。

（2）本次报告期内，永久授权式 SaaS 软件产品销量、单价总体呈上涨趋势，对销售收入有一定的促进作用

前次 IPO 申报报告期至今，标的公司永久授权式 SaaS 类产品的均价和收入变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
永久授权式 SaaS 软件产品收入（万元）	1,217.70	1,121.11	1,267.72	914.60	925.00	757.73
销量（站点）	41,430	39,949	46,335	36,504	38,481	25,057
平均单价（元/站点）	293.92	280.64	273.60	250.55	240.38	302.40

注：1、为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让；2、剔除了部分计量单位与站点概念不一样的产品。

①永久授权式 SaaS 类产品销量对标的公司永久授权式 SaaS 类产品收入的影响

前次 IPO 申报报告期至今，标的公司永久授权式 SaaS 类产品销量呈现波动上涨的趋势，永久授权式 SaaS 类产品收入同样呈现波动上涨的趋势，永久授权式 SaaS 类产品销量与产品收入呈现较为显著的正相关关系。

2020 年至 2023 年，标的公司永久授权式 SaaS 类软件产品收入除在 2022 年有小幅回调外，整体保持了持续增长的态势，主要系标的公司新开发并推广的零售星云、美食家 3 等产品销量逐渐向好所致。

2024 年度标的公司永久授权式 SaaS 类软件产品销量有所下降，主要系受 2023 年和

2024 年经济波动影响商户新增开店数量不及预期，故经销商 2024 年总体处于一个去库存阶段，当期向标的公司采购软件数量减少，导致 2024 年当年 SaaS 类软件产品等销量有所下降。

2025 年度永久授权式 SaaS 类产品收入较 2024 年度有所上升，主要系 2024 年 7 月新产品商云智选发布以来，经过一段时间的市场推广和用户沉淀，销量有所上升所致。

②永久授权式 SaaS 类产品平均单价对标的公司永久授权式 SaaS 类产品收入的影响

2021 年度及以前，由于市场处于前期开发阶段，标的公司永久授权式 SaaS 产品销售单价有所下降，2022 年度开始，随着标的公司永久授权式 SaaS 产品市场认可度的提升，销量的稳步提升，标的公司销售单价逐年上涨，对标的公司永久授权式 SaaS 产品收入产生正面效用。

前次 IPO 申报报告期至今，标的公司永久授权式 SaaS 类产品平均单价总体较为稳定，部分年度间由于促销政策和产品结构类型存在小幅差异，具体情况如下：

2020 年至 2021 年永久授权式 SaaS 类软件产品平均单价有所下滑，主要原因系是由于受外部宏观经济环境影响，终端零售市场不景气，标的公司为提振经销商的市场信心并给予其一定力度的销售支持，在不直接调低产品整体售价的情况下对特定产品采取买赠等促销手段，零售标准、零售星耀相关产品的买赠活动较多，导致总体平均单价有所下降。

2022 年开始平均单价恢复增长，主要原因如下：1) 系随着市场开拓进程的提高，部分产品买赠活动力度的减小；2) 产品结构有一定变化，标的公司新开发了如零售星锐、商云智选等高单价产品在此期间有所放量，同时零售星火等低价产品销量有所下降，综合导致永久授权式 SaaS 类软件产品平均单价有所上涨。

(3) 期间订阅式 SaaS 软件产品销量、单价的具体变化以及对软件产品销售收入的影响

前次 IPO 申报报告期至今，标的公司期间订阅式 SaaS 类产品的均价和收入变动情况如下：

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
期间订阅式 SaaS 软件产品收入（万元）	1,267.24	1,141.33	1,085.78	1,013.42	941.52	801.86

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
销量（万天）	1,353.05	600.12	497.32	497.09	384.45	374.57
平均单价（元/天）	0.94	1.90	2.18	2.04	2.45	2.14

注：为实现统计区间的可比性，此处统计剔除南京科至联达软件有限公司（以下简称“南京科至”），其曾为思迅软件控股子公司，思迅软件于 2022 年 12 月将持有的南京科至全部股权对外转让。

前次 IPO 申报报告期至今，受销量逐年上涨的影响，标的公司期间订阅式 SaaS 类产品收入逐年上涨，主要分析如下：

A、随着标的公司零售微会员 3.0 等增值产品的销量逐年增加，以及思迅微小店信息管理软件 V3.0、思迅微小店营销管理软件 V3.0 等新产品的逐渐放量，期间订阅式 SaaS 类产品收入同步上涨；

B、前次 IPO 申报报告期至 2024 年，标的公司期间订阅式 SaaS 类产品平均单价总体较为稳定，部分年度间由于促销政策和产品结构类型存在小幅差异，具体情况如下：

2020 年至 2021 年平均单价持续上涨，主要系思迅微商店信息管理软件 V3.0、零售微会员 3.0 等产品单价有所上升的同时，销量大幅增长，综合导致标的公司期间订阅式 SaaS 类软件产品平均单价大幅上涨。

2022 年较 2021 年平均单价有所下降，主要系标的公司商云管家等新产品平均单价较低且收入占比提升，综合导致标的公司期间订阅式 SaaS 类软件产品平均单价有所下降。

2024 年较 2023 年平均单价有所下降，主要系标的公司微小店-会员版、管店增值服务等平均单价较低的产品销量大幅增加，同时 2024 年度新推出的产品商云智强的平均单价较低且销量较高，综合导致标的公司期间订阅式 SaaS 类软件产品平均单价有所下降。

2025 年度，标的公司订阅式 SaaS 类产品平均单价较 2024 年度有所下降，主要系自 2025 年 6 月起，原处于免费使用的“商云助手”产品转为商业化收费模式，鉴于该产品当期销量占比较高且其定价相对较低，其纳入统计后拉低了整体平均单价。剔除“商云助手”产品的结构性影响，2025 年度标的公司其余订阅式 SaaS 类产品平均单价为 1.96 元/天，与 2024 年度相比不存在重大差异。

3、软件产品收入持续下降风险较小

标的公司软件产品收入持续下降风险较小，主要原因如下：

一方面，基于未来零售行业进一步数字化转型以及监管政策不断落实带来的对产品质量要求的进一步提升，同时考虑行业的市场化程度和市场集中度提升的渐进性，标的公司将利用自身产品优势、品牌优势、销售渠道优势等核心竞争力始终保持行业的领先地位，实现尚未数字化转型商户的业务布局，并逐步抢占被淘汰竞争对手的市场份额。

另一方面，标的公司积极应对经济形势变化，对软件产品的销售及经营策略有所调整，在主要产品销售结构和倾向性上有所变化，意图提升期间订阅式 SaaS 软件产品的销售比例，获取持续性的收入来源。同时，期间订阅式 SaaS 软件产品如微商店、微会员等线上增值功能模块，在终端客户的认可度上逐渐提高，进一步增强了标的公司软件产品的客户粘性，期间订阅式 SaaS 软件产品收入持续增长，SaaS 类软件产品将成为标的公司软件收入增长的重要来源，SaaS 类软件产品的升级迭代将会为标的公司带来更进一步的业绩增长点。

综上，标的公司软件产品收入持续下降风险较小。

虽然标的公司软件产品收入持续下降风险较小，但是上市公司亦在重组报告书“重大风险提示”之“二、与标的公司相关的风险”之“（二）软件产品收入下滑的风险”进行了提示，披露内容如下：

“2023 年度至 2025 年度，标的公司软件产品收入金额为 9,057.48 万元、7,235.69 万元和 6,690.99 万元，占各期营业收入的比重分别为 24.86%、21.86%和 20.04%，占比有所下降，主要系由于受近年来国内经济形势变化等因素的影响，标的公司智慧零售等软件产品的收入有所下滑。

标的公司软件产品销售主要采取经销模式，若未来标的公司与主要经销商的合作关系发生变化，则可能对标的公司业务拓展和终端商户服务产生较大影响，从而对标的公司的业绩稳定性和市场占有率产生不利的影响。

随着行业的竞争加剧，如果标的公司未来在软件产品上无法持续获得客户资源和提升产品技术创新能力，软件产品收入存在进一步下滑的风险。与此同时，标的公司支付技术服务业务主要嵌套于软件产品中，因此若标的公司软件产品收入有所下降，则标的公司支付技术服务业务收入的成长性将同步亦受到影响。”

五、结合软件产品业务对配套硬件产品、云服务的需求情况、采购定价等，补充说明标的资产对硬件产品、云服务采购规模的合理性，是否与软件产品业务规模匹配，软件产品业务成本核算是否完整，并说明软件业务毛利率较 IPO 申报报告期存在下滑趋势的原因

（一）结合软件产品业务对配套硬件产品、云服务的需求情况、采购定价等，补充说明标的资产对硬件产品、云服务采购规模的合理性，是否与软件产品业务规模匹配

1、标的公司配套硬件产品采购具有偶发性，采购规模具有合理性，与软件产品业务规模不存在匹配性

标的公司软件为标准化软件产品，以买断式销售方式销售给经销商。经销商一般会依据终端商户的要求自行采购硬件并搭配进行销售，针对硬件产品，经销商一般会有日常合作的硬件供应商。

同时，亦存在部分经销商直接向标的公司采购硬件产品的情况，相关采购行为具有偶发性，与软件产品业务规模不存在匹配性

2023 年度至 2025 年度，标的公司配套硬件业务的毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
配套硬件产品收入	509.89	523.11	559.72
配套硬件产品成本	412.29	448.21	412.03
配套硬件产品毛利	97.61	74.90	147.69
毛利率	19.14%	14.32%	26.39%

报告期内，标的公司配套硬件产品毛利分别为 147.69 万元、74.90 万元和 97.61 万元，占主营业务毛利比例分别为 0.62%、0.34%和 0.43%，占比较低。报告期内，标的公司配套硬件产品毛利率分别为 26.39%、14.32%、19.14%，毛利率存在一定波动，主要系当期采购的部分硬件成本波动所致，因相关销售存在偶发性，且占标的公司毛利比例较低，对标的公司总体产品毛利影响不大。

2、标的资产对云服务采购规模具有合理性，与软件产品中 SaaS 类产品业务规模匹配

报告期内，标的公司采购阿里云和华为云服务器资源，具体包括 ECS 服务器、外网带宽、负载均衡等，云服务器资源的主要用途包括：作为标的公司向用户提供 SaaS

服务和支付技术服务的介质；作为标的公司研发产品的测试环境；用于标的公司版权安全检测防护、网页或者接口访问安全第三方鉴证等内部管理需求。

2023 年度至 2025 年度，标的公司软件产品业务耗用云服务资源情况如下：

单位：万元

期间	云服务采购规模①	软件产品-SaaS 类产品 销售业务收入②	单位云服务成本的 收入贡献金额③= (②/①)
2025 年	111.99	2,521.98	22.52
2024 年	164.39	2,398.41	14.59
2023 年	192.53	2,394.05	12.43

注：软件产品业务中，仅 SaaS 类软件业务耗用云服务资源，非 SaaS 类软件业务不耗用该资源。

报告期内，标的公司单位云服务成本贡献收入逐年上涨，主要系标的公司每年云服务采购规模较为稳定，随着 SaaS 类产品销售规模的上涨，带动了云服务使用量与使用率的持续提升，云服务使用率逐年提高。

与此同时，云服务提供方的销售策略较为灵活，主要包括按时间段计费的流量包及按固定量计费的流量包两种方式，其中按时间段的流量包简称“包期”，“包期”的流量包不计算具体的流量，一次性支付流量包费用，并在实际开通后在约定的时间内使用；按实际消耗量购买的流量包简称为“包量”，按照云服务商提供的价格，采用预付款方式按量购买。标的公司各次采购价格存在差异，通常采用预付款模式，但也会根据供应商提供的优惠力度，适时选择“包期”等特定方案以优化成本。

（二）软件产品业务成本核算完整

报告期内，标的公司软件产品主要为标准化软件产品，原材料和人工成本较少。标的公司对软件产品的前期开发投入按照实际发生金额计入当期损益，标的公司基于管理及核算的成本效益原则，不具体识别开发阶段支出是否满足资本化条件，在研发投入发生时直接作为费用化的研发支出。

标的公司针对成本、销售费用、研发费用已经建立了《职员福利制度》《考勤及休假管理规范》《绩效考核管理制度》《员工薪酬管理制度》《财务会计管理制度》《思迅出差报销制度》《成本费用管控制度》《销售管理制度》《存货管理制度》《软件研发体系规范》《SaaS 平台研发管理规范》《软件研发管理规范》《质量部工作指导书》等相关内控制度，其中关键内部控制措施情况如下：

序号	成本、费用相关的关键内部控制措施
----	------------------

1	明确了成本及各类费用的核算原则、口径、方法；建立合理的成本核算、费用确认制度。对经营中的材料、人工、各项费用等进行合理的归集和分配，不得随意改变成本费用的确认标准及计量方法，不得虚列、多列、不列或者少列成本费用。
2	加强标的公司信息化建设，推动和实现业务数据与财务系统的对接，每月业务部门提供相关基础数据，经复核后提交财务部门审核，提高财务核算基础数据的准确性。
3	财务及业务部门加强与外部单位的对账工作，保证财务及业务数据与外部单位的一致性，提高财务核算基础数据的准确性。
4	加强对各类成本费用的相关单据及原始数据的审核，合理预计相关费用，每月及时记录各项成本与费用，经会计主管复核后予以记账。
5	加强对各类成本的归集，对部分特殊业务按项目进行核算，提高项目成本的准确性。
6	明确了各部门职责及岗位分工，根据员工的岗位职责与工作内容归集薪酬及其他费用；财务部门根据其不同岗位与工作内容对员工相关费用进行财务核算；人力资源部门及时更新员工岗位信息，并与财务保持双向沟通，确保财务对相关员工各项支出核算准确；财务人员每月根据员工岗位及工作性质对各项支出进行分配，经复核后予以记账，确保各项支出分配的合理性。
7	财务部门汇同人力资源部门每季度合理预计各类薪酬奖励，财务部门根据人员岗位及工作性质合理分配各项奖励至不同的成本费用科目。

综上，标的公司的成本费用相关的内部控制健全有效，软件产品业务成本核算完整。

（三）软件业务毛利率较 IPO 申报报告期存在下滑趋势的原因

2020 年至今，标的公司软件产品毛利率变动情况如下：

单位：%

产品类型	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
软件产品	92.35	100.00	94.03	100.00	94.82	100.00
其中：非 SaaS 类软件产品	98.80	62.31	98.69	66.85	98.68	73.57
SaaS 类软件产品	81.69	37.69	84.63	33.15	84.09	26.43
产品类型	2022 年度		2021 年度		2020 年度	
	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比	毛利率	收入占比
软件产品	95.47	100.00	96.06	100.00	97.39	100.00
其中：非 SaaS 类软件产品	99.57	72.35	98.70	76.71	99.02	81.21
SaaS 类软件产品	84.76	27.65	87.36	23.29	90.35	18.79

报告期内，标的公司软件产品毛利率分别为 94.82%、94.03%和 **92.35%**，整体略微下降，主要系标的公司软件产品结构变化所致。

报告期内，标的公司非 SaaS 类软件产品的销售毛利率分别为 98.68%、98.69%和 **98.80%**，较为稳定，但对应的收入占比有所下降。报告期内，SaaS 类软件产品的销售毛利率相分别为 84.09%、84.63%和 **81.69%**，其成本中包括云服务采购成本、平台相关运维人工成本，因此毛利率相对较低，但其收入占比持续增加，因此导致标的公司软件产

品综合毛利率有所降低。

综上所述，由于报告期内标的公司 SaaS 类软件产品毛利率相对较低且销售收入占比有所提升，导致标的公司软件产品毛利率整体略有下滑。

六、结合销售费用、管理费用、研发费用中的主要构成项目及其变化情况，补充说明期间费用金额及占比呈现下降趋势的原因及合理性，是否与业务开展情况相匹配，并说明成本、销售费用、研发费用相关内部控制是否健全并有效执行，报告期内是否存在成本费用混同情形

（一）结合销售费用、管理费用、研发费用中的主要构成项目及其变化情况，补充说明期间费用金额及占比呈现下降趋势的原因及合理性，是否与业务开展情况相匹配

1、销售费用

2023 年度至 2025 年度，标的公司销售费用构成及其变化情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
职工薪酬	2,058.40	-356.15	2,414.55	-378.13	2,792.68
股权激励费	59.16	-127.28	186.44	-316.64	503.08
办公会议费	77.42	13.16	64.26	-16.18	80.44
交通差旅费	77.93	-8.13	86.06	-28.19	114.25
广告及业务推广费	36.80	-42.48	79.28	0.60	78.68
其他	9.54	2.46	7.08	-19.33	26.41
合计	2,319.24	-518.43	2,837.68	-757.86	3,595.54

报告期各期，标的公司销售费用分别为 3,595.54 万元、2,837.68 万元和 2,319.24 万元，销售费用率分别为 9.87%、8.57%和 6.95%，销售费用占营业收入的比重略有下降，主要系职工薪酬、股权激励费有所下降所致。

职工薪酬下降主要系 2024 年度、2025 年对销售人员进行了精简优化，由 2023 年的月均 172 人逐渐下降至 2025 年的月均 112 人，人均工资较为稳定。标的公司根据具体销售职员在业务中所负责的实际内容，区分为前端销售人员及后台支持人员，受到近几年宏观经济环境波动影响，标的公司采用降本增效的方式精简了部分销售后台支持人员，其日常主要工作为支持前端销售人员工作，其人员的减少未涉及核心销售团队，不影响标的公司日常业务的拓展工作，同时部分销售人员转岗至管理部门，具有合理性。

股权激励费下降主要系 2022 年 8 月标的公司实施股权激励计划，在标的公司层面设定了业绩考核指标，在个人层面不设业绩考核指标，分三年解锁，在满足条件后可解除锁定。标的公司按照分期解锁条件分别在 2022 年至 2025 年期间摊销股权激励费用，随着第一期、第二期授予股份的摊销期结束，股权激励费用逐年下降。

标的公司软件产品以经销为主，拥有稳定的经销渠道资源，支付技术服务为依托标的公司软件产品中的思迅 Pay 功能模块开展，无需投入较多的销售费用等，故销售费用率较低。

2、管理费用

2023 年度至 2025 年度，标的公司管理费用构成及其变化情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
职工薪酬	1,172.37	-59.72	1,232.09	185.68	1,046.41
折旧及摊销	331.61	-9.70	341.31	-9.57	350.88
物业及水电费	81.70	-3.86	85.56	-7.41	92.97
咨询费	88.32	-2.17	90.49	-984.74	1,075.23
股权激励费	29.12	-62.66	91.78	-183.67	275.45
办公及会议费	16.29	-0.32	16.61	-12.97	29.58
邮电通讯费	12.83	-3.93	16.76	-0.96	17.72
交通及差旅费	13.34	-5.92	19.26	-78.92	98.18
其他	8.16	-2.39	10.55	-17.37	27.92
合计	1,753.74	-150.69	1,904.43	-1,109.92	3,014.35

报告期内，标的公司管理费用分别为 3,014.35 万元、1,904.43 万元和 **1,753.74** 万元，管理费用率分别为 8.27%、5.75%和 **5.25%**，管理费用有所下降。

标的公司报告期内管理费用金额较大的项目主要为职工薪酬、折旧和摊销、股权激励费、咨询费。

报告期内，管理费用中折旧及摊销基本保持稳定，与标的公司固定资产、使用权资产规模相匹配；管理费用中股权激励费有所下降，主要受股权激励费用分期摊销期逐渐到期所致。

2023 年度，管理费用中咨询费较高，主要系标的公司当年 IPO 申报期间中介团队

相关费用。

2024 年度，管理费用中职工薪酬较高，主要系当年标的公司由于精简人员产生的辞退福利所致。

3、研发费用

2023 年度至 2025 年度，标的公司研发费用构成及其变化情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度
	金额	变动额	金额	变动额	金额
职工薪酬	3,606.89	-349.43	3,956.32	158.55	3,797.77
股权激励费	183.84	-395.55	579.39	-837.63	1,417.02
其他	87.62	-18.01	105.63	-3.60	109.23
合计	3,878.35	-762.99	4,641.34	-682.69	5,324.03

报告期内，标的公司研发费用分别为 5,324.03 万元、4,641.34 万元和 **3,878.35** 万元，研发费用率分别为 14.61%、14.02%和 **11.62%**，有所下降。

报告期内，标的公司不存在研发费用资本化的情形。报告期内研发费用金额较大的项目主要为研发人员薪酬和股权激励费。报告期内，主要受股权激励费用分期摊销期逐渐到期所致，标的公司研发费用有所下降。

4、总体期间费用与收入的占比及变动情况

2023 年度至 2025 年度，期间费用与收入的占比及变动情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	金额	占收入比重	金额	占收入比重	金额	占收入比重
销售费用	2,319.24	6.95%	2,837.68	8.57%	3,595.54	9.87%
管理费用	1,753.74	5.25%	1,904.43	5.75%	3,014.35	8.27%
研发费用	3,878.35	11.62%	4,641.34	14.02%	5,324.03	14.61%
合计	7,951.33	23.82%	9,383.45	28.34%	11,933.92	32.75%
剔除-股权激励费	272.12	0.82%	857.61	2.59%	2,195.55	6.03%
剔除-咨询费	88.32	0.26%	90.49	0.27%	1,075.23	2.95%
剔除后小计	7,590.89	22.74%	8,435.35	25.49%	8,663.14	23.78%

综上所述，报告期内，标的公司期间费用下降主要系股权激励费用分摊到期和偶发

中介咨询费导致，剔除相关因素影响，标的公司期间费用占营业收入比例总体较为稳定，与业务开展情况相匹配。

2023 年度至 2025 年度，标的公司销售人员、管理人员和研发人员的数量与薪酬情况如下：

单位：个、元/月

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	月均人数	月均薪酬	月均人数	月均薪酬	月均人数	月均薪酬
销售人员	112	10,252.84	140	9,877.01	172	9,612.09
管理人员	34	15,726.74	34	17,235.16	28	21,275.16
研发人员	144	16,512.56	170	16,013.55	155	15,746.14

标的公司销售人员月均人数从 2023 年的 172 人下降至 2025 年的 112 人，主要受标的公司降本增效的影响，将标的公司绩效水平处于下等的员工进行优化，平均月工资从 2023 年的 9,612.09 元上升至 2025 年的 10,252.84 元，由于优化员工的月工资低于月均工资，剩余员工的月均工资相对提高。

标的公司管理人员月均人数从 2023 年的 28 人上升至 2025 年的 34 人，主要由于 24 年 4 月开始，11 位员工从销售人员转至管理人员，导致管理人员数量出现上升，平均月工资有所下降，主要由于上述 11 位员工工资较低，月均工资为 8,002.64 元，故拉低整体管理费用月均工资。与此同时，2025 年度有部分人员由于调岗等原因降薪导致当期平均月工资有所下降。

2025 年度，标的公司研发人员有所下降，主要系存在部分员工离职所致，2024 年下半年标的公司优化了部分非关键非核心岗位的研发人员，由于优化员工的平均月工资低于研发人员月均工资，剩余员工的月均工资相对较高，因此月均薪酬有所上涨。

2023 年度至 2025 年度，标的公司的研发人员月均工资较为稳定，人员变动情况如下：

单位：个

年度	期初数量	当年新增	当年减少	期末数量
2025 年	151	0	12	139
2024 年	167	15	31	151
2023 年	155	24	12	167

注：2024 年度新增研发人员主要集中在当年 1-3 月（13 人），离职主要集中在 8 月（8 人）和 12 月（11 人），12 月离职人员当月仍有薪酬，因此导致按照月均发薪人数基础计算的年度平均人数高于年初、年末的人数。

如上表所示，标的公司各年研发人员数量的净变动不大。分别以报告期各期末的人员为基准统计研发人员任职年限分布，情况如下：

单位：个

任职年限分布区间	2025 年 12 月 31 日	2024 年 12 月 31 日	2023 年 12 月 31 日
1 年以内	0	7	20
1-3 年	22	27	29
3-5 年	17	22	28
5-8 年	36	42	43
8 年以上	64	53	47
合计	139	151	167

（二）说明成本、销售费用、研发费用相关内部控制是否健全并有效执行，报告期内是否存在成本费用混同情形

1、相关内部控制是否健全并有效执行

标的公司针对成本、销售费用、研发费用已经建立了《职员福利制度》《考勤及休假管理规范》《绩效考核管理制度》《员工薪酬管理制度》《财务会计管理制度》《思迅出差报销制度》《成本费用管控制度》《销售管理制度》《存货管理制度》《软件研发体系规范》《SaaS 平台研发管理规范》《软件研发管理规范》《质量部工作指导书》等相关内控制度，其中关键内部控制措施情况如下：

序号	成本、费用相关的关键内部控制措施
1	明确了成本及各类费用的核算原则、口径、方法；建立合理的成本核算、费用确认制度。对经营中的材料、人工、各项费用等进行合理的归集和分配，不得随意改变成本费用的确认标准及计量方法，不得虚列、多列、不列或者少列成本费用。
2	加强标的公司信息化建设，推动和实现业务数据与财务系统的对接，每月业务部门提供相关基础数据，经复核后提交财务部门审核，提高财务核算基础数据的准确性。
3	财务及业务部门加强与外部单位的对账工作，保证财务及业务数据与外部单位的一致性，提高财务核算基础数据的准确性。
4	加强对各类成本费用的相关单据及原始数据的审核，合理预计相关费用，每月及时记录各项成本与费用，经会计主管复核后予以记账。
5	加强对各类成本的归集，对部分特殊业务按项目进行核算，提高项目成本的准确性。
6	明确了各部门职责及岗位分工，根据员工的岗位职责与工作内容归集薪酬及其他费用；财务部门根据其不同岗位与工作内容对员工相关费用进行财务核算；人力资源部门及时更新员工岗位信息，并与财务保持双向沟通，确保财务对相关员工各项支出核算准确；财务人员每月根据员工岗位及工作性质对各项支出进行分配，经复核后予以记账，确保各项支出分配的合理性。

序号	成本、费用相关的关键内部控制措施
7	财务部门会同人力资源部门每季度合理预计各类薪酬奖励，财务部门根据人员岗位及工作性质合理分配各项奖励至不同的成本费用科目。

如上表所示，成本、销售费用、研发费用相关内部控制健全并有效执行。

2、报告期内是否存在成本费用混同情形

报告期内，标的公司营业成本、销售费用、研发费用开支范围及列报等相关信息如下：

（1）营业成本

项目	开支范围	列报依据	是否存在成本费用混同情形
直接材料	软件产品业务对应加密锁及配套硬件销售材料成本	加密锁及配套硬件外购成本	否
人工支出	软件产品及支付技术服务业务平台维护人员薪酬、定制化软件开发人员薪酬	人力资源部门根据业务部门工作性质，对从事软件产品及支付技术服务业务的相关平台维护人员、软件定制开发人员的薪酬进行核定并分类，经财务部门复核后予以列报	否
云服务成本	软件产品业务平台运行所需的云服务器等支出	根据相关业务部门实际使用的云服务流量金额确认	否
技术服务费成本	委托服务商向商户提供思迅Pay 相关的收银系统网络调试、配置管理、支付场景测试等服务工作而向其支付的费用	根据与服务商约定的服务费计费标准及计算基础确认	否
其他	配套硬件所发生的运费支出、部分业务委托第三方而发生服务外包支出等	根据配套硬件实际发生的运费确认，对于外包服务费按照合同金额与业务对象确认	否

（2）销售费用

项目	开支范围	列报依据	是否存在成本费用混同情形
职工薪酬	销售服务人员、渠道人员、市场人员、商务人员等相关销售部门的薪酬	人力资源部门根据业务部门工作性质，对销售服务人员、渠道人员、市场人员、商务人员等相关人员的薪酬进行核定并分类，经财务部门复核后予以列报	否
广告及业务推广费	销售部门为宣传标的公司产品而发生的广告费、业务推广费	根据销售部门实际发生的广告、业务宣传费实际金额列报	否
股权激励费	为激励销售人员而发生的股权激励费用	根据销售部门所属人员岗位性质予以列报	否

项目	开支范围	列报依据	是否存在成本费用混同情形
交通差旅费	销售部门为开展业务而发生的交通差旅费用	根据销售部门实际发生的费用及有效票据列报	否
办公会议费	销售部门为促进产品销售而发生的办公会议费	根据销售部门实际发生的费用及有效票据列报	否
其他	销售部门发生的其他零星费用	根据销售部门实际发生的费用及有效票据列报	否

（3）研发费用

项目	开支范围	列报依据	是否存在成本费用混同情形
职工薪酬	研发中心、质量保障部门实际发生的薪酬	人力资源部门根据业务部门工作性质，对研发中心、质量保障部门的薪酬进行核对并分类，经财务部门复核后予以列报	否
股权激励费	为激励研发人员而发生的股权激励费用	根据研发部门所属人员岗位予以列报	否
其他	研发部门发生的其他零星费用	根据研发部门实际发生的费用及有效票据列报	否

综上所述，标的公司报告期内已经严格按照费用开支用途、性质列报，不存在成本费用混同情形。

七、标的资产员工持股平台合伙人的确定方式、履历，自成立以来合伙人及合伙份额是否存在变化、原因以及作价依据，对离职员工合伙份额的处理方式，并结合标的资产历史业绩与估值等，补充说明标的资产股份支付费用的确认是否准确、合理

（一）标的资产员工持股平台合伙人的确定方式、履历

思迅软件员工持股平台为万国联迅、万国联赢、万国联兴，相关情况如下：

1、万国联迅合伙人的确认方式及主要履历

（1）合伙人确定方式

万国联迅定位主要为思迅软件员工持股平台，其合伙人除侯曙良、林榆胜、葛春、朱金水为经销商重要人员外，其余合伙人均为思迅软件员工或前员工。

（2）合伙人主要履历情况

万国联迅合伙人主要履历情况如下：

序号	合伙人姓名	主要履历
1	张伟	思迅软件创始人之一，目前思迅软件董事、副总经理
2	侯曙良	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司重要人员

序号	合伙人姓名	主要履历
3	余晓阳	思迅软件成立之初即为其员工，2017年6月退休后返聘，于2025年10月辞任，退休前为思迅软件财务负责人
4	葛春	南京万国思迅软件有限责任公司重要人员
5	苏晓娟	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件渠道中心总经理
6	田永刚	于2007年入职，目前为思迅网络餐饮销售中心总监
7	吴开	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件数字零售事业部总经理
8	徐小海	于2005年入职，目前为思迅软件支付事业部总经理
9	施亚琴	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件人力资源总监
10	刘人文	于2006年入职，目前为思迅软件武汉分公司总经理
11	金春梅	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件高级研发顾问
12	朱小刚	思迅软件成立之初即为其员工，2025年1月离职，离职前为思迅软件武汉分公司研发经理
13	朱金水	郑州万国思迅软件有限公司重要人员
14	伍军山	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件研发技术经理
15	林青山	于2008年入职，目前为思迅网络副总经理
16	林榆胜	昆明新雅图电子科技有限公司、南宁万国软件有限公司等经销商重要人员
17	张育宏	思迅软件创始人之一，目前为思迅软件董事、总经理
18	梅汉涛	于2008年入职，思迅软件武汉分公司产品销售总监
19	王友金	于2006年入职，目前为思迅软件项目部总监
20	黄雪梅	于2009年入职，目前为思迅软件质量保障部经理
21	陈绍强	于2006年入职，2018年离职，离职前为思迅软件项目经理
22	李敬之	于2011年入职，目前为思迅软件市场部总监
23	张高强	于2008年入职，目前为思迅软件武汉分公司技术支持中心经理
24	邓志武	于2010年入职，目前为思迅网络研发经理
25	王建	于2011年入职，目前为思迅软件武汉分公司开发部经理
26	刘波	于2008年入职，目前为思迅软件 eShop 事业部经理
27	郑桂生	于2005年入职，目前为思迅软件产品经理
28	张云峰	于2010年入职，目前为思迅软件商锐开发主管
29	唐绍佳	于2009年入职，目前为思迅软件 SaaS 研发二部经理
30	雷莉	于2005年入职，目前为思迅软件商务主管
31	吴凤媛	于2006年入职，目前为思迅软件会计
32	李红平	于2008年入职，目前为思迅软件开发工程师

序号	合伙人姓名	主要履历
33	罗昆华	于 2008 年入职，目前为思迅软件支付销售部经理
34	李玲	于 2008 年入职，目前为思迅软件 SaaS 研发一部经理
35	孙亚明	于 2007 年入职，目前为思迅网络渠道销售部总监
36	陈俊	于 2009 年入职，目前为奥凯软件渠道总监
37	王龙	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司渠道管理部总监
38	江军	于 2014 年入职，目前为思迅软件研发总监
39	刘红亮	于 2015 年入职，期间短暂离职后重新入职，2025 年 1 月再次离职，离职前为思迅软件行业销售经理
40	方博	于 2019 年入职，目前为思迅软件研发经理
41	陶冶	于 2013 年入职，目前为思迅软件经典产品推广部经理
42	覃承文	于 2012 年入职，目前为思迅软件开发工程师
43	王种斌	于 2011 年入职，曾离职后重新入职，目前为思迅软件产品工程师
44	李佐田	于 2012 年入职，目前为思迅软件大区主管
45	邵顺	于 2011 年入职，目前为思迅软件武汉分公司餐饮组主管
46	付国强	于 2011 年入职，目前为思迅网络研发主管
47	丁彩容	于 2010 年入职，目前为思迅软件商务高级主管
48	陈欢	于 2010 年入职，目前为思迅软件武汉分公司产品经理
49	吕玉龙	于 2015 年入职，目前为思迅软件武汉分公司研发主管
50	孙燕	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司人资行政经理

2、万国联兴、万国联赢的合伙人确定方式及主要履历

（1）合伙人确定方式

万国联兴、万国联赢系思迅软件为实施 2022 年员工持股计划而设立的员工持股平台，根据《深圳市思迅软件股份有限公司 2022 年员工持股计划（草案）》的相关规定，员工持股计划参与对象确定标准如下：

1) 员工持股计划的参与对象必须同时满足以下条件：①参与对象为已与思迅软件及其分公司、子公司签订劳动合同的员工，包括公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员以及需要激励的其他员工。②参与对象要有一定的经济基础，能通过自身合法薪酬和家庭积累取得参与员工持股计划所必须的资金来源。

2) 有下列情形之一的，不能成为本员工持股计划的参与对象：①最近 12 个月内被股转系统公司公开谴责或宣布认定为不适当人选；②最近 12 个月内被中国证监会及其

派出机构认定为不适当人选；③最近 12 个月内因重大违法违规行为被中国证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施；④《公司法》规定的不得担任公司董事、监事、高级管理人员的情形；⑤法律法规规定不得参与公司员工持股计划的；⑥中国证监会及全国股转公司认定的其他情形。

（2）合伙人主要履历情况

①万国联兴合伙人主要履历情况

序号	合伙人姓名	主要履历
1	张伟	思迅软件创始人之一，目前思迅软件董事、副总经理
2	江军	于 2014 年入职，目前为思迅软件研发总监
3	施亚琴	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件人力资源总监
4	徐小海	于 2005 年，目前为思迅软件支付事业部总经理
5	孙亚明	于 2007 年入职，目前为思迅网络渠道销售部总监
6	黄志华	于 2011 年入职，目前为思迅软件渠道经理
7	吴开	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件数字零售事业部总经理
8	苏晓娟	思迅软件成立之初即为其员工，目前为思迅软件渠道中心总经理
9	邓娟	于 2011 年入职，目前为思迅软件财务经理
10	唐绍佳	于 2009 年入职，目前为思迅软件 SaaS 研发二部经理
11	李玲	于 2008 年入职，目前为思迅软件 SaaS 研发一部经理
12	梅汉涛	于 2008 年入职，思迅软件武汉分公司产品销售总监
13	王龙	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司渠道管理部总监
14	刘波	于 2008 年入职，目前为思迅软件 eShop 事业部经理
15	戴子翔	于 2017 年入职，目前为思迅软件产品经理
16	陶冶	于 2013 年入职，目前为思迅软件经典产品推广部经理
17	刘红亮	2025 年 1 月离职，离职前为思迅软件行业销售经理
18	余卫清	于 2007 年入职，曾离职后重新入职，目前为思迅网络产品经理
19	付琼	于 2017 年入职，目前为思迅软件武汉分公司研发主管
20	王建建	于 2015 年入职，目前为思迅软件武汉分公司开发工程师
21	姚署湘	于 2014 年入职，目前为思迅软件营销及售前经理
22	谭红光	于 2009 年入职，目前为思迅软件武汉分公司大区主管
23	刘碧清	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司架构组主管
24	邓志武	于 2010 年入职，目前为思迅网络研发经理

序号	合伙人姓名	主要履历
25	王中帅	于 2019 年入职，于 2025 年 5 月离职，离职前为思迅软件武汉分公司渠道经理
26	黄龙	于 2016 年入职，目前为思迅软件武汉分公司技术支持中心商锐线主管
27	朱磊君	于 2011 年入职，目前为思迅软件武汉分公司技术支持中心 SaaS 组主管
28	梅凯	于 2015 年入职，目前为思迅软件武汉分公司售前工程师
29	蒋睿智	于 2017 年入职，思迅软件武汉分公司技术主管
30	孙永乾	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司渠道经理
31	许天谱	于 2014 年入职，目前为思迅软件武汉分公司技术支持中心通用产品组主管
32	方涛	于 2018 年入职，于 2025 年 8 月离职，离职前为思迅软件武汉分公司渠道经理
33	熊冠群	于 2019 年入职，目前为思迅软件武汉分公司开发工程师
34	朱杰豪	于 2019 年入职，目前为思迅网络产品经理
35	刘泽	于 2015 年入职，期间短暂离职后重新入职，目前为思迅软件武汉分公司开发工程师

②万国联赢合伙人主要履历情况

序号	合伙人姓名	主要履历
1	张伟	思迅软件创始人之一，目前思迅软件董事、副总经理
2	刘锦龙	于 2016 年入职，目前为思迅软件大区主管
3	邓婷	于 2016 年入职，目前为思迅软件董事会秘书
4	刘威	于 2013 年入职，目前为思迅软件技术主管
5	彭汉生	于 2018 年入职，目前为思迅软件研发经理
6	许锋	于 2019 年入职，目前为思迅软件数字零售事业部 java 组主管
7	尹文亮	于 2013 年入职，目前为思迅软件开发工程师
8	付国强	于 2011 年入职，目前为思迅网络研发主管
9	程建能	于 2019 年入职，目前为思迅软件运维工程师
10	邓清源	于 2014 年入职，目前为思迅软件开发工程师
11	段斌	于 2014 年入职，目前为思迅软件研发主管
12	黄朝烨	于 2012 年入职，目前为思迅软件移动端开发工程师
13	赖建林	于 2014 年入职，目前为思迅软件运维工程师
14	兰志晖	于 2016 年入职，目前为思迅软件平面设计师
15	李健	于 2009 年入职，目前为思迅软件开发工程师
16	潘仕璋	于 2014 年入职，目前为思迅软件产品安全工程师

序号	合伙人姓名	主要履历
17	邱闽滇	于 2017 年入职，目前为思迅软件营销主管
18	余惜	于 2014 年入职，目前为思迅软件支付商务主管
19	史津华	于 2019 年入职，目前为思迅软件开发工程师
20	覃承文	于 2012 年入职，目前为思迅软件开发工程师
21	万江勇	于 2016 年入职，期间短暂离职后重新入职，目前为思迅软件测试三部主管
22	王强	于 2016 年入职，目前为思迅软件开发工程师
23	吴丹	于 2012 年入职，目前为思迅软件测试二组主管
24	谢博宇	于 2014 年入职，目前为思迅网络营销主管
25	徐飞宇	于 2017 年入职，目前为思迅软件开发工程师
26	张慧勤	于 2010 年入职，期间短暂离职后重新入职，目前为思迅软件开发工程师
27	张毅	于 2018 年入职，目前为思迅软件开发工程师
28	赵富城	于 2017 年入职，目前为思迅软件餐饮开发主管
29	周冬伟	于 2016 年入职，目前为思迅软件开发工程师
30	雷珍	于 2017 年入职，目前为思迅软件运营主管
31	李江	于 2016 年入职，目前为思迅软件界面设计师
32	刘杰	于 2020 年入职，目前为思迅软件开发工程师
33	宋立夫	于 2015 年入职，目前为思迅软件开发工程师
34	孙定龙	于 2009 年入职，目前为思迅网络产品经理助理
35	王超	于 2018 年入职，目前为思迅软件实施工程师
36	吴东城	于 2018 年入职，目前为思迅软件测试一组主管
37	吴周明	于 2020 年入职，目前为思迅软件开发工程师
38	许丽勤	于 2020 年入职，目前为思迅网络开发工程师
39	许楠波	于 2011 年入职，目前为思迅网络开发工程师
40	邓娟	于 2011 年入职，目前为思迅软件财务经理
41	邓志武	于 2010 年入职，目前为思迅网络研发经理

（二）标的资产员工持股平台自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

1、万国联迅自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

（1）万国联迅设立时，合伙人出资及占比等情况

万国联迅成立于 2015 年 9 月 11 日，万国联迅设立时各合伙人出资及占比等情况如

下：

序号	姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	张伟	13.33	26.6653%	普通合伙人
2	葛春	3.33	6.6613%	有限合伙人
3	余晓阳	3.33	6.6613%	有限合伙人
4	田永刚	3.33	6.6613%	有限合伙人
5	吴开	3.33	6.6613%	有限合伙人
6	徐小海	3.33	6.6613%	有限合伙人
7	苏晓娟	3.33	6.6613%	有限合伙人
8	吴荣传	3.33	6.6613%	有限合伙人
9	施亚琴	3.33	6.6613%	有限合伙人
10	童青平	1.67	3.3407%	有限合伙人
11	金春梅	1.67	3.3407%	有限合伙人
12	刘人文	1.67	3.3407%	有限合伙人
13	朱金水	1.67	3.3407%	有限合伙人
14	朱小刚	1.67	3.3407%	有限合伙人
15	伍军山	1.67	3.3407%	有限合伙人
合计		50	100.00%	-

（2）万国联迅自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

报告期内，万国联迅合伙人及合伙份额未发生变化，相关变化行为主要由报告期前发生，具体情况如下：

时间	转让方	受让方	所转让的 认缴出资 额(万元)	所转让的实缴 出资额(万元)	转让出 资比例	转让价 格(万 元)	变化原因	作价依据
2015年11月	张伟	王友金	0.665	0	1.33%	0	实施员工激励	按照实缴出资额作价
		黄雪梅	0.555	0	1.11%	0		
		马卓	0.555	0	1.11%	0		
		梅汉涛	0.555	0	1.11%	0		
		陈绍强	0.445	0	0.89%	0		
		李敬之	0.445	0	0.89%	0		
		余卫清	0.335	0	0.67%	0		
		张高强	0.335	0	0.67%	0		
		李伟光	0.335	0	0.67%	0		
		刘波	0.335	0	0.67%	0		
		郑桂生	0.335	0	0.67%	0		
		邓志武	0.335	0	0.67%	0		
		王建	0.335	0	0.67%	0		
		李玲	0.22	0	0.44%	0		
		唐绍佳	0.22	0	0.44%	0		
		陈俊	0.22	0	0.44%	0		
罗昆华	0.22	0	0.44%	0				
雷莉	0.22	0	0.44%	0				

时间	转让方	受让方	所转让的 认缴出资 额(万元)	所转让的实缴 出资额(万元)	转让出 资比例	转让价 格(万 元)	变化原因	作价依据
		吴凤媛	0.22	0	0.44%	0		
		张云峰	0.22	0	0.44%	0		
		李红平	0.22	0	0.44%	0		
		孙亚明	0.22	0	0.44%	0		
		肖涵	0.22	0	0.44%	0		
		张华	0.22	0	0.44%	0		
		候曙良	0.8325	0	1.67%	0		
	林榆胜	0.8325	0	1.67%	0			
	吴荣传	林青山	1.665	0	3.33%	0	激励对象份额调整	按照实缴出资额作价
2016年4月	马卓、 余卫清	候曙良	0.445	0	0.89%	6	马卓、余卫清离职，转让万国联迅财产份额。候曙良、林榆胜看好思迅软件发展，委托张伟购买该部分财产份额。	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
		林榆胜	0.445	0	0.89%	6		
2016年8月	李伟光	候曙良	0.1675	0	0.335%	2.25	李伟光离职，转让万国联迅财产份额。候曙良、林榆胜看好思迅软件发展，委托张伟购买该部分财产份额。	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
		林榆胜	0.1675	0	0.335%	2.25		
	张伟	候曙良	0.165	0	0.33%	2.25		
		林榆胜	0.165	0	0.33%	2.25		
2017年8月	张华	张伟	0.105	0.105	0.21%	1.5	张华离职，转让万国联迅财产份额。	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
		候曙良	0.0575	0.0575	0.115%	0.75	张华离职，转让万国联迅财产份额。候曙良、林榆胜看好思迅软件发展，委托张伟购买其中0.12万元财产份额。	
		林榆胜	0.0575	0.0575	0.115%	0.75		

时间	转让方	受让方	所转让的 认缴出资 额(万元)	所转让的实缴 出资额(万元)	转让出 资比例	转让价 格(万 元)	变化原因	作价依据
2018年2月	童青平	张育宏	1.67	1.67	3.34%	45.9	童青平离职，转让万国联迅财产份额	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
	张伟 ^{注1}	张育宏	0.13	0.13	0.26%	0.13	调整双方在万国联迅的持股比例	按照实缴金额定价
2018年6月	吴荣传	候曙良	1.665	1.665	3.33%	185	吴荣传离职，转让万国联迅财产份额，候曙良看好思迅软件发展，委托张伟购买该部分财产份额。	由吴荣传与候曙良自行协商确定
2019年3月	肖涵	张育宏	0.22	0.22	0.44%	7.378	肖涵离职，转让万国联迅财产份额	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
2020年1月	张育宏	梅汉涛	0.13	0.13	0.26%	4.80	为进一步实施员工激励	参考万国联迅间接持有的思迅软件每股净资产确定
		唐绍佳	0.04	0.04	0.08%	1.44		
		张云峰	0.04	0.04	0.08%	1.44		
		江军	0.13	0.13	0.26%	4.80		
		王龙	0.13	0.13	0.26%	4.80		
		方博	0.098	0.098	0.20%	3.60		
		刘红亮	0.098	0.098	0.20%	3.60		
		曹娜 ^注	0.098	0.098	0.20%	未实际支付		
		陶冶	0.098	0.098	0.20%	3.60		
		丁彩容	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		覃承文	0.065	0.065	0.13%	2.40		

时间	转让方	受让方	所转让的认缴出资额(万元)	所转让的实缴出资额(万元)	转让出资比例	转让价格(万元)	变化原因	作价依据
		王种斌	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		李佐田	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		陈欢	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		邵顺	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		吕玉龙	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		孙燕	0.065	0.065	0.13%	2.40		
		付国强	0.065	0.065	0.13%	2.40		
2020年2月	曹娜 ^{注2}	张育宏	0.098	0.098	0.20%	0	曹娜离职需转让万国联迅财产份额	-
2022年12月	张伟	候曙良	4.165	4.165	8.33%	0	解除代持关系	为解除代持关系而进行财产份额转让，未实际作价
		林榆胜	0.835	0.835	1.67%	0		
	陈俊 ^{注3}	张育宏	0.09	0.09	0.18%	0	双方调整持有份额	未实际作价

注：

1、2018年2月，张伟与张育宏之间的财产份额转让具体背景为，2018年2月，张伟、张育宏协商确定，自2018年起，万国联迅层面对员工进行激励由张育宏以自己所持有的财产份额向员工进行分配，2018年2月，根据当时对员工激励的理解及初步想法，考虑张育宏受让童青平所持有的万股联迅财产份额1.67万元后份额数量可能不足以用于对思迅软件的员工激励，因此张伟将自己所持有的部分份额转让给张育宏进行份额调整，转让后，张育宏合计持有万国联迅1.8万元财产份额。

2、2020年1月，曹娜向张育宏购买万国联迅财产份额，但其在短期内离职并将财产份额转回张育宏，因此，双方均未实际支付该2次财产份额转让价款。

3、2022年12月，陈俊向张育宏转让万国联迅财产份额的具体背景为，2021年4月，万国联迅将其所持有的部分标的公司股份转让给上海云鑫（转让股份数量为转让前万国联迅持有标的公司股份的20%），各合伙人均应按其持有比例相应减少对应持有的思迅软件股份数量（即万国联迅平台合伙人均按照20%的比例转让其间接持有的标的公司的股份）。但合伙人陈俊基于个人资金需求等原因，并经与张育宏协商，陈俊在本次转让中多转让1.12万股股份（超过自身通过万国联迅间接持有的20%的标的公司股份）与上海云鑫，张育宏相应少转让1.12万股股份，因此，陈俊与张育宏于2022年12月重新调整在万国联迅的出资比例。

4、除以上合伙人及出资额变化外，2021年4月万国联迅将其持有的标的公司153万股股份（占转让前万国联迅持有标的公司股份的20%，因此万国联迅合伙人均按照20%的比例转让其间接持有的标的公司的股份）转让给上海云鑫时，经候曙良、林榆胜沟通，候曙良在该次股份转让中不转让其所间接持有的思迅软件股份，林榆胜转让其间接持有的思迅软件股份约15.3万股，就林榆胜所转让的部分（超过林榆胜间接持有的20%的标的公司股份部分的股份），林榆胜以其持有的万国联迅财产份额补偿给候曙良，因此，2021年4月，候曙良、林榆胜之间存在一起出资份额数量及比例的调整，调整后，候曙良持有万国联迅8.33%的财产份额（对应认缴出资额4.165万元、实缴出资额4.165万元）、林榆胜持有万国联迅1.67%的财产份额（对应认缴出资额0.835万元、实缴出资额0.835万元）。

（3）截至本回复出具日，万国联迅各合伙人出资及占比等情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	张伟	3.335	6.67%	普通合伙人
2	候曙良	4.165	8.33%	有限合伙人
3	余晓阳	3.330	6.66%	有限合伙人
4	葛春	3.330	6.66%	有限合伙人
5	苏晓娟	3.330	6.66%	有限合伙人
6	田永刚	3.330	6.66%	有限合伙人
7	吴开	3.330	6.66%	有限合伙人
8	徐小海	3.330	6.66%	有限合伙人
9	施亚琴	3.330	6.66%	有限合伙人
10	刘人文	1.670	3.34%	有限合伙人
11	金春梅	1.670	3.34%	有限合伙人
12	朱小刚	1.670	3.34%	有限合伙人
13	朱金水	1.670	3.34%	有限合伙人
14	伍军山	1.670	3.34%	有限合伙人
15	林青山	1.665	3.33%	有限合伙人
16	林榆胜	0.835	1.67%	有限合伙人
17	张育宏	0.761	1.52%	有限合伙人
18	梅汉涛	0.685	1.37%	有限合伙人
19	王友金	0.665	1.33%	有限合伙人
20	黄雪梅	0.555	1.11%	有限合伙人
21	陈绍强	0.445	0.89%	有限合伙人
22	李敬之	0.445	0.89%	有限合伙人
23	张高强	0.335	0.67%	有限合伙人
24	邓志武	0.335	0.67%	有限合伙人
25	王建	0.335	0.67%	有限合伙人
26	刘波	0.335	0.67%	有限合伙人
27	郑桂生	0.335	0.67%	有限合伙人
28	张云峰	0.260	0.52%	有限合伙人
29	唐绍佳	0.260	0.52%	有限合伙人
30	雷莉	0.220	0.44%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
31	吴凤媛	0.220	0.44%	有限合伙人
32	李红平	0.220	0.44%	有限合伙人
33	罗昆华	0.220	0.44%	有限合伙人
34	李玲	0.220	0.44%	有限合伙人
35	孙亚明	0.220	0.44%	有限合伙人
36	陈俊	0.130	0.26%	有限合伙人
37	王龙	0.130	0.26%	有限合伙人
38	江军	0.130	0.26%	有限合伙人
39	刘红亮	0.098	0.20%	有限合伙人
40	方博	0.098	0.20%	有限合伙人
41	陶冶	0.098	0.20%	有限合伙人
42	覃承文	0.065	0.13%	有限合伙人
43	王种斌	0.065	0.13%	有限合伙人
44	李佐田	0.065	0.13%	有限合伙人
45	邵顺	0.065	0.13%	有限合伙人
46	付国强	0.065	0.13%	有限合伙人
47	丁彩容	0.065	0.13%	有限合伙人
48	陈欢	0.065	0.13%	有限合伙人
49	吕玉龙	0.065	0.13%	有限合伙人
50	孙燕	0.065	0.13%	有限合伙人
合计		50.000	100.00%	-

2、万国联兴自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

万国联兴成立于2022年5月5日，万国联兴设立至今，合伙人及合伙份额、出资情况未发生变化，具体如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	张伟	195.00	19.23%	普通合伙人
2	江军	65.00	6.41%	有限合伙人
3	施亚琴	65.00	6.41%	有限合伙人
4	徐小海	65.00	6.41%	有限合伙人
5	孙亚明	39.00	3.85%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
6	黄志华	39.00	3.85%	有限合伙人
7	吴开	39.00	3.85%	有限合伙人
8	苏晓娟	39.00	3.85%	有限合伙人
9	邓娟	39.00	3.85%	有限合伙人
10	唐绍佳	39.00	3.85%	有限合伙人
11	李玲	39.00	3.85%	有限合伙人
12	梅汉涛	39.00	3.85%	有限合伙人
13	王龙	26.00	2.56%	有限合伙人
14	刘波	26.00	2.56%	有限合伙人
15	戴子翔	26.00	2.56%	有限合伙人
16	陶冶	26.00	2.56%	有限合伙人
17	刘红亮	26.00	2.56%	有限合伙人
18	余卫清	26.00	2.56%	有限合伙人
19	付琼	13.00	1.28%	有限合伙人
20	王健建	13.00	1.28%	有限合伙人
21	姚署湘	13.00	1.28%	有限合伙人
22	谭红光	13.00	1.28%	有限合伙人
23	刘碧清	13.00	1.28%	有限合伙人
24	邓志武	13.00	1.28%	有限合伙人
25	王中帅	13.00	1.28%	有限合伙人
26	黄龙	6.50	0.64%	有限合伙人
27	朱磊君	6.50	0.64%	有限合伙人
28	梅凯	6.50	0.64%	有限合伙人
29	蒋睿智	6.50	0.64%	有限合伙人
30	孙永乾	6.50	0.64%	有限合伙人
31	许天谱	6.50	0.64%	有限合伙人
32	方涛	6.50	0.64%	有限合伙人
33	熊冠群	6.50	0.64%	有限合伙人
34	朱杰豪	6.50	0.64%	有限合伙人
35	刘泽	6.50	0.64%	有限合伙人
合计		1,014.00	100.00%	-

3、万国联赢自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

（1）万国联赢设立时的相关情况

万国联赢成立于 2022 年 5 月 5 日，万国联赢设立时，各合伙人出资及占比等情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	张伟	442	45.03%	普通合伙人
2	刘锦龙	32.5	3.31%	有限合伙人
3	邓婷	26	2.65%	有限合伙人
4	刘威	26	2.65%	有限合伙人
5	彭汉生	26	2.65%	有限合伙人
6	许锋	26	2.65%	有限合伙人
7	尹文亮	26	2.65%	有限合伙人
8	沈腾飞	26	2.65%	有限合伙人
9	付国强	13	1.32%	有限合伙人
10	程建能	13	1.32%	有限合伙人
11	邓清源	13	1.32%	有限合伙人
12	段斌	13	1.32%	有限合伙人
13	黄朝烨	13	1.32%	有限合伙人
14	赖建林	13	1.32%	有限合伙人
15	兰志晖	13	1.32%	有限合伙人
16	李健	13	1.32%	有限合伙人
17	潘仕璋	13	1.32%	有限合伙人
18	邱闽滇	13	1.32%	有限合伙人
19	余惜	13	1.32%	有限合伙人
20	史津华	13	1.32%	有限合伙人
21	覃承文	13	1.32%	有限合伙人
22	万江勇	13	1.32%	有限合伙人
23	王强	13	1.32%	有限合伙人
24	吴丹	13	1.32%	有限合伙人
25	谢博宇	13	1.32%	有限合伙人
26	徐飞宇	13	1.32%	有限合伙人
27	张慧勤	13	1.32%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
28	张毅	13	1.32%	有限合伙人
29	赵富城	13	1.32%	有限合伙人
30	周冬伟	13	1.32%	有限合伙人
31	雷珍	6.5	0.66%	有限合伙人
32	李江	6.5	0.66%	有限合伙人
33	刘杰	6.5	0.66%	有限合伙人
34	宋立夫	6.5	0.66%	有限合伙人
35	孙定龙	6.5	0.66%	有限合伙人
36	王超	6.5	0.66%	有限合伙人
37	吴东城	6.5	0.66%	有限合伙人
38	吴周明	6.5	0.66%	有限合伙人
39	许丽勤	6.5	0.66%	有限合伙人
40	许楠波	6.5	0.66%	有限合伙人
合计		981.5	100.00%	-

（2）万国联赢自成立以来合伙人及合伙份额变化、变化原因以及作价依据

万国联赢设立以来仅发生一次合伙人及合伙份额变化，该行为发生在报告期前，具体情况如下：

时间	转让方	受让方	所转让的认缴出资额（万元）	所转让的实缴出资额（万元）	转让出资比例	转让价格（万元）	变化原因	作价依据
2022年8月	沈腾飞	邓婷	6.5	6.5	0.66%	6.5	沈腾飞离职 ^注	按照实缴出资额作价
		邓娟	6.5	6.5	0.66%	6.5		
		邓志武	6.5	6.5	0.66%	6.5		
		付国强	6.5	6.5	0.66%	6.5		

注：该次财产份额转让的具体背景为，万国联赢于2022年9月认购思迅软件定向发行的股票成为思迅软件股东。在万国联赢认购思迅软件股份前，拟定的激励对象沈腾飞离职，思迅软件调整激励对象名单，指定沈腾飞将其所持有的财产份额转让给拟激励对象邓婷、邓娟、邓志武、付国强。

（3）截至本回复出具日，万国联赢各合伙人出资及占比等情况如下：

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	张伟	442.00	45.03%	普通合伙人
2	刘锦龙	32.50	3.31%	有限合伙人
3	邓婷	32.50	3.31%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
4	刘威	26.00	2.65%	有限合伙人
5	彭汉生	26.00	2.65%	有限合伙人
6	许锋	26.00	2.65%	有限合伙人
7	尹文亮	26.00	2.65%	有限合伙人
8	付国强	19.50	1.99%	有限合伙人
9	程建能	13.00	1.32%	有限合伙人
10	邓清源	13.00	1.32%	有限合伙人
11	段斌	13.00	1.32%	有限合伙人
12	黄朝烨	13.00	1.32%	有限合伙人
13	赖建林	13.00	1.32%	有限合伙人
14	兰志晖	13.00	1.32%	有限合伙人
15	李健	13.00	1.32%	有限合伙人
16	潘仕璋	13.00	1.32%	有限合伙人
17	邱闽滇	13.00	1.32%	有限合伙人
18	余惜	13.00	1.32%	有限合伙人
19	史津华	13.00	1.32%	有限合伙人
20	覃承文	13.00	1.32%	有限合伙人
21	万江勇	13.00	1.32%	有限合伙人
22	王强	13.00	1.32%	有限合伙人
23	吴丹	13.00	1.32%	有限合伙人
24	谢博宇	13.00	1.32%	有限合伙人
25	徐飞宇	13.00	1.32%	有限合伙人
26	张慧勤	13.00	1.32%	有限合伙人
27	张毅	13.00	1.32%	有限合伙人
28	赵富城	13.00	1.32%	有限合伙人
29	周冬伟	13.00	1.32%	有限合伙人
30	雷珍	6.50	0.66%	有限合伙人
31	李江	6.50	0.66%	有限合伙人
32	刘杰	6.50	0.66%	有限合伙人
33	宋立夫	6.50	0.66%	有限合伙人
34	孙定龙	6.50	0.66%	有限合伙人

序号	合伙人姓名	认缴出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
35	王超	6.50	0.66%	有限合伙人
36	吴东城	6.50	0.66%	有限合伙人
37	吴周明	6.50	0.66%	有限合伙人
38	许丽勤	6.50	0.66%	有限合伙人
39	许楠波	6.50	0.66%	有限合伙人
40	邓娟	6.50	0.66%	有限合伙人
41	邓志武	6.50	0.66%	有限合伙人
合计		981.50	100.00%	-

（三）标的资产员工持股平台对离职员工合伙份额的处理方式

1、万国联迅离职员工份额的处理方式

2020年1月，为进一步实施员工激励，张育宏将其所持有的万国联迅财产份额转让给18名激励对象，张育宏与其中15名首次获得万国联迅财产份额的激励对象签署了合伙协议的补充协议，就离职员工份额处理方式进行了约定，主要为“1.所有合伙人在持有合伙企业股份期间，必须全职任职于思迅软件或其关联公司，无论以任何形式（包括但不限于主动或被动离职、长期病假、身体等原因无工作能力等）不再就职于思迅软件之日起，视为自动放弃该合伙企业股权，不再享有合伙人的一切权利，并同意按当时取得该股权实际支付的金额转让给执行合伙人或指定人员，并无条件同意及无偿协助办理相关的股权转让手续。2.在持有合伙企业股权期间，合伙人有下列行为之一，视为同意自动放弃合伙企业股权及所有权益，按以上第1条约定处理股权：如因违规被公司辞退；直接或间接参与管理、经营、控制与思迅软件业务类似或有竞争的业务；就业于与思迅软件直接竞争关系的公司；其他损害合伙企业利益的行为。3.除合伙企业书面同意除外，合伙人所持的股权不能单方面出售、相互或向第三方转让、对外担保、质押或设置其它第三方权利等行为。”

2、万国联兴、万国联赢离职员工份额处理方式

根据《深圳市思迅软件股份有限公司2022年员工持股计划（草案）》的相关规定，如万国联兴、万国联赢合伙人离职，标的公司有权取消合伙人继续参与员工持股计划的资格。其中，锁定期内，激励对象的退出价格按照以下三种方式的孰低者计算：1）退出价格=所转让出资额的出资成本+所转让出资份额的出资成本*3%（单利）*实缴出资之日至出资转让日的天数÷365；2）退出价格=转让出资额之日最近一个会计年度思迅软

件经审计每股净资产额*合伙人转让的出资额穿透计算所持有的思迅软件的股份数量；3）退出价格=转让出资额之日前 30 个交易日的思迅软件股票每股平均市价*合伙人转让的出资额穿透计算所持有的思迅软件的股份数量。锁定期满后，退出价格为思迅软件股票每股平均市价*合伙人所持有的出资额穿透计算所持有的思迅软件的股份数量。

根据思迅软件《关于延长 2022 年员工持股计划股份锁定期的公告》，经思迅软件第三届董事会第二十七次会议及第三届监事会第二十三次会议审议通过，根据《深圳市思迅软件股份有限公司 2022 年员工持股计划（草案）》及思迅软件公司层面业绩考核完成情况，该次员工持股计划所持股份锁定期应顺延 12 个月后按考核归属并解锁。本次锁定期延长后，万国联兴、万国联赢所持思迅软件股份锁定期为 2022 年 9 月 15 日至 2026 年 9 月 14 日。

万国联迅合伙协议以及 15 名合伙人与万国联迅于 2020 年 1 月签署的合伙协议补充协议均未就非思迅软件员工持有万国联迅财产份额作出禁止性约定，因此，万国联迅中，非员工合伙人持有万国联迅财产份额并未违反万国联迅合伙协议的约定。万国联兴、万国联赢不存在非员工合伙人持有平台的情形。

其中，万国联迅 2020 年 1 月与其中 15 名合伙人签订的补充协议，补充协议就离职时员工份额处理方式进行了约定，其离职时需要转让相关份额。万国联兴、万国联赢持股平台合伙协议就离职员工份额处理方式进行了约定，标的公司有权取消合伙人继续参与员工持股计划的资格。

万国联迅、万国联赢、万国联兴中部分激励对象已离职或退休但仍然持有该等持股平台财产份额，具体为万国联迅合伙人余晓阳、朱小刚、陈绍强、刘红亮，万国联兴合伙人刘红亮、王中帅、方涛。万国联迅、万国联赢、万国联兴未参与本次交易，其合伙人离职对本次重组交易不构成影响。

万国联迅合伙人余晓阳、朱小刚、陈绍强未签订补充协议，因此其离职或退休后仍持有万国联迅财产份额未违反合伙协议的约定。

按照《深圳市思迅软件股份有限公司 2022 年员工持股计划(草案)》约定，刘红亮（于 2025 年 1 月离职）、王中帅（于 2025 年 5 月离职）、方涛（于 2025 年 8 月离职），该三名员工离职后不可继续持有持股平台份额，其合计持有标的公司股份比例为 0.0443%，持股比例较低，标的公司拟择期就其退出事宜作出安排。

（四）结合标的资产历史业绩与估值等，补充说明标的资产股份支付费用的是否准确、合理

1、万国联迅相关股份支付费用情况

（1）万国联迅成立时购买股权应确认股份支付费用的会计处理分析

万国联迅设立后，通过协议转让的形式以 50.00 万元对价从张育宏处获取思迅有限 7.50% 的股权，对应 75.00 万元注册资本。此次股权转让价格较低，且具有获取职工和其他方提供服务而授予权益工具的性质，应计提股份支付。

同时，由于合伙协议中未明确约定服务期等限制条件，因此根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》的具体规定，相关股份支付费用应当于授予时计入当期损益。

标的公司未就本次股权授予行为确认股份支付费用，但由于本次股权授予发生在标的公司股改前，与本次股权授予相关的股份支付费用仅影响股改基准日的资本公积与留存收益。假设标的公司于授予日确认股份支付费用，相关会计处理的分录如下：

①股份支付费用确认时的会计分录：

借：成本费用

贷：资本公积-其他资本公积

完成期间损益结转后，相关成本费用转入未分配利润（留存收益）列报，即减少未分配利润，增加资本公积。

②净资产折股时的会计分录：

借：所有者权益科目（即股改前净资产）

贷：股本（折股数）

资本公积（净资产高于股本的部分）

2015 年 12 月 23 日，石基信息、万国联迅、张育宏及张伟等 4 名股东发起召开创立大会，以标的公司截至 2015 年 9 月 30 日经审计净资产 108,313,137.51 元，按 1:0.2770 的比例折合 3,000.00 万股，整体变更为股份有限公司，账面净资产（含股改基准日的资本公积、未分配利润）高于股本部分全部计入资本公积。因此 2015 年 9 月万国联迅设立产生的股份支付费用仅影响股改前的所有者权益结构，不影响标的公司的净资产，对报告期财务数据不构成影响。

因此，本次股份支付费用虽未确认，但未对标的公司报告期财务数据产生影响。

（2）万国联迅平台后续内部合伙人份额变动的会计处理分析

自万国联迅成立后，不存在从第三方受让标的公司股权的情形，但存在内部合伙人份额变动情形，具体情况如下：

①2020年1月，针对持股平台内部合伙人份额变动，标的公司已确认股份支付费用

2020年1月，张育宏所持的2.894%合伙企业份额转让予18名员工，其中曹娜在短期内离职，又将所持的0.196%合伙企业份额转让回张育宏，即在该次转让中张育宏实际向17名员工转让的合伙份额比例为2.698%，实际收取转让对价为49.68万元。经折算，该次转让合伙企业份额对应的思迅软件股份数量为206,381股，对应思迅软件平均每股价格为2.41元/股，低于彼时标的公司股票公允价值，因此该次股权转让具有获取职工提供服务而授予权益工具的性质，应计提股份支付费用。

根据2021年4月万国联迅向上海云鑫转让标的公司股份后的收益分配情况，万国联迅上述合伙人均已真实获取了相应份额的转让收益并完成了相关纳税义务。因此，上述自然人在授予日已实际获取了相应的股份的权利及义务，属于授予后可立即行权的股份支付。该次股份支付应当在授予日按照权益工具的公允价值一次性计入相关成本或费用，相应增加资本公积，就该次股权转让，标的公司于2020年确认股份支付费用448.05万元。

标的公司参考软件和信息技术服务业（按证监会行业分类）上市公司截至2020年1月9日时的市盈率情况，在考虑流动性折扣后测算出公司在授予日时的市盈率倍数，并结合标的公司2019年度基本每股收益金额的情况，确定授予日标的公司股票的公允价值为24.12元/股。由于该次股权转让不存在服务期等限制性约定，因此标的公司于2020年确认股份支付费用448.05万元（股票公允价值*转让股数-实际收取的转让对价： $(24.12-2.41) * 206,381 / 10,000 = 448.05$ 万元），一次性计入2020年度损益。

②其他情形下，针对持股平台内部合伙人份额变动，标的公司未确认股份支付费用

除2020年1月万国联迅内部合伙人份额变动外，万国联迅历次内部合伙人份额变动存在满足需要确认股份支付费用条件的情形，标的公司在当年度未进行会计处理，故以内部份额变动时标的公司就近股权交易的价格为公允价值，模拟计算各期股份支付费用对当期净利润影响，具体情况如下：

单位：万元

项目	股份支付费用	净利润	占比
2015 年度	51.48	3,950.98	1.30%
2016 年度	17.76	4,955.15	0.36%
2017 年度	23.93	6,077.04	0.39%
2018 年度	55.74	8,970.10	0.62%
2019 年度	19.55	7,121.64	0.27%
合计	168.46		

根据模拟测算，针对万国联迅历次内部合伙人份额变动，存在需要确认股份支付费用的情形，标的公司当期未进行会计处理，时间较为久远，且影响金额较小，占对应年度的净利润比例较低。前述股份支付费用将分别增加标的公司本次报告期期初的资本公积 168.46 万元，同时减少标的公司本次报告期期初的未分配利润 168.46 万元，占报告期初累计未分配利润比例 0.70%，占比较低，对标的公司本次报告期各期净利润均没有影响，且对标的公司净资产不产生影响。

前述股份支付费用对上市公司资本公积科目的影响与标的公司一致，对上市公司未分配利润及少数股东权益的合计影响与对标的公司未分配利润的影响金额一致，假设以本次交易前的持股比例计算，前述股份支付费用将减少上市公司未分配利润 111.57 万元、减少上市公司少数股东权益 56.89 万元。

2、万国联兴、万国联赢股份支付费用确认情况

根据《深圳市思迅软件股份有限公司 2022 年员工持股计划（草案）》，本激励计划拟授予的限制性股票数量 153.50 万股，每股面值 1 元，授予激励对象限制性股票的价格为 13.00 元/股。本激励计划的激励对象所获授的限制性股票限售期为自限制性股票首次授予登记完成之日起 12 个月、24 个月、36 个月。截至 2025 年 4 月 30 日，标的公司已向激励对象（万国联兴、万国联赢）发行限售性股票 153.50 万股。

2021 年 4 月，上海云鑫创业投资有限公司（以下简称“上海云鑫”）与石基信息、万国联迅、张育宏、张伟签署《股份转让协议》（以下简称“《股份转让协议》”），上海云鑫通过特定事项协议转让的方式，自石基信息、万国联迅、张育宏和张伟处合计受让标的公司 10,450,000 股股票，转让价格为 43.0622 元/股，本次定向发行价格低于此次股份转让价格。上海云鑫受让股票发生在本次股票发行筹划之初的 12 个月内，且上海云鑫作为蚂蚁科技集团股份有限公司全资子公司，为专业机构投资者，此次股份转让

价格能够充分体现标的公司公允价值；因此，标的公司股票的公允价值为 43.0622 元/股。

根据该方案，股份支付应确认的总成本费用如下表所示：

单位：股、元/股、元/股、万元

项目	对应公司股票数量	公允价格	授予价格	股份支付总费用
总计	1,535,000.00	43.0622	13.00	4,614.55

根据等待期占总服务期时间占比，股份支付在各年度分摊金额如下：

单位：万元

等待期	第一期（12个月）	第二期（24个月）	第三期（36个月）	每年合计
2022年	728.21	273.08	182.05	1,183.35
2023年	1,117.61	692.18	461.45	2,271.24
2024年	-	419.10	461.45	880.56
2025年	-	-	279.40	279.40
各期合计	1,845.82	1,384.36	1,384.36	4,614.55

根据该方案，每年股份支付的成本费用确认如下表所示：

单位：万元

年度	思迅网络	思迅软件	合计
2022年	96.36	1,086.98	1,183.35
2023年	184.95	2,086.29	2,271.24
2024年	71.71	808.85	880.56
2025年	22.75	256.65	279.40
合计	375.78	4,238.77	4,614.55

综上所述，万国联迅成立时购买股权虽未确认相关股份支付费用，但由于本次受让发生于标的公司股改基准日以前，不会影响标的公司报告期初净资产以及未分配利润，未对标的公司报告期财务数据产生影响。自万国联迅成立后，不存在从第三方受让标的公司股权的情形，但存在内部合伙人份额变动情形，针对万国联迅历次内部合伙人份额变动，存在需要确认股份支付费用的情形，标的公司当期未进行会计处理，时间较为久远（2015年度至2019年度），且影响金额较小，占对应年度的净利润比例较低，对标的公司本次报告期各期净利润均没有影响，且对标的公司净资产不产生影响。标的资产与万国联兴、万国联赢相关股份支付费用的确认准确、合理。

八、是否存在上市公司从事类似标准化软件产品销售、支付技术服务的情形；结合可比公司的选取过程及依据，补充说明本次重组申请与前次 IPO 申报选取的可比公司存在较大差异的合理性

（一）不存在上市公司从事类似标准化软件产品销售、支付技术服务的情形

思迅软件是一家聚焦于零售数字化领域的知名软件产品开发商及相关支付技术服务商。在零售行业专用应用软件产品领域，主要竞争对手包括深圳市科脉技术股份有限公司、深圳市智百威科技发展有限公司、准动网络科技（厦门）有限公司等，在聚合支付技术服务领域，主要竞争对手包括上海收钱吧互联网科技股份有限公司、武汉利楚商务服务有限公司、杭州首展科技有限公司等，上述公司均为未上市公司。

综上所述，不存在上市公司从事类似零售数字化领域标准化软件产品销售、支付技术服务的情形。

（二）结合可比公司的选取过程及依据，补充说明本次重组申请与前次 IPO 申报选取的可比公司存在较大差异的合理性

1、本次评估中可比公司的选取过程及依据

（1）可比上市公司的选择标准

根据《资产评估执业准则-企业价值》的要求，资产评估专业人员所选择的可比企业与标的公司应当具有可比性，本次评估确定可比上市公司的主要选取原则如下：

- ①可比公司必须有至少有三年上市历史，并且连续两年盈利；
- ②可比公司只发行人民币 A 股；
- ③可比公司所从事的行业或其主营业务与被评估单位相同或相似，或者受相同经济因素的影响，并且主营该行业历史不少于 3 年。

（2）可比上市公司的确定

本次评估主要选取过程如下：

- ①筛选 A 股“垂直应用软件”相关上市公司；
- ②筛选 2021 年 12 月 31 日之前上市的非“ST”公司；
- ③筛选 2023 年、2024 年连续盈利且股价无异常的公司；

中资评估利用同花顺 iFinD 金融数据终端进行筛选，综合考虑可比公司与被评估单

位在业务类型、企业规模、盈利能力、成长性、行业竞争力、企业发展阶段等多方面因素，最终选取了以下 5 家上市公司作为可比公司：

序号	证券代码	证券简称
1	300996.SZ	普联软件
2	603383.SH	顶点软件
3	688579.SH	山大地纬
4	002063.SZ	远光软件
5	300525.SZ	博思软件

2、本次重组申请与前次 IPO 申报选取的可比公司存在较大差异的合理性

前次 IPO 中选择的可比公司为盈建科、中望软件、福昕软件及拉卡拉，本次评估和前次 IPO 所选的可比公司不同，本次评估未选取前次 IPO 所选可比公司的理由如下：

- （1）盈建科：2022 年-2024 年三年均未盈利，不符合第三步筛选过程；
- （2）中望软件：2022-2024 年扣非净利润均为亏损，不符合第三步筛选过程；
- （3）福昕软件：2022 年、2023 年连续 2 年亏损，不符合第三步筛选过程；

（4）拉卡拉：所属申万行业为“非银金融——多元金融——金融信息服务行业”，标的公司所属申万行业为“计算机——软件开发——垂直应用软件”，同时，拉卡拉作为具有相关资质的第三方支付机构主要向商户提供收单核心业务并参与资金结算，而标的公司则作为服务机构主要负责交易结算过程中聚合支付技术服务，双方主要为上下游的关系，两者并不完全具有可比性。不符合第一步筛选过程。

与前次 IPO 选择的可比公司相关财务指标进行对比，标的公司毛利率略低于前次 IPO 选择的可比公司，高于本次评估选择的可比公司，主要标的公司支付技术服务毛利率较低拉低了总体毛利率，软件业务毛利率较为接近；标的公司期间费用率低于前次 IPO 选择的可比公司，与本次评估选择的可比公司对比结果一致，具体情况如下表所示：

①毛利率对比分析

2023 年度至 2025 年度，标的公司毛利率与前次 IPO 期间可比公司对比如下：

简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
盈建科	87.89%	93.33%	92.35%
中望软件	95.97%	94.42%	93.67%
福昕软件	87.90%	93.41%	94.79%

简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
拉卡拉	25.33%	30.02%	28.35%
前次可比公司平均	74.27%	77.79%	77.29%
标的公司	68.10%	65.66%	65.03%
标的公司软件业务毛利率	92.35%	94.03%	94.82%

数据来源：可比公司定期报告；

2023 年度至 2025 年度，前次 IPO 期间可比公司的毛利率均值分别 77.29%、77.79% 和 74.27%，高于标的公司销售毛利率，主要系：A、标的公司支付技术服务毛利率较低，拉低了总体毛利率；B、拉卡拉作为第三方支付机构与其他三家前次可比公司的业务模式不同，毛利率较低。排除上述因素，标的公司的软件业务毛利率与主营软件业务的盈建科、中望软件、福昕软件较为接近。

②销售费用率分析

2023 年度至 2025 年度，标的公司销售费用率与前次 IPO 期间可比公司对比如下：

简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
盈建科	75.44%	61.87%	57.25%
中望软件	45.11%	46.58%	52.54%
福昕软件	39.98%	53.85%	55.64%
拉卡拉	9.64%	8.29%	8.28%
前次可比公司平均	42.54%	36.46%	34.43%
标的公司	6.95%	8.57%	9.87%

数据来源：可比公司定期报告；

报告期内，标的公司销售费用率整体低于前次 IPO 期间可比公司均值，与拉卡拉的销售费用率相近，主要系销售模式的差异所致。盈建科、中望软件均以直销模式为主，福昕软件采取直销和渠道结合的方式，产生的销售人员薪酬较高。

③管理费用率分析

2023 年度至 2025 年度，标的公司管理费用率与前次 IPO 期间可比公司对比如下：

简称	2025 年度	2024 年	2023 年
盈建科	17.96%	15.88%	10.85%
中望软件	14.53%	13.26%	11.42%
福昕软件	19.42%	23.64%	22.65%

简称	2025 年度	2024 年	2023 年
拉卡拉	4.35%	4.20%	4.39%
前次可比公司平均	14.07%	14.24%	12.33%
标的公司	5.25%	5.75%	8.27%

数据来源：可比公司定期报告；

报告期内，标的公司管理费用率整体低于前次 IPO 期间可比公司均值，主要系标的公司管理架构简单，管理人员人数较低所致。

④研发费用率分析

2023 年度至 2025 年度，标的公司研发费用率与前次 IPO 期间可比公司对比如下：

简称	2025 年度	2024 年	2023 年
盈建科	66.08%	58.42%	49.66%
中望软件	51.80%	50.23%	47.09%
福昕软件	21.65%	32.67%	36.75%
拉卡拉	5.46%	4.52%	4.21%
前次可比公司平均	36.25%	36.46%	34.43%
标的公司	11.62%	14.02%	14.61%

数据来源：可比公司定期报告；

报告期内，标的公司研发费用率整体低于前次 IPO 期间可比公司均值，主要系研发人员平均薪酬相对较低，且前次 IPO 期间可比公司如福昕软件和中望软件在上市后加大研发投入，研发投入水平总体较高。

综上所述，本次评估选取的可比公司适当且依据充分，本次评估选取的可比公司具有可比性。

九、核查过程及核查结论

（一）对支付技术服务收入真实性的核查程序

针对标的公司支付技术服务收入真实性，我们执行了函证、走访等程序，具体核查方法、核查比例及进展情况如下：

1、函证情况

我们使用分层抽样的方法对标的公司执行函证程序，同时涵盖标的公司各期前十大支付技术服务客户，2023 年度至 2025 年度，我们函证核查比例分别为 95.19%、89.51%

和 89.31%，函证结果不存在异常，具体情况如下：

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发函金额 (a)	234,307,054.85	222,145,746.32	249,755,418.34
支付业务收入总额 (b)	251,170,993.80	248,179,429.60	262,373,704.10
发函比例 (c=a/b)	93.29%	89.51%	95.19%
回函相符金额 (d)	219,664,071.50	220,229,963.53	243,879,268.12
回函不符但可确认金额 (e)	9,996,649.31	1,908,791.54	5,876,150.22
未回函金额 (f)	4,646,334.04	6,991.25	-
未回函执行替代测试金额 (g)	4,646,334.04	6,991.25	-
可确认金额合计 (h=d+e+g)	224,310,405.54	222,145,746.32	249,755,418.34
可确认金额比例 (i=h/b)	89.31%	89.51%	95.19%

报告期内，项目组对标的公司支付技术服务收入函证中，回函相符金额占发函金额比例分别为 97.65%、99.14%、93.75%，比例较高。

报告期内，项目组对标的公司支付技术服务收入函证中，回函不符金额占发函金额比例分别为 2.35%、0.86%、4.27%，回函不符的支付客户包括财付通支付科技有限公司、上海汇付支付有限公司、安徽白垩纪软件有限公司、嘉联支付有限公司，主要为双方函证统计口径的差异，已执行调节程序。

报告期内，项目组对标的公司支付技术服务收入函证中，未回函金额占发函金额比例分别为 0.00%、0.00%、1.98%，针对未回函客户，我们获取销售合同、对账单、销售发票、银行回款单等原始资料，对未回函金额进行替代测试。

2、走访情况

报告期内，针对客户，我们使用分层抽样方法选择访谈对象，同时涵盖标的公司各期前五大客户，各销售业务类型。

报告期内，支付技术服务客户走访覆盖金额占各期支付技术服务收入的比例分别为 91.46%、89.80%和 86.68%。

3、穿行测试

针对销售穿行，我们各期选取思迅软件五笔进行穿行测试，抽取资料主要包括合同、收入确认凭证、收入确认单据、回款凭证、回款水单等。

4、业务访谈

我们前往标的公司经营场所进行现场尽调，期间访谈了标的公司主要经营管理人员，访谈内容包括销售、采购、财务等，了解标的公司的业务开展情况及财务执行情况，核查标的公司的收入真实性、供应商及成本完整性和准确性。

5、资金流水核查

对标的公司、标的公司子公司、标的公司实控人、董高、销售负责人、出纳进行了流水核查，项目组获取了相关人员的云闪付截图（其中标的公司出纳由于处于产假状态中，故以其休产假前签字确认的银行流水账户完整性承诺函进行替代）以保证资金流水核查范围的完整性。根据筛查标准逐条记录相关流水情况，包括相关账户号码、往来发生日期、往来资金金额、交易对方名称、交易备注等；对于自然人交易金额超过5万元的资金，以及异常资金进行重点记录，并对相关账户持有人或负责人进行访谈，了解相关资金转账发生的背景及原因，判断是否存在利益输送或资金体外循环等情况。

6、与标的公司管理层沟通，了解标的公司主要产品的业务特点、管理层对不同业务的管理情况，评价收入确认政策的合理性。

7、获取标的公司与经销商及支付技术服务业务客户签订各类合同、协议，了解合同主要内容，分析比较与经销商签订采购及销售合同的差异、各类合同的主要履约义务。

8、对标的公司营业收入实施分析与检查程序，具体如下：

（1）获取标的公司收入明细表，检查营业收入的确认方法是否符合企业会计准则规定，前后是否一致；

（2）对营业收入实施分析程序（比较各类主营业务收入的波动情况，分析其变动趋势是否正常，是否符合被审计单位季节性、周期性的经营规律，查明异常现象和重大波动的原因，毛利率波动是否异常）；

（3）获取与支付技术服务业务客户的对账记录，核对是否存在异常；

9、细节测试

针对支付技术服务收入细节测试，我们各期选取主要支付客户进行细节测试，获取对账单、银行回单、合同、发票、记账凭证等业务单据，核查支付技术服务收入确认的准确性。2023年度至2025年度，我们对支付技术服务收入细节测试比例分别为89.61%、97.00%和94.49%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年	2024 年	2023 年
核查金额（万元）	23,732.56	24,074.53	23,510.90
支付业务收入（万元）	25,117.10	24,817.94	26,237.37
核查比例	94.49%	97.00%	89.61%

综上所述，中介机构通过函证、走访等程序对标的公司支付技术服务收入真实性进行了全面核查，标的公司支付技术服务收入真实，相关核查程序充分，获取的核查证据足以支撑的核查结论。

（二）对标的资产成本费用完整性的核查程序

报告期内，标的公司采购内容主要为技术服务成本，占比约为 92%左右，该类供应商接受标的公司委托向商户提供后续技术服务。由于标的公司思迅 Pay 产品以中小微商户为销售目标，此类商户普遍具有经营规模小、数量大、分布范围广、地域特征强、信息化渗透率较低、IT 基础环境差等特征。因此，为有效推动支付技术服务业务的持续开展，标的公司委托供应商向终端商户提供与思迅 Pay 有关的技术服务，具体包括：收银系统的调试、思迅 Pay 相关的配置管理、支付场景测试及思迅 Pay 使用过程中的相关问题的解决等。

报告期内，标的公司技术服务供应商数量较多，集中度不高，符合支付业务广泛、分散的行业特征。报告期内，标的公司在全国各地布局合作技术服务商已超过 2,000 家，渠道可覆盖全国 300 多个城市。

针对标的公司成本费用完整性，我们执行了函证、走访、盘点等程序，具体核查方法及进展情况如下：

1、函证

报告期内，针对供应商，我们使用分层选样方法选择函证对象，同时涵盖标的公司各期前二十大供应商，2023 年度至 2025 年度，我们函证核查比例分别为 22.18%、44.73% 和 53.63%，函证结果不存在异常，具体情况如下：

单位：元

采购函证汇总	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发函金额 (a)	55,378,925.33	48,989,583.10	26,895,613.18
采购总额 (b)	103,263,232.27	109,523,434.13	121,237,917.87

采购函证汇总	2025 年度	2024 年度	2023 年度
发函比例 (c=a/b)	53.63%	44.73%	22.18%
回函相符金额 (d)	52,118,312.74	48,674,583.10	25,845,875.49
回函不符但可确认金额 (e)	-	315,000.00	1,049,737.69
未回函金额 (f)	3,260,612.59	-	-
未回函执行替代测试金额 (g)	3,260,612.59	-	-
可确认金额合计 (h=d+e+g)	55,378,925.33	48,989,583.10	26,895,613.18
可确认金额比例 (i=h/b)	53.63%	44.73%	22.18%

报告期内，项目组对标的公司采购函证中，回函相符金额占发函金额比例分别为 96.10%、99.36%、94.11%，比例较高。

报告期内，项目组对标的公司采购函证中，回函不符金额占发函金额比例分别为 3.90%、0.64%、0.00%，回函不符的供应商主要为阿里云计算有限公司和浙江由由科技有限公司，为双方函证统计口径的差异，已执行调节程序。

报告期内，项目组对标的公司采购函证中，未回函金额占发函金额比例分别为 0.00%、0.00%、5.89%，2025 年未回函供应商主要为阿里云计算有限公司，针对未回函供应商，我们获取付款银行回单、合同、采购发票等原始资料，对未回函项目执行替代测试。

2、走访

报告期内，针对供应商，我们使用分层选择方法选择访谈对象，同时涵盖标的公司各期前五大供应商，各采购业务类型。

报告期内，供应商走访覆盖比例分别为 20.20%、19.51%和 19.07%。

3、盘点情况

我们对标的公司 2025 年 4 月 30 日、2025 年末主要固定资产、存货执行了监盘程序，在盘点执行过程中，对标的公司盘点人员在盘点时进行观察：A、观察现场分布概况，确认固定资产、存货是否已按照盘点计划的要求进行了归类整理；B、观察盘点人员实施盘点的过程，确定盘点人员是否严格按盘点计划实施盘点；C、确定盘点人员是否准确地记录盘点固定资产、存货的数量或状况；D、观察存货是否存在毁损、陈旧、过时等特殊情况。

同时，监盘过程中，与标的公司盘点人员一起清点存货数量并形成记录，再将记录的盘点结果与标的公司盘点人员的盘点记录进行核对，确保监盘结果、标的公司盘点结

果与存货实物相符。

4、穿行测试

我们对标的公司采购执行了穿行测试。针对采购穿行，各期选取思迅软件五笔进行穿行测试，抽取资料主要包括合同、采购入账凭证、付款凭证等。

5、业务访谈

我们前往标的公司经营场所进行现场尽调，期间访谈了标的公司主要经营管理人员，访谈内容包括销售、采购、财务等，了解标的公司的业务开展情况及财务执行情况，核查标的公司的收入真实性、供应商及成本完整性和准确性。

6、细节测试

针对采购细节测试，我们各期选取主要供应商进行细节测试，获取标的公司报告期内对供应商付款银行回单、序时账、发票、记账凭证、合同等业务单据，核查成本费用的准确性，2023年度至2025年度核查比例分别为24.56%、23.71%和26.67%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
核查金额（万元）	2,754.02	2,597.26	2,978.16
采购总额（万元）	10,326.32	10,952.34	12,123.79
核查比例	26.67%	23.71%	24.56%

7、对主营业务成本执行分析程序

报告期内，标的公司主营业务收入来源为技术服务、软件产品及配套硬件产品等项目。其中，技术服务和软件产品收入为标的公司收入的主要来源，技术服务收入占标的公司收入的76%左右，软件产品收入占标的公司收入22%左右，收入结构稳定。

标的公司软件产品成本占主营业务成本比例较低，占4.1%左右，软件产品毛利率约为94%左右，较为稳定，不存在异常，主要系标的公司对软件产品的前期研发投入按照实际发生金额计入当期损益，在研发投入发生时直接作为费用化的研发支出。

标的公司主营业务成本主要为技术服务成本，占92%左右，技术服务毛利率约为59%左右，较为稳定，主要为标的公司向服务商支付的技术服务费成本。在标的公司支付技术服务业务的开展之中，标的公司向服务商采购服务所支付的费用按照既定的计算规则

确定。对于计算规则的制定，标的公司充分参考标的公司与上游第三方支付机构之间的资金结算方式，并结合标的公司的市场地位及支付技术服务业务的目标毛利率，进一步考虑对服务商激励的持续性与有效性后，予以确定，具有公允性，符合行业惯例。报告期内，标的公司技术服务商向不同服务商采购的费率差异不大，采购费率一般在 0.04% 左右，不存在向不同服务商采购价格差异较大的情形。

8、对期间费用的核查情况

2023 年度至 2025 年度，标的公司管理费用、销售费用、研发费用中职工薪酬合计占费用合计比例分别为 63.99%、81.03%、85.99%，针对职工薪酬，项目组分析报告期内的人员费用变动，与员工花名册比对，确认薪酬费用的人员完整性，职工薪酬的计提记录，确认是否发生不属于当期的薪酬费用，执行期后测试，确认期末应付职工薪酬是否在期后全额支付。

2023 年度至 2025 年度，标的公司管理费用、销售费用、研发费用中股权激励费合计占费用合计比例分别为 18.40%、9.14%、3.42%，针对股权激励费用，项目组取得股权激励协议，分析股权激励对象，与员工花名册比对，确认激励对象身份，股份支付费用计提记录，确认是否分摊合理。

2023 年度，标的公司管理费用中咨询费发生金额为 1,075.23 万元，占标的公司费用合计比例为 9.01%，其主要为标的公司当年 IPO 申报期间中介团队相关费用，项目组取得标的公司与中介机构签署的合同、银行流水支付记录，验证相关费用发生的真实性。综上所述，项目组对期间费用的核查比例分别为 80.78%、79.24%和 77.03%，标的公司报告期内期间费用计算完整、准确。

综上所述，我们通过函证、走访等程序对标的公司成本费用完整性进行了全面核查，标的资产成本费用计算完整，相关核查程序充分，获取的核查证据足以支撑的核查结论。

（三）我们执行的其他主要核查程序

1、了解和评价标的公司管理层与营业收入确认相关的内部控制的设计和运行，并测试关键控制执行的有效性，标的公司的销售模式、信用政策，选取样本检查销售合同，并评价收入确认会计政策是否符合企业会计准则的规定；

2、对标的公司的主要产品报告期内各月收入、成本、毛利率波动进行分析，评价收入确认和成本结转是否匹配，营业收入、营业成本以及毛利率是否存在异常波动；

3、针对资产负债表日前后确认的销售收入，取得了标的公司期后相应期间的序时

账及银行流水执行截止测试，评价收入是否被记录于恰当的会计期间，检查主要客户的期后回款记录，核对回款单位与客户是否一致；

4、获取标的公司员工持股平台的入股协议，核查其协议规定情况。

（四）核查结论

经核查，我们认为：

1、标的公司支付技术服务的主要客户为第三方支付机构和银行，获客方式为商务沟通洽谈，合作时间较长，合作模式为，通过在思迅软件产品中的思迅 Pay 功能模块，提供与收单机构对接的聚合支付通道以及相应的技术服务。主要客户除河南财联外均有收单业务资质，同时标的公司已连同河南财联与中原银行签订三方《技术服务合作协议》，该协议亦明确了各方的其他权利、义务和责任，符合相关规定，报告期内亦不存在因相关行为被处罚的情形。

标的公司与主要支付技术服务客户有效交易流水**总体较为稳定**，费率虽略有下滑但总体较为平稳。整体来看，未来若市场竞争进一步加剧，则终端商户签约费率可能会持续下降，上市公司已针对相关风险在重组报告书进行了披露。

报告期内，标的公司与客户对账的方式较为稳定，不存在不一致的情形，标的公司支付技术服务业务收入确认政策符合《企业会计准则》的规定。

2、聚合支付业务主要通过两种模式展开：以直接开发聚合支付工具向商户提供使用的模式、依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式。

标的公司依托门店管理软件产品开展支付技术服务业务的模式与主要竞争对手在业务拓展方面存在差异化竞争优势，同时标的公司通过门店管理软件产品拓展支付技术服务对比主要竞争对手在一体化软件功能与服务、客户粘性、核心技术等方面均具备一定的竞争优势。

报告期内标的资产主要支付业务客户与前次 IPO 申报报告期存在一些变化，具有合理性。由于标的公司终端商户类型，标的公司主要支付业务客户以第三方支付机构为主，商业银行占比较低。

标的公司与报告期内支付技术服务业务主要客户具备较好的合作基础，支付技术服务业务主要客户经营资质完善，可支持处理的交易规模较大，合作具备稳定性和可持续性。

3、因终端商户签约费率下降，标的公司所支付的技术服务费成本下降幅度相较收入的下降幅度更大，导致支付技术服务毛利率上升。标的公司与拉卡拉之间的毛利率差异主要系双方处于不同产业链环节所导致的双方收入来源及成本结构存在差异而产生，其毛利率高于拉卡拉具有合理性。

结合商户对收单机构、收单机构对标的公司、标的公司对经销商各自的支付标准及制定方式来看，以及业务链条中各机构的利益分配情况，标的公司已获取了良好的收入和利润空间，且具有商业合理性。

4、标的公司标准化软件产品具有明显的技术优势及壁垒，标的公司与同行业竞争对手相比在产品技术、产品功能、经销渠道、线下客户资源等方面均具有良好的竞争优势。标的公司软件产品收入持续下降风险较小。

5、标的公司配套硬件产品采购具有偶发性，采购规模具有合理性，与软件产品业务规模不存在匹配性；标的资产对云服务采购规模具有合理性，与软件产品中 SaaS 类产品业务规模匹配；软件产品业务成本核算完整；由于报告期内标的公司 SaaS 类软件产品毛利率相对较低且销售收入占比有所提升，因此导致标的公司软件产品毛利率整体略有下滑。

6、报告期内，标的公司期间费用下降主要系股权激励费用分摊到期和偶发中介咨询费导致，剔除相关因素影响，标的公司期间费用占营业收入比例总体较为稳定，与业务开展情况相匹配；标的公司的成本、销售费用、研发费用相关内部控制健全并有效执行，报告期内不存在成本费用混同的情形。

7、万国联迅**成立时购买股权**虽未确认相关股份支付费用，但由于本次受让发生于标的公司股改基准日以前，不会影响标的公司报告期初净资产以及未分配利润，未对标的公司报告期财务数据产生影响。**自万国联迅成立后，不存在从第三方受让标的公司股权的情形，但存在内部合伙人份额变动情形，针对万国联迅历次内部合伙人份额变动，存在需要确认股份支付费用的情形，标的公司当期未进行会计处理，时间较为久远（2015年度至2019年度），且影响金额较小，占对应年度的净利润比例较低，对标的公司本次报告期各期净利润均没有影响，且对标的公司净资产不产生影响。**标的资产与万国联兴、万国联赢相关股份支付费用的确认准确、合理。

8、不存在上市公司从事类似零售数字化领域标准化软件产品销售、支付技术服务的情形。本次评估选取的可比公司适当且依据充分，本次评估选取的可比公司具有可比

性。

问题 2. 关于标的资产经销模式

申请文件显示：（1）标的资产主要采用买断式经销的模式销售标准化软件产品及相关配套硬件产品，产品销售给经销商之后不能退回，报告期各期末经销商当期采购软件当期实现终端销售的比例较高，期末库存较低，不存在压货及大额异常退换货的情况。

（2）标的资产合作的经销商超过 2000 家，分为区域总经销商、核心经销商、一般经销商等，主要经销商包括南京万国思迅软件有限责任公司、郑州万国思迅软件有限公司、南宁万国软件有限公司等，前五大经销商中部分经销商的主要人员通过深圳市万国联商科技合伙企业（有限合伙）（以下简称万国联商）或赣州万国联迅投资中心（有限合伙）直接或间接持有标的资产少量股份，除此以外主要经销商与标的资产之间不存在其他关联关系。（3）最近两年，标的资产向前五大经销商收入金额合计为 1874.36 万元和 1283.08 万元，占营业收入比例分别为 5.14%和 3.88%，与前次 IPO 申报报告期相比标的资产前五大经销商合计收入金额、占比呈现下降趋势。（4）对于软件产品收入，标的资产根据是否存在服务期间、是否需签收确认采用不同的收入确认模式；结算方式上主要采用预收款模式，报告期各期末，标的资产合同负债余额分别为 1402.26 万元、1705.79 万元和 1857.42 万元；其他收益中软件产品增值税退税金额分别为 961.15 万元、693.06 万元和 151.47 万元。（5）标的资产在开展支付技术服务业务的过程中，需委托经销商向商户提供与“思迅 Pay”相关的技术服务，包括收银系统的网络调试、“思迅 Pay”相关的配置管理等，因此存在经销商同时为供应商的情形。

请上市公司补充说明：（1）标的资产软件产品经销流程和技术服务采购流程，向经销商采购技术推广服务的具体结算方式，经销模式、经销商数量和集中度是否符合行业特点和惯例，标的资产对经销商的主要管理规定、相关内部控制是否健全有效。（2）主要经销商的基本情况、与标的资产合作情况，对主要经销商是否存在收入下降情形、原因以及对后续合作的潜在影响；不同类别或层级的经销商数量、销售收入及毛利占比变化原因及合理性，新增和退出经销商数量、销售收入及毛利占比，是否存在新设即成为标的资产主要经销商的情形及合理性，是否存在个人等非法人实体等。（3）报告期内间接持有标的资产股份的经销商及其人员的具体情况，标的资产向前述经销商的销售收入、采购及占比变动情况，经销商及其人员参股标的资产的原因及资金来源，入股价格是否公允，考虑股权增值和分红后的入股收益与相关经销商对标的资产的业绩贡献水平是否匹配；报告期内除人员参股标的资产外，经销商及其关联方与标的资产及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在其他关联或潜在关

联关系（如前员工、近亲属等）、资金往来或其他利益安排；结合标的资产软件产品销售、技术服务采购的定价依据及其公允性，补充说明标的资产与前述经销商的销售和采购金额，单价、毛利率对比其他经销商是否存在显著差异。（4）标的资产合同负债规模、软件产品增值税退税金额与软件产品销售额的匹配性，经销商采购后的销售周期，报告期内标的资产主要经销商进销存情况，产品的终端销售情况，是否存在对部分经销商销售、采购定价或数量存在显著差异或出现较大变化的情形及合理性，对相同经销商的采购和销售金额是否匹配，是否存在通过经销商囤货、调节销售或采购价格、代垫成本费用、体外资金循环等调节收入、成本的情形。（5）经销商向其客户的销售和收费方式，标的资产软件产品销售后的退换货条件，软件产品相关服务的具体含义，销售合同中关于软件产品后续更新维护的约定，是否额外向经销商或终端商户收取费用；终端客户基于标的资产软件产品开通“思迅 Pay”的比例，标的资产向终端商户推广“思迅 Pay”的具体方式，是否存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形，如是，相关金额的具体核算方式；结合前述情况进一步说明软件产品收入确认及成本核算方式是否符合《企业会计准则》的有关规定及行业惯例。（6）结合主要经销商是否专门销售标的资产产品、经销规模与自身业务规模，标的资产与主要竞争对手的对比情况等，补充说明经销商是否存在经销竞争对手产品的情形，标的资产渠道优势等核心竞争力的体现，与主要经销商未来合作的可持续性，软件产品及基于软件产品的支付技术服务业务是否存在被竞争对手模仿、取代的风险。

请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见，并补充说明对经销收入真实性的核查情况，包括但不限于对终端销售及回款、经销商库存、退换货等的核查范围、核查手段、覆盖比例等，相关核查程序是否充分，获取的核查证据是否足以支撑发表核查结论。

【回复】

一、标的资产软件产品经销流程和技术服务采购流程，向经销商采购技术推广服务的具体结算方式，经销模式、经销商数量和集中度是否符合行业特点和惯例，标的资产对经销商的主要管理规定、相关内部控制是否健全有效

（一）标的资产软件产品经销流程和技术服务采购流程

1、标的资产软件产品经销流程

标的公司的软件产品主要采用经销模式进行销售，通过标的公司的授权经销商为终端商户提供一体化解决方案和服务。

标的公司在确定经销业务合作前，需甄选合格经销商，并对其进行业务、产品和技术等方面的考察和培训，考察主要包括对经销商是否具有经营资质（营业执照）、是否具备技术基础和行业经验、是否具有相应的服务能力等情况进行分析评价，并据此判断经销商是否具备相应的业务经营能力。

在甄选出合格经销商后，标的公司与合格经销商签订合作协议，确定经销商的级别、业务区域、销售产品种类、价格政策及售后服务等基本内容。在合作期限内，经销商根据自身需求向标的公司发送采购订单，标的公司渠道部根据经销商的需求在 CRM 系统中开单。如经销商采用现款现货模式，标的公司向其发货前，财务人员需根据到款金额与订单合计金额进行核对；如经销商采用货到后付款，则在开单后自动转入配货发货的流程，最终由经销商签收货物并在社区平台上点击确认。

具体流程图如下：



2、标的资产技术服务采购流程

标的公司在开展支付技术服务业务的过程中，委托经销商向签约商户以技术服务商身份提供软件产品相关的技术服务。

标的公司支付技术服务业务主要通过思迅 Pay 来完成，因此授权技术服务商在支付技术服务业务开展过程中，向签约商户提供包括收银系统的网络调试、思迅 Pay 相关的配置管理、支付场景测试的服务，并在签约商户的思迅 Pay 使用过程中，及时解决突发的问题。

（二）向经销商采购技术推广服务的具体结算方式

标的公司与经销商之间的技术服务费用计算公式：技术服务费=有效交易流水*（商户签约费率-服务商合作费率）*分成比例。

标的公司根据前述公式按月计算应付技术服务费，并按照季度进行技术服务费用的结算。

（三）标的公司经销模式、经销商数量和集中度符合行业特点和惯例

1、经销商的数量和集中度情况

2023 年度至 2025 年度，按照标的公司对不同经销商的收入规模进行分类，不同规模下经销商数量，对应的软件经销收入等情况如下表所示：

单位：家、万元

2025 年				
收入规模	经销商数量	软件经销收入	收入占比	客均收入
100 万元以上	4	1,134.09	16.64%	283.52
50-100 万元	14	915.96	13.44%	65.43
50 万元以下	1,650	4,764.34	69.92%	2.89
合计	1,668	6,814.40	100.00%	/
2024 年				
收入规模	经销商数量	软件经销收入	收入占比	客均收入
100 万元以上	3	1,025.63	14.51%	341.88
50-100 万元	14	906.90	12.83%	64.78
50 万元以下	1,767	5,137.37	72.67%	2.91
合计	1,784	7,069.90	100.00%	/
2023 年				
收入规模	经销商数量	软件经销收入	收入占比	客均收入
100 万元以上	6	1,862.75	20.68%	310.46
50-100 万元	14	922.86	10.24%	65.92
50 万元以下	1,665	6,222.91	69.08%	3.74
合计	1,685	9,008.52	100.00%	/

报告期内，标的公司经销商数量较多，集中度不高，符合支付业务广泛、分散的行业特征。标的公司以零售产业末端的中小微商户为目标客户群，基于中小微商户普遍具有的经营规模小、数量大、分布广、地域特性强等特点，利用授权经销商完成标准化的软件产品向目标客户的销售。

标的公司选择以经销模式进入末端市场主要是基于以下理由：

①中小微商户的经营规模较小，其软件采购预算低且对产品价格较为敏感。因此相较于规模化软件产品，单个标准化软件产品的市场价格及利润金额较低。如拟开拓该市场并实现产品研发成本的覆盖以及良好的盈利，则需实现一定数量级规模的产品销售以

及大范围的商户覆盖，方可实现规模化效应。

②就标的公司所处行业内的中小微目标客户市场而言，该类客户群体还具有数量巨大、分布广泛、地域特征强的特征，且该类客户大多处于数字化转型初级阶段，对应 IT 知识储备较为匮乏，仍需通过专门人员上门完成介绍、指导以及维护工作等特点。中小微商户该等特点对营销网络、销售团队的建设等方面提出了较高的要求。

③如采取直销模式，一般企业自身销售团队的能力无法覆盖众多中小微商户，即便是完成了大规模的销售团队建设，中小微商户较低的客单价也将无法支持高额的团队建设成本。直销模式对标的公司销售人员管理、销售及售后服务、成本控制等方面均造成较大挑战，不具有现实的可行性和商业合理性；而对于经销模式，经销商已在全国各地均有广泛分布，一般基于本地化经营，对当地市场特征及客户需求更为了解，且具备一定的 IT 知识，在产品成熟度高、设计合理的情况下，可高效完成本地中小微客户的产品推介及安装、维护服务工作。因此，稳定、广泛的经销渠道网络为解决前述痛点最重要方式。

2、渠道经销模式亦为该市场通行的销售模式

除标的公司以外，参考标的公司主要竞争对手科脉技术、智百威、准动科技等，上述公司均通过上千家的渠道经销商实现产品销售和业务经验，情况如下表所示：

公司名称	是否主要通过经销模式实现软件产品销售	经销商合作情况
科脉技术	是	拥有 1,000 余家销售网点，累计服务终端商户超过 40 万
智百威	是	拥有 1,000 余家合作伙伴，累计服务终端商户超过 40 万
准动科技	是	拥有 2,000 余家合作商，全球拥有 240 多万注册用户
标的公司	是	拥有 2,000 余家合作伙伴，累计服务终端门店超过 70 万

数据来源：官方网页及其他公开信息。

综上所述，标的公司采用经销模式、经销商数量和集中度均符合行业特点和惯例。

（四）标的资产对经销商的主要管理规定、相关内部控制是否健全有效

1、标的资产对经销商的主要管理规定

为了高效地管理全国经销销售网络渠道，标的公司建立了较为完善的经销商管理制度，对经销商的渠道拓展、日常销售、区域管理等方面进行了有效的管控，形成了较为完善的销售管理体系，并制定了一系列业务流程管理办法，具体包括《渠道分销业

务及流程说明》和《思迅渠道伙伴合作指引》等。经销商管理办法的主要内容如下：

（1）在渠道层级方面，标的公司原则上仅允许区域总经销商进行渠道开拓和次级分销，其余经销商均是直接面对终端客户进行销售和服务，不存在多级经销的情况；

（2）在组织架构方面，职能维度层面上以经销商管理为主，具有直线控制的层级特点，设有大区经理、渠道经理、渠道助理、商务助理岗位；行业维度层面上以产品管理为主，可按产品线或行业线进一步划分；

（3）在经销商管理方面，明确约定了新经销商的甄选、经销商日常维护、交易管理、货款结算方式等规定。

2、相关内部控制是否健全有效

标的公司通过渠道部专人负责相关经销商的日常沟通及管理工作，经销商亦可通过标的公司的“合作伙伴社区”平台在线反馈客户在使用产品过程中的问题，标的公司技术支持部门及时对接、解决问题。此外，标的公司也会安排渠道经理通过上门拜访或举办不定期经销商会议、区域技术培训会议、业务交流会、远程技术培训等多种方式与经销商保持密切联系，及时了解市场情况和客户新的需求。

标的公司在经营管理过程中，还制定了货币资金管理、采购管理、销售管理、财务管理等一系列内部制度，形成了健全的内部控制体系。日常经营活动中，标的公司有效执行了相关具体控制。

综上，标的公司已建立了较为完善的经销商管理制度以及规范的软件产品经销流程，且相关内控制度已得到了有效的执行。

二、主要经销商的基本情况、与标的资产合作情况，对主要经销商是否存在收入下降情形、原因以及对后续合作的潜在影响；不同类别或层级的经销商数量、销售收入及毛利占比变化原因及合理性，新增和退出经销商数量、销售收入及毛利占比，是否存在新设即成为标的资产主要经销商的情形及合理性，是否存在个人等非法人实体等

（一）主要经销商的基本情况、与标的资产合作情况，对主要经销商是否存在收入下降情形、原因以及对后续合作的潜在影响

2023年度至2025年度，标的公司对各期前二十大经销商销售的产品主要为软件产品，销售收入及占比情况如下：

单位：万元

2025 年度				
序号	经销商名称	收入金额	占比	合作时间
1	南京万国思迅软件有限责任公司	449.84	6.60%	自 2005 年至今
2	郑州万国思迅软件有限公司	401.27	5.89%	自 2004 年至今
3	南宁万国软件有限公司	175.33	2.57%	自 2011 年至今
4	昆明新雅图电子科技有限公司	107.66	1.58%	自 2004 年至今
5	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	96.29	1.41%	自 2017 年至今
6	山东思迅汇文电子科技有限公司	82.98	1.22%	自 2004 年至今
7	重庆耀优科技有限公司	81.98	1.20%	自 2012 年至今
8	西安永光电子科技有限公司	69.35	1.02%	自 2015 年至今
9	成都优客多科技有限公司	69.12	1.01%	自 2020 年至今
10	杭州畅奇电子科技有限公司	64.46	0.95%	自 2015 年至今
11	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司	61.64	0.90%	自 2004 年至今
12	大连盛方科技发展有限公司	60.33	0.89%	自 2011 年至今
13	武汉凯拓源科技有限公司	56.65	0.83%	自 2013 年至今
14	长春启诚智能科技有限公司	55.45	0.81%	自 2021 年至今
15	哈尔滨商道信息技术有限公司	55.42	0.81%	自 2013 年至今
16	湖南鑫宇云科技服务有限公司	55.28	0.81%	自 2019 年至今
17	宜宾市百商电子商务有限公司	53.71	0.79%	自 2009 年至今
18	山东昆润信息技术有限公司	53.31	0.78%	自 2011 年至今
19	广东笔尖科技有限公司	47.23	0.69%	自 2018 年至今
20	山东商通睿捷信息科技有限公司	46.86	0.69%	自 2007 年至今
合计		2,144.15	31.46%	
2024 年度				
序号	经销商名称	收入金额	占比	合作时间
1	南京万国思迅软件有限责任公司	578.13	7.61%	自 2005 年至今
2	郑州万国思迅软件有限公司	322.18	4.24%	自 2004 年至今
3	南宁万国软件有限公司	191.62	2.52%	自 2011 年至今
4	昆明新雅图电子科技有限公司	106.08	1.40%	自 2004 年至今
5	成都优客多科技有限公司	85.07	1.12%	自 2020 年至今
6	西安永光电子科技有限公司	77.09	1.02%	自 2015 年至今
7	大连盛方科技发展有限公司	70.74	0.93%	自 2011 年至今

8	宜宾市百商电子商务有限公司	69.88	0.92%	自 2009 年至今
9	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	69.28	0.91%	自 2017 年至今
10	山东昆闰信息技术有限公司	67.76	0.89%	自 2011 年至今
11	山东汇商商业设施有限公司	64.97	0.86%	自 2013 年至今
12	上海速宏实业有限公司	64.30	0.85%	自 2006 年至今
13	武汉凯拓源科技有限公司	62.73	0.83%	自 2013 年至今
14	哈尔滨商道信息技术有限公司	62.40	0.82%	自 2013 年至今
15	湖南鑫宇云科技服务有限公司	61.40	0.81%	自 2019 年至今
16	杭州畅奇电子科技有限公司	60.44	0.80%	自 2015 年至今
17	山东思迅汇文电子科技有限公司	53.98	0.71%	自 2004 年至今
18	重庆璀优科技有限公司	51.48	0.68%	自 2012 年至今
19	武汉思迅商云科技有限公司	50.52	0.67%	自 2012 年至今
20	山东必诚软件服务有限公司	49.71	0.65%	自 2022 年至今
合计		2,219.76	29.23%	
2023 年度				
序号	经销商名称	收入金额	占比	合作时间
1	南京万国思迅软件有限责任公司	995.98	10.47%	自 2005 年至今
2	郑州万国思迅软件有限公司	347.86	3.66%	自 2004 年至今
3	南宁万国软件有限公司	266.36	2.80%	自 2011 年至今
4	昆明新雅图电子科技有限公司	138.94	1.46%	自 2004 年至今
5	重庆璀优科技有限公司	125.21	1.32%	自 2012 年至今
6	西安永光电子科技有限公司	111.50	1.17%	自 2015 年至今
7	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	101.89	1.07%	自 2017 年至今
8	山东思迅汇文电子科技有限公司	98.64	1.04%	自 2004 年至今
9	成都优客多科技有限公司	86.28	0.91%	自 2020 年至今
10	河南思迅网络科技有限公司	82.56	0.87%	自 2020 年至今
11	宜宾市百商电子商务有限公司	72.34	0.76%	自 2009 年至今
12	武汉思迅商云科技有限公司	67.64	0.71%	自 2012 年至今
13	湖南鑫宇云科技服务有限公司	65.81	0.69%	自 2019 年至今
14	湖北新商基科技有限公司	65.09	0.68%	自 2013 年至今
15	大连盛方科技发展有限公司	60.58	0.64%	自 2011 年至今
16	德州商通电子有限公司	58.60	0.62%	自 2005 年至今

17	四川朝环科技有限公司	56.86	0.60%	自 2012 年至今
18	西安中云科创信息科技有限公司	56.60	0.60%	自 2013 年至今
19	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司	55.65	0.59%	自 2004 年至今
20	赣州万加合信息技术有限公司	52.99	0.56%	自 2012 年至今
合计		2,967.38	31.20%	

报告期内，标的公司经销销售比较分散。尽管受制于宏观经济因素影响，标的公司对前二十大经销商客户的软硬件销售收入有所下降，但在经销收入中的占比较为稳定。标的公司与上述前二十大经销商均保持着多年的合作关系，合作较为稳定，后续合作具有可持续性。

（二）不同类别或层级的经销商数量、销售收入及毛利占比变化原因及合理性

按照对经销商安排的年度目标经销规模和实际可以经销标的公司的产品类型，标的公司将经销商分为区域总经销商、核心经销商和一般经销商，具体划分标准如下：

经销商层级	主要划分标准
区域总经销商	标的公司目前只在云南、广西、河南、江苏及安徽区域设立总经销合作伙伴。
核心经销商	软件年销售目标 25 万元以上。
一般经销商	软件年销售目标 25 万元以下。

2023 年度至 2025 年度，标的公司各层级经销商数量、销售收入、毛利率情况如下：

单位：家、万元

2025 年度					
经销商层级	数量	销售收入	销售收入占比	毛利率	毛利占比
区域总经销商	4	1,134.09	16.64%	85.70%	16.33%
核心经销商	113	3,006.36	44.12%	89.10%	45.00%
一般经销商	1,551	2,673.95	39.24%	86.08%	38.67%
合计	1,668	6,814.40	100.00%	87.35%	/
2024 年度					
经销商层级	数量	销售收入	销售收入占比	毛利率	毛利占比
区域总经销商	4	1,198.01	15.78%	87.98%	15.67%
核心经销商	131	3,325.89	43.80%	90.73%	44.87%
一般经销商	1,649	3,069.11	40.42%	86.48%	39.46%
合计	1,784	7,593.00	100.00%	88.58%	/

2023 年度					
经销商层级	数量	销售收入	销售收入占比	毛利率	毛利占比
区域总经销商	4	1,749.15	18.39%	90.78%	18.32%
核心经销商	120	3,659.07	38.48%	93.05%	39.29%
一般经销商	1,561	4,101.81	43.13%	89.55%	42.39%
合计	1,685	9,510.03	100.00%	91.12%	/

从各级经销商看，标的公司各级经销商销售收入及毛利占比比较为稳定，没有明显差异。

（三）新增和退出经销商数量、销售收入及毛利占比，是否存在新设即成为标的资产主要经销商的情形及合理性

标的公司区域经销商报告期为4家，没有变化；一般经销商数量多、规模小，年变动较为频繁；核心经销商较为稳定，2023年核心经销商新增3家；2024年核心经销商新增4家，退出1家；2025年核心经销商新增1家，退出1家。

报告期内，标的公司新增、退出区域总经销商及核心经销商收入、毛利率情况如下：

1、当期新增经销商当期收入、毛利率情况

2023年度至2025年度，标的公司当期新增经销商当期收入、毛利率、毛利占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年			2024 年			2023 年		
	收入	毛利率	毛利占比	收入	毛利率	毛利占比	收入	毛利率	毛利占比
新增经销商	9.73	88.05%	0.14%	32.57	94.43%	0.46%	69.35	97.10%	0.78%

注：新增经销商标准：当年发生交易，前一年未发生交易；

2、当期退出经销商上期收入、毛利率情况

2023年度至2025年度，标的公司当期退出经销商上期收入、毛利率、毛利占比情况如下所示：

单位：万元

项目	2025 年			2024 年		
	收入	毛利率	毛利占比	收入	毛利率	毛利占比
退出经销商	3.06	92.49%	0.04%	3.34	98.44%	0.04%

注：退出经销商标准：前一年发生交易，当年未发生交易；2023 年未有区域总经销商和核心经销商退出；

综上所述，报告期内标的公司主要经销商较为稳定，不存在新设即成为标的资产主要经销商的情形，新增、退出核心经销商当期收入、毛利占比较低，影响较小。

（四）是否存在个人等非法人实体等

2023 年度至 2025 年度，标的公司个人经销商情况如下所示：

单位：人、万元

期间	个人经销商数量	收入	毛利	毛利率
2025 年	83	49.30	41.48	84.12%
2024 年	119	68.39	57.53	84.11%
2023 年	116	112.42	104.55	93.00%
合计		230.11	203.56	88.46%

标的公司对经销商是否为法人没有明确要求，只要达到合作基本要求且遵守市场规范均可成为标的公司的注册经销商。标的公司的个人经销商收入占比不高，毛利率没有明显差异。

三、报告期内间接持有标的资产股份的经销商及其人员的具体情况，标的资产向前述经销商的销售收入、采购及占比变动情况，经销商及其人员参股标的资产的原因及资金来源，入股价格是否公允，考虑股权增值和分红后的入股收益与相关经销商对标的资产的业绩贡献水平是否匹配；报告期内除人员参股标的资产外，经销商及其关联方与标的资产及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在其他关联或潜在关联关系（如前员工、近亲属等）、资金往来或其他利益安排；结合标的资产软件产品销售、技术服务采购的定价依据及其公允性，补充说明标的资产与前述经销商的销售和采购金额，单价、毛利率对比其他经销商是否存在显著差异

（一）报告期内间接持有标的资产股份的经销商及其人员的具体情况

标的公司的经销商均未通过直接或间接方式持有标的公司股份，报告期内，部分经销商人员通过万国联迅或万国联商持有标的公司股份，通过万国联迅、万国联商间接持有思迅软件的经销商人员，均为相关经销商的股东或核心管理人员。持股人员亦通过确

认函方式确认了其任职或参股的经销商名单。

1、报告期内，通过万国联迅持有标的公司股份的经销商人员情况

报告期内，通过万国联迅持有标的公司股份的经销商人员情况如下：

单位：万元

序号	姓名	通过万国联迅间接持股思迅软件的比例	涉及经销商名称	2025年度经销收入	占当期经销收入比例
1	候曙良	0.4808%	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司	61.64	0.90%
2	葛春	0.3844%	南京万国思迅软件有限责任公司	449.84	6.60%
3	朱金水	0.1928%	郑州万国思迅软件有限公司	401.27	5.89%
4	林榆胜	0.0964%	昆明新雅图电子科技有限公司 南宁万国软件有限公司 昆明万国思迅软件有限公司 贵州中商融通科技有限公司 贵阳市南明区新雅图科技有限公司 南宁新雅图办公设施有限责任公司	342.18	5.02%
合计		1.1543%	/	1,254.93	18.42%

注：合计金额不等于表格金额直接相加，是因为表中部分经销商重复出现，合计金额取去重后总计数，下同。

2、报告期内，通过万国联商持有标的公司股份的经销商人员情况

报告期内，通过万国联商持有标的公司股份的经销商人员情况如下：

单位：万元

序号	姓名	持股思迅软件的比例	涉及经销商名称	2025年度经销收入	占当期经销收入比例
1	张嘉睿	0.1273%	长春东拓新零售信息技术服务有限公司	17.11	0.25%
2	肖逢刚	0.1103%	成都优客多科技有限公司	69.12	1.01%
3	祁勇	0.1019%	盐城思迅软件有限公司	4.92	0.07%
4	王立红	0.0849%	上海速宏实业有限公司	42.82	0.63%
5	候曙良	0.0849%	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司	61.64	0.90%
6	吴宗朝	0.0849%	昆明新雅图电子科技有限公司	107.66	1.58%
7	朱银江	0.0679%	泰州金开元网络科技有限公司	1.88	0.03%
8	付存路	0.0679%	山东汇商商业设施有限公司	36.27	0.53%

序号	姓名	持股思迅软件的比例	涉及经销商名称	2025年度经销收入	占当期经销收入比例
9	丁振民	0.0679%	山东思迅汇文电子科技有限公司	82.98	1.22%
10	冉东	0.0594%	重庆璀优科技有限公司	81.98	1.20%
11	赵彬	0.0594%	银川万国思迅电子科技有限公司 银川云商智联科技有限公司	4.76	0.07%
12	吴勇峰	0.0594%	福州通和信计算机有限公司	41.08	0.60%
13	花仲兵	0.0509%	徐州市恒众科技有限公司	1.69	0.02%
14	陈炳仁	0.0509%	杭州金耀科技有限公司	31.99	0.47%
15	蔡辉	0.0509%	温州合众科技有限公司	32.90	0.48%
16	刘望	0.0424%	长沙商茂恒网络科技有限公司	14.88	0.22%
17	黄金国	0.0424%	武汉思迅商云科技有限公司	37.75	0.55%
18	范水海	0.0424%	泉州思迅软件技术发展有限公司	37.44	0.55%
19	叶伟	0.0424%	河南省钧梓网络科技有限公司	5.32	0.08%
20	缪红军	0.0424%	无锡思远软件科技有限公司	0.13	0.00%
21	王兴	0.0424%	沈阳万邦思迅科技有限公司 沈阳万邦思讯软件经营有限公司	19.13	0.28%
22	李俊	0.0424%	南京弗锐软件科技有限公司	-	-
23	朱红明	0.0424%	南昌拓佰科技有限公司	13.50	0.20%
24	魏周宇	0.0424%	陕西宇辉腾飞网络科技有限公司	2.31	0.03%
25	丁玉龙	0.0424%	石家庄市新华区雅慷电子销售中心	22.48	0.33%
26	严利华	0.0424%	杭州思迅软件有限公司 杭州富超电子有限公司	18.01	0.26%
27	候永梅	0.0340%	乌鲁木齐胜思信息技术有限责任公司	61.64	0.90%
28	宁冰玲	0.0340%	哈尔滨鑫金融达科技有限公司	4.03	0.06%
29	张宜高	0.0255%	苏州红袖网络科技有限公司	0.19	0.00%
30	邹裕	0.0255%	北京大新雅图科技有限公司 河北植众网络科技有限公司	28.62	0.42%
31	高鹏	0.0255%	金华高盛信息技术有限公司	37.66	0.55%
32	王百川	0.0255%	驻马店中讯网络科技有限公司	14.34	0.21%
33	董万恒	0.0255%	合肥银海电子技术有限公司	3.93	0.06%
34	李军	0.0255%	沈阳市商软福达科技有限公司 沈阳市中商融通科技有限公司	41.03	0.60%
35	郑力成	0.0255%	大连盛方科技发展有限公司	60.33	0.89%
36	冯彦霞	0.0212%	深圳贝思德科技有限公司	7.39	0.11%
37	张建华	0.0212%	丽水今日电脑商行	8.90	0.13%

序号	姓名	持股思迅软件的比例	涉及经销商名称	2025年度经销收入	占当期经销收入比例
38	李招洪	0.0170%	贵州中商融通科技有限公司	18.51	0.27%
39	夏长波	0.0170%	上海友琪网络科技有限公司	7.60	0.11%
40	杨帅英	0.0170%	湖南商鼎大众信息技术有限公司	5.97	0.09%
41	李法权	0.0170%	连云港科翔商贸有限公司	1.60	0.02%
42	钟垂恩	0.0170%	南宁万国软件有限公司	175.33	2.57%
43	罗中林	0.0170%	西安中云科创信息科技有限公司	38.72	0.57%
44	雷艳	0.0170%	宜宾市百商电子商务有限公司	53.71	0.79%
45	王宇	0.0085%	哈尔滨思宇迅科技开发有限公司	23.17	0.34%
46	杜奇	0.0085%	北京万邦思迅科技有限公司 北京大新雅图科技有限公司	28.36	0.42%
47	孟涛	0.0085%	商丘市梁园区万国思迅计算机销售中心	0.004	0.0001%
48	尚臣	0.0085%	绵阳成田科技有限公司	5.60	0.08%
合计		2.0371%	/	1,347.69	19.78%

注：合计金额不等于表格金额直接相加，是因为表中部分经销商重复出现，合计金额取去重后总计数。

（二）标的资产向相关经销商的销售收入、采购及占比变动情况

报告期内，不存在经销商直接或者间接持有标的公司股份的情况。间接持有标的公司股份的经销商人员 51 人，涉及经销商 57 家。2023 年度至 2025 年度标的公司对上述相关经销商销售，采购及占比较为稳定，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度			2024 年度			2023 年度		
	金额	占比 ^{注1}	占比 ^{注2}	金额	占比 ^{注1}	占比 ^{注2}	金额	占比 ^{注1}	占比 ^{注2}
销售	2,239.48	6.71%	31.10%	2,407.30	7.27%	31.03%	3,192.46	8.76%	33.20%
采购	2,385.12	23.10%	25.57%	2,582.22	23.58%	25.33%	2,929.27	24.16%	25.82%

注：占比^{注1}：为标的资产当期向相关经销商的销售收入、采购分别占当期营业收入、总采购金额比例；占比^{注2}：为当年标的资产向相关经销商的销售收入、采购分别占当年软硬件产品收入、技术服务总采购金额比例；

（三）相关人员参股标的资产的原因及资金来源

万国联迅于 2015 年 9 月，万国联商于 2017 年 4 月完成对标的公司入股，具体情况如下：

1、万国联迅

2015年9月18日，张育宏作为转让方，万国联迅作为受让方签署《股权转让协议书》，约定张育宏将其所持思迅有限7.5%的股权转让给万国联迅。深圳联合产权交易所股份有限公司出具编号为JZ20150918183的《股权转让见证书》，对上述股权转让协议书进行了见证。

该转让行为，发生在股改（2015年12月标的公司完成股改相关工作）之前。针对经销商相关人员2015年9月通过万国联迅入股标的资产的行为，由于年代较为久远，因此取得了该等人士出具的确认等文件。

2、万国联商

2016年末，标的公司拟实施股票定向发行，为保持核心经销渠道的稳定，希望通过主要经销商的相关人员（以下简称“相关人员”）持有标的公司股票的方式巩固标的公司与主要经销商的合作关系。因拟定的持股人员数量较多，不便于统一管理，各方决定设立持股平台，由认购标的公司定向发行的股票。

2017年4月14日，相关股份在全国股转系统挂牌并公开转让，张育宏以8.00元/股认购标的公司250.00万股份，该股份为张育宏代万国联商持有（2022年5月26日已对相关代持行为进行了还原，由万国联商直接持股）。针对经销商相关人员通过万国联商入股标的资产的行为，取得了该等人士入股前后三个月的银行流水。

综上所述，以上相关经销商人员因看好标的公司发展，愿意通过持股平台认购标的公司股票，该等人士入股资金来源均为自有或自筹的合法资金。万国联迅、万国联商未参与本次交易，其历史上代持行为对本次交易不构成影响。

（四）入股价格是否公允

1、万国联迅涉及股份支付确认的情况分析

序号	事项	是否需确认股份支付费用
1	2015年9月，合伙企业设立并自张育宏处受让标的公司股权	是，符合确认股份支付的特征。但标的公司未进行会计处理，未确认股份支付费用。由于本次受让发生于标的公司股改基准日2015年9月30日以前，本次股份支付事项不会影响标的公司报告期初净资产以及未分配利润。因此，本次股份支付费用未及及时、准确计提，未对标的公司报告期财务数据产生影响。

（1）合伙企业设立涉及股份支付情况

万国联迅设立后，通过协议转让的形式以50.00万元对价从张育宏处获取思迅有限

7.50%的股权，对应 75.00 万元注册资本。此次股权转让价格较低，且具有获取职工和其他方提供服务而授予权益工具的性质，因此应计提股份支付。

同时，由于合伙协议中未明确约定服务期等限制条件的，因此按照会计准则相关要求股份支付费用应当一次性计入发生当期。在授予时，标的公司未确认股份支付费用。但由于本次受让发生于标的公司股改基准日以前，若标的公司对万国联迅受让股份事项进行股份支付处理，仅会影响股改前未分配利润和资本公积之间的调整，同时在股改折股时未分配利润将全部转入股本及资本公积，不会影响标的公司报告期初净资产以及未分配利润。

因此，本次股份支付费用未及时、准确计提，未对标的公司报告期财务数据产生影响。

2、万国联商设立及历次合伙变化所涉及的股份支付确认

万国联商设立及历次合伙变化所涉及的股份支付确认情形如下表所示：

序号	事项	是否需确认股份支付费用
1	合伙企业设立认购标的公司发行股份（通过张育宏代持）	否，该次股票发行价格综合考虑了标的公司所处行业、公司成长性、每股净资产、市盈率等多种因素，按公允价格确定，不存在股份支付的情形。

为保持核心经销渠道的稳定，在完成新三板挂牌之后，标的公司总经理张育宏希望通过主要经销商的相关人员（以下简称“相关人员”）持有标的公司股票的方式进一步稳固双方的合作关系。但是由于拟定的持股人员数量较多，不便于统一管理，因此经张育宏与相关人员协商后决定共同设立有限合伙企业万国联商，由该合伙企业作为持股平台持有标的公司的股票。但根据《非上市公众公司监管问答——定向发行（二）》等相关规则，无实际经营业务的持股平台，不能参与标的公司的股票定向发行。因此，经张育宏与相关人员协商，决定由持股平台委托张育宏参与该次股票定向发行，认购标的公司股票，相关认购资金由持股平台提供。

2017年1月3日，标的公司召开2017年第一次临时股东大会，审议通过股票发行有关的议案。根据《深圳市思迅软件股份有限公司2016年股票发行方案》，张育宏以8.00元/股认购标的公司250.00万股份，该股份为张育宏代万国联商持有。由于该发行价格综合考虑了标的公司所处行业、公司成长性、每股净资产、市盈率等多种因素，由双方协商确定，对应市盈率16.47倍，高于新三板同行业基础层动态市盈率13.27倍，

价格公允，因此不存在股份支付行为。

本次股票发行事项不存在通过标的公司实际控制人进行套利的情况；针对2017年张育宏代万国联商持有思迅软件的股票情形，就该次股份代持情况，2022年7月19日，股转系统公司对张育宏采取了口头警示的自律监管措施。根据《中华人民共和国行政处罚法》《全国中小企业股份转让系统自律监管措施和纪律处分实施细则》的相关规定，口头警示为股转系统公司自律监管措施，不属于中国证监会行政监管措施或证券交易所纪律处分，因此，该事项对本次交易不构成重大影响及法律障碍；张育宏与万国联商之间股份代持事项对本次交易不存在重大不利影响。

综上所述，万国联迅入股价格低于市场价，但由于本次受让发生于标的公司股改基准日以前，未对标的公司报告期财务数据产生影响，万国联商入股价格公允。

（五）考虑股权增值和分红后的入股收益与相关经销商对标的资产的业绩贡献水平不存在明显的匹配关系

相关经销商核心人员入股标的公司，是因为其看好标的公司发展前景，愿意与标的公司共同发展，系其个人投资行为，通过入股，分享标的公司整体发展成果。标的公司与经销商的合作遵循市场逻辑，进行公允的采购、销售，不存在明显的匹配关系，具体分析如下：

1、股票增值权

根据本次资产重组方案，“石基信息拟通过发行股份的方式向上海云鑫、张育宏和张伟3名交易对方购买其持有的思迅软件13.50%股份（对应思迅软件14,312,500股），交易价格21,607.62万元”，对应得思迅软件股票每股15.097元，间接持有标的公司股份的经销商人员持有的思迅软件股票价值5,108.83万元。

2、报告期分红情况如下

单位：万元

项目	2025年度	2024年	2023年
分红总额	9,543.15	21,207.00	未分红 ^注
经销商人员间接持股的分红	304.56	676.79	
经销商分红比例（%）	3.19	3.19	

注：2023年度标的公司没有分红。

如本题“三”之“（二）标的资产向相关经销商的销售收入、采购及占比变动情况”

所述，标的资产向间接持股人员涉及的经销商销售占当期销售收入的 9.34%、6.61%和 6.71%；采购比例分别为 24.16%、23.58%和 23.10%，年度之间较为平稳。

（六）报告期内除人员参股标的资产外，经销商及其关联方与标的资产及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等是否存在其他关联或潜在关联关系（如前员工、近亲属等）、资金往来或其他利益安排

截至本回复出具日，除人员参股标的资产外，经销商及其关联方与标的资产及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等不存在未披露的其他关联或潜在关联关系（如前员工、近亲属等）、资金往来或其他利益安排。

（七）结合标的资产软件产品销售、技术服务采购的定价依据及其公允性，补充说明标的资产与前述经销商的销售和采购金额，单价、毛利率对比其他经销商是否存在显著差异

根据《思迅渠道伙伴合作指引》及相关管理规则，标的公司会对经销商进行分级管理，不同级别的经销商对相同产品的采购价格存在一定差异；同时，销售价格还受采购规模及产品促销等因素的影响，例如单批次采购数量越多或在促销活动期间采购的产品数量越多，其平均采购价格也会相对略低。整体来看，报告期内，标的公司向不同经销商销售产品的平均价格的差异与该经销商是否持有标的公司股份没有直接关系。

1、标的公司向持股和非持股的经销商销售软件产品均价

（1）非 SaaS 类软件销售情况

单位：家、万元、站点、元/站点

2025 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	678	1,888.78	25,498	740.75	-
持股经销商	46	922.51	16,292	566.24	-23.56%
其中：					
区域总经销商	4	482.19	10,094	477.69	-35.51%
非区域总经销商	42	440.33	6,198	710.43	-4.09%
2024 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	839	2,416.94	33,247	726.96	-
持股经销商	45	1,065.42	18,916	563.24	-22.52%

其中：					
区域总经销商	4	537.58	11,804	455.42	-37.35%
非区域总经销商	41	527.85	7,112	742.19	2.09%
2023 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	893	3,100.29	43,481	713.02	—
持股经销商	44	1,555.02	27,637	562.66	-21.09%
其中：					
区域总经销商	4	832.74	17,874	465.90	-34.66%
非区域总经销商	40	722.28	9,763	739.81	3.76%

注 1：表内已剔除了部分计量单位与站点概念不一样的产品以及剔除了版本升级等单价较低的站点产品。

注 2：价格偏离率以非持股经销商的价格为基准，分别计算持股经销商、持股经销商中的区域总经销商、持股经销商中的非区域总经销商综合单价较非持股经销商综合单价的偏离率，下同；

针对非 SaaS 类软件产品，标的公司向持股经销商销售单价相较非持股经销商较低，主要系由于持股经销商包括公司的区域总经销商，其采购量较大，因此拿货价格较低，标的公司向持股经销商中非区域总经销商销售单价与向非持股经销商销售单价差异较小，差异主要由产品类型差异导致。

（2）SaaS 软件永久授权式

单位：家、万元、站点、元/站点

2025 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	728	928.13	28,701	323.38	
持股经销商	46	289.57	12,729	227.49	-29.65%
其中：					
区域总经销商	4	156.86	8,642	181.50	-43.87%
非区域总经销商	42	132.71	4,087	324.72	0.42%
2024 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	716	851.34	27,589	308.58	
持股经销商	43	269.77	12,360	218.26	-29.27%

其中：					
区域总经销商	4	155.40	8,255	188.26	-38.99%
非区域总经销商	39	114.37	4,105	278.61	-9.71%
2023 年度					
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价	价格偏离率
非持股经销商	618	996.79	33,794	294.96	
持股经销商	42	270.93	12,541	216.04	-26.76%
其中：					
区域总经销商	4	159.13	8,385	189.78	-35.66%
非区域总经销商	38	111.80	4,156	269.00	-8.80%

针对 SaaS 软件永久授权式产品，标的公司向持股经销商销售单价相较非持股经销商较低，主要系由于持股经销商包括公司的区域总经销商，其采购量较大，因此其拿货价格相较与其他层级的经销商较低，标的公司向持股经销商中非区域总经销商销售单价与向非持股经销商销售单价差异较小，差异主要由采购产品类型导致。

（3）SaaS 软件期间订阅式

单位：家、万元、天、元/天/站点

2025 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,105	771.43	4,246,241.06	1.82
持股经销商	53	332.18	1,388,377.00	2.39
2024 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,286	787.04	4,533,803	1.74
持股经销商	57	354.29	1,467,406	2.41
2023 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,270	729.06	3,557,892	2.05
持股经销商	55	356.71	1,415,350	2.52

针对 SaaS 软件期间订阅式产品，标的公司向持股经销商销售单价高于非持股经销商，报告期内价格偏离率分别为 22.99%、38.51%、31.32%，主要系由于销售商品种类的差异。

标的公司主要的 SaaS 软件期间订阅式产品如下所示：

产品名称	应用场景
天店标准版、天店星火版	小型店
天店星云版	小型超市
天店星耀版	专卖店
天店餐饮、美食家云餐饮、美食家 3	中餐馆、快餐店
商云管家、老板助手	移动化店铺管理
零售微会员、微商店、微餐厅	适用于微信场景下的小型店、餐饮店等

其中，零售微会员、微商店、微餐厅系列售价较高，主要原因为：①产品定位差异不同：这三款是商家触达 C 端消费者的数字化经营工具，直接连接顾客、服务商家会员、创造线上营收的经营工具，而非单纯的内部管理工具；②功能价值不可代替，较其余产品价值更高：微会员实现会员数字化、私域运营，微商店搭建线上商城，微餐厅依托小程序实现线上点餐、外卖等经营场景，三者都是商家会员权益、线上经营的唯一入口，否则商家会员无法享受线上权益；③研发/服务成本更高：作为微信生态下，微信小程序产品，需持续适配微信规则迭代、保障高峰期高并发稳定运行，同时配套全流程上线、运营及售后支持，整体研发、运维与服务成本远高于传统内部管理工具。

持股经销商销售该类软件的比重较高，因此总体单价高。如果剔除零售微会员、微商店、微餐厅系列，持股经销商与非持股经销商 SaaS 软件期间订阅式产品销售单价差异不大，具体情况如下所示：

单位：家、万元、天、元/天/站点

2025 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,105	363.84	3,468,513.06	1.05
持股经销商	53	67.61	756,402.00	0.89
2024 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,286	337.00	3,670,932	0.92
持股经销商	57	61.12	754,497	0.81
2023 年度				
经销商类型	经销商个数	销售收入	数量	单价
非持股经销商	1,270	258.60	2,625,377	0.99

持股经销商	55	50.50	616,519	0.82
-------	----	-------	---------	------

以零售微会员、微商店、微餐厅系列产品为例，销售价格情况如下：

单位：家、万元、天、元/天/站点

2025 年度			
经销商类型	销售收入	数量	单价
非持股经销商	407.58	777,728	5.24
持股非区域总经销商	152.81	305,996	4.99
区域总经销商	111.76	325,979	3.43
2024 年度			
经销商类型	销售收入	数量	单价
非持股经销商	450.05	862,871	5.22
持股非区域总经销商	163.12	334,311	4.88
区域总经销商	130.05	378,598	3.43
2023 年度			
经销商类型	销售收入	数量	单价
非持股经销商	470.46	932,515	5.05
持股非区域总经销商	172.74	375,780	4.60
区域总经销商	133.47	423,051	3.16

报告期内，持股的非区域总经销商与非持股经销商的产品销售单价差异较小，区域总经销商销售单价较低，主要系区域总经销商软件产品总体销量较高，因此标的公司向其销售的期间订阅式 SaaS 类产品销售单价较低，标的公司软件产品的单价主要与经销商的销售能力、对终端客户的拓展能力相关，与经销商个人是否持股标的公司没有关系。

综上所述，标的公司软件销售单价与经销商拓客能力，开发的客户群体类型，采购量有关，与是否持有标的公司股份无关。

2、标的公司向持股和非持股的经销商销售毛利率

2023 年度至 2025 年度，间接持股的经销商与非间接持股的经销商毛利率没有明显差异，具体如下所示：

单位：万元

期间	是否持股	收入	成本	毛利率
202512	非持股经销商	4,574.92	571.42	87.51%
	持股经销商	2,239.48	291.91	86.97%

期间	是否持股	收入	成本	毛利率
202412	非持股经销商	5,185.71	593.04	88.56%
	持股经销商	2,407.30	274.15	88.61%
202312	非持股经销商	6,317.58	554.72	91.22%
	持股经销商	3,192.46	289.39	90.94%

注：2023年至2025年，标的公司总体软件产品毛利率分别为94.82%、94.03%、92.35%；总体硬件产品毛利率分别为26.39%、14.32%、19.14%；此处统计的经销商收入、成本、毛利率为经销商销售的软件产品与硬件产品合计数据，经销商硬件产品经销收入约占经销收入6%左右，因此其综合毛利率低于软件产品毛利率。

2023年度至2025年度，标的公司向持股经销商销售非SaaS类软件、SaaS软件永久授权式两类产品的总体销售单价略低于非持股经销商，向持股经销商销售SaaS软件期间订阅式产品的总体销售单价略高于非持股经销商，然而向间接持股的经销商与非间接持股的经销商毛利率差异较小，主要系标的公司成本分摊方法导致。

标的公司软件产品成本主要包括人工支出、云服务成本，针对软件产品相关成本，标的公司按软件产品类别区分当期发生的成本，再按照不同销售订单产生的收入占比分摊成本，因此向不同经销商销售软件产品毛利率基本一致。标的公司硬件产品成本主要包括硬件采购成本、入库前的运输成本等，标的公司按照与硬件产品销售相关的实际成本进行结转，因此向不同经销商销售硬件产品毛利率会有所差异。

综上所述，虽然向不同类别的经销商销售软件产品单价虽有差异，但软件产品毛利率基本一致，硬件产品毛利率虽有所不同但占比较低，对经销商综合毛利率影响较小，因此综合毛利率较为接近。

3、标的公司向前述经销商采购服务的价格对比

对于技术服务费，标的公司按服务商相关商户的有效交易流水的一定比例计算，主要计算规则为有效交易流水*（商户签约费率-服务商合作费率）*分成比例。以上纳入计算的变量如商户签约费率、服务商合作费率和分成比例等均不会因服务商是否有持股而不同，商户签约费率与有效交易流水则为根据各商户的实际情况确定。因此，标的公司向不同服务商所支付的技术服务费的主要标准是相同的，不存在明显差异。

相关经销商和非相关经销商就支付技术服务费流量成本均价进行对比，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年度
----	--------

	技术服务费流量成本（含税）	有效交易流水	费率
持股经销商	1,796.00	5,249,788.68	0.0342%
非持股经销商	6,925.61	19,609,399.64	0.0353%
项目	2024 年度		
	技术服务费流量成本（含税）	有效交易流水	费率
持股经销商	2,133.18	5,236,189.80	0.0407%
非持股经销商	8,327.42	20,182,019.81	0.0413%
项目	2023 年度		
	技术服务费流量成本（含税）	有效交易流水	费率
持股经销商	2,619.49	5,715,438.90	0.0458%
非持股经销商	9,076.96	19,549,552.64	0.0464%

如上表所示，报告期内标的公司分别向持股经销商、非持股经销商技术服务费分别为2,619.49万元、2,133.18万元、1,796.00万元和9,076.96万元、8,327.42万元、6,925.61万元。费率差异为-0.0006%、-0.0006%、-0.0011%，差异率较小。综上所述，报告期内，标的公司向持股人员涉及的相关经销商销售和采购金额、单价、毛利率对比其他经销商不存在差异。

四、标的资产合同负债规模、软件产品增值税退税金额与软件产品销售额的匹配性

（一）标的资产合同负债规模、软件产品增值税退税金额与软件产品销售额的匹配性

2023 年度至 2025 年度，标的资产合同负债、软件产品增值税退税金额与软件产品销售情况对比情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
合同负债	2,014.59	1,705.79	1,402.26
当期确认的即征即退税额	639.28	693.06	961.15
软件产品销售收入	6,690.99	7,235.69	9,057.48

按照业务类型列示的合同负债具体情况如下所示：

单位：万元

业务类型	2025 年度	2024 年	2023 年
标准化软件及硬件业务	1,603.46	1,327.54	1,333.88

技术服务	395.15	261.87	31.12
定制化软件业务	15.98	116.38	37.25
合计	2,014.59	1,705.79	1,402.26

2023年末至2025年末，标的公司合同负债余额有所增加，具体分析如下：（1）标准化软件及硬件业务：主要包括预收的SaaS软件期间订阅式产品的订阅费用，针对SaaS软件期间订阅式产品，标的公司仅在相关产品实现终端注册的时候确认并按照订阅期间对收入进行摊销，相关产品的预收款项主要通过合同负债科目进行核算，报告期内，随着期间订阅式SaaS软件的订阅量增加，对应余额同步有所增加；（2）技术服务：主要包括预收的支付端口技术服务费和SaaS类云平台服务费，其中①支付端口技术服务费：与直接与收单机构合作的支付技术服务不同，该业务模式下标的公司仅向客户提供支付端口相关的技术服务，报告期内随着移动支付的覆盖范围增加，支付端口技术服务的需求亦同步有所增加；②SaaS类云平台服务费，标的公司2024年底开始逐步对SaaS类产品使用云平台收取相关费用，标的公司按照商户使用期间摊销确认收入；上述两项业务属于新的业务模式，但是总体规模较小占比不大；（3）定制化软件业务：主要为为客户提供定制软件产品开发、定制化软件开发业务的合同负债，随同软件的交付，总体金额较小。

截至2026年1月31日，标的公司2025年12月31日合同负债余额的期后收入结转情况如下：

单位：万元

客户类型	合同负债余额	期后确认收入	结转比例	确认收入的依据
标准化软硬件客户	1,603.46	734.33	45.80%	软硬件完成实际交付并经客户验收；属于SaaS软件订阅费的部分按期间均匀分摊确认收入
技术服务	395.15	32.25	8.16%	按收益期间均匀分摊确认收入
定制化软件客户	15.98	0.17	1.06%	项目交付并经客户验收确认收入
合计	2,014.59	766.75	38.06%	

2023年度至2025年度，标的公司享受增值税即征即退税收优惠政策的传统软件产品销售收入与相关退税金额的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2025年度	2024年度	2023年度
软件产品销售收入	6,690.99	7,235.69	9,057.48

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
增值税纳税申报表软件销售收入①	6,670.81	7,263.11	9,054.37
增值税纳税申报表软件销项税额（②=①*13%）	867.27	944.21	1,177.07
软件产品可抵扣进项税额③	27.87	33.58	44.63
软件产品增值税应纳税额（④=②-③）	839.40	910.63	1,132.44
当期应退增值税额（⑤=④-3%*①）	639.28	692.74	860.81
当期确认的增值税即征即退税额	639.28	693.06	961.15
应退税额/实际申请退税收入金额（⑤/①）	9.58%	9.54%	9.51%

注：软件产品销售收入与增值税纳税申报表软件销售收入存在差异主要包括两个原因：第一，标的公司销售的软件产品中除自产的软件产品外，也包括少量外购的软件产品，外购的软件产品销售不属于可以享受即征即退优惠政策的软件销售；其次，标的公司的内部软件产品销售，这部分交易在会计收入层面会进行合并抵消，但是单体报税的时候这部分仍属于可以享受即征即退政策的软件产品销售；前述两项原因共同导致软件产品的会计收入与即征即退税收入存在差异。

2023 年度、2024 年度的当期应退增值税额分别小于当期收到的即征即退税额，均系由于当年实际收到了以前年度的即征即退税额。

标的公司增值税退税收入系根据财政部、国家税务总局《关于软件企业产品增值税政策的通知》（财税[2011]100 号）规定，增值税一般纳税人销售其自行开发生产的计算机软件产品、信息系统和嵌入式软件产品，按 17%（现行税率 13%）税率征收增值税后，对其增值税实际税负超过 3% 的部分实行即征即退政策。通过上表可以看出，标的公司即征即退收入与软件产品销售收入匹配。

（二）经销商采购后的销售周期，报告期内标的资产主要经销商进销存情况

2023 年度至 2025 年度，标的公司各期前十大经销商各期进销存情况如下：

单位：站点

2025 年度/2025 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	7,371	10,271	9,451	8,191
南京万国思迅软件有限责任公司	3,396	12,905	11,066	5,235
河南思迅网络科技有限公司	3,616	441	850	3,207
南宁万国软件有限公司	1,975	4,102	4,044	2,033
成都优客多科技有限公司	769	1,415	1,393	791
大连盛方科技发展有限公司	447	819	748	518
昆明新雅图电子科技有限公司	563	1,436	1,350	649

山东思迅汇文电子科技有限公司	623	1,502	1,355	770
宜宾市百商电子商务有限公司	357	558	588	327
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	273	1,531	1,250	554
西安永光电子科技有限公司	261	1,042	916	387
重庆璀优科技有限公司	281	1,042	976	347
山东昆闰信息技术有限公司	216	1,061	919	358
西安中云科创信息科技有限公司	154	437	379	212
湖南鑫宇云科技服务有限公司	79	528	569	38
杭州畅奇电子科技有限公司	150	767	703	214
合计	20,531	39,857	36,557	23,831
2024 年度/2024 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	4,667	9,872	7,168	7,371
南京万国思迅软件有限责任公司	3,408	13,078	13,090	3,396
河南思迅网络科技有限公司	5,085	1,167	2,636	3,616
南宁万国软件有限公司	1,725	4,040	3,790	1,975
成都优客多科技有限公司	810	1,696	1,737	769
大连盛方科技发展有限公司	262	1,159	974	447
昆明新雅图电子科技有限公司	653	1,993	2,083	563
山东思迅汇文电子科技有限公司	688	905	970	623
宜宾市百商电子商务有限公司	308	823	774	357
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	369	926	1,022	273
西安永光电子科技有限公司	320	987	1,046	261
重庆璀优科技有限公司	462	717	898	281
山东昆闰信息技术有限公司	222	764	770	216
西安中云科创信息科技有限公司	158	377	381	154
湖南鑫宇云科技服务有限公司	82	597	600	79
杭州畅奇电子科技有限公司	172	725	747	150
合计	19,391	39,826	38,686	20,531
2023 年度/2023 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	758	8,913	5,004	4,667

南京万国思迅软件有限责任公司	379	19,132	16,103	3,408
河南思迅网络科技有限公司	2,656	5,515	3,086	5,085
南宁万国软件有限公司	945	4,645	3,865	1,725
成都优客多科技有限公司	418	1,507	1,115	810
大连盛方科技发展有限公司	223	612	573	262
昆明新雅图电子科技有限公司	676	1,993	2,016	653
山东思迅汇文电子科技有限公司	410	1,163	885	688
宜宾市百商电子商务有限公司	273	731	696	308
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	170	1,016	817	369
西安永光电子科技有限公司	324	1,508	1,512	320
重庆璀优科技有限公司	230	1,420	1,188	462
山东昆闰信息技术有限公司	243	773	794	222
西安中云科创信息科技有限公司	284	651	777	158
湖南鑫宇云科技服务有限公司	95	563	576	82
杭州畅奇电子科技有限公司	148	534	510	172
合计	8,232	50,676	39,517	19,391

报告期内，标的公司主要经销商库存数量较为稳定，期后销售情况良好。

2023 年度至 2025 年度，标的公司前十大经销商平均销售天数分别为 128 天、188 天、221 天，总体有所增长，主要原因如下：1) 2023 年初，随着宏观经济环境波动影响因素的消除，实体商户开店数量增加，终端商户需求增加，因此经销商当期平均销售天数较低，与此同时，经销商与商户对未来经济情况存在良好预期，均增加了采购量。2) 经销商进销存变动表中期初期末库存存在期间订阅式 SaaS 类产品和报告期前采购的商品，剔除相关产品后，2023 年度至 2025 年度，标的公司前十大经销商平均销售天数分别为 104 天、169 天、199 天，虽有所上涨，但总体保持在 3-6 个月合理销售周期内，2024 年和 2025 年平均销售天数有所增长，主要系因国内经济恢复速度不及预期，终端商户开店及软件需求增速较慢所致。

综上所述，报告期各期末标的公司前十大经销商总体期末库存规模较为稳定，不存在异常，具体分析如下：

1、标的公司每年会定期举行促销活动，促销期间经销商采购量较大

标的公司每年在“双十一”、“双十二”、“思迅周（一般在 5 月）”期间会对软

件产品进行促销，在促销期间，若经销商采购金额达到一定标准后，可享受特定的优惠政策。

标的公司软件产品为标准化软件产品，不存在保质期的概念，因此经销商会在促销期间提前购买标的公司软件产品，降低采购成本。针对一些常规销量较好的主流产品，正常备货周期在6个月左右，以覆盖至第二年“思迅周”期间的正常销售所需。

2、报告期各期末，主要经销商库存商品价值较为稳定且占比较低

报告期内，以各经销商报告期末库存商品数量为基础，剔除经销商期间订阅式 SaaS 类产品期末库存数量（该产品仅在终端商户实际使用时，标的公司按照订阅期间分摊确认收入，因此经销商在实现终端销售前未对标的公司当期收入产生影响，仅作为经销商库存数量进行列示）、标的公司报告期内未销售的产品类型等对标的公司报告期内收入未产生影响的因素后，按照该商品在报告期内平均售价进行模拟测算，报告期末，主要经销商期末库存商品金额分别为 532.85 万元、439.61 万元、468.47 万元，占标的公司当年营业收入比例分别为 1.46%、1.33%、1.40%，占比较低且较为稳定，属于合理库存。

2023 年度至 2025 年度，剔除上述因素后，标的公司各期前十大经销商各期进销存情况如下：

单位：站点

2025 年度/2025 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	5,669	8,652	8,332	5,989
南京万国思迅软件有限责任公司	2,844	10,026	9,045	3,825
河南思迅网络科技有限公司	2,465	370	628	2,207
南宁万国软件有限公司	1,745	3,377	3,408	1,714
成都优客多科技有限公司	383	1,096	1,152	327
大连盛方科技发展有限公司	390	684	622	452
昆明新雅图电子科技有限公司	410	1,154	1,089	475
山东思迅汇文电子科技有限公司	484	1,128	1,110	502
宜宾市百商电子商务有限公司	288	435	488	235
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	235	1,313	1,077	471
西安永光电子科技有限公司	160	611	557	214

重庆瑾优科技有限公司	226	910	829	307
山东昆润信息技术有限公司	160	714	654	220
西安中云科创信息科技有限公司	91	398	322	167
湖南鑫宇云科技服务有限公司	76	473	521	28
杭州畅奇电子科技有限公司	129	483	479	133
合计	15,755	31,824	30,313	17,266
2024 年度/2024 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	3,248	8,596	6,175	5,669
南京万国思迅软件有限责任公司	2,764	10,995	10,915	2,844
河南思迅网络科技有限公司	3,596	1,085	2,216	2,465
南宁万国软件有限公司	1,567	3,474	3,296	1,745
成都优客多科技有限公司	394	1,499	1,510	383
大连盛方科技发展有限公司	194	1,060	864	390
昆明新雅图电子科技有限公司	512	1,639	1,741	410
山东思迅汇文电子科技有限公司	566	768	850	484
宜宾市百商电子商务有限公司	238	682	632	288
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	324	827	916	235
西安永光电子科技有限公司	238	841	919	160
重庆瑾优科技有限公司	399	547	720	226
山东昆润信息技术有限公司	178	493	511	160
西安中云科创信息科技有限公司	96	324	329	91
湖南鑫宇云科技服务有限公司	79	475	478	76
杭州畅奇电子科技有限公司	142	577	590	129
合计	14,535	33,882	32,662	15,755
2023 年度/2023 年 12 月 31 日				
公司名称	期初	进	销	存
郑州万国思迅软件有限公司	702	7,063	4,517	3,248
南京万国思迅软件有限责任公司	210	17,070	14,516	2,764
河南思迅网络科技有限公司	1,440	4,738	2,582	3,596
南宁万国软件有限公司	875	4,239	3,547	1,567
成都优客多科技有限公司	140	1,168	914	394

大连盛方科技发展有限公司	159	550	515	194
昆明新雅图电子科技有限公司	559	1,786	1,833	512
山东思迅汇文电子科技有限公司	308	1,042	784	566
宜宾市百商电子商务有限公司	138	701	601	238
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	122	964	762	324
西安永光电子科技有限公司	232	1,445	1,439	238
重庆瑾优科技有限公司	161	1,317	1,079	399
山东昆润信息技术有限公司	201	694	717	178
西安中云科创信息科技有限公司	215	604	723	96
湖南鑫宇云科技服务有限公司	91	534	546	79
杭州畅奇电子科技有限公司	124	442	424	142
合计	5,677	44,357	35,499	14,535

3、区域总经销商为满足日常区域销售和分销所需，备货量较大，具有合理性

郑州万国思迅软件有限公司、南京万国思迅软件有限责任公司、南宁万国软件有限公司和昆明新雅图电子科技有限公司系标的公司的四大区域总经销商。区域总经销商负责区域的销售，同时向下级经销商进行分销，根据标的公司对经销商的管理策略，区域经销商的下级分销商，虽然销售标的公司的软件，但其无法直接与标的公司签订销售合同进行直接交易。因此区域经销商需要保留一定的备货量，以保证分销商的采购需求，以郑州万国思迅软件有限公司（以下简称“郑州万国”）为例，具体分析如下：

2023 年度至 2025 年度，郑州万国各期末库存前五大、各期采购前五大情况如下：

单位：站点

产品全称	2023 年度				2024 年度			2025 年度		
	期初库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存
思迅商云 X 信息管理软件 V10.0	136	2,882	1,701	1,317	2,671	2,171	1,817	1,333	1,953	1,197
思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0（期间订阅式 SaaS 产品）	1	1,240	69	1,172	-	80	1,092	-	48	1,044
思迅天店零售移动管店管理软件 V1.0（期间订阅式 SaaS 产品）	7	-	-	7	152	10	149	943	344	748
思迅天店零售星锐版信息管理软件 V1.0	-	-	-	-	650	210	440	412	253	599
思迅商旗信息管理软件 V10.0	52	594	392	254	811	588	477	1,182	1,140	519
思迅汇客零售信息管理软件 V1.0	-	-	-	-	650	448	202	1,362	1,115	449
思迅天店零售星耀版信息管理软件 V1.0	-	4	-	4	610	195	419	1,182	1,164	437
思迅美食家智慧版餐饮信息管理软件 V3.0	200	-	-	200	222	91	331	234	204	361
思迅 eShop 小象称重信息管理软件 V5.0	69	633	306	396	425	483	338	152	261	229
思迅商锐信息管理软件 V9.0	48	767	615	200	530	504	226	60	188	98
思迅 eShop 商业信息管理软件 V5.0	57	284	129	212	9	122	99	65	87	77
小计	570	6,404	3,212	3,762	6,730	4,902	5,590	6,925	6,757	5,758
总计	758	8,913	5,004	4,667	9,872	7,168	7,371	10,271	9,451	8,191
占比	75.20%	71.85%	64.19%	80.61%	68.17%	68.39%	75.84%	67.42%	71.50%	70.30%

产品全称	2023 年度				2024 年度			2025 年度		
	期初库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存
剔除期间订阅式 SaaS 类产品、报告期末销售产品后小计	562	5,164	3,143	2,583	6,578	4,812	4,349	5,982	6,365	3,966
剔除期间订阅式 SaaS 类产品、报告期末销售产品后总计	702	7,063	4,517	3,248	8,596	6,175	5,669	8,652	8,332	5,989
剔除后占比	80.06%	73.11%	69.58%	79.53%	76.52%	77.93%	76.72%	69.14%	76.39%	66.22%

2023 年度至 2025 年度，郑州万国各期末库存金额较大的软件主要为思迅商云 X 信息管理软件 V10.0、思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0、思迅天店零售移动管店管理软件 V1.0、思迅商旗信息管理软件 V10.0、思迅天店零售星锐版信息管理软件 V1.0，其中①思迅商云 X 信息管理软件 V10.0 为主流销售产品，主要应用于超市便利店等，2025 年末期末库存结存数量 1,197 件，占期末库存比例为 14.61%，该产品经销商采购、销售金额均较高，期末库存属于合理库存；②思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0、思迅天店零售移动管店管理软件 V1.0，为期间订阅式 SaaS 类产品，其库存数量不影响标的公司报告期内收入确认，该两类产品主要应用于小微商户门店，其 2025 年末库存数分别为 1,044 件、748 件，占比分别为 12.75%、9.13%，思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0 为 2022 年推出产品，因市场环境因素推广不佳，虽后续未继续采购但终端销售进度较慢，因此期末库存数量较高；思迅天店零售移动管店管理软件 V1.0 正处于逐渐放量的过程中，因此郑州万国采购金额较高；③思迅商旗信息管理软件 V10.0，其 2025 年末库存数为 599 件，占比为 7.31%，主要应用于大型卖场、连锁超市/便利店等；思迅天店零售星锐版信息管理软件 V1.0，其 2025 年末库存数为 519 件，占比为 6.34%，主要应用于有更高管理需求的中型超市、连锁超市、生鲜超市、超级卖场、社区便利店等商超业态零售门店，该两类产品是标的公司近几年一直主推的新兴产品，因此经销商备有一定库存，其期末库存数量较当期采购数量相比不存在异常。

此外，个别经销商的部分年份存在期末库存高于当期采购、销售数量的情况，主要系由于经销商采购标的公司的软件产品种类较多，导致经销商库存规模较大的产品均为经销商采购之后市场需求暂时不足的产品，但其本身并不影响经销商继续向标的公司购买市场需求较高的软件产品，

因此汇总的进销存总量存在期末库存高于当期采购、销售数量的情况。以河南思迅网络科技有限公司为例，具体情况如下：

2023 年度至 2025 年度，河南思迅网络科技有限公司各期末库存前五大、各期采购前五大情况如下：

单位：站点

产品全称	2023 年度				2024 年度			2025 年度		
	期初库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存
思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0	138	1,215	570	783	25	193	615	11	32	594
思迅美食家餐饮信息管理软件 V1.0	358	148	5	501	-	-	501	-	7	494
思迅天店店铺信息管理软件 V1.0（期间订阅式 SaaS 产品）	477	-	34	443	-	-	443	-	-	443
思迅美食家经典版餐饮信息管理软件 V1.0	53	664	140	577	6	149	434	3	31	406
思迅天店零售星耀版信息管理软件 V1.0	274	1,236	958	552	377	586	343	196	215	324
思迅天店零售星云版信息管理软件 V1.0	361	892	645	608	218	572	254	83	97	240
思迅商云智选标准版信息管理软件 V13.0（期间订阅式 SaaS 产品）	-	-	-	-	-	-	-	50	-	50
思迅天店零售移动管店管理软件 V1.0（期间订阅式 SaaS 产品）	423	187	177	433	61	349	145	16	114	47
思迅美食家智慧版餐饮信息管理软件 V3.0	134	442	115	461	11	263	209	31	194	46
思迅汇客零售信息管理软件 V1.0	-	-	-	-	318	314	4	29	31	2
思迅汇客餐饮信息管理软件 V1.0	-	-	-	-	126	126	-	2	2	-
小计	2,218	4,784	2,644	4,358	1,142	2,552	2,948	421	723	2,646
总计	2,656	5,515	3,086	5,085	1,167	2,636	3,616	441	850	3,207

产品全称	2023 年度				2024 年度			2025 年度		
	期初库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存	当期采购	当期销售	期末库存
占比	83.51%	86.75%	85.68%	85.70%	97.86%	96.81%	81.53%	95.46%	85.06%	82.51%
剔除期间订阅式 SaaS 类产品、报告期末销售产品后小计	1,318	4,597	2,433	3,482	1,081	2,203	2,360	355	609	2,106
剔除期间订阅式 SaaS 类产品、报告期末销售产品后总计	1,440	4,738	2,582	3,596	1,085	2,216	2,465	370	628	2,207
剔除后占比	91.53%	97.02%	94.23%	96.83%	99.63%	99.41%	95.74%	95.95%	96.97%	95.42%

2023 年度至 2025 年度，河南思迅各期末库存金额较大主要为思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0、思迅美食家餐饮信息管理软件 V1.0、思迅天店店铺信息管理软件 V1.0、思迅美食家经典版餐饮信息管理软件 V1.0、思迅天店零售星耀版信息管理软件 V1.0、思迅天店零售星云版信息管理软件 V1.0 产品，其中①思迅天店零售星火版信息管理软件 V1.0、思迅美食家餐饮信息管理软件 V1.0、思迅美食家经典版餐饮信息管理软件 V1.0 产品，2025 年末期末结存数量分别为 594 件、494 件、406 件，占期末库存比例分别为 18.52%、15.40%、12.66%，该软件产品系小型应用软件，面向更小规模的零售及餐饮门店，主要系 2023 年采购，2023 年初经销商对经济恢复存在乐观预期，因此购买“小零售基础版软件”的量较高，但实际下沉市场的新开门店量未达到预期，因此导致了软件产品的结存规模较高；②思迅天店店铺信息管理软件 V1.0，为期间订阅式 SaaS 类产品，其库存数量不影响标的公司报告期内收入确认，其 2025 年末库存数为 443 件，占比为 13.81%，主要应用于小微超市、便利店、母婴店、水果店、化妆品店等，是新一代云端互联网零售收银系统软件，致力为小微零售店提供快速部署的收银系统软件，因市场因素推广效果不佳，虽后续未继续采购但终端销售进度较慢，期末库存数量主要为前期采购；③思迅天店零售星耀版信息管理软件 V1.0，其 2025 年末库存数为 324 件，占比为 10.10%，主要应用于连锁的专营专卖行业，是标的公司主流销售产品，亦保持着持续采购、销售状态，期末库存为常规备货库存，具有合理性；④思迅天店零售星云版信息管理软件 V1.0，其 2025 年末库存数为 240 件，占比为 7.48%，主要应用于中等规模的商超零售行业，为 2021 年推出产品，后续逐渐被新产品天店星锐替代，河南思迅因此各期采购量较小，一直处于消耗库存阶段。

报告期内，标的公司不存在通过经销商调节收入、不存在与经销商签订强制销售条款或强制经销商囤货冲业绩的情况。通过标的公司与经销商结算的对账记录、销售及采购的发票记录、银行流水往来记录等信息均未识别标的公司通过强制经销商囤货冲业绩或调解收入等情况。

（三）产品的终端销售情况

报告期内，标的公司向经销商当期总销售、当期终端商户总注册站点数量如下：

1、永久授权式非 SaaS 软件产品注册率情况

（1）注册率之整体法

以标的公司软件产品的整体销售及注册情况来看，以站点注册率等于当期总站点注

册数量除以当期的总站点销售数量进行计算，具体情况如下：

单位：站点

报告期	销售站点	注册站点	注册率
2025 年	57,725	63,301	109.66%
2024 年	67,392	77,144	114.47%
2023 年	94,292	90,987	96.49%

注：1、在统计站点注册率时剔除了部分计量单位与站点概念不一致的产品，同下表。2、站点注册数量：取自标的公司业务系统的记录的当期实际注册的软件数量，注册代表完成软件的激活，使软件达到可以使用状态的动作；3、注册率：当期实际注册站点的数量除以当期实际销售的站点数量；3、销售站点：报告期内，标的公司非 SaaS 类软件产品以“站点”为单位进行销售，在销售标准化专用应用软件时，厂商常以“站点”作为衡量销量或授权单位的指标，在标准化软件产品语境中，“站点”通常指一个独立运行软件系统的物理经营场所或逻辑使用单位，每个站点对应一套完整的软件部署实例，并需单独购买授权或许可，此处销售站点即为标的公司当期软件产品的销量。

报告期内，标的公司非 SaaS 产品注册率分别为 96.49%、114.47%和 109.66%注册率较高。注册率超过 100%的原因系报告期注册的站点部分来自于以前年度销售的站点。

（2）报告期内销售站点在报告期内注册率

考虑到整体法计算下存在在本年购买但在期后注册的情况，项目组按照先入先出法分别统计了标的公司 2023 年度、2024 年度、2025 年度当期销售站点在 2023 年至 2025 年注册情况，注册率为本年销售注册站点中对应的在 2023 年度至 2025 年度实现激活的比例，具体情况如下：

单位：站点

报告期	销售站点	注册站点	注册率
2025 年	57,725	45,009	77.97%
2024 年	67,392	66,281	98.35%
2023 年	94,292	94,216	99.92%

报告期内，标的公司非 SaaS 产品注册率分别为 99.92%、98.35%和 77.97%，总体站点注册率为 93.66%。总体来看，标的公司软件产品基本实现了终端商户的注册使用。标的公司本年销售的站点数量尚未完全在本年注册，主要原因为每年双十一活动经销商基于优惠价格采购一定量的软件产品，但至年末时经销商尚未销售给终端商户，且经销商日常需要储备一定库存所致。

2、永久授权式 SaaS 产品注册率情况

（1）注册率之整体法

以标的公司软件产品的整体销售及注册情况来看，以站点注册率等于当期总站点注册数量除以当期的总站点销售数量进行计算，具体情况如下：

单位：站点

报告期	销售站点	注册站点	注册率
2025 年	41,430	32,988	79.62%
2024 年	39,949	34,149	85.48%
2023 年	46,335	35,016	75.57%

报告期内，标的公司站点注册率分别为 75.57%、85.48%、**79.62%**，低于 100%，主要系 1) “SaaS”类产品为标的公司根据云计算等技术的发展，近年来逐步推出的较新型的门店管理软件产品，该类产品具有与公司传统的智慧零售板块产品（永久授权式非 SaaS 软件）不同的交付、服务或计费方式，因此标的公司及经销商对于该板块产品的推广和拓展仍在不断探索中；2) 近年来，标的公司针对“SaaS”产品正持续更新并推出适合不同商业模式的不同永久授权式 SaaS 产品，经销商根据自身需求对不同类型的产品进行备货，一直保持对新产品的采购，以保证自身对各类型产品的合理库存，因此，该板块产品的整体注册率低于 100%。

总体来看，标的公司永久授权式 SaaS 软件产品基本实现了终端商户的注册使用。

（2）注册率之先入先出法

考虑到整体法计算下存在本年购买但在期后注册的情况，项目组按照先入先出法分别统计了标的公司 2023 年度、2024 年度、2025 年度当期销售站点在 2023 年至 2025 年注册情况，注册率为本年销售注册站点中对应的在 2023 年度至 2025 年度实现激活的比例，具体情况如下：

单位：站点

报告期	销售站点	注册站点	注册率
2025 年	41,430	21,118	50.97%
2024 年	39,949	34,063	85.27%
2023 年	46,335	42,056	90.77%

报告期内，标的公司 SaaS 产品注册率分别为 90.77%、85.27%、50.97%，总体站点注册率为 76.14%，主要原因为“SaaS”系列产品为标的公司根据云计算等技术的发展，近年来逐步推出的较新型的门店管理软件产品，该类产品具有与标的公司传统的智慧零售板块产品不同的交付、服务或计费方式，因此标的公司及经销商对于该板块产品的推广和拓展仍在不断探索中。与此同时，每年双十一活动经销商基于优惠价格采购一定量

的软件产品，但至年末时经销商尚未销售给终端商户，且经销商日常需要储备一定库存所致。

3、订阅式 SaaS 产品

对于期间订阅式的产品，按终端商户实际激活使用对应期间平均确认收入。故订阅式 SaaS 产品，均实现了终端激活。

综上，报告期内，标的公司经销商当期采购软件当期注册率较为合理，经销商采购，终端销售未见异常。

4、注册商户使用情况分析

经销商实现终端销售时，经销商协助终端商户向标的公司申请加密锁，一般需要提供终端商户名称、注册站点数量，经销商取得加密锁后提供给终端商户，一般一个加密锁对应一个终端商户以及该终端商户实际注册的一个或多个站点，终端商户取得加密锁后激活使用。

针对 C/S 结构的非 SaaS 类产品，如果加密锁形式为硬锁（终端商户直接在终端设备插入一个类似 U 盘的设备），则终端商户每次在终端设备插入该硬锁设备即可使用对应软件（初始设置时可以选择联网或不联网），如果是软锁形式（以一系列数字形式存在的密钥，登录时验证一下即可使用），则终端商户需要联网且在每次登录验证后才可使用对应的软件。针对 SaaS 类产品（加密形式仅有软锁）、B/S 结构的非 SaaS 类产品（加密锁形式可以是硬锁或软锁），终端商户需要联网进行使用。针对以软锁形式登录的 C/S 结构的非 SaaS 类产品、B/S 结构的非 SaaS 类产品、SaaS 类产品，标的公司后台系统记录加密锁最近一次登录时间。

通过验证加密锁的使用情况可以验证终端商户的真实性，项目组主要通过支付、登录记录两个角度论证终端商户的真实性；第一：根据标的公司与收单机构合作协议规定，如发现终端商户存在套现等违法行为时，有权要求标的公司赔偿损失，2023 年度至 2025 年度，标的公司未出现类似情况而受到收单机构处罚或终止合作的情况，因此有流水记录可证明终端商户的真实性，支付记录从两个维度统计，第一个维度，当年注册当年产生交易流水：统计当期注册当期产生流水的加密锁数量；第二个维度，当年注册期后产生交易流水：主要系部分终端商户年底对软件安装但次年初正式营业，从而期后才产生交易流水；第二，针对未有支付记录的加密锁，查询其登录记录，标的公司数据库会保存加密锁最近一次登录时间，因此有登录记录亦能证明终端商户的真实性。

报告期各期，标的公司各期新增注册加密锁使用情况如下：

单位：个

报告期	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比
注册加密锁数	30,042	100.00%	40,192	100.00%	50,942	100.00%
当期有流水加密锁数	25,122	83.62%	32,775	81.55%	40,636	79.77%
当期末产生流水期后产生流水加密锁数	-	-	928	2.31%	1,345	2.64%
具有登录记录	4,265	14.20%	5,626	14.00%	7,753	15.22%
未有任何使用记录	655	2.18%	863	2.15%	1,208	2.37%

注：1、登录记录统计口径为没有产生流水的加密锁的登录记录；2、有流水加密锁比例与开通思迅 Pay 比例存在差异，主要有两点原因：（1）计算口径差异，思迅 Pay 统计口径为销售站点中开通思迅 Pay 商户的购买的站点比例，此处为产生流水的加密锁比例；（2）标的公司 SaaS 产品可以收集终端商户交易笔数和交易总金额、登录日志、报错日志等信息，因此可以统计购买 SaaS 类产品终端商户是否产生交易流水；

报告期内，标的公司注册加密锁有终端商户使用记录的比例分别为 97.63%、97.85%、97.82%，比例较高，可进一步证实标的公司的真实终端销售情况。报告期内，标的公司注册加密锁没有终端商户使用记录的比例分别为 2.37%、2.15%、2.18%，比例较低，主要系客户购买针对 C/S 结构的非 SaaS 类产品且以硬锁方式进行登录、部分商户购买软件后后续由于一些其他原因未实现正常营业等特殊原因导致。

（四）是否存在对部分经销商销售、采购定价或数量存在显著差异或出现较大变化的情形及合理性

1、标的公司销售的主要定价方式

标的公司根据历史采购及信用情况等综合因素将经销商分为总经销商、核心经销商、一般经销商，并根据经销商级别、订单金额与数量、历史完成情况等综合确定软件渠道销售的指导价，并形成规范的渠道报价单或产品价目表等。但是，在实际经营活动中，标的公司会再结合经销商采购规模等因素对销售价格给予适度优惠，因此不同批次产品的销售价格会存在差异；另外，标的公司每年在“双十一”、“双十二”、“思迅周”期间会对软件产品进行促销，在促销期间，若经销商采购金额达到一定标准后，可享受特定的优惠政策。

整体来看，标的公司软件产品的销售主要通过经销渠道完成销售，因此标的公司主要针对与经销商之间的产品渠道销售价格进行管理，同时对终端销售价格进行建议或指导。

2、向经销商采购服务的定价依据及公允性

在标的公司支付技术服务业务的开展之中，标的公司向经销商（为体现经销商在标的公司支付技术服务业务中的定位及服务内容，亦被称为“服务商”，同下）采购服务所支付的费用按照既定的计算规则确定。对于计算规则的制定，标的公司充分参考标的公司与上游第三方支付机构之间的资金结算方式，并结合标的公司的市场地位及支付技术服务业务的目标毛利率，进一步考虑对服务商激励的持续性与有效性后，予以确定。报告期内，标的公司就服务商所提供的技术服务的主要计费方式为以商户有效交易流水为基础，按有效交易流水*（商户签约费率-服务商合作费率）*分成比例确定。该定价方式及依据遵循市场化的原则，具有公允性。

目前，标的公司支付技术服务业务所属细分行业无上市公司。但是，参考标的公司软件产品同行业公司，相关企业亦采用经销销售模式完成软件产品销售，并同时基于自身的管理软件产品开发了聚合支付软件，向商户提供聚合支付技术服务。对于其所从事的聚合支付技术服务，相关企业亦借助其所拥有的经销网点提供服务，同时以商户交易流水为基础向经销商支付服务费用。因此，标的公司支付的服务费的计费模式符合行业惯例。

为了验证经销商销售、采购定价不存在较大差异，定价公允，对标的公司软件销售，技术服务采购按照销售规模分层进行单价比对。

（1）标的公司软件销售单位价格如下所示

①非 SaaS 软件

单位：家、万元、站点、元/站点

2025 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
100 万元以上	3	437.05	9,489.00	460.58
50-100 万元	5	202.91	2,340.00	867.12
50 万元以下	716	2,171.33	29,961.00	724.72
2024 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
100 万元以上	3	493.83	11,088	445.37
50-100 万元	7	242.00	3,230	749.23
50 万元以下	874	2,746.53	37,845	725.73

2023 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
100 万元以上	5	904.07	18,733	482.61
50-100 万元	9	446.53	5,846	763.82
50 万元以下	923	3,304.70	46,539	710.09

②SaaS 软件永久授权式

单位：家、万元、站点、元/站点

2025 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	11	241.66	10,679	226.29
5-10 万元	30	200.28	6,056	330.71
5 万元以下	733	775.76	24,695	314.14
2024 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	10	248.10	11,676	212.49
5-10 万元	27	159.69	5,068	315.10
5 万元以下	722	713.32	23,205	307.40
2023 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	9	351.00	16,140	217.47
5-10 万元	34	240.22	6,981	344.11
5 万元以下	617	676.50	23,214	291.42

③SaaS 软件期间订阅式

单位：家、万元、天、元/天/站点

2025 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	11	362.46	2,121,629	1.71
5-10 万元	17	121.74	410,745	2.96
5 万元以下	1,130	619.41	3,102,244	2.00
2024 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	9	219.61	911,522	2.41

5-10 万元	17	114.30	409,938	2.79
5 万元以下	1,317	807.43	4,679,749	1.73
2023 年度				
经销商规模	经销商个数	销售收入	数量	单价
10 万元以上	8	202.36	857,276	2.36
5-10 万元	17	113.30	312,879	3.62
5 万元以下	1,300	770.11	3,803,087	2.02

标的公司软件销售的主体是非 SaaS 类软件，销售额较大，因此分层统计时，将经销商的规模分为 100 万元以上、50-100 万元、50 万元以下。SaaS 类软件收入规模相对较低，因此按照 10 万元以上、5-10 万元、5 万元以下进行分层。

非 SaaS 软件销售规模在 100 万元以上、SaaS 软件销售规模在 10 万元以上的主要为区域总经销商以及少数重要核心经销商，上述经销商对终端客户具有较强的拓展能力，对标的公司的拿货量较大，故标的公司对上述经销商给予一定的支持，故此层级的经销商的平均单价略低。非 SaaS 软件销售规模在 50-100 万元之间、SaaS 软件销售规模在 5-10 万元之间的经销商拿货单价最高，主要系这部分经销商拓展的终端商户规模大，对于中型门店，软件价格亦相对较高。非 SaaS 软件销售规模在 50 万元以下、SaaS 软件销售规模在 5 万元以下的经销商，主要针对的是小型、小微客户，故软件价格较低。

报告期内，标的公司软件产品的单价主要与经销商的销售能力、对终端客户的拓展能力相关，除区域总经销商由于采购量大等原因导致对其销售单价略低外，标的公司对其余经销商销售单价不存在显著差异，亦不存在采购销售数量与经销商自身规模不相匹配情况，具体分析参见本题回复之“三”之“（七）”之“1、标的公司向持股和非持股的经销商销售软件产品均价”、本题回复之“六”之“（一）”之“2、经销规模与自身业务规模”。

（2）标的公司采购费率如下所示：

单位：家、万元

2025 年度				
收入规模	代理商数量	技术服务费	有效交易流水	费率
100 万元以上	4	397.56	959,327.97	0.04%
50-100 万元	14	539.82	1,843,629.50	0.03%
50 万元以下	2,249	7,784.22	22,056,230.85	0.04%

2025 年度				
收入规模	代理商数量	技术服务费	有效交易流水	费率
其中：50-20 万	58	1,638.81	5,444,631.68	0.03%
20-10 万	84	1,164.89	3,518,208.09	0.03%
10-5 万	109	921.91	2,940,844.76	0.03%
5 万以下	1,998	4,058.60	10,152,546.33	0.04%
总计	2,267	8,721.61	24,859,188.32	0.04%
2024 年				
收入规模	代理商数量	技术服务费	有效交易流水	费率
100 万元以上	3	91.83	251,410.32	0.04%
50-100 万元	14	1,025.89	2,509,473.63	0.04%
50 万元以下	1473	9,342.88	22,657,325.67	0.04%
其中：50-20 万	61	1,708.65	4,824,034.95	0.04%
20-10 万	99	1,382.57	3,676,611.37	0.04%
10-5 万	118	974.45	2,471,931.72	0.04%
5 万以下	1,195	5,277.20	11,684,747.62	0.05%
总计	1490	10,460.60	25,418,209.61	0.04%
2023 年				
收入规模	代理商数量	技术服务费	有效交易流水	费率
100 万元以上	6	653.37	1,406,444.70	0.05%
50-100 万元	13	693.78	1,661,737.41	0.04%
50 万元以下	1610	10,349.29	22,196,809.43	0.05%
其中：50-20 万	80	2,244.54	5,582,722.26	0.04%
20-10 万	108	1,359.97	3,097,898.06	0.04%
10-5 万	138	968.00	2,112,508.42	0.05%
5 万以下	1,283	5,776.77	11,403,680.68	0.05%
总计	1,629	11,696.45	25,264,991.54	0.05%

标的公司向不同销售规模的经销商采购的费率差异不大，费率与经销商的销售规模没有关联性。从各期看，对经销商采购费率呈下降趋势主要系由于收单业务市场竞争状况，收单机构以更低的手续费率获取终端商户。

（五）对相同经销商的采购和销售金额存在一定相关性，但不存在匹配关系

2023 年度至 2025 年度，标的公司对收入前五大的经销商的采购情况如下：

单位：万元

2025 年度			
经销商	收入	采购	成本排名
南京万国思迅软件有限责任公司	449.84	145.98	4
郑州万国思迅软件有限公司	401.27	224.50	3
南宁万国软件有限公司	175.33	37.79	53
昆明新雅图电子科技有限公司	107.66	340.26	1
甘肃思迅伟业电子科技有限公司	96.29	45.67	37
合计	1,230.39	794.20	-
2024 年度			
经销商	收入	采购	成本排名
南京万国思迅软件有限责任公司	578.13	149.80	3
郑州万国思迅软件有限公司	322.18	196.29	2
南宁万国软件有限公司	191.62	36.05	59
昆明新雅图电子科技有限公司	106.08	361.77	1
成都优客多科技有限公司	85.07	57.15	26
合计	1,283.08	801.06	-
2023 年度			
经销商	收入	采购	成本排名
南京万国思迅软件有限责任公司	995.98	252.35	2
郑州万国思迅软件有限公司	347.86	233.76	3
南宁万国软件有限公司	266.36	35.17	68
昆明新雅图电子科技有限公司	138.94	408.62	1
重庆瑾优科技有限公司	125.21	62.80	28
合计	1,874.36	992.70	-

从采购销售内容看，标的公司对经销商的采购是技术服务费，对经销商的销售是软件销售，两者属于不同业务，没有必然联系。从业务性质看，采购主要为技术服务，采购额基于存量终端用户的有效交易流水，软件销售主要为当期拓客产生的增量软件销售，两者业务存在一定相关性但不存在匹配性。

（六）不存在通过经销商囤货、调节销售或采购价格、代垫成本费用、体外资金循环等调节收入、成本的情形

报告期内，不存在经销商囤货情况，具体分析可参见本题回复之“四”之“（二）

经销商采购后的销售周期，报告期内标的资产主要经销商进销存情况；（三）产品的终端销售情况”相关内容，经销商有一定备货，备货较为合理。

报告期内，标的公司与经销商之间就软件产品销售与技术服务采购两个业务分别与经销商分别签署协议、分别支付结算，两个业务独立核算，不存在调节收入、成本的情形，具体经销流程与技术服务采购流程，参见本题回复之“一”之“（一）标的资产软件产品经销流程和技术服务采购流程”。

从采购费率与销售毛利率指标来看，报告期内，标的公司采购的服务商支付技术服务费率分别为 0.05%、0.04%、0.04%，软件销售毛利率分别为 94.82%、94.03%、92.35%，从费率指标层面来看，各期的成本及销售费率均较为稳定，不存在异常波动的情况，不存在成本费用不完整的情况，因此不存在经销商代垫成本费用的情况。

从具体业务的交易环节层面看，标的公司向经销商销售较少存在赊销情况，除个别经销商按月结算外，较多经销商采用预收款方式结算，报告期各期末，标的公司应收经销商软硬件销售价款余额分别为 584.32 万元、392.97 万元、415.67 万元；应付供应商技术服务费余额分别为 3,629.52 万元、3,253.61 万元、3,318.82 万元，标的公司向供应商的技术服务费按季度计算，通常与下一个季度的中间月支付前一季度的技术服务费，双方债权债务结算时间存在差异，且均基于正常的商业行为进行结算。与此同时，标的公司及相关人员的资金流水核查中亦未发现异常资金交易项目，因此标的公司不存在通过经销商进行体外资金循环等调节收入、成本的情况。

综上所述，报告期内，标的公司不存在通过经销商囤货、调节销售或采购价格、代垫成本费用、体外资金循环等调节收入、成本的情形。

五、经销商向其客户的销售和收费方式，标的资产软件产品销售后的退换货条件，软件产品相关服务的具体含义，销售合同中关于软件产品后续更新维护的约定，是否额外向经销商或终端商户收取费用；终端客户基于标的资产软件产品开通“思迅 Pay”的比例，标的资产向终端商户推广“思迅 Pay”的具体方式，是否存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形，如是，相关金额的具体核算方式；结合前述情况进一步说明软件产品收入确认及成本核算方式是否符合《企业会计准则》的有关规定及行业惯例

（一）经销商向其客户的销售和收费方式

经销商直接开拓终端商户，并与其签订软件产品相关的购销协议。协议内容一般包括货物标的（包括具体产品的名称、数量、单价、金额等）、交货方式、验收方式、

结算方式等。经销商与终端商户之间的购销协议由签约双方协商确定，标的公司不参与或干涉相关协议条款的拟定及协议的签署。经销商与终端客户的收款方式有签订合同同时付款、完成安装调试付款、预付款等方式。

（二）标的资产软件产品销售后的退换货条件

标的公司与经销商之间为买断式销售，根据标的公司与经销商签署的《经销协议》中的相关条款，标的公司软件产品一经销售不可退回，报告期内亦不存在经销商退货的情形。合同条款规定如下：

“四、产品价格和交付”

- “1.甲乙双方根据经销政策确定“软件产品”结算价格；
- 2.付款方式及交付条款，主要包括先款后货和按月结算两种方式；
- 3.产品一经交付，不退货退款。”

（三）软件产品相关服务的具体含义

根据标的资产与经销商经销协议中，关于软件产品相关服务的具体合同条款如下：

“1、乙方（经销商，下同）购买甲方（思迅软件，下同）产品，同时有义务向最终用户提供售后服务，包括安装及售后技术支持等；

2、甲方对销售的产品提供工作日电话服务、远程支持、电子邮件，并尽快解决系统问题。

3、甲方保证所销售的产品不侵犯任何第三方的合法权益，且拥有软件产品完整的知识产权。”

（四）销售合同中关于软件产品后续更新维护的约定，是否额外向经销商或终端商户收取费用

报告期内，标的公司软件产品主要采用买断式的经销模式完成销售。标的公司向经销商交付产品后，由经销商负责自主完成终端商户的拓展，并实现标的公司标准化软件产品的售前、售中和售后的全链路跟踪闭环服务，包括但不限于产品的介绍、安装、部署、注册、培训、系统上线等服务的全过程。

根据标的公司与经销商之间签署的《经销协议》中的相关规定，标的公司作为甲方、经销商作为乙方的主要约定如下：

标的公司	经销商
<p>1、甲方有义务向乙方有关人员提供“软件产品”的系列培训，培训内容包括产品安装与实施、软件功能要点、业务流程说明及营销技巧等，并提供配套的培训资料；</p> <p>2、甲方将提供给乙方合理、足够的技术支持，如网上在线系统、远程、电话咨询服务等，有义务修复软件产品出现的缺陷，并提供最新的修补程序。</p>	<p>1、乙方必须向最终用户提供售后服务，包括安装培训等现场技术服务等；</p> <p>2、乙方应及时将甲方“软件产品”在使用过程中出现的问题反馈给甲方，以便甲方及时发现和修正，同时也有义务向甲方反映客户的意见及新的需求。</p>

因此，在标的公司的经销模式下，标准化软件产品的终端售后维护由经销商负责完成。若终端用户在使用时遇到相关疑难诉求且经销商无法解决的情况，经销商会将问题反馈给标的公司，由标的公司提供相关技术支持。该项支持系标的公司对其产品正常使用的质量保障，并非是提供的后续额外的服务。同时，标的公司有义务修复软件产品的缺陷，提供相应的修补程序，但不承担对已售软件后续更新、维护的义务。终端用户的相关软件产品的售后更新及维护服务均由经销商负责提供，不涉及标的公司直接向商户额外收取费用的情形。

对于软件产品的升级，若为实现产品功能缺陷修复、完善等目的所进行的“小版本”升级，如“商云 8.1”升级至“商云 8.2”，则标的公司不收取相关费用，商户可自主或在经销商协助下完成；若为实现产品功能迭代、性能升级等目的所进行的“大版本”升级，如“商云 8”升级至“商云 X”，则标的公司将收取相关升级费。对于该类型的升级，升级流程同一般产品的销售流程，均需通过经销商完成，具体升级实施亦由经销商负责。

（五）终端客户基于标的资产软件产品开通“思迅 Pay”的比例

自标的公司 2004 年设立以来，标的公司一直从事零售行业标准化专用软件产品开发和销售，已售软件产品种类数量超过百种。但由于标的公司成立时间较早，且在早期经营中，标的公司考虑到中小微商户的硬件设施条件以及对产品快速部署、易用性的需求，标的公司大部分产品可实现不联网使用。所以，标的公司无法掌握成立以来累计仍在使用的标的公司软件产品的终端商户的真实数量，即无法准确获知目前支付服务业务在既有终端客户群体中的覆盖率情况。

考虑到上述条件的限制，可以报告期内标的公司新增终端商户为基础进行计算，即统计报告期内新增注册商户的思迅 Pay 使用情况。其中，标的公司非 SaaS 类软件主要以加密锁为载体实现软件产品销售，相关加密锁数量可作为既有软件产品终端商户数量的代表。

2023 年度至 2025 年度, 标的公司新增注册站点的思迅 Pay 使用率情况如下表所示:

单位: 个

期间	注册站点数量	使用思迅 Pay 站点数量	思迅 Pay 使用率
2025 年度	96, 289	72, 808	75. 61%
2024 年度	111, 293	83, 104	74. 67%
2023 年度	126, 003	93, 900	74. 52%
合计	333, 585	249, 812	74. 89%

注: 统计使用思迅 Pay 站点对应的用户既包括购买非 SaaS 产品用户, 也包括购买 SaaS 类产品用户;

2023 年度至 2025 年度, 软件终端站点注册量为 333, 585 个, 使用思迅 Pay 数量 249, 812 个, 各期思迅 Pay 使用率分别为 74.52%、74.67%和 75. 61%。

(六) 标的资产向终端商户推广“思迅 Pay”的具体方式, 是否存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形, 如是, 相关金额的具体核算方式

标的公司的软件产品主要采用买断式经销, 在与经销商完成产品交付时实现软件产品的销售; 而实现聚合支付功能的思迅 Pay 则为商户在购买标的公司软件产品之后的可选使用项, 由商户自主决定是否开通并使用该功能或服务, 标的公司在商户使用思迅 Pay 功能进行日常经营活动中的支付与结算时, 标的公司实现技术服务的持续提供。因此, 对于某单个终端商户来讲, 标的公司存在仅销售软件产品(通过经销商实现终端销售)而不提供支付技术服务的情形。

标的公司不存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形, 对于经销商针对思迅 Pay 功能向商户提供相关技术服务, 标的公司与经销商已另行签订相关《技术服务协议》, 协议中针对技术服务费的约定如下: “公司与经销商根据商户的支付交易流水核算相关技术服务费, 一般计算方式为: 技术服务费=有效交易流水*(商户签约费率-服务商合作费率)*分成比例。

在第三方支付产业链中, 标的公司作为收单机构技术服务供应商向收单机构推荐终端商户, 亦不收取推广费, 参照收单机构与标的公司结算模式及行业惯例, 标的公司不存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形, 具有商业合理性。

从具体业务层面, “思迅 Pay”的支付功能是标的公司软件产品的内置功能, 终端商户在激活标的公司软件产品的同时可以选择开通“思迅 Pay”, 且不需额外付费。“思迅 Pay”可以帮助终端商户自动将资金流在同一系统内与货物流、票据流的相匹配, 便利终端商户的管理。另外基于移动支付在我国普遍覆盖的现状, 终端商户具有开通移动

支付的必要需求，因此标的公司不向经销商支付“思迅 Pay”推广费。

在终端商户开通“思迅 Pay”后，经销商会依据终端商户的实际需要，提供网络配置、故障解除等技术服务。

（七）结合前述情况进一步说明软件产品收入确认及成本核算方式是否符合《企业会计准则》的有关规定及行业惯例

标的公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。软件产品收入为销售自行研制的标准化软件产品收入，主要是指以不转让软件所有权而采用买断式销售自行研发的标准化软件产品业务，其中：若不存在服务期间但需签收确认的买断式标准化软件产品销售，在发出软件密钥并经客户密钥激活后确认收入；若不存在服务期而采用预充值模式，产品发送客户后即可激活并使用而无需签收的买断式标准化软件产品销售在产品已经发送后即确认收入；若存在一定服务期间的标准化软件销售，在客户已经接受服务，根据约定的服务期间，按服务进度确认收入。

标的公司与同行业可比上市公司的收入确认政策如下：

公司简称	产品化软件开发	定制化软件开发	运维等技术服务
顶点软件	产品已交付、完成安装和试运行且取得客户验收报告时，客户取得产品的控制权，本公司确认收入	定制软件开发项目已经完成且取得客户验收报告时，客户取得产品的控制权，本公司确认收入。	在提供软件运维服务的过程中按直线法确认收入。
山大地纬	公司已将软件交付给购货方，在产品交付后收款或取得收款依据时确认收入。	对于满足有权就累计至今已完成的履约部分收取款项且具有不可替代性的项目，公司按照投入法在一段时期内确认收入。资产负债表日根据投入确定履约进度，公司每月根据销售合同确定的项目营业收入总额乘以履约进度扣除以前会计期间累计已确认提供劳务收入后的金额，确认当期营业收入。对于不满足以上条件的软件开发项目，在公司提供完软件开发服务并经验收通过后确认收入。	按期提供的服务，公司按照合同约定内容提供了劳务，在服务期间内分期确认运维服务收入；按次提供的服务，公司在劳务已经提供完毕，并符合合同约定的服务条款时确认收入。
远光软件	软件产品在经客户验收后，确认销售收入。	属于在某一时段内履行履约义务的技术开发服务，本公司按照经客户认可的履约进度确认收入；属于在某一时点履行履约义务的技术开发服务，本公司在客户取得相	公司履约的同时客户即取得并消耗公司履约所带来的经济利益，公司将其作为在某一时段内履行的履约义务，按照履约进度确认收入。

公司简称	产品化软件开发	定制化软件开发	运维等技术服务
		关商品或服务控制权时点确认收入。	
普联软件	需安装调试的按合同约定在实施完成并经对方验收合格后确认收入；不需安装的以产品交付并经购货方验收合格后确认收入。	在项目开发或实施完成，取得客户的验收文件时确认相关收入。	未约定根据工作量结算的技术服务收入确认的具体方法为：根据合同规定按照直线法在服务期间内分期确认收入。约定根据工作量结算的技术服务收入确认的具体方法为：根据合同按照实际工作量在服务期间内分期确认收入。
博思软件	对于产品化软件销售，公司在按照合同约定内容向购买方移交，并完成安装、调试工作，取得了购买方的确认单，并同时满足销售商品收入确认条件时确认软件产品销售收入。	软件开发收入是指公司接受客户委托，针对客户提出的软件需求进行研究开发所获得的收入。公司在劳务已经提供，收到价款或取得收款的依据，获取了开发项目服务成果确认资料后确认收入的实现。	技术服务收入是指公司向客户提供专业的技术服务实现的收入。本公司的技术服务收入通常包括但不限于向客户提供的与 IT 运维管理相关的技术支持、技术咨询、系统维护、运营管理、SaaS 等服务内容。公司根据与客户签订的相关合同约定的合同总额与服务期间，按提供劳务的进度确认收入。合同明确约定服务成果需经客户验收确认的，根据取得的客户验收单据确认收入。
拉卡拉	销售软件商品属于在某一时点履行的履约义务，商品销售经验收后确认收入，其他业务依据合同约定完成相应服务并结算时确认收入。同类业务采用不同经营模式涉及不同收入确认方式及计量方法的情况。	/	根据每类合同约定确定一项履约义务，属于在某一时段内履行的履约义务，依据合同约定的服务、结算条款，完成相应服务并结算时确认收入。
标的公司	若不存在服务期间但需签收确认的买断式标准化软件产品销售，在发出软件并经客户 确认 后确认收入；若不存在服务期而采用预充值模式，产品发送客户后即可激活并使用而无需签收的买断式标准化软件产品销售在产品已经发送后即确认收入；若存	软件开发已经完成，软件交付并经客户验收确认后确认收入。	公司为各方提供资金结算对应的技术服务，在客户已经接受技术服务时确认收入。若合同约定存在服务期间的，则根据合同规定的服务期间按服务进度确认收入；若合同未约定服务期间的，则在服务已经完成时确认收入。

公司简称	产品化软件开发	定制化软件开发	运维等技术服务
	在一定服务期间的标准化软件销售，在客户已经接受服务后，根据约定的服务期间，按服务进度确认收入。		

标的公司成本核算如下：

项目	开支范围	列报依据
直接材料	软件产品业务对应加密锁及配套硬件销售材料成本	加密锁、配套硬件外购成本
人工支出	软件产品及支付技术服务业务平台维护人员薪酬、定制化软件开发人员薪酬	人力资源部门根据业务部门工作性质，对从事软件产品及支付技术服务业务的相关平台维护人员、软件定制开发人员的薪酬进行核定并分类，经财务部门复核后予以列报
云服务成本	软件产品业务平台运行所需的云服务器等支出	根据相关业务部门实际使用的云服务流量金额确认
技术服务费成本	委托服务商向商户提供思迅 Pay 相关的收银系统网络调试、配置管理、支付场景测试等服务工作而向其支付的费用	根据与服务商约定的服务费计费标准及计算基础确认
其他	加密锁、配套硬件所发生的运费支出、部分业务委托第三方而发生服务外包支出等	根据加密锁、配套硬件实际发生的运费确认，对于外包服务费按照合同金额与业务对象确认

标的公司的软件系标准化软件，相较于按照客户需求开发的定制化软件，标准化软件毛利率较高，其他应用领域主要经营标准化软件产品销售业务上市公司或公众公司的软件产品收入毛利率如下所示：

公司简称	2025 年度	2024 年度	2023 年度
合合信息	86.81%	84.36%	84.25%
福昕软件	87.98%	93.43%	94.79%
麟龙股份	96.60%	95.11%	96.61%
标的公司	92.35%	94.03%	94.82%

注：合合信息 2024 年于科创板上市，上市时间不足 3 年，主要产品包括扫描全能王、名片全能王、启信宝等；福昕软件 2020 年于科创板上市，主要产品包括 PDF 编辑器、阅读器产品等；麟龙股份 2014 年于新三板挂牌，主要产品包括选股决策系统、如来神涨、“股道”系列软件、金牛财经、龙周刊等。

如上表所示，经对比，标的公司软件产品收入确认方式、成本核算符合《企业会计准则》及行业惯例。

六、结合主要经销商是否专门销售标的资产产品、经销规模与自身业务规模，标的资产与主要竞争对手的对比情况等，补充说明经销商是否存在经销竞争对手产品的情形，标的资产渠道优势等核心竞争力的体现，与主要经销商未来合作的可持续性，软件产品及基于软件产品的支付技术服务业务是否存在被竞争对手模仿、取代的风险

（一）主要经销商是否专门销售标的资产产品、经销规模与自身业务规模，标的资产与主要竞争对手的对比情况

1、主要经销商是否专门销售标的资产产品

经销商向终端客户销售的是软硬件结合的成套解决方案，经销商除经营思迅软件产品外，同时经营各类硬件产品、财务系统软件、税务系统软件等其他软件产品。根据我们对主要经销商访谈和向标的公司了解的情况，报告期内，主要经销商经营的与思迅类似功能的软件类产品主要为思迅软件产品。

2、经销规模与自身业务规模

根据我们对主要经销商核查确认，报告期各期前十大经销商的经销规模与自身业务规模具有匹配性，具体情况如下：

单位：万元

序号	经销商名称	经销思迅软件产品规模			自身总体业务规模		
		2025年	2024年	2023年	2025年	2024年	2023年
1	南京万国思迅软件有限责任公司	449.84	578.13	995.98	1,050.00	1,100	1,800
2	郑州万国思迅软件有限公司	401.27	322.18	347.86	1,400.00	1,608.83	1,202.56
3	南宁万国软件有限公司	175.33	191.62	266.36	350.66	410	520
4	昆明新雅图电子科技有限公司	107.66	106.08	138.94	1,076.58	1,183.86	1,227.39
5	重庆瑾优科技有限公司	81.98	51.48	125.21	573.87	500	600
6	西安永光电子科技有限公司	69.35	77.09	111.50	138.69	229.51	283.70
7	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	96.29	69.28	101.89	481.47	774	502
8	山东思迅汇文电子科技有限公司	82.98	53.98	98.64	539.35	478	590
9	成都优客多科技有限公司	69.12	85.07	86.28	103.68	140	150
10	河南思迅网络科技有限公司	1.99	14.66	82.56	300.00	390.51	134.08

序号	经销商名称	经销思迅软件产品规模			自身总体业务规模		
		2025 年	2024 年	2023 年	2025 年	2024 年	2023 年
11	宜宾市百商电子商务有限公司	53.71	69.88	72.34	644.54	1000	800
12	大连盛方科技发展有限公司	60.33	70.74	60.58	603.27	857	542
13	山东昆闰信息技术有限公司	53.31	67.76	52.44	586.38	679	755
14	湖南鑫宇云科技服务有限公司	55.28	61.40	65.81	552.81	650	600
15	西安中云科创信息科技有限公司	38.72	38.53	56.60	385.30	355.6	426.3
16	杭州畅奇电子科技有限公司	64.46	57.79	39.60	622.31	590	500

3、标的资产与主要竞争对手的对比情况

思迅软件是一家聚焦于零售数字化领域的知名软件产品开发商及相关支付技术服务商，在零售行业专用应用软件产品，主要竞争对手包括深圳市科脉技术股份有限公司、深圳市智百威科技发展有限公司、准动网络科技（厦门）有限公司等，在聚合支付技术服务领域，主要竞争对手包括上海收钱吧互联网科技股份有限公司、武汉利楚商务服务有限公司、杭州首展科技有限公司等，上述公司均为未上市公司。

思迅软件与上述竞争对手关键业务对比情况如下：

（1）软件产品竞争对手

公司名称	关键业务数据、指标对比
深圳市思迅软件股份有限公司	拥有 2,000 余家合作伙伴，累计服务终端门店超过 70 万
深圳市科脉技术股份有限公司	拥有 1,000 余家销售网点，累计服务终端商户超过 40 万
深圳市智百威科技发展有限公司	拥有 1,000 余家合作伙伴，累计服务终端商户超过 40 万
准动网络科技（厦门）有限公司	拥有 2,000 余家合作商，全球拥有 240 多万注册用户

数据来源：官方网站及其他公开信息。

（2）聚合支付技术服务主要竞争对手

公司名称	关键业务数据、指标对比
深圳市思迅软件股份有限公司	可日均稳定处理超过 2,500 万笔支付订单，年受理交易金额超 2,000 亿元
上海收钱吧互联网科技股份有限公司	日交易笔数超 5,300 万笔，累计服务人次 780 亿
武汉利楚商务服务有限公司	日交易笔数峰值超 5,000 万笔，年受理交易金额超 5,000 亿元

公司名称	关键业务数据、指标对比
杭州首展科技有限公司	日交易笔数超 680 万笔，年交易金额超 1,900 亿元

数据来源：官方网页及其他公开信息。

（二）补充说明经销商是否存在经销竞争对手产品的情形，标的资产渠道优势等核心竞争力的体现，与主要经销商未来合作的可持续性，软件产品及基于软件产品的支付技术服务业务是否存在被竞争对手模仿、取代的风险

1、经销商是否存在经销竞争对手产品的情形

除向终端商户销售软件产品外，标的公司经销商亦会搭配销售终端商户经营所需要的配套硬件产品等，提供门店全套综合解决方案。根据标的公司与经销商签署的经销协议规定，双方并未明确规定经销商无法销售竞争对手的产品。

根据项目组对主要经销商访谈确认，报告期内，主要经销商经营的类似功能的软件类产品均为思迅软件产品，主要经销商不存在经销竞争对手产品的情形。

2、标的资产具有较强的渠道优势，与主要经销商合作具有可持续性

考虑到终端客户具有的数量大、分布范围广、经营规模较小、地域特征强等特点，标的公司始终坚持“标准化产品+渠道经销”的经营模式。基于“标准化产品+渠道经销”的经营模式，标的公司的渠道优势具体情况如下：

（1）广泛的经销网络

经过多年发展，标的公司秉承以渠道为核心的市场战略，形成了全方位、立体化、覆盖广的销售体系。目前，标的公司在全国范围内开拓了多个核心经销商，发展了超过 2,000 家合作伙伴，拥有包括合作伙伴在内超过 10,000 人的营销与服务队伍，覆盖了全国 300 多个城市，可实现“7*12 小时”全方位本地化服务，有效实现了对不同区域、不同行业、不同业态、不同规模企业的营销覆盖，构建起了成熟、稳定、多层次的营销服务体系。利用经销商在当地的资源及本地化服务的优势，由经销商开拓当地市场并为商户提供高效、便捷的现场安装、培训及售后维护等落地技术支持服务，能够有效提高标的公司产品在当地市场占有率，并及时获取终端商户的需求信息。

（2）成熟的经销商管理及运营方式

经过多年的渠道建设与管理经验的积累，标的公司在经销商筛选、合作范围设置、经销商考核及评级、细分市场开拓等多方面形成了较为完善的经销商管理制度及运营经验。目前，经过多年合作并定期对经销商进行业务培训，经销商已熟悉掌握标的公司的

产品体系及特点，可根据商户需求的不同推荐适合的解决方案，同时能快速完成产品的安装、软硬件配置（硬件包括前台 POS、打印机、刷卡设备、服务器等各类硬件）、线上线下功能衔接等，实现了产品经验及技术的积累，并建立了可长期、稳定地为区域商户提供高效服务的团队。

此外，标的公司亦建立了完善的经销商反馈沟通管理机制，通过思迅软件搭建的“合作伙伴社区”平台与全国各地经销商建立起时时互动的强连接，能随时接收经销商及终端商户在使用产品过程中发现的程序报错、功能不足等各方面的反馈，以便标的公司研发人员依此快速、高效地完成产品的维护更新和功能迭代。

（3）稳定的合作关系

经过十余年发展，标的公司与经销商之间已形成稳定的、互利互惠的合作关系。标的公司与报告期内前十大经销商合作历史如下：

序号	经销商名称	与思迅软件合作历史年限
1	南京万国思迅软件有限责任公司	2005 年开始合作
2	郑州万国思迅软件有限公司	2004 年开始合作
3	南宁万国软件有限公司	2011 年开始合作
4	昆明新雅图电子科技有限公司	2004 年开始合作
5	重庆瑾优科技有限公司	2012 年开始合作
6	西安永光电子科技有限公司	2015 年开始合作
7	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	2017 年开始合作
8	山东思迅汇文电子科技有限公司	2004 年开始合作
9	成都优客多科技有限公司	2020 年开始合作
10	河南思迅网络科技有限公司	2020 年开始合作
11	宜宾市百商电子商务有限公司	2009 年开始合作
12	大连盛方科技发展有限公司	2011 年开始合作
13	山东昆闰信息技术有限公司	2011 年开始合作
14	湖南鑫宇云科技服务有限公司	2019 年开始合作
15	西安中云科创信息科技有限公司	2013 年开始合作
16	杭州畅奇电子科技有限公司	2015 年开始合作

注：个别客户合作起始时间早于其设立时间，主要系相关合作方曾经以其他经营主体与标的公司合作。

由上表可见，标的公司与主要经销商均有良好的合作历史，除个别经销商以外双方合作时间基本达到十年以上，合作关系稳定，且部分主要经销商在标的公司设立初始便

建立了合作关系，已逐步发展成为标的公司重要的经营伙伴。目前，标的公司主要核心经销商借助与标的公司长期合作所累积的技术实力与售后服务保障能力，在其所销售的区域内已拥有了良好的市场占有率和口碑，并已与区域典型客户达成合作，亦形成经销商多年从业的核心竞争优势。

综上所述，其他软件产商如要建立数量庞大且深度合作的经销网络，需要花费长时间的培训与磨合，逐步实现区域内的市场渗透和知名度提升，方能形成竞争壁垒。目前，标的公司具有良好的渠道优势，并且渠道优势已成为标的公司经营发展的核心竞争优势之一，是标的公司保持业绩长期稳定或增长的坚实基础。

3、软件产品及基于软件产品的支付技术服务业务是否存在被竞争对手模仿、取代的风险

根据上述分析，自设立以来标的公司主营业务的开展一致基于“标准化产品+渠道经销”的经营模式，并具备良好的渠道优势以及产品和研发优势。但是，标的公司软件产品主要面向国内中小微零售商户市场，该客户规模巨大、分布广泛，市场竞争较为激烈；与此同时，标的公司支付技术服务为基于标的公司软件产品展开，且同时亦面临着线下扫码市场中聚合支付服务机构的激烈竞争。

因此，标的公司仍面临着市场开拓受限、销售渠道不畅等风险，但不存在完全被竞争对手模仿、取代的风险。

就上述相关风险，上市公司已针对相关风险在重组报告书“重大风险提示”之“二、与标的公司相关的风险”之“（二）软件产品收入下滑的风险”进行了提示，披露内容如下：

“2023年度至2025年度，标的公司软件产品收入金额为9,057.48万元、7,235.69万元和6,690.99万元，占各期营业收入的比重分别为24.86%、21.86%和20.04%，占比有所下降，主要系由于受近年来国内经济形势变化等因素的影响，标的公司智慧零售等软件产品的收入有所下滑。

标的公司软件产品销售主要采取经销模式，若未来标的公司与主要经销商的合作关系发生变化，则可能对标的公司业务拓展和终端商户服务产生较大影响，从而对标的公司的业绩稳定性和市场占有率产生不利的影响。

随着行业的竞争加剧，如果标的公司未来在软件产品上无法持续获得客户资源和提升产品技术创新能力，软件产品收入存在进一步下滑的风险。与此同时，标的公司支付

技术服务业务主要嵌套于软件产品中，因此若标的公司软件产品收入有所下降，则标的公司支付技术服务业务收入的成长性将同步亦受到影响。”

七、核查过程与核查结论

（一）对经销收入真实性的核查程序

针对上述事项，我们履行了以下核查程序：

1、对主要经销商工商信息进行核查

通过查阅国家企业信用信息公示系统、天眼查、企查查等公开信息对标的公司经销商进行背景信息调查，确认其与标的公司是否存在其他关联关系或其他利益安排。

2、对主要经销商执行了函证程序

2023年度至2025年度，针对经销商，我们使用分层选择方法选择函证对象，同时涵盖标的公司各期前五大经销商，函证核查比例分别为26.93%、31.63%和55.55%，不存在异常，具体情况如下：

单位：元

经销商函证汇总	2025年度	2024年度	2023年度
发函金额 (a)	37,855,283.18	24,014,072.38	25,608,571.25
经销收入总额 (b)	68,143,984.33	75,930,024.33	95,100,335.81
发函比例 (c=a/b)	55.55%	31.63%	26.93%
回函相符金额 (d)	36,957,247.44	24,014,072.38	25,608,571.25
回函不符但可确认金额 (e)	470,563.47	-	-
未回函金额 (f)	427,472.27	-	-
未回函执行替代测试金额 (g)	427,472.27	-	-
可确认金额合计 (h=d+e+g)	37,384,719.71	24,014,072.38	25,608,571.25
可确认金额比例 (i=h/b)	54.86%	31.63%	26.93%

报告期内，项目组对标的公司经销函证中，回函相符金额占发函金额比例分别为100.00%、100.00%和97.63%，比例较高。

报告期内，不存在回函不符的经销商函证。仅个别经销商未回函，未回函金额占发函金额比例分别为0.00%、0.00%、1.24%，未回函比例较低。针对未回函经销商，我们获取收款单据等资料，已执行替代测试。

3、对主要经销商执行了实地走访

我们针对报告期内主要经销商进行了实地走访。报告期内，针对经销商，我们使用分层选样方法，走访比例分别为 17.89%、15.05%和 **16.48%**，不存在异常。

走访过程中，我们针对每个访谈对象，获取了其盖章签字确认的访谈记录、营业执照、被访谈人员名片等身份确认文件、公司章程或企业信用报告等资料，核查了经销商的主要经营场所，并与被访谈人员合影，**具体访谈情况如下：**

单位：元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度
经销商个数	11 家	11 家	11 家
合计收入	11,231,286.68	11,424,693.95	17,009,950.51
当期经销收入	68,143,984.33	75,930,024.33	95,100,335.81
占当期经销收入的比例	16.48%	15.05%	17.89%

4、对标的公司、标的公司子公司、标的公司实控人、董高、销售负责人进行了流水核查

我们针对报告期内标的公司、标的公司子公司 50 万元以上流水进行逐项核查，未发现除正常业务资金往来外其他与经销商资金往来的情况；

我们针对报告期内标的公司实控人、董高、销售负责人 5 万元以上流水进行了逐项核查，未发现与经销商资金往来的情况。

5、针对终端客户软件产品实际使用情况进行核查

标的公司利用加密锁对软件产品进行加密保护，防止被非法使用，终端商户需要取得标的公司对加密锁的授权才能正常使用软件产品，注册是获得加密锁授权的主流方式。软件产品被注册后会相应绑定终端商户信息，终端商户可以正常使用标的公司软件产品，标的公司关键业务系统数据库中会留存部分软件产品注册信息。

因此，注册率可以反映软件产品销售至终端的情况。基于此，我们利用 IT 审计团队对标的公司主要软件产品的站点注册率进行了全面核查。

IT 审计团队采用了不同的测试方法，包括：询问、观察、检查、重新执行、计算机辅助等方法，对标的公司 IT 公司层面控制评估、信息系统程序开发及变更管理、信息系统运维安全管理、逻辑访问管理和备份管理的控制运行有效性测试。在此基础上，IT 审计团队以软件的注册率数据作为软件产品终端销售实现的核心依据，并以此分析

经销收入的真实性，IT 审计关于注册率核查方式及过程如下：

针对非 SaaS 软件和 SaaS 永久授权式软件，按年核查报告期间内软件产品销售业务下已注册软件在终端商户的使用信息情况，使用信息包含登录记录、支付记录和维护记录，交叉验证数据真实性。

对于期间订阅式的产品，按终端商户实际激活使用对应期间平均确认收入。故订阅式 SaaS 产品，均实现了终端激活。

6、对经销商销售终端客户情况穿行测试

项目组按照思迅软件对经销商的收入规模抽样，覆盖收入 100 万以上经销商，收入 50 万-100 万的经销商，收入 50 万以下的经销商，针对不同销售规模选取一家经销商抽取一套软件销售样本进行穿行测试。

根据思迅软件与经销商的业务流程，获取以下材料：A、思迅软件与经销商签订的协议；B、思迅软件与支付机构签订的协议；C、经销商与随机抽取一家终端商户签订的协议；D、以抽取的这家终端客户为案例的产品销售和思迅 Pay 申请、开通、使用等的相关底稿。

终端商户穿行测试的核查逻辑为：①思迅软件与经销商、思迅软件与支付机构、经销商与终端商户之间均签订了真实的合同协议；②终端商户开通思迅 Pay 时向支付机构提供了真实的商户信息，在该商户思迅 Pay 开通后产生了真实的使用流水记录；③开通思迅 Pay 并产生交易流水的前提是实际购买并使用了思迅软件的产品；④系统内记录的加密锁号对应的商户名称、经销商名称与上述合同相符，且系统经过 IT 审计，具备可靠性；⑤对于穿行测试样本，项目组亦核查了思迅软件对经销商销售产品开具的发票、销售回款记录、技术服务费发票、付款记录。因此可以形成完整的证据链条，证明软件产品通过经销商真实地销往终端商户。

项目组针对经销商对终端的销售执行穿行测试，以期通过获取的经销商销售样本，与系统登记信息进行核查，验证其是否一致。由于标的公司的业务底层数据较多，在利用 IT 审计结果之外，我们通过这种分层抽取样本的方式，通过抽样测试的结果验证终端销售的真实性，验证标的公司系统数据的可信赖性。

思迅软件与经销商、终端商户、支付机构之间签订了真实有效的合同协议，经销商购买的软件最终销往终端商户，终端商户使用思迅软件产生的流水来自于正常经营，该部分收入真实有效。

7、对软件产品销售执行细节测试

针对软件产品经销收入执行细节测试，各期选取主要经销商进行细节测试，获取合同、发票、记账凭证、签收记录等业务单据，核查软件产品经销收入确认的准确性。2023年度至2025年度，我们对软件产品经销收入细节测试比例分别为40.54%、40.61%和43.37%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2025年	2024年	2023年
核查金额（万元）	2,901.66	2,870.88	3,652.02
软件产品经销收入（万元）	6,690.99	7,069.90	9,008.52
核查比例	43.37%	40.61%	40.54%

结合函证、走访程序，2023年度至2025年度，项目组对标的公司经销收入核查比例分别为56.10%、52.05%、51.01%。

8、针对已销售并注册的软件产品销售，执行细节测试，验证其实际注册情况

我们针对报告期内标的公司经销商进行分层抽样，最终选取4家区域总经销商、7家核心经销商（7大区域每年各区域经销收入最大的一家）及7家一般经销商（7大区域每年各区域经销收入最大的一家），抽取的上述经销商覆盖标的公司软件产品销售的所有区域，从上述经销商中各期各抽取一笔细节测试，验证其终端注册情况，具体覆盖情况如下：

单位：笔数

经销商层级	2025年度	2024年度	2023年度
区域总经销商	8	8	8
核心经销商	14	14	14
一般经销商	9	9	9

我们获取该软件产品由经销商销售给终端客户的出库界面截图、系统内商户信息截图、终端客户思迅 Pay 申请开通及审核通过的界面截图（如有）、首次使用思迅 Pay 产生交易流水的截图（如有），用以核实标的公司已销售的软件产品实际实现终端销售并注册的情况。

项目组通过分层的方式，抽取软件销售样本，在细节测试基础上，延伸检查软件是否被注册及激活注册时间，据此分析软件产品销售到完成注册的周期，并通过实际数据

验证 IT 审计的注册率计算结果的可信赖性。

经我们核查，上述选取的样本中标的公司已销售的软件产品均已实际实现终端销售并注册，不存在异常。

9、对终端销售及回款、经销商库存、退换货的核查方式

在实际业务中，标的公司主要与经销商采用预收款形式进行销售，软件产品一经销售不可退回，报告期内亦不存在经销商退换货的情形，因此标的公司向经销商的销售回款与经销商的终端销售及回款不具有直接或间接关系。针对报告期内各期前十大经销商，合计 16 家经销商，标的公司对其经销收入占当期经销收入比例分别为 28.39%、25.16% 和 27.32%，项目组取得其对报告期内的进销存情况的确认函。报告期各期末，标的公司前十大经销商总体库存规模较为稳定，不存在异常。

与此同时，项目组对报告期内的销售及站点注册数据执行分析程序，向不同层级经销商销售产品收入、数量、单价、毛利率不存在异常，获取各期站点注册数量，与当期销售数量对比，根据进销存及注册率数据，注册率较高，经销商于报告期各期末的备货能够在期后完成销售，不存在异常。

由于商业机密，项目组无法获取经销商的终端销售回款数据，因此仅能通过经销商进销存数据及软件注册数据及终端商户通过思迅 Pay 产生的有效交易流水情况，判断经销商的终端销售实现情况。

综上所述，标的公司经销收入真实，不存在异常，相关核查程序充分，获取的核查证据足以支撑发表核查结论。

（二）我们执行的其他核查程序

1、访谈标的公司销售管理部门负责人员、取得并查阅标的公司与主要客户签署的经销框架协议和销售合同、了解标的公司筛选经销商的标准和新进、退出情况；

2、通过查阅标的公司与主要客户签订的经销框架协议和销售合同，了解产品或服务的交付条款、结算事项、售后事项，识别并区分合同所约定的单项履约义务和售后事项，查验部分经销商在软硬件签收后的签收确认记录及其销售回款情况，查验标的公司与主要客户关于支付技术服务的月度对账记录以及销售回款情况，验证销售的真实性；

3、核查经销商的实际控制人或主要管理人通过万国联商和万国联迅间接持有标的公司股份的情况，了解持股经销商的家数及报告期内的销售情况，同时也核查标的公司

向持股经销商采购服务的情况；

4、对比标的公司向持股与非持股经销商的销售均价、技术服务的采购均价，验证其销售和采购价格的公允性；

5、获取标的公司的产品成本结构表，了解成本的归集情况和明细构成，验证成本结转和收入确认匹配性；

6、聘请信息系统审计专家对收入成本确认相关的信息系统整体控制环境、关键信息技术一般控制和信息技术应用控制的内部控制工作成果；获取信息系统审计专家与收入成本相关的关键数据，并将其与财务账面收入成本进行比较，分析评价收入与成本的整体真实性与合理性；

7、了解标的公司的收入确认政策与成本核算方式，查询可比公司公开信息，比较两者差异，与《企业会计准则》进行比较，评价标的公司收入确认政策与成本核算是否合理，评价支付技术服务业务采用总额法确认是否合理；

8、获取标的公司报告期内的纳税申报表，与财务人员进行沟通，了解标的公司历史收入确认的具体情况，获取开票确认收入组成内容。

（三）核查结论

经核查，我们认为：

1、标的公司采用经销模式、经销商数量和集中度均符合行业特点和惯例。标的公司已建立了较为完善的经销商管理制度以及规范的软件产品经销流程，且相关内控制度已得到了有效的执行。

2、报告期内，标的公司经销销售比较分散，尽管受制于宏观经济因素影响公司对前五大经销商客户的软硬件销售收入有所下降，但在经销收入中的占比较为稳定。标的公司与上述前五大经销商均保持着多年的合作关系，后续合作具有可持续性；

从各级经销商看，标的公司各级经销商销售收入及毛利占比较为稳定，没有明显差异。报告期内标的公司主要经销商较为稳定，不存在新设即成为标的资产主要经销商的情形，新增、退出核心经销商当期收入、毛利占比较低，影响较小。

标的公司对经销商是否为法人没有明确要求，只要达到合作基本要求且遵守市场规范均可成为标的公司的注册经销商。标的公司的个人经销商收入占比不高，毛利率没有明显差异。

3、报告期内，不存在经销商直接或者间接持有标的公司股份的情况。间接持有标的公司股份的经销商人员 51 人，涉及经销商 57 家。上述相关经销商报告期内对标的公司销售，采购及占比较为稳定。

相关人员因看好标的公司发展，愿意通过持股平台认购标的公司股票，该等人士入股资金来源均为自有或自筹的合法资金；**万国联迅**入股价格低于市场价，但由于本次受让发生于标的公司股改基准日以前，未对标的公司报告期财务数据产生影响，万国联商入股价格公允。

相关经销商核心人员入股标的公司，是因为其看好标的公司发展前景，愿意与标的公司共同发展，系其个人投资行为，通过入股，分享标的公司整体发展成果。标的公司与经销商的合作遵循市场逻辑，进行公允的采购、销售，不存在明显的匹配关系；

除人员参股标的资产外，经销商及其关联方与标的资产及其股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、关键岗位人员等不存在未披露的其他关联或潜在关联关系（如前员工、近亲属等）、资金往来或其他利益安排。报告期内，标的公司向持股人员涉及的相关经销商销售和采购金额、单价、毛利率对比其他经销商不存在差异。

4、标的公司合同负债主要为项目预收进度款，尚未完工结算，待期后完工后确认收入，与期后软件产品销售规模存在匹配性。软件产品增值税退税金额与软件产品当期销售额有匹配关系；

报告期内，标的公司主要经销商库存数量较为稳定，期后销售情况良好，不存在对部分经销商销售、采购定价或数量存在显著差异或出现较大变化的情形；对相同经销商的采购和销售金额存在一定相关性，但不存在匹配关系；不存在通过经销商囤货、调节销售或采购价格、代垫成本费用、体外资金循环等调节收入、成本的情形；

5、经销商向其客户销售、收费均由经销商自主协商，标的公司不参与其中；标的公司与经销商之间为买断式销售，根据标的公司与经销商签署的《经销协议》中的相关条款，标的公司软件产品一经销售不可退回，报告期内亦不存在经销商退货的情形；标的公司与经销商在经销协议中明确确定了软件产品相关服务的具体含义；根据销售合同约定，对于软件产品的升级，若为实现产品功能缺陷修复、完善等目的所进行的“小版本”升级，则标的公司不收取相关费用，商户可自主或在经销商协助下完成；若为实现产品功能迭代、性能升级等目的所进行的“大版本”升级，则标的公司将收取相关升级费；

终端客户基于标的资产软件产品开通“思迅 Pay”的比例较高，约为 76%左右，思迅 Pay 为终端商户在购买标的公司软件产品之后的可选使用项，由商户自主决定是否开通并使用该功能或服务，标的公司不存在支付经销商费用推广“思迅 Pay”的情形；标的公司软件产品收入确认方式、成本核算符合《企业会计准则》及行业惯例；

6、标的公司主要经销商经营的类似功能的软件类产品均为思迅软件产品，主要经销商不存在经销竞争对手产品的情形。标的资产具有较强的渠道优势，与主要经销商合作具有可持续性；标的公司支付技术服务为基于标的公司软件产品展开，且同时亦面临着线下扫码市场中聚合支付服务机构的激烈竞争，不存在完全被竞争对手模仿、取代的风险，上市公司已在重组报告书中披露相关风险。

问题 4. 关于上市公司

申请文件及公开信息显示：（1）上市公司的主营业务是为酒店、餐饮、零售及休闲娱乐等旅游大消费行业提供信息管理系统整体解决方案，在本次交易前间接持有标的资产 66.23% 股权。（2）上市公司 2020 年至 2024 年连续五年归母净利润为负；截至 2024 年年末，公司货币资金余额 42.38 亿元，受限货币资金余额 26.22 亿元，受限比例较高。

请上市公司补充说明：（1）上市公司及体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体等关联方的具体业务范围，软件产品与标的资产产品是否存在竞争关系，是否从事支付技术服务业务，上市公司及其关联方与标的资产主要客户（包括经销商与终端客户）、供应商之间是否存在业务和资金往来，是否存在客户、供应商重叠的情形，标的资产是否存在业务、技术、人员等来自上市公司及关联方情形，是否对上市公司及关联方存在重大依赖，是否存在关联方让渡商业机会、代垫成本费用等利益输送情形。（2）上市公司近年业绩持续亏损原因，结合标的资产业绩变化预期、交易前后上市公司每股收益的变化情况，补充说明本次发行股份收购控股子公司少数股权的必要性，除本次重组外改善上市公司业绩的措施及其有效性；受限货币资金的具体情况、受限原因，是否存在被非经营性资金占用等情形。

请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、上市公司及体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体等关联方的具体业务范围，软件产品与标的资产产品是否存在竞争关系，是否从事支付技术服务业务，上市公司及其关联方与标的资产主要客户（包括经销商与终端客户）、供应商之间是否存在业务和资金往来，是否存在客户、供应商重叠的情形，标的资产是否存在业务、技术、人员等来自上市公司及关联方情形，是否对上市公司及关联方存在重大依赖，是否存在关联方让渡商业机会、代垫成本费用等利益输送情形

（一）上市公司及体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体等关联方的具体业务范围，软件产品与标的资产产品是否存在竞争关系，是否从事支付技术服务业务

1、上市公司及体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体等关联方的具体业务范围，软件产品与标的资产产品是否存在竞争关系

上市公司主要致力于为酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等大消费行业提供一体化的信息系统解决方案和服务，同时通过全资子公司中国电子器件工业有限公司（简称“中电

器件”）负责与公司软件配套的硬件销售业务，控股子公司青岛海石商用科技股份有限公司（简称“海石商用”）负责从事公司自主品牌的智能商用硬件生产和销售。2023年、2024年和2025年，上市公司分产品收入构成如下表所示：

单位：万元

收入类型	2025年		2024年		2023年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
酒店信息管理系统业务	113,005.01	40.51%	107,389.92	36.44%	93,753.18	34.10%
零售信息管理系统业务	58,856.80	21.10%	53,625.48	18.19%	57,973.74	21.09%
社会餐饮信息管理系统业务	9,838.48	3.53%	11,196.86	3.80%	11,174.71	4.06%
支付系统业务	4,621.47	1.66%	4,200.11	1.43%	3,864.77	1.41%
旅游休闲系统业务	3,557.86	1.28%	3,450.78	1.17%	3,420.14	1.24%
第三方硬件配套业务	39,499.30	14.16%	62,746.75	21.29%	54,291.49	19.75%
自有智能商用设备	47,958.15	17.19%	50,483.68	17.13%	49,444.81	17.98%
其他业务	1,635.58	0.59%	1,638.42	0.56%	1,010.02	0.37%
合计	278,972.66	100.00%	294,731.99	100.00%	274,932.87	100.00%

（1）酒店信息系统业务

酒店信息系统业务为上市公司的核心业务，同时上市公司亦是目前全球最主要的酒店信息系统全面解决方案提供商之一。

①母公司、全资子公司上海石基信息技术有限公司（简称“上海石基”）、北海石基信息技术有限公司（简称“北海石基”）、Shiji Information Technology (Hong Kong) Limited（简称“石基香港”）、Shiji (Singapore) Pte Ltd（简称“石基新加坡”）、Shiji (US) Inc（简称“石基美国”）、Shiji Information Technology Spain, S.A.（简称“石基西班牙”）等：开展国际化高星级酒店的信息系统业务，产品包括针对国际酒店集团客户的以石基平台为核心的新一代云架构的企业级酒店信息系统 Daylight PMS，以及面向倾向于国际化管理运营模式的本地酒店集团客户的 Cambridge 云酒店管理系统；

②全资子公司杭州西软科技有限公司（简称“杭州西软”）、广州万迅电脑软件有限公司（简称“广州万迅”）：开展本地中高档星级酒店信息系统业务，产品包括以“西软”、“千里马”为品牌的全套酒店信息管理系统；

③控股子公司北京石基昆仑软件有限公司（简称“石基昆仑”）：专注于酒店会员管理系统、客户关系管理系统与中央预订系统（CRS）业务；

④Horwath Consulting Services Asia Pacific Limited（简称“浩华亚太”）及其子公司：从事酒店管理顾问与咨询业务。

酒店信息管理系统一般由酒店前台信息管理系统（PMS）、餐饮信息管理系统（POS）、集团层面系统（如中央预订系统（CRS）、会员管理系统）、分销渠道管理系统、支付系统、周边应用系统（如高尔夫水疗管理系统、声誉管理系统）、后台管理系统（如采购与成本管理系统、财务系统、人力资源管理系统）等一系列子系统构成，主要客户为国际高星级酒店和国内中高档酒店，应用领域、系统功能、客户类型与思迅软件开发的标准化软件存在差异，因此，在日常经营过程中，上市公司其他主体从事的酒店信息管理系统业务与标的公司产品不存在互相竞争的关系。

（2）餐饮信息系统业务

石基信息拥有自主开发的 INFRASYS 品牌餐饮管理信息系统面向全球高端酒店、餐饮及高端连锁社会餐饮客户，通过控股子公司正品贵德为各类社会餐饮企业提供信息系统解决方案。

①石基香港及其子公司：开展酒店、高端餐饮信息系统业务，拥有自主开发的“INFRASYS”品牌餐饮管理信息系统，产品主要面向全球高端酒店及高端连锁社会餐饮客户。

②控股子公司上海正品贵德软件有限公司（简称“正品贵德”）：为各类社会餐饮企业提供信息系统解决方案，其产品优势在于其兼具后端的餐饮供应链信息管理系统产品，在百强中餐连锁市场具有一定优势。

标的公司标准化餐饮信息管理软件产品收入规模较小且收入占比较低，报告期内标的公司餐饮软件产品收入占营业收入比例均不足 2%。标的公司在餐饮信息系统业务方面从事标准化餐饮信息系统软件的开发、销售，主要客户为小微餐饮商户，并在产品定位及目标客户、产品功能、业务模式、产品技术特点等方面与上述公司存在较大差异，因此，在日常经营过程中，上市公司其他主体从事的餐饮信息系统业务与标的公司不存在互相竞争的情况。

（3）零售信息系统业务

除通过标的公司从事小微零售软件产品以外，石基信息还通过旗下富基、长益等品牌提供基于基础零售业务平台、全渠道运营、移动应用、供应链、物流、大数据和云计算的综合系统产品与解决方案。主要情况如下：

序号	公司名称	主营业务及产品	与标的公司差异情况分析
1	北京石基大商信息技术有限公司（简称“石基大商”）	石基大商主要定位为整合石基信息体系内从事规模化零售信息系统业务子公司股权的持股平台，同时完成少部分零售信息系统业务。	
2	北京富基融通信息技术有限公司（简称“富基信息”）	富基信息为消费及零售行业软件和解决方案提供商，可为消费和零售企业及其实体店提供从工厂厂门到消费者家门的全渠道解决方案、移动社交购物和本地服务。	该等公司主营业务为提供定制化零售信息系统软件的开发、系统集成、销售、技术支持服务等业务，主要客户为大型零售企业或集团，如欧莱雅、华润万家、翠微集团等。该等公司与标的公司在产品定位及目标客户、产品功能、业务模式、产品技术特点等方面均存在较大差异。
3	北京长益联合信息科技有限公司（简称“长益科技”）及其子公司	该等公司专注于流通行业信息化全面解决方案，其业务涉及零售、分销、物流、电子商务等流通业各个领域，可提供从供应端到销售端的全方位一体化解决方案。	
4	上海时运信息技术有限公司（简称“上海时运”）	上海时运的主营业务为国外零售信息管理软件产品的境内代理销售和实施。上海时运通过对 RetailPro 等国外 POS 软件产品的服务技术的学习与培训，构建国际产品的全方位实施能力，以承接国际客户在国内门店开业时相关 POS 软件产品的实施项目。该类国际客户为保证统一化管理，开店时会指定使用某一品牌的 POS 软件产品，随后上海时运接受软件品牌厂商的分派并完成项目实施。在该业务模式下，上海时运主要从国际客户处获取实施服务收入。	
5	石基商用信息技术有限公司（简称“石基商用”）、北京商用星联信息科技有限公司（简称“商用星联”）	致力于为零售行业提供零售商和合作伙伴之间协同工作的解决方案，主要产品是供应链协同平台（iSRM），给零售商和供应商提供多场景的在线协同作业服务，包含供应商生命周期管理、商品生命周期管理、结算协同等。目前供应链协同（含零供宝、iSRM、直连开票、电签）SaaS 平台上有 50 多家零售集团，约 800 家单店，约 2.9 万家供货商，是全国最大的零供协作平台。	该等公司供应链协同平台产品主要为零售商和供应商提供多场景的在线协同作业服务，为全面、深度的供应商管理平台，在平台基础上可进一步拓展出供应链金融、供货商社区等，主要服务客户类型为大型零售集团或商场。 石基商用、商用星联的主要客户包括中兴商业（000715.SZ）、欧亚集团（600697.SH）、翠微股份（603123.SH）、广东粤海天河城商业有限公司、广州摩登百货股份有限公司等大型商业企业。 根据目标客户的特点和需求，标的公司产品不具备亦不需相关供应链协同管理功能。因此，该等公司与标的公司主营业务在产品功能、应用场景、主要客户等方面存在明显差异。

注：规模化零售信息系统业务，指面对大型零售企业提供定制化的大型零售信息系统产品业务。

报告期内，标的公司主要从事标准化零售信息管理软件产品的开发、销售，面向中小微型零售商户；上述公司主要从事规模化零售信息系统业务，双方在产品定位、目标客户、产品功能、业务模式、产品技术特点等方面存在较大差异。因此，在日常经营过程中，上市公司其他主体从事的零售信息系统业务与标的公司业务不存在互相竞争的情况。

2、上市公司其他业务经营主体是否从事支付技术服务业务

石基信息体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体，亦存在以各自软件产品为基础从事支付技术服务业务，该类收入的盈利模式与标的公司类似，二者上游客户均主要为第三方支付机构。

标的公司与上市公司其他经营主体从事的支付技术服务业务相互独立，在日常经营过程中，不存在互相竞争的关系，且符合移动支付行业普及的行业特点：

（1）随着移动支付在生活中应用越来越普及，条码支付结算也逐步成为各个商户经营活动中必备的结算手段

近年来，移动支付在生活中应用越来越普及，聚合支付作为可为线下实体门店商户提供便民的、低费率的、整合多种支付方式于一体的收款工具已覆盖了各类大消费行业，如零售、餐饮、酒店、旅游、交通服务等。支付技术服务是目前线下各类大消费行业应用软件企业协助线下商户实现条码支付结算功能的普遍手段，该类业务实质均为基于各公司核心信息管理软件产品基础上的补充或延伸，是以提高客户的交易、付款及结算效率为目的对软件产品功能的完善。终端客户在选择信息化管理软件产品时，注重的仍是产品整体功能、技术特点、成功案例、业界口碑、品牌影响力等要素。

上市公司其他经营主体与标的公司所提供的支付技术服务业务的基础是双方各自的软件产品，标的公司同行业公司科脉科技、智百威、准动科技均在其软件产品中搭载相关聚合支付功能。

（2）支付技术服务业务属于基于自有终端客户资源的“变现”方式

上市公司其他经营主体与标的公司经过多年的发展均已积累丰富的商户资源，基于终端客户的需求完善软件功能，双方均可以此进一步拓展自身的服务范围，获取合理、良好的收入，提高自身的盈利能力。同时，标的公司与上市公司其他经营主体均不存在

单独对外推广、拓展收单外包服务业务以获取体系外客户资源及收入的情况，相关业务发展均基于自身信息管理软件产品终端商户形成。

（3）支付技术服务业务对于上游收单机构不存在互相竞争的关系

报告期内，上市公司其他经营主体与标的公司支付技术服务业务的上游客户主要为第三方支付机构、商业银行等收单机构。对于上游收单机构来讲，商户开户数和交易笔数是两大重要经营指标，两者的增加均主要取决于商户资源的获取与服务情况。而收单机构为获取更多的终端商户资源，一般需要与尽可能多的、具有客户资源的企业合作。对于收单机构来讲，与上市公司其他经营主体以及与标的公司之间的合作不存在非此即彼的竞争关系、不存在排他性。因此，在日常经营过程中，上市公司其他经营主体与标的公司在上游收单机构方面不存在互相竞争的关系。

综上所述，在日常经营过程中，上市公司其他经营主体与标的公司在支付技术服务层面不存在互相竞争的关系。

（二）上市公司及其关联方与标的资产主要客户（包括经销商与终端客户）、供应商之间是否存在业务和资金往来，是否存在客户、供应商重叠的情形

1、客户重叠情况及相关业务

2023 年度至 2025 年度，上市公司及关联方与标的公司主要客户重叠情况如下表所示：

单位：万元

序号	客户	关联方	思迅客户性质	2025 年	2024 年	2023 年
1	财付通支付科技有限公司	石基大商、长益科技、南京银石、石基环企等	收单机构	1,615.50	1,820.32	2,604.18
2	支付宝（中国）网络技术有限公司	石基环企等	收单机构	32.62	30.70	68.55
3	昆明新雅图电子科技有限公司	海石商用等	经销商	227.88	182.44	217.68
4	大连盛方科技发展有限公司	易衡公司等	经销商	22.07	232.09	139.28
5	甘肃思迅伟业电子科技有限公司	海石商用等	经销商	126.52	154.69	127.98
6	西安永光电子科技有限公司	海石商用等	经销商	160.52	152.70	107.24
7	四川朝环科技有限公司	海石商用	经销商	84.60	76.79	110.40
8	湖北新商基科技有限公司	海石商用	经销商	14.06	38.62	83.84

序号	客户	关联方	思迅客户性质	2025 年	2024 年	2023 年
9	乌鲁木齐胜思信息技术有限公司	海石商用等	经销商	35.09	65.34	16.39
10	武汉思迅商云科技有限公司	海石商用等	经销商	2.50	3.28	54.06
11	郑州万国思迅软件有限公司	海石商用等	经销商	179.24	15.04	-
12	哈尔滨商道信息技术有限公司	易衡公司	经销商	70.80	17.00	9.42

注：标的公司主要客户的选取标准是年度交易金额大于 50 万元。上述表格列示了重合客户与上市公司及关联方年度累计交易金额大于 50 万元的情况。

（1）支付技术服务业务客户重合情况

标的公司直销模式下的收入基本由支付技术服务业务收入构成。如前文所述，石基信息体系内的其他酒店、餐饮、零售、旅游等信息系统业务企业，亦存在以各自软件产品为基础从事支付技术服务业务的情形，其上游收单机构客户为支付宝、财付通等。

石基大商、长益科技主要从事规模化零售信息系统业务开发与系统集成业务；石基环企专注于旅游信息系统开发，为文旅集团、景区等提供信息化管理系统和全域旅游平台。

南京银石计算机系统有限公司（简称“南京银石”）专门从事支付领域的软件产品开发和技术服务工作，主营业务是向商业银行提供支付软件产品和整体解决方案；还在石基云部署了属于石基的支付平台，作为支付宝、微信等第三方支付公司的技术服务商，为商业客户直接提供支付技术和通道服务。

由于支付宝、财付通亦为标的公司支付技术服务业务客户，因此存在重叠的情形。对于该类业务的支付机构客户来讲，其与石基信息相关企业或标的公司之间的合作不存在非此即彼的竞争关系、不存在排他性。在日常经营过程中，石基信息相关企业与标的公司在上游客户资源方面不存在互相竞争的关系。

综上所述，标的公司与石基信息及其他下属企业在支付技术服务业务的开展中存在客户重叠的情形，具有合理的业务背景及商业理由，在日常经营过程中，不存在相互竞争的关系，亦不存在利益输送的情形。

（2）软件产品业务经销商客户及终端客户重合情况

在软件及硬件产品销售方面，标的公司自成立以来便秉承以渠道为核心的市场战略并主要采用经销模式完成销售。

报告期内，石基信息部分其他下属企业存在向标的公司主要经销商客户销售配套硬

件产品的情形，包括商业收款机、衡器等，相关企业情况如下：

序号	石基及其他下属企业名称	主营业务
1	海石商用	从事公司自主品牌的智能商用硬件设备生产，主要提供商业收款机、金融机具和自助设备，其 POS 机产品连续多年在连锁百强客户市场保持领先地位。
2	易衡（厦门）电子科技有限公司（简称“易衡公司”）	衡器产品的生产、制造、销售。

思迅软件的终端客户具有数量大、分布广、经营规模小、地域性强的特点，且个体经营的比例较高。上市公司及其关联方与标的公司终端客户性质存在较大差异，不存在大额业务和资金往来。

2、供应商重叠及相关业务情况

2023 年度至 2025 年度，上市公司及关联方与标的资产主要供应商重叠情况如下表所示：

单位：万元

供应商名字	关联方	采购内容	2025 年	2024 年	2023 年
阿里云计算有限公司	浙江由由科技有限公司（简称“浙江由由”）、杭州西软等	云服务	389.07	633.67	701.15
上海商米科技集团股份有限公司	杭州西软、石基环企软件（苏州）有限公司（简称“石基环企”）等	智能终端设备	43.38	60.05	142.82
徐州市恒众科技有限公司	南京银石	项目接口技术服务	11.75	33.69	176.66

注：1、标的公司主要供应商的选取标准是年度交易金额大于 50 万元。上述表格列示了重合供应商与上市公司及关联方年度累计交易金额大于 50 万的情况；2、浙江由由是石基信息参股公司，主要从事生鲜零售供应链数智化管理业务，主要产品为由图生鲜识别系统。

上市公司及其他关联方与标的公司重叠供应商，主要系云服务供应商。信息系统向云化变迁是近年来行业发展趋势，软件企业收入模式开始从传统的软件、硬件和维护收入转为“软件即服务”的 SaaS 服务收入。上市公司及其他关联方与标的公司向各自客户提供 SaaS 服务过程中，均需要向外部供应商采购云服务，因此出现云服务供应商重叠具有合理性。上海商米科技集团股份有限公司、徐州市恒众科技有限公司系配套硬件及相关服务供应商。

综上所述，上市公司及其关联方与标的资产主要客户、供应商存在重叠的情形，具有合理的商业理由，在日常经营过程中，双方不存在相互竞争的关系，亦不存在利益输送的情形。

（三）标的资产是否存在业务、技术、人员等来自上市公司及关联方情形，是否对上市公司及关联方存在重大依赖，是否存在关联方让渡商业机会、代垫成本费用等利益输送情形

石基信息于 2014 年 1 月完成对思迅软件 75% 的股权的收购。收购完成前，标的公司股东、董事、监事及高级管理人员与石基信息不存在任何关联关系，标的公司战略发展、业务经营等事项均通过内部自主决策实现。

收购完成后，石基信息对标的公司的业务发展定位仍是为中小微零售企业提供标准化信息系统解决方案，并与石基信息随后在 2015 年底前后收购的一系列从事规模化零售业信息系统解决方案的公司市场定位上有明显的区分。同时，思迅软件的目标市场、产品特征、销售方式等方面与石基信息其他业务板块保持独立。在上述战略安排下，对思迅软件的公司治理及经营管理方面，石基信息仅通过委派董事并控制董事会多数席位的方式参与公司治理，并未委派高级管理层人员或核心业务人员，具体经营管理、业务开展仍由思迅软件原核心团队负责。

综上所述，标的资产不存在业务、技术、人员等来自上市公司及关联方情形，对上市公司及关联方不存在重大依赖，不存在关联方让渡商业机会、代垫成本费用等利益输送情形。

二、上市公司近年业绩持续亏损原因，结合标的资产业绩变化预期、交易前后上市公司每股收益的变化情况，补充说明本次发行股份收购控股子公司少数股权的必要性，除本次重组外改善上市公司业绩的措施及其有效性；受限货币资金的具体情况、受限原因，是否存在被非经营性资金占用等情形

（一）上市公司近年业绩持续亏损原因，结合标的资产业绩变化预期、交易前后上市公司每股收益的变化情况，补充说明本次发行股份收购控股子公司少数股权的必要性，除本次重组外改善上市公司业绩的措施及其有效性

1、上市公司近年业绩持续亏损原因

2020 年-2025 年，上市公司利润表主要情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
营业收入	278,972.66	294,731.99	274,932.87	259,534.75	321,469.89	331,731.99
营业成本	178,055.28	191,954.25	170,842.84	165,673.07	197,398.77	196,450.87

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
毛利额	100,917.37	102,777.74	104,090.03	93,861.68	124,071.12	135,281.12
销售费用	27,080.00	27,867.60	28,783.11	26,931.83	28,434.86	25,588.09
管理费用	62,184.70	66,263.02	66,313.38	68,052.32	69,950.71	70,531.79
研发费用	24,326.87	24,373.31	29,834.63	40,978.73	41,787.98	30,491.60
信用减值损失	-4,220.84	-6,751.63	-3,167.18	-3,916.60	-1,086.61	-3,555.04
资产减值损失	-3,653.68	-5,342.22	-1,238.48	-53,372.60	-35,871.80	-2,619.34
投资收益	-197.17	-176.93	3,213.50	4,510.20	-657.08	-15,985.78
利润总额	-7,058.39	-12,472.01	-2,171.47	-71,961.37	-35,485.45	5,626.28
归属上市公司股东的净利润	-16,610.65	-19,878.17	-10,462.26	-77,908.14	-47,846.90	-6,758.00

2020 年至 2025 年，石基信息全球化业务仍处于发展前期且研发投入较高，同时受宏观经济波动等因素的影响导致出现了大额商誉减值，综合导致上市公司出现了持续亏损。

（1）上市公司全力进行全球化转型，前期需要进行大规模投入，全球化业务收入需要随着客户上线数量增长而逐年累积订阅费（ARR）才能实现与投入的持平并继续增长实现盈利

2020 年-2025 年，上市公司研发投入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2025 年度	2024 年度	2023 年度	2022 年度	2021 年度	2020 年度
费用化研发支出	24,326.87	24,373.31	29,834.63	40,978.73	41,787.99	30,491.60
资本化研发支出	40,892.72	43,653.09	42,295.67	32,256.07	32,497.42	33,557.57
研发支出合计	65,219.59	68,026.40	72,130.30	73,234.80	74,285.41	64,049.18
无形资产（软件著作权和专有技术）摊销	24,426.34	26,208.79	18,963.68	22,185.71	15,428.79	12,125.99

上市公司此前从事的酒店业务主要面向国内星级酒店市场，顺应信息系统向云化变迁的大趋势，上市公司制定了全球化的战略转型目标，希望利用下一代酒店信息技术变革到来的机遇成为新一代酒店信息系统的全球领导者。

早在 2015 年底上市公司启动全球化征程，在海外通过多年努力，自主创新研发了面向国际酒店集团市场的全新一代酒店云产品，在境外设立了约 40 家子公司，海外员工人数超过千人，构建了覆盖大中华、亚太、欧洲、美洲四大区域的研发、销售和服务的网络体系，2020 年至 2025 年上市公司年度研发投入平均约 1 亿美金且保持高水平。

这些大规模的持续前期投入才使得上市公司推出的全新一代酒店云产品日趋成熟，凭借产品和技术的相对领先，先后获得包括全球影响力前五大国际酒店集团在内的一系列标杆客户认可，取得了一系列突破性进展。目前上市公司面向国际酒店集团的酒店云产品已经完全 SaaS 化，全球化业务收入需要随着客户上线数量增长而逐年累积订阅费（ARR）才能实现与投入的持平并继续增长实现盈利。

（2）受宏观经济形势影响，2020-2022 年石基信息聚焦的酒店、餐饮、零售、休闲娱乐等行业受到影响，上市公司计提了较大金额的资产减值损失

2020-2022 年，受**宏观经济环境波动**的影响，石基信息客户所在的酒店、餐饮、零售、休闲娱乐行业造成了全面冲击，使得上市公司营业收入和毛利额总体呈下滑趋势；2023 年开始，随着旅游大消费行业开启复苏通道，上市公司的营业收入和毛利额总体呈恢复上涨趋势。受上述宏观经济环境的影响，上市公司在 2021 年和 2022 年计提了大额商誉减值损失，当年资产减值损失分别为 3.59 亿元和 5.34 亿元。

综上所述，上市公司 2020 年至 **2025 年度**连续亏损的主要原因系全球**宏观经济环境波动影响**，叠加上市公司全力进行全球化转型，需要前期进行大规模投入的影响。

2、结合标的资产业绩变化预期、交易前后上市公司每股收益的变化情况，补充说明本次发行股份收购控股子公司少数股权的必要性

标的公司未来经营业绩保持稳定，预计 2026-2030 年的利润规模在 12,736.21 万元至 15,103.87 万元之间；本次交易前，石基信息已经实现了对标的公司的控股，持股比例为 66.23%，本次交易后，石基信息对标的公司的持股比例上升为 79.73%，预计对上市公司归属于母公司净利润的影响为 1,719.39 万元至 2,039.02 万元。

备考本次交易对上市公司 **2025 年度**归属于上市公司股东净利润和每股收益的影响如下表所示：

项目	交易后	交易前
归属上市公司股东的净利润（万元）	-14,758.01	-16,610.65
每股收益（元/股）	-0.05	-0.06

本次发行股份收购控股子公司少数股权的必要性，除了上述一定程度上提高上市公司的归母净利润水平，还有如下考虑：

（1）交易对手方上海云鑫对标的公司的投资具有流动性请求权

2021 年上海云鑫作为外部机构投资入股思迅软件时，石基信息、万国联迅、张育宏、

张伟作为转让方，上海云鑫作为受让方签署《股份转让协议》《股东协议》。

根据《股东协议》“7.11 流动性请求”约定，股转完成日起第五（5）个周年日，以及之后的每个周年日，若标的公司未完成合格 IPO，新股东均有权但无义务向控股股东发出请求全部股份的流动性请求函，控股股东自流动性请求函发出之日起 80 日内，应当尽最大努力促使控股股东发行股份，按照标的公司的公平市场价值购买新股东要求出售的标的公司股份。为免疑义，在符合法律及中国证券监管部门要求的前提下，控股股东应尽最大努力促使股份发行价格为批准该等发股交易的控股股东董事会决议公告日前 20、60 或者 120 个交易日的股票交易均价（孰低者）的 90%（或其他届时法律及中国证券监管部门规定所允许的其他股份发行价格），并根据届时市场情况，引入符合监管要求的调价机制。

截至目前，上述约定尚未到期，且上海云鑫未发出请求全部股份的流动性请求函。但考虑到思迅软件于 2023 年 12 月撤回北交所上市申请，上市公司拟采用发行股份的方式进行本次交易。

（2）上市公司通过本次交易，能够实现标的公司核心管理层在上市公司层面持股的同时，保留其在标的公司原有的绝大部分股份，从而实现标的公司核心管理层激励的同时，保证标的公司业务和管理的稳定。

3、除本次重组外改善上市公司业绩的措施及其有效性

全球化使得上市公司的酒店信息系统业务目标客户群从国内星级酒店市场拓展至全球的高端酒店市场，上市公司未来业务前景良好。

从长远来看，全球化使得上市公司的酒店信息系统业务目标客户群从国内星级酒店市场拓展至全球的高端酒店市场。以影响力前五大国际酒店集团万豪、希尔顿、洲际、雅高、凯悦为例，截至 **2025 年底**，前五大国际酒店集团在全球拥有、管理和运营着**超过 3.3 万家**酒店，而这些国际酒店集团在大中华区开业的酒店数量仅为约 **3,500 家**门店。

公司新一代云架构的企业级酒店信息管理系统 Daylight PMS（原石基企业平台-酒店业解决方案）为公司全球化及平台化转型中的重要产品，是一套可以替换现有酒店信息管理系统（“PMS”）及其他酒店层面和集团层面子系统的全新一代解决方案。在欧洲、亚太地区、中东和美洲上线一定数量酒店的基础上，Daylight PMS 已经得到半岛、洲际、朗廷、新濠、凯宾斯基、瑰丽、美高梅金殿超濠、万豪以及钓鱼台美高梅、首旅诺金和安麓等国际、国内知名酒店集团的认可，并已实现批量上线工作，包括新开酒店

上线和替换存量酒店原有的 PMS。截至 2025 年底，Daylight PMS 共上线 878 家酒店，遍布全球 35 个国家。

公司新一代云餐饮信息系统 Infrasy POS 作为唯一签约全部全球影响力前五国际酒店集团的云 POS 产品，在万豪、洲际、凯悦、希尔顿、半岛、香格里拉、九龙仓、雅高、温德姆、千禧、泛太平洋、万达、长隆、红树林、澳门全部大型博彩娱乐中心酒店集团、香港文华东方等酒店集团稳步推广。截至 2025 年底，公司 Infrasy POS 产品上线总客户数 4,972 家。

因此，全球酒店市场广阔，全球化使得上市公司目标客户群显著扩容。随着石基信息全新一代云产品的日趋成熟和客户数量的积累，石基信息全球化业务的长远发展有望未来为集团带来较为可观的长远利润。上市公司 2025 年度 SaaS 业务实现可重复订阅费（ARR）约 62,693 万元，相比 2024 年度 ARR52,329 万元增长约 19.80%；报告期末企业客户（最终用户）门店总数超过 8 万家酒店，平均续费率超过 90%。

（二）受限货币资金的具体情况、受限原因，是否存在被非经营性资金占用等情形

2025 年末，上市公司受限货币资金总额为 100,205.47 万元，占期末货币资金总额的 24.85%。主要包括定期存款、未到期应收利息、履约保证金等款项，具体明细及金额情况如下：

单位：万元

类别	金额	占受限资金总额的比重	受限原因
定期存款本金	96,216.41	96.02%	距到期日三个月以上的定期存款
定期存款未到期应收利息	3,252.58	3.25%	应收利息
其他保证金	736.48	0.73%	其他保证金
合计	100,205.47	100.00%	

如上表列示，上市公司受限资金主要为大额定期存单，报告期末，上市公司所持有的大额定期存单情况如下：

单位：万元

银行名称	存款余额	未到期应收利息	利率区间（%）	原币币种	存放地点
广西北部湾银行股份有限公司	68,500.00	1,885.78	2.1-3.46	人民币	中国境内
厦门国际银行股份有限公司	9,910.61	647.51	3.7-3.82	美元	中国境内
桂林银行股份有限公司	9,100.00	39.78	1.9-2.05	人民币	中国境内

银行名称	存款余额	未到期应收利息	利率区间（%）	原币币种	存放地点
浙江稠州商业银行股份有限公司	5,150.00	48.53	1.5-1.8	人民币	中国境内
存单余额 3,000 万元以下银行小计	3,555.80	630.97	1.3-3.15	人民币及其他	境内及境外
合计	96,216.41	3,252.58	-	-	-

存单总额 3,000 万元以下银行包括兴业银行股份有限公司、平安银行股份有限公司、招商银行股份有限公司等。

综上，上市公司受限资金主要为计划持有至到期日的大额定期存单及存单利息，不存在被非经营性资金占用等情形。

三、核查过程与核查结论

（一）核查过程

就上述问题，我们执行了如下核查程序：

1、访谈了上市公司管理层，了解上市公司不同主体的业务开展情况，并复核了上市公司提供的其他主体与标的公司客户、供应商重合及业务和资金往来情况；

2、查阅了上市公司最近五年年度报告及相关业绩公告文件，以及本次备考财务报告，访谈上市公司管理层了解近五年业绩波动情况及未来业务发展规划；

3、获取上市公司提供的受限制货币资金明细，并访谈了解公司货币资金受限制的原因。

（二）核查结论

经核查，我们认为：

1、上市公司已如实披露体系内的酒店、餐饮及零售信息系统业务经营主体等关联方的具体业务范围；在日常经营过程中，上市公司其他主体从事的酒店信息管理系统业务与标的公司产品不存在互相竞争的情况；标的公司餐饮信息管理软件收入规模较小且收入占比不足 2%；标的公司主要从事标准化零售信息管理软件产品的开发、销售，主要面向中小微型零售商户，并在产品定位及目标客户、产品功能、业务模式、产品技术特点等方面与上市公司其他主体存在较大差异，因此，在日常经营过程中，上市公司其他主体从事的零售信息系统业务与标的公司业务不存在互相竞争的情况；标的公司与上市公司其他经营主体从事的支付技术服务业务相互独立，在日常经营过程中，不存在互

相竞争的关系，且符合移动支付行业普及的行业特点；上市公司及其关联方与标的资产主要客户、供应商存在重叠的情形，具有合理的商业理由；标的资产不存在业务、技术、人员等来自上市公司及关联方情形，对上市公司及关联方不存在重大依赖，不存在关联方让渡商业机会、代垫成本费用等利益输送情形。

2、2020 年至 2025 年，上市公司全球化业务仍处于发展前期且研发投入较高，同时受宏观经济波动等因素的影响出现了大额商誉减值，综合导致上市公司出现了持续亏损；本次交易对上市公司当期及未来归属于母公司净利润影响有限，交易的必要性主要是，交易对手方上海云鑫对标的公司的投资具有流动性请求权，且上市公司通过本次交易，能够实现标的公司核心管理层在上市公司层面持股，从而实现标的公司业务和管理的稳定；全球化使得上市公司的酒店信息系统业务目标客户群从国内星级酒店市场拓展至全球的高端酒店市场，上市公司未来业务前景良好；上市公司受限资金主要为计划持有至到期日的大额定期存单及存单利息，不存在被非经营性资金占用等情形。

问题 5. 关于标的资产新三板挂牌和申请上市

申请文件及公开信息显示：标的资产于 2016 年 8 月 9 日起在全国股转系统挂牌公开转让，2023 年 3 月 27 日向北京证券交易所报送向不特定合格投资者公开发行股票并上市的申报材料。在完成两轮审核问询回复后，于 2023 年 12 月 25 日申请撤回申请文件。

请上市公司补充说明：标的资产在新三板挂牌期间的合法合规性，首次公开发行上市申报的具体情况，终止 IPO 的原因，是否存在影响本次重组交易的法定条件及整改情况，主要财务数据等信息与挂牌期间披露信息及前次 IPO 申报材料是否存在较大差异，如是，请说明差异情况、产生的原因及合理合规性。

请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、标的资产在新三板挂牌期间的合法合规性，首次公开发行上市申报的具体情况，终止 IPO 的原因，是否存在影响本次重组交易的法定条件及整改情况，主要财务数据等信息与挂牌期间披露信息及前次 IPO 申报材料是否存在较大差异，如是，请说明差异情况、产生的原因及合理合规性

（一）标的资产在新三板挂牌期间的合法合规性

1、标的公司在全国股转系统挂牌情况

根据股转系统公司出具的编号为股转系统函[2016]6009 号的《关于同意深圳市思迅软件股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》以及《深圳市思迅软件股份有限公司关于股票挂牌并采用协议转让方式的提示性公告》，思迅软件股票于 2016 年 8 月 9 日起在全国股转系统挂牌公开转让，证券简称为“思迅软件”，证券代码为“838758”。

2、标的公司挂牌期间合法合规性相关情况

根据股转系统公司挂牌公司管理一部于 2023 年 4 月 10 日出具的编号为公司一部监管[2023]143 号的《关于对深圳市思迅软件股份有限公司及相关责任主体采取口头警示的送达通知》，2019 年至 2022 年 9 月思迅软件利用自有闲置资金购买理财产品，金额达到审议及披露标准而未及时审议并披露，股转系统公司挂牌公司管理一部对思迅软件采取了口头警示的自律监管措施。

标的公司已就上述口头警示所涉及事项进行积极整改，该事项不存在影响本次交易的法定条件的情形。除以上情况外，标的公司在全国股转系统挂牌期间不存在因规范运作、信息披露等方面违法违规行为而受到证券监督管理部门处罚或被全国股转系统实施自律监管措施或纪律处分的情形。

（二）标的公司首次公开发行上市申报的具体情况，终止 IPO 的原因，是否存在影响本次重组交易的法定条件及整改情况

1、标的公司首次公开发行上市申报情况

2023 年 3 月 27 日，思迅软件向北京证券交易所提交了向不特定合格投资者公开发行股票并上市申请材料，2023 年 3 月 31 日，北京证券交易所受理思迅软件公开发行股票并上市申请。

2023 年 12 月 25 日，思迅软件向北京证券交易所提交了《深圳市思迅软件股份有限公司关于撤回向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文件的申请》。2024 年 1 月，北京证券交易所出具《关于终止对深圳市思迅软件股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市审核的决定》（北证发[2024]3 号），根据《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票并上市审核规则》第五十三条的有关规定，北京证券交易所决定终止思迅软件公开发行股票并上市审核。

2、标的公司终止 IPO 的原因，是否存在影响本次重组交易的法定条件及整改情况

根据思迅软件 2024 年第一次临时股东大会决议公告、思迅软件《关于拟终止向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市申请并撤回申请材料的公告》等文件，思迅软件系主动撤回在北京证券交易所上市申请，撤回申请的原因为经思迅软件对资本市场路径的重新研判后决定调整未来战略、资本市场路径。

思迅软件系主动撤回在北京证券交易所上市申请，不存在影响本次重组的法定条件的情形。

（三）主要财务数据等信息与挂牌期间披露信息及前次 IPO 申报材料是否存在较大差异、较大差异情况、较大差异产生的原因及合理合规性

1、主要财务数据

标的公司是一家聚焦于零售行业数字化领域的知名标准化软件产品开发商及相关支付技术服务商，本次交易与新三板挂牌期间及申报首发上市期间，经营情况未发生重

大变化。标的公司 2016 年在新三板挂牌，随着近年来业务的不断发展，资产规模不断增长，其他财务数据也相应变化，具备合理性。

标的公司本次交易披露的主要财务数据与挂牌期间、前次申报首发上市期间披露的主要财务数据不存在差异，本次收购过程中，不存在对标的公司报告期数据的调整的情形，标的公司报告期数据与挂牌期间数据的比较情况如下：

单位：万元

项目	2025 年度		2024 年度		2023 年度	
	本次披露	挂牌期间	本次披露	挂牌期间	本次披露	挂牌期间
流动资产	47,808.93	47,808.93	42,916.42	42,916.42	51,161.42	51,161.42
非流动资产	4,630.78	4,630.78	4,656.32	4,656.32	5,417.59	5,417.59
流动负债	9,786.31	9,786.31	9,369.97	9,369.97	10,121.28	10,121.28
非流动负债	99.86	99.86	108.73	108.73	396.89	396.89
净资产	42,553.55	42,553.55	38,094.04	38,094.04	46,060.84	46,060.84
营业收入	33,387.69	33,387.69	33,099.23	33,099.23	36,435.98	36,435.98
净利润	13,723.26	13,723.26	12,359.64	12,359.64	12,102.29	12,102.29

标的公司系上市公司控股子公司，上市公司编制年度合并报表时，使用标的公司经审计后的财务报表，因此标的公司报告期数据与上市公司年报数据勾稽。

2、其他主要信息

除因标的公司事实情况变化进行的更新披露外，标的公司本次交易所披露的其他主要信息与挂牌期间、前次申报首发上市期间披露的其他主要信息不存在较大差异。

二、核查过程与核查结论

（一）核查过程

就上述问题，我们主要实施了如下核查程序：

1、查阅了股转系统公司出具的《关于同意深圳市思迅软件股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》、股转系统公司挂牌公司管理一部出具的《关于对深圳市思迅软件股份有限公司及相关责任主体采取口头警示的送达通知》以及《深圳市思迅软件股份有限公司关于股票挂牌并采用协议转让方式的提示性公告》；

2、查阅了思迅软件就利用自有闲置资金购买理财产品事项进行整改的相关公告文件，在全国股转系统网站、中国证监会网站、证券期货市场失信记录查询平台等网站查

询；

3、查阅了北京证券交易所就思迅软件申请公开发行并上市出具的《受理通知书》，就思迅软件撤回申请出具的《关于终止对深圳市思迅软件股份有限公司公开发行股票并在北京证券交易所上市审核的决定》、思迅软件出具的《关于撤回向不特定合格投资者公开发行股票并在北交所上市申请文件的申请》、思迅软件相关董事会及股东大会决议公告等文件；

4、查阅了思迅软件在全国股转系统的相关公告文件、前次申报首发上市的相关信息披露文件；

5、取得了思迅软件出具的说明文件，并对思迅软件相关董事、总经理、原财务负责人进行访谈确认；

6、查阅了前次挂牌、前次申报期间审计报告或财务报表等公开披露文件；

（二）核查结论

就上述问题，基于上述核查，我们认为：

1、思迅软件曾因利用自有闲置资金购买理财产品，金额达到审议及披露标准而未及时审议并披露事项受到股转系统公司口头警示，思迅软件已进行积极整改，该事项不存在影响本次交易的法定条件的情形。除此之外，思迅软件在全国股转系统挂牌期间不存在因规范运作、信息披露等方面违法违规行为而受到证券监督管理部门处罚或被全国股转系统实施自律监管措施或纪律处分的情形；

2、思迅软件曾于 2023 年 3 月申请公开发行股票并在北京证券交易所上市，2023 年 12 月，因未来战略、资本市场路径调整，思迅软件主动撤回了公开发行股票并上市的申请，不存在影响本次重组的法定条件的情形；

3、标的公司本次交易所披露的主要财务数据与挂牌期间、前次申报首发上市期间披露的主要财务数据不存在差异。除因相关事实情况变化进行的更新披露外，标的公司本次交易所披露的其他主要信息与挂牌期间、前次申报首发上市期间披露的其他主要信息亦不存在差异。

（本页无正文，为《信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）关于深圳证券交易所〈关于北京中长石基信息技术股份有限公司发行股份购买资产申请的审核问询函〉回复之核查意见》之签字盖章页）

信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）

中国注册会计师：

（项目合伙人）

中国注册会计师：

中国 北京

二〇二六年六月十二日