



中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
关于《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》
(200793 号)有关财务问题回复的专项说明

中汇会专[2020]4303 号

中国证券监督管理委员会：

根据贵会于 2020 年 5 月 22 日出具的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》(200793 号)(以下简称“反馈意见”),中汇会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“会计师”)对反馈意见中所提及的天下秀数字科技(集团)股份有限公司(以下简称“公司”或“申请人”)相关财务事项认真进行了逐项核查和落实,现回复如下,请予审核。

(如无特别说明,本说明中的简称或名词的释义与《天下秀数字科技(集团)股份有限公司 2020 年度非公开发行 A 股股票预案(修订稿)》中相同。此外,由于公司 2019 年重大资产重组构成非业务类型的反向收购,为更全面客观地反映重组上市完成后公司现有业务的财务及经营情况,保持数据可比性,本说明中的公司报告期内财务数据采用会计师出具的申请人 2017-2019 年度中汇会审[2020]1412 号《备考审计报告》。)

反馈意见第 11 条:申请人报告期各期末毛利率逐年下滑,但远高于同行业可比公司。最近两年一期经营活动现金流均为负数。请申请人补充说明:(1)报告期各期末毛利率逐年下滑的原因及合理性,与同行业可比公司是否一致;(2)报告期各期末毛利率远高于同行业可比公司的原因及合理性,毛利率核算是否准确;(3)经营活动现金流与净利润不匹配的原因及合理性,与同行业可比公司是否一致。请保荐机构和会计师发表核查意见。

回复：

(一)报告期各期末毛利率逐年下滑的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

1、报告期各期末毛利率逐年下滑的原因及合理性

报告期内，天下秀按业务结构划分的毛利金额及毛利率情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
新媒体营销客户代理服务	43,937.61	25.73%	26,042.26	28.86%	16,677.62	35.71%
新媒体广告交易系统服务	10,324.15	38.33%	11,823.43	38.62%	7,905.71	32.28%
其他服务	-0.02	-0.05%	62.44	60.25%	100.68	7.49%
合 计	54,261.74	27.44%	37,928.13	31.36%	24,684.00	34.03%

报告期内，天下秀毛利率下降主要系受新媒体营销客户代理服务业务毛利率下降所致，公司新媒体营销客户代理服务的毛利率分别为 35.71%、28.86%和 25.73%。2018 年及 2019 年，新媒体营销客户代理服务毛利率有所下降，主要是由于 2018 年以来，天下秀新媒体营销客户代理服务中品牌客户的收入占比增加较快。由于品牌客户的业务规模较大，合作持续性较强，因此该类客户的毛利率整体低于中小客户及其他客户的毛利率水平，导致整体毛利率有所下降。

报告期内，新媒体营销客户代理服务不同客户分类的营业收入情况具体如下表所示：

新媒体营销客户代理服务	营业收入(万元)			比重		
	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度
品牌客户	73,114.67	19,476.02	3,973.82	42.81%	21.58%	8.51%
代理商客户	70,720.33	46,513.65	21,872.82	41.42%	51.55%	46.83%
中小客户	26,923.11	24,246.62	20,862.82	15.77%	26.87%	44.67%
合 计	170,758.11	90,236.29	46,709.47	100.00%	100.00%	100.00%

由上表可知，报告期内，天下秀新媒体营销客户代理服务业务的客户结构发生了一定的变化，其中品牌客户收入占比从 2017 年的 8.51%上升至 2019 年的 42.81%，中小客户收入占比从 2017 年的 44.67%下降至 2019 年的 15.77%。上述客户结构变化的主要原因是公司发展已达到一定规模，发展重心由全面开拓客户

转向重点开发品牌客户。

除了客户结构的变化外，报告期内天下秀新媒体营销客户代理服务各类型客户的毛利率也有所变化。报告期内，天下秀新媒体营销客户代理服务按客户分类的毛利率具体情况如下表所示：

客户分类	2019 年	2018 年	2017 年
品牌客户	23.14%	23.41%	24.11%
代理商客户	24.14%	25.17%	26.00%
中小客户	36.97%	40.31%	48.09%
综合毛利率	25.73%	28.86%	35.71%

如上表所示，报告期内，天下秀新媒体营销客户代理服务中品牌客户的毛利率水平在 24%左右，代理商客户的毛利率水平在 25%左右，略有下降，但基本保持稳定。中小客户的毛利率高于品牌客户和代理商的毛利率，最近三年均在 36%以上；此外，由于公司发展重心由全面开拓客户转向重点开发品牌客户，为维持中小客户业务量增速，同时考虑到中小客户维护成本相对较低，2018 年以来公司对中小客户的定价进行了一定调整，使得中小客户 2018 年以来毛利率有所下降。

2、同行业可比上市公司毛利率情况

可比上市公司相似产品类型之间的毛利率也存在较大差异，可比公司分产品类型的毛利率对比情况如下：

公司简称	项目	2019 年(%)	2018 年(%)	2017 年(%)
蓝色光标	出海广告投放	1.29	1.11	0.65
	全案推广服务	21.92	25.36	26.78
	海外公司业务	20.20	21.52	28.93
	全案广告代理	20.76	20.75	20.27
	综合毛利率	8.92	11.72	18.20
利欧股份	媒介代理服务	5.42	6.98	10.79
	数字营销服务	45.25	57.74	62.16
	综合毛利率	10.79	11.51	15.49
思美传媒	营销服务	10.95	8.70	11.72
	影视内容	24.28	16.25	20.16
	数字版权运营及服务	67.90	60.07	61.03
	综合毛利率	17.10	11.29	14.52

公司简称	项目	2019 年(%)	2018 年(%)	2017 年(%)
华扬联众	品牌营销(互联网广告服务)	11.75	11.90	11.70
	品牌代运营(买断式销售代理)	11.88	7.41	5.30
	综合毛利率	11.72	11.54	11.22
宣亚国际	营销解决方案类(传统营销+数字营销)	42.39	40.11	46.36
	其中：传统营销		32.73	44.22
	其中：数字营销		44.51	48.16
	营销技术运营类	24.82	-	-
	综合毛利率	40.49	40.11	40.36

注 1：综合毛利率为公司整体毛利率。部分年度无相应数据系上市公司收入类型口径调整。

注 2：思美传媒 2019 年营销服务毛利率上升主要是由于 2018 年出售毛利率较低的子公司。

如上表所示，由于各上市公司业务发展计划的不同，导致各年统计口径略有差异。观察较为类似的数字营销行业，如：利欧股份的数字营销服务业务 2017 年、2018 年和 2019 年，毛利率分别为 62.16%、57.74%和 45.25%；宣亚国际的数字营销业务 2017 年和 2018 年，毛利率分别为 48.16%和 44.51%。可以看到，不同上市公司类似业务的毛利率虽然差异较大，但整体呈小幅下降趋势，符合行业常规商业规律。

因此，天下秀新媒体营销代理服务毛利率的小幅下降趋势与同行业可比公司相关业务毛利率趋势较为一致。

(二)报告期各期末毛利率远高于同行业可比公司的原因及合理性，毛利率核算是否准确

1、报告期各期末毛利率远高于同行业可比公司的原因及合理性

从业务模式及所提供的服务类型来看，天下秀与可比上市公司之间存在一定的差异。可比上市公司与天下秀的业务对比情况如下：

公司简称	业务对比情况
蓝色光标	主营业务始终聚焦于营销传播行业，致力为大型企业和组织提供品牌管理与营销服务，利用大数据及优质算法等方式实现营销传播服务科技化，挖掘其价值，从而帮助客户完成基于大数据及社交网络的顾客经营，从经营产品向经营顾客所转变。公司已投入使用并持续更新的智能营销业务促进公司在互联网、移动互联网、OTT、社会化媒体等数字化媒体上，实现通过数据与技术

公司简称	业务对比情况
	产品进行传播投放服务。
利欧股份	公司原有业务为传统制造业，逐渐通过收购进军数字营销业务。公司数字营销服务已覆盖营销策略和创意、媒体投放和执行、效果监测和优化、社会化营销、精准营销、流量整合等完整的服务链条，成功建立了从基础的互联网流量整合到全方位精准数字营销服务于一体的整合营销平台。
思美传媒	公司以“电视广告营销+内容及内容营销+数字营销”为业务框架，以提供专业的整合营销服务为方向，适应传媒行业的发展变化，积极发展内容及内容营销业务和互联网广告业务，尤其在内容业务方面有所表现。思美传媒不仅长期服务众多的中外知名品牌，更是致力于推动成长型中小企业的发展。
华扬联众	公司一直专注于为客户提供互联网广告服务，针对客户的广告需求制定符合客户品牌与业务发展战略规划的互联网整合营销整体解决方案，目前已发展成为国内互联网广告服务领域内具有一定竞争力的企业。2019年初，公司尝试升级原有买断式销售代理业务模式，依托海外分公司推荐的某韩国美妆和某日本小家电品牌，试水品牌代运营业务。通过供应链+品牌代运营，双方优势互补，由公司提供品牌创意策划、包装设计、营销策划、新渠道销售及品牌代运营等营销服务；品牌方提供仓储物流及售后等服务，合力打造线上销售渠道，既包括京东、天猫等传统电商渠道及抖音、快手、B站、小红书等新型电商渠道，同时结合网红营销、内容营销等营销热点保持持续性创新，创造品牌价值，实现“品效合一”。
宣亚国际	公司是国内领先的整合营销传播服务商，2019年度，公司定位营销技术方案运营商，提出向“营销技术运营商”转型升级的全新战略，主营业务转型为营销解决方案服务业务、营销技术运营服务业务和数据技术产品服务业务。营销解决方案业务主要为汽车、快消、文旅、金融、互联网及信息技术等行业客户提供了以数字营销为主的整合营销综合解决方案；营销技术运营业务主要通过自主研发以及与合作伙伴共同开发的一系列营销技术产品为客户提供增值服务；数据技术产品业务依托深度学习与计算机视觉技术，用AI“理解”视频内容。

注：上述信息来源于各公司公开披露的年度报告。

报告期内，天下秀与同行业可比A股上市公司的毛利率情况如下：

公司简称	项目	2019年(%)	2018年(%)	2017年(%)
蓝色光标	综合毛利率	8.92	11.72	18.20
利欧股份	综合毛利率	10.79	11.51	15.49
思美传媒	综合毛利率	17.10	11.29	14.52
华扬联众	综合毛利率	11.72	11.54	11.22
宣亚国际	综合毛利率	40.49	40.11	40.36
	平均值	17.80	17.23	21.16
天下秀	综合毛利率	27.44	31.36	34.03

天下秀综合毛利率高于上述可比A股上市公司的平均值，主要原因为：

(1)天下秀通过平台汇聚大量资源、积累了经验数据，为上下游分散的自媒体资源和中小客户提供精准对接，相较上下游分散的资源，具有较强的议价能力

报告期内，天下秀充分挖掘互联网营销行业的流量潜力，一方面精准定位目标用户，挖掘众多有互联网广告投放需求同时预算有限的中小企业、对接互联网广告投放需求越来越大但互联网广告投放经验较少的品牌企业，另一方面对接分散的自媒体资源，通过建立微任务和 WEIQ 系统，高效连接客户与有流量变现需求的新媒体从业者。微任务专门对接微博用户和微博自媒体从业者，WEIQ 系统则覆盖微博、微信、抖音、小红书等多个新媒体平台，覆盖众多流量入口，提供多种形式的营销服务，使得天下秀积累的自媒体资源产生的商业价值不断显现，互联网营销服务业务的规模效应逐步体现。

(2)各公司的客户结构与天下秀存在较大差异

天下秀的客户结构中存在部分中小客户。根据公开信息显示，蓝色光标致力为大型企业和组织提供品牌管理与营销服务，服务超过 3000 家优质品牌客户，其中超过 150 家行业领先品牌及世界 500 强客户；华扬联众的主要客户均为各自行业的领军企业，并致力于提升全球品牌服务能力，争取优质客户的跨境品牌和电商服务需求。

(3)各公司的成本构成与天下秀也存在较大差异

天下秀的成本构成主要系采购自媒体资源的成本、向北京微梦支付的平台分成。根据公开信息显示，利欧股份针对展示型流量整合业务，支付的成本主要为互联网媒体终端的流量及广告位采购费；针对效果营销型流量整合业务，支付的主要成本为中小网络媒体的流量及广告位采购费等。

(4)天下秀与部分同行业可比交易中标的公司的毛利率水平较为接近

经查询并购重组案例，近年来同类型重组标的公司的毛利率情况如下：

上市公司	标的公司	业务说明	2019 年毛利率	2018 年毛利率	2017 年毛利率
联创股份	整投网络	提供包括品牌策略制定、媒介投放、互动传播、社会化内容营销、营销活动策划执行等整合营销业务和互联网广告投放业务，构建了新媒体整合营销服务闭环	未披露	29.49% ^{注1}	30.58%
星期六	遥望网络	主要从事互联网营销业务，主营业务具体包括互联网广告	未披露	31.26% ^{注2}	17.04%

上市公司	标的公司	业务说明	2019 年毛利率	2018 年毛利率	2017 年毛利率
		投放和互联网广告代理业务			
天创时尚	小子科技	主营业务为移动互联网营销,具体包括移动应用分发与推广以及移动互联网广告的程序化投放	37.11%	42.26%	44.97%
三维通信	巨网科技	主要从事互联网广告投放业务,主营业务包括广告投放业务、游戏联运业务、自媒体广告业务	32.47%	55.33%	56.02%
中昌数据	云克科技	提供涵盖投放策略制定、媒介采购与执行、效果监测与优化的综合解决方案,为客户在国内及海外市场进行同时覆盖移动端及 PC 端媒体的立体化营销服务	未披露	24.42%	28.36%
三五互联	上海婉锐	基于自身专业化的 IP 孵化能力、社交媒体整合营销能力、电商带货能力为客户提供内容电商、整合营销、内容广告等互联网营销服务	49.89%	43.28%	未披露
元隆雅图	谦玛网络	主营业务为凭借在新媒体整合营销以及新媒体在线分析投放等领域的服务经验和技術解决方案,向客户提供策略、创意、内容、媒介、运营、数据分析、技术输出、数据监测等营销服务	26.46%	未披露	未披露
恒大高新	武汉飞游	通过其旗下的互联网媒体资源(西西软件园、腾牛网)和采购的外部互联网媒体资源,为百度、腾讯等提供软件分发和移动 APP 营销推广等服务	未披露	55.49%	58.65%
恒大高新	长沙聚丰	通过其旗下的互联网媒体资源(PC6 下载站、东东手游助手)和采购的外部互联网媒体资源,为百度、日月同行、海南至尊等互联网公司提供软件分发等服务,2018 年长沙聚丰新增互联网广告代理业务	未披露	68.87%	59.71%

注 1: 系整投网络 2018 年 1-6 月毛利率。

注 2：系遥望网络 2018 年 1-5 月毛利率。

由上表可知，与天下秀业务比较接近的重组标的公司 2018 年和 2019 年毛利率平均水平在 30%~40%，总体来说毛利率水平相对 A 股可比上市公司均较高。

因此，天下秀作为一家大数据驱动的新媒体营销服务公司，毛利率水平高于同行业 A 股可比上市公司具有合理性。

2、毛利率核算是否准确

(1) 新媒体广告交易系统服务

天下秀建立了基于自有技术开发的互联网自媒体交易平台，即微任务平台，为客户提供自助式自媒体交易服务。广告主在该等平台上选择自媒体用户进行商业有偿信息的推广，形成一条广告订单。自媒体用户在该订单通过平台审核后，可选择接受该订单的发布任务。自媒体用户在发布该订单的广告信息并展示 24 小时后，即为广告订单任务执行完成，可获得相应的任务报酬。天下秀在自媒体用户完成广告任务，即该条微博展示 24 小时后，将根据新媒体广告交易系统服务的交易总额收取一定比例的平台技术服务费，在自媒体用户完成任务后一次性确认收入。

在该业务模式下，相应成本为向北京微梦支付的平台分成和其他分摊成本，平台分成金额为天下秀根据后台对账系统核算的分成收入(扣除手续费等相关费用)的 70%。

(2) 新媒体营销客户代理服务

天下秀为客户提供新媒体营销客户代理服务时，通常先与客户经过充分沟通确定营销方案并签订合同，并根据客户需求选定新媒体供应商，根据实际投放情况向客户收取服务费，在新媒体供应商完成投放时确认收入。

在该业务模式下，天下秀按直接向客户收取的营销服务费并确认收入，收入确认时点为在新媒体供应商完成投放时确认收入，相应成本主要为自媒体资源成本、人工成本和其他分摊成本。新媒体供应商完成投放的计量方式主要为 CPT 模式（24 小时广告任务展示完成后按发布次数计费）。

天下秀在两种业务模式的主要计价方式均为按发布次数计费，自媒体供应商发布一条广告信息并展示 24 小时，即完成单条广告订单的任务执行，确认收入并结转成本。

公司的收入、成本确认政策与同行业可比公司不存在重大差异。公司根据《企

业会计准则》及相关规定、企业经营特点制定了完善的财务核算体系和主要会计政策、会计估计，并严格执行，确保企业会计基础工作规范，财务报告编制有良好基础，财务信息能够真实可靠地反映公司业务经营情况，报告期内毛利率核算具有准确性。

(三)经营活动现金流与净利润不匹配的原因及合理性，与同行业可比公司是否一致

1、经营活动现金流与净利润不匹配的原因及合理性

报告期内，公司经营活动现金流与净利润的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	24,284.81	14,154.33	9,256.93
加：资产减值准备	-	432.73	145.18
信用减值损失	1,023.01	-	-
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	71.95	53.60	35.60
无形资产摊销	2.16	2.16	1.98
长期待摊费用摊销	145.64	110.49	83.91
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失(收益以“-”号填列)	-	-	4.83
固定资产报废损失(收益以“-”号填列)	0.36	4.14	-
公允价值变动损失(收益以“-”号填列)	-	-	-
财务费用(收益以“-”号填列)	-971.39	-405.46	419.39
投资损失(收益以“-”号填列)	170.29	178.17	112.60
净敞口套期损失(收益以“-”号填列)	-	-	-
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-1,223.16	-226.23	61.09
递延所得税负债增加(减少以“-”号填列)	-	-	-
存货的减少(增加以“-”号填列)	-	-	-
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-48,698.17	-19,802.36	10,224.35
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	8,128.08	476.56	-10,233.50
处置划分为持有待售的非流动资产(金融工具、长期股权投资和投资性房地产除外)或处置组(子公司和业务除外)时确认的损失(收益以“-”号填列)	-	-	-
其他	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-17,066.43	-5,021.87	10,112.36
净利润与经营活动流量现金流量净额之差	41,351.24	19,176.20	-855.43

2017 年天下秀净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异较小，匹配度

较好。

2018 年、2019 年天下秀净利润与经营活动产生的现金流量净额的差异分别为 19,176.20 万元、41,351.24 万元，主要系经营性应收项目的增加导致。一方面，随着社交广告和短视频广告的高速发展，凭借多年积累的客户资源、自媒体资源、数据能力和平台运营能力等优势，天下秀收入规模保持较快增长；同时，公司 2018 年、2019 年进一步加大了对品牌客户的开拓，针对品牌客户的收入进一步增多，品牌客户主要为资金实力较强和品牌影响力较大的优质客户，公司给予品牌客户一定的信用期，导致 2018 年末、2019 年应收账款期末余额增加较多。另一方面，2019 年以来，短视频、直播等营销模式发展较快，为了提前锁定该部分自媒体供应商资源、争取更优惠的供应价格，且根据短视频等相关行业惯例，天下秀预付了一部分广告资源采购款，由此导致 2019 年末预付账款余额增加较多。

2、同行业可比公司经营活动现金流及收入利润情况如下

报告期内，同行业可比上市公司经营活动产生的现金流量净额与收入利润的匹配情况如下表所示：

公司简称	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
蓝色光标	营业收入增长率(%)	21.65	51.69	23.64
	净利润(万元)	72,330.71	41,232.02	24,797.02
	经营活动产生的现金流量净额(万元)	69,935.79	189,276.03	-12,391.06
	净利润与经营活动流量现金流量净额之差(万元)	2,394.93	-148,044.02	37,188.07
利欧股份	营业收入增长率(%)	14.55	15.87	45.06
	净利润(万元)	30,889.42	-185,194.82	43,599.84
	经营活动产生的现金流量净额(万元)	87,747.57	-16,664.65	-12,011.72
	净利润与经营活动流量现金流量净额之差(万元)	-56,858.15	-168,530.18	55,611.56
思美传媒	营业收入增长率(%)	-43.27	26.16	9.56
	净利润(万元)	5,693.41	3,891.18	24,044.98
	经营活动产生的现金流量净额(万元)	65,050.97	23,459.98	-18,402.31

公司简称	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	净利润与经营活动流量 现金流量净额之差(万 元)	-59,357.56	-19,568.80	42,447.29
华扬联众	营业收入增长率(%)	-2.24	30.81	23.77
	净利润(万元)	19,462.55	11,622.47	12,408.16
	经营活动产生的现金流 量净额(万元)	77,952.27	-45,062.37	-28,025.55
	净利润与经营活动流量 现金流量净额之差(万 元)	-58,489.72	56,684.85	40,433.71
宣亚国际	营业收入增长率(%)	-4.08	-26.80	7.93
	净利润(万元)	654.83	2,154.29	8,192.20
	经营活动产生的现金流 量净额(万元)	3,979.80	11,428.84	-2,976.15
	净利润与经营活动流量 现金流量净额之差(万 元)	-3,324.97	-9,274.55	11,168.35
天下秀	营业收入增长率(%)	63.47	66.74	52.35
	净利润(万元)	24,284.81	14,154.33	9,256.93
	经营活动产生的现金流 量净额(万元)	-17,066.43	-5,021.87	10,112.36
	净利润与经营活动流量 现金流量净额之差(万 元)	41,351.24	19,176.20	-855.43

由上表可见，报告期内，同行业各可比公司由于业务模式、经营策略、融资方式等均有所差异，因此经营活动产生的现金流变动情况也有所差异，但各公司在收入高速攀升期均出现了经营性现金流量为负的情况。

报告期内，由于天下秀销售端随着收入规模扩大和 2018 年以来对品牌客户的开拓导致应收账款余额增加，采购端自媒体结算周期相对较快，且为了提前锁定部分自媒体供应商资源、争取更优惠的供应价格预付了一部分广告资源采购款，因此 2018 年、2019 年净利润与经营活动现金流量呈现一定的不匹配。总体来说，由于天下秀目前处于快速扩张阶段，收入高速攀升，经营活动产生的现金流与现有业务发展阶段和业务特点相匹配，具有合理性。未来随着公司客户资源的进一步稳定、市场优势地位的进一步稳固和公司对应应收账款的进一步管理，经营活动现金流量将得到逐步的改善。

(四) 申请人会计师核查意见

会计师查阅了发行人报告期内的备考审计报告、收入和成本明细、主要供应商采购合同、主要客户销售合同；检查核对公司将净利润还原为企业经营活动产生的现金流量净额的各项数据；查阅了可比上市公司定期报告、可比交易等公开披露信息；与公司相关管理人员、财务人员进行了访谈。

经核查，会计师认为：(1)天下秀报告期内毛利率下滑主要系公司客户结构变化所致，整体趋势与同行业可比公司相关业务毛利率趋势较为一致。(2)天下秀报告期内毛利率高于同行业可比上市公司具有合理性，毛利率核算准确。(3)天下秀 2017 年净利润与经营活动现金流量净额具有匹配性，2018 年和 2019 年净利润与经营活动现金流量净额的不匹配主要系公司加大品牌客户开拓及应收款项的结算模式、为了锁定部分自媒体资源预付账款增加所致，经营活动产生的现金流与公司业务处于高速发展阶段和业务特点相匹配。

专此说明，请予审核。

(本页无正文，为《中汇会计师事务所(特殊普通合伙)关于<中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书>(200793 号)有关财务问题回复的专项说明》之签字盖章页)

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)



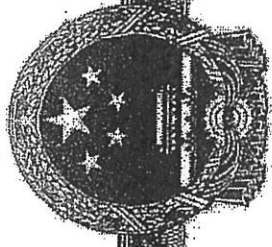
中国注册会计师：

中国注册会计师：

报告日期：2020年6月8日



营业执照

(副本)

统一社会信用代码

913300000087374063A (1/1)

扫描二维码
家企业信用信息公
示系统“了解更多登
记、备案、许可、监
管信息”



名称 中汇会计师事务所 (特殊普通合伙)

成立日期 2013年12月19日

类型 特殊普通合伙企业

合伙期限 2013年12月19日至长期

执行事务合伙人 余强

主要经营场所 杭州市江干区新业路8号华联时代大厦A幢601室

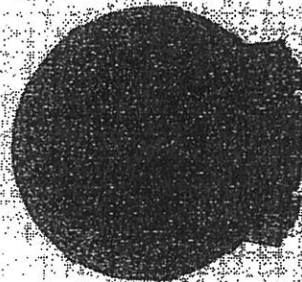
经营范围 审查企业会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务，出具有关报告；基本建设年度决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其它业务。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）



登记机关

2020

01月20日



会计师事务所 执业证书

名称：中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

首席合伙人：余强

主任会计师：

经营场所：

杭州市江干区新业路8号
华联时代大厦A幢601室

组织形式：特殊普通合伙

执业证书编号：33000014

批准执业文号：浙财会（2013）54号

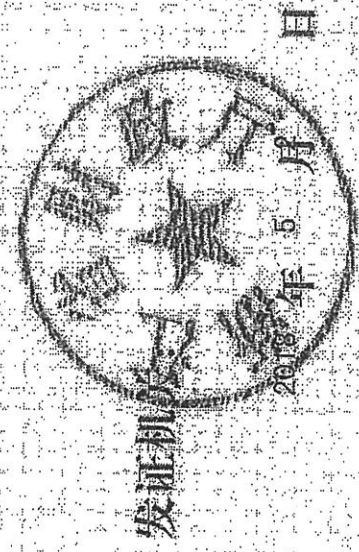
批准执业日期：2013年12月4日



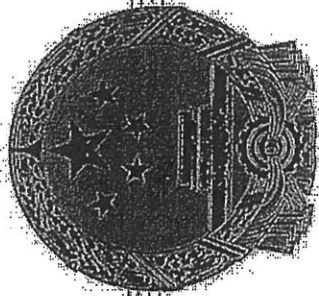
说明

证书序号：0001679

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



中华人民共和国财政部制



证书序号: 000381

会计师事务所 证券、期货相关业务许可证

经财政部、中国证券监督管理委员会审查, 批准

中汇会计师事务所 (特殊普通合伙)

执行证券、期货相关业务。

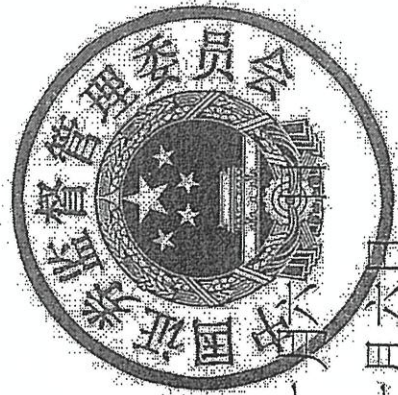
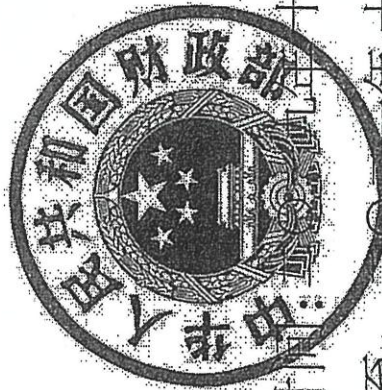
首席合伙人: 余强

仅供中汇会专 [2020]4303号报告使用

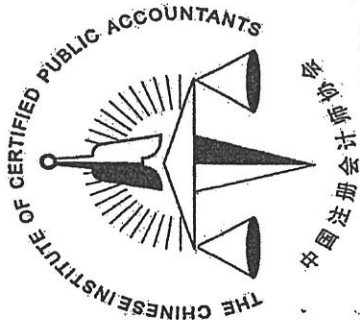


证书号: 45

发证时间: 二〇二〇年十一月六日



证书有效期至:



62

姓名 林鹏飞
Full name
性别 男
Sex
出生日期 1978-12-30
Date of birth
工作单位 中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Working unit
身份证号码 352121197812300035
Identity card No.



年度检验登记 Annual Renewal Registration

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

注册会计师任职资格检查
(浙注协[2018]28号)

2018
检

浙江省注册会计师协会

证书编号: 33000041840
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2004 年 04 月 21 日
Date of Issuance

年度检验登记 Annual Renewal Registration

本证书
This ce
this ren

注册会计师任职资格检查
(浙注协[2019]35号)

效一年。
year after

2019
检

浙江省注册会计师协会

2016 年 01 月 31 日



姓名	徐 康
Full name	
性别	男
Sex	
出生日期	1985-10-20
Date of birth	
工作单位	中汇会计师事务所有限公司
Working unit	
身份证号码	330481198510200014
Identity card No.	



年度检验登记
Annual Renewal Registration

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

证书编号: 330000140068
No. of Certificate

批准注册协会: 浙江省注册会计师协会
Authorized Institute of CPAs

发证日期: 2018年10月21日
Date of Issuance



2012/01/01

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



1 0 1 6 日
月 日

年度检验登记
Annual Renewal Registration

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



2017



2017 01 01 日
月 日

