

**关于欧冶云商股份有限公司  
首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的  
第二轮审核问询函回复的专项说明**

**深圳证券交易所：**

毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“本所”或“我们”)接受欧冶云商股份有限公司(以下简称“公司”或“发行人”)的委托,按照中国注册会计师审计准则审计了发行人2020年12月31日、2021年12月31日、2022年12月31日及2023年6月30日的合并及母公司资产负债表,2020年度、2021年度、2022年度及截至2023年6月30日止6个月期间的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司股东权益变动表以及相关财务报表附注(以下简称“财务报表”),并于2023年10月13日出具了无保留意见的审计报告(报告号为毕马威华振审字第2309306号)。

本所按照中国注册会计师审计准则(以下简称“审计准则”)的规定执行了审计工作。我们的目标是对财务报表整体是否不存在由于舞弊或错误导致的重大错报获取合理保证。我们审计的目的并不是对上述财务报表中的任何个别账户或项目的余额或金额、或个别附注单独发表意见。在按照审计准则执行审计工作的过程中,我们运用职业判断,并保持职业怀疑。同时,我们也执行以下工作:(1)识别和评估由于舞弊或错误导致的财务报表重大错报风险,设计和实施审计程序以应对这些风险,并获取充分、适当的审计证据,作为发表审计意见的基础;(2)了解与审计相关的内部控制,以设计恰当的审计程序,但目的并非对内部控制的有效性发表意见;(3)评价管理层选用会计政策的恰当性和作出会计估计及相关披露的合理性;(4)对管理层使用持续经营假设的恰当性得出结论;(5)评价财务报表的总体列报(包括披露)、结构和内容,并评价财务报表是否公允反映相关交易和事项;(6)就发行人中实体或业务活动的财务信息获取充分、适当的审计证据,以对财务报表发表审计意见。

另外,本所按照中国注册会计师协会发布的《内部控制审核指导意见》,对发行人2023年6月30日与财务报表相关的内部控制有效性的认定进行了审核,我们认为发行人于2023年6月30日在所有重大方面保持了按照《企业内部控制基本规范》标准建立的与财务报表相关的有效的内部控制。在审核过程中,我们实施了包括了解、测试和评价内部控制设计的合理性和执行的有效性,以及本所认为必要的其他程序,以对与财务报表相关的内部控制有效性发表审核意见。

本所根据公司转来《关于欧冶云商股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》(以下简称“第二轮审核问询函”)中下述问题之要求,以及与发行人沟通、在上述审计及审核过程中获得的审计证据和本次核查中所进行的工作,就有关问题作如下说明(本说明除特别注明外,所涉及发行人财务数据均为合并口径):

## 第 1 题、关于业务模式及业务实质

申报材料显示：

（1）发行人主营业务由互联网服务、互联网交易、物流服务、其他交易和服务四大类构成。其中，互联网服务业务包括现货交易、产能预售、撮合交易、循环物资交易等四项服务；互联网交易业务包括统购分销、MRO 平台交易、跨境电商交易。

（2）产能预售中，在钢材产品交付给下游买家前，发行人对该等货物的整个物流运输和仓储状态均可实现较为全面良好的把控。

（3）产能预售和统购分销业务中，发行人向上游钢厂全额预付货款，下游客户根据合同约定向发行人支付全款或一定比例（一般为 10%-20%）的定金。待买家支付完全部货款后，发行人才会将货权释放给买家。发行人对统购分销相关存货进行确认，不对产能预售相关存货进行确认。合同中约定了 2 个不同的最后付款日及相应滞纳金。

（4）现货交易、产能预售和统购分销业务的购销合同主要条款、交易流程基本一致，发行人也全程参与其中，对交易涉及的存货、资金进行管控。

（5）国务院国资委出台相关规定，要求中央企业不得违反规定开展融资性贸易业务或“空转”“走单”等虚假贸易业务。

请发行人：

（1）结合不同业务模式所针对的行业内在需求及行业共性问题、服务的供应商及客户需求、交易的具体内容、对象及标的等方面的差异，以列表、举例或其他形式，使用通俗、简明的语言，进一步说明各类型业务在交易内容、交易形式、发行人具体参与或介入的环节、解决的客户需求等方面的具体差异；结合业务实质说明互联网服务、互联网交易两大类业务的区分逻辑、核心区别，现货交易、产能预售和统购分销业务的异同，是否存在本质区别，发行人对业务的划分及描述是否准确、合理。

（2）补充说明产能预售中，发行人如何对货物的流转、物流和仓储状态进行把控以确保货权清晰和及时交付。

（3）补充说明产能预售和统购分销中，两项业务对相关存货会计处理存在不一致的原因及合理性，产能预售业务不对存货进行确认的合规性。

(4) 补充说明报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比，对滞纳金约定的理由及合理性；对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例，对滞纳金月利率约定的依据及定价的公允性、接近或高于银行利息的合理性，其实质是否含有融资成分，是否涉及类金融业务。

(5) 结合不同类型业务中采购、销售的预付/预收款项的合同约定及对客户的付款安排、客户未在约定期限内付款的对应处理措施、合同中的滞纳金及跌价跟踪预警机制的设立情况及执行情况、预付全款及预付定金客户占不同类型业务客户付款方式的比例等，具体说明发行人与上游供应商、下游客户的结算模式，结合结算安排说明发行人在业务开展过程中是否实质为客户提供融资性服务或资金便利安排，是否存在违反相关规定的情形。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，并补充说明核查情况。

回复：

#### 一、发行人说明

(一) 结合不同业务模式所针对的行业内在需求及行业共性问题、服务的供应商及客户需求、交易的具体内容、对象及标的等方面的差异，以列表、举例或其他形式，使用通俗、简明的语言，进一步说明各类型业务在交易内容、交易形式、发行人具体参与或介入的环节、解决的客户需求等方面的具体差异；结合业务实质说明互联网服务、互联网交易两大类业务的区分逻辑、核心区别，现货交易、产能预售和统购分销业务的异同，是否存在本质区别，发行人对业务的划分及描述是否准确、合理。

1、结合不同业务模式所针对的行业内在需求及行业共性问题、服务的供应商及客户需求、交易的具体内容、对象及标的等方面的差异，以列表、举例或其他形式，使用通俗、简明的语言，进一步说明各类型业务在交易内容、交易形式、发行人具体参与或介入的环节、解决的客户需求等方面的具体差异

发行人不同业务模式在所针对的行业内在需求及行业共性问题、服务的供应商及客户需求、交易的具体内容和形式以及发行人具体参与或介入的环节的具体差异情况如下：

| 业务细分  |      | 针对的行业内在需求                                                                                                                                                                                                            | 行业中存在的共性问题                                                                                                                                                                                                                                                           | 服务的供应商及客户的需求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 交易的内容、形式和流程                                                                                                                                                                           | 发行人具体参与或介入的环节                                                                         |
|-------|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 互联网服务 | 现货交易 | <p>现货交易是指交易已经生产完毕的钢材产品。</p> <p>钢铁生产中，上游钢厂在大规模生产过程中往往会产生一定量非计划的带出品钢材现货。钢厂存在对该部分钢材现货产品实现快速销售的需求。传统交易模式下，该等钢材现货产出后会通过钢贸商、代理商等渠道进入钢材流通市场。</p> <p>发行人的现货交易主要为钢厂带出品现货的交易提供平台化的交易服务，并在此基础上逐步拓展业务，为市场上流通环节的钢材现货提供平台交易服务。</p> | <p>（1）非计划带出品现货具有非标化、重量小、规格多等特点。传统交易模式下，钢厂需要实现该部分产品销售需要配备的人员较多且能够覆盖到的下游客户有限。下游中小买家难以直接向钢厂采购。</p> <p>（2）传统交易模式下钢材产品流通的环节较长，买家购买钢材现货的时候可能出现货物信息描述不准确、权属不清晰以及质量存在问题等情况。下游中小买家对该类钢材的质量、权属以及真实性进行核验的成本较高，导致交易成本较高。</p> <p>（3）由于传统钢材现货交易主要以线下为主，交易周期较长、成本较高，易受到外部因素的影响。</p> | <p>（1）供应商的需求是实现更加快速、高效、规模化、低成本、触达更多用户的现货产品销售模式。客户的需求是能够有更加便捷、安全、低成本采购到钢厂现货的采购模式。</p> <p>（2）对于钢厂来说，通过系统对接即可直接在发行人平台上以多种方式销售现货，大幅提升销售效率，降低销售成本。下游用户可自主选购并实时付款，一般当天可完成货权转移及提货。</p> <p>（3）发行人针对传统钢材现货交易中存在的货物安全性问题，率先设计开发了钢材实物“验灯识别”系统，为钢材现货的真实性和可靠程度提供了识别手段，增加了平台上进行交易的安全性和可靠性。</p> <p>（4）现货交易服务为用户提供了钢材寻源/销售、货权核验、订单生成、提单下发、支付结算等钢材交易在线全流程服务，增强了买卖双方交易的便捷性。同时，线上无接触的交易方式也成为开展交易的重要方式。</p> | <p>现货交易的交易标的主要为钢材现货，具体形式和流程如下：</p> <p>（1）供应商将钢材现货资源上传至综合平台，平台上的买家通过综合平台下单购买，公司与买家生成销售合同，并同步与上游供应商生成采购合同。</p> <p>（2）买家将全款支付到公司账户后，公司即将该笔价款转付给钢材供应商，同时货权完成由供应商至公司再至下游买方的转移，实现货物的销售。</p> | <p>（1）在买卖双方进行资金支付和货物交付的过程中起到了居间中转的作用，为交易双方提供了交易服务及公信力保障。</p> <p>（2）发行人不参与交易标的的定价。</p> |
|       | 产能预售 | 产能预售是指钢厂提前销售尚未生产的钢材生产能                                                                                                                                                                                               | （1）传统模式下，钢厂直接服务的客户主要为下游                                                                                                                                                                                                                                              | （1）供应商的需求是能够实现更加高效、低成本、触达更广泛用                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 产能预售服务的交易标的主要为钢厂一个月内可供出售的产能，                                                                                                                                                          | （1）下游买家在支付全额货款或一部分定金后，发行人代买                                                           |

| 业务细分 |      | 针对的行业内在需求                                                                                                                                        | 行业中存在的共性问题                                                                                                                                                                                                                                                  | 服务的供应商及客户的需求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 交易的内容、形式和流程                                                                                                                                                                 | 发行人具体参与或介入的环节                                                                                                                                  |
|------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |      | <p>力。</p> <p>钢铁产业内，上游钢厂的生产具备规模化和周期性的特点，钢厂大部分产品系定制化生产。而下游大量中小钢材买家以零散化、即时性的采购模式为主。发行人的产能预售为钢厂提供了一种可以直接向下游中小买家销售的高效率解决方案，同时也满足下游中小买家直接向钢厂预购的需求。</p> | <p>大型生产制造类企业及大型建筑企业。中小买家需求零散，订单收集成本较高，因此钢厂对于下游中小用钢企业的采购需求缺乏高效的对接方式，一般只能通过代理商分销模式进行销售，所触达用户相对有限，交易效率也较低。</p> <p>（2）下游的中小买家通常较难提前锁定钢厂一手钢材资源，只能通过多层级的代理商和经销商预购钢材，交易成本和交易完成的不确定性较高。</p> <p>（3）钢厂为保证连续生产，传统的接单方式难以在短时间内匹配特定规格的订单，导致部分产能生产的产品不能契合市场需求，造成资源浪费。</p> | <p>户的钢材产能提前销售模式。客户的需求是能够有更加便捷、安全、低成本采购到钢厂定制化生产的钢材的采购模式。</p> <p>（2）产能预售为钢厂提供了一种通过平台进行钢材在线直销的新模式。产能预售服务帮助钢厂将未来一个月内可供出售的产能上传至平台并直接向下游中小买家进行销售；同时，平台的数据和算法模型也可以对钢厂的生产排期计划进行指引和优化。</p> <p>（3）产能预售服务为下游中小买家提供线上全流程化的高效率采购方式，能够及时跟踪到钢厂的生产进程以及钢材产品的流通过程，并在约定时间内将钢材货物交付给下游买家。</p> <p>（4）产能预售服务系线上无接触交易的一站式钢材预购服务，形式灵活高效。例如，发行人的平台支持 7*24 小时全天交易；面对下游众多中小买家，发行人帮助钢厂“一对多”居间结算提升效率等。</p> | <p>具体形式和流程如下：</p> <p>（1）钢厂将未来一个月内可供出售的产品信息上传至平台，买家确认购买后通过线上支付的方式缴纳全款或一定比例的预付款来锁定订单。</p> <p>（2）公司与买家签订销售合同，同时公司与钢厂签订采购合同。</p> <p>（3）在钢厂完成生产并且买家全额付款后，货权同步由钢厂转移至发行人再转至买家。</p> | <p>家向钢厂预购钢材，下游买家全额支付货款后，将其预购的且钢厂完成生产的钢材进行交付。</p> <p>（2）发行人在买卖双方进行资金支付和货物交付的过程中起到了居间中转的作用，为交易双方提供了交易服务及公信力保障。</p> <p>（3）发行人不参与采购和销售的产品定价过程。</p> |
|      | 撮合交易 | 撮合交易主要系发行人面向钢铁行业内交易的平台服务需求。                                                                                                                      | 传统模式下的钢铁交易主要通过线下完成，多级流转后，钢铁的生产、交                                                                                                                                                                                                                            | 撮合交易是发行人通过平台为供应商提供自有钢材资源在线信息发布和在线销售的服务。撮合交                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 发行人的撮合交易业务服务于钢铁流通领域内的各类交易需求，主要形式和流程如下：                                                                                                                                      | 发行人的撮合交易服务仅向供需双方收取手续费，并不介入交易，既不参与结算，也不参                                                                                                        |

| 业务细分  |        | 针对的行业内在需求                                                                                                              | 行业中存在的共性问题                                                                                                      | 服务的供应商及客户的需求                                                                                                                                                                 | 交易的内容、形式和流程                                                                                                                             | 发行人具体参与或介入的环节                                                                                                                           |
|-------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       |        |                                                                                                                        | 付、库存、价格、材料规格、质量等信息不畅，交易效率低、成本高。                                                                                 | 易服务协助供需高效匹配，促成交易；同时还可提供平台功能服务，如生产跟踪、出厂跟踪、实物验灯等，协助买卖双方保障交易安全，提升效率，降低成本。                                                                                                       | <p>（1）钢材供应商在平台自主进行钢材资源的发布或挂牌销售。</p> <p>（2）买家在平台上进行选购，买卖双方通过平台达成交易后，发行人再收取服务费。</p>                                                       | 与产品定价。                                                                                                                                  |
|       | 循环物资交易 | 发行人的循环物资交易服务主要针对钢厂及其他制造型企业在日常生产经营中会自然产生的可再利用循环物资的交易提供服务。                                                               | 循环物资为制造企业产生的生产余料，包括可利用材、废旧资材、闲废设备、固废、副产品等，品类多、差异大，制造企业在处置该类非标物资的过程中，普遍存在客户拓展难、价格估算难、效率提升难、管理监督难等问题。             | <p>发行人的循环物资交易为供应商及买家提供功能完整、安全可靠的循环物资线上交易服务，具体如下：</p> <p>（1）为供应商提供一站式线上竞价交易服务，包括客户基本信息认证和管理、潜在客户开发、竞价策略咨询、货物看管服务、线上竞价组织等。</p> <p>（2）为客户提供线上竞价、在线下单、签订合同、自助提货、自助开票申请等交易服务。</p> | <p>发行人的循环物资交易服务的主要形式和流程如下：</p> <p>（1）供应商在平台自主进行竞价资源的上传。</p> <p>（2）买家竞买成功、买卖双方通过平台达成交易后，发行人收取服务费。</p>                                    | 发行人仅向供需双方收取手续费，并不介入交易，既不参与结算，也不参与产品定价。                                                                                                  |
| 互联网交易 | 统购分销   | <p>传统钢铁交易模式下，钢厂主要依赖线下渠道进行产品分销，存在货物流转层级较多、物流配送效率和安全性不高以及无法高效响应下游中小买家需求等问题。</p> <p>发行人的统购分销业务主要针对钢厂传统分销渠道相对单一、线下交易方式</p> | <p>（1）传统钢材交易模式下，钢厂的销售主要通过线下的分销渠道完成，钢厂直接获客及信息传递效率低。</p> <p>（2）各个钢厂需自主建立不同的销售渠道，形成一定的流通成本。</p> <p>（3）传统钢材交易模式</p> | <p>（1）统购分销业务的供应商主要为钢厂，该业务可以协助钢厂高效触达下游中小用户；也使得下游中小买家可以通过发行人预购到品类较为齐全的钢厂一手资源，同时获得安全高效的物流配送服务。</p> <p>（2）统购分销业务为下游中小买家提供了一站式的在线化钢材采购服务，包括自助订货、自助确</p>                           | <p>统购分销交易的标的为向钢厂预购的钢材，具体形式和流程如下：</p> <p>（1）发行人与上游钢厂签订框架性采购协议或达成合作意向，并将钢材资源上传至平台。</p> <p>（2）下游用户在线上下单，公司分别与上游供应商及下游买家签订采购与销售合同。下游用户向</p> | <p>统购分销中，发行人作为一个交易主体深度介入买卖交易流程，具体如下：</p> <p>（1）面向上游供方，发行人作为一个独立的主体向钢厂进行采购，自主协商交易条件并与钢厂就定价进行协商谈判。</p> <p>（2）面向下游客户，发行人作为独立的主体进行销售，自主</p> |

| 业务细分 |        | 针对的行业内在需求                                                                             | 行业中存在的共性问题                                                                             | 服务的供应商及客户的需求                                                                                                                                              | 交易的内容、形式和流程                                                                                                                                                                | 发行人具体参与或介入的环节                                                                                                                                                                     |
|------|--------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |        | 缺乏效率以及下游中小买家购买钢厂一手货源难度较大的需求，提供平台化的解决方案。                                               | 下，钢材货物需经过多层流转，流转过程中货物监管和权属确认存在困难。<br><br>(4) 下游中小买家缺乏高效采购钢厂一手货源的渠道。                    | 认合同、钢厂跟单（货物在制、在途、在库）、自助开单、自助提货、自助对账等全流程服务，为中小用户有效降低采购成本，提升交易效率。例如，下游买家如果需要采购多家钢厂的钢材，传统模式下需要通过线下联系各钢厂的代理商进行订货，通过发行人平台，可以在线上一次自主采购。                         | 公司支付一定比例的货款作为定金。<br><br>(3) 公司根据下游订单情况，分批次集中向供应商进行采购。<br><br>(4) 生产完成，下游买家全额付款后，下游买家依据发行人开具的提单提取货物。                                                                        | 进行定价收费。                                                                                                                                                                           |
|      | MRO 交易 | 由于 MRO 具有品类多、流通链条长的特点，其下游买家在采购时又有临时性、零散性与需求模糊的特性。发行人的 MRO 交易业务主要针对企业对于 MRO 产品集中采购的需求。 | 由于 MRO 产品本身涵盖范围较广，且应用场景范围多样、涉及规格型号繁多。传统 MRO 产品线下交易存在采购成本普遍偏高，产品价格不透明、服务不专业、供应商管理困难等问题。 | 公司基于 MRO 交易平台为采供双方提供了全流程的在线数字化采购服务，具体涵盖了从需求计划、寻源谈判、核价、合同签订、收发货协同、发票账务处理、支付结算与供应商全生命周期管理等多个采购环节，实现公开透明、业务可追溯、货物资源共享的数字化采购供应链体系，帮助企业提升采购专业化及管理规范化水平，提升采购效率。 | MRO 交易业务的交易标的主要为 MRO 产品，包括办公用品、办公设备、机械备件、工业油脂、仪表、工器具和照明设备等。MRO 交易的主要形式如下：<br><br>(1) 与供应商签订长期框架协议，并将相关资源上传至平台。<br><br>(2) 下游用户在线下单并和平台进行结算。<br><br>(3) 按用户实际采购量在线向供应商采购结算。 | MRO 交易模式下，发行人作为一个交易主体深度介入买卖交易流程。<br><br>(1) 面向上游供方，发行人作为一个独立的主体向多个供应商进行采购，自主协商交易条件。<br><br>(2) 面向下游客户，发行人作为独立的主体进行销售，自主进行定价收费。<br><br>(3) MRO 交易业务中发行人对产品采卖价格拥有定价权，同时承担较为明显的存货风险。 |
|      | 跨境交易   | 在跨境交易业务中，交易需要经过繁多而复杂的专业流程，对交易双方在交                                                     | 实践中，有较多存在跨境交易需求的用户，由于交易的频度、规模有限，不                                                      | (1) 发行人的跨境交易业务为用户提供了客户对接、货物寻源、清关、单证、跨境物流、属地仓                                                                                                              | 跨境交易的交易标的种类较多，主要包括钢材、镍铁矿和其他大宗商品等。                                                                                                                                          | 跨境交易中，发行人作为一个交易主体深度介入买卖交易流程。                                                                                                                                                      |

| 业务细分 |       | 针对的行业内在需求                                                                                | 行业中存在的共性问题                                                                         | 服务的供应商及客户的需求                                                                                                           | 交易的内容、形式和流程                                                                                                                                                            | 发行人具体参与或介入的环节                                                                                                                    |
|------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      |       | 易中的人力和物力投入都有较高的要求。发行人的跨境交易主要为存在跨境交易需求的供需双方提供服务。                                          | 具备建立专门的国际贸易团队的条件；同时，对海外市场的不熟悉、对每个交易环节进行费用控制难度高、缺少海外属地服务能力等问题的存在也对交易上下游顺利达成交易构成了障碍。 | <p>储物流、国际结算、全流程交易风险把控等全面综合服务，可降低企业参与跨境交易的门槛。</p> <p>（2）结合发行人在境内提供的平台服务产品，可以为国内用户提供从跨境交易和境内平台对接的一揽子服务，满足用户多样化的采购需求。</p> | <p>跨境交易的主要形式如下：</p> <p>（1）发行人根据买方的需求，通过平台向潜在的上游供方发送需求，在双方交易条件达成一致后，分别与供方生成采购合同，与买方生成销售合同。</p> <p>（2）发行人根据采购和销售合同的条款，先行向供方进行采购，并通过一系列国际贸易流程后，在下游买家支付全额货款后交付货物，实现销售。</p> | <p>（1）面向上游供方，发行人作为一个独立的主体向供应商进行采购，自主协商交易条件。</p> <p>（2）面向下游客户，发行人作为独立的主体进行销售，自主进行定价收费。跨境交易业务中发行人对产品采卖价格有用定价权，同时承担相关风险。</p>        |
| 物流服务 | 云仓    | 我国钢铁产业存在区域间供需不平衡的情况，形成了“北材南运”的格局，导致钢材流通领域内存在旺盛的运输、仓储和加工配送需求。发行人的物流服务主要系针对该等由钢材交易产生的物流需求。 | 传统钢铁的运输、仓储和加工配送等配套分部较为分散。钢材从产地运输至最终客户手中通常要经过多次存储和多程运输，物流效率较低。                      | 云仓、运帮、加工及配送业务系发行人通过对接第三方仓储、运输、加工资源或使用自有仓储、运力及加工中心，为平台用户提供钢材产品的仓存、运输及加工配送服务。                                            | 云仓和运帮业务以居间结算模式为主。该模式下，委托方将仓储、运输服务费用全额支付给公司，公司扣除一定比例的服务费后，再将向仓储、物流服务提供商支付仓储费用。                                                                                          | 发行人在云仓、运帮中主要参与到居间结算的过程中。                                                                                                         |
|      | 运帮    |                                                                                          |                                                                                    |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                  |
|      | 加工及配送 |                                                                                          |                                                                                    |                                                                                                                        | <p>（1）来料加工：发行人对买家提供的钢材进行加工，仅收取加工服务费。</p> <p>（2）自营加工配送：发行人按照买家的需求先行向上游供应商采购钢材，后续进行加工后再进行配送。</p> <p>（3）平台加工：发行人通过平台对接服务提供方和需求方，仅收</p>                                    | <p>（1）来料加工：发行人仅提供对客户提供的钢材加工，不参与其他环节。</p> <p>（2）自营加工配送：发行人代下游买家采购钢材并加工，再以整体价格进行销售。</p> <p>（3）平台加工：为加工服务的供需双方提供对接服务，不介入其他交易环节。</p> |

| 业务细分    |       | 针对的行业内在需求                          | 行业中存在的共性问题                                         | 服务的供应商及客户的需求                                              | 交易的内容、形式和流程                                                                                           | 发行人具体参与或介入的环节                                                                                         |
|---------|-------|------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|         |       |                                    |                                                    |                                                           | 取服务费。                                                                                                 |                                                                                                       |
| 其他交易及服务 | 不锈钢交易 | 不锈钢产品在流通环节存在多级分销、多次转运，整体流通效率不高的问题。 | 传统交易模式下，不锈钢厂的销售渠道有限，无法触及下游中小买家；同时下游中小买家也较难采购到一手货源。 | 不锈钢交易业务可以帮助钢厂协助钢厂高效服务下游中小用户，同时协助买家进行不锈钢采购并提供相关跟单、物流跟踪等服务。 | 不锈钢交易业务的交易标的主要为不锈钢产品，主要形式如下：<br>（1）与供应商签订长期框架协议。<br>（2）汇集下游买家需求，结合钢厂要求及对市场预排，向钢厂订货。<br>（3）向用户进行销售及结算。 | 不锈钢交易中，发行人作为一个交易主体深度介入买卖交易流程，具体如下：<br>（1）发行人作为一个独立的主体向钢厂进行采购，自主协商交易条件。<br>（2）发行人作为独立的主体进行销售，自主进行定价收费。 |
|         | 互联网技术 | 钢铁行业内的参与者在数字化转型的过程中存在对各类软件平台的搭建需求。 | 钢铁产业内的一部分参与者缺乏进行数字化改造的经验和技术实力。                     | 发行人互联网技术服务主要系利用自身的信息化能为，根据用户的特定需求，为其提供搭建数字化营销系统，电商平台等系统。  | 发行人为客户搭建信息系统，并提供运营服务，收取系统搭建费用和运营费用。                                                                   |                                                                                                       |

**2、结合业务实质说明互联网服务、互联网交易两大类业务的区分逻辑、核心区别，现货交易、产能预售和统购分销业务的异同，是否存在本质区别，发行人对业务的划分及描述是否准确、合理**

**（1）互联网服务和互联网交易两大类业务的区分逻辑和核心区别**

互联网服务和互联网交易两大类业务的区分逻辑主要是以发行人在对接上下游的买卖需求的过程中担任的角色和承担的责任不同来进行业务划分。

上述两者的核心区别在于：互联网服务业务中，发行人主要以“代理人”的角色，通过提供平台化的服务，来协助买卖双方完成交易；互联网交易业务中，发行人以电商自营的方式深度介入交易环节，与上下游用户分别达成交易。

互联网服务业务中，发行人主要以“代理人”的角色来协助买卖双方完成交易。虽然发行人在交易环节中参与了居间结算，即从合同签署的主体上看系由发行人分别与上游供应商与下游客户签订，但是互联网服务业务中发行人介入交易的深度有限，具体体现如下：

A、互联网服务业务开展中，发行人对上游供应商采购和对下游买家销售构成“背靠背”交易，具有一一对应关系；

B、互联网服务业务开展中，发行人仅作为具有公信力的中间方协助买卖双方完成货物交付和货款支付，货权的转移具有即时性和瞬时性的特点，发行人不存在明显的存货风险；

C、发行人对采购和销售的货物不具有定价权。货物的销售价格主要由供方自行决定的挂牌价格决定。

互联网交易业务中，发行人主要以电商自营的方式与上下游用户分别达成交易。互联网交易业务介入交易的深度较互联网服务更深。以统购分销为例，发行人系基于平台上的历史交易数据分析、下游买家的订单需求量以及自身对钢铁市场的判断，先行与上游钢厂达成长期购买协议或者合作框架，再通过平台向下游中小买家销售。

A、统购分销业务开展过程中，发行人会基于平台历史交易数据、下游需求订单以及对市场的判断先行与上游钢厂签订框架协议或达成采购意向。根据下游买家提交的采购订单或采购意向，发行人统一向钢厂采购后再向下游买家实现销售。因为发行

人事先与钢厂签订了框架协议或形成了基于商业互信的采购意向，所以存在部分采购的货物无明确对应的下游订单或原有买家采购意向发生变化的情况。对于该等货物，发行人在向钢厂采购后通过平台寻找买家再实现销售。因此，统购分销业务中，发行人的采购行为需要服务于上游钢厂的销售需求，并非完全由下游采购意向来决定；

B、统购分销业务开展过程中，由于发行人在采购货物后实际拥有该笔货物，因此承担了较为明显的存货风险；

C、统购分销业务开展过程中，对于上游钢厂来说，其面对的销售对象主要为发行人本身，因此发行人向上游钢厂采购的价格、付款政策等条款均由双方根据实际情况协商确定，发行人对于钢厂的采购价格拥有一定的自主定价权。面向下游客户，发行人可以根据采购成本、市场情况、服务内容进行自主定价。

## （2）现货交易、产能预售和统购分销的异同

发行人现货交易、产能预售和统购分销的异同情况如下：

| 项目           | 现货交易                              | 产能预售                               | 统购分销                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 针对的行业内在需求    | 现货交易服务仅针对已经生产完毕的钢材产品（钢材现货）的交易提供服务 | 提前为尚未生产的钢材生产能力的预购和预售提供服务           | 与产能预售一致                                                                                                                                                                                                                                           |
| 采购和销售行为的对应关系 | 与产能预售一致                           | 仅在下游买家通过平台下达订单的情况下，发行人才会发生向供方的采购行为 | 发行人会基于平台历史交易数据、下游需求订单以及对市场的判断先行与上游钢厂签订框架协议或达成采购意向。根据下游买家提交的采购订单或采购意向，发行人统一向钢厂采购后再向下游买家实现销售。因为发行人事先与钢厂签订了框架协议或形成了基于商业互信的采购意向，所以存在部分采购的货物无明确对应的下游订单或原有买家采购意向发生变化的情况。对于该等货物，发行人在向钢厂采购后通过平台寻找买家再实现销售。因此，统购分销业务中，发行人的采购行为需要服务于上游钢厂的销售需求，并非完全由下游采购意向来决定 |
| 货物采购和销       | 与产能预售一致                           | 货物的销售价格由供                          | 对于上游钢厂来说，其面对的                                                                                                                                                                                                                                     |

| 项目      | 现货交易    | 产能预售                                                       | 统购分销                                                                                                         |
|---------|---------|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 售价格的定价权 |         | 应商决定，发行人在该基础上收取服务费                                         | 销售对象主要为发行人本身，因此发行人向上游钢厂采购的价格、付款政策等条款均由双方根据实际情况协商确定，发行人对于钢厂的采购价格拥有一定的自主定价权。面向下游客户，发行人可以根据采购成本、市场情况、服务内容进行自主定价 |
| 承担的存货风险 | 与产能预售一致 | 发行人仅作为中间方协助买卖双方完成货物交付和货款支付，货权的转移具有即时性和瞬时性的特点，发行人不存在明显的存货风险 | 由于发行人在采购货物后实际拥有该笔货物，因此承担了较为明显的存货风险                                                                           |

综上，现货交易、产能预售和统购分销业务在业务模式上存在一定差异。发行人对各类业务的划分和归纳逻辑性较强，相关描述准确、合理。

## （二）补充说明产能预售中，发行人如何对货物的流转、物流和仓储状态进行把控以确保货权清晰和及时交付

发行人开展的产能预售业务中，钢材的供应商均为国内主要钢厂。基于发行人与上述钢厂的紧密合作关系，发行人能够自钢材产品生产完成后进入钢厂场内库的时点起即掌握钢材产品的流转进程。一般情况下，钢材生产完成后根据合同中规定的交付地的不同，交付方式分为钢厂自提、仓库自提和到站港（火车站、港口）自提。

钢厂自提是指钢厂完成生产后，买家至钢厂的仓库进行提货。仓库自提和到站港自提是指在钢厂生产完成后，钢材产品由发行人委托第三方承运人运输至发行人指定仓库以及到站港，买家再自行提取。

为确保货物的安全性，如果下游买家尚未付清全部货款，只能选择以仓库自提的方式进行交付。仓库自提模式下，该等货物自钢厂生产完成以后由发行人自行委托第三方承运方运送至指定仓库。由于第三方承运方由发行人委托，发行人可实时掌握货物的物流进展，确保货物的安全性。同时货物被运送到的指定仓库系发行人拥有较强掌控力的仓库，发行人对于货物拥有较强的控制力，以确保货物交付的安全性。

在下游买家已付清所提货商品全部款项的情形下，买家可选择钢厂自提或到站港

自提。钢厂自提模式下，货物主要存放在钢厂仓库内，买家自行安排物流来提取货物。在货物交付买家前货物不经过其他方流转，权属清晰。到站港自提模式下，钢材产品由发行人自行委托第三方承运人运输至到站港，买家自行安排来提取货物，整个物流和仓储环节均在发行人监控之下，以确保物流的安全性。

由于产能预售业务中，钢材未经过其他环节的多层级流通，因此发行人可以确保该等货物的货权清晰。同时，发行人通过对钢厂的排产计划的深入了解以及对货物流转过程的实时掌控，以确保货物能够及时交付。

### **（三）补充说明产能预售和统购分销中，两项业务对相关存货会计处理存在不一致的原因及合理性，产能预售业务不对存货进行确认的合规性**

由于产能预售和统购分销的业务性质的不同、发行人在业务中担任的角色不同以及对存货的控制权不同，发行人在两项业务中对相关存货会计处理不一致。

根据《企业会计准则第 1 号——存货》中第三条、第四条中对于存货定义和能够予以确认的条件描述，存货是指企业在日常活动中持有以备出售的产成品或商品；存货同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）与该存货有关的经济利益很可能流入企业；（二）该存货的成本能够可靠地计量。

产能预售业务的具体形式和流程为：1、钢厂将未来一个月内可供出售的产品信息（即钢材生产能力）上传至平台，买家确认购买后通过线上支付的方式缴纳全款或一定比例的预付款来锁定订单。2、发行人与买家签订销售合同，同时发行人与钢厂签订采购合同。3、在钢厂完成生产并且买家全额付款后，货权瞬时同步由钢厂转移至发行人再转至买家。产能预售业务中，上游供应商与发行人之间以及发行人与下游买家之间属于背靠背的商品买卖关系。根据欧冶云商综合平台《买家交易规则》，发行人在下游买家提出产品售后异议时，仅协助协调处理买家和卖家之间的纠纷，仅承担协助义务；在下游买家或上游供应商违约的情况下，发行人相应责任的履行有待于第三方买家或供应商先行向发行人承担违约责任，发行人不承担实质的质量或违约风险。发行人“不享有标的商品的选择权和定价权”，不参与钢材产品的定价，只确定相关服务费的价格。

对产能预售业务中的商品，发行人不能自行改变商品用途，也不能自主决定商品销售的对象，交易过程中仅是对货物的物流仓储状态提供监管服务，该业务相关的经

济利益来自于提供代理人服务产生的服务费，与相应存货有关的经济利益并不会直接流入企业，所以该业务模式下发行人代为监管的存货不满足存货确认的条件。

而统购分销业务中，发行人自供应商处买断商品以备出售，可以主导商品的使用、自主决定商品销售对象和销售价格，与存货有关的经济利益会在完成销售时流入企业并且存货成本能够可靠计量，满足存货的定义和存货确认的条件。

综上所述，发行人产能预售和统购分销业务对相关存货会计处理存在不一致具有合理性，产能预售业务不对存货进行确认符合企业会计准则的相关规定。

**（四）补充说明报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比，对滞纳金约定的理由及合理性；对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例，对月滞纳金率约定的依据及定价的公允性、接近或高于银行利息的合理性，其实质是否含有融资成分，是否涉及类金融业务**

**1、补充说明报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比，对滞纳金约定的理由及合理性**

**（1）滞纳金条款的具体约定**

发行人统购分销及产能预售业务的销售合同中约定了违约责任，若买方未在合同约定的最后付款日前付清货款并提货，买方应向卖方支付滞纳金。销售合同中设定了对应最后付款日 1（通常在合同生效日后的 10-15 日）及最后付款日 2（通常在最后付款日 1 之后的 45-75 日）两档不同的滞纳金率（即滞纳金率 1 及滞纳金率 2）。滞纳金金额的计算公式为： $(\text{实际付款日期}-\text{最后付款日})/30 \times \text{应付合同金额} \times \text{月滞纳金率}$ 。

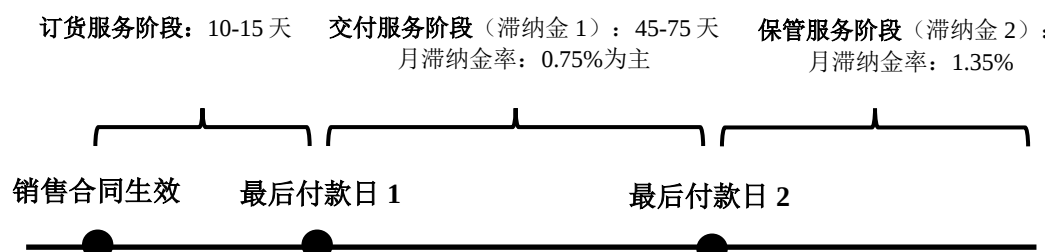
**（2）滞纳金条款的约定符合行业一般惯例**

如在下文“2、对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例”中所述，滞纳金约定为钢铁行业的商业惯例，也是钢铁产成品流通领域的惯常做法。若买方长期不付款或者未全额付款，会造成卖方货物滞压，卖方将因此承担包括存货的市场波动风险、货物质量下降风险、货物灭失风险、货物监管成本、下游买家履约能力风险等在内的各类风险及成本，因此滞纳金是对卖方所承担风险及成本的一种补偿，也是对买方逾期不付款或者未全额付款的一种约束措施。

**（3）滞纳金条款的约定是对相关运营成本及风险的补偿，符合业务商业逻辑，具**

有合理性

在统购分销及产能预售业务中，发行人在合同周期的不同阶段为客户提供差异化的产品交易附加值，同时承担相应的成本和风险。前述差异化的产品交易附加值系根据不同合同周期内发行人提供的交易附加值及承担的风险与成本确定，具体如下：



A、订货服务阶段（第一阶段）：该阶段为合同生效日至最后付款日 1。该阶段为最后付款日 1 前的服务期间，发行人在该阶段内为下游客户提供向钢厂采购、品种规格交货期需求匹配、在线自助订货、钢厂资源锁定等服务以尽快实现钢厂排产和交付。第一阶段一般处于钢厂排产及生产阶段，货物尚未交付，发行人承担的相关成本和风险较低，定价模式为采购成本+基础加价。基础加价主要包含平台运营成本、人力成本及合理利润。

B、交付服务阶段（第二阶段）：该阶段为最后付款日 1 至最后付款日 2。该阶段为正常的交付阶段，其设定充分考虑了国内主流钢厂普遍的排产、生产及交货周期，主要覆盖了国内主流钢厂正常的生产交货周期，钢厂在该阶段内陆续交付产品。在此阶段期间，发行人为下游客户提供钢厂交货情况跟踪、各类单据操作服务、仓储运输安排、货物监管等一揽子服务，同时需进一步承担客户催款及跟踪、存货跌价跟踪预警、系统开发迭代、运营资金占用等成本。同时，发行人在该阶段内也承担了货物市场价格波动、货物质量下降、货物灭失、下游客户违约等风险。前述成本和风险均与时间及未收款金额呈正相关性，因此双方约定在该阶段根据滞纳金率 1、实际付款日及未付款金额计算滞纳金，具有合理性。

C、保管服务阶段（第三阶段）：该阶段为最后付款日 2 起至下游客户实际付款日。该阶段已明显超过钢材流通领域合理的生产交付和库存周期，下游客户违约、货物市场价格波动、货物质量、货物灭失及货物保管等风险在此阶段将显著增加，发行人承担的风险相比第二阶段也相应额外增加。因此，发行人针对最后付款日 2 后付款的情形约定了相应的滞纳金率 2，以补偿额外承担的风险，发行人在最后付款日 2 后设定

了滞纳金率 2 具有合理性。

综上，发行人在下游客户付款提货前持续承担相应的成本及风险，滞纳金的约定是对前述成本及风险的补偿，符合业务商业逻辑及行业惯例，具有合理性。

(4) 报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比

报告期各期，滞纳金收入占统购分销及产能预售业务的毛利占比情况如下：

A、统购分销

单位：万元

| 结算年度         | 统购分销业务收入      | 统购分销业务毛利 <sup>注</sup> | 滞纳金 1     | 滞纳金 2    | 滞纳金 1 占统购分销业务收入比重 | 滞纳金 2 占统购分销业务收入比重 | 滞纳金 1 占统购分销业务毛利比重 | 滞纳金 2 占统购分销业务毛利比重 |
|--------------|---------------|-----------------------|-----------|----------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 2020         | 6,037,459.80  | 43,224.03             | 5,820.37  | 3,570.22 | 0.10%             | 0.06%             | 13.47%            | 8.26%             |
| 2021         | 10,302,159.12 | 73,487.84             | 22,322.32 | 3,560.86 | 0.22%             | 0.03%             | 30.38%            | 4.85%             |
| 2022         | 7,352,804.68  | 51,385.58             | 15,096.92 | 2,356.56 | 0.21%             | 0.03%             | 29.38%            | 4.59%             |
| 2023 年 1-6 月 | 3,995,433.22  | 35,244.97             | 8,640.97  | 421.75   | 0.22%             | 0.01%             | 24.52%            | 1.20%             |
| 总计           | 27,687,856.82 | 203,342.42            | 51,880.58 | 9,909.38 | 0.19%             | 0.04%             | 25.51%            | 4.87%             |

注：1、上游钢厂的销售结算政策一般分为现款和银行承兑汇票。在银票支付模式下，若用户支付现款，发行人会给予用户一定的销售折扣，导致毛利降低。为更准确测算滞纳金毛利占比，上表中统购分销的毛利计算还原了票据业务中给予下游用户的销售折扣。销售折扣金额=采购单价\*月折扣率\*票据期限（月折扣率参照市场的票据贴息率制定）。下同。

2、2020 年滞纳金 1 占比相比 2021 年较低的主要原因是：2020 年市场整体处于稳定和温和上扬状态，下游客户提货周期相对较短，滞纳金占比较小。

B、产能预售

单位：万元

| 结算年度         | 产能预售业务收入  | 产能预售业务毛利  | 滞纳金 1    | 滞纳金 2  | 滞纳金 1 占产能预售业务收入比重 | 滞纳金 2 占产能预售业务收入比重 | 滞纳金 1 占产能预售业务毛利比重 | 滞纳金 2 占产能预售业务毛利比重 |
|--------------|-----------|-----------|----------|--------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 2020         | 9,514.13  | 9,346.34  | 957.6    | 31.38  | 10.07%            | 0.33%             | 10.25%            | 0.34%             |
| 2021         | 8,037.00  | 8,546.67  | 1,213.51 | 67.8   | 15.10%            | 0.84%             | 14.20%            | 0.79%             |
| 2022         | 3,094.13  | 2,695.92  | 88.55    | 54.41  | 2.86%             | 1.76%             | 3.28%             | 2.02%             |
| 2023 年 1-6 月 | 705.45    | 574.90    | 0.25     | -      | 0.04%             | 0.00%             | 0.04%             | 0.00%             |
| 总计           | 21,350.71 | 21,163.83 | 2,259.90 | 153.59 | 10.58%            | 0.72%             | 10.68%            | 0.73%             |

## 2、对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例

国内主流钢厂及其销售渠道商针对未按约定日期支付货款的情形普遍约定了相应的滞纳金条款，即在销售合同中设定了类似最后付款日及滞纳金率的条款，部分钢厂渠道商约定了两种不同的最后付款日并针对不同的最后付款日给予两档不同的滞纳金率。各钢厂渠道商销售合同中对最后付款日和滞纳金率的命名有所不同，但与发行人的滞纳金条款不存在实质性差异。根据收集的合同样本，国内主流钢厂渠道商设定的月滞纳金率大部分为 0.5%-1.5%。发行人设定的月滞纳金率大部分为 0.75%-1.35%。

此外，钢厂销售渠道商约定的最后付款日 2 距离最后付款日 1 约为 30 天左右。发行人约定的最后付款日 2 距离最后付款日 1 为 45-75 天。两者差异的原因主要是：A、钢厂销售渠道商约定的最后付款通常不含运输周期，而发行人约定的最后付款日 2 包含了运输周期。B、由于不同钢材品种的生产工艺和交付标准不同，相应的交货周期跨度也较大，短则为 5-10 日（如部分螺纹钢类），长则为 40-60 日（如部分板材类），不同钢厂渠道商基于管理便利性会针对不同品类生产周期、存货保管要求及库存周转要求设定一个最适用于其整体自身情况的付款日标准；而发行人的统购分销业务及产能预售业务汇聚了不同类型的下游中小客户的需求，而下游用户根据其自身业务情况，其提货周期存在较大差异。因此发行人基于下游客户需求多样性的考虑设定最后付款日。

国内钢厂销售渠道商对于产成品交易流程一般为：钢厂销售渠道商依据用户订单向上游钢厂支付定金或全款后，合同生效，钢厂依据订单排产。在买方付清全款后，钢厂销售渠道商根据合同约定交货。买方如未按约定付款日前付清合同全款，钢厂销售渠道商将因此承担包括但不限于货物价格波动、货物质量下降、货物灭失、下游买家履约等风险，以及相应增加的运营管理成本，如：销售合同收款跟踪及催款、物流安排、货物监管、订单及存货跌价预警跟踪等相关成本。钢厂销售渠道商通过合同滞纳金条款促进买方尽早履约付款，同时对发生的相关成本及承担的相关风险进行补偿，从而提高预付账款与存货的周转效率。

综上，滞纳金的收取是对卖方发生的相关成本及承担的相关风险的补偿，也是主流钢厂销售渠道商普遍采用的行业惯例，符合商业逻辑，具有商业合理性。

**3、对滞纳金月费率约定的依据及定价的公允性、接近或高于银行利息的合理性，其实质是否含有融资成分，是否涉及类金融业务**

(1) 发行人统购分销及产能预售业务的滞纳金率与钢铁流通领域其他第三方相比不存在显著差异

发行人与部分主流钢厂销售渠道商的滞纳金率对比情况请见本题回复之“2、对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例”。发行人统购分销及产能预售业务的滞纳金率与钢铁流通领域其他第三方相比不存在显著差异。

(2) 滞纳金的收取是对所承担风险及成本的补偿，不属于类金融业务，高于银行利率具有合理性

随着阶段的变化，发行人在最后付款日至下游客户实际付款提货日之间承担的成本及风险也相应发生了实质变化，前述发生的各类成本和风险补偿均高于发行人资金成本。因此，滞纳金率高于银行同期贷款利率具有合理性。

(3) 滞纳金约定不属于融资性质，统购分销及产能预售不涉及类金融业务

A、滞纳金的约定符合钢铁行业惯例，不属于因提供融资支持而收取的资金利息

交易合同中设定滞纳金条款有利于鼓励用户尽快履约提货，同时是对卖方所承担风险及成本的一种补偿。滞纳金条款是钢铁流通领域行业惯例，且符合商业逻辑，不属于向下游客户提供融资支持而收取资金利息的行为。

B、发行人从事统购分销及产能预售业务的资金来源不具有金融属性

发行人从事统购分销及产能预售业务的资金来源于股东出资、公司经营收益留存、银行日常经营信贷资金及向下游客户收取的交易预收款资金，发行人在业务开展中不存在向不特定对象募集资金的情况、不存在通过相关业务进行资金沉淀以供自身使用的情况、不存在占用客户资金用于其他用途或自身生产经营的情况、不存在“资金池”情况，亦不存在利用资金从事小额贷款、融资担保、融资租赁、商业保理、商业典当和商业拍卖等类金融业务的情况。因此，发行人统购分销及产能预售业务的资金来源不具有金融属性。

C、钢铁行业为资金密集型行业，发行人需要通过银行信贷资金来弥补部分运营资金缺口，但未通过统购分销及产能预售业务向下游用户贷出资金

统购分销和产能预售业务中的运营资金占用主要为钢厂预付款和存货，资金占用周期主要与钢厂生产制造周期和下游客户提货周期相关。

钢铁行业从订货、生产、物流、交付、仓储、到终端用户最终使用，环节多、周期长、资金占用量大，属于资金密集型行业。前述行业特点使得发行人统购分销和产能预售业务的预购和存货环节产生了一定的资金占用，因此发行人需要通过银行信贷资金弥补部分运营资金缺口，但发行人并未通过统购分销及产能预售借出资金，且预付款的支付对象绝大部分为上游实体钢厂，用于订购所需钢铁产品，不属于通过获取低成本银行信贷资金向下游贸易商高利率贷出的类金融业务。

2022年6月15日，上海市商务委员会出具《关于欧冶云商股份有限公司业务情况的相关说明》，截至该说明出具之日，上海市商务委员会未收到针对发行人违规开展业务的举报、投诉，发行人亦未受到其作出的行政处罚。

中国物流与采购联合会于2022年5月26日出具《关于欧冶云商股份有限公司平台交易业务情况的说明》，认为：“欧冶云商从事的业务不存在获取资金利息的情形，不属于‘资金托盘’业务或‘类金融’业务。鉴于欧冶云商公司在钢铁供应链领域的服务创新和取得的显著成绩，该公司在2021年被商务部、中国物流与采购联合会等八部门共同认定为‘全国供应链创新与应用示范企业’”。

中国金属材料流通协会于2022年5月17日出具《关于欧冶云商股份有限公司平台交易业务情况的说明》，认为“欧冶云商从事的业务不存在获取资金利息的情形，不属于‘资金托盘’业务或‘类金融’业务。”

（五）结合不同类型业务中采购、销售的预付/预收款项的合同约定及对客户的付款安排、客户未在约定期限内付款的对应处理措施、合同中的滞纳金及跌价跟踪预警机制的设立情况及执行情况、预付全款及预付定金客户占不同类型业务客户付款方式的比例等，具体说明发行人与上游供应商、下游客户的结算模式，结合结算安排说明发行人在业务开展过程中是否实质为客户提供融资性服务或资金便利安排，是否存在违反相关规定的情形

1、结合不同类型业务中采购、销售的预付/预收款项的合同约定及对客户的付款安排、客户未在约定期限内付款的对应处理措施、合同中的滞纳金及跌价跟踪预警机制的设立情况及执行情况、预付全款及预付定金客户占不同类型业务客户付款方式的比例，具体说明发行人与上游供应商、下游客户的结算模式

统购分销业务中，发行人基于平台大数据与上游钢厂签订框架协议或合作意向；下游用户在线上下单，公司分别与上游供应商及下游买家签订采购与销售合同，下游用户根据合同约定向发行人支付全款或一定比例（一般为 10%-20%）的货款作为定金，发行人分批次集中向供应商（主要为钢厂）采购并预付全额货款、或根据约定比例预付货款、或待交货后支付货款；上游钢厂交货后，发行人通知下游客户全额付款，并向下游客户开具提单或运送至客户指定仓库。统购分销业务中，在下游客户支付全额价款前，货物的货权始终归属于发行人。

产能预售业务中，钢厂将未来一个月内可供出售的产品信息上传至发行人综合平台；下游客户在平台通过线上支付的方式缴纳全款或一定比例的货款作为定金（一般为 20%）来锁定订单，发行人同步与下游客户签订销售合同，与钢厂签订采购合同，预订未来一个月内产能；钢厂完成生产后根据合同中规定的交付方式进行交付，发行人进行货物管理直至下游买家付清相应商品的价款。

此外，部分钢厂针对全额预付款的订单会在结算价格上给予一定的优惠（即倒贴息政策），如果发行人下游客户也全额预付，发行人会将钢厂给予的相应优惠平移给下游客户。同时，从风险控制角度，发行人在统购分销及产能预售业务合同中约定了“跌价预警与提前到期”条款以及滞纳金条款，作为在市场价格波动风险、客户履约风险的缓释措施以及成本的补偿措施。关于滞纳金的设置及执行情况详见本报告“第 1 题（4）补充说明报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比，对滞纳金约定的理由及合理性；对比同行业可比公司，说明是否为行业通行惯例，对滞纳金

月利率约定的依据及定价的公允性、接近或高于银行利息的合理性，其实质是否含有融资成分，是否涉及类金融业务” 的回复。

统购分销和产能预售中，相关跌价跟踪预警机制以及发行人与上游供应商、下游客户结算模式的具体情况如下表所示：

| 业务类型 | 与上游供应商的结算模式                                                        | 与下游客户的结算模式                               | 逾期付款处理措施         | 跌价跟踪预警机制                                                                                                                                                                                                                                        | 跌价跟踪预警机制的执行情况                                                                                                                                                                                                                                                        | 预付全款及预付定金客户占比                                                    |
|------|--------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|
| 统购分销 | 根据发行人的当月采购计划，向上游供应商支付货款进行预订货，同时根据不同供应商的钢厂政策选择最优支付方案，支付方式主要是全额预付的方式 | 下游客户根据自身需求，向发行人支付货款，支付方式有定金支付、全额预付、货到付款等 | 逾期未付款根据合同约定收取滞纳金 | 跌价预警幅度与提前到期：为防止甲方（即买方）在所购商品市场价格大幅下跌的情况下恶意违约，当乙方（即卖方）指定的第三方交易品种市场价格统计机构公布的交易品种市场价格，较买卖合同成交价格下跌幅度（即跌价预警幅度）达到本合同规定的幅度时，乙方将向甲方发出关于本合同项下支付义务提前到期的通知，甲方应当按照通知中规定的时限内提前足额支付剩余价款和其他应付未付费用。若甲方未在规定的时限内足额支付相应款项的，即构成重大违约，乙方有权解除合同，没收甲方交纳的保证金和履约保证金（按情形适用） | 报告期内统购分销业务触发预警 1,316 个合同，需补缴金额 5.89 亿元。其中补缴跌价保证金 2.48 亿元，补缴货款 11.71 亿元（补交货款后提货）。报告期内，发行人统购分销业务下于 2022 年 9 月发生下游客户违约弃单情况一笔，系下游客户上海跃腾金属材料有限公司超期未提货，发行人对其履行提货通知义务后，该客户仍未支付合同尾款合计 1,141.98 万元，根据平台交易规则构成违约，且并非价格下跌导致。发行人与其解除合同并罚没定金合计 203.10 万元，并于平台竞拍处置超期货物，亏损 87.66 万元 | 2023 年 1-6 月，统购分销业务中，预付全款客户的销售金额占比为 25.72%，预付定金客户的销售金额占比为 74.28% |
| 产能预售 | 产能预售业务中下游买家支付货款后销售订单生效，销售订单生效后发行人才会对上游钢厂进行付款，从而使                   | 下游客户根据自身需求，向发行人支付货款，支付方式主要有定金支付和         | 逾期未付款根据合同约定收取滞纳金 | 跌价预警幅度与提前到期：为防止买家在所购商品市场价格大幅下跌的情况下恶意违约，当在买家购买商品的欧冶平台所指定的第三方交易品种市场价格统计机构公布的交易品种市场价格，较买卖合同成交价格下跌幅度达到本合同规定的跌价预警幅度时，卖家或欧冶平台将向买家发出关于本合同项下支付义务提前到期的通知，买方应当按照通知上的规定日期内提前足额支付剩余价                                                                        | 报告期内产能预售触发预警 563 个合同，需补缴金额 0.37 亿元，其中补缴跌价保证金 0.13 亿元，补缴货款 0.53 亿元，未产生客户弃单及对客户执行处置，整体业务未产生处置及损失的情形                                                                                                                                                                    | 2023 年 1-6 月，产能预售业务中，预付全款客户的销售金额占比为 98.72%，预付定金客户的销售金额占比为 1.28%  |

| 业务类型 | 与上游供应商的结算模式 | 与下游客户的结算模式 | 逾期付款处理措施 | 跌价跟踪预警机制                                                                    | 跌价跟踪预警机制的执行情况 | 预付全款及预付定金客户占比 |
|------|-------------|------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------|
|      | 得采购订单生效     | 全额预付等      |          | 款和其他应付未付费用。若买家未在规定的时限内足额支付相应款项的，即构成重大违约，卖家有权解除合同，没收买家支付的定金并有权自由处分本合同项下的标的商品 |               |               |

## **2、结合结算安排说明发行人在业务开展过程中是否实质为客户提供融资性服务或资金便利安排，是否存在违反相关规定的情形**

各大钢厂的销售政策一般均要求采购方全额预付货款，之后钢厂再进行组织生产。钢厂的排产、组织生产和交货周期一般在 20 天至 45 天左右，因此要求采购方提前进行订货和付款。发行人的统购分销及产能预售业务的供应商大部分为钢厂，因此发行人向钢厂预付货款符合钢铁供应链特点及行业惯例。

钢材产品从钢厂生产、达到发货状态及进入到下游供应链环节，到终端用户使用还需要经过交易、仓储、运输、加工等诸多环节，发行人基于对行业的深度理解，通过与钢厂、终端用户、贸易服务商、仓储服务商、承运商、加工中心等钢铁产业链上的合作伙伴的深度合作，打通生产、交易、仓储、运输、加工、技术等产业链全流程，促进各类要素优化配置，协助钢铁产业链的效率提升和成本降低，建立产业链上下游企业合作共赢的协同发展机制，并获取收益。

此外，发行人要求下游用户须全额付清货款后方可提货，统购分销及产能预售业务基本不存在赊销政策，发行人的统购分销业务和产能预售服务的相关合同约定了明确的交易模式，约定了交易产品的品种规格、质量标准、交货时间等具体条款，不存在向下游客户出借资金收取利息等与金融业务相关的合同条款。例如，在统购分销业务中，钢材产品的销售定价模式主要为“钢材采购价格+平台运营成本+人力成本+合理利润”。发行人与客户签订的业务合同的实质均为商品购销合同或者服务合同，发行人收益均由商品购销形成的价差或交易服务费构成，并非来自于为客户提供融资性服务或资金便利安排，发行人需要承担与商品交易或服务相关的义务和风险，并因此享有商品交易或服务的正常收益，不存在违反相关规定的情形。

## **二、中介机构核查情况**

### **（一）核查程序**

申报会计师履行了如下核查程序：

1、对发行人各细分业务的相关人员进行访谈，了解各业务模式所针对的行业内在需求及行业共性问题、交易的具体内容和形式以及发行人具体参与或介入的环节的具体差异情况，分析互联网服务和互联网交易两大类业务的区分逻辑和核心区别，查阅并获取的各细分业务报告期内的主要合同，结合主要条款归纳总结现货交易、产能预

售、统购分销业务在采购和销售行为的对应关系等方面的相同点和不同点；

2、访谈发行人产能预售业务的负责人，并结合对供应商和下游买家的走访或视频访谈，了解货物流转、物流和仓储的流程，分析发行人如何对货物的流转、物流和仓储状态进行把控以确保货权清晰和及时交付；

3、查阅发行人的平台交易规则，了解发行人产能预售业务和统购分销业务的业务流程及性质，获取发行人与下游买家签订的主要销售合同和与上游供应商签订的主要采购合同，了解发行人两种业务下对存货的相关条款约定，结合《企业会计准则》相关规定，就发行人产能预售服务和统购分销业务下采用不同存货确认方式的原因及其合理性进行分析；

4、获取发行人于报告期内签订的统购分销及产能预售业务的主要销售合同，了解合同中对滞纳金的具体约定及合理性；访谈发行人产能预售业务及统购分销业务的负责人，了解报告期各期产能预售、统购分销业务中滞纳金收入及占比；获取国内主流钢厂渠道商及同行业公司的销售合同，了解同行业对滞纳金月费率约定的惯例及定价公允性；

5、获取发行人于报告期内签订的统购分销及产能预售业务的主要销售合同，了解不同类型业务中采购、销售的预付/预收款等具体合同约定及对客户的付款安排；访谈发行人采购及销售业务的负责人，了解发行人与上游供应商、下游客户的结算模式及安排；

6、查阅上海市商务委员会出具《关于欧冶云商股份有限公司业务情况的相关说明》，中国物流与采购联合会与中国金属材料流通协会分别出具《关于欧冶云商股份有限公司平台交易业务情况的说明》；

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、发行人不同业务模式在所针对的行业内在需求及行业共性问题、服务的供应商及客户需求、交易的具体内容和形式以及发行人具体参与或介入的环节存在一定的差异。同时，发行人的现货交易、产能预售和统购分销业务在业务模式上存在一定差异。发行人对各类业务的划分和归纳逻辑清晰，相关描述准确、合理。

2、发行人对于其具有良好的把控货物流转、物流和仓储状态以确保货权清晰和及时交付的能力的表述，与申报会计师了解的情况一致。

3、发行人产能预售和统购分销对相关存货会计处理存在不一致主要系两项业务的业务性质不同、公司在业务中担任的角色不同以及对存货的控制权不同，具有合理性。产能预售业务下不满足存货确认条件，不对存货进行确认符合企业会计准则的规定。

4、发行人在统购分销和产能预售业务中收取滞纳金是对交易不同环节中产生的相关成本及相关风险的补偿，也是主流钢厂销售渠道商普遍采用的行业惯例，符合商业逻辑，具有商业合理性。发行人统购分销及产能预售业务的滞纳金率与钢铁流通领域其他第三方相比不存在显著差异，滞纳金率高于银行利率具有合理性，滞纳金的收取不含有融资成分，不涉及类金融业务。

5、发行人与客户签订的产能预售和统购分销业务合同的实质均为商品购销合同或者服务合同，发行人收益均由商品购销形成的价差或交易服务费构成，并非来自于客户提供融资性服务或资金便利安排，发行人需要承担与商品交易或服务相关的义务和风险，并据此享有商品交易或服务的正常收益，不存在违反相关规定的情形。

## **第5题、关于关联交易与业务独立性**

**申报材料及审核问询回复显示：**

（1）报告期各期，发行人发生的关联采购占营业成本的比例分别为 38.38%、34.04%、32.32%，关联销售占营业收入的比例分别为 4.07%、3.41%、3.92%。发行人说明，中国宝武目前钢材产量为全球第一，发行人在生产经营过程中不可避免地需要向关联方购买钢材产品。

（2）中国宝武、宝钢股份及欧冶云商分别拥有各自的资金平台进行资金集中管理，为成员单位提供资金上收和下拨服务。欧冶云商资金平台统一归集自己的主控账户。发行人与宝武集团财务公司签署了《现金集中管理协议》，欧冶云商作为资金平台的管理方，财务公司通过资金平台为资金平台的成员单位提供现金集中管理服务、支付结算服务以及网上银行服务。

（3）中国宝武体系内各钢厂的物流及钢材价格系每月或每季度与主要客户开展议价或者价格招标工作，参考市场价格和供需情况，由主要的市场参与方共同决定钢材的出厂价格及物流服务价格。发行人的主要盈利模式为获取买卖价差或按定价策略

收取对应服务费。发行人说明，中国宝武体系内各钢厂的统一价格政策不影响发行人业务独立性。

（4）报告期内，发行人因收购佛山宝钢、宁波宝钢的部分股权以及上海不锈钢，导致不锈钢加工和贸易业务的关联交易增加，且占到该业务总额的 90%以上。

（5）发行人主要供应商为股东供应商，统购分销的采购额占比超 50%；发行人对主要供应商的采购单价基本低于市场价格，偏离度大多在 10%以内；而发行人统购分销业务的毛利率低于 1%。

请发行人：

（1）补充说明申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间存在的差异，产生差异的原因，是否存在应更正信息披露文件的情形。

（2）结合钢铁生产行业格局及关联方市场占有率、发行人向关联方采购的主要钢材品类及型号市场供应情况、关联采购品类及型号与向第三方采购主要品类的差异情况等，综合分析说明报告期各期大规模进行关联采购的必要性、合理性。

（3）结合报告期内参与中国宝武体系内价格招标或议价工作的具体情况，说明采购、销售定价与中国宝武钢材、物流服务定价及统一价格政策的关系；中国宝武的统一价格政策对体系内公司及无关第三方是否存在区别对待的情形，发行人是否通过相关价格政策获取更优惠的商品或服务。

（4）补充说明在钢材市场价格透明的情况下，发行人对股东供应商的采购单价低于市场价格的原因及合理性，统购分销业务的盈利是否来自于股东供应商的价格让渡，请对采购价格做敏感性分析，说明按照市场价格不同偏离值对发行人经营业绩的影响及统购分销业务的核心竞争力。

（5）补充说明自有资金平台的基本情况，包括但不限于资金平台的设立时间、资金来源于“银行筹资资金”的含义、成员单位的范围（是否包括参股子公司、是否为欧冶金服等提供资金支持）、资金上收和下拨服务的主要内容、报告期内资金平台资金划拨调用的规模、资金平台设立的依据及资金流转的合规性等，报告期内发行人设立的自有资金平台与中国宝武、宝钢股份资金平台的关系，是否存在互相划拨资金、互为对方提供资金支持的情形，发行人向财务公司的借款系来自于财务公司自有资金还是宝武体系内其他资金平台的资金调拨，报告期各期发行人向财务公司借款的发生

额，发行人开展业务所需流动资金是否依赖于向财务公司的借款。

(6) 补充说明未来拟采取的减少不锈钢加工和贸易业务关联交易的具体措施，关联交易是否对该业务的独立性产生重大影响。

(7) 结合上述因素继续说明发行人在业务、财务、人员、机构等方面的独立性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见，结合《保荐人尽职调查工作准则》“如果存在影响成本的重大关联采购，抽查不同时点的关联交易合同，分析不同时点的关联采购价格与当时同类原材料市场公允价格是否存在异常，判断关联采购的定价是否合理，是否存在大股东与发行人之间的利益输送或资金转移情况”“抽查不同时点的关联销售合同，分析不同时点销售价格的变动，并与同类产品当时市场公允价格比较；调查上述关联销售合同中，产品最终实现销售的情况。如果存在异常，分析其对收入的影响，分析关联销售定价是否合理，是否存在大股东或其他关联方与发行人之间的利益输送或资金转移现象”等要求，补充相关关联交易的核查。

回复：

## 一、发行人说明

(一) 补充说明申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间存在的差异，产生差异的原因，是否存在应更正信息披露文件的情形

### 1、申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间的差异情况

由于宝钢股份与发行人在销售商品与提供劳务、采购商品与接受劳务间的分类口径有所不同，故将采购关联方商品与接受关联方劳务、向关联方销售商品与提供劳务分别合并进行分析。

报告期内，宝钢股份在公开信息平台披露与发行人相关的财务数据及发行人申报文件披露的关联交易信息如下：

#### (1) 采购关联方商品及接受关联方劳务

单位：万元

| 项目                    | 2023 年 1-6 月 | 2022 年度    | 2021 年度    | 2020 年度    |
|-----------------------|--------------|------------|------------|------------|
| 欧冶云商披露的对宝钢股份购买商品及接受劳务 | 352,073.69   | 593,658.18 | 773,314.66 | 502,465.88 |

| 项目                    | 2023 年 1-6 月      | 2022 年度              | 2021 年度              | 2020 年度              |
|-----------------------|-------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 宝钢股份披露的对欧冶云商销售商品及提供劳务 | <b>349,990.80</b> | 1,946,698.00         | 3,065,924.20         | 2,772,361.40         |
| <b>差异</b>             | <b>2,082.89</b>   | <b>-1,353,039.82</b> | <b>-2,292,609.54</b> | <b>-2,269,895.52</b> |
| 其中：披露口径差异             | <b>-789.67</b>    | -1,350,190.82        | -2,293,735.26        | -2,273,323.21        |
| 其他差异                  | <b>2,872.57</b>   | -2,849.00            | 1,125.72             | 3,427.70             |

注：宝钢股份披露的对欧冶云商购买商品的金额来源于宝钢股份 2020 年、2021 年、2022 年年报及 2023 年半年报。

## （2）向关联方销售商品及提供劳务

单位：万元

| 项目                    | 2023 年 1-6 月       | 2022 年度           | 2021 年度           | 2020 年度            |
|-----------------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| 欧冶云商披露的对宝钢股份销售商品及提供劳务 | <b>97,548.07</b>   | 199,449.06        | 251,965.47        | 167,705.97         |
| 宝钢股份披露的对欧冶云商购买商品及接受劳务 | <b>195,706.80</b>  | 230,352.40        | 290,524.80        | 588,205.40         |
| <b>差异</b>             | <b>-98,158.73</b>  | <b>-30,903.34</b> | <b>-38,559.33</b> | <b>-420,499.43</b> |
| 其中：披露口径差异             | <b>-103,064.59</b> | -30,474.68        | -35,773.89        | -425,115.24        |
| 其他差异                  | <b>4,905.87</b>    | -428.66           | -2,785.44         | 4,615.81           |

注：宝钢股份披露的对欧冶云商购买商品的金额来源于宝钢股份 2020 年、2021 年、2022 年年报及 2023 年半年报。

## 2、产生差异的原因分析

报告期内，发行人申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间存在的差异主要由双方的披露口径差异及其他差异所致，具体如下：

### （1）披露口径差异

披露口径差异主要来自于对于发行人以净额法确认收入的业务，宝钢股份按照不同的口径进行披露，其中主要为产能预售及现货交易的影响。报告期内，发行人产能预售及现货交易业务以净额法确认收入，该类业务下，对于发行人而言，与上游供应商及下游买家之间为背靠背的商品买卖关系，发行人仅在货物所有权从上游供应商向下游买家转移过程中的瞬间承担货物所有权风险。发行人在整个交易过程中仅承担代理人义务，按净额法确认服务费收入，发行人在关联方披露时，亦按照收入准则中净额法的逻辑进行披露。对于宝钢股份而言，发行人为宝钢股份的直接结算对手方，故宝钢股份按照发票结算金额披露与发行人的关联交易。因此，双方披露口径不同从而导致双方披露的关联交易金额存在差异。

## （2）其他差异

其他差异中主要为时间性差异。发行人的主要业务均以货物交付、货物所有权转移至客户时作为确认收入时点，导致宝钢股份和发行人在一些交易的确认时点上会存在一定的时间性差异，从而导致双方的交易额金额不一致。

综上，发行人申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间存在的差异主要由双方的披露口径差异及其他差异所致，发行人不存在应更正信息披露文件的情形。

（二）结合钢铁生产行业格局及关联方市场占有率、发行人向关联方采购的主要钢材品类及型号市场供应情况、关联采购品类及型号与向第三方采购主要品类的差异情况等，综合分析说明报告期各期大规模进行关联采购的必要性、合理性

### 1、钢铁行业生产格局及关联方市场占有率

#### （1）中国宝武市场优势明显

根据世界钢铁协会（World Steel Association）披露的数据，**2022** 年中国粗钢产量前 10 名钢铁企业的具体情况如下：

单位：百万吨

| 国内排名 | 集团名称                               | 2022 年粗钢产量 |
|------|------------------------------------|------------|
| 1    | 中国宝武                               | 131.84     |
| 2    | 鞍钢集团                               | 55.65      |
| 3    | 沙钢集团                               | 41.45      |
| 4    | 河钢集团有限公司                           | 41.00      |
| 5    | 建龙集团                               | 36.56      |
| 6    | 首钢集团有限公司                           | 33.82      |
| 7    | 山东钢铁集团有限公司                         | 29.42      |
| 8    | 德龙钢铁有限公司                           | 27.90      |
| 9    | 湖南钢铁集团有限公司<br>（曾用名：湖南华菱钢铁集团有限责任公司） | 26.43      |
| 10   | 辽宁方大集团实业有限公司                       | 19.70      |

数据来源：世界钢铁协会

**2022** 年中国宝武粗钢产量为 13,184 万吨，连续三年成为全球唯一粗钢产量过亿吨的钢铁企业，市场优势显著。此外，根据中国钢铁工业协会《**2022** 年中国钢铁行业经济运行报告》，钢铁行业联合重组继续推进，产业集中度进一步提高。**2022** 年我国

钢产量排名前 10 位的企业产量合计占全国钢产量的 42.8%，比 2021 年提高 1.4 个百分点，预计未来行业集中度提升的态势将进一步延续。中国宝武作为中国钢铁行业龙头企业，近年来先后重组了武钢集团有限公司、马钢（集团）控股有限公司、重庆钢铁股份有限公司、太原钢铁（集团）、中国中钢集团有限公司、新余钢铁集团有限公司等多家钢铁企业。

（2）钢铁产业互联网的快速发展显著推动钢铁行业的转型升级

长期以来，中国钢铁产业传统的流通方式是以“层级式”经销商代理的分销模式为主，面临商流、信息流、物流和资金流“四流不合一”的行业问题。钢铁产业互联网的快速发展对于钢铁行业的转型升级起到了显著的推动作用。基于产业互联网的交易数据分析功能，钢厂能够根据下游用户需求制定相应资源投放及产能安排等计划，进而更有效地去除低效和无效产能；下游客户也能够通过平台提前锁定钢厂产能，并利用数字化平台优势，提高采购效率，节省采购成本。

综上，中国宝武作为目前全球粗钢产量规模最大的钢铁企业，在行业内拥有明显的竞争优势；同时，在国内行业集中度不断提高的背景下，中国宝武预计将长期保持钢铁行业的领先地位，钢材市场占有率将进一步增加；此外，发行人是钢铁行业领先的第三方产业互联网企业，作为钢铁产业互联网领先企业，不可避免地需要向关联方购买钢材产品，以满足下游用户的采购需求，从而导致关联交易的发生。

2、发行人向关联方采购的主要钢材品类及型号市场供应情况、关联采购品类及型号与向第三方采购主要品类的差异情况等

以统购分销和不锈钢交易业务部分主流交易品种为例，发行人向关联方采购的钢材情况、市场供应情况及品类的差异情况如下：

（1）统购分销

| 产品大类 | 牌号      | 发行人关联供应商     | 同区域市场其他供应商                 | 关联方与非关联方品类差异 | 向关联方供应商采购原因                         |
|------|---------|--------------|----------------------------|--------------|-------------------------------------|
| 螺纹钢  | HRB400E | 广东中南钢铁股份有限公司 | 珠海粤裕丰钢铁有限公司、福建大东海实业集团有限公司等 | 建材类产品无明显差异   | 关联方供应商在广东区域为一线品牌，系下游重大工程指定供方，市场口碑较好 |
| 螺纹钢  | HRB400E | 宝武集团鄂城钢铁有限公司 | 大冶华鑫实业有限公司、武               | 建材类产品无明显差异   | 关联方供应商在湖北区域为一线品牌，市                  |

| 产品大类 | 牌号      | 发行人关联供应商                                                             | 同区域市场其他供应商               | 关联方与非关联方品类差异   | 向关联方供应商采购原因                         |
|------|---------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------|-------------------------------------|
|      |         |                                                                      | 汉信钢销售有限公司等               |                | 场口碑较好，下游客户受众较多                      |
| 螺纹钢  | HRB400E | 新疆八一钢铁股份有限公司                                                         | 无                        | -              | 关联方供应商在新疆省内钢材市场市占率较高，为新疆省内主要螺纹钢供应商  |
| 热轧   | Q235B   | 宝钢股份（上海宝钢钢材贸易有限公司、武汉宝钢华中贸易有限公司等）、新疆八一钢铁股份有限公司、重庆钢铁股份有限公司、本钢板材股份有限公司等 | 江苏沙钢物资贸易有限公司、宁波钢铁有限公司等   | 热轧类产品无明显差异     | 关联方供应商在各区域内市场认可度较高，系下游客户优选          |
| 中厚板  | Q235B   | 重庆钢铁股份有限公司、新疆八一钢铁股份有限公司                                              | 无                        | -              | 关联方供应商在新疆省内及西南地区钢材市场市占率较高，为主要中厚板供应商 |
| 中厚板  | Q235B   | 广东中南钢铁股份有限公司                                                         | 唐山钢铁集团有限责任公司、柳州钢铁股份有限公司等 | 在厚度、宽度等规格上存在差异 | 关联方供应商在广东省区域内市场认可度较高，系下游客户优选        |

(2) 不锈钢交易

| 产品大类  | 牌号  | 发行人关联供应商                | 市场其他供应商                                      | 关联方与非关联方品类差异                    | 向关联方供应商采购原因                                          |
|-------|-----|-------------------------|----------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------------|
| 钢坯    | 304 | 山西太钢不锈钢股份有限公司           | 广东广青金属科技有限公司、江苏德龙镍业有限公司                      | 太钢可供应宽度大于等于 1,800mm 的产品         | 关联方供应商产品规格更全                                         |
| 复合板   | 304 | 宝山钢铁股份有限公司              | 秦皇岛首秦金属材料有限公司                                | -                               | 宝钢股份卷、板可配套供应，性价比更高                                   |
| 冷轧不锈钢 | 304 | 宁波宝新不锈钢有限公司             | 浦项（张家港）不锈钢股份有限公司、福建甬金金属科技有限公司等               | 关联供应商产品在规格公差控制精确度、表面光亮程度上存在比较优势 | 关联方供应商市场口碑较好，下游用户指定采购其薄规格产品与表面特殊的产品                  |
| 热轧不锈钢 | 304 | 宝山钢铁股份有限公司、宝钢德盛不锈钢有限公司等 | 山西太钢不锈钢股份有限公司、浦项（张家港）不锈钢股份有限公司、江苏青锐达不锈钢有限公司等 | 关联供应商产品在性能、质量稳定程度、表面光亮程度上存在比较优势 | 宝钢股份等关联方供应商在热轧工业板领域市场口碑较好，产品性能更优质、产品质量更稳定，系下游用户指定供应商 |
| 冷轧不锈钢 | 430 | 宁波宝新不锈钢有限公司等            | 无锡市酒钢博创钢业有限公司、鞍钢联众（广州）不锈钢有限公司                | 关联供应商产品在规格公差控制精准度、表面光亮程度上存在比较优势 | 关联方供应商市场口碑较好，下游用户指定采购其薄规格产品、表面特殊的产品                  |
| 热轧不锈钢 | 430 | 宝钢德盛不锈钢有限公司             | 无锡市酒钢博创钢业有限公司                                | 关联供应商所提供的产品表面分类为                | 采购 NO.1 表面产品可以免除酸洗环节，                                |

| 产品<br>大类 | 牌号 | 发行人关联<br>供应商 | 市场其他供应商 | 关联方与非关联方品<br>类差异         | 向关联方供应商采购<br>原因   |
|----------|----|--------------|---------|--------------------------|-------------------|
| 钢        |    | 司等           |         | NO.1，非关联供应商所提供的产品表面分类为黑皮 | 减少生产工序，产品得到下游用户认可 |

对于发行人统购分销业务涉及的产品，关联供应商与非关联供应商在品类上差异较小，发行人向关联供应商采购的主要原因系关联方在各区域内市场认可度较高，部分供应商为下游重大工程指定供方，市场口碑较好。对于不锈钢业务涉及的产品，发行人向关联方采购的品类在规格公差控制精确度、表面光亮程度等方面存在比较优势，且关联供应商在产品配套等方面存在服务优势。因此，发行人向关联供应商采购存在商业合理性。

### 3、报告期内大规模进行关联采购的必要性、合理性

鉴于中国宝武的行业龙头地位、较高的市占率及行业集中度不断提高的趋势，发行人关联采购占比较高具有合理性。

此外，发行人统购分销业务基于下游中小用户的历史采购数据以及对市场的总体需求判断，并最终根据下游买家的意向订单情况，分批次向钢厂下达采购订单；在小部分情况下，发行人会在没有下游明确订单下达时，主动向上游钢厂采购部分钢材，以丰富综合平台上钢材的品类、满足钢厂起订门槛。因此，发行人的采购模式决定了其采购需求为下游客户需求的真实反映。中国宝武作为行业龙头，在下游客户中享有较好的声誉，其主要钢材品类具有较强的市场竞争力，因此发行人向关联方采购钢材系正常的经营行为，具备必要性及合理性。

（三）结合报告期内参与中国宝武体系内价格招标或议价工作的具体情况，说明采购、销售定价与中国宝武钢材、物流服务定价及统一价格政策的关系；中国宝武的统一价格政策对体系内公司及无关第三方是否存在区别对待的情形，发行人是否通过相关价格政策获取更优惠的商品或服务

1、结合报告期内参与中国宝武体系内价格招标或议价工作的具体情况，说明采购、销售定价与中国宝武钢材、物流服务定价及统一价格政策的关系

（1）报告期内参与中国宝武体系内价格招标或议价工作的具体情况

中国宝武对外销售钢材产品及采购物流服务时，中国宝武体系内各钢厂每月或每季度与包括发行人在内的各主体开展议价或者价格招标工作，同时参考市场价格和供

需情况等多种因素，每月或每季度发布钢材及物流价格手册。各钢厂的钢材及物流价格手册由包括中国宝武体系内各钢厂及其他包括主要钢材需求客户及物流服务提供商在内的第三方等多方共同参与制定，手册价格的确定充分考虑了同期市场价格和供需情况，以及各相关方综合利益，具备合理性和公允性。

## **（2）采购、销售定价与中国宝武钢材、物流服务定价及统一价格政策的关系**

钢铁行业中，钢厂对于下游中小买家及服务提供商拥有较强的定价权，由钢厂主导制定产品出厂价格和物流服务系行业惯例，因此发行人与中国宝武体系内钢厂交易时的钢材采购价格及物流服务收费主要由钢厂价格手册确定，发行人作为国内领先的钢铁产业互联网平台，会与钢厂共同参与价格手册的制定。实际钢材采购及物流服务提供过程中，在以价格手册为基础的同时，发行人也会基于交易结算方式、采购量等因素，与钢厂进行沟通谈判，在价格手册的框架内最终确定采购价格。因此，欧冶云商向钢厂的采购价格系以价格手册为基础，交易双方结合实际情况综合协商后的结果。

## **2、中国宝武的统一价格政策对体系内公司及无关第三方是否存在区别对待的情形，发行人是否通过相关价格政策获取更优惠的商品或服务**

中国宝武体系内各钢厂每月或每季度与主要客户或物流服务提供商开展议价或者价格招标工作，参考市场价格和供需情况，由主要市场参与方共同决定钢材的出厂价格及物流服务价格，因此相关价格政策的制定具备公允性。

中国宝武体系内各钢厂在实际业务开展的过程中均按照统一价格政策执行，不存在对体系内公司及无关第三方区别对待的情形，发行人不存在利用相关价格政策获取更优惠的商品或服务的情况。

## **（四）补充说明在钢材市场价格透明的情况下，发行人对股东供应商的采购单价低于市场价格的原因及合理性，统购分销业务的盈利是否来自于股东供应商的价格让渡，请对采购价格做敏感性分析，说明按照市场价格不同偏离值对发行人经营业绩的影响及统购分销业务的核心竞争力**

### **1、补充说明在钢材市场价格透明的情况下，发行人对股东供应商的采购单价低于市场价格的原因及合理性，统购分销业务的盈利是否来自于股东供应商的价格让渡**

报告期内，发行人统购分销业务中向股东供应商采购的钢材产品，根据螺纹钢、热轧板卷、冷轧板卷、中厚板、取向电工钢等不同细分品类加权计算后的采购均价与

同期公开钢材价格指数网站公布的相关市场加权平均成交价格比较结果如下：

单位：元/吨

| 供应<br>商  | 2023 年 1-6 月 |              |        | 2022 年度          |                  |        | 2021 年度          |                  |        | 2020 年度          |                  |        |
|----------|--------------|--------------|--------|------------------|------------------|--------|------------------|------------------|--------|------------------|------------------|--------|
|          | 加权平均<br>采购价格 | 加权平均<br>市场价格 | 偏离度    | 加权平<br>均采购<br>价格 | 加权平<br>均市场<br>价格 | 偏离度    | 加权平<br>均采购<br>价格 | 加权平<br>均市场<br>价格 | 偏离度    | 加权平<br>均采购<br>价格 | 加权平<br>均市场<br>价格 | 偏离度    |
| 中国<br>宝武 | 3,709.55     | 3,754.85     | -1.21% | 4,119.02         | 4,158.82         | -0.96% | 4,782.16         | 4,833.33         | -1.06% | 3,589.63         | 3,578.83         | 0.30%  |
| 本钢<br>集团 | 3,680.35     | 3,614.54     | 1.82%  | 3,854.88         | 3,910.32         | -1.42% | 4,737.08         | 4,581.37         | 3.40%  | 3,204.10         | 3,250.94         | -1.44% |
| 首钢<br>集团 | 3,674.03     | 3,768.20     | -2.50% | 4,498.62         | 3,964.46         | 13.47% | 4,488.64         | 4,503.34         | -0.33% | 3,460.19         | 3,271.65         | 5.76%  |
| 沙钢<br>集团 | 3,726.87     | 3,636.82     | 2.48%  | 3,977.58         | 3,951.32         | 0.66%  | 4,689.18         | 4,612.41         | 1.66%  | 3,441.40         | 3,371.17         | 2.08%  |
| 广西<br>盛隆 | 3,612.76     | 3,741.85     | -3.45% | 3,908.15         | 4,045.29         | -3.39% | 4,537.19         | 4,611.12         | -1.60% | 3,317.05         | 3,421.52         | -3.05% |
| 建龙<br>集团 | 3,435.77     | 3,507.68     | -2.05% | 3,755.48         | 3,852.52         | -2.52% | 4,395.09         | 4,453.14         | -1.30% | 3,172.88         | 3,211.41         | -1.20% |

注 1：偏离度的计算公式为：加权平均采购价格/加权平均市场价格-1，下同

注 2：考虑到地域及交易活跃度因素，中国宝武除 200 系不锈钢选择上海市场价格作为比较基准外，其他品类对比基准为全国市场价格；本钢集团各品类对比基准为沈阳市场价格；首钢集团除方坯与板坯选择河北市场价格，无取向电工钢板卷选择天津市场价格作为比较基准外，其他品类对比基准为北京市场价格；沙钢集团各品类对比基准为上海市场价格；广西盛隆各品类对比基准为南宁市场价格；建龙集团除板坯选择河北市场价格作为比较基准外，其他品类对比基准为沈阳市场价格

根据上表，发行人向股东供应商采购钢材的采购单价与同期公开钢材价格指数网站公布的相关市场平均成交价格相比不存在显著差异，各股东供应商在报告期各期均存在部分细分品类钢材价格高于市场同期可比价格的情形，不存在显著低于市场价格的情况。不同钢厂及产品的结算方式及周期、不同钢厂产品的性能指标、品牌等因素的差异均会影响发行人采购价格与公开钢材价格指数网站公布的参考价格之间的偏离度，发行人统购分销业务的盈利并非来自于股东供应商的价格让渡。

## 2、请对采购价格做敏感性分析，说明按照市场价格不同偏离值对发行人经营业绩的影响及统购分销业务的核心竞争力

### （1）市场价格不同偏离值对发行人经营业绩的影响

根据上述发行人向股东供应商采购的价格与同期公开钢材价格指数网站公布的相关市场加权平均成交价格的价差，在±25%的价差范围内测算股东供应商采购价格的变化对发行人当期收入及毛利的影响情况如下：

单位：万元

| 采购总<br>价差偏 | 2023 年 1-6 月 | 2022 年 | 2021 年度 | 2020 年度 |
|------------|--------------|--------|---------|---------|
|------------|--------------|--------|---------|---------|

| 离度   | 影响金额      | 占发行人当年毛利的比例 | 占发行人当年收入的比例 | 影响金额       | 占发行人当年毛利的比例 | 占发行人当年收入的比例 | 影响金额       | 占发行人当年毛利的比例 | 占发行人当年收入的比例 | 影响金额    | 占发行人当年毛利的比例 | 占发行人当年收入的比例 |
|------|-----------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|---------|-------------|-------------|
| -25% | -8,806.42 | -12.15%     | -0.15%      | -10,800.95 | -8.20%      | -0.10%      | -10,018.01 | -7.99%      | -0.08%      | 544.94  | 0.58%       | 0.01%       |
| -20% | -7,045.14 | -9.72%      | -0.12%      | -8,640.76  | -6.56%      | -0.08%      | -8,014.41  | -6.39%      | -0.06%      | 435.95  | 0.46%       | 0.01%       |
| -15% | -5,283.85 | -7.29%      | -0.09%      | -6,480.57  | -4.92%      | -0.06%      | -6,010.81  | -4.80%      | -0.05%      | 326.96  | 0.35%       | 0.004%      |
| -10% | -3,522.57 | -4.86%      | -0.06%      | -4,320.38  | -3.28%      | -0.04%      | -4,007.21  | -3.20%      | -0.03%      | 217.98  | 0.23%       | 0.003%      |
| -5%  | -1,761.28 | -2.43%      | -0.03%      | -2,160.19  | -1.64%      | -0.02%      | -2,003.60  | -1.60%      | -0.02%      | 108.99  | 0.12%       | 0.001%      |
| 5%   | 1,761.28  | 2.43%       | 0.03%       | 2,160.19   | 1.64%       | 0.02%       | 2,003.60   | 1.60%       | 0.02%       | -108.99 | -0.12%      | -0.001%     |
| 10%  | 3,522.57  | 4.86%       | 0.06%       | 4,320.38   | 3.28%       | 0.04%       | 4,007.21   | 3.20%       | 0.03%       | -217.98 | -0.23%      | -0.003%     |
| 15%  | 5,283.85  | 7.29%       | 0.09%       | 6,480.57   | 4.92%       | 0.06%       | 6,010.81   | 4.80%       | 0.05%       | -326.96 | -0.35%      | -0.004%     |
| 20%  | 7,045.14  | 9.72%       | 0.12%       | 8,640.76   | 6.56%       | 0.08%       | 8,014.41   | 6.39%       | 0.06%       | -435.95 | -0.46%      | -0.01%      |
| 25%  | 8,806.42  | 12.15%      | 0.15%       | 10,800.95  | 8.20%       | 0.10%       | 10,018.01  | 7.99%       | 0.08%       | -544.94 | -0.58%      | -0.01%      |

注：采购总价差=∑（加权平均市场价格-加权平均采购价格）\*结算量

如上表所示，在±25%的价差波动范围内，发行人各年度向股东供应商的采购总价差对于收入、毛利等经营业绩指标影响均较小。

### （2）统购分销业务的核心竞争力

发行人统购分销业务为下游中小买家提供了购买钢厂一手钢材货源的渠道，降低了采购门槛，下游用户可以提前锁定钢厂货源，降低采购成本。同时，发行人将新一代信息技术使用在钢铁产业链业务场景实践中，用户通过发行人的综合平台即可实现在线化自助订货、钢厂跟单、自助提货等一系列全流程在线化交易服务，并一站式对接多家钢厂资源，从而提高采购效率、合理配置仓储运输资源。上述优势构建了发行人统购分销业务的核心竞争力，未来发行人将进一步深化智慧化运营，实现科技与产业深度融合，不断强化发行人的竞争优势。

（五）补充说明自有资金平台的基本情况，包括但不限于资金平台的设立时间、资金来源于“银行筹资资金”的含义、成员单位的范围（是否包括参股子公司、是否为欧冶金服等提供资金支持）、资金上收和下拨服务的主要内容、报告期内资金平台资金划拨调用的规模、资金平台设立的依据及资金流转的合规性等，报告期内发行人设立的自有资金平台与中国宝武、宝钢股份资金平台的关系，是否存在互相划拨资金、互为对方提供资金支持的情形，发行人向财务公司的借款系来自于财务公司自有资金还是宝武体系内其他资金平台的资金调拨，报告期各期发行人向财务公司借款的发生额，发行人开展业务所需流动资金是否依赖于向财务公司的借款

1、补充说明自有资金平台的基本情况，包括但不限于资金平台的设立时间、资金来源于“银行筹资资金”的含义、成员单位的范围（是否包括参股子公司、是否为欧冶金服等提供资金支持）、资金上收和下拨服务的主要内容、报告期内资金平台资金划拨调用的规模、资金平台设立的依据及资金流转的合规性等

（1）自有资金平台的基本情况

为发挥公司整体优势，提高资金管理水平，2015年3月31日，发行人与财务公司签署《现金集中管理协议》，对发行人合并报表范围内的子公司实行现金归集，实现资金一体化管理。根据上述协议，财务公司为发行人建立资金平台并向成员单位提供现金集中管理服务、支付结算服务以及网上银行服务。

资金平台的资金由发行人统筹管理，资金的来源分为发行人及其子公司的资本金和银行筹资资金。发行人在资金一体化管理前提下，与商业银行建立“统借统还”授信合作关系，贷款资金统一归集到发行人自有资金平台，由发行人统一管理安排人民币贷款资金的借入和归还。

根据《企业集团财务公司管理办法》（中国银行业监督管理委员会令（2006）第8号）以及发行人制定的《资金集中管理办法》，发行人自有资金平台成员单位的范围为发行人各全资子公司以及拥有实际控制权、经营状况正常的控股子公司，截至本回复报告出具之日，参与资金平台的成员单位均为发行人合并报表范围内的主体，未包含发行人参股公司。此外，报告期内，发行人曾经与欧冶资源、欧冶金服、佛山宝钢、宁波宝钢、上海不锈钢、宝通运输和梅盛运贸等存在资金往来，主要是由于发行人报告期内合并报表公司范围变化及同一控制下企业合并的会计处理追溯调整导致，不存在

为欧冶金服等提供资金支持的情形。具体情况详见本回复报告“第 5 题 关于关联交易与业务独立性”之“一、发行人说明”之“（五）补充说明自有资金平台的基本情况，包括但不限于...”之“2、报告期内发行人设立的自有资金平台与中国宝武、宝钢股份资金平台的关系，是否存在互相划拨资金、互为对方提供资金支持的情形”。

根据发行人制定的《资金集中管理办法》，自有资金平台为成员单位提供资金上收和下拨服务，用于各单位成员采购、经营等日常经营活动支出，服务的主要内容：  
A、资金平台归集上收成员单位的存款并进行集中管理，授权财务公司每日将成员单位平台结算账户余额归集到资金平台主控账户；B、成员单位编制月度资金计划和周资金计划并上报，经发行人审批，通过财务公司网银系统录入、复核后将资金下拨至成员单位对应付款账户。

报告期内，资金平台报告期各期末资金划拨调用的规模如下：

| 单位：亿元               |                   |                   |
|---------------------|-------------------|-------------------|
| 时间                  | 上收资金规模            | 下拨资金规模            |
| 2020 年              | 1,645.40          | 1,629.83          |
| 2021 年              | 2,556.51          | 2,552.38          |
| 2022 年              | 2,257.62          | 2,294.33          |
| <b>2023 年 1-6 月</b> | <b>1, 157. 58</b> | <b>1, 188. 45</b> |

## （2）自有资金平台的设立依据及资金流转的合规性

2015 年，国务院及国务院国资委等部门先后发布《关于加强中央企业资金管理有关事项的补充通知》（国资厅发评价[2012]45 号）、《国务院国有资产监督管理委员会关于进一步做好中央企业增收节支工作有关事项的通知》（国资发评价[2015]40 号）、《中央企业深化改革瘦身健体工作方案》等规定，提出国有企业需加大资金集中管理力度、提高资金使用效率和保证资金安全等有关要求。

根据《企业集团财务公司管理办法》第二十八条的规定，“财务公司可以经营下列部分或者全部业务：（一）对成员单位办理财务和融资顾问、信用鉴证及相关的咨询、代理业务；.....（五）办理成员单位之间的委托贷款及委托投资；.....（七）办理成员单位之间的内部转账结算及相应的结算、清算方案设计；（八）吸收成员单位的存款；（九）对成员单位办理贷款及融资租赁.....”

据此，为贯彻落实前述规定并加强资金管理，发行人在财务公司设立自有资金平

台。

根据《上市规则》《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第7号——交易与关联交易》（以下简称“《7号指引》”）的相关规定，“上市公司与存在关联关系的财务公司发生存款、贷款等金融业务，应当以存款本金额度及利息、贷款利息金额等的较高者为标准适用《股票上市规则》的相关规定。”

根据《关于规范上市公司与企业集团财务公司业务往来的通知》（证监发[2022]48号）（以下简称“《业务往来通知》”）的相关规定，“…三、财务公司与上市公司发生业务往来应当签订金融服务协议，并查阅上市公司公开披露的董事会或者股东大会决议等文件…”

发行人与财务公司签署了《金融服务协议》《现金集中管理协议》《协定存款合同》并同时制定了《资金集中管理办法》等内部制度文件，对开立账户内的资金利息以及发行人对资金平台完全独立的自主管理权等进行了约定，符合《上市规则》《7号指引》及《业务往来通知》的要求。

综上，发行人自有资金平台的设立及资金流转符合有关资金平台相关法律的规定。

## **2、报告期内发行人设立的自有资金平台与中国宝武、宝钢股份资金平台的关系，是否存在互相划拨资金、互为对方提供资金支持的情形**

根据发行人与财务公司签署的相关协议，发行人具有独立、自主划拨资金的权限，与中国宝武、宝钢股份的资金平台及银行账户完全隔离，不存在互相划拨、互相提供支持的情形。

报告期内，欧冶云商资金平台与中国宝武及宝钢股份资金平台发生资金往来的主要是由于欧冶云商报告期内合并报表公司范围变化及同一控制下合并的追溯调整导致，具体情况如下：

（1）佛山宝钢、宁波宝钢、上海不锈钢资产及业务、宝通运输及梅盛运贸在并入欧冶云商之前均通过宝钢股份或中国宝武的资金平台进行内部资金往来，在由发行人并表前述主体后，该等主体的资金需切换至发行人的资金平台。截至报告期末，上述公司在宝钢股份或中国宝武资金平台存放或取得的资金已全部完成清理。由于会计处理追溯调整的影响，导致报告期内欧冶云商与宝钢股份及集团资金平台发生资金往来。

(2) 欧冶金服及其子公司自 2020 年 5 月 1 日不再属于欧冶云商合并报表范围。上述公司脱离欧冶云商合并范围后，与欧冶云商资金平台发生的少量资金往来作为关联交易列示。截至报告期末，上述公司在欧冶云商资金平台存放或取得的资金已全部完成清理。

(3) 欧冶资源在报告期内存在通过欧冶云商资金平台进行资金往来的情况。欧冶资源不纳入欧冶云商合并报表范围，因此欧冶资源在欧冶云商资金平台上的往来作为关联交易列示。截至报告期末，欧冶资源在欧冶云商资金平台存放或取得的资金已全部完成清理。

### 3、发行人向财务公司的借款系来自于财务公司自有资金还是宝武体系内其他资金平台的资金调拨，报告期各期发行人向财务公司借款的发生额，发行人开展业务所需流动资金是否依赖于向财务公司的借款

发行人向财务公司的借款来源于财务公司吸收的存款以及财务公司自有资金，不存在由宝武体系内其他资金平台资金调拨的情形。报告期内，发行人向财务公司借款的发生额分别为 52.50 亿元、49.00 亿元、39.70 亿元和 **45.50 亿元**，占比分别为 22.51%、17.95%、12.08%和 **24.40%**，具体情况如下表所示：

单位：亿元

| 日期                  | 商业银行借款发生额     | 占比            | 财务公司借款发生额    | 占比            |
|---------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| 2020 年              | 180.70        | 77.49%        | 52.50        | 22.51%        |
| 2021 年              | 224.00        | 82.05%        | 49.00        | 17.95%        |
| 2022 年              | 289.00        | 87.92%        | 39.70        | 12.08%        |
| <b>2023 年 1-6 月</b> | <b>141.00</b> | <b>75.60%</b> | <b>45.50</b> | <b>24.40%</b> |

报告期内，发行人向财务公司月均借款余额分别为 4.13 亿元、5.29 亿元、3.77 亿元和 **15.25 亿元**，占比分别为 5.65%、5.36%、3.81%和 **9.61%**，具体情况如下表所示：

单位：亿元

| 日期                  | 商业银行月均借款余额    | 占比            | 财务公司月均借款余额   | 占比           |
|---------------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| 2020 年              | 68.93         | 94.35%        | 4.13         | 5.65%        |
| 2021 年              | 93.42         | 94.64%        | 5.29         | 5.36%        |
| 2022 年              | 95.00         | 96.19%        | 3.77         | 3.81%        |
| <b>2023 年 1-6 月</b> | <b>143.50</b> | <b>90.39%</b> | <b>15.25</b> | <b>9.61%</b> |

财务公司借款具有周期短、灵活性高的特性，通常作为发行人流动资金的补充和

调剂使用，故发生频率高、余额占比低；商业银行借款利率相对较低、但周期长、灵活性低，因其融资成本优势所以余额占比高、周期长、发生频率较低。报告期内，发行人开展业务所需流动资金主要来源于商业银行借款，不存在依赖于向财务公司的借款的情形。

**（六）补充说明未来拟采取的减少不锈钢加工和贸易业务关联交易的具体措施，关联交易是否对该业务的独立性产生重大影响**

**1、未来拟采取的减少不锈钢加工和贸易业务关联交易的具体措施**

**（1）拓展不锈钢交易业务非关联方供应商渠道**

近年来，发行人细致甄别不锈钢领域下游用户的需求特点，努力匹配各钢厂的优势产品，基于发行人的品牌优势，不断提升中国宝武集团外钢厂的不锈钢采购数量。

发行人在收购佛山宝钢、宁波宝钢及上海不锈钢三家不锈钢加工中心后，随着不锈钢加工能力的提升，与非关联不锈钢厂的合作也在不断增加。**2020 年至 2023 年上半年**，不锈钢业务供应商数量的具体情况如下表所示：

| 年份            | 2020 年 | 2021 年 | 2022 年 | 2023 年 1-6 月 |
|---------------|--------|--------|--------|--------------|
| 中国宝武集团内供应商（家） | 14     | 19     | 19     | 18           |
| 中国宝武集团外供应商（家） | 35     | 63     | 72     | 63           |
| 小计（家）         | 49     | 82     | 91     | 81           |
| 中国宝武集团内供应商占比  | 28.57% | 23.17% | 20.88% | 22.22%       |

**（2）减少中国宝武体系内不必要的不锈钢加工业务**

发行人不锈钢加工技术水平较高，在圆片加工、设计、控制与改进服务等领域具备比较优势，同时考虑到地理位置与运输成本等因素，因此中国宝武内部分关联方倾向于与发行人进行合作。未来发行人将减少与非优势技术领域及与地理位置距离较远的关联方进行业务合作。

**（3）进一步推进不锈钢交易业务平台化升级，降低不锈钢加工和贸易业务关联交易占比**

发行人未来将进一步推进不锈钢交易业务平台化升级，充分利用产业互联网平台优势，通过在线交易、店铺运营等灵活方式服务客户。此外，发行人也在同步推进智慧加工样板工厂建设，向加工中心提供科技赋能，不断提升不锈钢业务规模，降低关

联交易金额占比。

## **2、关联交易是否对该业务的独立性产生重大影响**

在不锈钢加工和贸易业务领域，发行人拥有独立的获客渠道，已建立了完善的线下销售人员推广与线上多渠道营销相结合的营销方式，能够独立获取上下游客户，具备独立面向市场持续经营的能力；此外，发行人将持续开发非关联方供应商渠道，持续提升不锈钢加工和贸易业务整体业绩规模，以降低关联交易占比。

综上所述，发行人报告期内的关联交易并不会对该业务的独立性产生重大影响。

### **（七）结合上述因素继续说明发行人在业务、财务、人员、机构等方面的独立性**

发行人拥有开展主营业务所需的独立的获客渠道，能够独立获取上下游客户，具有面向市场自主经营的能力，机构和人员与关联方独立，不存在利用相关价格政策从关联方获取更优惠的商品或服务的情况，不存在依赖关联方经营的情形；发行人设有独立的财务部门，能够独立作出财务决策，会计核算独立，发行人不存在与关联方共用银行账户的情形，不存在与关联方联合或共管账户的情形；发行人拥有机构设置的自主权，发行人资金平台统一归集于发行人自身的主控账户，账户操作权限归属于发行人，发行人具有独立、自主划拨资金的权限，与控股股东的资金平台及银行账户完全隔离。

综上所述，发行人在业务、财务、人员、机构等方面具备独立性。

## **二、中介机构核查情况**

### **（一）核查程序**

申报会计师履行了如下核查程序：

1、通过公开渠道获取宝钢股份与发行人的关联交易金额，取得发行人关联交易明细，抽查关联交易合同及相关单据，访谈发行人财务负责人，核查发行人与宝钢股份关联交易的具体内容及实际执行情况，询问宝钢股份造成关联差异的原因并与其进行对账，分析与发行人披露数据的差异原因的合理性；

2、向发行人了解钢铁生产行业格局及中国宝武市场占有率，了解发行人向关联方采购的主要钢材品类及型号的市场供应情况、与向第三方采购主要品类的差异情况；

3、向发行人了解中国宝武体系内价格招标或议价工作的具体情况，获取中国宝武

体系内部分主体的价格手册；

4、获取发行人向股东供应商采购的明细数据并与市场价格进行对比，了解价格偏差率的具体原因，对于采购价差进行敏感性分析；获取发行人主要供应商于报告期各期向第三方销售同类产品的销售合同并与同期发行人的采购价格进行对比；

5、访谈发行人相关人员，了解发行人银行账户设立及管理权限情况；获取并查阅了《金融服务协议》《现金集中管理协议》《协定存款合同》以及《资金集中管理办法》等资金管理有关的协议及内部控制制度文件，了解发行人对资金平台的内部控制和管理；向发行人相关工作人员了解发行人资金平台的运作模式、资金来源及用途，资金平台与控股股东、宝钢股份的资金平台的隔离措施；了解报告期内欧冶云商资金平台与中国宝武及宝钢股份资金平台发生资金往来的主要原因；了解发行人向财务公司的借款来源；对发行人与财务公司报告期各期末未结清的短期借款和货币资金余额执行了函证程序；获取发行人各期末银行存款和其他货币资金明细，查阅其存放银行、具体类型、金额及权利受限情况，并对上述信息实施函证程序；

6、了解发行人不锈钢业务的发展规划及战略，取得发行人不锈钢业务供应商明细。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、发行人申报文件披露的关联交易金额与宝钢股份在公开信息平台披露的财务数据之间存在的差异主要由双方的披露口径差异及其他差异所致，发行人不存在应更正信息披露文件的情形。

2、发行人向关联方大规模采购钢材系正常的经营行为，具备合理性与必要性。

3、发行人向钢厂的销售、采购价格系以价格手册为基础，交易双方结合实际情况综合协商后的结果，中国宝武的统一价格政策对体系内公司及无关第三方不存在区别对待的情形，发行人未通过相关价格政策获取更优惠的商品或服务。

4、发行人向股东供应商采购钢材的采购单价与同期公开钢材价格指数网站公布的相关市场平均成交价格相比不存在显著差异，统购分销业务的盈利并非来自于股东供应商的价格让渡。在±25%的价差波动范围内，发行人各年度向股东供应商的采购总价差对于收入、毛利等经营业绩指标影响较小，发行人统购分销业务具备核心竞争力。

5、发行人按照《上市规则》《7 号指引》及《业务往来通知》的相关规定进行规范，自有资金平台的设立及资金流转符合有关资金平台相关法律的规定；发行人具有独立、自主划拨资金的权限，与中国宝武、宝钢股份的资金平台及银行账户完全隔离，不存在互相划拨、互相提供支持的情形；报告期内，欧冶云商资金平台与中国宝武及宝钢股份资金平台发生资金往来的主要是由于欧冶云商报告期内合并报表公司范围变化及同一控制下合并的追溯调整导致；发行人向财务公司的借款来源于财务公司吸收的存款以及财务公司自有资金，不存在由宝武体系内其他资金平台进行资金调拨的情形；发行人开展业务所需流动资金以商业银行借款为主。

6、发行人将通过拓展不锈钢交易业务非关联方供应商渠道等方式，减少不锈钢加工和贸易业务关联交易，报告期内的关联交易不会对发行人不锈钢加工和贸易业务的独立性产生重大影响。

7、发行人在业务、财务、人员、机构等方面具备独立性，不存在依赖关联方的情况。

#### **第 6 题、关于收入确认**

**根据审核问询及回复：**

（1）现货交易和产能预售中，上游供应商与发行人之间以及发行人与下游买家之间存在背靠背的商品买卖关系。在买家向发行人全额支付商品价款后，货物所有权应当由卖家转移至发行人，同时发行人自动通过指示交付方式将货物所有权由发行人立即转移至买家。上游供应商或下游买家违约时，发行人不承担责任。而在实践中，发行人存在多起被要求承担责任的争议事项。

（2）发行人对现货交易和产能预售采用净额法，同行业可比公司上海钢联的一般寄售业务与现货交易存在较高的可比性，上海钢联 2019 年对该项业务采用总额法核算，2020 年调整为净额法，发行人毛利率与上海钢联净额法毛利率差异较大。

（3）发行人对统购分销采用总额法。统购分销合同中设置了跌价预警机制。同行业可比公司上海钢联的“帮你采”业务与统购分销不存在明显差异。

**请发行人：**

（1）从合同条款约定及业务实践角度，补充说明现货交易、产能预售中，发行

人作为合同相对人，是否存在承担质量或违约风险的义务及风险，如是，请进一步说明采用净额法确认收入的合规性。

（2）结合发行人现货交易与上海钢联一般寄售的业务模式、相关方责任义务的划分等，补充说明收入确认方法及毛利率存在差异的原因及合理性，发行人收入确认方法的合规性、毛利率水平的合理性。

（3）结合统购分销业务中货物从采购到销售的实际间隔时长、合同中跌价预警机制及实践处理等，补充说明发行人是否实际承担存货价格的波动风险，采用总额法确认收入的合规性，与上海钢联“帮你采”业务收入确认方法是否存在差异；结合产能预售和统购分销业务实质，说明采用不同收入确认方法的合理性。

请保荐人、会计师发表明确意见，并补充说明核查情况。

回复：

## 一、发行人说明

（一）从合同条款约定及业务实践角度，补充说明现货交易、产能预售中，发行人作为合同相对人，是否存在承担质量或违约风险的义务及风险，如是，请进一步说明采用净额法确认收入的合规性

### 1、现货交易、产能预售中，发行人作为合同相对人承担质量或违约风险的义务及风险的情况

根据《现货交易合同》和《产能预售交易合同》，现货交易、产能预售业务依托于欧冶云商综合平台开展，欧冶云商综合平台所载的平台规则构成具体业务合同不可分割的一部分，与合同具有相同效力。

根据欧冶云商综合平台《买家交易规则》中“21.产品售后异议”条款，下游买家可以通过发行人平台提出产品售后异议，发行人平台将协助下游买家就该等产品售后异议与供应商沟通并尽力促成纠纷解决。产品质量异议标准和解决方案以钢厂为准。

根据欧冶云商综合平台《买家交易规则》中“25.迟延给付的违约责任”条款，鉴于下游买家与发行人以及发行人与上游供应商之间系背靠背的买卖合同关系，若（1）下游买家未按照本规则的规定足额、按时支付商品价款的，则构成下游买家在下游买家与发行人之间买卖合同项下的违约，欧冶云商平台有权解除合同，且下游买家应当

向发行人支付违约金；当且仅当下游买家向发行人足额支付违约金后，发行人将同等金额的违约金支付给供应商；（2）因供应商原因导致下游买家无货可提或供提货的商品不符合合同约定的，在欧冶云商平台与供应商确认情况属实后，下游买家有权解除合同，并主张违约金；待供应商向发行人足额支付违约金后，发行人才有义务将同等金额的违约金支付给下游买家。

结合上述规则，从合同条款约定的角度，发行人在下游买家提出产品售后异议时，仅协助协调处理买家和卖家之间的纠纷，因此发行人仅有协助义务；在下游买家或上游供应商无法按期/足额交付货物或支付货款、下游买家或供应商违约的情况下，发行人相应责任的履行有待于第三方买家或供应商先行向发行人承担违约责任，发行人未实质承担相应风险。

从业务实践角度，发行人在报告期内存在 2 项与现货交易、产能预售相关的诉讼事项；收到上海市市场监督管理局口头问询 3 项与现货交易、产能预售相关的投诉事项；上述情形已通过协商解决，实际均未由发行人承担质量或违约风险的义务，具体参见第一轮审核问询函的回复报告之“第 1 题、关于互联网服务业务”之“一、发行人说明”之“（二）说明发行人在互联网交易服务中承担的主要责任范围，是否需要对待货物毁损、无法按期/足额交付货物或支付货款、买方或供应商违约等承担责任，报告期内发行人是否收到相关投诉、举报、处罚、诉讼或仲裁事项以及解决进展”的相关内容。

综上所述，发行人在现货交易和产能预售业务中，不存在实质承担质量或违约风险的义务及风险的情况。

## **2、现货交易、产能预售采用净额法确认收入符合企业会计准则的规定**

财政部 2020 年 12 月发布的《收入准则应用案例 11——主要责任人和代理人的判断》中明确：“企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。与控制权相关的迹象的分析，如企业是否承担销售、退换货和赔偿的主要责任、是否承担存货风险等，并不能明确区分主要责任人和代理人，这些相关事实和情况的迹象仅为支持对控制权的评估，不能取代控制权的评估，也不能凌驾于控制权评估之上，更不是单独或额外的评估。”

发行人现货交易、产能预售业务中，钢厂和其他钢材供应商在发行人的综合平台

上发布自身钢材资源，当下游买家拟采购的商品的全部信息确认无误生成订单后，下游买家与发行人之间的买卖合同成立并生效。与此同时，发行人与上游供应商之间就下游买家已选定的标的商品的买卖合同会同步成立并生效。上游供应商与发行人之间以及发行人与下游买家之间属于背靠背的商品买卖关系。对该业务中的商品，发行人不能自主决定商品销售的对象，在向客户转让商品前无法主导商品的用途，不拥有对商品的控制权。

因此在现货交易、产能预售业务中，发行人向客户转让商品前并不拥有对该商品的控制权。发行人从事前述交易时的身份是代理人，采用净额法确认收入符合企业会计准则的规定。

（二）结合发行人现货交易与上海钢联一般寄售的业务模式、相关方责任义务的划分等，补充说明收入确认方法及毛利率存在差异的原因及合理性，发行人收入确认方法的合规性、毛利率水平的合理性

#### 1、发行人现货交易与上海钢联一般寄售的业务模式、相关方责任义务的划分情况对比

上海钢联的一般寄售业务通过控股子公司钢银电商（835092.NQ）平台开展。

根据钢银电商（835092.NQ）公开披露的《关于上海钢银电子商务股份有限公司精选层挂牌申请文件审查问询函的回复》，上海钢联 2019 年及以前的一般寄售业务的业务模式、相关方责任义务的划分等与发行人现货交易业务对比情况如下：

| 项目                     | 欧冶云商——现货交易（净额法）                                                                                                                                                              | 上海钢联——一般寄售（总额法）                                                                                                                                                                                                                | 主要区别                                                          |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 业务模式                   | <p>现货交易的交易标的主要为钢材现货，</p> <p>（1）供应商将钢材现货资源上传至综合平台，平台上的买家通过综合平台下单购买，公司与买家生成销售合同，并同步与上游供应商生成采购合同；</p> <p>（2）买家将全款支付到公司账户后，公司立即将该笔价款转付给钢材供应商，同时货权完成由供应商至公司再至下游买方的转移，实现货物的销售。</p> | <p>下游客户通过钢银电商平台选定商品后，向公司下单并支付货款，上海钢联继而通过钢银平台向上游生产商或钢贸商付款购入该商品，在确认上游供应商向仓库出具放货通知单后，钢银电商向下游客户及仓库开具放货通知单以供下游客户提货。在交易过程中，钢银电商与上下游客户分别订立采购与销售合同。</p>                                                                                | <p>双方均与上下游签署合同，基于公开披露信息无明显差异。</p>                             |
| 收入确认方式                 | 净额法                                                                                                                                                                          | 总额法                                                                                                                                                                                                                            | <p>发行人：净额法</p> <p>上海钢联：总额法</p>                                |
| 主要责任                   | <p>发行人向上游供应商承担支付货物价款的责任，向下游买家承担按时交付货物的责任。发行人在货物毁损、无法按期/足额交付货物或支付货款、下游买家或供应商违约等情况下，协助协调处理买家和卖家之间的纠纷，发行人相应责任的履行有待于第三方买家或供应商先行向发行人承担违约责任，发行人不实质承担相应责任风险。</p>                    | <p>一般寄售交易业务中钢银电商分别同供应商和客户签署交易合同，向下游客户转移货权前，由钢银电商承担货物的数量、质量、交货等风险。如果发生了采购合同无法履约导致对下游客户无法交货的情况，钢银电商仍需作为首要义务人对下游客户进行赔偿，负有向下游客户销售商品或提供服务的首要责任。</p>                                                                                 | <p>发行人：承担居间责任</p> <p>上海钢联：作为首要义务人，承担首要责任</p>                  |
| 是否承担了商品或服务所有权上的主要风险和报酬 | <p>在买家向发行人全额支付商品价款后，货物所有权应当由卖家转移至发行人，同时发行人自动通过指示交付方式将货物所有权由发行人立即转移至买家。商品货物所有权转移的，商品毁损灭失的风险一并转移，发行人不承担商品毁损灭失的风险。</p>                                                          | <p>A、商品价格变动风险。钢银电商采购和销售价格分别与上下游约定完成，在实际业务中，尽量规避商品价格变动风险。B、滞销积压风险。业务模式主要为以销定采，基本不存在滞销积压风险。C、产品数量、质量风险。交易过程中若出现产品数量、质量等违约问题，钢银电商需向客户承担首要赔偿责任，该赔付与上游供应商向钢银电商的赔付不存在因果关系，因此钢银电商承担产品数量、质量风险。D、产品损毁灭失风险。产品在交予下游客户前损毁灭失，风险由钢银电商承担。</p> | <p>发行人：无存货所有权，不承担毁损灭失的风险</p> <p>上海钢联：承担了商品或服务所有权上的主要风险和报酬</p> |

|                        |                                                                                                                     |                                                                                                                             |                                                          |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 是否有权自主定价、能够改变所提供的商品和服务 | 发行人不享有商品的选择权和定价权，不参与钢材产品的定价，只确定相关服务费的价格。                                                                            | 一般寄售交易业务中，钢银电商依据与上游供应商和下游客户约定的价格提供商品或服务，企业有权自主决定服务费。客户下订单时已明确产品信息（包括钢材的型号、重量、生产厂商、仓库信息等），钢银电商无法改变所提供的商品。                    | <b>发行人：</b> 无钢材产品定价权，有权自主决定服务费<br><b>上海钢联：</b> 有权自主决定服务费 |
| 是否有权自主选择供应商及客户         | 发行人签署的两端业务合同为背靠背合同，发行人为客户和供应商搭建交易平台，在交易中不涉及选择具体客户或供应商。                                                              | 一般寄售交易业务中，供应商需在钢银电商审批合格供应商范围内，钢银电商在选择供应商以履行合同方面具有一定程度的自主性。由于平台必须分别对上下游履约并承担相应风险，因此平台有权选择或拒绝供应商、客户，以保证平台利益。钢银电商有权自主选择供应商和客户。 | <b>发行人：</b> 不涉及选择具体客户或供应商<br><b>上海钢联：</b> 有权自主选择供应商和客户   |
| 是否承担了主要信用风险            | 买家将全款支付到发行人账户后，发行人即将该笔价款转付给钢材供应商，同时货权完成由供应商至发行人再至下游买方的转移，实现货物的销售。发行人仅有义务将违约方支付的违约金，按照同等金额支付给另一方。因此发行人不承担买家/卖家的信用风险。 | 一般寄售交易业务中，钢银电商向供应商全额预付货款，随后供应商发货，同时钢银电商向下游客户全额预收货款后再向客户交货。因此钢银电商不承担下游客户的信用风险，但承担上游供应商的信用风险。                                 | <b>发行人：</b> 不承担上下游的信用风险<br><b>上海钢联：</b> 承担上游供应商的信用风险     |

根据上海钢联 2020 年年报披露，上海钢联结合新收入准则的执行对寄售交易业务模式进行梳理优化后，从 2020 年起将一般寄售业务按净额法确认收入。优化后的上海钢联一般寄售业务的业务模式、相关方责任义务的划分等信息没有具体公开披露，故未按上文形式与发行人现货交易业务进行对比。

## 2、收入确认方法及毛利率存在差异的原因及合理性，发行人收入确认方法的合规性、毛利率水平的合理性

### （1）发行人现货交易与上海钢联一般寄售的收入确认方法差异及合理性

发行人现货交易与上海钢联一般寄售的收入确认方法比较情况如下：

| 项目              | 收入确认方法    |
|-----------------|-----------|
| 发行人——现货交易       | 报告期内均为净额法 |
| 上海钢联——一般寄售业务（注） | 报告期内均为净额法 |

注：根据上海钢联 2020 年年报，上海钢联自 2020 年 1 月 1 日起将一般寄售交易业务调整为按净额法确认收入。

如上表，发行人在报告期内对现货交易业务均采用净额法确认收入，根据上海钢联 2020 年年报，“上海钢联自 2020 年 1 月 1 日起执行《企业会计准则第 14 号——收入》（以下简称“新收入准则”），同时结合新收入准则的执行，公司自 2020 年 1 月 1 日起全面梳理寄售交易业务模式，优化调整寄售交易业务模式中一般寄售交易业务，重新约定业务交易双方的权利义务，强化服务属性，明确服务商定位与监督职责等。优化调整后的一般寄售交易业务模式及相应的合同条款进一步降低了公司在交易过程中的责任，公司不再承担向客户转让商品的主要责任。根据新收入准则下总额法和净额法的判断标准，公司将一般寄售交易业务调整为按净额法确认收入。”

报告期内，发行人现货交易始终采用净额法确认收入，与上海钢联自 2020 年 1 月 1 日调整后的一般寄售业务收入确认方式一致。此外，发行人现货交易业务不存在实质承担质量或违约风险的义务及风险，发行人向客户转让商品前并不拥有对该商品的控制权。发行人从事前述交易时的身份是代理人，采用净额法确认收入符合企业会计准则的规定，具体分析详见本题之“（一）从合同条款约定及业务实践角度，补充说明现货交易、产能预售中，发行人作为合同相对人，是否存在承担质量或违约风险的义务及风险，如是，请进一步说明采用净额法确认收入的合规性”的相关回复内容。

### （2）发行人现货交易与上海钢联一般寄售的毛利率差异及合理性

上海钢联未在公开信息中披露其一般寄售业务的毛利率，而仅对寄售交易服务（包括一般寄售业务和自营寄售业务）的毛利率数据进行披露。报告期内，发行人现货交易与上海钢联寄售交易服务的毛利率情况如下表列示：

| 项目 | 2023 年 1-6 月 | 2022 年 | 2021 年 | 2020 年 |
|----|--------------|--------|--------|--------|
|----|--------------|--------|--------|--------|

|              |               |        |        |        |
|--------------|---------------|--------|--------|--------|
| 发行人——现货交易    | <b>83.38%</b> | 71.42% | 83.90% | 97.07% |
| 上海钢联——寄售交易服务 | <b>14.00%</b> | 6.69%  | 5.39%  | 4.88%  |

注：上海钢联的寄售交易服务业务的数据来源于公司年报。

上海钢联披露的寄售业务中除一般寄售业务采用净额法进行收入确认外，自营寄售业务适用总额法进行收入确认。因此发行人现货交易与上海钢联寄售交易业务的毛利率存在较大差异，缺乏可比性。

发行人现货交易按照服务费确认收入，主要成本为按欧冶云商综合平台上所有业务总交易吨数平均分摊到各个业务中的平台运维费用，因此毛利率较高。

综上，发行人收入确认方法符合企业会计准则的相关规定，现货交易毛利率与业务实质相符，处于合理水平。

（三）结合统购分销业务中货物从采购到销售的实际间隔时长、合同中跌价预警机制及实践处理等，补充说明发行人是否实际承担存货价格的波动风险，采用总额法确认收入的合规性，与上海钢联“帮你采”业务收入确认方法是否存在差异；结合产能预售和统购分销业务实质，说明采用不同收入确认方法的合理性

### 1、统购分销业务中货物从采购到销售的实际间隔时长、合同中跌价预警机制及实践处理等

统购分销业务中已有订单货物从采购到销售的实际间隔时长在 60 天内，无订单货物基于地区、市场价格等原因采购销售周期存在波动，一般在 80~90 天。

产能预售和统购分销业务中发行人与下游客户在合同中约定，当平台所指定的第三方交易品种市场价格统计机构公布的交易品种市场价格，较买卖合同成交价格下跌幅度达到合同规定的跌价预警幅度（一般为 5%或 10%）时，平台向下游客户发出关于合同项下支付义务提前到期的通知，客户应当按照通知中规定的时限内提前足额支付剩余价款和其他应付未付费用。若买家未在规定的时限内足额支付相应款项的，即构成重大违约，平台有权解除合同，没收客户缴纳的保证金和履约保证金。

在执行过程中，发行人会对库存的合同价格与第三方可比品种的市场价格进行跟踪比对，当库存的合同价格相比市场价格的跌幅超过合同约定幅度时，发行人会基于后期市场预期、用户履约能力等因素综合评估后，与用户协商并催促其尽快付款提货，并依据与用户的沟通情况，判断是否向用户发出提前履约告知函，若用户拒不履约的，

发行人有权解除合同并没收定金。报告期内发生过几次由于钢材市场大幅度下跌触发批量跌价预警的情况，但实际并未发生过违约处置，详情参见本回复意见之“第 9 题、关于存货跌价准备”之“一、发行人说明”之“（二）结合相关存货期后销售及下游客户违约弃单、补足跌价的情况”，进一步说明总体不存在跌价风险不计提跌价准备的合理性，是否符合会计准则的相关规定”之“1、相关存货期后销售及下游客户违约弃单、补足跌价的情况”。

## **2、补充说明发行人是否实际承担存货价格的波动风险，采用总额法确认收入的合规性，与上海钢联“帮你采”业务收入确认方法是否存在差异**

（1）发行人统购分销业务承担存货价格波动风险，采用总额法确认收入符合企业会计准则的相关规定

统购分销业务中，发行人作为主要责任人，拥有存货所有权和控制权，承担存货毁损灭失风险，并承担存货价格波动风险。对于已有订单去向的存货，即使部分与销售端签订了锁定销售价格合同，虽然发行人根据行业惯例于合同中约定了跌价预警机制，但在下游客户发生违约弃单等极端情况下，发行人依然承担了存货价格的波动风险。

根据财政部 2020 年 12 月发布的《收入准则应用案例 11——主要责任人和代理人的判断》，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。在统购分销业务中，发行人在向客户转让商品前可自主决定商品的用途，拥有对该商品的控制权，因此是该业务的主要责任人，采用总额法确认收入。

综上，发行人在统购分销业务中实际承担存货价格的波动风险，采用总额法确认收入符合企业会计准则规定要求。

（2）发行人统购分销业务与上海钢联“帮你采”业务收入确认方法不存在差异

根据《关于上海钢银电子商务股份有限公司精选层挂牌申请文件审查问询函的回复》中的描述“帮你采中，钢银电商分别同供应商和客户签署交易合同，……在款项付清前货权属于钢银电商……”，上海钢联“帮你采”业务采用总额法确认收入，上海钢联 2020 年年度报告中新收入准则会计政策变更的相关披露中未提及“帮你采”业务收入确认方式变更，故上海钢联“帮你采”业务和发行人统购分销业务收入确认方式

均为总额法，从公开披露信息来看，双方不存在明显差异。

### **3、产能预售和统购分销采用不同收入确认方法与两项业务的开展模式相关，符合企业会计准则的相关规定，具有合理性**

根据财政部 2020 年 12 月发布的《收入准则应用案例 11——主要责任人和代理人的判断》，企业应当根据其在向客户转让商品前是否拥有对该商品的控制权，来判断其从事交易时的身份是主要责任人还是代理人。

在产能预售业务中，发行人与下游买家签订销售合同和与上游供应商签订采购合同是背靠背的买卖合同关系，发行人在取得货物所有权的同时将货物所有权转移至买家，在向下游买家转让商品前对商品的控制权是暂时的。发行人在商品转移给下游客户之前，无法自主改变商品的用途，也不能自主决定商品销售的对象，没有获得对商品的控制权，在该业务中的身份是代理人，因此按照净额法确认收入。

在统购分销业务中，发行人基于对钢厂生产及销售需求的理解，并结合对下游买方需求以及市场行情的预判，先行向供方购买钢材产品，后续再通过平台向下游买家进行销售。发行人能够主导商品的使用，自主决定商品的出售、调配或下架，并从中获得其几乎全部的经济利益，拥有对该商品的控制权，在该业务中的身份是主要责任人，因此按照总额法确认收入。

综上所述，发行人产能预售业务和统购分销业务的收入确认方法与业务实质相符，满足企业会计准则规定的相关规定，具有合理性。

## **二、中介机构核查情况**

### **（一）核查程序**

申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人的平台交易规则，从合同文本角度了解发行人是否有承担质量或违约风险的义务；通过公开渠道对发行人现货交易、产能预售业务实际涉及的投诉、举报、处罚、诉讼或仲裁情况进行核查；

2、查阅公开披露信息中上海钢联对一般寄售业务模式的阐述，对比发行人现货交易业务与上海钢联一般寄售的业务模式、相关方责任义务的划分情况，分析发行人现货交易业务收入确认方式合理性；查阅上海钢联年度报告等公开披露文件中寄售业务

毛利率的信息，对比分析与发行人现货交易业务的毛利率差异；

3、访谈发行人相关部门负责人，了解统购分销业务中货物从采购到销售的实际间隔时长、合同中跌价预警机制及实践处理，结合实际分析发行人对存货价格的波动风险的承担情况；查阅上海钢联公开披露信息中对“帮你采”业务的收入确认方式，对比与发行人统购分销业务收入确认方式的差异；根据《企业会计准则》并结合《收入准则应用案例》和业务实质分析发行人产能预售业务和统购分销业务采用不同收入确认方法的合理性。

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、结合发行人现货交易和产能预售的合同条款约定及业务实践情况，发行人在现货交易和产能预售业务中不存在实质承担质量或违约风险的义务及风险的情况。发行人向客户转让商品前并不拥有对该商品的控制权，交易时的身份是代理人，采用净额法确认收入符合企业会计准则的规定。

2、发行人现货交易的收入确认方法与上海钢联自 2020 年 1 月 1 日调整后的一般寄售的收入确认方式均为净额法，无明显差异。发行人从事现货交易的身份是代理人，采用净额法确认收入符合企业会计准则的规定。上海钢联未在公开信息中披露其一般寄售业务的毛利率，发行人现货交易的毛利益高于上海钢联的寄售交易服务，主要系上海钢联的寄售交易服务除了一般寄售业务，还包含以总额法确认的自营寄售业务，因此缺乏可比性。发行人现货交易毛利率与业务实质相符，处于合理水平。

3、发行人统购分销业务承担存货价格波动风险，采用总额法确认收入符合企业会计准则的相关规定。发行人统购分销业务与上海钢联“帮你采”业务收入确认方式均为总额法，从公开披露信息来看，双方不存在明显差异。发行人产能预售业务和统购分销业务的收入确认方法与业务实质相符，满足企业会计准则规定的相关规定，具有合理性。

## **第 7 题、关于收入及主要客户**

根据审核问询回复：

（1）报告期各期，发行人对前五大客户宝武集团的加工及配送业务毛利率明显

高于平均水平及其他客户，产能预售业务单价明显高于平均水平及其他客户。

(2) 发行人对陕西青兰实业有限公司、西安强铁商贸有限公司的统购分销业务毛利率为负。

(3) 报告期各期，发行人产能预售前五大客户的单价存在较大差异主要系下游客户支付的票据到期日不同所致。

(4) 报告期内，产能预售的单价分别为 13.81 元/吨、16.79 元/吨和 22.18 元/吨，呈逐年增长趋势，而产能预售的服务费率分别为已聚集交易流量的品类 10 元/吨，尚未聚集交易流量的品类 3 元/吨。产能预售业务的实际单价与标准单价存在较大差异的原因主要系发行人向上游供应商支付货款及下游买家向发行人支付货款的方式不同所致。

请发行人补充说明：

(1) 宝武集团加工及配送业务毛利率、产能预售业务单价明显高于平均水平及其他客户的原因及合理性，相关交易的公允性。

(2) 发行人对陕西青兰实业有限公司、西安强铁商贸有限公司的统购分销业务毛利率为负的原因及合理性，毛利率为负的情况下相关交易的必要性。

(3) 产能预售价格的影响因素及定价依据，产能预售单价与服务费率差异较大的原因及合理性，相关业务的销量与营业收入的匹配性；结合相关因素进一步解释前五大客户单价存在较大差异的原因及合理性，相关交易的公允性。

请保荐人、会计师发表明确意见，并补充说明核查情况。

回复：

#### 一、发行人说明

(一) 宝武集团加工及配送业务毛利率、产能预售业务单价明显高于平均水平及其他客户的原因及合理性，相关交易的公允性

1、中国宝武加工及配送业务毛利率明显高于平均水平及其他客户的原因及合理性

报告期内，发行人加工及配送业务前五大客户的单价和毛利率情况如下：

单位：元/吨

| 2023 年 1-6 月     |           |        |
|------------------|-----------|--------|
| 客户名称             | 单价        | 毛利率    |
| 金宝国际投资有限公司（合并）   | 5,989.86  | 4.20%  |
| 美的集团股份有限公司（合并）   | 11,978.43 | 6.37%  |
| 广东坚朗五金制品股份有限公司   | 15,237.10 | 2.10%  |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并） | 366.30    | 7.67%  |
| 广东星星制冷设备有限公司     | 10,213.01 | 2.71%  |
| 2022 年度          |           |        |
| 客户名称             | 单价        | 毛利率    |
| 美的集团股份有限公司（合并）   | 10,462.26 | 6.47%  |
| 金宝国际投资有限公司（合并）   | 6,606.38  | 3.92%  |
| 南京乐金熊猫电器有限公司     | 8,678.76  | 9.00%  |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并） | 165.56    | 4.76%  |
| 广东坚朗五金制品股份有限公司   | 16,980.57 | 1.33%  |
| 2021 年度          |           |        |
| 客户名称             | 单价        | 毛利率    |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并） | 536.96    | 13.61% |
| 美的集团股份有限公司（合并）   | 14,945.46 | 13.62% |
| 广东格兰仕集团有限公司（合并）  | 11,212.75 | 6.86%  |
| BSH 家用电器有限公司（合并） | 18,348.57 | 19.34% |
| 浙江银轮机械股份有限公司     | 14,661.97 | 3.13%  |
| 2020 年度          |           |        |
| 客户名称             | 单价        | 毛利率    |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并） | 700.63    | 27.98% |
| 广东格兰仕集团有限公司（合并）  | 7,158.37  | 5.11%  |
| 美的集团股份有限公司（合并）   | 15,475.63 | 13.93% |
| BSH 家用电器有限公司（合并） | 15,817.82 | 15.96% |
| 浙江银轮机械股份有限公司     | 13,004.97 | 3.41%  |

2021 年和 2020 年，发行人与中国宝武及其下属公司的加工及配送业务相比其他前五大客户单价较低、毛利率较高的原因主要系该项业务中来料加工业务的收入占比较高，而其他前五大客户主要以非来料加工业务为主。相比非来料加工业务，来料加工业务主要收取服务费用，使得销售价格偏低，毛利率偏高。2022 年度，发行人来料

加工业务毛利率也下降明显主要系特殊时期内下游需求下降导致毛利下降。**2023 年上半年**，发行人与中国宝武及其下属子公司的来料加工业务毛利率回升较为明显。发行人来料加工及非来料加工业务的毛利率的具体情况如下：

单位：万元

| 2023 年 1-6 月 |          |          |        |
|--------------|----------|----------|--------|
| 项目           | 收入       | 毛利       | 毛利率    |
| 来料加工业务       | 3,794.74 | 357.02   | 9.41%  |
| 非来料加工业务      | 1,712.46 | 50.64    | 2.96%  |
| 合计           | 5,507.20 | 407.67   | 7.40%  |
| 2022 年度      |          |          |        |
| 项目           | 收入       | 毛利       | 毛利率    |
| 来料加工业务       | 3,866.92 | 157.78   | 4.08%  |
| 非来料加工业务      | 2,698.40 | 153.14   | 5.68%  |
| 合计           | 6,565.32 | 310.92   | 4.74%  |
| 2021 年度      |          |          |        |
| 项目           | 收入       | 毛利       | 毛利率    |
| 来料加工业务       | 4,977.98 | 851.54   | 17.11% |
| 非来料加工业务      | 4,389.22 | 423.12   | 9.64%  |
| 合计           | 9,367.20 | 1,274.66 | 13.61% |
| 2020 年度      |          |          |        |
| 项目           | 收入       | 毛利       | 毛利率    |
| 来料加工         | 3,734.97 | 1,459.81 | 39.08% |
| 非来料加工业务      | 3,000.69 | 424.79   | 14.16% |
| 合计           | 6,735.66 | 1,884.60 | 27.98% |

注 1：2021 年度，发行人来料加工业务毛利率大幅下降主要系：（1）受下游大客户对于成本控制要求的影响，毛利率有所下降；（2）新增部分业务的毛利率相对较低，导致该类业务整体毛利率下降

中国宝武及其下属公司的非来料加工业务的毛利率与其他前五大客户大致相仿，存在差异主要系中国宝武及其下属公司的下游客户主要为高端汽车、家电等制造型企业，对不锈钢加工工艺、加工质量、售后服务要求比较高，因此中国宝武及其下属公司的非来料加工毛利率略高。

## 2、中国宝武产能预售业务单价明显高于平均水平及其他客户的原因及合理性

报告期内，发行人产能预售主要客户的单价情况如下：

单位：元/吨

| 2023 年 1-6 月           |       |        |
|------------------------|-------|--------|
| 客户名称                   | 单价    | 毛利率    |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司         | 26.40 | 96.19% |
| 茂名市南方建材经销部             | 9.07  | 88.90% |
| 江苏辰欧供应链有限公司            | 14.97 | 93.28% |
| 茂名市骏扬建材贸易有限公司          | 5.57  | 81.92% |
| 上海海衡实业有限公司             | 19.44 | 94.82% |
| 2022 年度                |       |        |
| 客户名称                   | 单价    | 毛利率    |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司         | 30.30 | 94.64% |
| 茂名市南方建材经销部             | 22.93 | 92.91% |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并）       | 17.79 | 90.87% |
| 佛山市顺德区乐从镇凯发贸易有限公司      | 22.17 | 92.67% |
| 广东德信模钢实业有限公司           | 18.56 | 91.25% |
| 2021 年度                |       |        |
| 客户名称                   | 单价    | 毛利率    |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并）       | 46.08 | 98.45% |
| 杭州钢铁集团有限公司             | 34.09 | 97.91% |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司         | 40.33 | 98.23% |
| 茂名市南方建材经销部             | 28.34 | 97.48% |
| 上海钢红贸易有限公司             | 63.41 | 98.87% |
| 2020 年度                |       |        |
| 客户名称                   | 单价    | 毛利率    |
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并）       | 22.09 | 98.64% |
| 宁波君知贸易有限公司             | 23.23 | 98.71% |
| 凯德嘉瑞供应链服务有限公司          | 35.81 | 99.16% |
| 娄底市清泉贸易有限公司、湖南万泉贸易有限公司 | 23.38 | 98.71% |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司         | 13.91 | 97.84% |

报告期内，发行人对于中国宝武和对于其他客户的销售定价政策不存在差异。发行人向各个客户产能预售的单价差异主要是由于发行人向上下游采购和销售的支付结算方式不同所致。

2023 年上半年，中国宝武及其下属子公司与发行人开展的产能预售规模较小，非产能预售业务的前五大客户。2022 年，发行人与中国宝武及其下属公司产能预售的单

价未出现明显超过其他客户的情况。2021 年，在发行人与中国宝武及其下属公司开展业务的过程中，发行人向上游钢厂以现款全额支付货款从而获得一定的采购价格折扣优惠，使得实际采购价格较原先基准采购价格有所下降，由此拉高单价。2020 年，发行人向中国宝武及其下属公司的产能预售销售价格并未出现明显高于其他产能预售前五大客户的情况。

**（二）发行人对陕西青兰实业有限公司、西安强铁商贸有限公司的统购分销业务毛利率为负的原因及合理性，毛利率为负的情况下相关交易的必要性**

2023 年上半年，发行人未与陕西青兰实业有限公司、西安强铁商贸有限公司发生统购分销业务交易。2021 年和 2020 年，发行人前五大客户西安强铁商贸有限公司、陕西青兰实业有限公司的毛利率为负，主要原因系：发行人依据上游钢厂的结算政策，向其支付免息银行承兑汇票，而下游买家向发行人支付现款。由于下游买家采用现款结算，发行人给予买家一定的销售价格折扣，导致发行人销售价格低于采购价格，使得该等客户的销售毛利为负。具体情况如下：

单位：元/吨

| 2022 年度    |          |          |            |       |
|------------|----------|----------|------------|-------|
| 客户名称       | 采购价格     | 销售价格     | 还原折扣后的销售价格 | 模拟毛利率 |
| 西安强铁商贸有限公司 | 4,089.28 | 4,022.81 | 4,110.96   | 0.53% |
| 陕西青兰实业有限公司 | 3,795.19 | 3,764.13 | 3,807.07   | 0.31% |
| 合计         | 3,975.80 | 3,923.00 | 3,993.70   | 0.45% |
| 2021 年度    |          |          |            |       |
| 客户名称       | 采购价格     | 销售价格     | 还原折扣后的销售价格 | 模拟毛利率 |
| 西安强铁商贸有限公司 | 4,645.27 | 4,632.72 | 4,682.49   | 0.80% |
| 陕西青兰实业有限公司 | 4,636.62 | 4,620.08 | 4,666.34   | 0.64% |
| 合计         | 4,641.32 | 4,626.86 | 4,675.00   | 0.73% |
| 2020 年度    |          |          |            |       |
| 客户名称       | 采购价格     | 销售价格     | 还原折扣后的销售价格 | 模拟毛利率 |
| 西安强铁商贸有限公司 | 3,310.86 | 3,302.92 | 3,329.07   | 0.55% |
| 陕西青兰实业有限公司 | 3,307.42 | 3,307.18 | 3,343.96   | 1.11% |
| 合计         | 3,309.10 | 3,305.05 | 3,336.55   | 0.83% |

综上，在还原销售折扣因素造成的影响后，发行人对上述两大客户的销售毛利率为正。

（三）产能预售价格的影响因素及定价依据，产能预售单价与服务费率差异较大的原因及合理性，相关业务的销量与营业收入的匹配性；结合相关因素进一步解释前五大客户单价存在较大差异的原因及合理性，相关交易的公允性

1、产能预售价格的影响因素及定价依据，产能预售单价与服务费率差异较大的原因及合理性，相关业务的销量与营业收入的匹配性

影响发行人产能预售服务价格的主要因素为产能预售标准服务费率和上下游的支付结算方式。造成产能预售价格与标准服务费率相差较大的主要原因是发行人与上游钢厂和下游买家的支付结算方式不同所致。由于产能预售采用净额法确认收入，因此票据结算方式会对产能预售的单价造成较大影响。同时，报告期内钢材价格的变动进一步放大了产能预售业务由于支付结算方式产生的单价差异。

报告期内，发行人产能预售业务的营业收入和销量的情况如下：

单位：万元、元/吨

| 项目   | 2023 年 1-6 月 |        |      | 2022 年度  |        |       |
|------|--------------|--------|------|----------|--------|-------|
|      | 销售收入         | 销售量    | 单价   | 销售收入     | 销售量    | 单价    |
| 产能预售 | 705.45       | 130.10 | 5.42 | 3,094.13 | 257.28 | 12.03 |

（续）

| 项目   | 2021 年度  |        |       | 2020 年度  |        |       |
|------|----------|--------|-------|----------|--------|-------|
|      | 销售收入     | 销售量    | 单价    | 销售收入     | 销售量    | 单价    |
| 产能预售 | 8,037.00 | 362.41 | 22.18 | 9,514.13 | 566.56 | 16.79 |

报告期各期，发行人产能预售业务的销量与营业收入的变动趋势整体保持一致，单价的变动主要系由发行人与上下游支付方式的差异所致。

2、结合相关因素进一步解释前五大客户单价存在较大差异的原因及合理性，相关交易的公允性。

发行人产能预售前五大客户单价存在较大差异的原因主要系产能预售价格主要受到发行人与上下游结算方式存在差异的影响，具体情况如下：

单位：元/吨

| 2023 年 1-6 月 |      |      |    |              |
|--------------|------|------|----|--------------|
| 客户名称         | 采购价格 | 销售价格 | 单价 | 支付方式对单价造成的影响 |

|                |          |          |       |                                                                                                                              |
|----------------|----------|----------|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司 | 3,847.17 | 3,873.57 | 26.40 | 下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得单价高于标准费率                                                                                                   |
| 茂名市南方建材经销部     | 3,521.30 | 3,530.36 | 9.07  | 发行人与该客户开展交易的钢材品种主要为“尚未聚集交易流量的品类”,该等产品的标准费率为3元/吨。该客户对应上游钢厂采用按年度结算服务费的方式向发行人支付产能预售费用,该等费用在该客户的合同中集中体现,使得单价高于标准费率               |
| 江苏辰欧供应链有限公司    | 3,651.73 | 3,666.70 | 14.97 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款,钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣,使得采购价格下降,同时下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得销售价格上升,导致单价高于标准费率                                           |
| 茂名市骏扬建材贸易有限公司  | 3,639.64 | 3,645.20 | 5.57  | 发行人与该客户开展交易的钢材品种主要为“尚未聚集交易流量的品类”,该等产品的标准费率为3元/吨。销售价格较标准费率略高主要系该客户对应上游钢厂采用按年度结算服务费的方式向发行人支付产能预售费用,该等费用在该客户的合同中集中体现,使得单价高于标准费率 |
| 上海海衡实业有限公司     | 3,904.66 | 3,925.96 | 19.44 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款,钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣,使得采购价格下降,同时下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得销售价格上升,导致单价高于标准费率                                           |

2022 年度

| 客户名称              | 采购价格     | 销售价格     | 单价    | 支付方式对单价造成的影响                                                                       |
|-------------------|----------|----------|-------|------------------------------------------------------------------------------------|
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司    | 4,095.82 | 4,126.12 | 30.30 | 下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得单价高于标准费率                                                         |
| 茂名市南方建材经销部        | 4,066.37 | 4,089.30 | 22.93 | 该客户对应上游钢厂采用按年度结算服务费的方式向发行人支付产能预售费用,该等费用在该客户的合同中集中体现,使得单价高于标准费率                     |
| 中国宝武钢铁集团有限公司(合并)  | 3,950.61 | 3,968.40 | 17.79 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款,钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣,使得采购价格下降,同时下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得销售价格上升,导致单价高于标准费率 |
| 佛山市顺德区乐从镇凯发贸易有限公司 | 4,129.10 | 4,151.27 | 22.17 | 该客户对应上游钢厂采用按年度结算服务费的方式向发行人支付产能预售费用,该等费用在该客户的合同中集中体现,使得单价高于标准费率                     |
| 广东德信模钢实业有限公司      | 4,094.86 | 4,113.42 | 18.56 | 下游买家以银行承兑汇票进行支付,使得单价高于标准费率                                                         |

2021 年度

| 客户名称    | 采购价格     | 销售价格     | 单价    | 支付方式对单价造成的影响       |
|---------|----------|----------|-------|--------------------|
| 中国宝武钢铁集 | 4,569.00 | 4,615.08 | 46.08 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款,钢厂 |

|                |          |          |       |                                                                          |
|----------------|----------|----------|-------|--------------------------------------------------------------------------|
| 团有限公司（合并）      |          |          |       | 依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降，单价高于标准费率                                      |
| 杭州钢铁集团有限公司     | 4,770.41 | 4,804.51 | 34.09 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降，单价高于标准费率                    |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司 | 4,779.02 | 4,819.35 | 40.33 | 下游买家以银行承兑汇票进行支付，使得单价高于标准费率                                               |
| 茂名市南方建材经销部     | 4,463.83 | 4,492.17 | 28.34 | 该客户对应上游钢厂采用按年度结算服务费的方式向发行人支付产能预售费用，该等费用在该客户的合同中集中体现，使得单价高于标准费率           |
| 上海钢红贸易有限公司     | 4,979.37 | 5,042.78 | 63.41 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降；此外，发行人向下游买家收取滞纳金，使得单价高于标准费率 |

#### 2020 年度

| 客户名称                   | 采购价格     | 销售价格     | 单价    | 支付方式对单价造成的影响                                                             |
|------------------------|----------|----------|-------|--------------------------------------------------------------------------|
| 中国宝武钢铁集团有限公司（合并）       | 3,391.53 | 3,413.62 | 22.09 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降，单价高于标准费率                    |
| 宁波君知贸易有限公司             | 3,464.88 | 3,488.11 | 23.23 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降，单价高于标准费率                    |
| 凯德嘉瑞供应链服务有限公司          | 3,549.05 | 3,584.86 | 35.81 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降；此外，发行人向下游买家收取滞纳金，使得单价高于标准费率 |
| 娄底市清泉贸易有限公司、湖南万泉贸易有限公司 | 3,407.68 | 3,431.06 | 23.38 | 发行人向钢厂以现款全额支付货款，钢厂依据政策给予发行人一定采购价格折扣，使得采购价格下降，单价高于标准费率                    |
| 佛山市顺德区悦航贸易有限公司         | 3,505.96 | 3,519.87 | 13.91 | 下游买家以银行承兑汇票进行支付，使得单价高于标准费率                                               |

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅发行人加工及配送业务前五大客户的销售明细，获取客户的单价、毛利率和信用期；对发行人加工及配送业务的相关人员进行访谈，了解发行人在该业务中与中国宝武的交易的具体情况；获取发行人来料加工和非来料加工的销售明细；分析中国宝武加工及配送业务毛利率、产能预售业务单价高于平均水平及其他客户的原因及合理性，相关交易的公允性；获取并查阅发行人对客户的销售定价政策；访谈相关人员，了解发行人对于上下游的支付结算方式，分析中国宝武产能预售业务单价明显高

于平均水平及其他客户的原因及合理性；

2、获取西安强铁商贸有限公司和陕西青兰实业有限公司的基本情况；获取发行人和两大客户在统购分销业务的采购、销售明细；访谈发行人统购分销业务的相关人员，了解发行人的结算政策，查看并重新计算还原发行人给予下游客户的销售折扣后的模拟毛利率，分析发行人对两大客户的统购分销业务毛利率为负的原因及合理性；

3、对发行人产能预售业务的相关人员进行访谈，了解产能预售的定价依据，分析产能预售价格的影响因素；获取并查阅产能预售业务的服务费率的明细，与产能预售单价进行对比，结合产能预售价格的影响因素，分析产能预售单价与服务费率差异较大的原因及合理性；获取产能预售相关业务的销量明细，分析其与营业收入的匹配性；获取并查阅发行人对产能预售业务前五大客户的采购和销售明细，计算各类因素对单价造成的影响，分析前五大客户单价存在较大差异的原因及合理性，相关交易的公允性。

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、发行人加工及配送业务中来料加工业务的收入占比较高，因此与中国宝武在该业务中的单价较低、毛利率较高。中国宝武下游客户对不锈钢加工工艺、加工质量、售后服务要求比较高，因此收费较高，业务毛利率较高。发行人与中国宝武的相关交易公允。

2、陕西青兰实业有限公司和西安强铁商贸有限公司毛利率为负主要系发行人依据上游钢厂的结算政策支付免息银行承兑汇票，而下游客户向发行人支付现款，发行人给予下游客户一定的销售折扣，使得销售价格低于采购价格。在销售折扣的影响后，发行人对上述两大客户的销售毛利率为正，因此发行人与两大客户的交易具有合理性和必要性。

3、影响发行人产能预售服务价格的主要因素有产能预售标准服务费率和上下游的支付结算方式。其中，造成产能预售价格与标准服务费率相差较大的主要原因是发行人与上游钢厂和下游买家的支付结算方式不同所致。发行人对产能预售前五大客户的定价政策不存在明显差异，相关交易公允。

## 第8题、关于预付账款

报告期各期末，发行人现货交易预付款金额分别为 18.44 亿元、11.59 亿元和 12.62 亿元，主要是因为年末时客户未完成提货导致；但不存在现货交易预收款金额。产能预售和统购分销预付款金额分别为 71.6 亿元、63.61 亿元和 52.45 亿元，要为向上游供应商预付的钢材采购款。

请发行人：

（1）结合现货交易业务模式，说明期末存在下游客户未提货导致预付款的合理性，存在预付却没有预收的原因，该业务下的会计处理是否准确。

（2）结合产能预售和统购分销业务模式、价格下跌下游客户的违约弃单或实际补足跌价额的情形等，补充说明大额预付的减值风险及业务风险，并做风险提示。

请保荐人、申报会计师发表明确意见，并补充说明核查情况。

回复：

### 一、发行人说明

（一）结合现货交易业务模式，说明期末存在下游客户未提货导致预付款的合理性，存在预付却没有预收的原因，该业务下的会计处理是否准确

#### 1、结合现货交易业务模式，说明期末存在下游客户未提货导致预付款的合理性

现货交易服务是一种钢材现货的在线交易服务。发行人通过综合平台（以下简称“平台”）为钢材现货买卖双方提供在线供需匹配服务。发行人在交易中承担了代理人的责任和义务，现货交易业务以净额法确认收入。

现货交易服务的具体业务流程为：供应商将现货资源在平台上挂牌，客户在平台上选货并生成客户的采购订单。客户下单后，发行人立即背靠背和平台上相关货物的供应商签订采购订单，采购合同与销售合同的标的物及数量等均完全一致。

结合上述现货交易的业务模式，现货交易业务开展过程中的会计处理如下：

#### （1）客户下单

客户下单后向发行人支付全部货款，会计分录如下：

借：银行存款

贷：其他应付款

## （2）向供应商采购

收到货款后，发行人代为采购，向供应商预付全部货款，会计分录如下：

借：预付账款

贷：银行存款

## （3）客户提货并确认收入

供应商收到预付款后，平台通知客户可进行提货。在客户完成提货时，发行人确认收入，具体会计分录如下：

借：其他应付款

借：应交税费-应交增值税-进项税额

贷：预付账款

贷：营业收入

贷：应交税费-应交增值税-销项税额

由于客户大多选择自主提货，存在一定的提货周期。在发行人向供应商预付全部货款，但客户尚未提货前，对供应商的代付款在报表中以“预付账款”列示。前述会计处理符合企业会计准则的规定。

## 2、存在预付却没有预收的原因，该业务下的会计处理是否准确

根据财政部 2018 年 12 月发布的《收入准则应用案例——案例 3》的相关解释，代理人代收款项以“其他应付款”列示。现货交易中，发行人作为代理人仅为供应商和客户提供平台服务及结算服务，并收取服务费。由于发行人向客户全额预收的款项实质为代供应商收取的货款，故作为“其他应付款”列示。

发行人报告期各期末现货交易业务对应的“预付账款”与“其他应付款”的匹配情况如下：

| 单位：万元 |             |            |            |            |
|-------|-------------|------------|------------|------------|
| 科目    | 2023 年 6 月末 | 2022 年末    | 2021 年末    | 2020 年末    |
| 预付账款  | 182,841.95  | 165,613.98 | 126,193.66 | 115,920.29 |

| 科目               | 2023 年 6 月末       | 2022 年末    | 2021 年末    | 2020 年末    |
|------------------|-------------------|------------|------------|------------|
| 加：通过票据背书进行的预付账款* | -                 | 2,066.65   | 8,613.66   | 692.58     |
| 调整后的预付账款         | <b>182,841.95</b> | 167,680.63 | 134,807.32 | 116,612.87 |
| 其他应付款            | <b>188,109.78</b> | 167,944.74 | 135,373.85 | 116,904.35 |

注：发行人存在通过票据背书给供应商的方式进行预付的情形。在财务报表中，该类票据不符合终止确认的条件，未确认为预付账款。为充分反映相关业务实际情况，此处分析将该类票据还原为预付账款进行模拟测算。

如上表，现货交易预付账款余额和其他应付款余额金额相当，由于向客户预收和向供应商预付之间存在一定时间差，故其他应付款余额略大于预付账款余额。

综上，现货交易业务中发行人担任“代理人”的角色，报告期内因下游客户未及时提货形成对上游供应商的预付款，与此同时也形成对下游客户的其他应付款，现货交易业务相关的会计处理符合企业会计准则的要求。

（二）结合产能预售和统购分销业务模式、价格下跌下游客户的违约弃单或实际补足跌价额的情形等，补充说明大额预付的减值风险及业务风险，并做风险提示

1、产能预售和统购分销的业务模式、价格下跌下游客户的违约弃单或实际补足跌价额的情形

（1）产能预售和统购分销业务模式

产能预售业务下，发行人作为分别与买家和卖家达成买卖关系的一方，通过根据买家在公司平台上确立的采购请求向卖家采购商品再向买家出售并开具发票的形式，参与相应商品交易和货物所有权流转，实现卖家与发行人之间以及发行人与买家之间背靠背的商品买卖关系。

在统购分销业务下，发行人子公司欧冶材料作为商家入驻欧冶云商综合平台并开设直营店铺，基于对钢厂生产及销售需求的理解，并结合对下游买方需求以及市场行情的预判，先行向供方购买钢材产品，后续再通过平台向下游买家进行销售。

（2）产能预售和统购分销中因价格下跌导致下游客户违约弃单或实际补足跌价额的情形

A、违约弃单情况

报告期内，发行人统购分销业务下于 2022 年 9 月发生下游客户违约弃单情况一笔，

系下游客户上海跃骋金属材料有限公司超期未提货，发行人对其履行提货通知义务后，该客户仍未支付合同尾款合计 1,141.98 万元，根据平台交易规则构成违约，且并非价格下跌导致。发行人与其解除合同并罚没定金合计 203.10 万元，并于平台竞拍处置超期货物，亏损 87.66 万元。

## B、补足跌价情况

报告期内，发行人产能预售和统购分销业务中补足跌价额的实际情况如下：

| 项目         | 2023 年 6 月末 | 2022 年末 | 2021 年末 | 2020 年末 |
|------------|-------------|---------|---------|---------|
| 跌价预警合同条数   | 180 个       | 898 个   | 801 个   | -       |
| 需补缴金额合计    | 0.27 亿元     | 2.60 亿元 | 3.37 亿元 | -       |
| 已补缴跌价保证金合计 | 0.02 亿元     | 1.10 亿元 | 1.49 亿元 | -       |

2020 年公司未实际触发补缴跌价保证金，主要由于该期间钢铁市场价格较为平稳。2021 年末、2022 年末及 2023 年 6 月末已补缴跌价保证金金额合计小于需补缴金额合计是由于部分客户选择直接付款提货，提前完成合同履行。

综上所述，在产能预售和统购分销业务下，发行人在报告期内仅存在一例下游客户违约弃单的情况且未发生损失，发生概率较低；当触发跌价预警条件时，客户基本补足跌价保证金或提前付款提货。

## 2、发行人大额预付的减值风险及业务风险较低，并已补充风险提示

(1) 发行人的预付账款的账龄较短，报告期内未发生减值

产能预售业务下预付账款的账龄情况列示如下：

单位：万元

| 项目       | 2023 年 6 月 30 日 |         | 2022 年 12 月 31 日 |         | 2021 年 12 月 31 日 |         | 2020 年 12 月 31 日 |         |
|----------|-----------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
|          | 金额              | 占比      | 金额               | 占比      | 金额               | 占比      | 金额               | 占比      |
| 1-90 天   | 36,328.28       | 99.50%  | 36,093.63        | 99.90%  | 63,750.69        | 99.70%  | 68,806.68        | 99.80%  |
| 90-180 天 | 181.72          | 0.50%   | 35.27            | 0.10%   | 189.47           | 0.30%   | 137.04           | 0.20%   |
| 合计       | 36,510.00       | 100.00% | 36,128.91        | 100.00% | 63,940.16        | 100.00% | 68,943.72        | 100.00% |

报告期内，产能预售业务形成预付账款的账龄较短，个别长账龄预付账款主要是由于供应商生产周期较长，货物未能及时交付所致，未发生减值。

统购分销业务下预付账款的账龄情况列示如下：

单位：万元

| 项目        | 2023 年 6 月 30 日 |         | 2022 年 12 月 31 日 |         | 2021 年 12 月 31 日 |         | 2020 年 12 月 31 日 |         |
|-----------|-----------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|------------------|---------|
|           | 金额              | 占比      | 金额               | 占比      | 金额               | 占比      | 金额               | 占比      |
| 1-90 天    | 708,847.50      | 80.23%  | 858,155.23       | 99.38%  | 459,320.34       | 99.74%  | 563,828.84       | 99.42%  |
| 90-180 天  | 161,512.83      | 18.28%  | 4,037.48         | 0.47%   | 1,200.10         | 0.26%   | 3,316.16         | 0.58%   |
| 180-270 天 | 9,109.09        | 1.03%   | 1,307.39         | 0.15%   | 20.00            | 0.004%  | -                | -       |
| 270-360 天 | 4,019.78        | 0.45%   | -                | -       | -                | -       | -                | -       |
| 合计        | 883,489.21      | 100.00% | 863,500.10       | 100.00% | 460,540.44       | 100.00% | 567,145.00       | 100.00% |

报告期内，统购分销业务形成预付账款的账龄较短，个别长账龄预付账款主要是由于实际的结算金额比预付金额低，发行人未回收差额部分待下次订货使用所致，未发生减值。

(2) 发行人预付款的预付对象主要为国内大型钢厂，交易对方信用良好

发行人对供应商建立了严格的准入制度和复评机制，以行业内品牌好、口碑好、供货稳定的钢厂为主要合作对象，由公司分散在全国的分公司就近进行现场调研走访和过程跟踪，专属团队将按照履约情况对供应商进行日常和年度的复评工作。

报告期各期末统购分销业务预付款项前五名占比分别为 66.07%、54.32%、66.61%、71.51%，产能预售业务预付款项前五名占比分别为 100.00%、96.10%、98.17%、100.00%，预付集中度高。统购分销业务预付对象主要为中国宝武钢铁集团有限公司、广西盛隆冶金有限公司、北京建龙重工集团有限公司等国内大型钢厂，产能预售业务预付对象主要为中国宝武钢铁集团有限公司，违约风险较低。

综上所述，基于产能预售和统购分销业务的业务模式及报告期内均未发生预付账款减值的事实情形，发行人大额预付的减值风险及业务风险较低。

考虑到报告期内发行人的预付账款金额较大，基于谨慎性考虑，发行人已在招股说明书之“第三节 风险因素”之“一、发行人相关风险”之“（三）财务风险”中完善相关风险因素并补充披露如下：

“8、预付款项的减值风险

报告期内，发行人预付账款分别为 758,376.04 万元、688,049.88 万元、1,179,797.27 万元和 1,253,051.18 万元，主要为互联网交易、互联网服务和不锈钢交易向上游供应商预付的钢材采购款。发行人的预付账款金额较大，若上游钢厂经营情况出现严重恶化导致出现无法按期履约交货等情形，公司预付账款可能存在一定的减值风险。”

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、向发行人相关人员询问和了解报告期内现货交易服务的相关会计处理，获取并查看了发行人的主要业务合同和会计凭证；获取报告期各期末现货交易服务下的预付款项明细，确认是否与期后的提货情况相匹配；

2、向发行人相关人员询问并了解产能预售和统购分销业务下违约弃单、补足跌价的情况；获取产能预售和统购分销业务中触发跌价预警的合同明细及其补缴保证金、提前付款的情况；获取并查阅不同业务下各期末发行人预付款项明细及账龄表。

### （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、现货交易业务中发行人担任“代理人”的角色，报告期内因下游客户未及时提货形成对上游供应商的预付款，与此同时对下游客户全额预收的款项根据财政部 2018 年 12 月发布的《收入准则应用案例——案例 3》的相关解释应以“其他应付款”列示，现货交易业务相关的会计处理符合企业会计准则的要求。

2、在产能预售和统购分销业务下，发行人的预付账款金额较大，但账龄较短，预付对象主要为国内大型钢厂。报告期内仅存在一例下游客户违约弃单的情况且未发生损失，当触发跌价预警条件时，客户均实际补足跌价保证金或提前付款提货。因此，相关减值风险及业务风险较低，基于谨慎性考虑，发行人已在招股说明书补充风险提示。

## 第 9 题、关于存货跌价准备

根据审核问询回复，发行人统购分销业务中已有订单的存货，考虑收取下游一定

比例的定金，且日常管理实时跟踪市场行情，对于市场价格低于存货成本价时，需下游补足跌价额，总体不存在跌价风险。对于无去向订单，发行人综合考虑存货市场价格、流通性等因素，对存货计提跌价准备。

请发行人补充说明报告期各期末，统购分销已有订单的存货跌价准备计算过程，是否存在可变性净值低于合同执行价的情形，结合相关存货期后销售及下游客户违约弃单、补足跌价的情况，进一步说明总体不存在跌价风险不计提跌价准备的合理性，是否符合会计准则的相关规定。

请保荐人、会计师发表明确意见，并补充说明对统购分销已有订单的存货减值核查过程。

回复：

## 一、发行人说明

（一）报告期各期末，统购分销已有订单的存货跌价准备计算过程，发行人不存在可变现净值低于合同执行价的情形

发行人存货按照成本与可变现净值孰低计量，对成本高于可变现净值部分计提存货跌价准备。

发行人统购分销销售合同中的初始合同价格，是依据合同订立时的存货采购成本确定的销售价格。如果销售合同订立时，相应存货尚未与上游钢厂进行采购最终结算，发行人根据暂估采购成本确定销售价格。存货期后实现销售时，发行人将根据与钢厂结算的实际采购成本确定最终销售价格。

对于年末已与钢厂进行了最终结算的存货，发行人在进行存货跌价准备计算时，会根据年末账面实际成本和统购分销定价机制将初始合同价格调整为预期销售价格。对于年末未与钢厂进行最终结算的存货，发行人根据销售合同的初始合同价格进行存货跌价准备计算。

因此，对于报告期各期末统购分销已有订单的存货，发行人以不含税合同价格为基础，考虑上述价格调整影响后，扣除销售费用和相关税费作为已有订单存货的可变现净值。

报告期各期末已有订单存货的余额及可变现净值情况列示如下：

单位：万元

| 科目                     | 2023 年 6 月末 | 2022 年末    | 2021 年末    | 2020 年末    |
|------------------------|-------------|------------|------------|------------|
| 有订单存货账面余额①             | 290,706.60  | 271,991.69 | 210,643.84 | 176,288.35 |
| 有订单存货的可变现净值（②=③-④）     | 297,610.54  | 279,559.07 | 214,825.72 | 179,888.48 |
| 其中：预期销售价格（③）           | 298,741.33  | 280,810.27 | 215,595.65 | 180,483.30 |
| 销售费用及相关税费（④）           | 1,130.79    | 1,251.20   | 769.93     | 594.82     |
| 有订单存货的可变现净值与账面余额的差额②-① | 6,903.94    | 7,567.38   | 4,181.88   | 3,600.13   |

注：（1）有订单存货的可变现净值=预期销售价格-销售费用-相关税费；

（2）销售费用及相关税费=销售费率×预期销售价格；

（3）销售费率=（销售费用+税金及附加）÷主营业务收入（各项金额均取自年度累计发生额）

如表格所示，发行人于期末不存在可变现净值低于存货账面余额的情形。

综上所述，统购分销已有订单的存货跌价准备计算过程合理。

（二）结合相关存货期后销售及下游客户违约弃单、补足跌价的情况，进一步说明总体不存在跌价风险不计提跌价准备的合理性，是否符合会计准则的相关规定

### 1、相关存货期后销售及下游客户违约弃单、补足跌价的情况

#### （1）相关存货期后销售情况

报告期各期末发行人统购分销已有订单的存货期后全部实现对外销售。

#### （2）下游客户违约弃单、补足跌价的情况

报告期内，发行人统购分销已有订单存货的下游客户违约弃单情况仅于 2022 年 9 月发生一笔，具体请参见本审核问询函的回复报告之“第 8 题、关于预付账款”之“一、发行人说明”之“（二）结合产能预售和统购分销业务模式、价格下跌下游客户的违约弃单或实际补足跌价额的情形等，补充说明大额预付的减值风险及业务风险，并做风险提示”。

统购分销业务下，发行人对已有订单的存货收取下游一定比例的定金。若可变现净值高于市场销售价格，考虑到下游客户违约弃单的可能性，发行人要求下游客户追加保证金以补足可变现净值与市场销售价格之间的差额，或直接补缴货款进行提货。各报告期，发行人补缴保证金具体情况如下：

| 项目       | 2023 年 6 月末 | 2022 年末 | 2021 年末 | 2020 年末 |
|----------|-------------|---------|---------|---------|
| 跌价预警合同条数 | 128 个       | 668 个   | 520 个   | -       |

| 项目        | 2023 年 6 月末 | 2022 年末 | 2021 年末 | 2020 年末 |
|-----------|-------------|---------|---------|---------|
| 需补缴金额合计   | 0.27 亿元     | 2.53 亿元 | 3.09 亿元 | -       |
| 补缴跌价保证金合计 | 0.02 亿元     | 1.07 亿元 | 1.39 亿元 | -       |

2020 年末实际触发补缴跌价保证金，主要由于这两年钢铁市场价格较为平稳。2021 年末、2022 年末及 2023 年 6 月末已补缴跌价保证金金额合计小于需补缴金额合计是由于部分客户选择直接付款提货，提前完成合同履行。

## 2、进一步说明总体不存在跌价风险不计提跌价准备的合理性，是否符合会计准则的相关规定

根据《企业会计准则第 1 号——存货》第十五条的描述，资产负债表日，存货应当按照成本与可变现净值孰低计量。存货成本高于其可变现净值的，应当计提存货跌价准备。

统购分销业务中，不存在可变现净值低于期末存货成本的情况。基于统购分销业务历史的期后销售情况，存货可以对外销售并实现盈利，基本不存在违约情形。若下游客户实际出现违约，基于所销售钢材具备普适性的特点，发行人能够通过重新对外销售进行处置并实现盈利。同时，报告期各期末，发行人对已有订单的存货收取下游一定比例的定金，要求下游客户追加保证金以补足可变现净值与市场销售价格之间的差额。因此统购分销已有订单存货总体不存在跌价风险，不计提跌价准备具有合理性，符合企业会计准则的相关规定。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、访谈发行人财务人员，取得报告期各期末发行人统购分销已有订单的存货清单，了解公司存货跌价准备计提政策和存货减值测试过程，查阅发行人提供的存货可变现净值计算表；

2、询问发行人相关负责人统购分销业务中下游客户违约弃单、补足跌价的实际情况，获取统购分销业务报告期各期期后销售明细、触发跌价预警的合同及补缴保证金、提前付款的明细；复核公司提供的存货可变现净值计算表是否准确，了解存货跌价准

备计提是否充分；抽样查阅已有订单的存货对应的销售合同原件及期后出库记录、销售发票、仓单、提单、客户签收及确认记录、银行流水等支持性文件，核查期后销售的真实性、准确性。

## **（二）核查意见**

经核查，申报会计师认为：

1、报告期各期末，对于统购分销业务已有订单的存货，发行人以合同初始订单价格为基础，考虑价格调整影响后，扣除销售费用和相关税费作为已有订单存货的可变现净值，与期末存货成本比较进行减值测试，于期末不存在可变现净值低于存货账面余额的情形。

2、报告期各期末发行人统购分销已有订单的存货期后全部实现对外销售，报告期内仅存在一例下游客户违约弃单的情况且未发生损失，发行人对已有订单的存货收取下游一定比例的定金，跌价风险可控且较低，不计提跌价准备具有合理性，符合企业会计准则的相关规定。

## **第 10 题、关于期后经营状况及 2022 年业绩预计**

请发行人：

（1）补充披露 2022 年上半年数据情况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性。

（2）补充披露 2022 年业绩预计情况，说明发行人是否面临业绩下滑的风险，采取的应对措施及有效性，结合前述情况，充分论证发行人的持续经营能力，并充分揭示相关风险。

请保荐人、申报会计师发表明确意见。

回复：

## 一、发行人补充披露

(一) 补充披露 2022 年上半年数据情况，主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动情况，如变动幅度较大的，请分析并披露变动原因以及由此可能产生的影响，相关影响因素是否具有持续性

### 1、2022 年上半年公司主要会计报表项目情况

#### (1) 合并资产负债表主要数据

单位：万元

| 项目      | 2022 年 6 月 30 日 | 2021 年 6 月 30 日 | 变动金额       | 变动率    |
|---------|-----------------|-----------------|------------|--------|
| 资产总额    | 3,829,579.68    | 2,970,552.09    | 859,027.59 | 28.92% |
| 负债总额    | 3,348,572.36    | 2,535,637.71    | 812,934.65 | 32.06% |
| 所有者权益总额 | 481,007.32      | 434,914.37      | 46,092.95  | 10.60% |

注：2022 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2207772 号），2021 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2105297 号）。

#### (2) 合并利润表主要数据

单位：万元

| 项目                | 2022 年 1-6 月 | 2021 年 1-6 月 | 变动金额        | 变动率     |
|-------------------|--------------|--------------|-------------|---------|
| 营业收入              | 5,660,797.56 | 6,499,371.85 | -838,574.29 | -12.90% |
| 营业成本              | 5,602,831.12 | 6,431,362.00 | -828,530.88 | -12.88% |
| 营业利润（亏损以“—”号填列）   | 28,609.21    | 25,040.27    | 3,568.94    | 14.25%  |
| 利润总额（亏损总额以“—”号填列） | 28,851.16    | 25,216.09    | 3,635.07    | 14.42%  |
| 净利润（净亏损以“—”号填列）   | 22,736.48    | 18,648.57    | 4,087.91    | 21.92%  |
| 归属于母公司所有者的净利润     | 20,553.00    | 16,950.80    | 3,602.20    | 21.25%  |

注：2022 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2207772 号），2021 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2105297 号）。

#### (3) 合并现金流量表主要数据

单位：万元

| 项目            | 2022 年 1-6 月 | 2021 年 1-6 月 | 变动金额        | 变动率      |
|---------------|--------------|--------------|-------------|----------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | -409,212.01  | -97,018.70   | -312,193.31 | -321.79% |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 4,474.92     | 74,206.10    | -69,731.18  | -93.97%  |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 460,708.91   | 163,459.13   | 297,249.78  | 181.85%  |

注：2022 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2207772 号），2021 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2105297 号）。

第 2207772 号)，2021 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2105297 号）。

#### （4）2022 年 1-6 月业绩变动情况

2022 年 1-6 月，发行人营业收入为 5,660,797.56 万元，较去年同期下降 12.90%，主要系上半年受国内宏观经济波动的影响，统购分销业务半年成交量较去年同期相比下降 28.60%；2022 年 1-6 月，发行人净利润为 22,736.48 万元，较去年同期上升 21.92%，主要系公司跨境交易、循环物资业务利润的增长以及其他收益增加所致。

2022 年 6 月末，发行人资产总额、负债总额及所有者权益总额均同比上升。资产负债表科目的变化主要系上半年受国内经济形势波动影响，钢铁行业供需两端均低位运行，2022 年 5、6 月需求端回暖，钢厂端成交量有所回升，公司统购分销业务在手订单数量在 5、6 月环比均上升，未提货结算部分占比较同期大幅上升；同时，受外部环境影响，钢厂出货节奏及下游客户提货速度有所减缓，结算周期相应拉长。统购分销业务需求量的攀升、交货及结算周期变长以及经营资金需求提升等因素综合导致预付款项、存货以及短期借款等科目于 2022 年 6 月末余额上升。

2022 年 1-6 月，发行人经营活动现金流量净额和筹资活动现金流量净额的变动与上述发行人上半年统购分销业务开展情况相符。2022 年上半年经营活动现金流量净流出及筹资活动现金流量净流入的绝对数增加，主要是由于 2022 年上半年临近期末的业务量较去年同期上升且处于业务周期前段、尚未结算所致。

## 2、2022 年上半年主要会计报表项目与上年年末或同期相比的变动原因

### （1）合并资产负债表项目变动幅度超过 30%的主要项目情况

单位：万元

| 科目   | 2022 年 6 月 30 日 | 2021 年 6 月 30 日 | 变动金额        | 变动率     | 主要科目或变动比例超过 30%，且金额超过 1,000 万的变动原因                                  |
|------|-----------------|-----------------|-------------|---------|---------------------------------------------------------------------|
| 应收票据 | 66,948.91       | 215,325.86      | -148,376.95 | -68.91% | 2022 年上半年票据市场贴现利率下降，持有票据的客户贴现成本降低，客户更倾向于采用现款支付，故 2022 年上半年应收票据余额下降。 |
| 预付款项 | 1,062,477.46    | 739,700.91      | 322,776.55  | 43.64%  | 参见“1、2022 年上半年公司主要会计报表项目情况”之“（4）2022 年 1-6 月业绩变动情况。”                |
| 存货   | 642,821.06      | 412,448.72      | 230,372.34  | 55.85%  | 参见“1、2022 年上半年公                                                     |

| 科目     | 2022年6月30日   | 2021年6月30日  | 变动金额       | 变动率    | 主要科目或变动比例超过30%，且金额超过1,000万的变动原因                                                     |
|--------|--------------|-------------|------------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|        |              |             |            |        | 司主要会计报表项目情况”之“（4）2022年1-6月业绩变动情况。”                                                  |
| 长期股权投资 | 114,416.17   | 76,647.73   | 37,768.44  | 49.28% | 主要系：（1）2021年下半年发行人对欧冶工业品股份有限公司新增股权投资3亿元；（2）2021年下半年发行人对广东广物中南建材集团有限公司新增股权投资5,000万元。 |
| 短期借款   | 1,404,598.40 | 814,657.24  | 589,941.16 | 72.42% | 参见“1、2022年上半年公司主要会计报表项目情况”之“（4）2022年1-6月业绩变动情况。”                                    |
| 未分配利润  | -80,863.86   | -128,625.30 | 47,761.44  | 37.13% | 受归母净利润增加影响。                                                                         |

注：2022年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第2207772号），2021年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第2105297号）。

（2）合并利润表项目变动幅度超过30%的主要项目情况

单位：万元

| 项目     | 2022年1-6月 | 2021年1-6月 | 变动金额     | 变动率       | 主要科目或变动比例超过30%，且金额超过1,000万元的变动原因                                                                       |
|--------|-----------|-----------|----------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 信用减值损失 | -769.95   | -2,216.12 | 1,446.17 | 65.26%    | 海外业务单项计提坏账准备的逾期应收款于2022年上半年全部收回，转回信用减值准备653.55万元。相应坏账准备均于2021年上半年计提。                                   |
| 资产减值损失 | 6,077.40  | -1,929.36 | 8,006.76 | 415.00%   | 由于2022年6月末，公司统购分销业务存货总额虽然上升，但其中无去向需计提跌价准备的库存下降，由年初的4.2万吨降低到2.6万吨；其次根据发行人对相应存货可变现净值的测算结果，需计提减值的存货金额减少。  |
| 其他综合收益 | 1,764.02  | -170.63   | 1,934.65 | 1,133.80% | 主要系欧冶新加坡美元注册资本形成的外币报表折算差额的影响。2022年上半年美元汇率从6.3757上升至6.7114，2021年上半年美元汇率从6.5249下降至6.4601，两年汇率变动对利润表影响相反。 |

注：2022年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第2207772号），2021年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华

振审字第 2105297 号)。

(3) 合并现金流量表项目变动幅度超过 30%的主要项目情况

单位：万元

| 项目            | 2022 年 1-6 月 | 2021 年 1-6 月 | 变动金额        | 变动率      | 变动比例超过 30%的变动原因                                                                                          |
|---------------|--------------|--------------|-------------|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 经营活动产生的现金流量净额 | -409,212.01  | -97,018.70   | -312,193.31 | -321.79% | 参见“1、2022 年上半年公司主要会计报表项目情况”之“（4）2022 年 1-6 月业绩变动情况。”                                                     |
| 投资活动产生的现金流量净额 | 4,474.92     | 74,206.10    | -69,731.18  | -93.97%  | 主要系 2021 年上半年赎回理财产品收到的现金相较购买理财产品支付的现金更多，而 2022 年二者规模相当，进而导致 2022 年上半年较 2021 年同期投资活动产生的现金流量净额减少约 6.95 亿元。 |
| 筹资活动产生的现金流量净额 | 460,708.91   | 163,459.13   | 297,249.78  | 181.85%  | 参见“1、2022 年上半年公司主要会计报表项目情况”之“（4）2022 年 1-6 月业绩变动情况。”                                                     |

注：2022 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2207772 号），2021 年上半年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2105297 号）。

综上所述，2022 年上半年发行人总体经营稳定，上述经营情况变动主要受全球宏观经济波动影响及上半年期末时所处的业务周期阶段综合导致。

**（二）补充披露 2022 年业绩预计情况，说明发行人是否面临业绩下滑的风险，采取的应对措施及有效性，结合前述情况，充分论证发行人的持续经营能力，并充分揭示相关风险**

根据毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）出具的无保留意见的《审计报告》（毕马威华振审字第 2302190 号），2022 年发行人经审计的业绩情况如下：

**1、2022 年发行人业绩情况**

2022 年，受全球宏观经济波动、地产行业负面消息频出等因素影响，市场对钢材终端需求的担忧情绪升温，加上原燃料价格下跌，钢价也顺势回落。在上述背景下，发行人作为提供综合服务的钢铁产业互联网平台，钢铁下游需求较低迷、物流服务等成本增加、钢价大幅波动等对公司全年盈利有一定不利影响。对此，公司已采取并实施有效的应对措施，包括逐步加大新客户开拓力度、加大中小客户触达力度、拓展高

毛利的海外业务、加强互联网营销工具应用等。此外，在市场需求相对低迷时，钢厂更迫切希望利用电商平台高效触达用户并实现销售，这将有利于公司互联网交易及互联网服务业务的持续增长。

面对钢材价格的大幅波动，公司多年来针对资金安全、价格波动、供方评审、应急管理建立了较完善的风控体系，加强库存的快速出货及下游价格锁定。此外，公司的存货基本为普适型钢材，下游应用领域较广，且库龄较短，因此市场波动对公司存货跌价影响有限。

公司 2022 年的业绩情况如下：

单位：万元

| 项目                     | 2022 年        | 2021 年        | 变动率     |
|------------------------|---------------|---------------|---------|
| 营业收入                   | 11,282,657.65 | 12,666,874.40 | -10.93% |
| 净利润                    | 45,289.25     | 48,583.52     | -6.78%  |
| 扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 | 19,735.38     | 17,797.80     | 10.89%  |

注：2022 年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2302190 号），2021 年数据经毕马威华振会计师事务所（特殊普通合伙）审计（毕马威华振审字第 2204259 号）。

2022 年，公司营业收入较 2021 年同比下降 10.93%，主要是受国内整体开工率不足等影响，统购分销业务量下降 18.37%；同时因钢材价格同比下降，营业收入下降 294.94 亿元；但 2021 年欧冶云商加快海外布局，2022 年跨境交易营业收入预计同比增长 112.13 亿元。2022 年，公司净利润较 2021 年同比下降 6.78%，主要系股权处置收益下降所致。然而，受公司高毛利业务跨境交易快速增长、不锈钢交易业务持续拓展等综合因素影响，2022 年公司归母扣非净利润同比增长 10.89%。

**2、发行人已采取并实施有效的应对措施，未来收入和利润进一步大幅下滑的可能性较小，持续经营能力良好**

基于发行人 2022 年上半年数据情况、2022 年业绩情况及发行人在手订单情况，发行人未来面临业绩进一步下滑的风险较小，发行人也采取了有效的措施提升经营水平，具体如下：

（1）发行人已及时采取并实施多项有效的应对措施

A、公司积极应对宏观经济波动所带来的业务冲击

上半年各行各业受到各方面因素的影响，给钢铁流通行业的业务开展带来了诸多不便，短期内也对欧冶云商统购分销等业务的开展造成了影响。但是，欧冶云商作为布局服务全国及东南亚地区的钢铁产业互联网科技公司，积淀了许多面向客户的非接触服务能力。诸如在线选货、合同电子加签、区块链电子提单、在线销售发票查阅、在线对账、区块链质保书查阅及在线咨询等服务，已形成了覆盖全流程、全产品、平台化、科技化的非接触客户服务能力。随着非接触客户服务能力的显现，欧冶云商各项业务的开展已趋于稳定。下半年欧冶云商将全力履行平台型企业义务和责任，依托成熟的业务体系流程、当前各项系统互联互通及异地办公技术，进一步提升平台服务效率，客服服务能力，促进平台业务规模增长。

#### B、公司在维护现有重要客户的同时，逐步加大新客户开拓力度

发行人一方面通过在线服务保障平台业务顺行，同时在平台建设专项工作区，每日向用户提供钢厂、仓库复产复工情况，各地物流运输政策等信息，助力用户业务正常开展；另一方面，发行人利用新媒体直播等工具的优势，帮助钢厂、店铺开展直播类宣传活动，实现足不出户的无接触式营销推广。

#### C、发挥新加坡海外区域总部作用，海外业务稳中有升

发行人充分发挥欧冶新加坡海外区域总部的作用，有效协调海外板块各项工作。利用海外布局优势，加强属地用户走访，加大海外业务拓展力度。同时通过组建大客户服务团队、及时调整海外业务结算形式等措施，确保海外业务有序开展，促进海外业务规模稳步增长。

#### D、公司加强互联网营销工具应用，加大中小客户触达力度

发行人加强钢好 APP、直播、小程序等互联网营销工具应用，策划符合终端用户特征的线上营销活动，提升终端触达效率，并结合营销中台建设，促进业务交叉引流。通过远程看货、店铺直播等场景应用，实现钢厂带货、循环宝远程看货等直播营销模式落地，以及加强利益共享机制设计，通过生态圈合作扩大中小用户触达面。

#### （2）发行人持续经营能力良好

产业变革和科技革命交互融合将为数字经济高质量发展创造历史性机遇，钢铁产业互联网作为新型数智化基础设施，通过与钢铁制造端的深度融合，将为钢铁行业制造向服务转型和绿色发展创造更大价值。同时，国际钢铁供应链格局重塑过程中，数

字化是发展方向，也将为钢铁产业互联网国际化发展带来良好机遇。

#### **A、国际钢铁供应链重塑，为产业互联网带来良好海外发展机遇**

全球经济格局和产业链供应链将会重构，一是全球供应链呈现需求东移、供给东移、创新东移、服务东移、资本东移格局；二是全球供应链区域化、本土化、多元化等特征日趋明显。东南亚、南亚等新兴市场将成为国内钢铁产业转移和钢铁产品出口的重要区域，将为钢铁产业互联网拓展国际供应链服务带来良好发展机遇。

#### **B、国家支持数字经济发展，产业互联网行业利好政策不断释放**

产业互联网作为各垂直产业的新型基础设施，是数字经济的重要组成部分和发展方向，产业互联网依托新一代信息技术应用，加强与产业端的深度融合，变革传统价值链供应链流程，赋能传统产业，是未来提升整个产业链活力和韧性的重要方式。随着数字经济相关政策细则的持续出台，钢铁产业互联网将迎来前所未有的发展机遇。

#### **C、钢铁行业加快推进转型升级，加强全价值链环节数字化改造**

未来 3-5 年是中国经济结构调整以及实体产业转型升级的关键期，钢铁行业推进转型升级是必由之路，同时数字经济、双碳经济已经成为国家战略，这些都将为产业互联网的发展带来难得的发展机遇。相关政策的落地将加速促进钢铁行业与产业互联网的深度融合，进一步推进制造向服务转型，实现数字化、智能化、绿色化发展。

#### **D、公司已经成长为钢铁产业互联网领军企业，具有较强的行业竞争力**

公司经过 7 年多的发展，品牌知名度和行业影响力持续提升，已经成长为钢铁产业互联网领军企业，在钢厂端对接、线下物流资源、全流程平台服务等方面形成了竞争优势，并逐步构建形成了数智化核心竞争力，为公司实现持续经营和可持续增长提供了有效保障。

##### **a、具有覆盖钢铁产业链全产品运营能力**

公司基于对钢铁产业链的深刻理解，深化商业模式创新，形成交易、物流、加工、知识以及技术等全流程免接触、平台化服务产品，并提供数字化高效运营服务，可以满足钢厂智慧化、绿色化升级，以及中小用户时间、空间、批量、安全等不同维度的需求，助力钢铁流通和生产环节提质增效。

##### **b、具有产业链数智化共享运营中台能力**

公司加强钢铁智慧服务平台建设，并基于能力积累和知识沉淀，形成了较为完善的业务中台、数据中台、技术中台能力，可以高效响应用户个性化需求，提升服务产品交付效率，并为钢铁产业链提供数智化共享运营服务，降低产业链各环节信息化成本，助力中小企业数字化升级。

#### c、具有领先的数字科技全场景应用能力

公司深化数字科技在钢铁产业链中的全场景应用，基于大数据、人工智能、物联网、区块链等新技术集成应用创新，有效提升平台智慧交易、智慧物流、智慧加工和智慧风控服务能力，并具备向生态圈输出数字化工具和解决方案的能力，可以为钢铁产业链各环节提质增效创造价值。

#### d、具有完善的线下物流和加工服务能力

公司聚集钢铁产业链，通过管理输出、系统覆盖、业务合作等方式，整合各方资源，可以根据用户需求精准匹配物流和加工资源，促进线上和线下高效协同，为钢厂保产疏运和下游用户精准交付提供优质服务。

综上所述，公司经营环境、核心业务、竞争优势及持续经营能力未发生重大不利变化，且增长潜力较大，因此未来收入和利润进一步大幅下滑的可能性较小。针对2022年预计收入和利润可能发生的下滑趋势，公司已采取应对措施且相关措施有效，公司具备持续经营能力。”

公司已在招股说明书“第三节 风险因素”之“一、发行人相关风险”之“（三）财务风险”之“7、经营业绩波动的风险”中修改风险披露。

## 二、中介机构核查情况

### （一）核查程序

申报会计师履行了如下核查程序：

1、查阅了公司2022年上半年经审计的主要财务数据及相关明细表，对比业绩变动情况，了解变动幅度较大的主要科目的变动原因；

2、对公司管理人员进行访谈，咨询公司2022年全年的业绩情况，并结合宏观经济环境、产业互联网行业发展环境、发行人市场占有率及上半年经营情况，对发行人业绩指标进行分析；对公司销售人员、业务人员进行了访谈，了解公司各业务的经营

战略、发展方向及市场开拓情况；查阅发行人所处行业的政策文件及发行人的行业地位情况，了解发行人的可持续经营能力。

## （二）核查意见

经核查，申报会计师认为：

1、2022 年上半年发行人正常运营，经营情况变动主要受全球宏观经济波动的影响及上半年期末时所处的业务周期阶段等因素综合导致。由于目前国内外宏观经济形势已逐步好转，相关影响因素已逐步消除。

2、受全球宏观经济波动、钢材市场供需疲软、钢材价格同比下降等影响，发行人 2022 年全年营业收入、净利润有所下降，但归母扣非净利润同比增长 10.89%，针对前述情况，发行人已采取并实施有效的应对措施，未来业绩进一步下滑的风险较小，持续经营能力良好。发行人已在招股书补充进行相关风险提示。



本专项说明仅为欧冶云商股份有限公司向深圳证券交易所提交就《关于欧冶云商股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市申请文件的第二轮审核问询函》的回复提供说明之用，未经本所的书面同意，不得用于任何其他目的。

毕马威华振会计师事务所(特殊普通合伙)



中国 北京

中国注册会计师



杨洁

黄锋



日期: 2023年11月13日