金杜律师事务所
KING&WOOD
MALLESONS

北京市朝阳区东三环中路1号
环球金融中心办公楼东楼18层 邮编：100020

18th Floor, East Tower, World Financial Center
1 Dongsanhuan Zhonglu
Chaoyang District
Beijing, 100020
P.R. China

T +86 10 5878 5588
F +86 10 5878 5566/5599

www.kwm.com

北京市金杜律师事务所

关于赛维时代科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（二）

二〇二一年十二月

北京市金杜律师事务所

关于赛维时代科技股份有限公司

首次公开发行股票并在创业板上市的

补充法律意见书（二）

致：赛维时代科技股份有限公司

北京市金杜律师事务所（以下简称本所）接受赛维时代科技股份有限公司（以下简称“发行人”）委托，担任发行人首次公开发行股票并在创业板上市（以下简称本次发行上市）的专项法律顾问。

本所根据《中华人民共和国证券法》（以下简称《证券法》）、《中华人民共和国公司法》（以下简称《公司法》）、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称《创业板注册办法》）、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（以下简称《证券法律业务管理办法》）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》（以下简称《证券法律业务执业规则》）、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（以下简称《编报规则第 12 号》）等中华人民共和国（以下简称中国，为本补充法律意见书之目的，不包括中国香港特别行政区、中国澳门特别行政区及中国台湾地区）现行有效的法律、行政法规、规章和规范性文件、中国证券监督管理委员会（以下简称中国证监会）和深圳证券交易所（以下简称深交所）的有关规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，已就发行人本次发行上市事宜出具了《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的法律意见书》（以下简称《法律意见书》）、《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的律师工作报告》（以下简称《律师工作报告》）、《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（一）》（以下简称《补充法律意见书（一）》）。

根据深交所于 2021 年 9 月 5 日下发的《关于赛维时代科技股份有限公司首

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》（审核函〔2021〕011095 号）（以下简称《第二轮问询函》）的要求，本所及本所律师对《第二轮问询函》所载相关法律事项进行核查；并且鉴于发行人委托立信对其截至 2021 年 6 月 30 日的财务报表进行审计，并由立信于 2021 年 10 月 22 日出具了“信会师报字[2021]第 ZI10572 号”《赛维时代科技股份有限公司审计报告及财务报表（2018 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日）》（以下简称《审计报告（更新后）》）和“信会师报字[2021]第 ZI10573 号”《赛维时代科技股份有限公司内部控制鉴证报告》（以下简称《内控鉴证报告（更新后）》，同时发行人的《招股说明书（申报稿）》（以下简称《招股说明书（申报稿）》）等相关申报文件也发生了部分修改和变动，本所根据《审计报告（更新后）》《内控鉴证报告（更新后）》《招股说明书（申报稿）》以及发行人提供的有关事实材料，对发行人与本次发行上市相关的情况进行了补充核查验证，并据此出具《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》（以下简称本补充法律意见书）。

为出具本补充法律意见书，本所依据《证券法律业务管理办法》和《证券法律业务执业规则》等有关规定，编制和落实了查验计划，亲自收集证据材料，查阅了按规定需要查阅的文件以及本所认为必须查阅的其他文件。在发行人保证提供了本所为出具本补充法律意见书所要求发行人提供的原始书面材料、副本材料、复印材料、确认函或证明，提供给本所的文件和材料是真实、准确、完整和有效的，并无隐瞒记载、虚假陈述和重大遗漏之处，且文件材料为副本或复印件的，其与原件一致和相符的基础上，本所独立、客观、公正地遵循审慎性及重要性原则，合理、充分地运用了面谈、书面审查、实地调查、查询、函证或复核等方式进行了查验，对有关事实进行了查证和确认。

在本补充法律意见书中，本所仅就与发行人本次发行上市有关的法律问题发表意见，而不对有关会计、审计及资产评估等非法律专业事项发表意见。本所仅根据现行有效的中国法律法规发表意见，并不根据任何中国境外法律发表意见。本所不对有关会计、审计及资产评估等非法律专业事项及境外法律事项发表意见，在本补充法律意见书中对有关会计报告、审计报告、资产评估报告及境外法律意见的某些数据和结论进行引述时，已履行了必要的注意义务，但该等引述并不视

为本所对这些数据、结论的真实性和准确性作出任何明示或默示保证。本所不具备核查和评价该等数据的适当资格。

本补充法律意见书是对本所已出具的《法律意见书》《律师工作报告》及《补充法律意见书（一）》的补充，并构成《法律意见书》《律师工作报告》及《补充法律意见书（一）》不可分割的一部分；本所在《法律意见书》《律师工作报告》及《补充法律意见书（一）》中对相关用语的释义、缩写适用于本补充法律意见书；本所在《法律意见书》《律师工作报告》及《补充法律意见书（一）》中发表法律意见的前提和假设同样适用于本补充法律意见书。对于本补充法律意见书特别说明的事项，以本补充法律意见书的说明为准。除非另有说明，本补充法律意见书中的报告期指 2018 年度、2019 年度、2020 年度和 2021 年半年度，报告期各期末指 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日和 2021 年 6 月 30 日。

本补充法律意见书仅供发行人为本次发行上市之目的使用，不得用于任何其他目的。本所同意将本补充法律意见书作为发行人申请本次发行上市所必备的法律文件，随同其他材料一同上报，并承担相应的法律责任。本所同意发行人在其为本次发行上市制作的相关文件中自行引用或按照中国证监会、深交所的审核要求引用本补充法律意见书的相关内容，但发行人作上述引用时，不得因引用而导致法律上的歧义或曲解。本所有权对上述相关文件的内容进行再次审阅并确认。

本所按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责的精神，对《问询函》中涉及发行人律师部分问题及 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间发行人财务数据更新情况以及发行人生产经营过程中发生的或变化的重大事项及本所认为需要补充的其他事项进行了核查，并出具本补充法律意见书如下：

目 录

第一部分 《第二轮问询函》的回复 8
第一题（《第二轮问询函》“2．关于对赌协议”） 8
第二题（《第二轮问询函》“3．关于新三板信息披露”） 18
第三题（《第二轮问询函》“4．关于股东信息核查”） 22
第四题（《第二轮问询函》“5．关于子公司”） 23
第五题（《第二轮问询函》“6．关于多账号开店”） 29
第六题（《第二轮问询函》“7．关于以第三方名义开立的店铺”） 41
第七题（《第二轮问询函》“8．关于商品直邮”） 47
第八题（《第二轮问询函》“9．关于线上销售行为与平台业务规则”） 50
第九题（《第二轮问询函》“10．关于 B2B 分销业务资质”） 63
第十题（《第二轮问询函》“14．关于资金归集及支付平台”） 65
第十一题（《第二轮问询函》“17．关于营业收入”） 77
第十二题（《第二轮问询函》“23．关于货物上岸地报关和关税”） 107
第十三题（《第二轮问询函》“24．关于境外间接税”） 114
第十四题（《第二轮问询函》“25．关于内部转移定价及所得税”） 127
第二部分 发行人本次发行上市相关情况的更新 137
一、本次发行上市的批准和授权 137
二、发行人本次发行上市的主体资格 137
三、本次发行上市的实质条件 137
四、发行人的设立 139
五、发行人的独立性 139
六、发起人和股东 139
七、发行人的股本及其演变 140
八、发行人的业务 140
九、关联交易及同业竞争 143
十、发行人的主要财产 147
十一、发行人的重大债权债务 157
十二、发行人重大资产变化及收购兼并 161
十三、发行人章程的制定与修改 161

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作..... 161
十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化..... 162
十六、发行人的税务..... 162
十七、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准..... 163
十八、发行人的劳动及社会保障..... 164
十九、发行人募集资金的运用..... 165
二十、发行人业务发展目标..... 165
二十一、诉讼、仲裁或行政处罚..... 165
二十二、本次发行涉及的相关承诺及约束措施..... 167
二十三、发行人招股说明书法律风险的评价..... 167
二十四、本次发行上市的总体结论性意见..... 167
第三部分 财务数据更新至 2021 年 6 月 30 日后《问询函》中涉及的相关问题回复内容的更新 168
第一题（《首轮问询函》“1．关于上市标准”） 168
第二题（《首轮问询函》“2．关于股东及股权变动”） 179
第三题（《首轮问询函》“3．关于控股股东及持股平台”） 194
第四题（《首轮问询函》“4．关于子公司”） 209
第五题（《首轮问询函》“5．关于未实际经营的子公司”） 218
第六题（《首轮问询函》“6．关于关联交易”） 246
第七题（《首轮问询函》“7．关于董监高变动”） 251
第八题（《首轮问询函》“8．关于员工情况”） 255
第九题（《首轮问询函》“9．关于物流及出口报关”） 271
第十题（《首轮问询函》“10．关于外汇”） 284
第十一题（《首轮问询函》“11．关于增值税”） 290
第十二题（《首轮问询函》“12．关于境外税务风险”） 297
第十三题（《首轮问询函》“13．关于行政处罚”） 305
第十四题（《首轮问询函》“14．关于合规证明”） 313
第十五题（《首轮问询函》“15．关于诉讼”） 333
第十六题（《首轮问询函》“16．关于经营资质”） 338
第十七题（《首轮问询函》“17．关于线上业务开展的合法合规性”） 356

第十八题（《首轮问询函》“18．关于 B2B 业务模式”） 377
第十九题（《首轮问询函》“19．关于产品质量”） 383
第二十题（《首轮问询函》“21．关于股权激励”） 396
第二十一题（《首轮问询函》“24．关于销售模式及电商平台”） 414
第二十二题（《首轮问询函》“36．关于递延所得税资产”） 431
第二十三题（《首轮问询函》“37．关于税费”） 438
第二十四题（《首轮问询函》“38．关于预计负债”） 473

第一部分 《第二轮问询函》的回复

第一题（《第二轮问询函》“2．关于对赌协议”）

申报材料显示，沣源启航、沣源启程、东证创新签署了对赌协议，相关条款目前已中止执行并将在发行人通过证券发行监管部门审核通过后完全终止。

请发行人：

（1）说明与沣源启航、沣源启程、东证创新签署对赌协议的主要条款内容、发行人是否为对赌协议签署的当事人、是否承担回售义务。

（2）逐项分析说明相关对赌协议未解除是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关要求。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、与沣源启航、沣源启程、东证创新签署对赌协议的主要条款内容、发行人是否为对赌协议签署的当事人、是否承担回售义务

（一）与沣源启航、沣源启程、东证创新签署对赌协议的主要条款内容

1、与沣源启航、沣源启程签署对赌协议的主要条款

根据发行人（“公司”）、沣源睿涛（“受让方”）、广发互联网、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平（“实际控制人”）、陈文辉于 2020 年 5 月 26 日签署的《宁波梅山保税港区沣源睿涛投资管理合伙企业（有限合伙）与珠海广发互联网时尚产业基金（有限合伙）及南平市延平区君腾投资有限公司、南平延平众腾企业管理合伙企业（有限合伙）、南平市延平区君辉投资有限公司、福建赛道企业管理合伙企业（有限合伙）、陈文平、陈文辉、赛维时代科技股份有限公司关于赛维时代科技股份有限公司之股份转让协议》（以下简称《股份转让协议》），该等协议中所涉及的特殊权利条款如下：

序号	条款名称	具体内容
1	优先认购权	公司合格上市或合格并购前，公司决定进行增资扩股时，受让方有权依据其在公司的股份比例就公司新增注册资本或增发股份享有优先认购权。
2	优先受让	公司合格上市或合格并购前，公司现有股东（转让方除外）计划转让

序号	条款名称	具体内容
	权	其持有的公司股份时，受让方有权依据其在公司的股份比例就拟转让股份享有优先购买权，为免疑义，现有股东及其关联方之间的股份转让除外。
3	优先投资权	如公司发生清算事件且受让方就公司清算财产分配所得少于转让价款的，自清算事件发生之日起 5 年内实际控制人或其控制的主体（包括但不限于控股股东）设立新公司或作为主要创始人开展其他新项目的，则在该等公司或项目拟进行融资时，实际控制人应当提前向受让方披露该等公司或项目信息。受让方或其指定的关联方有权优先于其他任何第三方对该等公司或项目进行投资，且实际控制人应促成受让方对该等公司或项目的投资。
4	委派权	受让方有权向集团公司委派 1 名董事会观察员，董事会观察员有权列席集团公司的董事会会议，且集团公司、实际控制人及/或控股股东应确保董事会观察员能获取董事会会议召开通知且可获得董事会会议的所有资料，并可在董事会会议后以书面形式提出正式的建议。
5	信息权	受让方享有以下信息知情权： i)在每一会计年度结束后的一百二十天（120）个自然日内，提供经受让方认可的会计师事务所审计的年度合并财务报表； ii)在每一季度结束后的四十五（45）个自然日内，提供未经审计的季度合并财务报表； iii)在每一月度结束后的三十（30）个自然日内，提供未经审计的月度合并财务报表，并在合理期间内提供运营数据； iv)在每一会计年度开始六十（60）个自然日之前，提供经董事会批准公司及其他集团公司的该新会计年度的年度预算和决算报告及年度经营计划； v)公司向其他股东提交的所有文件和其他资料； vi)受让方合理要求的其他文件； vii)公司所有依照第 6.2 (7)条向受让方提供的财务报表应包含相应期间的资产负债表、损益表和现金流量表、所有者权益变动表，年度合并报表应包含财务报表附注等。 viii)受让方有权查阅并复制公司章程、股东会会议记录、董事会会议记录、监事会会议记录和财务会计报告。公司应当在发生任何重大事宜时，于两（2）个自然日内及时通知受让方； ix)自本协议生效之日起，受让方有权基于发现公司可能存在重大违法违规行为嫌疑的前提下对公司的设施、财务账簿进行查看核对。受让方要求查阅公司会计账簿的，应当向公司提出书面请求，说明目的。公司有合理的事实性依据认为受让方查阅会计账簿有不正当目的可能损害公司合法利益的，可以拒绝提供查阅，并应当自受让方提出书面请求之日起十五日内书面答复受让方并说明理由。
6	回购权	（1）在受让方持有公司股份期间，如发生下列情形之一的（以较早发生者为准），则受让方有权要求回购义务人（陈文平与陈文辉），按照本协议约定的回购价格，共同及连带地回购受让方持有的公司全部或部分股份： ①如果公司未在 2022 年 12 月 31 日前完成首次公开发行并上市交易； ②如果公司未在 2022 年 12 月 31 日前按照受让方认可的条件完成合格并购； ③集团公司、控股股东或实际控制人严重违反法律法规或其在本协议或其他交易文件中作出的任何陈述、保证、承诺或其他义务，且该等行为无法被纠正或弥补或未能在受让方通知后的三十（30）个工作日内得到救济。 （2）回购价格：受让方要求回购的股份对应的转让价款，加上按 10%

序号	条款名称	具体内容
		的年利率（单利，自交割日起至回购通知所要求的回购期限届满日止，不满一年的按实际经过天数计算）计算所得金额，还应包括受让方要求回购的股份对应的集团公司已经宣告但尚未支付的股息红利。 （3）回购程序：在受让方向回购义务人发出回购通知后（“回购通知”），回购义务人应在三十（30）日内（“回购期限”）一次性以现金方式向受让方支付全部回购价格。如果回购义务人可供回购的资金不足以支付受让方的全部回购价格，则对于剩余未支付的部分，受让方有权要求回购义务人利用其未来取得的可合法使用的资金继续完成支付，并就未能在回购期限内支付的回购价格收取每年 10%的利息（按单利计算，至受让方收到全部回购价格之日止，不满一年的按实际经过天数计算）。为避免疑义，在回购价格足额支付完毕前，回购通知中所载明的拟回购股份之回购不应被视为已经完成，受让方就该等股份仍享有全部的股东权利。受让方并有权要求回购义务人，基于受让行使本第 6.3 条的回购权，而要求回购义务人与受让方签订格式和内容令受让方满意的回购协议，以确认回购权的行使、回购程序和回购价格的支付。 （4）如因适用法律或其他原因导致无法按照上述约定完成回购或上述回购安排无效，则回购义务人同意按受让方届时的要求采取一切合法的可能方式促使要求回购的受让方获得相应的回购价格或实现同等效果，包括但不限于①通过适当及合法的渠道筹集资金，并将所获得的资金用于支付回购价格；②要求公司或其他集团公司清算、减资或宣告并支付任何股息、红利，并将所获得的资金用于支付回购价格；③出售、转让或以其他方式处分部分或全部公司的资产，并将所获得的资金用于支付回购款项；④回购义务人处分其直接或间接持有、控制的公司股份，包括但不限于处分其持有、控制的控股股东的权益，以及控股股东持有、控制的公司股份，并将所获得的资金用于支付回购价格：和/或⑤由公司指定的第三方受让按照回购价格要求回购的受让方的股份。

根据各方于 2020 年 9 月 12 日签署的《宁波沣源启程投资合伙企业（有限合伙）、宁波梅山保税港区沣源启航投资合伙企业（有限合伙）与宁波梅山保税港区沣源睿涛投资管理合伙企业（有限合伙）及南平市延平区君腾投资有限公司、南平延平众腾企业管理合伙企业（有限合伙）、南平市延平区君辉投资有限公司、福建赛道企业管理合伙企业（有限合伙）、陈文平、陈文辉、赛维时代科技股份有限公司关于赛维时代科技股份有限公司之补充协议》（以下简称《股份转让协议之补充协议》）的约定，沣源启程、沣源启航继承《股份转让协议》中沣源睿涛享有的所有权利，包括但不限于优先认购权、优先受让权、优先投资权、委派权、信息权、回购权等权利。所继承权利的起算日期以《股份转让协议》确定的为准，转让不视为重新交割。

2、与东证创新签署对赌协议的主要条款

根据东证创新（“增资方”）与发行人（“公司”）、君腾投资、众腾投资、君辉投资、坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、广发互联网、光照投资、广州琢石、鑫瑞集泰于 2019 年 12 月 10 日签署的《上海东方证券创新投资有限公司与南平市延平区君腾投资有限公司、南平延平众腾企业管理合伙企业（有限合伙）、南平市延平区君辉投资有限公司、厦门坚果互联投资合伙企业（有限合伙）、厦门坚果兄弟创业投资合伙企业（有限合伙）、嘉兴朴诚股权投资合伙企业（有限合伙）、珠海广发互联网时尚产业基金（有限合伙）、光照（深圳）投资咨询中心（有限合伙）、广州琢石成长股权投资企业（有限合伙）、厦门鑫瑞集泰股权投资合伙企业（有限合伙）关于深圳市赛维电商股份有限公司之增资协议》（以下简称《增资协议》）及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》，该等协议中所涉及的特殊权利条款如下：

序号	条款名称	具体内容
1	优先认缴权与优先购买权	公司合格上市前，公司决定进行增资扩股时，增资方有权依据其在公司的股份比例就公司新增注册资本成增发股份享有优先认缴权；公司原股东承诺公司原股东计划转让其持有的公司股份时，增资方有权依据其在公司的股份比例就拟转让股份享有优先购买权，为免疑义，原股东及其关联方之间的股份转让除外。
2	回购权	（1）如果公司不能在 2022 年 12 月 31 日前完成首次公开发行并上市交易或按照本次增资方认可的条件被战略收购，则本次增资方有权要求公司实际控制人陈文平及其直系亲属陈文辉共同连带地回购增资方所持有的全部股权或部分股权：回购价格为增资方实际支付的本次投资款再加上按 10%的年利率（单利）计算的资金占用成本。 （2）如果本次增资方根据本条提出回购要求，公司实际控制人陈文平及其直系亲属陈文辉应当在本次增资方提出回购要求的 30 日内支付执行完毕前述回购价格所需要的回购资金。 （3）如果公司实际控制人陈文平及其直系亲属陈文辉未能按照上述第（1）、（2）条的约定完成股权回购价款的支付，每逾期 1 日，应当向本次增资方支付逾期未付金额的万分之五作为逾期付款违约金。 （4）如实际控制人因故离世，其持有公司控股股东（现有股东之一君腾投资）的股权的继承者未以合法有效的形式承继控股股东的股权，或控股股东的其他方对其继承权持有异议，使得公司控股股东的股权出现纠纷，从而影响并导致公司无法正常经营，本次增资方有权要求公司按上述第（1）、（2）、（3）条同等条件回购本次增资方所持有的全部股权或部分股权。 （5）各方同意：公司正式向中国证券监督管理委员会或交易所提交上市申请材料之日前，各方将共同签署终止协议，终止包括上述第（1）、（2）、（3）、（4）条在内的任何可能对公司上市产生法律障碍的协议、条款和安排。若上述申请文件未被中国证监会或交易所受理、或申请文件被公司撤回、或中止审查超过 12 个月、或申请被中国证监会或交易所终止审查或否决，以及因为其他原因

序号	条款名称	具体内容
		导致公司未能上市的，则公司实际控制人陈文平及其直系亲属陈文辉承诺将按照本协议约定的回购条款与本次增资方另行签订回购协议履行回购义务。

（二）发行人是否为对赌协议签署的当事人、是否承担回售义务

1、沣源启航、沣源启程

根据《股份转让协议》和《股份转让协议之补充协议》，其《股份转让协议之补充协议》约定了沣源启程、沣源启航继承《股份转让协议》中沣源睿涛享有的包括回购权在内的所有权利，即在特定情形下沣源启航、沣源启程有权要求陈文平与陈文辉按照协议约定的回购价格对其股份进行回购，发行人虽然作为签约方签署了该等协议，但发行人并不承担上述回购义务。

2、东证创新

根据《增资协议》及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》的约定，如果发行人不能在 2022 年 12 月 31 日前完成首次公开发行并上市交易或按照东证创新认可的条件被战略收购，则东证创新有权要求发行人的实际控制人陈文平及其直系亲属陈文辉共同连带地回购东证创新所持有的全部股权或部分股权。但如实际控制人因故离世，其持有发行人控股股东（现有股东之一君腾投资）的股权的继承者未以合法有效的形式承继控股股东的股权，或控股股东的其他方对其继承权持有异议，使得发行人控股股东的股权出现纠纷，从而影响并导致公司无法正常经营的情况下，东证创新有权要求发行人承担回购义务。发行人作为签约方签署了《增资协议》，且在上述特定情况下，发行人可能承担回购义务。

二、相关对赌协议未解除是否符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关要求

1、对赌协议的解除情况

（1）沣源启程、沣源启航

根据沣源启程、沣源启航与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉于 2020 年 11 月 24 日签署的《终止协议》（以下称为《沣

源终止协议》），各方同意，自本协议签署之日起，《股份转让协议》约定的“优先投资权”“委派权”“回购权”条款立即中止执行并在通过证券发行监管部门审核通过后完全终止，上述条款在中止期间及终止后对协议签署各方不再具有约束力和效力，各方均不再享有上述条款项下的权利，且均无需再承担在上述条款项下的责任和义务。如发生《股份转让协议》约定的特殊权利恢复的情形，前述已中止的增资协议恢复法律效力，届时由相关主体另行签订回购协议履行回购义务。

根据坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、光照投资、广州琢石、鑫瑞集泰、东证创新、沣源启程、沣源启航与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉于 2021 年 6 月 28 日签署的《终止协议之补充协议》，发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉与沣源启程、沣源启航同意并确认，自该等协议签署之日起，《股份转让协议》约定的“优先投资权”“委派权”“回购权”等特殊权利条款以及《沣源终止协议》约定的中止执行且有条件恢复相关特殊权利的条款立即终止，并自始无效。为避免歧义，沣源启程、沣源启航因《股份转让协议之补充协议》的约定所享有的《股份转让协议》“优先投资权”“委派权”“回购权”等权利亦立即终止，并自始无效。上述各方确认，上述条款对上述各方自始不具有约束力和效力，上述各方均不享有上述条款项下的权利，且均无需承担在上述条款项下的责任和义务。

综上，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与沣源启程、沣源启航之间曾存在的对赌条款均已终止，沣源启程、沣源启航与发行人或其子公司、发行人曾经或现在的股东之间均不存在任何的对赌协议、特殊股东权利或其他类似安排，且对于上述终止的条款，均不存在恢复履行的约定。

（2）东证创新

根据东证创新与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、光照投资、广州琢石、鑫瑞集泰于 2020 年 11 月 24 日签署的《终止协议》（以下称为《东证终止协议》），各方同意：自该等协议签署之日起，《增资协议》之附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》约定的“回购”条款立即中止执行并在通过证券发行监管部门审核通过后完全终止，上述条款在中止期间及终止后对协议签署各方不再具有约束力和效力，各方均不再享有上述条款项下的权利，且均无需再承担在上述条

款项下的责任和义务。如公司上市申请因任何原因未获证券发行监管部门核准通过、或被公司撤回、或被证券发行监管部门终止审查或否决或不予注册时，前述已中止的附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》约定的“回购”条款恢复法律效力，届时由相关主体另行签订回购协议履行回购义务。

根据坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、光照投资、广州琢石、鑫瑞集泰、东证创新、沣源启程、沣源启航与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉于 2021 年 6 月 28 日签署的《终止协议之补充协议》，发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资与东证创新同意并确认，自该等协议签署之日起，《增资协议》约定的“优先认缴权与优先购买权”条款及其附件三约定的“回购”条款、《东证终止协议》约定的中止执行且有条件恢复相关特殊权利的条款立即终止，并自始无效。上述各方确认，上述条款对上述各方自始不具有约束力和效力，上述各方均不享有上述条款项下的权利，且均无需承担在上述条款项下的责任和义务。

综上，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与东证创新之间曾存在的对赌条款均已终止，东证创新与发行人或其子公司、发行人曾经或现在的股东之间均不存在任何的对赌协议、特殊股东权利或其他类似安排，且对于上述终止的条款，均不存在恢复履行的约定。

2、相关对赌协议符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关要求

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 规定：“投资机构在投资发行人时约定对赌协议等类似安排的，原则上要求发行人在申报前清理，但同时满足以下要求的可以不清理：一是发行人不作为对赌协议当事人；二是对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定；三是对赌协议不与市值挂钩；四是对赌协议不存在严重影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形。保荐人及发行人律师应当就对赌协议是否符合上述要求发表明确核查意见。发行人应当在招股说明书中披露对赌协议的具体内容、对发行人可能存在的影响等，并进行风险提示。”

本所律师比照上述规定，逐条分析如下：

（1）发行人不作为对赌协议的当事人

根据沣源睿涛与广发互联网、发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉签署的《股份转让协议》及沣源启程、沣源启航、沣源睿涛与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、福建赛道、陈文平、陈文辉签署的《股份转让协议之补充协议》，发行人作为签约方签署了相关协议，但依据协议内容，发行人并不作为对赌相关条款的履约主体，不承担任何回购义务。且根据《沣源终止协议》及《终止协议之补充协议》，发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、陈文平、陈文辉与沣源启程、沣源启航之间包括回购义务在内的所有特殊权利相关条款均已终止，并自始无效，且不存在恢复履行的约定。

根据东证创新与发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、广发互联网、光照投资、广州琢石、鑫瑞集泰签署的《增资协议》及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》，发行人在协议约定的情形下需承担回购义务。但根据《东证终止协议》及《终止协议之补充协议》，发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、陈文平、陈文辉与东证创新之间包括回购义务在内的所有特殊权利相关条款均已终止，并自始无效，且不存在恢复履行的约定。

（2）对赌协议不存在可能导致公司控制权变化的约定

根据《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》《增资协议》及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》，上述对赌协议均不存在可能导致公司控制权变化的约定。且根据《沣源终止协议》《东证终止协议》及《终止协议之补充协议》，发行人、君腾投资、众腾投资、君辉投资、陈文平、陈文辉与沣源启程、沣源启航、东证创新之间包括回购义务在内的所有特殊权利相关条款均已终止，且不存在恢复条款。

（3）对赌协议不与市值挂钩

根据《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》《增资协议》及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》，上述对赌协议不存在与市值挂钩的条款。

（4）对赌协议不存在影响发行人持续经营能力或者其他严重影响投资者权益的情形

根据《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》《增资协议》及其附件三《控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及公司对增资方所作的陈述、保证》，上述对赌协议的约定不存在严重影响发行人持续经营能力或其他严重影响投资者权益的情形。

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》“第五节 发行人基本情况”之“七、（十）对赌协议情况”对于对赌协议的具体内容、对发行人可能存在的影响等进行补充披露；对赌协议终止后发行人不存在因对赌协议造成的相关风险。

综上，发行人的相关对赌协议符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》问题 13 的相关要求。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》《增资协议》《沣源终止协议》《东证终止协议》及《终止协议之补充协议》，确认对赌协议的签署和解除情况；

2、查阅发行人及其实际控制人出具的说明，了解发行人及其控股股东、实际控制人与发行人其他股东之间是否存在对赌协议或特殊协议或安排。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人是《股份转让协议》《股份转让协议之补充协议》《增资协议》签署的当事人，但发行人已根据相关规定清理相关对赌协议，前述对赌协议的相关条款已终止且自始无效，发行人不承担回购义务。

2、相关对赌协议已终止且不存在恢复安排，不存在损害发行人利益、影响实际控制人控制权稳定性的风险，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发

行上市审核问答》问题 13 的相关要求。

第二题（《第二轮问询函》“3．关于新三板信息披露”）

根据招股说明书，2016 年 11 月 11 日，发行人股票正式在股转系统挂牌并公开转让。

请发行人说明在新三板的信息披露与本次申报文件信息披露的差异情况及产生差异的原因、合理性。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、差异情况

根据发行人在新三板系统挂牌期间披露的公告以及股转公司网站的公开信息、发行人为本次创业板上市所撰写的《招股说明书（申报稿）》等申报文件，并经本所律师核查，发行人在新三板的信息披露与本次申报文件信息披露的主要差异情况如下：

（一）财务信息方面的披露差异情况

2016 年 11 月 11 日，发行人股票正式在新三板系统挂牌并公开转让；2018 年 4 月 17 日，发行人股票终止在新三板系统挂牌。

发行人申请在新三板系统挂牌及在新三板系统挂牌期间的财务信息主要披露于《深圳市赛维电商股份有限公司公开转让说明书》（以下简称“公开转让说明书”）、《深圳市赛维电商股份有限公司 2016 年度报告》等文件，与本次发行所适用的报告期不存在重合，发行人本次发行上市申请于 2020 年 12 月获得深交所受理，申请时所适用的报告期为 2017 年至 2020 年 6 月 30 日，经更新 2020 年年报和 2021 年半年报后，适用的报告期为 2018 年至 2021 年 6 月 30 日。

因此，发行人在新三板系统挂牌期间财务信息披露与本次发行在《招股说明书（申报稿）》披露的报告期内财务信息不存在差异。

（二）非财务信息披露方面的差异情况

本次发行上市申请文件按照创业板配套的业务规则要求进行撰写，发行人的公开转让说明书等挂牌文件和在新三板系统挂牌期间披露的公告文件则按照《非上市公众公司监督管理办法》《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》《全

国中小企业股份转让系统挂牌公司信息披露细则》等相关业务规则的要求进行披露。两者在信息披露规则、要求、详细程度等方面存在一定差异。发行人在本次发行上市申请文件中所披露的相关信息反映了发行人经营管理情况的最新变化，相关信息披露更加详尽，但与发行人新三板系统的信息披露不存在实质性差异。

发行人在新三板系统挂牌期间的非财务信息披露与《招股说明书（申报稿）》披露的信息对照差异情况如下：

差异事项	《招股说明书（申报稿）》 披露信息	在新三板系统披露信息	差异情况 及原因
风险因素	1、技术风险 （1）信息化系统无法及时应对跨境电商行业快速变化的风险 （2）专业人才流失的风险 2、经营风险 （1）店铺关闭风险 （2）中美贸易摩擦加剧的风险 （3）行业监管政策变动的风险 （4）“中国制造”性价比优势降低的风险 （5）市场竞争风险 （6）交易纠纷风险 （7）Amazon 平台集中度较高的风险 （8）存货管理的风险 3、财务风险 （1）较高毛利率无法维持的风险 （2）国内税收优惠政策变化的风险 （3）税收监管风险 （4）汇率变动的风险 （5）外汇风险 4、募集资金投资项目风险 （1）募集资金投资项目实施风险 （2）净资产收益率下降的风险 5、公司治理风险 6、新冠肺炎疫情风险 7、发行失败风险	公开转让说明书 1、宏观经济波动影响公司业务的风险 2、政策变动的风险 3、“中国制造”性价比优势降低的风险 4、市场竞争风险 5、交易纠纷风险 6、第三方平台以及相关平台店铺不能继续使用的风险 7、人才流失风险 8、存货滞销积压的风险 9、如果公司实际控制人实施不当控制风险 10、公司治理不规范的风险 11、对赌风险 12、境外经营风险	《招股说明书（申报稿）》依据《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第28 号——创业板公司招股说明书》的要求撰写，并结合发行人终止在新三板系统挂牌后经营情况的变化，更加系统、充分地披露公司风险因素并进行分类，不存在实质性差异
行业分类	首次申报时，发行人所处行业属于“I 信息传输、软件和信息技术服务业”之“64 互联网和相关服务”。后发行人将所处行业调整为属于“F 批发和零售业”之“52 零售业”。	根据《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2011）及《挂牌公司管理型行业分类指引》，发行人所处行业为批发和零售业（行业代码：F）下的互联网零售行业（行业代	首次申报时，结合发行人本次申报报告期业务实际发展情况调整行业分类，发行人经综合考虑，

差异事项	《招股说明书（申报稿）》披露信息	在新三板系统披露信息	差异情况及原因
		码：F5294）；根据《挂牌公司投资型行业分类指引》，发行人所属行业为互联网零售（13141111）。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），发行人所从事的跨境出口零售电商业务属于“批发和零售业”下的“F52 零售业”。在实际应用中，发行人所属行业通常称为跨境电子商务行业。	按照主营业务收入性质将所处行业重新调整为“零售业（F52）”
主营业务	赛维时代是一家技术驱动的出口跨境品牌电商，发行人通过 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台和 SHESHOW、Retro Stage 等垂直品类自营网站向全球消费者销售高品质、个性化的时尚生活产品，包括服饰配饰、运动娱乐、百货家居等。同时，发行人还基于其完善的跨境仓储物流体系向第三方提供物流服务。	跨境出口电商	发行人对主营业务的描述予以调整和更新，其主营业务未发生重大变更
董监高简历	对董监高人员任职简历的披露进行了补充和完善	公开转让说明书和公告中对董监高的简历描述不完善	完善披露董监高人员任职简历

综上所述，发行人在新三板系统的信息披露与《招股说明书（申报稿）》存在差异，差异情况主要系《招股说明书（申报稿）》根据创业板配套业务规则的相关要求及发行人最新情况进行披露。报告期内，发行人在新三板系统的信息披露内容与本次发行的申请文件信息披露之间不存在实质性差异。

二、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

查阅发行人在新三板系统披露的公告以及股转公司网站的公开信息，并与《招股说明书（申报稿）》等本次发行相关申报文件进行对比分析，核实《招股说明书（申报稿）》披露的信息与在新三板系统的信息披露存在的差异情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

发行人在新三板系统的信息披露与本次申报文件存在差异，差异情况主要系《招股说明书（申报稿）》为根据创业板配套业务规则的相关要求及发行人最新情况进行披露，发行人在新三板系统的信息披露内容与本次上市申报文件的信息披露之间不存在实质性差异。

第三题（《第二轮问询函》“4．关于股东信息核查”）

请保荐人、发行人律师按照《监管规则适用指引—发行类第 2 号》的要求对发行人披露的股东信息进行全面深入核查，逐条认真落实核查工作，提交专项核查说明。

【回复】

本所律师已经按照《监管规则适用指引——关于申请首发上市企业股东信息披露》《监管规则适用指引——发行类第 2 号》和《关于股东信息核查中“最终持有人”的理解与适用》要求，对发行人股东信息进行了全面深入核查，对非自然人股东进行了穿透核查，充分关注并全面核查了发行人自然人股东是否涉及证监会系统离职人员入股的情况，并就证监会系统离职人员入股核查情况出具《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司证监会系统离职人员入股的专项核查意见》。

经核查，本所律师认为，发行人的直接股东和间接股东中，不存在属于证监会系统离职人员的情况。

第四题（《第二轮问询函》“5．关于子公司”）

审核问询回复显示，发行人主要子公司按其职能与分工可分为采购与出口类主体、生产类主体、仓储及物流类主体、销售类主体、运营类主体五类。

请发行人：

（1）结合出口模式的不同，以举例方式说明商品在发行人子公司之间流转的过程及对应的出口方式。

（2）就各子公司尤其是境外子公司经营在税收方面的合法合规性，说明除获取境外律师出具的法律意见外，是否存在其他证明文件证实发行人境外子公司经营合规且无应缴纳而未缴纳的税款；请结合同行业公司的相关案例及境外法律实践的一般情况，说明发行人及子公司面临的税务风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

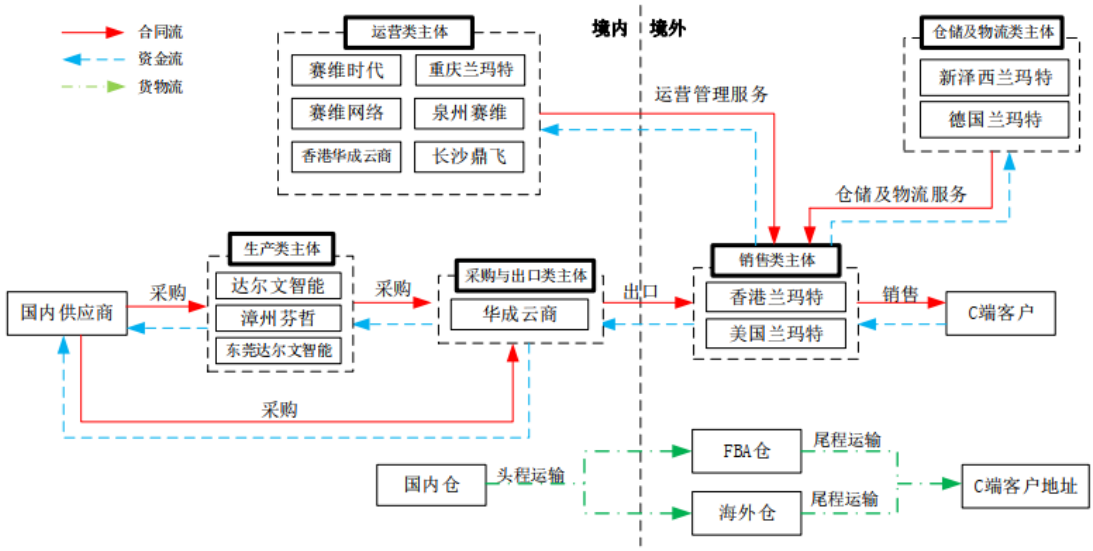
一、结合出口模式的不同，以举例方式说明商品在发行人子公司之间流转的过程及对应的出口方式

根据发行人出具的说明，截至本补充法律意见书出具之日，发行人出口方式为一般贸易和直邮 9610 模式，其中以一般贸易为主，少量为直邮 9610 模式。直邮模式下在报告期前期主要为邮政小包直邮，2020 年下半年开始转换为直邮 9610 模式。

（一）一般贸易

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人管理层，从发货方式来看，向 FBA 仓及海外仓发送的货物均采取一般贸易的出口方式，由国内子公司华成云商向供应商采购，华成云商采购后销售给境外子公司；发行人从境内采购后通过国际运输类物流供应商批量发往亚马逊 FBA 仓或海外仓。消费者下单后由亚马逊 FBA 仓或者当地第三方物流公司负责安排尾程的配送，将订购的商品直接交予消费者。

该模式下，发行人及子公司之间的主要业务流程情况如下：

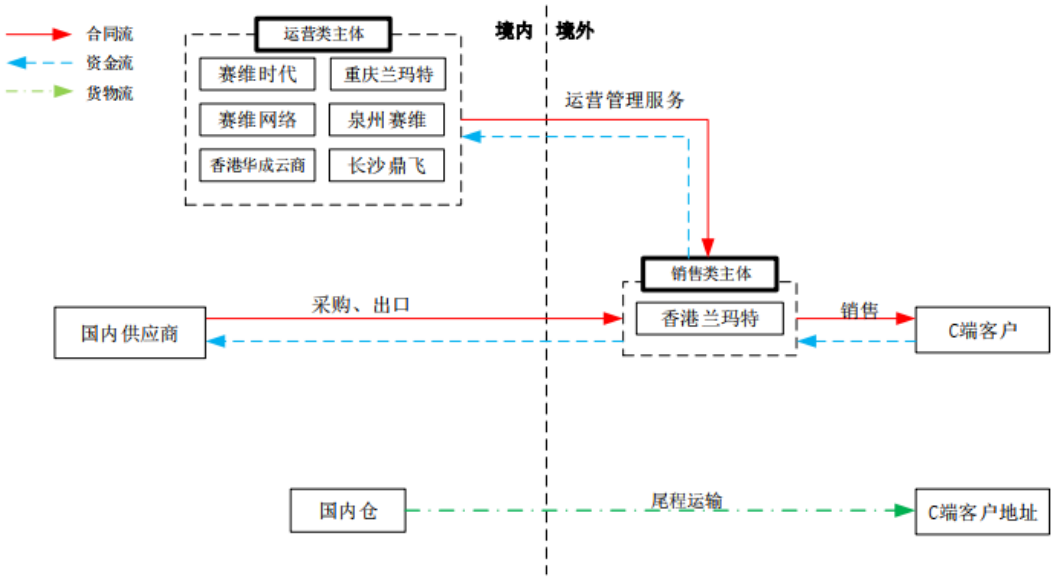


注：对于部分服装类产品，由生产子公司达尔文智能和东莞达尔文智能将外购原材料自行生产的商品或委托加工方式生产的商品对内销售给发行人其他子公司。漳州芬哲主要向达尔文智能和东莞达尔文智能提供服装生产加工服务。

（二）直邮模式

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人管理层，直邮方式下，发行人在报告期前期主要采取邮政小包模式，由香港兰玛特向国内供应商采购后通过第三方物流运送至海外消费者。

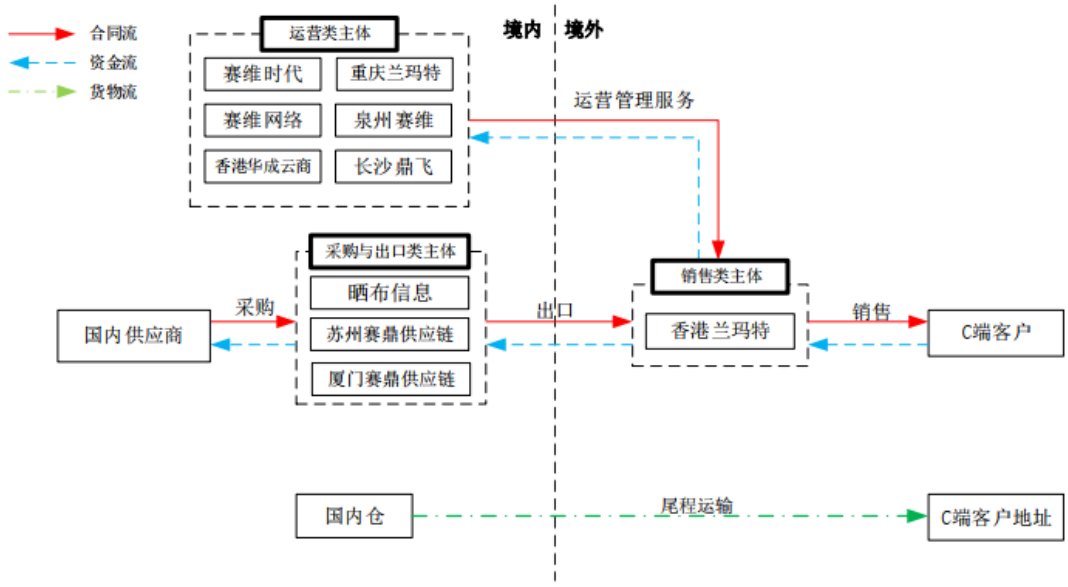
邮政小包模式下，发行人及子公司之间的主要业务流程情况如下：



从 2020 年下半年开始，发行人直邮模式开始转换为直邮 9610 模式，采购主

体为境内子公司深圳晒布、苏州赛鼎供应链和厦门赛鼎供应链，三家境内子公司向国内供应商采购后通过第三方物流运送至海外消费者。

直邮 9610 模式下，发行人及子公司之间的主要业务流程情况如下：



二、就各子公司尤其是境外子公司经营在税收方面的合法合规性，说明除获取境外律师出具的法律意见外，是否存在其他证明文件证实发行人境外子公司经营合规且无应缴纳而未缴纳的税款；请结合同行业公司的相关案例及境外法律实践的一般情况，说明发行人及子公司面临的税务风险

（一）就各子公司尤其是境外子公司经营在税收方面的合法合规性，说明除获取境外律师出具的法律意见外，是否存在其他证明文件证实发行人境外子公司经营合规且无应缴纳而未缴纳的税款

1、境内子公司经营在税收方面的合法合规性

根据发行人及其境内子公司税务主管部门出具的证明，并经本所律师核查，除《招股说明书（申报稿）》已披露的处罚外，发行人及其境内子公司在报告期内不存在其他被税务部门作出重大行政处罚的情况。

2、境外子公司经营在税收方面的合法合规性

针对发行人境外税务合规性，根据境外律师事务所出具的法律意见书，截至该等法律意见书出具日，发行人及其境外子公司并未受到美国、德国、英国等主

要销售地国家或地区税务主管机关的行政处罚，境外主要子公司也未受到所在地等国家或地区税务主管机关的行政处罚。

除上述法律意见书以外，发行人获取的其他证明文件包括：

（1）境外间接税

根据发行人出具的说明，发行人主要销售国为美国、德国和英国，涉及的境外间接税主要包括美国的销售税以及欧盟地区的增值税。

根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，报告期内，发行人在美国、德国和英国面临的境外间接税的税务风险较低。发行人在美国、德国和英国的间接税具体风险评估情况参见《第二轮问询函》的回复之“第十三题”之“三、评估在各销售地少缴间接税被处罚的风险，并做充分的风险提示”。

此外，发行人已与 Florida Department of Revenue 签署 Voluntary Disclosure Agreement（VDA，以下简称自愿披露协议），就 2018 至 2020 年发行人核心业务在该州的纳税义务达成和解。

（2）企业所得税

根据发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人内部交易转移定价涉及的企业所得税缴纳的合规性风险较低。

（3）关税

根据境外律师出具的法律意见书，发行人以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向美国、英国、德国等境外海关进行申报纳税符合当地海关、税务方面的法律法规，且发行人及其子公司在当地不存在补缴关税或被处罚的风险。

综上所述，针对境外子公司经营在税收方面的合法合规性，除境外律师出具的法律意见外，发行人还获取了国际税务咨询机构以及其他境外税务咨询机构就境外间接税出具的税务咨询报告，与 Florida Department of Revenue 签署的自愿披露协议，以及税务咨询机构就企业所得税出具的转移定价分析报告。本所律师认为，根据上述文件，报告期内，发行人在美国、德国和英国面临的境外间接税的税务风险较低，发行人内部交易转移定价涉及的企业所得税缴纳的合规性风险

较低，发行人及其子公司在相关国家不存在补缴关税或被处罚的风险。

（二）请结合同行业公司的相关案例及境外法律实践的一般情况，说明发行人及子公司面临的税务风险

经本所律师查询同行业公司的相关案例及境外法律实践，关于境外税务风险，各同行业公司获取的证明文件的具体情况如下：

序号	公司名称	股票代码	获取的证明文件
1	安克创新	300866.SZ	1、境外间接税：境外法律意见书、境外会计师出具的税务备忘录、与华盛顿州税局达成的和解协议； 2、企业所得税：转移定价报告； 3、关税：境外法律意见书。
2	华凯创意	300592.SZ	就收购标的易佰网络的税务合规性，取得的证明文件： 1、境外间接税：境外法律意见书、税务咨询报告； 2、企业所得税：境外法律意见书、转移定价报告； 3、关税：境外法律意见书。
3	傲基科技	-	就税务合规性出具的境外法律意见书，未披露分税种出具的证明文件
4	星徽股份	300464.SZ	就收购标的泽宝创新的税务合规性，取得境外律师出具的法律意见书，未披露分税种出具的证明文件
5	天泽信息	300209.SZ	就收购标的有棵树的税务合规性，取得境外律师出具的法律意见书，未披露分税种出具的证明文件
6	华鼎股份	601113.SH	就收购标的通拓科技的税务合规性，取得境外律师出具的法律意见书，未披露分税种出具的证明文件

参考上述同行业相关案例，以及根据发行人聘请的境外律师出具的相关境外法律意见书、发行人聘请的国际税务咨询机构出具的相关税务咨询报告、发行人与 Florida Department of Revenue 达成的自愿披露协议、税务咨询机构出具的转移定价分析报告以及发行人出具的说明等，发行人及其子公司在美国、德国、英国面临的税务风险较小，且符合同行业公司的相关实践。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、与发行人管理层访谈确认不同出口方式下商品在发行人子公司之间流转的过程；

2、获取并查阅发行人及其子公司所在地境内主管税务机构出具的税务合规证明；

3、获取并查阅境外律师出具的法律意见书，了解境外子公司经营的税务合规性；

4、获取并查阅税务咨询机构出具的税务咨询报告以及境外律师出具的法律意见书，了解发行人境外间接税缴纳的合法合规性；

5、获取并查阅发行人与 Florida Department of Revenue 达成的自愿披露协议；

6、获取并查阅税务咨询机构出具的转移定价报告；

7、查询同行业公司相关案例及境外法律实践的一般情况，了解是否存在其他证明文件证实发行人境外子公司经营合规且无应缴纳而未缴纳的税款。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

针对境外子公司经营在税收方面的合法合规性，除境外律师出具的法律意见外，发行人还获取了国际税务咨询机构以及其他境外税务咨询机构就境外间接税出具的税务咨询报告，与 Florida Department of Revenue 签署的自愿披露协议，以及税务咨询机构就企业所得税出具的转移定价分析报告。本所律师认为，根据上述文件，报告期内，发行人在美国、德国和英国面临的境外间接税的税务风险较低，发行人内部交易转移定价涉及的企业所得税缴纳的合规性风险较低，发行人及其子公司在相关国家不存在补缴关税或被处罚的风险，且符合同行业公司的相关实践。

第五题（《第二轮问询函》“6．关于多账号开店”）

申报材料显示，发行人说明，多账号开店未明确违反 Amazon 等平台相关注册及运营规定以及突破平台开店数量限制。中介机构通过访谈 Amazon、Wish 等平台客户经理，说明亚马逊系统以独立公司为单位来判定账号是否属于同一个公司，而非以集团来认定。

请发行人：

（1）说明访谈平台客户经理得出的结论与平台规则的实际执行、实践案例是否存在重大差异，相关平台是否已就多账号开店行为进行处罚，相关处罚的原因、处罚结果及对处罚对象的影响；结合上述实际情况进一步说明发行人多账号开店的情形是否违反平台政策及存在的相关风险。

（2）结合发行人的品牌数量、销售策略、单品牌对应的店铺数量等，分析说明报告期各期发行人店铺数量大幅减少的原因、是否与发行人的品牌发展战略、产品品类相匹配，是否与平台对多账户开店的处罚相关。

（3）量化说明报告期内发行人店铺数量的增减变动情况，是否存在各年度原有店铺大规模关店及大规模新增店铺的情况，结合上述因素分析报告期各期发行人主要店铺的稳定性。

（4）结合同行业可比公司的实际情况，在招股说明书相关行业案例部分删除非多账号开店模式（或店铺开立主体实际较少）的相关案例。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、说明访谈平台客户经理得出的结论与平台规则的实际执行、实践案例是否存在重大差异，相关平台是否已就多账号开店行为进行处罚，相关处罚的原因、处罚结果及对处罚对象的影响；结合上述实际情况进一步说明发行人多账号开店的情形是否违反平台政策及存在的相关风险。

（一）说明访谈平台客户经理得出的结论与平台规则的实际执行、实践案例是否存在重大差异

根据发行人出具的说明，发行人主要依靠 Amazon、Wish、eBay、Walmart

等第三方平台以及自营网站向全球消费者销售商品。其中，Amazon 平台允许平台卖家在具备合理理由的情况下开设多个店铺；Wish 平台则对单一主体可以开立的店铺数量作出了限制；eBay 平台的运营规则明确了单一主体可以在该平台拥有多个账号并同时开展经营；Walmart 平台的运营规则并未明确禁止单一主体同时经营多个账号。

经访谈 Amazon 和 Wish 平台的客户经理，其中 Amazon 平台的客户经理对相关规则的解释为 Amazon 系统是以一个独立公司为单位来判定账号是否属于同一个公司，而不是以集团来认定，一个集团的母公司通过多个子公司分别在 Amazon 平台开设店铺未违反 Amazon 平台的相关规定；Wish 平台的客户经理对相关规则的解释为 Wish 平台不会追溯拥有账户的公司或个人是否受同一方控制。

该等平台的客户经理对相关平台运营规则的解释与 Amazon 平台和 Wish 平台的规则并无明显矛盾，与平台规则的实际执行、实践案例不存在重大差异，具体如下：

1、访谈相关平台客户经理的结果与同行业公司公开信息披露情况基本一致

根据华兴证券有限公司（以下简称华兴证券）于 2021 年 5 月 28 日出具的《华兴证券有限公司关于<湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函的回复>之专项核查意见》（以下简称《华凯创意意见落实函回复》）：“根据与亚马逊相关人员的访谈和咨询，亚马逊平台在卖家店铺上线前，对卖家提供的单个公司资料进行审核，对其母公司不做要求和审核”；“一个实体原则上只能注册一个 Wish 账户，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施”。

根据华鼎股份于 2018 年 3 月 20 日公告的《义乌华鼎锦纶股份有限公司发行股份并支付现金购买资产并募集配套资金报告书（修订稿）》（以下简称《华鼎股份报告书》），“对于同一实际控制人或同一集团公司下设多个子公司，每个子公司单独注册账户、开设店铺并开展经营，销售不同类别产品的情形，只要有合理理由并符合平台规则，亚马逊会视为不同公司而允许类似情况存在”。

综合上述公司的公开信息披露文件，其访谈相关平台客户经理或对平台规则的理解，与本所律师访谈相关平台客户经理的结果基本一致，无实质性差异。

2、同行业公司实际经营情况符合访谈结果

（1）华凯创意

根据《华凯创意意见落实函回复》，其自 2019 年以来逐步将经营状况良好、销售收入较高的第三方名义网店通过主体公司股权转让等方式变更还原至易佰网络或其子公司名下。相关网店在主体变更为易佰网络子公司之后持续保持良好运营状态，不存在因多账号开店而被平台强制关店的情况。

此外，2019 年和 2020 年，易佰网络在亚马逊平台开立的店铺数量分别为 334 个和 498 个，呈上升趋势。

（2）天泽信息

根据天泽信息于 2021 年 7 月 15 日公告的《天泽信息产业股份有限公司关于对深圳证券交易所关注函答复的公告》，其子公司有棵树因违反亚马逊平台规则，大量站点被查封，受限资金被冻结。根据该公告，有棵树所披露的关店原因中不包括多店铺经营模式。

此外，天泽信息在亚马逊、Wish 等第三方平台开立的店铺数量亦呈明显的上升趋势。根据天泽信息于 2020 年 7 月 17 日公告的《天泽信息产业股份有限公司关于对深圳证券交易所年报问询函答复的公告》，2019 年度，其在亚马逊平台开立的店铺数量为 284 个；在 Wish 平台开立的店铺数量为 528 个。根据天泽信息于 2021 年 6 月 18 日公告的《天泽信息产业股份有限公司关于对深圳证券交易所年报问询函答复的公告》，2020 年度，其在亚马逊平台开店的店铺数量为 1,135 个；在 Wish 平台开立的店铺数量为 879 个，数量呈上升趋势。

（3）华鼎股份

根据《华鼎股份报告书》，通拓科技“销售渠道涵盖 eBay、Amazon、速卖通、Wish 等多个第三方电商平台和自有电商平台，店铺数量超过 300 个。”《华鼎股份报告书》进一步指出，通拓科技的发展规划为包括继续增加第三方平台上的店铺数量“报告期内，通拓科技在亚马逊、eBay、速卖通、Wish 等平台加大了店铺投资的力度，店铺数量持续增加，公司业务收入也随之增加。2017 年公司将继续开始新的店铺以支持公司业务的进一步提升。”此外，根据《华鼎股份报告书》，2015 年至 2017 年 11 月，通拓科技关闭店铺的主要原因为公司经营策

略调整。发行人认为通拓科技将增加第三方平台店铺数量作为其业务发展规划以及业务增长来源并在公开信息中披露该等信息反映了多账号开店并未明确违法相关平台规则，与访谈平台客户经理结果不存在重大差异。

另外，根据华鼎股份于 2021 年 8 月 5 日公告的《义乌华鼎锦纶股份有限公司关于子公司重大事项的公告》，“自 7 月中下旬以来，通拓科技多个品牌涉及的店铺被亚马逊暂停销售、资金被冻结。经查，原因可能系部分商品的不当评论，涉嫌违反亚马逊平台规则。”其并未因多店铺经营而被相关平台处罚。

综上所述，结合上述公司的公开披露信息及实际经营情况，发行人访谈平台客户经理得出的结论与平台规则的实际执行、实践案例不存在重大差异。

（二）相关平台是否已就多账号开店行为进行处罚，相关处罚的原因、处罚结果及对处罚对象的影响

如前所述，根据华凯创意、天泽信息以及华鼎股份的公开信息披露文件，华凯创意不存在因多账号开店被平台处罚的情况；天泽信息以及华鼎股份则并未将多账号开店认定为其店铺被第三方平台强制关闭的原因。基于同行业公司的公开信息披露文件，目前尚未发现相关平台已就多账号开店行为进行处罚。

（三）结合上述实际情况进一步说明发行人多账号开店的情形是否违反平台政策及存在的相关风险

根据前述同行业公司公开信息披露文件及实际经营情况，结合本所律师访谈相关平台客户经理和实际经营情况，多账号开店的情形并未违反平台政策。

但是，发行人并不能决定相关第三方平台是否会根据其经营需求或其他方面的考量，修改其现行有效的平台经营规则或出台新的规则，从而对多账号开店情况进行限制甚至认定多账号开店不符合修改后的运营规则。因此，发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（六）店铺关闭风险”以及“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（一）店铺关闭风险”中对相关风险进行如下披露：

“公司是一家技术驱动的出口跨境品牌电商，主要产品涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等四大品类，拥有 Ekouaer、Avidlove、Homdox、Coocheer、ANCHEER 等多个品牌。基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，公司

采用了跨境电商行业较为常见的多账号开店经营模式，在 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等第三方电商平台经营多个店铺。

假如未来 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等第三方电商平台认定公司多账号开店经营模式不具备合理商业理由且违反了该等平台的注册及运营政策或者修改其平台店铺的注册及运营政策以对多账号开店经营模式进行限制，进而导致公司出现大量第三方电商平台店铺被关闭的情形，则公司可能面临营业收入和利润规模大幅下滑的风险，从而对公司整体经营业绩造成重大不利影响。”

二、结合发行人的品牌数量、销售策略、单品牌对应的店铺数量等，分析说明报告期各期发行人店铺数量大幅减少的原因、是否与发行人的品牌发展战略、产品品类相匹配，是否与平台对多账户开店的处罚相关

（一）发行人的品牌数量、销售策略及单品牌对应的店铺数量

发行人的销售策略逐步由以往的泛品类、非品牌经营模式向品牌化经营模式转型。根据发行人提供的资料，报告期各期，发行人品牌数量及销售情况如下：

时间	品牌数量（个）	销售情况（品牌产品）		销售情况（非品牌产品）	
		销售额（万元）	占比	销售额（万元）	占比
2018 年度	53	150,967.94	68.49%	69,450.91	31.51%
2019 年度	68	205,619.18	73.92%	72,534.52	26.08%
2020 年度	100	404,334.84	81.58%	91,310.98	18.42%
2021 年 1-6 月	143	269,554.36	96.54%	9,658.52	3.46%
报告期合计	**154**	**1,030,476.32**	**80.92%**	**242,954.92**	**19.08%**

注：收入数据为经审计的收入

由上表可知，发行人品牌化转型过程中，品牌数量、销售额及销售占比呈明显的逐年上升趋势。

发行人在第三方平台开立的店铺需要遵守相关平台的运营政策以及其他规定并接受相关平台的监管。报告期内，发行人采用的多账号开店模式且并未违反相关平台的运营规则。发行人在第三方平台开立和关闭店铺主要基于经营需求和品牌化战略转型的需要，具体情况如下：

在实际经营过程中，发行人主要采用了品牌精品店经营模式和品牌集合店经

营模式进行品牌化转型。品牌精品店主要销售单个品牌的产品，但同时也可能搭售少量其他产品；品牌集合店则会同时销售多个不同品牌的产品，但并不存在某一品牌产品的销售额占明显的主导地位。通过品牌集合店，发行人可以适当增加品牌产品的曝光度以提高品牌培育的成功率。因此，发行人品牌与店铺并非完全一一对应。

报告期各期末，发行人第三方平台品牌精品店、品牌集合店和非品牌店铺的开立情况如下：

单位：家

各类店铺数量情况								
店铺类型	2021.6.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	数量	占比	数量	占比	数量	占比	数量	占比
品牌精品店	338	35.81%	256	18.22%	289	12.24%	205	8.94%
品牌集合店	497	52.65%	600	42.70%	698	29.56%	839	36.61%
非品牌店	109	11.55%	549	39.07%	1374	58.20%	1248	54.45%
合计	**944**	**100.00%**	**1,405**	**100.00%**	**2,361**	**100.00%**	**2,292**	**100.00%**

注：非品牌店系指主要销售非品牌产品或单一品牌收入占比极低的店铺。

如上表所示，随着发行人品牌化战略转型的逐步深入，品牌精品店的数量占比呈明显的上升趋势，由 2018 年末的 18.94%上升至 2021 年 6 月末的 35.81%。同时，发行人非品牌店的占比则呈明显的下降趋势，由 2018 年末的 54.45%下降至 2021 年 6 月末的 11.55%。

（二）店铺关闭与品牌发展情况及产品品类的匹配情况

根据发行人出具的说明，发行人第三方平台店铺关闭与品牌发展及产品品类的匹配的总体情况如下：

时间	品牌发展情况	店铺开立及关闭情况
2018 年	品牌培育初期，需要依赖非品牌业务对品牌业务提供资金支持	开立新店铺用于探索品牌经营模式；关闭了部分经营情况未达预期的店铺及少量非品牌店铺
2019 年	品牌培育取得初步成果，发行人经营业绩好转，对非品牌业务的依赖降低	开立新店铺用于探索品牌经营模式；关闭了部分经营情况未达预期的店铺以及非品牌店铺，关闭的店铺中非品牌店铺占比显著上升
2020 年	品牌化转型取得初步成功，发行人经营业绩对非品牌业务的依赖进一步降低	用于探索品牌经营模式的新店铺开立数量明显减少；关闭了部分经营情况未达预期店铺及非品牌店铺
2021 年	品牌化转型进一步深化，发	新开立的店铺数量明显减少；关闭了大部分开立

时间	品牌发展情况	店铺开立及关闭情况
1-6 月	行人开始从平台层面进行进一步的品牌化转型	于 Wish 和 eBay 的店铺

具体而言，在店铺层面，发行人品牌化战略转型主要对非品牌店铺和品牌集中度相对较低的品牌集合店铺进行改造和关闭，以逐步向品牌精品化转型。报告期各期，发行人关闭的第三方平台店铺的具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
关闭店铺数量	480	1,092	727	173
其中：非品牌店铺（家）	159	820	523	67
品牌集合店铺（家）	221	217	170	93
关闭店铺数量占比	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
非品牌店铺关闭占比	33.13%	75.09%	71.94%	38.73%
品牌集合店铺关闭占比	46.04%	19.87%	23.38%	53.76%

注 1：发行人被动关闭店铺数量并未纳入上述统计。
注 2：占比系指某类店铺关闭数量占当期公司关闭店铺总数的比例（不含被动关店数量）。

根据发行人出具的说明，2018 年度发行人关闭店铺中非品牌店铺占比较低，品牌集合店铺占比较高的原因如下：

报告期早期，发行人经营业绩对非品牌产品依赖相对较大，部分自有品牌尚处于培育和经营探索期，对经营业绩的贡献相对有限。同时，由于品牌业务的培育前期需要大量的资金投入，发行人需要依托非品牌业务的快速周转能力为品牌业务的发展提供持续的资金支持。因此，发行人 2018 年关闭的店铺中，非品牌店铺占比相对较小。

此外，发行人在品牌转型前期亦需要借助不同店铺对不同的品牌运营模式进行尝试。在品牌孵化早期，发行人单一品牌的品牌属性相对较弱，因此发行人尝试通过品牌集合店的形式集合不同品牌的产品于同一店铺中进行销售。其中，公司也需要在各店铺中试验不同的品牌运营策略组合，对于部分实际运营效果未达预期的店铺则会进行关闭处理。因此，发行人 2018 年关闭的店铺中品牌集合店铺占比相对较高。

自 2019 年起，发行人品牌化的效益逐步凸显，部分自有品牌培育已取得一定成功，对发行人经营业绩贡献度逐步提升。另外，发行人品牌业务在实现业绩增长的同时，现金流周转能力也得到了逐步加强，已逐步能满足品牌业务自身发

展的需要。因此，发行人业绩和现金流对非品牌业务的依赖逐渐下降，可以分阶段进行非品牌业务的调整。在 2019 年度和 2020 年度，发行人关闭店铺中非品牌店铺占比显著上升，为公司主要关闭的店铺类型。

自 2021 年起，发行人从平台层面进行了进一步的业务深化，对于不契合公司未来品牌化战略发展的第三方平台，发行人选择对开立于该等平台之上的大多数店铺进行关闭处理（不论其是否为品牌精品店铺），以便未来能够将主要的经营资源和运营规划聚焦在符合发行人战略发展方向的第三方平台。此外，鉴于发行人过往年度整体上将邮政小包直邮模式逐步转变为直邮 9610 模式，对不适合直邮 9610 模式的业务也进行了主动关停，其中亦包含了少量品牌精品店铺。因此，在发行人 2021 年 1-6 月关闭的店铺中，非品牌和品牌集合店铺关店数量占比出现了一定程度的下降。

如前所述，根据相关平台的平台政策以及同行业公司的公开信息披露文件，并经本所律师访谈相关平台客户经理，发行人多账号开店经营模式并未违反相关平台的运营规则。报告期内，除部分店铺系由于违反平台规则（如信息发布违规、侵权等）或平台未告知原因被动关闭外，发行人关闭的店铺主要为发行人基于经营角度考虑主动进行关闭和注销，而非由于平台对多账号开店进行处罚。

三、量化说明报告期内发行人店铺数量的增减变动情况，是否存在各年度原有店铺大规模关店及大规模新增店铺的情况，结合上述因素分析报告期各期发行人主要店铺的稳定性。

（一）报告期各期公司店铺增减变动情况及原因

根据发行人出具的说明，报告期各期，发行人第三方电商平台店铺数量的增减变动情况具体如下：

单位：家

时间	期初 店铺数量	本期新增 店铺数量	本期关闭 店铺数量	期末 店铺数量
2018 年度	1,745	810	263	2,292
2019 年度	2,292	866	797	2,361
2020 年度	2,361	206	1,162	1,405
2021 年 1-6 月	1,405	55	516	944

发行人在品牌化战略转型的过程中，不仅需要对与品牌化战略不匹配的部分

现有店铺进行经营模式的调整甚至关闭店铺，也需要发行人各团队通过开设新店铺、设立新品牌的方式积累品牌业务的经营经验，使得品牌培育更加精准，从而能够给消费者提供更加优质的消费体验并减少店铺历史运营指标对品牌业务发展的影响。

另外，为保证发行人品牌化战略转型的平稳过度，报告期早期，发行人更侧重于新店铺、新品牌的培育，以及对品牌运营模式进行多样化尝试。同时，如前所述，为支持品牌业务发展，发行人亦在报告期早期保留了部分非品牌业务，以便提升公司业绩，为品牌业务的发展提供灵活、充足的现金流，以支持品牌业务的发展。基于上述两点原因，报告期前期，发行人开立店铺的数量较多。

随着发行人品牌化战略转型的逐步深化，发行人逐步完成了对第三方平台店铺的合理精减，开立店铺数量呈明显的下降趋势，关闭店铺数量则呈明显的上升趋势。

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，报告期各期，发行人已关闭的第三方平台店铺按其成立时间分类的具体情况如下：

时间	成立时间在1年以内		成立时间在1年至3年		成立时间在3年以上		合计	
	数量（家）	占比	数量（家）	占比	数量（家）	占比	数量（家）	占比
2018 年度	133	50.57%	123	46.77%	7	2.66%	263	100.00%
2019 年度	381	47.80%	343	43.04%	73	9.16%	797	100.00%
2020 年度	139	11.96%	679	58.43%	344	29.60%	1,162	100.00%
2021 年 1-6 月	44	8.53%	120	23.26%	352	68.22%	516	100.00%

由上表可知，报告期初期，发行人关闭的店铺中，成立时间小于 1 年的新店铺占比较高，其次为成立时间在 1 年到 3 年的店铺，成立时间在 3 年以上的老店铺占比较低。

根据发行人出具的说明，自 2020 年起，随着品牌化转型的不断深入，发行人将经营重心聚焦于亚马逊等更适宜培育品牌的第三方平台，并着手精减开立于不契合公司品牌化战略的第三方平台的店铺，从而导致关闭店铺中成立 3 年以上的店铺数量及占比增长幅度较大。

（二）报告期各期，发行人主要店铺稳定性良好

根据发行人出具的说明、提供的资料并经本所律师核查，报告期内，发行人基于品牌化战略转型对店铺结构进行了调整，在第三方平台开立和关闭了数量较多的店铺，但发行人店铺稳定性良好，并未因此受到负面影响。

（1）发行人单店收入增长明显

2018 年度至 2021 年 1-6 月，发行人第三方平台的单店平均收入金额及增长情况如下：

时间	所有店铺		收入排名前 10 的主要店铺	
	平均单店收入（万元）	增长率	平均单店收入（万元）	增长率
2018 年度	95.13	-	6,275.41	-
2019 年度	89.30	-6.13%	8,748.49	39.41%
2020 年度	187.34	109.79%	17,221.02	96.85%
2021 年 1-6 月	209.89	159.69%	11,993.29	92.07%

注 1：收入系业务系统订单收入，非审计收入。
注 2：2021 年 1-6 月的增长率为同比数据。

发行人品牌化战略转型过程中对店铺结构的调整导致发行人存在店铺开立和关闭较多的情形，但是发行人单店收入总体保持了较高的增长。

如上表所示，2018 年至 2020 年，发行人第三方平台单店收入总体呈明显的逐年上升趋势，由 2018 年的 95.13 万元增长至 2020 年的 187.34 万元，年均复合增长率为 40.33%。此外，发行人收入排名前 10 的主要店铺增长幅度高于平均水平，年均复合增长率为 65.66%。

（2）主要店铺经营稳定，收入占比逐年上升

报告期各期，发行人收入排名靠前的第三方平台主要店铺的经营情况具体情况如下：

年度	当期收入占比（前十大店铺）	当期前十大店铺报告期内关闭数量（家）
2018 年度	25.82%	2
2019 年度	31.02%	1
2020 年度	35.81%	0
2021 年 1-6 月	39.14%	0
2018 年至	**32.70%**	**0**

年度	当期收入占比（前十大店铺）	当期前十大店铺报告期内关闭数量（家）
2021 年 6 月		

注 1：收入系业务系统订单收入，非审计收入。
注 2：收入占比系占当期第三方平台店铺总收入的比例。

由上表可知，报告期各期，报告期当期收入排名前 10 的第三方平台主要店铺合计收入占比逐年上升且主要店铺在报告期内关闭数量较少。此外，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人报告期合计收入排名前 10 的店铺均未关闭。

根据发行人出具的说明，发行人 2018 年度当年收入排名前 10 的第三方平台店铺在报告内关闭的数量为 2 家，店铺关闭的原因分别为店铺经营指标未达到发行人考核要求和发行人整体将邮政小包业务向直邮 9610 模式转变的调整，导致店铺销售毛利率下降，均为发行人主动关闭。

根据发行人出具的说明，发行人 2019 年度当年收入排名前 10 的第三方平台店铺在报告期内关闭的数量为 1 家，店铺关闭原因为店铺经营指标未达到发行人考核要求，系发行人主动关闭。

综合上述分析，报告期内，出于品牌化战略转型的原因，发行人存在关闭及开立数量较多第三方平台店铺的情形。品牌化战略转型为发行人业绩增长奠定了良好的基础，报告期内发行人第三方平台单店收入增长显著，收入贡献较高的主要第三方平台店铺经营情况稳定，收入贡献逐年上升且未出现大规模关闭的情形。因此，报告期各期发行人第三方平台主要店铺的稳定性良好。

四、结合同行业可比公司的实际情况，在招股说明书相关行业案例部分删除非多账号开店模式（或店铺开立主体实际较少）的相关案例。

发行人已在招股说明书“第六节 业务和技术”之“一、公司主营业务及主要产品和服务情况”之“（五）主要业务流程及模式”之“6、主要销售模式”之“①第三方电商平台店铺开立情况”中删除了与安克创新相关的内容。

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、访谈 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等平台的客户经理；

2、获取并查阅 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等平台的运营规则；

3、获取并查阅华凯创意、天泽信息、华鼎股份等同行业公司的公开信息披露文件；

4、获取并查阅发行人报告期内店铺开立情况及品牌收入统计表。

（二）核查意见

经核查，本所认为，

1、发行人访谈平台客户经理得出的结论与平台规则的实际执行、实践案例不存在重大差异；相关平台未就多账号开店行为进行处罚。

2、发行人已在招股说明书中就多账号开店行为的潜在风险进行了披露。

3、报告期各期发行人店铺数量大幅减少的主要原因为品牌化战略转型导致的店铺结构调整，与发行人的品牌发展战略、产品品类相匹配，而非由于平台对多账户开店的处罚。

4、报告期内发行人存在较多新增店铺开立或原有店铺关闭的情形，主要原因系发行人品牌化战略调整，发行人主要店铺经营稳定性良好。

5、发行人已在招股说明书中的相关行业案例部分删除了非多账号开店模式（或店铺开立主体实际较少）的相关案例。

第六题（《第二轮问询函》“7．关于以第三方名义开立的店铺”）

审核问询回复显示，发行人以信息授权人的名义在电商平台开设店铺。报告期各期末，第三方店铺数量分别为 2,001 家、834 家、0 家。

请发行人：

（1）具体说明将第三方店铺纳入发行人体系的具体过程，纳入发行人体系后，相关第三方店铺的开立主体变更至何主体名下，发行人与信息授权人前期是否存在信息授权费用、收益分配安排等条款，发行人与信息授权人是否存在纠纷或潜在纠纷。

（2）说明发行人或其子公司名下的平均开立店铺数量、最大/最小开立店铺数量，发行人开立店铺是否均采用真实、有效的主体信息，是否存在伪造申请主体信息的情形或其他相关风险。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、具体说明将第三方店铺纳入发行人体系的具体过程，纳入发行人体系后，相关第三方店铺的开立主体变更至何主体名下，发行人与信息授权人前期是否存在信息授权费用、收益分配安排等条款，发行人与信息授权人是否存在纠纷或潜在纠纷。

（一）具体说明将第三方店铺纳入发行人体系的具体过程，纳入发行人体系后，相关第三方店铺的开立主体变更至何主体名下

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人财务负责人，在经营早期，发行人开立店铺的方式主要包括以信息授权人名义直接在电商平台开立店铺和以信息授权人注册的公司的名义在电商平台开立网络店铺。

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人财务负责人，报告期内将第三方店铺纳入体系的具体过程包括通过将店铺开立主体由信息授权人变更为发行人 100%持股的下属子公司或者收购由信息授权人持有的下属子公司的所有股权，从而实现将第三方店铺纳入发行人体系的目的。纳入发行人体系后，相关第三方店铺的开立主体皆为发行人 100%持股的下属子公司。

经访谈 Amazon、Wish 和 Walmart 平台经理，该等平台并不追溯开立各个店铺的主体是否受同一方控制。因此，发行人在报告期早期，以信息授权人或其注册的公司名义开立店铺并实际控制该等店铺并不违反平台的运营规则。此外，eBay 平台允许平台卖家开展多账号经营，因此发行人以信息授权人或其注册的公司名义在 eBay 开立店铺同样未违反该平台的运营规则。

（二）发行人与信息授权人前期是否存在信息授权费用、收益分配安排等条款，发行人与信息授权人是否存在纠纷或潜在纠纷

根据发行人与信息授权人签署的《信息使用承诺书》及信息授权人有效的身份证明文件，并经本所律师核查，发行人与信息授权人均签署了《信息使用承诺书》，其中与收益分配安排相关的条款中明确约定第三方店铺账号的使用权、所有权、收益权及其他有关权利均归发行人所有，与第三方信息授权人无关。

根据《信息使用承诺书》，其约定发行人有权无偿使用信息授权人进行账号的注册、管理及维护。但是，在实际开立第三方店铺时，信息授权人为配合发行人筹备店铺开立工作，可能会产生一定费用和时间成本。因此发行人为补偿信息授权人发生的相关成本费用，一般会在签署协议时一次性向信息授权人支付少量费用，金额由双方友好协商确定。

根据发行人提供的信息授权人报酬费用支付情况统计表以及信息授权人出具的收据，并经本所律师核查，报告期各期，发行人与信息授权协人签署《信息使用承诺书》时支付的报酬费用具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
支付报酬费用总额（万元）	0	0.90	7.40	12.20
获取报酬费用的信息授权人数量（个）	0	3	35	117

根据发行人出具的说明，发行人与信息授权人均能够遵守《信息使用承诺书》中的各项条款，双方不存在纠纷或潜在纠纷。同时，经本所律师访谈相关信息授权人，进一步确认其与发行人间不存在任何纠纷或潜在纠纷。报告期内，发行人第三方店铺涉及的信息授权人合计 731 人，本所律师已与其中 594 人进行访谈，并确认其未因信息授权以及第三方店铺开立、运营等相关事宜与发行人发生纠纷或存在潜在纠纷，具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
已访谈或不涉及信息授权人的店铺数量占比	86.84%	84.89%	84.64%	85.32%
已访谈或不涉及信息授权人的店铺销售额占比	81.01%	78.51%	79.97%	78.16%

注 1：不涉及信息授权人的店铺为初始开立店铺的主体即为公司或其控股子公司的店铺。
注 2：收入系业务系统订单收入，非审计收入。

二、说明发行人或其子公司名下的平均开立店铺数量、最大/最小开立店铺数量，发行人开立店铺是否均采用真实、有效的主体信息，是否存在伪造申请主体信息的情形或其他相关风险。

根据发行人提供的资料，报告期各期，发行人及其下属子公司名下平均开立的第三方平台店铺数量、最大/最小店铺数量具体如下：

单位：家

项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
平均开立店铺数量	1.57	2.13	3.08	4.63
最大开立店铺数量	15	37	51	64
最小开立店铺数量	1	1	1	1

注 1：2018 年 12 月 31 日，有 611 家第三方店铺的开立人为自然人，未纳入上述统计；2019 年 12 月 31 日，有 183 家第三方店铺的开立人为自然人，未纳入上述统计。
注 2：上表未将未开立店铺的公司纳入计算范围。

由上表可知，报告期内，发行人及其下属子公司名下的平均开立店铺数量以及最大开立店铺数量均呈明显的下降趋势，主要原因系发行人因品牌化战略转型导致的店铺数量下降以及平台层面的店铺结构调整。

以 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等发行人主要经营的平台为例，报告期各期，发行人及其下属子公司于各平台开立店铺的具体情况如下：

单位：家

平台	项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
Amazon	平均开立店铺数量	1.22	1.24	1.29	1.69
	最大开立店铺数量	3	4	4	5
	开立于发行人及其下属子公司名下的店铺数量	641	661	776	394
	店铺总数	641	661	894	669
Wish	平均开立店铺数量	1.04	1.12	1.20	1.80
	最大开立店铺数量	2	15	15	15

平台	项目	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
	开立于发行人及其下属子公司名下的店铺数量	26	357	669	495
	店铺总数	26	357	730	811
eBay	平均开立店铺数量	3.31	3.86	5.06	4.57
	最大开立店铺数量	12	21	31	38
	开立于发行人及其下属子公司名下的店铺数量	182	293	511	242
	店铺总数	182	293	515	262
Walmart	平均开立店铺数量	1.41	1.41	1	1
	最大开立店铺数量	2	2	1	1
	开立于下属子公司名下的店铺数量	24	24	14	9
	店铺总数	24	24	14	9

由上表可知，报告期各期，发行人及其下属子公司于 Amazon、Wish 和 Walmart 平台平均开立的店铺数量基本介于 1-2 家之间，且除 Walmart 平台外，平均数量逐年下降。发行人及其下属子公司在 eBay 平台平均开立的店铺数量明显高于其他平台，主要系 eBay 平台明确允许同一主体开立多个店铺。

根据发行人出具的说明，发行人及其下属子公司于 Amazon 平台平均开立店铺的数量大于 1，且最大开立店铺数量超过 1 家的原因主要系同一下属子公司在 Amazon 平台不同的大站点（如欧洲站、北美站）同时开立店铺，该情形并不违反亚马逊平台的运营规则。

根据发行人出具的说明，发行人及其下属子公司于 Wish 平台平均开立店铺的数量大于 1，且最大开立店铺数量达到 15 家的原因主要系个别子公司早期于该平台开立了多个店铺。经本所律师登录 Wish 官方网站（https://www.merchant.wish.com/）查阅网站公示的《Wish 与商户协议》《Wish 政策》《商户政策》等平台政策，并经与 Wish 平台的客户经理访谈确认，该情况并未违反 Wish 平台规则。此外，根据公开信息显示，易佰网络亦存在同样情形。

根据发行人出具的说明，发行人及其下属子公司在 2020 年末以及 2021 年 6 月末，于 Walmart 平台的最大开立店铺数量为 2 家的主要原因系同一家下属子公司于 Walmart 平台不同的站点（加拿大站和北美站）同时开立店铺，且目前

Walmart 平台未明确限制单一主体能够开立店铺的数量。

从发行人店铺数量的角度分析，报告期内，发行人及其下属子公司于上述主要平台开立的店铺数量总体呈较为明显的下降趋势，从 2018 年末的 1,751 家减少至 2021 年 6 月末的 873 家。发行人于该 4 家主要第三方平台开立店铺的下属子公司则呈明显的上升趋势，从 2018 年末的 353 家增长至 2021 年 6 月末的 564 家。因此，发行人及其下属子公司名下平均开立的店铺数量逐年下降。

从平台层面的店铺结构调整的角度分析，报告期内，发行人及其下属子公司于 Amazon 平台开立的店铺数量较为稳定，除 2019 年末数量较高外，报告期其余各期均保持在 650 家左右；发行人及其下属子公司于 Walmart 平台开立的店铺则呈较为明显的增长趋势，从 2018 年末的 9 家增长至 2021 年 6 月末的 24 家，但总体数量相对于其他主要平台仍较少；发行人及其下属子公司于 Wish 和 eBay 平台开立的店铺数量则呈明显的下降趋势。发行人对平台层面的店铺调整主要原因系 Wish 和 eBay 平台相较于 Amazon 和 Walmart 而言，其用户对价格的敏感性更强，品牌粘性相对较弱，较难满足发行人品牌化战略转型的需求。因此，发行人主动减少了在该等平台的投入以及开立店铺的数量。由于 eBay 平台明确允许同一主体开立多个店铺，因此，随着 eBay 平台店铺数量的下降，发行人及其下属子公司平均开立店铺的数量也随之下降。

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关信息授权人，发行人及其下属子公司均采用真实、有效的主体信息申请在电商平台开立店铺，不存在伪造申请主体信息的情形或其他相关风险。在申请开立店铺时，发行人或其下属子公司会将开立主体的营业执照或有效身份证明文件上传至相关电商平台的系统中，待平台审核通过后，方进行开立店铺的后续操作。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、访谈发行人财务负责人，了解第三方店铺纳入体系内的具体过程；

2、获取并查阅发行人与信息授权人签署的《信息使用承诺书》及有效的身份证明文件；

3、访谈信息授权人并通过检索中国裁判文书网等网络核查的方式，核查发行人与信息授权人是否存在纠纷或潜在纠纷；

4、获取并查阅信息授权人报酬费用支付情况统计表以及信息授权人出具的收据；

5、获取并查阅发行人店铺开立情况统计表。

（二）核查意见

经核查，本所认为，

1、发行人通过收购股权和变更店铺开立主体的方式将第三方店铺的开立主体变更为发行人全资子公司并纳入体系内。

2、发行人与信息授权人存在信息授权费用、收益分配安排等条款，约定发行人有权无偿使用信息授权人提供的信息注册的账号，并且相关账号的使用权、所有权、收益权及其他有关权利归发行人所有。

3、发行人与信息授权人不存在纠纷或潜在纠纷。

4、发行人开立店铺均采用真实、有效的主体信息，不存在伪造申请主体信息的情形或其他相关风险。

第七题（《第二轮问询函》“8．关于商品直邮”）

根据审核问询回复，报告期前期，发行人直邮方式为邮政小包模式。直邮模式占发行人 B2C 业务收入的比例分别为 29.78%、29.42%、19.98%。

请发行人说明报告期各期采用邮政小包模式直邮涉及的销售收入金额、比例，结合出口国的实际税收政策，测算采用邮政小包模式规模的销售税金额，并分析补缴税款对发行人持续经营能力及可能承担的法律风险的影响。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对于邮政小包方式直邮的商品对应的销售收入的核查措施，是否能够获取充足的凭证验证对应收入的真实性、准确性。

【回复】

一、请发行人说明报告期各期采用邮政小包模式直邮涉及的销售收入金额、比例，结合出口国的实际税收政策，测算采用邮政小包模式规模的销售税金额，并分析补缴税款对发行人持续经营能力及可能承担的法律风险的影响。

（一）报告期各期采用邮政小包模式直邮涉及的销售收入金额及占比

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人直邮模式分为两个阶段：报告期前期主要为邮政小包直邮模式；为进一步提升直邮出口模式出口合规性，发行人从 2020 年下半年开始转换为直邮 9610 模式。

报告期各期直邮模式涉及的销售收入金额、比例如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月		2020 年		2019 年		2018 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
直邮模式销售收入	9,755.88	100.00%	98,885.66	100.00%	81,833.97	100.00%	65,415.87	100.00%
其中：直邮 9610 模式销售收入	9,755.88	100.00%	12,028.08	12.16%	-	-	-	-

（二）结合出口国的实际税收政策，测算采用邮政小包模式规模的销售税金额，并分析补缴税款对发行人持续经营能力及可能承担的法律风险的影响。

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人主要销售国包括美国、德国和英国，其他收入规模相对较大的国家还包括法国和加拿大。

根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，报告期内，发行人采用直邮模式邮寄至德国消费者、英国消费者（2018 年至 2020 年）、法国消费者和加拿大消费者的商品无需缴纳增值税或销售税。

根据发行人出具的说明，发行人在美国并未专门设立以直邮模式销售商品的店铺。发行人根据不同店铺的产品情况会设置多种发货方式，供消费者在下单时进行选择，因此发行人各店铺的收入中均可能涵盖一定比例的直邮模式相关收入。根据美国的销售税税收规则，发行人需要结合单个店铺的整体销售金额对其纳税义务及应交税金进行判断和计算，无法将直邮模式的销售收入从各店铺销售额中拆分出来单独进行海外税的测算。

发行人已聘请境外税务咨询机构就其在主要销售国美国、德国和英国的税务风险进行全面评估，测算发行人在上述国家的税务敞口并将该税务敞口全额计入报告期各期公司境外间接税的应交金额。此外，发行人亦结合了前述 5 个国家的税收政策，对报告期内发行人在该等国家的间接税金额进行了匡算。发行人境外间接税的匡算结果以及补缴税款对其持续经营能力及可能承担的法律风险的影响的具体情况参见《第二轮问询函》的回复之“第十三题”。

二、请发行人律师发表明确意见，并说明对于邮政小包方式直邮的商品对应的销售收入的核查措施，是否能够获取充足的凭证验证对应收入的真实性、准确性。

（一）对于邮政小包方式直邮的商品对应的销售收入的核查措施

本所律师对于邮政小包方式直邮的商品对应的销售收入执行了以下程序：

1、访谈发行人财务负责人，了解发行人与收入确认相关的关键内部控制的设计；

2、查阅各线上销售平台的交易规则、结算方式，以及物流业务合同关键条

款；

3、对报告期记录的收入交易进行抽样，查阅销售订单、出库单、物流记录、资金收款凭证、销售平台对账单等原始凭证；

4、查阅直邮销售收入分平台及品类的数据，包括报告期内收入的变动情况、毛利率的变动情况等；

5、获取立信出具的“信会师报字[2021]第 ZA52591 号”《赛维时代科技股份有限公司信息系统审计报告》（以下简称《IT 审计报告（20210630）》）；

6、针对自营网站等没有第三方平台交易记录的情况，抽取以邮政小包方式直邮的商品订单，检查交易流程中重要节点相关证据，并以存续店铺各年度订单明细抽样采用邮件的形式，与消费者确认销售行为的真实性，同时检查上述订单的店铺后台记录、发行人订单系统记录、仓库发货记录、第三方物流结算单记录，并在物流快递公司等官方网站保留快递投递信息的范围内，核查订单是否均真实配送；

7、获取直邮 9610 模式出口收入（退税）出口报关单和出口退税申报表，并查阅报关单数据、出口退税数据及财务相关数据是否一致；查阅直邮 9610 模式出口收入（不退税）出口清单与财务数据是否一致。

（二）核查结论

经核查，本所认为：

根据立信出具的《关于赛维时代科技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》（以下简称《立信第二轮问询函回复》），“对于邮政小包方式直邮的商品对应的销售收入的核查措施，能够获取充足的凭证验证对应收入的真实性、准确性。”

第八题（《第二轮问询函》“9．关于线上销售行为与平台业务规则”）

审核问询回复显示：

（1）报告期内，发行人在所有第三方平台上，因违反平台协议、相关店铺指标不善、产品信息发布违规、账号审核未通过、产品侵权等原因关闭店铺 88 个，剩余关闭的店铺或为发行人主动关闭、或因平台政策原因未能进入店铺后台确定关闭原因、或平台未告知具体关闭原因。

（2）根据中介机构发表的核查意见，发行人在可确定关闭原因的店铺中，不存在因“刷单”或“刷评”而被强制关店的情形。

（3）2018 年至 2020 年，发行人营业外支出中赔偿款金额分别为 0 万元、151.29 万元、1515.21 万元，其中 2020 年款项非产品销售纠纷支出。

请发行人：

（1）分别说明报告期各期因各类型原因被动关闭的店铺数量、店铺销售金额、相关店铺是否为发行人主要店铺、对应的关店原因等相关情况。

（2）以实例说明店铺的关店原因及其对应店铺数量分布，包括但不限于指标不善、产品信息发布违规、产品侵权等，并结合相关实际案例，说明发行人避免信息发布违规及产品侵权的机制及相关机制运行的有效性，发行人因产品销售纠纷尤其是侵权纠纷进行赔偿的具体情况，包括但不限于赔偿金额、赔偿对象、各期赔偿案件的个数、赔偿的具体原因；结合平台业务规则说明发行人产品侵犯他人知识产权的法律后果，测算报告期各期侵权产品占发行人营业收入的比例，相关产品侵权事项是否影响发行人持续经营能力。

（3）说明报告期内，发行人实际经营店铺过程中，是否存在“刷单”或“刷评”的情形。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对发行人售卖商品过程中是否存在“刷单”“刷评”行为的具体核查方法，避免将核查结论局限于“可确定关闭原因的店铺”。

【回复】

一、分别说明报告期各期因各类型原因被动关闭的店铺数量、店铺销售金额、相关店铺是否为发行人主要店铺、对应的关店原因等相关情况

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关业务人员，报告期各期被动关闭的第三方平台店铺具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
报告期内能确定被动关店原因的店铺				
关店数量（家）	21	40	25	23
关闭店铺报告期内的销售收入（万元）	8,744.42	15,849.23	771.24	114.61
被动关店原因	账号审核未通过、违反平台协议	账号审核未通过、违反平台协议、侵权、店铺指标不善、产品信息发布违规	账号审核未通过、违反平台协议、侵权、店铺指标不善	账号审核未通过、违反平台协议、侵权、店铺指标不善
是否存在主要店铺	否，上述店铺的销售收入占发行人营业收入的比例极低，不属于报告期收入占比前二十大店铺			
报告期内无法确定被动关店原因的店铺				
关店数量（家）	15	30	45	67
关闭店铺报告期内的销售收入（万元）	7,827.76	6,918.76	7,723.33	5,110.04
被动关店原因	无法确定	无法确定	无法确定	无法确定
是否存在主要店铺	否，上述店铺的销售收入占发行人营业收入的比例极低，不属于报告期收入占比前二十大店铺			

注：上述销售收入为业务系统订单收入，非审计口径项下的销售收入。

根据发行人出具的说明以及提供的关店截图，报告期各期，被动关闭的第三方平台店铺数量分别为 90 家、70 家、70 家、36 家，其中能进入店铺后台并确认关店原因的被动关店的数量分别为 23 家、25 家、40 家、21 家，无法确定关店原因的被动关店的数量分别为 67 家、45 家、30 家、15 家。上述被动关闭的店铺中不存在发行人的主要店铺，被动关闭的店铺的销售收入占发行人营业收入的比例极低，不属于报告期收入占比前二十大店铺。被动关店原因主要为违反平台协议、相关店铺指标不善、产品信息发布违规、账号审核未通过、产品侵权等。

二、以实例说明店铺的关店原因及其对应店铺数量分布，包括但不限于指标不善、产品信息发布违规、产品侵权等

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，报告期内，发行人被动关闭的266家第三方平台店铺中，被动关店原因及其对应店铺数量分布如下：

单位：家

被动关店原因	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
账号审核未通过	17	6	1	1
违反平台协议	4	9	3	6
侵权	0	6	20	12
店铺指标不善	0	7	1	4
产品信息发布违规	0	12	0	0
无法确定原因	15	30	45	67
合计	**36**	**70**	**70**	**90**

根据发行人出具的说明，并经本所律师核查，报告期内，造成发行人被动关店的原因主要集中于账号审核未通过、违反平台协议、侵权、店铺指标不善等，其中：（1）违反平台协议是指店铺存在违反销售平台政策的行为，可能导致商品下架，甚至终止销售权限等后果。例如，发行人在亚马逊平台的某店铺曾因违规使用ASIN[1]变体致使店铺被动关闭；（2）侵权是指店铺存在侵犯他人商标、专利、著作权等知识产权的情况，可能导致警告、罚款甚至终止销售权限等后果，例如，发行人在Wish平台的某店铺曾因侵犯他人知识产权，造成暂停交易，致使该店铺被动关闭。

[1] ASIN：亚马逊平台上的商品编码。

三、结合相关实际案例，说明发行人避免信息发布违规及产品侵权的机制及相关机制运行的有效性，发行人因产品销售纠纷尤其是侵权纠纷进行赔偿的具体情况，包括但不限于赔偿金额、赔偿对象、各期赔偿案件的个数、赔偿的具体原因

（一）结合相关实际案例，说明发行人避免信息发布违规及产品侵权的机制及相关机制运行的有效性

1、发行人信息发布违规及产品侵权而违反相关平台规则的情形

根据发行人出具的说明并经本所律师登录相关平台官方网站查询，发行人由于信息发布违规而违反相关平台规则的情形主要包括：（1）商品详情页面出现不适当内容；（2）为已有详情信息页面的产品创建重复页面；（3）未能准确分类和描述产品；（4）不正确地使用 ASIN 变体等。产品侵权而违反相关平台规则的情形主要包括销售侵犯他人知识产权的产品等。

2、发行人避免信息发布违规的机制

为了规范销售产品网页详情内容描述使之更加符合各平台的规则要求，发行人制定了《产品网页详情管理规则》。根据此规定，发行人销售中心的业务人员负责针对具体产品以及发布平台编辑产品网页详情，编辑过程中应遵守平台制定的产品详情页面规则，由于各平台的规则存在差异，业务人员编辑完成后应谨慎确认是否符合该平台规则。

发行人风控审计中心负责对产品网页详情页面的编辑进行监督。对于违反平台规则的情形，风控审计中心将根据产品发布页面涉及违规行为的影响程度，对相关责任人员进行处罚。

3、发行人避免产品侵权的机制

为了规范发行人产品侵权的管理，加强侵权风险控制，减少对经营销售活动造成的影响，发行人制定了《产品侵权风险防控管理制度》。

（1）产品侵权管理程序

发行人基于所涉品牌的差异对产品侵权风险进行分级，并对不同风险等级的产品进行针对性处理，包括但不限于拒绝审核新产品、全线下架被投诉的产品和

存在类似侵权风险的产品等。发行人产品部审核专员对有侵权嫌疑的产品进行类别划分和拦截。

同时，侵权资料库将持续更新，各平台客服人员会定期向业务主管人员和产品部审核专员同步更新存在侵权风险的相关信息，确保发行人及时更新侵权资料库，保证店铺规范运作。

（2）产品侵权预防措施

①发行人开发人员在选品时，需充分调研各类产品，并根据调研数据与供应商核实产品在 Logo 标志、外观设计等方面是否有侵权风险，从货源供应链端避免产品侵权问题，确保产品正常售卖。

②发行人开发具有品牌商标的产品时，需在引进产品前预先取得品牌商标的正规授权，且发行人开发人员需在专利网站上检索与本人开发产品相关的商标或专利，从而判断产品是否存在侵权风险。

③刊登产品时需使用原创图片、文字描述，确保搜索项的关键词不能带有其他方的品牌名称，且应详细检查商品详情页面，杜绝盗用网络图片的行为。

（3）处罚措施

①在产品调研和开发过程中，因产品涉及品牌、Logo 标志、专利等调研数据缺失导致上线销售的产品涉嫌侵权，给发行人造成损失的，除按照协议向供应商索赔外，同时将对相关开发人员及主管人员进行处罚，严重违规者给予开除处分。

②发行人产品部应及时收集历史侵权产品记录并确定侵权的产品信息，产品审核专员需及时将信息更新至 PI 系统，供销售业务人员关注和及时停止具有潜在风险的产品开发和销售。如因未在 PI 系统中及时更新侵权料号（维护时效为当天）致使公司遭受损失，将对产品部相关操作人员进行处罚。

③发行人禁止上传刊登、销售 PI 系统已标识侵权的产品，如员工违反此规定，将视情节轻重对相关操作人员处以罚款、甚至开除处分。如因上传侵权产品，导致店铺销售权被取消等严重后果，使发行人遭受经济损失的，需按照员工行为管理规范进行赔偿。

4、发行人避免信息发布违规及产品侵权的机制运行的有效性

（1）发行人避免信息发布违规机制运行的有效性

为建立完善的避免信息发布违规的机制，发行人委派专门人员对网页信息发布进行监督管理。发行人销售中心的业务人员在编辑产品网页详情的过程中，存在未严格遵守不同平台产品详情页面规则的情形，发行人风控审计中心及时监控到此违规情形，并对产品网页详情进行相应处理，有效避免了发行人可能遭受的损失。事后发行人按照规定对该等违规人员进行处罚，并加强合规培训。

（2）发行人避免产品侵权机制运行的有效性

发行人产品开发人员在引进新产品时，通过产品调研，发现部分供应商提供的产品在 Logo 标志等方面存在侵权风险，通过与供应商进行沟通处理，从而在货源供应链端避免了产品侵权问题。此外，发行人曾发生产品开发人员引进未预先取得品牌正规授权的产品的情形，但是产品部审核人员及时对该产品进行了拦截，有效避免了侵权风险。

综上，发行人建立了避免信息发布违规及产品侵权的机制并不断完善，在所有重大方面能够有效预防违规和侵权风险、及时响应相关事件、消除信息发布违规及产品侵权行为的负面影响。

（二）发行人因产品销售纠纷尤其是侵权纠纷进行赔偿的具体情况，包括但不限于赔偿金额、赔偿对象、各期赔偿案件的个数、赔偿的具体原因

根据发行人出具的说明，发行人在第三方电商平台或自营网站销售产品产生的纠纷，根据产品销售纠纷产生的原因以及纠纷解决的最终途径，可以分为平台内产品销售纠纷与其他产品销售纠纷。

平台内产品销售纠纷是指纠纷的产生和解决均在平台内进行，且主要由平台进行监管。此类纠纷属于经营中常见的纠纷类型，具体可以分为以下两类：一是电商平台常见的商品买卖纠纷，处理结果通常为退换货、退款等；二是因商品详情描述不当导致的侵权纠纷，处理结果通常为修改商品详情描述、下架产品、平台扣款，此外平台也可能对店铺采取终止账户服务等措施。

根据发行人出具的说明，报告期内，前述已知因“侵权”原因被动关闭的

38 家店铺，主要系发行人早期发展阶段运营的非品牌类商品销售的店铺。发行人在店铺收到侵权纠纷或者投诉之后，会就该店铺的销售类别、店铺规模等因素综合判断是否有必要采取进一步的应对措施。针对上述店铺，发行人主动放弃和解之后，平台会扣取相应的费用并对上述店铺进行关店（终止账户服务）处理。发行人通过不断的规范整改、主动收缩非品牌商品以及提升防范侵权意识，报告期后期上述情况已经逐渐减少。

根据发行人出具的说明及提供的相关诉讼文件，除上述平台内产品销售纠纷外，报告期内，发行人共发生 11 起其他产品销售纠纷[1]，均为产品侵权赔偿案件。根据《审计报告（更新后）》、发行人提供的营业外支出明细账及相关凭证，其中 3 起产品侵权赔偿案件在 2018 年完成和解，因销售行为发生在 2017 年，且 2017 年部分原告已经就该侵权事项提起诉讼，发行人按照谨慎性原则于 2017 年末计提了相关赔偿费用，具体详情参见招股说明书之“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十三、偿债能力、流动性与持续经营能力分析”之“（三）非流动负债分析”之“1、预计负债分析”之“（4）2017 年未决诉讼的具体事项及会计处理”。此外，其余 8 起产品侵权赔偿案件已记录于 2019 年营业外支出，具体情况如下：

序号	赔偿对象	实际赔偿金额（万美元）	赔偿事由
1	Oakley, Inc.	15	Oakley, Inc（以下简称 Oakley）提起诉讼，称发行人与香港兰玛特存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，发行人与香港兰玛特就该侵权事项赔偿 Oakley 15 万美元。
2	Ideavillage Products Corp.	0.9	Ideavillage Products Corp.（以下简称 Ideavillage）提起诉讼，称发行人的店铺存在侵犯其知识产权的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项向 Ideavillage 的代理人 Epstein Drangel LLP 支付赔偿款 0.9 万美元。

[1] 此 11 起产品销售纠纷以各方达成和解，发行人向被侵权方进行赔偿为最终处理结果，平台并未因此对发行人的店铺采取终止账户服务的措施，发行人的店铺亦未因此被动关闭。

序号	赔偿对象	实际赔偿金额（万美元）	赔偿事由
3	William Mark Corporation	0.3	William Mark Corporation（以下简称 WMC）提起诉讼，称赛维网络存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，赛维网络就该侵权案件赔偿 WMC 0.3 万美元。
4	Moose Toys PTY Ltd. Moose Creative Pty Ltd. Moose Enterprise Pty Ltd. Moose Creative Management Pty Ltd.	0.5	Moose Toys PTY Ltd.、Moose Creative Pty Ltd.、Moose Enterprise Pty Ltd.、Moose Creative Management Pty Ltd.（以下合称 Moose）提起诉讼，称发行人的店铺存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项赔偿 Moose 0.5 万美元。
5	Mattel Inc.	3	Mattel Inc.（以下简称 Mattel）提起诉讼，称发行人的店铺存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项赔偿 Mattel 3 万美元。
6	Spin Master Ltd.	1.5	Spin Master Ltd.（以下简称 Spin Master）提起诉讼，称发行人的店铺存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项赔偿 Spin Master 1.5 万美元。
7	Allstar Marketing Group, LLC	0.5	Allstar Marketing Group, LLC（以下简称 Allstar）提起诉讼，称发行人的店铺存在销售侵犯其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项赔偿 Allstar 0.5 万美元。
8	Allstar Marketing Group, LLC	0.6	Allstar 提起诉讼，称发行人的店铺存在侵犯销售其知识产权的产品的行为。 此后，各方达成和解，就该侵权事项赔偿 Allstar 0.6 万美元。

四、结合平台业务规则说明发行人产品侵犯他人知识产权的法律后果，测算报告期各期侵权产品占发行人营业收入的比例，相关产品侵权事项是否影响发行人持续经营能力

（一）发行人产品侵犯他人知识产权的法律后果

经本所律师登录相关平台官方网站查询各平台业务规则，发行人产品侵犯他人知识产权可能导致以下法律后果：

序号	平台名称	规则内容
1	Amazon	《卖家知识产权政策》（Intellectual Property Policy for Sellers）

序号	平台名称	规则内容
		发行人必须遵守适用于其商品和商品信息（Listings）的所有联邦、州和地方法律以及亚马逊政策，不得侵犯品牌或其他权利人的知识产权。违反该政策可能会导致发行人的相关店铺收到警告、失去销售权限或其他法律后果。此外，Amazon 平台会在适当情况下终止重复侵权者的账户。 《Amazon 防伪政策》（Amazon Anti-Counterfeiting Policy） 侵犯他人知识产权的商品属于禁售商品，违反该政策可能导致罚款、失去销售权限、款项被扣留以及由 Amazon 平台保管的库存被销毁或其他法律后果。
2	Wish	《商户政策》 Wish 平台严禁销售模仿或影射他人知识产权的产品，且产品的图片和文本信息不得侵犯他人的知识产权。如商户上架仿品或侵犯他人知识产权的商品，则该类商品将被移除，且相应账户将面临罚款、被暂停交易、款项被暂扣、失去销售权限等法律后果。Wish 平台还将对重复侵权者采取暂停交易、处以更高数额罚款、终止账户服务等措施。
3	eBay	《防侵权政策》（Enabling Infringement Policy）、《仿品政策》（Counterfeit Item Policy） eBay 平台不允许销售侵犯他人知识产权的商品，违反 eBay 政策可能导致如下法律后果：行政性的终止或下架商品、在搜索结果中隐藏或降级店铺所有商品、降低卖家评级、限制购买或销售该类商品、暂停账户等。
4	Walmart	《针对市场卖家的禁售产品政策和产品限制》（Prohibited Products Policy and Product Limitations for Marketplace Sellers） 侵犯他人知识产权的商品属于禁售商品，Walmart 平台将删除任何可能违反法律、政策或与其品牌不兼容的商品链接，并根据情况采取纠正措施，包括暂停和/或终止卖家账户等。

（二）测算报告期各期侵权产品占发行人营业收入的比例，相关产品侵权事项是否影响发行人持续经营能力

1、测算报告期各期侵权产品占发行人销售收入的比例

根据发行人出具的说明，以发行人在 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等四大第三方电商平台开立的报告期内销售收入分别排名前十的 40 家店铺为测算样本（以下简称平台前十大店铺，报告期内，平台前十大店铺销售收入占发行人销售收入的比例约为 30%），报告期各期侵权产品销售收入占该等店铺销售收入的比例如下：

单位：万元

平台前十大店铺	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
侵权产品的销售收入	236.10	523.15	297.77	994.19
该等店铺销售收入	118,357.34	171,233.31	86,067.90	67,871.72

平台前十大店铺	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
侵权产品销售收入占该等店铺销售收入的比例	0.1995%	0.3055%	0.3460%	1.4648%

注：上述销售收入为业务系统订单收入，非审计收入。

综上所述，经模拟测算，报告期各期侵权产品销售收入占发行人销售收入的比例分别为 1.4648%、0.3460%、0.3055%以及 0.1995%。

2、相关产品侵权事项是否影响发行人持续经营能力

根据上述分析可知，报告期内侵权产品的销售收入占发行人销售收入的比例极低且呈现逐年递减的趋势。报告期内，发行人的产品侵权纠纷主要集中于报告期前期的2018年和2019年，此后发行人加强并完善了产品侵权的内部控制机制，增强了相关责任人员的法律意识，确保在所有重大方面均能有效预防侵权风险、及时响应相关事件。随着发行人产品侵权相关制度的不断完善，发行人因产品侵权导致损失的情形已得到有效控制。因此，本所律师认为，相关产品侵权事项不会影响发行人持续经营能力。

五、说明报告期内，发行人实际经营店铺过程中，是否存在“刷单”或“刷评”的情形。

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，报告期内，发行人主要通过 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台和 SHESHOW、Retro Stage 等垂直品类自营网站向全球消费者销售产品，发行人实际经营店铺过程中，不存在“刷单”或“刷评”的情形。

六、对发行人售卖商品过程中是否存在“刷单”“刷评”行为的具体核查方法

根据发行人出具的说明，发行人主要通过 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台和 SHESHOW、Retro Stage 等垂直品类自营网站向全球消费者销售产品。针对报告期内发行人售卖商品过程中是否存在“刷单”“刷评”的行为，本所律师的具体核查方法如下：

（一）关于内部制度和产品运营策略的核查

本所律师履行的核查程序包括：①对发行人负责线上销售的负责人进行访谈，

了解线上销售的运作情况和产品运营策略，分析线上销售是否合规；②查阅发行人制定的相关内部控制文件，了解发行人对于“刷单”“刷评”等行为的管理措施。

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人线上销售的主要产品为服装、家居等非标品类产品，主营品类及运营策略决定其刷单、刷评操作的动机较弱，发行人重视诚信内控建设，制定的《营销推广管理制度》明确禁止公司及相关部门人员操作刷单、刷评，内控部门会对相关条款的执行情况进行严格监控和定期检查，确保发行人自身业务经营的合规性。

（二）关于平台规则及店铺处罚的核查

本所律师履行的关于平台规则及店铺处罚的核查程序包括：①查阅电商平台官网公告及平台规则；对主要电商平台进行走访，访谈平台负责人员和相关平台业务人员，了解发行人是否存在刷单、刷评、虚构交易及信用评价等行为或因刷单、刷评等行为被电商平台处罚的情形；②审查发行人重要电商平台、自营网站的反馈评价机制及主要店铺和产品的后台评价数据；查阅电商平台对于虚构信用评价、运用好评返现等方式引导好评、免单或全额返现以及修改或删除中差评行为的相关禁止性规定和处罚措施；③取得发行人提供的各平台临时性处罚措施的统计表，查阅主要店铺后台，确认报告期是否存在曾因刷单、刷评行为受到平台处罚的情形。

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人合作的电商平台主要为 Amazon 等境内外大型、规范平台，各电商平台对刷单、刷评行为严格监控，均建立了完善的防范机制，且惩罚力度大，刷单、刷评风险极大。经本所律师对主要电商平台客服人员进行访谈、取得发行人提供的各平台临时性措施统计表并查阅主要店铺后台记录，未发现报告期曾因刷单、刷评行为受到平台处罚的情形。

（三）财务层面核查

本所律师在财务层面履行的核查程序包括：

1、查询发行人序时账，搜索“刷单”“刷评”“SD”“SP”等字样，不存在异常记录；

2、查阅账面营业外支出等科目，查看是否存在因刷单、刷评等违规行为而

支付违约金，不存在异常情形；

3、查阅报告期内发行人及子公司、控股股东及实际控制人控制的其他企业的银行流水，查阅发行人及子公司的费用明细账、往来款明细账，经核查，不存在异常资金流入或流出的情况，发行人及子公司、控股股东、实际控制人控制的其他企业不存在将大量体内资金转出，以用于刷单、刷评或其他异常的行为；

4、查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水，经核查，不存在异常资金流入或流出的情况，实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在支付资金用于刷单、刷评或其他异常的行为。

（四）针对刷评的其他核查方法

以 Amazon 平台为例，依据亚马逊的相关规定，卖家被禁止主动向亚马逊买家发送电子邮件，仅在必要时可进行有关订单配送及相关客户服务的电子邮件沟通。在必要时，卖家“仅允许使用‘买家与卖家消息服务’与亚马逊买家进行沟通”，即通过 Amazon 平台指定页面发送消息，相关的往来消息都会接受 Amazon 平台的实时监控，显示在“买家与卖家消息”页面上。如果卖家向买家发送消息的方式、消息内容等存在不合规的情况，将被平台处以相应责罚。

在上述聊天记录中，以“好评”“返现”“差评”“中评”等关键词进行搜索，未发现发行人运营店铺的客服人员以好评返现、免单、全额返现等方式诱导消费者给予好评、修改或删除中差评等虚构信用评价的聊天记录。

综合上述核查方法，本所律师认为，发行人实际经营店铺过程中，不存在“刷单”或“刷评”的情形。

七、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、取得发行人出具的说明，以及访谈发行人相关人员，了解发行人报告期各期被动关店的店铺具体情况，包括关店数量、销售金额、关店原因及其对应店铺数量分布等；

2、取得并查阅《产品侵权风险防控管理制度》；

3、取得并查阅发行人相关诉讼文件；

4、获取并查阅发行人提供的营业外支出明细账及相关凭证；

5、查询 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等平台业务规则，了解发行人产品侵犯他人知识产权的法律后果；

6、报告期内发行人实际经营店铺过程中是否存在“刷单”或“刷评”情形的核查程序参见本题回复之“六”。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人避免信息发布违规及产品侵权的机制是有效的。

2、报告期内相关产品侵权事项不会影响发行人持续经营能力。

3、报告期内发行人实际经营店铺过程中，不存在“刷单”或“刷评”的情形。

第九题（《第二轮问询函》“10．关于 B2B 分销业务资质”）

审核问询回复显示，报告期各期，发行人 B2B 分销业务金额逐年下降，自 2019 年后发行人终止了该类业务。B2B 分销业务中，分销商在华成云商平台进行账户注册并充值预付款。

请发行人说明报告期内华成云商开展相关业务的情形是否涉及资金代收代付，是否应获取《支付业务许可证》或其他相关资质、许可，发行人是否存在无资质违规开展互联网收款/支付业务的情形，相关事项是否构成重大违法违规。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、报告期内华成云商开展相关业务的情形是否涉及资金代收代付

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明，B2B 分销业务为发行人以华成云商分销平台向商家开放库存商品信息，促成商家在分销平台进行采购，并由此产生相应的 B2B 分销业务收入。B2B 分销业务具体流程为：

①发行人向供应商采购商品，并由供应商将商品发往发行人的国内仓库；②商品入库后，发行人质量管理部进行质量检测，随后产品部对产品进行拍摄并进行图片制作，通过华成云商平台提供产品信息；③分销商在华成平台进行账户注册并充值预付款；④华成云商分销平台将产品信息推送给分销商；⑤分销商通过电商销售平台店铺或独立网站进行销售，将订单收件信息推送至华成云商；⑥华成云商分销平台根据获取到的订单信息和客户的账户预付款金额进行核验，如分销商预付款充足，则将获取到的销售订单信息推送到发行人内部 ERP 系统，通过系统通知对应仓库将订单分拣发出；⑦发行人仓库管理人员在分拣发出的包裹贴上相应运单，后交由物流公司（中国邮政和其他快递等）发货给消费者。

在 B2B 分销业务过程中，发行人向供应商采购商品并验收入库后，该商品由发行人控制并承担和享有基于商品所有权相关的风险和报酬。发行人向供应商采购商品或物流服务并支付货款和物流费，与发行人按照分销商订单信息发货并从分销商充值的预付款中扣款，是两个独立的交易。发行人 B2B 分销业务的情形不涉及资金的代收代付。

二、华成云商是否应获取《支付业务许可证》或其他相关资质、许可，发行人是否存在无资质违规开展互联网收款/支付业务的情形，相关事项是否构成重大违法违规

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关业务人员，报告期内，分销商在华成云商平台进行账户注册，主要通过盛付通等具有支付业务资格的第三方支付机构充值预付款。根据《非银行支付机构网络支付业务管理办法》第二条规定“本办法所称支付机构是指依法取得《支付业务许可证》，获准办理互联网支付、移动电话支付、固定电话支付、数字电视支付等网络支付业务的非银行机构。本办法所称网络支付业务，是指收款人或付款人通过计算机、移动终端等电子设备，依托公共网络信息系统远程发起支付指令，且付款人电子设备不与收款人特定专属设备交互，由支付机构为收付款人提供货币资金转移服务的活动。”华成云商主要通过盛付通等具有支付业务资格的第三方支付机构进行收款，根据上述规定，故华成云商无需获取《支付业务许可证》或其他相关资质、许可。报告期内，发行人不存在无资质违规开展互联网收款/支付业务的情形。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序有：

1、查阅发行人相关说明文件了解发行人 B2B 分销业务开展和终止的背景、原因、B2B 分销业务流程；

2、访谈发行人相关业务人员，了解华成云商的 B2B 分销业务的资金收付模式。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

报告期内华成云商开展相关业务的情形无需获取《支付业务许可证》或其他相关资质、许可。报告期内，发行人不存在无资质违规开展互联网收款/支付业务的情形。

第十题（《第二轮问询函》“14．关于资金归集及支付平台”）

根据审核问询回复：

（1）报告期内，发行人存在利用个人信息注册店铺的情形，发行人利用王振民、蔡永章个人银行卡及支付宝账户对外收付款。

（2）资金到达第三方支付工具平台账户后，公司定期将收款账户资金提款至绑定的银行账户，少部分 PayPal 账户资金用于支付境外推广费、手续费及小额采购款。

（3）由于第三方电商平台会根据平台规则留有一定金额的保证金，提款结算日也各不相同，因而会出现资金存放在第三方支付账户的情况。2020 年末，PayPal 支付账户的余额为 5,910.72 万元，较上年同期增加 299.44%，主要是 eBay 和自营网站收入增加，存放于 PayPal 支付平台暂不可提现至银行卡资金余额出现暂时性增加。2020 年末其他应收款—押金保证金 3,983.50 万元，较上年同期增加 167.27%，主要为物流承运商、电商平台等单位的押金保证金。

请发行人补充说明：

（1）报告期内以个人名义注册店铺时，绑定的支付工具及银行账号为个人账号还是公司账号，如为个人账号，说明对其管控的具体措施、是否完全纳入公司管理，个人账号对外收付款的具体情况及相关会计处理、是否完全纳入公司会计核算及税务体系，目前整改情况。

（2）发行人将第三方支付账户纳入资金管理的具体情况、资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况，报告期各期第三方支付账户支付境外推广费、手续费及小额采购款的金额、对应的内部审批程序及执行情况、相关会计处理，是否存在第三方支付账户支付成本费用未记账的情形。

（3）店铺销售收入的资金流转路径，以第三方名义开立的店铺与发行人主体申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面是否存在差异及具体差异环节，香港兰玛特进行收支管理的具体方式。

（4）结合第三方电商平台留存保证金具体规则、eBay 和自营网站收入增长

情况等，进一步说明 2020 年末 PayPal 账户余额大幅增加的合理性；2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的具体原因，是否存在资金冻结等异常情形；发行人将平台保证金同时在其他货币资金和其他应收款两个科目进行核算的原因，押金保证金大幅增加的原因及合理性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见。请保荐人、申报会计师补充说明：

（1）对收款账户完整性的具体核查情况及核查结论，对个人账户收付款、第三方支付账户收付款及相关会计处理的具体核查情况及核查结论，发行人是否已将所有收款账户纳入管理。

（2）报告期内存在个人账户或第三方支付账户注销的情形，请进一步说明针对注销账户执行的核查程序及具体情况、方法的可执行性、核查的有效性，如何确保相关收入及收款的真实性、准确性。

（3）结合核查情况，说明发行人资金管理内部控制是否健全规范、会计核算是否完整、准确。

【回复】

一、报告期内以个人名义注册店铺时，绑定的支付工具及银行账号为个人账号还是公司账号，如为个人账号，说明对其管控的具体措施、是否完全纳入公司管理，个人账号对外收付款的具体情况及相关会计处理、是否完全纳入公司会计核算及税务体系，目前整改情况。

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，报告期内，发行人存在与第三方个人签署《信息使用承诺书》以第三方个人名义注册店铺的情形。报告期内以个人名义注册店铺时，绑定的收款账户均为发行人持有的第三方支付账户，不存在绑定的收款账户为个人账号的情形。

二、发行人将第三方支付账户纳入资金管理的具体情况、资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况，报告期各期第三方支付账户支付境外推广费、手续费及小额采购款的金额、对应的内部审批程序及执行情况、相关会计处理，是否存在第三方支付账户支付成本费用未记账的情形。

（一）发行人将第三方支付账户纳入资金管理的具体情况、资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况

根据发行人出具的说明，发行人在 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台及自营网站开立店铺，大都需要绑定 PayPal、WorldFirst 等第三方支付账户以满足平台收付款要求。针对第三方支付账户的管理，发行人制定了《平台账号资金管理制度》，对发行人第三方支付账户的注册管理、提现（即将资金从第三方支付账户划转至银行账户）管理、提现标准、定期核对提现记录等作出了规定，将第三方支付账户纳入其他货币资金科目进行核算。

根据发行人制定的《平台账号资金管理制度》，发行人对第三方支付账户资金收付进行管理和规范。第三方支付账户资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况如下：

业务流程	关键节点	控制措施	执行情况
账户注册及绑定	注册	第三方支付账户需经审核批准后方可注册和使用	1、业务部门提出新增第三方支付账户申请； 2、新增第三方支付账户申请经业务总监、风控总监、财务负责人审批通过； 3、财务中心资金部平台账户管理专员负责注册收款账户。
	绑定店铺	部门主管检查注册信息	1、注册完成后，财务中心资金部平台账户管理专员绑定到对应的店铺，且将第三方支付账户信息维护到财务系统； 2、具体绑定流程：登录店铺后台→选择收款账户的类型→选择注册收款账户或登录已有的收款账户→完成绑定。
收款	登录账户	有权限人员才能登录	仅财务中心资金部平台账户管理专员及主管等授权人员登录和操作第三方支付账户，其他人员均无权限。

业务流程	关键节点	控制措施	执行情况
	收款核对	店铺放款与收款的核对	应收模式：风控专员与平台账户管理专员通过财务集团管理系统对平台店铺放款账单与第三方支付账户收款记录进行核对。核对无误后，平台账户管理专员登记第三方支付账户收支日记账。 预收模式：平台账户管理专员通过财务集团管理系统对进入订单系统的订单和第三方支付账户收款金额进行核对。核对无误后，平台账户管理专员登记第三方支付账户收支日记账。
	提现	每日登录收款账户查看可提现金额并提现	财务中心资金部平台账户管理专员及主管每天登录第三方支付账户查看余额，当余额符合提现条件并评估提现手续费在合理范围内时，平台账户管理专员进行提现，并登记第三方支付账户收支日记账。
	提现核对	核对提现与到账金额的一致性	1、提现后，财务中心资金部经理核查提现金额与银行到账金额是否一致。资金部经理日常不定期检查第三方支付账户收支日记账。每月度资金部经理核查后，提交财务负责人审核。 2、每月初，财务中心资金部账户管理专员将上月第三方支付账户收支日记账、第三方支付账户的流水账单提交给平台账户管理主管复核，经复核后提交往来会计，往来会计复核后填制记账凭证。
付款	付款申请	支付须经审批，确保资金支付的真实、准确、有效	1、付款申请人在 OA 系统中发起申请付款流程，填写申请人所属部门、金额、付款用途、付款方式、收款人名称及账户等信息，依次经业务部门经理/总监、费用会计、财务经理、财务负责人进行审批； 2、付款申请 OA 流程流转至财务中心资金部平台账户管理专员，付款申请人打印纸质审批单，提交给费用会计，费用会计将审批单送至财务总监及分管领导审批。
	审批核对	支付需核对系统单据、纸质单、金蝶系统	财务中心资金部平台账户管理专员收到纸质审批单，核对 OA 流程提交的信息与金蝶财务系统信息是否一致（主要核对：付款币种、付款金额、支付方式、收款账户信息、附件等），并与纸质审批单核对信息是否无误。
	资金支付	确保支付的金额准确，避免重复付款	资金支付节点，财务中心资金部平台账户管理专员，严格检查付款金额、币种等数据，确认无误后登陆第三方支付账户进行支付。

业务流程	关键节点	控制措施	执行情况
	复核并记账	支付明细记录，支付前后余额核对	1、财务中心资金部平台账户管理专员登记第三方支付账户资金收支日记账，并与第三方支付账户余额核对，财务中心资金部主管每周复核第三方支付账户资金收支日记账与付第三方支付账户的流水账单及余额。 2、每月初，财务中心资金部平台账户管理专员汇总整理上月第三方支付账户资金收支日记账、流水账单，并提交给平台账户管理主管复核，复核后与纸质审批单据一起交给往来会计，往来会计根据审批单据填制记账凭证。

（二）报告期各期第三方支付账户支付境外推广费、手续费及小额采购款的金额、对应的内部审批程序及执行情况、相关会计处理，是否存在第三方支付账户支付成本费用未记账的情形

根据发行人出具的说明，报告期各期，第三方支付账户支付境外推广费、手续费（收款平台手续费）及小额采购款的金额如下：

单位：万元

支付类型	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
境外推广费	43.60	1,669.02	1,117.60	1,526.57
手续费	770.99	2,733.43	1,241.26	885.59
小额采购款	-	92.17	263.55	122.71
合计	**814.59**	**4,494.62**	**2,622.41**	**2,534.87**

根据发行人提供的资料，发行人制定了《平台账号资金管理制度》对第三方支付账户资金收付进行管理和规范。发行人通过第三方支付账户支付费用的具体流程为：由业务人员在 OA 系统中发起申请付款流程，填写申请人所属部门、金额、付款用途、付款方式、收款人名称及账号等信息，并提供费用结算单据，依次经业务部门经理/总监、费用会计、财务经理、财务负责人进行审批；付款申请 OA 流程流转至出纳付款环节，付款申请人打印纸质审批单，交给费用会计，费用会计将审批单送至财务总监及分管领导审批。经审批签字后，交给资金部出纳人员。财务中心资金部出纳人员收到纸质审批单，核对 OA 流程提交的信息与金蝶财务系统信息是否一致（主要核对付款币种、付款金额、支付方式、收款账号信息、附件等），并与纸质审批单核对信息是否无误，确认无误后进行支付。

根据发行人出具的说明，发行人第三方支付账户对外支付时，其财务人员根据付款申请审批单、付款记录和付款金额，借记销售费用等成本费用类科目，贷记其他货币资金。

根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“公司已将第三方支付账户全部纳入公司其他货币资金科目进行核算。公司第三方支付账户支付的成本费用均已进行账务处理，不存在第三方支付账户支付成本费用未记账的情形。”

三、店铺销售收入的资金流转路径，以第三方名义开立的店铺与发行人主体申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面是否存在差异及具体差异环节，香港兰玛特进行收支管理的具体方式。

（一）店铺销售收入的资金流转路径

根据销售平台相关规则和发行人店铺收款相关管理制度，并经本所律师访谈发行人财务经理，发行人关于店铺销售收入的资金流转路径分为两种：

（1）通过第三方电商平台的收款账户收款后再放款给发行人

根据 Amazon、Wish、Walmart 等销售平台的相关规则，消费者在该类销售平台的支付的款项由销售平台代为收款。消费者在发行人注册的店铺选择购买的商品并向销售平台收款账户支付货款后，生成有效订单。发行人根据有效订单进行发货，送达订单配送地址后完成销售订单。该类销售平台根据放款政策，在扣除相关销售平台费用后，将符合放款条件的款项放款至发行人绑定的第三方支付账户。

（2）由发行人第三方支付账户直接收款

根据 eBay 平台、自营网站的相关规则，消费者在该类销售平台支付的款项主要由绑定的发行人第三方支付账户直接收款。消费者在 eBay 平台、自营网站选择购买的商品并向发行人第三方支付账户支付货款后，生成有效订单。发行人根据有效订单进行发货，送达订单配送地址后完成销售订单。

（二）以第三方名义开立的店铺与发行人主体申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面不存在差异及具体差异环节

根据发行人出具的说明、发行人与信息授权人签署的《信息使用承诺书》，以第三方名义开立店铺的，发行人与第三方均签署了《信息使用承诺书》，保证发行人实际拥有该等店铺的控制权、所有权和其他相关权益。在店铺运营方面，以第三方名义开立的店铺与发行人申请的店铺不存在差异。

根据发行人提供的资料，并经本所律师访谈发行人财务经理，发行人以第三方名义开立的店铺与发行人申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面均不存在差异。

根据发行人出具的说明，为对第三方店铺进行规范，发行人自 2020 年下半年起已不再与第三方签署《信息使用承诺书》并新设第三方店铺。

（三）香港兰玛特进行收支管理的具体方式

根据发行人出具的说明，在发行人与其子公司的定位及功能方面，香港兰玛特是公司境外销售的核算主体，涵盖所有非美国自营仓库的商品销售。母公司财务中心对资金收支进行统一管理，具体收支管理方式详见本题之“发行人将第三方支付账户纳入资金管理的具体情况、资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况”。

四、结合第三方电商平台留存保证金具体规则、eBay 和自营网站收入增长情况等，进一步说明 2020 年末 PayPal 账户余额大幅增加的合理性；2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的具体原因，是否存在资金冻结等异常情形；发行人将平台保证金同时在其他货币资金和其他应收款两个科目进行核算的原因，押金保证金大幅增加的原因及合理性。

（一）结合第三方电商平台留存保证金具体规则、eBay 和自营网站收入增长情况等，进一步说明 2020 年末 PayPal 账户余额大幅增加的合理性；2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的具体原因，是否存在资金冻结等异常情形

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，由于第三方支付平台会根据平台

规则留有一定金额的保证金，提款结算日也各不相同，因而会出现资金存放在第三方支付账户的情况。

根据第三方支付平台 PayPal 的用户协议，PayPal 关于冻结及准备金的规则具体如下：

项目	具体规则
冻结	冻结是 PayPal 在某些情况下可在交易级别或账户级别采取的一项措施。如果 PayPal 暂时冻结某笔付款，则付款人和收款人都将无法使用这笔款项。在冻结付款前，PayPal 会审查多项因素，包括：账户期限、交易活动、业务类型、过往客户争议以及总体客户满意度。 根据第三方支付平台 PayPal 的用户协议，PayPal 会冻结资金的三种情况包括：“（1）基于 PayPal 风险决策的冻结 如果我们自行决定冻结发送到您 PayPal 账户的付款，则说明：我们认为您、您的 PayPal 账户或交易存在较高风险，或者执行此类冻结是为了满足法规要求。是否冻结付款取决于多种因素，PayPal 会同时参考来自内部和第三方的可用信息。我们冻结付款后，资金在 PayPal 账户中显示时将附带说明：资金不可用或待处理。我们冻结款项后，会通过您的 PayPal 账户或直接通过电话或者电子邮件通知您。 基于风险的冻结通常会自您的 PayPal 账户收到付款之日起持续最多 30 天，除非 PayPal 有继续冻结您资金的理由。在某些情况下，我们可能会提前解冻（例如，如果您上传了与交易有关的货运跟踪信息），但是否提前解冻将由 PayPal 自行决定。当付款因相关交易被提出争议（详情参见下方段落）而可能面临撤销时，其冻结可能会超过 30 天。在这种情况下，我们会将付款持续冻结在您的 PayPal 账户中，直到问题得到解决。 （2）与交易平台交易相关的冻结 如果您是交易平台卖家或通过提供 PayPal 的第三方应用程序销售商品，我们可能会根据相关交易平台或第三方的指示冻结您收到的付款。冻结会在我们收到您的许可后完成，这将根据您与第三方达成的协议进行。这些冻结将显示在您的 PayPal 账户中。如果您对相关交易平台或第三方指示 PayPal 冻结款项的原因有疑问，请直接联系交易平台或第三方，了解更多信息。 （3）基于有争议的交易进行的冻结 如果向卖家您支付的款项被质疑为应予无效或撤销的款项，那么我们可能会临时冻结您 PayPal 账户中的资金，用于支付可能撤销的金额。“退款、撤销和退单”部分介绍的所有情况均可能导致我们冻结付款。如果我们确定交易不应撤销，则会解除临时冻结。如果我们确定交易应予撤销，则会从您的 PayPal 账户中扣除相应资金。”
准备金	当 PayPal 认为账户、业务模式或交易存在高风险时，将在账户中设立准备金，即全部或部分交易金额在账户中显示为“待处理”，在“待处理”状态下的款项将无法提现。这样做的目的是为了防止与交易撤销或作废相关的风险，以及其他与 PayPal 账户或使用 PayPal 服务相关的风险。PayPal 账户准备金分两种：1、滚动准备金：从每天的每一笔交易中冻结一定比例的金额，然后再定期解冻的准备金，是最常见的准备金类型。（例如，准备金可能会设为 10%，然后在第 91 天解冻；在第 2 天冻结所收款项的 10%，等到第 92 天解冻，以此类推。）2、最低准备金：PayPal 账户中始终需要保留的特定最低金额，最低准备金可以作为预付金额一次性存入，也可以按比例从销售金额中滚动积累，直至达到最低准备金金额。

注：根据 PayPal 平台用户协议，上述账户涉及的冻结和准备金决策是根据保密标准做出的，这些标准是 PayPal 管理风险以及保护 PayPal、客户和（或）服务提供商的重要依据。

2019 年、2020 年，发行人在 eBay 平台和自营网站的店铺主要通过第三方支付平台 PayPal 账户收款。

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，2019 年、2020 年，发行人在 eBay 平台和自营网站的销售收入情况如下：

单位：万元

平台	主营业务收入		
	2020 年	2019 年	变动率
eBay	9,101.92	7,201.61	26.39%
自营网站	79,886.77	33,979.03	135.11%
合计	**88,988.69**	**41,180.64**	**116.09%**

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，2019 年末、2020 年末，发行人在 eBay 平台和自营网站绑定的 PayPal 账户余额情况如下：

单位：万元

平台	所绑定的 PayPal 账户余额		
	2020 年末	2019 年末	变动率
eBay	987.77	420.93	134.66%
自营网站	4,922.95	1,058.84	364.94%
合计	**5,910.72**	**1,479.77**	**299.44%**

发行人每月末取得 PayPal 提供的账户对账单，账户对账单分别列示了可用余额和总余额，差额为不可用余额。不可用余额主要为上述保证金规则中所提及的冻结金额和准备金金额，暂不可提现至银行卡。

2020 年末发行人 PayPal 账户余额为 5,910.72 万元，相比 2019 年末增加 4,430.95 万元，增幅为 299.44%，其主要原因为：①根据 PayPal 留存资金规则，随着 eBay、自营网站销售规模的大幅增加，2020 年末 PayPal 不可用金额相应增加，2020 年末 PayPal 不可用金额为 2,148.24 万元，相比 2019 年末增加 1,148.03 万元，增幅为 114.78%；②2020 年末发行人 PayPal 账户对账单可用金额为 3,762.48 万元，相比 2019 年末增加 3,282.92 万元。发行人每天监控银行和第三方支付工具账户的货币资金余额。对于第三方支付工具账户的货币资金余额，发行人结合银行存款余额、业务资金需求、提现成本及平台账户例行检查等因素决定是否进行提现。同时发行人知悉 2021 年 eBay 平台将不再固定 PayPal 账户作为收款账户，而 PayPal 账户是境外通用的便捷支付体系，因此 2020 年末需要预留资金以

备未来支付需求。2020 年末发行人银行存款余额为 2.75 亿元，在银行存款余额较为充裕的情况下，发行人放缓 PayPal 账户的提现节奏。

综上所述，2020 年末的 PayPal 余额较大具有合理性。截至 2021 年 6 月 30 日，发行人 PayPal 账户余额已下降至 2,382.02 万元。

基于上述 PayPal 关于冻结及准备金的规则，发行人 2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的金额存在资金冻结的情形。

（二）发行人将平台保证金同时在其他货币资金和其他应收款两个科目进行核算的原因，押金保证金大幅增加的原因及合理性

根据发行人提供的资料，并经本所律师访谈发行人财务人员，报告期内发行人在其他货币资金核算的平台保证金为第三方支付账户平台的保证金，系第三方支付账户平台通过限制提款的方式进行保留的保证金。在其他应收款核算的平台保证金为收款平台或电商销售平台的保证金，通过付款或直接被划款的方式进行支付，不属于其他货币资金。根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“公司的账务处理符合企业准则的要求”。

报告期各期末，发行人第三方支付账户平台及电商销售平台的保证金情况如下：

单位：万元

科目	款项性质	金额			
		2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
其他货币资金	第三方支付账户保证金	1,025.91	2,402.26	1,343.01	657.83
其他应收款	平台保证金	21.80	60.78	9.80	9.80

注：其他应收款中的平台保证金在其他应收款-保证金押金类别中列示。

报告期各期末，其他应收款中保证金押金情况如下：

单位：万元

科目	款项性质	金额			
		2021 年 6 月末	2020 年末	2019 年末	2018 年末
其他应收款	保证金押金	5,267.96	3,983.50	1,489.33	1,274.47

2020 年末保证金押金为 3,983.50 万元，相比 2019 年增加 2,494.17 万元，主要原因为：①仓库押金增加 955.03 万元；②海关清关押金增加 913.49 万元；③

办公室租赁押金增加 465.93 万元；④物流运输押金增加 364.37 万元。

2021 年 6 月末保证金押金为 5,267.96 万元，相比 2020 年增加 1,284.46 万元，主要原因为：①仓库押金增加 1,112.94 万元；②海关清关押金增加 443.14 万元。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅报告期内发行人以个人名义注册的店铺和绑定的第三方支付账户明细表；查阅绑定的第三方支付账户对账单；

2、查阅发行人关于第三方支付账户的管理制度，了解发行人关于第三方支付账户资金收付等关键节点内部控制的设置及执行情况；获取报告期内第三方支付账户支付境外推广费、手续费及小额采购款统计表；抽查第三方支付账户收支记账凭证；

3、查阅发行人店铺收款相关管理制度，访谈财务经理了解店铺销售收入的资金流转路径以及以第三方名义开立的店铺与发行人主体申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面是否存在差异及具体差异环节、香港兰玛特进行收支管理的具体方式；抽查并比较以第三方名义开立店铺和发行人主体申请的店铺的销售订单、绑定的收款工具及会计处理；

4、查阅第三方支付账户平台留存保证金具体规则，获取 2020 年 eBay 和自营网站收入增长数据，分析 2020 年末 PayPal 账户余额大幅增加的合理性；访谈发行人财务人员，了解 2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的具体原因；查阅其他货币资金、其他应收款分别核算保证金的具体内容；了解其他应收款中保证金押金的构成内容，抽查大额款项的合同及支付凭证。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“报告期内各期以个人名义注册店铺时，绑定的收款账户均为发行人持有的第三方支付工具账户。”

2、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“公司已制定关于第三方支付账户资金管理制度，已将第三方支付账户资金纳入公司资金管理，资金收付等关键节点内部控制的设置合理有效，执行情况正常。报告期各期公司第三方支付账户支付境外推广费、手续费、采购款已履行必要的审批程序并进行相关会计处理，不存在第三方支付账户支付成本费用未记账的情形”。

3、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“发行人店铺销售收入的资金收款分为由销售平台收款和发行人直接收款，发行人均通过第三方支付工具账户收款。以第三方名义开立的店铺与发行人主体申请的店铺在收入获取、收入归集、资金流转（终端客户直接付款、亚马逊及其收付归集平台转入等）方面不存在差异。香港兰玛特是发行人境外销售的核算主体，涵盖所有非美国自营仓库的商品销售，由发行人财务中心对资金收支进行统一管理。”

4、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“银行存款余额较为充裕的情况下，发行人放缓 PayPal 账户余额提现节奏，2020 年末 PayPal 账户余额大幅增加具有合理性；2020 年末 PayPal 账户余额暂不可提现至银行卡的主要原因为根据平台规则被 PayPal 平台限制提现的冻结资金和准备金，存在资金冻结情形；发行人在其他货币资金和其他应收款核算的保证金内容不同，其账务处理符合企业准则的要求；2020 年末、2021 年 6 月末发行人其他应收款中保证金押金大幅增加主要原因为清关服务、仓库租赁保证金金额、物流承运商保证金增加所致，具有合理性。”

第十一题（《第二轮问询函》“17．关于营业收入”）

根据申报资料和审核问询回复：

（1）2020 年，发行人营业收入 52.53 亿元，较上年同期增加 82.47%。

（2）商品定价方面，公司定价策略为在满足内部各业务团队对不同业务类型或业务的不同阶段设定的回报率要求的前提下，以商品成本为基础，结合各产品/品牌所处的发展阶段及其溢价能力，并参考市场行情、平台竞争环境、平台费率、物流渠道及成本、推广渠道等外部因素进行综合定价。

（3）普华 IT 评估分析报告显示，2019 年和 2020 年，发行人在 wish 平台上对中国的销售额分别为 3,570.86 万元和 3,365.87 万元。发行人存在一定比例的内销收入。

（4）针对线上销售收入真实性的核查程序，保荐人和会计师主要是 IT 信息系统核查中的业务数据验证和分析、抽样核查销售收入外部单据，未有对客户真实性的核查情况。

请发行人：

（1）补充披露 2020 年收入变动趋势及幅度与跨境电商行业状况、同行业可比公司收入变动趋势及幅度是否相符，结合行业政策及景气度、亚马逊平台封号、中美贸易摩擦等事件的影响，综合分析说明未来收入快速增长的可持续性，并做充分的风险提示。

（2）补充说明各平台对发行人产品价格的定价、限价条款或单一渠道销售条款等内容，发行人同类产品在不同平台的价格差异情况，发行人产品销售过程中是否存在违反与平台相关约定的情况，是否存在受到处罚的风险。

（3）继续补充说明报告期内各类产品及其主要品牌的销售情况与各平台同类产品总销售规模的变化趋势、各平台同类公司的销售规模的变化趋势是否一致。

（4）说明报告期各期电商业务中内销、外销的分类标准及收入分类的准确性；说明电商业务对中国境内销售的出口退税情况，实际内销的情况下领取出口退税的合规性、是否存在被认定骗取出口退税或偷逃税款的风险。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见，说明对收入真实性、准确性核查的主要方法、比例及相关核查结合跨境电商的主要特点进行针对性设计的核查方法，与同行业其他同类公司核查方法的对比情况，本项目相关核查方法的有效性、充分性。

【回复】

一、补充披露 2020 年收入变动趋势及幅度与跨境电商行业状况、同行业可比公司收入变动趋势及幅度是否相符，结合行业政策及景气度、亚马逊平台封号、中美贸易摩擦等事件的影响，综合分析说明未来收入快速增长的可持续性，并做充分的风险提示。

（一）补充披露 2020 年收入变动趋势及幅度与跨境电商行业状况、同行业可比公司收入变动趋势及幅度是否相符

发行人已在招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十一、经营成果分析”之“（一）营业收入分析”之“1、营业收入构成及变动情况”中补充披露，具体如下：

“公司 2020 年收入变动趋势及幅度与行业状况、可比公司收入变动及幅度相符。

（1）从行业状况角度来看，2020 年全球跨境电商行业整体市场规模保持持续增长态势。2020 年全球零售电商销售额为 4.28 万亿美元，与 2019 年 3.54 万亿美元相比增长 18.54%。同时，2020 年电商销售额在全球零售总额中的占比为 18%，与 2019 年相比增长 27.66%。新冠疫情进一步加速了消费者消费习惯的转变，越来越多消费者通过线上方式进行商品采购。根据美国商务部数据，美国电商渗透率由 2019 年末的 16%上升至 2020 年的 21.3%。2020 年公司营业收入规模相比 2019 年增长 82.47%。因此，公司 2020 年收入变动趋势与行业状况相符。

（2）从同行业可比公司角度，2020 年公司与同行业可比公司营业收入变动趋势及幅度如下：

单位：万元

公司名称	2020 年度	2019 年度	变动趋势	变动幅度
安克创新	935,262.93	665,473.82	增长	40.54%

公司名称	2020 年度	2019 年度	变动趋势	变动幅度
晨北科技	240,742.22	113,045.34	增长	112.96%
傲基科技	未披露	未披露	不适用	不适用
星徽股份	477,361.18	283,192.07	增长	68.56%
跨境通	不适用	1,787,423.66	不适用	不适用
发行人	525,301.10	287,877.51	增长	82.47%

注：晨北科技 2019 年数据摘自晨北科技招股说明书，以美元计数，已按其披露的折算汇率 6.5755 折算为人民币；2020 年数据摘自 2020 年年报，以美元计数，已按美元兑换人民币的年平均汇率 6.8996 折算为人民币。星徽股份数据系其子公司泽宝创新的数据。跨境通 2020 年度被出具无法表示意见的审计报告，故 2020 年不再纳入可比范围。

可见，2020 年公司与同行业可比公司的营业收入呈现增长趋势，变动趋势一致。2020 年公司营业收入增长幅度为 82.47%，介于同行业可比公司增长幅度区间。”

（二）结合行业政策及景气度、亚马逊平台封号、中美贸易摩擦等事件的影响，综合分析说明未来收入快速增长的可持续性，并做充分的风险提示

1、国家持续出台政策鼓励跨境电商行业发展

2020 年 3 月，为使跨境电子商务商品出得去、退得回，推动跨境电子商务出口业务健康快速发展，海关总署发布《关于全面推广跨境电子商务出口商品退货监管措施有关事宜的公告》。2020 年 6 月，为贯彻落实党中央国务院关于加快跨境电子商务新业态发展的部署要求，充分发挥跨境电商稳外贸保就业等积极作用，进一步促进跨境电商健康快速发展，海关总署发布《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》，增列海关监管代码“9710”、“9810”，简化跨境电商 B2B 申报手续，降低通关成本，提高通关效率。

2021 年 6 月 22 日，李克强总理主持召开国务院常务会议，确定加快发展外贸新业态新模式的措施，推动外贸升级，培育竞争新优势。

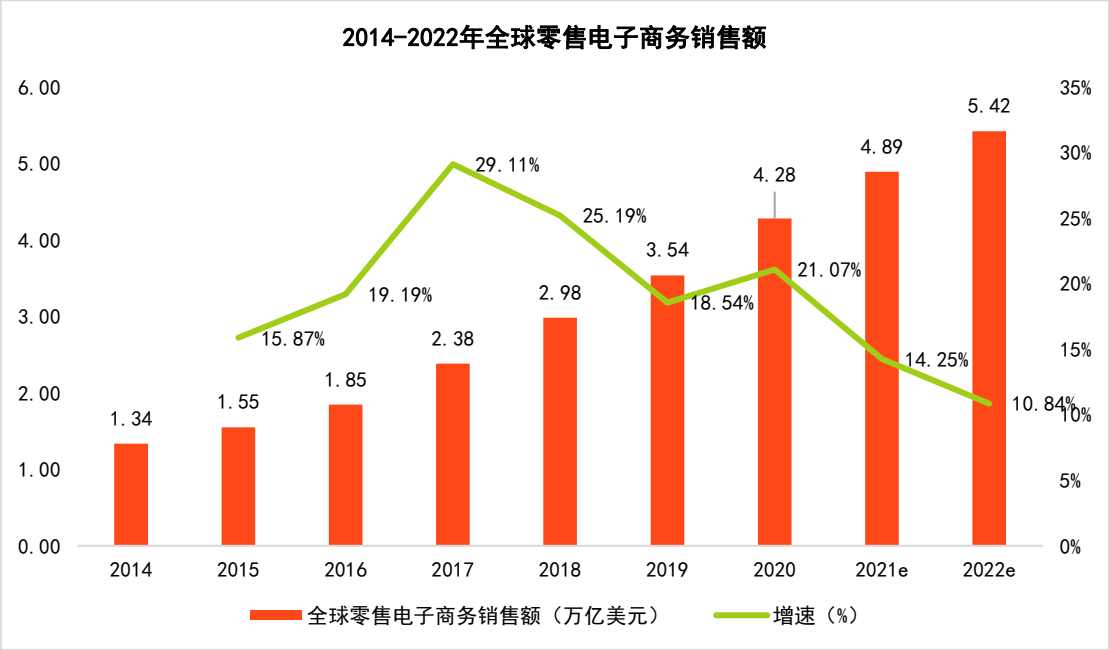
国务院办公厅于 2021 年 7 月 9 日印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》指出，新业态新模式是我国外贸发展的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。加快发展外贸新业态新模式，有利于推动贸易高质量发展，培育参与国际经济合作和竞争新优势，对于服务构建新发展格局具有重要作用。

国家持续出台政策鼓励跨境电商行业发展，为发行人跨境电商业务提供了良

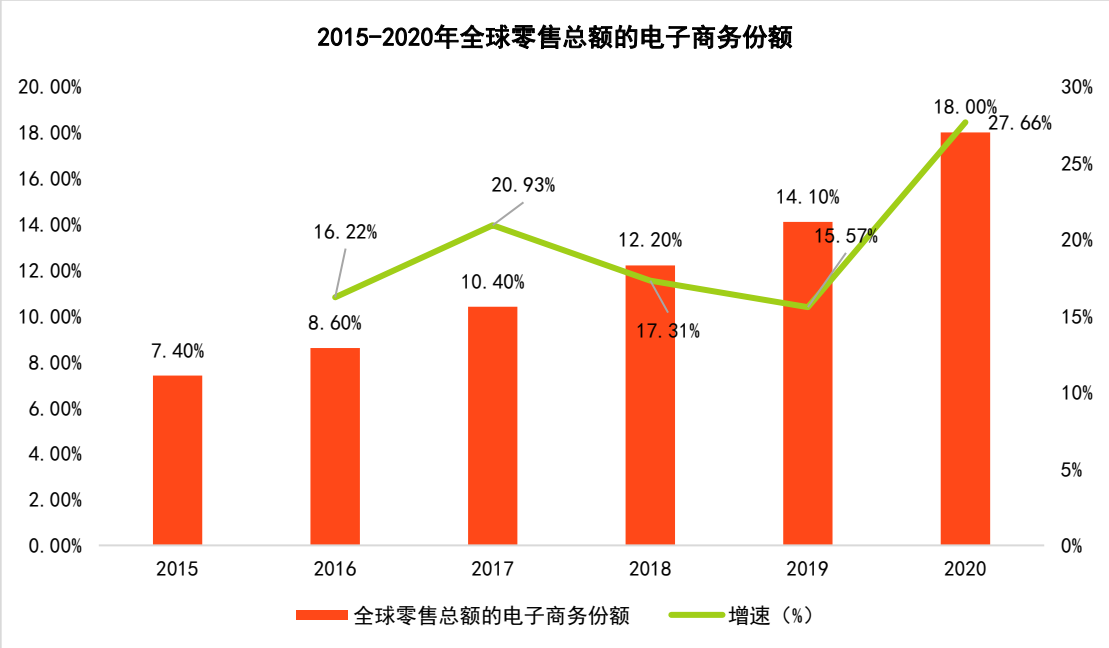
好的政策环境。

2、全球零售电商行业规模持续增长，渗透率持续提升

从全球跨境电商行业发展情况看，整体市场规模保持持续增长态势，未来线上购物在全球范围内将越来越普及。全球零售电商销售额从 2014 年 1.3 万亿美元增长至 2020 年 4.28 万亿美元，保持年均 20%以上的增长率。同时，电商销售额在全球零售总额中的占比也保持稳步增长，从 2015 年的 7.4%增长至 2020 年的 18%。

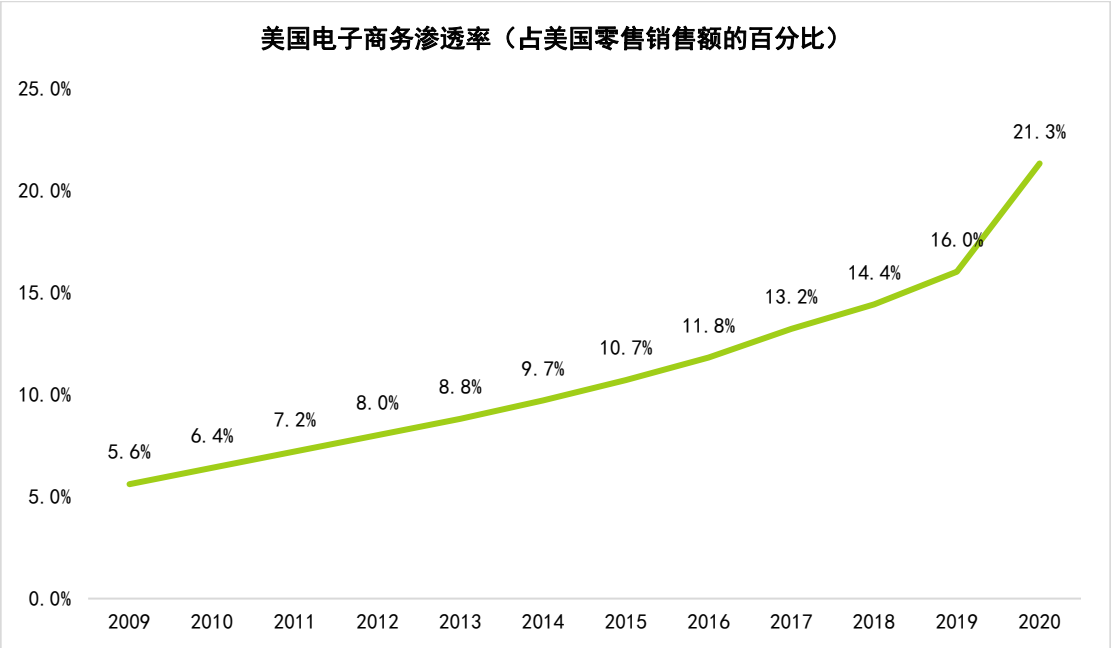


数据来源：Statista, E-commerce Worldwide



数据来源：Statista

新冠疫情对品牌方和消费者均产生较大影响。一方面，新冠疫情进一步加速了消费者消费习惯的转变，越来越多消费者通过线上方式进行商品采购。根据美国商务部数据，美国电商渗透率由 2019 年末的 16%上升至 2020 年的 21.3%。



数据来源：美国银行、美国商务部

另一方面，新冠疫情的爆发也加速了服装零售企业布局数字化零售、全渠道融合的进程。目前，以 H&M、Delvaux、FENTY、CELINE 等为代表的服饰品牌均加大数字化业务布局。同时，品牌零售商开始尝试视频购物、虚拟试装等业务，在抵御实体零售客流减少影响的同时，顺应消费习惯进一步向线上迁移的趋势。

全球零售电商行业规模持续增长，渗透率持续提升，有利于发行人跨境电商业务的市场拓展。

3、亚马逊平台封号的影响

根据媒体报道，自 2021 年起，亚马逊陆续对中国部分跨境电商企业实施“封号”措施，其主要原因为部分跨境电商企业违反滥用评分反馈或评论以及销售排名规则等行为。

报告期内，发行人重视诚信内控建设，坚持合规经营，坚决杜绝违规行为可能导致的巨大风险。发行人的《营销推广管理制度》明确禁止公司及相关部门人员操作刷单、刷评；如员工违反，将按公司制度进行内部处罚。此外，风控审计

中心会对相关条款的执行情况进行严格监控和定期检查，确保发行人业务经营的合规性。发行人不存在刷空邮包、自买自卖等手段提高品牌和商品知名度或虚增收入的行为。亚马逊相关封号事件未对发行人业务造成不利影响。

4、中美贸易摩擦的影响

中美贸易冲突发生后，发行人第一时间就关税加征影响进行量化测算，并通过对不同类别 SPU 进行市场价格敏感性测试确定价格，指导销售人员针对性调整商品定价。发行人在美国市场的销售规模持续增长，整体毛利率保持基本稳定，现阶段中美贸易摩擦未对发行人在美国市场的B2C业务造成较大影响。但未来，如果中美贸易摩擦持续加剧，仍可能会给发行人在美国市场的 B2C 销售业务带来较大的不利影响。

发行人已在招股说明书之“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（八）未来营业收入快速增长的可持续性风险”和“第四节 风险因素”之“二、经营风险”之“（九）未来营业收入快速增长的可持续性风险”中补充披露，具体如下：

“2021 年，虽然中美贸易摩擦仍在继续，且行业内其他公司受到亚马逊封号事项等影响出现经营困难，但公司 2021 年上半年的业绩保持了持续增长，实现主营业务收入 290,573.81 万元，与去年同期增长 26.80%。

虽然公司报告期内业绩保持持续快速增长，但由于外部不确定性等各种因素，提醒投资者关注未来营业收入快速增长的可持续性风险。”

二、补充说明各平台对发行人产品价格的定价、限价条款或单一渠道销售条款等内容，发行人同类产品在不同平台的价格差异情况，发行人产品销售过程中是否存在违反与平台相关约定的情况，是否存在受到处罚的风险。

（一）发行人主要第三方销售平台的产品定价、限价条款或单一渠道条款

发行人主要销售平台包括 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等，根据上述平台的服务协议、官网公告及平台规则，上述平台对卖家的产品价格的定价、限价或单一渠道销售条款具体如下：

主要平台	定价或限价条款	单一渠道销售条款
Amazon	1、Amazon 会定期监控商品在商城上的价格（包括运	无

主要平台	定价或限价条款	单一渠道销售条款
	费），并将其与提供给买家的其他价格进行比较。如果 Amazon 发现卖家在商城上的定价行为有损买家信任，则可能会删除购买按钮、删除报价、暂停配送选项。如果情节严重或反复出错，Amazon 会暂停或终止卖家的销售权限。 2、有损买家信任的定价行为包括但不限于： ①为商品或服务设置的参考价会误导买家；②为商品或服务设置的价格明显高于 Amazon 商城或其他平台提供的当前价格；③同一商品在多件销售时比单件销售时的价格高；④为商品设置的运费过高。Amazon 在确定运费是否违反 Amazon 的公平定价政策时会考虑当前的公开承运人费率、合理的处理费用以及买家的看法。	
Wish	同一个 listing，商户设置的最高变体价格最多只能比最低变体价格高 20 美元。违反价格差异政策的产品将被移除，且账户将面临暂停交易的风险。	无
eBay	eBay 不允许以高于被认为公平或合理的价格提供商品。在紧急情况和供应链中断时，eBay 是买家的重要货物来源。提供必需品的卖家必须以合理的价格提供，并且不得试图从紧急情况或灾难引起的需求增加或供应减少中不合理地获利。	无
Walmart	Walmart 将删除非常缺乏竞争力或定价不公平的商品，它们可能会影响整体购物体验，从而使客户失望并影响他们的整体购物体验。这些规则可以改善与客户的关系，增加信任度，并随着时间的推移为卖家带来更好的转化。 如果客户通过在竞争网站上购买商品来节省大量费用，则定价规则将自动从 Walmart Marketplace 取消发布商品。此计算包括运费。此规则还将自动取消发布价格远高于 Walmart Marketplace 或竞争网站最近提供的价格的商品，或者似乎是价格欺诈或其他不公平或滥用定价行为的对象。 如果任何商品被我们的定价规则标记，Walmart 会自动取消发布相关商品，并通过卖家中心的“管理商品报告”通知您。 如果受监控的竞争网站上的价格发生变化并且商品现在处于可接受的范围内，Walmart 将自动重新发布该商品，通常是 48 小时内。价格以商品价格+标准运费来衡量。	无

（二）报告期内发行人主要产品在不同平台的价格差异情况

根据发行人出具的说明，报告期内发行人销售的产品为服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等四大类产品。发行人销售的四大类产品的主要子产品数量众多，故选取四大品类各品类在报告期内累计销售额前 5 名的子产品进行比较分析。

1、服饰配饰类

报告期内，发行人服饰配饰类产品累计销售金额前 5 名子产品在不同平台的销售金额及单价情况如下：

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额（万元）	平均单位售价（元）	销售额（万元）	销售单价(元)	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）
AMV006756	Ekouaer	2021 年 1-6 月	2,474.70	172.30	2,474.18	172.33	-	-	0.51	104.87	-	-	-	-	-	-
		2020 年	2,020.63	168.15	2,020.35	168.14	-	-	-	-	-	-	0.29	192.82	-	-
		2019 年	761.74	137.91	761.63	137.92	-	-	-	-	-	-	-	-	0.11	78.12
		2018 年	51.66	136.48	51.59	136.59	-	-	-	-	0.04	84.22	-	-	0.03	89.39
AM001337	Ekouaer	2021 年 1-6 月	867.57	267.55	867.56	267.55	0.01	130.54	-	-	-	-	-	-	-	-
		2020 年	2,439.49	275.68	2,438.53	275.73	0.26	145.33	0.14	196.64	-	-	-	-	0.56	206.82
		2019 年	1,197.52	273.25	1,196.96	273.31	-	-	-	-	-	-	-	-	0.56	185.76
		2018 年	622.77	263.32	621.46	263.43	0.09	151.31	0.04	212.16	0.14	225.10	0.03	315.51	1.01	198.56
AMK005725	Ekouaer	2021 年 1-6 月	1,480.27	129.98	1,480.28	129.98	-	-	-	-	-	-	-	-	-0.01	115.72
		2020 年	2,706.94	154.35	2,704.08	154.50	-	-	-	-	0.08	131.22	-	-	2.78	78.89
		2019 年	594.38	131.83	589.63	132.68	0.06	72.39	-	-	-	-	-	-	4.69	73.69

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额（万元）	平均单位售价（元）	销售额（万元）	销售单价(元)	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）
		2018 年	126.64	130.39	123.47	134.29	0.07	74.77	-	-	0.04	117.79	0.05	95.73	3.02	60.26
PXK000299	MAXMODA	2021 年 1-6 月	1,045.65	196.56	1,045.65	196.56	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2020 年	2,481.89	216.96	2,481.89	216.96	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2019 年	1,235.11	216.54	1,235.10	216.54	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	108.56
		2018 年	93.78	214.25	93.77	214.28	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	77.94
AML006103	Avidlove	2021 年 1-6 月	1,173.75	115.08	1,173.75	115.08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2020 年	1,710.21	123.34	1,710.07	123.34	0.03	79.15	-	-	-	-	-	-	0.11	80.91
		2019 年	645.3	121.62	644.46	121.75	0.05	65.92	0.13	61.17	-	-	0.16	106.53	0.50	60.53
		2018 年	769.3	132.62	768.43	132.78	0.01	70.40	0.01	70.67	0.04	107.40	0.15	90.49	0.65	57.26

AMV006756、AM001337、AMK005725、PXK000299 和 AML006103 均为发行人自有品牌的家居服装，主要在 Amazon 平台进行销售。报告期内，这些产品在 Amazon 之外的其他平台销售的目的是用多种价格维度进行市场测试，所以其规模极小，其定价不具备代表性。

2、百货家居类

报告期内，发行人百货家居类产品累计销售金额前 5 名子产品在不同平台的销售金额及单价情况如下：

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额（万元）	平均单位售价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额（万元）	平均单位售价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）
AMD005218	Homdox	2021年1-6月	4,429.38	819.44	4,194.24	821.45	7.74	789.71	218.36	781.24	7.24	940.58	-	-	1.80	719.17
		2020年	3,999.14	844.38	3,722.96	858.91	19.11	695.05	237.93	687.06	13.04	689.93	-	-	6.10	677.63
		2019年	1,200.27	700.64	564.09	851.85	79.40	618.83	443.82	605.24	11.05	607.04	-	-	101.90	595.59
		2018年	189.81	745.82	141.58	839.24	14.74	534.19	14.26	622.64	0.18	590.16	-	-	19.05	544.33
AMC005083	Homdox	2021年1-6月	590.68	815.18	502.71	805.89	9.60	913.96	71.07	875.27	3.68	1,022.92	-	-	3.62	657.73
		2020年	1,668.37	871.94	1,023.40	938.21	152.13	813.94	395.42	775.03	46.88	762.26	-	-	50.55	789.82
		2019年	2,186.18	863.25	1,058.40	1,008.29	348.84	720.75	454.79	800.54	13.17	731.84	-	-	310.98	753.53
		2018年	724.28	999.01	573.82	1,081.46	30.68	687.93	59.60	881.69	0.70	695.17	-	-	59.48	732.47
AMD005116	Homdox	2021年1-6月	175.68	903.68	143.23	892.94	9.30	959.08	19.90	934.48	2.00	1,173.76	-	-	1.25	958.12
		2020年	1,119.49	945.76	914.72	984.20	11.74	856.86	151.37	792.50	16.99	862.48	-	-	24.68	825.35
		2019年	1,623.16	832.01	684.81	988.47	35.67	747.86	386.96	756.66	9.76	744.88	-	-	505.96	737.66
		2018年	1,843.16	936.99	1,262.21	999.37	89.85	723.42	261.04	828.18	1.04	1,040.86	0.09	858.33	228.93	868.48
AMD005226	Homdox	2021年1-6月	264.79	1,013.36	195.17	995.25	28.56	1,042.36	30.37	1,092.37	2.48	1,240.87	-	-	8.21	1,026.34
		2020年	2,017.53	1,058.29	1,216.65	1,134.83	166.21	982.34	531.35	975.48	28.05	947.67	-	-	75.27	828.98
		2019年	1,771.96	1,120.57	1,511.69	1,163.10	180.54	945.26	6.14	697.35	2.09	948.07	-	-	71.50	898.29

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额（万元）	平均单位售价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）	销售额（万元）	销售单价（元）
		2018年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
AMP005116	ACEVIVI	2021年1-6月	540.72	718.28	500.07	735.83	3.24	647.84	31.59	539.06	-	-	-	-	5.82	606.51
		2020年	1,610.65	816.43	1,551.91	831.59	10.43	592.72	16.08	588.83	0.05	543.36	-	-	32.18	522.43
		2019年	1,564.52	795.87	1,537.20	803.47	6.22	527.08	5.30	495.30	-	-	-	-	15.81	525.10
		2018年	288.74	863.45	285.00	873.16	2.61	427.36	-	-	-	-	-	-	1.13	595.64

AMD005218、AMC005083、AMD005116 和 AMD005226 均为发行人自有品牌 Homdox 系下不同规格的家用高压清洗机，是发行人的重要商品类型，主要销售平台为 Amazon、Walmart 和 eBay。AMP005116 为品牌 ACEVIVI 系下的按摩足浴盆，主要销售平台为 Amazon 平台。报告期内，上述商品在各平台的销售单价与该商品的均价差异大部分都在 20%以内。有部分商品在不同平台的单价差异较大，主要原因为：商品在主要销售平台热销后，发行人会在其他电商平台进行折扣销售或低价测试市场，打开市场后逐步提高售价。

3、运动娱乐

报告期内，发行人运动娱乐类产品累计销售金额前 5 名子产品在不同平台的销售金额及单价情况如下：

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		ebay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)
AM001907	ANCHEER	2021 年	2,098.73	5,160.38	1,767.07	5,099.76	76.66	5,214.70	43.20	5,610.92	6.02	7,529.70	148.88	5,355.31	56.90	6,184.56

SPU编码	品牌	年度	合计		Amazon		ebay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)
		1-6月														
		2020年	4,711.41	5,026.58	3,563.87	5,031.59	187.66	5,031.02	484.66	4,827.28	83.89	4,849.36	293.23	5,073.23	98.09	6,055.20
		2019年	3,015.24	4,802.87	1,648.53	4,851.46	476.67	4,531.11	279.71	4,511.47	178.98	6,628.96	126.46	4,301.41	304.89	4,734.25
		2018年	2,514.30	4,193.99	1,410.40	4,417.17	532.28	3,882.45	137.99	4,034.74	59.24	4,324.19	166.76	3,764.42	207.62	4,078.92
AM004143	ANCHEER	2021年1-6月	2,180.62	4,747.70	1,537.74	5,212.67	110.12	5,561.70	43.67	4,906.65	17.43	6,704.97	427.53	3,393.11	44.13	6,303.99
		2020年	3,507.63	5,319.43	2,594.07	5,383.01	191.93	5,145.66	365.90	5,527.24	116.38	4,655.17	161.09	4,318.72	78.25	6,688.21
		2019年	2,765.29	5,027.81	1,130.63	5,172.13	491.76	4,769.77	275.69	4,680.65	283.28	6,527.25	88.19	4,545.79	495.74	4,650.49
		2018年	1,382.91	4,107.25	531.82	4,636.59	392.83	3,730.57	176.17	3,756.33	54.70	4,240.03	32.82	4,051.55	194.58	3,987.26
AMA005417	ANCHEER	2021年1-6月	2,069.54	2,269.73	1,866.61	2,289.48	50.71	2,078.48	70.86	2,108.81	2.96	1,972.29	-	-	78.40	2,118.79
		2020年	4,606.89	2,205.31	4,150.88	2,233.82	59.96	1,959.37	205.54	2,093.08	12.42	1,634.67	1.19	1,982.02	176.90	1,885.93
		2019年	2,343.24	1,722.97	2,106.54	1,744.12	10.40	1,551.56	131.88	1,568.11	2.08	1,300.59	1.06	1,769.24	91.28	1,541.94
		2018年	315.15	1,692.53	256.33	1,760.54	2.53	1,581.45	37.33	1,548.83	0.49	1,631.11	0.53	1,771.20	17.94	1,254.30
AMA005571	ANCHEER	2021年1-6月	1,440.06	2,503.14	1,394.71	2,497.24	16.21	2,456.30	-1.65	2,065.07	-	-	-	-	30.79	2,798.80
		2020年	4,301.77	2,908.96	4,106.39	2,938.81	47.77	2,211.38	100.14	2,509.66	2.81	2,338.12	-	-	44.67	2,375.95
		2019年	1,386.86	2,496.60	1,273.00	2,547.54	59.66	2,015.42	17.04	2,078.55	1.00	1,994.38	-	-	36.16	2,066.06
		2018年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
AMA00505	ANCHEER	2021年1-6月	1,080.11	2,147.76	932.20	2,140.04	21.13	2,031.59	25.41	2,289.25	5.27	2,292.33	1.18	2,351.49	94.92	2,207.40

SPU 编码	品牌	年度	合计		Amazon		ebay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)
8		2020 年	3,219.20	2,143.56	2,804.52	2,167.16	10.09	2,017.75	169.78	2,057.88	34.19	1,709.74	1.00	2,506.11	199.62	2,000.22
		2019 年	1,043.07	1,745.14	754.20	1,758.86	11.27	1,587.94	57.65	1,757.59	0.80	2,007.80	-	-	219.14	1,704.08
		2018 年	655.26	1,477.48	282.55	1,457.21	83.37	1,288.52	140.67	1,624.39	8.56	1,782.44	-	-	140.11	1,498.55

AM001907、AM004143、AMA005417、AMA005571 和 AMA005058 均为发行人自有品牌 ANCHEER 系产品，其中 AM001907 和 AM004143 为山地车-电动自行车，AMA005417 为磁控家用静音椭圆机、AMA005571 为 2 合 1 平板跑步机、AMA005058 为 502 小款跑步机。该等商品主要在 Amazon 平台销售。这些产品在 Amazon、eBay、Walmart 平台的销售单价存在不同，主要原因为：①各销售平台消费人群定位不同，Amazon 平台消费人群以重质量、重品牌、重消费体验的中高消费人群为主，随着发行人品牌化策略持续推进，品牌接受度及溢价能力相应提升。eBay 平台消费群体对价格更为敏感，不适合品牌化运营，发行人主动缩减了在该平台运营，只保留部分可以支持较高毛利的商品，销售价格也相应提升。②Walmart 线上平台的消费者受 Walmart 线下门店的品类消费习惯的影响倾向于选择百货家居和运动娱乐产品，发行人初期以较低的价格拓展在 Walmart 平台的销售规模，随着在 Walmart 平台销售的增长，价格逐步提升，部分商品销售价格甚至可以高于 Amazon 平台。

4、数码汽摩

报告期内发行人数码汽摩类产品累计销售金额前 5 名子产品在不同平台的销售金额及单价情况如下：

SPU 编码	自有品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)

SPU 编码	自有品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)
OSF005360	非自有品牌	2021 年 1-6 月	777.61	1,535.87	138.31	1,476.08	-	-	-	-	0.34	3,406.01	638.96	1,549.00	-	-
		2020 年	5,700.38	1,544.74	414.93	1,633.58	1.36	1,945.71	-	-	1.21	2,008.86	5,282.89	1,538.00	-	-
		2019 年	1,592.39	1,435.24	34.66	1,833.72	3.19	1,680.55	-	-	1.25	1,781.54	1,553.30	1,427.66	-	-
		2018 年	31.75	1,645.33	-	-	-	-	-	-	-	-	31.75	1,645.33	-	-
OSF005335	非自有品牌	2021 年 1-6 月	421.71	1,230.67	27.77	1,239.70	-	-	-0.34	1,696.41	-	-	394.28	1,230.20	-	-
		2020 年	3,703.99	1,241.99	196.08	1,423.94	1.62	1,795.62	1.02	1,702.82	20.81	1,665.02	3,484.46	1,231.00	-	-
		2019 年	1,121.99	1,199.73	-	-	0.25	2,493.45	-	-	7.37	1,535.40	1,114.04	1,197.77	0.33	1,641.82
		2018 年	90.08	1,305.53	-	-	-	-	-	-	-	-	90.08	1,305.53	-	-
AMD005033	COOCHEER	2021 年 1-6 月	1,049.75	476.21	1,001.85	475.01	7.78	386.93	32.88	554.55	0.88	588.43	-	-	6.35	441.30
		2020 年	1,416.93	441.3	1,268.55	445.57	48.71	350.97	84.21	446.75	2.57	378.30	-	-	12.88	433.80
		2019 年	1,083.93	405.63	971.73	420.33	46.45	277.49	28.04	371.43	5.35	345.38	-	-	32.36	317.21
		2018 年	469.02	413.6	403.08	440.57	22.48	246.52	28.53	351.30	3.11	353.94	-	-	11.83	312.03
AMD005222	SAILNOVO	2021 年 1-6 月	627.73	293.22	611.53	293.71	3.65	285.52	0.22	371.76	-	-	-	-	12.32	271.98
		2020 年	1,255.14	286.73	1,216.33	287.60	14.16	242.92	3.34	262.94	0.12	393.36	-	-	21.19	275.25
		2019 年	490.58	287.02	486.87	287.88	3.38	203.77	-	-	0.03	287.71	-	-	0.30	228.73
		2018 年	6.98	249.18	6.98	249.18	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
OSF005416	非自有品牌	2021 年 1-6 月	940.27	1,860.82	158.04	1,725.30	-	-	-	-	-	-	782.23	1,890.82	-	-
		2020 年	1,407.35	1,846.44	282.17	1,862.49	-	-	-	-	-	-	1,125.19	1,842.45	-	-

SPU 编码	自有品牌	年度	合计		Amazon		eBay		Walmart		Wish		自营网站		其他平台	
			销售额(万元)	平均单位售价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)	销售额(万元)	销售单价(元)
		2019 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		2018 年	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

OSF005360、OSF005335 和 OSF005416 为发行人销售的授权品牌 3D 打印机，主要在自营网站和 Amazon 平台销售。上述授权品牌 3D 打印机在自营网站和 Amazon 平台的售价基本持平。AMD005033 为发行人自有品牌 COOCHEER 系下的车顶旅行包、AMD005222 为发行人自有品牌 SAILNOVO 系下的防雨防晒反光条汽车车衣，主要在 Amazon 平台销售。

（三）发行人产品销售过程中是否存在违反与平台相关约定的情况及是否存在受到处罚的风险

根据发行人提供的资料并经本所律师核查，报告期内，发行人产品销售过程中存在因违反销售平台定价、限价规定受到销售平台给予的临时性措施或处罚的情况。报告期内，发行人在 Amazon、eBay、Wish 和 Walmart 平台受到销售平台给予的主要临时性措施或处罚如下：

店铺所属平台	主要临时性措施及处罚原因	整改情况	后续影响及结果
Amazon	因商品价格高于平台其他零售商违反亚马逊平台公平定价政策，店铺商品在下调价格前暂无资格成为商品详情页面上的特色商品，但仍可以在“优惠物品”页面上购买	修改售价为规则范围内	修改价格后未对产品和店铺产生不利影响，未对发行人在 Amazon 平台的销售产生重大不利影响
eBay	因商品定价高于合理水平违反了 eBay 平台政策，商品列表被移除	产品定价按平台的规则调整后重新上架	单个产品被移除，但未对发行人在 eBay 平台的销售产生重大不利影响
Wish	因商品定价高于合理水平、商品最高变体价格比最低变体价格高于 20 美元，违反了 Wish 平台的价格差异政策，店铺产品被临时下架	产品定价按平台的规则调整后重新上架	单个产品被移除，但未对发行人在 Wish 平台的销售产生重大不利影响
Walmart	无	不适用	不适用

针对上述违反销售平台定价、限价规定受到销售平台给予的主要临时性措施或处罚，发行人已及时根据销售平台的规定进行整改，未对在各平台的销售造成重大不利影响。发行人与销售平台之间不存在纠纷或潜在纠纷，亦未因此受到相关监管部门的处罚。

三、继续补充说明报告期内各类产品及其主要品牌的销售情况与各平台同类产品总销售规模的变化趋势、各平台同类公司的销售规模的变化趋势是否一致。

根据发行人出具的说明，报告期内发行人的服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等四大类商品销售规模均呈现不断上升的趋势。报告期内发行人服饰配饰、百货家居、运动娱乐商品主要销售平台为 Amazon 平台，数码汽摩商品主要销售平台从 Wish、Amazon 和 eBay 平台转移至自营网站和 Amazon 平台。

（一）服饰配饰类

1、服饰配饰品类及主要品牌的销售情况

报告期内，发行人服饰配饰类商品在各平台的销售情况如下：

单位：万元

平台	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Amazon	145,590.69	203,080.44	118,147.99	93,081.72
eBay	56.83	299.34	1,002.97	1,445.07
Walmart	322.84	457.01	339.03	822.37
Wish	24.38	4,979.37	7,435.72	16,273.82
其他平台	452.41	1,297.80	3,834.20	9,145.77
自营网站	8,119.49	37,269.93	19,935.01	7,551.38
合计	**154,566.65**	**247,383.88**	**150,694.92**	**128,320.12**

2018-2020 年发行人服饰配饰类商品销售规模呈持续增长趋势，主要销售平台为 Amazon 平台和自营网站。2018 年-2021 年 6 月，发行人服饰配饰类商品在 Wish、eBay 平台的销售规模持续大幅下降，其主要原因为：发行人在 Wish、eBay 平台商销售的商品主要为非品牌类商品，发行人的品牌化战略确定后，聚焦品牌类商品的运营和推广，从而减少了对 Wish、eBay 平台的商品投入。

报告期内发行人服饰配饰类商品累计收入前 3 大自有品牌为 Ekouaer、Avidlove 和 Coofandy，其销售情况如下：

单位：万元

自有品牌	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Ekouaer	50,220.59	69,771.24	27,137.67	17,729.23
Avidlove	30,535.88	43,060.59	21,787.93	20,892.49
Coofandy	23,636.70	26,340.62	17,646.89	11,411.38
小计	**104,393.17**	**139,172.45**	**66,572.49**	**50,033.10**
占服饰配饰类比例	**67.54%**	**56.26%**	**44.18%**	**38.99%**

报告期内，发行人上表中自有品牌服饰配饰类商品销售规模持续增长。

2、与各平台同类产品总销售规模和各平台同类公司销售规模的变化趋势比较

2018-2020 年，各平台同类公司服饰配饰类商品的销售规模如下：

单位：万元

年度	公司名称	销售收入（万元）				
		Amazon	Wish	eBay	Walmart	自营网站
2020 年	子不语	61,511.70	84,110.80	-	-	36,260.10
2019 年	子不语	45,015.20	77,848.20	-	-	10,970.80
2018 年	子不语	31,086.80	94,174.60	-	-	2,205.00

注：子不语集团有限公司（简称“子不语”）产品包括销售服装产品、销售鞋履产品、销售其他产品。数据来源为子不语向香港联交所递交的招股说明书（申请版本）。

2018-2020 年发行人与子不语在 Amazon 和自营网站销售的服饰配饰商品类的变动趋势一致。

报告期内，发行人服饰配饰类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台服饰配饰类商品销售规模如下：

项目	币种	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人服饰配饰类商品在 Amazon 平台销售规模	**万人民币**	145,590.69	203,080.44	118,147.99	93,081.72
Amazon 平台服饰配饰类商品销售规模	**万美元**	3,120,174.75	4,704,045.89	3,502,364.95	2,870,134.85

注：Amazon 品类数据来源为 eMarketer，其与服饰配饰相同或类似品类为“Apparel & accessories”。Amazon 2021 年 1-6 月数据根据全年预测值折算。

报告期内，发行人服饰配饰类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台服饰配饰类商品销售规模变动趋势一致，其对应增长率如下：

项目	增长率		
	2021 年 1-6 月相比上年同期	2020 年	2019 年
发行人服饰配饰类商品在 Amazon 平台销售规模	99.29%	71.89%	26.93%
Amazon 平台服饰配饰类商品销售规模	32.66%	34.31%	22.03%

注：Amazon 平台服饰配饰类商品销售规模 2021 年 1-6 月相比上年同期增长率系经年化处理。

（二）百货家居类

1、百货家居品类及主要品牌的销售情况

报告期内发行人百货家居类商品在各平台销售情况如下：

单位：万元

平台	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年

平台	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Amazon	42,456.31	72,091.01	39,031.48	21,074.97
eBay	1,574.74	5,106.11	2,817.52	5,182.67
Walmart	2,422.74	5,640.27	2,915.33	2,827.76
Wish	353.97	6,176.59	5,833.54	11,145.92
其他平台	1,083.85	4,372.86	5,573.27	5,014.54
自营网站	3,707.68	16,183.96	6,762.30	1,176.99
合计	**51,599.28**	**109,570.81**	**62,933.44**	**46,422.85**

2018-2020 年，发行人百货家居类商品销售规模持续增长，其中在 Amazon、Walmart 和自营网站的销售金额持续增长，在 eBay 平台的销售金额呈波动状态。2018-2020 年，发行人百货家居类商品在 Wish 平台的销售规模呈下降趋势，2021 年 1-6 月急剧下降，主要原因为：发行人在 Wish 平台商销售的商品主要为非品牌类商品，发行人品牌化战略确定后，聚焦品牌类商品的运营和推广，从而减少了对 Wish 平台的商品投入。

报告期内发行人百货家居类商品累计收入前 3 大自有品牌为 HOMDOX、COOCHEER、ACEVIVI，其销售情况如下：

单位：万元

自有品牌	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
HOMDOX	20,737.05	38,046.18	25,485.77	17,800.26
COOCHEER	3,470.13	5,737.03	3,339.52	2,484.97
ACEVIVI	1,710.53	5,268.93	3,139.67	1,782.22
小计	**25,917.71**	**49,052.14**	**31,964.96**	**22,067.45**
占百货家居类比例	**50.23%**	**44.77%**	**50.79%**	**47.54%**

2018-2020 年，发行人上表中自有品牌百货家居类商品销售规模持续增长。

2、与各平台同类产品总销售规模和各平台同类公司销售规模的变化趋势比较

2018-2020 年各平台同类公司百货家居类商品的销售情况如下：

单位：万元

年度	公司名称	销售收入（万元）				
		Amazon	Wish	eBay	Walmart	自营网站
2020 年	晨北科技	70,610.51	-	-	-	-

年度	公司名称	销售收入（万元）				
		Amazon	Wish	eBay	Walmart	自营网站
	致欧科技	284,898.50	-	5,805.49	-	-
2019 年	晨北科技	54,708.82	-	-	-	-
	致欧科技	188,400.99	-	2,736.76	-	-
2018 年	晨北科技	67,308.13	-	-	-	-
	致欧科技	142,392.66	-	2,505.86	-	-

注：致欧家居科技股份有限公司（简称致欧科技）主营产品为家居家具类产品。致欧科技相关数据来源为《致欧科技家居股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书（申报版）》；晨北科技相关数据来源于其招股说明书和定期报告。

2018-2020 年发行人与致欧科技在 Amazon 平台销售的百货家居类商品的变动趋势一致。

报告期内，发行人百货家居类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台百货家居类商品销售规模如下：

项目	币种	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人百货家居类商品在 Amazon 平台销售规模	**万人民币**	42,456.31	72,091.01	39,031.48	21,074.97
Amazon 平台百货家居类商品销售规模	**万美元**	1,999,616.63	3,085,482.73	2,156,915.75	1,788,043.07

注：Amazon 品类数据来源为 eMarketer，其与百货家居相同或类似品类为“Furniture & home furnishings”。Amazon 2021 年 1-6 月数据根据全年预测值折算。

报告期内，发行人百货家居类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台百货家居类商品销售规模变动趋势一致，其对应增长率如下：

项目	增长率		
	2021 年 1-6 月相比上年同期	2020 年	2019 年
发行人百货家居类商品在 Amazon 平台销售规模	15.20%	84.70%	85.20%
Amazon 平台百货家居类商品销售规模	29.61%	43.05%	20.63%

注：Amazon 平台百货家居类商品销售规模 2021 年 1-6 月相比上年同期增长率系经年化处理。

（三）运动娱乐类

1、运动娱乐品类及主要品牌的销售情况

报告期内发行人运动娱乐类商品在各平台销售情况如下：

单位：万元

平台	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Amazon	51,948.32	81,658.34	31,112.56	17,665.33
eBay	2,993.08	3,329.52	2,953.30	4,215.83
Walmart	2,477.84	6,069.95	2,794.63	3,461.53
Wish	501.43	1,645.57	1,634.19	1,946.83
其他平台	3,113.65	4,479.24	4,924.76	3,463.18
自营网站	1,056.15	4,347.23	1,213.82	502.08
合计	**62,090.47**	**101,529.86**	**44,633.26**	**31,254.77**

2018-2020 年，发行人运动娱乐类商品销售规模持续增长，主要销售平台为 Amazon 平台。

报告期内，发行人运动娱乐类商品累计收入前 3 大自有品牌为 ANCHEER、Hikole 和 Yuebo，其销售情况如下：

单位：万元

自有品牌	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
ANCHEER	37,620.46	71,643.91	31,074.21	21,681.13
Hikole	6,038.94	13,194.16	7,429.98	2,998.50
Yuebo	2,050.97	5,083.87	407.4	-
小计	**45,710.37**	**89,921.94**	**38,911.59**	**24,679.63**
占运动娱乐类比例	**73.62%**	**88.57%**	**87.18%**	**78.96%**

2018-2020 年，发行人上表中自有品牌运动娱乐类商品销售规模持续增长。

2、与各平台同类产品总销售规模和各平台同类公司销售规模的变化趋势比较

经查询公开信息，未发现各平台同类公司公开披露其在各平台的运动娱乐类商品的销售规模。

报告期内，发行人运动娱乐类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台运动娱乐类商品销售规模如下：

项目	币种	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人运动娱乐类商品在 Amazon 平台销售规模	万人民币	51,948.32	81,658.34	31,112.56	17,665.33
Amazon 平台运动娱乐类商品销售规模	万美元	1,574,577.35	2,485,097.93	1,738,682.40	1,416,060.19

注：Amazon 品类数据来源为 eMarketer，与运动娱乐相同或类似品类为“Toys & hobby”。Amazon 2021 年 1-6 月数据根据全年预测值折算。

报告期内，发行人运动娱乐类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 运动娱乐类商品销售规模变动趋势一致，其对应增长率如下：

项目	增长率		
	2021 年 1-6 月 相比上年同期	2020 年	2019 年
发行人运动娱乐类商品在 Amazon 平台销售规模	65.89%	162.46%	76.12%
Amazon 平台运动娱乐类商品销售规模	26.72%	42.93%	22.78%

注：Amazon 平台运动娱乐类商品销售规模 2021 年 1-6 月相比上年同期增长率系经年化处理。

（四）数码汽摩类

1、数码汽摩品类及主要品牌的销售情况

报告期内，发行人数码汽摩类商品在各平台销售情况如下：

单位：万元

平台	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Amazon	4,741.05	11,353.83	8,417.14	3,760.27
eBay	157.59	366.94	427.81	2,722.47
Walmart	182.87	400.79	199.19	494.74
Wish	19.24	2,139.20	2,604.20	5,415.72
其他平台	237.57	814.85	2,175.83	1,618.48
自营网站	5,618.15	22,085.65	6,067.91	409.42
合计	**10,956.48**	**37,161.27**	**19,892.07**	**14,421.10**

2018-2020 年发行人数码汽摩类商品销售规模持续增长，主要销售平台为 Amazon、自营网站和 Wish 平台。2018-2020 年，发行人数码汽摩类商品在 Amazon 和自营网站的销售规模持续增长，在 Wish 和 eBay 平台的销售规模持续下降，主要原因为：发行人在 Wish、eBay 平台销售的商品主要为非品牌类商品，发行人

品牌化战略确定后，聚焦品牌类商品的运营和推广，从而减少了对 Wish、eBay 平台的商品投入。

报告期内发行人数码汽摩类商品累计收入前 3 大自有品牌为 COOCHEER、SAILNOVO 和 HOMDOX，其销售情况如下：

单位：万元

自有品牌	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
COOCHEER	1,806.25	3,501.64	2,618.64	2,166.22
SAILNOVO	854.34	1,861.81	903.16	177.11
HOMDOX	469.76	840.59	203.26	82.68
小计	**3,130.35**	**6,204.04**	**3,725.06**	**2,426.01**
占数码汽摩类比例	**28.57%**	**16.69%**	**18.73%**	**16.82%**

2018-2020 年，发行人上表中自有品牌数码汽摩类商品销售规模持续增长。

2、与各平台同类产品总销售规模和各平台同类公司销售规模的变化趋势比较

2018-2020 年各平台同类公司数码汽摩类商品的销售情况如下：

单位：万元

年度	公司名称	销售收入（万元）				
		Amazon	Wish	eBay	Walmart	自营网站
2020 年	安克创新	未披露	未披露	未披露	未披露	未披露
2019 年	安克创新	440,902.70	-	842.00	-	6,501.33
2018 年	安克创新	367,563.97	-	1,285.34	-	1,750.26

注：安克创新数据来源为《安克创新科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》。

根据上表数据，安克创新 2019 年在 Amazon、自营网站销售的数码汽摩类商品规模呈增长变动，在 eBay 销售的数码汽摩类商品规模呈下降变动，与发行人同期同平台的销售规模变动趋势一致。

报告期内，发行人数码汽摩类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台数码汽摩类商品销售规模如下：

项目	币种	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
发行人数码汽摩类商品在 Amazon 平台销售规模	**万人民币**	4,741.05	11,353.83	8,417.14	3,760.27

项目	币种	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
Amazon 平台数码汽摩类商品销售规模	**万美元**	5,380,610.94	8,971,729.63	6,457,712.13	5,531,861.87

注：Amazon 品类数据来源为 eMarketer，与数码汽摩相同或类似品类为“Auto & parts”与“Computer & consumer electronics”。Amazon 2021 年 1-6 月数据根据全年预测值折算。

2018-2020 年，发行人数码汽摩类商品在 Amazon 平台销售规模与 Amazon 平台数码汽摩类商品销售规模变动趋势一致，其对应增长率如下：

项目	增长率		
	2021 年 1-6 月 相比上年同期	2020 年	2019 年
发行人数码汽摩类商品在 Amazon 平台销售规模	-14.50%	34.89%	123.84%
Amazon 平台数码汽摩类商品销售规模	19.95%	38.93%	16.74%

注：Amazon 平台数码汽摩类商品销售规模 2021 年 1-6 月相比上年同期增长率系经年化处理。

2021 年 1-6 月发行人数码汽摩类商品在 Amazon 平台销售规模相比上年同期的增长率为-14.50%，主要原因为发行人数码汽摩类商品主要是国内仓发货，受邮政小包业务调整的影响，发行人数码汽摩类产品销售规模下降。

四、说明报告期各期电商业务中内销、外销的分类标准及收入分类的准确性；说明电商业务对中国境内销售的出口退税情况，实际内销的情况下领取出口退税的合规性、是否存在被认定骗取出口退税或偷逃税款的风险。

普华 IT 评估分析报告等申报文件中提及的中国地区的销售系 Wish 平台“A+物流计划”模式下配送至 Wish 平台指定的位于中国境内的货物收集中心的销售。

2019 年，为提升 Wish 的商户物流服务水准并改善整体用户体验，Wish 平台推出“A+物流计划”（Advanced Logistics Program）。Wish 平台“A+物流计划”模式下，卖家只需要按 Wish 平台销售订单将商品运送至 Wish 平台指定的货物收集中心，由 Wish 平台负责向顾客用户发货。Wish 平台未向卖家提供买家的具体订单配送地址。因发行人 Wish 平台“A+物流计划”模式下无法准确拆分消费者订单终端配送地址，无法区分境外终端配送地所在国家或地区，故将其销售订单的收货国家或地区标注为“中国”。Wish 平台“A+物流计划”项目的所支持的路向国或地区不包括中国大陆，即“A+物流计划”的销售订单均为中国大陆境外订单。

发行人划分跨境电商 B2C 业务内外销的标准是根据销售订单的买家最终收货地址。按照该标准，发行人跨境电商 B2C 业务均为外销。以“A+物流计划”为例，虽然交货地址在中国，但最终买家皆为境外买家。因此，Wish 平台“A+物流计划”模式下，发行人通过跨境电商平台 Wish 销售订单均为境外消费者在 Wish 平台下单付款，消费者商品送货地址均为境外，不存在内销情形。

报告期内，发行人出口退税的情形包括一般贸易出口和直邮 9610 模式下直邮出关。发行人不存在实际内销的情况下领取出口退税的情形，从而不存在被认定骗取出口退税或偷逃税款的风险。

五、说明对收入真实性、准确性核查的主要方法、比例及相关核查结合跨境电商的主要特点进行针对性设计的核查方法，与同行业其他同类公司核查方法的对比情况，本项目相关核查方法的有效性、充分性。

（一）对线上销售收入真实性、准确性核查的主要方法、比例及相关核查结合跨境电商的主要特点进行针对性设计的核查方法

1、核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

（1）访谈发行人财务负责人，了解发行人与收入确认相关的关键内部控制的设计；

（2）查阅各线上销售平台的交易规则、结算方式，以及物流业务合同关键条款；

（3）对于跨境电商业务，对报告期各期记录的收入交易进行抽样，查阅销售订单、出库单、物流记录、资金收款凭证、销售平台对账单等原始凭证；

（4）查阅各期末店铺余额与账面记录的应收账款是否存在重大差异；

（5）查阅各个平台以及品类的销售收入情况，包括报告期内收入的变动情况、毛利率的变动情况等；

（6）抽样获取报告期内发行人的外销收入对应的合同或订单、销售发票、出口报关单和提单等原始单据，并将上述原始单据与发行人账面外销记录核对；获取报告期内公司的海关查询数据证明文件、出口退税银行回单、免退税申报表，

并将上述单据与公司账面会计记录核对等；

（7）获取立信出具的《IT 审计报告（20210630）》、深圳前海普华永道商务咨询服务有限公司出具的《信息科技控制评估和数据分析报告》；

（8）邮政小包方式直邮商品销售收入的核查程序

邮政小包方式直邮商品销售收入的核查程序详见本补充法律意见书第一部分之“第七题”之“二（一）”；

（9）售卖商品过程中是否存在“刷单”“刷评”行为的核查程序

发行人售卖商品过程中是否存在“刷单”“刷评”行为的核查程序详见本补充法律意见书第一部分之“第八题”之“四”；

（10）线上销售客户真实性核查程序

由于 Amazon、Wish、Walmart 等第三方平台或是对平台用户的手机号、邮箱等联系方式进行了加密处理，或是平台规则限制商家主动联系客户，故无法通过电话或邮件主动与该等平台客户取得联系。eBay、自营网站可通过邮箱与客户进行联系，故随机选取报告期各期自营网站、eBay 平台各 100 个销售订单以邮件回访的形式对客户的真实性进行查验；同时检查上述订单的店铺后台记录、发行人订单系统记录、仓库发货记录、第三方物流结算单记录，并在物流快递公司等官方网站保留快递投递信息的范围内，核查订单是否均真实配送。经核查，上述订单不存在异常。

（二）与同行业其他同类公司核查方法的对比情况，本项目相关核查方法的有效性、充分性

经查询公开信息，与同行业其他同类公司关于跨境电商销售业务核查方法的对比情况具体如下：

核查程序	核查方法			
	星徽股份	天泽信息	华凯创意	发行人

核查程序	核查方法			
	星徽股份	天泽信息	华凯创意	发行人
销售收入与平台交易记录、物流记录、收款记录的匹配性核查	1、登录亚马逊店铺后台导出交易记录，将亚马逊后台的交易记录与公司线上销售业务的财务记录进行核对，确认数据的匹配性； 2、抽取亚马逊应收账款收款记录与银行收款回款记录中的金额、付款方名称进行核对，检查亚马逊平台资金的回收情况，同时进行了期后回款测试。	1、以抽样方式检查第三方电商平台交易订单及结算账单情况、第三方支付机构的资金收支明细、收款记录等； 2、结合公司销售模式、仓储运输模式对公司各项销售费用进行检查，包括检查公司与供应商合同、结算单据、付款情况、开票情况等。	1、平台交易记录一致性核查程序包括平台原始账单与账面收入核对、平台走访； 2、物流记录一致性核查包括头程物流检查和尾程物流检查。其中的核查手段包括：订单状态筛选：通过核查 ERP 管理系统和财务系统显示已确认收入的销售订单，确认该等订单的状态均为“已发货”；对接的主要物流服务商如递四方货代、云途物流、燕文物流等物流数据 API 接口进行抽样测试；订单细节测试；仓储物流合同与仓储物流对账单核查；主要第三方仓储物流服务商函证和现场走访； 3、收款记录一致性核查：收款账户与账面货币资金的借贷方发生额比对；平台交易记录与收款记录的一致性比对；应收账款期后回款测试。	1、销售收入与第三方平台交易记录匹配性：执行计算机辅助审计程序对 IT 系统内销售订单表、退货订单表、MT 报表等数据及财务系统序时账进行核对，验证系统抓取的订单金额与财务入账金额是否一致；对销售订单与外部数据核对，对销售订单与发货记录核对，验证业务数据与外部数据的一致性； 2、销售记录与物流信息的匹配性：执行计算机辅助审计程序对系统内的销售订单表、出库记录进行核对。对于自有仓库，以订单号为标识，对销售订单记录的发货数量与仓库系统记录的销售发货记录一一核对；对于第三方仓库 FBA，分月核对销售订单发货数量和销售发货出库数量的总数。 3、收款记录一致性核查：核查 Amazon、eBay 等主要平台以及自营网站平台对账单或者第三方支付工具中记录销售订单的收款情况与公司系统内部订单收款金额是否存在重大差异；核对各期末 Amazon 店铺余额总和与账面记录的应收账款是否存在重大差异。
内控制度和穿行测试	1、了解和评价管理层与收入确认相关的关键内部控制设计； 2、对亚马逊的销售订单执行穿行测试	1、了解和评价管理层与收入确认、采购与付款、生产与仓储相关的关键内部控制设计； 2、了解第三方电商平台的交易规则、结算时点和结算方式，评价相关收入确认是否符合公司收入确认的会计政策、入账的情况。	1、查阅三方电商平台协议或平台政策，并对易佰网络财务总监和相关平台业务的运营总监进行访谈，了解主要第三方电商平台的交易规则、结算方式、退货政策和标的公司的销售流程和模式； 2、登陆主要网店管理后台并浏览网店交易记录，核查同行业可比公司的收入确认政策，判断易佰网络收入确认政策的准确性。	1、了解并获取公司销售相关的内部控制制度，评价内部控制制度设计的有效性，并对报告期内的销售与收款循环执行穿行测试和控制测试，测试公司内部控制制度是否得到有效执行； 2、了解各线上销售平台交易规则及结算方式、物流业务合同关键条款，评价公司收入确认会计政策是否符合企业会计准则要求。

核查程序	核查方法			
	星徽股份	天泽信息	华凯创意	发行人
海关出口数据与销售收入的匹配性核查	1、从中国电子口岸网上服务平台导出出口数据与账面出口数据进行核对； 2、抽取部分亚马逊店铺，将其发往亚马逊仓库的发货数据与亚马逊仓库的收货数据进行核对，分析合理性。	未披露	出口单证核查和海关报关数据、中国出口信用保险公司数据、出口退税金额与销售收入的匹配性分析	1、抽样获取报告期内公司的外销收入对应的合同或订单、销售发票、出口报关单和提单等原始单据，并将上述原始单据与公司账面外销记录核对； 2、获取报告期内公司的海关查询数据证明文件、出口退税银行回单、免抵退税申报表等，并将上述单据与公司账面会计记录核对；
IT 专项核查	包括一般控制测试和业务数据测试。一般控制测试主要包括系统开发、系统变更、系统安全和运行维护；将 ERP 系统中发货信息与实际发货情况核对测试，抽取亚马逊 Date range reports 中部分记录并核对 ERP 系统中对应记录；抽查会计期间内样本店铺的亚马逊 Date range reports 进行核对测试；亚马逊后台导出销售订单明细按小时汇总订单总金额、订单数量按时间分布趋势图，核查订单金额和订单量之间的关系。	1、对公司信息系统进行审计，测试信息系统一般控制、与收入确认流程相关的应用控制； 2、以抽样方式从销售订单、发货记录、账单流水等方面对销售收入进行测试，并与账面数据进行核对； 3、根据主要店铺发货明细，对业务数据进行多维度的分析，以对订单交易的真实性进行核查，包括分店铺、分月度对运营数据进行分析、对用户交易的集中度情况进行分析、对收货地域分布情况进行分析、对交易金额进行分组分析、对发货间隔天数进行分组分析、对客户复购情况进行统计分析等。	主要执行了信息系统总体控制及一般控制测试程序、信息系统应用控制测试程序(数据篡改风险测试)、内外部数据一致性测试（主要涉及数据类型包含销售订单数据、仓储数据、物流数据及采购订单数据）、业务数据与财务数据一致性测试（主要涉及采购、入库及付款数据、调拨及出库数据、库存数据、收入金额、成本金额）	IT 专家对发行人信息系统予以专项核查，包括公司层面管理控制核查、IT 信息系统一般控制核查、IT 系统应用控制核查、业务数据验证及分析。业务数据验证方面涵盖了销售订单核对、销售订单发货量核对、运费金额核对、亚马逊平台费用核对、运单单号核对、平台收款核对等方面。业务数据分析方面涵盖了店铺数量、用户数、退款率分析、地区销售分析、用户维度分析等
分析性核查	1、登录公司在亚马逊平台开设的店铺，抽查部分商品的 Ratings（即有效评论数量）与公司账面进行核对，分析合理性。 2、将本期的收入及毛利率与上期进行比较，分析产品销售的结构和毛利变动是否异常，分析异常变动的原因。	1、对营业收入及毛利率按月度、产品类别、客户等实施分析程序； 2、结合公司销售情况、同行业可比公司情况对公司销售费用进行对比分析。	新增网店核查、收入和成本核查、季节性波动、大客户检查、退货率检查、收入分口径数据分析、第三方电商平台运作及刷单可行性、网店后台监管、同一客户多个店铺下单异常情况检查	1、对各个平台销售收入情况、各个品类的销售收入情况进行了详细的分析性复核，包括报告期内收入的变动情况、毛利率的变动情况，与同行业可比公司的销售趋势和毛利率水平进行对比等； 2、获取报告期各期不同仓储物流模式对应的各电商销售平台销售额、仓储费用、物流费用等统计表，分析仓储费用物流费用与销

核查程序	核查方法			
	星徽股份	天泽信息	华凯创意	发行人
				售额匹配性； 3、对主要平台的平台费进行测算，分析平台费与业务规模及营业收入的匹配性。

注：星徽股份核查方法及程序摘自《广东星徽精密制造股份有限公司关于 2020 年年报问询函的回复》；天泽信息核查方法及程序摘自《天泽信息产业股份有限公司关于对深圳证券交易所年报问询函答复的公告》（2020 年度）；华凯创意核查方法及程序摘自华凯创意收购易佰网络相关的《湖南华凯创意股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（注册稿）（修订稿）》

从上表看，本项目的核查程序和方法与星徽股份、天泽信息、华凯创意关于跨境电商销售业务核查方法和程序不存在重大差异，相关核查方法具有有效性、充分性。

六、核查程序和核查意见

本题第一至四小题的核查程序和核查意见如下：

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅跨境电商出口行业状况、可比公司公开披露的收入变动信息；查阅发行人 2020 年收入变动趋势及幅度；查阅发行人关于未来营业收入快速增长的可持续性风险的说明；

2、查阅各平台关于产品价格的定价、限价条款或单一渠道销售条款等内容；查阅发行人同类产品在不同平台的价格情况；获取发行人主要电商销售平台的主要店铺的因违反平台产品价格的定价、限价条款的受到的临时性措施或处罚资料；

3、查阅报告期内发行人服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等四大类商品在各平台的销售情况以及各品类前 3 大自有品牌在各销售平台的销售情况；查询公开信息，比较发行人与各平台同类公司销售规模的变化趋势；

4、查阅发行人电商业务中内销、外销的分类标准，以及《IT 审计报告（20210630）》。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人同类产品在不同平台的价格存在差异具有商业合理性，报告期内发行人产品销售过程中存在违反销售平台定价、限价规定的情况，并相应受到售平台给予的临时性措施或处罚，发行人已相应作出了整改，未对发行人造成重大不利影响。

2、2018-2020 年发行人服饰配饰、百货家居、数码汽摩类产品及其主要品牌的销售情况与各平台同类公司的销售规模的变化趋势一致。因各平台同类公司公开未公开披露其在各平台的运动娱乐类商品的销售规模，故无法进行比较；报告期内，发行人服饰配饰、百货家居、数码汽摩、运动娱乐类商品在 Amazon 平台销售规模变动趋势与 Amazon 平台相同或相似品类的销售规模变动趋势一致；因 eBay、Walmart 和 Wish 等平台未公开披露其服饰配饰、百货家居、数码汽摩、运动娱乐类商品的销售规模，故无法进行比较。

3、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“报告期内，发行人电商业务中内销、外销的分类标准合理，收入分类准确；报告期内，发行人出口退税的情形包括一般贸易出口和直邮 9610 模式出口，不存在实际内销的情况下领取出口退税的情形，从而不存在被认定骗取出口退税或偷逃税款的风险”。

第十二题（《第二轮问询函》“23．关于货物上岸地报关和关税”）

根据审核问询：

（1）发行人货物清关上岸有两种申报缴纳模式：一是委托美国、英国、德国等第三方进口代理公司或第三方物流公司以其自身名义履行关税申报义务，这是目前主要模式；二是以公司子公司名义履行关税申报义务。

（2）美国、英国和德国律师出具法律意见书，认为第三方进口作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任。但发行人子公司作为申报主体报关过程及关税缴纳的合规性并未发表明确意见。

（3）发行人存货分布在美国、捷克、亚马逊 FBA 仓，存货从不同国家和地方上岸清关。

请发行人：

（1）结合业务流程，补充说明存货在哪些国家和地方上岸清关、中转及最终去到各地仓库，清关过程中由谁作为主体来承接存货。

（2）结合上岸地、中转地和各仓库所在地关税征缴政策，说明代理公司和子公司作为申报主体模式下报关及关税缴纳的合规性。

（3）如存在补缴关税或被处罚的风险，请详细说明补缴金额及对财务数据的影响，并做充分的风险提示。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。请保荐人、发行人律师自查前期核查情况，并就发行人全部申报主体、上岸清关所在地的报关及关税缴纳合规性发表明确意见，相关风险是否对本次发行上市构成实质障碍发表明确意见。

【回复】

一、结合业务流程，补充说明存货在哪些国家和地方上岸清关、中转及最终去到各地仓库，清关过程中由谁作为主体来承接存货

根据发行人出具的说明，发行人货物上岸的国家主要为美国、英国、荷兰、比利时和波兰，并最终运往洛杉矶仓、新泽西仓、捷克仓、亚马逊 FBA 仓以及第三方仓等仓库，其中亚马逊 FBA 仓主要位于美国、英国、德国和法国。报告

期内，发行人货物上岸清关、中转与最终运往的仓库，以及清关过程中承接货物的主体的主要情况如下：

上岸地	中转地	清关地	目的地	主要清关主体	目的仓	货物承接主体
美国	/	美国	美国	美国兰玛特	洛杉矶仓、新泽西仓、FBA 仓、第三方仓	美国兰玛特
				新泽西兰玛特	FBA 仓	新泽西兰玛特
				第三方代理公司	洛杉矶仓、新泽西仓、FBA 仓、第三方仓	香港兰玛特
荷兰、比利时	/	荷兰、比利时	捷克	香港兰玛特及部分其他下属子公司	捷克仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，捷克仓	香港兰玛特
荷兰、比利时	/	荷兰、比利时	德国	部分其他下属子公司	FBA 仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，FBA 仓	香港兰玛特
荷兰、比利时	/	荷兰、比利时	法国	部分其他下属子公司	第三方仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，FBA 仓	香港兰玛特
波兰	荷兰、比利时	荷兰、比利时	捷克	香港兰玛特及部分其他下属子公司	捷克仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，捷克仓	香港兰玛特
波兰	荷兰、比利时	荷兰、比利时	德国	部分其他下属子公司	FBA 仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，FBA 仓	香港兰玛特
波兰	荷兰、比利时	荷兰、比利时	法国	部分其他下属子公司	第三方仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，FBA 仓	香港兰玛特
英国	/	英国	英国	部分其他下属子公司	FBA 仓	香港兰玛特
				第三方代理公司	第三方仓，FBA 仓	香港兰玛特

发行人货物清关上岸有两种申报缴纳模式：一是委托第三方进口代理公司或第三方物流公司以其自身名义履行关税申报义务。二是以发行人子公司名义履行关税申报义务，其中：①在美国上岸的货物，清关主体主要为美国兰玛特、新泽西兰玛特、香港兰玛特；②在荷兰、比利时、波兰上岸的货物，清关主体主要为香港兰玛特以及部分其他下属子公司；在英国上岸的货物，清关主体主要为部分

其他下属子公司。

二、结合上岸地、中转地和各仓库所在地关税征缴政策，说明代理公司和子公司作为申报主体模式下报关及关税缴纳的合规性

根据发行人出具的说明，发行人货物上岸地、中转地和各仓库所在地主要为美国、英国、德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等国家。

（一）代理公司和子公司作为申报主体的模式符合当地法律规定

根据发行人出具的说明，代理公司和子公司作为申报主体的清关地主要涉及美国、英国、荷兰、比利时等国家。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向当地（德国、法国、捷克、比利时、荷兰、波兰等欧盟国家）海关进行申报并缴纳相关税款，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款和第 18 条的规定，符合当地海关、税务等方面的法律法规。对于进口到欧盟国家的非欧盟来源的物品，根据《欧盟海关法》第 5 条 16 号和第 210 条的规定，货物进入欧盟时，既可以在货物到达的欧盟国家海关申报缴纳关税，也可以选择在货物途径的其他欧盟国家海关申报缴纳关税。”

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向英国海关进行申报并缴纳相关税款符合英国海关、税务方面的法律法规。”

根据 Zhang & Zhang Law Office（美国）于 2021 年 9 月 17 日出具的法律意见书，“经修订的《关税法》第 484 条（美国法典第 19 条第 1484 款），记录进口商有责任采取合理的措施输入，分类和确定进口商品的价值，并提供任何其他必要信息，以使 CBP（Customs and Border Protection，美国海关和边境保护局）能够正确评估职责，收集准确的统计信息并确定是否满足其他适用的法律要求（如有）。根据经纪人代表模型中陈述的事实，即使赛维是商品的所有者，经纪人也应承担法律责任，声明适当的货物价值以进行关税评估，缴纳关税和其他相关费用，代表赛维缴纳法律规定的相关费用。如果对相关关税和费用的申报不正确或未付款项导致要求减免其他关税和/或罚款，包括 CBP 在内的美国当局会对第三

方代理公司进行追责”。[3]

（二）代理公司与发行人子公司缴纳税款的合规性

1、代理公司缴纳税款的合规性

针对发行人委托第三方代理公司以其自身名义缴纳税款的合规性，获取发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，具体情况如下：

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款的规定，应由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被当地税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任，当地主管部门无权追究赛维的任何责任或要求赛维补缴任何税款”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被英国税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任”。

根据 Zhang & Zhang Law Office（美国）于 2021 年 9 月 17 日出具的法律意见书，“经修订的《关税法》第 484 条（美国法典第 19 条第 1484 款），记录进

[3] “Per Section 484 of the Tariff Act, as amended (19 U.S.C. § 1484), the importer of record is responsible for using reasonable care to enter, classify and determine the value of imported merchandise and to provide any other information necessary to enable CBP to properly assess duties, collect accurate statistics, and determine whether other applicable legal requirements, if any, have been met. Based on the facts presented in the Broker Representation Model, even though Sailvan is the owner of the merchandises, it is in our opinion that the broker shall bear the legal responsibility to declare proper value of goods for duty assessment, make duty payments and other relevant fees on behalf of Sailvan in compliance with applicable laws and regulations. If there was an inaccurate declaration or under-payment of the relevant duties and fees resulting in a requirement to remit additional duties and/or penalties, the U.S. authorities including CBP will hold the Broker responsible.”

口商有责任采取合理的措施输入，分类和确定进口商品的价值，并提供任何其他必要信息，以使 CBP（Customs and Border Protection，美国海关和边境保护局）能够正确评估职责，收集准确的统计信息并确定是否满足其他适用的法律要求（如有）。根据经纪人代表模型中陈述的事实，即使赛维是商品的所有者，经纪人也应承担法律责任，声明适当的货物价值以进行关税评估，缴纳关税和其他相关费用，代表赛维缴纳法律规定的相关费用。如果对相关关税和费用的申报不正确或未付款项导致要求减免其他关税和/或罚款，包括 CBP 在内的美国当局会对第三方代理公司进行追责”。

2、发行人子公司缴纳税款的合规性

针对发行人以自有名义清关的子公司在当地的相关情况，获取发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，具体情况如下：

（1）在美国以自有名义清关的子公司在海关方面的合规性

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。[4]

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。[5]

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。[6]

---

[4] “In addition, the Corporation has been in compliance with the laws and regulation of US Customs and has not committed or accused of any US customs violations.”

[5] “In addition, the Corporation has been in compliance with the laws and regulation of US Customs and has not committed or accused of any US customs violations.”

[6] “According to the procedure performed as described above, it is the Firm’s opinion that these

（2）在欧洲以自有名义清关的子公司在海关方面合规性

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况。赛维时代科技股份有限公司下属子公司在英国以其自身名义向当地海关申报并缴纳税款，符合当地的法律法规。通过公开信息查询，赛维下属子公司从设立至今未受到任何海关的处罚，也未收到任何诉讼、仲裁或行政处罚，不存在补缴税款的风险。”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况。赛维时代科技股份有限公司下属子公司在荷兰、比利时等欧盟国家以其自身名义向当地海关申报并缴纳税款，符合当地的法律法规。通过公开信息查询并与该等公司核实，赛维下属子公司从设立至今未受到任何欧盟国家（德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家）海关的处罚，也未收到任何诉讼、仲裁或行政处罚，不存在补缴税款的风险。”

三、如存在补缴关税或被处罚的风险，请详细说明补缴金额及对财务数据的影响，并做充分的风险提示

如前所述，根据境外律师出具的法律意见书，发行人及其子公司在相关国家不存在补缴关税或被处罚的风险。

Entities are not subject to any pending US legal lawsuits in the US Federal jurisdictions as of the date of the Legal Opinion. In addition, these Entities have not been subject to any administrative penalties imposed by the applicable US Federal authorities according to the relevant regulations.”

四、请发行人律师自查前期核查情况，并就发行人全部申报主体、上岸清关所在地的报关及关税缴纳合规性发表明确意见，相关风险是否对本次发行上市构成实质障碍发表明确意见

根据境外律师出具的法律意见书，发行人全部申报主体、上岸清关所在地的报关及关税缴纳在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在对本次发行上市构成实质性法律障碍的风险。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、访谈发行人相关人员，了解发行人存货上岸清关、中转与最终运往的仓库，以及清关过程中承接存货的主体；

2、取得并查阅境外律师出具的法律意见书。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、第三方代理公司和子公司作为申报主体的模式符合当地的法律规定，且作为申报主体的子公司在当地未收到当地海关等主管部门的任何行政处罚，且在当地不存在相关违法记录；

2、发行人及其子公司在相关国家不存在补缴关税或被处罚的风险；

3、发行人全部申报主体、上岸清关所在地的报关及关税缴纳在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在对本次发行上市构成实质障碍的风险。

第十三题（《第二轮问询函》“24．关于境外间接税”）

根据审核问询回复：

（1）自营网站存在少缴境外间接税的情况。

（2）经税务机构评估，德国和英国部分电商平台存在一定税务风险，处于谨慎性原则，发行人已按照风险敞口进行了计提。

（3）报告期内，发行人第三方店铺数量占比分别为 87.3%、35.32%和 0%，收入占比分别为 71.45%、16.43%和 0%。经税务机关评估，已关闭店铺潜在的销售税风险较低。

（4）匡算境外间接税时未将已关闭店铺销售额纳入计算范围，匡算结果不准确、不具有参考意义。

（5）报告期内，发行人在加拿大、法国有一定规模的销售额。近期，星徽股份公告称，法国税务部门认定其子公司太阳谷香港在 2015 年 1 月至 2019 年 8 月未足额申报 VAT，未缴税金和罚金合计约 3,829 万元。

请发行人：

（1）结合不同地区的销售收入及税收政策、具体征税标准及税率，重新匡算第三方平台、自营网站当期境外间接税金额，并详细说明具体计算过程，请将已关闭店铺销售额纳入计算范围。

（2）结合匡算情况及税务机构评估结果，详细说明报告期各期在各销售地间接税少缴的具体金额，发行人相关会计处理、少缴金额对经营业绩、财务报表列报的具体影响。

（3）评估在各销售地少缴间接税被处罚的风险，并做充分的风险提示。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见，说明上述事项是否构成发行上市实质障碍。

【回复】

一、结合不同地区的销售收入及税收政策、具体征税标准及税率，重新匡算第三方平台、自营网站当期境外间接税金额，并详细说明具体计算过程，请将已关闭店铺销售额纳入计算范围

根据发行人出具的说明，报告期各期，发行人在三个主要销售国美国、德国和英国，以及法国和加拿大的销售情况如下：

单位：万元

国家	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度	报告期合计
美国	210,110.30	374,842.66	188,757.09	137,391.48	911,101.53
德国	29,034.37	41,034.73	32,243.15	28,101.54	130,413.79
英国	5,138.16	16,918.98	9,083.46	8,095.54	39,236.14
法国	8,774.04	7,911.97	7,646.34	8,101.73	32,434.08
加拿大	7,677.30	11,307.49	6,889.14	5,808.63	31,682.56
收入合计	**260,734.17**	**452,015.83**	**244,619.18**	**187,498.92**	**1,144,868.10**
占 B2C 收入比例	93.65%	91.34%	87.95%	85.35%	90.07%

报告期内，美国、德国、英国、法国以及加拿大针对跨境电商的间接税税制复杂且经历了较大幅度的变更。发行人结合该等国家间接税的主要税收政策、标准及税率，分别就报告期各期发行人在第三方平台和自营网站的当期境外间接税金额进行匡算。此外，发行人聘请了境外税务咨询机构就其匡算方法是否符合该等国家间接税的核心规则出具了专项说明，以确保发行人的匡算方法具备合理性。

鉴于自 2021 年 7 月 1 日起，前述国家均已要求第三方平台代平台卖家缴纳间接税，发行人以第三方平台代扣代缴的实际税负率作为匡算境外间接税的税负率，具体过程如下：

（一）美国销售税匡算

1、美国第三方平台销售税匡算

自 2018 年起，美国各州逐步推出了要求第三方平台代平台卖家缴纳销售税的市场促进者法案。截至 2021 年 6 月 30 日，美国已有 43 个州正式实施市场促进者法案（截至本补充法律意见书出具日，发行人在美国具备纳税义务的州均已实施市场促进者法案）。因此，发行人以州为单位对第三方平台的销售税进行匡算。

发行人在美国的第三方平台店铺的销售税具体匡算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总销售收入(A)	196,665.02	314,421.53	165,417.05	132,030.06
减：无纳税义务州销售收入(B)	9,239.25	14,732.71	7,765.68	6,131.49
减：当年已代扣代缴州及佛罗里达州销售收入(C)	187,425.77	297,458.44	126,471.71	28,708.86
减：未超过州销售税阈值店铺的销售收入(D)	0.00	0.00	19,757.76	72,392.03
当年非代扣代缴州应税收入(E=A-B-C-D)	0.00	2,230.39	11,421.90	24,797.68
税率	5.68%	5.68%	5.68%	5.68%
当年非代扣代缴州匡算结果（F）	0.00	126.69	648.76	1,408.51
代扣代缴州及佛罗里达州实际缴纳的销售税金额（G）	11,667.30	16,548.08	3,545.72	453.76
第三方平台匡算结果（H=F+G）	**11,667.30**	**16,674.77**	**4,194.48**	**1,862.27**

注 1：无纳税义务的州包括阿拉斯加州、特拉华州、蒙大拿州、新罕布什尔州、俄勒冈州和密苏里州。

注 2：2018 年-2020 年期间，对于与州税局达成 VDA 的州（佛罗里达州），发行人以实际缴纳的销售税作为匡算结果。

2、美国自营网站销售税匡算过程

对于自营网站，发行人以各自营网站店铺在美国各州的应税销售额乘以销售税率进行匡算，具体匡算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总销售收入(A)	13,517.64	61,374.56	23,339.56	5,352.95
减：无纳税义务州销售收入(B)	761.80	3,448.01	1,292.04	318.65
减：未超过州销售税阈值店铺的销售收入(C)	9,644.88	31,319.64	15,587.39	4,573.81
应税销售额(D=A-B-C)	3,110.96	26,606.91	6,460.13	460.49
税率	5.68%	5.68%	5.68%	5.68%
自营网站匡算结果	**176.70**	**1,511.27**	**366.94**	**26.16**

注：无纳税义务的州包括阿拉斯加州、特拉华州、蒙大拿州、新罕布什尔州、俄勒冈州和密苏里州。

3、美国销售税匡算结果汇总

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方平台匡算结果	11,667.30	16,674.77	4,194.48	1,862.27
自营网站匡算结果	176.70	1,511.27	366.94	26.16
美国匡算结果	**11,844.00**	**18,186.04**	**4,561.42**	**1,888.43**

（二）德国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，发行人采用小包直邮方式邮寄至德国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，发行人在匡算报告期内德国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在德国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	27,989.92	37,999.27	29,261.39	27,389.61
	减：小包直邮销售收入(B)	99.27	3,046.33	4,403.58	5,183.99
	应税销售收入(C=A-B)	27,890.65	34,952.94	24,857.81	22,205.62
	增值税率	11.54%	11.54%	11.54%	11.54%
	增值税匡算金额	**3,218.58**	**4,033.57**	**2,868.59**	**2,562.53**
自营网站	销售收入(A)	993.33	3,005.11	2,981.66	751.53
	减：小包直邮销售收入(B)	364.95	1,844.03	2,493.71	710.34
	应税销售收入(C=A-B)	628.37	1,161.08	487.95	41.20
	增值税率	11.54%	11.54%	11.54%	11.54%
	增值税匡算金额	**72.51**	**133.99**	**56.31**	**4.75**
增值税匡算金额合计		**3,291.09**	**4,167.56**	**2,924.90**	**2,567.28**

（三）英国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，2018 年至 2020 年期间，发行人采用小包直邮方式邮寄至英国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，发行人在匡算 2018 年至 2020 年期间英国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在英国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	N/A	14,763.80	7,495.09	7,676.93
	减：小包直邮销售收入(B)	N/A	2,191.05	2,942.65	2,584.76
	应税销售收入(C=A-B)	N/A	12,572.75	4,552.44	5,092.17
	增值税率	N/A	8.76%	8.76%	8.76%
	增值税匡算金额	**395.45**	**1,101.37**	**398.79**	**446.07**

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
自营网站	销售收入(A)	136.74	2,201.26	1,578.89	468.70
	减：小包直邮销售收入(B)	N/A	1,906.34	1,459.24	435.05
	应税销售收入(C=A-B)	136.74	294.93	119.65	33.65
	增值税率	8.76%	8.76%	8.76%	8.76%
	增值税匡算金额	**11.98**	**25.84**	**10.48**	**2.95**
增值税匡算金额合计		**407.43**	**1,127.21**	**409.27**	**449.02**

注：英国于 2021 年 1 月 1 日起正式要求第三方平台代平台卖家缴纳增值税，因此 2021 年 1-6 月的第三方平台匡算金额为第三方平台实际代扣代缴金额。

（四）法国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的专项说明，发行人采用小包直邮方式邮寄至法国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，发行人在匡算报告期内法国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在法国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	7,990.39	6,640.34	6,885.43	7,999.11
	减：小包直邮销售收入(B)	4.06	617.19	2,375.90	3,505.71
	应税销售收入(C=A-B)	7,986.33	6,023.15	4,509.54	4,493.41
	增值税率	11.11%	11.11%	11.11%	11.11%
	增值税匡算金额	**887.28**	**669.17**	**501.01**	**499.22**
自营网站	销售收入(A)	732.36	1,325.71	762.27	116.11
	减：小包直邮销售收入(B)	334.12	665.11	628.62	102.42
	应税销售收入(C=A-B)	398.24	660.60	133.65	13.69
	增值税率	11.11%	11.11%	11.11%	11.11%
	增值税匡算金额	44.24	73.39	14.85	1.52
增值税匡算金额合计		**931.52**	**742.56**	**515.86**	**500.74**

（五）加拿大销售税匡算

根据境外税务咨询机构出具的专项说明，发行人通过小包直邮方式向加拿大消费者销售商品产生的销售税通常由加拿大消费者直接承担。此外，对于销售额

未超过加拿大某个省征税阈值的店铺，亦无须向该省政府缴纳销售税。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在加拿大的销售税应交金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	7,041.01	8,798.70	5,420.70	5,592.56
	减：小包直邮销售收入(B)	49.44	1,141.13	1,568.43	1,717.16
	减：未超过省销售税阈值的店铺销售收入(C)	601.52	231.08	194.43	152.87
	应税销售收入(D=A-B-C)	6,390.05	7,426.49	3,657.84	3,722.54
	销售税率	6.92%	6.92%	6.92%	6.92%
	销售税匡算金额	**442.19**	**513.91**	**253.12**	**257.60**
自营网站	销售收入(A)	623.94	2,536.15	1,631.57	393.78
	减：小包直邮销售收入(B)	606.88	2,529.24	1,630.73	393.70
	减：未超过省销售税阈值的店铺销售收入(C)	17.06	6.91	0.84	0.08
	应税销售收入(D=A-B-C)	0.00	0.00	0.00	0.00
	销售税率	6.92%	6.92%	6.92%	6.92%
	销售税匡算金额	**0.00**	**0.00**	**0.00**	**0.00**
销售税匡算金额合计		**442.19**	**513.91**	**253.12**	**257.60**

结合前述第三方平台及自营网站匡算结果，得出报告期内发行人的间接税匡算结果如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
美国	11,844.00	18,186.04	4,561.42	1,888.43
德国	3,291.09	4,167.56	2,924.90	2,567.28
英国	407.43	1,127.21	409.27	449.02
法国	931.52	742.56	515.86	500.74
加拿大	442.19	513.91	253.12	257.60
匡算金额合计	**16,916.23**	**24,737.28**	**8,664.57**	**5,663.07**

发行人对报告期各期境外间接税的匡算系基于前述国家间接税税收政策的核心规则，可能和实际的税务核算与应纳税额的精确认定存在部分差异。但整体而言，发行人匡算过程及结果具备合理性。

二、结合匡算情况及税务机构评估结果，详细说明报告期各期在各销售地间接税少缴的具体金额，发行人相关会计处理、少缴金额对经营业绩、财务报表列报的具体影响

报告期各期，发行人境外间接税的匡算金额、财务报表中已列示的金额以及两者之间的差异情况具体如下：

单位：万元

时间	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
匡算金额	16,916.23	24,737.28	8,664.57	5,663.07
本期应交金额	14,706.79	20,014.38	4,976.57	1,043.01
本期已交金额	14,804.11	18,095.80	4,192.21	899.91
匡算与本期应交差异	2,209.44	4,722.90	3,688.00	4,620.06

注：本期应交金额即报告期各期已计提于发行人财务报表的境外间接税金额；本期已交金额即报告期各期公司实际缴纳的境外间接税金额。

（一）境外税务咨询机构评估金额对经营业绩、财务报表列报的具体影响

境外税务咨询机构结合发行人店铺实际经营情况（如税号注册进度、VDA 协议情况、店铺存续状态、店铺经营规模等）以及美国、德国和英国间接税立法及实际执行情况（如美国部分州出台了对历史期间销售税的豁免政策），并参考其在实务操作过程中与相关国家主管税务机构的沟通情况和实践案例等多方面因素后，在税务咨询报告中将其认为可能存在税务风险的店铺的税务敞口进行了测算和评估。基于会计处理的谨慎性考虑，发行人已将该等税务敞口全额计入间接税应交金额。因此，境外税务咨询机构评估结果已反映在公司财务报表之中。

（二）发行人匡算金额超出发行人账面计提金额对经营业绩、财务报表列报的具体影响

发行人匡算的间接税金额与发行人当期间接税应交金额的差异主要来自于营业收入较小的店铺、已关闭的店铺以及美国（加拿大）部分州（省）在执行市场促进者法案前营业收入超过该州（省）征税阈值的店铺。境外税务咨询机构认为上述差异不构成发行人税务敞口。因此，发行人并未将该等差异金额计入境外间接税应交金额。

相对于发行人而言，境外税务咨询机构在间接税规则的理解、实务操作经验、测算方式的把握等方面均具备更精确的专业判断以及更加丰富的实践经验。因此，

相较于发行人基于自身对境外间接税规则的基本理解而得出的匡算结果，境外税务咨询机构在全面评估发行人报告期内经营状况、税收合规整改情况、税收缴纳情况并结合各国家税务规则的制定以及实际执行情况等更为全面的考虑后得出的评估结果更加能够反映发行人报告期内间接税少缴金额。

综上，发行人已聘请境外税务咨询机构就报告期内其在美国、英国和德国的境外间接税缴纳情况进行了全面测算和评估，并已将该等税务咨询机构测算的税务敞口全额计入报告期各期的境外间接税应交金额以反映该等税务敞口对发行人经营业绩和财务报表列报的影响。

三、评估在各销售地少缴间接税被处罚的风险，并做充分的风险提示

根据发行人出具的说明以及《招股说明书（申报稿）》，报告期内，发行人主要销售国为美国、德国、英国，合计销售收入占发行人报告期 B2C 业务总收入的比例超过了 85%。此外，发行人在法国和加拿大也具备一定的销售规模，但是报告期内法国或者加拿大的收入均未超过发行人在美国、德国或英国的销售收入。因此，发行人主要聘请了境外税务咨询机构就其在美国、德国及英国进行了全面的税务风险评估，并聘请了境外律师就发行人在美国、英国和德国的税务合规性出具了法律意见书。

（一）在美国少缴间接税被处罚的风险

根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，其对发行人在美国的销售税税务风险的主要评估结果如下：

1、代扣代缴法案颁布后，美国各州税务机构针对代扣代缴之日前发行人各第三方平台店铺在各州的税务义务进行追溯核查的风险极低；

2、发行人自营网站店铺在报告期内的税务风险较低：

（1）经境外税务咨询机构测算，发行人存续业务收入占比较高的自营网站店铺在各州的税务敞口均较低，被各州追溯历史税务义务的风险较低；

（2）发行人大部分自营网站店铺的经营规模并未超过各州设定的纳税销售额最低要求，构成经济关联的风险较小；

（3）境外税务咨询机构并未知悉美国州税局存在针对海外卖家已关闭的线

上业务进行追溯的案例。发行人已关闭的自营网站潜在的销售税风险较低。

（二）在德国少缴间接税被处罚的风险

根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，其对发行人在德国增值税税务风险的评估结果如下：

1、发行人不存在不合理的长期零申报、未及时申报等重大违规行为及其他重大逃税嫌疑的情况。在没有出现重大逃税嫌疑且长期合规经营的前提下，特别是截至税务咨询报告出具日，代扣代缴新政策已全面执行，德国税务局主动对发行人历史期间税收缴纳情况进行追溯核查并追缴相应税款的可能性极低。

2、境外税务咨询机构目前未发现德国税务机关对非欧盟公司已关闭线上店铺开展追溯调查的案件，发行人已关闭店铺被德国税局追溯核查的风险极低。

3、发行人在德国的店铺自 2019 年以来，通过德国税局的审批程序，陆续取得税局颁发的增值税税号，注册成为德国的增值税纳税人。发行人的德国店铺在税局颁发税号之前的年度被德国税局要求追溯税款的风险极低。

4、对于销售规模较小的店铺，该等店铺的申报规范性较好，增值税风险很低。随着欧盟税收制度的改革，风险程度进一步降低。

5、报告期内，发行人在德国的自营网站业务主要是以不具备税务义务的小型包裹业务为主且各店铺销售额不高，发行人各自营网站店铺面临的税务风险较小。

（三）在英国少缴间接税被处罚的风险

根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，其对发行人在英国增值税税务风险的评估结果如下：

1、发行人不存在不合理的长期零申报、未及时申报等重大违规行为及其他重大逃税嫌疑的情况。在没有出现重大逃税嫌疑且长期合规经营的前提下，特别是截至税务咨询报告出具日，代扣代缴新政策已全面执行，英国税务局主动对发行人历史期间税收缴纳情况进行追溯核查并追缴相应税款的可能性极低；

2、境外税务咨询机构目前未发现英国的税务机关对非欧盟公司已关闭线上店铺开展追溯调查的案件，发行人已关闭店铺被英国税局追溯检查风险极低；

3、对于销售规模较小的店铺，该等店铺的申报规范性较好，增值税风险很低。随着英国税收制度的改革，风险程度进一步降低。

综上所述，根据境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，发行人在上述销售地区少缴间接税被处罚的风险较低。

此外，根据境外律师出具的法律意见书，报告期内，发行人在主要销售国美国、德国、英国不存在因税务问题被有关主管机关处罚的情况。

（四）风险提示

发行人已在招股说明书“重大事项提示”之“一、特别风险提示”之“（五）税收监管风险”以及“第四节 风险因素”之“三、财务风险”之“（三）税收监管风险”就间接税相关风险作出如下风险提示：

“报告期内，公司收入主要来自境外，特别是北美和欧洲地区，在该等国家及地区负有间接税申报和缴纳的义务。自 2018 年起，公司主要销售国美国、德国、英国、法国和加拿大等国家陆续推出了针对跨境电商的间接税征收法律法规。其中，美国各州自 2018 年起开始陆续要求第三方电商平台代平台卖家缴纳销售税，德国于 2019 年明确要求跨境电商缴纳增值税。自 2021 年 1 月和 2021 年 7 月起，英国和德国、法国及加拿大进一步要求第三方电商平台代平台卖家缴纳间接税。

随着北美和欧洲地区各国家相继要求第三方电商平台代平台卖家缴纳间接税，公司未来在该等国家于第三方电商平台的销售将不存在未及时、足额缴纳间接税的风险。但是，公司仍需自行向销售国主管税务机构申报、缴纳与自营网站销售商品相关的境外间接税。由于公司产品销售范围较广、涉及国家较多且各国家针对跨境电商的间接税政策较为复杂并处于不断修订、完善的过程之中，可能导致公司存在一定的间接税缴纳风险。此外，公司部分店铺在历史上由于种种原因可能存在未能及时、足额向境外主管税务机构申报、缴纳间接税的情形，导致公司存在可能被境外主管税务机构认定存在税收缴纳违法违规并被要求补缴相关税费的风险。

若公司被境外主管税务机构或其他有关机构认定存在未能及时、足额缴纳间接税的情况，则公司可能被要求缴纳高额罚款并暂停经营甚至永久关闭相关网络

店铺，进而导致公司面临经营业绩下滑甚至亏损的风险。

就上述税务风险，公司控股股东君腾投资、实际控制人陈文平已出具承诺：‘如公司及其境内外控股子公司、分公司因违反注册地的税收法律法规或其他税务问题，而被有关税务部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任，本人/本企业愿意连带承担公司及其境内外控股子公司、分公司因受处罚或承担法律责任而导致、遭受、承担的任何损失、损害、索赔、成本和费用，并使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东免受损害。’”

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人境外税务咨询机构出具的税务咨询报告；

2、获取并查阅发行人境外税务咨询机构就发行人境外间接税匡算方法出具的专项说明；

3、了解发行人匡算美国、德国、英国、法国及加拿大境外间接税的匡算过程，并就发行人境外间接税的匡算方法与境外税务咨询机构出具的专项说明进行对比，确认两者之间不存在明显差异；

4、获取并查阅发行人境外律师出具的法律意见书。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人已重新匡算第三方平台及自营网站当期境外间接税金额并详细说明了具体计算过程且将已关闭店铺的销售额纳入了计算范围。

2、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“发行人已根据境外税务咨询机构的测算及评估结果，对报告期各期可能存在的境外间接税税务敞口进行计提，相关税款已计入当期境外间接税应交金额。发行人的经营业绩及财务报表已包含该部分境外间接税”。

3、发行人已聘请境外税务咨询机构以及境外律师就其报告期内在主要销售

国的间接税缴纳合规情况及风险出具了税务咨询报告及法律意见书，并在招股说明书中对相关情况进行了充分的风险提示。

4、本所律师认为发行人境外间接税相关事项不构成本次发行上市的实质障碍，主要依据如下：

（1）根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“根据境外税务咨询机构出具的税务咨询意见，结合境外律师出具的发行人报告期内在主要销售地无行政处罚和重大违法违规的法律意见，发行人境外间接税的匡算结果虽然高于账面计提的金额，但是从历史征管经验、店铺存续状态、单店铺销售金额、经境外税务咨询机构测算的单个店铺税收敞口以及目前的合规情况来看，发行人历史期间未计提的境外间接税被追缴的可能性较低。因此，发行人根据税务咨询机构的风险评估结果，将税务咨询机构认定为重要店铺的风险敞口计提于财务报表，符合当地税务实践征管经验，具有合理性。

针对除美国、德国、英国，以及法国和加拿大以外的其他国家未全额计提的间接税，从国家层面分析，除前述 5 个国家以外，发行人收入分散，单个国家收入占比小。从店铺层面分析，发行人在其他国家的销售亦较为分散，报告期内，单一店铺在单一国家的收入占公司收入的比例均低于 0.2%。

综上，鉴于：1）发行人已将境外税务机构认定为重要的店铺的风险敞口计提于财务报表；2）发行人在除美国、德国、英国，以及法国和加拿大以外的其他国家收入占比较小且收入较为分散；3）此外，发行人控股股东和实际控制人已出具承诺，全额承担发行人因税务问题受到的损失，保荐人和申报会计师认为发行人未计提的境外间接税对发行人报告期内的财务报表不构成重大影响。

申报会计师认为发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称‘《注册管理办法》’）第十一条的规定。”

（2）报告期各期，发行人及其下属子公司在主要销售国美国、德国和英国，以及法国和加拿大两国的合计收入占 B2C 业务收入比例超过了 90%。

根据发行人境外律师出具的法律意见书，报告期内，发行人在美国、德国、

英国、法国和加拿大的主要省份均不存在行政处罚和重大违法违规的情况。

根据发行人境外税务咨询机构出具的税务咨询报告和专项说明，发行人在主要销售国美国、德国、英国，以及法国和加拿大被追缴间接税及被处罚的风险较低。

因此，本所认为，发行人境外间接税事项不构成重大诉讼、仲裁等或有事项，符合《注册管理办法》第十二条第（三）项的规定。

（3）根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“根据发行人境外间接税匡算结果，报告期各期，发行人匡算敞口总额分别为 4,620.06 万元、3,688.00 万元、4,722.90 万元和 2,209.44 万元。报告期各期，发行人扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润分别为-1,196.13 万元、5,410.80 万元、43,781.59 万元和 25,641.75 万元。即便发行人将匡算敞口补充计入当期境外间接税的应交金额，发行人扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润分别为-5,816.19 万元、1,722.80 万元、39,058.69 万元和 23,432.31 万元，仍然满足‘预计市值不低于 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于 1 亿元’的市值和财务指标条件，符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年 12 月修订）》第 2.1.2 条规定的市值及财务指标。”

综上所述，本所认为，发行人境外间接税事项不构成本次发行上市的实质障碍。

第十四题（《第二轮问询函》“25．关于内部转移定价及所得税”）

根据审核问询回复：

（1）整个业务过程中，采购主要通过境内子公司华成云商，销售通过境内外店铺子公司，收款主要通过香港兰玛特及美国兰玛特。发行人店铺子公司不做会计处理，最终销售计入香港兰玛特及美国兰玛特，再由香港兰玛特及美国兰玛特以一般贸易或技术服务费的方式，将资金汇回境内母子公司。发行人将销售和收款分离，导致业务流、资金流和实物流不一致、分别体现在不同主体。

（2）报告期内，香港兰玛特净利润为-3,255.14 万元、1,230.70 万元和 8,334.58 万元，所得税税率为 16.5%，而店铺子公司没有收入成本费用。

（3）德国兰玛特在报告期内平均利润水平低于同行业可比公司的四分位区间，根据德国转移定价实践，需对德国的验证利润水平分别进行单年的调整并相应计算转移定价调整额及企业所得税拨备数。公司与其境内子公司的内部交易存在需要进行纳税调整的可能。公司报告期各期，可能需要补缴的金额分别为 136.06 万元、34.14 万元以及 0 万元。

请发行人补充说明：

（1）店铺子公司承担销售职能却不记收入成本的原因及合理性，相关账务处理是否合规、规范。

（2）香港兰玛特所得税税率低于店铺子公司，若销售收入计入店铺公司，说明对所得税的影响，是否存在被追缴所得税的风险。

（3）详细说明对所得税金额补缴测算的具体计算过程及可比公司选取的合理性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、店铺子公司承担销售职能却不记收入成本的原因及合理性，相关账务处理是否合规、规范。

（一）店铺子公司不记收入成本的原因及合理性

1、发行人其他下属子公司并未开展实际运营且未承担销售职能

根据发行人出具的说明以及发行人的相关管理制度，发行人其他下属子公司设立目的为注册店铺，原则上不做其他业务安排，也未配备人员，仅在特殊情况下，少数其他下属子公司承担以下功能：

（1）账户开立

原则上，发行人其他下属子公司设立之初不开立银行账户，不留存货币资金。但应公司所在地区或国家税务管理部门或者平台店铺审核要求必须开立银行账户的，经授权审批之后，方可以发行人其他下属子公司名义申请开立银行账户。该等其他下属子公司的货币资金均受发行人资金部直接管控，所有的支付均要求按照发行人资金管理制度进行授权审批。

（2）资质申请

部分平台或国家、地区可能要求店铺所属公司在提供以该公司名义申请的商品运营资质后方可进行相关商品的销售活动。当出现该情形时，经发行人内部授权审批之后，发行人会以该其他下属子公司名义申请相应资质。

（3）知识产权申请

应发行人发展需要，经授权审批之后，部分发行人其他下属子公司可以提交申请商标权作为发行人战略储备商标。

在公司实际运营过程中，香港兰玛特和美国兰玛特主要肩负了市场营销、付款请求、回款等职能，承担了市场风险、存货风险和汇率风险。因此，发行人其他下属子公司并未实际承担销售职能。

2、企业会计准则相关规定

根据发行人出具的说明，在会计基本假设之一的会计主体假设下，企业应当对其本身发生的交易或者事项进行会计确认、计量、记录和报告，反映企业本身所从事的各项生产经营活动。会计主体应具备两个特性：1）有自己的经营目标

和自主支配的经济资源，并能独立做出决策；2）对自己所控制的经济资源及其经济行为承担责任。

在发行人实际开展经营的过程中，香港兰玛特和美国兰玛特实际承担了销售职能并承担了相关风险。发行人其他下属子公司本身只作为店铺的注册主体，没有人员安排，不承担销售职能，所有的销售行为、店铺运营均由发行人统一的运营部门进行运营，实质上仅为出借公司的信息给香港兰玛特进行店铺注册使用，无其他安排，由销售行为带来的权利和义务最终由香港兰玛特和美国兰玛特承担。

按照实质重于形式原则，此类公司没有人员，对以发行人其他下属子公司名义注册的店铺销售行为不参与管理，资金流、货物流均不经过发行人其他下属子公司，无法决定店铺销售种类、绑定账号、回款时间等关键业务活动，并不能控制该业务的回报。

综上所述，在发行人实际经营过程中，因实际销售职能由香港兰玛特和美国兰玛特承担，发行人其他下属子公司本身并不具备具体的经营目标和自主支配的经济资源，也无法独立作出决策。此外，香港兰玛特和美国兰玛特实际承担了市场风险、存货风险和汇率风险等相关风险，因此发行人其他下属子公司也无需对相关经济行为承担责任。基于上述理由，发行人认为发行人其他下属子公司并不符合会计主体假设。

（二）发行人相关会计处理与同行业公司不存在差异

1、华凯创意

根据华凯创意收购易佰网络相关的《湖南华凯创意股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（注册稿）（修订稿）》（以下简称《华凯创意报告书（注册稿）》），香港易佰为易佰网络的跨境出口电商经营实体，其将产品销售收入计入香港易佰而非其他子公司，与发行人会计处理一致。

《华凯创意报告书（注册稿）》中指出易佰网络“货物流转相关会计处理、流转过程中内部转移定价符合相关法律法规，被主管税务机构中心核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险较小”。

2、天泽信息

根据《天泽信息产业股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（修订稿）》（以下简称《天泽信息报告书（修订稿）》），有棵树的全资子公司香港有棵树的主营业务是跨境电商出口业务，其 2016 年至 2018 年 3 月实现的营业收入分别为 13.24 亿元、23.41 亿元以及 7.26 亿元。2018 年 1 至 3 月，香港有棵树实现的营业收入占有棵树营业收入比例为 99.94%。由此判断，有棵树亦将其跨境电商业务收入归集至香港子公司，而非其他子公司。

（三）香港兰玛特内部交易符合独立交易原则

根据税务咨询报告出具的《转移定价报告》，2018 年度至 2020 年度，香港兰玛特发生的内部交易符合独立交易原则。因此，发行人不存在利用香港所得税率低于中国大陆所得税率的情况将主要利润留存至香港的情形。

（四）发行人在报告期内不存在因所得税缴纳事项被税务机构处罚的情况

报告期各期，发行人及其境内主要子公司均获得了所在地主管税务机构开具的税务合规证明，该等公司均不存在税务违法违规的情形。

根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“公司将销售收入计入香港兰玛特具备商业合理性，相关会计处理与同行业公司不存在差异，不存在被追缴所得税的风险”。

二、香港兰玛特所得税税率低于店铺子公司，若销售收入计入发行人其他下属子公司，说明对所得税的影响，是否存在被追缴所得税的风险。

如前所述，在发行人实际开展经营的过程中，香港兰玛特实际承担了销售职能并承担了相关风险。发行人其他下属子公司本身只作为店铺的注册主体，不承担销售职能，且未开展实际经营，不符合会计主体确认的条件。因此，发行人其他下属子公司不应确认销售收入。此外，即便公司将销售收入计入其他下属子公司，根据独立交易原则，其他下属子公司也不应留存经营利润。

综上，根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“公司将销售收入计入香港兰玛特具备商业合理性，相关会计处理与同行业公司不存在差异，不存在被追缴所得税的风险。”

三、详细说明对所得税金额补缴测算的具体计算过程及可比公司选取的合理性。

根据税务咨询机构出具的《转移定价报告》，其对发行人 2018 年至 2020 年 3 年的所得税金额补缴测算的具体计算过程如下：

（一）转让定价方法的选择

税务咨询机构首先参考了中国大陆、中国香港、美国以及德国的转让定价法规，包括《OECD 跨国企业与税务机关转让定价指南》《关于完善关联申报和同期资料管理有关事项的公告》《特别纳税调查调整及相关协商程序管理办法》《2018 年税务（修订）（第 6 号）条例》《税务条例释义及执行指引》《美国第 482 节法条及规章》以及德国《涉外税法》第一章。

基于上述法律法规，税务咨询机构总结出 5 种转移定价分析方法，包括 3 种以交易为基础的方法（可比非受控价格法、再销售价格法、成本加成法）和 2 种以利润为基础的方法（利润分割法、交易净利润法）。

税务咨询机构根据前述法规以及发行人及其子公司功能风险和价值链贡献分析结果认为交易净利润法是作为分析公司各项验证关联交易的最佳转移定价方法（注：交易净利润法通常适用于有形资产的购销、转让和使用，无形资产的转让和使用以及劳务提供等关联交易）。

（二）利润指标的选择

在使用交易净利润法进行分析时，一般可以使用息税前利润率、贝里比率、资产收益率以及完全成本加成率。其他利润指标如果能够为验证公平独立交易结果提供更可靠的依据，则也可以采用。

税务咨询机构在分析购销业务时采用息税前利润率作为利润率指标；在分析制造业务、店铺运营业务、物流仓储服务等则使用完全成本加成率作为利润率指标，相关指标的计算方式如下：

息税前利润率=息税前利润/营业收入*100%

完全成本加成率=息税前利润/完全成本*100%

（三）比较年度的选择

税务咨询机构一般采用 3 年的财务数据（一般为验证年度及之前 2 年）。但是，由于其出具《转移定价报告》时，尚有部分上市公司未披露其 2020 年度的财务数据。为保证有足够样本，其采用了 2016-2018 年度的数据对境内公司 2017 年至 2019 年的验证交易进行可比性分析；使用 2017-2019 年度的数据对 2020 年的验证交易进行可比性分析。

对于发行人的境外公司，税务咨询机构使用了 2016-2019 年度的财务数据对其报告期内的验证交易进行可比性分析。

（四）可比公司的选择

税务咨询机构根据发行人及其子公司在实际运营中的功能定位将发行人及其子公司划分为制造公司、分销公司、店铺运营服务公司、仓储物流服务公司。基于该分类，税务咨询机构选取与发行人及其子公司功能风险相似的可比上市公司（包括境外上市公司），并通过公开渠道可获取的信息资源，包括电子商业数据库、公司官网和公司年报等进行相关信息的搜索。

在选取可比公司时，税务咨询机构参考的因素包括国家/地区、行业分类、定量指标筛选（包括独立性指标、数据完整性、盈利情况、固定资产情况、研发情况等因素）以及定性指标筛选（包括主营业务描述、主营服务、以及是否存在经营异常等因素）。

以发行人分销子公司的可比公司选择过程为例，具体筛选过程如下：

步骤	搜索策略	
电子筛选	BvD OSIRIS®	
	搜索范围：根据 OSIRIS®数据库的定义，将搜索范围限制在经营地位于亚太地区的上市公司。	
	美国标准行业分类代码（以下简称“SIC 代码”）	
	美国标准行业分类代码（以下简称“SIC 代码”） 5131-布匹、饰品和其他纺织品 5136-男士及男童服装和配饰 5137-女士、儿童及婴儿服装和配饰 5139-鞋类 5141-杂货、百货 5149-其他杂货和相关产品（未被归入以上类别） 5043-照相器材和补充品 5044-办公设备 5094-珠宝、手表、宝石和贵金属 5091-体育及休闲娱乐商品和补充品 5199-其他非耐用品（未被归入以上类别） 5045-电脑、电脑外围设备和软件	5063-电子器械、设备配线供应和建筑材料 5099-其他耐用品（未被归入以上类别） 5047-医疗、牙医及医院设备和补充品 5065-其他电子零件和设备（未被归入以上类别） 5064-电子器具、电视机和收音机 5092-玩具及业余爱好商品和补充品 5093-碎料和废弃物料 5049-其他专业设备和补充品（未被归入以上类别） 5021-家具 5023-室内陈设品 5072-五金器具 5048-眼科用品 5046-其他商业设备（未被归入以上类别）
定量筛选	满足以下任何一条或以上的企业将被剔除： 1、独立性指标：剔除非 A,A+,A-和 U 2、2016-2018 年度缺少两年或两年以上财务数据 3、2016-2018 年度三年连续亏损或只有两年财务数据且两年连续亏损 4、从事重大研发活动（即，2016-2018 年人合一年的研发费用/净销售额>3%） 5、存在重大固定资产（即，2016-2018 年任何一年的固定资产净值/净销售额>25%）	
定性筛选	1、主营业务存在明显差异（例如，从事生产业务的公司） 2、主营服务存在明显差异等（例如，主要从事大型机器设备等产品分销的公司）	
筛选结果	经过上述筛选步骤，最终入选 15 家亚太地区可比公司；在最新的数据库中，入选的 15 家公司中有 3 家公司因不满足上述的定量指标被剔除，最终入选 12 家公司。	

编号	公司名称	国家/地区	主营业务描述	2017-2019年是否继续被选中	剔除原因
1	AKTSIONERNOE OBWESTVO FARGONA GOSHT SUT SAVDO	乌兹别克斯坦	主要从事家庭用品的批发，商品主要为灯具、加热和烹饪设备、炉具、大小电器设备、毛巾、地毯及家用厨房用具等	是	
2	BELLA CASA FASHION & RETAIL LIMITED	印度	主要从事纺织品工业设备的销售	是	
3	COLLINS COMPANY LIMITED	台湾	主要从事杂货、服装、消费品和其他产品的进出口	是	
4	DENKYOSHA CO., LTD.	日本	主要从事批发家用电器、音响通讯设备、加热和冷却设备、保健美容设备等	是	
5	KTK INC.	日本	主要从事商业表格、卷纸、磁性产品和计算机纸的销售和分销	是	
6	MARCO HOLDINGS BERHAD	马来西亚	主要从事电子计算器和钟表的进出口	是	
7	MCPHERSON’S LIMITED	澳大利亚	主要从事家庭消费品及相关商品的批发销售。商品主要为非电子家居用品、个人护理等家用消费品	是	
8	NAKAYAMAFUKU CO., LTD.	日本	主要从事家用五金日用品、烹饪家电、家居用品等的批发和进出口业务	是	
9	OLYMPIA INDUSTRIES LTD	印度	主要从事婴儿护理、家庭和厨房用品、美容和个人护理用品等的分销和销售	否	三年连续亏损
10	RYOHIN KEIKAKU CO LTD	日本	主要从事衣服杂物、生活杂货、食品等产品的分销和销售	是	
11	SANYEI CORPORATION	日本	主要从事家具、家居用品、服装及杂项物品、家用电器、宠物相关生活用品的分销和销售	是	
12	SPACEAGE PRODUCTS LTD	印度	主要从事商店固定装置，家具和工业产品的批发	是	
13	TEST RITE INTERNATIONAL CO., LTD.	台湾	主要从事家用产品的零售和日用品贸易	是	
14	TOHO LAMAC COMPANY LIMITED	日本	主要从事自行车和鞋子的批发贸易	否	三年连续亏损
15	ZHEJIANG BAOLONG INFORMATION TECHNOLOGY COMPANY LIMITED	中国	主要从事电子产品的销售	否	独立性指标不符

（五）转移定价风险测算

税务咨询机构会将发行人及其子公司各年度相关利润指标与可比公司相同的利润指标进行对比。若发行人及其子公司的相关利润指标超出了可比公司利润指标的四分位区间，则调整至四分位区间中位值并依此计算出所得税拨备金额；反之，则认为发行人无需进行转移定价调整。

税务咨询机构最后将境内及境外的转移定价调整企业所得税拨备数进行加总，得出发行人各年度总体的潜在定价风险，具体测算金额如下：

单位：万元

年份	境内公司			境外公司	合计
	发行人及赛维网络	其他境内子公司	境内公司合计		
2018 年度	-159.29	256.01	96.72	39.34	136.06
2019 年度	11.15	-25.00	0.00	34.14	34.14
2020 年度	147.39	-245.66	0.00	0.00	0.00
合计					**175.00**

注 1：若合计金额为负数，则认为不存在所得税纳税调整风险，相关金额调整为 0。
注 2：因上述金额为税务咨询机构根据其数据库测算结果而非相关国家税务机构的最终认定，结合报告期财务重要性水平，发行人未依据上述测算结果对报告期各期财务报表进行调整。

发行人聘请的税务咨询机构系国际知名税务咨询机构，具备丰富的转移定价风险分析经验，优秀的执业能力并在相关领域享有良好的声誉。该税务咨询机构在其出具的《转移定价报告》中详细列示了可比公司的选择过程、选择依据、入选原因以及剔除原因，可比公司的选择具备合理性，出具的结论具备参考性。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人税务咨询机构出具的《转移定价报告》，了解香港兰玛特在发行人实际经营过程中承担的职能与风险；

2、获取并查阅发行人店铺公司管理制度，了解店铺公司在发行人实际经营过程中的作用；

3、获取并查阅华凯创意和天泽信息的公开信息披露文件；

4、获取并查阅发行人及其主要子公司获取的税务合规证明以及发行人境外律师出具的法律意见书，核查发行人税务合规性。

（二）核查意见

经核查，根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，本所认为：

1、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“发行人店铺子公司并未实际承担销售职能，且未实际开展经营。因此，店铺子公司不记收入和成本具备合理性”。

2、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“发行人相关会计处理与同行业可比公司相同，且报告期内未因所得税相关税务处理受到境内外税务主管部门的处罚，相关账务处理合规、规范”。

3、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“若发行人将销售收入计入发行人其他下属子公司，不会对所得税产生影响，不存在被追缴所得税的风险”。

4、根据立信出具的《立信第二轮问询函回复》，“发行人已详细说明对所得税金额补缴测算的具体计算过程以及可比公司选取的合理性”。

第二部分 发行人本次发行上市相关情况的更新

一、本次发行上市的批准和授权

根据发行人提供的第二届董事会第九次会议和 2020 年第一次临时股东大会的会议通知、会议议案、会议记录及会议决议等相关文件并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人于 2020 年 10 月 31 日召开的 2020 年第一次临时股东大会已经依照法定程序作出批准本次发行上市的决议，会议决议的内容合法有效，发行人 2020 年第一次临时股东大会就本次发行上市对董事会所作授权的范围及程序合法有效，且仍在有效期内。

综上，本所认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行上市所必须的批准和授权尚在有效期内。发行人本次发行上市尚需经深交所审核并报中国证监会履行发行注册程序。本次发行完成后，发行人股票于深交所上市交易尚待获得深交所审核同意。

二、发行人本次发行上市的主体资格

根据发行人提供的现行有效的营业执照、工商资料、《公司章程》、股东大会会议文件等资料并经本所律师在国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）的公开核查及发行人出具的说明并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人系依法设立合法存续的股份有限公司，不存在股东大会决议解散或因合并、分立而需解散的情形，亦无因不能清偿到期债务而依法宣告破产的情形，不存在依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销的情形，未出现人民法院依照《公司法》规定予以解散的情形。

综上，本所认为，发行人仍符合《创业板首发注册管理办法》第十条至第十三条的规定，发行人仍具有本次发行上市的主体资格。

三、本次发行上市的实质条件

（一）发行人本次发行上市符合《公司法》《证券法》规定的相关条件

1、根据《审计报告（更新后）》及发行人出具的说明，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月的归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为-1,196.13 万元、5,410.80 万元、

43,781.59 万元、25,641.75 万元，发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项之规定。

2、根据《审计报告（更新后）》，就发行人 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 6 月 30 日的财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 个月的经营成果和现金流量，立信已经出具标准无保留意见的审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项之规定。

经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人仍具备《法律意见书》“三/（一）”“三/（二）”所述的《公司法》《证券法》规定的关于发行上市的其他相关条件。

（二）发行人本次发行上市符合《创业板首发注册管理办法》规定的相关条件

1、根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告（更新后）》《内控鉴证报告（更新后）》与发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人财务负责人，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由立信出具了标准无保留意见的审计报告，符合《创业板首发注册管理办法》第十一条第一款之规定。

2、根据《内控鉴证报告（更新后）》以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人的财务负责人和立信的经办会计师，发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，符合《创业板首发注册管理办法》第十一条第二款之规定。

综上，本所认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人仍符合《创业板首发注册管理办法》第十条至第十三条的规定。

（三）发行人本次发行上市符合《创业板上市规则》规定的相关条件

根据发行人 2020 年年度股东大会、《招股说明书（申报稿）》《审计报告（更新后）》及发行人出具的说明，发行人本次发行上市预计市值不低于 10 亿元，发行人 2020 年度归属于母公司股东的净利润（以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据）为 43,781.59 万元，且发行人最近一年净利润为正且营业收入

不低于 1 亿元，符合《创业板上市规则》第 2.1.1 条第一款第（四）项及第 2.1.2 条第一款第（二）项之规定。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人仍符合《法律意见书》“三/（四）”所述的《创业板上市规则》规定的其他相关条件。

综上，本所认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人本次发行上市仍然符合《公司法》《证券法》《创业板首发注册管理办法》《创业板上市规则》的相关规定，发行人符合本次发行上市的实质条件。

四、发行人的设立

经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的设立事宜未发生变化。

五、发行人的独立性

根据《审计报告（更新后）》《内控鉴证报告（更新后）》及发行人出具的说明与承诺并经本所律师核查，本所认为，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人在资产、业务、人员、财务、机构等方面的独立性未发生实质性变化，发行人具有完整的业务体系和面向市场自主经营的能力，符合本次发行上市的独立性要求。

六、发起人和股东

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，除东证创新外，发行人其他现有股东的基本情况未发生变化；发行人现有股东的人数、住所、出资比例符合有关法律、法规的规定。

根据东证创新的营业执照、工商资料、公司章程，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询，截至本补充法律意见书出具之日，东证创新的基本信息如下：

名称	上海东方证券创新投资有限公司
类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
成立日期	2012 年 11 月 19 日

经营期限	自 2012 年 11 年 19 日至无固定期限
统一社会信用代码	91310000057628560W
主要经营场所	上海市黄浦区中山南路 318 号 2 号楼 8 层
法定代表人	张建辉
注册资本	720,000 万元
经营范围	创业投资，金融产品投资，投资管理和投资咨询。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
企业状态	存续

根据东证创新的工商资料、公司章程，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询，截至本补充法律意见书出具之日，东证创新的股东及出资情况如下：

序号	股东名称	认缴出资额（万元）	出资比例
1	东方证券股份有限公司	720,000.00	100.00%
合计		**720,000.00**	**100.00%**

七、发行人的股本及其演变

根据发行人出具的说明与承诺并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人的股本结构未发生变化，发行人的股东所持发行人股份均未设置质押。

八、发行人的业务

（一）经营范围

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人的经营范围未发生变化。

（二）经营方式

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人的经营方式未发生变化。

（三）境外业务

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日出具的法律意见书，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德的“公司章程中无经营范围条款，现行香港法律亦未对公司的经营范围设置任何限制”。[1]涉诉情况检索显示，以上公司“不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。[2]

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特符合加利福尼亚州法律和加利福尼亚州政府授权条款的规定；经过充分的法律尽职调查，美国兰玛特在过去三年中不存在任何违反加利福尼亚州法律的重大违法行为”。[3]

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特是依据新泽西公司法合法设立并在新泽西依法经营的公司。截至本法律意见书出具之日，新泽西兰玛特依法设立并有效存续。截至本法律意见书出具之日，新泽西兰玛特遵守新泽西州及其地方的法律、法规、规章及命令，包括但不限于更新信息披露声明”。[4]

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国兰玛特的营业范围为“进出口贸易包括所有允许的产品，特别是服装和纺织品，电子产品，食品和保健品”，“公司目前的业务是为总公司在当地网上销售提供相关的服务。公司已经取得运营所需的合法资质。公司的经营和业务符合德国法律法规的规定。公司业务经营不存在需要中止和终止营业之情形，不

[1] “The Articles of Association of the Company do not contain an object clause. As such there is no limit to the Company's scope of business under Hong Kong law.”
[2] “The Litigation Search revealed no record of any civil or criminal litigation commenced against the Company arising from the Company's violation of any applicable laws of Hong Kong.”
[3] “According to the management representation letter, the Corporation is in compliance with the Laws of the State of California and the provisions of the Governmental Authorizations in California; to the best of our knowledge after due inquiry and the legal search report, there has been no material breach of the Laws of the State of California by the Corporation in the past three years.”
[4] “Linemart NJ Inc. (the “Corporation”) is duly incorporated in accordance with the Corporation Laws in the State of New Jersey and qualified doing business in New Jersey. The Corporation is legally established and validly existing in good standing as of date of the Legal Opinion. The Corporation has complied with the state and local laws, regulations, rules, and orders as of the date of this Legal Opinion, including but not limited to updating the statement of information.”

存在违反商业、外汇等当地相关法律法规规定之情形，未因此而遭受政府部门和行业部门的处罚或禁令”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国赛维的营业范围为“进出口贸易和销售包括所有允许的产品，特别是纺织品和家庭用品”，“公司尚未实际经营。公司已经取得运营所需的合法资质，公司的经营和业务符合德国法律法规的规定。公司业务经营不存在需要中止和终止营业之情形，不存在违反商业、外汇等当地相关法律法规规定之情形，未因此而遭受政府部门和行业部门的处罚或禁令”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

此外，对于发行人拥有的其他下属公司，根据境外律师事务所出具的相关法律意见书，自 2018 年 1 月 1 日起至报告期末，其他下属公司在美国、英国、德国等主要销售国不存在涉诉与行政处罚的情况。

综上所述，本所认为，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人境外子公司不存在行政处罚和重大违法违规情况。

（四）业务变更情况

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）查询，发行人自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日未发生过重大业务变更。

（五）主要业务资质和许可

根据发行人出具的说明，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内子公司拥有的主要业务资质和许可未发生变化。

（六）发行人的主营业务

根据《审计报告（更新后）》，发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度及 2021 年 1-6 月的主营业务收入分别为 224,126.49 万元、287,872.44 万元、525,113.60 万元、290,573.81 万元，分别占同期发行人营业收入 99.83%、99.99%、99.96%、99.99%。本所认为，发行人的主营业务突出，最近两年内没有发生重大变化。

（七）发行人的持续经营能力

根据发行人持有的营业执照、《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人合法存续，主要财务指标良好，不存在尚未了结的或可预见的可能影响其持续经营能力的重大诉讼、仲裁或行政处罚，不存在影响其持续经营的法律障碍。

九、关联交易及同业竞争

（一）关联方

根据《公司法》《创业板上市规则》《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《审计报告（更新后）》，发行人相关股东填写的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，发行人董事、监事及高级管理人员填写的《赛维时代科技股份有限公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查问卷》并经本所律师在国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）、企查查（https://www.qcc.com/）、天眼查（https://www.tianyancha.com）的公开核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日起，发行人主要关联方的变化如下：

1、公司的控股子公司、参股公司

自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人新增 1 家主要子公司，参股公司未发生变化。截至本补充法律意见书出具日，发行

人其他下属公司变更为 758 家。

2、发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人

截至 2021 年 6 月 30 日，控股股东、实际控制人及其一致行动人未发生变化。

3、发行人控股股东、实际控制人控制的其他企业

经本所律师核查，截至 2021 年 6 月 30 日，公司实际控制人控制的除控股股东及发行人及其主要子公司、其他下属公司之外的其他企业未发生变化。

4、持有公司 5%以上股份的其他股东

经本所律师核查，截至 2021 年 6 月 30 日，除控股股东、实际控制人之外，其他持有发行人 5%以上股份的主要股东为众腾投资、君辉投资、鑫瑞集泰，未发生变化。

5、除控股股东外，直接持有公司 5%以上股份的法人或其他组织直接或者间接控制的法人或其他组织

经本所律师核查，截至 2021 年 6 月 30 日，除控股股东及发行人及其主要子公司、其他下属公司外，直接持有公司 5%以上股份的法人或其他组织直接或者间接控制其他法人或其他组织，未发生变化。

6、其他关联自然人

经本所律师核查，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人其他关联自然人并未发生变化。

7、截至 2021 年 6 月 30 日，公司实际控制人、董事、监事、高级管理人员、直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人及其关系密切的家庭成员直接或者间接控制的或者由前述人员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的除发行人及其控股子公司以外的其他主要企业的变化情况如下所示：

序号	关联方	关联关系	关联关系变化原因
1	武汉好拍在线信息技术有限公司	公司董事王志伟担任董事的公司	王志伟自 2021 年 2 月 2 日起开始任职
2	厦门湾钛科技有限公司	公司董事王志伟担任董事的公司	王志伟自 2021 年 6 月 21 日起开始任职
3	厦门东喀尔网络科技有限公司	公司董事王志伟担任董事的公司	王志伟自 2021 年 4 月 6 日起开始任职

序号	关联方	关联关系	关联关系变化原因
4	厦门朴明股权投资合伙企业（有限合伙）	公司董事张贞智担任执行事务合伙人的企业	张贞智自 2021 年 5 月 21 日起开始任职

8、实质重于形式原则认定的其他关联方

根据实际重于形式原则，结合发行人的实际情况及其书面确认，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人根据实质重于形式原则认定的其他关联方未发生变化。

9、曾经的关联方

经本所律师核查，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人曾经存在关联关系的主要关联方变化情况如下所示：

序号	关联方	关联关系	关联关系变化原因
1	苏州紫坤创业投资合伙企业（有限合伙）	发行人财务负责人林文佳母亲陈文珠曾担任执行事务合伙人的企业	自 2021 年 6 月起不再担任执行事务合伙人
2	深圳睿屹投资有限公司	发行人财务负责人林文佳父亲林大初曾担任执行董事、总经理的企业	自 2021 年 2 月起不再担任执行董事、总经理
3	深圳钧睿咨询服务合伙企业（有限合伙）	发行人财务负责人林文佳母亲陈文珠曾持有 99%的合伙份额的企业	自 2021 年 6 月起不再持有合伙份额
4	深圳屹信融创咨询服务合伙企业(有限合伙)	发行人财务负责人林文佳父亲林大初曾担任执行董事、总经理的深圳睿屹投资有限公司曾担任执行事务合伙人的企业	林大初自 2021 年 2 月起不再担任深圳睿屹投资有限公司的执行董事总经理
5	深圳宝安区钧德商务咨询服务中心	发行人财务负责人林文佳母亲陈文珠曾担任法定代表人的企业	2021 年 1 月 5 日注销

（二）发行人的关联交易

根据《审计报告（更新后）》《招股说明书（申报稿）》、相关股东大会、董事会会议文件等资料并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人的重大关联交易情况变更如下：

1、关联担保

序号	贷款机构/债权人	担保方	被担保方	担保方式	担保额度	担保期限	履行情况
1	上海浦东发展银行股份有限公司深圳分行	陈文平、赛维网络、达尔文智能、华成云商提供保证	发行人	保证担保	8,000.00 万元	自 2021 年 3 月 16 日到 2022 年 3 月 15 日期间发生的主债权届满之日	正在履行

序号	贷款机构/债权人	担保方	被担保方	担保方式	担保额度	担保期限	履行情况
		担保				起两年	
2	花旗银行（中国）有限公司深圳分行	香港兰玛特、陈文平、发行人、华成云商、赛维网络	赛维网络、华成云商	保证担保	783.00万美元	于2021年2月18日签订，额度无承诺有效期，每年年审额度资质	正在履行

2、关键管理人员薪酬

项目	2021年1-6月
关键管理人员薪酬	724.56万元

（三）关联交易的公允性

1、根据公司的股东大会与董事会会议文件及其说明，上述关联交易已经发行人股东大会或董事会审议通过，或经发行人于2021年10月22日召开的第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第九次会议以及于2021年11月8日召开的2021年度第一次临时股东大会进行了统一确认。

2、根据发行人独立董事于2021年10月22日出具的《独立董事关于赛维时代科技股份有限公司第二届董事会第十二次会议议案的独立意见》，独立董事认为，“经查阅公司2021年1月1日至2021年6月30日期间关联交易情况，我们认为公司2021年1月1日至2021年6月30日期间关联交易审议程序合法、价格公允，不存在损害公司及全体股东特别是中小股东利益的情形。与关联方之间的关联交易均严格执行公司治理相关要求和公司章程规定的相关审批决策程序，且上述关联交易不存在损害公司和非关联股东利益的情况”。

3、经核查，发行人已按《公司章程》《赛维时代科技股份有限公司关联交易制度》的规定履行了完备的审批程序，涉及关联交易的股东大会、董事会召开程序、表决方式等方面均符合《赛维时代科技股份有限公司关联交易制度》等制度的规定，发行人已采取必要措施对公司及其他股东的利益进行保护。

综上所述，本所认为，自2021年1月1日至2021年6月30日期间，发行人关联方与发行人所发生关联交易的交易价格及条件均符合公允原则，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

（四）关联交易的决策制度

经本所律师核查，自2021年1月1日至2021年6月30日，发行人在《公

司章程》《赛维时代科技股份有限公司关联交易制度》及其他内部制度中规定的关联交易公允决策的程序未发生变化。

（五）发行人持股 5%以上股东及其关联方关于规范并减少关联交易的承诺

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人持股 5%以上股东及其关联方关于规范并减少关联交易的承诺未发生变化。

（六）同业竞争情况

根据发行人现行有效的营业执照、《公司章程》《审计报告（更新后）》及发行人出具的说明、控股股东君腾投资、实际控制人陈文平出具的调查表，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://gsxt.saic.gov.cn/）、天眼查（https://www.tianyancha.com/）等网站查询，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，除赛维时代外，发行人控股股东无其他对外投资；发行人实际控制人的对外投资为君腾投资、众腾投资、福建赛道，均系发行人的股东，此外无其他对外投资。因此，本所认为，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人与发行人控股股东、实际控制人及其控制的企业间不存在同业竞争，未发生变更。

（七）避免同业竞争的承诺

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人控股股东君腾投资、实际控制人陈文平及其一致行动人陈文辉已承诺采取有效措施避免同业竞争，未发生变化。

（八）发行人对关联交易和同业竞争事项的披露

经本所律师核查，本所认为，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中对有关关联交易及避免潜在同业竞争的承诺或措施进行了充分披露，没有重大遗漏或重大隐瞒。

十、发行人的主要财产

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人拥有或使用的主要财产变化情况如下：

（一）土地使用权及房屋所有权

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内主要子公司所拥有的土地使用权及房屋所有权未发生变化，发行人不拥有任何土地使用权、房屋所有权及在建工程。

（二）商标、专利、著作权等无形资产

1、注册商标专用权的变化情况

（1）境内主要注册商标的变化情况

对于发行人及其子公司已取得由国家商标局核发《商标注册证》的注册商标的具体情况，截至本补充法律意见书出具之日，根据发行人提供的《商标注册证》、本所律师在中国商标网（http://sbj.saic.gov.cn/）核查结果以及国家知识产权局出具的《商标档案》，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的境内主要注册商标无变化。

（2）境外主要商标的变化情况

根据深圳中细软知识产权代理有限公司出具的《涉外知识产权核查报告》，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司新取得境外主要注册商标证书 1 项，新增境外主要注册商标的具体情况如下：

序号	商标	国家	申请号	申请日	注册日期	有效期至	权利人
1	unicoeye	美国	90200631	2020-9-22	2021-6-8	2031-6-7	赛维时代（SAILVAN TIMES CO., LTD.）

2、专利的变化情况

（1）境内主要专利的变化情况

根据发行人提供的专利证书、本所律师在国家知识产权局网站（http://www.sipo.gov.cn/）核查结果以及国家知识产权局出具的《证明》，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的境内主要专利无变化。

（2）境外主要专利的变化情况

根据深圳中细软知识产权代理有限公司出具的《涉外知识产权核查报告》，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司新取得境外主要专

利 2 项，具体如下：

序号	权利人	专利名称	国家/地区	类型	专利号	申请日
1	Sailvan Times Co., Ltd.	FOOT BATH	美国	外观专利	D925052S	2019-8-27
2	Sailvan Times Co., Ltd.	FOOT BATH	美国	外观专利	D924419S	2019-8-27

3、著作权的变化情况

（1）境内主要著作权的变化情况

①主要计算机软件著作权的变化情况

根据发行人提供的《计算机软件著作权登记证书》并经本所律师核查，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的境内主要计算机软件著作权无变化。

②主要作品著作权的变化情况

根据发行人提供的《作品登记证书》并经本所律师核查，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司的境内主要作品著作权无变化。（2）境外主要著作权的变化情况

根据发行人出具的说明，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其子公司拥有的境外主要著作权无变化。

4、域名

根据发行人提供的《国际域名注册证书》《中国国家顶级域名注册证书》及说明，并经本所律师登录工业和信息化部 ICP/IP 地址/域名信息备案管理系统（http://beian.miit.gov.cn/）核查，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，除备案号“粤 ICP 备 17018218 号-1”的域名“shaibu.com”已失效外，发行人及其主要子公司的境内主要已备案域名无变化。

根据发行人出具的说明，自 2021 年 6 月 2 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其主要子公司拥有的境外主要域名无变化。

（三）主要生产经营设备

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明、发行人提供的主要生产

经营设备的采购合同与发票并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人拥有的主要生产经营设备包括电子设备、办公设备等，该等生产经营设备均为发行人合法拥有，不存在产权纠纷或权属争议。

（四）主要财产的产权状况

根据发行人承诺并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内主要子公司拥有的上述境内主要财产权属明确，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（五）主要财产权利受限情况

经发行人确认并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内主要子公司拥有的主要财产所有权或使用权不存在担保或其他权利受到限制的情况。

（六）发行人租赁房屋和土地的使用权情况

经发行人确认并经本所律师核查发行人及其主要子公司的租赁协议、租赁物业产权证明及租赁备案文件，自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，华成云商与乾龙物流集团有限公司通过签订租赁合同取得的位于“深圳市龙岗区平湖街道平安大道三号华南城铁东物流区 2 号仓库”的租赁房产自 2021 年 8 月 16 日起租赁面积变更为“7,170 平方米”；东莞达尔文智能与东莞中电熊猫科技发展有限公司通过签订租赁合同取得的位于“东莞市虎门镇骏马路 1 号的 10 栋（C 区 5 号）第一至四层及第五层部分面积”的租赁房产租赁面积变更为“19,422.96 平方米”；赛维网络与东莞市金天达物流有限公司通过签订租赁合同取得的位于“东莞市凤岗镇金凤凰工业区联泰供应链城 B7 厂房 1 楼部分面积（原阿迪达斯办公区域）”的租赁房产租赁面积变更为“1,033 平方米”，同时位于“B7 厂房 1 楼部分、5 楼整层”的租赁房产变更为“B7 厂房 1 楼部分”，对应租赁面积变更为“395 平方米”。发行人及其主要子公司新增主要仓储、经营、办公场所系通过向第三方承租房屋的方式取得，新增或续租租赁房产的具体情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁物业地址	租赁合同期	租赁面积	产权证号	租赁备案情况
1	赛维网络	深圳市金顺莱实业发展有限公司	深圳市龙岗区平湖街道新南村红朱岭新和一巷13-2鸿国祥工业园厂房B栋一楼部分厂房	2021-3-30至2022-3-30	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
2	赛维网络	深圳康利置地有限公司	深圳龙岗区南湾街道平吉大道66号康利城地块一B2F-6B2-C23、C28号房	2021-9-1至2026-11-30	116.77平方米	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
3	赛维网络	深圳市恒路物流有限公司	广东省深圳市龙湖冠寓深圳平湖生态谷店四期	2021-7-31至2021-8-30	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
4	赛维网络	刘桂勤	深圳市龙岗区平湖街道新南社区建南路13号三至五楼共7套住房	2021-7-1至2021-12-31	690平方米	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
5	赛维网络	刘绍华	深圳市龙岗区平湖街道新南社区建南路9号二楼至六楼共19套房	2021-7-1至2021-12-31	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
6	长沙鼎飞	长沙红璞酒店管理有限公司	长沙市岳麓区梅溪湖航天溪湖1栋1单元709	2021-7-4-至2022-3-3	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
7	长沙鼎飞	长沙红璞酒店管理有限公司	长沙市岳麓区梅溪湖航天溪湖1栋1单元704	2021-7-4至2022-3-3	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
8	长沙鼎飞	湖南地本矿产科技有限公司	长沙高新区麓谷大道627号海创科技工业园B-1栋加速器生产车间1010	2021-8-22至2022-8-21	-	尚未获取产权证书	尚未获取备案信息
9	美国兰玛特	Prologis Targeted U.S. Logistics Fund,LP	Prologis Chino industrial Center 25521 Schaefer Avenue Chino,California 91710	2021-8-1-至2028-9-30	278，365平方英尺	无	无

经本所律师核查，发行人及其主要子公司承租的上述房产存在以下瑕疵：

1、在发行人及其主要子公司租赁的上述房产中，有8处境内房产出租人未向发行人或发行人子公司提供有权出租的证明文件。

根据《中华人民共和国城市房地产管理法》等相关法律法规及司法解释的规定，若出租方未拥有该等房屋的所有权和/或出租方未取得该等房屋的所有权人的授权或同意，则出租方无权出租上述房屋。此种情形下，若第三方对该等租赁事宜提出异议，则可能影响发行人或其子公司继续承租该等房屋，但发行人或其子公司仍可依据租赁合同或出租方出具的书面确认函向出租方进行索赔。

此外，根据发行人确认，上述未能提供有权出租证明文件的租赁房屋的主要用途为办公、宿舍及仓库，该等租赁房屋的可替代性较高，如因该等租赁房屋存在权属瑕疵或出租人无权转租等导致发行人或其子公司不能继续承租使用的，发行人或其子公司可以在相关区域内及时找到合适的替代性场所，且搬迁不会对其生产经营产生重大不利影响。基于上述，本所认为，发行人及其境内主要子公司租赁房屋中存在部分房屋出租方未取得房产证的情形不会对发行人的持续经营及本次发行并上市造成重大不利影响。

公司实际控制人陈文平已出具《关于公司租赁房屋的承诺》，如公司因租赁房产的法律瑕疵而致该等租赁房产被拆除或拆迁，或因此被认定租赁合同无效或者其他任何纠纷，并给公司造成了经济损失（包括但不限于拆除、处罚、因拆迁可能产生的搬迁风险、固定配套设施损失、停工损失、被有权部门罚款或者被有关当事人追索而支付的赔偿等），陈文平将在毋需公司支付任何对价的情况下全额承担上述经济损失，并不向公司进行任何追偿。

2、发行人或其主要子公司租赁的 8 处境内房产未就租赁合同办理租赁备案登记手续。

根据《中华人民共和国民法典》《最高人民法院关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用法律若干问题的解释》等相关规定，房屋租赁合同未办理备案登记手续不影响上述租赁合同的效力。

根据《商品房屋租赁管理办法》（中华人民共和国住房和城乡建设部令第 6 号）的规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人不到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案的，直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门责令限期改正；个人逾期不改正的，处以一千元以下罚款；单位逾期不改正的，处以一千元以上一万元以下罚

款。

综上，本所认为，上述未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，存在法律瑕疵，发行人及其子公司存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门罚款的法律风险；但该等法律瑕疵不影响租赁合同的效力，发行人及其子公司有权依据相应的租赁合同使用前述房屋。因此，上述未办理租赁备案的情况不会对发行人及其子公司的经营造成重大不利影响。

（七）发行人的分公司

自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内主要子公司无新增分公司。

（八）发行人的主要子公司

自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人新增 1 家境内主要子公司，5 家境内主要子公司登记信息发生变更，具体情况如下：

1、新增的境内主要子公司

①深圳市妮珂艾科技有限公司

公司名称	深圳市妮珂艾科技有限公司
统一社会信用代码	91440300MA5H3GRJ9K
住所	深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区平吉大道 66 号康利城 6 号 901 A1
法定代表人	陈晓明
注册资本	50 万元
类型	有限责任公司（法人独资）
营业期限	2021 年 11 月 29 日至无固定期限
成立日期	2021 年 11 月 29 日
经营范围	针纺织品销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；电子产品销售；机械设备销售；服装服饰批发；服装服饰零售；服饰研发；服饰制造；仓储服务；仓储设备租赁服务；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械零售；医护人员防护用品零售；医护人员防护用品批发。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）劳动保护用品生产；服装辅料制造；技术进出口；货物进出口；第二类医疗器械销售；第三类医疗器械经营；医用口罩零售；第二类医疗器械租赁；医用口罩批发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营

	项目以相关部门批准文件或许可证件为准）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	赛维时代	50	100%
	合计		**50**	**100%**

2、境内主要子公司工商登记信息的变更

①赛维网络

根据深圳市监局核发的营业执照、工商资料，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统网站（http://www.gsxt.gov.cn）查询，截至本补充法律意见书出具之日，赛维网络的基本情况如下：

公司名称	深圳市赛维网络科技有限公司			
统一社会信用代码	91440300680378946L			
住所	深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区平吉大道 66 号康利城 6 号 901A5			
法定代表人	陈文平			
注册资本	250 万元			
类型	有限责任公司（法人独资）			
营业期限	2008 年 9 月 26 日至 2058 年 9 月 26 日			
成立日期	2008 年 9 月 26 日			
经营范围	一般经营项目：网络技术开发、计算机软件的技术开发；网页设计、多媒体产品的设计（不含影视制作等限制项目）；电子产品的研发与销售；计算机系统集成；企业管理咨询、企业营销策划（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其它限制项目）；服装设计；服装销售；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）。 许可经营项目：以下项目涉及应取得许可审批的，须凭相关审批文件方可经营：医疗用品及器材、医用外科口罩、一次性医用口罩、防护口罩、消毒产品经营、医用防护服、红外体温计、测温仪、一类、二类医疗用品及器械的销售（需取得二类医疗器械经营备案后方可经营）；普通货运。			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	赛维时代	250	100%
	合计		**250**	**100%**

②华成云商

根据深圳市监局核发的营业执照、工商资料，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统网站（http://www.gsxt.gov.cn）查询，截至本补充法律意见书出具之日，华成云商的基本情况如下：

公司名称	深圳市华成云商科技有限公司			
统一社会信用代码	91440300342914064K			
住所	深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区平吉大道 66 号康利城 6 号 901A3			
法定代表人	陈文平			
注册资本	500 万元			
类型	有限责任公司（法人独资）			
营业期限	2015 年 6 月 26 日至无固定期限			
成立日期	2015 年 6 月 26 日			
经营范围	一般经营项目：网络技术开发、计算机软件的技术开发；网页设计、多媒体产品的设计（不含影视制作等限制项目）；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；计算机系统集成；企业管理咨询；企业营销策划；房屋租赁；供应链管理、物流方案设计；物流配送信息系统、数据库服务、数据库管理，经营进出口业务，（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）；服装设计；服装销售。许可经营项目：以下项目涉及应取得许可审批的，须凭相关审批文件方可经营：劳务派遣；医疗用品及器材、医用外科口罩、一次性医用口罩、防护口罩、消毒产品经营、医用防护服、红外体温计、测温仪、一类、二类医疗用品及器械的销售（需取得二类医疗器械经营备案后方可经营）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	赛维时代	500	100%
	合计		**500**	**100%**

③达尔文智能

根据深圳市监局核发的营业执照、工商资料，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统网站（http://www.gsxt.gov.cn）查询，截至本补充法律意见书出具之日，达尔文智能的基本情况如下：

公司名称	深圳市达尔文智能技术有限公司
统一社会信用代码	91440300584074854J
住所	深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区平吉大道 66 号康利城 6 号 901A2
法定代表人	陈文辉
注册资本	50 万元
类型	有限责任公司（法人独资）
营业期限	2011 年 10 月 24 日至无固定期限

成立日期	2011 年 10 月 24 日			
经营范围	一般经营项目是：电子产品的智能技术研发与销售；纺织面料、辅料的购买和销售；国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；货物及技术进出口（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营），机械设备租赁（不配备操作人员的机械设备租赁，不包括金融租赁活动）。许可经营项目是：服饰、服装、箱包、鞋帽的设计、生产、销售（含互联网销售）；仓储服务、仓储租赁（除食品、危险品）。			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	赛维时代	50	100%
	合计		**50**	**100%**

④泉州赛维

根据福建省晋江市市监局核发的营业执照、工商资料，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统网站（http://www.gsxt.gov.cn）查询，截至本补充法律意见书出具之日，泉州赛维的基本情况如下：

公司名称	泉州赛维网络科技有限公司			
统一社会信用代码	91350582MA345U9K62			
住所	福建省泉州市晋江市青阳街道洪宅垵社区洪山路 303 号尚之坊五号办公写字楼 301 室			
法定代表人	陈伯俊			
注册资本	200 万元			
类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）			
营业期限	2016 年 1 月 29 日至无固定限期			
成立日期	2016 年 1 月 29 日			
经营范围	网络科技、网络技术、网络信息的处理，计算机软件开发；网页设计、多媒体产品的设计（不含影视制作等限制项目）；电子产品的研发与销售；信息系统集成服务；企业管理咨询、企业营销策划（不含人才中介、证券、保险、基金、金融业务及其它限制项目）；货物或技术的进出口业务（国家限制和禁止进出口的货物和技术除外）；批发、零售（含网上）：服装、鞋、箱包、家具、体育用品、电子产品、汽车配件、汽车用装饰品、化妆品（不得从事增值电信、金融业务）。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）			
股权结构	序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
	1	赛维网络	200	100%
	合计		**200**	**100%**

⑤深圳晒布

根据深圳市监局核发的营业执照、工商资料，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统网站（http://www.gsxt.gov.cn）查询，截至本补充法律意见书出具之日，深圳晒布的基本情况如下：

<table>
<tr><td>公司名称</td><td colspan="4">深圳市晒布信息技术有限公司</td></tr>
<tr><td>统一社会信用代码</td><td colspan="4">91440300MA5DQ5L077</td></tr>
<tr><td>住所</td><td colspan="4">深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区平吉大道 66 号康利城 6 号 901A4</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td colspan="4">陈义杉</td></tr>
<tr><td>注册资本</td><td colspan="4">50 万元</td></tr>
<tr><td>类型</td><td colspan="4">有限责任公司</td></tr>
<tr><td>营业期限</td><td colspan="4">2016 年 12 月 5 日至无固定期限</td></tr>
<tr><td>成立日期</td><td colspan="4">2016 年 12 月 5 日</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="4">一般经营项目是：批发、零售服装面料、辅料、服饰、服装、箱包、鞋帽、饰品，国内贸易（法律、行政法规、国务院决定规定在登记前须经批准的项目除外）；网络技术开发、计算机软件的技术开发、购销，云计算、大数据开发,经营电子商务（涉及前置性行政许可的，须取得前置性行政许可文件后方可经营），货物及技术进出口。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）</td></tr>
<tr><td rowspan="3">股权结构</td><td>序号</td><td>股东名称</td><td>出资额（万元）</td><td>出资比例</td></tr>
<tr><td>1</td><td>赛维时代</td><td>50</td><td>100%</td></tr>
<tr><td colspan="2">合计</td><td>50</td><td>100%</td></tr>
</table>

（九）发行人的参股公司

自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人无新增参股公司。

十一、发行人的重大债权债务

（一）重大合同

经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其主要子公司已经履行及正在履行的对报告期经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的合同如下：

1、销售合同

根据发行人出具的说明及其提供的销售合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人重大销售合同变动情况如下：

（1）B2C 平台合同

根据发行人出具的说明及其提供的 B2C 平台合同并经本所律师核查，自

2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人的重大 B2C 平台合同发生了变化，具体情况如下：

①Wish

根据发行人出具的书面确认，并经本所律师核查，公司在 Wish 平台开设店铺并遵守 Wish 官方网站（https://www.merchant.wish.com）公布的《Wish 政策》，政策对 Wish 平台的店铺注册、产品及销售、知识产权、物流、费用及结算等条款进行了约定。2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，wish 平台政策发生了变化，更新的条款主要为刊登产品等条款。

（2）物流服务合同

根据发行人出具的说明并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，公司新增的正在履行的报告期当期交易额超过 1,000 万元的物流服务合同主要如下：

香港运德与聆思达关联公司 NEOTERIC SOLUTION INC 签署《物流服务总包合同》，约定向对方提供国际小包及专线服务、仓储服务、国际头程运输服务等物流服务项目，具体结算价格以运德供应链管理发送的《报价表》为准，合同有效期自 2020 年 7 月 1 日起生效，有效期一年，如合同到期前 30 日双方均未提出到期终止，则合同自动续约一年，续约次数不限，该合同正在履行中。

2、采购合同

根据发行人出具的说明及其提供的采购合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，公司新增的已经履行完毕或正在履行的报告期当期交易额超过 1,000 万元的重大采购框架合同的情况如下：

序号	供应商名称	合同主体	主要采购品类	签署日期[1]
1	佛山市鹏能纺织有限公司	达尔文智能	服饰原材料	2018-12-16

[1] 该等合同均为框架协议，且自动续期，此处为首次签署时间。

序号	供应商名称	合同主体	主要采购品类	签署日期[1]
2	PLENTY (HK) LIMITED	发行人	电动自行车及配件	2020-8-18
3	美雅途集团有限公司	发行人	电动自行车及配件	2020-8-28
4	众创三维科技有限公司	香港兰玛特	3D 打印机	2020-12-24
5	绍兴馨铭纺织品有限公司	发行人	服饰原材料	2018-8-15
6	绍兴馨铭纺织品有限公司	达尔文智能	服饰原材料	2020-9-30

3、承运商合同

根据发行人出具的说明及其提供的承运商合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，公司新增的已经履行完毕或正在履行的报告期当期交易额超过 3,000 万元的重大承运商合同的情况如下：

序号	承运方名称	托运方名称	承运项目	签署日期[1]
1	HONG KONG ANSON COMPANY LIMITED	香港兰玛特	国际货物运输	2020-10-26
2	New Chain International Holding Ltd	香港兰玛特	国际货物运输	2020-6-2

4、运营服务合同

根据发行人出具的说明及其提供的运营服务合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人重大运营服务合同没有变化。

5、广告推广合同

根据发行人出具的说明及其提供的广告推广合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人新增已经履行完毕或正在履行的报告期当期交易额超过 1,000 万的重大广告推广合同的情况如下：

序号	合作方	合同主体	服务内容	签署日期[2]
1	JOIN-CHEER Digital Marketing Communication（HK）CO., Limited	香港兰玛特	平台推广服务	2021-1-1

[1] 该等合同均为框架协议，且自动续期，此处为首次签署时间。
[2] 该等合同均为框架协议，且自动续期，此处为首次签署时间。

6、授信合同

根据发行人出具的说明及其提供的授信合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人已经履行或正在履行的授信额度在 5,000 万以上的授信合同如下：

序号	合同名称及编号	授信人	受信人	金额	授信期限	担保方式
1	融资额度协议（SPDB201912）	上海浦东发展银行股份有限公司深圳分行	发行人	8,000 万元	2021 年 3 月 16 日至 2022 年 3 月 15 日	陈文平、达尔文智能、华成云商、赛维网络提供连带责任担保
2	非承诺性短期循环融资协议（FA890955180914-c）	花旗银行（中国）有限公司深圳分行	赛维网络、华成云商	783 万美元	贷款为 6 个月；备用信用证为 13 个月；结算前风险为 12 个月	发行人、香港兰玛特、陈文平、赛维网络、华成云商提供连带责任担保

7、第三方支付合同

根据发行人出具的说明及其提供的第三方支付合同并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人新签署的或对原协议进行更新的重大第三方支付合同的情况如下：

序号	合作方	合同期限	合同内容
1	TOPB International Co., Limited	自注册使用账户服务起一年，协议满 30 日前双方未提出异议，则以 1 年为合作期限持续顺延	在线支付服务
2	LINK PASS GLOBAL LIMITED	自 2021 年 2 月 15 日起一年，协议满 30 日前双方未提出异议，则以 1 年为合作期限持续顺延	在线支付服务

（二）上述适用中国法律的重大合同不存在属于关联交易的情形，内容和形式不违反法律、行政法规的禁止性规定，发行人作为上述重大合同的主体，继续履行该等合同不存在实质性法律障碍。

（三）发行人及其下属公司报告期内不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的重大侵权之债。

（四）除本补充法律意见书之“九、关联交易及同业竞争”所述之外，发行人与其关联方之间不存在其他重大债权债务关系；发行人与其关联方之间不存在

相互提供担保的情况。

（五）根据《审计报告（更新后）》及发行人出具的说明并经本所律师核查，报告期内，发行人金额较大的其他应收款、其他应付款是因正常的经营活动发生，合法有效。

十二、发行人重大资产变化及收购兼并

根据发行人出具的说明与承诺并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，除《法律意见书》《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》已披露的情形外，发行人没有发生过其他重大收购或出售资产等行为，发行人没有拟进行的资产置换、资产剥离、重大资产出售或收购等计划或安排。

十三、发行人章程的制定与修改

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人的章程未发生变化。

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

根据发行人提供的会议文件并经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人召开的董事会、监事会、股东大会会议情况如下：

（一）董事会

自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人共召开了 2 次董事会会议。

（二）监事会

自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人共召开了 2 次监事会会议。

（三）股东大会

自《补充法律意见书（一）》出具日至本补充法律意见书出具日，发行人共召开了 2 次股东大会会议。

经本所律师核查发行人上述股东大会、董事会、监事会会议通知、记录、决

议等文件，本所认为，发行人上述股东大会、董事会会议、监事会会议的召开、决议内容及决议签署均合法、合规、真实、有效。

十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

经本所律师核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人董事、监事、高级管理人员未发生变化。

十六、发行人的税务

（一）税务登记及税种、税率

1、税务登记

根据发行人及其境内子公司的《营业执照》，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/）查询，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内主要子公司的税务登记情况未发生变化。

2、税率与税种

根据《审计报告（更新后）》及发行人提供的相关纳税申报表、完税证明及其发行人出具的说明，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，除深圳晒布因被认定为小型微利企业按 20%的税率缴纳企业所得税外，发行人及其境内主要子公司主要税种和税率未发生其他变化。

（二）税收优惠

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明及其提供的税收优惠审批/备案文件并经本所律师核查，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其境内主要子公司新增享受的税收优惠情况如下：

根据财政部、税务总局发布的《关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》（财政部、税务总局公告 2021 年第 12 号）,小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部、税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》（财税〔2019〕13 号）第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税，优惠期间为 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日。发行人及其境内主要子公司符合上述标准的，享受上述税收优惠政策。

经本所律师核查，本所认为，发行人及其境内主要子公司报告期内享受的税收优惠合法、合规、真实、有效。

（三）财政补贴

根据《审计报告（更新后）》、发行人提供的财政补贴资料及发行人出具的说明并经本所律师查询相关政府网站信息，自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，发行人及其境内主要子公司享受的 30 万元以上的财政补贴情况如下：

序号	主体	取得补贴的依据	补贴内容	发放单位/发文单位	金额（万元）	发放时间
1	赛维网络	《深圳市商务局关于2020 年中央外经贸发展专项资金（服务贸易事项）拟资助项目公示的通知》	2020 年度中央外经贸发展专项资金（服务贸易事项）	深圳市商务局	61.22	2021 年 3 月
2	赛维网络	《深圳市科技创新委员会关于预先收取 2020 年度企业研究开发资助计划第一批资助资金申请材料、拨款材料和科研诚信承诺书的通知》	2020 年企业研究开发资助计划	深圳市科技创新委员会	69.90	2021 年 6 月

综上所述，本所认为，发行人及其境内主要子公司自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间享受的上述财政补贴合法合规、真实有效。

（四）发行人及其主要子公司的纳税情况

根据发行人出具的说明，发行人及其各境内主要子公司税务主管机关出具的证明，并经本所律师登录发行人及其境内子公司所在地税务部门网站查询，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内子公司依法纳税，不存在税务方面的重大违法违规行为的情形。

十七、发行人的环境保护和产品质量、技术等标准

（一）环境保护

根据发行人出具的说明，并经本所律师检索发行人及其主要子公司所在地的环保机关的网站，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其主要子公司不存在因违反环境保护方面的法律、法规和规范性文件而受到处罚的情形。

（二）产品质量和技术监督标准

根据发行人出具的说明、发行人及境内主要子公司主管机关出具的证明并经本所律师核查，发行人及其主要子公司能够按国家有关法律、法规和规范性文件的要求组织生产、经营活动，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，不存在因违反有关产品质量和技术监督方面的法律、法规和规范性文件而受到处罚的情况。

十八、发行人的劳动及社会保障

根据发行人及其境内主要子公司社会保险和住房公积金主管部门出具的证明、发行人及其境内主要子公司社会保险、住房公积金缴纳凭证、发行人出具的说明，并经本所律师查询发行人及其境内主要子公司社会保险和住房公积金主管部门网站，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内主要子公司不存在因违反劳动用工、社保、公积金相关法律、法规和规范性文件而受到处罚的情形。

根据发行人提供的员工花名册，发行人境外员工的用工地域为美国及德国，相关境外律师出具法律意见如下：

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“基于充分的尽职调查，美国兰玛特及其子公司与其员工之间不存在现实的或潜在可能发生的任何劳动争议或其他纠纷。美国兰玛特及其子公司遵守各自司法辖区的所有可适用劳动法。”

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“基于充分的尽职调查，新泽西兰玛特与其员工之间不存在现实的或潜在可能发生的任何劳动争议或其他纠纷。新泽西兰玛特及其子公司遵守各自司法辖区的所有可适用劳动法。”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国兰玛特“合法雇工，没有劳资纠纷，公司的劳动合同和公司雇工符合德国法律的要求”，且“没有诉讼和仲裁在案，从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚”。

十九、发行人募集资金的运用

经本所律师核查，发行人本次发行募集资金投资项目已得到发行人股东大会批准，并已依法办理投资项目备案手续，不涉及与他人进行合作的情形，截至本补充法律意见书出具日未发生变化。

二十、发行人业务发展目标

经本所律师核查，发行人的业务发展目标与其主营业务一致，发行人《招股说明书（申报稿）》中所述业务发展目标符合有关法律、法规和规范性文件的规定，不存在潜在的法律风险。截至本补充法律意见书出具日，发行人的业务发展目标未发生变化。

二十一、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）发行人及其主要子公司

根据发行人出具的说明、发行人及其境内主要子公司相关主管部门出具的证明，并经本所律师在中国执行信息公开网（http://zxgk.court.gov.cn/）、中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/）、人民法院公告网（http://rmfygg.court.gov.cn/）、12309 中国检察网（https://www.12309.gov.cn/）、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、信用中国网（http://www.creditchina.gov.cn/）、中华人民共和国海关总署（http://www.customs.gov.cn/）、中国海关企业进出口信用信息公示平台（http://credit.customs.gov.cn/）、中国市场监管行政处罚文书网（http://cfws.samr.gov.cn/）、国家外汇管理局政府信息公开网站（http://www.safe.gov.cn/safe/whxzcfxxcx/）、国家税务总局重大税收违法案件信息公布栏（http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c101249/n2020011502/index.html）等网站的公开核查，自《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其境内主要子公司新增 1 起诉讼案件和 1 起仲裁案件，具体情况如下：

1、赛维网络、泉州赛维与中国邮政集团有限公司泉州市分公司的合同纠纷

2021 年 6 月，赛维网络收到鲤城区人民法院（2021）闽 0502 民初 3735 号《传票》和《民事起诉状》，原告中国邮政集团有限公司泉州市分公司以泉州赛维未按照合同约定向其支付邮资为由向鲤城区人民法院提起诉讼，诉讼分别以泉

州赛维、赛维网络作为被告一、被告二，诉讼请求为判令第一被告支付原告合同欠款人民币 1,150,217.31 元及利息，第二被告对此债务承担连带清偿责任；两被告共同承担案件的诉讼费用。

2021 年 9 月 8 日，福建省泉州市鲤城区人民法院作出（2021）闽 0502 民初 3735 号《民事判决书》，判决：泉州赛维自本判决生效之日起十日内支付中国邮政集团有限公司泉州市分公司邮费 529801.91 元及该款自 2021 年 6 月 10 日起至实际付清款项之日止按同期全国银行间同业拆借中心公布的贷款市场报价利率计算的利息；赛维网络对泉州赛维上述债务承担连带清偿责任。

中国邮政集团有限公司泉州市分公司不服一审判决，上诉至福建省泉州市中级人民法院。2021 年 11 月 5 日，赛维网络收到福建省泉州市中级人民法院（2021）闽 05 民终 7481 号《传票》和《举证通知书》，截至本补充法律意见书出具之日，本案尚在二审审理过程中。

2、前海运德与深圳市和天下供应链管理有限公司、深圳市恒泰德电子商务有限公司的合同纠纷

2021 年 10 月 8 日，前海运德依据其与深圳市和天下供应链管理有限公司、深圳市恒泰德电子商务有限公司签订的《物流服务总包合同》《展期协议》向深圳国际仲裁院提起仲裁申请，请求深圳市和天下供应链管理有限公司支付其欠付的服务费 10,470,923.62 元及违约金，深圳市恒泰德电子商务有限公司承担连带保证责任。截至本补充法律意见书出具之日，本案尚在审理中。

除上述情况外，发行人及其境内主要子公司不存在其他尚未了结或可预见的重大诉讼、仲裁事项或行政处罚。

（二）持有发行人 5%以上股份的股东

根据发行人持股 5%以上股份的股东的声明与承诺并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人持股 5%以上股份的股东不存在尚未了结的重大诉讼、仲裁事项或行政处罚。

（三）发行人董事长、总经理

根据发行人的董事长、总经理的声明与承诺并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大

诉讼、仲裁事项或行政处罚。

二十二、本次发行涉及的相关承诺及约束措施

经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具日，本次发行涉及的相关承诺及约束措施并未发生变化。

二十三、发行人招股说明书法律风险的评价

经审阅发行人《招股说明书（申报稿）》引用本补充法律意见书相关内容的部分，本所认为，发行人《招股说明书（申报稿）》引用的本补充法律意见书相关内容与本补充法律意见书无矛盾之处。金杜对发行人《招股说明书（申报稿）》中引用本补充法律意见书的相关内容无异议，确认《招股说明书（申报稿）》不致因引用本补充法律意见书的内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

二十四、本次发行上市的总体结论性意见

综上所述，本所认为，发行人符合《证券法》《公司法》《创业板首发注册管理办法》等有关法律、法规和规范性文件规定的首次公开发行股票并在创业板上市的各项条件，不存在重大违法违规行为。本所对发行人《招股说明书（申报稿）》及其摘要中引用本补充法律意见书的相关内容无异议，确认《招股说明书（申报稿）》不致因引用本补充法律意见书的内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。发行人本次发行上市尚需经深交所审核并报中国证监会履行发行注册程序，本次发行完成后，发行人股票于深交所上市交易尚待获得深交所审核同意。

第三部分 财务数据更新至 2021 年 6 月 30 日后《问询函》中涉及的相关问题回复内容的更新

第一题（《首轮问询函》“1．关于上市标准”）

申报材料显示，发行人所处行业为“互联网和相关服务”。发行人参考最近一次股权转让时的估值及同行业可比上市公司的估值情况，预计发行人在创业板上市时的总市值不低于 10 亿元人民币。

请发行人：

（1）结合历次增资及股权转让对应的估值水平、同行业可比公司基本情况及行业平均动态市盈率等，补充披露预计市值分析报告关于估值结论的支持证据，就相关重要参数进行敏感性分析，说明预计市值分析是否合理、谨慎。

（2）结合同行业公司情况，补充披露发行人预计市值的测算过程，说明测算过程是否客观，仅选取星徽股份、安克创新、跨境通 3 家上市公司作为参照是否能够合理反映行业估值水平。

（3）补充分析发行失败的可能性，对招股说明书风险因素章节“发行失败的风险”作进一步分析和披露。

（4）补充披露应对发行失败的相关措施与预案，包括但不限于投资者权益保护方案等，并请发行人实际控制人就发行失败后的投资者保护作出相应承诺。

请保荐人、发行人律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合历次增资及股权转让对应的估值水平、同行业可比公司基本情况及行业平均动态市盈率等，补充披露预计市值分析报告关于估值结论的支持证据，就相关重要参数进行敏感性分析，说明预计市值分析是否合理、谨慎。

根据发行人出具的说明，发行人结合最近 3 年历次增资及股权转让对应的估值水平、同行业可比上市公司估值水平以及行业平均估值水平等方法对预计市值水平进行了分析。经分析，发行人预计市值高于 10 亿元。

（一）预计市值分析的合理性、谨慎性

1、历次增资及股权转让对应的估值水平

根据发行人工商材料、相关投资协议，自 2017 年 1 月 1 日至今，发行人历次增资及股权转让对应的估值水平如下：

时间	增资或股权转让事项	对应的估值
2017 年 12 月	新增股东鑫瑞集泰以 22,200 万元认缴新增股本 888 万股	增资后对应估值 22.22 亿元
2019 年 12 月	新增股东东证创新、福建赛道分别以 2,000 万元、3,000 万元认缴新增股本 61.9387 万股、92.9080 万股	增资后对应估值 29.20 亿元
2019 年 12 月	全体股东以资本公积 26,957.15 万元转增股本，总股本由 9,042.8467 万股增至 36,000 万股	本次全体股东以资本公积转增股本，不适用估值
2020 年 5 月	广发互联网将持有的发行人 349.5240 万股股份以 2,427.2345 万元转让给沣源睿涛	转让时对应估值 25 亿元
2020 年 9 月	沣源睿涛将持有的发行人全部股份分别转让给沣源启程 294.4809 万股、沣源启航 55.0431 万股	本次股权转让系原股东将间接持股方式变更为直接持股，不适用估值

2020 年 5 月，广发互联网将持有的发行人全部股份转让给沣源睿涛。本次股份转让对应的发行人整体估值为 25 亿元，较上一次增资后的对应估值有所下降。

在 2015 年 11 月广发互联网向发行人增资后，2016 年中国证券业协会颁布《关于发布<证券公司私募投资基金子公司管理规范>及<证券公司另类投资子公司管理规范>的通知》（中证协发[2016]253 号），广发乾和投资有限公司（以下简称广发乾和）系广发证券旗下另类投资子公司，该文件颁布后，广发乾和按照相关规定及监管要求进行旗下基金的清理，广发互联网属于清理范围，需要办理注销。基于上述原因，广发互联网决定转让持有的发行人股份，并于 2020 年 12 月 3 日办理了注销登记。

沣源睿涛系由沣源启程、沣源启航实际出资设立的专门用于投资发行人的主体。沣源启程、沣源启航主要投资方向为科技型制造业和产业互联网行业，看好发行人的发展前景。

本次股份转让是市场化行为，转让价格系综合考虑了广发互联网入股成本价、前次增资价格、广发互联网的投资收益等多种因素以及投资者的投资意愿，协商

确定，具有合理性。

2、同行业可比公司基本情况及行业平均动态市盈率

（1）同行业可比公司基本情况

基于发行人业务类型及同行业竞争对手公开资料，现选取以下 5 家上市公司或拟上市公司作为同行业可比公司并进行对比分析，具体包括跨境通（002640，跨境电商经营主体：环球易购）、星徽股份（300464，跨境电商经营主体：泽宝创新）、傲基科技、安克创新（300866）及晨北科技（2148.HK）。

同行业可比公司基本情况如下：

公司简称	股票代码	跨境电商业务实际经营主体	主要销售商品品类
跨境通	002640.SZ	环球易购	3C 电子、母婴、服饰家居
星徽股份	300464.SZ	泽宝创新	3C 电子、小家电
傲基科技	N/A	傲基科技	3C 电子、家居
安克创新	300866.SZ	安克创新	3C 电子
晨北科技	2148.HK	晨北科技	3C 电子、家居

傲基科技尚未上市，未披露 2019 年、2020 年财务数据，故未将其纳入市值相关的参考分析范围。跨境通 2020 年度被出具无法表示意见的审计报告，故未将其纳入市值相关的参考分析范围。

发行人与同行业可比上市公司的 2020 年度主要财务数据对比如下：

单位：万元

财务数据	星徽股份	安克创新	晨北科技	发行人
营业收入	552,296.15	935,262.93	240,742.22	525,301.10
净利润	22,733.32	89,486.93	37,756.68	45,088.09
营业收入增长率	58.19%	40.54%	103.25%	82.47%
净利润增长率	52.41%	23.99%	760.06%	733.30%

注：晨北科技 2020 年数据摘自 2020 年年报，以美元计数，已按美元兑换人民币的年平均汇率 6.8996 折算为人民币。

近年来，全球跨境电商行业整体市场规模保持持续增长态势，2020 年新冠肺炎疫情的爆发更加速了海外用户消费行为的线上化渗透。从财务指标可见，2020 年发行人及同行业可比上市公司业绩大幅提升，与行业趋势一致。发行人2020年营业收入规模和星徽股份较为接近，业绩增长速度和晨北科技较为接近。

2、行业平均动态市盈率

发行人是一家技术驱动的出口跨境品牌电商，通过构建集产品开发设计、品牌孵化及运营、供应链整合等于一体的全链条品牌运营模式，满足全球消费者高品质、个性化的时尚生活需求。

根据《上市公司行业分类指引（2012 年修订）》，发行人所处行业为“F 批发与零售业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业属于“F 批发与零售业”之“52 零售业”下的“互联网零售”子类。

截至 2020 年 12 月 31 日，中证指数有限公司发布的行业（零售业）平均动态市盈率（P/E,TTM）具体如下：

行业名称	平均动态市盈率（倍）		
	近一个月	近三个月	近六个月
零售业	25.43	25.70	25.59

3、预计市值分析报告关于估值结论的支持证据

发行人运用行业市盈率法、可比公司市盈率法、可比公司市销率法对公司预计估值情况进行了分析，相关测算过程如下：

（1）行业市盈率法

结合中证指数有限公司发布的行业（零售业）平均动态市盈率(P/E,TTM)情况，发行人预计市值测算如下：

项目	平均动态市盈率（倍）		
	近一个月	近三个月	近六个月
零售业动态市盈率（A）	25.43	25.70	25.59
2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润（B）	43,781.59 万元		
预计市值（C=A*B）	111.34 亿元	112.52 亿元	112.04 亿元

注：预计市值=平均动态市盈率*发行人 2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润

发行人 2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润为 43,781.59 万元。按发行人所属行业平均动态市盈率测算，发行人预计市值区间为 111.34 亿元至 112.52 亿元，大于 10 亿元。

（2）同行业可比上市公司市盈率及市销率法

本次预计市值测算的可比上市公司市盈率法、市销率法采用截至 2020 年 12

月 31 日前三个月的平均动态市盈率和平均动态市销率，故选取星徽股份、安克创新、晨北科技三家与发行人业务类似的上市公司作为预计市值测算的参照公司。上述三家上市公司平均动态市盈率（P/E,TTM）、平均动态市销率(P/S,TTM)情况如下：

证券代码	上市公司简称	2020 年 12 月 31 日	2020 年 10 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	
		总市值（亿元）	平均动态市盈率（倍）	平均动态市销率（倍）
300464.SZ	星徽股份	65.12	28.13	1.54
300866.SZ	安克创新	667.60	87.84	8.65
2148.HK	晨北科技	122.87	59.64	7.07
平均值		-	58.54	5.76

数据来源：Wind。晨北科技上市首个交易日为 2020 年 12 月 18 日，数据统计期间为 2020 年 12 月 18 日至 2020 年 12 月 31 日。

发行人预计市值测算如下：

项目		数据
市盈率法	平均动态市盈率（A）	58.54 倍
	2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润（B）	43,781.59 万元
	预计市值（C=A*B）	256.30 亿元
市销率法	平均动态市销率（A）	5.76 倍
	2020 年度营业收入（B）	525,301.10 万元
	预计市值（C=A*B）	302.57 亿元

发行人 2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润为 43,781.59 万元，按照上述同行业可比上市公司 2020 年 10 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日间平均动态市盈率的平均值测算，发行人预计市值为 256.30 亿元，高于 10 亿元。

发行人 2020 年度营业收入为 525,301.10 万元，按照上述同行业可比上市公司 2020 年 10 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日期间平均动态市销率的平均值测算，发行人预计市值为 302.57 亿元，高于 10 亿元。

综上，发行人运用行业市盈率法、可比上市公司市盈率法、可比上市公司市销率法对发行人预计市值进行测算，测算的预计市值均高于 10 亿元。

4、预计市值相关重要参数敏感性分析

（1）所属行业市盈率法敏感性分析

在所属行业市盈率法下，以中证指数有限公司发布的行业（零售业）平均动态市盈率、发行人 2020 年度扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润作为关键参数进行敏感性分析。

所属行业市盈率法下相关参数敏感性测试下，预计市值测算情况如下：

单位：亿元

方法	估值指标		近一个月 P/E 倍数所对应市值	近三个月 P/E 倍数所对应市值	近六个月 P/E 倍数所对应市值
所属行业市盈率法	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 4.38 亿元	PE	111.34	112.52	112.04
		PE（下降 5%）	105.77	106.89	106.44
		PE（下降 10%）	100.21	101.27	100.84
	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 4.16(4.38*95%)亿元	PE	105.77	106.89	106.44
		PE（下降 5%）	100.48	101.55	101.12
		PE（下降 10%）	95.19	96.20	95.80
	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 3.94（4.38*90%）亿元	PE	100.21	101.27	100.84
		PE（下降 5%）	95.20	96.21	95.80
		PE（下降 10%）	90.19	91.14	90.76

由上表可知，假设发行人所属行业市盈率分别下降 5%、10%，2020 年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润下降 5%及 10%的情况下，发行人预计市值仍符合发行人选择的“预计市值不低于 10 亿元”的上市标准。

（2）可比上市公司市盈率法敏感性分析

在可比上市公司市盈率法下，以可比上市公司 2020 年 10 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日平均动态市盈率、发行人 2020 年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润作为关键参数进行敏感性分析。

可比上市公司市盈率法下相关参数敏感性测试下，预计市值情况如下：

单位：亿元

方法	估值指标		预计市值
可比公司市盈率法	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 4.38 亿元	PE	256.30
		PE（下降 5%）	243.58
		PE（下降 10%）	230.76

方法	估值指标		预计市值
	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 4.16（4.38*95%）亿元	PE	243.53
		PE（下降 5%）	231.35
		PE（下降 10%）	219.17
	2020 年扣除非经常性损益后归属母公司所有者净利润为 3.94（4.38*90%）亿元	PE	230.65
		PE（下降 5%）	219.12
		PE（下降 10%）	207.58

由上表可知，假设发行人可比上市公司平均动态市盈率分别下降 5%、10%，2020 年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润下降 5%及 10%的情况下，发行人预计市值仍符合公司选择的“预计市值不低于 10 亿元”的上市标准。

（3）可比上市公司市销率法敏感性分析

在可比上市公司市销率法下以可比上市公司 2020 年 10 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日平均动态市销率、发行人 2020 年营业收入作为关键参数进行敏感性分析，具体如下：

单位：亿元

预计市值	估值指标		预计市值
可比公司市销率法	2020 年公司销售收入为 52.53 亿元	PS	302.57
		PS（下降 5%）	287.44
		PS（下降 10%）	272.32
	2020 年公司销售收入为 49.90（52.53*95%）亿元	PS	287.42
		PS（下降 5%）	273.05
		PS（下降 10%）	258.68
	2020 年公司销售收入为 47.28（52.53*90%）亿元	PS	272.33
		PS（下降 5%）	258.72
		PS（下降 10%）	245.10

由上表可知，假设发行人可比上市公司平均动态市销率分别下降 5%、10%，2020 年营业收入下降 5%及 10%的情况下，发行人预计市值仍符合发行人选择的“预计市值不低于 10 亿元”的上市标准。

综上所述，发行人结合最近 3 年历次增资及股权转让对应的估值水平、同行业可比上市公司估值水平以及行业平均估值水平等方法对预计市值水平进行了分析。经分析，发行人预计市值高于 10 亿元。此外，发行人就预计市值分析报

告中采用的估值方法进行了敏感性分析。经分析，即便相关参数下降 10%，发行人预计市值仍高于 10 亿元。因此，发行人预计市值分析较为客观、谨慎。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、结合同行业公司情况，补充披露发行人预计市值的测算过程,说明测算过程是否客观，仅选取星徽股份、安克创新、跨境通 3 家上市公司作为参照是否能够合理反映行业估值水平。

（一）预计市值测试过程、选取参照公司合理

发行人主营业务为跨境出口电商业务。跨境出口电商业务属于相对新兴行业，A 股上市公司中，以跨境出口电商业务作为主营业务的公司相对稀缺。

根据《安克创新科技股份有限公司首次公开发行并在创业板上市招股说明书》，其选择的同行业可比上市公司包括 ZAGG（NASDAQ：ZAGG）、跨境通、通拓科技、泽宝创新（星徽股份收购的子公司）以及傲基科技。根据《傲基科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书（申报稿）》，傲基科技选择的同行业可比公司包括安克创新、通拓科技、跨境通以及星徽科技。发行人与安克创新、傲基科技选取的同行业可比上市公司无明显差异。晨北科技于 2020 年 12 月 18 日挂牌上市。

基于发行人业务类型及同行业竞争对手公开资料，发行人选取跨境通、星徽股份、傲基科技、安克创新及晨北科技作为同行业可比公司。但因截至 2020 年 12 月 31 日，傲基科技尚未上市，跨境通 2020 年被出具无法表示意见的审计报告，故选取星徽股份、安克创新、晨北科技等三家上市公司作为预计市值测算的参照公司具有合理性。

发行人运用可比上市公司市盈率法、可比上市公司市销率法对公司预计估值情况进行了分析，相关测算过程如下：

可比公司市盈率法下，发行人选取星徽股份、安克创新、晨北科技截至 2020 年 12 月 31 日前 3 个月的平均动态市盈率的平均值、发行人 2020 年扣除非经常

性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润作为估值参数，并进行测算。

可比公司市销率法下，发行人选取星徽股份、安克创新、晨北科技截至 2020 年 12 月 31 日前 3 个月的平均动态市销率的平均值、发行人 2020 年营业收入作为估值参数，并进行测算。

发行人选取可比上市公司公开市场上的相关市值指标进行预计市值的测算，具有客观性。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充分析发行失败的可能性，对招股说明书风险因素章节“发行失败的风险”作进一步分析和披露。

本次发行适用中国证监会《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、深圳证券交易所《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》等相关法规的要求，如发行认购不足或发行未能达到预计上市条件的市值要求，将导致本次发行失败。

发行人选择的上市标准为“预计市值不低于 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元”。发行人最近一次股权转让整体估值为 25.00 亿元。发行人的预计市值建立在发行人 2020 年营业收入、扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司所有者的净利润及公开市场投资者对于同行业可比上市公司估值水平基础上。若公司经营业绩出现下滑，或同行业市场估值水平出现较大变动，可能导致公司发行后市值无法满足《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条规定的第二套上市标准中“预计市值不低于人民币 10 亿元”的要求，从而导致发行失败的风险。

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、补充披露应对发行失败的相关措施与预案，包括但不限于投资者权益保护方案等，并请发行人实际控制人就发行失败后的投资者保护作出相应承诺。

（一）发行失败的相关措施及预案

针对发行失败的可能性，发行人制定相关措施与预案如下：

（1）在中国证监会作出注册决定后至股票上市交易前，如公司发生重大事项，可能导致其不符合发行条件、上市条件或者信息披露要求的，公司应当暂停发行；已经发行的，暂缓上市。

（2）在初步询价结束后，公司预计发行后总市值不满足在招股说明书中明确选择的上市标准的，应当根据《深圳证券交易所创业板首次公开发行证券发行与承销业务实施细则》的相关规定中止发行。中止发行后，在中国证监会同意注册决定的有效期内，且满足会后事项监管要求的前提下，经向深圳证券交易所备案，方可重新启动发行。

（3）如公司因不符合发行条件而被中国证监会撤销注册的，股票尚未发行的，公司应当停止发行；股票已经发行尚未上市的，公司应当按照发行价并加计银行同期存款利息返还股票持有人。

（4）如本次发行失败，根据股东指定证券营业部的规定，如存在冻结资金利息，将按缴款额并加计银行同期存款利息（如有）扣除利息所得税（如有）后返还已经认购的认购人。”

（二）实际控制人就发行失败后的投资者保护的承诺

发行人实际控制人陈文平已就发行失败后的投资者保护作出相应承诺，具体如下：

（1）如发行人依据相关法律法规的要求被中国证监会、深圳证券交易所等监管机构要求暂停发行、中止发行或暂缓上市的，本人承诺立即促使发行人执行相应的措施和预案。如果监管机构另有规定的，从其规定。

（2）如涉及向认购人返还其已缴纳款项及冻结资金利息的，本人将促使发行人履行相应的决策程序并按时足额返还款项。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人历次增资和股权转让的决策程序文件、相关协议、资金凭证、工商变更文件等资料；

2、访谈原广发互联网委派的代表，了解广发互联网投资发行人和退出投资的原因、背景、定价依据及合理性；

3、获取并查阅发行人可比公司年度报告、收购资产等公开文件资料，了解发行人所属行业常用的相关估值指标，并从公共信息平台（Wind 资讯）获取可比公司相关指标数据；

4、获取并查阅发行人应对发行失败的相关措施与预案及实际控制人就发行失败后的投资者保护作出的相应承诺。

（二）核查意见

经核查，本所律师认为：

1、发行人参考历次增资及股权转让对应的估值水平、同行业可比公司基本情况及行业平均动态市盈率等信息进行预计市值测算，并就相关重要参数进行敏感性分析，预计市值分析是合理、谨慎的；

2、发行人运用行业市盈率法、可比公司市盈率法、可比公司市销率法对公司预计估值情况进行了分析，预计市值测算过程客观，通过选取星徽股份、安克创新、晨北科技等三家上市公司作为参照能够较为合理反映行业估值水平。

第二题（《首轮问询函》“2．关于股东及股权变动”）

申报材料显示，2015 年 11 月 13 日，赛维时代增加注册资本 71.9539 万元，新增股本由嘉兴朴诚、坚果兄弟、光照投资、坚果互联、广发互联网、琢石投资 6 名新的非自然人股东认缴。2017 年 12 月，发行人股东鑫瑞集泰以 25 元/股的价格向公司增资 888 万股；2019 年 12 月，东证创新、福建赛道以 32.29 元/股的价格向发行人合计增资 154.8467 万股。2020 年 5 月，发行人原股东广发互联网将其持有的 349.5240 万股转让给沣源睿涛，目前，广发互联网已注销。

请发行人：（1）结合历史财务数据、业务开展情况以及股东基本情况，说明历次股权转让、增资的背景和原因，转让及增资价格的依据及合理性，股东资金来源及其合法性。（2）说明同一时期增资的股东相关价格是否存在差异，如是，请说明差异原因及合理性。（3）结合广发互联网的股东背景及股权结构，说明广发互联网向发行人增资的背景、转让后短时间内注销的原因及合理性。（4）补充披露东证创新的增资背景，东证创新向发行人增资是否符合《证券公司另类投资子公司管理规范》《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明：（1）对发行人股东持股真实性、是否存在委托持股情形采取的核查方法、获取的核查证据及核查结论。（2）发行人与其股东是否存在对赌协议或其他协议及利益安排，相关核查方法、核查证据及核查结论。（3）发行人法人股东穿透后的相关间接股东及出资人，与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员等是否存在亲属关系或其他关联关系，是否持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，是否控制与发行人主要客户、供应商存在资金往来的公司，相关核查方法、核查证据及核查结论。

【回复】

一、结合历史财务数据、业务开展情况以及股东基本情况，说明历次股权转让、增资的背景和原因，转让及增资价格的依据及合理性，股东资金来源及其合法性

根据发行人的工商资料、发行人股东增资及股权转让签署的协议及相关银行凭证、公司章程修正案、股东会决议、发行人历次股权变更涉及的相关审计报告

或财务报表、发行人股东签署的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，截至本补充法律意见书出具之日，发行人自设立至今的历次股权转让、增资的股东基本情况、增资的背景和原因、财务数据、转让及增资价格的依据、资金来源情况如下：

（见下页）

时间	基本情况	背景及原因	参考财务数据	业务发展阶段	定价依据	价格	资金来源
2015 年 8 月，赛维云商第一次股权转让	陈文平将其持有的赛维云商 50%的股权以 25 万元转让给君腾投资；陈文辉将其持有的赛维云商 30.5284%的股权以 15.2642 万元转让给君辉投资、将其持有的赛维云商 19.4716%的股权以 9.7358 万元转让给君腾投资	陈文平和陈文辉股权转让系股权结构内部调整，由直接持股变更为间接持股，同时，陈文平和陈文辉结合各自在赛维云商的工作及投入情况对持股比例进行调整	-	公司发展初期阶段	以注册资本为定价依据	以注册资本 50 万元为定价依据	自有资金
2015 年 9 月，赛维云商第二次股权转让及第一次增资	（1）君腾投资将其持有赛维云商 21.0674%的股权以 10.5337 万元转让给众腾投资；君辉投资将其持有的赛维云商 10.2360%的股权以 5.1180 万元转让给众腾投资；（2）赛维云商注册资本由 50 万元增加至 1,000 万元，由君腾投资、君辉投资、众腾投资分别按照其持股比例认缴出资	君腾投资和君辉投资转让股权给持股平台众腾投资：陈义杉等亲属通过众腾投资间接持股参与家族股权分配，同时陈文平好友刘建新、王耀武因看好跨境电商行业发展而间接持股；为增强公司经营能力，各股东同比例增资	-		股权转让以注册资本为定价依据；同比例增资不适用	股权转让按照赛维云商注册资本 50 万元为定价依据	自有资金
2015 年 11 月，赛维云商第二次增资	赛维云商注册资本由 1,000 万元增加至 1,071.9539 万元，由坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、广发互联网、广州琢石、光照投资	公司准备进行转型，需要增加投入，故引入投资人	-		综合参考公司所处行业发展前景、成长性、市销率等因素，并与投资人最终协商确定	按照赛维云商投后估值 18.22 亿元确定	自有资金或募集资金

时间	基本情况	背景及原因	参考财务数据	业务发展阶段	定价依据	价格	资金来源
	合计以 12,232 万元认购新增注册资本 71.9539 万元						
2016 年 6 月，赛维云商整体变更设立股份有限公司	赛维云商以截至 2015 年 12 月 31 日经审计的账面净资产 129,374,451.22 元中的 8,000 万元折合为股份有限公司，股本总额 8,000 万元，整体变更设立股份有限公司	公司拟筹划新三板挂牌，并改制为股份有限公司	-		不适用	不适用	赛维云商净资产折股
2017 年 12 月，赛维时代第一次增加股本	鑫瑞集泰以 22,200 万元认购 888 万股新增股份，赛维时代股份总数增至 8,888 万股	为增强公司整体经营能力，公司定向发行股票募集资金，用于补充公司流动资金	-	公司推行“品牌化”战略转型阶段	综合参考公司所处行业发展前景、成长性、市销率等因素，并与投资人最终协商确定	按照赛维时代投后估值 22.22 亿元确定	募集资金
2019 年 12 月，赛维时代第二次增加股本	东证创新以 2,000 万元认购发行人新增股份 619,387 股，福建赛道以 3,000 万元认购发行人新增股份 929,080 股，赛维时代股份总数由 8,888 万股增加至 90,428,467 股	投资人看好公司未来发展，对公司进行投资；为了充实公司资本、支持公司业务发展	参考赛维时代 2018 年度的营业总收入 224,513.92 万元，净利润 -663.30 万元	公司快速发展阶段		按照赛维时代投后估值 29.2 亿元确定	自有资金
2019 年 12 月，赛维时代第三次增加股本	赛维时代股份总数由 90,428,467 股增加至 36,000 万股，系公司以资本公积转增股本	扩大股本	不适用		不适用	不适用	不适用
2020 年 5 月，赛维时代第一次股份转	广发互联网将其持有的赛维时代 3,495,240 股股份以 2,427.2345 万元转让给沣源睿涛	广发互联网内部按照相关规定对私募投资进行清理	参考赛维时代 2019 年度的营业总收入 287,877.51		综合考虑广发互联网入股成本价、前次增资价格、广发互联网的投资收益等多种因	按照赛维时代估值 25 亿元确定	募集资金

时间	基本情况	背景及原因	参考财务数据	业务发展阶段	定价依据	价格	资金来源
让			万元，净利润5,410.80万元		素以及投资者的投资意愿，由各方协商确定		
2020年9月，赛维时代第二次股份转让	沣源睿涛将其持有的赛维时代2,944,809股股份转让给沣源启程、550,431股股份转让给沣源启航	沣源启程、沣源启航及沣源睿涛为股东内部的股权转让	不适用		不适用	本次股权转让不涉及股权转让对价	不适用

经核查，本所认为，发行人历次股权转让及增资价格因发展阶段和背景的不同而有所差异，股权转让及增资价格具备合理性。发行人股东出资的资金来源为自有资金或募集资金，资金来源合法。

二、说明同一时期增资的股东相关价格是否存在差异，如是，请说明差异原因及合理性

根据发行人提供的历次增资涉及的工商资料、增资协议、投资协议、公司章程修正案、相关股东会决议、相关银行凭证、发行人出具的相关说明以及本所律师取得的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，除下述两种情形之外，发行人同一时期的增资价格不存在重大差异。同一时期增资的股东相关价格存在差异的情形如下：

（一）2015 年 9 月赛维云商第二次股权转让及第一次增资的价格与 2015 年 11 月赛维云商第二次增资的价格因事由不同而存在差异，具有合理性

根据《深圳市赛维云商科技有限公司章程修正案》《深圳市赛维云商科技有限公司股东会决议》、工商变更（备案）通知书、中国银行客户贷记回单等资料，2015 年 9 月，君腾投资和君辉投资转让股权给持股平台众腾投资，陈义杉等亲属通过众腾投资参与家族股权分配，同时陈文平好友刘建新、王耀武因看好跨境电商行业发展而通过众腾投资参与间接持股，因此未进行资产评估，故均以 1 元/注册资本进行增资，定价依据是公司的注册资本。2015 年 11 月赛维云商第二次增资系公司准备进行转型而需要增加投入，故引入外部投资人坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚等，各方同意参考赛维云商投后估值 18.22 亿元进行定价。

根据发行人出具的说明，该等财务投资人坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚等的增资价格为其基于对赛维云商的尽职调查结果，从估值、未来盈利能力等角度考虑所作出的商业判断及与赛维云商、其股东君腾投资、君辉投资、众腾投资共同协商的结果，各方就此签署投资协议。而 2015 年 9 月，君腾投资、君辉投资、众腾投资的增资主要是实际控制人亲属参与家族股权分配及实际控制人好友投资。坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚等增资价格显著高于君腾投资、君辉投资、众腾投资是赛维云商及当时新老股东对其股权安排的共同意思表示，已于 2015 年 11 月 13 日经赛维云商股东会全体股东审议同意并于 2015 年 11 月 13 日办理

完毕工商变更登记。综上所述，2015 年 9 月发行人股权调整及转让与 2015 年 11 月外部投资人增资因事由不同，价格存在差异，且该等情形均为包括坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、广发互联网、广州琢石、光照投资在内的赛维云商全体股东的真实意思表示，相关增资款项缴纳、验资及工商变更登记程序均已履行完毕，因此两次增资价格差异具有合理性。

（二）2019 年 12 月赛维时代第二次增加股本与 2020 年 5 月股份公司第一次股份转让的价格因背景不同存在差异，具有合理性

2019 年 12 月，东证创新以 2,000 万元认购发行人新增股份 619,387 股，福建赛道以 3,000 万元认购发行人新增股份 929,080 股。该次增资系引入外部投资人及实际控制人参与增资充实发行人资本，各方同意参考发行人投后估值 29.2 亿元进行定价。

2020 年 5 月，广发互联网将其持有的发行人 3,495,240 股股份按照发行人估值 25 亿的价格转让给沣源睿涛，合计转让价格为 2,427.2345 万元。

根据 2016 年 12 月中国证券业协会发布的《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十二条的规定，“私募基金子公司下设的基金管理机构只能管理与本机构设立目的一致的私募股权基金，各下设基金管理机构的业务范围应当清晰明确，不得交叉重复。”根据本所律师访谈广发乾和相关人员，广发乾和作为广发证券旗下另类投资子公司按照相关规定及监管要求进行旗下基金的清理，由于其旗下广发互联网于中国证券投资基金业协会登记的机构类型为“私募股权、创业投资基金管理人”，与广发证券旗下其他基金管理公司（广发信德）登记的机构类型存在交叉重复的情形，不符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十二条之规定，需要办理注销。根据广发互联网出具的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，因时间较紧，广发互联网响应监管要求急于办理注销，经广发互联网与沣源睿涛协商后转让对价为 2,427.2345 万元，因此，本次股权转让价格与东证创新等增资价格存在差异具有合理性。

三、结合广发互联网的股东背景及股权结构，说明广发互联网向发行人增资的背景、转让后短时间内注销的原因及合理性。

（一）广发互联网增资的背景

根据广发互联网提供的私募基金备案证明文件，并经本所律师登录中国证券投资基金业协会网站（http://gs.amac.org.cn）查询，广发互联网已于 2015 年 11 月 4 日办理私募基金备案（编号为 S82225），广发互联网之基金管理人珠海广发朗姿互联网时尚产业基金投资管理有限公司已于 2015 年 7 月 16 日办理私募基金管理人登记（登记编号为 P1017981）。

经本所律师查询国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）网站信息，广发互联网已于 2020 年 12 月 3 日注销，截至其注销之日，广发互联网的基本情况如下：

名称	珠海广发互联网时尚产业基金（有限合伙）
类型	有限合伙企业
成立日期	2015 年 9 月 21 日
合伙期限	自 2015 年 9 月 21 日至 2021 年 9 月 21 日
统一社会信用代码	91440400MA4UHDE92M
主要经营场所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-6637（集中办公区）
执行事务合伙人	珠海广发朗姿互联网时尚产业基金投资管理有限公司
经营范围	协议记载的经营范围：项目投资。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
企业状态	已于 2020 年 12 月 3 日注销

截至广发互联网注销之日，其股东背景及股权结构出资结构如下：

序号	合伙人名称	出资额（万元）	出资比例
1	广发乾和投资有限公司	1,418.40	23.64%
2	朗姿股份有限公司	1,418.40	23.64%
3	李茂红	1,415.40	23.59%
4	横琴金融投资集团有限公司	1,165.20	19.42%
5	张艳	291.00	4.85%
6	珠海广发朗姿互联网时尚产业基金投资管理有限公司	175.20	2.92%
7	何伶俐	116.40	1.94%
合计		**6,000.00**	**100.00%**

根据本所律师访谈广发乾和相关人员，广发互联网于 2015 年 11 月对赛维云商增资的原因系看好行业发展。除广发互联网外，赛维云商因对外融资、资源整合等需要，在 2015 年 11 月，还引入了坚果互联、坚果兄弟、嘉兴朴诚、广州琢石、光照投资作为新股东。

（二）广发互联网退出和注销

根据广发互联网与沣源睿涛签署的股份转让协议，广发互联网以每股 6.9444 元的价格向沣源睿涛转让其持有的发行人全部股份共计 3,495,240 股，转让对价共计 2,427.2345 万元。

根据《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十二条的规定，“私募基金子公司下设的基金管理机构只能管理与本机构设立目的一致的私募股权基金，各下设基金管理机构的业务范围应当清晰明确，不得交叉重复。”广发乾和作为广发证券旗下另类投资子公司按照相关规定及监管要求进行旗下基金的清理，由于其旗下广发互联网于中国证券投资基金业协会登记的机构类型为“私募股权、创业投资基金管理人”，与广发证券旗下其他基金管理公司（广发信德）登记的机构类型存在交叉重复的情形，不符合《证券公司私募投资基金子公司管理规范》第十二条之规定，需要办理注销。因此广发互联网将其持有的股权转让至沣源睿涛，依据双方签署的《股份转让协议》，广发互联网以每股 6.9444 元的价格向沣源睿涛转让其持有的发行人全部股份共计 3,495,240 股，转让对价共计 2,427.2345 万元。

综上，本所认为，广发互联网对发行人增资及对外转让发行人股权后短时间内注销均具有合理性。

四、补充披露东证创新的增资背景，东证创新向发行人增资是否符合《证券公司另类投资子公司管理规范》《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定

（一）东证创新增资的背景

根据东证创新签署的投资协议以及东证创新出具的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，东证创新作为东方证券的另类投资子公司，2019 年 12 月增资系看好公司与整个行业的发展前景。除东证创新外，本次发行人因对外融资、

资源整合等需要，同时还引入了实际控制人控制的福建赛道作为新股东，充实发行人资本，增资价格均为 32.29 元/股。

（二）是否符合相关规定

1、东证创新向公司增资符合《证券公司另类投资子公司管理规范》

《证券公司另类投资子公司管理规范》第十七条规定：“证券公司担任拟上市企业首次公开发行股票的辅导机构、财务顾问、保荐机构、主承销商或担任拟挂牌企业股票挂牌并公开转让的主办券商的，应当按照签订有关协议或者实质开展相关业务两个时点孰早的原则，在该时点后另类子公司不得对该企业进行投资。”

根据《东方证券承销保荐有限公司关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐工作报告》、发行人出具的说明并经查阅上述人员提供的相关资料等，东证创新于 2019 年 12 月以增资方式入股发行人时，保荐机构尚未担任发行人的辅导机构、财务顾问、保荐机构或者主承销商，亦未实质开展相关业务，东证创新入股发行人符合《证券公司另类投资子公司管理规范》的相关规定。

2、东证创新向公司增资符合《证券发行上市保荐业务管理办法》

《证券发行上市保荐业务管理办法》第四十二条规定：“保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人股份的，或者发行人持有、控制保荐机构股份的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，应当进行利益冲突审查，出具合规审核意见，并按规定充分披露。通过披露仍不能消除影响的，保荐机构应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构”。

根据中国证监会 2020 年 7 月 31 日公布的《监管规则适用指引——机构类第 1 号》中关于联合保荐的相关指引，“综合考虑市场发展情况和注册制推进安排，发行人拟在主板、中小板、创业板、科创板公开发行并上市的，《保荐办法》第四十二条所指“通过披露仍不能消除影响”暂按以下标准掌握：即保荐机构及其控股股东、实际控制人、重要关联方持有发行人股份合计超过 7%，或者发行人持有、控制保荐机构股份超过 7%的，保荐机构在推荐发行人证券发行上市时，

应联合 1 家无关联保荐机构共同履行保荐职责，且该无关联保荐机构为第一保荐机构。”

东方证券承销保荐有限公司作为发行人的保荐机构，在发行保荐书、上市保荐书和保荐工作报告中对东证创新持有发行人 0.6849%股份的情况均进行了合规披露，且东方证券承销保荐有限公司合规部门已对保荐机构独立性发表审核意见，因此该投资不影响保荐机构勤勉履职及保荐业务的独立性。

综上所述，本所认为，东证创新向发行人增资符合《证券公司另类投资子公司管理规范》《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关监管要求，对保荐机构勤勉履职及保荐业务独立性不存在重大不利影响。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、对发行人股东持股真实性、是否存在委托持股情形采取的核查方法、获取的核查证据及核查结论

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人历次股权变更的工商资料、相关股东会决议、发行人股东的出资凭证、股权转让凭证、出资协议、股权转让协议；

2、获取并查阅发行人股东签署的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，确认其所持股份均属于其本人/本机构所有；

3、获取并查阅发行人直接股东签署的《股东信息确认函》，确认其上级各层股东持股真实，不存在委托持股、信托持股等情形；

4、获取并查阅《赛维时代科技股份有限公司控股股东及其一致行动人关于股份权属、股份锁定、减持意向及股份减持的承诺函》，确认实际控制人及其一致行动人的持股真实性；

5、对发行人的实际控制人及直系亲属、董事（不包含外部董事、独立董事）、监事、高级管理人员报告期内的银行流水进行了核查；

6、对公司直接股东的最终出资情况进行了网络核查，核实公司直接股东的基本情况、相关间接股东及出资人情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为，持有发行人股份的股东均系其真实持有，不存在为他人代持发行人股份的情形。

六、发行人与其股东是否存在对赌协议或其他协议及利益安排，相关核查方法、核查证据及核查结论

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅并取得发行人及相关股东与各投资人股东签署的相关投资协议（包括但不限于增资协议、股份转让协议等）及补充协议、发行人股东的出资凭证、股权转让凭证、各相关方签署的终止协议等资料；

2、就是否存在对赌协议或其他协议及利益安排事项取得发行人股东出具的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》；

3、查阅发行人新三板挂牌期间的相关公告文件。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、嘉兴朴诚、坚果兄弟、光照投资、坚果互联、广发互联网、广州琢石曾经与发行人签署含有对赌条款的投资协议，相关条款已于发行人在新三板系统挂牌时由各相关方予以终止；

2、截至 2021 年 6 月 21 日，沣源启航、沣源启程与发行人及相关股东签署含有对赌条款的补充协议，截至本补充法律意见书出具日，相关条款已中止执行并将在发行人通过证券发行监管部门上市审核通过后完全终止；

3、截至 2021 年 6 月 21 日，东证创新与发行人及相关股东签署含有对赌条款的投资协议，截至本补充法律意见书出具日，相关条款已中止执行并将在发行人通过证券发行监管部门上市审核通过后完全终止。

七、发行人法人股东穿透后的相关间接股东及出资人，与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员等是否存在亲属关系或其他关联关系，是否持股或控制与发行人从事相同业务或业务往来的公司，是否控制与发行人主要客户、供应商存在资金往来的公司，相关核查方法、核查证据及核查结论

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人相关股东的公司章程或合伙协议；

2、获取并查阅《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》；

3、获取并查阅发行人股东出具的《股东信息确认函》；

4、登录国家信用信息公示系统、企查查网站对发行人股东及其间接股东或出资人进行穿透核查；

5、获取并查阅发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员出具的《董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查问卷》；

6、对发行人的主要供应商进行实地走访；

7、对重要客户和供应商进行网络核查；

8、获取并查阅无法网络核查的海外供应商出具的无关联关系确认函；

9、获取并查阅发行人实际控制人及董事（不包含外部董事、独立董事）、监事及高级管理人员的银行流水。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

根据发行人股东提供的公司章程、合伙协议、《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》、发行人穿透后的相关三层以内股东出具的《股东信息确认函》，发行人董事、监事、高级管理人员、其他核心人员出具的《董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查问卷》，发行人主要客户与供应商的访谈问卷，并经中介机构的网络核查，除本补充法律意见书第三部分之“第三题”之“一、（一）

发行人股东、间接股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系是否进行了充分、完整的信息披露”相关内容以及《招股说明书（申报稿）》已披露的内容外，发行人直接股东及其穿透后的两层以内相关股东确认，直接或间接持有发行人股东权益的主体与赛维时代“实际控制人、董事、监事、高级管理人员、其他核心人员不存在亲属关系、关联关系”；“不存在持股或控制与赛维时代从事相同业务或业务往来的公司的情形”；“不存在控制与赛维时代主要客户、供应商存在资金往来的公司的情形”。

八、核查程序和核查意见

本题“一”至“四”的核查程序及核查意见如下：

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人历次股权变更的工商资料、相关股东会决议、发行人及相关股东与各投资人股东签署的相关投资协议（包括但不限于增资协议、股份转让协议等）及补充协议、股东的出资凭证、股权转让凭证；

2、获取并查阅发行人股东签署的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》；

3、访谈广发互联网，就股权变动事项与其进行确认；

4、查阅《证券公司另类投资子公司管理规范》《证券发行上市保荐业务管理办法》《监管规则适用指引——机构类第 1 号》等相关规定。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人历次股权转让及增资价格因发展阶段和背景的不同而有所差异，股权转让及增资价格具备合理性，发行人股东出资的资金来源为自有资金或募集资金，资金来源合法；

2、2015 年 9 月赛维云商第二次股权转让及第一次增资的价格与 2015 年 11 月赛维云商第二次增资的价格因事由不同而存在差异；2019 年 12 月赛维时代第二次增加股本与 2020 年 5 月赛维时代第一次股份转让的价格因背景不同存在差

异。以上两种情形均具有合理性，除此之外，发行人同一时期的增资价格不存在重大差异；

3、广发互联网对外转让后短时间内注销均具有合理性；

4、东证创新向公司增资符合《证券公司另类投资子公司管理规范》《证券发行上市保荐业务管理办法》《监管规则适用指引——机构类第 1 号》等相关规定。

第三题（《首轮问询函》“3．关于控股股东及持股平台”）

申报材料显示：（1）发行人直接及间接股东中，众腾投资、赛屹科技、南平赛合、福建赛道、君辉投资均为持股平台。其中，赛屹科技、南平赛合通过众腾投资间接持有发行人股份，福建赛道系发行人控制的企业。

（2）陈文平通过与君辉投资股东陈文辉签署一致行动协议，以君腾投资、福建赛道和君辉投资合计控制发行人 57.7225%的股份。陈文平系众腾投资的第一大股东，持股比例 52.50%。

请发行人：

（1）自查并说明对发行人股东、间接股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系是否进行了充分、完整的信息披露，并在招股说明书“第五节 发行人基本情况”中对发行人股东中的亲属关系进行补充披露。

（2）对发行人股权及组织架构中控股股东及其近亲属的持股、任职情况进行梳理，并结合相关事实说明发行人是否存在股权较为集中、主要岗位由家族成员任职导致的公司治理等方面的风险，如是，请在招股说明书中补充揭示相关风险。

（3）补充披露众腾投资中除赛屹科技、南平赛合外，其他有限合伙人的背景，通过众腾投资间接持有发行人股份的原因，与实际控制人陈文平及其家族成员的关系。

（4）结合众腾投资的合伙协议内容、普通合伙人与有限合伙人之间关于合伙协议事务执行的相关安排，补充披露未将陈文平认定为众腾投资的控制人合并计算权益的原因及合理性。

（5）补充披露南平赛合中是否存在离职员工，如是，请披露人员离职后的股份处理情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并：

（1）说明众腾投资是否陈文平实际控制的企业，如将众腾投资认定为陈文平控制的企业，对发行人实际控制人权益份额的计算、本次发行后社会公众股数量及发行风险等的影响，发行人对控股股东、实际控制人相关权益的认定是

否真实、准确、完整，依据是否充分、合理。

（2）根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 项的要求，说明南平赛合是否符合员工持股计划的相关要求，并根据上述规定对员工持股计划的设立背景、具体人员构成、价格公允性、章程或协议约定情况、减持承诺情况、规范运行情况及备案情况进行充分核查，并就员工持股计划实施是否合法合规，是否存在损害发行人利益的情形发表明确意见。

【回复】

一、自查并说明对发行人股东、间接股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系是否进行了充分、完整的信息披露，并在招股说明书“第五节 发行人基本情况”中对发行人股东中的亲属关系进行补充披露。

（一）发行人股东、间接股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系是否进行了充分、完整的信息披露

发行人的直接股东均为非自然人股东，公司的间接股东较多，具体情况已在《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司股东信息披露的专项核查意见》列明。

根据相关间接股东填写的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》、相关间接股东的《劳动合同》、发行人相关工商资料和发行人出具的说明，公司股东、间接股东与董事、监事、高级管理人员之间存在的亲属关系（包括近亲属及其他亲属）及相关持股、任职情况如下：

序号	股东姓名	亲属关系	持股方式	持股比例	公司职务
1	陈文平	-	君腾投资、众腾投资、福建赛道	54.53%	董事长兼总经理
2	陈文辉	陈文平之胞兄	君辉投资	16.58%	董事
3	陈晓兰	陈文平之表妹	众腾投资	2.15%	董事
4	陈燕云	陈文平之表妹	众腾投资	0.77%	自营网站销售中心总监
5	陈晓明	陈文平之堂弟	众腾投资	0.34%	资金部主管
6	王绪成	陈文平之表哥	众腾投资	0.56%	董事兼副总经理
7	陈义杉	陈文平之姐夫	众腾投资	2.22%	财务中心总监助理
8	祝婷	陈文平之表妹	众腾投资	2.69%	-

序号	股东姓名	亲属关系	持股方式	持股比例	公司职务
9	王园园	陈文平之配偶	福建赛道	0.01%	-
10	陈邻香	陈文辉之配偶	君辉投资	0.17%	-
11	李美琴	陈晓明之配偶	众腾投资	0.11%	亚马逊销售中心总监

注：持股比例为该自然人持有发行人直接股东的权益比例乘以直接股东持有发行人股份的比例。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、对发行人股权及组织架构中控股股东及其近亲属的持股、任职情况进行梳理，并结合相关事实说明发行人是否存在股权较为集中、主要岗位由家族成员任职导致的公司治理等方面的风险，如是，请在招股说明书中补充揭示相关风险。

（一）发行人股权及组织架构中控股股东及其近亲属的持股、任职情况

根据相关间接股东填写的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》、相关间接股东的《劳动合同》、发行人相关工商资料和发行人出具的说明，本次发行前，公司实际控制人及其家族成员在公司的持股、任职情况如下：

序号	股东姓名	亲属关系	持股方式	持股比例	公司职务
1	陈文平	-	君腾投资、众腾投资、福建赛道	54.53%	董事长兼总经理
2	陈文辉	陈文平之胞兄	君辉投资	16.58%	董事
3	陈晓兰	陈文平之表妹	众腾投资	2.15%	董事
4	陈燕云	陈文平之表妹	众腾投资	0.77%	自营网站销售中心总监
5	陈晓明	陈文平之堂弟	众腾投资	0.34%	资金部主管
6	王绪成	陈文平之表哥	众腾投资	0.56%	董事兼副总经理
7	陈义杉	陈文平之姐夫	众腾投资	2.22%	财务中心总监助理
8	祝婷	陈文平之表妹	众腾投资	2.69%	-
9	王园园	陈文平之配偶	福建赛道	0.01%	-
10	陈邻香	陈文辉之配偶	君辉投资	0.17%	-
11	李美琴	陈晓明之配偶	众腾投资	0.11%	亚马逊销售中心总监

注：持股比例为该自然人持有发行人直接股东的权益比例乘以直接股东持有发行人股份的比

例。

（二）发行人是否存在股权较为集中、主要岗位由家族成员任职导致的公司治理等方面的风险

发行人实际控制人陈文平及其家族成员合计持股比例为 80.13%，持股比例较为集中；发行人董事会成员共 11 名，其中实际控制人家族成员共 4 名，另有部分家族成员在销售、财务等经营主要岗位任职；发行人通过引入外部投资者、建立健全各项内控制度来改善公司治理结构，但家族成员持有股权的比例较高在一定程度上削弱了中小股东对公司决策的影响能力，可能会给发行人带来不当控制而削弱中小股东决策影响力的风险。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充披露众腾投资中除赛屹科技、南平赛合外，其他有限合伙人的背景，通过众腾投资间接持有发行人股份的原因，与实际控制人陈文平及其家族成员的关系。

（一）众腾投资中除赛屹科技、南平赛合外，其他有限合伙人的背景，通过众腾投资间接持有发行人股份的原因，与实际控制人陈文平及其家族成员的关系

根据众腾投资的合伙协议、发行人出具的说明并经本所律师访谈众腾投资出资人，众腾投资中除赛屹科技、南平赛合外，其他有限合伙人背景及持有发行人股份原因、与实际控制人陈文平及其家族成员的关系情况如下：

序号	合伙人姓名	职位	持股背景和原因	与陈文平及其家族成员的关系
1	陈文平	董事长兼总经理	-	-
2	祝婷	-	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之表妹
3	陈义杉	-	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之姐夫
4	陈晓兰	董事	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之表妹
5	刘建新	-	系实际控制人的多年好友，有投资需求且看好跨境电商行业的发展前景，因参与	无亲属关系

序号	合伙人姓名	职位	持股背景和原因	与陈文平及其家族成员的关系
			投资持有股权	
6	王耀武	-	系实际控制人的前同事、多年好友，有投资需求且看好跨境电商行业的发展前景，因参与投资持有股权	无亲属关系
7	陈燕云	自营网站销售中心总监	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之表妹
8	王绪成	董事兼副总经理	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之表哥
9	陈晓明	资金部主管	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈文平之堂弟
10	李美琴	亚马逊销售中心总监	系实际控制人的亲属，因家族财富分配持有股权	陈晓明之配偶

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、结合众腾投资的合伙协议内容、普通合伙人与有限合伙人之间关于合伙协议事务执行的相关安排，补充披露未将陈文平认定为众腾投资的控制人合并计算权益的原因及合理性。

（一）众腾投资的合伙协议内容、普通合伙人与有限合伙人之间关于合伙协议事务执行的相关安排

《深圳市众腾投资企业（有限合伙）合伙协议》（以下简称《众腾投资合伙协议》）中关于普通合伙人与有限合伙人之间关于合伙协议事务执行的相关安排的约定内容如下：

第十四条：“经全体合伙人同意，委托 1 个合伙人对外代表合伙企业，执行合伙事务。作为合伙人的法人、其他组织执行合伙事务的，由其委派的代表执行。其他合伙人不再执行合伙事务。”

第十七条：“合伙人对合伙企业有关事项作出决议，实行合伙人一人一票并经全体合伙人过半数通过的表决办法。”

第十八条：“合伙企业的下列事项应当经全体合伙人一致同意：（一）改变合伙企业的名称；（二）改变合伙企业的经营范围、主要经营场所的地；（三）处分合伙企业的不动产；（四）转让或者处分合伙企业的知识产权和其他财产权利；

（五）以合伙企业名义为他人提供担保；（六）聘任合伙人以外的人担任合伙企业的经营管理人员。”

（二）未将陈文平认定为众腾投资的控制人合并计算权益的原因及合理性

根据发行人工商资料并经本所律师审阅《众腾投资合伙协议》，陈文平系众腾投资的有限合伙人，目前持有众腾投资的出资份额比例为 52.5021%。依据《众腾投资合伙协议》的约定，合伙企业有关事项的决议实行合伙人一人一票并经全体合伙人过半数通过的表决办法；其中重要事项的决议需要全体合伙人一致同意，故陈文平一人无法决定众腾投资的合伙人会议决议。另外，根据《众腾投资合伙协议》的约定，众腾投资由执行事务合伙人执行合伙事务，有限合伙人不再对外执行合伙事务。

综上，本所认为，陈文平无法控制众腾投资的合伙人会议决定，且对外不执行合伙企业事务，所以陈文平并非众腾投资的实际控制人，未将陈文平认定为众腾投资的实际控制人符合《众腾投资合伙协议》的约定，具有合理性。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、补充披露南平赛合中是否存在离职员工，如是，请披露人员离职后的股份处理情况。

（一）南平赛合中是否存在离职员工

根据发行人提供的在职员工花名册、南平赛合出资人提供的《赛维时代之尽职调查访谈记录》、发行人出具的说明，并经本所律师核查相关人员社会保险缴纳记录，截至本补充法律意见书出具日，南平赛合的出资人中不存在离职人员。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、请保荐人、发行人律师发表明确意见并说明：众腾投资是否陈文平实际控制的企业，如将众腾投资认定为陈文平控制的企业，对发行人实际控制人权益份额的计算、本次发行后社会公众股数量及发行风险等的影响，发行人对控股股东、实际控制人相关权益的认定是否真实、准确、完整，依据是否充分、合理。

如本题“四”所述，《众腾投资合伙协议》是众腾投资各个合伙人根据《中华人民共和国合伙企业法》的规定作出的自主意思表示，而根据《众腾投资合伙协议》的相关约定，陈文平不能实际控制众腾投资合伙人会议，且作为有限合伙人，其亦不能执行合伙事务，因此众腾投资并非陈文平实际控制的企业，众腾投资持有的发行人股份未作为实际控制人权益份额进行合并计算的依据是充分合理的。

根据发行人提供的股东名册、发行人股东出具的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）信息，未将众腾投资认定为陈文平控制的企业的情况下，在本次发行前，发行人实际控制人陈文平通过君腾投资、福建赛道和君辉投资合计控制发行人 57.7225%的股份，在本次发行后，其通过君腾投资、福建赛道和君辉投资合计控制发行人 51.94%的股份；如将众腾投资认定为陈文平控制的企业的情况下，发行人实际控制人陈文平通过君腾投资、福建赛道、君辉投资和众腾投资合计控制发行人 83.557%的股份，在本次发行后，其通过君腾投资、福建赛道、君辉投资和众腾投资合计控制发行人 75.1825%的股份。

发行人本次发行拟公开发行新股 4,010 万股，占发行人本次发行后总股本比例为 10.0225%，即使将众腾投资认定为陈文平控制的企业，在本次发行完成后，社会公众股东持有的发行人股份比例高于 10%，不会导致发行人在新股发行结束后不符合上市条件的情形发生。

综上，本所认为，发行人对控股股东、实际控制人的相关权益的认定真实、准确、完整，依据充分、合理。

七、请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明：根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 项的要求，说明南平赛合是否符合员工持股计划的相关要求，并根据上述规定对员工持股计划的设立背景、具体人员构成、价格公允性、章程或协议约定情况、减持承诺情况、规范运行情况及备案情况进行充分核查，并就员工持股计划实施是否合法合规，是否存在损害发行人利益的情形发表明确意见。

（一）南平赛合是否符合员工持股计划的相关要求

1、发行人设立南平赛合履行了相应的决策程序，并遵循公司决定、员工自愿参加的原则

《赛维时代科技股份有限公司章程》第三十二条规定：“股东大会是公司的权力机构，依法行使下列职权：……（十六）审议股权激励计划。”；第五十四条约定：“下列事项由股东大会以特别决议通过：……（六）股权激励计划。”；第五十二条约定：“股东大会决议分为普通决议和特别决议。股东大会作出普通决议，必须经出席会议的股东所持表决权过半数通过。股东大会作出特别决议，必须经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。”

2019 年 12 月 3 日，发行人召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于深圳市赛维电商股份有限公司<员工股权激励方案>的议案》，同意赛益投资将持有的众腾投资 6.4969%的合伙份额转让给南平赛合，激励对象通过持有南平赛合的合伙份额，间接享有发行人权益。

根据《南平赛合企业管理合伙企业（有限合伙）合伙协议》（以下简称《南平赛合合伙协议》）并经本所律师访谈南平赛合全部出资人，南平赛合出资人认购南平赛合的出资额均系其本人自愿出资，并非以摊派、强行分配等方式强制实施员工持股计划。

综上，本所认为，赛维时代通过南平赛合实施员工持股计划，严格按照法律、法规、规章及规范性文件要求履行决策程序，并遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则。

2、南平赛合出资人与其他投资者权益平等，员工入股均以货币出资并已足额缴纳

根据《深圳市赛维电商股份有限公司员工股权激励方案》（以下简称《员工股权激励方案》）《南平赛合合伙协议》，南平赛合出资人作为员工激励对象，需要履行相应的禁售及转让限制等义务。除此之外，在发行人层面，南平赛合出资人通过南平赛合与公司其他投资人享有同等的股东权益。

根据南平赛合全部出资人缴纳出资款的凭证并经本所律师访谈该等出资人，截至本补充法律意见书出具之日，南平赛合全部出资人均以货币形式认缴出资，并已全部足额缴纳。

综上，本所认为，南平赛合出资人与其他投资者权益平等，盈亏自负，风险自担，并未侵害其他投资者合法权益。员工入股均以货币出资，并已按约定及时足额缴纳。

3、南平赛合就平台内部的流转、退出机制以及所持发行人股权的管理机制进行了明确约定

《南平赛合合伙协议》第五章“入伙、退伙与转让”对于合伙企业新合伙人入伙、合伙人退伙及除名、财产份额的转让和出质等事项进行了明确约定，其中，因离职、退休、死亡等原因离开公司的，其间接所持股份权益应当按照《南平赛合合伙协议》第十五条约定的方式处置。

综上，本所认为，赛维时代通过南平赛合实施员工持股计划，严格按照法律、法规、规章及规范性文件要求履行决策程序，并遵循公司自主决定、员工自愿参加的原则；南平赛合出资人作为员工激励对象，需要履行相应的禁售及转让限制等义务，除此之外，在发行人层面，南平赛合出资人通过南平赛合与公司其他投资人享有同等的股东权益；员工入股均以货币出资，并已按约定及时足额缴纳；南平赛合就平台内部的流转、退出机制以及所持发行人股权的管理机制进行了明确约定，南平赛合符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 项对员工持股计划的相关要求。

（二）南平赛合的设立背景、具体人员构成、价格公允性、章程或协议约定情况、减持承诺情况、规范运行情况及备案情况

1、设立背景及具体人员构成

2019 年 11 月 6 日，发行人制定了《员工股权激励方案》，并由赛益投资将

持有的众腾投资 6.4969%的合伙份额转让给南平赛合，作为股权激励的来源，激励对象通过持有南平赛合的合伙份额，间接享有发行人权益。2019 年 11 月 11 日，福建省南平市延平区市场监督管理局核准设立南平赛合。

2019 年 12 月 3 日，发行人召开 2019 年第二次临时股东大会，审议通过了《关于深圳市赛维电商股份有限公司<员工股权激励方案>的议案》。

根据南平赛合的营业执照、工商资料及《南平赛合合伙协议》，并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询，截至本补充法律意见书出具之日，南平赛合的基本情况如下：

名称	南平赛合企业管理合伙企业（有限合伙）
类型	有限合伙企业
成立日期	2019 年 11 月 11 日
合伙期限	自 2019 年 11 月 11 日至无固定期限
统一社会信用代码	91350702MA33CH5M9G
主要经营场所	福建省南平市延平区光荣岭 6 号（3 层 301-196 室）
执行事务合伙人	林文佳
经营范围	一般项目：企业管理；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；人力资源服务（不含职业中介活动、劳务派遣服务）；软件开发；信息技术咨询服务；市场营销策划；股权投资（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
企业状态	存续

截至本补充法律意见书出具日，南平赛合的全体合伙人及其任职情况、出资情况如下：

序号	合伙人姓名	职务	认缴出资（万元）	出资比例（%）
1	林文佳	财务负责人	616.6380	40.6204
2	孙华军	综合平台销售中心总监	200.0000	13.1748
3	冯笑	自营网站销售中心总监	200.0000	13.1748
4	艾帆	董事会秘书	120.0000	7.9049
5	帅勇	副总经理	120.0000	7.9049
6	童文平	自营网站销售中心总监	75.0000	4.9405
7	陈前	智能制造中心总监	53.4520	3.5211
8	肖金华	电商运营技术中心总监	46.4800	3.0618
9	周聪	智能制造技术中心总监	46.4800	3.0618
10	欧越	电商运营技术中心副总监	40.0000	2.6350

序号	合伙人姓名	职务	认缴出资（万元）	出资比例（%）
合计		-	**1,518.0500**	**100.0000**

根据南平赛合工商资料及其出具的说明，南平赛合系发行人的员工持股平台，不存在以非公开方式向合格投资者募集资金的情形，不涉及由私募投资基金管理人管理并进行有关投资活动，或者受托管理任何私募投资基金的情形，除投资发行人外，未开展其他经营活动。本所认为，南平赛合不属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的私募投资基金或私募基金管理人，不需要按照《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》等相关法律法规履行登记或备案程序。

2、员工出资价格及公允性

根据《员工股权激励方案》，由赛益投资将持有的众腾投资 6.4969%的合伙份额以 1,518.05 万元价格转让给南平赛合，作为本次股权激励的来源；激励对象被分配的激励份额将一次性授予给激励对象，授予价格以公司净资产为基础，经各方协商后确定为 10 元/股，同时参考东证创新增资价格 32.29 元/股作为计算股份支付的公允价值，激励对象的资金来源均为激励对象自有资金。

3、协议的主要内容

根据《员工股权激励方案》，其主要内容如下：

（1）职务变更

禁售期内，激励对象职务发生变更或被公司委派到子/分公司任职，若仍符合《员工股权激励方案》规定的基本条件，则其已持有的激励份额及未来的考核安排不作变更，考核内容将视激励对象的岗位变更而调整。

激励对象如因职务变更不符合《员工股权激励方案》规定的基本条件，其应当将其持有的激励份额转让给持股平台执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转让价格为其取得激励份额的原始投资成本。

（2）辞退

A、因过错被辞退

禁售期内，因下列行为，损害公司的利益或声誉，而被公司或其子/分公司辞退的，其应当将其持有的合伙企业份额转让给执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转让价格为其取得合伙企业份额的原始投资成本：1）被依法追究刑事责任的；2）非法将公司或其子/分公司的财物占为己有；3）利用职务之便，收受他人回扣或接受其他形式的贿赂；4）泄露公司或其子/分公司的机密或商业秘密；5）因严重失职或滥用职权等行为损害公司或其子/分公司的利益或者声誉；6）因违反公司或其子/分公司的规章制度，或违反其与公司或其子/分公司订立的劳动合同；7）违反竞业禁止协议约定的（合伙人应当与公司或其子/分公司签订竞业禁止协议，无论出于任何原因终止劳动关系，各合伙人将受签订的竞业禁止协议的限制）；8）合伙人不能胜任工作，经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作的；9）因法律、法规规定的其他原因被公司或其子/分公司依法辞退。

B、非因过错被辞退

禁售期内，合伙人非因过错被公司辞退，如其被辞退后未自营或者同他人经营与公司相竞争的业务，其已持有的合伙企业份额不作变更，仍可按规定收益。如合伙人被辞退后要求转让、退还合伙企业份额，转让价格为取得该等合伙企业份额时的原始投资成本。

如合伙人因前述原因离职后自营或者同他人合作经营与公司或其关联方相竞争的业务，该合伙人应当通过转让合伙企业份额的方式退伙，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

（3）丧失劳动能力

禁售期内，如合伙人因工作原因丧失劳动能力的，其有权继续持有、转让或要求合伙企业退还其持有的合伙企业份额。如其要求转让、退还其持有的合伙企业份额，转让价格为取得该等合伙企业份额时的原始投资成本。

如合伙人因非工作原因丧失劳动能力，合伙人应当将其持有的合伙企业份额转让执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转让价格为合伙人取得合伙企业份额的原始投资成本，且尚未授予合伙人的合伙企业份额不再授予。

（4）退休

禁售期内，合伙人达到国家法定年龄退休且退休后不继续在公司任职的，如

其退休后未自营或者同他人经营与公司相竞争的业务，其已持有的合伙企业份额不作变更，仍可按规定收益。如合伙人退休后要求转让、退还合伙企业份额，转让价格为取得该等合伙企业份额时的原始投资成本。

如其退休后自营或者同他人合作经营与公司或其关联方相竞争的业务，该等合伙人应当通过转让合伙份额的方式退伙，转让价格为取得该等合伙企业份额时的原始投资成本。

（5）死亡

禁售期内，合伙人死亡的，合伙人的法定继承人应将其届时持有的合伙企业份额转让给执行事务合伙人或其指定的合伙人，转让价格为取得该等合伙企业份额时的原始投资成本。

4、减持承诺情况

根据《员工股权激励方案》的约定，南平赛合设置了禁售期，合伙人持有的合伙企业份额的禁售期为该合伙人首次获得合伙企业份额之日起三年内，除激励计划规定的特殊情形外，禁售期内合伙人不得转让、出售或以其他方式处置所持合伙企业的全部或部分份额；禁售期内合伙人不得对其所持有的合伙企业全部或部分财产份额设立任何的抵押、留置、质押等其他债务负担。

禁售期结束后，合伙人持有的合伙份额一次性解除转让限制。如果合伙人在公司担任董事、监事或高级管理人员等职务的，则该合伙人每年可转让的合伙企业的合伙份额，视同于其通过合伙企业间接持有的赛维电商股权可转让比例，应当遵守相关法律、法规以及监管机关的要求，并对其转让直接或间接持有的公司股权的相关事项进行承诺。

5、规范运作

《南平赛合合伙协议》对合伙企业的规范运作作出如下主要约定：

（1）有限合伙人不执行合伙事务，对外不具有代表权，有限合伙企业由普通合伙人执行合伙事务；

（2）经全体合伙人一致同意可以委托一个普通合伙人（也可以委托数个普通合伙人）对外代表合伙企业，执行合伙事务，委托期限为三年，其他合伙人不

再执行合伙事务；

（3）不执行合伙事务的合伙人有权监督执行事务合伙人执行合伙事务的情况。合伙人分别执行合伙事务的，执行事务合伙人可以对其他合伙人执行的事务提出异议。提出异议时，应当暂停该项事务的执行；

（4）执行事务合伙人应当定期向其他合伙人报告事务执行情况以及合伙企业的经营和财务状况，其执行合伙事务所产生的收益归合伙企业，所产生的费用和亏损由合伙企业承担；

（5）合伙人对合伙企业有关事项作出决议，按照实缴的出资比例表决，并经三分之二以上表决权通过。但对《合伙企业法》第三十一条所列的六种情形必须经全体合伙人一致同意；

（6）合伙企业的利润分配、亏损分担按出资比例进行分配分担。

6、备案情况

南平赛合不涉及由私募投资基金管理人管理并进行有关投资活动，其不属于《私募基金登记备案试行办法》《私募基金管理办法》规定的私募投资基金或私募基金管理人，不需要按照《私募基金登记备案试行办法》《私募基金管理办法》等相关法律法规履行登记或备案程序。

经核查，本所认为，南平赛合符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 项对员工持股计划的相关要求，员工持股计划实施合法合规，不存在损害公司利益的情形。

八、核查程序和核查意见

本题“一”至“五”的核查程序和核查意见如下：

（一）核查程序

针对上述事项，本所律师采取的主要核查程序如下：

1、取得发行人股东的《赛维时代科技股份有限公司股东调查问卷》；

2、取得发行人董事、监事、高级管理人员出具的《董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查问卷》；

3、对发行人股东进行穿透核查，并于国家企业信用信息公示系统等网站进行检索；

4、核查众腾投资和南平赛合的合伙协议；

5、访谈众腾投资和南平赛合的出资人；

6、取得发行人提供的在职员工花名册；

7、查阅《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 项的相关要求；

8、查阅《深圳市赛维电商股份有限公司员工股权激励方案》；

9、核查南平赛合全部出资人缴纳出资款的凭证。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人已对发行人股东、间接股东、董事、监事、高级管理人员之间的亲属关系已经进行了充分、完整的信息披露，并在《招股说明书（申报稿）》“第五节 发行人基本情况”中对发行人股东中的亲属关系进行补充披露；

2、经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中补充披露众腾投资中除赛屹科技、南平赛合外，其他有限合伙人的背景，通过众腾投资间接持有发行人股份的原因，与实际控制人陈文平及其家族成员的关系；

3、发行人存在股权较为集中、主要岗位由家族成员任职导致的公司治理等方面的风险，经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》补充揭示相关风险；

4、众腾投资非陈文平实际控制的企业，如将众腾投资认定为陈文平控制的企业，亦不会对本次发行后社会公众股数量及发行风险等造成不利影响；

5、南平赛合中不存在离职员工。

第四题（《首轮问询函》“4．关于子公司”）

申报材料显示，目前，发行人拥有 26 家主要子公司、1 家参股公司以及 2 家分公司。

请发行人：

（1）在招股说明书中详细、完整、以通俗易懂的语言或图表形式，补充披露各子公司的主要业务内容、定位及功能、主要产品情况、在业务体系中发挥的作用，并结合母公司、子公司的主要财务数据及业务内容，披露发行人是否为控股型公司。如是，请披露发行人如何保持对子公司的有效控制、母公司与子公司、各子公司之间的交易情况，转移定价价格是否公允，是否存在通过子公司之间交易定价规避税负等情形。

（2）补充披露设立重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞 3 家子公司开展平台店铺运营管理服务的背景、原因，上述 3 家子公司之间平台运营管理服务在对象、服务内容、功能及定位方面的相同点及差异。

（3）补充披露设立苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链、晒布信息、厦门赛维供应链、东莞赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络等 7 家子公司作为出口报关主体的原因，各子公司之间在出口报关业务环节的具体参与情境及业务内容差异，在相同地点同时设立两家出口报关子公司的原因。

（4）补充披露香港华成云商“内部结算服务”的具体涵义、具体业务环节及服务内容。

（5）对昆山运德、运德供应链服务、德国赛维等“尚无实际经营”的子公司经营计划进行补充披露，说明设立背景及原因、在发行人业务体系中（拟）发挥的作用。

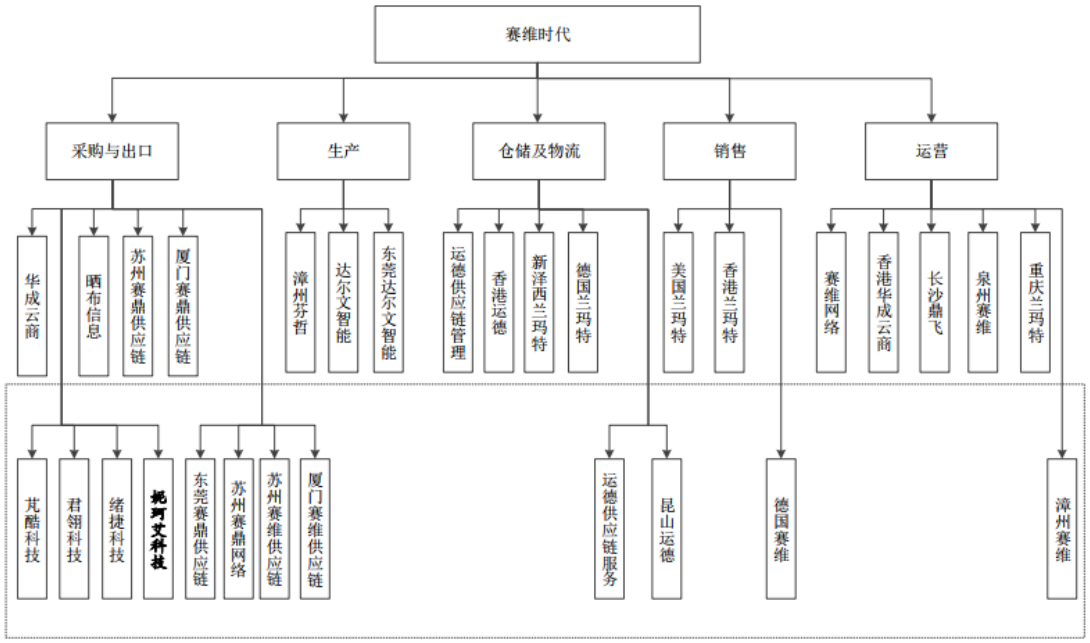
请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、在招股说明书中详细、完整、以通俗易懂的语言或图表形式，补充披露各子公司的主要业务内容、定位及功能、主要产品情况、在业务体系中发挥的作用，并结合母公司、子公司的主要财务数据及业务内容，披露发行人是否为控股型公司。如是，请披露发行人如何保持对子公司的有效控制、母公司与子公司、各子公司之间的交易情况，转移定价价格是否公允，是否存在通过子公司之间交易定价规避税负等情形。

（一）在招股说明书中详细、完整、以通俗易懂的语言或图表形式，补充披露各子公司的主要业务内容、定位及功能、主要产品情况、在业务体系中发挥的作用

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）网站信息、访谈发行人相关负责人员，发行人主要子公司按其职能与分工可分为采购与出口类主体、生产类主体、仓储及物流类主体、销售类主体、运营类主体五类。截至本补充法律意见书出具日，主要子公司按其职能与分工的组织架构如下图所示：



截至本补充法律意见书出具日，发行人及已开展运营的子公司其主要业务内容、定位及功能、主要产品或服务情况、业务体系中发挥的作用如下：

序号	定位	公司	业务内容、主要产品或服务	业务体系中发挥的作用

序号	定位	公司	业务内容、主要产品或服务	业务体系中发挥的作用
1	集团总部	赛维时代	综合运营管理服务、IT 技术研发服务	总部管理及 IT 服务
2	采购及出口	华成云商	采购商品后销售给香港兰玛特和美国兰玛特；提供供应商的开发和维护、采购的供应链管理服务	采购及供应链管理中心
3		深圳晒布	直邮模式下的采购及出口主体，可办理出口退税	直邮可退税业务
4		苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链	直邮模式下的采购及出口主体	直邮不可退税业务
5	生产	达尔文智能	服装设计、生产主体	服装生产供应链运营主体，包括服装设计和生产
6		漳州芬哲	提供生产、加工服务	服装生产、加工
7		东莞达尔文智能	提供生产、加工服务	服装生产、加工
8	仓储及物流	前海运德前海运德	主要为内外部客户提供跨境物流全链条服务	物流业务运营中心
9		香港运德	主要为内外部客户提供跨境物流全链条服务	物流业务运营中心
10		新泽西兰玛特	为美国兰玛特在美国地区提供仓储服务，用于提前储备商品	美国地区仓储中心
11		德国兰玛特	为香港兰玛特在欧洲地区提供物流服务	欧洲地区物流中心
12	销售	香港兰玛特	通过第三方电商平台店铺和自营网站销售商品予终端消费者，涵盖所有非美国自营仓库的商品销售	销售及核算主体
13		美国兰玛特	通过第三方电商平台店铺和自营网站销售商品予终端消费者，涵盖美国自营仓库的销售；为香港兰玛特提供物流服务	销售及核算主体 美国地区物流中心
14	运营	赛维网络	为香港兰玛特和美国兰玛特提供全链条运营服务	店铺运营管理及其他服务
15		香港华成云商	为香港兰玛特提供收款服务	内部结算主体
16		重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞	为香港兰玛特和美国兰玛特提供店铺运营管理服务	店铺运营管理

注 1：深圳晒布作为 9610 的出口主体，2020 年下半年开始运营，用于统一核算直邮可退税货品的出口；

注 2：苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链作为 9610 的出口主体，2020 年下半年开始运营，用于统一核算直邮不可退税货品的出口；

注 3：赛维网络于 2018 年曾作为海外仓模式下的采购主体，后该采购职能统一归属于华成云商。

（二）结合母公司、子公司的主要财务数据及业务内容，披露发行人是否为控股型公司

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，经过多年的发展，发行人母子公司之间、各子公司之间形成了满足业务发展需要的职能定位分工。

发行人母公司主要承担集团总部实体运营的角色，并为各子公司提供基于创新和发展需要的 IT 研发服务。根据《审计报告（更新后）》，母公司报告期的营业收入分别为 3,426.74 万元、3,701.43 万元、7,171.25 万元和 3,549.57 万元，主要收入来源为向子公司提供 IT 服务；报告期内的净利润分别为 441.63 万元、-1,267.85 万元、1,186.78 万元和 734.79 万元。

各子公司分别承担采购与出口、生产、仓储及物流、销售、运营等业务，发行人按职能定位分工、业务模式差异、核算的便利性对各子公司进行统筹管理。由于母公司并非只承担管理型费用支出的控股公司，因此发行人不是控股型公司。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、补充披露设立重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞 3 家子公司开展平台店铺运营管理服务的背景、原因，上述 3 家子公司之间平台运营管理服务在对象、服务内容、功能及定位方面的相同点及差异。

（一）重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞 3 家子公司开展平台店铺运营管理服务的背景、原因及其之间平台运营管理服务在对象、服务内容、功能及定位方面的相同点及差异

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人分别设立重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞 3 家子公司开展平台店铺运营管理服务，主要是出于综合考量子公司所在地政府对电商类企业的鼓励政策、外语毕业生源的充裕性及当地人力成本等因素。上述三家子公司的平台运营管理服务在对象、服务内容、功能及定位方面无差异，均是为香港兰玛特及美国兰玛特开展店铺运营服务。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充披露设立苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链、晒布信息、厦门赛维供应链、东莞赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络等 7 家子公司作为出口报关主体的原因，各子公司之间在出口报关业务环节的具体参与情境及业务内容差异，在相同地点同时设立两家出口报关子公司的原因。

（一）设立苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链、深圳晒布、厦门赛维供应链、东莞赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络等 7 家子公司作为出口报关主体的原因

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链、深圳晒布、厦门赛维供应链、东莞赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络等 7 家子公司为跨境贸易电子商务监管模式下（以下简称“9610 出口模式”）出口报关而预先设立的主体，其中深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链已开展业务，其他主体尚未开展，设立多家同类报关主体主要原因为核算准确性以及出关实践层面的便捷性。

对于已开展业务的深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链，根据能否取得有效进货凭证以及能否办理出口退税进行区分，可以分为两类：深圳晒布作为出口报关主体用于办理 9610 出口退税业务，通过深圳晒布出口的货物统一获得报关单，根据取得的有效进货凭证可申请办理出口退税；苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链作为出口报关主体用于办理 9610 出口不退税业务，未产生报关单，适用《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》中的特殊税务监管要求，通过上述主体出口的货物未取得有效进货凭证，享受增值税、消费税免税政策。

对于另外尚未开展业务的四家子公司苏州赛维供应链、厦门赛维供应链、苏州赛鼎网络、东莞赛鼎供应链，均为 2020 年 6 月底以后成立，成立的背景主要是发行人在 2020 年下半年开始尝试 9610 出口模式。发行人考虑到多个主体同时办理通关会更加便捷高效，因此成立了这四家公司。而后随着业务发展和运营能

力的提升，发行人的主要模式以海外仓发货为主，境内直邮类占比较小，因此该等子公司设立后一直未实际经营。

（二）各子公司之间在出口报关业务环节的具体参与情境及业务内容差异

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，截至本补充法律意见书出具日，开展经营业务的各子公司之间在出口报关业务环节的具体参与情境及业务内容差异如下：

公司名称	出口报关业务环节具体参与情境	业务内容差异
深圳晒布	直邮方式下，采购供应商货物后作为出口报关主体汇总申请退税	适用跨境贸易电子商务监管政策，可办理出口退税
苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链	同上，区别为采购时未取得增值税发票	享受增值税出口免税政策，不能办理出口退税

（三）在相同地点同时设立两家出口报关子公司的原因

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人在苏州同时设立苏州赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络三家出口报关主体，在厦门同时设立厦门赛鼎供应链、厦门赛维供应链两家出口报关主体，均用于9610出口报关模式。

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，9610 出口模式有两个特点：一是各地政府招商部门在进行对接时，均要求在当地注册公司开展9610出口报关业务，不支持异地公司报关；二是9610出口模式实践中遇到诸多效率较低的情况，发行人为了避免旺季同行业订单业务量激增导致货物出口受阻、影响运输时效和客户体验的情况出现，需要提前储备相关主体。由于发行人在苏州和厦门推进 9610 出口模式相对顺利，因此在相同地点同时设立了两家出口报关子公司。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、补充披露香港华成云商“内部结算服务”的具体涵义、具体业务环节及服务内容。

（一）香港华成云商“内部结算服务”的具体涵义、具体业务环节及服务内容

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，出于独立核算不同团队销售回款的目的，发行人尝试通过香港华成云商代香港兰玛特收取部分销售回款，具体情况如下：

公司名称	内部结算服务具体涵义	业务环节	服务内容
香港华成云商	香港华成云商为香港兰玛特代收销售回款，并收取一定比例的服务费	销售回款环节	香港华成云商为香港兰玛特提供代收销售回款服务

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、对昆山运德、运德供应链服务、德国赛维等“尚无实际经营”的子公司经营计划进行补充披露，说明设立背景及原因、在发行人业务体系中（拟）发挥的作用。

（一）昆山运德、深圳运德、德国赛维等“尚无实际经营”的子公司经营计划，设立背景及原因、在发行人业务体系中（拟）发挥的作用

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，截至本补充法律意见书出具日，发行人设立的昆山运德、深圳运德、德国赛维等“尚无实际经营”的子公司共 12 家，其设立背景及原因、在发行人业务体系中（拟）发挥的作用如下：

序号	定位	公司名称	设立背景及原因	经营计划与作用
1	物流	昆山运德	因物流业务拓展需要而设立本地公司开展运营	拟在当地对外开展物流服务
2		深圳运德	因物流业务发展、未来进一步发展后方便独立核算	提供物流服务
3	销售	德国赛维	随着欧洲区域销售的增长而拟设立的销售主体，后因经营战略调整而计划注销	在注销中，因疫情尚未注销完毕

序号	定位	公司名称	设立背景及原因	经营计划与作用
4	9610 出口模式的采购及出口主体	东莞赛鼎供应链、苏州赛鼎网络、	为了开展 9610 出口模式而储备的子公司（办理出口退税）	跨境贸易电子商务出口可退税业务的储备主体
5		苏州赛维供应链、厦门赛维供应链	为了开展 9610 出口模式而储备的子公司（9610 办理出口不退税）	跨境贸易电子商务出口不退税业务的储备主体
6	一般贸易下的采购及出口主体	深圳市芃酷科技有限公司（以下简称芃酷科技）、深圳市君翎科技有限公司（以下简称君翎科技）、深圳市绪捷科技有限公司（以下简称绪捷科技）、深圳市妮珂艾科技有限公司（以下简称妮珂艾科技）	随着跨境电商行业和公司业务的快速增长，需对不同品类的产品按主体分类核算	同华成云商定位一致，拟计划用于不同事业部的采购及出口
7	运营	漳州赛维	综合业务发展和当地政策、人力资源等优势	为香港兰玛特和美国兰玛特提供店铺运营管理服务

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、与发行人管理层访谈确认公司与子公司之间的定位、职能划分；确认对新设立公司的背景、原因、拟在业务体系中发挥的作用等；了解重庆兰玛特、泉州赛维、长沙鼎飞 3 家子公司设立的背景、原因及差异情况；

2、与发行人管理层访谈了解苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链、深圳晒布、厦门赛维供应链、东莞赛鼎供应链、苏州赛维供应链、苏州赛鼎网络等 7 家子公司作为出口报关主体的主要背景，报关的主要流程及货物流转及单据流转情况，报告期内的差异及变化情况，对一般贸易和跨境贸易电子商务监管政策退税相关政策进行查阅分析；

3、查阅各公司的内部交易往来情况，分析各公司主要业务及其经营情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人母公司并非只承担管理型费用支出的控股公司，发行人不是控股型公司；发行人依据采购与出口、生产、仓储与物流、销售、运营等主要职能对各子公司的设立和职能定位进行合理分工；

2、发行人在相同地点同时设立两家出口报关子公司具有合理的商业理由；发行人已按照要求披露各子公司（含储备子公司）的业务内容、功能及定位。

第五题（《首轮问询函》“5．关于未实际经营的子公司”）

招股说明书显示：（1）发行人拥有 822 家子公司仅用于开立店铺、未实际经营。报告期内，发行人部分董事、监事、高级管理人员及其近亲属曾与发行人签订信息授权协议，将个人信息授权予发行人开立公司，并以该公司名义在第三方平台开立店铺。前述信息授权未约定交易对价。（2）发行人将前述仅用于开立店铺、未实际运营的子公司以 1 元的对价收进发行人体系内。（3）发行人未披露是否存在非关联方的第三方为发行人在平台开立店铺、由发行人实际掌控收支的情形。

请发行人：（1）补充披露 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台的注册及运营政策及限制，发行人在上述平台开立店铺的具体情况，包括店铺数量、开立主体、开立主体与发行人的关系、店铺名称、注册账号、店铺所属国家、网址链接，说明多账号开店是否符合 Amazon 等平台相关注册及运营规定、是否突破平台开店数量限制。

（2）结合 Amazon、Ebay 等平台的具体业务规则，补充披露发行人拥有 822 家用于开立店铺、未实际经营的子公司的背景、原因，上述情形是否在同行业公司中普遍存在，发行人是否为规避平台业务规则进行上述子公司的设立/注销工作，报告期各期末类似子公司的数量变化情况、境内及境外子公司的数量变化情况，子公司设立在境内/境外的依据及安排原因。

（3）补充披露报告期内以第三方名义（包括关联方及非关联方）开立店铺的数量、交易规模、第三方相关干系人基本情况、与公司是否均签署信息授权协议、发行人是否已将所有以第三方名义开立的店铺收进发行人体系内，是否仍存在发行人体外开立的且实际为发行人运营的店铺。

（4）补充披露对前述子公司的人员、业务、财产的具体安排，对收入、成本、费用核算的准确性，相关收入、成本、费用、税收情况等在发行人母公司、子公司财务报表中的具体体现，相关收入、成本、费用的完整性。

（5）补充披露是否存在通过设立子公司规避税负的情形。

（6）结合上述因素具体论述发行人大量用于开立店铺、未实际经营的子公司在设立、注销、外汇、税务、财务会计处理等方面的合规性，并结合实际情

况客观、准确地披露违反平台业务规则导致的店铺关闭风险及相关外汇、税收等方面的违法违规风险。

请保荐人、发行人律师、申报会计师就上述事项进行核查并审慎发表明确意见，说明就未实际经营的子公司及以第三方名义开立的、实际归属于发行人的子公司的范围、完整性所采取的核查程序、获取的核查证据、核查证据是否能够充分支持核查结论，对相关体外子公司的核查是否准确、完整。

【回复】

一、补充披露 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台的注册及运营政策及限制，发行人在上述平台开立店铺的具体情况，包括店铺数量、开立主体、开立主体与发行人的关系、店铺名称、注册账号、店铺所属国家、网址链接，说明多账号开店是否符合 Amazon 等平台相关注册及运营规定、是否突破平台开店数量限制。

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人是一家技术驱动的出口跨境电商，通过平台化快速反应能力满足全球消费者高品质、个性化的时尚生活需求，主要产品涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐以及数码汽摩等众多产品品类，代表品牌包括 Ekouaer、Avidlove、Homdox、ANCHEER、Coocheer 等多个品牌，具体情况简要汇总如下：

产品品类	代表品牌	主要产品
服饰配饰	Ekouaer、Avidlove、Coofandy、Zeagoo、Hotouch、Arshiner、SHESHOW、Retro Stage、ADOME	家居服、女装、男装、功能服等
百货家居	Homdox、Coocheer、ACEVIVI	高压清洗机、电动足浴盆、爆米花机、干果机、小冰箱等
运动娱乐	ANCHEER、Hikole	自行车、滑板车、跑步机、健身器材等
数码汽摩	Coocheer、Sailnovo	汽车车衣、摩托车防盗锁、车顶包等

发行人产品涉及品类及品牌众多且部分产品之间关联度相对较低，单一网络店铺难以满足公司经营需求。因此，发行人采用以子公司名义在 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台上开设多家店铺的多账号开店经营模式。

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人采用多账号开店经营模式系出于构建品牌矩阵及发展多品

类业务的战略考虑。基于该战略，发行人可有效突破单一品牌、品类在消费群体、应用场景、市场空间等方面覆盖上的局限性，从而实现收入构成的多元化。发行人通过前述方式增加平台店铺数量，可基于品牌、品类、消费群体、应用场景等方面对店铺进行差异化定位，以满足全球消费者对时尚生活产品的高品质、多样化需求。该模式亦被广泛运用于跨境电商行业，众多业内较为知名的企业均采用多账号开店模式以满足其日常经营及营销战略的需要。

（一）Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台的注册及运营政策及限制

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人在 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方平台开立网络店铺之前会对平台运营政策进行了解，以尽量避免在经营过程中出现违反平台运营政策的行为。

经本所律师登录 Amazon 官方网站（https://www.amazon.com/）查阅网站公示的《亚马逊服务商业解决方案协议》《亚马逊开店规则及政策》和相关卖家行为准则等平台政策，登录 Wish 官方网站（https://www.merchant.wish.com/）查阅网站公示的《Wish 与商户协议》《Wish 政策》《商户政策》等平台政策，登录 eBay 官方网站（https://www.ebay.com/）查阅网站公示的《User Agreement》《多账号政策》等平台政策，登录 Walmart 官方网站（https://www.walmart.com/）查阅网站公示的注册指导、《协议、政策与标准》《商户协议》等平台政策，以及经本所律师访谈 Amazon、Wish、eBay、Walmart 相关人员，Amazon、Wish、eBay、Walmart 等平台均设有与多账号开店相关的运营政策。其中，eBay 平台并未限制单一主体可以拥有的平台店铺的数量；Amazon 和 Wish 平台虽对单一主体可直接拥有的店铺数量设定了限制，但是 Amazon 允许卖家在具备合理理由的情况下拥有多个店铺，Wish 并未禁止单一主体通过控制其他主体从而间接控制多个店铺的经营行为，相关规定具体如下：

（见下页）

平台名称	注册政策及限制	与多账号开店相关的运营政策及限制
Amazon	Amazon 平台注册流程主要包括如下几个步骤： ①卖家在 Amazon 平台注册页面填写店铺信息、法人信息以及公司信息并提交相关资料以便亚马逊平台进行身份验证； ②卖家完成收款账户绑定后、通过身份验证并完成用户权限及配送设置； ③向 Amazon 提供纳税身份信息后，卖家方可上传商品信息并开始店铺运营（该步骤为北美站特有）。	Amazon 平台公布的《亚马逊开店规则及政策》中的卖家行为准则规定： “本政策要求卖家在亚马逊商城遵循公平、诚实的行事原则，以确保安全的购买和销售体验。所有卖家都必须遵循以下准则： 始终向亚马逊和我们的买家提供准确的信息 公平行事，且不得滥用亚马逊的功能或服务 …… 在没有合理业务需求的情况下，不得在亚马逊上经营多个卖家账户 若违反行为准则或任何其他亚马逊政策，亚马逊可能会对您的账户采取相应措施，例如取消商品、暂停或没收付款以及撤销销售权限。下文提供了有关这些政策的更多详情。” “亚马逊上的多个销售账户 除非您有开设第二个账户的合理业务需要且您的所有账户均信誉良好，否则您只能为每个商品销售地区保留一个卖家平台账户。如果您有任何信誉不佳的账户，我们可能会停用您的所有销售账户，直至所有账户拥有良好的信誉。 合理的业务需要示例包括： 您拥有多个品牌，并分别维护单独的业务 您为两个不同且独立的公司制造商品 您应聘参与需要单独账户的亚马逊计划” 经访谈亚马逊平台客户经理，其对亚马逊平台关于多账号开店规则的进一步解释为亚马逊平台规则中的卖家是指店铺的注册主体，针对一个卖家在一个亚马逊销售地区只能经营一个账号的规定，亚马逊系统是以一个独立公司为单位来判定账号是否属于同一个公司，而不是以一个集团来认定。一个集团的母公司通过多个子公司在亚马逊分别开设店铺，未违反亚马逊的相关平台规则。
Wish	Wish 平台注册流程主要包括如下几个步骤： ①卖家设置用户名并填写账号信息，同意签署《商户服务条款和协议》，经过电子邮箱和手机认证，选择个人或企业账号类型，递交个人或公司资料（营业执照、法人身份证），上传验证照片并完成实名认证，注册成为 Wish 会	Wish 平台公布的《商户政策》规定： “1.2 每个实体只能有一个账户。如果任何公司或个人拥有多个账户，则其所有账户都有可能被暂停。” 经访谈 Wish 平台客户经理，其对 Wish 平台关于多账号开店规则的进一步解释为一个公司或个人原则上只能注册一个 Wish 账户，但是 Wish 平台不会追溯拥

平台名称	注册政策及限制	与多账号开店相关的运营政策及限制
	员； ②绑定第三方收款账号，添加店铺收款信息，缴纳店铺预缴注册费，完成注册流程。	有账户的公司或个人是否受同一方控制。
eBay	eBay 平台注册流程主要包括如下几个步骤： ①递交个人或公司资料，经过电子邮箱和手机认证后注册成为 eBay 会员； ②注册 PayPal 资金账户，完成付款设置和账户设置，经过电子邮箱认证后绑定银行账户； ③完成 eBay 账号和 PayPal 账号的绑定，同意签署《刊登政策》和《销售惯例》政策后可在网络店铺刊登产品。若卖家是合法登记的企业用户，可注册成为商业账户，并获得更高的刊登额度和指定的客户经理。	eBay 平台公布的《多账号政策》（Multiple Accounts Policy）规定： “我们理解 eBay 的会员可能需要拥有多个账号进行买卖活动或专注于不同产品线。但是，为了营造一个安全并且值得信赖的交易环境，同一个会员在使用其拥有的所有 eBay 账号时，均必须遵守 eBay 平台的买卖政策； 无论您拥有一个或多个账号，eBay 希望您能够按照最高的买家及卖家标准去有效地管理每一个账号。前述标准主要包括交易表现以及风险，并且每个账号在实践中均应符合相关标准以保证 eBay 用户能够拥有安全、优良的交易体验。”
Walmart	Walmart 平台注册流程主要包括如下几个步骤： ①卖家设置用户名及密码，同意签署《商户协议》（Walmart Marketplace Program Retailer Agreement）并填写相关信息（包括基本信息、付款账户、美国联邦税号、营业地址、商品运输方式等）。 ②选择产品名录整合方式，在经审核团队审核后，即注册成功，可以开始经营网上店铺。	经查阅 Walmart 平台公布的注册指导、《协议、政策与标准》《商户协议》等主要运营政策，未发现 Walmart 平台存在现行有效的与多账号开店相关的规定。 经访谈 Walmart 平台电商部大客户经理，Walmart 平台并未禁止各开立店铺的主体之间存在股权关系。

注 1：上述平台与多店铺开店相关的运营政策及限制为相关平台公布的政策以及经本所律师与相关平台客户经理确认后的内容；

注 2：eBay 政策为英文译文，非原文。英文原文网址为：

https://www.ebay.com/help/policies/identity-policies/multiple-accounts-policy?id=4232&st=12&pos=1&query=Multiple。

（二）第三方电商平台开立店铺的具体情况

报告期内，发行人积极采取品牌化战略转型，经营模式由以往的非品牌模式向品牌化模式转变，在保证公司经营情况稳定的前提下，逐步对第三方平台店铺数量进行合理精减。截至报告期各期末，发行人店铺数量情况如下：

时间	电商平台	店铺所属国家及地区	店铺数量（家）
2021.6.30	Amazon	美国、英国、德国等	641
	Wish	全球	26
	eBay	全球	182
	Walmart	美国、加拿大	24
	其他	全球	71
	合计		944
2020.12.31	Amazon	美国、英国、德国等	661
	Wish	全球	357
	eBay	全球	293
	Walmart	美国	24
	其他	全球	70
	合计		**1,405**
2019.12.31	Amazon	美国、英国、德国等	894
	Wish	全球	730
	eBay	全球	515
	Walmart	美国、加拿大	14
	其他	全球	208
	合计		**2,361**
2018.12.31	Amazon	美国、德国等	669
	Wish	全球	811
	eBay	全球	262
	Walmart	美国、加拿大	9
	其他	全球	541
	合计		**2,292**

根据发行人出具的说明，因发行人在第三方电商平台开立的店铺数量较多且涉及众多平台，下表区分平台，列示发行人报告期内在 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等第三方电商平台开立的，2018-2021 年 6 月合计收入金额排名前

十店铺的基本信息：

平台	店铺名称	开立主体	所属国家/地区	网址链接
Amazon	Avidlove	深圳市雅蒂拉芙有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=ADQRWGK1A469B&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Ekouaer	深圳市伊蔻尔服饰有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=AXNUQDWFO18Z7&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	zeagoo	赛维时代科技股份有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=AW10J8VB8Z74G&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Anglekiss	深圳市富裕创跃贸易有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=A2PG48TKFAAGHH&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Hotouch	深圳市汐诺电子商务有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=AAQ6OPQ0HZ4YE&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	ADOME	深圳市新新正通科技有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=A1FWSL4YGBV1P9&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Ekouaer Store	深圳市韦特信息技术有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=ARFT024EU6QIX&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Yobido	深圳市缦瓷电子商务有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=A3544JZ1IP747S&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Involand	漳浦凡利多服饰有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=A3TVLUSN0S99S9&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
	Coofandy’s	漳浦耀德盈服饰有限公司	北美	https://www.amazon.com/s?me=AYQEI860TGUFX&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
Wish	bestwsih4u	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	-
	wishcarts	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	-
	zeagoo2008	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.wish.com/merchant/5422297f2754c85422065051
	zigger09	深圳市缦瓷电子商务有限公司	全球	-
	Deepseason	深圳市卿想电子商务有限公司	全球	-
	digitalcarts	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	-
	whitesnow	深圳市魅力丽服饰有限公司	全球	-

平台	店铺名称	开立主体	所属国家/地区	网址链接
	wigsbuyvasion	深圳市冠瑾电子商务有限公司	全球	-
	Letyougo	深圳市运德物流有限公司	全球	-
	lovefashionlife77	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.wish.com/merchant/542918269719cd356322d1cf
eBay	ebuyhome88	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.com/usr/ebuyhome88
	dategreen	长沙市蓝盈网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.de/usr/dategreen
	eshoppingstar75	深圳市承夏电子商务有限公司	全球	https://www.ebay.com/usr/eshoppingstar75
	andynshop	长沙楣蓝电子商务有限公司	全球	https://www.ebay.de/usr/andynshop/
	dragonker	漳浦丰汇网络科技有限公司	全球	-
	happyforu19	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.com/usr/happyforu19
	mybeautymall	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.com/usr/mybeautymall
	estore2099	深圳市赛维网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.com/usr/estore2099/
	landmarksbegin	长沙市蓝盈网络科技有限公司	全球	https://www.ebay.de/usr/landmarksbegin/
	busesmoonsky	深圳市比尔缇科技有限公司	全球	-
Walmart	Hifashion	WIMO LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/13260
	Onlinbuy	FineFolk LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/101008544?offerId=9A9359FBA9F44B0AA5E9DF10BFBE6F43
	Linkdreamer	Amber LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/101003517?offerId=C68ACBFEAA9D47BBAF96B2371D647F58
	Kioerystore	深圳市银赫思电子商务有限公司	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/101043429?offerId=DD71B392C1FB4FEE975C3FBC3F8586F0
	Royallove	MAXMODA LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/16454?offerId=368437F9E14F44D8A190D1961BA73BDE

平台	店铺名称	开立主体	所属国家/地区	网址链接
	Directshop	Warspal LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/18616
	ARTRAGE LIMITED	ARTRAGE LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/101023323?offerId=8F5234BB43E445D2B9FDB4DA8C936374
	ARTRAGE LIMITED	ARTRAGE LIMITED	美国	https://www.walmart.com/reviews/seller/101023323?offerId=8F5234BB43E445D2B9FDB4DA8C936374
	Roojer	ROOJER LIMITED	美国	-
	Cocochange	深圳市达尔文智能技术有限公司	美国	-

注 1：Wish 平台除 Zeagoo2008 以及 lovefashionlife77 外，其他店铺均已关闭；eBay 平台的 dragonker、busesmoonsky 以及 kefybuy 已于 2020 年关闭；Walmart 平台的 Angelhouse 已于 2019 年关闭，Roojer、Cocochange、Hascon 已于 2018 年关闭。

注 2：上述店铺开立主体均为公司全资子公司。

（三）多账号开店模式系跨境电商行业的普遍经营模式，该模式符合 Amazon 等平台相关注册及运营规定、未突破平台开店数量限制

根据《招股说明书》、发行人出具的说明，如前所述，发行人采取多账号开店经营模式主要系出于构建品牌矩阵、发展多品类业务的战略考虑及实际经营的需求，具备商业合理性。此外，该模式为跨境电商普遍采用的经营策略。发行人多账号开店未明确违反 Amazon 等平台相关注册及运营规定、未突破平台开店数量限制。

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询相关重组报告书、招股说明书，多账号开店能够满足跨境电商开拓销售渠道、快速响应客户最新需求并有针对性地开展市场营销活动的经营需求。该模式系跨境电商行业较为普遍的经营模式，行业相关案例如下：

（1）易佰网络

易佰网络是一家依托中国优质供应链资源，以市场需求为导向的跨境出口零售电商，主要通过 Amazon 等第三方电商平台将高性价比中国制造商品销售给境外终端消费者。2021 年 6 月 9 日，华凯创意通过发行股份购买资产的方式收购易佰网络的重大资产重组通过证监会注册。

根据公开信息，易佰网络设有 448 家子公司，除香港易佰为跨境出口电商经营实体，其他子公司主要用于在第三方电商平台注册或管理网店。易佰网络在主要第三方电商平台的店铺数量如下：

平台名称	2020 年店铺数量（个）
eBay	101
亚马逊	498
速卖通	379
Wish	366
Lazada	186
合计	**1,530**

（2）有棵树

有棵树自成立以来便专注于跨境电商出口业务，主要以 B2C 模式面向国外消费者，并依托 eBay、亚马逊、Wish、速卖通等第三方电商平台，将中国制造

的 3C 电子产品、户外用品等一系列产品销往多个国家及地区。根据天泽信息对深圳证券交易所就其收购有棵树事项的问询回复，有棵树亦存在多账号开店经营情况，具体店铺开设情况如下：

平台名称	2015 年末	2016 年末	2017 年 6 月末
eBay	21	24	58
亚马逊	21	28	51
速卖通	9	10	36
Wish	6	20	52
其他	37	74	114
合计	**94**	**156**	**311**

根据天泽信息于 2020 年 7 月 17 日公告的《关于对深圳证券交易所年报问询函答复的公告》，天泽信息在各平台的店铺数量合计超过 3,000 个，具体情况如下：

平台名称	店铺数量（个）
亚马逊	284
Wish	528
速卖通	178
其他平台	2,563
合计	**3,553**

（3）傲基科技

傲基科技主要从事自主品牌科技消费品的研发、设计和销售，系全球知名的科技消费类产品供应商。傲基科技主要通过亚马逊、eBay 等第三方电商平台和自营平台将其产品销往全球。

根据傲基科技招股说明书，为适应跨境出口零售行业的快速发展和各类消费者的需求变化，傲基科技存在以自己、其主要控股子公司或账号公司的名义在亚马逊、Wish、Shopee、eBay、全球速卖通等电商平台开设店铺的多账号开店经营情况。

（4）通拓科技

通拓科技是一家依托中国优质供应链产品，以电子商务为手段为世界各国终端消费者供应优质商品的互联网企业。华鼎股份于 2017 年对上海证券交易所就

其发行股份购买通拓科技股权事项的问询回复显示，通拓科技存在在亚马逊、速卖通、eBay、Wish、TOMTOP 自有网站等多种电商平台设立多个账户并开设网络店铺以及以员工或第三方主体名义于电商平台开设店铺的情形。相关情况如下：

项目	2015 年末	2016 年末	2017 年 6 月末	2017 年 11 月末
店铺总数量	142	234	308	334
第三方店铺数量	10	27	41	49
第三方店铺数量占比	7.04%	11.54%	13.31%	14.67%

华鼎股份及相关中介机构在问询回复中解释通拓科技采取上述做法主要基于营销策略的考量，主要目的为快速开拓不同产品的销售渠道，及时为消费者提供多样化的展示平台，从而第一时间响应市场需求，抢占市场空间。该做法并未违反电商平台的相关政策，因该行为受到电商平台处罚的可能性较小。

（5）百伦科技

百伦科技主营业务为跨境出口电商业务，主要收入来源于该公司在 eBay、亚马逊、速卖通、Wish 等电商平台经营的线上店铺。部分店铺以该公司股东、员工或其他第三方主体名义开设。2016 年，跨境通拟收购百伦科技股权。

其独立财务顾问及律师经核查认为：百伦科技的部分店铺以第三方名义开设，主要基于营销策略的考虑，在产品品类、品牌和消费人群等方面对百伦科技开设或控制的店铺进行差异化定位，形成更加丰富的品类、品牌和店铺矩阵，有利于增加各大平台的收入来源、开拓不同产品的销售渠道、扩大公司业务规模。百伦科技以第三方主体名义在电商平台设立多个网络店铺不存在法律风险。

综上所述，通过控股子公司或以第三方名义于电商平台设立多个网络店铺的多账号开店经营模式能够满足跨境电商开拓销售渠道、快速响应客户最新需求并有针对性地开展市场营销活动的经营需求，系行业内公司较为普遍的经营模式。

公司通过控制多个账户在电商平台开设多个网络店铺的多账号开店经营模式系基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑。公司通过上述方式增加平台店铺数量，可基于品牌、品类、消费群体、应用场景等方面对店铺进行差异化定位，以满足全球消费者对时尚生活产品的高品质、多样化需求。多账号开店能够使得公司有效突破单一品牌、品类在消费群体、市场空间等方面覆盖上的局限性，从而丰富收入构成的多元化。该模式普遍应用于跨境电商行业，易佰网络、

傲基科技、通拓科技、百伦科技、有棵树等公司均存在一定程度的多账号开店情况。因此，公司多账号开店具备商业合理性。

Amazon 等主要电商平台基本只针对同一主体直接拥有多个账户的情况进行管控，并未明确限制同一主体通过其控制的其他主体从而间接控制多个账户并开设多个网络店铺的多账号开店经营行为。公司多账号开店并未明确违反相关电商平台现行有效的注册及运营规定，未突破平台开店数量限制。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、结合 Amazon、Ebay 等平台的具体业务规则，补充披露发行人拥有 822 家用于开立店铺、未实际经营的子公司的背景、原因，上述情形是否在同行业公司中普遍存在，发行人是否为规避平台业务规则进行上述子公司的设立/注销工作，报告期各期末类似子公司的数量变化情况、境内及境外子公司的数量变化情况，子公司设立在境内/境外的依据及安排原因。

（一）发行人拥有 822 家用于开立店铺、未实际经营的子公司的背景、原因，上述情形是否在同行业公司中普遍存在，发行人是否为规避平台业务规则进行上述子公司的设立/注销工作

截至 2020 年 12 月 9 日（《招股说明书（申报稿）》签署日），公司共拥有 822 家用于开立店铺、未实际经营且未专门配置运营人员的其他下属公司。如前所述，基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，公司采用了多账号开店的经营模式。为适应该经营模式，公司设立了专门用于开立店铺的子公司对店铺进行分类管理，导致公司拥有的其他下属公司数量较多。

经查阅 Amazon、Wish、eBay、Walmart 平台注册及运营政策并访谈相关平台的客户经理，Amazon、Wish、eBay、Walmart 平台并未禁止公司以数量较多的子公司开设多个店铺用于多品牌经营。

此外，上述设立多个其他下属公司的经营模式被广泛运用于跨境电商行业，如本题“一”所述，易佰网络、有棵树、安克创新、傲基科技等众多业内较为知名的企业均采用该模式以满足其日常经营及营销战略的需要。

综上，本所认为，出于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，公司设立了较多其他下属公司以便对店铺进行分类管理。因此，其他下属公司的设立/注销工作系基于公司发展战略考虑，而非为规避平台业务规则。

（二）报告期各期末类似子公司的数量变化情况、境内及境外子公司的数量变化情况，子公司设立在境内/境外的依据及安排原因

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明、其他下属公司工商登记资料，报告期各期末，发行人实际控制的其他下属公司（包括境内、境外）数量变化情况如下：

内容	2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
境内（家）	757	748	606	224
境外（家）	57	78	161	160
合计（家）	**814**	**826**	**767**	**384**

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明、相关信息授权协议，发行人报告期初期存在较多以第三方自然人名义开立的第三方店铺，为承接该等第三方店铺，发行人在报告期内设立了较多的其他下属公司，导致其他下属公司数量总体呈上升趋势。

根据发行人出具的说明并经本所律师登录 Walmart 平台官方网站（ https://marketplace.walmart.com/ ）、Sears 平台官方网站（https://www.sears.com.pr/）平台查询相关平台政策，基于管理的便利性与时效性，发行人通常选择在境内设立其他下属公司，在历史上由于 Walmart、Sears 等少数平台政策限制，在该等平台注册的账号对应的其他下属公司须注册在境外，因此，在历史上有部分其他下属公司注册在境外。随着 Walmart 等平台政策的变化以及发行人品牌化转型，发行人逐步减少境外其他下属公司的数量。

综上，本所认为，发行人在境内/境外设立其他下属公司，主要是为了符合相关电商平台的政策要求。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充披露报告期内以第三方名义（包括关联方及非关联方）开立店铺的数量、交易规模、第三方相关干系人基本情况、与公司是否均签署信息授权协议、发行人是否已将所有以第三方名义开立的店铺收进发行人体系内，是否仍存在发行人体外开立的且实际为发行人运营的店铺。

（一）报告期内以第三方名义（包括关联方及非关联方）开立店铺的数量、交易规模

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明并经查询相关招股说明书、重组报告书等，基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，发行人采取了跨境电商行业普遍采用的多账号开店方式增加第三方平台店铺数量（相关案例参见本题“一”），并从品牌、品类、消费群体、应用场景等方面对店铺进行差异化定位，进而满足全球消费者对时尚生活产品的高品质、多样化需求，最终使得发行人能够有效突破单一品牌、品类在消费群体、应用场景、市场空间等方面覆盖上的局限性以及丰富收入构成的多样性。

因此，除以发行人及其子公司的名义设立的店铺以外，发行人还存在曾以第三方自然人或以其开立的公司名义在第三方电商平台开设店铺（以下称“第三方店铺”）的情形。前述第三方自然人包括发行人董事、监事、高级管理人员、员工以及该等人员的亲属、朋友等信息授权主体。

根据发行人出具的说明、相关工商资料并经本所律师访谈相关信息授权主体，报告期各期，发行人第三方店铺的数量情况如下：

单位：家

电商平台	2021.6.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
Amazon	0	0	353	642
Wish	0	0	250	763
eBay	0	0	185	223
Walmart	0	0	2	8
其他	0	0	44	365
第三方店铺数量合计	**0**	**0**	**834**	**2,001**
第三方电商平台开立的店铺总数	944	1,404	2,361	2,292
第三方店铺数量占比	0.00%	0.00%	35.32%	87.30%

根据发行人出具的说明，报告期各期，发行人第三方店铺的销售收入情况如

下：

单位：万元

电商平台	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Amazon	0.00	0.00	38,713.16	105,732.00
Wish	0.00	0.00	2,297.50	28,052.60
eBay	0.00	0.00	1,863.28	8,789.22
Walmart	0.00	0.00	1.32	7,113.69
其他	0.00	0.00	4,408.85	10,441.53
第三方店铺收入合计	**0.00**	**0.00**	**47,284.11**	**160,129.00**
公司主营业务收入	290,573.81	525,113.60	287,872.44	224,126.49
第三方店铺收入占比	0.00%	0.00%	16.43%	71.45%

由上表可知，发行人第三方店铺数量及其销售收入、占比呈逐年下降趋势。报告期期初，发行人存在较多与信息授权人签署《信息使用承诺书》并以其名义（包括其设立的公司名义）开设第三方店铺的经营行为。报告期内，发行人针对该情形进行积极整改。

报告期内，公司积极调整店铺管理策略，逐步将经营状况良好、符合公司经营战略的第三方店铺变更还原至公司或其子公司名下，关闭与公司经营战略不匹配的第三方店铺。公司已将所有第三方店铺收进公司体系内或进行注销处理，不存在公司体外开立的且实际为公司运营的店铺。公司未来不再开立第三方店铺。

（二）第三方相关干系人基本情况、与公司是否均签署信息授权协议

根据发行人出具的说明、发行人与信息授权主体签署的《信息使用承诺书》等资料，并经本所律师访谈发行人相关部门负责人员以及信息授权主体，2018 年至 2021 年 1-6 月，第三方相关干系人（即信息授权主体）的基本情况和协议签署情况如下：

项目	2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
第三方店铺数量	0	0	834	2,001
涉及信息授权人数	0	0	406	653
其中：董事、监事、高级管理人员、其他核心技术人员及其亲属	0	0	17	30
员工	0	0	149	321
员工亲属、朋友	0	0	240	302

注：第三方店铺数量多于信息授权人数系因公司使用信息授权人名义在多个电商平台开立店铺。

根据发行人出具的说明，并经核查发行人与信息授权主体签署的《信息使用承诺书》等资料，发行人与信息授权主体均签署《信息使用承诺书》，从而保证发行人能够实际拥有该等账号及店铺的控制权、所有权和其他相关权益。为对第三方店铺进行规范，发行人自 2020 年下半年起已不再与第三方签署《信息使用承诺书》并新设第三方店铺。

（三）发行人是否已将所有以第三方名义开立的店铺收进发行人体系内，是否仍存在发行人体外开立的且实际为发行人运营的店铺

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人积极调整店铺管理策略，逐步将经营状况良好、符合发行人经营战略的第三方店铺变更还原至发行人或其子公司名下，关闭与发行人经营战略不匹配的第三方店铺。发行人已将所有第三方店铺收进发行人体系内或进行注销处理，不存在发行人体外开立的且实际为发行人运营的店铺。发行人未来不再开立第三方店铺。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、补充披露对前述子公司的人员、业务、财产的具体安排，对收入、成本、费用核算的准确性，相关收入、成本、费用、税收情况等在发行人母公司、子公司财务报表中的具体体现，相关收入、成本、费用的完整性。

（一）人员、业务、财产的具体安排

根据发行人的《店铺公司管理制度》，发行人对其他下属公司的设立、维护和注销等关键环节设置了严格的管控，具体内容如下：

1、设立

业务人员根据公司发展需要，提出设立其他下属公司的需求，经相关人员审批同意后，业务支持部门人员提交工商注册，并将相关申请文件及营业执照等原始文件进行存档管理。

2、维护

根据公司内部运营安排，其他下属公司的维护由公司业务支持部门统一安排、管理，其他部门无权参与其他下属公司的维护事宜。

①信息维护及分配

其他下属公司设立之后，业务支持部门人员在公司信息系统内维护该类公司的基本信息。公司需要开立店铺时，业务支持部门人员会在系统内对已有其他下属公司进行检索，选择合适的其他下属公司或新设其他下属公司开立店铺并在信息系统中进行存档管理。

②境外间接税税务管理

根据电商平台要求及其他下属公司销售区域法律法规规定的间接税纳税义务，公司会以其他下属公司名义注册登记纳税识别号。其他下属公司作为店铺注册主体申请纳税识别号后，相关间接税税费由公司子公司香港兰玛特通过该等其他下属公司的纳税识别号统一代为缴纳，并记录在香港兰玛特财务报表，其他下属公司不再进行纳税情况的账务核算。

③日常监控

业务支持部门人员每个季度排查所有其他下属公司工商状态及平台使用情况。如出现经营异常情况，将及时安排解决相关异常事项。若该类公司出现长期（一般为三个月）闲置（即无业务平台使用），业务支持部门人员将提交申请，安排注销。

其他下属公司设立目的为注册店铺，原则上不做其他业务安排，仅在特殊情况下，少数其他下属公司承担以下功能：

①账户开立：原则上，其他下属公司设立之初不开立银行账户，不留存货币资金。但应公司所在地区或国家税务管理部门或者平台店铺审核要求必须开立银行账户的，经授权审批之后，方可以其他下属公司名义申请开立银行账户。该等其他下属公司的货币资金均受公司资金部直接管控，所有的支付均要求按照公司资金管理制度进行授权审批；

②资质申请：部分平台或国家、地区可能要求店铺所属公司在提供以该公司

名义申请的商品运营资质后方可进行相关商品的销售活动。当出现该情形时，经公司内部授权审批之后，公司会以该其他下属公司名义申请相应资质；

③知识产权申请：应公司发展需要，经授权审批之后，部分其他下属公司可以提交申请商标权作为公司战略储备商标。

3、注销

根据公司决策及业务团队需求变化而需要注销的子公司，业务支持部门会在系统中将该公司维护为停用状态，公司会根据该子公司的实际状态，分别注销银行账户、注销税务登记号、转让商标权、并最终完成工商注销。

（二）收入、成本、费用核算的准确性及完整性

1、收入

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人的财务负责人和立信的经办会计师，香港兰玛特和美国兰玛特为店铺收入的会计核算主体，已经将店铺产生的相关收入及时、准确地记录在香港兰玛特和美国兰玛特财务报表之中，其他下属公司原则上不再进行与收入相关的账务核算。

2、成本和费用

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人的财务负责人和立信的经办会计师，香港兰玛特和美国兰玛特为店铺成本的会计核算主体，已经将店铺产生的相关成本以及与店铺运营相关的费用及时、准确地记录在香港兰玛特和美国兰玛特财务报表之中，其他下属公司原则上不再进行与成本相关的账务核算。

但是，公司少量其他下属公司存在需要开立账户、注册商标等情况，需要支付少量的银行询证费用、年检费用等，考虑到会计核算与银行流水的对应关系，财务人员会对该等子公司设立账簿进行会计核算，相关其他下属公司的费用以及资产等均已体现在该公司的财务报表之中。

综上，其他下属公司相关收入、成本、费用核算是准确、完整的。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、补充披露是否存在通过设立子公司规避税负的情形。

（一）公司不存在通过设立子公司规避税负的情形

如前所述，发行人设立其他下属公司主要是为了满足构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略需要，且该经营方式为跨境电商普遍采用的经营模式。发行人设立其他下属公司具备商业合理性，不存在通过设立其他下属公司规避税负的主观意愿。

根据发行人出具的说明，国际税务咨询机构以及美国、德国、英国当地的税务咨询机构对报告期内发行人在该等国家的间接税税务风险出具的报告，其他下属公司涉及的主要税款为境外间接税，主要包括美国的销售税以及欧盟地区的增值税。报告期内，美国大部分州（佛罗里达州及堪萨斯州为 2021 年 7 月 1 日）及英国已要求第三方电商平台如 Amazon 等代平台店铺缴纳间接税（欧盟为 2021 年 7 月 1 日）。对于自营网站，发行人境外间接税由其他下属公司向相关国家税务主管机关申请税号后，由香港兰玛特统一代为缴纳间接税。发行人境外间接税的具体缴纳情况详见本补充法律意见书第三部分之“第十一题”与“第二十三题”。

根据其他下属公司注册地税务局出具的合规证明并经本所律师查询国家税务总局重大税收违法失信案件信息公布栏（http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c101249/n2020011502/index.html）信息，发行人及其境内子公司（含大部分其他下属公司）已经按照中国税收法律法规的要求进行了税务申报，并取得了注册地税务主管部门出具的无违规证明。根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，发行人及其子公司（含其他下属公司）在所有重大方面均能够遵守当地法律法规的要求，不存在被当地税务机构行政处罚的情况。

综上，本所认为，发行人不存在通过设立子公司规避税负的情形。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、结合上述因素具体论述发行人大量用于开立店铺、未实际经营的子公司在设立、注销、外汇、税务、财务会计处理等方面的合规性，并结合实际情况客观、准确地披露违反平台业务规则导致的店铺关闭风险及相关外汇、税收等方面的违法违规风险。

（一）结合上述因素具体论述发行人大量用于开立店铺、未实际经营的子公司在设立、注销、外汇、税务、财务会计处理等方面的合规性

如前所述，发行人通过控制多个账号在电商平台开设多个网络店铺的多账号开店经营模式系基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑。为适应上述多账号开店经营模式，发行人通过设立专门用于开立店铺的其他下属公司对平台账号进行分类管理。此外，为了规范该等其他下属公司的管理，确保其他下属公司正常运营，避免其他下属公司经营异常对公司经营活动造成影响，发行人制定了完善的《店铺公司管理制度》。

其他下属公司的设立与注销工作系基于发行人发展战略考虑，而非为规避平台业务规则。根据其他下属公司所在地市场监督管理局及税务局出具的合规证明及外汇局公开信息查询，报告期内，其他下属公司在中国境内不存在设立、注销、外汇、税务等方面的重大违法行为。

根据发行人聘请的境外律师事务所出具的法律意见书，报告期内其他下属公司在境外经营在上述方面亦不存在重大违法行为，具体情况如下：

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。[1]

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存

[1] “According to the procedure performed as described above, it is the Firm’s opinion that these Entities are not subject to any pending US legal lawsuits in the US Federal jurisdictions as of the date of the Legal Opinion. In addition, these Entities have not been subject to any administrative penalties imposed by the applicable US Federal authorities according to the relevant regulations. ”

在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

（二）结合实际情况客观、准确地披露违反平台业务规则导致的店铺关闭风险及相关外汇、税收等方面的违法违规风险

1、店铺关闭风险

发行人是一家技术驱动的出口跨境品牌电商，主要产品涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等四大品类，拥有 Ekouaer、Avidlove、Homdox、Coocheer、ANCHEER 等多个品牌。基于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑，发行人采用了跨境电商行业较为常见的多账号开店经营模式，在 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等电商平台经营多个店铺。

假如未来 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 等电商平台认定发行人多账号开店经营模式不具备合理商业理由且违反了该等平台的注册及运营政策或者修改其平台店铺的注册及运营政策以对多账号开店经营模式进行限制，进而导致发行人出现大量电商平台店铺被关闭的情形，则发行人可能面临营业收入和利润规模大幅下滑的风险，从而对发行人整体经营业绩造成重大不利影响。

2、外汇风险

基于发行人多账号开店的经营策略及部分电商平台注册及运营规则，发行人存在设立境外其他下属公司的需求。目前，发行人及其子公司不存在在设立、注销、资金归集过程中违反境内外与外汇相关的法律法规而被境内外主管外汇机构处罚的情形。

因发行人业务涉及国家或地区较多，且发行人不排除未来根据业务发展需求，可能需要对境外子公司进行设立与注销。此外，发行人部分外币资金由发行人通过银行等机构进行结汇。若相关国家或地区外汇监管政策发生较大调整，发行人

可能存在未能及时、正确理解相关政策变化导致在境外子公司设立、注销、资金归集等过程中违反相关外汇法律法规而被相关国家或地区外汇主管机构行政处罚的风险。

3、税收风险

报告期内，发行人收入主要来自境外，特别是北美和欧洲地区，在该等国家及地区负有间接税申报和缴纳的义务。自 2018 年起，发行人主要销售国美国、德国、英国，以及法国和加拿大等国家陆续推出了针对跨境电商的间接税征收法律法规。其中，美国各州自 2018 年起开始陆续要求第三方电商平台代平台卖家缴纳销售税，德国于 2019 年明确要求跨境电商缴纳增值税。自 2021 年 1 月和 2021 年 7 月起，英国和德国进一步要求第三方电商平台代平台卖家缴纳增值税。

随着北美和欧洲地区各国家相继要求第三方电商平台代平台卖家缴纳间接税，发行人未来在该等国家（除美国的少部分州外）于第三方电商平台的销售将不存在未及时、足额缴纳间接税的风险。但是，发行人仍需自行向销售国主管税务机构申报、缴纳与自营网站销售商品相关的境外间接税。由于发行人产品销售范围较广、涉及国家较多且各国家针对跨境电商的间接税政策较为复杂并处于不断修订、完善的过程之中，可能导致发行人存在一定的间接税缴纳风险。此外，发行人部分店铺在历史上由于种种原因可能存在未能及时、足额向境外主管税务机构申报、缴纳间接税的情形，导致发行人存在可能被境外主管税务机构认定存在税收缴纳违法违规并被要求补缴相关税费的风险。

若发行人被境外主管税务机构或其他有关机构认定存在未能及时、足额缴纳间接税的情况，则发行人可能被要求缴纳高额罚款并暂停经营甚至永久关闭相关网络店铺，进而导致发行人面临经营业绩下滑甚至亏损的风险。

就上述税务风险，发行人控股股东君腾投资、实际控制人陈文平已出具承诺：“如公司及其境内外控股子公司、分公司因违反注册地的税收法律法规或其他税务问题，而被有关税务部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任，本人/本企业愿意连带承担公司及其境内外控股子公司、分公司因受处罚或承担法律责任而导致、遭受、承担的任何损失、损害、索赔、成本和费用，并使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东免受损害。”

同时，发行人的境内子公司主要承担采购生产和店铺运营职能，但产品销售收入主要通过境外子公司销售实现，因此公司存在跨境内部交易。若内部转移定价被税务部门认为不满足独立第三方原则，则可能存在需要补缴所得税的风险。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

七、请发行人律师就上述事项进行核查并审慎发表明确意见，说明就未实际经营的子公司及以第三方名义开立的、实际归属于发行人的子公司的范围、完整性所采取的核查程序、获取的核查证据、核查证据是否能够充分支持核查结论，对相关体外子公司的核查是否准确、完整。

（一）未实际经营的子公司及以第三方名义开立的、实际归属于发行人的子公司的范围、完整性所采取的核查程序、获取的核查证据。

本所律师通过基本信息核验、银行流水核验以及获取立信出具的“信会师报字[2021]第 ZA52009 号”《赛维时代科技股份有限公司信息系统审计报告》（以下简称《IT 审计报告》）对发行人其他下属公司的范围、完整性进行了核查。本所律师采取的核查程序、获取的核查证据如下：

1、基本信息核验

（1）获取并查阅发行人其他下属公司清单，通过企查查、天眼查等公开信息查询网站查询相关公司设立、注销及股权变更情况等工商信息，对发行人提供的其他下属公司范围及完整性进行确认；

（2）通过企查查、天眼查等公开信息查询网站查询发行人及其子公司的对外投资情况，核查其他下属公司的完整性；

（3）获取并查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写及签署的调查表，并通过企查查、天眼查等公开信息查询网站查询上述人员及发行人关键财务人员的兼职和/或对外投资情况；

（4）获取并查阅发行人与第三方自然人签订的《信息使用承诺书》，核查发行人以第三方自然人名义开立的其他下属公司是否均获得了相关自然人的授权；

（5）获取并查阅发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员对其已向本所律师提供所有其他下属公司及店铺信息的承诺函；

（6）登录发行人第三方电商平台账号，查看第三方电商平台账号归属的公司信息，对其他下属公司的范围、完整性进行核查。

2、银行流水核查

（1）获取并查阅发行人及其子公司的银行账户开立清单以及征信报告。针对发行人及其子公司报告期内的大额资金往来，核验交易对手方信息以及资金往来事由，核查是否存在未纳入合并范围内的其他下属公司；

（2）获取并查阅发行人控股股东、实际控制人、董事（不包含外部董事、独立董事）、监事、高级管理人员、核心技术人员及其配偶、关键岗位人员的银行账户开立情况及银行流水单据。针对上述人员在报告期内的大额资金往来，核验交易对手方信息及资金往来事由，核查是否存在未纳入合并范围内的其他下属公司。获取上述人员出具的关于完整银行账号的承诺函；

3、IT 审计程序

经本所律师查阅立信出具的《IT 审计报告》，“审计期间内，公司建立了符合企业业务现状的信息系统管理体系。通过执行一般控制测试和应用控制测试，未发现对财务报表产生重大影响的一般控制和应用控制缺陷；通过数据核对与分析，未发现存在对财务报表有重大影响的数据差异和数据分析结果。”

（二）核查证据是否能够充分支持核查结论，对相关体外子公司的核查是否准确、完整

经核查，本所认为，前述核查程序以及获得的核查证据能够充分支持核查结论，对发行人相关体外子公司的核查准确、完整。

八、核查程序及核查意见

本题“一”至“六”的核查程序和核查意见如下：

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等发行人主要电商平台注册及运营政策，了解发行人多账号开店模式是否违反平台政策；

2、访谈 Amazon、Wish、eBay 以及 Walmart 平台的客户经理，进一步了解相关平台的运营政策并了解发行人在相关平台运营状况；

3、查阅安克创新、傲基科技、华鼎股份、跨境通以及天泽信息等公司的公开信息披露文件，了解同行业公司经营情况；

4、获取并查阅发行人与信息授权人签署的《信息使用承诺书》，了解《信息使用承诺书》的签署情况及具体内容；

5、访谈发行人信息授权人，获取并查阅信息授权人身份证明文件，核实《信息使用承诺书》签署情况及内容，了解信息授权人的身份及其与发行人之间的关系，以及第三方店铺的经营管理等相关情况；

6、访谈发行人业务部门管理人员并获取发行人其他下属公司管理相关制度，了解发行人设立、注销及管理其他下属公司的流程。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人多账号开店未明确违反 Amazon 等平台相关注册及运营规定以及突破平台开店数量限制；

2、发行人拥有多家其他下属公司主要出于构建品牌矩阵及发展多品类业务的战略考虑。该情形在同行业公司中较为普遍，发行人不存在为规避平台业务规则而进行上述子公司的设立/注销工作。发行人上述子公司设立在境内/境外的依据主要为相关平台对店铺开立主体注册地的限制；

3、发行人与第三方相关干系人均签署了信息授权协议且发行人已将所有以第三方名义开立的店铺收进发行人体系内或进行了注销，不存在发行人体外开立的且实际为发行人运营的店铺；

4、发行人对其他下属公司的人员、业务、财产的安排制定了完善的制度且该等制度得到了良好的执行。发行人能够对该等子公司的收入、成本、费用进行准确的核算，相关收入、成本、费用已完整地体现在发行人财务报表之中；

5、发行人不存在通过设立子公司规避税负的情形；

6、发行人大量用于开立店铺、未实际经营的子公司在设立、注销、外汇、税务、财务会计处理等方面合法合规，并已根据实际情况客观、准确地披露违反平台业务规则导致的店铺关闭风险及相关外汇、税收等方面的违法违规风险。

第六题（《首轮问询函》“6．关于关联交易”）

申报材料显示：

（1）发行人向陈文平拆入资金，报告期初余额为 5,799.53 万元。相关资金拆借款项迟至 2020 年 1-6 月归还完毕。

（2）保荐工作报告第 54 页要求保荐机构说明“报告期关联销售金额及占比大幅下降的原因及合理性”。招股说明书中未披露发行人关联销售情况。

请发行人：

（1）结合报告期各期现金流情况，补充披露报告期各期向陈文平拆入资金的具体原因及用途，相关款项迟至报告期末才予归还完毕的原因，发行人的资产、人员及资金的完整性、独立性，发行人生产经营是否依赖于陈文平的拆入资金，发行人是否具有独立持续经营的能力。

（2）自查并说明招股说明书中是否存在应披露未披露的关联方及关联交易，尤其是关联销售、关联采购的具体情况，发行人以董监高及其近亲属名义开立公司并与之发生交易的行为是否属于关联交易，未在关联交易中进行披露的原因及合理性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、结合报告期各期现金流情况，补充披露报告期各期向陈文平拆入资金的具体原因及用途，相关款项迟至报告期末才予归还完毕的原因，发行人的资产、人员及资金的完整性、独立性，发行人生产经营是否依赖于陈文平的拆入资金，发行人是否具有独立持续经营的能力。

（一）报告期各期向陈文平拆入资金的具体原因及用途，相关款项迟至报告期末才予归还完毕的原因，发行人的资产、人员及资金的完整性、独立性，发行人生产经营是否依赖于陈文平的拆入资金，发行人是否具有独立持续经营的能力

根据《审计报告》《审计报告（更新后）》以及发行人出具的说明，2017 年至 2020 年，发行人现金流情况如下：

单位：万元

期间	期末现金及现金等价物余额	经营活动产生的现金流量净额	筹资活动产生的现金流量净额	当期拆入	当期归还
2017 年	4,415.36	-29,795.67	33,309.19	2,070.28	1,030.20
2018 年	8,890.05	8,211.01	-3,400.32	-	43.50
2019 年	15,031.17	6,563.92	-439.94	-	5,277.04
2020 年	33,162.90	30,642.44	-10,515.83	-	1,536.33

注：实际拆借资金包括美元，上表未考虑汇率影响。

根据发行人出具的说明、相关银行凭证，并经本所律师访谈发行人财务负责人，2017 年，发行人经营活动产生的现金流量净额为-29,795.67 万元，当年度为保障备货和流动资金充裕，发行人向陈文平拆入资金 2,070.28 万元，拆入资金用途为补充公司的流动资金，具体用于供应商货款的支付及其他日常经营支出。

根据发行人出具的说明、相关银行凭证，并经本所律师访谈发行人财务负责人，2017 年期初发行人未偿还的陈文平拆入金额为 5,799.53 万元，2017 年陈文平向发行人拆入金额为 2,070.28 万元，2017 年至 2020 年发行人归还的金额分别为 1,030.20 万元、43.50 万元、5,277.04 万元和 1,536.33 万元，陈文平向发行人拆入的资金已经归还完毕。2017 年至 2020 年，随着销售收入的增长，发行人经营活动产生的现金流量净额逐渐增加，筹资活动的管理能力也逐步增强，因此综合各年度现金流的状况及下一年度对资金需求而逐步偿还陈文平向公司拆入的资金。2018 年，发行人期末现金及现金等价物余额为 8,890.05 万元，当年因偿还银行贷款而发生较多现金支出，资金呈稳定偏紧的状态，因此当年度偿还金额较小；2019 年和 2020 年期末现金及现金等价物余额分别为 15,031.17 万元和 33,162.90 万元，流动资金较为充裕，而且随着库存管理能力的逐年提升，备货需求平稳，因此发行人分别于 2019 年和 2020 年上半年连续偿还 5,277.04 万元和 1,536.33 万元。

根据《内控鉴证报告（更新后）》《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明并经核查，发行人内控完善，资产权属清晰、独立且完整，不存在以资产为实际控制人及其控制的其他企业提供担保或被其违规占用的情形；发行人与实际控制人之间的资金往来已归还完毕，发行人人事选举和任免严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定，履行相关合法程序，公司人员独立；上述资金拆借与偿还未对发行人的资产、人员及资金的完整性、独立性造成重大不利影响。

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明并经核查，发行人所处的跨境电商行业近几年发展迅速，业内公司普遍对资金存在较大的周期性需求；发行人处于成长期，资金来源包括股权融资、银行借款等多种渠道，其生产经营不依赖于陈文平的拆入资金，对历史上拆入的个人资金已计提相应的利息费用，2019年和2020年，发行人净利润分别为5,410.80万元、45,088.09万元，发行人具备独立持续经营的能力。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、自查并说明招股说明书中是否存在应披露未披露的关联方及关联交易，尤其是关联销售、关联采购的具体情况，发行人以董监高及其近亲属名义开立公司并与之发生交易的行为是否属于关联交易，未在关联交易中进行披露的原因及合理性。

根据发行人董事、监事、高级管理人员提供的更新后的调查表，并经查询和复核国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、企查查等第三方企业信息查询网站，报告期内，因关联自然人调查表信息存在遗漏情形，《招股说明书（申报稿）》披露的关联方存在2家应披露未披露的关联方，具体情况如下：

序号	关联方	关联关系
1	嘉兴朴诚股权投资合伙企业	发行人董事张贞智持股90%的嘉兴睿中股权投资管理有限公司担任执行事务合伙人的企业
2	深圳钧智投资合伙企业（有限合伙）	发行人财务负责人林文佳母亲陈文珠担任执行事务合伙人的企业，其已于2020年6月15日注销

根据《审计报告》《审计报告（更新后）》，报告期内，发行人未与该企业发生关联交易。

除上述情形外，发行人已按《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》的相关规定披露发行人的关联方和关联交易，不存在应披露未披露的关联方及关联交易。

报告期内，发行人曾以董事、监事、高级管理人员及其近亲属名义开立其他

下属公司，相关公司均由发行人实际控制且该等公司未实际经营只用于开立电商平台账户。上述公司同发行人以其他第三方名义设立的其他下属公司的职能与定位相同。上述公司均已纳入公司合并范围，因此发行人与该等公司之间交易往来为合并范围内的交易往来，不属于关联交易。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、获取发行人与实际控制人之间资金往来的银行凭证，获取相关借款协议，访谈实际控制人了解资金往来的交易背景；

2、获取并查阅发行人董事、监事、高级管理人员提供的更新后的调查表，查询和复核国家企业信用信息公示系统、企查查等第三方企业信息查询网站；

3、通过企查查等等网络公开渠道查询主要客户、供应商的工商信息，检查发行人是否与其存在关联关系，是否存在未披露的关联方；对照发行人关联方清单检查发行人往来明细及交易清单，检查是否存在未披露的关联交易；

4、通过查看发行人、实际控制人及直系亲属、董事（不包含外部董事、独立董事）、监事、高级管理人员、关键财务人员的银行流水查看其报告期内的交易情况；

5、查阅发行人未实际经营的公司及其信息授权承诺书，获取相关的管理制度；

6、与发行人管理层及相关人员进行访谈，确认店铺的设立及未实际经营的子公司管理运行情况；

7、访谈了解报告期内以董监高及其近亲属的名义设立的公司情况，发行人对其控制及运营情况、开立银行账户及第三方账户的情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人与实际控制人之间的资金往来已归还完毕，发行人人事选举和任

免严格按照《公司法》和《公司章程》的有关规定，履行相关合法程序，公司人员独立；上述资金拆借与偿还未对发行人的资产、人员及资金的完整性、独立性造成重大不利影响。发行人所处的跨境电商行业近几年发展较快，对资金的需求周期性较强；发行人处于其公司发展阶段的成长期，其资金来源股权融资、银行借款等多种渠道，发行人生产经营不依赖于实际控制人的拆入资金，对历史上拆入的资金已按照银行同期贷款利率计提相应的利息费用，2019 年和 2020 年净利润分别为 5,410.80 万元、45,088.09 万元，发行人具有独立持续经营的能力。

2、报告期内，因关联自然人调查表信息存在遗漏情形，《招股说明书（申报稿）》披露的关联方存在 2 家应披露未披露的关联方，不存在应披露未披露的关联交易；发行人以董监高及其近亲属名义开立公司，相关公司均由发行人控制且该等公司未实际经营只用于开立平台店铺所用，上述公司同发行人以其他第三方名义设立公司的职能与定位相同，上述公司均属于发行人合并范围内子公司，发行人与该等公司之间的交易行为系合并范围内的交易往来，不属于关联交易。

第七题（《首轮问询函》“7．关于董监高变动”）

招股说明书显示，2018 年 1 月，发行人第一届董事会成员合计 5 人。2018 年 5 月，董事会成员人数增补至 7 人。2020 年 5 月，发行人董事会成员增加至 11 人。

请发行人结合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 8 项的要求，逐项核查并以实质重于形式的原则进行分析，补充披露发行人董事会成员结构、人数等发生较大变化的原因，是否与发行人业务发展阶段、公司治理水平相匹配，相关董事、高级管理人员的变化是否对发行人的生产经营产生重大不利影响，是否为重大不利变化。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、2018 年 1 月至今发行人董事及高级管理人员的变化情况

（一）发行人董事变化情况

根据发行人工商资料以及股东大会、董事会决议并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询，发行人董事会成员自 2018 年 1 月 1 日至本补充法律意见书出具之日的变动情况及变动原因如下：

时间	董事会成员	变动情况	变动原因	发行人业务发展阶段
2018 年 1 月 1 日	陈文平、陈文辉、王绪成、陈晓兰、王志伟	-	-	公司处于“品牌化”战略转型发展时期，对于公司治理水平也有更高要求
2018 年 5 月 22 日	陈文平、陈文辉、王绪成、陈晓兰、王志伟、张贞智、吴亚宏	增选张贞智、吴亚宏为公司新任董事，其中张贞智系由嘉兴朴诚提名，吴亚宏系由鑫瑞集泰提名	增加投资人提名董事数量，提高公司治理水平	
2020 年 5 月 31 日	陈文平、陈文辉、王绪成、陈晓兰、王志伟、张贞智、吴亚宏、戴建宏、郭东、江百灵、吴星宇	增选戴建宏、郭东、江百灵、吴星宇为发行人独立董事	增加独立董事，为提高公司治理水平，参照上市公司的公司治理来进行规范，筹备公司上市事宜	公司处于快速发展时期，筹划登陆资本市场，按照上市公司的公司治理要求进行完善

（二）高级管理人员变化情况

根据发行人工商资料以及相关董事会决议并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询，发行人高级管理人员自2018年1月1日至本补充法律意见书出具之日的变动情况及变动原因如下：

时间	高级管理人员成员	变动情况	变动原因	发行人业务发展阶段
2018年1月1日	陈文平、陈晓兰、王绪成、陈燕云	-	-	公司处于“品牌化”战略转型发展时期，对于公司治理水平和经营独立性也有更高要求
2018年4月25日	陈文平、陈晓兰、王绪成、陈燕云、林文佳	陈晓兰卸任财务负责人，聘任林文佳为财务负责人	完善公司治理结构	
2020年2月18日	陈文平、王绪成、林文佳、艾帆、帅勇	陈晓兰卸任董事会秘书、陈燕云卸任副总经理，聘任艾帆为董事会秘书，帅勇为副总经理	完善公司治理结构	公司处于快速发展时期，筹划登陆资本市场，按照上市公司的公司治理进行规范

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、董事、高级管理人员变动对发行人的影响

（一）董事、高级管理人员变动对发行人的影响

《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第8项规定：“中介机构对发行人的董事、高级管理人员是否发生重大不利变化的认定，应当本着实质重于形式的原则，综合两方面因素分析：一是最近2年内的变动人数及比例，在计算人数比例时，以上述人员合计总数作为基数；二是上述人员离职或无法正常参与发行人的生产经营是否对发行人生产经营产生重大不利影响。

如果最近2年内发行人上述人员变动人数比例较大或上述人员中的核心人员发生变化，进而对发行人的生产经营产生重大不利影响的，应视为发生重大不利变化。

变动后新增的董事、高级管理人员来自原股东委派或发行人内部培养产生的，原则上不构成人员的重大不利变化。发行人管理层因退休、调任等原因发生岗位变化的，不轻易认定为重大不利变化，但发行人应当披露相关人员变动对公司生

产经营的影响。”

根据发行人出具的说明，2018 年 5 月 22 日，发行人新增董事张贞智、吴亚宏系由投资人股东嘉兴朴诚、鑫瑞集泰提名。根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的上述规定，该变化不构成董事人员的重大不利变化。2020 年 5 月 31 日，发行人新增的 4 名董事系发行人参照上市公司的公司治理，完善和规范公司内部治理结构，为筹备公司上市而选举的独立董事，该变化不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

2018 年 1 月 1 日至今，发行人高级管理人员的变动均为提高公司治理水平和经营的独立性，以及按照上市公司的公司治理进行规范而进行的内部调整。变动后新增高级管理人员林文佳、艾帆以及帅勇均为公司内部培养产生，上述调整不构成公司高级管理人员的重大变化。

综上，本所认为，自 2018 年 1 月 1 日至本补充法律意见书出具日，发行人董事和高级管理人员的变动均为提高公司治理水平和经营的独立性所需，与公司业务发展阶段、公司治理水平相匹配。发行人董事、高级管理人员的变动不构成重大不利变化，且未对发行人的生产经营产生重大不利影响。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师采取的主要核查程序如下：

1、查阅《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 8 项的具体要求；

2、查阅发行人涉及董事、高级管理人员变动的股东大会、董事会决议及其他资料。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

发行人董事及高级管理人员变化的原因合理、与发行人的业务发展阶段、公司治理水平相匹配，相关董事、高级管理人员的变化不会对发行人的生产经营产生重大不利影响，不构成重大不利变化。

第八题（《首轮问询函》“8．关于员工情况”）

招股说明书显示，报告期各期末，公司及子公司员工人数分别为 2,674 人、1,953 人、1,740 人、1,907 人。其中，境内员工人数分别为 2,622 人、1,899 人、1,668 人、1,827 人。发行人将员工专业结构分为供应链人员、营销人员、研发及技术人员、职能部门四个类别。截至 2020 年 6 月末，上述四类人员占比分别为 37.60%、48.40%、6.55%、7.45%。

请发行人补充披露：

（1）报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况，境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容，分析境内外员工人员数量占比变化的原因及合理性。

（2）报告期各期末员工总人数中供应链人员、营销人员、研发及技术人员、职能部门等四类人员的数量及占比，结合业务内容及业务变化情况分析上述四类人员在报告期各期数量变化的原因。

（3）供应链人员的具体工作内容、所从事业务的具体环节情况，对供应链人员是否可进一步按照工作内容、工作性质进行区别，相关分类下各自的人员数量及占比情况，相关人员配置是否符合发行人业务实际开展情况及合理性。

（4）营销人员的具体工作内容、发行人营销获客方式，是否可将营销人员按照部门设置、工作内容等进行区别，相关分类下各自的人员数量及占比情况。

（5）报告期各期员工数量变化较大、2018 年员工数量较 2017 年大幅降低的原因，报告期各期末各类别员工数量变动的原因及合理性、与公司业务发展的关联性。

（6）境外用工的主要地域，是否符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定，是否依规为当地员工缴纳相关保险费用及所得税，境外用工的合法合规性。

（7）报告期内存在的劳动纠纷情况及事件进展、对发行人业务的影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见，并说明就发行人劳动用工合法合规性执行的核查程序、获取的核查证据及核查结论。

【回复】

一、报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况，境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容，分析境内外员工人员数量占比变化的原因及合理性。

（一）报告期各期末境内员工、境外员工的人数及占比情况

根据发行人相关花名册及出具的说明，报告期各期末，发行人境内员工、境外员工的人数及占比情况如下表所示：

项目	2021.06.30		2020.12.31		2019.12.31		2018.12.31	
	人数（人）	占比	人数（人）	占比	人数（人）	占比	人数（人）	占比
境内员工	1,935	96.27%	1,818	96.30%	1,668	95.86%	1,899	97.24%
境外员工	75	3.73%	70	3.70%	72	4.14%	54	2.76%
合计	**2,010**	**100.00%**	**1,888**	**100.00%**	**1,740**	**100.00%**	**1,953**	**100.00%**

（二）境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容

根据发行人出具的说明，报告期各期末，发行人境外员工主要服务的子公司名称、数量及工作内容如下表所示：

子公司	职能	工作内容	员工人数（人）			
			2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
美国兰玛特	管理	负责当地仓储、物流工作的管理	3	3	3	3
	仓储	仓库操作人员	33	33	34	25
	合计		**36**	**36**	**37**	**28**
新泽西兰玛特	管理	负责当地仓储工作的管理	1	1	1	1
	仓储	仓库操作人员	36	31	32	23
	合计		**37**	**32**	**33**	**24**
德国兰玛特	管理	负责当地仓储、物流工作的管理	2	2	2	2
	合计		**2**	**2**	**2**	**2**
合计			**75**	**70**	**72**	**54**

注：德国兰玛特主要负责管理公司位于捷克的仓库。该仓库为公司租用场地后交由第三方进行实地仓储管理，故德国兰玛特仅聘请管理人员，未聘请仓储人员。

（三）境内外员工人员数量占比变化的原因及合理性

根据发行人相关花名册、出具的说明，报告期内，发行人员工以境内员工为主，境内员工数量占比均超过 90%。

根据发行人相关花名册、出具的说明，报告期各期，发行人境内员工人数分别为 1,899 人，1,668 人、1,818 人以及 1,935 人，包括供应链人员、营销人员、研发及技术人员以及职能部门人员，工作内容涵盖公司日常经营的各个环节。发行人境内员工变化的主要原因为公司品牌化战略转型导致公司逐步进行非品牌业务相关人员的削减和品牌业务人员增加。

根据发行人相关花名册、出具的说明，报告期各期，发行人境外员工人数分别为 54 人、72 人、70 人和 75 人，境外员工均为海外仓储、物流人员，并以美国兰玛特及新泽西兰玛特的员工为主。发行人为优化存货存储方式和降低仓储成本，将部分亚马逊 FBA 仓存货转移至公司美国自有仓库并为此配备了较多物流仓储人员进行货物管理，导致 2019 年美国员工出现较大增幅。

发行人境内外员工人员数量占比变化情况与公司经营情况变化一致，具备合理性。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、报告期各期末员工总人数中供应链人员、营销人员、研发及技术人员、职能部门等四类人员的数量及占比，结合业务内容及业务变化情况分析上述四类人员在报告期各期数量变化的原因。

（一）报告期各期末员工总人数中供应链人员、营销人员、研发及技术人员、职能部门等四类人员的数量及占比

根据发行人相关花名册、出具的说明，发行人员工按工作职能，可分为供应链人员、营销人员、研发及技术人员以及职能部门人员四类。其中，供应链人员主要负责产品的开拓、生产、采购和物流仓储等工作；营销人员主要负责营销推广、店铺运营以及售后服务等工作；研发及技术人员主要负责发行人 IT 系统的

研发与维护工作；职能部门主要负责公司财务、行政、人力资源等相关管理工作。

报告期各期，发行人上述 4 类人员的数量、占比及变化具体如下：

项目	2021.06.30			2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31	
	人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比
供应链人员	746	37.11%	33	713	37.76%	100	613	35.23%	-110	723	37.02%
营销人员	996	49.55%	59	937	49.63%	80	857	49.25%	-110	967	49.51%
研发及技术人员	109	5.42%	-8	117	6.20%	-25	142	8.16%	7	135	6.91%
职能部门	159	7.91%	38	121	6.41%	-7	128	7.36%	0	128	6.55%
合计	**2,010**	**100.00%**	**122**	**1,888**	**100.00%**	**148**	**1,740**	**100.00%**	**-213**	**1,953**	**100.00%**

经核查，本所认为，发行人员工以供应链人员以及营销人员为主，员工整体结构合理、稳定，与发行人实际经营情况相匹配。

（二）结合业务内容及业务变化情况分析上述四类人员在报告期各期数量变化的原因。

根据发行人相关花名册、出具的说明，报告期内，发行人员工人数整体呈现先减少后增加的趋势，主要系供应链及营销人员数量变动。前述人员变动原因主要为发行人供应链系统升级、优化与品牌化战略转型等原因导致的 2019 年供应链及营销人员需求缩减以及自 2020 年起发行人业绩增长导致的人员需求增加。

具体而言，发行人供应链人员数量变化主要为发行人供应链系统整体优化、品牌化战略转型导致 2019 年非品牌业务供应链人员数量下降。随着发行人逐步深化品牌化转型以及发行人业绩大幅增长，自 2020 年起，发行人品牌业务相关的供应链人员数量相应上升。相关员工人数变化的具体情况参见本题回复之“三”。

根据发行人出具的说明，发行人营销人员数量变化主要原因为 2019 年公司基于品牌化战略转型主动缩减电商平台非品牌业务销售人员以及自 2020 年起因经营业绩增长导致营销人员需求上升。相关员工人数变化的具体情况参见本题回复之“四”。

根据发行人出具的说明，2019 年末，发行人研发及技术人员较上年末增加 7 人，主要原因系发行人在前期大力度进行电商业务底层 IT 平台架构和功能搭建

的基础上，基于业务的需求变化和要求提升逐步对现有 IT 系统进行升级、优化从而导致研发及技术人员数量上升。2020 年，发行人初步完成了对供应链等 IT 系统的升级、优化，对基层的 IT 开发人员需求下降。发行人为优化 IT 团队配置，削减了基层 IT 发开发人员数量并改为雇佣经验较为丰富的 IT 人员从而导致公司研发及技术人员减少。

发行人职能部门主要包括行政人员、财务人员以及管理人员等，2018 年至 2020 年，发行人职能部门人员数量稳定，变化幅度较小。2021 年上半年，发行人职能部门人员新增 38 人，主要原因为发行人新增招聘了一定数量的管理培训生作为人才储备。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、供应链人员的具体工作内容、所从事业务的具体环节情况，对供应链人员是否可进一步按照工作内容、工作性质进行区别，相关分类下各自的人员数量及占比情况，相关人员配置是否符合发行人业务实际开展情况及合理性。

（一）供应链人员的具体工作内容

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人供应链人员主要负责产品开拓、生产、采购、物流仓储以及管理等五类业务，相关业务的具体工作内容如下：

业务	具体工作内容
产品开拓	（1）通过市场调研，寻找具有市场潜力的产品； （2）进行成本和风险把控，合理开拓新产品，辅助销售人员进行产品的库存管理； （3）通过搜集、考察及评估供应商信息进行供应商的开发及维护，优化供应商体系。
产品采购	负责产品采购、回货跟踪、货款支付申请、在信息系统中录入与产品采购相关的基本信息
产品生产	负责服装生产相关工作
物流仓储	负责物流、仓储相关工作
管理人员	负责供应链业务相关的管理、行政及其他相关工作（如文案编辑、美工等）

（二）供应链人员的结构

根据发行人出具的说明，报告期各期，发行人上述 5 类供应链人员的数量、

占比及变化情况具体如下：

业务	2021.06.30			2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31	
	人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比
产品开拓	74	9.92%	37	37	5.19%	13	24	3.92%	-41	65	8.99%
产品采购	79	10.59%	-3	82	11.50%	17	65	10.60%	-30	95	13.14%
产品生产	130	17.43%	-46	176	24.68%	59	117	19.09%	11	106	14.66%
物流仓储	353	47.32%	32	321	45.02%	5	316	51.55%	-29	345	47.72%
管理人员	110	14.75%	13	97	13.60%	6	91	14.85%	-21	112	15.49%
合计	**746**	**100.00%**	**33**	**713**	**100.00%**	**100**	**613**	**100.00%**	**-110**	**723**	**100.00%**

发行人系跨境电子商务企业，通过 Amazon 等第三方电商平台及垂直类自营网站为全球消费者提供高品质、个性化的时尚生活产品。发行人主营业务的全面发展决定了发行人需要雇佣较多自行管理的物流仓储人员对发行人自有仓储设施以及外部物流、仓储渠道进行运营、维护以及管理。

发行人销售的部分服饰系由发行人自行生产或委托第三方完成部分生产环节，发行人自行管理的生产人员主要是在发行人的制造工厂中承接内部业务团队的生产订单，并在生产的过程中能及时、完整地将生产数据反馈于发行人自研的服装柔性供应链系统，对系统进行测试和优化。因此，发行人雇佣了较多产品生产人员。

报告期各期，发行人供应链员工中，负责物流仓储的员工人数最多，其次为产品生产人员，产品开拓和产品采购员工人员相对较少。报告期内，发行人供应链员工整体结构稳定，相关人员配置符合发行人业务实际开展情况且具备合理性。

（三）供应链人员变化情况及原因

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人供应链人员数量总体呈先减后增的变化趋势，主要为产品开拓、产品采购以及产品生产人员数量变化所致，具体原因如下：

1、产品开拓及采购人员变化的原因

发行人持续在进行品牌化转型战略，由于非品牌业务和品牌业务的产品开拓逻辑有较大不同，且对于产品采购方面的要求也存在较大差异，发行人遂逐渐减少了非品牌业务的产品开拓和产品采购人员，从而导致 2019 年发行人产品开拓

及产品采购人员数量的下降。2020 年，随着发行人业务规模扩大，发行人逐步配置更高水平、更适合品牌业务的对应人员来应对业务的增长，当年产品采购人员和产品开拓人员数量呈现出一定幅度的增长。2021 年上半年，发行人基于业务发展考量，适当增加了产品开拓人员的数量，产品采购人员数量则基本保持稳定。

同时，报告期内，发行人持续对 IT 系统进行升级、优化，以提升发行人平台化快速反应能力。通过对产品工序，供应链流程，质控、尺码、色号等各项业务标准的持续研究，以及对于采购预警系统的研发升级，即能够根据销售需求、库存数量、在途产品数量、供应商发货周期、最小订货量（MOQ）、最小包装量（MPQ）等供应链相关数据对产品采购决策进行支撑，发行人于 2018 年及 2019 年对供应链相关的 IT 系统进行了较大幅度的优化，系统对于部分人工操作环节的替代一定程度上减少了对产品开拓及采购人员的需求。

2、产品生产人员变化原因

如前所述，除承担一般的生产职能外，发行人的制造工厂还为其自研的柔性供应链系统优化、完善提供相关试验、数据及其他技术支持。为保证发行人自有生产人员能够尽量覆盖更多品类服装的生产，从而为柔性供应链系统算法的进一步优化提供相关的试验、数据与技术支持，发行人于 2020 年适当增加了覆盖多种服装类型及对应工序的生产小组，进而导致生产人员出现了一定幅度的增长。2021 年上半年，发行人对制造工厂部分员工的工作内容进行调整，安排该等人员更多参与相关商品的物流及仓储工作，导致生产人员数量出现了下降。

综上所述，报告期内发行人供应链员工人数变化趋势与发行人业务实际开展的情况相匹配，具备合理性。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、营销人员的具体工作内容、发行人营销获客方式，是否可将营销人员按照部门设置、工作内容等进行区别，相关分类下各自的人员数量及占比情况。

（一）营销人员的具体工作内容

根据发行人出具的说明，发行人营销人员按照工作内容可以具体细化分为客服人员、推广人员、销售人员以及管理人员。上述 4 类人员的主要工作内容如下：

职能	工作内容
客服人员	通过处理各种售前、售中、售后问题，及时了解客户需求、反馈异常问题，以提升店铺指标及交易成交率、降低退款率。
推广人员	通过各种推广渠道及策划品牌推广活动为产品引流，以提高产品曝光率和订单转化率。
销售人员	（1）负责平台店铺日常运营管理； （2）结合市场调研数据和历史销售数据进行库存管理，保证健康库存周转； （3）分析产品、市场和竞品，结合用户痛点，对产品各个维度进行优化； （4）根据产品的销量和排名变化，及时制定和调整销售策略及推广计划。
管理人员	（1）根据公司发展战略，进行产品选择、营销优化管理、市场调查分析、制定公司线上运营、推广和管理计划，并组织营运落地执行，实现预期经营目标； （2）分析市场数据及各项数据指标，及时掌握平台以及竞争对手信息，定期进行分析汇总，通过数据分析监控品类运营状况,持续优化调整品类运营策略； （3）建立并维护公司与相关网站、媒体、行业协会及其他相关单位的良好业务合作关系，维持并开拓合作伙伴，协调客户资源，保证网络运营项目的顺利执行； （4）完善店铺各类管理及运营政策制度，妥善处理客户投诉与纠纷，提高账户评价率，保持账号良好运行状态； （5）负责销售、客服、推广团队的管理，制定组内人员规划和架构搭建，完善团队人才培养，持续提升团队效率。

（二）发行人营销获客方式

根据发行人出具的说明，发行人主要市场营销和推广模式可分为站内营销和站外营销。其中，Amazon、eBay、Wish 等第三方平台推广方式主要采用站内营销方式，自营网站则主要采用站外营销方式。

1、站内营销

以 Amazon 平台为例，发行人主要通过直接在 Amazon 站内竞价并投放基于搜索关键词的 CPC 类（按用户点击收费）广告获取流量，具体形式主要包括付费产品广告（Sponsored Products）、标题搜索广告（Headline Search Ads）、产品展示广告（Product Display Ads）、移动端视频广告等。发行人推广人员及销售人员会在 Amazon 店铺后台设置广告投放预算、广告类型，并与大数据团队配合监控广告投放效果以及时调整投放策略。

2、站外营销

站外营销模式主要通过 Facebook、Google 等渠道进行广告的投放。以 Facebook 为例，发行人营销人员会结合用户的国家、年龄、喜好等维度信息及发行人内部的营销策略，通过展示广告、展示关键字、搜索广告、产品链接等方式进行广告分发，对不同产品的受众进行精准投放。

（三）是否可将营销人员按照部门设置、工作内容等进行区别，相关分类下各自的人员数量及占比情况

根据发行人出具的说明，发行人营销人员按照部门设置、工作内容进行分类后的人员数量及占比情况如下表所示：

所属部门	职能	2021.6.30			2020.12.31			2019.12.31			2018.12.31	
		人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比	变化	人数	占比
亚马逊销售中心	客服人员	37	3.71%	4	33	3.52%	-6	39	4.55%	-2	41	4.24%
	推广人员	72	7.23%	37	35	3.74%	20	15	1.75%	-28	43	4.45%
	销售人员	593	59.54%	162	431	46.00%	35	396	46.21%	-43	439	45.40%
	管理人员	101	10.14%	33	68	7.26%	-4	72	8.40%	29	43	4.45%
	合计	**803**	**80.62%**	**236**	**567**	**60.51%**	**45**	**522**	**60.91%**	**-44**	**566**	**58.53%**
综合销售平台	客服人员	11	1.10%	-7	18	1.92%	3	15	1.75%	-13	28	2.90%
	推广人员	1	0.10%	-58	59	6.30%	14	45	5.25%	39	6	0.62%
	销售人员	75	7.53%	-74	149	15.90%	-13	162	18.90%	-102	264	27.30%
	管理人员	16	1.61%	-38	54	5.76%	7	47	5.48%	-13	60	6.20%
	合计	**103**	**10.34%**	**-177**	**280**	**29.88%**	**11**	**269**	**31.39%**	**-89**	**358**	**37.02%**
自营网站营销中心	客服人员	10	1.00%	-6	16	1.71%	6	10	1.17%	4	6	0.62%
	推广人员	32	3.21%	9	23	2.45%	0	23	2.68%	8	15	1.55%
	销售人员	24	2.41%	6	18	1.92%	4	14	1.63%	2	12	1.24%
	管理人员	24	2.41%	-9	33	3.52%	14	19	2.22%	9	10	1.03%
	合计	**90**	**9.04%**	**0**	**90**	**9.61%**	**24**	**66**	**7.70%**	**23**	**43**	**4.45%**
合计		**996**	**100.00%**	**59**	**937**	**100.0%**	**80**	**857**	**100.00%**	**-110**	**967**	**100.00%**

注：综合销售平台指除亚马逊以外的其他第三方电商平台。

2019 年，基于前期品牌化战略转型的初步尝试的成功经验，发行人逐步缩减亚马逊及其他电商平台（综合销售平台）的非品牌运营团队，进而导致当年发行人亚马逊销售中心和综合销售平台营销人员数量出现了较为明显的下降。

发行人品牌化战略转型过程中，主要保留了销售情况良好的部分产品及自有品牌，关闭部分业绩未达预期或者与发行人品牌化战略不符的网络店铺。此外，受益于发行人不断积累的营销经验、内部培训和考核机制的精细化提升以及 IT 系统的升级、优化，发行人营销人员工作效率持续提升，因此营销人员的缩减并未对发行人业绩造成不利影响，资源更加聚焦，为发行人品牌化战略转型提供了良好的保障。

2021 年上半年，发行人亚马逊平台销售收入占比进一步提升。为满足业务需求，发行人将部分综合销售平台员工重新安排至亚马逊销售中心并额外招聘了部分营销人员，进而导致亚马逊销售中心人员数量出现较大幅度增长以及综合销售平台人员数量出现较大幅度下降。

自营网站作为发行人品牌化战略转型的另一发力点，自 2018 年起相应人员规模呈持续上升趋势，但因其人员规模基数较小，其人员数量变动并未对发行人营销人员整体数量变化造成较大影响。2021 年上半年人员变动主要系发行人为适应业务发展对部门员工的结构进行主动调整。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、报告期各期员工数量变化较大、2018 年员工数量较 2017 年大幅降低的原因，报告期各期末各类别员工数量变动的原因及合理性、与公司业务发展的关联性。

（一）报告期各期员工数量变化较大及 2018 年员工数量较 2017 年大幅降低的原因

如前所述，发行人报告期各期员工人数变化主要为供应链人员及营销人员数量的变化，主要原因为发行人供应链系统整体优化、品牌化战略转型以及发行人

业绩变化。

根据发行人出具的说明，除供应链系统整体优化、品牌化战略转型两大原因以外，发行人 2018 年末员工人数较 2017 年末出现大幅降低的另一原因系发行人因制造工厂搬迁，部分人员需重新在当地配置，同时将新配置人员的需求聚焦于最重要的生产工序，从而导致生产人员数量出现暂时性的下降。

综上所述，发行人报告期各期员工数量变化较大、2018 年员工数量较 2017 年大幅降低以及报告期各期末各类别员工数量变动具备合理性，与发行人业务发展情况相匹配。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、境外用工的主要地域，是否符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定，是否依规为当地员工缴纳相关保险费用及所得税，境外用工的合法合规性。

（一）公司境外用工的合法合规性

根据发行人提供的员工花名册，发行人境外员工的用工地域为美国及德国。

根据Law Offices Of Pyng Soon（美国）于2021年10月14日出具的法律意见书，“基于充分的尽职调查，本所认为，美国兰玛特及其子公司与其员工之间不存在现实的或潜在可能发生的任何劳动争议或其他纠纷。美国兰玛特及其子公司遵守各自司法辖区的所有可适用劳动法。”[1]“依据《平价医疗法案》（ACA）和《国内税收法》（IRC），拥有50名或以上全职等效（FTE）员工的企业如不提供医疗保险，或提供的医疗保险不符合某些最低标准，则企业可能会受到经济处罚，称为雇主分担责任。基于充分的尽职调查，本所认为，美国兰玛特的全职员工不

[1] “To the best of our knowledge after due inquiry and Management Representation Letter, no labor dispute or other conflict with the employees of the Corporation and its Subsidiaries or is imminent or threatened to each of the Corporation and its Subsidiaries. The Corporation and its Subsidiaries are in compliance with all the applicable labor laws of their respective jurisdictions.”

足50人，因此美国兰玛特不受最低限度的雇主分担责任的约束，也未曾收到任何有关处罚、争议及税务程序的通知”。[1]

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“基于充分的尽职调查，本所认为，新泽西兰玛特与其员工之间不存在现实的或潜在可能发生的任何劳动争议或其他纠纷。新泽西兰玛特及其子公司遵守各自司法辖区的所有可适用劳动法。”[2] 此外，“基于充分的尽职调查，本所认为，新泽西兰玛特的全职员工不足 50 人，因此新泽西兰玛特不受最低限度的雇主分担责任的约束，也未曾收到任何有关处罚、争议及税务程序的通知”。

根据Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于2021年10月1日出具的法律意见书，德国兰玛特“合法雇工，没有劳资纠纷，公司的劳动合同和公司雇工符合德国法律的要求”，且“没有诉讼和仲裁在案，从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚”。

根据Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于2021年10月1日出具的法律意见书，德国赛维“目前没有雇员，没有劳动合同”，且“没有诉讼和仲裁在案，从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚”。

根据前述法律意见书，发行人境外用工符合当地相关法律法规的规定，不存在劳动争议案件，依法为当地员工缴纳相关保险费用及所得税，用工形式合法合规。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就

---

[1] “The Affordable Care Act （ACA）and IRC 4980H require businesses with 50 or more full-time equivalent （FTE）employees that do not offer health coverage, or that offer health coverage that does not meet certain minimum standards, may be subject to a financial penalty, referred to as the Employer Shared Responsibility. To the best of our knowledge after due inquiry and Management Representation Letter, the Corporation has less than 50 FTE and therefore the Corporation is not subject to the minimum Employer Shared Responsibility and has not received any notice of penalties, disputes, proceedings of tax.”

[2] “To the best of our knowledge after due inquiry and Management Representation Letter, no labor dispute or other conflict with the employees of the Corporation or is imminent or threatened to each of the Corporation. The Corporation is in compliance with all the applicable labor laws of its respective jurisdictions.”

上述内容补充披露。

七、报告期内存在的劳动纠纷情况及事件进展、对发行人业务的影响。

（一）报告期内公司存在的劳动纠纷情况及其对公司业务的影响

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/）、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、中国执行信息公开网（http://shixin.court.gov.cn）、全国法院被执行人信息查询网（http://zhixing.court.gov.cn/search/）网站查询，报告期内，公司存在的劳动纠纷合计 7 起，具体情况如下：

序号	争议双方	案件编号	劳动争议类型	争议金额	事件进展
1	宋亮亮、赛维网络	深龙劳人仲（平湖）案[2017]1716 号	工资争议	5,500.00 元	调解完毕
2	鲁爱军、芬哲服饰	深龙劳人仲（平湖）案[2017]1768 号	赔偿金争议	6,569.60 元	仲裁裁决完毕
3	卢珽玺、赛维网络	深龙劳人仲（平湖）案[2018]256 号	其他争议	7,527.10 元	仲裁裁决完毕
4	卢珽玺、赛维网络	深圳市龙岗区人民法院（2018）粤 0307 民初 8957 号	其他争议	7,527.10 元	一审判决完毕
5	熊建华、芬哲服饰	深龙劳人仲（平湖）案[2019]511 号	其他争议	56,000.00 元	仲裁裁决完毕
6	雷良艳、赛维网络	深龙劳人仲（平湖）案[2019]869 号	赔偿金争议	53,334.00 元	调解完毕
7	赖根龙、华成云商	深龙劳人仲（平湖）案[2020]2376 号	赔偿金争议	82,409.00 元	调解完毕

报告期发行人不存在境外劳动纠纷，具体参见本题回复之“六”。

综上所述，发行人及其子公司与员工之间的劳动争议均以调解、裁决或判决形式解决完毕，上述劳动仲裁案件仅涉及发行人的普通员工，且金额较小，该等结果不会对发行人业务经营产生重大不利影响。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

八、保荐人、发行人律师就发行人劳动用工合法合规性执行的核查程序、获取的核查证据

针对发行人劳动用工合法合规性，本所律师执行的核查程序、获取的核查证据如下：

1、获取并查阅发行人与其员工签订的劳动合同，核查相关劳动合同是否符合相关法律法规；

2、查阅报告期内发行人及其主要子公司的社会保险、住房公积金缴纳明细表、缴纳凭证；

3、通过公开信息查询发行人及其主要子公司社会保险、住房公积金缴纳、劳动用工情况的合法合规性；

4、获取并查阅发行人及其主要子公司报告期内劳务派遣协议、派遣公司的资质、劳务派遣费用支付凭证、劳务派遣员工名册等；

5、获取并查阅发行人及其主要子公司所在地劳动主管部门、人力资源与社会保障局、住房公积金管理中心出具的关于社会保险、住房公积金缴纳及劳动用工合法合规性的证明文件；

6、获取并查阅发行人境外律师就其境外用工合法合规性出具的法律意见书。

九、核查程序及核查意见

本题“一”至“七”的核查程序和核查意见如下：

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、访谈发行人人力资源负责人，了解发行人供应链人员、营销人员、技术及研发人员和职能部门人员的构成情况，各部门各级别人员的职责分工；

2、访谈发行人供应链部门负责人，了解供应链人员分类情况以及各类供应链人员的主要职责；

3、访谈营销部门负责人，了解营销人员分类情况、各类营销人员的主要职责以及发行人主要获客方式；

4、获取并查阅发行人及其子公司报告期内的员工花名册；

5、获取并查阅发行人境外律师针对境外用工合法合规性出具的法律意见书；

6、获取并查阅报告期内发行人境内劳动纠纷相关的判决书。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、报告期内，发行人境外员工数量占比呈上升趋势，人员配备适中，主要原因为业务规模增长，发行人境外员工数量及占比与发行人实际经营情况相匹配，变化原因具备合理性；

2、发行人供应链人员、营销人员、研发及技术人员、职能部门人员数量及占比合理，相关人员在报告期各期数量的变化原因合理；

3、发行人供应链人员及营销人员结构合理，与发行人业务实际开展情况相匹配；

4、发行人各期员工数量变化较大、2018 年员工数量较 2017 年大幅降低的原因合理，与发行人业务发展具备关联性；

5、发行人境外用工符合当地劳动合同、劳动保障等相关法律法规的规定，境外用工合法合规；

6、报告期内，发行人的劳动纠纷均已调解、裁决或判决形式解决完毕，该等劳动仲裁案件仅涉及发行人的普通员工，且金额较小，不会对发行人业务经营产生重大不利影响；

7、发行人及其子公司已依据《劳动合同法》的规定与员工签订劳动合同，不存在因违反劳动用工法律法规而受到重大行政处罚的情形；发行人及其境内子公司已为符合条件的员工按规定缴纳社会保险、住房公积金，不存在因违反社会保险、住房公积金法律法规而受到行政处罚的情形；发行人的劳务派遣用工符合《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》及《劳务派遣暂行规定》的规定。

第九题（《首轮问询函》“9．关于物流及出口报关”）

申报材料显示，发行人部分商品委托相关服务公司进行出口申报，部分商品采取自行申报方式。报告期内，发行人物流供应商主要包括威狮物流、燕文物流、中国邮政、DHL 等。发行人说明，头程物流指跨境贸易卖家通过特定运输方式将商品从中国运到目的地仓库存储的物流过程，尾程物流指跨境贸易卖家通过特定运输方式从存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程。

请发行人：

（1）结合典型业务模式及案例，以通俗易懂的语言，分类别对发行人商品出口各环节（包括但不限于物流选取、出口报关、目的地仓储选择、商品派送方式等）进行详细披露，在招股说明书中具体披露商品从消费者下单到消费者收货、系统评价的全业务链条，并对其中的涉税环节进行具体分析。

（2）结合业务类别、运输目的地、收货方系中转仓库或中转第三方还是终端消费者等，补充披露发行人对各物流服务供应商的选取标准，不同物流供应商提供的不同种类的物流服务适配于发行人业务的何种环节。

（3）补充披露商品出口申报的基本模式，采用自行申报或委托申报的原因，不同商品出口报关主体出现差异的原因，物流供应商是否提供出口报关服务及具体业务环节、流程。

（4）补充披露是否存在无报关手续的商品或物流运送方式及其详细业务环节情况。

（5）补充披露相关商品的跨境、进出口环节系在头程物流还是尾程物流中进行体现，发行人对头程物流、尾程物流的定义和分类是否与同行业可比公司一致，发行人是否存在物流多次中转的情形，其物流过程如何进行区分。

（6）结合上述业务环节及物流服务过程中商品销售的具体环节情况，补充披露发行人是否存在通过物流规避销售环节增值税或出口税费的情形。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

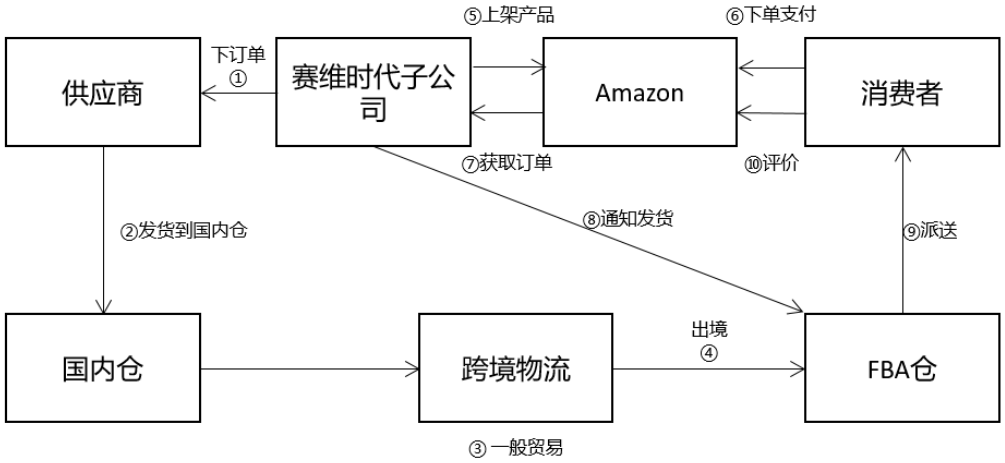
【回复】

一、结合典型业务模式及案例，以通俗易懂的语言，分类别对发行人商品出口各环节（包括但不限于物流选取、出口报关、目的地仓储选择、商品派送方式等）进行详细披露，在招股说明书中具体披露商品从消费者下单到消费者收货、系统评价的全业务链条，并对其中的涉税环节进行具体分析。

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，发行人经营模式为通过 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台以及 SHESHOW、Retro Stage 等垂直品类自营网站销售服饰配饰、百货家居、运动娱乐、数码汽摩等产品，以满足全球消费者高品质、个性化的时尚生活需求。截至本补充法律意见书出具之日，发行人出口方式为一般贸易和直邮 9610 出口模式，其中以一般贸易为主，少量为直邮 9610 出口模式。从发货方式来看，FBA 及海外仓均为一般贸易的出口方式，直邮方式下均为 9610 出口模式。

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，以下以 Amazon 平台为例，对从消费者下单到收货、系统评价的全业务链条展开阐述。具体可分为如下三种模式：

（一）Amazon FBA 配送模式

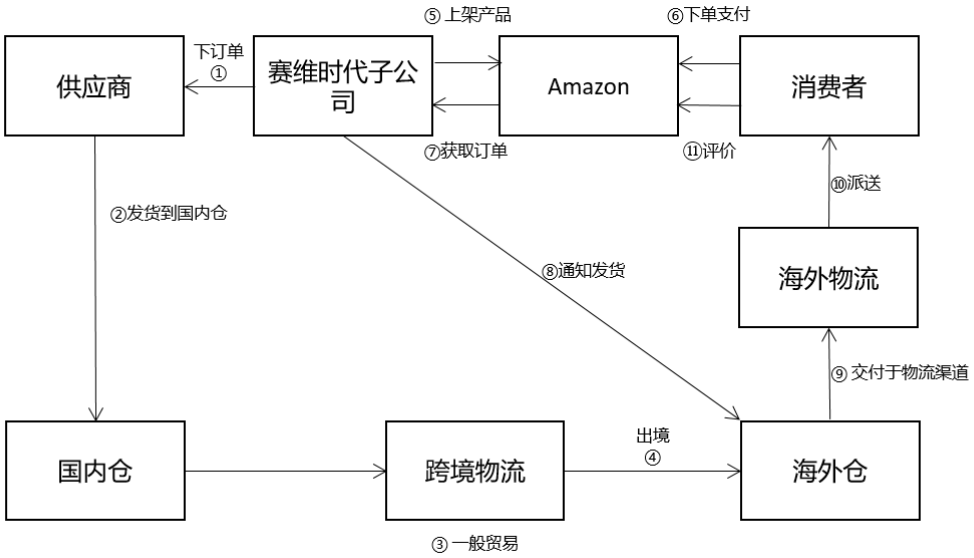


Amazon FBA 配送模式一般适用于价值较高且对时效要求较高的服装、家居、电子类商品。截至目前，该种模式下，国内子公司华成云商完成采购，通过一般贸易出口，将货物转运至海外亚马逊 FBA 仓；消费者下单后由亚马逊 FBA 统一负责安排尾程的配送，将订购的商品直接交予消费者。

Amazon FBA 配送模式下，国内采购环节涉及增值税进项税，出口报关环节

涉及出口退税；入境美国海关涉及关税，Amazon 平台销售涉及销售税；入境欧洲海关涉及关税、进口增值税，Amazon 平台销售涉及销售增值税。

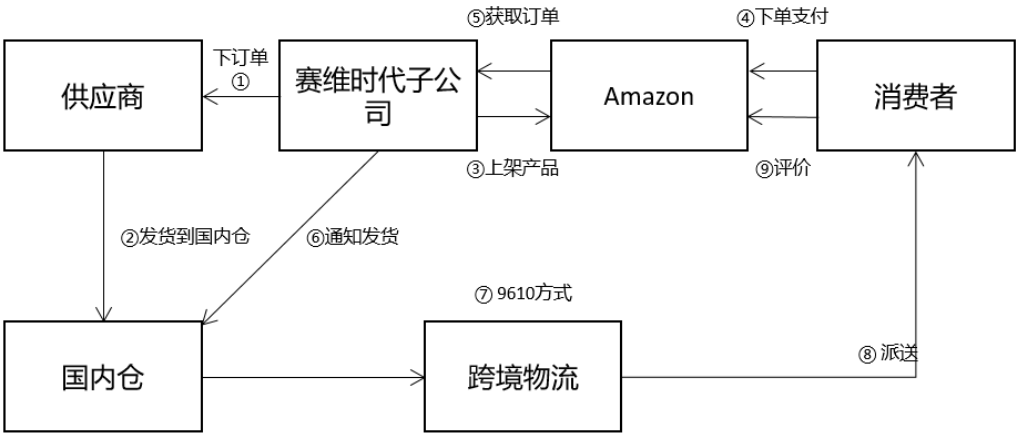
（二）海外仓+第三方配送模式



与 FBA 仓相比，海外仓+第三方配送模式更为灵活，发行人一般根据未来一段时间销售预测、库存情况及时安排补仓，并在储存体积较大或重量较大的产品方面具有竞争优势。发行人海外仓主要在美国洛杉矶、新泽西州以及捷克等。该种模式下，由国内子公司华成云商采购，通过一般贸易出口，将货物转运至海外仓；消费者下单后，由当地第三方物流公司负责安排尾程的配送，将订购的商品直接交予消费者。

海外仓+第三方配送模式的涉税环节与前述的 FBA 仓相同。

（三）直邮模式



直邮模式主要适用于零散、小批量、价值量不大的商品，报告期前期主要为邮政小包模式，由香港兰玛特向国内供应商采购后通过第三方物流运送至海外消费者；从 2020 年下半年开始转换为直邮 9610 出口模式，采购主体由香港兰玛特切换至境内子公司深圳晒布、苏州赛鼎供应链和厦门赛鼎供应链，三家境内子公司向国内供应商采购后通过第三方物流运送至海外消费者。

直邮模式下，发行人采购环节涉税情况因采购主体的变化而有所差异。香港兰玛特直接向供应商采购，因境内主体未参与采购，故不涉及增值税进项税；通过邮政海关出口不涉及出口退税。深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链等境内主体采购时，境内采购环节通常涉及增值税（部分供应商若为小规模纳税人或个体户，则未涉及），出口报关时，对于深圳晒布适用 9610 出口模式监管方式，凭借有效进货凭证可统一办理出口退税；对于苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链，因采购时未取得增值税发票，则出口报关时适用 9610 出口模式出口免征不退的监管政策。

直邮模式下，欧洲税改新政实行前，入境欧洲海关时，小型包裹系因海外个人客户采购而进口，发行人无需就小型包裹在该地区进行增值税登记及缴纳进口增值税，欧洲税改新政实行后，在欧洲 Amazon 平台销售时，货值低于 150 欧元的小型包裹（英国为 135 英镑）由平台代扣代缴增值税；入境美国海关时，若小包货值低于起征点则免征进口关税。在美国 Amazon 平台销售时，绝大部分州由 Amazon 平台代扣代缴销售税；在欧洲 Amazon 平台销售时，由自行申报正逐步转向平台代扣代缴。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、结合业务类别、运输目的地、收货方系中转仓库或中转第三方还是终端消费者等，补充披露发行人对各物流服务供应商的选取标准，不同物流供应商提供的不同种类的物流服务适配于发行人业务的何种环节。

（一）发行人对各物流服务供应商的选取标准

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，发行人制定物流供应商管理制度，对物流供应商统一管理。发行人一般自主选择物流供应商，少部分情况下由平台指定或消费者指定。结合业务类别、运输目的地、收货方系中转仓库还是终端消费者等因素，发行人的物流供应商主要分为三类：

一是跨境直邮类物流供应商，主要包括邮政、国际快递及专线小包。邮政包含邮政小包、挂号函件等；国际快递是国际快递公司自建物流网络，代表企业有DHL、FedEx、UPS；专线小包的价格、时效、质量均介于邮政和国际快递之间，品类以小包为主，代表企业为燕文物流、云途物流等。

二是国际运输类物流供应商。该类物流企业从事出口货运代理或进口递接业务，通常不能独自完成海外操作，需要协同多个第三方物流商，以共同完成全链路交付；该类物流适用于 FBA 和海外仓的跨境运输，其配送要求高频次、高时效，对物流费率的容忍度相对较高。

三是海外本地派送类物流供应商。这类供应商负责完成当地的物流派送，将商品送至消费者所在地。

发行人对上述三类物流供应商具体的选择标准分别如下：

1、跨境直邮类物流供应商：主要根据物流供应商的报价以及其具体市场表现情况进行选择，市场表现指标包涵运输周期、妥投率等数据。发行人物流部门将物流商的价格及市场表现指标纳入运营系统，并定期维护和更新，销售部门根据自身运营策略、产品特性、物流商市场表现情况、物流价格、平台物流政策等

综合确定物流商。

2、国际运输类物流供应商：国际运输类物流供应商通常采取网络招标方式进行选择。发行人财务部门、物流部门、销售部门人员组成的招标小组，招标小组根据物流评分项目及权重进行评选，根据评选后的综合排名做出业务授标决议。

3、海外本地派送类物流供应商：该类物流商选择通常优先选择全国性或该区域全覆盖的物流商，例如欧洲的 DHL，美国的 USPS、FedEx、UPS 等；其次引入部分较为优质的物流供应商，通过对物流商的货量调节，保障价格稳定和服务水平。

（二）不同物流供应商提供的不同种类的物流服务适配于发行人业务的环节

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，物流供应商提供从发货仓至消费者的跨境物流服务，不同种类的物流供应商提供服务类型有所差异。跨境物流通常由七个环节组成：揽件、仓储分拣、国内报关、跨境运输、海外报关、仓储中转、海外派送。

发行人三类物流供应商提供的物流服务适用的环节如下：

跨境直邮类物流供应商用于从境内采购后直接运送至终端消费者，该环节中消费者已经订购下单，发行人安排物流交付后完成交易。物流供应商提供的服务因采购主体不同而有所差异。报告期前期主要为邮政小包模式，由香港兰玛特向国内供应商采购后运送至海外销费者，从 2020 年下半年开始转换为直邮 9610 出口模式，采购主体转为深圳晒布、苏州赛鼎供应链和厦门赛鼎供应链。香港兰玛特采购时，物流供应商提供的服务涵盖揽件、仓储分拣、国内报关、跨境运输、海外报关、海外派送全流程环节。深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链等境内主体采购时，物流供应商提供服务涉及揽件、仓储分拣、跨境运输、海外报关、海外派送环节。

国际运输类物流供应商服务适用于 FBA 仓及海外仓模式下从境内采购后批量发往境外的头程运输环节，该模式下发行人采购主体主要为华成云商，国际运输类物流供应商提供服务涉及揽件、仓储分拣、跨境运输、海外报关等环节；报告期前期少量由香港兰玛特采购时，物流供应商提供的服务涵盖揽件、仓储分拣、

国内报关、跨境运输、海外报关环节。

海外本地派送类物流供应商的配送涉及海外终端配送环节，该环节中客户下单后由海外仓发货，本地物流公司完成配送。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充披露商品出口申报的基本模式，采用自行申报或委托申报的原因，不同商品出口报关主体出现差异的原因，物流供应商是否提供出口报关服务及具体业务环节、流程。

（一）商品出口申报的基本模式，采用自行申报或委托申报的原因

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，目前，发行人出口申报的基本模式为自主申报，申报方式上由发行人自主完成或委托物流公司协助提交报关材料。报告期内，随着发行人品牌化战略的运行，采购主体及物流商合作方式有所变化，申报方式因业务模式、采购主体的不同也有所差异。

FBA 仓及海外仓发货模式下，国内子公司华成云商采购时，由发行人自行完成报关，同时考虑具体操作便捷性，会委托物流商协助提交报关资料，完成海关报关程序。报告期前期，部分货物由香港兰玛特采购时，因其设立主体不在境内，无法独立完成自主申报，则通常委托物流供应商完成申报。

直邮模式下，2020 年下半年推进 9610 出口模式报关以后，采购主体为深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链，出口申报方式为自主申报，同时考虑具体操作便捷性会委托邮政类物流商提交报关材料，完成 9610 出口模式海关报关。报告期前期直邮模式主要为邮政小包方式，由香港兰玛特直接采购，因采购主体不在境内，无法独立完成自主申报，通常委托物流供应商完成申报。

（二）不同商品出口报关主体出现差异的原因

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，不同商品出口报关主体出现差异的原因：一是业务模式的不同，二是随着品

牌化战略的运行，子公司定位存在差异。

目前，FBA 仓及海外仓发货模式下，出口方式为一般贸易，出口报关主体为集团采购中心华成云商；直邮类模式下，出口方式为 9610 出口模式海关监管方式，出口报关主体为深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链。

报告期前期，综合考虑境内外行业环境、发行人成长阶段、品类较多的产品属性、业务核算便利性，少量货物由香港兰玛特向供应商采购，并委托物流供应商完成出口、配送等全流程服务，以此快速响应消费者的需求和市场的变化。

随着品牌化战略的运行，发行人协同运营能力逐步提升，发行人的品类及 SKU 数量呈集中化趋势，发行人对其子公司也逐渐调整了战略定位，由香港兰玛特直接采购演变为由境内子公司华成云商、深圳晒布、苏州赛鼎供应链、厦门赛鼎供应链等独立采购。独立采购后，各子公司对员工的品类采购管理能力、市场流行元素跟踪能力等提出了更高的要求，发行人协调经营能力进一步增强。

在与物流供应商合作方面，随着品牌化战略的运行，在境内子公司的独立采购过渡期间内，部分物流供应商提供的委托报关逐渐切换为子公司自主报关。

（三）物流供应商是否提供出口报关服务及具体业务环节、流程

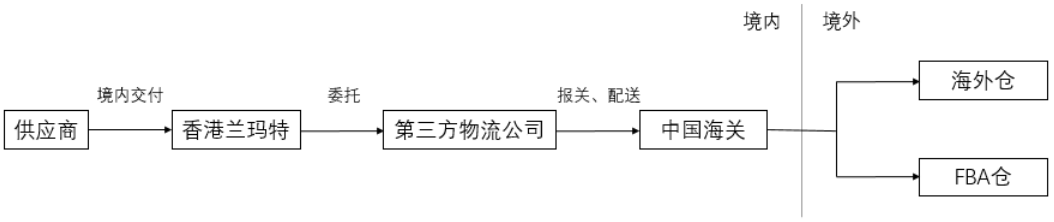
根据中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、苏州、厦门、西安等分公司）出具的证明、发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，目前，发行人出口申报方式为自主申报，物流供应商仅协助发行人提交报关材料，具体包括向海关提交交易出口明细、物流等信息等。

报告期前期，发行人直邮方式主要为邮政小包模式，由香港兰玛特直接采购，发行人需委托邮政等公司完成报关。该种方式下，深圳、东莞、西安等地区的邮局海关就中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、西安等分公司）关于确认邮件监管流程的申请函出具了复函，再由中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、西安等分公司）出具关于国际邮政小包海关监管流程合法合规性确认的函。以深圳为例，深圳邮局海关向中国邮政集团有限公司深圳市分公司出具的证明如下：“我关依法对包括国际小包在内的进出境邮件进行监管，对符合法律规定的出口邮件予以放行，迄今未对你司有行政处罚。”中国邮政集团有限公司深圳市分公司向发行人出具的证明如下：“我司的出口国际小包业务经过深圳邮局海关（驻场）全程

监管，并履行法定的邮递物品出境手续后方可放行寄出，符合法律规定，迄今未因使用邮政国际小包业务而受到海关行政处罚。”

另外，中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、苏州、厦门、西安等分公司）出具了关于发行人出口合规性的证明，以深圳为例出具的证明如下：“中国邮政集团有限公司深圳市分公司（以下简称“我司”）是中国邮政集团有限公司驻深机构，依法经营各项邮政业务，承担邮政普遍服务，受政府委托提供邮政特殊服务。我司提供的各项邮政业务中邮政国际小包业务是中国邮政基于万国邮政联盟网络，针对 2kg 以下小件物品的标准类直发寄递服务，通达全球 200 多个国家和地区。可通过线上与线下两种渠道进行发货，为中国客户提供经济方便、清关便利的轻小件寄递服务。经由我司出口的国际小包业务邮件均需经过深圳邮局海关（驻场）全程监管，并履行法定的邮递物品出境手续后方可放行。该项业务出境监管的主要依据为《万国邮政公约》《邮政法》《海关法》。赛维时代科技股份有限公司是我司的用邮协议客户，长期使用我司的国际小包服务，在与我司业务合作过程中，该公司与我司签署合作协议，所交寄的国际小包经由我司按照相关规定以邮递物品的方式完成寄递，无违法违规行为。”

报告期前期，FBA 仓或海外仓模式下，部分货物由香港兰玛特直接采购时亦需委托物流供应商提供国内报关服务，相关业务流程如下：



物流供应商为客户提供报关服务过程中，制定了较为严格的内控措施以防范报关风险，在接收客户交运货物时，需与客户查验商品清单与实物相符，确认无误后按照商品清单上的数量、种类、货值进行报关。报告期前期，香港兰玛特与上述物流供应商在合作过程中，双方均不存在因违反海关相关规定而受到重大处罚的情况。该类方式下的主要物流供应商出具了与发行人出口报关相关的确认函：“（1）在为赛维提供委托报关服务过程中，本单位严格按照赛维提供的报关清单（包括货物品名、数量、货值等）履行报关程序；（2）本单位为赛维提供代理报

关服务过程中，货物的所有权一直属于赛维；（3）本单位为赛维提供代理报关服务过程中，不存在利用赛维的出口商品制作虚假材料骗取出口退税的情况；（4）在赛维交付货物符合中国境内及相关境外海关规定的前提下，若未按照赛维提供的清单报关，所涉及到的风险（包括但不限于罚款、查封、扣押、税收、外汇管制等），均由本单位承担，赛维对此不承担任何责任。”

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、补充披露是否存在无报关手续的商品或物流运送方式及其详细业务环节情况。

（一）是否存在无报关手续的商品或物流运送方式及其详细业务环节情况

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，报告期内，发行人不存在无报关手续的商品。目前，发行人的出口方式为一般贸易和直邮 9610 出口模式，发行人自主申报的商品均取得相应的报关手续。报告期前期，香港兰玛特采购时，由物流供应商直接代为履行相应的报关手续。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、补充披露相关商品的跨境、进出口环节系在头程物流还是尾程物流中进行体现，发行人对头程物流、尾程物流的定义和分类是否与同行业可比公司一致，发行人是否存在物流多次中转的情形，其物流过程如何进行区分。

（一）相关商品的跨境、进出口环节系在头程物流还是尾程物流中进行体现，发行人对头程物流、尾程物流的定义和分类是否与同行业可比公司一致，发行人是否存在物流多次中转的情形，其物流过程如何进行区分

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员以及查询傲基科技相关信息披露文件，发行人销售商品的跨境、进出口环节，在头程物流还是尾程物流中的区分情况如下：

物流模式	头程物流与尾程物流区分
Amazon FBA配送	跨境环节、进出口环节为头程物流
国际物流+海外第三方配送	跨境环节、进出口环节为头程物流，海外第三方配送为尾程物流
直邮	跨境环节、进出口环节为尾程物流

同行业可比公司中，关于头程物流、尾程物流的定义和分类对比如下：

序号	同行业可比公司	头程物流与尾程物流定义与分类	是否一致
1	傲基科技	头程物流为跨境贸易卖家通过特定运输方式将商品从中国运到目的地仓库存储的物流过程；尾程物流为跨境贸易卖家通过特定运输方式从存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程。从分类来看，直接面向消费者的物流计入尾程物流，跨境转运、中转、调配等计入头程物流	一致

发行人通常不存在物流多次流转的情形，但 FBA 仓之间的中转调配或海外仓向 FBA 补库存时，需要进行中转。从物流运输环节分类来看，直接面向消费者的物流计入尾程物流，跨境转运、中转、调配等计入头程物流。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、结合上述业务环节及物流服务过程中商品销售的具体环节情况，补充披露发行人是否存在通过物流规避销售环节增值税或出口税费的情形。

（一）发行人是否存在通过物流规避销售环节增值税或出口税费的情形

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈相关供应商、发行人相关负责人员，发行人的销售方式以 FBA 及海外仓模式为主，少量为直邮模式。目前，随着公司品牌化战略的运行及协同运营能力的提升，FBA 仓及海外仓模式下，由华成云商采购后销售给香港兰玛特和美国兰玛特，出口方式为一般贸易，发行人按规定获取增值税发票并办理出口退税。直邮模式下，跨境出口亦满足 9610 出口模式海关监管政策的要求，不存在通过物流供应商规避销售环节增值税或出口税费的情形。

报告期前期，由香港兰玛特向供应商采购时，因境内子公司未参与采购环节，

需委托物流供应商申报出口，并由该等物流供应商办理报关相关事宜。该类方式下的主要物流供应商出具了与发行人出口相关的确认函，在发行人交付货物符合中国境内及相关境外海关规定的前提下，若物流供应商未按照发行人提供的清单报关，所涉及到的风险（包括但不限于罚款、查封、扣押、税收、外汇管制等），均由物流供应商承担，发行人对此不承担任何责任。

经查询国家税务总局关于《出口货物劳务增值税和消费税管理办法》有关问题的公告以及查阅《增值税暂行条例细则》，未发现上述法规对国内直邮模式出口货物视同内销的规定。同时，深圳、东莞、西安等地区的邮局海关就中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、西安等分公司）关于确认邮件监管流程的申请函出具了复函，再由中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、西安等分公司）出具关于国际邮政小包海关监管流程合法合规性确认的函。发行人直邮模式商品最终销售地为海外，直邮模式商品出口并未申请出口退税，不存在骗取出口退税的情况。

综上，发行人不存在通过物流规避销售环节增值税或出口税费的情形。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

七、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、对内部管控机制进行访谈确认；

2、对报告期内主要合作的物流公司进行访谈确认，获取主要物流商的确认函，对海关报关数据与公司营业收入的数据进行匹配分析，抽查了相关单据；

3、取得出口所在地海关部门和税务部门的无违规证明；

4、获取中国邮政集团有限公司（深圳、东莞、苏州、厦门、西安等分公司）出具的证明；

5、获取并查阅境外律师事务所 Law Offices of Pyng Soon（美国）、Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）、William Kateny Legal（英国）出具的法律意

见书。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人目前的销售方式以 FBA 及海外仓为主，少量为直邮模式。发行人出口申报的基本模式为自主申报，申报方式上由发行人自主完成或委托物流公司协助提交报关材料。发行人不存在无报关手续的商品；

2、发行人不存在通过物流规避销售环节增值税或出口税费的情形。

第十题（《首轮问询函》“10．关于外汇”）

申报材料显示，发行人供应商主要为境内供应商，销售端客户主要为境外消费者。发行人向供应商支付人民币，境外销售获取外汇。

请发行人补充披露报告期各期外汇汇兑金额、外汇汇入境内的具体方式，是否存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形，发行人的外汇收支、外汇经营活动是否符合《外汇管理条例》及境外国家的法律法规和相关规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对上述事项核查范围的完整性、核查方法的有效性、获取的核查证据及核查结论。

【回复】

一、请发行人补充披露报告期各期外汇汇兑金额、外汇汇入境内的具体方式，是否存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形，发行人的外汇收支、外汇经营活动是否符合《外汇管理条例》及境外国家的法律法规和相关规定。

（一）报告期各期外汇汇兑金额、外汇汇入境内的具体方式

根据发行人提供的相关银行凭证、发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人第三方支付供应商，报告期内发行人境外资金汇入境内情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
公司境外资金汇入境内金额	122,929.77	238,684.08	131,876.33	103,900.34
其中：				
银行渠道	112,757.74	192,153.43	81,750.26	52,865.83
通过第三方支付平台渠道	10,172.03	46,530.65	50,126.07	51,034.51

如上所述，发行人一般通过银行渠道和第三方支付平台渠道两种方式将外汇汇入境内，具体如下：

1、银行渠道

通过银行渠道将境外资金汇入境内是指，企业的外销业务取得外汇收入后，

即在规定时间通过收汇银行对每笔涉外收入进行申报，并将外汇资金及时进行结汇。发行人主要采取由香港兰玛特与华成云商等境内公司之间进行货物贸易或服务贸易的方式将外币结汇转入境内公司，结汇具体方式及其法律依据为：

（1）通过货物贸易结汇

根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 年修订）》《经常项目外汇业务指引（2020 年版）》和国家外汇管理局、海关总署、国家税务总局《关于货物贸易外汇管理制度改革的公告》，货物贸易外汇收支应当具有真实、合法的交易基础，经营结汇、售汇业务的金融机构应当按照国务院外汇管理部门的规定，对交易单证的真实性及其与外汇收支的一致性进行合理审查。外汇局实行“贸易外汇收支企业名录”（以下简称名录）登记管理，对于不在名录的企业，银行和支付机构原则上不得为其办理货物贸易外汇收支业务。此外，外汇局根据企业贸易外汇收支的合规性及其与货物进出口的一致性，将企业分为 A、B、C 三类。其中，A 类企业进口付汇单证简化，可凭进口报关单、合同或发票等任何一种能够证明交易真实性的单证在银行直接办理付汇，出口收汇无需联网核查；银行办理收付汇审核手续相应简化。

根据发行人出具的说明、上海浦东发展银行股份有限公司深圳平湖支行出具的《业务凭证/回单》、相关《外汇业务登记凭证》、主管外汇管理部门出具的证明，并经本所律师登录发行人及子公司主管外汇管理部门网站查询，发行人及其子公司等外汇收款方已办理了贸易外汇收支企业名录登记并分类为 A 类企业，因此发行人境内子公司可通过货物贸易结汇的方式，向银行提出结汇申请，并且适用“便利化管理”原则，凭出口报关单、发票或交易合同等任何一种可证明交易真实性的文件即可向银行申请办理结汇手续。

（2）通过服务贸易结汇

根据《服务贸易外汇管理指引》《服务贸易外汇管理指引实施细则（2015 修正）》和《经常项目外汇业务指引（2020 年版）》，服务贸易外汇收支应当具有真实、合法的交易基础。境内机构和境内个人从事服务贸易活动应当符合国家规定，需经国家相关主管部门审批、核准、登记、备案等的，在办理服务贸易外汇收支前，应先办妥有关手续。经营外汇业务的金融机构办理服务贸易外汇收支业务，

应当按照国家外汇管理规定对交易单证（主要包括合同、支付清单以及其他能证明交易真实合法的交易单证等）的真实性及其与外汇收支的一致性进行合理审查。

根据发行人出具的说明、上海浦东发展银行股份有限公司深圳平湖支行出具的《业务凭证/回单》、相关《外汇业务登记凭证》，除通过货物贸易外，发行人还存在以服务贸易办理结汇的方式。在此种方式下，发行人需将相关服务贸易合同向商务部履行备案程序，在备案的额度范围内，每次结汇向银行提出申请并办理相应手续。发行人及其相关子公司已通过具有经营外汇业务资质的银行完成外汇登记，开立了收取外汇的外币账户，以出口报关单、合同等出口单证办理了收汇手续，并通过指定银行进行收汇及结算。

2、具有资质的跨境支付机构渠道

根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 年修订）》《支付机构外汇业务管理办法》等现行有效法律法规，除银行等金融机构外，符合相关条件的支付机构在取得《支付业务许可证》并办理贸易外汇收支企业名录登记后，方可开展外汇业务。在为市场交易主体提供外汇服务时，“支付机构应遵循‘了解客户’‘了解业务’及‘尽职审查’原则，在登记的业务范围内开展经营活动”。

目前，跨境电商业务发展迅速，考虑到业务开展的特点、换汇的简便性和及时性，除主要通过货物贸易或服务贸易结汇外，发行人还存在通过拉卡拉、汇付天下、易付宝等具有跨境外汇支付业务资格的跨境支付机构进行结汇，并主要用于支付给供应商款项的情形。

通过第三方支付机构结汇时，第三方支付机构如拉卡拉会要求香港兰玛特须填写申报明细，包括资金收款人、收款原因等，前述跨境支付机构将对交易的真实性进行审核。审核通过后，香港兰玛特可自行下发支付指令，将款项支付至收款账号。

（二）是否存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形，发行人的外汇收支、外汇经营活动是否符合《外汇管理条例》及境外国家的法律法规和相关规定

根据《中华人民共和国外汇管理条例（2008 年修订）》《国务院关于进一步加强和改进外汇收支管理的通知》等现行法律法规及相关外汇管理实践，国家严

禁打击地下钱庄等违反规定将境外资金汇入境内的行为。若违反该等规定，由外汇管理机关责令改正并处罚款。非法结汇的，由外汇管理机关责令对非法结汇资金予以回兑，处以罚款。

根据发行人出具的说明、上海浦东发展银行股份有限公司深圳平湖支行出具的《业务凭证/回单》、相关《外汇业务登记凭证》、主管外汇管理部门出具的证明，并经本所律师登录发行人及子公司主管外汇管理部门网站查询、抽查发行人资金流水、访谈发行人相关业务部门人员，发行人已办理贸易外汇收支企业名录登记并分类为 A 类企业，可依法在相关金融机构办理外汇收支业务。发行人通过银行渠道和具有资质的跨境支付机构渠道将境外资金汇入境内，不存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形。

根据中国人民银行深圳市中心支行办公室分别出具的《企业违法违规记录情况证明》，中国人民银行深圳市中心支行办公室未发现赛维时代、赛维网络、华成云商、达尔文智能、芃酷科技、君翎科技、深圳晒布、运德供应链、前海运德在报告期内“因违反人民银行及外汇管理相关法律法规、规章及规范性文件而受到中国人民银行深圳市中心支行及国家外汇管理局深圳市分局行政处罚的记录”。

根据国家外汇管理局湖南省分局出具的《证明》，国家外汇管理局湖南省分局未发现长沙鼎飞在报告期内“因违反外汇管理规定而受到我局外汇行政处罚的记录”。

根据国家外汇管理局泉州市中心支局出具的《证明》，国家外汇管理局泉州市中心支局未发现泉州赛维网络在报告期内“在工商营业执照注册地范围内存在违反外汇管理法规行为”。

根据国家外汇管理局重庆外汇管理部出具的《国家外汇管理局重庆外汇管理部关于重庆兰玛特网络科技有限公司遵守国家外汇管理法规情况的证明》，报告期内，国家外汇管理局重庆外汇管理部“未对重庆兰玛特网络科技有限公司进行过行政处罚”。

根据发行人出具的说明并经查询国家外汇管理局（https://www.safe.gov.cn/safe/index.html）及发行人境内子公司所在地外汇管理局网站信息，发行人及境内子公司报告期内没有因违反外汇收支、外汇经营活动等外汇管理方面的法律、法

规被中国境内外汇主管机关给予行政处罚的情形。

发行人涉及境外外汇收支的子公司主要包括香港兰玛特、美国兰玛特，报告期内，君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日出具了《法律意见书》，涉诉情况检索显示，香港兰玛特“自设立之日起至本法律意见书出具之日止，不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼（包括行政程序）的记录。”[1]

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的《法律意见书》,“美国兰玛特及其子公司的业务经营均符合其各州与司法辖区的所有可适用法律。经过充分的尽职调查，美国兰玛特及其子公司在过去的三年内不存在任何严重违反其各自所在州和司法辖区法律的情况；根据尽职调查的内容，美国兰玛特及其子公司已依据各自税务管辖区的法律履行了所有相关纳税义务。”[2]

综上，本所认为，发行人通过银行渠道和具有资质的跨境支付机构渠道两种方式将外汇汇入境内，发行人不存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形，且发行人在报告期内没有因违反外汇收支、外汇经营活动等外汇管理方面的法律、法规被中国境内外汇主管机关给予行政处罚的情形。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

---

[1] “The Litigation Search revealed that the Company is not nor had the Company been involved in any civil or criminal litigation （including any administrative proceeding）since its incorporation up to the date of this opinion.”

[2] Each of the Corporation and its Subsidiaries and its operation of business are in compliance with all the applicable laws of their respective States and jurisdictions； to the best of our knowledge after due inquiry, there has been no material breach of the laws of their respective States and jurisdictions by the Corporation and its Subsidiaries in the past three years； to the best of our knowledge after due inquiry and Management Representation Letter, each of the Corporation and its Subsidiaries has discharged all relevant tax liabilities under the laws of their respective tax jurisdictions.”

二、请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见，并说明对上述事项核查范围的完整性、核查方法的有效性、获取的核查证据及核查结论。

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、抽样获取报告期内发行人的外销收入对应的合同或订单、销售发票、出口报关单和提单等原始单据，并将上述原始单据与发行人账面外销记录核对；

2、获取报告期内发行人的海关查询数据证明文件、出口退税银行回单、免退税申报表等，并将上述单据与公司账面会计记录核对；

3、获取发行人报告期内所有银行账户对账单原件；

4、获取并查阅上海浦东发展银行股份有限公司深圳平湖支行出具的《业务凭证/回单》，显示赛维网络、华成云商的分类结果均为 A 类；

5、获取并查阅发行人销售相关的内部控制制度以及《内部控制鉴证报告（更新后）》；

6、查阅《中华人民共和国外汇管理条例（2008 年修订）》《经常项目外汇业务指引（2020 年版）》《关于货物贸易外汇管理制度改革的公告》等相关法律法规；

7、取得主管外汇管理部门出具的证明；

8、访谈发行人的业务部门人员，取得发行人出具的说明文件；

9、访谈第三方支付机构。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人不存在通过地下钱庄等非法渠道将境外资金汇入境内的情形；

2、发行人在报告期内没有因违反外汇收支、外汇经营活动等外汇管理方面的法律、法规被中国境内外汇主管机关给予行政处罚的情形。

第十一题（《首轮问询函》“11．关于增值税”）

请发行人补充披露：

（1）招股说明书中所述“对于 Shopify 类自营网站，公司的各运营主体在报告期内的税务风险较低”的具体涵义。

（2）境内采购环节、境外销售环节的增值税发票获取、开票情况及纳税的合法合规性。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、招股说明书中所述“对于 Shopify 类自营网站，公司的各运营主体在报告期内的税务风险较低”的具体涵义。

（一）自营网站税务风险较低的具体含义

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，对于 Shopify 类自营网站，发行人的各运营主体在报告期内的税务风险较低系指发行人自营网站境外间接税的税务风险较低。

根据国际税务咨询机构出具的税务咨询报告、发行人出具的说明并经本所律师查阅发行人实际运营自营网站的子公司申请美国销售税号的相关资料，发行人自营网站均以发行人注册在境内的店铺子公司的名义通过 Shopify 等自营网站建站工具创建并由发行人相关人员进行运营、管理。自营网站的主要销售地区为美国。根据美国税收政策，发行人自营网站所属店铺子公司需要根据各子公司在美国各州的销售情况来评估其在各州的销售税义务并向销售地州政府申报、缴纳销售税。

根据美国的税收政策，发行人自营网站需根据其在美国的销售情况向相关州政府缴纳销售税。对于在该州负有销售税纳税义务的自营网站店铺，发行人会以自营网站店铺所属的店铺子公司的名义注册销售税号并申报、缴纳销售税。

为便于管理并避免销售税缴纳事项出现疏漏，自营网站店铺所属的店铺子公司应向美国州政府缴纳的销售税目前由香港兰玛特通过该等子公司的税号向美国州政府统一代为缴纳。

发行人也会通过自营网站向除美国以外的国家，如德国和英国等销售商品，但是销售规模较为有限且主要以小型包裹的发货方式为主，根据国际税务咨询机构及德国和英国当地税务咨询机构分别出具的税务咨询报告，发行人无需就该等销售缴纳增值税，因此发行人税收风险较低。

另外，根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，截至该等法律意见书出具之日，发行人及其子公司在美国、英国及德国不存在与税收相关的行政处罚和重大违法违规情况。

发行人控股股东君腾投资、实际控制人陈文平已出具承诺书，承诺：“如公司及其境内外控股子公司、分公司因违反注册地的税收法律法规或其他税务问题，而被有关税务部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任，本人愿意连带承担公司及其境内外控股子公司、分公司因受处罚或承担法律责任而导致、遭受、承担的任何损失、损害、索赔、成本和费用，并使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东免受损害”。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、境内采购环节、境外销售环节的增值税发票获取、开票情况及纳税的合法合规性

（一）境内采购

1、境内采购增值税进项税

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明并经本所律师抽查发行人部分采购合同，发行人进项税额产生主体主要为子公司达尔文智能、达尔文智能东莞分公司、漳州芬哲、赛维网络及华成云商。达尔文智能和漳州芬哲承载公司服饰类产品的生产职能，其对外采购原材料进行生产而相应产生增值税进项税额，赛维网络和华成云商对外采购商品后，出口销售给香港兰玛特（2019 年之后赛维网络不再发生此类交易），相应产生增值税进项税额及增值税出口退税。

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明，报告期各期，发行人原材

料采购及商品采购主要适用 0%、3%、13%、16%和 17%的增值税率，其中 0%适用于向小规模纳税人采购开具普通发票，3%适用于向小规模纳税人采购代开增值税专用发票；服务类采购主要为达尔文智能和漳州芬哲委托加工服务，主要适用 3%、13%、16%和 17%的增值税率；长期资产采购主要适用 13%、16%和 17%的增值税率；费用类采购主要适用 6%的增值税率。2018 年至 2021 年 1-6 月，发行人进项税额占当期采购额的比例分别为 12.31%、10.73%、9.22%和 14.61%，增值税税率的变动主要系确认相关成本费用时点与收到进项税发票时点不一致，剔除上述因素的影响，进项税额与各期原材料采购、商品采购、服务类采购和固定资产购置金额相匹配。

此外，根据发行人出具的说明，报告期内，发行人境内子公司境内采购金额分别为 34,044.43 万元、61,835.86 万元、149,281.27 万元以及 71,494.86 万元。其中取得增值税发票的采购金额为 34,044.43 万元、61,835.86 万元、148,673.57 万元以及 70,785.17 万元，未取得增值税发票的情形为 2020 年以及 2021 年 1-6 月直邮 9610 出口模式“清单核放、汇总申报”方式下境内子公司存在未获取发票的情形。

对于直邮 9610 出口模式下的采购，根据《关于跨境电子商务综合试验区零售出口企业所得税核定征收的有关政策》以及《关于跨境电子商务综合试验区零售出口企业所得税核定征收有关问题的公告》，对跨境电子商务综合试验区内的跨境电商企业未取得有效进货凭证的货物，凡符合规定条件的，出口免征增值税和消费税，并试行核定征收企业所得税。

综上，本所认为，发行人未取得上述增值税发票的情形未违反法律法规的规定。

2、境内采购增值税销项税

根据发行人出具的说明、税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人销项税额产生主体主要为子公司达尔文智能、漳州芬哲及东莞达尔文智能，其将外购原材料自行生产的商品或委托加工方式生产的商品对内销售给发行人其他子公司而相应发生增值税纳税义务。在该等情形下，发行人在报告期内全部取得上述子公司开具的增值税发票。

（二）境外对外销售

发行人境外销售环节涉及的增值税主要为美国的销售税以及德国、英国的进口增值税和销售增值税。相关税收的缴纳情况详见本补充法律意见书第三部分之“第二十三题”。

（三）纳税的合法合规性

1、发行人及其境内主要子公司

报告期内，发行人及其境内主要子公司能够按照相关法律法规的要求，严格履行纳税义务并且获得了当地主管税务机构出具的纳税合规证明。

2、发行人境外主要子公司

截至本补充法律意见书出具日，发行人共有 7 家主要境外子公司，分别位于中国香港、美国、德国。根据发行人聘请的境外律师出具的相关法律意见书，发行人境外主要子公司不存在与税务相关的重大行政处罚，具体如下：

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“截至本法律意见书出具之日，美国兰玛特遵守加利福尼亚州及其地方的法律、法规、规章及命令”[1]，“美国兰玛特符合加利福尼亚州法律和加利福尼亚州政府授权条款的规定；经过充分的法律尽职调查，美国兰玛特在过去三年中不存在任何违反加利福尼亚州法律的重大违法行为。”[2]此外，“根据尽职调查，美国兰玛特及其子公司已依据各自税务管辖区的法律履行了所有相关纳税义务。”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特的业务经营符合新泽西州与司法辖区的所有可适用法律。经过充分的尽职调查，新泽西兰玛特在过去的三年内不存在任何严重违反新泽西州

[1] “Linemart Inc.（the “Corporation”）is duly incorporated in accordance with the Corporation Laws in the State of California and qualified doing business in California. The Corporation is legally established and validly existing in good standing as of date of the Legal Opinion. The Corporation has complied with the state and local laws, regulations, rules, and orders as of the date of this Legal Opinion, including but not limited to updating the statement of information.”

[2] “the Corporation is in compliance with the Laws of the State of California and the provisions of the Governmental Authorizations in California； to the best of our knowledge after due inquiry and the legal search report, there has been no material breach of the Laws of the State of California by the Corporation in the past three years.”

及其司法辖区法律的情况。”[1]此外，“根据尽职调查，新泽西兰玛特已依据各自税务管辖区的法律履行了所有相关纳税义务。”[2]

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国赛维的“账目和报税符合德国法律的要求，且不存在被德国当地主管部门处罚的情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国兰玛特的“账目和报税符合德国法律的要求，且不存在被德国当地主管部门处罚的情况”。

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日出具的法律意见书，涉诉情况检索显示，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德“自设立之日起至本法律意见书出具之日止，不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼（包括行政程序）的记录”，且涉诉情况检索显示，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德“不存在因未恰当履行香港法下纳税相关义务（包括根据香港适用法律提交退税或结算应付税款的任何义务）而被提起任何民事或刑事诉讼的情况”。[3]

除上述主要境内外子公司外，发行人还设有较多其他下属公司，用于在第三方电商平台以及自营网站开立店铺。根据发行人聘请的境外律师出具的相关法律意见书，发行人、境内外主要子公司以及其他下属公司在美国、德国以及英国等主要销售国不存在税务违法违规的情形，具体如下：

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“本所认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法

---

[1] “the Corporation is in compliance with the Laws of the State of New Jersey and the provisions of the Governmental Authorizations in New Jersey； to the best of our knowledge after due inquiry and the legal search report, there has been no material breach of the Laws of the State of New Jersey by the Corporation in the past three years.”

[2] “To the best of our knowledge after due inquiry, the Corporation has not received any notice of penalties, disputes, proceedings of tax.”

[3] “The Litigation Search reveals no record of any civil or criminal litigation commenced against the Company for any failure to discharge its tax related obligations under the laws of Hong Kong（including any obligation to submit tax returns or settle tax payable in accordance with applicable laws in Hong Kong）.”

管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

综上所述，报告期内，发行人及其境内外子公司不存在违反相关国家与税收相关的法律法规而受到行政处罚的情形。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人实际运营自营网站的子公司申请美国销售税号的相关资料，了解公司自营网站各运营主体销售税注册情况；

2、获取并查阅发行人报告期内税务稽核文件、补缴税款及滞纳金的完税凭证、银行缴税凭单；

3、获取并查阅发行人聘请的境外税务咨询机构及海外律师的执业资质，了解其是否具备相关领域执业资格；

4、获取并查阅发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务报告及海外律师

出具的法律意见书，了解发行人自营网站境外间接税缴纳的合法合规情况；

5、获取并查阅发行人的销售合同，了解其增值税税纳税义务；

6、获取并查阅发行人的发票开具情况统计表；

7、获取并查阅发行人提供的关于境外销售业务模式的说明文件；

8、获取并查阅发行人第三方进口代理公司或第三方物流公司出具的承诺函。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人已补充披露“对于 Shopify 类自营网站，公司的各运营主体在报告期内的税务风险较低”的具体涵义；

2、发行人在境内采购环节增值税发票获取及开票情况符合《中华人民共和国发票管理办法》以及《中华人民共和国增值税暂行条例》的相关规定。发行人及其境内主要子公司在报告期内经营合法合规，不存在税收方面的行政处罚；

3、对于发行人境外销售环节，发行人境外主要子公司不存在税收方面的重大行政处罚。

第十二题（《首轮问询函》“12．关于境外税务风险”）

招股说明书披露，公司存在跨境内部交易。若内部转移定价被税务部门认为不满足独立第三方原则，则可能存在需要补缴所得税的风险。

请发行人结合境内外税收政策及税务部门的监管实践，在招股说明书中补充披露独立第三方原则的具体含义、在实践中的监管政策及运用情况，并对发行人可能补缴的所得税款金额进行模拟测算，分析在前述情形下，发行人面临的具体税务风险情况。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

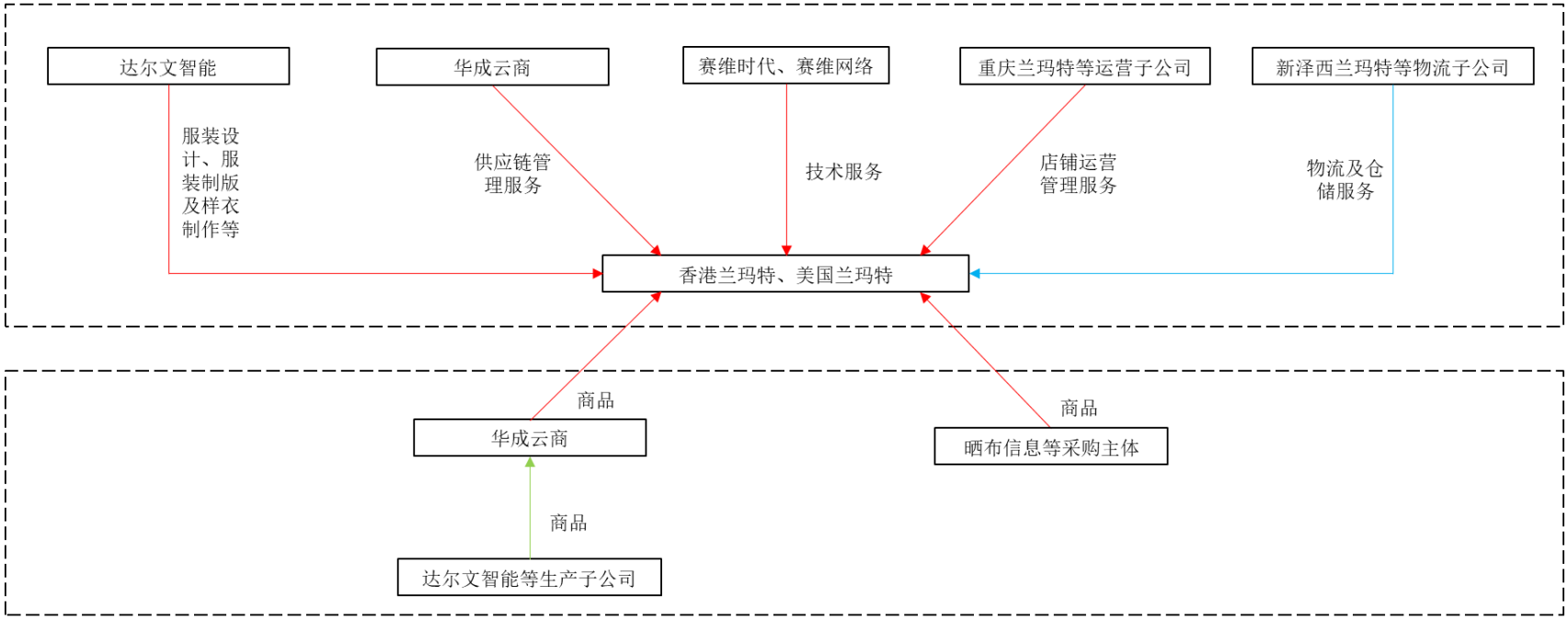
一、请发行人结合境内外税收政策及税务部门的监管实践，在招股说明书中补充披露独立第三方原则的具体含义、在实践中的监管政策及运用情况，并对发行人可能补缴的所得税款金额进行模拟测算

（一）独立第三方原则的具体含义

1、发行人内部交易概览

根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告、《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，发行人主要从事跨境电商出口贸易业务，依托 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台以及自营网站将产品销往全球多个国家和地区。发行人的境内子公司主要承担采购、生产以及店铺运营职能，产品销售收入则主要通过境外子公司销售产品实现。发行人生产经营活动环节涉及的主要内部交易及转移定价的情况如下：

服务类内部交易



货物类内部交易

注 1：红色代表跨境内部交易、绿色代表境内内部交易、蓝色代表境外内部交易
注 2：发行人还存在少量境内服装生产加工类内部交易，主要是漳州芬哲向达尔文智能提供服装生产加工服务

发行人内部交易主要涉及中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国以及德国等四个国家或地区。报告期各期，发行人内部交易的具体情况如下：

单位：万元

年度	交易类型	交易金额
2018 年	商品购销	39,373.84
	服务贸易	32,152.71
	仓储服务	4,349.48
	物流服务	384.70
	加工服务	697.79
	合计	**76,958.52**
2019 年	商品购销	69,494.42
	服务贸易	39,668.23
	仓储服务	4,892.80
	物流服务	8,859.87
	加工服务	2,305.17
	合计	**125,220.49**
2020 年	商品购销	185,100.07
	服务贸易	94,581.93
	仓储服务	8,788.31
	物流服务	19,732.62
	加工服务	1,007.32
	合计	**309,210.25**
2021 年 1-6 月	商品购销	123,117.34
	服务贸易	45,843.27
	仓储服务	5,400.95
	物流服务	8,824.29
	加工服务	423.61
	合计	**183,609.46**

2、独立第三方原则的具体含义

根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告、发行人出具的说明，独立第三方原则（又称独立交易原则）是内部交易转移定价的一个重要原则，其系指关联企业之间的交易条件（如价格、利润率等）与独立的交易双方在相似情形、类似

交易中应当保持一致。独立第三方原则为关联企业和独立企业提供了同等的税收待遇，以尽量达到消除集团公司以及跨国公司利用内部交易的转移定价进行税负规避的目的。

就发行人实际经营情况而言，独立第三方原则要求公司集团内部各主体之间进行内部交易时（如华成云商向香港兰玛特销售商品），交易条件（如价格、利润率等）需要保持与独立的交易双方（即无关联关系的双方）在相似及类似的交易中保持一致，不得通过内部交易进行非法的税负规避。

跨国企业集团通常会被税务机构认为试图通过集团内部交易的定价安排实现集团总体税负最小化。为避免税基侵蚀和利润转移，经济合作与发展组织（以下简称“OECD”）于 2015 年 10 月 5 日发布了税基侵蚀和利润转移（以下简称“BEPS”）行动计划。此后，各国依据 BEPS 行动计划陆续出台和不断完善转移定价法规，以加强对本国税基侵蚀和利润转移问题的管控。随后，OECD 68 个国家和地区的代表于 2017 年 6 月 7 日签署《实施税收协定相关措施以防止税基侵蚀和利润转移的多边公约》。

发行人及其子公司主要注册地以及生产经营活动地包括中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国及德国，上述国家或地区的税收政策中均对独立第三方原则设定了相应的规定，主要适用的法律法规如下：

国家/地区	适用法律法规
中国大陆 （非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）	《关于完善关联申报和同期资料管理有关事项的公告》 （国家税务总局公告 2016 年第 42 号）
	《特别纳税调查调整及相互协商程序管理办法》 （国家税务总局公告 2017 年第 6 号）
中国香港	《2018 年税务（修订）（第 6 号）条例》
	《税务条例释义及执行指引》
美国	《国内税收法典》第 482 条 （Section 482 of the Internal Revenue Code）
德国	《涉外税法》第一章 （Außensteuergesetz）

（二）独立第三方原则在实践中的监管政策及运用情况

如前所述，发行人内部交易主要涉及中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国、德国等四个国家或地区。根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告，该等国家或地区关于独立第三方原则的监管政策在实践

中的运用情况如下：

中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国以及德国的税收政策均规定了三种以交易为基础（可比非受控价格法、再销售价格法、成本加成法）和两种以利润为基础（利润分割法、交易净利润法）的方法作为转移定价分析的方法。

根据发行人的实际经营情况，交易净利润法为分析验证公司各项内部交易的最佳转移定价方法。交易净利润法在中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国以及德国的税收监管政策运用的实践具体如下：

（1）中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）

中国大陆税务机构采用四分位法分析评估企业利润水平，若企业实际利润水平低于可比企业利润率区间中位值，原则上应当按照不低于中位值进行调整。

实务操作中，中国大陆税务机构通常对企业单个年度分别进行分析和调整。如果单年度利润水平位于可比公司三年加权平均利润水平四分位区间内，则可以考虑不做相应调整。如果超出了四分位区间（低于下四分位值或高于上四分位值），则调整至四分位区间中位值。

（2）中国香港、美国以及德国

中国香港、美国以及德国税务机构均采用四分位法分析评估企业利润水平，考虑到产品周期和短期经济波动及时间差异对利润水平的影响，该等国家或地区的税务机构有可能接受在分析公司时，对其三年平均的利润水平进行评估和调整。如果三年平均利润水平位于可比公司三年加权平均利润水平四分位区间内，则可以考虑不做相应调整。

（三）对发行人可能补缴的所得税款金额进行模拟测算

根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告、《招股说明书（申报稿）》、立信出具的《立信问询函回复》，根据发行人集团内部各公司在内部交易中的承担的主要职能，发行人集团内部各个公司被划分为制造商、分销商、店铺运营商以及仓储物流服务商。针对各类公司，选取与该类公司功能风险相似的可比公司，通过对比两者在报告期内的完全成本加成率对发行人报告期内可能需要补缴的

所得税款金额进行模拟测算，发行人 2018 年至 2020 年，可能需要补缴的金额分别为 136.06 万元、34.14 万元以及 0 万元。

根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人可能需要补缴的企业所得税款金额合计 170.20 万元，占发行人三年合计净利润比例为 0.34%，占比较低，不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

对于发行人位于中国香港及海外的子公司香港兰玛特、美国兰玛特、新泽西兰玛特以及德国兰玛特，其中，香港兰玛特、美国兰玛特、新泽西兰玛特在报告期内验证利润水平均位于同行业可比公司的四分位区间，根据中国香港以及美国的转移定价实践，可以考虑不进行转移定价调整及相应的企业所得税拨备数，即该等子公司在报告期内的内部交易符合独立第三方原则。德国兰玛特在 2018 年至 2020 年平均利润水平低于同行业可比公司的四分位区间，根据德国转移定价实践，需对德国的验证利润水平分别进行单年的调整并相应计算转移定价调整额及企业所得税拨备数。德国兰玛特虽然可能需要进行一定的转移定价调整，但是由于金额相对较小，相应的转移定价调整风险相对较小。

对于发行人境内子公司，根据中国现行的转移定价法规的要求，原则上应按照不低于中位值进行调整。基于中国相关法规的实践，通常对企业单个年度分别进行分析和调整，如果单个年度利润水平位于可比公司三年加权平均利润水平四分位区间内，则可以考虑不做相应调整。如果超出了四分位区间，则调整至四分位区间的中位数。发行人与其境内子公司的内部交易存在需要进行纳税调整的可能。但是，根据中国转移定价法规，实际税负相同的境内关联方之间的交易，只要该交易没有直接或者间接导致国家总体税收收入减少，原则上不做特别纳税调整。因此，结合测算结果，发行人集团境内公司转移定价调整风险相对较小。

综合上述分析和测算结果，发行人在报告期内转移定价调整的风险较小。

此外，发行人主要境内子公司已获得当地主管税务机构出具的税收缴纳合规证明。根据 Law Office of Pyng Soon（美国）、君合律师事务所（中国香港）以及 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）出具的法律意见书，发行人位于美国、中国香港以及德国的子公司均不存在受到与税务相关的行政处罚。

综上所述，根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人在 2018 年

至 2020 年期间“转让定价调整的风险较小”。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、分析在前述情形下，发行人面临的具体税务风险情况。

根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告以及发行人出具的说明，如前所述，发行人的境内子公司主要承担采购、生产以及店铺运营职能，产品销售收入主要通过境外子公司销售产品实现。因此，发行人存在较多内部交易，包括商品销售、服装设计、服装制版及样衣制作服务、供应链管理服务、技术服务、店铺运营管理服务以及物流及仓储服务等。

发行人内部交易主要分为境内内部交易、跨境内部交易以及境外内部交易。其中，跨境内部交易主要涉及中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国以及德国等四个国家及地区。根据中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国及德国的税收法规及政策，集团公司进行内部交易需要满足独立第三方原则，即集团公司不得通过子公司之间的内部交易进行非法的税负规避行为。

发行人在实际经营过程中能够主动了解相关国家及地区的税收法规及政策并履行企业所得税的申报及缴纳义务，不存在主观刻意通过内部交易进行税负规避的行为。但是，发行人在经营过程中仍然可能面临内部交易的转移定价被有关国家或地区主管税务机构认定为不符合独立第三方原则，存在需要进行调整并补缴相应期间所得税税款的风险。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、查阅相关资料，了解中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国、德国与转移定价相关的税收政策；

2、获取并查阅发行人聘请的税务咨询机构的资料，了解其是否具备所需的

业务资质；

3、获取并查阅发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告，了解发行人转移定价所面临的税务风险及报告期内可能需要补缴的所得税税款测算金额；

4、获取并查阅有关税务部门对发行人报告期内税务缴纳事项出具的证明文件，了解发行人境内税务缴纳合规情况；

5、获取并查阅发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，了解其境外税务缴纳合规情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告，由于存在集团内部交易，发行人面临其内部交易转移定价被有关国家主管税务机构认定为不符合第三方独立原则，从而需要进行调整并补缴企业所得税税款的风险。经税务咨询机构测算，发行人 2018 年至 2020 年可能需要补缴的企业所得税税款金额为 170.20 万元，占其净利润比例为 0.34%，占比较低；

2、根据发行人及其主要境内子公司所在地主管税务部门出具的税收缴纳合规证明以及发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，发行人在报告期内不存在因税收缴纳事项受到相关税务主管部门行政处罚的情况。

综上，根据税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人面临的因境内外内部交易转移定价导致的企业所得税缴纳风险较低，不会对发行人的生产经营构成重大不利影响。

第十三题（《首轮问询函》“13．关于行政处罚”）

招股说明书显示，发行人及其主要子公司存在 6 项行政处罚，行政处罚的原因包括货物实际应归入税则号和实际申报不符、报关单与出口货物在数量、毛重、净重方面不一致、未如期申报个人所得税等。

请发行人补充披露：（1）上述行政处罚所涉的具体事实及发生原因、行政处罚的具体依据、判断不属于重大违法行为的原因。（2）在与出口报关代理服务公司合作、商品出口申报过程中，发行人是否大量存在上述不规范行为，违法违规行为是否持续发生。（3）对已发生的不规范事项的整改情况及整改措施的有效性。（4）公司及其子公司（包括未实际经营的子公司）境外涉诉及行政处罚的基本情况。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、上述行政处罚所涉的具体事实及发生原因、行政处罚的具体依据、判断不属于重大违法行为的原因。

（一）上述行政处罚所涉的具体事实及发生原因、行政处罚的具体依据

根据发行人提供的行政处罚决定书、缴款凭证等，报告期内，上述 6 起行政处罚的具体情况如下：

序号	处罚决定书文号	时间	原因	金额（万元）	处罚机关	处罚依据
1	《中华人民共和国北仑海关当场处罚决定书》（甬北关当违字[2017]0006号）	2017-6-2	赛维网络委托上海东浩外服国际物流有限公司宁波分公司向海关申报出口一批布衣柜等，该货物实际应归入税则号列和申报税则号列不符，影响海关出口退税管理	0.1	北仑海关	《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条：当事人有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：……（四）其他依法从轻或者减轻行政处罚的 《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条：进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所

序号	处罚决定书文号	时间	原因	金额（万元）	处罚机关	处罚依据
						得的，没收违法所得：……（五）影响国家外汇、出口退税管理的，处申报价格 10%以上 50%以下罚款。
2	《中华人民共和国行政处罚决定书》（甬北关现简违字[2017]0306 号）	2017-6-6	赛维网络委托宁波亦子报关代理有限公司向海关申报出口一票货物，该货物实际应归入税则号列和申报税则号列不符，影响海关统计准确性，涉案案值为 21,500 元	0.1	北仑海关	《中华人民共和国海关法》第二十四条第一款：进口货物的收货人、出口货物的发货人应当向海关如实申报，交验进出口许可证件和有关单证。国家限制进出口的货物，没有进出口许可证件的，不予放行，具体处理办法由国务院规定。 《中华人民共和国海关法》第八十六条：违反本法规定有下列行为之一的，可以处以罚款，有违法所得的，没收违法所得：……（三）进出口货物、物品或者过境、转运、通运货物向海关申报不实的。 《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条第（一）项：影响海关统计准确性的，予以警告或者处 1000 元以上 1 万元以下罚款。
3	《中华人民共和国北仑海关当场处罚决定书》（甬北关现当违字[2017]0052 号）	2017-8-21	赛维网络委托宁波卓成报关有限公司向海关申报出口一票货物，该货物实际应归入税则号列和申报税则号列不符，影响海关统计准确性，涉案案值为 14,800 元	0.1	北仑海关	《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条：进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（一）影响海关统计准确性的，予以警告或者处 1000 元以上 1 万元以下罚款……
4	《中华人民共和国北仑海关当场处罚决定书》（甬北关现当违字[2018]0031 号）	2018-1-23	赛维网络委托宁波亦子报关代理有限公司向海关出口一票货物，该货物实际应归入税则号和实际申报不符，影响海关统计准确定，涉案案	0.1	北仑海关	

序号	处罚决定书文号	时间	原因	金额（万元）	处罚机关	处罚依据
			值为 1.93 万元			
5	《中华人民共和国皇岗海处罚决定书》（皇关物综决字 [2018]0383 号）	2018-7-11	赛维网络以一般贸易方式向皇岗海关申报出口小批量货物，报关单与出口货物在数量、毛重、净重方面不一致。	0.4	皇岗海关	《中华人民共和国海关行政处罚实施条例》第十五条：进出口货物的品名、税则号列、数量、规格、价格、贸易方式、原产地、启运地、运抵地、最终目的地或者其他应当申报的项目未申报或者申报不实的，分别依照下列规定予以处罚，有违法所得的，没收违法所得：……（五）影响国家外汇、出口退税管理的，处申报价格 10%以上 50%以下罚款。《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条：当事人有下列情形之一的，应当依法从轻或者减轻行政处罚：（一）主动消除或者减轻违法行为危害后果的……
6	深前税税简罚[2020]18379 号”税务行政处罚决定书	2020-6-8	前海运德因未如期申报 2019 年 11 月 1 日至 2019 年 11 月 30 日期间代扣代缴的个人所得税	0.005	深圳市前海税务局	《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条：纳税人未按照规定的期限办理纳税申报和报送纳税资料的，或者扣缴义务人未按照规定的期限向税务机关报送代扣代缴、代收代缴税款报告表和有关资料的，由税务机关责令限期改正，可以处二千元以下的罚款；情节严重的，可以处二千元以上一万元以下的罚款

（二）上述行政处罚判断不属于重大违法行为的原因

赛维网络所受的上述行政处罚的罚款金额较小，系该等罚款所依据的法规的处罚幅度范围内的下限，上述行政处罚事项不会对发行人的经营与生产构成重大不利影响，且发行人已及时纠正并缴纳相关罚款。该等处罚不属于重大行政处罚。

根据国家税务总局深圳市前海税务局出具的“深税违证[2020]31643 号”《证明》，前海运德供应链上述行为未构成重大税务违法行为。

根据发行人出具的说明及相关主管部门出具的证明，并经本所律师在中国执行信息公开网（http://zxgk.court.gov.cn/）、中国裁判文书网（http://wenshu.court.

gov.cn/）、人民法院公告网（http://rmfygg.court.gov.cn/）、12309 中国检察网（https://www.12309.gov.cn/）、国家税务总局重大税收违法案件信息公布栏（http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c101249/n2020011502/index.html）、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、信用中国网（http://www.creditchina.gov.cn/）、中华人民共和国海关总署（http://www.customs.gov.cn/）、中国海关企业进出口信用信息公示平台（http://credit.customs.gov.cn/）、中国市场监管行政处罚文书网（http://cfws.samr.gov.cn/）、国家外汇管理局政府信息公开网站（http://www.safe.gov.cn/safe/whxzcfxxcx/）等网站的公开核查以及走访深圳市中级人民法院、深圳市人民检察院等主管机关，除上述处罚外，报告期内，发行人及其境内主要子公司不存在其他境内行政处罚。

综上，本所认为，以上行政处罚不属于重大违法行为，且报告期内，发行人及其境内主要子公司不存在其他境内行政处罚。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、在与出口报关代理服务公司合作、商品出口申报过程中，发行人是否大量存在上述不规范行为，违法违规行为是否持续发生。

根据发行人提供的行政处罚决定书、缴款凭证、报关单据等资料以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，上述行政处罚系报告期期初发行人相关工作人员的失误所致，为偶发事件。发行人产品品类繁多，发展早期相关业务人员对产品的分类不够熟悉，分类方式与海关的标准略有差异，报关服务商亦未对发行人的报关材料逐项复核，致使货物申报的税则号列与实际应归入税则号列不符，但是发行人主观上不具有违规申报的故意，且已向主管机关缴纳罚款并及时改正错误，消除了违法行为的危害后果。上述事项发生之后，发行人对内部报关人员进行了业务培训，经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未曾因为该等事项再次被海关处罚，且发行人未大量存在上述不规范行为，违法违规行为未持续发生。

三、对已发生的不规范事项的整改情况及整改措施的有效性

（一）整改情况及整改措施的有效性

根据发行人提供的缴款凭证及其出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，针对上述行政处罚，发行人按期缴纳了罚款，定期进行服务商管理体系管理评审和内审，确保供应商管理体系有效性和适宜性，加强对出口报关全流程的管理与维护。

同时，发行人针对系统报关资料模块进行更新优化，确保报关单据输出的准确性；增设报关员专业岗位对发行人产品信息审核严格把关，核对报关单据，以确保单据准确性；根据《中国海关报关实用手册》等文件资料，针对产品中心现存料号全面筛查，对发行人产品税则进行全面修订，确保税则号的准确性；对产品采购及开发员工进行产品报关方面相关的专业知识培训，使其能够准确提供产品信息；对报关员进行产品相关知识培训，使其熟悉产品、了解产品，从而提高产品归类的准确性；更新产品中心系统的审核模块，增加对应的产品链接，产品描述等，并添加业务模块、开发及采购负责人，使审核工作清晰明朗且有针对性；寻找专业的报关行开展合作，并要求报关行申报之前着重针对商品税则进行审核，以确保税则归类的准确性。

根据《内控鉴证报告（更新后）》以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人的财务负责人和立信的经办会计师，发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证发行人运行效率、合法合规和财务报告的可靠性。

综上，本所认为，发行人对已发生的不规范事项已进行有效整改，截至本补充法律意见书出具之日，相关情形未再次发生。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、发行人及其子公司（包括未实际经营的子公司）境外涉诉及行政处罚的基本情况。

（一）公司及其子公司（包括未实际经营的子公司）境外涉诉及行政处罚的基本情况

发行人及其子公司（包括其他下属公司）在美国、英国、德国等主要销售国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在重大违法违规情况。

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）、William Kateny Legal（英国）、Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）等律师事务所出具的法律意见书，报告期内，发行人及其子公司（包括其他下属公司）在美国、英国、德国等主要销售国不存在涉诉与行政处罚的情况，具体情况如下：

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

经核查，本所认为，发行人及其子公司（包括未实际经营的子公司）在美国、英国、德国等主要销售国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在重大违法违规情况。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人提供的行政处罚决定书、缴款凭证；

2、获取并查阅发行人被处以行政处罚所依据的法律法规；

3、登录中国执行信息公开网（http://zxgk.court.gov.cn/）、中国裁判文书网（http://wenshu.court.gov.cn/）、人民法院公告网（http://rmfygg.court.gov.cn/）、12309中国检察网（https://www.12309.gov.cn/）、国家税务总局重大税收违法案件信息公布栏（http://www.chinatax.gov.cn/chinatax/c101249/n2020011502/index.html）、国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、信用中国网（http://www.creditchina.gov.cn/）、中华人民共和国海关总署（http://www.customs.gov.cn/）、中国海关企业进出口信用信息公示平台（http://credit.customs.gov.cn/）、中国市场监管行政处罚文书网（http://cfws.samr.gov.cn/）、国家外汇管理局政府信息公开网站（http://www.safe.gov.cn/safe/whxzcfxxcx/）等网站进行公开核查以及走访深圳市中级人民法院、深圳市人民检察院等主管机关；

4、访谈发行人相关负责人员并获取并查阅发行人针对被处罚行为所作出改进措施的书面说明。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、上述行政处罚不属于重大违法行为，在与出口报关代理服务公司合作、商品出口申报过程中，发行人未大量存在上述不规范行为的情形，违法违规行为未持续发生；

2、发行人对已发生的不规范事项已进行有效整改，截至本补充法律意见书出具之日，相关情形未再次发生；

3、发行人及其子公司（包括未实际经营的子公司）在美国、英国、德国等主要销售国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在重大违法违规情况。

第十四题（《首轮问询函》“14．关于合规证明”）

招股说明书显示，根据市场监督、税务、社保、公积金、海关、应急管理等主管部门的证明或意见，以及保荐人、发行人律师的审慎核查，公司报告期内不存在重大违法违规行为。招股说明书未披露相关主管部门的“证明”或“意见”的具体内容。

请发行人在招股说明书中逐项补充披露上述市场监督、税务、社保、公积金、海关、应急管理等主管部门出具的证明或意见的具体内容、出具时间、出具的部门及相关文件的权威性、有效性。

请保荐人、律师发表明确意见，并说明：

（1）相关证明或意见是否仅为对有关部门个别工作人员的访谈结果，获取的合规证明是否能够充分论证发行人报告期内不存在重大违法违规行为的结论。

（2）就发行人业务链条合规性等具体核查工作开展情况、核查范围的完整性、核查证据的充分性，核查结论是否谨慎。

【回复】

一、请发行人在招股说明书中逐项补充披露上述市场监督、税务、社保、公积金、海关、应急管理等主管部门出具的证明或意见的具体内容、出具时间、出具的部门及相关文件的权威性、有效性。

（一）主管部门出具的证明

根据发行人及其境内主要子公司市场监督、税务、社保、公积金、海关、应急管理主管机关分别出具的证明，发行人及其境内主要子公司获得的市场监督、税务、社保、公积金、海关、应急管理等主管部门出具的证明的具体内容、出具时间、出具部门具体如下：

（见下页）

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
赛维时代	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具了证明，证明：赛维时代从2017年1月1日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	深圳市龙岗区税务局于2020年3月20日、2020年7月29日、2021年1月22日、2021年7月21日出具了证明，证明：暂未发现赛维时代从2017年1月1日至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	深圳市社会保险基金管理局分别于2020年7月29日、2021年2月25日、2021年7月26日出具证明，证明：赛维时代从2017年1月1日至2021年6月30日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章被该局行政处罚的记录。	深圳市住房公积金管理中心龙岗管理部分别于2020年7月28日、2021年2月24日、2021年7月22日出具了证明，证明：赛维时代从2012年9月至2021年6月没有因违法违规而被处罚的情况。	中华人民共和国福中海关分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年8月13日出具证明，证明：赛维时代从2017年1月1日至2021年6月30日无企业违法违规情况。	深圳市龙岗区应急管理局分别于2020年7月9日、2021年2月23日、2021年8月2日出具了安全生产情况证明表，证明：赛维时代从2017年1月1日至2021年6月30日无因安全生产违法行为而受到处罚，该局也未接到有关该公司发生安全生产事故的报告。
赛维网络	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具了证明，证明：赛维网络从2017年1月1日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）	深圳市龙岗区税务局于2020年3月20日、2020年7月29日、2021年1月22日、2021年7月21日出具了证明，证明：暂未发现赛维网络从2017年1月1日至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	深圳市社会保险基金管理局分别于2020年7月29日、2021年2月25日、2021年7月26日出具证明，证明：赛维网络从2017年1月1日至2021年6月30日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章被该局行政处罚的记录。	深圳市住房公积金管理中心龙岗管理部分别于2020年7月28日、2021年2月24日、2021年7月22日出具了单位住房公积金缴存证明，证明：赛维网络从2011年6月至2021年6月没有因违法违规而被处	中华人民共和国福中海关于2020年8月3日出具证明，赛维网络从2017年1月1日至2020年6月30日期间： 1、公司出口服装申报不实案（皇关物综决字[2018]0383号，违规案件），科处罚款人民币0.4万元整，处理时间2018年7月10日； 2、系统显示该企业存在	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	监督管理有关法律法规的记录。			罚的情况。	编号为31441322017000036；31421322017000331；31421322017000584；31421322018000073的违规案件，处罚日期分别为：2017年6月2日、2017年6月6日、2017年8月21日、2018年1月23日。（该案件非深圳关区案件，如有需要，建议向宁波海关查询。）中华人民共和国福中海关于2021年2月23日、2021年8月13日出具了证明，证明：赛维网络自2020年7月1日至2021年6月30日无企业违法违规情况。	
重庆兰玛特	重庆市市场监督管理局分别于2020年8月6日、2021年1月27日、2021年7月23日出具企业信用信息查询报告，证明：重庆兰玛特至今未曾有过违反市场（包括工商、质量监督、知识	国家税务总局重庆市渝北区税务局于2020年8月4日、2021年1月25日、2021年7月27日出具证明，证明：重庆兰玛特截至2021年6月30日均按时纳税申报，未发现有欠税及其他涉税违法违规记录。	重庆市渝北区人力资源和社会保障局分别于2020年7月30日、2021年2月22日、2021年7月22日出具证明，证明：重庆兰玛特在2017年12月至2021年6月期间，不存在未缴纳养	重庆市住房公积金管理中心分别于2020年8月7日、2021年2月24日、2021年7月30日开具证明，证明：重庆兰玛特在2018年1月至2021年6月为职工	中华人民共和国两路寸滩海关分别于2020年7月31日、2021年2月20日、2021年7月23日出具证明，证明：重庆兰玛特未在我关注册登记。	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。		老保险、失业保险、工伤保险的情形；无职工欠薪投诉和劳动保障行政处罚；无尚未处理完结的劳动争议案件。	缴存住房公积金，期间该单位未受到行政处罚。		
泉州赛维	晋江市市场监督管理局分别于2020年7月28日、2021年2月22日、2021年8月4日出具证明，证明：泉州赛维自2017年1月1日至2021年6月30日期间，没有因违反市场监督管理相关法律法规，被立案处罚的记录。	国家税务总局晋江市税务局第一税务分局分别于2020年7月31日、2021年1月26日、2021年7月28日出具《无欠税证明》，证明：泉州赛维截至2021年7月25日，未发现有欠税情形。	晋江市人力资源和社会保障局分别于2020年8月5日、2021年2月25日、2021年8月3日出具证明，证明：泉州赛维截至2021年6月，缴纳养老保险、失业保险、工伤保险，未收到行政处罚或行政处理。	泉州市住房公积金管理中心分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年7月28日开具证明，证明：泉州赛维自2016年4月14日起，截至2021年7月28日缴存住房公积金，且截至该日无因违反住房公积金法律、法规受处罚的情况。	中华人民共和国泉州海关分别于2020年8月13日、2021年3月22日、2021年8月10日出具证明，证明：泉州赛维自2017年1月1日至2021年6月30日期间在厦门关区无违法违规记录。	-
长沙鼎飞	长沙市市场监督管理局分别于2020年8月12日、2021年3月8日、2021年9月6日出具证明，证明：长沙鼎飞自2017年1月1日至2021年6月30日止，没有因违反法律法规而受到长沙市	国家税务总局长沙高新技术产业开发区税务局分别于2020年7月31日、2021年1月28日、2021年7月27日出具纳税人涉税情况报告，证明：长沙鼎飞在所属期间2019年5月1日至	长沙市人力资源和社会保障局分别于2020年8月10日、2021年2月19日、2021年7月27日出具证明，证明：长沙鼎飞截至2021年6月，不存在未缴纳养老保	长沙住房公积金管理中心分别于2020年8月10日、2021年2月26日、2021年7月29日出具了住房公积金缴存情况证明，证明：长沙鼎飞在	中华人民共和国星沙海关分别于2020年8月6日、2021年2月25日、2021年7月30日出具证明，证明：长沙鼎飞未在海关办理注册登记。	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	场监督管理局行政处罚以及失信限制的情况。	2019年5月31日未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，实缴罚款 0 元（违法行为编号 14301942019000050 28）。长沙鼎飞在所属期间 2021 年 5 月 1 日至 2021年5月31日期间未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，实缴罚款 0 元（违法行为编号 14301942021000016390）。除上述纪录外，自查询日当年起连续近三年无税收违法信息。	险、失业保险、工伤保险的情形；无职工欠薪投诉和劳动保障行政处罚；无尚未处理完结的劳动争议案件。	2018 年 4 月至2021年7月期间没有欠缴、漏缴、少缴、停缴或其他违反住房公积金相关法律法规的行为，未因住房公积金问题而受到行政处罚。		
漳州赛维	漳浦县市场监督管理局分别于2020年8月7日、2021年3月15日、2021 年 7 月 28日出具证明，证明：漳州赛维自2017年1月1日至2021年6月30日期间，没有因为违反市场监督管理相关法律法规而被立案处罚的记录。	国家税务总局漳浦县税务局分别于2020年5月7日、2020年8月3日、2021年1月22日、2021年8月13日出具涉税信息查询结果告知书，证明：漳州赛维自2017年1月至2021年8月10日无欠税信息，无税收违法违章情况。	漳浦县人力资源和社会保障局分别于2020年 7 月 24 日、2021年3月2日出具证明，证明：漳州赛维自2017 年 1 月 18 日至2020年12月31日期间无因违反社会保险法律、法规或规章而被行政处罚的记录。漳浦县人力资源和社会保障局于2021年8	不适用，漳州赛维名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国古雷海关分别于2020年7月23日、2021 年 3 月 1 日、2021年8月12日出具证明，证明：漳州赛维截至 2021 年 8 月 11 日未在海关办理注册登记。	漳浦县应急管理局分别于 2020 年 7 月 27 日、2021年3月16日、2021年 8 月 10 日出具证明，证明：漳州赛维自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，漳州赛维网络科技有限公司未发生重大安全事故，未受

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
			月 2 日出具证明：经查询系统，漳州赛维在漳浦县人力资源和社会保障局无参保缴费记录。			过安全生产行政处罚。
达尔文智能	深圳市市场监督管理局分别于 2020 年 7 月 17 日、2021 年 2 月 5 日、2021 年 7 月 22 日出具了证明，证明：达尔文智能自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	深圳市龙岗区税务局于 2020 年 2 月 24 日、2020 年 7 月 29 日、2021 年 1 月 22 日、2021 年 8 月 14 日出具了证明，证明：暂未发现达尔文智能自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间有重大税务违法记录。	深圳市社会保险基金管理局分别于 2020 年 7 月 29 日、2021 年 2 月 25 日、2021 年 7 月 26 日出具证明，证明：达尔文智能自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章被该局行政处罚的记录。	深圳市住房公积金管理中心龙岗管理部分别于 2020 年 7 月 28 日、2021 年 2 月 24 日、2021 年 7 月 22 日出具了单位住房公积金交存证明，证明：达尔文智能自 2012 年 7 月至 2021 年 6 月没有因违法违规而被处罚的情况。	中华人民共和国福中海关分别于 2020 年 8 月 3 日、2021 年 2 月 23 日、2021 年 8 月 13 日出具了证明，证明：达尔文智能截至 2021 年 6 月 30 日未在海关办理注册登记。	深圳市龙岗区应急管理局分别于 2020 年 7 月 9 日、2021 年 2 月 23 日、2021 年 8 月 2 日出具了安全生产情况证明表，证明：达尔文智能自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日未因安全生产违法行为而受到处罚，该局也未接到有关该公司发生安全生产事故的报告。
漳州芬哲	漳浦县市场监督管理局分别于 2020 年 8 月 7 日、2021 年 3 月 15 日、2021 年 7 月 28 日出具证明，证明：漳州芬哲自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月	国家税务总局漳浦县税务局分别于 2020 年 5 月 6 日、2020 年 8 月 3 日、2021 年 1 月 22 日、2021 年 8 月 13 日出具涉税信息查询结果告知书，证明：漳州芬哲自 2019 年	漳浦县人力资源和社会保障局分别于 2020 年 7 月 24 日、2021 年 3 月 2 日、2021 年 7 月 26 日出具证明，证明：漳州芬哲在 2017 年 1 月 1 日至	漳州市住房公积金中心分别于 2020 年 8 月 7 日、2021 年 3 月 3 日、2021 年 7 月 30 日出具证明，证明：漳州芬哲于 2016	中华人民共和国古雷海关分别于 2021 年 3 月 10 日、2021 年 8 月 18 日出具证明，证明：漳州芬哲自 2017 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，在海关无违法违规记录。	漳浦县应急管理局分别于 2020 年 7 月 27 日、2021 年 3 月 16 日、2021 年 8 月 10 日出具证明，证明：漳州芬哲自 2017 年 1

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	30日期间，没有因为市场监督管理相关法律法规而被立案处罚的记录。	1月至2021年8月10日无欠税信息，无税收违法违章情况。	2021年6月30日期间无因违反社会保险法律、法规或规章而被行政处罚的记录。	年6月至2021年7月30日按时缴纳住房公积金。		月1日至2021年6月30日，漳州市芬哲制衣有限公司未发生重大安全事故，未受过安全生产行政处罚。
华成云商	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具了证明，证明：华成云商自2017年1月1日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	深圳市龙岗区税务局分别于2020年2月20日、2020年7月29日、2021年1月22日、2021年7月21日出具了证明，证明：暂未发现华成云商自2017年1月1日至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	深圳市社会保险基金管理局分别于2020年7月29日、2021年2月25日、2021年7月26日出具证明，证明：华成云商自2017年1月1日至2021年6月30日期间无因违反社会保险法律、法规或者规章被该局行政处罚的记录。	深圳市住房公积金管理中心龙岗管理部分别于2020年7月28日、2021年2月24日、2021年7月22日出具了单位住房公积金交存证明，证明：华成云商自2015年8月至2021年6月没有因违法违规而被处罚的情况。	中华人民共和国福中海关分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年8月13日出具证明，证明：华成云商自2017年1月1日至2021年6月30日无企业违法违规情况。	-
前海运德	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具证明，证明：前海运德自2017年1月1日至2021年6月	深圳市前海税务局分别于2020年2月24日、2020年7月29日、2021年1月20日、2021年8月14日出具证明，证明：暂未发现前海运德自2017年1月1日至2021	深圳市人力资源和社会保障局于2020年7月22日、2021年2月10日、2021年8月6日出具证明，证明：前海运德自2017年1月1日至2021年	不适用，前海运德名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国福中海关分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年8月13日出具了证明，证明：前海运德自2017年1月1日至2021年6月30日无企业	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	30 日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	年 6 月 30 日期间有重大税务违法记录。	6 月 30 日期间，无因违反劳动法律法规而被行政处罚的记录。		违法违规情况。	
赛鼎供应链	苏州市虎丘区市场监督管理局分别于 2020 年 8 月 10 日、2021 年 1 月 27 日、2021 年 8 月 11 日出具证明函，证明：赛鼎供应链自 2020 年 3 月 15 日至 2021 年 6 月 30 日，未发现因违反我局职责相关法律法规而被处以行政处罚的情形。	国家税务总局苏州国家高新技术产业开发税务局分别于 2020 年 8 月 10 日、2021 年 1 月 27 日、2021 年 8 月 11 日出具涉税信息查询结果告知书，证明：赛鼎供应链自 2020 年 3 月 16 日至 2021 年 6 月 30 日，增值税、企业所得税、城市维护建设税、个人所得税、印花税已申报；系统内无欠税信息；系统内无违法违章记录。	不适用，赛鼎供应链名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，赛鼎供应链名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国苏州海关分别于 2020 年 8 月 11 日、2021 年 2 月 2 日、2021 年 8 月 11 日出具证明，证明：赛鼎供应链自 2020 年 4 月 17 日至 2021 年 6 月 30 日未发现因违反法律法规受到海关行政处罚的情事。	-
昆山运德	昆山市市场监督局分别于 2020 年 8 月 19 日、2021 年 3 月 23 日、2021 年 8 月 20 日出具证明，证明：昆山运德自 2019 年 4 月 9 日至 2021 年 6 月	国家税务总局昆山市税务局分别于 2020 年 8 月 11 日、2021 年 3 月 4 日、2021 年 8 月 11 日开具证明，证明：昆山运德自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日，按规定办	不适用，昆山运德名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，昆山运德名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国昆山海关于 2020 年 8 月 12 日出具证明，证明：昆山运德未在其系统注册备案。	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	30 日期间，无因违法违规被昆山市市场监督管理局行政处罚的情况。	理申报纳税，暂未发现行政处罚记录。				
深圳运德	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具证明，证明：深圳运德自2019年6月27日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	深圳市前海税务局分别于2020年2月24日、2020年7月29日、2021年1月21日、2021年7月28日出具了证明，证明：暂未发现深圳运德自2017年1月1日至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	深圳市人力资源和社会保障局分别于2020年7月22日、2021年2月10日、2021年8月6日出具证明，证明：深圳运德自2019年6月27日至2021年6月30日期间，无因违反劳动法律法规而被行政处罚的记录。	不适用，深圳运德名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国福中海关分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年8月13日出具证明，证明：深圳运德截至2021年6月30日未在海关办理注册登记。	-
深圳晒布	深圳市市场监督管理局分别于2020年7月17日、2021年2月5日、2021年7月22日出具了证明，证明：深圳晒布自2017年1月1日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品	深圳市龙岗区税务局于2020年2月23日、2020年7月29日、2021年1月22日、2021年8月14日出具了证明，证明：暂未发现深圳晒布自2017年1月1日至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	深圳市人力资源和社会保障局分别于2020年7月22日、2021年2月10日、2021年8月6日出具证明，证明：深圳晒布自2017年1月1日至2021年6月30日期间，无因违反劳动法律法规而被行政处罚	深圳市住房公积金管理中心龙岗管理部于2021年7月22日出具了证明：深圳市晒布信息技术有限公司开户日期为2021年5月17日，从2021年6月至2021年7月没有因	中华人民共和国福中海关分别于2020年8月3日、2021年2月23日、2021年8月13日出具证明，证明：深圳晒布自2017年1月1日至2021年6月30日无企业违法违规情况。	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。		的记录。	住房公积金违法违规行为而被我中心行政处罚的情况。		
苏州赛维供应链	苏州市虎丘区市场监督管理局分别于2021年1月27日、2021年8月11日出具证明函，证明：苏州赛维供应链自开业至2021年6月30日，未发现因违反我局职责相关法律法规而被我局处以行政处罚的情形。	国家税务总局苏州国家高新技术产业开发税务局于分别2021年1月27日、2021年8月11日出具了涉税信息查询结果告知书，证明：苏州赛维供应链于2020年9月15日办理税务登记，至今未办理税种认定，无应申报信息。	不适用，苏州赛维供应链名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，苏州赛维供应链名下无实际员工，未开立公积金帐户。	不适用，未在海关系统办理注册备案。	-
苏州赛鼎网络	苏州市虎丘区市场监督管理局分别于2021年1月27日、2021年8月11日出具证明函，证明：苏州赛鼎网络自开业至 2021年6月30日，未发现因违反我局职责相关法律法规而被我局处以行政处罚的情形。	国家税务总局苏州国家高新技术产业开发税务局分别于2021年1月27日、2021年8月11日出具了涉税信息查询结果告知书，证明：苏州赛鼎网络于2020年7月9日办理税务登记，至今未办理税种认定，无应申报信息。	不适用，苏州赛鼎网络名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，苏州赛鼎网络名下无实际员工，未开立公积金帐户。	不适用，未在海关系统办理注册备案。	-
东莞赛鼎供应链	东莞市市场监督管理局分别于2021年1月22日、2021年7月30日出具证明，证明：	国家税务总局东莞市税务局分别于2021年2月2日、2021年7月28日出具了税务违法记录证	不适用，东莞赛鼎供应链名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，东莞赛鼎供应链名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国东莞海关于2021年8月5日出具证明，证明：东莞市赛鼎供应链管理有限公	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	东莞赛鼎供应链自2020年7月1日至2021年6月30日期间，无违反市场监督管理法律法规的行政处罚信息记录。	明，证明：暂未发现东莞赛鼎供应链自2020年6月01日至2021年6月30日期间存在税收违法违章行为。			司是黄埔海关注册企业，统一社会信用代码：91441900MA54X6M73R。经查询，该公司2021年1月1日至2021年6月30日期间在黄埔海关关区无走私行为、违反海关监管规定行为记录。	
厦门赛鼎供应链	厦门市市场监督管理局于2021年1月27日、2021年7月29日出具合规证明，证明：厦门赛鼎供应链自2020年8月13日至2021年6月30日，未发现因违反市场监督管理法律、法规、规章，而受到行政处罚的记录。	国家税务总局厦门象屿保税区税务局分别于2021年1月27日、2021年7月27日出具涉税信息查询结果告知书，证明：于2021年7月27日查询金税三期税收管理系统，该申请人所属期2020-09-01至2020-09-30教育费附加、地方教育附加、城市维护建设税、增值税未按期申报，已补申报并处理完毕。2021-01-01至2021-03-31逾期缴纳企业所得税。其他暂未发现该公司有存在违法税收法律、法规及规范性文件的行为，未发现有被稽查立案，未有被行	湖里区人力资源和社会保障局分别于2021年1月27日、2021年7月15日出具证明，证明：厦门赛鼎供应链自2020年8月13日成立以来至今未发生违反劳动和社会保障法律法规而被处罚的案件。	厦门市住房公积金中心分别于2021年1月14日、2021年7月14日出具单位住房公积金缴存证明，证明：厦门赛鼎供应链于2020年9月16日在我市开立住房公积金账户。截至2021年7月14日住房公积金缴存人数为9人。2020年9月16日至2021年7月14日，无因违反住房公积金法律法规受到处罚。	中华人民共和国东渡海关分别于2021年3月12日、2021年8月3日出具证明，证明：厦门赛鼎供应链自2020年8月13日至2021年6月30日止，在厦门关区无违法违规记录。	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
		政处罚事项。				
厦门赛维供应链	厦门市市场监督管理局于 2021 年 1 月 27 日、2021 年 7 月 29 日出具合规证明，证明：厦门赛维供应链自 2020 年 8 月 13 日至 2021 年 6 月 30 日，未发现因违反市场监督管理法律、法规、规章，而受到行政处罚的记录。	国家税务总局厦门象屿保税区税务局分别于 2021 年 1 月 27 日、2021 年 7 月 27 日出具涉税信息查询结果告知书，证明：厦门赛维供应链自 2020 年 8 月 13 日至 2021 年 6 月 30 日期间，暂未发现该公司有税收违法违章行为，未有被行政处罚事项。	不适用，厦门赛维供应链名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，厦门赛维供应链名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国东渡海关分别于 2021 年 3 月 12 日、2021 年 8 月 3 日出具证明，证明：厦门赛维供应链自 2020 年 8 月 13 日至 2021 年 6 月 30 日止，在厦门关区无违法违规记录。	-
深圳君翎	深圳市市场监督管理局分别于 2021 年 2 月 5 日、2021 年 7 月 22 日出具证明：深圳君翎（成立日期 2020 年 12 月 25 日）自成立之日至 2021 年 6 月 30 日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	国家税务总局深圳市龙岗区税务局分别于 2021 年 3 月 15 日、2021 年 7 月 21 日出具证明，证明：暂未发现深圳君翎自设立税务登记之日 2020 年 12 月 25 日起至 2021 年 7 月 31 日期间有重大税务违法记录。	不适用，深圳君翎名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，深圳君翎名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国福中海关于 2021 年 8 月 13 日出具证明，证明：深圳市君翎科技有限公司自 2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日无企业违法违规行为。	-
深圳芃酷	深圳市市场监督管理局分别于 2021 年 2 月	国家税务总局深圳市龙岗区税务局分别于 2021	不适用，深圳芃酷名下无实际员工，未开	不适用，深圳芃酷名下无实际员工，	中华人民共和国福中海关于 2021 年 8 月 13 日	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	5日、2021年7月22日出具证明：深圳芃酷（成立日期2020年12月28日）自成立之日至2021年6月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	年3月15日、2021年8月31日出具证明，证明：暂未发现深圳芃酷自设立税务登记之日2020年12月28日起至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	立社保帐户。	未开立公积金帐户。	开具证明：深圳市芃酷科技有限公司自2021年1月1日至2021年6月30日无企业违法违规行为。	
深圳绪捷	深圳市市场监督管理局于2021年7月22日出具证明，证明：经查询深圳市市场监督管理局违法违规查询系统，深圳市绪捷科技有限公司（成立日期2021年01月13日）从成立之日至2021年06月30日没有违反市场（包括工商、质量监督、知识产权、食品药品、医疗器械、化妆品和价格检查等）监督管理有关法律法规的记录。	国家税务总局深圳市龙岗区税务局于2021年7月21日出具证明，证明：经查询我局征管信息系统，深圳市绪捷科技有限公司（统一社会信用代码：91440300MA5GKK768W）是我局管辖的纳税人。我局暂未发现该纳税人自设立税务登记之日2021年1月13日起至2021年6月30日期间有重大税务违法记录。	不适用，深圳绪捷名下无实际员工，未开立社保帐户。	不适用，深圳绪捷名下无实际员工，未开立公积金帐户。	中华人民共和国福中海关于2021年8月13日出具证明，证明：深圳市绪捷科技有限公司自2021年1月13日至2021年6月30日无企业违法违规行为。	-
东莞达尔文智能	东莞市市场监督管理局于2021年8月13日	国家税务总局东莞市税务局于2021年7月22日	东莞市人力资源和社会保障局于2021年8	东莞市住房公积金管理中心于2021年	中华人民共和国东莞海关于2021年8月5日出	-

公司名称	市场监督	税务	社保	公积金	海关	应急管理
	出具证明，证明：2021 年 1 月 1 日至 2021 年 6 月 30 日内暂未发现该企业存在违反市场监督管理法律法规的行政处罚信息记录。	出具证明，证明：东莞市达尔文智能技术有限公司无欠缴税费记录，在 2021 年 3 月 1 日至 2021 年 7 月 31 日期间： 暂无税务行政处罚记录。	月 4 日出具证明，证明：东莞市达尔文智能技术有限公司在 2021 年 3 月 2 日至 2021 年 7 月 20 日期间，在我东莞市不存在违反人力资源和社会保障法律法规而受到行政处罚的记录。	8 月 4 日出具证明，证明：东莞市达尔文智能技术有限公司于 2021 年 5 月设立住房公积金账户，首次汇缴时间为 2021 年 5 月，现缴存职工 53 人，该公司在本市东莞市不存在住房公积金重大违法违规记录。	具证明，证明：经查询，东莞市达尔文智能技术有限公司未在海关办理相关注册登记手续。	

注：为便于阅读，以上表格主要列示发行人及主要子公司合规证明获取情况。

综上，本所认为，上述合规证明均由发行人及主要下属子公司主管机关出具，该等主管机关具备提供合规意见的权威性，合规证明具备有效性。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、相关证明或意见是否仅为对有关部门个别工作人员的访谈结果，获取的合规证明是否能够充分论证发行人报告期内不存在重大违法违规行为的结论。

经本所律师核查，发行人获取的上述合规证明或意见均由主管机关出具，并非有关部门个别工作人员的访谈结果，该等主管机关具备提供合规意见的权威性，合规证明具备有效性。本所认为，发行人获取的合规证明能够充分论证发行人报告期内不存在重大违法违规行为的结论。

三、就发行人业务链条合规性等具体核查工作开展情况、核查范围的完整性、核查证据的充分性，核查结论是否谨慎。

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，发行人是一家技术驱动的出口跨境品牌电商，通过平台化快速反应能力满足全球消费者高品质、个性化的时尚生活需求。发行人主要通过 Amazon、Wish、eBay 等第三方电商平台以及自营网站进行产品销售，主要销售地区包括美国、德国、英国等多个国家和地区。

本所律师就发行人业务链条合规性核查了其业务资质的合规性、税务合规性、外汇合规性以及进出口合规性，具体情况如下：

（一）业务资质的合规性

根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告（更新后）》及发行人出具的说明，报告期内，发行人的营业收入主要来源于北美和欧洲地区。本所律师检索了发行人主要收入来源国美国、英国以及德国等国家的相关法律法规并查阅了发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，以了解相关业务是否存在准入许可以及发行人获得许可的情况。根据公开信息检索结果及发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，美国、英国、德国均未对网络零售业务市场设置准入方面的法律法规，具体如下：

根据 Zhang & Zhang Law Office（美国）于 2020 年 9 月 28 日出具的法律意见书，“发行人的海外网络零售商业模式无需美国联邦政府的任何前置许可或批文，并未违反美国联邦政府有关前置许可和许可证的任何可适用的法律、法规，亦未违反第三方销售平台的任何禁止性规定”。[1]

根据 William Kateny Legal（英国）于 2020 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“英国在网络零售业务领域，针对英国以外的企业，无市场准入方面的特殊法律法规。结合上述模式介绍，发行人的上述境外网络零售业务及销售模式无需取得英国的前置许可或批准，这符合英国的法律法规的规定，且不违反第三方销售平台的禁止性规定”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2020 年 9 月 1 日出具的法律意见书，“欧盟及其成员国（德国，法国等），在网络零售业务领域，针对欧盟以外的企业，无市场准入方面的特殊法律法规。结合上述模式介绍，赛维的上述境外网络零售业务及销售模式无需取得欧盟的前置许可或批准，符合欧盟的法律法规的规定，且不违反第三方销售平台的禁止性规定”。

经核查，本所认为，发行人以第三方电商平台或自营网站为依托，向境外客户销售商品的商品销售业务不存在违反美国、英国及德国等销售国现行有效法律法规的情况。

（二）税务合规性

根据发行人及其境内主要子公司税务主管部门出具的证明，并经本所律师核查，除《招股说明书（申报稿）》已披露的处罚外，发行人及其境内主要子公司在报告期内不存在其他被税务部门作出重大行政处罚的情况。

针对发行人境外税务合规性，本所律师获取并查阅了发行人聘请的税务咨询机构出具的税务咨询报告，了解并核查其境外间接税缴纳情况以及存在的潜在风

[1] “The above business model of overseas online retailing of Sailvan Group per se does not require any prerequisite licensing to Sailvan Group by the U.S. Federal Government, and does not violate any applicable laws and regulations of the Federal Government of the United States regarding prerequisite licensing and permits or breach any prohibitive provision of third-party sales platforms.”

险。根据该等境外税务咨询机构出具的税务报告，发行人间接税缴纳的合规性风险较低。发行人间接税合规性具体情况详见本补充法律意见书第三部分之“第二十三题”。

本所律师获取并查阅发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告，了解并核查其与子公司之间及子公司之间内部交易转移定价的企业所得税风险。根据该税务咨询机构出具的转移定价风险报告，发行人内部交易转移定价涉及的企业所得税缴纳的合规性风险较低。发行人所得税合规性具体情况详见本补充法律意见书第三部分之“第十二题”。

此外，根据发行人聘请的境外律师事务所出具的法律意见书，截至该等法律意见书出具日，发行人并未受到美国、德国、英国等国家或地区税务主管机关的行政处罚。

经核查并根据税务咨询机构出具的税务咨询报告和转移定价分析报告，本所认为，发行人在能够遵守其业务涉及的主要国家关于税收方面的法律法规。

（三）外汇合规性

针对发行人的外汇合规性，本所律师获取并查阅了发行人相关合同、订单、出口报关单、电子口岸出口数据等相关资料，了解发行人外汇结算情况。发行人外汇收支及经营活动的具体情况详见本补充法律意见书第三部分之“第十题”。

此外，针对发行人及各境内主要子公司外汇合规性，本所律师登录相关主管外汇管理局网站进行核查、获取并查阅发行人及各境内主要子公司外汇主管部门出具的合规证明。

就发行人境外主要子公司的外汇合规性，发行人涉及境外外汇结算的子公司包括香港兰玛特、美国兰玛特。针对该等境外子公司的外汇合规性，获取发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，具体情况如下：

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日出具的法律意见书，香港兰玛特“自设立之日起至本法律意见书出具之日止，不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼（包括行政程序）的记录……不存在因未恰当履行香港法下纳税相关义务（包括根据香港适用法律提交退税或结算应付税款的任何义务）而被提起任何民事或刑事诉讼的情况。”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的《法律意见书》,“美国兰玛特符合加利福尼亚州法律和加利福尼亚州政府授权条款的规定；经过充分的法律尽职调查，美国兰玛特在过去三年中不存在任何违反加利福尼亚州法律的重大违法行为”,“通过对其管理团队进行尽职调查，美国兰玛特未被其主管税务部门依据适用法律实施任何纳税评估，且该公司未收到任何有关罚款、争议、主管政府部门提起的税收程序的通知或建议。”[1]

综上，本所认为，发行人及其境外子公司在报告期内不存在被主管外汇主管部门作出重大处罚的情形。

（四）海关合规性

本所律师通过公开信息查询、获取并查阅发行人提供的行政处罚决定书、相关缴款凭证，以及由海关主管部门出具的合规证明，核查报告期内发行人及其境内主要子公司受到中国海关的处罚情况。除《招股说明书（申报稿）》已披露的 5 起行政处罚外，发行人及其境内子公司不存在其他被中国海关处罚的情况。

由于赛维网络所受的上述行政处罚的罚款金额较小，系该等罚款所依据的法规的处罚幅度范围内的下限，上述行政处罚事项不会对发行人的经营与生产构成重大不利影响，且发行人已及时纠正并缴纳相关罚款。因此，本所认为，该等处罚不属于重大行政处罚。

针对发行人境外主要子公司的海关合规性，获取发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，具体情况如下：

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日分别出具的法律意见书，涉诉情况检索显示，香港华成云商、香港运德以及香港兰玛特“不存在因违反海关及进出口相关的香港法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。[2]

---

[1] “After due inquiry to the management team, the Corporation has not been assessed any tax liabilities under the laws of its respective tax authorities and the Corporation has not received any notice or proposal of penalties, disputes, proceedings of tax brought by the applicable governmental authorities. ”

[2] “The Litigation Search reveals no record of any civil or criminal litigation commenced against the Company for any violation of any laws of Hong Kong applicable to customs, export or import.”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。[1]

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。[2]

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日分别出具的法律意见书，德国兰玛特、德国赛维“从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚，未受到任何海关处罚”。

综上，本所律师通过公开信息查询、获取并查阅主管机关的合规证明，以及获取发行人聘请境外律师出具的法律意见书和税务咨询机构出具的税务咨询报告等方式，针对发行人业务链条中的业务资质、税务、外汇、海关等主要方面的进行合规性核查。

经核查，本所认为，发行人在其业务开展过程中不存在被主管部门处以重大行政处罚的情形。就发行人业务链条合规性等具体核查工作的核查范围完整、核查证据充分，核查意见谨慎。

四、核查程序及核查意见

本题“一”的核查程序和核查意见如下：

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人及境内主要子公司相关主管部门出具的合规证明。

2、通过网络核查，以及访谈发行人相关负责人员确定发行人及境内主要子公司的相关主管机关。

---

[1] “In addition, the Corporation has been in compliance with the laws and regulation of US Customs and has not committed or accused of any US customs violations. ”

[2] “In addition, the Corporation has been in compliance with the laws and regulation of US Customs and has not committed or accused of any US customs violations. ”

（二）核查意见

经核查，本所认为：

发行人获取的相关合规证明或意见并非仅为对有关部门个别工作人员的访谈结果，获取的合规证明能够充分论证发行人报告期内不存在重大违法违规行为的结论。

第十五题（《首轮问询函》“15．关于诉讼”）

招股说明书披露，发行人及其境内主要子公司有 1 起尚未了结的诉讼，事项涉及陈玉敏犯职务侵占罪和盗窃罪，陈玉斌、陈静与发行人签订《刑事和解协议书》但未履行相关义务。

请发行人补充披露陈玉敏、陈玉斌、陈静等是否系陈文平亲属或家庭成员，上述相关事项发生的时间、对发行人业务产生的影响，发行人前期是否存在内控制度不健全的情形及整改情况、整改措施的有效性，发行人现行内部控制制度是否能够有效避免相关情形再次发生。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、陈玉敏、陈玉斌、陈静等是否系陈文平亲属或家庭成员

（一）陈玉敏、陈玉斌、陈静等与陈文平的关系

根据陈文平填写的《董事、监事、高级管理人员及核心技术人员调查问卷》、发行人相关员工花名册，并经本所律师访谈陈文平以及发行人部分员工，陈玉敏、陈玉斌、陈静并非发行人实际控制人陈文平亲属或家庭成员。陈玉敏系公司前员工，陈玉斌及陈静系陈玉敏亲属，均未曾在公司任职。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、相关事项的基本情况以及影响，整改情况及整改措施的有效性

（一）相关事项的基本情况以及影响

根据深圳市龙岗区人民法院作出的（2017）粤 0307 刑初 236 号《刑事判决书》，认定陈玉敏在 2015 年 8 月 1 日至 2016 年 3 月 31 日期间，利用其工作时可以修改 ERP 系统的便利，以非法占有为目的，私自在互联网上注册了 5 家国外销售交易平台，按照客户购买要求向发行人订货，后其非法获取了发行人的 ERP 系统内部管理权限登陆账号和密码，进入发行人的后台管理平台，将其向发行人订货的订单状态由“未付款”修改为“已付款待发货”。发行人后按照已付款的

订单将货物直接发给被告陈玉敏的客户，客户将货款转入陈玉敏私人银行账户并被其侵占，致使发行人已发货却未收到货款。

2017 年 6 月 20 日，广东省深圳市中级人民法院作出（2017）粤 03 刑终 2092 号《刑事判决书》，判决陈玉敏犯职务侵占罪和盗窃罪，判决执行有期徒刑六年（扣除先行羁押的天数），并处罚金 15,000 元。

在上述刑事案件审理过程中，赛维网络与被告陈玉斌、被告陈静于 2016 年 6 月签订《刑事和解协议书》，赛维网络依据约定向法院出具《谅解书》，使得陈玉敏获得从轻处罚的量刑结果，但被告陈玉敏、被告陈玉斌、被告陈静没有履行《刑事和解协议书》项下义务。2018 年 3 月，赛维网络作为原告向广东省深圳市龙岗区人民法院提起财产损害赔偿诉讼，诉讼请求包括：（1）三被告陈玉敏、陈玉斌、陈静共同赔偿原告损失 750,000 元及利息 78,843 元（暂计至 2018 年 11 月 20 日）；（2）三被告陈玉敏、陈玉斌、陈静承担本案诉讼费用。2018 年 3 月 21 日，广东省深圳市龙岗区人民法院受理该案。2019 年 7 月 12 日，广东省深圳市龙岗区人民法院作出（2019）粤 0307 民初 6754 号《民事判决书》，判决：（1）被告陈玉敏应于本判决生效之日起三日内赔偿原告深圳赛维网络科技有限公司 750,000 元；（2）被告陈玉斌、被告陈静对上述第一项承担连带赔偿责任；（3）驳回原告深圳赛维网络科技有限公司的其他诉讼请求。

2019 年 9 月，陈玉斌、陈静向广东省中级人民法院提起上诉，诉讼请求包括：（1）请求依法改判撤销（2019）粤 0307 民初 6754 号《民事判决书》；（2）请求依法裁定驳回起诉；（3）请求判令本案诉讼费用由被上诉人赛维网络承担。

2020 年 12 月 14 日，广东省深圳市中级人民法院作出（2019）粤 03 民终 31531 号《民事判决书》，判决陈玉斌、陈静的上诉请求均不能成立，驳回上诉，维持原判，二审案件受理费 11,300 元由陈玉斌、陈静负担。

鉴于在本案中，赛维网络系原告请求财产损害赔偿，且法院最终判决支持了发行人的诉讼请求，判决被告赔偿赛维网络实际损失，故本案对发行人及赛维网络业务经营并未造成重大不利影响。

（二）整改情况及整改措施的有效性

根据发行人出具的说明，上述诉讼主要系陈玉敏利用职务便利，非法获取了

发行人的 ERP 系统内部管理权限登陆账号和密码，从而进入后台管理平台篡改订单信息。该案件系偶发事件，且发行人后续未再发生类似情况，发行人内部控制制度不存在重大缺陷或不健全的情形。

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，本案发生后，为保证订单资金安全，发行人每笔预收订单需保证先收款到账，确认收款金额无误再发货。发行人系统技术部开发了《预收平台订单审核 PRD_V1.0》，规定了订单系统推送预收平台订单至财务系统审核的逻辑和流程，以保证订单资金安全。该系统确保了订单在发货前资金收款的安全，实现对发行人预收平台的订单资金的监控，能够有效避免上述诉讼的情形再次发生。同时，发行人对负责 ERP 账号开通、管理的部门及掌握 ERP 账号的员工进行了专项培训，强调了 ERP 账号保密的重要性，进一步加强发行人 ERP 账号的安全性，最大程度地避免 ERP 账号密码泄露的情况。

此外，发行人人力资源部组织了商业道德与信息安全员工行为规范的专项培训，并将此培训作为新人入职的必修课，每年还会例行针对入职满一年及以上的老员工进行回顾培训。此培训课程将信息安全作为专章进行强调，对信息安全的含义、容易产生信息安全隐患的具体环节、典型泄密案件、防范侵害信息安全的措施、发行人关于信息安全保护的具体制度及职能部门安排等进行详细说明与介绍，进一步加强了发行人员工对信息安全重要性的认识与信息安全保护能力。

综上，本所认为，上述诉讼事件出现后发行人采取了有效的整改措施，截至本补充法律意见书出具日，发行人未再次发生类似情形，整改情况良好，整改措施有效。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、现行内部控制制度是否能够有效避免相关情形再次发生

（一）相关内部控制制度

如前所述，陈玉敏案发生后，发行人对内控制度及相关系统进行了相应修改，由系统技术部开发了《预收平台订单审核 PRD_V1.0》，并对员工开展了 ERP 账

号管理、商业道德与信息安全行为等专项培训。

根据立信出具的《内控鉴证报告》《内控鉴证报告（更新后）》，发行人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。

综上，本所认为，上述诉讼事件出现后发行人建立了有效的内部控制制度，能够有效避免相关情形再次发生，且截至本补充法律意见书出具之日，相关情形未再次发生。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、访谈陈文平以及部分发行人员工，确认陈玉敏、陈玉斌、陈静并非陈文平亲属或家庭成员，仅陈玉敏系发行人前员工；

2、获取并查阅了深圳市龙岗区人民法院作出的（2017）粤 0307 刑初 236 号《刑事判决书》、广东省深圳市中级人民法院作出（2017）粤 03 刑终 2092 号《刑事判决书》《刑事和解协议书》《谅解书》、广东省深圳市中级人民法院作出（2019）粤 03 民终 31531 号《民事判决书》；

3、获取并查阅发行人《预收平台订单审核 PRD_V1.0》等内部控制制度文件；

4、获取并查阅发行人关于加强 ERP 账号管理的培训文件。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、陈玉敏、陈玉斌、陈静并非陈文平亲属或家庭成员；

2、前述事项未对发行人业务产生重大不利影响，发行人不存在内控制度不

健全的情形；

3、发行人已根据该事项对 ERP 账号管理、预收平台订单管理等事项进行有效整改，截至本补充法律意见书出具日，相关情形未再次发生。发行人内部控制制度能够有效避免相关情形再次发生。

第十六题（《首轮问询函》“16．关于经营资质”）

发行人开展跨境电商商品销售业务，主要产品类别为服饰配饰、百货家居、运动娱乐等时尚生活品类产品。

请发行人：

（1）结合发行人及其子公司的具体业务情况补充披露发行人、发行人子公司及相关人员是否取得从事业务所必需的全部资质、许可或认证，取得过程是否合法合规，相关资质、认证是否全面覆盖发行人报告期以及全部业务。

（2）补充披露发行人在开展业务过程中是否可以获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据，是否已建立完善防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展是否符合境内或者境外数据保护和网络安全等法律法规的规定；说明报告期内是否存在数据泄露造成发行人及客户损失的情形，是否存在发行人利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，是否存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形。

（3）结合向境外销售商品的产品类别、具体型号、供应商情况及销售规模等，补充披露发行人向目标国家/地区销售相关产品是否需通过目的地的质量认证、进口相关认证或反垄断、反倾销、反不正当竞争审查等，如有，请对发行人获取的境外认证、许可进行补充披露，并说明相关资质及认证在产品销售中的必要性、发行人获取/未获取的合规性。

（4）说明发行人相关资质到期后的续期条件及所需履行的续期程序，对照相关业务资质的许可或备案程序和条件，逐项说明是否存在丧失相关资质的风险，并就未申请续期或未获准续期对发行人的业绩影响进行分析。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、结合发行人及其子公司的具体业务情况补充披露发行人、发行人子公司及相关人员是否取得从事业务所必需的全部资质、许可或认证，取得过程是否合法合规，相关资质、认证是否全面覆盖发行人报告期以及全部业务。

（一）发行人及其境内子公司开展业务所必需的资质、许可和认证

根据发行人提供的资质证书，并经本所律师核查，发行人及其境内子公司已根据《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》《对外贸易经营者备案登记办法》《出入境检验检疫报检企业管理办法》等相关法律、法规，取得《对外贸易经营者备案登记表》《海关报关单位注册登记证书》以及《出入境检验检疫报检企业备案表》等与主营业务相关的资质证书，具备在中国开展相关业务所需资质。报告期内，发行人及其境内子公司不存在因未办理上述资质证书受到行政处罚的情况。

《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》第二十三条规定："进出口货物收发货人应当按照规定到所在地海关办理报关单位注册登记手续。进出口货物收发货人在海关办理注册登记后可以在中华人民共和国关境内口岸或者海关监管业务集中的地点办理本企业的报关业务。"

《对外贸易经营者备案登记办法》第二条规定："从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者，应当向中华人民共和国商务部（以下简称商务部）或商务部委托的机构办理备案登记；但是，法律、行政法规和商务部规定不需要备案登记的除外。对外贸易经营者未按照本办法办理备案登记的，海关不予办理进出口的报关验放手续。"

《出入境检验检疫报检企业管理办法》第五条规定："报检企业办理报检业务应当向海关备案。"

根据发行人提供的认证材料，并经本所律师在发行人及其境内主要子公司相关部门网站查询，截至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内子公司从事目前的业务所取得的认证详见本题"三/（一）"部分。

根据发行人提供的资质证书、发行人及发行人主要子公司主管外汇管理局、海关出具的证明，并经本所律师登录中华人民共和国商务部业务系统统一平台（https://iecms.mofcom.gov.cn/）、中国海关企业进出口信用信息公示平台

（http://credit.customs.gov.cn/）等、访谈发行人相关工作人员，发行人及其境内主要子公司已经获得其主营业务所需的相关业务资质或许可，相关资质、认证能够全面覆盖发行人报告期以及全部业务。

（二）发行人境外子公司开展业务所必需的资质、许可和认证

根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，发行人能够遵守相关国家或地区的法律法规，在开展业务之前获取必要的经营资质、许可或认证，发行人及其主要境外子公司在报告期内不存在违规经营的情形。具体情况如下：

根据君合律师事务所（中国香港）分别于 2021 年 10 月 8 日出具的法律意见书，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德的“公司章程中无经营范围条款，现行香港法律亦未对公司的经营范围设置任何限制”。[1]涉诉情况检索显示，以上公司“不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。[2]

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特是依据加利福尼亚州公司法合法设立并在加利福尼亚州依法经营的公司。截至本法律意见书出具之日，美国兰玛特依法设立并有效存续。截至本法律意见书出具之日，美国兰玛特遵守加利福尼亚州及其地方的法律、法规、规章及命令……经过充分的法律尽职调查，美国兰玛特在过去三年中不存在任何违反加利福尼亚州法律的重大违法行为。”

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特是依据新泽西公司法合法设立并在新泽西依法经营的公司。截至本法律意见书出具之日，新泽西兰玛特依法设立并有效存续。截至本法律意见书出具之日，新泽西兰玛特遵守新泽西州及其地方的法律、法规、规章及命令……经过充分的法律尽职调查，新泽西兰玛特在过去三年中不存在任何违反新泽西州法律的重大违法行为。”

---

[1] “The Articles of Association of the Company do not contain an object clause. As such there is no limit to the Company's scope of business under Hong Kong law.”

[2] “The Articles of Association of the Company do not contain an object clause. As such there is no limit to the Company's scope of business under Hong Kong law. The Litigation Search revealed no record of any civil or criminal litigation commenced against the Company arising from the Company's violation of any applicable laws of Hong Kong.”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国兰玛特的营业范围为“进出口贸易包括所有允许的产品，特别是服装和纺织品，电子产品，食品和保健品”，“公司目前的业务是为总公司在当地网上销售提供相关的服务。公司已经取得运营所需的合法资质。公司的经营和业务符合德国法律法规的规定。公司业务经营不存在需要中止和终止营业之情形，不存在违反商业、外汇等当地相关法律法规规定之情形，未因此而遭受政府部门和行业部门的处罚或禁令。”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国赛维的营业范围为“进出口贸易和销售包括所有允许的产品，特别是纺织品和家庭用品”，“公司尚未实际经营。公司已经取得运营所需的合法资质，公司的经营和业务符合德国法律法规的规定。公司业务经营不存在需要中止和终止营业之情形，不存在违反商业、外汇等当地相关法律法规规定之情形，未因此而遭受政府部门和行业部门的处罚或禁令。”

此外，截至 2021 年 6 月 30 日，发行人拥有 814 家其他下属公司。根据境外律师事务所出具的法律意见书，自 2018 年 1 月 1 日起至报告期末，此 814 家其他下属公司在美国、英国、德国等主要销售国不存在违规经营的情况。

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的

法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

（三）取得过程是否合法合规

经本所律师核查，发行人及其子公司目前所持主要资质取得的程序如下表所列示：

资质	资质的取得程序
《海关报关单位注册登记证书》	《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》第五条规定：“报关单位注册登记分为报关企业注册登记和进出口货物收发货人注册登记。……进出口货物收发货人可以直接到所在地海关办理注册登记。” 《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》第二十四条规定：“进出口货物收发货人申请办理注册登记，应当提交《报关单位情况登记表》。”
《对外贸易经营者备案登记表》	《对外贸易经营者备案登记办法》第五条规定：“对外贸易经营者在本地区备案登记机关办理备案登记。对外贸易经营者备案登记程序如下：（一）领取《对外贸易经营者备案登记表》（以下简称《登记表》）。对外贸易经营者可以通过商务部政府网站（http://www.mofcom.gov.cn）下载，或到所在地备案登记机关领取《登记表》(样式附后)。（二）填写《登记表》。对外贸易经营者应按《登记表》要求认真填写所有事项的信息，并确保所填写内容是完整的、准确的和真实的；同时认真阅读《登记表》背面的条款，并由企业法定代表人或个体工商负责人签字、盖章。（三）向备案登记机关提交如下备案登记材料：1、按本条第二款要求填写的《登记表》；2、营业执照复印件。”
《出入境检验检疫报检企业备案表》	《出入境检验检疫报检企业管理办法》第五条规定：“报检企业办理报检业务应当向海关备案，备案时应当提供以下材料：（一）《报检企业备案表》；（二）《报检人员备案表》及报检人员的身份证复印件；（三）出入境快件运营企业应当提交国际快递业务经营许可证复印件。以上材料应当加盖企业公章。”

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人及其子公司目前所持全部资质已按照法律法规或规范性文件的要求履行了登记或备案手续，发行人及其子公司目前所持全部资质的取得过程合法合规。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、补充披露发行人在开展业务过程中是否可以获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据，是否已建立完善防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展是否符合境内或者境外数据保护和网络安全等法律法规的规定；说明报告期内是否存在数据泄露造成发行人及客户损失的情形，是否存在发行人利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，是否存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形。

（一）发行人在开展业务过程中获取用户相关个人信息和商业秘密等用户数据的相关情况

根据发行人出具的说明并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人获取用户相关个人信息等用户数据的来源及获取途径主要包括：

（1）电商平台的线上 B2C 的销售模式（发行人的主要销售模式）：发行人部分商品由电商平台负责仓储、物流、发货等流程。另外，发行人也会通过国际物流公司将商品发至发行人自营的海外仓，并通过当地的物流公司进行商品的终端配送，或者由国内仓直接配送至消费者。在上述环节内，除订单注明的收货地址及经 Amazon 平台加密后的用户虚拟邮箱信息外，发行人通常无法直接获取个人用户其他的信息；

（2）电商平台以外的线上 B2C 销售模式：基于业务开展需求，在征得个人用户授权同意下，发行人可获取个人用户收货地址、电子邮箱等相关订单信息。

（二）是否已建立完善防泄密和保障网络安全的内部管理制度

根据发行人出具的说明以及发行人制定的《IT 保密制度》《IT 信息系统运行维护管理制度》《IT 中心计算机机房安全管理制度》《网络病毒的预防与治理》《网络接入权限管理和 VPN 管理》等制度，发行人已设置网络运维部，主要负责 IT 网络运维的智能化、自动化、安全化管理，并已建立了有效的信息安全内部管理制度，具体如下：

序号	制度名称	主要内容
1	《IT 保密制度》	确定了 IT 信息保密范围和保密等级。其中“保密信息”包括公司所有的 IT 专利技术、技术秘密、客户数据和商业秘密，以及与前述信息相关的数据库、代码、报表等所有资料。根据保密程度的不同，公司秘密分为“绝密”、“机密”、“秘密”三级。

序号	制度名称	主要内容
		规定了 IT 信息保密的基本原则和具体措施。IT 信息保密工作应遵循既确保秘密又便利工作的原则。对公司自主研发的应用软件、源码、账号密码、共享文件等资料应采取具体的保密措施，不得外泄或窃取。违反基本原则和具体保密措施的，按本制度规定的处罚措施予以处理。
2	《IT 信息系统运行维护管理制度》	总则部分规定了本管理办法的适用范围，将信息系统的维护内容在生产操作层面上分为机房环境维护、计算机硬件平台维护、配套网络维护、基础软件维护、应用软件维护五部分。此外，规定运行维护管理的基本任务包括了进行系统安全管理、迅速而准确地定位和排除各类故障、进行系统安全管理、在保证系统运行质量的情况下提高维护效率和降低维护成本等。 在运行维护组织架构章节，规定信息系统的运行维护管理遵循在统一的领导下，实施分级管理和维护的模式。将信息系统的维护管理分两个层面：管理层面和生产操作层面，并配置了相应负责人员。 在运行维护工作基本制度章节，公司根据故障的影响范围及持续时间等因素，将故障分为特别重大故障（一级）、重大故障（二级）、较大故障（三级）、一般故障（四级）四个级别，并规定了故障处理的流程及负责人员。设置了对系统隐患或暂时不能解决的故障的持续跟踪管理制度，确定问题库的归口管理部门，明确问题的解决流程。设置了信息系统的变更管理制度，将变更分为紧急变更和普通变更，分别设置变更流程。设置维护作业计划管理制度、巡检管理制度、技术档案与资料管理制度、备份及日志管理、机房管理制度等。在安全保密管理部分，强调了信息安全应满足国家、行业、金融业各级监管部门和关于信息安全保密的各项规定及要求。若发生系统信息泄密事件，各应用系统维护部门应及时向董事会信息安全委员会进行汇报，并按照关于信息安全相关管理制度要求开展补救工作。规定联网设备必须采取必要的安全措施，以保障网络的设备安全及所承载业务的信息安全。强调了信息系统账号和密码管理的相关规定。
3	《IT 中心计算机机房安全管理制度》	在机房管理方面，规定了路由器、交换机和服务器以及通信设备需放置于计算机机房，无关人员未经管理人员批准严禁进入机房。网管人员应做好网络安全工作和操作系统的补丁修正工作，服务器的各种帐号严格保密。监控网络上的数据流，从中检测出攻击的行为并给予响应和处理。制定数据管理制度。对数据实施严格的安全与保密管理，防止系统数据的非法生成、变更、泄露、丢失及破坏。 在计算机病毒防范制度方面，规定网管人员应定期进行病毒检测，管理软件杀毒工作，及时掌握最新的网络安全防卫技术，维护网络防火墙的正常运行。未经上级管理人员许可，不得在服务器上安装新软件。经远程通信传送的程序或数据，必须经过检测确认无病毒后方可使用。
4	《网络病毒的预防与治理》	为了加强公司内部计算机网络的安全，防止各类病毒、黑客软件对联网主机构成的威胁，最大限度减少此类损失，公司规定本制度适用于公司内所有部门的计算机网络和设备。由 IT 技术岗负责计算机病毒防治工作并列举主要职责。公司所有联网计算机必须统一安装防病毒软件，安装后不得自行关闭和卸载。 信息技术部负责对所有客户端的杀毒软件进行管理和监控，全体人员必须服从和配合。如发现病毒，相关使用人应立即上报，及时联系信息

序号	制度名称	主要内容
		技术部人员对感染终端进行有效的隔离。不得向他人提供含有计算机病毒的文件、软件、媒体，禁止从 Internet 网络随意上下载程序、数据，以及外来程序和文档。公司人员违反管理要求造成损失的，应承担相应责任。
5	《网络接入权限管理和 VPN 管理》	本制度规定，属于公司资产且符合计算机命名规范的计算机方能接入办公网络。如因业务要求必须使用，则需经批准和检查流程。在公司内部访问互联网必须通过防火墙和深信服。访问互联网不得违反公司、国家相关政策、法规。公司提供 VPN 工具以便公司计算机（笔记本）可以从 Internet 访问公司内部网络，员工需经申请审批流程方能安装 VPN 软件。

（三）业务开展是否符合境内及境外国家数据保护和网络安全等法律法规的规定，报告期内是否存在数据泄露造成发行人及客户损失的情形，是否存在发行人利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，是否存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形

1、境内业务

根据发行人出具的说明，公司在中国境内开展的业务主要为 B2B 业务。

根据发行人出具的说明、《审计报告（更新后）》并经本所律师登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）、中国裁判文书网（https://wenshu.court.gov.cn/）、中国执行信息公开网（http://zxgk.court.gov.cn/）、信用中国（https://www.creditchina.gov.cn/）等公开网站查询，截至本补充法律意见书出具日，发行人不存在因违反国家数据保护和网络安全等法律法规受到相关主管部门处罚的情形。

2、境外业务

根据发行人出具的说明并经本所律师查阅相关隐私政策文件，发行人开展境外业务应遵守的相关国家或地区关于数据保护方面的要求，主要如下：

国家地区	主要规则	主要要求
美国	《加州消费者隐私法》（CCPA） 《儿童网上隐私保护法》（COPPA） 《联邦贸易委员会法》（FTC） 《2010 消费者金融保护法案》（CFPA）	1.公司必须告知家长，公司是否向第三方（例如通过出售信息的方式）披露了 13 岁以下儿童的信息，并获得家长或监护人的选择同意 2.加州消费者（该州的任何永久居民）有权知道个人数据收集种类，可以访问个人数据，请求删除个人数据，并选择不收集他们的个人数据 3.禁止对消费者产生影响的不公平贸易或欺骗行为。若公司 A.通过与公司已发布的隐私政策或公开声明

国家地区	主要规则	主要要求
		相冲突的方式使用消费者数据；或 B.没有履行其保护消费者个人数据免遭未经授权使用的承诺来从事经营，则构成前述不公平或欺骗行为 4.消费者金融保护局（CFPB）作为消费者保护机构，统一实施消费者保护职能，对金融机构不公正、易引起误解、及披露消费者信息等欺诈性行为采取执行措施
欧盟	《通用数据保护条例》（GDPR）	1.数据主体拥有：（1）知情权（企业在收集数据主体个人数据时应当提供个人数据将被存储的期限及标准）；（2）被遗忘权（当数据主体撤回其同意或者数据控制者存在非法处理行为以及删除数据具备必要性时，有权要求控制者删除其数据）；（3）数据可携带权（用户可不受限制的访问并获取控制者所掌握的个人数据） 2.数据控制者和处理者负有以下义务： （1）产品设计中应包含以默认方式保护数据的义务，尤其是匿名化处理；（2）对处理活动进行书面记录的义务；（3）采取适当的技术与组织措施保证个人数据安全的义务；（4）个人数据泄露 72 小时内告知义务，包括向监管机构和数据主体报告；（5）对数据保护影响进行评估的义务；（6）特定条件下委任数据保护官的义务。 3.在数据控制者告知家长其是否向第三方披露儿童信息，且获得家长或监护人同意前不得收集 16 岁以下儿童的信息。

根据境外律师事务所出具的法律意见书，发行人在境外开展业务符合相关法域数据保护和网络安全等法律法规的规定，具体如下：

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特遵守联邦/州有关数据保护及网络安全的法律及法规（包括《联邦贸易委员会法》（FTC）、《2010 消费者金融保护法案》（CFPA）与《加利福尼亚州消费者隐私法案》（CCPA），且不存在任何数据泄露而导致该公司及其消费者遭受损失的记录。美国兰玛特不存在因数据的收集、使用或泄露而受到政府机构的行政处罚的情况。”[1]

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见

[1] “Additionally, the Corporation complies with the Federal/State laws and regulations of data protection and network security, including FTC, CFPA and CCPA, without any data leakage records that have caused losses to the Corporation and its customers. There are no administrative penalties from the government agencies due to the data collection, data usage, or data leakage.”

书，“新泽西兰玛特遵守联邦/州有关数据保护及网络安全的法律及法规（包括《联邦贸易委员会法》（FTC）与《2010 消费者金融保护法案》（CFPA）），且不存在任何数据泄露而导致该公司及其消费者遭受损失的记录。新泽西兰玛特不存在因数据的收集、使用或泄露而受到政府机构的行政处罚的情况。”[1]

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日分别出具的法律意见书，德国赛维和德国兰玛特“从设立至今，未因数据收集、使用或数据泄漏而受到相应部门的处罚”。

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日分别出具的法律意见书，香港华成云商、香港运德以及香港兰玛特“自设立之日起至本法律意见书出具之日止，不存在任何因违反有关数据保护、收集、使用或网络安全的香港法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。[2]

2021 年 4 月 21 日，中共深圳市委网络安全和信息化委员会办公室出具《无违法违规证明》，证明“赛维时代科技股份有限公司、深圳市赛维网络科技有限公司自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日期间，在我市网信部门无违法处罚记录。”

如前所述，发行人已制定了《IT 保密制度》《IT 信息系统运行维护管理制度》《IT 中心计算机机房安全管理制度》以及有效的信息安全内部管理制度。报告期内，发行人不存在因数据泄露造成发行人及客户损失的情形，不存在因数据泄露而与其他方产生未决诉讼的情形。此外，报告期内，发行人不存在利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，亦不存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形。

---

[1] “Additionally, the Corporation complies with the Federal/State laws and regulations of data protection and network security, including FTC and CFPA, without any data leakage records that have caused losses to the Corporation and its customers. There are no administrative penalties from the government agencies due to the data collection, data usage, or data leakage.”

[2] “The Litigation Search reveals no record of any civil or criminal litigation commenced against the Company for any violation of any laws of Hong Kong applicable to data protection, data collection, data use or network security.”

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、结合向境外销售商品的产品类别、具体型号、供应商情况及销售规模等，补充披露发行人向目标国家/地区销售相关产品是否需通过目的地的质量认证、进口相关认证或反垄断、反倾销、反不正当竞争审查等，如有，请对发行人获取的境外认证、许可进行补充披露，并说明相关资质及认证在产品销售中的必要性、发行人获取/未获取的合规性。

（一）发行人向目标国家/地区销售相关产品是否需通过目的地的质量认证、进口相关认证或反垄断、反倾销、反不正当竞争审查等，如有，请对发行人获取的境外认证、许可进行补充披露，并说明相关资质及认证在产品销售中的必要性、发行人获取/未获取的合规性

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关业务人员、访谈 Amazon、eBay、Walmart 平台相关人员以及本所律师在 Amazon 等第三方平台网站检索，报告期内，发行人向境外销售的累计金额超过 5,000 万元的主要商品所取得的主要认证以及主要供应商情况如下：

（见下页）

大类	产品	美国认证要求	欧盟认证要求	英国认证要求	主要供应商
服饰配饰	儿童服装	CPC 认证	/	/	东莞市铭云电子商务有限公司、佛山市优优秀服饰有限公司
百货家居	电动清洗机	FCC（FCC Part 15 －Computing Devices, Cordless Telephones, Satellite Receivers, TV Interface Devices, Receivers, Low Power Transmitters）	CE LVD（EN60335-1 家用和类似用途电器的安全标准、EN60335-2-79 高压清洗机的安全标准、EN62233 对人体暴露于家用及类似用途电器电磁场的测量方法） CE EMC（EN55014-1、EN55014-2 家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容、EN 61000-3-2 谐波电流的排放限值（设备输入电流每相 16 安）））	UKCA 认证	宁波市鄞州佳盛水泵电机厂、宁波川力清洗设备有限公司、宁波华勋清洁设备有限公司
	足浴盆	FDA 注册 ETL：电动按摩器及健身器材[UL 1647:2015 Ed.6+R:28Jan2020]；电动电器（家用和商用）[CSA C22.2#68:2018 Ed.8+U1] FCC（FCC Part 15 －Computing Devices, Cordless Telephones, Satellite Receivers, TV Interface Devices, Receivers, Low Power Transmitters）	CE LVD（EN60335-1 家用和类似用途电器的安全标准、EN60335-2-32 家用按摩类产品的安全标准、EN62233 对人体暴露于家用及类似用途电器电磁场的测量方法） CE EMC（EN55014-1、EN55014-2 家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容、EN 61000-3-2 谐波电流的排放限值（设备输入电流每相 16 安）））	UKCA 认证	淮安美妙电子科技有限公司、深圳市悦来科技有限公司
	干果机	ETL（UL1026 家用厨具电器标准 ） FCC（FCC Part 15 －Computing Devices, Cordless Telephones, Satellite Receivers, TV Interface Devices, Receivers, Low Power Transmitters）	CE LVD（EN60335-1 家用和类似用途电器的安全标准） CE EMC（EN55014-1、EN55014-2 家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容、EN 61000-3-2 谐波电流的排放限值（设备输入电流每相 16 安）））	在 2022 年 1 月 1 日之前，仍然适用欧盟 CE 认证	东莞市尚社电器有限公司
	美瞳	510(k) SUMMARY OF SAFETY AND EFFECTIVENESS FDA 注册	CE 认证	在 2022 年 1 月 1 日之前，	深圳亮视光学科技有限公司

大类	产品	美国认证要求	欧盟认证要求	英国认证要求	主要供应商
				仍然适用欧盟 CE 认证	
运动及娱乐	电动自行车	UL（UL2849 电动自行车安全测试标准；UL2272 标准平衡车安全测试标准） 电池认证：UN3471、UN3480	CE（Safty&EMC：EN15194 电动助力自行车安全标准-EMC 测试、EN12100 机械安全-设计通则-风险评估和降低风险） 电子产品回收指令：WEEE 电池认证：UN3471、UN3480	UKCA 认证	广州美雅途助动车科技有限公司
	跑步机	FCC（FCC Part 15 －Subpart B Unintentional Radiators）	CE Safty（EN957-6 跑步机 附加安全标准和试验方法） CE LVD（EN60335-1 家用和类似用途电器的安全标准、EN62233 对人体暴露于家用及类似用途电器电磁场的测量方法） CE EMC（EN55014-1、EN55014-2 家用电器、电动工具和类似器具的电磁兼容、EN 61000-3-2 谐波电流的排放限值（设备输入电流每相 16 安）） RoHS 认证	在 2022 年 1 月 1 日之前，仍然适用欧盟 CE 认证	宁波市康瑞达运动器材有限公司、浙江荣顺科技有限公司、宁波树力健康科技有限公司
	滑板	CPC 认证	CE 认证（EN71）	在 2022 年 1 月 1 日之前，仍然适用欧盟 CE 认证	永康市丛禾工贸有限公司
	滑板车	CPC 认证	CE 认证（EN71）	在 2022 年 1 月 1 日之前，仍然适用欧盟 CE 认证	永康市弘多工贸有限公司、永康市飞贝工贸有限公司
	轮滑鞋	CPC 认证	CE 认证（EN71）	UKCA 认证	永康市联智体育用品有限公司
	椭圆机	/	CE GPSD（General Product Safety Directive）	UKCA 认证	杭州水晶运动机械股份有限公司
	健身车	/	CE GPSD（General Product Safety	UKCA 认证	金华市爱玛体育用品

大类	产品	美国认证要求	欧盟认证要求	英国认证要求	主要供应商
			Directive）		有限公司、杭州银洲工具有限公司
	蹦床	CPC 认证	GS 认证	在 2022 年 1 月 1 日之前，仍然适用欧盟 CE 认证	永康天鑫工贸有限公司

注：UKCA 认证是英国脱欧后，针对销售至英国大不列颠（英格兰、威尔士和苏格兰）市场的特定产品所采用的全新英国产品认证标志，适用于以往需要 CE 标志的大多数商品。UKCA 已于 2021 年 1 月 1 日生效，但英国政府已将英国市场接受 CE 标志的截止期限延后至 2021 年 12 月 31 日。于 2022 年 1 月 1 日后进入英国市场的产品，则强制性要求附加 UKCA 标志。

根据《招股说明书（申报稿）》《审计报告（更新后）》以及发行人出具的说明，报告期内，公司主要销售区域为美国、德国及英国。根据公司聘请的君合律师事务所（中国香港）、Law Offices Of Pyng Soon（美国）、Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）等律师事务所出具的关于发行人境外子公司经营情况的法律意见书，发行人在该等主要目的国销售商品不需要特殊准入且发行人在各主要销售目的国的销售符合所在国相关法律法规的规定。

产品进口国/地区可能会对部分商品设置反倾销、反补贴措施或者其他贸易壁垒，发行人主要销售商品中，中国产的电动自行车品类全行业正在遭受欧盟反倾销调查，针对该等情况，发行人与广州美雅途助动车科技有限公司等公司开展合作，通过向其在波兰设立的分公司进行采购的方式减轻上述反倾销调查对该品类商品在欧盟进行销售的负面影响。发行人在欧洲销售的电动自行车销售金额分别为 644.98 万元、303.14 万元、1,378.98 万元和 1,321.45 万元，占营业收入的比例较低。因此，该等反倾销调查对发行人经营业绩不会造成重大不利影响。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、说明发行人相关资质到期后的续期条件及所需履行的续期程序，对照相关业务资质的许可或备案程序和条件，逐项说明是否存在丧失相关资质的风险，并就未申请续期或未获准续期对发行人的业绩影响进行分析。

（一）发行人相关资质到期后的续期条件及所需履行的程序

经本所律师核查，发行人及其子公司主要资质到期后的续期条件及所履行的程序如下表所列示：

资质	资质续期的条件和程序	法律依据
《海关报关单位注册登记证书》	《海关报关单位注册登记证书》长期有效，无需办理续期，仅在海关注册内容发生变更时办理变更手续	《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》第二十六条规定：“除海关另有规定外，进出口货物收发货人《中华人民共和国海关报关单位注册登记证书》长期有效。” 《中华人民共和国海关报关单位注册登记管理规定》第三十一条规定：“进出口货物收发货人企业名称、企业性

资质	资质续期的条件和程序	法律依据
		质、企业住所、法定代表人（负责人）等海关注册登记内容发生变更的，应当自变更生效之日起 30 日内，凭变更证明文件等相关材料向注册地海关办理变更手续。所属报关人员发生变更的，进出口货物收发货人应当在变更事实发生之日起 30 日内，向注册地海关办理变更手续。”
《对外贸易经营者备案登记表》	《对外贸易经营者备案登记表》无有效期限，仅在《登记表》上的登记事项发生变更时办理变更手续	《对外贸易经营者备案登记办法》第九条规定：“《登记表》上的任何登记事项发生变更时，对外贸易经营者应比照本办法第五条和第八条的有关规定，在 30 日内办理《登记表》的变更手续，逾期未办理变更手续的，其《登记表》自动失效。备案登记机关收到对外贸易经营者提交的书面材料后，应当即时予以办理变更手续。”
《出入境检验检疫报检企业备案表》	《出入境检验检疫报检企业备案表》无有效期限，仅在《登记表》上的登记事项发生变更时办理变更手续	《出入境检验检疫报检企业管理办法》第十七条规定：“《报检企业备案表》《报检人员备案表》中载明的备案事项发生变更的，企业应当自变更之日起 30 日内凭变更证明文件等相关材料向备案的海关办理变更手续。”

（二）是否存在丧失相关资质的风险

根据发行人出具的说明及其提供的主要资质证书，截至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内主要子公司经营其业务所需主要资质均为长期有效，但当相关登记事项发生变更时，需要履行相关变更手续。为确保发行人根据上述规定在相关登记/备案事项变更后及时履行相关程序，发行人安排了专人对资质的申请、取得和维护进行负责，发行人合理预计相关资质办理审批或备案所需时间，并提前启动相关工作。

综上，本所认为，发行人及其子公司经营其业务所需主要资质均为长期有效当相关登记事项发生变更时，需要履行相关变更手续，发行人及其子公司丧失其取得的相关资质的风险较小。

（三）未申请续期或未获准续期对发行人的业绩影响

发行人目前已取得开展经营活动所必需的相关资质且预计未来能够持续取得并拥有相关资质。若发行人不能持续取得业务开展所必需的相关经营资质，或已取得的经营资质无法顺利进行变更登记/备案，则可能影响发行人正常开展相

关经营活动，将对发行人的经营业绩产生一定影响。

五、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人关于主营业务的说明文件；

2、获取并查阅发行人提供的业务资质证书以及认证文件；

3、对发行人及其境内主要子公司涉及的各相关部门网站进行查询；

4、获取并查阅发行人聘请的君合律师事务所（中国香港）、Law Offices Of Pyng Soon（美国）、William Kateny Legal（英国）、Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）等律师事务所出具的关于境外子公司经营情况的法律意见书；

5、获取中共深圳市委网络安全和信息化委员会办公室出具的《无违法违规证明》；

6、访谈发行人相关负责人；

7、获取并查阅公司关于报告期内所销售产品涉及的境内质量认证的说明文件；

8、查阅发行人主要经营地区有关法律法规；

9、查阅发行人关于资质、许可或认证的内部制度；

10、查询同行业公司取得资质许可的情况。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人全部资质、许可或认证的取得过程合法合规，相关资质、认证已经全面覆盖发行人报告期以及全部业务；

2、发行人在开展业务构成中可以获取用户部分信息，但相关信息不涉及商业秘密。发行人已建立完善的防泄密和保障网络安全的内部管理制度，业务开展符合境内或者境外数据保护和网络安全等法律法规的规定，且报告期内未发生数

据泄露造成发行人及客户损失的情形。发行人不存在利用相关个人消费者或企业客户信息进行牟利等违法违规行为，不存在侵犯个人隐私、商业秘密或其他侵权方面的情形；

3、发行人向主要国家/地区销售的主要产品已经通过当地的必要的认证，部分主要商品在遭受欧盟反倾销调查，公司已采取必要措施，不存在重大不利影响；

4、截至本补充法律意见书出具日，发行人及其境内主要子公司经营其业务所需资质均在有效期内，短期内不存在无法续期的重大法律风险，且预计未来能够持续取得并拥有相关资质；若公司不能持续取得业务开展所必需的相关经营资质，或已取得的经营资质无法顺利续期，则可能影响公司正常开展相关经营活动，将对公司的经营业绩产生一定影响。

第十七题（《首轮问询函》“17．关于线上业务开展的合法合规性”）

发行人主要从事跨境电商商品销售，B2C 业务销售渠道为网络店铺。

请发行人：

（1）说明发行人及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售平台进行寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等行为，如存在，请说明相关行为对发行人经营业绩的影响，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（2）结合主要线上平台消费者反馈评价机制及具体评价数据，说明报告期内是否存在发行人及其关联方自身或委托第三方对发行人线上销售渠道虚构信用评价、好评返现等引导好评、免单或全额返现、修改或删除中差评等行为，相关行为是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（3）说明报告期内发行人进行销售的各电商平台对发行人实施的临时性措施及处罚的基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

请保荐机构、发行人律师核查并发表意见。

【回复】

一、说明发行人及其关联方是否存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售平台进行寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等行为，如存在，请说明相关行为对发行人经营业绩的影响，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（一）第三方电商平台对“刷单”行为严格监控，且惩罚力度大，“刷单”风险极大

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，报告期内，发行人合作的第三方电商平台主要为亚马逊等境内外大型、规范平台，该等平台对合规性的容忍度较低，处罚力度较大。各电商平台均严格禁止诸如“刷单”的“任何违反

公平竞争的行为”，并且电商平台会通过技术手段检查平台卖家是否具有刷单行为（如亚马逊有全球监控中心运用大数据和人工智能算法对异常交易和评价进行监控）。如发现异常情况及违反平台规则，店铺账号将可能受到销售限制甚至注销等惩罚措施。经本所律师登录 Amazon 官方网站（https://www.amazon.com/）查阅网站公示的《全球开店规则：卖家行为准则》等平台政策，登录 Wish 官方网站（https://www.merchant.wish.com/）查阅网站公示的《Wish 商户政策》等平台政策，登录 eBay 官方网站（https://www.ebay.com/）查阅网站公示的《关于维护平台公平健康发展的若干政策说明》等平台政策，登录 Walmart 官方网站（https://www.walmart.com/）查阅网站公示的《卖家行为准则》（Seller Performance Standards）等平台政策，以及经本所律师访谈 Amazon、Wish、eBay、Walmart 相关人员，亚马逊、Wish、eBay、Walmart 等主要电商平台对“刷单”的相关限制规定如下：

1、Amazon 官网公告的《全球开店规则：卖家行为准则》中表明：“必须遵循公平、合法的行事原则，且不得滥用亚马逊提供的任何服务。不公平的行为示例包括：向亚马逊或买家提供具有误导性或不恰当的信息；篡改销售排名（如接受虚假订单或您已付款的订单），或在商品名称或描述中声明销售排名相关信息；试图在订单确认后提高商品价格；人为增加网络流量（例如，使用机器人或付费购买点击量）；试图损坏其他卖家、其商品或评分；允许他人以违反亚马逊政策或您与亚马逊达成的协议的方式代表您行事。”

2、Wish 官网公告的《Wish 商户政策》中表明：“符合确认妥投政策的订单必须使用 Wish 认可的能提供尾程物流跟踪信息的物流服务商进行配送，否则商户将会被处以赔款；无论何时，如果商户提供虚假物流单号，则其可能将面临赔款。赔款金额为原订单金额加$500.00。”

3、eBay 官网公告的《关于维护平台公平健康发展的若干政策说明》中表明：“严格禁止任何违反公平竞争的行为，比如刷单。该等行为严重违反公平竞争的原则，一旦发现，账户即受到销售限制，甚至注销等惩罚措施。”

4、Walmart 官网公告的《卖家行为准则》（Seller Performance Standards）中表明：“卖家必须提供有效的物流单号，否则将会面临警告、销售限制甚至账户冻结等处罚；出现欺诈销售行为的，账户将立即被冻结。”

根据发行人出具的说明，发行人在上述主要平台的年销售金额占销售总额的比例较大，若进行“刷单”等违规情形将导致被采取暂停销售甚至关闭店铺的处罚，将会对发行人在该等平台的销售造成较大影响。因此，刷单风险极大。

（二）公司主营品类及运营策略决定其“刷单”操作的动机较弱

根据发行人出具的说明，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，在 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台上，卖家主要通过销量排名、好评、站内推广等方式来获取流量倾斜，提高曝光率，增加销量。

发行人线上销售的主要产品为服装、家居等非标品类产品。该类产品需要通过品类的丰富和快速迭代来满足消费者多样化的需求，因此单一产品即便成为流行品，其销量也比较有限，远低于标品类产品爆品的销量。在同样的成本下，非标品类产品并不能获得如标品类产品一样暴涨的销量和收益，故发行人以更大力度和代价为单一产品“刷单”引流的动力不足；同时，发行人可以借助各电商平台官方渠道获取有效产品评价。以发行人主要销售电商平台亚马逊平台为例，其推出的早期评论人计划为新品评价的获取提供了有效的官方渠道，发行人可以借助该官方渠道获取使用者的真实评价，提高产品曝光率，增加销量。

与电商平台不同，自营网站是基于建站工具所建立的拥有独立域名的网站，其本身不具备流量优势，主要依靠站外（Facebook、Google）推广引导流量，获取新客，从而提升销量。换言之，自营网站产品销量的提升并不能提高其在顾客群体中的曝光率，故自营网站内部的“刷单”行为不具备操作动机，没有经济意义。

（三）发行人重视诚信内控建设，报告期内不存在因“刷单”受到电商平台处罚的情形

根据发行人提供的《营销推广管理制度》，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，报告期内，发行人重视诚信内控建设，将在平台运营的合规性为公司经营最重要红线，坚决杜绝违规行为可能导致的巨大风险。经查阅发行人的《营销推广管理制度》，其明确禁止发行人及相关部门人员操作刷单、刷评。此外，内控部门会对相关条款的执行情况进行严格监控和定期检查，确保发行人业务经营的合规性。

（四）立信认为，“报告期内发行人线上销售收入真实、准确”

根据立信出具的《立信问询函回复》，“报告期内，对不同平台下收入、客户的核查所选取的核查方法具有可执行性，所选取样本量是基于 IT 专家数据验证结果，根据重要性水平计算得出，符合审计准则的要求；报告期内发行人线上销售收入真实、准确。”

综上，本所认为，根据发行人提供的报告期内关闭店铺的相关文件，发行人在报告期内可确定关闭原因的店铺中，不存在被电商平台认定存在寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等被电商平台强制关闭的情形。

二、结合主要线上平台消费者反馈评价机制及具体评价数据，说明报告期内是否存在发行人及其关联方自身或委托第三方对发行人线上销售渠道虚构信用评价、好评返现等引导好评、免单或全额返现、修改或删除中差评等行为，相关行为是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

（一）主要线上平台消费者反馈评价机制与具体评价数据

1、Amazon 平台反馈评价机制与评价数据

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询发行人在 Amazon 开立的店铺的相关信息、访谈发行人相关负责人员，Amazon 平台反馈评价机制及评价数据如下：

（1）反馈评价机制

Amazon 平台通过店铺反馈（feedback）和产品评价（review）两套评价体系来约束卖家。

其中，店铺反馈是指消费者在一个店铺里购买过某个产品后，根据自己的购物和使用体验，对卖家店铺作出的评价。作出店铺反馈的前提是该消费者必须真实的在该店铺购买过商品，且需要通过订单记录页面来留下反馈。

产品评价是指亚马逊用户对某个商品做出的评论，根据 Amazon 平台的规则，消费者是否购买过这个产品均可留下产品评价，但要符合 Amazon 平台的留评标准（一般指在平台上的总消费金额满 50 美金以上）。如果某个买家账号被系统判

定为有刷单行为，则会被禁止留评。

同时，依据亚马逊购物网站的评分说明，亚马逊对于产品的综合评分并非依据所有终端用户评分的简单平均。亚马逊的动态综合评分是依据后台设定的算法，这个算法会将评分时间、评分人是否是经网站认证的购买方、评分人信用情况等综合考虑在内。如果卖家找到临时用户注册评分，则依据相关算法，相关评价会被亚马逊后台自动认定为无效评价从而删除，并且还会面临被监控和处罚的风险。

（2）具体评价数据

①店铺反馈

由于发行人在 Amazon 平台开设店铺较多，故仅选取报告期内销售金额前五大店铺进行列示。截至 2021 年 8 月 31 日，Amazon 平台前五大店铺的反馈情况如下：

店铺代码	具体评分	买家评分数量
AM00299	4.78	68,436
AM00049	4.89	56,872
AM00147	4.70	69,698
AM00121	4.79	10,672
AM00604	4.80	**17,966**

注：销售金额排名为业务口径数据

②产品评价

筛选发行人报告期内于 Amazon 平台销售金额排名前五的产品进行列示，其具体评价数据如下：

产品分类	产品名称	产品图片	具体评分	买家评分数量
百货家居	工具-清洗机		4.12	4,817
运动娱乐	运动及娱乐-健身及塑形-健身器材-跑步机		3.61	3,488
运动娱乐	运动及娱乐-骑行自行车		4.10	1,449

产品分类	产品名称	产品图片	具体评分	买家评分数量
运动娱乐	运动及娱乐-健身及塑形-健身器材-跑步机		4.13	4,633
服饰配饰	服装/服饰配件-泳衣-女士-罩衫		3.93	20,931

2、Wish 平台反馈评价机制与评价数据

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询发行人在 Wish 开立的店铺的相关信息、访谈发行人相关负责人员，Wish 平台反馈评价机制及评价数据如下：

（1）反馈评价机制

Wish 平台通过产品评分体系反映产品情况。

其中产品评分是指消费者购买过某个产品，即可以根据产品质量、物流时效、使用体验以及描述符合度等对产品或订单进行评分。评分总共分为 1-5 分，分别对应 1 星-5 星。其中 3 星及以上的评分一般情况下是可以接受的；4 星以上评分的产品可以称之为好的产品；而最好的产品标准是拥有接近于 5 星的平均评分。

如果一个产品获得较低的平均评分，那么在重新获得评估之前，商户将会对这个产品的退款承担 100%的责任。如果这个产品被重新评估后，评价被认可有所改善，那么该产品将不受此政策影响。

如果一件产品获得极低的平均评分，那么它将从 Wish 移除，同时商户将因此承担 100%的退款责任。这件产品将不会被再次评估。

（2）具体评价数据

①店铺反馈

由于发行人在 Wish 平台开设店铺较多，故仅选取报告期内销售金额前五大店铺进行列示。截至 2021 年 8 月 31 日，Wish 平台前五大店铺的最近一周的反馈情况如下：

店铺代码	具体评分	买家评分数量

店铺代码	具体评分	买家评分数量
WS00008	4.40	-
WS00005	3.00	-
WS00014	5.00	-
WS00306	5.00	-
WS00398	3.00	-

注：销售金额排名为业务口径数据；由于 Wish 页面只展示店铺总评分，未抓取到累计评价数量，故不作列示。

②产品评价

筛选发行人报告期内于 Wish 平台销售金额排名前五的产品进行列示，其具体评价数据如下：

产品分类	产品名称	产品图片	具体评分	买家评分数量
服饰配饰	鞋包-钱包&卡包-钱包		3.76	70,804
服饰配饰	服装/服饰配件-塑身衣-贴身衣物-塑身衣		3.34	26,600
服饰配饰	服装/服饰配件-文胸-女用系列-运动文胸		4.12	23,249
数码汽摩	消费电子-智能电子-智能穿戴设备-外置摄像镜头		3.46	896
家居百货	家居用品-家纺成品-椅套		4.48	353

3、eBay 平台反馈评价机制与评价数据

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询发行人在 eBay 开立的店铺的相关信息、访谈发行人相关负责人员，eBay 平台反馈评价机制及评价数据如下：

（1）反馈评价机制

eBay 的信用评价体系包括互评机制（feedback forum）和卖家评分（detailed seller rate）。

其中，互评机制是指每完成一笔交易，买家可为卖家留下正面（+1 分）、负面（-1 分）或中立（0 分）的信用评级，以及简短的评语。卖家可为买家留下正面信用评级及简短的评语。买家的反馈信息在绝大部分情况下永久保留；如果一位卖家在同一周（太平洋时间周一到周日，下同）收到同一买家多次评价，并且得到的差评数多于好评数，那么这位卖家总分只减一分；同理，如果收到的好评数多于差评数，总分也只加一分。

卖家评分是指买家可以对卖家的服务具体评分，包括：（1）产品是否与描述相符；（2）是否满意与卖家的交流；（3）是否满意出货速度；（4）运输费用是否合理。该评分为不记名评分，卖家无法找到买家修改分数；买家在交易完成 60 天之内有机会给卖家 detailed seller rate 打分，但必须与互评评分同时进行；买家向同一卖家多次购买商品后可以多次打分，但单购买行为不能出现在同一周。卖家评级系统以五星制为标准，5 粒星为最高评级，1 粒星则为最低评级。详尽卖家评级不会影响卖家的整体信用指数，而且不会纳入卖家标准的计算。

（2）具体评价数据

①店铺反馈

由于发行人在 eBay 平台开设店铺较多，故仅选取报告期内销售金额前五大店铺进行列示。截至 2021 年 8 月 31 日，eBay 平台前五大店铺的反馈情况如下：

店铺代码	评分维度	具体评分	买家评分数量（过去 12 个月内）
EB00036	描述相符	4.7 星	270
	服务态度	4.9 星	283
	出货速度	5.0 星	287
	运输费用	5.0 星	291
EB00252	描述相符	4.9 星	915
	服务态度	4.9 星	921
	出货速度	4.9 星	958
	运输费用	5.0 星	980
EB00077	描述相符	4.8 星	607

店铺代码	评分维度	具体评分	买家评分数量（过去 12 个月内）
	服务态度	4.9 星	608
	出货速度	4.9 星	643
	运输费用	5.0 星	652
EB00343	描述相符	4.9 星	4,872
	服务态度	4.9 星	4,863
	出货速度	5.0 星	5,112
	运输费用	5.0 星	5,183
EB00078	描述相符	4.8 星	732
	服务态度	4.8 星	751
	出货速度	4.9 星	790
	运输费用	5.0 星	792

注：销售金额排名为业务口径数据

②产品评价

筛选发行人报告期内于 eBay 平台销售金额排名前五的产品进行列示，其具体评价数据如下：

产品分类	产品名称	产品图片	具体评分	买家评分数量
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		好评率 92.61%	1,584
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		好评率 91.08%	1,233
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		好评率 93.71%	827
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		好评率 90.01%	671

家居百货	家居用品-园艺用品-园林工具-清洁工具		好评率 93.39%	3,267

4、Walmart 平台反馈评价机制与评价数据

根据发行人出具的说明，并经本所律师查询发行人在 Walmart 开立的店铺的相关信息、访谈发行人相关负责人员，Walmart 平台反馈评价机制及评价数据如下：

（1）反馈评价机制

总体上，沃尔玛平台通过店铺评分（Feedback）和产品评价（Review）两套评价体系来约束卖家。

其中，店铺评分和产品评论：客户在沃尔玛平台购买商品时，平台会通过电子邮件要求他们留下对商品和卖家的反馈，该电子邮件从订单日期开始的 14 天后发出。如果客户未打开此电子邮件，则沃尔玛会在 7 天后发送第二封电子邮件，卖家评分会影响到卖家记分卡。

一般情况下，平台是严格保持卖家评分和产品评价的。在极少数情况下，卖家可以开 case 要求平台删除客户对卖家的评分和产品评价。

（2）具体评价数据

①店铺反馈

由于发行人在 Walmart 平台开设店铺较多，故仅选取报告期内销售金额前五大店铺进行列示。截至 2021 年 8 月 31 日，Walmart 平台前五大店铺的反馈情况如下：

店铺代码	具体评分	买家评分数量
WM00027	3.8 星	1,850
WM00073	3.8 星	174
WM00067	3.8 星	106
WM00084	3.9 星	28
WM00028	3.97 星	156

注：销售金额排名为业务口径数据

②产品评价

筛选发行人报告期内于 Walmart 平台销售金额排名前五的产品进行列示，其具体评价数据如下：

产品分类	产品名称	产品图片	具体评分	买家评分数量
运动娱乐	运动及娱乐-健身及塑形-健身器材-跑步机		2.93	80
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		3.89	89
家居百货	家居用品-园艺用品-园林工具-清洁工具		3.05	267
家居百货	工具-清洗机		3.60	236
运动娱乐	运动及娱乐-骑行-自行车		3.43	86

5、自营网站反馈评价机制与评价数据

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录发行人相关自营网站查看相关信息，自营网站为基于建站工具自主建立的销售网站，网站功能及模块可以自主定义，故不存在统一标准的反馈评价机制。

（二）报告期内，发行人及其关联方不存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售渠道虚构信用评价、好评返现等引导好评、违规免单或全额返现、修改或删除中差评等行为的说明

1、发行人于亚马逊、eBay 等主要平台私下联系终端客户修改或删除评价、虚构信用评价极为困难，基本不具有可行性。

经本所律师登录 Amazon 官方网站（https://www.amazon.com/）查阅网站公示的《全球开店规则：卖家行为准则》等平台政策，登录 Wish 官方网站

（https://www.merchant.wish.com/）查阅网站公示的《Wish 商户政策》等平台政策，登录 eBay 官方网站（https://www.ebay.com/）查阅网站公示的《关于维护平台公平健康发展的若干政策说明》等平台政策，登录 Walmart 官方网站（https://www.walmart.com/）查阅网站公示的《卖家行为准则》（Seller Performance Standards）等平台政策，发行人合作的主要电商平台，包括 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等，均无法实现卖家自行删除或修改评价的操作。因此，“刷评”必须通过卖家联系买家来实现。但发行人线上销售的主要电商平台不会向卖家提供终端客户的真实联系方式，卖家能获取的联系信息仅限于平台加密的邮箱和地址。由于公司对终端客户的销售极为分散，且不同终端客户的邮寄地址均不相同，如果卖家按照邮寄地址逐个拜访终端客户，要求对方修改或删除评价、虚构信用评价，不仅需耗费大量的人力物力，且会侵犯到消费者个人隐私。因此卖家难以私下与买家联系，仅能通过在电商平台监控下的手段联系买家。

以 Amazon 平台为例，依据亚马逊的相关规定，卖家被禁止主动向亚马逊买家发送电子邮件，仅在必要时可进行有关订单配送及相关客户服务的电子邮件沟通。在必要时，卖家“仅允许使用‘买家与卖家消息服务’与亚马逊买家进行沟通”，即通过 Amazon 平台指定页面发送消息，相关的往来消息都会接受 Amazon 平台的实时监控，显示在“买家与卖家消息”页面上。如果卖家向买家发送消息的方式、消息内容等存在不合规的情况，将被平台处以相应责罚。

因此，电商平台卖家想要联系终端客户虚构评价、修改或删除评价的操作极为困难，基本不具有可行性。

2、由于平台反馈评价机制等原因，“刷评”行为具有较大的成本和风险，收益较小且具备不确定性。

如前所述，发行人主要电商平台上的评价需要由真实购买过该产品的客户、或在平台购买一定金额的客户（如亚马逊要求 50 美金以上）做出，而无法通过临时注册新账户来影响评价。因此，卖家难以通过短期虚构大量账户来“刷评”。但如果通过联系真实客户的方式，不仅极为困难且面临平台监控，而且由于国外文化环境因素，有较大被举报风险，从而影响在平台的评价，甚至引发被处罚的风险。

同时，发行人所合作的平台一般会根据大数据算法来得出整体评价，并非根据所有评分的简单平均；如新用户评价、异常用户评价、重复评价等对整体评价影响很小甚至会被删除、过滤，而长期用户、长篇详细评价用户的权重则较大。加之公司产品中评价数众多，虚构少量评价难以影响总体评分。因此公司“刷评”、影响整体评价不仅需耗费巨大成本，且是否能最终提升评分具有较大不确定性。

3、平台对终端客户评价情况设立严格监控体系，且惩罚力度大

经本所律师登录 Amazon 官方网站（https://www.amazon.com/）查阅网站公示的《卖家行为准则》等平台政策，登录 Wish 官方网站（https://www.merchant.wish.com/）查阅网站公示的《Wish 商户政策》等平台政策，登录 eBay 官方网站（https://www.ebay.com/）查阅网站公示的《评价操纵政策》（Feedback manipulation policy）《评价勒索政策》（Feedback extortion policy）等平台政策，登录 Walmart 官方网站（https://www.walmart.com/）查阅网站公示的《对于买家的客户关怀要求》（Marketplace Seller Customer Care Requirements）等平台政策，并经本所律师访谈相关平台业务人员，电商平台普遍严格禁止刷评行为，并且电商平台会通过人工排查及判定、系统排查及判定等多种技术手段检查平台卖家是否具有刷评行为。如违反平台规则，相关评价会被平台删除外，店铺账号将可能收到销售限制甚至注销等惩罚措施。根据亚马逊等主要电商平台的规则，亚马逊等主要电商平台对“刷评”的相关限制规定如下：

（1）依据 Amazon 平台公告的《卖家行为准则》，卖家不得试图影响或夸大买家的评分、反馈和评论。卖家可以采用中立的态度请求买家提供反馈和评论，但不能：通过支付费用或提供奖励（如优惠券或免费商品）来请求买家提供或删除反馈或评论；要求买家只编写正面评论或要求他们删除或更改评论；仅向获得良好体验的买家征集评论；评论自己的商品或竞争对手的商品。

（2）根据 eBay 平台公告的《评价操纵政策》（Feedback manipulation policy）及《评价勒索政策》（Feedback extortion policy），卖家不可以强制用户或通过提供金钱、物品补偿的方式获取好评。如果平台发现卖家存在操纵评价的行为，将对相关评价和评分进行删除，并对卖家采取产品下架、评分降级、限制交易、关闭店铺等一系列处罚措施。

（3）根据 Wish 平台的《Wish 商户政策》，平台禁止任何试图操控用户评论和/或评分的行为，并明确禁止有偿评价和/或评分的行为；禁止商户直接或间接对产品提供评论和/或评分；对于被发现存在评论和/或评分受操控的订单，相应商户将被处以每个违规订单最高$10.00 的赔款。

（4）根据 Walmart 平台的《对于买家的客户关怀要求》（Marketplace Seller Customer Care Requirements），平台严格禁止卖家与用户进行除订单执行及售后的其他任何交流，禁止卖家通过电子邮件或电话向用户开展任何营销行为。

因此，在各平台的严格监控下，卖家想要通过虚构信用评价、引导好评、修改或删除中差评等方式提高产品或店铺排名的风险较大。如若被平台检测出异常，卖家同时会面临销售限制甚至注销账号等严厉处罚。

4、发行人主营品类及运营策略决定其“刷评”操作的动机较弱

根据发行人出具的说明，在亚马逊、Wish 、eBay、Walmart 等电商平台上，卖家主要通过销量排名、好评、站内推广等方式来获取流量倾斜，提高曝光率，增加销量。

发行人线上销售的主要产品为服装、家居等非标品类产品。该类产品需要通过品类的丰富和快速迭代来满足消费者多样化的需求，因此单一产品即便成为流行品，其销量也比较有限，远低于标品类产品爆品的销量。在同样的成本下，非标品类产品并不能获得如标品类产品一样暴涨的销量和收益，故发行人以更大力度和代价获取单一产品评价的动力不足；同时，公司可以借助各电商平台官方渠道获取有效产品评价。以公司主要销售电商平台亚马逊平台为例，其推出的早期评论人计划为新品评价的获取提供了有效的官方渠道，公司可以借助该官方渠道获取使用者的真实评价，提高产品曝光率，增加销量。

发行人自营网站主要通过 Google、Facebook 等方式推广引流，获取新客，该种方式更加注重客户的即时转化率水平，并不过多关注评价本身。一般情况下，当顾客点击推广链接后，将直接被跳转至产品下单购买页面，完成消费行为。因此，自营网站的营销更注重推广端的精准投放及红人推荐，网站本身的产品评价对于消费者购买决定影响较小，“刷评”不具备经济效益。

同时，Google、Facebook 会对自身投放广告进行管控，如发现商家存在虚假

广告行为，将停止为该商户提供推广服务。由于 Facebook、Google 等是发行人自营网站最主要的获客渠道，一旦受到处罚，其自营网站曝光率及销售将面临极大压力。因此，虚构信用评价风险极大，将直接影响发行人自营网站的存续。

5、发行人店铺评价稳定，不存在异常情形

根据发行人出具的说明，并经本所律师登录相关查询相关店铺信息，以 Amazon 平台报告期累计订单金额前五大店铺为例，截至 2021 年 8 月 31 日，发行人电商平台的信用评价波动情况如下：

店铺代码	最近 30 天 好评率	最近 90 天 好评率	最近 12 个月 好评率	自开店以来 好评率
AM00299	99.12%	100%	99.81%	98.83%
AM00049	99.12%	100%	100%	99.00%
AM00147	99.00%	100%	99.00%	96.00%
AM00121	100%	100%	100%	98.00%
AM00604	100%	100%	99.00%	99.00%

注：订单金额排名为业务口径数据

6、发行人重视诚信内控建设，报告期内不存在因刷评收到电商平台处罚的情形

根据发行人出具的说明、发行人制定的《营销推广管理制度》，报告期内，发行人重视诚信内控建设，在平台运营的合规性为经营最重要红线，坚决杜绝违规行为可能导致的巨大风险。发行人的《营销推广管理制度》明确禁止发行人及相关部门人员操作刷单、刷评；如员工违反，将按公司制度进行内部处罚。此外，内控部门会对相关条款的执行情况进行严格监控和定期检查，确保发行人业务经营的合规性。

综上，本所认为，根据发行人提供的报告期内关闭店铺的相关文件，发行人在报告期内可确定关闭原因的店铺中，不存在被电商平台认定虚构信用评价、好评返现等引导好评、免单或全额返现、修改或删除中差评等行为被电商平台强制关闭的情形。

发行人实际控制人陈文平出具承诺如下：

“1、发行人及其关联方不存在通过自身或委托第三方对发行人线上销售平台进行寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交

易、提升信誉等行为；

2、报告期内不存在发行人及其关联方自身或委托第三方对发行人线上销售渠道虚构信用评价、好评返现等引导好评、免单或全额返现、修改或删除中差评等行为；

3、若发行人或其关联方存在上述行为，本人（包括本人控制的除发行人及其控制的主体外的其他主体）将无条件且无偿代赛维时代及/或其控制的主体承担相应的不利后果（包括但不限于罚金、滞纳金等），赛维时代及其境内外控制的所有主体无需承担前述任何罚金/滞纳金等，且本人（包括本人控制的除发行人及其控制的主体外的其他主体）不会向赛维时代及/或其控制的主体收取任何费用，保证赛维时代的股东不会因此遭受损失。”

三、说明报告期内发行人进行销售的各电商平台对发行人实施的临时性措施及处罚的基本情况，包括但不限于背景、原因、对发行人责任认定及认定依据、处理措施及结果，是否涉及虚假交易、产品质量、产品信息发布违规、虚假宣传、是否存在纠纷或潜在纠纷，是否构成违法违规行为及本次发行上市的法律障碍。

报告期内，发行人进行销售的主要电商平台对公司实施的临时性措施及处罚的基本情况如下：

（见下页）

店铺所属平台	主要临时性措施及处罚原因	责任认定依据	后续影响及结果
Amazon	因商品信息违规、侵犯知识产权、违反价格政策、违反禁售品政策等原因导致产品下架、罚款等临时性措施	《卖家行为准则》[1] 所有卖家都必须遵循以下准则： 1、始终向亚马逊和我们的买家提供准确的信息 2、公平行事，且不得滥用亚马逊的功能或服务 3、不得试图损害其他卖家或其商品/评分或者加以滥用 4、不得试图影响买家评分、反馈和评论 5、不得发送未经请求或不恰当的沟通信息 6、只通过买家与卖家消息服务联系买家 7、不得试图规避亚马逊销售流程 8、在没有合法的业务需求情况下，不得在亚马逊上经营多个卖家账户	该等店铺遭受的临时性措施或处罚未对公司的店铺在 Amazon 平台上的销售及公司与 Amazon 的合作造成重大不利影响
eBay	因侵犯知识产权、违反价格政策、违反禁售品政策等原因导致取消刊登、限制账号权利、冻结账号等临时性措施	《卖家规则》[2] 违反 eBay 的违禁品和管制物品相关之规则、知识产权之相关规则、刊登规则、接受付款规定等政策可能受到各种不同的处分，包括：取消刊登、限制账号权利、冻结账号、取消超级卖家资格等	该等店铺遭受的临时性措施或处罚未对公司的店铺在 eBay 平台上的销售及公司与 eBay 的合作造成重大不利影响
Wish	因商品有误导性内容、涉嫌侵犯知识产权、产品信息违规、评价极低、延迟到货、违反禁售产品政策等原因导致账户被暂停交易、罚款等临时性措施	《Wish 平台商户政策》[3]第 6 条 1、如果店铺退款率过高，其账户将被暂停交易； 2、如果店铺的退单率非常高，其账户将被暂停（退单率是指某个时段内退单的订单数与收到的总订单数之比。如果这个比率极高，店铺将被暂停交易。退单率低于 0.5%属于正常现象）； 3、严禁辱骂用户； 4、严禁要求用户绕过 Wish 付款； 5、严禁引导用户离开 Wish。若商户引导用户离开 Wish，则相应账	该等店铺遭受的临时性措施或处罚未对公司的店铺在 Wish 平台上的销售及公司与 Wish 的合作造成重大不利影响

[1] 以美国站为例 https://sellercentral.amazon.com/gp/help/external/G1801?language=zh_CN
[2] 以中国香港站为例 https://www.ebay.com.hk/pages/help/policies/seller-rules-overview.html
[3] 以中国卖家为例 https://china-merchant.wish.com/policy#customer

店铺所属平台	主要临时性措施及处罚原因	责任认定依据	后续影响及结果
		户将面临被暂停交易的风险和/或每次违规被处以$10,000.00 的赔款； 6、严禁要求用户提供个人信息。如果商户要求用户提供付款信息、电子邮箱等个人信息，其账户将被暂停； 7、Wish 用户有权享有及时、礼貌和有效的客服服务。	
Walmart	因商品有误导性内容、涉嫌侵犯知识产权、产品信息违规、违反禁售产品政策等原因导致产品下架、账号暂停等临时性措施	《卖场卖家行为准则》[1] 未能遵守卖方行为准则或其他卖场政策可能导致商品下架、账户暂停或账户终止。	该等店铺遭受的临时性措施或处罚未对公司的店铺在 Walmart 平台上的销售及公司与 Walmart 的合作造成重大不利影响

[1] 以美国站为例 https://sellerhelp.walmart.com/s/guide?article=000007968

如上所述，发行人在上述平台所受到的临时性措施或处罚主要为产品下架、罚款或店铺关闭等。报告期内，发行人在所有第三方平台上，因违反平台协议、相关店铺指标不善、产品信息发布违规、账号审核未通过、产品侵权等原因关闭店铺 110 个，剩余关闭的店铺或为发行人主动关闭、或因平台政策原因未能进入店铺后台确定关闭原因、或平台未告知具体关闭原因。虽然存在部分产品因产品信息发布违规（产品描述不符等）、产品质量等违反平台规则的情形导致产品下架、罚款或店铺关闭等临时性措施或处罚，但未对发行人的店铺在相关平台上的整体销售及发行人与相关平台的合作造成重大不利影响。

根据发行人出具的说明，并经本所律师对于亚马逊平台相关人员的访谈，在上述发行人主要销售平台对发行人相关店铺采取的临时性措施及处罚后，发行人与该等平台之间就该等临时性措施或处罚不存在纠纷或潜在纠纷，且发行人亦未因该等临时性措施或处罚受到相关监管部门的处罚，且截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因违反平台规则、被平台处以临时性措施或处罚等事宜与平台、消费者或第三方存在正在进行的重大诉讼、仲裁等纠纷。因此，该等临时性措施或处罚对发行人在该平台的销售或公司与该平台的合作没有造成重大不利影响，亦不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、对发行人负责线上销售的负责人进行访谈，了解线上销售的运作情况，分析线上销售是否合规；查阅发行人制定的相关内部控制文件，了解发行人对于“刷单”、“刷评”等行为的管理措施；

2、查阅电商平台官网公告及平台规则，对主要电商平台进行走访，访谈平台负责人员和相关平台业务人员，了解发行人是否存在刷单、刷评、虚构交易及信用评价等行为或因刷单、刷评等行为被电商平台处罚的情形；

3、审查发行人重要电商平台、自营网站的反馈评价机制及主要店铺和产品的后台评价数据；查阅了电商平台对于虚构信用评价、运用好评返现等方式引导好评、免单或全额返现以及修改或删除中差评行为的相关禁止性规定和处罚措施；

4、查阅报告期内发行人及子公司、控股股东及实际控制人控制的其他企业的银行流水；

5、查阅实际控制人、董事、监事、高级管理人员的银行流水；

6、对报告期内发行人销售费用合同明细表、发行人银行流水、发行人实际控制人银行流水进行核查；

7、获取并查阅发行人提供的收到各平台临时性处罚措施的统计表；获取并查阅发行人关于受到各平台临时性处罚措施及相关增强知识产权管理措施的说明文件；

8、取得实际控制人出具的关于不存在刷单、刷评及赔偿的承诺函；

9、获取立信出具的《IT 审计报告》。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据发行人提供的报告期内关闭店铺的相关文件，发行人在报告期内可确定关闭原因的店铺中，不存在被电商平台认定存在寄发空包裹、虚构快递单号、利用真实快递单号等方式“刷单”、虚构交易、提升信誉等被电商平台强制关闭的情形；

2、根据发行人提供的报告期内关闭店铺的相关文件，发行人在报告期内可确定关闭原因的店铺中，不存在被电商平台认定虚构信用评价、好评返现等引导好评、免单或全额返现、修改或删除中差评等行为被电商平台强制关闭的情形；

3、发行人在上述虽然存在部分产品因产品信息发布违规（产品描述不符等）、产品质量等违反平台所受到的临时性措施或处罚主要为规则的情形导致产品下架、罚款或店铺关闭等。其曾经因为部分产品违反平台规则事宜情形未对发行人临时性措施或处罚，但未对公司的店铺在相关平台上的整体销售及发行人公司与相关平台的合作造成重大不利影响，且；相关问题已通过赔款、达成和解或停止售卖等方式妥善解决，发行人与该等平台之间就该等临时性措施或处罚不存在纠纷或潜在纠纷，且发行人亦未因该等临时性措施或处罚受到相关监管部门的处罚，该等临时性或处罚对发行人在该平台的销售或发行人与该等平台的合作没有造

成重大不利影响，亦不会对发行人本次发行上市造成实质性障碍。

第十八题（《首轮问询函》“18．关于 B2B 业务模式”）

招股说明书披露，发行人 B2B 业务为公司通过分销平台向第三方客户开放库存商品信息，促成客户在分销平台进行采购，并由此产生相应的 B2B 分销业务收入。报告期各期 B2B 分销业务金额分别为 5,397.34 万元、742.84 万元、30.81 万元、0 元。

请发行人补充披露：

（1）B2B 业务的流程、使用的分销平台的基本情况（包括但不限于名称、成立时间、参与者门槛、用户类型及数量等）、分销业务客户数量、分销目的地、分销产品类型、报告期各期为分销业务支付的佣金或平台服务费金额及其与分销业务规模的匹配性。

（2）B2B 分销业务的收入确认方法，采用总额法/净额法确认收入的依据，是否符合业务开展的实际情况。

（3）2019 年以后未再继续开展 B2B 分销业务的背景、原因，相关业务持续开展是否存在法律障碍或风险。

请保荐人、发行人律师、申报会计师发表明确意见。

【回复】

一、B2B 业务的流程、使用的分销平台的基本情况（包括但不限于名称、成立时间、参与者门槛、用户类型及数量等）、分销业务客户数量、分销目的地、分销产品类型、报告期各期为分销业务支付的佣金或平台服务费金额及其与分销业务规模的匹配性

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明，B2B 分销业务为发行人通过自有的分销平台向商家开放库存商品信息，促成商家在分销平台进行采购，并由此产生相应的 B2B 分销业务收入。

（一）B2B 分销业务的流程

B2B 分销业务以华成云商分销平台开展业务，充分利用供应商刊登的产品库信息、物流仓储数据和刊登系统等供应链资源系统，帮助分销商完成从选品、物流选择，到选择电商销售平台刊登等一站式服务，促成分销商在华成云商分销平

台进行采购产品，完成分销业务。

B2B 分销业务具体流程为：①发行人向供应商采购商品，并由供应商将商品发往发行人的国内仓库；②商品入库后，发行人质量管理部进行质量检测，随后产品部对产品进行拍摄并进行图片制作，通过华成云商平台提供产品信息；③分销商在华成平台进行账户注册并充值预付款；④华成云商分销平台将产品信息推送给分销商；⑤分销商通过电商销售平台店铺或独立网站进行销售，将订单收件信息推送至华成云商；⑥华成云商分销平台根据获取到的订单信息和客户的账户预付款金额进行核验，如分销商预付款充足，则将获取到的销售订单信息推送到发行人内部 ERP 系统，通过系统通知对应仓库将订单分拣发出；⑦发行人仓库管理人员在分拣发出的包裹贴上相应运单，后交由物流公司（中国邮政和其他快递等）发货给消费者。

（二）华成云商分销平台的基本情况

发行人通过自主研发的华成云商分销平台开展 B2B 分销业务，其主要功能包括系统管理员管理、会员管理、商品管理、订单管理，实现内部功能系统资源的开放共享，如产品信息、仓储物流信息。

华成云商分销平台的基本情况如下：

分销平台名称	华成云商
成立时间	2015 年 7 月
参与者门槛	用户必须具有民事权利能力或行为能力的实体
用户类型	包含但不限于公司组织

（三）B2B 分销业务经营情况

报告期内，基于发行人实施品牌化战略，B2B 分销业务规模大幅缩减，并自 2019 年后终止了该类业务。

报告期内，华成云商分销平台分销业务客户数量如下：

项目	**2019 年**	**2018 年**
分销业务客户数量（个）	18	138

报告期内，华成云商分销平台分销业务目的地（终端消费者所在国家或地区）遍布全球 200 多个国家和地区。产品主要目的地具体如下：

单位：万元

目的地	2019 年销售额	2018 年销售额
美国	17.25	273.89
俄罗斯	1.45	40.59
法国	0.91	37.39
马来西亚	1.95	33.27
菲律宾	1.47	25.16
加拿大	1.19	25.12
德国	0.66	19.35
印度尼西亚	1.85	16.77
泰国	1.64	16.63
英国	0.75	17.43
其他	1.69	237.24
总计	**30.81**	**742.84**

从上表看，发行人 B2B 分销业务目的地主要是美国、俄罗斯、法国、马来西亚、菲律宾等。

报告期内，发行人 B2B 分销业务主要品类如下：

单位：万元

品类	2019 年销售额	2018 年销售额
服饰配饰	24.29	582.41
百货家居	3.64	103.90
运动娱乐	1.81	24.44
数码汽摩	1.08	32.09
合计	**30.81**	**742.84**

从上表看，发行人 B2B 分销业务主要品类为服饰配饰，2018 年、2019 年服饰配饰的销售金额分别为 582.41 万元和 24.29 万元。

报告期内，发行人通过华成云商分销平台开展分销业务。华成云商分销平台系发行人自主研发和运营的分销平台，根据立信出具的“信会师函字[2021]第 ZI132 号”《关于赛维时代科技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审核问询函回复的专项说明》（以下简称《立信问询函回复》），发行人“不存在支付分销佣金或平台服务费的情形”。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、B2B 分销业务的收入确认方法，采用总额法/净额法确认收入的依据，是否符合业务开展的实际情况

（一）B2B 分销业务的收入确认方法，采用总额法/净额法确认收入的依据以及符合业务开展的实际情况

根据《审计报告（更新后）》、发行人出具的说明，报告期内，发行人 B2B 分销业务采用总额法确认收入。

《企业会计准则第 14 号——收入》第三十四条：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。企业在向客户转让商品前能够控制该商品的，该企业为主要责任人，应当按照已收或应收对价总额确认收入；否则，该企业为代理人，应当按照预期有权收取的佣金或手续费的金额确认收入，该金额应当按照已收或应收对价总额扣除应支付给其他相关方的价款后的净额，或者按照既定的佣金金额或比例等确定。

在 B2B 分销业务过程中，发行人向供应商采购商品并验收入库后，该商品由发行人控制并承担和享有基于商品所有权相关的风险和报酬。发行人在上述 B2B 分销业务交易中的身份是主要责任人而非代理人，根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人 B2B 分销业务采用总额法确认收入，符合业务开展的实际情况，符合企业会计准则的相关规定”。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、2019 年以后未再继续开展 B2B 分销业务的背景、原因，相关业务持续开展是否存在法律障碍或风险

（一）2019 年以后未再继续开展 B2B 分销业务的背景、原因，相关业务持续开展是否存在法律障碍或风险

根据《审计报告（更新后）》，报告期内，发行人 B2B 分销业务的营业收入持续下降，从 2018 年度的 742.84 万元下降至 2019 年度的 30.81 万元，并自 2019 年后不再开展该类分销业务。

根据发行人出具的说明，发行人 2019 年以后未再继续开展 B2B 分销业务的背景、原因如下：

B2B 分销业务主要以非品牌商品销售为主。发行人在发展前期，主要以销售非品牌综合类商品为主，因此发行人在非品牌供应链运营上具有较为完备的经验和供应商资源，并以此为依托向其它小型卖家开展分销业务。从 2018 年开始，发行人明确了品牌化运营的战略发展方向，在非品牌供应链上不再投入更多的资源，同时也由于品牌运营策略需要在品牌商品的品质、价格、运营方式上有严格的管控，因此不再开放品牌商品给 B2B 分销客户。

综上，持续缩减直至终止 B2B 分销业务，系发行人实施品牌化战略的具体措施。B2B 分销业务不涉及违反相关法律、法规的强制性规定的情形，不存在法律障碍或风险。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、查阅发行人相关说明文件了解发行人 B2B 分销业务开展和终止的背景、原因、B2B 分销业务流程；

2、查阅发行人 B2B 分销业务分销平台的分销商用户服务协议；检查协议对

双方权利义务的约定、定价原则、结算方式等主要条款；

3、对发行人 B2B 分销业务主要客户进行了访谈，并对分销金额、往来款项余额进行了函证。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人分销业务相对独立，公司不存在支付分销佣金或平台服务费的情形；

2、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人 B2B 分销业务采用总额法确认收入，符合业务开展的实际情况，符合企业会计准则的相关规定；

3、持续缩减直至终止 B2B 分销业务，系发行人实施品牌化战略的具体措施。B2B 分销业务不涉及违反相关法律、法规的强制性规定的情形，不存在法律障碍或风险。

第十九题（《首轮问询函》“19．关于产品质量”）

招股说明书显示，报告期各期，发行人营业外支出中，“赔偿款”金额分别为 601.48 万元、0、151.29 万元、274.65 万元。其中 2017 年赔偿款主要为香港兰玛特因产品销售纠纷所支付的赔偿金。

请发行人：

（1）补充披露报告期各期因产品销售纠纷支出的款项金额，纠纷产生的原因，是否存在产品质量或侵权纠纷，如是，请披露具体情况。

（2）结合产品质量的内部控制流程和发行人对外协厂商的监督制约机制，补充披露产品质量内部控制措施的有效性，发行人与外协厂商关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致销售延期、退换货的约定是否清晰、合理。

（3）补充披露报告期内发行人不合格产品召回制度、产品报废管理制度的执行情况，发行人与外协厂商和其他供应商的责任承担情况，报告期内发行人不合格原材料或产品召回的背景、原因、次数、及时性、对应原材料或产品的数量、种类、价值金额，报告期内发行人实施产品报废管理制度的不合格产品、过保质期产品以及消费者无理由退货的商品分别对应的产品数量及占比、订单数量及占比、交易金额及占比，报告期内发行人是否发生产品质量安全事故。

（4）结合平台业务规则补充披露上述产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形是否可能导致发行人店铺关闭、经营停止或者面临集体索赔、被平台禁售或注销账号等严重后果，是否对发行人持续经营构成重大不利影响。

请保荐人、发行人律师发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期各期因产品销售纠纷支出的款项金额，纠纷产生的原因，是否存在产品质量或侵权纠纷，如是，请披露具体情况。

（一）报告期各期因产品销售纠纷支出的款项金额，纠纷产生的原因，是否存在产品质量或侵权纠纷

根据发行人的《审计报告（更新后）》、发行人提供的营业外支出明细账及相关凭证，报告期各期，发行人营业外支出中赔偿款金额分别为 0 万元、151.29 万

元、151.21 万元以及 75.50 万元。其中，2020 年 151.21 万元赔偿款系公司与供应商佛山市南海瑞怡进出口贸易有限公司的采购纠纷赔偿款，非产品销售纠纷支出。截至 2020 年 6 月 30 日，该项赔偿款按照谨慎性原则计提金额为 274.65 万元，截至 2020 年 12 月 31 日，根据期后实际情况冲回部分金额。2021 年 1-6 月 75.50 万元赔偿款主要系发行人对采购合同纠纷未决诉讼计提的预计负债和向采购供应商支付的违约金，非产品销售纠纷支出。

根据发行人相关诉讼文件及发行人出具的说明，上述赔偿金额涉及 3 起产品销售纠纷，均发生于 2019 年且均为侵权纠纷，具体情况如下：

1、2019 年，发行人因产品侵犯 Oakley, Inc.的知识产权被诉，后与对方公司和解并结案，发行人向对方代理人 Greer, Burns and Crain Ltd.支付赔偿款共计 102.95 万元；

2、2019 年，发行人因产品侵犯 Ideavillage Products Corp.的知识产权被起诉，后与对方公司和解并结案，发行人向对方代理人 Epstein Drangel LLP 支付赔偿款共计 6.57 万元；

3、2019 年，发行人因商标侵权等事宜被 Wish 等平台统一扣款 41.77 万元。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、结合产品质量的内部控制流程和发行人对外协厂商的监督制约机制，补充披露产品质量内部控制措施的有效性，发行人与外协厂商关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致销售延期、退换货的约定是否清晰、合理。

（一）结合产品质量的内部控制流程和发行人对外协厂商的监督制约机制，补充披露产品质量内部控制措施的有效性

1、产品质量的内部控制流程

根据发行人出具的说明、发行人的相关制度，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人在产品的设计和开发、质量检验、不良问题处理和改善、产品包装和储存等方面设置了全周期的内部质量控制流程，以有效防范质量风险，及

时处置不良问题，具体控制措施如下：

（1）产品设计和开发

在产品的设计和开发方面，发行人制定了《服装成衣质量标准》《工艺手册》《品牌女装半身裙设计版型规范》等内部制度，对服装设计及版型进行分类，并基于不同种类服装特性提出具体工艺要求，确保生产大货质量得到有效把控。此外，发行人的《OS 新品料号开发质量规范》规定引入新品料号需经过包装验证和材质、功能评估，并关注知识产权和产品认证问题，避免侵权事件发生。

（2）质量检验

在产品的检验方面，发行人对质量检测仪器的置备、使用、检修及检测操作过程提供指导，依据《抽样计划使用规范》《面辅料来料检验流程》对到货物料执行入库检验，出具每日检验报告并提交审核后发布。《质量管理部 MSA 管理规范》《IQC 奖惩制度》规范了检验人员的录用、考核、奖惩制度等，统一了对检验人员能力量化的判定，降低质量风险。《外检 QC 管理规范》规定了驻厂及外检质量管理部 IQC 的工作纪律及责任人员，加强对出差预算和考勤的管理，要求检验人员做好检查反馈和检验记录表的数据登记工作。

（3）不良问题处理及改善

对经检验不合格的产品，《MRB 异常处理流程》要求发行人针对所有质检产品异常状态进行重新评审，填写《异常问题确认单》，就评审结果对物料做好下一步让步接收或退货（返工、报废）处理。《成衣不良品处理及返工流程》对不良品的处理提供了具体流程和相关操作，对于功能性缺陷或会影响到客户穿着使用的瑕疵点，由技术部给出专业的返修建议，与供应商接洽返工事宜并在一定时限内完成返修重新上架，确保质量问题得到及时处理。各部门依据《服装生产质量问题处理流程》，基于错误问题制定长期措施，并确认责任归属，落实责任人 KPI 考核扣款或对供应商进行索赔。此外，发行人为减少因质量问题导致的服装退款率，即时分析问题并制定相应的纠正预防措施，改善产品质量，落实质量职责。

（4）产品包装和储存

在产品的包装和储存方面，发行人制定了《仓库包装、储存、装柜规范》《包

装跌落测试规范》《产品包装箱印刷规范》等内控制度，规范不同产品适用包装、储存和装柜的类型，规定特殊产品的包装保护，检验包装和产品抵抗运输危害的能力，减少因包装和仓储而导致的货品质量问题。

2、发行人对外协厂商的监督制约机制

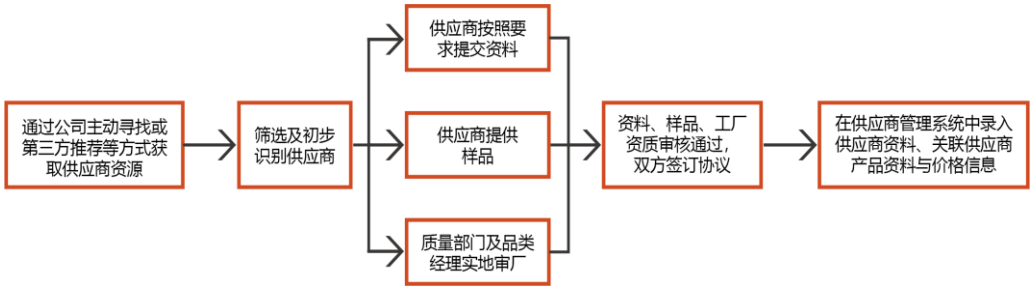
根据发行人出具的说明、发行人与外协厂商签署的相关协议，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，在“委托加工”模式下，发行人除进行产品设计、开发外，还负责产品所需面料及辅料的采购，并由外协送料加工厂根据需求完成部分或全部工序的生产。同时，发行人也向部分外协厂商开放自研的服装柔性供应链系统，以更好地匹配发行人需求及供应商产能。在“委托加工”模式下，发行人已建立了有效的监督制约机制及外协质量控制体系，具体控制措施如下：

鉴于发行人主要委托外协厂商进行产品生产，外协厂商管理是发行人保证产品品质和供应商响应效率的关键。在外协厂商合作与产品质量保障环节，发行人针对新引入外协厂商及现有外协厂商均建立了完善的筛选和管理体系。

确认外协厂商时，发行人会根据《审核评价表》，从研发、采购、制造、品质等方面对外协厂商进行评分，将外协厂商分为优选到备选 6 个等级。在同类产品下单时，发行人会优先向高等级外协厂商下单。

针对现有外协厂商，发行人每季度会根据《供应商绩效考核标准》，从产品质量、产品价格、交付时间、账期等方面对供应商进行持续评分，不符合等级分类标准的外协厂商将被降级。此外，发行人各销售中心质量部门负责对外协厂商质量体系考核，并给出相应的结论，供应链管理中心负责对外协厂商档案进行维护和保存管理。

外协厂商选择具体流程如下：



（二）发行人与外协厂商关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致销售延期、退换货的约定是否清晰、合理

根据发行人出具的说明、发行人与外协厂商签署的相关协议，并经本所律师访谈发行人相关负责人员，发行人已与外协厂商就产品质量责任的划分以及因产品质量问题导致销售延期、退换货制定了清晰、合理的约定。

发行人与外协厂商签署《采购合同》时会明确外协厂商需按其与发行人签署的产品质量协议及其他相关协议、文件所约定的规格或标准以及发行人确认的样品供货。未经发行人事前书面同意，外协厂商不得对产品本身及生产场地做任何改变。发行人与外协厂商通过交付及验收等环节明确双方产品责任的承担，如外协厂商交付的产品未通过发行人验收，发行人则有权拒绝收货或要求换货、退货或解除协议。另外，外协厂商应承担由该等延期交货给发行人造成的损失。

此外，如外协厂商提供的产品具有安全隐患或不符合双方约定的品质要求并对第三方造成损失，则外协厂商应承担赔偿责任（包括但不限于发行人已向第三方支付的赔偿款）。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、补充披露报告期内发行人不合格产品召回制度、产品报废管理制度的执行情况，发行人与外协厂商和其他供应商的责任承担情况，报告期内发行人不合格原材料或产品召回的背景、原因、次数、及时性、对应原材料或产品的数量、种类、价值金额，报告期内发行人实施产品报废管理制度的不合格产品、过保质期产品以及消费者无理由退货的商品分别对应的产品数量及占比、订单数量及占比、交易金额及占比，报告期内发行人是否发生产品质量安全事故。

（一）发行人的不合格产品召回制度及产品报废管理制度

1、不合格产品召回制度

为保障产品质量，发行人制定了重大质量事故处理流程，明确了各部门质量控制职责、产品召回的事项和流程及各相关部门在召回事件中的分工等，具体如

下：

事项	负责部门/人员	具体职责
品质事故上报	质量管理部	对成衣异常问题进行反馈，对客户投诉、销售反馈、退货、中差评问题料号进行复检，确认生产质量问题类型，制定跟进解决措施，同时将结果告之送料加工部、服装技术部、成衣采购部等供应链部门，跟进解决措施落实情况，对问题责任归属进行界定。
制定召回方案	销售中心	负责已交付的批量缺陷产品的召回方案制定。
产品缺陷判断	质量管理部	负责批量缺陷产品的判断，对不良问题确认分析，并将问题推送至 MRB 小组成员评审。
产品不良事项评审	设计管理部、技术部、质量管理部	MRB 评审小组（设计管理部指定人员、技术部指定人员、质量管理部指定人员）对不良事项各自做出评审处理意见。最终结果以评审小组三方综合意见判定（三方结果 2:1 为最终结果）。MRB 评审结果一般分为让步接收（特采），退货（返工，报废）。
产品召回处理	质量管理部	根据 MRB 评审结论，质量管理部对物料做好标识，并根据最终结论进行作业处理。评审让步接受的入库上架销售，报废、返工、退货的对供应商退货处理。
保管和存放	仓库	负责已召回缺陷产品的保管和存放。
审核和批准	销售中心、财务中心、总裁办	负责召回缺陷产品的审核和批准。
供应商索赔	质量管理部、供应部品类经理、成衣采购部、财务部	质量管理部负责质量损失的供应商索赔，对销售部门提起的索赔申请进行责任及证据复核确认，判定是否已满足索赔条件。供应部和成衣采购部协助处理改善及索赔事宜。财务部审核采购部的索赔付款申请，并可根据实际需求进行稽查。
复盘问题	亚马逊平台（QE）	分析客户投诉原因，推动职能部门改善。
制定改善方案	设计管理部/服装技术部	分析改善并输出结论，并针对尺寸标准、版型、工艺等不良问题输出纠正预防措施。
确认改善方案	亚马逊平台（开发）	确认改善方案，并输出意见。
监督执行改善方案	亚马逊平台（QE）	推动开发提交《XX013 品牌服装优化变更流程》OA 电子流程，实施方案；推动 SQE 监督供应商执行改善方案,并回执。

2、产品报废管理制度

为明确报废流程，发行人制定了产品报废管理制度，规范各部门管理职责，以避免报废效率低下、报废物资管理不善，具体如下：

事项	负责部门/人员	具体职责
上报报废需求	各销售部门/前海运德	对应部门根据报废规则，将报废需求统一提交至销售分析部。
审批报废需求	业务分管总裁/总裁	依各部门申请审批报废需求，确认报废情况。

事项	负责部门/人员	具体职责
收集报废需求	销售分析部/前海运德	1.自有仓库由销售分析部汇总报废需求清单并复核报废原因描述完整后，确认报废需求经业务部门内部审批，统一提交《WL001-产品报废需求申请流程》并上传对应附件至 OA（报废需求申请阶段），跟进报废物资仓库下架日期。 2.FBA 库存由前海运德将报废料号清单提供至各销售中心，进行报废确认，如销售中心对其中的料号有异议，则对应料号报废需求撤销。
风险审查	风控部	负责报废清单风险层面审核，需复核销售部门报废原因是否符合公司内控要求，如不符合，则驳回申请；如出现现有制度无明确规定的特殊情况，由风控部提请财务总监及总经理特殊审议。风控部需分析报废原因，针对报废原因督促销售部门后续整改；若销售部门违反公司规则报废，情节严重造成公司损失，需进行追责。
财务经理/总监审核	财务中心	负责报废申请流程的审核与收款确认，核算部经理需审核报废申请流程并根据实际情况进行账务处理，报废金额超过 10 万元（含）需增加财务总监审核。
仓库接受报废需求	运德供应链/亚马逊报废需求部门	1.自有仓库负责下架并打包报废产品，逆向处理团队负责报废实物的处理并提交 OA（实物处理流程阶段）。 2.FBA 仓库存报废在确认完之后，由销售分析部反馈到亚马逊，由亚马逊对应部门经理/总监统一执行废弃。
连接财务系统	IT 部门	负责设置逆向业务相关子库（如报废品子库），IT 需将该子库相关数据与财务系统连接，财务可实时统计、分析报废金额。
锁定并下架报废库存	仓库经理	接收审批通过的报废需求后，在仓库系统锁定报废库存，并负责报废实物下架、转仓/转库的操作。
发起报废实务处理流程	逆向业务部	接收审批通过的报废需求后，可根据实际情况确定线上竞标、直接废弃、捐赠等报废实物处理方式,并将最后处理相关情况抄送至销售中心、财务中心、风控部等相关部门（在 OA 中反馈抄送）。
确认款项	财务中心资金组	确认中标客户款项已到账，并在 OA 中上传收款凭证。
确认处理结果	仓库经理	确认报废品离开仓库。

报告期内，发行人严格执行上述产品召回及报废管理制度，以不断提升和完善产品售后服务水平。

（二）发行人与外协厂商和其他供应商的责任承担情况

发行人与外协厂商的责任承担情况详见本题“二”之“（二）发行人与外协厂商关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致销售延期、退换货的约定是否清晰、合理”。发行人与其他供应商（主要为成品供应商）的责任承担的约定

具体如下：

根据发行人与其他供应商签订的《产品销售合作协议》《关键原材料备货协议书》《质量协议书》等书面协议，由发行人根据其他供应商现有产品，通过下达订单或结算单等形式要求供应商按时、保质、保量地准备好应交货物，并明确以交付验收的方式划分双方应承担的责任。前述协议约定供应商应严格管控各个环节的质量并提供相应产品的质量检验标准。未征得发行人同意或书面告知发行人，供应商不得私自更换关键物料、生产场地、产品和技术工艺等。

若因产品存在质量问题导致退货率、准时交货率以及一次验货合格率中任一项不符合发行人要求，发行人将给予供应商一定的整改期，超过整改期仍不能解决质量问题的，发行人有权要求供应商支付违约金并解除协议。因供应商交付的产品存在外观、结构、功能、性能、安全、环保、包装等问题，不符合发行人接收标准时，发行人有权做出拒收、返工、退货、让步接收、挑选使用等方式处理，并将处理方式通知供应商。发行人有权根据不合格的影响程度做出质量损失索赔和处罚，且供应商应积极配合处理。因供应商产品质量问题或供应商的责任导致客户投诉的，若对发行人及其客户造成影响，经评估统计后，发行人有权处罚供应商并向其索赔损失。

此外，在业务交往中如发生质量纠纷，发行人与供应商约定，双方应共同协商解决，供应商不得以拒绝或停止供货等消极方式处理。对于质量索赔和处罚，供应商可以在一定期限内提出异议，由发行人相关部门重新裁定，必要时可提请第三方检验机构进行检验。如果以上问题是由发行人造成或者无法确定责任主体的，供应商应积极配合发行人做整改和处理，相关费用由双方协商分担。为保障产品质量安全，发行人与供应商在协议中约定建立质量保障体系，明确知识产权和产品认证责任，并要求供应商听取发行人的质量改善要求并及时反馈改善结果。

（三）报告期内发行人不合格原材料或产品召回情况，以及实施产品报废管理的情况

1、不合格原材料、产品召回情况

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人不存在不合格原材料、产品召回的情况。

2、产品报废情况

为明确报废流程，规范各部门管理职责，避免报废效率低下、报废物资管理不善，发行人已制定《产品报废管理制度》，适用于发行人自有仓库库存报废。发行人《产品报废管理制度》对销售部门、销售分析部、风控部、财务中心、前海运德等各部门的具体职责作出了相应规定，明确了报废需求的流程要求，并规定了报废实物的处理方式和流程。

根据发行人出具的说明，报告期内，发行人发生产品报废的具体情况如下：

项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
报废产品金额（万元）	6,576.81	12,434.48	2,811.54	0.00
报废产品金额占当期发行人营业收入比重	2.26%	2.37%	0.98%	0.00%
主要报废种类	服装/服饰配件、家居用品、运动及娱乐产品、美容健康产品、孕婴童产品等	服装/服饰配件、家居用品、运动及娱乐产品、美容健康产品、孕婴童产品等	服装/服饰配件、家居用品、运动及娱乐产品等	-
主要报废原因	长库龄库存清理	长库龄库存清理	长库龄库存清理	-

根据《招股说明书（申报稿）》、发行人出具的说明，报告期内，随着发行人备货量逐渐增大，发行人存货金额逐年上升，且库龄在 3 年以上的存货占比逐渐升高。发行人业务人员根据实际经营情况判断，部分库龄较长的产品可能存在难以实现最终销售的情况。经履行必要的审批程序后，发行人决定对该等库龄较高的产品进行报废处理。报告期内，发行人每年报废产品的金额占发行人当年销售产品总数量和营业收入比重均较低，不会对发行人的经营造成实质性影响。

（四）报告期内发行人是否发生产品质量安全事故

根据发行人出具的说明、发行人及其境内主要子公司主管市场监督管理局出具的证明，报告期内，发行人及境内主要子公司不存在因产品质量安全导致的重大诉讼，亦不存在因产品质量问题发生重大安全事故被主管部门处罚的情况。

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、结合平台业务规则补充披露上述产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形是否可能导致发行人店铺关闭、经营停止或者面临集体索赔、被平台禁售或注销账号等严重后果，是否对发行人持续经营构成重大不利影响。

根据发行人出具的说明，并经本所律师检索 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等电商平台规则，前述电商平台对产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形在全球范围内均设有较为严格的管理措施和政策，具体情况如下：

（一）亚马逊对产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形的监管措施

根据亚马逊官方网站公示的全球开店规则、卖家行为准则、产品合规政策、亚马逊商品质量计划等平台政策，亚马逊对影响商品质量的违规行为可大致分为“严重不符”的违规行为和“知识产权”违规行为。其中：

“严重不符”的商品违规行为是指卖家发布和配送的商品必须与相应商品详情页面上的描述和图片完全一致，发布或配送“严重不符”的商品违反亚马逊政策，例如：配送已残损、存在缺陷、分类错误、描述错误或缺失详情页面上的商品图片中显示的零件的商品；在畅销相关商品的详情页面上发布卖家的商品进行销售，而卖家的商品却与该页面上的描述不完全一致。如果卖家出售严重不符的商品，则应愿意为买家退款或换货。如果卖家拒不退款或换货，则买家能够通过亚马逊商城交易保障索赔获得退款。

“侵犯知识产权”是指卖家负责确保提供的商品合法且已授权，可进行销售或转售，并且这些商品没有侵犯他人的知识产权，例如版权、专利权、商标权以及宣传的权利。“知识产权”违规行为示例：在未经商标所有者授权的情况下出售与热门商标商品相同的商品（也称为“假冒伪劣”）；制造和出售与热门商标商品相同的商品；在未经版权所有者授权的情况下在自己商品的包装上使用其他方的版权内容。如果卖家发布的内容侵犯了他人的知识产权，则亚马逊可能会取消卖家的商品，或者中止或取消卖家的销售权限。

根据违规行为的严重程度，亚马逊可能会对卖家采取下列措施：取消商品、限制发布权限、暂停发布权限、取消或冻结发布权限。

（二）Wish 对产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形的监管措施

根据 Wish 官方网站公示的商户政策等平台政策，上传产品时提供的信息必

须准确，如果商户上架的产品的信息不准确，该产品可能会被移除，且相应的账户可能面临赔款或被暂停交易。严禁在 Wish 平台销售仿品，若商户上架仿品，这些产品将被移除，且相应账户将面临赔款，可能还会被限制交易。作为 Wish 商户，有责任确保其产品符合发货和收货地区的法规。如果产品被发现违反 Wish 的禁售产品政策，商户将被处以赔款，且产品可能会被下架。此外，如果销售禁售产品，商户账户可能会被暂停。此外，对于送达时产品已损坏的订单、因产品与产品介绍不符而产生的退款、被退回给发货人的产品等，商户需承担 100%退款责任。

（三）eBay 对产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形的监管措施

根据 eBay 官方网站公示的买家保障介绍等平台政策，当买家收到的产品存在物品缺部件或零件、在首次使用时已有缺陷、与刊登展示的产品不一致、受损等情况，可以联系 eBay 进行处理。在产品销售上，违禁品不得在 eBay 上出售，通常是因为物品不合法，或违反国家法律或州法的法规；管制物品一般可以在 eBay 出售，但卖家必须先符合某些条件；有侵权嫌疑的物品可能侵犯版权、商标或知识产权，因此有些合法物品会被禁止的原因是因为它们侵犯了版权或商标法，这亦适用于刊登中显示的某类资料。在退换货上，与买家良好沟通的大前提下，卖家应分辨清楚退货时退货邮费的责任。如买家的申诉为卖家责任（如产品描述不符），卖家应为买家提供退货所产生的邮费。违反 eBay 政策可能导致各种不同的处分，包括：取消刊登、限制账号权利、冻结账号、取消超级卖家资格等。

（四）Walmart 对产品不合格、退换货、质量纠纷等相关情形的监管措施

根据 Walmart 官方网站公示的市场退货政策等平台政策，当买家收到的商品存在尺寸错误/不合适、迟到、质量不高、缺少零件或说明、损坏等情况，买家可以要求退货。卖家也可以选择让客户获得退款而不必退货。同时卖方可以通过卖方中心提供足够的证据来质疑客户提供的任何理由。Walmart 将审查这些请求并确定适当的行动，同时还要监视卖方的表现以防止上诉过多。

根据上述平台的相关规则，若发行人的店铺被相关平台认定违反该等平台规则，可能导致发行人出现店铺关闭甚至被迫停止经营等可能对发行人经营情况造成不利影响的情形。发行人高度重视产品质量及其可能对发行人经营造成的影响，

报告期内，发行人不存在因违反平台规则遭受过消费者集体索赔、诉讼的情况，前述事项未对发行人持续经营构成重大不利影响。

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等平台官网公布的平台政策；

2、取得并查阅发行人相关诉讼文件以及发行人因商标侵权等事宜被 Wish 等平台统一扣款的后台记录；

3、对发行人质量部相关人员进行了访谈；

4、获取并查阅发行人提供的营业外支出明细账及相关凭证；

5、获取并查阅发行人关于产品质量控制的说明、与产品质量控制相关的制度、重大质量事故处理流程、产品报废管理制度等；

6、获取并查阅发行人与外协厂商签署的相关协议；

7、获取并查阅市场监督管理部门为发行人及其境内主子公司出具的合规证明。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人报告期销售纠纷主要为侵权纠纷；

2、发行人的产品质量内部控制措施有效，与外协厂商关于产品质量责任的划分以及产品质量问题导致销售延期、退换货的约定清晰、合理；

3、报告期内，发行人不存在不合格原材料、产品召回的情况；不存在重大产品质量安全事故，也不存在因产品质量安全导致的重大诉讼，亦不存在因产品

质量问题发生重大安全事故被主管部门处罚的情况；发行人已建立并执行产品报废管理制度；

4、根据 Amazon 等第三方平台规则，产品不合格、退换货、质量纠纷可能导致发行人被认定违反平台规则，进而导致其出现被平台禁售、店铺关闭甚至经营停止的风险。报告期内，发行人未因违反平台规则遭受过消费者集体索赔或诉讼，前述产品不合格、退换货、质量纠纷等情形不会对发行人持续经营构成重大不利影响。

第二十题（《首轮问询函》“21．关于股权激励”）

根据申报资料：

（1）众腾投资成立于 2015 年 9 月 8 日，出资额 320 万元，为持股平台，持有发行人股份 9,300.42 万股，持股比例为 25.8345%。

（2）2015 年 9 月，君辉投资、君腾投资将其持有的 10.2360%、21.0674%出资额分别转让给众腾投资。

（3）2019 年 12 月，实际控制人陈文平及其配偶持有 100%出资额的赛益投资将其持有的众腾投资的 20.79 万元、0.32 万元出资份额分别以 1,518.05 万元、23.362 万元的价格转让给南平赛合和赛屹科技。激励对象通过南平赛合和赛屹科技持有众腾投资的出资份额，进而间接持有发行人股份。南平赛合、赛屹科技通过众腾投资分别间接持有发行人股份 1,518,050 股、23,362 股，对应发行人股份转让价格为 10 元/股，低于最近一期外部投资者东证创新增资价格 32.29 元/股，故构成股份支付情况。按照会计准则的规定，公司 2019 年度应确认股份支付金额 3,435.81 万元，致使公司 2019 年管理费用和资本公积同时增加 3,435.81 万元。

请发行人补充披露：

（1）众腾投资出资人与发行人的关系、在发行人担任的职务、出资来源，出资人是否存在代持行为；持股平台是否适用闭环原则，发行人穿透后的股东人数是否符合拟上市公司的要求。

（2）2015 年 9 月众腾投资受让发行人股份的背景及原因、受让价格及公允性，是否构成股份支付，如是，说明相关股份支付费用的计算过程及会计处理、对报告期期初未分配利润的影响。

（3）2019 年 12 月股权激励计划的基本内容、制定计划履行的决策程序、目前的执行情况，相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励计划及决策程序的合法性。

（4）2019 年 12 月股权激励计划的激励对象名单、任职情况、间接持有的发行人股份数量及比例，是否存在代持情形，是否存在不具有主体资格的被激

励对象参与股权激励的情况，是否存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形；激励对象是否已经按照税法相关要求履行纳税义务，请对纳税情况进行说明。

（5）2019 年 12 月股权激励计划的股份转让价格及股份支付费用计算过程，股份支付费用计算及分摊是否准确。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

一、众腾投资出资人与发行人的关系、在发行人担任的职务、出资来源，出资人是否存在代持行为；持股平台是否适用闭环原则，发行人穿透后的股东人数是否符合拟上市公司的要求。

（一）众腾投资出资人与发行人的关系、在发行人担任的职务

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，截至本补充法律意见书出具日，众腾投资穿透至最终自然人的出资人与公司关系、在公司担任的职务情况具体如下：

（见下页）

序号	出资人	与公司的关系	在公司担任的职务	出资额占比	合伙人类型	出资额是否来源于2019年股权激励	持有出资额方式
1	陈文平	公司实际控制人	董事长、总经理	52.5021%	有限合伙人	否	直接持有
2	祝婷	公司实际控制人的表妹	未任职	10.4290%	有限合伙人	否	直接持有
3	陈义杉	公司实际控制人的姐夫	财务中心总监助理	8.5868%	有限合伙人	否	直接持有
4	陈晓兰	公司实际控制人的表妹	董事	8.3088%	有限合伙人	否	直接持有
5	刘建新	无关联关系	未任职	3.4769%	有限合伙人	否	直接持有
6	王耀武	无关联关系	未任职	3.2117%	有限合伙人	否	直接持有
7	陈燕云	公司实际控制人的表妹	自营网站销售中心总监	2.9976%	有限合伙人	否	直接持有
8	王绪成	公司实际控制人的表哥	董事、副总经理	2.1518%	有限合伙人	否	直接持有
9	陈晓明	公司实际控制人的堂弟	资金主管	1.3038%	有限合伙人	否	直接持有
10	李美琴	陈晓明的配偶	亚马逊销售中心总监	0.4346%	有限合伙人	否	直接持有
11	林文佳	公司高级管理人员	财务负责人	2.7391%	-	是	通过赛屹科技及南平赛合间接持有
12	冯笑	公司员工	自营网站销售中心总监	0.8560%	-	是	通过南平赛合间接持有
13	孙华军	公司员工	综合平台销售中心总监	0.8560%	-	是	通过南平赛合间接持有
14	艾帆	公司高级管理人员	董事会秘书	0.5136%	-	是	通过南平赛合间接持有
15	帅勇	公司高级管理人员	副总经理	0.5136%	-	是	通过南平赛合间接持有
16	童文平	公司员工	自营网站销售中心总监	0.3210%	-	是	通过南平赛合间接持有
17	陈前	公司员工	智能制造中心总监	0.2288%	-	是	通过南平赛合间接持有
18	周聪	公司员工	智能制造技术中心总监	0.1989%	-	是	通过南平赛合间接持有

序号	出资人	与公司的关系	在公司担任的职务	出资额占比	合伙人类型	出资额是否来源于2019年股权激励	持有出资额方式
19	肖金华	公司员工	电商运营技术中心总监	0.1989%	-	是	通过南平赛合间接持有
20	欧越	公司员工	电商运营技术中心副总监	0.1712%	-	是	通过南平赛合间接持有
合计				**100.0000%**	-	-	-

注 1：赛屹科技为众腾投资普通合伙人及执行事务合伙人，其唯一股东为林文佳。

注 2：南平赛合为众腾投资有限合伙人，其普通合伙人为林文佳，有限合伙人包括冯笑、孙华军、艾帆、帅勇、童文平、陈前、周聪、肖金华、欧越。

（二）众腾投资出资人出资来源，出资人是否存在代持行为

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、众腾投资的银行流水、各合伙人的出资凭证以及众腾投资出资人出具的确认函，并经本所律师访谈众腾投资的出资人、查阅发行人实际控制人及相关董事、监事及高级管理人员的银行流水，众腾投资出资人的资金来源均为自有资金，不存在代持行为。

（三）持股平台是否适用闭环原则，发行人穿透后的股东人数是否符合拟上市公司的要求。

1、持股平台是否适用闭环原则

根据相关规定，员工持股计划适用闭环原则需要同时满足以下条件：

（1）员工持股计划不在公司首次公开发行股票时转让股份，并承诺自上市之日起至少 36 个月的锁定期；

（2）公司上市前及上市后的锁定期内，员工所持相关权益拟转让退出的，只能向员工持股计划内员工或其他符合条件的员工转让；

（3）锁定期后，员工所持相关权益拟转让退出的，按照员工持股计划章程或有关协议的约定处理。

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、出资凭证、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，发行人 2019 年股权激励方案及众腾投资的合伙协议均未约定持股平台自公司上市之日起 36 个月内不出售其所持有公司股份，因此不能完全符合上述条件。故众腾投资不适用“闭环原则”。

2、发行人穿透后的股东人数是否符合拟上市公司的要求

根据发行人的股东名册、发行人的工商资料以及发行人股东的公司章程/合伙协议、工商资料、所出具的调查表，并经本所律师访谈相关出资人、登录国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）、企查查(https://www.qcc.com)等网站查询相关信息，截至本补充法律意见书出具日，发行人直接股东均为非自然人股东。其中，部分股东为备案的私募基金或已登记私募基金管理人；部分公司非备案私募基金或登记私募基金管理人。发行人对上述非备案私募基金或登记私募基

金管理人股东进行穿透，具体情形如下：

序号	股东名称/姓名	是否穿透	穿透情况说明	穿透后认定人数（扣除重复主体）
1	君腾投资	是	未备案或登记为私募基金或私募基金管理人	1
2	众腾投资	是	祝婷、刘建新和王耀武为外部人员，除此 3 人之外，其余人数按 1 人计算（注 1）	4
3	君辉投资	是	未备案或登记为私募基金或私募基金管理人	2
4	鑫瑞集泰	否	已备案的私募基金	1
5	坚果互联	否	已备案的私募基金	1
6	坚果兄弟	否	已备案的私募基金	1
7	嘉兴朴诚	是	未备案或登记为私募基金或私募基金管理人	3
8	福建赛道	是	未备案或登记为私募基金或私募基金管理人	2
9	沣源启程	否	已备案的私募基金	1
10	东证创新	否	已登记的私募基金管理人	1
11	光照投资	是	未备案或登记为私募基金或私募基金管理人	4
12	广州琢石	否	已备案的私募基金	1
13	沣源启航	否	已备案的私募基金	1
合计				**23**

注：根据《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》第 22 问的相关解答，新《证券法》施行之前（即 2020 年 3 月 1 日之前）设立的员工持股计划，参与人包括少量外部人员的，可不做清理，在计算公司股东人数时，公司员工部分按照一名股东计算，外部人员按实际人数穿透计算。

综上，本所认为，发行人穿透后的股东人数合计 23 人，符合《非上市公众公司监督管理办法》《非上市公众公司监管指引第 4 号——股东人数超过 200 人的未上市股份有限公司申请行政许可有关问题的审核指引》等相关法律法规对拟上市公司的要求。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、2015 年 9 月众腾投资受让发行人股份的背景及原因、受让价格及公允性，是否构成股份支付，如是，说明相关股份支付费用的计算过程及会计处理、对报告期期初未分配利润的影响。

（一）2015 年 9 月众腾投资受让发行人股份的背景及原因、受让价格及公允性

根据发行人的股东名册、发行人的工商资料以及发行人股东的公司章程/合伙协议、工商资料、调查表，并经本所律师访谈相关出资人、登录企查查(https://www.qcc.com)、国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn）等网站查询相关信息，2015 年，发行人实际控制人陈文平及其亲属祝婷、陈义杉、陈晓兰、陈燕云、王绪成、陈晓明以及陈文平好友刘建新、王耀武等 9 人，经商议后，决定出资成立众腾投资并以其作为持股平台，持有公司股份。其中，陈文平及其亲属祝婷、陈义杉、陈晓兰、陈燕云、王绪成、陈晓明出资原因系基于平衡家族内部利益分配；刘建新与王耀武出资系基于其看好跨境电商行业发展前景以及个人投资需求。

2015 年 9 月，经发行人股东会审议通过，发行人股东同意君辉投资将其持有发行人 10.2360%的股权以人民币 5.1180 万元转让给众腾投资，君腾投资将其持有发行人 21.0674%的股权以人民币 10.5337 万元转让给众腾投资。各方于 2015 年 9 月分别签订了《股权转让协议书》。此次股权转让前后，发行人股权结构如下：

股东名称	转让前		本期增加（万元）	本期减少（万元）	转让后	
	出资金额（万元）	出资比例（%）			出资金额（万元）	出资比例（%）
君腾投资	34.7358	69.4716	-	10.5337	24.2021	48.4042
君辉投资	15.2642	30.5284	-	5.1180	10.1462	20.2924
众腾投资	-	-	15.6517	-	15.6517	31.3034
合计	**50.00**	**100.00**	**15.6517**	**15.6517**	**50.00**	**100.00**

本次众腾投资受让君腾投资及君辉投资主要系基于平衡实际控制人家族内部利益分配及其好友个人投资需求，股权转让价格主要参考君腾投资及君辉投资历史出资成本并经双方经友好协商确定，以发行人注册资本为作价依据。

（二）本次股权转让是否构成股份支付。如是，说明相关股份支付费用的计算过程及会计处理、对报告期期初未分配利润的影响。

根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》规定，股份支付是指企业为获取职工和其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。

如前所述，此次股权转让受让方的合伙人为发行人实际控制人的朋友和亲属。对于 6 位陈文平亲属受让股份的行为，主要系出于平衡家族内部的利益分配目的，并非为获得相关受让方提供服务而授予其权益工具。刘建新和王耀武二人则系因看好跨境电商行业和公司的发展前景，经双方协商一致后入股公司。刘建新和王耀武未在公司及其子公司内任职，相关股份获取与公司获得其服务无关，故此次交易不涉及股份支付。

经众腾投资各合伙人的确认，上述股份受让系众腾投资各合伙人的真实意思表示，不存在委托持股、信托持股或其他利益输送、利益安排的情形，上述股份受让已交割完毕，交易各方全部权利义务已履行完毕，不存在任何纠纷或潜在纠纷。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、2019 年 12 月股权激励计划的基本内容、制定计划履行的决策程序、目前的执行情况，相关决议、文件是否符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励计划及决策程序的合法性。

（一）2019 年 12 月股权激励计划的基本内容

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，发行人 2019 年 12 月股权激励计划内容如下：

1、实施股权激励计划的目的

（1）进一步完善公司治理结构，健全公司激励机制；

（2）对管理层员工和核心员工进行奖励和肯定；

（3）增强员工特别是核心员工的主人翁意识和企业归属感；

（4）使广大员工共享企业发展所带来的丰厚回报；

（5）建立一支目标明确，团结奋发，凝聚力强的稳定的优秀管理团队，以提升公司的核心竞争力，确保公司发展战略和经营目标的实现。

2、股权激励对象的确定依据

根据《公司法》等有关法律、法规、规范性文件和《公司章程》的相关规定，结合公司实际情况而确定。

3、股权激励对象的确定标准

（1）为公司或其子/分公司员工，认同公司的企业文化；

（2）担任公司或其子/分公司以下职务且符合相应资质的人员：为赛维时代发展做出重要贡献的高级管理人员及其他核心员工；或董事会认为有必要参加的其他雇员；

（3）遵守所任职公司的规章制度，在职期间有良好的业绩表现；

（4）无刑事犯罪记录。

4、激励对象的权利义务

（1）激励对象应当按公司所聘岗位的要求，勤勉尽责、恪守职业道德，为公司的发展做出应有贡献。

（2）激励对象持有的持股平台的份额需按照持股平台合伙协议约定的方式进行处置，不得用于担保或偿还债务。

（3）激励对象因本激励计划获得的收益，应按国家税收法规交纳个人所得税及其它税费。

（4）激励对象应当积极履行激励计划所需其履行的相关义务，包括但不限于根据激励计划及时修改其合伙协议、不得妨碍激励计划顺利实施等。

（5）法律、法规、公司章程、持股平台合伙协议规定的其他相关权利义务。

5、股份来源

赛益投资将其持有的众腾投资 20.79 万元、0.32 万元出资份额分别以 1,518.05 万元、23.362 万元的价格转让给南平赛合和赛屹科技，作为本计划股权的来源。激励对象通过南平赛合和赛屹科技持有众腾投资的出资份额，进而间接持有公司股份。

6、入股价格

股权激励实施后，南平赛合、赛屹科技通过众腾投资分别间接持有公司股份 1,518,050 股、23,362 股，按照发行人估值 8.888 亿元为作价依据。

7、禁售期

（1）除赛屹科技之外，激励对象持有持股平台的激励份额的禁售期为该合伙人首次获得合伙企业份额之日起三年内，除计划规定的特殊情形外，禁售期内激励对象不得转让、出售或以其他方式处置所持合伙企业的全部或部分份额；禁售期内激励对象不得对其所持有的合伙企业全部或部分财产份额设立任何的抵押、留置、质押等其他债务负担。

禁售期结束后，激励对象持有的激励份额一次性解除转让限制。

（2）如果激励对象在公司担任董事、监事或高级管理人员等职务的，则该等激励对象在前述禁售期届满后，每年可转让的合伙企业的合伙份额，视同于其通过合伙企业间接持有的公司股权可转让比例，应当遵守相关法律、法规以及监管机关的要求，并对其转让直接或间接持有的公司股权的相关事项进行承诺。

8、激励计划的变更、终止及其他事项

（1）激励对象个人情况发生变化

1）职务变更

禁售期内，激励对象职务发生变更或被公司委派到子/分公司任职，若仍符合《员工股权激励方案》规定的基本条件，则其已持有的激励份额及未来的考核安排不作变更，考核内容将视激励对象的岗位变更而调整。

激励对象如因职务变更不符合《员工股权激励方案》规定的基本条件，其应当将其持有的激励份额转让给持股平台执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转

让价格为其取得激励份额的原始投资成本。

2）辞退

A、因过错被辞退

禁售期内，激励对象因下列行为，损害公司的利益或声誉，而被公司或其子/分公司辞退的，其应当将其持有的全部激励份额转让给持股平台执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转让价格为其取得激励份额的原始投资成本：

I.被依法追究刑事责任的；

II.非法将公司或其子/分公司的财物占为己有；

III.利用职务之便，收受他人回扣或接受其他形式的贿赂；

IV.泄露公司或其子/分公司的机密或商业秘密；

V.因严重失职或滥用职权等行为损害公司或其子/分公司的利益或者声誉；

VI.因违反公司或其子/分公司的规章制度，或违反其与公司或其子/分公司订立的劳动合同；

VII.违反竞业禁止协议约定的（激励对象应当与公司或其子/分公司签订竞业禁止协议，无论出于任何原因终止劳动关系，各激励对象将受签订的竞业禁止协议的限制）；

VIII.激励对象不能胜任工作，经过培训或者调整工作岗位，仍不能胜任工作的。

IX.因法律、法规规定的其他原因被公司或其子/分公司依法辞退。

B、非因过错被辞退

禁售期内，激励对象非因过错被公司辞退，如其被辞退后未自营或者同他人经营与公司相竞争的业务，其已持有的激励份额不作变更，仍可按规定收益。如激励对象被辞退后要求转让、退还激励份额，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

如其因前述原因离职后自营或者同他人合作经营与公司或其关联方相竞争的业务，该等激励对象应当通过转让合伙份额的方式退伙，转让价格为取得该等

合伙份额时的原始投资成本。

C、丧失劳动能力

禁售期内，如激励对象因工作原因丧失劳动能力的，其有权继续持有、转让或要求合伙企业退还其持有的持股平台合伙份额。如其要求转让、退还其在持股平台中的合伙份额，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

如激励对象因非工作原因丧失劳动能力，激励对象应当将其持有的激励份额转让给持股平台执行事务合伙人或者其指定的合伙人，转让价格为激励对象取得激励份额的原始投资成本。

D、退休

禁售期内，激励对象达到国家法定年龄退休且退休后不继续在公司任职的，如其退休后未自营或者同他人经营与公司相竞争的业务，其已持有的激励份额不作变更，仍可按规定收益。如激励对象退休后要求转让、退还激励份额，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

如其退休后自营或者同他人合作经营与公司或其关联方相竞争的业务，该等激励对象应当通过转让合伙份额的方式退伙，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

E、死亡

禁售期内，激励对象死亡的，激励对象的法定继承人应将其届时在持股平台中的财产份额转让给执行事务合伙人或其指定的合伙人，转让价格为取得该等合伙份额时的原始投资成本。

（2）收回份额的处理

公司因各种原因收回激励对象持有的激励份额，应当作为预留份额，以便当时或后续实施激励计划。

（二）2019 年 12 月股权激励计划履行的决策程序

2019 年 11 月 17 日，发行人召开第二届董事会第三次会议并审议通过了《审议关于深圳市赛维电商股份有限公司<员工股权激励方案>的议案》。

2019 年 12 月 3 日，发行人召开 2019 年第二次临时股东大会并审议通过了《审议关于深圳市赛维电商股份有限公司<员工股权激励方案>的议案》。

（三）2019 年 12 月股权激励计划目前的执行情况及合法性

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，发行人 2019 年 12 月的股权激励计划已执行完毕，2019 年 12 月的股权激励计划涉及的相关决议、文件符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、2019 年 12 月股权激励计划的激励对象名单、任职情况、间接持有的发行人股份数量及比例，是否存在代持情形，是否存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，是否存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形；激励对象是否已经按照税法相关要求履行纳税义务，请对纳税情况进行说明。

（一）2019 年 12 月股权激励计划的激励对象名单、任职情况、间接持有的发行人股份数量及比例，是否存在代持情形

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，发行人 2019 年 12 月股权激励计划的激励对象为林文佳、冯笑、孙华军、艾帆、帅勇、童文平、陈前、周聪、肖金华、欧越等 10 人，其任职情况及目前间接持有发行人股份数量及比例如下：

序号	姓名	担任职务	持股方式	间接持股比例
1	林文佳	财务负责人	通过赛屹科技及南平赛合间接持有	0.7076%
2	冯笑	自营网站销售中心总监	通过南平赛合间接持有	0.2211%
3	孙华军	综合平台销售中心总监	通过南平赛合间接持有	0.2211%
4	艾帆	董事会秘书	通过南平赛合间接持有	0.1327%

序号	姓名	担任职务	持股方式	间接持股比例
5	帅勇	副总经理	通过南平赛合间接持有	0.1327%
6	童文平	自营网站销售中心总监	通过南平赛合间接持有	0.0829%
7	陈前	智能制造中心总监	通过南平赛合间接持有	0.0591%
8	周聪	智能制造技术中心总监	通过南平赛合间接持有	0.0514%
9	肖金华	电商运营技术中心总监	通过南平赛合间接持有	0.0514%
10	欧越	电商运营技术中心副总监	通过南平赛合间接持有	0.0442%
合计				**1.7042%**

根据发行人的股权激励方案、众腾投资的工商资料、合伙协议、众腾投资的银行流水、各合伙人的出资凭证以及众腾投资出资人出具的确认函，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，查阅发行人实际控制人及相关董事、监事及高级管理人员的银行流水，上述人员间接持有的出资来源均为自有资金，不存在代持情形。

（二）是否存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况

根据发行人的股权激励方案、激励对象的身份证明文件、众腾投资的工商资料、合伙协议、出资凭证、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，林文佳、冯笑等 10 名被激励对象均在公司担任对公司经营业绩和和未来发展有直接影响的重要职位，且并未担任公司独立董事或监事。此外，上述人员亦不存在最近 12 个月内被证券交易所或证监会及其派出机构认定为不适当人员、因重大违法违规行为被证监会及其派出机构行政处罚或者采取市场禁入措施等被激励对象不得存在的情形。

因此，发行人此次股权激励不存在不具有主体资格的被激励对象。

（三）是否存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形

根据发行人的股权激励方案、激励对象的身份证明文件、众腾投资的工商资料、合伙协议、出资凭证、众腾投资出资人出具的确认函以及发行人出具的说明，并经本所律师访谈众腾投资的出资人，登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询主要客户、供应商信息，走访发行人主要客户、供应商，林文佳、冯笑等 10 名被激励对象均为发行人员工且该等人员

非公司客户、供应商或其他第三方。此外，如本题“一”之“（二）众腾投资出资人出资来源，出资人是否存在代持行为”所述，林文佳、冯笑等 10 名被激励对象出资来源均为自有资金，不存在代持行为。

因此，此次股权激励不存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。

（四）激励对象是否已经按照税法相关要求履行纳税义务，请对纳税情况进行说明

根据《国家税务总局关于股权奖励和转增股本个人所得税征管问题的公告》（国家税务总局公告 2015 年第 80 号）规定，“非上市公司股权的公平市场价格，依次按照净资产法、类比法和其他合理方法确定”。

2019 年 12 月，股权激励计划的员工认购价格以发行人净资产为基础，经各方协商后，按照发行人估值 8.888 亿元为作价依据。截至 2019 年 12 月 31 日，发行人经审计净资产为 4.687 亿元。前述股权激励估值高于届时的审计净资产，员工获取股权的价格高于相关税收法规认定的公平市场价格，因此激励对象被认定存在缴纳个人所得税义务的风险较小。

但针对相关税收法规执行层面变化的风险，上述激励对象均已出具书面确认，“若本人因参与赛维时代科技股份有限公司股权激励计划或后续本人实际转让间接持有的赛维时代科技股份有限公司股权需缴纳个人所得税，本人将按照有关法律法规的规定及主管税务机关要求及时、足额缴纳相应税款，若因未依法缴纳相关税款导致赛维时代科技股份有限公司承担责任或遭受损失，则该等损失由本人足额承担。”

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

五、2019 年 12 月股权激励计划的股份转让价格及股份支付费用计算过程，股份支付费用计算及分摊是否准确。

（一）股权激励的股份转让价格及股份支付费用计算过程

2019 年 12 月，股权激励计划的员工认购价格以公司净资产为基础，经各方

协商后，按照发行人估值 8.888 亿元为作价依据。

发行人股权激励计划实施后，南平赛合、赛屹科技通过众腾投资分别间接持有公司 1,518,050 股和 23,362 股股份，股份支付费用为 3,435.81 万元，

具体计算过程如下：

1、股份公允价值的确定

2019 年 12 月上海东方证券创新投资有限公司（以下简称“东证创新”）以 32.29 元/股的价格向发行人增资入股。鉴于本次股权激励时间与东证创新增资时间较为接近，发行人参考东证创新增资价格 32.29 元/股作为计算股份支付的公允价值。

2、股份支付的计算过程及会计处理

根据上述股份认购价格和公允价值，发行人于 2019 年确认股份支付金额的计算如下：

项目	金额/数量
员工持有股数（万股）①	154.1412
每股公允价值（元）②	32.29
合计股权公允价值（万元）③=①*②	4,977.22
每股出资成本（元）④	10.00
合计出资成本（万元）⑤=①*④	1,541.41
股份支付费用（万元）⑥=③-⑤	3,435.81

因股权激励方案未约定与激励员工的服务期限相匹配的非业绩条件或业绩条件，上述股权公允价值 4,977.22 万元与被激励对象实际支付股权转让款 1,541.41 万元的差额 3,435.81 万元应确认为股份支付费用并一次性计入 2019 年度管理费用。该笔费用增加当年末资本公积，计入当期非经常性损益。

综上，根据立信出具的《立信问询函回复》，“公司因 2019 年 12 月股权激励计划而产生的股份支付费用的计算准确，已计入恰当的会计期间”。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

六、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所主要核查过程如下：

1、访谈发行人实际控制人及众腾投资合伙人，了解 2015 年股权转让的背景与情况；

2、获取并查阅发行人股东大会决议、董事会决议、《股权转让协议书》，了解股权转让是否已经过恰当审议批准；

3、获取并查阅众腾投资的工商资料，并对股东作穿透核查；

4、获取并查阅众腾投资的银行流水及合伙人出资凭证，访谈众腾投资的合伙人，核查众腾投资的合伙人是否已经实际出资，众腾投资股权转让款是否支付完毕；

5、查阅《企业会计准则》以及《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》等相关规定；

6、获取并查阅公司法人股东工商资料、私募基金管理人登记证明、私募基金备案证明；

7、访谈发行人实际控制人及股权激励对象，了解员工股权激励的背景与方案，获取股权激励方案及股权激励人员名单，验证激励对象身份；

8、获取并查阅发行人股东大会、董事会相关文件，了解股权激励计划是否已经过恰当审议批准；

9、获取并查阅发行人员工持股平台的工商资料；

10、获取并查阅员工持股平台合伙企业合伙人协议、股权转让协议；

11、获取并查阅 2019 年股权激励对象出资凭证；

12、登录国家企业信用信息公示系统（http://www.gsxt.gov.cn/index.html）查询主要客户、供应商信息，并走访发行人主要客户、供应商；

13、查阅发行人实际控制人及相关董事、监事及高级管理人员的银行流水；

14、获取激励对象出具的书面确认；

15、获取并查阅东证创新的投资协议、出资凭证，复核公允价值是否准确；

16、查阅相关税收法规，评估发行人 2019 年 12 月激励对象的纳税义务。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、发行人已准确披露众腾投资出资人与发行人的关系及其在发行人担任的职务；

2、众腾投资出资人的出资来源均为自有资金，不存在代持行为；

3、发行人持股平台不适用闭环原则。发行人穿透后的股东人数为 23 人，符合拟上市公司的要求；

4、发行人已准确披露 2015 年 9 月众腾投资受让发行人股份的背景及原因，受让价格公允，相关股份转让不构成股份支付，不会对报告期期初未分配利润造成影响；

5、发行人已准确披露 2019 年 12 月股权激励计划的基本内容、制定计划履行的决策程序、目前执行情况。相关决议、文件符合《公司法》及相关法律法规及公司章程的规定，股权激励计划及决策程序合法合规；

6、发行人已准确披露 2019 年 12 月股权激励计划的激励对象名单、任职情况、间接持有的发行人股份数量及比例。该次股权激励不存在代持行为，不存在不具有主体资格的被激励对象参与股权激励的情况，亦不存在客户、供应商或其他第三方低价入股的情形。按照目前相关税收法规的规定，前述激励对象被要求履行纳税义务的风险较小并且前述激励对象已就其应履行的纳税义务出具了承诺；

7、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人因 2019 年 12 月股权激励计划而产生的股份支付费用的计算准确，已计入恰当的会计期间。

第二十一题（《首轮问询函》“24．关于销售模式及电商平台”）

根据申报资料：

（1）发行人采用多店铺经营模式，主要平台为 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台以及 SHESHOW、Retro Stage 等垂直品类自营网站。销售流程为电商平台用户在平台上进行商品浏览、客服咨询及自助下单等操作后，利用第三方支付工具进行订单支付。公司后台系统检测到付款成功后，订单将进入系统生成配货单，经过系统确认后订单将进入物流配送流程。

（2）报告期内，发行人销售平台费分别为 32,058.67 万元、39,555.65 万元、45,453.68 万元和 31,028.19 万元。

（3）发行人主要子公司中，华成云商负责向供应商采购货物再销售给境外子公司，香港和美国兰玛特为 B2C 业务境外销售和采购的主要结算中心，晒布信息为出口报关主体。

请发行人补充披露：

（1）销售过程中订单和货物在境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式；货物流转时，发行人不同经营主体的相关会计处理、流转过程中内部转移定价的具体情况及合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险；货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明。

（2）与 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台关于结算方式、周期等方面的具体约定；销售过程中资金的流转、归集及汇回境内的具体过程及方式、结售汇是否符合外汇管理的有关规定；销售资金是否留存在第三方账户或转入个人账户，如是，说明资金的最终流向和使用情况，发行人是否体外支付成本费用、财务核算是否真实、准确，发行人是否将主要收益留存在境外或个人账户以规避缴纳境内企业所得税、资金汇回境内是否按照境内外实际税负情况补缴企业所得税、税收缴纳情况及是否符合企业所得税等税法的相关规定、是否取得主管税务部门无违法违规的证明。

（3）与 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台平台费的收费标准，报告期各期发行人向各主要第三方电商平台支付的平台费金额、支付比例，如存在差异，说明差异的原因及合理性；对平台费进行匡算并说明平台费逐年增加的原因及合理性、与业务规模及营业收入的匹配性。

请保荐人、申报会计师、发行人律师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

一、销售过程中订单和货物在境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式；货物流转时，发行人不同经营主体的相关会计处理、流转过程中内部转移定价的具体情况及合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险；货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明。

（一）销售过程中订单和货物在各子公司的流转情况

如本补充法律意见书第三部分之“第九题”所述，公司业务模式可分为 Amazon FBA 配送模式、海外仓+第三方配送模式以及直邮模式。三种模式下订单和货物在境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式主要如下表所示：

项目	Amazon FBA 配送模式	海外仓+第三方配送模式	直邮模式	
			邮政小包	直邮 9610 模式
境内货物流转	国内子公司华成云商向供应商采购		香港兰玛特向国内供应商采购后运送至海外销售者	境内子公司深圳晒布、苏州赛鼎供应链和厦门赛鼎供应链三家境内子公司向国内供应商采购
出口方式及出口报关公司	通过一般贸易出口至香港兰玛特及美国兰玛特		香港兰玛特委托中国邮政等报关出口，出口至香港兰玛特	直邮 9610 模式报关，三家境内子公司负责报关，出口至香港兰玛特
境外货物流转	跨境物流类公司将货物转运至海外亚马逊 FBA 仓；	跨境物流类公司将货物转运至赛维的各海外仓；消费者下单后，	通过邮政类公司直邮至海外终端消费者	同左

项目	Amazon FBA 配送模式	海外仓+第三方配送模式	直邮模式	
			邮政小包	直邮 9610 模式
	消费者下单后由亚马逊 FBA 统一负责安排尾程的配送，将订购的商品直接交予终端消费者	由当地第三方物流公司负责安排尾程的配送，将订购的商品直接交予终端消费者。		
与其他下属公司关系	其他下属公司不涉及货物销售和会计处理，用于在第三方电商平台持有店铺等。			

注 1：报告期前期，Amazon FBA 配送模式和“海外仓+第三方配送”模式下，存在香港兰玛特向国内供应商采购后委托第三方物流公司报关出口的情形。由于截至目前已全部由华成云商采购后通过一般贸易报关出口，故未作列示；
注 2：截至《法律意见书》出具日，邮政小包已全部整改完毕，采用直邮 9610 模式出口。

上述货物流转环节涉及的关税，发行人有两种申报缴纳模式：一是委托美国、英国、德国等第三方进口代理公司或第三方物流公司以其自身名义履行关税申报义务；二是以发行人子公司名义履行关税申报义务。

根据 Zhang & Zhang Law Office（美国）于 2021 年 9 月 17 日出具的法律意见书，“经修订的《关税法》第 484 条（美国法典第 19 条第 1484 款），记录进口商有责任采取合理的措施输入，分类和确定进口商品的价值，并提供任何其他必要信息，以使 CBP（Customs and Border Protection，美国海关和边境保护局）能够正确评估职责，收集准确的统计信息并确定是否满足其他适用的法律要求（如有）。根据经纪人代表模型中陈述的事实，即使赛维是商品的所有者，经纪人也应承担法律责任，声明适当的货物价值以进行关税评估，缴纳关税和其他相关费用，代表赛维缴纳法律规定的相关费用。如果对相关关税和费用的申报不正确或未付款项导致要求减免其他关税和/或罚款，包括 CBP 在内的美国当局会对第三方代理公司进行追责”。[1]

[1] “Per Section 484 of the Tariff Act, as amended (19 U.S.C.§ 1484)，the importer of record is responsible for using reasonable care to enter, classify and determine the value of imported merchandise and to provide any other information necessary to enable CBP to properly assess duties, collect accurate statistics, and determine whether other applicable legal requirements, if any, have been met. Based on the facts presented in the Broker Representation Model, even though Sailvan is the owner of the merchandises, it is in our opinion that the broker shall bear the legal responsibility to declare proper value of goods for duty assessment, make duty payments and other

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向英国海关进行申报并缴纳相关税款符合英国海关、税务方面的法律法规，货品的控制权与所有权属于赛维。针对前述模式涉及的税务问题，若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被英国税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向当地（德国、法国、捷克、比利时、荷兰、波兰等欧盟国家）海关进行申报、代赛维缴纳相关税款，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款和第 18 条的规定，符合当地海关、税务方面的法律法规。针对前述模式涉及的税务问题，若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款的规定，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被当地（德国、法国、捷克、比利时、荷兰、波兰等欧盟国家）税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任，当地主管部门无权追究赛维的任何责任或要求赛维补缴任何税款。”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。

---

relevant fees on behalf of Sailvan in compliance with applicable laws and regulations. If there was an inaccurate declaration or under-payment of the relevant duties and fees resulting in a requirement to remit additional duties and/or penalties, the U.S. authorities including CBP will hold the Broker responsible.”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日分别出具的法律意见书，德国兰玛特、德国赛维“从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚，未受到任何海关处罚”。

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日分别出具的法律意见书，“涉诉情况检索显示，香港华成云商、香港运德以及香港兰玛特不存在因违反海关及进出口相关的香港法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。

（二）货物流转时，发行人不同经营主体的相关会计处理情况

根据发行人出具的说明，以货物流转的典型情形为例，发行人不同经营主体的相关会计处理如下（发行人销售环节中店铺子公司未参与实际的运营服务，统一由香港兰玛特和美国兰玛特代为运营，店铺子公司不涉及货物流转和会计处理，未进行独立核算）：

1、海外仓或 FBA 仓的模式

（1）华成云商境内采购

所处环节	华成云商	香港兰玛特/美国兰玛特
华成云商购进货物时	借：存货 贷：应付账款/银行存款	-
出口到香港兰玛特及美国兰玛特时	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货	借：存货 贷：应付账款/银行存款
香港兰玛特及美国兰玛特实现销售时	无会计处理	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货

（2）香港兰玛特境内采购

所处环节	香港兰玛特
香港兰玛特采购货物时	借：存货 贷：应付账款/银行存款
香港兰玛特通过线上平台实现销售时	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货

2、直邮模式

（1）深圳晒布等境内子公司直接采购

所处环节	深圳晒布等	香港兰玛特/美国兰玛特
深圳晒布等购进货物时	借：存货 贷：应付账款/银行存款	-
出口到香港兰玛特时	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货	借：存货 贷：应付账款/银行存款

香港兰玛特实现销售时	-	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货

（2）香港兰玛特境内采购

所处环节	香港兰玛特
香港兰玛特采购货物时	借：存货 贷：应付账款/银行存款
香港兰玛特通过线上平台实现销售时	借：应收账款 贷：主营业务收入 借：主营业务成本 贷：存货

（三）流转过程中内部转移定价的具体情况及合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险

报告期内，发行人内部转移定价合法合规，不存在因内部转移定价不合规而被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的情况。发行人内部交易和转移定价的具体情况及合规性请参见本补充法律意见书第三部分之“第十二题”。

（四）货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明。

根据发行人出具的说明，发行人跨境出口环节主要涉及增值税、出口退税，缴纳方式因 FBA 仓/海外仓和直邮模式下采购主体的不同而有所差异，具体环节请参见本补充法律意见书第三部分之“第九题”，具体的缴纳金额请参见本补充法律意见书第三部分之“第二十三题”。

货物流转过程中涉及的企业所得税缴纳方式、缴纳情况及合规性，请参见本补充法律意见书第三部分之“第二十三题”；货物流转过程中涉及的其他境外税种主要为关税和境外间接税，其中境外间接税的缴纳方式、缴纳情况及合规性参见本补充法律意见书第三部分之“第二十三题”，关税缴纳的具体情况和合规性请参见补充法律意见书本题回复之“一”之“（一）销售过程中订单和货物在各子公司的流转情况及相关的会计处理”。

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

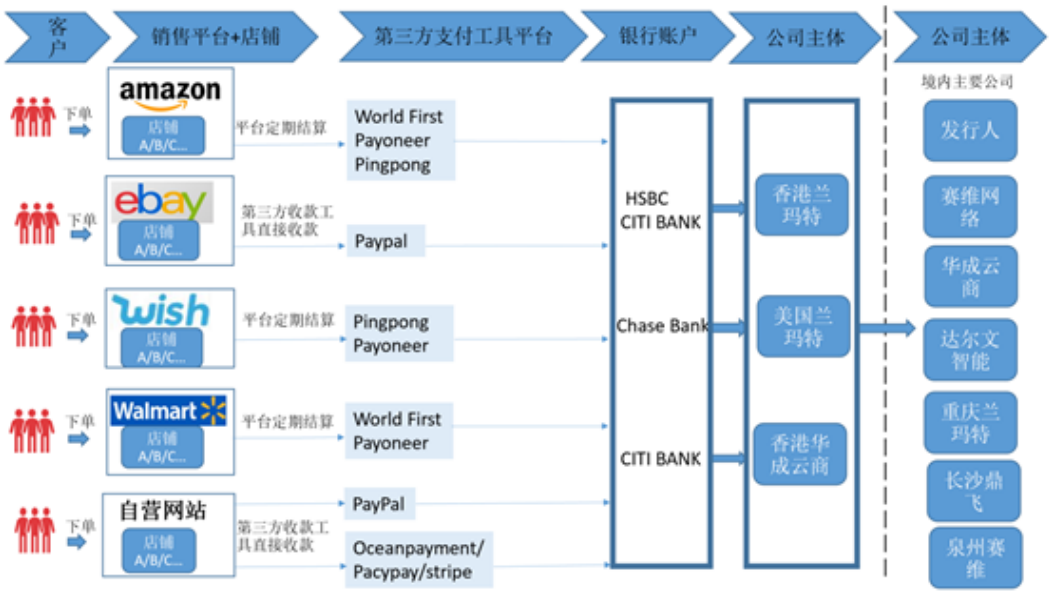
二、与 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台关于结算方式、周期等方面的具体约定；销售过程中资金的流转、归集及汇回境内的具体过程及方式、结售汇是否符合外汇管理的有关规定；销售资金是否留存在第三方账户或转入个人账户，如是，说明资金的最终流向和使用情况，发行人是否体外支付成本费用、财务核算是否真实、准确，发行人是否将主要收益留存在境外或个人账户以规避缴纳境内企业所得税、资金汇回境内是否按照境内外实际税负情况补缴企业所得税、税收缴纳情况及是否符合企业所得税等税法的相关规定、是否取得主管税务部门无违法违规的证明。

（一）主要第三方电商平台结算规则

根据发行人出具的说明，报告期内，主要电商平台结算方式及放款周期如下：

平台名称	平台结算方式	放款周期
Amazon	终端消费者在平台下单付款，Amazon 出具月结算单	每 14 天向商家店铺绑定的支付平台账户放款
eBay	终端消费者在平台下单，付款给公司绑定的 PayPal 账户，公司收款后发货，eBay 平台收取相关的平台费用并出具对账单	消费者付款后，资金直接到达商家绑定的 PayPal 账户
Wish	终端消费者在平台下单付款，平台出具结算单	每月 1 日和 15 日向商家放款
Walmart	终端消费者在平台下单付款，平台出具结算单	每 14 天向商家放款

（二）销售过程中资金流转过程



境外消费者通过第三方电商平台或者自营网站的店铺下单后，资金的流转过

程如下：

1、订单生成：境外终端消费者登录第三方电商平台选择意向商品并自助下单后，通过支付工具完成订单支付。

2、平台结算：除 eBay 之外的第三方电商平台根据其结算规则，扣除相关平台费用之后，平台定期自动与公司结算，并将相关款项汇至公司绑定的支付工具平台账户；eBay 和自营网站在消费者付款后会直接支付至店铺绑定的第三方支付工具平台账户，后根据平台结算规则扣取相应的平台费用。

3、资金提取：资金到达第三方支付工具平台账户后，公司定期将收款账户资金提款至绑定的银行账户，少部分 PayPal 账户资金用于支付境外推广费、手续费及小额采购款。平台对应第三方支付工具主要情况如下：

（1）大部分平台（如 Amazon、Wish 等）绑定的第三方收款工具有 World First、Pingpong、Payoneer。World First 平台由财务部出纳每天登陆平台查看余额并提款至香港兰玛特或美国兰玛特的银行账户；Pingpong 平台提款有最低额度限制，每次每个币种最低为 1 万美元，因此，发行人财务部出纳查询余额大于最低额时才会进行提款至香港兰玛特或美国兰玛特的银行账户；Payoneer 账号在后台绑定后，账号的资金自动归集，由财务部出纳提款至香港兰玛特或美国兰玛特的银行账户；

（2）自营网站店铺绑定的第三方收款工具有 oceanpayment、pacypay、PayPal、stripe。Oceanpayment 和 pacypay 平台到期会自动放款到绑定的银行账户中，发行人财务部出纳每天登陆查看金额，并对放款金额是否到指定银行账户进行核实；Stripe 平台支付账号当资金达到一定金额时由财务部出纳提款至香港兰玛特的银行账户；

（3）eBay 平台店铺绑定的第三方收款工具主要为 PayPal，店铺销售资金每天归集至香港兰玛特 PayPal 账号，并由财务部出纳将 PayPal 的资金提款至香港兰玛特或美国兰玛特的银行账户。

（三）销售资金使用情况

PayPal、Payoneer、PingPong、World First 等平台支付账号或对公账户直接提款到香港兰玛特和美国兰玛特银行账户；根据立信出具的《立信问询函回复》，

“不存在销售资金留存在体外第三方账户或个人账户的情况，亦不存在体外支付成本费用，公司财务核算真实、准确”。

（四）发行人企业所得税实际缴纳情况及合规情况

发行人不存在将主要收益留存在境外或个人账户以规避缴纳境内企业所得税的情形，资金汇回境内能够按照境内外实际税负情况缴纳企业所得税，税收缴纳情况符合企业所得税等税法的相关规定。发行人企业所得税具体缴纳情况和合规性详见本补充法律意见书“第十二题”和“第二十三题”。

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中就上述内容补充披露。

三、与 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等主要第三方电商平台平台费的收费标准，报告期各期发行人向各主要第三方电商平台支付的平台费金额、支付比例，如存在差异，说明差异的原因及合理性；对平台费进行匡算并说明平台费逐年增加的原因及合理性、与业务规模及营业收入的匹配性。

（一）主要平台收费规则

根据发行人出具的说明，报告期内，主要平台收费规则列示如下：

平台类别	平台使用费主要规则简介
Amazon	平台佣金：按产品所属类别、销售站点的销售额一定比例收取平台费（7%-25%），有最低成交费用标准（约为 1 美元、按站点区分）
eBay	平台佣金：按产品所属类别销售额的一定比例收取平台费（4%-10%）； 收款平台费：按收款额提取一定比例（3%-4%）的手续费； 刊登费：即上架产品的费用，费率随着销售额的增长自 3.9%降至 3.4%费率，同时每件额外收取 0.3 美元。
Wish	平台佣金：按销售额的 15%收取平台费
Walmart	平台佣金：按产品所属类别销售额的一定比例收取平台费（6%-20%）
自营网站	店铺月租：14 天的免费使用期后，按照选择的店铺套餐月租金分别为 29 美元/月，79 美元/月，299 美元/月 平台佣金：按产品销售额的一定比例收取平台费（0.5%-2%） 收款平台费：按收款额提取一定比例（3%-4%）的手续费

（二）平台费率

根据发行人出具的说明，报告期内，不同平台费率明细如下表所示

单位：万元

平台名称	2021 年 1-6 月			2020 年度		
	平台费	B2C 业务收入	比例	平台费	B2C 业务收入	比例
Amazon	41,141.02	244,736.37	16.81%	63,117.41	368,183.62	17.14%
Wish	112.86	899.02	12.55%	2,171.86	14,940.73	14.54%
eBay	1,075.71	4,782.25	22.49%	1,737.24	9,101.92	19.09%
Walmart	809.90	5,406.29	14.89%	1,933.41	12,568.01	15.38%
自营网站	903.00	18,501.48	4.88%	4,427.01	79,886.77	5.54%
其他平台	578.05	4,097.21	14.11%	1,518.70	10,196.98	14.89%
合计	**44,620.54**	**278,422.62**	**16.03%**	**74,905.64**	**494,878.04**	**15.14%**

平台名称	2019 年度			2018 年度		
	平台费	B2C 业务收入	比例	平台费	B2C 业务收入	比例
Amazon	36,434.75	196,709.17	18.52%	27,990.44	135,582.29	20.64%
Wish	2,640.28	17,507.65	15.08%	5,152.97	34,782.28	14.81%
eBay	1,524.04	7,201.60	21.16%	2,343.39	13,566.03	17.27%
Walmart	945.83	6,248.18	15.14%	1,041.93	7,606.39	13.70%
自营网站	1,083.44	33,979.04	3.19%	300.40	9,639.87	3.12%
其他平台	2,825.34	16,477.24	17.15%	2,726.53	18,499.14	14.74%
合计	**45,453.68**	**278,122.88**	**16.34%**	**39,555.65**	**219,676.00**	**18.01%**

平台费用主要为平台收取的交易佣金，与销售金额直接相关，因而平台费随着销售收入的增加而增加。

2018 年至 2020 年平台费率（平台费/B2C 业务收入）逐年下降，其原因主要为：

（1）自营网站业务 2018 年至 2020 年期间呈倍速增长趋势，而自营网站除每月收取固定的月租费外，平台佣金极低，约为销售额的 0.5%至 2%，自营网站销售收入占比提升使得发行人综合平台费率有所下降；

（2）eBay 平台费包括店铺费、刊登费及交易佣金，综合费率较高；而 eBay 平台因战略调整销售额较 2018 年下降，eBay 平台销售收入占比下降导致发行人综合平台费率呈现下降趋势；

（3）2020 年 Amazon 平台产品销售发生结构性变化，服饰配饰类产品销售占比由 2019 年的 56.38%下降到 2020 年的 52.57%，运动娱乐类产品销售占比由 2019 年的 14.78%上升到 2020 年的 21.66%，而服饰配饰类产品平台费率为 17%，运动娱乐类产品平台费率为 15%，低费率产品销售额增加，进一步导致 2020 年发行人综合平台费率下降。

2021 年 1-6 月平台费率较上年度略有增加，主要是因为 2021 年上半年 Amazon 平台销售占比增加，且平台内部服饰配饰类产品销售占比由 2020 年的 52.57%上升到 2021 年上半年的 59.45%，亚马逊平台费率高于各报告期综合平均费率，其销售额增加导致综合平台费率有所上升。

（三）主要平台的平台费测算

报告期内，公司主要销售平台的平台费测算如下：

1、Amazon 平台

单位：万元

商品类别	销售额				平台费率	测算的平台费			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
百货家居	42,456.31	72,091.01	39,031.48	21,074.97		5,903.41	10,176.40	5,592.27	3,040.41
其中：工具	14,911.61	18,869.10	7,355.83	3,288.84	12.00%	1,789.39	2,264.29	882.70	394.66
美容健康	1,769.18	7,118.37	4,177.46	2,216.73	14.00%	247.69	996.57	584.84	310.34
家居用品等	25,775.52	46,103.54	27,498.19	15,569.41	15.00%	3,866.33	6,915.53	4,124.73	2,335.41
服饰配饰	145,590.69	203,080.44	118,147.99	93,081.72		24,748.63	34,255.18	19,913.77	15,722.76
其中：孕婴童	31.25	8,645.38	4,770.06	3,056.78	14.00%	4.37	1,210.35	667.81	427.95
饰品箱包	41.95	410.64	1,233.45	441.64	15.00%	6.29	61.60	185.02	66.25
鞋子	1.46	183.24	722.78	119.20	16.50%	0.24	30.23	119.26	19.67
服装/服饰配件等	145,516.03	193,841.17	111,421.71	89,464.09	17.00%	24,737.73	32,953.00	18,941.69	15,208.90
数码汽摩	4,741.05	11,353.83	8,417.14	3,760.27	-	517.90	1,157.91	803.44	377.40
其中：电话和通讯	115.72	3,530.11	4,243.63	1,450.07	8.00%	9.26	282.41	339.49	116.01
电脑和办公	1,448.19	2,469.09	374.91	155.54	10.50%	152.06	259.25	39.37	16.33
汽车、摩托车	2,999.72	4,673.61	3,630.04	1,953.48	11.00%	329.97	514.10	399.30	214.88
电气设备和产品等	177.43	681.02	168.56	201.18	15.00%	26.61	102.15	25.28	30.18
运动及娱乐	51,948.32	81,658.34	31,112.56	17,665.33	15.00%	7,792.25	12,248.75	4,666.88	2,649.80

商品类别	销售额				平台费率	测算的平台费			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	**244,736.37**	**368,183.62**	**196,709.17**	**135,582.29**	-	**38,962.19**	**57,838.24**	**30,976.37**	**21,790.37**
非佣金性质平台费	-	-	-	-	-	326.89	2,322.49	3,446.67	5,338.86
合计	-	-	-	-	-	**39,289.08**	**60,160.73**	**34,423.05**	**27,129.23**
账面平台费	-	-	-	-	-	41,141.02	63,117.41	36,434.75	27,990.44
差异	-	-	-	-	-	-1,851.94	-2,956.68	-2,011.70	-861.21
差异率	-	-	-	-	-	-4.50%	-4.68%	-5.52%	-3.08%

注：非佣金性质的平台费主要包括 FBA 仓仓储费和其他杂费。

如上表，各报告期 Amazon 平台的平台费测算差异相对较小，差异主要因为为用于测算的商品类别分类与 Amazon 划分的商品类别存在部分差异，以及低价商品按照最低佣金标准收取所致。

2、Wish 平台

单位：万元

商品类别	销售额				平台费率	测算的平台费			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度		2021 年 1-6 月度	2020 年度	2019 年度	2018 年度
百货家居	353.97	6,176.59	5,833.54	11,145.97	15%	53.09	926.49	875.03	1,671.90
服饰配饰	24.38	4,979.37	7,435.72	16,273.77	15%	3.66	746.90	1,115.36	2,441.07
数码汽摩	19.24	2,139.20	2,604.20	5,415.72	15%	2.89	320.88	390.63	812.36
运动及娱乐	501.43	1,645.57	1,634.19	1,946.83	15%	75.21	246.84	245.13	292.02
合计	**899.02**	**14,940.73**	**17,507.65**	**34,782.28**	-	**134.85**	**2,241.11**	**2,626.15**	**5,217.35**
账面平台费	-	-	-	-	-	112.86	2,171.86	2,640.28	5,152.97
差异	-	-	-	-	-	21.99	69.25	-14.13	64.38
差异率	-	-	-	-	-	19.48%	3.19%	-0.54%	1.25%

2018 年至 2020 年，Wish 平台的平台费测算差异较小；2021 年上半年差异率较高，主要因为上年期后退货减少导致测算收入高于 2021 年上半年平台实际订单销售额，从而导致测算平台费大于平台实际结算费用。

3、eBay 平台

单位：万元

商品类	销售额	平台	测算的平台费

别	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度	费率	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
百货家居	1,574.74	5,106.11	2,817.52	5,182.67	-	156.16	485.65	279.32	514.46
其中：美容健康	131.59	2,496.57	243.33	381.08	9%	11.84	224.69	21.90	34.30
办公用品等	1,443.15	2,609.54	2,574.18	4,801.59	10%	144.32	260.95	257.42	480.16
服饰配饰	56.83	299.34	1,002.97	1,445.07	10%	5.68	29.93	100.30	144.51
数码汽摩	157.59	366.94	427.81	2,722.47	-	11.38	27.13	29.39	158.18
其中：电脑和办公	16.76	27.19	93.83	1,788.11	5%	0.84	1.36	4.69	89.41
汽车、摩托车	72.66	141.03	201.66	597.29	7%	5.09	9.87	14.12	41.81
电气设备和产品等	68.17	198.72	132.32	337.07	8%	5.45	15.90	10.59	26.97
运动及娱乐	2,993.08	3,329.52	2,953.30	4,215.83	-	264.71	295.95	262.72	372.24
其中：玩具	116.75	92.79	76.94	179.58	5%	5.84	4.64	3.85	8.98
运动及娱乐	2,876.33	3,236.73	2,876.36	4,036.25	9%	258.87	291.31	258.87	363.26
合计	**4,782.25**	**9,101.92**	**7,201.60**	**13,566.03**	**-**	**437.93**	**838.65**	**671.73**	**1,189.38**
收款平台费	-	-	-	-	-	243,74	454.54	453.38	607.53
合计	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**681.66**	**1,293.19**	**1,125.10**	**1,796.92**
账面平台费	-	-	-	-	-	1,075.71	1,737.24	1,524.04	2,343.39
差异	-	-	-	-	-	-394.05	-444.05	-398.94	-546.47
差异率	-	-	-	-	-	-36.63%	-25.56%	-26.18%	-23.32%

如上表，eBay 平台的平台费测算在各期均存在较大差异，主要因为 eBay 平台费除销售佣金外，主要还包括店铺费、刊登费及功能优化费等，该明细费用在 eBay 店铺月度账单中体现，在账务处理上无需对该平台费进行明细核算。而非佣金性质的平台费与销售额并没有固定的比例或具体的量化关系，无法准确测算其金额。报告期各期销售额前三十大 eBay 店铺平台费明细如下表所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
刊登费	127.59	206.60	102.03	51.60
成交费（佣金性质）	266.51	460.67	412.37	560.40
登记使用费	16.86	35.54	53.16	46.46
其他	0.71	0.97	2.46	18.69

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
合计	**411.67**	**703.78**	**570.02**	**677.15**
成交费（佣金性质）占比	64.74%	65.46%	72.34%	82.76%

以报告期销售额前三十大 eBay 店铺为例，2018 年至 2021 年 1-6 月，成交费（佣金性质）占总平台费的比例分别为 82.76%、72.34%、65.46%和 64.74%，非佣金性质的费用分别占总平台费用的 17.24%、27.66%、34.54%和 35.62%，考虑到刊登费、登记使用费等非佣金性质的费用与销售额并无直接关系，且不同店铺发生额占比不一，eBay 平台费测算虽有差异，但仍在合理范围之内。

4、Walmart 平台

单位：万元

商品类别	销售额				平台费率	测算的平台费			
	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度		2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
百货家居	2,422.74	5,640.27	2,915.33	2,827.76	15%	363.41	846.04	437.30	424.16
服饰配饰	322.84	457.01	339.03	822.37	-	59.91	78.20	56.52	125.46
其中：服装/服饰配件等	93.17	264.04	225.65	780.30	15%	13.98	39.61	33.85	117.04
珠宝手表	229.68	192.97	113.39	42.07	20%	45.94	38.59	22.68	8.41
数码汽摩	182.87	400.79	199.19	494.74	-	19.19	42.55	18.57	50.38
其中：电脑和办公	19.52	41.80	11.92	20.02	6%	1.17	2.51	0.72	1.20
电话和通讯等	49.67	120.90	119.44	217.06	8%	3.97	9.67	9.56	17.36
汽车、摩托车	100.11	178.06	62.56	227.78	12%	12.01	21.37	7.51	27.33
电气设备和产品等	13.58	60.04	5.27	29.88	15%	2.04	9.01	0.79	4.48
运动及娱乐	2,477.84	6,069.95	2,794.63	3,461.53	15%	371.68	910.49	419.19	519.23
合计	**5,406.29**	**12,568.01**	**6,248.18**	**7,606.39**	**-**	**814.19**	**1,877.28**	**931.59**	**1,119.23**
账面平台费	-	-	-	-	-	809.90	1,933.41	945.83	1,041.93
差异	-	-	-	-	-	4.30	-56.12	-14.24	77.30
差异率	-	-	-	-	-	0.53%	-2.90%	-1.51%	7.42%

由上表可知，报告期内除 2018 年 Walmart 平台的平台测算费存在较大差异

之外，其他各年度差异相对较小。2018 年 Walmart 平台的平台测算费差异主要因为平台结算标准在当期存在变化所致。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、了解和评价管理层各业务流程关键内部控制的设计和运行有效性；

2、取得公司提供的平台结算规则，与网络检索结果进行核对，并与同行业公司公开披露的相关信息进行核对，核查是否存在异常情况；

3、对财务总监、店铺运营人员、资金部门相关人员进行访谈，了解公司对资金的流转、归集、支付及汇回境内的具体过程及方式；

4、获取立信出具的《IT 审计报告》；

5、查询各第三方电商平台平台费收费内容及收费规则，了解平台费逐年增加的原因及合理性，与业务规模及营业收入的匹配性，了解主要平台平台费的测算情况；

6、取得发行人第三方税务顾问出具的《转让定价分析备忘录》，复核报告期内公司集团内部转让定价是否符合相关法律法规的要求；

7、取得境内外母、子公司的财务报告和企业所得税纳税申报表，查看境外子公司的利润留存情况及所得税申报情况，核查是否存在将主要收益留存在境外或个人账户以规避境内企业所得税的情况，核查境内企业是否按照要求如实申报并交纳了企业所得税；

8、取得境内母、子公司的纳税无违规证明，取得境外主要经营地区的法律意见书，核查是否有关于税收情况的相关处罚；

9、针对发行人是否存在体外支付成本费用的情况，核查程序如下：

（1）了解报告期内费用率变化趋势等，查看是否有重大的异常变动情况；

（2）取得发行人实际控制人及其配偶、控股股东、持股超过 5%以上的自然人、发行人董事、监事、高级管理人员、业务部门主要负责人、财务经理、出纳等关键岗位人员报告期内的所有银行借记卡的银行流水，核查交易对手信息，查看是否存在体外支付成本费用的情况并取得其签署的银行卡账户完整性的承诺声明；

（3）获取实际控制人控股公司的财务报表及银行流水，核查是否存在与发行人异常的交易。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据发行人及其主要境内子公司所在地主管税务部门出具的税收缴纳合规证明以及发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，发行人在报告期内不存在因税收缴纳事项受到相关税务主管部门行政处罚的情况；根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人因内部交易转移定价被有关国家主管税务机构进行调整并补缴企业所得税税款的风险较小。发行人实际控制人已承诺将由其承担公司未来被相关机构追缴间接税而产生的损失；

2、发行人与主要第三方电商平台关于结算方式、周期等方面的具体约定与公开信息一致，不存在重大差异；

3、发行人严格管控在销售过程中资金的流转、归集及汇回境内，结售汇符合外汇管理的有关规定；

4、发行人的销售资金均通过 PayPal、Payoneer、PingPong、WorldFirst 等平台支付账号或对公账户直接提款到香港兰玛特和美国兰玛特银行账户；根据立信出具的《立信问询函回复》，不存在销售资金从前述平台支付账号直接留存在体外第三方账户或个人账户的情况，亦不存在体外支付成本费用，公司财务核算真实、准确；

5、发行人主要利润通过集团内部交易的形式汇回国内，不存在将主要收益留存在境外或个人账户以规避缴纳境内企业所得税的情况，国内公司均按照公司

实际情况申报并交纳了企业所得税，符合企业所得税等税法的相关规定；

6、根据立信出具的《立信问询函回复》，报告期各期发行人向各第三方电商平台支付的平台费金额具有合理性，与业务规模及营业收入相匹配。

第二十二题（《首轮问询函》“36．关于递延所得税资产”）

根据申报资料，报告期各期末，发行人因内部交易未实现利润确认递延所得税资产分别为 145.72 万元、107.14 万元、131.18 万元和 150.9 万元；因可抵扣亏损确认递延所得税资产分别为 1,397.56 万元、2,104.02 万元、1,719.93 万元和 580.73 万元。

请发行人补充披露：

（1）结合各子公司的收入、毛利率、利润情况说明内部交易产生的原因及定价依据，说明是否存在通过不合理转移定价减小纳税的行为、是否合法合规。

（2）说明可抵扣亏损产生的原因，结合各子公司未来的盈利能力，说明确认递延所得税资产是否谨慎。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

一、结合各子公司的收入、毛利率、利润情况说明内部交易产生的原因及定价依据，说明是否存在通过不合理转移定价减小纳税的行为、是否合法合规。

（一）发行人内部交易情况及企业所得税转移定价依据

1、内部交易产生的原因

根据发行人出具的说明，发行人的境内子公司主要承担采购、生产以及店铺运营职能，产品销售收入则主要通过境外子公司销售产品实现，因此存在较多内部交易。发行人内部交易主要包括商品购销、服务贸易、仓储物流服务、加工服务，具体如下：

（1）商品购销

主要为华成云商、深圳晒布等国内采购主体向香港兰玛特等境外子公司销售商品。

（2）服务贸易

主要为发行人及赛维网络向香港兰玛特、美国兰玛特等提供技术服务；重庆

兰玛特等运营子公司向香港兰玛特提供店铺运营管理服务；华成云商向香港兰玛特提供供应链管理服务等。

（3）仓储物流服务

主要为新泽西兰玛特向美国兰玛特提供当地仓储物流服务，德国兰玛特、美国兰玛特及前海运德向香港兰玛特提供当地仓储物流服务。

（4）加工服务

主要为漳州芬哲向达尔文智能提供服装加工服务。

2、内部交易的定价依据

根据发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告、发行人出具的说明、立信出具的《立信问询函回复》，发行人内部交易主要涉及的国家和地区包括中国（非香港、澳门及台湾地区）、中国香港、美国和德国。发行人聘请的税务咨询机构认为，毛利率通常作为再销售价格法及成本加成法这两种转让定价方法的利润率指标，但是再销售价格法以及成本加成法在可比公司选择时对产品类型、交易条款、承担的功能风险等方面的可比性要求较高。此外，由于可比公司与公司的会计准则和处理可能存在差异，因此无法确定发行人内部交易的每个具体成本类别与可比公司的相应成本类别是否按照一致的划分方式定性为主营业务成本，营业费用，管理费用或是其他营运费用，从而无法进行可靠的毛利率分析。根据中国大陆（非中国香港、中国澳门及中国台湾地区）、中国香港、美国以及德国的转移定价法规及公司内部功能风险和价值链贡献分析结果，交易净利润法可以为公司各项验证关联交易的最佳转让定价方法，包括息税前利润率、完全成本加成率等。因此，发行人内部交易的定价依据主要参考各子公司的可比公司在报告期的利润水平。

3、发行人及子公司的营业收入及净利润情况

根据发行人出具的说明、立信出具的《立信问询函回复》，发行人和子公司中已开展运营的主体的营业收入汇总情况如下：

单位：万元

序号	营业收入	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年

序号	营业收入	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
1	发行人	3,549.57	7,171.25	3,701.43	3,426.74
2	华成云商	71,168.64	149,150.84	62,019.03	25,091.54
3	深圳晒布	1,324.19	1,206.07	-	-
4	苏州赛鼎供应链	-	407.07	-	-
5	厦门赛鼎供应链	1,776.89	1,764.52	-	-
6	达尔文智能	4,893.08	12,136.57	5,548.44	3,604.87
7	漳州芬哲	379.17	1,340.86	2,280.21	1,757.61
8	前海运德	7,134.48	14,693.71	4,324.19	972.66
9	香港运德	4,542.21	14,785.25	1,253.03	-
10	新泽西兰玛特	28,362.27	22,554.18	2,382.69	1,709.77
11	德国兰玛特	1,598.06	3,494.70	1,750.10	2,672.60
12	香港兰玛特	241,389.65	413,040.18	247,947.57	192,449.68
13	美国兰玛特	70,797.65	120,199.75	52,475.73	37,708.57
14	赛维网络	35,330.03	67,576.43	26,050.34	28,269.46
15	香港华成云商	-	326.17	-	-
16	重庆兰玛特	599.22	1,987.95	1,869.34	2,644.86
17	泉州赛维	259.93	729.24	359.42	378.05
18	长沙鼎飞	128.09	336.04	312.73	-
19	东莞达尔文智能	623.13	-	-	-

根据发行人出具的说明、立信出具的《立信问询函回复》，报告期内，发行人和子公司中已开展运营的主体其净利润的汇总情况如下：

单位：万元

序号	净利润	2021 年 1-6 月份	2020 年	2019 年	2018 年
1	发行人	734.79	1,186.78	-1,267.85	441.63
2	华成云商	1,134.32	2,068.46	1,146.81	157.37
3	深圳晒布	31.60	44.31	-26.28	-30.12
4	苏州赛鼎供应链	2.82	198.47	-	-
5	厦门赛鼎供应链	133.02	90.74	-	-
6	达尔文智能	-206.89	135.19	-285.13	46.96
7	漳州芬哲	4.14	323.25	204.52	-546.07
8	前海运德	389.28	1,692.81	265.59	88.82
9	香港运德	317.35	-243.96	25.17	-

序号	净利润	2021 年 1-6 月份	2020 年	2019 年	2018 年
10	新泽西兰玛特	-36.04	117.02	54.32	3.51
11	德国兰玛特	67.82	45.69	-21.47	-15.33
12	香港兰玛特	4,322.09	8,334.58	1,230.70	-3,255.14
13	美国兰玛特	-341.32	240.59	127.59	96.00
14	赛维网络	18,894.58	31,808.76	4,891.19	3,031.11
15	香港华成云商	2.34	168.07	-166.51	-0.08
16	重庆兰玛特	76.46	250.19	52.11	13.87
17	泉州赛维	33.27	98.25	9.15	21.33
18	长沙鼎飞	17.82	72.95	23.85	-190.95
19	东莞达尔文智能	-204.63	-	-	-

4、企业所得税转移定价风险分析

根据发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告、发行人出具的说明、立信出具的《立信问询函回复》，如前所述，根据发行人集团内部各公司在内部交易中承担的主要职能，发行人集团内部各个公司被划分为制造商、分销商、店铺运营商以及仓储物流服务商。针对各类公司，选取与该类公司功能风险相似的可比公司，通过对比两者在 2018-2020 年期间的完全成本加成率对公司 2018-2020 年期间可能需要补缴的所得税款金额进行模拟测算，发行人 2018 年至 2020 年，可能需要补缴的金额分别为 136.06 万元、34.14 万元以及 0 万元。

2018-2020 年，发行人可能需要补缴的企业所得税款金额合计 170.20 万元，占发行人三年合计净利润比例为 0.34%，占比较低，不会对发行人生产经营造成重大不利影响。

根据发行人聘请的税务咨询机构出具的转移定价分析报告、发行人出具的说明，对于发行人位于中国香港及海外的子公司香港兰玛特、美国兰玛特、新泽西兰玛特以及德国兰玛特，其中，香港兰玛特、美国兰玛特、新泽西兰玛特在 2018-2020 年期间验证利润水平均位于同行业可比公司的四分位区间，根据中国香港以及美国的转移定价实践，可以考虑不进行转移定价调整及相应的企业所得税拨备数，即该等子公司在 2018-2020 年期间的内部交易符合独立第三方原则。德国兰玛特在 2018 年至 2020 年内平均利润水平低于同行业可比公司的四分位区间，根据德国转移定价实践，需对德国的验证利润水平分别进行单年的调整并相

应计算转移定价调整额及企业所得税拨备数。德国兰玛特虽然可能需要进行一定的转移定价调整，但是由于金额相对较小，相应的转移定价调整风险相对较小。

对于发行人境内子公司，根据中国现行的转移定价法规的要求，原则上应按照不低于中位值进行调整。基于中国相关法规的实践，通常对企业单个年度分别进行分析和调整，如果单个年度利润水平位于可比公司三年加权平均利润水平四分位区间内，则可以考虑不做相应调整。如果超出了四分位区间，则调整至四分位区间的中位数。发行人与其境内子公司的内部交易存在需要进行纳税调整的可能。但是，根据中国转移定价法规，实际税负相同的境内关联方之间的交易，只要该交易没有直接或者间接导致国家总体税收收入减少，原则上不做特别纳税调整。因此，结合测算结果，发行人集团境内公司转移定价调整风险相对较小。

此外，发行人主要境内子公司已获得当地主管税务机构出具的税收缴纳合规证明。根据 Law Office of Pyng Soon（美国）、君合律师事务所（中国香港）以及 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）出具的法律意见书，发行人位于美国、中国香港以及德国的子公司均不存在受到与税务相关的行政处罚的情形。

综上，根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人因内部交易转移定价被有关国家主管税务机构进行调整并补缴企业所得税税款的风险较小。经测算，发行人报告期内可能需要补缴的企业所得税税款金额为 170.20 万元，占其净利润比例为 0.34%，占比较低”；“公司不存在通过不合理转移定价减小纳税的行为，内部交易的定价合法合规”。

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、说明可抵扣亏损产生的原因，结合各子公司未来的盈利能力，说明确认递延所得税资产是否谨慎。

（一）报告期可抵扣亏损产生的原因及递延所得税资产谨慎性

根据发行人出具的说明，报告期各期末，因可抵扣亏损确认的递延所得税资产以及可抵扣亏损的具体金额如下：

单位：万元

项目	2021.06.30	2020.12.31	2019.12.31	2018.12.31
递延所得税资产（因可抵扣亏损确认）	406.37	113.50	1,719.93	2,104.02
可抵扣亏损	1,529.51	471.77	9,709.74	11,750.61

2018 年末可抵扣亏损金额为 11,750.61 万元，主要由香港兰玛特和漳州芬哲亏损构成，两者合计金额占当年末可抵扣亏损金额的比例为 87.58%。2018 年末，香港兰玛特累计可抵扣亏损金额为 9,730.23 万元，其中当期产生的可抵扣亏损金额为 2,494.04 万元，漳州芬哲累计的可抵扣亏损金额为 561.11 万元。当年亏损原因主要为发行人尚处于“品牌化”转型摸索阶段，运营管控和精细化调整尚待提高。

2019 年末可抵扣亏损金额为 9,709.74 万元，与 2018 年末相比减少 2,040.86 万元，主要原因为：香港兰玛特当期盈利导致可抵扣亏损减少 3,318.84 万元；漳州芬哲当期盈利导致可抵扣亏损减少 93.39 万元；赛维时代当期新增可抵扣亏损 1,616.55 万元。2019 年，由于公司“品牌化”转型成果和业务调整成效凸显，通过多品牌、多品类业务矩阵式运营，当年实现扭亏为盈并保持持续增长的趋势，因此香港兰玛特和漳州芬哲均实现盈利。

2020 年末可抵扣亏损金额为 471.77 万元，与 2019 年末相比减少 9,237.97 万元，主要原因为香港兰玛特当期盈利导致可抵扣亏损减少 6,411.39 万元，赛维时代当期盈利导致可抵扣亏损减少 1,527.50 万元，漳州芬哲当期盈利导致可抵扣亏损减少 436.47 万元。2020 年，由于品牌和品类扩张能力逐渐成熟，推动了品牌溢价能力提升和品类延展，转型成果进一步释放，且受益于海外市场电商渗透率在疫情促进下得到大幅提升，相关公司业绩增长持续向好。

2021 年 6 月末可抵扣亏损金额为 1,529.51 万元，与 2020 年末相比增加 1,057.74 万元，主要为：达尔文智能、达尔文智能东莞分公司、东莞达尔文智能三家公司当期亏损导致可抵扣亏损增加 932.84 万元。公司于 2021 年上半年将其自有服装加工厂搬迁至区位更优的工业园区，拟筹备全面升级其柔性供应链系统相关设施，从而导致搬迁费用、租金成本和其他综合支出大幅增加，同时，厂房搬迁和建设在一定程度上影响了公司过渡期的业务，成本增加的同时收入减少，从而导致上述分/子公司 2021 年上半年亏损。

综上，根据立信出具的《立信问询函回复》，“报告期初香港兰玛特和漳州芬哲等公司导致的可抵扣亏损逐年减少，且公司整体业绩持续增长，预计公司未来经营能力将进一步增强，因此，相关公司有足够的应纳税所得额用于抵扣亏损，发行人确认递延所得税资产是谨慎的。”

（二）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师的主要核查过程如下：

1、对集团内部交易的基本情况、各子公司职能和定位、内部交易定价原则进行访谈确认；

2、获取并查阅各子公司的财务数据；

3、获取并查阅税务咨询机构出具的关于转移定价的分析报告；

4、了解发行人及子公司的未来定位和业务规划、报告期内盈利情况及未来预测。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人内部交易主要涉及加工服务、商品购销、服务贸易、以及仓储物流服务，发行人聘请了税务咨询机构对发行人内部转移定价的税务风险进行分析、测算。根据该税务咨询机构出具的转移定价分析报告，发行人在报告期内转移定价调整的风险较小，发行人不存在通过不合理转移定价减小纳税的行为、相关定价合法合规；

2、此外，根据发行人及其主要境内子公司所在地主管税务部门出具的税收缴纳合规证明以及发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，发行人在报告期内不存在因税收缴纳事项受到相关税务主管部门行政处罚的情况。

第二十三题（《首轮问询函》“37．关于税费”）

根据申报资料，报告期内，发行人缴纳的境外间接税分别为 85.12 万元、899.91 万元、4,192.21 万元和 6,533.27 万元，缴纳的企业所得税分别为 582.27 万元、1,069.90 万元、492.27 万元和 607.65 万元；报告期各期末，发行人其他流动资产分别为 3,083.04 万元、2,419.75 万元、3,302.04 万元和 1,332.73 万元，主要为待抵待退进项税额和预缴企业所得税；应交企业所得税分别为 1,398.09 万元、734.09 万元、867.93 万元和 3,202.00 万元，应交境外间接税分别为 200.68 万元、343.79 万元、1,128.14 万元和 1,704.97 万元。

请发行人补充披露：

（1）报告期各期境内外子公司经营状况、适用的所得税政策及实际缴纳情况、发行人企业所得税预缴和年度汇算清缴情况、报告期内应交所得税、所得税费用与利润总额的勾稽关系；境外子公司利润分配情况，发行人是否将主要收益留存在境外以规避缴纳境内企业所得税、是否按照境内外实际税负情况补缴企业所得税、发行人及境内外子公司企业所得税税务处理及税收缴纳是否符合税法的相关规定、是否取得当地主管税务部门无违法违规的证明。

（2）报告期内应交境外间接税的变动情况，包括期初余额、本期应交、本期已交和期末余额；不同销售地区境外间接税的具体内容、税收政策及申报、缴纳方式；报告期各期发行人电商平台及自营网站境外间接税的缴纳方式、缴纳金额；结合不同电商平台的销售收入及当地税收政策，匡算当期境外间接税金额，自营网站是否存在少缴境外间接税的情形，说明 2017 年和 2018 年缴纳和应交境外间接税较低的原因及合理性，相关税务处理及税收缴纳是否符合当地税收法律法规的规定。

（3）报告期内应交增值税的变动情况，包括增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出的金额；说明进项税额与原材料采购、固定资产购置金额、同期出口退税数据的勾稽关系、销项税额与销售收入之间的勾稽关系（明确不同税率下的收入金额）。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

一、报告期各期境内外子公司经营状况、适用的所得税政策及实际缴纳情况、发行人企业所得税预缴和年度汇算清缴情况、报告期内应交所得税、所得税费用与利润总额的勾稽关系；境外子公司利润分配情况，发行人是否将主要收益留存在境外以规避缴纳境内企业所得税、是否按照境内外实际税负情况补缴企业所得税、发行人及境内外子公司企业所得税税务处理及税收缴纳是否符合税法的相关规定、是否取得当地主管税务部门无违法违规的证明。

（一）报告期各期境内外子公司经营状况、适用的所得税政策及实际缴纳情况

报告期各期，发行人境内外主要子公司经营状况、财务状况良好，未发生重大不利变化。发行人境内外主要子公司均能够按照所在地适用的税收政策履行纳税义务，不存在因违反相关税收政策而受到监管部门行政处罚的情形。

报告期各期，发行人及已开展实际经营的主要子公司经营状况及适用的所得税政策如下：

（见下页）

序号	公司名称	主要职能	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
1	赛维时代	综合运营管理服务、IT 技术研发服务	15%	15%	15%	15%
2	达尔文智能	服装设计、生产主体	25%	25%	25%	25%
3	漳州芬哲	为达尔文智能提供生产、加工服务	20%	20%	25%	25%
4	赛维网络	为香港兰玛特和美国兰玛特提供全链条运营服务	15%	15%	15%	15%
5	新泽西兰玛特（注 1）	为美国兰玛特在美国地区提供仓储服务，用于提前储备商品	州所得税：适用各州的所得税率；联邦所得税：2018 年至 2021 年 6 月为 21%			
6	美国兰玛特（注 1）	通过第三方平台店铺和自营网站销售商品予终端消费者，涵盖美国自营仓库的销售；为香港兰玛特提供物流服务				
7	CLOTH & TRIM LTD（注 1）	原计划作为自有品牌在美国的线下实体销售公司，以拓宽营销渠道，已于 2021 年注销				
8	德国兰玛特（注 2）	为香港兰玛特在欧洲地区提供物流服务	企业所得税税率为 15%，另有团结附加税及营业税			
9	香港兰玛特	通过第三方平台店铺和自营网站销售商品予终端消费者，涵盖所有非美国自营仓库的商品销售	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
10	重庆兰玛特	为香港兰玛特和美国兰玛特提供店铺运营管理服务	20%	20%	20%	25%
11	泉州赛维	为香港兰玛特和美国兰玛特提供店铺运营管理服务	25%	25%	25%	25%
12	深圳晒布	直邮模式下的采购及出口主体，可办理出口退税	20%	25%	25%	25%
13	华成云商	采购商品后销售给香港兰玛特和美国兰玛特；提供供应商的开发和维护、采购的供应链管理服务	25%	25%	25%	25%
14	香港华成云商	为香港兰玛特提供收款服务	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
15	前海运德	主要为内外部客户提供跨境物流全链条服务	15%	15%	15%	15%

序号	公司名称	主要职能	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
16	香港运德	主要为内外部客户提供跨境物流全链条服务	16.50%	16.50%	16.50%	16.50%
17	长沙鼎飞	为香港兰玛特和美国兰玛特提供店铺运营管理服务	25%	25%	25%	25%
18	苏州赛鼎供应链	直邮模式下的采购及出口主体	25%	20%	不适用	不适用
19	厦门赛鼎供应链	直邮模式下的采购及出口主体	20%	20%	不适用	不适用

注 1：新泽西兰玛特、美国兰玛特、CLOTH & TRIM LTD 分别注册于美国新泽西州、加利福尼亚州、纽约州，需要缴纳州所得税及联邦所得税。新泽西州所得税税率为 9%，加利福尼亚州所得税税率为 8.84%、纽约州所得税税率为 6.5%。联邦所得税 2017 年为超额累进税率，2018 年至 2021 年 6 月税率为 21%。

注 2：德国兰玛特注册于德国汉堡，联邦所得税税率为 15%，团结附加税税率为 0.825%，适用的营业税税率为 14.35%。

注 3：苏州赛鼎供应链和厦门赛鼎供应链企业所得税采用核定征收，应税所得率为 4%。

注 4：除上述 19 家公司外，发行人还有 12 家尚无实际经营的子公司。

报告期各期，境内外各子公司所得税实际缴纳情况如下：

单位：万元

2018 年所得税缴纳情况				
公司名称	期初余额	本期应交	本期已交	期末余额
赛维时代	12.64	88.38	41.24	59.78
赛维网络	726.53	178.60	1,000.90	-95.77
华成云商	-7.16	0.00	0.78	-7.94
达尔文智能	-16.39	10.33	-16.39	10.33
美国兰玛特	-118.24	40.79	4.45	-81.90
香港兰玛特	658.92	0.00	0.00	658.92
新泽西兰玛特	-0.65	0.00	13.37	-14.02
德国兰玛特	0.00	0.00	17.41	-17.41
其他子公司	-1.44	4.68	8.14	-4.90
合计	**1,254.21**	**322.78**	**1,069.90**	**507.09**

注 1：2018 年，美元年初汇率为 6.534 人民币/美元，年末汇率为 6.863 人民币/美元，平均汇率为 6.620 人民币/美元；欧元年初汇率为 7.802 人民币/欧元，年末汇率为 7.847 人民币/欧元，平均汇率为 7.808 人民币/欧元。

注 2：各公司企业所得税缴纳情况包含分公司缴纳情况。

注 3：企业所得税余额为负数系预缴企业所得税，已重分类至其他流动资产；所得税相关科目加总金额与合计金额的差异系因重分类导致。

单位：万元

2019 年所得税缴纳情况				
公司名称	期初余额	本期应交	本期已交	期末余额
赛维时代	59.78	0.00	100.91	-41.13
赛维网络	-95.77	471.24	338.66	36.81
华成云商	-7.94	104.46	-51.20	147.72
达尔文智能	10.33	41.99	0.00	52.32
美国兰玛特	-81.90	54.27	2.06	-29.69
香港兰玛特	658.92	0.00	0.00	658.92
新泽西兰玛特	-14.02	0.00	1.62	-15.64
德国兰玛特	-17.41	0.00	7.00	-24.41
其他子公司	-4.9	60.69	93.22	-37.43
合计	**507.09**	**732.65**	**492.27**	**747.47**

注 1：2019 年，美元年初汇率为 6.863 人民币/美元，年末汇率为 6.976 人民币/美元，平均汇率为 6.889 人民币/美元；欧元年初汇率为 7.847 人民币/欧元，年末汇率为 7.816 人民币/欧元，平均汇率为 7.715 人民币/欧元。

注 2：各公司企业所得税缴纳情况包含分公司缴纳情况。

注 3：企业所得税余额为负数系预缴企业所得税，已重分类至其他流动资产；所得税相关科目加总金额与合计金额的差异系因重分类导致。

单位：万元

2020 年所得税缴纳情况				
公司名称	期初余额	本期应交	本期已交	期末余额
赛维时代	-41.13	-11.73	-52.86	0.00
赛维网络	36.81	5,234.25	1,506.53	3,764.53
华成云商	147.72	488.76	316.19	320.29
达尔文智能	52.32	38.16	59.02	31.46
美国兰玛特	-29.69	116.32	4.40	82.23
香港兰玛特	658.92	542.23	0.00	1,201.15
新泽西兰玛特	-15.64	52.45	4.45	32.36
德国兰玛特	-24.41	0.00	-10.85	-13.56
其他子公司	-37.43	344.62	28.1	279.08
合计	**747.47**	**6,805.06**	**1,854.98**	**5,697.54**

注 1：2020 年，美元年初汇率为 6.976 人民币/美元，年末汇率为 6.525 人民币/美元，平均汇率为 6.900 人民币/美元；欧元年初汇率为 7.816 人民币/欧元，年末汇率为 8.025 人民币/欧元，平均汇率为 7.902 人民币/欧元。

注 2：各公司企业所得税缴纳情况包含分公司缴纳情况。

注 3：企业所得税余额为负数系预缴企业所得税，已重分类至其他流动资产。

单位：万元

2021 年 1-6 月所得税缴纳情况				
公司名称	期初余额	本期应交	本期已交	期末余额
赛维时代	0.00	71.33	45.90	25.43
赛维网络	3,764.53	3,156.92	4,754.58	2,166.87
华成云商	320.29	125.20	448.06	-2.57
达尔文智能	31.46	0.00	20.51	10.95
美国兰玛特	82.23	0.00	0.82	81.41
香港兰玛特	1,201.15	146.99	-0.01	1,348.15
新泽西兰玛特	32.36	0.00	0.33	32.03
德国兰玛特	-13.56	0.00	6.54	-20.10
其他子公司	279.08	148.47	328.84	98.71
合计	**5,697.54**	**3,648.91**	**5,605.57**	**3,740.88**

注 1：2021 年 1-6 月，美元期初汇率为 6.525 人民币/美元，期末汇率为 6.460 人民币/美元，平均汇率为 6.470 人民币/美元；欧元期初汇率为 8.025 人民币/欧元，期初汇率为 7.686 人民币/欧元，平均汇率为 7.801 人民币/欧元。

注 2：各公司企业所得税缴纳情况包含分公司缴纳情况。
注 3：企业所得税余额为负数系预缴企业所得税，已重分类至其他流动资产。

（二）发行人企业所得税预缴和年度汇算清缴情况

1、企业所得税预缴和年度汇算清缴程序

发行人及其国内子公司的企业所得税按年征收，季度预缴、年度汇算清缴。2018 年度各季度预缴所得税为 352.96 万元，年度汇算清缴金额为-15.03 万元；2019 年度各季度预缴所得税为 689.55 万元，年度汇算清缴金额为-29.19 万元；2020 年各季度预缴所得税为 4,102.14 万元，年度汇算清缴金额为 2,006.50 万元；2021 年 1-6 月各季度预缴所得税为 3,700.57 万元，年度汇算清缴尚未完成。

发行人海外子公司所在地均无所得税预缴和年度汇算清缴制度。

2、企业所得税预缴和年度汇算清缴具体情况

报告期各期，发行人及子公司各年度的季度预缴金额、年度汇算清缴金额如下：

（1）报告期各期，发行人及子公司企业所得税预缴金额如下：

单位：万元

企业所得税预缴情况				
公司名称	**2021 年 1-6 月**	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
赛维时代	99.74	6.38	81.68	44.05
赛维网络	3,323.70	3,416.67	520.24	296.01
华成云商	194.00	274.22	76.95	12.90
达尔文智能	0.00	55.24	0.00	0.00
前海运德	78.87	324.10	9.28	0.00
重庆兰玛特	1.82	21.15	1.40	0.00
泉州赛维	0.53	0.03	0.00	0.00
苏州赛鼎供应链	0.00	0.81	0.00	0.00
厦门赛维供应链	1.78	3.53	0.00	0.00
深圳晒布	0.13	0.00	0.00	0.00
合计	**3,700.57**	**4,102.14**	**689.55**	**352.96**

（2）报告期各期，发行人及子公司企业所得年度汇算清缴金额如下：

单位：万元

企业所得税年度汇算清缴情况			
公司名称	**2020 年度**	**2019 年度**	**2018 年度**
赛维时代	-6.38	-81.68	40.07
赛维网络	1,817.58	-51.00	-57.50
华成云商	214.53	82.57	-4.12
达尔文智能	-21.90	19.47	0.00
前海运德	2.50	0.40	0.00
重庆兰玛特	0.14	1.05	6.13
泉州赛维	-0.03	0.00	0.00
长沙鼎飞	0.00	0.00	0.39
漳州芬哲	0.05	0.00	0.00
合计	**2,006.50**	**-29.19**	**-15.03**

（三）报告期内应交所得税、所得税费用与利润总额的勾稽关系

1、所得税费用与应交所得税勾稽关系

报告期各期，发行人应交所得税与所得税费用的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
应交所得税	3,648.91	6,805.06	732.65	322.78
递延所得税资产（期初）	2,802.02	4,016.91	4,042.76	3,157.29
递延所得税资产（期末）	2,224.92	2,802.02	4,016.91	4,042.76
递延所得税费用	575.15	1,213.83	26.21	-882.52
所得税费用-合计	**4,224.06**	**8,018.89**	**758.86**	**-559.75**

注：递延所得税费用与递延所得税资产期初、期末的差值存在微小差异系由汇兑损益造成。

2、所得税费用与利润总额勾稽关系

报告期各期，发行人缴纳所得税费用与利润总额的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
利润总额	30,027.69	53,106.98	6,169.66	-1,223.05
按法定（或适用）税率计算的所得税费用	4,504.15	7,966.05	925.45	-183.46
子公司适用不同税率的影响	73.10	339.37	47.60	-188.29

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
调整以前期间所得税的影响	-15.17	13.95	-	-
非应税收入的影响	-	-	-	-
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	5.52	67.33	87.87	64.86
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-147.37	-0.20	-	-
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	0.02	0.57	61.66	91.98
研发费用加计扣除	-196.20	-368.17	-363.72	-344.84
所得税费用	**4,224.06**	**8,018.89**	**758.86**	**-559.75**

根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人报告期内应交所得税、所得税费用与利润总额的勾稽关系准确。”

（四）境外子公司利润分配情况，发行人是否将主要收益留存在境外以规避缴纳境内企业所得税、是否按照境内外实际税负情况补缴企业所得税

报告期内，发行人及其子公司之间的内部交易符合独立交易原则，转移定价调整风险较小，不存在将主要收益留存在境外以规避缴纳境内企业所得税的情形。发行人企业所得税的转移定价风险详见本补充法律意见书第三部分之“第十二题”。

（五）发行人及境内外子公司企业所得税税务处理及税收缴纳是否符合税法的相关规定、是否取得当地主管税务部门无违法违规的证明

1、境内纳税合法合规性

根据发行人及其境内主要子公司主管税务机关出具的证明，报告期内，发行人及其境内主要子公司能够按照相关法律法规的要求，严格履行纳税义务并且获得了当地主管税务机构出具的纳税合规证明。

2、境外纳税合法合规性

截至本补充法律意见书出具日，发行人共有 7 家主要境外子公司，分别位于

中国香港、美国、德国。根据发行人聘请的境外律师出具的相关法律意见书，发行人境外主要子公司不存在与税务相关的重大行政处罚，具体如下：

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“截至本法律意见书出具之日，美国兰玛特遵守加利福尼亚州及其地方的法律、法规、规章及命令”，“美国兰玛特符合加利福尼亚州法律和加利福尼亚州政府授权条款的规定；经过充分的法律尽职调查，美国兰玛特在过去三年中不存在任何违反加利福尼亚州法律的重大违法行为。” 此外，“根据尽职调查，本所认为，美国兰玛特及其子公司已依据各自税务管辖区的法律履行了所有相关纳税义务。”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特的业务经营符合新泽西州与司法辖区的所有可适用法律。经过充分的尽职调查，本所认为，新泽西兰玛特在过去的三年内不存在任何严重违反新泽西州及其司法辖区法律的情况。” 此外，“根据尽职调查，本所认为，新泽西兰玛特已依据各自税务管辖区的法律履行了所有相关纳税义务。”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国兰玛特“公司的账目和报税符合德国法律的要求，且不存在被德国当地主管部门处罚的情况。”

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，德国赛维“公司的账目和报税符合德国法律的要求，且不存在被德国当地主管部门处罚的情况。”

根据君合律师事务所（香港）于 2021 年 10 月 8 日出具的法律意见书，涉诉情况检索显示，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德“自设立之日起至本法律意见书出具之日止，不存在任何因违反香港适用法律而被提起民事或刑事诉讼（包括行政程序）的记录”，且涉诉情况检索显示，香港兰玛特、香港华成云商、香港运德“不存在因未恰当履行香港法下纳税相关义务（包括根据香港适用法律提交退税或结算应付税款的任何义务）而被提起任何民事或刑事诉讼的情况。

除上述主要境内外子公司外，发行人还设有较多其他下属子公司，用于在第

三方电商平台以及自营网站开立店铺。根据发行人聘请的境外律师出具的相关法律意见书，发行人及其境内外主要子公司以及其他下属子公司在美国、德国以及英国等主要销售国不存在税务违法违规的情形，具体如下：

根据 Law Offices Of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“本所认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在美国联邦司法管辖区内不存在任何尚未了结的诉讼案件，亦不存在美国联邦当局根据相关法规施加的任何行政处罚”。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 7 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在英国不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“通过公开的信息查询，本所律师认为，赛维时代科技股份有限公司及其下属子公司在德国、法国、荷兰、比利时、捷克、波兰等欧盟国家不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁案件，且自 2018 年 1 月 1 日至今在所有重大方面均遵守当地的法律规定，不存在行政处罚和重大违法违规情况”。综上，本所认为，报告期内发行人及其子公司能够遵守所在地税收政策，发行人及其子公司企业所得税税务处理及税收缴纳符合税法的相关规定。

（六）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》中就上述内容补充披露。

二、报告期内应交境外间接税的变动情况，包括期初余额、本期应交、本期已交和期末余额；不同销售地区境外间接税的具体内容、税收政策及申报、缴纳方式；报告期各期发行人电商平台及自营网站境外间接税的缴纳方式、缴纳金额；结合不同电商平台的销售收入及当地税收政策，匡算当期境外间接税金额，自营网站是否存在少缴境外间接税的情形，说明 2017 年和 2018 年缴纳和应交境外间接税较低的原因及合理性，相关税务处理及税收缴纳是否符合当地税收法律法规的规定。

（一）报告期内应交境外间接税的变动情况，包括期初余额、本期应交、本期已交和期末余额

报告期各期，发行人应交境外间接税的变动情况，包括期初余额、本期应交、本期已交和期末余额如下：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年	2019年	2018年
期初余额	3,046.72	1,128.14	343.79	200.68
本期应交	14,706.79	20,014.38	4,976.57	1,043.01
本期已交	14,804.11	18,095.80	4,192.21	899.91
期末余额	2,949.39	3,046.72	1,128.14	343.79

（二）不同销售地区境外间接税的具体内容、税收政策及申报、缴纳方式

发行人主要依托电商平台及自营网站向全球消费者销售商品。发行人在电商平台注册账号并开立店铺或设立自营网站，并向销售国税务主管机构申请税号并申报间接税。为提高经营管理效率，发行人统一将上述税号及间接税缴纳的相关信息整理并归集，除电商平台代扣代缴的税款外，其余税款由香港兰玛特统一向相关主管税务机构支付。

1、不同销售地区境外间接税的具体内容、税收政策

发行人主要销售地区为美国、德国及英国，报告期各期，发行人在该等国家的销售情况如下：

单位：万元

国家	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
美国	210,110.30	374,842.66	188,757.09	137,391.48

国家	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
德国	29,034.37	41,034.73	32,243.15	28,101.54
英国	5,138.16	16,918.98	9,083.46	8,095.54
合计	**244,282.83**	**432,769.37**	**230,083.70**	**173,588.56**
B2C 收入占比	**87.74%**	**87.45%**	**82.73%**	**79.02%**

美国、德国、英国境外间接税的具体内容、税收政策主要如下：

（1）美国

发行人在美国的间接税主要为销售税并以州政府为缴纳对象。美国销售税的主要税收政策主要包括实体存在关联规则、经济关联规则以及链接关联规则。

1）实体关联规则

2018 年以前，美国销售税的基本征收标准大多以经济主体是否在该州构成实体存在作为判断依据。如果经济主体被认定满足实体关联规则，则其便需要在该州进行销售税的登记、申报和缴纳。经济主体被判定为是否构成实体关联的主要依据通常包括是否在该州设有办公场所、是否具备库存、是否雇佣员工等等。

2）经济关联规则

经济关联是对实体关联规则的进一步修订。若某一州外经济实体在该州并不满足构成实体关联的条件，但只要该州外经济实体在该州进行了“实质性的经营业务”（通常以每年向该州销售商品或提供服务的金额以及交易次数为判断依据），则该州便有权向该经济实体征收销售税。

经济关联规则由南达科他州诉 Wayfair 一案首次正式确立。2018 年 6 月 21 日，美国最高法院在南达科他州诉 Wayfair 一案宣布了有关南达科他州新销售税经济关联的判决。在 Wayfair 案之前，美国州政府一般不会要求在该州不构成实体关联的州外卖家向本州缴纳销售税。但是，美国最高法院认为，南达科他州关于经济关联的判定标准充分、合理。这是美国最高法院首次同意将经济关联应用于州销售税的征收。在 Wayfair 案之后，美国许多州效仿南达科他州，陆续颁布了类似的法律。

3）链接关联

除实体关联及经济关联以外，美国部分州还可以根据链接关联规则向州外实体经济体征收销售税。具体而言，若州外经济实体与州内销售代表签订协议，由州内销售代表通过网页链接或其他方式，将客户介绍给州外经济实体，则该州外经济实体亦需向该州缴纳销售税。

（2）英国

发行人在英国的间接税主要为增值税，分为进口增值税及销售增值税。报告期内，英国针对跨境电商增值税的主要税收政策如下：

1）进口增值税

当卖家将货物从非欧盟国家进口至英国时，若货物并非直接运送至英国终端消费者，则卖家应向英国政府缴纳进口增值税；若货物直接运送至英国终端消费者，进口方通常为该消费者，一般由该消费者而非卖家支付进口增值税。此外，若从非欧盟国家进口至英国的货物价值低于 15 英镑，则可以免征进口增值税。

2）销售增值税

英国率先明确自 2018 年 3 月起，电商平台对于在该平台运营且未按照英国税法规定进行增值税注册登记的海外卖家所产生的未缴纳的增值税承担连带责任。对于未在英国设立营业机构的海外卖家通过电商平台向英国客户销售货物时，无论其销售收入金额大小，均应当按照英国增值税相关规定在英国进行增值税注册登记。

此外，根据英国销售增值税的远距离销售规定，若商品由某一个欧盟成员国的仓库发出，销售给另一个欧盟成员国，则卖家只需要在发货国或抵达国进行增值税登记、申报和缴纳，而无需在多个国家缴纳增值税。

（3）德国

发行人在德国的间接税主要为增值税，分为进口增值税及销售增值税。报告期内，德国针对跨境电商增值税的主要税收政策如下：

1）进口增值税

当卖家将货物从非欧盟国家进口至德国时，若货物并非直接运送至德国终端

消费者，则卖家应向德国政府缴纳进口增值税；若货物直接运送至德国终端消费者，进口方通常为该消费者，一般由其而非卖家支付进口增值税。此外，若从非欧盟国家进口至德国的货物价值低于 22 欧元，则可以免征进口增值税。

2）销售增值税

2019 年 1 月 1 日后，德国政府要求电商平台卖家在进行销售前在德国完成增值税登记。对于欧盟以外的卖家，该规定的适用日期延长至 2019 年 4 月 15 日。

此外，根据德国销售增值税的远距离销售规定，若商品由某一个欧盟成员国的仓库发出，销售给另一个欧盟成员国，则卖家只需要在发货国或抵达国进行增值税登记、申报和缴纳，而无需在多个国家缴纳增值税。

（4）2021 年欧洲增值税法规改动

1）英国

英国自 2021 年 1 月 1 日起全面实行了新的电商增值税政策，要求电商平台代平台卖家履行增值税缴纳义务。

对于直接向英国消费者销售货物的海外卖家（即不通过电商平台），则该卖家必须注册英国增值税税号并缴纳销售增值税。

此外，英国政府取消了货值低于 15 英镑的商品免缴进口增值税的规定。

2）德国

欧盟将于 2021 年 7 月 1 日正式实施针对电子商务新的增值税征收条款。新条款要求电商平台代平台卖家履行增值税缴纳义务并取消了对货值低于 22 欧元免缴进口增值税的规定。此外，远距离销售的增值税缴纳门槛将统一修改为 1 万欧元（修改前，根据国家不同，缴纳门槛为 3.5 万欧元或 10 万欧元），即若卖家在欧盟某成员国的销售额超过 1 万欧元，则适用终端消费者所在国的增值税税率。

2、不同销售地区境外间接税的申报、缴纳方式

（1）销售税及销售增值税

发行人主要依托 Amazon、eBay、Wish、Walmart 等电商平台以及自营网站将产品销售至海外。由于美国各州政府、德国以及英国对于电商零售业务的征管政策并不完善，征管难度大，美国各州、德国和英国政府都在积极推进平台代扣代缴税金等形式。截至 2021 年 6 月末，美国大部分州已要求电商平台代平台店铺缴纳销售税。英国和德国分别于 2021 年 1 月 1 日和 2021 年 7 月 1 日起要求第三方平台代平台卖家缴纳增值税。因此，2018 年至 2020 年，发行人在英国通过电商平台销售商品产生的增值税需由公司自行申报及缴纳；自 2021 年起，相关增值税由第三方电商平台代扣代缴。报告期内，发行人在德国通过电商平台销售商品产生的增值税需由公司自行申报及缴纳。

此外，发行人自营网站销售商品产生的销售税（美国）以及增值税（英国和德国）均由公司自行申报。发行人按照所在国家或地区的规定，以店铺或自营网站对应子公司的名义注册销售税号或申请成为增值税纳税人，并就其在所在国家或地区的商品销售情况申报销售税或销售增值税，相关税款由香港兰玛特统一支付。

（2）进口增值税

如前所述，根据货值金额，发行人在英国、德国等国家的商品销售还可能被要求缴纳进口增值税。根据货物的流向，发行人销售给英国及德国个人客户主要分为大型包裹及小型包裹，两者进口增值税的缴纳方式及义务存在一定区别，具体如下：

1）小型包裹

小型包裹指单件运送、采用邮政物流并直接寄送至最终消费者的商品。

小型包裹从公司中国仓库直接送达至海外客户的指定地址，不经过亚马逊仓库或者其他欧盟仓库进行储存。小型包裹直接配送至终端客户，发行人在欧洲并未设立其他下属公司，也未在当地设立实地店铺或拥有自己的仓库。同时，对于欧洲海关而言，小型包裹系以海外客户个人名义进口。因此，发行人无需就小型

包裹在该地区进行增值税登记及缴纳进口增值税。

2）大型包裹

对于大型包裹，发行人有两种申报进口增值税的模式：一是委托美国、英国、德国等第三方进口代理公司或第三方物流公司以其自身名义履行进口增值税申报义务；二是以发行人子公司名义履行进口增值税申报义务。

根据 William Kateny Legal（英国）于 2021 年 10 月 11 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向英国海关进行申报并缴纳相关税款符合英国海关、税务方面的法律法规，货品的控制权与所有权属于赛维。针对前述模式涉及的税务问题，若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被英国税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日出具的法律意见书，“赛维以其子公司自身名义，或委托第三方进口代理公司以第三方进口代理公司名义向当地（德国、法国、捷克、比利时、荷兰、波兰等欧盟国家）海关进行申报、代赛维缴纳相关税款，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款和第 18 条的规定，符合当地海关、税务方面的法律法规。针对前述模式涉及的税务问题，若由第三方进口代理公司作为货物进口清关申报主体时，根据《欧盟海关法》第 77 条第 3 款的规定，则由该申报主体承担对货物申报价值、报关、缴税等法律责任，如果出现以低于货物实际价值申报，导致被当地（德国、法国、捷克、比利时、荷兰、波兰等欧盟国家）税务部门要求补税事宜，则由该申报主体承担全部责任，当地主管部门无权追究赛维的任何责任或要求赛维补缴任何税款。”

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 10 月 14 日出具的法律意见书，“美国兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。

根据 Law Offices of Pyng Soon（美国）于 2021 年 9 月 15 日出具的法律意见书，“新泽西兰玛特一直遵守美国海关的法律与法规，不存在实际上或被指控违反任何美国海关规定的行为”。

根据 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）于 2021 年 10 月 1 日分别出具的法律意见书，德国兰玛特、德国赛维“从设立至今，没有受到任何政府部门的行政处罚，未受到任何海关处罚”。

根据君合律师事务所（中国香港）于 2021 年 10 月 8 日分别出具的法律意见书，涉诉情况检索显示，香港华成云商、香港运德以及香港兰玛特“不存在因违反海关及进出口相关的香港法律而被提起民事或刑事诉讼的记录”。

（三）报告期各期发行人电商平台及自营网站境外间接税的缴纳方式、缴纳金额

1、间接税的缴纳方式及缴纳金额

如前所述，报告期内，美国各州逐步推出了要求第三方电子商务平台代店铺卖家缴纳销售税的法律法规。因此，发行人电商平台店铺在美国的间接税逐渐由自行缴纳转变为平台代扣代缴。英国和德国在 2021 年之前尚未正式实行要求第三方电子商务平台代店铺卖家缴纳增值税的法律法规，因此，2018 年至 2020 年，发行人电商平台在英国和德国的间接税由发行人委托专业机构进行评估和申报；自 2021 年起，发行人在英国通过第三方电商平台销售商品产生的增值税由第三方电商平台代扣代缴。此外，发行人自营网站的间接税亦由发行人委托专业机构进行评估和申报。

报告期各期，发行人境外间接税的具体缴纳方式及金额如下：

单位：万元

2018年度			
平台类别	**国家/地区**	**缴纳方式**	**境外间接税本期应交金额**
第三方平台	英国、德国、美国大部分州	香港兰玛特缴纳	636.74
	美国新泽西州、宾夕法尼亚州等少数州	平台代扣代缴	406.27
自营网站	美国、德国、英国	香港兰玛特缴纳	0.00
2019年度			
平台类别	**国家/地区**	**缴纳方式**	**境外间接税本期应交金额**
第三方平台	英国、德国、美国少数州（如伊利诺伊州、密歇根州）	香港兰玛特缴纳	1,502.90

	美国大部分州	平台代扣代缴	3,473.67
自营网站	美国、德国、英国	香港兰玛特缴纳	0.00
2020年度			
平台类别	**国家/地区**	**缴纳方式**	**境外间接税本期应交金额**
第三方平台	英国、德国、美国少数州（如佛罗里达州和堪萨斯州）	香港兰玛特缴纳	3,027.00
	美国大部分州	平台代扣代缴	16,446.33
自营网站	美国、德国、英国	香港兰玛特缴纳	541.06
2021年1-6月			
平台类别	**国家/地区**	**缴纳方式**	**境外间接税本期应交金额**
第三方平台	德国、美国少数州（如佛罗里达州和堪萨斯州）	香港兰玛特缴纳	2,393.62
	美国大部分州及英国	平台代扣代缴	12,062.75
自营网站	美国、德国、英国	香港兰玛特缴纳	250.42

2、间接税的税务风险评估

发行人聘请了国际税务咨询机构以及美国、德国、英国当地的税务咨询机构对报告期内发行人在该等国家的间接税税务风险进行了全面评估，具体情况如下：

（1）美国

发行人在美国主要通过 Amazon 等电商平台以及自营网站向美国消费者销售商品。国际税务咨询机构以及美国当地税务咨询机构结合公司业务情况及美国各州销售税政策对公司在美国的间接税风险进行了分析，包括电商平台总体税务风险分析、佛罗里达州税务风险分析、堪萨斯州税务风险分析以及自营网站税务风险分析。

1）电商平台总体税务风险分析

自 2018 年起，美国各州陆续推出了市场促进者法案，要求 Amazon 等电商平台代平台卖家缴纳销售税。截至 2021 年 6 月末，美国已有超过 40 个州实施了市场促进者法案。因此，在未来期间，发行人在美国大多数州在 Amazon 等电商平台的销售将不存在销售税风险。美国的电商零售相关的税制正在逐步完善的过程中，征收方式和规则将越来越清晰，对于历史期间因政策不完善而产生的理论

上的税务敞口，美国的部分州也相继推出了豁免规定以消除历史期间的影响。

2）佛罗里达州税务风险分析

截至本补充法律意见书出具日，佛罗里达州已实施经济关联规则，并且Amazon在该州设有仓库，可能导致公司在该州构成实体关联。基于谨慎性考虑，国际税务咨询机构及美国当地税务咨询机构分别就公司在该州的税务风险进行了独立评估。

在新法规出台前，发行人已聘请美国当地税务咨询机构进行的风险评估，美国当地税务咨询机构认为发行人在佛罗里达州有 4 个其他下属公司存在一定的税务风险。该等其他下属公司已于 2020 年 11 月分别同佛罗里达州税局通过Voluntary Disclosure Agreement（VDA）达成了销售税减免协议，解决了该等其他下属公司历史遗留的销售税风险。

2021年4月19日，佛罗里达州政府通过了市场促进者法案并已于2021年7月1日正式实施该法案。因此，未来期间，发行人在佛罗里达州电商平台的销售将不存在销售税风险。同时，新法案也规定，若州外卖家在2021年10月1日前在佛罗里达州完成销售税税务登记，该州外卖家在此法规生效前（即 2021 年 7 月 1 日前）的佛罗里达州销售的未缴税金、利息和罚款，均可予以免除。因此，平台卖家历史期间的税务风险以及未来期间的税务风险均可以在新法案下得以消减至低水平。

3）堪萨斯州税务风险分析

截至本补充法律意见书出具日，堪萨斯州已通过经济关联规则并于2021年7月1日要求第三方平台代平台卖家缴纳销售税。在新法规出台前，发行人已聘请国际税务咨询机构和美国当地税务咨询机构分别就公司在堪萨斯州的销售税风险进行了独立评估。

发行人在堪萨斯州的销售规模较小。经评估，国际税务咨询机构认为单一其他下属公司在该州的应交税额未超过2万美元。美国税务咨询机构在对公司报告期内通过 Amazon 平台向堪萨斯州的销售进行全面复核后认为各其他下属公司在该州的营业收入较小，被要求补缴税款的风险较小。

堪萨斯州议会在 2021 年 5 月 3 日投票通过了针对市场促进者和州外卖家销售税最新法案，订立构成经济关联的年度州销售金额门槛为 10 万美元，并从 2021 年 7 月 1 日起，正式实行市场促进者法案。因此，未来期间，发行人在堪萨斯州电商平台的销售将不存在销售税风险。同时，新法规提到即使州外电商在以前年度的州销售金额已超过 10 万美元，州外电商也无需自行收集及缴纳以前年度的相关销售税。因此，平台卖家历史期间的税务风险以及未来期间的税务风险均可以在新法案下得以消减至低水平。

4）自营网站税务风险分析

美国当地税务咨询机构经评估认为，发行人部分自营网站在美国的个别州存在一定税务风险，但税务风险较低。基于谨慎性原则，发行人已就美国税务咨询机构评估的潜在销售税风险敞口金额进行计提，计入当期应交境外间接税金额。公司未来将持续关注自营网站税务缴纳情况，对达到各州纳税义务门槛的自营网站及时注册税号并申报、缴纳销售税。同时，公司也持续关注美国政府对于自营网站新业态的税务配套政策的出台。

（2）德国和英国

发行人在德国和英国主要通过电商平台向消费者销售商品。发行人聘请的国际税务咨询机构经过评估认为发行人的其他下属公司在德国和英国基本及时进行了增值税注册登记并按照德国和英国的规定进行了增值税的申报和缴纳。德国和英国当地税务咨询机构通过对发行人在该等国家的销售进行全面复核后，识别出部分电商平台店铺存在一定税务风险，但风险相对较小。基于谨慎性考虑，发行人已将相关风险敞口进行计提，计入当期应交境外间接税金额。

如前所述，英国已于 2021 年 1 月 1 日起要求电商平台代平台卖家缴纳增值税；德国已于 2021 年 7 月 1 日起要求电商平台代平台卖家缴纳增值税。发行人未来在该等国家电商平台的销售将不存在增值税风险。

发行人通过自营网站向英国和德国消费者销售的商品主要通过小型包裹方式直接送达至终端消费者。如前所述，国际税务咨询机构及英国、德国当地税务咨询机构均认为公司无需就小型包裹的销售在欧洲履行增值税纳税义务。

（3）已关闭业务的税务风险

国际税务咨询机构认为随着欧洲电子商务增值税法的出台和实施，政府机构将重点关注持续经营的企业的合规性，经其检索，未发现德国和英国的主管税务机构对非欧盟卖家已关闭的店铺开展追溯调查的案例。

美国、德国以及英国当税务咨询机构经评估认为，基于其实务操作的经验，结合发行人已关闭或注销店铺的历史经营情况，认为该等店铺被税务主管机构开展追溯的可能性较低，因此认为这些已关闭的平台店铺或自营网站潜在的销售税风险较低。

就发行人存在的潜在税务风险，公司实际控制人陈文平已出具承诺：“如公司及其境内外控股子公司、分公司因违反注册地的税收法律法规或其他税务问题，而被有关税务部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任，本人/本企业愿意连带承担公司及其境内外控股子公司、分公司因受处罚或承担法律责任而导致、遭受、承担的任何损失、损害、索赔、成本和费用，并使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东免受损害。”

（四）结合不同电商平台的销售收入及当地税收政策，匡算当期境外间接税金额，自营网站是否存在少缴境外间接税的情形，说明 2017 年和 2018 年缴纳和应交境外间接税较低的原因及合理性，相关税务处理及税收缴纳是否符合当地税收法律法规的规定

1、境外间接税匡算及自营网站境外间接税缴纳情况

报告期内，美国、德国、英国、法国以及加拿大针对跨境电商的间接税税制复杂且经历了较大幅度的变更。发行人结合该等国家间接税的主要税收政策、标准及税率，分别就报告期各期发行人在第三方平台和自营网站的当期境外间接税金额进行匡算。此外，发行人聘请了境外税务咨询机构就公司的匡算方法是否符合该等国家间接税的核心规则出具了专项说明，以确保发行人的匡算方法具备合理性。

鉴于自 2021 年 7 月 1 日起，前述国家均已要求第三方平台代平台卖家缴纳间接税，发行人以第三方平台代扣代缴的实际税负率作为匡算境外间接税的税负

率，具体过程如下：

（1）美国销售税匡算

①美国第三方平台销售税匡算

自 2018 年起，美国各州逐步推出了要求第三方平台代平台卖家缴纳销售税的市场促进者法案。截至 2021 年 6 月 30 日，美国已有 43 个州正式实施市场促进者法案（截至本补充法律意见书出具日，发行人在美国具备纳税义务的州均已实施市场促进者法案）。因此，发行人以州为单位对第三方平台的销售税进行匡算。发行人在美国的第三方平台店铺的销售税具体匡算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总销售收入(A)	196,665.02	314,421.53	165,417.05	132,030.06
减：无纳税义务州销售收入(B)	9,239.25	14,732.71	7,765.68	6,131.49
减：当年已代扣代缴州及佛罗里达州销售收入(C)	187,425.77	297,458.44	126,471.71	28,708.86
减：未超过州销售税阈值店铺的销售收入(D)	0.00	0.00	19,757.76	72,392.03
当年非代扣代缴州应税收入(E=A-B-C-D)	0.00	2,230.39	11,421.90	24,797.68
税率	5.68%	5.68%	5.68%	5.68%
当年非代扣代缴州匡算结果（F）	0.00	126.69	648.76	1,408.51
代扣代缴州及佛罗里达州实际缴纳的销售税金额（G）	11,667.30	16,548.08	3,545.72	453.76
第三方平台匡算结果（H=F+G）	11,667.30	16,674.77	4,194.48	1,862.27

注 1：无纳税义务的州包括阿拉斯加州、特拉华州、蒙大拿州、新罕布什尔州、俄勒冈州和密苏里州；

注 2：2018 年-2020 年期间，对于与州税局达成 VDA 的州（佛罗里达州），发行人以实际缴纳的销售税作为匡算结果。

②美国自营网站销售税匡算

对于自营网站，发行人以各自营网站店铺在美国各州的应税销售额乘以销售税率进行匡算，具体匡算过程如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
总销售收入(A)	13,517.64	61,374.56	23,339.56	5,352.95
减：无纳税义务州销售收入(B)	761.80	3,448.01	1,292.04	318.65
减：未超过州销售税阈值店铺的销售收入(C)	9,644.88	31,319.64	15,587.39	4,573.81
应税销售额(D=A-B-C)	3,110.96	26,606.91	6,460.13	460.49
税率	5.68%	5.68%	5.68%	5.68%
自营网站匡算结果	176.70	1,511.27	366.94	26.16

注：无纳税义务的州包括阿拉斯加州、特拉华州、蒙大拿州、新罕布什尔州、俄勒冈州和密苏里州。

③美国销售税匡算结果汇总

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
第三方平台匡算结果	11,667.30	16,674.77	4,194.48	1,862.27
自营网站匡算结果	176.70	1,511.27	366.94	26.16
美国匡算结果	11,844.00	18,186.04	4,561.42	1,888.43

（2）德国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，发行人采用小包直邮方式邮寄至德国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，发行人在匡算报告期内德国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在德国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	27,989.92	37,999.27	29,261.39	27,389.61
	减：小包直邮销售收入(B)	99.27	3,046.33	4,403.58	5,183.99
	应税销售收入(C=A-B)	27,890.65	34,952.94	24,857.81	22,205.62
	增值税率	11.54%	11.54%	11.54%	11.54%
	增值税匡算金额	3,218.58	4,033.57	2,868.59	2,562.53
自营网站	销售收入(A)	993.33	3,005.11	2,981.66	751.53
	减：小包直邮销售收入(B)	364.95	1,844.03	2,493.71	710.34
	应税销售收入(C=A-B)	628.37	1,161.08	487.95	41.20
	增值税率	11.54%	11.54%	11.54%	11.54%

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
	增值税匡算金额	72.51	133.99	56.31	4.75
增值税匡算金额合计		3,291.09	4,167.56	2,924.90	2,567.28

（3）英国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的税务咨询报告，2018 年至 2020 年期间，发行人采用小包直邮方式邮寄至英国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，公司在匡算 2018 年至 2020 年期间英国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，公司匡算报告期内在英国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	N/A	14,763.80	7,495.09	7,676.93
	减：小包直邮销售收入(B)	N/A	2,191.05	2,942.65	2,584.76
	应税销售收入(C=A-B)	N/A	12,572.75	4,552.44	5,092.17
	增值税率	N/A	8.76%	8.76%	8.76%
	增值税匡算金额	395.45	1,101.37	398.79	446.07
自营网站	销售收入(A)	136.74	2,201.26	1,578.89	468.70
	减：小包直邮销售收入(B)	N/A	1,906.34	1,459.24	435.05
	应税销售收入(C=A-B)	136.74	294.93	119.65	33.65
	增值税率	8.76%	8.76%	8.76%	8.76%
	增值税匡算金额	11.98	25.84	10.48	2.95
增值税匡算金额合计		407.43	1,127.21	409.27	449.02

注：英国于 2021 年 1 月 1 日起正式要求第三方平台代平台卖家缴纳增值税，因此 2021 年 1-6 月的第三方平台匡算金额为第三方平台实际代扣代缴金额。

（4）法国增值税匡算

根据境外税务咨询机构出具的专项说明，发行人采用小包直邮方式邮寄至法国消费者的商品无须缴纳增值税。因此，公司在匡算报告期内法国增值税应交金额时会剔除前述业务收入。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在法国的增值税金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	7,990.39	6,640.34	6,885.43	7,999.11
	减：小包直邮销售收入(B)	4.06	617.19	2,375.90	3,505.71
	应税销售收入(C=A-B)	7,986.33	6,023.15	4,509.54	4,493.41
	增值税率	11.11%	11.11%	11.11%	11.11%
	增值税匡算金额	887.28	669.17	501.01	499.22
自营网站	销售收入(A)	732.36	1,325.71	762.27	116.11
	减：小包直邮销售收入(B)	334.12	665.11	628.62	102.42
	应税销售收入(C=A-B)	398.24	660.60	133.65	13.69
	增值税率	11.11%	11.11%	11.11%	11.11%
	增值税匡算金额	44.24	73.39	14.85	1.52
增值税匡算金额合计		931.52	742.56	515.86	500.74

（5）加拿大销售税匡算

根据境外税务咨询机构出具的专项说明，发行人通过小包直邮方式向加拿大消费者销售商品产生的销售税通常由加拿大消费者直接承担。此外，对于销售额未超过加拿大某个省征税阈值的店铺，亦无须向该省政府缴纳销售税。

根据上述分析，发行人匡算报告期内在加拿大的销售税应交金额的具体过程如下：

单位：万元

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
第三方平台	销售收入(A)	7,041.01	8,798.70	5,420.70	5,592.56
	减：小包直邮销售收入(B)	49.44	1,141.13	1,568.43	1,717.16
	减：未超过省销售税阈值的店铺销售收入(C)	601.52	231.08	194.43	152.87
	应税销售收入(D=A-B-C)	6,390.05	7,426.49	3,657.84	3,722.54
	销售税率	6.92%	6.92%	6.92%	6.92%
	销售税匡算金额	442.19	513.91	253.12	257.60
自营网站	销售收入(A)	623.94	2,536.15	1,631.57	393.78
	减：小包直邮销售收入(B)	606.88	2,529.24	1,630.73	393.70
	减：未超过省销售税阈值的店铺销售收入(C)	17.06	6.91	0.84	0.08
	应税销售收入(D=A-B-C)	0.00	0.00	0.00	0.00
	销售税率	6.92%	6.92%	6.92%	6.92%

平台	项目	2021 年 1-6 月	2020 年	2019 年	2018 年
	销售税匡算金额	0.00	0.00	0.00	0.00
销售税匡算金额合计		442.19	513.91	253.12	257.60

结合前述第三方平台及自营网站匡算结果，得出报告期内发行人的间接税匡算结果如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
美国	11,844.00	18,186.04	4,561.42	1,888.43
德国	3,291.09	4,167.56	2,924.90	2,567.28
英国	407.43	1,127.21	409.27	449.02
法国	931.52	742.56	515.86	500.74
加拿大	442.19	513.91	253.12	257.60
匡算金额合计	16,916.23	24,737.28	8,664.57	5,663.07

发行人对报告期各期境外间接税的匡算系基于前述国家间接税税收政策的核心规则，可能和实际的税务核算与应纳税额的精确认定存在部分差异，但整体而言，发行人匡算过程及结果具备合理性。

（6）自营网站间接税缴纳情况

由于美国销售税缴纳法规相对复杂，对于电商零售这种新业态并未有完善的税制和征管措施进行配套，特别是自营网站这种没有平台代行监管的业务，且自 2018 年起，美国各州销售税相关法律仍处于不断变化之中。因此，发行人历史上可能因对美国间接税相关法律法规存在理解不到位等原因导致自营网站在美国出现少缴销售税的情况。

发行人高度重视间接税缴纳的合法合规性。根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，报告期内，发行人及其子公司在美国不存在因税务问题受到相关政府监管机构行政处罚的情形。此外，发行人聘请了境外税务咨询机构对发行人自营网站在美国的税务风险进行评估。经评估，该税务咨询机构认为发行人自营网站被美国税务主管机构要求补缴税款的风险较低，出于谨慎性原则，税务咨询机构建议将其定位的风险敞口计提于账面。

发行人在英国、德国等国家的自营网站销售分散，单店销售金额较小且主要

以小型包裹的方式将商品直接寄送至终端消费者。如前所述，就该等销售，发行人无需缴纳增值税。就发行人在英国及德国自营网站增值税的缴纳情况，根据发行人聘请的境外税务咨询机构出具的税务报告，发行人在该等国家的税务风险较低。根据发行人聘请的境外律师出具的法律意见书，报告期内，发行人及其子公司在德国和英国均不存在因税务问题受到相关政府监管机构行政处罚的情形。

综上，本所认为，由于发行人自营网站销售范围较广，主要收入来源国的间接税缴纳政策较为复杂且处于不断变化之中，发行人可能因未能及时、充分地理解相关税收政策导致自营网站历史上存在未能足额缴纳境外间接税的风险，但是发行人并未因境外间接税缴纳事项受到境外税务监管机构行政处罚且经境外税务咨询机构评估，发行人相关税务风险较低。发行人实际控制人陈文平已针对发行人可能存在的税务风险作出承诺，由其无条件且无偿代公司及其子公司承担需补缴的税款及相应的罚金、滞纳金等。

2、2017 年及 2018 年应交境外间接税较低的原因及合理性

如前所述，美国于 2018 年 6 月首次正式提出经济关联，德国关于电商增值税相关规定于 2019 年方才正式实施，即发行人主要收入来源国家于 2018 年起方才陆续正式推出了与电商相关的间接税缴纳规定。因此，2017 年及 2018 年，因相关法规尚未推出或尚未正式实施，发行人境外间接税税负相对较低，故缴纳和应交境外间接税较低。

发行人持续关注相关国家税收政策的变化并且在美国、英国及德国聘请了当地具有执业资质的税务咨询机构对发行人境外间接税的申报、缴纳提供建议，协助发行人完善境外间接税申报与缴纳的合规性。

根据 Law of Office Pyng Soon（美国）、William Kateny Legal（英国）以及 Rechtsanwaltskanzlei Yu Lin（德国）出具的法律意见书，发行人及其子公司在美国、英国及德国均不存在受到行政处罚的情形。

综上，本所认为，发行人相关税务处理及税收缴纳符合当地税收法律法规的规定。

（五）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、报告期内应交增值税的变动情况，包括增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出的金额；说明进项税额与原材料采购、固定资产购置金额、同期出口退税数据的勾稽关系、销项税额与销售收入之间的勾稽关系（明确不同税率下的收入金额）。

（一）报告期内应交增值税的变动情况，包括增值税的进项税额、销项税额、当期应缴增值税和实际缴纳的增值税、进项税转出的金额

报告期各期，发行人应交增值税的变动情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初应交增值税	228.24	250.55	-	34.41
期初待抵待退进项税	1,730.78	3,115.55	2,102.29	2,844.26
加：销项税额	740.93	1,650.03	865.68	584.44
其中：本期确认销项税额	740.93	1,650.03	865.68	584.44
减：进项税额	12,069.52	16,825.28	8,739.23	7,034.51
其中：本期确认进项税额	10,338.74	13,709.73	6,637.28	4,190.26
待抵待退进项税转入	1,730.78	3,115.55	2,101.95	2,844.26
加：进项税转出	-	182.24	30.15	14.26
加：出口退税	6,705.27	13,604.87	5,393.87	4,470.29
其中：本期确认出口退税	6,705.27	11,760.39	5,265.98	2,377.84
待抵待退进项税转入	-	1,844.48	127.90	2,092.46
待认证进项税额	95.61	9.95	269.84	123.02
当期应缴纳增值税	-4,490.67	-1,147.54	-2,719.37	-2,054.12
当期已缴纳增值税	206.98	355.00	145.63	48.16
重分类至待抵待退进项税	4,491.16	1,730.78	2,965.39	2,102.29
期末应缴增值税	243.51	228.24	250.55	-
期末待抵待退进项税	4,491.16	1,730.78	3,115.55	2,102.29

注：当期应交增值税=期初应交增值税+销项税额-进项税额+进项税转出+出口退税-待认证进项税额；期末应交增值税=当期应交增值税-当期已交增值税+期末待抵待退进项税。

根据立信出具的《立信问询函回复》，“报告期内发行人账面记录应交增值税的变动情况与纳税申报表不存在重大差异”。

（二）进项税额与原材料采购、固定资产购置金额、同期出口退税数据的勾稽关系

发行人进项税额产生主体主要为子公司达尔文智能、达尔文智能东莞分公司、漳州芬哲、赛维网络、华成云商、深圳晒布以及东莞达尔文智能。达尔文智能、漳州芬哲以及东莞达尔文智能承载公司服饰类产品的生产职能，其对外采购原材料进行生产而相应产生增值税进项税额，赛维网络、华成云商和深圳晒布对外采购商品出口销售给香港兰玛特（2019 年之后赛维网络不再发生此类交易），相应产生增值税进项税额及增值税出口退税。

报告期各期，发行人进项税额与原材料采购、固定资产购置金额等采购数据的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
1、当期采购额（A）	70,957.35	148,673.57	61,835.86	34,044.43
①原材料采购额	2,514.13	5,562.71	2,097.96	1,529.37
其中：0%	-	-	-	106.00
3%	-	-	-	1.02
13%	2,514.13	5,562.71	1,886.84	-
16%	-	-	211.12	1,106.62
17%	-	-	-	315.73
②商品采购额	65,423.92	136,597.31	57,015.80	30,868.20
其中：0%	14.67	5.25	-	40.08
1%	12.49	825.19	-	-
3%	4,588.72	8,441.48	5,553.99	1,473.72
9%	547.62	-	-	-
13%	60,260.42	127,325.39	43,658.06	-
16%	-	-	7,803.75	22,565.93
17%	-	-	-	6,788.47
③服务类采购额	2,690.03	4,977.14	1,609.14	981.92
其中：1%	542.95	1,713.70		
3%	628.87	451.11	380.36	125.87
6%	319.00	817.00		
13%	1,199.20	1,995.33	1,079.68	-

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
16%	-	-	149.10	619.69
17%	-	-	-	236.36
④长期资产采购额	92.05	31.19	1.76	348.04
其中：13%	92.05	-	-	-
其中：16%	-	31.19	1.76	-
17%	-		-	348.04
⑤费用类采购额（6%）	237.22	1,505.22	1,111.20	316.90
测算进项税额（B=A*税率）	8,570.73	17,971.34	7,612.41	5,260.85
2、当期采购未到票				
采购额	39,395.54	53,067.07	20,125.25	11,220.42
进项税额（C）	4,892.03	6,620.16	2,341.06	1,617.30
3、上期采购本期到票				
采购额	53,011.98	20,125.25	11,015.40	6,921.60
进项税额（D）	6,619.00	2,341.06	1,587.38	722.28
4、测算本期进项税额（E=B-C+D）	10,297.69	13,692.24	6,858.73	4,365.83
账面进项税额（F）	10,338.74	13,709.73	6,637.28	4,190.26
差异（G=E-F）	-41.04	-17.49	221.46	175.57
差异率	-0.40%	-0.13%	3.34%	4.19%
进项税占采购额比例	14.61%	9.22%	10.73%	12.31%

注：本表用于测算增值税进项税额涉及的采购只限于国内子公司有票采购，包括子公司间的关联采购。

报告期各期，发行人原材料采购及商品采购主要适用 0%、3%、13%、16%和 17%的增值税率，其中 0%适用于向小规模纳税人采购开具普通发票，3%适用于向小规模纳税人采购代开增值税专用发票；服务类采购主要为达尔文智能和漳州芬哲委托加工服务，主要适用 3%、13%、16%和 17%的增值税率；长期资产采购主要适用 13%、16%和 17%的增值税率；费用类采购主要适用 6%的增值税率。2018 年至 2021 年 1-6 月，发行人进项税额占当期采购额的比例分别为 12.31%、10.73%、9.22%和 14.61%，增值税税率的变动主要系确认相关成本费用时点与收到进项税发票时点不一致，剔除上述因素的影响，进项税额与各期原材料采购、商品采购、服务类采购和固定资产购置金额相匹配。

公司出口退税主体为华成云商和赛维网络和深圳晒布，进项税、同期出口退

税金额及其他应收款-出口退税的勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
期初其他应收款-出口退税（A）	1,959.98	268.69	21.96	178.55
本期进项税额	11,550.89	15,500.02	8,154.65	6,318.54
本期申报出口退税金额	6,705.27	13,604.87	5,393.87	4,470.29
其中： 本期转入其他应收款-出口退税（B）	6,705.27	13,596.38	5,215.65	4,138.19
征退税差异计入成本	-	8.49	178.22	332.10
本期收到出口退税款（C）	8,381.35	11,905.09	4,968.92	4,294.79
期末其他应收款-出口退税（D=A+B-C）	283.90	1,959.98	268.69	21.96

报告期内，因申报出口退税时间与进项税发生时间存在差异，发行人当期进项税额与申报出口退税金额存在一定差异。发行人账面出口退税在实际申报时，征退税差异计入成本，出口退税金额与转入其他应收款-出口退税和计入成本金额勾稽一致。

根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人增值税进项税与原材料采购、固定资产购置金额配比关系在正常的进项税税率区间内”。

（三）销项税额与销售收入之间的勾稽关系

发行人 B2C 和 B2B 业务收入确认主体为香港兰玛特和美国兰玛特，均为境外销售；提供国际运输服务确认的物流收入免征增值税。因此，发行人销项税额产生主体主要为子公司达尔文智能、达尔文智能东莞分公司、漳州芬哲及东莞达尔文智能，其将外购原材料自行生产的商品或委托加工方式生产的商品对内销售给赛维网络而相应发生增值税纳税义务。

报告期内，发行人各子公司销项税额与收入勾稽关系如下表所示：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
营业收入（A）	6,258.82	14,947.36	8,646.84	6,033.39
其中：17%税率	-	-	-	884.01
16%税率	-	-	482.02	2,568.57

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
13%税率	5,540.45	11,861.07	5,644.89	-
6%税率	332.93	1,803.47	760.00	-
免税收入	385.43	1,282.82	1,759.92	2,580.81
测算销项税额（B=A*税率）	740.23	1,650.15	856.56	561.25
账面销项税额（C）	740.93	1,650.03	865.68	584.44
差异（D=B-C）	-0.70	0.12	-9.12	-23.19
差异率（E=D/C）	-0.09%	0.01%	-1.05%	-3.97%
实际销项税额占营业收入比例（F=C/A）	11.84%	11.04%	10.01%	9.69%

注 1：免税收入为来自香港兰玛特的技术服务收入。

注 2：2018 年增值税销项税额的测算差异主要为 2018 年度漳州芬哲广州分公司注销，将其固定资产按照账面净值转让给漳州芬哲东莞分公司而产生的销项税额 22.77 万元。

注 3：达尔文智能东莞分公司为达尔文智能提供仓储服务，适用 6%增值税税率。

报告期内，发行人增值税销项税占营业收入的比重分别为 9.69%、10.01%、11.04%及 11.84%，比例虽逐年上升，但上升幅度较小，相对保持稳定。根据上表各年度销项税额测算结果，发行人销项税额与销售收入相匹配，并与当期适用增值税率一致。

根据立信出具的《立信问询函回复》，“按照不同销售税率测算的销项税额与账面记录销项税额无重大差异，销项税额与销售收入之间的勾稽关系正确”。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

四、核查程序及核查意见

（一）核查程序

本所律师履行的主要核查程序如下：

1、获取并查阅发行人境内相关税种缴纳的完税凭证、税收缴纳凭证、企业所得税预缴纳税申报表、企业所得税年度纳税申报表；

2、获取并查阅发行人境外税务咨询机构、境外律师出具的税务报告和法律

意见书，核查发行人及其境外子公司企业所得税税务处理和税收缴纳是否符合税法的相关规定；

3、获取并查阅发行人及其子公司所在地境内主管税务机构出具的税务合规证明；

4、获取并查阅发行人境外间接税的税收缴纳凭证，核查发行人境外间接税缴纳情况；

5、获取并查阅相关资料，了解发行人主要境外销售地间接税缴纳政策；

6、获取并查阅发行人境外咨询机构出具的税务报告以及境外律师出具的法律意见书，了解发行人境外间接税缴纳的合法合规性；

7、获取并查阅发行人各报告期内增值税纳税申报表；

8、获取并查阅发行人免抵退税系统申报表；

9、获取并查阅报告期内发行人采购和报关出口情况；

10、获取并查阅发行人缴纳增值税款和收到出口退税的银行流水和完税凭证。

（二）核查意见

经核查，根据立信出具的《立信问询函回复》，本所认为：

1、发行人报告期内应交所得税、所得税费用与利润总额的勾稽关系合理；

2、根据立信出具的《立信问询函回复》，“根据发行人聘请的税务专家的意见，发行人境外子公司利润分配合理，未发现将主要收益留存在境外以规避缴纳境内企业所得税的情况”；

3、发行人已按照实际税负情况缴纳企业所得税并取得了境内所在地税务主管机构出具的纳税合规证明。此外，根据发行人境外律师出具的法律意见书，发行人未因税务缴纳事由受到境外税务主管机构的行政处罚。综上，发行人企业所得税税务处理及税收缴纳符合税法的相关规定；

4、发行人自营网站存在少缴境外间接税的情况，但并未因相关事项受到主要销售国美国、英国、德国主管税务机构的行政处罚，且发行人控股股东、实际

控制人已承诺将由其承担公司未来被相关机构追缴间接税而产生的损失；

5、发行人 2017 年和 2018 年缴纳和应交境外间接税较低系相关国家或地区尚未正式制订或执行针对跨境电商的间接税缴纳政策，原因合理，相关税务处理及税收缴纳情况符合当地税收法律法规；

6、根据立信出具的《立信问询函回复》，报告期内发行人账面记录应交增值税的变动情况与纳税申报表不存在重大差异；

7、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人增值税进项税与原材料采购、固定资产购置金额配比关系在正常的进项税税率区间内；

8、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人同期出口退税数据与报关出口收入相匹配；

9、根据立信出具的《立信问询函回复》，按照不同销售税率测算的销项税额与账面记录销项税额无重大差异，销项税额与销售收入之间的勾稽关系正确。

第二十四题（《首轮问询函》“38．关于预计负债”）

根据申报资料，报告期各期末，预计负债分别为 2,045.25 万元、1,404.98 万元、2,230.69 万元及 2,345.82 万元，主要为各期末根据不同平台历史退货率合理预估的预计负债金额。

请发行人补充披露：

（1）预计退货损失的计提政策，对比同行业可比公司，说明计提政策是否行业惯例；结合退换货条款的主要内容以及报告期内发生的退换货情况，说明报告期内预计退货损失计提是否充分、审慎、是否符合《企业会计准则》规定。

（2）2017 年未决诉讼的具体事项，包括案件内容、起诉人、索赔金额、案件进展，结合涉诉事项的索偿金额、败诉可能性、案件进展等说明 2017 年就诉讼事项计提预计负债的充分性，是否符合《企业会计准则》规定。

请保荐人、发行人律师、申报会计师核查上述情况，并发表明确意见。

【回复】

一、预计退货损失的计提政策，对比同行业可比公司，说明计提政策是否行业惯例；结合退换货条款的主要内容以及报告期内发生的退换货情况，说明报告期内预计退货损失计提是否充分、审慎、是否符合《企业会计准则》规定。

（一）主要平台退货政策以及发行人预计退货损失的计提政策

平台名称	退货政策	计提政策
Amazon	收货后 30 天内无理由退货	对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；尚处于退货期内的产品根据资产负债表日当月的销售额乘以年平均退货率，冲减当期收入并计提相应的预计负债，期后实际发生上期销售订单的退货时，冲减计提的预计负债。
Wish	收货后 30 天内无理由退货	根据不同平台资产负债表日前历史平均退货期内实现的销售额乘以年平均退货率，冲减当期收入并计提相应的预计负债，期后实际发生上期销售订单的退货时，冲减计提的预计负债。
eBay	eBay 买家可在付款后 1-60 天内发起退换货要求，不同的退换货原因在处理流程和对不良交易率的影响上有所不同。买家保护周期为预计妥投后 30 天内	

平台名称	退货政策	计提政策
Walmart	收货后 14 天内无理由退货	
自营网站	收到货后 15 天内无理由退货	

注 1：历史平均退货期为发行人以商品发货日至商品发起退款日为基础，以退款金额为权重，计算的加权平均退货周期。

注 2：Amazon 平台各报告期历史平均退货期均短于其无理由退货期，出于谨慎性原则，其预计负债计提基数采用无理由退货期内实现的销售额。

注 3：Wish、eBay、Walmart 和自营网站各报告期历史平均退货期均长于其无理由退货期，出于谨慎性原则，其预计负债计提基数采用历史平均退货期内实现的销售额。

（二）同行业可比公司预计退货损失计提政策

公司简称	平台	退货政策	计提政策
安克创新	亚马逊	30 天无理由退货，主要品类 18 个月质保期	对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据该资产负债表日乘以过去 12 个月的月平均退货率并扣除相应成本后计提预计负债，实际发生退货时，再冲减计提的预计负债
	eBay	30 天无理由退货，主要品类 18 个月质保期	
晨北科技	亚马逊	Vendor Central 计划的履约责任在产品交付后即告履行，通常应在交付后 30 至 90 天内付款。Seller Central 计划的履约责任在客户收到产品后即告履行，并且通常在客户在平台上下订单时收到付款。Seller Central 计划为客户提供 30 天以内的退货权，有时可延长至最多 60 天。	（1）退货权 就向客户提供于指定期限内享有退回货物权利的合约而言，采用预期估值法估计将不予以退回的货物，原因为该方法最佳预测本集团将有权享有的可变代价金额。采用香港财务报告准则第 15 号有关限制可变代价估计的规定，以厘定可计入交易价格内的可变代价金额。就预期将予退回的货物而言，退款责任而非收益得以确认。退货权资产（及相应调整销售成本）亦就自客户收回产品的权利确认。 （2）退款责任 退款责任就向客户退回部分或全部已收（或应收）代价的责任予以确认，并按本集团最终预期其须退回予客户的金额计量。本集团于各往绩记录期末更新其对退款责任（及交易价格之相应变动）的估计。
傲基科技	未披露具体方法		
星徽股份	亚马逊	收货后 30 日内无理由退货	对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据该资产负债表日当月的销售额乘以当年平均

公司简称	平台	退货政策	计提政策
			退货率计提相应的预计负债，实际发生退货时，再冲减计提的预计负债。
跨境通	对于附有销售退回条款的销售，本公司在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而与其有权取得的对价金额确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认为预计负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，即应收退货成本，按照所转让商品转让时的账面价值，扣除上述资产成本的净额结转成本。每一资产负债表日，本公司重新估计未来销售退回情况，并对上述资产和负债进行重新计量。		

由上表可知，对于资产负债表日尚处于退货期的产品，安克创新根据资产负债表日当月的销售额乘以年平均退货率再扣除相应成本后计提预计负债；星徽股份对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入，对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据该资产负债表日当月的销售额乘以当年平均退货率计提相应的预计负债。发行人 Amazon 平台预计负债的确认原则与星徽股份一致，与安克创新存在一定差异，安克创新确认了应收退货成本。因发行人销售品类较多，许多商品发生退货时，发行人与消费者沟通之后选择补发货、退全款或者部分退款而非退货处理，出于谨慎性原则，发行人未确认应收退货成本。发行人其他平台按照各平台历史平均退货期内实现销售额乘以年平均退货率预计退货损失，计提政策与行业惯例并不存在重大差异。

（三）报告期预计退货损失计提情况

报告期内各平台年平均退款率如下：

平台名称	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
Amazon	11.18%	10.59%	13.22%	13.72%
Wish	10.21%	24.42%	8.81%	8.36%
eBay	5.15%	3.66%	4.66%	9.20%
Walmart	12.46%	7.48%	4.60%	4.55%
自营网站	2.95%	3.87%	0.82%	1.10%
其他	5.11%	2.47%	6.15%	6.44%

对于销售退回业务，发行人分两种情形进行会计处理：对于当月退回的销售订单，直接冲减销售收入；对于当期未退回但仍处于退货期的销售业务，按照平台退货规则或历史平均退货期内的销售额乘以历史退货率在会计期末冲减当期

收入，并计提相应的预计负债，期后实际发生上期销售订单退货时，冲减预计负债。

根据《企业会计准则》，资产负债表日后进一步确定了资产负债表日前售出资产的收入，需要作为资产负债表日后调整事项进行调整。2018 年末及 2019 年末，发行人按照一贯政策计提了销售退回涉及到的预计负债，根据发行人实际退货金额，发行人调整了 2018 年和 2019 年预计负债的计提金额，与期后实际退货金额保持一致。2020 年末，发行人根据资产负债表日前 Amazon 平台 12 月销售额及其他平台平均退货期内的销售额乘以各平台预计退货率计提预计负债，其中预计退货率为退货金额与销售金额的比例。2020 年末，发行人计提预计负债金额为 4,239.88 万元，截至到 2021 年 4 月末，实际发生退货的金额为 4,032.47 万元，高于期后退款金额；2021 年上半年，期后实际退款金额（2021 年 7-8 月）略高于期末计提的预计负债，主要因为亚马逊将 2021 年度的会员日定在 2021 年 6 月 21 日-6 月 22 日，当期销售较为集中，期后退款率高于平均水平，从全年平均情况看，预期年底会消除这一偶然因素的影响。结合历史期间发行人依据一贯政策计提的预计负债均高于期后实际退款金额，发行人计提的预计负债相对谨慎。

综上，根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人计提的预计负债较为充分、合理，符合《企业会计准则》规定”。

（四）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

二、2017 年未决诉讼的具体事项，包括案件内容、起诉人、索赔金额、案件进展，结合涉诉事项的索偿金额、败诉可能性、案件进展等说明 2017 年就诉讼事项计提预计负债的充分性，是否符合《企业会计准则》规定。

（一）2017 年未决诉讼的具体事项，包括案件内容、起诉人、索赔金额、案件进展

2017 年未决诉讼涉及的事项为儿童玩具产品商标侵权诉讼及 CREE 商标侵

权诉讼，案件相关情况如下：

1、儿童玩具产品商标侵权诉讼

2017 年 1 月，发行人销售一批玩具商品，涉及到指尖猴子产品、智能宠物互动玩具、淘气小宠等系列玩具。后于 2017 年 7 月，WowWee Group Limited 等公司开始陆续接触发行人，针对上述商品的侵权情况进行磋商。公司于 2017 年知悉该侵权纠纷后一直持续谈判，并根据谨慎性原则针对该类玩具涉及到的纠纷可能存在的赔偿情况计提了预计负债。后因为谈判结果未达成一致，于 2017 年 12 月 19 日和 2018 年 1 月 26 日，WowWee Group Limited, WowWee Canada, Inc. 和 WowWee USA, Inc. （以下简称“WowWee”）向美国纽约南区地方法院对赛维网络进口、出口、营销及销售指尖猴子产品（采购供应商为汕头市澄海去芮奇缘玩具厂和深圳市讯达威电子有限公司）的侵权行为提起诉讼（案件编号：1:17-cv-09893（WHP）及 1:18-cv-706（AJN）），于 2018 年 1 月 22 日，Spin Master Ltd 和 Spin Master Inc. （以下简称“Spin Master”）向美国纽约南区地方法院对赛维网络进口、出口、营销及销售 Spin Master 公司 HATCHIMALS 商标产品的侵权行为提起诉讼（案件编号：1: 18-cv-543 （PGG））；于 2018 年 5 月 1 日，William Mark Corporation（以下简称“WMC”）向美国纽约南区地方法院对赛维网络进口、出口、营销及销售 WMC 公司淘气小宠产品的侵权行为提起诉讼（案件编号：1:18-cv-3889（RA））。以上案件均在 2018 年 9 月 11 日达成和解协议，赛维网络就指尖猴子产品商标侵权赔偿 WowWee 公司 40.00 万美元；就 HATCHIMALS 商标产品侵权赔偿 Spin Master 公司 6.00 万美元；就淘气小宠产品商标侵权赔偿 WMC 公司 0.25 万美元。以上儿童玩具产品商标诉讼案件发行人累计赔偿 46.25 万美元，折合人民币 306.96 万元。

2、CREE 商标侵权诉讼

Care, Inc.委托律师事务所 Johnson & Pham, LLP 向美国兰玛特公司负责人陈文平先生发送律师函，告知 Care Inc.注意到香港兰玛特未经授权在 eBay 平台营销并销售假冒 CREE 品牌产品的侵权行为，并于 2017 年 9 月 27 日向美国加州中央区地方法院提起诉讼（案件编号：2: 17-cv-07150-AB-JEM）。Care, Inc.是拥有包括但不限于 CREE 商标照明和半导体产品的独家权利所有人，根据联邦商标侵

权相关法律，Care Inc.请求美国兰玛特提供 CREE 品牌的产品采购、销售具体情况，并就侵犯其知识产权而导致公司遭受的损害进行赔偿。双方于 2018 年 12 月 26 日达成和解协议，美国兰玛特就 CREE 商标侵权赔偿 Care Inc.30.00 万美元，折合人民币 198.20 万元，并于 2018 年 12 月 5 日支付了该赔偿款。

（二）2017 年就诉讼事项计提预计负债的充分性，是否符合《企业会计准则》规定

根据《企业会计准则》规定，与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，应当确认为预计负债：a.该义务是企业承担的现时义务；b.履行该义务很可能导致经济利益流出企业；c.该义务的金额能够可靠地计量。

2017 年末发行人结合后期实际赔偿金额于 2017 年年末计提预计诉讼损失 505.16 万元。

综上，根据立信出具的《立信问询函回复》，“发行人 2017 年就诉讼事项计提预计负债充分、合理，符合《企业会计准则》规定”。

（三）补充披露

经审阅《招股说明书（申报稿）》，发行人已在《招股说明书（申报稿）》就上述内容补充披露。

三、核查程序和核查意见

（一）核查程序

本所履行的主要核查程序如下：

1、了解管理层预计负债计提政策，并结合全年实际退货情况、各平台退货政策，分析关键数据如退货率、退货周期、收入基数等，评价预计负债计提是否充分合理；

2、获取并查阅发行人各报告期实际退货情况统计材料，分平台分析退货原因、退货流程、退货周期；

3、获取立信出具的《IT 审计报告》；

4、获取并查阅各报告期期后实际退货情况统计材料，分析期末预计负债计提是否充分合理；

5、对公司法务人员、业务人员进行访谈，了解上述案件的具体原因，当事人沟通情况以及案件进展情况；访谈发行人律师，并通过网络检索，查看是否存在未披露的诉讼情况；获取并查阅诉讼案件的诉状、和解协议及款项赔偿支付情况，复核 2017 年年末预计负债计提是否充足。

（二）核查意见

经核查，本所认为：

1、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人计提的预计负债较为充分、合理，符合《企业会计准则》规定；

2、根据立信出具的《立信问询函回复》，发行人 2017 年就诉讼事项计提预计负债充分、合理，符合《企业会计准则》规定。

本补充法律意见书正本一式三份。

（以下无正文，下接签章页）

（本页无正文，为《北京市金杜律师事务所关于赛维时代科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市的补充法律意见书（二）》之签章页）

北京市金杜律师事务所　　经办律师：

田维娜

叶 凯

单位负责人：

王 玲

二〇二一年十二月一日