

关于

北京数聚智连科技股份有限公司
首次公开发行股票并在创业板上市
之
上市保荐书

保荐人（主承销商）：瑞信证券（中国）有限公司

办公地址：北京市西城区金融大街甲九号金融街中心南楼 15 层

二〇二一年十二月

声 明

瑞信证券(中国)有限公司(以下简称“瑞信证券”、“保荐机构”、“保荐人”)接受北京数聚智连科技股份有限公司(以下简称“数聚智连”、“公司”或“发行人”)的委托,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”)的保荐机构。

瑞信证券及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》(以下简称“《公司法》”)、《中华人民共和国证券法》(以下简称“《证券法》”)、《创业板首次公开发行股票注册管理办法(试行)》(以下简称“《创业板首发管理办法》”)、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》(以下简称“《上市规则》”)等法律法规和中国证券监督管理委员会(以下简称“中国证监会”)会及深圳证券交易所的有关规定,诚实守信,勤勉尽责,严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书,并保证所出具文件真实、准确、完整。

(本上市保荐书中如无特别说明,相关用语具有与《北京数聚智连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》中相同的含义)

一、发行人概况

(一) 发行人基本情况

发行人中文名称	北京数聚智连科技股份有限公司
发行人英文名称	Beijing Data Intelink Technology Co., Ltd.
股票上市地	深圳证券交易所
注册资本	13,525.9855 万元人民币
法定代表人	熊鲲
董事会秘书	程松岩
注册地址	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 318 室
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 318 室
成立时间	2008-03-26
整体变更股份公司日期	2015-08-24
邮政编码	100015
电话	010-59547588
传真	010-59547374
电子信箱	sjzlzq@intelinkgroup.com
网址	http://www.intelinkgroup.com
本次证券发行类型	首次公开发行股票并在创业板上市
经营范围	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；网上贸易代理；网上商务咨询；销售家用电器、电子产品、机械设备、五金交电、文具用品、计算机、软件及辅助设备、日用品、化妆品、化工产品（不含危险化学品）、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、避孕套、钟表、眼镜、家具、首饰、玩具、工艺品、汽车配件、摩托车配件、仪器仪表、建材、卫生间用具、金属材料、I 类医疗器械；货物进出口；技术进出口；代理进出口；设计、制作、代理、发布广告；市场调查；企业策划；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；创意服务；会议及展览服务；企业管理咨询；投资咨询；投资管理；电脑图文设计；软件开发。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

(二) 主营业务情况

公司是一家以品效营销驱动销售的综合性全链路电子商务运营服务商，通过为国内外知名品牌提供包括品牌电商运营、渠道分销、品效营销等专业、高效、全链路的电商运营及营销服务，协助品牌提升在中国市场知名度及销售业绩，同时为消费者提供良好的购物体验。公司倡导高效的一站式电商服务理念，是连接

品牌、消费者及电商平台的重要桥梁。

公司主营业务分为品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销三大板块。

1、品牌电商运营服务

品牌电商运营服务指公司经品牌方或其授权代理商授权，在天猫、京东等第三方电商平台通过品牌店铺开展运营业务。公司的品牌电商运营服务分为线上零售业务及品牌代运营业务。

在线上零售业务模式下，公司与品牌方或其授权代理商签订合作协议，以买断方式向品牌方或其授权代理商采购货品，经品牌方授权后，通过开设官方旗舰店或专卖店等店铺入驻天猫、京东等第三方电商平台进行货品销售，店铺所有权属于公司。在此业务模式下，公司自主负责货品规划与采购、店铺设计与开设、运营方案执行、客户服务、消费者分析与运营、仓储物流、库存管理等全运营流程。

在品牌代运营业务模式下，公司不负责货品的采购，由品牌方或其授权代理商在第三方电商平台开设店铺，公司根据与品牌方或其授权代理商签订的协议运营其店铺，店铺所有权属于品牌方或其授权代理商。在品牌代运营过程中，公司可根据客户需求，提供店铺设计、运营方案执行、客户服务、消费者分析与运营、仓储物流、库存管理等单项或组合服务。

2、渠道分销

渠道分销业务是指公司基于品牌方或其授权代理商的分销授权认可，向其采购货品后，将货品售卖给天猫超市、京东自营、唯品会、考拉等第三方电商平台或其他分销商，由第三方平台或分销商再对外进行销售。公司的分销业务包括 B2B 及 B2B2C 两种模式。在 B2B 模式下，公司仅向电商平台或分销商销售货品，不向其提供其他运营支持服务；在 B2B2C 模式下，公司除向客户销售货品外，还向其提供例如店铺设计、店铺运营、客户服务等不同组合的增值运营支持服务，采用 B2B2C 模式的客户主要为京东自营、天猫超市等第三方电商平台。

3、品效营销

公司品效营销业务将“品牌营销”与“产品销售”相结合，以品牌增长为核

心，旨在帮助品牌实现销售提升。围绕客户的营销需求，公司利用自身对于行业及市场趋势的理解与经验，协助品牌明确品牌定位及市场策略，针对性塑造品牌形象，通过打通品牌公域、私域流量以及开展有效的消费者人群管理，促进品牌消费者吸引与沉淀，实现消费者增长。同时，公司通过全域整合营销、线下活动开展、新零售等多种方式精准触达消费者，在塑造与提升品牌形象、推动品牌在目标消费者中渗透的同时，实现店铺和产品的引流，最终完成由流量到销售的转化。

在品效营销服务过程中，公司根据客户需求，为客户提供包括整体品效营销方案策划、创意内容设计、素材创作、媒介采买与投放、直播推广、营销活动执行等单项或组合服务。

（三）核心技术及研发水平情况

1、公司核心技术情况

截至本上市保荐书签署日，公司拥有的主要核心技术情况如下：

序号	技术名称	技术来源	产品应用和贡献	专利及其他技术保护措施
1	订单对账技术	自主研发	经销店铺订单追踪与成本核算	软著登记号： 2020SR1791594、 2020SR1791632、 2020SR1791641、 2020SR1791709、 2020SR1791710、 2020SR1791695、 2021SR1500537
2	反刷单预警技术	自主研发	通过订单数据分析研判自有店铺交易真实性，用于内控	非专利技术
3	自动化运营技术	自主研发	电商自动化运营自动工具，管理商品素材、价格、库存等	非专利技术
4	跨平台电商订单对接与代发技术	自主研发	用于不同电商平台直接的订单对接与转换，如抖音小店订单接入京东平台店铺	软著登记号： 2021SR1500551
5	社交化营销技术	自主研发	社交化营销平台，打造用于微信、微博等传播的 H5 或小程序	软 著 登 记 号： 2019SR1246237、 2019SR1246267
6	消费者全链路追踪与运营技术	自主研发	通过各平台数据监控，评估品牌营销效果，制定精细化品牌人群运营策略与执行落地，帮助品牌更好地提升人	非专利技术

序号	技术名称	技术来源	产品应用和贡献	专利及其他技术保护措施
			群资产，最终完成销量突破	

作为电子商务产业重要组成，电子商务服务商通常以提升自身运营及管理效率为导向，围绕店铺运营、消费者触达及转化、消费者管理、内控管理等方面的运营需求构建自身业务运营数字化支撑体系，从而促进整体运营效果达成。目前公司基于上述核心技术搭建了自身业务运营数字化支撑体系“数聚 BI”技术架构，并分为“聚宝盆”内控财务技术体系、“聚能盾”自动化运营技术体系及“聚数塔”多场景触达技术体系三部分。公司致力于通过不断技术创新，提高自身运营管理效率，从而为品牌合作伙伴提供更加高效的全渠道解决方案，实现公司与品牌方的协同发展。公司相关核心技术作为业务运营数字化支撑体系的主要组成部分，主要系为公司整体运营业务开展提供技术辅助支持，具有一定行业通用性特征，相关技术体系及技术情况如下：

(1) “聚宝盆”内控与财务技术体系

“聚宝盆”内控与财务技术体系，主要由公司自主研发的订单对账技术、反刷单预警技术等数字化技术组合而成，通过结合财务 ERP 并搭建订单对账、反刷单预警等系统功能板块，对财务结算分析、订单对账、效果分析进行统一管理，可实现财务核算、存货核算、资产管理、订单对账管理及差异追踪、精细核算、订单异常追踪等功能。“聚宝盆”内控与财务技术体系的应用，有助于公司提高经营分析的准确度与精确度，并可对潜在风险进行及时预警，提高公司业务管理的智能化水平，进而为公司业务经营决策提供有力支撑，促进公司业务发展。

① 订单对账技术

公司为进一步推进零售数字化，提高电商运营效率，凭借在电商运营领域多年积累的丰富运营经验，自主研发了订单对账技术，通过设计订单全链路模型，将原本分散在电商平台、发货系统、财务系统等板块的零散信息进行收集整理，按照一定规则匹配出以订单时间线角度呈现的运营行为及货款明细，将订单金额进一步拆解，核算到更细的 SKU 粒度，提高成本核算精细度，提高电商运营效率。通过该技术生成的可视化订单全链路模型，可从端到端的角度审查如下单时

间、发货商品明细、退货状态、回款情况等订单明细。公司基于订单对账技术开发了电商平台支付信息收集系统、电商平台订单收集系统、订单付款与回款追踪处理系统、订单发货信息收集系统、订单全链路信息处理系统、订单差异分析及校正系统、跨境电商订单结算系统，并取得了相应软件著作权，通过相关软件系统的应用可实现品牌电商运营服务业务订单信息一体化处理，更加明晰地掌握运营信息，提高财务核算精细度，提升订单运营服务效率，优化客户购物体验及满意度，进一步提升公司精细化运营水平，提高公司自身竞争力。

②反刷单预警技术

公司自主研发了反刷单预警技术，在订单大数据分析技术基础上，实时追踪各业务订单情况，在线上零售业务中通过分析下单账号、收货地址、下单频次等特征判断业务异常动态，并适时触发内控警报。通过该技术应用公司可及时筛选异常订单，完善业务内控体系，有效提高业务管理效率。

(2)“聚能盾”自动化运营技术体系

“聚能盾”自动化运营技术体系，主要由公司自主研发的自动化运营技术、跨平台电商订单对接与代发技术等数字化技术组合而成，通过整合业界领先的OMS和WMS系统，并搭建自动化处理模块，实现商品信息自动化管理（如自动上下架、促销活动发布等）、订单服务及供应链支持等自动化流程，对订单进行自动化高效处理。“聚能盾”自动化运营技术体系的应用，可有效优化公司运营管理流程，提升订单履行效率，提高公司智能化运营管理能力与效率。

①自动化运营技术

公司基于对电商业务的丰富经验及业务运营需求特点，开发自动化运营技术，依托OMS系统，并结合公司自研的商品信息管理模块，可实现订单自动流水线处理、商品信息统一管理与发布及仓储物流自动化对接，利用需求驱动商业预测和库存管理，实现渠道、客户和物流等供应链管理动态优化和全程效能提升，在采购、库存仓储、物流等各方面实现精细化管理，提高运营工作效率。通过该技术应用可进一步提升公司自动化运营水平，简化运营操作流程，提高运营人效。

②跨平台电商订单对接与代发技术

近年来新媒体渠道的崛起，为电商运营行业带来了新的变化。公司自主研发的跨平台电商订单对接与代发技术，可将新媒体渠道与电商平台有效对接，通过从新媒体向电商平台店铺有效引流，促进店铺销量提升，提升品牌满意度。公司基于该技术开发了跨平台订单对接系统，可通过京东开普勒云交易与抖音小店的对接，将抖音小店的直播带货订单导入京东电商平台，实现跨平台的订单高效对接，公司可实现订单在两端平台运行状态的有效管理，帮助品牌利用新兴平台的流量增加旗舰店销售。

(3)“聚数塔”多场景触达技术体系

“聚数塔”多场景触达技术体系，主要由公司自主研发的社交化营销技术、消费者全链路追踪与运营技术等数字化技术组合而成。公司基于相关技术应用，帮助客户搭建自有品牌商城、开发社交媒体传播工具，并将其与电商平台、微信、抖音等新媒体渠道相对接，全方位连接品牌与消费者密切触点。“聚数塔”多场景触达技术体系的应用，可实现对消费者的多场景触达，有效获取站内站外流量和粉丝沉淀，拓展消费者获取渠道。

①社交化营销技术

品效营销往往要求创意快速落地并广泛传播，因此需要有灵活和高效的技术支持。公司凭借多年在品效营销领域的丰富经验，结合品效营销业务的特点和社交化营销技术的优势，快速迭代开发易复用的社交传播工具，并开发了微信互动营销小程序生成系统、互动营销知识竞答平台等软件。通过自主研发的社交化营销技术，全方位连接与消费者密切相关的触点，实现对消费者的多场景触达，可有效获取站内站外流量，提升品牌和产品知名度。经过多年的信息化建设，公司可通过所运营店铺及时获取品牌商品市场销售情况的一手数据，如不同品牌及货品消费者群体特征、不同推广销售方式的市场效果等各运营渠道产品推广及销售的多维数据。公司基于相关数据，可为品牌制定有针对性的推广营销策略，促进提升品牌运营效率和效果。通过该技术应用公司可以根据品效营销项目的特点及定制化需求，实现快速反应，提供进一步拓展消费者触达路径，提升推广效率，进而促进营销效果及销售达成。

②消费者全链路追踪与运营技术

公司通过自研算法将品牌 GMV 目标反向推算出人群资产目标，同时再根据品牌现有人群资产正向推算 GMV 可达成值，通过正向与反向双重推算，可将品牌的 GMV 缺口值转化为人群资产缺口值进行精准销售评估，完成销售目标到人群资产目标的互通。销售目标与人群资产目标达成互通后，基于对消费者数据的挖掘和洞察，总结消费者特征，提炼消费者需求并定制人群分层精细化运营方案，实现人群流转提升和人群资产提升。最后，通过各平台数据监控，结合自研算法，以人群资产的形式评估品牌在全域的营销效果，完成营销监控并持续优化，实现人群运营全链路闭环。通过该技术应用公司可有效评估品牌营销效果，细化消费者人群运营策略精细度并提高执行效率，进而提升品牌人群资产价值，促进消费者转化及销售达成。

2、正在从事的研发项目

截至本上市保荐书签署日，公司正在从事的研发项目情况如下：

项目	拟达到的目标	所处阶段及进展	人员	相关研发项目与行业技术水平的比较
店铺情报系统	建设店铺综合情报系统，从商品、客流、交易、售后等多角度分析运营效果。	产品设计阶段	技术中心人员	通过海量数据挖掘的技术，实现店铺全方位的运营效果分析诊断能力，为业务部门提供更有价值的信息，以满足更灵活的业务要求。
聚宝盆对账系统	1、对接天猫、京东等主要电商平台，实现多平台订单自动化核算。 2、可视化报表及业务预警功能。	产品开发阶段	技术中心人员	具有业务、财务双重对账技术，可实现异常动向的报告和预警，提高 SKU 核算精细度。
可视化报表系统	搭建适用于聚宝盆、聚能盾的可视化报表系统，并建立统一数据分析入口。	产品调研和设计阶段	技术中心人员	搭建灵活、简单、高效的可视化信息查询系统，提高信息查询效率。
ERP 升级	1、更全面的信息化集成，包括银企直连、OMS 对接等。 2、提高易用性和工作效率。	产品开发阶段	技术中心人员	建立完善的 ERP 系统，实现财务、业务系统高度集成、系统联查及线上线下业务联动，有效提高公司整体业务协同效率。

3、研发投入情况

报告期内，公司合并口径的研发投入情况如下表所示：

单位：万元

项目	2021年1-6月	2020年度	2019年度	2018年度
研发投入	198.76	344.06	404.12	520.89
营业收入	73,954.48	147,329.66	107,994.68	83,226.48
所占比例	0.27%	0.23%	0.37%	0.63%

(四) 主要经营和财务数据及指标

主要财务指标	2021年6月30日/2021年1-6月	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度	2018年12月31日/2018年度
资产总额(万元)	81,649.80	78,166.67	61,980.99	53,236.42
归属于母公司所有者权益(万元)	62,346.29	58,296.06	40,574.78	35,540.09
资产负债率(母公司)(%)	23.77	22.66	28.08	17.62
营业收入(万元)	73,954.48	147,329.66	107,994.68	83,226.48
净利润(万元)	4,086.75	9,338.74	4,272.17	1,005.95
归属于母公司所有者的净利润(万元)	4,086.75	9,338.74	4,272.17	1,005.95
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润(万元)	3,967.92	8,740.95	4,450.79	2,493.09
基本每股收益(元)	0.30	0.73	0.34	0.08
稀释每股收益(元)	0.30	0.73	0.34	0.08
加权平均净资产收益率(%)	6.77	19.53	11.33	3.03
经营活动产生的现金流量净额(万元)	-8,747.52	1,695.30	-5,489.82	6,435.00
现金分红(万元)	-	-	-	-
研发投入占营业收入的比例(%)	0.27	0.23%	0.37%	0.63%

（五）发行人存在的主要风险

1、创新风险

得益于现代科技和互联网的高速发展，电子商务行业持续保持增长态势。为保持自身竞争优势，行业从业者不断探索新的技术手段、市场业态及运营模式，并尝试将传统产业与电商进行有效融合，激发新的业绩增长点。如果未来公司在市场竞争中不能及时、准确把握行业技术、业态及模式的发展趋势进行创新，或自身开展的创新内容无法获得市场认可，将对公司未来的市场竞争力及持续经营能力产生不利影响。

2、技术风险

作为综合性全链路电子商务运营服务商，公司十分重视技术创新能力，目前公司通过自主搭建的“数聚 BI”技术架构，利用“聚数塔”多场景触达技术体系、“聚能盾”自动化运营技术体系及“聚宝盆”内控财务技术体系为公司业务发展技术赋能，并持续加强技术系统建设升级的研发投入。随着移动互联网、大数据、云计算等互联网信息技术的不断发展，对电子商务运营系统的要求也日趋复杂化、精细化，公司需要不断进行技术研发和升级，以保持业务核心竞争力和优势地位。如果公司未来不能准确把握行业技术的发展趋势，不能持续保持公司技术系统的适应性与先进性，将可能面临现有技术被迭代的风险，从而对公司的经营业绩、财务状况产生不利影响。

3、经营风险

（1）品牌授权及拓展风险

报告期内，公司为国内外知名品牌提供包括品牌电商运营、渠道分销及品效营销等专业、高效、全链路的电商运营及营销服务，协助品牌提升在中国市场知名度及销售目标。凭借优质的服务质量与销售达成能力，公司与母婴营养、消费电子、美妆快消等领域众多品牌方保持着良好的业务合作关系，品牌授权稳定性较好。但由于电商服务行业发展迅速，市场竞争激烈，如果未来公司服务不能满足品牌方的要求，或公司无法提供优于其他竞争对手的运营方案、销售成果或营销效果，亦或品牌方自主开展相关电商运营业务，使得公司无法持

续稳定地获得品牌方授权，将导致公司面临品牌流失、经营业绩下滑、盈利能力下降的风险。

（2）电商平台依赖风险

近年来随着网络购物兴起，各类电商平台发展迅速，其中以淘宝、天猫、京东等为代表的头部平台建立了明显的竞争优势。基于该现状，我国众多电子商务服务商都生存在头部主流平台生态链内，并与其共同构成了相互依赖、协同发展的行业生态格局。报告期内，公司主要依托各大主流电商平台开展线上零售及代运营业务，并与各平台建立了较为稳定的合作关系。若未来相关平台变更店铺运营政策或提高平台服务费率，将可能导致公司运营成本增加，从而对公司经营业绩产生不利影响。

（3）行业竞争加剧风险

近年来随着我国电子商务规模的快速增长，品牌方对于专业电商综合服务的需求量也显著升高，行业从业者数量随之增加，从而导致行业竞争日益激烈。虽然公司已在电商服务领域深耕多年，建立了一定竞争优势，但随着行业的快速发展及竞争日趋激烈，公司面临着行业竞争加剧的压力。如果公司不能准确把握电商行业的发展趋势并及时有效地应对市场竞争，竞争优势将可能被削弱，将对公司未来的市场竞争力及经营业绩产生不利影响。

（4）宏观经济波动风险

电子商务发展依托于我国国民经济体系的稳定、健康、持续发展。近年来，我国大力支持培育经济新业态、新模式，得益于数字经济的不断壮大以及国内消费升级浪潮，作为电子商务发展源动力的品牌厂商销售需求与终端消费者购买需求持续提升，促进电子商务业迅速发展。若未来因宏观经济波动导致经济下行压力增大或国际、国内贸易环境缩紧，将可能抑制消费者购买需求或使品牌厂商减少销售推广费用，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（5）品牌方及其产品市场表现变动风险

报告期内，公司专注于母婴营养、消费电子、美妆快消等领域，长期服务相关领域的全球知名品牌。而对于母婴营养、消费电子、美妆快消等产品，用户对

相关产品品牌的认可和信赖程度会在很大程度上影响其消费选择，进而影响产品销售业绩。若公司合作品牌出现品牌形象受损、产品口碑下滑或产品质量问题等情况，可能导致该品牌产品销量下降，进而对公司的经营业绩造成不利影响。

（6）行业法规及产业政策风险

电子商务业属于国家支持行业，近年来我国相关部门制订了一系列支持推动行业发展的法律法规和政策文件。随着《电商法》、《网络交易监督管理办法》等规范法规的发布，进一步明确了电子商务运营秩序，标志着我国电子商务进一步走向规范发展。未来随着相关监管部门对电子商务行业的监管力度持续增强，行业的准入门槛和监管标准可能会有所提高，如果未来我国政府部门对电子商务相关政策法规进行较大修改或更新，使得行业政策导向发行较大变化，则将可能影响行业运营模式，进而对公司业务发展带来一定不确定性，影响公司经营业绩。

（7）人力资源风险

随着电商服务领域竞争日趋激烈，以及公司主营业务的进一步扩展，为持续保持自身竞争优势，公司对于创意设计、电商运营、营销推广及公司管理等多方面的高端人才需求也随之增加。本次公开发行后，公司的业务规模有望进一步提升，公司亟需及时补充各类人才。如果未来公司的核心人员出现流失，或者公司不能继续吸引行业专业人才加入，则可能对公司竞争优势、行业地位及盈利能力等造成不利影响。

（8）业绩波动风险

2018年、2019年、2020年、**2021年1-6月**公司营业收入分别为83,226.48万元、107,994.68万元、147,329.66万元、**73,954.48万元**，净利润分别为1,005.95万元、4,272.17万元、9,338.74万元、**4,086.75万元**，公司业绩实现了快速增长。未来随着市场竞争加剧及电商业态变化，若公司的经营管理、业务开拓等方面出现重大不利变化或滞后于行业发展状况，将可能导致其营业收入产生较大波动，进而导致经营业绩波动风险。

（9）经营场所租赁的风险

公司采用轻资产模式运行，资产规模较小。公司一直致力于将有限的资金投

入到业务开拓、商务运营及技术系统开发及优化等领域，截至本上市保荐书签署日，公司的主要经营场所均通过租赁方式取得，若未来出现租赁合同到期不能续约或者出租方提前终止协议，而公司未能及时取得合适的替代租赁场地，将对公司的经营造成不利影响。

（10）渠道分销业务被替代的风险

在渠道分销业务中，公司与品牌方或其授权代理商签署采购协议，向其采购商品，并在采购后将商品售卖给第三方电商平台或其他分销商，该模式具有商业合理性与行业普遍性。报告期内，公司与渠道分销业务主要品牌方或其授权代理商保持了良好合作关系。但若未来公司无法保持在渠道分销业务中的竞争优势，品牌方将有可能自行开展或由其他第三方替代公司开展该品牌渠道分销业务，届时将对公司的经营业绩及市场地位造成不利影响。

（11）营销模式变化的风险

近年来随着我国电子商务行业的高速发展，以及5G等新技术进一步推广以及各类新媒体渠道的涌现，消费者需求的差异化及精细化特征愈发明显，推动了电商营销体系的不断完善，促使直播、网红营销等新营销模式出现，电商营销模式愈发多元化。若公司无法积极有效地面对并适应诸如此类的电商营销模式变化，将影响公司对于品牌商品有效曝光及销量提升的实现，从而对公司的运营能力及经营业绩产生不利影响。

4、财务风险

（1）存货跌价风险

2018年末、2019年末、2020年末及**2021年6月末**，公司的存货账面价值分别为15,821.37万元、18,903.72万元、20,511.17万元及**24,669.49万元**，占当期末总资产的比例分别为29.72%、30.50%、26.24%及**30.21%**，占比较高。公司存货主要系线上零售业务及分销业务的商品备货。随着公司业务规模的增长，预计未来期末存货余额亦会有所增长。若未来市场环境出现重大不利变化或其他原因导致存货过期、滞销或发生损毁，公司存货将面临产生跌价损失的风险，从而影响公司的经营业绩和财务状况。

（2）应收款项回收风险

2018年末、2019年末、2020年末及**2021年6月末**，公司应收账款账面价值分别为8,934.60万元、11,320.41万元、12,029.00万元及**12,805.41万元**，其他应收款账面价值分别为13,347.31万元、16,587.33万元、22,852.31万元及**19,979.72万元**，两者合计占总资产的比例分别为41.85%、45.03%、44.62%及**40.15%**，占比较大。未来随着公司业务规模进一步扩大，应收款项可能进一步增加。较大的应收款项占用了公司较多资金，未来公司如果不能持续有效控制应收款项规模并及时收回账款，将可能使公司面临一定的坏账损失风险，并对公司的资金周转和经营业绩造成不利影响。

（3）返利对公司经营业绩影响的风险

为促进品牌产品销售，部分品牌方或授权代理商会与公司约定相关返利条款，**一般通过货物或现金形式支付、或直接抵偿货款**。若未来品牌方变更返利比例等政策条件，或公司采购额、销售额减少，或其他因素导致公司可获得的返利无法收回，都将降低公司获得返利金额，进而对公司业绩产生不利影响。

（4）公司业绩季节性波动的风险

受电商行业“618”、“双11”、“双12”等大促节点影响，公司销售业绩在大促月会有明显提升，经营业绩呈现较明显的季节性波动特征。业绩季节性波动对公司融资能力和资金管理能力提出了较高的要求，同时也造成了公司各类财务指标在年度不同阶段出现波动情况。如果公司在资金使用、融资安排等方面不能有效地应对这种季节性波动特征，则可能对公司的经营活动带来一定的负面影响。

（5）人力成本上涨的风险

人力成本是公司成本和费用的重要组成部分，随着国内物价水平的持续上涨，公司员工工资、福利及相关费用也呈现上涨趋势，公司面临营业成本及费用上升的压力。如果公司未能有效控制人力成本、提高主营业务的收入水平，或将人力成本有效转嫁，则公司将面临盈利能力下降的风险。

（6）资产减值风险

截至**2021年6月30日**，公司商誉占总资产比例为**4.68%**，其他非流动金融

资产占总资产比例为 2.61%。公司每年均对相应资产进行减值测试，商誉和相关投资在报告期内并未出现减值的迹象，但如果被并购或对外投资的公司未来经营状况未达预期，则可能产生资产减值的风险，从而对公司当期损益造成不利影响。

(7) 因预收款项（合同负债）无法覆盖已支出成本导致项目亏损的风险

公司存在以预收款项和合同负债结算的服务项目。报告期内，未发生因预收款项（合同负债）无法覆盖已支出成本导致项目亏损的情形；如果后续客户需求变更或项目取消，将导致公司出现项目亏损风险，对公司现金流产生一定不利影响。

5、内控风险

(1) 规模扩张带来的管理风险

近年来公司经营规模不断扩大，组织架构和管理体系日益复杂，公司在经营决策、运作管理和风险控制等方面的难度也将增加，因此公司不断调整和优化公司组织架构与内部控制体系。本次公开发行后，公司的资产规模将进一步扩大，从业人员也将会进一步扩充，在资源整合、运营管理、业务开拓等方面将对公司的管理水平提出较高的要求。如果公司管理层的管理理念及管理水平不能及时适应公司规模迅速扩张的需要，或公司组织机构和管理制度未能随着公司业务规模的扩大而及时进行调整、完善，将影响公司的经营管理效率，进而产生一定的管理风险，给公司的经营和进一步发展带来不利影响。

(2) 控股股东控制不当的风险

公司控股股东、实际控制人熊鲲合计控制发行人 3,577.60 万股股份，占公司总股本的 26.45%。以本次发行 4,509.00 万股测算，本次发行后，熊鲲合计控制公司股份比例降至 19.84%，仍为公司的控股股东、实际控制人。公司控股股东、实际控制人有可能通过股东大会和董事会对公司的重大经营决策以及业务、管理、人事安排等方面施加控制和影响，从而形成相关决策有利于控股股东、实际控制人，但有可能损害公司及其他股东利益的情形，提请投资者关注该风险。

6、法律风险

(1) 广告合规法律风险

随着电商平台的快速发展以及新兴社交媒体与直播、短视频平台的快速崛起，电商推广渠道越发丰富多样化。在媒介渠道丰富的同时，对于互联网营销广告的监管政策也越发规范、严格。互联网广告合规性涉及消费者知情权、知识产权侵权、不正当竞争、消费者权益保护等多个领域，当前相关监管政策也不断出台更新，未来若公司在广告宣传中行为不当，将可能面临被处罚风险，进而给公司的经济和名誉带来不利影响。

(2) 信息安全和数据合规法律风险

公司在开展业务中会接触到部分用户个人信息及其他电商平台相关数据。2021年9月生效的《数据安全法》和2021年11月生效的《个人信息保护法》等相关法律法规及行业规范规定了个人信息收集使用的基本原则、个人信息控制者的合规义务以及个人信息主体的权利保护、数据的收集、存储、使用、加工、提供、公开等内容，强化了违反数据安全、个人信息保护的法律责任。为保证用户个人信息及其他电商平台相关数据安全，公司制定了较完善的信息系统管理规章，并通过权限设置及软硬件等多重措施保障相关用户或电商平台相关数据的安全。报告期内，发行人不存在与数据使用相关的争议纠纷，不存在因违反数据保护相关中国法律而受到行政处罚的情形；如果公司未来无法严格遵守上述相关法律法规及行业规范，则可能面临涉及违反法律法规、行业规范并受到相关处罚的风险。

7、发行失败风险

本次拟公开发行人民币普通股不超过4,509.00万股，发行股票的种类为每股面值人民币1.00元境内上市人民币普通股（A股）。公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市，发行结果将受到公开发行时国内外宏观经济环境、证券市场整体情况、投资者对公司股票发行价格的认可程度及股价未来趋势判断等多种内、外部因素的影响，可能存在应认购不足导致的发行失败的风险。

8、募投项目相关风险

(1) 募投项目实施的风险

本次募投项目的组织实施与国家产业政策、行业监管制度、电商平台规则、

行业竞争情况、公司管理及人才等因素密切相关，上述因素的变动都可能直接或间接影响项目的实施效果与经济效益。若在募投项目组织实施过程中，相关影响因素发生不利变化，则可能存在募投项目实施进度或效果收益达不到预期的风险，进而影响公司的盈利水平。

(2) 净资产收益率下降的风险

报告期各期内，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 7.52%、11.80%、18.28%、**6.58%**。本次发行完成后，公司股本及净资产规模较发行前将大幅增加。由于本次募集资金投资项目建设及建成后充分发挥运营效率仍需要一定的时间，因此公司存在因净利润无法与净资产同步增长而导致净资产收益率下降的风险。

二、申请上市股票的发行情况

股票种类	人民币普通股（A 股）
每股面值	人民币 1.00 元
发行股数	不超过 45,090,000 股（不涉及老股转让），占发行后总股本的比例不低于 25%
发行后总股本	不超过 180,349,855 股
每股发行价格	人民币【】元
发行方式	本次发行采取网下向询价对象询价配售和网上向社会公众投资者定价发行相结合的发行方式，或中国证监会或深圳证券交易所认可的其他方式（包括但不限于向战略投资者配售股票）
发行对象	符合资格的询价对象、在深圳证券交易所开立创业板账户且符合创业板投资条件的投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）和除询价对象外符合规定的配售对象或中国证监会、深圳证券交易所规定的其他对象
承销方式	余额包销
拟上市地点	深圳证券交易所创业板

三、本次发行的保荐代表人、协办人及项目组其他成员情况

(一) 项目保荐代表人保荐业务主要执业情况

郭宇辉：保荐代表人，注册会计师，硕士学历，曾主持及参与世纪瑞尔 A 股 IPO、顺网科技 A 股 IPO、渤海渡轮 A 股 IPO、方正证券 A 股 IPO、中国石油 A 股 IPO、中国中铁 A 股及 H 股 IPO、美特斯邦威 A 股 IPO、华夏银行定向增

发、兴业银行配股、工商银行配股及可转债、交通银行配股、上海电气定向增发及可转债、中金黄金定向增发、兴业银行定向增发及优先股、中国石化可转债、宝钢集团 40 亿元可交换债、东方电气可转债、农业银行优先股、中航投资定向增发、中国平安 260 亿可转债等项目。

毛绍萌：保荐代表人，注册会计师，硕士学历，曾主持及参与希望教育并购项目、紫光国微并购重组、国投电力配股、蓝色光标并购重组、华联股份非公开发行、惠而浦收购合肥三洋、哈尔斯非公开发行等项目。

（二）项目协办人保荐业务主要执业情况

赵鹏：硕士学历，曾参与海南海药非公开发行、梅泰诺发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金、万达信息公开发行可转换公司债、东旭蓝天非公开发行、东旭光电发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金、新兴际华医药控股有限公司收购海南海药控制权、捷昌驱动非公开发行等项目。

（三）项目组其他人员情况

本次证券发行项目组其他成员包括关晓凡、宋亚峰、田牧卿、戴维。

四、保荐机构与发行人关联关系，是否存在可能影响公正履行保荐职责情形的说明

根据深交所创业板上市审核中心发布的《关于股东信息核查中“最终持有人”的理解与适用》、《关于进一步规范股东穿透核查的通知》，保荐机构对发行人的股东进行了穿透核查。根据穿透核查结果计算，本次发行的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员不存在直接或间接持有发行人股份数量 10 万股以上或持股比例 0.01%以上的情形。

截至本上市保荐书签署日，保荐机构及相关方不存在以下情形：

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）保荐人的保荐代表人及其配偶、董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况；

（四）保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系。

五、保荐机构承诺事项

保荐机构已按照法律、法规和中国证监会、深圳证券交易所的规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

本保荐机构同意推荐发行人本次证券发行上市，并据此出具本上市保荐书，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

本保荐机构通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，作出如下承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

（二）有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

（三）有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料中表达意见的依据充分合理；

（四）有充分理由确信申请文件的信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异；

（五）保证所指定的保荐代表人及保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

(七)保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范；

(八)自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施；

(九)中国证监会规定的其他事项；

(十)自愿接受深交所的自律监管；

(十一)若因保荐机构为发行人本次公开发行制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者损失。

六、发行人就本次证券发行上市履行的决策程序

公司已召开第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议、2020 年年度股东大会，审议通过了关于公司首次公开发行股票并在创业板上市的相关议案。

综上，本保荐机构认为，发行人本次公开发行股票并在创业板上市已获得了必要的批准和授权，履行了必要的决策程序，决策程序合法有效。

七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明

保荐人对发行人本次发行是否符合《上市规则》规定的上市条件进行了尽职调查和审慎核查，核查结论如下：

发行人符合《上市规则》第 2.1.1 条的规定：

(一) 符合中国证监会规定的发行条件

1、发行人符合《创业板首发管理办法》第十条规定

保荐机构查阅了发行人的工商档案、营业执照、相关审计报告、公司内控制度、公司章程及三会文件等资料。经核查，发行人前身博思瀚扬成立于 2008 年 3 月 26 日，并于 2015 年 8 月 24 日按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司。发行人依法设立，且持续经营三年以上。发行人已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，具备健全且运行良好的组织机构，

相关机构和人员能够依法履行职责。

综上，保荐机构认为，发行人符合《创业板首发管理办法》第十条的规定。

2、发行人符合《创业板首发管理办法》第十一条规定

保荐机构查阅了发行人的相关财务管理制度、内控制度、发行人会计师出具的《审计报告》、《内部控制鉴证报告》等文件资料。经核查，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，最近三年一期财务会计报告已由致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留意见的《审计报告》。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，并由致同会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留结论的《内部控制鉴证报告》。

综上，保荐机构认为，发行人符合《创业板首发管理办法》第十一条的规定。

3、发行人符合《创业板首发管理办法》第十二条规定

保荐机构查阅了发行人的产权证、重要业务合同、三会文件、发行人会计师出具的《审计报告》、董监高调查表、企业信用报告等文件资料。经核查，发行人资产完整，业务及人员、财务、机构独立，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易。发行人主营业务、控制权、管理团队稳定，最近2年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近2年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。发行人不存在主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。发行人业务完整，具有直接面向市场独立持续经营的能力。

综上，保荐机构认为，发行人符合《创业板首发管理办法》第十二条的规

定。

4、发行人符合《创业板首发管理办法》第十三条规定

保荐机构查阅了发行人营业执照、重要业务合同、行业相关政策法规文件、发行人相关人员无违法犯罪记录证明等文件资料，并公开检索了中国证监会行政处罚公开信息。经核查，发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。最近3年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。发行人董事、监事和高级管理人员不存在最近3年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论等情形。

综上，保荐机构认为，发行人符合《创业板首发管理办法》第十三条的规定。

综上，保荐机构认为，发行人符合《创业板首发管理办法》规定的发行条件。

（二）发行后股本总额不低于人民币 3,000 万元

保荐机构查阅了发行人营业执照、公司章程、审议本次发行的董事会、股东大会决议等文件资料。经核查，发行人本次发行前股本总额为 13,525.9855 万元，本次拟发行股份不超过 4,509 万股，发行后股本总额不低于人民币 3,000 万元。

（三）公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上；公司股本总额超过人民币 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上

保荐机构查阅了发行人营业执照、公司章程、审议本次发行的董事会、股东大会决议等文件资料。经核查，公司本次拟发行股份不超过 4,509 万股，且占发行后总股本比例不低于 25%。

（四）市值及财务指标符合上市规则规定的标准

保荐机构查阅了发行人会计师出具的审计报告，经核查，发行人 2019 年、2020 年净利润（以扣除非经常性损益前后归属于母公司所有者的净利润孰低为依据）均为正，且累计净利润不低于 5,000 万，符合《上市规则》规定的“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万”的上市标准。

（五）深圳证券交易所规定的其他上市条件。

发行人不是红筹企业，不存在表决权差异安排，发行人符合深圳证券交易所规定的其他上市条件。

综上，经核查，保荐机构认为发行人符合《上市规则》规定的上市条件。

八、关于发行人证券上市后持续督导工作的具体安排

事项	计划安排
（一）持续督导期	证券上市当年剩余时间及其后3个完整会计年度
（二）持续督导事项	
1、督导发行人有效执行并完善防止主要股东、其他关联方违规占用发行人资源的制度	（1）督导发行人有效执行并完善防止控股股东、实际控制人、其他关联方违规占用发行人资源的制度；（2）与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况。
2、督导发行人有效执行并完善防止其高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内部控制制度	（1）督导发行人有效执行并完善防止高级管理人员利用职务之便损害发行人利益的内部控制制度；（2）与发行人建立经常性沟通机制，持续关注发行人上述制度的执行情况及履行信息披露义务的情况。
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	（1）督导发行人有效执行《公司章程》、《关联交易管理制度》等保障关联交易公允性和合规性的制度，履行有关关联交易的信息披露制度；（2）督导发行人及时向保荐机构通报将进行的重大关联交易情况，并对关联交易发表意见。
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	（1）督导发行人严格按照《公司法》、《证券法》、《上市规则》等有关法律、法规及规范性文件的要求，履行信息披露义务；（2）与发行人建立经常性沟通机制，审阅发行人信息披露文件及向中国证监会、深圳证券交易所提交的其他文件。
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、	（1）督导发行人执行已制定的《募集资金管理

投资项目的实施等承诺事项	办法》等制度，保证募集资金的安全性和专用性； (2) 持续关注发行人募集资金的专户储存、投资项目的实施等承诺事项；(3) 如发行人拟变更募集资金及投资项目等承诺事项，保荐机构要求发行人通知或咨询保荐机构，并督导其履行相关审议程序及信息披露义务。
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	(1) 督导发行人遵守《公司章程》、《对外担保制度》以及中国证监会、深圳证券交易所关于对外担保行为的相关规定；(2) 督导发行人及时向保荐机构通报将进行的他人提供担保等事项，并按相关规定发表意见。
(三) 保荐协议对保荐机构的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	有权要求发行人按照中国法律的规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐机构有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正；情节严重的，向证监会、证券交易所报告。
(四) 发行人和其他中介机构配合保荐机构履行保荐职责的相关约定	发行人及其董监高人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐机构履行保荐职责，为保荐机构的保荐工作提供必要的条件和便利，并依照中国法律的规定承担相应的责任。保荐机构对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据。
(五) 其他安排	无

九、保荐机构和相关保荐代表人的联系地址、电话和其他通讯方式

保荐机构名称：瑞信证券（中国）有限公司

法定代表人：涂雷

联系地址：北京市西城区金融大街甲九号金融街中心南楼 15 层

电话：010-6653 8666

传真：010-6653 8566

保荐代表人：郭宇辉、毛绍萌

十、保荐机构推荐结论

作为发行人本次发行的保荐机构，**瑞信证券**遵照诚实守信、勤勉尽责的原则，根据《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《保荐人尽职调查工作准则》等法律法规和规范性文件的规定，对发行人进行了审慎调查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

经核查，保荐机构认为：发行人对本次发行履行了必要的决策程序，发行人本次发行符合《公司法》、《证券法》、《创业板首发管理办法》及《上市规则》等法律法规的有关规定，发行人股票具备在深交所创业板上市的条件，本次发行募集资金投向符合国家政策要求，符合发行人经营发展战略，有利于促进发行人持续发展。本保荐机构同意推荐发行人的证券发行并在创业板上市。

(本页无正文，为《瑞信证券（中国）有限公司关于北京数聚智连科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之上市保荐书》签字盖章页)

项目协办人：
赵鹏
赵鹏

保荐代表人：
郭宇辉 毛绍萌
郭宇辉 毛绍萌

内核负责人：
董曦明
董曦明

保荐业务负责人：
涂雷
涂雷

保荐人总经理、法定代表人：
涂雷
涂雷

保荐人董事长：
胡知鸷
胡知鸷



瑞信证券(中国)有限公司

2021年12月24日