

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书

东方证券承销保荐有限公司（以下简称“东方投行”、“本保荐机构”）接受赛维时代科技股份有限公司（以下简称“赛维时代”、“发行人”、“公司”）的委托，担任其首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构。

本保荐机构及本项目保荐代表人周洋、吕绍昱根据《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等有关法律、行政法规、中国证券监督管理委员会和深圳证券交易所的规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制订的业务规则、行业执业规范和道德准则出具本发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

如无特别说明，本发行保荐书中的简称或名词释义与公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书中的相同。

第一节 本次证券发行基本情况

一、保荐代表人、项目协办人和项目组成员简介

（一）具体负责本次推荐的保荐代表人及保荐业务执业情况

周洋：现任东方投行资深业务总监，保荐代表人，硕士研究生，2010 年任职于平安证券，2015 年加入东方投行，曾参与或负责的证券承销项目为：兴业科技 IPO、秋盛资源 IPO、司太立 IPO、士兰微非公开发行、奥飞娱乐非公开发行、纳思达重大资产重组、纳思达发行股份购买资产等项目。

吕绍昱：现任东方投行执行总经理，保荐代表人，硕士研究生，2011 年任职于广发证券，2019 年加入东方投行，曾参与或负责的证券承销项目为：神通科技、金智教育、因赛集团、凯普生物、四通股份等 IPO 项目，三七互娱、星辉娱乐、奥飞娱乐等重大资产重组项目，太安堂、跨境通非公开发行等再融资项目。

（二）项目协办人情况及保荐业务执业情况

无。

（三）项目组其他成员

刘源、赖学国、王聪、王雪莹、周贤钜

二、发行人基本情况

公司名称：	赛维时代科技股份有限公司
英文名称：	Sailvan Times Co., Ltd.
法定代表人：	陈文平
注册资本：	人民币 36,000 万元
有限公司成立日期：	2012 年 5 月 31 日
股份公司成立日期：	2016 年 6 月 27 日
注册地：	深圳市龙岗区南湾街道上李朗社区康利城 6 号 1001
邮编：	518112
联系电话：	0755-89619277
传真：	0755-89619970
互联网网址：	www.sailvan.com
电子邮箱：	aifan@sailvan.com

经营范围：	一般经营项目是：服饰、服装、箱包、鞋帽、饰品的设计与销售，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）；网络技术开发、计算机软件的技术开发、购销；网页设计、多媒体产品的设计（不含影视制作等限制项目）；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），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）；信息咨询（不含职业介绍及其它限制项目）；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）
主营业务	赛维时代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；公司以全链路数字化能力和敏捷型组织为基石，逐步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
本次证券发行类型	首次公开发行人民币普通股股票（A 股）

三、保荐机构与发行人的关联关系

经核查，截至本发行保荐书出具日：

（一）保荐机构股东东方证券股份有限公司之全资子公司上海东方证券创新投资有限公司持有发行人 246.5640 万股股份，占发行人股份总数的 0.6849%，为日常业务相关的市场化行为。上述情形符合《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》等相关规定，不影响保荐机构公正履行保荐职责；

（二）除可能存在少量、正常的二级市场证券投资外，发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况；

（三）保荐机构的保荐代表人及其配偶、董事、监事、高级管理人员，不存在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）保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况；

（五）除上述情形外，保荐机构与发行人之间不存在其他关联关系。

四、保荐机构的内部审核程序和内核意见

（一）内部审核程序

1、项目组提出内核申请，由质量控制部初审，并按规定单独或会同内核办公室进行现场核查、问核并验收工作底稿后，向内核办公室提交；

2、内核办公室收到内核申请材料后，在质量控制部初审的基础上，对项目风险进行研判，并按规定召集内核会议审议；

3、在内核会议召开前，内核办公室将内核材料以书面或电子邮件的形式发送给参会内核委员审核；

4、内核会议由内核负责人或其指定的内核委员主持，各参会内核委员对内核材料进行充分审议并发表意见，内核办公室负责内核会议的记录和整理工作及内核资料的归档和管理工作；

5、内核办公室根据内核会议记录、内核委员意见等，整理形成内核反馈意见，反馈给项目组，项目组在规定时间内就反馈意见做出书面答复，并及时修改、完善申报材料。

（二）内核意见

本保荐机构本着诚实守信、勤勉尽责的精神，针对发行人的实际情况充分履行尽职调查职责，并在此基础上，本保荐机构内部审核部门对赛维时代的发行申请文件、保荐工作底稿等相关文件进行了严格的质量控制和审慎核查。

2020年11月20日，本机构召开内核会议，各参会内核委员根据《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等法律法规和中国证监会、深圳证券交易所有关要求，对发行人主体资格、独立性、规范运行、财务会计、募集资金运用等方面的内容进行了认真评审，并提出需要项目组进一步核查或说明的相关问题。参会内核委员经充分讨论，认为发行人符合首次公开发行股票并在创业板上市的各项条件，同意将发行人首次公开发行股票并在创业板上市申请材料向深圳证券交易所申报。

第二节 保荐机构承诺事项

一、本保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定，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，同意推荐发行人首次公开发行股票并在创业板上市，并据此出具本发行保荐书。

二、本保荐机构通过尽职调查和对申请文件的审慎核查，就下列事项做出承诺：

（一）有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会、深圳证券交易所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、监事和高级管理人员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和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本保荐机构的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查；

（六）保证保荐文件、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、中国证监会和深圳证券交易所的规定和行业规范；

（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）遵守中国证监会规定的其他事项。

第三节 对本次证券发行的推荐意见

一、保荐机构对本次证券发行的推荐结论

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》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等有关规定，东方投行对发行人进行了必要的尽职调查，并与发行人、发行人律师、发行人审计机构经过充分沟通后，认为：发行人具备健全且运行良好的组织机构，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力；发行人会计基础工作规范，内部控制制度健全且有效执行；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。发行人具备了《证券法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》等法律法规规定的申请首次公开发行股票并在创业板上市的各项条件，同意作为保荐机构推荐发行人首次公开发行股票并在创业板上市。

二、发行人就本次证券发行履行的决策程序

（一）董事会

2020年10月16日，发行人召开第二届董事会第九次会议审议通过了《关于赛维时代科技股份有限公司申请首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在创业板上市的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票募集资金投资项目及可行性研究报告的议案》、《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并上市前滚存利润分配方案的议案》、《关于公司首次公开发行（A股）股票并在创业板上市后股东分红回报三年规划的议案》、《赛维时代科技股份有限公司关于首次公开发行（A股）股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案》、《赛维时代科技股份有限公司首次公开发行（A股）股票摊薄即期及填补措施》、《关于公司出具上市相关承诺函及提出相应约束措施的议案》等议案。

（二）股东大会

2020年10月31日，发行人召开2020年第一次临时股东大会会议，股东及股东代理人出席了会议，代表发行人有表决权的股份36,000万股，占发行人有

表决权总股份的 100%，会议的召集符合《公司法》及《公司章程》的相关规定。

本次会议审议通过了《关于赛维时代科技股份有限公司申请首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市的议案》、《关于提请股东大会授权董事会及其授权人士全权办理首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市有关具体事宜的议案》等与本次发行上市相关的议案。

经核查，本保荐机构认为发行人已就本次证券发行履行了必要的程序，符合《公司法》、《证券法》及中国证监会、深圳证券交易所的相关规定。

三、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件

按照《证券法》的相关规定，本保荐机构对发行人本次证券发行的发行条件进行逐项核查，说明如下：

（一）发行人具备健全且运行良好的组织机构

根据发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《总经理工作细则》、《独立董事工作制度》等内部控制制度以及本保荐机构的适当核查，发行人已依法建立了包含股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等公司治理体系。发行人目前有 11 名董事，其中 4 名为发行人聘任的独立董事；董事会下设四个专门委员会，公司董事会设立审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会、提名委员会；发行人设 3 名监事，其中 2 名是由股东代表担任的监事，1 名是由职工代表担任的监事。

根据本保荐机构核查以及发行人的说明、发行人审计机构立信会计师事务所（特殊普通合伙）信会师报字[2021]第 ZI10573 号《内部控制鉴证报告》、发行人律师北京市金杜律师事务所出具的《法律意见书》，发行人自股份公司设立后股东大会、董事会、监事会能够依法召开，运作规范；股东大会、董事会、监事会决议能够得到有效执行；重大决策制度的制定和变更符合法定程序。

经核查，保荐机构认为：发行人具有健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定。

（二）发行人具有持续经营能力

发行人以出口跨境电商为主业，公司所处行业发展前景稳定，市场开拓具有

可持续性。公司具有良好的行业地位，技术及研发能力较强，生产经营良好，财务状况良好，业务运行规范，发展目标清晰，市场竞争力较强，因此公司具备持续经营能力。

经核查，保荐机构认为：报告期内发行人已具有良好的财务状况和盈利能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

（三）发行人报告期财务会计报告被出具无保留意见审计报告

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人 2018 年度、2019 年度、2020 年度以及 2021 年 1-6 月的财务报表及相关附注进行了审计并出具了标准无保留意见的《审计报告》（信会师报字[2021]第 Z110572 号），发行人财务会计报告符合国家颁布的企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允反映了发行人财务状况、经营成果和现金流量情况，无误导性陈述或重大遗漏。

经核查，保荐机构认为：发行人报告期财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

（四）发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、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

保荐机构取得了控股股东、实际控制人户籍所在地出具的无犯罪证明，并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn/index.html）、全国法院被执行人信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/zhixing/>）、全国法院失信被执行人名单信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>）、中国裁判文书网（<http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）进行了核查。

经核查，保荐机构认为：发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、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，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

（五）经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的有关公开发行新股的其他条件

保荐机构查阅了国务院证券监督管理机构规定的有关公开发行新股的其他

条件并与发行人逐条进行核对。经核查，保荐机构认为：发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的有关公开发行新股的其他条件，符合《证券法》第十二条第一款第（五）项的规定。

四、本次证券发行符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》规定的发行条件

按照《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》”）的相关规定，本保荐机构对发行人本次证券发行的发行条件进行逐项核查，具体核查意见如下：

（一）发行人符合《注册管理办法》第十条规定

保荐机构查验了发行人工商档案、发行人创立大会暨首次股东大会、第一届董事会第一次会议、第一届监事会第一次会议的全套文件、发行人的《发起人协议》、《企业法人营业执照》等文件，确认发行人前身成立于 2012 年 5 月 31 日，于 2016 年 6 月 27 日依法按照经审计账面净资产值整体变更为股份有限公司，并于 2016 年 6 月 27 日在深圳市市场监督管理局正式办理登记变更手续，并取得统一社会信用代码为“91440300597777727F”的《企业法人营业执照》，截止目前仍依法存续。本保荐机构认为发行人为依法设立且持续经营 3 年以上的股份有限公司。

经查验发行人的公司章程，股东大会、董事会、监事会会议文件和内部制度文件，确认发行人已经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

经核查，保荐机构认为：发行人依法注册成立且持续经营三年以上，已经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。发行人符合《注册管理办法》第十条规定。

（二）发行人符合《注册管理办法》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、内部控制制度文件、立信会计

师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2021]第 ZI10572 号《审计报告》、信会师报字[2021]第 ZI10573 号《内部控制鉴证报告》。

经核查，保荐机构认为：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，报告期财务会计报告由注册会计师出具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，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。发行人符合《注册管理办法》第十一条规定。

（三）发行人符合《注册管理办法》第十二条规定

保荐机构查验了发行人股东大会、董事会、监事会会议文件、业务流程、内部制度、组织机构和职能部门设置情况、并同发行人各部门负责人进行访谈，确认发行人已建立适合自身发展的采购模式、生产模式、销售模式和研发模式，具有完整的业务体系和直接面向市场独立经营的能力。

1、保荐机构核查了发行人主要资产、专利、商标的权属情况、各机构的人员设置以及实际经营情况；对控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的基本情况进行了核查；同时对发行人关联交易程序的合规性、定价的公允性、发生的合理性等进行了核查。

经核查，保荐机构认为：发行人的资产完整，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。

2、保荐机构获取并查阅了发行人历次董事会、监事会、股东大会及其他内部会议资料，获取了营业执照、公司章程以及工商登记档案相关资料；保荐机构获取并查阅了发行人工商登记档案资料、股东大会、董事会记录，并与发行人控股股东、实际控制人进行了访谈。

经核查，保荐机构认为：发行人最近 2 年内一直从事跨境出口电商业务，发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，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；发行人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。

3、保荐机构核查了发行人土地房产、机器设备、商标专利等主要财产的权属凭证、相关合同；对发行人实际控制人、高级管理人员进行了访谈，了解发行人行业已经出台及预期将要出台的法律法规、行业政策；查阅了发行人信用报告，并通过国家企业信用信息公示系统（www.gsxt.gov.cn/index.html）、全国法院被执行人信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/zhixing/>）、全国法院失信被执行人名单信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>）、中国裁判文书网（<http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）对发行人诉讼、仲裁等情况进行了查询。

经核查，保荐机构认为：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，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。

综上，发行人符合《注册管理办法》第十二条规定。

（四）发行人符合《注册管理办法》第十三条规定

本保荐机构查验了发行人企业法人营业执照、公司章程、产品销售合同、国家发展和改革委员会等政府部门颁布的产业政策文件、发行人所在地各主管政府部门出具的证明文件，发行人主要从事跨境出口电商业务，不属于国家发展和改革委员会《产业结构调整指导目录》所规定的限制类、淘汰类业务，发行人的经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

本保荐机构与发行人及其控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员进行了访谈，取得了相关人员关于无重大违法违规情况的说明，获取了相关部门出具的证明文件，查阅了中国证监会、证券交易所的公告，并通过全国法院被执行人信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/zhixing/>）、全国法院失信被执行人名单信息查询系统（<http://zxgk.court.gov.cn/shixin/>）、中国裁判文书网（<http://www.court.gov.cn/zgcpwsw/>）、证券期货市场失信记录查询平台（<http://neris.csrc.gov.cn/shixinchaxun/>）进行了查询。

经核查，保荐机构认为：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。最近三年内，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、生态安全、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符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在最近 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，尚未有明确结论意见等情形。发行人符合《注册管理办法》第十三条规定。

五、本次证券发行符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的发行条件的说明

（一）发行人申请在深圳证券交所创业板上市，应当符合下列条件：

- 1、符合中国证监会规定的创业板发行条件；
- 2、发行后股本总额不低于 3,000 万元；
- 3、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 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上；
- 4、市值及财务指标符合《上市规则》规定的标准；
- 5、深圳证券交易所要求的其他上市条件。

保荐机构查阅了发行人的工商档案，及发行人有关本次发行的董事会、股东大会资料。经核查，保荐机构认为：截至本发行保荐书出具日，发行人总股本为 36,000 万股，若本次拟发行的 4,010 万股全部发行完毕，发行后公司股本总数将达到 40,010 万股，本次公开发行的股份占发行后股份总数的比例不低于 10%。

（二）发行人为境内企业且不存在表决权差异安排的，市值及财务指标应当至少符合下列标准中的一项：

- 1、最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元；
- 2、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；
- 3、预计市值不低于 50 亿元，且最近一年营业收入不低于 3 亿元。

查证过程及事实依据如下：

保荐机构查阅了立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的最近三年及一期审计报告（信会师报字[2021]第 Z110572 号），确认公司 2020 年营业收入为 525,301.10 万元，扣除非经常性损益前后孰低净利润为 43,781.59 万元，故最近一年净利润为正且营业收入不低于人民币 1 亿元。根据同行业 A 股上市公司估值情况以及公司近期定向增发、老股转让的估值，基于对公司预计市值的预先评估，预计发行后总市值不低于 10 亿元。

经核查，保荐机构认为：发行人市值及财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》之“第二章股票及其衍生品种上市与交易”之“第一节首次公开发行股票的上市”第 2.1.2 条标准（二）：预计市值不低于人民币 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。

六、发行人股东中私募投资基金备案情况的核查意见

保荐机构核查了发行人工商资料、相关私募投资基金股东的私募基金备案登记证明、管理人登记证明等文件，确认发行人私募投资基金股东的私募投资基金备案登记情况如下：

1、鑫瑞集泰于 2017 年 8 月 16 日完成私募基金备案，私募基金编码为 SW3455。其执行事务合伙人厦门市鑫鼎国瑞资产管理有限公司于 2017 年 5 月 18 日完成私募基金管理人备案，登记编号为 P1062803。

2、坚果互联于 2016 年 6 月 7 日完成私募基金备案，私募基金编码为 SH1798。其执行事务合伙人厦门坚果投资管理有限公司于 2015 年 7 月 17 日完成私募基金管理人备案，登记编号为 P1018293。

3、坚果兄弟于 2016 年 2 月 3 日完成私募基金备案，私募基金编码为 SC9888。其执行事务合伙人厦门坚果兄弟投资管理有限公司于 2015 年 10 月 16 日完成私募基金管理人备案，登记编号为 P1024754。

4、琢石投资于 2016 年 5 月 12 日完成私募基金备案，私募基金编码为 SH0867。其执行事务合伙人广州琢石投资管理有限公司于 2015 年 5 月 14 日完成私募基金管理人备案，登记编号为 P1013231。

5、沅源启航为私募投资基金，依法在中国证券投资基金业协会办理了备案手续，并于2017年11月3日取得了《私募投资基金备案证明》(备案号为ST7582)。沅源启航的管理人宁波梅山保税港区沅源红树湾股权投资基金管理有限公司于2016年10月19日在中国证券投资基金业协会进行了登记，并取得了《私募投资基金管理人登记证明》(登记编号为P1034346)。

6、沅源启程为私募投资基金，依法在中国证券投资基金业协会办理了备案手续，并于2017年7月6日完成私募基金备案，登记编号为ST7904。沅源启程的管理人宁波梅山保税港区沅源红树湾股权投资基金管理有限公司于2016年10月19日在中国证券投资基金业协会进行了登记，并取得了《私募投资基金管理人登记证明》(登记编号为P1034346)。

发行人13名机构股东中，除上述6名机构股东为私募投资基金外，其余机构股东不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法(试行)》认定的私募投资基金，无需履行备案登记手续。

综上，保荐机构认为：发行人股东中私募基金及私募基金管理人依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，已按照《私募投资基金监督管理暂行办法》及《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备案程序，符合法律法规的规定。

七、关于发行人首次公开发行并上市项目中聘请第三方行为的专项核查意见

按照《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》([2018]22号)的规定，就发行人、保荐机构在依法需聘请的证券服务机构之外，是否聘请第三方及相关聘请行为的合法合规性，保荐机构发表意见如下：

1、保荐机构聘请第三方机构情况

(1) 保荐机构聘请华兴会计师事务所(特殊普通合伙)(以下简称“华兴会计师”)作为本次IPO的券商会计师，服务内容为协助保荐机构对发行人2017年度、2018年度、2019年度及2020年1-6月的财务信息进行专项核查、收集整理财务相关尽职调查工作底稿。

华兴会计师拥有《会计师事务所执业证书》和《会计师事务所证券、期货相关业务许可证》等资质，统一社会信用代码为 91350100084343026U，注册地址为福建省福州市鼓楼区湖东路 152 号中山大厦 B 座 7-9 楼，执行事务合伙人为林宝明，经营范围为：审查会计报表、出具审计报告；验证企业资本，出具验资报告；办理企业合并、分立、清算事宜中的审计业务、出具有关报告；基本建设年度财务决算审计；代理记账；会计咨询、税务咨询、管理咨询、会计培训；法律、法规规定的其他业务。（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）。

保荐机构与华兴会计师根据项目的复杂程度、工作范围、参与工作人员所耗费时间协商确定服务费用并以自有资金分期支付。

（2）保荐机构聘请了专业的第三方机构深圳前海普华永道商务咨询服务有限公司（以下简称“普华永道”），服务内容为协助执行有关发行人的信息系统内部控制及业务数据分析评估工作。

普华永道统一社会信用代码为 914403003429210884，注册资本为 820 万元，注册地址为深圳市前海深港合作区梦海大道 4008 号前海深港创新中心 A 组团 3 楼 13 室，法定代表人为赵柏基，经营范围为“以承接服务外包方式从事系统应用管理和维护、信息技术支持管理、科技信息技术服务、软件开发、数据处理等信息技术和业务流程外包服务；企业管理咨询、商务信息咨询、经济信息咨询（不含限制项目）、实业项目投资咨询、市场营销策划、财务管理咨询；供应链管理；计算机软硬件的研发、批发、进出口及相关配套业务（不涉及国营贸易管理商品，涉及配额、许可证管理及其他专项规定管理的商品，按国家有关规定办理申请）”。

保荐机构与普华永道根据项目的复杂程度、参与项目工作人员的专业技能、工作时间及小时费率协商确定服务费用并以自有资金支付。

2、发行人聘请第三方机构情况

经核查，发行人在律师事务所、会计师事务所、资产评估机构等本项目依法需聘请的证券服务机构之外，存在有偿聘请其他第三方的行为。发行人聘请境外律师对发行人境外业务合规性提供咨询服务，聘请境外税务咨询机构对发行人境外税合规性提供咨询服务，聘请翻译机构对发行人境外合同、境外法律意见书等

外语资料提供翻译服务，聘请可研机构为本次募集资金投资项目编制项目可行性研究报告。

发行人分别与前述机构签订了服务协议并以自有资金支付相关服务费用。

除上述事项外，保荐机构、发行人在本项目中不存在其他未披露的直接或间接有偿聘请第三方的行为，符合《关于加强证券公司在投资银行类业务中聘请第三方等廉洁从业风险防控的意见》的相关规定。

八、对发行人落实《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》的核查意见

公司董事会对公司本次首次公开发行股票是否摊薄即期回报进行分析，提出了填补即期回报措施，同时公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员等承诺主体出具了相应承诺。上述事项已经发行人于 2020 年 10 月 16 日召开的第二届董事会第九次会议审议通过，并经发行人于 2020 年 10 月 31 日召开的 2020 年第一次临时股东大会审议通过。

经核查，本保荐机构认为，发行人股东大会审议通过的首次公开发行股票摊薄即期回报事项的相关议案以及公司控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员签署的相关承诺符合《国务院办公厅关于进一步加强资本市场中小投资者合法权益保护工作的意见》、《关于首发及再融资、重大资产重组摊薄即期回报有关事项的指导意见》等相关规定的要求。

九、发行人存在的主要风险

通过尽职调查，保荐机构认为发行人主要面临如下风险：

（一）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

提供紧贴时尚潮流的产品、加快供应链响应速度以及提升消费者购买体验是跨境电商企业参与市场竞争的关键。自成立以来，公司始终注重底层 IT 平台的搭建及大数据能力的应用，以实现全面技术驱动的业务模式。公司已建立起贯穿产品开发设计、供应链、销售运营的全链路数字化系统，实现对业务的信息流、实物流、资金流的全面管理。同时，凭借强大的技术研发实力，公司也将遗传算

法等大数据技术运用于产品开发设计、采购、生产、营销推广等环节。如果未来跨境电商行业变革趋势发生重大变化，而公司的信息化系统无法及时更新迭代以满足新的行业发展要求，则可能导致公司的核心竞争力下降。

2、专业人才流失的风险

公司的专业人员是维持其核心竞争力的关键因素，高素质、高专业技能的人才对公司的发展起着非常重要的作用。随着行业内的市场竞争逐步加剧，对于高素质人才的争夺会更加激烈，公司可能面临因竞争而流失人才的风险。同时，随着公司募投项目的实施和业务规模的扩大，公司对于专业人才的需求还会进一步增加，如果公司不能根据市场的发展提供更为具有竞争力的薪酬待遇或良好的职业发展空间，将可能无法保持团队的稳定及吸引足够的专业人才，从而对公司的业务发展造成不利影响。

（二）经营风险

1、店铺关闭风险

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。

2、中美贸易摩擦加剧的风险

报告期内，公司收入主要来自海外市场，其中美国为主要收入来源，销售额占公司主营业务收入的比重分别为 61.30%、65.57%、71.38%和 72.43%。自美国新一届政府上台以来，美国在国际贸易战略、进出口政策和市场开发措施等方面有向保护主义、本国优先主义方向发展的趋势，曾多次宣布对中国商品加征进口

关税。

美国因其庞大的消费市场成为跨境电商企业重要的销售目的国，虽然报告期内中美贸易摩擦尚未对公司业绩产生显著影响，但若中美贸易摩擦继续升级，将可能导致公司产品在美国的进口关税成本上升，进而对公司的销售及毛利带来不利影响。

3、行业监管政策变动的风险

中国跨境电商行业尚处在发展期，包括监管体系的明确、管理与职能定位、相关外汇管理等在内的相应政策、法律体系正处于持续完善过程中。虽然国家为促进跨境电商行业的加速发展，接连颁布对跨境电子商务行业的相关支持政策，并提出具体措施以解决跨境电商在通关、支付等方面存在的难题，但如果未来监管部门出台新的政策要求，且公司未能满足新的政策要求，将可能对公司的经营产生不利影响。

4、“中国制造”性价比优势降低的风险

公司致力于以高性价比的中国制造产品，为全球用户提供高性价比的海量选择。然而，近年来“中国制造”也面临人力原材料成本上涨、人民币升值、全球消费者需求波动、新兴国家抢占市场等诸多挑战，“中国制造”的价格优势面临压力，公司的主要产品亦面临着性价比降低的风险。如果未来“中国制造”商品特别是消费电子、办公用品等标准化商品的成本持续走高，性价比优势显著降低，而公司未能及时通过价格调整、供应渠道优化、产品升级换代等方式来降低该不利因素的影响，则可能存在竞争优势减弱、经营业绩下滑等经营风险。

5、市场竞争风险

出口跨境电商行业目前仍处于快速发展阶段，而出口跨境电商行业中存在着大量的中小型企业，目前仍有大量创业者持续涌入，且市场份额也面临如 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台自营品牌的挤压，竞争激烈。

具备资金、技术、人才、品牌、营销、产品开发、供应链和管理能力的出口跨境电商公司将在上述竞争环境中持续具有较强的优势。若未来公司不能继续保持该等优势，及时进行技术引进升级和业务创新，则存在竞争优势减弱、经营业绩下滑等经营风险。

6、交易纠纷风险

公司主要在 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等第三方电商平台及 SHESHOW、RetroStage 等自营网站开展业务，通过线上出口跨境零售的方式将产品销售给海外终端消费者。交易过程中，交易双方在商品质量、物流运输、售后服务等方面可能会发生纠纷，一方面会给公司带来额外的业务成本如退货成本及潜在沟通成本，另一方面可能将影响到公司的品牌形象。

7、Amazon 平台集中度较高的风险

公司主要依靠 Amazon、Wish、eBay、Walmart 等国际知名第三方电商平台进行产品销售。发行人在 Amazon 平台实现的销售收入呈现逐年增长的趋势。报告期各期，发行人在 Amazon 平台实现的销售收入分别为 135,582.30 万元、196,709.17 万元和 368,183.62 万元和 **244,736.37 万元**，占主营业务收入的比例分别为 60.50%、68.33%和 70.12%和 **84.23%**，占比较高。在电商 B2C 业务中，发行人等平台卖家和 Amazon 等第三方销售平台相互依存、互惠合作的关系，共同服务终端消费者。Amazon 是全球最大的科技公司之一，也是网上最早开始经营电子商务的公司之一。Amazon 在跨境电子商务行业中处于头部地位，知名度和市场份额占比高，是国内众多卖家跨境销售的理想渠道。发行人在 Amazon 平台上进行大规模销售，对 Amazon 平台存在一定的依赖。同时，发行人通过自营网站等方式积极拓展新的销售渠道。

Amazon 平台是发行人最大的第三方电商销售平台，也是公司“品牌化”运营的主要平台。由于公司在该等第三方电商平台的销售占比较高，如果平台方由于市场竞争、经营策略变化或当地国家政治经济环境变化而造成市场份额降低，而公司未能及时调整销售渠道策略，可能对销售额产生负面影响。此外，如果发行人未来无法与 Amazon 平台保持良好的合作关系，或 Amazon 平台的销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或发行人在 Amazon 平台的经营情况不及预期，且未能及时拓展其他有效的销售渠道，将对公司的经营业绩产生不利影响。

8、存货管理的风险

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 39,554.00 万元、46,636.81 万元及 85,134.35 万元及 **92,300.51 万元**。报告期内，公司存货周转率分别为 1.72 次/年、

2.26 次/年及 2.65 次/年及 **2.40 次/年**，2018 年以来，公司存货周转率持续增长。但如果未来公司产品不能持续紧跟市场需求变化，导致存货周转不畅、周转率下降，则可能存在存货跌价的风险。

除存放于 FBA 仓的存货外，公司存放于海外仓、国内仓的存货，或其他在途的存货，若管理不善，出现损失或损害等情况，将造成公司财产的直接损失，进而对经营业绩造成不利影响。

9、未来营业收入快速增长的可持续性风险

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。

（三）财务风险

1、较高毛利率无法维持的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 65.70%、66.21%及 66.81%及 **63.43%**，毛利率较高。公司主营业务毛利率主要受品牌溢价能力、产品品类和销售渠道结构、市场竞争程度、宏观经济环境等多种因素的影响，如果公司未来不能根据市场需求的变化及时开发新款式和新产品、改善产品性能并提高服务质量和品牌溢价能力，不断完善产品结构，将可能导致公司竞争力下降，盈利空间可能会被压缩，进而导致无法维持较高毛利率的风险。

2、国内税收优惠政策变化的风险

报告期内，公司享受的税收优惠金额分别为 177.73 万元、331.74 万元、3,769.24 万元及 **2,235.32 万元**，税收优惠金额占各期利润总额的比例分别为-14.53%、5.38%、7.10%及 **7.44%**。如果未来国家主管税务机关对相关优惠政策做出调整，或者公司未来不能持续满足相关税收优惠的条件，将对公司的经营业绩和利润水平产生一定程度的影响。

3、税收监管风险

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，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、**法国以及加拿大**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。”

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。

4、汇率变动的风险

报告期内，公司境外销售占当期主营业务收入的比例分别为 97.89%、95.47%、93.72%及 **95.94%**，公司外销业务主要以美元、欧元、英镑为结算币种，美元、欧元、英镑兑人民币汇率受全球政治、经济影响呈现一定波动，2018 年度至 2020 年度公司财务费用中的汇兑净损益金额分别为-1,224.71 万元、-951.44 万元、6,333.72 万元及 **1,616.60 万元**。报告期各期末，公司外汇风险敞口净额分别为 **20,506.45 万元、34,988.74 万元、49,516.29 万元和 52,008.82 万元**，处于较高水平。未来若美元、欧元、英镑兑人民币汇率出现重大波动，可能对公司的收入和财务费用带来不确定性的影响，进而影响公司经营业绩。

5、外汇风险

基于公司多账号开店的经营策略及部分电商平台注册及运营规则，公司存在设立境外店铺公司的需求。目前，公司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。

因公司业务涉及国家或地区较多，且公司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，公司部分外币资金由公司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，公司可能存在未能及时、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。

（四）募集资金投资项目风险

1、募集资金投资项目实施风险

本次募集资金投资项目的实施会对公司发展战略、业绩水平、可持续发展水平产生重大促进作用。如果在项目实施过程中建设进度、投资成本、宏观经济形势、相关产业政策等客观条件发生较大不利变化，则本次募集资金投资项目是否能够按时实施、涉及研发项目实施效果是否符合预期等将存在不确定性，从而给公司的生产经营和未来发展带来一定的风险。

2、净资产收益率下降的风险

报告期内，以扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润计算的加权平均净资产收益率分别为-3.62%、22.93%、63.19%及 **24.50%**。

本次发行完成后，公司净资产将在短期内显著增加，各类支出将迅速增加，会导致折旧、摊销费用上升，而募集资金投资项目有一定的建设周期，且产生效益尚需一段时间，因此，公司存在发行后净资产收益率下降的风险。

（五）公司治理风险

公司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；公司董事会成员共 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；公司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，可能会给公司带来不当控制而削弱中小股东决策影响力的风险。

（六）新冠肺炎疫情风险

2020 年初以来全球爆发新冠肺炎疫情，国内外政府相继出台并严格执行了关于延迟复工、限制物流人流等疫情防控措施。尽管目前我国防控形势持续向好，但全球疫情及防控尚存在较大不确定性，若全球疫情短期内无法得到有效控制或国内疫情出现反复，可能对公司生产经营、出口销售产生不利影响。

（七）发行失败风险

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。

十、发行人符合创业板定位的说明

（一）发行人创新、创造、创意特征

1、创新性：信息技术、业态、模式的创新布局

受益于国家政策的引导和扶持，以及公司不断的发展创新，公司在信息技术、业态、模式的创新性布局已颇见成效。

（1）信息技术创新

公司报告期内不断加大对信息系统及产品的研发投入，进一步提升创新能力和技术壁垒。自成立以来，公司始终注重对底层 IT 平台的搭建，以实现全面技术驱动的业务模式。依托成熟的流行趋势分析系统、智慧 ERP 之智慧采购、麒麟 ERP 之生产计划系统、物流轨迹跟踪系统、CPC 广告自动投放系统、power insight 数据分析系统等核心技术，公司在产品研发、生产及采购、智能制造、仓储物流、市场营销与推广、运营管理等各环节的数字化能力逐步提升，目前基本实现跨境零售全链路业务协同。

截至 2021 年 6 月 30 日，公司共拥有主要发明专利 2 项、实用新型专利 6 项、外观设计专利 154 项，合计 162 项专利；另有主要软件著作权 110 项。公司的业务需求和研发特征共同决定了公司在大数据技术应用及底层信息系统构建方面的同行业领先地位。

（2）业态创新

公司深耕跨境电商行业多年，顺应行业发展不断拓展自身业务边界。跨境电商作为近年来出现的新贸易手段，凭借其线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势，在传统贸易受挫的大背景下，逐渐成为连接优质的“中国制造”产品与海外消费者的直接桥梁，相关政策的制定也经历了从无到有、从被动到主动的转变。2020 年以来国家先后出台外贸稳增长 10 条措施并制定 50 条具体任务清单等一揽子政策措施，在报关流程、仓储物流服务、保税区制度、税收操作、业务监管、外汇支付等多个关键领域全面支持跨境电子商务产业的健康持续发展。

2021年7月，国务院办公厅出台的《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，进一步释放跨境电商领域政策利好，提出积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展，扩大跨境电子商务综合试验区试点范围，培育一批优秀海外仓企业，完善覆盖全球的海外仓网络，促进中小微企业借船出海，带动国内品牌拓展国际市场空间。作为外贸新业态新模式，目前跨境电商已成为外贸发展的新动能、转型升级的新渠道和高质量发展的新抓手。

（3）模式创新

在模式创新方面，公司经过多年探索，在跨境电商这一外贸新业态下，沉淀出多项适应于行业业态的创新性模式：“小前端+大中台”和“阿米巴”敏捷型组织结构创新满足公司多品牌、多品类的业务模式，实现人均效益、市场响应效率等方面的多维提升；服装柔性供应链创新系统通过打通各业务环节的信息流，实现供应端、生产端、销售端的协同和联动，并结合基于遗传算法的自动排程功能，最终实现全链路整体经营效率的提升，目前已赋能第三方外协厂商，产业协同效应显著；基于跨境电商业务逐步完善的仓储物流体系提升了公司运营效率，助力形成多元化的业务体系。

①敏捷型组织：“小前端+大中台”和“阿米巴”组织架构

在前端，公司整合产品设计、销售运营等创意相关部门，设置多个兼具灵活性和创新性的“小前端”，以突出产品差异化定位、提升细节体验、灵活响应市场变化。同时，公司结合自身的业务特点，在前端部门中引入“阿米巴经营模式”，并通过“考核公平、奖励无限、奖优汰劣”的励才观，促使公司各部门管理人员均能从全局和效益的角度出发，更加关注自身的产出数据和工作成果。在中台，公司通过整合共享资源搭建了涵盖供应链管理、物流、仓储、财务、人力资源、IT部门的“大中台”，赋能前端的决策力和执行力。

通过敏捷型组织创新，公司形成了平台化的快速反应能力，为公司响应市场需求，持续推出满足消费者个性化、差异化需求的创新产品夯实基础，助力公司构建涵盖服饰配饰、百货家居、运动娱乐等品类的时尚生活产品矩阵。

②数据驱动的柔性供应链：匹配服装类跨境电商“小批量、多品种、高品质”生产需求

基于多年积累的服装行业洞察及实践经验,公司开发出基于遗传算法的服装柔性供应链系统,从而实现供应链数字化和高效、灵活的生产自动排程。在供应端,面辅料供应商可通过供应链协同系统实时获知加工厂的面辅料需求情况,缩短备货周期,实现上下游联动;在销售端,基于互联网和大数据技术应用,客户订单需求通过互联网实时下达传递到工厂数据库,系统根据产能和订单交期,自动生成物料采购和后续生产计划;在生产端,公司结合多年自主生产数据及生产经验的积累,不断迭代更新服装柔性供应链系统算法,使其能更快速、准确地根据产能、产品工序、产品面辅料信息等因素变化进行自动化排产,计算生成最优的生产调度计划,以提高生产效率,缩短生产周期。

截至目前,服装柔性供应链系统除应用在公司内部服装试验工厂,已开放予30余家第三方外协加工厂,以更高效地匹配公司需求和外协工厂产能。

③完善的仓储物流体系:提升运营效率,形成多元化业务体系

在仓储、物流环节,为满足消费者对配送时效性的要求,公司以欧洲、北美海外仓及国内仓为依托,建立了完善的仓储物流体系,并无缝对接全球物流合作商。公司境内跨境物流体系已逐步完善,仅深圳仓2020年日最大订单处理能力已超11万单。海外仓方面,2020年公司欧洲仓、美东仓、美西仓日最大订单处理能力分别超过5,000单、6,000单及6,500单¹。鉴于完善的跨境仓储物流体系,公司也将仓储物流体系开放予第三方,并获得客户高度认可。物流协同业务的开展有助于提升公司的整体运营效率,形成多元化业务形态,并提供差异化的竞争优势。

2、创造性:自研IT平台实现全链路数字化管理

报告期内,公司着眼于构建具备全链路数字化管理能力的底层IT平台,针对跨境电商的产品研发、生产及采购、智能制造、仓储物流、市场与推广、运营管理等关键业务环节设计并推进研发项目。持续稳健的自主研发投入已收获颇丰,公司自研IT平台已经具备了各项领先技术,为跨境零售全链路数字化管理助力,深度赋能公司跨地域的高效管理和多渠道的业务发展:

¹公司深圳仓主要处理小件货物,欧洲仓、美东仓及美西仓主要处理公司大件货物。

业务环节	自研技术名称	自研技术内容	创新性
产品研发	流行趋势分析系统	此技术系统旨在为公司服装品牌搭建一套时尚元素流行趋势分析系统，通过获取 Google 公开数据并结合自身大量的销售数据，实现流行趋势分析，指导产品开发、设计，塑造公司品牌。	公司的流行趋势预测系统通过分析潮流趋势，可以显著提升选品准确性和迭代效率，更精准、更快速地满足客户需求。公司通过对海外消费者人体尺码多样性、面料弹性等参数的长期研究和客户反馈数据的持续获取，已搭建了超 14,000 款款式的版型数据库。
	图片识别系统	此技术系统旨在基于深度学习算法实现以图搜图功能。操作人员通过拍照上传照片即可快速搜索相关产品并获取同类产品标签的相关参数，从而辅助产品生命周期预测、产品市场潜力分析等方面工作。	
生产及采购	智慧 ERP 之智慧采购	基于包括回归预测模型、多元统计模型、神经网络模型、时间序列模型等在内的一系列模型库，公司通过历史销售数据、Google Trends 数据以及供应链全链路数据，结合季节、节假日、供应商到货周期、物流商送货周期等外在客观因素，对供应链的供需数据进行模拟和调整，并最终指导供应链采购行为。	公司采购系统结合机器学习算法及内外部数据对采购行为进行指导，显著提升存货管理水平，报告期内存货周转率从 2018 年的 1.72 次/年上升至 2020 年的 2.65 次/年。系统可根据产品标签、产品销量、Google Trends 等数据，运用梯度提升决策树算法，预测产品未来一段时间的销量，并结合各仓库可用库存、采购在途、调拨在途、海陆空运输周期、供应商生产周期等供应端数据进行供需模拟计算，以指导相关人员进行采购和调拨。
	运德共享仓储系统	此系统旨在利用蚁群算法自动生成配货波次以指导货品出库、入库工作，提高仓库上架及拣货效率。	
仓储物流	物流轨迹跟踪系统	此系统技术旨在解决供应商发货后物流信息的透明化、数字化问题。通过对接物流承运商的物流信息，抓取尾程、头程物流轨迹，形成基础分析数据、汇总数据及相应趋势图。	公司仓储、物流系统较好解决了跨境物流中的时效、成本与不同业务需求间的匹配问题。为保证高效、精准的库存管理，公司自主研发 WMS 仓储系统，结合内部仓

业务环节	自研技术名称	自研技术内容	创新性
	智能运费推荐	此技术旨在解决自发货物流最优问题，通过对接各物流商的运费时效体系，结合用户送货区域及店铺产品运营策略进行运费或时效最优计算，最终达到以最优运费或最优时效送达客户的目的。	储动态仓位、波次配货、点货/发货路径优化、自动化分拣、自动拍照称重等技术，实现了仓储效率最优化；在物流管理上，公司物流系统有效整合企业遍布全球的物流合作伙伴，利用大数据的监控能力，结合时效性、服务质量、价格等各方面数据，实时进行最佳配送方案推荐、货物运输可视化及全方位物流管控，进而提高运营效率。
市场营销与推广	销售预测	该技术运用机器学习算法分析公司历史销售数据，预测正在销售或即将上市产品在未来不同区域仓库的销售情况，并用以指导运营或者供应链行为。	在营销推广方面，公司销售工具可实现站内 CPC 广告的自动投放。在店铺运营方面，公司销售工具包含自动更新库存、自动调价等功能，使产品价格持续保证竞争力。
	智能调价	该技术旨在实现数字化智能调价，通过算法决策每一个产品在其生命周期的不同价格，以实现该产品利润最大化。	
	CPC 广告自动投放系统	该系统通过结合产品供应链数据以及产品在平台上的实时销售数据反馈自动调整 CPC 广告策略，并不断优化广告策略，从而达到投资回报最大化的目的。	
智能制造	麒麟 ERP 之生产计划系统	该系统旨在实现服装厂生产计划、执行及结果分析。该系统按照排产规则库中的规则和车间产能情况来智能分配生产小组，以实现在指定时间交付订单及最大化利用车间产能。	公司自研的服装柔性供应链系统实现服装生产过程线上化、合理规划生产、智能排程和多工序协同，以满足快时尚趋势下“小批量、多批次”的服装生产特点。服装柔性供应链系统除应用在公司内部服装试验工厂，已开放予 30 余家第三方外协加工厂，以更高效地匹配公司需求和外协工厂产能。
	麒麟 ERP 之生产管理系统	该系统旨在通过科学的车间调度，使得在生产过程中的每个工序无缝衔接、每个工人的等待时间最小化，从而最大化车间效率。此外，该系统还可通过信息采集设备和电子屏幕向车间传达生产指令、收集车间生产进度，实现最优车间调度方案的落地。	

业务环节	自研技术名称	自研技术内容	创新性
运营管理	powerinsight 数据分析系统	该系统整合了公司产品、销售、库存、采购等全链路数据，并运用分布式大数据计算引擎为公司运营分析及决策提供准确、及时、完备、易用的数据支撑。	在数字化建设方面，此系统为全链路数据化运营系统的底层数据中台，通过及时、准确地整合和反映公司全链路业务数据，并在此基础上搭载商业智能分析和预测工具，为公司实时分析订单市场情绪、预测市场变化、及时发现运营问题，并快速响应市场变化而做出及时的调整（包括但不限于价格调整、采购备货调整等），从而提升运营效率。

截至 2021 年 6 月末，公司从事研究开发的人员共计 109 人，占公司总人数的比例达 5.42%。报告期各期，公司研发费用分别为 3,227.39 万元、3,355.78 万元、3,334.38 万元及 1,744.33 万元，占营业收入比例分别为 1.44%、1.17%、0.63%及 0.60%。自成立以来，公司从 2016 年确定品牌化发展战略起，就按照未来发展方向对业务系统的研发提前进行基础架构搭建的投入，助力公司各品牌各品类在未来期间逐步释放增长动能。近两年品牌业务模式和系统磨合趋于稳定，同时因公司战略方向性调整，研发资源收敛和聚焦在助力亚马逊、Walmart、Shopify 第三方电商平台的系统支撑和维护方面。公司坚持从实际经营需求出发，研发费用支出持续稳健，随着公司 B2C 业务的快速增长，研发费用率呈现短期下降。公司未来将持续进行产品功能研发和其他系统研发以巩固公司在 IT 数字化能力方面的优势。

与同行业公司相比，基于持续稳定的研发投入，公司自主研发的具有创新性的 IT 平台已与公司主营业务和日常运营深度融合，公司已成为具备全链路数字化能力的跨境电商企业，IT 技术研发优势处于行业领先水平。报告期内，公司先后通过高新技术企业认定（2019 年）和技术先进型服务企业认定（2021 年）。

3、创意性——产品设计创新能力和多品类延伸能力并举

公司始终以消费者为中心，坚持品牌化战略和多品类业务模式，面向不断更新迭代的市场需求，沉淀自身的产品设计创新能力和多品类延伸能力。借助第三方电商平台赋能，依托公司数字化底座能力，公司实现了对品牌的长期精细化运营，并基于内部品牌运营及孵化能力的共享，不断孵化新的品牌，消费者忠诚度

进一步得到巩固。公司目前已形成涵盖服饰配饰、家居百货、运动娱乐、数码汽车四大品类的多样化品牌矩阵，品牌协同效应显著。

(1) 产品设计创新能力

借助第三方电商平台赋能,公司通过扎实的数字化底座能力实现了对消费人群需求的精准识别,并促进产品设计的创新。在流行元素捕捉方面,公司借助 Google Trends Finder (搜索趋势发现器) 等工具分析不同国家的热词搜索量及上升趋势,以预测不同品类的流行趋势。针对服装品类,公司在持续捕捉流行元素的同时,不断打磨自研的服装流行趋势系统,从而实现对全球时尚潮流趋势和消费者偏好信息的精准分析,进而建立持续迭代的服装流行元素库,为公司产品和销售团队提供选品和设计方面的数据指导,以提高爆品开发概率。

在版型设计方面,公司通过对海外消费者人体尺码多样性、面料弹性等参数的长期研究和客户反馈数据的持续获取,已搭建了超 14,000 款款式的版型数据库。版型数据库通过为设计人员提供廓形库、面料弹力、服装版型、人体尺寸、原料管理、长度参考、颜色标准等多维度信息,有效提升版型设计效率、产品质量及消费者满意度。

(2) 品牌矩阵支撑的多品类延伸能力

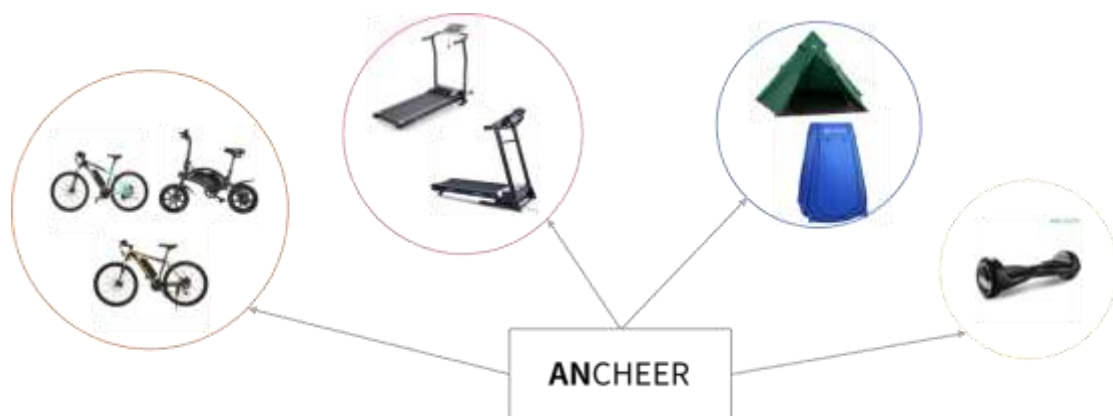
我国跨境电商最早都以白牌、廉价产品为主,但随着出口跨境电商规模与流量优势逐步建立、国内跨境电商供应链的完善及同质化竞争的加剧,跨境电商早期的“野蛮成长”已成为过去。越来越多跨境电商出口企业意识到“品牌化”将成为未来企业竞争力的核心,跨境电商出口“品牌化”的趋势越来越明显。

公司自报告期以来,基于全链路数字化能力和高效供应能力,充分发挥敏捷型组织架构优势,已具备了品牌矩阵支撑下的多品类延伸能力,其主要体现在多层次品牌覆盖能力和品牌跨品类拓展能力两方面。

多层次品牌覆盖能力方面,公司借助平台赋能,通过数字化能力识别消费者的差异化需求,并通过精细化推广运营和全域营销策略组合巩固客户,公司已形成多层次的 brand 矩阵,协同效应显著。以头部品牌成熟的孵化路径和经验不断带动中坚品牌和新兴品牌逐步释放动能,不断迭代升级。



品牌跨品类拓展能力方面，公司根据已有品牌在某单一产品上的号召力，以产品的核心属性为基础，不断延伸品类，最终形成热销产品矩阵。该模式已在多个类型的品牌经验中得到验证：以运动品牌 **ANCHEER** 为例，其最初热门爆品为锂电自行车，后续公司围绕品牌的运动健康属性发力拓展了跑步机、户外帐篷、平衡车等运动健康类相关产品，从而带动该品牌收入的持续增长。



基于内部品牌运营及孵化能力的共享，报告期内，公司按照规划的品牌矩阵进行不同层次、不同品类的品牌的孵化或深化，目前已初步形成涵盖服饰配饰、家居百货、运动娱乐、数码汽摩四大品类的多样化品牌矩阵，形成对差异化消费者的全方位覆盖，品牌协同效应显著。随着各层次品牌的不断深化及销售规模的不断扩张，公司自有品牌的影响力越来越得到消费者的认可，品牌知名度不断提

升，品牌类商品的销售占比从 2018 年的 68.49%提升至 2020 年的 81.58%，2021 年上半年，品牌类商品的销售占比进一步提升至 96.54%。

（二）新旧产业融合情况

跨境电商作为外贸新业态，是我国产业转型升级、创新驱动的重要助推器。报告期内，公司坚持“多品类、多渠道”的“品牌化”经营战略，依托互联网技术深度赋能上下游产业链，缩短流通环节，提升贸易各环节效率，提升供需双方的信息交流效率，实现了对传统贸易方式的融合与升级。同时，公司不断发展数字化能力，基于多年积累的服装行业洞察及实践经验，开发出柔性供应链系统，深度赋能以传统服饰行业为代表的实体行业。通过跨境出口电商新业态新模式与传统跨国贸易方式、传统实体行业的融合，在促进行业高速发展和公司业绩增长的同时，公司逐渐实现了品牌化的转型升级。

1、电商技术与传统跨国贸易方式的融合

跨境零售是国际贸易未来发展一大趋势，是国家对外开放战略落地的重要支撑，也是国家积极推进供给侧结构性改革、助推产业升级、品牌升级的重要抓手。相较于传统跨国贸易方式，出口跨境电商依托互联网技术，缩短流通环节，使供需之间的信息更加丰富而对称，提升信息交流效率，对供需双方带来改革红利。

公司的销售模式主要包括线上第三方平台和垂直品类自营网站。公司基于全链路数字化能力和敏捷型组织，以“多品类、多渠道”的“品牌化”经营战略，在以 Amazon、Wish、eBay、Walmart 为主的第三方电商平台开展出口跨境 B2C 零售业务，将具有竞争优势的中国品牌和自有品牌产品销售至美国、德国、英国等国家和地区。同时，公司的垂直品类自营网站通过 Facebook、Google 等渠道精准挖掘用户，开展垂直品类的 B2C 跨境零售业务。

公司上述业务模式是党中央、国务院《关于推进贸易高质量发展的指导意见》提出的“形成以数据驱动为核心、以平台为支撑、以商产融合为主线的数字化、网络化、智能化发展模式”的具体实践。

2、数字化能力与传统服装供应链的融合

服装行业属于时尚行业，需要应对消费者个性化、快时尚的流行需求，所以供应链需同步调整节奏以满足“小批量、多品种、高品质”的生产要求。此外，

跨境物流周期较长、海外消费者需求变化快等问题进一步提高了对供应链管理能力的要求。

公司深耕服饰配饰产品业务线，基于多年积累的服装行业洞察及实践经验，开发出基于遗传算法的服装柔性供应链系统，从而实现供应链数字化和高效、灵活的生产自动排程。公司自研的服装柔性供应链系统通过 GST 标准工时系统、MES（制造企业生产过程执行管理系统）、APS（高级排程系统）等子系统对工厂全链条进行数字化，打通面辅料供应商、生产端、销售端，实现原材料配置、加工生产、成衣库存与销售的联动。在供应商端和生产端联动上，供应商可通过 SCC 供应链协同系统实时获知加工厂的面辅料需求情况，缩短备货周期，实现面辅料上下游联动。在生产端和销售端联动上，客户订单需求情况将被实时传送到生产车间，系统根据产能和订单交期，自动生成物料采购和后续的生产计划。

公司在服装供应链全链路数字化基础上，结合多年自主生产数据及生产经验的积累，不断迭代更新服装柔性供应链系统算法，使其能更快速、准确地根据产能、产品工序、产品面辅料信息等因素变化进行排产，以最终实现智慧工厂的构建。服装柔性供应链系统的智能排程模块通过录入工人技能等级、产品工序、产品面辅料等信息，结合遗传算法，可以实现合理规划瓶颈工序的产能和顺序，并计算生成最优的生产调度计划，以提高生产效率，缩短生产周期。服装柔性供应链系统除应用在公司内部服装试验工厂，已开放予 30 余家第三方外协加工厂，以更高效地匹配公司需求和外协工厂产能。未来，该系统也将对接、整合更多的外协加工厂和面辅料供应商，从而进一步强化公司的高效供应能力。

十一、发行人的发展前景及持续经营能力

报告期内，发行人营业收入分别为 224,513.92 万元 287,877.51 万元、525,301.10 万元及 **290,610.24 万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为-1,196.13 万元、8,173.44 万元、43,781.59 万元及 **25,641.75 万元**。发行人所处的下游市场、国家产业政策等外部环境以及自身的经营状况均有利于发行人未来的持续成长。

报告期内，发行人主营业务突出，财务状况良好，经营模式、产品结构未发生重大不利变化；发行人凭借数字化能力、供应链能力、品牌孵化及运营能力等

方面的优势，实现了良好的成长性和持续经营能力；发行人对于未来的持续发展有着明确的规划，制定的业务与发展规划体现了清晰的发展目标以及成长方向；本次募集资金的运用主要围绕现有的主营业务，有利于增强公司在数字化能力、供应链、品牌等方面的竞争能力，能够进一步增强发行人未来的综合实力和盈利能力，未来持续成长能力良好。

十二、其他专项事项核查意见

（一）关于承诺事项的核查意见

本保荐机构查阅了发行人及其控股股东、董事、监事及高级管理人员等责任主体出具的承诺函和声明文件等，并对相关主体进行访谈，确认其出具的相关承诺均为其真实意思的表示，对发行人及其控股股东、董事、监事及高级管理人员等责任主体承诺事项是否履行相应的决策程序、承诺的内容是否合法、合理，以及失信约束或补救措施的及时性、有效性等情况进行了核查。

经核查，本保荐机构认为：发行人及其控股股东、董事、监事及高级管理人员等责任主体已就股份锁定期限、锁定期满后的减持价格、避免同业竞争、减少和规范关联交易、稳定股价、依法承担赔偿责任或赔偿责任、欺诈发行上市股份回购、利润分配等事项作出了承诺，并提出了承诺约束措施。相关责任主体的承诺事项均履行了必要的决策程序，上述承诺的内容合法、合理，失信约束或补救措施及时、有效。

（二）关于本次发行公司股东公开发售股份的核查意见

本次发行的股份全部为发行新股，公司股东不公开发售股份。

（三）关于股份锁定的核查结论

本保荐机构通过列席发行人相关董事会、股东大会，对相关主体进行访谈，获取相关主体出具的承诺函和声明文件等，对发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员及主要股东的股份锁定期安排进行了核查。

经核查，发行人控股股东、董事、监事、高级管理人员及主要股东等已根据《创业板注册管理办法》第 43 条要求对公开发售前已发行股份的锁定期进行了安排，并在招股说明书中进行了披露。

（四）关于特别表决权股份的核查结论

不适用。

十三、保荐机构对本次证券发行的推荐意见

综上所述，本保荐机构在进行充分尽职调查、审慎核查的基础上，认为：发行人经营独立、运行规范、经营业绩良好、内控有效，具备了《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年修订）》等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。因此，本保荐机构同意推荐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。

（本页无正文，为《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书》之签署页）



东方证券承销保荐有限公司

2021 年 12 月 1 日

（本页无正文，为《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书》之签署页）

项目协办人：_____年 月 日

保荐代表人：周 洋：周 洋 2021 年 12 月 1 日

吕绍昱：吕绍昱 2021 年 12 月 1 日

保荐业务部门负责人：郑 睿：郑 睿 2021 年 12 月 1 日

内核负责人：尹 璐：尹 璐 2021 年 12 月 1 日

保荐业务负责人：崔洪军：崔洪军 2021 年 12 月 1 日

法定代表人、首席执行官：马 骥：马 骥 2021 年 12 月 1 日

董事长：金文忠：金文忠 2021 年 12 月 1 日

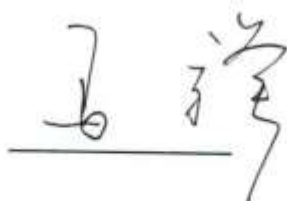
保荐机构：东方证券承销保荐有限公司 2021 年 12 月 1 日



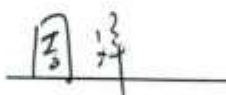
保荐代表人专项授权书

东方证券承销保荐有限公司作为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保荐机构，根据中国证券监督管理委员会《证券发行上市保荐业务管理办法》的有关规定，特指定周洋、吕绍昱担任本次保荐工作的保荐代表人，具体负责保荐工作、履行保荐职责。

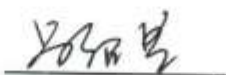
法定代表人（签字）：马 骥：



保荐代表人（签字）：周 洋：



吕绍昱：



东方证券承销保荐有限公司



2021 年 12 月 1 日