



**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**

**发行保荐书**

**保荐人（主承销商）：瑞信证券（中国）有限公司**

**办公地址：北京市东城区金宝街 89 号 19 层 01A、02、03A 及 20 层**

**二〇二二年六月**

# 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发行保荐书

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。

保荐机构及其保荐代表人根据《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》”）、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 27 号——发行保荐书和发行保荐工作报告》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）的有关规定，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发行保荐书，并保证所出具文件的真实性、准确性和完整性。

（本发行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、保荐机构指定保荐代表人、项目协办人及项目组其他成员

### (一) 瑞信证券指定郭宇辉、毛绍萌为本次发行的保荐代表人

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) 瑞信证券指定赵鹏为本次发行的协办人

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。

瑞信证券指定关晓凡、宋亚峰、田牧卿、戴维作为本次发行的项目组成员。

## 二、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。）

### 三、保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间的利害关系及主要业务往来情况

#### （一）保荐机构与发行人关联关系的说明

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。

截至本发行保荐书签署日，保荐机构及相关方不存在以下情形：

- 1、保荐机构或其控股股东、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；
- 2、发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方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；
- 3、保荐机构的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；

4、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、重要关联方相互提供担保或者融资等情况；

5、保荐机构与发行人之间存在其他关联关系。

## **（二）保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间可能影响公正履行保荐职责的其他利害关系及重大业务往来情况**

经核查，截至本发行保荐书签署日，本保荐机构及其关联方与发行人及其关联方之间不存在可能影响公正履行保荐职责的其他利害关系及重大业务往来情况。

## **四、保荐机构内部审核程序和内核意见**

遵照中国证监会相关法律法规及规范性文件之规定，保荐机构按照严格的程序对发行人本次发行进行了审核。

### **（一）内部审核程序**

瑞信证券根据中国证监会《证券公司投资银行类业务内部控制指引》（证监会公告〔2018〕6号）、《证券公司内部控制指引》（证监机构字〔2003〕260号）、《证券发行上市保荐业务管理办法》（证监会令第170号）等有关法律法规和规范性文件，建立并执行了较为完善的投资银行业务内部审核流程，包括瑞信证券《投资银行业务项目管理及质量控制指引》、《投资银行业务尽职调查工作指引》、《投资银行业务工作底稿管理规则》、《投资银行类业务内核制度》等相关规定。瑞信证券建立了投资银行业务内部控制的三道防线，对项目的风险进行层层把关。

瑞信证券的首次公开发行股票并上市项目内部审核流程如下：

1、项目组对项目进行初步调研及初步立项评估后，向立项委员会及投资银行委员会提交正式立项申请，经立项委员会及投资银行委员会批准后正式立项执行。

2、项目组应当完成对现场尽职调查阶段工作底稿的获取和归集工作，并提交质量控制部验收。质量控制部对项目进行现场检查，对工作底稿进行验收并出

具明确验收意见、制作项目质量控制报告。工作底稿未验收通过的，不得启动内核会议审议程序。

3、在申请文件初步定稿后，项目组将文件发送至质量控制部、法律部、合规部进行初审。申请文件通过初审后，项目组向内核管理部提出问核及内核申请。内核管理部负责组织实施项目问核程序，安排内核委员会会议。

4、项目经内核委员会及投资银行委员会审议通过，修订后的申请文件经法律部、合规部、质量控制部及内核管理部审阅通过后，项目组方可向监管部门报送申请文件。

5、经内核委员会及投资银行委员会表决通过的同意申报的项目，如果出现重大变化，或未能如期申报导致相关文件过期，项目组应当重新修订申请文件，并提交内核委员会及投资银行委员会重新审核表决。

## **（二）内核意见**

经统计数聚智连首次公开发行股票并在创业板上市项目内核委员会非关联委员投票，同意推荐的委员人数达到出席会议非关联内核委员的三分之二以上（含三分之二）且1位非关联合规人员参与投票。根据瑞信证券内核制度，数聚智连首次公开发行股票并在创业板上市项目内核结果为通过。瑞信证券同意保荐本项目发行上市。

2021年12月，项目组将根据2021年半年报制作的问询函回复及其他申报材料报送内控部门履行内核流程；2022年3月，项目组将第二轮问询函回复及其他申报材料报送内控部门履行内核流程；**2022年5月，项目组将根据2021年年报更新及制作的问询函回复、第二轮问询函回复、第三轮问询函回复及其他申报材料报送内控部门履行内核流程。**质量控制部对申报材料全文批注反馈，并就项目重点问题进行关注并提出审核意见；法律部与合规部对项目的合规性及全部申请文件进行法律与合规审核。项目组根据批注及审核意见进行修改、补充和完善申报材料。内核管理部对申报材料以全文批注方式出具审核意见，项目组落实审核意见后，经公司签章程序，对外报送。

## **五、保荐机构承诺事项**

保荐机构已分别按照法律、法规和中国证监会的规定，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。根据发行人的委托，保荐机构组织编制了申请文件，同意推荐发行人本次发行，并据此出具本发行保荐书。保荐机构对本次发行承诺如下：

（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、保荐机构对本次发行的推荐意见**

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。

保荐机构内核委员会及项目组经过审慎核查认为，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》”）及《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。

### **（一）发行人已就本次发行履行的决策程序**

经核查，发行人已就本次发行履行了《公司法》、《证券法》及中国证监会、深交所规定的决策程序，公司召开第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议和 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，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。

### **（二）本次发行符合《证券法》规定的发行条件**

保荐人对本次发行是否符合《证券法》规定的发行条件进行了尽职调查和审慎核查，核查结论如下：

1、保荐机构查阅了发行人内控制度、公司章程及三会文件等资料。经核查，公司已依法设立股东大会、董事会和监事会，并在董事会下设置了战略委员会、提名委员会、审计委员会和薪酬与考核委员会等四个专门委员会，并建立了独立董事、董事会秘书制度，相关机构和人员能够依法履行职责。保荐机构认为，发行人具备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。

2、保荐机构查阅了发行人最近三年的重要业务合同、发行人会计师出具的《审计报告》。经核查，发行人具有持续经营能力，近三年持续盈利，不存在影响发行人持续经营的法律障碍。保荐机构认为，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）项的规定。

3、保荐机构查阅了发行人会计师出具的《审计报告》。经核查，致同会计师事务所（特殊普通合伙）为公司最近三年财务会计报告出具了无保留意见《审计报告》。保荐机构认为，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

4、保荐机构查阅了相关主管部门出具的无违规证明文件、发行人控股股东、实际控制人无违法犯罪记录证明等文件资料，并在中国裁判文书网、信用中国网站等公开渠道进行信息检索。经核查，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。保荐机构认为，发行人符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

综上所述，经核查，保荐机构认为发行人符合《证券法》规定的发行条件。

### **（三）本次发行符合《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**

#### **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。

#### **（四）本次发行符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的发行条件**

经核查，发行人符合《上市规则》第 2.1.1 条规定的上市条件：

##### **1、符合中国证监会规定的发行条件**

如上文所述，经核查，发行人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。

##### **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%。

##### **4、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 2020 年、2021 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。

##### **5、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。

## 七、发行人的主要风险提示

经核查和分析，保荐机构就发行人本次发行及其自身风险的主要风险提示说明如下：

### （一）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。

### （二）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。

### （三）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。

报告期各期，欧乐 B、雅培（包括雅培、菁挚、全安素）在线上零售及渠道分销业务中合计收入占比分别为 67.80%、66.19%、46.93%，占公司总营业收入比例分别为 49.56%、51.13%、34.41%。如未来公司相关品牌销售业绩未达预期，或与品牌方合作终止，则可能对公司经营业绩造成不利影响。

## 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。其中报告期各期，线上零售业务、品牌代运营业务、渠道分销业务在天猫平台产生的合计收入占同类收入总额的比分别为 79.90%、75.43%及 73.82%，占比较高。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

2019年、2020年、**2021**年公司营业收入分别为107,994.68万元、147,329.66万元、**177,071.41**万元，净利润分别为4,272.17万元、9,338.74万元、**9,884.01**

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业务开拓、商务运营及技术系统开发及优化等领域，截至本发行保荐书签署日，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。

### **(四) 财务风险**

#### **1、存货跌价风险**

2019 年末、2020 年末及 2021 年末，公司的存货账面价值分别为 18,903.72 万元、20,511.17 万元及 22,140.74 万元，占当期末总资产的比例分别为 30.50%、

26.24%及 **24.28%**，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

2019年末、2020年末及**2021年末**，公司应收账款账面价值分别为11,320.41万元、12,029.00万元及**18,444.94万元**，其他应收款账面价值分别为16,587.33万元、22,852.31万元及**26,816.21万元**，两者合计占总资产的比例分别为45.03%、44.62%及**49.64%**，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。**各期返利冲减主营业务成本占当期相关业务毛利的比例较高**，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的要求较高，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 12 月 31 日，公司商誉占总资产比例为 4.19%，其他非流动金融资产占总资产比例为 2.96%。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。

## **（五）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。

## **（六）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。

## **（七）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。

## **(八) 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11.80%、18.28%、**13.60%**。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。

## **八、关于即期回报摊薄情况的合理性、填补即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项的核查意见**

根据《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》的要求，发行人制定了具体的填补被摊薄即期回报的措施，公司董事、高级管理人员、控股股东、实际控制人分别对公司填补即期回报措施能够得到切实履行作出了承诺。发行人第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议及 2020 年年度股东大会审议通过了关于本次发行摊薄即期回报的影响分析、填补措施及相关承诺的相关议案。

经核查，保荐机构认为，发行人填补被摊薄即期回报措施及相关承诺主体的承诺事项符合《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》以及《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》中关于保护投资者权益的规定。

## **九、发行人股东中私募投资基金备案情况的核查意见**

保荐机构查阅了发行人股东工商登记资料，并查询了全国企业信用信息公示

系统和中国证券投资基金业协会等公开网站，对发行人非自然人股东是否属于《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》、《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进行了核查。

发行人股东中险峰旗云、考拉昆略、深圳险峰、高榕投资、明曜一期、国调洪泰、大得宏强、蓝图天兴共 8 名股东属于私募投资基金，其基金备案及管理人登记情况如下：**（截至本报告出具日，国调洪泰正在就基金名称、执行事务合伙人、注册地址及合伙人变更事宜办理备案变更手续。）**

序号	股东名称	基金管理人名称	基金管理人登记编号	基金备案编码
1	险峰旗云	西藏险峰长晴创业投资管理有限公司	P1001363	SL5484
2	考拉昆略	北京考拉昆仑投资管理有限公司	P1027271	SD0549
3	深圳险峰	西藏险峰长晴创业投资管理有限公司	P1001363	SE2356
4	高榕投资	西藏高榕资本管理有限公司	P1031643	S68209
5	明曜一期	深圳市明曜投资管理有限公司	P1000406	S61478
6	国调洪泰	<b>江阴</b> 洪泰同创投资管理有限公司	P1023306	SJH875
7	大得宏强	苏州大得宏强投资管理有限公司	P1019493	SD6674
8	蓝图天兴	蓝图创新投资管理（北京）有限公司	P1061414	SS0164

根据股东的书面确认及保荐机构核查，发行人其余机构股东中，蓝色光标属于深圳证券交易所创业板上市公司，华新蓝创、海南聚实、上海赞谋、植朵商贸、珠海启双自成立至今均不存在以非公开方式向他人募集资金的情形，不存在资产由私募投资基金管理人管理或委托特定资产管理资质的机构（如信托公司、保险资产管理公司、证券公司、基金管理公司等具有资产管理资质的机构）代为管理的情形，不存在收取管理费的情形，不存在由基金管理人管理相关资产、收取管理费并进行有关投资活动的情形。因此，蓝色光标、华新蓝创、海南聚实、上海赞谋、植朵商贸、珠海启双均不属于《中华人民共和国证券投资基金法》、《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）》规定的私募投资基金或私募投资基金管理人，无需履行私募投资基金备案手续或私募投资基金管理人登记手续。

经核查，发行人现有股东中需要按照《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）》履行备案程序的股东，均已办理备案手续。除上述股东外，发行人其他非自然人股东

不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》以及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规定的需要登记和备案的基金管理人或私募基金。

## **十、关于发行人及其控股股东等责任主体做出的承诺及约束措施事项的核查意见**

保荐机构查阅了发行人及其控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员等责任主体出具的承诺声明文件。经核查，发行人及其控股股东、实际控制人、全体董事、监事、高级管理人员等责任主体已就稳定股价、股份锁定及减持、规范并减少关联交易、避免同业竞争、欺诈发行上市股份回购等事项作出了承诺，并提出了承诺约束措施，相关内容合法、合理，失信约束或补救措施及时有效。

## **十一、对本次发行有偿聘请第三方情形的核查与说明**

### **（一）对发行人为本次发行有偿聘请第三方情形的核查**

保荐机构查阅了发行人就本次证券发行有偿聘请第三方机构的相关合同协议及相关机构出具的报告或意见等资料文件，对发行人为本次发行有偿聘请第三方情形进行了核查。

经核查，发行人除为本次发行聘请保荐机构、律师事务所、会计师事务所、评估机构等为首次公开发行股票并在创业板上市项目依法需聘请的证券服务机构外，为本次发行有偿聘请的其他第三方情况如下：

#### **1、聘请募集资金投资项目咨询机构**

发行人聘请了北京汉鼎科创信息咨询有限公司向公司提供本次公开发行上市的募集资金投资项目可行性分析咨询服务并出具相关报告文件。北京汉鼎科创信息咨询有限公司是专业从事投资咨询服务的公司。发行人已与北京汉鼎科创信息咨询有限公司签订了服务协议，聘请行为合法合规。

#### **2、聘请境外律师**

截至本发行保荐书签署日，公司拥有 2 家注册在香港的子公司，分别为数聚国际及香港北联。发行人聘请了缪氏律师事务所作为法律顾问并出具关于香港北联及数聚国际的法律意见书。发行人已与缪氏律师事务所签署了聘用函，聘请行

为合法合规。

### 3、聘请翻译机构

发行人部分重大合同为英文版本，为保证相关文件的可读性，发行人聘请了北京涵可译信息技术有限公司对相关文件进行翻译。发行人已与北京涵可译信息技术有限公司签署了业务合同，聘请行为合法合规。

综上所述，发行人除为本次发行聘请保荐机构、律师事务所、会计师事务所、评估机构等为首次公开发行股票并在创业板上市项目依法需聘请的证券服务机构外，存在为本次发行有偿聘请其他第三方的情形，相关聘请行为合法合规。

#### (二) 保荐机构聘请第三方情形的说明

在本次发行中，为控制项目执行风险，加强尽职调查工作，提高申报文件质量，保荐机构聘请了北京市中伦律师事务所（以下简称“中伦律师事务所”）作为本次发行的券商律师，聘请了信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）（以下简称“信永中和”）作为本次发行的券商会计师。保荐机构聘请第三方机构有关情况如下：

#### 1、聘请券商律师

中伦律师事务所基本情况如下：

机构名称	北京市中伦律师事务所
统一社会信用代码	31110000E00018675X
负责人	张学兵
主要经营场所	北京市朝阳区金和东路 20 号院正大中心 3 号楼南塔 23-31 层
是否具有业务资质	是

保荐机构已与中伦律师事务所签署了法律服务协议，由中伦律师事务所协助保荐机构对发行人法律相关方面进行尽职调查，并提供相关意见及建议。双方根据本项目服务内容，经协商确定服务费金额，支付方式为银行转账，资金来源为保荐机构自有资金。

#### 2、聘请券商会计师

信永中和基本情况如下：

机构名称	信永中和会计师事务所（特殊普通合伙）
统一社会信用代码	91110101592354581W
执行事务合伙人	张克、李晓英、叶韶勋、顾仁荣、谭小青
主要经营场所	北京市东城区朝阳门北大街 8 号富华大厦 A 座 8 层
是否具有业务资质	是

保荐机构已与信永中和签署了业务约定书，由信永中和协助保荐机构完成对发行人 IPO 申报所需的财务信息核查等工作。双方根据本项目服务内容，经协商确定服务费金额，支付方式为银行转账，资金来源为保荐机构自有资金。

## 十二、关于股份锁定的核查

保荐机构查阅了发行人现有股东、实际控制人出具的承诺声明文件，对其所持发行人股份锁定安排进行了核查。经核查，保荐机构认为，发行人现有股东、实际控制人已就其所持发行人本次公开发行股份前已发行股份的锁定安排出具了相关承诺，相关承诺的内容合法、合理，相关约束措施及时有效，锁定期安排符合相关规定。

## 十三、发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

### （一）科技创新

近年来，网络基础设施进一步夯实，新一代信息技术加速发展，使得网络购物已成为居民消费的重要渠道。除传统电商平台外，直播电商、社交电商的不断涌现，也为互联网零售构建了更加多元化的消费场景，促进了互联网零售整体规模快速增长。随之而起的，则是订单数据巨量化、运营工作效率受阻、触达场景多样化等互联网零售运营业务痛点。面对数字化零售进程推进带来的行业快速发展，如何快速提升运营效率，有效疏通运营业务各环节的实施痛点，促进人员价值提升与优化发展，已成为企业持续发展实现降本增效的重要策略。

报告期各期，公司线上零售业务、品牌代运营业务及 B2B2C 类分销业务合计占营业收入比例分别为 74.25%、80.56%、75.70%，占比较高，其中以线上零售业务为主。相比较而言，线上零售业务所涉及的业务环节节点更多，也面临着更为复杂且多样化的行业痛点，进而对运营商的创新能力提出了更高要求。公司基于自身在各类业务场景下积累的经验与理解，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、内控管理等全链路运营

管理需求，针对性的开展技术开发与创新工作，坚持以科技创新为抓手，结合适用的信息技术路线，为公司整体运营业务开展提供技术辅助支持，构建系统化、智能化的业务运营数字支持体系，为企业持续高效经营赋能。

目前公司搭建了自有业务运营数字化支撑体系“数聚 BI”技术架构，分别为“聚宝盆”内控与财务技术体系、“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；而且公司目前仍在持续研发投入，不断升级这一技术体系的核心功能，助力公司增强业务核心竞争力。公司致力于通过不断技术创新，疏通业务及运营工作痛点，提高自身经营管理效率，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。

## （二）模式和业态创新

当前物联网、云计算、人工智能、大数据等新一代信息技术深度交叉融合，数字经济时代进程加速推进，数字经济已经呈现出产业数字化、数字产业化、数字经济和实体经济深度融合的发展趋势，各类资源要素快捷流动，不断催生新产业、新业态、新模式。互联网零售业作为“零售数字化”的重要体现，是随着移动互联网技术、数字支付技术、平台技术等发展而产生的，通过互联网等信息网络将传统零售业的生产、渠道、运营、营销及销售等分散化链节进行整合处理而形成的更加先进、更加高效的新型商业模式。

2018年，国家统计局根据党中央、国务院关于加快发展新产业新业态新商业模式（简称“三新”）的要求，为科学界定“三新”活动范围，满足统计上监测“三新”经济活动规模、结构和质量等需要，制定了《新产业新业态新商业模式统计分类（2018）》。根据该统计分类，公司所处行业“互联网零售业”归属于新型生活性服务活动，编码为“081201 互联网零售”。

随着中国电子商务行业的高速发展及数字技术的不断进步，近年来各类电商渠道不断涌现，线上线下渠道加速融合，电子商务市场多样化与复杂化趋势明显，相较自行开展线上店铺运营及推广工作，品牌方更倾向于选择可提供全渠道一站式解决方案的专业运营服务机构帮助品牌开展线上渠道拓展及营销推广活动，从而有效提升运营效率与效果、节约运营管理成本。

公司经过多年行业积累，具有多品类、多平台运营及营销推广经验，能够深

刻理解品牌方不同阶段需求，针对性的提供包括线上零售、品牌代运营、渠道分销及品效营销服务等一站式全链路解决方案，并根据行业新兴发展趋势，积极调整创新服务内容与方式，通过将不同电商渠道和平台的运营能力与品效营销能力有效结合，帮助品牌适应中国电商市场格局及渠道的不断演变，协助品牌发展并有效促进销售增长。作为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，公司充分发挥在电商运营及品效营销两方面的双重动能，以运营经验为品效营销效果提供靶向性支撑，同时利用出色的品效营销能力回补提升运营效果，为客户提供多样性、多内容、多触达点和多维度的具有复合型商业特点的零售运营服务模式，从而满足品牌形象树立、产品推广以及销售增长的全方位运营推广需求，同时为消费者提供更加优质的品牌产品与选购体验。

此外，公司通过探索新零售模式，扩大线下店铺展现途径，对接线上流量及营销策略，实现线上与线下资源及渠道的互联互通，提供以结果为导向的全渠道销售促进解决方案。公司基于数字技术帮助客户对线下零售终端进行技术升级，将线下渠道数据与电商平台消费数据进行对接，实现流量互通及数据互联，帮助客户实现线上消费者向线下引流，降低获客成本，提升流量销售转化率，最终实现销售增长。

### **（三）新旧产业融合**

随着中国零售业数字化进程推进，电子商务与各项产业融合发展不断加快。作为电子商务运营服务商，公司基于自身的全链路运营服务能力利用电商平台打破传统零售在地域、时间、场景等方面的限制，连通传统制造业、商品流通业、现代物流业、电商平台、媒体渠道及消费者，为上下游各方提供增值服务。公司围绕商品、平台、流量以及消费者进行有效整合及多维度运营管理，加速商品流通并优化资源配置，达成多方共赢，实现零售业数字化升级。

对于传统制造业与商品流通业，公司基于线上平台帮助品牌方拓展线上销售渠道，一方面可减少商品流转层级，提升商品流转效率，另一方面可基于数字化技术，通过各类媒体渠道实现精准营销服务，为品牌方节约营销试错成本，提高营销推广效率。此外，线上渠道可通过各种运营数据的积累与分析，为品牌方的产品制造与更新提供有力支撑，从消费者需求端出发实现商品的反向定制化开发，从而进一步加深互联网零售业与传统制造业与商品流通业的融合。

对于现代物流业，公司采用与第三方仓储公司合作模式，以数字化技术手段将平台店铺及仓储物流的供应链体系予以连通融合，从而提升产品周转效率，降低流通成本，并为客户提供更加快捷的配送服务，提升消费者购物体验。

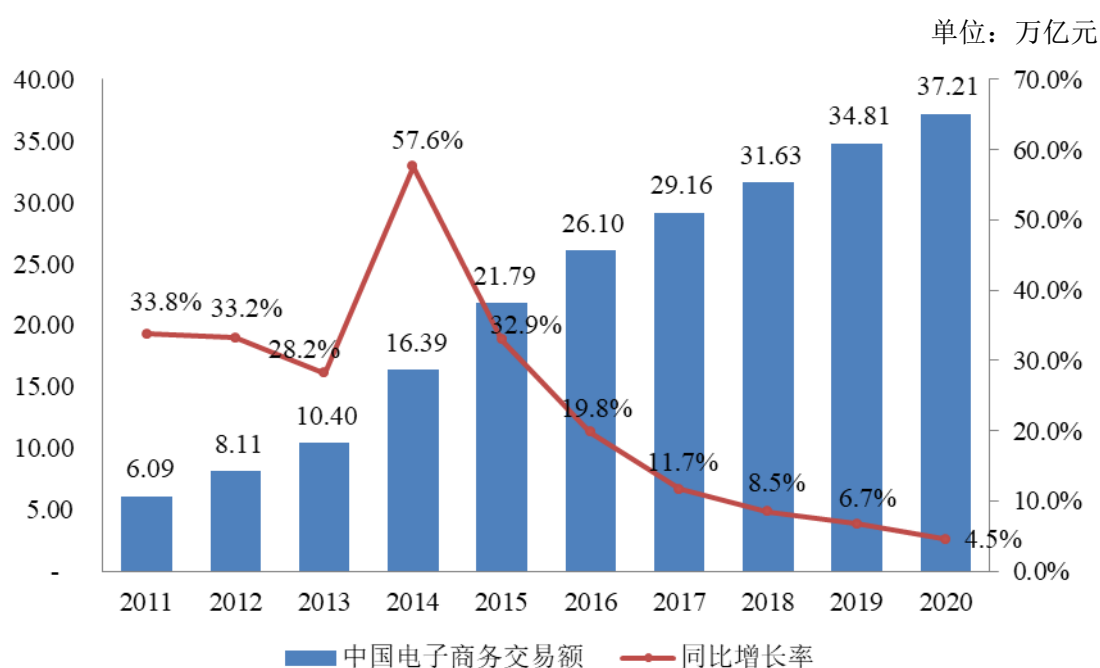
此外，公司在传统电商渠道基础上，积极融入社交媒体、直播、短视频等新兴媒体渠道，将购物、社交、娱乐消遣场景进行有效融合，并借助新零售模式进行线上线下融合实践，帮助品牌拓展推广及销售渠道，提升品牌增长，提高公司自身的行业竞争力。

## 十四、关于发行人的发展前景评价

### （一）全国电子商务交易金额持续增长

近年来，受益于国家相关政策法规支持、移动互联网的快速发展、人均可支配收入的提高及网络支付、快递服务等基础设施不断完善，我国电子商务行业蓬勃发展，交易额持续攀升。根据我国商务部电子商务和信息化司发布的《中国电子商务报告（2020）》，2020年我国电子商务市场交易额达37.21万亿元，较上年同比增长4.5%。未来随着移动互联网普及程度进一步加强，以及电商物流体系下沉覆盖范围进一步扩宽，电子商务市场规模有望继续保持增长趋势。

2011-2020年中国电子商务交易额



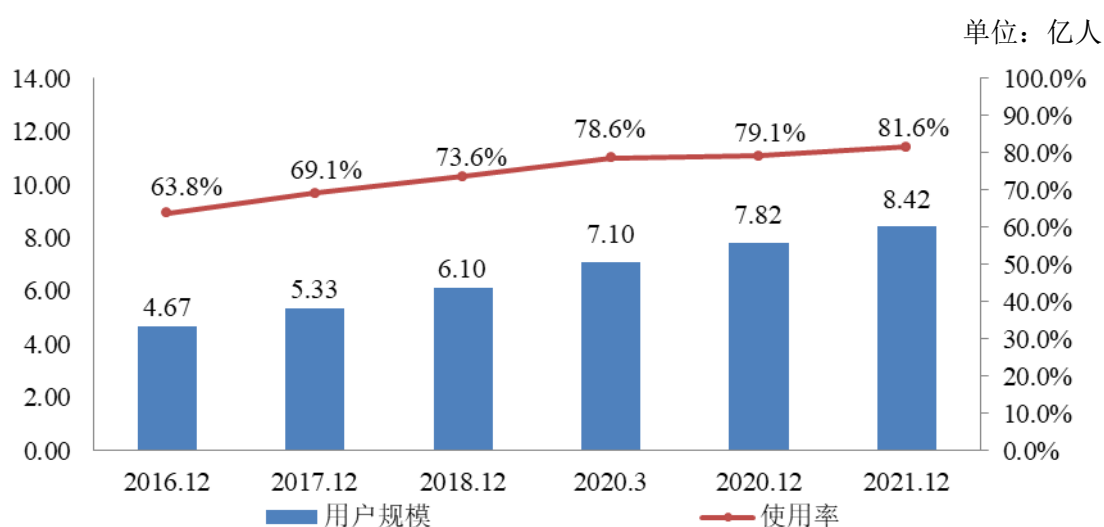
资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2020）》

## （二）网络购物已经成为主流消费方式

相对于线下传统消费购物，网络购物在时间、空间、流程等方面均具有明显便捷性优势，而随着近年来淘宝、天猫、京东、拼多多等电商的开始发展，网络购物已成为消费者的主流消费方式。

在网购用户数量方面，根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2021 年 12 月，我国网民中，网络购物类互联网应用用户规模达 8.42 亿人，网民使用率达 81.6%。

2016.12-2021.12 网络购物用户规模及使用率

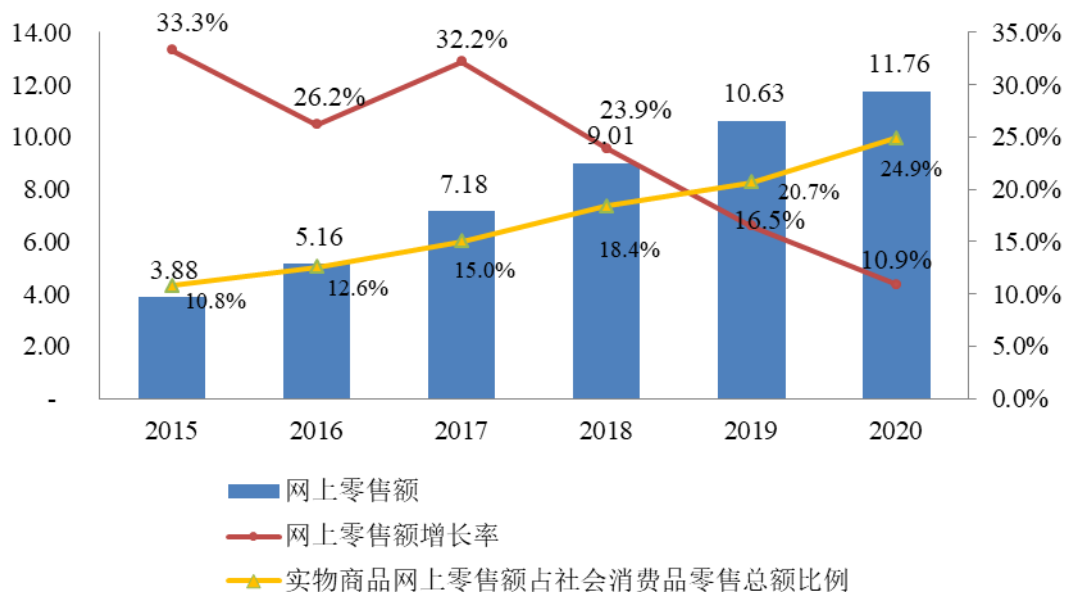


资料来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》

在网上零售规模方面，根据《中国电子商务报告（2020）》数据显示，2020 年我国网上零售额达 11.76 万亿元，较上年同比增长 10.9%，其中实物商品网上零售额为 9.76 万亿元，占社会消费品零售总额的比重为 24.9%。实物商品网上零售规模在社会消费品零售总额占比持续提升，进一步验证了网络购物普及性提升。

2015-2020 年网络零售市场交易规模、增长率及其占社会零售总额比例

单位：万亿元

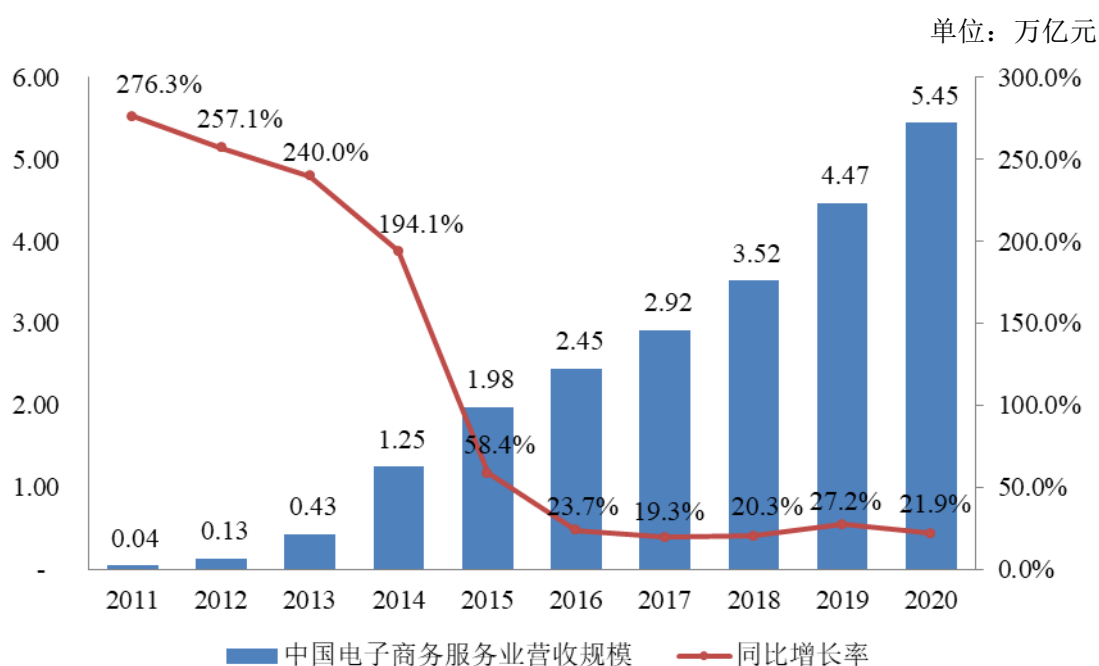


资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告》（2015-2020）

### （三）电子商务服务营收规模持续增长

近年来，随着网上购物的不断推广普及，电子商务服务业务持续保持稳步增长。根据我国商务部电子商务和信息化司发布的《中国电子商务报告（2020）》数据显示，2020年，我国电子商务服务业营收规模达5.45万亿元，同比增长21.88%，其中电商交易服务收入为1.15万亿元，增速为36.33%，支撑服务领域中的电子支付、物流、信息技术服务等市场营收规模达2.10万亿元，增速为16.73%。

2011-2020 年中国电子商务服务业营收规模



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2020）》

#### （四）发行人竞争优势

##### 1、领先的行业地位

经过多年发展，公司已发展为平台覆盖广泛、服务完整的行业内知名全链路电子商务综合服务商，并在母婴营养、消费电子、美妆快消的多个领域积累了一定竞争优势。公司凭借优质的服务质量，多次获得包括天猫“五星级运营商”、天猫“母婴亲子最佳运营服务商”、天猫“双11综合服务优秀服务商”、“**京东卓越代运营服务商**”、“**京东美妆五星级优质商家**”等称号，受到天猫、京东等主流电商平台的广泛认可和嘉奖，形成了良好的行业口碑。**在收入规模方面，最近三年公司营业收入金额分别为 107,994.68 万元、147,329.66 万元、177,071.41 万元，较同行业可比公司，公司最近三年年均营业收入规模仅低于丽人丽妆，高于壹网壹创、若羽臣、凯淳股份及青木股份。**

此外，公司凭借优异的创新创意能力、优质的服务质量及营销运营能力取得了客户及行业的充分信任和认可，在艾菲奖、金投赏、中国广告节长城奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖等专业的营销赛事中获得多类奖项，实现品牌营销与电商运营双轮驱动，达成品效合一。

## 2、多领域优质客户资源，高粘度品牌关系

作为行业内知名综合性全链路电子商务运营服务商，公司具有多年服务知名品牌客户的经验，在业务开展过程中获得了良好的行业口碑。近年来公司深耕母婴营养、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，积累了丰富的客户资源。在母婴营养领域，公司服务于雅培/Abbott、飞鹤、帮宝适/Pampers、花王/Kao、澳佳宝/Blackmores 等知名品牌。在消费电子领域，公司服务于欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、鲨客/Shark、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、西部数据/Western Digital 等知名品牌。在美妆快消领域，公司服务于欧舒丹/L'OCCITANE、蒂佳婷/Dr.Jart+、MBB 集团旗下品牌 wet n wild 及 Lip Smacker、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、嘉士伯集团旗下嘉士伯/Carlsberg 及 1664 品牌、中粮集团旗下福临门等国内外深受消费者喜爱的一系列品牌。

公司凭借优质稳定的服务能力与效果，与众多品牌建立了持续稳定的合作关系，体现高粘性的品牌关系。截至报告期末，在品牌电商运营服务业务及渠道分销业务中，有超过 30 个品牌与公司持续保持合作关系，相关品牌在报告期各期收入合计及占比情况如下：

单位：万元

期间	2021 年度	2020 年度	2019 年度
持续合作品牌收入合计	137,809.30	112,690.61	71,871.94
占同类业务合计收入比例	96.14%	90.21%	82.11%

注：上述持续合作品牌指截至报告期末仍与公司保持合作关系和业务往来的品牌，合作期间业务模式和具体业务可能发生过变化。

## 3、全方位的渠道覆盖

随着多种新兴电商渠道的出现以及电商竞争格局的日益复杂，品牌方需要经验丰富的合作伙伴，帮助品牌方触及全渠道的消费者，实现在多平台上的销售达成。自成立以来，公司深耕天猫、京东、唯品会、考拉海购、品牌官方商城等线上电商平台，服务范围已覆盖众多主流线上渠道。此外，公司积极布局小红书、微信公众号等新兴社交媒体渠道，并利用抖音、快手等新兴直播及短视频平台，帮助品牌方实现对消费者全方位、多渠道的曝光，从而最终实现品牌销量的增长。

其中，公司利用自主研发的跨平台电商订单对接与代发技术，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与京东电商的库存商品匹配，实现了跨平台融合解决方案。同时，公司前沿性探索线上线下结合的新零售模式，帮助包括松下照明、西铁城、Kindle 等品牌进行新零售模式探索，并为 wet n wild、Lip Smacker 等品牌开拓线下渠道。

公司通过提供线上电商平台及官方商城、新兴社交媒体渠道、新兴直播及短视频平台以及线下全渠道解决方案，帮助品牌方获得跨渠道、跨平台的品牌拓展能力，提升品牌方在各维度渠道的知名度与曝光度，最终促进实现销售目标达成。

#### 4、全链路综合服务能力

随着数字中国建设的展开与深入，我国电商用户基数快速增长，线上与线下零售渠道进一步融合，以兴趣电商、直播等为代表的新渠道迅速崛起，促使零售数字化发展进入新阶段，吸引众多国内外知名品牌着力拓展中国市场，并对电商运营商提出了更高和更综合的要求。

公司在传统电商运营基础上，积极拓展电商全链路综合服务能力，并在业务维度上涵盖了线上零售、品牌代运营、渠道分销及品效营销四项服务内容，可为客户提供一站式全链路品牌运营解决方案，满足品牌对电商运营更加综合和精细化的要求。报告期内，公司与包括花王、雅培、澳佳宝、西铁城、福临门、三星、蒂佳婷等多个品牌均同时开展了至少两类业务合作模式，并实现了良好效果，进一步巩固了与品牌方的合作粘性。

#### 5、全域智能化数字支持体系

以提升自身运营及管理效率为导向，从各项业务实际需求出发，围绕店铺运营、消费者触达及转化、消费者管理、订单管理、内控管理等运营管理需求，针对性的开展技术开发与创新工作，为公司整体运营业务开展提供技术辅助支持解决方案，构建了包括聚宝盆订单周期管理系统、“聚能盾”自动化运营技术体系、“聚数塔”多场景触达技术体系等在内的全域智能化的数字技术体系，为公司各项业务持续高效经营赋能。

#### 6、经验丰富的核心管理团队

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，团队人员具有多年企业管

理、电商运营、营销策划经验，对业务开拓、品牌策划、业务运营、活动营销等方面具有深入理解。近年来，公司核心管理团队保持稳定，未发生重大人员变动。在公司具有丰富经验的核心管理团队带领下，公司形成了一支经验丰富、专业高效的电商运营及品效营销团队，在与品牌方合作过程中赢得了品牌方的高度认可，也是公司巩固行业口碑及竞争力，保持业绩增长的关键因素。

#### **（五）对发行人发展前景的评价**

近年来，电子商务在促进国民经济增长及社会信息化发展中拥有了越发重要的地位和作用，我国政府及相关部门也先后出台了多项支持及指导性政策及法规，行业政策环境的不断向好，行业竞争更趋于有序。

经过多年发展，公司已发展成为平台覆盖广泛，具备品效营销、店铺运营和全渠道运营能力的综合性全链路电子商务运营服务商，并在母婴营养、消费电子、美妆快消等领域积累了显著竞争优势，拥有丰富的客户及渠道资源。报告期内，公司深耕品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销三大业务板块，业绩保持快速增长。此外，本次募集资金投资项目将利于公司进一步丰富品牌矩阵，提升公司综合运营能力，进一步夯实信息技术基础，提升智能化管理能力，增强公司资本实力，促进提升公司市场竞争力及可持续发展能力。

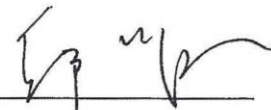
综上，本保荐机构认为发行人的未来发展前景良好。


（以下无正文）

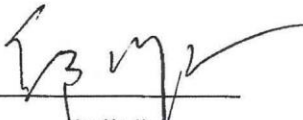
(本页无正文，为《瑞信证券（中国）有限公司关于北京数聚智连科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市之发行保荐书》之签章页)

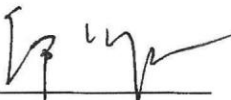
项目协办人：  
  
赵鹏

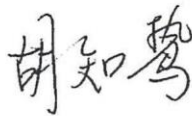
保荐代表人：  
   
郭宇辉 毛绍萌

保荐业务部门负责人：  
  
邱若非

内核负责人：  
  
董曦明

保荐业务负责人：  
  
邱若非

保荐人总经理、法定代表人：  
  
邱若非

保荐人董事长：  
  
胡知鸢



附件

## 瑞信证券（中国）有限公司 保荐代表人专项授权书

根据《证券发行上市保荐业务管理办法》及有关文件的规定，我公司授权郭宇辉和毛绍萌作为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的保荐代表人，具体负责该公司本次证券发行上市的尽职保荐及持续督导等保荐工作。

(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保荐代表人专项授权书》之签章页)

保荐代表人:

郭宇辉

郭宇辉

毛绍萌

毛绍萌

法定代表人:

邱若非

邱若非

瑞信证券(中国)有限公司  
2022年6月10日

