

创业板投资风险提示：本次股票发行后拟在创业板市场上市，该市场具有较高的投资风险。创业板公司具有创新投入大、新旧产业融合成功与否存在不确定性、尚处于成长期、经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解创业板市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

北京数聚智连科技股份有限公司

Beijing Data Intelink Technology Co., Ltd.

(北京市朝阳区酒仙桥路14号1号楼三层318室)

Data Intelink  
数 聚 智 连

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书

(上会稿)

声明：本公司的发行申请尚需经深圳证券交易所和中国证监会履行相应程序。本招股说明书不具有据以发行股票的法律效力，仅供预先披露之用。投资者应当以正式公告的招股说明书全文作为作出投资决定的依据。

保荐机构（主承销商）

CREDIT SUISSE  
瑞信

(北京市东城区金宝街89号19层01A、02、03A及20层)

二零二二年八月

## 发行人声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人控股股东、实际控制人以及保荐人、承销的证券公司承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法赔偿投资者损失。

保荐人及证券服务机构承诺因其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。

中国证监会、交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

## 本次发行概况

股票种类	人民币普通股（A股）
发行股数	本次发行股票数量不超过 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%
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	人民币【】元
预计发行日期	【】年【】月【】日
拟上市证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 180,349,855 股
保荐机构（主承销商）	瑞信证券（中国）有限公司
招股说明书签署日期	【】年【】月【】日

## 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文的全部内容，并特别关注以下重大事项。

### 一、本次发行相关主体作出的重要承诺

本次发行相关主体作出的与本次发行相关的重要承诺，包括股份锁定及减持事项的承诺、首次公开发行上市后稳定股价方案的承诺等，具体详见本招股说明书“第十节投资者保护”之“六、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向承诺”及“七、关于公司稳定股价的预案及相关承诺”。

### 二、发行前滚存利润分配安排及发行上市后股利分配政策

公司发行前滚存利润分配安排及发行上市后股利分配政策具体参见本招股说明书“第十节投资者保护”之“二、股利分配政策”及“三、滚存利润的分配安排和已履行的决策程序”。

### 三、特别风险提示

请投资者对下列风险予以特别关注，并请认真阅读本招股说明书“第四节风险因素”的全部内容，并审慎做出投资决定。

#### （一）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。

## **（二）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。

## **（三）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。

## **（四）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。

## （五）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。

## 四、财务报告审计截止日后主要财务信息和经营情况

财务报告审计截止日至本招股说明书签署之日，公司的经营状况正常，未发生重大变化，不存在导致公司经营业绩异常波动的重大不利因素。

基于公司实际经营情况，经测算，公司 2022 年 1-6 月业绩预计情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	变动比例
营业收入	73,000-75,000	73,954.48	-1.29%至 1.41%
归属于母公司所有者的净利润	3,850-4,100	4,086.75	-5.79%至 0.32%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	3,800-4,050	3,967.92	-4.23%至 2.07%

关于收入预计情况：2022 年 1-6 月，公司与现有品牌深入合作，在加强合作粘性的同时，积极拓展多渠道合作（如拓展帮宝适京东平台、拓展欧舒丹跨境渠道等）。另外，公司大力开拓新品牌（如新增国际品牌 GNC 等），在疫情后影响后，营业收入水平仍较去年同期保持稳定。

关于利润预计情况：2022 年 1-6 月，全国部分省市尤其是上海及其周边地区受到了较为严重的新冠疫情影响，受阶段性封控措施的影响，公司合作的部分品牌出现了生产能力下降、物流供应链发货受阻和延迟、消费者需求下降或无法正常购买等情况，影响了公司备货、物流和销售，给公司净利润带来了负面影响。经测算，公司预计 2022 年 1-6 月归母净利润、扣非后归母净利润较去年同期或有小幅下降可能。

但是，随着国内疫情的逐步缓解，消费者的消费需求将逐渐回归，工厂生产能力及物流运力逐渐恢复，同时公司与现有品牌保持持续深入合作，并积极开拓新品牌客户，这些措施将持续提振公司盈利能力。

上述公司 2022 年 1-6 月的业绩预计为公司测算数据，未经会计师审计或审阅，不构成公司盈利预测或业绩承诺。

# 目 录

发行人声明 .....	1
本次发行概况 .....	2
重大事项提示 .....	3
一、本次发行相关主体作出的重要承诺.....	3
二、发行前滚存利润分配安排及发行上市后股利分配政策.....	3
三、特别风险提示.....	3
目 录.....	7
第一节 释义 .....	11
一、一般释义.....	11
二、行业专用名词释义.....	13
第二节 概览 .....	15
一、发行人及本次发行的中介机构简介.....	15
二、本次发行概况.....	15
三、发行人报告期主要财务数据和指标.....	16
四、主营业务经营情况.....	17
五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况.....	19
六、具体上市标准.....	27
七、公司治理特殊安排等重要事项.....	27
八、募集资金用途.....	28
第三节 本次发行概况 .....	29
一、本次发行基本情况.....	29
二、本次发行的有关当事人.....	29
三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系.....	31
四、有关本次发行上市的重要日期.....	31
第四节 风险因素 .....	32
一、创新风险.....	32
二、技术风险.....	32

三、经营风险.....	32
四、财务风险.....	35
五、内控风险.....	37
六、法律风险.....	38
七、发行失败风险.....	38
八、募投项目相关风险.....	39
<b>第五节 发行人基本情况 .....</b>	<b>40</b>
一、发行人基本信息.....	40
二、公司的设立情况.....	40
三、发行人的股权结构.....	54
四、发行人控股子公司、参股公司情况.....	55
五、主要股东、实际控制人、控股股东、实际控制人所控制的其他企业..	69
六、发行人股本情况.....	74
七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况.....	88
八、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排.....	104
九、发行人员工情况.....	107
<b>第六节 业务与技术 .....</b>	<b>114</b>
一、发行人主营业务及其变化情况.....	114
二、发行人所处行业的基本情况.....	134
三、发行人销售及主要客户情况.....	171
四、采购情况和主要供应商.....	172
五、主要固定资产及无形资产.....	173
六、公司特许经营权与经营资质情况.....	181
七、公司核心技术和研发体系.....	183
八、境外经营情况.....	191
<b>第七节 公司治理与独立性 .....</b>	<b>192</b>
一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会等机构和人员的运行及履职情况.....	192
二、发行人特别表决权股份情况.....	195
三、发行人协议控制架构情况.....	196

四、发行人内部控制制度情况.....	196
五、发行人自报告期初以来违法违规情况.....	200
六、发行人资金占用和对外担保情况.....	203
七、发行人资金管理、对外投资、对外担保管理制度情况.....	203
八、公司独立经营情况.....	205
九、同业竞争.....	207
十、发行人关联交易情况.....	209
<b>第八节 财务会计信息与管理层分析 .....</b>	<b>228</b>
一、财务报表.....	228
二、审计意见及关键审计事项.....	235
三、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况.....	239
四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人经营前景具有核心意义、或其目前已经存在的趋势变化对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标.....	241
五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....	242
六、发行人适用的各种税项及税率.....	294
七、非经常性损益明细表.....	296
八、主要财务指标.....	297
九、经营成果分析.....	299
十、资产质量分析.....	318
十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析.....	330
十二、重大投资、资本性支出.....	338
十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项.....	338
<b>第九节 募集资金运用与未来发展规划 .....</b>	<b>339</b>
一、募集资金运用概况.....	339
二、本次发行募集资金投资项目与公司现有业务的关系.....	340
三、募集资金投资项目的具体情况.....	341
四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见.....	357
五、未来战略规划.....	357
<b>第十节 投资者保护 .....</b>	<b>361</b>

一、投资者关系安排.....	361
二、股利分配政策.....	362
三、滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....	365
四、股东投票机制建立情况.....	365
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排.....	366
六、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向承诺.....	366
七、关于公司稳定股价的预案及相关承诺.....	379
<b>第十一节 其他重要事项 .....</b>	<b>384</b>
一、重大合同.....	384
二、对外担保的有关情况.....	389
三、重大诉讼或仲裁事项.....	389
四、控股股东、实际控制人重大违法行为.....	390
五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况.....	390
<b>第十二节 声明 .....</b>	<b>391</b>
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（一） .....	391
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（二） .....	392
一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（三） .....	393
二、发行人控股股东、实际控制人声明.....	394
三、保荐人（主承销商）声明.....	395
四、发行人律师声明.....	398
五、审计机构声明.....	399
六、资产评估机构声明（一） .....	400
六、资产评估机构声明（二） .....	401
六、资产评估机构声明（三） .....	402
七、验资机构、验资复核机构声明.....	403
<b>第十三节 附件 .....</b>	<b>404</b>
一、备查文件.....	404
二、查阅时间、地点.....	404

## 第一节 释义

本招股说明书中，除非文义另有所指，下列缩略语和术语具有如下涵义：

### 一、一般释义

发行人、公司、本公司、数聚智连	指	北京数聚智连科技股份有限公司
蓝标电商	指	北京蓝色光标电子商务股份有限公司，发行人曾用名
博思瀚扬	指	北京博思瀚扬企业策划有限公司，蓝标电商前身
华新蓝创、员工持股平台	指	霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙），发行人股东
蓝色光标	指	北京蓝色光标数据科技股份有限公司，曾用名为北京蓝色光标品牌管理顾问股份有限公司，发行人股东
蓝标网众	指	霍尔果斯蓝标网众股权投资管理合伙企业（有限合伙）
蓝图天兴	指	厦门蓝图天兴投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
珠海启双	指	珠海启双投资企业（有限合伙），曾用名为南通万华投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
植朵商贸	指	西藏植朵商贸有限公司，发行人股东
考拉昆略	指	北京考拉昆略互联网产业投资基金（有限合伙），曾用名为北京拉卡拉互联网产业投资基金（有限合伙），发行人股东
天津蓝鹰	指	天津蓝鹰股权投资合伙企业（有限合伙），曾用名为霍尔果斯蓝鹰股权投资合伙企业（有限合伙）
高榕投资	指	苏州工业园区高榕成长投资中心（有限合伙），发行人股东
碧水源净水	指	北京碧水源净水科技有限公司
明曜一期	指	深圳明曜一期股权投资基金合伙企业（有限合伙），发行人股东
明曜新三板	指	深圳市明曜投资管理有限公司-明曜新三板1期私募证券投资基金
险峰旗云	指	杭州险峰旗云投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
深圳险峰	指	深圳险峰成长投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
大得宏强	指	苏州大得宏强投资中心（有限合伙），发行人股东
险峰系股东	指	杭州险峰旗云投资合伙企业（有限合伙）、深圳险峰成长投资合伙企业（有限合伙）、苏州大得宏强投资中心（有限合伙）
海南聚实	指	海南聚实创业投资有限公司，曾用名为西藏聚实创业投资管理有限公司，发行人股东
风翼畅合	指	北京风翼畅合品牌管理咨询有限公司
国调洪泰	指	江阴国调洪泰私募股权投资合伙企业（有限合伙），发行人股东
上海赞谋	指	上海赞谋企业管理咨询合伙企业（有限合伙），发行人股东
南通景华	指	南通景华电子商务有限公司

蓝色商道	指	上海蓝色商道科技有限公司，曾用名蓝色光标电子商务（上海）有限公司，发行人子公司
北京北联	指	北京北联伟业电子商务有限公司，发行人子公司
西藏北联	指	西藏山南北联伟业电子商务有限公司，发行人子公司
杭州北联	指	杭州北联电子商务有限公司，发行人子公司
天津北联	指	天津北联伟业电子商务有限公司，发行人子公司
东连科技	指	东连（北京）科技有限公司，曾用名北京欣风翼科技有限公司，发行人子公司
亚加实业	指	上海亚加实业有限公司，发行人子公司
数聚国际	指	数聚智连国际集团有限公司，曾用名蓝色光标电子商务国际集团有限公司，发行人子公司
香港北联	指	北京北联伟业电子商务（香港）有限公司，发行人子公司
畅益思	指	北京畅益思科技发展有限公司，发行人子公司
蓝合汽车	指	蓝合汽车销售（上海）有限公司
数聚品效	指	广州数聚品效营销策划有限公司，发行人子公司
美广云商	指	上海美广云商电子商务有限公司，发行人子公司
杭州品效	指	杭州数聚品效营销策划有限公司，发行人子公司
杭州数聚	指	杭州数聚智连科技有限公司，发行人子公司
数聚振宇	指	杭州数聚振宇科技有限公司，发行人子公司
上海蓝标	指	上海蓝色光标品牌顾问有限公司
《公司章程》	指	发行人现行有效的《北京数聚智连科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	发行人 2020 年年度股东大会审议通过的上市后使用的《北京数聚智连科技股份有限公司章程（草案）》
报告期、最近三年	指	2019 年、2020 年和 2021 年
保荐人、主承销商、保荐机构、瑞信证券	指	瑞信证券（中国）有限公司
发行人会计师、致同、会计师、审计机构	指	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
天职国际	指	天职国际会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、方达	指	上海市方达律师事务所
若羽臣	指	广州若羽臣科技股份有限公司
壹网壹创	指	杭州壹网壹创科技股份有限公司
丽人丽妆	指	上海丽人丽妆化妆品股份有限公司
凯淳股份	指	上海凯淳实业股份有限公司
青木股份	指	青木数字技术股份有限公司
宝尊电商	指	宝尊电商有限公司
商务部	指	中华人民共和国商务部
中国证监会	指	中国证券监督管理委员会
深交所	指	深圳证券交易所
股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》

《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
元、万元	指	人民币元、人民币万元

## 二、行业专用名词释义

CRM	指	Customer Relationship Management 的缩写，即客户关系管理，指企业为提高核心竞争力，利用相应的信息技术以及互联网技术协调企业与顾客间在销售、营销和服务上的交互，从而提升其管理方式，向客户提供创新式的个性化的客户交互和服务的过程
ERP	指	Enterprise Resource Planning 的缩写，即企业资源计划，是建立在信息技术基础上，以系统化的管理思想，为企业决策层及员工提供决策运行手段的管理平台
B2B	指	Business to Business 的缩写，是指电子商务的一种模式，即企业与企业通过网络，进行数据信息的交换、传递，开展交易活动的商业模式
B2C	指	Business to Customer 的缩写，是指电子商务的一种模式，即直接面向消费者销售产品和服务商业零售模式
B2B2C	指	Business to Business to Customer 的缩写，是指电子商务的一种模式，即从商品或服务的供应商（B）到电子商务的企业（B）再到消费者（C）
C2C	指	Customer to Customer 的缩写，是指电子商务的一种模式，即个人与个人之间的电子商务
TVC	指	Television Commercial 的缩写，即以摄影摄像工具拍摄的宣传广告片
KOL	指	Key Opinion Leader 的缩写，意为关键意见领袖，通常指拥有更多、更准确的产品信息，且为相关群体所接受或信任，并对该群体的购买行为有较大影响力的人或组织
MCN	指	Multi-Channel Network 的缩写，是一种多频道网络的产品形态，是一种新的网红经济运作模式。这种模式将不同类型的专业生产内容联合起来，在资本的有力支持下，保障内容的持续输出，从而最终实现商业的稳定变现
GMV	指	Gross Merchandise Volume 的缩写，即商品交易总额，指是一定时间段内成交总额，多用于电商行业
3C 家电	指	计算机类、通信类和消费类电子产品三者的统称
淘宝	指	线上综合性 C2C 购物网站，为消费者和消费者之间提供一站式解决方案
天猫、天猫平台	指	原名淘宝商城，是阿里巴巴集团旗下一家专注于 B2C 的综合性购物网站
天猫国际	指	阿里巴巴旗下跨境电商平台
天猫超市	指	天猫平台的自营电商板块，天猫商城打造的本地网上零售超市
京东	指	京东集团旗下综合型电商平台
京东自营	指	京东的自营电商业务板块
拼多多	指	专注于 C2M（Customer-to-Manufacturer，即用户连接制造）拼团购物的第三方社交电商平台
考拉、考拉海购	指	阿里巴巴旗下以跨境业务为主的会员电商

唯品会	指	一家专门做特卖的电子商务网站，涵盖名品服饰、鞋包、美妆、母婴、居家等品类商品
小红书	指	一个生活方式分享社区，基于生活分享社区的电商平台，涵盖时尚、个护、彩妆、美食、旅行等品类
微商城	指	微信商城，是第三方开发者基于微信而研发的一款社会化电子商务系统
抖音	指	音乐创意短视频社交软件短视频软件
生意参谋	指	阿里巴巴商家端统一数据产品平台
数据银行	指	一个构建在高速分布式存储网络上的数据中心，它将网络中大量不同类型的存储设备通过应用软件集合起来协同工作，形成一个安全的数据存储和访问的系统
WMS	指	Warehouse Management System 的缩写，即仓库管理系统
OMS	指	Order Management System 的缩写，即订单管理系统
BI	指	Business Intelligence 的缩写，即商业智能
SKU	指	Stock keeping Unit 的缩写，库存保有单位即库存进出计量的单位，可以是以件、盒、托盘等为单位。SKU 是物理上不可分割的最小存货单元
POP 店	指	Platform Open Plan，京东开放平台，指商家在京东平台所开设的非京东自营店铺，包括旗舰店、专卖店和专营店

特别说明：本招股说明书除特别说明外所有数值保留 2 位小数，如出现总数与各分项数值之和不符的情形，均为四舍五入原因造成。

## 第二节 概览

本概览仅对招股说明书全文作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

### 一、发行人及本次发行的中介机构简介

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	北京数聚智连科技股份有限公司	成立日期	2008年3月26日
注册资本	13,525.9855 万元人民币	法定代表人	熊鲲
注册地址	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 318 室	主要经营地址	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 318 室
控股股东	熊鲲	实际控制人	熊鲲
行业分类	零售业 (F52)	在其他交易所 (申请) 挂牌或上市	2016年6月7日，公司在股转系统挂牌交易，证券简称为“蓝标电商”，证券代码为“837467”；2019年4月19日，公司在股转系统终止挂牌
(二) 本次发行的有关中介机构			
保荐人	瑞信证券 (中国) 有限公司	主承销商	瑞信证券 (中国) 有限公司
发行人律师	上海市方达律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	致同会计师事务所 (特殊普通合伙)	评估机构	沃克森 (北京) 国际资产评估有限公司、北京亚太联华资产评估有限公司

### 二、本次发行概况

(一) 本次发行的基本情况			
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)	占发行后总股份比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 45,090,000 股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 180,349,855 股		
每股发行价格	【】元		
发行市盈率	【】倍 (每股发行价格/发行后每股收益)		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍 (每股发行价格/发行后每股净资产)		

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
拟公开发售股份名称	无
发行费用的分摊原则	【】
募集资金总额	【】万元
募集资金净额	【】万元
募集资金投资项目	品牌加速项目
	综合运营服务中心建设项目
	企业信息化管理系统建设项目
	补充流动资金
发行费用概算	本次发行费用总额约【】万元，其中： 保荐及承销费用【】万元； 审计及验资费用【】万元； 律师费用【】万元； 信息披露费用【】万元； 路演推介费用【】万元； 发行手续费【】万元。
（二）本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

### 三、发行人报告期主要财务数据和指标

本公司报告期经审计的主要会计数据和财务指标如下：

主要财务指标	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
资产总额（万元）	91,178.88	78,166.67	61,980.99
归属于母公司所有者权益（万元）	68,127.77	58,296.06	40,574.78
资产负债率（母公司）（%）	25.50	22.66	28.08
营业收入（万元）	177,071.41	147,329.66	107,994.68
净利润（万元）	9,884.01	9,338.74	4,272.17
归属于母公司所有者的	9,884.01	9,338.74	4,272.17

主要财务指标	2021年12月31日 /2021年度	2020年12月31日 /2020年度	2019年12月31日 /2019年度
净利润（万元）			
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	8,598.37	8,740.95	4,450.79
基本每股收益（元）	0.73	0.73	0.34
稀释每股收益（元）	0.73	0.73	0.34
加权平均净资产收益率（%）	15.63	19.53	11.33
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-6,448.09	1,695.30	-5,489.82
现金分红（万元）	-	-	-
研发投入占营业收入的比例（%）	0.46	0.23	0.37

注：上述财务指标的计算方法详见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“八、主要财务指标”的注释。

## 四、主营业务经营情况

### （一）发行人主营业务及经营模式

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**包括品效营销方案策划、创意内容设计及素材制作、整合营销执行三大类服务**。

报告期内，公司主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
----	---------	---------	---------

	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌电商运营服务	101,799.61	57.49%	105,162.81	71.38%	76,765.69	71.08%
其中：线上零售业务	88,282.85	49.86%	94,051.78	63.84%	68,175.24	63.13%
品牌代运营服务	13,516.76	7.63%	11,111.03	7.54%	8,590.45	7.95%
渠道分销业务	41,535.58	23.46%	19,755.48	13.41%	10,767.20	9.97%
品效营销服务	33,736.22	19.05%	22,411.37	15.21%	20,461.79	18.95%
<b>合计</b>	<b>177,071.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,329.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>107,994.68</b>	<b>100.00%</b>

## (二) 发行人竞争地位

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服务商，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。公司已与雅培/Abbott、飞鹤、帮宝适/Pampers、花王/Kao、澳佳宝/Blackmores、欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、欧舒丹/L'OCCITANE、嘉士伯/Carlsberg 及中粮福临门等多个行业知名品牌达成合作关系，帮助品牌获得了持续良好的销售达成效果。随着综合性全链路电商运营服务成为行业发展主要趋势，公司已成为深受品牌方信赖的电子商务运营服务商。

近年来，凭借专业、优质的运营能力与服务质量，公司获得了天猫、京东等主流电商平台的广泛认可，在行业内树立了良好的企业形象与业务口碑。在天猫平台，公司已连续多年获得天猫“五星级运营商”称号，并获得包括“双 11 综合服务优秀服务商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”等称号。在京东平台，公司获得了包括“京卓越代运营服务商”、“京东美妆五星级优质商家”等称号。

此外，公司在营销领域亦具有较强竞争优势。报告期内，公司在艾菲奖、金投赏、中国广告节长城奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖等专业营销赛事中获得多类奖项，受到行业广泛专业认可。

## 五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

### (一) 公司创新、创造、创意特征

作为数字经济的重要一环，零售业数字化已成为助推实体经济转型发展的有

效助力，互联网零售则系零售业数字化的重要体现。

近年来，随着我国经济改革不断深化以及数字技术快速进步，发展数字经济已成为国家重要发展战略。习近平总书记指出：“要聚焦主导产业，加快培育新兴产业，改造提升传统产业，发展现代服务业，抢抓数字经济发展机遇。”并在主持推动我国数字经济健康发展集体学习时强调，“推动数字经济和实体经济融合发展。要把握数字化、网络化、智能化方向，推动制造业、服务业、农业等产业数字化，利用互联网新技术对传统产业进行全方位、全链条的改造，提高全要素生产率，发挥数字技术对经济发展的放大、叠加、倍增作用。要推动互联网、大数据、人工智能同产业深度融合。”《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中亦作出打造我国数字经济新优势的决策部署。国务院于 2021 年 12 月印发《“十四五”数字经济发展规划》，明确了“十四五”时期推动数字经济健康发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。2022 年 5 月 17 日，全国政协在北京召开“推动数字经济持续健康发展”专题协商会并提出，要推动数字经济和实体经济深度融合，引导中小企业数字化转型。中共中央政治局委员、国务院副总理刘鹤亦在该会议中表示，支持平台经济、民营经济持续健康发展，支持数字企业在国内外资本市场上市。

根据国家统计局 2021 年发布的《数字经济及其核心产业统计分类(2021)》，公司所处互联网零售业被列为“数字要素驱动业”，代码为“040202 互联网零售”。公司深耕互联网零售领域，基于对中国消费者的敏锐洞察与对品牌运营的深刻理解，利用自身创新、创造及创意能力，依托电商平台，以数字技术为主要手段，对传统产业和互联网零售进行有效融合，提高传统企业品牌营销推广、运营及销售效率，有效促进消费，助力推动零售业数字化创新发展和转型升级。

## 1、创新特征

《中共中央国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》中指出，加快实施创新驱动发展战略，需要激发全社会创新活力和创造潜能，提升劳动、信息、知识、技术、管理、资本的效率和效益。根据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。现阶段，

创新驱动战略涵盖了包括组织、商业模式、管理、科技、品牌等多维度创新层面。

随着数字中国建设的展开与深入，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。而移动互联网和电子商务的迅速发展在有效推进中国零售数字化进程的同时，也使消费者需求差异化与碎片化，获客成本高企、运营复杂化与海量化等行业特点愈发凸显，在产品开发及生产、渠道拓展、销售流转、商务运营等环节普遍存在行业痛点，对互联网零售行业参与者的创新能力及运营效率提出了更高要求。

公司基于对行业及消费者的深入洞察，迎合零售数字化加速发展的新局面，集中资源加大投入，通过多维度创新手段，积极解决业务开展过程中面临的互联网零售行业痛点问题，持续增强公司的核心竞争力和竞争壁垒，进而提升品牌合作伙伴认可度与合作粘性。公司针对行业痛点，以业务需求为核心，以组织为保障，以平台及品牌方为依托，多维度开展创新工作，具体情况如下：

#### （1）与品牌方开展创新 C2M 合作模式，精准契合消费者需求

品牌方通常根据生产计划提前数月完成商品生产，以满足日常销售及大促节点市场需求。随着消费者对线上商品品质和个性化需求的逐步提升，面对多元化的市场热点以及消费者喜好，若品牌方未能做出准确判断，使品牌商品无法准确契合消费者需求，特别是大促期间的预测失误，将可能导致品牌商品滞销及声誉风险，从而影响品牌市场形象及销售业绩。公司基于自身在各商品品类积累的多年运营经验以及对目标消费者的深入洞察，通过对市场各类产品运营数据进行深入调研及分析，与部分品牌方以 C2M（Customer -to- Manufacturer，即用户连接制造）形式开展合作。基于与品牌方的深入合作，公司敏锐捕捉市场消费热点风向、商品供给缺口或供给不平衡，以品牌方现有商品为蓝本，以深入的消费者洞察为基石，充分挖掘消费者对于产品使用的核心需求，以需求为导向推动品牌方进行产品创新与升级，从消费者需求端出发实现商品的反向定制化开发，将产品设计创造为更符合线上渠道消费者需求的商品，降低因商品生产未准确契合消费者需求而导致的商品滞销和声誉风险，并最终实现品牌产品的快速推广及规模扩张。

## （2）顺应行业趋势，实现多渠道快速覆盖及融合创新

随着数字技术的不断发展，各种社交类、兴趣类新兴电商渠道快速崛起。为把握市场机遇，实现更多消费者群体覆盖及生意发展，提升品牌市场竞争力，品牌方多渠道布局与拓展的战略发展需求不断提升。公司及时顺应行业多渠道发展趋势，在积极提升原有电商平台服务能力的同时，在创新中心中设立渠道创新开发部，充分利用自身线上运营经验积累，依托运营数字化支撑体系，帮助品牌方及时快速对兴趣电商、新零售等新渠道进行反应和布局，为品牌实现多渠道覆盖及生意爆发奠定基础。

## （3）以科技创新为抓手，有效提升自身综合运营效率

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。公司信息技术类在研项目情况请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、公司核心技术和研发体系”之“（三）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较”之“1、正在从事的研发项目”。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。

#### （4）把握市场机遇，推进新品牌新产品创新

近年来我国老龄化趋势明显，国家统计局数据显示，截至 2021 年末，我国 65 岁以上人口达 2.01 亿人，占比已达 14.2%。随着我国人口老龄化的不断加深、居民医疗保健消费的持续增长，我国老年人口护理需求将不断释放。公司根据消费者调查和行业分析发现，随着中国人口老龄化的发展，卧床失禁人口大幅增加，而目前成人护理产品行业尚处于早期阶段，竞争不够充分，商品以价格驱动为主，不能完全满足消费者的需求。公司将婴幼儿纸尿裤的运营经验进行延展，迎合我国人口老龄化趋势，孵化中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，致力于从使用者感受出发，为失禁失能人群提供舒适的成人纸尿裤、成人护理垫等系列产品，充分利用公司的品牌运营及推广能力与经验，抢占老年人用品的蓝海市场，进一步增强公司市场竞争力。

目前公司已研发并推出“护博士”舒适型成人纸尿裤和护理垫第一期产品，并在天猫平台开设了品牌旗舰店，进行种子用户的孵化和试运营，已取得一定效果，为未来公司继续加大研发投入开展自有品牌及新产品开发及拓展打下了良好的基础。公司新产品在研项目情况请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、公司核心技术和研发体系”之“（三）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较”之“1、正在从事的研发项目”。

#### （5）多层次创新组织架构为实施创新战略提供有力组织保障

公司积极推进优化组织结构和资源配置，从公司业务及战略需求出发，设立了多层次创新部门，为充分实施公司业务创新战略提供了有力的组织保障。经

2021年7月公司召开的总经理办公会审议通过，公司设立了研发中心和创新中心两个一级部门，由公司CEO牵头领导。其中研发中心侧重于新产品、新技术的研发，由公司研发中心总经理主持日常工作，设有新产品概念部、新产品开发部和技术开发部三个部门；创新中心侧重于自有品牌及新渠道相关的创新，设有自有品牌孵化部、渠道创新开发部，负责自有品牌孵化、新渠道的研究、开发与拓展以及不同渠道的融合发展创新，由公司CEO牵头主持日常工作。除了上述公司一级部门外，公司还在母婴营养事业部下设立母婴创新中心，负责公司母婴营养品类创新工作。

## 2、创造特征

公司创造特征主要体现在帮助品牌以C2M模式开展产品创造升级，以及研发创造自有品牌产品两个方面。

在帮助品牌开展产品创新升级方面，公司与品牌方以C2M（Customer-to-Manufacturer，即用户连接制造）形式开展合作，公司充分利用自身消费者洞察能力，以消费者需求为导向，帮助品牌商进行相关产品的创新与升级，将产品设计创造为更符合电商渠道消费者需求的商品，最终实现品牌产品的快速推广及规模扩张。

在自有品牌创造方面，公司创立了中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，并在天猫平台开设了品牌旗舰店，目前已推出成人纸尿裤及成人护理垫两款产品。此外，公司正积极有序推进护博士其他产品以及其他领域新品牌的研发工作。

## 3、创意特征

公司基于自身对于品牌运营及营销推广的经验积累，辅以数字化技术，对品牌及消费者进行洞察和分析，凭借全域数字营销创意和精细化电商运营的双能力，开展营销方案创意、视觉推广创意、运营方案创意等创意输出。在营销方案创意方面，公司结合品牌方需求，深挖品牌及产品亮点，针对性制定包括营销热点、事件及推广渠道与方式等要素的创意策划方案，促进实现营销目标。在视觉推广创意方面，公司通过对店铺视觉页面、推广信息页面、商品信息页面及其他推广图片、视频的创意制作，实现有效吸引消费者关注，促进消费者进店的行为。在运营方案创意方面，公司通过对产品策略、促销组合设计等创意策划，实现爆款

商品的打造、畅销商品的持续销售，助力品牌实现消费者关注度及市场影响力提升，促进消费者触达及转化并加快商品流转速度，实现销售增长。

近年来公司在艾菲奖、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，并获得包括天猫“五星级运营商”、“双 11 综合服务优秀服务商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”、“京东京卓越代运营服务商”、“京东美妆五星级优质商家”等称号，在数字化全域营销创意能力和精细化电商运营能力方面获得行业高度认可。

## **(二) 公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况**

### **1、科技创新**

公司科技创新具体情况参见本节“五、发行人创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之“（一）公司创新、创造、创意特征”之“1、创新特征”之“（3）以科技创新为抓手，有效提升自身综合运营效率”。

### **2、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。

### **3、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。

报告期各期，公司分别实现营业收入 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。报告期内，公司经营成果保持了较好的发展态势，体现出良好成长性。

综上所述，公司业务具有创新、创造、创意特征，所开展业务在科技、模式、业态等方面具有创新性特征，实现了新旧产业融合，具有良好成长性，符合创业板定位要求。

## **六、具体上市标准**

公司本次发行选择《深圳证券交易所创业板股票上市规则》中 2.1.2 条中第（一）项标准：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元”作为创业板上市标准。

公司 2020 年、2021 年净利润分别为 8,740.95 万元、8,598.37 万元（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），符合上述上市标准。

## **七、公司治理特殊安排等重要事项**

截至本招股说明书签署之日，公司未设置公司治理特殊安排。

## 八、募集资金用途

经公司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，公司拟向社会公众公开发行人民币 A 股普通股不超过 45,090,000 股（不涉及老股转让）。本次发行募集资金扣除发行费用后，将全部用于与公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金，具体情况如下表所示：

序号	项目名称	项目投资总额（万元）	募集资金投入金额（万元）	项目备案文号	实施主体
1	品牌加速项目	36,745.96	34,745.96	2103-310114-04-05-778277	蓝色商道
2	综合运营服务中心建设项目	25,237.64	20,027.64	2104-330110-07-02-347597	杭州数聚
3	企业信息化管理系统建设项目	5,226.40	5,226.40	2104-330110-07-02-414904	杭州数聚
4	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	-	数聚智连
	<b>合计</b>	<b>87,210.00</b>	<b>80,000.00</b>	-	-

在本次发行募集资金到位前，公司根据项目实施进度和付款情况，可利用自有资金或自筹资金等支付项目所需款项。在本次发行募集资金到位后，募集资金将用于置换先期投入的资金及支付项目剩余款项。若本次发行实际募集资金不能满足上述项目需求，不足部分将由公司以自有资金或自筹资金予以解决。若本次实际募集资金超过项目资金需求，公司将根据相关规定履行相应决策程序后使用。

本次募集资金运用详细情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

## 第三节 本次发行概况

### 一、本次发行基本情况

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）	占发行后总股份比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 45,090,000 股	占发行后总股本比例	不低于 25%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 180,349,855 股		
每股发行价格	【】元		
高级管理人员、员工拟参与战略配售情况	【】		
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	【】		
发行市盈率	【】倍（每股发行价格/发行后每股收益）		
发行前每股净资产	【】元	发行前每股收益	【】元
发行后每股净资产	【】元	发行后每股收益	【】元
发行市净率	【】倍（每股发行价格/发行后每股净资产）		
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		
发行费用概算	本次发行费用总额约【】万元，其中： 保荐及承销费用【】万元； 审计及验资费用【】万元； 律师费用【】万元； 信息披露费用【】万元； 路演推介费用【】万元； 发行手续费用【】万元。		

### 二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）	
名称：	瑞信证券（中国）有限公司
法定代表人：	邱若非
住所：	北京市东城区金宝街 89 号 19 层 01A、02、03A 及 20 层
联系电话：	010-6653 8666
传真：	010-6653 8566

保荐代表人：	郭宇辉、毛绍萌
项目协办人：	赵鹏
其他经办人员：	关晓凡、宋亚峰、田牧卿、戴维
<b>(二) 发行人律师</b>	
名称：	上海市方达律师事务所
负责人：	齐轩霆
住所：	上海市石门一路 288 号兴业太古汇香港兴业中心二座 24 楼
联系电话：	021-2208 1166
传真：	021-5298 5599
签字律师：	蒋雪雁、戴婷婷
<b>(三) 审计机构</b>	
名称：	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人：	李惠琦
住所：	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
联系电话：	010-8566 5588
传真：	010-8566 5120
签字会计师：	张伟、邓冰清
<b>(四) 验资机构、验资复核机构</b>	
名称：	致同会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人：	李惠琦
住所：	北京市朝阳区建国门外大街 22 号赛特广场五层
联系电话：	010-8566 5588
传真：	010-8566 5120
签字会计师：	张伟、邓冰清
<b>(五) 评估机构</b>	
名称：	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
法定代表人：	徐伟建
住所：	北京市海淀区车公庄西路 19 号 37 幢三层 305-306
联系电话：	010-5259 6085
传真：	010-8801 9300
经办评估师：	李文军、娄旭
名称：	北京亚太联华资产评估有限公司
法定代表人：	杨钧
住所：	北京市西城区车公庄大街 9 号院 1 号楼 2 门 1401
联系电话：	010-8831 2680
传真：	010-8831 2675
经办评估师：	杨之玲、李静康
<b>(六) 申请上市的证券交易所</b>	
名称：	深圳证券交易所

地址:	深圳市福田区深南大道 2012 号
联系电话:	0755-8866 8888
传真:	0755-8208 3164
<b>(七) 股票登记机构</b>	
名称:	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
地址:	广东省深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 22-28 楼
联系电话:	0755-2593 8000
传真:	0755-2593 8000
<b>(八) 收款银行</b>	
名称:	【】
地址:	【】
联系电话:	【】
传真:	【】

### 三、发行人与本次发行有关的保荐机构和证券服务机构的关系

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。

基于对发行人股东的股权穿透核查，发行人与本次发行有关的中介机构或其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或其他利益输送安排。

### 四、有关本次发行上市的重要日期

	日期
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

## 第四节 风险因素

投资者在评价本公司本次发行的股票时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别认真地考虑下述各项风险因素。下述风险排序并不表示风险因素会依次发生。公司提请投资者仔细阅读本节全文。

### 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

#### （一）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。

## **（二）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。

## **（三）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。

## **（四）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。

#### **（五）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。

#### **（六）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。

#### **（七）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。

#### **（八）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。

#### **（九）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，截至本招股说明书签署之日，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。

#### **（十）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。

#### **（十一）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**

#### **（一）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。

## **（二）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。

## **（三）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。

## **（四）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。

## **（五）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。

### **（六）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。

### **（七）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**

### **（一）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。

### **（二）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**

### **（一）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和行为不当，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。

### **（二）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**

### **（一）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。

### **（二）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。

## 第五节 发行人基本情况

### 一、发行人基本信息

公司名称：北京数聚智连科技股份有限公司

英文名称：Beijing Data Intelink Technology Co., Ltd.

注册资本：13,525.9855 万元人民币

法定代表人：熊鲲

成立日期：2008-03-26

营业期限：2008-03-26 至长期

住所：北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 318 室

邮政编码：100015

联系电话：010-59547588

传真号码：010-59547374

互联网网址：[http:// www.intelinkgroup.com](http://www.intelinkgroup.com)

电子信箱：[sjzlzq@intelinkgroup.com](mailto:sjzlzq@intelinkgroup.com)

负责信息披露和投资者关系的部门：证券部

部门负责人：程松岩

电话号码：010-59547518

### 二、公司的设立情况

#### （一）有限责任公司设立情况

发行人前身博思瀚扬系由郑佳、陶跃华、王锦、董丽、陈莉、施蕾 6 人于 2008 年 3 月共同以货币形式出资设立的有限责任公司，注册资本 170 万元。

2008 年 3 月 25 日，北京京佳信会计师事务所有限公司出具京佳信验字(2008) 029 号《验资报告》，经审验，截至 2008 年 3 月 25 日，博思瀚扬已收到全体股东缴纳的注册资本（实收资本）合计 170 万元，均为货币出资。2020 年 11 月 23

日，致同出具了致同专字（2020）第 110ZC10036 号《验资复核报告》，就上述验资事宜进行了复核。致同经复核认为，北京京佳信会计师事务所有限公司出具的京佳信验字（2008）029 号《验资报告》在所有重大方面符合《中国注册会计师审计准则第 1602 号-验资》的要求。

2008 年 3 月 26 日，博思瀚扬取得了北京市工商行政管理局门头沟分局核发的注册号为 110109010900835 的《企业法人营业执照》。

博思瀚扬设立时的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	持股比例（%）
1	郑佳	110.50	65.00
2	陶跃华	25.50	15.00
3	王锦	8.50	5.00
4	董丽	8.50	5.00
5	陈莉	8.50	5.00
6	施蕾	8.50	5.00
合计		170.00	100.00

## （二）股份有限公司设立情况

2015 年 7 月 31 日，博思瀚扬召开股东会并作出决议：全体股东一致同意将博思瀚扬整体变更为股份有限公司，并将公司更名为“北京蓝色光标电子商务股份有限公司”，全体股东以各自持有的博思瀚扬股权所对应的博思瀚扬截至 2015 年 6 月 30 日经审计的账面净资产值折合为股份有限公司的股份，每股面值为人民币 1 元。根据天职国际于 2015 年 7 月 30 日出具的天职业字 [2015] 11650-1 号《审计报告》，公司以截至 2015 年 6 月 30 日的经审计账面净资产值 17,406.955471 万元为基础进行整体变更，其中人民币 10,000 万元作为整体变更后股份有限公司的注册资本，其余计入整体变更后股份有限公司的资本公积，各股东的持股比例不变。

同日，博思瀚扬全体股东作为股份有限公司发起人签署了《北京蓝色光标电子商务股份有限公司发起人协议》。

同日，沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具了沃克森评报字 [2015] 第 0431 号评估报告，经评估，博思瀚扬截至 2015 年 6 月 30 日的净资产评估值为人民币 20,264.20 万元。

2015年8月15日，蓝标电商（筹）召开创立大会，全体发起人一致审议通过了《关于北京博思瀚扬企业策划有限公司整体变更为股份有限公司的议案》、《关于制定〈北京蓝色光标电子商务股份有限公司章程〉的议案》等议案。

2015年8月15日，天职国际对拟设立的股份有限公司截至2015年6月30日的注册资本实收情况进行了审验，并出具了天职业字〔2015〕12306号《验资报告》。经审验，截至2015年6月30日止，公司已收到全体股东以其拥有的博思瀚扬的净资产折合的股本10,000万元。2020年11月23日，致同出具了致同专字（2020）第110ZC10036号《验资复核报告》，就上述验资事宜进行了复核。致同经复核认为，天职国际出具的天职业字〔2015〕12306号《验资报告》在所有重大方面符合《中国注册会计师审计准则第1602号-验资》的要求。

2015年8月24日，蓝标电商取得了北京市工商行政管理局朝阳分局核发的《营业执照》，注册号为110109010900835，注册资本为10,000万元。

蓝标电商设立时，各发起人的股份认购情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	蓝色光标	64,527,351	64.53
2	华新蓝创	12,667,112	12.67
3	蓝标网众	12,667,112	12.67
4	珠海启双	10,138,425	10.14
合计		<b>100,000,000</b>	<b>100.00</b>

### （三）股份有限公司设立和整体变更程序是否曾经存在瑕疵

发行人股份有限公司整体变更过程中，发起人股东华新蓝创、蓝标网众及珠海启双的自然人合伙人未缴纳个人所得税。截至本招股说明书签署之日，华新蓝创自然人合伙人已完成前述个人所得税的补缴。蓝标网众、珠海启双已分别出具承诺：

“1. 如北京博思瀚扬有限责任公司整体变更为股份有限公司时，本企业及/或本企业的直接或间接合伙人涉及相关缴税义务，则本企业及/或本企业的直接或间接合伙人应根据届时适用的法律法规、税收征管规定及有关主管部门的要求履行纳税义务，无条件、及时、全额承担应补缴的税款以及由此产生的全部相关费用（包括但不限于滞纳金、罚款等）。”

2. 如本企业的直接或间接合伙人未按要求补缴相关税款以及由此产生的全部相关费用,本企业将按照相关税收规定及税务主管部门的要求及时代扣代缴或督促本企业的直接或间接合伙人及时缴纳税款及由此产生的相关费用。

3. 本企业承诺,本企业或本企业的直接或间接合伙人,若由于本次股改而被有关政府部门要求补缴税款或发生任何与本次股改有关的税务方面的处罚或者责任,均由本企业负责承担。

4. 本企业及/或本企业的直接或间接合伙人之间、本企业及/或本企业的直接或间接合伙人与公司之间就上述缴税事项不存在任何纠纷或潜在纠纷。

5. 本承诺为不可撤销的承诺。本承诺一经作出,立即生效。”

发起人股东在整体变更过程中未依法缴纳所得税的瑕疵已得到弥补,不会对本次发行上市造成重大不利影响。

#### **(四) 2017年11月,熊鯤成为发行人实际控制人**

2017年10-11月,发行人在股转系统挂牌期间,华新蓝创通过股转系统收购蓝色光标、蓝标网众、珠海启双持有的蓝标电商股权并取得蓝标电商控制权;蓝色光标的持股比例由51.76%降至19.78%,蓝标电商成为蓝色光标的参股公司;华新蓝创的持股比例由10.16%增至30.09%,成为蓝标电商的控股股东,熊鯤成为发行人实际控制人。蓝色光标将发行人移出合并报表范围的时间是2017年11月30日。

股转系统交易时间	转让方	受让方	转让数量(股)	取得方式
2017-10-19至2017-10-25	蓝色光标	险峰旗云	9,350,000	协议转让
2017-11-09至2017-11-15	蓝色光标	深圳险峰	6,234,000	协议转让
2017-10-25至2017-10-31	蓝色光标	大得宏强	3,117,000	协议转让
2017-11-03至2017-11-09	蓝色光标	海南聚实	4,675,000	协议转让
2017-10-31	蓝色光标	齐玉杰	3,117,000	协议转让
2017-10-31	蓝色光标	明曜一期	1,247,000	协议转让
2017-10-13至2017-11-29	蓝色光标	华新蓝创	12,130,000	协议转让
2017-10-13至2017-11-06	蓝标网众	华新蓝创	7,642,000	协议转让
2017-10-17至2017-10-23	珠海启双	华新蓝创	5,069,000	协议转让

华新蓝创通过收购蓝色光标、蓝标网众、珠海启双持有的蓝标电商股权取得了蓝标电商的控制权,蓝色光标、华新蓝创、蓝标网众、珠海启双均履行了必要

的决策及审批程序。

蓝色光标股份转让以北京中科华资产评估有限公司出具的《资产评估报告书》（中科华评报字[2017]第 098 号）评定的截至 2016 年 12 月 31 日蓝标电商全部股权的评估价值为基础确定。蓝色光标于 2017 年 8 月 28 日召开第四届董事会第六次会议审议通过《关于公司出售部分蓝标电商股权的议案》，蓝色光标独立董事发表了独立意见，“公司以 12,397.98 万元出售北京蓝色光标电子商务股份有限公司 30.98% 股份符合公司的整体发展战略和中小股东的基本利益。本次交易以北京中科华资产评估有限公司出具的评估报告的评估结果作为定价基础，交易定价公允、合理，符合市场规则。本次交易的审议履行了必要的法律程序，符合《公司法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所创业板上市公司规范运作指引》以及《公司章程》等有关规定，不存在损害公司及广大股东利益的情况。因此，我们同意此交易事项，并同意提交公司股东大会审议”。2017 年 8 月 29 日，蓝色光标发布了《关于转让控股子公司蓝标电商部分股权的公告》。2017 年 9 月 15 日，蓝色光标召开 2017 年第一次临时股东大会，审议通过《关于公司出售部分蓝标电商股权的议案》，并对中小股东单独计票，中小投资者同意票占出席会议的中小投资者的有效表决权股份总数的 99.9935%。

#### （五）报告期内的股本和股东变化情况

报告期初，发行人的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	华新蓝创	37,508,112	30.09
2	蓝色光标	24,657,351	19.78
3	险峰旗云	9,350,000	7.50
4	考拉昆略	6,250,000	5.01
5	深圳险峰	6,234,000	5.00
6	珠海启双	5,069,425	4.07
7	蓝标网众	5,025,112	4.03
8	孟凡兴	4,725,000	3.79
9	高榕投资	4,687,500	3.76
10	海南聚实	4,675,000	3.75
11	明曜一期	4,284,000	3.44
12	齐玉杰	3,117,000	2.50
13	大得宏强	3,117,000	2.50

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
14	植朵商贸	1,562,500	1.25
15	蓝图天兴	1,538,462	1.23
16	宋文峰	1,500,000	1.20
17	杨培锋	900,000	0.72
18	赵彤	375,000	0.30
19	明曜新三板	88,000	0.07
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

报告期内，发行人历次股本和股东变化情况如下：

### 1、2018年1月至2019年4月，报告期内在股转系统的股份转让

2016年6月，公司在股转系统挂牌。报告期内，公司股份在股转系统经过数次股份转让，导致股东人数、股本结构发生变化，具体情况如下：

序号	时间	转让方	受让方/定增认购方	转让/认购数量（股）	取得方式
1	2018-06-27 至 2018-06-28	蓝色光标	天津蓝鹰	2,500,000	协议转让
2	2018-08-14	明曜新三板	明曜一期	88,000	协议转让

2018年7月25日、2018年8月13日，发行人分别召开了第一届董事会第二十一次会议、2018年第二次临时股东大会，会议审议通过了《关于拟变更公司名称的议案》，同意发行人名称由“北京蓝色光标电子商务股份有限公司”变更为“北京数聚智连科技股份有限公司”。2018年11月22日，发行人取得北京市工商行政管理局朝阳分局换发的《营业执照》（统一社会信用代码：91110105673823431P），就公司名称变更事项办理完成工商变更登记手续。

2019年4月，公司终止在股转系统挂牌，截至终止挂牌时，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	华新蓝创	37,508,112	30.09
2	蓝色光标	22,157,351	17.77
3	险峰旗云	9,350,000	7.50
4	考拉昆略	6,250,000	5.01
5	深圳险峰	6,234,000	5.00
6	珠海启双	5,069,425	4.07
7	蓝标网众	5,025,112	4.03

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
8	孟凡兴	4,725,000	3.79
9	高榕投资	4,687,500	3.76
10	海南聚实	4,675,000	3.75
11	明曜一期	4,372,000	3.51
12	齐玉杰	3,117,000	2.50
13	大得宏强	3,117,000	2.50
14	天津蓝鹰	2,500,000	2.01
15	植朵商贸	1,562,500	1.25
16	蓝图天兴	1,538,462	1.23
17	宋文峰	1,500,000	1.20
18	杨培锋	900,000	0.72
19	赵彤	375,000	0.30
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

## 2、2019年11月，终止挂牌后第一次股份转让

2018年8月31日，险峰旗云、深圳险峰、大得宏强与华新蓝创签署了股份转让协议，约定险峰旗云、深圳险峰、大得宏强分别向华新蓝创无偿转让其持有的发行人186.9952万股、124.6635万股、62.3317万股股份，转让股份共计373.9904万股，占发行人总股本的3.00%。

本次股份转让于2019年11月7日完成。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	华新蓝创	41,248,016	33.09
2	蓝色光标	22,157,351	17.77
3	险峰旗云	7,480,048	6.00
4	考拉昆略	6,250,000	5.01
5	珠海启双	5,069,425	4.07
6	蓝标网众	5,025,112	4.03
7	深圳险峰	4,987,365	4.00
8	孟凡兴	4,725,000	3.79
9	高榕投资	4,687,500	3.76
10	海南聚实	4,675,000	3.75
11	明曜一期	4,372,000	3.51
12	齐玉杰	3,117,000	2.50
13	天津蓝鹰	2,500,000	2.01

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
14	大得宏强	2,493,683	2.00
15	植朵商贸	1,562,500	1.25
16	蓝图天兴	1,538,462	1.23
17	宋文峰	1,500,000	1.20
18	杨培锋	900,000	0.72
19	赵彤	375,000	0.30
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

### 3、2020年7月，终止挂牌后第二次股份转让

2020年7月9日，蓝标网众与分别与丁晓东、罗斌2人签署了股份转让协议，约定丁晓东受让蓝标网众持有的发行人497.4861万股股份、罗斌受让蓝标网众持有的发行人5.0251万股股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	华新蓝创	41,248,016	33.09
2	蓝色光标	22,157,351	17.77
3	险峰旗云	7,480,048	6.00
4	考拉昆略	6,250,000	5.01
5	珠海启双	5,069,425	4.07
6	深圳险峰	4,987,365	4.00
7	丁晓东	4,974,861	3.99
8	孟凡兴	4,725,000	3.79
9	高榕投资	4,687,500	3.76
10	海南聚实	4,675,000	3.75
11	明曜一期	4,372,000	3.51
12	齐玉杰	3,117,000	2.50
13	天津蓝鹰	2,500,000	2.01
14	大得宏强	2,493,683	2.00
15	植朵商贸	1,562,500	1.25
16	蓝图天兴	1,538,462	1.23
17	宋文峰	1,500,000	1.20
18	杨培锋	900,000	0.72
19	赵彤	375,000	0.30
20	罗斌	50,251	0.04
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

#### 4、2020年7月，终止挂牌后第三次股份转让

2020年7月13日，天津蓝鹰与周涛签署了股份转让协议，约定周涛受让天津蓝鹰持有的发行人250万股股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	华新蓝创	41,248,016	33.09
2	蓝色光标	22,157,351	17.77
3	险峰旗云	7,480,048	6.00
4	考拉昆略	6,250,000	5.01
5	珠海启双	5,069,425	4.07
6	深圳险峰	4,987,365	4.00
7	丁晓东	4,974,861	3.99
8	孟凡兴	4,725,000	3.79
9	高榕投资	4,687,500	3.76
10	海南聚实	4,675,000	3.75
11	明曜一期	4,372,000	3.51
12	齐玉杰	3,117,000	2.50
13	周涛	2,500,000	2.01
14	大得宏强	2,493,683	2.00
15	植朵商贸	1,562,500	1.25
16	蓝图天兴	1,538,462	1.23
17	宋文峰	1,500,000	1.20
18	杨培锋	900,000	0.72
19	赵彤	375,000	0.30
20	罗斌	50,251	0.04
合计		124,663,462	100.00

#### 5、2020年7月，终止挂牌后第四次股份转让

2020年7月28日，华新蓝创与熊鲲签署了股份转让协议，约定熊鲲受让华新蓝创持有的发行人2,631.4890万股股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鲲	26,314,890	21.11
2	蓝色光标	22,157,351	17.77
3	华新蓝创	14,933,126	11.98

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
4	险峰旗云	7,480,048	6.00
5	考拉昆略	6,250,000	5.01
6	珠海启双	5,069,425	4.07
7	深圳险峰	4,987,365	4.00
8	丁晓东	4,974,861	3.99
9	孟凡兴	4,725,000	3.79
10	高榕投资	4,687,500	3.76
11	海南聚实	4,675,000	3.75
12	明曜一期	4,372,000	3.51
13	齐玉杰	3,117,000	2.50
14	周涛	2,500,000	2.01
15	大得宏强	2,493,683	2.00
16	植朵商贸	1,562,500	1.25
17	蓝图天兴	1,538,462	1.23
18	宋文峰	1,500,000	1.20
19	杨培锋	900,000	0.72
20	赵彤	375,000	0.30
21	罗斌	50,251	0.04
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

## 6、2020年8月，终止挂牌后第五次股份转让

2020年8月20日，蓝色光标分别与邓保军、丁晓东、康宏斌、王冬云、吴哲飞5人签署了股份转让协议，约定邓保军受让蓝色光标持有的发行人445.225万股、丁晓东受让蓝色光标持有的发行人142.472万股、康宏斌受让蓝色光标持有的发行人178.09万股、王冬云受让蓝色光标持有的发行人124.663万股、吴哲飞受让蓝色光标持有的发行人658.933万股股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鯤	26,314,890	21.11
2	华新蓝创	14,933,126	11.98
3	险峰旗云	7,480,048	6.00
4	蓝色光标	6,663,521	5.35
5	吴哲飞	6,589,330	5.29
6	丁晓东	6,399,581	5.13
7	考拉昆略	6,250,000	5.01

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
8	珠海启双	5,069,425	4.07
9	深圳险峰	4,987,365	4.00
10	孟凡兴	4,725,000	3.79
11	高榕投资	4,687,500	3.76
12	海南聚实	4,675,000	3.75
13	邓保军	4,452,250	3.57
14	明曜一期	4,372,000	3.51
15	齐玉杰	3,117,000	2.50
16	周涛	2,500,000	2.01
17	大得宏强	2,493,683	2.00
18	康宏斌	1,780,900	1.43
19	植朵商贸	1,562,500	1.25
20	蓝图天兴	1,538,462	1.23
21	宋文峰	1,500,000	1.20
22	王冬云	1,246,630	1.00
23	杨培锋	900,000	0.72
24	赵彤	375,000	0.30
25	罗斌	50,251	0.04
合计		<b>124,663,462</b>	<b>100.00</b>

## 7、2020年9月，终止挂牌后第一次增资

2020年5月28日，王岩科与发行人签署了投资协议，约定王岩科以增资方式向发行人投资，新增注册资本人民币623.3173万元。

2020年6月30日，国调洪泰与发行人签署了投资协议，约定国调洪泰以增资方式向发行人投资，新增注册资本人民币373.9903万元。

同日，险峰旗云与发行人签署了投资协议，约定险峰旗云以增资方式向发行人投资，新增注册资本人民币62.3317万元。

2020年8月11日、2020年8月17日，发行人分别召开了第二届董事会第十九次会议及2020年第六次临时股东大会，会议审议通过了《关于增加公司注册资本的议案》。

2020年11月6日，致同对本次增资情况进行了审验，并出具了致同验字(2020)第110ZC00418号《验资报告》。

2020年9月10日，数聚智连取得北京市朝阳区市场监督管理局换发的《营

业执照》（统一社会信用代码：91110105673823431P），就上述增资事项办理完成了工商变更登记手续。

本次增资完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鲲	26,314,890	19.46
2	华新蓝创	14,933,126	11.04
3	险峰旗云	8,103,365	5.99
4	蓝色光标	6,663,521	4.93
5	吴哲飞	6,589,330	4.87
6	丁晓东	6,399,581	4.73
7	考拉昆略	6,250,000	4.62
8	王岩科	6,233,173	4.61
9	珠海启双	5,069,425	3.75
10	深圳险峰	4,987,365	3.69
11	孟凡兴	4,725,000	3.49
12	高榕投资	4,687,500	3.47
13	海南聚实	4,675,000	3.46
14	邓保军	4,452,250	3.29
15	明曜一期	4,372,000	3.23
16	国调洪泰	3,739,903	2.76
17	齐玉杰	3,117,000	2.30
18	周涛	2,500,000	1.85
19	大得宏强	2,493,683	1.84
20	康宏斌	1,780,900	1.32
21	植朵商贸	1,562,500	1.16
22	蓝图天兴	1,538,462	1.14
23	宋文峰	1,500,000	1.11
24	王冬云	1,246,630	0.92
25	杨培锋	900,000	0.67
26	赵彤	375,000	0.28
27	罗斌	50,251	0.04
合计		<b>135,259,855</b>	<b>100.00</b>

#### 8、2020年9月，终止挂牌后第六次股份转让

2020年9月15日，熊鲲与上海赞谋签署了股份转让协议，约定上海赞谋受让熊鲲持有的发行人547.2万股股份。

本次股份转让完成后，发行人的股本结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鲲	20,842,890	15.41
2	华新蓝创	14,933,126	11.04
3	险峰旗云	8,103,365	5.99
4	蓝色光标	6,663,521	4.93
5	吴哲飞	6,589,330	4.87
6	丁晓东	6,399,581	4.73
7	考拉昆略	6,250,000	4.62
8	王岩科	6,233,173	4.61
9	上海赞谋	5,472,000	4.05
10	珠海启双	5,069,425	3.75
11	深圳险峰	4,987,365	3.69
12	孟凡兴	4,725,000	3.49
13	高榕投资	4,687,500	3.47
14	海南聚实	4,675,000	3.46
15	邓保军	4,452,250	3.29
16	明曜一期	4,372,000	3.23
17	国调洪泰	3,739,903	2.76
18	齐玉杰	3,117,000	2.30
19	周涛	2,500,000	1.85
20	大得宏强	2,493,683	1.84
21	康宏斌	1,780,900	1.32
22	植朵商贸	1,562,500	1.16
23	蓝图天兴	1,538,462	1.14
24	宋文峰	1,500,000	1.11
25	王冬云	1,246,630	0.92
26	杨培锋	900,000	0.67
27	赵彤	375,000	0.28
28	罗斌	50,251	0.04
合计		135,259,855	100.00

#### （六）发行人申报时是否存在已解除或正在执行的赌协议

发行人存在已解除的对赌条款，具体情况如下：

熊鲲、国调洪泰、王岩科和险峰旗云等股东于 2020 年 8 月 17 日签署《关于北京数聚智连科技股份有限公司之股东协议》，其中约定国调洪泰、王岩科和险峰旗云有权在特定情形发生时要求公司以现金方式回购其所持的全部或部分公司股份（以下简称“新投资人的回购权”），险峰系股东有权在特定情形发生时

要求熊鯤、华新蓝创赎回其持有的全部或部分公司股份（以下简称“险峰系股东的回购权”）。

相关股东于 2021 年 3 月 30 日签署《关于北京数聚智连科技股份有限公司之股东协议之补充协议》（以下简称“《股东协议补充协议》”），一致确认，①新投资人的回购权”自《股东协议补充协议》生效之日自动终止且自始无效；②除“新投资人的回购权”外的其他股东特殊权利（含“险峰系股东的回购权”）自发行人就本次发行上市通过北京证监局辅导验收之日自动终止。北京证监局于 2021 年 6 月 8 日印发关于发行人辅导工作的意见函，同意发行人申报创业板首次公开发行股票。

相关股东于 2021 年 9 月 22 日签署《关于北京数聚智连科技股份有限公司之股东协议之补充协议（二）》（以下简称“《股东协议补充协议（二）》”），约定《股东协议》中约定的股东特殊权利均已终止且自始无效。除此之外，其与发行人之间以及与其他股东之间不存在任何直接或间接以发行人经营业绩、发行上市等事项为标准，以发行人股权变动等事项为实施内容的对赌协议或特殊安排。

综上，前述对赌条款及协议约定的其他股东特殊权利均已终止且自始无效，不存在可能对发行人产生重大不利影响的情形。

#### **（七）报告期内的重大资产重组情况**

报告期内，发行人不存在重大资产重组的情况。

#### **（八）发行人在其他证券市场上市/挂牌情况**

##### **1、2016 年 6 月，在全国中小企业股份转让系统挂牌**

2016 年 4 月 28 日，股转公司出具《关于同意北京蓝色光标电子商务股份有限公司在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函〔2016〕3532 号），同意公司股票在股转系统挂牌并公开转让。

2016 年 6 月 7 日，公司开始在股转系统挂牌，证券简称为“蓝标电商”，证券代码为“837467”，挂牌时公司总股本为 12,312.5 万股，转让方式为协议转让。

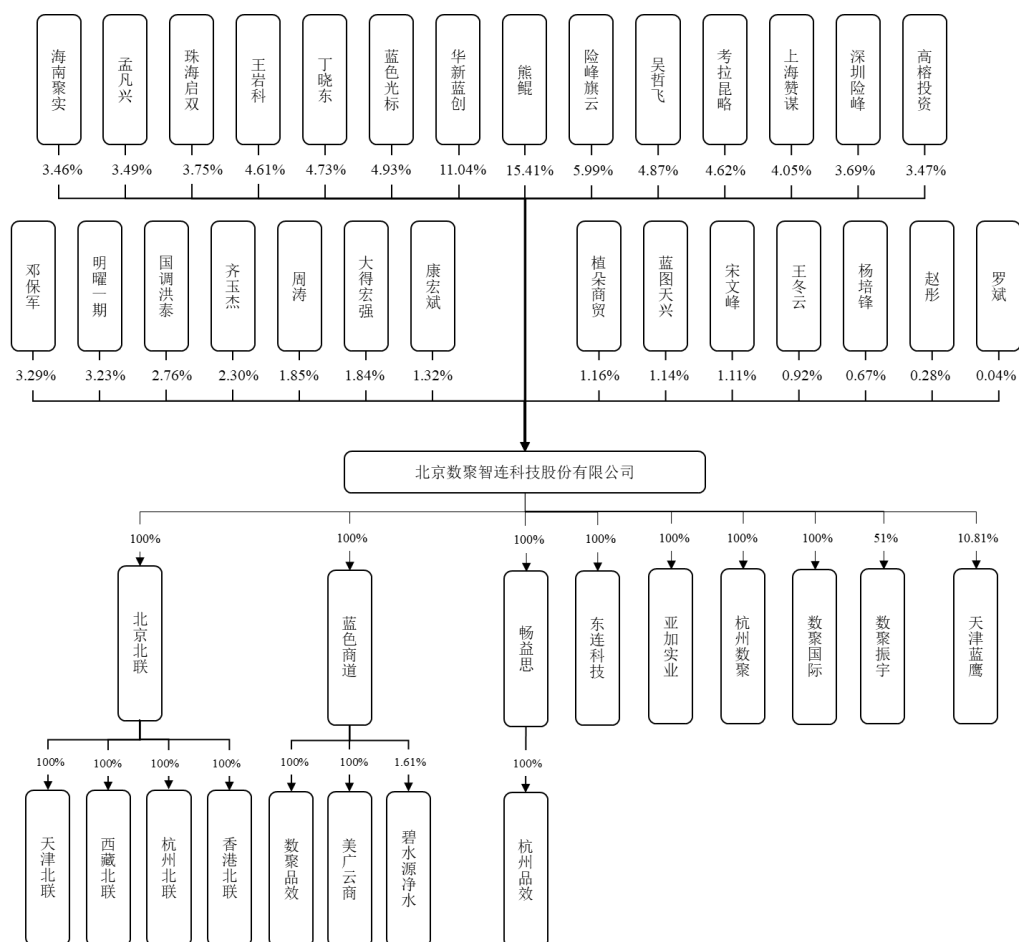
## 2、2019年4月，终止在全国中小企业股份转让系统挂牌

2019年4月14日，全国中小企业股份转让系统有限责任公司出具《关于同意北京数聚智连科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2019]1224号），公司股票自2019年4月19日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

发行人在股转系统挂牌和摘牌的程序合法合规。发行人股票在股转系统挂牌期间，未因违反股转系统相关规则受到行政处罚或行政监管措施、自律监管措施。

## 三、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署之日，发行人的股权结构如下：



截至本招股说明书签署之日，本公司控股股东及实际控制人熊鲲除本公司及其子公司、华新蓝创外无其他对外投资。发行人直接股东中不存在资产管理计划、契约性基金或信托计划等“三类股东”。

本公司控股股东及实际控制人熊鲲的具体情况详见本招股说明书本节之“五、主要股东、实际控制人、控股股东、实际控制人所控制的其他企业”之“（一）发行人控股股东和实际控制人”。

#### 四、发行人控股子公司、参股公司情况

##### （一）发行人全资、控股子公司情况

截至本招股说明书签署之日，发行人全资、控股子公司基本情况如下：

##### 1、北京北联

企业名称	北京北联伟业电子商务有限公司
统一社会信用代码	911101055858594699
成立时间	2011-11-09
登记机关	北京市朝阳区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	北京市朝阳区酒仙桥路14号1号楼三层306室
法定代表人	熊鲲
注册资本	500万元人民币
实收资本	500万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有100%股权
经营范围	销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品、化妆品、家用电器、机械设备、五金交电（不含电动自行车）、照相器材、计算机、软件及辅助设备、体育用品、针纺织品、鞋帽、家具、珠宝首饰、避孕套、工艺品、钟表、眼镜（不含隐形眼镜）、玩具、汽车配件、仪器仪表、塑料制品、花卉、建筑材料、通讯设备、II类医疗器械、润滑油、石油制品（不含危险化学品）；技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；企业策划；经济贸易咨询；房地产信息咨询；摄影、扩印服务；物业管理；市场调查；公共关系服务；组织体育赛事；文艺创作；会议服务；企业管理咨询；设计、制作、发布、代理广告；组织文化艺术交流活动（不含演出）；电脑动画设计；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；电脑图文设计；软件开发；承办展览展示活动；货物进出口、技术进出口、代理进出口；销售食品；销售第III类医疗器械。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、销售第III类医疗器械以及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。）
主营业务	母婴营养线上零售业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的线上零售业务

最近一年，北京北联的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	40,872.51
净资产	11,577.93
净利润	2,586.48
是否经审计	以上数据经致同审计

## 2、蓝色商道

企业名称	上海蓝色商道科技有限公司
统一社会信用代码	91310114398619021X
成立时间	2014-07-14
登记机关	上海市嘉定区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	上海市嘉定工业区汇源路 55 号 8 幢 5 层 D 区 502 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	10,000 万元人民币
实收资本	10,000 万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有 100% 股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销售；电子产品销售；照相器材及望远镜零售；机械设备销售；五金产品批发；五金产品零售；办公用品销售；文具用品零售；文具用品批发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；日用品销售；化妆品零售；化妆品批发；个人卫生用品销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；针纺织品销售；服装服饰零售；服装服饰批发；鞋帽批发；鞋帽零售；日用百货销售；第二类医疗器械销售；钟表销售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；家具销售；金银制品销售；玩具销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；仪器仪表销售；建筑材料销售；建筑装饰材料销售；厨具卫具及日用杂品零售；厨具卫具及日用杂品批发；橡胶制品销售；金属材料销售；第一类医疗器械销售；广告制作；广告设计、代理；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；项目策划与公关服务；市场营销策划；体育赛事策划；社会经济咨询服务；会议及展览服务；企业管理咨询；专业设计服务。 （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）许可项目：货物进出口；技术进出口；食品经营。 （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）
主营业务	消费电子线上零售业务、代运营及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的线上零售业务

最近一年，蓝色商道的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	21,254.81
净资产	13,993.30
净利润	1,576.14
是否经审计	以上数据经致同审计

### 3、天津北联

企业名称	天津北联伟业电子商务有限公司
统一社会信用代码	91120116MA06KF8J9U
成立时间	2019-03-22
登记机关	中新天津生态城市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	天津市滨海新区中新天津生态城国家动漫园文三路 105 号读者大厦 A 区 209
法定代表人	熊鲲
注册资本	3,000 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
股东构成及控制情况	北京北联持有 100% 股权
经营范围	许可项目：互联网信息服务；货物进出口；技术进出口；食品经营；进出口代理；体育场地设施经营（不含高风险性体育运动）。（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）一般项目：针纺织品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；日用百货销售；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；家具销售；五金产品批发；五金产品零售；家用电器销售；电子产品销售；计算机软硬件及辅助设备批发；机械设备销售；汽车零配件批发；贸易经纪；软件开发；企业管理；市场调查（不含涉外调查）；广告设计、代理；会议及展览服务；办公服务；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；企业形象策划；通讯设备销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；金属材料销售；电力电子元器件销售；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；橡胶制品销售；仪器仪表销售；照相机及器材销售；化妆品零售；化妆品批发；鞋帽批发；鞋帽零售；玩具销售；第一类医疗器械销售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；眼镜销售（不含隐形眼镜）；个人卫生用品销售；市场营销策划；体育赛事策划；第二类医疗器械销售。（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）
主营业务	线上零售业务、品牌代运营业务、品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务业务及品效营销业务

最近一年，天津北联的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	13,858.32
净资产	2,511.00
净利润	1,172.96
是否经审计	以上数据经致同审计

#### 4、西藏北联

企业名称	西藏山南北联伟业电子商务有限公司
统一社会信用代码	91542200321391364D
成立时间	2015-05-13
登记机关	山南市市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	西藏自治区山南市格桑路中段，扶直公司商务房三楼第 10 号房
法定代表人	程松岩
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
股东构成及控制情况	北京北联持有 100% 股权
经营范围	销售文具用品、服装、日用品、工艺品、电子产品、化妆品、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒品）汽车配件、汽车润滑油、摩托车配件、仪器仪表、陶瓷制品、橡胶及塑料制品、钟表眼镜、玩具、家具、金银珠宝首饰、饲料、电子出版物、玉器；广告设计、制作；组织文化艺术交流活动（不含演出）；承办展览展示活动；经济贸易咨询、商务咨询。（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）
主营业务	品牌代运营业务及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的品牌代运营业务

最近一年，西藏北联的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	5,816.13
净资产	5,079.62
净利润	594.65
是否经审计	以上数据经致同审计

#### 5、畅益思

企业名称	北京畅益思科技发展有限公司
------	---------------

统一社会信用代码	91110105802044363F
成立时间	2000-12-22
登记机关	北京市朝阳区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	北京市朝阳区酒仙桥路14号1号楼三层316室
法定代表人	杨磊
注册资本	1,000万元人民币
实收资本	50万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有100%股权
经营范围	技术推广服务；家庭服务（不符合家政服务通用要求不得开展经营活动）；设计、制作、代理、发布广告；经济贸易咨询；销售日用品、通讯设备、五金交电、建筑材料、化工产品（不含危险化学品）、汽车配件、摩托车配件、金属材料、机械设备、计算机、软硬件及辅助设备、工艺品、家用电器、电子产品、文具用品、仪器仪表、照相器材、化妆品、体育用品、针纺织品、服装、鞋帽、玩具、医疗器械I类、避孕套、避孕帽、家具、珠宝首饰、眼镜；货物进出口、技术进出口、代理进出口；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；计算机技术培训（不得面向全国招生）；企业管理；文艺创作；市场调查；企业策划；组织体育竞赛；承办展览展示活动；会议服务；组织文化艺术交流活动（不含演出）；经营电信业务、互联网信息服务；销售食品。（市场主体依法自主选择经营项目，开展经营活动；销售食品、经营电信业务、互联网信息服务以及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。）
主营业务	品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品效营销业务

最近一年，畅益思的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021年度
总资产	3,160.69
净资产	1,670.21
净利润	91.57
是否经审计	以上数据经致同审计

## 6、数聚品效

企业名称	广州数聚品效营销策划有限公司
统一社会信用代码	91440105340208641Y
成立时间	2015-05-21
登记机关	广州市天河区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	广州市天河区天河区花城大道85号2501房之自编

	<b>01.02.06B 单元（仅限办公）</b>
法定代表人	林静
注册资本	2,000 万元人民币
实收资本	620 万元人民币
股东构成及控制情况	蓝色商道持有 100% 股权
经营范围	商品批发贸易（许可审批类商品除外）；策划创意服务；软件服务；物流代理服务；仓储代理服务；技术进出口；贸易代理；贸易咨询服务；企业管理咨询服务；会议及展览服务；包装服务；商品信息咨询服务；软件开发；数据处理和存储服务；广告业；网络技术的研究、开发；市场营销策划服务；商品零售贸易（许可审批类商品除外）；货物进出口（专营专控商品除外）；美术图案设计服务；软件测试服务；群众参与的文艺类演出、比赛等公益性文化活动的策划
主营业务	品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品效营销业务

最近一年，数聚品效的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	2,257.29
净资产	1,095.74
净利润	152.48
是否经审计	以上数据经致同审计

## 7、杭州北联

企业名称	杭州北联电子商务有限公司
统一社会信用代码	91330106MA2B15PGXL
成立时间	2018-03-12
登记机关	杭州市西湖区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢 9 层 906 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
股东构成及控制情况	北京北联持有 100% 股权
经营范围	一般项目：互联网销售（除销售需要许可的商品）；文具用品零售；服装服饰零售；服装服饰批发；日用百货销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；化妆品批发；化妆品零售；食品销售（仅销售预包装食品）；广告设计、代理；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；社会经济咨询服务；货物进出口；技术进出口；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；母婴

	用品销售；玩具销售（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）。 <b>许可项目：第三类医疗器械经营（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，具体经营项目以审批结果为准）。</b>
主营业务	母婴营养线上零售业务、品牌代运营、渠道分销业务及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销业务

最近一年，杭州北联的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	13,606.34
净资产	325.47
净利润	324.42
是否经审计	以上数据经致同审计

## 8、东连科技

企业名称	东连（北京）科技有限公司
统一社会信用代码	911101057002930439
成立时间	2000-01-04
登记机关	北京市朝阳区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	北京市朝阳区酒仙桥路 14 号 1 号楼三层 308 室
法定代表人	程松岩
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	110 万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有 100% 股权
经营范围	技术开发、技术推广、技术转让、技术咨询、技术服务；企业形象策划；经济贸易咨询；设计、制作、代理、发布广告；房地产信息咨询；摄影、扩印服务；物业管理；市场调查；组织文化艺术交流活动（不含演出）；公共关系服务；组织体育赛事活动；文艺创作；会议服务；企业管理咨询；电脑动漫设计；体育运动项目经营（高危险性体育项目除外）；电脑图文设计；软件开发；承办展览展示活动；销售通讯器材、日用品、照相器材、文具用品、五金交电（不含电动自行车）、机械设备、计算机、软件辅助设备、工艺品、家用电器、电子产品、摄影器材、机械设备、化妆品、卫生间用具、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、I类医疗器械、钟表、眼镜、家具、珠宝首饰、玩具、工艺品、汽摩配件、仪器仪表、建筑材料、陶瓷制品、橡塑制品、金属材料；货物进出口、技术进出口、代理进出口；互联网信息服务。（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；互联网信息服务以及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；不得从事本市产业政策禁止和限

	制类项目的经营活动。)
主营业务	品牌代运营及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的品牌代运营及品效营销业务

最近一年，东连科技的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	1,092.07
净资产	611.78
净利润	92.78
是否经审计	以上数据经致同审计

## 9、美广云商

企业名称	上海美广云商电子商务有限公司
统一社会信用代码	91310114312112669P
成立时间	2014-08-08
登记机关	上海市嘉定区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	上海市嘉定区汇源路 55 号 8 幢 5 层 501 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	1,000 万元人民币
股东构成及控制情况	蓝色商道持有 100% 股权
经营范围	电子商务（不得从事增值电信业务、金融业务），家用电器、电子产品、照明设备、音响设备、数码产品、机械设备、五金交电、办公用品、文具用品、计算机、软件及辅助设备、日用品、化妆品、卫生用品、化工产品（除危险化学品、监控化学品、烟花爆竹、民用爆炸物品、易制毒化学品）、体育用品、服装服饰、日用百货、工艺品（象牙及其制品除外）、家具、仪器仪表、一类医疗器械、金属材料的销售，从事网络技术、计算机技术领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，设计、制作、代理各类广告，利用自有媒体发布广告，公关活动组织策划，市场营销策划，文化艺术交流策划，体育赛事策划，创意服务，会务服务，商务咨询，企业管理咨询，多媒体设计制作，动漫设计，从事货物及技术的进出口业务，食品销售。【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】
主营业务	线上零售业务、品牌代运营业务及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务业务及品效营销业务

最近一年，美广云商的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	1,309.72
净资产	1,182.08
净利润	79.77
是否经审计	以上数据经致同审计

## 10、亚加实业

企业名称	上海亚加实业有限公司
统一社会信用代码	91310115080080791B
成立时间	2013-10-22
登记机关	上海市徐汇区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	上海市徐汇区龙兰路 277 号 2 号楼 5 楼 5B10 单元
法定代表人	熊鲲
注册资本	100 万元人民币
实收资本	100 万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有 100% 股权
经营范围	日用百货销售，食用农产品零售，食用农产品批发，家用电器销售，工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外），工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外），互联网销售（除销售需要许可的商品），会议及展览服务，普通货物仓储服务（不含危险化学品等需许可审批的项目），装卸服务，新材料技术推广服务，劳务服务（不含劳务派遣），企业形象策划，广告制作，广告设计、代理，社会经济咨询服务，日用杂品销售，通讯设备销售，五金产品零售，建筑装饰材料销售，化工产品销售（不含许可类化工产品），汽车零配件批发，摩托车及零配件零售，金属材料销售，电力电子元器件销售，计算机软硬件及辅助设备零售，电子产品销售，文具用品零售，橡胶制品销售，仪器仪表销售，光学仪器销售，照相机及器材销售，化妆品零售，体育用品及器材零售，针纺织品销售，服装服饰零售，鞋帽零售，玩具销售，第一类医疗器械销售，家具销售，珠宝首饰零售，眼镜销售（不含隐形眼镜），文化用品设备出租，个人卫生用品销售，体育赛事策划，企业管理，数字文化创意内容应用服务，互联网信息服务，信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务），市场营销策划，贸易经纪，国内贸易代理，翻译服务，财务咨询，房地产咨询，摄影扩印服务，物业管理，市场调查，文艺创作，组织文化艺术交流活动，专业设计服务，图文设计制作，软件开发。（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）
主营业务	品效营销业务及品牌代运营业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品效营销业务、品牌电商运营服务中的品牌代运营业务

最近一年，亚加实业的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	303.43
净资产	142.98
净利润	119.94
是否经审计	以上数据经致同审计

## 11、杭州数聚

企业名称	杭州数聚智连科技有限公司
统一社会信用代码	91330110MA2KDRE103
成立时间	2021-02-03
登记机关	杭州市余杭区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市余杭区余杭街道文一西路 1818-2 号 12 幢 908 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	200 万元人民币
实收资本	200 万元人民币
股东构成及控制情况	发行人持有 100% 股权
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；文具用品零售；办公用品销售；文具用品批发；服装服饰批发；服装服饰零售；日用百货销售；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品零售（象牙及其制品除外）；电子产品销售；化妆品零售；化妆品批发；专业设计服务；广告制作；图文设计制作；数字内容制作服务（不含出版发行）；销售代理；组织文化艺术交流活动；会议及展览服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；社会经济咨询服务；货物进出口；技术进出口；婴幼儿配方乳粉及其他婴幼儿配方食品销售(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)。许可项目：食品销售(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，具体经营项目以审批结果为准)。
主营业务	线上零售业务、品牌代运营业务和品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务和品效营销业务

杭州数聚于 2021 年 2 月 3 日成立，最近一年，杭州数聚的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	1,366.92
净资产	182.76
净利润	-17.24

项目	2021.12.31/2021 年度
是否经审计	以上数据经致同审计

## 12、杭州品效

企业名称	杭州数聚品效营销策划有限公司
统一社会信用代码	91330106MA2KDT5350
成立时间	2021-02-04
登记机关	杭州市西湖区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢 9 层 908 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
股东构成及控制情况	畅益思持有 100% 股权
经营范围	一般项目：市场营销策划；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；家宴服务；广告设计、代理；图文设计制作；办公服务；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；社会经济咨询服务；信息咨询服务（不含许可类信息咨询服务）；日用品销售；日用品批发；通讯设备销售；五金产品批发；五金产品零售；建筑材料销售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；金属材料销售；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机软硬件及辅助设备零售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及收藏品批发（象牙及其制品除外）；日用家电零售；电子产品销售；家用电器零配件销售；文具用品零售；办公用品销售；文具用品批发；智能仪器仪表销售；照相器材及望远镜批发；照相器材及望远镜零售；化妆品零售；化妆品批发；户外用品销售；体育用品及器材批发；体育用品及器材零售；针纺织品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；鞋帽批发；鞋帽零售；玩具、动漫及游艺用品销售；第一类医疗器械销售；家具零配件销售；家具销售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；企业管理咨询；企业管理；软件开发；专业设计服务；文艺创作；市场调查（不含涉外调查）；体育竞赛组织；会议及展览服务；组织文化艺术交流活动（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）。许可项目：第三类医疗器械经营；货物进出口；技术进出口；进出口代理；基础电信业务；互联网信息服务；食品经营（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，具体经营项目以审批结果为准）。
主营业务	品牌代运营业务及品效营销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的品牌代运营业务及品效营销业务

杭州品效于 2021 年 2 月 4 日成立，最近一年，杭州品效的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	608.94
净资产	3.15
净利润	3.15
是否经审计	以上数据经致同审计

### 13、数聚振宇

企业名称	杭州数聚振宇科技有限公司
统一社会信用代码	91330110MA2KJ2AQ41
成立时间	2021-07-16
登记机关	杭州市余杭区市场监督管理局
注册地/主要生产经营地	浙江省杭州市余杭区仓前街道良睦路 1399 号 4 号楼 302-13 室
法定代表人	熊鲲
注册资本	1,000 万元人民币
实收资本	0 万元人民币
股东构成及控制情况	数聚智连持股 51%，浙江振瑜吸水材料贸易有限公司持股 49%
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；国内贸易代理；电子产品销售；日用家电零售；文具用品零售；文具用品批发；计算机软硬件及辅助设备零售；计算机软硬件及辅助设备批发；日用品销售；化妆品批发；化妆品零售；化工产品销售（不含许可类化工产品）；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；针纺织品销售；服装服饰批发；服装服饰零售；珠宝首饰批发；珠宝首饰零售；玩具、动漫及游艺用品销售；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；建筑材料销售；厨具卫具及日用杂品批发；厨具卫具及日用杂品零售；金属材料销售；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；广告设计、代理；图文设计制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；市场调查（不含涉外调查）；市场营销策划；企业形象策划；体育赛事策划；社会经济咨询服务；会议及展览服务；企业管理咨询；软件开发；产业用纺织制成品销售；纸制品销售；卫生用品和一次性使用医疗用品销售；合成材料销售；工程塑料及合成树脂销售；日用口罩（非医用）销售；机械设备销售；高性能纤维及复合材料销售；销售代理；日用杂品销售；日用百货销售；皮革制品销售；游艺及娱乐用品销售；游艺用品及室内游艺器材销售；母婴用品销售；玩具销售；宠物食品及用品零售；宠物食品及用品批发；眼镜销售（不含隐形眼镜）；保健用品（非食品）销售；五金产品批发；五金产品零售；照相机及器材销售；电器辅件销售；家用电器销售；安防设备销售；成人情趣用品销售（不含药品、医疗器械）；光通信设备销售；移动通信设备销售；信息技术咨询服务；办公服务；家具销售（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）。许可项目：货物进出口；技术进出口；进出口代理（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

	审批结果为准)。
主营业务	线上零售业务及渠道分销业务
与发行人主营业务的关系	主要开展公司品牌电商运营服务中的线上零售业务和渠道分销业务

数聚振宇于 2021 年 7 月 16 日成立，尚未开展业务，故无最近一年的财务数据。

#### 14、数聚国际

企业名称	数聚智连国际集团有限公司
成立时间	2015-07-23
已发行股本（港元）	20,000,000
注册地/主要生产经营地	香港特别行政区
股东构成及控制情况	发行人持有 100% 股权
主营业务	跨境电商和渠道分销
与发行人主营业务的关系	主要开展公司渠道分销和品牌电商运营服务中的线上零售业务

最近一年，数聚国际的主要财务数据如下：

单位：万港元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	9,317.44
净资产	3,594.85
净利润	2,209.26
是否经审计	以上数据经致同审计

#### 15、香港北联

企业名称	北京北联伟业电子商务（香港）有限公司
成立时间	2015-04-17
已发行股本（港元）	5,000,000
注册地/主要生产经营地	香港特别行政区
股东构成及控制情况	北京北联持有 100% 股权
主营业务	跨境电商和渠道分销
与发行人主营业务的关系	主要开展公司渠道分销和品牌电商运营服务中的线上零售业务

最近一年，香港北联的主要财务数据如下：

单位：万港元

项目	2021.12.31/2021 年度
总资产	2,580.96

项目	2021.12.31/2021 年度
净资产	675.22
净利润	26.96
是否经审计	以上数据经致同审计

## （二）发行人参股公司情况

截至本招股说明书签署之日，不存在对发行人有重大影响的参股公司，发行人参股公司基本情况如下：

企业名称	发行人注册资本出资额（万元）	发行人持股比例（%）	发行人入股时间	控股方	主营业务
天津蓝鹰	1,000	10.81	2017-08	天津蓝剑股权投资管理有限公司	股权投资
碧水源净水	22	1.61	2016-12	北京碧水源科技股份有限公司	净水器（机）研发、生产制造与销售

## （三）发行人是否存在报告期转让、注销子公司的情形

报告期内，发行人存在注销 1 家子公司的情形：

企业名称	蓝合汽车销售（上海）有限公司
成立日期	2015-04-15
注销日期	2020-10-26
主营业务	汽车电商销售、电商营销、电商代运营
注销原因	发行人业务规划调整

除本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“五、发行人自报告期初以来违法违规情况”披露情形外，报告期内蓝合汽车不存在其他违法违规行为。

蓝合汽车注销前相关资产、人员、债权债务均已转移至本公司其他运营主体承担。根据中国（上海）自由贸易试验区市场监督管理局于 2020 年 10 月 20 日出具的《合规证明》，蓝合汽车自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 10 月 20 日，未发现上海市市场监督管理部门作出的行政处罚记录。根据国家税务总局上海市浦东新区保税区税务局于 2020 年 8 月 31 日出具的《税务证明》，蓝合汽车在 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 8 月 30 日期间暂未发现有欠税、偷税之重大违反税收管理法规的情形。

## **五、主要股东、实际控制人、控股股东、实际控制人所控制的其他企业**

### **（一）发行人控股股东和实际控制人**

公司控股股东及实际控制人为公司董事长兼总经理熊鲲先生，熊鲲先生直接持有公司股份比例为 15.41%，并通过员工持股平台华新蓝创（熊鲲担任执行事务合伙人）控制公司 11.04%股份，合计控制公司 26.45%股份。

熊鲲先生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码：510304197605\*\*\*\*\*。关于熊鲲先生的详细信息见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”。

熊鲲作为华新蓝创的普通合伙人，根据《北京数聚智连科技股份有限公司员工持股计划协议》的规定，可以控制华新蓝创，从而控制华新蓝创在发行人股东大会上的表决行为。熊鲲担任发行人董事，与其通过华新蓝创提名的董事合计超过发行人董事会成员的半数。结合发行人的董事会构成情况以及董事会决议规则，熊鲲可以对发行人的董事会的构成及决策产生决定性影响力，从而控制发行人董事会，故熊鲲为发行人实际控制人。

### **（二）控股股东、实际控制人持有发行人股份的质押或争议情况**

截至本招股说明书签署之日，发行人控股股东、实际控制人熊鲲持有的发行人股份不存在质押或其他权利争议的情况。

### **（三）控股股东和实际控制人控制的其他企业**

截至本招股说明书签署之日，除发行人及其子公司、华新蓝创外，发行人控股股东、实际控制人熊鲲未控制其他企业。

### **（四）持有公司 5%以上股份的主要股东情况**

截至本招股说明书签署之日，单独持有公司 5%以上股份的股东包括熊鲲、华新蓝创、险峰旗云。

此外，险峰旗云、深圳险峰、大得宏强（持股比例合计 11.52%）于 2017 年 9 月 15 日共同签署《一致行动人协议》，约定就股东大会与董事会的表决、董

事候选人的推荐等事项采取一致行动。

以上股东的持股情况如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鲲	20,842,890	15.41
2	华新蓝创	14,933,126	11.04
3	险峰旗云	8,103,365	5.99
4	深圳险峰	4,987,365	3.69
5	大得宏强	2,493,683	1.84

### 1、熊鲲

发行人董事长兼总经理熊鲲先生直接持有公司股份比例为 15.41%，并通过员工持股平台华新蓝创（熊鲲担任执行事务合伙人）控制公司 11.04% 股份，合计控制公司 26.45% 股份。关于熊鲲先生的详细信息见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”。

### 2、华新蓝创

#### （1）基本信息

截至本招股说明书签署之日，华新蓝创持有公司 14,933,126 股股份，持股比例为 11.04%。该合伙企业的基本情况如下：

企业名称	霍尔果斯华新蓝创股权投资管理合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	9165400432887887XN
成立时间	2015-06-17
登记机关	霍尔果斯市市场监督管理局
主要经营场所	新疆伊犁州霍尔果斯市亚欧路圆楼 2 楼 209 室
执行事务合伙人	熊鲲
认缴出资额	3,604.034458 万元人民币
营业期限	2015-06-17 至 2035-06-16
经营范围	接收委托管理股权投资项目、参与股权投资、为非上市及已上市公司提供直接融资的相关服务。（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）

#### （2）出资结构

截至本招股说明书签署之日，华新蓝创的合伙人及出资份额信息如下：

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	熊鲲	99.55	2.76
2	程松岩	1,616.837338	44.86
3	赵彤	714.466462	19.82
4	林静	238.155568	6.61
5	万朝阳	147.975824	4.11
6	原旭	147.948793	4.11
7	李惠静	122.382882	3.40
8	王祥文	78.007754	2.16
9	杨森森	74.649197	2.07
10	张志森	40.414900	1.12
11	王帅	37.588751	1.04
12	廖新华	37.592612	1.04
13	马虹旭	34.923578	0.97
14	代博森	31.411527	0.87
15	杨磊	30.073993	0.83
16	邱林	28.864855	0.80
17	李萌	26.314804	0.73
18	李永明	22.386433	0.62
19	邹伟龙	18.796185	0.52
20	刘镇	15.036997	0.42
21	李赛	12.067247	0.33
22	杨晨	7.518378	0.21
23	梁思华	7.518378	0.21
24	向栩男	7.518378	0.21
25	何庆	6.033624	0.17
合计		<b>3,604.034458</b>	<b>100.00</b>

### 3、险峰旗云

#### （1）基本信息

截至本招股说明书签署之日，杭州险峰旗云投资合伙企业（有限合伙）持有公司 8,103,365 股股份，持股比例为 5.99%。该合伙企业的基本情况如下：

企业名称	杭州险峰旗云投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91330122MA27Y32W5C
成立时间	2016-07-01
登记机关	桐庐县市场监督管理局
主要经营场所	浙江省桐庐县城迎春南路 28 号海陆世贸中心一区 402-11

<b>执行事务合伙人</b>	西藏险峰旗云投资咨询有限公司（委派代表：陈科屹）
<b>认缴出资额</b>	95,058.662217 万元人民币
<b>营业期限</b>	2016-07-01 至长期
<b>经营范围</b>	实业投资、创业投资、投资管理、投资咨询（除证券、期货）。（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）

## （2）出资结构

截至本招股说明书签署之日，险峰旗云的合伙人及出资份额信息如下：

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海歌斐徐莱投资中心（有限合伙）	31,392.224596	33.02
2	中金启元国家新兴产业创业投资引导基金（有限合伙）	12,000.000000	12.62
3	杭州金投桐庐产业投资有限公司	8,867.860055	9.33
4	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）	7,449.002447	7.84
5	宁波梅山保税港区睿答投资管理合伙企业（有限合伙）	5,900.000000	6.21
6	宁波源琿股权投资合伙企业（有限合伙）	5,320.716033	5.60
7	杭州陆投星晖投资管理合伙企业（有限合伙）	5,320.716033	5.60
8	上海歌斐鹏礼投资中心（有限合伙）	3,103.751019	3.27
9	杭州复林创业投资合伙企业（有限合伙）	2,000.000000	2.10
10	宁波梅山保税港区磐豪股权投资合伙企业（有限合伙）	2,000.000000	2.10
11	鹰潭榕棠达鑫企业服务中心（有限合伙）	1,773.572011	1.87
12	上海歌斐鸿本投资中心（有限合伙）	1,330.179008	1.40
13	赵铭	1,064.143207	1.12
14	青岛誉安股权投资企业（有限合伙）	1,000.000000	1.05
15	陈赞	1,000.000000	1.05
16	北京昌平中小企业成长投资基金（有限合伙）	1,000.000000	1.05
17	西藏险峰旗云投资咨询有限公司	972.711669	1.03
18	西藏御珠企业管理有限公司	903.428121	0.95
19	李晓东	886.786006	0.93
20	上海艾奇思文森企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	886.786006	0.93
21	王黎	886.786006	0.93
<b>合计</b>		<b>95,058.662217</b>	<b>100.00</b>

#### 4、深圳险峰

##### (1) 基本信息

截至本招股说明书签署之日，深圳险峰持有公司 4,987,365 股股份，持股比例为 3.69%。该合伙企业的基本情况如下：

企业名称	深圳险峰成长投资合伙企业（有限合伙）
统一社会信用代码	91440300354447723J
成立时间	2015-11-30
登记机关	深圳市市场监督管理局
主要经营场所	深圳市前海深港合作区前湾一路1号A栋201室（入驻深圳市前海商务秘书有限公司）
执行事务合伙人	西藏险峰长晴创业投资管理有限公司（委派代表：陈科屹）
认缴出资额	42,772.540816 万元人民币
营业期限	2015-11-30 至 2030-11-30
经营范围	一般经营项目是：投资兴办实业（具体项目另行申报）；受托管理股权投资基金（不得从事证券投资活动；不得以公开方式募集资金开展投资活动；不得从事公开募集基金管理业务）；受托资产管理、投资管理（不得从事信托、金融资产管理、证券资产管理及其他限制项目）；创业投资业务；受托管理创业投资企业机构或个人的创业投资业务；创业投资咨询业务；为创业企业提供创业管理服务业务；参与设立创业投资企业与创业投资管理顾问；投资咨询（不含限制项目）；投资顾问（不含限制项目）；股权投资。（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）。

##### (2) 出资结构

截至本招股说明书签署之日，深圳险峰的合伙人及出资份额信息如下：

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	上海歌斐徐莱投资中心（有限合伙）	9,582.640851	22.4037
2	杭州谦一股权投资基金合伙企业（有限合伙）	9,439.201998	22.0684
3	北京首钢基金有限公司	4,627.059803	10.8178
4	大得宏强	3,664.353822	8.5671
5	上海歌斐鹏礼投资中心（有限合伙）	3,238.941862	7.5725
6	陈赞	1,850.823921	4.3271
7	赵铭	1,850.823921	4.3271
8	陈金霞	1,850.823921	4.3271
9	上海和科发股权投资管理企业（有限合伙）	1,850.823921	4.3271
10	杭州普华天易股权投资合伙企业（有限合伙）	1,850.823921	4.3271

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
11	上海歌斐鸿本投资中心（有限合伙）	1,388.117941	3.2453
12	西藏御珠企业管理有限公司	649.639196	1.5188
13	宁波坤元道雅投资合伙企业（有限合伙）	500.000000	1.1690
14	西藏险峰长晴创业投资管理有限公司	428.465738	1.0019
合计		<b>42,772.540816</b>	<b>100.00</b>

## 5、大得宏强

### （1）基本信息

截至本招股说明书签署之日，大得宏强持有公司 2,493,683 股股份，持股比例为 1.84%。该合伙企业的基本情况如下：

企业名称	苏州大得宏强投资中心（有限合伙）
统一社会信用代码	91320594555890510Q
成立时间	2010-05-31
登记机关	江苏省苏州工业园区市场监督管理局
主要经营场所	中国（江苏）自由贸易试验区苏州片区苏州工业园区苏虹东路 183 号 17 栋 204 室
执行事务合伙人	苏州大得宏强投资管理有限公司（委派代表：赵晓玲）
认缴出资额	110,000 万元人民币
营业期限	2010-05-31 至 2030-05-27
经营范围	实业投资，创业投资，投资管理，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）

### （2）出资结构

截至本招股说明书签署之日，大得宏强的合伙人及出资份额信息如下：

序号	合伙人姓名/名称	认缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	王秀珍	109,200	99.27
2	苏州大得宏强投资管理有限公司	800	0.73
合计		<b>110,000</b>	<b>100.00</b>

## 六、发行人股本情况

### （一）本次发行前后的股本情况

公司本次发行前总股本为 135,259,855 股，本次拟公开发行不超过 45,090,000 股人民币普通股，不低于发行后总股本的 25%，全部发行新股。发行前后发行人的股本结构如下：

项目	股东名称	本次发行前		本次发行后	
		持有股份数量 (股)	持股比例 (%)	持有股份数量 (股)	持股比例 (%)
一、有限售 条件的股份	熊鲲	20,842,890	15.41	20,842,890	11.56
	华新蓝创	14,933,126	11.04	14,933,126	8.28
	险峰旗云	8,103,365	5.99	8,103,365	4.49
	蓝色光标	6,663,521	4.93	6,663,521	3.69
	吴哲飞	6,589,330	4.87	6,589,330	3.65
	丁晓东	6,399,581	4.73	6,399,581	3.55
	考拉昆略	6,250,000	4.62	6,250,000	3.47
	王岩科	6,233,173	4.61	6,233,173	3.46
	上海赞谋	5,472,000	4.05	5,472,000	3.03
	珠海启双	5,069,425	3.75	5,069,425	2.81
	深圳险峰	4,987,365	3.69	4,987,365	2.77
	孟凡兴	4,725,000	3.49	4,725,000	2.62
	高榕投资	4,687,500	3.47	4,687,500	2.60
	海南聚实	4,675,000	3.46	4,675,000	2.59
	邓保军	4,452,250	3.29	4,452,250	2.47
	明曜一期	4,372,000	3.23	4,372,000	2.42
	国调洪泰	3,739,903	2.76	3,739,903	2.07
	齐玉杰	3,117,000	2.30	3,117,000	1.73
	周涛	2,500,000	1.85	2,500,000	1.39
	大得宏强	2,493,683	1.84	2,493,683	1.38
	康宏斌	1,780,900	1.32	1,780,900	0.99
	植朵商贸	1,562,500	1.16	1,562,500	0.87
	蓝图天兴	1,538,462	1.14	1,538,462	0.85
	宋文峰	1,500,000	1.11	1,500,000	0.83
王冬云	1,246,630	0.92	1,246,630	0.69	
杨培锋	900,000	0.67	900,000	0.50	
赵彤	375,000	0.28	375,000	0.21	
罗斌	50,251	0.04	50,251	0.03	
二、本次发行流通股		-	-	45,090,000	25.00
合计		135,259,855	100.00	180,349,855	100.00

## (二) 本次发行前的前十名股东持股情况

截至本招股说明书签署之日，公司前十名股东具体股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
1	熊鲲	20,842,890	15.41
2	华新蓝创	14,933,126	11.04

序号	股东姓名/名称	持股数（股）	持股比例（%）
3	险峰旗云	8,103,365	5.99
4	蓝色光标	6,663,521	4.93
5	吴哲飞	6,589,330	4.87
6	丁晓东	6,399,581	4.73
7	考拉昆略	6,250,000	4.62
8	王岩科	6,233,173	4.61
9	上海赞谋	5,472,000	4.05
10	珠海启双	5,069,425	3.75
合计		86,556,411	64.00

### （三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人担任的职务

截至本招股说明书签署之日，发行人的自然人股东及其基本信息如下表：

序号	股东姓名	持股数（股）	持股比例（%）	担任职务
1	熊鲲	20,842,890	15.41	公司董事长、总经理、CEO
2	吴哲飞	6,589,330	4.87	-
3	丁晓东	6,399,581	4.73	-
4	王岩科	6,233,173	4.61	-
5	孟凡兴	4,725,000	3.49	-
6	邓保军	4,452,250	3.29	-
7	齐玉杰	3,117,000	2.30	-
8	周涛	2,500,000	1.85	-
9	康宏斌	1,780,900	1.32	-
10	宋文峰	1,500,000	1.11	-
总计		58,140,124	42.98	-

### （四）国有股份或外资股份情况

截至本招股说明书签署之日，公司不存在国有股份或外资股份。

### （五）发行人最近一年新增股东情况

发行人首次申报前一年新增股东包括自然人股东丁晓东、罗斌、周涛、熊鲲、邓保军、康宏斌、王冬云、吴哲飞、王岩科，机构股东国调洪泰、上海赞谋。

#### 1、丁晓东

2020年7月9日，蓝标网众与丁晓东签署了股份转让协议，约定丁晓东以人民币1,008.300708万元受让蓝标网众持有的发行人497.4861万股股份，转让

价格约为 2.03 元/股。2020 年 7 月 27 日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系受让人丁晓东由通过蓝标网众间接持有发行人股份变为直接持股，本次股权转让定价系以蓝标网众入股发行人的历史平均出资成本确定。

2020 年 8 月 20 日，蓝色光标与丁晓东签署了股份转让协议，约定丁晓东以人民币 800 万元受让蓝色光标持有的发行人 142.472 万股股份，转让价格约为 5.62 元/股。2020 年 9 月 3 日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于丁晓东看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，丁晓东共计持有发行人 639.9581 万股股份，持股比例为 4.73%，其简历如下：

丁晓东先生，1973 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码为 640102197311\*\*\*\*\*。2000 年至 2016 年任蓝色光标集团高级副总裁，2017 年至今任美啦美啦（北京）科技有限公司首席执行官。

丁晓东与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，丁晓东所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 2、罗斌

2020 年 7 月 9 日，蓝标网众与罗斌签署了股份转让协议，约定罗斌以人民币 10.184856 万元受让蓝标网众持有的发行人 5.0251 万股股份，转让价格约为 2.03 元/股。2020 年 7 月 27 日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系受让人罗斌由通过蓝标网众间接持有发行人股份变为直接持股，本次股权转让定价系以蓝标网众入股发行人的历史平均出资成本确定。

截至本招股说明书签署之日，罗斌共计持有发行人 5.0251 万股股份，持股比例为 0.04%，其简历如下：

罗斌先生，1979 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码为 110108197904\*\*\*\*\*。2000 年至今任蓝色光标总裁。

罗斌与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，罗斌所持发行人股份不存在股份代持情形。

### 3、周涛

2020年7月13日，天津蓝鹰与周涛签署了股份转让协议，约定周涛以人民币1,400万元受让天津蓝鹰持有的发行人250万股股份，转让价格为5.6元/股。2020年7月14日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于周涛看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，周涛共计持有发行人250万股股份，持股比例为1.85%，其简历如下：

周涛先生，1977年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码为440102197706\*\*\*\*\*。1999年至2011年任宝洁（中国）有限公司市场总监，2011年至2014年任达能中国饮料有限公司市场销售副总裁，2014年至2015年任戴森中国总经理，2015年至2018年任达能中国饮料有限公司总经理，2018年至2020年任广州缉智万物生物科技有限公司联合创始人，2020年5月至今为自由职业者。

周涛与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，周涛所持发行人股份不存在股份代持情形。

### 4、熊鲲

2020年7月28日，华新蓝创与熊鲲签署了股份转让协议，约定熊鲲以人民币6,350.965542万元受让华新蓝创持有的发行人2,631.4890万股股份，转让价格约为2.41元/股。本次股权转让系由于熊鲲通过华新蓝创间接持股改为直接持股所致，本次股权转让定价系以华新蓝创入股发行人的历史平均出资成本确定。

2020年9月15日，熊鲲与上海赞谋签署了股份转让协议，约定上海赞谋以人民币5,258.592万元受让熊鲲持有的发行人547.2万股股份，转让价格为9.61元/股。2020年9月23日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限

公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于上海赞谋看好公司发展前景，本次股权转让定价综合考虑发行人的盈利水平、发展前景等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，熊鲲共计直接持有发行人 2,084.289 万股股份，持股比例为 15.41%，其简历参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”。

除本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、发行人股本情况”之“（六）本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例”披露情况外，熊鲲与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，熊鲲所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 5、邓保军

2020 年 8 月 20 日，蓝色光标与邓保军签署了股份转让协议，约定邓保军以人民币 2,500 万元受让蓝色光标持有的发行人 445.225 万股股份，转让价格约为 5.62 元/股。2020 年 9 月 3 日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于邓保军看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，邓保军共计持有发行人 445.225 万股股份，持股比例为 3.29%，其简历如下：

邓保军先生，1967 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码为 110108196706\*\*\*\*\*。1991 年至 1993 年任中国人民银行海南分行软件工程师，1993 年至 1995 年任日本 DSD 株式会社软件工程师，1995 年至 2012 年任海南信桥计算机网络有限公司董事兼常务副总，2012 年至 2016 年任拉卡拉支付股份有限公司副总裁，2016 年至 2020 年担任深圳众赢维融科技有限公司上海分公司技术顾问，2021 年至今担任拉卡拉云商网络有限公司技术顾问。

邓保军与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，邓保军所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 6、康宏斌

2020年8月20日，蓝色光标与康宏斌签署了股份转让协议，约定康宏斌以人民币1,000万元受让蓝色光标持有的发行人178.09万股股份，转让价格约为5.62元/股。2020年9月3日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于康宏斌看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，康宏斌共计持有发行人178.09万股股份，持股比例为1.32%，其简历如下：

康宏斌先生，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历，身份证号码为420601196909\*\*\*\*\*。1987年至2003年任襄樊电务段信号工，2003年至今任北京书尚图书有限公司副总经理，2017年1月至今任西藏国风创业投资合伙企业（有限合伙）有限合伙人，2020年12月至今任襄阳耕合东来餐饮管理有限公司执行董事兼总经理。

康宏斌与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，康宏斌所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 7、王冬云

2020年8月20日，蓝色光标与王冬云签署了股份转让协议，约定王冬云以人民币700万元受让蓝色光标持有的发行人124.663万股股份，转让价格约为5.62元/股。2020年9月3日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于王冬云看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，王冬云共计持有发行人124.663万股股份，持股比例为0.92%，其简历如下：

王冬云女士，1968年出生，中国国籍，无境外永久居留权，高中学历，身份证号码为220104196802\*\*\*\*\*。2016年至今任长春市嘉德行经贸有限公司执行董事、2000年至今任长春市嘉德行经贸有限公司总经理。

王冬云与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，王冬云所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 8、吴哲飞

2020年8月20日，蓝色光标与吴哲飞签署了股份转让协议，约定吴哲飞以人民币3,700万元受让蓝色光标持有的发行人658.933万股股份，转让价格约为5.62元/股。2020年9月3日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于吴哲飞看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑公司估值等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，吴哲飞共计持有发行人658.933万股股份，持股比例为4.87%，其简历如下：

吴哲飞先生，1969年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，身份证号码为330106196903\*\*\*\*\*。1996年至2012年任蓝色光标副总裁，2012年至2015年为自由职业，2015年至2018年任北京苹果天使投资中心（有限合伙）公司合伙人，2015年至今任北京苹果天使二期投资中心（有限合伙）合伙人。

吴哲飞与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，吴哲飞所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 9、王岩科

2020年5月28日，王岩科与发行人签署了投资协议，约定王岩科以增资方式向发行人投资人民币5,000万元，其中人民币623.3173万元计入注册资本，人民币4,376.6827万元计入资本公积，增资价格约为8.02元/股。2020年9月10日，发行人就本次增资完成工商变更登记。本次增资系由于王岩科看好公司发展前景，本次增资定价系综合考虑发行人盈利水平、发展前景等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，王岩科共计持有发行人623.3173万股股份，持股比例为4.61%，其简历如下：

王岩科先生，1978 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历，身份证号码为 140424197810\*\*\*\*\*。2014 年至 2021 年 9 月任山西亮凯光电科技有限公司执行董事。

王岩科与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，王岩科所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 10、国调洪泰

2020 年 6 月 30 日，国调洪泰与发行人签署了投资协议，约定国调洪泰以增资方式向发行人投资人民币 3,000 万元，其中人民币 373.9903 万元计入注册资本，人民币 2,626.0097 万元计入资本公积，增资价格约为 8.02 元/股。2020 年 9 月 10 日，发行人就本次增资完成工商变更登记。本次增资系由于国调洪泰看好公司发展前景，本次增资定价系综合考虑发行人盈利水平、发展前景等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，国调洪泰共计持有发行人 373.9903 万股股份，持股比例为 2.76%，其基本情况如下：

企业名称	江阴国调洪泰私募股权投资合伙企业（有限合伙）			
成立日期	2019-01-31			
执行事务合伙人	天津洪泰志达投资管理有限公司（委派代表：汤迎旭）			
企业地址	江阴市亚包大道 55 号长三角(江阴)数字创新港 4 楼 A 区			
私募基金备案编码	SJH875			
私募基金管理人	北京洪泰同创投资管理有限公司			
管理人登记编号	P1023306			
经营范围	私募股权投资、私募资产管理【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。】			
出资情况	合伙人	出资比例	合伙人	出资比例
	天津洪泰志达投资管理有限公司	0.0250%	力诺集团股份有限公司	3.0000%
	天津国调洪泰投资合伙企业（有限合伙）	74.9750%	西藏普鲁都斯投资管理有限公司	4.5000%
	江阴启泰产业投资基金合伙企业(有限合伙)	17.5000%		

国调洪泰普通合伙人为天津洪泰志达投资管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	天津洪泰志达投资管理有限公司
成立日期	2018-07-05

法定代表人	盛希泰
实际控制人	盛希泰
注册资本	10,000 万元人民币
企业地址	天津市东丽区东丽湖汇智北道与汇智环路交口处东南侧智空间广场一期4号楼8层03室79号
经营范围	投资管理；（“1、未经有关部门批准，不得以公开方式募集资金；2、不得公开开展证券类产品和金融衍生品交易活动；3、不得发放贷款；4、不得对所投资企业以外的其他企业提供担保；5、不得向投资者承诺投资本金不受损失或者承诺最低收益”；企业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；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动）（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）
出资情况	鑫宸实业有限公司持有 100% 股权

国调洪泰与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，国调洪泰所持发行人股份不存在股份代持情形。

## 11、上海赞谋

2020年9月15日，熊鲲与上海赞谋签署了股份转让协议，约定上海赞谋以人民币 5,258.592 万元受让熊鲲持有的发行人 547.2 万股股份，转让价格为 9.61 元/股。2020年9月23日，发行人就本次股权转让于北京股权登记管理中心有限公司完成了《股东名册》的变更手续。本次股权转让系由于上海赞谋看好公司发展前景，本次股权转让定价系综合考虑发行人的盈利水平、发展前景等因素确定。

截至本招股说明书签署之日，上海赞谋共计持有发行人 547.2 万股股份，持股比例为 4.05%，其基本情况如下：

企业名称	上海赞谋企业管理咨询合伙企业（有限合伙）			
成立日期	2019-05-13			
执行事务合伙人	李美玲			
企业地址	上海市嘉定区沪宜公路 5358 号 3 层 J1480 室			
经营范围	企业管理咨询，商务信息咨询，市场信息咨询与调查（不得从事社会调查、社会调研、民意调查、民意测验），展览展示服务，会务服务，企业形象策划，市场营销策划，财务咨询。【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】			
出资情况	合伙人	出资比例	合伙人	出资比例
	李美玲	80%	李海艳	20%

上海赞谋普通合伙人为李美玲，其简历如下：

李美玲女士，1982 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历，身份证号码为 320922198202\*\*\*\*\*。2004 年至 2015 年任江苏恒盛国际贸易有限公司市场专员、经理，2015 年至 2019 年任上海相合投资管理有限公司市场总监，2019 年至今任职于上海赞谋。

上海赞谋与发行人其他股东、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，与本次发行的中介机构及其负责人、高级管理人员、经办人员不存在关联关系，上海赞谋所持发行人股份不存在股份代持情形。

#### (六) 本次发行前各股东间的关联关系及关联股东的各自持股比例

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例（%）	关联关系
1	熊鲲	20,842,890	15.41	熊鲲为华新蓝创的普通合伙人，持有华新蓝创 99.55 万元出资份额，出资占比 2.7622%
	华新蓝创	14,933,126	11.04	
2	蓝色光标	6,663,521	4.93	蓝色光标全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司持有蓝图天兴 28.8906% 财产份额，且持有其普通合伙人厦门蓝图蓝标投资合伙企业（有限合伙）10% 财产份额
	蓝图天兴	1,538,462	1.14	
3	险峰旗云	8,103,365	5.99	险峰旗云的普通合伙人西藏险峰旗云投资咨询有限公司与深圳险峰的普通合伙人西藏险峰长晴创业投资管理有限公司同受陈科屹控制；大得宏强持有险峰旗云 7.8362% 财产份额，持有深圳险峰 8.5671% 财产份额；险峰旗云、深圳险峰、大得宏强三方签署了一致行动协议
	深圳险峰	4,987,365	3.69	
	大得宏强	2,493,683	1.84	

#### (七) 发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次发行全部为公开发行新股，不涉及发行人股东公开发售股份。

#### (八) 发行人股东中纳入金融产品监管的情况

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，须纳入国家金融监管部门监管，其基金备案及管理人登记情况如下：

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

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
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	北京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

除上述股东外，发行人其他股东均不属于须纳入国家金融监管部门监管的金融产品。

### （九）发行人股份代持及解除情况

发行人历史沿革中涉及股权代持的情况以及后续解除情况如下：

#### 1、珠海启双转让发行人的股份

2014年9月19日，南通景华就向蓝色商道增资事项签署了《增资协议》，南通景华向蓝色商道增资2,000万元，全部计入注册资本。本次增资完成后南通景华认缴的1,000万元（即本次增资完成后蓝色商道的10%股权）将作为预留股权转让给未来的蓝色商道核心管理层，待蓝色商道的核心管理层确定后，将由南通景华向管理层以本次认缴的出资价格转让给核心管理层或管理层指定的关联方或第三方；南通景华有权将其在本协议项下的权利、利益和义务转让给关联方，但南通景华应保证并促使受让南通景华股权的关联方全面配合履行协议约定的预留股权转让事项。2015年6月5日，珠海启双与南通景华签署《股权转让协议》，南通景华将持有蓝色商道出资转让给珠海启双；预留股权转让事项由珠海启双承接。2015年6月，珠海启双以其持有的蓝色商道20%股权及现金1,000万元对发行人进行增资。

2015年11月27日，珠海启双与华新蓝创签署《股份转让协议》，约定在锁定期届满后一定期限内或华新蓝创要求的其他时间将其持有的发行人5,069,212股股份以总价款为人民币1,000万元转让予华新蓝创。为确保前述《股份转让协议》有效执行，2015年12月18日，珠海启双与华新蓝创签署《股份质押协议》，将上述股份质押给华新蓝创。

受限于博思瀚扬整体变更设立后发起人持有的股份锁定要求，且发行人于2016年6月7日在股转系统挂牌交易，上述《股份转让协议》未执行。

2017年9月29日，珠海启双与华新蓝创签署《股份转让协议补充协议》，考虑到股转系统内股份转让的操作性，将拟转让的股份数量调减为5,069,000股，总对价不变。2017年10月，珠海启双与华新蓝创按照股转系统的股票交易规则完成了前述股份转让。相关股权代持情形已解除。

## 2、员工持股安排

2017年10-11月，通过股转系统交易，华新蓝创成为发行人控股股东，熊鲲成为发行人实际控制人。至2019年，发行人员工陆续通过获得华新蓝创的出资份额（以下简称“间接持股”）的方式间接持有发行人股份。

根据对已授予间接持股的员工、因离职需回购间接持股的员工以及计划新增授予间接持股的员工的甄别和梳理，结合华新蓝创原有合伙人重新分配相对出资比例、各员工授予时间和价格的差异等因素，并对险峰旗云、深圳险峰和大得宏无偿转让给华新蓝创的发行人合计3%股份所对应的华新蓝创财产份额进行内部分配，相关员工于2019年下半年签署了《财产份额转让协议》，确认了被授予间接持股的员工各自应获得的出资份额，具体如下：

转让方	受让方	转让价款（元）	转让华新蓝创出资额（元）	占华新蓝创出资比例
熊鲲	张志森	300,000	225,553.74	0.23%
	李惠静	1,515,400	1,139,358.09	1.14%
	王帅	419,700	315,551.27	0.32%
	邱林	288,900	217,210.45	0.22%
	代博森	100,000	75,183.78	0.08%
	李永明	249,600	187,662.59	0.19%
	原旭	384,000	288,711.30	0.29%
	王样文	800,000	601,482.28	0.60%
	杨磊	400,000	300,739.93	0.30%
	马虹旭	304,000	228,563.31	0.23%
	万朝阳	1,920,000	1,443,556.50	1.45%
	刘镇	200,000	150,369.97	0.15%
	杨晨	100,000	75,183.78	0.08%
	廖新华	500,000	375,926.12	0.38%
	杨森森	200,000	150,369.97	0.15%

转让方	受让方	转让价款（元）	转让华新蓝创出资额（元）	占华新蓝创出资比例
	李萌	350,000	263,148.04	0.26%
	梁思华	100,000	75,183.78	0.08%
	邹伟龙	250,000	187,961.85	0.19%
	向栩男	100,000	75,183.78	0.08%
程松岩	张志森	150,220	178,595.26	0.18%
	李惠静	71,050	84,470.73	0.08%
	王帅	50,750	60,336.24	0.06%
	邱林	60,088	71,438.10	0.07%
	代博森	200,970	238,931.49	0.24%
	李永明	30,450	36,201.74	0.04%
	原旭	1,000,000	1,190,776.63	1.20%
	王样文	150,220	178,595.26	0.18%
	马虹旭	101,500	120,672.47	0.12%
	杨森森	501,410	596,122.00	0.60%
	万朝阳	30,450	36,201.74	0.04%
	何庆	50,750	60,336.24	0.06%
	李赛	101,500	120,672.47	0.12%
	蒋小菁	100,132	119,045.81	0.12%

2020年4月24日，华新蓝创为上述事项统一办理了工商变更登记手续，获得间接持股的员工全部被登记为华新蓝创的有限合伙人，相关股权代持情形均已解除。

此后，（1）蒋小菁离职，将其持有的华新蓝创 119,045.81 元出资额转让给程松岩并退出华新蓝创；（2）熊鲲将通过华新蓝创间接持有的 26,314,890 股发行人股份转为直接持股，其在华新蓝创的出资额相应减少。华新蓝创于 2020 年 10 月 10 日完成了前述两次变动的工商变更登记手续。截至本招股说明书签署之日，华新蓝创的出资情况具体详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“五、主要股东、实际控制人、控股股东、实际控制人所控制的其他企业”之“（四）持有公司 5%以上股份的主要股东情况”之“2、华新蓝创”。

截至本招股说明书签署之日通过华新蓝创持有发行人股份的员工均出具《确认函》确认：除通过持有上市公司股票间接持有公司股份，直接或通过持有华新蓝创的财产份额并间接持有公司股份外，“本人未通过任何其他形式直接 / 间接持有公司的任何股份。本人确认，本人对公司股份的授予、持有、转让、代持、还原等事项（如有）均无任何异议，本人与华新蓝创、公司及其下属企业、公司

管理层之间不存在任何潜在的、尚未了结的争议、诉讼、仲裁等纠纷事项。”

### (十) 关于股东信息披露的专项承诺

发行人兹就发行人股东的情况承诺如下：

“1、本公司股东均具备持有本公司股份的主体资格，不存在法律法规规定禁止持股的主体直接或间接持有本公司股份的情形。本次发行上市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本公司股份或其他权益的情形。本公司股东不存在以本公司股权进行不当利益输送的情形。

2、本公司及本公司股东已及时向本次发行的中介机构、监管机构提供了真实、准确、完整的资料，积极和全面配合了本次发行上市的中介机构开展尽职调查，依法在本次发行的申报文件中真实、准确、完整地披露了股东信息，履行了信息披露义务。”

## 七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况

### (一) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

#### 1、董事情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事会由9名董事组成，每届任期三年，自股东大会审议通过之日起生效，董事任期届满，可连选连任。

本公司现任董事及其任期情况如下表所示：

姓名	在本公司任职	提名人	董事任职期限
熊鲲	董事长、总经理	董事会	2021年9月11日至2024年9月10日
程松岩	董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
邱林	董事、副总经理	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
廖新华	董事、副总经理	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
王世雨	董事	董事会	2021年9月11日至2024年9月10日
李惠静	董事	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
汤珣	独立董事	董事会	2021年9月11日至2024年9月10日
李贺	独立董事	董事会	2021年9月11日至2024年9月10日
韩梅	独立董事	董事会	2021年9月11日至2024年9月10日

本公司董事简历如下：

熊鲲先生，男，1976年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2002年12月至2009年9月，任宝洁（中国）有限公司品牌经理；2009年10月至2012年5月，任拜尔斯道夫日化有限公司市场副总裁、市场总监；2012年5月至2013年10月，任拜尔斯道夫集团在华旗下妮维雅（上海）有限公司市场总监，领导其在华的整体市场营销工作；2013年10月至2015年9月，任蓝色光标旗下数字营销机构高级副总裁；2015年9月加入数聚智连，现任董事长、总经理、CEO。

程松岩先生，男，1978年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2001年11月至2015年10月，任畅益思总经理；2009年至2015年8月，任博思瀚扬总经理；现任数聚智连董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书。

邱林先生，男，1977年生，中国国籍，无境外永久居留权，计算机工学硕士。2003年7月至2003年12月，任上海贝尔阿尔卡特软件工程师；2004年1月至2016年6月，任国际商业机器（中国）投资有限公司资深软件工程师；2016年8月至2017年7月北京快兔动力信息技术有限公司首席技术官；2018年2月加入数聚智连，现任数聚智连董事、副总经理、研发中心总经理。

廖新华先生，男，1981年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。2003年10月至2008年12月，任蓝色光标品牌管理顾问有限公司客户主任、客户经理、高级客户经理；2009年1月至2014年12月，任蓝色印象品牌顾问有限公司群副总监、总监；2014年12月至2018年12月，任北京蓝色方略整合营销顾问股份有限公司事业部总经理；2018年12月加入数聚智连，现任公司董事、副总经理、数聚营销机构总经理。

王世雨先生，男，1984年出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2008年7月至2011年5月，任华兴资本控股有限公司分析师以及投资经理；2012年1月至2016年4月，历任启明维创创业投资管理（北京）有限公司投资经理、副总裁、执行董事；2016年4月至2017年11月，任北京险峰长青投资咨询有限公司管理合伙人；2017年11月至2020年8月，任西藏险峰长晴创业投资管理有限公司管理合伙人；2019年9月至今，任西藏险峰旗云投资咨询有限公司执行董事兼总经理；2020年8月至2021年12月，任北京险峰长

青投资咨询有限公司的管理合伙人；2022年1月至今，任海南启昊投资咨询有限公司合伙人；2017年12月至今，任数聚智连董事。

李惠静女士，女，1979年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学位。2002年2月至2007年2月，任广迅先趋企业管理咨询（上海）有限公司（CCG）公司设计师/美术指导；2007年3月至2011年3月，任灵智精实广告有限公司资深美术指导；2011年8月至2012年8月，任北京奔跑世纪科技发展有限公司资深美术指导/创意策划；2012年8月至2016年12月，任北京美广互动广告有限公司创意总监/创意群总监；2017年1月加入数聚智连，现任公司董事、首席创新官、新产品开发部总经理。

汤珣先生，男，1981年生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士研究生学历。2004年8月至2009年6月，任三井物产（中国）有限公司高级经理；2009年8月至2010年6月，任新希望集团有限公司战略投资部海外投资主任；2010年6月至2017年6月，任北京厚生投资管理中心（有限合伙）董事总经理；2017年6月至今，任北京厚新投资管理有限公司执行董事；2020年11月至今，任数聚智连独立董事。

李贺先生，男，1980年生，中国国籍，无境外居留权，硕士研究生学历，中国注册会计师。2009年7月至2014年12月，任中国民族证券投资银行总部执行董事；2015年1月至2018年7月，任国泰君安创新投资有限公司董事总经理；2018年7月至2019年12月，任北京中经格隆投资顾问有限公司总经理；2019年12月至今，任长安国际信托股份有限公司部门总经理；2020年11月至今，任数聚智连独立董事。

韩梅女士，女，1967年生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历。1994年8月至2000年12月，任埃克森美孚中国公司北大区总经理；2001年10月至2004年4月，任可口可乐中国公司全国市场经理；2004年4月至2012年8月，任摩托罗拉中国公司移动终端事业部副总裁、市场及终端零售部高级总监；2012年9月至2013年5月，任戴尔中国公司消费品事业部中国业务总经理；2013年6月至2014年6月，任诺基亚中国公司手机事业部中国区销售总经理；2014年8月至2016年8月，任施耐德电气（中国）有限公司大中华区市场及数字化转型副总裁；2016年10月至2019年3月，任艾可爱尔（中国）销售服务有限公司

司市场及电商负责人；2019年4月至今，任北京开心麻花娱乐文化传媒有限公司行政总裁；2020年11月至今，任数聚智连独立董事。

## 2、监事情况

截至本招股说明书签署之日，本公司监事会由5名监事组成，其中包括2名职工代表监事，职工代表的比例不低于1/3。本公司监事任期3年。监事会中的职工代表由公司职工通过职工代表大会民主选举产生。监事任期届满，可连选连任。

本公司现任监事及其任期如下表所示：

姓名	在本公司任职	提名人	监事任职期间
万朝阳	监事会主席	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
杨森森	职工监事	职工代表大会	2021年9月11日至2024年9月10日
杨磊	职工监事	职工代表大会	2021年9月11日至2024年9月10日
代博森	监事	华新蓝创	2021年9月11日至2024年9月10日
李振江	监事	明曜一期	2021年9月11日至2024年9月10日

本公司监事简历如下：

万朝阳先生，男，1974年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2005年9月至2010年4月，任北京光芒时代国际传媒网络技术有限公司运营总监；2010年5月至2013年9月，任北京品茶在线电子商务有限公司首席运营官、副总经理；2013年10月至2015年12月，任北京北联副总裁；2016年1月至今，任数聚智连运营中心总经理；2017年12月至今，任数聚智连监事会主席、新产品开发部副总经理。

杨森森先生，男，1982年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2004年7月至2005年8月，任Sportnet网站编辑；2005年10月至2007年10月，任沃天醒石（北京）科技有限公司产品经理；2007年11月至2009年11月，任北京东方汉龙广告有限公司资深项目经理；2010年至2016年，任北京美广互动广告有限公司高级总监；2017年1月加入数聚智连，现任公司职工监事、首席策略官。

杨磊先生，男，1979年生，中国国籍，无境外永久居留权，专科学历。1998年4月至2003年1月，任北京指南针技术股份有限公司昆明分公司负责人、销

售总监；2004年10月至2015年2月，任畅益思事业一部客户总监，负责通讯类客户培训及市场营销工作；2015年3月至今，任数聚智连新零售业务部高级客户总监，负责新零售业务的拓展及客户服务；2020年6月至今，任数聚智连职工监事、高级客户总监。

代博森先生，男，1983年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2012年10月至2014年1月，任北京北联高级运营经理；2014年2月至2016年12月，任北京北联华北第二业务部运营总监；2017年1月至2019年12月，任北京北联3C快消事业部第二业务部负责人；2020年1月至今，任数聚智连消费电子事业部总经理；2021年2月至今，任数聚智连监事。

李振江先生，男，1978年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历。2001年9月至2013年9月，在佛山水业集团任职；2013年9月至2013年12月，任国信证券深圳振华分公司下属深圳振华路证券营业部电脑部软件维护岗；2014年1月至2016年4月任国信证券深圳振华分公司下属深圳振华路证券营业部衍生品中心程序化交易与策略开发岗；2016年至今，任深圳市明曜投资管理有限公司风控总监；2020年8月至今，任数聚智连监事。

### 3、高级管理人员情况

根据《公司章程》，本公司的高级管理人员为公司的总经理、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书。

截至本招股说明书签署之日，本公司现任高级管理人员如下表所示：

姓名	在本公司任职职务	任职期间
熊鲲	董事长、总经理	2021年9月11日至2024年9月10日
程松岩	董事、副总经理、董事会秘书	2021年9月11日至2024年9月10日
	财务负责人暨财务总监	2021年9月11日至2024年9月10日
邱林	副总经理	2021年9月11日至2024年9月10日
廖新华	副总经理	2021年9月11日至2024年9月10日

熊鲲先生、程松岩先生、邱林先生、廖新华先生的简历见本节之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”。

#### 4、其他核心人员情况

截至本招股说明书签署之日，除上述董事、监事、高级管理人员外，公司无其他核心人员。

#### (二) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况及所兼职单位与发行人的关联关系

截至本招股说明书签署之日，董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况及所兼职单位与发行人的关联关系：

序号	姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关联关系
1	熊鲲	董事长、总经理、CEO	华新蓝创	执行事务合伙人	持股 5% 以上的股东
			美广云商	执行董事	子公司
			亚加实业	执行董事	子公司
			北京北联	执行董事、经理	子公司
			天津北联	执行董事、经理	子公司
			蓝色商道	执行董事、经理	子公司
			杭州北联	执行董事、总经理	子公司
			杭州品效	执行董事、总经理	子公司
			杭州数聚	执行董事、总经理	子公司
			数聚振宇	执行董事、总经理	子公司
			香港北联	董事	子公司
			数聚国际	董事	子公司
2	程松岩	董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书	东连科技	执行董事、经理	子公司
			西藏北联	执行董事、总经理	子公司
3	邱林	董事、副总经理、研发中心总经理	-	-	-
4	廖新华	董事、副总经理、数聚营销机构总经理	-	-	-
5	王世雨	董事	西藏险峰旗云投资咨询有限公司	执行董事、总经理	发行人董事担任董事、高级管理人员的企业
			西藏天山投资管理有限公司	执行董事、经理	发行人董事担任董事、高级管理人员的企业
			上海宝云网络科技有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			上海起承文	董事	发行人董事担任董

序号	姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关联关系
			化发展有限公司		事的企业
			武汉品位盛世网络科技有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			北京十二栋文化传播有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			广东聚优街科技有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			上海寻梦说生物科技有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			北京棵朵科技发展有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			广东启悦未来科技股份有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			银河众星(海南)电子商务有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			光之树(深圳)科技有限公司	董事	发行人董事担任董事的企业
			海南启昊投资咨询有限公司	合伙人	无
			China Fresh Sahre (Cayman) Company Limited	董事	发行人董事担任董事的企业
6	李惠静	董事、首席创新官、新产品开发部总经理	-	-	-
7	汤珣	独立董事	南京新木股权投资有限公司	执行董事	发行人董事担任董事的企业
			宁波厚新健投资资产管理 有限公司	经理	发行人董事担任高级管理人员的企业
			莆田市厚新赋能企业管理咨询有限公司	执行董事	发行人董事担任董事的企业
			北京厚新投	执行董事、经理	发行人董事担任董

序号	姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关联关系
			资产管理有 限公司		事、高级管理人员 的企业
			南京厚新投 资管理有限 公司	执行董事、总经理	发行人董事担任董 事、高级管理人员 的企业
			南京新环检 测科技有限 公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			杭州环特生 物科技股份 有限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			浙江好络维 医疗技术有 限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			上海蓝十字 脑科医院有 限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			北京奥科美 技术服务有 限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			福建基诺厚 普生物科技 有限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			南京基诺厚 普生物科技 有限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			上海蓝生脑 科医院投资 股份有限公 司	副董事长	发行人董事担任董 事的企业
			青岛诺安百 特生物技术 有限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			苏州厚新投 资管理有限 公司	执行董事	发行人董事担任董 事的企业
			上海厚亿投 资中心(有限 合伙)	执行事务合伙人	发行人董事控制的 企业
			南京环特生 物科技股份 有限公司	董事	发行人董事担任董 事的企业
			香河县兆辰 金属制品有 限责任公司	总经理	发行人董事担任高 级管理人员的企业
8	李贺	独立董事	长安国际信 托股份有限 公司	部门总经理	无

序号	姓名	职务	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关联关系
9	韩梅	独立董事	北京开心麻花娱乐文化传媒股份有限公司	行政总裁	无
10	万朝阳	监事会主席、新产品开发部副总经理	东连科技	监事	子公司
			畅益思	监事	子公司
			亚加实业	监事	子公司
			天津北联	监事	子公司
			杭州品效	监事	子公司
			杭州数聚	监事	子公司
			北京北联	监事	子公司
			杭州北联	监事	子公司
11	杨森森	职工监事、首席策略管	美广云商	监事	子公司
			蓝色商道	监事	子公司
12	杨磊	职工监事、高级客户总监	畅益思	执行董事、经理	子公司
13	李振江	监事	深圳市明曜投资管理有限公司	风控总监	无
			广东天鉴检测技术服务股份有限公司	董事	发行人监事担任董事的企业
			诺得物流股份有限公司	监事	发行人监事担任监事的企业
14	代博森	监事、消费电子事业部总经理	-	-	-

注 1：香河县兆辰金属制品有限责任公司已于 2011 年吊销。

### （三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员相互之间存在的亲属关系

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员相互之间不存在亲属关系。

### （四）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员与公司签订的协议及履行情况

在本公司任职领薪（不含领取津贴的独立董事）的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员已与发行人或其下属子公司签署劳动合同、保密协议、竞业限

制协议或在劳动合同中对其保密及竞业限制义务作出约定。

自前述协议签订以来，相关董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均严格履行协议约定的义务和职责，遵守相关承诺，迄今未发生违反协议义务、责任或承诺的情形。

#### **（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员所持股份是否发生被质押、冻结或发生诉讼纠纷等情形**

截至本招股说明书签署之日，前述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员直接或间接持有的股份无质押、冻结等股权限制的情形。

#### **（六）发行人董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在最近二年内的变动情况**

最近两年，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变动情况如下：

##### **1、董事变动情况**

2020年1月1日，发行人董事会由熊鲲、熊剑、程松岩、王世雨、赵立五人组成。其中，赵立于2019年12月18日递交辞职报告，辞去公司董事职务，辞职后将不再担任公司其他职务，并在新任董事就任前继续履行公司董事职责。

2020年2月28日，发行人召开2020年第二次临时股东大会，同意选举邱林先生为公司新任董事。

2020年7月2日，熊剑递交辞职报告，辞去公司董事职务，辞职后将不再担任公司其他职务，并在新任董事就任前继续履行公司董事职责。

2020年8月6日，发行人召开2020年第五次临时股东大会，同意选举廖新华为公司董事。

2020年11月16日，发行人召开2019年年度股东大会，同意选举李惠静为公司新任董事，汤珣、李贺、韩梅为公司新任独立董事。

2021年9月11日，发行人召开2021年第二次临时股东大会，换届选举产生了第三届董事会，董事会具体人员构成未发生变化。

## 2、监事变动情况

2020年1月1日，发行人监事会由万朝阳、杨向东、孙浩然、王丽娜、杨森森五人组成，其中王丽娜、杨森森为职工代表监事。

2020年6月19日，王丽娜递交辞职报告，辞去公司职工代表监事职务，辞职后将不再担任公司其他职务，并在新任职工代表监事就任前继续履行公司职工代表监事职责。

2020年6月24日，发行人召开2020年第一次职工代表大会，同意选举杨磊为公司职工代表监事。

2020年7月24日，杨向东递交辞职报告，辞去公司监事职务，辞职后将不再担任公司其他职务，并在新任监事就任前继续履行公司监事职责。

2020年8月17日，发行人召开2020年第六次临时股东大会，同意选举李振江为公司监事。

2021年1月18日，孙浩然递交辞职报告，辞去公司监事职务，辞职后将不再担任公司其他职务，并在新任监事就任前继续履行公司监事职责。

2021年2月25日，发行人召开2021年第一次临时股东大会，同意选举代博森为公司监事。

2021年9月11日，发行人召开2021年第二次临时股东大会，换届选举产生了第三届监事会非职工代表监事，与发行人2021年9月3日召开的2021年第一次职工代表大会选举产生的职工代表监事共同组成了第三届监事会，监事会中的非职工代表监事和职工代表监事的具体人员构成未发生变化。

## 3、高级管理人员变动情况

2020年1月1日，熊鲲担任公司总经理，程松岩担任公司副总经理、董事会秘书。原财务总监赵立于2019年12月18日递交辞职报告，辞去公司财务总监职务，辞职后将不再担任公司其他职务。

2020年5月22日，发行人召开第二届董事会第十五次会议，同意任命程松岩为公司财务总监。

2020年11月14日，发行人召开第二届董事会第二十一次会议暨2019年年

度董事会会议，同意任命廖新华、邱林为公司副总经理。

2021年9月11日，发行人召开第三届董事会第一次会议，通过了聘任新一届高级管理人员，高级管理人员职务设置和具体任职人员未发生变化。

#### 4、其他核心人员变动情况

除上述董事、监事及高级管理人员外，发行人不存在其他核心人员。

最近两年内，发行人离任的董事、高级管理人员为赵立、熊剑。赵立因个人原因，辞去发行人董事和财务总监职务；赵立辞去发行人董事和财务总监职务时，相关工作已经妥善交接，不会对发行人生产经营产生重大不利影响。熊剑系蓝色光标推荐的董事，未担任发行人高级管理人员职务，2020年8月不再担任发行人董事职务，同月，蓝色光标对发行人的持股比例降低至5%以下，发行人及时补选了董事，熊剑离职未对发行人生产经营产生重大不利影响。发行人新增董事、副总经理邱林、廖新华和董事李惠静均系发行人内部培养产生，其增选不会对发行人生产经营产生重大不利影响；为了完善公司治理，发行人选举汤珣、李贺、韩梅为独立董事。最近两年内，发行人的董事、高级管理人员的变化主要由于发行人完善公司治理结构及经营管理需要，未导致发行人的运营管理和经营决策发生实质性变更。

公司上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的变化主要由于本公司完善公司治理结构及经营管理需要所致。上述人员的变更符合《公司法》等法律、法规和规范性文件及《公司章程》的有关规定，履行了必要的手续。发行人董事、高级管理人员最近2年未发生重大不利变化。

#### （七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况

截至本招股说明书签署之日，本公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的主要直接对外投资情况如下所示：

序号	姓名	职务	对外投资实体	持股/投资金额（万元）	出资比例（%）
1	熊鲲	董事长、总经理、CEO	华新蓝创	99.55	2.7622
2	程松岩	董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书	北京博看文思科技有限责任公司	0.390625	0.3315
			华新蓝创	1,616.837338	44.8619

序号	姓名	职务	对外投资实体	持股/投资金额（万元）	出资比例（%）
			宁波众辰格隆企业管理合伙企业（有限合伙）	50	4.5455
3	廖新华	董事、副总经理、数聚营销机构总经理	华新蓝创	37.592612	1.0431
4	邱林	董事、副总经理、研发中心总经理	华新蓝创	28.864855	0.8009
5	王世雨	董事	西藏险峰旗云投资咨询有限公司	157.5	15
6	李惠静	董事、首席创新官、新产品开发部总经理	华新蓝创	122.382882	3.3957
7	汤珣	独立董事	南京新木股权投资有限公司	1,000	100
			上海厚翼企业管理中心（有限合伙）	1,500	99.6678
			宁波厚新健投资资产管理有限公司	600	60
			上海厚翮企业管理中心（有限合伙）	60	60
			嘉兴厚新投资合伙企业（有限合伙）	330	33
			杭州吉印智能科技有限公司	25	25
			拉萨经济技术开发区信新和合投资企业（有限合伙）	36	1.8
			南京厚新健投企业管理中心（有限合伙）	5	1
			南京浦安企业管理中心（有限合伙）	10	1
			上海厚亿投资中心（有限合伙）	0.005	0.0001
			南京厚新企业管理中心（有限合伙）	230	29.7542
8	李贺	独立董事	-	-	-
9	韩梅	独立董事	-	-	-
10	万朝阳	监事会主席、新产品开发部副总经理	华新蓝创	147.975824	4.1058
11	杨森森	职工监事、首席策略官	华新蓝创	74.649197	2.0713
12	杨磊	职工监事、高级客户总监	华新蓝创	30.073993	0.8345
13					
14			北京万泊合栎科技有限公司	100	100

序号	姓名	职务	对外投资实体	持股/投资金额（万元）	出资比例（%）
15	李振江	监事	-	-	-
16	代博森	监事、消费电子事业部总经理	华新蓝创	31.411527	0.8716

上述对外投资与本公司不存在利益冲突。除上述对外投资外，公司董事、监事、高级管理人员无其他重大直接对外投资及相关承诺和协议。

### （八）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况

#### 1、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署之日，除公司董事长兼总经理熊鲲直接持有公司20,842,890股股份（持股比例为15.41%）外，公司其他董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属未直接持有公司股份。

#### 2、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属通过持有华新蓝创、险峰旗云的财产份额并间接持有公司股份的情况如下：

序号	姓名	职务	间接持有发行人股份比例（%）	直接持股企业	持股企业持发行人股份比例（%）
1	熊鲲	董事长、总经理、CEO	0.3049	华新蓝创	11.04
2	程松岩	董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书	4.9528	华新蓝创	11.04
3	廖新华	董事、副总经理、数聚营销机构总经理	0.1152	华新蓝创	11.04
4	邱林	董事、副总经理、研发中心总经理	0.0884	华新蓝创	11.04
5	王世雨	董事	0.0090	险峰旗云	5.99
6	李惠静	董事、首席创新官、新产品开发	0.3749	华新蓝创	11.04

序号	姓名	职务	间接持有发行人股份比例 (%)	直接持股企业	持股企业持发行人股份比例 (%)
		部总经理			
7	汤珣	独立董事	-	-	-
8	李贺	独立董事	-	-	-
9	韩梅	独立董事	-	-	-
10	万朝阳	监事会主席、新产品开发部副总经理	0.4533	华新蓝创	11.04
11	杨森森	职工监事、首席策略官	0.2287	华新蓝创	11.04
12	杨磊	职工监事、高级客户总监	0.0921	华新蓝创	11.04
13	李振江	监事	-	-	-
14	代博森	监事、消费电子事业部总经理	0.0962	华新蓝创	11.04

截至本招股说明书签署之日，除通过持有上市公司股票间接持有公司股份，通过持有华新蓝创、险峰旗云的财产份额并间接持有公司股份外，公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属不存在间接持有发行人股份的情况。

### 3、所持股份的质押或冻结情况

截至本招股说明书签署之日，前述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其近亲属直接或间接持有的股份无质押、冻结等股权限制的情形。

#### (九) 董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况

##### 1、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员收入情况及占利润总额的比例

本公司现任董事、监事、高级管理人员及其他核心人员于 2021 年在本公司及关联企业领取薪酬/津贴情况如下：

序号	姓名	职务	税前薪酬/津贴 (万元)	是否在发行人领取薪酬/津贴	是否在关联企业领薪
1	熊鲲	董事长、总经理、CEO	93.57	是	否
2	程松岩	董事、副总经理、财务负责人暨财务总监、董事会秘书	104.39	是	否
3	廖新华	董事、副总经	158.80	是	否

序号	姓名	职务	税前薪酬/津贴 (万元)	是否在发行人 领取薪酬/津贴	是否在关联企 业领薪
		理、数聚营销机 构总经理			
4	邱林	董事、副总经 理、研发中心总 经理	48.05	是	否
5	王世雨	董事	-	否	否
6	李惠静	董事、首席创新 官、新产品开发 部总经理	95.88	是	否
7	汤珣	独立董事	5.58	是	否
8	李贺	独立董事	5.58	是	否
9	韩梅	独立董事	5.58	是	否
10	万朝阳	监事会主席、新 产品开发部副 总经理	41.11	是	否
11	杨森森	职工监事、首席 策略官	85.68	是	否
12	杨磊	职工监事、高级 客户总监	42.79	是	否
13	李振江	监事	-	否	否
14	代博森	监事、消费电子 事业部总经理	76.03	是	否

注：汤珣、李贺、韩梅三人于2020年11月开始担任公司独立董事。

最近三年，本公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员薪酬占利润总额比例如下：

金额：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
董事、监事、高级管理人员及其他 核心人员薪酬	763.05	464.12	383.30
利润总额	13,698.86	12,851.48	6,524.41
占利润总额比例	5.57%	3.61%	5.87%

在本公司任职领薪（不含领取津贴的独立董事）的上述董事、监事、高级管理人员、其他核心人员按国家有关规定享受保险保障。除此以外，上述人员未在公司享受其它待遇和退休金计划。

## 2、公司董事、监事、高级管理人员、其他核心人员薪酬确定依据及所履行的程序

在本公司任职领薪（不含领取津贴的独立董事）的董事、监事、高级管理人

员、其他核心人员的薪酬由工资和奖金组成。公司根据有关法律法规的要求设立薪酬与考核委员会。薪酬与考核委员会由 3 名董事组成，独立董事占多数。2020 年 11 月 14 日，公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会审议通过《董事会薪酬与考核委员会议事规则》。

薪酬与考核委员会的议事规则和运行情况详见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会等机构和人员的运行及履职情况”之“（五）董事会专门委员会的运行情况”之“4、薪酬与考核委员会的议事规则和运行情况”。

## **八、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排**

2018 年 1 月 1 日至今，发行人股权激励系通过员工持股平台华新蓝创的财产份额转让实现，具体如下：

### **（一）险峰旗云、深圳险峰、大得宏强无偿转让**

2017 年 9 月 15 日，蓝标电商股东险峰旗云、深圳险峰、大得宏强与华新蓝创、熊鲲签署了《股东协议》，约定蓝标电商 2017 会计年度经审计后净利润（扣除非经常损益）达到或超过人民币 3,000 万元的，险峰旗云、深圳险峰和大得宏强应将蓝标电商 373.9904 万股股份（占蓝标电商股份 3%）无偿转让给华新蓝创作为奖励。

2018 年 8 月 31 日，险峰旗云、深圳险峰、大得宏强与华新蓝创签署了股份转让协议，约定虽然蓝标电商未达到《股东协议》的约定条件，但各方仍确认执行约定的标的股份转让。险峰旗云、深圳险峰、大得宏强分别向华新蓝创无偿转让其持有的发行人 186.9952 万股、124.6635 万股、62.3317 万股股份，转让股份共计 373.9904 万股，占发行人总股本的 3.00%。险峰旗云、深圳险峰、大得宏强向华新蓝创无偿转让蓝标电商 3% 股权的情况具体详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“二、公司的设立情况”之“（五）报告期内的股本和股东变化情况”之“2、2019 年 11 月，终止挂牌后第一次股份转让”。

2018 年 9 月 3 日，华新蓝创召开合伙人会议并作出决议，同意华新蓝创在全体合伙人之间重新分配华新蓝创无偿受让险峰旗云、深圳险峰、大得宏强所持蓝标电商 3% 的股权所对应的华新蓝创份额，以奖励各合伙人对公司发展作出的

贡献。其中，由熊鲲向程松岩转让其在华新蓝创的出资 114.172375 万元，对应出资占比 1.1469%；向林静转让其在华新蓝创的出资 38.155568 万元，对应出资占比 0.3833%；向赵彤转让其在华新蓝创的出资 114.466462 万元，对应出资占比 1.1498%。转让价格均为 0 元。2018 年 9 月 7 日，熊鲲分别与程松岩、林静、赵彤签署了财产份额转让协议。

## （二）员工持股安排

2017 年 10-11 月，通过股转系统交易，华新蓝创成为发行人控股股东，熊鲲成为发行人实际控制人。至 2019 年，发行人员工陆续通过获得华新蓝创的出资份额的方式间接持有发行人股份。具体详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“六、发行人股本情况”之“（九）发行人股份代持及解除情况”之“2、员工持股安排”。

2020 年 4 月 24 日，华新蓝创为上述事项统一办理了工商变更登记手续，上述激励员工全部被登记为华新蓝创的有限合伙人。工商变更登记前后华新蓝创工商登记的股权结构如下：

序号	合伙人姓名/名称	合伙人类别	认缴出资额（万元）	出资比例
<b>一、变更登记前</b>				
1	熊鲲	普通合伙人	7,355.00	73.88%
2	程松岩	有限合伙人	1,800.00	18.08%
3	赵彤	有限合伙人	600.00	6.03%
4	林静	有限合伙人	200.00	2.01%
合计			<b>9,955.00</b>	<b>100%</b>
<b>二、变更登记后</b>				
1	熊鲲	普通合伙人	6,450.515542	64.80%
2	程松岩	有限合伙人	1,604.932757	16.12%
3	赵彤	有限合伙人	714.466462	7.18%
4	林静	有限合伙人	238.155568	2.39%
5	万朝阳	有限合伙人	147.975824	1.49%
6	原旭	有限合伙人	147.948793	1.49%
7	李惠静	有限合伙人	122.382882	1.23%
8	王样文	有限合伙人	78.007754	0.78%
9	杨森森	有限合伙人	74.649197	0.75%
10	张志森	有限合伙人	40.414900	0.41%
11	廖新华	有限合伙人	37.592612	0.38%

序号	合伙人姓名/名称	合伙人类别	认缴出资额（万元）	出资比例
12	王帅	有限合伙人	37.588751	0.38%
13	马虹旭	有限合伙人	34.923578	0.35%
14	代博森	有限合伙人	31.411527	0.32%
15	杨磊	有限合伙人	30.073993	0.30%
16	邱林	有限合伙人	28.864855	0.29%
17	李萌	有限合伙人	26.314804	0.26%
18	李永明	有限合伙人	22.386433	0.22%
19	邹伟龙	有限合伙人	18.796185	0.19%
20	刘镇	有限合伙人	15.036997	0.15%
21	李赛	有限合伙人	12.067247	0.12%
22	蒋小菁	有限合伙人	11.904581	0.12%
23	梁思华	有限合伙人	7.518378	0.08%
24	向栩男	有限合伙人	7.518378	0.08%
25	杨晨	有限合伙人	7.518378	0.08%
26	何庆	有限合伙人	6.033624	0.06%
合计			<b>9,955.00</b>	<b>100.00%</b>

2019年12月2日，持股员工、华新蓝创、熊鲲及公司共同签署了《北京数聚智连科技股份有限公司员工持股计划协议》，约定每位员工在华新蓝创中持有的合伙份额及华新蓝创在公司中持有的股份于该协议签署之日起锁定，直至公司完成上市之日起三十六个月届满之日（“限售期”）。于限售期内，除非经公司事先书面同意，员工或华新蓝创不得以任何方式转让、买卖、委托管理其直接或间接持有的公司股份、不得以其直接或间接持有的公司股份设置担保，亦不得提议由公司回购该等股份。

截至本招股说明书签署之日，发行人已制定的股权激励均已实施完毕，不涉及上市后的行权安排。上述股权激励事项已按照《企业会计准则第11号--股份支付》进行会计处理，相关费用于授予日一次性确认费用，2018年、2019年分别确认股份支付费用1,835.36万元、579.96万元。上述股权激励合法合规，有利于调动员工积极性，为公司持续、稳定发展提供重要保障，对公司经营状况起到积极促进作用，不存在损害发行人利益的情形，不影响公司的控制权。除上述已实施完毕的股权激励外，公司不存在尚未完成的股权激励，亦不存在上市后的行权安排。

## 九、发行人员工情况

### （一）员工人数及其变化情况

报告期内，发行人（含子公司）员工人数及变化情况如下表所示：

	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
员工总数（人）	844	783	676

### （二）员工专业结构

报告期内，发行人（含子公司）员工专业结构如下：

单位：人

类别	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
管理人员	9	9	10
职能人员	80	83	81
财务人员	44	40	28
研发人员	40	14	14
运营人员	671	637	543
合计	844	783	676

### （三）员工学历结构

报告期内，发行人（含子公司）员工受教育构成如下：

单位：人

类别	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
研究生及以上	35	27	25
本科	472	461	397
专科	303	263	226
专科以下	34	32	28
合计	844	783	676

### （四）员工年龄结构

报告期内，发行人（含子公司）员工年龄构成如下：

单位：人

类别	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
20岁以下（含20岁）	0	0	1
20-30岁	589	528	445
31-40岁	219	220	199
40岁以上（含40岁）	36	35	31

类别	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
合计	844	783	676

### (五) 员工社会保障、住房公积金缴纳等情况

发行人执行国家劳动用工和劳动保护的相关法律法规和规章制度，截至本招股说明书签署之日，公司与全体正式员工均签订了劳动合同。发行人按国家和有关地方规定执行社会保障制度，为员工办理了养老、医疗、生育、工伤、失业等保险和住房公积金。

#### 1、社会保险缴纳情况

报告期各期末，发行人（含子公司）社会保险缴纳情况如下：

项目	2021年12月	2020年12月	2019年12月
员工人数（人）	844	783	676
已缴纳（人）	837	756	661
未缴纳（人）	7	27	15
缴纳比例	99.17%	96.55%	97.78%

注：因离职、入职时间差异，公司存在当月实际缴纳社保人数少于当月末员工人数的情况。

截至2021年12月31日，发行人及其子公司已为绝大多数员工缴纳社会保险，发行人未为7名员工缴纳社会保险的原因为该7名新员工入职时已过申报社会保险的窗口期，需到下月办理。

发行人及其子公司报告期内不存在因违反相关法律法规而受到处罚的情形。

#### 2、住房公积金的缴纳情况

报告期各期末，发行人（含子公司）住房公积金缴纳情况如下：

项目	2021年12月	2020年12月	2019年12月
员工人数（人）	844	783	676
已缴纳（人）	836	755	652
未缴纳（人）	8	28	24
缴纳比例	99.05%	96.42%	96.45%

注：因离职、入职时间差异，公司存在当月实际缴纳住房公积金人数少于当月末员工人数的情况。

发行人及其子公司已为绝大多数员工缴纳住房公积金，截至2021年12月31日，发行人未为部分员工缴纳住房公积金的原因为7名新员工入职时已过申报住房公积金的窗口期，需到下月办理；1名员工自愿放弃缴纳住房公积金。

发行人及其子公司报告期内不存在因违反相关法律法规而受到处罚的情形。

在已缴纳社会保险和住房公积金员工中，发行人部分境内子公司存在委托北京外企人力资源服务有限公司或经北京外企人力资源服务有限公司另行委托的其他人力资源服务有限公司（以下合称“FESCO”）为员工在外地缴纳社会保险和/或住房公积金的情况。截至报告期末，发行人及其境内子公司委托 FESCO 代为缴纳社会保险和住房公积金的人数共计 10 人，皆处于正常缴纳状态，并无欠费情况。

### **3、控股股东、实际控制人相关承诺**

发行人控股股东及实际控制人已出具承诺：如劳动和社会保障部门及相关政府部门要求发行人补缴社会保险和/或住房公积金，控股股东及实际控制人将无条件全额承担在本次发行上市前应补缴的社会保险、住房公积金及因此所产生的罚款、滞纳金等所有相关费用，保证发行人不因此遭受任何经济损失。控股股东及实际控制人在承担前述款项后，不会就该等费用向发行人行使追索权。

### **4、主管机关对公司缴纳社会保险、住房公积金出具的合规证明**

#### **（1）社会保险合规证明**

根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2021 年 2 月 3 日及 2021 年 8 月 20 日出具的《证明信》，发行人自 2018 年 1 月至 2021 年 6 月期间未发现违反劳动保障法律、法规和规章的行为，也未有因违法受到该行政机关给予行政处罚或行政处理的不良记录。根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2022 年 2 月 23 日出具书面回复，自 2021 年 7 月至 2021 年 12 月期间未发现发行人存在因违反劳动保障法律法规和规章行为而受到行政处理和行政处罚的记录。

根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2021 年 2 月 3 日及 2021 年 8 月 20 日出具的《证明信》，北京北联自 2018 年 1 月至 2021 年 6 月期间未发现违反劳动保障法律、法规和规章的行为，也未有因违法受到该行政机关给予行政处罚或行政处理的不良记录。根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2022 年 2 月 23 日出具书面回复，自 2021 年 7 月至 2021 年 12 月期间未发现北京北联存在因违反劳动保障法律法规和规章行为而受到行政处理和行政处罚的记录。

根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2021 年 2 月 3 日及 2021 年 8 月

20日出具的《证明信》，畅益思自2018年1月至2021年6月期间未发现有违反劳动保障法律、法规和规章的行为，也未有因违法受到该行政机关给予行政处罚或行政处理的不良记录。根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于2022年2月23日出具书面回复，自2021年7月至2021年12月期间未发现畅益思存在因违反劳动保障法律法规和规章行为而受到行政处理和行政处罚的记录。

根据上海市社会保险事业管理中心于2022年2月9日出具的《单位参加城镇社会保险基本情况》，蓝色商道截至2022年1月正常缴费中，截至2020年9月无欠款情况。

自2020年11月起，上海市社会保险费征管职责划转至税务部门。根据国家税务总局上海市嘉定区税务局第一税务所于2021年1月19日、2021年6月29日、2021年7月13日及2022年1月20日出具的《社会保险费缴费证明》，蓝色商道已于2020年10月至2021年12月为员工缴纳社会保险费。

根据上海市社会保险事业管理中心于2021年1月13日及2021年7月28日出具的《单位参加城镇社会保险基本情况》，亚加实业截至2020年12月已无参保员工，已暂停缴费，截至2020年9月无欠款情况；亚加实业自2021年5月开始重新签署员工，截至2022年1月正常缴费中。国家税务总局上海市徐汇区税务局第一税务所于2021年7月13日及2022年1月20日出具的《社会保险缴费证明》，亚加实业已于2021年5月至2021年12月为员工缴纳社会保险费。

根据杭州市人力资源和社会保障局于2021年1月15日、2021年9月9日及2022年3月1日出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州北联自2018年3月至2022年3月1日期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处理处罚的记录。

根据杭州市人力资源和社会保障局于2021年9月9日及2022年3月1日出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州品效自2021年2月至2022年3月1日期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处理处罚的记录。

根据杭州市人力资源和社会保障局于2022年3月1日出具的《用人单位劳动保障信用情况证明》，杭州数聚自2021年7月1日至2022年3月1日期间，未发现因劳动保障违法行为被行政处理处罚的记录。

根据北京市朝阳区人力资源和社会保障局于 2021 年 8 月 20 日及 2022 年 2 月 23 日出具的《证明信》，东连科技自 2021 年 1 至 2021 年 12 月期间未发现违反劳动保障法律、法规和规章的行为，也未有应违法受到该局给予行政处罚或行政处理的不良记录。

根据中新天津生态城人力资源和社会保障局于 2021 年 7 月 21 日及 2022 年 2 月 14 日出具的《证明》，天津北联自 2021 年 1 月至 2021 年 12 月 31 日自觉遵守国家有关劳动和社会保障法律、行政法规和地方性规章条例，依法聘用员工，与员工签订劳动合同，在此期间没有劳动和社保部门任何行政处罚的事件发生。

根据上海市社会保险事业管理中心于 2022 年 2 月 9 日出具的《单位参加城镇社会保险基本情况》，美广云商截至 2022 年 1 月正常缴费中。根据国家税务总局上海市嘉定区税务局第一税务所于 2021 年 7 月 13 日及 2022 年 1 月 20 日出具的《社会保险缴费证明》，美广云商已于 2021 年 5 月至 2021 年 12 月为员工缴纳社会保险费。

根据广州市人力资源和社会保障事务服务中心于 2021 年 8 月 23 日出具的《守法诚信证明》，自 2021 年 5 月 1 日至 2021 年 7 月 31 日期间，未收到关于数聚品效员工的社保投诉事项和向市级（不含区级）劳动争议仲裁的申请，也无关于数聚品效应违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。根据 2022 年 2 月 9 日的数聚品效的《信用记录报告》，数聚品效自 2021 年 8 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日不存在违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

## （2）住房公积金合规证明

根据北京住房公积金管理中心于 2021 年 1 月 25 日、2021 年 8 月 11 日及 2022 年 2 月 28 日出具的《企业上市合法合规缴存住房公积金信息查询结果》，发行人自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日无被处罚信息，不存在未完结投诉案件。

根据北京住房公积金管理中心于 2021 年 1 月 29 日、2021 年 8 月 11 日及 2022 年 2 月 28 日出具的《企业上市合法合规缴存住房公积金信息查询结果》，畅益思自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日无被处罚信息，不存在未完结投诉案

件。

根据北京住房公积金管理中心于 2021 年 1 月 29 日、2021 年 8 月 11 日及 2022 年 2 月 28 日出具的《企业上市合法合规缴存住房公积金信息查询结果》，北京北联自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日无被处罚信息，不存在未完结投诉案件。

根据上海市公积金管理中心于 2022 年 2 月 9 日出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，蓝色商道住房公积金账户处于正常缴存状态，未有该中心行政处罚记录。

亚加实业名下全体员工的劳动关系已于 2020 年 1 月转至蓝色商道。根据上海市公积金管理中心于 2021 年 1 月 14 日出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，亚加实业未有该中心行政处罚记录。亚加实业自 2021 年 5 月起重新签署员工，根据上海市公积金管理中心于 2022 年 2 月 9 日出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，亚加实业未有该中心行政处罚记录。

根据杭州住房公积金管理中心于 2021 年 1 月 15 日及 2022 年 3 月 17 日出具的《证明》，杭州北联截至 2022 年 3 月 17 日无住房公积金行政处罚记录。

根据杭州住房公积金管理中心于 2022 年 3 月 17 日出具的《证明》，杭州品效截至 2022 年 3 月 17 日无住房公积金行政处罚记录。

根据杭州住房公积金管理中心于 2022 年 3 月 16 日出具的《证明》，杭州数聚截至 2022 年 3 月 16 日无住房公积金行政处罚记录。

根据北京住房公积金管理中心于 2021 年 8 月 13 日及 2022 年 2 月 28 日出具的《企业上市合法合规缴存住房公积金信息查询结果》，东连科技自 2021 年 5 月 1 日至 2021 年 7 月 31 日无被处罚信息，不存在未完结投诉案件。

根据天津市住房公积金管理中心于 2022 年 2 月 22 日出具的《住房公积金缴存证明》，天津北联住房公积金缴至 2022 年 2 月，自开户以来未受到该中心的行政处罚。

根据上海市公积金管理中心于 2022 年 2 月 9 日出具的《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，美广云商住房公积金账户处于正常缴存状态，未有受到该

中心的行政处罚的记录。

根据广州住房公积金管理中心于 2021 年 8 月 24 日及 2022 年 3 月 24 日出具的《住房公积金缴存情况证明》，数聚品效住房公积金已缴至 2022 年 2 月，自 2021 年 5 月至 2022 年 2 月未曾受到该中心的行政处罚。

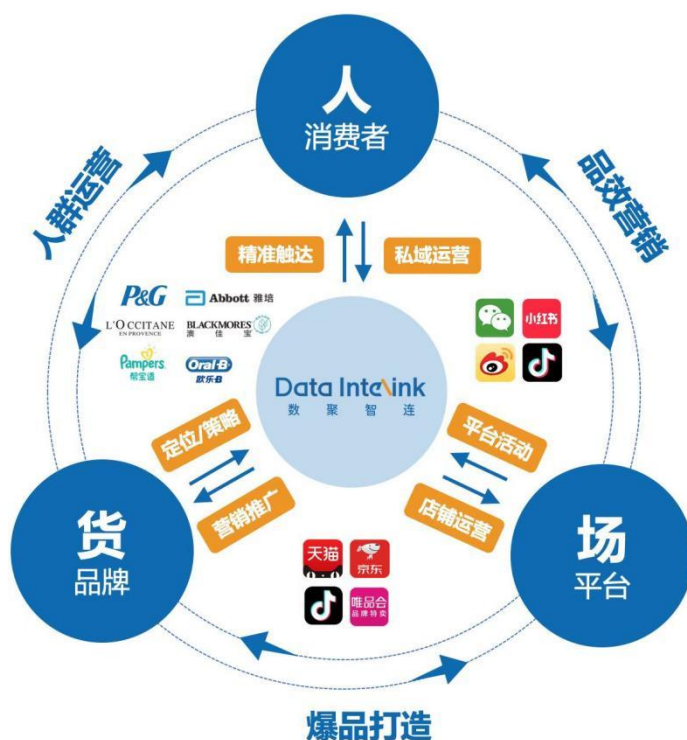
## 第六节 业务与技术

### 一、发行人主营业务及其变化情况

#### (一) 发行人的主营业务

##### 1、主营业务基本情况

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。



公司凭借深耕行业多年积累的电商运营及品效营销经验与资源，具备完成品牌闭环运营及多层次生态营销的能力与实力，能够为品牌合作方提供包括货品策略规划、店铺设计、店铺运营、客服服务、媒体采买、消费者分析与运营、品效营销、仓储物流等全链路综合服务，利用消费者洞察、大数据分析、营销媒体曝光、CRM 管理等方式准确触达目标消费者，提高店铺运营效率，完成店铺引流

并实现由流量到最终销售的转化，从而实现品牌销售增长与价值提升。

经过多年发展，公司已发展成为渠道覆盖广泛、客户资源丰富的行业内知名全链路电子商务综合服务商。在运营渠道方面，公司与天猫、京东、唯品会、考拉等国内主流电商平台及小红书、微商城、抖音等新兴电商渠道建立了良好合作关系，并积极探索线下新零售服务模式。在客户资源方面，公司在母婴营养、消费电子、美妆快消等领域不断开拓发展，积累了丰富的客户资源。公司主要合作品牌包括雅培/Abbott、飞鹤、帮宝适/Pampers、花王/Kao、澳佳宝/Blackmores、欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、欧舒丹/L'OCCITANE、嘉士伯/Carlsberg及中粮福临门等众多全球知名品牌。

母婴营养 Baby & Nutrition						
						
						
消费电子 Consumer Electronics						
						
						
美妆快消 Beauty & FMCG						
						
						

近年来，凭借专业、优质的运营能力与服务质量，公司获得了天猫、京东等主流电商平台的广泛认可，在行业内树立了良好的企业形象与业务口碑。在天猫平台，公司已连续多年获得天猫“五星级运营商”称号，并获得包括“双 11 综合服务优秀服务商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”等称号。在京东平台，公司获得了包括“京卓越代运营服务商”、“京东美妆五星级优质商家”等称号。此外，公司在营销领域亦具有较强竞争优势。报告期内，公司在艾菲奖、金投赏、中国广告节长城奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖等多项专业营销赛事中获得多类奖项，受到行业广泛专业认可。

## 2、主要产品与服务介绍

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**包括品效营销方案策划、创意内容设计及素材制作、整合营销执行三大类服务**。公司品效营销服务内容示意图如下：



公司品效营销业务中，品效营销方案策划能力系公司品效营销业务的核心竞争力，创意内容设计及素材制作、整合营销执行通常系落实营销方案的配套服务。其中品效营销方案策划主要系公司基于自身电商运营业务积累形成的品牌及消费者洞察力，为品牌方提供更贴合市场的方案策划服务，品牌方根据方案内容自行或委托其他方开展后续相关执行工作。而在创意内容设计及素材制作、整合营销执行服务中，公司通常作为链接品牌方和相关广告公司或第三方服务公司的桥梁，协调委托相关方实施品牌方的推广需求。例如公司通常根据品牌方业务委托，将如视频、H5 页面等素材设计制作、广告投放或活动执行等内容，委托广告公司或第三方服务公司等第三方代理商具体实施，公司主要系为品牌方需求与实际执行方实施建立链接而起到辅助支持作用。

公司品效营销业务系品牌电商运营类业务的重要补充，两者具有良好协同效应，相互促进发展。一方面，公司在品牌运营方面积累了丰富的运营经验与行业 know-how，促使公司能对品牌及目标消费者形成精准的洞察分析能力，从而为营销创意能力提升提供坚实的基础。另一方面，在品效营销业务中，公司

有具有全域数字营销创意能力的创意设计部门，根据品牌方推广需求及品牌产品特点，以及目标消费者所处线上或线下渠道的特性，针对性开展营销方案创意、视觉推广创意等创意输出，满足客户对于不同推广渠道消费者的高效触达，从而有效提升品牌的消费者关注度及市场影响力，助力实现运营创意效果落地，进而促进品牌电商运营类业务的消费者转化率提升与销售增长。

报告期内，公司为包括花王、雅培（包括雅培、菁挚、全安素）、澳佳宝、西铁城、福临门、三星、蒂佳婷等多个品牌同时开展品效营销及品牌电商运营类业务，并在营销及运营两方面均取得良好效果，助力各品牌实现拓展中国市场的目标。

在广告产业链方面，广告产业链构成通常主要包括需求方、服务方、媒介资源方及受众四大部分。其中具有营销推广需求的品牌方广告主即需求方，广告公司、营销服务商、第三方服务公司等即服务方，具有媒介资源点位的各大电商平台、社交平台、互联网网站、户外媒体、电视媒体、纸质媒体等即媒介资源方，以及消费者即受众。其中如发行人等营销服务商及第三方制作公司、第三方执行公司等第三方服务公司通常为该产业链的辅助性、支持性机构。发行人品效营销业务中仅部分内容为广告产业链提供辅助性、支持性服务。

根据发行人同行业可比公司招股书及披露情况，报告期内发行人同行业可比公司丽人丽妆、壹网壹创、若羽臣、凯淳股份及青木股份均在开展品牌电商运营类业务的同时，开展了营销类业务，发行人开展品效营销业务符合行业惯例。

### 3、主营业务收入构成

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌电商运营服务	101,799.61	57.49%	105,162.81	71.38%	76,765.69	71.08%
其中：线上零售业务	88,282.85	49.86%	94,051.78	63.84%	68,175.24	63.13%
品牌代运营服务	13,516.76	7.63%	11,111.03	7.54%	8,590.45	7.95%
渠道分销业务	41,535.58	23.46%	19,755.48	13.41%	10,767.20	9.97%
品效营销服务	33,736.22	19.05%	22,411.37	15.21%	20,461.79	18.95%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	177,071.41	100.00%	147,329.66	100.00%	107,994.68	100.00%

## (二) 发行人主要经营模式

### 1、销售及服务模式

#### (1) 品牌电商运营服务

公司品牌电商运营服务分为线上零售及品牌代运营两种模式。

##### ①线上零售

##### A. 品牌拓展

公司通过品牌方邀请、行业内部推荐、公司人员拜访、参加行业展会等方式与潜在合作品牌建立初步联系，结合自有和第三方数据对其品牌现状、销售现状、行业竞争现状等进行分析，评估品牌未来销售走势，对项目建立财务模型，确认与品牌合作可行性，并完成内部立项。在立项后，公司通过竞标或商务谈判的方式向品牌方或其授权代理商提交包含合作模式、销售策略、线上运营、营销策略、团队配备等内容的运营方案，双方确认合作关系后进一步明确合作细节并签署合作协议。

##### B. 店铺开设

##### a. 团队组建

在与品牌方或授权代理商签订合作协议后，公司根据协议授权在天猫、京东等第三方电商平台新设官方旗舰店或专卖店等店铺，或承接品牌方或其前合作方开设的店铺。公司电商运营相关部门与策划中心、运营中心、技术中心、财务中心等部门协同合作，为品牌店铺组建包括店长、运营人员、营销策划人员等的专业运营团队。

##### b. 货品规划与采购

公司基于对品牌及产品的理解，根据品牌定位、单价、目标人群、竞品分析等因素，对现有货品进行爆款、次爆款、常规货品、形象款和滞销货品的重新分类和整理，并结合电商行业的爆款产品所具有的属性，确认公司经营店铺的整体

货品策略，包括货品分类、价格规范、大促权益、卖点传达等。公司综合考虑销售计划、库存周转、在途周期、仓储物流费用等因素，制定采购计划，并向品牌方或授权代理商进行采购。

#### c. 店铺设计

公司根据前期制定的整体货品策略，对品牌店铺进行用户体验分析，完成品牌店铺的框架设计。在完成品牌店铺的框架设计后，公司结合品牌方的视觉传达形象与自身积累的行业经验，设计出该品牌在电商平台的视觉指引，从而完成对店铺首页以及产品详情页的优化设计，提升相关页面的美观度及用户友好程度，实现产品引流并优化用户的使用体验。在经品牌方或授权代理商确认后，完成店铺的设计。

#### d. 商品上架

在完成店铺设计后，公司根据此前制定的整体货品策略，撰写产品推介文案，进行产品发布，待通过相关审核后完成商品上架。

### C. 店铺运营

店铺运营包括运营方案执行、客服服务、消费者分析与运营、订单履行等。

#### a. 运营方案执行

公司为品牌店铺配备专业的运营团队，在店铺的日常经营中负责货品采购、货品优化、店铺设计优化、消费者分析与运营、营销方案策划、媒介采买、营销活动执行等。公司通过采买站内外媒体资源，投放品牌广告、组织营销活动，提高品牌在平台上的曝光度，实现品牌商品和电商平台与消费者的对接，并通过个性化的客服服务优化消费者的购买体验，实现从流量到购买的转变。

#### b. 客服服务

公司通过自有或外包客服团队，向消费者提供销售前咨询及推荐、售后咨询、物流状态查询、退换货处理、投诉处理等服务，保障客户的购物体验。

#### c. 消费者分析与运营

公司在店铺运营过程中开展数据分析、消费者社区运营和 CRM 等以用户为核心的消费者分析与运营。公司利用平台方提供的生意参谋、数据银行、策略中

心、京东数坊等电商数据分析工具，对品牌以及店铺各项维度数据进行分析，进而优化渠道效率，对现有货品策略进行完善以及各类人群精确触达，最后达到提升品牌整体销售量的目标。

#### d. 订单履行

消费者在店铺下单后，公司利用 OMS 系统从电商平台获取订单信息，在经过订单审核、营销活动适配、库存判断后，将订单信息推送至第三方仓库，由仓库进行订单配货、分拣包装后，交由物流服务商进行配送。在订单履行过程中，店铺客服团队负责订单跟踪及客户服务，处理包括退换货、物流状态查询、客户评价及投诉等事项。

#### D. 仓储物流及库存管理

公司采用第三方仓库运营的方式，与第三方仓储服务商进行合作。公司利用 OMS 系统，可实时跟踪付款、发票开具、物流、货品验收、入库、产品上架等流程。公司根据品牌方或授权代理商定位、商品所在仓库等因素，选择合适的物流及快递公司，以提升订单履行效率，为消费者提供满意的购物体验。在采购货品入库后，公司通过 OMS 系统实时监控库存及货品有效期情况，实现库存及货品效期管理，并持续优化库存仓储管理。

#### E. 复盘及优化

公司根据项目情况定期对品牌店铺运营情况包括业务达成结果、关键销售指标、广告数据、营销反馈等多方面进行全面复盘，并根据复盘的情况及业务实际，对店铺运营策略进行优化并制定下一阶段重点运营方向。

#### ②品牌代运营

在品牌代运营模式下，公司不负责货品的采购，而品牌拓展、店铺开设、店铺运营、仓储物流及库存管理、复盘及优化等服务环节与线上零售模式基本相同。

品牌代运营模式下的商品货权和店铺所有权属于品牌公司或者其授权代理商，公司根据客户店铺代运营的需求，为品牌公司或其授权代理商提供店铺设计、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，根据服务范围，与品牌公司或其授权代理商签署业务合同，制定目标，

配置团队，收取相应服务费。

在线上零售及品牌代运营模式下，公司通过自身在电商平台开设或运营的店铺，凭借消费者洞察、店铺运营、数据分析、促销节奏把控、CRM 管理而进行精准推广获客；通过客服、店铺主播在线服务，及页面视觉、营销内容的吸引而促成消费者成交。两种模式的主要差异点如下：

项目	线上零售模式	品牌代运营模式
店铺主体	公司	品牌方或其授权代理商
货物所有权人	公司	品牌方或其授权代理商
客户	终端消费者	品牌方或其授权代理商
盈利方式	销售收入与运营成本（包括采购成本及各项运营费用）的差价	服务费和销售奖励与店铺代运营成本之间的差价
营销费用	通常由公司承担*	品牌方或其授权代理商承担
物流费用	公司承担	根据双方协商确定

注：在线上零售模式下，营销费用通常由公司承担，部分品牌方为激励销售，会对营销过程中发生的部分营销费用给予公司补贴。

## （2）渠道分销

公司渠道分销业务系公司基于品牌方或其授权代理商的分销授权认可，向品牌方或其授权代理商采购货品，再将货品售卖给京东自营、天猫超市、唯品会、考拉等第三方电商平台及其他分销商。公司按照与电商平台或分销商协商的产品销售计划、营销计划，将货物发送到电商平台或分销商指定仓库，电商平台或分销商按照约定的结账方式按时结算货款给公司。公司的分销业务包括 B2B 及 B2B2C 两种类型，在 B2B 模式下，公司仅向电商平台或分销商销售商品，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

品效营销业务模式下，公司为品牌方提供**包括品效营销方案策划、创意内容设计及素材制作、整合营销执行三大类服务。**

### ①客户拓展

在品效营销业务模式下，公司主要通过新品牌竞标和既有品牌服务延展两种方式获客。在新品牌竞标获客模式下，公司通过主动获取或者第三方介绍等方式

获得生意线索，通过商务谈判、公开竞标等方式获得新品牌业务；在既有品牌服务延展获客模式下，公司通过在既有品牌服务所展现的良好服务质量、生意结果和良好口碑的基础上，获得品牌方旗下更多子品牌服务机会或者现有品牌更多服务范围等业务机会。业务机会既包括品效营销内的服务延展，也包括品效营销向电商运营之间的服务延展。

## ②品效营销项目执行

### A. 品效营销方案策划

公司结合品牌方的营销目标及营销预算，可提供包括全年整体营销方案策划，基于微博、微信、抖音、小红书等互动式数字媒体营销方案策划，针对电商平台开展的超级品牌日、618 大促、双 11 大促等电商平台营销方案策划，组织发布会、巡展、沉浸式体验等线下营销方案，以及整合多渠道资源的营销活动方案策划等一种或多种策划服务，策划内容涵盖品牌定位、品牌策略、创意概念及表现、媒介策略、公关推广、营销活动等多方面。

### B. 创意内容设计及素材制作

#### a. 创意内容设计

公司根据品牌形象定位及产品特点，基于营销方案，对宣传文案、视觉传达形象、图片、视频、活动等营销推广创意内容进行针对性的创造构思、谋划和设计，以期达到最佳营销效果。

#### b. 素材制作

在策划方案及创意设计确认方案确认后，公司**自行或委托第三方**对平面及视频类素材进行创作，其中视频类素材以 TVC、短视频、微电影、直播等形式展现，而平面类素材一般为图片类。

### C. 整合营销执行

#### a. 媒介采买及投放

公司为客户提供各种媒介投放策略与计划、媒介投放预算分配、媒介投放排期制定以及媒介投放资源采购与投放、投放监测及效果评估等服务。

#### b. 直播推广

公司可根据客户需求，为客户提供直播推广策划与计划、直播预告、直播执行、产品推荐以及效果监测和评估等服务。公司结合产品售卖需求，通过进行主播甄选和商务洽谈，选择合适的 KOL 主播或公司自有主播，通过抖音、快手等新媒体渠道为客户提供直播推广服务。

#### c. 营销活动执行

营销活动执行主要包括线上营销活动执行与线下营销活动执行。线上营销活动执行主要包括开展如超级品牌日、618 大促、双 11 大促、粉丝节、年货节、特卖会等电商平台营销活动。线下营销活动执行主要包括组织实施例如品牌发布会、线下巡展、产品沉浸式体验等线下活动。

#### d. 新零售

公司可根据客户品牌及产品特性，帮助客户开展融合线上渠道与线下终端的新零售业务。公司利用系统技术升级帮助客户将线下终端系统与线上平台进行数据打通，通过电商平台的新零售工具扩大线下店铺展现途径，同时整合站内、站外资源，使线下终端对接线上渠道及营销策略，打通线上线下流量和生意互通，打造新零售模式。在新零售模式下，基于流量的互通及数据的对接，可以帮助客户充分利用线下渠道的网点优势以及电商渠道的流量优势，通过开展线上、线下联动的促销及体验等引流活动，实现线上渠道与线下终端双向引流，降低获客成本，扩大销售机会，提升流量销售转化率，推动销售增长。

#### ③项目验收

营销项目执行结束后，业务部门与客户对营销项目进行复盘、总结，并由客户予以验收或确认。

## 2、采购模式

公司的采购内容主要分为经销货品采购以及包装耗材、媒介采购、素材采购等非经销货品采购。

经销货品采购由业务部门、供应链和财务部共同完成。供应链结合业务部门的销售计划、各品类的库存状况，制定订货计划并发送给供应方即品牌方或其授权方，并与供应方签署采购协议或订单。公司根据采购约定支付采购预付款（如

需），品牌方或其授权方按照约定时间将货品运至仓库，仓库管理人员在清点、检查货品后确认收货，完成货品系统入库。对于未通过入库检查的产品退回给品牌方或授权方，并由品牌方或授权方重新发货。对于在业务合同中约定账期安排的供应商，公司在完成收货后，根据双方协议约定，向品牌方或其授权方支付货款。

对于非经销货品采购，公司按照采购单价分为比价流程与非比价流程。比价流程适用采购金额较高的采购项目，如平台 MCN、线下推广、摄影摄像素材、包材、IT 类等，由采购部牵头、业务部门参与，通过进行公开比稿招标来确定供应商库，在采购时根据需求从供应商库选择候选供应商进行比价竞标程序，供应商库不足时，从库外选择供应商共同进行比价竞标，最终与中标的供应商完成后续签约采购工作。非比价流程适用独家型资源或采购金额较低的采购项目，如电商平台推广、电商平台费用、卡券采购、外包服务等，由项目组根据项目需求提出采购申请，完成公司内部审批后即可采购。

### **3、盈利模式**

#### **(1) 品牌电商运营服务**

##### **①线上零售**

在线上零售模式下，商品货权和店铺所有权归属于公司，品牌方对公司进行品牌销售授权，公司在授权范围内通过在电商平台开设的店铺销售商品，自主承担相应采购、库存、店铺运营、营销等成本和费用。公司在品牌方的指导价格范围内自主销售相关货品，赚取销售收入与运营成本（包括采购成本及各项运营费用）的差价。对于部分促销和营销，品牌方会根据双方约定予以费用补贴。

##### **②品牌代运营**

在品牌代运营模式下，商品货权和店铺所有权不归属于公司，公司与品牌公司或其授权代理商签署服务协议，规定代运营服务范围，制定服务目标，配置服务团队，公司收取相应的代运营服务费。公司盈利体现在店铺代运营服务费与店铺代运营成本之间的差价。

品牌代运营模式下，公司收取服务费的方式主要为固定服务费、浮动服务费或两者结合的方式。固定服务费主要根据公司所投入的服务团队的成本与服务内

容，与品牌方协商确定。浮动服务费用主要包括提点服务费及阶梯服务费，提点服务费系根据公司运营品牌方店铺产生的销售额乘以约定的提点比例计算，阶梯服务费系根据公司运营品牌方店铺产生的销售额对应不同的阶梯金额计算。

## （2）渠道分销

渠道分销业务中，公司向品牌方或其授权代理商采购货品后，将商品分销给其他分销商获得收入，盈利来源为分销货品的购销差价。

## （3）品效营销

公司根据客户采买的营销服务，收取相对应的服务费用。公司收取的服务费用扣除资源采购成本和人力成本等，即为品效营销服务的盈利。

## 4、仓储物流模式

公司充分利用专业仓储物流供应商的成本优势，同时提升发货速度和用户体验，采取第三方仓储物流管理模式，将仓储物流服务外包给第三方仓储物流服务商。公司利用 OMS 系统，与仓库物流系统进行对接，完成“进”（向品牌方下达采购订单并完成及时入库）、“销”（对接销售订单完成快递及时配送）、“存”（商品存储和库存管理）的系统化的高效执行与管理，实现相关流程的精细化管理。

## 5、采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素、经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

### （1）采用目前经营模式的原因

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，公司主要为客户提供品牌电商运营服务、渠道分销服务及品效营销服务三类服务，协助品牌客户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。

随着我国电子商务规模的快速增长，线上渠道成为传统品牌商及海外品牌商不可忽视的战略重点，但由于线上选品、品牌营销推广、店铺运营、物流管理、客户管理等环节与线下传统模式及海外模式差异较大，品牌方愈发需要值得信赖的合作伙伴以提供专业的电子商务综合运营服务。公司目前主营业务经营模式为电商服务行业较为普遍采用的业务模式，遵循了行业发展趋势并与客户核心需求

相匹配，与行业其他可比公司无显著差异。

## （2）影响经营模式的关键因素

公司的主营业务是为国内外知名品牌提供全方位品牌电商运营服务、渠道分销服务及品效营销服务。公司经营模式主要与电商行业发展趋势及品牌方业务需求相关。目前总体而言，行业内的各类经营模式较为成熟，行业内公司的经营模式较为相似。

## （3）经营模式和影响因素在报告期内的变化情况及未来变化趋势

报告期内，公司主要经营模式及影响经营模式的关键因素保持稳定，无重大变化。未来公司将及时把握行业发展动态，充分利用自身行业经验积累与创新、创造能力，深挖客户核心需求并配以高效优质的服务模式与内容，并持续提升自身的运营能力及核心竞争优势，促进公司稳定可持续发展。

# 6、公司业务的独特性、创新内容及持续创新机制

## （1）公司业务的独特性

随着中国电子商务行业的高速发展，消费者对电商商品品质和个性化的需求不断增强，消费者的需求变化速度及频率逐步提升，进而加大了品牌商对消费者需求的定位难度，品牌对及时满足消费的需求不断增加，另一方面社交媒体类等新兴电商渠道高速发展，消费者分散性及需求碎片化特征愈发明显，品牌商进行精准触达及渠道扩展的难度随之升高。因此能够为品牌商快速抓取客户需求、指导品牌及产品定位、协助品牌拓展渠道、实现品牌爆发的电子商务综合运营服务商，在整个电商运营中已处于不可替代的核心地位。

## （2）公司业务创新内容

公司业务创新内容具体情况参见本节“二、发行人所处行业的基本情况”之“（三）行业概况及发展趋势”之“3、公司的创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之（1）公司创新、创造、创意特征”之“①创新特征”。

## （3）公司持续创新机制

作为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，公司围

绕品牌商在消费者触达及转化、消费者管理、精细化运营等多方面的运营需求，通过自主研发和定制开发相结合，建立了一套符合行业及市场发展需要，适应公司技术创新实际状况与需求的核心技术创新机制，为公司持续提升自身运营能力及核心竞争优势奠定了良好基础。

公司持续关注科技创新，致力于通过数据和技术融合，提高电商运营和品效营销效率，同时构建公司的技术壁垒。公司在技术领域不断投入，打造从运营、营销到销售的全域自动化运营解决方案，即“数聚 BI”技术架构，该技术架构包括面向消费者的“聚数塔”多场景触达技术体系、面向高效率运营的“聚能盾”自动化运营技术体系及面向合规性的“聚宝盆”内控与财务技术体系，通过内外数据的整合与分析，为品牌电商运营赋能，实现更精准的目标消费者触达和更高效的销售转化，提高品牌营销效率及销售业绩。技术赋能让公司具有更精细、更高效、更智能的电商综合运营能力。

此外，公司积极推动自身技术与大数据、云计算、智慧物流等新一代信息技术创新和应用的深度融合，充分利用科技创新和科技成果转化，不断提升公司在数据分析、精准触达、自动化运营等方面的综合运营能力，为公司技术创新发展提供有力保障。

### **（三）发行人设立以来主营业务、主要产品或服务、主要经营模式的演变情况**

2008年3月，发行人前身博思瀚扬成立，设立之初博思瀚扬主营业务为营销服务业务，主要为品牌商提供终端销售的营销推广与体验营销相关服务。

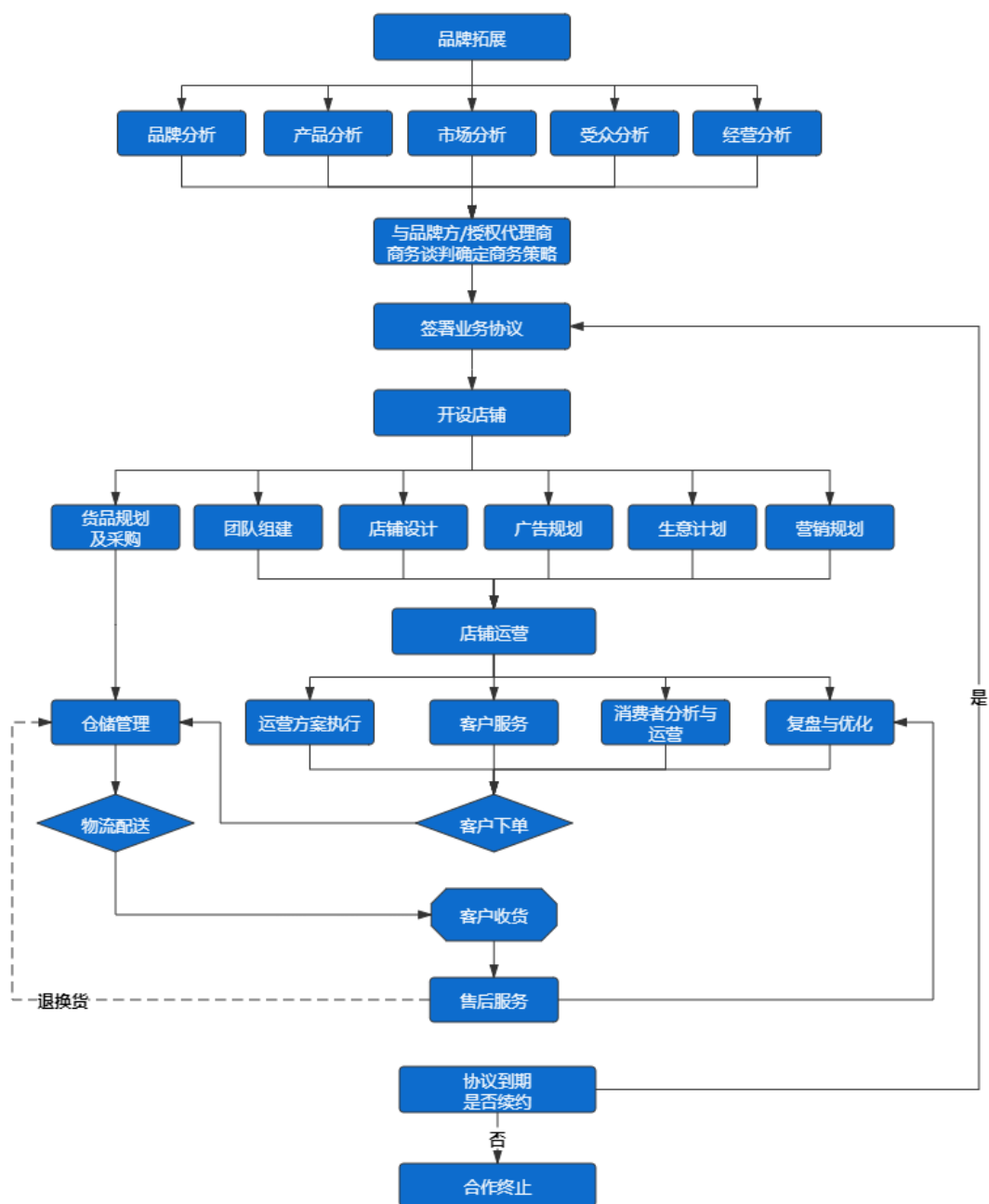
2015年6月，蓝色光标将其持有的北京北联51%股权以增资形式注入博思瀚扬；同月，蓝色光标将其持有的蓝色商道80%股权、珠海启双将其持有的蓝色商道20%股权以增资形式注入博思瀚扬。上述股权增资及转让完成后，公司前身博思瀚扬主营业务由营销服务业务延展为品牌电商运营、渠道分销及品效营销业务。

报告期内，公司主营业务、主要产品或服务、主要经营模式未发生重大变化。

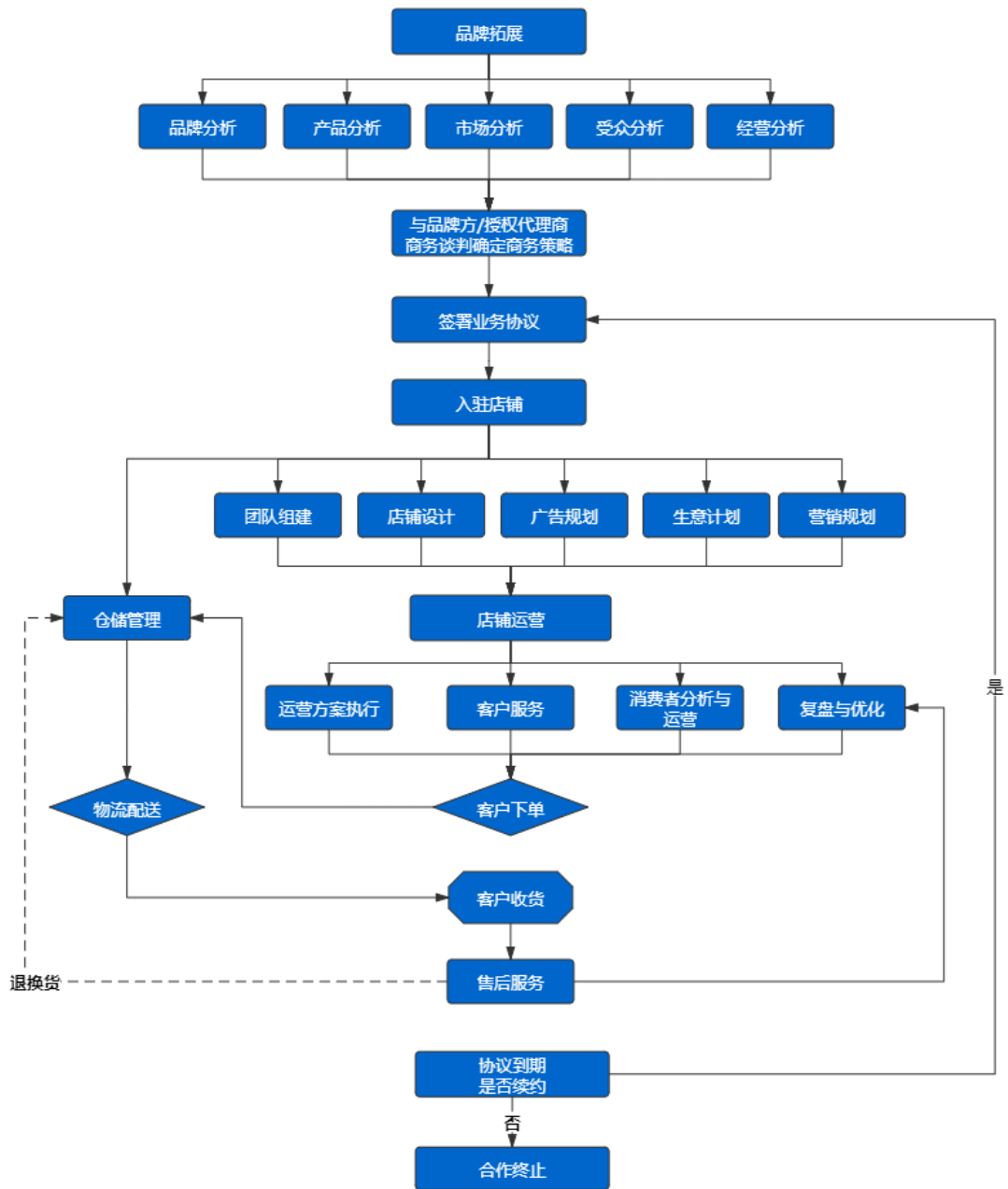
#### (四) 发行人主要业务流程

##### 1、品牌电商运营服务

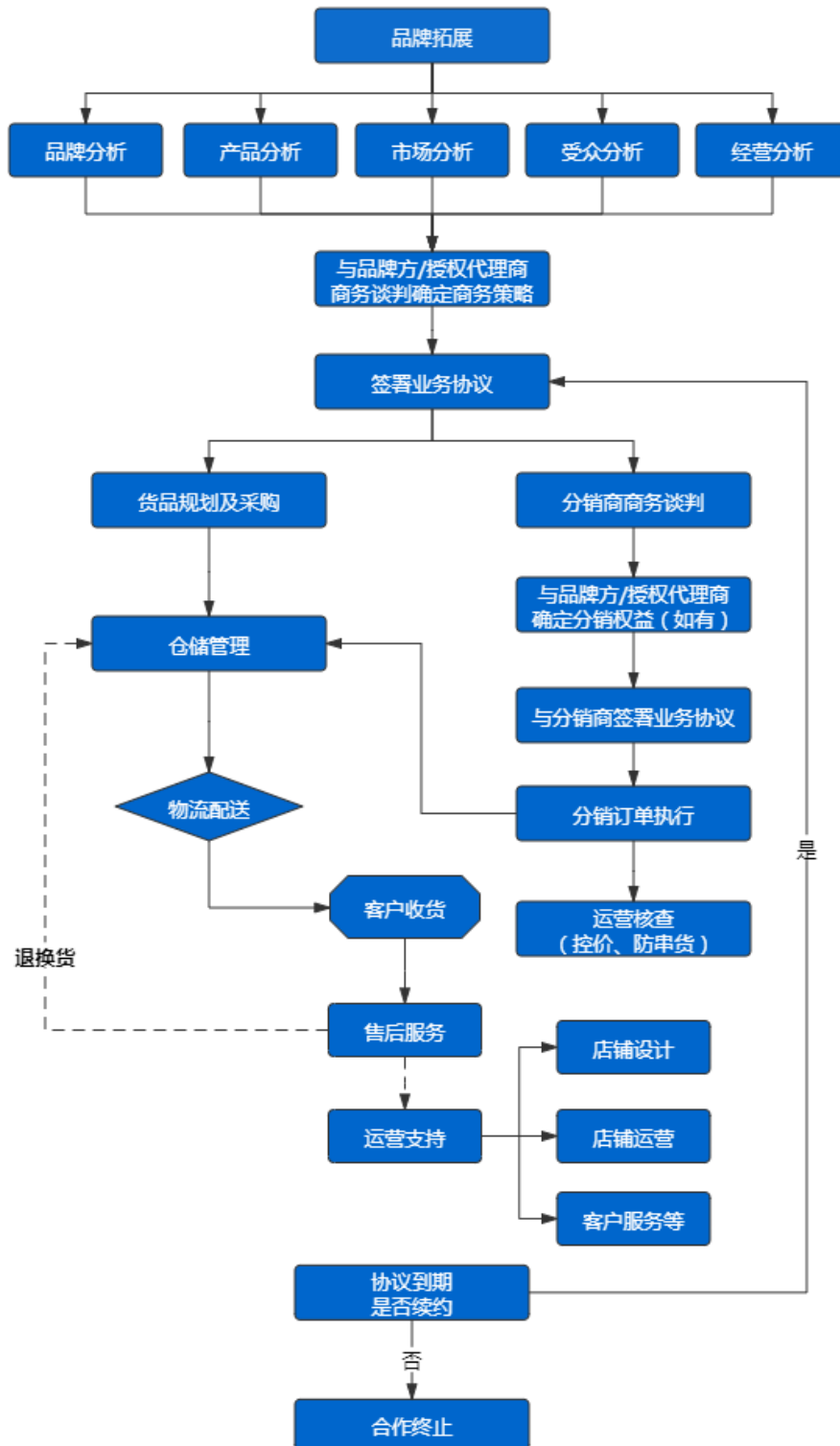
###### (1) 线上零售



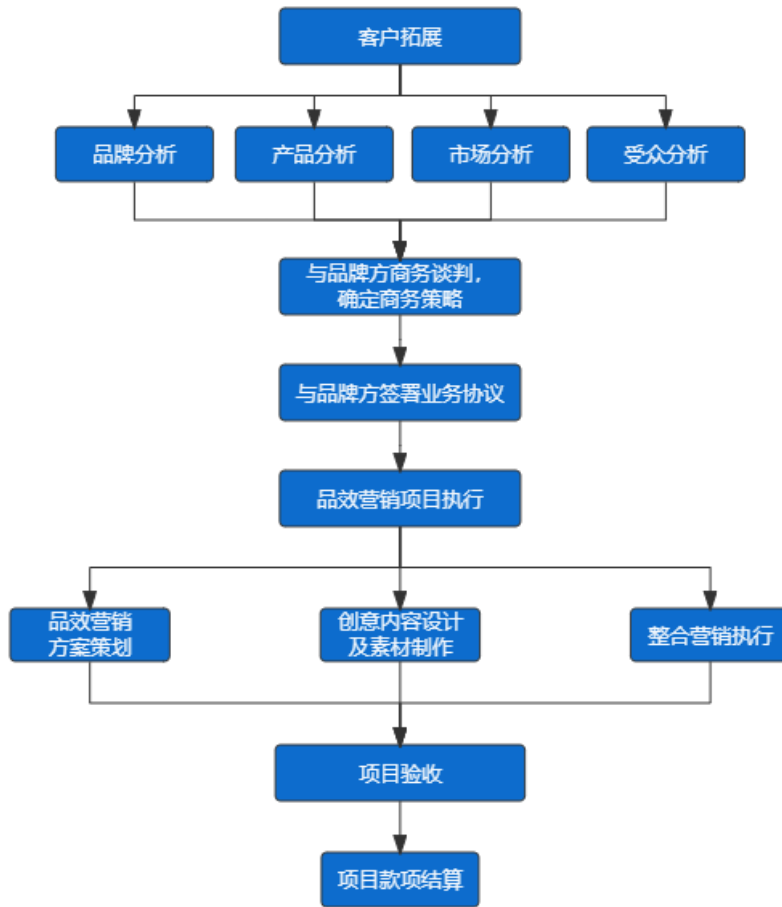
## (2) 品牌代运营



## 2、渠道分销

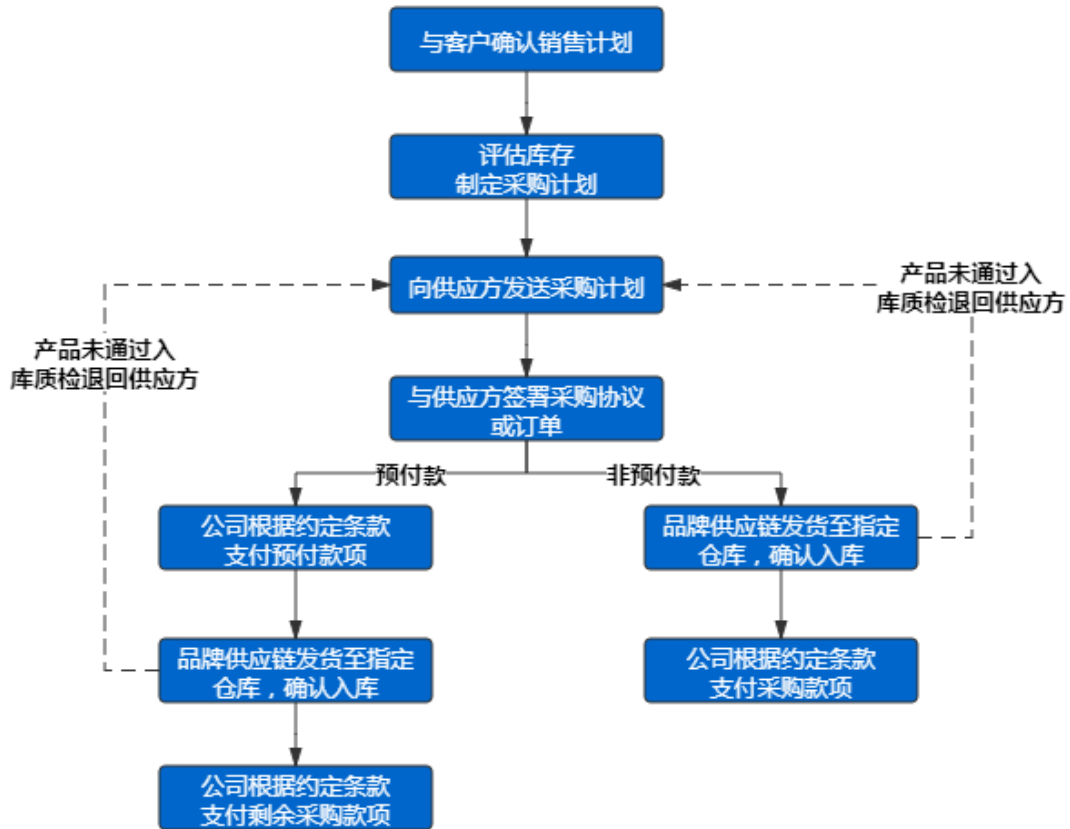


### 3、品效营销

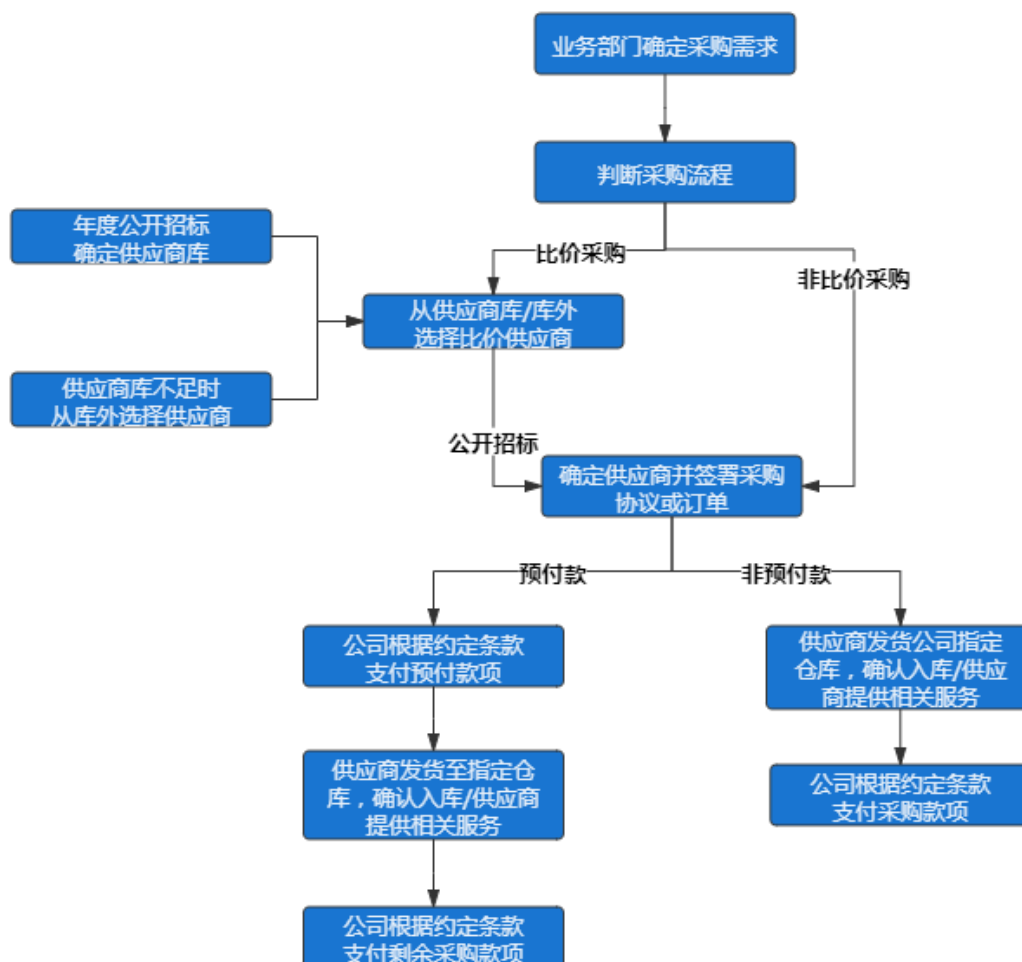


#### 4、采购流程

##### (1) 经销货品采购



## (2) 非经销货品采购



## (五) 生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司是一家综合性全链路电子商务运营服务商，在主营业务开展过程中不涉及环境污染情形。

## 二、发行人所处行业的基本情况

### (一) 所属行业及确定所属行业的依据

公司的主营业务是为国内外知名品牌提供品牌电商运营服务、渠道分销服务及品效营销服务，报告期各期，公司品牌电商运营服务的营业收入金额分别为 76,765.69 万元、105,162.81 万元及 101,799.61 万元，占比分别为 71.08%、71.38% 及 57.49%，其中线上零售业务的营业收入金额分别为 68,175.24 万元、94,051.78 万元及 88,282.85 万元，占比分别为 63.13%、63.84% 及 49.86%。根据《上市公

司行业分类指引》（2012 修订），公司所处行业属于“F52 零售业”；根据《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“F52 零售业”之“F5292 互联网零售”。根据国家统计局 2021 年发布的《数字经济及其核心产业统计分类（2021）》，公司所处互联网零售业亦被列为“数字要素驱动业”，代码为“040202 互联网零售”。

## （二）行业主管部门、监管体制与产业政策

### 1、行业主管部门及监管体制

公司所处行业的主管部门主要包括中华人民共和国商务部电子商务和信息化司、中华人民共和国工业和信息化部、中华人民共和国国家市场监督管理总局以及中华人民共和国互联网信息办公室。

中华人民共和国商务部电子商务和信息化司主要职责包括制定我国电子商务发展规划，拟订推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施；支持中小企业电子商务应用，促进网络购物等面向消费者的电子商务的健康发展；推动电子商务服务体系建设，建立电子商务统计和评价体系；拟订电子商务相关标准、规则，组织和参与电子商务规则和标准的对外谈判、磋商和交流，推动电子商务的国际合作等。

中华人民共和国工业和信息化部主要职责包括互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；组织开展新技术新业务安全评估，加强信息通信业准入管理，拟订相关政策并组织实施；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展等。

中华人民共和国国家市场监督管理总局主要职责包括负责市场综合监督管理，起草市场监督管理有关法律法规草案，制定有关规章、政策、标准，组织实施质量强国战略、食品安全战略和标准化战略，拟订并组织实施有关规划，规范和维护市场秩序，营造诚实守信、公平竞争的市场环境；负责监督管理市场秩序，依法监督管理市场交易、网络商品交易及有关服务的行为；组织指导查处价格收费违法违规、不正当竞争、违法直销、传销、侵犯商标专利知识产权和制售假冒伪劣行为；指导广告业发展，监督管理广告活动等。

中华人民共和国互联网信息办公室主要职责包括落实互联网信息传播方针

政策和推动互联网信息传播法制建设，指导、协调、督促有关部门加强互联网信息内容管理，依法查处违法违规网站等，在职责范围内指导各地互联网有关部门开展工作。

中国互联网协会是公司所处行业自律组织。中国互联网协会主要制定并实施互联网行业自律规范和公约，规范会员行为，协调会员关系，调解会员纠纷，促进会员间沟通与协作，发挥行业自律作用，维护国家网络与信息安全，保护公民的信息安全，维护行业整体利益和用户合法权益；经政府有关部门批准，开展互联网行业资质及职业资格审核、评价评估及评比表彰等工作等。

## 2、行业主要法律法规及相关政策

### (1) 法律法规

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
2021年8月	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国个人信息保护法》	在中华人民共和国境内处理自然人个人信息的活动，适用该法。该法规定了个人信息处理规则、个人信息跨境提供的规则、个人在个人信息处理活动中的权利、个人信息处理者的义务、履行个人信息保护职责的部门、法律责任等主要内容
2021年6月	全国人民代表大会常务委员会	《中华人民共和国数据安全法》	在中华人民共和国境内开展数据处理活动及其安全监管，适用该法。该法主要规定了数据安全与发展要求、数据安全制度、数据安全保护义务、政务数据安全与开放、法律责任等主要内容
2021年3月	国家市场监督管理总局	《网络交易监督管理办法》	办法适用于在中华人民共和国境内，通过互联网等信息网络（以下简称通过网络）销售商品或者提供服务的经营活动以及市场监督管理部门对其进行监督管理，亦适用于在网络社交、网络直播等信息网络活动中销售商品或者提供服务的经营活动。明确了网络交易经营者、网络交易平台经营者的责任义务。
2019年4月	全国人大常委会	《中华人民共和国反不正当竞争法》（2019年修订）	经营者利用网络从事生产经营活动，应当遵守该法的各项规定。经营者不得利用技术手段，通过影响用户选择或者其他方式，实施下列妨碍、破坏其他经营者合法提供的网络产品或者服务正常运行的行为。经营者不得对其商品的性能、

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
			功能、质量、销售状况、用户评价、曾获荣誉等作虚假或者引人误解的商业宣传，欺骗、误导消费者。
2018年12月	国家市场监督管理总局	《关于做好电子商务经营者登记工作的意见》（国市监注〔2018〕236号）	积极支持、鼓励、促进电子商务发展，结合电子商务虚拟性、跨区域性、开放性的特点，充分运用互联网思维，采取互联网办法，按照线上线下一致的原则，为依法应当登记的电子商务经营者办理市场主体登记提供便利，促进电子商务健康有序发展。
2018年10月	全国人大常委会	《中华人民共和国广告法（2018修正）》	为规范广告活动，保护消费者的合法权益，促进广告业的健康发展，维护社会经济秩序，对广告内容准则、广告行为规范、监督管理、法律责任等作出规范。
2018年8月	全国人大常委会	《中华人民共和国电子商务法》	保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。国家鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境。
2013年10月	全国人大常委会	《消费者权益保护法》（2013年修正）	旨在保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序，并提出经营者采用网络、电视、电话、邮购等方式销售商品，消费者有权自收到商品之日起七日内退货，且无需说明理由。
2011年4月	商务部	《第三方电子商务交易平台服务规范》（商务部公告2011年第18号）	对第三方交易平台经营者和第三方交易平台站内经营者予以明确定义，从第三方交易平台的设立与基本行为规范、平台经营者对站内经营者的管理与引导、平台经营者对消费者的合理保护、平台经营者与相关服务提供者的协调等方面对第三方电子商务交易平台服务进行规范。
2011年1月	国务院	《互联网信息服务管理办法》（国务院令第588号）（2011年修订）	旨在规范互联网信息服务活动，促进互联网信息服务健康有序发展。对经营性互联网信息服务实行许可制度；对非经营性互联网信息服务实行备案制度。未取得许可或者未履行备案手续的，不得从事互联网信息服务。
2011年1月	商务部	《关于规范网络购物促销行为的通知》（商商贸发〔2011〕3号）	引导企业依法促销、保证促销商品质量、保证消费者合法权益，严厉查处不实宣传，加强知识产权保护

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
			等。
2009年4月	商务部商业改革司	《电子商务模式规范》(SB/T10518-2009)和《网络交易服务规范》(SB/T10519-2009)	《电子商务模式规范》规定了电子商务模式的基本要求以及B2C、B2B、C2C等主要模式在经营管理主体、交易内容、在线支付、网址报备等方面的具体要求； 《网络交易服务规范》规定了电子商务B2B、B2C和C2C各模式中网络交易方、网络交易平台提供商、网络支付平台提供商和网络交易辅助服务提供商的行为服务规范。
2007年3月	商务部	《关于网上交易的指导意见(暂行)》(商务部公告2007年第19号)	旨在维护网上交易参与方的合法权益，促进网上交易健康有序发展。对网上交易及其参与方、网上交易的基本规则、网上交易促进等作出指导意见。

## (2) 行业政策

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
2022年1月	国务院	《“十四五”数字经济发展规划》	构建新发展格局，推动高质量发展，统筹发展和安全、统筹国内和国际，以数据为关键要素，以数字技术与实体经济深度融合为主线，加强数字基础设施建设，完善数字经济治理体系，协同推进数字产业化和产业数字化，赋能传统产业转型升级，培育新产业新业态新模式，不断做强做优做大我国数字经济，为构建数字中国提供有力支撑。全国网上零售额预期从2020年的11.76万亿元，提升到2025年的17万亿元；电子商务交易规模预期从2020年的37.21万亿元，提升到2025年的46万亿元。大力发展数字商务，全面加快商贸、物流、金融等服务业数字化转型，优化管理体系和服务模式，提高服务业的品质与效益；提升商务领域数字化水平，引导批发零售、住宿餐饮等传统业态积极开展线上线下、全渠道、定制化、精准化营销创新。
2021年10月	商务部、中央网信办和发展改革委	《电子商务“十四五”发展规划》	确定电子商务“十四五”发展目标：到2025年，我国电子商务高质量发展取得显著成效。电子商务新业态新模式蓬勃发展，企业核心竞争力大幅增强，网络零售持续引领消费增长，高品质的数字化生活方式基本形成。电子商务与一二三产业加速融合，全面促进产业链供应链数字化改造，成为助力传统产业转型升级和乡村振兴的重要力量。电子商务深度链接国内国际市场，企业国际化水平显著提升，统筹全球资源能力进一步增强，“丝路电商”带动电子商务国际合作持续走深走实。电子商务法治化、精细化、智能化治理能力显著增强。电子商务成为经济社会全面数字化转型的重要引擎，成为就业创业的重要渠

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
			道，成为居民收入增长的重要来源，在更好满足人民美好生活需要方面发挥重要作用。到 2035 年，电子商务成为我国经济实力、科技实力和综合国力大幅跃升的重要驱动力，成为人民群众不可或缺的生产生活方式，成为推动产业链供应链资源高效配置的重要引擎，成为我国现代化经济体系的重要组成，成为经济全球化的重要动力。
2021 年 2 月	商务部	《电子商务企业诚信档案评价规范》	提出了电子商务企业诚信档案的信息来源和内容、评价指标、评价方法等，指导电子商务企业、信用服务机构、行业协会及相关社会组织等依照统一的标准，建立、评价并不断完善电子商务企业诚信档案，为推动多方共建电子商务诚信体系，促进信用信息共享应用提供技术支撑。
2019 年 8 月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于加快发展流通促进商业消费的意见》	引导电商平台以数据赋能生产企业，促进个性化设计和柔性化生产，培育定制消费、智能消费、信息消费、时尚消费等商业新模式。推动传统流通企业创新转型升级。支持线下经营实体加快新理念、新技术、新设计改造提升，向场景化、体验式、互动性、综合型消费场所转型。扩大电子商务进农村覆盖面，优化快递服务和互联网接入，培训农村电商人才，提高农村电商发展水平，扩大农村消费。
2018 年 1 月	国务院办公厅	《国务院办公厅关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》	在确保消费者个人信息安全的前提下，鼓励和引导电子商务平台与快递物流企业之间开展数据交换共享，共同提升配送效率。引导电子商务、物流和快递等平台型企业健全平台服务协议、交易规则和信用评价制度，切实维护公平竞争秩序，保护消费者权益。
2017 年 9 月	中共中央、国务院	《中共中央、国务院关于开展质量提升行动的指导意见》	推进电子商务规制创新，加强电子商务产业载体、物流体系、人才体系建设，不断提升电子商务服务质量。
2017 年 8 月	国务院	《国务院关于进一步扩大和升级信息消费持续释放内需潜力的指导意见》（国发〔2017〕40 号）	扩大电子商务服务领域。鼓励电商、物流、商贸、邮政等社会资源合作构建农村购物网络平台。支持重点行业骨干企业建立在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方工业电商服务平台。培育基于社交电子商务、移动电子商务及新技术驱动的新一代电子商务平台，建立完善新型平台生态体系。积极稳妥推进跨境电子商务发展。
2017 年 1 月	中共中央办公厅、国务院办公厅	《关于促进移动互联网健康有序发展的意见》	深化移动互联网国际交流合作，拓展国际合作空间。围绕“一带一路”国家战略，推进网上丝绸之路国际合作，促进移动互联网基础设施互联互通，大力发展跨境移动电子商务。支持移动互联网企业走出去，鼓励通过多种方式开拓国际市场，加大移动互联网应用、产品、服务海外推广力度，构建完善跨境产业链体系，不断拓展海外

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
			发展空间。
2017年1月	商务部	《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	引导电子商务、物流和快递等平台型企业健全平台服务协议、交易规则和信用评价制度，切实维护公平竞争秩序，保护消费者权益。
2016年12月	商务部、中央网信办和发展改革委	《电子商务“十三五”发展规划》	确定电子商务“十三五”发展目标：电子商务全面融入国民经济各领域，发展壮大具有世界影响力的电子商务产业，推动形成全球协作的国际电子商务大市场；电子商务经济进入规模发展阶段，成为经济增长和新旧动能转换的关键动力；电子商务全面覆盖社会发展各领域，带动教育、医疗、文化、旅游等社会事业创新发展，电子商务成为促进就业、改善民生、惠及城乡的重要平台。
2016年5月	国务院	《国务院关于进一步推进制造业与互联网融合发展的指导意见》（国发〔2016〕28号）	推动企业运用互联网开展在线增值服务，鼓励发展面向智能产品和智能装备的产品全生命周期管理和服务，拓展产品价值空间，实现从制造向“制造+服务”转型升级。积极培育工业电子商务等新业态，支持重点行业骨干企业建立行业在线采购、销售、服务平台，推动建设一批第三方电子商务服务平台。
2015年7月	国务院	《国务院关于进一步推进“互联网+”行动的指导意见》（国发〔2015〕40号）	提出巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展农村电商、行业电商和跨境电商，进一步扩大电子商务发展空间；鼓励企业利用电子商务平台的大数据资源，提升企业精准营销能力，激发市场消费需求；鼓励企业利用移动社交、新媒体等新渠道，发展社交电商、“粉丝”经济等网络营销新模式。
2015年5月	国务院	《国务院关于进一步加快发展电子商务加快培育经济新动能的意见》（国发〔2015〕24号）	提出对从事电子商务的企业降低准入门槛、合理降税减负、加大金融服务支持、维护公平竞争，并鼓励电子商务领域就业创业。
2013年11月	商务部	《关于促进电子商务应用的实施意见》（商电函〔2013〕911号）	提出到2015年，电子商务基础法规和标准体系进一步完善，应用促进的政策环境基本形成，协同、高效的电子商务管理与服务体制基本建立；电子商务支撑服务环境满足电子商务快速发展需求，电子商务服务业实现规模化、产业化、规范化发展。
2010年6月	商务部	《关于促进网络购物健康发展的指导意见》（商	提出完善面向电子商务应用企业的配套服务体系，鼓励服务提供商进一步增强专业化服务能力，优化服务模式，完善服务手段，拓展服务范围，降低服务成本，促进相关领域深化电子商务

发布日期	颁布部门	法规名称	主要内容
		商 贸 发 (2010) 239 号)	应用。
2009 年 12 月	商务部	《关于加快 流通领域电 子商务发展 的意见》(商 商 贸 发 (2009) 540 号)	为进一步加快流通领域电子商务发展,提出推动传统流通企业开拓网上市场、促进商品批发环节应用推广网上交易、加快发展面向消费者的专业网络购物企业、推动实体市场交易与网上市场交易有机结合、完善流通领域电子商务发展扶持政策等一系列指导意见。
2007 年 12 月	商务部	《关于促进 电子商务规 范发展的意 见》(商改 (2007) 490 号)	提出充分认识促进电子商务规范发展的重要意义;规范电子商务信息传播行为,优化网络交易环境;规范电子商务交易行为,促进网络市场和谐有序;规范电子支付行为,保障资金流动安全;规范电子商务商品配送行为,健全物流支撑体系。
2005 年 1 月	国务院	《关于加快 电子商务发 展的若干意 见》(国办发 正(2005) 2 号)	提出加快电子商务发展,要求充分认识电子商务对国民经济和社会发展的作用;完善政策法规环境,规范电子商务发展;加快信用、认证、标准、支付和现代物流建设,形成有利于电子商务发展的支撑体系;提升电子商务技术和服务水平,推动相关产业发展等。

### 3、报告期初以来新制定或修订以及预期近期出台的法律法规及行业政策对发行人的影响

近年来,我国在电商立法、监管制度、市场秩序维护、平台治理等方面出台了一系列支持推动行业发展的法律法规和政策文件,为电子商务行业的健康发展提供良好的政策环境支持。报告期内,《中国电子商务法》及《网络交易监督管理办法》等政策法规的发布,在从业主体登记、合规运营、规范交易行为等方面明确规范了电子商务运营秩序,对电商规范运营提出了更明确要求,完善了网络交易监管制度体系,标志着我国电子商务进一步走向规范发展。未来随着我国电子商务行业监管制度的日益完善,将对行业从业者提出更高要求,行业竞争将更趋于有序。

### (三) 行业概况及发展趋势

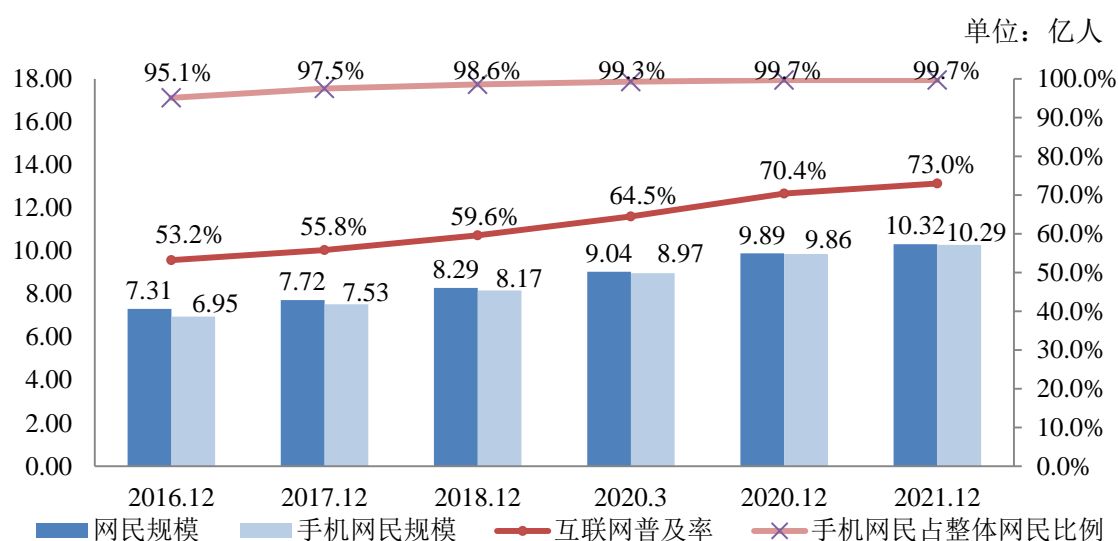
#### 1、电子商务行业概况及发展趋势

##### (1) 网民规模为电商发展奠定了充足的用户基础

得益于移动互联网及信息技术的不断发展,我国互联网普及率及网民数量逐

年提升。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，我国互联网普及率为 73.0%，较 2020 年 3 月提升 8.5 个百分点；我国网民规模达 10.32 亿，较 2020 年 3 月增长 1.28 亿，其中手机网民规模达 10.29 亿，较 2020 年 3 月增长 1.32 亿；网民中使用手机上网的比例由 2020 年 3 月的 99.3% 增长至 99.7%。网民规模迅速增长及互联网普惠化成果显著，为电子商务崛起奠定了充足的用户基础。

2016.12-2021.12 网民规模、互联网普及率及手机网民比例

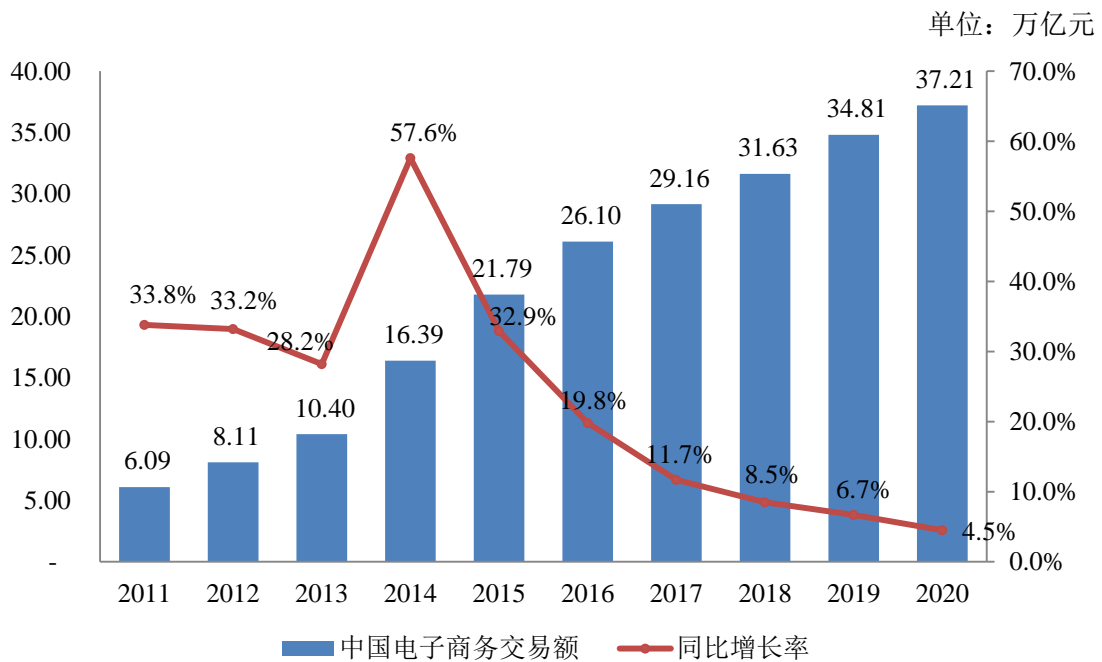


资料来源：中国互联网络信息中心（CNNIC）第 49 次《中国互联网络发展状况统计报告》

## （2）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



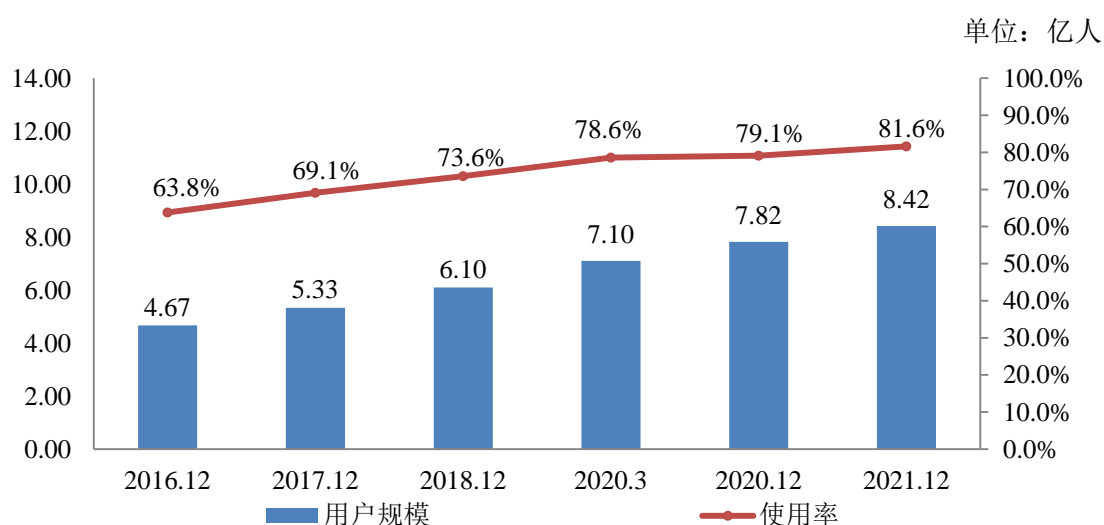
资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2020）》

### （3）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%。

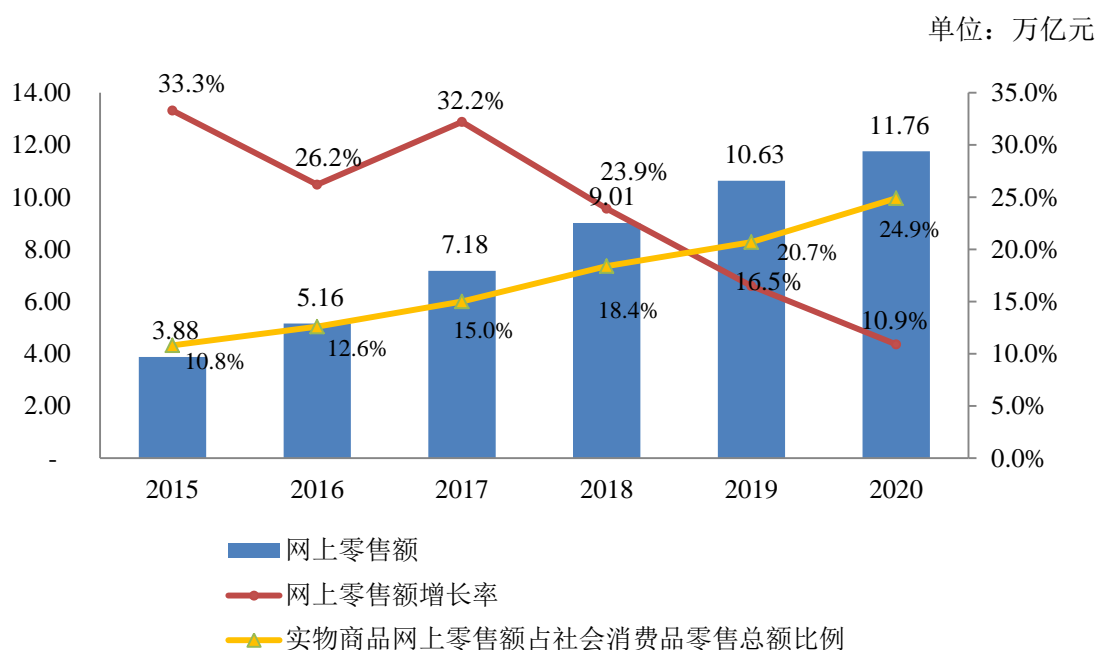
2016.12-2021.12 网络购物用户规模及使用率



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，较上年增长同比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

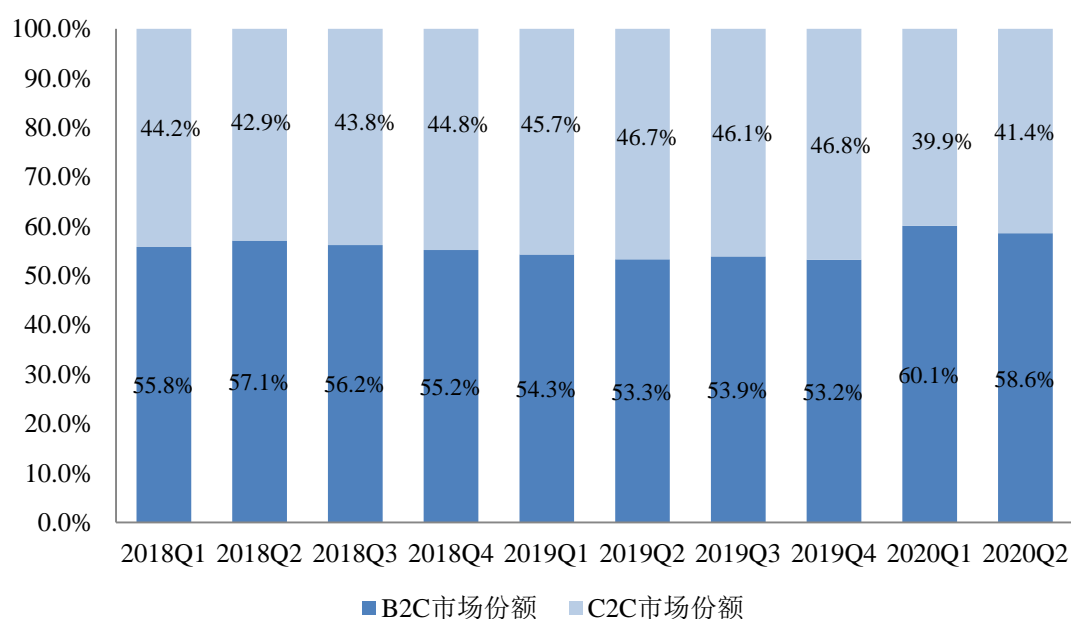


资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告》（2015-2020）

#### (4) B2C 已超越 C2C 在互联网零售领域占据主导地位

在我国网络零售发展初期，因网络零售市场的信任机制和管理机制完善度相对较低，消费规模效应尚未凸显，线下品牌厂商开展网络销售动力不强，网络零售主要以 C2C 模式为主。近年来，随着消费者线上消费习惯的逐渐养成，以及网络销售推广效应的快速提升，越来越多的品牌厂商意识到拓展线上渠道的重要意义，纷纷在电商领域增大投入，从而推动了 B2C 电商规模的快速增长。根据艾瑞咨询统计数据显示，目前 B2C 在网络购物市场已占据主导地位。

2018Q1-2020Q2 中国 B2C 与 C2C 市场份额对比



资料来源：艾瑞咨询《中国电子商务行业数据发布报告》

#### (5) 电商体系加速成熟，行业发展将更趋规范化

近年来，随着移动互联网技术升级、居民消费能力提升、线上消费习惯养成，电子商务普及程度不断加强，同时国家相关监管部门在政策支持与监管等方面亦不断完善，多方因素推动着电商体系发展加速成熟，电子商务行业在中国零售行业的位置愈加重要。在行业快速发展的同时，电商信用体系的不断完善以及《电商法》等监管政策的出台，标志着电商行业发展将更趋规范化。

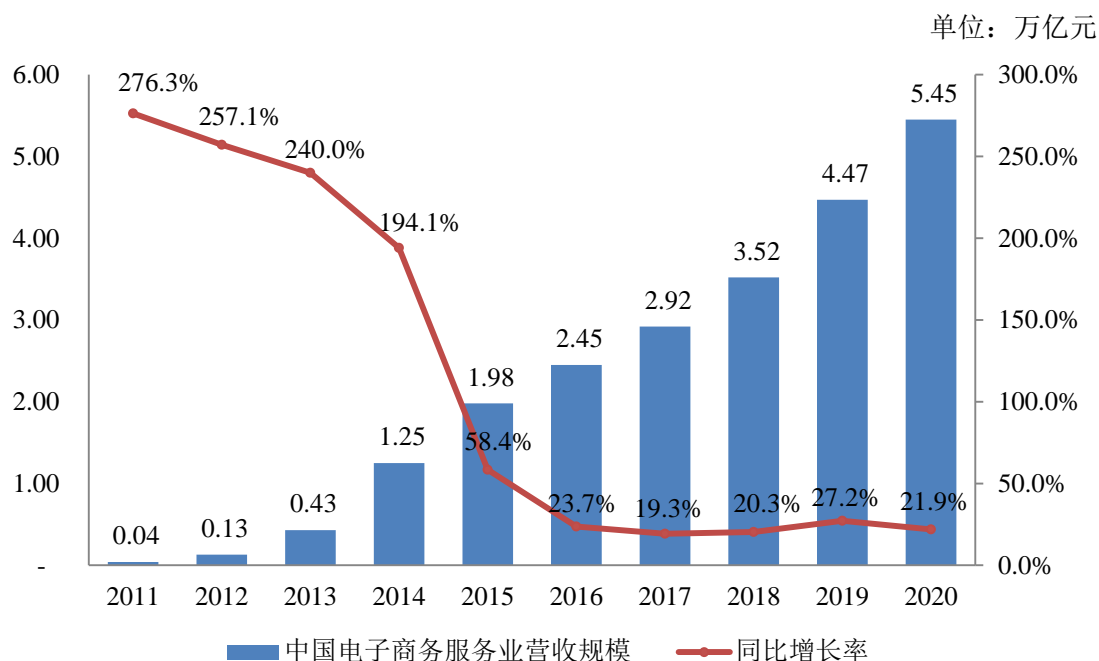
## 2、电子商务服务行业概况及发展趋势

### (1) 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）》

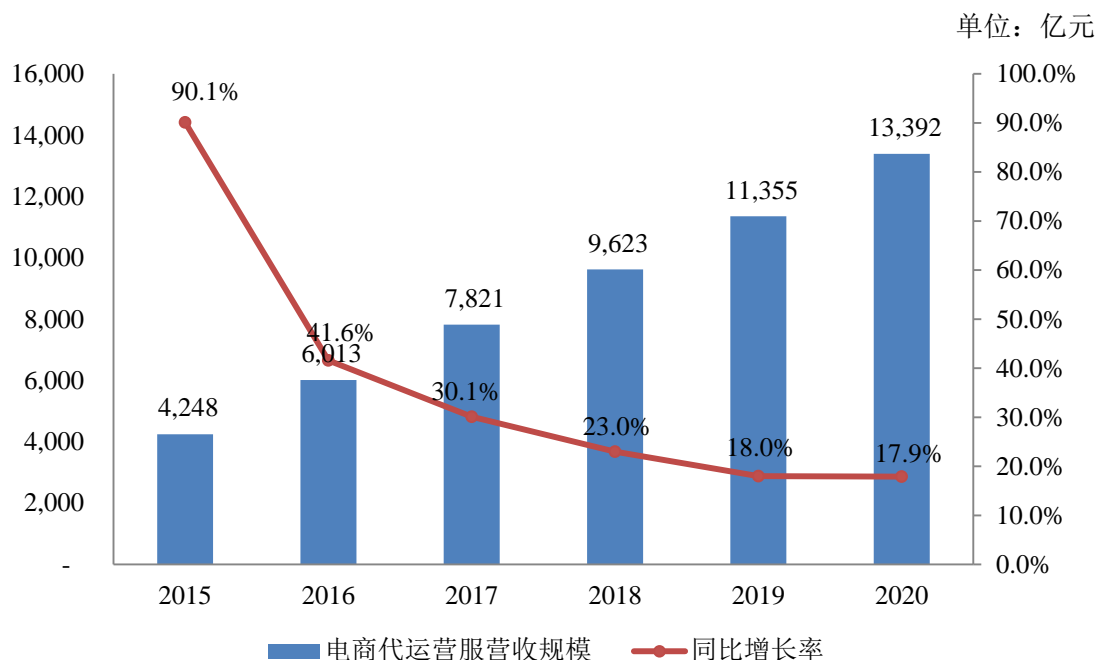
## （2）电商代运营商发展空间广阔

电子商务代运营服务属于电子商务服务业分类中的衍生服务，是品牌电商服务业的重要组成部分。电子商务代运营是指为企业提供全托式电子商务服务的一种服务模式，包括为品牌厂商提供开设店铺、店铺运营、电商渠道规划、产品上架、营销、客服、IT、财务结算等部分或全部电子商务运营衍生服务业务。作为品牌厂商与电商平台之间的桥梁，电商代运营服务企业可帮助品牌厂商快速建立网络营销渠道，树立企业在网上的品牌形象，降低厂商运营风险和成本，满足厂商对拓展电子商务战略的需求。

受益于不断增长的 B2C 电商规模和品牌销售向线上转移的大趋势，品牌电商呈现强劲增长，电商代运营商发展空间广阔。根据《中国电子商务报告（2019）》数据显示，2019年，中国电商代运营市场交易规模达1.14万亿元，增速达到18%，

维持较高增长水平，品牌电商代运营服务规模持续扩大。根据智研咨询发布数据显示，2020年中国电商代运营行业市场规模约为13,392亿元。

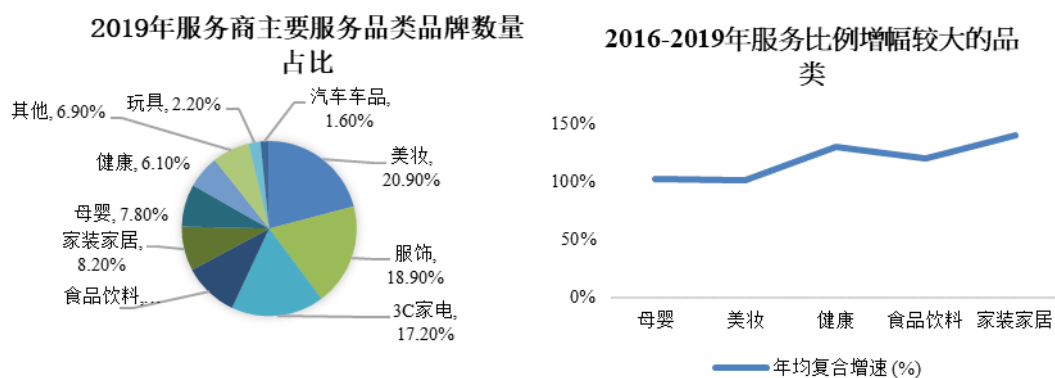
2015-2020年中国电商代运营服务营收规模



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告（2019）》、智研咨询

### (3) 传统品类电商服务需求占比较高，新兴品类崭露头角

根据艾瑞咨询发布的《中国品牌电商服务行业研究报告（2019年）》，美妆、服饰和3C家电品类的服务品牌数量系2019年服务商主要服务品类的前三名，占有相当优势。而随着消费升级不断深化，消费群体对品质生活要求逐渐提升，家装家居、食品饮料、母婴等品类成为2017年至2019年增幅较大的服务品类，年均复合增幅均超过100%。艾瑞咨询预测，未来美妆、服饰、3C家电等传统品类行业的增速将相对放缓，但仍有较大增长空间。



资料来源：艾瑞咨询《中国品牌电商服务行业研究报告（2019年）》

#### （4）营销服务是电商推广的重要环节

营销服务商是在电商营销推广活动中连接起电商平台和品牌主/商户的重要枢纽。随着人工智能、大数据技术的不断升级及进一步应用，电子商务营销手段及模式也越发多样化，基于大数据的精准触达营销的应用场景也更加广泛。品牌厂商对于借助营销服务商进行高效对接渠道、实现各类营销投放、赋能品牌产品的营销需求不断加强。根据《中国电子商务报告（2020）》数据显示，2020年我国电子商务营销服务外包市场的合同签约额及合同执行额分别为46.4亿美元及30.2亿美元，同比增幅分别为11.3%及7.8%。

2015-2020年中国电子商务营销服务外包市场规模



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）》

### 3、公司的创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

#### （1）公司创新、创造、创意特征

作为数字经济的重要一环，零售业数字化已成为助推实体经济转型发展的有效助力，互联网零售则系零售业数字化的重要体现。

近年来，随着我国经济改革不断深化以及数字技术快速进步，发展数字经济已成为国家重要发展战略。习近平总书记指出：“要聚焦主导产业，加快培育新

兴产业，改造提升传统产业，发展现代服务业，抢抓数字经济发展机遇。”并在主持推动我国数字经济健康发展集体学习时强调，“推动数字经济和实体经济融合发展。要把握数字化、网络化、智能化方向，推动制造业、服务业、农业等产业数字化，利用互联网新技术对传统产业进行全方位、全链条的改造，提高全要素生产率，发挥数字技术对经济发展的放大、叠加、倍增作用。要推动互联网、大数据、人工智能同产业深度融合。”《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和 2035 年远景目标纲要》中亦作出打造我国数字经济新优势的决策部署。国务院于 2021 年 12 月印发《“十四五”数字经济发展规划》，明确了“十四五”时期推动数字经济健康发展的指导思想、基本原则、发展目标、重点任务和保障措施。2022 年 5 月 17 日，全国政协在北京召开“推动数字经济持续健康发展”专题协商会并提出，要推动数字经济和实体经济深度融合，引导中小企业数字化转型。中共中央政治局委员、国务院副总理刘鹤亦在该会议中表示，支持平台经济、民营经济持续健康发展，支持数字企业在国内外资本市场上市。

根据国家统计局 2021 年发布的《数字经济及其核心产业统计分类(2021)》，公司所处互联网零售业被列为“数字要素驱动业”，代码为“040202 互联网零售”。公司深耕互联网零售领域，基于对中国消费者的敏锐洞察与对品牌运营的深刻理解，利用自身创新、创造及创意能力，依托电商平台，以数字技术为主要手段，对传统产业和互联网零售进行有效融合，提高传统企业品牌营销推广、运营及销售效率，有效促进消费，助力推动零售业数字化创新发展和转型升级。

### ①创新特征

《中共中央国务院关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》中指出，加快实施创新驱动发展战略，需要激发全社会创新活力和创造潜能，提升劳动、信息、知识、技术、管理、资本的效率和效益。根据《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》，创业板定位于深入贯彻创新驱动发展战略，适应发展更多依靠创新、创造、创意的大趋势，主要服务成长型创新创业企业，支持传统产业与新技术、新产业、新业态、新模式深度融合。现阶段，创新驱动战略涵盖了包括组织、商业模式、管理、科技、品牌等多维度创新层面。

随着数字中国建设的展开与深入，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。而移动互联网和电子商务的迅速发展在有效推进中国零售数字化进程的同时，也使消费者需求差异化与碎片化，获客成本高企、运营复杂化与海量化等行业特点愈发凸显，在产品开发及生产、渠道拓展、销售流转、商务运营等环节普遍存在行业痛点，对互联网零售行业参与者的创新能力及运营效率提出了更高要求。

公司基于对行业及消费者的深入洞察，迎合零售数字化加速发展的新局面，集中资源加大投入，通过多维度创新手段，积极解决业务开展过程中面临的互联网零售行业痛点问题，持续增强公司的核心竞争力和竞争壁垒，进而提升品牌合作伙伴认可度与合作粘性。公司针对行业痛点，以业务需求为核心，以组织为保障，以平台及品牌方为依托，多维度开展创新工作，具体情况如下：

#### A、与品牌方开展创新 C2M 合作模式，精准契合消费者需求

品牌方通常根据生产计划提前数月完成商品生产，以满足日常销售及大促节点市场需求。随着消费者对线上商品品质和个性化需求的逐步提升，面对多元化的市场热点以及消费者喜好，若品牌方未能做出准确判断，使品牌商品无法准确契合消费者需求，特别是大促期间的预测失误，将可能导致品牌商品滞销及声誉风险，从而影响品牌市场形象及销售业绩。公司基于自身在各商品品类积累的多年运营经验以及对目标消费者的深入洞察，通过对市场各类产品运营数据进行深入调研及分析，与部分品牌方以 C2M（Customer -to- Manufacturer，即用户连接制造）形式开展合作。基于与品牌方的深入合作，公司敏锐捕捉市场消费热点风向、商品供给缺口或供给不平衡，以品牌方现有商品为蓝本，以深入的消费者洞察为基石，充分挖掘消费者对于产品使用的核心需求，以需求为导向推动品牌方进行产品创新与升级，从消费者需求端出发实现商品的反向定制化开发，将产品设计创造为更符合线上渠道消费者需求的商品，降低因商品生产未准确契合消费者需求而导致的商品滞销和声誉风险，并最终实现品牌产品的快速推广及规模扩张。

#### B、顺应行业趋势，实现多渠道快速覆盖及融合创新

随着数字技术的不断发展，各种社交类、兴趣类新兴电商渠道快速崛起。为把握市场机遇，实现更多消费者群体覆盖及生意发展，提升品牌市场竞争力，品

牌方多渠道布局与拓展的战略发展需求不断提升。公司及时顺应行业多渠道发展趋势，在积极提升原有电商平台服务能力的同时，在创新中心中设立渠道创新开发部，充分利用自身线上运营经验积累，依托运营数字化支撑体系，帮助品牌方及时快速对兴趣电商、新零售等新渠道进行反应和布局，为品牌实现多渠道覆盖及生意爆发奠定基础。

### C、以科技创新为抓手，有效提升自身综合运营效率

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。公司信息技术类在研项目情况请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、公司核心技术和研发体系”之“（三）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较”之“1、正在从事的研发

项目”。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。

#### D、把握市场机遇，推进新品牌新产品创新

近年来我国老龄化趋势明显，国家统计局数据显示，截至 2021 年末，我国 65 岁以上人口达 2.01 亿人，占比已达 14.2%。随着我国人口老龄化的不断加深、居民医疗保健消费的持续增长，我国老年人口护理需求将不断释放。公司根据消费者调查和行业分析发现，随着中国人口老年化的发展，卧床失禁人口大幅增加，而目前成人护理产品行业尚处于早期阶段，竞争不够充分，商品以价格驱动为主，不能完全满足消费者的需求。公司将婴幼儿纸尿裤的运营经验进行延展，迎合我国人口老龄化趋势，孵化中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，致力于从使用者感受出发，为失禁失能人群提供舒适的成人纸尿裤、成人护理垫等系列产品，充分利用公司的品牌运营及推广能力与经验，抢占老年人用品的蓝海市场，进一步增强公司市场竞争力。

目前公司已研发并推出“护博士”舒适型成人纸尿裤和护理垫第一期产品，并在天猫平台开设了品牌旗舰店，进行种子用户的孵化和试运营，已取得一定效果，为未来公司继续加大研发投入开展自有品牌及新产品开发及拓展打下了良好的基础。公司新产品在研项目情况请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“七、公司核心技术和研发体系”之“（三）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较”之“1、正在从事的研发项目”。

#### E、多层次创新组织架构为实施创新战略提供有力组织保障

公司积极推进优化组织结构和资源配置，从公司业务及战略需求出发，设立了多层次创新部门，为充分实施公司业务创新战略提供了有力的组织保障。经 2021 年 7 月公司召开的总经理办公会审议通过，公司设立了研发中心和创新中心两个一级部门，由公司 CEO 牵头领导。其中研发中心侧重于新产品、新技术的研发，由公司研发中心总经理主持日常工作，设有新产品概念部、新产品开发部和技术开发部三个部门；创新中心侧重于自有品牌及新渠道相关的创新，设有

自有品牌孵化部、渠道创新开发部，负责自有品牌孵化、新渠道的研究、开发与拓展以及不同渠道的融合发展创新，由公司 CEO 牵头主持日常工作。除了上述公司一级部门外，公司还在母婴营养事业部下设立母婴创新中心，负责公司母婴营养品类创新工作。

## ②创造特征

公司创造特征主要体现在帮助品牌以 C2M 模式开展产品创造升级，以及研发创造自有品牌产品两个方面。

在帮助品牌开展产品创新升级方面，公司与品牌方以 C2M（Customer-to-Manufacturer，即用户连接制造）形式开展合作，公司充分利用自身消费者洞察能力，以消费者需求为导向，帮助品牌商进行相关产品的创新与升级，将产品设计创造为更符合电商渠道消费者需求的商品，最终实现品牌产品的快速推广及规模扩张。

在自有品牌创造方面，公司创立了中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，并在天猫平台开设了品牌旗舰店，目前已推出成人纸尿裤及成人护理垫两款产品。此外，公司正积极有序推进护博士其他产品以及其他领域新品牌的研发工作。

## ③创意特征

公司基于自身对于品牌运营及营销推广的经验积累，辅以数字化技术，对品牌及消费者进行洞察和分析，凭借全域数字营销创意和精细化电商运营的双能力，开展营销方案创意、视觉推广创意、运营方案创意等创意输出。在营销方案创意方面，公司结合品牌方需求，深挖品牌及产品亮点，针对性制定包括营销热点、事件及推广渠道与方式等要素的创意策划方案，促进实现营销目标。在视觉推广创意方面，公司通过对店铺视觉页面、推广信息页面、商品信息页面及其他推广图片、视频的创意制作，实现有效吸引消费者关注，促进消费者进店的行为。在运营方案创意方面，公司通过对产品策略、促销组合设计等创意策划，实现爆款商品的打造、畅销商品的持续销售，助力品牌实现消费者关注度及市场影响力提升，促进消费者触达及转化并加快商品流转速度，实现销售增长。

近年来公司在艾菲奖、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，并获得包括天猫“五星级运营商”、

“双 11 综合服务优秀服务商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”、“京东京卓越代运营服务商”、“京东美妆五星级优质商家”等称号，在数字化全域营销创意能力和精细化电商运营能力方面获得行业高度认可。

## （2）公司科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

### ①科技创新

公司科技创新具体情况参见本节“二、发行人所处行业的基本情况”之“（三）行业概况及发展趋势”之“3、公司的创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之（1）公司创新、创造、创意特征”之“①创新特征”之“C、以科技创新为抓手，有效提升自身综合运营效率”。

### ②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。

### ③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。

报告期各期，公司分别实现营业收入 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。报告期内，公司经营成果保持了较好的发展态势，体现出良好成长性。

综上所述，公司业务具有创新、创造、创意特征，所开展业务在科技、模式、业态等方面具有创新性特征，实现了新旧产业融合，具有良好成长性，符合创业板定位要求。

#### **4、行业特点**

##### **(1) 行业的周期性、区域性和季节性**

###### **①周期性**

电子商务行业在一定程度上受国家宏观经济及对上下游行业的相关政策影响，宏观经济上行及支持类政策的发布实施，都将有效促进释放各领域业务需求，从而带动行业快速发展，体现出一定的行业周期性。

###### **②区域性**

目前我国不同地区的经济发展水平和互联网普及程度及物流体系建设情况等均会影响地区的电子商务需求。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，截至 2020 年，我国电子商务市场主体主要分布在东部沿海地带，从网络零售店铺数量分析，广东省、浙江省、江苏省、山东省、河南省的网络零售店铺数占全国比重分别达到 18.3%、10.8%、8.3%、6.6%、5.0%，电商企业密集度较高。总体而言，华北、华东、华南等地区经济发展水平较高，信息化建设步伐较快；西部地区受经济发展水平的限制，信息化

建设相对落后，市场规模相对较小进而呈现出一定的区域性特征。

### ③季节性

近年来，随着各类电商平台的不断发展，行业内已逐步形成一批例如“618”、“双11”、“双12”等具有显著特色的电商节日。在该等电商节日，各大平台及线上商户都会加大促销力度，进而获得突出的销售业绩。因此拥有电商节日的季度，例如四季度，其电商平台销售收入及推广投入占全年额度比重较高，从而导致行业出现一定的季节性特征。

## （2）行业壁垒

### ①品牌授权壁垒

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。而母婴营养、消费电子、美妆快消等领域的头部品牌对于合作伙伴的服务资质、服务能力、规范性等方面有非常严格的要求和挑选标准。他们倾向于寻找在所属行业有丰富运营经验，正在或者曾经服务于此行业领导品牌，具有良好的行业口碑和成功案例，并且有全链路综合服务能力的运营服务商。目前行业里已经拥有了一批成熟的电子商务运营服务提供商，这些服务商已经积累了丰富的运营经验及出色的服务能力，在行业内有着良好的口碑。而行业的新进入者由于缺乏口碑、成功案例和服务经验，难以满足知名品牌的高要求，很难获得品牌的授权认可。

### ②全链路综合服务能力壁垒

随着近年电商平台的发展和技术的进步，电商运营已从早期基于店铺的基础运营，逐步过渡到基于消费者运营、品效营销及渠道融合的综合性和全链路和精细化运营。目前品牌方和电商平台对运营商提出了更高和更整合的要求，既包括传统的品牌店铺运营能力，也包括外延的品效营销和新兴的消费者运营，以及线上线下的多渠道融合能力。在当前行业竞争日趋激烈的背景下，品牌商对电子商务综合服务商的综合服务能力和执行效率的要求有增无减，行业新进企业很难满足品牌的综合性和精细化的全链路品牌电商运营需求。

### ③品效营销经验壁垒

随着移动互联网技术的不断升级，消费者消费习惯快速更迭，营销环境的媒介碎片化、需求个性化、营销效果化趋势特征日益凸显，品牌与消费者的有效匹配难度提升，能够在实现品牌价值传达、品牌曝光提升的同时保障营销效果并实现效果转化，已成为品牌方营销投入的核心诉求。具有丰富品效营销经验的成熟运营服务商，可更准确把握品牌价值，洞察消费者需求并实现精准触达，在提升品牌认知与认可度的同时，有效提升转化率及产品销量。对于行业新进企业，往往会因为缺乏成功的品效营销经验，从而面临行业经验壁垒。

#### ④人才壁垒

电子商务服务行业作为现代化服务行业，其服务流程涉及包括品牌分析、品牌推广、运营体系建设、平台店铺运维、多渠道营销、物流管理、消费者洞察等多方面，需要大量的高素质人才，对人员的综合能力要求较高，且企业多倾向于在行业内具有一定经验积累人员。在电子商务以及相关服务行业快速发展的时代，该类具有丰富经验的复合型核心人才目前十分稀缺，形成了本行业的人才进入壁垒。刚进入该行业的公司由于处于初创期，招揽行业人员的能力弱于行业成熟企业。新进入者缺乏电商运营方面的人才累积，亦构成其进入行业的壁垒。

#### ⑤技术壁垒

电子商务服务涉及到软件和硬件配置、店铺运营维护等专业技术问题。在信息系统搭建和运营维护方面，电子商务服务企业需具备网络数据安全、多数据实时抓取、软件系统开发、供应链管理、平台架构对接管理、信息数据传输及处理、软硬件维护等多方面技术能力。同时，面对电商大促节点井喷式的成交量和个性化消费带来的海量数据，要求企业在管理信息系统方面拥有较强的数据承载与分析能力。成熟的服务商可以在数据分析能力、技术系统价格及团队搭建等方面，通过时间和规模积累转化成先发优势，而新加入行业的公司受限于经验、技术、团队等因素，难以获得与行业成熟企业相抗衡的技术能力。

#### ⑥资金壁垒

在电子商务服务的经销模式下，电子商务服务商需要从品牌商或其授权代理商采购商品，并承担后续的仓储物流、店铺运营、营销推广等成本费用，因此对于电子商务服务商需要拥有较强的资金实力以保证业务的开展。新进入行业的公

司由于缺乏足够的资金实力，较难满足头部品牌对于服务商资金实力的要求。

### （3）行业产业链情况

电子商务产业链从上游到下游涵盖了品牌商、品牌电商服务商、电商平台与消费者等。其中，品牌电商服务商包括技术服务、金融支付、仓储物流、整合营销等电商垂直型服务商，也包括提供线上经销、代运营、渠道分销以及品效营销等多维度服务的品牌电商综合服务商。而品牌厂商的销售需求与终端消费者的购买需求，则是电子商务发展的源动力。

品牌厂商作为行业上游端，具有品牌推广、市场开拓、渠道建设、店铺运营、商品销售等多方面商业需求。品牌电商服务商作为行业中游部分，起到承上启下的连接作用及支持作用。作为品牌电商综合服务商，对于上游品牌厂商，其可为品牌厂商提供包括品牌定位、电商店铺运营、全渠道营销、产品经销、渠道分销等全方位综合电商服务。对于电商平台及下游终端消费受众，品牌电商综合服务商在电商平台中开设店铺并进行运维管理，通过开展线上、线下营销活动，为店铺精准地识别目标受众，进而完成营销推广及客户引流，并最终实现销售。电商垂直型服务商主要包括金融支付公司、物流公司、营销策划公司等，主要为电子商务活动提供配套辅助服务。电商平台则作为电子商务的载体，具备开放性、全球性特点，破除时空壁垒，连接品牌商与消费者。消费者系电子商务的销售终端，消费者通过电商平台进行搜索、浏览、下单及支付，从而实现商品的最终销售。

现阶段，品牌商、电子商务服务商和电商平台分工明确、高效协作，为消费者提供日益丰富的商品与服务，已经形成一个协同发展、共同繁荣的电子商务生态圈。

## （四）发行人在行业中的竞争地位

### 1、发行人的市场地位

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服务商，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。公司已与雅培/Abbott、飞鹤、帮宝适/Pampers、花王/Kao、澳佳宝/Blackmores、欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、欧舒

丹/L'OCCITANE、嘉士伯/Carlsberg 及中粮福临门等多个行业知名品牌达成合作关系，帮助品牌获得了持续良好的销售达成效果。随着综合性全链路电商运营服务成为行业发展主要趋势，公司已成为深受品牌方信赖的电子商务运营服务商。

近年来，凭借专业、优质的运营能力与服务质量，公司获得了天猫、京东等主流电商平台的广泛认可，在行业内树立了良好的企业形象与业务口碑。在天猫平台，公司已连续多年获得天猫“五星级运营商”称号，并获得包括“双 11 综合服务优秀服务商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”等称号。在京东平台，公司获得了包括“京卓越代运营服务商”、“京东美妆五星级优质商家”等称号。

此外，公司在营销领域亦具有较强竞争优势。报告期内，公司在艾菲奖、金投赏、中国广告节长城奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖等专业营销赛事中获得多类奖项，受到行业广泛专业认可。

## 2、技术水平及特点

电子商务是信息技术与商务活动融合的产物，以在线化、数字化、智能化为主要特征，具有开放、低成本和高效率等优势。近年来，大数据、云计算、人工智能、电子支付等数字技术快速发展，为电子商务创造了丰富的应用场景，驱动新一轮电子商务技术创新。作为综合性全链路电子商务运营服务商，公司在技术领域持续投入，致力于通过数据和技术融合，提高综合运营效率，同时构建公司的技术壁垒。

公司自主搭建了从运营、营销到销售的全域自动化运营“数聚 BI”技术架构，该技术架构包括面向消费者的“聚数塔”多场景触达技术体系、面向高效率运营的“聚能盾”自动化运营技术体系及面向合规性的“聚宝盆”内控与财务技术体系，通过内外数据的整合与分析，为品牌电商运营赋能，实现更精准的目标消费者触达和更高效的销售转化，提高品牌营销效率及销售业绩。

在“聚数塔”多场景触达技术体系中，通过帮助客户搭建自有品牌商城、开发社交媒体传播工具（如 H5 网页、小程序、游戏、知识竞答等），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，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。

在“聚能盾”自动化运营技术体系中，通过整合业界领先的 OMS 和 WMS

系统，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，持续优化运营管理流程，提升订单履行效率，实现精细化管理。

在“聚宝盆”内控与财务技术体系中，主要包括财务 ERP、订单对账、反刷单预警等系统功能板块，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。

此外，在消费者运营方面，公司利用如阿里巴巴数据银行、京东数坊等平台工具及定制的 SCRM 系统，整合来自不同渠道的用户资源，实现基于对消费者数据的挖掘和洞察，总结消费行为特征，提炼用户多样化、个性化需求，通过画像和标签，实现对目标客群的精准定位及全流程会员管理，贯穿从转化、获客、用户培育、再到留存和价值提升全部过程，为运营及品效营销业务开展提供有效的消费者运营解决方案支持。

### 3、行业内的主要企业

发行人的主要竞争对手包括若羽臣、壹网壹创、丽人丽妆、凯淳股份、青木股份及宝尊电商。

#### （1）若羽臣

若羽臣成立于 2011 年，2020 年 9 月于深交所中小板上市（股票代码：003010），是面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容包括品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。若羽臣服务品牌涉及母婴、美妆个护、保健品等行业，主要包括美赞臣、Swisse、拜耳、赛诺菲、双心、GNC 等。

#### （2）壹网壹创

壹网壹创成立于 2012 年，2019 年 9 月于深交所创业板上市（股票代码：300792），其主营业务是为国内外知名快消品品牌提供全域电子商务服务，主要经营模式为品牌线上服务和线上分销，其中，品牌线上服务是其最主要的业务，包括品牌线上营销服务和品牌线上管理服务。壹网壹创服务内容包括品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、视觉设计、大数据分析、线上品牌运营、精准广告投放、CRM 管理、售前售后服务、仓储物流等。壹网壹创服务品牌涉及

美妆、日化、家电、食品等行业，主要包括宝洁、百雀羚、伊丽莎白雅顿、欧珀莱、盐津铺子、泡泡玛特等。

### （3）丽人丽妆

丽人丽妆成立于 2010 年，2020 年 9 月于上海证券交易所主板上市（股票代码：605136），是一家国内领先的化妆品网络零售服务商，主要接受品牌方的委托，在线上开设、运营官方旗舰店，实现产品的在线销售，经营模式主要为电商零售业务和品牌营销运营服务。其中，电商零售业务是丽人丽妆的核心业务。丽人丽妆服务内容包括店铺基础运营、页面视觉设计、产品设计策划、整合营销策划、精准推广投放、大数据分析、售前/售后客户服务、CRM 及会员运营、仓储物流等。丽人丽妆服务品牌涉及美妆、个人护理等行业，主要包括雪花秀、雅漾、后、施华蔻、芙丽芳丝等。

### （4）凯淳股份

凯淳股份成立于 2008 年，2021 年 5 月于深交所创业板上市（股票代码：301001），其主营业务是为国内外知名品牌提供综合性电子商务服务以及客户关系管理服务，主要从事的服务包括品牌线上销售服务、品牌线上运营服务以及客户关系管理服务，服务内容包括括潜在客户管理、品牌营销、视觉设计、店铺运营、物流配送、系统开发、会员管理、客服中心等。凯淳股份服务品牌涉及日化品、奢侈品、美妆、厨房家居、食品、母婴、航空、汽车等行业，主要包括施华洛世奇、联合利华、双立人、旧街场白咖啡、卡诗、小美盒、雅漾、保时捷、肯德基、馥蕾诗等。

### （5）青木股份

青木股份成立于 2009 年，2022 年 3 月于深交所创业板上市（股票代码：301110），其主营业务是为全球知名品牌提供一站式综合电商服务，涵盖电商销售服务、品牌数字营销、技术解决方案及消费者运营服务三大板块，具体服务内容包括电商代运营服务、渠道分销、电商渠道零售、品牌数字营销、技术解决方案、消费者运营服务等。青木股份服务品牌涉及服装、箱包、鞋履、配饰、母婴、美妆、宠物食品等行业，在大服饰领域优势明显，主要包括 ECCO、Bershka、Zara Home、Skechers、Emporio Armani、APM、Samsonite、FION、ACNE Studios

等。

#### (6) 宝尊电商

宝尊电商成立于 2007 年，于 2015 年 5 月于美国纳斯达克（NASDAQ）上市（股票代码：BZUN），并于 2020 年 9 月于香港联交所上市（股票代码：9991），是国内领先的电子商务代运营服务商，提供以品牌电子商务为核心的一站式商业解决方案，涉及店铺运营、数字营销、IT 解决方案、仓储配送、客户服务等 5 大内容。宝尊电商服务品牌涉及服饰、3C 数码、家电、食品/保健品、美妆/快消、家居建材、互联网金融、汽车等行业，主要包括 Nike、Calvin Klein、Zara、腾讯、飞利浦、松下、蒙牛、LAMER、樱花、浦发银行、米其林等。

### 4、发行人的竞争优势与劣势

#### (1) 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、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、LipSmacker 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。

### (2) 竞争劣势

公司作为全链路电子商务综合服务商，主要依赖自有资金保障业务的正常开展。公司线上零售及渠道分销业务需要向品牌方、授权代理商采购商品，若无法取得有利的信用政策并及时售出商品回笼资金，公司将需要承担库存商品对资金的大额占用。近年来，随着公司业务规模及服务品牌数目的逐步提升，公司的资产规模与资金实力一定程度上制约了公司的进一步快速发展。本次发行上市后将有助于公司拓宽股权融资等直接融资渠道，引进更多优质品牌客户，并加快公司业务系统建设，促进公司业务规模的不断扩大和可持续发展。

## 5、行业发展态势

近年来，移动互联网技术不断发展进步，各类互联网电商平台及网络消费渠道日益丰富，大众消费者消费习惯快速更迭，促进电子商务业迅速发展，现已成为国民经济的重要组成部分，并逐步迈向成熟高质量发展阶段。随着线上零售渗透率快速提升，线上渠道成为传统品牌商及海外品牌商不可忽视的战略重点。但由于线上选品、品牌营销推广、店铺注册运营、商品物流管理、客户维护管理等环节与线下传统模式及海外模式差异较大，传统及海外品牌商普遍面临着线上渠道拓展困难、消费者触达效率偏低、品牌推广及销售业绩提升缓慢等问题，从而推动了品牌商对于品牌电商综合服务更加迫切的需求。

目前，品牌电商服务商已成为电商行业的重要组成部分，其服务基本涵盖了线上运营的全部流程，从店铺开设、营销推广、店铺运营等前端服务到仓储物流、IT 技术等后端服务，可帮助品牌商进行品牌推广、电商运营、线上零售及分销、营销服务等多层次的电子商务综合服务。品牌电商服务商作为带动重塑品牌价值链、营销策略、运营管理和体系建设的强大外部动力，加速品牌方拓展线上渠道，拥抱数字化技术提升经营效率，对品牌商实现快速占据线上市场具有重要意义，品牌电商服务商未来拥有广阔发展空间。

## 6、面临的机遇与挑战

### （1）面临的机遇

#### ①政策支持加码，助力电子商务行业发展

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陆续发布包括《关于加快发展流通促进商

业消费的意见》、《关于推进电子商务与快递物流协同发展的意见》等了一系列支持和鼓励电子商务行业发展的产业政策，而《电商法》的正式实施，更标志着电子商务进一步走向规范发展的开始。行业政策环境的不断向好，为我国电子商务的发展营造了良好的政策环境，为电子商务行业健康快速发展提供了强大助力。

### ②电商运营市场需求持续增长

随着消费者消费意识形态的不断转变，国内外各类厂商面临的市场竞争日益激烈，对于网络销售渠道越发重视，纷纷加大网络销售渠道拓展力度。而由于线上销售较线下传统销售在运营方式、营销手段等方面均存在较大差异，为快速抢占线上销售市场，快速实现公司品牌及产品推广，越来越多的品牌厂商选择由专业的电子商务运营商进行电商平台商铺搭建、品牌定位、品效营销、运营管理等专业化、多维度的运营服务，对于电子商务整体运营的需求日益旺盛。

### ③技术进步，促进电子商务行业加速发展

随着我国各类信息化基础建设加速推进，在以信息技术和数字技术为代表的新一轮技术革命引发的产业革命中，云计算、大数据、移动互联网、金融支付等电子技术在电子商务领域应用得更加广泛且深入，进一步提高行业发展所需的信息采集、获取、传输、处理、分析及保密等能力，进而为电子商务行业发展提供强有力的技术支持。

### ④快递业保持快速增长，有力支撑电子商务发展

为提高电商物流效率和服务满意度，作为电子商务重要辅助板块的物流服务体系不断升级，各大物流公司及淘宝、天猫、京东等各类电商平台纷纷利用大数据、物联网、人工智能等技术对各自物流平台进行整合，无人机、无人仓、无人车等技术全面启动应用，联盟和智能化统筹的模式布局更加广泛。近年来，新技术、新模式在电商物流领域的应用进一步扩大，使得物流快递效率和覆盖率得到加速提升，电商物流整体服务水平不断提高。根据《中国电子商务报告（2020）》数据显示，2020年，我国快递服务企业业务量累计完成833.6亿件，同比增长31.2%。快递业的快速增长，为电子商务发展提供了有力支撑。

## （2）面临的挑战

### ①电子商务信用体系建设仍需进一步加强

电子商务因其线上撮合完成交易，交易各方所拥有的信息透明度不足，交易参与者失信成本相对较低，新型网络营销方式带来信用治理难题、价格欺诈、售后服务补偿难、消费者个人信息存在泄露等问题依然存在，从而造成了电子商务运营服务好差评率参差不齐、投诉率相对较高等现象。我国电子商务行业发展迅速，新技术、新业态不断出现，相对于快速发展的行业实践，在网络诚信建设、消费者权益保护、防范网络犯罪等方面的信用体系建设仍有待加强。

### ②B2C 市场过于依赖头部电商平台

电子商务综合服务商需依托电商平台开展实际业务，目前我国网络零售 B2C 市场主要依托于天猫、京东及拼多多三大头部电商平台，而三大头部电商对于店铺开设标准、运营规则制定等方面具有决定权，若未来头部电商平台变更店铺标准或规则，将对行业运营方式产生重大影响。

### ③企业资金压力较大

由于电子商务市场需求不断增长，行业内头部企业的业务规模也逐步扩大，同时相伴而生，公司在人力成本支付、存货采购等方面所面临的资金压力也快速提升。由于行业竞争日益激烈，资金实力已成为行业内企业能否保持快速、可持续发展的重要瓶颈。

## 7、竞争环境与竞争地位在报告期内的变化及未来可预见的变化趋势

近年来，我国政府部门发布了多项支持性与规范性电子商务行业政策与法规，为我国电子商务发展营造了良好的政策环境，未来随着市场监管环境的不断完善，市场竞争将更加趋于有序，有利于具有一定竞争优势的行业公司进一步巩固其市场地位。此外，伴随电子商务行业的持续繁荣，以及不断发展的科技技术水平和物流、电子支付等电商支持服务的有利支撑，电子商务服务行业需将面临较好的发展机遇，市场需求有望保持持续增长。在行业有序发展的同时，行业从业者在短期内仍将面对电商信用体系建设完善、平台依赖及资金压力等方面的挑战。

报告期内，凭借专业、优质的运营能力与服务质量，公司已建立一定竞争优势并树立了良好的企业形象与行业口碑，业务规模快速提升。未来公司将及时把握行业发展动态，充分利用自身行业经验积累与创新、创造能力，深挖客户核心需求并配以高效优质的服务模式与内容，并持续提升自身的运营能力、技术水平

及核心竞争优势，促进公司稳定可持续发展。

## （五）发行人与同行业可比公司比较情况

### 1、同行业可比公司的选取标准

公司主营业务主要分为品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销三大板块，其中品牌电商运营服务分为线上零售业务及品牌代运营业务。公司选择同行业可比公司主要考虑行业属性、业务结构、业务模式相似性，以及相关信息从公开渠道获取难易程度等因素。目前行业内与公司从事相似业务的上市或拟上市公司主要包括若羽臣、壹网壹创、丽人丽妆、凯淳股份、青木股份及宝尊电商。公司选取若羽臣、壹网壹创、丽人丽妆、凯淳股份、青木股份作为同行业可比公司。公司未将宝尊电商选为同行业可比公司的原因系宝尊电商在美国纳斯达克（NASDAQ）及香港联交所上市，其信息披露所采用的会计准则与境内 A 股存在一定差异。

公司所使用可比公司的相关信息或数据均来自其公开披露资料，公司不对其准确性、真实性作出判断。

### 2、与同行业可比公司比较情况

类别	数聚智连	若羽臣	壹网壹创	丽人丽妆	凯淳股份	青木股份
主要服务行业	母婴营养、消费电子、美妆快消	母婴、美妆个护、保健品	美妆、日化、家电、食品	美妆、个人护理	日化品、奢侈品、美妆、厨房家居、食品、母婴、航空、汽车	服装、箱包、鞋履、配饰、母婴、美妆、宠物食品
主要服务品牌	雅培、花王、飞鹤、帮宝适、澳佳宝、欧乐 B、博朗、鲨客、三星、德龙、微软、宝洁、西铁城、欧舒丹等	美赞臣、Swisse、拜耳、赛诺菲、双心、GNC 等	宝洁、百雀羚、伊丽莎白雅顿、欧珀莱、盐津铺子、泡泡玛特等	雪花秀、雅漾、后、施华蔻、芙丽芳丝等	施华洛世奇、联合利华、双立人、旧街场白咖啡、卡诗、小美盒、雅漾、保时捷、肯德基、馥蕾诗等	ECCO、Bershka、Zara Home、Skechers、Samsonite、APM、ACNE Studios 等
营业收入（亿元）	17.71	12.88	11.35	41.55	8.31	8.80
业务分布占比	线上零售业务：49.86% 品牌代运营服务：7.63%	零售收入：50.81% 运营服务收入：11.41%	品牌线上营销服务：19.94%； 品牌线上管	电商零售：93.19% 品牌营销运营服务：	品牌线上零售：26.27% 品牌线上分销：28.14%	电商代运营：48.55% 渠道分销：23.44%

类别	数聚智连	若羽臣	壹网壹创	丽人丽妆	凯淳股份	青木股份
	渠道分销业务：23.46% 品效营销服务 19.05%	渠道分销业务：30.93% 品牌策划业务：6.85%	理 服 务 53.09 %； 线 上 分 销 23.00%； 其他：3.97%	5.22 % 其 他 ： 1.60 %	品牌线上运营服务：27.95% 客户关系管理服务：17.63%	电商渠道零售：16.62% 品牌数字营销：5.19% 技术解决方案及消费者运营服务：6.20%
前五大客户收入占比	26.75%	17.93%	44.06%	4.33%	35.18%	41.98%
天猫服务商等级	五星服务商	五星服务商	六星服务商	六星服务商	五星服务商	六星服务商
京东代运营评选	京卓越代运营服务商	京卓越代运营服务商	未披露	未披露	未披露	未披露
软件著作权数量*	49	45	6	49	13	66

资料来源：各公司官网、2021 年度报告、招股说明书

注：以上营业收入、业务分布占比、前五大客户收入占比为 2021 年度数据；软件著作权统计时间来源于招股说明书，分别为：若羽臣（2020 年 2 月），壹网壹创（2019 年 6 月），丽人丽妆（2019 年 12 月），凯淳股份（2020 年 12 月），青木股份（2021 年 6 月），公司（2021 年 12 月）

如上表所示，在经营品类及品牌方面，公司与同行业可比公司在不同经营品类及品牌中各有侧重。对于重合品类，各公司则在该品类所服务品牌方面有所差异，且各方通常在各自优势品类及长期合作品牌方面拥有一定竞争优势。在所提供服务内容方面，各公司主要通过商品经销或代运营模式为品牌方拓展线上销售渠道，并根据自身特点及竞争优势，为客户提供如营销、客户关系管理或技术服务等差异化服务内容。各公司通常根据品牌方需求及自身经营策略通过不同业务模式开展业务，故整体收入规模、各业务模式占比及客户集中度情况均有所差异。在平台认证方面，公司与其他可比公司均被天猫平台评为天猫星级服务商，其中壹网壹创、丽人丽妆及青木股份为六星级服务商，公司、若羽臣及凯淳股份为五星级服务商；报告期内，公司及若羽臣凭借出色的运营能力被京东平台评为京卓越代运营服务商。在技术实力方面，各家公司根据自身业务特点及业务需求开展相关技术的开发与知识产权申报工作，技术侧重点及软著申报情况有所不同。

总体来说，公司及各同行业可比公司在各类同质业务模式中存在一定竞争关系，但在具体服务品类及品牌中存在差异，且各自在相关细分领域已建立一定竞争优势。随着我国电子商务业快速发展，国内外各类品牌方愈发重视在中国线上渠道的建设及拓展，进而促进电子商务服务需求持续增长，为公司及各可比公司

保持积极发展态势创造了发展空间。

### 三、发行人销售及主要客户情况

#### (一) 公司销售收入情况

报告期内，公司销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌电商运营服务	101,799.61	57.49%	105,162.81	71.38%	76,765.69	71.08%
其中：线上零售业务	88,282.85	49.86%	94,051.78	63.84%	68,175.24	63.13%
品牌代运营服务	13,516.76	7.63%	11,111.03	7.54%	8,590.45	7.95%
渠道分销业务	41,535.58	23.46%	19,755.48	13.41%	10,767.20	9.97%
品效营销服务	33,736.22	19.05%	22,411.37	15.21%	20,461.79	18.95%
<b>合计</b>	<b>177,071.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,329.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>107,994.68</b>	<b>100.00%</b>

#### (二) 前五名客户的销售情况

报告期内，公司前五大客户的销售收入及占营业收入比例情况如下：

期间	序号	客户名称	销售收入 (万元)	占营业收入 比例 (%)
2021 年度	1	阿里系 <sup>5</sup>	22,045.38	12.45
	2	京东集团 <sup>1</sup>	14,338.05	8.10
	3	西铁城 <sup>3</sup>	4,017.09	2.27
	4	英特尔半导体(美国)有限公司	3,721.79	2.10
	5	宝洁集团 <sup>2</sup>	3,236.58	1.83
			<b>合计</b>	<b>47,358.90</b>
2020 年度	1	京东集团 <sup>1</sup>	12,036.46	8.17
	2	宝洁集团 <sup>2</sup>	4,261.95	2.89
	3	西铁城 <sup>3</sup>	3,775.63	2.56
	4	中粮集团 <sup>4</sup>	2,886.67	1.96
	5	阿里系 <sup>5</sup>	2,786.27	1.89
			<b>合计</b>	<b>25,746.98</b>
2019 年度	1	西铁城 <sup>3</sup>	4,536.35	4.20
	2	宝洁集团 <sup>2</sup>	4,068.51	3.77
	3	亚马逊 <sup>6</sup>	3,046.51	2.82
	4	京东集团 <sup>1</sup>	2,559.13	2.37

期间	序号	客户名称	销售收入 (万元)	占营业收入 比例 (%)
	5	中粮集团 <sup>4</sup>	2,195.13	2.03
		<b>合计</b>	<b>16,405.63</b>	<b>15.19</b>

注1：京东集团包括：北京京东健康有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司、重庆京东海嘉电子商务有限公司、广西京东新杰电子商务有限公司、广西京东拓先电子商务有限公司等主体；

注2：宝洁集团包括：广州宝洁有限公司、宝洁（中国）营销有限公司、北京宝洁技术有限公司、江苏宝洁有限公司、Procter & Gamble Hong Kong Limited、上海吉列有限公司等主体；

注3：西铁城包括：西铁城（上海）贸易有限公司、西铁城（中国）钟表有限公司、日本西铁城時計株式会社等主体；

注4：中粮集团包括：中粮福临门食品营销有限公司、中粮国际（北京）有限公司、中粮贸易（绥滨）农业发展有限公司等主体；

注5：阿里系包括：杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、杭州菜鸟供应链管理有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司、支付宝（中国）网络技术有限公司、淘宝（中国）软件有限公司等主体；

注6：亚马逊包括：北京世纪卓越信息技术有限公司、亚马逊（中国）投资有限公司等主体。

公司、公司控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述客户不存在关联关系，不存在报告期内前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人报告期内前员工、报告期内前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

## 四、采购情况和主要供应商

### （一）公司采购情况

报告期内，公司主要采购情况如下：

单位：万元

采购内容	2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
商品采购	121,748.20	73.15%	107,298.61	73.84%	78,412.42	74.64%
服务采购	44,688.53	26.85%	38,023.23	26.16%	26,643.67	25.36%
<b>合计</b>	<b>166,436.73</b>	<b>100.00%</b>	<b>145,321.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>105,056.08</b>	<b>100.00%</b>

### （二）前五名供应商的采购情况

报告期内，公司前五大供应商的采购金额及占年度采购总额比例情况如下：

期间	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占年度采购总额 的比例 (%)
2021 年度	1	花王（上海）产品服务有限公司	35,789.58	21.50
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	30,895.73	18.56
	3	雅培贸易（上海）有限公司	24,666.43	14.82

期间	序号	供应商名称	采购金额 (万元)	占年度采购总额 的比例 (%)
	4	阿里系 <sup>1</sup>	10,528.32	6.32
	5	佳岁(上海)贸易有限公司	8,994.78	5.40
	合计		<b>110,874.84</b>	<b>66.61</b>
2020 年度	1	雅培贸易(上海)有限公司	38,255.04	26.32
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	33,404.08	22.99
	3	阿里系 <sup>1</sup>	8,893.99	6.12
	4	上海艾罗伯特机器人贸易有限公司	7,506.35	5.17
	5	佳岁(上海)贸易有限公司	7,295.18	5.02
	合计		<b>95,354.63</b>	<b>65.62</b>
2019 年度	1	雅培贸易(上海)有限公司	28,325.08	26.96
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	22,952.28	21.85
	3	上海艾罗伯特机器人贸易有限公司	9,777.55	9.31
	4	阿里系 <sup>1</sup>	8,708.72	8.29
	5	强生集团 <sup>2</sup>	3,292.50	3.13
	合计		<b>73,056.12</b>	<b>69.54</b>

注1: 阿里系包括: 杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、杭州菜鸟供应链管理有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司、支付宝(中国)网络技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司等主体;

注2: 强生集团包括: 强生(中国)投资有限公司及 Johnson & Johnson Pte Ltd 等主体。

公司、公司控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述供应商不存在关联关系,不存在上述前五大供应商或其控股股东、实际控制人是公司报告期内前员工、报告期内前关联方、前股东、公司实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

## 五、主要固定资产及无形资产

### (一) 公司主要固定资产情况

截至2021年12月31日,公司主要固定资产情况如下:

单位: 万元

类别	原值	净值	成新率
电子设备	424.99	107.03	25.18%
办公设备	63.64	3.07	4.82%
运输设备	81.61	3.27	3.99%
合计	<b>570.24</b>	<b>113.37</b>	<b>19.88%</b>

注: 成新率=账面净值/原值。

经核查,发行人固定资产以电子设备为主,不存在抵押、质押或优先权等权

利瑕疵或限制，不存在权属纠纷和法律风险。

截至本招股说明书签署之日，杭州数聚已签署商品房买卖合同及地下车位使用权转让合同，购买两套办公用商品房及一处地下车位使用权，具体情况如下：

2021年5月31日，杭州数聚与杭州西曙置业有限公司签署《浙江省商品房买卖合同（预售）》，约定杭州西曙置业有限公司将位于杭州市余杭区五常街道云空城风之筑9幢704室及705室，规划用途为商业营业、商业办公，预测建筑面积分别为373.87平方米、313.62平方米的两套房屋转让给杭州数聚，约定转让价格分别为10,692,682元、8,624,550元，约定交付时间为2022年6月30日前。同日，杭州数聚与杭州西曙置业有限公司签署《云空城地下车位使用权转让合同》，约定杭州数聚为万科云空城项目9幢704业主，杭州西曙置业有限公司将位于杭州市余杭区五常街道云空城风之筑编号为651号的一个地下车位使用权转让给杭州数聚，约定转让价格为230,000元，交付时间为2022年6月30日前，使用期限同商品房买卖合同约定的土地使用年限。

截至本招股说明书签署之日，杭州数聚已支付了9幢704室、705室及上述车位使用权的全部价款，**房产已经交付杭州数聚，目前尚未办理取得不动产权证书**。为担保银行借款，9幢704室及705室已签署《抵押合同》抵押给杭州银行股份有限公司保俶支行，担保的主债权金额分别为534万元、431万元。

前述车位及房屋所在土地由杭州西曙置业有限公司取得了“浙（2019）余杭区不动产权第0071558号”不动产权证书，面积为176,056.50平方米，房屋建设取得了《建设工程规划许可证》（建字第330115201934013号）和《建筑工程施工许可证》（330110201906210101）及杭州市余杭区住房和城乡建设局签发的余售许字（2020）第01368号《商品房预售证》。

鉴于上述房屋主要为办公用房，杭州数聚与杭州西曙置业有限公司约定了若在房屋交付之日起90日内无法办理取得动产权证书的，杭州数聚有权要求解除合同退还房款并按照贷款市场报价利率计算利息，因此，上述房屋未取得不动产权证书不会对发行人的生产经营造成重大不利影响。

## (二) 公司主要无形资产情况

### 1、土地使用权

截至本招股说明书签署之日，公司无自有土地。

### 2、商标权

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的境内商标情况如下：

序号	所有权人	注册商标	注册号	国际分类	有效期	取得方式
1	数聚智连		32326221A	5	2019-06-14 至 2029-06-13	受让取得
2	北京北联		13512573	42	2015-03-14 至 2025-03-13	原始取得
3	北京北联		16655462	35	2016-06-14 至 2026-06-13	原始取得
4	北京北联		16655530	35	2016-06-28 至 2026-06-27	原始取得
5	北京北联		16655425	35	2016-07-14 至 2026-07-13	原始取得
6	北京北联		16655352	35	2016-09-07 至 2026-09-06	原始取得
7	北京北联		16655519	35	2016-10-28 至 2026-10-27	原始取得
8	天津北联		26831670	3	2018-12-28 至 2028-12-27	受让取得
9	美广云商		25941714	7	2018-09-07 至 2028-09-06	受让取得
10	亚加实业		20414581	44	2017-08-14 至 2027-08-13	原始取得
11	亚加实业		20414184	35	2017-10-21 至 2027-10-20	原始取得
12	亚加实业		20414084	3	2017-10-21 至 2027-10-20	原始取得
13	亚加实业		21195840	44	2017-11-07 至 2027-11-06	原始取得
14	数聚智连		55377197	38	2021-10-28 至 2031-10-27	原始取得
15	数聚智连		55384346	35	2021-10-28 至 2031-10-27	原始取得
16	数聚智连		60327075	5	2022-07-21 至 2032-07-20	原始取得

注：上表中第 16 项商标已进行商标注册公告，注册号为 60327075，类别为 5 类，注册人为

北京数聚智连科技股份有限公司，商标专用权期限自 2022 年 7 月 21 日至 2032 年 7 月 20 日，截至本招股说明书签署之日，尚在办理商标权属证书。

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有的境外商标情况如下：

序号	所有权人	商标编号	商标文字	商标类别	有效期至
1	香港北联	303397366	BAY LINE	35	2025-04-05
2	香港北联	303397375	北联伟业	35	2025-04-05
3	香港北联	303397384	BAY LINE 北联	35	2025-04-05
4	香港北联	303397393	北联	35	2025-04-05

### 3、专利权

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有的专利情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利类型	专利号	申请日	授权公告日	期限	取得方式
1	数聚智连	包装盒（手表）	外观设计	ZL201330402743.8	2013-08-22	2014-04-09	十年	原始取得
2	数聚智连	用于显示电商订单的计算机图形用户界面	外观设计	ZL.202130102463.X	2021-02-23	2021-05-18	十年	原始取得

公司上述专利不存在质押、司法查封等权利受限制的情形。

### 4、计算机软件著作权

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司拥有的计算机软件著作权情况如下：

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式
1	数聚智连	i 酒吧客户端软件 V1.0	2014SR128483	2014-08-27	原始取得
2	数聚智连	基于大数据的 blueO2O 电商智能服务平台 V1.0	2018SR276051	2018-04-24	原始取得
3	北京北联	AR 增强现实互动系统 V1.0	2018SR757698	2018-09-18	原始取得
4	北京北联	店铺营销活动策划系统 V1.0	2018SR758465	2018-09-18	原始取得
5	北京北联	全网电子商务资源运营管理系统 V1.0	2018SR758476	2018-09-18	原始取得
6	北京北联	H5 页面设计制作软件 V1.0	2018SR762652	2018-09-19	原始取得
7	北京北联	北联伟业电商分销平台 V1.0	2018SR762646	2018-09-19	原始取得
8	北京北联	电子商务大数据采集分析系统 V1.0	2018SR762659	2018-09-19	原始取得
9	北京北联	广告营销精准投放平台	2018SR762669	2018-09-19	原始取得

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式
		V1.0			
10	北京北联	OMS 管理系统 V1.0	2018SR768013	2018-09-20	原始取得
11	北京北联	北联伟业财务中台系统 V1.0	2018SR767695	2018-09-20	原始取得
12	北京北联	北联伟业客户关系管理系统 V1.0	2018SR766796	2018-09-20	原始取得
13	北京北联	北联伟业营销培训系统 V1.0	2018SR766193	2018-09-20	原始取得
14	北京北联	会议室预定后端管理系统 V1.0	2018SR766734	2018-09-20	原始取得
15	北京北联	会议室预定系统 V1.0	2018SR768004	2018-09-20	原始取得
16	北京北联	微信互动营销小程序生成系统 V1.0	2019SR1246237	2019-11-30	原始取得
17	北京北联	互动营销知识竞答平台 V1.0	2019SR1246267	2019-11-30	原始取得
18	北京北联	网络支付自动分析系统 V1.0	2019SR1247195	2019-11-30	原始取得
19	北京北联	网络销售订单自动传输系统 V1.0	2019SR1247818	2019-11-30	原始取得
20	北京北联	微信互动营销 HTML5 生成系统 V1.0	2019SR1245100	2019-11-30	原始取得
21	北京北联	网络店铺经营业绩分析平台 V1.0	2019SR1246692	2019-11-30	原始取得
22	北京北联	电商平台支付信息收集系统 V1.0	2020SR1791594	2020-12-11	原始取得
23	北京北联	电商平台订单收集系统 V1.0	2020SR1791632	2020-12-11	原始取得
24	北京北联	订单付款与回款追踪处理系统 V1.0	2020SR1791641	2020-12-11	原始取得
25	北京北联	订单发货信息收集系统 V1.0	2020SR1791709	2020-12-11	原始取得
26	北京北联	订单全链路信息处理系统 V1.0	2020SR1791710	2020-12-11	原始取得
27	北京北联	订单差异分析及校正系统 V1.0	2020SR1791695	2020-12-11	原始取得
28	蓝色商道	BlueO2O 优惠券发放核销系统 1.0	2015SR182742	2015-09-21	原始取得
29	蓝色商道	BlueO2O 微商 App android 应用软件 1.0	2015SR183536	2015-09-21	原始取得
30	蓝色商道	iOS 软件平台 BlueO2O 微商系统 1.0	2015SR183539	2015-09-21	原始取得
31	蓝色商道	BlueO2O 汽车销售管理系统 1.0	2015SR183543	2015-09-21	原始取得
32	蓝色商道	BlueO2O 全渠道管理系统 1.0	2015SR184751	2015-09-22	原始取得
33	畅益思	畅益思数字传媒系统 V1.0	2012SR108698	2012-11-13	原始取得
34	畅益思	畅益思品牌简讯发布系	2012SR108482	2012-11-13	原始取得

序号	著作权人	软件名称	登记号	登记日期	取得方式
		统 V1.0			
35	畅益思	畅益思舆情分析系统 V1.0	2012SR108473	2012-11-13	原始取得
36	畅益思	畅益思展会活动效果预测模型系统 V1.0	2012SR108676	2012-11-13	原始取得
37	畅益思	畅益思品牌指数数据分析系统 V1.0	2012SR108695	2012-11-13	原始取得
38	畅益思	畅益思行业对手监测平台 V1.0	2012SR108697	2012-11-13	原始取得
39	畅益思	畅益思互联网信息保护系统 V1.0	2010SR021960	2010-05-12	原始取得
40	畅益思	畅益思网络安全系统 V1.0	2010SR021704	2010-05-11	原始取得
41	畅益思	畅益思行政办公管理系统 V1.0	2010SR021701	2010-05-11	原始取得
42	畅益思	畅益思宽带管理系统 V1.0	2010SR021700	2010-05-11	原始取得
43	畅益思	畅益思市场营销管理系统 V1.0	2010SR021699	2010-05-11	原始取得
44	畅益思	畅益思销售业务管理系统 V1.0	2010SR021697	2010-05-11	原始取得
45	畅益思	畅益思网络打印控制系统 V1.0	2010SR021695	2010-05-11	原始取得
46	数聚智连	跨境电商订单结算系统 V1.0	2021SR1500537	2021-10-13	原始取得
47	数聚智连	跨平台电商订单互通系统 V1.0	2021SR1500551	2021-10-13	原始取得
48	数聚智连	电商 BI 源数据收集系统 V1.0	2021SR1500552	2021-10-13	原始取得
49	数聚智连	电商 BI 数据分析与查询系统 V1.0	2021SR1500553	2021-10-13	原始取得

## 5、作品著作权

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司拥有的作品著作权情况如下：

序号	著作权人	作品名称	登记号	作品类别	登记日期	取得方式
1	数聚智连	西数 X 西游师徒打怪升职记	国作登字-2020-F-00007060	美术作品	2020-11-20	原始取得
2	数聚智连	我卖电脑我自豪（系列 3）	国作登字-2020-F-00030877	美术作品	2020-12-30	原始取得
3	数聚智连	我卖电脑我自豪（系列 8）	国作登字-2020-F-00030871	美术作品	2020-12-30	原始取得
4	数聚智连	我卖电脑我自豪（系列 6）	国作登字-2020-F-00030870	美术作品	2020-12-30	原始取得
5	数聚智连	我卖电脑我自豪	国作登字-2020-F-00030864	美术作品	2020-12-30	原始取得

6	数聚智连	我卖电脑我自豪 (一)	国作登字 -2021-F-00036993	美术 作品	2021-02-18	原始取得
---	------	----------------	--------------------------	----------	------------	------

### (三) 公司租赁的房屋及建筑物

截至本招股说明书签署之日，公司及子公司租赁房产情况如下：

序号	承租方	出租方	租赁房屋位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	房屋产权证	租赁期限
1	数聚智连	北京兆维电子(集团)有限责任公司	北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维工业园C3号楼第三层318室	2,150	京房权证朝其04字第00932号	2019-06-01至2024-05-31
2	北京北联	北京兆维电子(集团)有限责任公司	北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维工业园C3号楼第三层306室	450	京房权证朝其04字第00932号	2019-07-01至2024-05-31
3	畅益思	北京兆维电子(集团)有限责任公司	北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维工业园C3号楼第三层316室	100	京房权证朝其04字第00932号	2019-07-01至2024-05-31
4	畅益思	北京兆维电子(集团)有限责任公司	北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维工业园C3号楼第三层316号	341.06	京房权证朝其04字第00932号	2021-05-01至2024-05-31
5	东连科技	北京兆维电子(集团)有限责任公司	北京市朝阳区酒仙桥路14号兆维工业园C3号楼第三层308室	100	京房权证朝其04字第00932号	2019-07-01至2024-05-31
6	蓝色商道	上海民航龙华机场	上海市徐汇区云锦路600号航汇大厦1507室	273	-	2020-11-01至2022-09-30
7	亚加实业	上海民航龙华机场	上海市徐汇区云锦路600号航汇大厦1508室	103	-	2020-08-01至2022-09-30
8	杭州数聚	杭州未来科技城资产管理有限公司	浙江省杭州市余杭区余杭街道文一西路1818-2号12幢908室	27.05	浙(2017)余杭区不动产权第0103419号	2021-04-01至2023-03-31
9	天津北联	读者新媒体发展有限公司	天津市滨海新区中新天津生态城国家动漫	75	津(2017)滨海新区中新天津生态	2021-02-27至2023-02-26

序号	承租方	出租方	租赁房屋位置	租赁面积 (m <sup>2</sup> )	房屋产权证	租赁期限
			园文三路 105 号读者新媒体大厦 A 区 209 室		城不动产权第 1001611 号	
10	杭州品效	杭州聚展创想投资管理有限公司	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢第 9 层 908 室	230	杭房权证西更字第 0023800 号	2021-11-16 至 2024-02-07
11	杭州北联	杭州聚展创想投资管理有限公司	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢第 8 层 810 室	252	杭房权证西更字第 0023800 号	2021-06-30 至 2023-01-13
12	杭州北联	杭州聚展创想投资管理有限公司	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢第 17 层	1,230	杭房权证西更字第 0023800 号	2022-01-19 至 2024-01-18
13	杭州北联	杭州聚展创想投资管理有限公司	浙江省杭州市西湖区华星路 96 号 3 幢第 9 层 906 室	1,000	杭房权证西更字第 0023800 号	2021-11-16 至 2024-02-07
14	数聚品效	小高德（广州）置业有限公司	广州市天河区花城大道 85 号 2501 房之自编 01.02.06B 单元	863.32	粤房地权证穗字第 0150236406 号	2022-03-06 至 2025-02-28
15	蓝色商道	上海永星置业发展有限公司	上海市徐汇区中山南二路 440 号 1 幢 19 层 D 室（实际楼层 16 层 D 室）	176.18	沪房地徐字（2015）第 006813 号	2022-09-26 至 2025-11-25
16	亚加实业	上海永星置业发展有限公司	上海市徐汇区中山南二路 440 号 1 幢 19 层 C 室（实际楼层 16 层 C 室）	173.86	沪房地徐字（2015）第 006813 号	2022-09-26 至 2025-11-25
合计				7,544.47	-	-

注：上表中第 6、7 项租赁房产已经取得合法建设手续及土地使用权证，尚在办理房屋权属证书。

就上表所列第 1-16 项租赁房屋均已取得房屋权属证书或合法建设手续，且出租方有权出租该等房屋。上表第 1-5 项、第 8-9 项租赁房屋实际用于办公，与所在土地的证载用途不一致，考虑到该等房屋可替代性高、搬迁成本较低，发行人及其子公司使用该 7 处租赁房屋的瑕疵情况不会对本次发行上市产生重大不利影响。

就上述租赁房产瑕疵问题，发行人控股股东熊鲲承诺：若因发行人或其子公司租赁房屋的全部或任何一部分存在瑕疵而致使发行人或其子公司无法继续合法使用该等租赁房屋，则发行人控股股东将在合理可行的时间内尽最大努力尽快协助发行人或其子公司重新依法取得其他房屋的合法使用权以供其使用，且满足其开展业务之需要。发行人控股股东将承担该等房屋搬迁的相关费用和损失。若因发行人或其子公司租赁房屋的前述瑕疵问题导致发行人或其子公司受到相关主管部门处罚或承担相应责任的，发行人控股股东将无条件全额承担因前述瑕疵问题所产生的罚款等所有相关费用，保证发行人不因此遭受任何经济损失。发行人控股股东在承担前述款项后，不会就该等费用向发行人行使追索权。

## 六、公司特许经营权与经营资质情况

### （一）特许经营权情况

截至本招股说明书签署之日，发行人无特许经营权。

### （二）经营资质情况

截至本招股说明书签署之日，公司主要经营资质及许可情况如下：

序号	持证主体	证书名称	证书编号	发证部门	发证日期	有效期至
1	北京北联	报关单位注册登记证书	1105960B90	北京海关	2015-05-20	长期
2	数聚品效	报关单位注册登记证书	4401963DM8	广州海关	2017-11-20	长期
3	北京北联	对外贸易经营者备案登记表	02096213	北京朝阳对外贸易经营者备案登记机关	2016-01-22	-
4	数聚品效	对外贸易经营者备案登记表	03639530	广州对外贸易经营者备案登记机关	2017-11-16	-
5	北京北联	出入境检验检疫报检企业备案表	16052315414 100000668	北京出入境检验检疫局	2016-05-24	-
6	数聚品效	出入境检验检疫报检企业备案表	17120416552 700000706	广东出入境检验检疫局	2017-12-05	-
7	北京北联	食品经营许可证	JY111051125 66649	北京市朝阳区市场监督管理局	2021-03-01	2024-10-15
8	蓝色商道	食品经营许可证	JY131011400 91690	上海市嘉定区市场监督管理局	2022-02-17	2023-07-29

序号	持证主体	证书名称	证书编号	发证部门	发证日期	有效期至
9	美广云商	食品经营许可证	JY13101140107289	上海市嘉定区市场监督管理局	2021-07-27	2023-12-17
10	杭州北联	食品经营许可证	JY13301060199272	杭州市西湖区市场监督管理局	2018-04-28	2023-04-27
11	北京北联	酒类流通备案登记表	110005105727	北京市朝阳区商务委员会	2016-01-26	-
12	蓝色商道	酒类商品批发许可证	嘉市监酒批字第JY13101140091690-JP号	上海市嘉定区市场监督管理局	2022-02-22	2023-06-26
13	天津北联	第二类医疗器械经营备案	津滨食药监器械经营备20212004号	天津市滨海新区市场监督管理局	2021-06-23	-
14	天津北联	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码:1207960AQT 检验检疫备案号:1270500008	北塘海关	2021-12-01	长期
15	北京北联	海关进出口货物收发货人备案回执	海关注册编码:1105960B90 检验检疫备案号:1100638766	北京朝阳海关	2021-09-01	长期
16	天津北联	对外贸易经营者备案登记表	02579529	天津对外贸易经营者备案登记机关	2019-09-10	-
17	北京北联	报关单位备案证明	/	北京朝阳海关	2022.01.14	-
18	杭州品效	食品经营许可证	JY13301060305262	杭州市西湖区市场监督管理局	2022-04-08	2027-04-07
19	杭州数聚	食品经营许可证	JY13301100396724	杭州市余杭区市场监督管理局	2022-04-07	2027-04-06

发行人及其子公司已取得开展经营活动所必需的行政许可、备案、注册或者认证，不存在被吊销、撤销、注销、撤回的重大法律风险或者存在到期无法延续的风险。

## 七、公司核心技术和研发体系

### （一）发行人核心技术情况

截至本招股说明书签署之日，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群资产，最终完成销量突破	非专利技术

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。公司基于该技术体系迭代升级开发了聚宝盆订单周期管理系统，以解决业务快速发展带来的海量订单管理问题，为线上零售业务提供数字化技术解决方案。

### (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。

## （二）核心技术的成果情况

近年来，公司高度关注科技创新，致力于通过数据和技术融合，提高电商运

营和品效营销效率，同时构建公司的技术壁垒。公司获得的计算机软件著作权登记证书详见本节之“五、主要固定资产及无形资产”之“（二）公司主要无形资产情况”。

**（三）正在从事的研发项目、所处阶段及进展情况、相应人员、经费投入、拟达到的目标，相关科研项目与行业技术水平的比较**

**6、域名**

截至本招股说明书签署之日，公司及其子公司注册的域名情况如下：

序号	注册人	域名	有效期
1	数聚智连	dataintelink.com	2018-07-20 至 2023-07-20
2	数聚智连	dataintelink.club	2018-07-20 至 2023-07-20
3	数聚智连	dataintelink.cn	2018-07-20 至 2023-07-20
4	数聚智连	intelinkgroup.cn	2018-07-20 至 2023-07-20
5	数聚智连	intelinkgroup.com.cn	2018-07-20 至 2023-07-20
6	数聚智连	intelinkgroup.com	2018-07-20 至 2026-07-20
7	数聚智连	intelinkgroup.net	2018-08-15 至 2026-08-15
8	数聚智连	bluefocusec.com	2015-03-03 至 2023-03-03
9	数聚智连	bjchances.com.cn	2002-03-29 至 2023-03-29
10	数聚智连	dataintelink.com.cn	2018-07-20 至 2023-07-20
11	数聚智连	bjbestchoice.com	2009-09-14 至 2023-09-14
12	数聚智连	bjwings.com	2002-12-25 至 2023-12-25
13	数聚智连	thinkblue.com.cn	2010-03-05 至 2023-03-05
14	数聚智连	bluefuse.cn	2015-05-29 至 2023-05-29
15	数聚智连	microhurt.com	2015-06-11 至 2023-06-11
16	数聚智连	bluehurt.com	2015-06-11 至 2023-06-11
17	数聚智连	dataintelink.net	2018-07-20 至 2023-07-20
18	数聚智连	eastintelink.net	2020-07-21 至 2023-07-21
19	数聚智连	eastintelink.com	2020-07-21 至 2023-07-21
20	数聚智连	eastintelink.com.cn	2020-07-21 至 2023-07-21
21	数聚智连	eastintelink.cn	2020-07-21 至 2023-07-21
22	数聚智连	intelinkgroup.club	2018-08-15 至 2023-08-15
23	数聚智连	phluency.com	2009-09-21 至 2023-09-21
24	数聚智连	vwdirect.com	2004-12-13 至 2023-12-23
25	北京北联	beilianec.com	2011-02-11 至 2025-02-11
26	蓝色商道	bluecec.com	2014-07-15 至 2023-07-15
27	蓝色商道	blueiec.net	2014-08-13 至 2023-08-13
28	蓝色商道	blueiec.com.cn	2014-08-13 至 2023-08-13

序号	注册人	域名	有效期
29	蓝色商道	blueiec.cn	2014-08-13 至 2023-08-13
30	蓝色商道	mbtechmasters.com	2011-04-25 至 2023-04-25
31	蓝色商道	blueiec.com	2014-08-13 至 2023-08-13
32	蓝色商道	blueo2o.cn	2015-02-11 至 2024-02-11
33	蓝色商道	blueo2o.com	2015-02-11 至 2024-02-11
34	蓝色商道	bfecom.com	2016-02-27 至 2024-02-27
35	蓝色商道	blueo2o.com.cn	2015-02-11 至 2024-02-11
36	畅益思	citizenmall.com.cn	2015-04-20 至 2023-04-20
37	亚加实业	asiacan.cn	2019-09-03 至 2024-09-03
38	天津北联	shureminimall.com	2021-03-05 至 2023-03-05

经核查，前述无形资产不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在权属纠纷和法律风险。

### 1、正在从事的研发项目

发行人正在从事的信息技术类主要研发项目情况如下：

项目	拟达到的目标	所处阶段及进展	2022 年经费预算（万元）	人员	相关研发项目与行业技术水平的比较
聚宝盆系统 2.0	增加对接抖音电商等新兴平台，增加自动化报表模块，进一步提升业务监测能力。	产品开发阶段	160	研发中心人员	从底层对接更多新兴平台，全面纳入订单周期管理。实现业务财务数据报表的自动化生成和发布。监测更多业务异常情况，扩大订单周期管理的应用领域。
ERP 升级-业财一体化	持续提升财务 ERP 系统的功能、性能，适应公司更灵活和更大规模业务的需要。	产品开发阶段	108	研发中心人员	建立更完善的 ERP 系统，实现财务、业务系统高度集成和一体化。
聚数塔-BI 业务分析系统	通过对商品价格、客流、成交量等多角度数据做交叉关联分析，发掘销量背后的量化逻辑。	产品开发阶段	195	研发中心人员	透过数字洞察生意背后的逻辑，并以可视化的方式展示。
聚数塔-虚拟主播系统	开发虚拟的数字人主播系统	产品设计阶段	170	研发中心人员	开发虚拟世界合成系统，打造自有 IP 的数字人主播。
聚能盾-供应链信息系统	搭建完整供应链环节信息化系统。	产品设计阶段	208	研发中心人员	整合计划管理、库存管理、仓储管理和费用管理功能，实现货

项目	拟达到的目标	所处阶段及进展	2022年经费预算(万元)	人员	相关研发项目与行业技术水平的比较
					物的精细化管理。
聚能盾-生意自动规划系统	基于聚能盾体系的商品和销售数据,规划和制定最优的采销等生意策略	产品设计阶段	86	研发中心人员	通过对生意数据的模式匹配和智能分析,规划和制定最优的生意策略,实现数据来源于业务、服务于业务的正向反馈。

在新产品研发方面,现阶段公司重点投入自有品牌护博士成人纸尿裤产品的研发工作,并有序推进护博士其他产品以及其他领域新产品的研发工作,相关情况如下:

品牌名称	研发品类	理由	与公司的协同
护博士	银发个人护理产品,例如银发专用洗发水,沐浴露	中国银发经济未来的崛起,行业缺乏专业的银发人群洗护用品	公司具有快消品牌服务经验和护博士成人纸尿裤品牌的探索经验
待定	儿童口腔护理	品类细分化,行业缺乏专业儿童口腔护理品牌	公司具有在成人口腔护理的经验和母婴品牌的经验
待定	快乐零食	零食年轻化	公司具有对年轻消费者的深入洞察研究和快消品牌服务的经验
待定	美妆唇膏	美妆消费者需求差异化特征明显	公司具有美妆品牌服务经验

在护博士品牌方面,公司对护博士个护产品的持续研发外,还将积极探索如专业洗护发产品等银发系列产品的研发,以满足中国即将面临的老龄人群市场需求缺口,致力于为中国的银发人群提供专业、舒适、健康、高端的产品体验,将“爱老敬老”初衷深入到银发人群的日常生活,提高银发人群生活的整体舒适性。在其他新品牌方面,公司目前正积极寻求在儿童口腔护理类及零食类领域的品牌设立机会。在儿童口腔护理领域,基于公司在成人口腔产品和婴幼儿品类的经验,并迎合国家新的生育政策,公司目前正积极开展针对儿童的专业口腔护理解决方案的研究开发。在零食领域,公司正在与第三方公司开展洽谈,拟合作研发适合年轻人的快乐零食相关产品。

2022年度公司主要新产品计划研发投入金额约为700万元,具体情况如下:

产品名称	所处阶段	主要人员
护博士加强型纸尿裤	产品研发阶段	研发中心人员
护博士拉拉裤	产品设计阶段	研发中心人员

产品名称	所处阶段	主要人员
IP 唇膏	产品研发阶段	研发中心人员
儿童口腔护理产品	产品设计阶段	研发中心人员

## 2、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 年度	2020 年度	2019 年度
研发投入	809.93	344.06	404.12
营业收入	177,071.41	147,329.66	107,994.68
所占比例	0.46%	0.23%	0.37%

### (四) 核心技术人员和研发人员情况

#### 1、核心技术及研发人员基本情况

截至 2021 年 12 月 31 日，公司共拥有员工 844 人，其中研发人员 40 人，占员工总数 4.74%，研发人员包括信息技术研发人员、产品设计与研发人员。公司核心技术人员为邱林，邱林情况参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”。

#### 2、发行人对核心技术人员实施的约束激励措施

公司与核心技术人员签订了《员工竞业禁止协议》及《员工知识产权和保密协议》，明确了竞业禁止规定、保密义务、知识产权保护规定和违约责任。同时，公司通过设立合理的薪酬制度、有效的激励机制充分调动核心技术人员的积极性和创造性，增强其归属感和获得感；通过优秀的企业文化与良好的工作氛围，提高公司凝聚力。

#### 3、报告期内核心技术人员的变动情况及对发行人的影响

公司核心技术人员邱林于 2018 年 2 月 1 日加入公司，至今未发生变化。邱林作为公司技术负责人，整体负责公司信息技术系统的开发、搭建及运维等工作，主导了多项核心技术的开发与升级，并基于多项技术申请了软件著作权，为公司业务开展提供了技术保障。

## **（五）公司技术创新的机制及技术储备、技术创新的安排**

### **1、公司技术创新机制**

公司创新机制请参见本节之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（三）行业概况及发展趋势”之“3、公司的创新、创造、创意特征及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况”之（1）公司创新、创造、创意特征”之“①创新特征”之“C、以科技创新为抓手，有效提升自身综合运营效率”。

### **2、公司技术储备情况及技术创新的安排**

截至2021年12月31日，公司已取得49项软件著作权，并拥有包括“聚数塔”、“聚能盾”、“聚宝盆”等多项运营及管理系统技术体系，未来公司将进一步加强研发投入，将技术研发作为线上业务发展的重要驱动力，持续改善研发条件，对公司多项关键技术进行创新和攻关，逐步完善全链路电商自动化运营技术体系建设。

## **八、境外经营情况**

截至2021年12月31日，公司拥有2家境外公司，分别为数聚国际及香港北联，主要开展公司渠道分销和品牌电商运营服务中的线上零售业务，熊鯤担任数聚国际及香港北联的董事。上述境外子公司的基本信息参见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“四、发行人控股子公司、参股公司情况”。

## 第七节 公司治理与独立性

### 一、公司股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书、审计委员会等机构和人员的运行及履职情况

#### （一）公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自成立以来，按照《公司法》及其他相关法律法规的规定，建立了健全的股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书等制度，形成了权力机关、经营决策与执行机关和监督机关之间权责明确、相互制约、协调运转和科学决策的现代公司治理结构。

本公司按照《公司法》及其他相关法律法规和《公司章程》规定，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易管理制度》、《对外担保管理制度》、《对外投资管理制度》、《投资者关系管理办法》以及相关议事规则、工作制度和内部控制制度，以确保本公司的治理结构和相关人员均能切实履行应尽的职责和义务。本公司董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会和薪酬与考核委员会共4个专门委员会，分别负责公司的发展战略，审计，董事和高级管理人员的提名、甄选、管理和考核等工作。

上述机构及人员均按照《公司法》等相关法律法规、《公司章程》及各议事规则的规定行使职权和履行义务。

参照公司治理相关法律法规的标准，公司管理层认为公司在公司治理方面不存在重大缺陷。

#### （二）股东大会、董事会、监事会运行情况

##### 1、股东大会的建立健全及运行情况

本公司已建立股东大会，并根据《公司法》、《证券法》等法律法规制定了《公司章程》和《股东大会议事规则》，对公司股东大会的职权、召集、提案和通知、召开、表决和决议等作出了明确的规定。自本公司设立以来，股东大会严格按照《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定召开，运行规范，历次会议的召开及决议内容合法有效，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

## **2、董事会的建立健全及运行情况**

本公司已建立董事会，并制定了《董事会议事规则》，自本公司设立以来，本公司董事严格按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使职权，董事会规范运行，历次会议的召开及决议内容合法有效，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

## **3、监事会的建立健全及运行情况**

本公司已建立监事会，并制定了《监事会议事规则》，自本公司设立以来，监事会历次会议的召开及决议内容合法有效，不存在违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

### **(三) 独立董事制度的运行情况**

为完善本公司董事会结构、加强董事会决策功能、保护中小股东利益，公司建立了独立董事工作制度，目前在董事会中有3名独立董事，占董事会成员总数的三分之一。本公司独立董事具体情况详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况”之“1、董事情况”相关内容。

本公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，参照中国证监会《关于在上市公司建立独立董事制度的指导意见》，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职资格、提名、选举、权利和义务，以及履行职责所需的保障进行了具体的规定。

公司独立董事任职以来，能够严格按照《公司章程》、《独立董事工作制度》等相关文件的要求，认真履行职权，出席历次董事会，对需要独立董事发表意见的事项发表了意见，对本公司的风险管理、内部控制以及本公司的发展提出了相关意见与建议，对公司的规范运作起到了积极的作用。

### **(四) 董事会秘书制度的运行情况**

根据《公司章程》第一百三十四条的规定，公司设董事会秘书，负责公司股东大会和董事会会议的筹备、文件保管以及公司股东资料管理等事宜。为规范公

司行为，保证公司董事会秘书能够依法行使职权，公司制定了《董事会秘书工作细则》，对董事会秘书的任职资格、职责、任免及工作细则进行了规定。

董事会秘书自任职以来严格按照《公司章程》、《董事会秘书工作细则》有关规定筹备董事会和股东大会会议，认真履行了各项职责，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在公司的运作中起到了积极的作用。

## **(五) 董事会专门委员会的运行情况**

经公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会会议决议通过，公司董事会下设审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会。

### **1、审计委员会的议事规则和运行情况**

审计委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名，公司现董事会审计委员会由李贺、韩梅和廖新华组成，其中李贺和韩梅均为独立董事，李贺为主任委员/召集人。2020 年 11 月 14 日，公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会会议审议通过了《董事会审计委员会会议事规则》。

审计委员会的主要职责权限包括：监督及评估外部审计工作，提议聘请或者更换外部审计机构；监督及评估内部审计工作，负责内部审计与外部审计的协调；审核公司的财务信息及其披露；监督及评估公司的内部控制；负责法律法规、公司章程和董事会授权的其他事项。

### **2、战略委员会的议事规则和运行情况**

战略委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 1 名。公司现董事会战略委员会由熊鲲、程松岩和韩梅组成，其中韩梅为独立董事，熊鲲为主任委员/召集人。2020 年 11 月 14 日，公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会会议审议通过了《董事会战略委员会会议事规则》。

战略委员会的主要职责权限包括：对公司长期发展战略规划、经营目标、发展方针进行研究并提出建议；对公司的经营战略包括但不限于产品战略、市场战略、营销战略、研发战略、人才战略进行研究并提出建议；对公司章程及公司对外投资管理制度等相关规定须经董事会批准的重大投资融资方案进行研究并提出建议；对公司章程规定须经董事会批准的重大投融资方案、重大资本运作、资

产经营项目、公司的年度财务预算方案、决算方案进行研究并提出建议；对公司或任何全资、控股子公司发行证券募集资金投资项目的确立或变更事项进行研究并提出建议；对其他影响公司发展的重大事项进行研究并提出建议；对以上事项的实施进行跟踪检查，对其中所涉及的重大调整进行研究、评估、提出相应建议，并报董事会审定；对公司董事会授权的其他事宜提出建议；相关法律法规、公司章程和本议事规则规定的以及董事会授权的其他职责。

### **3、提名委员会的议事规则和运行情况**

提名委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名。公司现董事会提名委员会由李贺、汤珣和程松岩组成，其中李贺和汤珣为独立董事，李贺为主任委员/召集人。2020 年 11 月 14 日，公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会会议审议通过了《董事会提名委员会议事规则》。

提名委员会的主要职责权限包括：根据公司经营活动情况、资产规模和股权结构对董事会的规模和构成向董事会提出建议；研究董事、总经理及其他高级管理人员的选择标准和程序并向董事会提出建议；遴选合格的董事人选、总经理及其他高级管理人员人选；对董事人选、总经理及其他高级管理人员人选进行审核并提出建议；相关法律法规、公司章程和本议事规则规定的以及董事会授权的其他职责。

### **4、薪酬与考核委员会的议事规则和运行情况**

薪酬与考核委员会由 3 名董事组成，其中独立董事 2 名。公司现董事会薪酬与考核委员会由李贺、汤珣和熊鲲组成，其中李贺和汤珣为独立董事，李贺为主任委员/召集人。2020 年 11 月 14 日，公司第二届董事会第二十一次会议暨 2019 年年度董事会会议审议通过了《董事会薪酬与考核委员会议事规则》。

薪酬与考核委员会的主要职责权限包括：研究董事与总经理、其他高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；研究和审查董事与总经理、其他高级管理人员的薪酬政策与方案；根据董事及高级管理人员管理岗位的主要范围、职责、重要性以及其他相关企业相关岗位的薪酬水平制定薪酬计划或方案。

## **二、发行人特别表决权股份情况**

公司不存在特别表决权股份或类似安排的情况。

### 三、发行人协议控制架构情况

公司不存在协议控制架构的情况。

### 四、发行人内部控制制度情况

#### （一）公司管理层的自我评估意见

本公司及全体董事、监事、高级管理人员认为，本公司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，本公司的内部控制符合完整性、合理性、有效性的要求。

#### （二）注册会计师对发行人内部控制制度的鉴证意见

致同出具了“致同专字（2022）第 110A010635 号”内部控制鉴证报告，结论如下：“数聚智连公司于 2021 年 12 月 31 日在所有重大方面有效地保持了按照《企业内部控制基本规范》建立的与财务报表相关的内部控制”。

#### （三）公司财务内控不规范的情况

报告期内发行人财务内控规范情况说明如下：

1、报告期内，发行人不存在通过供应商等取得银行贷款或为客户提供银行贷款资金走账通道的转贷行为。

2、报告期内，发行人不存在向关联方或供应商开具无真实交易背景的商业票据，通过票据贴现后获取银行融资的行为。

3、与关联方或第三方直接进行资金拆借

除下述情形外，报告期内，发行人不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借的行为：

##### （1）员工借用公司资金

报告期内向发行人借款的员工的姓名、职务、借款原因等情况如下：

员工姓名	时任职务	借款时间	借款金额（万元）	借款原因
原旭	母婴美妆事业部总经理	2019 年 10 月 23 日	50.00	因个人原因用于短期周转
		2019 年 11 月 4 日	150.00	

注：上述借款均为无息借款；2019 年 11 月 12 日至 2019 年 12 月 27 日，原旭已足额偿还上

述借款。

2019年10月21日，数聚智连召开总经理办公会，同意向原旭借出资金200万元；2019年10月23日，数聚智连与原旭签署借款协议，对借款金额、还款日期等进行了明确约定。

上述员工借用公司资金的情形，系发行人报告期内的偶发事件，且已清理完毕；除向原旭提供200万借款外，报告期内，发行人及其子公司不存在任何关联方或第三方借用公司资金的情形。为完善和提高公司治理水平，经公司第二届董事会第二十一次会议暨2019年年度董事会会议决议通过，公司董事会下设审计委员会，监督及评估公司的内部控制；公司第二届董事会第二十五次会议暨2020年年度董事会会议审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司防范控股股东及关联方占用公司资金制度》、《北京数聚智连科技股份有限公司资金管理制度》等与资金管理相关的财务内控制度，对防范控股股东及关联方占用公司资金、规范公司资金的使用和管理作出规定，并明确了不允许员工因私借用资金。

## （2）境外子公司拆入资金

发行人境外子公司数聚国际成立于香港特别行政区，主要开展公司渠道分销和品牌电商运营服务中的线上零售业务，其业务主要涉及京东国际和天猫国际。2020年度以来，发行人部分品牌外币结算需求量增加，数聚国际需资金支持，故临时性向自然人借入款项获取资金支持。2020年5月以来，数聚国际向3名自然人合计借入资金50.00万港元和91.00万美元。数聚国际向自然人拆借情况如下：

时间	借款人	借款日期	还款日期	币种	借款金额	利率
2020年5月	林静	2020/5/6	2020/7/3	港元	500,000.00	6.50%
	邢金辉	2020/5/7	2020/7/3	美元	350,000.00	6.50%
	邢金辉	2020/5/8	2020/7/3	美元	100,000.00	6.50%
2020年9月	邢金辉	2020/9/2	2021/1/27	美元	110,000.00	6.50%
	王锦	2020/9/4	2021/1/25	美元	100,000.00	6.50%
2021年2月	王锦	2021/2/9	2021/4/13	美元	100,000.00	6.50%
	邢金辉	2021/2/9	2021/4/13	美元	150,000.00	6.50%

上述借款中，50.00万港元系关联方借款，借款方为林静（报告期前曾担任发行人董事，已于2018年9月5日离任），借款期限为2020年5月6日至2020

年7月5日，系“618”重大活动期间，对流动资金需求量较大，该笔款项已于2020年7月3日归还。

上述事项系境外子公司由于业务需求临时性向自然人借入款项获取资金支持，公司与借款人均签订了借款协议，并按约定支付利息和还款。截至2021年4月，数聚国际对个人的借款均已全额归还，不存在余额，未对发行人持续经营造成不利影响。除上述情形外，报告期内，发行人不存在与关联方或第三方直接进行资金拆借的行为。根据缪氏律师事务所出具的境外法律意见书，报告期内，数聚国际各项借款或贷款均未违反香港法律法规、数聚国际章程、及任何具有法律约束力的合同或协议。发行人已完善资金管理制度；为缓解数聚国际资金需求，发行人对数聚国际增资1,000万港元，数聚国际已于2021年4月就该增资事项取得北京市商务局颁发的企业境外投资证书；于2021年8月就该增资事项取得北京市发展和改革委员会的项目备案通知书；于2022年4月13日缴付至数聚国际。

#### 4、通过关联方或第三方代收货款的行为，利用个人账户对外收付款项

除下述情形外，报告期内，发行人不存在通过关联方或第三方代收货款、或利用个人账户对外收付款项的行为：

##### (1) 通过王丽娜的个人银行账户对外付款

2019年度，发行人通过监事王丽娜（已于2020年6月23日离任）个人银行账户支付发行人成本费用261.37万元（含转入财务人员周\*\*账户用于代处理员工报销款的2.45万元），资金来源为2018年度代收2名个人分销商货款，主要资金用途为员工团建、节日活动费用、营销推广费、售后维修费、劳务费等。具体情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2021年度	2020年度	2019年度
王丽娜	关联方代付	-	-	261.37

报告期内，上述对外付款仅发生于2019年，金额占2019年度采购总额的0.25%，对发行人财务状况和利润水平影响较小。所涉及的王丽娜个人账户已于2019年12月17日完成注销；发行人已通过结束不当行为、加强内控等方式对上述情况进行了整改；2020年至今，发行人未再发生利用个人账户对外收付款

项的情形；公司第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司资金管理制度》，严禁通过关联方或第三方代收货款，严禁利用个人账户对外收付款项。

(2) 财务人员通过个人银行账户代为处理发行人部分交易事项

2019 年，发行人库存现金管理中，存在 4 名财务人员为操作方便，使用个人卡代为处理发行人部分交易事项，包括代为处理员工备用金、报销款、代收内购款、代付劳务支出及部分其他涉及自然人的结算款项。报告期内，相关个人卡的主要资金来源为部分王丽娜代收货款账户转入、员工偿还的备用金、内购款等；主要资金用途为通过报销、备用金、劳务支出等方式支付公司成本费用。上述个人卡中涉及发行人入账的资金及相关交易，已作为库存现金在公司账务中反映。在使用个人卡期间，周\*\*系时任会计经理，郭\*\*、徐\*\*、李\*\*均为公司出纳。

2019 年，个人卡使用情况如下：

单位：万元

持卡人	报告期内使用个人卡数量及期间	主要资金流入	主要资金流出	银行卡状况
周**	账户数量：1，账号：浦发银行**8190，使用期间：2019 年 1 月至 2019 年 6 月	报告期内个人卡使用期间资金流入共计 30.50 万元，其中 17.74 万元涉及发行人入账的相关交易，主要为王丽娜代收货款账户转入 2.45 万元（用于代处理员工报销款）、偿还备用金、内购及其他收入等。	报告期内个人卡使用期间资金流出共计 122.60 万元。2019 年 1 月-2019 年 3 月向郭**转账 99.14 万元、2019 年 3 月-6 月向徐**转账 18.90 万元、2019 年 6 月-7 月向李**转账 4.56 万元。	2019 年 6 月离职后由其个人使用
郭**	账户数量：1，账号：浦发银行**8459，使用期间：2019 年 1 月-2019 年 3 月	个人卡使用期间内资金流入共计 99.14 万元，主要资金来源为周**账户转入 99.14 万元。	个人卡使用期间内资金流出共计 99.14 万元。其中 79.32 万元涉及发行人入账的相关交易，主要资金用途为代处理劳务支出、备用金等。	2021 年 2 月注销
徐**	账户数量：1，账号：浦发银行**2650，使用期间：2019 年 3 月-6 月	个人卡使用期间资金流入共计 19.67 万元。周**、郭**账户分别转入 18.90 万元、0.78 万元。	个人卡使用期间资金流出共计 19.67 万元。其中 5.83 万元涉及发行人入账的相关交易，主要资金用途为代处理劳务支出、备用金等。	2021 年 3 月离职后由其个人使用
李**	账户数量：1，账号：浦发银行**4245，使用期间：2019 年 6 月-7 月	个人卡使用期间资金流入共计 4.56 万元，系周**账户转入。	个人卡使用期间资金流出共计 4.56 万元，取现归还公司。	2019 年 9 月注销

注 1：上述资金流入、流出金额包含与公司相关的交易、个人往来、利息等，不包括定活互转、续存。

注 2：因存在报告期初余额，报告期内个人卡使用期间周\*\*个人卡资金流入和流出金额存在差异。

报告期内，上述财务人员代为处理发行人部分交易事项仅发生于 2019 年。个人卡中涉及发行人入账的资金及相关交易，已作为库存现金在公司账务中反映，不存在通过该等交易调节利润或利益输送的情形；涉及公司业务的资金流入已全部使用完毕，余额 4.56 万元已归还公司，不存在占用公司资金的情形。发行人已通过结束不当行为、加强内控等方式对上述情况进行了整改，2020 年至今，发行人未再发生利用个人账户对外收付款项的情形；在《资金管理制度》中规范“严禁利用个人账户对外收付款项”；“严禁员工使用个人账户代收其他员工的费用报销款”。

5、报告期内，发行人不存在出借公司账户为他人收付款项的行为。

6、报告期内，发行人不存在违反内部资金管理规定对外支付大额款项、大额现金借支和还款、挪用资金等重大不规范情形。

综上，发行人存在上述不规范情形，已通过结束不当行为、加强内控等方式重点关注并积极整改，整改后发行人内部控制制度健全且被有效执行。

## 五、发行人自报告期初以来违法违规情况

2019 年 1 月 1 日至今，发行人及其子公司受到的行政处罚如下：

1、2019 年 1 月 22 日，北京北联因未按期申报 2017 年 6 月 1 日至 2017 年 6 月 30 日的印花税违反了《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条的规定，被国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所罚款 1,000 元。北京北联已缴纳上述罚款，相关违法行为已整改完毕，该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》规定的情节严重的情形。

2、2019 年 11 月 20 日，因发布违法广告，北京市朝阳区市场监督管理局作出《行政处罚决定书》（京朝市监工罚（2019）第 1692 号），对北京北联罚款 100,000 元。《行政处罚决定书》（京朝市监工罚（2019）第 1692 号）中对北京北联发布违法广告的行为描述如下：“2019 年 7 月 1 日至 2019 年 8 月 29 日期间，北京北联伟业电子商务有限公司在天猫嘉士伯官方旗舰店售卖的 1664 白啤

酒柑橘果味 500 毫升听装和 330 毫升瓶装的法国克伦堡凯旋精酿小麦酒罐装整箱广告中均出现饮酒的动作。该广告为当事人自行设计上传发布的，无广告费。当事人的上述行为违反了《中华人民共和国广告法》第二十三条第（二）项的规定，属于广告主发布出现饮酒动作的酒类广告的违法行为。”

《行政处罚决定书》（京朝市监工罚（2019）第 1692 号）根据 2018 年 10 月实施的《中华人民共和国广告法》第五十八条第一款第（五）项的规定，对北京北联罚款 100,000 元，不属于《中华人民共和国广告法》规定的情节严重的情形。

鉴于此，北京北联上述违法行为不属于重大违法违规行为，不构成本次发行上市的实质性障碍。

3、2020 年 5 月 10 日，因排除消费者解释格式条款的权利，上海市嘉定区市场监督管理局作出《行政处罚决定书》（沪市监嘉处〔2020〕142020000154 号），对蓝色商道罚款人民币 3,000 元。《行政处罚决定书》（沪市监嘉处〔2020〕142020000154 号）中对蓝色商道排除消费者解释格式条款的权利的行为描述如下：“蓝色光标电子商务（上海）有限公司于 2019 年 10 月 16 日在天猫网店‘欧乐 B’店铺中通过自行制作并发布了‘会员规则说明’页面，包括有会员说明、积分说明等内容，在页面底部标注有‘本店对此会员体系拥有最终解释权’字样。当事人排除消费者解释格式条款的权利的行为违反了《合同违法行为监督处理办法》第十一条第（四）项：‘经营者与消费者采用格式条款订立合同的，经营者不得在格式条款中排除消费者下列权利：（四）解释格式条款的权利’的规定。”

《行政处罚决定书》（沪市监嘉处〔2020〕142020000154 号）根据《中华人民共和国行政处罚法》第二十七条第一款第一项：“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”的规定，对蓝色商道作出了从轻的处罚决定。鉴于此，蓝色商道上述违法行为不属于重大违法违规行为，不构成本次发行上市的实质性障碍。

4、2021 年 4 月 28 日，因丢失北京增值税专用发票 1 份，国家税务总局北京市朝阳区税务局第一税务所作出《税务行政处罚决定书（简易）》（京朝一税简罚〔2021〕25729 号），对数聚智连罚款人民币 400 元。数聚智连已于 2021

年5月6日缴纳上述罚款，相关违法行为已整改完毕，该处罚不属于《中华人民共和国发票管理法》第三十六条第二款规定的情节严重的情形。

5、2021年7月19日，因未按期申报所属期2017年2月1日至2017年2月28日的印花税违反了《中华人民共和国税收征收管理法》第六十二条，国家税务总局北京市海淀区税务局第一税务所作出《税务行政处罚决定书（简易）》（京海一税简罚[2021]23405号），对畅益思罚款人民币1,000元。畅益思已于2021年7月19日缴纳上述罚款，相关违法行为已整改完毕，该处罚不属于《中华人民共和国税收征收管理法》规定的情节严重的情形。

6、2021年8月18日，蓝色商道因未能就其在天猫网店发布的宣传内容提供数据来源，且相关数据与实际不符，构成虚假广告，违反了《中华人民共和国广告法》第二十八条第二款第（三）项的规定，上海市徐汇区市场监督管理局作出《行政处罚决定书》（沪市监徐处[2021]042020001738号），因“2020年9月2至11月24日，当事人为了强调其作为‘wet n wild’品牌的官方授权网络销售商，提高网店产品销量的目的，作为广告主在天猫网店‘wet n wild旗舰店’的网站‘正品直售’栏目里，自行编造并发布了‘据不完全统计，线上随意抽取的65个商品里有41个是假货，正品率只有36.9%；某知名品牌有38个线上卖家，但只有6家是正品，售假竟占了84.2%’的广告宣传内容，蓝色商道无法提供上述宣传内容中数据的来源，且相关数据与实际不符，作引人误解的宣传，构成虚假广告”根据《中华人民共和国广告法》第五十五条第一款的规定，责令蓝色商道停止发布违法广告，并处罚款20万元。蓝色商道已于2021年8月24日缴纳上述罚款，相关违法行为已整改完毕。

根据《中华人民共和国广告法》第五十五条第一款的规定，本罚款为处罚额度中“广告费用无法计算或明显偏低”中的最低罚款金额且不属于严重情节。该处罚不属于《中华人民共和国广告法》规定的情节严重的情形。鉴于此，蓝色商道上述违法行为不属于重大违法违规行为，不构成本次发行上市的实质性阻碍。

7、2022年6月15日，北京北联因在天猫“雅培官方旗舰店”发布有“母乳专研院”“延续母爱黄金奶液”“婴儿配方奶粉0-6月龄1段”类内容的广告用语，涉嫌在大众传播媒介或者公共场所发布声称全部或者部分替代母乳的婴儿乳制品、饮料和其他食品广告。违反了《中华人民共和国广告法》第二十条，依

据《中华人民共和国广告法》第五十七条第一款第（三）项，责令北京北联改正违法行为，并处罚款 20 万元。北京北联已缴纳上述罚款，相关违法行为已整改完毕。

根据《中华人民共和国广告法》第五十五条第一款的规定，本罚款为处罚额度中“广告费用无法计算或明显偏低”中的最低罚款金额且不属于严重情节。该处罚不属于《中华人民共和国广告法》规定的情节严重的情形。鉴于此，北京北联上述违法行为不属于重大违法违规行为，不构成本次发行上市的实质性阻碍。

除上述行政处罚外，2019 年 1 月 1 日至今，发行人及其子公司不涉及其他行政处罚，并已取得报告期内主管部门出具的合规证明。

## **六、发行人资金占用和对外担保情况**

发行人目前已建立了严格的资金管理相关制度。报告期内，发行人的控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业不存在以借款、代偿债务、代垫款或者其他方式占用本公司资金或资产的情况，发行人亦不存在为本公司的控股股东、实际控制人及其所控制的其他企业提供担保的情况。

## **七、发行人资金管理、对外投资、对外担保管理制度情况**

### **（一）资金管理制度**

为完善和提高公司治理水平，公司第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司资金管理制度》、《北京数聚智连科技股份有限公司防范控股股东及关联方占用公司资金制度》，公司 2020 年年度股东大会审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司募集资金管理办法》，对防范控股股东及关联方占用公司资金、规范公司资金的使用和管理作出规定，就募集资金的专项储存、使用作出了制度安排。

### **（二）对外投资管理制度**

公司 2019 年年度股东大会审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司对外投资管理制度》，就公司为获取未来收益而将一定数量的货币资金、股权、以及经评估后的实物或无形资产作价出资，对外进行各种形式的投资活动作出了制度安排。公司股东大会、董事会为公司对外投资的决策机构，各自在其权限范围

内，对公司对外投资作出决策。公司董事会战略委员会主要负责对重大对外投资决策进行研究并提出建议，战略委员会可根据需要成立投资评审小组，负责战略委员会研究的前期准备工作。公司总经理为对外投资实施的主要负责人，负责对外投资项目实施的人、财、物进行计划、组织、监控，并应及时向董事会汇报投资进展情况，以利于董事会及股东大会及时对投资作出决策，并指定公司具体部门负责对外投资的主要执行、日常财务管理、监督审计、定期报告等事宜，总经理应对项目计划或分析报告进行审核评估，决定组织实施或报董事会或股东大会批准实施。公司董事会秘书负责组织董事会、股东大会审议对外投资项目，并进行相应的信息披露、备案管理工作。财务部和战略部分别负责对短期投资项目和长期投资项目进行信息收集、整理，组织对拟投资项目进行投资调研和初步评估，组织具体承担单位编制可行性研究报告及有关合作意向书，经决策机构审批通过后组织制定实施方案。公司法务部负责对外投资项目的重要相关合同、协议等法律文件的起草和审核工作。公司财务部负责审核投资概预算、筹措投资资金、进行会计核算和财务管理，检查、监督预决算执行情况，配合总经理完成项目投资效益评价。公司其他职能部门或公司指定的专门工作机构按照其职能参与、协助和支持公司的对外投资工作。

### **（三）对外担保管理制度**

公司 2019 年年度股东大会审议通过了《北京数聚智连科技股份有限公司对外担保管理制度》，对公司及公司所属全资子公司、控股子公司的对外担保行为作出了制度安排。股东大会和董事会是对外担保的决策机构，公司对外担保必须按制度规定程序经董事会或股东大会审议。未经公司股东大会或董事会的批准，公司不得对外提供担保。根据《公司章程》、《北京数聚智连科技股份有限公司股东大会议事规则》等规定应由股东大会审批的对外担保，必须经董事会审议通过后，方可提交股东大会审批。公司在一年内对外担保金额超过公司最近一期经审计总资产的 30% 的，应当由股东大会以特别决议通过。应由董事会审批的对外担保，除应当经全体董事的过半数通过外，还应当经出席董事会会议的三分之二以上董事审议同意。公司日常负责对外担保事项的职能部门为财务部。公司股东大会或董事会作出担保决议后，由财务部审查有关主债权合同、担保合同和反担保合同等法律文件，由公司与主债权人签订书面担保合同，与反担保提供方签订

书面反担保合同。

#### **（四）自报告期初以来公司资金管理、对外投资、担保事项相关制度的执行情况**

报告期内，公司制定了《北京数聚智连科技股份有限公司防范控股股东及关联方占用公司资金制度》、《北京数聚智连科技股份有限公司资金管理制度》、《北京数聚智连科技股份有限公司募集资金管理办法》、《北京数聚智连科技股份有限公司对外投资管理制度》及《北京数聚智连科技股份有限公司对外担保管理制度》，公司按照该规定管理相关事项，执行情况良好。

### **八、公司独立经营情况**

截至本招股说明书签署之日，发行人资产完整、人员独立、财务独立、机构独立、业务独立，具备完整的业务体系和面向市场独立经营的能力。

#### **（一）资产完整**

发行人独立具备与经营相关的完整业务体系，并合法、独立、完整地拥有各类日常经营所需机器设备、无形资产等主要资产的所有权或使用权，不存在任何资产被控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业控制或占用的情况。

#### **（二）人员独立**

发行人的董事、监事和高级管理人员均严格按照《公司法》和《公司章程》规定的程序产生。发行人的总经理、副总经理、财务总监和董事会秘书等高级管理人员未在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务，未在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业领薪，发行人的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业中兼职。

#### **（三）财务独立**

发行人已建立独立的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。发行人独立开设银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情况。发行人作为独立

纳税人，依法独立纳税。

#### **（四）机构独立**

发行人设有股东大会、董事会、监事会等决策、执行、监督机构，各机构均独立于公司控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业，并依照《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》等规定规范运行，发行人已建立健全内部经营管理机构、独立行使经营管理职权。

发行人生产经营、办公场所与各股东及其关联方分开，与控股股东和实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业间不存在机构混同的情形。

#### **（五）业务独立**

发行人拥有从事业务所需的独立的经营场所及资产；公司已建立完整的业务流程，具有完全独立的业务运作体系，拥有完整的与生产经营有关的研发、采购、销售和服务体系，具有直接面向市场独立经营的能力；公司与控股股东、实际控制人及其控制的除发行人子公司外的其他企业之间不存在同业竞争以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易。

#### **（六）发行人主营业务、控制权、管理团队稳定**

报告期内发行人始终专注于以品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销业务为核心的相关业务，最近两年内没有发生重大不利变化。发行人的实际控制人最近两年内一直为熊鲲，没有发生重大变化，其直接和间接持有的发行人股份不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。同时，包括董事及高级管理人员在内的发行人管理团队和核心技术人员，最近两年内均没有发生重大不利变化。

#### **（七）主要资产、核心技术等权属情况**

发行人注册资本已足额缴纳。发行人合法拥有与业务经营所必需的机器设备、专利、软件著作权及其它经营设备的所有权或使用权。截至本招股说明书签署之日，发行人的主要资产、核心技术、商标均不存在重大权属纠纷。

截至本招股说明书签署之日，发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境不存在重大不利变化，发行人亦不存在重大偿债风险，不存在影响其持续经营

能力的担保、诉讼以及仲裁等或有事项。

## 九、同业竞争

### （一）发行人是否存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情况

截至本招股说明书签署之日，发行人的控股股东为熊鲲，实际控制人为熊鲲，报告期内未发生过变化，本公司不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业从事相同或相似业务的情形，本公司与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在同业竞争。

### （二）避免同业竞争承诺

#### 1、控股股东、实际控制人的承诺

发行人的控股股东、实际控制人熊鲲出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容为：

“1、截至本承诺函出具之日，本人及本人的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与发行人或其下属企业存在同业竞争或潜在同业竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事相关业务。

2、本人及本人的下属企业承诺将不会：（1）单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与发行人或其下属企业目前及今后进行的主营业务构成同业竞争或潜在同业竞争的业务或活动（以下简称“竞争业务”）；（2）不会直接或间接控股、收购从事竞争业务的企业（以下简称“竞争企业”），或以其他方式拥有竞争企业的控制性股份、股权；（3）不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

3、自本承诺函出具之日起，若本人或本人的下属企业有任何商业机会可参与或入股任何可能与发行人或其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，本人将于其受拘束的相关法律法规许可的范围内，立即通知发行人，以适当方式将该等商业机会优先提供予发行人及下属企业，由发行人及下属企业在相同条件下优先收购有关业务所涉及的资产或股权，以避免与发行人或其下属企

业产生同业竞争。

4、“下属企业”就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有 50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。

5、本承诺函自出具之日起生效，直至发生下列情形之一时终止：（1）本人不再是发行人的控股股东及实际控制人；（2）发行人的股票终止在任何证券交易所上市（但发行人的股票因任何原因暂停买卖除外）；（3）法律法规对某项承诺的内容无要求时，相应部分自行终止。

6、本人如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。”

## **2、华新蓝创的承诺**

发行人控股股东熊鲲控制的企业华新蓝创出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，主要内容为：

“1、截至本承诺函出具之日，本企业及本企业的下属企业并未在中国境内或境外以任何方式直接或间接从事与发行人或其下属企业存在同业竞争或潜在同业竞争的业务，包括但不限于未单独或连同、代表任何人士、商号或公司（企业、单位），发展、经营或协助经营、参与、从事相关业务。

2、本企业及本企业的下属企业承诺将不会：（1）单独或与第三方，以任何形式直接或间接从事与发行人或其下属企业目前及今后进行的主营业务构成同业竞争或潜在同业竞争的业务或活动（以下简称“竞争业务”）；（2）不会直接或间接控股、收购从事竞争业务的企业（以下简称“竞争企业”），或以其他方式拥有竞争企业的控制性股份、股权；（3）不会以任何方式为竞争企业提供业务上、财务上等其他方面的帮助。

3、自本承诺函出具之日起，若本企业或本企业的下属企业有任何商业机会可参与或入股任何可能与发行人或其下属企业经营的业务构成竞争或可能构成竞争的业务，本企业将于其受拘束的相关法律法规许可的范围内，立即通知发行

人，以适当方式将该等商业机会优先提供予发行人及下属企业，由发行人及下属企业在相同条件下优先收购有关业务所涉及的资产或股权，以避免与发行人或其下属企业产生同业竞争。

4、“下属企业”就本承诺函的任何一方而言，指由其（1）持有或控制 50%或以上已发行的股本或享有 50%或以上的投票权（如适用），或（2）有权享有 50%或以上的税后利润，或（3）有权控制董事会之组成或以其他形式控制的任何其他企业或实体（无论是否具有法人资格），以及该其他企业或实体的下属企业。

5、本承诺函自出具之日起生效，直至发生下列情形之一时终止：（1）本企业不再受发行人的控股股东、实际控制人控制；（2）发行人的股票终止在任何证券交易所上市（但发行人的股票因任何原因暂停买卖除外）；（3）法律法规对某项承诺的内容无要求时，相应部分自行终止。

6、本企业如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。”

## 十、发行人关联交易情况

### （一）关联方和关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号——关联方披露》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规及规范性文件，截至本招股说明书签署之日，公司的关联方及关联关系如下：

#### 1、控股股东及实际控制人

期间	控股股东	实际控制人
2017 年 11 月至 2020 年 7 月	华新蓝创	熊鲲
2020 年 7 月至今	熊鲲	熊鲲

#### 2、控股股东及实际控制人直接或间接控制的其他企业

除发行人及其子公司、华新蓝创外，发行人控股股东、实际控制人熊鲲未控制其他企业。

### 3、发行人的子公司、合营公司及联营企业

发行人的子公司的详细信息见本招股说明书第五节之“四、发行人控股子公司、参股公司情况”。报告期末，发行人不存在合营或联营企业。

### 4、持有发行人 5%以上股份的法人或其他组织

序号	关联方姓名	与本公司的关联关系
1	华新蓝创	持有本公司 11.04% 股份，本公司控股股东、实际控制人熊鲲担任执行事务合伙人，为熊鲲控制的企业
2	险峰旗云	与深圳险峰、大得宏强为一致行动人，合计持有本公司 11.52% 股份
3	深圳险峰	与险峰旗云、大得宏强为一致行动人，合计持有本公司 11.52% 股份
4	大得宏强	与险峰旗云、深圳险峰为一致行动人，合计持有本公司 11.52% 股份

### 5、直接或间接持有发行人 5%以上股份的自然人股东及其关系密切的家庭成员

直接或间接持有发行人 5% 以上股份的自然人股东的关系密切的家庭成员包括前述人员的配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

### 6、公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员

公司董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员包括前述人员的配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

### 7、直接或间接持有 5%以上股份的自然人股东、公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员及其关系密切的家庭成员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业

直接或间接持有 5% 以上股份的自然人股东、公司董事、监事、高级管理人员直接或间接控制的，或担任董事、高级管理人员的其他企业详见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况及所兼职单位与发行人的关联关系”及“（七）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的对外投资情况”相关内容。

直接或间接持有 5% 以上股份的自然人股东、公司董事、监事、高级管理人

员及其他核心人员关系密切的家庭成员主要任职或直接对外投资的企业如下：

序号	关联方姓名	与本公司的关联关系
1	北京零下科技有限公司	董事廖新华配偶之姐妹田玉立担任执行董事、经理
2	中宏泰亿（北京）金融服务外包有限公司	董事廖新华配偶之姐妹田玉立担任执行董事、经理
3	上海申龙可信数字科技股份有限公司	董事李惠静之姐夫林春雨担任董事
4	天津深度科技合伙企业（有限合伙）	董事李惠静之姐夫林春雨担任执行事务合伙人
5	北京玉树兰亭文化有限公司	董事李惠静之姐姐李惠容持股 100%，担任经理、执行董事
6	上海端莎商务咨询事务所	独立董事李贺之配偶龚静的个人独资企业
7	北京中经格隆投资顾问有限公司	独立董事李贺之配偶龚静担任经理
8	宁波众辰格隆企业管理合伙企业（有限合伙）	独立董事李贺之配偶龚静投资的企业

## 8、报告期内曾存在的关联方

2019 年 1 月至今，曾经与发行人存在关联关系的主要关联方如下：

序号	关联方姓名	与本公司的关联关系
1	北京一凌宸飞科技有限公司	董事熊鲲曾担任董事，已于 2020 年 10 月 20 日离任
2	杭州德道品牌策划有限公司	董事程松岩持股 93.33%，已于 2019 年 9 月 4 日注销
3	北京博看文思信息技术有限公司	董事程松岩曾担任董事长，已于 2018 年 6 月 28 日离任，已于 2021 年 4 月 20 日注销
4	上海欣风翼市场营销顾问有限公司	董事程松岩曾担任执行董事、经理，已于 2018 年 10 月 10 日离任
5	北京深度时代科技有限公司	董事李惠静之姐夫林春雨担任董事长，已于 2020 年 4 月 28 日注销
6	北京颐尚悦宠宠物用品有限公司	独立董事汤珣曾持股 100%且担任董事长，已于 2021 年 5 月 17 日离任并退出持股
7	北京嘉和一品餐饮管理有限公司	独立董事汤珣曾担任董事，已于 2021 年 12 月离任
8	南京新展生物科技有限公司	独立董事汤珣曾担任董事，已于 2021 年 12 月注销
9	熊剑	报告期内曾担任发行人董事，已于 2020 年 8 月 5 日离任
10	上海励唐会展策划服务有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事
11	彪洋科技（北京）有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事
12	微岚星空（北京）信息技术有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事
13	上海竞道广告有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事
14	上海亿动信息技术有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事
15	蓝色光标无限互联（北京）投资管理有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事、经理

序号	关联方姓名	与本公司的关联关系
16	蓝色光标（上海）投资管理有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事
17	多盟智胜网络技术（北京）有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事，已于 2018 年 9 月 27 日离任
18	深圳蓝色光标互动营销有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事，已于 2020 年 8 月 5 日离任
19	先知数据科技（深圳）有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任执行董事、总经理，已于 2020 年 3 月 12 日离任
20	北京捷报数据技术有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事长，已于 2018 年 12 月 4 日离任
21	蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事，已于 2018 年 10 月 26 日离任
22	天津迈片互联科技有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任董事，已于 2018 年 9 月 29 日离任
23	蓝色光标（天津）市场营销有限公司	报告期内曾担任发行人董事的熊剑担任经理，已于 2018 年 11 月 11 日离任
24	杨向东	报告期内曾担任发行人监事，已于 2020 年 8 月 16 日离任
25	北京融翰投资管理有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事长，已于 2019 年 12 月 23 日注销
26	广东天鉴检测技术服务股份有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事
27	广东粤港澳展览服务有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事
28	北京鼎烽融和投资管理有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事
29	深圳市空艺鑫根并购基金有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事，已于 2019 年 11 月 29 日注销
30	上海翰佳商务咨询事务所	报告期内曾担任发行人监事的杨向东曾控制的个人独资企业，已于 2020 年 11 月 24 日转出
31	北京曼哈顿商业设施管理有限公司	报告期内曾担任发行人监事的杨向东担任董事
32	林静	报告期前曾担任发行人董事，已于 2018 年 9 月 5 日离任
33	李雪	报告期前曾担任发行人监事，已于 2018 年 2 月 27 日离任
34	王丽娜	报告期内曾担任发行人监事，已于 2020 年 6 月 23 日离任
35	孙浩然	报告期内曾担任发行人监事，已于 2021 年 2 月 24 日离任
36	上海圻墟电子贸易商行	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然的个人独资企业
37	拉萨经济技术开发区随缘创业投资中心（有限合伙）	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任执行事务合伙人
38	中视网维信息技术（北京）有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任执行董事、经理
39	北京欢悦时代文化传媒有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
40	北京京北金融信息服务有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
41	深圳市葡萄信息技术有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事，已于 2020 年 5 月 19 日注销

序号	关联方姓名	与本公司的关联关系
42	一分地农业科技发展（北京）有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
43	天使聚场（北京）科技有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
44	北京微星优财网络科技有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
45	北京一零零三文化科技有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
46	北京未来图灵科技有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
47	北京考拉昆仑投资管理有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任副总裁
48	繁星未来文化传播（北京）有限公司	报告期内曾担任发行人监事的孙浩然担任董事
49	高慧斌	报告期前曾担任发行人财务总监，已于 2018 年 6 月 20 日离任
50	赵立	报告期内曾担任发行人董事，已于 2020 年 2 月 27 日离任；报告期内曾担任发行人财务总监，已于 2020 年 1 月离任
51	上海橙鸣文化创意中心	发行人监事杨磊曾控制的主体，已经于 2022 年 2 月注销
52	蓝色光标	首次申报前过去 12 个月内曾为发行人持股 5% 以上股东，2017 年 11 月前曾为发行人控股股东
53	考拉昆略	首次申报前过去 12 个月内曾为发行人持股 5% 以上股东
54	吴哲飞	首次申报前过去 12 个月内曾为发行人持股 5% 以上股东
55	丁晓东	首次申报前过去 12 个月内曾为发行人持股 5% 以上股东
56	蓝合汽车销售（上海）有限公司	报告期内发行人的全资子公司，已于 2020 年 10 月 26 日注销
57	蓝色松莉美容科技（天津）有限公司	报告期内发行人的合营企业，已于 2022 年 4 月注销
58	北京贝塔科技股份有限公司	发行人董事王世雨曾担任董事，已于 2021 年 11 月离任
59	广州洋葱时尚集团有限公司	发行人董事王世雨曾担任董事，已于 2021 年 10 月离任
60	西藏险峰长晴创业投资管理有限公司	发行人董事王世雨曾担任高级管理人员，已经离任
61	光之树（天津）科技有限公司	发行人董事王世雨曾担任董事，已于 2022 年 3 月离任
62	广东香蜜闺秀科技有限公司	发行人董事王世雨曾担任董事，已于 2022 年 4 月注销
63	发行人报告期内已离任的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员及其关联企业	发行人报告期内已离任的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员；发行人报告期内已离任的董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的企业

## 9、根据谨慎性原则认定的关联方

2017 年 11 月前蓝色光标曾为发行人控股股东，赵文权为蓝色光标实际控制人。蓝色光标 2017 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间的子公司、赵文权 2017

年1月1日至2018年12月31日直接或间接控制或担任董事、高级管理人员的企业（蓝色光标及其子公司除外）、蓝色光标2017年1月1日至2018年12月31日的董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员，为发行人2018年度关联方；根据谨慎性原则，亦将其视为发行人报告期内的关联方。

除上述外，报告期内，发行人与天津思恩客科技有限公司、天津启杰科技有限公司、霍尔果斯大颜色信息科技有限公司及其子公司北京大颜色信息科技有限公司存在交易。天津思恩客科技有限公司、天津启杰科技有限公司系蓝色光标全资子公司北京思恩客科技有限公司于2019年12月30日、2020年12月24日分别成立的子公司；截至报告期末，蓝色光标全资子公司蓝色光标（上海）投资管理有限公司持有霍尔果斯大颜色信息科技有限公司14.43%的股权，发行人股东蓝图天兴持有霍尔果斯大颜色信息科技有限公司7.67%的股权，发行人参股子公司天津蓝鹰持有霍尔果斯大颜色信息科技有限公司7.00%的股权。根据谨慎性原则，将天津思恩客科技有限公司、天津启杰科技有限公司、霍尔果斯大颜色信息科技有限公司及其子公司北京大颜色信息科技有限公司视为发行人的关联方。

## （二）关联交易

### 1、报告期内所发生的关联交易的简要汇总表

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
<b>经常性关联交易</b>			
接受服务	1,827.48	1,263.80	1,104.54
提供服务	-	44.82	94.48
关键管理人员薪酬	763.05	464.12	383.30
<b>偶发性关联交易</b>			
销售商品	0.33	16.72	9.31
关联担保	详见本小节“3、偶发性关联交易情况”		
关联方资金拆借	详见本小节“3、偶发性关联交易情况”		
关联方代付	-	-	261.37

### 2、经常性关联交易情况

报告期内，公司经常性关联交易主要为接受服务、提供服务以及报告期内向关键管理人员支付薪酬。

## (1) 接受服务

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
天津思恩客科技有限公司	接受服务	969.20	434.01	-
天津启杰科技有限公司	接受服务	438.04	-	-
天津蓝标博众文化传媒有限公司	接受服务	73.92	419.40	66.77
上海竞道广告传媒有限公司	接受服务	99.19	161.66	-
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	接受服务	68.11	-	-
蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	接受服务	-	79.02	732.37
北京大颜色信息科技有限公司	接受服务	23.83	64.33	21.58
北京蓝色光标数据科技股份有限公司	接受服务	36.32	37.94	92.08
天津合创视际广告有限公司	接受服务	-	28.30	-
霍尔果斯大颜色信息科技有限公司	接受服务	-	24.11	53.41
北京思恩客科技有限公司	接受服务	92.23	11.23	-
尊岸广告（上海）有限公司	接受服务	16.41	-	-
银河众星（海南）电子商务有限公司	接受服务	10.24	-	-
多盟睿达科技（中国）有限公司	接受服务	-	2.55	104.83
西藏山南东方博杰广告有限公司	接受服务	-	1.25	1.15
北京捷报数据技术有限公司	接受服务	-	-	21.11
天津迈片互联科技有限公司	接受服务	-	-	6.60
北京智扬唯美科技咨询有限公司	接受服务	-	-	4.62
<b>合计</b>		<b>1,827.48</b>	<b>1,263.80</b>	<b>1,104.54</b>
<b>当年采购金额</b>		<b>166,436.73</b>	<b>145,321.83</b>	<b>105,056.08</b>
<b>占比</b>		<b>1.10%</b>	<b>0.87%</b>	<b>1.05%</b>

根据蓝色光标公告，蓝色光标主营业务包含全案推广服务、全案广告代理等，发行人接受蓝色光标（包含合并报表范围内全部主体）服务主要为广告发布，系蓝色光标主营业务内容。上述关联交易基于真实的业务需求开展，与市场定价模式一致，占当年采购金额比例较低，对公司的业务及经营成果无重大影响。

## (2) 提供服务

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
北京大颜色信息科技有限公司	提供服务	-	12.48	-
天津蓝标博众文化传媒有限公司	提供服务	-	12.10	-
上海竞道广告传媒有限公司	提供服务	-	10.81	-
上海精准阳光文化传播有限公司	提供服务	-	9.43	-
西藏山南东方博杰广告有限公司	提供服务	-	-	35.71
上海蓝色光标品牌顾问有限公司	提供服务	-	-	23.59
蓝色光标（天津）移动互联科技有限公司	提供服务	-	-	16.51
北京智扬唯美科技咨询有限公司	提供服务	-	-	9.43
霍尔果斯大颜色信息科技有限公司	提供服务	-	-	7.70
北京思恩客科技有限公司	提供服务	-	-	1.51
霍尔果斯博众文化传媒有限公司	提供服务	-	-	0.02
<b>合计</b>		<b>-</b>	<b>44.82</b>	<b>94.48</b>
<b>当年营业收入</b>		<b>177,071.41</b>	<b>147,329.66</b>	<b>107,994.68</b>
<b>占比</b>		<b>-</b>	<b>0.03%</b>	<b>0.09%</b>

发行人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，发行人向蓝色光标（包含合并报表范围内全部主体）提供服务主要为在电商平台开展的品效营销服务，系发行人主营业务内容。上述关联交易基于真实的业务需求开展，与市场定价模式一致，占当年营业收入金额比例较低，且呈下降趋势，2021年无关联方销售，对公司的业务及经营成果无重大影响。

## (3) 向关键管理人员支付薪酬

报告期各期，公司向关键管理人员支付的薪酬分别为 383.30 万元、464.12 万元及 763.05 万元，具体薪酬情况参见本招股说明书之“第五节发行人基本情况”之“七、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的情况”之“（九）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬情况”的相关内容。

## 3、偶发性关联交易情况

### (1) 销售商品

单位：万元

关联方名称	关联交易内容	2021 年度	2020 年度	2019 年度
万朝阳及其关系密切的家庭成员	销售商品	-	13.65	7.58
程松岩及其关系密切的家庭成员	销售商品	0.18	1.66	1.43
代博森及其关系密切的家庭成员	销售商品	0.07	0.02	0.29
熊鲲	销售商品	-	0.16	-
廖新华	销售商品	0.14	1.23	0.01
<b>合计</b>		<b>0.33</b>	<b>16.72</b>	<b>9.31</b>
<b>当年营业收入</b>		<b>177,071.41</b>	<b>147,329.66</b>	<b>107,994.68</b>
<b>占比</b>		<b>0.00%</b>	<b>0.01%</b>	<b>0.01%</b>

报告期内，公司上述董事、监事及高级管理人员或及其关系密切的家庭成员曾购买公司对外销售的商品，该等购买属其个人消费行为；此外，万朝阳配偶开设网店，曾购买公司对外销售的商品，该等购买属个人采购行为。上述购买参考同期同类交易确定价格确定，均已完成结算，购买金额较小，占当年营业收入金额比例较低，对公司的业务及经营成果无重大影响。

## (2) 关联方担保

报告期内，公司的关联担保情况如下：

### ①短期借款担保

被担保方	担保方	担保方式	担保借款金额（万元）	担保起始日	担保义务终止日	截至2021年12月31日担保是否已经履行完毕
数聚智连	蓝色光标	保证	500.00	2017/8/31	2020/1/30	是
数聚智连	蓝色光标	保证	1,000.00	2017/9/13	2020/1/30	是
数聚智连	蓝色光标	保证	8,500.00	2017/9/19	2020/8/27	是
西藏北联	熊鲲、赵姝、数聚智连	保证	400.00	2019/4/11	2022/3/10	否
西藏北联	熊鲲、赵姝、数聚智连	保证	100.00	2019/6/28	2022/3/10	否
西藏北联	熊鲲、赵姝、数聚智连	保证	500.00	2020/3/1	2023/2/28	否
数聚国际	熊鲲	保证	3,000.00(万港元)	2021/11/15	-	否

注 1：赵姝系熊鲲之配偶。

注 2：上表数聚国际相关担保系为 DBS Bank(hong kong) Limited 3,000.00 万港元授信额度的担保，截至 2021 年 12 月 31 日，数聚国际该授信未偿还的金额为 0。

②短期借款反担保

被担保方	担保方	反担保方	反担保方式	反担保额度(万元)	反担保起始日	反担保终止日	截至 2021 年 12 月 31 日反担保是否已经履行完毕
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲、赵姝	保证	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日起后两年	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	保证	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日起后两年	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲、赵姝	房产抵押	10,000.00	2018/8/31	2019/8/31	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	房产抵押	10,000.00	2018/8/31	2019/8/31	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	万朝阳	房产抵押	10,000.00	2018/8/31	2019/8/31	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	保证	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日起后两年	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	保证	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日起后两年	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	应收账款质押	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	应收账款质押	10,000.00	2018/8/31	本公司偿还担保债务之日	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	华新蓝创	股权质押	10,000.00	2018/9/7	2019/9/22	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲、赵姝	保证	11,000.00	2019/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	保证	11,000.00	2019/9/20	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	保证	11,000.00	2019/9/20	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	保证	11,000.00	2019/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否

被担保方	担保方	反担保方	反担保方式	反担保额度(万元)	反担保起始日	反担保终止日	截至 2021 年 12 月 31 日反担保是否已经履行完毕
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲	房产抵押	11,000.00	2019/9/23	2021/9/23	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	房产抵押	11,000.00	2019/9/20	2021/9/20	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	万朝阳	房产抵押	11,000.00	2019/9/23	2021/9/23	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	应收账款质押	11,000.00	2019/9/20	本公司偿还担保债务之日	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	应收账款质押	11,000.00	2019/9/23	本公司偿还担保债务之日	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	华新蓝创	股权质押	11,000.00	2019/9/23	2020/8/19	是
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲、赵姝	保证	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	保证	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	廖新华、张婷婷	保证	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	保证	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	保证	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日起后两年	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	熊鲲	房产抵押	11,000.00	2020/9/23	2022/9/23	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	程松岩、李雪松	房产抵押	11,000.00	2020/9/23	2022/9/23	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	张婷婷	房产抵押	11,000.00	2020/9/23	2022/9/23	否
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	北京北联	应收账款质押	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日	是

被担保方	担保方	反担保方	反担保方式	反担保额度(万元)	反担保起始日	反担保终止日	截至2021年12月31日反担保是否已经履行完毕
数聚智连	北京海淀科技企业融资担保有限公司	蓝色商道	应收账款质押	11,000.00	2020/9/23	本公司偿还担保债务之日	是

注：赵姝系熊鲲之配偶；李雪松系程松岩之配偶，张婷婷系廖新华之配偶。

### (3) 关联方资金拆借

报告期内，公司的关联方资金拆借情况如下：

关联方	拆借金额(港币)	起始日	到期日
拆入：			
林静	500,000.00	2020/5/6	2020/7/5

发行人境外子公司数聚国际成立于香港特别行政区，由发行人100%持股，主要开展公司渠道分销和品牌电商运营服务中的线上零售业务，其业务主要涉及京东国际和天猫国际。报告期内，公司存在向林静(报告期前曾担任发行人董事，已于2018年9月5日离任)的资金拆入事项，主要系2020年度数聚国际业务规模迅速扩大，且适逢“618”重大活动，对外币需求量较大，故由林静提供临时性资金支持，该笔款项已于2020年7月3日归还。

### (4) 关联方代付款项

报告期内，公司由关联方代付的相关款项具体情况如下：

单位：万元

关联方	交易内容	2021年度	2020年度	2019年度
王丽娜	关联方代付	-	-	261.37

公司与王丽娜的关联方代付具体请见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“四、发行人内部控制制度情况”之“(三)公司财务内控不规范的情况”。

上述偶发性交易产生的利润及对发行人当期经营成果较小，交易对公司主营业务的影响较小。

### (三) 关联方应收应付款项

#### 1、报告期各期末，公司与关联方应收款项如下：

单位：万元

关联方名称	项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
天津思恩客科技有限公司	应收账款	5.51	-	-
天津启杰科技有限公司	应收账款	1.22		
尊岸广告（上海）有限公司	应收账款	1.11	-	-
上海竞道广告传媒有限公司	应收账款	-	11.46	-
西藏山南东方博杰广告有限公司	应收账款	-	-	37.86
北京蓝色光标公关顾问有限公司	应收账款	-	-	101.09
天津蓝标博众文化传媒有限公司	预付款项	-	3.96	-
天津思恩客科技有限公司	其他应收款	-	18.94	-
蓝色松莉美容科技（天津）有限公司	其他应收款	0.84	2.24	1.49
万朝阳	其他应收款	-	-	0.32
廖新华	其他应收款	-	-	10.00
李雪松	其他应收款	-	-	10.00

上述自然人均为公司员工，相关其他应收款为待偿还的备用金。

#### 2、报告期各期末，公司与关联方应付款项如下：

单位：万元

关联方名称	项目	2021年12 月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
天津思恩客科技有限公司	应付账款	-	292.12	-
上海竞道广告传媒有限公司	应付账款	-	26.28	-
霍尔果斯大颜色信息科技有限公司	应付账款	10.45	20.41	24.30
韩梅	应付账款	2.34	-	-
李贺	应付账款	2.32	-	-
汤珣	应付账款	4.49	-	-
北京大颜色信息科技有限公司	应付账款	-	6.16	13.12
北京蓝色光标数据科技股份有限公司	应付账款	-	-	33.96
北京智扬唯美科技咨询有限公司	应付账款	-	-	4.62
天津蓝标博众文化传媒有限公司	应付账款	-	-	3.77
多盟睿达科技（中国）有限公司	应付账款	-	-	2.55
北京蓝色光标数据科技股份有限公司	预收款项	20.00	-	-

上述自然人的其他应付款为待支付的独立董事津贴。

#### **（四）关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响**

综上所述，报告期内公司发生的经常性关联交易主要为提供服务、接受服务，相关销售、采购定价公允、占当期营业收入、采购金额的比例较低，且呈现下降趋势，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。其他经常性关联交易及偶发性关联交易基于客观条件发生，定价公允，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

#### **（五）关联交易履行程序的情况**

公司现行《公司章程》对于关联交易的决策程序做出约定，确保关联交易公平、公正、公允，同时积极采取有效措施减少关联交易。

公司第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议和第三届董事会第三次会议、2020 年年度股东大会和 2021 年年度股东大会，审议通过《关于对公司报告期内关联交易予以确认的议案》和《关于对公司 2021 年度关联交易予以确认的议案》，对公司报告期内发生的关联交易进行了确认，关联董事、关联股东进行了回避表决。

#### **（六）独立董事对关联交易的意见**

针对发行人报告期内（2019 年度、2020 年度、2021 年度）发生的关联交易，发行人三名独立董事发表了如下独立意见：公司（含合并报表范围内的下属企业）与关联方发生的关联交易是公司按照公平、公正原则开展的，不存在损害公司和全体股东的利益的情形。公司在不断致力于减少关联交易的同时，与关联方的关联交易将继续遵循公平、合理的原则，双方的交易行为均通过合同等方式予以约定。报告期内公司与关联方发生的关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形，未损害公司和非关联股东的利益。报告期内公司发生的关联交易不影响公司独立性，不构成利益冲突或利益输送。关联交易对公司的财务状况、经营成果不产生任何不利影响，公司的主要业务也不会因此类交易而对关联方形成依赖。

## **(七) 减少和进一步规范关联交易的措施**

### **1、自股份公司设立以来，公司采取了以下措施规范和减少关联交易**

(1) 严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立完整的生产经营系统，人员、财务、资产、业务和机构与股东严格分开；关联交易履行法定的批准程序。

(2) 公司制定了《独立董事工作制度》，强化对关联交易事项的监督。公司重大关联交易，应由二分之一以上独立董事同意后，方可提交董事会讨论。独立董事应当对需要披露的关联交易事项向董事会或股东大会发表独立意见。

(3) 公司制定了《关联交易管理制度》，从关联交易的决策程序与披露等方面严格规范关联交易，以保证公司关联交易的公允性，确保公司的关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

(4) 制定上市后执行的《防范控股股东及其关联方占用公司资金制度》。

### **2、控股股东、实际控制人关于规范关联交易的承诺**

为保障公司及其他中小股东的合法权益，公司控股股东、实际控制人熊鲲出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，主要内容为：

“1、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本人及所控制的其他企业将采取措施规范并尽量减少与发行人发生关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及所控制的其他企业将严格按照正常商业准则进行，与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和发行人届时有效的公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施，不会损害发行人或其他股东的合法权益。

3、本人及关联方将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

4、本人及所控制的其他企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于规范上市公司与关联企业资金往来的相关规定。

5、保证依法行使股东权利，履行股东义务，不利用控制地位谋取不正当利益，不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润或从事其他损害发行人及其他股东利益的行为，不利用关联交易损害发行人及其他股东的利益。

6、本人保证按照法律法规及发行人届时有效的公司章程的规定，不越权干预发行人经营管理活动、不非法侵占发行人利益。

7、本人保证不利用自身的地位及控制性影响谋求发行人及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本人及所控制的其他企业优于市场第三方的权利。

8、本人如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。

本人自不再作为发行人的控股股东及实际控制人、董事、高级管理人员之日起，无需遵守上述对应的承诺。”

### **3、华新蓝创关于规范关联交易的承诺**

为保障公司及其他中小股东的合法权益，公司持股比例超过 5% 的股东华新蓝创出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，主要内容为：

“1、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及所控制企业将采取措施规范并尽量减少与发行人发生关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及所控制企业将严格按照正常商业准则进行，与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和发行人届时有效的公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施，不会损害发行人或其他股东的合法权益。

3、本企业及关联方将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

4、本企业及所控制企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于规范上市公司与关联企业资金往来的相关规定。

5、保证依法行使股东权利，履行股东义务，不利用控制地位谋取不正当利

益，不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润或从事其他损害发行人及股东利益的行为，不利用关联交易损害发行人及其他股东的利益。

6、本企业保证按照法律法规及发行人届时有效的公司章程的规定，不越权干预发行人经营管理活动、不非法侵占发行人利益。

7、本企业保证不利用自身的地位及控制性影响谋求发行人及其控制的其他企业在业务合作等方面给予本企业及所控制企业优于市场第三方的权利。

8、本企业如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。

本企业自不再作为持有发行人 5% 以上股份的股东且不受发行人控股股东、实际控制人控制之日起，无需遵守上述承诺。”

#### **4、其他持股 5% 以上股东关于规范关联交易的承诺**

为保障公司及其他中小股东的合法权益，公司持股比例超过 5% 的其他股东出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，主要内容为：

“1、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本企业及所控制企业将采取措施规范并尽量减少与发行人发生关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本企业及所控制企业将严格按照正常商业准则进行，与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和发行人届时有效的公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施，不会损害发行人或其他股东的合法权益。

3、本企业及关联方将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

4、本企业及所控制企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于规范上市公司与关联企业资金往来的相关规定。

5、保证依法行使股东权利，履行股东义务，不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润或从事其他损害发行人及股东利益的行为，不利用关联交易损害

发行人及其他股东的利益。

6、本企业保证按照法律法规及发行人届时有效的公司章程的规定，不越权干预发行人经营管理活动、不非法侵占发行人利益。

7、本企业如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。

本企业自不再持有发行人 5% 以上股份的股东且不受发行人控股股东、实际控制人控制/单独且不与关联方合计持有发行人的 5% 以上股份之日起，无需遵守上述承诺。”

### **5、董事、监事及高级管理人员关于规范关联交易的承诺**

公司董事、监事及高级管理人员，为保障股份公司及其他中小股东的合法权益，出具了《关于减少和规范关联交易的承诺函》，主要内容为：

“1、在不对发行人及其他股东的利益构成不利影响的前提下，本人及所控制企业将采取措施规范并尽量减少与发行人发生关联交易。

2、对于正常经营范围内、或存在其他合理原因无法避免的关联交易，本人及所控制企业将严格按照正常商业准则进行，与发行人依法签订规范的关联交易协议，并按照有关法律、法规、规范性文件和发行人届时有效的公司章程的规定履行批准程序，并保证该等关联交易均将基于公允定价的原则实施，不会损害发行人或其他股东的合法权益。

3、本人及关联方将严格按照相关规定履行必要的关联方回避表决等义务，履行关联交易的法定审批程序和信息披露义务。

4、本人及所控制企业将严格遵守《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于规范上市公司与关联企业资金往来的相关规定。

5、本人保证不利用关联交易非法转移发行人的资金、利润或从事其他损害发行人及股东利益的行为，不利用关联交易损害发行人及其他股东的利益。

6、本人保证按照法律法规及发行人届时有效的公司章程的规定，不越权干预发行人经营管理活动、不非法侵占发行人利益。

7、本人如因违反上述承诺取得收益的，则该等收益归发行人所有。如违反相关承诺给投资者造成损失的，将依法赔偿投资者的损失。

本人自不再担任发行人董事、监事或高级管理人员之日起，无需遵守上述承诺。”

## 第八节 财务会计信息与管理层分析

本节的财务会计数据和相关的分析说明反映了公司报告期内经审计的财务状况和经营成果，以下分析所涉及的数据及口径若无特别说明，均依据公司报告期内经致同审计的财务会计资料，按合并财务报表口径披露。

公司董事会提请投资者注意，本节分析与讨论应结合公司经审计的财务报表及报表附注，以及本招股说明书揭示的其他信息一并阅读。

### 一、财务报表

#### (一) 合并财务报表

##### 1、合并资产负债表

单位：万元

项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	6,814.01	11,926.96	4,930.20
应收账款	18,444.94	12,029.00	11,320.41
预付款项	3,891.76	2,898.59	2,389.20
其他应收款	26,816.21	22,852.31	16,587.33
存货	22,140.74	20,511.17	18,903.72
其他流动资产	3,077.11	1,430.63	1,033.48
<b>流动资产合计</b>	<b>81,184.77</b>	<b>71,648.67</b>	<b>55,164.35</b>
<b>非流动资产：</b>			
其他非流动金融资产	2,697.58	2,207.68	2,947.46
固定资产	113.37	122.66	154.62
使用权资产	2,958.4	-	-
无形资产	75.69	59.61	73.21
商誉	3,819.27	3,819.27	3,426.05
长期待摊费用	14.64	27.39	47.99
递延所得税资产	315.15	281.39	167.31
<b>非流动资产合计</b>	<b>9,994.11</b>	<b>6,518.00</b>	<b>6,816.64</b>
<b>资产总计</b>	<b>91,178.88</b>	<b>78,166.67</b>	<b>61,980.99</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	5,872.12	1,914.95	5,488.94
应付账款	4,713.81	7,676.98	6,370.33
预收款项	-	-	1,968.26

项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
合同负债	2,121.34	2,538.86	-
应付职工薪酬	3,442.10	3,587.00	2,414.31
应交税费	3,095.55	3,392.55	4,716.67
其他应付款	303.84	467.72	304.72
一年内到期的非流动负债	829.22	-	-
其他流动负债	307.17	182.06	-
<b>流动负债合计</b>	<b>20,685.14</b>	<b>19,760.12</b>	<b>21,263.23</b>
租赁负债	2,112.04	-	-
递延所得税负债	253.93	110.49	142.98
<b>非流动负债合计</b>	<b>2,365.97</b>	<b>110.49</b>	<b>142.98</b>
<b>负债总计</b>	<b>23,051.11</b>	<b>19,870.61</b>	<b>21,406.21</b>
<b>所有者权益：</b>			
股本	13,525.99	13,525.99	12,466.35
资本公积	28,196.58	28,196.58	20,756.22
其他综合收益	-28.53	23.77	141.23
盈余公积	190.92	67.95	27.12
未分配利润	26,242.82	16,481.77	7,183.86
归属于母公司股东权益合计	68,127.77	58,296.06	40,574.78
少数股东权益		-	-
<b>股东权益合计</b>	<b>68,127.77</b>	<b>58,296.06</b>	<b>40,574.78</b>
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>91,178.88</b>	<b>78,166.67</b>	<b>61,980.99</b>

## 2、合并利润表

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
<b>一、营业总收入</b>	<b>177,071.41</b>	<b>147,329.66</b>	<b>107,994.68</b>
其中：营业收入	177,071.41	147,329.66	107,994.68
<b>二、营业总成本</b>	<b>164,264.78</b>	<b>134,827.87</b>	<b>101,621.33</b>
其中：营业成本	137,887.98	109,979.83	76,147.94
税金及附加	305.54	302.63	405.75
销售费用	18,438.93	16,792.11	18,138.88
管理费用	6,238.98	7,142.39	6,191.69
研发费用	809.93	344.06	404.12
财务费用	583.42	266.85	332.95
其中：利息费用	371.84	246.49	245.35
利息收入	18.47	18.30	14.07
加：其他收益	1,180.40	535.79	117.28

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	2.39
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	573.77	170.03	412.37
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-384.46	-187.34	-99.08
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-419.36	-259.35	-258.28
资产处置收益（损失以“-”号填列）	0.99	-	-
<b>三、营业利润（亏损以“-”号填列）</b>	<b>13,757.97</b>	<b>12,760.91</b>	<b>6,548.04</b>
加：营业外收入	116.20	116.98	29.59
减：营业外支出	175.32	26.41	53.22
<b>四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）</b>	<b>13,698.86</b>	<b>12,851.48</b>	<b>6,524.41</b>
减：所得税费用	3,814.85	3,512.74	2,252.24
<b>五、净利润（净亏损以“-”号填列）</b>	<b>9,884.01</b>	<b>9,338.74</b>	<b>4,272.17</b>
（一）按经营持续性分类：			
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	9,884.01	9,338.74	4,272.17
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
（二）按所有权归属分类：			
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）			
2.归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	9,884.01	9,338.74	4,272.17
<b>六、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-52.30</b>	<b>-117.46</b>	<b>62.87</b>
归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	-52.30	-117.46	62.87
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-52.30	-117.46	62.87
外币财务报表折算差额	-52.30	-117.46	62.87
<b>七、综合收益总额</b>	<b>9,831.71</b>	<b>9,221.28</b>	<b>4,335.04</b>
<b>八、每股收益</b>			
基本每股收益（元）	0.73	0.73	0.34
稀释每股收益（元）	0.73	0.73	0.34

### 3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	188,584.95	164,074.47	117,497.69
收到的税费返还		-	-
收到其他与经营活动有关的现金	10,923.17	13,792.23	13,522.76
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>199,508.12</b>	<b>177,866.70</b>	<b>131,020.45</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	156,021.78	126,029.50	92,015.90
支付给职工以及为职工支付的现金	19,488.65	13,994.87	15,064.98
支付的各项税费	7,191.77	8,066.56	5,355.50
支付其他与经营活动有关的现金	23,254.00	28,080.46	24,073.88

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
经营活动现金流出小计	205,956.21	176,171.40	136,510.27
经营活动产生的现金流量净额	-6,448.09	1,695.30	-5,489.82
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	83.86	609.81	24.47
取得投资收益收到的现金	-	300.00	2.39
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>83.86</b>	<b>909.81</b>	<b>26.87</b>
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	713.57	83.72	212.52
投资支付的现金	-	-	150.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	85.25	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>713.57</b>	<b>168.97</b>	<b>362.52</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-629.71</b>	<b>740.84</b>	<b>-335.65</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	-	8,500.00	-
取得借款收到的现金	34,104.76	33,678.07	29,336.07
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>34,104.76</b>	<b>42,178.07</b>	<b>29,336.07</b>
偿还债务支付的现金	30,124.11	37,249.02	23,865.63
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	239.15	249.52	252.85
其中：子公司支付少数股东的股利、利润		-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,693.67	101.50	144.68
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>32,056.92</b>	<b>37,600.04</b>	<b>24,263.16</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>2,047.84</b>	<b>4,578.03</b>	<b>5,072.91</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	<b>-83.00</b>	<b>-17.41</b>	<b>28.96</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>-5,112.95</b>	<b>6,996.76</b>	<b>-723.60</b>
加：期初现金及现金等价物余额	11,926.96	4,930.20	5,653.80
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>6,814.01</b>	<b>11,926.96</b>	<b>4,930.20</b>

## (二) 母公司财务报表

### 1、母公司资产负债表

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动资产：			

项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
货币资金	2,501.35	4,547.84	1,220.39
应收账款	6,588.57	6,493.41	12,735.64
预付款项	231.58	21.37	93.10
其他应收款	28,145.57	24,332.67	12,048.54
存货	410.78	422.94	749.92
其他流动资产	688.17	-	-
<b>流动资产合计</b>	<b>38,566.02</b>	<b>35,818.24</b>	<b>26,847.58</b>
<b>非流动资产：</b>			
长期股权投资	21,664.47	21,464.47	19,814.47
其他非流动金融资产	905.91	968.75	1,713.51
固定资产	91.87	113.95	142.26
使用权资产	1006.35	-	-
无形资产	68.31	49.75	60.85
长期待摊费用	6.25	21.26	36.27
递延所得税资产	4.00	0.61	15.64
<b>非流动资产合计</b>	<b>23,747.18</b>	<b>22,618.79</b>	<b>21,783.01</b>
<b>资产总计</b>	<b>62,313.20</b>	<b>58,437.03</b>	<b>48,630.59</b>
<b>流动负债：</b>			
短期借款	5,005.49	-	2,003.32
应付账款	1,630.45	1,340.66	1,949.67
预收款项	-	-	32.51
合同负债	441.38	49.52	-
应付职工薪酬	1,474.80	1,583.67	1,053.82
应交税费	176.35	928.28	1,452.94
其他应付款	5,982.52	9,263.33	7,053.29
一年内到期的非流动负债	284.72	-	-
其他流动负债	66.28	2.97	-
<b>流动负债合计</b>	<b>15,061.98</b>	<b>13,168.43</b>	<b>13,545.56</b>
租赁负债	747.74	-	-
递延所得税负债	81.01	75.76	109.50
<b>非流动负债合计</b>	<b>828.76</b>	<b>75.76</b>	<b>109.50</b>
<b>负债总计</b>	<b>15,890.74</b>	<b>13,244.19</b>	<b>13,655.06</b>
<b>所有者权益：</b>			
股本	13,525.99	13,525.99	12,466.35
资本公积	31,231.40	31,231.40	23,791.04
盈余公积	190.92	67.95	27.12
未分配利润	1,474.16	367.49	-1,308.98
<b>股东权益合计</b>	<b>46,422.46</b>	<b>45,192.84</b>	<b>34,975.53</b>

项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
负债和股东权益总计	62,313.20	58,437.03	48,630.59

## 2、母公司利润表

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业总收入	18,590.17	16,934.44	15,172.39
其中：营业收入	18,590.17	16,934.44	15,172.39
二、营业总成本	17,328.43	14,978.72	13,809.31
其中：营业成本	10,535.07	9,083.77	7,721.40
税金及附加	47.29	73.44	67.49
销售费用	1,399.26	1,032.57	1,283.13
管理费用	4,214.62	4,205.92	4,176.13
研发费用	814.30	344.06	376.50
财务费用	317.90	238.96	184.66
其中：利息费用	202.63	132.89	101.42
利息收入	9.78	10.08	2.48
加：其他收益	230.47	139.47	59.03
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	21.02	165.05	373.42
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-14.31	40.86	-32.48
资产减值损失（损失以“-”号填列）	0.73	2.24	-2.81
资产处置收益（损失以“-”号填列）			
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	1,499.65	2,303.34	1,760.23
加：营业外收入	4.72	-	-
减：营业外支出	0.07	25.17	1.35
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	1,504.30	2,278.17	1,758.89
减：所得税费用	274.67	560.86	759.99
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	1,229.62	1,717.30	998.90
其中：持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	1,229.62	1,717.30	998.90
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）			
六、其他综合收益的税			

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
后净额			
(一) 不能重分类进损益的其他综合收益			
(二) 将重分类进损益的其他综合收益			
<b>七、综合收益总额</b>	<b>1,229.62</b>	<b>1,717.30</b>	<b>998.90</b>

### 3、母公司现金流量表

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	20,816.93	25,895.27	10,602.40
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	95,687.68	62,787.75	45,309.77
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>116,504.62</b>	<b>88,683.02</b>	<b>55,912.16</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	10,632.70	8,292.80	6,334.24
支付给职工以及为职工支付的现金	7,266.02	5,140.89	5,464.80
支付的各项税费	1,392.11	1,722.56	442.67
支付其他与经营活动有关的现金	102,915.51	75,960.98	45,577.13
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>122,206.33</b>	<b>91,117.24</b>	<b>57,818.84</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-5,701.72</b>	<b>-2,434.21</b>	<b>-1,906.68</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	83.86	609.81	24.47
取得投资收益收到的现金	-	300.00	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>83.86</b>	<b>909.81</b>	<b>24.47</b>
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	91.22	60.43	114.80
投资支付的现金	200.00	1,350.00	150.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>291.22</b>	<b>1,410.43</b>	<b>264.80</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-207.36</b>	<b>-500.62</b>	<b>-240.33</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金		8,500.00	-
取得借款收到的现金	24,425.00	18,000.00	14,119.14
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
筹资活动现金流入小计	24,425.00	26,500.00	14,119.14
偿还债务支付的现金	19,425.00	20,000.00	12,119.14
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	141.23	136.21	124.10
支付其他与筹资活动有关的现金	996.19	101.50	144.68
筹资活动现金流出小计	20,562.42	20,237.71	12,387.92
筹资活动产生的现金流量净额	3,862.58	6,262.29	1,731.22
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	-2,046.50	3,327.45	-415.78
加：期初现金及现金等价物余额	4,547.84	1,220.39	1,636.17
六、期末现金及现金等价物余额	2,501.35	4,547.84	1,220.39

## 二、审计意见及关键审计事项

### （一）审计意见

致同接受公司委托，对截至 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日的合并及母公司资产负债表和 2019 年、2020 年、2021 年的合并及母公司利润表、现金流量表和所有者权益变动表以及财务报表附注进行了审计，并出具了标准无保留意见《审计报告》（致同审字〔2021〕第 110A015856 号及（致同审字〔2022〕第 110A018151 号），审计意见如下：

“我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了数聚智连 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度的合并及母公司经营成果和现金流量。”

### （二）关键审计事项

关键审计事项是会计师根据职业判断，认为对 2019 年度、2020 年度、2021 年度财务报表审计最为重要的事项。这些事项的应对以对财务报表整体进行审计并形成审计意见为背景，会计师不对这些事项单独发表意见。

#### 1、品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认

相关会计期间： 2019 年度、2020 年度和 2021 年度。

##### （1）事项描述

数聚智连公司 2019 年度、2020 年度和 2021 年度合并报表品牌电商运营服务-线上零售业务收入分别为：68,175.24 万元、94,051.78 万元、88,282.85 万元，占营业收入比重分别为：63.13%、63.84%、49.86%。公司品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认的具体方法为：公司通过开设在电商平台的网络店铺直接销售商品，公司将商品发货到消费者指定收货地址，在电商平台显示客户确认收货后，公司支付宝等电商收款账户会自动收到货款，并生成收款记录，公司每月根据电商平台对账单显示的收款金额扣除售后退款、赔款等确认收入。

营业收入是数聚智连公司关键业绩指标之一，其中品牌电商运营服务-线上零售业务通过天猫、京东等第三方平台向终端消费者销售产品，业务交易数量巨大，经营数据由复杂的信息系统自动生成。因此，会计师将品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认确定为关键审计事项。

## （2）审计应对

2019 年度、2020 年度和 2021 年度财务报表审计中，会计师对品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认主要执行了以下程序：

①了解和评价了与品牌电商运营服务-线上零售业务收入相关的关键内部控制设计的有效性，并测试了关键内部控制运行的有效性。

②选取样本检查了销售订单，通过与数聚智连公司管理层（以下简称“管理层”）沟通了解，并结合电商平台销售模式，对与相关产品销售收入确认的会计政策进行了分析评估，其中：2020 年 1 月 1 日以前，分析线上零售业务商品所有权上的主要风险和报酬转移时点；2020 年 1 月 1 日以后，线上零售业务属于在某一时点履行履约义务，分析相关商品控制权转移时点，进而评价数聚智连公司品牌电商运营服务-线上零售业务收入的具体方法是否符合企业会计准则的要求。

③对数聚智连公司品牌电商运营服务-线上零售业务收入及毛利情况执行了分析程序，并对相关产品销售收入、销售数量执行月度波动分析，以判断财务报告期间线上零售业务收入和毛利是否发生异常波动的情况。

④抽样检查与品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认相关的支持性单据，包括客户订单、物流单、电商平台对账单、资金回款流水、线上客户签收确认记

录等，核实销售业务发生的真实性及收入确认的准确性。

⑤选取样本函证了报告期的销售额，并就未回函部分执行了替代测试程序。

⑥选取样本对客户进行了电话访谈，访谈内容包括交易金额、交易数量、购买用途等，核查相关收入确认时点、金额和业务分类是否真实、准确。

⑦检查了报告期间及期后的销售退货情况，识别是否存在异常或重大的期后收入冲回。

⑧针对资产负债表日前后确认的品牌电商运营服务-线上零售业务收入确认核对至资金回款流水、线上客户签收确认记录等，以评估相关销售收入是否在恰当的期间确认。

⑨利用计算机辅助审计工作的手段，对数聚智连公司线上交易信息系统进行核查，包括测试 IT 系统的一般控制及关键应用控制、业务数据分析、从各业务系统选取样本核查客户下单、产品出库、物流承揽、客户确认收货、销售回款信息，执行用户行为真实性核查，检查系统收款或交易金额与第三方支付渠道交易金额是否一致，以判断财务数据的完整性和真实性，评价信息系统是否设计合理、运行有效，以及信息技术系统之间数据传输的完整性和真实性等。

## 2、品牌返利的计提

### (1) 事项描述

数聚智连公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日合并报表其他应收品牌方返利金额分别为：8,920.32 万元、11,003.17 万元、14,216.51 万元。管理层依据与各品牌供应商签订的经销合同中约定的返利条款，根据当期实际采购金额或销售金额等各项指标的达成情况，不同品牌分别计提应收品牌返利款项，并与品牌方进行核对确认。初始确认时应收品牌返利款的金额重大且计算复杂，会计师将品牌返利的计提确定为关键审计事项。

### (2) 审计应对

2019 年度、2020 年度和 2021 年度财务报表审计中，会计师对品牌返利计提确认主要执行了以下程序：

①了解和评价了与品牌返利计提相关的关键内部控制设计的有效性，并测试

了关键内部控制运行的有效性。

②查阅了与返利确认相关的相关政策性文件，包括品牌供应商的返利政策、返利申请统计表信息、返利确认文件，并查看了管理层与品牌方就采购返利进行核对确认的相关文件记录。

③根据经销合同中约定的返利条款，结合其他支持性文件，如采购信息、采购订单、出库单、采购付款单据等，对当期计提的品牌返利金额进行了测算。

④针对报告期内各期品牌返利计提与使用金额与品牌方进行了发函，未回函部分执行了替代测试并检查了期后收款情况。

⑤测试前期管理层计提的应收品牌返利款项在审计期间的实际结算情况，关注应收品牌返利款项实际财务状况、还款能力、信用程度、是否存在信用风险显著增加的逾期情形，充分关注到期未收回原因和逾期时间，评价被审计单位在计提预期信用损失是否恰当。

### 3、存货跌价准备的计提

#### (1) 事项描述

数聚智连公司于 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日合并报表中存货账面余额分别为 19,370.06 万元、20,893.60 万元、22,595.32 万元，存货跌价准备分别为 466.34 万元、382.43 万元、454.59 万元。2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日存货占总资产比例分别为：30.50%、26.24%、24.28%。

数聚智连公司的存货按成本与可变现净值孰低法计量，管理层根据存货库龄及残次品的统计情况，基于当时市场情况和产品销售的历史经验作出估计和判断，确定存货跌价准备。由于期末存货金额重大，且存货跌价准备的计提涉及管理层作出的重大会计判断和估计，因此会计师将存货跌价准备的计提确定为关键审计事项。

#### (2) 审计应对

2019 年度、2020 年度和 2021 年度财务报表审计中，会计师对存货跌价准备的计提主要执行了以下程序：

①了解和评价了与存货跌价准备计提相关的关键内部控制设计的有效性，并测试了关键内部控制运行的有效性；

②了解和评估了管理层确定存货跌价准备计算方法的支持性文件及其他相关依据，对管理层计算的可变现净值所涉及的重要假设进行了检查，评价存货跌价准备计算方法的合理性；

③获取了管理层提供的存货库龄报告，挑选库龄报告内各库龄期的样本，追踪原始单据以评估库龄报告中的库龄期的合理性；

④参照同行业可比公司，结合历史销售情况及经验，评估管理层对长库龄存货及残次品计提存货跌价准备时采用的关键假设的合理性，并重新计算存货跌价准备，以验证存货跌价准备计提的准确性；

⑤对存货实施监盘程序，观察存货的实际情况，以识别呆滞、损坏或者陈旧的存货，针对已发货未确认收入的存放在外的发出商品实施函证程序，并检查合同、出库单、对账单等资料；以判断管理层对存货是否计提了适当的存货跌价准备；

⑥检查了以前年度计提的存货跌价准备在报告期的变动情况，评估存货跌价准备变动的合理性。

### **（三）与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准**

公司根据自身所处的行业和发展阶段，从项目的性质和金额两方面判断财务信息的重要性。在判断项目性质的重要性时，公司主要考虑该项目在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项的判断标准为合并口径利润总额或合并口径净资产的 5% 以及变动金额重大且变动比例超过 30% 事项，或虽未达到上述标准，但对公司未来经营成果、财务状况、现金流量、流动性及持续经营能力造成重大影响以及可能会影响投资者投资判断的事项。

## **三、发行人财务报表的编制基础和合并财务报表范围及变化情况**

### **（一）财务报表的编制基础及遵循会计准则的声明**

公司按照财政部颁布的企业会计准则及其应用指南、解释及其他有关规定

（统称“企业会计准则”）编制。此外，公司还按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第15号——财务报告的一般规定》（2014年修订）披露有关财务信息。

公司承诺编制的报告期各财务报表符合《企业会计准则》及其相关规定的要求，真实、完整地反映了公司报告期间的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

## （二）合并财务报表范围及变化情况

### 1、合并报表范围

截至2021年12月31日，公司合并报表范围如下：

子公司名称	主要经营地	注册地	持股比例（%）		合并报表期间
			直接	间接	
北京北联	北京市	北京市	100.00		报告期
畅益思	北京市	北京市	100.00		报告期
蓝色商道	上海市	上海市	100.00		报告期
天津北联	天津市	天津市	100.00		2019年3月22日起
西藏北联	西藏	西藏		100.00	报告期
杭州北联	杭州市	杭州市		100.00	报告期
数聚国际	香港	香港	100.00		报告期
香港北联	香港	香港		100.00	报告期
数聚品效	广州市	广州市		100.00	报告期
东连科技	北京市	北京市	100.00		报告期
美广云商	上海市	上海市		100.00	报告期
亚加实业	上海市	上海市	100.00		2020年3月31日起
杭州数聚	杭州市	杭州市	100.00		2021年2月3日起
杭州品效	杭州市	杭州市	100.00		2021年2月4日起
数聚振宇	杭州市	杭州市	51%		2021年7月16日

### 2、报告期内合并报表范围发生变化的说明

报告期内发行人新设立公司4家，收购公司1家，注销公司1家。具体情况如下：

（1）天津北联设立于2019年3月22日，由数聚智连全资设立，注册资本3,000万元。天津北联自设立之日起纳入公司合并财务报表的合并范围。

（2）根据公司与王锡婷、吴杰签署的《股权转让协议》及其补充协议，并

经亚加实业股东会审议通过，王锡婷、吴杰将其持有的亚加实业 60%、40% 的股权转让给发行人，股权交割日为 2020 年 3 月 31 日，亚加实业纳入公司合并财务报表的合并范围。

(3) 杭州数聚设立于 2021 年 2 月 3 日，由数聚智连全资设立，注册资本 200 万元。杭州数聚自设立之日起纳入公司合并财务报表的合并范围。

(4) 杭州品效设立于 2021 年 2 月 4 日，由数聚智连全资设立，注册资本 1,000 万元。杭州品效自设立之日起纳入公司合并财务报表的合并范围。

(5) 数聚振宇设立于 2021 年 7 月 16 日，由数聚智连持股 51%，浙江振瑜吸水材料贸易有限公司持股 49% 设立，注册资本 1,000 万元。杭州品效自设立之日起纳入公司合并财务报表的合并范围。

(6) 蓝合汽车于 2020 年 10 月 26 日完成注销登记手续。

#### **四、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人经营前景具有核心意义、或其目前已经存在的趋势变化对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标**

##### **(一) 影响收入、成本、费用和利润的主要因素**

###### **1、影响收入的主要因素**

2019 年、2020 年及 2021 年，公司营业收入金额分别为 107,994.68 万元、147,329.66 万元及 177,071.41 万元。报告期内，公司主要从事品牌电商运营服务、渠道分销业务及品效营销业务。其中品牌电商运营服务中包括线上零售业务及品牌代运营业务，为公司收入构成中占比最大的业务部分。公司所处行业发展趋势、消费者的消费习惯、与现有品牌的合作情况，以及新品牌的开拓情况等，是影响公司收入的主要因素。具体分析详见本节“九、经营成果分析”之“(一) 报告期营业收入的构成与变动原因”相关内容。

###### **2、影响营业成本的主要因素**

2019 年、2020 年及 2021 年，公司营业成本金额分别为 76,147.94 万元、109,979.83 万元及 137,887.98 万元，主要为采购商品和服务的成本，因此，商品和服务的采购成本是影响营业成本的主要因素。具体分析详见本节“九、经营成

果分析”之“（二）报告期营业成本的构成与变动原因”相关内容。

### **3、影响费用的主要因素**

2019年、2020年及2021年，公司期间费用包括销售费用、管理费用、研发费用及财务费用，上述费用合计在报告期内占收入比例分别为23.21%、16.66%及14.72%，公司的费用随着公司业务规模的扩大呈现规模效应，占比呈降低趋势。报告期内，人工费用、平台后台费用、仓储物流费、营销推广费等费用发生金额较高，是影响费用的主要因素。具体分析详见本节“九、经营成果分析”之“（四）报告期费用的构成与变动原因”相关内容。

### **（二）对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标**

根据公司所处行业状况及自身业务特点，公司管理层认为，营业收入、毛利率及净利润等指标对分析公司的盈利能力、盈利质量和营运能力具有比较重要的意义，其变动对公司业绩变动具有较强的预示作用。报告期内，公司经营状况良好，有关公司营业收入、毛利率及净利润的分析详见本节“九、经营成果分析”相关内容。

## **五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计**

### **（一）主要会计政策**

#### **1、遵循企业会计准则的声明**

本申报财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了本公司2019年12月31日、2020年12月31日、2021年12月31日的合并及公司财务状况以及2019年度、2020年度、2021年度的合并及公司经营成果和合并及公司现金流量等有关信息。

#### **2、会计期间**

本公司会计期间采用公历年度，即每年自1月1日起至12月31日止。

#### **3、营业周期**

本公司的营业周期为12个月。

#### 4、记账本位币

本公司及境内子公司以人民币为记账本位币。本公司之境外子公司根据其经营所处的主要经济环境中的货币确定港币为其记账本位币。本公司编制本申报财务报表时所采用的货币为人民币。

#### 5、同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

##### (1) 同一控制下的企业合并

对于同一控制下的企业合并，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。合并对价的账面价值与合并中取得的净资产账面价值的差额调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

##### 通过多次交易分步实现同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以合并日持股比例计算的合并日应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为该项投资的初始投资成本；初始投资成本与合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

在合并财务报表中，合并方在合并中取得的被合并方的资产、负债，除因会计政策不同而进行的调整以外，按合并日在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量；合并前持有投资的账面价值加上合并日新支付对价的账面价值之和，与合并中取得的净资产账面价值的差额，调整资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并方在取得被合并方控制权之前持有的长期股权投资，在取得原股权之日与合并方与被合并方同处于同一方最终控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益和其他所有者权益变动，应分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

##### (2) 非同一控制下的企业合并

对于非同一控制下的企业合并，合并成本为购买日为取得对被购买方的控制权而付出的资产、发生或承担的负债以及发行的权益性证券的公允价值。在购买日，取得的被购买方的资产、负债及或有负债按公允价值确认。

对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉，按成本扣除累计减值准备进行后续计量；对合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，经复核后计入当期损益。

#### 通过多次交易分步实现非同一控制下的企业合并

在个别财务报表中，以购买日之前所持被购买方的股权投资的账面价值与购买日新增投资成本之和，作为该项投资的初始投资成本。购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，购买日对这部分其他综合收益不作处理，在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在处置该项投资时转入处置期间的当期损益。购买日之前持有的股权投资采用公允价值计量的，原计入其他综合收益的累计公允价值变动在改按成本法核算时转入当期损益。

在合并财务报表中，合并成本为购买日支付的对价与购买日之前已经持有的被购买方的股权在购买日的公允价值之和。对于购买日之前已经持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值之间的差额计入当期收益；购买日之前已经持有的被购买方的股权涉及其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日当期收益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

#### (3) 企业合并中有关交易费用的处理

为进行企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益。作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。

## 6、合并财务报表编制方法

### (1) 合并范围

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制，是指本公司拥有对被投资单位的权力，通过参与被投资单位的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资单位的权力影响其回报金额。子公司，是指被本公司控制的主体（含企业、被投资单位中可分割的部分、结构化主体等）。

## （2）合并财务报表的编制方法

合并财务报表以本公司和子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由本公司编制。在编制合并财务报表时，本公司和子公司的会计政策和会计期间要求保持一致，公司间的重大交易和往来余额予以抵销。

在报告期内因同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，视同该子公司以及业务自同受最终控制方控制之日起纳入本公司的合并范围，将其自同受最终控制方控制之日起的经营成果、现金流量分别纳入合并利润表、合并现金流量表中。

在报告期内因非同一控制下企业合并增加的子公司以及业务，将该子公司以及业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表，将其现金流量纳入合并现金流量表。

子公司的股东权益中不属于本公司所拥有的部分，作为少数股东权益在合并资产负债表中股东权益项下单独列示；子公司当期净损益中属于少数股东权益的份额，在合并利润表中净利润项目下以“少数股东损益”项目列示。少数股东分担的子公司的亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有的份额，其余额仍冲减少数股东权益。

## （3）购买子公司少数股东股权

因购买少数股权新取得的长期股权投资成本与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，以及在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，均调整合并资产负债表中的资本公积，资本公积不足冲减的，调整留存收益。

## （4）丧失子公司控制权的处理

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对原有子公司控制权的，剩余股权按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量；处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日开始持续计算的净资产账面价值的份额与商誉之和，形成的差额计入丧失控制权当期的投资收益。

与原有子公司的股权投资相关的其他综合收益等，在丧失控制权时转入当期损益，由于被投资方重新计量设定收益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

## **7、合营安排的分类及共同经营的会计处理方法**

合营安排，是指一项由两个或两个以上的参与方共同控制的安排。本公司合营安排分为共同经营和合营企业。

### **(1) 共同经营**

共同经营是指本公司享有该安排相关资产且承担该安排相关负债的合营安排。

本公司确认与共同经营中利益份额相关的下列项目，并按照相关企业会计准则的规定进行会计处理：

- A、确认单独所持有的资产，以及按其份额确认共同持有的资产；
- B、确认单独所承担的负债，以及按其份额确认共同承担的负债；
- C、确认出售其享有的共同经营产出份额所产生的收入；
- D、按其份额确认共同经营因出售产出所产生的收入；
- E、确认单独所发生的费用，以及按其份额确认共同经营发生的费用。

### **(2) 合营企业**

合营企业是指本公司仅对该安排的净资产享有权利的合营安排。

本公司按照长期股权投资有关权益法核算的规定对合营企业的投资进行会计处理。

## **8、现金及现金等价物的确定标准**

现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物，是指本公司持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

## 9、外币业务和外币报表折算

### (1) 外币业务

本公司发生外币业务，按交易发生日的即期汇率折算为记账本位币金额。

资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或者前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目，仍采用交易发生日的即期汇率折算；对以公允价值计量的外币非货币性项目，采用公允价值确定日的即期汇率折算，折算后的记账本位币金额与原记账本位币金额的差额，计入当期损益。

### (2) 外币财务报表的折算

资产负债表日，对境外子公司外币财务报表进行折算时，资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，股东权益项目除“未分配利润”外，其他项目采用发生日的即期汇率折算。

利润表中的收入和费用项目，采用交易发生日的当期平均汇率折算；

现金流量表所有项目均按照现金流量发生日的当期平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额作为调节项目，在现金流量表中单独列示“汇率变动对现金及现金等价物的影响”项目反映。

由于财务报表折算而产生的差额，在资产负债表股东权益项目下的“其他综合收益”项目反映。

处置境外经营并丧失控制权时，将资产负债表中股东权益项目下列示的、与该境外经营相关的外币报表折算差额，全部或按处置该境外经营的比例转入处置当期损益。

## 10、金融工具

金融工具，是指形成一方的金融资产，并形成其他方的金融负债或权益工具的合同。

## （1）金融工具的确认和终止确认

本公司于成为金融工具合同的一方时确认一项金融资产或金融负债。

金融资产满足下列条件之一的，终止确认：

- ①收取该金融资产现金流量的合同权利终止；
- ②该金融资产已转移，且符合下述金融资产转移的终止确认条件。

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，终止确认该金融负债或其一部分。本公司（债务人）与债权人之间签订协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。

以常规方式买卖金融资产，按交易日进行会计确认和终止确认。

## （2）金融资产分类和计量

本公司在初始确认时根据管理金融资产的业务模式和金融资产的合同现金流量特征，将金融资产分为以下三类：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产、以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

### **以摊余成本计量的金融资产**

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，分类为以摊余成本计量的金融资产：

**本公司管理该金融资产的业务模式是以收取合同现金流量为目标；**

该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

### **以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产**

本公司将同时符合下列条件且未被指定为以公允价值计量且其变动计入当

期损益的金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产：

本公司管理该金融资产的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售该金融资产为目标；

该金融资产的合同条款规定，在特定日期产生的现金流量，仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

#### **以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产**

除上述以摊余成本计量和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产外，本公司将其余所有的金融资产分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。在初始确认时，为消除或显著减少会计错配，本公司将部分本应以摊余成本计量或以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产不可撤销地指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

初始确认后，对于该类金融资产以公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

管理金融资产的业务模式，是指本公司如何管理金融资产以产生现金流量。业务模式决定本公司所管理金融资产现金流量的来源是收取合同现金流量、出售金融资产还是两者兼有。本公司以客观事实为依据、以关键管理人员决定的对金融资产进行管理的特定业务目标为基础，确定管理金融资产的业务模式。

本公司对金融资产的合同现金流量特征进行评估，以确定相关金融资产在特定日期产生的合同现金流量是否仅为对本金和以未偿付本金金额为基础的利息的支付。其中，本金是指金融资产在初始确认时的公允价值；利息包括对货币时间价值、与特定时期未偿付本金金额相关的信用风险、以及其他基本借贷风险、成本和利润的对价。此外，本公司对可能导致金融资产合同现金流量的时间分布

或金额发生变更的合同条款进行评估，以确定其是否满足上述合同现金流量特征的要求。

仅在本公司改变管理金融资产的业务模式时，所有受影响的相关金融资产在业务模式发生变更后的首个报告期间的第一天进行重分类，否则金融资产在初始确认后不得进行重分类。

金融资产在初始确认时以公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。因销售产品或提供劳务而产生的、未包含或不考虑重大融资成分的应收账款，本公司按照预期有权收取的对价金额作为初始确认金额。

### **(3) 金融负债分类和计量**

本公司的金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、以摊余成本计量的金融负债。对于未划分为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的，相关交易费用计入其初始确认金额。

#### **以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债**

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失以及与该等金融负债相关的股利和利息支出计入当期损益。

#### **以摊余成本计量的金融负债**

其他金融负债采用实际利率法，按摊余成本进行后续计量，终止确认或摊销产生的利得或损失计入当期损益。

#### **金融负债与权益工具的区分**

金融负债，是指符合下列条件之一的负债：

- ①向其他方交付现金或其他金融资产的合同义务。
- ②在潜在不利条件下，与其他方交换金融资产或金融负债的合同义务。

③将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的非衍生工具合同，且企业根据该合同将交付可变数量的自身权益工具。

④将来须用或可用企业自身权益工具进行结算的衍生工具合同，但以固定数量的自身权益工具交换固定金额的现金或其他金融资产的衍生工具合同除外。

权益工具，是指能证明拥有某个企业在扣除所有负债后的资产中剩余权益的合同。

如果本公司不能无条件地避免以交付现金或其他金融资产来履行一项合同义务，则该合同义务符合金融负债的定义。

如果一项金融工具须用或可用本公司自身权益工具进行结算，需要考虑用于结算该工具的本公司自身权益工具，是作为现金或其他金融资产的替代品，还是为了使该工具持有方享有在发行方扣除所有负债后的资产中的剩余权益。如果是前者，该工具是本公司的金融负债；如果是后者，该工具是本公司的权益工具。

#### （4）衍生金融工具及嵌入衍生工具

本公司衍生金融工具包括远期外汇合约。初始以衍生交易合同签订当日的公允价值进行计量，并以其公允价值进行后续计量。公允价值为正数的衍生金融工具确认为一项资产，公允价值为负数的确认为一项负债。因公允价值变动而产生的任何不符合套期会计规定的利得或损失，直接计入当期损益。

对包含嵌入衍生工具的混合工具，如主合同为金融资产的，混合工具作为一个整体适用金融资产分类的相关规定。如主合同并非金融资产，且该混合工具不是以公允价值计量且其变动计入当期损益进行会计处理，嵌入衍生工具与该主合同在经济特征及风险方面不存在紧密关系，且与嵌入衍生工具条件相同，单独存在的工具符合衍生工具定义的，嵌入衍生工具从混合工具中分拆，作为单独的衍生金融工具处理。如果无法在取得时或后续的资产负债表日对嵌入衍生工具进行单独计量，则将混合工具整体指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债。

#### （5）金融工具的公允价值

金融资产和金融负债的公允价值确定方法见本节“五、报告期内采用的主要

会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“11、公允价值计量”。

#### （6）金融资产减值

本公司以预期信用损失为基础，对下列项目进行减值会计处理并确认损失准备：

①以摊余成本计量的金融资产；

②以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收款项和债权投资；

③《企业会计准则第 14 号——收入》定义的合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）；

④租赁应收款；

⑤财务担保合同（以公允价值计量且其变动计入当期损益、金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的除外）。

#### 预期信用损失的计量

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指本公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。

本公司考虑有关过去事项、当前状况以及对未来经济状况的预测等合理且有依据的信息，以发生违约的风险为权重，计算合同应收的现金流量与预期能收到的现金流量之间差额的现值的概率加权金额，确认预期信用损失。

本公司对于处于不同阶段的金融工具的预期信用损失分别进行计量。金融工具自初始确认后信用风险未显著增加的，处于第一阶段，本公司按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后信用风险已显著增加但尚未发生信用减值的，处于第二阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备；金融工具自初始确认后已经发生信用减值的，处于第三阶段，本公司按照该工具整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

对于在资产负债表日具有较低信用风险的金融工具，本公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

整个存续期预期信用损失，是指因金融工具整个预计存续期内所有可能发生的违约事件而导致的预期信用损失。未来 12 个月内预期信用损失，是指因资产负债表日后 12 个月内（若金融工具的预计存续期少于 12 个月，则为预计存续期）可能发生的金融工具违约事件而导致的预期信用损失，是整个存续期预期信用损失的一部分。

在计量预期信用损失时，本公司需考虑的最长期限为企业面临信用风险的最长合同期限（包括考虑续约选择权）。

本公司对于处于第一阶段和第二阶段、以及较低信用风险的金融工具，按照其未扣除减值准备的账面余额和实际利率计算利息收入。对于处于第三阶段的金融工具，按照其账面余额减已计提减值准备后的摊余成本和实际利率计算利息收入。

#### **应收票据、应收账款和合同资产**

对于应收账款和合同资产（2020 年 1 月 1 日以后），无论是否存在重大融资成分，本公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

当单项金融资产无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征对应收账款划分组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

##### **A、应收票据**

- 应收票据组合 1：银行承兑汇票
- 应收票据组合 2：商业承兑汇票

##### **B、应收账款**

- 应收账款组合 1：应收合并范围内关联方
- 应收账款组合 2：应收企业客户

##### **C、合同资产（2020 年 1 月 1 日以后）**

- 合同资产组合 1：应收企业客户

对于划分为组合的应收票据、合同资产，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

对于划分为组合的应收账款，本公司参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄/逾期天数与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失。

### **其他应收款**

当单项其他应收款无法以合理成本评估预期信用损失的信息时，本公司依据信用风险特征将其他应收款划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据如下：

- 其他应收款组合 1：应收合并范围内关联方
- 其他应收款组合 2：应收品牌方返利及代垫款
- 其他应收款组合 3：应收备用金、押金及保证金
- 其他应收款组合 4：应收其他款项

对划分为组合的其他应收款，本公司通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

### **债权投资、其他债权投资**

对于债权投资和其他债权投资，本公司按照投资的性质，根据交易对手和风险敞口的各种类型，通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失。

### **信用风险显著增加的评估**

本公司通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具预计存续期内发生违约风险的相对变化，以评估金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

在确定信用风险自初始确认后是否显著增加时，本公司考虑无须付出不必要的额外成本或努力即可获得合理且有依据的信息，包括前瞻性信息。本公司考

虑的信息包括：

- 债务人未能按合同到期日支付本金和利息的情况；
- 已发生的或预期的金融工具的外部或内部信用评级(如有)的严重恶化；
- 已发生的或预期的债务人经营成果的严重恶化；
- 现存的或预期的技术、市场、经济或法律环境变化，并将对债务人对本公司的还款能力产生重大不利影响。

根据金融工具的性质，本公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估信用风险是否显著增加。以金融工具组合为基础进行评估时，本公司可基于共同信用风险特征对金融工具进行分类，例如逾期信息和信用风险评级。

#### **已发生信用减值的金融资产**

本公司在资产负债表日评估以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资是否已发生信用减值。当对金融资产预期未来现金流量具有不利影响的一项或多项事件发生时，该金融资产成为已发生信用减值的金融资产。金融资产已发生信用减值的证据包括下列可观察信息：

- 发行方或债务人发生重大财务困难；
- 债务人违反合同，如偿付利息或本金违约或逾期等；
- 本公司出于与债务人财务困难有关的经济或合同考虑，给予债务人在任何其他情况下都不会做出的让步；
- 债务人很可能破产或进行其他财务重组；
- 发行方或债务人财务困难导致该金融资产的活跃市场消失。

#### **预期信用损失准备的列报**

为反映金融工具的信用风险自初始确认后的变化，本公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，应当作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，本公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金

融资产的账面价值。

### **核销**

如果本公司不再合理预期金融资产合同现金流量能够全部或部分收回，则直接减记该金融资产的账面余额。这种减记构成相关金融资产的终止确认。这种情况通常发生在本公司确定债务人没有资产或收入来源可产生足够的现金流量以偿还将被减记的金额。但是，按照本公司收回到期款项的程序，被减记的金融资产仍可能受到执行活动的影响。

已减记的金融资产以后又收回的，作为减值损失的转回计入收回当期的损益。

#### **(7) 金融资产转移**

金融资产转移，是指将金融资产让与或交付给该金融资产发行方以外的另一方（转入方）。

本公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，不终止确认该金融资产。

本公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产并确认产生的资产和负债；未放弃对该金融资产控制的，按照其继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

#### **(8) 金融资产和金融负债的抵销**

当本公司具有抵销已确认金融资产和金融负债的法定权利，且目前可执行该种法定权利，同时本公司计划以净额结算或同时变现该金融资产和清偿该金融负债时，金融资产和金融负债以相互抵销后的金额在资产负债表内列示。除此以外，金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示，不予相互抵销。

## **11、公允价值计量**

公允价值是指市场参与者在计量日发生的有序交易中，出售一项资产所能收到或者转移一项负债所需支付的价格。

本公司以公允价值计量相关资产或负债，假定出售资产或者转移负债的有序

交易在相关资产或负债的主要市场进行；不存在主要市场的，本公司假定该交易在相关资产或负债的最有利市场进行。主要市场（或最有利市场）是本公司在计量日能够进入的交易市场。本公司采用市场参与者在对该资产或负债定价时为实现其经济利益最大化所使用的假设。

存在活跃市场的金融资产或金融负债，本公司采用活跃市场中的报价确定其公允价值。金融工具不存在活跃市场的，本公司采用估值技术确定其公允价值。

以公允价值计量非金融资产的，考虑市场参与者将该资产用于最佳用途产生经济利益的能力，或者将该资产出售给能够用于最佳用途的其他市场参与者产生经济利益的能力。

本公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术，优先使用相关可观察输入值，只有在可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，才使用不可观察输入值。

在财务报表中以公允价值计量或披露的资产和负债，根据对公允价值计量整体而言具有重要意义的最低层次输入值，确定所属的公允价值层次：第一层次输入值，是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；第二层次输入值，是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值；第三层次输入值，是相关资产或负债的不可观察输入值。

每个资产负债表日，本公司对在财务报表中确认的持续以公允价值计量的资产和负债进行重新评估，以确定是否在公允价值计量层次之间发生转换。

## **12、存货**

### **（1）存货的分类**

本公司存货分为库存商品、合同履约成本、发出商品。

### **（2）发出存货的计价方法**

本公司存货取得时按实际成本计价。库存商品等发出时采用加权平均法计价。

### **（3）存货可变现净值的确定依据及存货跌价准备的计提方法**

存货可变现净值是按存货的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用以及相关税费后的金额。在确定存货的可变现净值时，以取得的确

凿证据为基础，同时考虑持有存货的目的以及资产负债表日后事项的影响。

资产负债表日，存货成本高于其可变现净值的，计提存货跌价准备。本公司通常按照单个存货项目计提存货跌价准备，资产负债表日，以前减记存货价值的影响因素已经消失的，存货跌价准备在原已计提的金额内转回。

#### （4）存货的盘存制度

本公司存货盘存制度采用永续盘存制。

#### （5）低值易耗品的摊销方法

本公司低值易耗品领用时采用一次转销法摊销。

### **13、持有待售及终止经营**

#### （1）持有待售的非流动资产或处置组的分类与计量

本公司主要通过出售（包括具有商业实质的非货币性资产交换）而非持续使用一项非流动资产或处置组收回其账面价值时，该非流动资产或处置组被划分为持有待售类别。

上述非流动资产不包括采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产、采用公允价值减去出售费用后的净额计量的生物资产、职工薪酬形成的资产、金融资产、递延所得税资产及保险合同产生的权利。

处置组，是指在一项交易中作为整体通过出售或其他方式一并处置的一组资产，以及在该交易中转让的与这些资产直接相关的负债。在特定情况下，处置组包括企业合并中取得的商誉等。

同时满足下列条件的非流动资产或处置组被划分为持有待售类别：根据类似交易中出售此类资产或处置组的惯例，该非流动资产或处置组在当前状况下即可立即出售；出售极可能发生，即已经就一项出售计划作出决议且获得确定的购买承诺，预计出售将在一年内完成。因出售对子公司的投资等原因导致丧失对子公司控制权的，无论出售后本公司是否保留部分权益性投资，在拟出售的对子公司投资满足持有待售类别划分条件时，在个别财务报表中将子公司投资整体划分为持有待售类别，在合并财务报表中将子公司所有资产和负债划分为持有待售类别。

初始计量或在资产负债表日重新计量持有待售的非流动资产或处置组时，账面价值高于公允价值减去出售费用后净额的差额确认为资产减值损失。对于持有待售的处置组确认的资产减值损失金额，先抵减处置组中商誉的账面价值，再根据处置组中的各项非流动资产账面价值所占比重，按比例抵减其账面价值。

后续资产负债表日持有待售的非流动资产或处置组公允价值减去出售费用后的净额增加的，以前减记的金额予以恢复，并在划分为持有待售类别后确认的资产减值损失金额内转回，转回金额计入当期损益。已抵减的商誉账面价值不得转回。

持有待售的非流动资产和持有待售的处置组中的资产不计提折旧或进行摊销；持有待售的处置组中负债的利息和其他费用继续予以确认。被划分为持有待售的联营企业或合营企业的全部或部分投资，对于划分为持有待售的部分停止权益法核算，保留的部分（未被划分为持有待售类别）则继续采用权益法核算；当本公司因出售丧失对联营企业和合营企业的重大影响时，停止使用权益法。

某项非流动资产或处置组被划分为持有待售类别，但后来不再满足持有待售类别划分条件的，本公司停止将其划分为持有待售类别，并按照下列两项金额中较低者计量：

①该资产或处置组被划分为持有待售类别之前的账面价值，按照其假定在没有被划分为持有待售类别的情况下本应确认的折旧、摊销或减值进行调整后的金额；

②可收回金额。

## （2）终止经营

终止经营，是指满足下列条件之一的已被本公司处置或被本公司划分为持有待售类别的、能够单独区分的组成部分：

①该组成部分代表一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区。

②该组成部分是拟对一项独立的主要业务或一个单独的主要经营地区进行处置的一项相关联计划的一部分。

③该组成部分是专为转售而取得的子公司。

### (3) 列报

本公司在资产负债表中将持有待售的非流动资产或持有待售的处置组中的资产列报于“持有待售资产”，将持有待售的处置组中的负债列报于“持有待售负债”。

本公司在利润表中分别列示持续经营损益和终止经营损益。不符合终止经营定义的持有待售的非流动资产或处置组，其减值损失和转回金额及处置损益作为持续经营损益列报。终止经营的减值损失和转回金额等经营损益及处置损益作为终止经营损益列报。

拟结束使用而非出售且满足终止经营定义中有关组成部分的条件的处置组，自其停止使用日起作为终止经营列报。

对于当期列报的终止经营，在当期财务报表中，原来作为持续经营损益列报的信息被重新作为可比会计期间的终止经营损益列报。终止经营不再满足持有待售类别划分条件的，在当期财务报表中，原来作为终止经营损益列报的信息被重新作为可比会计期间的持续经营损益列报。

## 14、长期股权投资

长期股权投资包括对子公司、合营企业和联营企业的权益性投资。本公司能够对被投资单位施加重大影响的，为本公司的联营企业。

### (1) 初始投资成本确定

形成企业合并的长期股权投资：同一控制下企业合并取得的长期股权投资，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额作为投资成本；非同一控制下企业合并取得的长期股权投资，按照合并成本作为长期股权投资的投资成本。

对于其他方式取得的长期股权投资：支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为初始投资成本；发行权益性证券取得的长期股权投资，以发行权益性证券的公允价值作为初始投资成本。

### (2) 后续计量及损益确认方法

对子公司的投资，采用成本法核算，除非投资符合持有待售的条件；对联营

企业和合营企业的投资，采用权益法核算。

采用成本法核算的长期股权投资，除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，被投资单位宣告分派的现金股利或利润，确认为投资收益计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，对长期股权投资的账面价值进行调整，差额计入投资当期的损益。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积（其他资本公积）。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，并按照本公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。

因追加投资等原因能够对被投资单位施加重大影响或实施共同控制但不构成控制的，在转换日，按照原股权的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按权益法核算的初始投资成本。原股权于转换日的公允价值与账面价值之间的差额，以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动转入改按权益法核算的当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权在丧失共同控制或重大影响之日改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》进行会计处理，公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；原股权投资相关的其他所有者权益变动转入当期损益。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的控制的，处置后的剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按权益法核算，并对该

剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；处置后的剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按《企业会计准则第 22 号—金融工具确认和计量》的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。

因其他投资方增资而导致本公司持股比例下降、从而丧失控制权但能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，按照新的持股比例确认本公司应享有的被投资单位因增资扩股而增加净资产的份额，与应结转持股比例下降部分所对应的长期股权投资原账面价值之间的差额计入当期损益；然后，按照新的持股比例视同自取得投资时即采用权益法核算进行调整。

本公司与联营企业及合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照持股比例计算归属于本公司的部分，在抵销基础上确认投资损益。但本公司与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于所转让资产减值损失的，不予以抵销。

### （3）确定对被投资单位具有共同控制、重大影响的依据

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。在判断是否存在共同控制时，首先判断是否由所有参与方或参与方组合集体控制该安排，其次再判断该安排相关活动的决策是否必须经过这些集体控制该安排的参与方一致同意。如果所有参与方或一组参与方必须一致行动才能决定某项安排的相关活动，则认为所有参与方或一组参与方集体控制该安排；如果存在两个或两个以上的参与方组合能够集体控制某项安排的，不构成共同控制。判断是否存在共同控制时，不考虑享有的保护性权利。

重大影响，是指投资方对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。在确定能否对被投资单位施加重大影响时，考虑投资方直接或间接持有被投资单位的表决权股份以及投资方及其他方持有的当期可执行潜在表决权在假定转换为对被投资方单位的股权后产生的影响，包括被投资单位发行的当期可转换的认股权证、股份期权及可转换公司债券等的影响。

当本公司直接或通过子公司间接拥有被投资单位 20%（含 20%）以上但低

于 50%的表决权股份时，一般认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下不能参与被投资单位的生产经营决策，不形成重大影响；本公司拥有被投资单位 20%（不含）以下的表决权股份时，一般不认为对被投资单位具有重大影响，除非有明确证据表明该种情况下能够参与被投资单位的生产经营决策，形成重大影响。

#### （4）持有待售的权益性投资

对联营企业或合营企业的权益性投资全部或部分分类为持有待售资产的，相关会计处理见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“13、持有待售及终止经营”。

对于未划分为持有待售资产的剩余权益性投资，采用权益法进行会计处理。

已划分为持有待售的对联营企业或合营企业的权益性投资，不再符合持有待售资产分类条件的，从被分类为持有待售资产之日起采用权益法进行追溯调整。

#### （5）减值测试方法及减值准备计提方法

对子公司、联营企业及合营企业的投资，计提资产减值的方法见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“20、资产减值”。

### 15、固定资产

#### （1）固定资产确认条件

本公司固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用寿命超过一个会计年度的有形资产。

与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业，并且该固定资产的成本能够可靠地计量时，固定资产才能予以确认。

本公司固定资产按照取得时的实际成本进行初始计量。

#### （2）各类固定资产的折旧方法

本公司采用年限平均法计提折旧。固定资产自达到预定可使用状态时开始计提折旧，终止确认时或划分为持有待售非流动资产时停止计提折旧。在不考虑减

值准备的情况下，按固定资产类别、预计使用寿命和预计残值，本公司确定各类固定资产的年折旧率如下：

类别	使用年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	40	4	2.40
办公设备	3-5	4	32.00-19.20
电子设备	3-5	4	32.00-19.20
运输设备	4	4	24.00

其中，已计提减值准备的固定资产，还应扣除已计提的固定资产减值准备累计金额计算确定折旧率。

（3）固定资产的减值测试方法、减值准备计提方法见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“20、资产减值”。

（4）融资租入固定资产的认定依据、计价方法和折旧方法（2021年1月1日以前）

当本公司租入的固定资产符合下列一项或数项标准时，确认为融资租入固定资产：

①在租赁期届满时，租赁资产的所有权转移给本公司。

②本公司有购买租赁资产的选择权，所订立的购买价款预计将远低于行使选择权时租赁资产的公允价值，因而在租赁开始日就可以合理确定本公司将会行使这种选择权。

③即使资产的所有权不转移，但租赁期占租赁资产使用寿命的大部分。

④本公司在租赁开始日的最低租赁付款额现值，几乎相当于租赁开始日租赁资产公允价值。

⑤租赁资产性质特殊，如果不作较大改造，只有本公司才能使用。

融资租赁租入的固定资产，按租赁开始日租赁资产公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者，作为入账价值。最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。在租赁谈判和签订租赁合同过程中发生的，可归属于租赁项目的手续费、律师费、差旅费、印花税等初始直接费用，计入租

入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法进行分摊。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产一致的政策计提租赁资产折旧。能够合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

(5) 每年年度终了，本公司对固定资产的使用寿命、预计净残值和折旧方法进行复核。

使用寿命预计数与原先估计数有差异的，调整固定资产使用寿命；预计净残值预计数与原先估计数有差异的，调整预计净残值。

#### (6) 固定资产处置

当固定资产被处置、或者预期通过使用或处置不能产生经济利益时，终止确认该固定资产。固定资产出售、转让、报废或毁损的处置收入扣除其账面价值和相关税费后的金额计入当期损益。

### 16、在建工程

本公司在建工程成本按实际工程支出确定，包括在建期间发生的各项必要工程支出、工程达到预定可使用状态前的应予资本化的借款费用以及其他相关费用等。

在建工程在达到预定可使用状态时转入固定资产。

在建工程计提资产减值方法见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“20、资产减值”。

### 17、借款费用

#### (1) 借款费用资本化的确认原则

本公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。借款费用同时满足下列条件的，开始资本化：

①资产支出已经发生，资产支出包括为购建或者生产符合资本化条件的资产

而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出；

②借款费用已经发生；

③为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

## （2）借款费用资本化期间

本公司购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态时，借款费用停止资本化。在符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之后所发生的借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过 3 个月的，暂停借款费用的资本化；正常中断期间的借款费用继续资本化。

## （3）借款费用资本化率以及资本化金额的计算方法

专门借款当期实际发生的利息费用，减去尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额予以资本化；一般借款根据累计资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，确定资本化金额。资本化率根据一般借款的加权平均利率计算确定。

资本化期间内，外币专门借款的汇兑差额全部予以资本化；外币一般借款的汇兑差额计入当期损益。

## 18、无形资产

本公司无形资产包括软件系统、商标等。

无形资产按照成本进行初始计量，并于取得无形资产时分析判断其使用寿命。使用寿命为有限的，自无形资产可供使用时起，采用能反映与该资产有关的经济利益的预期实现方式的摊销方法，在预计使用年限内摊销；无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销；使用寿命不确定的无形资产，不作摊销。

使用寿命有限的无形资产摊销方法如下：

类别	使用寿命	摊销方法
软件系统	3-5 年	直线法
商标	授权使用年限	直线法

本公司于每年年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，与以前估计不同的，调整原先估计数，并按会计估计变更处理。

资产负债表日预计某项无形资产已经不能给企业带来未来经济利益的，将该项无形资产的账面价值全部转入当期损益。

无形资产计提资产减值方法见本节之“五、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之“（一）主要会计政策”之“20、资产减值”。

### 19、研究开发支出

本公司将内部研究开发项目的支出，区分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。

开发阶段的支出，同时满足下列条件的，才能予以资本化，即：完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；具有完成该无形资产并使用或出售的意图；无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。不满足上述条件的开发支出计入当期损益。

本公司研究开发项目在满足上述条件，通过技术可行性及经济可行性研究，形成项目立项后，进入开发阶段。

已资本化的开发阶段的支出在资产负债表上列示为开发支出，自该项目达到预定用途之日转为无形资产。

### 20、资产减值

对子公司、联营企业和合营企业的长期股权投资、采用成本模式进行后续计量的固定资产、在建工程、无形资产、商誉等的资产减值，按以下方法确定：

于资产负债表日判断资产是否存在可能发生减值的迹象，存在减值迹象的，

本公司将估计其可收回金额，进行减值测试。对因企业合并所形成的商誉、使用寿命不确定的无形资产和尚未达到可使用状态的无形资产无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。

可收回金额根据资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间较高者确定。本公司以单项资产为基础估计其可收回金额；难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组为基础确定资产组的可收回金额。资产组的认定，以资产组产生的主要现金流入是否独立于其他资产或者资产组的现金流入为依据。

当资产或资产组的可收回金额低于其账面价值时，本公司将其账面价值减记至可收回金额，减记的金额计入当期损益，同时计提相应的资产减值准备。

就商誉的减值测试而言，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。相关的资产组或资产组组合，是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或者资产组组合，且不大于本公司确定的报告分部。

减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，首先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，确认相应的减值损失。然后对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较其账面价值与可收回金额，如可收回金额低于账面价值的，确认商誉的减值损失。

资产减值损失一经确认，在以后会计期间不再转回。

## **21、长期待摊费用**

本公司发生的长期待摊费用按实际成本计价，并按预计受益期限平均摊销。对不能使以后会计期间受益的长期待摊费用项目，其摊余价值全部计入当期损益。

## **22、职工薪酬**

### **(1) 职工薪酬的范围**

职工薪酬，是指企业为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。企业提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等

的福利，也属于职工薪酬。

根据流动性，职工薪酬分别列示于资产负债表的“应付职工薪酬”项目和“长期应付职工薪酬”项目。

### （2）短期薪酬

本公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的职工工资、奖金、按规定的基准和比例为职工缴纳的医疗保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。如果该负债预期在职工提供相关服务的年度报告期结束后十二个月内不能完全支付，且财务影响重大的，则该负债将以折现后的金额计量。

### （3）离职后福利

离职后福利计划包括设定提存计划和设定受益计划。其中，设定提存计划，是指向独立的基金缴存固定费用后，企业不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划，是指除设定提存计划以外的离职后福利计划。

#### 设定提存计划

设定提存计划包括基本养老保险、失业保险等。

在职工提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

#### 设定受益计划

对于设定受益计划，在年度资产负债表日由独立精算师进行精算估值，以预期累积福利单位法确定提供福利的成本。本公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本，是指职工当期提供服务所导致的设定受益计划义务现值的增加额；过去服务成本，是指设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益计划义务现值的增加或减少。

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息。

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本公司将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益且不会在后续会计期间转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

#### （4）辞退福利

本公司向职工提供辞退福利的，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：本公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；本公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

实行职工内部退休计划的，在正式退休日之前的经济补偿，属于辞退福利，自职工停止提供服务日至正常退休日期间，拟支付的内退职工工资和缴纳的社会保险费等一次性计入当期损益。正式退休日期之后的经济补偿（如正常养老退休金），按照离职后福利处理。

#### （5）其他长期福利

本公司向职工提供的其他长期职工福利，符合设定提存计划条件的，按照上述关于设定提存计划的有关规定进行处理。符合设定受益计划的，按照上述关于设定受益计划的有关规定进行处理，但相关职工薪酬成本中“重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动”部分计入当期损益或相关资产成本。

### 23、预计负债

如果与或有事项相关的义务同时符合以下条件，本公司将其确认为预计负债：

- （1）该义务是本公司承担的现时义务；
- （2）该义务的履行很可能导致经济利益流出本公司；
- （3）该义务的金额能够可靠地计量。

预计负债按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。本公司于资

产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，并对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

如果清偿已确认预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿，则补偿金额只能在基本确定能收到时，作为资产单独确认。确认的补偿金额不超过所确认负债的账面价值。

## **24、股份支付及权益工具**

### **(1) 股份支付的种类**

本公司股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

### **(2) 权益工具公允价值的确定方法**

本公司对于授予的存在活跃市场的期权等权益工具，按照活跃市场中的报价确定其公允价值。对于授予的不存在活跃市场的期权等权益工具，采用期权定价模型等确定其公允价值。选用的期权定价模型考虑以下因素：A、期权的行权价格；B、期权的有效期；C、标的股份的现行价格；D、股价预计波动率；E、股份的预计股利；F、期权有效期内的无风险利率。

### **(3) 确认可行权权益工具最佳估计的依据**

等待期内每个资产负债表日，本公司根据最新取得的可行权职工人数变动等后续信息作出最佳估计，修正预计可行权的权益工具数量。在可行权日，最终预计可行权权益工具的数量应当与实际可行权数量一致。

### **(4) 实施、修改、终止股份支付计划的相关会计处理**

以权益结算的股份支付，按授予职工权益工具的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。

以现金结算的股份支付，按照本公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以本公司承担负

债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权的以现金结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照本公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用和相应的负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

本公司对股份支付计划进行修改时，若修改增加了所授予权益工具的公允价值，按照权益工具公允价值的增加相应地确认取得服务的增加；若修改增加了所授予权益工具的数量，则将增加的权益工具的公允价值相应地确认为取得服务的增加。权益工具公允价值的增加是指修改前后的权益工具在修改日的公允价值之间的差额。若修改减少了股份支付公允价值总额或采用了其他不利于职工的方式修改股份支付计划的条款和条件，则仍继续对取得的服务进行会计处理，视同该变更从未发生，除非本公司取消了部分或全部已授予的权益工具。

在等待期内，如果取消了授予的权益工具（因未满足可行权条件的非市场条件而被取消的除外），本公司对取消所授予的权益性工具作为加速行权处理，将剩余等待期内应确认的金额立即计入当期损益，同时确认资本公积。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，本公司将其作为授予权益工具的取消处理。

## **25、收入**

### **2020年1月1日以前**

#### **（1）一般原则**

##### **①销售商品**

在已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方，既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售商品实施有效控制，收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入企业，相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时，确认商品销售收入的实现。

##### **②提供劳务**

对在提供劳务交易的结果能够可靠估计的情况下，本公司于资产负债表日按

完工百分比法确认收入。

劳务交易的完工进度按已经发生的劳务成本占估计总成本的比例确定。

提供劳务交易的结果能够可靠估计是指同时满足：A、收入的金额能够可靠地计量；B、相关的经济利益很可能流入企业；C、交易的完工程度能够可靠地确定；D、交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。

如果提供劳务交易的结果不能够可靠估计，则按已经发生并预计能够得到补偿的劳务成本金额确认提供的劳务收入，并将已发生的劳务成本作为当期费用。已经发生的劳务成本如预计不能得到补偿的，则不确认收入。

### ③让渡资产使用权

与资产使用权让渡相关的经济利益能够流入及收入的金额能够可靠地计量时，本公司确认收入。

## (2) 具体方法

### ①线上零售

公司通过开设在电商平台的网络店铺直接销售商品，公司将商品发货到消费者指定收货地址，在电商平台显示客户确认收货后，公司支付宝等电商收款账户会自动收到货款，并生成收款记录，公司每月根据电商平台对账单显示的收款金额扣除售后退款、赔款等确认收入，并结转相应成本。

### ②品牌代运营

公司为品牌方线上店铺运营提供的整体服务，在提供整体服务的情况下，公司根据合同约定的收费标准，计算服务收入金额，在与客户对账后按期确认收入并结转成本。

### ③渠道分销

公司与各电商平台以及其他分销渠道签订销售协议，向其提供商品。公司在接到客户的订单后发货，客户对相关商品确认收货并进行销售。根据合同约定，电商平台货物验收后与公司进行核对结算，公司在收到结算单时，双方核对后确认销售收入。对于其他分销渠道，公司根据合同约定的产品所有权转移时点确认收入并结转成本。

#### ④品效营销

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,于相关服务完毕并经客户确认后确认收入并结转成本。

#### **2020年1月1日以后**

##### (1) 一般原则

本公司在履行了合同中的履约义务,即在客户取得相关商品或服务的控制权时确认收入。

合同中包含两项或多项履约义务的,本公司在合同开始日,按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例,将交易价格分摊至各单项履约义务,按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

满足下列条件之一时,本公司属于在某一时段内履行履约义务;否则,属于在某一时点履行履约义务:

①客户在本公司履约的同时即取得并消耗本公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制本公司履约过程中在建的商品。

③本公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途,且本公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务,本公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时,本公司已经发生的成本预计能够得到补偿的,按照已经发生的成本金额确认收入,直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务,本公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时,本公司会考虑下列迹象:

①本公司就该商品或服务享有现时收款权利,即客户就该商品负有现时付款义务。

②本公司已将该商品的法定所有权转移给客户,即客户已拥有该商品的法定

所有权。

③本公司已将该商品的实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④本公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务。

⑥其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

本公司已向客户转让商品或服务而有权收取对价的权利（且该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产，合同资产以预期信用损失为基础计提减值。本公司拥有的、无条件（仅取决于时间流逝）向客户收取对价的权利作为应收款项列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品或服务的义务作为合同负债。

同一合同下的合同资产和合同负债以净额列示，净额为借方余额的，根据其流动性在“合同资产”或“其他非流动资产”项目中列示；净额为贷方余额的，根据其流动性在“合同负债”或“其他非流动负债”项目中列示。

## （2）具体方法

### ①线上零售

公司通过开设在电商平台的网络店铺直接销售商品，公司将商品发货到消费者指定收货地址，在电商平台显示客户确认收货后，公司支付宝等电商收款账户会自动收到货款，并生成收款记录，公司每月根据电商平台对账单显示的收款金额扣除售后退款、赔款等确认收入，并结转相应成本。

### ②品牌代运营

公司为品牌方线上店铺运营提供的整体服务，在提供整体服务的情况下，公司根据合同约定的收费标准，按期计算服务收入金额，在与客户对账后按期确认收入并结转成本。

### ③渠道分销

公司与各电商平台以及其他分销渠道签订销售协议，向其提供商品。公司在

接到客户的订单后发货，客户对相关商品确认收货并进行销售。根据合同约定，电商平台货物验收后与公司进行核对结算，公司在收到结算单时，双方核对后确认销售收入。对于其他分销渠道，公司根据合同约定的客户取得相关商品控制权时确认收入并结转成本。

#### ④品效营销

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，于相关服务完毕并经客户确认后确认收入并结转成本。

### 26、合同成本（2020年1月1日以后）

合同成本包括为取得合同发生的增量成本及合同履约成本。

为取得合同发生的增量成本是指本公司不取得合同就不会发生的成本（如销售佣金等）。该成本预期能够收回的，本公司将其作为合同取得成本确认为一项资产。本公司为取得合同发生的、除预期能够收回的增量成本之外的其他支出于发生时计入当期损益。

为履行合同发生的成本，不属于存货等其他企业会计准则规范范围且同时满足下列条件的，本公司将其作为合同履约成本确认为一项资产：

①该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；

②该成本增加了本公司未来用于履行履约义务的资源；

③该成本预期能够收回。

合同取得成本确认的资产和合同履约成本确认的资产（以下简称“与合同成本有关的资产”）采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

当与合同成本有关的资产的账面价值高于下列两项的差额时，本公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失：

①本公司因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价；

②为转让该相关商品或服务估计将要发生的成本。

确认为资产的合同履约成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“存货”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

确认为资产的合同取得成本，初始确认时摊销期限不超过一年或一个正常营业周期，在“其他流动资产”项目中列示，初始确认时摊销期限超过一年或一个正常营业周期，在“其他非流动资产”项目中列示。

## 27、政府补助

政府补助在满足政府补助所附条件并能够收到时确认。

对于货币性资产的政府补助，按照收到或应收的金额计量。对于非货币性资产的政府补助，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额1元计量。

与资产相关的政府补助，是指本公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助；除此之外，作为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，能够形成长期资产的，与资产价值相对应的政府补助部分作为与资产相关的政府补助，其余部分作为与收益相关的政府补助；难以区分的，将政府补助整体作为与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值，或者确认为递延收益在相关资产使用期限内按照合理、系统的方法分期计入损益。与收益相关的政府补助，用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，则计入递延收益，于相关成本费用或损失确认期间计入当期损益或冲减相关成本。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。本公司对相同或类似的政府补助业务，采用一致的方法处理。

与日常活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

已确认的政府补助需要返还时，初始确认时冲减相关资产账面价值的，调整资产账面价值；存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部

分计入当期损益；属于其他情况的，直接计入当期损益。

## 28、递延所得税资产及递延所得税负债

所得税包括当期所得税和递延所得税。除由于企业合并产生的调整商誉，或与直接计入所有者权益的交易或者事项相关的递延所得税计入所有者权益外，均作为所得税费用计入当期损益。

本公司根据资产、负债于资产负债表日的账面价值与计税基础之间的暂时性差异，采用资产负债表债务法确认递延所得税。

各项应纳税暂时性差异均确认相关的递延所得税负债，除非该应纳税暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 商誉的初始确认，或者具有以下特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的应纳税暂时性差异，该暂时性差异转回的时间能够控制并且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

对于可抵扣暂时性差异、能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，本公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异、可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认由此产生的递延所得税资产，除非该可抵扣暂时性差异是在以下交易中产生的：

(1) 该交易不是企业合并，并且交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额；

(2) 对于与子公司、合营企业及联营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回，且未来很可能获得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产和递延所得税负债，按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计量，并反映资产负债表日预期收回资产或清偿负债方式的所得税影响。

于资产负债表日，本公司对递延所得税资产的账面价值进行复核。如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

## **29、租赁**

### **2021年1月1日以前**

本公司将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

#### **(1) 本公司作为出租人**

融资租赁中，在租赁期开始日本公司按最低租赁收款额与初始直接费用之和作为应收融资租赁款的入账价值，同时记录未担保余值；将最低租赁收款额、初始直接费用及未担保余值之和与其现值之和的差额确认为未实现融资收益。未实现融资收益在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资收入。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的初始直接费用，计入当期损益。

#### **(2) 本公司作为承租人**

融资租赁中，在租赁期开始日本公司将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认融资费用。初始直接费用计入租入资产价值。未确认融资费用在租赁期内各个期间采用实际利率法计算确认当期的融资费用。本公司采用与自有固定资产相一致的折旧政策计提租赁资产折旧。

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法计入相关资产成本或当期损益；发生的初始直接费用，计入当期损益。

#### **(3) 新冠肺炎疫情引发的租金减让**

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、本公司与承租人或出租人就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对房屋及建筑物等类别租赁采用简化方法：

①减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

②减让仅针对 2021 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额；

③综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

本公司不评估是否发生租赁变更。

当本公司作为承租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间冲减成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项；对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率将未确认融资费用确认为当期融资费用，继续按照与减让前一致的方法对融资租入资产进行计提折旧等后续计量。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，冲减资产成本或费用等科目，并相应调整长期应付款，按照减让前折现率折现计入当期损益的，还应调整未确认融资费用；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的长期应付款。

当本公司作为出租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项；对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的租赁内含利率将未实现融资收益确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为或有租金，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整长期应收款，按照减让前折现率折现计入当期损益的，还应调整未实现融资收益；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的长期应收款。

## **2021 年 1 月 1 日以后**

### **(1) 租赁的识别**

在合同开始日，本公司作为承租人或出租人评估合同中的客户是否有权获得

在使用期间内因使用已识别资产所产生的几乎全部经济利益，并有权在该使用期间主导已识别资产的使用。如果合同中一方让渡了在一定期间内控制一项或多项已识别资产使用的权利以换取对价，则本公司认定合同为租赁或者包含租赁。

## （2）本公司作为承租人

在租赁期开始日，本公司对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外。

使用权资产的会计政策见附注三、31。

租赁负债按照租赁期开始日尚未支付的租赁付款额采用租赁内含利率计算的现值进行初始计量，无法确定租赁内含利率的，采用增量借款利率作为折现率。租赁付款额包括：固定付款额及实质固定付款额，存在租赁激励的，扣除租赁激励相关金额；取决于指数或比率的可变租赁付款额；购买选择权的行权价格，前提是承租人合理确定将行使该选择权；行使终止租赁选择权需支付的款项，前提是租赁期反映出承租人将行使终止租赁选择权；以及根据承租人提供的担保余值预计应支付的款项。后续按照固定的周期性利率计算租赁负债在租赁期内各期间的利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

### 短期租赁

短期租赁是指在租赁期开始日，租赁期不超过 12 个月的租赁，包含购买选择权的租赁除外。

本公司将短期租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于短期租赁，本公司按照租赁资产的类别将下列资产类型中满足短期租赁条件的项目选择采用上述简化处理方法。

### 低价值资产租赁

低价值资产租赁是指单项租赁资产为全新资产时价值低于 4 万元的租赁。

本公司将低价值资产租赁的租赁付款额，在租赁期内各个期间按照直线法的方法计入相关资产成本或当期损益。

对于低价值资产租赁，本公司根据每项租赁的具体情况选择采用上述简化处理方法。

### 租赁变更

租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该租赁变更作为一项单独租赁进行会计处理：①该租赁变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，在租赁变更生效日，本公司重新分摊变更后合同的对价，重新确定租赁期，并按照变更后租赁付款额和修订后的折现率计算的现值重新计量租赁负债。

租赁变更导致租赁范围缩小或租赁期缩短的，本公司相应调减使用权资产的账面价值，并将部分终止或完全终止租赁的相关利得或损失计入当期损益。

其他租赁变更导致租赁负债重新计量的，本公司相应调整使用权资产的账面价值。

### (3) 本公司作为出租人

本公司作为出租人时，将实质上转移了与资产所有权有关的全部风险和报酬的租赁确认为融资租赁，除融资租赁之外的其他租赁确认为经营租赁。

### 融资租赁

融资租赁中，在租赁期开始日本公司按租赁投资净额作为应收融资租赁款的入账价值，租赁投资净额为未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和。本公司作为出租人按照固定的周期性利率计算并确认租赁期内各个期间的利息收入。本公司作为出租人取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

应收融资租赁款的终止确认和减值按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》和《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》的规定进行会计处理。

## 经营租赁

经营租赁中的租金，本公司在租赁期内各个期间按照直线法确认当期损益。发生的与经营租赁有关的初始直接费用应当资本化，在租赁期内按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。

## 租赁变更

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，经营租赁发生变更的，本公司自变更生效日起将其作为一项新租赁进行会计处理，与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额视为新租赁的收款额。

除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，融资租赁发生变更且同时符合下列条件的，本公司将该变更作为一项单独租赁进行会计处理：①该变更通过增加一项或多项租赁资产的使用权而扩大了租赁范围；②增加的对价与租赁范围扩大部分的单独价格按该合同情况调整后的金额相当。

融资租赁发生变更未作为一项单独租赁进行会计处理的，本公司分别下列情形对变更后的租赁进行处理：①假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为经营租赁的，本公司自租赁变更生效日开始将其作为一项新租赁进行会计处理，并以租赁变更生效日前的租赁投资净额作为租赁资产的账面价值；②假如变更在租赁开始日生效，该租赁会被分类为融资租赁的，本公司按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》关于修改或重新议定合同的规定进行会计处理。

### （4）新冠肺炎疫情引发的租金减让

对于由新冠肺炎疫情直接引发的、本公司与承租人或出租人就现有租赁合同达成的租金减免、延期支付等租金减让，同时满足下列条件的，本公司对房屋及建筑物等类别租赁采用简化方法：

①减让后的租赁对价较减让前减少或基本不变，其中，租赁对价未折现或按减让前折现率折现均可；

②减让仅针对 2022 年 6 月 30 日前的应付租赁付款额；

③综合考虑定性和定量因素后认定租赁的其他条款和条件无重大变化。

本公司不评估是否发生租赁变更。

当本公司作为承租人时，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算租赁负债的利息费用并计入当期损益，继续按照与减让前一致的方法对使用权资产进行计提折旧等后续计量。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等解除原租金支付义务时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减相关资产成本或费用，同时相应调整租赁负债；延期支付租金的，本公司在实际支付时冲减前期确认的租赁负债。对于采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金计入相关资产成本或费用。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减相关资产成本或费用；延期支付租金的，本公司在原支付期间将应支付的租金确认为应付款项，在实际支付时冲减前期确认的应付款项。

当本公司作为出租人时，对于经营租赁，本公司继续按照与减让前一致的方法将原合同租金确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在减免期间冲减租赁收入；延期收取租金的，本公司在原收取期间将应收取的租金确认为应收款项，并在实际收到时冲减前期确认的应收款项。对于融资租赁，本公司继续按照与减让前一致的折现率计算利息并确认为租赁收入。发生租金减免的，本公司将减免的租金作为可变租赁付款额，在达成减让协议等放弃原租金收取权利时，按未折现或减让前折现率折现金额冲减原确认的租赁收入，不足冲减的部分计入投资收益，同时相应调整应收融资租赁款；延期收取租金的，本公司在实际收到时冲减前期确认的应收融资租赁款。

### **30、使用权资产（2021年1月1日以后）**

#### **（1）使用权资产确认条件**

使用权资产是指本公司作为承租人可在租赁期内使用租赁资产的权利。

在租赁期开始日，使用权资产按照成本进行初始计量。该成本包括：租赁负债的初始计量金额；在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；本公司作为承租人发生的初始直接费用；本公司作为承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。本公司作为承租人按照《企业会计准则

第 13 号——或有事项》对拆除复原等成本进行确认和计量。后续就租赁负债的任何重新计量作出调整。

## （2）使用权资产的折旧方法

本公司采用直线法计提折旧。本公司作为承租人能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

（3）使用权资产的减值测试方法、减值准备计提方法见“20、资产减值”。

## 31、重大会计判断和估计

本公司根据历史经验和其它因素，包括对未来事项的合理预期，对所采用的重要会计估计和关键假设进行持续的评价。

很可能导致下一会计年度资产和负债的账面价值出现重大调整风险的重要会计估计和关键假设列示如下：

### 金融资产的分类

本公司在确定金融资产的分类时涉及的重大判断包括业务模式及合同现金流量特征的分析等。

本公司在金融资产组合的层次上确定管理金融资产的商业模式，考虑的因素包括评价和向关键管理人员报告金融资产业绩的方式、影响金融资产业绩的风险及其管理方式、以及相关业务管理人员获得报酬的方式等。

本公司在评估金融资产的合同现金流量是否与基本借贷安排相一致时，存在以下主要判断：本金是否可能因提前还款等原因导致在存续期内的时间分布或者金额发生变动；利息是否仅包括货币时间价值、信用风险、其他基本借贷风险以及与成本和利润的对价。例如，提前偿付的金额是否仅反映了尚未支付的本金及以未偿付本金为基础的利息，以及因提前终止合同而支付的合理补偿。

### 应收账款预期信用损失的计量

本公司通过应收账款违约风险敞口和预期信用损失率计算应收账款预期信用损失，并基于违约概率和违约损失率确定预期信用损失率。在确定预期信用损

失率时，本公司使用内部历史信用损失经验等数据，并结合当前状况和前瞻性信息对历史数据进行调整。在考虑前瞻性信息时，本公司使用的指标包括经济下滑的风险、外部市场环境、技术环境和客户情况的变化等。本公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。

#### 递延所得税资产

在很有可能有足够的应纳税利润来抵扣亏损的限度内，应就所有未利用的税务亏损确认递延所得税资产。这需要管理层运用大量的判断来估计未来应纳税利润发生的时间和金额，结合纳税筹划策略，以决定应确认的递延所得税资产的金额。

### **(二) 重要会计政策、会计估计的变更、会计差错更正**

报告期内，公司存在会计政策变更的情况，主要系根据国家统一的会计制度的要求进行变更，具有合理性，相关变更已履行适当的内部审批程序，与同行业可比公司不存在重大差异。具体如下：

#### **1、2019 年度会计政策变更**

(1) 财政部于 2019 年 4 月发布了《财政部关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2019]6 号），2018 年 6 月发布的《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会[2018]15 号）废止；财政部于 2019 年 9 月发布了《财政部关于修订印发合并财务报表格式(2019 版)的通知》（财会[2019]16 号），《财政部关于修订印发 2018 年度合并财务报表格式的通知》（财会[2019]1 号）同时废止。根据财会[2019]6 号和财会[2019]16 号，公司对财务报表格式进行了以下修订：

资产负债表，将“应收票据及应收账款”行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；将“应付票据及应付账款”行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。

公司对可比期间的比较数据按照财会[2019]6 号文进行调整。财务报表格式的修订对本公司的资产总额、负债总额、净利润、其他综合收益等无影响。

#### **(2) 执行新金融工具准则**

财政部于 2017 年颁布了《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量(修

订)》、《企业会计准则第 23 号——金融资产转移(修订)》、《企业会计准则第 24 号——套期会计(修订)》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报(修订)》(以下统称“新金融工具准则”),公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则,对会计政策相关内容进行了调整。

公司按照新金融工具准则的规定,除某些特定情形外,对金融工具的分类和计量(含减值)进行追溯调整,将金融工具原账面价值和在新金融工具准则施行日(即 2019 年 1 月 1 日)的新账面价值之间的差额计入 2019 年年初留存收益或其他综合收益。同时,公司未对比较财务报表数据进行调整。

于 2019 年 1 月 1 日,金融资产按照原金融工具准则和新金融工具准则的规定进行分类和计量的结果对比如下:

单位:元

原金融工具准则			新金融工具准则		
项目	类别	账面价值	项目	类别	账面价值
可供出售金融资产	以成本计量(权益工具)	24,000,000.00	其他非流动金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	25,595,643.54

于 2019 年 1 月 1 日,执行新金融工具准则时金融工具分类和账面价值调节表如下:

单位:元

项目	调整前账面金额(2018 年 12 月 31 日)	重分类	重新计量	调整后账面金额(2019 年 1 月 1 日)
<b>资产:</b>				
可供出售金融资产	24,000,000.00	-24,000,000.00		
其他非流动金融资产		24,000,000.00	1,595,643.54	25,595,643.54
<b>负债:</b>				
递延所得税负债			398,910.89	398,910.89
<b>股东权益:</b>				
未分配利润	30,171,019.18		1,196,732.65	31,367,751.83

### (3) 执行新债务重组准则

财政部于 2019 年 5 月 16 日发布了《企业会计准则第 12 号——债务重组》(以下简称“新债务重组准则”),修改了债务重组的定义,明确了债务重组中涉及金融工具的适用《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》等准则,

明确了债权人受让金融资产以外的资产初始按成本计量，明确债务人以资产清偿债务时不再区分资产处置损益与债务重组损益。

根据财会[2019]6号文件的规定，“营业外收入”和“营业外支出”项目不再包含债务重组中因处置非流动资产产生的利得或损失。

公司对2019年1月1日新发生的债务重组采用未来适用法处理，对2019年1月1日以前发生的债务重组不进行追溯调整。新债务重组准则对本公司财务状况和经营成果无影响。

#### (4) 执行新非货币性交换准则

财政部于2019年5月9日发布了《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》（以下简称“新非货币性交换准则”），明确了货币性资产和非货币性资产的概念和准则的适用范围，明确了非货币性资产交换的确认时点，明确了不同条件下非货币性资产交换的价值计量基础和核算方法及同时完善了相关信息披露要求。公司对2019年1月1日以后新发生的非货币性资产交换交易采用未来适用法处理，对2019年1月1日以前发生的非货币性资产交换交易不进行追溯调整。

新非货币性资产交换准则对公司财务状况和经营成果无影响。

## 2、2020年度会计政策变更

### 执行新收入准则

财政部于2017年颁布了《企业会计准则第14号——收入（修订）》（以下简称“新收入准则”），本公司自2020年1月1日起执行该准则，对会计政策相关内容进行了调整。

本公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务的控制权时，确认收入。在满足一定条件时，本公司属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务。合同中包含两项或多项履约义务的，本公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务，按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

本公司依据新收入准则有关特定事项或交易的具体规定调整了相关会计政策。例如预收账款、应收账款等。

本公司已向客户转让商品而有权收取对价的权利，且该权利取决于时间流逝之外的其他因素作为合同资产列示。本公司已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

单位：元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额 (2020年1月1日)
因执行新收入准则，本公司将与销售商品相关的预收款项中包含的商品货款及增值税进行区分，其中商品价款部分代表企业已收取客户对价而应向客户转让商品的义务，确认为“合同负债”；增值税部分计入“应交税费—待转销项税额”、在“其他流动负债”项目列示。	合同负债	18,491,859.18
	预收款项	-19,682,557.25
	其他流动负债	1,190,698.07

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表相关项目的影响如下：

单位：元

受影响的资产负债表项目	影响金额 2020年12月31日
合同负债	25,388,599.12
预收款项	-27,209,226.92
其他流动负债	1,820,627.80
受影响的利润表项目	影响金额 2020年度
营业成本	36,812,343.76
销售费用	-36,812,343.76

(2) 首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

①首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况  
合并资产负债表

单位：万元

项目	2018.12.31	2019.01.01	调整数
----	------------	------------	-----

项目	2018.12.31	2019.01.01	调整数
可供出售金融资产	2,400.00		-2,400.00
其他非流动金融资产		2,559.56	2,559.56
<b>非流动资产合计</b>	<b>6,232.65</b>	<b>6,392.22</b>	<b>159.56</b>
<b>资产总计</b>	<b>53,311.19</b>	<b>53,470.75</b>	<b>159.56</b>
递延所得税负债		39.89	39.89
<b>非流动负债合计</b>		<b>39.89</b>	<b>39.89</b>
<b>负债合计</b>	<b>17,535.61</b>	<b>17,575.50</b>	<b>39.89</b>
未分配利润	3,025.61	3,145.28	119.67
归属于母公司所有者权益合计	35,775.58	35,895.26	119.67
股东权益合计	35,775.58	35,895.26	119.67
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>53,311.19</b>	<b>53,470.75</b>	<b>159.56</b>

母公司资产负债表

单位：万元

项目	2018.12.31	2019.01.01	调整数
可供出售金融资产	1,300.00		-1,300.00
其他非流动金融资产		1,364.57	1,364.57
<b>非流动资产合计</b>	<b>21,315.03</b>	<b>21,379.60</b>	<b>64.57</b>
<b>资产总计</b>	<b>40,480.57</b>	<b>40,545.13</b>	<b>64.57</b>
递延所得税负债		16.14	16.14
<b>非流动负债合计</b>		<b>16.14</b>	<b>16.14</b>
<b>负债合计</b>	<b>7,051.31</b>	<b>7,067.45</b>	<b>16.14</b>
未分配利润	-2,275.28	-2,226.86	48.43
归属于母公司所有者权益合计	33,429.26	33,477.69	48.43
股东权益合计	33,429.26	33,477.69	48.43
<b>负债和股东权益总计</b>	<b>40,480.57</b>	<b>40,545.13</b>	<b>64.57</b>

②首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

合并资产负债表

单位：万元

项目	2019.12.31	2020.01.01	调整数
预收款项	1,968.26		-1,968.26
合同负债		1,849.19	1,849.19
其他流动负债		119.07	119.07
<b>流动负债合计</b>	<b>20,995.89</b>	<b>20,995.89</b>	

母公司资产负债表

单位：万元

项目	2019.12.31	2020.01.01	调整数
预收款项	32.51		-32.51
合同负债		30.67	30.67
其他流动负债		1.84	1.84
<b>流动负债合计</b>	<b>13,450.24</b>	<b>13,450.24</b>	

### 3、2021 年度会计政策变更

#### 新租赁准则

财政部于 2018 年发布了《企业会计准则第 21 号——租赁（修订）》，要求在境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报表的企业，自 2019 年 1 月 1 日起施行；其他执行企业会计准则的企业自 2021 年 1 月 1 日起施行。本公司自 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，对会计政策相关内容进行了调整。变更后的会计政策参见本节 29 和 30。

#### 作为承租人

新租赁准则要求承租人对所有租赁确认使用权资产和租赁负债，简化处理的短期租赁和低价值资产租赁除外，并分别确认折旧和利息费用。

对于首次执行日前已存在的合同，本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

新租赁准则允许承租人选择下列方法之一对租赁进行衔接会计处理：

按照《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定采用追溯调整法处理。

根据首次执行本准则的累积影响数，调整首次执行本准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额，不调整可比期间信息。

本公司按照新租赁准则的规定，对于首次执行日新租赁准则与现行租赁准则的差异追溯调整入 2021 年年初留存收益。同时，本公司未对比较财务报表数据进行调整。

对于首次执行日之前的融资租赁，本公司按照融资租入资产和应付融资租赁款的原账面价值，分别计量使用权资产和租赁负债；

对于首次执行日之前的经营租赁，本公司根据剩余租赁付款额按首次执行日的增量借款利率折现的现值计量租赁负债，并对于所有租赁按照与租赁负债相等的金额，并根据预付租金进行必要调整计量使用权资产。

在首次执行日，本公司按照本节 20 对使用权资产进行减值测试并进行相应的会计处理。

本公司对首次执行日之前租赁资产属于低价值资产的经营租赁或将于 12 个月内完成的经营租赁，采用简化处理，未确认使用权资产和租赁负债。

本公司对于首次执行日之前的经营租赁，采用了下列简化处理：

计量租赁负债时，具有相似特征的租赁可采用同一折现率；使用权资产的计量可不包含初始直接费用；

存在续租选择权或终止租赁选择权的，本公司根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期；

作为使用权资产减值测试的替代，本公司评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同，并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产；

首次执行日前的租赁变更，本公司根据租赁变更的最终安排进行会计处理。

执行新租赁准则对 2021 年 1 月 1 日合并资产负债表项目的影 响如下：

单位：万元

项 目	调整前账面金额 (2020年12月31日)	重分类	重新计量	调整后账面金额 (2021年1月1日)
资产：	-	-	-	-
使用权资产	-	-	3,416.49	3,416.49
资产总额	-	-	3,416.49	3,416.49
负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	704.68	704.68
租赁负债	-	-	2,711.80	2,711.80
负债总额	-	-	3,416.49	3,416.49

对于 2020 年度财务报表中披露的重大经营租赁尚未支付的最低租赁付款额，本公司按照 2021 年 1 月 1 日作为承租人的增量借款利率，将原租赁准则下披露

的尚未支付的最低经营租赁付款额调整为新租赁准则下确认的租赁负债的调节表如下：

单位：万元

2020年12月31日重大经营租赁最低租赁付款额	3,802.88
减：采用简化处理的最低租赁付款额	0.65
其中：短期租赁	0.65
加：2020年12月31日融资租赁最低租赁付款额	-
减：取决于指数或比率的可变租赁付款额调节	-
2021年1月1日新租赁准则下最低租赁付款额	3,802.23
2021年1月1日增量借款利率加权平均值	4.85%
2021年1月1日租赁负债	3,416.49

执行新租赁准则对 2021 年财务报表项目的影晌如下：

单位：万元

合并资产负债表项目	2021.12.31报表数	假设按原租赁准则	增加/减少 (-)
资产：			
预付款项		158.43	-158.43
其他流动资产	2.64		2.64
使用权资产	2,958.40		2,958.40
资产总计	2,961.05	158.43	2,802.62
负债			
应交税费		18.99	-18.99
一年内到期的非流动负债	829.22		829.22
租赁负债	2,112.04		2,112.04
负债总计	2,941.26	18.99	2,922.27

单位：万元

合并利润表项目	2021年报表数	假设按原租赁准则	增加/减少 (-)
管理费用	841.78	851.41	-9.63
财务费用	149.26	-	149.26
资产处置收益	0.99		0.99
利润总额	-990.04	-851.41	-138.64
所得税费用	-165.32	-146.33	-18.99
净利润	-824.73	-705.08	-119.65

作为出租人

根据新租赁准则，本公司无需对其作为出租人的租赁按照衔接规定进行调整，但需自首次执行新租赁准则之日按照新租赁准则进行会计处理。

(2) 首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况-未追溯调整前期比较报表

### 合并资产负债表

单位：万元

项目	2020.12.31	2021.1.1	调整数
资产：			
使用权资产		3,416.49	3,416.49
负债：			
一年内到期的非流动负债		704.68	704.68
租赁负债		2,711.80	2,711.80

### 母公司资产负债表

单位：万元

项目	2020.12.31	2021.1.1	调整数
资产：			
使用权资产		1,300.90	1,300.90
负债：			
一年内到期的非流动负债		268.43	268.43
租赁负债		1,032.46	1,032.46

除上述因执行新准则导致的变更外，公司不存在其他重要会计政策、会计估计变更，会计差错更正。

## 六、发行人适用的各种税项及税率

### (一) 公司主要税种和税率

报告期内，公司适用主要税种为增值税和企业所得税，具体税率如下表：

税种	计税依据	法定税率%
增值税	应税收入	16、13、10、9、6
城市维护建设税	应纳流转税额	7、5
企业所得税	应纳税所得额	25
教育费附加	应纳流转税额	3
地方教育费附加	应纳流转税额	2

注 1：根据《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号），自 2019 年 4 月 1 日起纳税人发生增值税应税销售行为或者进口货物，原适用 16%/10% 的，税率调整为 13%/9%。

注 2：发行人下属子公司蓝色商道、美广云商为上海嘉定区企业，城市维护建设税适用 5%。

注 3：发行人下属境外子公司相关税项适用当地税收政策及税率。

## （二）税收优惠及批文

### 1、增值税

根据财政部、税务总局、海关总署《关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部税务总局海关总署公告 2019 年第 39 号）及国家税务总局《关于深化增值税改革有关事项的公告》（国家税务总局公告 2019 年第 14 号），2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%。

### 2、企业所得税

本公司下属子公司西藏北联为注册地在西藏的子公司，根据《西藏自治区人民政府关于印发西藏自治区招商引资优惠政策若干规定（试行）的通知（藏政发〔2018〕25 号）》规定，在藏注册并设有生产经营实体的各类企业自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，从事《西部地区鼓励类产业目录》产业且主营业务收入占企业收入总额 70% 以上的，执行西部大开发 15% 的企业所得税税率，吸纳西藏常住人口就业人数达到企业职工总数 70%（含本数）以上的企业，自 2018 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，免征企业所得税地方分享部分，即按照实际 9%（ $15\% \times 60\% = 9\%$ ）缴纳所得税。

根据《国家税务总局关于实施小型微利企业普惠性所得税减免政策有关问题的公告（国家税务总局公告 2019 年第 2 号）》，自 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50% 计入应纳税所得额，按 20% 的税率缴纳企业所得税。发行人下属子公司畅益思、蓝合汽车、美广云商、东连科技、天津北联、数聚品效 2019 年度符合该政策规定，适用该所得税减免政策税收优惠。同时畅益思、东连科技、美广云商、亚加实业 2020 年度及 2021 年度继续适用该所得税减免政策。

根据《国家税务总局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）》，自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对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。发行人下属子公司杭州数聚品效营销策划有限公司、杭州数聚智连科技技术有限公司、上海美广云商电子商务有限公司、东连（北京）科技有限公司、上海亚加实业有限公司、北京畅益思科技发展有限公司、广州数聚品效营销策划有限公司符合该政策规定，适用该所得税减免政策税收优惠。

## 七、非经常性损益明细表

### （一）非经常性损益项目及金额

根据致同出具的致同专字（2021）第110A011482号及致同专字（2022）第110A010633号专项审核报告，报告期内公司的非经常性损益项目及金额如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
非流动资产处置损益(包括已计提资产减值准备的冲销部分)		-	-
计入当期损益的政府补助,但与公司业务密切相关,按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外	495.76	440.40	86.77
委托他人投资或管理资产的损益		-	2.39
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外,持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益,以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	573.77	170.03	412.37
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、金融负债和可供出售金融资产、交易性金融资产、交易性金融负债和其他债权投资取得的投资收益		-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-59.11	90.57	-23.63
因股份支付确认的费用		-	-579.96
其他符合非经常性损益定义的损益项目	684.64	95.39	56.51
<b>小计</b>	<b>1,695.05</b>	<b>796.39</b>	<b>-45.55</b>
减：所得税影响金额	409.41	198.60	133.07
少数股东损益		-	-
<b>归属于母公司所有者的非经常性损益</b>	<b>1,285.64</b>	<b>597.79</b>	<b>-178.62</b>

其中，其他符合非经常性损益定义的损益项目为“其他收益”中的个税手续费返还及进项税加计抵减。

## （二）重大非经常性损益项目说明

发行人重大非经常性损益项目主要系计入当期损益的政府补助及股份支付，计入当期损益的政府补助详见本节之“九、经营成果分析”之“（五）利润表其他项目分析”之“2、其他收益”；股份支付请见本招股说明书“第五节发行人基本情况”之“八、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排”。

## （三）非经常性损益对经营成果的影响

报告期内，非经常性损益对经营成果的影响如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
归属于母公司股东的非经常性损益净额	1,285.64	597.79	-178.62
归属于母公司普通股股东的净利润	9,884.01	9,338.74	4,272.17
扣除非经常性损益后归属于母公司普通股股东的净利润	8,598.37	8,740.95	4,450.79
归属于母公司所有者的非经常性损益净额占比	13.01%	6.40%	-4.18%

## 八、主要财务指标

### （一）基本财务指标

项目	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率	3.92	3.63	2.59
速动比率	2.85	2.59	1.71
资产负债率（母公司）	25.50%	22.66%	28.08%
资产负债率（合并报表）	25.28%	25.42%	34.54%
归属于发行人股东的每股净资产（元/股）	5.04	4.31	3.25
无形资产（扣除土地使用权、水面养殖权和采矿权等后）占净资产的比例	0.11%	0.10%	0.18%
项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次/年）	11.62	12.62	10.66
存货周转率（次/年）	6.47	5.58	4.39
息税折旧摊销前利润（万元）	15,041.20	13,217.60	6,924.66
利息保障倍数（倍）	37.84	53.14	27.59
研发投入占营业收入的比例	0.46%	0.23%	0.37%
每股经营活动产生的现金流量（元/股）	-0.48	0.13	-0.44
每股净现金流量（元/股）	-0.38	0.52	-0.06

归属于发行人股东的净利润（万元）	9,884.01	9,338.74	4,272.17
归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润（万元）	8,598.37	8,740.95	4,450.79

注：上述财务指标计算公式如下：

- 1、流动比率=流动资产÷流动负债
- 2、速动比率=（流动资产-存货）÷流动负债
- 3、资产负债率=总负债÷总资产
- 4、归属于发行人股东的每股净资产=期末归属于母公司所有者权益/期末股本总额
- 5、无形资产（扣除土地使用权后）占净资产比例=无形资产（扣除土地使用权后）÷期末净资产
- 6、应收账款周转率=营业收入÷应收账款平均净额
- 7、存货周转率=营业成本÷存货平均净额
- 8、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税+利息支出+折旧+摊销
- 9、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）÷利息支出
- 10、每股经营活动产生的现金流量=经营活动产生的现金流量净额÷期末股本总额
- 11、每股净现金流量=当期现金及现金等价物净增加额÷期末股本总额
- 12、归属于发行人股东的净利润=净利润-少数股东损益
- 13、归属于发行人股东扣除非经常性损益后的净利润=净利润-少数股东损益-税后非经常性损益

## （二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第9号—净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010年修订）》，公司净资产收益率和每股收益计算结果如下：

期间	项目	净资产收益率	每股收益（元）	
		加权平均	基本	稀释
2021年度	归属于公司普通股股东的净利润	15.63%	0.73	0.73
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	13.60%	0.64	0.64
2020年度	归属于公司普通股股东的净利润	19.53%	0.73	0.73
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	18.28%	0.68	0.68
2019年度	归属于公司普通股股东的净利润	11.33%	0.34	0.34
	扣除非经常性损益后的归属于公司普通股股东的净利润	11.80%	0.36	0.36

注：上述财务指标计算公式如下：

$$(1) \text{ 加权平均净资产收益率} = P_0 / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$$

其中：P<sub>0</sub> 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润；NP 为归属于公司普通股股东的净利润；E<sub>0</sub> 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E<sub>i</sub> 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产；E<sub>j</sub> 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产；M<sub>0</sub> 为报告期月份数；M<sub>i</sub> 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；M<sub>j</sub> 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；E<sub>k</sub> 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；M<sub>k</sub> 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

$$(2) \text{ 基本每股收益} = P_0 \div S$$

$$S = S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k$$

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

(3) 稀释每股收益 =  $P1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

## 九、经营成果分析

报告期内，公司主要经营成果如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	177,071.41	147,329.66	107,994.68
营业成本	137,887.98	109,979.83	76,147.94
营业利润	13,757.97	12,760.91	6,548.04
利润总额	13,698.86	12,851.48	6,524.41
净利润	9,884.01	9,338.74	4,272.17
归属于母公司所有者的净利润	9,884.01	9,338.74	4,272.17
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	8,598.37	8,740.95	4,450.79

报告期内，公司经营成果保持了较好的发展态势，营业收入、营业利润与净利润总体呈增长趋势。

### (一) 报告期营业收入的构成与变动原因

#### 1、营业收入情况

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	177,071.41	100.00%	147,329.66	100.00%	107,994.68	100.00%
合计	<b>177,071.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,329.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>107,994.68</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业收入均为主营业务收入，收入金额分别为 107,994.68 万元、147,329.66 万元及 177,071.41 万元。2020 年度及 2021 年度，公司营业收入

增长率分别为 36.42% 及 20.19%，总体呈稳步增长趋势。

公司积极提高自身的业务水平，在稳定知名合作品牌的同时持续开拓新的优质品牌，使得经营业绩稳步增长。截至 2021 年末，公司与雅培/Abbott、花王/Kao、飞鹤、帮宝适/Pampers、澳佳宝/Blackmores、欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、欧舒丹/L'OCCITANE、嘉士伯/Carlsberg 及中粮福临门等多个国内外知名品牌合作，合作品类覆盖母婴营养、消费电子、美妆快消等领域。

近年来中国电子商务交易规模持续扩大、网上零售规模持续提升，品牌方对于能够提供优质品牌服务的电商需求同步增长。公司作为连接品牌方与消费者的重要桥梁，通过为国内外知名品牌提供专业、高效、全方位的电商运营及营销服务，协助品牌提升国内市场知名度及销售目标，在报告期内迅速发展。

## 2、主营业务收入按业务类型构成情况及变动分析

报告期内，公司主营业务收入由品牌电商运营服务、渠道分销业务及品效营销业务构成，具体如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌电商运营服务	101,799.61	57.49%	105,162.81	71.38%	76,765.69	71.08%
其中：线上零售业务	88,282.85	49.86%	94,051.78	63.84%	68,175.24	63.13%
品牌代运营服务	13,516.76	7.63%	11,111.03	7.54%	8,590.45	7.95%
渠道分销业务	41,535.58	23.46%	19,755.48	13.41%	10,767.20	9.97%
品效营销服务	33,736.22	19.05%	22,411.37	15.21%	20,461.79	18.95%
<b>合计</b>	<b>177,071.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,329.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>107,994.68</b>	<b>100.00%</b>

上述各主要业务收入变动分析如下：

### (1) 品牌电商运营服务

报告期各期，品牌电商运营服务的收入分别为 76,765.69 万元、105,162.81 万元及 101,799.61 万元，占公司营业收入的比例分别为 71.08%、71.38% 及 57.49%。品牌电商运营服务包括线上零售业务及品牌代运营服务。

### ①线上零售业务

报告期各期，线上零售业务的收入分别为 68,175.24 万元、94,051.78 万元及 88,282.85 万元，占公司营业收入的比例分别为 63.13%、63.84% 及 49.86%。

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。

线上零售业务收入于 2020 年度增长的原因主要为：①2020 年在疫情的影响下，消费者的消费行为及用户习惯受到了显著的影响，网络零售蓬勃发展；②消费升级及生育政策调整，有助于公司继续发挥其在消费电子、母婴营养相关品牌的优势；③公司围绕各主流平台不断拓展业务，对长期稳定合作的品牌升级服务，并积极利用自身专业优势开拓新客户，发展新的收入增长点；公司紧随市场变化，除传统销售模式外，通过直播扩大品牌知名度，带动销量增长。

线上零售业务收入于 2021 年度有所降低，主要系①发行人与 iRobot 于 2021 年 5 月终止合作，2020 年度 iRobot 线上零售收入为 6,479.03 万元，2021 年度为 1,005.81 万元，降低 5,473.22 万元；②发行人与全安素于 2021 年终止天猫平台上雅培特医营养品旗舰店的线上零售业务，于 8 月正式切店，2020 年度该店铺收入金额为 4,444.13 万元，2021 年度为 1,900.76 万元，降低 2,543.37 万元。除上述两个终止合作的品牌，发行人同时开拓新品牌花王，增加澳佳宝品牌的业务规模，线上零售业务虽有降低，但降幅较低，对发行人盈利水平不构成重大影响。

报告期内，线上零售业务前五大品牌收入及占比情况如下：

单位：万元

2021 年			
序号	品牌	收入	收入占比
1	欧乐 B	35,470.09	40.18%
2	雅培 <sup>1</sup>	16,745.02	18.97%
3	花王	12,677.18	14.36%
4	澳佳宝	11,790.44	13.36%

5	博朗（个护）	5,312.65	6.02%
合计		<b>81,995.38</b>	<b>92.89%</b>
<b>2020 年</b>			
序号	品牌	收入	收入占比
1	欧乐 B	39,631.82	42.14%
2	雅培 <sup>1</sup>	25,336.11	26.94%
3	博朗（个护）	6,927.47	7.37%
4	澳佳宝	6,616.70	7.04%
5	iRobot <sup>2</sup>	6,479.03	6.89%
合计		<b>84,991.13</b>	<b>90.37%</b>
<b>2019 年</b>			
序号	品牌	收入	收入占比
1	欧乐 B	25,941.16	38.05%
2	雅培 <sup>1</sup>	23,079.15	33.85%
3	iRobot	7,397.24	10.85%
4	博朗（个护）	5,987.07	8.78%
5	wet n wild	2,139.11	3.14%
合计		<b>64,543.73</b>	<b>94.67%</b>

注 1：雅培包括雅培、菁挚及全安素。

注 2：经公司与 iRobot 品牌方协商，双方于 2021 年 5 月终止合作关系。

## ②品牌代运营服务

报告期各期，品牌代运营服务的收入分别为 8,590.45 万元、11,111.03 万元及 13,516.76 万元，占公司营业收入的比例分别为 7.95%、7.54%及 7.63%，占比较为稳定。

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。

报告期内，公司为现有品牌提供持续且稳定增长的服务，并不断积极扩展新品牌合作，公司品牌代运营服务的收入持续增长。

## (2) 渠道分销业务

### ①渠道分销业务基本情况及波动原因

报告期各期，渠道分销业务的收入分别为 10,767.20 万元、19,755.48 万元及 41,535.58 万元，占公司营业收入的比例分别为 9.97%、13.41%及 23.46%。

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。

报告期内，公司渠道分销业务保持增长趋势，主要原因系：①公司积极开拓京东自营等渠道分销业务，除向客户销售商品外还提供例如店铺设计、店铺运营、客户服务等不同组合的增值运营支持服务，促进该分销业务收入快速增长；②公司积极把握各电商平台的发展情况，除持续稳固天猫、京东等主流电商平台的投入外，另外积极开拓如拼多多等新兴电商平台，拓展多渠道分销的业务模式；③ 2021 年公司渠道分销业务占公司营业收入比例上升，主要系增加花王品牌在天猫超市的分销业务，当期渠道分销收入为 18,862.64 万元，占当期渠道分销业务收入比例为 45.41%。

### ②渠道分销模式下，公司不掌握终端销售客户相关信息

公司渠道分销业务的主要分销渠道包括京东、天猫、唯品会等电商平台、线上中小卖家和线下分销商客户。由分销商向终端消费者销售，发行人不掌握终端消费者的相关信息。

分销商为电商平台的，采取非买断模式，适用穿透结算、定期结算方式。穿透结算模式下，当相关商品自买家确认收货后，电商平台对该部分商品出具结算单与公司结算，公司根据结算情况确认收入。定期结算模式下，电商平台于相关商品验收入库后的约定期限结算。

分销商为非电商平台的，采用买断模式。发行人在按客户要求发货并经客户确认收货后，公司根据客户签收记录或物流签收记录等确认收入。

由于顾客订单信息系分销商重要的商业资源，公司发货后仅能获取平台提供的结算单、客户签收记录等资料，平台的结算单中不体现终端消费者销售信息，

发行人无法掌握其向终端消费者的销售信息。

经核查，发行人报告期内主要渠道分销客户与发行人不存在实质和潜在关联关系；发行人开展渠道分销业务的模式，符合行业特征和行业惯例，收入真实且具有商业合理性。发行人渠道分销业务毛利率与竞争对手的对比情况请见本节之“九、经营成果分析”之“（三）报告期营业毛利的构成与变动原因”之“3、同行业公司毛利率对比分析”。

公司渠道分销业务毛利率变动趋势符合公司实际经营情况。同行业公司各自毛利率变化情况略有差异，可能是各公司业务培育节奏和进展阶段不同所致，以及各公司渠道分销业务的主要品牌品类不同，若羽臣主要为美妆及个护类 Mediheal/ 美迪惠尔、母婴类（纸尿裤）Moony，壹网壹创主要为美妆个护类百雀羚，凯淳股份主要为美妆个护类如雅漾、馥绿德雅、康如，青木股份主要为宠物食品 SolidGold、婴儿用品贝亲，这些产品虽有和发行人销售主要品牌的品类重合，但由于各产品在适用人群、功能性等多方面存在差异，故毛利率有所差异。

### （3）品效营销服务

报告期各期，品效营销服务的收入分别为 20,461.79 万元、22,411.37 万元及 33,736.22 万元，占公司营业收入的比例分别为 18.95%、15.21% 及 19.05%。

报告期内，公司品效营销服务保持增长趋势。公司的品效营销团队长期深耕电商行业，通过创新的营销方案和品效合一的服务，达成良好的营销效果，与客户保持长期良好的合作，并不断提升合作规模及开拓新的品牌。

## 3、主营业务收入分地区构成

报告期内发行人收入按地区分布情况如下：

单位：万元

地区	2021 年		2020 年		2019 年	
	收入金额	占比	收入金额	占比	收入金额	占比
境内	158,645.41	89.59%	132,020.88	89.61%	99,415.59	92.06%
境外	18,426.00	10.41%	15,308.78	10.39%	8,579.09	7.94%
合计	<b>177,071.41</b>	<b>100.00%</b>	<b>147,329.66</b>	<b>100.00%</b>	<b>107,994.68</b>	<b>100.00%</b>

发行人主要收入来源于境内，境外收入主要系境外子公司数聚国际及香港北联产生的相关收入。

#### 4、主营业务收入的季节分布

受电子商务销售模式的影响，公司经营业绩随着天猫、京东等电商平台的每年定期举办的营销活动“618”、“双十一”、“双十二”等呈现季节性波动，使得公司在第二季度和第四季度的经营业绩要高于其他季度。

报告期内，发行人和同行业可比公司各季度的收入情况趋势、波动一致，发行人的收入具有季节性、符合行业特征。

#### 5、第三方回款

报告期内，除以下客户指定相关方付款外，发行人不存在其他第三方回款。

单位：万元

代付类型	款项性质	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
集团客户指定付款	应收货款	1,727.44	0.98%	3,568.83	2.42%	399.87	0.37%
其他客户指定付款	应收代垫款	-	-	1.62	0.00%	-	-
合计		<b>1,727.44</b>	<b>0.98%</b>	<b>3,570.45</b>	<b>2.42%</b>	<b>399.87</b>	<b>0.37%</b>

集团客户指定付款主要为根据与京东集团、强生集团、天猫国际签订的产品购销协议，部分货款由其关联公司付款；2020 年度集团客户指定付款增长较多，主要系对京东平台的渠道分销增多，从 2019 年度的 2,283.66 万元增长至 2020 年度的 11,540.96 万元，增长额 9,257.30 万元，故指定付款金额增多，与销售情况变化相符；此外，2020 年度涉及 1.62 万元代垫款为指定第三方付款。2021 年度主要为京东集团、天猫国际的指定第三方回款。

综上所述，报告期内，除客户指定相关方付款外，发行人不存在其他第三方回款。报告期内，客户指定相关方付款与客户自身经营模式相关，符合行业经营特点，具有合理性，不存在虚构交易或调节账龄情形。公司及其实际控制人、董监高或其他关联方与第三方回款的支付方不存在关联关系或其他利益安排。报告期内客户指定相关方付款金额占营业收入的比例较低，不存在因第三方回款导致的货款归属纠纷。第三方回款情况不影响销售的真实性，不构成影响发行条件的的事项。

## (二) 报告期营业成本的构成与变动原因

### 1、主营业务成本构成及变动分析

报告期内，公司各类业务营业成本情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
品牌电商运营服务	75,951.81	55.08%	78,540.50	71.41%	54,465.15	71.53%
其中：线上零售业务	69,900.54	50.69%	74,517.56	67.76%	51,129.31	67.14%
品牌代运营服务	6,051.27	4.39%	4,022.94	3.66%	3,335.85	4.38%
渠道分销业务	38,211.76	27.71%	17,624.52	16.03%	9,162.89	12.03%
品效营销服务	23,724.41	17.21%	13,814.81	12.56%	12,519.90	16.44%
<b>合计</b>	<b>137,887.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>109,979.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>76,147.94</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司营业成本均为主营业务成本，金额分别为 76,147.94 万元、109,979.83 万元及 137,887.98 万元，整体随主营业务收入的增长呈上升趋势，且与主营业务收入结构相匹配。

### 2、营业成本按类别构成情况

报告期内，公司营业成本按类别构成情况如下表：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购成本	105,176.59	76.28%	88,460.84	80.43%	60,292.19	79.18%
仓储物流成本	3,914.76	2.84%	4,302.05	3.91%	600.15	0.79%
人工成本	6,788.62	4.92%	4,493.48	4.09%	4,074.82	5.35%
项目服务成本	22,008.01	15.96%	12,723.46	11.57%	11,180.78	14.68%
<b>合计</b>	<b>137,887.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>109,979.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>76,147.94</b>	<b>100.00%</b>

从业务类型角度来看，线上零售业务及渠道分销业务主要通过采购商品并向消费者或分销客户销售从而赚取购销差价，因此，该两项业务下的成本主要为采购成本。

品牌代运营服务及品效营销的收入系根据服务内容，或商定费率向品牌方收取的服务费，抵减人工成本、采购成本后为品牌代运营及品效营销的利润。

报告期内，各项成本构成较为稳定，亦随业务收入规模同步增长。

### 3、公司劳务外包使用情况

报告期内，由于公司业务存在一定季节性波动，为满足阶段性增长的客服需求以及辅助运营需要，发行人存在将部分客服服务、运营服务等辅助性工作外包给第三方公司的情况。外包客服及运营服务费根据对应的业务类型，线上零售业务归集至销售费用，品牌代运营服务业务归集至合同履行成本，待项目完成结算后结转计入主营业务成本中。报告期内，发行人客服、运营等辅助性工作外包服务采购金额占当年销售费用和营业成本金额的比例低于 2%，发行人不存在将较多的劳务活动交由专门劳务外包公司实施的情况。

### (三) 报告期营业毛利的构成与变动原因

#### 1、营业毛利构成

报告期内，公司营业毛利按业务模式分类构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	毛利	占比	毛利	占比	毛利	占比
品牌电商运营服务	25,847.80	65.97%	26,622.31	71.28%	22,300.54	70.02%
其中：线上零售业务	18,382.31	46.91%	19,534.22	52.30%	17,045.93	53.52%
品牌代运营服务	7,465.49	19.05%	7,088.08	18.98%	5,254.60	16.50%
渠道分销业务	3,323.82	8.48%	2,130.96	5.71%	1,604.31	5.04%
品效营销服务	10,011.81	25.55%	8,596.57	23.02%	7,941.89	24.94%
<b>合计</b>	<b>39,183.43</b>	<b>100.00%</b>	<b>37,349.83</b>	<b>100.00%</b>	<b>31,846.74</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，随着公司收入规模的不断扩张，公司营业毛利持续增长。报告期各期，公司营业毛利分别为 31,846.74 万元、37,349.83 万元及 39,183.43 万元。

#### 2、毛利率变动分析

报告期内，公司各业务模式下毛利率及其变动情况如下：

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
线上零售业务	20.82%	0.05%	20.77%	-4.23%	25.00%
品牌代运营服务	55.23%	-8.56%	63.79%	2.63%	61.17%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
渠道分销业务	8.00%	-2.78%	10.79%	-4.11%	14.90%
品效营销服务	29.68%	-8.68%	38.36%	-0.46%	38.81%
<b>综合毛利率</b>	<b>22.13%</b>	<b>-3.22%</b>	<b>25.35%</b>	<b>-4.14%</b>	<b>29.49%</b>

2020 年度较 2019 年度的综合毛利率有所下降，主要系①根据《企业会计准则第 14 号——收入》（财会〔2017〕22 号）、《发行监管问答——关于申请首发企业执行新收入准则相关事项的问答》，公司于 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则，公司将在线上零售及渠道分销模式下的物流成本由销售费用调整至营业成本；②2020 年渠道分销的毛利率降低较多，主要系①全安素品牌京东平台的渠道分销业务较上年相比增加 5,112.20 万元，京东平台渠道分销业务毛利率为 8.72%；② ABB 切店，亏损 154.11 万元转让剩余存货。

2021 年度较 2020 年度的综合毛利率有所下降，主要系渠道分销模式下毛利率下降，渠道分销营业收入占总收入比例为 23.46%，毛利率较 2020 年下降 2.78 个百分点，渠道分销毛利率下降主要系新增花王天猫超市的渠道分销业务，毛利较低。

各业务模式下的毛利率变动情况分析如下：

#### （1）品牌电商运营服务

##### ①线上零售业务

报告期内，线上零售业务毛利率分别为 25.00%、20.77%及 20.82%。2020 年度呈下降趋势，主要系适用新收入准则后，线上零售业务模式下的物流成本计入营业成本。2021 年度毛利率与 2020 年度相比较为稳定。

##### ②品牌代运营服务

报告期内，品牌代运营服务毛利率分别为 61.17%、63.79%及 55.23%，2020 年呈上升趋势，主要系公司在稳定现有提供代运营服务的品牌的同时，不断积极扩展新品牌合作，收入增长的同时，公司有效控制成本，实现规模效应，使得毛利率增长。2021 年毛利率有所下降，主要系部分品牌成本增加使得毛利率降低，如主要品牌福临门 2021 年度仓储成本增加，使得毛利率降低，以及新拓展品牌喵喵机，由于处于开拓初期，成本规模效应尚未显现，故毛利率与其他代运营品

牌相比较低，综合 2021 年度品牌代运营毛利率有所降低。

## （2）渠道分销业务

报告期内，渠道分销业务毛利率分别为 14.90%、10.79% 及 8.00%，呈现下降趋势。

2020 年度，渠道分销业务毛利率下降主要由于 2020 年度适用新收入准则后，渠道分销业务模式下的物流成本计入营业成本，以及与京东平台业务增加较多和平台让利要求相关，2020 年度发行人京东平台的渠道分销业务较上年相比增加 9,117.87 万元，增长幅度 376.29%，京东平台渠道分销业务毛利率为 13.24%。2021 年度较 2020 年度下降，主要系新增花王天猫超市的渠道分销业务，毛利较低。

## （3）品效营销服务

报告期内，品效营销服务的毛利率分别为 38.81%、38.36% 及 29.68%，2019 年至 2020 年较为稳定，2021 年度有所下降，主要系 2021 年度收入占比第一的品牌 Intel 毛利率较低，Intel 项目主要为创意及其素材制作、整合营销执行，该类营销项目需进行媒介采买、素材制作、营销活动执行等单项或组合服务，投入较大，故毛利率较低。

## 3、同行业公司毛利率对比分析

报告期各期，公司综合毛利率与同行业公司比较情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
若羽臣	31.60%	31.13%	34.25%
丽人丽妆	36.46%	30.35%	35.61%
壹网壹创	47.61%	47.83%	43.04%
凯淳股份	27.95%	28.61%	30.66%
青木股份	47.24%	48.45%	43.55%
平均值	<b>38.17%</b>	<b>37.27%</b>	<b>37.42%</b>
发行人	<b>22.13%</b>	<b>25.35%</b>	<b>29.49%</b>

注 1：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报、会计政策变更公告。

注 2：丽人丽妆在 2021 年度年报中披露，按照财政部会计司相关实施问答的规定，将为履行客户销售合同而发生的运输成本由“销售费用”调整至“营业成本”项目中列示，并同时对于 2020 年进行追溯调整，综合毛利率由 35.90% 调整为 30.35%，上表丽人丽妆根据追溯调整后结果修订。

注 3：若羽臣在 2022 年 4 月 23 日《关于会计政策变更的公告》中披露：“公司将按照财政部会计司于 2021 年 11 月 1 日发布的关于企业会计准则实施问答的要求编制 2021 年度财务报表及以后期间的财务报表。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行。因公司该项变更对 2021 年及

比较期间 2020 年度的经营成果没有重大影响，故本公司未调整上年度已披露的本年度比较信息。”上表根据若羽臣《关于会计政策变更的公告》中披露的 2020 年营业成本调整金额测算其毛利率，2020 年度综合毛利率由 34.64% 调整为 31.13%。

报告期各期，公司分业务类型与同行业可比公司比较情况如下：

业务类型	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
线上零售业务	若羽臣	31.60%	36.97%	34.18%
	丽人丽妆	34.41%	32.33%	35.21%
	壹网壹创	44.86%	48.18%	42.20%
	凯淳股份	23.39%	28.49%	25.79%
	青木股份	51.74%	54.20%	50.06%
	<b>平均值</b>	<b>37.20%</b>	<b>40.03%</b>	<b>37.49%</b>
	<b>发行人</b>	<b>20.82%</b>	<b>20.77%</b>	<b>25.00%</b>
品牌代运营服务	若羽臣	67.80%	81.24%	80.16%
	丽人丽妆	-	-	-
	壹网壹创	59.45%	66.69%	70.84%
	凯淳股份	43.77%	49.93%	53.79%
	青木股份	58.05%	62.39%	56.77%
	<b>平均值</b>	<b>57.27%</b>	<b>65.06%</b>	<b>65.39%</b>
	<b>发行人</b>	<b>55.23%</b>	<b>63.79%</b>	<b>61.17%</b>
渠道分销业务	若羽臣	10.76%	14.95%	21.38%
	丽人丽妆	-	-	-
	壹网壹创	28.19%	19.56%	13.57%
	凯淳股份	17.00%	18.24%	19.56%
	青木股份	27.91%	27.21%	13.11%
	<b>平均值</b>	<b>20.97%</b>	<b>19.99%</b>	<b>16.91%</b>
	<b>发行人</b>	<b>8.00%</b>	<b>10.79%</b>	<b>14.90%</b>
品效营销服务	若羽臣	32.49%	34.44%	33.66%
	丽人丽妆	82.44%	79.61%	57.05%
	壹网壹创	-	-	-
	凯淳股份	-	-	-
	青木股份	24.82%	33.27%	33.97%
	<b>平均值</b>	<b>46.58%</b>	<b>49.11%</b>	<b>41.56%</b>
	<b>发行人</b>	<b>29.68%</b>	<b>38.36%</b>	<b>38.81%</b>

注 1：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报。

注 2：丽人丽妆在 2021 年度年报中披露，按照财政部会计司相关实施问答的规定，将为履行客户销售合同而发生的运输成本由“销售费用”调整至“营业成本”项目中列示，并同时对于 2020 年进行追溯调整，毛利率由 34.22% 调整为 32.33%。上表丽人丽妆根据追溯调整后结果修订；

注 3：若羽臣在 2022 年 4 月 23 日《关于会计政策变更的公告》中披露：“公司将按照财政部会计司于 2021 年 11 月 1 日发布的关于企业会计准则实施问答的要求编制 2021 年度财务报表及以后期间的财务报表。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行。因公司该项变更对 2021 年及

比较期间 2020 年度的经营成果没有重大影响，故本公司未调整上年度已披露的本年度比较信息。”。《关于会计政策变更的公告》中未披露各业务类型中营业成本调整金额，故未对上表 2020 年数据进行修订。

根据业务类型，品牌代运营服务毛利率高于线上零售业务，线上零售业务毛利率高于渠道分销业务，品效营销服务毛利率根据提供服务的类型有所差异。公司毛利率与同行业可比公司不存在重大差异，差异的主要原因是业务模式构成比例不同和主要产品/品牌不同，发行人主要专注于母婴营养、消费电子、美妆快消等领域，报告期内线上零售业务收入占比均在 49% 以上，其中消费电子、母婴营养占比较高。可比公司的业务分部占比、主要服务行业及主要服务品牌请参见本招股说明书“第六节业务与技术”之“二、发行人所处行业的基本情况”之“（五）发行人与同行业可比公司比较情况”。

#### （四）报告期费用的构成与变动原因

报告期内，公司期间费用金额及占营业收入的比例如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例	金额	占营业收入比例
销售费用	18,438.93	10.41%	16,792.11	11.40%	18,138.88	16.80%
管理费用	6,238.98	3.52%	7,142.39	4.85%	6,191.69	5.73%
研发费用	809.93	0.46%	344.06	0.23%	404.12	0.37%
财务费用	583.42	0.33%	266.85	0.18%	332.95	0.31%
合计	<b>26,071.26</b>	<b>14.72%</b>	<b>24,545.41</b>	<b>16.66%</b>	<b>25,067.64</b>	<b>23.21%</b>

报告期内，公司期间费用总额分别为 25,067.64 万元、24,545.41 万元及 26,071.26 万元，占同期营业收入比例分别为 23.21%、16.66% 及 14.72%。

##### 1、销售费用

报告期内，公司销售费用具体明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	7,905.39	42.87%	6,928.69	41.26%	7,599.01	41.89%
平台后台费用	3,918.43	21.25%	3,330.48	19.83%	3,459.88	19.07%
仓储物流费	1,423.17	7.72%	1,256.82	7.48%	3,338.29	18.40%
营销推广费	3,092.49	16.77%	2,846.32	16.95%	1,736.49	9.57%

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运营服务费	1,117.70	6.06%	1,151.45	6.86%	1,084.27	5.98%
其他	981.76	5.32%	1,278.34	7.61%	920.93	5.08%
<b>合计</b>	<b>18,438.93</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,792.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>18,138.88</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司销售费用分别为 18,138.88 万元、16,792.11 万元及 18,438.93 万元，占营业收入比例为 16.80%、11.40%及 10.41%。销售费用主要包括销售人员薪酬、平台后台费用、仓储物流费及营销推广费。

2020 年，公司销售费用金额下降，主要为：①适用新收入准则后，公司将在线上零售及渠道分销模式下的物流成本由销售费用调整至营业成本；②因疫情期间国家减免社保等费用，职工薪酬下降，计入销售费用职工薪酬的社保减免折合 621.74 万元。2021 年度，计入销售费用职工薪酬的社保减免为 61.21 万元，较上年减少，同时由于发行人收入规模的扩大，销售费用中职工薪酬增加，使得 2021 年销售费用有所增加。

## 2、管理费用

报告期内，公司管理费用具体明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	3,378.85	54.16%	3,424.64	47.95%	3,331.94	53.81%
租赁、物业及水电费	246.72	3.95%	1,000.46	14.01%	968.27	15.64%
股权激励费用	-	-	-	-	579.96	9.37%
咨询费	215.70	3.46%	385.52	5.40%	304.72	4.92%
折旧及摊销费	933.14	14.96%	117.19	1.64%	138.49	2.24%
技术服务费	90.52	1.45%	184.08	2.58%	248.75	4.02%
聘请中介机构费	191.05	3.06%	332.23	4.65%	161.98	2.62%
其他	1,183.00	18.96%	1,698.28	23.78%	457.56	7.39%
<b>合计</b>	<b>6,238.98</b>	<b>100.00%</b>	<b>7,142.40</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,191.68</b>	<b>100.00%</b>

报告期内，公司管理费用分别为 6,191.68 万元、7,142.40 万元及 6,238.98 万元，占营业收入比例为 5.73%、4.85%及 3.52%。管理费用主要包括职工薪酬、房租物业及水电费、股权激励费等。

2019 年度公司管理费用中存在因股权激励事项支付的股份支付费用。具体

股权激励事项请见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人已制定或实施的股权激励及相关安排”。

上述股权激励事项属于以权益结算的股份支付，已按照《企业会计准则第11号--股份支付》进行会计处理，相关费用于授予日一次性确认费用，权益工具授予日的公允价值参考同期发行人股权交易价格及北京亚太联华资产评估有限公司出具的资产评估报告确定，计入非经常性损益。

公司于2021年1月1日起执行新租赁准则，房屋租赁费在折旧及摊销费列示，因此，2021年租赁、物业及水电费占管理费用比例较2020年度下降较多，2021年折旧及摊销费占管理费用比例较2020年度上升较多。

### 3、研发费用

报告期内，公司研发费用分别为404.12万元、344.06万元及809.93万元，占营业收入比例为0.37%、0.23%及0.46%，主要为研发人员职工薪酬。2021年度研发费用有所增加，主要系发行人自有品牌护博士及信息技术系统的研发投入增加。

### 4、财务费用

报告期内，公司财务费用具体明细如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
利息支出	371.84	246.49	245.35
减：利息收入	18.47	18.30	14.07
汇兑损益	87.79	-86.38	-54.00
手续费及其他	142.25	125.05	155.66
合计	<b>583.42</b>	<b>266.85</b>	<b>332.95</b>

报告期内，公司财务费用分别为332.95万元、266.85万元及583.42万元，占营业收入比例为0.31%、0.18%及0.33%，占比较低。

### 5、期间费用与同行业可比公司对比

报告期内，公司期间费用率均处于同行业可比公司的合理范围内，公司期间费用率与同行业公司比较情况如下：

期间费用率	公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
销售费用率	若羽臣	21.36%	14.24%	17.13%
	丽人丽妆	20.12%	16.59%	24.80%
	壹网壹创	7.53%	11.20%	20.90%
	凯淳股份	15.61%	12.83%	13.49%
	青木股份	11.28%	9.31%	7.99%
	<b>平均值</b>	<b>15.18%</b>	<b>12.83%</b>	<b>16.86%</b>
	<b>发行人</b>	<b>10.41%</b>	<b>11.40%</b>	<b>16.80%</b>
管理费用率	若羽臣	5.72%	5.58%	5.45%
	丽人丽妆	2.96%	2.16%	2.28%
	壹网壹创	7.20%	1.10%	2.71%
	凯淳股份	4.07%	2.96%	4.64%
	青木股份	10.71%	9.02%	19.78%
	<b>平均值</b>	<b>6.13%</b>	<b>4.17%</b>	<b>6.97%</b>
	<b>发行人</b>	<b>3.52%</b>	<b>4.85%</b>	<b>5.73%</b>
研发费用率	若羽臣	2.19%	2.30%	2.34%
	丽人丽妆	0.27%	0.26%	0.28%
	壹网壹创	2.15%	1.06%	0.21%
	凯淳股份	0.56%	0.44%	0.45%
	青木股份	4.55%	6.05%	6.46%
	<b>平均值</b>	<b>1.94%</b>	<b>2.02%</b>	<b>1.95%</b>
	<b>发行人</b>	<b>0.46%</b>	<b>0.23%</b>	<b>0.37%</b>

注 1：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报、会计政策变更公告。

注 2：丽人丽妆在 2021 年度年报中披露，按照财政部会计司相关实施问答的规定，将为履行客户销售合同而发生的运输成本由“销售费用”调整至“营业成本”项目中列示，并同时对于 2020 年进行追溯调整，销售费用率由 22.14% 调整为 16.59%，上表丽人丽妆根据追溯调整后结果修订。

注 3：若羽臣在 2022 年 4 月 23 日《关于会计政策变更的公告》中披露：“公司将按照财政部会计司于 2021 年 11 月 1 日发布的关于企业会计准则实施问答的要求编制 2021 年度财务报表及以后期间的财务报表。公司自 2021 年 1 月 1 日起执行。因公司该项变更对 2021 年及比较期间 2020 年度的经营成果没有重大影响，故本公司未调整上年度已披露的本年度比较信息。”上表根据若羽臣《关于会计政策变更的公告》中披露的销售费用调整金额列示 2020 年营业成本销售费用率，2020 年度销售费用率由 17.74% 调整为 14.24%。

丽人丽妆、若羽臣按照财政部会计司相关实施问答的规定调整后，发行人 2019 年度、2020 年度销售费用率与可比公司均值一致。2021 年度发行人销售费用率较同行业可比公司均值较低，主要系若羽臣 2021 年度销售费用率提高较多，若羽臣在其 2021 年度报告中披露，由于自有品牌仍处于前期孵化、市场开拓阶段，故在产品研发、市场推广、人员招募等方面投入力度较大，使得 2021 年度销售费用中营销推广费增长较大。

发行人 2019 年度、2020 年度管理费用率与可比公司均值一致。2021 年度发行人管理费用率较同行业可比公司均值较低，主要系壹网壹创 2021 年度管理费用率提高较多，壹网壹创在其 2021 年度报告中披露，公司通过人才招聘，引入多位世界 500 强品牌的高管；并且新设上海子公司，搭建商务拓展部门，2021 年度员工数同比 2020 年增长约 22.22%，故管理费用中职工薪酬增加较多。

从研发费用占营业收入的比率来看，公司研发费用率与丽人丽妆、凯淳股份较为相似，低于其他可比公司主要系业务构成差异所致。线上零售及渠道分销类业务系将商品销售计入营业收入，相较于代运营类业务以服务收入计入营业收入，发行人线上零售及渠道分销类业务占比较大，业务构成更具有收入规模效应，因此收入规模较大，一定程度上导致研发费用率低于代运营业务占比较高的可比公司。

## （五）利润表其他项目分析

### 1、资产减值损失和信用减值损失

报告期内，公司资产减值损失和信用减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
<b>信用减值损失：</b>	<b>-384.46</b>	<b>-187.34</b>	<b>-99.08</b>
其中：应收账款坏账损失	-164.59	-87.37	-119.75
其他应收款坏账损失	-219.86	-99.96	20.67
<b>资产减值损失：</b>	<b>-419.36</b>	<b>-259.35</b>	<b>-258.28</b>
其中：存货跌价损失	-419.36	-259.35	-258.28

### 2、其他收益

报告期内，公司其他收益情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
政府补助	495.76	440.40	60.77
个税手续费返还	9.76	8.39	1.50
进项税加计抵减	674.88	87.00	55.01
<b>合计</b>	<b>1,180.40</b>	<b>535.79</b>	<b>117.28</b>

计入其他收益的政府补助情况如下：

(1) 2021 年度

单位：万元

项目	金额	说明
上海嘉定区税收优惠返还	185.50	上海嘉定工业区管理委员会《财政扶持奖励协议》
稳岗补贴	7.33	北京市人力资源和社会保障局、北京市财政局《关于精准支持重点行业中小微企业稳定就业工作的通知》
生育津贴	31.10	北京市医疗保障局《关于规范生育保险津贴待遇支付有关问题的通知》
优秀企业评选奖金	2.00	上海市嘉定区人民政府《2019 年度嘉定区先进制造业、现代服务业、优秀企业、优秀经营者》
以工代训补贴	4.50	杭州市人力资源和社会保障局、杭州财政局《关于开展企业以工代训补贴工作的通知》
中新天津生态城新一代信息技术产业专项资金	116.00	《中新天津生态城管理委员会与北京数聚智连科技股份有限公司合作协议书》
残疾人超员奖励	1.32	北京市残疾人联合会办公室《北京市用人单位安排残疾人就业岗位补贴和超比例奖励办法》
朝阳区促进文化产业高质量发展引导资金-融资补贴款	120.00	北京市朝阳区文化创意产业领导小组办公室《通知》
中关村科技园区管理委员会信贷支持资金	28.00	北京市科学技术委员会、中关村科技园区管理委员会《中关村国家自主创新示范区促进科技金融深度融合创新发展支持资金管理办法》（京科发〔2021〕13 号）
印花税返还	0.01	
<b>合计</b>	<b>495.76</b>	

(2) 2020 年度

单位：万元

项目	金额	说明
上海嘉定区税收优惠返还	318.30	上海嘉定工业区管理委员会《财政扶持奖励协议》
朝阳区促进商务经济高质量发展引导资金	48.00	区商务局《2020 年朝阳区促进商务经济高质量发展引导资金项目》
稳岗补贴	44.68	北京市人力资源和社会保障局、北京市财政局《关于精准支持重点行业中小微企业稳定就业工作的通知》
生育津贴	25.81	北京市医疗保障局《关于规范生育保险津贴待遇支付有关问题的通知》
优秀企业评选奖金	2.00	上海市嘉定区人民政府《2019 年度嘉定区先进制造业、现代服务业、优秀企业、优秀经营者》
稳定滞留湖北未返京人员补贴	1.08	北京市人力资源和社会保障局、北京市财政局《关于稳定滞留湖北未返京人员劳动关系有关措施的通知》
残疾人超员奖励	0.53	北京市残疾人联合会办公室《北京市用人单位安排残疾人就业岗位补贴和超比例奖励办法》
<b>合计</b>	<b>440.40</b>	

### (3) 2019 年度

单位：万元

项目	金额	说明
稳岗补贴	20.26	北京市人力资源和社会保障局、北京市财政局、北京市发展和改革委员会、北京市经济和信息化局《关于失业保险稳定就业有关问题的通知》
政府扶持税费退还	20.70	《上海市嘉定工业区财政奖励扶持协议》
员工生育津贴	19.81	北京市医疗保障局《关于规范生育保险津贴待遇支付有关问题的通知》
合计	60.77	

### 3、投资收益

报告期内，公司投资收益情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
处置交易性金融资产取得的投资收益	-	-	2.39
合计	-	-	2.39

报告期内，公司的投资收益系处置交易性金融资产形成。

### 4、营业外收支

#### (1) 营业外收入

报告期内，公司营业外收入分别为 29.59 万元、116.98 万元及 116.20 万元，主要为关税退税。

#### (2) 营业外支出

报告期内，公司营业外支出分别为 53.22 万元、26.41 万元及 175.32 万元，2019 年至 2020 年主要为违约金及赔款。2021 年主要为缴纳了滞纳金 118.78 万元。

### (六) 纳税情况

#### 1、报告期内主要税项缴纳情况

报告期内，公司主要税项缴纳情况如下：

单位：万元

项目	2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	应缴数	实缴数	应缴数	实缴数	应缴数	实缴数
增值税	2,733.60	2,912.27	2,721.20	4,411.81	2,700.47	4,256.69
企业所得税	3,837.65	3,877.10	3,620.99	2,979.62	2,307.36	1,142.71
合计	<b>6,571.25</b>	<b>6,789.37</b>	<b>6,342.19</b>	<b>7,391.43</b>	<b>5,007.83</b>	<b>5,399.40</b>

报告期内公司税收优惠政策未发生重大变化，税收优惠对公司盈利能力影响较小。

## 2、所得税费用明细

报告期内，公司所得税费用明细如下：

单位：万元

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	3,705.17	3,663.99	2,195.12
递延所得税费用	109.69	-151.25	57.12
合计	<b>3,814.85</b>	<b>3,512.74</b>	<b>2,252.24</b>

## 十、资产质量分析

### （一）资产的主要结构分析

报告期内，公司资产构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	81,184.77	89.04%	71,648.67	91.66%	55,164.35	89.00%
非流动资产	9,994.11	10.96%	6,518.00	8.34%	6,816.64	11.00%
资产总计	<b>91,178.88</b>	<b>100.00%</b>	<b>78,166.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>61,980.99</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司资产总额分别为 61,980.99 万元、78,166.67 万元及 91,178.88 万元，增长率分别为 26.11%及 16.65%，其中，公司资产结构以流动资产为主，报告期各期末流动资产占资产总额比例分别为 89.00%、91.66%及 89.04%。随着公司业务的扩张，资产规模整体呈现增长趋势。

### 1、流动资产

报告期各期末，公司流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	6,814.01	8.39%	11,926.96	16.65%	4,930.20	8.94%
应收账款	18,444.94	22.72%	12,029.00	16.79%	11,320.41	20.52%
预付款项	3,891.76	4.79%	2,898.59	4.05%	2,389.20	4.33%
其他应收款	26,816.21	33.03%	22,852.31	31.89%	16,587.33	30.07%
存货	22,140.74	27.27%	20,511.17	28.63%	18,903.72	34.27%
其他流动资产	3,077.11	3.79%	1,430.63	2.00%	1,033.48	1.87%
<b>流动资产总计</b>	<b>81,184.77</b>	<b>100.00%</b>	<b>71,648.67</b>	<b>100.00%</b>	<b>55,164.35</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的流动资产主要包括货币资金、应收账款、存货及其他应收款，上述资产合计占流动资产的比例分别为 93.80%、93.96%及 91.42%。

### (1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	4.73	0.07%	6.89	0.06%	12.42	0.25%
银行存款	5,855.96	85.94%	10,486.59	87.92%	3,778.77	76.65%
其他货币资金	953.32	13.99%	1,433.48	12.02%	1,139.02	23.10%
<b>合计</b>	<b>6,814.01</b>	<b>100.00%</b>	<b>11,926.96</b>	<b>100.00%</b>	<b>4,930.20</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的货币资金余额分别为 4,930.20 万元、11,926.96 万元及 6,814.01 万元，占流动资产的比例分别为 8.94%、16.65%及 8.39%。公司的货币资金主要为银行存款，其他货币资金主要为支付宝及财付通等账户余额。

2020 年末货币资金较 2019 年末增加较多，主要系 2020 年度发行人增资所致。2021 年末货币资金较 2020 年末降低较多，主要系为年货节备货所致。

### (2) 应收账款

报告期各期末，公司应收账款明细如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应收账款账面余额	18,818.91	12,238.51	11,460.72
坏账准备	373.97	209.51	140.31

项目	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
账面价值	18,444.94	12,029.00	11,320.41
应收账款周转率（次/年）	11.62	12.62	10.66

### ①变动情况分析

报告期各期末，公司的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，占流动资产的比例分别为 20.52%、16.79%及 22.72%。2021 年末增加较多，主要系线上零售业务占比降低，品效营销业务规模增加，使得应收账款增加。

### ②账龄结构分析

单位：万元

账龄结构	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	余额	比例	余额	比例	余额	比例
0-6月	18,016.96	95.74%	11,616.17	94.91%	10,826.43	94.47%
6-12月	208.64	1.11%	239.82	1.96%	221.15	1.93%
1-2年	319.31	1.70%	254.02	2.08%	398.14	3.47%
2-3年	145.50	0.77%	128.51	1.05%	15.00	0.13%
3年以上	128.51	0.68%	-	-	-	-
小计	<b>18,818.91</b>		<b>12,238.51</b>		<b>11,460.72</b>	
减：坏账准备	373.97		209.51		140.31	
合计	<b>18,444.94</b>		<b>12,029.00</b>		<b>11,320.41</b>	

报告期各期末，公司的应收账款以1年以内为主，占比分别为96.40%、96.87%及96.85%，公司按照会计政策计提坏账准备，应收账款整体账龄结构良好，不能收回的风险较小。

### ③前五大应收账款情况

单位：万元

期间	序号	单位名称	账面余额	占期末余额比例（%）
2021年12月31日	1	阿里系 <sup>2</sup>	2,684.86	14.27%
	2	京东集团 <sup>3</sup>	2,427.25	12.90%
	3	英特尔半导体（美国）有限公司	2,342.06	12.45%
	4	宝洁集团 <sup>1</sup>	1,625.14	8.64%
	5	中粮福临门食品营销有限公司	1,152.00	6.12%
			小计	<b>10,231.31</b>

期间	序号	单位名称	账面余额	占期末余额比例 (%)
2020年12月31日	1	宝洁集团 <sup>1</sup>	2,179.03	17.80%
	2	阿里系 <sup>2</sup>	1,259.30	10.29%
	3	中粮福临门食品营销有限公司	1,041.39	8.51%
	4	三星(中国)投资有限公司	738.61	6.04%
	5	雅培贸易(上海)有限公司	693.92	5.67%
		小计		<b>5,912.25</b>
2019年12月31日	1	宝洁集团 <sup>1</sup>	2,319.82	20.24%
	2	阿里系 <sup>2</sup>	1,629.22	14.22%
	3	京东集团 <sup>3</sup>	1,124.08	9.81%
	4	中粮福临门食品营销有限公司	708.42	6.18%
	5	普罗旺斯欧舒丹贸易(上海)有限公司	597.17	5.21%
		小计		<b>6,378.71</b>

注1: 宝洁集团包括: 广州宝洁有限公司、宝洁(中国)营销有限公司、北京宝洁技术有限公司、江苏宝洁有限公司、Procter & Gamble Hong Kong Limited、上海吉列有限公司等主体;

注2: 阿里系包括: 杭州阿里妈妈软件服务有限公司、浙江天猫技术有限公司、杭州菜鸟供应链管理有限公司、浙江天猫供应链管理有限公司、支付宝(中国)网络技术有限公司、淘宝(中国)软件有限公司等主体;

注3: 京东集团包括: 北京京东健康有限公司、北京京东世纪贸易有限公司、北京京东世纪信息技术有限公司、重庆京东海嘉电子商务有限公司、广西京东新杰电子商务有限公司、广西京东拓先电子商务有限公司等主体。

#### ④逾期一年以上的应收账款情况

截至报告期末, 公司逾期一年以上的的主要应收账款如下:

单位: 万元

客户名称	账面余额	账龄		计提坏账	客户信用状况	期后回款情况
		2-3年	3年以上			
深圳市智水小荷贸易有限公司	240.59	112.08	128.51	240.59	正常经营	尚未回款

报告期内, 主要为深圳市智水小荷贸易有限公司应收账款逾期, 公司已按照信用政策对逾期的应收账款充分计提坏账准备。

### (3) 预付账款

报告期各期末, 公司预付账款账龄情况构成如下:

单位: 万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1年以内	3,855.19	99.06%	2,748.14	94.81%	2,274.03	95.18%

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1至2年	31.92	0.82%	122.11	4.21%	113.95	4.77%
2至3年	4.45	0.11%	28.34	0.98%	1.23	0.05%
3年以上	0.20	0.01%	-	-	-	-
合计	<b>3,891.76</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,898.59</b>	<b>100.00%</b>	<b>2,389.20</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的预付账款余额分别为2,389.20万元、2,898.59万元及3,891.76万元，占流动资产的比例分别为4.33%、4.05%及4.79%，以1年以内的为主，主要系预付货款、服务费等。2021年末新增对杭州西曙置业有限公司的预付购房款589.72万元。

#### (4) 其他应收款

##### ①其他应收款的基本情况

报告期各期末，公司其他应收款构成如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
应收品牌方返利	14,216.51	52.34%	-	14,216.51
品牌方代垫款	11,238.29	41.37%	327.71	10,910.58
押金、保证金	1,426.37	5.25%	16.55	1,409.82
其他单位往来	254.08	0.94%	3.86	250.22
员工备用金	29.07	0.11%	-	29.07
合计	<b>27,164.33</b>	<b>100.00%</b>	<b>348.11</b>	<b>26,816.21</b>
项目	2020年12月31日			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
应收品牌方返利	11,003.17	47.88%	-	11,003.17
品牌方代垫款	10,291.06	44.78%	127.21	10,163.85
押金、保证金	1,051.35	4.57%	-	1,051.35
其他单位往来	587.35	2.56%	1.05	586.31
员工备用金	47.64	0.21%	-	47.64
合计	<b>22,980.56</b>	<b>100.00%</b>	<b>128.25</b>	<b>22,852.31</b>
项目	2019年12月31日			
	账面余额	比例	坏账准备	账面价值
应收品牌方返利	8,920.32	53.69%	-	8,920.32
品牌方代垫款	5,198.69	31.29%	-	5,198.69
押金、保证金	1,544.19	9.29%	-	1,544.19

其他单位往来	764.52	4.60%	28.29	736.23
员工备用金	187.90	1.13%	-	187.90
<b>合计</b>	<b>16,615.62</b>	<b>100.00%</b>	<b>28.29</b>	<b>16,587.33</b>

报告期各期末,公司的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,占流动资产的比例分别为 30.07%、31.89%及 33.03%,主要为应收品牌方返利及品牌方代垫款。

品牌方返利为根据公司与品牌方事先的合同约定,在公司完成约定的销售目标或采购目标等后,由品牌方向公司以现金或货物的形式支付一定比例的返利。报告期各期末,公司应收品牌方返利余额分别为 8,920.32 万元、11,003.17 万元及 14,216.51 万元,呈上升趋势,与公司业务规模的扩大相吻合。

品牌方代垫款为公司在业务开展过程中代品牌方支付的部分营销费用,该部分代垫款会在营销活动开展后,由品牌方按照公司实际发生的费用进行结算并返还公司。

#### ②前五大其他应收款情况

单位:万元

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占期末余额比例(%)
2021年12月31日	1	雅培贸易(上海)有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	10,934.95	40.25
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	应收品牌方返利	4,396.56	16.19
	3	花王(上海)产品服务有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	2,659.15	9.79
	4	佳岁(上海)贸易有限公司	品牌方代垫款	1,934.19	7.12
	5	嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司上海分公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	1,833.05	6.75
			<b>小计</b>		<b>21,757.90</b>
2020年12月31日	1	雅培贸易(上海)有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	13,012.47	56.62
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	应收品牌方返利	2,089.83	9.09
	3	尚科宁家(中国)科技有限公司	品牌方代垫款	1,527.97	6.65
	4	佳岁(上海)贸易有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	1,279.64	5.57
	5	上海艾罗伯特机器人贸易有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	1,258.76	5.48

期间	序号	单位名称	款项性质	账面余额	占期末余额比例 (%)
		小计		<b>19,168.67</b>	<b>83.41</b>
2019年12月31日	1	雅培贸易(上海)有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	8,411.83	50.63
	2	北京一商宇洁商贸有限公司	应收品牌方返利	1,915.47	11.53
	3	上海艾罗伯特机器人贸易有限公司	品牌方代垫款、应收品牌方返利	1,681.77	10.12
	4	嘉士伯(中国)啤酒工贸有限公司上海分公司	品牌方代垫款	1,282.54	7.72
	5	阿里系	押金、保证金	695.50	4.19
		小计		<b>13,987.11</b>	<b>84.19</b>

## (5) 存货

### ① 存货构成情况

报告期各期末，公司的期末存货情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日			
	账面余额	比例	跌价准备	账面价值
库存商品	14,627.24	64.74%	454.59	14,172.66
合同履约成本	1,648.32	7.29%	-	1,648.32
发出商品	6,319.76	27.97%	-	6,319.76
合计	<b>22,595.32</b>	<b>100.00%</b>	<b>454.59</b>	<b>22,140.74</b>
项目	2020年12月31日			
	账面余额	比例	跌价准备	账面价值
库存商品	16,712.79	79.99%	382.43	16,330.36
合同履约成本	1,733.86	8.30%	-	1,733.86
发出商品	2,446.95	11.71%	-	2,446.95
合计	<b>20,893.60</b>	<b>100.00%</b>	<b>382.43</b>	<b>20,511.17</b>
项目	2019年12月31日			
	账面余额	比例	跌价准备	账面价值
库存商品	16,554.21	85.46%	466.34	16,087.87
合同履约成本	901.35	4.65%	-	901.35
发出商品	1,914.49	9.88%	-	1,914.49
合计	<b>19,370.06</b>	<b>100.00%</b>	<b>466.34</b>	<b>18,903.72</b>

报告期各期末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，占流动资产的比例分别为 34.27%、28.63%及 27.27%。公司存货

由库存商品、合同履行成本及发出商品组成，库存商品占比较高，主要为线上零售业务及渠道分销业务模式下买断的商品。报告期内，存货余额增长主要系业务规模扩大，公司为满足销售需求增加库存。2021 年末发出商品占比增加，因增加花王天猫超市的渠道分销业务，发出商品占存货比例提高。

## ②存货跌价准备

报告期各期末，公司对库存商品计提的存货跌价准备余额分别为 466.34 万元、382.43 万元及 454.59 万元。

报告期内，公司大部分存货存放状态良好且库龄在 1 年以内，存货周转情况正常，此外，公司已根据相关存货跌价计提政策对不同状态的存货进行跌价测试并计提存货跌价准备，因此，公司存货跌价风险较低。

## (6) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产明细如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
增值税留抵税额	2,383.58	77.46%	1,194.84	83.52%	765.78	74.10%
预缴所得税	33.91	1.10%	159.55	11.15%	203.29	19.67%
预缴其他税费	-	-	76.24	5.33%	64.41	6.23%
IPO 中介机构费用	659.62	21.44%	-	-	-	-
合计	<b>3,077.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,430.63</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,033.48</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 1,033.48 万元、1,430.63 万元及 3,077.11 万元，占流动资产比例为 1.87%、2.00%及 3.79%。其他流动资产主要为增值税留抵税额。

## 2、非流动资产

报告期各期末，公司非流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
其他非流动金融资产	2,697.58	26.99%	2,207.68	33.87%	2,947.46	43.24%

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
固定资产	113.37	1.13%	122.66	1.88%	154.62	2.27%
使用权资产	2,958.40	29.60%	-	-	-	-
无形资产	75.69	0.76%	59.61	0.91%	73.21	1.07%
商誉	3,819.27	38.22%	3,819.27	58.60%	3,426.05	50.26%
长期待摊费用	14.64	0.15%	27.39	0.42%	47.99	0.70%
递延所得税资产	315.15	3.15%	281.39	4.32%	167.31	2.45%
<b>非流动资产总计</b>	<b>9,994.11</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,518.00</b>	<b>100.00%</b>	<b>6,816.64</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的非流动资产主要包括其他非流动金融资产、商誉及使用权资产，上述资产合计占非流动资产的比例分别为93.50%、92.47%及94.81%。

### (1) 其他非流动金融资产

报告期各期末，公司的其他非流动金融资产明细如下：

单位：万元

项目	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	2,697.58	2,207.68	2,947.46
<b>合计</b>	<b>2,697.58</b>	<b>2,207.68</b>	<b>2,947.46</b>

自2019年1月1日起，根据新金融工具准则将下述股权投资由可供出售金融资产重分类及重新计量至其他非流动金融资产：

①2017年8月，公司出资1,000万元参与投资天津蓝鹰，占其注册资本的10.81%。截至报告期末，公司对天津蓝鹰持股比例为10.81%。

②2017年6月，公司出资300万元参与投资北京一凌宸飞科技有限公司，占其注册资本的10%。2020年度，公司出售对其持股。

③2016年12月，公司出资1,100万元参与投资北京碧水源净水科技有限公司，占其注册资本的1.61%。截至报告期末，公司对碧水源净水持股比例为1.61%。

### (2) 固定资产

报告期各期末，公司的固定资产明细情况如下：

单位：万元

期间	类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
2021年12月	电子设备	424.99	317.96	-	107.03

期间	类别	账面原值	累计折旧	减值准备	账面价值
31 日	运输设备	81.61	78.34	-	3.26
	办公设备	63.64	60.57	-	3.07
	<b>合计</b>	<b>570.24</b>	<b>456.87</b>	-	<b>113.37</b>
2020 年 12 月 31 日	电子设备	367.09	255.56	-	111.53
	运输设备	81.61	78.34	-	3.26
	办公设备	63.10	55.24	-	7.86
	<b>合计</b>	<b>511.80</b>	<b>389.14</b>	-	<b>122.66</b>
2019 年 12 月 31 日	电子设备	316.40	184.71	-	131.70
	运输设备	81.61	78.34	-	3.26
	办公设备	63.35	43.68	-	19.66
	<b>合计</b>	<b>461.35</b>	<b>306.73</b>	-	<b>154.62</b>

报告期各期末，公司的固定资产账面价值分别为 154.62 万元、122.66 万元及 113.37 万元，占非流动资产比例分别为 2.27%、1.88% 及 1.13%。报告期内，公司固定资产主要为电子设备，使用状况良好，未发现减值迹象。

### (3) 无形资产

报告期各期末，公司的无形资产账面价值分别为 73.21 万元、59.61 万元及 75.69 万元，占非流动资产比例分别为 1.07%、0.91% 及 0.76%，为软件系统及商标，不存在研发投入资本化情形。

### (4) 商誉

报告期各期末，公司的商誉明细情况如下：

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
北京北联	3,426.05	3,426.05	3,426.05
亚加实业	393.22	393.22	-
<b>合计</b>	<b>3,819.27</b>	<b>3,819.27</b>	<b>3,426.05</b>

报告期间，公司的商誉系收购北京北联及亚加实业形成。

#### ①北京北联

2014 年 9 月 5 日，蓝色光标与孟凡兴等四人签订股权转让及增资协议书，约定以 2,500 万元购买孟凡兴等四个自然人持有的北京北联 38.75% 股权，同时蓝色光标出资 2,000 万对北京北联进行增资，上述股权转让及增资完成后，蓝色光

标持有北京北联 51% 股权，并纳入合并报表范围。

根据沃克森（北京）国际资产评估有限公司出具的沃克森咨报字〔2014〕第 0106 号《北京北联伟业电子商务有限公司公允价值分摊估值报告书》，北京北联 2014 年 10 月 31 日无形资产公允价值为 1,748.56 万元，蓝色光标据此确认 2014 年 10 月 31 日可辨认净资产公允价值为 3,282.26 万元，蓝色光标收购股权对价为 5,100 万元，依照收购比例 51% 蓝色光标确认商誉 3,426.05 万元。

2015 年 6 月 15 日，蓝色光标以北京北联 51% 股权对公司前身博思瀚扬增资，博思瀚扬取得北京北联控制权。该增资事项构成同一控制下企业合并，在博思瀚扬合并层面确认商誉 3,426.05 万元。

## ②亚加实业

根据公司与王锡婷、吴杰签署的《股权转让协议》及其补充协议，并经亚加实业股东会审议通过，王锡婷、吴杰将其持有的亚加实业 60%、40% 的股权转让给发行人，股权交割日为 2020 年 3 月 31 日。

亚加实业于 2020 年 3 月 31 日可辨认净资产公允价值为 6.78 万元，公司收购股权对价为 400 万元，公司确认商誉 393.22 万元。

公司采用预计未来现金流现值的方法计算资产组的可收回金额，根据管理层批准的财务预算预计未来 5 年内现金流量。管理层根据过往表现及其对市场发展的预期编制上述财务预算。根据减值测试的结果，各期期末商誉未发生减值。

根据天津中联资产评估有限责任公司对北京北联出具的《北京数聚智连科技股份有限公司拟商誉减值测试涉及的北京北联伟业电子商务有限公司包含商誉的相关资产组可收回金额评估项目资产评估报告》（中联评报字〔2022〕D-0111 号），及对亚加实业出具的《北京数聚智连科技股份有限公司拟商誉减值测试涉及的上海亚加实业有限公司包含商誉的相关资产组可收回金额评估项目资产评估报告》（中联评报字〔2022〕D-0110 号），报告期末商誉未发生减值。

## （5）长期待摊费用

报告期各期末，公司长期待摊费用金额为 47.99 万元、27.39 万元及 14.64 万元，占非流动资产比例分别为 0.70%、0.42% 及 0.15%，均为装修费。

## （6）递延所得税资产

报告期各期末，公司递延所得税资产分别 167.31 万元、281.39 万元及 315.15 万元，占非流动资产比例为 2.45%、4.32%及 3.15%，主要为资产减值准备确认的递延所得税资产。

## （7）使用权资产

根据《企业会计准则第 21 号——租赁》，本公司于 2021 年 1 月 1 日起执行新租赁准则，增加“使用权资产”会计核算科目。2021 年末，公司使用权资产为 2,958.40 万元，占非流动资产比例为 29.60%，系本公司租用的办公场所。

## （二）资产周转能力分析

报告期内，公司应收账款周转率和存货周转率的主要情况如下：

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次/年）	11.62	12.62	10.66
存货周转率（次/年）	6.47	5.58	4.39

### 1、应收账款周转率

发行人应收账款周转率处于同行业可比公司的合理范围内，其差异主要系业务模式占比不同导致。在线上零售模式下，消费者确认收货后或达到收货状态后，货款即可通过支付宝等平台转入公司账户，故在该类模式下应收账款余额较低；其他业务模式通常存在一定的账期。

同行业可比公司应收账款周转率情况如下：

单位：次/年

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
若羽臣	9.94	10.97	9.78
丽人丽妆	29.38	40.91	35.91
壹网壹创	4.39	6.86	10.72
凯淳股份	3.67	4.38	4.24
青木股份	5.83	5.78	4.75
平均值	<b>10.64</b>	<b>13.78</b>	<b>13.08</b>
发行人	<b>11.62</b>	<b>12.62</b>	<b>10.66</b>

注：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报。

公司应收账款周转率处于合理水平，账龄大部分在 1 年以内。公司应收账款

收款对象主要为国内外知名电商平台及企业，其资金实力较强、信用状况良好，公司应收账款质量较高，不存在重大回收风险。

## 2、存货周转率

发行人存货周转率处于同行业可比公司的合理范围内。

同行业可比公司存货周转率情况如下：

单位：次/年

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
若羽臣	3.10	3.40	3.90
丽人丽妆	2.51	4.33	4.55
壹网壹创	4.48	6.76	8.67
凯淳股份	4.39	5.89	5.57
青木股份	7.27	8.15	8.75
平均值	4.35	5.71	6.29
公司	6.47	5.58	4.39

注：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报。

## 十一、偿债能力、流动性与持续经营能力分析

### （一）负债的主要结构分析

报告期内，公司负债构成及变化情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	20,685.14	89.74%	19,760.12	99.44%	21,263.23	99.33%
非流动负债	2,365.97	10.26%	110.49	0.56%	142.98	0.67%
负债总计	23,051.11	100.00%	19,870.61	100.00%	21,406.21	100.00%

报告期各期末，公司负债基本为流动负债，占总负债比例分别为 99.33%、99.44% 及 89.74%。

报告期各期末，公司流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	5,872.12	28.39%	1,914.95	9.69%	5,488.94	25.81%
应付账款	4,713.81	22.79%	7,676.98	38.85%	6,370.33	29.96%

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
预收款项	-	-	-	-	1,968.26	9.26%
合同负债	2,121.34	10.26%	2,538.86	12.85%	-	-
应付职工薪酬	3,442.10	16.64%	3,587.00	18.15%	2,414.31	11.35%
应交税费	3,095.55	14.97%	3,392.55	17.17%	4,716.67	22.18%
其他应付款	303.84	1.47%	467.72	2.37%	304.72	1.43%
一年内到期的非流动负债	829.22	4.01%	-	-	-	-
其他流动负债	307.17	1.48%	182.06	0.92%	-	-
<b>流动负债总计</b>	<b>20,685.14</b>	<b>100.00%</b>	<b>19,760.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>21,263.23</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司的流动负债主要包括短期借款、应付账款、应交税费，上述负债合计占流动负债的比例分别为 77.96%、65.71% 及 67.82%。

### 1、短期借款

报告期各期末，公司的短期借款明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
质押借款	-	-	1,274.13	66.54%	2,984.79	54.38%
保证借款	-	-	500.83	26.15%	2,504.16	45.62%
信用借款	5,872.12	100.00%	139.99	7.31%	-	-
<b>合计</b>	<b>5,872.12</b>	<b>100.00%</b>	<b>1,914.95</b>	<b>100.00%</b>	<b>5,488.94</b>	<b>100.00%</b>

报告期各期末，公司短期借款金额分别为 5,488.94 万元、1,914.95 万元及 5,872.12 万元，占流动负债比例分别为 25.81%、9.69% 及 28.39%。

报告期各期末，公司在各贷款银行的资信情况良好，未发生银行贷款逾期的情况。公司的借款费用均计入当期损益，不存在借款费用资本化情况。

### 2、预收款项/合同负债

报告期各期末，公司的预收款项/合同负债明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
服务预收款	2,038.45	96.09%	2,114.13	83.27%	1,837.20	93.34%
商品预收款	82.89	3.91%	424.73	16.73%	131.06	6.66%

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
合计	2,121.34	100.00%	2,538.86	100.00%	1,968.26	100.00%

根据企业会计准则规定，2020年1月1日起，公司原计入预收账款的不含税部分金额计入“合同负债”科目。报告期各期末，公司预收账款/合同负债金额分别为1,968.26万元、2,538.86万元及2,121.34万元，占流动负债比例分别为9.26%、12.85%及10.26%，主要为提供品效营销服务时产生的服务预收款项。

### 3、应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期薪酬	3,299.43	95.86%	3,450.06	96.18%	2,325.52	96.32%
离职后福利-设定提存计划	142.67	4.14%	136.94	3.82%	88.79	3.68%
辞退福利	-	-	-	-	-	-
合计	3,442.10	100.00%	3,587.00	100.00%	2,414.31	100.00%

报告期各期末，公司应付职工薪酬余额分别为2,414.31万元、3,587.00万元及3,442.10万元，占流动负债比例分别为11.35%、18.15%及16.64%。随着公司业务规模的扩大，员工薪酬及计提的奖金上升，使得2020年应付职工薪酬余额呈上升趋势；2021年应付职工薪酬保持稳定。

### 4、应付账款

报告期各期末，公司的应付账款明细情况如下：

单位：万元

项目	2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
采购商品货款	849.28	18.02%	2,668.40	34.76%	3,458.18	54.29%
服务费	1,136.89	24.12%	3,897.15	50.76%	2,308.10	36.23%
仓储物流费	2,727.65	57.87%	1,111.43	14.48%	604.06	9.48%
合计	4,713.81	100.00%	7,676.98	100.00%	6,370.33	100.00%

报告期各期末，公司应付账款余额分别为6,370.33万元、7,676.98万元及

4,713.81 万元，占流动负债比例分别为 29.96%、38.85%及 22.79%，主要为采购商品货款、服务费等。

报告期内，公司信用状况良好，不存在长期拖欠供应商货款的情形。

## （二）偿债能力分析

### 1、主要偿债能力指标

主要财务指标	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
流动比率（倍）	3.92	3.63	2.59
速动比率（倍）	2.85	2.59	1.71
资产负债率（母公司）	25.50%	22.66%	28.08%
资产负债率（合并）	25.28%	25.42%	34.54%
主要财务指标	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	15,041.20	13,217.60	6,924.66
利息保障倍数（倍）	37.84	53.14	27.59

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.59、3.63 及 3.92，速动比率分别为 1.71、2.59 及 2.85，总体呈上升趋势。报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 34.54%、25.42%及 25.28%，呈下降趋势。

报告期各期，公司息税折旧摊销前利润分别为 6,924.66 万元、13,217.60 万元及 15,041.20 万元，利息保障倍数为 27.59、53.14 及 37.84，保持在较高水平，对公司偿债能力提供了有力支撑。

### 2、与同行业可比公司偿债能力指标对比

报告期各期末，发行人的流动比率、速动比率及资产负债率处于同行业可比公司的合理范围内。同行业可比公司情况如下：

公司名称	流动比率（倍）		
	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
若羽臣	6.50	9.67	6.92
丽人丽妆	4.40	3.86	3.32
壹网壹创	3.84	3.02	8.81
凯淳股份	4.72	3.25	2.54
青木股份	3.92	3.87	5.10
平均值	<b>4.68</b>	<b>4.73</b>	<b>5.34</b>

发行人	3.92	3.63	2.59
公司名称	速动比率（倍）		
	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
若羽臣	4.64	7.42	4.95
丽人丽妆	2.63	2.78	2.52
壹网壹创	3.54	2.82	8.00
凯淳股份	4.02	2.42	1.97
青木股份	3.42	3.19	4.66
平均值	3.65	3.73	4.42
发行人	2.85	2.59	1.71
公司名称	资产负债率（合并）		
	2021年 12月31日	2020年 12月31日	2019年 12月31日
若羽臣	13.61%	10.43%	14.22%
丽人丽妆	21.66%	25.06%	28.95%
壹网壹创	20.16%	21.33%	10.09%
凯淳股份	22.01%	30.36%	38.79%
青木股份	26.85%	24.76%	18.84%
平均值	20.86%	22.39%	22.18%
发行人	25.28%	25.42%	34.54%

注：可比公司财务数据来自其招股说明书、年报。

### （三）报告期股利分配的实施情况

报告期内公司未进行股利分配。

### （四）现金流量分析

#### 1、经营活动现金流量

##### （1）经营性活动现金流量明细

报告期内，公司经营活动现金流量明细如下：

单位：万元

项目	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	188,584.95	164,074.47	117,497.69
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	10,923.17	13,792.23	13,522.76
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>199,508.12</b>	<b>177,866.70</b>	<b>131,020.45</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	156,021.78	126,029.50	92,015.90
支付给职工以及为职工支付的现金	19,488.65	13,994.87	15,064.98

项目	2021 年度	2020 年度	2019 年度
支付的各项税费	7,191.77	8,066.56	5,355.50
支付其他与经营活动有关的现金	23,254.00	28,080.46	24,073.88
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>205,956.21</b>	<b>176,171.40</b>	<b>136,510.27</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-6,448.09</b>	<b>1,695.30</b>	<b>-5,489.82</b>

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-5,489.82 万元、1,695.30 万元及-6,448.09 万元。2019 年度，公司经营活动产生的现金流量净额为负数，主要系公司业务扩张，采购规模扩大，且 2020 年春节较早，为筹备“年货节”，公司在 2019 年末大量采购备货。2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额相对较低，主要系公司业务扩张，备货金额和为品牌方开展营销活动提供的代垫款增加。2021 年度经营活动产生的现金流量金额为负，主要系 2022 春节时间较早，故 2021 年末进行备货，使得 2021 年度经营活动的现金流量净额为负，同行业可比公司中，若羽臣、丽人丽妆、凯淳股份 2021 年度经营活动的现金流量净额均为负，发行人生产经营未发生重大不利变化。

报告期各期，公司“销售商品、提供劳务收到的现金”分别为 117,497.69 万元、164,074.47 万元及 188,584.95 万元，占当期营业收入比例分别为 108.80%、111.37%及 106.50%，均超过了 100%，公司销售回款情况良好。

## (2) 经营活动现金净流量与净利润匹配情况

单位：万元

项目	2021 年	2020 年	2019 年
净利润	9,884.01	9,338.74	4,272.17
加：资产减值损失	419.36	259.35	258.28
信用减值损失	384.46	187.34	99.08
固定资产折旧	927.85	82.64	99.51
无形资产摊销	23.57	16.38	5.19
长期待摊费用摊销	19.08	20.61	50.20
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“-”号填列）	-0.99	-	-
固定资产报废损失（收益以“-”号填列）	-	0.15	20.36
公允价值变动损失（收益以“-”号填列）	-573.77	-170.03	-412.37
财务费用（收益以“-”号填列）	643.29	282.06	314.57
投资损失（收益以“-”号填列）	-	-	-2.39

项目	2021年	2020年	2019年
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-33.76	-114.09	-46.60
递延所得税负债增加（减少以“－”号填列）	143.44	-32.49	142.98
存货的减少（增加以“－”号填列）	-1,701.72	-1,523.54	-3,340.63
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-12,891.25	-8,049.27	-5,790.36
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	-3,691.65	1,397.45	-1,739.77
其他	-	-	579.96
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>-6,448.09</b>	<b>1,695.30</b>	<b>-5,489.82</b>

## 2、投资活动现金流量

报告期内，公司投资活动现金流量明细如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
收回投资收到的现金	83.86	609.81	24.47
取得投资收益收到的现金	-	300.00	2.39
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>83.86</b>	<b>909.81</b>	<b>26.87</b>
购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	713.57	83.72	212.52
投资支付的现金	-	-	150.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	85.25	
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>713.57</b>	<b>168.97</b>	<b>362.52</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-629.71</b>	<b>740.84</b>	<b>-335.65</b>

报告期内，公司投资活动现金流入主要为处置股权投资。报告期内，公司投资活动现金流出主要为购置固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金及投资支付的现金。

## 3、筹资活动现金流量

报告期内，公司筹资活动现金流量明细如下：

单位：万元

项目	2021年	2020年	2019年
吸收投资收到的现金	-	8,500.00	-
取得借款收到的现金	34,104.76	33,678.07	29,336.07

项目	2021年	2020年	2019年
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>34,104.76</b>	<b>42,178.07</b>	<b>29,336.07</b>
偿还债务支付的现金	30,124.11	37,249.02	23,865.63
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	239.15	249.52	252.85
其中：子公司支付少数股东的现金股利	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	1,693.67	101.50	144.68
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>32,056.92</b>	<b>37,600.04</b>	<b>24,263.16</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>2,047.84</b>	<b>4,578.03</b>	<b>5,072.91</b>

报告期内，公司筹资活动的现金流入为借款和增资款，筹资活动的现金流出主要为偿还债务支付的现金。

### （五）流动性风险分析

报告期各期末，公司负债均以流动负债为主，占比分别为 99.33%、99.44% 和 89.74%。公司流动比率分别为 2.59、3.63 和 3.92，速动比率分别为 1.71、2.59 和 2.85，流动比率及速动比率指标良好，并逐年递增，流动性风险较低。

未来，公司将进一步加强存货管理和款项回收，提高资金使用效率，确保充裕的流动性储备，降低流动性风险。

### （六）持续经营能力分析

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。

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。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。

2019年、2020年、2021年公司营业收入分别为 107,994.68 万元、147,329.66 万元和 177,071.41 万元，净利润分别为 4,272.17 万元、9,338.74 万元和 9,884.01 万元，公司业绩实现了快速增长。

综上，公司管理层预计目前不存在对公司持续经营能力造成重大不利影响的

变化。同时，鉴于公司存在经营业绩波动风险、市场竞争风险、经营模式风险，投资者应关注本招股说明书“第四节风险因素”对公司生产经营的影响。

## **十二、重大投资、资本性支出**

### **（一）报告期内重大投资、资本性支出**

报告期内，公司不存在重大投资、资本性支出。

### **（二）未来可预见的重大投资、资本性支出计划**

截至本招股说明书签署之日，除本次发行募集资金有关投资外，公司无可预见的重大资本性支出计划。本次发行募集资金相关的具体投资计划详见本招股说明书“第九节募集资金运用与未来发展规划”。

## **十三、资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项**

### **（一）资产负债表日后事项**

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的资产负债表日后事项。

### **（二）或有事项和承诺事项**

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的或有事项和承诺事项。

### **（三）其他事项**

截至本招股说明书签署之日，公司不存在需要披露的其他事项。

## 第九节 募集资金运用与未来发展规划

### 一、募集资金运用概况

#### (一) 本次募集资金运用计划

公司本次拟向社会公众公开发行不超过 45,090,000 股人民币普通股(A 股)，本次发行募集资金扣除发行费用后，将全部用于与公司主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金，具体按轻重缓急依次投入以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	总投资额	拟投入募集资金金额	项目建设期	项目备案代码	实施主体
1	品牌加速项目	36,745.96	34,745.96	3 年	2103-310114-04-05-778277	蓝色商道
2	综合运营服务中心建设项目	25,237.64	20,027.64	2 年	2104-330110-07-02-347597	杭州数聚
3	企业信息化管理系统建设项目	5,226.40	5,226.40	2 年	2104-330110-07-02-414904	杭州数聚
4	补充流动资金	20,000.00	20,000.00	-	-	数聚智连
合计		<b>87,210.00</b>	<b>80,000.00</b>	-	-	-

本次募投项目不涉及生产及土建工程实施，均不生产废水、废气和固体废弃物，亦不会对环境产生污染。根据《中华人民共和国环境影响评价法》和《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》的相关规定，公司本次募集资金投资项目均不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录（2021 年版）》范围，无需进行环境影响评价。

在本次发行募集资金到位前，公司根据项目实施进度和付款情况，可利用自有资金或自筹资金等支付项目所需款项。在本次发行募集资金到位后，募集资金将用于置换先期投入的资金及支付项目剩余款项。

若本次发行实际募集资金不能满足上述项目需求，不足部分将由公司以自有资金或自筹资金予以解决。若本次实际募集资金超过项目资金需求，公司将根据相关规定履行相应决策程序后使用。

#### (二) 募集资金投资项目对公司同业竞争和独立性的影响

本次募集资金投资项目是公司结合现有主营业务、生产经营规模、财务状况、

技术条件、管理能力、发展目标合理确定，相关项目实施后将进一步增强公司运营能力，全面提升公司的综合实力。募投项目的实施不会新增同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

### **（三）募集资金使用管理制度安排**

公司已经根据相关法律法规制定了《募集资金管理办法》，对募集资金的存放与使用安排、闲置募集资金管理安排、变更募集资金用途的程序等使用管理制度进行了规定，并经公司第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议审议通过。募集资金将存放于公司董事会决定的募集资金专项账户集中管理，公司将在募集资金到位后一个月内与保荐机构、存放募集资金的商业银行签订三方监管协议，严格按照相关法律法规、公司制度及三方监管协议管理和使用募集资金。

## **二、本次发行募集资金投资项目与公司现有业务的关系**

### **（一）募集资金对发行人主营业务发展的贡献**

本次募集资金投资项目符合国家产业政策以及公司未来整体战略发展方向，具有良好的市场发展前景和经济效益。本次募集资金投资项目的实施将帮助公司进一步拓展公司品牌矩阵，提升公司综合运营能力及信息化管理水平，增强公司资金实力，积极推动公司整体发展战略实施，有利于增强公司核心竞争力及盈利能力，促进公司可持续发展。

### **（二）对公司未来经营战略的影响**

本次募集资金投资项目系围绕公司发展战略设计实施，项目建成后，将有效丰富公司品牌矩阵，增强公司与品牌商的合作粘性，提升公司综合运营服务能力，完善信息技术体系建设，有利于提高公司综合竞争力，进一步巩固并提升公司的行业地位，从而稳步推进公司经营发展战略实施。此外，通过补充流动资金，将有效提升公司资金实力，为未来经营战略实施提供资金支持。因此，本次募集资金投资项目的实施是稳步推进公司未来发展规划及经营战略的重要举措。

### **（三）对公司业务创新创造创意性的支持作用**

通过实施品牌加速项目，公司加强对重点扶持和加速发展品牌的营销推广力

度，并实现自有品牌的孵化，进一步丰富完善品牌布局，为业务创新创造打造坚实基础。综合运营服务中心建设项目将全面提升公司的电商运营能力、设计能力、供应链能力和营销创意能力等综合运营能力，满足品牌方对电商运营更加综合和精细化的要求，是公司业务创新、创造、创意性的重要体现。公司通过企业信息化管理系统建设项目增加技术投入，进一步提升公司信息化管理水平，实现业务智能化管理，为公司开展业务创新、创造提供技术支持。此外，通过补充流动资金，将为公司在创新人才引进、业务创新创造等方面提供资金支持。因此，本次募集资金投资项目的实施将对公司业务创新、创造、创意性起到良好的支持作用。

#### **（四）与发行人现有主要业务、核心技术之间的关系**

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，公司倡导高效整合型电商服务理念，通过为国内外知名品牌提供专业、高效、全链路的电商运营及营销服务，协助品牌提升国内市场知名度及销售目标，同时为消费者提供良好的购物体验。本次募集资金投资项目是公司对于现有业务的进一步扩张和深化。募集资金投资项目建成后，公司将加速提升对美妆快消、母婴营养、消费电子等重点品牌的推广建设，实现自主品牌孵化，丰富品牌矩阵，有利于拓展品牌服务范围，提升品牌客户黏度。此外，还将有效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，对公司主营业务发展具有强力促进作用，有利于增强公司市场竞争力及可持续发展能力。

### **三、募集资金投资项目的具体情况**

#### **（一）品牌加速项目**

##### **1、项目建设概况**

公司计划通过品牌加速项目建设，加强对公司重点扶持和加速发展品牌的营销推广力度，加速渠道扩张和人员梯队建设，实现各品牌在中国市场的品牌推广与销售爆发；同时建立公司自有品牌，进行自有品牌孵化和销售实现。

本项目分为重点品牌加速建设和自有品牌孵化两部分内容。其中重点品牌加速建设是指由公司选择美妆快消、母婴营养、消费电子等行业中的优质海内外品牌，进行品牌形象推广和渠道加速扩张，从而实现品牌知名度和经济效益增长。自有品牌孵化项目是指公司孵化中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，通过

品牌产品研发、品牌推广建设和销售渠道建设，最终实现销售。

本项目总投资额为 36,745.96 万元，项目实施主体为蓝色商道，项目建设期为 3 年。

## 2、项目建设的必要性分析

### （1）顺应消费升级趋势，链接优质海外品牌和中国消费者

当前，随着 80 后、90 后人群成为消费的主力军，中国正迎来新一轮消费升级的浪潮。新一代的消费群体线上消费特征明显，对品质生活的要求显著提高，传统的生存型、物质型消费开始让位于发展型、服务型等新型消费，品质革命和个性消费快速发展。中国不断发展的电商市场和消费升级趋势使得中国线上市场对全球优质品牌商吸引力愈发凸显，但是许多国外品牌在国内的知名度相对较低，消费者不够了解品牌背景，且品牌方多专注于产品与传统线下渠道，不了解中国市场线上销售运营规则，不具备线上引流等店铺运营专业能力，缺乏对中国数字消费者的数据积累与分析认知，难以打开线上渠道。

作为深入了解国内电商环境和消费环境，具有全链路综合运营服务能力的电子商务服务商，公司以多维度渠道拓展能力及优质品效营销能力为媒介，能够有效链接全球优质品牌和中国消费者，为国内消费者提供优质产品并帮助品牌方实现品牌在中国市场的快速开拓。本项目中，公司选择美妆快消、母婴营养、消费电子等消费升级重点行业的优质品牌进行品牌加速建设。公司将结合品牌特点和国内消费者偏好，为品牌打造个性化营销内容，拓展多元化渠道，深入接触消费者，为中国消费者提供全球优质产品，满足消费升级需求；同时实现合作品牌知名度和经济效益的共同成长，提升客户粘度，保障公司未来发展。

### （2）建立自主品牌，抢占蓝海市场

近年来我国老龄化趋势明显，国家统计局数据显示，截至 2021 年末，我国 65 岁以上人口达 2.01 亿人，占比已达 14.2%，预计未来我国社会人口老龄化进程将持续加快。老龄化的加深促进了中国的老年人用品护理市场规模在不断扩大。2019 年 12 月 31 日，工业和信息化部、民政部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、全国老龄工作委员会办公室联合印发了《关于促进老年用品产业发展的指导意见》（工信部联消费〔2019〕292 号），文件提出了到 2025 年

老年用品产业总体规模超过 5 万亿元的发展目标。在老年用品中，成人纸尿裤对于失能失禁人群来说，具有高频、刚需、依赖度高等特点，市场前景广阔。但目前我国成人纸尿裤市场处于初级阶段，渗透率较低，品牌丰富度及优质度有待提升。随着老龄化的加深和消费观念的改变，优质的中高端成人纸尿裤产品需求预计将在未来得到快速增长。

本项目是公司在现有主营业务的基础上，结合公司未来计划和行业发展特点，以现有运营能力、渠道开拓管控能力、品牌运作能力为依托实施的投资计划。在本项目中，公司计划研发中高端银发个人卫生用品品牌“护博士”，从使用者感受出发，为失禁失能人群提供舒适的成人纸尿裤、成人护理垫等产品。同时公司将利用自身品牌开拓、营销策划、精细运营、供应链管理等优势，实现“护博士”品牌的成功孵化与销售爆发。通过该项目实施，公司将提供优质成人纸尿裤等产品，满足目标人群需求；实现自有品牌孵化，进一步加强公司市场竞争力；抢占老年人用品的蓝海市场，为公司在老年人用品行业的发展奠定基础。

### （3）拓展品牌推广渠道，提升行业地位

电商服务产业属于服务输出型产业，其产生依托于电商的快速发展的背景下，品牌商拓展电商业务的刚性需求，属于电子商务的衍生行业。伴随着电商平台的崛起，电商服务业快速发展，服务商提供的服务类型日益多元化，从运营服务、客户服务等基础服务拓展至营销服务、渠道拓展等核心领域。面对行业渠道、模式日新月异的变化，渠道拓展能力及推广效果越来越成为检验服务商公司综合服务能力的关键，决定着服务商能否在竞争中脱颖而出，保持长期发展。

在多元电商渠道不断兴起，消费者分布集中性降低，电商与社交联系日益紧密的当下，能否把握新态势，在新垂直平台、微信、小程序、短视频直播平台等新兴渠道提供优质的电商服务对服务商的品牌运营、品牌孵化能力至关重要。本项目中，公司将在稳定传统营销的基础上，重点加强抖音、小红书等新媒体流量平台的营销投入，不断加快多元渠道布局，为品牌抢占多维度的流量入口，提供多渠道的营销方案。本项目的建设将实现公司重点扶持品牌的品效加速爆发，同时实现公司自有品牌的成功孵化，从而进一步加强公司在流量获取、多渠道营销方面的优势，提升公司的综合服务能力，建立良好的业内口碑，提升行业地位。

### 3、项目建设的可行性分析

#### (1) 公司具有丰富的电商服务经验和良好口碑

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，公司倡导高效整合型电商服务理念，通过为国内外知名品牌提供专业、高效、全方位的品牌电商运营、渠道分销及品效营销服务，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。

经过多年的发展和积淀，公司已经成为国内优秀的电子商务服务商，为包括雅培/Abbott、飞鹤、帮宝适/Pampers、花王/Kao、澳佳宝/Blackmores、欧乐 B/Oral-B、博朗/Braun、三星/Samsung、德龙/Delonghi、佳能/Canon、微软/Microsoft、宝洁/P&G、西铁城/CITIZEN、欧舒丹/L'OCCITANE、嘉士伯/Carlsberg 及中粮福临门等众多全球知名品牌提供综合性全链路电商运营服务，在多个行业积累了丰富的渠道拓展、品效营销及电商运营经验。在渠道拓展方面，公司不断开拓多元渠道，以强大的渠道开拓经验为客户提供多元化的推广方案。在营销领域，公司紧随市场形势，建立多层次营销生态，在电商媒体、电商内容营销、电商数字营销等方面取得了快速发展，为客户提供专业、成熟的网络营销服务、助其打通电子商务线上销售市场。在电商运营方面，公司运营业务涉及母婴营养、消费电子、美妆快消等多个品类，积累了不同行业的运营经验，并通过数据赋能，逐步实现精细化运营。

经过多年发展，公司凭借优异的服务质量、出色的销售业绩、跨类目的营销运营能力取得了客户的充分信任和认可，赢得了良好的业界口碑，并获得天猫“五星级运营商”、“天猫母婴亲子最佳运营服务商”、“双 11 综合服务优秀服务商”、“京东美妆五星级优质商家”、艾菲奖、金投赏、中国广告节长城奖、IAI 国际广告奖、金鼠标奖等多项荣誉称号与奖项。

#### (2) 公司具备多平台资源优势

流量平台对于公司的业务发展至关重要，优秀的平台媒介能够使公司为客户提供影响力更大的创意策划和互联网营销、电商运营服务。通过多年经验及资源的累积，公司已在平台资源上建立了较强优势。在传统电商平台领域，公司深耕天猫、京东等线上电商平台，服务范围已覆盖众多主流平台。同时公司积极拓展

抖音、小红书等社交电商渠道和诸多新型垂直平台资源，深度触及目标消费者。公司通过构建全链路、多层次、精准化品牌营销网络，建立了较强的平台资源优势，能够高效链接中国数字消费家庭，助力品牌商在数字消费浪潮中扩大市场份额，同时传播品牌价值，为品牌方提供更优质的电商综合运营服务。

### （3）公司拥有全链路服务能力

在电商平台流量红利减退的背景下，全链路综合服务能力已成为电子商务服务商的核心竞争力之一。经过多年发展，公司在传统电商运营基础上，积极拓展前沿性的电商全链路综合运营能力，目前已成为行业内知名综合性全链路电子商务运营服务商。公司拥有多年线上零售及品牌代运营经验，已实现多主流电商平台覆盖，并积极布局各类直播、短视频平台等新兴社交媒体渠道，同时探索线上线下结合的新零售模式，具备全链路服务能力，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。

### （4）公司拥有坚实的人才基础

电子商务业涉及品牌洞察、品效营销、平台运营、信息技术等多方面专业知识，企业的相关人才素质决定着电子商务服务商的服务水平和行业口碑。公司自成立以来，一直致力于为客户提供优质的全链路电子商务综合服务，并将专业人才的培养作为公司发展的重要基础，建立了完善的人才培养体系并组建了多层次、全方位的电子商务运营服务人才队伍。

## 4、项目建设内容和投资概况

### （1）建设内容

本项目分为重点品牌加速建设和自有品牌孵化两部分内容。重点品牌加速建设是选择美妆快消、母婴营养、消费电子等行业中的优质海内外品牌进行品牌推广建设和销售渠道建设。自有品牌孵化是指进行公司自有品牌“护博士”产品的研发、品牌推广建设和销售渠道建设。“护博士”品牌产品由公司自研，并委托相关第三方进行生产。

品牌推广建设包括各品牌在数字营销渠道的内容制作和广告投放。通过数字化品效营销，公司能够帮助品牌迅速触达目标消费者，树立在目标消费者心中的品牌形象。在销售渠道建设方面，公司将加大包括天猫，京东等电商平台的投入

和扩张，加大包括钻展、直通车等获客媒体的投放和站内 CRM、内容营销的强度，保障对目标客户的获取能力。对于重点品牌加速建设涉及项目将同时持续进行现有客户的消费者运营，实现老客户消费潜力挖掘。除了线上渠道，公司在项目中也进行线下渠道的扩张，全方位触达目标消费者，实现项目扶持品牌在电商渠道和线下渠道的销售爆发。

## (2) 投资概算

本项目总投资额为 36,745.96 万元，主要用于形象内容制作、媒体推广、电商渠道推广、线下渠道扩张、人员投入、房租投入、设备投入、装修投入、产品研发投入等，具体投资概算情况如下：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	第三年	总金额
1	产品研发	100.00	150.00	180.00	430.00
2	形象内容制作	420.00	645.00	795.00	1,860.00
3	媒体推广	2,824.50	4,496.80	5,702.38	13,023.68
4	电商渠道推广	1,596.11	2,997.42	4,851.45	9,444.97
5	线下渠道扩张	286.50	445.35	606.94	1,338.79
6	人员投入	1,890.00	3,090.00	4,116.00	9,096.00
7	房租投入	245.28	362.08	439.17	1,046.53
8	装修投入	200.00	-	-	200.00
9	设备投入	306.00	-	-	306.00
<b>10</b>	<b>合计</b>	<b>7,868.39</b>	<b>12,186.65</b>	<b>16,690.93</b>	<b>36,745.96</b>

## (3) 项目实施进度安排

本项目实施周期为 3 年，项目实施进度规划如下：

工作内容	T1				T2				T3			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
项目备案等前期准备												
人员招聘及培训												
经销品牌品牌建设及渠道建设												
自有品牌研发												
自有品牌品牌建设及渠道建设												

#### (4) 项目效益测算

经测算，本项目财务内部收益率为 22.47%（税后），投资回收期 6.22 年（税后）。

#### (5) 项目选址和环保

本项目拟在上海实施。本项目不产生废水、废气和固体废弃物，项目实施过程中不存在污染物排放。

### (二) 综合运营服务中心建设项目

#### 1、项目建设概况

本项目以构建电商运维中心、MCN 及其直播中心、供应链中心、影像摄制创新中心为主要内容，引入各类优质人才，构建公司的综合运营服务中心，为公司的运营提供配套支持，全面提升公司的电商运营能力、设计能力、供应链能力和营销创意能力等综合运营服务能力，同时实现公司运营集中化办公，降低公司运营成本，为公司可持续发展提供良好保障。

本项目总投资额为 25,237.64 万元，项目实施主体为杭州数聚，项目建设期为 2 年。

#### 2、项目建设的必要性分析

##### (1) 有利于提升公司的综合运营服务能力，增强与品牌商的合作粘性

公司通过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业绩。近年来，电子商务行业日益发展成熟，线上渠道越来越成为品牌商不可忽视的战略重点，知名品牌相继入驻各大电商平台，在此背景下，公司服务的品牌商不断丰富。同时，随着电商行业日益发展成熟，品牌商对电子商务综合服务商的期望和要求，已从早期基于店铺的基础运营，逐步过渡到基于消费者运营、品效营销及渠道融合的综合性和精细化运营，这对公司的综合运营服务配套能力提出了更高要求。

为进一步提升公司的综合运营服务能力，增强与品牌商的合作粘性。本项目拟通过建设电商运维中心，提高商品运营、媒体运营、电商设计，店铺运营、店

铺会员管理、店铺营销活动管理、电商营销等能力，满足品牌客户对一体式店铺运营的需求；建设 MCN 及其直播中心，为公司业务运营提供有竞争力的内容推广支持，同时迎合店铺运营业务所需的图文、短视频及直播需求，提供长期优质的达人、主播人才及专业便利的主播场地；建设供应链中心，整合公司供应链服务，以保障消费者利益，确保公司经营商品质量，对商品流通售前售后环节监督实施处理；建设影像摄制创意中心，满足公司业务运营和企业宣传文化建设的需要，保障图像影视创作的专业性和创新性，并降低供应商可能导致的质量及工期不可控的风险，提高市场竞争力。

(2) 有利于提高公司综合竞争力，巩固并提升公司的行业地位

公司专注于为品牌企业提供电商运营服务、渠道分销及品效营销业务，并持续进行行业拓展，丰富和优化经营模式和多元化服务结构。经过多年的发展，目前已成为行业内具有一定影响力的全链路电子商务服务提供商。伴随着电子商务行业的快速发展，电商服务提供商行业竞争也日益激烈。众多规模较小、抗风险能力较差、运营能力较弱的企业将可能逐步被市场淘汰，而只有具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商才能逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

为应对日益激烈的行业竞争，公司亟需建设综合运营服务中心，全面提升电商运营能力、设计能力、供应链能力和营销创意能力等，进一步提升公司的综合竞争力，巩固并提升公司的行业地位。

(3) 有利于实现集约化办公，提高工作效率，吸引优秀人才

近年来，随着公司业务规模快速提升，在客户获取、品效营销、网店运营、平台搭建等各个业务环节的技术应验不断积累，业务范围也持续开拓，员工数量也逐年增加。改善员工办公环境，提高公司的经营管理水平和管理效率势在必行。通过建设综合运营服务中心，能够实现集约化办公，提高协同效率，提升公司服务的质量。同时，办公环境将得到极大改善，员工办公舒适度和满意度将得到有效提升，不仅有利于公司吸引优秀人才，而且还有利于公司核心员工和管理团队的稳定，可为公司未来可持续发展提供有力的人才保障。

### 3、项目建设的可行性分析

#### (1) 公司具备丰富的行业经验和全链路运营能力

经过多年经营，通过为众多品牌提供多维度的电商运营服务，公司积累了丰富的行业经验，贯穿于货品策略规划、店铺设计、店铺运营、客服服务、媒体采买、消费者分析与运营、品效营销、仓储物流等各个业务环节。凭借优质的服务能力与服务质量，公司获得了越来越多的客户青睐，赢得了众多知名品牌方的信任，并建立了稳定合作关系。

在运营能力方面，公司建立了专业的运营团队，可为客户提供全链路运营解决方案，具有整合电商平台资源对接能力、消费者行为分析和洞察能力、消费者精准触达和品效营销能力，能够为客户提供一站式的电商服务。此外，公司通过利用如生意参谋、数据银行、策略中心、京东数坊等第三方电商数据分析工具，可对品牌以及店铺各项维度数据进行分析，进而优化渠道效率，对现有货品策略进行完善以及各类人群精确触达，最后达到提升品牌整体销售量的目标。

公司丰富的行业经验和全链路运营能力为本项目的实施提供了良好的保障。

#### (2) 公司业务的持续快速发展为项目的实施奠定了坚实的基础

公司坚持以品效营销驱动销售的理念，以运营垂直化、效果营销化为策略，深耕母婴营养、消费电子、美妆快消等品类，为国内外知名品牌提供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。报告期内公司与众多合作品牌均保持了良好合作关系，公司业务规模快速增长。

未来，公司将加强自身管理能力的同时，继续专注于以母婴营养、消费电子、美妆快消等为主营产品的多元化电商服务，深耕市场，服务好已有品牌，打造公司自有品牌业务线，积极拓展更多国内外知名品牌客户，丰富和优化现有经营模式和多元化产品服务结构，提升公司竞争力和盈利能力。公司现有业务的运营管理经验以及未来业务的发展前景，为项目的实施奠定了坚实的基础。

#### (3) 项目建设地的区位优势显著，配套资源丰富

随着电子商务行业的快速发展，浙江省政府部门出台了包括《浙江省人民政

府关于进一步加快电子商务发展的若干意见》（浙政发〔2012〕24号）、《浙江省电子商务服务体系建设的实施意见》（浙商务联发〔2014〕13号）、《浙江省人民政府关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的实施意见》（浙政发〔2015〕49号）、《浙江省电子商务产业发展“十三五”规划》（浙政办发〔2016〕135号）、《浙江省商务厅关于开展全省跨境电子商务服务体系建设的通知》（浙商务发〔2017〕30号）等一系列促进电子商务发展的文件，从基础设施构建、产业政策支持、电商人才培养、行业发展环境、税收优惠等各方面促进电子商务行业的快速发展。

本项目建设地位于浙江省杭州市余杭区，并紧邻阿里巴巴。杭州是全国电子商务中心、国家信息化试点城市、电子商务试点城市、全国首批跨境电子商务试点城市、全国首批电子商务与物流快递协同发展试点城市。除阿里巴巴外，杭州还云集了包括网盛、考拉、蘑菇街等行业知名电商平台及申通、圆通、中通、韵达等知名快递企业。此外，近年来，杭州市政府通过采取降低落户门槛、发放人才补贴、简化申办流程等多方位措施促进人才的引入，为项目实施提供了良好的人才引入环境。

项目建设地丰富的配套资源及政府的一系列产业政策支持为本项目的实施提供了有利条件。

#### **4、项目建设内容和投资概况**

##### **（1）建设内容**

本项目投资总额为 25,237.64 万元。本项目以构建电商运营中心、MCN 及其直播中心、供应链中心、影像摄制创意中心为主要内容，形成公司的综合运营服务中心，项目投资内容主要包括：场地购置及装修、设备购置、产品展示、拍摄耗材、人员工资及预备费等。

##### **（2）投资概算**

本项目总投资为 25,237.64 万元，主要用于场地购置费、装修费、设备购置费、人工费用、工程预备费等。具体投资构成如下表所示：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	总金额
1	场地购置	19,500.00	-	19,500.00
2	场地装修	1,775.00	-	1,775.00
3	设备购置	577.49	866.23	1,443.72
4	人工成本	657.67	1,622.50	2,280.17
5	产品展示、拍摄耗材、人员培训等	100.00	50.00	150.00
6	工程预备费	88.75	-	88.75
7	合计	22,698.91	2,538.73	25,237.64

### (3) 项目实施进度安排

本项目实施周期为2年，项目实施进度规划如下：

序号	项目进展阶段	T1				T2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	办公场地购置及装修								
2	人员招聘及培训								
3	软硬件设备购置及安装								
4	竣工验收								

### (4) 项目效益测算

本项目不直接产生经济效益。项目建成后，公司的推广能力、供应链服务能力、影像摄制创意能力等各方面电商运营能力都将会得到显著的提升，增强与品牌商的合作粘性，提高公司的综合竞争力，巩固并提升公司的行业地位，为公司持续发展提供良好的支撑。

### (5) 项目选址和环保

本项目拟在杭州市购置办公场地作为综合运营服务中心，目前尚未购置完成。本项目所购置办公场地将由发行人自持自用于日常经营活动开展，其他募集资金投资项目不涉及房地产购置。发行人承诺：“本次使用募集资金所购置办公场所将全部自持自用于公司办公、业务运营用途，公司不存在房地产开发、或将其对外出租或出售的计划，不存在变相从事房地产业务情形”

本项目对办公场所无特殊要求，且杭州市可供出售的办公场所供应充足，因此公司尚未购置房产不会对本项目产生重大不利影响。本项目不产生废水、废气和固体废弃物，项目实施过程中不存在污染物排放。

### **(三) 企业信息化管理系统建设项目**

#### **1、项目建设概况**

本项目将通过购买硬件设备及软件，引进开发、测试、运营等专业技术人才，围绕电子商务综合服务的业务开展和管理需求，对公司“聚能盾”自动化运营技术体系及“聚宝盆”内控与财务技术体系进行升级与建设，并新建数据中台系统，将公司原有信息化资源整合为具有集成统一、灵活、高效、协同、多维分析功能的信息化管理系统。

本项目总投资额为 5,226.40 万元，项目实施主体为杭州数聚，项目建设期为 2 年。

#### **2、项目建设的必要性分析**

##### **(1) 顺应公司快速发展趋势，提升信息化管理水平**

随着公司业务不断拓展、营销机制不断丰富、业务规模不断提升，各部门日常工作内容及公司管理程序日趋复杂，公司原有信息化系统规模、信息系统类型、各系统的功能模块及运算能力将难以适应未来的发展。

本项目将对 ERP、财务管理、订单对账、效果分析、数据加工处理等方面提升进行信息化建设和升级，建设完成后，公司所有业务流程通过整合彼此协调，形成互联互通，提升系统运行速度，改善企业业务流程效率和相应速度，公司内所有环节的信息获知能力都得到了提升，公司内外的业务处理瓶颈将被打破，提升企业员工及决策层应用集成应用程序系统来管理业务的能力。本项目完成后将提升公司信息系统前后端业务的管理能力，提高业务效率，降低管理成本。

##### **(2) 整合公司订单及财务资源，减少管理环节，实现集约经营**

仓储物流的快速发展，对公司订单管理及、仓储管理、运输管理有了更高挑战，传统的订单管理系统（OMS）功能难以满足公司业务规模快速增长带来的系统支持需求。随着公司业务扩大及财务管理规模增加，相应的财务系统、对账系统技术需求进一步提高。

本次通过信息系统建设将升级改造公司现有的 OMS、财务系统、对账系统，使 ERP 功能进一步丰富，运行速度及效率进一步提升。同时公司 OMS 也将由共

享云服改造为独享云服务，完善财务系统数据安全存储和备份功能，提高整体ERP安全性。本项目实施将对公司订单、库存、运输、供应、财务、对账等管理模块进行有效整合，实现互联互通，全面提升公司运营、管理的数字化、智能化水平。

### （3）实现业务智能化管理，提升运作能力与服务能力

目前，公司主营业务及服务模式包括品牌电商运营服务、渠道分销及品效营销业务，业务相关店铺经营的成果直接影响公司战略和业务的实现。公司通过建设“聚宝盆”内控与财务系统，对财务结算分析、订单对账、效果分析进行统一管理，将店铺在相关平台的商业参数数据进行有效的整合，使孤立、分散的数据按历史记录顺序彼此相关，按高效、易于提取的结构进行存储，便于快速准确的抓取数据。连续的数据也有利于总结提炼规律性和延伸性，形成动态知识体系，有助于公司持续提高经营分析的准确度与精确度，帮助公司做出明智的业务经营决策，提高业务智能化运营能力，促进公司业务良性发展。本项目的实施将进一步推动公司业务管理的精益化、技术水平的智能化。

### （4）挖掘数据资产价值，推动公司业务良性发展

公司经过多年发展，积累了丰富的管理经验及数据资产，当前数据存储于各业务系统中，数据由各业务系统单独管理，随着业务不断扩张，公司沉淀的数据数量持续增多、种类日渐丰富、数据结构日趋复杂。公司需要整合公司内部数据资源，高效处理多种类型数据，以此为基础建设拥有数据采集能力、数据存储能力、数据计算能力、数据分析能力的数据中台来充分挖掘数据规律、洞悉数据价值，实现数据资产规划管理、数据开放共享、数据分析挖掘和业务评估服务等功能，提升公司数据化管理程度，并以数据指导业务开展，提高公司数据分析能力与效果。本项目的建设是对公司经验及数据资源的进一步整合、开发、应用，将推动公司业务良性发展。

## 3、项目建设的可行性分析

### （1）国家宏观政策支持企业信息化建设

全球正处于信息化爆发式发展的阶段，机遇与挑战并存。中国政府积极适应时代发展，制定了一系列的重要战略部署，正在加快推进国民经济和社会信息化

建设。在这一过程中，各级政府一直坚持以信息化带动企业发展，坚持以改革开放和科技创新为动力，大力推进信息技术在经济社会各领域的广泛应用，促进全社会提高信息化水平。

2019年1月《中华人民共和国电子商务法》实施，明确鼓励发展电子商务新业态，创新商业模式，促进电子商务技术研发和推广应用，推进电子商务诚信体系建设，营造有利于电子商务创新发展的市场环境，充分发挥电子商务在推动高质量发展、满足人民日益增长的美好生活需要、构建开放型经济方面的重要作用。国家相关产业政策对企业信息化建设的支持，为公司信息化系统的建设提供了保障。

#### (2) 公司的信息化基础为项目建设提供了保障

公司在多年的快速发展中，一直非常重视信息化建设，并建立了覆盖行政管理、财务管理、供应链、物流、运营等多环节的信息化运营及管理系统，有效地提升了各部门的工作效率。公司技术部门员工，深度参与了各信息系统的设计开发及运营维护，并可为员工提供有效的技术指导。公司现有信息系统的建设和运营经验为本项目的实施提供了参考，可为项目的顺利实施提供技术保障。

#### (3) 基础技术发展为公司技术的实施提供了坚实基础

近年来全球范围内信息技术取得了长足的发展，信息的处理、存储、网络带宽等技术已经获得了巨大的飞跃，ERP系统及云计算等技术在各类公司中广泛应用，各行业均积累了成功的建设经验和实施经验。公司信息化建设的硬件及软件均为行业内标准产品，相关产品在行业内应用多年，建立了完善的标准体系，主要硬件设施在行业内供应商、服务提供商众多，可以根据公司的需求提供相应的解决方案，现有的硬件和软件产品供应商能够完全满足公司的要求。项目在实施过程中将优先选择国际知名、行业内有良好口碑的公司，保障产品质量和相应的安装、售后服务质量。成熟且应用广泛的设备及服务，为技术的实施提供了坚实基础。

### 4、项目建设内容和投资概况

#### (1) 建设内容

本项目主要包括“聚能盾”自动化运营系统升级、“聚宝盆”内控与财务系

统升级与建设以及数据中台系统建设。

“聚能盾”自动化运营系统升级是对现有 OMS 管理及支持系统的升级，从共享式云服务改为定制开发的独享 OMS 服务，以满足公司业务规模扩大及营销机制丰富所带来的新的信息化需求。

“聚宝盆”内控与财务系统升级与建设包括升级财务结算与分析系统、新建订单对账系统、新建效果分析与报表系统。升级财务结算与分析系统是指对公司现有 ERP 系统进行升级，增加更多包括财务会计、供应链、项目管理、内部管理报表、人力资源管理等功能板块，提升系统运行速度，并完善数据安全存储和备份系统。订单对账系统建设，是通过建设具有订单全链路、业务对账及财务对账等功能模块的订单对账系统，实现从销售订单到 SKU 核算的端到端的自动对账体系。效果分析与报表系统建设是指以店铺在相关平台的生意参数为基础，通过对各项指标的追踪、分析，实现业务的智能化报告及预测。

数据中台系统设立后将具有数据采集、数据加工处理和存储功能，并在数据管理和数据的应用的基础上，实现数据资产规划管理、数据开放共享、数据分析挖掘和业务评估服务等功能。

## (2) 投资概算

本项目总投资额为 5,226.40 万元，主要包括软硬件设备投入、集成费用及人员费用等，具体投资概算情况如下：

单位：万元

序号	项目	第一年	第二年	总金额
1	软硬件设备投入、集成费用	2,092.93	1,171.47	3,264.40
2	人员费用	813.00	1,149.00	1,962.00
3	合计	<b>2,905.93</b>	<b>2,320.47</b>	<b>5,226.40</b>

## (3) 项目实施进度安排

本项目实施周期为 2 年，项目实施进度规划如下：

序号	工程阶段	T1				T2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	人员招聘、培训								
2	硬件设备购置安装								

序号	工程阶段	T1				T2			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
3	软件开发、测试								
4	集成、上线、验收								

#### (4) 项目效益测算

本项目不直接产生经济效益。本项目建成后将会有效提升公司的信息化水平，实现公司业务数据化，并以数据指导业务，帮助公司完成信息化和数字化管理，同时提升公司信息系统前后端业务的管理能力，提高业务效率，降低管理成本。

#### (5) 项目选址和环保

本项目拟在杭州数聚场地实施。本项目不产生废水、废气和固体废弃物，项目实施过程中不存在污染物排放。

### (四) 补充流动资金项目

#### 1、项目概况

本项目拟投入 20,000.00 万元用于补充公司流动资金，满足公司日常经营资金需求，助力公司业务健康发展，实现收入规模稳步增长。

#### 2、补充流动资金的必要性

##### (1) 提升公司资本金实力，满足未来发展资金需求

目前公司凭借多年积累已形成良好的市场口碑，出色的运营能力得到了客户的广泛认可，随着电商运营行业未来发展空间不断扩大，预计未来公司业务规模将保持持续增长，公司对流动资金需求也将相应增加。仅依靠公司现有业务无法快速积累大量资金，难以满足项目的实施及未来公司业务的拓展需求。有必要通过股权融资募集资金补充流动资金，满足公司业务规模不断扩大的需要。

##### (2) 增强抵御经济大幅波动风险的能力，保障公司的稳健经营和可持续发展

本次公开发行股票募集资金补充流动资金，将提高公司的总资产及净资产规模，公司资产负债率将保持在低位，有助于降低公司财务风险，增强抵御经济大幅波动风险的能力，从而保障公司的稳健经营和可持续发展。

## 四、董事会对募集资金投资项目可行性的分析意见

公司第二届董事会第二十五次会议暨 2020 年年度董事会会议审议通过了《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其可行性研究报告的议案》的议案。

发行人董事会认为本次募集资金投资项目与公司现有主营业务、技术水平和管理能力等相适应，投资项目具有较好的市场前景和盈利能力，公司能够有效使用募集资金，提高公司经营效益。

## 五、未来战略规划

### （一）总体发展愿景及战略

在“互联网+”国家战略指引下，公司将全力践行十四五规划以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的“双循环”策略，推动中国市场的消费升级和国内外品牌升级。公司未来发展将以品效营销驱动销售为理念基础，坚持综合性全链路电商服务企业定位，以运营垂直化、效果营销化为策略，持续加强对团队、技术和专业能力投入，依托数据科技支撑，深化整合品牌运营、渠道融合、品效营销的全链路电商运营服务能力，丰富拓展品牌、品类与运营渠道，着力提升公司核心竞争力与可持续发展能力，赋能更多优质品牌高效实现中国市场拓展及品牌爆发，帮助品牌实现营销与销售 ROI 最大化。

### （二）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

#### 1、拓展品牌资源，提升客户粘度

报告期内，公司充分发挥自身在创新创业、品牌运营、渠道管理、品效营销等方面的竞争优势，深挖品牌价值，深化合作层次，持续拓展品牌资源，为众多全球知名品牌提供优质的综合性电商运营服务，并在母婴营养，消费电子和美妆快消三大品类形成了良好品牌形象及市场知名度，获得了客户的广泛认可，积累了一批优质的品牌客户资源，并具有较高的客户粘性。

#### 2、深化扩展全链路服务能力

随着电商流量红利时代的结束和各项成本提高带来的商品毛利降低，品牌方对于电商运营需求已从传统流量和价格手段驱动的传统电商代运营，转向通过以

消费者数据分析、渠道运营及品效营销为核心的全链路综合运营服务商来推动品牌生意发展。报告期内，公司以传统的电商代运营服务能力为基础，对品牌从品牌策略、店铺设计与运营、品效营销、多渠道销售等多维度进行服务扩展，从而实现从品牌端到端的全链路综合服务。

### **3、提升品效营销驱动力**

随着移动互联网技术不断升级及消费者消费习惯快速更迭，面对具有媒介碎片化、需求个性化、营销效果化等特征的营销环境，公司持续探索以效果为导向的数字营销、品效媒体、视觉营销、以超级品牌日等为代表的站内 IP 营销及内容营销等品效营销手段，结合站内的全链路电商运营，提升自身品效营销驱动力，在提升消费者对品牌认知与认可度的同时，有效提升转化率及产品销量，着力实现客户营销效果最大化，从而提高品牌客户满意度。

### **4、完善信息管理系统，提升数字化管理能力**

随着公司业务规模及服务客户数量的不断提升，对公司信息化系统处理能力及管理要求亦提出了更高要求。报告期内，公司在技术领域持续投入，打造全域自动化运营解决方案“数聚 BI”技术架构，包括面向消费者的“聚数塔”多场景触达技术体系、面向高效率运营的“聚能盾”自动化运营技术体系及面向合规性的“聚宝盆”内控与财务技术体系，进一步提升自身数字化管理能力。

## **（三）未来规划采取的措施**

### **1、丰富品牌矩阵，优化品牌结构**

未来公司将通过持续提高服务质量，深耕三大核心品类客户资源，在强化现有客户粘度的同时，积极拓展新增品牌客户，持续丰富品牌矩阵，优化品牌结构，进一步提高公司的市场占有率，推动公司可持续发展。具体措施包括：

#### **（1）加强子品类延展**

在母婴营养领域，公司除进一步深耕现有婴儿奶粉、婴儿纸尿裤、保健品等优势子品类外，将加速在婴儿用品、婴儿营养品等子品类的延展；在美妆快消领域，公司将继续加码精品美妆、大日化类产品扩张；在消费电子领域，针对产品市场容量大、品类繁多等特点，公司将努力拓展美容电器、厨房电器等多领域产

品。

### （2）扩张中腰部品牌，加强新品牌引入

目前公司在母婴营养、美妆快消、消费电子领域头部品牌优势明显，未来将借助服务头部品牌形成的良好能力和人才梯队，服务赋能更多的中腰部品牌，搭建更加完善的品牌服务矩阵。同时，公司将进一步拓展各细分品类，着力加强欧洲，韩日等优质品牌引入，利用公司全链路整合运营能力，加速赋能新品牌在中国市场的孵化与成长。

### （3）加速自有品牌孵化

公司将加速自有卫生用品品牌“护博士”孵化进程，充分利用公司在消费者洞察、品牌建设及品效营销等方面的丰富经验，把握产品市场动向，加强对自有品牌的营销推广力度，加速渠道扩张和人员梯队建设，从而加速实现自有品牌建立及销售爆发，进而提高公司综合竞争能力及盈利能力，为公司持续发展奠定有效基础。

### （4）品牌跨平台扩张

随着电商平台的碎片化特征愈发明显，以及线上线下渠道的不断融合，品牌方在多平台运营及各渠道扩张方面的需求愈发强烈。公司将借助在主流平台形成的整合运营能力，赋能品牌在多平台实现扩张，从而帮助品牌实现爆发，促进公司的业绩增长与可持续发展。

## 2、打造综合运营服务中心，进一步提升全链路综合服务能力

未来公司将打造具有包括电商运维中心、MCN 及其直播中心、供应链中心、影像摄制创意中心等多功能板块的综合运营服务中心，为公司的运营提供配套支持，全面提升公司的电商运营能力、设计能力、供应链能力和营销创意能力等，同时实现公司运营的集中化办公，降低公司的运营成本，为公司的可持续发展提供良好的保障。此外，在渠道方面，随着新零售业态的出现，线上线下渠道融合已经初现端倪，公司将不断探索多渠道融合的新零售模式，将线上电商与线下零售进行整合布局，提升全链路综合服务能力，促进品牌增长的同时进一步提升公司的盈利水平。

### **3、加强技术升级，完善“数聚 BI 智能中台”搭建**

目前公司已初步搭建了包括“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”内控与财务技术体系的“数聚 BI”自动化运营技术架构。在未来的一至三年，公司将通过自主开发和定制开发相结合模式，在“数聚 BI”技术架构基础上逐步建立和完善“数聚 BI 智能中台”的搭建和应用。

在自动化运营系统方面，公司将“聚能盾”OMS 系统进行升级改造，从共享式云服务改为定制开发的独享 OMS 服务，对订单进行自动化高效处理，实现解决方案的智能化运营，提高公司运营效率。在内控与财务系统方面，将对现有财务结算与分析系统进行升级，并新建订单对账系统及效果分析与报表系统，通过对订单进行周期化管理，实现细致化财务分析和效果分析，并可对潜在风险进行及时预警。此外，公司将设立数据中台，从而实现数据资产规划管理、数据开放共享、数据分析挖掘和业务评估服务等功能。

通过未来三年“数聚 BI 智能中台”功能的逐步实现，将极大提高公司的运营效率和风险管理能力，实现智能电商运营，提高综合管理效率，促进公司的可持续发展，提升整体盈利水平。

### **4、加强人才培养及引进，凝聚行业优秀人才**

人力资源是公司实施发展战略目标的重要基础，公司持续注重人力资源管理工作，并将不断完善包括聘任、薪酬、培训、绩效等各类人力资源管理体系与制度，挖掘员工发展潜能，提升公司人员团队的创新能力与专业能力，并在加强内部人才培养的同时，多渠道引进外部行业优秀人才，凝聚行业优秀人员，不断提升提高公司的运营水平和管理水平。

### **5、融资计划**

公司将根据业务发展实际需要，适时通过资本市场融资或向金融机构贷款等多种形式融入资金，以满足公司业务创新、渠道拓展及补充营运资金等多种日常经营需要，推动公司长远发展。

## 第十节 投资者保护

### 一、投资者关系安排

为了保护投资者的合法权益，规范公司的信息披露行为和投资者关系的管理工作，维护公司股东、债权人及其它利益相关人的合法权益，公司根据国家法律法规要求，制定了较为严格的《信息披露管理制度》和较为完备的《投资者关系管理办法》，初步建立起符合上市要求的信息披露和投资者关系管理体系，以确保披露信息真实、准确、完整、及时，无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

#### （一）信息披露制度和流程

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《上市公司信息披露管理制度》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律法规规定，公司制定了《信息披露管理制度》，对公司信息披露的基本原则、审批程序、各类信息的披露、保密措施等方面进行了明确规定。该制度有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

#### （二）投资者沟通渠道的建立情况

公司制定了《董事会秘书工作细则》、《投资者关系管理办法》与《信息披露管理制度》等，明确公司证券事务部为负责信息披露和投资者关系的部门，由公司董事会秘书负责公司投资者关系管理事务，完善了公司投资者的沟通、接待和服务工作机制；制定了详细的投资者关系管理原则、方式及内容，保证投资者与公司的顺利沟通。

#### （三）未来开展投资者关系管理的规划

公司通过制定《投资者关系管理办法》对投资者关系管理的原则、主要方式、工作内容等方面进行了明确规定，建立良好的内部协调机制和信息采集制度，为投资者尤其是中小投资者在获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等方面提供制度保障，切实保护投资者权益。

## 二、股利分配政策

### （一）本次发行上市后的股利分配政策

公司召开 2020 年年度股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》。根据《公司章程（草案）》，公司本次发行后的利润分配政策和决策程序如下：

“一、公司利润分配的基本原则：

（一）公司优先采用现金分红的利润分配方式；

（二）公司的利润分配注重对股东合理的投资回报，利润分配政策保持连续性和稳定性，同时兼顾公司的长远利益、全体股东的整体利益及公司的可持续发展。

二、公司利润分配具体政策：

（一）利润分配的形式：公司采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。具备现金分红条件的，公司应当优先采用现金分红进行利润分配。具备条件而不进行现金分红的，应当充分披露原因。

（二）利润分配的期间间隔：公司原则上采取年度利润分配政策，公司董事会可根据盈利状况、现金流以及资金需求计划提出中期利润分配预案，并经临时股东大会审议通过后实施。

（三）公司发放现金股利的具体条件：

除特殊情况外，公司在当年盈利且累计未分配利润为正、审计机构对公司的该年度或半年度财务报告出具无保留意见的审计报告的情况下，优先采取现金方式分配股利。特殊情况是指：

1、当年经营性现金流量净额为负数；

2、公司未来十二个月内有重大对外投资计划或重大资本性支出计划（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大资本性支出是指：公司拟对外投资、收购资产、购买设备或研发支出等资本性支出累计支出达到或超过公司最近一个会计年度经审计净资产的 50%；或公司拟对外投资、收购资产、购买设备或研发支出

等资本性支出累计支出达到或超过公司最近一个会计年度经审计总资产的 30%；

3、董事会认为不适宜现金分红的其他情况。

（四）公司发放股票股利的具体条件：在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享公司价值的考虑，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实因素出发，当公司股票估值处于合理范围内，公司可以在满足上述现金股利分配的条件下，进行股票股利分配。

（五）差异化的现金分红政策

公司应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，由董事会根据下列情形，提出差异化的现金分红政策，并提交股东大会批准：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%；

4、公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

三、公司利润分配方案的审议程序

（一）公司的利润分配方案由总经理拟订后提交公司董事会、监事会审议。董事会审议利润分配方案时应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例，调整的条件及其决策程序要求等事宜，就利润分配方案的合理性进行充分讨论。利润分配方案须经全体董事过半数表决同意，且经公司二分之一以上独立董事表决同意并发表明确独立意见。独立董事可以征集中小股东的意见，提出分红提案，并直接提交董事会审议。监事会应对董事会制订的利润分配方案进行审核并发表审核意见。

（二）董事会审议通过利润分配方案后，应提交股东大会审议批准。公司公

告董事会决议时应同时披露独立董事和监事会的审核意见，方能提交公司股东大会审议。股东大会审议利润分配方案时，公司应通过提供网络投票等方式切实保障社会公众股股东参与股东大会的权利。

（三）股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过接听投资者电话、公司公共邮箱、网络平台、召开投资者见面会等多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，及时答复中小股东关心的问题。

（四）现金利润分配方案应经出席股东大会的股东所持表决权的二分之一以上通过，股票股利分配方案应经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。

（五）公司因出现《公司章程（草案）》规定的特殊情况而不按规定进行现金股利分配时，董事会应就其具体原因、公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表明确意见后提交股东大会审议，并在公司指定媒体上予以披露。

#### 四、公司利润分配方案的实施

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会审议通过后 60 天内完成股利（或股份）的派发事项。

#### 五、公司利润分配政策的变更

公司应当严格执行公司章程确定的利润分配政策以及股东大会审议批准的利润分配具体方案。如公司外部经营环境变化并对公司生产经营造成重大影响，或公司自身经营状况发生较大变化，确有必要对公司章程确定的利润分配政策进行调整的，公司可对利润分配政策进行调整。

如遇到战争、自然灾害等不可抗力事件，并对公司生产经营造成重大影响，或者公司自身经营状况发生重大变化时，公司可对利润分配政策进行调整。

公司调整利润分配方案，必须由董事会进行专项讨论，详细论证说明理由，并将书面论证报告经独立董事同意后，提交股东大会并经出席股东大会的股东所持表决权的三分之二以上通过。股东大会审议利润分配政策变更事项时，必须提

供网络投票方式。”

## **（二）本次发行前后股利分配政策的差异情况**

公司按照《上市公司章程指引（2019年修订）》（证监会公告〔2019〕10号）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关规定对现行《公司章程》进行修订，并经公司2020年年度股东大会审议通过。公司本次发行后的股利分配政策在现行《公司章程》的基础上进一步完善和细化，进一步明确了利润分配形式及期间、现金分红政策、现金分红的条件和比例、股票股利分配条件分配政策的决策程序及利润分配政策的调整等内容。

## **三、滚存利润的分配安排和已履行的决策程序**

公司召开2020年年度股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行人民币普通股（A股）股票并在创业板上市方案的议案》，其中同意本次发行前的滚存未分配利润由本次发行后的新老股东按照持股比例共享。

## **四、股东投票机制建立情况**

公司召开2020年年度股东大会，审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》及《北京数聚智连科技股份有限公司累积投票制实施细则》。根据《公司章程（草案）》及《北京数聚智连科技股份有限公司累积投票制实施细则》，公司建立的股东投票机制如下：

### **（一）累积投票制选举公司董事、监事**

股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据《公司章程（草案）》的规定或者股东大会的决议，应当实行累积投票制。上述所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

### **（二）中小投资者单独计票机制**

股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

### **（三）法定事项采取网络投票方式**

股东大会将设置会场，以现场会议与网络投票相结合的方式召开。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。

### **（四）征集投票权**

董事会、独立董事持有百分之以上有表决权股份的股东或者依照法律、法规或中国证监会的规定设立的投资者保护机构，可以作为征集人，自行或者委托证券公司、证券服务机构，公开请求公司股东委托其代为出席股东大会，并代为行使提案权、表决权等股东权利。征集股东权利的，征集人应当向披露征集文件，公司应当予以配合。投票权征集应当采取无偿的方式进行，禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权，并向被征集人充分披露具体投票意向等信息。公司及股东大会召集人不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

## **五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排**

截至本招股说明书签署之日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或其他类似特殊安排。

## **六、本次发行前股东所持股份的限售安排、自愿锁定股份、延长锁定期限以及股东持股及减持意向承诺**

### **（一）控股股东、实际控制人承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 36 个月止，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该等股份。

二、在发行人上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本人所持有发行人首发前股份的锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长六个月。

三、本人减持直接或间接持有的发行人股份的价格将根据当时的二级市场价格确定，并符合相关法律、法规、部门规章、规范性文件（以下统称“监管规则”）的规定以及本人已作出的各项承诺。上述首发前股份限售期满后 2 年内，如本人拟进行减持，减持方式将符合监管规则的规定，包括但不限于集中竞价交易、大

宗交易、协议转让等，且减持价格不低于发行人本次发行上市时的股票发行价；若发行人在本次发行上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等除权、除息事项的，减持价格按照监管规则的规定作相应调整。

四、在本人担任发行人董事或高级管理人员期间，每年直接或间接转让的发行人股份不超过本人直接及间接持有的发行人股份总数的 25%。若本人不再担任发行人董事或高级管理人员，则自不再担任上述职位之日起半年内，本人将不转让本人直接或间接持有的发行人股份。如本人在任职届满前离职的，本人将在就任时确定的任期和任期届满后 6 个月内继续遵守前述规定。

五、发行人股票上市后，若发行人触及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第十章规定的重大违法强制退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本人不减持直接或间接持有的发行人股份。

六、本人减持所持有的发行人股票，若通过集中竞价交易方式，将在首次减持的十五个交易日前按照监管规则的规定披露减持计划，并按照监管规则的规定及时披露减持进展情况；本人通过其他方式减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人，并按照监管规则的规定及时、准确地履行信息披露义务。

七、本人在减持所持发行人股份时（减持本人通过集中竞价交易方式取得的发行人股份除外），将遵守下列规则：

1、本人通过集中竞价交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本人减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本人通过大宗交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本人减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%；

3、本人通过协议转让方式减持发行人股份的，单个受让方的受让比例将不低于发行人届时股份总数的 5%；

4、如本人及本人的一致行动人采取协议转让方式减持导致减持完成后合并计算的持股比例低于 5%的，则本人在减持后 6 个月内将继续遵守本承诺函第六条和第七条第 1 项的相关承诺；

5、本人在锁定期届满后减持首发前股份的，保证不会影响发行人的持续稳

定经营。

八、本人所持发行人股份应当与本人一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

九、本人将及时向发行人报告本人持有的发行人股份及其变动情况。

十、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

十一、本人自不再作为发行人的直接或间接控股股东、实际控制人之日起，无需遵守上述承诺中属于相关监管规则对于控股股东、实际控制人所持发行人股份锁定或减持特殊要求的内容。

十二、如果本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本人自行承担。”

## **（二）华新蓝创承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 36 个月止，本企业不转让或者委托他人管理本企业直接或间接持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该等股份。

二、在发行人上市后六个月内，如发行人股票连续二十个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后六个月期末收盘价低于发行价，本企业所持有发行人首发前股份的锁定期限在上述锁定期的基础上自动延长六个月。

三、本人减持直接或间接持有的发行人股份的价格将根据当时的二级市场价格确定，并符合相关法律、法规、部门规章、规范性文件（以下统称“监管规则”）的规定以及本人已作出的各项承诺。上述首发前股份限售期满后 2 年内，如本人拟进行减持，减持方式将符合监管规则的规定，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等，且减持价格不低于发行人本次发行上市时的股票发行价；若发行人在本次发行上市后发生派息、送股、资本公积金转增股本、增发新股等除权、除息事项的，减持价格按照监管规则的规定作相应调整。

四、若发行人触及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》第十章规定的重大违法强制退市标准的，自相关行政处罚决定或者司法裁判作出之日起至发行人股票终止上市前，本企业不减持直接或间接持有的发行人股份。

五、本企业减持所持有的发行人股票，若通过集中竞价交易方式，将在首次减持的十五个交易日前按照监管规则的规定披露减持计划，并按照监管规则的规定及时披露减持进展情况；本企业通过其他方式减持发行人股票的，将提前三个交易日通知发行人，并按照监管规则的规定及时、准确地履行信息披露义务。

六、本企业在减持所持发行人股份时（减持本企业通过集中竞价交易方式取得的发行人股份除外），将遵守下列规则：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%；

3、本企业通过协议转让方式减持发行人股份的，单个受让方的受让比例将不低于发行人届时股份总数的 5%；

4、如本企业采取协议转让方式减持导致减持完成后合并计算的持股比例低于 5% 的，则本企业在减持后 6 个月内将继续遵守本承诺函第五条和第六条第 1 项的相关承诺；

5、本企业在锁定期届满后减持首发前股份的，保证不会影响发行人的持续稳定经营。

七、本企业将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

八、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

九、本企业自不再受发行人控股股东、实际控制人控制之日起，无需遵守上述承诺中属于相关监管规则对于控股股东所持发行人股份锁定或减持特殊要求的内容。

十、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业自行承担。”

### **（三）除险峰旗云外持股 5%以上股东承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满十二个月止，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人本次发行上市前已发行股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业减持所持有的发行人股份的方式将遵守相关法律、法规、部门规章、规范性文件（以下统称“监管规则”）的规定，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等。

三、本企业减持所持有的发行人股份的价格将根据当时二级市场价格确定，并符合监管规则的规定以及本企业已作出的各项承诺。

四、本企业通过集中竞价交易方式在二级市场减持所持有的发行人股份的，将在首次卖出股份的 15 个交易日前按照监管规则的规定披露减持计划，并按照监管规则的规定及时披露减持进展情况。本企业通过其他方式减持发行人股份的，将提前三个交易日通知发行人，并按照监管规则的规定及时、准确地履行信息披露义务。

五、本企业在减持发行人股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%；

3、本企业通过协议转让方式减持发行人股份的，单个受让方的受让比例将不低于发行人股份总数的 5%；

4、如本企业采取协议转让方式减持，减持后的持股比例低于 5%的，则本企

业在减持后 6 个月内将继续遵守本承诺函第四条和第五条第 1 款的相关承诺。

六、本企业所持发行人股份应当与本企业一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

七、本企业将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

八、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

九、本企业自不再单独且不与关联方合计持有发行人的 5% 以上股份之日起，无需遵守上述承诺中属于相关监管规则对于持股 5% 以上的主要股东所持发行人股份锁定或减持特殊要求的内容。

十、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业自行承担。”

#### **（四）最近一年新增股东承诺**

##### **1、罗斌、周涛承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 7 月 27 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本人不转让或者委托他人管理本人持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本人在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本人通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本人通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本人所持发行人股份应当与本人一致行动人所持发行人股份合并计算。

一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、本人将及时向发行人报告本人持有的发行人股份及其变动情况。

六、如果本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本人自行承担。”

## 2、丁晓东承诺

“一、对于本人 2020 年 7 月 27 日取得的发行人 4,974,861 股股份，自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 7 月 27 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本人不转让或者委托他人管理本人持有的该部分股份，也不提议由发行人回购该部分股份；对于本人 2020 年 9 月 3 日取得的发行人 1,424,720 股股份，本人自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 9 月 3 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），不转让或者委托他人管理本人持有的发行人该部分股份，也不提议由发行人回购该部分股份。为免疑义，本人持有的发行人本次发行上市前已发行股份以下合称首发前股份。

二、本人在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本人通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本人通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本人所持发行人股份应当与本人一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、本人将及时向发行人报告本人持有的发行人股份及其变动情况。

六、如果本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本人自行承担。”

### **3、邓保军、康宏斌、王冬云、吴哲飞承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 9 月 3 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本人不转让或者委托他人管理本人持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本人在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本人通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本人通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本人所持发行人股份应当与本人一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、本人将及时向发行人报告本人持有的发行人股份及其变动情况。

六、如果本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本人自

行承担。”

#### 4、险峰旗云承诺

“一、自本企业向发行人增资并办理股东名册变更登记之日（即 2020 年 9 月 18 日）起 36 个月内，不转让或委托他人管理本企业通过 2020 年 9 月增资持有的发行人股份（合计 623,317 股），自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的其他发行人本次发行上市前已发行股份，也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业减持所持有的发行人股份的方式将遵守相关法律、法规、部门规章、规范性文件（以下统称“监管规则”）的规定，包括但不限于集中竞价交易、大宗交易、协议转让等。

三、本企业减持所持有的发行人股份的价格将根据当时二级市场价格确定，并符合监管规则的规定以及本企业已作出的各项承诺。

四、本企业通过集中竞价交易方式在二级市场减持所持有的发行人股份的，将在首次卖出股份的 15 个交易日前按照监管规则的规定披露减持计划，并按照监管规则的规定及时披露减持进展情况。本企业通过其他方式减持发行人股份的，将提前三个交易日通知发行人，并按照监管规则的规定及时、准确地履行信息披露义务。

五、本企业在减持发行人股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持发行人股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持发行人股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%；

3、本企业通过协议转让方式减持发行人股份的，单个受让方的受让比例将不低于发行人股份总数的 5%；

4、如本企业采取协议转让方式减持，减持后的持股比例低于 5%的，则本企

业在减持后 6 个月内将继续遵守本承诺函第四条和第五条第 1 款的相关承诺。

六、本企业所持发行人股份应当与本企业一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

七、本企业将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

八、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

九、本企业自不再单独且不与关联方合计持有发行人的 5% 以上股份之日起，无需遵守上述承诺中属于相关监管规则对于持股 5% 以上的主要股东所持发行人股份锁定或减持特殊要求的内容。

十、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业自行承担。”

## **5、国调洪泰承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 9 月 18 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本企业所持发行人股份应当与本企业一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、本企业将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

六、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业自行承担。”

## 6、王岩科承诺

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 9 月 18 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本企业不转让或者委托他人管理本人持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本人在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本人通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本人通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本人所持发行人股份应当与本人一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、如果本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本人自行承担。”

## **7、上海赞谋承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满 12 个月止或 2020 年 9 月 23 日发行人股东名册变更起 36 个月内（以孰晚为准），本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本企业所持发行人股份应当与本企业一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

五、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业自行承担。”

### **（五）其他股东承诺**

#### **1、蓝色光标承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满十二个月止，本企业不转让或者委托他人管理本企业持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持

股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本企业所持发行人股份应当与本企业一致行动人（如有）所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、本企业将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

五、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

六、如果本企业未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的法律后果由本企业自行承担。”

## **2、其他股东承诺**

“一、自本承诺函出具之日起至发行人股票上市满十二个月止，本企业/本人不转让或者委托他人管理本企业/本人持有的发行人本次发行上市前已发行股份（以下简称“首发前股份”），也不提议由发行人回购该部分股份。

二、本企业/本人在减持首发前股份时将遵守《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等监管规则，包括但不限于：

1、本企业/本人通过集中竞价交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 1%；

2、本企业/本人通过大宗交易方式减持首发前股份的，在任意连续 90 日内，本企业/本人减持首发前股份的总数合计不超过发行人届时股份总数的 2%。

三、本企业/本人所持发行人股份应当与本企业/本人一致行动人所持发行人股份合并计算。一致行动人的认定适用《上市公司收购管理办法》的规定。

四、本企业/本人将及时向发行人报告本企业持有的发行人股份及其变动情况。

五、如果相关监管规则不再对某项承诺的内容予以要求时，相应部分自行终止。如果监管规则对上市公司股份锁定或减持有新的规定，则本企业/本人在锁定或减持发行人股份时将执行届时适用的最新监管规则。

六、如果本企业/本人未履行上述承诺减持发行人股份的，则出售该部分发行人股份所取得的收益（如有）归发行人所有，由此导致的全部损失及法律后果由本企业/本人自行承担。”

## **七、关于公司稳定股价的预案及相关承诺**

为公司上市后股价的稳定，保护广大投资者尤其是中小投资者的利益，上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定股价的预案如下：

### **（一）触发和终止股价稳定方案的条件**

#### **1、触发股价稳定方案的条件**

公司上市后 36 个月内，公司股票连续 20 个交易日的收盘价低于公司最近一期未经审计每股净资产时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司最近一期未经审计的每股净资产不具可比性的，上述股票收盘价应做相应调整，下同），在不违反证券法规并且不会导致公司的股权结构不符合上市条件的前提下，公司、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事（不含独立董事和不在公司领取薪酬的董事，下同）及高级管理人员将按照稳定股价预案采取《北京数聚智连科技股份有限公司首次公开发行人民币普通股（A 股）股票并在创业板上市后三年内稳定股价预案》（以下简称“本预案”）全部或者部分措施稳定公司股票价格。

#### **2、终止股价稳定方案的条件**

在触发稳定股价预案条件后，若出现以下任一情形，公司、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事及高级管理人员已制定、公告或者开始执行的稳定股价方案可终止执行，且在当年度可不再实施有关稳定股价措施。

- 1、股票收盘价连续 3 个交易日高于最近一期经审计的每股净资产；

2、单一会计年度内，公司用以稳定股价的回购股份金额或控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事、高级管理人员用以稳定股价的增持资金已累计达到上限；

3、继续回购或者增持公司股份将导致公司股权分布不符合上市条件；

4、继续增持股票将导致需要履行要约收购义务且其未计划实施要约收购。

## **（二）稳定公司股票价格的措施**

公司拟采取的稳定股价的措施包括：公司向社会公众回购股票；控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体增持公司股票；董事（不含独立董事和不在公司领取薪酬的董事，下同）、高级管理人员增持公司股票及公司董事会、股东大会通过的其他稳定股价的措施。

当上述股价稳定措施的启动条件触发时，公司将在与各方协商的基础上及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价，公司、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事及高级管理人员承诺将依据法律法规及《北京数聚智连科技股份有限公司章程》（以下简称“《公司章程》”）规定依照以下顺序采取措施稳定公司股价：

### **1、公司向社会公众回购股票**

在股价稳定措施的启动条件触发时，若采取公司回购股份方式稳定股价，公司应在 10 个交易日内制定向社会公众股东回购股份的方案，并提交董事会审议。在股东大会审议通过股份回购方案后，公司依法通知债权人，并在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后，方可实施相应的股份回购方案。

公司为稳定股价之目的回购股份，应符合《关于支持上市公司回购股份的意见》、《深圳证券交易所上市公司回购股份实施细则》、《上市公司回购社会公众股份管理办法（试行）》及《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》等相关法律、法规的规定，且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

公司为稳定股价之目的回购股份，除应符合相关法律法规之要求之外，还应同时符合下列各项：

1、回购价格不超过最近一期经审计的每股净资产；

2、公司单次用于回购股份的资金金额不高于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 5%；

3、单一会计年度内用于回购股份的资金总额不高于回购股份事项发生时上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%，且累计回购股份的数量不超过公司发行后总股本的 2%；

4、公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行新股所募集资金的总额。

在公司符合上述规定的回购股份的相关条件的情况下，公司董事会经综合考虑公司经营发展实际情况、公司所处行业情况、公司股价的二级市场表现情况、公司现金流量状况、社会资金成本和外部融资环境等因素，认为公司不宜或暂无须回购股票的，经董事会决议通过并经半数以上独立董事同意后，应将不回购股票以稳定股价事宜提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。

## **2、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体增持公司股票**

在公司无法实施回购股票，或公司回购股票议案未获得董事会或股东大会审议通过，或公司回购股票实施完毕后再次触发稳定股价预案启动条件时，控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体将在符合《上市公司收购管理办法》等法律法规规定的前提下，在获得监管机构的批准（如需）、且不应导致公司股权分布不符合上市条件的前提下，对公司股票进行增持。

控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体为稳定股价之目的增持公司股票，除应符合相关法律法规之要求之外，还应同时符合下列各项：

1、增持价格不超过最近一期经审计的每股净资产；

2、单次用于增持公司股份的资金总额不超过其最近一次或最近一年（以孰高为准）从公司取得的现金分红（税后）的 20%；

3、单一会计年度内用以稳定股价的增持资金合计不超过其最近一次或最近一年（以孰高为准）从公司取得的现金分红（税后）的 50%，且增持公司股份数量不超过公司总股本的 2%。

### **3、董事（不含独立董事和不在公司领取薪酬的董事）、高级管理人员增持公司股票**

若控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体未及时提出或实施增持公司股票方案，或控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体增持公司股票实施完毕后再次触发稳定股价预案启动条件时，公司董事、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》及《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律法规的条件和要求的前提下，对公司股票进行增持。

董事、高级管理人员为稳定股价之目的增持公司股票，除应符合相关法律法规之要求之外，还应同时符合下列各项：

- 1、增持价格不超过最近一期经审计的每股净资产；
- 2、单次用于增持公司股份的资金总额不超过该等董事、高级管理人员上一会计年度自公司领取的税后薪酬累计总和的 20%；
- 3、单一会计年度内用以稳定股价的增持资金合计不超过该等董事、高级管理人员上一会计年度从公司领取的税后薪酬累计额的 50%。

公司董事、高级管理人员增持公司股票稳定股价方案终止后，如果再次出现公司股票连续 20 个交易日收盘价低于最近一期经审计的每股净资产，则公司应按照上述顺序继续实施股价稳定方案。

#### **（三）约束措施**

在启动股价稳定措施的条件满足时，如公司、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事及高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事及高级管理人员承诺接受以下约束措施：

- 1、公司、控股股东或其指定的其他符合法律法规的主体、董事及高级管理人员将在股东大会及中国证券监督管理委员会（以下简称“中国证监会”）指定媒体上及时、充分、公开说明相关承诺未能履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。
- 2、如控股股东未采取上述稳定股价的具体措施，则控股股东持有的公司股

份不得转让，直至其按本预案的规定采取相应的稳定股价措施并实施完毕，或公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件。

3、如公司董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，则公司自该年度起有权扣留该等董事、高级管理人员应承担的用于履行增持义务的资金总额的税后薪酬，被扣留薪酬的董事或高级管理人员放弃对该部分薪酬的所有权，由公司用于回购股份或其他用途；直至该等董事、高级管理人员按本预案的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕，或公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件。

在公司股票在深圳证券交易所正式上市之日后三年内，公司在聘任董事、高级管理人员前，将要求其签署承诺书，保证其履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

承诺方自不再作为公司的董事或高级管理人员之日起，无需遵守上述承诺。

以上方案自上市后 36 个月内有效。

## 第十一节 其他重要事项

### 一、重大合同

发行人签署的对其报告期内经营活动、财务状况或未来发展等具有重要影响的已履行和正在履行的合同情况如下：

#### (一) 销售合同

自 2019 年 1 月 1 日至本招股说明书签署之日，公司已履行和正在履行的重大销售合同（人民币 1,000 万元及以上）情况如下：

序号	合同当事人	业务类别	合同价款或报酬	履行期限	实际履行情况
1	浙江天猫网络科技有限公司	渠道分销	按与实际消费者销售金额结算	2021/4/1 至 2022/3/31	已履行
2	浙江天猫网络科技有限公司	渠道分销	按与实际消费者销售金额结算	2022/4/1 至 2023/3/31	正在履行
3	北京京东健康有限公司	渠道分销-雅培	公司交付产品，京东验收入库 60 天后，开始结算	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
4	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-蒂佳婷	公司交付产品，京东验收入库 60 天后，开始结算	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
5	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-博朗（挂烫机/熨斗）	公司交付产品，京东验收入库 45 天后，开始结算	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
6	三星（中国）投资有限公司	代运营	实际销售额为“三星手机线上渠道运营”手机产品的实际财务销量，包含京东渠道及苏宁渠道	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
7	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	代运营	按月结算服务费（含税净销售额以指定网站的交易额为基础计算），若指定网站有折扣，则以折扣后的实际售价为准，且应当扣除消费者的退货退款、也不包含消费者为从指定网站获得欧舒丹产品而支付的运费。	2018/8/1 至 2020/7/31	已履行
8	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	代运营	按月结算服务费（含税净销售额以指定网站的交易额为基础计算），若指定网站有折扣，则以折扣后的实际售价为准，且应当扣除消费者的退货退款、也不包含消费者为从指定网站获得欧舒丹产品而支付的运费。	2020/8/1 至 2021/7/31	已履行
9	普罗旺斯欧舒丹	代运营	按月结算服务费（含税净销售	2021/8/1 至	正在履行

序号	合同当事人	业务类别	合同价款或报酬	履行期限	实际履行情况
	贸易（上海）有限公司		额以指定网站的交易额为基础计算），若指定网站有折扣，则以折扣后的实际售价为准，且应当扣除消费者的退货退款、也不包含消费者为从指定网站获得欧舒丹产品而支付的运费。	2022/7/31	
10	佳岁（上海）贸易有限公司	品效营销	确认报价单，完成相应工作并向佳岁（上海）贸易有限公司出具发票	2020/3/13 至 2021/6/30	已履行
11	佳岁（上海）贸易有限公司	品效营销	基于项目需求提供所有服务项目内容明细及相应服务费明细的报价单	2021/1/1 至 2021/6/30	已履行
12	超威半导体产品（中国）有限公司	品效营销	所适用的服务价格	2020/7/1 至 2021/6/30	已履行
13	西铁城（上海）贸易有限公司	品效营销	按约定收费标准收取服务费	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
14	西铁城（上海）贸易有限公司	品效营销	按约定收费标准收取服务费	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
15	西铁城（上海）贸易有限公司	品效营销	按约定收费标准收取服务费	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行
16	西铁城（中国）钟表有限公司	代运营	按约定佣金比例收取服务费	2020/5/1 至 2022/12/31	正在履行
17	亚马逊卓越有限公司	品效营销	按约定服务费用	2020/1/1 至 2021/12/31	已履行
18	中粮福临门食品营销有限公司	代运营	按约定服务费用	2020/1/1 至 2021/12/31	已履行
19	中粮福临门食品营销有限公司	代运营	按约定服务费用	2018/9/20 至 2019/12/31	已履行
20	北京京东健康有限公司	渠道分销-全安素	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行
21	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-蒂佳婷	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行
22	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-蒂佳婷	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2022/1/1 至 2022/12/31	正在履行
23	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-博朗凯伍德	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行
24	中粮福临门食品营销有限公司	代运营	按约定服务费用	2022/1/1 至 2022/12/31	正在履行
25	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-舒尔	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2021/4/1 至 2022/3/31	已履行
26	北京京东世纪贸易有限公司	渠道分销-舒尔	公司交付产品，京东验收入库60天后，开始结算	2022/4/1 至 2023/3/31	正在履行
27	亚马逊信息服务（北京）有限公司上海分公司	品效营销	按约定收费标准收取服务费	2021/7/1 至 2022/12/31	正在履行

## (二) 采购合同

自 2019 年 1 月 1 日至本招股说明书签署之日，公司已履行和正在履行的重大采购合同（人民币 2,500 万元及以上）情况如下：

序号	合同当事人	业务类别	合同价款或报酬	履行期限	实际履行情况
1	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2019/1/1 至 2019/6/30	已履行
2	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2019/7/1 至 2019/12/31	已履行
3	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2020/1/1 至 2020/6/30	已履行
4	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2020/7/1 至 2021/6/30	已履行
5	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2018/3/1 至 2019/3/1	已履行
6	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-雅培	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
7	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-菁挚	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
8	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
9	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-雅培	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
10	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素（天猫）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
11	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素（京东）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
12	杭州阿里妈妈软件服务有限公司	服务采购	广告服务	2019 年 3 月 29 日起至本合同项下广告发布完毕或项目执行完毕，且所有款项付清之日终止	已履行
13	Johnson&JohnsonPte.Ltd.,	商品采购	按采购订单进行结算	2019/1/1 至 2019/12/31	已履行
14	上海艾罗伯特机器人贸易有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2016/4/15 至 2020/12/31	已履行
15	尚科宁家（中国）科技有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2020/3/31 至 2021/3/31	已履行
16	焕碧贸易（上海）有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2020/1/1 至 2020/12/31	已履行
17	焕碧贸易（上海）有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行

序号	合同当事人	业务类别	合同价款或报酬	履行期限	实际履行情况
18	焕碧贸易（上海）有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2022/1/1 至 2022/12/31	正在履行
19	佳岁（上海）贸易有限公司	商品采购	根据双方确认的订货数量及价格进行结算	2020/3/9 至 2021/12/31	已履行
20	大昌华嘉香港有限公司 （DKSH Hong Kong Limited）	商品采购	按照双方邮件确认的订货数量进行结算	2021/1/1 至 2021/12/31	已履行
21	花王（上海）产品服务有限公司	商品采购	为合同价格扣除促销折扣后的价格	2020/11/30 至 2022/3/31	已履行
22	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2021/7/1 至 2022/6/30	已履行
23	佳岁（上海）贸易有限公司	商品采购	根据双方确认的订货数量及价格进行结算	2021/1/1 至 2021/6/30	已履行
24	佳岁（上海）贸易有限公司	商品采购	根据双方确认的订货数量及价格进行结算	2021/7/1 至 2022/6/30	已履行
25	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安（京东）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2021/1/1 至 2021/4/30	已履行
26	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素（京东）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2021/5/1 至 2021/6/30	已履行
27	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素（天猫）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2021/1/1 至 2021/4/30	已履行
28	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-全安素（天猫）	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2021/5/1 至 2021/6/30	已履行
29	雅培贸易（上海）有限公司	商品采购-雅培	雅培最新版正式价格清单上所列的产品价格	2021/1/1 至 2022/6/30	已履行
30	花王（上海）产品服务有限公司	商品采购	为合同价格扣除促销折扣后的价格	2022/4/1 至 2022/12/31	正在履行
31	北京一商宇洁商贸有限公司	商品采购	按照实际签收认可的数量进行结算	2022/7/1 至 2023/6/30	正在履行

### （三）借款合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其子公司尚未履行完毕的银行借款情况如下：

序号	债务人	债权人	贷款用途	贷款金额	贷款期限	担保方式
1	发行人	上海浦东发展银行北京分行	补充流动资金	63.48 万元	2021/09/10 至 2022/09/09	-
2	发行人	上海浦东发展银行北京分行	补充流动资金	3,384.31 万元	2021/09/24 至 2022/09/23	-
3	发行人	上海浦东发展银行北京分行	补充流动资金	1,040.80 万元	2021/09/28 至 2022/09/27	-

序号	债务人	债权人	贷款用途	贷款金额	贷款期限	担保方式
4	发行人	上海浦东发展银行北京分行	补充流动资金	511.41 万元	2021/10/12 至 2022/10/11	-
5	杭州北联	杭州银行股份有限公司科技支行	货品采购	272.17 万元	2021/11/10 至 2022/01/24	发行人提供保证担保
6	杭州北联	杭州银行股份有限公司科技支行	货品采购	593.21 万元	2021/11/16 至 2022/01/24	发行人提供保证担保

#### (四) 保理融资合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其子公司尚未履行完毕的保理融资合同情况如下：

序号	债务人	债权人	融资用途	保理额度	2021 年 12 月 31 日 使用额度	担保方式
1	杭州北联	商融（上海）商业保理有限公司	日常经营使用	8,000 万元	-	杭州北联应收账款

#### (五) 授信合同

截至 2021 年 12 月 31 日，发行人及其子公司尚未履行完毕的银行授信合同情况如下：

序号	债务人	授信人	授信额度	2021 年 12 月 31 日 使用额度	担保方式
1	发行人	北京银行股份有限公司红星支行	11,000 万元	-	北京海淀科技企业融资担保有限公司提供保证担保
2	发行人、蓝色商道	招商银行股份有限公司北京分行	3,000 万元	-	发行人、蓝色商道互相提供保证担保
3	发行人	上海浦东发展银行北京分行	5,000 万元	5,000 万元	-
4	北京北联	浙江网商银行股份有限公司	8,000 万元	-	北京北联提供质押担保
5	蓝色商道	浙江网商银行股份有限公司	8,000 万元	-	蓝色商道提供质押担保
6	香港北联	FundPark Limited	220.37 万元	-	香港北联应收货款及存货质押
7	数聚国际	DBS Bank(Hong Kong) Limited	3,000 万港元	-	数聚国际应收货款及存货质押、熊鯤提供保证担保

序号	债务人	授信人	授信额度	2021年12月31日 使用额度	担保方式
8	杭州北联	杭州银行股份有限公司科技支行	3,000万元	865.38万元	发行人提供保证担保

注：就上表第(7)行授信的担保情况，发行人将向 DBS bank (Hong Kong) Limited 提供保证担保，截至本招股说明书签署之日，DBS bank (Hong Kong) Limited 尚未完成对《保证合同》的签署，发行人将于前述《保证合同》签署完毕后及时办理跨境担保的外汇登记手续。截至2021年12月31日，数聚国际该授信没有未偿还的金额。

## 二、对外担保的有关情况

报告期内，除为发行人及其子公司自身的银行贷款提供反担保外，发行人不存在对合并范围子公司以外第三方提供担保的情况，对合并范围内的担保，请见本招股说明书“第七节公司治理与独立性”之“十、发行人关联交易情况”之“（二）关联交易”。

## 三、重大诉讼或仲裁事项

### （一）公司重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署之日，发行人存在如下尚未了结的诉讼案件，具体情况如下：

1、2020年9月10日，北京北联以 Habalan Med & Beauty Co., Ltd（韩国哈贝任美容仪器有限公司）未按时支付合同款为由，向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求判令支付未付合同款 262,870 元及违约金 69,660.55 元，合计 332,530.55 元。截止目前，该案件已经立案，案号（2021）京 0105 民初 2253 号，北京市朝阳区人民法院尚未作出一审判决。

2、2020年5月12日，蓝色商道以深圳市智水小荷贸易有限公司、深圳市智水小荷技术有限公司未按协议支付退货款、仓储物流费、资金使用费等为由，向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求判令支付退货款、仓储物流费、资金使用费、运营费及对应的利息合计 6,527,061.87 元。2021年3月29日，北京市朝阳区人民法院出具（2020）京 0105 民初 38602 号《民事判决书》，判决深圳市智水小荷贸易有限公司向蓝色商道支付退货款、仓储物流费、资金使用费、运营费等及对应的利息、律师费、财产保全费等合计 5,333,186.01 元，深圳市智水小荷技术有限公司对上述费用承担连带清偿责任。后深圳市智水小荷贸易有限公司、

深圳市智水小荷技术有限公司不服，向北京市第三中级人民法院提起上诉，请求改判赔偿金额。2021年8月4日，北京市第三中级人民法院出具（2021）京03民终9353号《民事判决书》，判决驳回深圳市智水小荷贸易有限公司的上诉，维持一审原判。该判决为终审判决。目前本案正在执行中。

3、2021年12月13日，北京北联以上海开米科技有限公司、西安开米股份有限公司未按时支付代运营费用且单方解除合同为由，向北京市朝阳区人民法院提起诉讼，请求判令上海开米科技有限公司、西安开米股份有限公司支付未付代运营费用、违约金等合计4,926,389.40元。截至本招股说明书签署之日，北京市朝阳区人民法院已经开庭审理本案，尚未作出判决。

上述尚未了结的诉讼案件不会对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等产生重大影响。因此，截至本招股说明书签署之日，公司不存在尚未了结的或可预见的将对公司财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生重大影响的诉讼或仲裁事项。

## **（二）重要关联方的重大诉讼或仲裁事项**

截至本招股说明书签署之日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司，公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员不存在作为一方当事人可能对公司产生影响的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项。

## **四、控股股东、实际控制人重大违法行为**

发行人控股股东、实际控制人报告期内不存在贪污、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。

## **五、董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近3年涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况**

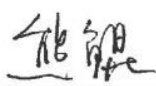
发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近3年不存在行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查的情况。

## 第十二节 声明

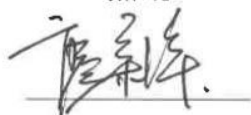
### 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（一）

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

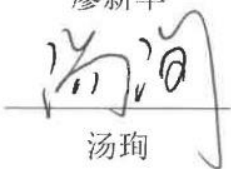
公司全体董事签字：



熊鲲



廖新华



汤珣



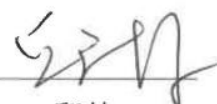
程松岩



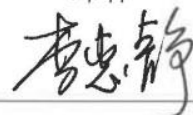
王世雨



李贺



邱林



李惠静



韩梅

北京数聚智连科技股份有限公司



## 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（二）

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

公司全体监事签字：



万朝阳



杨森森



杨磊



代博森



李振江

北京数聚智链科技股份有限公司



2022年 8 月 9 日

## 一、发行人全体董事、监事、高级管理人员声明（三）

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。


本公司全体高级管理人员签字：



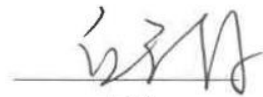
熊鯤



廖新华



程松岩



邱林

北京数聚智连科技股份有限公司

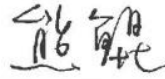
2022年8月9日



## 二、发行人控股股东、实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

控股股东、实际控制人签字：



熊鲲

北京数聚智连科技股份有限公司

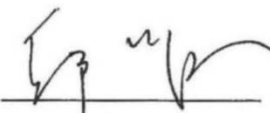
2022年8月9日



## 保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

法定代表人签字：

  
邱若非

保荐代表人签字：

  
郭宇辉

  
毛绍萌

项目协办人签字：

  
赵鹏



## 保荐人（主承销商）董事长声明

本人已认真阅读北京数聚智连科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人董事长签字：

  
胡知鸢



## 保荐人（主承销商）总经理声明

本人已认真阅读北京数聚智连科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性、及时性承担相应法律责任。

保荐人总经理签字：

  
\_\_\_\_\_  
邱若非



## 发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

律师事务所负责人：  
齐轩霆

经办律师：  
蒋雪雁

  
戴婷婷

上海市方达律师事务所  
2022年 8月 9日



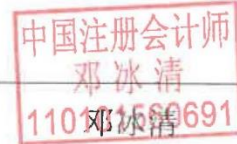
## 五、审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

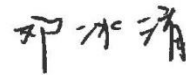
签字注册会计师签字：



张 伟



邓 冰 清



会计师事务所负责人签字：



李惠琦



致同会计师事务所（特殊普通合伙）

2022年8月9日



## 六、资产评估机构声明（一）

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师签字：

资产评估师  
李文军  
11060048  
李文军

资产评估师  
娄旭  
37(娄旭47)

资产评估机构负责人签字：

徐伟建

徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司

2012年 8 月 9 日

## 六、资产评估机构声明（二）

本机构及签字资产评估师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师签字：



杨之玲



李静康

资产评估机构负责人签字：



杨 钧



## 资产评估机构声明

本机构及签字资产评估师已阅读北京数聚智连科技股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字资产评估师签字：

资产评估师  
陈文东  
11180131  


陈文东  
资产评估师  
杨韦波  
11130102  
  
杨韦波

资产评估机构负责人签字：

  
龚波

天津中联资产评估有限责任公司



## 七、验资机构、验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告、验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告、验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

签字注册会计师签字：



张伟



邓冰清

邓冰清

会计师事务所负责人签字：



李惠琦

致同会计师事务所(特殊普通合伙)

2022年8月9日



## 第十三节 附件

### 一、备查文件

投资者可查阅与本次发行有关的所有正式文件，具体如下：

序号	文件
1	发行保荐书
2	上市保荐书
3	法律意见书
4	财务报表及审计报告
5	公司章程（草案）
6	与投资者保护相关的承诺
7	发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行上市相关的其他承诺事项
8	内部控制鉴证报告
9	经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表
10	其他与本次发行有关的重要文件

### 二、查阅时间、地点

单位	北京数聚智连科技股份有限公司	瑞信证券（中国）有限公司
地址	北京市朝阳区酒仙桥路14号1号楼三层318室	北京市东城区金宝街89号金宝大厦20层
联系人	程松岩	郭宇辉、毛绍萌
电话	010-5954 7518	010-66538666
传真	010-59547374	010-66538566
查阅时间	本次股票发行期内工作日：上午 9:00~11:30，下午 13:30~17:00	
招股说明书查阅网址	深圳证券交易所指定披露网站： <a href="http://www.cninfo.com.cn">www.cninfo.com.cn</a> （巨潮资讯网）	