

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。

致欧家居科技股份有限公司

Ziel Home Furnishing Technology Co., Ltd.

(郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦 6 楼 601 号)



首次公开发行股票并在创业板上市 招股说明书 (注册稿)

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作为作出投资决定的依据。

保荐人（主承销商）



广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街 2 号 618 室

重要声明

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。

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。

发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A 股）
发行股数	本次拟公开发行股票数量不超过 4,015.00 万股，不低于本次公开发行后发行人总股本的 10%，均采取公开发行新股的方式，不涉及发行人股东公开发售股票
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	【】 元
预计发行日期	【】 年 【】 月 【】 日
拟上市的证券交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 40,150.00 万股
保荐人（主承销商）	广发证券股份有限公司
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下列重大事项提示，并认真阅读本招股说明书正文内容。

一、发行人特别提醒投资者注意以下风险因素

公司提醒投资者特别关注“风险因素”中的下列风险，并认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”中的全部内容。

（一）国际贸易摩擦风险

近年来，随着国际贸易市场摩擦不断，产品进口国的贸易保护主义有抬头趋势。报告期内，公司产品的销售市场主要包括欧洲、北美、日本等国家和地区，公司在北美地区实现的销售收入分别为 93,057.21 万元、154,510.51 万元、233,457.21 万元和 115,052.44 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 40.07%、38.94%、39.18%和 41.46%，其中美国市场是公司产品的主要销售市场之一。2018 年以来，美国政府采取了多项贸易保护主义政策，导致中美之间的贸易摩擦和争端不断升级，公司部分产品在美国加征关税的清单内。2022 年 3 月 23 日，美国贸易代表办公室（USTR）发布公告，宣布对处于 301 中国法案关税加征清单中的 352 项商品豁免加征关税，豁免期间自 2021 年 10 月 12 日至 2022 年 12 月 31 日，公司部分产品在本次关税豁免清单内。由于国际局势瞬息万变，如果未来中美双方未能达成友好协商，贸易摩擦长期持续乃至进一步升级，而公司无法采取有效的应对措施，则公司产品的价格竞争力有可能受到削弱，美国消费者对公司产品的消费需求可能减少，公司的经营业绩可能因此受到较大不利影响。

国际贸易政策与公司业务发展的关系密切，而国际贸易存在诸多不确定因素，如各国政治局势、经济政策等变动均会影响该国的国际贸易政策。未来，若公司其他主要海外市场的国家或地区改变了进口关税政策，或实行贸易保护主义政策，而公司未能采取有效应对措施，则会影响公司产品在该国的销售，进而对公司经营业绩产生一定的不利影响。

（二）新冠肺炎疫情对公司经营造成不利影响的风险

自疫情在国内爆发后，中国政府快速响应，国内疫情已基本得到有效控制，国内企业生产经营活动也已基本恢复正常。但如果未来国内个别地区或局部地域出现疫情扩散且政府再次实施限制人员流动等相关疫情防控措施，可能影响公司外协供应商的生产经营，进而对公司的产品采购产生较大不利影响。

目前，海外疫情防控形势仍较为严峻，疫情在短期内对公司产品跨境出口的海运成本、运输时效等方面都产生了较大的不利影响。同时，如果欧洲、北美、日本等国家或地区疫情不能得到有效缓解或疫情再次大面积爆发，而公司未能及时采取有效的应对措施，则公司存货的仓储物流以及销售订单的配送成本、配送时效都将受到一定负面影响，公司经营业绩因此可能受到一定不利影响。

（三）税收优惠及政策变化风险

1、企业所得税优惠变化风险

公司于 2019 年 12 月 27 日被评定为技术先进型服务企业，2019 年度至 2021 年度减按 15% 的税率计缴企业所得税。2019 年、2020 年和 2021 年，公司因技术先进型服务企业而享受的企业所得税优惠金额分别为 1,622.26 万元、4,991.76 万元和 2,001.89 万元，占当期利润总额的比例分别为 11.34%、10.71% 和 6.71%。根据《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79 号）有关规定，截至 2022 年 6 月 30 日止六个月期间公司预计可以继续适用 15% 的企业所得税税率。

截至本招股说明书签署日，公司已向相关主管部门提交了技术先进型服务企业资质复核申请材料。未来如果公司无法持续取得技术先进型服务企业认定，或者国家调整企业所得税税收优惠政策，可能会对公司经营业绩和利润水平产生一定影响。

2、税收政策变化风险

公司的德国、美国和日本子公司主要通过境外电商平台向消费者销售产品，收入主要来源于欧洲、北美和日本等国家或地区。公司整体业务环节所涉及国家或地区较多，境外各个国家或地区流转税、关税、所得税及其他税费相关法规较为复杂，公司及所聘专业税务机构已严格按照相关法规就前述各项税种进行申报缴纳，按照主要经营地或收入来源地的税收政策履行纳税义务，不存在因少缴或应缴未缴导致的任何诉讼或行政处罚。但全球各地对跨境电商的税务监管政策各

有不同，未来如果主要收入来源国家或地区的税收政策发生重大变化，而公司未能正确理解并及时根据税收政策的变化进行调整，将可能被境外税务主管部门审查或采取税收监管措施；或者如果因公司或所聘税务专业机构对各项税法适用情况与主管税务机关认定存在偏差，导致存在少缴或应缴未缴的情形，则可能对公司经营造成不利影响。

同时，发行人以子公司致欧国际和领未科技为采购主体，将采购的产品销售给德国、美国和日本子公司，并通过该等子公司在当地进行产品销售，因此公司存在跨境集团内部交易。若公司内部转移定价被税务部门认定不满足独立第三方原则，则可能存在需要补缴所得税的风险。

（四）第三方电商平台经营风险

公司主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等海外线上 B2C 平台销售产品，线上 B2C 平台是公司的主要销售渠道。报告期内，公司线上 B2C 渠道实现的销售收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81%和 **80.71%**。目前，亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等线上平台已逐渐发展为成熟的全球性开放式电商平台，但如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

此外，报告期内，公司通过亚马逊 B2C 平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 81.13%、71.80%、67.87%和 **66.77%**，占比较高。如果亚马逊对第三方卖家的平台政策及平台费率进行较大调整，或者公司与亚马逊平台的合作关系在未来发生重大不利变化，而公司未能及时、有效拓展其他销售渠道，将对公司经营活动、财务状况产生不利影响。

（五）经营业绩波动的风险

2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司实现营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 **280,867.67 万元**，2019 年至 2021 年的年复合增长率为 60.19%；归属于母公司股东净利润分别为 10,799.43 万元、38,024.61 万元、23,981.79 万元和 **11,036.84 万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 16,390.04 万元、45,869.27 万元、20,748.83 万元和 **10,554.71**

万元，公司销售规模增幅较大，但利润规模存在一定波动。

2021 年以来，受海运价格持续上升、欧元及美元兑人民币汇率震荡下行等不利因素影响，公司经营业绩存在一定的波动。2021 年，公司营业收入同比增长 50.27%，归属于母公司股东净利润同比下降 36.93%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润同比下降 54.77%；**2022 年 1-6 月，公司营业收入同比下降 12.22%，归属于母公司股东净利润同比下降 21.40%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润同比下降 15.94%。**若未来出现国际贸易政策和行业政策变化、市场竞争加剧、公司产品销售价格下降、产品采购价格或运输服务价格大幅上涨、募投项目建设未达预期或公司不能持续保持竞争优势等情形，或海运价格上涨、汇率波动等不利因素持续存在，公司将面临经营业绩下滑的风险。

（六）境外经营风险

公司在香港、德国、美国、日本等地均设立了子公司，主要由该等境外子公司负责产品的采购和销售业务，终端消费者遍布全球多个国家或地区，公司在经营过程中面临不同国家和地区的监管风险，涉及税收、知识产权、隐私保护、消费者权益保护及不正当竞争等诸多方面。随着公司业务的快速发展，公司可能面临日趋复杂的经营环境，如果未来境外子公司或消费者所在国家或地区法律法规及相关监管要求发生不利变化，而公司管理层未能及时了解相关区域的经营环境、监管要求的变化情况，或缺少相应的管理经验和能力，可能带来经营管理风险，从而对公司业绩造成不利影响。

（七）存货管理风险

公司存货由库存商品、在途存货和发出商品构成。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 25,289.89 万元、85,865.35 万元、105,170.86 万元**和 100,058.00 万元**，占资产总额的比例分别为 38.68%、47.83%、30.70%**和 29.97%**，存货规模随公司业务规模扩大而逐年增加。较高规模的存货水平一定程度上增加了公司的存货跌价风险和资金占用压力。报告期各期末，公司计提的存货跌价准备分别为 855.44 万元、1,357.15 万元、2,298.70 万元**和 2,192.50 万元**。

如果未来公司产品的市场环境发生重大不利变化、市场竞争加剧或公司不能优化库存管理、合理控制存货规模，可能导致产品滞销、存货积压，则公司可能

需对该等存货计提大额跌价准备或予以报损，从而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。

此外，公司存货主要存放在海外自营仓、平台仓等，如果因管理不善发生存货损失，将对公司的经营业绩造成不利影响。

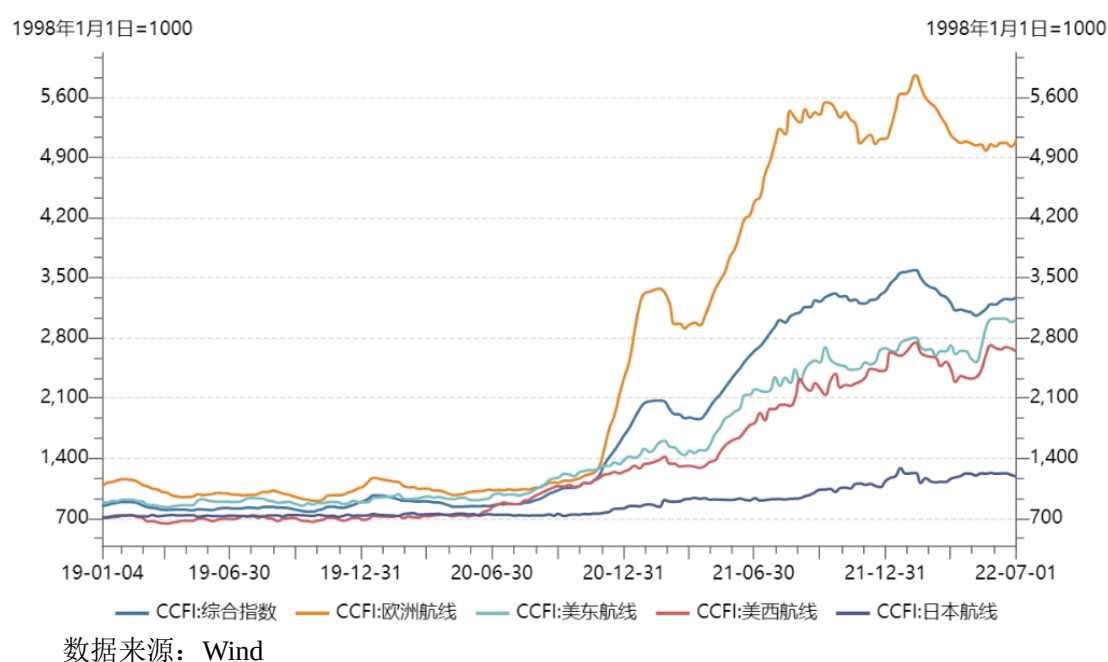
（八）海运价格持续上涨的风险

公司通过海运的方式将产品运抵至位于欧洲、北美及日本的自营仓、平台仓或第三方合作仓，海运费指境内港口到境外港口的海路运输费用。

2021 年以来，一方面，国外疫情反复，加速产业外迁订单向国内回流，导致国内集装箱需求出现“一箱难求”的现象；另一方面，国外疫情的反复也催发行业用人紧张的问题，同时再叠加苏伊士运河堵塞事件影响，国际运力更是处于紧张状态。上述供需严重失衡的关系，促使运价不断飙涨。

2021 年，公司欧洲航线、北美航线的海运费实际结算价的平均价格较 2020 年分别上涨了 250.82%、102.25%，公司主营业务成本因此显著上升。报告期内，公司海运费占主营业务成本比例分别为 6.01%、6.83%、15.59%和 **18.41%**，2021 年及 **2022 年 1-6 月** 占比上升明显。

由上海航运交易所发布的中国出口集装箱运价指数（CCFI），是反映中国出口集装箱运输市场价格变化趋势的一种航运价格指数。2019 年 1 月至 2022 年 6 月，中国出口集装箱运价指数（CCFI）的具体变动情况如下：

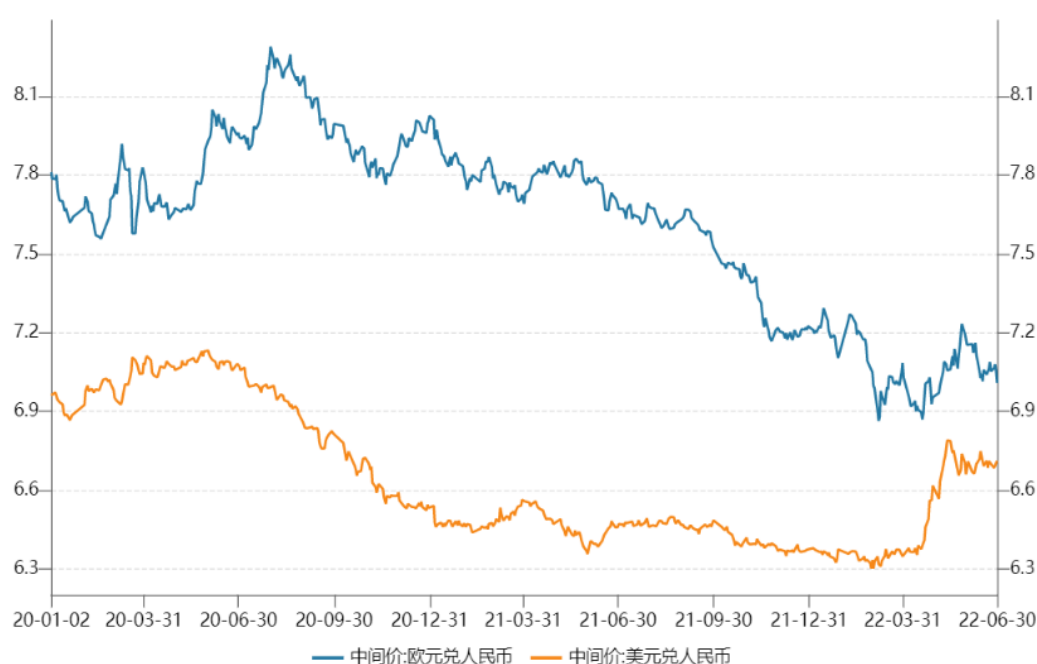


受全球疫情的影响，2021 年以来国际远洋运输的海运价格上涨幅度较大，对公司经营业绩产生了较大不利影响。此外，近期俄乌冲突爆发后，截至目前未对集装箱航运市场产生重大不利影响，欧美主要航线 2022 年 3 月的海运价格甚至有所回落。但若俄乌冲突持续升级，可能将进一步推高油价，使得班轮公司燃油成本快速上涨，进而导致海运价格上涨。如果未来海运价格持续上涨，则公司存在经营业绩下滑的风险。

（九）汇率波动及外汇管制风险

公司主要通过德国、美国、日本等境外子公司在欧洲、北美、日本等国家或地区开展销售业务，销售收入主要来源于境外，公司境外销售业务主要以欧元、美元、英镑、加元、日元为结算币种。同时，公司主要通过香港子公司采购产品，并主要以美元和人民币进行结算。受汇率波动的影响，公司报告期内确认的汇兑损失分别为 322.53 万元、414.23 万元、7,175.21 万元和-105.94 万元，占利润总额的比例分别为 2.26%、0.89%、24.03%和-0.73%。公司 2021 年的汇兑损失金额较大，主要是欧元、美元兑人民币的汇率总体呈现震荡下降趋势。2021 年末，欧元、美元兑人民币的中间价汇率较 2021 年初分别下降了 9.86%、2.52%。

2020 年至 2022 年 6 月，欧元、美元兑人民币中间价汇率的变动情况如下：



数据来源：Wind

随着公司海外业务规模的快速扩张，公司外汇销售收入及采购支出将进一步增加。近期外汇市场持续波动，如近期受俄乌冲突的紧张局势等因素影响，短期内欧元兑人民币汇率走势存在一定不确定性。若人民币对美元、欧元等主要结算货币长期持续升值或汇率发生大幅波动，而公司未能采取有效措施应对汇率风险，可能导致公司出现大额汇兑损失，公司将面临汇率变动带来的经营业绩波动的风险。

此外，如果未来境外子公司所在国家或地区对于外汇结算、利润分配等相关法律法规发生变化，可能对公司的资金结转及利润分配造成不利影响。

（十）毛利率下滑风险

报告期内，公司的主营业务毛利率分别为 55.82%、54.78%、49.64%和 **47.73%**（为了保持报告期各期财务指标的可比性，**2020-2021 年及 2022 年 1-6 月**毛利率计算剔除了按新收入准则要求计入主营业务成本的运输费用影响），呈现逐年下滑的趋势。其中，公司 2021 年主营业务毛利率较 2020 年下滑了 5.14 个百分点，**2022 年 1-6 月**主营业务毛利率较 2021 年进一步下滑了 **1.91 个百分点**，主要是 2021 年以来受全球疫情反复影响，海运费大幅上涨，公司主营业务成本相应增加所致。

公司产品毛利率受国际贸易环境、宏观经济水平、市场需求及市场竞争状况、产品采购成本、海运成本等多种因素影响，如果未来公司不能及时根据市场环境或市场需求作出相应调整，或者公司产品的销售价格或采购成本受前述因素影响出现较大不利变化，可能会导致公司的主营业务毛利率持续下滑。

二、本次发行的相关承诺事项

公司及相关责任主体已按照中国证监会及深圳证券交易所等监管机构的要求，就股份锁定安排、持股意向及减持意向、稳定股价等事项及其他重要事项作出承诺，具体承诺事项请参见本招股说明书“第十三节/三、相关承诺事项”。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

2021 年 4 月 20 日，公司召开 2021 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市前滚存利润分配方案的议案》，公司本

次发行完成前滚存的未分配利润由本次发行后的所有新老股东按其各自持股比例共同享有。

四、本次发行后发行人的利润分配政策和分红回报规划

2021年4月20日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过了《公司章程（草案）》及《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内分红回报规划的议案》，对公司本次发行后的利润分配政策和上市后三年分红回报规划作出了具体的安排，具体情况请参见本招股说明书“第十节/二、本次发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况”。

五、财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息

（一）财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息

1、审计截止日后的主要经营状况

公司的财务报告审计截止日为**2022年6月30日**。财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日之间，公司总体经营情况良好。受全球新冠肺炎疫情的影响，2021年以来国际远洋运输的海运价格上涨幅度较大，虽然从2022年一季度开始，国际航运的海运价格开始逐步回落，公司主要航线的货代公司报价也呈现回落趋势，但目前总体仍处于高位，海运费大幅上涨对公司经营业绩产生了较大不利影响。

除上述情形外，公司出口业务未受到重大限制，未新增对公司未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，无重大安全事故，公司的产业政策、税收政策、行业市场环境、业务模式及竞争趋势、主要产品的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、主要电商平台/客户及供应商的构成、重大合同条款及其实际执行情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均不存在重大不利变化。

2、公司2022年1-9月的业绩预计情况

结合市场环境和公司目前经营状况，经初步测算，公司预计2022年1-9月的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	同比变动
营业收入	410,000 至 430,000	457,612.55	-10.40%至-6.03%
归属于母公司所有者的净利润	15,000 至 17,000	19,676.79	-23.77%至-13.60%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	14,000 至 16,000	17,601.31	-20.46%至-9.10%

注：2021 年 1-9 月及 2022 年 1-9 月财务数据未经审计或审阅。

上述 2022 年 1-9 月业绩情况系公司财务部门初步预计数据，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

2022 年 1-9 月，公司预计实现营业收入较上年同期下降 6.03%至 10.40%，主要受 2021 年上半年收入基数较大，以及海外市场供给端市场竞争加剧、需求端因欧美国家或地区高通胀、居民消费意愿和消费能力下降导致的海外可选消费品市场需求短期内有所放缓所致；公司 2022 年 1-9 月净利润较上年同期有所下滑，主要受收入下降以及海运费成本上涨所致，但下滑幅度较 2022 年一季度、上半年预计将进一步收窄，公司盈利水平持续改善。具体财务分析请参见本招股说明书“第八节 财务会计信息与管理层分析”之“十七、财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息”。

（二）疫情影响、外汇汇率波动、市场竞争等最新情况对发行人 2022 年经营业绩的具体影响

2022 年一季度，公司经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年一季度	2021 年一季度	同比变动
营业收入	142,701.32	148,762.57	-4.07%
营业成本 ^{注 2}	74,785.87	70,032.36	6.79%
毛利率 ^{注 2}	47.59%	52.92%	下降 5.33 个百分点
销售费用 ^{注 2}	54,800.16	58,633.35	-6.54%
管理费用	4,240.64	4,118.10	2.98%
财务费用	2,011.96	3,213.53	-37.39%
研发费用	692.76	452.65	53.05%
归属于母公司所有者的净利润	5,143.91	7,289.28	-29.43%

扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,633.46	6,236.51	-25.70%

注 1：2022 年一季度财务数据已经审阅；

注 2：上表中的营业成本、毛利率已剔除新收入准则下的尾程运输费的影响，销售费用包含了前述运输费。

2022 年上半年，公司的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	同比变动
营业收入	280,867.67	319,960.71	-12.22%
归属于母公司所有者的净利润	11,036.84	14,041.28	-21.40%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	10,554.71	12,556.88	-15.94%

1、疫情影响分析

受全球疫情的影响，2021 年以来国际远洋运输的海运价格大幅上涨，导致公司 2021 年毛利率同比下滑幅度较大，对公司利润水平产生了较大不利影响。随着全球疫情形势逐步改善，2022 年以来全球航运市场的供需矛盾逐步缓解，从 2022 年一季度开始，国际航运的海运价格开始逐步回落，公司主要航线的货代公司报价也呈现回落趋势。2022 年上半年，虽然公司主要航线报价相对于 2021 年上半年总体仍处于高位水平，但 2022 年货代公司报价整体呈现下降趋势。

公司主要海运（货代）供应商给予公司在 2022 年上半年的欧美航线平均报价总体呈现逐月下降趋势，2022 年 1-6 月每月平均报价的同比及环比变动情况如下：

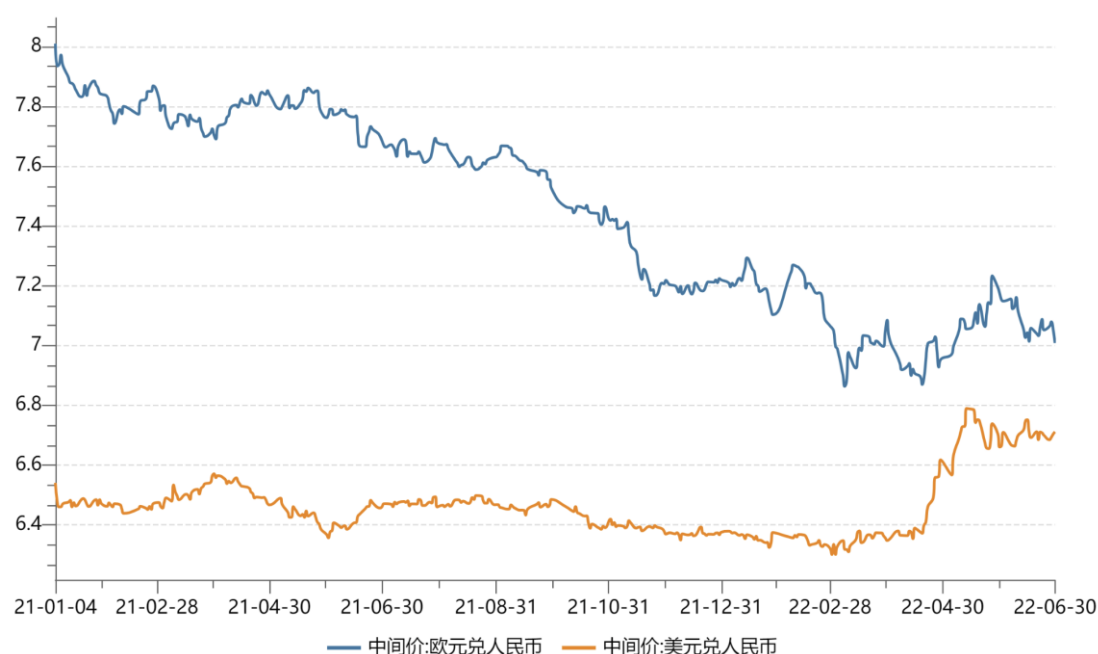
变动维度	主要航线	2022 年 1 月	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 6 月
同比变动 比率	欧洲航线	22.67%	25.34%	34.51%	6.93%	-7.19%	-24.49%
	北美航线	142.95%	98.87%	130.04%	65.13%	29.63%	-0.47%
环比变动 比率	欧洲航线	-19.67%	-0.82%	-5.87%	-17.34%	2.87%	-0.05%
	北美航线	4.16%	-14.52%	-1.69%	-6.18%	-3.27%	-9.41%

由上表可知，整体来看，2022 年上半年，海运价格较 2021 年同期增幅较大，对当期毛利率产生一定影响。2022 年 1-6 月，公司毛利率为 47.53%（剔除了按新收入准则要求计入营业成本的运输费用影响），较 2021 年度的 49.61%小幅下滑了 2.08 个百分点。

面对全球物流的困境和海运价格的异常高位，国内外相关政府部门已从政策监管、港口建设、运力供给等方面积极采取了一系列措施来改善全球航运市场的供需矛盾，目前海运价格已开始逐步回落。因此，疫情导致的海运费高企因素对公司毛利率的影响已逐渐降低，公司预计 2022 年毛利率水平不会出现持续大幅下滑的情形。

2、外汇汇率波动影响分析

2021 年，受人民币持续升值、欧元及美元贬值的影响，公司确认了汇兑损失合计 7,175.21 万元，因此对公司 2021 年经营业绩产生较大不利影响。2021 年 1 月至 2022 年 6 月，欧元、美元兑人民币中间价汇率的变动情况如下：



数据来源：Wind

欧元汇率方面，2022 年一季度，受欧洲地区爆发的地缘政治风险等因素影响，欧元兑人民币汇率总体仍处于下行通道；进入 2022 年 4 月以来，欧元兑人民币汇率先小幅下降后震荡上升，仍存在一定波动，2022 年 6 月末的欧元兑人民币汇率较 2022 年初小幅下降了 2.79%。

美元汇率方面，2022 年一季度，美元兑人民币汇率波动幅度相对较小；进入 2022 年 4 月以来，美元兑人民币汇率先平缓上升后持续快速上升，美元对人民币总体呈现持续升值的趋势，2022 年 6 月末的美元兑人民币汇率较 2022 年初上升了 5.20%。

与 2021 年人民币持续升值、欧元及美元贬值的情况相比，2022 年以来，欧

元、美元对人民币汇率未发生长期单向持续下行的变动，其中人民币对美元汇率贬值趋势较为明显。2022 年 1-3 月，公司确认汇兑损失 1,237.48 万元，同比减少 1,558.16 万元；2022 年上半年，公司确认汇兑损失-105.94 万元（负数代表收益），同比减少 3,396.54 万元，汇率波动未对公司 2022 年上半年经营业绩产生重大不利影响。

3、市场竞争影响分析

供给方面，自 2020 年全球疫情爆发以来，疫情防控导致家具家居产品需求快速增加、线上消费渗透率提升等引发跨境电商行业快速发展，2020 年及 2021 年前期跨境电商企业普遍业绩井喷。跨境电商行业蓬勃发展态势、国家鼓励政策、跨境电商行业基础设施逐步完善吸引了诸多新卖家入局，部分外贸工厂、国内电商也纷纷涉入跨境电商行业。根据 Marketplace Pulse 的统计数据，亚马逊在 2020 年增加了超过 130 万个新卖家。虽然 2021 年以来，亚马逊平台大量关闭中国卖家违规账号、加强对中国卖家的合规管控等相关措施一定程度影响了被封号的卖家销售和新卖家加入跨境电商行业的热情，但是 2022 年以来供给侧热度并未消减，不断的新进入卖家采用低价营销策略抢占市场，短期内加剧各品类卖家之间的竞争程度。此外，受 2020 年以来全球疫情以及海运拥堵、2021 年以来中国重要港口城市多轮次疫情封城等事件影响，跨境电商行业卖家和欧美国家其他线上线下零售企业加大库存备货力度，在消费相对疲软的情况下，可选消费类产品普遍存在库存压力、价格下行压力，2021 年下半年及 2022 年以来，可选消费类产品大多存在降价促销以清库存、促周转的情况，供给端竞争压力加大。

需求方面，由于受以前年度疫情导致海运费上涨推高各类消费品价格、美国政府多轮次经济刺激政策影响，2022 年以来美国市场通货膨胀持续走高，消费者实际可支配收入、实际消费能力有所降低，美国市场零售业库存高企亟需提升流动性，可选消费品销售相对萎靡、必选消费品销售占比相对上升；此外，2022 年 2 月以来，俄乌冲突、对俄能源封锁推高欧洲市场能源价格，能源危机导致各类消费品价格上涨，欧洲消费者同样存在实际消费意愿及能力降低、日常消费向必选消费调整的趋势，市场需求短期内有所放缓。

但预计随着欧美市场零售库存恢复正常水平、美联储加息等通胀应对措施出台和实施，俄乌战争局势缓和后欧洲经济回归平稳、市场信心逐步恢复，国际海

运费、主要货币汇率逐步回归常态，欧美国家居民消费意愿和消费能力将逐渐恢复。

2022 年以来，供应端及需求端的变化趋势、人民币汇率波动等趋势一定程度上加剧了行业内主要卖家竞争压力。2022 年一季度，公司实现营业收入 142,701.32 万元，同比减少 4.07%；2022 年上半年，公司实现营业收入 280,867.67 万元，同比减少 12.22%。

2019 年至 2022 年各年上半年，公司的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年上半年	2021 年上半年	2020 年上半年	2019 年上半年
营业收入	280,867.67	319,960.71	156,087.12	101,694.39
相比上年同期营业收入变动率	-12.22%	104.99%	53.49%	-

注：2019 年上半年、2020 年上半年数据未经审计或审阅，2021 年上半年、2022 年上半年数据经申报会计师审计。

根据上表数据，公司 2022 年上半年营业收入较 2021 年同期有所下滑，与 2021 年上半年因海外疫情消费高峰助推经营业绩基数较高有关。而 2022 年上半年疫情消费高峰回落后的经营业绩水平相比 2019 年上半年和 2020 年上半年仍保持大幅增长的趋势。在疫情消费高峰退去后，公司正常的销售旺季在第三、四季度，海外电商平台的主要节假日和购物节集中在下半年，如万圣节、感恩节、圣诞节、“黑色星期五”等均在第四季度，因此公司下半年营业收入通常会高于上半年。在相关因素缓解和季节性需求复苏的背景下，公司预计 2022 年下半年的经营业绩将持续改善。

随着海运价格回落、外汇市场趋于均衡发展态势、市场需求回暖等，虽然公司 2022 年一季度及 2022 年上半年利润水平同比仍有所下滑，但下滑幅度已逐步大幅收窄，上述不利因素不会对公司 2022 年的经营业绩产生重大不利影响。

目 录

重要声明	1
发行概况	2
重大事项提示	3
一、发行人特别提醒投资者注意以下风险因素	3
二、本次发行的相关承诺事项	9
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排	9
四、本次发行后发行人的利润分配政策和分红回报规划	10
五、财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息	10
目 录	16
第一节 释义	20
第二节 概览	24
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况	24
二、本次发行概况	24
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标	25
四、发行人主营业务情况	26
五、发行人自身的创新、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	27
六、发行人选择的具体上市标准	40
七、发行人公司治理特殊安排等重要事项	40
八、发行人募集资金用途	40
第三节 本次发行概况	42
一、本次发行的基本情况	42
二、本次发行的有关当事人	43
三、发行人与本次发行有关中介机构的股权关系和其他权益关系	44
四、预计发行上市的重要日期	45
第四节 风险因素	46

一、经营风险	46
二、财务风险	51
三、技术风险	55
四、内控风险	55
五、法律风险	56
六、募集资金投资项目风险	57
七、发行失败风险	57
八、其他风险	57
第五节 发行人基本情况	59
一、发行人基本情况	59
二、发行人设立情况以及报告期内的股本和股东变化情况	59
三、报告期内的重大资产重组情况	71
四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况	76
五、发行人股权结构	76
六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况	76
七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况	81
八、发行人的股本情况	84
九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员	104
十、本次发行前发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排	119
十一、发行人员工情况	133
第六节 业务与技术	136
一、发行人主营业务及主要产品情况	136
二、发行人所处行业的基本情况	159
三、发行人销售情况及主要客户	205
四、发行人采购情况及主要供应商	212
五、发行人主要固定资产及无形资产情况	217
六、发行人核心技术与研发情况	228
七、发行人境外经营情况	238
第七节 公司治理与独立性	239

一、发行人公司治理制度的建立健全及运行情况	239
二、发行人特别表决权股份或类似安排	243
三、发行人协议控制架构情形	243
四、发行人内部控制制度情况	243
五、发行人报告期内的违法违规行为及受到处罚的情况	244
六、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况	244
七、发行人独立经营情况	244
八、同业竞争情况	246
九、关联方、关联关系和关联交易情况	247
第八节 财务会计信息与管理层分析	258
一、财务报表	258
二、审计意见及关键审计事项	267
三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况	268
四、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	269
五、对公司未来盈利（经营）能力可能产生较大影响的财务和非财务因素、对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标	270
六、主要会计政策及会计估计	274
七、非经常性损益情况	299
八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠政策	300
九、分部信息	303
十、主要财务指标	303
十一、经营成果分析	305
十二、资产质量分析	362
十三、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析	384
十四、报告期重大投资或资本性支出、重大资产重组情况	401
十五、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等事项	401
十六、盈利预测报告	402
十七、财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息	402
第九节 募集资金运用与未来发展规划	409

一、募集资金运用概况	409
二、募集资金投资项目的具体情况	412
三、公司未来发展战略及发展规划	428
第十节 投资者保护	432
一、投资者关系的主要安排	432
二、本次发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况	433
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排	440
四、股东投票机制的建立情况	440
五、特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排情况	441
第十一节 其他重要事项	442
一、重大合同	442
二、对外担保情况	448
三、重大诉讼或仲裁事项	450
四、发行人董事、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情况	451
五、发行人控股股东、实际控制人报告期内的重大违法违规行为	452
第十二节 声明	453
第十三节 附件	462
一、备查文件	462
二、查阅时间、地点	462
三、相关承诺事项	463
四、附录	486

第一节 释义

一、一般名词释义		
公司、发行人、致欧科技	指	致欧家居科技股份有限公司，曾用名“郑州致欧网络科技有限公司”
致欧有限	指	郑州致欧网络科技有限公司，为发行人前身，曾用名“郑州致欧进出口贸易有限公司”
A 股	指	获准在境内证券交易所上市、以人民币标明面值、以人民币认购和进行交易的普通股股票
招股说明书	指	《致欧家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市招股说明书》
领未科技	指	郑州领未网络科技有限公司，为发行人的境内子公司
东莞致欧	指	东莞致欧家居科技有限公司，为发行人的境内子公司
致欧供应链	指	东莞致欧供应链管理有限公司，为发行人的境内子公司
致欧国际	指	致欧国际有限公司，为发行人的香港子公司
FURNOLIC	指	FURNOLIC CO. LTD，为发行人的英国子公司
EUZIEL	指	EUZIEL International GmbH，为致欧国际的子公司，发行人在德国的二级子公司
AMEZIEL	指	AMEZIEL INC，为致欧国际的子公司，发行人在美国的二级子公司
ZIELJP	指	ZIELJP 株式会社，为致欧国际的子公司，发行人在日本的二级子公司
致欧深圳分公司	指	致欧家居科技股份有限公司深圳分公司
科赢投资	指	共青城科赢投资合伙企业（有限合伙），曾用名为“郑州科赢企业管理咨询中心（有限合伙）”，为发行人股东、员工持股平台
沐桥投资	指	共青城沐桥投资合伙企业（有限合伙），曾用名为“郑州沐桥企业管理咨询中心（有限合伙）”，为发行人股东、员工持股平台
泽骞咨询	指	郑州泽骞企业管理咨询中心（有限合伙），为发行人股东、员工持股平台
语昂咨询	指	郑州语昂企业管理咨询中心（有限合伙），为发行人股东、员工持股平台
安克创新	指	安克创新科技股份有限公司（300866.SZ），曾用名为“湖南海翼电子商务股份有限公司”，为发行人股东
和谐博时	指	珠海和谐博时一号投资合伙企业（有限合伙），为发行人股东
苏州宜仲	指	苏州宜仲创业投资合伙企业（有限合伙），为发行人股东

天津德辉	指	天津德辉投资管理合伙企业（有限合伙），为发行人股东
富邦凯瑞	指	珠海富邦凯瑞管理咨询企业（有限合伙），为发行人股东
中原前海	指	中原前海股权投资基金（有限合伙），为发行人股东
前海基金	指	前海股权投资基金（有限合伙），为发行人股东
服贸基金	指	服务贸易创新发展引导基金（有限合伙），为发行人股东
Songmics GmbH	指	Songmics International GmbH，为发行人实际控制人控制的德国公司，正在办理清算注销手续
Wuppessen	指	Wuppessen Inc，为发行人实际控制人曾控制的美国公司，已于 2018 年 12 月 7 日注销
三木公司	指	三木トレーディング株式会社，为发行人实际控制人曾控制的日本公司，已于 2018 年 9 月 14 日注销
亚马逊、Amazon	指	亚马逊公司及其分支机构（NASDAQ: AMZN），是一家总部位于美国华盛顿的网络电子商务公司
ManoMano	指	一家专注于家居装修和园艺市场的电商平台，业务主要覆盖法国、意大利、英国、德国、比利时和西班牙等国家或地区
Cdiscount	指	一家法国的电商平台，业务主要覆盖法国、比利时、德国、西班牙、意大利和卢森堡等国家或地区
eBay	指	eBay 公司及其分支机构（NASDAQ: EBAY），是全球最大的网络交易平台之一
亚马逊 Vendor	指	Amazon Vendor Central（亚马逊供应商中心），卖家通过该模式将产品主要以买断的形式销售给亚马逊，亚马逊全权负责后续运输、销售、客服和售后等
Wayfair	指	Wayfair 公司及其分支机构（NASDAQ: WY），是一家专注于家具、家居用品、箱包、玩具和宠物用品的国际电商公司
遨森电商	指	遨森电子商务股份有限公司，于 2018 年 11 月 26 日在全国中小企业股份转让系统挂牌交易，证券代码为 873076，自 2021 年 6 月 16 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌
易佰网络	指	深圳市易佰网络科技有限公司，湖南华凯文化创意股份有限公司（300592.SZ）的并购标的
网经社	指	一家为国内电商用户提供全面、及时、专业的资讯的电商门户入口网站
Statista	指	Statista.com，一个领先的全球综合数据资料库
Euromonitor	指	Euromonitor International，欧睿信息咨询有限公司，是全球范围的从事消费品市场调查、独立地为各个国家、地区的消费细分市场提供数据分析及战略研究等各类商业信息的咨询公司
CSIL	指	The Centre for Industry Studies，米兰轻工业信息中心

境外法律意见书	指	发行人聘请的境外律师为发行人的各境外子公司出具的本次发行专项法律意见书
《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》
《公司章程》	指	《致欧家居科技股份有限公司章程》
股东大会	指	致欧家居科技股份有限公司股东大会
董事会	指	致欧家居科技股份有限公司董事会
监事会	指	致欧家居科技股份有限公司监事会
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
保荐人、保荐机构、主承销商、广发证券	指	广发证券股份有限公司
发行人律师、中伦律师	指	北京市中伦律师事务所
发行人会计师、审计机构、验资机构、普华永道	指	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
评估机构、沃克森	指	沃克森（北京）国际资产评估有限公司
报告期、最近三年及一期	指	2019 年度、2020 年度、2021 年度、 2022 年 1-6 月
报告期各期末	指	2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日、 2022 年 6 月 30 日
元/万元/亿元	指	人民币元/万元/亿元
二、专业名词释义		
B2C	指	Business-to-Consumer，是一种销售产品和服务的对象直接为消费者的商业零售模式
B2B	指	Business-to-Business，是一种销售产品和服务的对象为企业、公司的商业模式
线上销售	指	通过互联网进行产品销售
头程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式将商品从中国运到海外目的地仓库存储的物流过程
尾程物流	指	跨境贸易卖家通过特定运输方式从当地存储仓将商品直接派送到消费者的物流过程
二程费用	指	将商品从海外目的地港口运输至海外目的地仓库存储所发生的费用
SKU	指	Stock Keeping Unit，库存保有单位即库存进出计量的单位，是对每一个产品的唯一标识符，通过标识符管理使公司能够跟踪物流仓储系统，掌握库存情况
SPU	指	Standard Product Unit，即标准化产品单位，是商品信息聚合的最小单位，例如家具商品中相同款式下的不同颜色、

		不同尺码为一个 SPU。一个 SPU 可以对应多个 SKU
OEM	指	Original Equipment Manufacturing，即原始设备制造，也叫“贴牌生产”，具体指委托方利用自身掌握的核心技术和资源，负责产品设计和产品开发，并掌握销售渠道。具体的产品根据委托方的标准和要求由代工企业生产，再冠以委托方的品牌进行销售
EYA	指	发行人自主研发的业务管理信息系统
CRM	指	Customer Relationship Management，即客户关系管理，是指企业用技术来管理与客户的关系
SRM	指	Supplier Relationship Management，即供应商关系管理，是指企业用技术来管理与供应商的关系
SAP	指	System Applications and Products，是 SAP 公司的产品企业管理解决方案的软件名称
ERP	指	Enterprise Resource Planning，即企业资源计划，是通过信息技术为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台
FBA	指	Fulfillment by Amazon，指亚马逊店铺卖家将自身产品运送至当地亚马逊仓库中，由亚马逊在海外提供专业的仓储和物流服务，由其负责货物的选拣、储存、包装和运输
FOB	指	Free On Board，船上交货
EXW	指	EX Works，工厂交货
RTA	指	Ready-to-Assemble，也称待组装家具或规格部件组装家具，它是以部件生产、销售、现场装配为主要特征，用各种连接件或插接件将零部件组装而完成的，并根据运输的便利和某种功能的需要，可以进行反复拆卸和安装的家具

本招股说明书中部分合计数与各加数直接相加之和若在尾数上存在差异，这些差异是由四舍五入所致。

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基本情况

(一) 发行人基本情况			
发行人名称	致欧家居科技股份有限公司	成立日期	2010年1月8日
注册资本	36,135.00 万元	法定代表人	宋川
注册地址	郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦 6 楼 601 号	主要生产经营地址	郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦 6 楼 601 号
控股股东	宋川	实际控制人	宋川
行业分类	F52 零售业	在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况	不适用
(二) 本次发行的中介机构基本情况			
保荐人	广发证券股份有限公司	主承销商	广发证券股份有限公司
发行人律师	北京市中伦律师事务所	其他承销机构	无
审计机构	普华永道中天会计师事务所（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

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 4,015.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
其中：发行新股数量	不超过 4,015.00 万股	占发行后总股本比例	不低于 10%
股东公开发售股份数量	不适用	占发行后总股本比例	不适用
发行后总股本	不超过 40,150.00 万股		
每股发行价格	【】 元		
发行市盈率	【】 倍		

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	【】元		
发行方式	采用网下向询价对象配售发行和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式（如发行时中国证监会关于股票的发行方式有变化，则按变化后的发行方式发行）		
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者除外）		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	不适用		
发行费用的分摊原则	不适用		
募集资金总额	【】万元		
募集资金净额	【】万元		
募集资金投资项目	研发设计中心建设项目		
	仓储物流体系扩建项目		
	郑州总部运营管理中心建设项目		
	补充流动资金		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中承销及保荐费用【】万元、审计验资费用【】万元、律师费用【】万元、信息披露费用【】万元、发行手续费用及其他费用【】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、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

项目	2022.06.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
资产总额（万元）	333,806.51	342,554.12	179,503.47	65,385.90
归属于母公司所有者权益（万元）	165,716.09	153,995.35	130,546.56	42,654.82

资产负债率（合并）	50.36%	55.04%	27.27%	34.76%
资产负债率（母公司）	10.04%	3.98%	5.18%	6.18%
营业收入（万元）	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
净利润（万元）	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	10,554.71	20,748.83	45,869.27	16,390.04
基本每股收益（元）	0.31	0.66	1.08	/
稀释每股收益（元）	0.31	0.66	1.08	/
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前）	6.90%	16.86%	53.28%	33.72%
加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益后）	6.60%	14.59%	64.27%	51.17%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60
现金分红（万元）	-	-	3,750.00	-
研发投入占营业收入的比例	0.64%	0.41%	0.32%	0.45%

四、发行人主营业务情况

公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售，产品主要包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等品类，是全球知名的互联网家居品牌商。

公司聚焦家居品类十余年，以“服务全球家庭，让客户信赖，使员工骄傲”为企业愿景，秉承“致力中国品牌出海，为中国制造加油”的企业使命，多年来不断将产品品类向全屋场景拓展，以客户体验为驱动，专注于为全球家庭提供更为舒适的居家体验，营造更显温馨的家居氛围，创造更加美好的生活空间。

公司以“全球互联网家居领先品牌”为长期发展战略定位，产品路线图以“家”的全场景全品类规划为边界，致力于打造以“高性价比（Value for money）”、“全家居场景（Variety）”和“时尚风格设计（Stylish）”为核心特点，对标“宜家”的线上一站式家居品牌，产品不断向系列化、风格化、全生活场景的方向拓展。

在经营模式方面，公司重点布局产品的研发设计、运营销售等高附加值业务环节，背靠中国完善的供应链制造体系和优质的家具家居产业集群，主要采取自

主研发或合作开发、外协生产的产品供应模式，通过“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”的跨境仓储物流体系，以亚马逊、ManoMano、Cdiscount、eBay等海外知名电商平台为主要销售渠道，为客户提供外观时尚、功能实用、品质优良的家居产品，销售范围覆盖欧洲、北美、日本等国家或地区。

在品牌建设方面，公司定位于全球互联网家居品牌商，旗下拥有SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA三大自有品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。公司产品已在欧美等多地市场获得了消费者的青睐和认可，多款产品常年位列亚马逊等第三方电商平台畅销榜前列。因此公司多次获得亚马逊等平台授予的卖家荣誉奖项，2017年公司荣获“亚马逊全能卖家”称号，2019年公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，同年SONGMICS和VASAGLE同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”；2022年，公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“2021年度‘赢之以恒’年度卖家”称号，并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。

公司在互联网家居领域深耕多年，坚持自有品牌的发展战略，已建立起一套适合线上销售的快速响应的前端产品研发和信息系统开发体系，以及协同高效的覆盖中后端跨境产品采购、仓储物流等环节的供应链体系，为公司的持续、健康、稳定发展提供了有力保障。

报告期内，公司经营情况良好。2019-2021年及2022年1-6月，公司实现营业收入分别为232,556.63万元、397,099.27万元、596,737.95万元和**280,867.67万元**，实现归属于母公司股东的净利润分别为10,799.43万元、38,024.61万元、23,981.79万元和**11,036.84万元**，实现扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为16,390.04万元、45,869.27万元、20,748.83万元和**10,554.71万元**。

五、发行人自身的创新、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

根据《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》的相关规定：“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，并支持传统产业与新技术、新产

业、新业态、新模式深度融合。”结合公司所属行业、创新性、成长性等方面分析，公司符合创业板定位。

（一）公司所处行业不属于原则上不支持申报在创业板发行上市的行业范围，主营业务模式是国家产业政策大力支持的跨境电商新业态

1、公司所处行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条限制申报的行业

公司主要从事自有品牌家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居类产品的研发、设计和销售业务，并主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay等海外知名电商平台将产品销往欧洲、北美和日本等多个国家和地区。公司自身不涉及产品生产，生产环节全部委托给外协厂商进行。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司属于“批发和零售业”中的“零售业”（行业代码：F52）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“批发与零售业”大类下的“互联网零售”（行业代码：F5292）子类。考虑到公司主要通过电商平台进行境外销售的业务模式，公司可归属于跨境出口电商行业。从所属行业看，公司不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》第四条限制申报创业板相关行业。

2、跨境电商是国家产业政策大力支持的新业态，已成为我国外贸发展的新动能

目前，我国为构建更高水平、更高层次、更高质量的开放型经济发展格局，对外贸易结构的转型升级已进入关键时期。网络信息等新技术、新工具，孕育产生了跨境电商这一新业态。区别于传统贸易，跨境电商缩短了交易链条，降低了交易成本，并提高了流通效率；同时其交易灵活性更高，即时性更强，能够以最快的速度捕捉国际市场变化和动向。

2017年10月18日，习近平总书记在党的十九大报告中明确提出：“拓展对外贸易，培育贸易新业态新模式，推进贸易强国建设”。该报告不仅强调了我国外贸发展的目标，也指明了具体实现路径。自2015年起，“跨境电商”连续七年被写入政府工作报告，相关扶持政策也不断明确与细化，体现了国家对跨境电商发展的高度重视和肯定。以跨境电商为代表的新业态新模式是我国外贸发展

的有生力量，也是国际贸易发展的重要趋势。

尤其是 2020 年全球爆发新冠肺炎疫情以来，我国传统对外贸易受到较大冲击，国务院于 2020 年 3 月至今多次召开常务会议，加大政策力度促进跨境电商这一贸易新业态的长远健康发展，推动外贸升级，培育竞争新优势，进而为“稳外贸”提供支撑。

2020 年 11 月 9 日，国务院办公厅发布《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》（国办发〔2020〕40 号），聚焦创新驱动，强调深化科技创新、制度创新、模式和业态创新，提出外贸创新发展的着力点和新路径。“促进跨境电商等新业态发展”是外贸创新的重要一环，相关部门将通过持续完善政策体系、支持地方探索路径、鼓励企业创新商业模式、高质量推进海外仓建设、积极深化国际合作等方面为跨境电商行业的发展提供全面支持、营造良好环境。

2021 年 7 月 9 日，国务院办公厅发布《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》（国办发〔2021〕24 号），围绕跨境电商、海外仓等新业态新模式，从完善跨境电商发展支持政策、扎实推进跨境电子商务综合试验区建设、培育一批优秀海外仓企业、完善覆盖全球的海外仓网络等多个层面赋能发展，进一步释放跨境电商的发展潜力和带动作用，助力外贸量稳质升，实现高质量发展。

2022 年 1 月 11 日，国务院办公厅发布《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》（国办发〔2021〕57 号），针对目前外贸行业面临的不确定、不稳定、不平衡因素，从挖掘进出口潜力、保障外贸产业链供应链稳定畅通、稳市场主体保订单以及加强组织实施四大方面提出进一步扩大开放，促进外贸平稳发展的若干政策指引。其中明确指出要通过进一步发挥海外仓带动作用，增设一批跨境电子商务综合试验区等措施鼓励外贸新业态发展。

2022 年 1 月 19 日，国务院办公厅发布《关于促进内外贸一体化发展的意见》（国办发〔2021〕59 号），明确了内外贸一体化的发展目标：到 2025 年，市场主体内外贸一体化发展水平进一步提升，内外联通网络更加完善，政府管理服务持续优化，内外贸一体化调控体系更加健全，实现内外贸高效运行、融合发展。跨境电商作为连通国内、国际两个市场的重要形式，将不断整合国内优势资源、拓展国际市场需求，发挥其在“双循环”中的纽带作用。

受益于国家对跨境电商行业支持政策的不断加码，跨境电商呈现高速发展的

态势。海关统计数据显示，2021 年我国跨境电商进出口规模达到 1.98 万亿元，同比增长 15%；其中出口规模 1.44 万亿元，同比增长 24.5%。跨境电商是我国对外贸易进入新发展阶段、贯彻新发展理念的创新实践，是当前发展速度最快、潜力最大、带动作用最强的一种外贸新业态，是稳外贸、促发展的重要力量。

（二）公司具备创新、创造、创意特征，通过跨境电商新业态新模式与我国传统家具家居制造行业进行深度融合

1、公司的创新、创造、创意特征

（1）创新性：产品、信息技术、业态模式的创新布局

在国家产业政策的引导和支持下，以及公司不断的创新发展，公司在产品和信息技术、业态模式等方面具备创新特征。

①产品和信息技术创新

公司将研发创新作为发展的重要驱动力，报告期内不断加大对产品及信息系统的研发投入，以进一步提高创新能力，提升技术壁垒。报告期各期，公司的研发费用分别为 1,042.95 万元、1,276.93 万元、2,451.04 万元和 **1,788.41 万元**，2019-2021 年的年复合增长率达 53.30%。

A、在产品设计方面，公司对产品持续推陈出新，不断将产品品类向全屋场景拓展，形成了多材质、多场景的产品矩阵，为全球家庭提供更高品质的家居产品。凭借良好的创新设计能力，近年来公司产品设计获得多项荣誉。例如：2020 年 10 月，公司衣帽架设计作品荣获“中国设计智造大奖佳作奖”；2020 年 12 月，公司猫爬架、边桌、衣帽架等设计作品获得德国红点奖机构颁发的“当代好设计奖（Contemporary Good Design Award）”；2021 年 4 月，公司置物镜、猫树瞭望台等设计作品获得意大利 A'设计大奖（A'Design Award）；2021 年 7 月，公司衣帽架设计作品获得 2021 红点奖（reddot award 2021 winner）；2021 年 11 月，公司“月球漫步”台灯设计作品获得 2021 国际 CMF 设计奖；**2022 年 4 月，公司多款设计作品获得 2022 年德国 iF 产品设计奖（iF Design Award）、意大利 A'设计大奖。**

公司产品设计层面的核心技术主要体现在对外观、结构、工艺等角度不断创新，从而为消费者提供风格多元、品质优良且有一定设计感的产品，并以较为平易的价格帮助消费者实现具有个人风格的时尚家居体验。以产品结构为例，公司

在长期运营经验和深入调研海外消费市场的基础上，对传统家具的结构设计做出“可拆装”改进，以可拆装的结构设计和耐碰摔的平板包材设计解决仓储、物流运输的成本难题的同时为消费者提供更友好的购物体验。

公司逐步探索实践产品构筑的“蘑菇式模型”理论，将产品的研发过程分为三个阶段：第一个阶段是基础层面，构筑产品零部件平台，其中包含大量的标准通用件和适量非标件；第二个阶段是组合成型阶段，即由零部件通过不同的排列组合形成多样化的产品；最后，当将组合而成的产品置于使用场景中，通过丰富的 CMF（Color，Material & Finish，颜色、材料、表面处理）的变化，构建起不同的产品矩阵，最终实现产品开发周期缩短、原材料采购及生产规模化的优势。比如公司 VASAGLE farmhouse 系列产品。

研发思路

案例：VASAGLE farmhouse 系列

最终通过丰富的CMF产品组合形式为产品赋予无限可能。



B、数字化信息技术层面，相比传统贸易，跨境电商的供应链链条更长，流程更复杂，涉及境内境外、线上线下多个业务环节的联动，需要强大、完善的信息系统支撑各项业务活动。公司在数字化信息技术层面的核心技术主要体现在对全业务流程的数字化改造，通过以 EYA、CRM、SRM、SAP 等为主的业务及财务系统，打造了覆盖产品开发设计、采购、销售、仓储、物流、配送、客服、管理等复杂业务链条的数字化运营管理体系，以业务环节统一化、标准化实现降本增效的目标，通过互联网技术为公司跨地域的高效管理和多渠道的业务发展赋

能。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司已取得 414 项专利，其中实用新型专利 10 项，外观专利 404 项；已取得 59 项著作权，其中计算机软件著作权 51 项，美术作品著作权 8 项。未来，公司将持续加大产品和技术创新力度，进一步提升创新能力，不断增强公司的市场竞争力。

②业态创新

近年来，国家接连出台一系列支持跨境电商行业发展的政策，促进了跨境电商行业的快速发展。跨境电商改变了传统商品交易的组织方式，成为对外贸易领域中极具竞争力的新业态、新引擎。

传统外贸模式是由国外的进口商主导的 OEM 或集中采购的模式，特点是单笔订单量大、金额高和频率低，进出口的产业链流程复杂，一般要跨越 5 个渠道：“国内工厂-外贸公司-目的国进口商-目的国批发商-目的国零售商”，产品流转的流程过长，渠道加价率较高，且商品的流转周期较长。

跨境电商模式是以“互联网+外贸”形式的新兴贸易业态，是以中国境内的品牌商或制造商为主导方，通过跨境电商平台进行销售，具有单笔订单金额小、高频和量大的特点。跨境电商凭借其线上交易、非接触式交货、交易链条短等优势，为我国外贸发展注入新动能，是产业转型升级、创新驱动的重要助推器。



报告期内，公司基于自身完整、协同、高效的技术研发、产品设计、品质控制、供应链管理和仓储物流体系，通过亚马逊等海外知名电商平台，将颇具竞争优势的自有品牌家居产品销往欧美日等市场。

③模式创新

公司布局全球海外仓，打通境内工厂到境外终端消费者的全链路跨境物流服务体系，实现中国品牌快速直接触达海外终端客户。作为跨境电商业务的重要境

外节点和新兴外贸基础设施，海外仓建设事关外贸高质量发展。公司一直重视发展海外仓，构建了“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”的仓储物流体系，通过建立“国内集货仓+境外海外仓”的双仓联动模式，将出口货物提前运送至集货仓，在国内对订单按照数量多少和体积大小的差异进行配货，实现整柜拼箱运输，既保证集装箱的利用率，同时确保准时装运，按时出港，较大程度控制了因全球疫情带来的“断链”风险，有效提高库存周转，降低了海外备货风险。并且，海外仓能够满足当地发货、当地配送，提升客户购物体验，解决境外产品退换货的痛点，同时以海外仓作为产品品牌海外推广的落脚点。

海外仓作为跨境电商出口的一种新模式被写入 2016 年政府工作报告。2021 年 6 月，商务部综合司和国际贸易经济合作研究院联合发布的《中国对外贸易形势报告（2021 年春季）》指出，我国外贸创新步伐不断加快，2020 年超 1,800 个海外仓成为支撑跨境电商发展、拓展国际市场的新型外贸基础设施。与传统的邮政小包、国际快递、专线物流等跨境物流运输方式相比，海外仓因其配送时效高、物流成本低、购物体验好而越来越受跨境出口电商企业的青睐。2021 年 1 月 11 日，国务院办公厅《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》，明确提出进一步发挥海外仓带动作用，积极利用服务贸易创新发展引导基金等，按照政策引导、市场运作的方式，促进海外仓高质量发展。

报告期内，公司持续聚焦提升消费者购物体验，不断提高终端销售配送时效；公司立足欧洲、北美等海外及国内自营仓，辅之以海外平台仓、海外及国内第三方合作仓，实现了仓储管理的流程化、本土化、多点化布局；公司强化与跨境物流服务商良好的合作关系，保证采购发货时效，从而打造了较为完善的跨境仓储物流体系。截至 **2022 年 6 月 30 日**，公司位于德国、美国、中国、英国的境内外自营仓面积合计超过 290,000 平方米，并在中国、欧洲、北美、日本等国家或地区设有多个第三方合作仓。与此同时，为了保证高效、精准的库存管理，提高仓储物流的运营管理效率和服务时效性，公司自主开发了 **WMS** 仓储管理系统，结合内部仓储动态仓位、发货路径优化等技术，实现了仓储物流效率的优化。

公司海外仓分布图



(2) 创造性：数字化技术贯穿业务全流程，实现对传统家具家居行业的数字化赋能升级

公司自设立之初就重视数字化对业务发展的长远推动作用，通过应用系统研发实现关键业务环节的智能化运作，通过数字技术研发辅助业务流程的持续精进。公司旨在以全链路数字化提升业务运营效率，加强对终端消费者的服务质量，实现“需求预测-产品设计-供应链协同-用户反馈”的高效循环。同时，公司把数字化技术逐步赋能于核心供应商，协助供应商逐步对关键业务流程完成数字化改造，提高整体沟通和管理效率。

目前，公司已上线或已完成开发的主要信息技术模块创新优势如下：

分类	技术模块	创新优势	状态
应用系统研发	供应链协同	建立了供应链协同平台，目前已完成与超过 160 家供应商合作，实现 ERP 系统与供应商协同平台的备货单、采购订单、质量管理、开票和请款的深度协同，通过闭环管理整合了优势资源，使采购流程标准化、透明化，提升了采购效率。	已上线
	订单管理	订单管理系统完成了 17 个平台共 53 个国家站点的对接，实现了所有平台订单的集中高效处理。相关环节特点如下： (1)通过各平台提供的 API 接口，自动完成待处理订单的下载，避免了人工逐个平台下载订单的低效操作； (2)订单管理系统能完成自动分仓、自动选择最优的物流公司、自动拆单、自动合单，超过 85%的订单能自动完成上述处理且	已上线

		不需要人工审核，极大提升了相关业务部门的工作效率； （3）异常订单自动处理，能够实现各类型异常订单的自动拦截标记，如：价格异常、地址异常、税率异常等，同时极大降低人工处理的复杂度同时提升效率，避免无谓经济损失的产生； （4）精准的订单对账及税号计算功能，能够精准高效地完成成千上万订单的秒级对账，极大地提升了相关业务团队的工作效率和工作质量，为公司的精细化管理提供了基础保障。高效的订单处理及发货流程，提升了公司的运营效率，潜在的也提升了用户的购物体验。	
	海外仓储管理	自主设计研发的仓储管理系统实现了欧洲及美国超过 10 个高架仓库的精细化管理。针对公司行业属性，深度匹配了公司的行业属性及公司业务流程，相关环节特点如下： （1）精细化的立体库位管理，能够精准管理到每一个 SKU 在仓库的位置，使得仓库作业人员可以及时高效地定位货物位置，极大提升了仓库人员的作业效率，解决了仓库无规划，库存混乱，作业需要熟练工，生产作业成本高，易出错的问题； （2）根据公司业务场景进行了深度定制化的集中管理，可以为仓库作业提供最优工作模式的匹配，减少仓库作业人员行走路径，最大化单次作业的拣货数量，能够较好地适配零售发货、FBA 仓库补货、FBA 仓库召回收货、客户自提等多模式； （3）作业的全流程跟踪及统计功能，可以辅助仓库管理人员完成工作量的统计、出入库效能的分析、费用的统计等工作，使得员工工作效率清晰可见，发货异常可溯源，仓库运营成本可控，KPI 绩效清晰。自主可控、高效的海外仓储管理体系，提升了用户体验和抗风险能力。	已上线
数字技术研发	算法分析-销售预测	为提高产品销售预测数据的准确性，公司通过充分测试调整优化 SARIMA 模型（Seasonal Auto Regressive Integrated Moving Average，周期性自回归差分移动平均），建立了基线销售预测模型，同时按照产品的分层、分级特征，以及周转率、交付率等关联指标等持续对模型进行检测和优化，为订货预测提供技术支持，目前该技术尚在验证测试中。	已上线
	算法分析-基于场景化的语意情感分析	当前主流评论分析技术主要以通用评价内容抓取和词频统计为主，缺乏对于业务专属特性的归集分析。公司运用 ABSA 信息技术（Aspect-Based Sentiment Analysis，基于场景化的语意情感分析技术），对互联网上的用户评价、用户反馈等自然语言进行结构化分析，实现了在家具家居领域，基于功能、场景、价格、服务、质量、样式等的结构化抽取、归类和情感分析，辅助产品、营销和客服等部门在各自环节快速识别消费者的需求，从而大幅提升消费者洞察的效率。	已上线
	算法分析-图像处理	使用 SSD 技术（Sum of Squared Differences，误差平方和算法）对图像中的物体实现快速的识别和分类，辅助设计和运营部门快速分类处理大量图片，同时辅助结构化商品详情的图片数据，支撑后续的机器学习和深度分析；对采集的大量产品图片进行学习和比对，生成各式新图片数据，可以给产品开发、设计、	已上线

		运营提供产品开发或场景搭配参考依据和支持，同时使用VGG16等技术，对大量图片进行特征抽取和分群处理，加速图像处理过程，从而大幅提升公司处理图片的效率。	

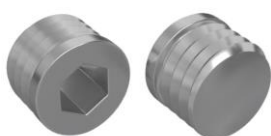
（3）创意性：以扁平化包装为基础，采用新工艺创新传统整装家具家居产品

目前，公司产品主要以线上销售为主要渠道，并通过物流配送直达终端消费者，由消费者自主安装。为保证客户对产品安装及使用体验良好，且保证公司产品的经济效益，公司会在产品设计环节、生产工艺、包装体积和摔箱标准都区别于传统家具产品和要求，在满足集装箱体积利用最大化、适配平台仓储配送费收费尺寸标准和长距离远程运输的前提下，进行产品创新、结构创新和工艺创新。公司对体积和重量较大的家具家居产品采用了可拆装的结构设计和耐碰摔的平板包材设计，持续通过创新与突破，实现以更亲民的价格提供更有风格的家居产品，帮助更多消费者打造梦想中的美好生活。

因此，公司以模块化部件、可拆卸式组装、扁平化包装的研发理念为导向，结合对海外消费者的洞察分析，持续改进优化产品设计、结构、工艺，实现产品在美学、人体工学、性能等多方面的融合创新，部分代表性产品如下：

产品描述	改进前	改进后	创新优势	类型
一种带有遮阳板的休闲躺椅			（1）通过深入精准的消费 者洞察，对市场上休闲躺椅 遮阳板进行结构创新，满足 消费者躺卧休闲状态下对 遮阳板无级调节的需求； （2）免安装设计，省掉用 户安装痛点； （3）经过多次实验，精选 出配件螺丝与胶水配比，提 升该品类客户好评率 40%。	结构创新
一种增加 稳定性的 便携吊床			（1）吊床木棒为组装结构， 减小体积，增加了便携性； （2）木棒由直木棒改为弯 木棒，减小侧翻风险，提升 吊床安全性。	结构创新

菱形边桌结构			(1) 基于对流行风格的准确把握,设计出菱形风格的差异性造型,在投入市场后短时间内即获得消费者认可,实现销量快速攀升; (2) 在不影响产品外观的前提下,通过结构优化,降低产品包装尺寸,实现产品的物流成本降低。	结构创新
分节款电视柜			(1) 分节款工艺有效解决 1.4 米、1.6 米、1.8 米电视柜不能进入平台仓问题。 (2) 包装体积由 150cm*50cm*10cm 下降至 86cm*48cm*15cm。	结构创新
布抽柜面板			(1) 提升产品结构强度; (2) 引入新材料及复合工艺,使产品在外观上的可扩展性大大增强; (3) 增强产品质感,提升产品溢价; (4) 与传统抽屉相比,解决了安装难、成本高、包装体积大的问题。	结构创新
方形管缩管			传统工艺需要经过铁片切料、冲压、冲孔、焊接、打磨等过程,改为缩管工艺后,管材直接缩管,省去切料、冲压、焊接、打磨工艺,极大提升生产效率,降低人工成本。	结构创新
首饰柜裹覆表面处理工艺			(1) 将首饰柜表面处理工艺,由传统的喷漆处理经反复尝试,改为 PVC 裹覆工艺; (2) 裹覆工艺较喷漆工艺,使得表面处理环节的生产步骤和生产工时得到显著缩短,节省产品成本; (3) 裹覆工艺的表面处理相较于喷漆,耐磨耐刮能力更好,降低了产品由表面下次引起的客诉问题。	工艺创新

预埋螺母			(1) 解决客户用错螺丝导致的板面顶破损的问题； (2) 解决薄板材生产埋牙深浅度公差异常导致顶破板材的问题。	工艺创新
可调节头枕办公椅			(1) 借鉴飞机头等舱座椅头枕支撑可调设计，在传统办公椅上创新引入该功能； (2) 头枕可调功能以低成本提升了客户的使用体验，对长期使用客户的舒适感有较大提升，使产品在市场上获得了明显的竞争力。	产品创新

报告期各期，公司每年新增的自主研发的产品设计款式数量分别为 612 个、1,587 个、873 个和 **282** 个，其中最终定稿生产的产品款式数量分别为 274 个、582 个、420 个和 **242** 个。2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司自主研发的研发成果带来的收入及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
自主研发产生的收入 (①)	78,267.83	169,275.31	104,000.97	40,340.09
营业收入 (②)	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
研发成果带来的收入占营业收入的比例 (③=①/②)	27.87%	28.37%	26.19%	17.35%

公司以“全球互联网家居领先品牌”为长期发展战略定位，产品路线图以“家”的全场景全品类规划为边界，致力于打造以“高性价比 (Value for money)”、“全家居场景 (Variety)”和“时尚风格设计 (Stylish)”为核心特点，对标“宜家”的线上一站式家居品牌，因此产品不断向系列化、风格化、全生活场景的方向拓展。截至 **2022 年 6 月 30 日**，公司产品涉及 **223** 个细分品类，产品 SPU 数量达 **3,167** 个，每个细分品类都有相对独立的产品设计特点和材质要求，对产品设计师的知识技能要求不同；而公司国内外共有 **78 名产品研发设计人员**，从投入产出比角度衡量，公司将有限的设计资源聚焦于核心品类。并且，我国具有非常齐全且细分的家具家居供应链体系，公司结合自身的产品发展规划路线，利用公司海外线上销售及对海外消费者需求洞察和渠道的优势，与国内供应商形成优势互补。因此，报告期内，公司收入主要来自非自主研发成果主要是公司充分利

用中国家具家居供应链优势提高经营效率、提升经营规模的结果，具有商业合理性。

报告期内，公司自主研发能力不断提高，自主研发的产品成果所产生的销售收入及其占营业收入的比例总体呈现逐年上升的趋势。未来公司将持续积极探索推出创新型产品，致力于为消费者带来更优质的消费体验。

2、公司业态创新、模式创新和新旧产业融合情况

随着全球贸易增速整体放缓，我国进出口贸易的发展也进入了增速放缓的新常态，对外贸易面临的形势较为严峻。而与此同时，我国跨境电商经历了飞速的发展，交易规模呈现出高速增长的态势。根据网经社数据，2020 年我国跨境电商交易额占我国货物贸易进出口总值的比例达 38.86%，其中，跨境电商出口规模占我国跨境电商进出口贸易总额的比例达 77.60%，跨境电商已成为我国对外贸易中不可或缺的重要组成部分，是拉动我国对外贸易增长的重要引擎。跨境电商作为外贸新业态，是我国产业转型升级、创新驱动的重要助推器。尤其在现代服务业与制造业深度融合的阶段，产业间的融合创新将为我国传统跨境贸易模式提供新动能、新机遇。

报告期内，公司深耕亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等第三方电商平台，背靠我国完善的供应链制造体系和优质的家具家居产业集群，借助互联网技术赋能上下游产业链，对贸易各环节实现效率提升，通过产品研发与设计、外协生产及采购、跨境运输及仓储、线上销售及客户服务等业务环节链接上游供应商与遍及欧洲、北美和日本等国家或地区的终端消费者。通过跨境出口电商新业态、新模式与我国传统家具家居制造行业的深度融合，在促进行业持续发展和公司业绩快速增长的同时，实现“中国制造”向“中国品牌”的转型升级。

（三）公司具有较好的成长性

公司自成立以来，一直专注于家居产品的研发、设计和销售，是全球知名的互联网家居品牌商。随着我国跨境出口电商行业快速发展，全球家居市场空间持续扩大，海外市场电商渗透率不断提升，在我国完善的供应链制造体系和优质的家具家居产业集群的支撑下，公司凭借自身的品牌优势、供应链快速响应优势、仓储物流优势、质量控制优势、研发设计优势、目标市场本地化运营优势以及企业文化和人才优势，市场知名度显著提升，近年来销售规模实现了快速增长。

报告期内，公司实现营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 **280,867.67 万元**，2019 年至 2021 年的年复合增长率为 60.19%，经营规模持续扩大。公司营业收入呈现良好的增长趋势，体现出公司较好的成长性。

综上所述，公司贯彻创新驱动发展战略，所处行业不属于《深圳证券交易所创业板企业发行上市申报及推荐暂行规定》中列示的原则上不支持其在创业板上市的行业，主营业务模式是国家产业政策大力支持的跨境电商新业态，并依靠创新、创造、创意开展经营活动，通过跨境电商新业态新模式与我国传统家具家居制造行业进行了深度融合，属于成长型创新创业企业，公司符合创业板定位要求。

六、发行人选择的具体上市标准

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，公司选择的具体上市标准为：“最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于人民币 5,000 万元”。

公司 2020 年、**2021 年**归属于母公司股东的净利润分别为 38,024.61 万元、**23,981.79 万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 45,869.27 万元、**20,748.83 万元**，扣除非经常性损益前后孰低的净利润均为正且累计不低于人民币 5,000 万元，符合上述标准。

七、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，发行人公司治理不存在特殊安排事项。

八、发行人募集资金用途

本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将依次用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	募集资金投入金额
1	研发设计中心建设项目	31,802.26	31,802.26
2	仓储物流体系扩建项目	51,677.57	51,677.57
3	郑州总部运营管理中心建设项目	35,096.72	35,096.72
4	补充流动资金	30,000.00	30,000.00
合计		148,576.55	148,576.55

公司将严格遵循相关管理制度使用募集资金。若本次募集资金不能满足上述拟投资项目的资金需求，不足部分由公司自筹解决；若本次发行并上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换；若本次募集资金最终超过项目所需资金，则剩余资金将严格按照募集资金管理办法用于与主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

本次募集资金运用的具体情况请参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”的相关内容。

第三节 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、占发行后总股本的比例	本次拟公开发行股票数量不超过 4,015.00 万股，不低于本次公开发行后发行人总股本的 10%，均采用公开发行新股的方式，不涉及发行人股东公开发售股票
每股发行价格	【】元
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	若公司决定实施高级管理人员及员工战略配售，则公司将履行内部程序审议该事项的具体方案，并依法进行披露
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	发行人或本次发行若符合保荐机构跟投要求的，保荐机构将安排相关子公司参与本次发行战略配售，具体按照深圳证券交易所相关规定执行
发行市盈率	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股收益计算，每股收益以【】年度扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润除以本次发行后总股本计算）
发行前每股净资产	【】元（按截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产/发行前公司总股本）
发行后每股净资产	【】元（按截至【】年【】月【】日经审计的归属于母公司股东的净资产/发行后公司总股本）
发行市净率	【】倍（按询价确定的每股发行价格除以发行后每股净资产计算）
发行方式	采用网下向询价对象配售发行和网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式或证券监管部门认可的其他方式（如发行时中国证监会关于股票的发行方式有变化，则按变化后的发行方式发行）
发行对象	符合资格的询价对象和在深圳证券交易所开户并开通创业板市场交易账户的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规、中国证监会及深圳证券交易所规范性文件规定的禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，其中承销及保荐费用【】万元、审计验资费用【】万元、律师费用【】万元、信息披露费用【】万元、发行手续费用及其他费用【】万元，上述费用均为不含税金额

二、本次发行的有关当事人

（一）保荐人（主承销商）

名称	广发证券股份有限公司
法定代表人	林传辉
注册地址	广东省广州市黄埔区中新广州知识城腾飞一街2号618室
联系地址	广东省广州市天河区马场路26号广发证券大厦
电话	020-66338888
传真	020-87553600
保荐代表人	肖东东、谭旭
项目协办人	夏朋志
项目其他经办人	郭国、林建霖、李嘉伟、宋倩怡、王根源、叶俏欣、孙腾飞

（二）律师事务所

名称	北京市中伦律师事务所
负责人	张学兵
注册地址	北京市朝阳区金和东路20号院正大中心3号楼南塔23-31层
电话	010-59572288
传真	010-65681838
经办律师	韩公望、方瀛平

（三）会计师事务所、验资机构

名称	普华永道中天会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	李丹
住所	中国（上海）自由贸易试验区陆家嘴环路1318号星展银行大厦507单元01室
电话	021-23238888
传真	021-23238800
经办注册会计师	高建斌、陈静

（四）资产评估机构

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
电话	010-88018768
传真	010-88019300
经办资产评估师	王海鹏、王鑫淼

（五）股票登记机构

名称	中国证券登记结算有限责任公司深圳分公司
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号深圳证券交易所广场 25 楼
电话	0755-21899999
传真	0755-21899000

（六）收款银行

名称	中国工商银行广州市第一支行
户名	广发证券股份有限公司
收款账号	3602000109001674642

（七）拟上市证券交易所

名称	深圳证券交易所
住所	深圳市福田区深南大道 2012 号
电话	0755-88668888
传真	0755-82083947

三、发行人与本次发行有关中介机构的股权关系和其他权益关系

公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、预计发行上市的重要日期

工作安排	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

投资者在评价公司本次公开发行的股票价值时，除应认真阅读本招股说明书提供的其他资料外，还应该特别考虑下述各项风险因素。下述风险是根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，但该排序并不表示风险因素会依次发生。

一、经营风险

（一）国际贸易摩擦的风险

近年来，随着国际贸易市场摩擦不断，产品进口国的贸易保护主义有抬头趋势。报告期内，公司产品的销售市场主要包括欧洲、北美、日本等国家和地区，公司在北美地区实现的销售收入分别为 93,057.21 万元、154,510.51 万元、233,457.21 万元和 115,052.44 万元，占各期主营业务收入的比例分别为 40.07%、38.94%、39.18%和 41.46%，其中美国市场是公司产品的主要销售市场之一。2018 年以来，美国政府采取了多项贸易保护主义政策，导致中美之间的贸易摩擦和争端不断升级，公司部分产品在美国加征关税的清单内。2022 年 3 月 23 日，美国贸易代表办公室（USTR）发布公告，宣布对处于 301 中国法案关税加征清单中的 352 项商品豁免加征关税，豁免期间自 2021 年 10 月 12 日至 2022 年 12 月 31 日，公司部分产品在本次关税豁免清单内。由于国际局势瞬息万变，如果未来中美双方未能达成友好协商，贸易摩擦长期持续乃至进一步升级，而公司无法采取有效的应对措施，则公司产品的价格竞争力有可能受到削弱，美国消费者对公司产品的消费需求可能减少，公司的经营业绩可能因此受到较大不利影响。

国际贸易政策与公司业务发展的关系密切，而国际贸易存在诸多不确定因素，如各国政治局势、经济政策等变动均会影响该国的国际贸易政策。未来，若公司其他主要海外市场的国家或地区改变了进口关税政策，或实行贸易保护主义政策，而公司未能采取有效应对措施，则会影响公司产品在该国的销售，进而对公司经营业绩产生一定的不利影响。

（二）新冠肺炎疫情对公司经营活动造成不利影响的风险

自疫情在国内爆发后，中国政府快速响应，国内疫情已基本得到有效控制，国内企业生产经营活动也已基本恢复正常。但如果未来国内个别地区或局部地域出现疫情扩散且政府再次实施限制人员流动等相关疫情防控措施，可能影响公司外协供应商的生产经营，进而对公司的产品采购产生较大不利影响。

目前，海外疫情防控形势仍较为严峻，疫情在短期内对公司产品跨境出口的海运成本、运输时效等方面都产生了较大的不利影响。同时，如果欧洲、北美、日本等国家或地区疫情不能得到有效缓解或疫情再次大面积爆发，而公司未能及时采取有效的应对措施，则公司存货的仓储物流以及销售订单的配送成本、配送时效都将受到一定负面影响，公司经营业绩因此可能受到一定不利影响。

（三）第三方电商平台经营风险

公司主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等海外线上 B2C 平台销售产品，线上 B2C 平台是公司的主要销售渠道。报告期内，公司线上 B2C 渠道实现的销售收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81%和 **80.71%**。目前，亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等线上平台已逐渐发展为成熟的全球性开放式电商平台，但如果该等电商平台的业务模式、经营策略或经营稳定性发生重大变化，则可能对公司的经营业绩产生不利影响。

此外，报告期内，公司通过亚马逊 B2C 平台实现的销售收入占主营业务收入的比例分别为 81.13%、71.80%、67.87%和 **66.77%**，占比较高。如果亚马逊对第三方卖家的平台政策及平台费率进行较大调整，或者公司与亚马逊平台的合作关系在未来发生重大不利变化，而公司未能及时、有效拓展其他销售渠道，将对公司经营活动、财务状况产生不利影响。

（四）经营业绩波动的风险

2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司实现营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 **280,867.67 万元**，2019 年至 2021 年的年复合增长率为 60.19%；归属于母公司股东净利润分别为 10,799.43 万元、38,024.61 万元、23,981.79 万元和 **11,036.84 万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 16,390.04 万元、45,869.27 万元、20,748.83 万元和 **10,554.71**

万元，公司销售规模增幅较大，但利润规模存在一定波动。

2021 年以来，受海运价格持续上升、欧元及美元兑人民币汇率震荡下行等不利因素影响，公司经营业绩存在一定的波动。2021 年，公司营业收入同比增长 50.27%，归属于母公司股东净利润同比下降 36.93%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润同比下降 54.77%；**2022 年 1-6 月，公司营业收入同比下降 12.22%，归属于母公司股东净利润同比下降 21.40%，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润同比下降 15.94%**。若未来出现国际贸易政策和行业政策变化、市场竞争加剧、公司产品销售价格下降、产品采购价格或运输服务价格大幅上涨、募投项目建设未达预期或公司不能持续保持竞争优势等情形，或海运价格上涨、汇率波动等不利因素持续存在，公司将面临经营业绩下滑的风险。

（五）境外经营风险

公司在香港、德国、美国、日本等地均设立了子公司，主要由该等境外子公司负责产品的采购和销售业务，终端消费者遍布全球多个国家或地区，公司在经营过程中面临不同国家和地区的监管风险，涉及税收、知识产权、隐私保护、消费者权益保护及不正当竞争等诸多方面。随着公司业务的快速发展，公司可能面临日趋复杂的经营环境，如果未来境外子公司或消费者所在国家或地区法律法规及相关监管要求发生不利变化，而公司管理层未能及时了解相关区域的经营环境、监管要求的变化情况，或缺少相应的管理经验和能力，可能带来经营管理风险，从而对公司业绩造成不利影响。

（六）海运价格持续上涨的风险

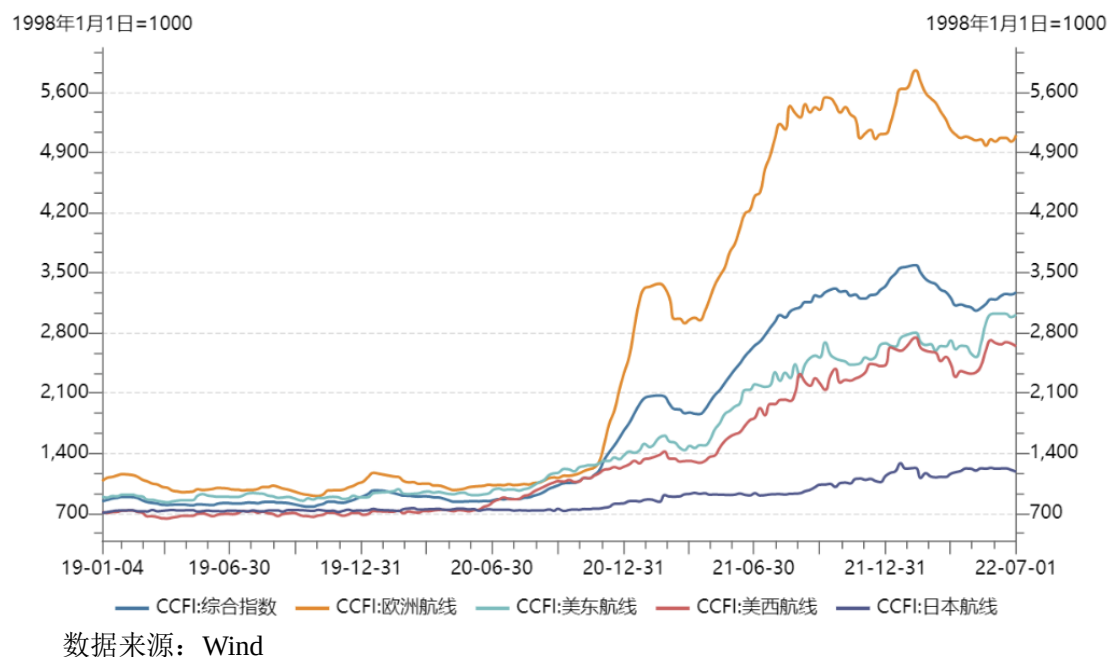
公司通过海运的方式将产品运抵至位于欧洲、北美及日本的自营仓、平台仓或第三方合作仓，海运费指境内港口到境外港口的海路运输费用。

2021 年以来，一方面，国外疫情反复，加速产业外迁订单向国内回流，导致国内集装箱需求出现“一箱难求”的现象；另一方面，国外疫情的反复也催发行业用人紧张的问题，同时再叠加苏伊士运河堵塞事件影响，国际运力更是处于紧张状态。上述供需严重失衡的关系，促使运价不断飙涨。

2021 年，公司欧洲航线、北美航线的海运费实际结算价的平均价格较 2020 年分别上涨了 250.82%、102.25%，公司主营业务成本因此显著上升。报告期内，

公司海运费占主营业务成本比例分别为 6.01%、6.83%、15.59%和 **18.41%**，2021 年及 **2022 年 1-6 月** 占比上升明显。

由上海航运交易所发布的中国出口集装箱运价指数（CCFI），是反映中国出口集装箱运输市场价格变化趋势的一种航运价格指数。2019 年 1 月至 2022 年 6 月，中国出口集装箱运价指数（CCFI）的具体变动情况如下：



受全球疫情的影响，2021 年以来国际远洋运输的海运价格上涨幅度较大，对公司经营业绩产生了较大不利影响。此外，近期俄乌冲突爆发后，截至目前未对集装箱航运市场产生重大不利影响，欧美主要航线 2022 年 3 月的海运价格甚至有所回落。但若俄乌冲突持续升级，可能将进一步推高油价，使得班轮公司燃油成本快速上涨，进而导致海运价格上涨。如果未来海运价格持续上涨，则公司存在经营业绩下滑的风险。

（七）外协产品质量控制风险

公司主要经营自有品牌家居产品的研发、设计和销售，专注于高附加值的研发设计端及运营销售端，强化“微笑曲线”上游的研发迭代和设计创新，以及下游的品牌运营和销售渠道，生产制造环节则全部委托外协厂商进行。随着公司采购规模的不断扩大，如果外协供应商未能严格按照公司的各项要求交付产品，或者公司不能持续保持对外协供应商的良好、有效管理，将存在影响产品质量、耽误采购进度的风险，进而给公司整体经营带来不利影响。

（八）市场需求波动风险

公司主要通过海外电商平台在欧洲、北美和日本等地区销售自有品牌家居产品。公司产品作为家庭日用消费品，终端消费者主要为个人，宏观经济的景气程度在较大程度上会影响消费者的购买能力和购买意愿。因此，欧美日等地的经济形势波动将会对公司未来经营业绩产生影响。如果未来全球宏观经济增长持续放缓、出现下滑或停滞，居民人均收入水平下降，消费者对家居产品消费能力和消费意愿可能出现下滑，从而导致公司面临业绩波动的风险。

近期，俄乌爆发地缘冲突。报告期内及截至目前，采购端，公司的外协供应商主要在国内，无位于俄罗斯、乌克兰的供应商；销售端，公司欧洲客户以西欧国家为主，东欧国家占比较低，报告期内仅 2021 年及 2022 年 1-6 月与少数俄乌地区的线下 B2B 客户开展合作，公司对该等客户的销售收入合计分别为 67.43 万元、54.62 万元，占 2021 年及 2022 年 1-6 月主营业务收入的比例分别为 0.01%、0.02%，金额及占比极小，目前仅与一家俄罗斯客户保持合作状态，且交易规模极小，亦能够正常发货、结算。因此，俄乌国际形势对公司的经营业务不会产生重大直接影响。但因俄乌冲突，欧美等国家或地区与俄罗斯之间进行了制裁与反制裁。若俄罗斯与欧美等其他国家或地区之间的制裁持续升级，可能会对欧洲其他国家的经济、贸易及市场消费需求等产生一定不利影响，进而间接对公司产品的市场需求产生一定不利影响。

此外，2020 年上半年，新冠肺炎疫情在欧美等国家或地区快速扩散，疫情期间，海外市场电商渗透率快速上升，一定程度上促进了公司收入规模的快速增长。如果未来海外市场电商渗透率无法保持一定的增长趋势，甚至无法维持现有水平，抑或消费者线上购物的行为习惯出现不利变化，可能对公司的经营业绩产生不利影响。

（九）行业竞争加剧风险

跨境电商是国家大力支持的新业态，近年来国家相关部门接连出台了一系列支持政策，促进了我国跨境出口电商行业的快速发展。同时，随着移动互联网迅速发展、物流运输基础设施不断完善，海外市场电商渗透率大幅提升，加之全球家居行业良好的发展趋势和广阔的市场空间，跨境电商行业吸引了越来越多的市

场参与者。大量企业的涌入，导致公司面临着来自更多优秀企业的竞争压力。如果未来公司不能准确判断、把握市场动态和行业发展趋势，未能提升市场洞察力，根据消费者需求不断扩充产品品类、提高产品质量、创新运营模式，则可能在激烈的市场竞争中丧失竞争优势，从而对公司的经营业绩造成不利影响。

（十）行业监管政策变化风险

近年来，跨境电商异军突起，改变了传统跨境商品交易的组织方式，成为跨境贸易领域中极具竞争力的新业态、新引擎，加速了我国外贸转型升级的步伐。我国跨境出口电商行业尚处于快速发展阶段，相关法律法规、监管政策仍在不断完善的过程中。虽然国家制定了一系列政策支持跨境电商行业的发展，为行业的经营发展提供了良好的机遇、广阔的空间以及充分的保障，但如果未来中国或国外监管部门出台新的法规、政策，改变行业监管环境，而公司未能满足新的监管政策要求，将对公司的经营活动产生不利影响。

二、财务风险

（一）税收优惠及政策变化风险

1、企业所得税优惠变化风险

公司于 2019 年 12 月 27 日被评定为技术先进型服务企业，2019 年度至 2021 年度减按 15% 的税率计缴企业所得税。2019 年、2020 年和 2021 年，公司因技术先进型服务企业而享受的企业所得税优惠金额分别为 1,622.26 万元、4,991.76 万元和 2,001.89 万元，占当期利润总额的比例分别为 11.34%、10.71% 和 6.71%。根据《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79 号）有关规定，截至 2022 年 6 月 30 日止六个月期间公司预计可以继续适用 15% 的企业所得税税率。

截至本招股说明书签署日，公司已向相关主管部门提交了技术先进型服务企业资质复核申请材料。未来如果公司无法持续取得技术先进型服务企业认定，或者国家调整企业所得税税收优惠政策，可能会对公司经营业绩和利润水平产生一定影响。

2、税收政策变化风险

公司的德国、美国和日本子公司主要通过境外电商平台向消费者销售产品，收入主要来源于欧洲、北美和日本等国家或地区。公司整体业务环节所涉及国家或地区较多，境外各个国家或地区流转税、关税、所得税及其他税费相关法规较为复杂，公司及所聘专业税务机构已严格按照相关法规就前述各项税种进行申报缴纳，按照主要经营地或收入来源地的税收政策履行纳税义务，不存在因少缴或应缴未缴导致的任何诉讼或行政处罚。但全球各地对跨境电商的税务监管政策各有不同，未来如果主要收入来源国家或地区的税收政策发生重大变化，而公司未能正确理解并及时根据税收政策的变化进行调整，将可能被境外税务主管部门审查或采取税收监管措施；或者如果因公司或所聘税务专业机构对各项税法适用情况与主管税务机关认定存在偏差，导致存在少缴或应缴未缴的情形，则可能对公司经营造成不利影响。

同时，发行人以子公司致欧国际和领未科技为采购主体，将采购的产品销售给德国、美国和日本子公司，并通过该等子公司在当地进行产品销售，因此公司存在跨境集团内部交易。若公司内部转移定价被税务部门认定不满足独立第三方原则，则可能存在需要补缴所得税的风险。

（二）存货管理风险

公司存货由库存商品、在途存货和发出商品构成。报告期各期末，公司存货账面价值分别为 25,289.89 万元、85,865.35 万元、105,170.86 万元和 **100,058.00 万元**，占资产总额的比例分别为 38.68%、47.83%、30.70%和 **29.97%**，存货规模随公司业务规模扩大而逐年增加。较高规模的存货水平一定程度上增加了公司的存货跌价风险和资金占用压力。报告期各期末，公司计提的存货跌价准备分别为 855.44 万元、1,357.15 万元、2,298.70 万元和 **2,192.50 万元**。

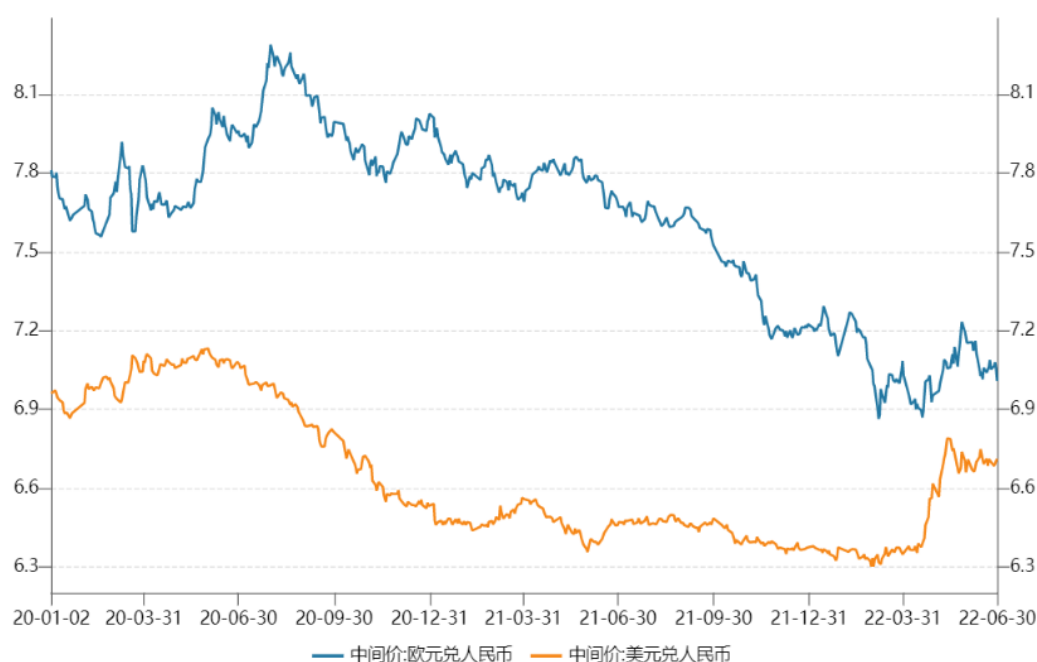
如果未来公司产品的市场环境发生重大不利变化、市场竞争加剧或公司不能优化库存管理、合理控制存货规模，可能导致产品滞销、存货积压，则公司可能需对该等存货计提大额跌价准备或予以报损，从而对公司的财务状况和经营成果产生不利影响。

此外，公司存货主要存放在海外自营仓、平台仓等，如果因管理不善发生存货损失，将对公司的经营业绩造成不利影响。

（三）汇率波动及外汇管制风险

公司主要通过德国、美国、日本等境外子公司在欧洲、北美、日本等国家或地区开展销售业务，销售收入主要来源于境外，公司境外销售业务主要以欧元、美元、英镑、加元、日元为结算币种。同时，公司主要通过香港子公司采购产品，并主要以美元和人民币进行结算。受汇率波动的影响，公司报告期内确认的汇兑损失分别为 322.53 万元、414.23 万元、7,175.21 万元和 **-105.94 万元**，占利润总额的比例分别为 2.26%、0.89%、24.03%和 **-0.73%**。公司 2021 年的汇兑损失金额较大，主要是欧元、美元兑人民币的汇率总体呈现震荡下降趋势。2021 年末，欧元、美元兑人民币的中间价汇率较 2021 年初分别下降了 9.86%、2.52%。

2020 年至 **2022 年 6 月**，欧元、美元兑人民币中间价汇率的变动情况如下：



数据来源：Wind

随着公司海外业务规模的快速扩张，公司外汇销售收入及采购支出将进一步增加。近期外汇市场持续波动，如近期受俄乌冲突的紧张局势等因素影响，短期内欧元兑人民币汇率走势存在一定不确定性。若人民币对美元、欧元等主要结算货币长期持续升值或汇率发生大幅波动，而公司未能采取有效措施应对汇率风险，可能导致公司出现大额汇兑损失，公司将面临汇率变动带来的经营业绩波动的风险。

此外，如果未来境外子公司所在国家或地区对于外汇结算、利润分配等相关法律法规发生变化，可能对公司的资金结转及利润分配造成不利影响。

（四）毛利率下滑风险

报告期内，公司的主营业务毛利率分别为 55.82%、54.78%、49.64%和 **47.73%**（为了保持报告期各期财务指标的可比性，**2020-2021 年及 2022 年 1-6 月**毛利率计算剔除了按新收入准则要求计入主营业务成本的运输费用影响），呈现逐年下滑的趋势。其中，公司 2021 年主营业务毛利率较 2020 年下滑了 5.14 个百分点，**2022 年 1-6 月**主营业务毛利率较 2021 年进一步下滑了 **1.91** 个百分点，主要是 2021 年以来受全球疫情反复影响，海运费大幅上涨，公司主营业务成本相应增加所致。

公司产品毛利率受国际贸易环境、宏观经济水平、市场需求及市场竞争状况、产品采购成本、海运成本等多种因素影响，如果未来公司不能及时根据市场环境或市场需求作出相应调整，或者公司产品的销售价格或采购成本受前述因素影响出现较大不利变化，可能会导致公司的主营业务毛利率持续下滑。

（五）经营活动产生的现金流量净额为负的风险

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别 8,899.60 万元、-20,739.27 万元、26,492.11 万元和 **15,778.88 万元**，其中 2020 年度为负值。随着公司业务规模的快速增长，存货采购规模相应大幅增长，如果未来公司经营活动现金流量净额持续为负值，公司的运营资金周转将面临一定的压力，可能会对公司业务持续经营产生不利影响。

（六）净资产收益率被摊薄的风险

报告期内，公司按照归属于母公司股东的净利润计算的加权平均净资产收益率分别为 33.72%、53.28%、16.86%和 **6.90%**，按照扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润计算的加权平均净资产收益率分别为 51.17%、64.27%、14.59%和 **6.60%**。本次发行募集资金到位后，公司净资产将比发行前显著增加，鉴于募集资金投资项目具有一定的建设和实施周期，公司的净利润增速在发行后的一定期间内可能低于净资产的增速，公司存在发行后净资产收益率被摊薄的风险。

险。

三、技术风险

（一）产品、技术创新风险

自成立以来，公司就重视对产品和信息技术研发、创新能力的提升。近年来，全球家居行业迎来快速发展，尤其在家居行业与跨境电商行业融合的新业态中，产品创新、技术创新不断涌现。如果未来公司的产品、技术创新不能适应行业的发展趋势，则公司可能无法在未来的市场竞争中保持竞争优势，公司的经营业绩可能受到一定不利影响。

（二）研发设计人才流失的风险

公司重视研发投入及研发设计团队建设，能否持续拥有稳定的研发设计团队、开发出具有竞争力的家居产品和高效的信息系统，对公司的持续发展至关重要。如果未来公司因行业竞争造成研发设计人员流失，且公司未能及时、有效补充人才，则可能削弱公司的研发设计优势及市场竞争力，从而对公司经营业务产生不利影响。

四、内控风险

（一）经营规模扩大导致的管理风险

报告期内，公司业务规模呈现快速发展态势。随着公司业务的持续、快速发展，特别是本次募集资金到位和募投项目实施后，公司资产、业务和员工规模都将迅速扩大，这将对公司的战略规划、组织机构、运营管理、财务管理、内部控制等方面提出更高的要求。如果未来公司管理层不能持续有效地提升管理能力、优化管理体系，公司的管理水平不能持续适应业务规模扩张，则公司盈利能力的巩固和提升将受到一定不利影响。

（二）信息系统的管理风险

公司主要通过亚马逊等第三方电商平台进行产品销售，公司在日常经营过程中通过自主研发的 EYA 系统完成订单管理、品质管控、船运安排、仓储统筹和

资金支付等业务流程，并且与亚马逊等第三方电商平台的系统接口进行对接，获取日常经营数据，公司业务活动的开展依赖于稳定、完善的信息系统。随着公司业务规模的快速扩大，若公司未能持续完善信息系统建设，保证数据传输的及时性、准确性和安全性，将对公司的经营管理产生不利影响。

五、法律风险

（一）租赁物业瑕疵的风险

报告期内，公司的经营场所均通过租赁方式取得。截至**2022年6月30日**，公司及其子公司境内共有7处租赁的物业未取得产权证明，其中共有4处租赁的物业涉及土地使用权为集体建设用地的情形。前述租赁物业主要用于办公、员工宿舍等用途。公司及其子公司境内承租的该等物业可能因产权手续不完善而存在租赁合同被认定无效、租赁房屋及所在土地因地方城市规划等原因被政府征用、拆迁等潜在风险，进而短期内可能对公司的日常经营产生一定影响。

此外，公司及其子公司境内租赁的部分物业未办理租赁备案手续。如果公司因未办理租赁备案登记而被主管部门处以罚款，或租赁方因产权瑕疵而受到相关主管部门的行政处罚等原因未能续租，则公司可能面临经营办公场所搬迁、短期无法在同地段租赁到类似房产或房屋租金上涨等相关风险，进而对公司日常经营造成不利影响。

（二）知识产权保护的风险

公司主要经营自有品牌家具、家居、庭院和宠物系列等家居类产品的研发、设计和销售。截至**2022年6月30日**，公司及其子公司拥有**414**项专利技术。随着行业的快速发展，未来如果存在竞争对手或不法厂商仿制公司的专利产品，而公司未能有效保护自身产品的知识产权，可能会减弱公司的市场竞争优势，从而对公司经营业务产生不利影响。

同时，公司始终重视自有知识产权的研发，避免侵犯第三方知识产权，但仍无法完全排除由于公司员工对知识产权的理解出现偏差等因素而导致的侵犯第三方知识产权的情形，以及少数竞争对手采取恶意诉讼等不当手段阻碍公司业务正常发展的风险。

六、募集资金投资项目风险

（一）募集资金投资项目的实施风险

公司本次公开发行募集资金主要投资于研发设计中心建设项目、仓储物流体系扩建项目、郑州总部运营管理中心建设项目以及补充流动资金，其可行性系公司基于对当前市场环境、行业发展趋势、产品迭代升级路径、管理效率提升需要、资金和技术等因素的分析作出的。由于募集资金投资项目的实施需要一定的建设和实施周期，如果相关政策、宏观经济环境或市场竞争等方面出现重大不利变化，都将给公司募集资金投资项目的实施进度、预期效果等带来不利影响，进而对公司的盈利状况和未来发展产生不利影响。

（二）募集资金投资项目新增费用支出导致利润下滑的风险

本次募集资金投资项目逐步实施后，公司将新增大量的研发费用投入，且固定资产、无形资产新增投资后，每年新增折旧及摊销费用亦较大。如果行业或市场环境发生重大不利变化，募集资金投资项目无法实现预期目标，则募集资金投资项目费用支出的增加可能导致公司利润出现一定程度的下滑。

七、发行失败风险

本次发行的发行结果将受到证券市场整体情况、公司经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内外部因素决定，如存在投资者认购不足的情形，公司将面临发行失败的风险。

八、其他风险

（一）股票价格波动风险

由于我国股票市场尚处于成长发育和逐步规范阶段，市场情况瞬息万变，价格波动受经济、政治、投资心理和交易技术等各种因素的影响，投资收益与风险并存。国内外宏观经济的波动、经济及金融证券政策的调整、企业经营状况变化以及股市投机等因素都会使股票价格出现波动，会给投资者带来直接风险，投资者对此应有充分的认识，谨慎投资。

（二）其他不可抗力引起的风险

公司不排除因政治、经济、自然灾害等其他不可控因素带来不利影响的可能性，提请广大投资者注意相关风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	致欧家居科技股份有限公司
英文名称	Ziel Home Furnishing Technology Co., Ltd.
注册资本	36,135.00 万元
法定代表人	宋川
有限公司成立日期	2010 年 1 月 8 日
股份公司成立日期	2020 年 8 月 26 日
公司住所	郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦 6 楼 601 号
邮政编码	450000
电话号码	0371-68991389
传真号码	0371-68891509
互联网网址	https://www.ziel.cn
电子信箱	IR@ziel.cn
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会办公室
信息披露和投资者关系负责人	秦永吉
信息披露负责人电话	0371-68991389

二、发行人设立情况以及报告期内的股本和股东变化情况

公司的前身为郑州致欧进出口贸易有限公司，2017 年 8 月 18 日，郑州致欧进出口贸易有限公司更名为郑州致欧网络科技有限公司。2020 年 8 月 26 日，致欧有限整体改制变更为股份公司。2020 年 10 月 21 日，郑州致欧网络科技有限公司更名为致欧家居科技股份有限公司。

（一）有限公司设立情况

公司前身致欧有限由宋川、张秀荣共同出资设立。2010 年 1 月，宋川和张秀荣签署了《公司章程》，约定出资设立致欧有限，注册资本为 50.00 万元，宋

川和张秀荣分别以货币形式认缴 25.00 万元出资额。

2010 年 1 月 5 日，河南宏博联合会计师事务所（普通合伙）出具《验资报告》（宏博会验字[2010]第 A004 号），经其审验，截至 2010 年 1 月 5 日止，致欧有限已收到全体股东缴纳的注册资本 50.00 万元，均为货币出资。

2010 年 1 月 8 日，郑州市工商行政管理局二七分局对本次工商登记予以核准。

致欧有限设立时的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	25.00	50.00%
2	张秀荣	25.00	50.00%
合计		50.00	100.00%

（二）股份公司设立情况

2020 年 7 月 31 日，致欧有限股东会作出决议，同意致欧有限原股东作为发起人，发起设立股份有限公司。

2020 年 8 月 1 日，致欧有限全体股东签订了《发起人协议书》，约定共同发起设立股份有限公司，以致欧有限截至 2020 年 5 月 31 日经“普华永道中天特审字[2020]第 2869 号”《审计报告》审计的账面净资产 49,340.32 万元折股，其中 18,000.00 万元折为 18,000.00 万股，每股面值 1 元，净资产超过股本部分的 31,340.32 万元计入资本公积。根据沃克森出具的《资产评估报告》（沃克森评报字[2020]第 1186 号），致欧有限截至 2020 年 5 月 31 日的净资产评估值为 69,005.06 万元。

2020 年 8 月 18 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过了设立股份公司的相关议案。

2020 年 8 月 26 日，郑州市市场监督管理局向公司换发了《营业执照》。

2020 年 9 月 25 日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2020]第 0711 号），对此次整体变更全体股东的出资情况进行了审验。

整体变更完成后，各发起人及其持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	10,446.46	58.04%
2	安克创新	1,745.51	9.70%
3	和谐博时	872.76	4.85%
4	科赢投资	696.84	3.87%
5	沐桥投资	696.84	3.87%
6	泽骞咨询	696.84	3.87%
7	语昂咨询	696.84	3.87%
8	苏州宜仲	656.04	3.64%
9	王志伟	523.65	2.91%
10	田琳	523.65	2.91%
11	天津德辉	270.00	1.50%
12	张秀荣	174.55	0.97%
合计		18,000.00	100.00%

（三）报告期内的股本和股东变化情况

报告期期初，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	49.50	99.00%
2	张秀荣	0.50	1.00%
合计		50.00	100.00%

1、2018年1月，致欧有限第二次股权转让及第一次增资

2017年12月29日，致欧有限通过股东会决议，同意：（1）宋川将其持有的致欧有限合计9.63万元出资额转让给科赢投资、沐桥投资、王志伟、田琳和张秀荣；（2）股权转让完成后，致欧有限的注册资本由50.00万元增加至2,295.00万元，新增注册资本由股权转让后的全体股东按持股比例共同认缴。

上述股权转让及增资的实现情况如下：

（1）股权转让

2017年12月29日，宋川分别与科赢投资、沐桥投资、王志伟、田琳和张

秀荣签署了《股权转让协议》，约定宋川将其持有的致欧有限 2.78 万元、2.78 万元、1.96 万元、1.96 万元和 0.15 万元出资额平价转让给科赢投资、沐桥投资、王志伟、田琳和张秀荣。

（2）增资

本次新增的注册资本为 2,245.00 万元。其中，宋川以货币形式出资 1,790.13 万元认缴新增的注册资本 1,790.13 万元；科赢投资以货币形式出资 382.50 万元认缴新增的注册资本 124.72 万元，溢价部分 257.78 万元计入资本公积；沐桥投资以货币形式出资 382.50 万元认缴新增的注册资本 124.72 万元，溢价部分 257.78 万元计入资本公积；王志伟以货币形式出资 270.00 万元认缴新增的注册资本 88.04 万元，溢价部分 181.96 万元计入资本公积；田琳以货币形式出资 270.00 万元认缴新增的注册资本 88.04 万元，溢价部分 181.96 万元计入资本公积；张秀荣以货币形式出资 29.50 万元认缴新增的注册资本 29.35 万元，溢价部分 0.15 万元计入资本公积。

2018 年 1 月 3 日，郑州市二七区工商管理和质量技术监督局对本次工商变更予以核准。

2021 年 5 月 10 日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第 0240 号），经其审验，截至 2018 年 5 月 11 日止，致欧有限已收到宋川、科赢投资、沐桥投资、王志伟、田琳和张秀荣以货币形式缴纳的增资款合计 3,115.00 万元；截至 2019 年 8 月 13 日止，致欧有限已收到宋川以货币形式缴纳的前期增资款 9.63 万元。本次增资中，新增注册资本 2,245.00 万元，新增资本公积 879.63 万元。

本次股权转让及增资完成后，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	1,830.00	79.74%
2	科赢投资	127.50	5.56%
3	沐桥投资	127.50	5.56%
4	王志伟	90.00	3.92%
5	田琳	90.00	3.92%
6	张秀荣	30.00	1.30%

合计	2,295.00	100.00%

2、2018年5月，致欧有限第二次增资

2018年5月10日，致欧有限通过股东会决议，同意将注册资本由2,295.00万元增加至2,475.00万元，新增注册资本由安克创新和和谐博时共同认缴。其中，安克创新以货币形式出资2,000.00万元认缴新增的注册资本120.00万元，溢价部分1,880.00万元计入资本公积；和谐博时以货币形式出资1,000.00万元认缴新增的注册资本60.00万元，溢价部分940.00万元计入资本公积。

2018年5月16日，郑州市二七区工商管理和质量技术监督局对本次工商变更予以核准。

2021年5月10日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第0240号），经其审验，截至2018年5月31日止，致欧有限已收到安克创新、和谐博时以货币形式缴纳的增资款合计3,000.00万元，其中新增注册资本180.00万元，新增资本公积2,820.00万元。

本次增资完成后，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	1,830.00	73.94%
2	科赢投资	127.50	5.15%
3	沐桥投资	127.50	5.15%
4	安克创新	120.00	4.85%
5	王志伟	90.00	3.64%
6	田琳	90.00	3.64%
7	和谐博时	60.00	2.42%
8	张秀荣	30.00	1.21%
合计		2,475.00	100.00%

3、2018年10月，致欧有限第三次增资

2018年10月10日，致欧有限通过股东会决议，同意将注册资本由2,475.00万元增加至3,000.00万元。新增注册资本由安克创新、和谐博时、泽赛咨询和语昂咨询共同认缴。其中，安克创新以货币形式出资4,548.00万元认缴新增的注册

资本 180.00 万元，溢价部分 4,368.00 万元计入资本公积；和谐博时以货币形式出资 2,274.00 万元认缴新增的注册资本 90.00 万元，溢价部分 2,184.00 万元计入资本公积；泽蹇咨询以货币形式出资 382.50 万元认缴新增的注册资本 127.50 万元，溢价部分 255.00 万元计入资本公积；语昂咨询以货币形式出资 382.50 万元认缴新增的注册资本 127.50 万元，溢价部分 255.00 万元计入资本公积。

2018 年 10 月 15 日，郑州市二七区工商管理和质量技术监督局对本次工商变更予以核准。

2021 年 5 月 10 日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第 0240 号），经其审验，截至 2019 年 8 月 13 日止，致欧有限已收到安克创新、和谐博时、泽蹇咨询和语昂咨询以货币形式缴纳的增资款合计 7,613.07 万元（含 26.07 万元利息），其中新增注册资本 525.00 万元，新增资本公积 7,088.07 万元。

本次增资完成后，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	1,830.00	61.00%
2	安克创新	300.00	10.00%
3	和谐博时	150.00	5.00%
4	科赢投资	127.50	4.25%
5	沐桥投资	127.50	4.25%
6	泽蹇咨询	127.50	4.25%
7	语昂咨询	127.50	4.25%
8	王志伟	90.00	3.00%
9	田琳	90.00	3.00%
10	张秀荣	30.00	1.00%
合计		3,000.00	100.00%

4、2020 年 4 月，致欧有限第四次增资

2019 年 12 月 25 日，致欧有限通过股东会决议，同意：（1）致欧有限的注册资本由 3,000.00 万元增加至 3,093.65 万元，新增注册资本由苏州宜仲和天津德辉共同认缴；（2）增资完成后，宋川、泽蹇咨询和沐桥投资分别向苏州宜仲转让各自持有的致欧有限 30.94 万元、7.73 万元、7.73 万元出资额，宋川、语昂咨询

和科赢投资分别向天津德辉转让各自持有的致欧有限 3.64 万元、7.73 万元、7.73 万元出资额。

根据《中华人民共和国公司登记管理条例》的相关规定：“公司增加注册资本的，应当自变更决议或者决定作出之日起 30 日内申请变更登记；有限责任公司变更股东的，应当自变更之日起 30 日内申请变更登记。”但受新冠肺炎疫情的影响，致欧有限未能及时办理上述增资及股权转让事项的工商变更登记手续。

致欧有限于 2020 年 4 月 22 日召开了股东会重新审议通过上述增资事项，将注册资本由 3,000.00 万元增加至 3,093.65 万元，并就该增资事项向工商主管部门申请办理变更登记。本次新增的注册资本，苏州宜仲以货币形式出资 3,410.00 万元认缴新增的注册资本 66.35 万元，溢价部分 3,343.65 万元计入资本公积；天津德辉以货币形式出资 1,403.00 万元认缴新增的注册资本 27.30 万元，溢价部分 1,375.70 万元计入资本公积。

2020 年 4 月 24 日，郑州市二七区市场监督管理局对本次工商变更予以核准。

2021 年 5 月 10 日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第 0240 号），经其审验，截至 2020 年 1 月 10 日止，致欧有限已收到苏州宜仲、天津德辉以货币形式缴纳的增资款合计 4,813.00 万元，其中新增注册资本 93.65 万元，新增资本公积 4,719.35 万元。

本次增资完成后，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	1,830.00	59.15%
2	安克创新	300.00	9.70%
3	和谐博时	150.00	4.85%
4	科赢投资	127.50	4.12%
5	沐桥投资	127.50	4.12%
6	泽骞咨询	127.50	4.12%
7	语昂咨询	127.50	4.12%
8	王志伟	90.00	2.91%
9	田琳	90.00	2.91%
10	苏州宜仲	66.35	2.14%

11	张秀荣	30.00	0.97%
12	天津德辉	27.30	0.88%
合计		3,093.65	100.00%

5、2020年5月，致欧有限第三次股权转让

2019年12月25日，致欧有限股东会审议通过增资及股权转让议案，但受新冠肺炎疫情的影响，致欧有限未能及时办理增资及股权转让事项的工商变更登记手续。根据《中华人民共和国公司登记管理条例》的相关规定，致欧有限已于2020年4月22日召开股东会重新审议通过增资议案，并于2020年4月24日办理完毕工商变更登记手续。

2020年5月26日，致欧有限股东会重新审议通过股权转让事项，同意宋川、泽骞咨询和沐桥投资分别向苏州宜仲转让各自持有的致欧有限30.94万元、7.73万元、7.73万元出资额，转让价款分别为1,590.00万元、397.50万元和397.50万元；同意宋川、语昂咨询和科赢投资分别向天津德辉转让各自持有的致欧有限3.64万元、7.73万元、7.73万元出资额，转让价款分别为187.00万元、397.50万元和397.50万元。

2020年5月28日，郑州市二七区市场监督管理局对本次工商变更予以核准。

本次股权转让完成后，致欧有限的股东及其出资情况如下：

序号	股东姓名/名称	注册资本（万元）	出资比例
1	宋川	1,795.43	58.04%
2	安克创新	300.00	9.70%
3	和谐博时	150.00	4.85%
4	科赢投资	119.77	3.87%
5	沐桥投资	119.77	3.87%
6	泽骞咨询	119.77	3.87%
7	语昂咨询	119.77	3.87%
8	苏州宜仲	112.75	3.64%
9	王志伟	90.00	2.91%
10	田琳	90.00	2.91%

11	天津德辉	46.40	1.50%
12	张秀荣	30.00	0.97%
合计		3,093.65	100.00%

6、2020年8月，整体变更设立股份公司

2020年7月31日，致欧有限股东会作出决议，同意致欧有限原股东作为发起人，发起设立股份有限公司。

2020年8月1日，致欧有限全体股东签订了《发起人协议书》，约定共同发起设立股份有限公司，以致欧有限截至2020年5月31日经“普华永道中天特审字[2020]第2869号”《审计报告》审计的账面净资产49,340.32万元折股，其中18,000.00万元折为18,000.00万股，每股面值1元，净资产超过股本部分的31,340.32万元计入资本公积。根据沃克森出具的《资产评估报告》（沃克森评报字[2020]第1186号），致欧有限截至2020年5月31日的净资产评估值为69,005.06万元。

2020年8月18日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过了设立股份公司的相关议案。

2020年8月26日，郑州市市场监督管理局向公司换发了《营业执照》。

2020年9月25日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2020]第0711号），对此次整体变更全体股东的出资情况进行了审验。

整体变更完成后，各发起人及其持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	10,446.46	58.04%
2	安克创新	1,745.51	9.70%
3	和谐博时	872.76	4.85%
4	科赢投资	696.84	3.87%
5	沐桥投资	696.84	3.87%
6	泽筹咨询	696.84	3.87%
7	语昂咨询	696.84	3.87%
8	苏州宜仲	656.04	3.64%

9	王志伟	523.65	2.91%
10	田琳	523.65	2.91%
11	天津德辉	270.00	1.50%
12	张秀荣	174.55	0.97%
合计		18,000.00	100.00%

7、2020年10月，致欧科技第一次增资

2020年10月13日，公司通过2020年第一次临时股东大会决议，同意将注册资本由18,000.00万元增加至18,997.36万元，新增注册资本由富邦凯瑞、苏州宜仲、中原前海和前海基金共同认缴。其中，富邦凯瑞以货币形式出资20,000.00万元认缴新增的注册资本474.93万元，溢价部分19,525.07万元计入资本公积；苏州宜仲以货币形式出资10,000.00万元认缴新增的注册资本237.47万元，溢价部分9,762.53万元计入资本公积；中原前海以货币形式出资7,000.00万元认缴新增的注册资本166.23万元，溢价部分6,833.77万元计入资本公积；前海基金以货币形式出资5,000.00万元认缴新增的注册资本118.73万元，溢价部分4,881.27万元计入资本公积。

2020年10月21日，郑州市市场监督管理局对本次工商变更予以核准。

2021年5月10日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第0240号），经其审验，截至2020年10月27日止，公司已收到富邦凯瑞、苏州宜仲、中原前海和前海基金以货币形式缴纳的增资款合计42,000.00万元，其中新增注册资本（股本）997.36万元，新增资本公积41,002.64万元。

本次增资完成后，公司的股东及其持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	10,446.46	54.99%
2	安克创新	1,745.51	9.19%
3	苏州宜仲	893.50	4.70%
4	和谐博时	872.76	4.59%
5	科赢投资	696.84	3.67%
6	沐桥投资	696.84	3.67%

7	泽骞咨询	696.84	3.67%
8	语昂咨询	696.84	3.67%
9	王志伟	523.65	2.76%
10	田琳	523.65	2.76%
11	富邦凯瑞	474.93	2.50%
12	天津德辉	270.00	1.42%
13	张秀荣	174.55	0.92%
14	中原前海	166.23	0.88%
15	前海基金	118.73	0.63%
合计		18,997.36	100.00%

8、2020 年 11 月，致欧科技资本公积转增股本

2020 年 11 月 25 日，公司通过 2020 年第二次临时股东大会决议，同意以截至 2020 年 10 月 31 日公司总股本 189,973,615 股为基数，以资本公积(股本溢价)向全体股东每 10 股转增 8.95 股，合计转增股本 170,026,385 股。本次资本公积转增股本后，公司总股本由 189,973,615 股增加至 360,000,000 股，各股东持股比例不变。

2021 年 5 月 10 日，普华永道出具了《验资报告》(普华永道中天验字[2021]第 0240 号)，截至 2020 年 11 月 27 日止，公司已将资本公积 170,026,385 元转增股本，变更后的注册资本为 360,000,000 元。

2020 年 11 月 27 日，郑州市市场监督管理局对本次工商变更予以核准。

本次增资完成后，公司的股东及其持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量(万股)	持股比例
1	宋川	19,796.04	54.99%
2	安克创新	3,307.75	9.19%
3	苏州宜仲	1,693.19	4.70%
4	和谐博时	1,653.87	4.59%
5	科赢投资	1,320.52	3.67%
6	沐桥投资	1,320.52	3.67%

7	泽骞咨询	1,320.52	3.67%
8	语昂咨询	1,320.52	3.67%
9	王志伟	992.32	2.76%
10	田琳	992.32	2.76%
11	富邦凯瑞	900.00	2.50%
12	天津德辉	511.65	1.42%
13	张秀荣	330.77	0.92%
14	中原前海	315.00	0.88%
15	前海基金	225.00	0.63%
合计		36,000.00	100.00%

9、2020 年 12 月，致欧科技第三次增资

2020 年 12 月 17 日，公司通过 2020 年第三次临时股东大会决议，同意将注册资本由 36,000.00 万元增加至 36,135.00 万元，新增注册资本由服贸基金认缴。服贸基金以货币形式出资 3,000.00 万元认缴新增的注册资本 135.00 万元，溢价部分 2,865.00 万元计入资本公积。

2020 年 12 月 24 日，郑州市市场监督管理局对本次工商变更予以核准。

2021 年 5 月 10 日，普华永道出具了《验资报告》（普华永道中天验字[2021]第 0240 号），经其审验，截至 2020 年 12 月 24 日止，公司已收到服贸基金以货币形式缴纳的增资款 3,000.00 万元，其中新增注册资本（股本）135.00 万元，新增资本公积 2,865.00 万元。

本次增资完成后，公司的股东及其持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	19,796.04	54.78%
2	安克创新	3,307.75	9.15%
3	苏州宜仲	1,693.19	4.69%
4	和谐博时	1,653.87	4.58%
5	科赢投资	1,320.52	3.65%
6	沐桥投资	1,320.52	3.65%

7	泽赛咨询	1,320.52	3.65%
8	语昂咨询	1,320.52	3.65%
9	王志伟	992.32	2.75%
10	田琳	992.32	2.75%
11	富邦凯瑞	900.00	2.49%
12	天津德辉	511.65	1.42%
13	张秀荣	330.77	0.92%
14	中原前海	315.00	0.87%
15	前海基金	225.00	0.62%
16	服贸基金	135.00	0.37%
合计		36,135.00	100.00%

三、报告期内的重大资产重组情况

报告期内，公司无重大资产重组。2018 年，致欧有限对实际控制人宋川控制的企业 Songmics International GmbH（简称“Songmics GmbH”）、Wuppessen Inc（简称“Wuppessen”）和三木トレーディング株式会社（简称“三木公司”）的业务进行了整合，由致欧有限通过其境外子公司 EUZIEL、AMEZIEL 和 ZIELJP 分别收购了 Songmics GmbH、Wuppessen 和三木公司（统称“老公司”）的经营性资产和业务。

本次重组前，Songmics GmbH、Wuppessen 和三木公司分别在欧洲、北美和日本主要经营家居类产品的电商销售业务，本次重组旨在收购老公司在欧美日地区的经营业务，故仅收购与后续开展业务相关的经营性资产，主要包括存货、固定资产，受让商标、专利及电商平台账号，并根据各个主体的实际经营情况承接一定金额的应付账款。本次收购是致欧有限对同一控制下相同业务进行重组，具体情况如下：

（一）EUZIEL 收购 Songmics GmbH 的相关资产和业务

1、收购的背景及原因

Songmics GmbH 成立于 2011 年 12 月 14 日，注册地址位于德国雷姆沙伊德市，注册资本为 2.50 万欧元，宋川持有 100.00%的股权。自设立以后直至本次重

组前，Songmics GmbH 主要在欧洲地区经营家居类产品的电商销售业务。

为了整合业务资源，实现同一控制下的集团业务整体上市，服务公司长期发展战略，2017 年 12 月 5 日，致欧有限通过香港子公司致欧国际在德国设立全资子公司 EUZIEL，以作为欧洲地区的销售主体，并在 2018 年收购了宋川控制的 Songmics GmbH 相关资产和业务。

2、收购的具体内容及履行的程序

2018 年 10 月 18 日，致欧有限股东会作出决议，同意由德国子公司 EUZIEL 收购 Songmics GmbH 的主要经营性资产、负债及相关业务。同日，Songmics GmbH 股东作出决定，同意将主要经营性资产及负债转让给 EUZIEL。

2018 年 10 月 18 日，EUZIEL 与 Songmics GmbH 签署了公司收购合同，约定由 EUZIEL 收购 Songmics GmbH 拥有的存货、固定资产、商标、专利、电商平台账号，并承接部分应付给致欧国际、领未科技的货款。本次收购中，在当地第三方税务咨询机构的评估及建议下，为了降低无形资产转让过程中的税务风险，商标、专利、账号以德国安永会计师事务所出具的指导性企业价值评估报告为定价参考依据；存货、固定资产及应付账款则以账面价值为定价依据。经双方协商一致，转让资产的总金额为 1,648.50 万欧元，其中，存货 1,467.65 万欧元，固定资产 19.64 万欧元，商标、专利、账号合计 161.20 万欧元；转让应付账款的总金额为 1,559.97 万欧元，EUZIEL 最终应支付的转让价款为 88.53 万欧元。

2018 年 11 月，Songmics GmbH 名下的主要电商平台账号均已完成相关转移手续。Songmics GmbH 员工的劳动关系转移至 EUZIEL，员工与 Songmics GmbH、EUZIEL 之间，以及 Songmics GmbH 与 EUZIEL 之间均不存在纠纷。

2018 年 12 月，EUZIEL 已支付上述全部款项。

本次业务重组完成后，Songmics GmbH 已停止经营，EUZIEL 承接了 Songmics GmbH 在欧洲地区的销售业务。2018 年 12 月 21 日，Songmics GmbH 股东作出决议，同意对 Songmics GmbH 进行清算。2020 年 11 月 5 日，Songmics GmbH 已注销其营业资格，目前处于清算注销状态，其清算情况请参见本节之“七 /（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况”的相关内容。

根据德国 GRÜNECKER PATENT-UND RECHTSANWÄLTE 出具的境外法律意见书，EUZIEL 和 Songmics GmbH 之间的资产收购已完成相应的董事会和股

东会审议程序，无需相关行政部门批准和备案，本次交易符合德国法律法规。本次交易价格公允且已全部支付，标的资产已完成转让手续；资产收购过程中涉及的税款已依法足额支付，不存在逃税或被税务机关处罚的情形；本次交易合法有效，不存在争议或潜在争议。

（二）AMEZIEL 收购 Wuppessen 的相关资产和业务

1、收购的原因及背景

Wuppessen 成立于 2014 年 7 月 7 日，注册地址位于美国加利福尼亚州，发行股数为 1.00 万股普通股，成立时宋川持有 80.00%的股权，Xin Zhou 持有 20.00%的股权。自设立以后直至本次重组前，Wuppessen 主要在北美地区经营家居类产品的电商销售业务。

为了整合业务资源，实现同一控制下的集团业务整体上市，服务公司长期发展战略，2017 年 11 月 15 日，致欧有限通过香港子公司致欧国际在美国设立全资子公司 AMEZIEL，以作为北美地区的销售主体，并在 2018 年收购了宋川控制的 Wuppessen 相关资产和业务。

2、收购的具体内容及履行的程序

2018 年 6 月 30 日，致欧有限股东会作出决议，同意由美国子公司 AMEZIEL 收购 Wuppessen 的主要经营性资产及业务。同日，Wuppessen 股东作出决定，同意将主要经营性资产及业务转让给 AMEZIEL。

2018 年 6 月 30 日，AMEZIEL 与 Wuppessen 签署了资产收购协议，约定由 AMEZIEL 收购 Wuppessen 拥有的存货、固定资产及业务。本次收购中，存货、固定资产以账面价值为定价参考依据，经双方协商一致，转让的存货、固定资产的金额合计为 1,089.72 万美元，其中，在库存货 794.41 万美元，在途存货 292.82 万美元，固定资产 2.48 万美元；商标、专利及电商平台账号直接转让给 AMEZIEL。2018 年 11 月 30 日，AMEZIEL 与 Wuppessen 签署了存货购销协议，Wuppessen 将其拥有的存货转让给 AMEZIEL，转让的存货金额为 678.32 万美元（包括前述在途存货 292.82 万美元）。2018 年 12 月 1 日，AMEZIEL 与 Wuppessen 签署了资产购买协议之补充协议，约定 Wuppessen 向 AMEZIEL 转让其对领未科技的应付账款 160.23 万美元。本次业务收购中，AMEZIEL 最终应支付的收购价款为 1,314.99 万美元。

2018年7月，Wuppessen 名下的主要电商平台账号均已完成相关转移手续。Wuppessen 员工的劳动关系转移至 AMEZIEL，员工与 Wuppessen、AMEZIEL 之间，以及 Wuppessen 与 AMEZIEL 之间均不存在纠纷。

2019年1月，AMEZIEL 已支付上述全部款项。

本次业务重组完成后，Wuppessen 已停止经营，AMEZIEL 承接了 Wuppessen 在北美地区的销售业务，Wuppessen 已于 2018 年 12 月 7 日完成注销。

根据美国 Stanley Law 出具的境外法律意见书，AMEZIEL 和 Wuppessen 已就本次资产收购履行内部的决策程序，符合两家公司各自章程规定；收购价格公允且已经完成价款支付，相关资产已完成转让手续；该交易合法、有效，属于两家公司正常经营和商业活动范畴，无需向行政、监管机关备案或受其监督，也不存在实际或潜在争议；AMEZIEL 和 Wuppessen 都遵守了资产出售交易所涉及的所有联邦和州税法，不存在州或地方税务机关提出逃税或其他违法指控的情形。

（三）ZIELJP 收购三木公司的相关资产和业务

1、收购的原因及背景

三木公司成立于 2017 年 1 月 11 日，注册地址位于日本大阪市，发行股数为 800.00 股普通股，宋川持有 100.00% 的股权。自设立以后直至本次重组前，三木公司主要在日本经营家居类产品的电商销售业务。

为了整合业务资源，实现同一控制下的集团业务整体上市，服务公司长期发展战略，2017 年 12 月 25 日，致欧有限通过香港子公司致欧国际在日本设立全资子公司 ZIELJP，以作为日本地区的销售主体，并在 2018 年收购了宋川控制的三木公司相关资产和业务。

2、收购的具体内容及履行的程序

2018 年 3 月 13 日，致欧有限股东会作出决议，同意由日本子公司 ZIELJP 收购三木公司的主要经营性资产及业务。同日，三木公司股东作出决定，同意将主要经营性资产及业务转让给 ZIELJP。

由于三木公司成立时间较短，本次资产重组前，其账面资产主要为存货及电商平台账户余额。根据决议约定，三木公司将其拥有的存货以账面价值为定价依据转让给 ZIELJP，电商平台账号直接切换至 ZIELJP 名下；由于三木公司的业务规模较小，故 ZIELJP 受让三木公司平台账号时，将其中的平台余额以账面价值

一并收购。本次业务收购中，转让的存货金额为 5,267.20 万日元，转让的亚马逊平台账户余额为 534.17 万日元，合计 5,801.36 万日元。

2018 年 3 月，三木公司名下的主要电商平台账号已完成相关转移手续。

2018 年 7 月，ZIELJP 已支付上述全部价款。

本次业务重组完成后，三木公司已停止经营，ZIELJP 承接了三木公司在日本地区的销售业务，三木公司已于 2018 年 9 月 14 日完成注销。

根据日本 Kitahama Partners Tokyo Office 出具的境外法律意见书，本次交易对价已经全部支付，标的资产已经交付；本次交易符合日本法律法规，合法有效，不存在争议或潜在争议；本次交易已依照日本法律的规定，缴纳了资产收购的应纳税费。

（四）资产重组对发行人业务、管理层、实际控制人及经营业绩的影响

Songmics GmbH、Wuppessen 和三木公司均受公司实际控制人宋川控制，通过本次重组，宋川将其控制的境外电商销售业务及相关人员整合至拟上市主体内。

公司 2018 年重组纳入的业务与公司主营业务具有相关性，且被重组方均自成立之日起即由公司实际控制人宋川控制。因此，本次重组符合《证券期货法律适用意见第 3 号》关于主营业务没有发生重大变化的规定，本次重组未导致公司主营业务发生重大变化。本次资产重组前后，公司的实际控制人及核心管理层在报告期内均未发生变化。

本次重组中，Songmics GmbH、Wuppessen 和三木公司重组前一个会计年度（2017 年度）的主要财务数据及其占致欧有限相应项目的比重情况如下：

单位：万元

主体	资产总额	营业收入	利润总额 ²
Songmics GmbH	17,301.44	66,214.79	-776.17
Wuppessen	8,118.59	33,058.60	-454.27
三木公司	284.78	269.88	-164.59
合计	25,704.81	99,543.27	1,395.04
致欧有限	5,211.12	8,019.43	412.92
占比	493.27%	1241.28%	337.85%

注 1：上表中财务数据未经审计。

注 2：利润指标合计数为各主体的利润绝对值数加总。

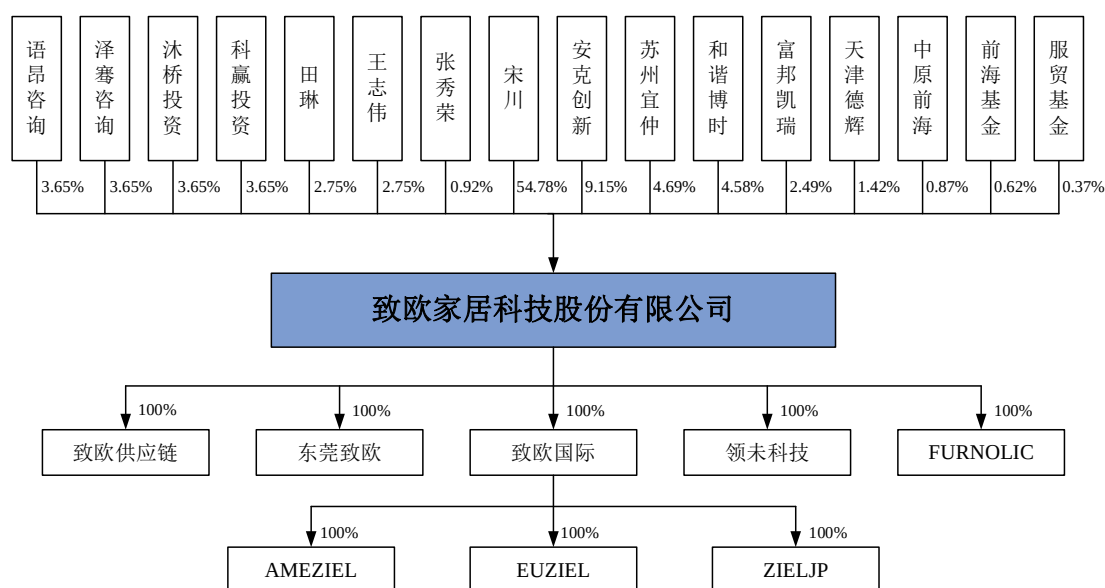
如上表所示，被收购主体重组前一个会计年度的期末资产总额、当期营业收入或利润总额累计数超过致欧有限相应项目的 100%，截至本招股说明书签署日，发行人在完成上述重组后已运行了 2019 年、2020 年及 2021 年三个完整会计年度，符合《证券期货法律适用意见第 3 号》关于重组后运行期限的相关规定。

四、发行人在其他证券市场的上市/挂牌情况

公司自设立以来，未在其他证券市场上市或挂牌。

五、发行人股权结构

截至本招股说明书签署日，公司的股权结构如下：



六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况

（一）发行人控股子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有 3 家境内子公司和 5 家境外子公司，基本情况如下：

1、领未科技

公司名称	郑州领未网络科技有限公司
成立时间	2016 年 1 月 14 日
注册资本	20,000.00 万元
实收资本	20,000.00 万元
注册地址	郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦 7 楼 701 号
主要生产经营地	河南省郑州市
股东构成及控制情况	公司持有领未科技 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	负责部分产品采购并销售给境外子公司以及 B2B 销售业务

领未科技最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
总资产	64,661.24	72,378.21
净资产	24,324.23	22,347.01
净利润	1,977.22	1,569.61

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

2、东莞致欧

公司名称	东莞致欧家居科技有限公司
成立时间	2020 年 9 月 10 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	100.00 万元
注册地址	广东省东莞市茶山镇安泰北路 79 号 1 号楼 201 室
主要生产经营地	广东省东莞市
股东构成及控制情况	公司持有东莞致欧 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责产品研发、设计及供应链管理业务

东莞致欧最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度

总资产	897.52	951.10
净资产	141.40	170.27
净利润	-28.87	67.86

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

3、致欧供应链

公司名称	东莞致欧供应链管理有限公司
成立时间	2022 年 3 月 24 日
注册资本	100.00 万元
实收资本	0 万元
注册地址	广东省东莞市谢岗镇谢岗银丰路 300 号
主要生产经营地	广东省东莞市
股东构成及控制情况	公司持有致欧供应链 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责仓储物流、供应链管理等业务

致欧供应链成立于2022年3月，报告期内尚未开展经营业务。

4、致欧国际

中文名称	致欧国际有限公司
英文名称	ZIEL INTERNATIONAL CO., LIMITED
成立时间	2017 年 9 月 12 日
发行股数	3,151.14 万股
实收股本	3,151.14 万港元
注册地址	香港九龙旺角弥敦道 610 号荷李活商业中心 1318-19 室
主要生产经营地	中国香港
股东构成及控制情况	公司持有致欧国际 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责产品采购并销售给境外销售子公司

致欧国际最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度

总资产	36,388.53	41,284.33
净资产	13,600.37	13,268.47
净利润	-345.85	61.19

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

5、FURNOLIC

公司名称	FURNOLIC CO. LTD
成立时间	2021 年 5 月 25 日
发行股本	200.00 万英镑
注册地址	Unit 8 Imperial Road Ryton on Dunsmore Coventry CV8 3LF
主要生产经营地	英国
股东构成及控制情况	公司持有 FURNOLIC 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司在英国市场销售订单的仓储物流等业务

注：由于英国脱离欧盟，故新设 FURNOLIC 负责英国市场销售订单的仓储物流等业务。2021 年 11 月，FURNOLIC 在英国租赁场所开始开展经营活动。

FURNOLIC最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
总资产	9,285.00	9,598.58
净资产	1,599.28	1,702.64
净利润	-10.75	-19.22

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

6、EUZIEL

公司名称	EUZIEL International GmbH
成立时间	2017 年 12 月 5 日
注册资本	10.00 万欧元
实收资本	10.00 万欧元
注册地址	Grünenplatzstraße 16-18, 42899 Remscheid
主要生产经营地	德国
股东构成及控制情况	致欧国际持有 EUZIEL 100%的股权

主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司产品在欧洲市场的销售业务

EUZIEL最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
总资产	129,018.88	153,827.78
净资产	6,118.59	4,460.85
净利润	1,806.47	2,624.88

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

7、AMEZIEL

公司名称	AMEZIEL INC
成立时间	2017 年 11 月 15 日
发行股数	1.00 万股
实收股本	6.50 万美元
注册地址	8291 Milliken Ave Rancho Cucamonga, CA
主要生产经营地	美国
股东构成及控制情况	致欧国际持有 AMEZIEL 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司产品在北美市场的销售业务

AMEZIEL最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
总资产	86,626.93	84,491.69
净资产	5,123.81	3,053.06
净利润	1,845.13	1,063.21

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

8、ZIELJP

公司名称	ZIELJP 株式会社
成立时间	2017 年 12 月 25 日

发行股数	800 股
实收股本	800.00 万日元
注册地址	大阪市北区長柄中三丁目 6 番 13 号
主要生产经营地	日本
股东构成及控制情况	致欧国际持有 ZIELJP 100%的股权
主要业务及其与发行人主营业务的关系	主要负责公司产品在日本市场的销售业务

ZIELJP最近一年及一期的主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日/ 2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/ 2021 年度
总资产	809.84	749.23
净资产	101.77	98.45
净利润	15.54	43.68

注：以上财务数据依据经普华永道审计的公司合并财务报表。

（二）发行人参股公司

截至本招股说明书签署日，公司不存在参股公司。

（三）发行人分公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有 1 家分公司，其基本情况如下：

公司名称	致欧家居科技股份有限公司深圳分公司
统一社会信用代码/ 注册号	91440300MA5FYHRY1A
成立时间	2019 年 11 月 29 日
营业场所	深圳市南山区西丽街道西丽社区打石一路万科云城四期（集中商业项目）A1010
经营范围	家居、家具产品的研发、设计、销售；计算机软硬件技术开发、技术咨询；销售：办公用品、电子产品、日用百货、服装、服饰、橱窗展示道具；从事货物及技术的进出口业务；房屋租赁。

七、持有发行人 5%以上股份的主要股东及实际控制人基本情况

（一）控股股东、实际控制人的基本情况

宋川先生为公司的控股股东、实际控制人，其直接持有公司 19,796.04 万股股份，占公司股本总额的 54.78%。张秀荣女士为宋川的母亲，系公司实际控制人的一致行动人，其直接持有公司 330.77 万股股份，占公司股本总额的 0.92%。

宋川先生：中国国籍，无永久境外居留权，1977 年 7 月出生，身份证号码为 410103197707*****。

张秀荣女士：中国国籍，无永久境外居留权，1949 年 12 月出生，身份证号 410103194912*****。

（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况

截至本招股说明书签署日，除公司及其子公司外，公司控股股东、实际控制人宋川仅控制一家境外公司 Songmics GmbH，该境外公司目前不存在持有其他企业股权的情况，也未实际开展经营业务，处于清算注销状态。Songmics GmbH 的基本情况如下：

公司名称	Songmics International GmbH
成立时间	2011 年 12 月 14 日
注册资本	2.50 万欧元
实收资本	2.50 万欧元
所在国家	德国
注册地址	Grünenplatzstraße 16-18, 42899 Remscheid
股东构成及控制情况	宋川持有 100%的股权
主要业务	目前未实际开展经营业务

根据德国的相关法律法规，Songmics GmbH 需完成清算并在商业登记处登记注销后才能最终实现法人主体的注销。Songmics GmbH 已于 2020 年 11 月 5 日完成营业资格注销，根据德国的税法规定，德国税务局需对 Songmics GmbH 完成各财政年度的税务审计后，Songmics GmbH 才能完成清算义务。2020 年 11 月，德国税局已对 Songmics GmbH 于 2015-2017 年期间的纳税情况进行了税务审计，Songmics GmbH 需完成 2018-2020 年期间税务审计后才能进行清算，但受新冠肺炎疫情的影响，德国税务局尚未开展 2018-2020 年度的税务审计工作。

根据德国北莱茵-威斯特法伦州（Nordrhein-Westfalen）税务局于 2021 年 8

月9日出具的书面回函，Songmics GmbH 已登记在2022年度的审计计划中，预计审计将在2023年进行。因此，Songmics GmbH 将在2023年完成税务审计后，依照德国相关规定，办理清算注销手续。

根据德国GRÜNECKER PATENT-UND RECHTSANWÄLTE出具的法律意见书，Songmics GmbH 的清算程序符合德国法律法规，该清算不存在任何法律障碍。

（三）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日，公司控股股东、实际控制人宋川持有公司的股份不存在质押或者其他有争议的情况。

（四）持有发行人5%以上股份的主要股东

截至本招股说明书签署日，除宋川外，其他持有公司5%以上股份的股东为安克创新，其持有公司9.15%股权。安克创新为深交所创业板上市公司，其基本情况如下：

公司名称	安克创新科技股份有限公司
成立时间	2011年12月6日
上市时间	2020年8月24日
股票代码	300866.SZ
注册资本	40,642.72 万元
实收资本	40,642.72 万元
注册地址	长沙高新开发区尖山路39号长沙中电软件园有限公司一期七栋7楼701室
主要生产经营地	湖南省长沙市
主要业务	主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的研发、设计和销售

截至2022年6月30日，安克创新前十名股东的情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量(万股)	持股比例
1	阳萌	17,897.40	44.04%
2	赵东平	4,870.00	11.98%

3	吴文龙	2,028.98	4.99%
4	和谐成长二期（义乌）投资中心（有限合伙）	1,534.10	3.77%
5	贺丽	1,502.70	3.70%
6	苏州维新仲华创业投资合伙企业（有限合伙）	1,267.86	3.12%
7	香港中央结算有限公司	1,170.10	2.88%
8	高韬	972.51	2.39%
9	张山峰	692.31	1.70%
10	天津市海翼远景管理咨询合伙企业（有限合伙）	548.42	1.35%
合计		32,484.38	79.92%

资料来源：上市公司 2022 年半年度报告

八、发行人的股本情况

（一）本次发行前后股本结构

本次发行前，公司的总股本为 36,135.00 万股。公司本次拟公开发行新股 4,015.00 万股，占发行后公司总股本的比例不低于 10%，发行完成后公司总股本为 40,150.00 万股，本次发行前后公司股本结构如下：

序号	股东姓名/名称	发行前		发行后	
		持股数量 (万股)	持股比例	持股数量 (万股)	持股比例
1	宋川	19,796.04	54.78%	19,796.04	49.31%
2	安克创新	3,307.75	9.15%	3,307.75	8.24%
3	苏州宣仲	1,693.19	4.69%	1,693.19	4.22%
4	和谐博时	1,653.87	4.58%	1,653.87	4.12%
5	科赢投资	1,320.52	3.65%	1,320.52	3.29%
6	沐桥投资	1,320.52	3.65%	1,320.52	3.29%
7	泽骞咨询	1,320.52	3.65%	1,320.52	3.29%
8	语昂咨询	1,320.52	3.65%	1,320.52	3.29%
9	王志伟	992.32	2.75%	992.32	2.47%
10	田琳	992.32	2.75%	992.32	2.47%

11	富邦凯瑞	900.00	2.49%	900.00	2.24%
12	天津德辉	511.65	1.42%	511.65	1.27%
13	张秀荣	330.77	0.92%	330.77	0.82%
14	中原前海	315.00	0.87%	315.00	0.78%
15	前海基金	225.00	0.62%	225.00	0.56%
16	服贸基金	135.00	0.37%	135.00	0.34%
17	社会公众股	-	-	4,015.00	10.00%
合计		36,135.00	100.00%	40,150.00	100.00%

（二）本次发行前的前十名股东

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	19,796.04	54.78%
2	安克创新	3,307.75	9.15%
3	苏州宜仲	1,693.19	4.69%
4	和谐博时	1,653.87	4.58%
5	科赢投资	1,320.52	3.65%
6	沐桥投资	1,320.52	3.65%
7	泽骞咨询	1,320.52	3.65%
8	语昂咨询	1,320.52	3.65%
9	王志伟	992.32	2.75%
10	田琳	992.32	2.75%
合计		33,717.58	93.31%

（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 4 名自然人股东，该等股东直接持股及在公司的任职情况如下：

序号	股东姓名	直接持股数量（万股）	直接持股比例	任职情况
1	宋川	19,796.04	54.78%	董事长、总经理

2	王志伟	992.32	2.75%	董事、法务总监
3	田琳	992.32	2.75%	董事、首席人力资源官
4	张秀荣	330.77	0.92%	无
合计		22,111.47	61.19%	-

宋川、张秀荣的基本情况请参见本节之“七/（一）控股股东、实际控制人的基本情况”的相关内容，王志伟、田琳的基本情况如下：

王志伟先生：中国国籍，无永久境外居留权，1976年10月出生，身份证号码为410103197610*****。

田琳女士：中国国籍，无永久境外居留权，1977年5月出生，身份证号码为410103197705*****。

（四）发行人国有股份及外资股份情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在国有股东或外资股东。

（五）最近一年发行人新增股东情况

公司申报前一年共有4名新增股东，分别为富邦凯瑞、中原前海、前海基金和服贸基金，该等股东系公司引入的外部投资者。公司引入新股东的主要原因是为了满足公司扩大业务发展的资金需求、优化股东结构及完善法人治理结构。公司申报前一年新增股东的基本情况、持股数量、入股时间、价格及定价依据的情况如下：

序号	股东名称	取得方式	取得股权时间	取得股权（万元）	取得股权比例	取得股权价款（万元）	定价依据
1	富邦凯瑞	增资入股	2020年10月	474.93	2.50%	20,000.00	友好协商确定
		资本公积转增股本	2020年11月	425.07	-	-	-
2	中原前海	增资入股	2020年10月	166.23	0.88%	7,000.00	友好协商确定
		资本公积转增股本	2020年11月	148.77	-	-	-
3	前海基金	增资入股	2020年10月	118.73	0.62%	5,000.00	友好协商确定
		资本公积转增股本	2020年11月	106.27	-	-	-
4	服贸基金	增资入股	2020年12月	135.00	0.37%	3,000.00	友好协商确定

1、富邦凯瑞

截至本招股说明书签署日，富邦凯瑞持有公司 2.49%的股份，其相关情况如下：

（1）基本情况

企业名称	珠海富邦凯瑞管理咨询企业（有限合伙）
执行事务合伙人	西藏昱驰创业投资管理有限公司（委派代表：连萌）
成立时间	2020 年 7 月 24 日
认缴出资额	20,115.00 万元
主要经营场所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-70639（集中办公区）
经营范围	企业管理咨询、商务信息咨询、信息技术咨询服务。（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）合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，富邦凯瑞的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 （万元）	出资比例
1	西藏昱驰创业投资管理有限公司	普通合伙人	100.00	0.50%
2	河南省和谐锦豫产业投资基金（有限合伙）	有限合伙人	19,673.33	97.80%
3	苏州锦虞股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	113.89	0.57%
4	苏州爱奇锦苏股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	113.89	0.57%
5	苏州锦吴股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	113.89	0.57%
合计		-	20,115.00	100.00%

（3）普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，富邦凯瑞的普通合伙人为西藏昱驰创业投资管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	西藏昱驰创业投资管理有限公司
成立时间	2017 年 5 月 25 日
注册资本	1,000.00 万元

主要经营场所	西藏自治区拉萨市堆龙德庆区东嘎镇世邦湿地公园南苑一组团 4 栋 1 单元 14 层 1402 号
法定代表人	牛奎光
实际控制人	无实际控制人
经营范围	受托管理创业投资基金（不含公募基金；不得参与发起或管理公募或私募证券投资基金、投资金融衍生品；不得从事房地产和担保业务；不得以公开方式募集资金、吸收公众存款、发放贷款；不得从事证券、期货类投资；不得公开交易证券类投资产品或金融衍生产品；不得经营金融产品、理财产品和相关衍生业务。）。(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动。)

（4）是否存在关联关系及股份代持情况

新增股东富邦凯瑞与公司股东和谐博时、天津德辉的关联关系请参见本节之“八/（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”，公司董事连萌为富邦凯瑞的执行事务合伙人委派代表。除此以外，富邦凯瑞与公司其他股东及董事、监事及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。富邦凯瑞不存在股份代持情形。

2、中原前海

截至本招股说明书签署日，中原前海持有公司 0.87% 的股份，其相关情况如下：

（1）基本情况

企业名称	中原前海股权投资基金（有限合伙）
执行事务合伙人	前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙）（委派代表：靳海涛）
成立时间	2018 年 11 月 20 日
认缴出资额	564,000.00 万元
主要经营场所	郑州市郑东新区龙子湖明理路正商木华广场 3 号楼 310-5 室
经营范围	非证券类股权投资活动及相关咨询服务。（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）合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，中原前海的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例

1	前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙）	普通合伙人	8,500.00	1.51%
2	杭州嵩银资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	8.87%
3	河南省国有资产控股运营集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	8.87%
4	河南农开产业基金投资有限责任公司	有限合伙人	50,000.00	8.87%
5	中原股权投资管理有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.32%
6	郑州国家中心城市产业发展基金股份有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.32%
7	郑州百润实业有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.77%
8	云南能投资本投资有限公司	有限合伙人	19,000.00	3.37%
9	深圳市安林珊资产管理有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.77%
10	深圳市广顺盛投资企业(有限合伙)	有限合伙人	10,000.00	1.77%
11	中信保诚人寿保险有限公司	有限合伙人	60,000.00	10.64%
12	青岛西海岸金融发展有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.32%
13	圣元环保股份有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.32%
14	青岛城投科技发展有限公司	有限合伙人	30,000.00	5.32%
15	中州蓝海投资管理有限公司	有限合伙人	20,000.00	3.55%
16	富丰泓锦投资（深圳）合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	2,500.00	0.44%
17	青岛天一丰和投资中心(有限合伙)	有限合伙人	5,000.00	0.89%
18	山东黎鸣股权投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.89%
19	烟台芝罘财金控股集团有限公司	有限合伙人	5,000.00	0.89%
20	北京中移和创股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	100,000.00	17.73%
21	新乡市瑞丰新材料股份有限公司	有限合伙人	9,000.00	1.60%
合计		-	564,000.00	100.00%

（3）普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，中原前海的普通合伙人为前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙），其基本情况如下：

企业名称	前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙）

成立时间	2018 年 3 月 12 日
认缴出资额	10,000.00 万元
主要经营场所	郑州市郑东新区龙子湖明理路正商木华广场 3 号楼 310-5 室
执行事务合伙人	前海方舟资产管理有限公司（委派代表：靳海涛）
实际控制人	靳海涛
经营范围	私募基金管理服务。（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）

（4）是否存在关联关系及股份代持情况

新增股东中原前海与公司股东前海基金的关联关系请参见本节之“八/（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”。除此以外，中原前海与公司其他股东及董事、监事及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。中原前海不存在股份代持情形。

3、前海基金

截至本招股说明书签署日，前海基金持有公司 0.62% 的股份，其相关情况如下：

（1）基本情况

企业名称	前海股权投资基金（有限合伙）
执行事务合伙人	前海方舟资产管理有限公司（委派代表：靳海涛）
成立时间	2015 年 12 月 11 日
认缴出资额	2,850,000.00 万元
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）
经营范围	股权投资基金管理（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）；创业投资业务；股权投资；投资其他股权投资基金；代理其他创业投资企业、股权投资企业等机构或个人的创业投资、股权投资业务；受托管理投资基金（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）；投资顾问与策划；投资管理（不含限制项目）、投资咨询（不含限制项目）；受托资产管理（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）；企业管理咨询（不含限制项目）；企业管理策划。（以上各项涉及法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）

(2) 合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，前海基金的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例
1	前海方舟资产管理有限公司	普通合伙人	30,000.00	1.05%
2	广东万和新电气股份有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.26%
3	珠海横琴富华金盛投资企业(有限合伙)	有限合伙人	150,000.00	5.26%
4	珠海横琴富华金灿投资企业(有限合伙)	有限合伙人	150,000.00	5.26%
5	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	150,000.00	5.26%
6	君康人寿保险股份有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.26%
7	济南峰靖商贸有限公司	有限合伙人	150,000.00	5.26%
8	新华人寿保险股份有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.51%
9	深圳市引导基金投资有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.51%
10	中国人保资产管理有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.51%
11	深圳市汇通金控基金投资有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.51%
12	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	有限合伙人	100,000.00	3.51%
13	致诚长泰肆号(深圳)投资合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	90,000.00	3.16%
14	光大永明资产管理股份有限公司	有限合伙人	70,000.00	2.46%
15	上海行普企业管理合伙企业(有限合伙)	有限合伙人	60,000.00	2.11%
16	厦门金圆投资集团有限公司	有限合伙人	60,000.00	2.11%
17	渤海人寿保险股份有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
18	深圳市中科创资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
19	李永魁	有限合伙人	50,000.00	1.75%
20	北京首都科技发展集团有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.05%
21	新兴发展集团有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.05%
22	中国电信集团有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
23	深圳市安林珊资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
24	深圳市福田引导基金投资有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%

25	厦门市三硕资产管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
26	新余市晟创投资管理有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
27	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
28	太平人寿保险有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
29	深圳市银通前海金融资产交易中心有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
30	深圳市宝安区产业投资引导基金有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
31	永诚财产保险股份有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.05%
32	深圳市创新投资集团有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.05%
33	徐州金沣股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	30,000.00	1.05%
34	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	13,300.00	0.47%
35	深圳市文燊威投资有限公司	有限合伙人	30,000.00	1.05%
36	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	20,000.00	0.70%
37	陈韵竹	有限合伙人	20,000.00	0.70%
38	唐山致行商贸有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.70%
39	深圳太太药业有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.70%
40	建信人寿保险股份有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.70%
41	阳光人寿保险股份有限公司	有限合伙人	20,000.00	0.70%
42	深圳市广顺展投资企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	0.35%
43	深圳市中孚泰文化集团有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.35%
44	横店集团控股有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.35%
45	盘李琦	有限合伙人	10,000.00	0.35%
46	郑焕坚	有限合伙人	10,000.00	0.35%
47	河源春沐源实业发展有限公司	有限合伙人	10,000.00	0.35%
48	中信保诚人寿保险有限公司	有限合伙人	66,700.00	2.34%
49	华远陆港资本运营有限公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
50	国信资本有限责任公司	有限合伙人	50,000.00	1.75%
合计		-	2,850,000.00	100.00%

(3) 普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，前海基金的普通合伙人为前海方舟资产管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	前海方舟资产管理有限公司
成立时间	2015 年 11 月 12 日
注册资本	30,000.00 万元
主要经营场所	新疆喀什地区喀什经济开发区深喀大道总部经济区深圳城 2 号楼 8 层 2-1 号
法定代表人	靳海涛
实际控制人	靳海涛
经营范围	创业投资及创业投资管理服务。（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）

（4）是否存在关联关系及股份代持情况

新增股东前海基金与公司股东中原前海的关联关系请参见本节之“八/（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”。除此以外，前海基金与公司其他股东及董事、监事及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。中原前海不存在股份代持情形。

4、服贸基金

截至本招股说明书签署日，服贸基金持有公司 0.37% 的股份，其相关情况如下：

（1）基本情况

企业名称	服务贸易创新发展引导基金（有限合伙）
执行事务合伙人	招商局资本管理（北京）有限公司（委派代表：郭健）
成立时间	2017 年 11 月 10 日
认缴出资额	1,000,800.00 万元
主要经营场所	北京市房山区长沟镇金元大街 1 号北京基金小镇大厦 B 座 410
经营范围	非证券业务的投资；股权投资；投资管理、投资咨询；资产管理。（“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”；市场主体依法自主选择经营项目，开展经营

	活动；依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事国家和本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（2）合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，服贸基金的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例
1	招商局资本管理（北京）有限公司	普通合伙人	100.00	0.01%
2	中华人民共和国财政部	有限合伙人	200,000.00	19.98%
3	江苏趵泉服务贸易产业投资基金（有限合伙）	有限合伙人	200,000.00	19.98%
4	深圳市招商招银股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	82,500.00	8.24%
5	广西投资引导基金有限责任公司	有限合伙人	60,000.00	5.99%
6	苏州合贸创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	90,000.00	8.99%
7	深圳市招服投资有限责任公司	有限合伙人	117,500.00	11.74%
8	广西国有企业改革发展一期基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	27,500.00	2.75%
9	深圳市宝安区产业投资引导基金有限公司	有限合伙人	40,000.00	4.00%
10	宁波海洋产业基金管理有限公司	有限合伙人	40,000.00	4.00%
11	张家港市招港股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	20,300.00	2.03%
12	深圳市平安置业投资有限公司	有限合伙人	19,700.00	1.97%
13	上海万业企业股份有限公司	有限合伙人	15,000.00	1.50%
14	苏州高新产业投资发展企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	1.00%
15	潍坊恒新资本管理有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.00%
16	招商证券投资有限公司	有限合伙人	8,500.00	0.85%
17	深圳通商汇鑫投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	700.00	0.07%
18	杭州和达产业基金投资有限公司	有限合伙人	20,000.00	2.00%
19	厦门象屿集团有限公司	有限合伙人	20,000.00	2.00%
20	西证创新投资有限公司	有限合伙人	10,000.00	1.00%

21	青岛青发汇金投资发展有限公司	有限合伙人	9,000.00	0.90%
合计		-	1,000,800.00	100.00%

(3) 普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，服贸基金的普通合伙人为招商局资本管理(北京)有限公司，其基本情况如下：

企业名称	招商局资本管理（北京）有限公司
成立时间	2017年2月9日
注册资本	10,000.00 万元
主要经营场所	北京市房山区长沟镇金元大街1号北京基金小镇大厦B座410
法定代表人	郭健
实际控制人	招商局集团有限公司
经营范围	资产管理；投资管理；项目投资；投资咨询（中介除外）。（“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。）

(4) 是否存在关联关系及股份代持情况

新增股东服贸基金与公司其他股东及董事、监事及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。服贸基金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

1、公司股东张秀荣为公司控股股东、实际控制人宋川的母亲。截至本招股说明书签署日，宋川、张秀荣的持股情况如下：

序号	股东姓名	持股数量（万股）	持股比例
1	宋川	19,796.04	54.78%
2	张秀荣	330.77	0.92%

2、公司股东王志伟为股东沐桥投资、语昂咨询的执行事务合伙人。王志伟

直接持有公司 2.75%的股份，并通过股东沐桥投资、语昂咨询分别间接持有公司 0.41%、0.53%的股份，其直接或间接合计持有公司 3.69%的股份。截至本招股说明书签署日，王志伟、沐桥投资和语昂咨询的直接持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	王志伟	992.32	2.75%
2	沐桥投资	1,320.52	3.65%
3	语昂咨询	1,320.52	3.65%

3、公司股东田琳为股东科赢投资、泽骞咨询的执行事务合伙人。田琳直接持有公司 2.75%的股份，并通过科赢投资、泽骞咨询分别间接持有公司 0.47%、0.23%的股份，其直接或间接合计持有公司 3.45%的股份。截至本招股说明书签署日，田琳、科赢投资和泽骞咨询的直接持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例
1	田琳	992.32	2.75%
2	科赢投资	1,320.52	3.65%
3	泽骞咨询	1,320.52	3.65%

4、自然人杨飞、牛奎光、王静波分别直接持有富邦凯瑞的执行事务合伙人西藏昱驰创业投资管理有限公司 38.00%、38.00%、24.00%的股权，牛奎光、王静波分别间接持有天津德辉的执行事务合伙人深圳越奇企业管理合伙企业（有限合伙）24.40%、24.40%的股权。此外，自然人杨飞间接持有和谐博时的执行事务合伙人珠海和谐博时资本管理有限公司 3.00%的股权。截至本招股说明书签署日，和谐博时、富邦凯瑞、天津德辉的持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	和谐博时	1,653.87	4.58%
2	富邦凯瑞	900.00	2.49%
3	天津德辉	511.65	1.42%

5、中原前海与前海基金受同一方控制，前海基金的普通合伙人为前海方舟资产管理有限公司，中原前海的普通合伙人为前海方舟（郑州）创业投资管理企

业（有限合伙），前海方舟（郑州）创业投资管理企业（有限合伙）的普通合伙人为前海方舟资产管理有限公司。截至本招股说明书签署日，中原前海、前海基金的持股情况如下：

序号	股东名称	持股数量（万股）	持股比例
1	中原前海	315.00	0.87%
2	前海基金	225.00	0.62%

除上述情况以外，本次发行前公司各股东之间不存在其他关联关系。

（七）发行人股东公开发售股份的情况

公司本次公开发行股份全部为新股发行，不涉及股东公开发售股份的情形。

（八）发行人股东情况

截至本招股说明书签署日，公司共有 16 名股东，其中，自然人股东 4 名，非自然人股东 12 名。非自然人股东中，苏州宜仲、和谐博时、中原前海、前海基金及服贸基金属于《证券投资基金法》《私募投资基金监督管理暂行办法》和《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》规范的私募投资基金；科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询为公司的员工持股平台，前述员工持股平台以及其余 3 名机构股东安克创新、富邦凯瑞及天津德辉不存在以非公开方式向合格投资者募集资金设立的情形，亦不存在委托其他任何管理机构受托管理资产的情形或行为，不属于私募投资基金，无需办理私募基金备案或私募基金管理人登记手续。

1、自然人股东的情况

公司的自然人股东包括宋川、张秀荣、王志伟和田琳，其中，宋川、张秀荣的基本情况请参见本节之“七/（一）控股股东、实际控制人的基本情况”；王志伟、田琳的基本情况请参见本节之“八/（三）本次发行前的前十名自然人股东及其在发行人处的任职情况”。

2、私募基金股东的情况

私募基金股东苏州宜仲、和谐博时、中原前海、前海基金及服贸基金的基金备案情况如下：

序号	股东名称	私募基金 备案编号	基金管理人名称	私募投资基金管 理人登记编号
1	苏州宜仲	SEK016	苏州维特力新创业投资管理有限公司	P1032365
2	和谐博时	SK7489	珠海和谐博时资本管理有限公司	P1021705
3	中原前海	SGE037	前海方舟资产管理有限公司	P1030546
4	前海基金	SE8205	前海方舟资产管理有限公司	P1030546
5	服贸基金	SCE724	招商局资本管理（北京）有限公司	P1064462

中原前海、前海基金及服贸基金的基本情况请参见本节之“八/（五）最近一年发行人新增股东情况”，苏州宜仲、和谐博时的基本情况如下：

（1）苏州宜仲

截至本招股说明书签署日，苏州宜仲持有公司 4.69%的股份，其相关情况如下：

①基本情况

企业名称	苏州宜仲创业投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	苏州宏维新力投资管理有限公司（委派代表：卫哲）
成立时间	2017 年 6 月 1 日
认缴出资额	145,000.00 万元
主要经营场所	苏州工业园区苏虹东路 183 号 19 号栋 244 室
经营范围	创业投资及相关咨询业务，代理其他创业投资企业等机构或个人的创业投资业务，为创业企业提供创业管理服务；实业投资。（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合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，苏州宜仲的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称/姓名	合伙人类型	认缴出资额 （万元）	出资比例
1	苏州宏维新力投资管理有限公司	普通合伙人	800.00	0.55%
2	杭州宇仲创业投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	50,000.00	34.48%
3	上海科创中心一期股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	15,000.00	10.34%
4	苏州工业园区元禾秉胜股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	6.90%

5	华泰招商（江苏）资本市场投资母基金（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	6.90%
6	苏州市创新产业发展引导基金（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	6.90%
7	苏州工业园区元禾招商股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	10,000.00	6.90%
8	三亚奥美信达投资中心（有限合伙）	有限合伙人	6,000.00	4.14%
9	河南省战新产业投资基金（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00	3.45%
10	武汉卓尔创业投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	3.45%
11	正佳企业集团有限公司	有限合伙人	5,000.00	3.45%
12	江苏惠泉新兴产业发展基金（有限合伙）	有限合伙人	5,000.00	3.45%
13	江苏梦嘉控股集团有限公司	有限合伙人	3,000.00	2.07%
14	南通泰德企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	3,000.00	2.07%
15	顾家集团有限公司	有限合伙人	2,500.00	1.72%
16	陈美琳	有限合伙人	1,200.00	0.83%
17	宁波梅山保税港区毛棒投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	1,000.00	0.69%
18	于驷	有限合伙人	1,000.00	0.69%
19	韩正波	有限合伙人	1,000.00	0.69%
20	林波峰	有限合伙人	500.00	0.34%
合计		-	145,000.00	100.00%

③普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，苏州宜仲的普通合伙人为苏州宏维新力投资管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	苏州宏维新力投资管理有限公司
成立时间	2017年5月8日
注册资本	1,000.00 万元
法定代表人	陈美琳
主要经营场所	苏州工业园区苏虹东路183号19栋244室
经营范围	投资管理、资产管理、受托管理股权投资企业。（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）

④是否存在关联关系及股份代持情况

苏州宜仲与公司其他股东及董事、监事及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。苏州宜仲不存在股份代持情形。

(2) 和谐博时

截至本招股说明书签署日，和谐博时持有公司 4.58%的股份，其相关情况如下：

①基本情况

企业名称	珠海和谐博时一号投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	珠海和谐博时资本管理有限公司（委派代表：连萌）
成立时间	2015 年 10 月 29 日
认缴出资额	29,305.39 万元
主要经营场所	珠海市横琴新区宝华路 6 号 105 室-8412
经营范围	股权投资、证券投资、实业投资、资产管理、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合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，和谐博时的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例
1	珠海和谐博时资本管理有限公司	普通合伙人	10.00	0.03%
2	博时资本管理有限公司	有限合伙人	29,295.39	99.97%
合计		-	29,305.39	100.00%

③普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，和谐博时的普通合伙人为珠海和谐博时资本管理有限公司，其基本情况如下：

企业名称	珠海和谐博时资本管理有限公司
成立时间	2015 年 7 月 29 日
注册资本	100.00 万元
主要经营场所	珠海市横琴新区琴朗道 88 号 628 办公 B

法定代表人	张公涛
经营范围	私募股权投资基金管理、创业投资基金管理服务（须在中国证券投资基金业协会完成登记备案后方可从事经营活动）。（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）

④是否存在关联关系及股份代持情况

和谐博时与公司股东天津德辉、富邦凯瑞的关联关系请参见本节之“八/（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”，公司董事连萌为和谐博时的执行事务合伙人委派代表。除此以外，和谐博时与公司其他股东及董事、监事及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。和谐博时不存在股份代持情形。

3、其他股东的情况

截至本招股说明书签署日，公司的其他股东包括安克创新、科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询、语昂咨询、富邦凯瑞和天津德辉，其中：

（1）安克创新的基本情况请参见本节之“七/（四）持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

（2）科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询的基本情况请参见本节之“十/（二）员工持股平台的相关情况”。

（3）富邦凯瑞的基本情况请参见本节之“八/（五）最近一年发行人新增股东情况”。

（4）天津德辉持有公司 1.42%的股份，其相关情况如下：

①基本情况

企业名称	天津德辉投资管理合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	深圳越奇企业管理合伙企业（有限合伙）（委派代表：林栋梁）
成立时间	2018 年 3 月 19 日
认缴出资额	227,211.00 万元
主要经营场所	天津自贸试验区（中心商务区）新华路 3678 号宝风大厦 18 层 1840-104
经营范围	投资管理。（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）

②合伙人出资情况

截至本招股说明书签署日，天津德辉的合伙人构成及其出资情况如下：

序号	合伙人名称	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例
1	深圳越奇企业管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙人	1.00	0.0004%
2	苏州和谐超越二期投资中心（有限合伙）	有限合伙人	137,210.00	60.3888%
3	深圳和谐超越二期股权投资基金合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	90,000.00	39.6108%
合计		-	227,211.00	100.00%

③普通合伙人情况

截至本招股说明书签署日，天津德辉的普通合伙人为深圳越奇企业管理合伙企业（有限合伙），其基本情况如下：

企业名称	深圳越奇企业管理合伙企业（有限合伙）
成立时间	2018 年 6 月 22 日
认缴出资额	2,000.00 万元
主要经营场所	深圳市宝安区新安街道海裕社区新安六路御景湾花园 1 栋 401
执行事务合伙人	西藏越奇创业投资管理有限公司（委派代表：牛奎光）
经营范围	一般经营项目是：企业管理咨询（不含人才中介服务）；商务信息咨询（不含信托、证券、期货、保险及其它金融业务）。（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）

④是否存在关联关系及股份代持情况

天津德辉与公司股东和谐博时、富邦凯瑞的关联关系请参见本节之“八/（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”。除此以外，天津德辉与公司其他股东及董事、监事及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。天津德辉不存在股份代持情形。

（九）对赌及其他股东特殊权利安排及其解除情况

1、对赌及其他股东特殊权利安排的签订情况

2018 年 1 月 5 日及 2018 年 5 月 31 日，安克创新、和谐博时与致欧有限及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东协议》，约定了相关主体的回购权、优先认购权、优先受让权、共同出售权、优先清算权、反稀释权等特殊权利义务条款。

2019年12月25日，苏州宜仲、天津德辉与致欧有限及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东协议》，约定了相关主体的优先购买权、优先认购权、共同出售权、反稀释权、赎回权、优先清算权等特殊权利义务条款。

2020年7月29日，安克创新、和谐博时、苏州宜仲、天津德辉与致欧有限及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东协议之补充协议》，约定将反稀释权、回购权、优先清算权条款的合同义务方由致欧有限及其实际控制人宋川变更为宋川，其他条款保持不变。

2020年10月12日，苏州宜仲、富邦凯瑞、中原前海、前海基金与公司及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东优先认购权及优先购买权约定的协议》，约定了相关主体的优先认购权、优先购买权等特殊权利义务条款。

2020年12月17日，服贸基金与公司及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东优先认购权及优先购买权约定的协议》，约定了相关主体的优先认购权、优先购买权等特殊权利义务条款。

2、对赌及其他股东特殊权利安排的解除情况

2020年12月17日，服贸基金与公司及其实际控制人宋川、当时的全体股东签署了《股东优先认购权及优先购买权约定的协议》，协议约定：“各方同意，投资人在本协议项下所享有的优先购买权、优先认购权及现有股东在原有股东协议项下所享有的优先购买权、优先认购权、共同出售权、反稀释权、拖售权、赎回权、特殊表决权、最惠国待遇及任何其他可能构成公司首次公开发行股票并上市的法律障碍或对公司上市进程造成任何不利影响的条款的特别优先权利，在公司上市辅导验收申请材料递交至中国证券监督管理委员会河南证监局之日全部无条件终止。”

2021年5月21日，公司向中国证监会河南监管局递交了上市辅导验收申请材料。

2021年5月21日，安克创新、和谐博时、苏州宜仲、天津德辉、富邦凯瑞、中原前海、前海基金及服贸基金均出具了确认函：（1）确认未因股东特殊权利条款的约定及履行发生任何争议、纠纷和诉讼，亦不存在潜在争议或纠纷；（2）确认《股东协议》《股东协议之补充协议》或《股东优先认购权及优先购买权约定的协议》中所约定的股权特殊权利条款未实际执行，特殊权利条款已全部终止并

自始无效，且放弃依据股东特殊权利条款向协议任意一方主张任何权利或要求其承担任何责任；（3）截至本确认函出具日，就本企业致欧科技的投资事宜，除上述《股东协议》《股东协议之补充协议》及《股东优先认购权及优先购买权约定的协议》的约定外，不存在其他股东特殊权利的约定或安排，致欧科技及其实际控制人宋川、其他任何人员未向本企业出具其他任何声明、承诺或保证。

截至本招股说明书签署日，公司、实际控制人宋川上述对赌及其他股东特殊权利安排均已真实、有效终止，股东特殊权利安排的解除是各方真实意思表示，公司及其实际控制人宋川与其他股东之间不存在正在执行的对赌协议或其他类似安排，公司报告期内存在的股东特殊权利安排未对公司产生重大不利影响，不构成本次发行的实质障碍。

经核查，保荐机构和发行人律师认为，发行人及其实际控制人与安克创新、和谐博时、苏州宜仲、天津德辉、富邦凯瑞、中原前海、前海基金、服贸基金签署的对赌及其他股东特殊权利安排未对发行人造成不利影响，未损害发行人的利益；相关股东特殊权利安排已在申报前清理，符合《深圳证券交易所创业板股票首次公开发行上市审核问答》的监管要求；相关股东特殊权利安排已实际终止，其终止经协议各方协商一致，不存在违反法律法规的情形；相关股东特殊权利安排的签署、履行和解除不存在纠纷或潜在纠纷。截至本招股说明书签署日，现有股东与发行人及相关方之间不存在其他对赌协议及特殊安排，不存在纠纷或潜在纠纷，不存在其他替代性利益安排，不存在其他未清理的对赌协议。

（十）穿透计算的股东人数

本次发行前，公司共有 16 名股东，按照穿透计算的相关规定，公司股东人数未超过 200 人。

九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员

（一）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的简要情况

1、董事会成员

公司董事会由 9 名董事组成，其中独立董事 3 名。公司董事由股东大会选举产生，每届任期 3 年，可连选连任，独立董事连任时间不得超过 6 年。公司现任

董事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	宋川	董事长	全体发起人	2020.08-2023.08
2	王志伟	董事	全体发起人	2020.08-2023.08
3	田琳	董事	全体发起人	2020.08-2023.08
4	刘明亮	董事	董事会	2020.12-2023.08
5	赵东平	董事	全体发起人	2020.08-2023.08
6	连萌	董事	全体发起人	2020.08-2023.08
7	方拥军	独立董事	董事会	2021.12-2023.08
8	吴智慧	独立董事	董事会	2020.12-2023.08
9	黄侦武	独立董事	董事会	2021.03-2023.08

公司董事简历情况如下：

宋川先生：中国国籍，无永久境外居留权，1977年7月出生，硕士研究生学历。2010年1月创立致欧有限，并于2010年1月至2020年8月期间，先后任致欧有限监事、执行董事（董事长）兼总经理；2011年12月至今，任 Songmics GmbH 首席执行官（Songmics GmbH 目前处于注销清算状态）；2014年7月至2018年12月，任 Wuppessen 董事；2017年1月至2018年9月，任三木公司董事；现任公司董事长、总经理。

王志伟先生：中国国籍，无永久境外居留权，1976年10月出生，本科学历。2010年1月至2020年8月，先后任致欧有限法务总监、董事；现任公司董事、法务中心总监。

田琳女士：中国国籍，无永久境外居留权，1977年5月出生，本科学历。2010年1月至2020年8月，先后任致欧有限财务负责人、人力资源负责人、董事；现任公司董事、首席人力资源官。

刘明亮先生：中国国籍，无永久境外居留权，1986年5月出生，大专学历。2010年3月至2020年8月，先后任致欧有限销售经理、运营经理、运营事业部总监；现任公司董事、副总经理。

赵东平先生：中国国籍，无永久境外居留权，1976年9月出生，硕士研究生学历。2004年8月至2008年4月，先后任戴尔中国有限公司产品销售总监、

高级经理；2008年4月至2012年1月，任谷歌信息技术（中国）有限公司大中国区在线销售与运营总经理；2012年1月至2016年5月，任湖南海翼电子商务有限公司总裁；2016年5月至今，任安克创新董事、总经理；现任公司董事。

连萌先生：中国国籍，无永久境外居留权，1979年11月出生，硕士研究生学历。2008年10月至2015年6月，任IDG资本投资顾问（北京）有限公司投资经理；2013年7月至今，先后任Win Way Network Technology (China) Co.,Ltd.、爱奇艺创业投资管理（深圳）有限公司等多家企业董事；现任公司董事。

方拥军先生：中国国籍，无永久境外居留权，1972年9月出生，博士研究生学历。1993年7月至2021年10月，先后任河南财经政法大学（原河南财经学院）教师、教研室主任、副院长、教授、研究生处副处长；2021年11月至今，任河南财经政法大学教授；2020年7月至今，任飞龙汽车部件股份有限公司独立董事；2020年12月至今，任河南硅烷科技发展股份有限公司独立董事；2022年2月至今，任博爱新开源医疗科技集团股份有限公司独立董事；现任公司独立董事。

吴智慧先生：中国国籍，无永久境外居留权，1963年2月出生，博士研究生学历。1988年7月至2018年1月，先后任南京林业大学木材工业学院助教、讲师、副教授、教授、博士生导师、副院长、院长，家具与工业设计学院教授、博士生导师、院长；2014年9月至2016年11月，任金牌厨柜家居科技股份有限公司独立董事；2018年1月至今，任南京林业大学家居与工业设计学院教授、博士生导师；现任公司独立董事。

黄侦武先生：中国国籍，无永久境外居留权，1964年10月出生，硕士研究生学历。2001年4月至今，先后任北京德恒律师事务所律师、合伙人；2021年3月至今，任金能科技股份有限公司独立董事；现任公司独立董事。

2、监事会成员

公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名。公司的职工代表监事由公司职工代表大会选举产生，其他监事由股东大会选举产生，每届任期3年，可连选连任。公司现任监事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	提名人	任期
1	郭志钰	监事会主席	全体发起人	2020.08-2023.08

2	闫秋雨	监事	全体发起人	2020.08-2023.08
3	康瑞敏	职工代表监事	职工代表大会	2020.07-2023.07

公司监事简历如下：

郭志钰先生：中国国籍，无永久境外居留权，1984年5月出生，本科学历。2007年7月至2010年5月，任深圳雅致集成房屋有限公司生产部车间主任；2010年5月至2013年5月，任郑州市锦飞汽车电气系统有限公司总经理助理兼销售副总监；2015年8月至2018年2月，任河南四方达超硬材料股份有限公司综合办公室主任；2018年3月至2020年8月，任致欧有限行政外联部总监；现任公司监事会主席、行政外联中心总监。

闫秋雨女士：中国国籍，无境外永久居住权，1984年9月出生，本科学历。2010年1月至2020年8月，先后任致欧有限运营事业部外贸业务员、高级经理；现任公司监事、市场营销中心高级经理。

康瑞敏女士：中国国籍，无永久境外居留权，1986年12月出生，大专学历。2008年7月至2010年11月，任中卫生物技术有限公司人力资源主管；2011年1月至2020年8月，任致欧有限人力资源部经理；现任公司职工代表监事、人力资源中心高级经理。

3、高级管理人员

根据《公司章程》，公司高级管理人员包括总经理、副总经理、财务总监、董事会秘书和总经理助理，公司现任高级管理人员共有6名，基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	宋川	总经理	2020.08-2023.08
2	刘明亮	副总经理	2020.08-2023.08
3	张国印	副总经理	2020.08-2023.08
4	秦永吉	副总经理、董事会秘书	2020.08-2023.08
5	刘书洲	副总经理、财务总监	2020.08-2023.08
6	程振	总经理助理	2020.08-2023.08

公司高级管理人员简历如下：

宋川先生、刘明亮先生的简历情况请参见本节之“九/（一）/1、董事会成员”。

张国印先生：中国国籍，无永久境外居留权，1980年7月出生，本科学历。2006年6月至2007年1月，任谷崧精密工业股份有限公司业务经理；2007年3月至2009年2月，任上海大润发有限公司采购经理；2009年4月至2011年6月，任河南华润万家生活超市有限公司采购经理；2011年7月至2020年8月，先后任致欧有限采购经理、供应链管理部部长；现任公司副总经理。

秦永吉先生：中国国籍，无永久境外居留权，1981年10月出生，本科学历。2005年8月至2012年3月，任风神轮胎股份有限公司投资者关系主管；2012年4月至2018年4月，先后任河南思维自动化设备股份有限公司证券事务代表、总经办主任、总裁办主任；2018年4月至2020年8月，任致欧有限投融资总监；现任公司副总经理、董事会秘书。

刘书洲先生：中国国籍，无永久境外居留权，1987年5月出生，硕士研究生学历。2009年7月至2016年6月，先后任珠海格力电器股份有限公司成本会计、财务经理；2016年7月至2017年8月，任北京易速普瑞科技股份有限公司财务总监兼董事会秘书；2017年8月至2020年8月，任致欧有限财务部高级经理；现任公司副总经理、财务总监。

程振先生：中国国籍，无永久境外居留权，1990年4月出生，本科学历。2014年1月至2020年8月，任致欧有限供应链管理部部长；现任公司总经理助理、采购中心总监。

4、其他核心人员

除上述人员外，公司共有3名其他核心人员，基本情况如下：

序号	姓名	职务
1	李昆鸿	产品设计中心总监
2	王森帅	信息技术中心高级经理
3	李耀华	信息技术中心主管

公司其他核心人员简历如下：

李昆鸿先生：中国台湾籍，澳大利亚永久居留权，1977年11月出生，硕士学历。2003年1月至2008年3月，任日本松下电器工业株式会社 Panasonic 设计公司日本设计中心科长、主事设计师、中国设计代表、上海设计中心副所长；2008年3月至2016年1月，任戴尔计算机科技有限公司台湾分公司工业设计高

级经理、亚洲 CMF 负责人；2016 年 1 月至 2019 年 3 月，任昕诺飞（中国）投资有限公司全球设计中心总监亚太负责人、中国设计中心总经理。2020 年 6 月至 2022 年 2 月，任紫光计算器股份有限公司亚太办事处总经理。2022 年 3 月至今，任公司产品设计中心总监。

王森帅先生：中国国籍，无永久境外居留权，1986 年 3 月出生，大专学历。2011 年 5 月至 2014 年 3 月，任郑州正信科技发展股份有限公司开发组长；2014 年 3 月至 2020 年 8 月，先后任职致欧有限 IT 经理、高级经理；现任公司信息技术中心高级经理。

李耀华先生：中国国籍，无永久境外居留权，1987 年 8 月出生，本科学历。2010 年 11 月至 2016 年 8 月，先后担任郑州正信科技发展股份有限公司软件工程师、郑州信源信息技术股份有限公司软件工程师、郑州峰蜗牛科技有限公司软件高级工程师；2016 年 11 月至 2020 年 8 月，任致欧有限软件开发工程师；现任公司信息技术中心主管。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司及其子公司以外的企业或单位的主要兼职情况如下：

姓名	公司职务	兼职企业名称	兼职企业所任职务	兼职企业与公司的关联关系
宋川	董事长、总经理	Songmics GmbH ^注	首席执行官	实际控制人控制的企业
王志伟	董事	沐桥投资	执行事务合伙人	公司股东、员工持股平台
		语昂咨询	执行事务合伙人	公司股东、员工持股平台
田琳	董事	科赢投资	执行事务合伙人	公司股东、员工持股平台
		泽蹇咨询	执行事务合伙人	公司股东、员工持股平台
赵东平	董事	安克创新	董事、总经理	公司股东
		蒹葭（嘉善）电子商务有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		蒹葭（香港）有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		深圳波赛冬网络科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		Springs & Palm Trees Holding Limited	董事	公司董事担任董事的企业

		Jouz Technology Limited	董事	公司董事担任董事的企业
		Anker Japan Co., Ltd.	董事	公司董事担任董事的企业
		湖南安克电子科技有限公司	监事	无关联关系
		湖南海翼电子商务有限公司	监事	无关联关系
		深圳海翼智新科技有限公司	监事	无关联关系
		湖南安克智瑞制造有限公司	监事	无关联关系
连萌	董事	安克创新	董事	公司董事担任董事的企业
		火烈鸟网络（广州）股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		广州唯彩会网络科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		广州梦龙科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		韩都衣舍电子商务集团股份有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		珠海市卓轩科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		爱奇艺创业投资管理（深圳）有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		石家庄天成嘉荣科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		广州美读信息技术有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		深圳市榕树堂生物科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		广州优胜汽车科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		广州蓝深科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		天津宸辉投资管理有限公司	执行董事、经理	公司董事担任执行董事、高管的企业
		广东易积网络股份有限公司	副董事长	公司董事担任董事的企业
		深圳微赞科技信息有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		深圳市火乐科技发展有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		深圳市倍思奇创新科技有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		北京轻松筹信息技术有限公司	董事	公司董事担任董事的企业
		和谐博时	执行事务合伙人委派代表	公司股东
		富邦凯瑞	执行事务合伙人委派代表	公司股东

	深圳前海和谐创新投资合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	上海锦裳企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	上海领语企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海景微管理咨询企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海宝微管理咨询企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海雨诺管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海悦宁管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	上海星佟企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	上海奇晔企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海塑丽管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海瑞岩管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海伙乐管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海靛青管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海靛蓝管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海俪晨管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	珠海佰奇管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	天津宝棠企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	天津景贤企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	执行事务合伙人委派代表	公司董事担任执行事务合伙人委派代表的企业
	Win Way Network Technology (China) Co., Ltd.	董事	公司董事担任董事的企业
	ITJUZITech Co., Ltd.	董事	公司董事担任董事的企业
	Huaying Sports Technology (Cayman) Co., Ltd.	董事	公司董事担任董事的企业
	QingSong Health Corporation	董事	公司董事担任董事的企业

		Goopal Group	董事	公司董事担任董事的企业
		Howpay Technology Inc.	董事	公司董事担任董事的企业
		LightInTheBox Holding Co., Ltd.	董事	公司董事担任董事的企业
		Zhuoxuan Technology Limited	董事	公司董事担任董事的企业
		Elite Depot Limited	董事	公司董事担任董事的企业
		Panda Earth International Limited	董事	公司董事担任董事的企业
		Ringle	董事	公司董事担任董事的企业
方拥军	独立董事	河南财经政法大学	教授	无关联关系
		飞龙汽车部件股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		河南硅烷科技发展股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
		博爱新开源医疗科技集团股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业
吴智慧	独立董事	南京林业大学	教授、博士生导师	无关联关系
		南京格迪轩家具设计有限公司	监事	无关联关系
黄侦武	独立董事	北京德恒律师事务所	合伙人	无关联关系
		金能科技股份有限公司	独立董事	公司董事担任董事的企业

注：Songmics GmbH 目前未实际开展经营活动，正在办理清算注销手续。

除上述兼职情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在其他兼职情况。

（三）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间的亲属关系情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员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重大协议及履行情况

在公司任职并领薪的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员均与公司签订了劳动合同、保密协议，对上述人员的权利和义务作出了明确的规定。

截至本招股说明书签署日，上述合同、协议均正常有效履行，不存在违约情形。

（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况

公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员最近两年（即 2019 年 1 月 1 日至今）的变动情况如下：

1、董事的变动情况

2019 年 1 月 1 日，致欧有限董事会由 5 名董事组成，分别为宋川、王志伟、田琳、赵东平、连萌，其中宋川担任董事长。

2020 年 8 月 18 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举宋川、王志伟、田琳、赵东平、连萌为股份公司第一届董事会成员。同日，公司召开第一届董事会第一次会议，选举宋川为公司董事长。

2020 年 12 月 17 日，公司召开 2020 年第三次临时股东大会，选举刘明亮为公司董事，选举姚俭方、吴智慧、魏俊超为公司独立董事。

2021 年 2 月 10 日，公司原独立董事魏俊超因个人原因，辞去公司独立董事职务。公司于 2021 年 3 月 12 日召开 2021 年第二次临时股东大会，选举黄侦武为公司独立董事。

2021 年 10 月 31 日，公司原独立董事姚俭方因个人原因，向公司提出辞呈，辞去公司独立董事职务。公司于 2021 年 12 月 24 日召开 2021 年第四次临时股东大会，选举方拥军为公司独立董事。

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 9 名董事组成，分别为宋川、王志伟、田琳、刘明亮、赵东平、连萌、方拥军、吴智慧和黄侦武。

2、监事的变动情况

2019 年 1 月 1 日，致欧有限监事为张秀荣。

2020 年 7 月 31 日，公司召开职工代表大会，选举康瑞敏担任公司的职工代表监事。

2020 年 8 月 18 日，公司召开创立大会暨首次股东大会，选举郭志钰、闫秋雨为公司监事，并与职工代表监事康瑞敏组成公司第一届监事会。同日，公司召开第一届监事会第一次会议，选举郭志钰为公司第一届监事会主席。

截至本招股说明书签署日，公司监事会由 3 名监事组成，分别为郭志钰、闫秋雨和康瑞敏。

3、高级管理人员的变动情况

2019年1月1日，致欧有限总经理为宋川。

2020年8月18日，公司召开第一届董事会第一次会议，决议聘任宋川为公司总经理，刘明亮、张国印为公司副总经理，秦永吉为公司副总经理、董事会秘书，刘书洲为公司副总经理、财务总监，程振为公司总经理助理。

截至本招股说明书签署日，公司高级管理人员共6名，分别为宋川、刘明亮、张国印、秦永吉、刘书洲和程振。

4、其他核心人员的变动情况

2019年1月1日，致欧有限的其他核心人员为陈飞、王森帅、李耀华。

2022年3月，公司原其他核心人员陈飞因个人原因离职，公司新认定产品设计中心总监李昆鸿为公司的其他核心技术人员。

截至本招股说明书签署日，公司的其他核心人员为李昆鸿、王森帅和李耀华。

5、董事、监事和高级管理人员变动原因

除公司原独立董事魏俊超、姚俭方因个人原因辞去公司独立董事职务外，公司最近两年董事、监事和高级管理人员变化主要是为了适应公司经营发展的需要、加强公司的治理水平、规范公司法人治理结构，近两年内公司的核心管理层保持稳定，相关人员变动对公司日常经营管理未构成不利影响，不会影响公司的持续经营。公司董事、监事和高级管理人员变动均履行了必要的法律程序，符合法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定。除上述变动外，公司董事、监事和高级管理人员近两年未发生其他变化。

经保荐机构及发行人律师核查，发行人董事、高级管理人员最近两年未发生重大不利变化。

（六）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，除公司外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的其他对外投资情况如下：

姓名	公司职务	被投资企业名称	持股比例
宋川	董事长、总经理	Songmics GmbH ^注	100.00%
王志伟	董事	沐桥投资	11.11%
		语昂咨询	14.50%

田琳	董事	科赢投资	12.92%
		泽霖咨询	6.34%
刘明亮	董事、副总经理	沐桥投资	12.78%
		语昂咨询	3.47%
赵东平	董事	安克创新	11.98%
		天津市海翼远见管理咨询合伙企业（有限合伙）	17.87%
		深圳帕友投资合伙企业（有限合伙）	14.11%
		Springs & Palm Trees Holding Limited	100.00%
		Jouz Technology Limited	100.00%
连萌	董事	广州文创互联网技术服务中心（有限合伙）	4.26%
		珠海市小源科技有限公司	2.62%
		广州客如归信息技术有限公司（已吊销）	27.78%
郭志钰	监事会主席	科赢投资	3.46%
		语昂咨询	0.84%
闫秋雨	监事	科赢投资	1.77%
		语昂咨询	0.84%
康瑞敏	职工代表监事	科赢投资	3.33%
		语昂咨询	0.84%
张国印	副总经理	科赢投资	8.08%
		语昂咨询	0.84%
秦永吉	副总经理、董事会秘书	科赢投资	3.44%
		语昂咨询	1.67%
刘书洲	副总经理、财务总监	科赢投资	3.58%
		语昂咨询	1.67%
程振	总经理助理	科赢投资	3.93%
		语昂咨询	0.84%
王森帅	信息技术中心高级经理	科赢投资	2.43%

李耀华	信息技术中心主管	科赢投资	1.19%

注：Songmics GmbH 目前未实际开展经营活动，正在办理清算注销手续。

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员无其他对外投资情况。公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员不存在与公司及其业务相关的对外投资情况，上述对外投资情况与公司不存在利益冲突情形。

（七）董事、监事、高级管理人员、其他核心人员及其近亲属的持股情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、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如下：

序号	姓名	公司职务/ 亲属关系	直接持股 比例	间接持股情况		合计持股 比例
				间接持股 主体	间接持股 比例	
1	宋川	董事长、总经理	54.78%	-	-	54.78%
2	张秀荣	公司董事长、总经理宋川的母亲	0.92%	-	-	0.92%
3	王志伟	董事	2.75%	沐桥投资、 语昂咨询	0.94%	3.69%
4	田琳	董事	2.75%	科赢投资、 泽骞咨询	0.70%	3.45%
5	刘明亮	董事、副总经理	-	沐桥投资、 语昂咨询	0.59%	0.59%
6	郭志钰	监事会主席	-	科赢投资、 语昂咨询	0.16%	0.16%
7	闫秋雨	监事	-	科赢投资、 语昂咨询	0.10%	0.10%
8	康瑞敏	职工代表监事	-	科赢投资、 语昂咨询	0.15%	0.15%
9	张国印	副总经理	-	科赢投资、 语昂咨询	0.33%	0.33%
10	秦永吉	副总经理、董事会 秘书	-	科赢投资、 语昂咨询	0.19%	0.19%
11	刘书洲	副总经理、财务总监	-	科赢投资、 语昂咨询	0.19%	0.19%
12	程振	总经理助理	-	科赢投资、 语昂咨询	0.17%	0.17%
13	王森帅	信息技术中心高级 经理	-	科赢投资	0.09%	0.09%
14	李耀华	信息技术中心主管	-	科赢投资	0.04%	0.04%

截至本招股说明书签署日，公司董事、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的公司股份均不存在质押、冻结或发生诉讼纠纷的情况。

（八）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬情况

1、薪酬组成、确定依据及所履行的程序情况

在公司担任具体经营职务的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬主要由基本工资和绩效奖金组成，其中，基本工资主要根据岗位要求、工作职责、工作经验以及行业水平、当地平均水平等综合因素确定，绩效奖金根据公司年度经营情况和个人绩效考核情况确定；独立董事薪酬主要为独立董事津贴，由公司参考 A 股市场中独立董事津贴的市场水平予以确定；未在公司担任具体经营职务的董事不领取薪酬或津贴。

公司董事、高级管理人员的薪酬方案由董事会薪酬与考核委员会拟定，董事和监事的薪酬由股东大会审议批准，高级管理人员的薪酬由董事会审议批准。

2、薪酬总额及占各期利润总额的比重情况

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员的薪酬总额及占当期利润总额的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
薪酬总额	479.10	733.51	781.93	477.95
利润总额	14,475.78	29,854.76	46,610.58	14,300.76
薪酬总额/利润总额	3.31%	2.46%	1.68%	3.34%

注：上述董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬不含股份支付费用。

3、最近一年从公司及其关联企业领取薪酬的情况

2021年度，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员在公司及其关联企业领取薪酬的情况如下：

序号	姓名	公司任职	薪酬总额 (万元)	是否在关联企业领薪
1	宋川	董事长、总经理	61.78	否
2	王志伟	董事	61.66	否

3	田琳	董事	65.26	否
4	刘明亮	董事、副总经理	81.49	否
5	赵东平	董事	-	是 ^{注1}
6	连萌	董事	-	是 ^{注1}
7	吴智慧	独立董事	9.61	否 ^{注3}
8	黄侦武	独立董事	7.69	是 ^{注4}
9	方拥军	独立董事	0.17	是 ^{注5}
10	姚俭方	曾任公司独立董事	9.44	否 ^{注2}
11	魏俊超	曾任公司独立董事	2.41	否 ^{注2}
12	郭志钰	监事会主席	41.28	否
13	闫秋雨	监事	44.29	否
14	康瑞敏	职工代表监事	32.70	否
15	张国印	副总经理	55.65	否
16	秦永吉	副总经理、董事会秘书	47.62	否
17	刘书洲	副总经理、财务总监	50.00	否
18	程振	总经理助理	64.08	否
19	陈飞	原技术研发中心主管	24.19	否
20	王森帅	信息技术中心高级经理	46.58	否
21	李耀华	信息技术中心主管	27.61	否

注1：赵东平、连萌为公司外部股东委派的董事，其未在公司担任具体职务，故未在公司领取薪酬，赵东平、连萌在各自股东单位或兼职单位领取薪酬。

注2：公司原独立董事魏俊超于2021年2月因个人原因辞去独立董事职务；公司原独立董事姚俭方于2021年10月因个人原因向公司提出辞呈，辞去独立董事职务。

注3：吴智慧除在公司领取独立董事津贴外，还在其现任职单位领取薪酬。

注4：黄侦武于2021年3月受聘为公司的独立董事，除在公司领取独立董事津贴外，还在其现任职单位或担任独立董事的单位领取薪酬或独立董事津贴。

注5：方拥军于2021年12月受聘为公司的独立董事，除在公司领取独立董事津贴外，还在其现任职单位或担任独立董事的单位领取薪酬或独立董事津贴。

注6：2022年3月，公司原技术研发中心主管陈飞因个人原因离职，公司新认定产品设计中心总监李昆鸿为公司的其他核心人员。

除上述薪酬收入外，2021年度，在公司领取工资薪酬的董事、监事、高级管理人员及其他核心人员未在公司享受其他待遇或退休金计划。

十、本次发行前发行人已经制定或实施的股权激励及相关安排

为建立健全公司的长效激励机制，充分调动员工的工作积极性和创造性，促进公司健康、持续发展，本次公开发行申报前，公司以科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询作为员工持股平台实施股权激励。

（一）股权激励的实施情况

2017年10月18日，公司股东会审议通过《郑州致欧网络科技有限公司股权激励管理办法》《设立合伙企业作为员工持股平台的议案》等议案。在员工持股平台设立之初，为满足公司后续实施股权激励的需要，公司决定由科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询四个员工持股平台的执行事务合伙人暂为持有合伙企业设立时的出资额，作为公司股权激励的预留份额，由执行事务合伙人以自有资金认购，根据后续年度的激励方案转让给激励对象。

本次公开发行申报前，公司先后于2017年12月、2018年5月、2019年4月和2020年6月实施了四次员工股权激励，具体情况如下：

1、2017年12月，第一次股权激励的实施情况

2017年12月25日，致欧有限执行董事作出决议，审议通过2017年股权激励实施方案，同意通过科赢投资、沐桥投资对致欧有限增资的形式，向蔡海伟等19名员工间接授予致欧有限合计104.54万元注册资本，科赢投资、沐桥投资剩余出资份额（合计对应150.46万元致欧有限注册资本）由执行事务合伙人暂为持有，拟用于未来转让给公司的激励对象。

此外，2017年12月29日，致欧有限股东会作出决议，同意由员工王志伟、田琳通过受让股权及增资的方式，各自取得90.00万元和90.00万元致欧有限股权。

2、2018年5月，第二次股权激励的实施情况

2018年5月31日，致欧有限董事会作出决议，审议通过2018年股权激励实施方案，同意通过泽骞咨询、语昂咨询对致欧有限增资的形式，向KONG YI等4名员工间接授予致欧有限合计216.42万元注册资本，泽骞咨询、语昂咨询剩余出资份额（合计对应38.58万元致欧有限注册资本）由执行事务合伙人暂为持有，拟用于未来转让给公司的激励对象；同时，将原预留在科赢投资、沐桥投

资执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额确权的形式向田琳、王志伟间接授予致欧有限合计 22.00 万元注册资本，科赢投资、沐桥投资剩余出资份额（合计对应 128.46 万元致欧有限注册资本）由执行事务合伙人暂为持有，拟用于未来转让给公司的激励对象。

2018 年 12 月，员工郭磊超因个人原因离职，根据合伙协议等相关约定，郭磊超将其所持科赢投资的财产份额（对应 1.44 万元致欧有限注册资本）转让给执行事务合伙人，由执行事务合伙人暂为持有，拟用于未来转让给公司的激励对象。

3、2019 年 4 月，第三次股权激励的实施情况

2019 年 4 月 25 日，致欧有限董事会作出决议，审议通过 2019 年股权激励实施方案，同意对安瑞静等 83 名员工实施股权激励，将原预留在科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额转让或确权的形式向前述激励对象间接授予致欧有限合计 136.64 万元注册资本。

本次股权激励实施完毕后，科赢投资、沐桥投资和泽骞咨询三个员工持股平台中原预留在执行事务合伙人名下的份额均已分配完毕，不存在其他预留份额；语昂咨询剩余出资份额（对应 31.84 万元致欧有限注册资本）由执行事务合伙人暂为持有，拟用于未来转让给公司的激励对象。

4、2020 年 6 月，第四次股权激励的实施情况

2020 年 6 月 26 日，致欧有限董事会作出决议，审议通过 2020 年股权激励实施方案，同意对侯永辉等 17 名员工实施股权激励，将原预留在语昂咨询执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额转让或确权的形式向前述激励对象间接授予致欧有限合计 31.84 万元注册资本。

本次股权激励实施完毕后，语昂咨询原预留在执行事务合伙人名下的份额均已分配完毕，不存在其他预留份额。

此外，员工持股平台科赢投资的原激励对象王江萍因个人原因于 2021 年 7 月离职，根据合伙协议等相关约定及各方友好协商，王江萍自愿将其通过科赢投资间接持有的公司股权，对应王江萍于 2019 年 4 月被授予的致欧有限 0.5 万元出资额，转让给执行事务合伙人。2021 年 10 月，公司董事会作出决议，同意将

上述原王江萍间接持有的公司股权授予田琳。

除上述股权激励以外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他已制定或实施的股权激励及相关安排。本次申报前，原预留在员工持股平台执行事务合伙人名下的股权激励份额均已分配完毕，公司已不存在预留份额或其他股份代持的情形，股东持有的公司股份权属清晰，不存在纠纷或潜在纠纷。

（二）员工持股平台的相关情况

1、员工持股平台的基本情况

（1）科赢投资

企业名称	共青城科赢投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	田琳
成立时间	2017年10月30日
认缴出资额	385.00万元
主要经营场所	江西省九江市共青城市基金小镇内
经营范围	项目投资，实业投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，科赢投资的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额 （万元）	出资比例	目前任职情况
1	田琳	普通合伙人	49.73	12.92%	董事、首席人力资源官
2	张国印	有限合伙人	31.12	8.08%	副总经理
3	王振宇	有限合伙人	25.80	6.70%	仓储物流中心高级经理
4	许辰丹	有限合伙人	21.38	5.55%	客户关系管理中心高级经理
5	程磊	有限合伙人	18.83	4.89%	市场营销中心总监
6	程振	有限合伙人	15.13	3.93%	总经理助理、采购中心总监
7	张蒙蒙	有限合伙人	14.84	3.85%	销售管理中心经理
8	张岳	有限合伙人	13.91	3.61%	市场营销中心主管
9	刘书洲	有限合伙人	13.78	3.58%	副总经理、财务总监
10	郭志钰	有限合伙人	13.31	3.46%	监事、行政外联中心总监

11	秦永吉	有限合伙人	13.26	3.44%	副总经理、董事会秘书
12	康瑞敏	有限合伙人	12.83	3.33%	监事、人力资源中心高级经理
13	吕为波	有限合伙人	10.09	2.62%	采购中心经理
14	王森帅	有限合伙人	9.36	2.43%	信息技术中心高级经理
15	陈昱帆	有限合伙人	7.52	1.95%	销售管理中心高级经理
16	袁维贤	有限合伙人	6.96	1.81%	BU 管理中心主管
17	闫秋雨	有限合伙人	6.80	1.77%	监事、市场营销中心高级经理
18	周增攀	有限合伙人	6.76	1.76%	信息技术中心高级经理
19	张佩玉	有限合伙人	6.65	1.73%	销售管理中心高级经理
20	张彦申	有限合伙人	6.53	1.70%	采购中心高级经理
21	李赟	有限合伙人	5.71	1.48%	BU 管理中心经理
22	杨翠萍	有限合伙人	5.69	1.48%	销售管理中心高级经理
23	李晓岑	有限合伙人	5.54	1.44%	财务中心经理
24	张金蕊	有限合伙人	5.49	1.43%	销售管理中心经理
25	曹振华	有限合伙人	4.62	1.20%	BU 管理中心高级经理
26	李耀华	有限合伙人	4.59	1.19%	信息技术中心主管
27	李光辉	有限合伙人	3.83	0.99%	BU 管理中心经理主管
28	张宁宁	有限合伙人	3.73	0.97%	人力资源中心高级经理
29	赵高阳	有限合伙人	3.71	0.96%	BU 管理中心高级经理
30	许剑光	有限合伙人	3.67	0.95%	信息技术中心主管
31	闫冰峰	有限合伙人	3.56	0.92%	BU 管理中心高级经理
32	惠明明	有限合伙人	3.04	0.79%	BU 管理中心主管
33	王秀彩	有限合伙人	2.68	0.70%	销售管理中心主管
34	吉冠赟	有限合伙人	2.32	0.60%	市场营销中心员工
35	程金璐	有限合伙人	2.32	0.60%	供应链中台部主管
36	裴鸽鸽	有限合伙人	2.32	0.60%	市场营销中心员工
37	樊肖晗	有限合伙人	2.32	0.60%	客户关系管理中心主管
38	李琰	有限合伙人	2.32	0.60%	法务中心主管

39	袁斐	有限合伙人	2.32	0.60%	客户关系管理中心主管
40	姜淑华	有限合伙人	2.32	0.60%	市场营销中心经理
41	刘贺锋	有限合伙人	2.32	0.60%	市场营销中心主管
42	王飞龙	有限合伙人	2.32	0.60%	市场营销中心主管
43	蔡浩	有限合伙人	2.15	0.56%	BU 管理中心主管
44	丁明明	有限合伙人	1.52	0.39%	销售管理中心主管
合计		-	385.00	100.00%	-

注：2021 年 12 月，公司调整、完善了内部组织架构，故相关职位名称发生变动。

(2) 沐桥投资

企业名称	共青城沐桥投资合伙企业（有限合伙）
执行事务合伙人	王志伟
成立时间	2017 年 11 月 28 日
认缴出资额	385.00 万元
主要经营场所	江西省九江市共青城市基金小镇内
经营范围	项目投资，实业投资。（未经金融监管部门批准，不得从事吸收存款、融资担保、代客理财、向社会公众集（融）资等金融业务；依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

截至本招股说明书签署日，沐桥投资的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例	目前任职情况
1	王志伟	普通合伙人	42.78	11.11%	董事、法务中心总监
2	王彤	有限合伙人	123.63	32.11%	子公司副总经理
3	刘明亮	有限合伙人	49.22	12.78%	董事、副总经理
4	孙彦华	有限合伙人	26.70	6.94%	销售管理中心总监
5	尹晓丹	有限合伙人	26.30	6.83%	市场营销中心高级经理
6	蔡海伟	有限合伙人	12.92	3.36%	原品质中心经理，已于 2022 年 9 月离职
7	乐思成	有限合伙人	9.95	2.58%	欧盟运营中心经理
8	章帆	有限合伙人	8.29	2.15%	欧盟运营中心经理
9	王辉	有限合伙人	6.63	1.72%	欧盟运营中心经理
10	潘任飞	有限合伙人	6.63	1.72%	欧盟运营中心经理

11	孙毅韵	有限合伙人	6.63	1.72%	欧盟运营中心经理
12	安瑞静	有限合伙人	6.54	1.70%	销售管理中心主管
13	龚晓莉	有限合伙人	5.99	1.56%	市场营销中心经理
14	李莉	有限合伙人	4.95	1.29%	销售管理中心主管
15	孙圣杰	有限合伙人	4.48	1.16%	欧盟运营中心经理
16	李庆芬	有限合伙人	4.12	1.07%	销售管理中心高级经理
17	赵娜	有限合伙人	3.39	0.88%	销售管理中心主管
18	陈飞	有限合伙人	3.31	0.86%	原技术研发中心主管，已于 2022年3月离职
19	卜滕滕	有限合伙人	2.57	0.67%	销售管理中心主管
20	李歌	有限合伙人	2.19	0.57%	销售管理中心主管
21	李梦柯	有限合伙人	1.99	0.52%	产品设计中心主管
22	陈鹏	有限合伙人	1.99	0.52%	行政外联中心员工
23	闫娜娜	有限合伙人	1.99	0.52%	仓储物流中心主管
24	赵娟	有限合伙人	1.74	0.45%	计划交付中心主管
25	侯颐凡	有限合伙人	1.66	0.43%	客户关系管理中心员工
26	郭瑞娟	有限合伙人	1.66	0.43%	市场营销中心员工
27	高瑜	有限合伙人	1.66	0.43%	信息技术中心经理
28	王肖杰	有限合伙人	1.66	0.43%	计划交付中心主管
29	王晓阳	有限合伙人	1.66	0.43%	人力资源中心员工
30	宋慧芳	有限合伙人	1.66	0.43%	销售管理中心主管
31	李晓喆	有限合伙人	1.66	0.43%	销售管理中心主管
32	刘星	有限合伙人	1.33	0.35%	客户关系管理中心员工
33	李锡锡	有限合伙人	1.33	0.35%	客户关系管理中心员工
34	李祥	有限合伙人	1.33	0.35%	BU 管理中心主管
35	王元杰	有限合伙人	1.26	0.33%	财务中心主管
36	蒋晓英	有限合伙人	1.16	0.30%	销售管理中心主管
37	赵鹏飞	有限合伙人	1.02	0.26%	原 销售管理中心 员工，已于 2022年7月离职
38	金智杰	有限合伙人	1.02	0.26%	销售管理中心主管

合计	-	385.00	100.00%	-

注：2021年12月，公司调整、完善了内部组织架构，故相关职位名称发生变动。

(3) 泽蹇咨询

企业名称	郑州泽蹇企业管理咨询中心（有限合伙）
执行事务合伙人	田琳
成立时间	2018年3月22日
认缴出资额	130.00万元
主要经营场所	郑州市二七区建新街5号1号楼116室
经营范围	企业管理咨询。（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）

截至本招股说明书签署日，泽蹇咨询的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例	目前任职情况
1	田琳	普通合伙人	8.24	6.34%	董事、首席人力资源官
2	HUANG KETAO	有限合伙人	121.76	93.66%	子公司总经理
合计	-	-	130.00	100.00%	-

(4) 语昂咨询

企业名称	郑州语昂企业管理咨询中心（有限合伙）
执行事务合伙人	王志伟
成立时间	2018年3月15日
认缴出资额	130.00万元
主要经营场所	郑州市二七区建新街5号1号楼115室
经营范围	企业管理咨询。（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）

截至本招股说明书签署日，语昂咨询的合伙人构成情况如下：

序号	合伙人姓名	合伙人类型	认缴出资额 (万元)	出资比例	目前任职情况
1	王志伟	普通合伙人	18.85	14.50%	董事、法务中心总监
2	KONG YI	有限合伙人	91.77	70.59%	子公司总经理

3	刘明亮	有限合伙人	4.51	3.47%	董事、副总经理
4	秦永吉	有限合伙人	2.17	1.67%	副总经理、董事会秘书
5	刘书洲	有限合伙人	2.17	1.67%	副总经理、财务总监
6	侯永辉	有限合伙人	1.09	0.84%	审计中心主管
7	郭志钰	有限合伙人	1.09	0.84%	监事、行政外联中心总监
8	康瑞敏	有限合伙人	1.09	0.84%	监事、人力资源中心高级经理
9	张国印	有限合伙人	1.09	0.84%	副总经理
10	谭兵	有限合伙人	1.09	0.84%	采购中心主管
11	程振	有限合伙人	1.09	0.84%	总经理助理、采购中心总监
12	闫秋雨	有限合伙人	1.09	0.84%	监事、市场营销中心高级经理
13	李晓岑	有限合伙人	0.65	0.50%	财务中心经理
14	赵晨辉	有限合伙人	0.54	0.42%	财务中心主管
15	王国栋	有限合伙人	0.54	0.42%	BU 管理中心经理
16	王凤阳	有限合伙人	0.54	0.42%	计划交付中心高级经理
17	李琰	有限合伙人	0.33	0.25%	法务中心主管
18	宋晓燕	有限合伙人	0.33	0.25%	信息技术中心高级经理
合计		-	130.00	100.00%	-

注：2021 年 12 月，公司调整、完善了内部组织架构，故相关职位名称发生变动。

2、员工持股平台的人员构成及确定标准

公司员工持股平台的人员均由公司及其下属子公司员工构成。根据公司的《股权激励管理办法》，激励对象的选定标准为：（1）公司或控股子公司的在职中高层管理人员和核心岗位员工；（2）在公司或控股子公司任职两年以上（包括两年）；（3）经执行董事/董事会批准，在公司或控股子公司任职并对公司有其他突出贡献的员工。

3、员工持股平台的管理模式、决策程序、存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法、股份锁定期、变更和终止的情形、人员离职后的股份处理等内容

（1）管理模式

科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询均约定由全体合伙人委托普通合

伙人为执行事务合伙人，其他合伙人不再执行合伙企业事务。执行事务合伙人负责企业日常运营，对外代表合伙企业。不参加执行事务的合伙人有权监督执行事务的合伙人，检查其执行合伙企业事务的情况。根据合伙人要求，执行事务合伙人应向其他不参加执行事务的合伙人报告事务执行情况及合伙企业的经营状况和财务状况。

（2）决策程序

科赢投资、沐桥投资、泽蹇咨询和语昂咨询均约定合伙企业办理变更、注销登记、修改合伙协议等事项应经全体合伙人一致同意，法律法规及合伙协议有明确规定的除外。

（3）存续期及期满后所持有股份的处置办法和损益分配方法

科赢投资、沐桥投资的经营期限均为自成立之日起 30 年；泽蹇咨询、语昂咨询的经营期限均为自成立之日起 10 年。

根据员工持股平台合伙协议的约定，合伙人处置财产份额的，须经其他合伙人一致同意；合伙企业的利润和亏损，由合伙人依照实缴的出资比例分配和分担，合伙人内部有约定的按其约定。

（4）股份锁定期

科赢投资、沐桥投资、泽蹇咨询和语昂咨询就所持公司股份锁定事宜出具了股份锁定承诺，承诺自公司股票上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理合伙企业在本次发行上市之前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

（5）变更和终止的情形

根据员工持股平台的合伙协议，均约定合伙企业有下列情形之一的，应当解散：①合伙期限届满，合伙人决定不再经营；②合伙协议约定的解散事由出现；③全体合伙人决定解散；④合伙人已不具备法定人数满三十天；⑤合伙协议约定的合伙目的已经实现或者无法实现；⑥依法被吊销营业执照、责令关闭或者被撤销；⑦法律、行政法规规定的其他原因。

（6）人员离职后的股份处理

根据公司的《股权激励管理办法》，对于人员离职后的股份处理，针对不同的离职情况约定了不同的处理方式：

①激励对象因个人原因主动从公司或其下属子公司离职，其持有的合伙企业

的出资份额，经执行事务合伙人同意，激励对象可自行选择是否继续持有或要求合伙企业执行事务合伙人进行回购；

②激励对象死亡的，合伙企业执行事务合伙人有权向其继承人回购其持有的所有合伙企业的出资份额；

③激励对象违反《股权激励管理办法》的义务，或激励对象被公司或其下属子公司解除劳动合同，合伙企业执行事务合伙人有权向其回购其持有的所有合伙企业的出资份额。

4、员工持股平台履行登记备案情况

科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询为公司员工共同出资设立的员工持股平台，其设立及历次财产份额转让已经履行了工商登记备案手续。

科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询除持有公司股份以外未进行其他投资活动，不存在资产由基金管理人或者普通合伙人管理的情形。员工持股平台在取得公司股份的过程中，不存在以非公开方式向投资者募集资金的情形。因此，科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金，无需办理私募投资基金备案登记。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人的员工持股平台科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询的设立及历次财产份额转让已经履行了工商登记备案手续，其不属于《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》中规定的私募投资基金，无需办理私募投资基金备案登记，符合相关监管要求。

5、不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排的情形

公司员工持股平台科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询涉及的员工参与认购出资份额的资金来源均为自有资金或自筹资金，不存在公司或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补贴等安排的情形。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人员工持股平台科赢投资、沐桥投资、泽骞咨询和语昂咨询涉及的员工参与认购出资份额的资金来源均为自有资金或自筹资金，不存在发行人或第三方为员工参加持股计划提供奖励、资助、补

贴等安排的情形。

（三）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响

1、股权激励对公司经营状况、控制权变化的影响

通过员工持股平台实现员工对公司的间接持股，进一步建立健全了公司的激励机制，有助于充分调动员工的工作积极性和创造性，有利于公司健康、持续发展。

本次公开发行申报前实施的股权激励未导致公司控制权变化，不会影响公司控制权的稳定性。

2、股权激励对公司财务状况的影响

2017 年以来，公司通过员工持股平台增资或平台财产份额转让的方式对员工实施了股权激励，员工入股价格与公司权益工具公允价值的差额部分，公司已按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》及相关解释文件的规定，于股权激励授予当期一次性确认了股份支付费用，计入非经常性损益，并根据激励对象的岗位职能分别计入销售费用、管理费用和研发费用，同时计入资本公积。员工王志伟、田琳于 2017 年直接持股部分，公司也已按照前述方式进行了会计处理。

2017-2021 年各年度，公司分别确认股份支付费用 5,352.64 万元、4,489.78 万元、5,821.49 万元、8,138.13 万元和 124.80 万元，具体情况如下：

（1）2017 年 12 月，第一次股权激励

2017 年 12 月，公司通过科赢投资、沐桥投资向蔡海伟等 19 名员工间接授予了致欧有限合计 104.54 万元注册资本；同时，对于员工王志伟、田琳通过受让股权及直接增资的方式合计取得的 180.00 万元致欧有限注册资本，公司亦根据企业会计准则的相关规定，计提了股份支付费用。

公司参照同期外部投资机构安克创新、和谐博时于 2018 年 5 月和 2018 年 10 月增资入股的一揽子估值 65,500.00 万元，确定本次股权激励授予时致欧有限股权的公允价值。本次股权激励确认股份支付费用的计算过程如下：

项目	计算公式	金额
员工取得股权的出资成本（万元）	A	859.82
员工取得的致欧有限出资额（万元）	B	284.54

员工取得致欧有限股权的成本单价（元/出资额）	$C=A/B$	3.02
外部投资机构入股时致欧有限的估值（万元）	D	65,500.00
外部投资机构入股后致欧有限的注册资本（万元）	E	3,000.00
公允价值（元/出资额）	$F=D/E$	21.83
确认股份支付费用（万元）	$G=B*（F-C）$	5,352.64

本次股份支付权益工具的公允价值以同期外部投资机构入股价格为定价参考依据，权益工具公允价值具有合理性。公司根据激励对象的岗位职能，将股份支付费用计入销售费用 675.12 万元、管理费用 4,677.52 万元，同时计入资本公积——其他资本公积 5,352.64 万元，符合企业会计准则的相关规定。

（2）2018 年 5 月，第二次股权激励

2018 年 5 月，公司通过泽霖咨询、语昂咨询对致欧有限增资的形式，向 KONG YI 等 4 名员工间接授予致欧有限合计 216.42 万元注册资本；同时，将原预留在科赢投资、沐桥投资执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额确权的形式向田琳、王志伟间接授予致欧有限合计 22.00 万元注册资本。

公司参照同期外部投资机构安克创新、和谐博时于 2018 年 5 月和 2018 年 10 月增资入股的一揽子估值 65,500.00 万元，确定本次股权激励授予时致欧有限股权的公允价值。本次股权激励确认股份支付费用的计算过程如下：

项目	计算公式	金额
员工取得股权的出资成本（万元）	A	715.74
员工取得的致欧有限出资额（万元）	B	238.42
员工取得致欧有限股权的成本单价（元/出资额）	$C=A/B$	3.00
外部投资机构入股时致欧有限的估值（万元）	D	65,500.00
外部投资机构入股后致欧有限的注册资本（万元）	E	3,000.00
公允价值（元/出资额）	$F=D/E$	21.83
确认股份支付费用（万元）	$G=B*（F-C）$	4,489.78

本次股份支付权益工具的公允价值以同期外部投资机构入股价格为定价参考依据，权益工具公允价值具有合理性。公司根据激励对象的岗位职能，将股份支付费用计入管理费用 4,489.78 万元，同时计入资本公积——其他资本公积

4,489.78 万元，符合企业会计准则的相关规定。

（3）2019 年 4 月，第三次股权激励

2019 年 4 月，公司对安瑞静等 83 名员工实施股权激励，将原预留在科赢投资、沐桥投资、泽赛咨询和语昂咨询执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额转让或确权的形式向前述激励对象间接授予致欧有限合计 136.64 万元注册资本。

根据沃克森出具的《资产评估报告》（沃克森评报字[2020]第 0936 号），经采用收益法评估，截至评估基准日 2019 年 12 月 31 日，致欧有限的股东全部权益评估值为 136,874.59 万元，公司据此确定本次股权激励授予时致欧有限股权的公允价值。本次股权激励确认股份支付费用的计算过程如下：

项目	计算公式	金额
员工取得股权的出资成本（万元）	A	412.72
员工取得的致欧有限出资额（万元）	B	136.64
员工取得致欧有限股权的成本单价（元/出资额）	$C=A/B$	3.02
经第三方评估机构评估的致欧有限估值（万元）	D	136,874.59
致欧有限的注册资本（万元）	E	3,000.00
公允价值（元/出资额）	$F=D/E$	45.62
确认股份支付费用（万元）	$G=B*(F-C)$	5,821.49

本次股份支付权益工具的公允价值以经第三方评估机构的评估值为定价参考依据，权益工具公允价值具有合理性。公司根据激励对象的岗位职能，将股份支付费用分别计入销售费用 1,767.29 万元、管理费用 3,806.38 万元和研发费用 247.82 万元，同时计入资本公积——其他资本公积 5,821.49 万元，符合企业会计准则的相关规定。

（4）2020 年 6 月，第四次股权激励

2020 年 6 月，公司对侯永辉等 17 名员工实施股权激励，将原预留在语昂咨询执行事务合伙人名下的致欧有限股权，以合伙企业财产份额转让或确权的形式向前述激励对象间接授予致欧有限合计 31.84 万元注册资本。

公司参照同期外部投资机构富邦凯瑞、苏州宜仲、中原前海和前海基金于 2020 年 10 月增资入股的估值 800,000.00 万元，确定本次股权激励授予时致欧有

限股权的公允价值。本次股权激励确认股份支付费用的计算过程如下：

项目	计算公式	金额
员工取得股权的出资成本（万元）	A	95.52
员工取得的致欧有限出资额（万元）	B	31.84
员工取得致欧有限股权的成本单价（元/出资额）	$C=A/B$	3.00
外部投资机构入股时致欧有限的估值（万元）	D	800,000.00
致欧有限的注册资本（万元）	E	3,093.65
公允价值（元/出资额）	$F=D/E$	258.59
确认股份支付费用（万元）	$G=B*(F-C)$	8,138.13

本次股份支付权益工具的公允价值以同期外部投资机构入股价格为定价参考依据，权益工具公允价值具有合理性。公司根据激励对象的岗位职能，分别计入销售费用 1,318.48 万元、管理费用 6,742.97 万元和研发费用 76.68 万元，同时计入资本公积——其他资本公积 8,138.13 万元，符合企业会计准则等相关规定。

（5）2021 年 10 月，田琳受让王江萍间接持有的公司股份

员工持股平台科赢投资的原激励对象王江萍因个人原因于 2021 年 7 月离职，根据合伙协议等相关约定及各方友好协商，王江萍离职后自愿将其通过科赢投资间接持有的公司股权（对应王江萍于 2019 年 4 月被授予的致欧有限 0.5 万元出资额）转让给执行事务合伙人，该等出资额折合公司股改及资本公积转增股本后致欧科技 5.69 万股股份。2021 年 10 月，公司董事会作出决议，同意将上述间接持有的公司股权授予田琳。

公司参照同期外部投资机构服贸基金于 2020 年 12 月增资入股的估值 803,000.00 万元，确定本次股份授予时致欧科技股权的公允价值。本次股权授予确认股份支付费用的计算过程如下：

项目	计算公式	金额
员工取得股权的出资成本（万元）	A	1.74
员工取得的致欧科技股份（万股）	B	5.69
外部投资机构入股时致欧科技的估值（万元）	C	803,000.00
致欧科技的股本（万股）	D	36,135.00

公允价值（元/股）	$E=C/D$	22.22
确认股份支付费用（万元）	$F=B * E - A$	124.80

本次股份支付权益工具的公允价值以同期外部投资机构入股价格为定价参考依据，权益工具公允价值具有合理性。公司根据授予对象的岗位职能，计入管理费用 124.80 万元，同时计入资本公积——其他资本公积 124.80 万元，符合企业会计准则等相关规定。

（四）上市后的行权安排

截至本招股说明书签署日，员工股权激励安排已实施完毕，不存在未授予或未行权的情况，不涉及上市后的行权安排。

十一、发行人员工情况

（一）员工基本情况

1、员工人数及其变化情况

报告期各期末，公司及其子公司员工人数分别为 576 人、853 人、1,157 人和 1,167 人。

2、员工构成情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司员工总数为 1,167 人，员工的专业结构、受教育程度、年龄分布情况如下：

（1）按员工专业结构划分

专业结构	员工人数（人）	比例
供应链人员	423	36.25%
市场运营人员	456	39.07%
研发设计人员	169	14.48%
行政管理人员	119	10.20%
合计	1,167	100.00%

（2）按员工受教育程度划分

受教育程度	员工人数（人）	比例

硕士及以上	160	13.71%
本科	788	67.52%
大专及以下	219	18.77%
合计	1,167	100.00%

(3) 按员工年龄划分

年龄分布	员工人数（人）	比例
30岁及以下	687	58.87%
31-40岁	413	35.39%
41岁及以上	67	5.74%
合计	1,167	100.00%

(二) 社会保险和住房公积金缴纳情况

1、发行人社会保障制度执行情况

(1) 境内社会保障制度执行情况

公司已根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》等相关法律、法规与员工签订劳动合同，员工按照劳动合同的规定承担义务和享受权利。报告期内，公司遵守国家和社会劳动保障法律、法规的相关规定，逐步建立健全了员工社会保险及住房公积金制度。

报告期各期末，公司及其境内子公司、分公司的社会保险、住房公积金的缴纳情况如下：

单位：人

类别	项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
境内员工总数		1,056	1,050	775	526
社会保险	缴纳人数	1,041	1,018	731	510
	缴纳人数占比	98.58%	96.95%	94.32%	96.96%
住房公积金	缴纳人数	1,040	1,032	752	513
	缴纳人数占比	98.48%	98.29%	97.03%	97.53%

报告期内，公司已为绝大多数境内员工缴纳社会保险和住房公积金。截至2022年6月30日，公司尚存在少部分员工未缴纳社会保险和住房公积金，主要

原因：①当月入职的员工已过社会保险和住房公积金的申报窗口期，公司已于次月为其办理相关社会保险和住房公积金的缴纳手续；②外籍员工未参加住房公积金缴存；③员工自愿放弃缴纳住房公积金。

报告期内，公司员工社会保险和住房公积金应缴未缴的人员数量较少，如补缴不会对公司的持续经营造成重大不利影响。

（2）境外社会保障制度执行情况

根据境外律师出具的法律意见书，公司境外子公司用工符合当地的法律规定，不存在劳动纠纷。

2、政府主管部门关于社会保险和住房公积金缴纳情况的证明

公司及其境内子公司、分公司已取得其所在地社会保险、住房公积金主管部门出具的证明，其在报告期内或自成立以来，不存在因违法违规行为而受到行政处罚的情形。

3、关于发行人社会保险和住房公积金缴纳事项的承诺

公司控股股东、实际控制人宋川就公司及其子公司、分公司为员工缴纳社会保险和住房公积金事项作出相关承诺，具体内容请参见本招股说明书“第十三节/三/（十三）关于社会保险、住房公积金的承诺”。

第六节 业务与技术

一、发行人主营业务及主要产品情况

跨境电商企业按照交易平台是否自建网站,可以分为自建平台和第三方平台两类;从选品策略角度出发,按经营商品品类与 SKU 数量,又可分为精品与泛品两种经营策略,其中“精品策略”指主要专注于特定领域商品,“泛品策略”指经营商品种类或数量多样。

按照上述标准划分,可以将跨境电商企业大致分成四类:

(1) 精品策略+第三方平台:精品策略由于产品 SKU 数量较少,自建网站吸引到的客流量有限,流量获取成本较高,一般会通过第三方平台开展销售业务,深度研发产品,借助极致的产品研发在第三方平台获取较好的口碑和较高的排名,从而实现销量的显著提升。典型代表包括安克创新、致欧科技等。

(2) 泛品策略+自建平台:企业采用自建平台来实现产品销售,采用自建平台可以减少平台费用,但是增加了引流成本,因而自建网站对企业的品牌力有一定要求。采用泛品的选品策略,可以通过增加产品品类,在一定程度上增加用户搜索到产品的可能性,来保证网页和终端流量。企业产品 SKU 数量一般为十几万到几十万个,典型代表为环球易购。

(3) 泛品策略+第三方平台:通过第三方平台销售的同时,采用泛品策略。

(4) 精品策略+自建平台:采用精品策略,并通过自建平台进行销售。

(一) 发行人主营业务及主要产品的基本情况

1、主营业务情况

公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售,产品主要包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等品类,是全球知名的互联网家居品牌商。

公司聚焦家居品类十余年,以“服务全球家庭,让客户信赖,使员工骄傲”为企业愿景,秉承“致力中国品牌出海,为中国制造加油”的企业使命,多年来不断将产品品类向全屋场景拓展,以客户体验为驱动,专注于为全球家庭提供更为舒适的居家体验,营造更显温馨的家居氛围,创造更加美好的生活空间。

公司以“全球互联网家居领先品牌”为长期发展战略定位,产品路线图以“家”

的全场景全品类规划为边界，致力于打造以“高性价比（Value for money）”、“全家居场景（Variety）”和“时尚风格设计（Stylish）”为核心特点，对标“宜家”的线上一站式家居品牌，产品不断向系列化、风格化、全生活场景的方向拓展。

在经营模式方面，公司重点布局产品的研发设计、运营销售等高附加值业务环节，背靠中国完善的供应链制造体系和优质的家具家居产业集群，主要采取自主研发或合作开发、外协生产的产品供应模式，通过“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”的跨境仓储物流体系，以亚马逊、ManoMano、Cdiscount、eBay等海外知名电商平台为主要销售渠道，为客户提供外观时尚、功能实用、品质优良的家居产品，销售范围覆盖欧洲、北美、日本等国家或地区。

在品牌建设方面，公司定位于全球互联网家居品牌商，旗下拥有SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA三大自有品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。公司产品已在欧美等多地市场获得了消费者的青睐和认可，多款产品常年位列亚马逊等第三方电商平台畅销榜前列。因此公司多次获得亚马逊等平台授予的卖家荣誉奖项，2017年公司荣获“亚马逊全能卖家”称号，2019年公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，同年SONGMICS和VASAGLE同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”；2022年，公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“2021年度‘赢之以恒’年度卖家”称号，并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。

公司在互联网家居领域深耕多年，坚持自有品牌的发展战略，已建立起一套适合线上销售的快速响应的前端产品研发和信息系统开发体系，以及协同高效的覆盖中后端跨境产品采购、仓储物流等环节的供应链体系，为公司的持续、健康、稳定发展提供了有力保障。

自设立以来，公司主营业务未发生重大变化。

2、公司产品情况

公司主要经营SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA三大自有品牌家居产品的研发、设计和销售。

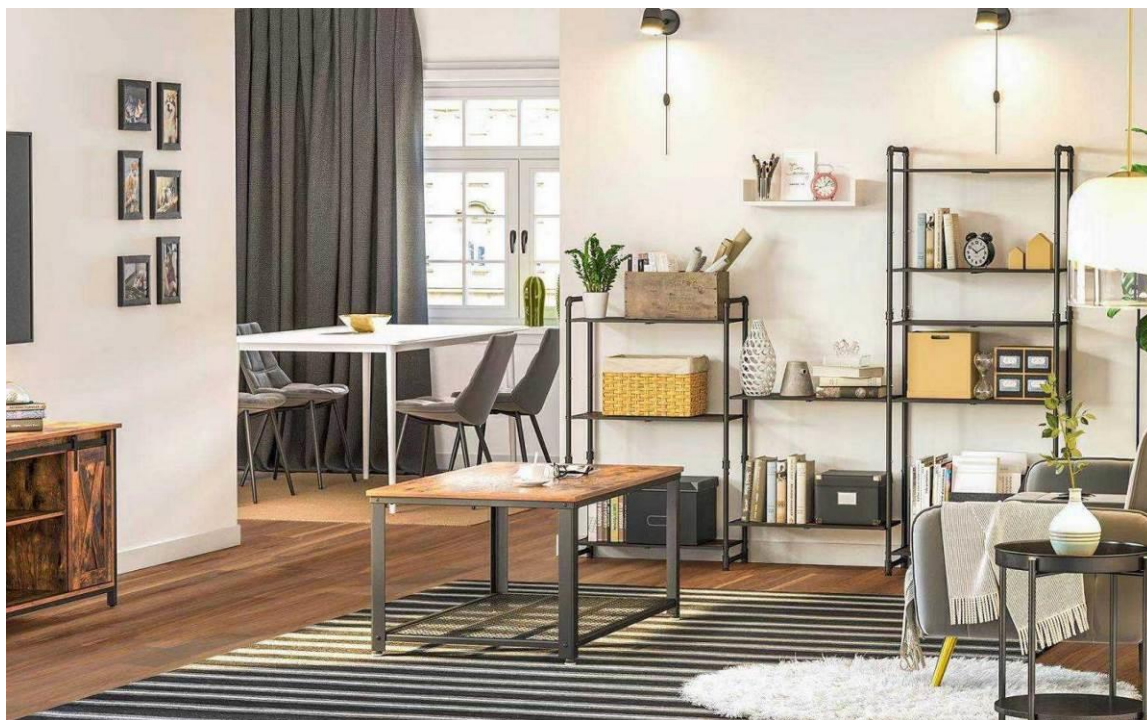
品牌	品牌介绍
	SONGMICS 定位为家居品类,通过产品团队精心的选品、设计师差异化的设计,以及专业的场景化的打造,使客户在面临众多的终端产品选择时,有值得信赖的确定感。
	VASAGLE 定位为家具品类,通过深入洞察消费者需求、通过精益求精的产品设计和品质管控,以扁平化包装方式,为客户提供优质、环保且有设计感的全屋家具产品。
	FEANDREA 定位为宠物家居品类,通过对宠物心理的精准把握,为宠物提供快乐、舒适又有趣的产品与生活,做“以家居为核心的人宠生态”。

家具家居产品通常具有体积和重量较大、形状各异特征,产品的仓储、运输及安装等问题使得该类产品在电商渠道销售颇具挑战。公司从产品的包装重量和易组装性出发,同时兼具产品的外观、功能,持续对体积、重量较大的家具家居产品的尺寸、重量、结构、安装等进行开发设计。为了更好地解决产品包装和运输问题,公司对大件家具家居产品一般采用更加节省空间和包材的平板包装方式,公司向客户提供产品主材、配件、安装说明书(含安全操作指引),客户自行完成安装。平板包装形式实现了大件家具家居产品的便携仓储、运输与简易安装,不仅降低了包装成本、仓储物流费用,也提升了消费者自行组装容易度,从而改善了用户体验。

报告期内,公司产品主要包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列以

及其他产品。从使用场景角度划分，公司产品涵盖了客厅、卧室、厨房、门厅、庭院、户外等不同场景，已逐渐形成不同风格或材质互相组合设计的小件家居用品、大件室内家具和庭院户外家具等多系列产品矩阵，从而满足客户在多场景下的消费需求，实现消费者一站式采购。

家具系列	使用场景	客厅	厨房	卧室	门厅	书房	浴室
	主要产品	咖啡桌、电视柜、边桌、摇椅、沙发等	餐桌椅、吧桌、吧椅、中岛台、酒架等	床头柜、梳妆台、布抽柜、床等	玄关桌、鞋架、门厅架、换鞋凳等	电脑桌、书架、文件柜、升降桌、办公椅等	浴室柜、马桶架、水槽柜等
家居系列	使用场景	鞋收纳	衣物收纳	首饰收纳	其他收纳	儿童用品	家庭工具
	主要产品	鞋架、鞋盒、布艺收纳盒/袋、折叠凳等	衣柜、衣帽架、晾衣架、洗衣机、衣撑等	首饰柜、首饰盒、首饰架、手表盒等	信箱、镀铬置物架、行李架、伞架、货架等	玩具架、帐篷等	铝梯等
庭院系列	使用场景	庭院	花园	野营	运动器材	/	/
	主要产品	藤编家具、太阳伞、休闲椅、边棚、遮阳帆、秋千等	跪凳、花园门、石笼网等	野餐垫、吊床、野营椅等	蹦床、哑铃、健身车、羽毛球网、足球门等	/	/
宠物系列	使用场景	猫爬树	宠物笼具	宠物窝垫	宠物家具	宠物出行	/
	主要产品	各型号猫爬架/树	铁线狗笼/围栏、多功能宠物笼等	猫窝、狗窝、宠物垫、狗尿垫等	猫砂箱、喂食碗架、铁木狗笼等	宠物车载座椅/垫、宠物手提包等	/



产品场景展示图

(1) 家具系列

公司家具系列产品分为生活家具和办公家具细分品类。其中，生活家具主要包括电视柜、门厅架、浴室柜、沙发、餐桌、边桌、床、床头柜、梳妆台等产品；办公家具主要包括办公桌、电脑桌、书架、办公椅等产品。家具系列部分产品的示例图如下：



客厅：电视柜、咖啡桌、边桌



餐厅：餐桌、餐椅



厨房：吧台、吧椅



门厅：门厅架



书房：办公桌、书架、办公椅



门厅：衣帽架、鞋架



卧室：床、床头柜



卧室：梳妆台



浴室：浴室柜、水槽柜

(2) 家居系列

公司家居系列产品分为收纳类、用具类和装饰类。其中，收纳类主要包括收纳柜、鞋盒、衣物收纳筐、首饰盒等产品；用具类主要包括衣帽架、衣撑、脚踏垃圾桶、儿童玩具架等产品；装饰类主要包括照片墙、壁架、窗帘等产品。家居系列部分产品的示例图如下：



收纳柜



透明鞋盒



首饰盒



衣帽架



儿童玩具架

衣撑



梳妆镜

脚踏垃圾桶



壁架

(3) 庭院系列

公司庭院系列产品分为庭院家居类、休闲类和运动类。其中，庭院家居类主要包括藤编家具套装、篱笆、花园桌、太阳伞等产品；休闲类主要包括吊床、吊椅、野餐垫、睡袋、休闲椅、行军床、秋千等产品；运动类主要包括蹦床、足球门、羽毛球网、小型健身架等产品。庭院系列部分产品的示例图如下：



庭院编藤桌椅



阳台桌椅



户外吊床



户外野餐垫



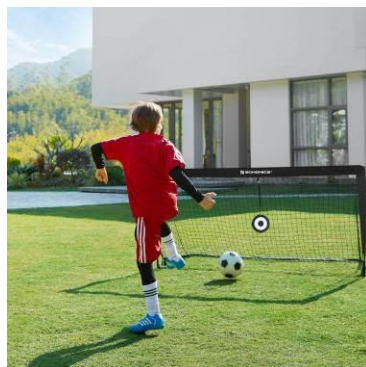
秋千



睡袋



蹦床



足球门



哑铃

(4) 宠物系列

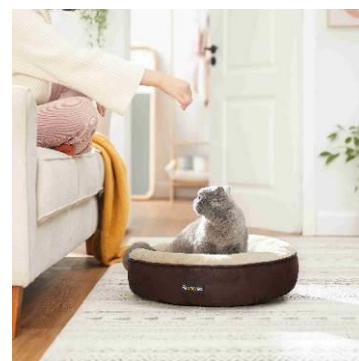
公司宠物系列分为宠物家具、宠物家居细分品类。其中，宠物家具主要包括家庭宠物使用的猫爬架等产品；宠物家居主要包括猫窝、狗窝、宠物垫、喂食碗架等产品。宠物系列部分产品的示例图如下：



猫爬架



宠物喂食碗架



宠物垫



宠物手提包



狗笼



多功能宠物笼

(5) 其他产品

公司其他产品主要包括橱窗展示道具、灯饰类产品等，部分产品的示例图如下：



服装展示道具



多功能置物灯

3、主营业务收入构成情况

报告期内，公司实现营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 **280,867.67 万元**，其中，主营业务收入分别为 232,223.33 万元、396,786.79 万元、595,867.74 万元和 **277,491.29 万元**，占营业收入的比重分别为 99.86%、99.92%、99.85%和 **98.80%**，占比均在 **98%**以上，是公司营业收入的主要来源。

（1）主营业务收入按产品类别划分

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家具系列	133,642.19	48.16%	309,237.30	51.90%	196,881.76	49.62%	100,708.29	43.37%
家居系列	89,725.88	32.33%	187,671.30	31.50%	136,289.58	34.35%	89,151.89	38.39%
庭院系列	36,314.22	13.09%	63,300.66	10.62%	38,584.82	9.72%	23,955.39	10.32%
宠物系列	17,091.68	6.16%	34,196.55	5.74%	23,455.96	5.91%	16,078.69	6.92%
其他产品	717.32	0.26%	1,461.92	0.25%	1,574.66	0.40%	2,329.07	1.00%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

（2）主营业务收入按销售模式划分

报告期内，公司主要通过线上 B2C 模式和跨境出口 B2B 模式实现产品销售，公司主营业务收入按销售模式及平台或渠道划分情况如下：

单位：万元

模式	平台/渠道	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2C	亚马逊	185,276.32	66.77%	404,407.89	67.87%	284,898.50	71.80%	188,400.99	81.13%
	ManoMano	9,362.06	3.37%	17,254.56	2.90%	12,199.61	3.07%	4,154.15	1.79%
	Cdiscount	4,067.89	1.47%	10,956.07	1.84%	9,287.45	2.34%	4,743.41	2.04%
	eBay	2,254.51	0.81%	6,318.73	1.06%	5,805.49	1.46%	2,736.76	1.18%
	其他线上 B2C 平台	22,993.75	8.29%	42,576.66	7.15%	16,874.01	4.25%	1,976.42	0.85%
	小计	223,954.53	80.71%	481,513.92	80.81%	329,065.06	82.93%	202,011.74	86.99%
B2B	亚马逊 Vendor	23,045.04	8.30%	55,764.49	9.36%	33,528.20	8.45%	19,519.97	8.41%
	Wayfair	13,862.27	5.00%	27,423.29	4.60%	17,092.83	4.31%	4,506.71	1.94%
	其他线上 B2B	-	-	61.95	0.01%	203.69	0.05%	309.48	0.13%
	线下 B2B	16,629.45	5.99%	31,104.09	5.22%	16,897.01	4.26%	5,875.43	2.53%
	小计	53,536.76	19.29%	114,353.82	19.19%	67,721.73	17.07%	30,211.59	13.01%
合计		277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

(3) 主营业务收入按地区划分

报告期内，公司主要在欧洲、北美和日本等国家和地区进行产品销售，主营业务收入按地区划分情况如下：

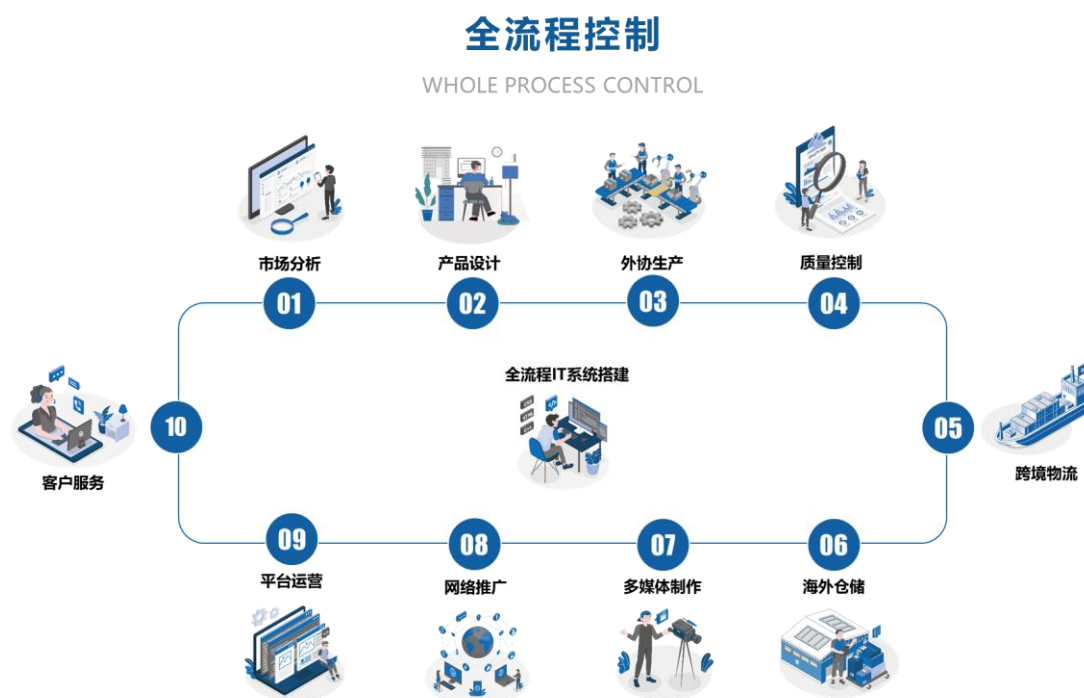
单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧洲地区	159,193.54	57.37%	357,519.38	60.00%	239,102.53	60.26%	137,409.40	59.17%
北美地区	115,052.44	41.46%	233,457.21	39.18%	154,510.51	38.94%	93,057.21	40.07%
日本地区	2,254.53	0.81%	3,985.73	0.67%	3,086.73	0.78%	1,621.45	0.70%
其他地区	990.78	0.36%	905.42	0.15%	87.02	0.02%	135.27	0.06%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

注：“其他地区”主要包括澳大利亚、沙特阿拉伯、塞浦路斯、韩国、新西兰等国家和地区。

(二) 发行人主要产品及服务的流程

报告期内，公司深耕亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等第三方电商平台，主要通过产品研发与设计、外协生产及采购、跨境运输及仓储、线上销售及客户服务等业务环节链接上游供应商与遍及欧洲、北美和日本等国家或地区的终端消费者。



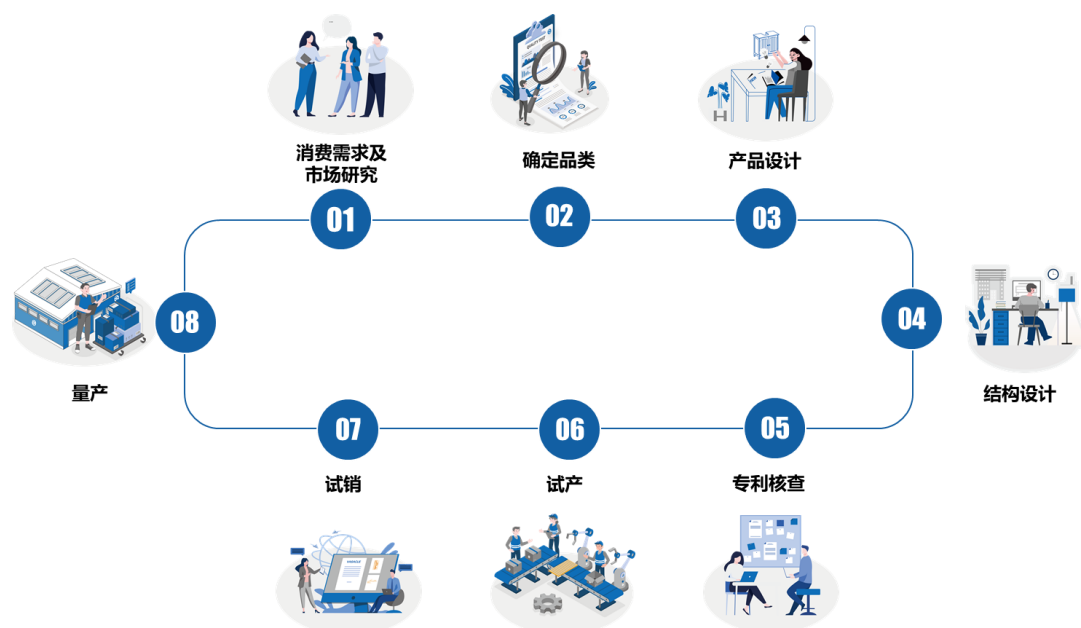
（三）发行人主要经营模式

1、产品研发模式

报告期内，公司主要采取“自主研发”和“合作开发”的产品研发模式，并辅之以“选品”的模式，具体情况如下：

（1）自主研发

公司的核心产品主要通过自主研发完成，公司“自主研发”模式下产品开发的主要流程如下图所示：



①消费需求及市场研究

公司市场营销中心及产品开发中心根据产品历史销售数据、消费者偏好和习惯数据、用户评价反馈数据、市场公开数据及行业数据等，尤其是涉及用户反馈信息和改进建议，公司对其做重点统计和深入分析，从中分析现有产品的不足，明确改进方向或发现现有产品、功能空白。同时，公司重点分析竞品销售状况、竞争对手新品宣发上架动态、替代品的出现或热销等情况，明确细分领域、具体产品的竞争状况。此外，公司也会通过网络红人调研、国际国内行业展会等直接了解消费者相关需求，直面行业发展趋势。

②确定品类

公司获取前述内外部信息，利用完善的信息处理系统和大数据技术进行广泛搜集、整理与深度处理，最终确定待开发产品品类。

③产品、结构设计

公司产品开发中心确定待开发产品品类后，会同产品设计中心、技术研发中心汇总并分析该产品主要消费人群的偏好与需求，进行产品设计的前期分析，其后再结合市场端的数据表现调整、细化、完善具体的设计方向，在此基础上开展产品外观和功能的设计与创新、结构调整与优化、最终产品 3D 打印打样等工作，输出全套产品工艺图纸。

④专利核查、试产、试销及量产

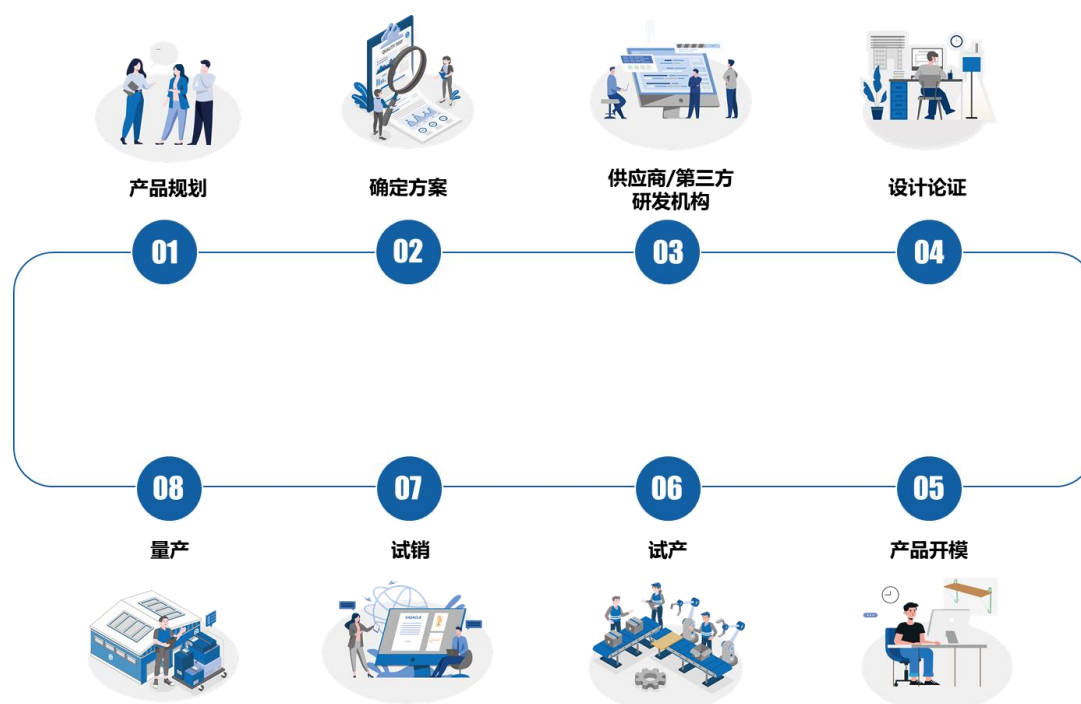
产品设计中心、技术研发中心和产品开发中心联合法务中心对新开发产品进

行知识产权核查,并协同品质中心对新开发产品进行产品标准核查及产品质量检查,确认无知识产权障碍、产品质量与安全标准符合目标市场法律法规、现有生产工艺能够保证产品量产及质量后,选择供应商进行试产,在试销后正式进入量产阶段。

(2) 合作开发

报告期内,公司不断将产品品类向全屋场景拓展,对于契合公司发展规划路线的细分品类,但目前公司尚无充足的研发设计资源或经验,而供应商具有成熟研发能力及相对优势的产品,公司在完成初步的市场调研后,一般会选择与供应商或第三方机构共同开发相应产品。

在“合作开发”模式下,公司主要负责产品功能、外观设计方案的规划以及产品开发过程的流程管理,产品研发的具体实施由具备研发能力的供应商或第三方研发机构完成,公司对最终方案及成品进行专利保护、品质稳定性、检测合规性等方面的最终审查。公司合作开发的主要流程如下图所示:



①公司产品研发人员对产品的开发制定总体规划,针对新产品的功能、外观、结构、选材、颜色、重量等进行集体决策,定义具体功能参数并最终确定外观设计方案。

②研发人员确定新产品的设计方案后,组织供应商、第三方研发机构及公司

运营人员完成整个产品的设计论证、产品开模、试产、试销、量产等过程。

除上述两种主要研发模式以外，对于公司尚未投入资源开发的 SKU，或者工艺、技术、市场已较为成熟的细分品类，在完成产品的市场研究、功能及参数定义等工作后，公司会将明确的产品需求反馈给具有一定研发设计能力的供应商，由供应商推荐产品设计方案，公司进行选品。公司产品开发中心人员会同销售人员进行联席会议讨论，从公司产品规划和消费者需求的双重视角对方案进行判定、调整，进而决定是否最终选定该方案并引进该新品。

2、外协生产及采购模式

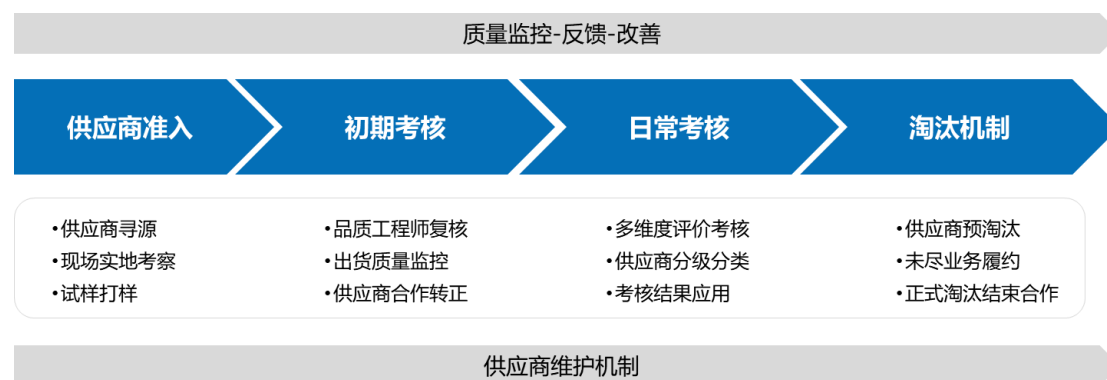
根据微笑曲线理论，报告期内公司将经营资源集中于高附加值的研发设计端及运营销售端，强化“微笑曲线”上游的研发迭代和设计创新，以及下游的品牌运营和销售渠道，生产制造环节则全部委托给外协厂商进行。

公司以控制仓储成本、保证安全库存、提高存货周转、促进销售增长为指导思想，借助 EYA 业务管理信息系统和外部行业信息，充分利用历史销售数据、现有库存数据及市场需求变化、采购交货及海运周期等信息合理制定当期销售计划和采购计划，并据此确定具体产品采购需求；公司采购中心根据业务需求及系统统计的销售量或客户实际需求、交货周期和海运周期确定定期或非定期采购数量，并向供应商下单；品质中心会根据供应商等级，对不同等级供应商的产品在发货前区别性抽样进行质检，经检测合格后方可安排物流装柜出货。对于新上线产品，公司先进行小批量采购并试销，试销数据趋于稳定且符合公司试销品转为正常商品条件后执行大批量采购。

经过多年的发展，公司在供应商管理、产品采购与交付、产品质量管理等方面均建立了较为完善的流程体系，具体情况如下：

（1）供应商管理

公司制定了较为完善的供应商管理及评价体系，建立了包括供应商准入、初期考核、日常考核、淘汰、质量监控、信息反馈和协助品控改善等完整的供应商管理机制。



①供应商准入：经过采购寻源及询比价之后，公司依据准入标准选择意向供应商进行实地考察，在经历试样打样确认及综合信息评判后，批准供应商准入并维护准入供应商信息。

②初期考核：已准入的供应商，由公司品质工程师再次复核、评价其资质并确认其准入，新准入供应商的前期出货会被密切关注；出货批次达到一定数量后，公司根据既定考核指标审核是否将新准入供应商转为正常合作供应商或异常供应商，如转为正常供应商则进入日常考核体系，如转为异常供应商则进入风险供应商池；公司对风险供应商予以特殊关注，从抽检比例、发货时效等方面进行更严格的考核。

③日常考核：公司每半年度定期对供应商进行评价考核，从多维度评价供应商并得出考核评分，根据考核评分划分供应商等级。

④淘汰机制：供应商不满足公司要求时，将进入供应商淘汰的准备阶段，采购中心发起供应商淘汰流程，各部门跟进未完成业务后，将供应商更新为淘汰状态，公司将不再与淘汰的供应商开展合作。

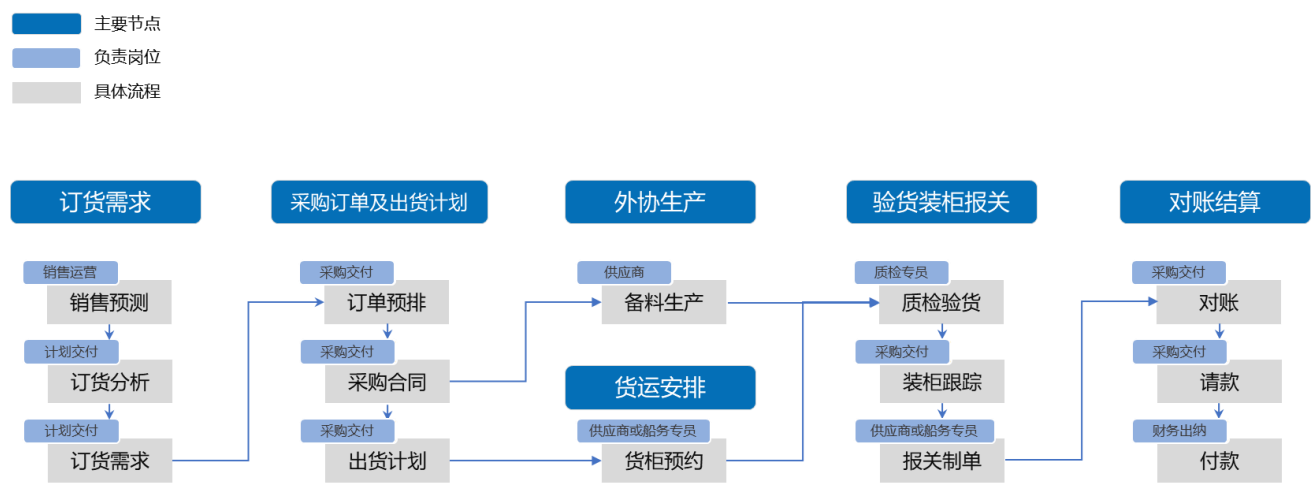
⑤质量监控及反馈、改善：公司产品售出后，由采购专员及品质工程师专人对产品评价、售后问题、平台反馈问题等进行持续跟进，按月或不定期方式整理后反馈给供应商，派驻生产制造管理专家与供应商沟通并讨论后续优化方案。

⑥供应商维护机制：公司对存续期内正常供应商推行“高级主管 Sponsor 机制”，担任 Sponsor 的高级主管将根据供应商不同等级分别按季度/半年度/年度的频率进行实地拜访和考察，听取供应商问题反馈、廉洁管理意见等，并将相关信息传递至公司，公司调集资源解决相关问题或听取相关意见并予以改进。高级主管也会进行“飞行检查”，突击检查供应商生产经营情况及对公司生产标准的执

行情况。

(2) 产品采购与交付

公司设置计划交付中心负责或协同其他部门完成采购业务的订货需求、采购订单及出货计划、外协生产及货运安排、验货装柜、报关、对账结算等环节，产品采购与交付的主要业务流程如下图所示：

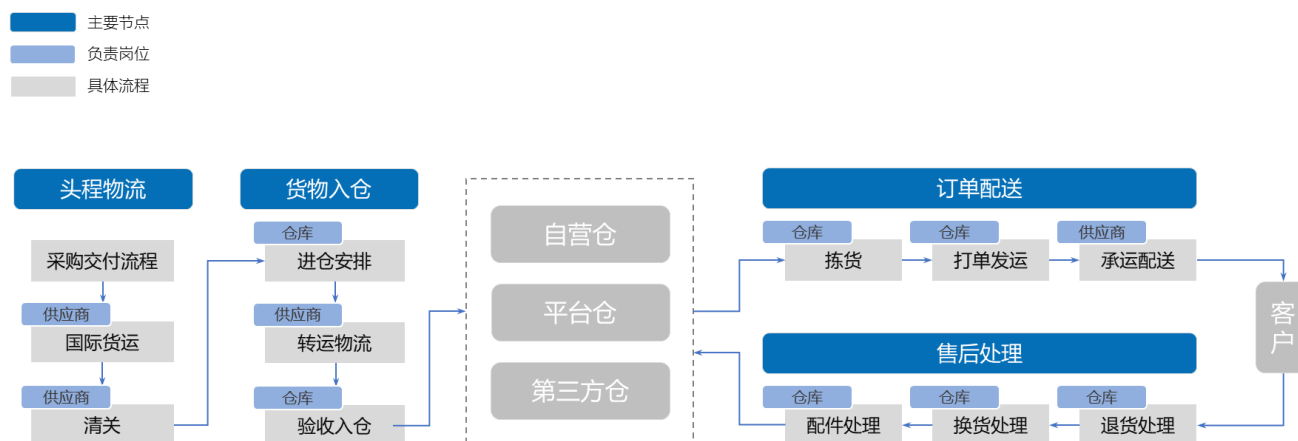


(3) 产品质量管理

产品质量是公司赖以持续发展的基础，公司设置品质中心，根据不同品类和目标市场的法律要求，制定了对应的质量检测标准文件。从新老产品评审与改进、产品抽检、产品质量统计分析、向第三方检测机构送检等环节，建立了适合公司业务特点的全过程质量控制体系，保证产品在生产及流转的过程中能严格符合公司质量标准和销售目的地的法律法规，做到问题可预防、过程可监控、结果可追溯，从而保证公司能够为全球消费者带来安全、可靠、品质优良的产品。

3、仓储物流模式

报告期内，随着公司规模的逐年递增，公司逐渐加大自营仓的建设力度，同时选择平台仓提供的仓储物流服务，并以第三方合作仓为有效补充，建立了较为完善的跨境仓储物流体系。公司仓储物流管理的主要流程如下图所示：



（1）自营仓模式

为适应公司业务快速发展的需要，满足公司产品储存运输以及国外多电商平台的销售需求，完善公司实体仓库多点布局，进一步缩短客户下单后的配送时间、提升客户满意度，实现“本土化”经营，公司于报告期内不断加大海外自营仓建设力度，持续完善仓储物流体系，提高终端消费者的购物体验。目前，海外自营仓发货已成为公司主要的仓储物流方式。通过自建海外仓，公司能够在整个仓储物流端实现高效管理，提高销售效率与库存周转能力，提高疫情等突发公共事件下的应对能力。

目前，公司海外自营仓主要分布于德国、美国等地；国内自营仓则位于东莞，主要用于部分境内存货采购后的仓储及中转。自营仓模式下，公司将产品通过海运等方式运抵至位于德国、美国等地的海外自营仓后，由海外仓进行产品储存、拣货、派发、客户退换货等后续仓储物流服务。

海外自营仓严格执行各个电商平台的订单管理要求，并已建立完善的仓储配送检查监督机制，确保销售订单的顺利发运，提高售前售后终端消费者购物体验。此外，公司定期对自营仓库存进行盘点，确保库存实物准确性及与系统库存数据的一致性。

（2）平台仓模式

平台仓模式下，公司产品由电商平台负责仓储管理及物流配送，相关仓储物流费用由平台从终端客户支付款中直接扣除。

报告期内，亚马逊 FBA 仓是公司最主要的平台仓。亚马逊平台是公司主要的线上 B2C 销售平台，报告期内，亚马逊为公司所提供的仓储物流服务（即 FBA，Fulfillment by Amazon 服务）系公司线上 B2C 平台主要的产品销售实现方式之一。

公司通过海运等方式将产品运抵至亚马逊位于欧洲、北美及日本等地的 FBA 仓，待 FBA 仓验收通过后，库存信息会在亚马逊后台进行实时更新，公司 EYA 管理系统会定期通过数据接口获取 FBA 仓的存货信息。公司存货由亚马逊统一进行管理，产品储存、派发、终端配送、客户退换货等环节均由亚马逊 FBA 仓负责。根据公司与亚马逊签订的 FBA 服务协议，若因亚马逊保管不善而造成公司相关产品毁损灭失，亚马逊将按照商品售价扣除销售佣金、配送费等费用后的金额对公司进行赔偿。

（3）第三方仓模式

第三方仓模式下，公司产品由第三方仓储物流服务商负责仓储管理及物流配送。报告期内，公司主要的第三方仓储物流服务商包括 SLM Group Holdings、Luno Fashion Limited 等。公司将产品运抵位于欧洲、北美及日本等地的第三方合作仓后，由第三方合作仓进行产品后续仓储物流服务，公司定期与第三方仓储物流服务商对账结算。

随着公司销售规模的持续扩大，对全球各地仓储的需求不断提升，第三方合作仓作为对公司自营仓和平台仓的有力补充，较好地解决了公司部分仓储配送需求。

4、销售模式

按照销售渠道的不同，公司的销售模式主要包括线上 B2C 及跨境出口 B2B 两种模式。

（1）线上 B2C 模式

在线上 B2C 模式下，公司主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等第三方电商平台以线上零售方式将产品销售给终端消费者。报告期内，公司通过 B2C 模式实现的销售收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81% 和 **80.71%**，是公司最主要的销售模式。

具体而言，消费者登录亚马逊等电商平台选购商品，填写产品订单并完成付款；然后电商平台将支付完成的订单信息通过网络接口传输至公司 EYA 管理系统，EYA 管理系统会通知公司仓储物流部门安排拣货配送或由电商平台仓库、第三方仓直接发货；商品售出后，第三方平台扣除相应佣金费用，按照协议约定

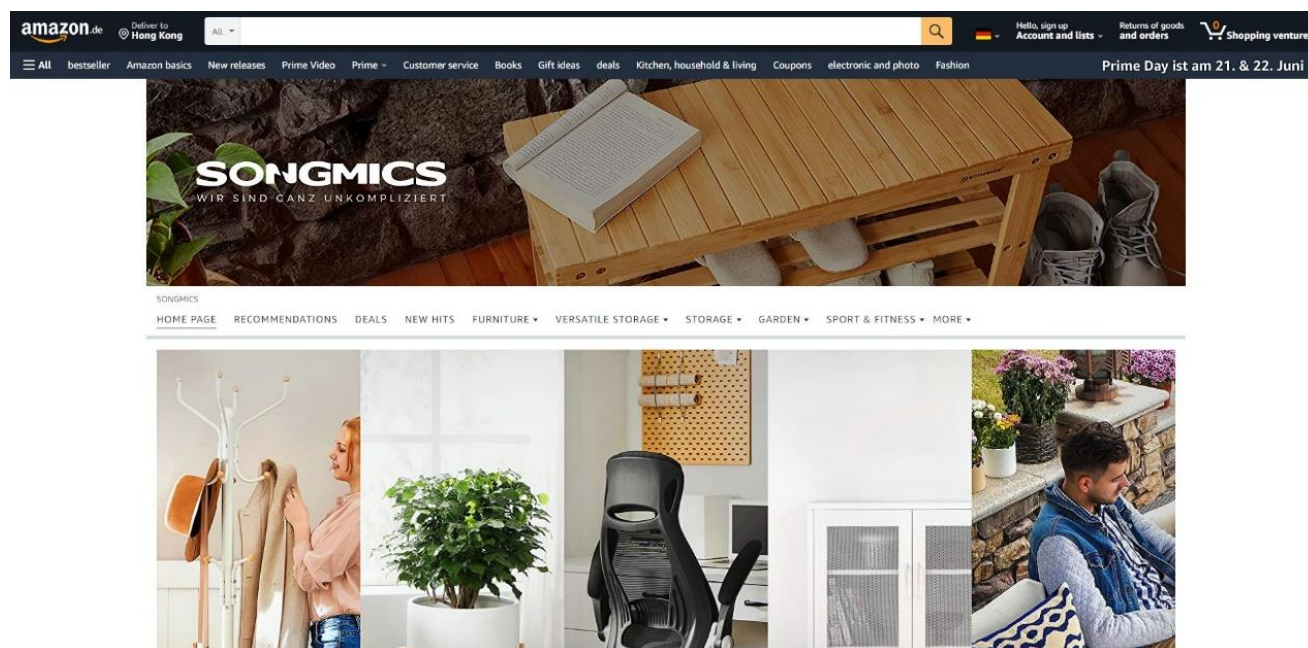
将货款支付至公司收款账户；后续消费者如对产品质量、产品使用等方面存在问题，公司客服人员或第三方平台客服人员会及时根据消费者反馈的问题进行处理。

报告期内，公司主要的线上 B2C 平台基本情况如下：

①亚马逊

亚马逊成立于 1995 年，目前是全球最大的电子商务和云计算平台之一。公司借助亚马逊全球在线销售平台（www.amazon.com）的流量优势、品牌优势与海量消费者群体基础，实现了产品在欧美日等国家和地区的销售。亚马逊平台是公司最主要的销售渠道之一，报告期内，公司在亚马逊 B2C 平台上的销售收入分别为 188,400.99 万元、284,898.50 万元、404,407.89 万元和 **185,276.32 万元**，占线上 B2C 销售收入的比重分别为 93.26%、86.58%、83.99%和 **82.73%**。

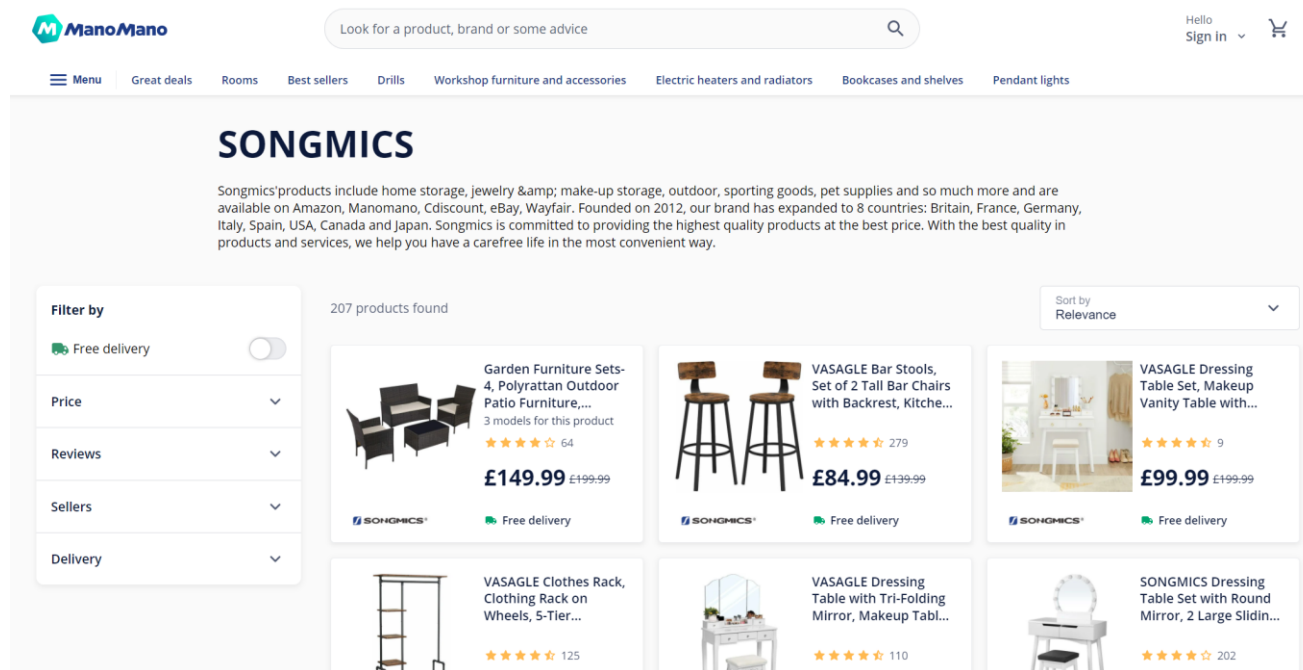
公司在欧洲、北美和日本等各亚马逊区域市场拥有相对独立的账号，在亚马逊全球总部的监管下相对独立经营。在各个亚马逊区域市场中，公司德国、美国和日本子公司分别与当地亚马逊分支机构合作，签订合同并开展经营活动。公司在亚马逊平台上的店铺展示如下图所示：



②ManoMano

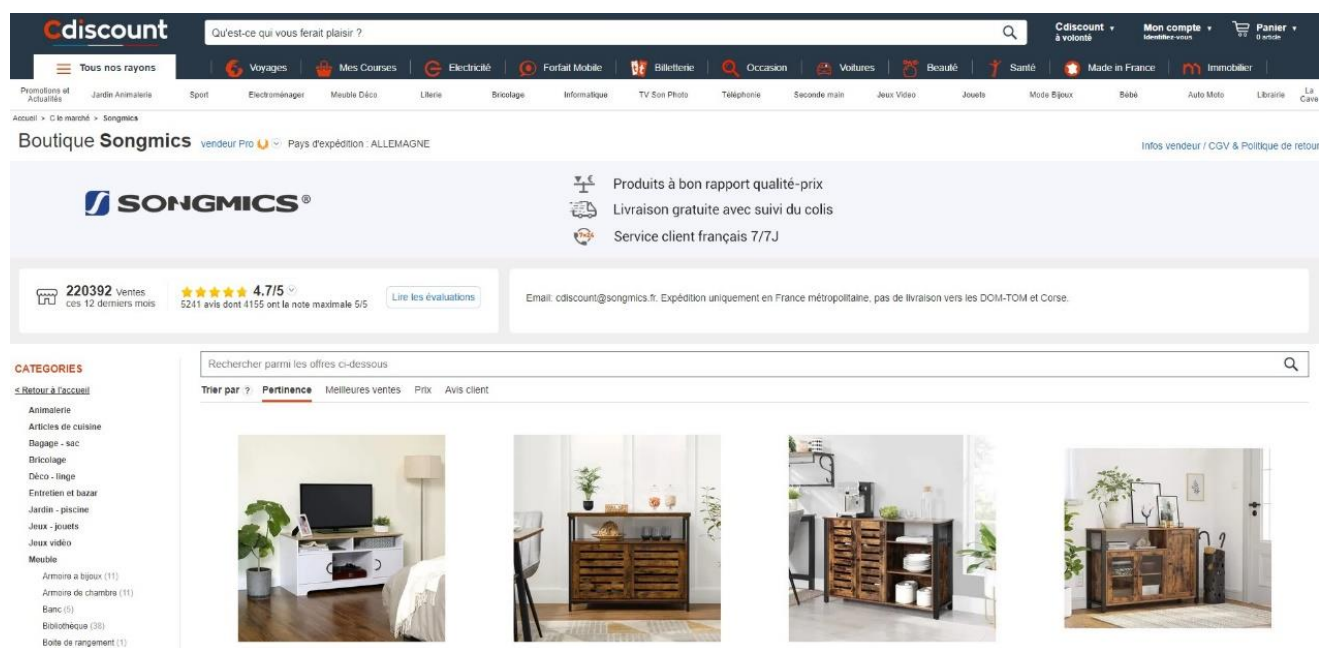
ManoMano 成立于 2013 年，是欧洲第一家专注于家居 DIY 和园艺市场的电商平台，业务涵盖法国、意大利、英国、德国、比利时和西班牙等多个国家。报

告期内，公司在 ManoMano 平台上的销售收入分别为 4,154.15 万元、12,199.61 万元、17,254.56 万元和 **9,362.06 万元**，占线上 B2C 销售收入的比重分别为 2.06%、3.71%、3.58%和 **4.18%**。公司在 ManoMano 平台上的店铺展示如下图所示：



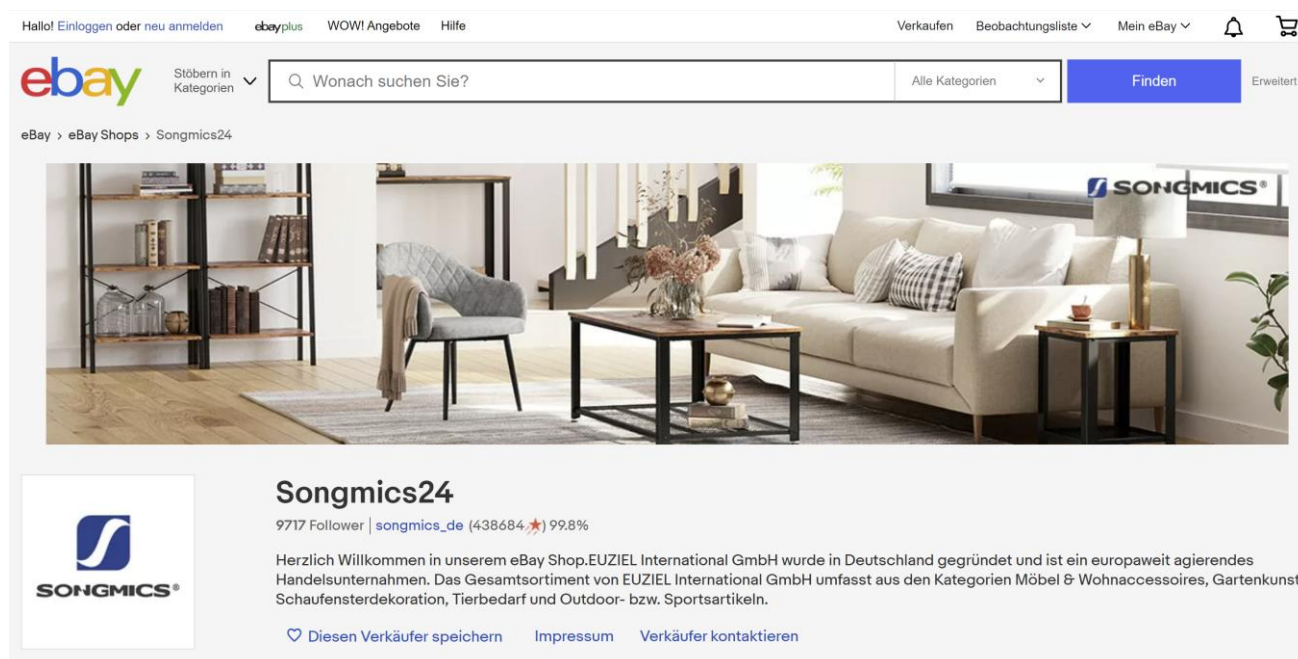
③Cdiscount

Cdiscount 成立于 1999 年，是法国本土最大的全品类电商平台。报告期内，公司在 Cdiscount 平台上的销售收入分别为 4,743.41 万元、9,287.45 万元、10,956.07 万元和 **4,067.89 万元**，占线上 B2C 销售收入的比重分别为 2.35%、2.82%、2.28%和 **1.82%**。公司在 Cdiscount 平台上的店铺展示如下图所示：



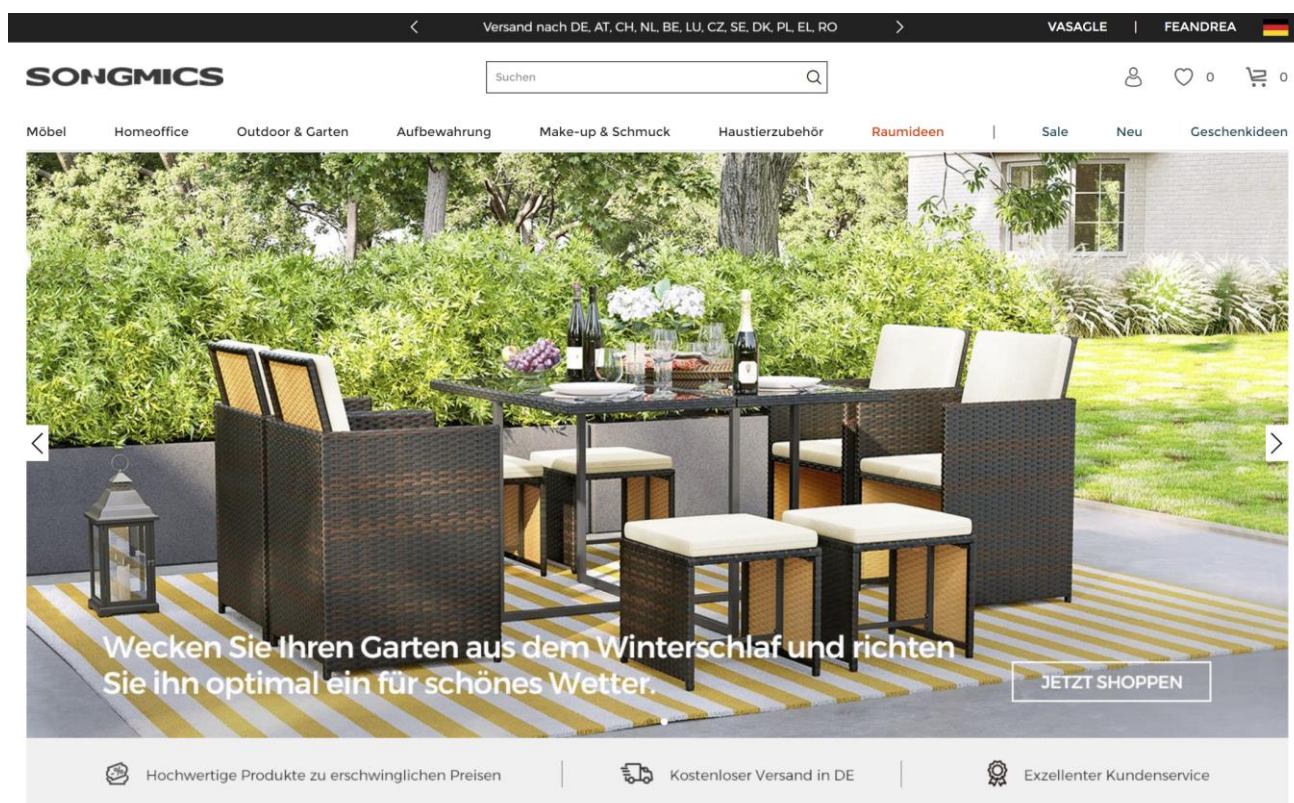
④eBay

eBay 成立于 1995 年，是一家面向全球消费者的在线购物平台。报告期内，公司在 eBay 平台上的销售收入分别为 2,736.76 万元、5,805.49 万元、6,318.73 万元和 **2,254.51 万元**，占线上 B2C 销售收入的比重分别为 1.35%、1.76%、1.31% 和 **1.01%**。公司在 eBay 平台上的店铺展示如下图所示：



除了与第三方电商平台合作外，公司亦通过自营官网平台进行产品销售。报告期内，公司通过自营官网平台实现的销售收入分别为 122.78 万元、3,381.04

万元、10,693.66 万元和 **6,307.99 万元**，占线上 B2C 销售收入的比重分别为 0.06%、1.03%、2.22%和 **2.82%**。公司官网平台示意图如下所示：



（2）跨境出口 B2B 模式

在 B2B 模式下，客户向公司下单采购产品，公司将产品运送至 B2B 客户的指定地点，终端消费者直接向公司 B2B 客户发出商品购买需求，公司 B2B 客户通过其自有物流或第三方物流向终端消费者直接发出货品。报告期内，公司通过 B2B 模式实现的销售收入分别为 30,211.59 万元、67,721.73 万元、114,353.82 万元和 **53,536.76 万元**，占主营业务收入的比例分别为 13.01%、17.07%、19.19%和 **19.29%**。

公司的 B2B 销售业务包括线上 B2B 业务和线下 B2B 业务。其中，线上 B2B 客户主要包括亚马逊 Vendor、Wayfair 等电商平台客户，由其作为产品的销售方向终端消费者提供商品；线下 B2B 客户主要为贸易商客户，由其通过自营渠道对外销售商品。

①线上 B2B 模式下，亚马逊 Vendor 是公司最主要的线上 B2B 客户，公司主要以买断的形式将产品发往亚马逊指定的仓库，由亚马逊具体负责产品的后续销

售工作。报告期各期，公司对亚马逊 Vendor 的销售收入分别为 19,519.97 万元、33,528.20 万元、55,764.49 万元和 **23,045.04 万元**，占 B2B 销售收入的比重分别为 64.61%、49.51%、48.76%和 **43.05%**。

②线下 B2B 模式下，公司依托阿里巴巴国际平台、线下家居展会等渠道展示产品相关信息，客户通过公司业务系统或邮件下单订购产品并完成付款后，公司发货给境外客户，实现销售业务。

5、营销推广模式

报告期内，公司销售规模的持续提升离不开市场营销和推广方面的投入，公司积极利用大数据技术对用户行为数据进行深度挖掘，制定符合消费者需求的差异化竞争策略，并结合网络流量监控、广告制作与投放实现精准营销推广。

（1）品牌官网是公司产品展示、品牌推广的重要平台之一。同时，公司会通过电商平台旗舰店、社交媒体、搜索引擎、媒体杂志、电子邮件等进行持续的品牌展示和数字营销，也会借用社交媒体红人（KOL）来做口碑传播和形象塑造，从拉新到复购，不断地触达更多客户和市场，进行品牌的传播和市场的覆盖。

（2）公司作为跨境电商品牌商，面对的是多元化的海外消费群体，在品牌传播内容上，公司会将语言、图片和视频等内容的创作与本土文化和习俗相结合，例如会借助各类本土节日进行营销活动的排期，从客户的视角打造视觉传播效果。

（3）公司积极参加美国拉斯维加斯、德国科隆、中国广州等国际性贸易交流展会，通过展会公司不仅与参展的客户建立了更紧密的合作关系，也了解了最新的行业动态和发展趋势，还扩大了目标市场的影响力，获取了更多的客户资源和销售机会。

（4）在欧美主流消费市场的节日，如圣诞节、情人节、感恩节、黑色星期五、网络星期一等，公司通过秒杀、折扣等各种促销活动积极进行品牌营销和产品推广。

6、公司采用目前经营模式的原因、影响经营模式的关键因素以及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

公司目前采用的经营模式由自身特性、发展历史、所处行业特点及所处产业链的位置所决定，与公司所提供产品特性及下游业务特点相适应。其中，影响公

司经营模式的关键因素在于跨境出口电商行业的发展、公司产品的特性以及下游客户的需求。

报告期内，公司经营模式和关键影响因素未发生重大不利变化，在可预见的未来亦不会发生重大不利变化。

7、公司业务模式的创新

公司业务模式的创新请参见本招股说明书“第二节/五、发行人自身的创新、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”。

（四）发行人设立以来主营业务、主要产品及主要经营模式的演变情况

公司自设立以来一直专注于家居产品的研发、设计和销售，公司的主营业务、主要产品及主要经营模式未发生重大变化。

（五）环境保护情况

报告期内，公司产品均通过外协加工完成，本身并不涉及生产环节，日常经营过程主要涉及生活污水及生活垃圾，上述污染物均由物业及环卫部门统一处理。截至本招股说明书签署日，公司不存在因环境保护问题被有关部门处罚的情况。

二、发行人所处行业的基本情况

（一）发行人所属行业及确定所属行业的依据

公司主要从事自有品牌家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居类产品的研发、设计和销售，并主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay等海外知名电商平台将产品销往欧美日等多个国家和地区。公司自身不涉及产品生产，生产环节全部委托给外协厂商进行。

根据中国证监会发布的《上市公司行业分类指引（2012年修订）》，公司属于“批发和零售业”中的“零售业”（行业代码：F52）。根据国家统计局发布的《国民经济行业分类与代码》（GB/T4754-2017），公司所处行业属于“批发与零售业”大类下的“互联网零售”（行业代码：F5292）子类。考虑到公司主要通过海外电商平台进行境外销售的业务模式，公司可归属于跨境出口电商行业。

（二）行业主管部门、监管体制及相关政策法规

1、跨境出口电商行业的主管部门、监管体制、主要法律法规和政策

（1）跨境出口电商行业的主管部门及监管体制

①跨境出口电商行业的主管部门为商务部、工业和信息化部和国家海关总署等。

商务部主要负责拟定国内外贸易和国际经济合作的发展战略、政策，起草国内外贸易和对外经济合作的法律法规草案及制定部门规章，其中商务部电子商务和信息化司主要负责制定我国电子商务发展规划，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，拟订国内外贸易和国际经济合作领域信息化建设规划，组织商务领域电子政务建设等内容。

工业和信息化部主要负责电子商务行业管理、促进网络资源共建共享、拟定互联网数据安全相关管理政策并组织实施、指导跨境电商行业自律和相关行业组织发展并且对本行业发展进行宏观调控。

国家海关总署主要负责监督跨境贸易电子商务的进出口业务活动、监管进出境货物和物品的通关和征税等管理工作，承担口岸管理、海关稽查、保税监管、知识产权、海关保护等主要职责。

②跨境出口电商行业的自律组织为中国互联网协会。

中国互联网协会主要负责制订并实施互联网行业规范和自律公约，协调会员之间的关系，促进会员之间的沟通与协作，充分发挥行业自律作用，维护国家信息安全，维护行业整体利益和用户利益，促进互联网行业交流与合作等。

（2）跨境出口电商行业的主要法律法规、产业政策

我国跨境出口电商行业主要的法律法规、产业政策及其主要内容如下：

序号	行业法律、法规或政策	发布单位	发布时间	主要内容
1	《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》	商务部、发展改革委、财政部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、外汇局	2013 年 8 月	发展跨境电子商务对于扩大国际市场份额、拓展外贸营销网络、转变外贸发展方式具有重要而深远的意义。为加快我国跨境电子商务发展，支持跨境电子商务零售出口，提出如下支持政策：确定电子商务出口经营主体，建立电子商务出口新型海关监管模式并进行专项统计，建立电子商务出口检验监管模式，支持电子商务出口企业正常收结

				汇,鼓励银行机构和支付机构为跨境电子商务提供支付服务,实施适应电子商务出口的税收政策,建立电子商务出口信用体系等。
2	《关于进一步完善人民币跨境业务政策促进贸易投资便利化的通知》(银发〔2018〕3号)	中国人民银行	2018年1月	依法可使用外汇结算的跨境交易,企业都可以使用人民币结算。支持银行以服务实体经济、促进贸易投资便利化为导向,按照现有人民币跨境业务政策创新金融产品,提升金融服务能力,满足市场主体真实、合规的人民币跨境业务需求。
3	《提升跨境贸易便利化水平的措施(试行)》(国岸发〔2018〕3号)	国家口岸管理办公室	2018年3月	从优化通关流程、简化单证手续、降低口岸收费、建立完善管理机制等方面共18项措施来提高跨境贸易便利化水平。
4	《中华人民共和国电子商务法》	全国人大常委会	2018年8月	电子商务经营者从事跨境电子商务,应当遵守进出口监督管理的法律、行政法规和国家有关规定,将跨境电子商务经营者纳入本法管辖范围,也规定了受本法约束的同时,还应当遵守其他法律法规及规定。
5	《关于跨境电子商务综合试验区零售出口货物税收政策的通知》	财政部、税务总局、商务部、海关总署	2018年9月	对综试区电子商务出口企业出口未取得有效进货凭证的货物,同时符合下列条件的,试行增值税、消费税免税政策:电子商务出口企业在综试区注册,并在注册地跨境电子商务线上综合服务平台登记出口日期、货物名称、计量单位、数量、单价、金额。
6	《关于完善跨境电子商务零售进口监管有关工作的通知》	商务部、发展改革委、财政部、海关总署、税务总局、市场监管总局	2018年11月	跨境电子商务平台企业、物流企业、支付企业等参与跨境电子商务零售进口业务的企业,应当依据海关报关单位注册登记管理规定,向所在地海关办理注册登记;境外跨境电子商务企业应委托境内代理人向该代理人所在地海关办理注册登记。
7	《关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》	海关总署	2018年12月	规定了跨境电子商务企业管理、零售进出口商品通关管理等事项。为跨境电子商务零售出口监管工作提供了详细的法律依据,促进跨境电子商务的健康有序发展。
8	《关于跨境电子商务综合试验区零售出口企业所得税核定征收有关问题的公告》	国家税务总局	2019年10月	从核定征收范围、条件、方式、程序、优惠政策等方面对综试区内跨境电商企业核定征收企业所得税相关事项进行了规定,旨在为综试区内跨境电商企

				业提供更为便利的操作办法。
9	《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》	国务院	2019 年 11 月	要求促进贸易新业态发展,推进跨境电子商务综合试验区建设,完善跨境电子商务零售进出口管理模式,优化通关作业流程;要求构建高效跨境物流体系,推进跨境基础设施建设与互联互通,共同推动运输便利化安排和大通关协作,鼓励电商、快递、物流龙头企业建设境外仓储物流配送中心,逐步打造智能物流网络。
10	《关于全面推广跨境电子商务出口产品退货监管措施有关事宜的公告》	海关总署	2020 年 3 月	跨境电子商务出口企业、特殊区域(包括海关特殊监管区域和保税物流中心(B 型))内跨境电子商务相关企业或其委托的报关企业可向海关申请开展跨境电子商务零售出口、跨境电子商务特殊区域出口、跨境电子商务出口海外仓商品的退货业务。
11	《国家外汇管理局关于支持贸易新业态发展的通知》	国家外汇管理局	2020 年 5 月	外汇局对跨境电子商务、市场采购贸易、外贸综合服务贸易新业态涉外收支依法实施监督管理,开展监测、核查和检查。对异常交易主体实施重点名单管理,向银行和支付机构发布。持续对审核交易电子信息的银行和支付机构进行评估,并依法退出不符合条件的银行或支付机构。
12	《关于开展跨境电子商务企业对企业出口监管试点的公告》	国家海关总署	2020 年 6 月	在北京海关、天津海关、南京海关、杭州海关、宁波海关、厦门海关、郑州海关、广州海关、深圳海关、黄埔海关开展跨境电商 B2B 出口监管试点。
13	《国务院办公厅关于进一步做好稳外贸稳外资工作的意见》(国办发〔2020〕28 号)	国务院	2020 年 8 月	提到当前国际疫情持续蔓延,世界经济严重衰退,我国外贸外资面临复杂严峻形势,为深入贯彻习近平总书记关于稳住外贸外资基本盘的重要指示批示精神,落实党中央、国务院决策部署,进一步加强稳外贸稳外资工作,稳住外贸主体,稳住产业链供应链,提出十五条意见,其中第五条“支持贸易新业态发展”明确指出支持跨境电商平台、跨境物流发展和海外仓建设、不断优化退税服务,持续加快退税进度等。
14	《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》(国办	国务院	2020 年 11 月	扩大对外开放,稳住外贸外资基本盘,稳定产业链供应链,进一步深化科技创新、制度创新、模式和业态创新。围绕

	发〔2020〕40号)			构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局,加快推进国际市场布局、国内区域布局、经营主体、商品结构、贸易方式等“五个优化”和外贸转型升级基地、贸易促进平台、国际营销体系等“三项建设”,培育新形势下参与国际合作和竞争新优势,实现外贸创新发展。
15	《国务院办公厅关于加快发展外贸新业态新模式的意见》(国办发〔2021〕24号)	国务院	2021年7月	加快发展外贸新业态新模式,有利于推动贸易高质量发展,培育参与国际经济合作和竞争新优势,对于服务构建新发展格局具有重要作用。文件提到要积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展,持续推动传统外贸转型升级,深入推进外贸服务向专业细分领域发展,优化政策保障体系,营造良好环境,做好组织实施,促进外贸新业态新模式健康持续创新发展。
16	《“十四五”对外贸易高质量发展规划》	商务部	2021年11月	明确“十四五”期间对外贸易发展指导思想、主要目标和工作重点,引导市场主体行为,积极扩大进口、优化出口,推动对外贸易高质量发展,服务构建新发展格局,开拓合作共赢新局面。支持加快发展贸易新业态,包括促进跨境电商持续健康发展、推进市场采购贸易方式发展、发挥外贸综合服务企业带动作用、加快海外仓发展、推动保税维修发展、支持离岸贸易发展等。
17	《国务院办公厅关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》(国办发〔2021〕57号)	国务院	2022年1月	针对目前外贸行业面临的不确定、不稳定、不平衡因素,从挖掘进出口潜力、保障外贸产业链供应链稳定畅通、稳市场主体保订单以及加强组织实施四大方面提出进一步扩大开放,促进外贸平稳发展的若干政策指引。其中明确指出要通过进一步发挥海外仓带动作用,增设一批跨境电子商务综合试验区等措施鼓励外贸新业态发展。
18	《国务院办公厅关于促进内外贸一体化发展的意见》(国办发〔2021〕59号)	国务院	2022年1月	明确了内外贸一体化的发展目标:到2025年,市场主体内外贸一体化发展水平进一步提升,内外联通网络更加完善,政府管理服务持续优化,内外贸一体化调控体系更加健全,实现内外贸高效运行、融合发展。跨境电商作为连通国内、国际两个市场的重要形式,将不

				断整合国内优势资源、拓展国际市场需求，发挥其在“双循环”中的纽带作用。

2、家具行业的主管部门、监管体制、主要法律法规和政策

（1）家具行业的主管部门及监管体制

①家具行业的主管部门包括国家发改委、工业和信息化部等。

国家发改委负责对包括成套设备行业在内的全国工业和服务业发展进行宏观指导，进行行业发展规划的研究、产业政策的制定，审核工业重大建设项目、外商投资和境外投资重大项目，指导行业结构调整、行业体制改革、技术进步和技术改造等工作。

工业和信息化部主要职责为起草相关法律法规草案，制定并组织实施家具行业规划、产业政策和标准，监测分析家具行业运行态势，统计发布相关信息，进行预测预警和信息引导，协调解决家具行业运行发展中的有关问题并提出政策建议等。

②家具行业的技术监督部门包括国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会等。

国家市场监督管理总局负责产品质量监督。

国家标准化管理委员会负责相关国家标准制定修订工作，其批准设立的全国家具标准化技术委员会主要负责家具领域国家标准的制修订及其管理工作。

③家具行业的自律组织包括中国轻工业联合会、中国家具协会、中国轻工工艺品进出口商会等。

中国轻工业联合会是轻工业全国性、综合性、具有服务和管理职能的中介组织，负责开展行业调查研究，向政府提出有关经济政策和立法方面的意见或建议。

中国家具协会是由国内家具及其相关行业的生产、经营、科研、教学等企事业单位、社会团体和个人自愿组成的全国性行业组织，其业务上受中国轻工业联合会指导。中国家具协会的主要业务范围包括：提出行业发展的规划和方针政策；协助制定行业标准；参与对行业检测、标准、信息等工作的业务指导；参与对行业重要产品的质量认证、质量监督等。

中国轻工工艺品进出口商会系由从事轻工业品、工艺品进出口贸易的企业依法成立的自律性组织。商会职责包括：维护进出口经营秩序和会员企业利益，协调会员进出口经营活动；提供信息和法律咨询服务；代表行业向政府反映要求、

意见和建议等。

（2）家具行业的主要法律法规、产业政策

我国家具行业主要法律法规、产业政策及其主要内容如下所示：

序号	行业法律、法规或政策	发布单位	发布时间	主要内容
1	《中国家具协会家具设计保护试行办法》	中国家具协会	2000 年 10 月	保护家具发明创造专利权，鼓励家具设计创新，有利于家具发明创造工作的开展，促进家具科技的发展，规范家具市场，形成家具业的良性有序竞争，促进我国家具业的发展和适应国际间交往的需要。
2	《轻工业调整和振兴规划》	国务院	2009 年 5 月	促进包括家具在内的轻工业商品国内消费，加快家具行业重点专业市场建设，进一步发挥专业流通市场的作用；加强家具行业质量管理，完善家具标准和检测体系。
3	《中国家具产业升级指导意见》	中国家具协会	2011 年 2 月	鼓励提高产品结构和工艺的合理化程度，促使工业化和自动化水平的提高；鼓励绿色设计；重视产品设计过程中人体工程学与生命科学技术的应用。鼓励积极开拓新兴市场，增加外销产品的附加值。在全国范围内要针对不同区域和市场层级采用与之相适应的不同营销模式。
4	《中国家具行业知识产权保护办法》	中国家具协会	2014 年 12 月	支持和鼓励对产品的材料、工艺、设计、功能等方面的发明、创造；维护自身知识产权合法权益或行业整体利益。
5	《关于促进家具行业环境保护工作的指导意见》	中国家具协会	2014 年 12 月	家具行业环境保护工作应坚持保护优先、预防为主、协会参与、企业施治的原则，企业应将环境保护工作纳入企业发展规划，确保环境保护与企业发展同步进行，处理好经济发展与环境保护之间的关系。
6	《关于加快培育外贸竞争新优势的若干意见》	国务院	2015 年 5 月	推动外贸商品结构调整。加强对重点行业出口的分类指导。继续巩固和提升纺织、服装、箱包、鞋帽、玩具、家具、塑料制品等劳动密集型产品在全球的主导地位。
7	《国务院关于促进加工贸易创新发展的若干意见》	国务院	2016 年 1 月	推动加工贸易企业由单纯的贴牌生产（OEM）向委托设计（ODM）、自有品牌（OBM）方式发展。支持企业加强技术研发和设备改造，提升产品技术含量

				和附加值，增强企业核心竞争力。
8	《中国家具行业“十三五”发展规划》	中国家具协会	2016年3月	加强家具行业与智能制造相结合，推进家具行业的技术改造，促进行业从高能耗向低能耗转变，从低附加值向高附加值升级，从粗放型向集约型过度，推进信息化与工业化深度融合，持续提升家具行业的核心竞争力。
9	《关于发挥品牌引领作用推动供需结构升级的意见》	国务院办公厅	2016年6月	提出鼓励家电、家具、汽车、电子等耐用消费品更新换代，适应绿色环保、方便快捷的生活需求。
10	《中华人民共和国产品质量法》	全国人大常委会	2018年12月	加强对产品质量的监督管理，提高产品质量水平，明确产品质量责任，保护消费者的合法权益，维护社会经济秩序。
11	《中华人民共和国商标法》	全国人大常委会	2019年4月	加强商标管理，保护商标专用权，促使生产、经营者保证商品和服务质量，维护商标信誉，以保障消费者和生产、经营者的利益，促进社会主义市场经济的发展。
12	《制造业设计能力提升专项行动计划（2019-2022年）》	工业和信息化部等十三部门	2019年10月	提升制造业设计能力，为产品植入更高品质、更加绿色、更可持续的设计理念；综合应用新材料、新技术、新工艺、新模式，促进科技成果转化应用；推动集成创新和原始创新，助力解决制造业短板领域设计问题。
13	《中华人民共和国专利法》	全国人大常委会	2020年10月	保护专利权人的合法权益，鼓励发明创造，推动发明创造的应用，提高创新能力，促进科学技术进步和经济社会发展。

3、行业主要法律法规及行业政策对发行人经营发展的影响

报告期内，国家或行业主管部门新出台与修订的行业主要法律法规与产业政策主要以促进行业保持良好有序发展的目的为主，不存在对行业或行业内企业重大不利影响的变化，对公司经营资质、准入门槛的监管未发生重大变化，对公司的运营模式不直接产生具体影响，对行业竞争格局等不存在重大不利影响。

总体而言，公司所处行业的主要法律法规、产业政策对公司的持续经营能力方面保持良好的积极影响，未产生重大不利影响。

4、主要销售地有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及发行人业务相关的监管体制和主要法律法规、行政令情况，及其对发行人的影响

（1）德国有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及发行人业务

相关的监管体制和主要法律法规、行政令情况，及其对发行人的影响

①监管体制

德国关于产品质量的监督管理部门主要为德国所有联邦州的市场监督机构，其主要职责是对消费品质量的监督管理。

德国关于与公司业务相关的消费者保护的监督管理部门主要包括市场监督机构和消费者保护协会，其主要职责是保护消费者的权益。

德国在关税方面的监督管理部门包括德国税务局、德国海关，其主要职责是征收有关税费、通关管理。

德国与电子商务相关的监督管理部门包括市场监督机构和消费者保护协会，其主要职责是确保在电子商务中不存在不公平竞争。

②主要法律法规、行政令情况

德国有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及公司业务相关的主要法律法规、行政令情况如下：

类别	法律法规、行政令名称	主要内容
产品质量	《产品安全法》 (ProdSG)	主要明确在欧洲或德国市场销售产品的要求，根据相关规定，如果非欧经济区卖家要在欧洲销售产品，就需要在欧洲经济区有一个欧盟代表，欧盟代表的信息需要同时体现在产品包装和说明书上。
	《产品责任法》 (ProdHaftG)	主要明确制造商对缺陷产品的责任。
	《德国民法典》 (German Civil Code)	主要保障消费者的权益，根据相关规定，所有买家均享有德国保修法下的权利。产品的销售者对约定的产品质量负责，所售出的产品必须没有材料缺陷，并且需要适合合同规定的预期用途。产品不能存在法律缺陷，例如第三方的权利（例如专利）。如果产品有缺陷，买方可以要求补救或可以撤销协议或降低购买价格。在附加条件下，买方也有权要求损害赔偿并要求补偿支出。
	《欧盟市场监管法规 2019/1020》 (EU)2019/1020 Market Surveillance And Compliance Of Products)	主要目的是确保无论通过线下传统销售渠道还是线上电商渠道进入欧盟的产品都有明确的产品负责人(Economic Operator)，以及确保欧盟各国政府监管机构可对每个产品进行监督和问责。法规要求带有 CE 标志的商品需要具有在欧盟的人员作为商品合规性联系人。
消费者保护	《德国反不正当竞争法》	主要对不正当竞争的行为进行监管。

	《价格信息条例》	主要明确了向消费者展示的商品价格信息需显示价格的组成要素，例如增值税。
	《德国消费者信息法案》	主要明确消费者从公共机构获得食品、消费品、服装、玩具等产品信息法定权利。
	《民法典》	主要保障消费者的权益。
关税	《德国财政法规》	主要明确德国税务方面的规定。
	《海关法》	主要明确欧盟与第三国家之间的货物贸易中的海关、税收的规定。
	《海关管理法》	主要明确了海关管理权限、货物流通登记等内容。
	《进口消费税豁免条例》	主要明确从第三国家进口商品豁免消费税的规定。
	《免税条例》	主要明确从欧盟国进出口商品关税减免的规定。
电子商务	《德国电信媒体法》	主要明确服务运营商对电信媒体服务的责任以及电信媒体服务的数据保护要求。
	《贸易法规》	主要明确贸易许可、贸易监管的要求。
	《联邦数据保护法》	主要明确数据处理、视频监控、数据保护的要求。
	《欧盟通用数据保护条例》	主要对自然人个人信息的保护。
	《德国民法典》 (German Civil Code)	主要保障消费者的权益。

③相关监管体制和主要法律法规、行政令对公司的影响

根据德国 GRÜNECKER PATENT- UND RECHTSANWÄLTE 出具的法律意见书，子公司 EUZIEL 一直遵守上述关于产品质量、消费者保护、关税和电子商务的法律、法规和行政命令，不存在因违反上述法律、法规和行政命令而受到政府机关或相关行业监管部门处罚的情形，上述法律、法规和行政命令不会对 EUZIEL 的经营活动造成重大不利影响。

上述相关监管体制和法律法规、行政令的发布和实施，积极推动、规范行业发展，不存在对行业或行业内企业重大不利影响的变化，对公司经营资质、准入门槛的监管未发生重大变化，对公司的运营模式不直接产生具体影响，对行业竞争格局等不存在重大不利影响。

(2) 美国有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及发行人业务相关的监管体制和主要法律法规、行政令情况，及其对发行人的影响

①监管体制

美国关于产品质量的监督管理部门主要为美国司法部及其下属的美国食品

和药物管理局（FDA）、联邦贸易委员会（FTC）、美国消费者产品安全委员会（CPSC），它们的主要职责是对消费品质量的监督、管理。

美国关于与公司业务相关的消费者保护的监督管理部门主要为美国消费者产品安全委员会（CPSC），其主要职责是制定消费产品的标准和法规，确保消费产品安全。

美国在关税方面的监督管理部门主要为美国海关和边境保护局（U.S. Customs and Border Protection, CBP），其主要负责管理和促进国际贸易，征收进口关税，执行美国贸易、海关和移民方面的法律。

美国与电子商务相关的监督管理部门主要为联邦贸易委员会（FTC），其主要职责是对电子商务活动的监督、管理。

②主要法律法规、行政令情况

美国有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及公司业务相关的主要法律法规、行政令情况如下：

类别	法律法规、行政令名称	主要内容
产品质量	《马格努森-莫斯保修法案》 (Magnuson-Moss Warranty Act)	主要明确产品质量的要求以及向消费者提供商品保修范围的信息。
	《联邦贸易委员会法》 (FTC Act)	主要对不公平或欺骗性行为进行监管。
	《消费品安全改进法》 (CPSIA)	主要为对产品质量、保护消费者健康的要求。
消费者保护	《联邦贸易委员会法》 (FTC Act)	主要对不公平或欺骗性行为进行监管。
	《消费品安全改进法》 (CPSIA)	主要为对产品质量、保护消费者健康的要求。
关税	《关税法》	主要明确为保护美国农业和其他行业，加征关税的要求。
	《海关现代化法案》	主要明确进口商进口产品的义务。
	《贸易法》	主要明确对进口产品的关税要求。该法案第301条款授予美国总统对外国影响美国商业的“不合理”和“不公平”的进口加以限制和采用广泛报复措施的权力。美国特朗普政府对中国产品加征关税即主要基于该法案301条款。
	《贸易扩展法》	主要明确在相关进口产品威胁国家安全时加征关税的规定。

	《综合贸易与竞争法》	主要明确美国在国际贸易的权力。
电子商务	《加州在线隐私保护法》	主要明确对个人隐私的保护。
	《联邦贸易委员会法》	主要对不公平或欺骗性行为进行监管。

③相关监管体制和主要法律法规、行政令对公司的影响

根据美国 Stanley Law 出具的法律意见书，子公司 AMEZIEL 一直遵守上述关于产品质量、消费者保护、关税和电子商务的法律、法规和行政命令，不存在因违反上述法律、法规和行政命令而受到政府机关或相关行业监管部门处罚的情形，上述法律、法规和行政命令不会对 AMEZIEL 的经营活动造成重大不利影响。

对于关税中涉及贸易相关的法律法规，2018 年以来，中美之间的贸易摩擦和争端不断升级，公司部分产品在美国加征关税的清单内，但报告期内美国加征关税等措施未对公司美国地区的销售业务造成重大不利影响，未对美国子公司收入利润、公司持续经营能力和盈利能力造成重大不利影响。

除美国加征关税情形外，上述相关监管体制和法律法规、行政令的发布和实施，积极推动、规范行业发展，不存在对行业或行业内企业重大不利影响的变化，对公司经营资质、准入门槛的监管未发生重大变化，对公司的运营模式不直接产生具体影响，对行业竞争格局等不存在重大不利影响。

(3) 日本有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及发行人业务相关的监管体制和主要法律法规、行政令情况，及其对发行人的影响

①监管体制

日本关于产品质量的监督管理部门为日本标准协会，其主要职责是制定日本工业标准。产品质量还有其他法律法规，但由于公司销售的是家居用品和宠物产品（不包括宠物食品），其他法律法规不适用于这些产品。

日本关于与公司业务相关的消费者保护的监督管理部门包括消费者厅、经济产业省和日本宠物用品制造商协会，其主要职责是确保家居用品和/或宠物产品的质量进行适当的标识，并保护普通消费者的利益。

日本在关税方面的监督管理部门包括海关总署，其主要职责是检查进出口货物，向进出口货物的人士授予许可，禁止某些货物的进出口，并向进口货物的人士征收关税。

日本与电子商务相关的监督管理部门包括公平交易委员会和消费者事务厅，

其主要职责是防止通过误导性陈述引诱消费者，保护普通消费者的利益，并确保商业交易的公平性。

②主要法律法规、行政令情况

日本有关产品质量、消费者保护、关税、跨境电商等涉及公司业务相关的主要法律法规、行政令情况如下：

类别	法律法规、行政令名称	主要内容
产品质量	《日本工业标准》 (Japanese Industrial Standards)	主要明确家具家居产品和宠物产品等的标准。
消费者保护	《消费者合同法》	主要对损害消费者利益的行为进行监管。
	《家庭用品质量标签法》	主要为家庭用品质量的说明。
	《宠物产品标签指南》	主要明确各种宠物产品的标准。
关税	《海关法》	主要对缴纳关税、报关程序、准许或禁止进出口货物种类进行监管。
	《关税法》	主要明确海关的规定。
	《关税定率法》	主要对报关行进行监管。
电子商务	《反不正当溢价和误导性陈述法》	主要对不当溢价、禁止误导性陈述进行监管。
	《特定商业交易法》	主要对线上销售广告、禁止误导性广告、暂停业务等进行监管。

③相关监管体制和主要法律法规、行政令对公司的影响

根据日本 Kitahama Partners Tokyo Office 出具的法律意见书，子公司 ZIELJP 始终遵守上述关于产品质量、消费者保护、关税和电子商务的法律、法规和行政命令，不存在因违反上述法律、法规和行政命令而遭受调查或处罚，上述法律、法规和行政命令不会对 ZIELJP 的经营活动造成重大不利影响。

上述相关监管体制和法律法规、行政令的发布和实施，积极推动、规范行业发展，不存在对行业或行业内企业重大不利影响的变化，对公司经营资质、准入门槛的监管未发生重大变化，对公司的运营模式不直接产生具体影响，对行业竞争格局等不存在重大不利影响。

（三）行业发展状况及未来发展趋势

1、跨境出口电商行业的发展概况及发展趋势

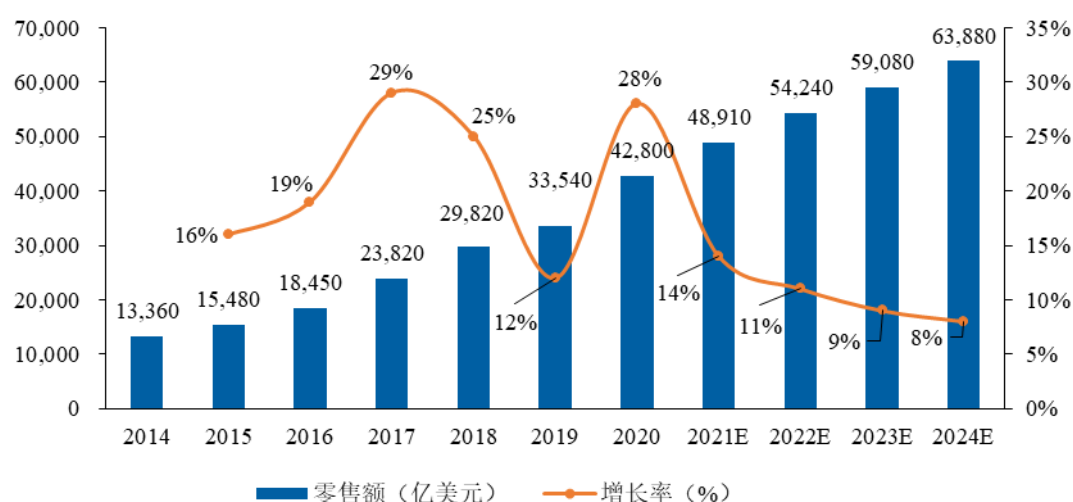
（1）跨境出口电商行业的发展概况

①全球电商渠道交易规模不断增长，我国跨境出口电商在海外的市场空间广阔

近年来，全球电商渠道交易规模不断增长，线上零售市场因其便捷化、多元化、移动化等优势规模在不断扩大，电商渗透率持续提升。Statista 数据显示，2014 年全球电商渠道零售额为 13,360 亿美元，2020 年达到 42,800 亿美元，预计未来增速将保持较高水平，2020-2024 年复合年增速有望达到 10%；电商零售额占全球零售总额的比例呈现持续增长的态势，从 2015 年的 7.4% 提升至 2020 年的 18.0%，预计 2024 年将达到 21.8%。其中，欧美地区的电商零售额及占比也呈现持续上升趋势。

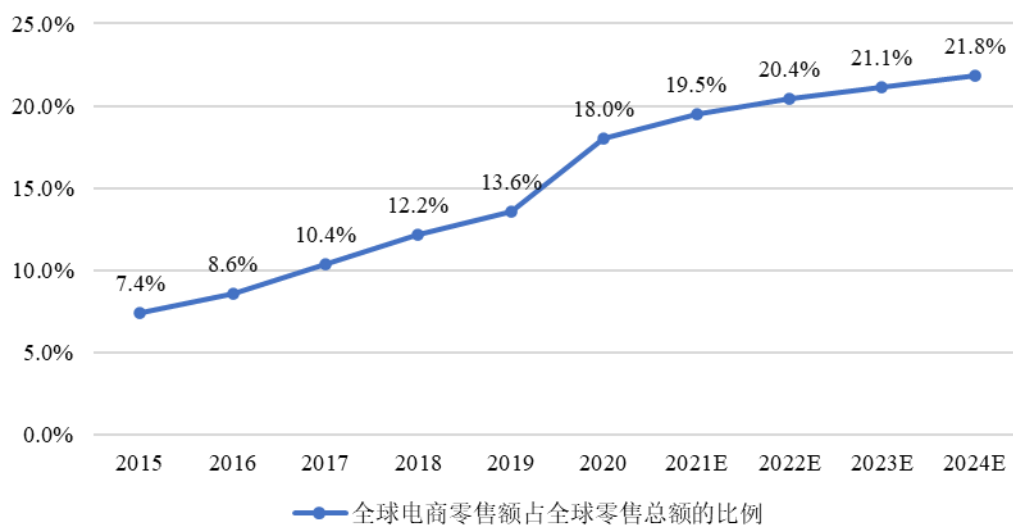
尤其是 2020 年以来，在全球疫情爆发且持续蔓延的大背景下，消费者大规模转向线上消费，海外零售线上化趋势加速。根据 Google 谷歌与德勤联合发布的《2021 中国跨境电商发展报告》，2019 年至 2020 年间，欧美及亚太地区主要国家的电商整体零售额经历了 15% 以上的高速增长。纵观海外市场，以美国、英国、德国、西班牙及法国为代表的成熟市场，经历数十年的发展，已经形成良好的电子商务生态，我国跨境出口电商在海外的市场空间广阔。

2014-2024 年全球电商渠道零售额



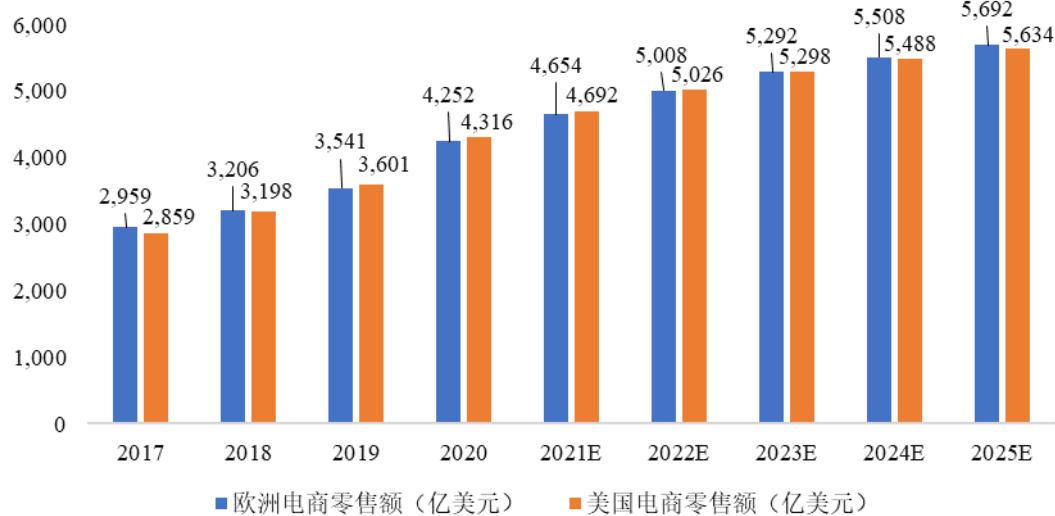
数据来源：Statista

2015-2024年全球电商零售额占全球零售总额的比例



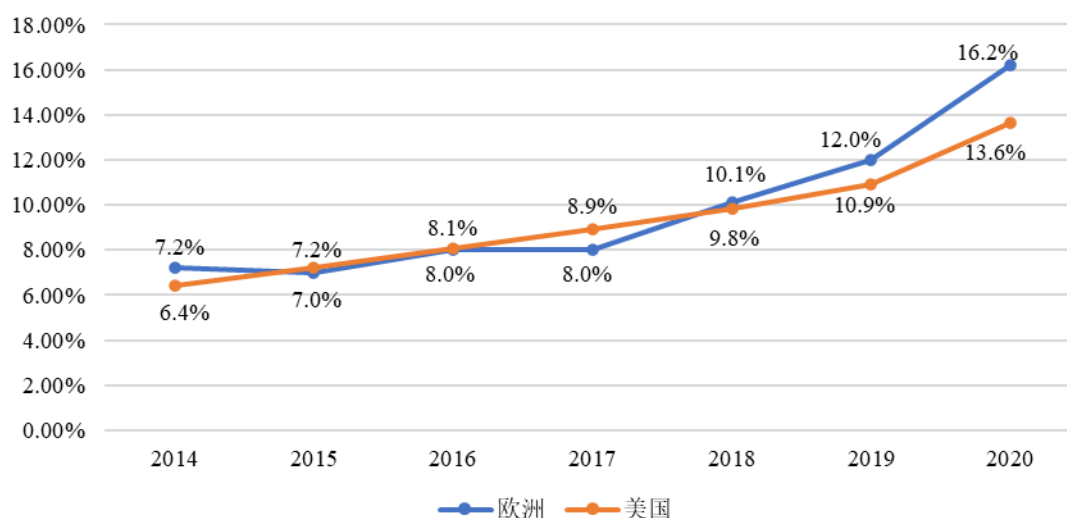
数据来源：Statista

2017-2025年欧洲、美国电商渠道零售额



数据来源：Statista

2014-2020年欧洲、美国电商零售额占各地区零售总额的比例



数据来源：Statista

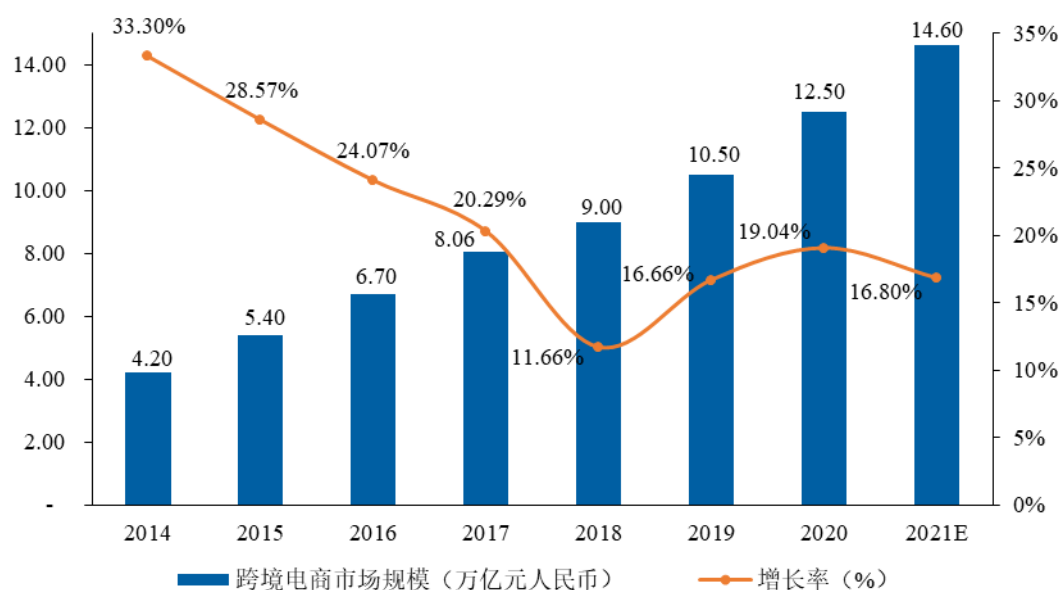
注：美国电商零售额占其零售总额的比例取自全年各季度占比平均值

②我国跨境电商市场规模稳定增长，跨境出口电商占主导地位

随着国家“一带一路”战略的构建和推出，跨境电商行业进入战略发展期，助力我国传统商贸结构转型升级。近年来，国务院发布了《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策的意见》等一系列涉及跨境电商的政策性文件，支持我国跨境电商企业的发展，推动我国外贸发展方式从“制造驱动”向“服务驱动”转型升级。作为政策重点支持的外贸方式，跨境电商以“互联网+外贸”的形式，以大数据等技术为依托，以满足消费者需求为基础，助力传统制造业实现“中国智造”。

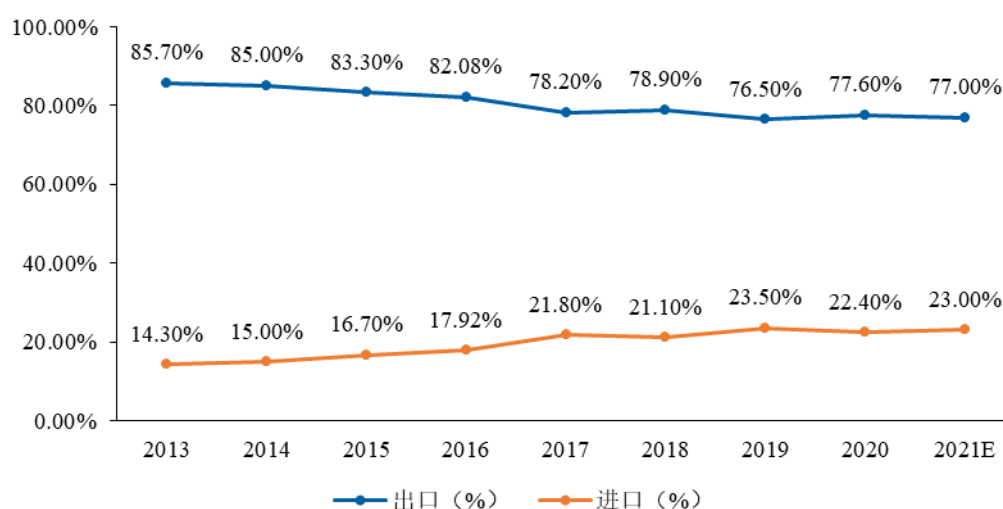
近年来，我国跨境电商占外贸比重逐年提高，对我国进出口贸易的支持作用日益凸显。根据网经社的统计，我国跨境电商交易规模占外贸进出口规模的比例从2014年的15.90%上升至2020年的38.86%，跨境电商已成为我国外贸的重要支柱。我国跨境电商市场规模持续、稳定增长，其中跨境出口电商行业依靠国内日趋完善的供应链以及国内电商行业积累的领先优势，实现了快速发展。网经社发布的《2020年度中国跨境电商市场数据报告》显示，2020年中国跨境电商市场规模已达12.5万亿元，相较于2019年的10.5万亿元增长19.04%，预计2021年市场规模将达到14.6万亿元。在跨境电商进出口整体规模中，2020年出口占比达77.60%，跨境出口电商整体规模约为9.7万亿元，较2019年的8.03万亿元增长20.79%。

2014-2021年中国跨境电商市场规模



数据来源：网经社

2013-2021年中国跨境电商交易进出口结构



数据来源：网经社

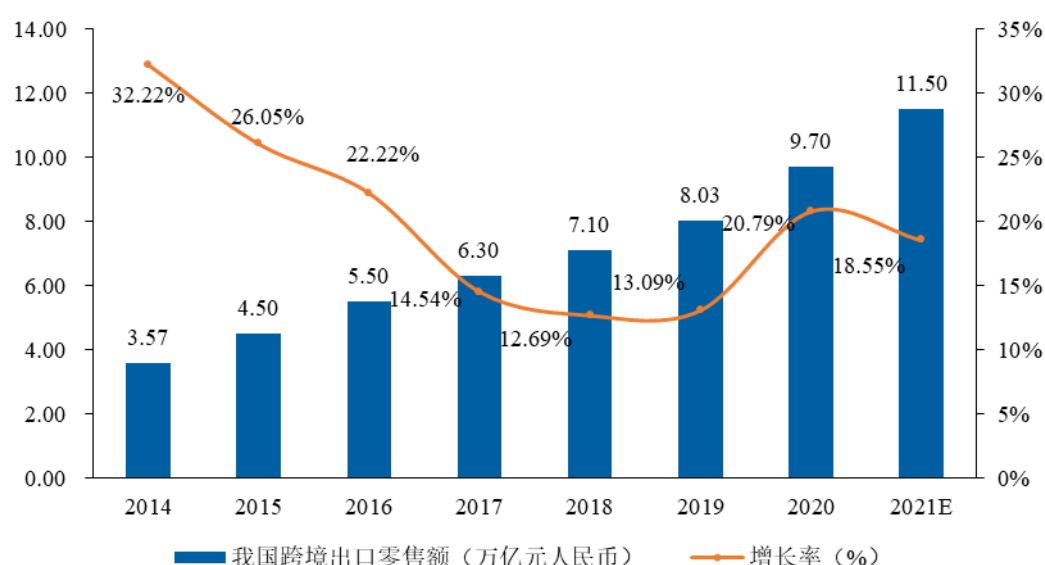
③跨境出口电商交易规模不断扩大，中国跨境电商成为国际贸易新动能

跨境电商作为外贸发展的新业态，是全球市场配置资源的重要载体。对于海外消费者而言，与传统贸易模式对比，跨境出口电商更具价格优势、实时性更强、消费体验更好。对于出口企业而言，传统贸易存在冗长的中间环节，经历国内工厂、国内贸易商、目的国进口商、目的国分销商、目的国零售商的链条才能最终

到达消费者手中，而跨境电商扁平化的交易模式使其能直通终端买家，大大降低了流通成本。

受政策利好及行业发展，跨境电商在我国进出口贸易领域展现出巨大的发展潜力，成为推动我国外贸发展的重要力量。2020 年，我国跨境出口电商交易规模约为 9.7 万亿元，较 2019 年的 8.03 万亿元增长 20.79%，预计 2021 年将达到 11.5 万亿元。在目前国内外经济整体下行的情况下，跨境电商通过形成更加虚拟数字化的销售网络，大大降低了生产者与全球消费者的交易成本，使得更多企业享受到全球化红利。从战略层面而言，跨境电商的发展不仅有利于中国制造业的升级，也与国家稳定外贸的重要战略紧密相关，是我国外贸增长的有力支撑点。

2014-2021中国跨境出口电商行业交易规模

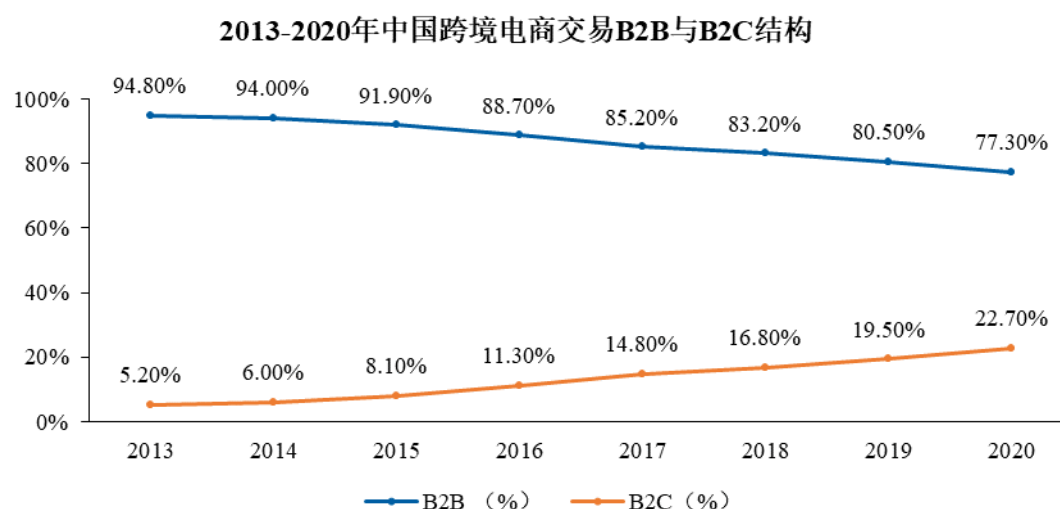


数据来源：网经社

④跨境电商 B2C 交易模式占比呈扩大态势

目前，跨境电商 B2B 业务凭借单笔金额大、长期订单稳定等优势，在我国跨境电商结构发展中仍占据主导地位。随着全球经济整体疲软态势显现，国外企业面临资金匮乏、运营效率下降等发展瓶颈，一定程度上影响跨境电商 B2B 业务发展。与跨境电商 B2B 模式相比，我国跨境电商 B2C 模式在资金运转、企业运营效率及财务表现等方面具有明显优势，跨境电商 B2C 业务依托互联网、物流、支付等电商各环节的不断完善，促使多批次、小批量的外贸订单需求不断增长，给国内跨境电商企业带来更多的发展机遇。

网经社数据显示，2020 年中国跨境电商的交易模式中 B2B 交易占比达 77.30%，B2C 交易占比为 22.70%。从跨境电商交易模式结构趋势上来看，B2C 交易模式呈现继续扩大的态势。未来，受消费者线上购物习惯的养成，以及国内政策对跨境电商的扶持等因素叠加影响，我国跨境出口电商 B2C 市场将持续向好发展。



数据来源：网经社

⑤政策、供给与需求共振，行业迈入战略机遇期

对外贸易一直是拉动我国经济增长的重要引擎，跨境电商行业在稳定经济发展和国家战略发展中扮演了重要角色，近年来国家出台多项政策，优化监管、税收、支付、通关等环节，为跨境出口电商提供了更便利的条件。同时，国外许多国家给予了跨境电商良好的政策环境与产业配套设施，如欧美等国均已拥有较为成熟完善的支付体系、物流与清关系统等。

跨境电商背后是我国庞大产业链的支持，如今的“中国制造”不再是以往低附加值、粗加工的低价产品，而是具备自主知识产权、精细制造的高性价比产品。当前中国在很多地方都拥有诸如家具家居等特色的产业带经济，国内的传统优势产业正在赋能跨境电商更好更快地发展。我国中小企业也在跨境电商打破传统渠道垄断、减少交易中间环节、节约交易成本的背景下拥有了更大的发展空间。

未来，数字经济的发展将加快经济社会各领域的渗透融合，从而重塑跨境电商行业的各个领域与环节，在全世界范围内驱动经济增长、提升发展效率、培育新兴市场。随着大数据等技术应用于跨境贸易、生产、物流和支付，电子支付更加便利，全球物流更加快捷，海关监管流程更加优化，跨境贸易逐步实现智慧型

转型，“买全球、卖全球”逐步成为现实。

（2）跨境出口电商行业的发展趋势

①跨境电商产业集中度上升，推动企业建立自有品牌

随着我国电子商务法和跨境电商系列新政策的出台，跨境电商行业保持良好的发展态势，以欧美为主的国家在税收、运营等方面持续规范跨境电商企业发展，也加速了我国跨境电商企业的转型过程。在全球化趋势和消费升级的促进下，我国跨境电商市场的参与者，将会面临规模较小企业的被整合或出局，市场份额进一步向头部企业聚集，我国跨境电商市场集中度仍会不断提升。

相较于传统出口贸易，跨境出口电商在减少商品流通环节、提高商品流通效率方面具有明显优势，拥有强大品牌、供应链布局的企业增长势能强劲。因此，越来越多的跨境出口电商持续强化品牌意识，深度运营产品的创新设计及对产品消费趋势的把控，加强海外客户对自身品牌的认知，拓展销售渠道和完善供应链体系，通过提升产品的品牌溢价构建核心竞争壁垒。

②海外仓的运营能力将逐渐成为跨境出口电商企业的核心竞争优势之一

随着全球买家对在线购物体验的要求逐渐提高，海外仓的作用日益凸显。当前主流的跨境出口物流方式普遍存在配送慢、清关慢、易丢包、退换难等问题，搭建完善的海外仓储体系将有效解决该等问题。通过自建海外仓，跨境电商企业提前完成备货，一方面有助于缩短客户下单后的配送时间、提升客户满意度，进而扩大销量；另一方面有助于跨境电商企业实现“本土化”运营，实现高效率退换货服务，与本地售后服务保持同步，进而提高消费者的消费体验。

因此，具备一定技术与规模优势的跨境电商企业将逐步加大海外仓储体系建设力度，提升海外仓的运营能力，实现整个仓储物流端的高效管理，进而提高销售效率与库存周转能力，由此形成自身的核心竞争优势之一，并借此筑起较高的行业壁垒。

③跨境电商产品种类不断丰富，提升营销转化率成为发展重点

我国跨境电商企业的数量增多和消费者需求的多样化，促进跨境经营商品的种类不断丰富，目前已覆盖电子及通讯产品、计算机产品及相关设备、服装服饰、家具家居、庭院园艺、宠物用品、母婴玩具、汽车配件等产品领域。随着物流运输的进步和供应链体系的不断完善，家具等较大体积产品在跨境电商领域快速发

展。

跨境电商的客户流量在达到一定规模后通常难以维持高速的流量增加，而提高流量转换率将成为跨境出口电商企业可持续发展的重要因素。目前，随着跨境电商平台持续向移动端转移，企业需要打造线上多平台的数据融合，拓展运营渠道；同时，通过不断加大产品研发投入，持续推陈出新，增加 SKU 数量多方位满足客户的购买需求，并加强老用户的良好服务，提升重复购买率，提升营销转化率。

④海外市场行业法规逐渐完善，强监管大势所趋

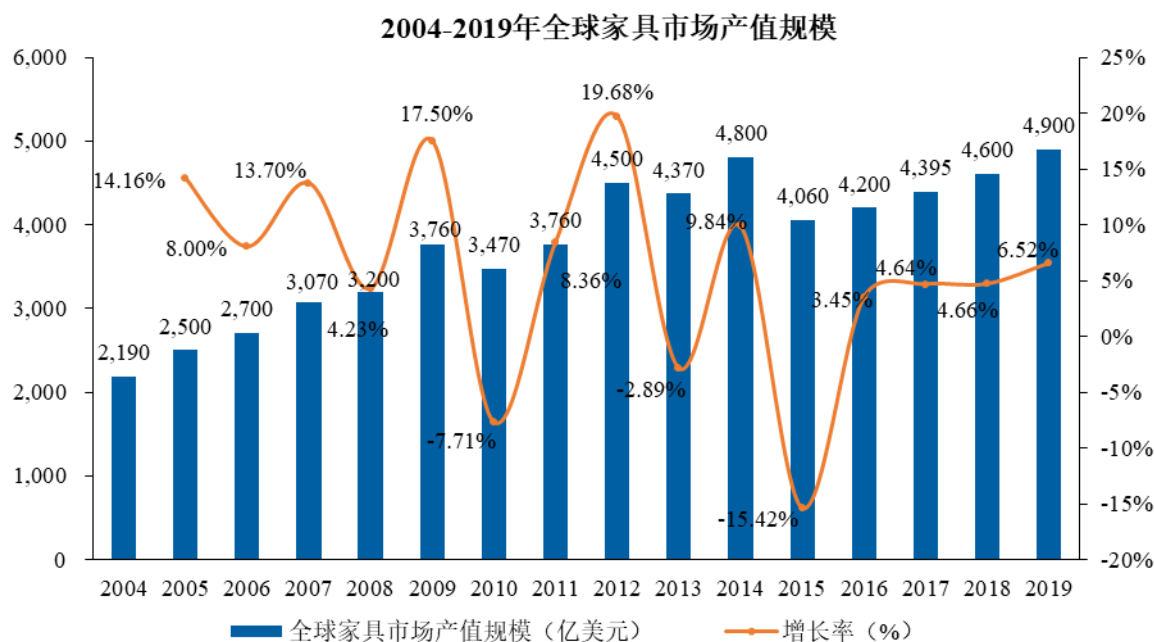
跨境电商作为发展迅猛的新兴行业，其创新往往领先于政府的监管和法规。但是近年来海外主要国家或地区的法规已经逐渐更新完善，尤其是在税务方面进展较快。2018 年以来美国大部分州市已相继明确要求电商平台代征代缴销售税（Sales Tax）；2019 年欧洲多国要求电商平台承担更大的税务合规责任，部分不合规的店铺被关闭停业；2021 年 1 月 1 日起英国已经要求电商平台代征代缴部分产品的增值税（Value Added Tax，简称 VAT），欧盟也于 2021 年 7 月 1 日开始执行电商平台代扣代缴增值税（VAT）的政策。全球新冠肺炎疫情加大了各国的财政压力，合规经营已经成为跨境电商行业发展的必然趋势，跨境电商企业需要加强合规能力建设，这也将有利于改善行业的竞争秩序。

2、家具行业的发展概况及发展趋势

（1）全球家具行业的发展概况

①全球家具市场迈入稳步增长阶段，家具贸易活跃度较高

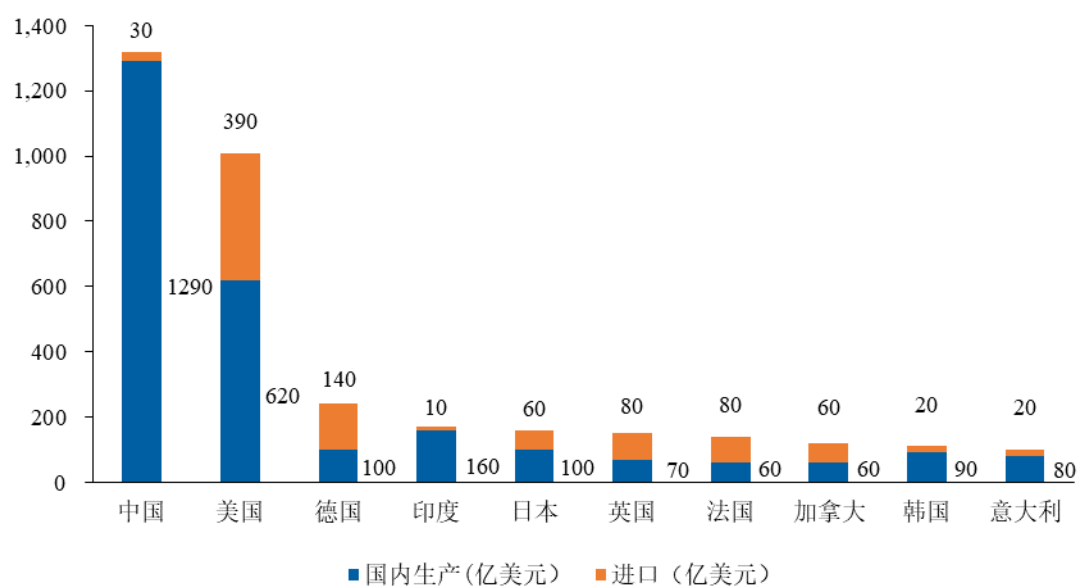
根据 CSIL 数据，从 2004 年起，全球消费水平的提升带动了家具产值规模的持续扩大，但之后受金融危机的影响，2010 年全球家具产值有所下降；随后在金融危机过后的 2011-2014 年期间，受全球货币宽松政策影响，全球家具产值有所复苏，但 2015 年因欧洲经济疲软而有所下滑。从 2016 年起，全球家具产值伴随着全球经济不断复苏而逐步回暖，截至 2019 年已回升至 4,900 亿美元，全球家具市场迈入稳步增长阶段。



数据来源：CSIL、天风证券研究所

家具是一种多边贸易互补性较强的商品，在全球商品跨境流动中，家具贸易活跃度较高。目前，全球家具行业的主要生产与消费国家中，中国自产自销的比例可以达到 98%。而同样作为家具消费大国的美国，则有 39%来源于进口，自产比例仅占 61%。可以看出，在美国、欧洲等市场开放程度较高的国家或地区，家具市场容量较大，未来随着各个国家经济水平的发展以及人均可支配收入的提高，对于家具的消费意愿仍将持续增长。

2019年全球前十大家具消费国消费额



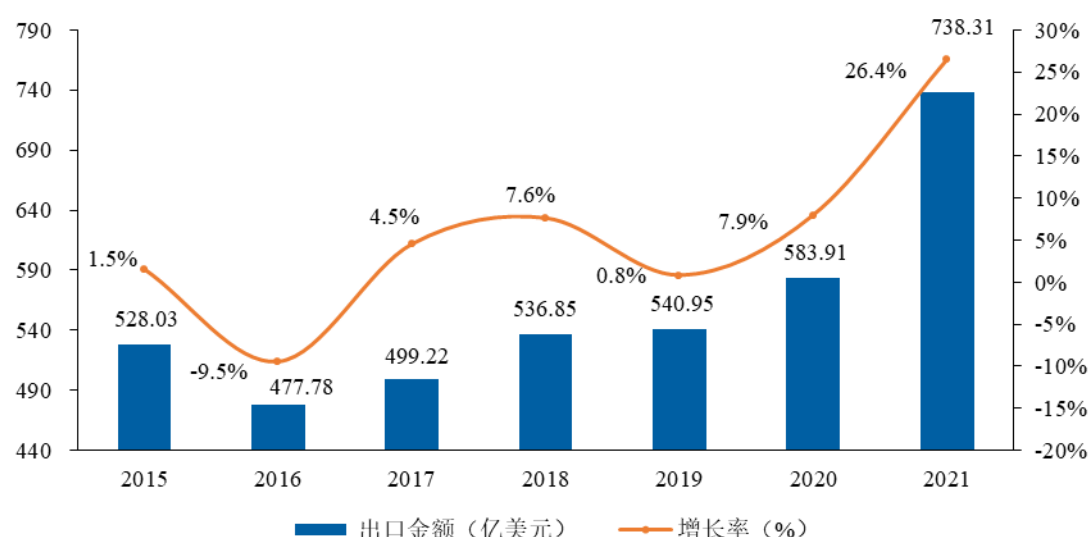
数据来源：CSIL、天风证券研究所

②中国家具行业正处结构转型期，外贸是驱动增长的重要因素

中国是当前全球最大的家具生产国、出口国，拥有最大的消费市场。中国家具产业历经改革开放 40 余年来的高速发展，已从传统手工业发展成为以机械自动化生产为主的现代化大规模产业，家具企业也正积极运用互联网、智能制造、绿色生产等技术提升行业制造水平，当前我国家具行业正处于结构调整的关键阶段。近年来，我国家具行业主管部门、自律组织相继推出了《轻工业调整和振兴规划》《中国家具行业知识产权保护办法》《中国家具行业“十三五”发展规划》等政策促进家具制造行业向高质量制造、研发高科技材料与看重设计能力的方向发展，进一步推动国内家具产业的整合升级，以适应全新的国际形势，充分提高行业整合力，提升产品附加值和对外贸易水平，促进对外贸易额的增长。

尽管受到中美贸易摩擦等不利外部因素影响，近几年来我国家具出口额仍保持着增长态势。根据中国海关总署统计数据，2021 年我国家具及其零件累计出口金额达 739.76 亿美元，同比增长 26.4%。

2015-2021年我国家具及其零件累计出口金额及增速情况



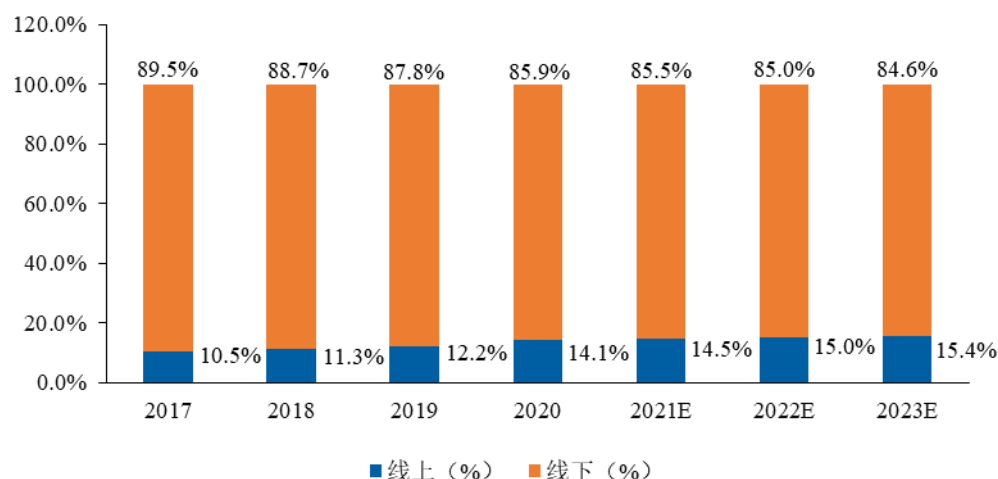
数据来源：中华人民共和国海关总署

③线上渠道已成为全球家具市场发展新引擎

得益于物流业的发展和家具运输成本的下降，在线订购家具为消费者带来了更多的选择和更大的便利。根据 Statista 数据，2017 年至 2020 年，全球家具市

场线上销售额占比逐年升高，线上渠道已成为全球家具市场发展的新引擎。未来随着电商渠道的不断扩大以及物流、电子支付等配套产业的发展，线上家具市场占比有望继续扩大。

2017-2023年全球家具市场销售渠道占比情况



数据来源：Statista

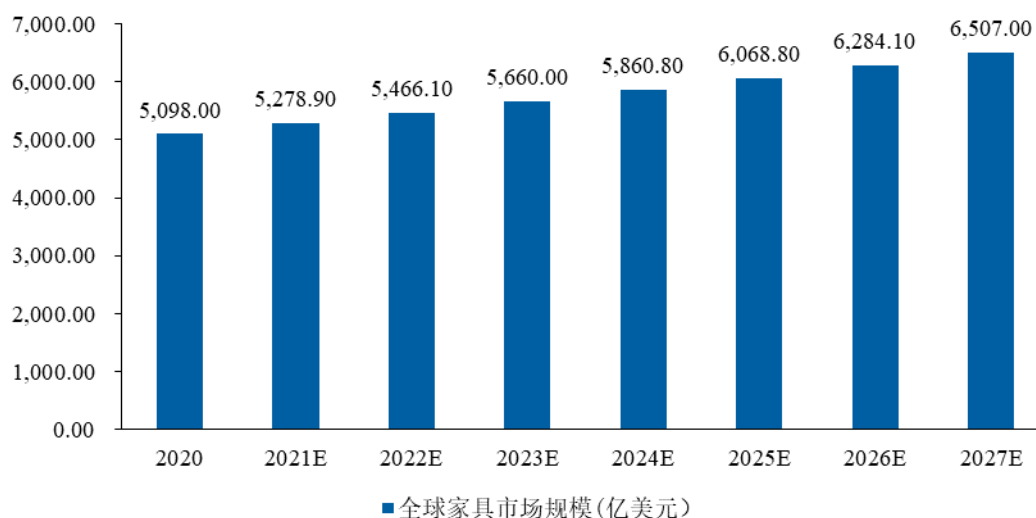
(2) 全球家具行业的发展趋势

①全球家具需求将持续增长，行业集中度提升

全球市场方面，由于家具需求受社会经济、住宅、消费能力及消费观念等因素影响，在发达国家和新兴市场国家所表现出的市场需求有所不同。在欧美日韩等发达国家和地区，城市化程度高，居民消费能力强，消费者通常对居住的舒适条件要求较高，旧房装修及租房家具换新需求较大，对家具有着稳定需求。在新兴市场国家，城市化进程持续推进，城镇人口规模增加导致住房需求扩大，对家具需求提升；同时，新兴市场国家经济快速发展使得居民收入提高，对改善居住条件需求提升，对家具的需求也将持续增长。根据 Statista 数据，2027 年全球家具市场规模将达到 6,507.00 亿美元，相比 2020 年将增长 1,409 亿美元，增幅达到 27.64%。

虽然 2020 年全球疫情的蔓延一定程度影响了家具行业的贸易情况，但是长期来看，全球家具行业将进一步整合，形成品牌集中度提速、头部企业规模优势渐强的格局，行业的整体发展质量将进一步提升。

2020-2027年全球家具市场规模预测



数据来源：Statista

②消费者需求发生变化，品牌与体验要求提高

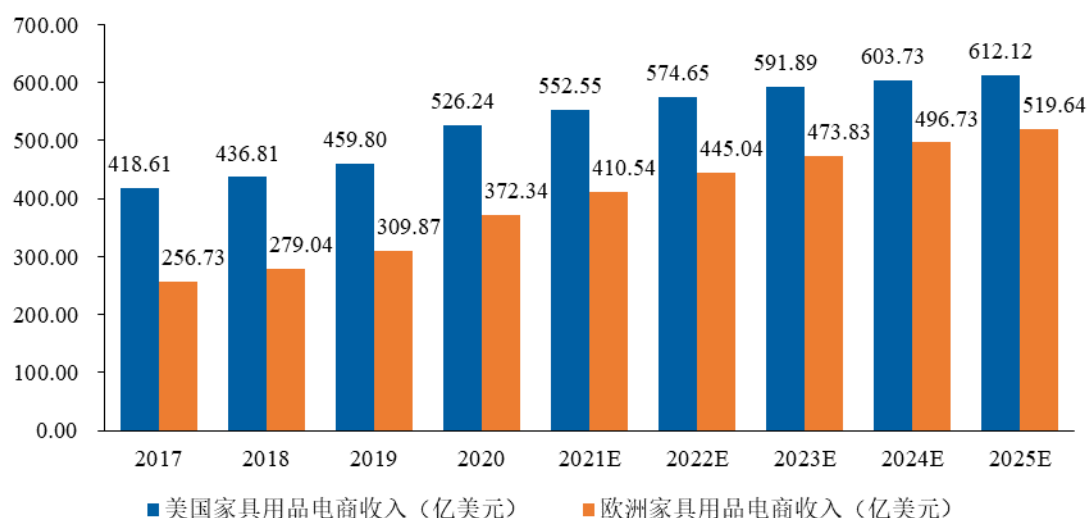
随着全球经济的持续发展，居民收入和生活水平不断提升，消费者对家具产品不再满足于基本的功能，更加注重产品的品牌与使用体验。为了适应消费者需求，家具制造商对产品设计、品牌塑造的投入持续提高，不断提升产品的美感和使用体验，提高品牌在消费者心中的认知度。同时，年轻一代消费群体逐渐成为主流，他们代表的新生消费力量正向家具市场涌来。随着消费者的迭代、消费痛点变化、获取信息渠道多元化、时间碎片化，消费形态逐渐形成了新规律，这将进一步促进家具品牌化的发展。未来家具企业需更加看重品牌建设与产品设计，适应满足消费者对家具产品提出的新需求，家具行业将向新零售、新营销、新服务方向发展。

③销售渠道不断融合，线上渠道将成为新增长点

受益于互联网及支付技术的日益普及，电子商务蓬勃发展，大量消费者开始养成网络购物的习惯。线上购物平台由于方便利用图片、视频等媒介展示产品，并可利用便捷的线上支付快速完成交易，交易效率大幅提升。

根据 Statista 数据，美国家具用品电商渠道的收入在 2025 年将达到 612.12 亿美元，与此同时，欧洲家具用品电商渠道的收入在 2025 年也将达到 519.64 亿美元。长期来看，电商渠道将成为全球家具用品市场的新增长点。

2017-2025年欧洲、美国家具用品电商收入



数据来源：Statista

3、家居用品行业的发展概况及发展趋势

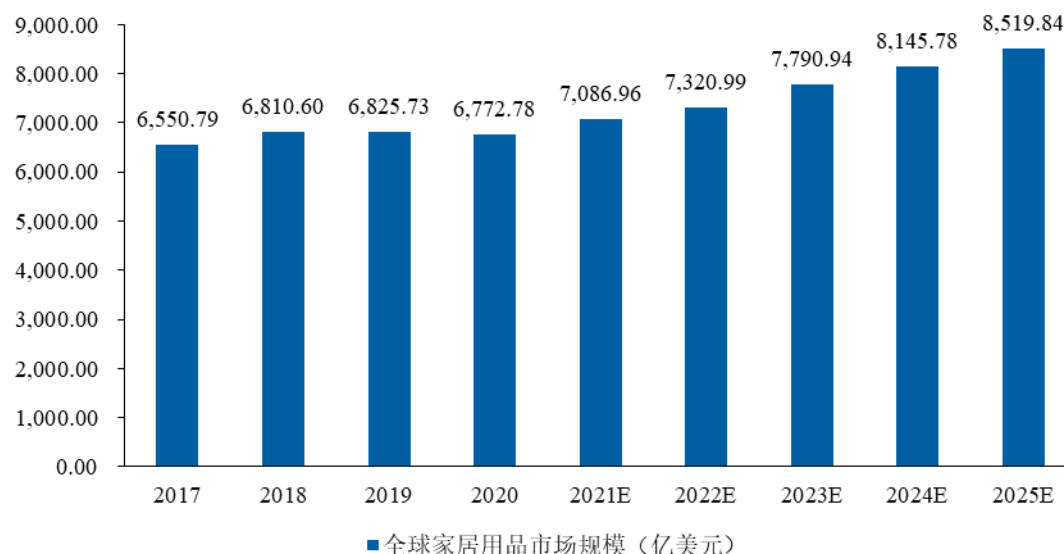
(1) 全球家居用品行业发展概况

广义的家居概念，指的是家庭装修、家具配置、家居收纳装饰用品、电器摆放等一系列和居室有关的活动或物品。而此处的家居用品范围，仅指家居收纳类、装饰类、用具类以及部分室外生活用品等产品。

①全球家居用品市场规模稳步增长

Euromonitor 数据显示，2017 年至 2020 年，全球家居用品市场规模的年复合增长率为 1.12%，2020 年的市场规模为 6,772.78 亿美元。虽然受新冠肺炎疫情影响，全球经济停滞，2020 年家居用品市场规模较 2019 年略微有所减小，但随着未来全球经济复苏、居民收入水平的提高以及消费频次的提升，全球家居用品的消费需求预计仍将保持稳健增长，2025 年将达到 8,519.84 亿美元。

2017-2025年全球家居用品市场规模

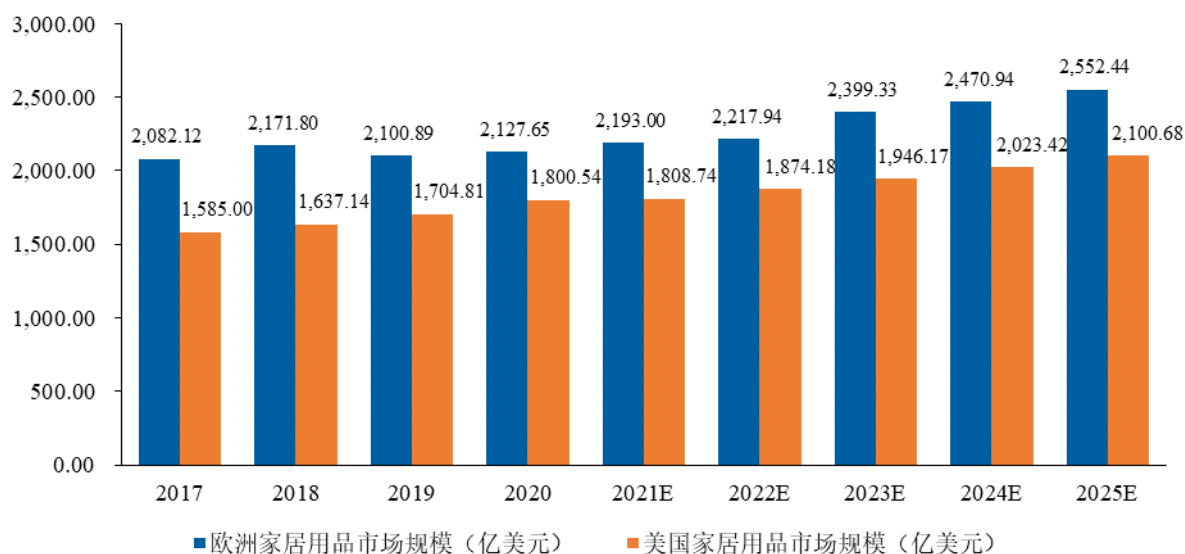


数据来源：Euromonitor

②欧美等国家或地区是家居用品主要需求市场

全球家居用品市场主要集中在欧洲、美国、中国和日本等国家或地区。根据 Euromonitor 数据，欧洲为全球家居用品市场规模最大的地区，2020 年市场规模高达 2,127.65 亿美元；美国排名第二，2020 年家居用品市场规模为 1,800.54 亿美元。

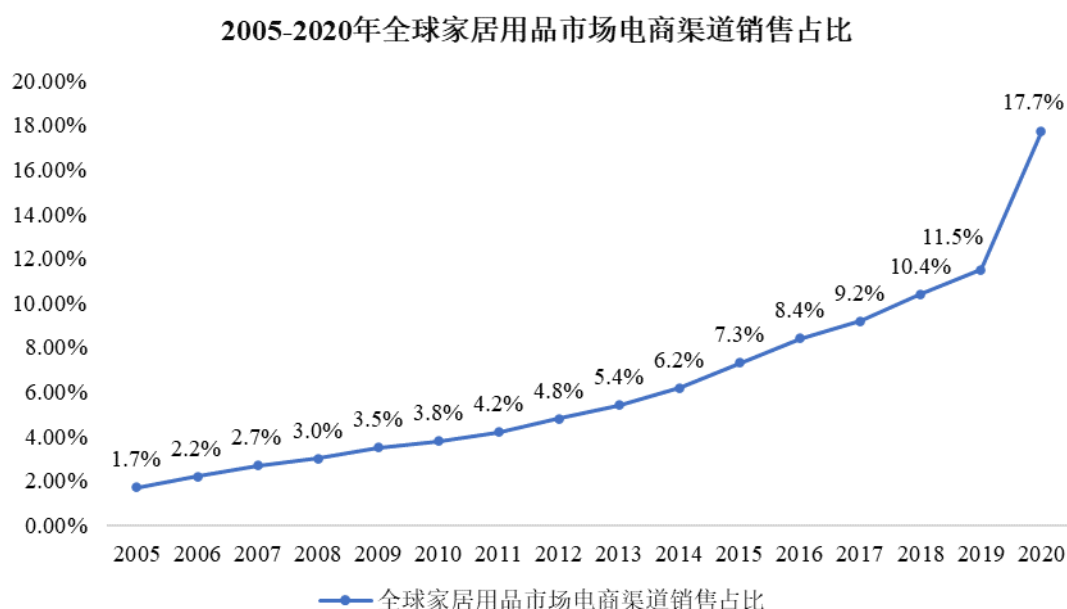
2017-2025年欧洲、美国家居用品市场规模



数据来源：Euromonitor

③全球家居用品市场仍以线下销售渠道为主，电商渠道占比逐年上升

目前，全球家居用品市场仍以线下渠道为主，这与家居产品重体验的特点有关。随着互联网的普及、物流行业的发展以及消费者习惯的改变，电商渠道占比持续增长。根据 Euromonitor 数据，全球家居用品市场电商渠道的销售占比从 2005 年的 1.7% 上升至 2020 年的 17.7%。



数据来源：Euromonitor

（2）全球家居用品行业的发展趋势

①海外市场电商渗透率不断提高，家居用品线上市场规模有望进一步提升

随着物流运输的发展、展示科技的进步，家居用品的研发生产以及仓储物流、售后服务等电商整体配套产业链不断完善，电商透明化、渠道扁平化等优势逐渐体现，电商渠道销售占比逐年提升。根据 Euromonitor 数据，家居用品电商渠道销售占比由 2014 年的 6.2% 增长至 2020 年的 17.7%，预计未来将保持较快增长。尤其是 2020 年以来，受新冠肺炎疫情的影响，海外消费场景逐步由线下向线上转移，加快了海外市场电商渗透率的快速上升。海外市场电商渗透率的不断提高，促使全球线上家居用品市场的需求持续增长，线上市场规模有望进一步提升。

②消费者年轻化，对家居企业提出更高的要求

年轻一代消费者已逐渐成为消费主力军，其更加注重产品的品牌形象、创新设计、产品品质以及消费体验，这就对家居企业提出了更高的要求。未来，国内外家居企业需不断加强品牌建设，提升品牌知名度，逐步培养消费者的品牌忠诚度；加大研发投入，对产品进行持续创新设计；加强产品质量控制，提高产品品

质；完善仓储物流体系，尤其是跨境出口电商企业，通过加强自身海外仓建设力度，提高产品物流配送时效，实现高效的售后服务，进而提升客户满意度。全球家居用品行业的竞争将逐渐回归至品牌、品质和服务等方面的综合化竞争。

③健康、节能、环保也是未来家居用品行业消费者倍加关注的主题

随着人们生活品质的提高及消费观念的进步，消费者对绿色、健康生活的向往与日俱增，业主进行家居布置时，在满足使用功能、美观、个性化需求等基础上，对节能环保等要素也更为重视，对家居用品的选用也有更高的要求。

（四）发行人自身的创新、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

在国家产业政策的引导和支持下，以及公司不断的创新发展，公司在产品和信息技术、业态模式等方面具备创新特征，在全链条的数字化运营方面具备创造性，在采用新工艺创新传统整装家具家居产品方面具备创意性。公司自身的创新、创造、创意特征以及科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况，请参见本招股说明书“第二节/五、发行人自身的创新、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”。

（五）行业进入壁垒

1、品牌壁垒

品牌是企业研发设计、运营推广、产品质量、综合服务等多方面因素构筑的竞争力综合体现。因家居行业存在集中度低、国际性和区域性品牌众多，品牌知名度成为消费者决策的重要因素。同时，线上零售的方式为消费者提供了广阔多元的选择空间，消费者在产品的选择上将更关注产品背后的品牌影响力。电商平台上头部品牌往往会更容易获得流量，从而形成强者愈强的循环。品牌形象的积累是在对应消费市场长期沉淀与打磨的结果，行业新进入者难以在短时间内树立品牌信誉。

2、供应链管理壁垒

从产品设计、生产制造或产品采购、通关运输、仓储配送直到最后送达终端消费者手中，跨境出口电商零售过程中各环节需要紧密的联结与配合。从内部环境来看，企业需实时整合与协调市场调研、库存管理、物流运作、海运通关等各

个重要流程中的实物流、信息流、资金流，确保各业务环节运营顺畅，环环相扣。

从外部环境来看，面对供应商时，企业需建立稳定高效的供应商管理体系，制定完善的产品需求预测、生产或采购计划等；面对客户时，企业需及时获取终端消费者反馈，转化其消费需求并最终落实到企业的战略决策。随着未来跨境电商运营过程中涉及的环节复杂化、用户对产品和服务的要求多元化，科学有效的供应链资源整合能力和快速响应的供应链管理能力是企业长远发展的必要条件。

3、技术壁垒

跨境电商企业的日常运营中涉及到大量业务数据的处理与分析，一般来说，为了高效配合产品销售、仓储物流、供应链管理、客户管理以及财务管理等业务环节的需要，跨境电商企业不仅需要搭建专业高效的信息管理系统，而且要及时准确地归纳相关信息。随着当前技术的发展，大数据等高新技术逐渐应用于跨境电商企业的业务流程中，助力企业实现更精准的分析与判断。高效的用户需求响应对企业的技术水平提出了较高的准入要求，在大数据技术逐渐发展的当代，客户对跨境电商服务自动化、信息化、可视化、智能化需求也相应提升，而掌握和应用该类技术需要专业的 IT 技术和在跨境电商行业长期、多维度的数据沉淀，构成进入行业的技术壁垒。

4、人才壁垒

从研发设计角度而言，出色的产品设计是家居类产品在市场脱颖而出的核心要素，这要求企业的设计团队能准确把握全球各国或地区消费趋势，及时设计并推出创新性、针对性的产品，较早抢占市场份额。从销售运营角度而言，与国内电商相比，跨境电商所涉及的客户来自全球各个国家和地区，教育背景、语言、习俗以及消费行为与心理等均存在较大差异，导致企业面临更加复杂的经济法律制度与社会文化环境。此外，跨境电商的运作涉及多个方面的专业知识，包括营销推广、物流运输、国际贸易、法律税务等多个领域。因此，跨境电商企业的高效运作需要各领域的高素质复合型人才，构成进入行业的人才壁垒。

5、资金壁垒

跨境出口电商行业是资金密集型的行业，不仅需要投入大量资金打造服务平台、升级信息系统，还需要投入大量资金用于前期的产品研发投入、采购备货和

后期的市场营销推广。为了获取竞争优势、抢占市场份额，在搭建平台设施、丰富产品品类、优化信息系统、整合仓储配送资源、完善海外仓储布局、引入优秀人才等方面需要投入大量资金。早期进入跨境电商行业的公司把握市场机遇，较早获取了充足的外部融资，具备了雄厚的资金实力并通过持续的市场开拓形成了明显的先发优势。新进入行业的企业若无充足的资金支持，短时间内难以迅速搭建平台、拓展市场并获得客户的认可，行业的新进入者面临一定的资金壁垒。

6、跨国经营壁垒

随着跨境电商行业的快速发展，为了进一步贴近消费者，增强企业市场调研、产品研发、品牌推广等各方面的能力，在目标市场国设立子公司成为必然的选择，大型跨境电商将不可避免地成长为小型跨国企业并开展跨国经营。跨国经营需要在不同国家迥异的法律经济环境下开展业务，由于跨国企业往往又是监管的重点对象，跨国经营面临的合规风险较高。在此基础上，跨国经营需要有效协同各国的资源，同时还要克服语言、文化、时差等多方面的障碍。在一个新进入的国家，从设立公司，逐渐熟悉当地环境，积累人才和业务经验，到最终形成良好的经营结果需要相当长的时间和优秀的企业管理能力，由此构成了跨国经营壁垒。

（六）行业竞争情况

1、公司产品的市场地位

公司自成立以来，以德国为起点，先后进驻英国、法国、意大利、西班牙、美国、加拿大、日本等国家或地区，并分别在德国、美国、日本和英国设立了子公司，实现“本土化”经营，形成了国际化的产业布局。

报告期内，公司先后被认定为“技术先进型服务企业”、“河南省电子商务示范企业”。经过多年的发展，公司旗下自有品牌已跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。2017年，公司获评“亚马逊全能卖家”；2019年，公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，同年旗下品牌 SONGMICS、VASAGLE 同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”；2022年，公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“2021年度‘赢之以恒’年度卖家”称号，并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。公司多款产品常年在亚马逊平台上位列最畅销产品（Best Seller）和亚马逊之选（Amazon's Choice）。

作为国内知名的跨境电商企业，公司聚焦于互联网家居产品市场，深耕海外

主流电商平台，目前亚马逊平台为公司海外电商销售的主要平台和渠道。根据第三方电子商务数据统计平台 Marketplace Pulse 的数据，截至 2021 年 12 月 31 日，亚马逊全球市场上的第三方卖家数量已达到 970 万个。Marketplace Pulse 的监测数据显示，截至 2022 年 2 月 28 日，公司在法国、德国、西班牙和意大利亚马逊平台第三方卖家中分别排名第三、第九、第五和第六，在美国、英国亚马逊第三方卖家排名中同样位居前列。

2、行业技术水平及特点

（1）研发设计能力不断提升，产品持续推陈出新

随着居民生活质量的提高，消费者对家居产品的时尚性、功能性、舒适性、环保性、创新性等多个方面都提出了更高的要求。在研发设计上，随着家居产品企业产品研发设计的日益重视以及国内外产品设计师队伍的壮大，家居产品行业研发设计能力将不断增强，目前已从模仿国际知名品牌阶段向具有自主设计风格的创新阶段发展。同时，各种新材料和新技术的应用，使得产品的设计效果和性能得到显著提高。

未来，家居产品行业的研发设计能力将直接影响产品风格特点和品牌个性，进而决定产品的市场，因此研发设计能力是行业内企业建设品牌的基石，并且已逐渐受到重视，行业内的企业将进一步提高研发设计能力并不断推陈出新。

（2）信息技术应用不断深入

互联网和信息化的技术进步是电商服务行业及线上消费市场发展的关键推动力。企业信息化管理技术和相关软硬件系统不断发展，提升了企业在业务、管理和运营等方面的稳定性和工作效率，尤其是跨境电商新业态下的产品企业的经营管理效率。在家居产品的营销和管理过程中，消费者需求多样、数据庞大，催生了信息技术的全面应用。目前，跨境电商行业内的头部企业均已建立一套完善的数字化信息管理系统来处理计划、采购、库存、订单、配送和财务等流程，并不断升级相关系统，信息技术应用不断深入。

（3）大数据技术为提升跨境电商运营服务质量提供了技术支持

大数据是指具备海量规模、高速增长且类型多样化的信息资产，而大数据技术则将所有数据纳入分析处理，为决策提供参考和支持。通过应用大数据技术，跨境出口电商企业可有效提升在海外市场调查、品牌运营和产品设计等方面的能

力水平。结合云存储、云计算等前沿技术，大数据可提升跨境电商企业市场、行业分析的针对性和有效性，进一步深化企业的工作内容，助其打通包括品牌策划、产品定调、工艺设计、营销推广等环节在内的全生命周期，从而切实提高企业服务的附加值，并使企业的核心竞争力得到加强。

3、行业内的主要企业

公司主要从事自有品牌家居产品的研发、设计与销售，在同类产品领域的知名品牌企业主要包括宜家家居、Home24、ZINUS、Furinno、Sauder 等；此外，公司销售收入主要通过境外电商渠道实现，相似渠道领域的企业主要包括安克创新、遨森电商、易佰网络等，上述企业的基本情况如下：

（1）宜家家居

瑞典宜家集团（IKEA）成立于 1943 年，是全球最大的家具及家居用品企业，线下经营网点遍布全球，线上购物渠道为宜家官方网上购物商城，销售产品主要包括座椅沙发系列、办公用品、卧室系列、厨房系列、照明系列、纺织品、炊具系列、房屋储藏系列、儿童产品系列等。

（2）Home24

Home24 创立于 2009 年，总部位于德国柏林，是一家家具零售电商企业，是欧洲最大的在线家具商店，业务遍及德国、法国、奥地利、荷兰、瑞士、比利时、意大利和巴西等国家或地区，主营产品包括家具、花园家具、床垫和照明等。

（3）ZINUS

ZINUS（际诺思）是一家起步于美国市场的全球化在线室内家具品牌，其品牌源于 1979 年，由韩国李胤宰先生创立，并于 2006 年改名为 ZINUS（际诺思）。ZINUS 致力于为消费者提供集舒适性、耐用性、健康性、适用性于一体的高性价比床垫和周边产品，主营产品主要包括床、床头柜、桌椅等，业务覆盖美国、中国、澳大利亚、韩国、日本和欧洲等市场。

（4）Furinno

Furinno 于 2010 年在美国成立，是一家与马来西亚制造商合资的企业，目前已发展成为世界上最大的 RTA（Ready-To-Assemble，即时组装）制造商之一。Furinno 通过沃尔玛、亚马逊等平台在北美地区销售，主要经营层架、边桌、置物架、电视柜、电脑桌、文件柜、咖啡桌、鞋架等多个产品品类。

（5）Sauder

Sauder 成立于 1934 年，是北美领先的 RTA 家具生产商。Sauder 的产品品类主要包括客厅家具、办公家具、卧室家具、厨房家具和储藏家具等。Sauder 旗下拥有子公司 Progressive Furniture Inc.和 Sauder Manufacturing Company，分别专注于卧室家具品类、厨房家具品类和公共家具品类。

（6）安克创新

安克创新成立于 2011 年 12 月，于 2020 年 8 月在深交所创业板挂牌上市，股票代码为 300866。安克创新主要从事智能移动周边产品、智能生活周边产品及计算机周边产品的研发和销售。安克创新的销售渠道分为线上和线下，线上主要通过亚马逊等境外平台销售产品，线下主要通过沃尔玛、百思买、塔吉特等渠道进行销售。

（7）遨森电商

遨森电商成立于 2013 年 10 月，于 2018 年 11 月在全国中小企业股权转让系统挂牌交易，自 2021 年 6 月 16 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。遨森电商是一家主营室内居家、户外藤编、庭院花园、运动健身、婴童用品、宠物用品等系列产品的跨境出口电商企业，主要通过官网 Aosom 以及亚马逊、eBay 等电商平台进行产品销售。

（8）易佰网络

易佰网络成立于 2011 年 10 月，是一家依托中国优质供应链资源、以市场需求为导向的跨境出口零售电商企业，为上市公司华凯易佰（300592.SZ）的控股子公司。易佰网络通过亚马逊、eBay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台，将汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动等品类的高性价比中国制造商品销售给境外终端消费者，构建了覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区的全球性销售网络。

4、竞争优势与劣势

（1）公司的主要竞争优势

①专注跨境电商家居领域十余年

跨境电商零售业务是面向终端消费者的经营业务，与传统 B2B 外贸或者国内 B2C 销售的商业模式相比，其面临的商业链条更长、复杂度更高。公司需要

统筹负责产品设计、委托生产、头程运输、境外仓储管理、市场营销和尾程派送，同时兼顾不同国家或地区的法律法规要求和文化差异，此全链条的跨境运营管理能力需要较长时间的摸索和磨合。

公司专注跨境电商家居领域十余年，主要通过亚马逊等海外知名电商平台将自有品牌家居产品销往欧洲、北美、日本等国家或地区，公司定位为全球互联网家居品牌。公司产品品类不断向全屋场景拓展，目前已形成不同风格或材质互相组合设计的小件家居用品、大件室内家具和户外家具等多系列产品矩阵，从而满足客户在客厅、卧室、书房、庭院、户外等多场景下的消费需求，实现消费者一站式采购。公司产品区别于传统外贸整装出口家具产品，从研发阶段就考虑结构可拆卸、平板化包装和适合长距离运输等特点，更契合跨境线上销售渠道。

在海外市场电商渗透率持续提升、全球以及公司主要销售地欧美地区的线上家具、家居用品市场规模快速增长的背景下，公司从企业人才积累、产品设计、信息系统开发、供应链管理、品牌推广、市场渠道开拓到仓储物流建设，持续深耕互联网家居市场，专注于为消费者提供优质的家居产品，不断增强公司的整体竞争优势。

②自有品牌优势

随着跨境出口电商的同质化竞争加剧和国内跨境电商供应链的完善，品牌化越来越成为中国跨境出口电商提高国际竞争力的关键因素。公司定位为全球互联网家居品牌商，以良好的产品用户体验打造品牌影响力，公司自有品牌产品已在欧美日等多地市场获得了消费者的青睐和认可。2017 年，公司荣获“亚马逊全能卖家”称号；2019 年，公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，同年 SONGMICS、VASAGLE 同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”；2022 年，公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“2021 年度‘赢之以恒’年度卖家”称号，并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。公司在互联网家居市场上建立了良好的品牌形象，品牌知名度和市场美誉度不断提升。

良好的市场口碑和品牌形象，使得公司产品不仅获得了消费者的青睐，也为公司赢得了多方的赞誉。报告期内，公司产品获得了“People”“USA TODAY”“REAL SIMPLE”“REAL HOMES”以及“CNN”等多家行业媒体杂志的认可及推荐。

③供应链快速响应优势

随着全球经济的持续发展,“未来企业间的竞争,将是供应链之间的竞争”理念已受到广泛认可。对于跨境电商品牌企业而言,优质的供应链体系是高效率、低成本地将产品设计转化为高品质产品和服务并投放目标市场的重要保障。公司多年来不断对供应链体系进行建设和优化,已具备了快速响应的柔性供应链管理能力和。

A、在供应商合作方面,公司在东莞设立子公司,并在东莞、宁波设有仓库,公司布局国内家具产业集群区域(广东、福建、江浙地区等),充分利用当地供应链配套资源和集群优势,通过与家具家居行业领域具有优势的供应商进行战略合作,形成长期稳定的合作关系,形成长期稳定的合作关系,确保公司的产能优势。针对重点品类,公司建立了多层次的供应商梯队,设置了“主供应商”及多个“副供应商”,副供应商用于对主供应商的产能起补充作用,通过建立“主/副供应商”机制,并对外协供应商名单进行动态管理,保证了产能弹性空间,且随着公司采购规模的持续扩大,公司产品采购具备一定的规模效应。

B、在供应链管理方面,公司不断优化供应链相关业务和管理流程,逐步建立起一套完善的供应链管理制度和流程管理体系,包含对合格供应商的选择、定期评价、退出以及执行采购等业务的管理,为公司的供应链高效率、规范化运作提供了管理支撑。在对供应商作业质量的管理过程中,公司品质工程师会定期对供应商的生产制程进行评估和技术指导,协助供应商提高生产效率和质量,进而提升公司的供应链管理效率。

C、在供应链管理信息化方面,公司以保持产品供需平衡为原则,借助 EYA 管理系统,结合历史销售数据、库存数据等信息,进行优化运算,确定最佳采购需求,采购中心根据系统提示选择合适的供应商并执行采购任务,从而达到供应链效率优化的效果;公司通过实施电子签章和 SRM 系统,与部分供应商实现需求预测、备货单、订单、合同、出货计划、装柜数据、验货计划、验货结果、发票登记、往来对账、付款信息等模块的快速共享与协同,建立了与供应商之间的协同链路,实现深度协同,有效提高了公司采购订单执行过程的管控与协同支持,并有助于缩短采购订单交付周期。

④仓储物流优势

随着全球消费者对在线购物体验的要求逐渐提高，海外仓的作用日益凸显。完善的海外仓储物流体系有助于企业触达更多客户，缩短客户下单后的配送时间、提升客户满意度，实现“本土化”经营，也有利于企业在仓储物流端实现高效管理，提高销售效率与库存周转能力。因此，拥有完善的仓储物流体系是跨境电商企业的核心竞争力之一。

公司经过多年持续对仓储物流体系的建设，已建立了具有差异化竞争优势的“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”跨境电商出口仓储物流体系。目前，公司在德国、美国等地设立了多个海外自营仓，可以实现仓储物流自主管控，提高了发货、退换货、售后服务等业务环节的运作效率，有利于提高消费者满意度，相对于市场上大多数未设立海外仓的跨境电商企业具有显著的优势。同时，公司通过与当地物流配送商合作，可为终端消费者提供高效的物流服务，与销售国当地卖家具具有同等物流时效竞争力。截至**2022年6月30日**，公司位于德国、美国、中国、英国的境内外自营仓面积合计超过290,000平方米。此外，公司不仅可以享受诸如亚马逊FBA仓等平台仓提供的仓储物流服务，而且以第三方专业物流服务商提供的仓储物流服务作为有效补充，从而实现海外各地消费者发货需求的及时响应。

与此同时，公司形成了国内外仓储联动的物流体系，实现弹性供应。为了缩短供应链链条中的交付周期，公司于2020年在国内陆续设立了第三方合作仓和自营仓，用于国内存货采购后的仓储中转，并不断扩大国内仓的功能和面积，目前境内自营仓已拥有超过15,000平方米规模的立体库，境内第三方合作仓已达到约10,000平米规模的平库。对于重要品类产品、单批次订单量小或者具有明显季节属性的产品，公司结合前端的销售预测及销售计划，提前向供应商下单生产，并在国内仓进行备货。根据海外市场需求，从国内仓直发海外仓，大大缩短了公司的备货周期。

公司实行业务流程化与操作标准化，建立了完善的仓储物流管理制度、流程及工作标准，确保仓储物流作业的安全、准确及高效。近年来，公司不断加大对仓储物流管理信息系统的投入，充分挖掘和利用信息技术以提升仓储物流管理的效率，并持续开展对仓储物流人员的业务培训，不断提高员工的业务知识素养，进而提升仓储物流体系的运营效益。

⑤质量控制优势

高质量的产品和服务是公司作为全球知名的互联网家居品牌商的重要支撑，公司始终以有效的质量控制为公司生存与发展的保障，坚持从全价值链构建质量控制体系。

A、在产品研发设计方面，公司坚持以高质量的市场调研数据作为研发设计的基础，通过不同维度的数据分析设计出符合目标市场需求的优质产品。

对于新品研发而言，公司制定了较为完善的新品研发质量控制规范，保障研发、采购的产品符合公司品质标准要求。根据公司《检测标准管控办法》等内部控制制度的规定，在新品评审前，公司会根据产品结构、使用场景以及适用对象等，提前检索销售目的国的法律法规，确保产品设计和材料选用的合规性；其次，在新品设计及审核期间，公司质量管理人员会提前介入评审会，提出公司以往产品中经常出现的质量问题、市场调研期间客户反馈的质量问题等，并依照销售目的国标准对产品结构特征、材料构成、表观风险进行初步评估；最后，在产品初步评估后，公司将产品送至第三方检测机构测试，待第三方检测机构测试结果通过并出具合格证明后，新产品评审业务流程方可结束并进行量产。

对于现有产品改进而言，公司定期对现有产品适用的检测标准进行重新检索，保证现有产品标准的适用性、时效性。具体而言，一方面，公司主动对产品销售国相关法规政策重新进行适用性检索；另一方面，公司与第三方检测机构保持良好的信息交流，以便及时获取产品销售国最新颁布或修订的相关法规信息，避免因新政策实施而影响产品正常上架销售。若存在新颁布或修订法律法规、检测标准发生变化的，则对现有产品相关方面进行测评并予以改进。

B、在质量过程控制方面，公司制定了严格的质量控制体系，出口产品均需满足欧盟、北美、日本等目标市场的质量标准，在产品制造过程及产品发货之前，公司均安排质检人员根据公司产品质量控制要求对产品进行检查，对不达标的产品作返工处理，从而有力保障了公司产品的质量。

C、在仓储物流管理方面，公司亦重视产品或订单在终端配送环节的作业质量。一方面，公司制定了完善的作业流程及严格的评定标准，由仓储物流中心负责产品及订单的仓储物流工作的组织和管理，确保产品完好并及时送到消费者手中。另一方面，报告期内，公司与境内外物流服务商建立了长期良好的合作关系，

以满足公司物流服务需求。公司仓储物流中心对第三方物流服务商建立了动态监测机制，并定期对其进行考核评价，对达不到公司物流标准的服务商将启动改进或淘汰流程，从而有力的保障了公司物流体系的运输质量与运作效率，进而不断提升消费者的购物体验。

D、在供应商管理方面，公司制定了严格的供应商管理与考核制度，从供应商准入、初期考核及日常考核、惩罚淘汰以及质量监控及反馈、改善等多维度对其进行考核与评价，确保供应商满足交货时效要求、产品质量要求。

公司通过对业务全流程进行严格的质量把控，保证了产品和服务的质量，提高了公司产品的市场竞争力。

⑥研发设计优势

公司重视研发设计能力的提升，报告期内不断加大研发投入，2019-2021 年的研发费用年复合增长率达 53.30%。公司紧跟海外市场需求变化和自身业务发展步伐，历经多年发展完善，产品研发以模块化部件、可拆卸式组装、扁平化包装为原则，做到“包装不大、运输不坏、组装不难、价位不高、品质不低、设计不凡”，逐步建立了一套科学有效、运行良好的研发体系，组建了一支经验丰富的国际化研发设计团队。具体而言，公司的研发设计优势包括：

A、利用本地化运营优势，准确洞察海外消费者需求。公司深耕海外家居市场多年，并结合自身的目标市场本地化运营优势，能够深入洞察当地消费者对家居产品的使用和消费习惯，紧跟欧美家居行业发展趋势，深入调研市场需求、消费者偏好与售后反馈，不断输出高质量的产品设计，拓展全屋场景的产品矩阵，持续为全球家庭提供高品质的家居产品。

B、逐步组建专业的 CMF（Color, Material & Finish，颜色、材料、表面处理）研发团队，为产品设计提供方案支撑。通过 CMF 研发团队的研究，为公司产品研发提供素材、场景搭配解决方案，并在此基础上为产品设计团队提供多维度的设计案例进行引导与支持，为各品牌、各场景产品赋能，引导公司产品设计升级，产品向系列化、场景化转变。比如公司以“铁+木”为主要材料的美式工业风家具系列的部分产品，销量一直位居线上家具各细分品类前列。

C、自建产品打样工程中心，验证产品从方案设计到批量生产的可行性。公司自建了产品打样工程中心，引入优秀设计师和技术人员，购进先进的自动化设

备，通过高效精准的打样试样，快速验证、论证创新设计方案、结构创新方案，制定工艺制程标准，同时赋能采购中心开展供应商开发工作，降低运营成本，提高工作效率，进一步缩短新品上市时间。

凭借公司良好的产品设计水平，2020 年以来公司设计的多款产品相继荣获中国设计智造大奖佳作奖、当代好设计奖（Contemporary Good Design Award）、A'设计大奖（A'Design Award）、德国红点设计大奖（Red Dot Design Award）、国际 CMF 设计奖（CMF Design Award）、德国 iF 产品设计奖（iF Design Award）。

公司在长期研究及实践探索的基础上，通过自主研发等方式积累了多项核心技术，并已成功应用于主营产品及经营活动。截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有专利技术 414 项，著作权 59 项，研发成果丰富。

⑦构建全链条的数字化运营能力

公司构建了覆盖各个业务链条的数字化运营管理体系，为业务发展赋能。公司高度重视信息化系统的开发和优化，目前已构建了以 EYA、CRM、SRM、SAP 等为主的信息化系统，并持续完善信息化规划和治理，不断引进优秀研发人才、扩充研发队伍，打造了一套覆盖各个业务链条的数字化运营管理体系，为公司高效管理和业务发展赋能。具体而言：

A、集成供应链方面，公司根据跨境电商的业务特点，自主研发了具有自主知识产权的 EYA 系统，并以此为核心，结合 SAP 的上线实施，集成产品管理、供应商管理、采购计划和交付管理、物流运输管理、仓储管理、财务管理等功能，实现了业务全链条的数字化管理。同时，逐步把数字化能力向供应商赋能，实现整体产销供一体化的效率。

B、数字化营销方面，公司开发了适合跨国家、多渠道运营的 CRM 系统，包含客户服务、邮件处理审核等多种功能，保证公司快速、合规响应客户服务需求。同时，公司以客户体验为中心，建立用户社区平台，搜集客户体验信息。借助信息化系统，公司将更加敏捷地向全渠道的用户提供产品和服务，同时持续优化产品的功能和体验。

⑧目标市场本地化运营优势

报告期内，公司的销售市场主要位于欧洲、北美和日本等地，并分别在德国、英国、美国和日本设立了全资子公司 EUZIEL、FURNOLIC、AMEZIEL 和 ZIELJP，

实现了本地化经营。在目标市场设立分支机构，公司能够更好地触达终端消费者，有助于公司深刻洞察消费者需求，及时跟踪掌握市场动向。同时，通过境外子公司开展经营活动，公司可以更好地适应当地相关法律法规的监管要求，进而保障公司业务稳定、健康、持续发展。

⑨企业文化和人才优势

公司以“服务全球家庭，让客户信赖，使员工骄傲”为企业愿景，秉承“致力中国品牌出海，为中国制造加油”的企业使命，践行“认真做事，诚实做人，持续创新，追求卓越”的价值观，凝聚了一支具备丰富的产业经验、具有高度责任心、进取心和国际化视野的人才团队，并不断吸纳、培养国内外的优秀人才。

公司核心管理层积累了多年的国际化市场运营经验，对行业和市场保持着敏锐的洞察力，对企业管理具有深刻的理解，在研发、采购、技术、营销、质量和管理等方面的运营经验丰富。在核心管理层的带领下，公司具备强大的执行力，在复杂、激烈的竞争中能够及时、合理决策并有效实施经营计划，市场竞争力因此得以铸就。公司建立了有竞争力的人才引进、培养、激励及晋升的发展体系，不断从外部引入人才，从内部培养员工，激发员工主动性和自我潜能，人才储备得到夯实，为公司健康、持续、快速发展提供有力的支撑。

（2）公司的主要竞争劣势

①海外布局有待进一步加强

目前，公司主要通过亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等第三方电商平台在欧美日等地进行产品销售，公司在欧美市场的销售占比较高，海外其他市场或渠道有待进一步拓展。但目前公司在其他国家或地区，诸如中东、东南亚等市场的销售金额及品牌知名度较低，由于不同国家或地区的消费习惯、文化特质以及当地电商平台运营规则存在一定差异，且近年来跨境电商行业竞争加剧，若未来公司计划大规模进入其他国家或地区的市场，则面临品牌营销、市场竞争等诸多方面的挑战。

②融资渠道较为单一

随着公司在海外市场业务的快速扩大，有限的融资能力将制约企业规模进一步的扩大。公司当前主要依靠自身经营利润的增长方式以及外部股权融资渠道满足营运资金的需求，然而该等渠道的融资金额有限，不利于公司市场竞争能力的

增强和行业地位的提升。本次发行上市后，公司的资金实力将得到提升，随着募投项目的全面开展，公司的研发、设计、运营、渠道管理能力以及海外仓运营能力都将得到全面夯实，综合竞争力将得到显著增强。

5、公司面临的机遇与挑战

（1）面临的机遇

①国家政策支持跨境电商行业发展

随着全球贸易增速整体放缓，我国进出口贸易的发展也进入了中高速增长的新常态，对外贸易面临的形势较为严峻。近年来，跨境电商异军突起，改变了传统商品交易的组织方式，成为跨境贸易领域中极具竞争力的新业态、新引擎。跨境电子商务作为外贸新业态，是产业转型升级、创新驱动的重要助推器。

国家为了促进跨境电子商务的发展，近年来陆续出台了一系列政策扶持行业发展。例如，2013年7月，国务院出台的支持外贸综合服务企业等举措，明确通过海关、质检、税收、外汇、支付和信用六项政策措施支持跨境电商发展；2018年8月，国务院发布相关设立跨境电子商务综合试验区的批复，明确了新设一批跨境电子商务综合试验区，逐步完善促进其发展的监管制度、服务体系和政策框架，推动跨境电商发展；2018年12月，海关总署发布了《关于跨境电子商务零售进出口商品有关监管事宜的公告》，全面规定了跨境电子商务企业管理、通关管理、税收征管、场所管理、检疫、查验和物流管理等零售进出口商品统管管理等事项，为跨境电子商务零售进出口监管工作提供了详细的法律依据，促进跨境电子商务的健康有序发展；2020年11月，国务院办公厅印发《关于推进对外贸易创新发展的实施意见》，提出要利用新技术新渠道开拓国际市场、培育具有全球竞争力的龙头企业，增强中小企业贸易竞争力、促进跨境电商等新业态发展；2021年7月，国务院办公厅印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》，提出要积极支持运用新技术新工具赋能外贸发展，持续推动传统外贸转型升级，优化政策保障体系，营造良好环境，促进外贸新业态新模式健康持续创新发展；2021年11月，商务部印发《“十四五”对外贸易高质量发展规划》，支持加快发展贸易新业态，促进跨境电商持续健康发展，加快海外仓发展。

随着政策不断加码，跨境电商行业将获得更多政策上的便利，有利于行业持续、健康、有序发展。

②全球电商渠道交易规模不断增长，疫情加速海外市场电商渗透率提升

近年来，全球电商渠道交易规模呈现持续增长的态势。Statista 数据显示，2014 年全球电商渠道零售额为 13,360 亿美元，2020 年达到 42,800 亿美元，预计未来增速将保持较高水平，2020-2024 年复合年增速有望达到 10%；其中，欧美地区的电商零售额也呈现持续上升趋势。受 2020 年全球疫情影响，海外消费场景逐步由线下向线上转移。Statista 数据显示，全球电商零售额占零售总额的比例从 2015 年的 7.4% 提升至 2020 年的 18.0%，预计 2024 年将达到 21.8%；其中，欧洲地区的电商零售额占比从 2014 年的 7.2% 提升至 2020 年的 16.2%，美国的电商零售额占比从 2014 年的 6.4% 提升至 2020 年的 13.6%。海外市场电商渗透率快速上升，长期来看，在一定程度上促进了我国跨境出口电商行业的发展。

此外，欧美日等发达国家或地区家居市场发展相对成熟，市场需求较大。疫情期间人们居家时长明显增加，居民将更多注意力转移到了居住环境上，更加关注房屋居住空间的整体布局构造、设计改善及绿色环保等，消费者更加追求健康、舒适的居家体验，这将会促使市场需求进一步释放，催化消费者家居产品的消费升级。

③跨境电商出口品牌化成为趋势

近年来，跨境电商供应链越来越完善，行业竞争不断加剧，产品同质化越来越严重，跨境电商早期的“野蛮成长”已成为过去，行业开始从单纯追求性价比向品牌升级方向转型，跨境电商出口品牌化已成为未来企业发展的核心竞争力。受益于我国强大的供应链能力和外贸产业区域聚集优势以及海外市场互联网流量红利，我国正成为全球最大的跨境电商出口商贸中心之一，众多跨境出口电商卖家在几年内快速实现在海外市场的品牌影响力，形成中国品牌出海的新模式。虽然跨境电商行业内已涌现出一批成功的品牌化案例，但仍有大量企业面临品牌建设能力欠缺问题，亟需通过自主品牌建设提升公司及产品价值。

从海外消费者的网络购物习惯来看，消费者一般从社交媒体、网站、广告等地方获取购物灵感后，习惯在 Google 等搜索引擎上搜索相关产品，查看产品展示，并对多个品牌的产品在设计、质量、品牌、顾客评价等方面进行对比，最后选择值得信赖的品牌下单购买。因此，海外消费者的网络购物习惯决定了廉价产品在海外将难以积累品牌价值，而针对受众群体进行设计、高品质的品牌产品将

更容易获得消费者青睐，进而积累品牌认知度。海外消费者的网络购物习惯，为跨境电商提升品牌影响力提供了发展机遇。

④我国拥有完善的轻工制造业体系和优质的家具家居产业集群，“中国制造”商品具有竞争优势

得益于我国配套齐全的轻工业体系、完善的基础设施、较高的劳动力素质与相对廉价的劳动力成本，我国制造业在全球产业链中成本、技术、质量等方面综合优势明显，我国出口贸易规模常年稳居世界第一。我国是当前全球最大的家具生产国、出口国，尽管受到中美贸易摩擦等不利外部因素影响，近几年来我国家具出口额仍保持增长态势。根据中国海关总署统计数据，2021 年我国家具及其零件累计出口金额达 739.76 亿美元，同比增长 26.4%。

背靠我国完善的轻工制造业体系和优质的家具家居产业集群，借助国内供应链的显著优势，“中国制造”商品性价比高、市场竞争力强。在跨境电商行业 and 全球家居市场快速发展、海外市场电商渗透率持续提升、跨境出口电商品牌化的背景下，公司自有品牌家居产品在海外市场拥有充足的发展空间。

（2）面临的挑战

①不同国家或地区的文化、政策差异对跨境出口电商企业拓展市场提出更高要求

跨境出口电商企业主要通过互联网平台与不同国家、地区的消费者进行交易，而不同国家、地区的法律政策、社会文化等因素存在较大差异，客观上对跨境出口电商企业的适应能力提出了较高的要求。不同电商平台和不同国家、地区的法律政策、准入标准存在差异，要求跨境出口电商企业主动提高规范意识，并配备深谙平台规则和当地法律政策的专业人员，以便及时应对市场变化。此外，各大电商平台在不同国家、地区的起步时间存在差异，当地消费者对于线上卖家的认可程度也有所不同，部分国家和地区尚未建立完整的征信系统，消费者对于线上交易尚未建立足够的信任。因此，不同国家或地区的文化、政策差异对跨境出口电商企业拓展市场提出了更高的要求和挑战。

②复合高端人才缺口较大，影响跨境电商快速发展

跨境电商行业是近年来快速发展的新兴行业，管理人员的行业经验和业务团队的执行能力直接决定了跨境出口电商企业的应变能力和竞争实力。跨境出口电

商企业既需要具备过硬的外语水平、熟悉各平台规则的运营人员，也需要具备海外客户需求分析能力和各平台店铺策划能力的销售人员，以及精通跨境支付、跨境物流、国际贸易的供应链管理人员。在此背景下，具有丰富跨境出口电商业务经验的行业能手和高端人才是各跨境电商企业的争夺对象，行业快速发展与高端人才紧缺之间的矛盾将一定程度上制约跨境出口电商的发展。

③汇率变动存在不确定性，影响跨境电商经营稳定性

跨境出口电商的主要结算货币一般为美元、欧元、英镑等外币，自 2005 年 7 月我国汇率改革以来，人民币整体呈现升值的趋势，人民币升值将在一定程度上影响跨境出口电商产品的销售价格，削弱产品的市场竞争力，进一步对跨境出口电商企业的利润空间及海外业务规模扩张造成一定的挑战。此外，收付货币汇率的波动所形成的汇兑损益亦会影响跨境出口电商经营业绩的稳定性。

④大国博弈下的贸易摩擦

以中美贸易战为代表的大国利益博弈与对抗，在一定程度上影响了两大经济体之间的技术、产品、模式交流效率，也直接或间接提高了中国向美国出口商品的成本。短期内虽然该对抗性博弈对于中国家居产品的出口不会产生决定性的影响，但后续政策的不确定性可能为中国品牌商继续在以美国为主的北美市场的销售蒙上阴影。

6、上述情况在最近三年的变化情况及未来可预见的变化趋势

公司产品的市场地位、行业技术水平及特点、公司的竞争优势与劣势等情况在最近三年未发生重大变化，预计随着公司研发水平的不断提高、市场地位的不断提升、国家对跨境电商行业支持政策的不断加码，公司将进一步强化竞争优势。同时，公司也在积极通过进一步加强海外布局、完善融资渠道等，增强自身的市场竞争力，持续扩大公司的经营规模，提升盈利水平。

（七）与同行业可比公司的比较情况

根据产品品类、业务模式的相同或类似性，以及信息能否从公开渠道获取等因素，公司选择的同行业可比公司有遨森电商、安克创新、易佰网络，该等企业均为国内较为知名的跨境电商企业，其中遨森电商主营产品中包含一定比例的家居产品，从产品角度来说与公司较为相近。公司与上述同行业可比公司在经营情况、市场地位及相关业务数据等方面的对比情况如下：

序号	公司名称	经营情况	市场地位	相关业务数据
1	遨森电商	主营业务为跨境电商出口业务，主要通过官网 Aosom 或者亚马逊、eBay 等电商平台向欧美地区个人消费者销售产品，销售的产品主要分为户外系列、居家系列、健康休闲系列及其他商品。	遨森电商拥有 Aosom 等多个自主品牌，在北美和欧洲地区均有一定的知名度。	2020 年实现营业收入 345,663.50 万元，同比增长 109.79%。
2	安克创新	主要从事自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品的自主研发、设计和销售，是全球消费电子行业知名品牌商，产品主要包括充电类、无线音频类、智能创新类三大系列，主要通过亚马逊等电商平台以及沃尔玛、百思买、塔吉特等线下知名渠道将产品销往北美、欧洲、日本、中东等国家或地区。	安克创新的 Anker 等品牌的消费电子产品销往全球，在亚马逊等境外大型电子商务平台上占据领先的行业市场份额，拥有很高的知名度和美誉度。	2021 年实现营业收入 1,257,420.33 万元，同比增长 34.45%。
3	易佰网络	主要从事通过亚马逊、eBay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台，将汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动、3C 电子产品等品类的高性价比商品销售给境外终端消费者，出口地覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。	易佰网络为泛品类跨境出口电商，自有品牌具有一定知名度。	2021 年实现营业收入 475,597.07 万元，同比增长 11.66%。
4	致欧科技	主要从事自有品牌家居产品的研发、设计和销售，主要通过亚马逊等电商平台将产品销往欧洲、北美及日本等国家或地区。	公司是全球家居产品的知名互联网品牌商，旗下拥有 SONGMICS、VASAGLE 和 FEANDREA 等自主品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列。2017 年，公司荣获“亚马逊全能卖家”称号；2019 年，公司获评“亚马逊年度最受欢迎品牌卖家”，同年 SONGMICS 和 VASAGLE 同时入选“亚马逊全球开店中国出口跨境品牌百强”；2021 年，公司荣膺亚马逊全球开店颁发的“‘赢之以恒’年度卖家”称号，并连续两年入选网经社评定的“中国跨境电商百强榜”。公司在品牌、渠道和仓储物流等方面展现出良好的竞争优势。	2021 年实现营业收入 596,737.95 万元，同比增长 50.27%。

注：上述信息来源于同行业可比公司的定期报告、重组报告书等公开披露信息。截至本

招股说明书签署日，同行业可比公司遨森电商未披露 2021 年度财务数据。

三、发行人销售情况及主要客户

报告期内，公司营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	277,491.29	98.80%	595,867.74	99.85%	396,786.79	99.92%	232,223.33	99.86%
其他业务收入	3,376.38	1.20%	870.21	0.15%	312.48	0.08%	333.30	0.14%
合计	280,867.67	100.00%	596,737.95	100.00%	397,099.27	100.00%	232,556.63	100.00%

报告期内，公司销售收入主要来源于主营业务，主营业务收入占各期营业收入的比例均在 98%以上，公司的其他业务收入主要为租金收入及为第三方提供仓储、发货服务收入等，金额及占比总体均较小。

（一）发行人主要产品的销售收入情况

1、主营业务收入按产品划分情况

报告期内，公司主营业务收入按产品类别划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家具系列	133,642.19	48.16%	309,237.30	51.90%	196,881.76	49.62%	100,708.29	43.37%
家居系列	89,725.88	32.33%	187,671.30	31.50%	136,289.58	34.35%	89,151.89	38.39%
庭院系列	36,314.22	13.09%	63,300.66	10.62%	38,584.82	9.72%	23,955.39	10.32%
宠物系列	17,091.68	6.16%	34,196.55	5.74%	23,455.96	5.91%	16,078.69	6.92%
其他产品	717.32	0.26%	1,461.92	0.25%	1,574.66	0.40%	2,329.07	1.00%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

2、主营业务收入按销售模式划分情况

报告期内，公司主营业务收入按销售模式划分情况如下：

单位：万元

模式	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上 B2C 销售模式	223,954.53	80.71%	481,513.92	80.81%	329,065.06	82.93%	202,011.74	86.99%
B2B 销售模式	53,536.76	19.29%	114,353.82	19.19%	67,721.73	17.07%	30,211.59	13.01%
其中：线上 B2B	36,907.32	13.30%	83,249.73	13.97%	50,824.72	12.81%	24,336.16	10.48%
线下 B2B	16,629.45	5.99%	31,104.09	5.22%	16,897.01	4.26%	5,875.43	2.53%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

3、主营业务收入按销售平台或渠道划分情况

报告期内，公司主营业务收入按销售平台或渠道划分情况如下：

单位：万元

模式	平台/渠道	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2C	亚马逊	185,276.32	66.77%	404,407.89	67.87%	284,898.50	71.80%	188,400.99	81.13%
	ManoMano	9,362.06	3.37%	17,254.56	2.90%	12,199.61	3.07%	4,154.15	1.79%
	Cdiscount	4,067.89	1.47%	10,956.07	1.84%	9,287.45	2.34%	4,743.41	2.04%
	eBay	2,254.51	0.81%	6,318.73	1.06%	5,805.49	1.46%	2,736.76	1.18%
	其他线上 B2C 平台	22,993.75	8.29%	42,576.66	7.15%	16,874.01	4.25%	1,976.42	0.85%
	小计	223,954.53	80.71%	481,513.92	80.81%	329,065.06	82.93%	202,011.74	86.99%
B2B	亚马逊 Vendor	23,045.04	8.30%	55,764.49	9.36%	33,528.20	8.45%	19,519.97	8.41%
	Wayfair	13,862.27	5.00%	27,423.29	4.60%	17,092.83	4.31%	4,506.71	1.94%
	其他线上 B2B	-	-	61.95	0.01%	203.69	0.05%	309.48	0.13%
	线下 B2B	16,629.45	5.99%	31,104.09	5.22%	16,897.01	4.26%	5,875.43	2.53%
	小计	53,536.76	19.29%	114,353.82	19.19%	67,721.73	17.07%	30,211.59	13.01%
合计		277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

4、主营业务收入按地区划分情况

报告期内，公司主营业务收入按地区划分情况如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

欧洲地区	159,193.54	57.37%	357,519.38	60.00%	239,102.53	60.26%	137,409.40	59.17%
北美地区	115,052.44	41.46%	233,457.21	39.18%	154,510.51	38.94%	93,057.21	40.07%
日本地区	2,254.53	0.81%	3,985.73	0.67%	3,086.73	0.78%	1,621.45	0.70%
其他地区	990.78	0.36%	905.42	0.15%	87.02	0.02%	135.27	0.06%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

注：“其他地区”主要包括澳大利亚、沙特阿拉伯、塞浦路斯、韩国、新西兰等国家和地区。

（二）发行人产品的主要客户群体

报告期内，公司营业收入主要来源于线上 B2C 零售业务，该业务的客户主要为终端个人消费者，客户群体规模庞大，销售订单分散，单个消费者的购买金额及占比相对较小。

（三）销售价格的总体变动情况

报告期内，公司主要产品的平均销售单价及其变动情况如下：

单位：元/个、元/件

产品系列	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		平均销售单价	变动幅度	平均销售单价	变动幅度	平均销售单价	变动幅度	平均销售单价
家具系列	办公家具类	440.73	-0.66%	443.66	-5.46%	469.29	10.22%	425.77
	生活家具类	399.07	1.06%	394.87	-0.14%	395.44	4.36%	378.92
家居系列	家居收纳类	237.86	4.83%	226.91	2.87%	220.58	7.51%	205.17
	家居用具类	222.94	3.88%	214.62	-0.10%	214.84	6.82%	201.13
	家居装饰类	162.36	-2.60%	166.70	-2.29%	170.59	3.13%	165.42
庭院系列	庭院家居类	373.39	5.06%	355.39	3.10%	344.70	21.95%	282.67
	庭院休闲类	286.38	8.51%	263.92	1.04%	261.20	30.14%	200.70
	庭院运动类	373.27	-11.72%	422.84	2.00%	414.54	47.60%	280.86
宠物系列	宠物家具类	415.91	0.44%	414.09	-6.65%	443.56	-8.74%	486.06
	宠物家居类	302.60	25.06%	241.96	-1.58%	245.83	-5.99%	261.50
其他产品		455.29	15.86%	392.98	19.05%	330.05	3.85%	317.82

注：平均销售单价=销售收入/销售数量。

由上表可知，报告期内，除个别品类外，公司家具系列、家居系列、庭院系

列产品以及其他产品的平均销售单价总体呈现上升趋势；而宠物系列产品的平均销售单价呈**先下降后上升**的趋势，主要是受产品结构、部分产品降价销售影响所致。

2020 年，受海外疫情导致的供需状况变化的影响，家具系列、家居系列、庭院系列产品的销售均价较 2019 年均出现不同程度的上涨，但相比家具系列、家居系列产品，庭院系列产品的销售均价较 2019 年增幅较大，主要原因是欧美国家新冠肺炎疫情反复多轮、多国封城居家等措施实施后，庭院成为家庭主要的户外活动空间，庭院系列产品需求显著增加，供不应求的供需关系变化导致该系列产品的销售均价显著提升。

2021 年，公司办公家具类产品的平均销售价格为 443.66 元/件，较 2020 年下降了 5.46%，主要原因是：（1）在经历了 2020 年新冠肺炎疫情爆发导致的海外线上渠道供不应求的市场状况后，欧美地区新冠肺炎疫情至今已逐渐常态化，2020 年下半年至 2021 年以来跨境电商企业普遍采取加大备货、增加库存的经营策略导致市场产品供给迅速增加，2021 年下半年市场竞争有所加剧；（2）由于 2020 年末以来，美国洛杉矶、纽约等多个港口受疫情影响出现停摆状况，公司货物在一定期间内出现滞港、无法及时清关、入库的情况，公司备货量较大的铁木现代电脑桌等品类产品存在一定库存积压。面对前述市场供需环境变化、疫情因素导致的库存压力，为了缓解仓库压力，加快库存动销，公司对部分品类产品实施降价销售，因此办公家具类销售均价存在一定程度下降。此外，2021 年 B2B 渠道销售收入占比上升也是该品类销售均价下降的原因之一。2021 年，生活家具类产品销售均价略有下降，总体保持稳定。**2022 年 1-6 月，公司家具系列产品销售均价较 2021 年度略有波动，总体保持稳定。**

2021 年，公司家居装饰类产品销售均价有所降低，主要因公司 2021 年二季度陆续对北美地区部分产品进行降价销售所致。**2022 年 1-6 月，公司家居系列产品销售均价波动主要受地区结构变动影响，欧洲地区家居收纳类、家居用具类产品售价因消费者消费意愿和消费能力下降影响略有下滑，但北美地区销售价格及销售占比均显著上升，从而导致该品类销售均价有所上升；家居装饰类则同样主要因欧洲地区消费需求下降导致该品类销售占比和销售价格均有所下降。**

2021 年，庭院系列产品的销售均价进一步上涨，主要是产品销售品类结构变动所致，公司于 2021 年推出了庭院套装、阳台套装、沙发套装等单价相对较高的组合产品。2022 年 1-6 月，公司庭院系列产品销售均价波动主要受地区及渠道、产品结构多个因素变动影响，其中，庭院家居类销售均价有所上升主要因北美地区 B2C 渠道推出较多庭院家居套装类产品拉高了销售均价，北美地区 B2B 渠道也推出了较多庭院套装类产品进行销售，销售占比及销售均价均有所上升；庭院休闲类产品售价上升则主要因为 B2C 渠道销售占比上升、B2B 渠道销售占比下降所致，B2C 渠道销售均价通常高于 B2B 渠道；庭院运动类产品售价下降主要因欧洲和北美 B2C 渠道售价显著下降所致，该类产品受消费者消费能力和消费意愿下降的影响较为明显。

宠物系列方面，2020 年及 2021 年，由于相对低价的中小型号猫爬架、宠物笼、栏、窝垫等产品销售占比上升，该系列产品的均价较上一年度有所下降。此外，公司北美地区于 2021 年二季度对部分产品降价销售，也是该系列产品 2021 年销售均价下降的原因之一。2022 年 1-6 月，公司宠物系列中宠物家具类产品销售均价无显著变化，但宠物家居类售价上升显著。宠物家居类一方面受产品结构影响，即狗笼等价格相对较高的宠物用品销售占比上升，另一方面受区域结构影响，即北美地区宠物家居类产品销售占比显著上升，弥补了欧洲地区消费疲软带来的缺口，北美地区该品类产品售价相对高于欧洲，从而导致该品类销售均价显著上升。

（四）发行人前五名客户情况

报告期内，公司主要通过亚马逊等线上 B2C 平台进行产品销售，公司线上 B2C 业务销售收入占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81%和 80.71%。B2C 业务主要面向终端个人消费者，客户分布较为分散。公司前五大客户以 B2B 业务客户为主，主要包括电商平台客户及线下贸易商。

报告期内，公司向前五名客户的销售情况如下：

单位：万元

2022 年 1-6 月				
序号	客户名称	主要销售内容	销售收入	占主营业务收入的比例
1	亚马逊 Vendor ^{注 1}	全品类	23,045.04	8.30%

2	Wayfair ^{注2}	全品类	13,862.27	5.00%
3	ACAZA BVBA	全品类	1,341.23	0.48%
4	MIRA Home B.V.	全品类	1,297.00	0.47%
5	Home24 SE ^{注3}	全品类	1,137.48	0.41%
合计		-	40,683.02	14.66%
2021 年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售收入	占主营业务收入的比例
1	亚马逊 Vendor	全品类	55,764.49	9.36%
2	Wayfair	全品类	27,423.29	4.60%
3	ACAZA BVBA	家居系列	3,234.35	0.54%
4	MIRA Home B.V.	家具系列	2,767.16	0.46%
5	Home24 SE	全品类	1,523.59	0.26%
合计		-	90,712.88	15.22%
2020 年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售收入	占主营业务收入的比例
1	亚马逊 Vendor	全品类	33,528.20	8.45%
2	Wayfair	全品类	17,092.83	4.31%
3	ACAZA BVBA	家居系列	2,538.05	0.64%
4	MIRA Home B.V.	家具系列	1,283.31	0.32%
5	Büromarkt Böttcher AG	家居系列	712.21	0.18%
合计		-	55,154.15	13.90%
2019 年度				
序号	客户名称	主要销售内容	销售收入	占主营业务收入的比例
1	亚马逊 Vendor	全品类	19,519.97	8.41%
2	Wayfair	全品类	4,506.71	1.94%
3	ACAZA BVBA	家居系列	1,025.63	0.44%
4	AA Trading BV	家居系列	330.08	0.14%
5	Gruppo Corso Ltd.	其他产品	304.84	0.13%

合计	-	25,687.23	11.06%

注 1: 报告期内, 亚马逊 Vendor 所述销售金额包括亚马逊欧洲 (Amazon EU S.à.r.l.) 和亚马逊美国 (Amazon.com Services, Inc.)、亚马逊沙特 (Afaq Q Tech General Trading Co.)、亚马逊阿联酋 (Q Tech General Trading LLC) 的销售金额。

注 2: 报告期内, Wayfair 所述销售金额包括 Wayfair 欧洲 (Wayfair Stores Ltd.) 和 Wayfair 美国 (Wayfair LLC) 的销售金额。

注 3: 报告期内, Home24 SE 所述销售金额包括公司向其德国、荷兰、法国、比利时、奥地利站点的销售金额。

注 4: 全品类指公司家具系列、家居系列、庭院系列和宠物系列等四大系列产品。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月, 公司向前五大 B2B 客户合计的销售金额占当期主营业务收入的比例分别为 11.06%、13.90%、15.22%和 14.66%, 客户集中度相对较低, 不存在严重依赖于少数客户的情形。

报告期内, 公司前五大 B2B 客户总体保持稳定, 各期主要前五大客户的变动是因为公司销售产品的结构及金额变化导致的客户排名发生变化。公司与各期前五大客户的合作具有真实的业务背景, 与该等客户订单连续且可持续。其中, 2021 年前五大 B2B 客户中的 Home24 系公司于 2020 年新增的 B2B 客户; 2020 年前五大 B2B 客户中的 MIRA Home B.V. (以下简称“MIRA”) 系公司于 2019 年新增的 B2B 客户, 其余主要客户均自报告期初起即与公司开展合作。

1、新增客户的基本情况

(1) Home24 的基本情况

Home24 系德国上市公司, 其基本情况如下:

公司名称	Home24 SE
注册时间	2009 年
注册国家	德国
注册地址	Greifswalder Strasse 212-213, 10405 Berlin, Germany
股权结构	第一大股东 Ari Zweiman 持股 19%
主营业务	居家和生活用品在线交易平台的运营, 主营产品包括家具、花园家具、床垫和照明等

(2) MIRA 的基本情况

根据 MIRA 的中信保报告, 其基本情况如下:

公司名称	MIRA Home B.V.

注册时间	2011 年 6 月 20 日
注册国家	荷兰
注册地址	Rivium 2e Straat 24, 2909LG CAPELLE AAN DEN IJSSEL, NL
股权结构	RAMDHAN Holding B.V. 持有 100.00%股权
主营业务	家具家居用品和花园用品网络零售

2、公司与新增客户的合作情况

报告期内，公司不断拓展 B2B 销售渠道，B2B 业务快速发展。2019 年 6 月，公司通过邮件的方式主动与 Home24 取得联系，并于 2020 年 7 月与之签订合同，Home24 于同年 9 月开始向公司下单采购；2019 年初，MIRA 通过阿里巴巴国际平台与公司建立业务联系，并于 2019 年 2 月开始向公司下单采购。随着 Home24、MIRA 对公司产品的采购量逐年增大，Home24 于 2021 年、MIRA 于 2020 年成为公司前五大 B2B 客户之一，公司与 Home24、MIRA 的订单具有连续性和持续性。

报告期内，公司、公司的控股股东、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前五大客户之间不存在关联关系，不存在前五大客户及其控股股东、实际控制人是公司前员工、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。

四、发行人采购情况及主要供应商

（一）发行人采购情况

1、主要产品采购情况

报告期内，公司主要产品采购情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家具系列	43,747.75	47.63%	138,082.91	55.49%	114,146.49	57.27%	47,334.64	49.26%
家居系列	30,206.39	32.88%	67,224.45	27.02%	59,359.61	29.78%	32,539.66	33.86%
庭院系列	11,772.03	12.82%	31,045.65	12.48%	14,249.44	7.15%	9,284.59	9.66%
宠物系列	5,907.68	6.43%	11,880.38	4.77%	10,986.30	5.51%	5,848.83	6.09%

其他产品	222.08	0.24%	600.52	0.24%	587.06	0.29%	1,082.29	1.13%
合计	91,855.92	100.00%	248,833.91	100.00%	199,328.90	100.00%	96,090.00	100.00%

2、主要产品采购价格变动趋势

报告期内，公司主要产品的平均采购价格变动情况如下：

单位：元/个、元/件

产品系列	产品类别	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019年度
		平均采购 单价	变动 幅度	平均采购 单价	变动 幅度	平均采购 单价	变动 幅度	平均采购 单价
家具系列	办公家具类	192.00	-6.29%	204.89	0.40%	204.08	-4.64%	214.01
	生活家具类	154.11	-2.50%	158.07	-2.47%	162.07	7.43%	150.86
家居系列	家居收纳类	74.96	-0.63%	75.44	3.46%	72.91	9.77%	66.42
	家居用具类	83.60	4.58%	79.94	1.60%	78.69	9.34%	71.96
	家居装饰类	48.18	3.63%	46.49	-2.61%	47.74	-3.41%	49.42
庭院系列	庭院家居类	152.65	10.67%	137.92	20.82%	114.16	-1.56%	115.97
	庭院休闲类	91.75	5.50%	86.96	4.84%	82.95	9.00%	76.10
	庭院运动类	167.89	13.31%	148.18	15.64%	128.14	15.03%	111.40
宠物系列	宠物家具类	144.73	0.36%	144.21	-4.34%	150.75	-9.28%	166.17
	宠物家居类	107.80	27.35%	84.65	23.53%	68.52	-31.45%	99.97
其他产品		175.28	13.63%	154.25	136.36%	65.26	6.03%	61.55

注：平均采购单价=采购总额/采购数量。

报告期内，受品类结构的影响，公司各大系列主要产品的平均采购单价存在一定的波动，但家具系列、家居系列、庭院系列等产品的平均采购单价总体呈现上升趋势。

2020 年，公司宠物家居类产品的采购均价较 2019 年下降较多，主要原因是 2020 年公司对狗窝、狗尿垫、车载宠物垫等产品的采购量大幅增加，而该等小件宠物家居产品的采购均价总体较低，导致宠物系列产品的总体平均采购单价有所下降。

2021 年，公司生活家具类产品采购单价较上一年度有所下降，主要因采购产品结构变化所致，本年度该品类产品中沙发边桌、木质置物架、换鞋凳等相对低价产品采购占比有所上升；家居装饰类产品采购单价有所下降则主要因公司与

现有供应商进行议价以及优先选择具有价格优势的供应商出货所致；宠物家具类产品采购单价有所下降主要因中小型号猫爬架采购占比有所上升所致；而宠物家居类产品采购单价较上一年度增幅较大，主要原因是所采购产品结构有所变化，如铁线狗笼/围栏、猫砂盆等采购单价较高的产品占比显著上升。

2022年1-6月，公司办公家具类产品采购单价较上一年度有所下降，主要因采购产品结构变化所致，办公椅等相对高价产品采购占比显著下降；生活家具类产品采购单价有所下降主要因换鞋凳、沙发边桌等相对低价产品采购占比有所上升；宠物家居类采购单价仍有较大增幅，主要原因是狗笼等采购单价较高的产品占比进一步升高。

报告期各期，公司采购的其他产品主要为模特展示道具、配件等，产品结构变动较大，且因采购金额基数较小，故其他产品的平均采购单价波动较大。

（二）发行人前五名供应商情况

报告期内，公司向前五名外协供应商的采购情况如下：

单位：万元

2022年1-6月				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	4,123.96	4.49%
	深圳市浩达进出口物流有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类等	2,163.20	2.35%
	东莞市固美家居用品有限公司	家居用具类、生活家具类等	218.47	0.24%
	小计 ^注	-	6,505.63	7.08%
2	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	4,045.97	4.40%
3	惠州市达品居家居有限公司	生活家具类、家居收纳类	3,825.44	4.16%
4	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	3,210.59	3.50%
5	江门外贸集团有限公司	家居用具类	2,863.21	3.12%
合计		-	20,450.84	22.26%
2021年度				

序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	11,753.28	4.72%
	深圳市浩达进出口物流有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类等	3,915.97	1.57%
	东莞市固美家居用品有限公司	家居用具类、生活家具类	309.41	0.12%
	小计 ^注	-	15,978.66	6.42%
2	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	12,312.63	4.95%
3	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	8,969.73	3.60%
4	惠州市达品居家居有限公司	生活家具类、家居收纳类	8,038.51	3.23%
5	福建省旅贸实业有限公司	生活家具类、家居用具类、办公家具类等	6,664.31	2.68%
合计		-	51,963.84	20.88%
2020 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额的比例
1	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、家居用具类、办公家具类等	10,237.16	5.14%
	深圳市浩达进出口物流有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类等	4,930.26	2.47%
	东莞市固美家居用品有限公司	家居用具类、生活家具类	56.47	0.03%
	小计 ^注	-	15,223.89	7.64%
2	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	10,423.23	5.23%
3	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类等	8,630.31	4.33%
4	浙江安吉恒昌椅业有限公司	办公家具类、生活家具类	7,116.26	3.57%
5	惠州市达品居家居有限公司	生活家具类、家居收纳类	7,034.56	3.53%
合计		-	48,428.25	24.30%
2019 年度				
序号	供应商名称	主要采购内容	采购金额	占采购总额的比例

1	深圳市浩达进出口物流有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类等	4,151.42	4.32%
	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、家居用具类、办公家具类等	3,720.12	3.87%
	东莞市固美家居用品有限公司	家居用具类、生活家具类	13.54	0.01%
	小计 ^注	-	7,885.08	8.21%
2	东莞市晟通五金制品有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类等	5,209.82	5.42%
3	浙江安吉恒昌椅业有限公司	办公家具类、生活家具类	4,630.06	4.82%
4	福建省旅贸实业有限公司	生活家具类、家居用具类、办公家具类等	3,481.73	3.62%
5	梁山玖玖玩具礼品有限公司	宠物家具等	3,255.91	3.39%
合计		-	24,462.60	25.46%

注：东莞市合泰家居用品有限公司与东莞市固美家居用品有限公司为同一控制下的两家供应商，相关采购额合并计算；公司向深圳市浩达进出口物流有限公司采购的产品的生产商为东莞市固美家居用品有限公司，根据实质重于形式的原则，相关采购额合并计算并披露。

报告期内，公司向前五大外协供应商合计的采购金额占当期采购总额的比例分别为 25.46%、24.30%、20.88%和 **22.26%**，供应商集中度相对较低，不存在严重依赖于少数供应商的情形。

2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司前五大供应商总体保持稳定，各期前五大供应商的变动主要是因为公司采购产品品类及金额变化导致的供应商排名发生变化，公司与主要供应商的订单具有连续性和持续性。其中，2020 年前五大供应商中的惠州市达品居家居有限公司（以下简称“惠州达品居”）系公司于 2019 年新增的供应商，其余主要供应商均自报告期期初即与公司开展合作。惠州达品居的基本情况如下：

公司名称	惠州市达品居家居有限公司
成立时间	2018 年 10 月 15 日
注册资本	300.00 万元
注册地址	惠州市惠阳区秋长街道办高岭村蒋田小组
股权结构	李秀艳持股 50.00%，周文涛持股 50.00%
经营范围	加工、销售：五金制品、塑胶制品、木板、管材、线材、模具、木制品、石材、电子产品；国内贸易；货物进出口。（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）

报告期内，随着公司产品品类的不断丰富，公司持续遴选适合自身产品结构的供应商以满足产品生产需求。惠州达品居的原经营主体为惠州市升辉达家居有限公司，其自 2006 年设立后即主要从事金属收纳架、吧桌、吧椅等家具家居产品的生产和销售，具有一定的行业经验和技術积累，后因主体切换的原因，其股东于 2018 年下半年新设了惠州达品居。随着公司销售规模扩大，2019 年 4 月惠州达品居与公司建立业务联系并通过了供应商准入程序正式成为公司供应商，此后一直保持合作，随着公司采购规模逐年快速上升，惠州达品居对公司的销售规模相应上升，故惠州达品居 2020 年成为公司前五大供应商之一，公司与惠州达品居的订单具有连续性和持续性。公司与惠州达品居签订年度框架采购协议，具体采购内容以实际订单为准，并以银行转账的方式进行结算，采购和结算方式与其他主要供应商不存在显著差异。

报告期内，公司、公司的控股股东、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前五大供应商之间不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是公司前员工、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、发行人主要固定资产及无形资产情况

（一）主要固定资产情况

公司经营活动中使用的固定资产主要包括计算机及电子设备、仓储运输工具等，均为公司所拥有并已取得相关权属证明或拥有使用权的、经营所必备的资产，各类固定资产维护和运行状况良好。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司固定资产具体情况如下：

单位：万元

项目	固定资产原值	固定资产账面价值	成新率
机器设备	3,026.14	2,640.24	87.25%
运输工具	1,776.58	1,411.82	79.47%
电子设备及办公设备	496.30	373.74	75.31%
合计	5,299.02	4,425.80	83.52%

1、房屋建筑物

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司未拥有自有房屋与建筑物，公司使用的房屋建筑物均为租赁物业，主要用于办公、仓储及员工宿舍等。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司、分公司合计承租 20 处境内房屋和 11 处境外房屋，具体情况如下：

(1) 境内租赁物业

序号	承租方	出租方	地址	面积(m ²)	租金	租赁期限	用途
1	致欧有限	河南润来福商贸有限公司	郑州市二七区航海路嵩山路交叉口西北角齐礼阎小区 3 号院 2 号楼 A 座 6、7、8、9 层	8,408.00	2018.12.12-2019.04.30: 免租; 2019.05.01-2021.12.11: 378,360.00 元/月; 2021.12.12-2024.12.11: 408,629.00 元/月; 2024.12.12-2027.12.11: 441,319.00 元/月; 2027.12.12-2028.12.11: 476,624.00 元/月	2018.12.12-2028.12.11	办公
2	致欧有限	郑州市二七区机关事务管理局	郑州市二七区航海路嵩山路交叉口西北角齐礼阎小区 3 号院 2 号楼 B 座 6 至 12 层	4,900.00	免租	2021.01.01-2025.12.31	办公
3	领未科技	东莞海普仓储经营有限公司	东莞市谢岗镇黎村粤海普洛斯东莞银瓶物流园 A6 号库 4 号单元	5,514.99	2020.09.14-2021.09.13: 0.81 元/天/m ² ; 2021.09.14-2022.09.13: 0.85 元/天/m ²	2020.09.14-2022.09.13	仓储
4	领未科技	东莞海普仓储经营有限公司	东莞市谢岗镇黎村粤海普洛斯东莞银瓶物流园 A6 号库 3 号单元	5,196.61	2020.12.01-2021.09.13: 0.81 元/天/m ² ; 2021.09.14-2022.09.13: 0.85 元/天/m ²	2020.12.01-2022.09.13	仓储
5	领未科技	东莞海普仓储经营有限公司	东莞市谢岗镇黎村粤海普洛斯东莞银瓶物流园 A6 号库 2 号单元	5,248.80	2021.03.16-2021.09.13: 0.81 元/天/m ² ; 2021.09.14-2022.09.13: 0.85 元/天/m ²	2021.03.16-2022.09.13	仓储
6	领未科技	彭克尧	东莞市樟木头镇樟罗村南城大道香樟国际花园高层洋房 5 幢 1902 号室	142.44	2,900.00 元/月	2020.08.14-2022.08.14	宿舍
7	致欧科技	张安玉	无锡市惠山区绿地世纪城 598-604	122.83	2,700.00 元/月	2022.01.25-2023.01.25	宿舍
8	致欧科技	沈永坚	金华市婺城区人民西路 806 号东幢 7-202	103.00	2,500.00 元/月	2021.08.24-2022.08.24	宿舍

9	致欧科技	邹硕	余姚市城区云都会府15幢1504室	88.13	3,600.00 元/月	2022.03.05-2023.03.05	宿舍
10	致欧科技	官兆龙	湖州市安吉县昌硕街道天荒坪北路222号(吉星公馆)4幢1单元1502室	89.10	3,064.94 元/月	2021.07.01-2022.06.30	宿舍
11	致欧科技	李常华	福州市晋安区茶园街道8座1308单元	75.00	3,900.00 元/月	2022.03.03-2023.03.02	宿舍
12	致欧科技	唐久顺	潍城区建设街1099号11号楼2103室	82.85	1,600.00 元/月	2022.04.27-2023.04.26	宿舍
13	致欧科技	黄瑞莲	广州市番禺区石壁街石山大道南捷诚街12号1座706	104.73	5,000.00 元/月	2022.01.15-2023.01.15	宿舍
14	东莞致欧	东莞市领域家具制造有限公司	东莞市茶山镇冲美村安泰北路79号	2,000.00	79,000.00 元/月	2020.10.01-2023.09.30	办公
15	东莞致欧	东莞市领域家具制造有限公司	东莞市茶山镇冲美村安泰北路79号	1,500.00	61,000.00 元/月	2021.01.01-2023.09.30	办公
16	东莞致欧	东莞市领域家具制造有限公司	东莞市茶山镇冲美村安泰北路79号	1,950.00	70,000.00 元/月	2021.03.20-2023.10.19	办公
17	东莞致欧	东莞市领域家具制造有限公司	东莞市茶山镇冲美村安泰北路79号	1,920.00	68,000.00 元/月	2021.03.20-2023.10.19	办公
18	致欧深圳分公司	深圳尚北科技有限公司	深圳市南山区留光路与同发路交汇处万科里写字楼A栋1010、1011号	779.00	2020.11.14-2020.12.23: 免租; 2020.12.24-2021.11.14: 60,738.00 元/月; 2021.11.15-2021.12.23: 61,738.00 元/月; 2021.12.24-2022.12.23: 65,382.28 元/月	2020.11.14-2022.12.23	办公
19	致欧深圳分公司	深圳尚北科技有限公司	深圳市南山区留光路与同发路交汇处万科里写字楼A栋1107、1109号	738.00	2021.01.25-2021.03.15: 免租; 2021.03.16-2022.03.15: 58,671.00 元/月; 2022.03.16-2023.03.15: 62,191.26 元/月	2021.01.25-2023.03.15	办公
20	致欧深圳分公司	深圳尚北科技有限公司	深圳市南山区留光路与同发路交汇处万科里写字楼A栋1108号	193.00	2021.10.16-2022.10.15: 18,821.36 元/月; 2022.10.16-2023.03.15: 19,950.64 元/月	2021.10.16-2023.03.15	办公

①租赁备案情况

上述租赁物业中，第 2 项以及第 6-13 项未办理房屋租赁登记备案。根据《商品房屋租赁管理办法》第十四条的规定，房屋租赁合同订立后三十日内，房屋租赁当事人应当到租赁房屋所在地直辖市、市、县人民政府建设（房地产）主管部门办理房屋租赁登记备案。据此，公司及其子公司承租前述房屋但未办理备案登记手续的情形不符合《商品房屋租赁管理办法》的规定，公司及子公司存在因该等瑕疵而受到房地产管理部门罚款的法律风险。但根据《中华人民共和国民法典》第七百零六条的规定：“当事人未依照法律、行政法规规定办理租赁合同登记备案手续的，不影响合同的效力”，房屋租赁合同未办理备案手续不影响房屋租赁合同的效力，公司及其子公司有权按照相关房屋租赁合同的约定承租房屋。

公司实际控制人已出具物业瑕疵的兜底承诺，具体内容请参见本招股说明书“第十三节/三/（十四）关于物业瑕疵的承诺函”。

因此，公司及其子公司部分租赁房屋未办理房屋租赁登记备案手续存在一定的法律瑕疵，但鉴于该部分房屋租赁合同未办理租赁备案登记手续不会影响公司承租房产的合法性、有效性和可执行性，且公司实际控制人已作出相关承诺，上述事项不会对公司的日常经营造成重大不利影响。

②部分租赁物业涉及土地使用权为集体建设用地的情形

上述租赁物业中，第 14、15、16、17 项物业涉及土地使用权为集体建设用地的情形，该等物业主要用于办公用途。子公司东莞致欧租赁该等集体建设用地上建造的房产，产权人均已签署了同意出租人对外租赁的协议，东莞致欧作为承租方，不存在被重大行政处罚的风险。除上述情况外，公司及其子公司、分公司不存在租赁使用其他集体建设用地、划拨地、农用地、基本农田及其上建造房产的情形。

上述涉及集体建设用地的租赁物业可替代性较强，经营区域可选择的租赁物业较多，公司的经营不依赖某处办公场所，不会对公司的经营造成重大不利影响。此外，公司实际控制人已出具物业瑕疵的兜底承诺。

综上所述，公司及其子公司部分租赁房屋未办理房屋租赁登记备案手续、承租的涉及土地使用权为集体建设用地的物业不会对公司持续经营构成重大不利影响。公司已在本招股说明书“第四节/五/（一）租赁物业瑕疵的风险”中对上

述事项进行了风险提示。

(2) 境外租赁物业

序号	承租方	出租方	国家	地址	面积 (m²)	租金	租赁期限	用途
1	AMEZIEL	Palmtree Acquisition Corporation	美国	8291 Milliken Avenue Rancho Cucamonga, CA	41,173.70	2021.04.19-2021.04.30: 110,797.50 美元/月 2021.05.01-2021.05.31: 免租 2021.06.01-2022.04.30: 276,993.75 美元/月 2022.05.01-2023.04.30: 285,996.05 美元/月 2023.05.01-2024.04.30: 295,290.92 美元/月 2024.05.01-2025.04.30: 304,887.87 美元/月 2025.05.01-2026.04.30: 314,796.73 美元/月 2026.05.01-2026.05.31: 325,027.62 美元/月	2021.04.19-2026.05.31	办公、仓储
2	AMEZIEL	DISTRIBUTION FUNDING II, LLC	美国	Six Santa Fe Way Cranbury, NJ	18,952.22	2020.12.01-2020.12.31: 免租 2021.01.01-2021.11.30: 148,750.00 美元/月 2021.12.01-2022.11.30: 153,212.50 美元/月 2022.12.01-2023.11.30: 157,808.88 美元/月 2023.12.01-2024.11.30: 162,543.14 美元/月 2024.12.01-2025.11.30: 167,419.44 美元/月 2025.12.01-2025.12.31: 172,442.02 美元/月	2020.12.01-2025.12.31	仓储
3	AMEZIEL	Prologis USLV NewCA 1, LLC	美国	8599 Rochester Avenue Rancho Cucamonga, CA	14,157.08	2020.02.01-2020.04.30: 免租 2020.05.01-2021.01.31: 103,618.40 美元/月 2021.02.01-2022.01.31: 106,986.00 美元/月 2022.02.01-2023.01.31: 110,463.04 美元/月 2023.02.01-2024.01.31: 114,053.09 美元/月 2024.02.01-2025.01.31: 117,759.82 美元/月 2025.02.01-2025.04.30: 121,587.01 美元/月	2020.02.01-2025.04.30	仓储

4	EUZIEL	Prologis Germany CCXXXIX B.V.	德国	Zum Schleusenpark 4, Datteln	27,806.00	2020.10.01-2020.12.31: 免租 2021.01.01-2022.12.31: 125,975.95 欧元/月 2023.01.01-2023.12.31: 128,873.40 欧元/月 2024.01.01-2024.12.31: 131,837.49 欧元/月 2025.01.01-2025.09.30: 134,869.75 欧元/月 2025.10.01-2025.12.31: 免租 2026.01.01-2026.12.31: 137,960.86 欧元/月 2027.01.01-2027.12.31: 141,133.96 欧元/月 2028.01.01-2028.12.31: 144,380.04 欧元/月 2029.01.01-2029.12.31: 147,700.78 欧元/月 2030.01.01-2030.12.31: 151,097.90 欧元/月 2031.01.01-2031.09.30: 154,573.15 欧元/月	2020.10.01- 2031.09.30	仓储
5	EUZIEL	GIANT Witten G15 GmbH & Co. KG	德国	Brauckstraße 51, Witten	24,337.37	95,298.68 欧元/月 (自 2020 年 12 月起, 每年租金根据德国当年消 费物价指数变化调整)	2019.11.13- 2029.11.30	仓储
6	EUZIEL	LU CA-PE VI S.à.r.l	德国	L üschershofstraße 70, Essen	23,080.00	2021.02.01-2022.03.31: 54,344.96 欧元/月 2022.04.01-2023.1.31: 108,689.91 欧元/月 (自 2023 年 2 月起, 每年租金根据德国当年消费 物价指数变化的 90%调整)	2021.02.01- 2030.1.31	仓储
7	EUZIEL	Prologis Germany CXLIII B.V.	德国	Franz-Greif-Stra ße 7/Fygen-L üzenkirc hen-Strasse 1, K öln	11,495.20	2021.01.15-2021.12.31: 67,131.97 欧元/月 2022.01.01-2022.06.30: 免租 2022.07.01-2022.12.31: 67,131.97 欧元/月 2023.01.01-2023.03.31: 免租 2023.04.01-2023.12.31: 68,676.01 欧元/月 2024.01.01-2024.12.31: 70,255.55 欧元/月 2025.01.01-2025.12.31: 71,871.43 欧元/月	2021.01.15- 2031.09.30	仓储

						2026.01.01-2026.12.31: 73,524.47 欧元/月 2027.01.01-2027.12.31: 75,215.54 欧元/月 2028.01.01-2028.12.31: 76,945.49 欧元/月 2029.01.01-2029.12.31: 78,715.24 欧元/月 2030.01.01-2030.12.31: 80,525.69 欧元/月 2031.01.01-2031.09.30: 82,377.78 欧元/月		
8	EUZIEL	Karl Diederichs GmbH & Co. KG	德国	Grünenplatzstr. 16-18, Remscheid	7,875.00	23,600.00 欧元/月	2021.01.01- 2022.09.30	办公、 仓储
9	EUZIEL	Prologis Germany CXLIII B.V.	德国	Franz-Greif-Straße 7/Fygen-Lüt- zenkirchen-Strasse 1, Köln	31,764.69	2021.08.01-2021.08.31: 免租 2021.09.01-2021.09.30: 67,154.71 欧元/月 2021.10.01-2021.12.31: 184,552.85 欧元/月 2022.01.01-2022.06.30: 免租 2022.07.01-2022.12.31: 184,552.85 欧元/月 2023.01.01-2023.03.31: 免租 2023.04.01-2023.12.31: 188,797.57 欧元/月 2024.01.01-2024.12.31: 193,139.91 欧元/月 2025.01.01-2025.12.31: 197,582.13 欧元/月 2026.01.01-2026.12.31: 202,126.52 欧元/月 2027.01.01-2027.12.31: 206,775.43 欧元/月 2028.01.01-2028.12.31: 211,531.26 欧元/月 2029.01.01-2029.12.31: 216,396.48 欧元/月 2030.01.01-2030.12.31: 221,373.60 欧元/月 2031.01.01-2031.09.30: 226,465.19 欧元/月	2021.08.01- 2031.09.30	仓储
10	EUZIEL	GIANT Werne g33 GmbH &	德国	59368 Werne, Wahrbrink 27	67,672.20	2021.11.23-2022.06.22: 免租; 2022.06.23-2029.11.22: 222,498.55 欧元/月	2021.11.23- 2029.11.22	仓储

		Co. KG				(自 2023 年 12 月起，每年租金根据德国当年消费物价指数变化调整)		
11	FURNOLIC	PRLOGIS UK CCCIV S.À R.L	英国	Unit 8 Imperial Road,Ryton-on-Du nsmore,Coventry,C V8 3LF	13,792.48	2021.11.12-2022.05.01: 免租 2022.05.02-2031.11.11: 1,128,303.60 英镑/年	2021.11.12- 2031.11.11	仓储

2、主要设备情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有的主要经营设备包括机器设备、运输工具、计算机及办公设备等，该等设备均为公司合法拥有或使用，不存在产权纠纷或权属争议。

（二）主要无形资产情况

报告期内，公司的无形资产主要包括商标、专利、著作权、域名等。

1、商标

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司合计拥有境内商标 183 项，拥有境外商标 132 项，该等商标不存在设置质押或其他权利限制的情形，具体情况请参见本招股说明书“第十三节/四/附录一：商标”。

2、专利

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司已取得由国家知识产权局核发专利证书的境内专利 67 项，公司及其子公司拥有境外专利 347 项，该等专利不存在设置质押或其他权利限制的情形，具体情况请参见本招股说明书“第十三节/四/附录二：专利”。

3、著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司共登记计算机软件著作权 51 项，美术作品著作权 8 项，该等著作权不存在设置质押或其他权利限制的情形，具体情况请参见本招股说明书“第十三节/四/附录三：著作权”。

4、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有的境内域名共 10 个，公司及其子公司拥有的主要境外域名共 77 个，该等域名的具体情况请参见本招股说明书“第十三节/四/附录四：域名”。

（三）上述资产对发行人经营活动的重要程度

上述资产均为公司的主要资产，公司运用上述资产开展经营活动并获取收益。公司已经取得与日常经营活动直接相关的各项资产，公司主要固定资产的使用情况良好，商标、专利申请和使用不存在障碍，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。

（四）发行人的特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司及其子公司未拥有任何特许经营权。

（五）发行人的经营资质情况

1、发行人及其境内子公司的经营资质情况

截至本招股说明书签署日，公司及其境内子公司已取得从事日常经营活动所必需的经营资质，具体情况如下：

序号	持有主体	证书名称	核发机关	备案/证书编号	有效期
1	致欧科技	对外贸易经营者备案登记表	-	04689253	长期
2	致欧科技	海关进出口货物收发货人备案回执	中华人民共和国金水海关	海关注册编码：4101962901 检验检疫备案号：4100603691	长期
3	致欧科技	中国商品条码系统成员证书	中国物品编码中心	物编注字第 371862 号（厂商识别代码：69558803）	2022.02.13-2024.02.13
4	致欧科技	中国商品条码系统成员证书	中国物品编码中心	物编注字第 371862 号（厂商识别代码：194343）	2022.02.13-2024.02.13
5	领未科技	对外贸易经营者备案登记表	-	04688463	长期
6	领未科技	海关进出口货物收发货人备案回执	中华人民共和国金水海关	海关注册编码：4101968303 检验检疫备案号：4100607810	长期
7	领未科技	中国商品条码系统成员证书	中国物品编码中心	物编注字第 732242 号（厂商识别代码：697198958）	2020.10.09-2022.10.09
8	东莞致欧	对外贸易经营者备案登记表	-	04854270	长期
9	东莞致欧	海关进出口货物收发货人备案回执	中华人民共和国东莞海关	海关注册编码：4419961CT1 检验检疫备案号：5654101202	长期

公司及其境内子公司已取得从事日常经营活动所必需的行政许可、备案、注册或者认证等，上述行政许可、备案、注册或者认证等不存在被吊销、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。

2、发行人境外子公司的经营资质情况

截至本招股说明书签署日，公司共拥有 5 家境外子公司，公司境外子公司具备的经营资质情况如下：

（1）根据香港许林律师行有限法律责任合伙出具的境外法律意见书，发行人香港子公司致欧国际从事国际贸易、产品的设计与开发、国际技术服务业务，

除非涉及受规管物品，从事上述业务不需要另外取得牌照或许可。致欧国际一直合法运营，不存在违反任何香港法律或法规的情况。

(2) 根据德国 GRÜNECKER PATENT-UND RECHTSANWÄLTE 出具的境外法律意见书，发行人德国子公司 EUZIEL 拥有法律和/或当局要求的所有许可和/或资质。EUZIEL 在其核心业务方面一直遵守联邦和州的所有法规。

(3) 根据美国 Stanley Law 出具的境外法律意见书，发行人美国子公司 AMEZIEL 的业务在其加利福尼亚州管辖区和加利福尼亚州安大略省的当地管辖区内是允许的，并根据当地市政法规的要求获得许可。AMEZIEL 所经营的公司业务已在美国和加利福尼亚州办妥执照和必要的政府批文、备案、证书、注册、授权和资质。AMEZIEL 信誉良好，并根据美国法律和加利福尼亚州法律有效运营。

(4) 根据日本 Kitahama Partners Tokyo Office 出具的境外法律意见书，发行人日本子公司 ZIELJP 的主营业务符合日本法律法规，ZIELJP 销售的产品无需认证，ZIELJP 的产品销售符合当地法规。

(5) 根据英国 Sherrards Solicitors LLP 出具的境外法律意见书，发行人英国子公司 FURNOLIC 的主营业务遵守了所有适用的法律和法规，并获得了所有必要的批准、授权、同意、执照、证书、声明、注册、许可、豁免、年度检查、资格和命令。FURNOLIC 合法经营，不存在违反任何适用的法律和法规。

六、发行人核心技术与研发情况

(一) 发行人核心技术情况

公司聚焦家居品类产品十余年，主要经营家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等自有品牌家居产品的研发、设计和销售，是全球知名的互联网家居品牌商。目前公司旗下拥有 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 三大自有品牌，历时多年已成功跻身亚马逊欧美市场备受消费者欢迎的家居品牌之列，多款产品常年位列亚马逊等第三方电商平台畅销榜前列。报告期内，公司经营规模快速增长，公司取得上述优异成绩离不开核心技术的不断创新和进步。未来，核心技术的应用也将继续支撑公司主营业务的持续健康发展。

公司的核心技术主要集中在家居产品研发和信息技术开发两个方面，目前已

积累了多项知识产权。公司采取了严格的技术保密管理措施，与全体涉密研发人员均签署了保密协议，员工对工作中所获知的公司机密承担保密责任。同时，公司亦对自主研发的关键技术申请了专利及软件著作权，以保护公司的知识产权。

截至本招股说明书签署日，公司部分主要核心技术情况如下：

1、产品研发方面

产品系列	核心技术名称	产品应用	技术来源	所处阶段	对应专利	注册地
家具系列	一种办公椅椅面拼接设计	PU 办公椅	自主研发	已上市	003307982-0001 Chairs or stools with rotatable seats	欧盟
	一种创新造型储物柜设计	储物柜	自主研发	已上市	007774161-0001 Storage cabinets	欧盟
	一种创新造型电视柜设计	电视柜	自主研发	已上市	007774161-0003 Video cabinets	欧盟
	一种创新造型的首饰柜设计	首饰柜	自主研发	已上市	004421295-0001 Cupboards with mirrors	欧盟
	一种创新造型的梳妆台设计	梳妆台	自主研发	已上市	004358158-0001 Tables	欧盟
	一种创新造型的首饰柜设计	首饰柜	自主研发	已上市	USD863,838S Floor mirror with organizer	美国
	一种创新造型的梳妆台设计	梳妆台	自主研发	已上市	USD868,506S Vanity Desk	美国
家居系列	一种创新造型的玩具收纳架设计	儿童玩具收纳架	自主研发	已上市	004669539-0002 Shelving	欧盟
	一种创新造型脏衣框设计	仿藤编衣物收纳筐	自主研发	已上市	006771119-0001 Laundry baskets	欧盟
	一种创新造型衣帽架设计	金属衣帽架	自主研发	已上市	007976378-0001 Coat stands	欧盟
	一种创新造型的塑料组合柜设计	拉网组合柜	自主研发	已上市	005259306-0003 Shelving	欧盟
	一种创新造型推车设计	铁艺推车	自主研发	已上市	007196662-0003 Serving trolleys	欧盟
	一种创新造型的链接件	组合柜链接件	自主研发	已上市	USD833,183S Configurable storage bin	美国
	一种创新造型衣帽架设计	金属衣帽架	自主研发	已上市	USD885,810S Coat Stand	美国

庭院系列	一种创新造型的吊床设计	吊床	自主研发	已上市	006302105-0001 Hammocks	欧盟
	一种创新造型的吊椅设计	吊椅	自主研发	已上市	006302105-0002 Suspended chairs	欧盟
	一种带有遮阳板的休闲躺椅设计	休闲椅	自主研发	已上市	008043012-0002 Deckchairs	欧盟
	一种创新图案的野餐垫设计	野营垫	自主研发	已上市	004003002-0005 Blankets	欧盟
	一种强稳固型吊床支架	支架	自主研发	已上市	008043012-0001 Hammock stands	欧盟
宠物系列	一种创新造型宠物泳池设计	狗泳池	自主研发	已上市	008171888-0001 Toys for animals	欧盟
	一种创新造型猫爬树设计	猫爬架	自主研发	已上市	003429703-0001 Scratching posts for cats	欧盟
	一种创新造型猫爬树设计	猫爬架	自主研发	已上市	006740353-0004 Scratching posts for cats	欧盟
	一种创新造型的宠物喂食碗架设计	喂食碗架	自主研发	已上市	007988233-0001 Racks for feeding animals	欧盟
	一种创新造型猫爬树设计	猫爬架	自主研发	已上市	USD886,398S Cat Tree	美国
	一种创新造型猫爬树设计	猫爬架	自主研发	已上市	USD883,586S Cat Tree	美国

2、信息技术开发方面

序号	核心系统名称	简介	技术来源
1	EYA 业务信息管理系统	该系统实现了公司从采购到销售的数据流转及信息管理, 极大提高了公司业务运作效率	自主研发
2	自营独立站商城系统	该系统为面向 B2C 终端用户的在线销售平台, 作为公司品牌推广及流量引入的落地平台	自主研发
3	CRM 客户信息管理系统	该系统实现了不同第三方电商平台售后问题的统一管理, 极大提高了公司客服人员的工作效率	自主研发
4	B2B 销售系统	该系统为面向 B2B 客户的销售平台, 实现了 B2B 客户的自助订单管理	自主研发
5	致欧 B2B 订单管理系统	进一步提升 B2B 业务系统运行速度, 实现公司业务全流程管理, 明确岗位职责、规范化操作、进一步提升公司业务运转效率及管理效率	自主研发
6	致欧 B2C 订单管理系统	公司内部支撑平台订单的重要工具, 解决现有跨平台操作, 统一操作平台, 梳理业务流程, 从业务需求出发, 进一步提升系统和业务匹配度, 提	自主研发

		高业务运转效率, 优化系统功能, 提升系统稳定性	

（二）发行人核心技术的应用情况、科研实力和成果情况

公司的核心技术主要来源于自主研发。近年来公司持续加大研发投入, 截至**2022年6月30日**, 公司已获授权专利**414**项, 其中实用新型专利**10**项, 外观设计专利**404**项; 已取得**59**项著作权, 其中计算机软件著作权**51**项, 美术作品著作权**8**项。公司核心技术在主营业务作业流程及产品中应用广泛, 并涵盖家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等主要家居类产品系列。

报告期内, 公司在主营业务领域获得的主要荣誉如下:

荣誉名称	授予单位	获得时间
河南省电子商务示范企业	河南省商务厅	2019年3月
技术先进型服务企业	河南省科学技术厅、河南省商务厅、河南省财政厅、国家税务总局河南省税务局、河南省发展和改革委员会	2019年12月
中国设计智造大奖佳作奖	中国设计智造大奖组委会	2020年10月
“艺术与生活”第三届优秀艺术设计作品展	中国设计智造大奖组委会	2020年12月
当代好设计奖 (Contemporary Good Design Award)	德国红点奖机构	2020年12月
2021年A'设计大奖	A'Design Award 设计大奖赛	2021年4月
2021 红点奖 (reddot award 2021 winner)	德国红点奖机构	2021年7月
中国设计智造大奖佳作奖	中国设计智造大奖组委会	2021年10月
金芦苇工业设计奖提名奖	雄安新区未来工业设计研究院	2021年10月
2021 国际 CMF 设计奖	国际 CMF 设计大会组委会	2021年11月
河南省跨境电子商务海外仓示范企业	河南省商务厅	2021年12月
2022年A'设计大奖	A' Design Award 设计大奖赛	2022年4月
2022年iF产品设计奖 (iF Design Award)	德国汉诺威工业设计论坛 (iF Industrie Forum Design)	2022年4月
2022年红点设计概念奖 (reddot award design concept 2022)	德国红点奖机构	2022年6月

（三）在研项目及研发投入情况

1、在研项目情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在从事的投入预算在 20 万元及以上的主要研发活动如下：

序号	项目名称	项目简介（拟达到的目标）	所处阶段/进展	投入预算（万元）	人员数量（人）
1	2022 年家居收纳/装饰/用具-垃圾桶一期设计研发项目	开发一款高端智能垃圾桶，弥补 Songmics 产品布局空白，同时承担着品牌推广和定价支撑的作用。同时开发一款支持拆装的脚踏垃圾桶，通过拆装降低运费，进一步提升产品竞争力。	研发中期	200.00	10
2	2022 年宠物用品-猫一期设计研发项目	项目拟解决猫家具市场竞争日趋激烈，完善 Feandrea 产品布局，同时起到助力品牌推广，支撑定价等作用。通过开发系列猫家具，融合家具风格，打造丰富的猫生活场景。	研发中期	90.00	30
3	2022 年家居家具—CMF 设计研发项目	完善公司产品 CMF 管理系统，打通相关业务端实现相互协作，达成信息一致性；调研 2022 年乡村、工业、现代、轻奢风格品牌 CMF 趋势，开发相关风格 CMF 素材，为产品开发赋能，提高产品溢价。	研发中期	90.00	13
4	2022 年家居家具-卧室家具一期设计研发项目	梳妆台项目拟解决目前市场产品竞争同质化严重的问题，在外观和功能形成差异化，丰富板式首饰柜产品线。毛毯架项目定位于完善市场布局，抢占市场空间。铁木晾衣架项目定位于现有产品的系列化补充，进一步丰富重型晾衣架产品线。床头柜项目拟完善市场布局，抢占市场空间。首饰柜项目拟解决首饰柜市场同质化严重的问题，在外观和功能方面形成差异化，丰富首饰柜产品线。	研发后期	50.00	27
5	2022 年家居家具-门厅鞋收纳家具一期设计研发项目	该项目拟在换鞋凳产品上进行颜色创新，拟开发新的鞋架产品作为头部冲量型产品，进一步提升目前该类产品的市场占比。	研发中期	42.00	34
6	2022 年家居收纳/装饰/用具-衣架/晾衣架一期设计研发项目	晾衣架项目拟主要以新的风格和材料为切入点构建产品差异化，开拓新的市场增长点，其中重型晾衣架定位为市场引领型产品，轻型晾衣架产品定位为低价走量的款式，完善现有产品布局；门厅架项目拟从功能、材质、颜色、价格等多重维度，全方位、多角度地满足顾客对于产品的需求，项目定位为兼具引领型、利润型的产品，开拓全新领域。	研发中期	40.00	27
7	2022 年宠物用品-其他小动物一期设计研发项目	提升该项目产品差异化，完善宠物品牌产品线，通过开发高端板式贴皮猫砂箱、铁木狗笼、喂食碗架等产品，让 Feandrea 宠物产品更融入家居场景。通过产品融合人和宠物的需求，打造人宠共用产品概念，提升产品附加值。	研发中期	40.00	14

8	2022 年电子产品-电子电器类用品一期设计研发项目	通过新品线的布局,突破外观专利,降低产品价格。	研发中期	40.00	11
9	2022 年家居家具-浴室家具一期设计研发项目	完善浴室空间收纳柜类产品布局,为消费者提供尽可能完善的浴室家具品类组合选择,同时于现有同类产品形成购买矩阵,提高产品综合竞争力。	研发后期	40.00	17
10	2022 年家居家具-餐厅家具一期设计研发项目	完善吧椅、餐椅产品布局,定位引领型产品,弥补市场空白。解决市场舒适性、稳定性等痛点问题。基于“设计”,“舒适”,“经济”,围绕用户作矩阵布局,在完善现有布局基础上开拓市场新增长点,设计引领型产品提升品牌占有率。	研发中期	35.00	15
11	2022 年宠物用品-狗一期设计研发项目	狗笼&围栏项目定位于扩大欧线市场份额,同时进入美线狗笼市场,在现有产品基础上从稳定性、坚固性、家具化等方面分别进行升级改造,通过完善包装和狗笼结构,同时对外观进行升级,在保证功能、降低售价的基础上,保证充足利润。狗窝项目拟在应对欧线日益激烈的竞争格局,完善品类布局,稳固并进一步提升市场份额。	研发中期	30.00	13
12	2022 年家居家具-书房/办公坐具一期设计研发项目	完善 PU 办公椅、网椅、电竞椅产品布局,定位引领型、利润型产品,弥补轻量化、布艺等椅类产品空白市场,开展更具设计感的中高端产品,加强品牌调性提升,开拓新的增长点。	研发中期	26.00	5
13	2022 年园艺-庭院家具一期设计研发项目	完善欧洲市场庭院与阳台场景基础款式的布局;通过自主设计造型款式,增强外观差异性,定位为引领型产品;美国市场为符合消费者需求,在庭院场景开发大尺寸罗马伞,丰富产品布局。	研发后期	25.00	11
14	2022 年家居家具-室内场景家具一期设计研发项目	在座椅类、桌几类等自主设计项目的研发投入中,从结构、使用及审美三个角度,满足人们对于家具产品的多样需求,对外观造型设计进行了创新,通过新颖的设计提升品牌识别度,提高产品竞争力;在结构组装方面,即保证产品使用上的稳定性与舒适度,同时降低产品的生产成本。	研发中期	20.00	17
15	2022 年家居收纳/装饰/用具-衣物收纳一期设计研发项目	衣柜项目,作为现有低端无纺布铁管衣柜的升级系列产品,从销售价格、材质等维度补充并完善现有简易衣柜布局,进一步提高市场占比和覆盖率。	研发后期	20.00	10
16	致欧数据中台项目 DXP 一期	通过数据中台的研发,通过多端数据采集,打破现有数据的孤立状态,结合用户行为及业务数据,实现场景化分析和用户行为分析,构建和沉淀数据服务能力,为智能化运营提供支撑,助力实现核心增长。	研发后期	573.00	15
17	DXP_dashboard (管理后台) 1.0	依赖于数据中台项目数据服务能力,实现数据可视化和分析,数据应用;包括用户、商品、品牌电商	研发后期	550.00	11

		业务板块, 提供数据概览、群组、活动等营销运营能力以及数据探索工具等。			
18	TMS (运输) 管理系统 2.0	支持货柜拆分、插单, 兼容更多出货模式, 并支持多维度进行货柜移动、库存划转、费用登记管理、请款及费用分摊; 对接国际贸易单一窗口的相关功能, 提高出口报关做单效率和准确度; 进一步完善产品主数据、HS CODE (海关报关/清关编码) 的数据管理。	研发中期	220.00	6
19	E-commerce-2.0 (电商平台)	升级当前官网独立站, 为多国家、地域客户提供更好的用户购物体验。	研发后期	160.00	12
20	MMS1.0 营销活动管理系统	MMS 系统具有 H5 落地页搭建、表单搭建、媒体库、活动管理等模块, 作为 DXP 数字体验平台的用户活动及运营工具能力的提供系统。	研发后期	120.00	11
21	MRP (物料需求计划) 流程再造 2.0	完成新组织架构下销售预测管理、实现国内补货共享库存管理和国家市场全渠道库存管理; 增加 MRP 试算小程序系统, 包含敏捷试算和监控分析两个模块, 主要用来快速验证业务逻辑的正确性, 达到局部快速调整优化的目的。	研发后期	120.00	21
22	销售运营管理系统 (SOM)	实现各销售站点统一接入, 通过该系统进行店铺运营管理, 降低操作风险, 提高操作效率, 完善库存管理、商品管理、价格策略管理、广告营销、数据分析等功能。	研发后期	80.00	13
23	DQC (质量) 管理系统	实现供应商自检验货完整业务流程, 降低公司管理成本, 提高业务效率。	研发后期	20.00	7

2、报告期内研发投入情况

报告期内, 公司研发投入及占同期营业收入的比例情况如下:

单位: 万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
研发投入	1,788.41	2,451.04	1,276.93	1,042.95
营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
研发投入占营业收入的比例	0.64%	0.41%	0.32%	0.45%

报告期各期, 公司研发投入分别为 1,042.95 万元、1,276.93 万元、2,451.04 万元和 1,788.41 万元, 占营业收入比例分别为 0.45%、0.32%、0.41%和 0.64%, 2019-2021 年研发投入的年复合增长率为 53.30%, 研发投入金额呈现持续增长趋势。报告期内, 公司建立了完善的研发项目跟踪管理机制, 有效监控、记录各研发项目的进展情况, 同时公司按照研发项目设立明细账归集研发费用, 形成了有效的与研发项目对应的管理机制。

3、合作研发情况

自主研发为公司主要研发模式之一，公司的主要核心技术来源于自主研发。与此同时，公司会根据自身实际需要，选择与第三方研发机构开展合作研发，充分利用外部研发力量扩充自身的研发实力。

报告期内，公司与郑州一非零工业产品设计有限公司、深圳心制造科技有限公司、明渡（深圳）设计有限公司等第三方机构开展研发设计合作，设计方向主要包括家具、家居及宠物用品设计等。公司与研发设计合作单位均在合同中明确约定了双方的权利义务、所形成的知识产权归属以及双方需履行的各项保密义务。

（四）发行人核心技术人员及研发人员情况

报告期内，公司高度重视产品设计和信息技术研发，公司的研发设计工作主要由设计部和 BP&IT 部完成；其中，设计部主要负责公司家居产品的研发设计工作，BP&IT 部主要负责对公司运营及供应链数字化管理需要的信息系统进行开发。2021 年 12 月，公司调整完善了内部组织架构，将设计部分拆为产品设计中心、技术研发中心，将 BP&IT 部更名为信息技术中心。报告期内，公司紧跟海外市场需求变化和自身业务发展步伐，构建了一套完善的研发体系，组建了一支经验丰富的国际化研发设计团队。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司研发设计团队共有 169 名人员，占公司期末员工总数的比例为 14.48%。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司其他核心技术人员为李昆鸿、王森帅和李耀华。陈飞系公司原技术研发中心主管，2022 年 3 月，陈飞因个人原因离职，公司新认定产品设计中心总监李昆鸿为公司的其他核心技术人员。除此以外，最近两年，公司核心技术人员未发生其他变动。李昆鸿、王森帅和李耀华的简历情况请参见本招股说明书“第五节/九/（一）/4、其他核心人员”，原其他核心人员陈飞的简历情况如下：

陈飞先生：中国国籍，无永久境外居留权，1986 年 12 月出生，本科学历。2010 年 10 月至 2014 年 5 月，先后担任雅驰（上海）自行车有限公司工业设计师、宁波力盟工业有限公司工业设计师；2016 年 1 月至 2020 年 8 月，先后任致

欧有限产品设计师、产品设计组组长；2020年8月至2022年3月，先后担任公司设计部主管、技术研发中心主管。2022年3月，因个人原因离职。

公司对核心技术人员的激励方式包括股权激励、绩效考核制度与薪酬及奖励制度中约定的方式，约束措施包括签署保密协议等。

（五）发行人技术创新机制、技术储备及技术创新的安排

1、技术创新机制

（1）加大研发投入，保证创新机制运行

为了进一步强化自身的研发技术优势，公司坚持可持续发展的思路，重视新产品、新技术的研究开发，不断加大研发投入。公司采取以市场为导向的技术研发策略，有助于提高研发投入的转化率，增强创新机制的可持续性。报告期内，公司持续加大研发投入，确保研发能力的不断提高。未来，公司将继续加大研发投入，为研发体系的建设、研发人才的引进培养提供基础。

（2）重视人才培养，加强研发队伍建设

人才是研发创新的动力源泉，是公司持续发展、保持综合竞争力的核心资源。自成立以来，公司一直重视技术型人才的培养和引进，推行“人才强企”战略，制定了专门的人才储备计划和培养机制，建立起一支高素质人才队伍。

在人才引进方面，公司制定了要求明确的人才招聘计划及管理制度，根据业务发展需求主动引进高学历、高层次技术人才，并持续完善薪酬福利制度、优化人才发展环境，为推动公司快速发展提供人才保障和支持。

在员工培养方面，公司围绕发展战略和人才战略，建立起系统全面、执行有效的人才培养体系，以实现公司和员工的可持续共同成长。一方面，公司积极支持员工的继续教育和自我深造；另一方面，注重内部培养体系的建设，制定了培训管理制度、培训讲师管理办法和培训课程设计等配套制度文件，在此基础上实施“内训讲师”、“人才培养计划”等体系性培养计划。对于新入职的员工，公司会根据其自身特点因地制宜地分配部门、工作，同时安排经验丰富的人员对其进行一对一的“传帮带”，以促进新人快速成长。

在内部学习和经验交流方面，公司建立了公共培训机制，定期开展技术研发工作流程培训、专项技术知识培训、专项技术研讨会以及内外部技术交流活动，通过培训学习、经验分享促进公司技术人员拓展知识面、提升研发水平。

（3）构建公平、有效的激励机制

为充分调动研发技术人员积极性和创造性，提高其凝聚力和向心力，同时保证研发工作成果与质量，公司制定了完善有效的考核与激励机制，并从产品绩效、发明奖励、股权激励、个人职业规划等方面着手，积极营造有利于研发技术人员发展的管理机制。

对于研发人员，公司通过对其专业水平、技术创新、学习能力、团队协作、项目参与情况、取得技术成果及其他综合评价等多个维度进行绩效考核，并对其薪酬福利进行相应的激励调整。此外，公司对长期以来表现突出的研发人员进行了股权激励，进一步提升了其研发创新的工作积极性。

（4）提升知识产权保护的意识，加强相关保密措施

公司拥有的专利技术及其他自主掌握的核心技术是公司维持竞争力的重要基础，为保护公司核心技术资源、防止技术外泄造成不利后果，公司构建了较为完善的体系性知识产权管理制度及保护布局策略，并通过多维度的商业秘密管理措施对核心技术秘密予以保护。公司与相关技术人员均签订了保密协议，明确了承担保密义务的技术秘密和其他商业秘密范围、保密期限、保密义务、知识产权保护规定和违约责任，防止技术泄密，保证公司技术和产品开发的延续性。

2、技术储备

在不断的创新研发过程中，公司亦不断突破现有技术，形成相关知识产权，公司在家居产品、信息技术等领域拥有丰富的技术储备。截至 **2022 年 6 月 30 日**，公司共拥有专利 **414** 项，其中实用新型专利 **10** 项、外观设计专利 **404** 项；此外，公司还拥有 **59** 项著作权，其中计算机软件著作权 **51** 项，美术作品著作权 **8** 项。公司的专利、著作权等重要技术储备情况请参见本招股说明书“第十三节/四、附录”。

3、技术创新安排

根据公司的发展战略和中长期发展规划，公司未来将在巩固现有产品技术的基础上加大研发投入，设立产品研发中心，持续推进家具系列、家居系列、庭院系列和宠物系列等产品的技术创新，并择机**加大**在智能家居类产品领域的研发力度。公司将在现有研发技术基础上通过引入高端专业人才以及完善研发内部管理、优化流程等措施全面提升研发技术的实力与水平，提升产品的技术水平、品

质。

在产品研发方面，公司将重点在系列化、风格化以及功能化等方面进行产品的研发设计，并基于高科技技术进行智能化与家居产品的融合，期望给客户提供一套完善的家居产品解决方案。此外，公司将加强宠物用品与家居产品的功能融合以及智能宠物用品的研发设计，提高宠物用品在家居环境中的契合度。

在信息技术研发方面，公司将进行以下技术创新安排：

（1）完善研发管理体系，做好制度建设

以管理创新推进效率变革，持续深化管理创新，重点围绕内在创新机制，建立规范有效的组织机构、运行程序和管理制度，使公司信息化创新活动在正确的决策下运行，从需求调研、系统实现、运行管理、数据应用等重点方面入手，做好创新动力、运行、激励上的制度建设，夯实创新活动的基础。

（2）优化研发组织架构，培养复合型团队

公司设立深圳研发中心，旨在充分利用深圳的人才智力优势和业界前沿的技术视野优势，力争在关键核心技术上有所突破，同时更加贴近行业产品研发前沿，建立起具有丰富行业经验和研发能力的复合型研发队伍。

（3）抓好技术创新，做好重点项目实施

继续优选公司业务信息化和数据化中效益明显的项目，进行重点投入，进一步提升公司对产品研发及产品生命周期管理、仓储和物流数字化管理、运营端和供应端数据运营决策等领域前沿技术的理解和技术研发能力。

七、发行人境外经营情况

报告期内，公司主要的销售市场位于欧洲、北美和日本等国家和地区，公司境外经营活动主要是通过致欧国际、EUZIEL、AMEZIEL 和 ZIELJP 开展。其中，致欧国际主要负责产品的采购业务，EUZIEL、AMEZIEL 和 ZIELJP 分别负责在欧洲、北美和日本当地的销售及仓储物流业务等。此外，由于英国脱离欧盟，公司于 2021 年 5 月新设英国子公司 FURNOLIC，主要负责英国市场销售订单的仓储物流等业务。公司的境外子公司具体情况请参见本招股说明书“第五节/六、发行人控股子公司、参股公司及分公司情况”。

第七节 公司治理与独立性

一、发行人公司治理制度的建立健全及运行情况

（一）发行人股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

1、股东大会制度的建立健全及运行情况

2020年8月18日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过《公司章程》《股东大会议事规则》等相关议案，形成了健全的股东大会制度。公司股东大会依照《公司法》《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定规范运行。

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共召开了11次股东大会，审议公司增资、关联交易、发行授权、募集资金投向等股东大会职权范围内的事项，股东大会的召开、决议的内容及签署符合相关制度要求。

2、董事会制度的建立健全及运行情况

2020年8月18日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过《董事会议事规则》。公司董事按照《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使权力和履行义务。

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共召开了18次董事会，审议人事任免、制定公司主要管理制度、设置专门委员会、财务决算等董事会职权范围内的事项，董事会的召开、决议的内容及签署符合相关制度要求。

3、监事会制度的建立健全及运行情况

2020年8月18日，公司召开创立大会暨首次股东大会，审议通过《监事会议事规则》。公司监事按照《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使权力和履行义务。

公司自整体变更设立股份公司至本招股说明书签署日，共召开了10次监事会，依法对公司重大事项进行审议监督，监事会的召开、决议的内容及签署符合相关制度要求。

4、独立董事制度的建立健全及运行情况

2020年12月17日，公司召开2020年第三次临时股东大会，选举姚俭方、

吴智慧、魏俊超为公司独立董事，其中姚俭方为会计专业人士，同时审议通过《独立董事工作制度》。

2021年2月10日，公司原独立董事魏俊超因个人原因，辞去独立董事职务。公司于2021年3月12日召开2021年第二次临时股东大会，选举黄侦武为公司独立董事。

2021年10月31日，公司原独立董事姚俭方因个人原因，向公司提出辞呈，辞去公司独立董事职务。公司于2021年12月24日召开2021年第四次临时股东大会，选举方拥军为公司独立董事。

公司独立董事自聘任以来，严格按照《公司章程》《独立董事工作制度》等相关制度的规定开展工作，勤勉尽职地履行职责，强化了董事会的独立性和内部制衡机制，保护了中小股东的利益。独立董事对于促进公司规范运作、经营管理、发展方向及发展战略的选择起到积极的作用。

报告期内，公司未发生独立董事对董事会审议事项提出异议的情形。

5、董事会秘书制度的建立健全及运行情况

2020年8月18日，公司召开第一届董事会第一次会议，决议聘任秦永吉先生为董事会秘书，并审议通过《董事会秘书工作细则》。

公司董事会秘书自聘任以来，严格按照《公司章程》《董事会秘书工作细则》等相关制度的规定开展工作，勤勉尽职地履行了其职责。董事会秘书在公司法人治理结构的完善和股东大会、董事会正常行使职权等方面发挥了重要作用。

（二）发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

公司自2020年8月26日整体变更设立以来，根据《公司法》《证券法》等法律法规和规范性文件的要求，制定了《公司章程》，建立健全了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《董事会秘书工作细则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》等管理制度，组建了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的权责明确、运作规范的法人治理结构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和经营管理层之间相互协调和相互制衡机制。公司董事会下设审计、战略、提名、薪酬与考核四个专门委员会，为董事会重大决策提供咨询、建议，有效地增强了决策的公正性和科学性，确保公司依法管理、规范运作，切实保障了所有股东的利益。

截至本招股说明书签署日，公司法人治理结构及制度运行有效，上述机构及人员未出现重大违法违规行为。

（三）董事会专门委员的人员构成及运行情况

2020年12月18日，公司第一届董事会第五次会议，审议通过《关于选举各专门委员会委员的议案》，决议设立审计委员会、战略委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会四个专门委员会，同时审议通过《董事会审计委员会工作规则》《董事会战略委员会工作规则》《董事会提名委员会工作规则》和《董事会薪酬与考核委员会工作规则》。

截至本招股说明书签署日，各专门委员会组成如下：

专门委员会名称	主任委员（召集人）	其他委员
审计委员会	方拥军	黄侦武、田琳
战略委员会	宋川	吴智慧、王志伟、赵东平、连萌
提名委员会	黄侦武	吴智慧、田琳
薪酬与考核委员会	吴智慧	方拥军、刘明亮

1、审计委员会

2020年12月18日，公司召开第一届董事会第五次会议，选举3名董事组成公司第一届董事会审计委员会，其中姚俭方、魏俊超为独立董事，同时由具有会计专业知识的独立董事姚俭方担任第一届董事会审计委员会主任委员。

2021年2月10日，公司原独立董事魏俊超因个人原因，辞去独立董事职务并不再担任公司第一届董事会审计委员会委员。2021年3月13日，公司召开第一届董事会第九次会议，选举独立董事黄侦武为公司第一届董事会审计委员会委员。

2021年10月31日，公司原独立董事姚俭方因个人原因，辞去独立董事职务并不再担任公司第一届董事会审计委员会主任委员。2021年12月23日，公司召开第一届董事会第十三次会议，选举独立董事方拥军为公司第一届董事会审计委员会主任委员。

根据《董事会审计委员会工作规则》，公司审计委员会主要职责包括：监督及评估外部审计机构工作；监督内部审计工作；审核公司的财务信息；监督及评

估内部控制的有效性；协调管理层、内部审计部门及相关部门与外部审计机构的沟通等。

公司审计委员会自设立以来，严格按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《董事会审计委员会工作规则》等规定开展工作，切实有效地履行了相应职责。

2、战略委员会

2020年12月18日，公司召开第一届董事会第五次会议，选举5名董事组成公司第一届董事会战略委员会，其中吴智慧为独立董事，同时由宋川担任第一届董事会战略委员会主任委员。

根据《董事会战略委员会工作规则》，公司战略委员会主要职责包括：制定公司总体发展战略规划和经营管理目标；对《公司章程》规定须经董事会批准的重大投资、融资方案进行研究、评估并提出建议；监督、检查公司经营计划和投资方案的执行情况，并向董事会提出调整与改进的建议等。

公司战略委员会自设立以来，严格按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《董事会战略委员会工作规则》等规定开展工作，切实有效地履行了相应职责。

3、提名委员会

2020年12月18日，公司召开第一届董事会第五次会议，选举3名董事组成公司第一届董事会提名委员会，其中魏俊超、吴智慧为独立董事，同时由魏俊超担任第一届董事会提名委员会主任委员。

2021年2月10日，公司原独立董事魏俊超因个人原因，辞去独立董事职务并不再担任公司第一届董事会提名委员会主任委员。2021年3月13日，公司召开第一届董事会第九次会议，选举独立董事黄侦武为公司第一届董事会提名委员会主任委员。

根据《董事会提名委员会工作规则》，公司提名委员会主要职责包括：研究董事、高级管理人员选择标准和程序，并向董事会提出建议；遴选合格的董事、高级管理人员的人选；对董事人选和高级管理人员人选进行审查并提出建议等。

公司提名委员会自设立以来，严格按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《董事会提名委员会工作规则》等规定开展工作，切实

有效地履行了相应职责。

4、薪酬与考核委员会

2020年12月18日，公司召开第一届董事会第五次会议，选举3名董事组成公司第一届董事会薪酬与考核委员会，其中吴智慧、姚俭方为独立董事，同时由吴智慧担任第一届董事会薪酬与考核委员会主任委员。

2021年10月31日，公司原独立董事姚俭方因个人原因，辞去独立董事职务并不再担任公司第一届董事会薪酬与考核委员会委员。2021年12月23日，公司召开第一届董事会第十三次会议，选举独立董事方拥军为公司第一届董事会薪酬与考核委员会委员。

根据《董事会薪酬与考核委员会工作规则》，公司薪酬与考核委员会主要职责包括：研究和审查公司董事、高级管理人员的薪酬政策与方案；研究董事与高级管理人员考核的标准，进行考核并提出建议；监督董事、高级管理人员的薪酬方案及股权激励计划的实施等。

公司薪酬与考核委员会自设立以来，严格按照《公司法》《上市公司治理准则》等法律法规和《公司章程》《董事会薪酬与考核委员会工作规则》等规定开展工作，切实有效地履行了相应职责。

二、发行人特别表决权股份或类似安排

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份或类似安排的情形。

三、发行人协议控制架构情形

截至本招股说明书签署日，公司不存在协议控制架构的情形。

四、发行人内部控制制度情况

（一）公司财务内控情况

报告期内，公司不存在转贷，开具无真实交易背景商业票据并贴现融资，与关联方或第三方进行资金拆借，通过关联方或第三方代收代付货款，利用个人账户对外收付款，出借公司账户为他人收付款项，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、挪用资金等重大财务内控不规范情形。

（二）公司管理层对内部控制完整性、合理性及有效性的自我评估意见

公司已对于 2022 年 6 月 30 日与财务报告内部控制设计的合理性进行了评价，公司董事会认为，截至 2022 年 6 月 30 日，公司已按照企业内部控制规范体系的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

（三）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

普华永道对公司的内部控制制度进行了审核，并出具了《内部控制审核报告》（普华永道中天特审字[2022]第 4429 号），普华永道认为：致欧科技于 2022 年 6 月 30 日按照《企业内部控制基本规范》在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

五、发行人报告期内的违法违规行及受到处罚的情况

报告期内，公司不存在重大违法违规的情况，亦不存在受到任何国家行政机关及行业主管部门重大处罚的情况。

六、发行人报告期内资金占用和对外担保的情况

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款或者其他方式占用的情况，亦不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

经保荐机构及发行人律师核查，报告期内，发行人不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用资金的情况，发行人不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

七、发行人独立经营情况

公司自设立以来，严格按照《公司法》《证券法》等法律法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了法人治理结构，在资产、人员、财务、机构和业务等方面均独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，具有完整的业务体系和面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整

公司系由致欧有限整体变更设立，依法继承了致欧有限的所有资产及业务。公司合法、独立地拥有与经营相关的设备、无形资产等主要资产的所有权或使用权，该等资产不存在法律纠纷或潜在纠纷，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业的资产产权界定明晰。

（二）人员独立

公司的董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》《公司章程》的相关规定选举、聘任，不存在控股股东超越公司董事会和股东大会作出人事任免决定的情况。公司控股股东、实际控制人、董事长、总经理宋川在其控制的 Songmics GmbH 担任首席执行官，该企业已注销其营业资格，处于清算状态，且正在注销其注册信息，目前未实际开展经营业务。因此，宋川未实际履行首席执行官的职责且其未在 Songmics GmbH 领取薪酬。除此之外，公司总经理、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其他企业领薪。公司的财务人员未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。

（三）财务独立

公司设有独立的财务部门，配备了专职的财务人员，具有独立的财务核算体系，并符合《企业会计准则》等相关法规的要求。公司制定了完善的财务会计制度和对子公司、分公司的财务管理制度，能够独立进行财务决策。公司独立在银行开设账户，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形。

（四）机构独立

公司依照《公司法》和《公司章程》设置了股东大会、董事会、监事会等决策及监督机构，并根据业务发展需要建立健全了内部经营管理机构，能够独立行使经营管理职权，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业不存在机构混同的情形。

（五）业务独立

公司的主营业务为自有品牌家居产品的研发、设计和销售。公司具有独立完整的业务体系和直接面向市场独立持续经营的能力。公司的业务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，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或者显失公平的关联交易。

（六）主营业务、控制权、管理团队稳定性

公司主营业务、控制权、管理团队稳定，最近 2 年内主营业务没有发生重大不利变化；近两年内公司增加了内部董事、新聘独立董事，并对内部管理岗位进行一定调整，董事、高级管理人员的变动情况请参见本招股说明书“第五节/九/（五）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员近两年的变动情况”，该等变动是为了适应公司经营发展的需要、加强公司的治理水平、规范公司法人治理结构，公司的核心管理层保持稳定，相关人员变动对公司日常经营管理不构成不利影响。因此，最近 2 年内公司董事、高级管理人员没有发生重大不利变化。控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持有公司的股份权属清晰，最近 2 年实际控制人没有发生变更，不存在导致控制权可能变更的重大权属纠纷。

（七）不存在对持续经营有重大影响的事项

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，不存在重大偿债风险，不存在重大担保、重大未决诉讼或仲裁等或有事项，不存在经营环境已经或将要发生的重大不利变化等对持续经营有重大影响的事项。

八、同业竞争情况

（一）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

目前，除公司及其子公司外，公司控股股东、实际控制人宋川及其近亲属控制的其他企业的基本情况如下：

序号	公司名称	持股比例	主营业务情况
1	Songmics GmbH	宋川持有 100% 股权	目前未实际开展经营业务

Songmics GmbH 于 2018 年 10 月完成业务重组后就已停止经营，目前已完

成营业资格注销，正在办理清算注销手续，不存在与公司从事相同或相似业务的情形。2018 年重大资产重组的具体内容请参见本招股说明书“第五节/三、报告期内的重大资产重组情况”。因此，报告期内及截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与公司不存在同业竞争的情况。

经保荐机构及发行人律师核查，截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业与发行人不存在同业竞争或潜在的同业竞争。

（二）控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺

为避免公司未来可能出现的同业竞争，公司控股股东、实际控制人宋川出具了关于避免同业竞争的承诺，具体内容请参见本招股说明书“第十三节/三/（十一）关于避免同业竞争的承诺”。

九、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《企业会计准则》《上市公司信息披露管理办法》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》等相关法律、法规及规范性文件的有关规定，截至本招股说明书签署日，公司的关联方及关联关系如下：

1、发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人

公司控股股东、实际控制人为宋川，其直接持有公司 54.78%的股份。张秀荣为宋川的母亲，系公司实际控制人的一致行动人，其直接持有公司 0.92%的股份。宋川、张秀荣的基本情况请参见本招股说明书“第五节/七/（一）控股股东、实际控制人的基本情况”。

2、其他持有发行人 5%以上股份的股东

持有公司 5%以上股份的其他股东为安克创新，其具体情况请参见本招股说明书“第五节/七/（四）持有发行人 5%以上股份的主要股东”。

3、发行人的子公司

公司拥有 3 家境内子公司，分别为领未科技、东莞致欧、致欧供应链；拥有 5 家境外子公司，分别为致欧国际、FURNOLIC、EUZIEL、AMEZIEL、ZIELJP。前述子公司的具体情况请参见本招股说明书“第五节/六/（一）发行人控股子公

司”。

除此以外，公司无其他控股或参股子公司，无合营企业或联营企业。

4、发行人控股股东、实际控制人及其一致行动人控制、共同控制或具有重大影响的其他企业

截至本招股说明书签署日，除公司及其子公司外，公司控股股东、实际控制人宋川及其一致行动人张秀荣控制、共同控制或有重大影响的其他企业如下：

序号	关联方名称	关联关系描述
1	Songmics GmbH	宋川持股 100%，目前未实际开展经营业务，已完成营业资格注销，正在办理清算注销手续

Songmics GmbH 的基本情况请参见本招股说明书“第五节/七/（二）控股股东、实际控制人控制的其他企业的基本情况”。

5、其他关联自然人

公司董事、监事、高级管理人员的具体情况请参见本招股说明书“第五节/九、董事、监事、高级管理人员及其他核心人员”。报告期内曾任和现任的董事、监事、高级管理人员及与前述人员关系密切的家庭成员、主要社会关系人员，均为公司的其他关联自然人。

6、其他关联法人

公司其他关联法人的具体情况如下：

序号	关联方名称	关联关系描述
1	沐桥投资	董事王志伟任执行事务合伙人
2	语昂咨询	董事王志伟任执行事务合伙人
3	科赢投资	董事田琳任执行事务合伙人
4	泽骞咨询	董事田琳任执行事务合伙人
5	Anker Japan Co., Ltd	董事赵东平任董事
6	Jouz Technology Limited.	董事赵东平控股并任董事
7	Springs & Palm Trees Holding Limited	董事赵东平控股并任董事
8	蒹葭（嘉善）电子商务有限公司	董事赵东平任董事
9	蒹葭（香港）有限公司	董事赵东平任董事
10	深圳波赛冬网络科技有限公司	董事赵东平任董事

11	Elite Depot Limited	董事连萌任董事
12	Goopal Group	董事连萌任董事
13	Howpay Technology Inc.	董事连萌任董事
14	Huaying Sports Technology (Cayman) Co., Ltd.	董事连萌任董事
15	ITJUZITech Co., Ltd.	董事连萌任董事
16	LightInTheBox Holding Co., Ltd.	董事连萌任董事
17	Panda Earth International Limited	董事连萌任董事
18	Qing Song Health Corporation	董事连萌任董事
19	Ringle	董事连萌任董事
20	Win Way Network Technology (China) Co., Ltd.	董事连萌任董事
21	Zhuoxuan Technology Limited	董事连萌任董事
22	爱奇创业投资管理（深圳）有限公司	董事连萌任董事
23	广东易积网络股份有限公司	董事连萌任董事
24	广州客如归信息技术有限公司（吊销）	董事连萌参股
25	广州蓝深科技有限公司	董事连萌任董事
26	广州美读信息技术有限公司	董事连萌任董事
27	广州梦龙科技有限公司	董事连萌任董事
28	广州唯彩会网络科技有限公司	董事连萌任董事
29	广州优胜汽车科技有限公司	董事连萌任董事
30	韩都衣舍电子商务集团股份有限公司	董事连萌任董事
31	火烈鸟网络（广州）股份有限公司	董事连萌任董事
32	上海锦裳企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
33	上海领语企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
34	深圳前海和谐创新投资合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
35	深圳市榕树堂生物科技有限公司	董事连萌任董事
36	石家庄天成嘉荣科技有限公司	董事连萌任董事
37	天津宸辉投资管理有限公司	董事连萌任经理、执行董事
38	珠海宝微管理咨询企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
39	富邦凯瑞	董事连萌任执行事务合伙人委派代表

40	和谐博时	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
41	珠海景微管理咨询企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
42	珠海悦宁管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
43	珠海雨诺管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
44	上海星佟企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
45	上海奇晔企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
46	珠海塑丽管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
47	珠海瑞岩管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
48	珠海伙乐管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
49	珠海靛青管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
50	珠海靛蓝管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
51	珠海俪晨管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
52	珠海佰奇管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
53	天津宝棠企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
54	天津景贤企业管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事连萌任执行事务合伙人委派代表
55	珠海市卓轩科技有限公司	董事连萌任董事
56	深圳微赞科技信息有限公司	董事连萌任董事
57	深圳市火乐科技发展有限公司	董事连萌任董事
58	深圳市倍思奇创新科技有限公司	董事连萌任董事
59	北京轻松筹信息技术有限公司	董事连萌任董事
60	金能科技股份有限公司	独立董事黄侦武任独立董事
61	飞龙汽车部件股份有限公司	独立董事方拥军任独立董事
62	河南硅烷科技发展股份有限公司	独立董事方拥军任独立董事
63	博爱新开源医疗科技集团股份有限公司	独立董事方拥军任独立董事
64	光山县振兴饲料销售有限责任公司	高级管理人员程振之父控股并任执行董事兼总经理
65	信阳市睿屹饲料销售有限公司	高级管理人员程振之母控股并任执行董事兼总经理
66	Wuppessen	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2018 年 12 月 7 日注销
67	三木公司	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2018 年 9 月 14 日注销

68	DBM INDUSTRIAL CO., LTD.	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制
69	DRODUX INTERNATIONAL CO., LTD.	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制
70	TALOMAN INTERNATIONAL CO., LTD.	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2018 年 5 月 1 日注销
71	乐盏国际有限公司	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制
72	Jouz Limited	董事赵东平曾任董事
73	北京九鼎同正科技有限公司	董事赵东平曾控股
74	厦门美蝶康科技有限公司	董事赵东平曾任董事，已于 2018 年 12 月 6 日辞任该公司董事
75	天津市海翼远见管理咨询合伙企业（有限合伙）	董事赵东平曾任执行事务合伙人，已于 2018 年 12 月 6 日辞任
76	筑思轻雾科技（北京）有限公司	董事赵东平曾参股
77	筑思科技（深圳）有限公司	董事赵东平曾参股
78	Ezbuy Holding Co., Ltd.	董事连萌曾任董事，已于 2018 年 12 月 1 日辞任该公司董事职务
79	PhoenixFin Limited	董事连萌曾任董事
80	PhoenixFin Pte. Ltd.	董事连萌曾任董事
81	成都柠檬云网络技术有限公司	董事连萌曾任董事
82	广州助阵信息科技有限公司	董事连萌曾任董事
83	海南天辰网络科技有限公司	董事连萌曾任董事
84	杭州绰迷生物科技有限公司	董事连萌曾任董事
85	绵阳绰迷生物科技有限公司	董事连萌曾任董事
86	南京聚焦餐饮管理有限公司	董事连萌曾任董事
87	南京领添信息技术有限公司	董事连萌曾任董事
88	上海莉莉丝科技股份有限公司	董事连萌曾任董事
89	深圳街电科技有限公司	董事连萌曾任董事
90	珠海和谐博时资本管理有限公司	董事连萌曾任董事
91	珠海市微泉科技有限公司	董事连萌曾任董事
92	珠海市小源科技有限公司	董事连萌曾任董事
93	广州黑瞳网络科技有限公司	董事连萌曾任董事
94	广州赞赏信息科技有限公司	董事连萌曾任董事
95	广州咻咪网络科技有限公司	董事连萌曾任董事

96	广州娱加数字文化传媒有限公司	董事连萌曾任董事
97	北京华睿智讯科技有限公司	董事连萌曾任董事
98	重庆易宠科技有限公司	董事连萌曾任董事
99	Micro Fountain Holding Limited	董事连萌曾任董事
100	TogetU Inc.	董事连萌曾任董事
101	YOUTH MEDIA (CAYMAN) LIMITED	董事连萌曾任董事
102	100F1 GROUP INC.	董事连萌曾任董事
103	Meila Technology Limited	董事连萌曾任董事
104	深圳砂递科技股份有限公司	董事连萌曾任董事
105	深圳盈富斯科技有限公司	董事连萌曾任董事
106	安吉尚雅竹家具有限公司	独立董事吴智慧曾参股并任执行董事兼总经理
107	南京雷牧数码科技有限公司	独立董事吴智慧曾控股
108	郑州振安商贸有限公司	高级管理人员程振曾参股

7、报告期以来关联方的变化情况

报告期以来至本招股说明书签署日，发行人关联方的变化情况及成因主要如下：

序号	关联方名称	与公司关联关系的变化情况
1	DBM INDUSTRIAL CO., LTD.	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2019 年 12 月 20 日注销
2	DRODUX INTERNATIONAL CO., LTD.	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2019 年 2 月 11 日注销
3	乐盏国际有限公司	实际控制人、董事长、总经理宋川曾控制，已于 2020 年 3 月 27 日注销
4	Jouz Limited	董事赵东平曾任董事，已于 2019 年 6 月 24 日辞任该公司董事职务
5	北京九鼎同正科技有限公司	董事赵东平曾控股，已于 2020 年 4 月 24 日注销
6	筑思轻雾科技（北京）有限公司	董事赵东平曾参股，已于 2020 年 7 月 20 日注销
7	筑思科技（深圳）有限公司	董事赵东平曾参股，已于 2021 年 12 月 20 日退出
8	PhoenixFin Limited	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 11 月 16 日辞任该公司董事职务

9	PhoenixFin Pte. Ltd.	董事连萌曾任董事，已于 2019 年 10 月 14 日辞任该公司董事职务
10	成都柠檬云网络技术有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 7 月 15 日辞任该公司董事职务
11	广州助阵信息科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2019 年 1 月 22 日辞任该公司董事职务
12	海南天辰网络科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 5 月 22 日辞任该公司董事职务
13	杭州绰迷生物科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 9 月 22 日注销
14	绵阳绰迷生物科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 2 月 26 日注销
15	南京聚焦餐饮管理有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 12 月辞任该公司董事职务
16	南京领添信息技术有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 4 月 23 日注销
17	上海莉莉丝科技股份有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 8 月 10 日辞任该公司董事职务
18	深圳街电科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2019 年 7 月 1 日辞任该公司董事职务
19	珠海市微泉科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2020 年 12 月 3 日辞任该公司董事职务
20	珠海市小源科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 1 月 7 日辞任该公司董事职务
21	广州黑瞳网络科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 6 月 1 日辞任该公司董事职务
22	广州赞赏信息科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 10 月 25 日辞任该公司董事职务
23	广州咻咪网络科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2022 年 1 月 5 日辞任该公司董事职务
24	广州娱加数字文化传媒有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2022 年 1 月 24 日辞任该公司董事职务
25	北京华睿智讯科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 12 月 6 日辞任该公司董事职务
26	重庆易宠科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2022 年 3 月 16 日辞任该公司董事职务
27	Micro Fountain Holding Limited	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 3 月 1 日辞任该公司董事职务
28	TogetU Inc.	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 11 月 1 日辞任该公司董事职务
29	YOUTH MEDIA (CAYMAN) LIMITED	董事连萌曾任董事，已于 2021 年 1 月 1 日辞任该公司董事职务
30	100F1 GROUP INC.	董事连萌曾任董事，已于 2019 年 7 月辞任该

		公司董事职务
31	Meila Technology Limited	董事连萌曾任董事，已辞任该公司董事职务
32	深圳矽递科技股份有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2022 年 6 月 14 日辞任该公司董事职务
33	深圳盈富斯科技有限公司	董事连萌曾任董事，已于 2022 年 8 月 3 日辞任该公司董事职务
34	安吉尚雅竹家具有限公司	独立董事吴智慧曾参股并任执行董事兼总经理，已于 2020 年 4 月 13 日注销
35	南京雷牧数码科技有限公司	独立董事吴智慧曾控股，已于 2022 年 6 月 17 日退出
36	郑州振安商贸有限公司	高级管理人员程振曾参股，已于 2019 年 12 月 4 日注销
37	魏俊超	曾任公司独立董事，已于 2021 年 2 月 10 日辞去独立董事职务
38	姚俭方	曾任公司独立董事，于 2021 年 12 月 24 日不再担任公司独立董事职务

（二）关联交易

1、报告期内关联交易简要汇总表

报告期内，公司的关联交易汇总情况如下：

关联交易类型	关联交易内容	关联交易时间
经常性关联交易	关键管理人员薪酬	2019-2021 年及 2022 年 1-6 月
偶发性关联交易	关联担保	2021 年及 2022 年 1-6 月

2、经常性关联交易

（1）关键管理人员薪酬

报告期内，公司向董事、监事及高级管理人员支付基本薪酬、绩效薪酬及福利津贴，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
关键管理人员薪酬	368.70	635.12	679.06	408.01

注：上述董事、监事及高级管理人员薪酬不含股份支付费用。2019-2021 年，公司关键管理人员相关的股份支付费用分别为 2,142.59 万元、6,936.84 万元和 124.80 万元；2022 年 1-6 月，公司无股份支付费用。

3、偶发性关联交易

（1）关联担保

报告期内，关联方为公司提供担保的情况如下：

担保方	被担保方	担保事项	担保金额	担保起始日	担保到期日	担保是否已履行完毕
宋川	致欧科技	银行授信/贷款担保	1,000.00 万元	2021.02.03	2022.02.02	是
宋川	领未科技	银行授信/贷款担保	3,000.00 万元	2021.08.11	2022.06.27	是
宋川	领未科技	银行授信/贷款担保	6,000.00 万元	2021.10.08	2022.08.19	否
宋川	领未科技	银行授信/贷款担保	4,000.00 万元	2021.03.26	2021.10.08	是
宋川	致欧科技	银行授信/贷款担保	770.00 万欧元	2022.01.21	2022.02.28	是
宋川	致欧科技	银行授信/银行承兑汇票担保	10,000.00 万元	2022.03.15	2023.03.15	否
宋川、邢亚楠	领未科技	银行授信/贷款担保	440.00 万欧元	2022.03.31	2023.03.31	否
宋川	致欧科技	银行授信/贷款担保	5,000.00 万元	2022.05.12	2023.05.11	否
宋川	领未科技	银行授信/贷款担保	5,000.00 万元	2022.06.27	2023.06.26	否

报告期内，公司不存在为合并报表范围以外的关联方提供担保的情况。

4、关联交易对公司财务状况和经营成果的影响

公司具有完整、独立的经营系统，在经营活动上不存在依赖关联方的情形。报告期内，公司发生的关联交易主要为向关键管理人员支付薪酬以及关联方为公司提供担保，关联交易具有商业合理性和必要性。

报告期内，公司不存在关联采购、关联销售或关联租赁的情形，不存在通过关联交易操纵收入、调节利润或进行利益输送的情形，不存在损害公司及其股东利益的情形，关联交易对公司财务状况和经营成果未产生重大不利影响。

（三）报告期内关联交易制度的执行情况及独立董事意见

1、关联交易制度的执行情况

为规范关联交易，公司按照《公司法》《证券法》等法律法规，在《公司章程》《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》等文件中，对关联交易决策的权限、程序等进行了明确规定。报告期内，

公司发生的关联交易均依照《公司章程》及有关规定履行了相关审批程序或进行了事后确认。

2021年3月31日，公司召开第一届董事会第十次会议，对公司报告期内发生的关联交易进行了确认，关联董事回避表决。独立董事对公司报告期内关联交易履行的审议程序合法性及交易价格的公允性发表了独立意见。

2021年4月20日，公司召开2021年第三次临时股东大会，对公司报告期内发生的关联交易进行了确认，关联股东回避表决。

2021年1月16日及2021年2月4日，公司分别召开第一届董事会第七次会议、2021年第一次临时股东大会，审议通过了《关于2021年申请银行综合授信并由控股股东提供担保暨关联交易的议案》，对关联方为公司及其子公司提供担保事项进行了审议，关联董事、关联股东回避表决。

2、独立董事关于关联交易的意见

公司独立董事经充分核查后认为，报告期内公司及其子公司与关联方的关联交易系基于公司业务需要而开展，具有必要性和合理性，且遵守了公平公正的原则，相关交易价格定价公允，已按公司章程和相关内部管理制度的规定履行了适当的决策程序，不存在损害公司利益和公司股东尤其是中小股东权益的行为。

（四）采取规范关联交易的主要措施

1、公司采取规范关联交易的主要措施

（1）公司严格按照《公司法》和《公司章程》的要求，建立了独立、完整的经营管理系统，人员、财务、资产与股东严格分开；关联交易履行法定的批准程序，董事会或股东大会决策时，关联董事或股东进行回避。

（2）公司将持续完善独立董事制度，强化对关联交易事项的监督。

（3）公司按照“公开、公平、公正”和市场化交易原则合理定价，并实行严格的合同管理。

（4）公司制定了《关联交易管理制度》，就关联方的认定、关联交易的认定、关联交易的定价、决策应遵循的原则以及关联交易信息披露等内容进行了具体规定，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。

2、实际控制人关于规范和减少关联交易的承诺

为了规范和减少关联交易，保障公司及公司其他股东的利益，公司实际控制人宋川出具了关于规范和减少关联交易的承诺，具体内容请参见本招股说明书“第十三节/三/（十二）关于规范和减少关联交易的承诺”。

第八节 财务会计信息与管理层分析

公司聘请普华永道对公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的财务报表进行了审计，并出具了无保留意见的《审计报告》（普华永道中天审字[2022]第 11036 号）。

本节所引用的财务数据，非经特别说明，均出自公司最近三年经审计的财务报表。投资人欲对公司的财务状况、经营成果和现金流量等进行更详细的了解，请查阅备查文件《财务报表及审计报告》全文。非经特别说明，本节引用数据均为合并报表口径。

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	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：				
货币资金	48,447.20	51,311.69	21,514.53	13,693.01
交易性金融资产	617.03	1,575.33	10,036.73	6,221.84
应收账款	18,164.48	12,521.96	11,404.97	6,457.45
预付款项	3,685.96	9,007.31	5,548.54	1,042.16
其他应收款	12,664.73	11,318.23	14,306.71	7,869.46
存货	100,058.00	105,170.86	85,865.35	25,289.89
一年内到期的非流动资产	6,985.38	9,402.46	-	-
其他流动资产	8,076.42	9,621.99	10,843.72	1,373.32
流动资产合计	198,699.20	209,929.83	159,520.55	61,947.12
非流动资产：				
债权投资	37,195.40	26,842.46	12,241.94	-
固定资产	4,425.80	3,911.79	2,021.15	1,154.57
在建工程	50.88	295.81	44.39	138.82

使用权资产	81,152.38	89,254.72	-	-
无形资产	894.04	729.60	355.42	30.36
长期待摊费用	132.78	212.60	297.06	257.17
递延所得税资产	2,788.49	3,055.01	3,305.19	1,857.85
其他非流动资产	8,467.53	8,322.30	1,717.78	-
非流动资产合计	135,107.31	132,624.30	19,982.92	3,438.78
资产总计	333,806.51	342,554.12	179,503.47	65,385.90
流动负债：				
短期借款	41,547.80	38,001.62	3,231.88	-
交易性金融负债	168.47	14.33	46.66	-
应付账款	19,238.56	34,516.55	18,070.85	8,356.95
预收款项	-	-	-	3,015.51
合同负债	4,932.81	5,449.08	5,389.40	-
应付职工薪酬	2,908.24	3,554.70	3,082.22	1,626.21
应交税费	6,940.70	7,260.83	11,143.40	7,193.54
其他应付款	5,060.51	6,671.47	7,184.27	2,116.51
一年内到期的非流动负债	11,740.97	9,909.73	21.31	26.25
其他流动负债	620.66	1,123.41	714.42	305.55
流动负债合计	93,158.72	106,501.73	48,884.40	22,640.52
非流动负债：				
租赁负债	74,883.46	81,744.10	-	-
长期应付款	-	-	68.01	88.66
递延所得税负债	48.24	312.94	4.50	1.90
非流动负债合计	74,931.70	82,057.04	72.51	90.56
负债合计	168,090.42	188,558.77	48,956.91	22,731.08
股东权益：				
股本（实收资本）	36,135.00	36,135.00	36,135.00	3,066.35
资本公积	65,183.71	65,183.71	65,058.91	29,710.72
其他综合收益	-142.29	-826.19	-168.40	755.60

盈余公积	4,304.15	4,304.15	2,568.85	744.45
未分配利润	60,235.53	49,198.69	26,952.20	8,377.69
归属母公司股东权益合计	165,716.09	153,995.35	130,546.56	42,654.82
所有者权益合计	165,716.09	153,995.35	130,546.56	42,654.82
负债和所有者权益合计	333,806.51	342,554.12	179,503.47	65,385.90

2、合并利润表

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
减：营业成本	192,433.71	401,980.22	246,534.51	102,801.61
税金及附加	222.47	102.70	56.32	22.79
销售费用	61,391.43	131,307.54	82,296.99	99,959.21
管理费用	8,365.35	17,717.97	17,013.11	10,689.50
研发费用	1,788.41	2,451.04	1,276.93	1,042.95
财务费用	1,483.40	9,360.52	715.42	535.72
其中：利息费用	1,576.62	1,953.54	50.55	21.12
利息收入	243.53	359.30	70.55	32.13
加：其他收益	108.86	483.33	239.08	155.52
投资收益（损失以“-”号填列）	665.77	1,946.00	644.54	178.04
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	624.16	2,364.02	-9.93	15.84
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-279.85	108.93	-547.96	-326.30
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-1,625.91	-8,705.37	-2,678.86	-3,192.71
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-5.22	45.57	-32.88	-
二、营业利润（损失以“-”号填列）	14,670.73	30,060.43	46,819.98	14,335.25
加：营业外收入	0.86	6.59	1.31	0.30
减：营业外支出	195.81	212.26	210.71	34.79
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	14,475.78	29,854.76	46,610.58	14,300.76

减：所得税费用	3,438.94	5,872.97	8,585.97	3,501.33
四、净利润(净亏损以“-”号填列)	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
(一) 按照经营持续分类				
持续经营净利润	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
(二) 按照所有权归属分类				
少数股东权益	-	-	-	-
归属于母公司股东的净利润	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
五、其他综合收益的税后净额	683.90	-657.79	-924.00	354.17
归属于母公司股东的其他综合收益的税后净额	683.90	-657.79	-924.00	354.17
将重分类进损益的其他综合收益				
其中：可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
外币财务报表折算差额	683.90	-657.79	-924.00	354.17
六、综合收益总额	11,720.74	23,324.00	37,100.61	11,153.61
归属于母公司股东的综合收益总额	11,720.74	23,324.00	37,100.61	11,153.61
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-	-
七、每股收益				
(一) 基本每股收益(元)	0.31	0.66	1.08	/
(二) 稀释每股收益(元)	0.31	0.66	1.08	/

3、合并现金流量表

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	241,520.86	532,504.92	349,476.92	184,417.48
收到的税费返还	7,679.82	16,955.89	3,186.44	3,412.05
收到其他与经营活动有关的现金	869.40	543.53	287.78	120.37
经营活动现金流入小计	250,070.08	550,004.35	352,951.14	187,949.90
购买商品、接受劳务支付的现金	175,273.55	408,143.19	290,099.69	130,962.92
支付给职工以及为职工支付的现金	13,603.83	20,682.25	12,783.18	8,188.32

支付的各项税费	32,389.60	69,520.61	49,363.20	28,114.11
支付其他与经营活动有关的现金	13,024.22	25,166.19	21,444.34	11,784.94
经营活动现金流出小计	234,291.20	523,512.24	373,690.41	179,050.29
经营活动产生的现金流量净额	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	37,710.23	90,857.00	132,353.50	69,328.00
取得投资收益收到的现金	1,939.89	2,038.37	418.44	179.68
处置固定资产和其他长期资产收回的现金净额	39.29	42.06	10.20	-
投资活动现金流入小计	39,689.40	92,937.43	132,782.14	69,507.68
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	813.48	3,475.28	1,527.48	1,250.24
投资支付的现金	47,299.60	104,159.27	148,147.50	72,934.00
投资活动现金流出小计	48,113.08	107,634.56	149,674.98	74,184.24
投资活动使用的现金流量净额	-8,423.67	-14,697.12	-16,892.84	-4,676.57
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	-	46,403.00	3,819.70
取得借款收到的现金	23,337.80	51,307.44	-	-
筹资活动现金流入小计	23,337.80	51,307.44	46,403.00	3,819.70
偿还债务支付的现金	30,366.01	15,900.87	-	1,372.64
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	227.23	622.36	3,314.37	21.12
同一控制下业务合并支付的现金净额	-	-	-	137.91
支付其他与筹资活动有关的现金	12,987.09	16,050.27	323.25	55.74
筹资活动现金流出小计	43,580.32	32,573.50	3,637.62	1,587.41
筹资活动产生的现金流量净额	-20,242.52	18,733.94	42,765.38	2,232.28
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	238.85	-1,600.02	-510.13	94.89
五、现金及现金等价物净增加/（减少）额	-12,648.47	28,928.90	4,623.14	6,550.22
加：期/年初现金及现金等价物余额	46,547.21	17,618.31	12,995.17	6,444.96
六、年末现金及现金等价物余额	33,898.75	46,547.21	17,618.31	12,995.17

(二) 母公司财务报表

1、母公司资产负债表

单位：万元

项目	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动资产：				
货币资金	21,264.48	18,629.18	8,503.37	3,250.60
交易性金融资产	84.85	-	10,034.73	6,221.84
应收账款	51,553.98	53,930.73	50,285.99	13,697.35
预付款项	456.43	133.62	65.49	5.42
其他应收款	12,239.40	6,007.37	38,750.46	9,220.78
一年内到期的非流动资产	5,888.90	5,740.62	-	-
其他流动资产	2,160.29	1,682.71	527.87	123.48
流动资产合计	93,648.34	86,124.22	108,167.90	32,519.47
非流动资产：				
债权投资	27,938.44	19,648.68	7,648.14	-
长期股权投资	33,585.74	33,585.74	16,870.98	11,248.60
固定资产	333.87	338.54	85.81	54.34
在建工程	50.88	119.03	44.39	138.82
使用权资产	2,418.63	2,688.64	-	-
无形资产	818.02	651.29	340.80	19.81
长期待摊费用	79.34	141.42	231.13	257.17
递延所得税资产	-	1.25	-	-
其他非流动资产	8,467.53	8,322.30	1,717.78	-
非流动资产合计	73,692.46	65,496.89	26,939.03	11,718.74
资产总计	167,340.80	151,621.11	135,106.92	44,238.22
流动负债：				
短期借款	10,687.32	-	-	-
应付账款	226.74	83.15	107.21	109.26
预收款项	-	-	-	0.77

合同负债	5.43	-	14.38	-
应付职工薪酬	2,357.79	2,496.85	1,914.45	1,011.16
应交税费	399.09	78.80	4,702.11	1,434.02
其他应付款	477.89	482.57	260.32	174.97
一年内到期的非流动负债	407.66	512.45	-	-
流动负债合计	14,561.91	3,653.83	6,998.47	2,730.18
非流动负债：				
租赁负债	2,223.22	2,385.57	-	-
递延所得税负债	11.36	-	4.50	1.90
非流动负债合计	2,234.58	2,385.57	4.50	1.90
负债合计	16,796.50	6,039.40	7,002.97	2,732.07
股东权益：				
股本（实收资本）	36,135.00	36,135.00	36,135.00	3,066.35
资本公积	66,468.25	66,468.25	66,343.45	30,995.26
盈余公积	4,304.15	4,304.15	2,568.85	744.45
未分配利润	43,636.92	38,674.33	23,056.66	6,700.08
股东权益合计	150,544.31	145,581.72	128,103.96	41,506.14
负债和股东权益总计	167,340.80	151,621.11	135,106.92	44,238.22

2、母公司利润表

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
一、营业收入	16,416.73	40,377.28	59,698.49	21,969.74
减：营业成本	6,713.19	11,072.43	7,153.42	5,154.31
税金及附加	9.61	36.31	12.51	7.63
管理费用	2,790.28	3,981.37	7,940.10	3,677.79
研发费用	1,788.41	2,451.04	1,276.93	1,042.95
财务费用	211.37	3,070.33	606.78	-112.52
其中：利息费用	73.58	148.50	-	-
利息收入	232.06	1,544.83	59.13	29.27

加：其他收益	94.88	251.54	89.80	83.13
投资收益（损失以“-”号填列）	629.31	578.83	494.13	136.85
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	109.76	0.36	34.73	15.84
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-0.78	-3.61	-1.53	0.41
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-0.37	-	-
二、营业利润	5,737.04	20,592.55	43,325.87	12,435.81
加：营业外收入	0.20	0.80	17.29	0.18
减：营业外支出	0.00	233.58	53.13	0.03
三、利润总额	5,737.24	20,359.77	43,290.04	12,435.96
减：所得税费用	774.65	3,006.80	7,483.35	2,433.36
四、净利润	4,962.59	17,352.96	35,806.68	10,002.60
（一）按照经营持续分类				
持续经营净利润	4,962.59	17,352.96	35,806.68	10,002.60
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
六、综合收益总额	4,962.59	17,352.96	35,806.68	10,002.60

3、母公司现金流量表

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量				
销售商品、提供劳务收到的现金	18,149.99	32,441.52	22,521.60	9,196.92
收到的税费返还	-	-	-	0.05
收到其他与经营活动有关的现金	171.61	391.32	139.46	84.50
经营活动现金流入小计	18,321.60	32,832.84	22,661.05	9,281.47
购买商品、接受劳务支付的现金	1,188.16	2,929.84	1,215.81	658.20
支付给职工以及为职工支付的现金	9,123.51	11,993.08	6,574.32	3,730.86
支付的各项税费	472.15	7,681.66	4,916.23	1,170.77
支付其他与经营活动有关的现金	1,305.55	8,368.22	31,927.63	1,557.53
经营活动现金流出小计	12,089.37	30,972.80	44,634.00	7,117.36

经营活动产生的现金流量净额	6,232.23	1,860.04	-21,972.94	2,164.11
二、投资活动产生的现金流量				
收回投资收到的现金	10,070.23	39,787.00	89,170.85	36,040.00
取得投资收益收到的现金	24.91	175.02	361.84	138.08
处置固定资产和其他长期资产收回的现金净额	-	0.13	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	20,129.15	59,130.00	-	-
投资活动现金流入小计	30,224.29	99,092.15	89,532.69	36,178.08
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	174.22	795.25	376.51	497.65
投资支付的现金	20,159.37	47,089.27	100,464.85	39,646.00
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	16,714.77	4,600.00	-
支付的其他与投资活动有关的现金	15,400.00	24,770.00	-	-
投资活动现金流出小计	35,733.59	89,369.28	105,441.36	40,143.65
投资活动使用的现金流量净额	-5,509.30	9,722.87	-15,908.67	-3,965.57
三、筹资活动产生的现金流量				
吸收投资收到的现金	-	-	46,403.00	3,819.70
取得借款所收到的现金	2,887.88	1,000.00	-	-
筹资活动现金流入小计	2,887.88	1,000.00	46,403.00	3,819.70
偿还债务所支付的现金	2,887.88	1,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	6.39	497.91	3,263.82	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	6,932.89	961.56	-	-
筹资活动现金流出小计	9,827.16	2,459.47	3,263.82	-
筹资活动产生的现金流量净额	-6,939.28	-1,459.47	43,139.18	3,819.70
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	167.21	2.38	-4.80	9.78
五、现金及现金等价物净增加/(减少)额	-6,049.15	10,125.81	5,252.76	2,028.01
加：年初现金及现金等价物余额	18,629.18	8,503.37	3,250.60	1,222.59
六、年末现金及现金等价物余额	12,580.03	18,629.18	8,503.37	3,250.60

二、审计意见及关键审计事项

（一）审计意见

公司申报会计师普华永道审计了公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的财务报表，并出具了无保留意见的《审计报告》（普华永道中天审字[2022]第 11036 号）。普华永道认为，公司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 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 2022 年 6 月 30 日的合并及公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的合并及公司经营成果和现金流量。

（二）关键审计事项

关键审计事项是普华永道根据职业判断，认为对 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的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，普华永道不对这些事项单独发表意见。

普华永道在审计中识别出的关键审计事项汇总如下：

关键审计事项	审计程序
主营业务收入确认	
相关会计年度：2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月 致欧科技从事自有品牌的家居产品的研发、设计和销售，其收入主要通过亚马逊等电商平台开设官方网店向终端消费者销售商品（B2C 业务）或直接批发销售商品（B2B 业务）来实现。B2C 业务在商品交付给终端消费者时确认收入；B2B 业务在按照合同约定的交付方式交付时确认收入。 致欧科技 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的主营业务收入分别为人民币 232,223.33 万元、人民币 396,786.79 万元、人民币 595,867.74 万元及人民币 277,491.29 万元。 由于致欧科技的主营业务收入交易数量庞大，主营业务收入确认一定程度上需要依赖电商平台的销售系统和数据，且主营业务收入金额对财务报表具有重大影响，普华永道在审计中予以重点关	普华永道对致欧科技主营业务收入确认实施的审计程序主要包括： （1）了解并评价关于主营业务收入确认的会计政策，并分析这些会计政策是否符合业务实质和企业会计准则； （2）了解、评价与主营业务收入相关的内部控制，并测试包括与商品定价、订单处理、商品发货、收入确认以及销售收款相关的关键内部控制； （3）了解、评估并测试财务系统以及与财务报告相关的业务系统的信息系统一般控制和应用控制； （4）测试财务系统与业务系统的对接功能：从业务系统中提取全年交易明细记录，将其核对至从电商平台下载的销售订单及收款记录；将电商平台对账单中的提现金额与银行对账单中的相应收款金额进行核对； （5）选取主营业务收入样本，检查交易过程中的

注并投入了大量的时间和资源，因此，普华永道将主营业务收入确认识别为关键审计事项。	相关单据，包括销售订单、发货记录、电商平台对账单及资金收款凭证等； （6）对收入进行截止性测试，以抽样形式选取资产负债表日前后的销售收入，核对至相关支持性文件，评价收入是否被记录于恰当的会计期间； （7）选取 B2B 业务样本，对交易额及应收账款余额执行函证程序； （8）执行其他信息系统核查程序，包括就月度销售数据、新增终端消费者账号数据进行趋势分析；对收件人行为、下单人行为、订单金额分组、物流情况、终端消费者地域分布、退货等源自电商平台的数据是否有异常情况进行了数据分析。 基于所实施的审计程序，普华永道发现获取的审计证据可以支持致欧科技的主营业务收入确认。
当期所得税会计处理	
相关会计年度：2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月 致欧科技从事跨境电商出口贸易业务，其收入来源于全球多个国家及地区，因此致欧科技的经营活动受到中国以及多个其他国家和地区的税收司法管辖。在正常的经营活动中，部分交易和事项的最终税务处理存在不确定性，税务机关有时亦会就某些事项的税务处理提出质疑。在估计这些交易和事项的税务处理结果以及计提所得税费用时，管理层需要评估相关司法权区的有关税务处理受到税务机关质疑的潜在风险以及通过谈判解决的可能性。 致欧科技 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月的当期所得税费用分别为人民币 3,490.46 万元、人民币 10,083.97 万元、人民币 5,393.46 万元及人民币 3,400.70 万元。 鉴于当期所得税会计处理涉及管理层重大判断和估计，普华永道将其识别为关键审计事项。	普华永道对致欧科技当期所得税会计处理实施的审计程序主要包括： （1）了解并评价与当期所得税会计处理相关的内部控制，并测试包括与识别潜在不确定因素、纳税申报、税款缴纳相关的关键内部控制； （2）取得并复核应纳税所得额的计算表； （3）在内部税务专家的协助下，评估管理层按税法规定对税前利润针对收入、成本与费用的调节项目的完整性，并识别潜在不确定因素的完整性以及计提所得税费用时作出的重大判断的合理性，其中包括判断费用支出项目是否可以税前列支，以及其他纳税调节项是否符合税法的规定等，并重新计算应计提所得税费用的金额； （4）以抽样形式检查纳税申报及税款缴纳记录，核对至各个国家和地区的税务机关的纳税申报文件及完税凭证； （5）评估管理层对当期所得税会计处理相关披露的充分性，并评价其是否符合企业会计准则的规定。 基于所实施的审计程序，普华永道发现获取的审计证据可以支持致欧科技对当期所得税会计处理的判断和估计。

三、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表的编制基础

公司财务报表按照财政部于 2006 年 2 月 15 日及以后期间颁布的《企业会计

准则——基本准则》、各项具体会计准则及相关规定（以下合称“企业会计准则”）以及中国证券监督管理委员会《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》的披露规定编制。

公司财务报表以持续经营为编制基础。

（二）持续经营能力评价

公司不存在导致对报告期末后 12 个月以内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（三）合并财务报表范围及变化情况

1、合并范围的变更

（1）2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月新设子公司

公司名称	股权取得方式	设立时间	注册资本	出资比例
东莞致欧	设立	2020.09.10	100.00 万元	100.00%
FURNOLIC	设立	2021.05.25	200.00 万英镑	100.00%
致欧供应链	设立	2022. 03. 24	100. 00 万元	100. 00%

2、在子公司中的权益

序号	公司名称	主要经营地	注册地	持股比例	直接/间接	取得方式
1	领未科技	郑州	郑州	100.00%	直接	同一控制下企业合并
2	东莞致欧	东莞	东莞	100.00%	直接	设立
3	致欧国际	香港	香港	100.00%	直接	设立
4	EUZIEL	德国	德国	100.00%	间接	设立
5	AMEZIEL	美国	美国	100.00%	间接	设立
6	ZIELJP	日本	日本	100.00%	间接	设立
7	FURNOLIC	英国	英国	100.00%	直接	设立
8	致欧供应链	东莞	东莞	100. 00%	直接	设立

四、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

公司在确定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，结合公司自身所处的行业、业务发展实际情况、投资者及社会公众信息需求，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经营活动、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；在判断项目金额大小的重要性时，因公司业务持续增长且持续盈利，故以公司最近三个会计年度利润总额平均数的 5%作为判断标准。

五、对公司未来盈利（经营）能力可能产生较大影响的财务和非财务因素、对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

（一）影响收入的主要因素

1、全球家居市场规模持续增长，中国完善的制造业体系及优质的家具家居产业集群助力中国品牌出海

公司的收入首先受到家具家居行业发展宏观趋势的影响。近年来，全球家具家居行业市场规模不断扩大。根据 Statista 的数据，2020 年全球家具市场规模为 5,098.00 亿美元，2027 年预计将到 6,507.00 亿美元，增幅达到 27.64%；根据 Euromonitor 的数据，2017 年至 2020 年，全球家居用品（主要为家居收纳、家居装饰、家居用具以及部分室外生活用品等，不含家具产品）市场规模的年复合增长率为 1.12%，截至 2020 年，市场规模为 6,772.78 亿美元，预计 2025 年将达到 8,519.84 亿美元。消费者对家具家居产品的设计、品质等要求日益提升，同时宠物用品、庭院园艺等相关品类市场蓬勃发展，为公司产品市场的开拓和深挖提供了坚实的基础。

2000 年以来，中国的家具制造产业发展较为迅速，从 2002 年仅占全球家具生产总值的 3%，到 2010 年首次成为世界第一大家具生产国，2017 年更是以 30% 左右的市场份额稳居世界第一大家具生产国。尽管受到中美贸易摩擦等不利外部因素影响，近几年来我国家具出口额仍保持增长态势。中国海关总署统计数据显示，2021 年我国家具及其零件累计出口金额达 739.76 亿美元，同比增长 26.4%。中国家具家居产业乃至整体制造业的雄厚实力为我国家居品牌商出海参与国际竞争提供了可能。

2、跨境电商行业蓬勃发展，并得到国家政策大力支持

近年来，随着国内市场竞争日益加大，以及我国制造业优势在国际市场上日益凸显，大量国内企业纷纷探索通向境外市场、参与海外市场竞争的道路，跨境电商行业成为近年出海发展最快的产业，也成为制造业产能对外输出的重要通道。尤其是新冠肺炎疫情以来，我国率先从疫情中恢复了整体工业产能，成为疫情期间全球生产生活物资、抗疫物资的重要供应国，2020 年我国跨境电商企业普遍经历了业绩井喷。

自 2012 年以来，商务部等多个部门出台了多部文件支持国内企业通过电子商务平台开展对外贸易。尤其是 2020 年 10 月 25 日国务院发布了《国务院办公厅关于推进对外贸易创新发展的实施意见》（国办发〔2020〕40 号），提出构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，加快推进国际市场布局、国内区域布局、经营主体、商品结构、贸易方式等“五个优化”和外贸转型升级基地、贸易促进平台、国际营销体系等“三项建设”，培育新形势下参与国际合作和竞争新优势，实现外贸创新发展。在国家产业政策日益完善的时代背景下，尤其是在针对性激励政策的不断推动下，我国跨境电商呈现蓬勃发展的势头，跨境出口电商零售企业迎来重要的发展机遇。

3、海外市场电商渗透率逐步提高

近年来，欧美国家电商行业经历了蓬勃的发展，电商渗透率逐步提高。Statista 数据显示，2014 年全球电商渠道零售额为 13,360 亿美元，2020 年达到 42,800 亿美元，预计未来增速将保持较高水平，2020-2024 年复合年增速有望达到 10%；电商零售额占全球零售总额的比例也呈现持续增长的态势，从 2015 年的 7.4% 提升至 2020 年的 18.0%，预计 2024 年将达到 21.8%。其中，欧洲的电商零售额占比从 2015 年的 7.2% 提升至 2020 年的 16.2%；美国的电商零售额占比从 2015 年的 7.0% 提升至 2020 年的 13.6%。

2020 年新冠肺炎疫情以来，因海外普遍经历了疫情反复爆发，并频繁采取居家隔离、封城等防疫措施，普通民众大大增加了防疫居家的时间，促进了家具家居及宠物用品等家用属性较强产品的消耗和再购买；外出限制和线下实体店关闭等措施进一步使得购物渠道向线上集中。公司主要在亚马逊、ManoMano、Cdiscount、eBay 等线上平台进行销售，直接受益于海外市场电商渗透率的提高。

4、研发设计能力和市场趋势把控能力

家具家居行业发展较为成熟，参与者众多、竞争充分，在夯实供应链管理体系的基础上，持续提升研发设计能力、精准把握消费者需求和市场流行趋势，以创新提高销售收入，对公司保持盈利能力至关重要。

近年来，公司不断加强市场信息采集、消费者调研、潮流趋势分析等研发前端投入，以及选材选料、人才配置、硬件软件提升等中端投入，不断提升研发设计能力，从而精准洞察、把握消费者需求变化，研判市场流行趋势，不断提升消费者产品满意度，从而提高销售收入。

5、品牌影响力和消费者满意度增强

公司自设立以来，通过长期稳健经营成功打造了 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 于亚马逊等线上平台家居领域知名的自有品牌，持续深耕家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等细分领域，并成为全球知名的互联网家居品牌商。

在巩固和提高公司品牌影响的基础上，公司不断加大品牌建设投入、提升品牌建设能力，持续提高品牌曝光度和品牌影响力，更不断以优质的产品和服务提高市场接受度和消费者满意度，从而巩固和提升公司的市场地位和知名度，扩大销售收入。

6、不断扩张的 B2C 和 B2B 销售渠道

公司是全球互联网家居产品的知名品牌商，也是亚马逊平台知名卖家，公司不断开拓海外线上、线下销售渠道。

B2C 销售渠道方面，在巩固亚马逊等现有成熟销售平台和站点基础上，公司不断增设新的站点，同时拓展其他线上平台，从而不断扩大对各个国家和地区的线上 B2C 销售渠道的覆盖范围；B2B 销售渠道方面，公司积极开拓线上 B2B 客户，不断扩大对亚马逊 Vendor、Wayfair 等知名线上自营平台的销售规模，另一方面公司也不断扩展线下 B2B 客户，形成对总体收入增长的有效补充。

（二）影响成本的主要因素

公司主要从事自有品牌家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居产品的研发、设计和销售。公司主要采取自主研发及合作开发、外协生产的产品供应模式，公司产品全部由外协厂商负责生产，因此公司主营业务成本首先为外协

产品采购成本；其次，公司主要在欧洲、北美、日本等市场的亚马逊等知名第三方电商平台进行销售，国内采购并运往海外仓储入库前的相关境内运费、海运费、关税等其他支出同样计入产品销售成本并结转主营业务成本，一定程度上会对成本造成影响。因此，前述产品、服务采购成本均会直接影响公司成本，相关产品原材料、动力、人工、海运费、关税等要素的变化会对公司成本产生直接影响。

（三）影响费用的主要因素

报告期内，公司期间费用（2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月含重分类至营业成本的运输费用）合计占营业收入的比例分别为 48.26%、42.36%、43.92%和 42.04%。公司期间费用主要包括销售费用、管理费用、研发费用和财务费用，其中销售费用（2020、2021 年和 2022 年 1-6 月含重分类至营业成本的运输费）占营业收入比例最高，2019-2021 年及 2022 年 1-6 月分别为 42.98%、37.57%、38.98%和 37.90%。公司销售费用主要受运输费、平台交易费、仓储费、广告费、职工薪酬等影响，因此，如果未来前述销售费用的明细费用发生较大变化，将对公司期间费用产生较大影响。

（四）影响利润的主要因素

报告期内，公司利润主要来源于营业利润，影响营业利润的主要因素为营业收入、营业成本以及期间费用。因此，未来公司营业收入增长速度、成本费用管控能力将直接影响到公司的利润水平。

（五）对公司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

1、营业收入增长率

营业收入是利润表最重要项目，是净利润的源泉，营业收入增长率是判断公司经营状况、持续经营最重要的指标。报告期内，受益于跨境出口电商行业和全球家居市场的快速发展，以及公司良好的品牌形象、优质的产品和服务、销售渠道的巩固和拓展、市场认可度的提高和综合竞争力的持续增强，公司营业收入保持高速增长，其 2020 年、2021 年分别较上一年度增长 70.75%、50.27%，体现了公司所处行业和产品具有良好的市场前景以及公司良好的成长性和持续经营

能力。

2、毛利率

报告期内，公司综合毛利率分别为 55.80%、54.76%、49.61%和 **47.53%**（为了保持报告期各期财务指标的可比性，2020 年、2021 年和 **2022 年 1-6 月** 毛利率计算剔除按新收入准则要求计入主营业务成本的运输费影响），总体处于较高水平，主要源于公司营业收入的高速增长、运营效率的持续提升以及品牌溢价能力的不断增强，表明了公司主营业务商业模式的合理性和经营的可持续性，也表明了公司具有较强的综合竞争力及持续盈利能力。

六、主要会计政策及会计估计

公司根据生产经营特点确定具体会计政策和会计估计，主要体现在金融工具减值、存货的跌价准备、收入的确认时点、所得税等。

（一）遵循企业会计准则的声明

公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司 2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日、2021 年 12 月 31 日及 **2022 年 6 月 30 日** 的合并及公司财务状况以及 2019 年度、2020 年度、2021 年度及 **2022 年 1-6 月** 的合并及公司经营成果和现金流量等有关信息。

（二）会计年度

会计年度为公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

（三）记账本位币

公司的记账本位币为人民币。公司下属子公司根据其经营所处的主要经济环境确定其记账本位币。公司之位于香港、美国、德国、日本、英国等境外子公司分别以美元、欧元、日元或英镑为其记账本位币。本财务报表以人民币列示。

（四）企业合并

同一控制下的企业合并。

合并方支付的合并对价及取得的净资产均按账面价值计量，如被合并方是最

终控制方以前年度从第三方收购来的，则以被合并方的资产、负债（包括最终控制方收购被合并方而形成的商誉）在最终控制方合并财务报表中的账面价值为基础。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值的差额，调整资本公积（股本溢价）；资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。为进行企业合并发生的直接相关费用于发生时计入当期损益。为企业合并而发行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。

（五）合并财务报表的编制方法

编制合并财务报表时，合并范围包括公司及全部子公司。

从取得子公司的实际控制权之日起，公司开始将其纳入合并范围；从丧失实际控制权之日起停止纳入合并范围。对于同一控制下企业合并取得的子公司，自其与公司同受最终控制方控制之日起纳入公司合并范围，并将其在合并日前实现的净利润在合并利润表中单列项目反映。

在编制合并财务报表时，子公司与公司采用的会计政策或会计期间不一致的，按照公司的会计政策和会计期间对子公司财务报表进行必要的调整。

公司所有重大往来余额、交易及未实现利润在合并财务报表编制时予以抵销。子公司的股东权益、当期净损益及综合收益中不属于公司所拥有的部分分别作为少数股东权益、少数股东损益及归属于少数股东的综合收益总额在合并财务报表中股东权益、净利润及综合收益总额项下单独列示。公司向子公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，全额抵销归属于母公司股东的净利润；子公司向公司出售资产所发生的未实现内部交易损益，按公司对该子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。子公司之间出售资产所发生的未实现内部交易损益，按照母公司对出售方子公司的分配比例在归属于母公司股东的净利润和少数股东损益之间分配抵销。

如果以公司为会计主体与以公司或子公司为会计主体对同一交易的认定不同时，从公司的角度对该交易予以调整。

（六）现金及现金等价物

现金及现金等价物是指库存现金，可随时用于支付的存款，以及持有的期限

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。

（七）外币折算

1、外币交易

外币交易按交易发生日的即期汇率将外币金额折算为记账本位币入账。

于资产负债表日，外币货币性项目采用资产负债表日的即期汇率折算为记账本位币。为购建符合借款费用资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑差额在资本化期间内予以资本化；其他汇兑差额直接计入当期损益。以历史成本计量的外币非货币性项目，于资产负债表日采用交易发生日的即期汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

2、外币财务报表的折算

境外经营的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，股东权益中除未分配利润项目外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。境外经营的利润表中的收入与费用项目，采用交易期间的平均汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，计入其他综合收益。境外经营的现金流量项目，采用现金流量交易期间的平均汇率折算。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。

（八）金融工具（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

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。当公司成为金融工具合同的一方时，确认相关的金融资产或金融负债。

1、金融资产

（1）分类和计量

公司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，将金融资产划分为：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金融资产；③以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

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。因销售商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，公司按照预期有权收取的对价金额作为初始

确认金额。

①债务工具

债务工具是指从发行方角度分析符合金融负债定义的工具，分别采用以下三种方式进行计量：

A、以摊余成本计量：公司管理此类金融资产的业务模式为以收取合同现金流量为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致，即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。公司对于此类金融资产按照实际利率法确认利息收入。此类金融资产主要包括货币资金、应收账款、其他应收款、债权投资和其他非流动资产等。公司将自资产负债表日一年内（含一年）到期的债权投资，列示为一年内到期的非流动资产；取得时期限在一年内（含一年）的债权投资列示为其他流动资产。

B、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益：公司管理此类金融资产的业务模式为既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，且此类金融资产的合同现金流量特征与基本借贷安排相一致。此类金融资产按照公允价值计量且其变动计入其他综合收益，但减值损失或利得、汇兑损益和按照实际利率法计算的利息收入计入当期损益。

C、以公允价值计量且其变动计入当期损益：公司将持有的未划分为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债务工具，以公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产。在初始确认时，公司为了消除或显著减少会计错配，将部分金融资产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。自资产负债表日起超过一年到期且预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产，其余列示为交易性金融资产。

②权益工具

公司将对其没有控制、共同控制和重大影响的权益工具投资按照公允价值计量且其变动计入当期损益，列示为交易性金融资产；自资产负债表日起预期持有超过一年的，列示为其他非流动金融资产。

此外，公司将部分非交易性权益工具投资于初始确认时指定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，列示为其他权益工具投资。该类金融资产的相关股利收入计入当期损益。

（2）减值

公司对于以摊余成本计量的金融资产，以预期信用损失为基础确认损失准备。

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。

于每个资产负债表日，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，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，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，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，公司假设其信用风险自初始确认后并未显著增加，认定为处于第一阶段的金融工具，按照未来 12 个月内的预期信用损失计量损失准备。

公司对于处于第一阶段和第二阶段的金融工具，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。

对于因销售商品、提供劳务等日常经营活动形成的应收账款，无论是否存在重大融资成分，公司均按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。对于应收租赁款，公司亦选择按照整个存续期的预期信用损失计量损失准备。

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，公司依据信用风险特征将应收款项划分为若干组合，在组合基础上计算预期信用损失，确定组合的依据和计提方法如下：

项目	类型
应收账款	
应收账款组合一	应收关联方组合
应收账款组合二	除上述组合以外的应收账款
其他应收款	

其他应收款组合一	应收关联方组合
其他应收款组合二	应收平台暂存款组合
其他应收款组合三	应收押金和保证金组合
其他应收款组合四	应收员工备用金组合
其他应收款组合五	应收在途资金组合

对于划分为组合的应收账款、应收租赁款，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。

对于划分为组合的其他应收款，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。

公司将计提或转回的损失准备计入当期损益。

（3）终止确认

金融资产满足下列条件之一的，予以终止确认：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，且公司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；③该金融资产已转移，虽然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，但是放弃了对该金融资产控制。

其他权益工具投资终止确认时，其账面价值与收到的对价以及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额，计入留存收益；其余金融资产终止确认时，其账面价值与收到的对价以及原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额之和的差额，计入当期损益。

2、金融负债

金融负债于初始确认时分类为以摊余成本计量的金融负债和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。

公司的金融负债主要为以摊余成本计量的金融负债，包括应付账款、其他应付款及借款等。该类金融负债按其公允价值扣除交易费用后的金额进行初始计量，并采用实际利率法进行后续计量。期限在一年以下（含一年）的，列示为流动负债；期限在一年以上但自资产负债表日起一年内（含一年）到期的，列示为一年内到期的非流动负债；其余列示为非流动负债。

当金融负债的现时义务全部或部分已经解除时，公司终止确认该金融负债或义务已解除的部分。终止确认部分的账面价值与支付的对价之间的差额，计入当期损益。

3、金融工具的公允价值确定

存在活跃市场的金融工具，以活跃市场中的报价确定其公允价值。不存在活跃市场的金融工具，采用估值技术确定其公允价值。在估值时，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，选择与市场参与者在相关资产或负债的交易中所考虑的资产或负债特征相一致的输入值，并尽可能优先使用相关可观察输入值。在相关可观察输入值无法取得或取得不切实可行的情况下，使用不可观察输入值。

（九）存货

1、分类

存货包括库存商品、在途存货和发出商品等，按成本与可变现净值孰低计量。

2、发出存货的计价方法

存货发出时的成本按加权平均法核算，库存商品成本包括存货采购成本以及按系统的方法分配的关税、运费及清关费等。

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

存货跌价准备按存货成本高于其可变现净值的差额计提。可变现净值按日常活动中，以存货的估计售价减去估计的销售费用以及相关税费后的金额确定。

4、公司的存货盘存制度采用永续盘存制。

（十）长期股权投资

长期股权投资为公司对子公司的长期股权投资。

子公司为公司能够对其实施控制的被投资单位。对子公司的投资，在公司财务报表中按照成本法确定的金额列示，在编制合并财务报表时按权益法调整后合并。

1、投资成本确定

对于企业合并形成的长期股权投资：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

的份额作为投资成本。

对于以企业合并以外的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

采用成本法核算的长期股权投资，按照初始投资成本计量，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。

3、确定对被投资单位具有控制的依据

控制是指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。

4、长期股权投资减值

对子公司的长期股权投资，当其可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（十一）固定资产

1、固定资产确认及初始计量

固定资产包括机器设备、运输工具、电子设备及办公设备等。

固定资产在与其有关的经济利益很可能流入公司、且其成本能够可靠计量时予以确认。购置或新建的固定资产按取得时的成本进行初始计量。

与固定资产有关的后续支出，在与其有关的经济利益很可能流入公司且其成本能够可靠计量时，计入固定资产成本；对于被替换的部分，终止确认其账面价值；所有其他后续支出于发生时计入当期损益。

2、固定资产的折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法并按其入账价值减去预计净残值后在预计使用寿命内计提。对计提了减值准备的固定资产，则在未来期间按扣除减值准备后的账面价值及依据尚可使用年限确定折旧额。

固定资产的预计使用寿命、净残值率及年折旧率列示如下：

项目	预计使用寿命	预计净残值率	年折旧率
运输工具	3-9 年	0-5%	11.33%-33.33%

电子设备及办公设备	3-9 年	0-5%	11.33%-33.33%
机器设备	3-15 年	0-5%	6.67%-33.33%

对固定资产的预计使用寿命、预计净残值和折旧方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

3、当固定资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

4、固定资产的处置

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。

（十二）在建工程

在建工程按实际发生的成本计量。实际成本包括软件系统采购成本、安装成本以及其他为使在建工程达到预定可使用状态所发生的必要支出。在建工程在达到预定可使用状态时，转入无形资产并自当月起开始计提摊销。当在建工程的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

（十三）无形资产

无形资产包括商标及外购软件，以成本计量，按预计使用年限 5-15 年平均摊销。

1、定期复核使用寿命和摊销方法

对使用寿命有限的无形资产的预计使用寿命及摊销方法于每年年度终了进行复核并作适当调整。

2、研究与开发

内部研究开发项目支出根据其性质以及研发活动最终形成无形资产是否具有较大不确定性，被分为研究阶段支出和开发阶段支出。

为产品设计及工艺改进而进行的有计划的调查、评价和选择阶段的支出为研究阶段的支出，于发生时计入当期损益；大规模生产之前，针对产品及工艺最终应用的相关设计、测试阶段的支出为开发阶段的支出，同时满足下列条件的，予以资本化：

- (1) 产品及工艺的开发已经技术团队进行充分论证；
- (2) 管理层已批准产品及工艺开发的预算；
- (3) 前期市场调研的研究分析说明产品及工艺所生产的产品具有市场推广能力；
- (4) 有足够的技术和资金支持，以进行产品及工艺的开发活动及后续的大规模生产；
- (5) 产品及工艺开发的支出能够可靠地归集。

不满足上述条件的开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。以前期间已计入损益的开发支出不在以后期间重新确认为资产。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起转为无形资产。

3、无形资产减值

当无形资产的可收回金额低于其账面价值时，账面价值减记至可收回金额。

(十四) 长期待摊费用

长期待摊费用包括经营租入固定资产改良、使用权资产改良及其他已经发生但应由本期和以后各期负担的、分摊期限在一年以上的各项费用，按预计受益年限分期平均摊销，并以实际支出减去累计摊销后的净额列示。

(十五) 借款费用

公司发生的可直接归属于需要经过相当长时间的购建活动才能达到预定可使用状态之资产的购建的借款费用，在资产支出及借款费用已经发生、为使资产达到预定可使用状态所必要的购建活动已经开始时，开始资本化并计入该资产的成本。当购建的资产达到预定可使用状态时停止资本化，其后发生的借款费用计入当期损益。如果资产的购建活动发生非正常中断，并且中断时间连续超过 3 个月，暂停借款费用的资本化，直至资产的购建活动重新开始。

对于为购建符合资本化条件的资产而借入的专门借款，以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确定专门借款借款费用的资本化金额。

对于为购建符合资本化条件的资产而占用的一般借款，按照累计资产支出超过专门借款部分的资本支出加权平均数乘以所占用一般借款的加权平均实际利

率计算确定一般借款借款费用的资本化金额。实际利率为将借款在预期存续期间或适用的更短期间内的未来现金流量折现为该借款初始确认金额所使用的利率。

（十六）长期资产减值

固定资产、在建工程、使用权资产、使用寿命有限的无形资产、对子公司的长期股权投资及长期待摊费用等，于资产负债表日存在减值迹象的，进行减值测试；尚未达到可使用状态的无形资产，无论是否存在减值迹象，至少每年进行减值测试。减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。可收回金额为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的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果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确定资产组的可收回金额。资产组是能够独立产生现金流入的最小资产组合。

上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。

（十七）职工薪酬

职工薪酬是公司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，包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利等。

1、短期薪酬

短期薪酬包括工资、奖金、津贴和补贴、职工福利费、医疗保险费、工伤保险费、生育保险费、住房公积金、工会和教育经费、短期带薪缺勤等。公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。其中，非货币性福利按照公允价值计量。

2、离职后福利

公司将离职后福利计划分类为设定提存计划和设定受益计划。设定提存计划是公司向独立的基金缴存固定费用后，不再承担进一步支付义务的离职后福利计划；设定受益计划是除设定提存计划以外的离职后福利计划。于报告期内，公司的离职后福利主要是为员工缴纳的基本养老保险和失业保险，均属于设定提存计划。

基本养老保险。公司职工参加了由当地劳动和社会保障部门组织实施的社会

基本养老保险。公司以当地规定的社会基本养老保险缴纳基数和比例，按月向当地社会基本养老保险经办机构缴纳养老保险费。职工退休后，当地劳动及社会保障部门有责任向已退休员工支付社会基本养老金。公司在职工提供服务的会计期间，将根据上述社保规定计算应缴纳的金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

3、辞退福利

公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系、或者为鼓励职工自愿接受裁减而提出给予补偿，在公司不能单方面撤回解除劳动关系计划或裁减建议时和确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本费用时两者孰早日，确认因解除与职工的劳动关系给予补偿而产生的负债，同时计入当期损益。

（十八）股利分配

现金股利于股东大会/股东会批准的当期，确认为负债。

（十九）股份支付

1、股份支付的种类

股份支付是为了获取职工提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。权益工具包括公司本身、公司的母公司或同公司其他会计主体的权益工具。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。

公司的股权激励计划为以权益结算的股份支付。

用以换取职工提供的服务的权益结算的股份支付，以授予职工的权益工具在授予日的公允价值计量。该公允价值的金额在完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的情况下，在等待期内以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按直线法计算计入相关成本或费用；在授予后立即可行权时，在授予日计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

公司向子公司的职工授予以其自身权益工具结算的股份支付，接受服务的子公司没有结算义务，将该股份支付交易作为权益结算的股份支付进行会计处理，公司按照授予日权益工具的公允价值确认为对接受服务子公司的长期股权投资，同时确认资本公积。

2、权益工具公允价值确定的方法

公司以股份支付授予日临近期间的外部投资者入股价格，或以收益法对企业股东的全部权益的评估价值为基础，确定授予日权益工具的公允价值。

（二十）收入（自 2020 年 1 月 1 日起适用）

公司在客户取得相关商品或服务的控制权时，按预期有权收取的对价金额确认收入。

1、销售商品

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品控制权时确认收入。取得相关商品控制权，是指能够主导该商品的使用并从中获得几乎全部的经济利益，也包括有能力阻止其他方主导该商品的使用并从中获得经济利益。

公司的商品销售主要分为在亚马逊等电商平台开设官方网店向终端消费者销售商品（“B2C 业务”）和直接批发销售商品（“B2B 业务”）两种业务模式，其中：

（1）B2C 业务

客户通过电商平台下单，电商平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在商品交付给终端消费者时，商品控制权转移给客户，公司于此时确认收入。客户在购买商品后一定期限内有权退货，公司根据销售商品的历史经验和数据，按照期望值法确定预计销售退回的金额，并抵减销售收入。公司将预期因销售退回而将退还的金额确认为应付退货款，列示为其他流动负债；按照预期将退回产品于销售时的账面价值，扣除收回该产品预计发生的成本后的余额，确认为应收退货成本，列示为其他流动资产。公司已收或应收客户对价而应向客户转让产品的义务列示为合同负债。

（2）B2B 业务

客户通过电商平台或直接向公司下单，公司委托物流公司配送交货给客户或将货物报关并装运离港。在按照合同或订单约定的交货方式交付时，商品主要控制权转移给客户，公司于此时确认收入。

（二十一）收入（适用于 2019 年度）

收入的金额按照公司在日常经营活动中销售商品和提供劳务时，已收或应收

合同或协议价款的公允价值确定。收入按扣除销售折让及销售退回的净额列示。

与交易相关的经济利益很可能流入公司，相关的收入能够可靠计量且满足下列各项经营活动的特定收入确认标准时，确认相关的收入：

1、销售商品

销售商品收入在同时满足下列条件时予以确认：（1）将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（2）不再保留通常与所有权相联系的继续管理权，也不再对已售出的商品实施有效控制；（3）收入的金额能够可靠地计量；（4）相关的经济利益很可能流入；（5）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

公司的商品销售主要分为在亚马逊等电商平台开设官方网店向终端消费者销售商品（“B2C 业务”）和直接批发销售商品（“B2B 业务”）两种业务模式，其中：

（1）B2C 业务

客户通过电商平台下单，电商平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，在商品交付给终端消费者时，商品主要风险和报酬转移给客户，公司于此时确认收入。客户在购买商品后一定期限内有权退货，公司根据销售商品的历史经验和数据，按照期望值法确定预计销售退回的金额，将其相关的收入、成本冲减当期的主营业务收入和主营业务成本，差额确认为预计负债，列示为其他流动负债。

（2）B2B 业务

客户通过电商平台或直接向公司下单，公司委托物流公司配送交货给客户或将货物报关并装运离港。在按照合同或订单约定的交货方式交付时，商品主要风险和报酬转移给客户，公司于此时确认收入。

（二十二）政府补助

政府补助为公司从政府无偿取得的货币性资产或非货币性资产，包括财政补贴、税费减免等。

政府补助在公司能够满足其所附的条件并且能够收到时，予以确认。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益并在相关资产使用寿命内按照合

理、系统的方法分摊计入损益；与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，并在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益，用于补偿已发生的相关费用或损失的，直接计入当期损益。

公司对同类政府补助采用相同的列报方式。

与日常活动相关的政府补助纳入营业利润，与日常活动无关的政府补助计入营业外收支。

（二十三）递延所得税资产和递延所得税负债

1、当期所得税

当期所得税是指按照税法规定计算确定的针对当期发生的交易和事项，应交纳给税务机关的所得税金额，即应交所得税，当期所得税以适用的税收法规为基础计算确定。

公司在确定当期所得税时，对于当期发生的交易或事项，会计处理与税收处理不同的，在会计利润的基础上按照适用税收法规的规定进行调整，计算出当期应纳税所得额，按照应纳税所得额与适用所得税税率计算确定当期应交所得税。

公司将当期和以前期间应交未交的所得税确认为负债，将已支付的所得税超过应支付的部分确认为资产。

2、递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税资产和递延所得税负债根据资产和负债的计税基础与其账面价值的差额（暂时性差异）计算确认。对于按照税法规定能够于以后年度抵减应纳税所得额的可抵扣亏损，确认相应的递延所得税资产。对于既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的非企业合并的交易中产生的资产或负债的初始确认形成的暂时性差异，不确认相应的递延所得税资产和递延所得税负债。于资产负债表日，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。

递延所得税资产的确认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应纳税所得额为限。

对与子公司投资相关的应纳税暂时性差异，确认递延所得税负债，除非公司能够控制该暂时性差异转回的时间且该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。对与子公司投资相关的可抵扣暂时性差异，当该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时，确认递延所得税资产。

同时满足下列条件的递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示：

（1）递延所得税资产和递延所得税负债与同一税收征管部门对公司内同一纳税主体征收的所得税相关；

（2）公司内该纳税主体拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利。

（二十四）租赁（自 2021 年 1 月 1 日起适用）

租赁，是指在一定期间内，出租人将资产的使用权让与承租人以获取对价的合同。

1、公司作为承租人

公司于租赁期开始日确认使用权资产，并按尚未支付的租赁付款额的现值确认租赁负债。租赁付款额包括固定付款额，以及在合理确定将行使购买选择权或终止租赁选择权的情况下需支付的款项等。按销售额的一定比例确定的可变租金不纳入租赁付款额，在实际发生时计入当期损益。公司将自资产负债表日起一年内（含一年）支付的租赁负债，列示为一年内到期的非流动负债。

公司的使用权资产包括租入的房屋及建筑物及运输工具等。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、租赁期开始日或之前已支付的租赁付款额、初始直接费用等，并扣除已收到的租赁激励。公司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；若无法合理确定租赁期届满时是否能够取得租赁资产所有权，则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。当可收回金额低于使用权资产的账面价值时，公司将其账面价值减记至可收回金额。

对于租赁期不超过 12 个月的短期租赁和单项资产全新时价值较低的低价值资产租赁，公司选择不确认使用权资产和租赁负债，将相关租金支出在租赁期内各个期间按照直线法计入当期损益或相关资产成本。

租赁发生变更且同时符合下列条件时，公司将其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。

当租赁变更未作为一项单独租赁进行会计处理时，除新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，公司在租赁变更生效日重新确定租赁期，并采用修订后的折现率对变更后的租赁付款额进行折现，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，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，本集团相应调整使用权资产的账面价值。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免，公司选择采用简化方法，在达成协议解除原支付义务时将未折现的减免金额计入当期损益，并相应调整租赁负债。

2、公司作为出租人

实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

(1) 经营租赁

公司经营租出房屋建筑物时，经营租赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免，公司选择采用简化方法，将减免的租金作为可变租金，在减免期间将减免金额计入当期损益。

除上述新冠肺炎疫情直接引发的合同变更采用简化方法外，当租赁发生变更时，公司自变更生效日起将其作为一项新租赁，并将与变更前租赁有关的预收或应收租赁收款额作为新租赁的收款额。

(二十五) 租赁（适用于 2019 年度、2020 年度）

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为融资租赁。其他的租赁为经营租赁。

1、经营租赁

经营租赁的租金支出在租赁期内按照直线法计入相关资产成本或当期损益。

经营租赁的租金收入在租赁期内按照直线法确认。

对于由新冠肺炎疫情直接引发的租金减免，公司选择采用简化方法，在减

免期间将减免金额计入当期损益。

2、融资租赁

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为融资租赁。以租赁资产的公允价值与最低租赁付款额的现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，租入资产的入账价值与最低租赁付款额之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期内按实际利率法摊销。最低租赁付款额扣除未确认融资费用后的余额作为长期应付款列示。

融资租入的固定资产采用与自有固定资产相一致的折旧政策。能够合理确定租赁期届满时将取得租入资产所有权的，租入固定资产在其预计使用寿命内计提折旧；否则，租入固定资产在租赁期与该资产预计使用寿命两者中较短的期间内计提折旧。

（二十六）重要会计估计和判断

公司根据历史经验和其他因素，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判断进行持续的评价。

1、重要会计估计及其关键假设

（1）预期信用损失的计量（自 2019 年 1 月 1 日起适用）

公司通过违约风险敞口和预期信用损失率计算预期信用损失，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，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，公司选取适当的经济指标，按不同的经济场景及权重进行分析。公司定期监控并复核与预期信用损失计算相关的假设。上述估计技术和关键假设于 2019 年度、2020 年度、2021 年度及截至 2022 年 6 月 30 日止六个月期间未发生重大变化。

（2）存货跌价准备

存货减值至可变现净值是基于评估存货的可售性及其可变现净值。评估存货减值要求管理层在取得确凿证据，并且考虑持有存货的目的、资产负债表日后事项的影响等因素的基础上作出判断和估计。实际的结果与原先估计的差异将在估计被改变的期间影响存货的账面价值及存货跌价准备的计提或转回。

（3）股权激励工具的公允价值

公司以股份支付授予日临近期间的外部投资者入股价格或评估模型确定的企业股东的全部权益的评估价值为基础确定股权激励工具授予日的公允价值。使用评估模型确定公允价值需要管理层对公司未来现金流量作出预测，同时，评估模型所使用的参数也需要管理层作出估计及假设。这些估计及假设的变化可能影响公司对股权激励工具于授予日的公允价值以及应确认的股份支付成本的确定。

（4）所得税

公司在多个地区缴纳企业所得税。在正常的经营活动中，部分交易和事项的最终税务处理存在不确定性，税务机关有时亦会就某些事项的税务处理提出质疑。在计提各个地区的所得税费用时，公司需要作出重大判断，其中包括判断费用支出项目是否可以税前列支以及其纳税调节项是否符合税法的规定等，以评估相关司法权区的有关税务处理受到税务机关质疑的潜在风险以及通过谈判解决的可能性。如果这些税务事项的最终认定结果与最初入账的金额存在差异，该差异将对作出上述最终认定期间的所得税费用和递延所得税的金额产生影响。

公司为技术先进型服务企业。技术先进型服务企业资质的有效期为三年，到期后需向相关政府部门重新提交技术先进型服务企业认定申请。根据以往年度技术先进型服务企业到期后重新认定的历史经验以及公司的实际情况，公司认为公司于未来年度能够持续取得技术先进型服务企业认定，进而按照 15% 的优惠税率计算其相应的递延所得税。倘若未来公司于技术先进型服务企业资质到期后未能取得重新认定，则需按照 25% 的法定税率计算所得税，进而将影响已确认的递延所得税资产、递延所得税负债及所得税费用。

（5）递延所得税资产和递延所得税负债

递延所得税按资产负债表日已生效的税率（和税法）确定，预期在相关递延所得税资产或递延所得税负债转回时实现。公司在很可能存在未来应纳税所得额可用来抵扣暂时性差异和可抵扣亏损时，确认相应的递延所得税资产。

对于能够结转以后年度的可抵扣亏损，公司以未来期间很可能获得用来抵扣可抵扣亏损的应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。未来期间取得的应纳税所得额包括公司通过正常的生产经营活动能够实现的应纳税所得额，以及以前期间产生的应纳税暂时性差异在未来期间转回时将增加的应纳税所得额。公司在确定未来期间应纳税所得额取得的时间和金额时，需要运用估计和判断。如

果实际情况与估计存在差异，可能导致对递延所得税资产的账面价值进行调整。

（二十七）重要会计政策变更

报告期内，公司会计政策变更主要为法律、行政法规或国家统一的会计制度等要求变更，相关会计处理符合《企业会计准则第 28 号——会计政策、会计估计变更和会计差错更正》和相关审计准则的规定。

1、一般报表格式的修改

财政部于 2019 年颁布了《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）及修订后的《企业会计准则第 7 号——非货币性资产交换》（以下简称“非货币性资产交换准则”）和《企业会计准则第 12 号——债务重组》（以下简称“债务重组准则”）。公司已采用上述通知和修订后的准则编制本财务报表。采用修订后的非货币性资产交换准则及债务重组准则对公司财务报表无影响。

2、执行新金融工具准则的影响

财政部于 2017 年颁布了修订后的《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》《企业会计准则第 24 号——套期保值》及《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》等（以下合称“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。

根据新金融工具准则的相关规定，公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2019 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额。于 2019 年 1 月 1 日，公司没有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。

（1）于 2019 年 1 月 1 日，公司合并财务报表中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表：

单位：万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	6,444.96	货币资金	摊余成本	6,444.96
应收账款	摊余成本	2,906.54	应收账款	摊余成本	2,906.54
其他应收款	摊余成本	7,923.67	其他应收款	摊余成本	7,923.67
其他流动资产-大额存单	摊余成本	1,470.00	其他流动资产-大额存单	摊余成本	1,470.00

可供出售金融资产（列示于其他流动资产）	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	1,131.64	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	1,131.64

于 2019 年 1 月 1 日，母公司财务报表中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表：

单位：万元

原金融工具准则			新金融工具准则		
列报项目	计量类别	账面价值	列报项目	计量类别	账面价值
货币资金	摊余成本	1,222.59	货币资金	摊余成本	1,222.59
应收账款	摊余成本	792.02	应收账款	摊余成本	792.02
其他应收款	摊余成本	7,991.14	其他应收款	摊余成本	7,991.14
其他流动资产-大额存单	摊余成本	1,470.00	其他流动资产-大额存单	摊余成本	1,470.00
可供出售金融资产（列示于其他流动资产）	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	1,131.64	交易性金融资产	以公允价值计量且其变动计入当期损益	1,131.64

（2）于 2019 年 1 月 1 日，公司根据新金融工具准则下的计量类别，将原金融资产账面价值调整为新金融工具准则下的账面价值的调节表：

新金融工具准则下的计量类别	注释
以摊余成本计量的金融资产	表 1
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	表 2
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产	表 3

①表 1：新金融工具准则下以摊余成本计量的金融资产

单位：万元

项目	账面价值	
	合并	母公司
货币资金		
2018 年 12 月 31 日及 2019 年 1 月 1 日	6,444.96	1,222.59
应收款项^注		
2018 年 12 月 31 日	10,830.21	8,783.16
重新计量：预期信用损失合计	-	-

2019年1月1日	10,830.21	8,783.16
其他流动资产-大额存单		
2018年12月31日及2019年1月1日	1,470.00	1,470.00
以摊余成本计量的金融资产合计（新金融工具准则）	18,745.17	11,475.75

注：于2018年12月31日和2019年1月1日，应收款项余额包括应收账款和其他应收款报表项目。

②表2：新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

单位：万元

项目	账面价值	
	合并	母公司
交易性金融资产		
2018年12月31日	-	-
加：自可供出售金融资产转入（原金融工具准则） ^注	1,131.64	1,131.64
2019年1月1日	1,131.64	1,131.64
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产合计（新金融工具准则）	1,131.64	1,131.64

注：2018年12月31日，公司持有非保本浮动收益的短期理财产品账面价值为1,131.64万元。公司执行新金融工具准则后，由于该理财产品的合同现金流量特征不符合基本借贷安排，故于2019年1月1日，公司将此理财产品从可供出售金融资产重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，列示为交易性金融资产。相应地，公司将累计计入其他综合收益的金额1.23万元转出至期初留存收益。

③表3：新金融工具准则下以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产

单位：万元

项目	账面价值	
	合并	母公司
可供出售金融资产（含其他流动资产）		
2018年12月31日	1,131.64	1,131.64
减：转出至以公允价值计量且其变动计入公允价值变动损益的金融资产（新金融工具准则） ^注	-1,131.64	-1,131.64
2019年1月1日	-	-
以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产合计（新金融工具准则）	-	-

注：2018年12月31日，公司持有非保本浮动收益的短期理财产品账面价值为1,131.64万元。公司执行新金融工具准则后，由于该理财产品的合同现金流量特征不符合基本借贷安排，故于2019年1月1日，公司将此理财产品从可供出售金融资产重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，列示为交易性金融资产。相应地，公司将累计计入其他综合收益的金额1.23万元转出至期初留存收益。

(3) 于2019年1月1日，公司将原金融资产减值准备调整为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表：

单位：万元

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产				
其中：应收账款减值准备	-143.73	-	-	-143.73
其他应收款减值准备	-221.35	-	-	-221.35
合计	-365.08	-	-	-365.08

于2019年1月1日，母公司将原金融资产减值准备调整为按照新金融工具准则规定的损失准备的调节表：

单位：万元

计量类别	按原金融工具准则计提的损失准备	重分类	重新计量	按照新金融工具准则计提的损失准备
以摊余成本计量的金融资产				
其中：应收账款减值准备	-0.04	-	-	-0.04
其他应收款减值准备	-3.56	-	-	-3.56
合计	-3.60	-	-	-3.60

3、执行新收入准则对公司的影响

财政部于2017年颁布了修订后的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“新收入准则”），公司自2020年1月1日起执行新收入准则。

(1) 收入确认会计政策的主要差异

报告期内，公司执行财政部于2006年颁布的《企业会计准则第14号——收入》（以下简称“原收入准则”），在原收入准则下，公司以风险报酬转移作为收入确认时点的判断标准。新收入准则为规范与客户之间的合同产生的收入建立了新的收入确认模型，收入确认由原先“商品所有权上的主要风险和报酬转移”变为“在客户取得相关商品控制权时确认收入”。根据新收入准则，确认收入的方法

式应当反映公司向客户转让商品或提供服务的模式，收入的金额应当反映主体因向客户转让该等商品和服务而预计有权获得的对价金额。

(2) 新收入准则对业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

实施新收入准则不会对公司业务模式、合同条款、收入确认等方面产生重大影响，主要是因为公司在原收入准则下基于风险报酬转移而确认的收入与客户取得相关商品控制权是基本同步的。

假定公司自申报财务报表期初开始全面执行新收入准则，对首次执行日前各年（末）公司营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于公司普通股股东的净资产不会产生影响。

(3) 执行新收入准则产生的具体影响

根据新收入准则的相关规定，公司对于首次执行该准则的累积影响数调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2019 年度的比较财务报表未重列。公司因执行新收入准则对 2020 年年初留存收益无影响，对其他报表项目的影响列示如下：

单位：万元

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	
		合并	母公司
因执行新收入准则，公司将预收款项重分类至合同负债	合同负债	-3,015.51	-0.77
	预收款项	3,015.51	0.77
因执行新收入准则，公司将预期因销售退回而将退还的金额计入其他流动负债，将预期退回商品于销售时的账面价值扣除相关成本后的余额计入其他流动资产	其他流动资产	348.61	-
	其他流动负债	-348.61	-

与原收入准则相比，执行新收入准则对 2020 年度财务报表主要项目的影响如下：

单位：万元

项目	影响金额	
受影响的资产负债表项目	2020 年 12 月 31 日	
	合并	母公司

其他流动资产	353.79	-
预收款项	5,389.40	14.38
合同负债	-5,389.40	-14.38
其他流动负债	-353.79	-
受影响的利润表项目	2020 年度	
	合并	母公司
营业成本	66,901.33	-
销售费用	-66,901.33	-

4、执行新租赁准则对公司的影响

财政部于 2018 年颁布了修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》（以下简称“新租赁准则”），于 2021 年颁布了《关于调整<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>适用范围的通知》（财会[2021] 9 号）、《关于印发<企业会计准则解释第 14 号>的通知》（财会[2021] 1 号）及《企业会计准则实施问答》，于 2021 年颁布了《关于印发<企业会计准则解释第 15 号>的通知》，于 2022 年 5 月颁布了《关于适用<新冠肺炎疫情相关租金减让会计处理规定>相关问题的通知》，公司于 2021 年 1 月 1 日首次执行新租赁准则，根据相关规定，公司对于首次执行日前已存在的合同选择不再重新评估。公司对于该准则的累积影响数调整 2021 年年初各财务报表相关项目金额，2019 年度及 2020 年度的比较财务报表未重列。

（1）于 2021 年 1 月 1 日，公司在计量租赁负债时，对于具有相似特征的租赁合同采用同一折现率，所采用的增量借款利率的加权平均值为 2.50%-4.75%。

单位：万元

会计政策变更的内容和原因	受影响的报表项目	影响金额	
		2021 年 1 月 1 日	
		合并	母公司
对于首次执行新租赁准则前已存在的经营租赁合同，公司按照剩余租赁期区分不同的衔接方法：剩余租赁期超过 12 个月的，公司根据 2021 年 1 月 1 日的剩余租赁付款额和增量借款利率确认租赁负债，以与租赁负债相等的金额确认使用权资产的账面价值等，并根据预付租金进行必要调整。剩余租赁期不超过 12 个月的，公司采用简化方法，不确认使用权资产和租赁负债，对财务报表	使用权资产	36,197.10	3,157.22
	租赁负债	-32,573.99	-2,936.94
	其他应付款	1,196.30	175.23
	一年内到期的非流动负债-租赁负债	-4,819.41	-395.51

无显著影响。对于首次执行新租赁准则前已存在的低价值资产的经营租赁合同，公司采用简化方法，不确认使用权资产和租赁负债，对财务报表无显著影响。 因执行新租赁准则，除与简化处理的短期租赁和低价值资产租赁相关的预付租金和租赁保证金支出仍计入经营活动现金流出外，其他的预付租金和租赁保证金支出计入筹资活动现金流出。			
因执行新租赁准则，公司将原计入固定资产的融资租入固定资产重分类至使用权资产项目，并将原计入长期应付款的应付融资租赁款重分类至租赁负债。 对于由新冠肺炎疫情直接引发的、分别与承租人和出租人达成的且仅针对 2022 年 6 月 30 日之前的租金减免，公司在编制 2021 年度财务报表时，均已采用上述通知中的简化方法进行处理，对财务报表无显著影响。	使用权资产	140.84	-
	固定资产	-140.84	-
	长期应付款	68.01	-
	租赁负债	-68.01	-
	一年内到期的非流动负债-长期应付款	21.31	-
	一年内到期的非流动负债-租赁负债	-21.31	-

(2) 于 2021 年 1 月 1 日，公司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

项目	合并	母公司
于 2020 年 12 月 31 日披露未来最低经营租赁付款额	54,900.48	4,224.42
按增量借款利率折现计算的上述最低经营租赁付款额的现值	37,682.08	3,332.44
加：2020 年 12 月 31 日应付融资租赁款	89.31	-
减：不超过 12 个月的租赁合同付款额的现值	-237.45	-
单项租赁资产全新时价值较低的租赁合同付款额的现值	-51.23	-
于 2021 年 1 月 1 日确认的租赁负债（含一年内到期的非流动负债）	37,482.71	3,332.44

七、非经常性损益情况

根据中国证监会公告《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》（[2008] 43 号）有关规定和普华永道对报告期内公司非经常性损益情况出具的《非经常性损益明细表专项报告》（普华永道中天特审字[2022]第 4427 号），报告期内，公司非经常性损益的具体内容、金额及扣除非经常性损益后的净利润金额如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
处置非流动资产（损失）/收益	-5.22	45.57	-32.88	-
计入当期损益的政府补助	87.93	434.75	237.33	87.94
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和可供出售金融资产取得的投资收益	624.16	3,609.30	392.67	165.79
无等待期一次性计入当期损益的股份支付费用	-	-124.80	-8,138.13	-5,821.49
除上述各项之外的其他营业外（支出）/收入-净额	-194.95	-205.67	-209.39	-34.49
其他符合非经常性损益定义的损益项目 ^注	20.93	48.58	1.75	67.58
小计	532.86	3,807.73	-7,748.66	-5,534.66
所得税影响数	-50.73	-574.78	-96.00	-55.94
归属于少数股东的非经常性损益	-	-	-	-
归属于母公司股东的非经常性损益	482.13	3,232.95	-7,844.66	-5,590.61
归属于母公司所有者的净利润	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	10,554.71	20,748.83	45,869.27	16,390.04

注：2019 年度其他符合非经常性损益定义的损益项目为境外增值税税收优惠，2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月为个人所得税手续费返还。

八、报告期内适用的主要税种税率及享受的税收优惠政策

（一）报告期内公司适用的主要税种及税率情况

公司适用的主要税种及其税率列示如下：

税种	计税依据	税率
企业所得税	应纳税所得额	15%、16.5%及 25%等
增值税	应纳税增值额（应纳税额按应纳税销售额乘以适用税率扣除当期允许抵扣的进项后的余额计算）	17%、16%、13%、9%及 6%
城市维护建设税	缴纳的增值税税额	7%
教育费附加	缴纳的增值税税额	3%
地方教育费附加	缴纳的增值税税额	2%

境外间接税	根据不同国家与地区的法规要求采用适用税率计缴

1、报告期内公司不同税率的纳税主体企业所得税税率说明

纳税主体名称	所得税税率			
	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
致欧科技	15%	15%	15%	15%
领未科技	25%	25%	25%	25%
东莞致欧	20%	20%	20%	不适用
致欧国际	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%	纳税所得额 200 万港币以内适用 8.25%，200 万港币以上适用 16.5%
EUZIEL	32.98%	32.98%	32.98%	32.98%
AMEZIEL	州所得税:适用各州的所得税率；联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率；联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率；联邦所得税：21%	州所得税：适用各州的所得税率；联邦所得税：21%
ZIELJP	纳税所得额 800 万日元以内法人税率适用 15%，800 万日元以上适用 23.2%，另有地方法人税、事业税、地方法人特别税等。	纳税所得额 800 万日元以内法人税率适用 15%，800 万日元以上适用 23.2%，另有地方法人税、事业税、地方法人特别税等。	纳税所得额 800 万日元以内法人税率适用 15%，800 万日元以上适用 23.2%，另有地方法人税、事业税、地方法人特别税等。	纳税所得额 800 万日元以内法人税率适用 15%，800 万日元以上适用 23.2%，另有地方法人税、事业税、地方法人特别税等。
FURNOLIC	19%	19%	不适用	不适用
致欧供应链	20%	不适用	不适用	不适用

2、其他说明

根据财政部、国家税务总局颁布的《财政部、国家税务总局关于调整增值税税率的通知》（财税[2018]32 号）及相关规定，自 2018 年 5 月 1 日起，公司在中国境内的商品销售收入适用的增值税税率为 16%，2018 年 5 月 1 日前该业务适用的增值税税率为 17%。

根据财政部、国家税务总局及海关总署颁布的《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]39 号）及相关规定，自 2019 年 4 月 1 日起，公司在中国境内的商品销售收入适用的增值税税率为 13%。

2021 年和 2022 年 1-6 月公司的出口退税率为 13%，2018 年 5 月 1 日至 2019 年 3 月 31 日为 16%、13%、10%，2019 年 4 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日为 13%、

10%，并按“免、退”方法计算出口退（免）税。

（二）报告期内公司税收优惠情况

公司于 2019 年 12 月 27 日取得由河南省科学技术厅、河南省商务厅、河南省财政厅、国家税务总局河南省税务局及河南省发展和改革委员会联合颁发的《技术先进型服务企业证书》（证书编号：20194101030002），该证书的有效期为 2019 年至 2021 年三年。根据《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79 号）有关规定，公司 2019 年度、2020 年度及 2021 年度适用的企业所得税税率为 15%。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在申请技术先进性企业复审。根据《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79 号）有关规定，截至 2022 年 6 月 30 日止六个月期间公司预计可以继续适用 15% 的企业所得税税率。

1、税收优惠对公司经常成果的影响

报告期内，公司享受的税收优惠主要为母公司致欧科技因技术先进型服务企业而享受的企业所得税优惠，该项税收优惠金额及占当期利润总额的比例如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
企业所得税优惠金额	577.16	2,001.89	4,991.76	1,622.26
利润总额	14,475.78	29,854.76	46,610.58	14,300.76
所得税优惠金额占利润总额的比例	3.99%	6.71%	10.71%	11.34%

2019 年、2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，公司企业所得税优惠金额占当期利润总额的比例分别为 11.34%、10.71%、6.71%和 3.99%，对公司的利润总额存在一定影响，但总体占比较小，公司不存在重大依赖于税收优惠的情形。

公司享受的上述企业所得税税收优惠与公司正常经营业务密切相关，公司将依法取得的该税收优惠计入经常性损益，符合《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第 1 号——非经常性损益》的规定。报告期内，公司不存在税收优惠续期申请期间按照优惠税率预提预缴的情形。

2、税收优惠的可持续性分析

公司享受的技术先进型服务企业所得税优惠政策属于符合国家政策的持续性税收优惠政策，公司目前符合《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79）等文件关于技术先进型服务企业的认定，申请技术先进型服务企业资质复审不存在实质性障碍。在可预见的将来，公司技术先进型服务企业所得税优惠具有可持续性。

九、分部信息

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度为依据确定经营分部，以经营分部为基础确定报告分部并披露分部信息。

经营分部是指公司内同时满足下列条件的组成部分：（1）该组成部分能够在日常活动中产生收入、发生费用；（2）公司管理层能够定期评价该组成部分的经营成果，以决定向其配置资源、评价其业绩；（3）公司能够取得该组成部分的财务状况、经营成果和现金流量等有关会计信息。两个或多个经营分部具有相似的经济特征，并且满足一定条件的，则可合并为一个经营分部。公司根据内部组织形式、管理要求及内部报告制度，未划分不同的经营分部。因此，公司只有一个经营分部，未披露分部信息。

十、主要财务指标

（一）基本财务指标

财务指标	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	2.13	1.97	3.26	2.74
速动比率（倍）	1.06	0.98	1.51	1.62
资产负债率（合并）	50.36%	55.04%	27.27%	34.76%
资产负债率（母公司）	10.04%	3.98%	5.18%	6.18%
财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	17.39	47.38	42.24	47.23
存货周转率（次） ^{注5}	1.84	4.13	4.35	4.63
息税折旧摊销前利润（万元）	23,244.90	42,512.82	47,013.35	14,509.22
利息保障倍数（倍）	10.18	16.28	923.01	678.23

归属于母公司所有者的净利润（万元）	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	10,554.71	20,748.83	45,869.27	16,390.04
研发投入占营业收入的比例	0.64%	0.41%	0.32%	0.45%
每股经营活动产生的现金流量（元）	0.44	0.73	-0.57	/
每股净现金流量（元）	-0.35	0.80	0.13	/
归属于母公司所有者的每股净资产（元）	4.59	4.26	3.61	/

注：上述指标的计算公式如下：

- 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、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额
- 5、存货周转率=营业成本/存货平均余额（计算 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月存货周转率时，营业成本包含了新收入准则下与合同履约相关的运输费）
- 6、息税折旧摊销前利润=利润总额+利息支出+折旧+摊销
- 7、利息保障倍数=（利润总额+利息支出）/利息支出
- 8、研发投入占营业收入的比例=研发投入/当期营业收入
- 9、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
- 10、每股净现金流量=现金及现金等价物净增加额/期末股本总额
- 11、归属于母公司所有者的每股净资产=期末归属于母公司股东权益/期末股本总额

（二）净资产收益率和每股收益

根据中国证监会《公开发行证券公司信息编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露》（2010 年修订）的规定，报告期内，公司净资产收益率及每股收益如下：

期间	净利润计算口径	加权平均净资产收益率	每股收益（元）	
			基本每股收益	稀释每股收益
2022 年 1-6 月	归属于公司普通股股东的净利润	6.90%	0.31	0.31
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	6.60%	0.29	0.29
2021 年度	归属于公司普通股股东的净利润	16.86%	0.66	0.66
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	14.59%	0.57	0.57
2020 年度	归属于公司普通股股东的净利润	53.28%	1.08	1.08
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	64.27%	1.30	1.30

2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	33.72%	/	/
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	51.17%	/	/

注：上表指标的计算公式如下：

1、加权平均净资产收益率= $P / (E_0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M_0 - E_j \times M_j \div M_0 \pm E_k \times M_k \div M_0)$

其中：P 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；E₀ 为归属于公司普通股股东的期初净资产；E_i 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_j 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；M₀ 为报告期月份数；M_i 为新增净资产下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少净资产下一月份起至报告期期末的月份数；E_k 为因其他交易或事项引起的净资产增减变动；M_k 为发生其他净资产增减变动下一月份起至报告期期末的月份数。

2、基本每股收益= $P \div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k)$

3、稀释每股收益= $[P + (\text{已确认为费用的稀释性潜在普通股利息} - \text{转换费用}) \times (1 - \text{所得税率})] \div (S_0 + S_1 + S_i \times M_i \div M_0 - S_j \times M_j \div M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中：P 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；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；S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；S_j 为报告期因回购等减少股份数；S_k 为报告期缩股数；M₀ 报告期月份数；M_i 为增加股份下一月份起至报告期期末的月份数；M_j 为减少股份下一月份起至报告期期末的月份数。

十一、经营成果分析

（一）营业收入构成及变动分析

1、营业收入分析

报告期内，公司营业收入及其构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务收入	277,491.29	98.80%	595,867.74	99.85%	396,786.79	99.92%	232,223.33	99.86%
其他业务收入	3,376.38	1.20%	870.21	0.15%	312.48	0.08%	333.30	0.14%
合计	280,867.67	100.00%	596,737.95	100.00%	397,099.27	100.00%	232,556.63	100.00%

报告期内，公司的营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 280,867.67 万元，总体呈快速增长的态势。公司营业收入快速增长主要源于主营业务的快速发展。报告期各期，公司主营业务收入占营业收入的比例均在 98%以上，主营业务突出。公司其他业务收入主要为房屋、海外仓

库转租租金收入以及为第三方提供仓储、发货服务收入等,金额及占比总体较小,对公司业绩不存在重大影响。

报告期内,公司主营业务收入增长较快,2020年及2021年分别较上年度增长70.86%和50.17%,年均复合增长率为60.19%。公司主要产品品类均保持高速增长,带动公司整体业务收入的快速增长。报告期内,公司主营业务收入快速增长的原因主要包括:

(1)近年来,全球家居市场不断发展,消费者对高品质、健康环保家具家居产品的需求日益提升,同时庭院、宠物等家居细分品类市场蓬勃发展,市场边界拓展和市场容量提升为公司业绩的快速增长提供了前提和保障。

(2)随着跨境电商行业不断发展,以及我国制造业优势在国际市场上日益凸显,中国制造越来越多出海参与国际竞争,加之近年国家接连出台政策支持国内企业通过电子商务平台开展对外贸易,公司作为国内家居品类跨境电商头部企业,在行业红利涌现的大背景下迎来业绩快速增长。

(3)欧美国家电商行业经历了多年发展,电商渗透率逐步提高。尤其是2020年新冠疫情以来,欧美国家普遍经历了疫情反复,频繁采取居家隔离、封城等防疫措施,外出限制和线下实体店关闭等使得欧美消费者的购物渠道转移至线上,海外市场电商渗透率迅速提高直接促进公司业绩快速增长。

(4)公司自成立以来,通过长期稳健经营成功打造了SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA于亚马逊等线上平台知名的自有家居品牌,并不断加大品牌建设投入,提升品牌知名度;不断加大研发投入,提升研发设计能力和市场趋势把控能力;严格把控产品质量,提升产品品质;持续加大海外自营仓布局,完善跨境仓储物流体系,聚焦消费者购物体验,不断为消费者提供更优质的产品和服务。日益提升的品牌影响力,以及完整、协同、高效的技术研发、产品设计、品质控制、供应链管理和仓储物流体系是公司业绩快速增长的内部动因。

2022年1-6月,公司实现营业收入280,867.67万元,同比下降12.22%,主要原因是:一方面,与2021年上半年因海外疫情消费高峰助推经营业绩基数较高有关;另一方面,供给端海外市场竞争加剧,以及需求端欧美国家因高通胀、居民消费意愿和消费能力降低,可选消费品的市场需求短期内有所放缓。

但预计随着欧美市场零售库存恢复正常水平、美联储加息等通胀应对措施

出台和实施，俄乌战争局势缓和后欧洲经济回归平稳、市场信心逐步恢复，国际海运费、主要货币汇率逐步回归常态，欧美国家居民消费意愿和消费能力将逐渐恢复。2022 年上半年营业收入变动的具体分析请参见本招股说明书“第八节/十七/（二）/3、市场竞争影响分析”的相关内容。

2、主营业务收入分析

（1）主营业务收入按产品类别划分

报告期内，公司主营业务收入按产品品类划分情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家具系列	133,642.19	48.16%	309,237.30	51.90%	196,881.76	49.62%	100,708.29	43.37%
家居系列	89,725.88	32.33%	187,671.30	31.50%	136,289.58	34.35%	89,151.89	38.39%
庭院系列	36,314.22	13.09%	63,300.66	10.62%	38,584.82	9.72%	23,955.39	10.32%
宠物系列	17,091.68	6.16%	34,196.55	5.74%	23,455.96	5.91%	16,078.69	6.92%
其他产品	717.32	0.26%	1,461.92	0.25%	1,574.66	0.40%	2,329.07	1.00%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

报告期内，公司主营业务产品包括家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列和其他产品等，其中前四大系列产品收入合计占比达到 99%，家具系列和家居系列更为公司最主要的产品品类。报告期内，公司前述四大系列产品收入持续增加，为公司收入和利润的主要来源。

①家具系列

报告期内，公司家具系列产品实现的销售收入分别为 100,708.29 万元、196,881.76 万元、309,237.30 万元和 133,642.19 万元，占主营业务收入的比例分别为 43.37%、49.62%、51.90%和 48.16%，家具系列销售收入是公司主营业务收入的重要构成部分之一。

公司家具系列主要包含生活家具类、办公家具类两大细分品类，报告期内各细分品类实现销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
生活家具类	99,041.53	74.11%	209,730.28	67.82%	134,324.30	68.23%	72,716.43	72.21%
办公家具类	34,600.66	25.89%	99,507.02	32.18%	62,557.46	31.77%	27,991.86	27.79%
合计	133,642.19	100.00%	309,237.30	100.00%	196,881.76	100.00%	100,708.29	100.00%

报告期内，公司家具系列产品的价格及销量情况如下：

项目		2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
生活家具类	收入（万元）	99,041.53	/	209,730.28	56.14%	134,324.30	84.72%	72,716.43
	销量（万件）	248.18	/	531.14	56.36%	339.68	77.01%	191.90
	均价（元/件）	399.07	1.06%	394.87	-0.14%	395.44	4.36%	378.92
办公家具类	收入（万元）	34,600.66	/	99,507.02	59.06%	62,557.46	123.48%	27,991.86
	销量（万件）	78.51	/	224.29	68.25%	133.30	102.76%	65.74
	均价（元/件）	440.73	-0.66%	443.66	-5.46%	469.29	10.22%	425.77

注：均价=收入/销量

由上表可知，2019-2021年，公司家具系列产品的销售收入因销量逐年大幅上升而显著增加。

②家居系列

报告期内，公司家居系列产品实现的销售收入分别为 89,151.89 万元、136,289.58 万元、187,671.30 万元和 **89,725.88 万元**，占主营业务收入的比例分别为 38.39%、34.35%、31.50%和 **32.33%**，家居系列产品的销售收入亦为公司主营业务收入的重要构成部分之一。

公司家居系列主要包含收纳类、用具类、装饰类等细分类别，报告期内各细分品类实现销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家居收纳类	47,747.06	53.21%	101,695.86	54.19%	72,028.20	52.85%	47,409.12	53.18%
家居用具类	37,455.17	41.74%	75,615.46	40.29%	56,880.17	41.73%	37,092.48	41.61%
家居装饰类	4,523.65	5.04%	10,359.98	5.52%	7,381.21	5.42%	4,650.30	5.22%

合计	89,725.88	100.00%	187,671.30	100.00%	136,289.58	100.00%	89,151.89	100.00%

报告期内，公司家居系列产品的价格及销量情况如下：

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
家居收纳类	收入（万元）	47,747.06	/	101,695.86	41.19%	72,028.20	51.93%	47,409.12
	销量（万件）	200.73	/	448.18	37.25%	326.54	41.32%	231.07
	均价（元/件）	237.86	4.83%	226.91	2.87%	220.58	7.51%	205.17
家居用具类	收入（万元）	37,455.17	/	75,615.46	32.94%	56,880.17	53.35%	37,092.48
	销量（万件）	168.01	/	352.32	33.08%	264.75	43.56%	184.42
	均价（元/件）	222.94	3.88%	214.62	-0.10%	214.84	6.82%	201.13
家居装饰类	收入（万元）	4,523.65	/	10,359.98	40.36%	7,381.21	58.73%	4,650.30
	销量（万件）	27.86	/	62.15	43.64%	43.27	53.91%	28.11
	均价（元/件）	162.36	-2.60%	166.70	-2.29%	170.59	3.13%	165.42

注：均价=收入/销量

由上表可知，2019-2021 年，受益于产品销售均价和销量的提升，家居系列产品收入不断增长，其中，销量的大幅上涨是该系列产品销售收入增长最主要的原因。

③庭院系列

报告期内，公司庭院系列产品实现的销售收入分别为 23,955.39 万元、38,584.82 万元、63,300.66 万元和 36,314.22 万元，占主营业务收入的比例分别为 10.32%、9.72%、10.62%和 13.09%。

公司庭院系列产品主要包括庭院家居类、庭院运动类、庭院休闲类等细分品类，报告期内各细分品类实现销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
庭院家居类	19,916.75	54.85%	32,757.59	51.75%	19,358.58	50.17%	11,646.58	48.62%
庭院运动类	10,789.92	29.71%	20,901.07	33.02%	12,084.61	31.32%	5,718.11	23.87%
庭院休闲类	5,607.54	15.44%	9,642.00	15.23%	7,141.63	18.51%	6,590.69	27.51%

合计	36,314.22	100.00%	63,300.66	100.00%	38,584.82	100.00%	23,955.39	100.00%

报告期内，公司庭院系列销售收入整体呈上升趋势，但其增长幅度低于家具家居产品，报告期内占主营业务收入的比例呈现先降后升的趋势。

报告期内，公司庭院系列产品的价格及销量情况如下：

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
庭院家居类	收入（万元）	19,916.75	/	32,757.59	69.21%	19,358.58	66.22%	11,646.58
	销量（万件）	53.34	/	92.17	64.13%	56.16	36.30%	41.20
	均价（元/件）	373.39	5.06%	355.39	3.10%	344.70	21.95%	282.67
庭院运动类	收入（万元）	10,789.92	/	20,901.07	72.96%	12,084.61	111.34%	5,718.11
	销量（万件）	28.91	/	49.43	69.57%	29.15	43.18%	20.36
	均价（元/件）	373.27	-11.72%	422.84	2.00%	414.54	47.60%	280.86
庭院休闲类	收入（万元）	5,607.54	/	9,642.00	35.01%	7,141.63	8.36%	6,590.69
	销量（万件）	19.58	/	36.53	33.62%	27.34	-16.74%	32.84
	均价（元/件）	286.38	8.51%	263.92	1.04%	261.20	30.14%	200.70

注：均价=收入/销量

报告期内，因疫情等原因导致境外消费者居家防疫时间较长，庭院家居类、庭院运动类产品销量大幅上升，庭院家居类、运动类产品的销售收入增幅明显。虽然受疫情影响，居民户外活动减少，消费者对吊床、野营垫等户外休闲用品的需求降低，公司 2020 年庭院休闲类产品的销量有所下滑，但受益于销售均价的提升，其销售收入仍有所增长。

④宠物系列

报告期内，公司宠物系列产品实现的销售收入分别为 16,078.69 万元、23,455.96 万元、34,196.55 万元和 17,091.68 万元，占主营业务收入的比例分别为 6.92%、5.91%、5.74%和 6.16%。

公司宠物系列产品主要包括猫爬架等宠物家具类以及狗窝垫等宠物家居类等细分类别，报告期内各细分品类实现销售收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
宠物家具类	10,313.77	60.34%	22,954.85	67.13%	16,861.58	71.89%	11,814.36	73.48%
宠物家居类	6,777.91	39.66%	11,241.70	32.87%	6,594.38	28.11%	4,264.33	26.52%
合计	17,091.68	100.00%	34,196.55	100.00%	23,455.96	100.00%	16,078.69	100.00%

报告期内，公司宠物系列销售收入整体呈上升趋势，但其增长幅度低于家具家居产品，故其 2019-2021 年占主营业务收入的比重呈下降趋势。

报告期内，公司宠物系列产品的价格及销量情况如下：

项目		2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
		数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值	变动幅度	数值
宠物家具类	收入（万元）	10,313.77	/	22,954.85	36.14%	16,861.58	42.72%	11,814.36
	销量（万件）	24.80	/	55.43	45.83%	38.01	56.40%	24.31
	均价（元/件）	415.91	0.44%	414.09	-6.65%	443.56	-8.74%	486.06
宠物家居类	收入（万元）	6,777.91	/	11,241.70	70.47%	6,594.38	54.64%	4,264.33
	销量（万件）	22.40	/	46.46	73.22%	26.82	64.50%	16.31
	均价（元/件）	302.60	25.06%	241.96	-1.58%	245.83	-5.99%	261.50

注：均价=收入/销量

报告期内，公司宠物家具类及家居类产品销售价格呈现先降后升的趋势，但销量显著上升，故销售金额总体呈现大幅上升趋势。

（2）主营业务收入按销售模式划分

报告期内，公司主要通过线上 B2C 模式和跨境出口 B2B 模式实现产品销售，公司主营业务收入按销售模式及平台或渠道划分情况如下：

单位：万元

模式	平台/渠道	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
B2C	亚马逊	185,276.32	66.77%	404,407.89	67.87%	284,898.50	71.80%	188,400.99	81.13%
	ManoMano	9,362.06	3.37%	17,254.56	2.90%	12,199.61	3.07%	4,154.15	1.79%
	Cdiscount	4,067.89	1.47%	10,956.07	1.84%	9,287.45	2.34%	4,743.41	2.04%
	eBay	2,254.51	0.81%	6,318.73	1.06%	5,805.49	1.46%	2,736.76	1.18%
	其他线上	22,993.75	8.29%	42,576.66	7.15%	16,874.01	4.25%	1,976.42	0.85%

	B2C 平台								
	小计	223,954.53	80.71%	481,513.92	80.81%	329,065.06	82.93%	202,011.74	86.99%
B2B	亚马逊 Vendor	23,045.04	8.30%	55,764.49	9.36%	33,528.20	8.45%	19,519.97	8.41%
	Wayfair	13,862.27	5.00%	27,423.29	4.60%	17,092.83	4.31%	4,506.71	1.94%
	其他线上 B2B	-	-	61.95	0.01%	203.69	0.05%	309.48	0.13%
	线下 B2B	16,629.45	5.99%	31,104.09	5.22%	16,897.01	4.26%	5,875.43	2.53%
	小计	53,536.76	19.29%	114,353.82	19.19%	67,721.73	17.07%	30,211.59	13.01%
合计		277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

①线上 B2C 模式

报告期内，公司在线上 B2C 模式下实现的销售收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81%和 **80.71%**，是公司最主要的销售模式。

公司的线上 B2C 业务为通过亚马逊、ManoMano、Cdiscount、eBay 等海外知名电商平台以线上零售方式将产品直接销售给终端消费者。其中，亚马逊是公司最为主要的线上 B2C 销售平台。除此以外，报告期内，公司不断拓展其他电商平台，主要包括 ManoMano、Cdiscount、eBay 等，以期不断拓展线上 B2C 渠道覆盖范围。

②跨境出口 B2B 模式

报告期内，公司跨境出口 B2B 模式下实现的销售收入分别为 30,211.59 万元、67,721.73 万元、114,353.82 万元和 **53,536.76 万元**，占主营业务收入的比例分别为 13.01%、17.07%、19.19%和 **19.29%**，公司 B2B 业务经历了快速的增长。

公司跨境出口 B2B 模式主要包括线上 B2B 模式和线下 B2B 模式。其中，线上 B2B 模式下，公司直接向亚马逊 Vendor、Wayfair 等线上平台客户主要以买断式销售产品，并由该等 B2B 平台客户自行实现对终端消费者的最终销售。报告期内，线上 B2B 渠道销售收入增长迅速，各期线上 B2B 销售收入分别为 24,336.16 万元、50,824.72 万元、83,249.73 万元和 **36,907.32 万元**，占主营业务收入的比例分别为 10.48%、12.81%、13.97%和 **13.30%**，已成为公司销售收入实现的重要销售渠道之一。线下 B2B 模式下，公司主要向线下中小企业、贸易商进行销售，

线下 B2B 模式对公司营业收入总体贡献较小。

(3) 主营业务收入按地区划分

报告期内，公司主要在欧洲、北美和日本等国家和地区进行产品销售，主营业务收入按地区划分情况如下：

单位：万元

地区	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
欧洲地区	159,193.54	57.37%	357,519.38	60.00%	239,102.53	60.26%	137,409.40	59.17%
北美地区	115,052.44	41.46%	233,457.21	39.18%	154,510.51	38.94%	93,057.21	40.07%
日本地区	2,254.53	0.81%	3,985.73	0.67%	3,086.73	0.78%	1,621.45	0.70%
其他地区	990.78	0.36%	905.42	0.15%	87.02	0.02%	135.27	0.06%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

注：“其他地区”主要包括澳大利亚、沙特阿拉伯、塞浦路斯、韩国、新西兰等国家和地区。

由上表可知，公司收入主要为外销收入，欧洲、北美是公司最主要的产品销售地。报告期各期，公司在欧洲和北美地区实现的销售收入合计占比均在 98% 以上；日本为公司近年来着力拓展的新兴市场，报告期各期收入占比较小，但销售收入总体呈现逐步上升趋势。

(4) 主营业务收入按季度划分

报告期内，公司主营业务收入分季度构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	141,623.45	51.04%	148,714.72	24.96%	67,280.11	16.96%	48,385.93	20.84%
第二季度	135,867.84	48.96%	171,153.97	28.72%	88,665.80	22.35%	53,189.74	22.90%
第三季度	/	/	137,383.21	23.06%	110,718.50	27.90%	62,069.42	26.73%
第四季度	/	/	138,615.84	23.26%	130,122.38	32.79%	68,578.24	29.53%
合计	277,491.29	100.00%	595,867.74	100.00%	396,786.79	100.00%	232,223.33	100.00%

报告期内，公司主营业务收入季节性分布呈现出一定的集中性特征，通常情况下第三、四季度的主营业务收入占全年比例相对较高。2019-2021 年，公司第

三、四季度收入合计占比分别为 56.26%、60.69%和 46.32%。

公司主营业务收入季节性分布集中性特征概由销售市场目的地的社会性和文化性因素导致，即欧美发达国家的主要法定假日和线上购物节集中在下半年，如亚马逊 Prime Day（2020 年为 10 月 13-14 日）、万圣节（2020 年为 11 月 1 日）、感恩节（2020 年为 11 月 26 日）、黑色星期五（2020 年为 11 月 27 日）、网络星期一（2020 年为 11 月 30 日）、圣诞节（2020 年 12 月 25 日）及新年（2021 年 1 月 1 日），因此公司下半年销售收入通常情况下相对集中。

2019-2021 年，公司与同行业公司第三、四季度收入合计占比情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
安克创新	57.29%	62.28%	56.70%
易佰网络	/	52.80%	56.17%
致欧科技	46.32%	60.69%	56.26%

注 1：数据来源于同行业公司的招股说明书、重组报告书、定期报告等公开文件。

注 2：遨森电商定期报告中未披露分季度的销售收入数据。

注 3：易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2021 年分季度的销售收入数据。

由上表可知，2019 年及 2020 年，同行业可比公司安克创新的销售收入主要集中在下半年，第三、四季度收入合计占比与公司不存在较大差异。根据华凯创意（已更名为“华凯易佰”）收购易佰网络公告的重大资产重组报告书：“受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度……2019 年和 2020 年，易佰网络第四季度营业收入占各期主营业务收入的比例分别为 30.17%和 29.88%，表现出明显的季节性特征”，因此易佰网络销售收入亦具有明显的季节性特征；上表中，易佰网络 2020 年第三、四季度收入合计占比略低于公司、安克创新，主要是易佰网络调低终端售价所致，根据华凯易佰披露，主要因“2020 年 6 月开始，国外物流商陆续复工……标的公司为加快动销，调低了部分产品售价，导致第三季度销售单价有所回落……环比下降 9.53%，第四季度与第三季度环比基本持平”。遨森电商定期报告中未披露分季度的销售收入数据，根据遨森电商年度报告内容：“公司收入及利润的实现具有明显的季节性波动特点，第一季度为销售淡季，第二季度是户外运动、休闲等产品的销售旺季，第四季度是圣诞节相关居家用品的销售旺季”。

因欧美发达国家的主要法定假日和线上购物节集中在下半年尤其是第四季

度，公司及同行业可比公司下半年尤其是第四季度销售收入增长加快；此外，受2018年以来美国关税加征、2020年全球疫情导致的海运费上涨以及海外疫情导致欧美线上家具家居市场供不应求等因素影响，公司逐步提升产品终端销售价格，亦对销售相对集中的下半年收入增长具有积极影响。因此，2019-2020年公司下半年收入占比总体呈上升趋势。

2021年，公司下半年收入较2020年同期增速放缓，2021年下半年的收入占比低于上半年的收入占比，主要原因是：2020年，海外爆发疫情，受疫情防控措施的影响，线上渗透率快速提升，且居民因居家防疫而对家具家居产品的需求快速增加，加之疫情期间欧美国家向居民发放补助金，进一步刺激了消费者的购物热情，2020年我国跨境电商企业普遍经历了业绩井喷。在此背景下，跨境电商卖家普遍于2020年下半年加大备货量，2021年一、二季度尚处于因疫情而带动的“居家经济”红利期，公司2021年上半年收入仍持续大幅增长。随着欧美国家疫情防控逐步常态化，海外逐步复工复产，消费者对家具家居类产品的需求有所回落，导致2021年下半年家具家居产品需求从2020年疫情反复期间的高消费水平逐渐回归至常规水平。与此同时，在美国财政刺激计划“降温”以及更多国内电商运营商、工厂和贸易商等涌入跨境电商行业，新进入者为快速抢占市场，采用低价营销策略，对市场形成一定冲击。公司为了保持产品的市场占有率，对部分产品进行降价销售，但总体折价力度不及竞品卖家，客观上导致短期内公司产品的市场需求和销售收入环比有所下降。此外，由于公司部分家具系列、庭院系列产品存在积压，为加快产品动销，部分产品下半年存在一定的降价销售。

因此，叠加上述各方面的影响，公司2021年下半年销售收入增长不及上半年的收入增长，从而导致下半年合计收入占比低于上半年。根据公开查询信息，与公司销售模式类似的跨境电商企业赛维时代、华宝新能的第三、四季度收入合计占比情况如下：

公司名称	2021 年度	2020 年度	2019 年度
赛维时代	47.76%	56.36%	59.20%
华宝新能	58.78%	69.15%	71.69%
致欧科技	46.32%	60.69%	56.26%

注：赛维时代、华宝新能的数据来源于其披露的招股说明书。

由上可知，同为跨境电商企业的赛维时代、华宝新能 2021 年下半年的收入占比亦较 2020 年下半年的收入占比下降幅度较大，且赛维时代 2021 年下半年的收入占比低于上半年的收入占比，与公司的情况类似。

综上所述，公司 2019-2020 年第三、四季度收入占比较高的特征符合公司实际经营情况，与公司所处行业、业务模式、客户需求等基本匹配，具有合理性；2021 年，由于海外市场形势的变化，公司第三、四季度收入占比相对上半年较低，符合公司及行业的实际情况。

3、第三方回款情况

(1) 第三方回款的金额及占比

报告期内，公司存在少量第三方回款，即回款主体与合同签订主体不一致的情况。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司第三方回款形成的收入金额分别为 238.02 万元、390.44 万元、135.52 万元和 13.61 万元，占营业收入的比例分别为 0.10%、0.10%、0.02%和 0.0048%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
第三方回款形成收入	13.61	135.52	390.44	238.02
营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
第三方回款/营业收入	0.0048%	0.02%	0.10%	0.10%

(2) 第三方回款的原因及商业合理性

报告期内，公司第三方回款成因为线下 B2B 业务中部分贸易商客户通过第三方机构或个人向公司支付货款，具体类型包括：①机构代付方，即客户指定跨境支付机构、同一控制下公司、母子公司、合作公司等机构代付方支付款项；②个人代付方，客户通过该企业的实际控制人及其亲属、公司员工等个人代付方支付款项。

报告期内，前述两类第三方回款的金额相关收入与占比情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机构代付方	3.64	26.71%	64.46	47.56%	249.74	63.96%	185.04	77.74%

个人代付方	9.98	73.29%	71.06	52.44%	140.69	36.04%	52.97	22.26%
合计	13.61	100.00%	135.52	100.00%	390.44	100.00%	238.02	100.00%

公司的线下 B2B 客户大多为规模较小、经营模式简单的中小企业、贸易商等，由于操作便利、交易习惯等原因，其通过机构代付方或个人代付方向公司支付货款，符合公司 B2B 业务经营模式，也符合线下 B2B 客户经营规模和业务模式，不存在关联方代付的情形，上述第三方回款情形具有其交易背景、历史成因、必要性和商业合理性。

（3）第三方回款相关销售内部控制制度和运行情况

对于线下 B2B 销售业务，公司建立了较为完善的内部控制制度，主要包括：①B2B 业务部门进行客户开发，获取客户销售订单；②客户支付预付款项或货款后，财务部门将收款信息传送至业务部门；③业务部门协调工厂、仓库、船务部等内外部机构安排出货和海运；④财务部门定期跟进货物配送签收具体情况，根据订单销售进程进行相关财务处理；⑤内部审计机构定期对 B2B 业务情况进行审计和监督。

对于第三方回款，公司针对性强化了收款管理制度，主要包括：①规范收款行为，签约或接收订单时即要求客户使用签约方或下单方账户进行付款；②B2B 业务部门和财务部门加强收款控制，逐笔核对并认领，保证实际付款账户与公司系统中所记录客户付款账户信息相符，不相符则登记于第三方回款台账并由财务重点审核回款的真实性和准确性；③2021 年 6 月，公司 EYA 业务信息管理系统中增设线下 B2B 业务收款管理模块，该系统对公司银行账户所收取的销售款项进行自动识别，并根据客户档案中的银行账户信息进行匹配关联，无法被识别的款项将被推送至业务部门，由业务部门进行人工识别、核对，第三方回款情况将在系统中被标识及储存。公司规定销售业务员须按要求在信息系统中创建并维护合作客户信息档案，准确录入客户公司银行账号。结算环节中，若出现第三方回款情况，需客户提供与付款方的关系证明文件，经财务中心审核通过后方可付款。

报告期内，公司通过持续完善相关制度来不断规范 B2B 业务开展，保证公司销售相关内部控制有效执行。

（4）保荐机构对第三方回款真实性、必要性及合理性的核查结论

经保荐机构核查，报告期内，发行人第三方回款形成的收入金额、占比极小，

发行人第三方回款真实、合理，不存在虚构交易或者调节账龄的情况；发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员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；发行人线下 B2B 业务开展情况良好，不存在客户或代付方对代付款项提出异议、引发纠纷的情况；发行人不存在签订合同时即明确约定由其他第三方代付购买商品款项的情况，相关销售业务均有真实的交易背景和商业实质；发行人线下 B2B 业务销售中境外第三方回款，代付行为有其交易背景、商业合理性，不存在违法违规的情况。

4、外销收入情况

(1) 外销收入与海关出口数据、出口退税金额的匹配情况

①外销收入与海关出口数据的匹配情况

报告期内，公司及其境内子公司的境外销售收入与海关出口数据的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内公司出口收入 (A)	56,592.65	122,921.17	82,665.67	28,334.09
海关出口数据 (B)	56,065.85	122,728.30	83,622.35	27,977.03
时间性差异 (C)	554.73	162.16	-894.82	354.41
调整后的海关出口数据 (D=B+C)	56,620.59	122,890.46	82,727.53	28,331.45
差异金额 (F=A-D)	-27.94	30.71	-61.86	2.64
差异率 (E=F/A)	-0.05%	0.02%	-0.07%	0.01%

注 1：上表中的境内公司包括致欧科技、领未科技和东莞致欧，境内公司外销收入系按境内主体的出口收入统计，未包含境外子公司在境外的销售收入，但包括了境内主体出口销售给境外子公司的数据，因此与公司合并范围的外销收入金额存在一定差异。

注 2：报告期内，境内公司出口销售主要以美元、欧元进行结算，海关出口数据亦主要以美元、欧元列示，因此统一折算为人民币进行分析。

上表中的时间性差异主要为境内公司出口收入确认时间与海关出口数据统计时间存在一定差异所致，境内公司出口销售主要按照离港时间确认收入，海关出口数据系按照办结海关手续的日期进行统计，因此会存在时间性差异。

报告期各期，公司境内出口收入与经时间性调整后的海关出口数据的差异金额分别为 2.64 万元、-61.86 万元、30.71 万元和 -27.94 万元，差异率分别为 0.01%、-0.07%、0.02%和 -0.05%，差异较小，存在差异的主要原因是将海关出口数据由

原币换算为人民币过程中产生的汇率差异。

综上，境内公司出口收入与海关数据具有匹配性。

②外销收入与出口退税金额的匹配情况

报告期内，公司及其境内子公司境外销售收入与出口退税金额的匹配情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
境内公司出口收入（A）	56,592.65	122,921.17	82,665.67	28,334.09
本期收到的增值税出口退税金额（B）	7,678.64	16,955.89	3,176.06	3,412.05
上期末应收出口退税金额（C）	5,829.20	7,648.26	1,049.85	1,296.98
本期末应收出口退税金额（D）	4,274.87	5,829.20	7,648.26	1,049.85
归属于本期的出口退税金额（E=B-C+D）	6,124.31	15,136.83	9,774.47	3,164.92
出口退税金额占出口销售收入比例（F=E/A）	10.82%	12.31%	11.82%	11.17%

注：上表中的境内公司包括致欧科技、领未科技和东莞致欧，境内公司外销收入系按境内主体的出口收入统计，未包含境外子公司在境外的销售收入，但包括了境内主体出口销售给境外子公司的数据，因此与公司合并范围的外销收入金额存在一定差异。

由上表可知，报告期各期，公司出口退税金额占境内公司出口销售收入的比例分别为 11.17%、11.82%、12.31%和 **10.82%**，总体较为稳定。

经保荐机构核查，发行人境内公司的境外销售实现了真实销售。

（2）境外销售的主要地区与公司出口产品相关的贸易政策情况

报告期内，公司在北美地区实现的销售收入分别为 93,057.21 万元、154,510.51 万元、233,457.21 万元和 **115,052.44 万元**，占各期主营业务收入的比例分别为 40.07%、38.94%、39.18%和 **41.46%**，其中美国市场是公司产品的主要销售市场之一。2018 年以来，美国政府采取了多项贸易保护主义政策，导致中美之间的贸易摩擦和争端不断升级，公司部分产品在美国加征关税的清单内。报告期内，美国加征关税对公司主营业务成本产生了一定影响，但公司适当提高了线上平台产品的终端零售价格，将部分增量关税成本转移给消费者承担，截至目前，中美贸易摩擦未对公司的经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响。

除此以外，截至本招股说明书签署日，公司境外销售的其他主要国家或地区与公司出口产品相关的贸易政策未发生重大不利变化。

（3）报告期内汇兑损益对公司的业绩影响情况

报告期内，公司结算币种以欧元、美元、人民币、英镑、加元、日元为主，受汇率波动的影响，公司报告期内确认的汇兑损失分别为 322.53 万元、414.23 万元、7,175.21 万元和-105.94 万元，占利润总额的比例分别 2.26%、0.89%、24.03%和-0.73%。

2021 年，公司汇兑损失金额较大，主要原因是 2021 年度，人民币对欧元、美元持续升值，其中母公司致欧科技以美元和欧元计价的服务费收入产生汇兑损失 4,459.63 万元，境内子公司领未科技以美元和欧元计价的对集团内境外子公司的销售收入产生汇兑损失 1,780.60 万元。

随着公司海外业务规模的快速扩张，公司外汇销售收入及采购支出将进一步增加。外币结算货币与人民币之间的汇率可能随着国际收支、全球金融市场供需状况、国家间经济增长及通货膨胀率的差异、政府干预等多种因素干预上下波动，具有较大不确定性，使得公司面临汇率波动风险。报告期内，公司积极采取相应措施应对汇率波动风险，具体如下：

①销售端开展多国经营，外币收入多元化

报告期内，公司同时在欧洲、北美、日本等多个国家和地区开展经营活动，使用包括欧元、英镑、美元、加元、日元等多种货币结算，利用不同货币天然的对冲作用，有效降低单一外汇汇率波动对经营成果可能造成的负面影响。

②采购支出端推行多币种定价和支付

报告期内，公司推行采购支出端多币种定价和支付，积极利用美元等外币支付供应商货款等成本、费用，强化收入、成本、费用币种匹配性，减少了货币兑换的需求和汇率波动的风险敞口。

③根据外汇市场灵活安排购付汇

公司根据外汇市场具体的波动情况，选择有利的市场窗口期安排购付汇、收结汇，尽力降低汇率波动风险。

④适量使用外币贷款、衍生工具等金融工具对冲外汇波动风险

报告期内，公司综合使用多种金融工具，如外币贷款以及外汇衍生工具合约锁定汇率，降低汇率波动风险。

5、线上销售情况

(1) 线上 B2C 渠道的销售收入情况

报告期内，线上 B2C 渠道是公司主要的销售渠道，公司线上 B2C 渠道收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，占主营业务收入的比例分别为 86.99%、82.93%、80.81%和 **80.71%**。其中，亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 等主要 B2C 平台收入占各期线上 B2C 渠道收入的比例均在 90%以上。

(2) 主要平台的销售分层情况

报告期内，公司在亚马逊、Cdiscount、ManoMano、eBay 平台上对终端消费者销售金额分层的交易金额、客户数量统计情况如下：

①亚马逊

报告期内，公司在亚马逊 B2C 平台上订单金额分层的交易金额及其占比情况如下：

单位：万元

单笔订单金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
小于 200 (含)	15,557.31	7.06%	37,247.38	7.70%	28,195.45	8.30%	23,150.36	10.29%
(200,300]	28,271.03	12.83%	61,888.13	12.79%	45,510.90	13.40%	40,521.58	18.01%
(300,500]	50,827.45	23.06%	118,707.76	24.54%	89,051.05	26.22%	60,583.36	26.93%
(500,1000]	77,760.41	35.29%	173,075.32	35.78%	115,997.71	34.16%	68,462.78	30.44%
大于 1000	47,958.35	21.76%	92,817.46	19.19%	60,848.54	17.92%	32,221.16	14.32%
合计	220,374.55	100.00%	483,736.06	100.00%	339,603.65	100.00%	224,939.24	100.00%

注：上表中的交易金额为销售订单口径，交易金额大于公司确认收入的金额，存在差异的原因主要系订单交易金额包含了税款、买家已付款但尚未满足收入确认条件的订单金额、买家退货前的交易订单金额等，下同。

报告期内，公司在亚马逊 B2C 平台上，客户年购买金额分层的客户数量及其占比情况如下：

单位：万个

客户年购买金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
小于 500 (含)	290.26	66.68%	611.86	65.90%	492.31	68.33%	392.01	74.26%
(500,1000]	105.62	24.26%	228.45	24.60%	168.10	23.33%	103.04	19.52%

(1000,2000]	32.15	7.38%	71.83	7.74%	50.42	7.00%	28.14	5.33%
大于 2000	7.28	1.67%	16.36	1.76%	9.64	1.34%	4.70	0.89%
合计	435.31	100.00%	928.51	100.00%	720.48	100.00%	527.90	100.00%

②ManoMano

报告期内，公司在 ManoMano 平台上订单金额分层的交易金额及其占比情况如下：

单位：万元

单笔订单金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
小于 200 (含)	37.31	0.32%	100.57	0.47%	115.13	0.75%	88.10	1.73%
(200,300]	353.87	3.03%	607.11	2.84%	695.84	4.54%	353.06	6.93%
(300,500]	1,792.55	15.35%	3,592.62	16.81%	3,294.71	21.50%	1,182.28	23.21%
(500,1000]	4,821.23	41.30%	9,169.44	42.91%	6,560.64	42.81%	2,025.59	39.77%
大于 1000	4,669.18	40.00%	7,900.17	36.97%	4,657.47	30.39%	1,443.91	28.35%
合计	11,674.13	100.00%	21,369.91	100.00%	15,323.78	100.00%	5,092.94	100.00%

报告期内，公司在 ManoMano 平台上，客户年购买金额分层的客户数量及其占比情况如下：

单位：万个

客户年购买金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
小于 500 (含)	6.00	38.53%	11.85	39.28%	11.65	48.10%	4.96	56.60%
(500,1000]	6.85	43.99%	13.36	44.31%	9.53	39.36%	2.91	33.26%
(1000,2000]	2.16	13.88%	4.08	13.51%	2.55	10.53%	0.75	8.56%
大于 2000	0.56	3.60%	0.87	2.90%	0.49	2.02%	0.14	1.58%
合计	15.56	100.00%	30.16	100.00%	24.21	100.00%	8.76	100.00%

③Cdiscount

报告期内，公司在 Cdiscount 平台上订单金额分层的交易金额及其占比情况如下：

单位：万元

单笔订单金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
小于 200 (含)	5.67	0.11%	19.56	0.14%	17.39	0.15%	18.65	0.32%
(200,300]	116.90	2.30%	327.40	2.38%	289.00	2.46%	198.00	3.38%
(300,500]	1,020.17	20.05%	2,481.90	18.05%	2,134.52	18.17%	1,047.78	17.86%
(500,1000]	2,782.07	54.68%	7,299.65	53.08%	6,013.15	51.19%	3,013.73	51.38%
大于 1000	1,163.29	22.86%	3,622.98	26.35%	3,291.54	28.02%	1,587.39	27.06%
合计	5,088.10	100.00%	13,751.49	100.00%	11,745.61	100.00%	5,865.56	100.00%

报告期内，公司在 Cdiscount 平台上，客户年购买金额分层的客户数量及其占比情况如下：

单位：万个

客户年购买金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
小于 500 (含)	3.11	38.78%	7.47	35.71%	6.47	36.83%	3.48	38.49%
(500,1000]	4.12	51.39%	10.83	51.76%	8.63	49.09%	4.34	47.97%
(1000,2000]	0.70	8.69%	2.38	11.39%	2.30	13.06%	1.16	12.81%
大于 2000	0.09	1.14%	0.24	1.15%	0.18	1.01%	0.07	0.73%
合计	8.01	100.00%	20.93	100.00%	17.57	100.00%	9.05	100.00%

④eBay

报告期内，公司在 eBay 平台上订单金额分层的交易金额及其占比情况如下：

单位：万元

单笔订单金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比	交易金额	占比
小于 200 (含)	101.06	3.59%	265.23	3.40%	399.38	5.56%	378.40	11.23%
(200,300]	254.25	9.04%	628.50	8.05%	748.86	10.43%	498.23	14.78%
(300,500]	550.53	19.57%	1,661.97	21.28%	1,559.41	21.72%	671.01	19.91%
(500,1000]	1,082.15	38.47%	2,914.48	37.33%	2,725.94	37.97%	1,216.12	36.09%
大于 1000	824.95	29.33%	2,338.13	29.94%	1,745.45	24.31%	606.29	17.99%
合计	2,812.92	100.00%	7,808.31	100.00%	7,179.03	100.00%	3,370.04	100.00%

报告期内，公司在 eBay 平台上，客户年购买金额分层的客户数量及其占比情况如下：

单位：万个

客户年购买金额 (元)	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比	客户数量	占比
小于 500 (含)	2.36	54.81%	6.54	54.25%	6.15	57.79%	4.24	67.60%
(500,1000]	1.38	32.08%	3.87	32.07%	3.37	31.64%	1.61	25.73%
(1000,2000]	0.44	10.21%	1.27	10.53%	0.88	8.24%	0.35	5.58%
大于 2000	0.13	2.91%	0.38	3.15%	0.25	2.33%	0.07	1.09%
合计	4.30	100.00%	12.06	100.00%	10.65	100.00%	6.27	100.00%

(3) 单个客户异常大额购买、异常重复购买情况以及保荐机构对线上销售真实性、最终销售情况的核查结论

经保荐机构核查，报告期内，发行人线上销售不存在单个客户异常大额购买、异常重复购买的情形，不存在发行人及其关联方“刷单”等虚假交易情形；发行人报告期内线上销售业务真实，线上售出产品均已实现最终销售。

6、现金交易情况

报告期内，公司存在少量现金销售和现金采购的情形。公司现金销售金额及占营业收入的比例、现金采购金额及占营业成本的比例情况具体如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
现金销售	96.87	2.21	5.49	14.29
现金销售占当期收入的比例	0.0345%	0.0004%	0.0014%	0.0061%
现金采购	-	1.72	1.88	0.17
现金采购占当期成本的比例	-	0.0004%	0.0008%	0.0002%

报告期内，公司存在少量的现金销售及采购，因操作方便双方协商通过现金结算。其中，现金销售客户主要为线下个人消费者和废品回收商，多为偶发交易且单次交易金额较小；现金采购供应商为日本子公司 ZIELJP 的个别头程及尾程物流服务商，交易金额较小。现金交易的客户或供应商与公司及其子公司、实际控制人、董事、监事及高级管理人员之间不存在关联关系。

报告期内，公司已建立《资金管理制度》等内部控制制度，并加强对现金的收付款管理，报告期内现金销售及采购的金额、占比较小。

经保荐机构核查，报告期内，发行人现金交易占比较低，相关现金交易可验证，相关内部控制有效设置并持续运行，现金交易具有真实性、合理性和必要性。

（二）营业成本构成及变动分析

1、营业成本分析

报告期内，公司营业成本及其构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
主营业务成本	190,107.46	98.79%	401,340.42	99.84%	246,331.46	99.92%	102,606.38	99.81%
其中：产品采购、海运物流及关税成本	145,052.48	75.38%	300,065.99	74.65%	179,430.12	72.78%	102,606.38	99.81%
运输费	45,054.98	23.41%	101,274.43	25.19%	66,901.33	27.14%	-	-
其他业务成本	2,326.25	1.21%	639.80	0.16%	203.06	0.08%	195.23	0.19%
合计	192,433.71	100.00%	401,980.22	100.00%	246,534.51	100.00%	102,801.61	100.00%

注：根据新收入准则，2020 年度、2021 年及 2022 年 1-6 月，原收入准则下计入销售费用的运输费于营业成本中列报。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司营业成本分别为 102,801.61 万元、246,534.51 万元、401,980.22 万元和 192,433.71 万元，其中主营业务成本分别为 102,606.38 万元、246,331.46 万元、401,340.42 万元和 190,107.46 万元，各期占比均在 98%以上，公司营业成本的变动及其构成与营业收入的变动及其构成相匹配。公司其他业务成本主要为房屋及仓库转租的租赁成本，金额及占比均较小。

2、主营业务成本的产品类别构成及变动情况

报告期内，公司主营业务成本按产品类别构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产品销售成本	145,052.48	76.30%	300,065.99	74.77%	179,430.12	72.84%	102,606.38	100.00%
其中：家具系列	74,554.62	39.22%	169,269.47	42.18%	97,948.11	39.76%	49,043.02	47.80%

家居系列	41,950.91	22.07%	84,959.34	21.17%	55,360.51	22.47%	34,720.37	33.84%
庭院系列	19,458.35	10.24%	28,571.31	7.12%	14,998.18	6.09%	10,596.37	10.33%
宠物系列	8,651.76	4.55%	16,423.66	4.09%	10,332.32	4.19%	7,103.46	6.92%
其他产品	436.84	0.23%	842.21	0.21%	790.99	0.32%	1,143.15	1.11%
运输费	45,054.98	23.70%	101,274.43	25.23%	66,901.33	27.16%	-	-
合计	190,107.46	100.00%	401,340.42	100.00%	246,331.46	100.00%	102,606.38	100.00%

报告期内，公司各类产品主营业务成本与主营业务收入符合配比原则，按产品分类的主营业务成本构成及占比与相应的主营业务收入及占比基本一致，不存在显著差异。剔除新收入准则下主营业务成本中运输费影响后，公司家具系列、家居系列、庭院系列相关成本为主营业务成本的主要构成部分，各期合计均超过90%，与该等产品收入占比相匹配。

3、主营业务成本的经济要素构成及变动情况

报告期内，公司主营业务成本经济要素构成及变动情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
产品销售成本	145,052.48	76.30%	300,065.99	74.77%	179,430.12	72.84%	102,606.38	100.00%
其中：产品采购成本	101,962.63	53.63%	217,221.62	54.12%	144,984.85	58.86%	85,018.15	82.86%
物流海运及关税成本	43,089.85	22.67%	82,844.37	20.64%	34,445.27	13.98%	17,588.23	17.14%
运输费	45,054.98	23.70%	101,274.43	25.23%	66,901.33	27.16%	-	-
合计	190,107.46	100.00%	401,340.42	100.00%	246,331.46	100.00%	102,606.38	100.00%

报告期内，公司主营业务成本分别为 102,606.38 万元、246,331.46 万元、401,340.42 万元和 190,107.46 万元，其中产品采购成本分别为 85,018.15 万元、144,984.85 万元、217,221.62 万元和 101,962.63 万元，占比分别为 82.86%、58.86%、54.12%和 53.63%，为主营业务成本的最重要经济要素。2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，公司产品采购成本占比下降，主要是根据新收入准则将销售费用中的运输费调整至主营业务成本所致。

公司产品的生产制造环节全部委托给外协加工厂商进行生产，并通过海运等运输方式运送至境外实现销售。因此，公司的主营业务成本主要包括产品采购成

本、物流海运及关税成本，其中：（1）产品采购成本为公司对供应商直接进行实物产品采购的成本，即公司支付对价获取的产品实物，其主要经济要素为货物实体；（2）物流海运及关税成本指 FOB 或 EXW 采购模式下，供应商交货后发生的商品进入境外指定仓库、达到可销售状态前发生的境内运费、海运费、关税、二程费用相关必要成本，其主要经济要素为使产品达到可销售状态、地点等相关物流运输和其他劳务或服务；（3）2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，根据新收入准则计入主营业务成本的运输费，其主要经济要素为将产品送达终端消费者或 B2B 客户的运输服务。公司主营业务成本为产品采购成本、物流海运及关税等成本以合理适当方法分摊后，按照加权平均法计算当期存货成本，于产品实现销售时结转入主营业务成本；2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，相关运输费同步结转主营业务成本。

报告期内，公司主营业务成本随着收入增长而迅速上升。若剔除 2020-2021 年及 2022 年 1-6 月按新收入准则要求计入主营业务成本的运输费用影响，2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司物流海运及关税成本占主营业务成本的比例分别为 17.14%、19.20%、27.61%和 29.71%，呈逐年上升趋势，主要是因为：①全球新冠肺炎疫情以来，全球海运费用较以前年度有较大幅度的上涨；②中美贸易战以来，公司北美市场较多产品处于关税加征范围内。

（三）毛利及毛利率分析

1、综合毛利和毛利率

报告期内，公司毛利额及毛利率的具体情况如下：

单位：万元

项目		2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
含运输费的营业成本及主营业务成本	营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
	营业成本	192,433.71	401,980.22	246,534.51	102,801.61
	综合毛利	88,433.96	194,757.73	150,564.76	129,755.02
	综合毛利率	31.49%	32.64%	37.92%	55.80%
	主营业务收入	277,491.29	595,867.74	396,786.79	232,223.33
	主营业务成本	190,107.46	401,340.42	246,331.46	102,606.38
	主营业务毛利	87,383.83	194,527.32	150,455.33	129,616.95

	主营业务毛利率	31.49%	32.65%	37.92%	55.82%
不含运输费的 营业成本及主 营业务成本	营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
	营业成本	147,378.73	300,705.79	179,633.18	102,801.61
	综合毛利	133,488.94	296,032.16	217,466.09	129,755.02
	综合毛利率	47.53%	49.61%	54.76%	55.80%
	主营业务收入	277,491.29	595,867.74	396,786.79	232,223.33
	主营业务成本	145,052.48	300,065.99	179,430.12	102,606.38
	主营业务毛利	132,438.81	295,801.75	217,356.67	129,616.95
	主营业务毛利率	47.73%	49.64%	54.78%	55.82%

注：上表中，含运输费的营业成本及主营业务成本的相关财务指标系 2020 年度、2021 年度及 2022 年 1-6 月按照新收入准则要求将原计入销售费用中的运输费计入营业成本核算。为保持报告期各期毛利率及其他财务指标可比性，后文相关财务数据及指标分析中剔除该事项的影响。

报告期内，公司的毛利额主要来自主营业务，综合毛利率和主营业务毛利率接近，综合毛利率变动主要是受到主营业务毛利率变动影响。

2、主营业务分产品的毛利率分析

报告期内，公司主营业务分产品品类的毛利率（2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月不含运输费）情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
家具系列	48.16%	44.21%	51.90%	45.26%	49.62%	50.25%	43.37%	51.30%
家居系列	32.33%	53.25%	31.50%	54.73%	34.35%	59.38%	38.39%	61.05%
庭院系列	13.09%	46.42%	10.62%	54.86%	9.72%	61.13%	10.32%	55.77%
宠物系列	6.16%	49.38%	5.74%	51.97%	5.91%	55.95%	6.92%	55.82%
其他产品	0.26%	39.10%	0.25%	42.39%	0.40%	49.77%	1.00%	50.92%
合计	100.00%	47.73%	100.00%	49.64%	100.00%	54.78%	100.00%	55.82%

报告期各期，公司的主营业务毛利率分别为 55.82%、54.78%、49.64%和 **47.73%**，总体呈现下降趋势，其中 2021 年下降较为显著。

2020 年，公司的主营业务毛利率较 2019 年下降了 1.04 个百分点，主要原因是 2019 及 2020 年公司 B2B 业务快速发展，B2B 渠道收入占比从 2019 年的 13.01%

提升至 2020 年的 17.07%，而 B2B 销售模式的毛利率相对较低；此外，海运成本上涨也是毛利率下降的原因之一。

2021 年，公司的主营业务毛利率较 2020 年下降了 5.14 个百分点，主要是 B2C 渠道毛利率下降幅度较大所致，主要原因包括：（1）2021 年以来，受全球疫情反复的影响，中国外贸出口量大幅上升，出口集装箱、国际航运相关工作人员短缺，国际运力紧张，上述因素叠加导致国际海运价格大幅上涨，公司 2021 年欧洲航线、北美航线的海运费实际结算价的平均价格较 2020 年度分别上涨了 250.82%、102.25%，公司产品成本因此显著上升。（2）欧美地区新冠肺炎疫情至今已逐渐常态化，伴随着海外复产复工、公共场所放开，消费者对家具家居类产品的需求有所回落，2021 年下半年家具家居产品需求从 2020 年疫情期间的高消费水平逐渐回归至常规水平，且 2020 年下半年至 2021 年以来跨境电商企业普遍加大备货、增加库存的经营策略导致市场产品供给迅速增加；此外，由于 2020 年末以来美国洛杉矶、纽约等多个港口受新冠肺炎疫情影响出现停摆状况，加之 2021 年第一季度美国加州实施居家令，公司美国加州仓库工作人员、第三方物流运输公司人员短缺，导致公司在一定期间内货物出现滞港、无法及时清关，造成公司一定期间内出现仓库订单积压、存货滞留等情况。面对前述市场供需环境变化、疫情因素导致的库存和物流压力，为加快库存周转，公司于 2021 年第二季度陆续对北美地区部分库存商品实施降价销售，因此各品类毛利率较前期有所下降。

2022 年 1-6 月，公司的主营业务毛利率较 2021 年下降了 1.91 个百分点，主要是 B2C 渠道毛利率下降幅度较大所致，主要原因是受 2021 年以来国际海运价格高涨所影响，公司营业成本推高后尚未回落，虽然 2022 年以来即期国际海运价格已经开始逐步下降，但 2022 年上半年总体上仍处于相对高位，且由于存货周转所需周期影响，主营业务成本尚未回归常态。此外，欧美国家疫情常态化后，线下消费逐渐恢复正常，线上零售竞争加剧，利润空间收窄，也对公司产品毛利率产生一定影响。

此外，公司产品结构变动、产品采购成本、国际运输服务价格、关税、汇率波动等因素也会对公司产品的收入和成本造成一定影响，进而对公司整体毛利率水平造成影响。

(1) 家具系列产品的毛利率分析

报告期内，公司家具系列产品的平均销售单价及成本、毛利率的情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
销售均价	409.08	-0.07%	409.36	-1.66%	416.25	6.49%	390.88
平均成本	228.21	1.85%	224.07	8.20%	207.08	8.79%	190.35
毛利率	44.21%	下降 1.05 个百分点	45.26%	下降 4.99 个百分点	50.25%	下降 1.05 个百分点	51.30%

注：销售均价=销售收入/销售数量，平均成本=主营业务成本/销售数量。

报告期内，公司家具系列产品的毛利率分别为 51.30%、50.25%、45.26%和 44.21%。

2020 年，公司家具系列产品的毛利率较前一年度下降了 1.05 个百分点，主要原因是 2019 年以来公司 B2B 业务快速发展，2019 年 B2B 销售渠道收入占比从 2018 年的 5.54%快速上升至 13.01%，2020 年进一步上升至 17.07%，而 B2B 销售模式主要是将产品以买断式销售给平台客户或贸易商客户，由其负责后续的终端销售，故 B2B 销售模式下的产品单价及毛利率低于 B2C 销售模式，由此导致家具系列及其他主要产品毛利率有所下降。2020 年，物流海运及关税成本上升也是当年毛利率下降的另外一个重要原因。

2021 年，公司家具系列产品的毛利率较前一年度下降 4.99 个百分点，主要原因是：一方面，2021 年以来，国际海运价格显著上涨，公司家具系列产品的平均成本上升幅度较大；另一方面，如前所述，2021 年下半年，海外市场需求逐渐回归常规水平，而同品类产品市场竞争加剧，且由于北美市场供求情况发生变化及库存压力等原因，公司北美地区于 2021 年二季度对部分产品进行降价销售，毛利率有所下降。

2022 年 1-6 月，公司家具系列产品的毛利率较 2021 年下降 1.05 个百分点，主要系欧洲和北美市场 B2C 渠道生活家具类产品毛利率下降所致，主要原因是国际海运费等成本端因素尚未回归常态，且消费逐渐向线下回归后线上市场竞争加剧毛利空间收窄。此外，B2B 渠道生活家具类销售占比上升进一步降低该类毛利率。

(2) 家居系列产品的毛利率分析

报告期内，公司家居系列产品的平均销售单价及成本、毛利率的情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
销售均价	226.24	3.99%	217.55	1.29%	214.78	6.87%	200.97
平均成本	105.78	7.40%	98.49	12.89%	87.24	11.46%	78.27
毛利率	53.25%	下降 1.48 个百分点	54.73%	下降 4.65 个百分点	59.38%	下降 1.67 个百分点	61.05%

注：销售均价=销售收入/销售数量，平均成本=主营业务成本/销售数量。

报告期内，公司家居系列产品的毛利率分别为 61.05%、59.38%、54.73%和 53.25%。

2020 年，公司家居系列的毛利率较上年度下降了 1.67 个百分点，主要原因是：一方面，B2B 业务的收入占比快速上升，而 B2B 销售模式下的产品平均单价及毛利率较低，由此拉低了家居系列产品的毛利率；另一方面，受全球新冠肺炎疫情的影响，物流海运及关税成本上升，导致家居系列产品尤其是家居系列中体积、重量较大的用具类产品物流成本上升，因此平均成本的涨幅高于销售均价的涨幅。

2021 年，公司家居系列产品的毛利率较 2020 年下降了 4.65 个百分点，主要原因如前所述，平均成本方面，由于当期海运价格大幅上涨，导致平均成本显著上升；销售均价方面，海外市场供需关系变化，且公司北美地区于 2021 年二季度存在降价销售的情况，导致该系列产品总体销售均价的增幅小于平均成本的增幅，毛利率有所降低。

2022 年 1-6 月，公司家居系列产品的毛利率较 2021 年下降了 1.48 个百分点，主要原因与家具系列相似，主要是海运成本高企、线上市场竞争加剧以及渠道结构变化所致。

（3）庭院系列产品的毛利率分析

报告期内，公司庭院系列产品的平均销售单价及成本、毛利率的情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
销售均价	356.63	0.36%	355.35	3.74%	342.51	34.97%	253.76

平均成本	191.09	19.14%	160.39	20.47%	133.14	18.61%	112.25
毛利率	46.42%	下降 8.45 个百分点	54.86%	下降 6.27 个百分点	61.13%	上升 5.36 个百分点	55.77%

注：销售均价=销售收入/销售数量，平均成本=主营业务成本/销售数量。

报告期内，公司庭院系列产品的毛利率分别为 55.77%、61.13%、54.86%和 46.42%。

公司的庭院系列产品主要包括庭院家居类、庭院运动类和庭院休闲类产品。

2020 年，公司庭院系列产品的毛利率较 2019 年上升了 5.36 个百分点，主要原因为受供需条件影响，公司调增了部分庭院家居类及庭院运动类产品的销售单价，使得毛利率相应上升。

2021 年，公司庭院系列产品的毛利率较 2020 年下降了 6.27 个百分点，主要由海运成本上升以及公司北美地区于 2021 年二季度降价销售所致。此外，北美地区庭院系列中庭院家居系列毛利率下降最为明显，从 2020 年度的 61.59%下降至 2021 年的 49.17%，而其销售收入占庭院系列产品的比例从 44.08%上升至 53.71%，庭院系列产品细分品类销售结构变化进一步导致了本系列产品毛利率下降；且公司于 2021 年推出了庭院套装、阳台套装、沙发套装等毛利率相对较低套装产品，该等产品销售较好，该等产品在欧洲地区的收入占庭院家居系列产品销售比例为 6%左右，北美地区则超过 40%，套装产品热销使得本系列产品毛利率下降。

2022 年 1-6 月，公司庭院系列产品的毛利率较 2021 年下降了 8.45 个百分点，其成因除与家具系列、家居系列共有的宏观原因外，还包括 2022 年 1-6 月公司北美市场 B2C 和 B2B 渠道套装类组合产品销售比例有所上升，套装产品销售定价低于单件销售，毛利率较低。

（4）宠物系列产品的毛利率分析

报告期内，公司宠物系列产品的平均销售单价及成本、毛利率的情况如下：

单位：元/件

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度
	金额	变动	金额	变动	金额	变动	金额
销售均价	362.13	7.91%	335.60	-7.24%	361.76	-8.62%	395.89

平均成本	183.31	13.73%	161.18	1.14%	159.35	-8.89%	174.90
毛利率	49.38%	下降 2.59 个百分点	51.97%	下降 3.98 个百分点	55.95%	上升 0.13 个百分点	55.82%

注：销售均价=销售收入/销售数量，平均成本=主营业务成本/销售数量。

报告期内，公司宠物系列产品的毛利率分别为 55.82%、55.95%、51.97%和 **49.38%**。公司的宠物系列产品主要包括家庭宠物使用的猫爬架等宠物家具以及猫窝、狗窝、宠物垫等宠物家居产品，该等产品亦为家居用品的一部分。

2020 年，公司宠物系列毛利率较 2019 年上升了 0.13 个百分点，主要是因为 2020 年公司宠物系列中宠物家居类产品的销售占比上升，而宠物家居类产品单价相对较低、毛利率相对较高，故导致宠物系列产品销售均价和平均成本均较上一年度有所下降，但毛利率却略有上升。

2021 年，公司宠物系列产品的毛利率较 2020 年下降了 3.98 个百分点，主要由海运成本上升、公司北美地区于 2021 年二季度降价销售以及产品结构变化所致，产品结构变化主要是毛利率相对较低的中小型号猫爬架与宠物笼、栏、窝垫等宠物家居产品销售占比上升。

2022 年 1-6 月，公司宠物系列产品的毛利率较 2021 年下降了 2.59 个百分点，其成因除前文所述宏观原因外，B2B 渠道销售收入占比有所上升亦进一步降低该品类毛利率。

（5）其他产品的毛利率分析

报告期内，公司的其他产品主要为橱窗展示道具、灯饰类产品等，其销售收入占主营业务收入的比例分别为 1.00%、0.40%、0.25%和 **0.26%**，占比较小。报告期内，公司其他产品的毛利率分别为 50.92%、49.77%、42.39%和 **39.10%**，受产品结构变化的影响，其他产品毛利率存在一定波动。其中，2021 年其他产品毛利率下降幅度较大，主要是 B2B 渠道模特产品售价下降以及 B2C 渠道毛利率较高的假发产品等橱窗展示道具产品销售占比下降所致；**2022 年 1-6 月其他产品毛利率较 2021 年度有所下降，主要是 B2B 渠道销售占比上升及配件类等毛利率较低的产品占比上升所致。**

3、主营业务分销售模式的毛利率分析

报告期内，公司主营业务分销售模式的毛利率（2020 年、2021 年及 **2022 年 1-6 月**不含运输费）具体情况如下：

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率	销售占比	毛利率
B2C 销售模式	80.71%	52.67%	80.81%	54.79%	82.93%	59.56%	86.99%	59.04%
B2B 销售模式	19.29%	27.04%	19.19%	27.95%	17.07%	31.54%	13.01%	34.27%
合计	100.00%	47.73%	100.00%	49.64%	100.00%	54.78%	100.00%	55.82%

报告期内,公司主要通过 B2C 渠道和 B2B 渠道进行产品销售,其中又以 B2C 渠道为主,报告期内 B2C 渠道收入规模保持了连年快速增长,公司 B2C 销售模式毛利率分别为 59.04%、59.56%、54.79%和 **52.67%**。B2C 模式下,公司在亚马逊等线上销售平台直面终端销售者实现销售,而线上销售平台则按照一定的平台费用率收取费用,相关费用构成公司销售费用。因此,B2C 渠道相对于 B2B 渠道而言,具有高毛利、高销售费用率特征,故从毛利率对比分析的角度,B2C 销售模式的毛利率整体高于 B2B 模式。

2021 年,公司 B2C 销售模式毛利率较上年度下降了 4.77 个百分点,主要原因如前所述,由于 2021 年以来海运价格大幅上涨导致公司产品成本上升、公司北美地区 2021 二季度部分产品降价销售,以及 2021 年下半年市场竞争加剧的市场状况,使得公司 B2C 渠道毛利率下降。

2022 年 1-6 月,公司 B2C 销售模式毛利率较上年度下降了 2.12 个百分点,主要原因包括海运费等成本端因素依然高企、疫情常态化后线上销售竞争加剧,此外各细分品类中产品结构、地区结构等亦对渠道毛利率有所影响。

报告期内,B2B 模式作为公司 B2C 模式的有益补充,销售规模逐年扩大,B2B 销售模式毛利率分别为 34.27%、31.54%、27.95%和 **27.04%**。报告期内,公司 B2B 模式毛利率呈逐期下降趋势,主要因公司 B2B 模式主要为向亚马逊 Vendor、Wayfair 等电商客户进行销售,以扩大线上平台覆盖范围,同时也向线下 B2B 客户销售产品,电商平台客户通常议价能力较强,因此线上 B2B 模式毛利率逐年下降;此外,报告期内公司由海外仓向 B2B 客户发货占比上升,FOB、mDDP 模式发货占比下降,而 2020 年下半年以来海运费不断上涨等成本端因素导致公司 B2B 模式下海外仓发货的产品综合成本上升,毛利空间收窄。由于公司对 B2B 客户主要为买断式销售,由其自行面向终端消费者销售,公司后续无需投入大量的销售费用,故 B2B 模式的毛利率低于 B2C 模式,随着 B2B 业务收

入占比逐年提升，一定程度降低了主营业务毛利率的整体水平。

4、同行业上市公司毛利率比较分析

(1) 同行业可比公司选取标准

公司可比公司的选择标准为产品、经营模式的相同、相似性，公司及所选可比公司的主要产品、经营模式及平台结构具体对比情况如下：

公司名称	股票代码	主要产品	销售模式	销售平台/渠道结构
遨森电商	873076.OC ^{注2}	3C 电子、灯具、汽配工具、饰品、户外休闲用品、宠物用品、家居用品、健身器材	跨境电商+线下经销	电商平台如亚马逊、eBay 等为主,线上 B2B 如 Wayfair 和线下经销为辅
安克创新	300866.SZ	充电类产品、无线音频类产品、智能创新类产品	跨境电商+线下经销	电商平台如亚马逊、eBay、日本乐天等为主,线上 B2B 如亚马逊 Vendor、京东等和线下经销为辅
易佰网络	华凯易佰 (300592.SZ) 的控股子公司	汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动等	跨境电商	电商平台如亚马逊、eBay、速卖通、Wish、Lazada 等
致欧科技	-	家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居类产品	跨境电商	电商平台, 包括亚马逊、eBay、Cdiscount、ManoMano 等

注 1：同行业可比公司信息均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商已自 2021 年 6 月 16 日起终止在全国中小企业股份转让系统挂牌。

(2) 公司与同行业上市公司毛利率比较分析

为了保持报告期各期毛利率的可比性，遨森电商、安克创新以及公司 2020 年度及 2021 年度毛利率计算均剔除了主营业务成本中为履行合同而发生的销售费用的影响。易佰网络 2020 年度未根据新收入准则的要求将为履行合同而发生的费用重分类至营业成本，故无需进行调整；易佰网络 2021 年度则已将之重分类至营业成本，因其审计报告中未披露重分类的明细数据，故无法调整计算。

报告期内，公司与同行业可比公司的主营业务毛利率比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	53.07%	45.33%
安克创新	45.09%	49.06%	51.24%	57.72%
易佰网络	/	36.43%	61.33%	59.62%

平均值	/	/	55.21%	54.22%
致欧科技	47.73%	49.64%	54.78%	55.82%

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商财务指标根据其 2021 年 6 月更正后的 2019-2020 年年报计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 2022 年 1-6 月财务数据。易佰网络 2021 年度毛利率包含了新收入准则下为履行合同而发生的销售费用，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2022 年 1-6 月财务数据。

注 4：因同行业可比公司品类和销售渠道与公司存在一定差异，可比公司安克创新 2019 年度选取线上渠道毛利率，2020 年因其未按渠道披露故选取其全渠道毛利率，2021 年毛利率亦选取全渠道毛利率进行计算；安克创新 2020-2021 年毛利率计算剔除计入主营业务成本的运输费影响；安克创新 2022 年 1-6 月选取线上渠道毛利率，因其未披露运输费金额故未作剔除。

2019-2020 年，公司毛利率水平与同行业可比公司的平均水平大致相当，不存在重大差异，可比公司之间毛利率差异主要系产品结构、发展阶段、经营规模等原因所致；2021 年，公司毛利率与安克创新接近，但高于易佰网络，主要原因是易佰网络 2021 年度按照新收入准则将为履行合同而发生的销售费用调整至主营业务成本，且未披露明细数据，其毛利率计算口径与公司不一致。

（四）期间费用分析

报告期内，公司期间费用及其占营业收入的比例情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例	金额	占营业收入的比例
销售费用	61,391.43	21.86%	131,307.54	22.00%	82,296.99	20.72%	99,959.21	42.98%
营业成本-运输费	45,054.98	16.04%	101,274.43	16.97%	66,901.33	16.85%	-	-
管理费用	8,365.35	2.98%	17,717.97	2.97%	17,013.11	4.28%	10,689.50	4.60%
研发费用	1,788.41	0.64%	2,451.04	0.41%	1,276.93	0.32%	1,042.95	0.45%
财务费用	1,483.40	0.53%	9,360.52	1.57%	715.42	0.18%	535.72	0.23%
合计	118,083.56	42.04%	262,111.51	43.92%	168,203.78	42.36%	112,227.37	48.26%

注：为了保持报告期各期财务数据及指标的可比性，将 2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月根据新收入准则的要求调整至营业成本中的运输费在上表中进行列示。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司期间费用总额分别为 112,227.37 万元、168,203.78 万元、262,111.51 万元和 118,083.56 万元（2020 年、2021 年及 2022

年 1-6 月含运输费)，占营业收入的比例分别为 48.26%、42.36%、43.92%和 42.04%。

1、销售费用

报告期内，公司销售费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
运输费	-	-	-	-	-	-	46,671.08	46.69%
营业成本-运输费	45,054.98	42.33%	101,274.43	43.54%	66,901.33	44.84%	-	-
电商平台交易费	36,320.61	34.12%	79,658.33	34.25%	54,499.48	36.53%	34,005.82	34.02%
广告费	6,997.86	6.57%	12,971.47	5.58%	8,052.27	5.40%	6,445.14	6.45%
职工薪酬	6,122.96	5.75%	9,275.09	3.99%	7,449.51	4.99%	4,590.30	4.59%
仓储费	6,517.17	6.12%	19,258.56	8.28%	7,101.83	4.76%	4,915.97	4.92%
使用权资产折旧费	4,249.00	3.99%	8,291.43	3.56%	-	-	-	-
租赁费	559.28	0.53%	759.09	0.33%	3,297.75	2.21%	1,138.84	1.14%
股份支付	-	-	-	-	1,318.48	0.88%	1,767.29	1.77%
折旧与摊销	258.67	0.24%	357.96	0.15%	199.50	0.13%	80.61	0.08%
差旅费	16.18	0.02%	85.98	0.04%	34.00	0.02%	34.15	0.03%
其他	349.70	0.33%	649.62	0.28%	344.18	0.23%	310.01	0.31%
合计	106,446.41	100.00%	232,581.97	100.00%	149,198.33	100.00%	99,959.21	100.00%

注 1：为了保持报告期各期财务数据及指标的可比性，将 2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月根据新收入准则的要求调整至营业成本中的运输费在上表中进行列示。

注 2：自 2021 年 1 月 1 日起，因执行新租赁准则，公司将原经营租赁产生的租赁费计入使用权资产折旧费及财务费用-利息支出，销售费用中的租赁费主要为公司采用直线法确认的短期租赁和低价值资产租赁产生的费用。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司销售费用总额分别为 99,959.21 万元、149,198.33 万元和 232,581.97 万元(2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月含运输费)，销售费用率分别为 42.98%、37.57%、38.98%和 37.90%。公司销售费用随业务规模的扩大而相应增长，但销售费用率总体呈现下降的趋势。公司销售费用主要包括运输费、电商平台交易费、广告费、职工薪酬、仓储费、股份支付等，前述项

目合计占报告期内各期销售费用比例 **94%**以上。

（1）运输费

运输费主要为公司向客户配送货物发生的物流运输费,主要包括亚马逊 FBA 配送费、海外仓发货的尾程物流运输费等,公司运输费伴随着销售收入的增长而相应增加。2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**,公司运输费分别为 46,671.08 万元、66,901.33 万元、101,274.43 万元和 **45,054.98 万元**,占当期营业收入的比例分别为 20.07%、16.85%、16.97%和 **16.04%**。

2020 年,公司运输费用率较 2019 年下降了 3.22 个百分点,主要原因包括:①公司 B2C 销售模式下,主要存在以亚马逊 FBA 为主的线上销售平台代发货与自营仓、第三方仓自发货两种模式,代发货由亚马逊等线上销售平台提供后续仓储物流运输服务,代发货的运输费用率尤其是 FBA 配送费率通常高于自发货物流费率,报告期内公司不断加强自营仓储物流设施建设、加大自发货比例,因此整体运输费用率有所下降;②B2B 销售收入持续上升,B2B 销售模式下公司主要通过向客户批量集中发货的形式进行销售,B2B 销售收入上升促使公司整体运输费用率有所下降。

2021 年,公司运输费用率较 2020 年小幅上升 0.12 个百分点,总体变化较小。

2022 年 1-6 月,公司运输费用率较 2021 年小幅下降 0.93 个百分点,主要原因是 B2C 渠道主要产品销售均价有所上涨,以及公司不断完善仓储布局及产品入库库存结构,进而优化配送路径,运输费用有所下降。

（2）电商平台交易费

公司主要在亚马逊等第三方电商平台开展线上 B2C 销售业务,第三方平台通常对在其平台实现销售的订单抽取一定的交易费用,即平台交易佣金,故公司平台交易费用随着销售规模的扩大而持续上升。2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**,公司平台交易费分别为 34,005.82 万元、54,499.48 万元、79,658.33 万元和 **36,320.61 万元**,占营业收入比例分别为 14.62%、13.72%、13.35%和 **12.93%**。

报告期内,公司平台交易费用率总体呈现逐年下降的趋势,主要原因是公司 B2B 销售收入不断增长,B2B 销售模式下公司向平台客户或终端企业、贸易商客户直接销售产品,无平台交易佣金支出。

若剔除 B2B 业务收入后测算,2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**,公司线上 B2C

渠道销售收入分别为 202,011.74 万元、329,065.06 万元、481,513.92 万元和 **223,954.53 万元**，平台交易费用占线上 B2C 渠道销售收入比例分别为 16.83%、16.56%、16.54%和 **16.22%**，平台交易费率总体保持稳定。

（3）广告费

广告费主要为亚马逊等线上平台店铺站内广告、宣传费用以及站外广告推广费用。报告期各期，公司广告费用分别为 6,445.14 万元、8,052.27 万元、12,971.47 万元和 **6,997.86 万元**，随着公司业务规模增长以及持续加大公司品牌宣传力度，公司广告宣传费用有所增长。

（4）职工薪酬

报告期内，公司职工薪酬费用分别为 4,590.30 万元、7,449.51 万元、9,275.09 万元和 **6,122.96 万元**。随着公司经营规模的不断扩大，公司持续对营销团队进行调整优化，销售人员的职工薪酬相应增加。

（5）仓储费

公司的仓储费主要包括亚马逊等线上平台为卖家提供仓储服务而收取的费用、向第三方仓储服务商支付的仓储费用以及自营仓耗材、操作等运营费用等。2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司仓储费用分别为 4,915.97 万元、7,101.83 万元、19,258.56 万元和 **6,517.17 万元**。

2020 年，公司仓储费较 2019 年增加了 2,185.86 万元，主要是因为公司业务规模迅速扩大，以及在 2020 年新冠肺炎疫情影响下亚马逊 FBA 仓限制非优先级产品或非必需品入库，公司于美国、德国增设自营仓、第三方仓以支持产品销售和扩大自发货比例，因此仓储费明显上升。

2021 年，公司的仓储费较 2020 年增加了 12,156.73 万元，增幅较大，主要是第三方合作仓、平台仓费用增加所致，该两类仓储费用增加额达到 11,113.12 万元，主要原因包括：①公司 2021 年存货规模扩大，叠加疫情期间 FBA 仓出现的产品入库受限、出库能力下降等情况，以及港口停摆等原因，公司北美地区的存货仓储受到一定影响。公司于 2020 年下半年开始陆续在北美地区新设多个第三方合作仓，主要承担存货临时存放、中转调拨等职能，及时有效地扩充了公司在北美地区的仓储容量，导致 2021 年第三方合作仓的仓储开支相应增加，较 2020 年增加了 7,450.72 万元。②2021 年，受全球疫情影响，海运价格高涨，而“亚

“亚马逊物流+”服务提供的头程物流海运价格总体低于其他货代公司；此外，2020年下半年以来，亚马逊逐步取消疫情期间的入仓限制政策，且亚马逊于2021年度不断增设全球履约中心保障入库及发货能力，故公司加大利用“亚马逊物流+”服务承运公司货物出口境外目的地市场的比例。“亚马逊物流+”服务货物主要直送亚马逊FBA仓发货，以亚马逊FBA仓为代表的平台仓的仓储费因此有所上升，较2020年增加了3,662.40万元。

（6）股份支付

为建立健全公司的长效激励机制，充分调动员工的工作积极性和创造性，促进公司健康、持续发展，公司通过员工持股平台实施股权激励。报告期内，公司分别于2018年5月、2019年4月和2020年6月通过员工持股平台增资或平台财产份额转让的方式对员工实施了股权激励，员工入股价格与公司权益工具公允价值的差额部分，公司已按照《企业会计准则第11号——股份支付》及相关解释文件的规定，于股权激励授予当期一次性确认了股份支付费用，并根据激励对象的岗位职能分别计入销售费用、管理费用和研发费用，同时计入资本公积。

根据激励对象的岗位职能，公司于2019年和2020年对销售人员进行股权激励确认的股份支付费用分别为1,767.29万元和1,318.48万元，计入销售费用。股份支付费用的计算过程请参见本招股说明书“第五节/十/（三）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响”。

（7）租赁费

公司销售费用中的租赁费主要为自营仓库的租金。报告期内，公司租赁费分别为1,138.84万元、3,297.75万元、759.09万元和**559.28万元**，2019年至2020年，随着公司不断加大自营仓的建设，公司租赁费相应增加。

自2021年1月1日起，因执行新租赁准则，公司将原经营租赁产生的租赁费计入使用权资产折旧费及财务费用-利息费用，销售费用中的租赁费主要为公司采用直线法确认的短期租赁和低价值资产租赁产生的费用。

（8）销售费用率与同行业可比公司的比较情况

为了保持报告期各期销售费用率的可比性，遨森电商、安克创新以及公司2020年度及2021年度销售费用率计算均包含了营业成本中为履行合同而发生的销售费用。易佰网络2020年度未根据新收入准则的要求将为履行合同而发生的

费用重分类至营业成本，故无需进行调整；易佰网络 2021 年度则已将之重分类至营业成本，且未披露明细数据，故无法进行调整计算。

报告期内，公司销售费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	36.19%	39.13%
安克创新	20.46%	32.78%	31.42%	31.28%
易佰网络	/	24.58%	44.59%	45.60%
平均值	/	/	37.40%	38.67%
致欧科技	37.90%	38.98%	37.57%	42.98%

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商财务指标根据其 2021 年 6 月更正后的 2019-2020 年年报计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 2022 年 1-6 月财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2022 年 1-6 月财务数据。

注 4：安克创新未披露 2022 年 1-6 月计入主营业务成本的运输费数据，故上表中安克创新 2022 年 1-6 月销售费用率计算中不含该数。

报告期内，公司销售费用率分别为 42.98%、37.57%、38.98%和 37.90%（2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月含运输费），较同行业公司平均水平相对较高。2019 年，公司销售费用率与易佰网络无显著差异；2020 年，公司销售费用率低于易佰网络，主要原因是随着公司销售规模日益扩大，尤其是 B2B 销售业务的快速发展，在规模效应下销售费用率有所下降；2021 年，公司销售费用率高于易佰网络，主要因易佰网络 2021 年按照新收入准则将为履行合同而发生的销售费用调整至主营业务成本，且未披露明细数据，其销售费用率计算口径与公司不一致所致。

2019-2021 年，公司销售费用率高于安克创新，主要原因包括产品特性与产品结构、销售渠道、发展阶段、仓储物流设施等方面差异，具体而言：

①公司产品以家具家居产品为主，具有体积和重量相对较大、运费相对较高等特点，与安克创新相比，公司仓储费用、运输费用等销售费用相对较高。

②公司主要在亚马逊等海外电商平台实现销售，报告期内线上平台 B2C 销售收入占营业收入比例超过 80%，相关平台会对成交订单收取一定比例交易佣金，并根据卖家使用的仓储物流服务收取物流运输费用，总体而言，较之于公司 B2B 业务，公司线上 B2C 业务呈现毛利相对较高、销售费用相对较高的特征。

而根据安克创新的 2021 年年度报告，其 2021 年线下渠道销售占比达到 36.38%。

③安克创新业务规模更大，发展阶段更为成熟，已经具备一定规模效应，随着销售收入的增长，销售费用占比相对降低。而公司正处于主营业务快速发展阶段，公司持续加大仓储物流、营销推广等方面的建设，由此综合导致公司销售费用率相对较高。

2019-2020 年，公司销售费用率略高于遨森电商，主要因公司与遨森电商的销售渠道结构、平台结构等存在一定差异所致。根据遨森电商公开披露信息，遨森电商的线上销售渠道包括公司自营网站或第三方销售平台，其自营官网 Aosom 是其主要线上销售渠道之一。如前文所述，公司主要通过亚马逊等海外第三方电商平台实现销售，相关平台会收取一定比例的交易佣金或物流运输费，故公司的销售费用率较高。

综上，公司销售费用率相对可比公司较高，具有其真实的业务背景，符合公司的产品特性和品类结构、销售模式、发展阶段特征，具有商业合理性。

2019-2021 年，公司及主要可比公司销售费用率总体呈现先下降后上升趋势，公司与可比公司的销售费用率变动趋势不存在显著差异，符合业务发展特征和经济规律。

2、管理费用

报告期内，公司管理费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	5,165.27	61.75%	9,760.63	55.09%	5,737.34	33.72%	3,526.43	32.99%
股份支付	-	-	124.80	0.70%	6,742.97	39.63%	3,806.38	35.61%
办公费	768.79	9.19%	1,564.96	8.83%	952.55	5.60%	447.70	4.19%
专业服务费	434.59	5.20%	1,346.94	7.60%	786.81	4.62%	558.98	5.23%
使用权资产折旧费	693.00	8.28%	1,315.12	7.42%	-	-	-	-
租赁费	11.50	0.14%	53.03	0.30%	648.15	3.81%	576.19	5.39%
水电费	286.52	3.43%	340.55	1.92%	446.93	2.63%	334.88	3.13%
差旅费	295.55	3.53%	663.45	3.74%	441.02	2.59%	366.74	3.43%

折旧与摊销	155.34	1.86%	289.28	1.63%	152.72	0.90%	106.73	1.00%
业务招待费	50.80	0.61%	190.32	1.07%	75.68	0.44%	27.10	0.25%
其他	503.99	6.02%	2,068.89	11.68%	1,028.94	6.05%	938.38	8.78%
合计	8,365.35	100.00%	17,717.97	100.00%	17,013.11	100.00%	10,689.50	100.00%

注：自 2021 年 1 月 1 日起，因执行新租赁准则，公司将原经营租赁产生的租赁费计入使用权资产折旧费及财务费用-利息支出，管理费用中的租赁费主要为公司采用直线法确认的短期租赁和低价值资产租赁产生的费用。

报告期内，公司的管理费用主要包括职工薪酬、股份支付、办公费等项目。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司管理费用分别为 10,689.50 万元、17,013.11 万元、17,717.97 万元和 8,365.35 万元，管理费用占营业收入比例分别为 4.60%、4.28%、2.97%和 2.98%；剔除股份支付费用的影响后，报告期各期管理费用率分别为 2.96%、2.59%、2.95%和 2.98%，总体保持稳定。

（1）职工薪酬

管理职能人员的工资薪酬是公司管理费用的最重要构成项目之一。报告期内，公司管理职能人员的职工薪酬费用分别为 3,526.43 万元、5,737.34 万元、9,760.63 万元和 5,165.27 万元，职工薪酬随着公司人员数量增加而相应增加。

2021 年，公司职工薪酬较上一年度增加 4,023.29 万元，同比增长 70.12%，主要原因是：近年来，公司业务规模快速扩大，面临岗位专业化和视野国际化的高端人才紧缺情况，为提升公司经营管理水平并提高公司未来的竞争力，公司于深圳、东莞等地持续引入了一批人力资源、品牌营销、战略和供应链管理等 方面的高端管理人才，逐步扩大了东莞和深圳团队的人员规模，使得 2021 年管理费用中的职工薪酬增幅较大。

（2）股份支付费用

2019-2021 年，公司计入管理费用的股份支付费用分别为 3,806.38 万元、6,742.97 万元和 124.80 万元。报告期内，公司对员工进行了股权激励，相关股权激励涉及部分管理人员，故根据受益原则将相关股份支付费用计入管理费用。股份支付费用的计算过程请参见本招股说明书“第五节/十/（三）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响”。

（3）办公费

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司办公费分别为 447.70 万元、952.55 万

元、1,564.96 万元和 **768.79 万元**，随着公司业务规模的扩大而相应增长。

(4) 管理费用率与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司管理费用率情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	2.98%	4.09%
安克创新	3.49%	2.98%	3.02%	2.58%
易佰网络	/	5.40%	4.08%	7.11%
平均值	/	4.19%	3.36%	4.59%
致欧科技	2.98%	2.97%	4.28%	4.60%

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商财务指标根据其 2021 年 6 月更正后的 2018-2020 年年报计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 **2022 年 1-6 月** 财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 **2022 年 1-6 月** 财务数据。

报告期内，公司管理费用率分别为 4.60%、4.28%、2.97%和 **2.98%**，较同行业平均水平相对较高，主要是公司各年度均因实施员工股权激励确认了较大金额的股份支付费用所致。若剔除股份支付的影响，公司的管理费用率分别为 2.96%、2.59%、2.95%和 **2.98%**，2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月** 的管理费用率与安克创新不存在显著差异。

2019-2021 年，公司管理费用率（剔除股份支付后）低于易佰网络，主要原因是易佰网络属于泛品类电商，其产品 SKU 数量规模庞大，2020 年实现销售的 SKU 数量已超过 42 万个，员工数量较多，其人员规模大于公司的人员规模；且易佰网络主要经营地位于广东省深圳市，当地的人员薪资水平、房屋租金水平通常较高，故其管理职能的人员薪酬、房屋租赁等费用率较高；此外，2021 年易佰网络管理费用包含基于华凯易佰与易佰网络重组时约定的超额业绩奖励条款对易佰网络主要管理团队计提的超额业绩奖励 7,186.98 万元。

2019-2020 年，公司管理费用率（剔除股份支付后）低于遨森电商，主要原因是 2019 年，公司销售规模总体大于遨森电商，业务规模效应显著，故管理费用率低于遨森电商。2020 年，遨森电商销售规模大幅增长，规模效应随之提升，其管理费用率相应下降，2020 年公司管理费用率与遨森电商不存在显著差异。

综上所述，2019-2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司管理费用率（剔除股份支

付后)与安克创新不存在显著差异;由于管理体系、经营区域、业务规模等差异导致与易佰网络、遨森电商以及同行业平均水平相比管理费用率较低,具有商业合理性。

3、研发费用

公司的研发投入均计入当期费用,不存在资本化的情形。报告期内,公司研发费用的具体构成情况如下:

单位:万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
职工薪酬	1,671.66	93.47%	2,141.70	87.38%	1,054.93	82.61%	753.60	72.26%
股份支付	-	-	-	-	76.68	6.00%	247.82	23.76%
其他	116.75	6.53%	309.34	12.62%	145.33	11.38%	41.52	3.98%
合计	1,788.41	100.00%	2,451.04	100.00%	1,276.93	100.00%	1,042.95	100.00%

报告期内,公司持续加大研发投入,2019-2021 年及 2022 年 1-6 月,公司研发费用分别为 1,042.95 万元、1,276.93 万元、2,451.04 万元和 1,788.41 万元,2019 年至 2021 年研发费用的年复合增长率为 53.30%。公司研发模式主要为对产品进行材料选用调整、功能及外观设计、视觉形象升级等方面的研发和设计以及对信息系统的开发,故原材料、机器设备、能源投入较少,最主要的要素投入为人力资源投入,因此公司研发费用主要构成为研发人员的职工薪酬费用及相应的股份支付费用。

(1) 职工薪酬

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月,公司计入研发费用的职工薪酬分别为 753.60 万元、1,054.93 万元、2,141.70 万元和 1,671.66 万元。报告期内,公司业务扩张和收入增长直接受益于研发成果,故公司持续协调人力、物力等资源,不断加大对研发设计活动的支持力度,研发项目增加、研发人员扩充、薪酬水平提升,使得研发人员薪酬费用相应增加。

(2) 股份支付费用

2019 年和 2020 年,计入研发费用的股份支付费用分别为 247.82 万元和 76.68 万元。报告期内,公司对员工进行了股权激励,相关股权激励涉及部分研发人员,

故根据受益原则将相关股份支付费用计入研发费用。股份支付费用的计算过程请参见本招股说明书“第五节/十/（三）股权激励对公司经营状况、财务状况、控制权变化等方面的影响”。

（3）研发费用对应的研发项目情况

公司依据《财政部关于企业加强研发费用财务管理的若干意见》（财企[2007]194号）、《关于完善研究开发费用税前加计扣除政策的通知》（财税[2015]119号）等相关法律法规要求及公司实际业务情况对研发费用进行核算。公司建立了较为完善的研发项目管理制度和财务核算制度、税务管理制度，从研发项目立项、费用归集、验收结项等各个业务环节进行有效管理。

报告期内，公司各期研发支出在10.00万元以上的主要研发项目的整体预算、费用支出金额及实施进度情况如下：

①2022年1-6月的主要研发项目情况

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	研发费用支出金额	报告期末研发进度
1	致欧数据中台项目DXP一期	573.00	243.14	进行中
2	2022年美国家居家具一期设计研发项目	134.23	135.83	已完成
3	E-commerce-2.0（电商平台）	160.00	109.15	进行中
4	2022年宠物用品-猫一期设计研发项目	90.00	99.69	进行中
5	DXP_dashboard（管理后台）1.0	550.00	99.62	进行中
6	MRP（物料需求计划）流程再造2.0	120.00	76.35	进行中
7	销售运营管理系统（SOM）	80.00	71.66	进行中
8	ZBPM（业务流程）管理系统1.0	100.00	66.83	已完成
9	2022年家居收纳/装饰/用具-垃圾桶一期设计研发项目	200.00	61.54	进行中
10	2022年家居家具-卧室家具一期设计研发项目	50.00	61.02	进行中
11	2022年家居家具-客厅桌一期设计研发项目	50.00	56.02	已完成
12	2022年家居家具—CMF设计研发项目	90.00	52.29	进行中
13	MMS1.0营销活动管理系统	120.00	48.13	进行中
14	2022年家居收纳/装饰/用具-衣架/晾衣架一期设计研发项目	40.00	44.42	进行中

15	2022 年家居家具-门厅鞋收纳家具一期设计研发项目	42.00	44.18	进行中
16	2022 年家居家具-浴室家具一期设计研发项目	40.00	37.08	进行中
17	2022 年家居收纳/装饰/用具-厨房收纳一期设计研发项目	46.00	36.99	已完成
18	2022 年家居家具-书房/办公收纳家具一期设计研发项目	40.00	36.67	已完成
19	2022 年家居家具-书房/办公桌及支架一期设计研发项目	23.00	36.34	已完成
20	2022 年家居家具-客厅收纳家具一期设计研发项目	80.00	35.11	已完成
21	TMS（运输）管理系统 2.0	220.00	29.38	进行中
22	2022 年家居家具-餐厅家具一期设计研发项目	35.00	29.35	进行中
23	2022 年宠物用品-狗一期设计研发项目	30.00	25.69	进行中
24	2022 年电子产品-电子电器类用品一期设计研发项目	40.00	21.91	进行中
25	2022 年家居家具-书房/客厅收纳家具一期设计研发项目	20.00	21.32	已完成
26	2022 年家居收纳/装饰/用具-衣物收纳一期设计研发项目	20.00	20.75	进行中
27	DQC（质量）管理系统	20.00	14.36	进行中
28	2022 年家居收纳/装饰/用具-洗衣用品一期设计研发项目	15.00	13.56	进行中
29	2022 年家居收纳/装饰/用具-家庭装饰一期设计研发项目	20.00	11.51	已完成
30	2022 年宠物用品-其他小动物一期设计研发项目	40.00	10.96	进行中
31	2022 年园艺-庭院家具一期设计研发项目	25.00	10.79	进行中
32	2022 年家居家具-客卧坐具一期设计研发项目	12.00	10.06	进行中

②2021 年的主要研发项目情况

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	研发费用支出金额	报告期末研发进度
1	致欧数字化营销体验项目 DXM 一期	485.00	226.46	进行中
2	销售运营管理系统（SOM）	80.00	35.69	进行中
3	致欧数据中台项目 DXP 一期	573.00	36.24	进行中
4	2021 年宠物用品-猫一期设计研发项目	20.00	57.99	已完成

5	2021 年宠物用品-其他小动物一期设计研发项目	20.00	31.65	已完成
6	2021 年家居家具-家庭装饰一期设计研发项目	26.00	14.76	已完成
7	2021 年家居家具-客卧置物架一期设计研发项目	37.16	40.63	已完成
8	2021 年家居家具-书房坐具一期设计研发项目	18.50	18.52	已完成
9	2021 年家居家具-卧室书房桌二期设计研发项目	15.00	24.60	已完成
10	2021 年家居家具-鞋收纳一期设计研发项目	14.92	27.68	已完成
11	2021 年家居家具-衣架一期设计研发项目	11.00	19.05	已完成
12	2021 年家居家具-衣物收纳一期设计研发项目	11.93	30.05	已完成
13	2021 年园艺户外工具体育-室内小型健身器材一期设计研发项目	20.00	25.15	已完成
14	2021 年家居家具-厨房收纳用品一期设计研发项目	40.00	42.34	已完成
15	2021 年家居家具-CMF 设计研发项目	60.00	88.00	已完成
16	2021 年家居家具-室内场景家具一期设计研发项目	40.00	25.72	已完成
17	用户行为分析系统	13.50	14.57	已完成
18	大数据项目一期-IDC 机房基础设施建设	616.00	89.37	已完成
19	致欧 B2B 订单管理系统 V2.0 (OMS-B2B)	60.00	53.08	已完成
20	致欧 B2C 订单管理系统 V2.0 (OMS-B2C)	50.00	55.83	已完成
21	致欧产品百科管理系统 V2.0 (WIKI)	60.00	36.91	已完成
22	致欧客户关系管理系统 V2.0 (CRM)	60.00	44.20	已完成
23	致欧销售平台操作管控系统 V2.0 (POS)	80.00	43.28	已完成
24	2021 年家居家具-厨房家具二期设计研发项目	20.00	19.81	已完成
25	2021 年家居家具-厨房家具一期设计研发项目	20.50	29.35	已完成
26	2021 年家居家具-家庭装饰二期设计研发项目	10.00	14.29	已完成
27	2021 年家居家具-客厅其他家具二期设计研发项目	10.00	17.65	已完成
28	2021 年家居家具-客厅其他家具一期设计研发项目	36.20	38.74	已完成
29	2021 年家居家具-客厅卧室坐具一期设计研发项目	20.00	42.93	已完成
30	2021 年家居家具-客厅桌二期设计研发项目	10.20	31.57	已完成

31	2021 年家居家具-客厅桌一期设计研发项目	37.20	37.46	已完成
32	2021 年家居家具-客卧置物架二期设计研发项目	10.00	19.84	已完成
33	2021 年家居家具-书房其他家具一期设计研发项目	20.00	19.08	已完成
34	2021 年家居家具-卧室其他家具二期设计研发项目	25.00	27.25	已完成
35	2021 年家居家具-卧室其他家具一期设计研发项目	30.00	29.93	已完成
36	2021 年家居家具-卧室书房桌一期设计研发项目	17.24	43.24	已完成
37	2021 年家居家具-鞋收纳二期设计研发项目	10.00	16.79	已完成
38	2021 年家居家具-浴室家具二期设计研发项目	15.00	15.34	已完成
39	2021 年家居家具-浴室家具一期设计研发项目	20.00	23.26	已完成
40	2021 年美国家居家具一期设计研发项目	68.00	72.96	已完成
41	企业资源管理项目	580.00	32.26	已完成
42	2021 年宠物用品-狗一期设计研发项目	20.00	19.66	已完成
43	2021 年家居家具-北欧现代椅子设计研发项目	40.00	35.55	已完成
44	2021 年家居家具-宠物家具设计研发项目	20.00	21.24	已完成
45	2021 年家居家具-厨房家具三期设计研发项目	25.00	24.67	已完成
46	2021 年家居家具-厨房家具四期设计研发项目	20.00	19.06	已完成
47	2021 年家居家具-厨房收纳用品二期设计研发项目	13.00	14.00	已完成
48	2021 年家居家具-厨房收纳用品三期设计研发项目	20.00	17.40	已完成
49	2021 年家居家具-厨房收纳用品四期设计研发项目	20.00	18.02	已完成
50	2021 年家居家具-客厅其他家具三期设计研发项目	10.00	27.37	已完成
51	2021 年家居家具-客厅桌三期设计研发项目	40.00	35.73	已完成
52	2021 年家居家具-客厅桌四期设计研发项目	30.00	31.17	已完成
53	2021 年家居家具-客卧置物架三期设计研发项目	15.00	14.74	已完成
54	2021 年家居家具-客卧置物架四期设计研发项目	25.00	24.85	已完成
55	2021 年家居家具-垃圾桶创新设计研发项目	10.00	10.22	已完成

56	2021 年家居家具-书房其他家具三期设计研发项目	10.00	10.30	已完成
57	2021 年家居家具-书房其他家具四期设计研发项目	15.00	13.48	已完成
58	2021 年家居家具-卧室其他家具三期设计研发项目	30.00	26.91	已完成
59	2021 年家居家具-卧室其他家具四期设计研发项目	40.00	38.11	已完成
60	2021 年家居家具-卧室书房桌三期设计研发项目	20.00	17.66	已完成
61	2021 年家居家具-卧室书房桌四期设计研发项目	10.00	10.27	已完成
62	2021 年家居家具-鞋收纳三期设计研发项目	25.00	24.52	已完成
63	2021 年家居家具-衣架二期设计研发项目	20.00	19.59	已完成
64	2021 年家居家具-衣架三期设计研发项目	10.00	11.07	已完成
65	2021 年家居家具-浴室家具三期设计研发项目	22.00	22.10	已完成
66	2021 年家居家具-浴室家具四期设计研发项目	30.00	27.20	已完成
67	2021 年园艺户外工具体育-蹦床一期设计研发项目	12.00	10.69	已完成
68	2021 年园艺户外工具体育-庭院家具二期设计研发项目	25.00	24.56	已完成
69	2021 年美国家居家具二期设计研发项目	110.00	108.64	已完成

③2020 年的主要研发项目情况

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	研发费用支出金额	报告期末研发进度
1	2020 年客厅场景沙发产品设计研发项目	30.00	31.19	已完成
2	2020 Home Office Bookcases Design Research Project	13.80	11.32	已完成
3	2020 Livingroom Furniture Design Research Project	13.80	10.45	已完成
4	2020 Home Office Design Research Project	17.24	13.18	已完成
5	2020 Bedroom Furniture Design Research Project	75.87	56.81	已完成
6	2020 年卧室场景梳妆台设计研发项目	10.00	10.14	已完成
7	2020 年客厅场景套桌设计研发项目	13.00	13.26	已完成
8	2020 年卧室场景铁床设计研发项目	12.00	12.81	已完成

9	2020 年客厅场景铁木家具设计研发项目	10.00	10.22	已完成
10	2020 年坐具类椅子设计研发项目	12.00	13.00	已完成
11	2020 年客厅场景储物柜设计研发项目	12.00	12.39	已完成
12	2020 年餐厨场景铁木家具设计研发项目	11.00	11.99	已完成
13	2020 年书房场景铁木家具设计研发项目	13.00	13.69	已完成
14	2020 年卧室场景铁木家具设计研发项目	12.00	12.63	已完成
15	2020 年创新产品设计研发项目	20.00	15.35	已完成
16	B2B 分销系统	190.00	114.66	已完成
17	企业资源管理项目	580.00	458.56	进行中
18	业务管理平台项目（新 EYA 系统）	220.00	145.33	进行中

④2019 年的主要研发项目情况

单位：万元

序号	项目名称	整体预算	研发费用支出金额	报告期末研发进度
1	2019 Home Office Design Research Project	25.00	25.38	已完成
2	2019 Bedroom Scenes Night Stand Design Research Project	35.00	36.26	已完成
3	2019 Hallway Scenes Ottoman Design Research Project	20.00	20.82	已完成
4	2019 Wood Research Design Research Project	19.00	18.27	已完成
5	2019 年铁木类家具设计研发项目	30.00	30.17	已完成
6	2019 年坐具类摇摆椅设计研发项目	15.00	14.57	已完成
7	2019 年坐具类办公椅设计研发项目	20.00	21.02	已完成
8	2019 年坐具类竞技椅设计研发项目	11.00	12.45	已完成
9	2019 年宠物类产品设计研发项目	14.00	15.88	已完成
10	2019 年卧室场景衣帽架设计研发项目	14.00	10.51	已完成
11	2019 年宠物类 B2B 猫爬架设计研发项目	18.00	15.71	已完成
12	2019 年儿童类音乐盒设计研发项目	15.00	12.89	已完成
13	2019 年坐具类网椅设计研发项目	25.00	28.19	已完成
14	CRM 客户信息管理系统（客诉处理系统）	80.00	85.81	已完成
15	EYA 管理系统微服务版	100.00	212.55	已完成

16	自营独立站商城项目 2.0 版本	90.00	96.51	已完成
17	业务管理平台项目（新 EYA 系统）	220.00	64.73	进行中

（4）研发费用率与同行业可比公司的比较情况

报告期内，公司研发费用率与同行业可比公司的比较情况如下：

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	0.95%	0.67%
安克创新	7.61%	6.19%	6.07%	5.92%
易佰网络	/	1.12%	1.28%	1.79%
平均值	/	3.66%	2.77%	2.79%
致欧科技	0.64%	0.41%	0.32%	0.45%

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商财务指标根据其 2021 年 6 月更正后的 2018-2020 年年报计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 2022 年 1-6 月财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2022 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司研发费用率分别为 0.45%、0.32%、0.41%和 0.64%，低于同行业平均水平，但与遨森电商较为接近，主要是公司产品属性、产品结构及研发模式所致。

①安克创新主营自有品牌的移动设备周边产品、智能硬件产品等消费电子产品，且研发模式以自主研发为主。消费电子行业的技术更新和产品迭代速度较快，以研发驱动的消费电子企业的研发投入通常较大，故安克创新的研发费用率高于公司。

②易佰网络属于泛品类电商，主要产品类型包含汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动、3C 电子产品、工艺收藏等，其产品 SKU 数量规模较大。根据华凯易佰收购易佰网络的重组报告书披露，易佰网络平均每月开发新品数量超过 1.2 万个，其 2020 年实现销售的 SKU 数量已超过 42 万个；易佰网络在信息化方面持续加大投入，优化自主研发的信息系统，以提高其产品开发、采购等经营效率。由于易佰网络的产品 SKU 数量较多，且不断加大信息系统方面的研发投入，故其研发费用率高于公司。

③遨森电商的产品类别、经营模式与公司较为类似，公司与遨森电商的研发费用率较为接近。

报告期内，公司研发活动主要为对家居产品进行材料选用调整、功能更新、外观设计、视觉形象升级等方面的设计和研发，以及信息系统的开发，无需大量投入原材料、机器设备等耗材或固定资产，因此研发费用率相对较低，具有商业合理性。公司重视研发设计活动，报告期内，公司不断加大研发资源投入，2019-2021 年研发费用的年复合增长率为 53.30%，研发支出呈现稳定上升趋势。

4、财务费用

报告期内，公司财务费用的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
汇兑损失-净额	-105.94	7,175.21	414.23	322.53
手续费	256.25	591.07	321.19	224.20
利息费用	1,576.62	1,953.54	50.55	21.12
其中：借款利息支出	234.82	185.80	50.55	21.12
租赁负债利息支出	1,341.80	1,767.74	-	-
减：利息收入	243.53	359.30	70.55	32.13
合计	1,483.40	9,360.52	715.42	535.72

报告期内，公司的财务费用主要为汇兑损失、手续费等。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司财务费用分别 535.72 万元、715.42 万元、9,360.52 万元和 1,483.40 万元，占营业收入比例分别为 0.23%、0.18%、1.57%和 0.53%，占比较低。

2021 年，公司财务费用较 2019 年增幅较大，主要是汇兑损失金额较大所致。2021 年，欧元、美元对人民币均总体呈现贬值趋势，母公司致欧科技和子公司领未科技产生较大金额的汇兑损失。2022 年 1-6 月，公司财务费用大幅降低，主要原因是 2022 年上半年美元对人民币汇率升值，本期汇兑损失大幅减少。公司销售收入涉及欧元、英镑、美元、加元、日元等多种外币，产品和服务采购支出也同时使用美元和人民币结算，同时各类费用也灵活采用各种外币支付。公司经营所使用的主要外币的汇率波动会形成一定的汇兑损益。汇兑损益对公司的业绩影响请参见本节之“十一/（一）/4/（3）报告期内汇兑损益对公司的业绩影响情况”。

（五）影响营业利润的其他科目分析

1、税金及附加

报告期内，公司税金及附加的具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
房产税	166.75	74.95%	-	-	-	-	-	-
印花税	47.66	21.42%	101.29	98.63%	54.96	97.59%	22.75	99.85%
其他	8.06	3.62%	1.41	1.37%	1.36	2.41%	0.03	0.15%
合计	222.47	100.00%	102.70	100.00%	56.32	100.00%	22.79	100.00%

报告期内，公司税金及附加分别为 22.79 万元、56.32 万元、102.70 万元和 222.47 万元，主要包括房产税及印花税等。

2、其他收益

报告期内，公司其他收益的具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
政府补助	87.93	80.77%	434.75	89.95%	237.33	99.27%	87.94	56.55%
其他	20.93	19.23%	48.58	10.05%	1.75	0.73%	67.58	43.46%
合计	108.86	100.00%	483.33	100.00%	239.08	100.00%	155.52	100.00%

报告期内，公司其他收益为各种类型政府补助、日本子公司增值税税收优惠、个税手续费返还等，各期金额分别为 155.52 万元、239.08 万元、483.33 万元和 108.86 万元。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司计入其他收益的各期单项补助项目金额超过人民币 20 万元的政府补助明细如下：

单位：万元

年度	序号	项目	金额	类型
2022 年 1-6 月	1	科技金融资助专项经费	24.00	与收益相关
		合计	24.00	-
2021 年	1	郑州市商务局服务外包专项资金	148.57	与收益相关

	2	外经贸发展专项资金	106.45	与收益相关
	3	美国“薪资保障计划”贷款免除 ^注	103.28	与收益相关
	4	以工代训补贴	37.40	与收益相关
	5	郑州市企业研发费用补助专项资金	23.00	与收益相关
	合计		418.70	-
2020 年度	1	外贸中小企业开拓市场项目资金	32.71	与收益相关
	2	外经贸发展专项资金	65.60	与收益相关
	3	以工代训补贴	82.80	与收益相关
	合计		181.11	-
2019 年度	1	河南自由贸易试验区和跨境电子商务综合试验区省级专项资金	80.00	与收益相关
	合计		80.00	-

注：美国“薪资保障计划”贷款免除系根据美国第 116 届国会颁布的新型冠状病毒援助、救济及经济安全法案（《CARES 法案》）第 1106 条授权的薪资保障计划（Paycheck Protection Program），美国子公司 AMEZIEL 的相关贷款免除。

3、投资收益

报告期内，公司投资收益的具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月		2021 年度		2020 年度		2019 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
外汇合约收益	-	-	1,086.67	55.84%	-	-	-	-
大额存单利息收入	665.77	100.00%	700.72	36.01%	241.94	37.54%	28.09	15.78%
理财产品赎回收益	-	-	158.61	8.15%	402.60	62.46%	149.95	84.22%
合计	665.77	100.00%	1,946.00	100.00%	644.54	100.00%	178.04	100.00%

报告期内，公司的投资收益为理财产品赎回收益、大额存单利息收入以及外汇合约收益，各期金额分别为 178.04 万元、644.54 万元、1,946.00 万元和 665.77 万元。

2020 年，公司投资收益较 2019 年增加 466.50 万元，同比增长 162.02%，主要是公司使用闲置自有资金购买的银行理财产品收益较多所致。

2021 年，公司投资收益较 2020 年增加 1,301.46 万元，同比增长 101.92%，

主要原因是：（1）2021 年欧元、美元兑人民币汇率波动较大，公司通过购买一定金额的外汇远期合约以对冲汇率波动风险，当期产生了 1,086.67 万元的远期外汇合约收益；（2）2021 年大额存单利息收入较 2020 年增加 458.78 万元。

2022 年 1-6 月，公司投资收益主要是公司利用自有资金购买银行大额存单所产生的利息收入。

4、公允价值变动收益

报告期内，公司公允价值变动收益的具体构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
其中：外汇合约	922.95	2,450.52	2.01	-
浮动收益理财产品	19.56	0.61	34.73	15.84
公允价值变动收益	942.51	2,451.12	36.73	15.84
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债				
其中：外汇合约	-318.35	-87.10	-46.66	-
公允价值变动损失	-318.35	-87.10	-46.66	-
净损益	624.16	2,364.02	-9.93	15.84

报告期内，公司公允价值变动损益主要由未到期外汇合约、浮动收益理财产品等以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或负债的公允价值变动形成。

2019 年形成净收益 15.84 万元，2020 年形成净损失 9.93 万元；2021 年，公司的公允价值变动净损益为 2,364.02 万元，主要是未到期远期外汇合约的变动收益；2022 年 1-6 月，公司的公允价值变动净损益为 624.16 万元，主要是未到期外汇合约的变动收益。

5、信用减值损失和资产减值损失

根据新金融工具准则要求，应收款项坏账损失计入“信用减值损失”。公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，应收账款、其他应收款等金融资产以预期信用损失为基础计提减值准备，列报为信用减值损失。

报告期内，公司信用减值损失和资产减值损失情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
信用减值损失				
应收账款坏账损失	287.14	112.26	260.73	194.32
其他应收款坏账（转回）/损失	-7.30	-221.19	287.23	131.98
合计	279.85	-108.93	547.96	326.30
资产减值损失				
存货跌价损失	1,625.91	8,705.37	2,678.86	3,192.71
合计	1,625.91	8,705.37	2,678.86	3,192.71

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司应收账款的预期信用损失金额分别 194.32 万元、260.73 万元、112.26 万元和 **287.14 万元**，随着应收账款余额的增加，坏账准备计提有所增加。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司其他应收款的预期信用损失金额分别为 131.98 万元、287.23 万元、-221.19 万元和 **-7.30 万元**。其中，2019 年及 2020 年，随着其他应收款余额的增加，坏账准备计提有所增加；2021 年，公司其他应收款坏账转回 221.19 万元，主要原因是公司于 2021 年下半年加大了应收平台暂存款的提款力度，其他应收款期末余额较上年末有所减少；**2022 年 1-6 月，公司其他应收款坏账转回 7.30 万元，主要原因是应收平台暂存款较上期末有所下降。**

公司应收账款主要来源于亚马逊 Vendor、Wayfair 等 B2B 平台客户，该等应收款项账龄较短，且平台客户的信用度较高，信用风险较低。

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司存货跌价损失分别为 3,192.71 万元、2,678.86 万元、8,705.37 万元和 **1,625.91 万元**。随着公司业务规模的快速扩大，存货余额相应增加。报告期内，公司存货管理日益完善，存货周转良好，不存在大额滞销、毁损的情形。公司严格按照准则要求进行减值测试及存货跌价损失计提，公司存货跌价损失计提充分、客观，符合公司实际情况。

（六）营业外收支

报告期内，公司营业外收支情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度

营业外收入	0.86	6.59	1.31	0.30
营业外支出	195.81	212.26	210.71	34.79
营业外收支净额	-194.95	-205.67	-209.39	-34.49
利润总额	14,475.78	29,854.76	46,610.58	14,300.76
营业外收支净额/利润总额	-1.35%	-0.69%	-0.45%	-0.24%

报告期内，公司营业外收支净额分别为-34.49 万元、-209.39 万元、-205.67 万元和-194.95 万元，占当期利润总额的比例分别为-0.24%、-0.45%、-0.69%和-1.35%，占比较小，不会对公司经营业绩产生重大影响。

1、营业外收入

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司营业外收入金额分别为 0.30 万元、1.31 万元、6.59 万元和 0.86 万元。公司营业外收入金额较小，不会对公司经营业绩产生重大影响。

2、营业外支出

报告期内，公司营业外支出的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
捐赠支出	-	203.14	39.99	-
存货损失	-	-	147.39	-
赔偿款	185.34	5.34	21.47	0.84
其他	10.47	3.78	1.86	33.95
合计	195.81	212.26	210.71	34.79

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司营业外支出金额分别为 34.79 万元、210.71 万元、212.26 万元和 195.81 万元，金额较小，主要为存货损失、捐赠支出、赔偿款等。

2020 年，公司存货损失 147.39 万元，发生该笔损失的原因是：2020 年 11 月 30 日，公司一批存货经船公司承运由深圳盐田发往美国洛杉矶，因船公司货轮在运输途中遭遇恶劣天气，其所载部分货物掉落海里，其后该货轮返航日本避难及修复。公司于 2021 年 4 月收到该货轮所载的公司货柜后发现，数个货柜或存货已经毁损，因追偿周期较长且结果不能确定，故作为资产负债表日后调整事

项，减计该批存货，并计入营业外支出。

2021 年，公司捐赠支出 203.14 万元，主要是向河南及山西洪涝灾区的捐赠以及其他公益捐款。2021 年 7 月河南省、2021 年 10 月山西省多地出现极端强降雨天气，部分地区形成涝灾危及人民正常生产生活，公司踊跃承担企业社会责任，积极助力政府与社会各界抗洪救灾，向洪涝灾区捐赠物资及捐款合计 201.14 万元。

2022 年 1-6 月，公司支付赔偿款 185.34 万元，主要系 2022 年上半年公司根据市场变化适当调整了产品采购计划，而供应商已提前备料备货，经公司与供应商友好协商，公司向供应商支付相应赔偿款。

（七）所得税费用

报告期内，公司所得税费用情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
当期所得税费用	3,400.70	5,393.46	10,083.97	3,490.46
递延所得税费用	38.24	479.51	-1,498.00	10.86
合计	3,438.94	5,872.97	8,585.97	3,501.33

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司的所得税费用分别为 3,501.33 万元、8,585.97 万元、5,872.97 万元和 3,438.94 万元。2019 年及 2020 年，随着公司业务规模及盈利水平的提高，所得税费用随之增加；2021 年，受全球海运价格大幅上涨导致公司营业成本上升，以及因人民币升值公司当期确认大额汇兑损失等因素影响，公司 2021 年利润总额较 2020 年所有下滑，当期所得税费用相应下降。公司的递延所得税费用主要为抵销内部未实现利润、资产减值准备等产生的可抵扣暂时性差异所致。

报告期内，公司所得税费用与会计利润的关系情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
利润总额	14,475.78	29,854.76	46,610.58	14,300.76
按适用税率计算的所得税费用	2,171.37	4,478.21	6,991.59	2,145.11

子公司税率差异	1,351.32	1,338.67	343.19	299.88
税率变动的影响	-	0.0019	-	0.36
研发费用加计扣除	-85.43	-76.07	-80.84	-49.09
不得扣除的成本、费用和损失	3.90	60.71	1,331.00	1,106.20
以前年度汇算清缴差异	-	74.93	2.84	-
残疾人员工资加计扣除	-2.21	-3.48	-1.80	-1.13
所得税费用	3,438.94	5,872.97	8,585.97	3,501.33

（八）对报告期经营成果有重大影响的非经常性损益项目

报告期内，公司非经常性损益明细如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
处置非流动资产（损失）/收益	-5.22	45.57	-32.88	-
计入当期损益的政府补助	87.93	434.75	237.33	87.94
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和可供出售金融资产取得的投资收益	624.16	3,609.30	392.67	165.79
无等待期一次性计入当期损益的股份支付费用	-	-124.80	-8,138.13	-5,821.49
除上述各项之外的其他营业外（支出）/收入-净额	-194.95	-205.67	-209.39	-34.49
其他符合非经常性损益定义的损益项目 ^注	20.93	48.58	1.75	67.58
小计	532.86	3,807.73	-7,748.66	-5,534.66
所得税影响数	-50.73	-574.78	-96.00	-55.94
归属于少数股东的非经常性损益		-	-	-
非经常性损益净额	482.13	3,232.95	-7,844.66	-5,590.61
归属于母公司所有者的净利润	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	10,554.71	20,748.83	45,869.27	16,390.04
非经常性损益净额占归属于母公司所有者的净利润的比重	4.37%	13.48%	-20.63%	-51.77%

注：2019年度其他符合非经常性损益定义的损益项目为境外增值税税收优惠，2020年度、2021年度及2022年1-6月为个人所得税手续费返还。

2019-2021年及2022年1-6月，公司非经常性损益净额分别为-5,590.61万

元、-7,844.66 万元、3,232.95 万元和 **482.13 万元**，占归属于母公司所有者的净利润的比例分别为-51.77%、-20.63%、13.48%和 **4.37%**。

2019 年及 2020 年，非经常性损益占公司净利润的比重较高，主要因公司 2019 年度、2020 年度实施股权激励而一次性计入当期损益的股份支付费用金额较大所致。

2021 年及 **2022 年 1-6 月**，公司的非经常性损益主要系公司为对冲汇率波动风险，购买的外汇合约所产生的投资收益以及公允价值变动损益。

（九）纳税情况和税收优惠

1、主要税种的缴纳情况

报告期内，公司主要税种的缴纳情况如下：

（1）境外间接税

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期/年初应交数	6,055.96	4,859.83	3,278.27	3,892.22
本期/年计提数	28,842.68	62,356.29	40,360.74	25,575.73
本期/年缴纳数	29,067.35	60,666.41	38,878.33	26,180.00
本期/年外币报表折算差额影响	-149.80	-564.83	99.16	-9.68
期/年末应交数	5,681.48	5,984.88	4,859.83	3,278.27
重分类至其他流动资产	57.37	71.08	-	-
应交间接税期/年末未交数	5,738.85	6,055.96	4,859.83	3,278.27

注：境外间接税主要为欧洲增值税、美国销售税和日本消费税等。

（2）企业所得税

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
期/年初应交数	1,092.50	5,654.47	3,845.10	2,123.06
期/年初预交数	1,036.25	2,133.39	112.29	1.94
本期/年计提数	3,423.74	5,393.46	10,083.97	3,490.46
本期/年缴纳数	3,193.32	8,726.63	10,397.14	1,915.84
本期/年外币报表折算差异影响	-19.39	-131.66	101.44	37.06

期/年末应交数	965.74	1,092.50	5,654.47	3,845.10
期/年末预交数	698.46	1,036.25	2,133.39	112.29

2、公司享受的税收优惠情况

报告期内，公司享受的税收优惠主要为 2019 年度、2020 年度及 2021 年度因技术先进型服务企业而享受税率 15%的企业所得税率；截至 2022 年 6 月 30 日，公司正在申请技术先进性企业复审，根据《关于将技术先进型服务企业所得税政策推广至全国实施的通知》（财税[2017]79 号）有关规定，截至 2022 年 6 月 30 日止六个月期间公司预计可以继续适用 15%的企业所得税税率。税收优惠政策及其对公司的影响请参见本节之“八/（二）报告期内公司税收优惠情况”。

十二、资产质量分析

（一）资产构成及变动分析

1、资产构成情况

报告期各期末，公司的资产结构总体情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动资产	198,699.20	59.53%	209,929.83	61.28%	159,520.55	88.87%	61,947.12	94.74%
非流动资产	135,107.31	40.47%	132,624.30	38.72%	19,982.92	11.13%	3,438.78	5.26%
合计	333,806.51	100.00%	342,554.12	100.00%	179,503.47	100.00%	65,385.90	100.00%

报告期各期末，公司资产总额分别为 65,385.90 万元、179,503.47 万元、342,554.12 万元和 **333,806.51 万元**。2019-2021 年各年末，公司资产规模呈现快速增长的趋势，主要得益于公司业务规模持续扩大和盈利水平不断提高，货币资金、交易性金融资产、应收账款、存货等资产逐年增加；2022 年 6 月末，公司资产总额较上年末有所减少，主要原因是 2022 年上半年公司向供应商支付产品采购款、仓储及物流费用等相关款项，偿还银行借款，预付的海运费等款项期后结转，以及存货周转情况良好，导致公司期末货币资金、预付款项、存货金额较上年末有所下降。

从资产结构来看，报告期内公司主要采取轻资产经营模式，无自有房屋建筑

物，且产品的生产环节均由外协加工厂商完成，公司资产以流动资产为主。报告期各期末，公司流动资产总额分别为 61,947.12 万元、159,520.55 万元、209,929.83 万元和 198,699.20 万元，占总资产的比例分别为 94.74%、88.87%、61.28%和 59.53%，其中，货币资金、交易性金融资产、应收账款、其他应收款、存货等是公司流动资产的主要组成部分。2021 年末及 2022 年 6 月末，公司流动资产占比较 2019 年末和 2020 年末下降较大，主要是新租赁准则下使用权资产列支增加所致。

总体而言，公司资产规模增长趋势及资产结构符合行业特征、公司自身经营模式及发展阶段特点。

2、流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022. 06. 30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
货币资金	48,447.20	24.38%	51,311.69	24.44%	21,514.53	13.49%	13,693.01	22.10%
交易性金融资产	617.03	0.31%	1,575.33	0.75%	10,036.73	6.29%	6,221.84	10.04%
应收账款	18,164.48	9.14%	12,521.96	5.96%	11,404.97	7.15%	6,457.45	10.42%
预付款项	3,685.96	1.86%	9,007.31	4.29%	5,548.54	3.48%	1,042.16	1.68%
其他应收款	12,664.73	6.37%	11,318.23	5.39%	14,306.71	8.97%	7,869.46	12.70%
存货	100,058.00	50.36%	105,170.86	50.10%	85,865.35	53.83%	25,289.89	40.82%
一年内到期的非流动资产	6,985.38	3.52%	9,402.46	4.48%	-	-	-	-
其他流动资产	8,076.42	4.06%	9,621.99	4.58%	10,843.72	6.80%	1,373.32	2.22%
合计	198,699.20	100.00%	209,929.83	100.00%	159,520.55	100.00%	61,947.12	100.00%

公司流动资产主要由货币资金、交易性金融资产、应收账款、其他应收款和存货等构成。报告期各期末，公司流动资产的具体分析如下：

(1) 货币资金

报告期各期末，公司货币资金构成情况如下：

单位：万元

项目	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存现金	0.85	0.00%	0.90	0.00%	2.13	0.01%	3.14	0.02%
银行存款	33,897.89	69.97%	46,546.31	90.71%	17,616.19	81.88%	12,992.04	94.88%
其他货币资金	14,548.46	30.03%	4,764.47	9.29%	3,896.22	18.11%	697.84	5.10%
合计	48,447.20	100.00%	51,311.69	100.00%	21,514.53	100.00%	13,693.01	100.00%

公司货币资金由库存现金、银行存款以及其他货币资金构成，其中银行存款是构成货币资金的主要部分。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 13,693.01 万元、21,514.53 万元、51,311.69 万元和 **48,447.20 万元**，占流动资产的比重分别为 22.10%、13.49%、24.44%和 **24.38%**。

报告期内，一方面，随着公司经营业务快速发展，销售规模不断扩大，公司销售回款情况良好；另一方面，公司于 2019 年和 2020 年进行了多轮股权融资，于 2021 年新增较多银行借款，以满足营运资金需求，因此公司期末货币资金余额逐年增加。2022 年 6 月末，公司货币资金较上年末减少 2,864.49 万元，主要原因是公司于当期向供应商支付产品采购款、仓储及物流费用等相关款项，并偿还了部分银行借款。

2019 年末，公司其他货币资金为子公司 AMEZIEL 向美国银行申请开具的一年期信用证所存入的保证金及孳息 100.03 万美元，折合人民币 697.84 万元。

2020 年末，公司其他货币资金为子公司 AMEZIEL 向美国银行申请开具的一年期信用证所存入的保证金及孳息 350.07 万美元，折合人民币 2,284.20 万元，以及子公司领未科技与中信银行郑州分行签订的远期外汇买卖合约的交易保证金 1,612.01 万元。

2021 年末，公司其他货币资金为子公司 AMEZIEL 向美国银行申请开具的一年期信用证所存入的保证金及孳息 350.08 万美元，折合人民币 2,232.01 万元，以及子公司领未科技分别与中信银行郑州分行、招商银行郑州分行签订的远期外汇买卖合约的交易保证金 1,993.17 万元、539.29 万元。

2022 年 6 月末，公司其他货币资金包括：①子公司 AMEZIEL 向美国银行申请开具的一年期信用证所存入的保证金 250.00 万美元，折合人民币 1,677.85 万元；②公司与中信银行郑州分行签订的电子银行承兑汇票承兑协议的保证金 6,131.93 万元；③公司及其子公司领未科技与中信银行郑州分行、招商银行郑

州分行、中信银行广州花园支行及平安银行郑州分行签订的外汇买卖合约的交易保证金 4,622.68 万元；④公司已到期但尚未解除质押的大额存单本金及孳息 2,116.00 万元。

（2）交易性金融资产

报告期各期末，公司交易性金融资产构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
未到期外汇合约	617.03	1,575.33	2.01	-
银行理财产品	-	-	10,034.73	6,221.84
其中：成本	-	-	10,000.00	6,206.00
公允价值变动	-	-	34.73	15.84
合计	617.03	1,575.33	10,036.73	6,221.84

报告期内，为提高资金使用效率，公司结合日常营运资金安排，利用自有资金购买部分银行理财产品，主要为利息收益与利率、汇率、指数等的波动挂钩的浮动收益型银行理财产品，公司根据管理该金融资产的业务模式及该金融资产的合同现金流量特征，按照新金融工具准则的要求，将之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，列报为交易性金融资产。

同时，公司于报告期内购买了外汇合约对汇率风险进行管理，上表中的未到期外汇合约为公司与中信银行郑州分行、中信银行广州花园支行、招商银行郑州未来支行及平安银行郑州分行分别签订的远期外汇买卖合约，以及与中信银行郑州分行签订的外汇期权合约。

报告期各期末，公司的交易性金融资产分别为 6,221.84 万元、10,036.73 万元、1,575.33 万元和 617.03 万元。2021 年末，公司交易性金融资产较上年末减少 8,461.40 万元，主要是银行理财产品到期赎回所致；2022 年 6 月末，公司交易性金融资产较上年末减少 958.30 万元，主要是外汇合约到期交割所致。

（3）应收账款

公司的应收账款主要来源于应收 B2B 客户的货款。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 6,457.45 万元、11,404.97 万元、12,521.96 万元和 18,164.48 万元，占流动资产的比例分别为 10.42%、7.15%、5.96%和 9.14%。

①应收账款变动情况分析

报告期内，公司期末应收账款余额占各期营业收入比例的情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30/ 2022年1-6月	2021.12.31/ 2021年度	2020.12.31/ 2020年度	2019.12.31/ 2019年度
应收账款余额	19,120.59	13,181.71	12,005.23	6,797.32
营业收入	280,867.67	596,737.95	397,099.27	232,556.63
应收账款余额/营业收入	6.81%	2.21%	3.02%	2.92%

注：2022年6月末应收账款余额占当期营业收入的比例未进行年化处理。

报告期各期，公司期末应收账款余额占各期营业收入的比例分别为2.92%、3.02%、2.21%和6.81%，总体占比较小。

2020年末、2021年末及2022年6月末，公司的应收账款余额分别较上年末增加5,207.92万元、1,176.47万元和5,938.89万元，主要是因为公司B2B业务规模的持续扩张，尤其是亚马逊Vendor和Wayfair销售收入的快速增长，公司期末应收账款相应增加。2020年末、2021年末及2022年6月末，公司应收亚马逊Vendor、Wayfair的销售款合计分别较上年末增加3,964.78万元、1,253.44万元和5,673.52万元。

②应收账款账龄结构及坏账计提情况分析

报告期各期末，公司应收账款账龄结构及坏账准备计提情况如下：

单位：万元

2022.06.30				
账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
3个月以内	18,766.27	98.15%	938.31	17,827.95
3-6个月	290.32	1.51%	14.52	275.80
6-12个月	62.32	0.33%	3.12	59.21
1-2年	1.69	0.01%	0.17	1.52
合计	19,120.59	100.00%	956.11	18,164.48
2021.12.31				
账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
3个月以内	12,811.06	97.19%	640.55	12,170.51
3-6个月	346.48	2.63%	17.32	329.15

6-12 个月	11.03	0.08%	0.55	10.48
1-2 年	13.14	0.10%	1.31	11.82
合计	13,181.71	100.00%	659.74	12,521.96
2020.12.31				
账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
3 个月以内	11,781.74	98.14%	589.09	11,192.65
3-6 个月	190.18	1.58%	9.51	180.67
6-12 个月	33.32	0.28%	1.67	31.65
合计	12,005.23	100.00%	600.26	11,404.97
2019.12.31				
账龄	账面余额	占比	坏账准备	账面价值
3 个月以内	6,779.42	99.74%	338.97	6,440.44
3-6 个月	17.90	0.26%	0.90	17.01
6-12 个月	-	-	-	-
合计	6,797.32	100.00%	339.87	6,457.45

报告期各期末，公司应收账款的账龄基本在 1 年以内，其中主要为 3 个月以内，3 个月以上账期的应收账款较少，应收账款主要为应收亚马逊 Vendor、Wayfair 和部分线下 B2B 客户销售款。

2021 年末，公司存在少量应收 Wayfair 及部分线下 B2B 客户的销售款项账龄超过 12 个月，金额分别为 2.02 万元、11.12 万元。其中，应收 Wayfair 的长账龄款项主要因少量问题订单处置方式公司尚未与 Wayfair 达成一致意见；应收线下 B2B 客户的长账龄款项主要因疫情等因素影响导致其内部付款流程延长。总体而言，公司账龄较短，应收账款质量较好。

2022 年 6 月末，由于公司与 Wayfair 因少量异常订单处置问题尚未达成一致，公司产生了少量账龄超过 12 个月的应收账款，金额为 1.69 万元。

报告期内，公司制定了谨慎的坏账准备计提政策，坏账准备计提充分。

③应收账款主要客户情况

报告期各期末，公司应收账款余额前五名情况如下：

单位：万元

2022. 06. 30				
序号	单位名称	与公司的 关系	金额	占应收账款余 额的比例
1	亚马逊 Vendor	非关联方	11,263.05	58.91%
2	Wayfair	非关联方	6,000.29	31.38%
3	Chal-Tec Gmbh.	非关联方	296.93	1.55%
4	HOME24 SE	非关联方	224.16	1.17%
5	MIRA Home B.V.	非关联方	104.60	0.55%
合计		-	17,889.03	93.56%
2021.12.31				
序号	单位名称	与公司的 关系	金额	占应收账款余 额的比例
1	亚马逊 Vendor	非关联方	5,888.22	44.67%
2	Wayfair	非关联方	5,701.60	43.25%
3	Home24 SE	非关联方	293.04	2.22%
4	MIRA Home B.V.	非关联方	179.07	1.36%
5	Chal-Tec Gmbh.	非关联方	144.78	1.10%
合计		-	12,206.71	92.60%
2020.12.31				
序号	单位名称	与公司的 关系	金额	占应收账款余 额的比例
1	亚马逊 Vendor	非关联方	8,115.61	67.60%
2	Wayfair	非关联方	2,220.77	18.50%
3	SELSEY SP. Z.O.O.	非关联方	186.89	1.56%
4	ACAZA BVBA	非关联方	138.56	1.15%
5	Vivre Deco S.A.	非关联方	133.69	1.11%
合计		-	10,795.54	89.92%
2019.12.31				
序号	单位名称	与公司的 关系	金额	占应收账款余 额的比例
1	亚马逊 Vendor	非关联方	5,969.82	87.83%
2	Wayfair	非关联方	401.79	5.91%

3	Woot Inc	非关联方	79.24	1.17%
4	Gruppo Corso Ltd.	非关联方	62.82	0.92%
5	Groupon	非关联方	43.77	0.64%
合计		-	6,557.44	96.47%

由上表可知，报告期各期末，公司应收账款前五名合计金额占应收账款总额比例分别为 96.47%、89.92%、92.60%和 **93.56%**，应收账款客户相对集中，主要为应收电商平台客户亚马逊 Vendor、Wayfair 的货款，该等平台客户的货款结算周期通常不超过 90 天，应收账款收回风险较低。

④应收账款期后回款情况

报告期各期末，公司应收账款期后回款情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收账款余额（①）	19,120.59	13,181.71	12,005.23	6,797.32
期后回款金额（②）	17,414.26	13,128.15	12,005.23	6,797.32
期后回款比例（②/①）	91.08%	99.59%	100.00%	100.00%

注：期后回款截止时间为 2022 年 9 月 15 日。

截至 2022 年 9 月 15 日，公司报告期各期末的应收账款已基本收回，回款情况良好，应收账款发生坏账损失的风险较小。

（4）预付款项

报告期各期末，公司预付款项余额分别为 1,042.16 万元、5,548.54 万元、9,007.31 万元和 **3,685.96 万元**，占流动资产的比例分别为 1.68%、3.48%、4.29%和 **1.86%**，总体占比较小。公司的预付款项账龄均在 1 年以内，主要是预付给供应商的采购款项。

2020 年末，公司预付款项较上年末增加 4,506.38 万元，增幅较大，主要原因是 2020 年末公司进一步加大采购备货，导致预付产品供应商货款及预付第三方仓储费用相应增加。

2021 年末，公司预付款项较上年末增加 3,458.77 万元，主要是预付北京世纪卓越快递服务有限公司（简称“北京世纪卓越”）海运费大幅增加所致，2021 年末公司预付给北京世纪卓越的海运费为 7,051.14 万元。

北京世纪卓越为亚马逊（中国）投资有限公司的全资子公司，系亚马逊旗下

在中国开展国际货运代理和物流运输的专业部门，亦为亚马逊对中国卖家或其代理或亚马逊 Vendor 的中国供应商提供的“亚马逊物流+”（Amazon Logistics Plus）服务的实施主体。北京世纪卓越为“亚马逊物流+”服务境内直送亚马逊 FBA 仓指定的头程物流供应商。

“亚马逊物流+”服务结算政策主要采用预付款模式，即卖家于亚马逊物流平台下单时需要保证其账户余额达到亚马逊根据该票货物信息计算出的预估运费（含全程运费及其他额外费用）的 110%，该金额由亚马逊进行冻结，服务完成后根据双方共同确认的各项实际费用扣除款项。对于部分出货量大的卖家，亚马逊通常授予其一部分信用额度，在额度范围内不用支付预付款，超过额度部分，卖家需要根据前述结算政策支付预付款项。根据公司与北京世纪卓越的协议，亚马逊授予公司的信用额度为：欧洲航线、北美航线均为 150-200 万美元左右，超出该信用额度的部分采用预付款模式，亚马逊预先冻结相应预付款项，完成运输服务后与公司进行结算。

自 2020 年第四季度起，尤其是 2021 年以来，全球疫情导致国际海运价格大幅上涨，公司所获北京世纪卓越给予的信用额度基本只能覆盖少部分货柜，超出信用额度的货柜运输费以预付款形式支付，2021 年公司订购的“亚马逊物流+”服务结算以预付款为主，故公司 2021 年末对北京世纪卓越的预付款项金额较大。

2022 年 6 月末，公司预付款项较上年末减少 5,321.35 万元，主要原因是：一方面，公司上年末预付给货代公司的海运费等预付款项于期后结转；另一方面，2022 年上半年公司发货货柜数量减少，相应减少了支付给货代公司的预付款项。

报告期各期末，公司预付款项前五名情况如下：

单位：万元

2022. 06. 30					
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占预付款项余额的比例	款项内容
1	北京世纪卓越快递服务有限公司	非关联方	1,761.55	47.79%	预付运费
2	东莞市合泰家居用品有限公司	非关联方	300.00	8.14%	预付货款
3	广州安格国际货运代理有限公司	非关联方	179.26	4.86%	预付运费

	公司				
4	东莞市宇邦智能家居有限公司	非关联方	100.00	2.71%	预付货款
5	东莞市丞亿玻璃制品有限公司	非关联方	100.00	2.71%	预付货款
合计		-	2,440.81	66.22%	-
2021.12.31					
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占预付款项余额的比例	款项内容
1	北京世纪卓越快递服务有限公司	非关联方	7,051.14	78.28%	预付运费
2	越南金林家具有限公司	非关联方	196.99	2.19%	预付货款
3	SLM Group Holdings	非关联方	172.91	1.92%	预付仓储费
4	阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	非关联方	146.39	1.63%	预付营销费
5	Luno Fashion Limited	非关联方	141.40	1.57%	预付仓储费
合计		-	7,708.83	85.58%	-
2020.12.31					
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占预付款项余额的比例	款项内容
1	LUNO FASCHION LIMITED	非关联方	493.59	8.90%	预付仓储费
2	越南金林家具有限公司	非关联方	454.52	8.19%	预付货款
3	东莞市宇邦智能家居有限公司	非关联方	378.62	6.82%	预付货款
4	东莞市宇为智能家居科技有限公司	非关联方	286.15	5.16%	预付货款
5	东莞市隆鼎玻璃制品有限公司	非关联方	273.78	4.93%	预付货款
合计		-	1,886.66	34.00%	-
2019.12.31					
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占预付款项余额的比例	款项内容
1	弘展企业有限公司	非关联方	67.99	6.52%	预付货款
2	越南巨林家具有限公司	非关联方	62.86	6.03%	预付货款

3	上海展赢国际货物运输代理有限公司	非关联方	37.55	3.60%	预付运费
4	东莞市美盈森智能家居有限公司	非关联方	34.66	3.33%	预付货款
5	Schenker Deutschland AG	非关联方	32.72	3.14%	预付运费
合计		-	235.78	22.62%	-

(5) 其他应收款

公司其他应收款主要为电商平台暂存款以及支付给电商平台、货运公司和仓库出租方的押金和保证金。其中，电商平台暂存款为消费者支付的、存放在公司平台账户中的销售订单款项，该部分款项存放于公司在亚马逊等电商平台账户中，尚未划转至公司银行账户，根据其款项性质和权利义务状态，公司将其作为“其他应收款”进行核算。

报告期各期末，公司其他应收款账面价值分别为 7,869.46 万元、14,306.71 万元、11,318.23 万元和 **12,664.73 万元**，占流动资产的比例分别为 12.70%、8.97%、5.39%和 **6.37%**。

报告期各期末，公司其他应收款的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应收平台暂存款	6,198.78	47.57%	7,325.50	62.63%	12,699.27	84.96%	7,043.43	85.63%
应收押金和保证金	2,860.20	21.95%	3,046.42	26.05%	2,127.96	14.24%	1,105.69	13.44%
应收在途资金	2,841.55	21.80%	1,082.96	9.26%	-	-	-	-
应收代付款	776.65	5.96%	-	-	-	-	-	-
应收员工备用金	38.88	0.30%	148.75	1.27%	84.93	0.57%	49.83	0.61%
其他	315.80	2.42%	92.95	0.79%	35.59	0.24%	26.50	0.32%
账面余额	13,031.85	100.00%	11,696.59	100.00%	14,947.75	100.00%	8,225.45	100.00%
减：坏账准备	367.12	-	378.36	-	641.04	-	355.99	-
账面价值	12,664.73	-	11,318.23	-	14,306.71	-	7,869.46	-

2020 年末，公司其他应收款账面价值较上年末增加 6,437.25 万元，主要是公司应收的平台暂存款、押金和保证金随着业务规模的扩大而相应增加。

2021 年末，公司其他应收款账面价值较上年末减少 2,988.48 万元，主要原因是公司于 2021 年下半年加大对亚马逊等电商平台账户余额的提款力度，使得应收平台暂存款较上年末较少了 5,373.77 万元。

2021 年末，公司应收在途资金 1,082.96 万元，系德国子公司 EUZIEL 于 2021 年 12 月底向母公司致欧科技支付服务费，因国际结算业务时间差异未能及时到账，EUZIEL 遂取消该笔款项支付，但因国际结算业务存在时间差异，EUZIEL 于 2021 年 12 月 31 日尚未收回该笔资金，由此形成了应收在途资金。

2022 年 6 月末，公司其他应收款账面价值较上年末增加 1,346.50 万元，主要是应收在途资金及应收代付款增加所致。其中，公司应收在途资金 2,841.55 万元，较上年末增加 1,758.59 万元，主要是由于公司提现亚马逊平台销售货款未能及时到账。

报告期内，公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况。

（6）存货

①存货构成及变动情况分析

报告期各期末，公司存货情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
存货余额	102,250.50	107,469.56	87,222.50	26,145.33
减：跌价准备	2,192.50	2,298.70	1,357.15	855.44
存货账面价值	100,058.00	105,170.86	85,865.35	25,289.89

报告期各期末，公司存货账面价值分别为 25,289.89 万元、85,865.35 万元、105,170.86 万元和 100,058.00 万元，占流动资产的比重分别为 40.82%、53.83%、50.10%和 50.36%。随着公司业务规模的不断扩大，公司备货规模相应提升，期末存货余额总体呈现逐年增加的趋势。

2020 年末，公司期末存货账面价值较上年末增加 60,575.46 万元，同比增长 239.52%，增幅较大，主要原因是：一方面，随着公司业务的快速发展，同时考虑新冠肺炎疫情可能会导致船运周期延长、海运费上涨等不利因素，以及为应对国内供应商春节假期放假停工的影响，公司于 2020 年下半年加大备货力度，以

应对第四季度及来年的销售需要，从而使得存货规模较 2019 年末大幅提升；另一方面，2020 年，欧美疫情持续蔓延，公司海外存货的仓储物流受到一定影响，存货周转速度有所下降。报告期各期末，公司不存在异常的存货余额增长情形。

2021 年末，鉴于公司业务的持续增长、春节假期国内供应商放假停工以及疫情防控对物流运输的影响，公司于 2021 年第四季度加大备货量，导致期末存货账面价值较 2020 年末增加了 19,305.51 万元。

由于公司 2022 年上半年根据市场情况适当调整了产品采购及备货计划，以及 2022 年 1-6 月存货正常周转销售，公司 2022 年 6 月末存货账面价值较上年末减少 5,112.86 万元。

报告期内，公司采用全部外协生产的模式，自身不自主生产产品，因此存货均为外协采购的产成品。报告期各期末，公司存货账面价值构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
库存商品	71,107.90	71.07%	51,324.56	48.80%	36,565.75	42.58%	13,414.08	53.04%
在途存货	24,721.36	24.71%	49,771.72	47.32%	45,791.28	53.33%	9,623.25	38.05%
发出商品	4,228.73	4.23%	4,074.58	3.87%	3,508.32	4.09%	2,252.56	8.91%
合计	100,058.00	100.00%	105,170.86	100.00%	85,865.35	100.00%	25,289.89	100.00%

由上表可知，公司的存货以库存商品和在途存货为主，其中，库存商品主要为分布在海外自营仓、亚马逊 FBA 仓和海外第三方仓的商品；在途存货主要为从国内运往海外自营仓、亚马逊 FBA 仓及海外第三方仓途中的商品；发出商品主要为亚马逊等电商平台的终端消费者尚未签收的商品。

2020 年末及 2021 年末，公司存货中的在途存货占比较 2019 年末有所提升，主要原因是受全球新冠肺炎疫情的影响，海运周期有所延长。2022 年 6 月末，公司存货中的库存商品占比较上年末有所提升，主要是期初在途存货陆续到港入库所致。报告期各期末，公司不存在异常的存货结构变动情形。

②存货库龄情况

报告期各期末，公司存货的库龄情况如下：

单位：万元

项目	库龄	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
		存货余额	占比	存货余额	占比	存货余额	占比	存货余额	占比
库存商品	1年以内	71,382.72	97.63%	52,047.32	98.04%	37,317.54	99.96%	13,682.18	99.83%
	1-2年	1,733.90	2.37%	1,037.86	1.96%	14.85	0.04%	23.06	0.17%
	小计	73,116.61	100.00%	53,085.18	100.00%	37,332.39	100.00%	13,705.23	100.00%
在途存货	1年以内	24,905.16	100.00%	50,309.80	100.00%	46,381.79	100.00%	10,187.54	100.00%
	1-2年	-	-	-	-	-	-	-	-
	小计	24,905.16	100.00%	50,309.80	100.00%	46,381.79	100.00%	10,187.54	100.00%
发出商品	1年以内	4,164.83	98.49%	4,017.19	98.59%	3,506.99	99.96%	2,250.51	99.91%
	1-2年	63.90	1.51%	57.39	1.41%	1.33	0.04%	2.05	0.09%
	小计	4,228.73	100.00%	4,074.58	100.00%	3,508.32	100.00%	2,252.56	100.00%
合计	1年以内	100,452.70	98.24%	106,374.31	98.98%	87,206.32	99.98%	26,120.23	99.90%
	1-2年	1,797.80	1.76%	1,095.25	1.02%	16.18	0.02%	25.11	0.10%
	合计	102,250.50	100.00%	107,469.56	100.00%	87,222.50	100.00%	26,145.33	100.00%

注：公司自取得货物所有权时即开始计算存货库龄，直至存货最终实现销售，发出的存货按照先进先出法进行计量，故存在少量发出商品库龄超过1年的情形。

由上表可知，公司各期末存在少量库龄超过1年的商品，公司存货库龄主要在1年以内，整体库龄较短，库龄结构健康，存货周转情况良好。

2021年末，公司1-2年库龄的存货占比上升，主要为美国子公司于2020年末对铁木现代电脑桌、梳妆台、电视柜等品类备货量较大，且2020年末美国洛杉矶等多个港口出现停摆状况，延误产品入仓，使得上述品类产品存在少部分库存积压。2022年6月末，公司1-2年库龄的存货占比进一步上升，主要是因为考虑业务持续增长、疫情防控影响物流运输周期等因素，公司在2021年扩大铁木现代电脑桌、大型蹦床、健身车等产品备货量，使得上述品类存在部分产品库存积压。2021年末及2022年6月末，公司已按照会计政策要求对该等产品充分计提了存货跌价准备。

③存货跌价准备

公司的产品主要为家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等家居产品，报告期各期末，公司对库存商品进行减值测试，如果存货的可变现净值低于账面成本，则按其差额计提存货跌价准备或合同履约成本减值准备，并确认当期资产

减值损失。报告期各期末，公司严格按照存货跌价准备或合同履约成本减值准备计提政策对存货计提了存货跌价准备或合同履约成本减值准备，期末存货跌价准备分别为 855.44 万元、1,357.15 万元、2,298.70 万元和 **2,192.50 万元**，公司存货跌价准备或合同履约成本减值准备计提充分、合理。

(7) 一年内到期的非流动资产

2019 年末和 2020 年末，公司无一年内到期的非流动资产。2021 年末及 **2022 年 6 月末**，公司一年内到期的非流动资产分别为 9,402.46 万元、**6,985.38 万元**，占流动资产的比例分别为 4.48%、**3.52%**。公司一年内到期的非流动资产主要为一年内到期的债权投资，该部分债权投资系公司及其子公司领未科技存入的银行大额存单。

(8) 其他流动资产

报告期各期末，公司其他流动资产分别为 1,373.32 万元、10,843.72 万元、9,621.99 万元和 **8,076.42 万元**，占流动资产的比例分别为 2.22%、6.80%、4.58% 和 **4.06%**，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
应收出口退税	4,274.87	5,829.20	7,648.26	1,049.85
预交所得税	698.46	1,036.25	2,133.39	112.29
待抵扣进项税额	1,134.05	936.25	410.62	211.18
上市中介费	1,637.82	1,236.97	297.65	-
应收退货成本	331.21	583.32	353.79	-
合计	8,076.42	9,621.99	10,843.72	1,373.32

报告期各期末，公司其他流动资产主要为应收出口退税、预交所得税、待抵扣进项税额、**上市中介费**等。

2020 年末，公司其他流动资产较上年末增加了 9,470.40 万元，主要原因是：
①2020 年，领未科技向供应商采购并对外出口的采购规模较大，涉及出口退税金额相应增加，而退税办理流程耗时较长，2020 年末应收出口退税较上年末增加了 6,598.41 万元；②2020 年末预交所得税较上年末增加了 2,021.10 万元。

2021 年末，公司其他流动资产较上年末减少了 1,221.73 万元，主要原因是：

①领未科技于当期收到出口退税，公司应收出口退税较上年末减少了 1,819.06 万元；②2021 年末预交所得税较上年末减少了 1,097.14 万元。

2022 年 6 月末，公司其他流动资产较上年末减少了 1,545.57 万元，主要是领未科技于当期收到出口退税，公司应收出口退税较上年末减少了 1,554.33 万元所致。

3、非流动资产构成及变动情况分析

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	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
债权投资	37,195.40	27.53%	26,842.46	20.24%	12,241.94	61.26%	-	-
固定资产	4,425.80	3.28%	3,911.79	2.95%	2,021.15	10.11%	1,154.57	33.58%
在建工程	50.88	0.04%	295.81	0.22%	44.39	0.22%	138.82	4.04%
使用权资产	81,152.38	60.07%	89,254.72	67.30%	-	-	-	-
无形资产	894.04	0.66%	729.60	0.55%	355.42	1.78%	30.36	0.88%
长期待摊费用	132.78	0.10%	212.60	0.16%	297.06	1.49%	257.17	7.48%
递延所得税资产	2,788.49	2.06%	3,055.01	2.30%	3,305.19	16.54%	1,857.85	54.03%
其他非流动资产	8,467.53	6.27%	8,322.30	6.28%	1,717.78	8.60%	-	-
合计	135,107.31	100.00%	132,624.30	100.00%	19,982.92	100.00%	3,438.78	100.00%

公司非流动资产主要由债权投资、固定资产、递延所得税资产、使用权资产、其他非流动资产等构成。报告期各期末，公司非流动资产的具体分析如下：

（1）债权投资

2020 年、2021 年及 2022 年 1-6 月，为提高资金使用效率，公司结合日常营运资金安排，使用自有资金购买了银行大额存单理财产品。根据新金融工具准则的要求，结合公司管理该类金融资产的业务模式及其合同现金流量特征，该类金融资产分类为以摊余成本计量的金融资产，列报为债权投资，因其剩余期限均在 12 个月以上，故作为非流动资产列报。

报告期各期末，公司债权投资的情况如下：

单位：万元

项目	2022. 06. 30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
银行大额存单-本金	36,000.00	26,000.00	12,000.00	-
银行大额存单-利息	1,195.40	842.46	241.94	-
减：债权投资减值准备	-	-	-	-
合计	37,195.40	26,842.46	12,241.94	-

(2) 固定资产

报告期内，公司产品生产环节全部委托给外协厂商进行，不需要厂房及生产设备，固定资产主要为自营仓的机器设备及运输设备等。报告期各期末，公司固定资产账面价值分别为 1,154.57 万元、2,021.15 万元、3,911.79 万元和 **4,425.80 万元**，占总资产的比例分别为 1.77%、1.13%、1.14%和 **1.33%**，占比较低。

报告期各期末，公司固定资产的具体构成情况如下：

单位：万元

项目	2022. 06. 30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
机器设备	2,640.24	59.66%	1,972.10	50.41%	892.41	44.15%	657.24	56.93%
运输工具	1,411.82	31.90%	1,555.34	39.76%	1,020.98	50.51%	437.12	37.86%
电子设备及办公设备	373.74	8.44%	384.34	9.83%	107.76	5.33%	60.21	5.21%
合计	4,425.80	100.00%	3,911.79	100.00%	2,021.15	100.00%	1,154.57	100.00%

2020 年末及 2021 年末，公司固定资产分别较上年末增加了 866.58 万元和 1,890.64 万元，主要原因是公司近年来逐渐加大了海外自营仓的建设，货架、叉车等仓库机器设备、运输工具随之增加。

2022 年 6 月末，公司固定资产较上年末增加了 514.01 万元，主要是公司仓储设备海外仓货架达到预定可使用状态，结转固定资产。

报告期各期末，公司固定资产整体使用状况良好，不存在减值迹象，无需计提减值准备。

(3) 在建工程

报告期内，公司的在建工程主要为软件系统开发、**仓储设备建设**。

2019-2021 年及 2022 年 6 月末，公司在建工程余额分别为 138.82 万元、44.39 万元、295.81 万元和 **50.88 万元**，占总资产的比例分别为 0.21%、0.02%、0.09%

和 0.02%，金额及占比较小。

随着公司业务规模的扩张，为了进一步提升经营管理效率，公司于 2019 年购入 SAP 系统并进行开发建设。截至 2019 年末，公司 SAP 系统在建工程余额为 138.82 万元。2020 年 12 月，SAP 系统已达到预定可使用状态，公司相应转入无形资产（软件使用权），2020 年末在建工程主要为公司内部管理有关的开发实施中的软件系统等。2021 年末，公司的在建工程为公司内部管理有关的开发实施中的软件系统以及建设中的仓储设备。

2022 年 6 月末，公司在建工程余额较上年末减少 244.93 万元，主要是仓储设备及仓储管理软件项目完工转入固定资产、无形资产所致。

报告期内，公司在建工程不存在长期停工或建设期超长的情形，期末在建工程不存在减值迹象，无需计提减值准备。

（4）使用权资产

自 2021 年 1 月 1 日起，公司开始执行新租赁准则，对除短期租赁和低价值资产租赁以外的租赁确认使用权资产和租赁负债，公司使用权资产为租赁的房屋建筑物、运输工具。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司使用权资产账面价值为 81,152.38 万元，占资产总额的比例为 24.31%，公司使用权资产具体情况如下：

单位：万元

项目	使用权资产原值	累计折旧	使用权资产账面价值
房屋及建筑物	97,345.60	16,335.03	81,010.57
运输工具	206.58	64.77	141.81
合计	97,552.19	16,399.80	81,152.38

（5）无形资产

报告期各期末，公司无形资产分别为 30.36 万元、355.42 万元、729.60 万元和 894.04 万元，占资产总额的比例分别为 0.05%、0.20%、0.21%和 0.27%，金额及占比较小，主要为软件使用权。

2020 年末，公司无形资产较 2019 年末增加了 325.06 万元，主要原因是 SAP 系统于当期转入无形资产，以及公司根据业务发展需要于 2020 年购买了其他相关软件使用权。

2021 年末及 2022 年 6 月末,公司无形资产分别较上年末增加了 374.19 万元、164.44 万元,主要是当期新购置了软件使用权,以及部分信息管理系统于当期由在建工程转入无形资产所致。

报告期内,公司无形资产均正常使用,不存在减值情况,无需计提减值准备。

(6) 长期待摊费用

报告期各期末,公司长期待摊费用分别为 257.17 万元、297.06 万元、212.60 万元和 132.78 万元,占资产总额的比例分别为 0.39%、0.17%、0.06%和 0.04%,金额及占比较小,主要为经营租入固定资产或使用权资产的资产改良支出。

(7) 递延所得税资产

报告期各期末,公司递延所得税资产分别为 1,857.85 万元、3,305.19 万元、3,055.01 万元和 2,788.49 万元,占资产总额的比例分别为 2.84%、1.84%、0.89%和 0.84%,主要由资产减值准备、未实现内部交易收益等产生的可抵扣暂时性差异构成。公司未经抵销的递延所得税资产具体情况如下:

单位:万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
资产减值及损失准备	974.84	31.17%	926.10	27.68%	770.70	22.61%	466.27	24.64%
存货相关的时间性差异	383.98	12.28%	368.66	11.02%	505.10	14.82%	215.33	11.38%
抵销内部未实现利润	1,099.37	35.15%	1,434.08	42.87%	1,909.14	56.01%	1,106.70	58.47%
预提费用	467.25	14.94%	455.93	13.63%	100.65	2.95%	9.54	0.50%
预提退货	84.38	2.70%	157.10	4.70%	111.25	3.26%	94.82	5.01%
交易性金融负债	41.48	1.33%	3.58	0.11%	11.67	0.34%	-	-
可抵扣亏损	76.62	2.45%	-	-	-	-	-	-
小计	3,127.92	100.00%	3,345.45	100.00%	3,408.51	100.00%	1,892.66	100.00%
抵消金额	339.43	-	290.43	-	103.32	-	34.81	-
合计	2,788.49	-	3,055.01	-	3,305.19	-	1,857.85	-

(8) 其他非流动资产

2019 年末,公司无其他非流动资产。2020 年末,公司其他非流动资产为

1,717.78 万元，主要包括保函保证金 1,705.00 万元及其孳息 12.78 万元。

2021 年末，公司其他非流动资产为 8,322.30 万元，其中保函保证金 8,107.12 万元，孳息 215.18 万元，公司其他非流动资产较上年末增加 6,604.52 万元，主要原因是公司根据业务发展需要，于当期向银行存入保证金，用于开立保函或信用证。

2022 年 6 月末，公司其他非流动资产为 8,467.53 万元，其中保函保证金 8,107.12 万元，孳息 360.41 万元。

（二）营运能力分析

1、主要营运能力指标分析

报告期内，公司资产周转能力指标如下：

财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
应收账款周转率（次）	17.39	47.38	42.24	47.23
存货周转率（次）	1.41	3.09	3.17	4.63

注 1：为了保持报告期各期财务指标的可比性，2020 年度、2021 年和 2022 年 1-6 月的存货周转率已剔除执行新收入准则的影响金额。

注 2：2022 年 1-6 月的应收账款周转率、存货周转率为半年度数据，未进行年化处理。

（1）应收账款周转率

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司应收账款周转率分别为 47.23、42.24、47.38 和 17.39，总体处于较高水平。公司主要通过亚马逊等第三方电商平台向终端消费者销售产品，销售回款情况良好，较高的应收账款周转率与公司的经营模式相匹配。

2020 年，公司应收账款周转率较 2019 年有所降低，主要原因是 2019 年以来，公司亚马逊 Vendor、Wayfair 等 B2B 业务快速发展，报告期内 B2B 业务收入占主营业务收入的比例分别为 13.01%、17.07%、19.19%和 19.29%，而亚马逊 Vendor 等平台客户的销售回款存在一定账期，通常不超过 90 天，由此导致应收账款有所增加。

报告期内，公司对客户的信用政策及执行情况未发生重大变化，不存在放宽信用政策增加销售的情形。

（2）存货周转率

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司存货周转率分别为 4.63、3.17、3.09 和 1.41（2020 年、2021 年和 2022 年 1-6 月不考虑运输费的影响），总体处于较高水平。公司产品采购计划均根据销售部门的销售预测开展，高效的经营管理有助于公司保持较高的存货管理效率。

2020 年，公司存货周转率较 2019 年下降幅度较大，主要原因是：一方面，随着公司业务的快速发展，同时考虑新冠肺炎疫情可能会导致船运周期延长、海运费上涨等不利因素，以及为应对国内供应商春节假期放假停工的影响，公司于 2020 年下半年加大备货力度，以应对第四季度及来年的销售需要，从而使得存货规模较 2019 年末大幅提升；另一方面，2020 年，欧美疫情持续蔓延，对公司在欧美等地销售订单的货物配送造成一定影响，导致 2020 年存货周转率有所下降。

2021 年，公司存货周转率较 2020 年略微有所降低，主要原因是：一方面，鉴于公司业务的持续增长、春节假期国内供应商放假停工以及疫情防控对物流运输的影响，公司于 2021 年第四季度加大备货量，导致期末存货规模持续提升；另一方面，受疫情影响，海运周期延长，欧美地区库存周转速度下降，尤其是北美地区因货柜滞港、市场竞争加剧等因素，存货周转率有所下降。

2、公司营运能力指标与同行业公司的对比情况

（1）应收账款周转率

报告期内，公司与同行业公司应收账款周转率的比较情况如下：

公司名称	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	31.04	30.23
安克创新	5.61	12.23	12.95	15.62
易佰网络	/	30.63	20.56	21.01
平均值	/	21.43	21.52	22.29
致欧科技	17.39	47.38	42.24	47.23

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商应收账款周转率来源于其 2021 年 6 月更正后的 2019-2020 年年报。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 2022 年 1-6 月财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2022 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司的应收账款周转率高于同行业公司的平均水平，主要原因是

公司将尚未收到的 B2C 电商平台销售回款计入其他应收款科目进行核算，而同行业公司主要将该类款项计入应收账款科目，使得公司的应收账款周转率高于同行业公司。若统一计算口径，将公司其他应收款中的应收平台暂存款与应收账款合并计算，公司调整后的应收账款周转率分别为 21.92、20.60、26.40 和 **12.26**，**2019-2021 年**与同行业平均水平不存在显著差异。从变动趋势来看，公司的应收账款周转率变动趋势与安克创新、易佰网络一致。

（2）存货周转率

为了保持报告期各期存货周转率的可比性，公司 2020 年度及 2021 年度的存货周转率计算剔除了主营业务成本中运输费的影响；遨森电商 2020 年度、安克创新 2020 年度及 2021 年度的存货周转率系根据其年报数据，并剔除主营业务成本中销售费用的影响后，重新计算的存货周转率。易佰网络 2020 年末根据新收入准则调整销售费用中与履行合同相关的费用，故其存货周转率无需进行调整；易佰网络 2021 年度则已将之重分类至营业成本，且未披露明细数据，故无法调整计算。

报告期内，公司与同行业公司存货周转率的比较情况如下：

公司名称	2022. 06. 30	2021 年度	2020 年度	2019 年度
遨森电商	/	/	2.53	2.92
安克创新	1.57	3.36	3.23	3.51
易佰网络	/	5.18	2.95	3.05
平均值	/	/	2.90	3.16
致欧科技	1.41	3.09	3.17	4.63

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商 2019 年的存货周转率来源于其 2021 年 6 月更正后的年报，2020 年的存货周转率根据其更正后的年报数据计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 **2022 年 1-6 月** 财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 **2022 年 1-6 月** 财务数据。

报告期内，得益于公司高效、良好的经营管理效率，公司的存货周转率总体高于同行业公司平均水平。由上表可知，2020 年，按照可比口径重新计算后，公司与同行业可比公司存货周转率的变动趋势一致。2021 年，公司存货周转率与安克创新较为接近，但低于同行业可比公司平均水平，主要因易佰网络 2021 年度按照新收入准则将为履行合同而发生的销售费用调整至主营业务成本，且未

披露明细数据，存货周转率计算口径与公司不一致所致。

十三、偿债能力、流动性与持续经营能力的分析

（一）负债构成分析

1、负债构成情况

报告期各期末，公司的负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
流动负债	93,158.72	55.42%	106,501.73	56.48%	48,884.40	99.85%	22,640.52	99.60%
非流动负债	74,931.70	44.58%	82,057.04	43.52%	72.51	0.15%	90.56	0.40%
合计	168,090.42	100.00%	188,558.77	100.00%	48,956.91	100.00%	22,731.08	100.00%

报告期各期末，公司负债总额分别为 22,731.08 万元、48,956.91 万元、188,558.77 万元和 168,090.42 万元，主要以应付账款、应付职工薪酬、预收款项或合同负债、应交税费和其他应付款等经营性流动负债为主。2019-2020 年各年末，流动负债占各期末负债总额的比例均在 99%以上；2021 年末及 2022 年 6 月末，公司非流动负债金额及占比大幅上升，主要是公司自 2021 年 1 月 1 日起因执行新租赁准则对经营租入资产确认的租赁负债所致。

报告期各期末，公司负债总额变动主要受到流动负债中应付账款、应交税费及其他应付款等科目变动影响。

2、流动负债构成及变动分析

报告期各期末，公司的流动负债构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
短期借款	41,547.80	44.60%	38,001.62	35.68%	3,231.88	6.61%	-	-
交易性金融负债	168.47	0.18%	14.33	0.01%	46.66	0.10%	-	-
应付账款	19,238.56	20.65%	34,516.55	32.41%	18,070.85	36.97%	8,356.95	36.91%
预收款项	-	-	-	-	-	-	3,015.51	13.32%

合同负债	4,932.81	5.30%	5,449.08	5.12%	5,389.40	11.02%	-	-
应付职工薪酬	2,908.24	3.12%	3,554.70	3.34%	3,082.22	6.31%	1,626.21	7.18%
应交税费	6,940.70	7.45%	7,260.83	6.82%	11,143.40	22.80%	7,193.54	31.77%
其他应付款	5,060.51	5.43%	6,671.47	6.26%	7,184.27	14.70%	2,116.51	9.35%
一年内到期的非流动负债	11,740.97	12.60%	9,909.73	9.30%	21.31	0.04%	26.25	0.12%
其他流动负债	620.66	0.67%	1,123.41	1.05%	714.42	1.46%	305.55	1.35%
合计	93,158.72	100.00%	106,501.73	100.00%	48,884.40	100.00%	22,640.52	100.00%

公司流动负债主要由短期借款、应付账款、预收款项或合同负债、应付职工薪酬、应交税费、其他应付款和一年内到期的非流动负债等构成。报告期各期末，公司流动负债的具体分析如下：

（1）短期借款

报告期各期末，公司短期借款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
质押借款	34,201.85	29,848.34	3,231.88	-
保证借款	7,288.74	8,103.66	-	-
应付利息	57.22	49.62	-	-
合计	41,547.80	38,001.62	3,231.88	-

2020年，为提高资金周转效率，子公司领未科技采用信用证的方式支付部分采购款。领未科技与中信银行郑州经开区支行签订最高额权利质押合同及综合授信合同，以领未科技持有的合计4,500.00万元大额存单为担保提供等金额的综合授信。2020年末，领未科技于中信银行郑州经开区支行开出信用证合计3,231.88万元，其中：①合计1,701.95万元的信用证信用期限为2020年12月10日至2021年6月8日，年利率为2.8%；②合计1,485.49万元的信用证信用期限为2020年12月24日至2021年6月28日，年利率为2.65%；③合计44.43万元的信用证信用期限为2020年10月23日至2021年4月23日，年利率为3.1%。

2021年，公司通过银行借款的方式补充日常经营资金。2022年1-6月，公司通过银行借款、银行承兑汇票的方式补充营运资金、支付供应商货款。2022年上半年，公司以开立的银行承兑汇票进行票据融资，根据《企业会计准则第

22号——金融工具确认和计量》，该票据视同公司的融资工具，计入短期借款之保证借款科目核算。

截至2022年6月30日，公司银行借款明细如下：

借款方	借款银行	借款本金	借款期限	年利率	担保方式
致欧国际	平安银行 郑州分行	230.00 万欧元	2021.11.08- 2022.11.07	0.80%	质押担保
致欧国际	中信银行广州 花园支行	560.00 万欧元	2021.10.21- 2022.07.04	0.50%	质押担保
致欧国际	浦发银行 上海分行	1,819.89 万元	2021.11.18- 2022.11.17	3.85%	质押担保
致欧国际	浦发银行 上海分行	2,930.00 万元	2021.12.10- 2022.12.09	3.85%	质押担保
领未科技	光大银行郑州 丰产路支行	365.00 万欧元	2022.04.13- 2022.09.30	0.25%	质押担保
致欧国际	平安银行 郑州分行	250.00 万欧元	2022.04.08- 2023.04.07	0.55%	质押担保
领未科技	浦发银行 郑州分行	650.00 万美元	2022.03.14- 2022.09.08	1.35%	质押担保
领未科技	中信银行 郑州分行	650.00 万欧元	2022.02.16- 2022.12.23	0.50%	质押担保
领未科技	交通银行 河南省分行	250.00 万欧元	2022.05.25- 2022.11.25	0.90%	保证担保
领未科技	中原银行 郑州分行	350.00 万欧元	2022.05.06- 2022.11.02	0.30%	保证担保
领未科技	中原银行 郑州分行	440.00 万欧元	2022.06.27- 2022.12.23	0.55%	保证担保

报告期内，公司银行信用记录良好，不存在逾期未还款的情形。

（2）交易性金融负债

2019年末，公司无交易性金融负债。

2020年、2021年及2022年1-6月，公司买入部分远期外汇合约外汇以降低汇率波动风险。2020年末、2021年末，远期外汇合约公允价值变动损失为46.66万元、14.33万元及168.47万元，列报为交易性金融负债。

（3）应付账款

报告期各期末，公司应付账款构成情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付商品采购款	14,888.10	77.39%	29,382.33	85.13%	13,460.59	74.49%	7,522.13	90.01%
应付物流费	2,759.09	14.34%	3,457.87	10.02%	3,033.71	16.79%	464.07	5.55%
应付报关清关款	1,512.94	7.86%	1,560.80	4.52%	1,216.86	6.73%	319.17	3.82%
应付卸货费	78.42	0.41%	115.55	0.33%	359.69	1.99%	51.57	0.62%
合计	19,238.56	100.00%	34,516.55	100.00%	18,070.85	100.00%	8,356.95	100.00%

报告期各期末,公司应付账款分别为 8,356.95 万元、18,070.85 万元、34,516.55 万元和 19,238.56 万元,占流动负债的比例分别为 36.91%、36.97%、32.41%和 20.65%,主要为日常经营活动中应付给外协供应商的产品采购款、货代公司的物流费以及报关清关费等。公司与主要供应商建立了长期稳定的合作关系,获得了一定的信用期,通常为 30 天。随着公司主营业务的快速发展,产品采购规模以及相应的货代物流、报关清关费用随之扩大,报告期各期末应付供应商的款项相应增加。

报告期各期末,公司应付账款前五名情况如下:

单位:万元

2022.06.30						
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占比	账龄	款项性质
1	美国海关	非关联方	1,332.89	6.93%	1 年以内	海关关税
2	敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司	非关联方	1,090.24	5.67%	1 年以内	头程物流费
3	山东科霖木业有限公司	非关联方	744.37	3.87%	1 年以内	采购货款
4	无锡全盛纺织品有限公司	非关联方	740.17	3.85%	1 年以内	采购货款
5	CASTLEGATELOGISTICS INC.	非关联方	702.80	3.65%	1 年以内	头程物流费
合计		-	4,610.47	23.96%	-	-
2021.12.31						
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占比	账龄	款项性质
1	惠州市明亮家具有限公司	非关联方	2,212.26	6.41%	1 年以内	采购货款
2	敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司	非关联方	1,734.77	5.03%	1 年以内	头程物流费
3	惠州市达品居家居有限公司	非关联方	1,658.28	4.80%	1 年以内	采购货款

4	东莞市合泰家居用品有限公司	非关联方	1,658.27	4.80%	1 年以内	采购货款
5	东莞市晟通五金制品有限公司	非关联方	1,513.93	4.39%	1 年以内	采购货款
合计		-	8,777.51	25.43%	-	-
2020.12.31						
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占比	账龄	款项性质
1	东莞市合泰家居用品有限公司	非关联方	1,640.69	9.08%	1 年以内	采购货款
2	Topocean Consolidation Service LTD.	非关联方	1,522.00	8.42%	1 年以内	头程物流费
3	Team Alliance Logistics Inc	非关联方	1,019.21	5.64%	1 年以内	二程费用
4	惠州市明亮家具有限公司	非关联方	585.78	3.24%	1 年以内	采购货款
5	惠州市达品居家居有限公司	非关联方	453.72	2.51%	1 年以内	采购货款
合计		-	5,221.39	28.89%	-	-
2019.12.31						
序号	单位名称	与公司的关系	金额	占比	账龄	款项性质
1	东莞市晟通五金制品有限公司	非关联方	696.26	8.33%	1 年以内	采购货款
2	东莞市合泰家居用品有限公司	非关联方	540.30	6.47%	1 年以内	采购货款
3	北京世纪卓越快递服务有限公司	非关联方	399.43	4.78%	1 年以内	头程物流费
4	惠州市明亮家具有限公司	非关联方	342.29	4.10%	1 年以内	采购货款
5	Preferred CHB, Inc.	非关联方	217.41	2.60%	1 年以内	报关清关款
合计		-	2,195.70	26.27%	-	-

(4) 预收款项和合同负债

根据财政部颁发的《企业会计准则第 14 号——收入》（财会[2017]22 号），新设合同负债科目，用于核算企业已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务所对应的相关款项，境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行。自 2020 年 1 月 1 日起，公司首次执行新收入准则，新收入准则不进行追溯调整。

公司预收款项/合同负债主要为亚马逊等电商平台商品发货并经客户签收前已转至公司平台账户的销售款项。2019 年末，公司预收款项为 3,015.51 万元，占流动负债的比例为 13.32%；2020 年末、2021 年末和 2022 年 6 月末，公司合同负债分别为 5,389.40 万元、5,449.08 万元和 4,932.81 万元，占流动负债的比

例分别为 11.02%、5.12%和 5.30%。

报告期各期末，公司的预收款项和合同负债的账龄均在一年以内。

(5) 应付职工薪酬

公司应付职工薪酬主要为根据公司薪酬政策计提但尚未支付的工资、奖金及补贴和社会保险费等。报告期各期末，公司应付职工薪酬账面余额分别为 1,626.21 万元、3,082.22 万元、3,554.70 万元和 2,908.24 万元，占期末流动负债的比例分别为 7.18%、6.31%、3.34%和 3.12%，总体占比较低。

2019-2021 年各年末，公司应付职工薪酬逐年增加，主要原因是公司业务发展较为迅速，员工人数增长、员工薪酬水平提高，年末应支付的工资及奖金相应增加。

2022 年 6 月末，公司应付职工薪酬较上年末减少了 646.46 万元，主要原因是上年末应付职工薪酬中包含计提的员工年终奖金，该部分奖金已于 2022 年上半年发放。

(6) 应交税费

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 7,193.54 万元、11,143.40 万元、7,260.83 万元和 6,940.70 万元，占流动负债的比例分别为 31.77%、22.80%、6.82%和 7.45%，具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应交境外间接税	5,738.85	82.68%	6,055.96	83.41%	4,859.83	43.61%	3,278.27	45.57%
应交企业所得税	965.74	13.91%	1,092.50	15.05%	5,654.47	50.74%	3,845.10	53.45%
应交个人所得税	74.72	1.08%	69.11	0.95%	629.02	5.64%	65.69	0.91%
应交增值税	-	-	43.26	0.60%	0.06	0.00%	-	-
其他	161.39	2.33%	-	-	0.01	0.00%	4.48	0.06%
合计	6,940.70	100.00%	7,260.83	100.00%	11,143.40	100.00%	7,193.54	100.00%

注：境外间接税主要为欧洲增值税、美国销售税和日本消费税等。

报告期内，公司应交税费主要由应交企业所得税和应交境外间接税构成。

随着公司在欧洲、北美、日本等主要国家或地区的销售规模不断扩大，

2019-2021 年各年末应交境外间接税相应增加。

2020 年末，随着公司当期利润规模大幅增加，期末应交企业所得税随之增加。2021 年末，公司应交企业所得税较上年末减少了 4,561.97 万元，主要原因是受海运价格上涨带动营业成本上升，以及汇率波动确认大额汇兑损失等因素的影响，公司 2021 年利润总额同比有所下滑，导致期末应交企业所得税相应较少。

2020 年末，公司应交个人所得税较上年末增加 563.33 万元，主要是公司于 2020 年 12 月支付了经致欧有限股东会于 2020 年 5 月审议通过的利润分配方案的现金分红，并代扣代缴本次利润分配的个人所得税所致。

2022 年 6 月末，公司应交税费较上年末减少 320.13 万元，主要原因是公司于当期缴纳了上年末计提的相关税费，期末应交企业所得税、境外间接税等应交税费相应较少。

(7) 其他应付款

报告期各期末，公司其他应付款具体情况如下：

单位：万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
应付仓储及物流费	2,986.72	59.02%	5,427.86	81.36%	4,577.01	63.71%	1,298.36	61.34%
应付代收款	863.90	17.07%	-	-	-	-	-	-
应付广告费	415.36	8.21%	552.55	8.28%	807.89	11.25%	305.28	14.42%
应付租赁费	-	-	-	-	1,196.30	16.65%	269.66	12.74%
应付平台服务费	-	-	-	-	89.82	1.25%	39.94	1.89%
其他	794.53	15.70%	691.07	10.36%	513.25	7.14%	203.27	9.60%
合计	5,060.51	100.00%	6,671.47	100.00%	7,184.27	100.00%	2,116.51	100.00%

报告期内，公司其他应付款主要为暂未支付的仓储及物流费、租赁费、广告费等。报告期各期末，公司其他应付款余额分别为 2,116.51 万元、7,184.27 万元、6,671.47 万元和 5,060.51 万元，占流动负债的比例分别为 9.35%、14.70%、6.26% 和 5.43%。

2020 年末，公司其他应付款较上年末增加 5,067.76 万元，主要原因是：一方面，公司业务快速发展，订单量大幅增加，公司期末应付仓储及物流费相应增加；另一方面，2020 年下半年公司考虑疫情发展及海运周期变化，加大了采购

备货力度并增加仓库租赁面积以扩大仓库容量,从而导致应付租赁费用大幅度增加。

2021 年末,公司其他应付款较上年末减少 512.80 万元,主要原因是原租赁准则下,公司经营租入房屋建筑物尚未支付的租赁费归集至其他应付款科目中的应付租赁费明细,而公司于 2021 年开始执行新租赁准则,该部分应付租赁费通过租赁负债核算。

2022 年 6 月末,公司其他应付款较上年末减少 1,610.96 万元,主要是公司于 2022 年上半年向物流服务商支付了物流费所致。

(8) 一年内到期的非流动负债

报告期各期末,公司一年内到期的非流动负债分别为 26.25 万元、21.31 万元、9,909.73 万元和 11,740.97 万元,占流动负债的比例分别为 0.12%、0.04%、9.30%和 12.60%,主要为融资租赁应付款中应于一年内支付的部分以及重分类到一年内到期的非流动负债的租赁负债,具体构成情况如下:

单位:万元

项目	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
一年内到期的长期应付款	-	-	21.31	26.25
一年内到期的租赁负债	11,740.97	9,909.73	-	-
合计	11,740.97	9,909.73	21.31	26.25

(9) 其他流动负债

报告期各期末,公司其他流动负债分别为 305.55 万元、714.42 万元、1,123.41 万元和 620.66 万元,占流动负债的比例分别为 1.35%、1.46%、1.05%和 0.67%,主要为各期末根据历史退货率合理预估的预提退货金额。

3、非流动负债构成及变动分析

报告期各期末,公司的非流动负债构成情况如下:

单位:万元

项目	2022.06.30		2021.12.31		2020.12.31		2019.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
租赁负债	74,883.46	99.94%	81,744.10	99.62%	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-	68.01	93.79%	88.66	97.91%

递延所得税负债	48.24	0.06%	312.94	0.38%	4.50	6.21%	1.90	2.09%
合计	74,931.70	100.00%	82,057.04	100.00%	72.51	100.00%	90.56	100.00%

报告期各期末，公司非流动负债分别为 90.56 万元、72.51 万元、82,057.04 万元和 74,931.70 万元，占负债总额的比例分别为 0.40%、0.15%、43.52%和 44.58%。2019-2020 年末，公司非流动负债的金额及占负债总额的比例均较小，主要为境外子公司融资租赁购买的汽车和仓库叉车等固定资产形成的长期应付款。

自 2021 年 1 月 1 日起，公司执行新租赁准则。2021 年 12 月 31 日，公司租赁负债系租赁期间为一年以上的租入房屋建筑物及运输工具按尚未支付的租赁付款额的现值确认。

（二）偿债能力分析

1、主要偿债能力指标分析

报告期内，公司偿债能力的主要财务指标如下：

财务指标	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	2.13	1.97	3.26	2.74
速动比率（倍）	1.06	0.98	1.51	1.62
资产负债率（合并）	50.36%	55.04%	27.27%	34.76%
财务指标	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
息税折旧摊销前利润（万元）	23,244.90	42,512.82	47,013.35	14,509.22
利息保障倍数（倍）	10.18	16.28	923.01	678.23

报告期内，公司负债水平合理，利息保障倍数较高，具有较强的偿债能力。

（1）流动比率和速动比率

报告期各期末，公司流动比率分别为 2.74、3.26、1.97 和 2.13，速动比率分别为 1.62、1.51、0.98 和 1.06。

2019 年及 2020 年，公司流动比率和速动比率总体较高；2021 年及 2022 年 1-6 月，公司流动负债、速动比率较前两个年度有所下降，主要原因是：①为了补充营运资金，并通过配置一定金额的外币负债来对冲部分外汇风险敞口（外币货币性资产-外币货币性负债），公司于 2021 年新增较多外币借款，2021 年末，

公司短期借款较上年末增加了 34,769.74 万元；②2021 年**开始**公司因适用新租赁准则对经营租入资产确认了租赁负债，并将自资产负债表日起一年内（含一年）支付的租赁负债列示为一年内到期的非流动负债。

（2）资产负债率

报告期各期末，公司资产负债率分别为 34.76%、27.27%、55.04%和 **50.36%**。2021 年末及 **2022 年 6 月末**，公司资产负债率较 **2019 年末及 2020 年末**上升幅度较大，主要是 2021 年因适用新租赁准则对经营租入资产确认了使用权资产和租赁负债，以及短期借款增加所致。总体而言，报告期内，公司财务结构较为稳健。

（3）息税折旧摊销前利润和利息保障倍数

报告期内，公司息税折旧摊销前利润分别为 14,509.22 万元、47,013.35 万元、42,512.82 万元和 **23,244.90 万元**，公司的利息保障倍数分别为 678.23、923.01、16.28 和 **10.18**，息税前利润远高于利息支出，表明公司债务偿还能力较强。

综上所述，公司资产流动性良好，经营情况稳中向好，并采取稳健经营的方针，公司不存在重大偿债风险。

2、公司偿债能力指标与同行业公司的对比情况

报告期内，公司主要偿债能力指标与同行业可比公司的对比情况如下：

财务指标	公司名称	2022.06.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率（倍）	遨森电商	/	/	1.22	1.07
	安克创新	3.21	3.83	4.82	2.81
	易佰网络	/	3.17	2.81	1.93
	平均值	/	3.50	2.95	1.94
	致欧科技	2.13	1.97	3.26	2.74
速动比率（倍）	遨森电商	/	/	0.44	0.37
	安克创新	2.15	2.71	3.62	1.62
	易佰网络	/	1.78	1.53	0.73
	平均值	/	2.25	1.86	0.91
	致欧科技	1.06	0.98	1.51	1.62
资产负债率（合并口径）	遨森电商	/	/	66.59%	79.14%
	安克创新	28.89%	27.52%	21.75%	34.08%

	易佰网络	/	38.88%	37.41%	51.47%
	平均值	/	33.20%	41.92%	54.90%
	致欧科技	50.36%	55.04%	27.27%	34.76%

注 1：同行业可比公司财务数据均来源于可比公司定期报告或其他公开披露资料。

注 2：遨森电商财务指标根据其 2021 年 6 月更正后的 2018-2020 年年报计算得出。

注 3：截至本招股说明书签署日，遨森电商未披露 2021 年及 2022 年 1-6 月财务数据，易佰网络的母公司华凯易佰未披露易佰网络 2022 年 1-6 月财务数据。

报告期内，公司经营状况和资本结构良好，期末流动比率和速动比率保持在较高水平，2019-2020 年总体略高于同行业平均水平，短期偿债能力较强。

报告期内，公司经营情况良好，负债金额较低，2019-2020 年总体低于同行业公司平均水平，公司长期偿债风险较小；2021 年，公司流动比率和速动比率低于同行业公司平均水平，资产负债率高于同行业公司平均水平，主要是 2021 年公司于德国、英国、美国租赁了多个仓库设立自营仓，2021 年因适用新租赁准则对经营租入资产确认了使用权资产和租赁负债，以及短期借款增加所致。

3、未来偿还债务及偿债能力分析

截至 2022 年 6 月 30 日，公司未来需要偿还的负债主要为短期借款、应付账款、应交税费、应付职工薪酬、其他应付款、一年内到期的非流动负债、租赁负债等。

公司目前财务状况较为稳健，无到期未偿还债务，预期因不能偿还到期债务而导致的财务风险较低。本次公开发行后，公司将筹集长期资本金，将更有助于公司改善财务结构，扩大公司经营规模，进一步降低财务风险和经营风险。

（三）报告期内股利分配的实施情况

报告期内，公司存在一次现金股利分配，具体情况如下：

2020 年 5 月 29 日，致欧有限召开股东会，审议通过了关于利润分配的议案，同意以致欧有限截至 2020 年 4 月 30 日的未分配利润向全体股东分配现金股利合计 3,750.00 万元（含税）。

截至本招股说明书签署日，上述股利分配事项已实施完毕。

（四）现金流量分析

报告期内，公司现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量净额	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60
投资活动使用的现金流量净额	-8,423.67	-14,697.12	-16,892.84	-4,676.57
筹资活动产生的现金流量净额	-20,242.52	18,733.94	42,765.38	2,232.28
现金及现金等价物净增加额	-12,648.47	28,928.90	4,623.14	6,550.22
期/年末现金及现金等价物余额	33,898.75	46,547.21	17,618.31	12,995.17

1、经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度
销售商品、提供劳务收到的现金	241,520.86	532,504.92	349,476.92	184,417.48
收到的税费返还	7,679.82	16,955.89	3,186.44	3,412.05
收到其他与经营活动有关的现金	869.40	543.53	287.78	120.37
经营活动现金流入小计	250,070.08	550,004.35	352,951.14	187,949.90
购买商品、接受劳务支付的现金	175,273.55	408,143.19	290,099.69	130,962.92
支付给职工以及为职工支付的现金	13,603.83	20,682.25	12,783.18	8,188.32
支付的各项税费	32,389.60	69,520.61	49,363.20	28,114.11
支付其他与经营活动有关的现金	13,024.22	25,166.19	21,444.34	11,784.94
经营活动现金流出小计	234,291.20	523,512.24	373,690.41	179,050.29
经营活动产生的现金流量净额	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60

2019-2021年及2022年1-6月，公司经营活动现金流量净额分别为8,899.60万元、-20,739.27万元、26,492.11万元和**15,778.88万元**。其中，2020年，公司经营活动现金流量净额为负数；2019年、2021年及2022年1-6月，受益于跨境出口电商行业和全球家居市场的快速发展，以及公司自身的竞争优势，公司销售快速扩大，销售回款情况良好，经营活动现金流入大幅增加。

2019-2021年及2022年1-6月，公司经营活动现金流量净额与净利润的具体情况如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年度	2020年度	2019年度

经营活动产生的现金流量净额(①)	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60
净利润(②)	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
经营活动净现金流与净利润的差异 (③=①-②)	4,742.04	2,510.32	-58,763.88	-1,899.83

报告期内，公司经营活动净现金流与净利润的差异分别为-1,899.83 万元、-58,763.88 万元、2,510.32 万元和 **4,742.04 万元**。2020 年，公司经营活动现金流量金额与净利润差异较大。

报告期各期，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润的勾稽关系如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
净利润	11,036.84	23,981.79	38,024.61	10,799.43
加：资产减值准备的计提	1,625.91	8,705.37	2,678.86	3,192.71
信用减值准备的（转回）/计提	279.85	-108.93	547.96	326.30
使用权资产折旧费	6,769.43	10,057.28	-	-
固定资产折旧	298.72	396.80	219.64	93.68
无形资产摊销	44.54	54.55	14.01	3.14
长期待摊费用摊销	79.82	195.89	118.56	90.52
股份支付费用	-	124.80	8,138.13	5,821.49
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的（收益）/损失	5.22	-45.57	32.88	0.00
公允价值变动（收益）/损失	-624.16	-2,364.02	9.93	-15.84
财务费用	1,672.83	564.65	50.55	21.12
投资收益	-665.77	-1,946.00	-644.54	-178.04
递延所得税资产（增加）/减少	302.94	171.07	-1,447.34	3.94
递延所得税负债增加	-264.70	308.44	2.60	1.90
存货的增加	5,219.06	-20,247.06	-61,077.17	-7,853.23
经营性应收项目的增加	-5,376.50	-11,561.99	-23,019.79	-7,807.81
经营性应付项目的增加	-4,625.13	18,205.04	15,611.81	4,400.30
经营活动产生的现金流量净额	15,778.88	26,492.11	-20,739.27	8,899.60

由上表可知，报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间存

在一定差异，主要受到“存货的增加项目”、“经营性应收项目的增加”影响，其中 2020 年差异较大的具体原因如下：

2020 年度，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润之间差异较大的原因主要是“存货的增加项目”、“经营性应收项目的增加”金额较大所致。其中：

(1) 公司“存货的增加”项目为-61,077.17 万元，即本期存货余额较上期增加 61,077.17 万元造成现金流出增加，主要原因是随着公司业务的快速发展，公司管理层结合公司未来销售预测、行业发展前景等，同时考虑新冠肺炎疫情可能会导致船运周期延长、海运费上涨等不利因素，于 2020 年下半年加大备货力度，以应对第四季度及来年的销售需要，从而使得当期存货采购规模较大。

(2) 本期“经营性应收项目的增加”项目为-23,019.79 万元，即应收账款、其他应收款、预付款项等科目余额增加造成本期现金流入减少了 23,019.79 万元，主要原因是随着公司主营业务的持续快速发展，应收平台暂存款、应收 B2B 客户的销售款以及预付供应商款项相应增加。

2、投资活动现金流量分析

报告期内，公司投资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
收回投资收到的现金	37,710.23	90,857.00	132,353.50	69,328.00
取得投资收益收到的现金	1,939.89	2,038.37	418.44	179.68
处置固定资产和其他长期资产收回的现金净额	39.29	42.06	10.2	-
投资活动现金流入小计	39,689.40	92,937.43	132,782.14	69,507.68
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	813.48	3,475.28	1,527.48	1,250.24
投资支付的现金	47,299.60	104,159.27	148,147.50	72,934.00
投资活动现金流出小计	48,113.08	107,634.56	149,674.98	74,184.24
投资活动使用的现金流量净额	-8,423.67	-14,697.12	-16,892.84	-4,676.57

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司投资活动产生的现金流量净额分别为 -4,676.57 万元、-16,892.84 万元、-14,697.12 万元和 -8,423.67 万元。公司收回投资收到的现金主要为购买定期理财到期赎回后收到的现金，投资支付的现金主要为购买定期理财支付的现金。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司投资活动产

生的现金流量净额为负数，主要是因为公司持续进行理财投资，期末存在投出挂账的理财资金。

3、筹资活动现金流量分析

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
吸收投资收到的现金	-	-	46,403.00	3,819.70
取得借款收到的现金	23,337.80	51,307.44	-	-
筹资活动现金流入小计	23,337.80	51,307.44	46,403.00	3,819.70
偿还债务支付的现金	30,366.01	15,900.87	-	1,372.64
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	227.23	622.36	3,314.37	21.12
同一控制下业务合并支付的现金净额	-	-	-	137.91
支付其他与筹资活动有关的现金	12,987.09	16,050.27	323.25	55.74
筹资活动现金流出小计	43,580.32	32,573.50	3,637.62	1,587.41
筹资活动产生的现金流量净额	-20,242.52	18,733.94	42,765.38	2,232.28

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 2,232.28 万元、42,765.38 万元、18,733.94 万元和 -20,242.52 万元。

报告期内，公司筹资活动现金流入主要为股权融资融入的股东投入现金以及银行借款收到的现金；筹资活动现金流出主要为偿还银行借款、支付分红款和利息、偿付租赁负债等对外支付资金。

（五）重大资本性支出和资金需求量

1、报告期内的资本性支出分析

公司的资本性支出主要为购建机器设备、运输工具、办公设备、办公软件等。报告期各期，公司购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 1,250.24 万元、1,527.48 万元、3,475.28 万元和 813.48 万元。

2、未来可预见的重大资本性支出计划和资金需求量

截至本招股说明书签署日，除本次公开发行募集资金投资项目外，公司无其他重大资本性支出计划。公司募集资金投资项目均与公司主营业务相关，不涉及

跨行业投资的情形，具体情况请参见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

（六）流动性风险分析

1、长短期债务配置分析

公司负债以流动负债为主，2019-2020 年各年末，流动负债占负债总额的比例均在 99%以上；2021 年末及 2022 年 6 月末，流动负债占负债总额的比例分别为 56.48%和 55.42%，占比较 2019 年末和 2020 年末有所下降，主要原因是公司自 2021 年 1 月 1 日起适用新租赁准则，对经营租入资产确认了租赁负债。报告期内，公司债务期限结构良好，与公司业务发展相匹配。

2、影响现金流量的重要事件或承诺事项

公司财务政策稳健、资信状况良好，不存在债务逾期未偿还的情况。截至本招股说明书签署日，公司不存在影响现金流量的重要事件或承诺事项。

3、应对流动性风险管理的措施

公司制定并采取了以下管理流动性风险的措施：

（1）加强采购付款管理，与主要供应商建立良好的业务合作关系，充分利用供应商给予的流动性支持；

（2）加强销售收款管理，严格执行收款和信用政策，确保销售款项及时收回；

（3）加强资金使用管理，合理安排长短期债务配比，妥善管理债务期限结构，避免长短期资产、负债期限错配；

（4）加深与当地银行的合作，争取扩大授信规模；

（5）通过本次公开发行募集资金，将进一步充实公司的资本金，丰富融资渠道，拓展资金来源。

（七）持续经营能力分析

1、经营业绩情况良好

2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，公司实现营业收入分别为 232,556.63 万元、397,099.27 万元、596,737.95 万元和 280,867.67 万元，2019 年至 2021 年的年复合增长率为 60.19%，公司销售规模持续扩大。2019-2021 年及 2022 年 1-6 月，

公司实现归属于母公司股东净利润分别为 10,799.43 万元、38,024.61 万元、23,981.79 万元和 11,036.84 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为 16,390.04 万元、45,869.27 万元、20,748.83 万元和 10,554.71 万元。

报告期内，公司销售收入呈现持续增长的趋势，2020 年净利润亦同比增幅较大。而自 2021 年以来，受全球疫情导致的海运价格暴涨、人民币持续升值等因素影响，公司主营业务成本大幅上升，毛利率下滑，汇兑损失金额较大，公司当期利润水平因此受到较大不利影响；此外，2021 年资产减值损失以及相关销售费用、管理费用增加亦短期内对公司当期利润水平产生一定影响。但总体而言，报告期内，公司经营业绩情况良好，公司 2021 年经营业绩下滑不会对公司的持续经营能力构成重大不利影响。

2、主要资产或技术的取得、使用不存在重大不利变化

公司主要从事家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等自有品牌家居类产品的研发、设计和销售业务，合法、独立地拥有与经营相关的设备、无形资产等主要资产的所有权或使用权。报告期内，公司在用的商标、专利、非专利技术等重要资产或技术的取得或者使用不存在重大不利变化。

3、主要经营模式、产品结构等方面未发生重大变化

作为全球知名的互联网家居品牌商，公司依托自有品牌，通过完善的跨境仓储物流体系，以亚马逊、ManoMano、Cdiscount、eBay 等海外知名电商平台为主要销售渠道，将产品销往欧洲、北美、日本等多个国家和地区，业务规模持续扩大，市场竞争力和盈利水平不断增强。报告期内，公司的主要经营模式、产品结构等方面未发生重大变化。

4、所处的行业和市场经营环境、公司的行业地位未发生重大不利变化

随着我国跨境出口电商行业快速发展，全球家居市场空间持续扩大，海外市场电商渗透率不断提升，在我国完善的供应链制造体系和优质的家具家居产业集群的支撑下，公司凭借自身的品牌优势、供应链快速响应优势、仓储物流优势、质量控制优势、研发设计优势、目标市场本地化运营优势以及企业文化和人才优势，市场知名度显著提升，近年来经营业绩实现了高速发展。报告期内，公司所处的行业和市场经营环境、公司的行业地位未发生重大不利变化。

5、管理层的自我评判

虽然新冠肺炎疫情、中美贸易摩擦等事件可能对公司的经营产生一定的影响，海运价格暴涨、大额汇兑损失一定程度上压缩了公司利润空间，且未来面临一定的不确定性，但从目前公司的业务发展状况和市场环境来看，公司管理层预计公司所处的跨境出口电商行业和全球家居市场的发展前景广阔，公司将保持稳定、持续的发展。尤其是结合本次公开发行募集资金投资项目的实施，公司市场竞争力将进一步增强，具备良好的持续经营能力。

截至本招股说明书签署日，公司在持续经营方面不存在重大不利变化。对于可能影响公司经营活动的风险因素，公司已在本招股说明书“第四节 风险因素”中进行了具体分析和充分披露。

十四、报告期重大投资或资本性支出、重大资产重组情况

报告期内，公司的资本性支出主要为购建机器设备、运输工具、计算机及办公设备以及办公软件等，公司各期购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金分别为 1,250.24 万元、1,527.48 万元、3,475.28 万元和 **813.48 万元**。

除此以外，报告期内，公司无其他重大投资或重大资本性支出、重大资产重组情况。

十五、资产负债表日后事项、或有事项、其他重要事项以及重大担保、诉讼等事项

（一）资产负债表日后事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露而未披露的重大资产负债表日后事项。

（二）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在应披露而未披露的重大或有事项。

（三）其他重要事项

2022 年 3 月 23 日，美国贸易代表办公室（USTR）发布公告，宣布对处于 301 中国法案关税加征清单中的 352 项商品豁免加征关税，豁免期间自 2021 年

10月12日至2022年12月31日。根据该公告，公司预期在本次关税豁免中可获得2021年10月12日至2021年12月31日期间部分相关产品加征关税退还，但具体金额尚存在不确定性，尚需以美国海关后续认定和实际退还情况为准。本次关税豁免对公司2022年及以后关税成本下降有积极意义，有利于进一步提高公司对美出口商品的竞争力，有利于扩大公司在美的销售规模，对公司未来业绩将产生正面影响。

除上述情况外，截至本招股说明书签署日，公司不存在其他应披露而未披露的重要事项。

（四）重大担保和诉讼事项

公司的担保、诉讼事项请参见本招股说明书“第十一节/二、对外担保情况”和“第十一节/三、重大诉讼或仲裁事项”的相关内容。

十六、盈利预测报告

公司未编制盈利预测报告。

十七、财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息

（一）财务报告审计基准日后的主要经营状况及财务信息

1、审计截止日后的主要经营状况

公司的财务报告审计截止日为**2022年6月30日**。财务报告审计截止日后至本招股说明书签署日之间，公司总体经营情况良好。受全球新冠肺炎疫情的影响，2021年以来国际远洋运输的海运价格上涨幅度较大，虽然从2022年一季度开始，国际航运的海运价格开始逐步回落，公司主要航线的货代公司报价也呈现回落趋势，但目前总体仍处于高位，海运费大幅上涨对公司经营业绩产生了较大不利影响。

除上述情形外，公司出口业务未受到重大限制，未新增对公司未来经营可能产生较大影响的诉讼或仲裁事项，无重大安全事故，公司的产业政策、税收政策、行业市场环境、业务模式及竞争趋势、主要产品的采购规模及采购价格、主要产品的销售规模及销售价格、主要电商平台/客户及供应商的构成、重大合同条款

及其实际执行情况以及其他可能影响投资者判断的重大事项等方面均不存在重大不利变化。

2、公司 2022 年 1-9 月的业绩预计情况

结合市场环境和公司目前经营状况，经初步测算，公司预计 2022 年 1-9 月的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月	同比变动
营业收入	410,000 至 430,000	457,612.55	-10.40%至-6.03%
归属于母公司所有者的净利润	15,000 至 17,000	19,676.79	-23.77%至-13.60%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	14,000 至 16,000	17,601.31	-20.46%至-9.10%

注：2021 年 1-9 月财务数据未经审计或审阅。

上述 2022 年 1-9 月业绩情况系公司财务部门初步预计数据，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

公司预计 2022 年 1-9 月实现营业收入 410,000 万元至 430,000 万元，与上年同期相比变动比率为-10.40%至-6.03%；预计实现归属于母公司所有者的净利润 15,000 万元至 17,000 万元，同比变动-23.77%至-13.60%；预计实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 14,000 万元至 16,000 万元，同比变动-20.46%至-9.10%。

（1）公司 2022 年 1-9 月营业收入较 2021 年同期有所下滑，主要原因是：一方面，与 2021 年上半年因海外疫情消费高峰助推经营业绩基数较高有关；另一方面，供给端海外市场竞争加剧，以及需求端欧美国家因高通胀、居民消费意愿和消费能力降低，可选消费品的市场需求短期内有所放缓。

但预计随着欧美市场零售库存恢复正常水平、美联储加息等通胀应对措施出台和实施，俄乌战争局势缓和后欧洲经济回归平稳、市场信心逐步恢复，国际海运费、主要货币汇率逐步回归常态，欧美国家居民消费意愿和消费能力将逐渐恢复。

市场竞争对公司 2022 年经营业绩的影响分析请参见本招股说明书“第八节/十七/（二）/3、市场竞争影响分析”的相关内容。

（2）公司 2022 年 1-9 月净利润较 2021 年同期有所下滑，除了受营业收入

同比有所下降的影响以外，主要是海运费同比大幅增长所致，但下滑幅度较 2022 年一季度、上半年预计将进一步收窄，公司盈利水平持续改善。虽然海运价格于 2022 年开始有所回落，但相比于 2021 年前三季度，总体仍处于高位，导致公司营业成本相应增加，2022 年 1-9 月毛利率及利润水平相应下降。

但随着全球疫情形势逐步改善，海运价格逐步回落，疫情导致的海运费高企因素对公司毛利率的影响已逐渐降低，公司预计 2022 年毛利率水平不会出现持续大幅下滑的情形。

疫情导致的海运费变动对 2022 年利润水平的影响分析请参见本招股说明书“第八节/十七/（二）/1、疫情影响分析”的相关内容。

（二）疫情影响、外汇汇率波动、市场竞争等最新情况对发行人 2022 年经营业绩的具体影响

2022 年一季度，公司经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年一季度	2021 年一季度	同比变动
营业收入	142,701.32	148,762.57	-4.07%
营业成本 ^{注 2}	74,785.87	70,032.36	6.79%
毛利率 ^{注 2}	47.59%	52.92%	下降 5.33 个百分点
销售费用 ^{注 2}	54,800.16	58,633.35	-6.54%
管理费用	4,240.64	4,118.10	2.98%
财务费用	2,011.96	3,213.53	-37.39%
研发费用	692.76	452.65	53.05%
归属于母公司所有者的净利润	5,143.91	7,289.28	-29.43%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	4,633.46	6,236.51	-25.70%

注 1：2022 年一季度财务数据已经审阅；

注 2：上表中的营业成本、毛利率已剔除新收入准则下的尾程运输费的影响，销售费用包含了前述运输费。

2022 年上半年，公司的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年 1-6 月	同比变动

营业收入	280,867.67	319,960.71	-12.22%
归属于母公司所有者的净利润	11,036.84	14,041.28	-21.40%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	10,554.71	12,556.88	-15.94%

1、疫情影响分析

受全球疫情的影响，2021 年以来国际远洋运输的海运价格大幅上涨，导致公司 2021 年毛利率同比下滑幅度较大，对公司利润水平产生了较大不利影响。随着全球疫情形势逐步改善，2022 年以来全球航运市场的供需矛盾逐步缓解，从 2022 年一季度开始，国际航运的海运价格开始逐步回落，公司主要航线的货代公司报价也呈现回落趋势。2022 年上半年，虽然公司主要航线报价相对于 2021 年上半年总体仍处于高位水平，但 2022 年货代公司报价整体呈现下降趋势。

公司主要海运（货代）供应商给予公司在 2022 年上半年的欧美航线平均报价总体呈现逐月下降趋势，2022 年 1-6 月每月平均报价的同比及环比变动情况如下：

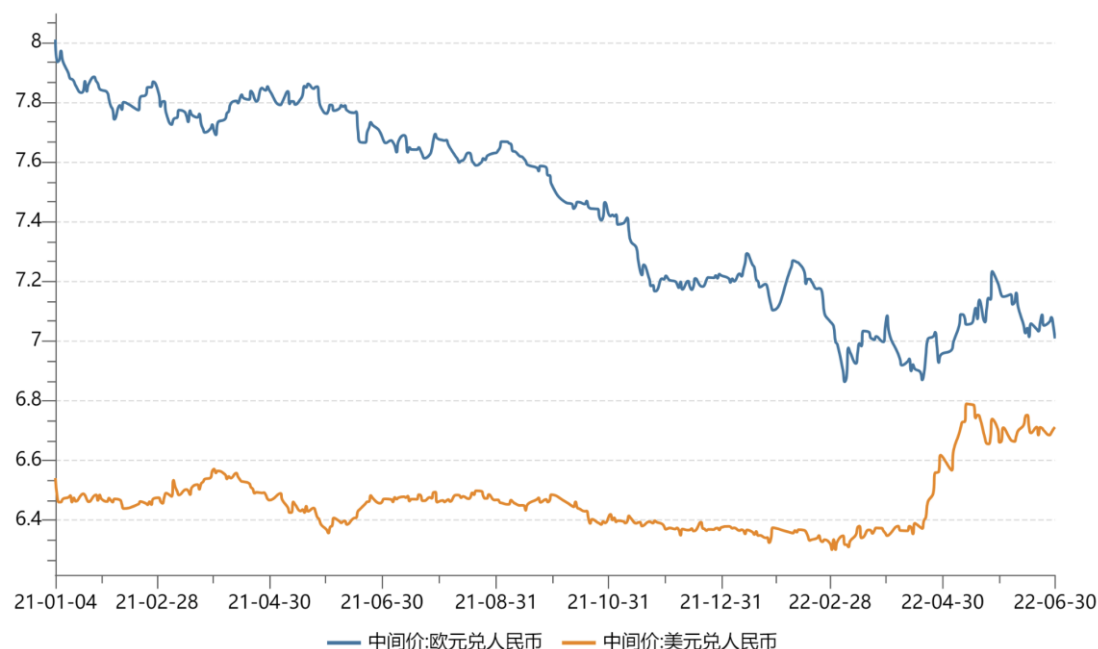
变动维度	主要航线	2022 年 1 月	2022 年 2 月	2022 年 3 月	2022 年 4 月	2022 年 5 月	2022 年 6 月
同比变动 比率	欧洲航线	22.67%	25.34%	34.51%	6.93%	-7.19%	-24.49%
	北美航线	142.95%	98.87%	130.04%	65.13%	29.63%	-0.47%
环比变动 比率	欧洲航线	-19.67%	-0.82%	-5.87%	-17.34%	2.87%	-0.05%
	北美航线	4.16%	-14.52%	-1.69%	-6.18%	-3.27%	-9.41%

由上表可知，整体来看，2022 年上半年，海运价格较 2021 年同期增幅较大，对当期毛利率产生一定影响。2022 年 1-6 月，公司毛利率为 47.53%（剔除了按新收入准则要求计入营业成本的运输费用影响），较 2021 年度的 49.61%小幅下滑了 2.08 个百分点。

面对全球物流的困境和海运价格的异常高位，国内外相关政府部门已从政策监管、港口建设、运力供给等方面积极采取了一系列措施来改善全球航运市场的供需矛盾，目前海运价格已开始逐步回落。因此，疫情导致的海运费高企因素对公司毛利率的影响已逐渐降低，公司预计 2022 年毛利率水平不会出现持续大幅下滑的情形。

2、外汇汇率波动影响分析

2021 年，受人民币持续升值、欧元及美元贬值的影响，公司确认了汇兑损失合计 7,175.21 万元，因此对公司 2021 年经营业绩产生较大不利影响。2021 年 1 月至 2022 年 6 月，欧元、美元兑人民币中间价汇率的变动情况如下：



数据来源：Wind

欧元汇率方面，2022 年一季度，受欧洲地区爆发的地缘政治风险等因素影响，欧元兑人民币汇率总体仍处于下行通道；进入 2022 年 4 月以来，欧元兑人民币汇率先小幅下降后震荡上升，仍存在一定波动，2022 年 6 月末的欧元兑人民币汇率较 2022 年初小幅下降了 2.79%。

美元汇率方面，2022 年一季度，美元兑人民币汇率波动幅度相对较小；进入 2022 年 4 月以来，美元兑人民币汇率先平缓上升后持续快速上升，美元对人民币总体呈现持续升值的趋势，2022 年 6 月末的美元兑人民币汇率较 2022 年初上升了 5.20%。

与 2021 年人民币持续升值、欧元及美元贬值的情况相比，2022 年以来，欧元、美元对人民币汇率未发生长期单向持续下行的变动，其中人民币对美元汇率贬值趋势较为明显。2022 年 1-3 月，公司确认汇兑损失 1,237.48 万元，同比减少 1,558.16 万元；2022 年上半年，公司确认汇兑损失-105.94 万元（负数代表收益），同比减少 3,396.54 万元，汇率波动未对公司 2022 年上半年经营业绩产生重大不利影响。

3、市场竞争影响分析

供给方面，自 2020 年全球疫情爆发以来，疫情防控导致家具家居产品需求快速增加、线上消费渗透率提升等引发跨境电商行业快速发展，2020 年及 2021 年前期跨境电商企业普遍业绩井喷。跨境电商行业蓬勃发展态势、国家鼓励政策、跨境电商行业基础设施逐步完善吸引了诸多新卖家入局，部分外贸工厂、国内电商也纷纷涉入跨境电商行业。根据 Marketplace Pulse 的统计数据，亚马逊在 2020 年增加了超过 130 万个新卖家。虽然 2021 年以来，亚马逊平台大量关闭中国卖家违规账号、加强对中国卖家的合规管控等相关措施一定程度影响了被封号的卖家销售和新卖家加入跨境电商行业的热情，但是 2022 年以来供给侧热度并未消减，不断的新进入卖家采用低价营销策略抢占市场，短期内加剧各品类卖家之间的竞争程度。此外，受 2020 年以来全球疫情以及海运拥堵、2021 年以来中国重要港口城市多轮次疫情封城等事件影响，跨境电商行业卖家和欧美国家其他线上线下零售企业加大库存备货力度，在消费相对疲软的情况下，可选消费类产品普遍存在库存压力、价格下行压力，2021 年下半年及 2022 年以来，可选消费类产品大多存在降价促销以清库存、促周转的情况，供给端竞争压力加大。

需求方面，由于受以前年度疫情导致海运费上涨推高各类消费品价格、美国政府多轮次经济刺激政策影响，2022 年以来美国市场通货膨胀持续走高，消费者实际可支配收入、实际消费能力有所降低，美国市场零售业库存高企亟需提升流动性，可选消费品销售相对萎靡、必选消费品销售占比相对上升；此外，2022 年 2 月以来，俄乌冲突、对俄能源封锁推高欧洲市场能源价格，能源危机导致各类消费品价格上涨，欧洲消费者同样存在实际消费意愿及能力降低、日常消费向必选消费调整的趋势，市场需求短期内有所放缓。

但预计随着欧美市场零售库存恢复正常水平、美联储加息等通胀应对措施出台和实施，俄乌战争局势缓和后欧洲经济回归平稳、市场信心逐步恢复，国际海运费、主要货币汇率逐步回归常态，欧美国家居民消费意愿和消费能力将逐渐恢复。

2022 年以来，供应端及需求端的变化趋势、人民币汇率波动等趋势一定程度上加剧了行业内主要卖家竞争压力。2022 年一季度，公司实现营业收入 142,701.32 万元，同比减少 4.07%；2022 年上半年，公司实现营业收入 280,867.67 万元，同比减少 12.22%。

2019 年至 2022 年各年上半年，公司的营业收入情况如下：

单位：万元

项目	2022 年上半年	2021 年上半年	2020 年上半年	2019 年上半年
营业收入	280,867.67	319,960.71	156,087.12	101,694.39
相比上年同期营业收入变动率	-12.22%	104.99%	53.49%	-

注：2019 年上半年、2020 年上半年数据未经审计或审阅，2021 年上半年、**2022 年上半年**数据经申报会计师审计。

根据上表数据，公司 2022 年上半年营业收入较 2021 年同期有所下滑，与 2021 年上半年因海外疫情消费高峰助推经营业绩基数较高有关。而 2022 年上半年疫情消费高峰回落后的经营业绩水平相比 2019 年上半年和 2020 年上半年仍保持大幅增长的趋势。在疫情消费高峰退去后，公司正常的销售旺季在第三、四季度，海外电商平台的主要节假日和购物节集中在下半年，如万圣节、感恩节、圣诞节、“黑色星期五”等均在第四季度，因此公司下半年营业收入通常会高于上半年。在相关因素缓解和季节性需求复苏的背景下，公司预计 2022 年下半年的经营业绩将持续改善。

随着海运价格回落、外汇市场趋于均衡发展态势、市场需求回暖等，虽然公司 2022 年一季度及 2022 年上半年利润水平同比仍有所下滑，但下滑幅度已逐步大幅收窄，上述不利因素不会对公司 2022 年的经营业绩产生重大不利影响。

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) 募集资金投资项目

经公司 2021 年第三次临时股东大会审议通过，公司拟公开发行不超过 4,015.00 万股，全部为发行新股，募集资金将全部用于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。本次发行募集资金扣除发行费用后，公司将依次用于投资以下项目：

单位：万元

序号	项目名称	项目投资金额	募集资金投入金额
1	研发设计中心建设项目	31,802.26	31,802.26
2	仓储物流体系扩建项目	51,677.57	51,677.57
3	郑州总部运营管理中心建设项目	35,096.72	35,096.72
4	补充流动资金	30,000.00	30,000.00
合计		148,576.55	148,576.55

公司将严格遵循相关管理制度使用募集资金。若本次募集资金不能满足上述拟投资项目的资金需求，不足部分由公司自筹解决；若本次发行并上市募集资金到位时间与资金需求的时间要求不一致，公司将根据实际情况需要以自有资金或银行贷款先行投入，待募集资金到位后予以置换；若本次募集资金最终超过项目所需资金，则剩余资金将严格按照募集资金管理办法用于与主营业务相关的项目及主营业务发展所需的营运资金。

(二) 募集资金使用管理制度

公司于 2021 年 4 月 20 日召开 2021 年第三次临时股东大会，审议通过了募集资金管理办法相关议案，规定募集资金存放及使用的的内容。公司将严格按照中国证监会、深圳证券交易所相关法律、法规以及公司《募集资金管理办法》的规定，将募集资金存放于公司董事会决定的募集资金专户，集中管理、专款专用，规范地使用募集资金。

（三）募集资金投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据

本次募集资金投资项目以公司现有业务为基础，进一步加强公司的研发创新能力，优化仓储物流体系，提升公司的运营管理效率，增强公司整体的资金实力，有利于提高公司的核心竞争力和盈利能力，符合公司的发展战略。公司本次募集资金投资项目与公司现有经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应，具体分析如下：

1、经营规模

报告期内，受益于跨境电商出口行业和全球家居产品市场的快速发展，公司经营规模保持较快增长。2019年至2021年营业收入的年复合增长率达60.19%，2021年及2022年1-6月，公司营业收入分别为596,737.95万元、**280,867.67万元**，归属于母公司所有者的净利润分别为23,981.79万元、**11,036.84万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别为20,748.83万元、**10,554.71万元**，截至2022年6月30日公司的资产总额达到**333,806.51万元**。本次募集资金投资项目的实施有利于公司提高海外自营仓的仓储吞吐量和仓储物流营运能力，扩大经营规模，提升研发能力，增强持续发展能力。本次募集资金投资项目与公司现有经营规模相适应。

2、财务状况

2019-2021年及2022年1-6月，公司实现营业收入分别为232,556.63万元、397,099.27万元、596,737.95万元和**280,867.67万元**，归属于母公司股东净利润分别为10,799.43万元、38,024.61万元、23,981.79万元和**11,036.84万元**，扣除非经常性损益后归属于母公司股东净利润分别为16,390.04万元、45,869.27万元、20,748.83万元和**10,554.71万元**。报告期内，公司具有较强的持续盈利能力，财务状况良好。本次募集资金到位后，将为公司业务规模进一步扩张提供有力的资金支持，公司的盈利能力将进一步得到增强。因此，公司财务状况能够有效支持本次募集资金投资项目的建设和实施。

3、技术水平

公司作为全球知名的互联网家居品牌商，经过多年的发展和积累，在品牌建设、研发设计、供应链管理、仓储物流、质量控制、数字化运营管理等方面形成

了自身较为明显的优势，各方面均具备了一定的技术水平，为本次募集资金投资项目的实施提供了技术保障。

4、管理能力

经过多年的发展，公司凝聚了一支产业经验丰富、具有高度责任心、进取心和国际化视野的管理团队，公司核心管理层积累了多年的运营经验，对跨境电商出口行业和全球家居产品市场保持着敏锐的洞察力，对企业管理具有深刻的理解，在研发、采购、销售和管理等方面具有丰富的经验。报告期内，公司的经营规模不断扩大，盈利情况持续向好。公司目前已经建立了合理的运营架构，形成了有效的管理体系，能够支撑本次募集资金投资项目的实施与运营。

（四）募集资金投资项目实施后对同业竞争及独立性的影响

本次募集资金投资项目将围绕公司主营业务展开，由公司及其全资子公司自主实施，募集资金投资项目实施后不会产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

（五）募集资金对发行人主营业务发展的贡献、对发行人未来经营战略的影响、对发行人业务创新创造创意性的支持作用

1、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将紧紧围绕公司主营业务开展，有助于进一步优化公司的产品结构，拓展产品矩阵，提升公司产品的创新力度，并通过高效的数字化管理系统为公司的业务发展赋能；在公司现有仓储物流体系的基础上，扩大国内和海外自营仓的布局，提高公司仓储物流的营运能力、海外销售效率与库存周转能力；建设总部运营中心，提升经营管理效率；补充流动资金，为公司长期可持续发展提供资金保障。本次募投项目的实施，将促进公司各业务环节的协调发展，助力公司主营业务稳定、健康发展。本次募集资金到位后，公司的总资产和净资产将大幅增加，公司的抗风险能力和后续持续融资能力也将得到进一步增强，长期来看公司整体盈利能力将得到进一步提升。

2、募集资金对发行人未来经营战略的影响

公司深耕互联网家居领域多年，坚持自有品牌的发展战略，重点布局研究开发、运营销售等高附加值业务环节，致力于为全球家庭提供高品质的家居产品。

公司本次募集资金主要投资于研发设计中心建设项目、仓储物流体系扩建项目、郑州总部运营管理中心建设项目以及补充流动资金等项目，其可行性系公司基于对当前市场环境、行业发展趋势、产品迭代升级路径、管理效率提升需要、资金和技术等因素的分析作出的。上述项目的顺利实施，将令公司研发设计能力上一台阶、仓储物流体系得到夯实、运营管理水平进一步强化以及营运资金得到充实，有助于增强公司的市场竞争力，保障公司经营战略的实施。

3、募集资金对发行人业务创新的支持作用

公司本次募集资金投资项目将针对消费者需求和行业技术发展，开展对现有产品结构的持续升级以及信息化系统的优化、开发，同时加大对智能家居产品、宠物用品等产品的创新研发，丰富产品矩阵，从而覆盖更多的家居使用场景，更好地满足消费者需求。同时，本次募集资金投资项目将加大公司国内外自营仓布局 and 运营中心建设，增强供应链管理水平和在跨境出口电商新模式新业态的基础上，进一步提升公司研发设计和业态模式方面的创新特征。

（六）募集资金投资项目符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定

本次募集资金投资项目已在相关部门备案或审批，符合国家产业政策、环境保护、土地管理以及其他法律、法规和规章的规定。

二、募集资金投资项目的具体情况

（一）研发设计中心建设项目

1、项目概况

本项目拟在广东省东莞市购置场地，购买研发设计相关软硬件设备，招聘一批研发设计人才团队，在公司现有研发设计中心的基础上进行升级建设，包含建设研发设计中心、创新培训中心和视觉创意中心。此外，本项目拟在广东省深圳市租赁办公场地，购买办公及设计软硬件设备，引进高素质研发设计人才，提升公司研发设计水平。本项目旨在打造符合公司经营模式及发展阶段的企业研发中心，进一步巩固和提升公司的研发设计能力。

本项目的实施主体为东莞致欧，计划总投资金额为 31,802.26 万元，占本次

募集资金投资总额的比例为 21.40%，建设期为 36 个月。

本项目将新购置房产，购置房产金额为 9,530.00 万元，占本次募集资金投资总额的比例为 6.41%。东莞致欧将积极寻购相应面积的办公场所，东莞地区相关办公楼市场供应较为充足，市场竞争较为充分，不存在无法取得的风险。本项目不涉及与他人合作的情况，不涉及向控股股东、实际控制人及其关联方收购资产的情况。

2、项目实施的必要性分析

（1）增强公司的研发设计实力，提高研发效率

欧美日等发达国家或地区的商业环境较为成熟，居民消费水平较高，消费者对家居产品的设计、个性化体验要求较高。为了适应不同国家消费者的需求，公司需要加大对研发设计团队的投入，提升团队设计能力和研发效率，针对各目标市场的个性化需求进行产品研发设计。

（2）增强公司产品创新能力，提升公司市场竞争力

创新能力是企业持续快速发展的动力，是企业激烈的市场竞争中得以生存的重要保障。结合市场前沿趋势、产品销售情况以及目标市场消费者生活环境，在产品外观、材料、结构、功能、包装等方面进行创新尝试，是公司获得创新成果的重要方式。近年来，公司主营业务快速发展，经营规模不断扩大，这对公司的产品设计、创新能力提出了更高的要求。为了满足公司长期快速发展的需求，进一步提高设计创新能力，公司需要建设创新体验中心，加大对中长期创新研究的投入力度。

（3）强化创意设计能力，助力公司品牌发展

公司作为全球互联网家居产品的知名品牌商，主要借助互联网、应用视觉创意进行产品推广与品牌打造，所以强化图片、视频等视觉创意输出对公司提升品牌影响力十分重要。目前，公司的创意设计工作主要在郑州总部进行，随着近年来公司业务的快速发展，现有的场地、设备及人员团队能力负荷已经趋于饱和，难以满足公司未来业务持续发展的需求。为了支撑公司的战略发展规划，满足公司品牌推广规划的需要，公司需要加大对创意设计的投入。

（4）提高公司质量检测能力，提升产品质量水平

近年来，随着欧美等国家或地区消费者对绿色、环保及健康意识的提高，市

市场对家居产品使用的材料在环保与可循环利用等方面的要求逐渐提高。为了满足市场对家居产品绿色、环保的要求，公司需要进一步提高对新材料、新工艺的研发能力以及实验检测能力，为市场提供符合要求的绿色、环保家居产品。

（5）优化信息系统，提高数字化运营管理效率

公司的经营活动依托于互联网技术，高效的数字化管理系统能够极大地提高公司的经营管理效率。近年来，我国跨境电商行业发展迅猛，公司的经营规模也快速扩大，公司需紧跟业务发展步伐，不断加大对信息系统的开发和优化力度，满足公司长远的发展需求。

3、项目实施的可行性分析

（1）跨境电商及全球家居市场广阔，为本项目提供充足的市场空间

近年来，商务部、海关总署、税务总局等部门围绕税收、通关检疫、支付结算等领域，不断完善跨境电商领域监管制度，极大地促进了我国跨境电商行业的快速发展，行业发展前景良好。根据网经社数据，2020 年中国跨境电商市场规模已达 12.5 万亿元，同比增长 19.04%。在跨境电商进出口整体规模中，跨境电商出口规模约为 9.7 万亿元，出口占比达 77.6%；跨境电商模式结构上，2020 年中国跨境电商 B2C 交易占比达 22.7%。

在产品市场方面，全球家居市场（包括家具用品和家居用品）空间巨大，伴随海外市场电商渗透率的不断提高，促使全球线上家居市场的需求持续增长。根据 Statista 数据，2027 年全球家具用品市场规模将达到 6,507.00 亿美元，相比 2020 年将增长 1,409 亿美元，增幅达到 27.64%；在欧美等发达国家或地区中，美国地区家具用品电商渠道的收入在 2025 年将达到 612.12 亿美元，欧洲地区家具用品电商渠道的收入在 2025 年也将达到 519.64 亿美元。根据 Euromonitor 数据，2020 年全球家居用品市场规模为 6,772.78 亿美元，预计 2025 年将达到 8,519.84 亿美元；其中，电商渠道发展迅猛，家居用品线上销售占比由 2014 年的 6.2% 增长至 2020 年的 17.7%，并且预计在未来还将保持较快增长。

综上，跨境电商行业的繁荣和全球家居市场的良好发展，为本项目提供充足的市场空间。

（2）公司建立了较为完善的研发制度和体系，为本项目的顺利实施提供了制度保障

公司通过多年研发经验的积累，已建立了科学的研发管理制度，形成了一套适用于自身经营模式的、完善的系统及产品研发制度和体系，且公司不断对研发制度和体系进行改进、完善，以促进公司快速发展。完善的研发制度和体系，为本项目的顺利实施提供了制度保障。

（3）公司具备丰富的产品研发和信息系统建设经验，为本项目的实施提供了良好的基础

经过多年的技术研发和产品创新，公司在跨境电商家居领域已积累了丰富的产品研发和信息系统建设经验。公司拥有一支经验丰富的研发团队，通过不断的探索与创新，公司已取得了丰富的研发成果和技术专利，并有多个正在研发的项目储备。公司丰富的产品研发和信息系统建设经验，为本项目的实施提供了良好的基础。

4、项目建设内容

本项目将对公司现有研发设计中心进行升级建设，主要包含建设研发设计中心、创新培训中心和视觉创意中心。

（1）研发设计中心

本项目计划在东莞购置场地，在深圳租赁办公场地，扩充研发设计团队、建设试样打样中心和产品质量测试中心，并持续开发跨境电商数字化信息系统，以满足公司研发设计办公、研发实验、产品质量测试及跨境电商数字化运营的需求，具体内容如下：

①扩充研发设计团队：引进高素质研发设计人才，扩建公司的研发设计组织；打造涵盖品牌策划、产品创新、系统迭代及用户体验的综合研发设计中心，提升公司的整体研发设计能力。

②建设试样打样中心：建设试样打样中心，用于验证产品设计的工艺、结构及流程等方面的可行性，提高产品研发效率，缩短产品上市周期。

③建设产品质量测试中心：建设符合第三方检测标准要求的质量检测实验室，提高公司的产品质量测试水平，为新产品研发提供配套质量测试服务，保证新产品质量及研发效率。

④开发跨境电商数字化信息系统：针对公司跨境电商运营模式，研发集成营销、产品研发设计及供应链端数据的数字化系统管理软件，提高整个供应链的运

行效率，并为前端销售运营提供有效的系统支持。

（2）创新培训中心

本项目计划打造公司的产品研发设计创新能力体系，为公司新产品推陈出新提供创新能力支撑，主要包括建设创新研究院、设计学院及家居生活研究院，具体内容如下：

①创新研究院：负责公司中长期的技术创新与设计研究，在系统优化以及产品外观、材料、结构及功能等方面进行超前实验性创新。

②设计学院：通过展示市场流行趋势产品启发员工创新与设计思维，助益公司对外品牌形象建设；设置教学空间、沙龙、设计图书馆及驻地设计师工作室等多元功能区，开展公司内外部交流活动，契合设计思维培训与创意社群营造，帮助产品设计中心持续输出新鲜设计资源和灵感。

③家居生活研究院：基于生活环境对家居产品进行创新设计，围绕主流市场进行趋势研究，利用精准的市场调研数据为产品立项提供支持。

（3）视觉创意中心

本项目计划完善公司的视觉创意服务体系，为公司品牌发展与推广提供创意能力支持，包含搭建创意设计空间和摄影棚等，具体内容如下：

①搭建创意设计空间：包含产品摄影、影视广告、室内设计、平面设计、VR 制作及设计培训等功能，为公司品牌发展提供视觉创意设计。

②搭建摄影棚：搭建多个生活化空间场景，配备专业的摄影摄像设备及专业技术团队，为多结构、多风格、多空间的高质量图片以及视频的持续输出提供保障。

5、项目投资概算

本项目计划总投资 31,802.26 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	占比
1	建设投资	14,519.40	45.66%
1.1	场地投入	10,970.00	34.49%
1.2	硬件设备投入	2,078.10	6.53%
1.3	软件设备投入	1,471.30	4.63%
2	人员投入及其他支出	15,058.84	47.35%

2.1	人员投入	9,978.84	31.38%
2.2	其他研发支出	5,080.00	15.97%
3	基本预备费	725.97	2.28%
4	铺底流动资金	1,498.05	4.71%
合计		31,802.26	100.00%

6、项目实施进度安排

本项目的计划建设周期为 36 个月，具体实施进度安排如下：

项目	T+36 个月																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究																		
初步规划、设计																		
场地购置、租赁及装修																		
设备购置及安装																		
人员招聘及培训																		
试运营																		

注：“T+36 个月”指募集资金到位日后的 36 个月，下同。

7、项目审批、核准或备案情况

本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证《广东省企业投资项目备案证》（项目代码：2103-441900-04-01-817350）。

8、项目的环保情况

本项目不涉及生产过程，不会产生工业废水、废气、废渣与噪声等，项目实施过程中仅产生少量办公和生活垃圾、生活污水，经过采取有效措施后，基本不会对环境产生污染，环境影响较小。本项目不涉及环保审批或备案程序。

9、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

公司是全球互联网家居产品的知名品牌商，研发创新能力是公司持续发展的重要驱动力。本次研发设计中心建设项目可进一步提升公司产品研发设计能力，优化研发设计、供应链管理、销售运营等环节的数据协同，满足市场竞争需要。公司主营家具系列、家居系列、庭院系列、宠物系列等产品的研发、设计和销售，已成功积淀了丰富的产品设计成果，截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有 414 项专

利技术，软件著作权 51 项。公司将以本项目升级建设研发设计中心为契机，不断加码家居产品研发设计，拓展产品矩阵，增强品牌辨识度，并持续优化跨境电商数字化管理系统，协同各个业务环节，持续增强公司的市场竞争力。

（二）仓储物流体系扩建项目

1、项目概况

本项目拟通过在国内租赁场地的方式，购置仓储物流硬件及软件设备，招聘仓储物流相关人员，建设仓储物流中心，构建现代化的高效率全球仓储物流体系，提高国内外仓储容量、仓储自动化和信息化程度以及公司在海外市场的仓储物流本土化服务能力，提升海外消费者的购物体验，增强公司的市场竞争力。

本项目计划在国内建设多个仓储物流中心，仓储面积合计 181,000 平方米。其中，海外仓储中心建设项目的实施主体为致欧科技，国内仓储物流中心项目的实施主体为东莞致欧。本项目的计划总投资金额为 51,677.57 万元，建设期为 36 个月。

本项目不涉及新取得土地或房产、与他人合作或向控股股东、实际控制人及其关联方收购资产的情况。

2、项目实施的必要性分析

（1）提升仓储物流服务能力，支撑公司经营规模的扩大

近年来，随着公司不断加大对产品研发设计、品牌宣传推广以及线上运营等领域的投入，公司产品销售规模快速扩大。目前，公司自有的仓储物流能力已处于较高的利用率水平，随着销售规模的持续快速增长，未来对仓储物流服务能力的需求也会逐渐提高。同时，随着公司业务规模的扩大，终端消费者对整个购物体验的评价，将对公司的产品销售产生更大的影响，为了提升消费者满意度，公司需加大对仓储物流建设的投入力度。因此，为了满足公司未来业务发展、提升消费者购物体验的需要，公司亟需根据业务发展策略建设自主可控的高效率、高品质的仓储物流体系。

（2）提升仓储物流体系的自动化及信息化水平，提高运作效率

公司的跨境出口电商经营模式需要高效率的仓储物流运作能力，以保证产品运输的时效性。公司的存货需要经过国内仓储物流、报关、跨境运输、海外仓储物流，过程环节多且复杂，统筹协调难度较大，仓储物流运营水平直接影响商品

流通的整体效率。随着公司经营规模的扩大，仓储物流的设施持续增多，整体货物吞吐量大幅提升，仓储物流设施之间的信息互通、货物调度量进一步提升，公司需紧跟业务发展步伐持续完善信息管理系统。因此，公司现有仓储物流设施的自动化及信息化水平已难以满足日益增长的仓储物流需求，公司亟需进一步提高仓储设施的自动化水平。

本项目将增强公司国内仓储物流的货物集散及调度能力，强化海外市场的本地仓储物流能力，提升仓储物流设施的自动化与信息化水平，提高仓储物流服务的时效性、质量水平及效率，增强公司整体市场竞争力。

（3）降低综合仓储物流成本，提升公司经济效益

在租赁成本方面，仓库租金一般受市场决定，但可通过提升仓库空间利用率来节省租仓面积，也可通过提高货物周转率来提高单位面积的使用次数。通过本次募投项目建设，公司将建设高空间利用率的仓储设施，引进自动拣货车、自动流水线及自动贴标机等自动化设备，提高仓储物流操作自动化水平，提升仓储物流周转速度。同时，本项目还将引入先进的 WMS 仓储管理信息系统，提高仓储物流信息化管理水平，提升管理效率、信息准确度及人工操作效率，提高仓储物流设施整体效率，从而提升公司的经济效益。

3、项目实施的可行性分析

（1）全球电子商务市场前景广阔，为本项目实施提供充分的市场基础

近年来，全球电商市场前景良好，Statista 数据显示，2020 年全球电商渠道零售额达到 42,800 亿美元，2020-2024 年复合年增速有望达到 10%，未来跨境电商行业增速仍将保持较高水平。与此同时，我国跨境电商行业发展迅速，2020 年中国跨境电商市场规模达 12.5 万亿元，同比增长 19.04%；2020 年中国跨境电商行业渗透率达 38.86%，较 2019 年的 33.29%提升了 5.57 个百分点。伴随着国家扶持政策的持续出台，我国跨境电子商务发展十分迅速，市场交易规模逐年攀升。

因此，全球电子商务市场巨大，我国跨境电商行业发展良好，为本项目提供广阔的市场基础。

（2）公司拥有成熟的仓储物流体系建设与管理经验，可为本项目提供经验支持

报告期内，公司持续完善自身仓储物流管理制度与流程，实行严格的业务流程化与操作标准化，并不断加大对仓储物流管理信息系统的投入，充分利用管理信息化技术提升仓储物流管理的效率。同时，公司持续对仓储物流工作的人员进行业务培训，提高管理人员与操作人员的业务素养。目前，公司已建立了“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”的跨境电商仓储物流体系，积累了丰富的仓储物流体系建设与管理经验。

本项目是在现有仓储物流体系的基础上，进行仓储面积及设施的扩建、相关信息系统的升级优化。公司长期以来积累的较为成熟的仓储物流体系建设与管理经验，将为本项目的实施提供有力的经验支持。

(3) 公司拥有健全的仓储物流专业人才培养体系，可为本项目提供人才培养经验

目前，公司已拥有一支完整的跨境电商仓储物流人才梯队，其中仓储团队具有丰富的电商仓储行业管理经验，船务团队拥有多年的货运代理相关行业经验，信息化团队具有多个电商仓储物流管理信息化系统开发经验。在人才梯队培养方面，公司根据业务经营现状和长期发展规划的需求，按人力资源规划进行人才的甄别和选用，培养了一批能力优秀的仓储物流管理人才和业务骨干人才。

公司现有的仓储物流专业人才培养体系和人才梯队储备，可为本项目建设和建成后运营阶段提供人才培养经验和指导，有效支持项目成功实施。

4、项目建设内容

本项目拟在东莞、宁波、福州、青岛、美国、德国、英国及墨西哥等地建设仓储物流中心，仓储面积合计 181,000 平方米，场地均通过租赁方式取得。

国内仓方面，本项目拟在东莞、宁波、福州及青岛建设国内仓储中心，租赁面积合计 40,000 平方米。公司将充分利用东莞、宁波、福州及青岛等城市的地理区位、产业聚集及规模经济等优势，通过国内仓的建设形成对供应链的辐射管理，提高仓储物流效率，为公司业务的持续发展提供坚实的供应链基础。

海外仓方面，本项目拟在美国、德国、英国及墨西哥等国家建设海外仓储中心，租赁面积合计 141,000 平方米。公司将充分利用欧洲、北美等地区的地理、交通及经济优势，通过扩大海外仓的服务能力，提高对上述地区仓储物流能力的辐射功能，提高消费者购物体验，增强公司跨境电商出口业务的市场竞争力。

5、项目投资概算

本项目计划总投资 51,677.57 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	占比
1	建筑工程费	25,623.06	49.58%
1.1	场地租赁费	25,623.06	49.58%
2	设备购置费	13,062.30	25.28%
2.1	硬件设备购置费	11,622.30	22.49%
2.2	软件设备购置费	1,440.00	2.79%
3	实施费用	11,057.94	21.40%
3.1	人员工资	10,833.94	20.96%
3.2	其他实施费用	224.00	0.43%
4	基本预备费	1,934.27	3.74%
合计		51,677.57	100.00%

6、项目实施进度安排

本项目的计划建设周期为 36 个月，具体实施进度安排如下：

项目	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究																		
初步设计																		
仓库租赁																		
设备采购及安装																		
人员招聘及培训																		
试运行																		

7、项目审批、核准或备案情况

本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证。其中，国内仓项目备案证为《广东省企业投资项目备案证明》（项目代码：2103-441900-04-01-465325）；海外仓项目备案证为《境外投资项目备案通知书》（豫发改外资备[2021]5 号、6 号、8 号、9 号）及《企业境外投资证书》（境外

投资证第 N4100202100024 号、第 N4100202100025 号、第 N4100202100029 号、第 N4100202100030 号)。

8、项目的环保情况

本项目不涉及生产过程，不会产生工业废水、废气、废渣与噪声等，项目实施过程中仅产生少量办公和生活垃圾、生活污水，经过采取有效措施后，基本不会对环境产生污染，环境影响较小。本项目不涉及环保审批或备案程序。

9、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

目前，公司在东莞、德国和美国拥有自营仓，同时通过海外平台仓和第三方合作仓，共同构建了公司完善的仓储物流体系。本次仓储物流体系扩建项目是公司为了提升消费者购物体验及服务效率，满足日益增长的订单需求而设立的项目。在跨境电商行业快速发展的背景下，拥有成熟的全球仓储物流体系已成大势所趋。本项目的实施有助于提高公司整体仓储物流能力，提升仓储管理的自动化程度，提高交付时效，降低仓储物流单位成本，有效推动公司主营业务持续快速发展。

(三) 郑州总部运营管理中心建设项目

1、项目概况

本项目拟在河南省郑州市购置场地，扩大公司办公场地，设置家居产品检测中心、视觉输出中心、展示中心等区域，购置配套产品质量检测与实验设备、摄影摄像及办公电脑等硬件设备，并增加多种服务器、数据存储及相关管理信息化系统等软件，引进高素质的信息系统开发、运营销售、摄影、供应链等各部门专业人才团队，对公司总部运营管理中心进行升级建设。

本项目的实施主体为致欧科技，计划总投资金额为 35,096.72 万元，占本次募集资金投资总额的比例为 23.62%，建设期为 36 个月。

本项目将新购置房产，购置房产金额为 7,440.00 万元，占本次募集资金投资总额的比例为 5.01%。致欧科技将积极寻购相应面积的办公场所，郑州地区相关办公楼市场供应较为充足，市场竞争较为充分，不存在无法取得的风险。本项目不涉及与他人合作的情况，不涉及向控股股东、实际控制人及其关联方收购资产的情况。

2、项目实施的必要性分析

（1）提升管理信息化及大数据应用能力，为主营业务发展提供有力的运营支持

随着公司业务规模的扩大，管理流程的业务数据快速增加，管理复杂度提升，对公司的管理效率要求提高。面对持续增长的全球市场海量业务，为了提高公司的运营水平，公司需要提升信息化管理能力。此外，在大数据应用方面，利用大数据技术研究全球市场发展趋势及客户需求的变化对大型跨境电商企业的新产品推出及高效运营至关重要。因此，公司需要持续提升管理信息化及大数据应用能力。

（2）有利于提高公司供应链管理水平，提升公司运营效率

公司始终追求以良好的用户体验赢得客户的口碑，为了提升公司整体运营效率，强大的供应链能力必不可少。

在供应商管理方面，公司需要对合格供应商的准入、定期考核及退出进行严格管理；在产品质量管理方面，公司需要在完善质量管理体系和强化质量管理能力上进行持续投入，提高质量控制、质量改进及质量问题预防的能力，确保产品质量；在供应链计划管理方面，为提高产品销售的物流时效性，通常在产品到达海外仓库后安排线上销售，而产品制造及国际物流运输需要较长的时间，因此公司需要提前一段时间进行需求预测，并按预测需求量制定供应链计划及库存补充计划；在供应链管理信息化方面，随着公司经营规模的扩大，供应链复杂性提升，公司对完善、高效的供应链管理信息系统需求更加迫切。

（3）有利于提高公司营销能力，扩大品牌影响力

公司作为拥有强大产品设计与研发能力的优秀跨境电商品牌商，为了更好地扩大市场范围和深度开发重点市场，准确理解动态变化的目标市场各类客户群体需求，并将公司的品牌价值触达客户，提升营销转化率，进而提升市场份额，需要加大对品牌营销的投入，提升公司的营销能力，扩大品牌影响力。

（4）有利于拓宽公司的销售渠道，提升产品销量

目前，公司主要通过亚马逊等海外知名电商平台在欧洲、北美和日本等国家和地区开展业务，为了降低公司对现有销售渠道的依赖性，拓宽公司的产品销售渠道及市场范围，提高市场份额，公司需要进入更大范围的家居消费市场。

在跨境电商平台方面，现阶段公司主要在亚马逊平台进行产品销售，且所占

销售比例较大。为了提高公司产品的销售额，公司需要加大对有潜在价值的国际电商平台渠道以及自营官网的开发力度；在 B2B 线下市场方面，由于公司目前对线下市场投入较小，所以线下的销售额占比较低。随着公司前期开发的线下贸易商开始显现价值，证明线下渠道存在较大的市场价值。未来，公司需要增加对线下渠道的投入，增加线下渠道对销售额的贡献程度。

(5) 有利于强化公司的全球化服务能力，支撑公司业务持续发展

公司主要采取海外电商平台销售产品的模式，决定了公司需要强大的客户服务能力才能保证业务的持续健康发展。本项目将升级客户服务中心，招聘并培训一支包含海外市场当地人才的专业客户服务队伍，建设智能客户应答系统，提升公司客户服务水平。通过本项目建设，将进一步强化公司的客户服务能力，提高消费者体验，为公司快速发展提供客服能力支撑。

3、项目实施的可行性分析

(1) 公司拥有坚实的管理信息化建设基础，可为本项目提供经验支持

公司为了支撑长期发展战略，持续对管理信息化进行投入。公司经过多年管理信息化的建设，已形成了良好的管理信息化基础，积累了丰富的建设经验，可为本项目中的总部数字化运营管理平台和大数据分析决策平台建设提供经验支持。

(2) 公司拥有良好的供应链管理基础，可为本项目的成功实施提供保障

公司作为全球互联网家居的知名品牌商，一直十分重视对供应链体系的建设和优化，经过多年的持续投入，已建成了包含供应链计划管理、供应商管理、质量管理及全球仓储物流管理在内的供应链管理体系，并与一批家居制造供应商形成了稳定的合作关系，公司良好的供应链管理体系为公司近年来业务的持续发展奠定了基础。公司经过长期的经验积累，已拥有良好的供应链能力基础，可为本项目的成功实施提供有力保障。

(3) 公司拥有丰富的品牌运营经验，可为本项目提供品牌建设经验

为了全方位打造公司自主品牌优势，在品牌推广方面，公司设立市场营销中心负责品牌宣传与推广，结合销售数据、市场观点、趋势数据和行为数据，在全球市场上进行品牌价值推广。经过多年发展，公司拥有丰富的品牌运营经验，可

为本项目中的品牌营销传播中心建设提供有力的经验支撑，助力本项目顺利实施。

（4）公司拥有经验丰富的运营管理团队

公司目前已拥有一支经验丰富的运营管理团队，对跨境电商企业的运营管理具有深刻的理解，在研发、采购、技术、销售和管理等方面的运营经验丰富。同时，公司建立了有竞争力的人才引进、培养、激励及晋升的发展体系，持续扩充公司的管理团队，为本项目的成功实施提供了经验和人才保障。

4、项目建设内容

本项目拟建设信息系统升级项目、供应链管理中心项目、品牌营销传播中心项目、海外营销中心项目和客户服务中心项目，具体情况如下：

（1）信息系统升级项目

①总部数字化运营管理平台

本项目计划购置服务器等软硬件设备、招聘并培训高素质 IT 人员，建设集成化、一体化的总部数字化运营管理平台，提升公司中后台管理能力；在现有管理信息化系统的基础上，购买部分信息系统软件，并根据公司业务流程状况及长期发展规划需求进行定制化开发，提升总部运营管理能力，提高业务流程效率，支撑公司主营业务的持续发展。

②大数据分析及决策平台

本项目计划购置先进的服务器设备及数据库软件，引进系统开发及数据分析等技术人才，搭建支撑跨境出口电商 B2C 业务的大数据分析及决策平台，增强公司对大数据技术的应用能力，利用大数据分析技术辨识客户需求，提高营销精准度，促进产品设计创新。

（2）供应链管理中心项目

本项目计划引入供应链管理与技术专家团队，完善公司的供应链组织和管理流程体系。首先，公司将规划和实施供应链战略管理，从战略层面引导供应链管理中心的升级；其次，公司将组建供应链技术支持专家团队，输出统一的技术标准，提升公司供应链专业管控能力；再次，公司将升级质量管理团队、销售与运营计划团队和仓储物流管理团队，打造全流程高效率的供应链管理体系。

（3）品牌营销传播中心项目

本项目计划引进并培训高素质的品牌运营人员，扩充品牌团队实力，在多个渠道上传播推广公司品牌，进行广告投放、媒体宣传等品牌推广活动，包括在亚马逊等国际电商平台的广告投放、国外社交媒体上的品牌及产品宣传以及在公司自营 B2C 电子商务平台上的宣传推广等，并持续加大消费者洞察。

（4）海外营销中心项目

本项目计划引入及培训高素质的市场营销人员，在公司现有市场的基础上，进行市场开拓，扩大市场份额。一方面，加大对亚马逊以外的其他第三方海外电商平台和自营独立站平台的投入，增加产品销售额；另一方面，发力拓展 B2B 线下市场，加强与目标市场重点客户的沟通、协调和互动，提升 B2B 线下市场的份额。

（5）客户服务中心项目

本项目将升级客户服务中心，招聘并培训一支包含海外市场当地人才的专业客户服务队伍，建设智能化客户服务应答系统，服务全球海外用户。本项目将强化公司的客户服务能力，提高消费者体验，助力产品设计创新。

5、项目投资概算

本项目计划总投资 35,096.72 万元，具体投资构成如下：

单位：万元

序号	投资内容	投资金额	占比
1	场地费	7,440.00	21.20%
1.1	场地费	7,440.00	21.20%
2	设备购置费	2,335.15	6.65%
2.1	硬件设备购置费	1,193.15	3.40%
2.2	软件购置费	1,142.00	3.25%
3	实施费用	24,832.81	70.76%
3.1	人员工资	21,721.70	61.89%
3.2	其他实施费用	3,111.11	8.86%
4	基本预备费	488.76	1.39%
合计		35,096.72	100.00%

6、项目建设进度

本项目的计划建设周期为 36 个月，具体实施进度安排如下：

项目	T+36																	
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36
可行性研究																		
办公场地购置及装修																		
设备购置及安装																		
人员招聘																		
系统开发及测试																		
运营																		

7、项目审批、核准或备案情况

本项目已履行了项目建设所需的备案程序，并取得了相应的投资项目备案证《河南省企业投资项目备案证明》（项目代码：2020-410103-75-03-110710）。

8、项目的环保情况

本项目不涉及生产过程，不会产生工业废水、废气、废渣与噪声等，项目实施过程中仅产生少量办公和生活垃圾、生活污水，经过采取有效措施后，基本不会对环境产生污染，环境影响较小。本项目不涉及环保审批或备案程序。

9、项目与公司现有主要业务、核心技术之间的关系

公司将通过郑州总部运营管理中心项目的建设，以满足公司主营业务快速发展和经营规模持续扩大的需要。通过本项目的实施，将建设公司总部数字化运营管理平台，升级公司中后台信息化管理能力，提升大数据技术对营销及研发设计的支撑作用；建设和升级公司供应链管理中心，巩固公司产品供应链组织与流程体系，提高供应链管理水平和效率；建设品牌营销传播中心，强化公司品牌营销能力，提升品牌影响力；建设海外营销中心，强化公司市场拓展能力；建设客户服务中心，提升公司客户服务水平。

（四）补充流动资金

根据公司目前的经营状况及未来发展规划，为了有效满足公司经营规模迅速扩张所带来的资金需求，同时为进一步优化财务结构，公司拟使用募集资金

30,000.00 万元用于补充主营业务相关的营运资金，为公司长期可持续发展提供资金保障。

报告期内，受益于跨境出口电商行业和全球家居产品市场的不断发展，公司经营规模持续扩大，营业收入快速增长。随着行业的发展、公司业务规模的扩大以及未来募集资金投资项目的实施完毕，公司的营业收入预计仍将保持增长，应收账款、存货等经营性资产所占用的资金也会同步增长；与此同时，公司产品采购、人工支出等日常营运资金的需求亦会逐年加大，公司流动资金需求将大幅增加。通过补充流动资金，为实现公司业务发展目标提供资金支持，有利于促进公司主营业务的持续发展和经营业绩的稳步提升。

三、公司未来发展战略及发展规划

本节所涉及的业务发展战略和发展规划是公司根据当前的宏观经济形势、市场环境以及自身的实际发展状况，对可预见的未来做出的发展计划和安排。不排除公司为更好地履行对投资者的责任，根据经济形势、市场环境和自身实际经营状况对发展战略、发展规划和目标进行修正、调整和完善的可能性。

（一）公司未来发展战略

公司在互联网家居领域深耕多年，坚持自主品牌的发展战略，以全球互联网家居品牌为发展定位，以满足和引领消费者需求、提高消费者居家生活品质为目标，践行“服务全球家庭，让客户信赖，使员工骄傲”的企业愿景，秉承“致力中国品牌出海，为中国制造加油”的企业使命，持续为消费者提供外观时尚、功能实用、品质优良的家居产品。未来，公司将继续以消费者为核心，以市场需求为导向，以研发创新为支撑，以产品质量为保障，坚持既定的发展战略，进一步提升 SONGMICS、VASAGLE 和 FEANDREA 等自有品牌的知名度和美誉度，专注打造全球互联网家居产品的领先品牌，建成极具国际竞争力的互联网家居企业。

（二）公司未来发展规划和目标

公司的长期发展战略规划是成为国际领先的全球互联网家居品牌商，凭借自身快速响应的研发与供应链体系、过硬的品质管理能力和丰富的运营管理经验，

为全球家庭提供高品质的家居产品。公司将持续聚焦家居品类，充分发挥自身的竞争优势，结合本次公开发行的募集资金投资项目，通过进一步拓展产品矩阵，加大国内外自营仓布局，加强品牌推广，提高研发创新能力、仓储物流服务能力和运营管理效率等措施，不断提升公司的市场竞争力，增加公司产品的市场份额，扩大公司的经营规模，持续为全球消费者提供优质的家居产品解决方案。

（三）报告期内为实现战略目标已采取的措施及实施效果

公司作为全球互联网家居产品的知名品牌商，报告期内，公司通过自主研发及深度供应链管理，以场景逻辑扩展产品品类，为海外消费者提供全方位家居产品的解决方案。

公司坚持创新的产品观念，将时尚简洁的外观设计与易安装的产品结构设计相结合，形成了涵盖卧室、客厅及办公、户外等不同场景的产品矩阵。公司亦以精准的营销方式在互联网渠道展开销售，并凭借良好的设计和严格的供应链管理、细致贴心的服务体验以及贯穿产业链各环节的信息系统，迅速成长为全球家居领域内具备竞争力的互联网家居品牌。

报告期内，公司持续加大研发投入，加强产品质量控制和供应链管理，优化仓储物流体系和信息化系统，取得了显著的成效。2019-2021年，公司营业收入的年复合增长率为60.19%，呈现出良好的增长势头。

（四）未来规划采取的措施

1、加大研发投入

公司将以市场需求为创新推动力，加大研发投入，全面深入研究欧美日家居生活与商务环境的特点，加强家居产品与技术研发，提升公司产品的核心竞争力，促进公司的可持续发展。同时，公司将进一步提升研发效率，降低产品开发成本，缩短开发周期，加速研发技术的成果转化。

公司将结合本次募集资金投资项目“研发设计中心建设项目”的实施，建设研发设计中心、创新培训中心和视觉创意中心，以改善公司新产品研发设计及创新、创意条件，提高研发效率，提升公司市场竞争力，助力公司品牌发展，进而扩大公司的销售规模，增强盈利能力。

2、提升品牌形象

近年来，跨境出口电商企业品牌化已成为趋势。公司坚持自有品牌的发展战略，经过多年的发展，已形成了较为明显的品牌优势。

公司将继续加强品牌建设，立足现有市场地位，提升品牌的知名度和美誉度，增强市场影响力。公司将继续以 SONGMICS、VASAGLE、FEANDREA 三大品牌为核心，结合本次募集资金投资项目，通过升级产品品质、广告投放支持、营销活动推广，积极塑造、传递和提升公司的品牌形象，持续为公司品牌发展注入新动能。

3、完善全球仓储布局

目前，公司在东莞、德国和美国拥有自营仓，同时通过海外平台仓和境内外第三方合作仓，共同构建了公司的仓储物流体系。公司经过多年持续对仓储物流体系的建设，已建立了具有差异化竞争优势的“国内外自营仓+平台仓+第三方合作仓”跨境电商出口仓储物流体系。随着公司主营业务快速发展，经营规模迅猛扩大，未来，公司将结合本次募集资金投资项目“仓储物流体系扩建项目”，在国内外多个城市、国家或地区建设多个仓储中心，完善公司的全球仓储物流体系，进一步缩短客户下单后的配送时间、提升客户满意度，实现仓储物流的自动化管理，提高销售效率与库存周转能力，推动公司主营业务持续快速发展。

4、深化供应链管理体系

完善的供应链体系是高效率、低成本地将产品设计转化为高品质产品和服务并投放目标市场的重要保障，公司多年来一直在对供应链体系进行建设和优化，以满足业务发展需要。公司将不断加强与主要供应商之间的战略合作，完善供应链相关业务和管理流程，优化供应链信息化系统，进一步提高公司供应链管理水平，进一步提升整体运营效率。

5、加大市场开拓力度

报告期内，公司主要通过亚马逊等海外知名电商平台和自营网站将产品销往海外市场，产品先后进入欧洲、北美、日本等多个国家和地区。未来，公司将加大对亚马逊以外的其他海外电商平台和自营独立站的投入，增加产品销售额。同时，公司将发力拓展 B2B 线下市场，加强与目标市场重点客户的沟通、协调和互动，提升 B2B 线下市场的市场份额，促进公司经营业绩的快速发展。

6、加强信息化建设

随着跨境出口电商行业和全球家居市场不断发展，公司市场规模迅速扩大，对公司的信息化系统及管理提出了更高的要求。公司将结合本次募集资金投资项目，进一步完善公司的信息化系统，以提高管理效率和决策水平。同时，公司将根据市场需求，通过对数据层、业务层与管控层的应用架构设计，实现对公司整体业务数据的收集、分析、管理与应用，在提升公司业务信息化管理水平的同时，为公司提供决策、计划、控制和经营业绩的全方位管理平台，提升系统的智能化水平和信息的全面性，提高公司的数字化运营管理能力。

7、建设人才梯队

人才是公司最宝贵的资源，是可持续发展的基础。公司坚持“以人为本”的原则，注重人才梯队建设，依靠内部培养和外部引进，将人才战略贯彻到公司经营活动的各个层面。未来，公司将完善持续学习和多层次培训机制，打造一个具有学习力、创新力、执行力的团队。此外，公司还将继续完善更富有竞争力的激励与考核机制，强化岗位责任，打造企业价值与员工行为方向一致的高凝聚力文化内核。

第十节 投资者保护

一、投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

为切实提高公司规范运作水平，完善公司治理结构，保护投资者特别是中小投资者的合法权益，公司根据《公司法》《证券法》《上市公司信息披露管理办法》《上市公司治理准则》《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》等相关法律法规，制定了《信息披露与投资者关系管理制度》等制度。公司将严格执行信息披露相关制度，真实、准确、完整、及时地报送和披露公司信息，公开、公正、公平地对待所有股东，保证投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策等权利。

《信息披露与投资者关系管理制度》规定，公司应当真实、准确、完整、及时地披露信息，简明清晰、通俗易懂，不得有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；公司应当同时向所有投资者公开披露信息。该制度对信息披露的基本原则和一般规定、重大信息内部报告及披露制度、对外信息沟通及投资者关系管理制度、信息披露违规责任追究等事项进行了详细规定。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

为进一步加强与投资者之间的信息沟通，形成公司与投资者之间长期、稳定、和谐的良性互动关系，公司设置了董事会办公室具体负责信息披露及投资者关系管理工作，公司指定董事会秘书为投资者关系管理的负责人，全面负责公司投资者关系管理工作。

公司与投资者沟通的主要方式包括但不限于发布公告、股东大会、公司网站、分析师说明会、业绩说明会、路演、一对一沟通、现场参观和电话咨询等。董事会办公室设立专门的投资者咨询电话、传真和电子信箱等对外联系渠道，咨询电话由证券事务代表负责，保证在工作时间线路畅通、认真接听。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

未来，公司将严格执行《公司章程（草案）》《信息披露与投资者关系管理制

度》等相关制度，在开展投资者关系管理工作中坚持充分披露信息原则、合规披露信息原则、投资者机会均等原则、诚实守信原则、高效低耗原则及互动沟通原则，切实保障投资者合法权益，并尽可能通过多种方式与投资者进行及时、深入和广泛的沟通。同时，公司将根据政策法规、经营情况和公司治理结构的变化，持续完善相关制度规定，加强投资者关系管理工作体系建设，保证投资者关系管理工作有序、有效开展。

二、本次发行后的股利分配政策、决策程序及本次发行前后股利分配政策的差异情况

根据证监会《上市公司章程指引（2019 年修订）》《关于修改上市公司现金分红若干规定的决定》《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》和《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》等相关规定，公司第一届董事会第十次会议及 2021 年第三次临时股东大会审议通过了上市后适用的《公司章程（草案）》《致欧家居科技股份有限公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内分红回报规划》，公司本次发行后的股利分配政策如下：

（一）《公司章程（草案）》对利润分配的相关规定

1、利润分配的原则

公司实施稳健的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配政策的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。公司利润分配不得超过累计可供分配利润的范围，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，并坚持如下原则：

- （1）按法定顺序分配的原则；
- （2）存在未弥补亏损、不得分配的原则；
- （3）同股同权、同股同利的原则；
- （4）公司持有的本公司股份不得分配利润的原则；
- （5）公司优先采用现金分红的利润分配方式。

公司可以采取现金、股票或者现金与股票相结合的方式分配股利。公司的利润分配应当重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策应保持连续性和稳定

性。

2、现金分红的具体条件

公司现金分红的具体条件如下：

（1）公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值、且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

（2）公司累计可供分配利润为正值；

（3）审计机构对公司的该年度财务报告出具无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）；

（4）公司未来 12 个月内无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 20%，且绝对值达到超过人民币 5,000.00 万元。但公司发生重大投资计划或重大现金支出等事项后，现金分红方案经股东大会审议通过的，公司可以进行现金分红。

公司在确定可供分配利润时应当以母公司报表口径为基础，在计算分红比例时应当以合并报表口径为基础。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行一次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

公司若存在股东违规占用公司资金的情况，应当相应扣减该股东所应分配的现金红利，用以偿还其所占用的资金。

3、现金分红的比例

在满足现金分红条件时，公司采取固定比例政策进行现金分红，即每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的归属于公司股东的净利润的 10%，且任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计算当年现金分红。

在公司满足现金分红条件的情况下，公司将尽量提高现金分红的比例。

4、差异化现金分红政策

公司董事会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，区分不同情形，提出差异化的现金分红政策：

（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%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前述第（3）项规定处理。

在满足公司实施现金分红条件，保证公司的正常生产、经营和长远发展的基础上，公司原则上每年度进行一次现金分红，董事会可以根据公司的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求等情况，在有条件的情况下提议公司进行中期分红。

5、股票股利的具体条件

结合公司生产经营情况，根据公司累计可供分配利润、公积金及现金流等状况，在满足公司现金分红、公司股本规模及股权结构合理且发放股票股利有利于公司全体股东整体利益的前提下，公司可以采用发放股票股利的方式进行利润分配。公司在确定以股票股利分配利润的具体方案时，应充分考虑以股票股利进行利润分配后的总股本是否与公司的经营规模、盈利增长速度相适应，并考虑对未来债券融资成本的影响，以确保利润分配方案符合全体股东的整体利益和长远利益。具体分红比例由公司董事会审议通过后，提交股东大会审议决定。

公司发放股票股利的具体条件：

（1）公司经营情况良好；

（2）公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益；

（3）发放的现金股利与股票股利的比例符合本章程的规定；

(4) 法律、法规、规范性文件规定的其他条件。

6、利润分配政策的决策程序

(1) 公司在制定现金分红具体方案时，董事会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，独立董事应当发表明确意见。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。

(2) 股东大会对现金分红具体方案进行审议前，公司应当通过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。

(3) 如遇战争、自然灾害等不可抗力，公司根据投资规划、企业经营实际、社会资金成本、外部经营融资环境、股东意愿和要求，以及生产经营情况发生重大变化等因素确需调整利润分配政策的，应由董事会根据实际情况提出利润分配政策调整方案。调整后的利润分配政策应以股东权益保护为出发点，且不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

(二) 本次发行上市后三年的分红回报规划

1、公司制定本规划的考虑因素

公司着眼于长远和可持续发展，在制定本规划时，综合考虑公司实际经营情况、未来的盈利能力、经营发展规划、现金流情况、股东回报、社会资金成本以及外部融资环境等因素，在平衡股东的合理投资回报和公司可持续发展的基础上对公司利润分配做出明确的制度性安排，以保持利润分配政策的连续性和稳定性，并保证公司长久、持续、健康的经营能力。

2、公司制定本规划遵循的原则

- (1) 严格执行《公司章程》规定的公司利润分配的基本原则；
- (2) 充分考虑和听取股东（特别是中小股东）、独立董事的意见；
- (3) 处理好短期利益及长远发展的关系，公司利润分配不得损害公司持续经营能力；
- (4) 坚持现金分红为主，重视对投资者的合理投资回报，保持利润分配的连续性和稳定性，并符合法律、法规的相关规定。

3、对股东利益的保护

(1) 公司的利润分配预案由公司董事会结合《公司章程》的规定、盈利情况、资金需求和股东回报规划提出、拟定预案，经董事会审议通过后提交股东大会审议批准。独立董事应对利润分配预案发表独立意见。

(2) 董事会审议现金分红具体方案时，将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，应经董事会全体董事过半数以上表决通过。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。公司当年盈利但年度董事会未提出包含现金分红的利润分配预案的，独立董事应发表独立意见，公司应当披露原因、公司留存资金的使用计划和安排。

(3) 股东大会对现金分红具体方案进行审议时，公司将通过多种渠道（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会、电话、邮件、投资者关系管理互动平台等）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。

(4) 公司将根据生产经营、资金需求和长期发展等实际情况的变化，认真论证利润分配政策的调整事项，调整后的利润分配政策以维护股东权益为原则，不得违反相关法律法规、规范性文件的规定；有关调整利润分配政策的议案，由独立董事发表意见，经公司董事会审议后提交公司股东大会批准，并经出席股东大会的股东及股东代理人所持表决权的 2/3 以上通过。公司股东大会采用现场投票和网络投票相结合的方式，为中小股东参与决策提供便利。

(5) 监事会应当对董事会执行公司利润分配政策和股东回报规划以及是否履行相应决策程序和信息披露等情况进行监督。

(6) 公司将严格按照有关规定在年报中详细披露利润分配方案和现金分红政策的制定及执行情况，并对下列事项进行专项说明：

- ①是否符合《公司章程》的规定或者股东大会决议的要求；
- ②分红标准和比例是否明确和清晰；
- ③相关的决策程序和机制是否完备；
- ④独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用；

⑤中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，中小股东的合法权益是否得到了充分保护等。

对现金分红政策进行调整或变更的，还应对调整或变更的条件及程序是否合规和透明等进行详细说明。

（7）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召开后 2 个月内完成股利（或股份）的派发事项。

4、公司未来三年的具体股东回报规划

（1）在满足利润分配条件的前提下，公司可采取现金、股票、现金与股票相结合的方式分配利润，并优先采用现金分红的利润分配方式。在有条件的情况下，公司可以进行中期利润分配。公司董事会结合具体经营数据，充分考虑公司盈利规模、现金流量状况、发展阶段及当期资金需求，并结合股东（特别是公众投资者）、独立董事和监事的意见，制定年度或中期分红方案。

（2）公司拟实施现金分红时应同时满足下列条件：

①公司该年度或半年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后所余的税后利润）为正值且现金流充裕，实施现金分红不会影响公司后续持续经营；

②公司累计可供分配利润为正值；

③审计机构对公司的该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（半年度利润分配按有关规定执行）；

④公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生（募集资金项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指公司未来 12 个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司最近一期经审计净资产的 20%以上，且绝对值达到人民币 5,000.00 万元。但公司发生重大投资计划或重大现金支出等事项后，现金分红方案经股东大会审议通过的，公司可以进行现金分红。

公司在确定可供分配利润时应当以母公司报表口径为基础，在计算分红比例时应当以合并报表口径为基础。

在满足现金分红条件、保证公司正常经营和长远发展的前提下，公司原则上每年年度股东大会召开后进行 1 次现金分红，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求状况提议公司进行中期现金分红。

（3）公司现金分红的比例：在满足现金分红条件时，公司采取固定比例政策进行现金分红，即每年以现金方式分配的利润应不低于当年实现的归属于公司

股东的净利润的 10%，且任意三个连续会计年度内，公司以现金方式累计分配的利润不少于该三年实现的年均可分配利润的 30%。如存在以前年度未弥补亏损的，以弥补后的金额为基数计算当年现金分红。在公司满足现金分红条件的情况下，公司将尽量提高现金分红的比例。

（4）公司若采取股票股利的方式分配利润应同时满足如下条件：

①公司经营情况良好；

②公司股票价格与公司股本规模不匹配、发放股票股利有利于公司全体股东整体利益；

③发放的现金股利与股票股利的比例符合《公司章程》的规定；

④法律、法规、规范性文件规定的其他条件。

（5）公司董事会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，区分不同情形，提出差异化的现金分红政策：

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%；

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前述第③项规定处理。

5、未来股东回报规划的制定周期和相关决策机制

（1）公司董事会至少每 3 年重新审阅一次股东回报规划，确保股东回报规划内容不违反《公司章程》确定的利润分配政策。

（2）公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展等需要确需调整或变更利润分配政策和股东回报规划的，调整或变更后的利润分配政策和股东回报规划不得违反相关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定；有关调整或变更利润分配政策和股东回报规划的议案需经董事会详细论证并充分考虑监事会和公众投资者的意见。该议案经公司董事会审议通过后提交股东大会审议批

准。独立董事应发表独立意见，且股东大会审议时，需经出席股东大会的股东及股东代理人所持表决权的 2/3 以上通过。董事会拟定调整利润分配政策议案过程中，应当充分听取股东（特别是公众投资者）、独立董事、外部监事（如有）的意见。股东大会审议利润分配政策和股东回报规划变更事项时，应当提供网络投票表决或其他方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。

6、其他事项

本规划未尽事宜，依照相关法律法规、规范性文件及《公司章程》的规定执行。本规划经公司股东大会审议通过后生效，于公司首次公开发行股票并上市之日起实施。本规划由公司董事会负责解释。

（三）本次发行前后股利分配政策的差异情况

与发行前股利分配政策相比，发行后股利分配政策在利润分配条件和现金分红比例、利润分配的期间间隔、对公众投资者的保护、利润分配方案的决策程序等方面进行了补充和完善。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排

2021 年 4 月 20 日，公司召开 2021 年第三次临时股东大会，审议通过了《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市前滚存利润分配方案的议案》，公司本次发行完成前滚存的未分配利润由本次发行后的所有新老股东按其各自持股比例共同享有。

四、股东投票机制的建立情况

根据公司上市后生效的《公司章程（草案）》及《股东大会议事规则》等制度，公司已建立了较为完善的股东投票制度，具体情况如下：

（一）累积投票制度

股东大会选举两名及以上董事、监事时采用累积投票制，即股东大会选举两名以上董事或者监事时，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、监事会应当向股东告知候选董事、监事的简历和基本情况。

在累积投票制下，独立董事应当与董事会其他成员分别选举。国家法律、法规以及有关规范性文件和本章程对于独立董事的提名和选举另有规定的，依照有关规定执行。

（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）网络投票方式的安排

公司召开股东大会的地点为公司会议室或会议通知规定的其他地点。股东大会将设置会场，以现场会议形式召开，召开地点应当明确具体。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。股东通过上述方式参加股东大会的，视为出席。公司应在保证股东大会合法、有效的前提下，通过各种方式和途径，优先提供网络形式的投票平台等现代信息技术手段，为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权的安排

公司董事会、独立董事和符合相关规定条件的股东可以征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。公司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情况

截至本招股说明书签署日，公司不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排情况。

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

截至 2022 年 6 月 30 日，公司已履行或正在履行的对公司经营活动、财务状况或未来发展等具有重大影响的合同如下所示：

（一）销售合同

1、B2C 电商平台服务协议

截至 2022 年 6 月 30 日，公司已履行或正在履行的重要 B2C 电商平台服务协议情况如下：

序号	发行人协议主体	平台方协议主体	协议主要内容	协议有效期限	履行情况
1	EUZIEL	AMAZON SERVICES EUROPE S.A.R.L	亚马逊为公司提供开店销售、交易处理、仓储物流、营销推广等一系列商户服务	店铺注册之日起至长期	正在履行
2	AMEZIEL	Amazon.com Services LLC	亚马逊为公司提供开店销售、交易处理、仓储物流、营销推广等一系列商户服务	店铺注册之日起至长期	正在履行
		Amazon Services International, Inc.			
		Servicios Comerciales Amazon México S. de R.L. de C.V.			
3	ZIELJP	Amazon Japan G.K	亚马逊为公司提供开店销售、交易处理、仓储物流、营销推广等一系列商户服务	店铺注册之日起至长期	正在履行

2、B2B 电商平台合同

截至 2022 年 6 月 30 日，公司已履行或正在履行的重要 B2B 电商平台合同情况如下：

序号	发行人合同主体	合同对手方名称	合同主要内容	合同有效期限	履行情况
1	EUZIEL	Amazon EU S.àr.l.	全品类产品销售	账号注册之日起至长期	正在履行
2	AMEZIEL	Amazon.com Services, Inc.	全品类产品销售	账号注册之日起至长期	正在履行
3	EUZIEL	Wayfair Stores Ltd.	全品类产品销售	2018.11.09 至长期	正在履行
4	AMEZIEL	Wayfair LLC	全品类产品销售	2018.07.01 至长期	正在履行

（二）采购合同

公司签订的采购合同主要为年度框架合同，具体交易金额以实际订单为准。

截至 2022 年 6 月 30 日，公司在报告期各期与同一交易主体采购金额在 5,000.00 万元以上的已履行和正在履行的外协供应商采购合同情况如下：

序号	采购主体	供应商名称	主要采购内容	采购价格	合同期限	履行情况
1	领未科技	东莞市合泰家居用品有限公司	家居用具类、生活家具类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
2	领未科技	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
3	领未科技	惠州市达品家居有限公司	生活家具类、家居收纳类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
4	领未科技	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
5	致欧国际	江门外贸集团有限公司	家居用具类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
6	领未科技	东莞市领域家具制造有限公司	生活家具类、办公家具类产品	以订单为准	2022.01.01-2022.12.31	正在履行
7	致欧国际	福建省旅贸实业有限公司	生活家具类产品	以订单为准	2021.12.11-2022.12.31	正在履行
8	领未科技	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类产品	以订单为准	2020.12.18-2021.12.17	已履行完毕
9	领未科技	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、办公家具类、家居用具类产品	以订单为准	2020.12.11-2021.12.10	已履行完毕
10	领未科技	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类产品	以订单为准	2020.12.14-2021.12.13	已履行完毕
11	领未科技	惠州市达品家居有限公司	生活家具类、家居收纳类产品	以订单为准	2020.12.14-2021.12.13	已履行完毕
12	致欧国际	浙江安吉恒昌椅业有限公司	办公家具类产品	以订单为准	2020.12.18-2021.12.17	已履行完毕
13	致欧国际	东莞市美盈森智能家居有限公司	生活家具类、办公家具类产品	以订单为准	2020.12.09-2021.12.08	已履行完毕
14	致欧国际	东莞市方成家具有限公司	生活家具类、办公家具类、家居装饰类产品	以订单为准	2020.12.17-2021.12.16	已履行完毕
15	致欧国际	江门外贸集团有限公司	家居用具类产品	以订单为准	2020.12.17-2021.12.16	已履行完毕
16	致欧国际	山东科霖木业有限公司	生活家具类、办公家具类产品	以订单为准	2020.12.16-2021.12.15	已履行完毕
17	致欧国际	嘉瑞福（浙江）家具有限公司	办公家具类产品	以订单为准	2020.12.21-2021.12.20	已履行完毕

18	领未科技	惠州市明亮家具有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类产品	以订单为准	2019.12.07-2020.12.06	已履行完毕
19	领未科技	东莞市合泰家居用品有限公司	生活家具类、办公家具类、家居用具类产品	以订单为准	2019.11.14-2020.11.13	已履行完毕
20	领未科技	东莞市晟通五金制品有限公司	生活家具类、家居用具类、家居收纳类产品	以订单为准	2019.11.29-2020.11.28	已履行完毕
21	领未科技	惠州市达品家居有限公司	生活家具类、家居收纳类产品	以订单为准	2019.12.02-2020.12.01	已履行完毕
22	致欧国际	浙江安吉恒昌椅业有限公司	办公家具类产品	以订单为准	2019.12.14-2020.12.13	已履行完毕
23	致欧国际	东莞市美盈森智能家居有限公司	生活家具类、办公家具类产品	以订单为准	2019.11.19-2020.11.18	已履行完毕
24	致欧国际	东莞市方成家具有限公司	生活家具类、办公家具类、家居装饰类产品	以订单为准	2019.12.11-2020.12.10	已履行完毕
25	致欧国际	江门外贸集团有限公司	家居用具类产品	以订单为准	2019.11.29-2020.11.28	已履行完毕
26	领未科技	东莞市晟通五金制品有限公司	家居用具类、生活家具类、家居收纳类产品	以订单为准	2019.01.16-2020.01.15	已履行完毕
27	致欧国际	福建省旅贸实业有限公司	生活家具类产品	以订单为准	2021.01.01-2021.12.31	已履行完毕

注：根据采购协议约定，协议期限满后，若双方无书面反对，则协议自动延续 3 个月，待双方签订新的年度采购协议后终止。

（三）物流承运商合同

公司签订的物流承运商合同主要为框架合同，具体交易金额以实际订单为准。截至 2022 年 6 月 30 日，公司已履行或正在履行的重要物流承运商合同情况如下：

1、2019 年 12 月 15 日，公司与敦豪全球货运（中国）有限公司郑州分公司签署了《服务协议》及其补充协议，约定敦豪全球货运（中国）有限公司郑州分公司向公司及其子公司提供头程货物运输服务，合同期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，合同到期前双方无终止意向情况下，合同自动延续 1 年。该合同已履行完毕。

2、2019 年 4 月 15 日，致欧国际与海连（中国）国际货运有限公司签署了《海运出口代理协议》及其补充协议，约定海连（中国）国际货运有限公司向致欧国际及其子公司提供海运出口货运代理服务，合同期限为 2019 年 4 月 15 日至 2021 年 4 月 14 日，合同到期前双方未提出解约通知，合同自动延续 1 年。该合同已履行完毕。

3、2020年9月18日, AMEZIEL 与北京世纪卓越快递服务有限公司签署了《国际货物出口运输服务协议》, 约定北京世纪卓越快递服务有限公司向 AMEZIEL 提供国际货运相关服务, 合同期限为2020年9月18日至 AMEZIEL 或北京世纪卓越快递服务有限公司按照该协议规定终止协议。

4、2020年9月25日, EUZIEL 与北京世纪卓越快递服务有限公司签署了《国际货物出口运输服务协议》, 约定北京世纪卓越快递服务有限公司向 EUZIEL 提供国际货运相关服务, 合同期限为2020年9月25日至 EUZIEL 或北京世纪卓越快递服务有限公司按照该协议规定终止协议。

5、2021年1月1日, 公司与敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司签署了《服务协议》及其补充协议, 约定敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司向公司及其子公司提供头程货物运输服务, 合同期限为2021年1月1日至2021年12月31日, 合同到期前双方无终止意向情况下, 合同自动延续1年。该合同已履行完毕。

6、2021年11月19日, 公司与敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司签署了《服务协议》及其补充协议, 约定敦豪全球货运(中国)有限公司郑州分公司向公司及其子公司提供头程货物运输服务, 合同期限为2022年1月1日至2022年12月31日, 合同到期前双方无终止意向情况下, 合同自动延续1年。

(四) 银行合同

截至2022年6月30日, 公司正在履行的金额在2,000.00万元以上的重大授信及担保合同、借款合同情况如下:

1、授信及担保合同

2022年1月21日, 公司与中信银行郑州分行签署了《综合授信合同》(2022银信字第2225051号), 授信额度为10,000.00万元, 授信期限为2022年1月21日至2023年1月21日。该合同由公司实际控制人宋川、领未科技于2022年1月21日与中信银行郑州分行分别签署的《最高额保证合同》(2022信豫银最保字第2225051-1号、2022信豫银最保字第2225051-2号)共同提供保证担保。

2022年3月31日, 领未科技与交通银行河南省分行签署了《综合授信合同》(Z22035Y15600801), 授信额度为400.00万欧元, 授信期限为2022年4月1日至2023年3月23日。该合同由公司、公司实际控制人宋川及其配偶邢亚楠

于 2022 年 3 月 31 日与交通银行河南省分行分别签署的《保证合同》（C220331GR4111646、C220331GR4111925、C220331GR4111927）共同提供保证担保。

2022 年 4 月 6 日，致欧国际与平安银行郑州分行签署了《NRA 综合授信额度合同》（平银郑州 N 综字 20220406 第 001 号），授信额度 800.00 万欧元，授信期限为 2022 年 4 月 8 日至 2023 年 4 月 7 日。公司以 2,000.00 万元大额存单为质押担保，并与平安银行郑州分行签署了《质押担保合同》（平银郑州质字 20220406 第 001 号）。

2022 年 5 月 12 日，公司与光大银行郑州丰产路支行签署了《综合授信协议》（光郑丰产支 ZH2022007），授信额度为 5,000.00 万元，授信期限为 2022 年 5 月 12 日至 2023 年 5 月 11 日。该协议由领未科技、公司实际控制人宋川于 2022 年 5 月 12 日与光大银行郑州丰产路支行分别签署的《最高额保证合同》（光郑丰产支 ZB2022007、GB 光郑丰产支 ZB2022007）共同提供保证担保。

2022 年 6 月 24 日，领未科技与招商银行郑州分行签署了《授信协议》（371XY2022020727），授信额度为 5,000.00 万元，授信期限为 2022 年 6 月 27 日至 2023 年 6 月 26 日。该协议由公司、公司实际控制人宋川于 2022 年 6 月 24 日与招商银行郑州分行分别签署的《最高额不可撤销担保书》（371XY202202072705、371XY202202072706）共同提供保证担保。

2、借款合同及担保合同

2021 年 9 月 28 日，致欧国际与中信银行广州分行签署了《外币流动资金借款合同》（[2021]穗银花贷字第 0029 号），借款 560.00 万欧元，折合人民币 3,924.69 万元。基于公司与中信银行郑州分行于 2021 年 9 月 27 日签署的《保函授信额度协议》（2021 银信保额字第 2125347 号），公司取得不超过 22,500.00 万元的授信额度，并以《最高额权利质押合同》（2021 信豫银最权质字第 2125347 号）下的大额存单作为质押物。

2021 年 11 月 18 日和 2021 年 12 月 10 日，致欧国际与浦发银行上海分行分别签署了《流动资金借款合同》（96982021280006、96982021280007），合计借款 4,749.89 万元。该协议由公司于 2021 年 11 月 15 日与浦发银行上海分行签署的《权利最高额质押合同》（ZZ9800202100000002）提供不超过 5,000.00 万元额度

的大额存单质押担保。

2022年2月16日，领未科技与中信银行郑州分行签署了《外币流动资金借款合同》（2022信银豫贷字第2225033号），借款650.00万欧元，折合人民币4,555.46万元。该协议由公司于2022年2月11日与中信银行郑州分行签署的《最高额权利质押合同》（2022信银银最权质字第2225033号）下的大额存单作为质押物。

2022年3月11日，领未科技与浦发银行郑州分行签署了《出口代付业务协议书》（76202022280082），借款650万美元，折合人民币4,362.41万元。该协议由公司于2021年7月30日与浦发银行郑州分行签署的《权利最高额质押合同》（2276132021000000001）提供不超过5,000.00万元额度的大额存单质押担保。

2022年4月12日，领未科技与光大银行郑州丰产路支行签署了《出口融资申请书》（FN7715220001AA1），借款365.00万欧元，折合人民币2,558.07万元。该融资借款以领未科技3,000.00万元的大额存单作为质押物。

2022年5月6日，领未科技与中原银行签署了《出口代付业务总协议》（中原银[郑州]代付字2022第510019号），该协议由公司实际控制人宋川、公司于2021年10月8日与中原银行签署的《最高额保证合同》（中原银[农业]最保字2021第000149-1号、中原银[农业]最保字2021第000149-2号）共同提供不超过6,000.00万元额度的保证担保。截至2022年6月30日，领未科技向中原银行申请融资借款金额790.00万欧元，折合人民币5,536.64万元。

2022年3月15日至6月27日，公司与中信银行郑州分行先后签署了6份《中信银行电子银行承兑汇票承兑协议》，基于2022年1月21日公司与中信银行郑州分行签署的《综合授信协议》（2022银信字第2225051号），公司取得不超过10,000.00万元的授信额度，并由公司实际控制人宋川、领未科技于2022年1月21日与中信银行郑州分行分别签署的《最高额保证合同》（2022信银银最保字第2225051-1号、2022信银银最保字第2225051-2号）共同提供保证担保，且公司根据开立票据票面金额的一定比例存入保证金。截至2022年6月30日，公司向中信银行郑州分行申请的已开立尚未到期的银行承兑汇票共计10,687.32万元。

（五）保荐和承销协议

2021年5月27日，公司与广发证券签订保荐和承销协议，聘请广发证券担任公司首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构和主承销商。

二、对外担保情况

截至2022年6月30日，公司不存在合并报表范围以外的对外担保情况，公司存在为子公司提供担保的情况，具体如下：

1、2020年8月14日，公司与中国银行河南省分行签署了《开立保函/备用信用证申请书》（2020年保申字082Z0号），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为105.63万欧元的经营性租赁保函，被担保人为德国子公司EUZIEL。

2、2020年12月7日，公司与中国银行河南省分行签署了《开立保函/备用信用证申请书》（2020年YYB保申字1201Z0号），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为86.90万欧元的经营性租赁保函，被担保人为德国子公司EUZIEL。

3、2021年1月11日，公司与中国银行河南省分行签署了《开立保函/备用信用证申请书》（2021年YYB保质字0104Z0号），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为64.44万欧元的经营性租赁保函，被担保人为德国子公司EUZIEL。

4、2021年4月6日，公司与中国银行河南省分行签署了《开立保函/备用信用证申请书》（2021年YYB保申字0319Z0号），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为176.18万欧元的经营性租赁保函，被担保人为德国子公司EUZIEL。

5、2021年5月29日，公司与工商银行郑州自贸试验区分行签署了《开立非融资类保函/备用信用证协议》（2021年郑工银自贸致欧保01），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为400.00万美元的备用信用证，被担保人为美国子公司AMEZIEL。

6、2021年7月30日，公司与浦发银行郑州分行签署了《权利最高额质押合同》（227613202100000001），以大额存单质押的形式为子公司领未科技提供不

超过 5,000.00 万元额度的担保。

7、2021 年 9 月 13 日，公司与中国银行河南省分行签署了《开立保函/备用信用证申请书》（2021 年 YYB 保申字 028 号），以保证金质押的形式提供担保，申请开立金额为 180.65 万欧元的经营性租赁保函，被担保人为德国子公司 EUZIEL。

8、2021 年 9 月 27 日，公司与中信银行郑州分行签署了《最高额权利质押合同》（2021 信豫银最权质字第 2125347 号），以大额存单质押的形式为子公司致欧国际提供不超过 5,000.00 万元额度的担保。

9、2021 年 10 月 8 日，公司与中原银行签署了《最高额保证合同》（中原银[农业]最保字 2021 第 000149-2 号），与公司实际控制人宋川共同为子公司领未科技提供不超过 6,000.00 万元额度的保证担保。

10、2021 年 11 月 15 日，公司与浦发银行上海分行签署了《权利最高额质押合同》（ZZ9800202100000002），以大额存单质押的形式为子公司致欧国际提供不超过 5,000.00 万元额度的担保。

11、2022 年 1 月 21 日，子公司领未科技与中信银行郑州分行签署了《最高额保证合同》（2022 信豫银最保字第 2225051-2 号），与公司实际控制人宋川共同为公司提供不超过 10,000.00 万元额度的担保。

12、2022 年 2 月 11 日，公司与中信银行郑州分行签署了《最高额权利质押合同》（2022 信豫银最权质字第 2225033 号），以大额存单质押的形式为子公司领未科技提供 5,500 万元额度的担保。

13、2022 年 3 月 31 日，公司与交通银行河南省分行签署了《保证合同》（G220331GR4111646），与公司实际控制人宋川及其配偶邢亚楠共同为子公司领未科技提供不超过 440.00 万欧元额度的担保。

14、2022 年 4 月 6 日，公司与平安银行郑州分行签署了《质押担保合同》（平银郑州质字 20220406 第 001 号），以大额存单质押的形式为子公司致欧国际 250.00 万欧元的借款提供担保。

15、2022 年 5 月 12 日，子公司领未科技与光大银行郑州丰产路支行签署了《最高额保证合同》（光郑丰产支 ZB2022007），与公司实际控制人宋川共同为公司提供不超过 5,000.00 万元额度的担保。

16、2022年6月24日，公司与招商银行郑州分行签署了《最高额不可撤销担保书》（371XY202202072705），与公司实际控制人宋川共同为子公司领未科技提供不超过5,000.00万元额度的担保。

三、重大诉讼或仲裁事项

（一）发行人重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司存在尚未了结的诉讼事项，但该等诉讼不会对公司的经营活动产生重大不利影响，公司尚未了结的主要诉讼事项具体情况如下：

1、交通事故诉讼

（1）案情介绍

2018年10月，公司员工在工作时间驾车发生交通事故，该交通事故经认定为公司员工的责任。AMEZIEL已购买相关保险，因此将该交通事故交由保险公司与对方进行交涉。

2021年4月，AMEZIEL就该交通事故收到法院传票，原告要求AMEZIEL对其进行补偿性赔偿（主要包括工资损失、财产损失、医疗费等），但未明确赔偿金额。截至本招股说明书签署日，该案件仍由AMEZIEL的保险公司与原告对接沟通。

根据美国Stanley Law出具的法律意见书，该诉讼预计将于2023年秋季或冬季在美国圣贝纳迪诺法院（San Bernardino County Superior Court）开庭。

（2）诉讼事项对公司经营活动的影响

AMEZIEL已就上述诉讼事项购买了商业保险，其属于前述保险的承保范围内，将由保险公司在约定的限额内（即100万美元）承担保险理赔诉讼所可能产生的经济赔偿。AMEZIEL仅承担在保险公司赔付不足后的补偿义务，且公司及保险公司预计保险金额能够覆盖该交通事故的赔偿金额。因此，该诉讼事项不会对公司的经营活动产生重大不利影响。

2、仓库叉车事故诉讼

（1）案情介绍

2021年4月，AMEZIEL的1名员工在工作时间发生员工被叉车撞伤的事故，

造成员工受到轻伤并入院治疗。AMEZIEL 已购买相关保险，该事故已交由保险公司进行处理。

2022 年 2 月，AMEZIEL 就该事故收到法院传票，原告（即该名员工）要求 AMEZIEL 对其进行赔偿，但未明确赔偿金额。截至本招股说明书签署日，该案件仍由 AMEZIEL 的保险公司与原告对接沟通。

根据美国 Stanley Law 出具的法律意见书，该等诉讼涉及的事故所造成的的损失将由保险公司全额赔付（如需），AMEZIEL 被要求承担赔偿责任或其他法律责任的可能性很低。

（2）诉讼事项对公司经营活动的影响

AMEZIEL 已就上述诉讼事项购买了商业保险，其属于前述保险的承保范围内，将由保险公司在约定的限额内承担保险理赔诉讼所可能产生的经济赔偿。AMEZIEL 仅承担在保险公司赔付不足后的补偿义务，且公司及美国律师预计保险金额能够覆盖该事故的赔偿金额。因此，该诉讼事项不会对公司的经营活动产生重大不利影响。

除上述未决诉讼以外，公司不存在其他尚未了结的**重大**诉讼、仲裁事项，亦不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的重大诉讼或仲裁事项。

（二）发行人控股股东或实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和其他核心人员作为一方当事人的刑事诉讼、重大诉讼或仲裁事项

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人、控股子公司及公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员均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、发行人董事、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情况

公司董事、监事、高级管理人员和其他核心人员最近 3 年不涉及行政处罚、被司法机关立案侦查、被中国证监会立案调查情况。

五、发行人控股股东、实际控制人报告期内的重大违法违规行为

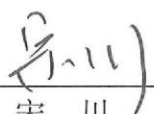
报告期内，公司控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

第十二节 声明

发行人全体董事、监事、高级管理人员声明

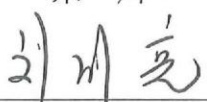
本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，按照诚信原则履行承诺，并承担相应的法律责任。

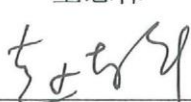
全体董事：


 宋 川

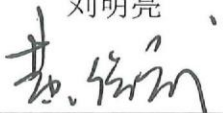

 王志伟


 田 琳

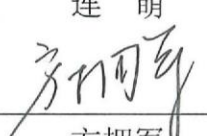

 刘明亮


 赵东平

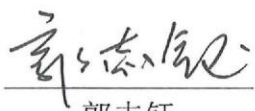

 连 萌

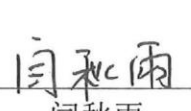

 黄侦武


 吴智慧


 方拥军

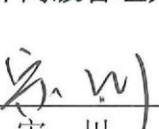
全体监事：


 郭志钰

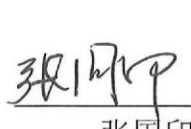

 闫秋雨

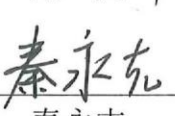

 康瑞敏

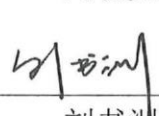
全体高级管理人员：

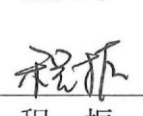

 宋 川


 刘明亮


 张国印


 秦永吉


 刘书洲


 程 振

致欧家居科技股份有限公司

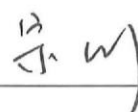
2022年9月21日



发行人控股股东、实际控制人声明

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）：



宋 川

致欧家居科技股份有限公司



2022年9月21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。

项目协办人：



夏朋志

保荐代表人：

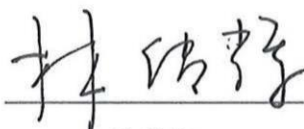


肖东东



谭旭

法定代表人：



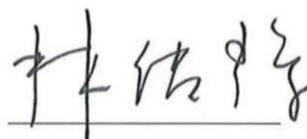
林传辉



保荐机构董事长和总经理声明

本人已认真阅读致欧家居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。

保荐机构董事长、总经理：



林传辉



发行人律师声明

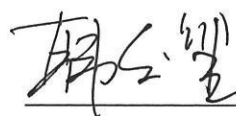
本所及经办律师已阅读招股说明书, 确认招股说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并承担相应的法律责任。

律师事务所负责人:



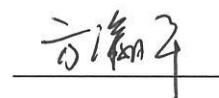
张学兵

经办律师:



韩公望

经办律师:



方瀛平



关于致欧家居科技股份有限公司 招股说明书的会计师事务所声明

致欧家居科技股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读致欧家居科技股份有限公司首次公开发行A股股票招股说明书，确认招股说明书中引用的有关经审计的2019年度、2020年度、2021年度及截至2022年6月30日止六个月期间的申报财务报表、内部控制审核报告所针对的于2022年6月30日的财务报告内部控制及经核对的2019年度、2020年度、2021年度及截至2022年6月30日止六个月期间的非经常性损益明细表的内容，与本所出具的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制审核报告及非经常性损益明细表专项报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述报告依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

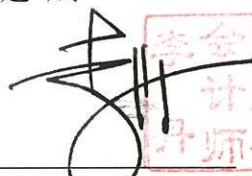
签字注册会计师


高建斌

签字注册会计师


陈静

会计师事务所负责人


李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2022年9月27日

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

中国上海市黄浦区湖滨路202号领展企业广场2座普华永道中心11楼 邮编200021

总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

资产评估机构声明

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:


资产评估师
41030145
王海鹏


资产评估师
121170006
王鑫森

资产评估机构负责人:


徐伟建

沃克森（北京）国际资产评估有限公司



2022年9月21日

关于致欧家居科技股份有限公司 招股说明书的验资机构声明

致欧家居科技股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读致欧家居科技股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书，确认招股说明书中引用的本所对致欧家居科技股份有限公司出具普华永道中天验字(2021)第 0240 号验资报告的内容，与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师

高建斌

高建斌

签字注册会计师

陈静

陈静

会计师事务所负责人

李丹

李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2022 年 9 月 2 日

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

中国上海市黄浦区湖滨路202号领展企业广场2座普华永道中心11楼 邮编200021

总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

关于致欧家居科技股份有限公司 招股说明书的验资机构声明

致欧家居科技股份有限公司董事会：

本所及签字注册会计师已阅读致欧家居科技股份有限公司首次公开发行 A 股股票招股说明书，确认招股说明书中引用的本所对致欧家居科技股份有限公司出具普华永道中天验字(2020)第 0711 号验资报告的内容，与本所出具的验资报告无矛盾之处。本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，确认招股说明书不致因完整准确地引用上述验资报告而导致在相应部分出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对本所出具的上述验资报告依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任。

签字注册会计师

高建斌

高建斌

签字注册会计师

陈静

陈静

会计师事务所负责人

李丹

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

2022年9月21日

普华永道中天会计师事务所(特殊普通合伙)

中国上海市黄浦区湖滨路202号领展企业广场2座普华永道中心11楼 邮编200021

总机: +86 (21) 2323 8888, 传真: +86 (21) 2323 8800, www.pwccn.com

第十三节 附件

一、备查文件

投资者可以查阅与本次公开发行有关的正式法律文件，该等文件也在指定网站上披露，具体如下：

- （一）发行保荐书；
- （二）上市保荐书；
- （三）法律意见书；
- （四）财务报表及审计报告；
- （五）公司章程（草案）；
- （六）与投资者保护相关的承诺；
- （七）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；
- （八）内部控制鉴证报告；
- （九）经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- （十）中国证监会同意发行人本次公开发行注册的文件；
- （十一）其他与本次发行有关的重要文件。

二、查阅时间、地点

（一）查阅时间

除法定节假日以外的每日上午 9:30-11:30，下午 2:30-4:30。

（二）查阅地址

1、发行人：致欧家居科技股份有限公司

联系地址： 河南省郑州市二七区嵩山南路 198-19 号东方大厦

电话： 0371-68991389

联系人： 秦永吉、龙康俐

2、保荐人（主承销商）：广发证券股份有限公司

联系地址： 广东省广州市天河区马场路 26 号广发证券大厦

电话： 020-66338888

联系人： 肖东东、谭旭、夏朋志

三、相关承诺事项

（一）关于股份锁定的承诺

1、发行人控股股东、实际控制人、董事长、总经理宋川的承诺

（1）自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内（以下简称“锁定期”），本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行上市之前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股票发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

（2）若本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，该等股票的减持价格将不低于发行价；在公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的上述锁定期自动延长 6 个月。上述发行价指公司首次公开发行 A 股股票的发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则发行价格相应进行调整。本项承诺不因本人在公司的职务变更、离职等原因而变更或终止。

（3）在上述锁定期满后，本人若仍然担任公司的董事、高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。在离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份；如本人在任期届满前离职的，本人承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守前述对董事、高级管理人员股份转让的限制性规定。

（4）上述锁定期限届满后，本人减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

（5）若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本人将依法承担相应的责任，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

2、发行人实际控制人之母张秀荣的承诺

（1）自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 36 个月内（以下简称“锁定

期”)，本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行上市之前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人持有的公司股票发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

(2) 上述锁定期限届满后，本人减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本人将依法承担相应的责任，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

3、发行人股东科赢投资、沐桥投资、泽睿咨询、语昂咨询、安克创新、和谐博时的承诺

(1) 自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理本企业在本次发行上市之前持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 上述锁定期届满后，本企业减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本企业将依法承担相应的责任。

4、发行人股东中原前海、前海基金、富邦凯瑞、服贸基金的承诺

(1) 对于本企业在公司申请发行上市前 12 个月内通过对公司增资取得的股份，自该次增资的工商变更登记手续完成之日起 36 个月内且自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），本企业不转让或者委托他人管理该部分股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 上述锁定期届满后，本企业减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本企业将依法承担相应的责任。

5、发行人股东苏州宜仲的承诺

(1) 对于本企业于 2020 年 5 月通过受让方式以及 2020 年 10 月通过增资扩股新增取得的公司股份，自工商变更登记手续完成之日起 36 个月内且自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理该

部分公司股份，也不由公司回购该部分股份。除上述情形外，本企业持有的其他本次发行上市前已发行的公司股份，自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的该部分公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 上述锁定期届满后，本企业减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本企业将依法承担相应的责任。

6、发行人股东天津德辉的承诺

(1) 对于本企业于 2020 年 5 月通过受让方式取得的公司股份，自该次股权转让的工商变更登记手续完成之日起 36 个月内且自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，本企业不转让或者委托他人管理该部分公司股份，也不由公司回购该部分股份。除上述情形外，本企业持有的其他本次发行上市前已发行的公司股份，自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本企业持有的该部分公司股份，也不由公司回购该部分股份。

(2) 上述锁定期届满后，本企业减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本企业将依法承担相应的责任。

7、除宋川以外的其他直接或间接持有发行人股份的董事/高级管理人员的承诺

(1) 自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行上市之前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人直接或间接持有的公司股票发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

(2) 若本人所持公司股票在锁定期满后两年内减持的，该等股票的减持价格将不低于发行价；在公司上市后 6 个月内，如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的上述锁定期自动延长 6 个月。上述发行价指公司首次公开发行 A 股股票的

发行价格，如果公司上市后因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则发行价格相应进行调整。本项承诺不因本人在公司的职务变更、离职等原因而变更或终止。

(3) 在上述锁定期满后，本人若仍然担任公司的董事/高级管理人员，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。在离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份；如本人在任期届满前离职的，本人承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守前述对董事/高级管理人员股份转让的限制性规定。

(4) 上述锁定期限届满后，本人减持公司股份时，将按照相关法律、法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(5) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本人将依法承担相应的责任，违规减持公司股票的收益将归公司所有。

8、间接持有发行人股份的监事的承诺

(1) 自公司股票在深圳证券交易所上市之日起 12 个月内（以下简称“锁定期”），本人不转让或者委托他人管理本人在本次发行上市之前直接或间接持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。若因公司进行权益分派等导致本人直接或间接持有的公司股票发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

(2) 在上述锁定期满后，本人若仍然担任公司的监事，在任职期间每年转让的股份不超过本人所持有公司股份总数的 25%。在离职后 6 个月内，不转让本人所持有的公司股份；如本人在任期届满前离职的，本人承诺在本人就任时确定的任期内和任期届满后 6 个月内，继续遵守前述对监事股份转让的限制性规定。

(3) 上述锁定期限届满后，本人减持公司股份时，将按照相关法律法规及证券交易所的规则进行并及时、准确地履行信息披露义务。

(4) 若未履行本承诺所约定的义务和责任而给公司、公司其他股东造成损失，本人将依法承担相应的责任，违规减持公司股票的收益将归公司所有。本人的上述承诺不因本人在公司的职务变更、离职等原因而变更或终止。

(二) 关于持股意向及减持意向的承诺

1、发行人控股股东、实际控制人宋川的承诺

(1) 对于本次上市前持有的公司股份，本人将严格遵守已做出的关于所持

公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次上市前持有的公司股份。

(2) 如果在锁定期满后，本人拟减持公司股票，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持股票的相关规定，结合公司稳定股价、资本运作等方面的需要，审慎制定股票减持计划。在本人减持公司股票时，本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律、法规的规定，提前三个交易日公告，并按照相关法律、法规及证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 如果在锁定期满后两年内，本人拟减持股票的，减持价格不低于发行价格。发行价格指公司首次公开发行 A 股股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则发行价格相应进行调整。

(4) 本人减持公司股票的方式应符合相关法律、法规及证券交易所规则的规定，减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

(5) 如果本人违反相关法律法规以及相关承诺减持股份，本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果未履行上述承诺出售公司股票，本人将该部分出售股票所得的收益（如有）上缴公司所有。

2、发行人实际控制人之母张秀荣的承诺

(1) 对于本次上市前持有的公司股份，本人将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次上市前持有的公司股份。

(2) 如果在锁定期满后，本人拟减持股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持股票的相关规定，结合公司稳定股价、资本运作等方面的需要，审慎制定股票减持计划。在本人减持公司股票时，本人将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律、法规的规定，提前三个交易日公告，并按照相关法律、法规及证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 如果在锁定期满后两年内，本人拟减持公司股票的，减持价格不低于减持时公司上一年度末经审计每股净资产。

(4) 本人减持公司股票的方式应符合相关法律、法规及证券交易所规则的规定，减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

(5) 如果本人违反相关法律法规以及相关承诺减持股份，本人将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果未履行上述承诺出售公司股票，本人将该部分出售股票所得的收益（如有）上缴公司所有。

3、持股 5%以上股东安克创新的承诺

(1) 对于本次上市前持有的公司股份，本企业将严格遵守已做出的关于所持公司股份流通限制及自愿锁定的承诺，在锁定期内，不出售本次上市前持有的公司股份。

(2) 如果在锁定期满后，本企业拟减持公司股票的，将认真遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所关于股东减持股票的相关规定，结合公司稳定股价、资本运作等方面的需要，审慎制定股票减持计划。在本企业实施减持公司股票且本企业仍为公司持股 5%以上的股东时，本企业将遵守中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所有关法律、法规的规定，提前三个交易日公告，并按照相关法律、法规及证券交易所的规则及时、准确地履行信息披露义务。

(3) 如果在锁定期满后两年内，本企业拟减持公司股票的，减持价格不低于发行价格。发行价格指公司首次公开发行 A 股股票的发行价格，如果因公司上市后派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，则发行价格相应进行调整。

(4) 本企业减持公司股票的方式应符合相关法律、法规及证券交易所规则的规定，减持方式包括但不限于交易所集中竞价交易方式、大宗交易方式、协议转让方式等。

(5) 如果本企业违反相关法律法规以及相关承诺减持股份，本企业将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明未履行承诺的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；如果未履行上述承诺出售公司股票，本企业将该

部分出售股票所得的收益（如有）上缴公司所有。

（三）稳定股价的措施和承诺

为维护广大股东利益，增强投资者信心，公司及其控股股东、实际控制人、在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员承诺，如果本次上市后三年内公司股价出现低于每股净资产的情况时，将启动稳定股价的预案（以下简称“本预案”），具体如下：

1、启动稳定股价措施的具体条件

（1）启动条件

自公司首次公开发行股票并在创业板上市之日起 36 个月内，当公司股票连续 20 个交易日收盘价均低于公司最近一年末经审计的每股净资产时（若因除权除息等事项致使上述股票收盘价与公司上一会计年度末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），公司将启动相关稳定股价的方案，并提前公告具体实施方案。

（2）停止条件

在稳定股价方案实施期间，如果公司股票连续 20 个交易日收盘价均高于公司最近一年末经审计的每股净资产，则终止实施方案。本预案第二项稳定股价具体方案实施期满后，如再次发生上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价的具体措施

公司稳定股价的具体措施包括公司回购股票，控股股东、实际控制人增持公司股票，公司董事及高级管理人员增持公司股票。当上述启动股价稳定措施的条件成就时，公司将按下列顺序及时采取部分或全部措施稳定公司股价：

（1）公司回购

公司应当在符合股票交易相关规定的前提下，按照稳定股价方案确定的回购金额和回购期间，通过集中竞价交易、要约或证券监督管理部门认可的其他方式回购公司股份，并保证回购实施完毕后，公司的股权分布仍符合上市条件。

公司在制定稳定股价方案时，将根据公司的财务状况、资金需求确定具体回购金额，且符合下列限定条件：

①单次用于回购公司股份的资金总额不超过公司上一年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%；

②单一会计年度用于回购公司股份的资金总额累计不超过上一会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%;

③公司累计用于回购公司股份的资金总额不超过公司首次公开发行新股所募集资金的净额。

在上述条件成立之日起 10 个交易日内启动董事会会议程序讨论具体的回购方案,具体实施方案将在公司依法召开董事会、股东大会做出股份回购决议后公告。在股东大会审议通过股份回购方案后,公司将依法通知债权人,并向证券监督管理部门、证券交易所等主管部门报送相关材料,办理审批或备案手续。如果回购方案实施前公司股价已经不能满足启动稳定公司股价措施条件的,可不再继续实施该方案。

(2) 控股股东、实际控制人增持

公司控股股东、实际控制人应当在符合股票交易相关规定的前提下,按照稳定股价方案确定的增持金额和增持期间,以自有资金通过集中竞价交易方式增持公司股份,并保证增持实施完毕后,公司的股权分布仍符合上市条件。

控股股东、实际控制人在履行上述增持义务时,还应符合下列各项条件:

①增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格;

②单次用于增持的资金金额不低于公司上市后控股股东、实际控制人累计从公司所获得税后现金分红金额的 10%;

③单一会计年度累计用以增持的资金金额不超过上市后控股股东、实际控制人累计从公司所获得税后现金分红金额的 30%;

④公司以回购公众股作为稳定股价的措施未实施,或者公司已采取回购公众股措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

控股股东、实际控制人将依据法律、法规及公司章程的规定,在上述条件成立之日起 10 个交易日内向公司提交增持计划并公告。控股股东、实际控制人将在公司公告的 10 个交易日后,按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告控股股东、实际控制人增持计划后 10 个交易日内其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件,或者继续增持股票将导致公司不满足法定上市条件时,或者继续增持股票将迫使公司控股股东、实际控制人履行要约收购义务,控股股东、实际控制人可不再实施上述增持公司股份的计划。

（3）董事、高级管理人员增持

在公司任职并领取薪酬的非独立董事、高级管理人员应当在符合股票交易相关规定的前提下，按照稳定股价方案确定的增持金额和增持期间，以自有资金通过集中竞价交易方式增持公司股份，并保证增持实施完毕后，公司的股权分布仍符合上市条件。

董事、高级管理人员在满足以下条件的情形下履行上述增持义务：

①增持价格不超过公司上一会计年度未经审计的每股净资产的价格；

②单次用以增持的资金金额不低于其上一年度从其公司领取的税后薪酬总额的 10%；

③单一会计年度累计用以增持的资金金额不超过其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 30%；

④如公司已采取回购公众股措施且控股股东、实际控制人已采取增持股份措施但公司股票收盘价仍低于上一会计年度未经审计的每股净资产。

触发前述股价稳定措施的启动条件时，公司董事、高级管理人员不因在股东大会审议通过股价稳定方案及方案实施期间内职务变更、离职等情形而拒绝实施上述稳定股价的措施。自公司上市起三年内新聘任的非独立董事、高级管理人员，公司将要求其签署承诺书，保证其履行公司本次发行上市时董事、高级管理人员已做出的相应承诺。

董事、高级管理人员将依据法律、法规及公司章程的规定，在上述条件成立之日起 10 个交易日内向公司提交增持计划并公告。董事、高级管理人员将在公司公告的 10 个交易日后，按照增持计划开始实施买入公司股份的计划。

如果公司公告董事、高级管理人员增持计划后 10 个交易日内其股价已经不能满足启动稳定公司股价措施的条件，董事、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

在宋川为公司控股股东、实际控制人，同时担任公司董事、高级管理人员的情况下，宋川基于其控股股东、实际控制人的身份，按照上述“控股股东、实际控制人增持”的要求履行稳定股价义务，但无需基于其董事、高级管理人员的身份履行“董事、高级管理人员增持”项下的稳定股价义务。

3、约束措施

在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如公司及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员未采取上述稳定股价的具体措施，公司及其控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员承诺接受以下约束措施：

（1）公司将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。因未采取稳定股价的具体措施给投资者造成损失的，将依法对投资者进行赔偿。

（2）如公司控股股东、实际控制人未能按照稳定股价预案履行增持义务，则控股股东、实际控制人将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；将暂停取得应直接或间接获得的公司现金分红并暂停在公司领取薪酬，直至履行该等稳定股价义务。

（3）如公司董事、高级管理人员未能按照稳定股价预案履行增持义务，则董事、高级管理人员将在公司股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未采取上述稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉；将暂停取得应直接或间接获得的公司现金分红并暂停在公司领取薪酬，直至相关董事、高级管理人员履行其增持股份义务。

（4）如因深圳证券交易所股票上市规则等证券监管法规对于社会公众股股东最低持股比例的规定导致公司及其控股股东、实际控制人、董事及高级管理人员在一定时期内无法履行其回购或增持股份义务的，相关责任主体可免于适用前述约束措施。

（四）关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

1、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施

本次发行完成后，公司将采取多种措施保证募集资金的有效使用，以填补被摊薄的即期回报，具体如下：

（1）加快募投项目投资进度，提高募集资金使用效率

公司本次募集资金投资项目均围绕于主营业务。本次募集资金到位前，为尽快实现募集资金投资项目效益，公司将积极调配资源，力争提前完成募集资金投资项目的前期准备工作；本次发行募集资金到位后，公司将加快推进募集资金投资项目建设，争取早日实现预期目标，增加以后年度的股东回报，降低本次发行

导致的股东即期回报摊薄的风险。

(2) 加强募集资金管理，保证募集资金有效使用

公司依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《上市公司监管指引第2号——上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等法律法规以及公司实际情况，制定了《募集资金管理制度》。本次发行募集资金到位后，公司将按照《募集资金管理制度》用于承诺的使用用途，对募集资金进行专项存储，严格履行申请和审批手续，按投资计划申请、审批、使用募集资金，并对使用情况进行检查与监督，以确保募集资金的有效管理和使用。

(3) 持续完善公司治理，为公司发展提供制度保障

公司将严格遵循《公司法》《证券法》《上市公司治理准则》等法律、法规和规范性文件的要求，不断完善公司治理结构，确保股东能够充分行使权利；确保董事会能够按照法律、法规和公司章程的规定行使职权，做出科学、迅速和审慎的决策；确保独立董事能够认真履行职责，维护公司整体利益，尤其是中小股东的合法权益；确保监事会能够独立有效地行使对董事、经理和其他高级管理人员及公司财务的监督权和检查权，为公司发展提供制度保障。

(4) 优化投资回报机制

为建立对投资者持续、稳定、科学的回报规划与机制，对利润分配做出制度性安排，保证利润分配政策的连续性和稳定性，公司根据证监会《上市公司监管指引第3号——上市公司现金分红》等相关要求制定了公司章程。《公司章程（草案）》明确了公司利润分配尤其是现金分红的具体条件、比例等，完善了公司利润分配的决策程序以及利润分配政策的调整原则。

(5) 其他方式

公司未来将根据中国证监会、证券交易所等监管机构出台的具体细则及要求，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。

2、控股股东、实际控制人关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司控股股东、实际控制人宋川就公司首次公开发行股票并在创业板上市摊薄即期回报采取填补措施的事宜承诺如下：

(1) 本人不越权干预公司经营管理，不侵占公司利益。

(2) 本人将根据未来中国证监会、证券交易所等监管机构出台的相关规定，

积极采取一切必要、合理措施，使公司填补被摊薄即期回报措施能够得到有效的实施。

(3) 本承诺出具日后，如中国证监会或证券交易所作出关于填补回报措施及承诺的新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会或证券交易所该等规定的，本人承诺届时将按照中国证监会或证券交易所的最新规定出具补充承诺。

(4) 若违反该等承诺或拒不履行承诺，本人自愿接受中国证监会、证券交易所等证券监管机构对本人依法作出相关处罚或采取相关管理措施；若违反该等承诺并给公司或者股东造成损失的，愿意依法承担赔偿责任。

3、董事、高级管理人员关于填补被摊薄即期回报的承诺

公司董事、高级管理人员就公司首次公开发行股票并在创业板上市摊薄即期回报采取填补措施的事宜承诺如下：

(1) 本人承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

(2) 本人承诺对本人的职务消费行为进行约束。

(3) 本人承诺不动用公司资产从事与本人履行职责无关的投资、消费活动。

(4) 本人承诺由董事会或薪酬及提名委员会制定的薪酬制度应当与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(5) 若公司后续推出公司股权激励政策，本人承诺拟公布的公司股权激励的行权条件应当与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

(6) 本人将严格遵守公司制定的填补回报措施，将根据未来中国证监会、深圳证券交易所等监管机构出台的相关规定，积极采取一切必要、合理措施，在本人职权范围内督促公司制定的填补回报措施的执行。

(7) 自本承诺出具日至公司本次上市完成前，若中国证监会或证券交易所作出关于填补回报措施及承诺的其他新的监管规定，且上述承诺不能满足中国证监会或证券交易所该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会或证券交易所的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，本人若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊上公开说明未履行的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如违反承诺给公司或者投资人造成损失的，本人

将依法承担补偿责任。

（五）关于招股说明书信息披露的承诺

1、发行人关于招股说明书信息披露的承诺

（1）公司招股说明书不存在虚假记载、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个别和连带的法律责任。

（2）如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，若公司已公开发行股份但未上市，自有关监管机构依法对上述事实作出认定或处罚决定后，公司将依法按照发行价加计银行同期存款利息回购本次公开发行的全部新股；若公司发行股份并上市，自有关监管机构依法对上述事实作出认定或处罚决定后，公司将依法回购本次上市的全部新股，回购价格以公司股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日公司股票交易均价的孰高者确定。

（3）如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，公司将依法赔偿投资者损失。

（4）若相关法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对公司因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，公司自愿无条件地遵从该等规定。

2、发行人控股股东、实际控制人关于招股说明书信息披露的承诺

（1）公司招股说明书不存在虚假记载、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个别和连带的法律责任。

（2）如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，本人将在中国证监会对上述事项做出有法律效力的认定之日起督促公司依法回购本次上市的全部新股，并启动依法购回本人已转让的原限售股份工作。购回价格以公司股票发行价格和有关违法事实被中国证监会认定之日前三十个交易日公司股票交易均价的孰高者确定。如遇除权除息事项，上述发行价格及购回股份数量应作相应调整。

（3）如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

（4）若本人违反上述承诺，则将在违反上述承诺之日起，停止在公司处获

得股东分红，同时本人持有的公司股份将不得转让，直至本人按上述承诺采取相应的购回或赔偿措施并实施完毕时为止。

(5) 若相关法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

3、发行人董事、监事、高级管理人员关于招股说明书信息披露的承诺

(1) 公司招股说明书不存在虚假记载、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个别和连带的法律责任。

(2) 如招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法赔偿投资者损失。

(3) 如果本人未能履行上述承诺，将停止在公司处领取薪酬或津贴，直至本人按上述承诺采取相应的赔偿措施并实施完毕时为止。

(4) 若相关法律、法规、规范性文件及中国证监会或深圳证券交易所对本人因违反上述承诺而应承担的相关责任及后果有不同规定，本人自愿无条件地遵从该等规定。

(六) 关于利润分配政策的承诺

发行人对利润分配政策事宜承诺如下：

本公司在本次发行上市后，将严格按照本次发行上市后适用的公司章程，以及本次发行上市的招股说明书及《关于公司首次公开发行股票并在创业板上市后三年内分红回报规划的议案》中披露的利润分配政策执行，充分维护股东利益。

如违反上述承诺，本公司将依照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的规定承担相应责任。

上述承诺为本公司真实意思表示，本公司自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺本公司将依法承担相应责任。

(七) 关于欺诈发行上市的股份购回承诺

1、发行人关于欺诈发行上市的股份购回的承诺

本公司符合深圳证券交易所创业板发行上市条件，本次发行上市申请文件真实、准确、完整，不存在以欺诈手段骗取发行注册的情形。如本次公开发行被有

关监管机构认定为构成欺诈发行的，本公司承诺在监管机构指定的期间内从投资者处回购公司首次公开发行的全部新股。

如本公司存在以欺诈手段骗取发行注册的情形，致使投资者在买卖本公司股票的证券交易中遭受损失的，本公司将在有关监管机构认定赔偿责任后依法赔偿投资者损失。

2、发行人控股股东、实际控制人宋川关于欺诈发行上市的股份购回的承诺

公司符合深圳证券交易所创业板发行上市条件，本次发行上市申请文件真实、准确、完整，不存在以欺诈手段骗取发行注册的情形。如本次公开发行被有关监管机构认定为构成欺诈发行的，本人承诺在监管机构指定的期间内从投资者处回购公司首次公开发行的全部新股。

如公司存在以欺诈手段骗取发行注册的情形，致使投资者在买卖公司股票的证券交易中遭受损失的，本人将在有关监管机构认定赔偿责任后依法赔偿投资者损失。

(八) 关于未履行承诺事项约束措施的承诺

1、发行人关于未履行承诺事项约束措施的承诺

(1) 如本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本公司将采取以下措施：

①及时、充分披露本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

③如该违反的承诺属可以继续履行的，本公司将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本公司将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交股东大会审议；

④自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司将不得发行证券，包括但不限于股票、公司债券、可转换的公司债券及证券监督管理部门认可的其他品种等；

⑤自本公司完全消除未履行相关承诺事项所产生的不利影响之前，本公司不

得以任何形式向本公司之董事、监事、高级管理人员增加薪资或津贴；

⑥本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本公司依法赔偿投资者的损失；本公司因违反承诺有违法所得的，按相关法律法规处理；

⑦其他根据届时规定可以采取的约束措施。

(2) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本公司自身无法控制的客观原因，导致本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本公司将采取以下措施：

①及时、充分披露本公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护投资者的权益。

2、发行人控股股东、实际控制人宋川关于未履行承诺事项约束措施的承诺

(1) 如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

③如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议；

④本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺所得收益，将上缴公司所有；

⑤其他根据届时规定可以采取的约束措施。

(2) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①通过公司及时、充分披露公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

3、发行人实际控制人宋川之母亲张秀荣关于未履行承诺事项约束措施的承诺

(1) 如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的（因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外），本人将采取以下措施：

①通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②在有关监管机关要求的期限内予以纠正；

③如该违反的承诺属可以继续履行的，本人将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议；

④本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺所得收益，将上缴公司所有；

⑤其他根据届时规定可以采取的约束措施。

(2) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

4、发行人股东科赢投资、沐桥投资、泽睿咨询、语昂咨询、安克创新、和谐博时、苏州宜仲、天津德辉、富邦凯瑞、中原前海、前海基金、服贸基金关于未履行承诺事项约束措施的承诺

(1) 如本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外), 本企业将采取以下措施:

①通过公司及时、充分披露本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因;

②在有关监管机关要求的期限内予以纠正;

③如该违反的承诺属可以继续履行的, 本企业将及时、有效地采取措施消除相关违反承诺事项; 如该违反的承诺确已无法履行的, 本企业将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺, 并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议;

④本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的, 由本企业依法赔偿投资者的损失;

⑤其他根据届时规定可以采取的约束措施。

(2) 如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本企业自身无法控制的客观原因, 导致本企业承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的, 本企业将采取以下措施:

①通过公司及时、充分披露公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因;

②向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺, 以尽可能保护公司及投资者的权益。

5、发行人自然人股东王志伟、田琳以及董事、监事、高级管理人员关于未履行承诺事项约束措施的承诺

(1) 如本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的(因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因导致的除外), 本人将采取以下措施:

①通过公司及时、充分披露本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因;

②在有关监管机关要求的期限内予以纠正;

③如该违反的承诺属可以继续履行的, 本人将及时、有效地采取措施消除相

关违反承诺事项；如该违反的承诺确已无法履行的，本人将向投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，并将上述补充承诺或替代性承诺提交公司股东大会审议；

④本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行导致投资者损失的，由本人依法赔偿投资者的损失；本人因违反承诺所得收益，将上缴公司所有；

⑤其他根据届时规定可以采取的约束措施。

（2）如因相关法律法规、政策变化、自然灾害等本人自身无法控制的客观原因，导致本人承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：

①通过公司及时、充分披露公司承诺未能履行、承诺无法履行或无法按期履行的具体原因；

②向公司及投资者及时作出合法、合理、有效的补充承诺或替代性承诺，以尽可能保护公司及投资者的权益。

（九）中介机构关于为公司首次公开发行制作、出具的文件无虚假记载、误导性陈述或重大遗漏的承诺

1、发行人保荐机构广发证券承诺

本公司为发行人首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形，对其真实性、准确性和完整性承担法律责任。

因本公司为发行人首次公开发行制作、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，本公司将依法赔偿投资者损失。

2、发行人律师中伦律师事务所承诺

发行人律师为发行人本次发行上市制作、出具的法律文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。如因发行人律师过错致使上述法律文件存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并因此给投资者造成直接损失的，本所将依法与发行人承担连带赔偿责任。

3、发行人会计师普华永道承诺

普华永道对其为发行人出具的审计报告、内部控制审核报告、非经常性损益明细表专项报告的真实性和完整性依据有关法律法规的规定承担相应的法律责任，包括如果普华永道出具的上述报告有虚假记载、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。

4、发行人资产评估机构沃克森承诺

本机构为致欧家居科技股份有限公司首次公开发行制作、出具的文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏的情形。如因本机构为发行人首次公开发行制作、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。

（十）关于股东信息披露的专项承诺

发行人关于公司股东信息披露的专项承诺：

1、本公司股东为宋川、张秀荣、王志伟、田琳、共青城科赢投资合伙企业（有限合伙）、共青城沐桥投资合伙企业（有限合伙）、郑州泽骞企业管理咨询中心（有限合伙）、郑州语昂企业管理咨询中心（有限合伙）、安克创新科技股份有限公司、珠海和谐博时一号投资合伙企业（有限合伙）、苏州宜仲创业投资合伙企业（有限合伙）、天津德辉投资管理合伙企业（有限合伙）、珠海富邦凯瑞管理咨询企业（有限合伙）、中原前海股权投资基金（有限合伙）、前海股权投资基金（有限合伙）以及服务贸易创新发展引导基金（有限合伙）。上述主体均具有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；

2、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本公司股份的情形；

3、本公司股东不存在以公司股权进行不当利益输送的情形；

4、本公司及本公司股东已及时向中介机构提供真实、准确、完整的资料，积极和全面配合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。

（十一）关于避免同业竞争的承诺

发行人控股股东、实际控制人宋川及其母亲张秀荣承诺：

1、本人、本人近亲属及其直接或间接控制的公司、合营或联营企业和/或下属企业（公司及其子公司除外，下同）目前没有且将来亦不会在中国境内外，以任何方式直接或间接从事与公司的主营业务及其它业务相同或相似的业务；

2、如果公司认为本人、本人近亲属及其直接或间接控制的公司、合营或联营企业和/或下属企业从事了对公司的业务构成竞争的业务，本人及本人近亲属将愿意以公平合理的价格将该等企业的资产或股权转让给公司或其子公司；

3、如果本人、本人近亲属及其直接或间接控制的公司、合营或联营企业和/或下属企业将来可能存在任何与公司主营业务产生直接或间接竞争的业务机会，应立即通知公司并尽力促使该业务机会按公司能合理接受的条款和条件首先提供给公司，公司对上述业务享有优先购买权。

4、本人、本人近亲属及其直接或间接控制的公司、合营或联营企业和/或下属企业不向与公司或公司的下属企业（含直接或间接控制的企业）所从事的业务构成竞争的其他公司、企业或其他机构、组织或个人提供专有技术或提供销售渠道、客户信息等商业秘密。

本人承诺，因违反本承诺的任何条款而导致公司和其他股东遭受的一切损失、损害和开支，将予以赔偿。本承诺函自本人签字之日起生效，直至本人不再为公司控股股东、实际控制人/控股股东、实际控制人之一致行动人为止。

本人在本承诺函中所作出的保证和承诺均代表本人、本人近亲属及其直接或间接控制的公司、合营或联营企业和/或下属企业而作出。

以上承诺适用于中国境内，及境外所有其他国家及地区。

（十二）关于规范和减少关联交易的承诺

1、发行人控股股东、实际控制人宋川及其母亲张秀荣关于规范和减少关联交易的承诺

（1）自本承诺函签署之日起，本人将尽可能地避免和减少本人和本人控制的其他企业、组织或机构（以下简称“本人控制的其他企业”）与公司及其下属企业之间的关联交易。

（2）对于无法避免或者因合理原因而发生的关联交易，本人和本人控制的其他企业将根据有关法律、法规和规范性文件以及公司章程的规定，遵循平等、自愿、等价和有偿的一般商业原则，履行法定程序与公司签订关联交易协议，并确保关联交易的价格公允，原则上不偏离市场独立第三方的价格或收费的标准，以维护公司及其股东（特别是中小股东）的利益。

(3) 本人保证不利用在公司中的地位 and 影响，通过关联交易损害公司及其股东（特别是中小股东）的合法权益。本人和本人控制的其他企业保证不利用本人在公司中的地位 and 影响，违规占用或转移公司的资金、资产及其他资源，或违规要求公司提供担保。

(4) 本人将督促本人的配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、成年子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹及其配偶、子女配偶的父母，以及本人控制的其他企业，同受本承诺函的约束。

(5) 如本人违反本承诺致使公司遭受损失的，在依法确定损失后，本人将在公司董事会通知的时限内依法赔偿公司因此遭受的损失。

(6) 本承诺函自本人签字之日即行生效并不可撤销，并在公司存续且本人依照中国证监会或证券交易所相关规定被认定为公司的关联方期间内有效。

2、发行人持股 5% 以上的股东安克创新关于规范和减少关联交易的承诺

(1) 本企业不会利用股东地位及与公司之间的关联关系操纵、指示公司或者公司的董事、监事、高级管理人员，使得公司以不公平的条件，提供或者接受资金、商品、服务或者其他资产，或从事任何损害公司利益的行为；

(2) 本企业及本企业控制的其他企业将尽量减少和避免与公司发生关联交易，对于必要的关联交易，将严格遵循平等、自愿、等价、有偿的原则，保证交易公平、公允，维护公司的合法权益，并根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会及证券交易所的有关规定和公司章程，履行相应的审议程序并及时予以披露；

(3) 本企业将督促本企业控制的其他企业，同受本承诺函的约束；

(4) 如本企业违反本承诺致使公司遭受损失的，在依法确定损失后，本企业将在公司董事会通知的时限内依法赔偿公司因此遭受的损失。

3、发行人董事、监事及高级管理人员关于规范和减少关联交易的承诺

(1) 本人不会利用公司董事/监事/高级管理人员身份，使得公司以不公平的条件，提供或者接受资金、商品、服务或者其他资产，或从事任何损害公司利益的行为；

(2) 本人及本人所控制或者担任董事、监事及高级管理人员的其他企业将尽量减少和避免与公司发生关联交易，对于必要的关联交易，将严格遵循平等、

自愿、等价、有偿的原则，保证交易公平、公允，维护公司的合法权益，并根据法律、行政法规、中国证券监督管理委员会及证券交易所的有关规定和公司章程，履行相应的审议程序并及时予以披露；

(3) 本人将督促并确保本人配偶、父母、子女等近亲属遵守本承诺函之承诺。

(4) 如本人违反本承诺致使公司遭受损失的，在依法确定损失后，本人将在公司董事会通知的时限内依法赔偿公司因此遭受的损失。

(十三) 关于社会保险、住房公积金的承诺

发行人控股股东、实际控制人宋川承诺：

若公司（包括其下属企业，下同）因上市前的社会保险或住房公积金缴纳事项而被社会保险管理部门或住房公积金管理部门要求补缴有关费用、滞纳金等款项的，或被主管行政机关给予行政处罚的，或被相关员工主张承担任何赔偿或补偿责任的，则就公司因该等事项遭受的补缴款、行政罚款、滞纳金、赔偿款、补偿款等所有经济损失，均将由本人以自有资产承担和支付。若在公司必须先行支付该等费用的情况下，本人保证及时向公司给予全额补偿，以确保公司不因此遭受任何经济损失。

(十四) 关于物业瑕疵的承诺函

发行人控股股东、实际控制人宋川承诺如下：

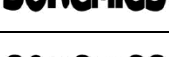
如公司及其境内外控股子公司、分公司因其租赁的物业、仓库不符合相关的法律法规，而被有关政府主管部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任或承担任何费用，或因公司及其境内控股子公司、分公司未办理房屋租赁登记备案而遭受任何损失，或者因其他任何租赁物业、仓库瑕疵而导致公司及其境内外控股子公司、分公司无法继续承租该等物业、仓库或承受任何损失且未获得出租方足额补偿的，本人愿意连带承担公司及其控股子公司、分公司应受处罚或承担法律责任或支付该等费用而导致、遭受、承担的相关损失、损害、索赔、开支，并使公司及其控股子公司、分公司和公司未来上市后的公众股东免受损害。

本人承诺，因违反本承诺函的任何条款而导致公司和其他股东遭受的相关损失、损害和开支，将予以赔偿。

四、附录

附录一：商标

1、境内注册商标

序号	商标	权利人	注册号	类别	权利期限	取得方式
1		致欧科技	10408671	26	2013.03.21-2023.03.20	原始取得
2		致欧科技	10408622	20	2013.03.21-2023.03.20	原始取得
3		致欧科技	15346714	21	2016.01.07-2026.01.06	原始取得
4		致欧科技	16153541	20	2016.04.28-2026.04.27	原始取得
5		致欧科技	17402254	20	2016.09.07-2026.09.06	原始取得
6		致欧科技	17402390	26	2016.09.07-2026.09.06	原始取得
7		致欧科技	25150624	6	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
8		致欧科技	25137787	8	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
9		致欧科技	25139213	14	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
10		致欧科技	25150744	18	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
11		致欧科技	25135082	20	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
12		致欧科技	25146647	21	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
13		致欧科技	25150909	22	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
14		致欧科技	25150946	24	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
15		致欧科技	25144100	26	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
16		致欧科技	25143246	28	2018.07.07-2028.07.06	原始取得
17		致欧科技	25140043	35	2018.07.07-2028.07.06	原始取得

18	SONGMICS	致欧科技	25151379	19	2018.07.07- 2028.07.06	原始取得
19	feandrea	致欧科技	30944263	8	2019.02.28- 2029.02.27	原始取得
20	feandrea	致欧科技	30953632	20	2019.02.28- 2029.02.27	原始取得
21	feandrea	致欧科技	30952045	35	2019.02.28- 2029.02.27	原始取得
22	feandrea	致欧科技	30953879	6	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
23	feandrea	致欧科技	30958010	21	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
24	feandrea	致欧科技	30953214	24	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
25	feandrea	致欧科技	30956463	28	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
26	feandrea	致欧科技	30936691	31	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
27	feandrea	致欧科技	30938582	18	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
28	feandrea	致欧科技	30962053	41	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
29	VASAGLE	致欧科技	31298053	6	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
30	VASAGLE	致欧科技	31323820	20	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
31	VASAGLE	致欧科技	31306101	35	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
32		致欧科技	31310079	6	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得

33		致欧科技	31310879	20	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
34		致欧科技	31296965	35	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
35		致欧科技	31313670	41	2019.03.07- 2029.03.06	原始取得
36	VASAGLE	致欧科技	31322355	41	2019.03.14- 2029.03.13	原始取得
37	VASAGLE	致欧科技	47379862	4	2021.02.14- 2031.02.13	原始取得
38	VASAGLE	致欧科技	47366891	8	2021.02.14- 2031.02.13	原始取得
39	SONGMICS	致欧科技	47371176	3	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
40	SONGMICS	致欧科技	47381739	10	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
41	SONGMICS	致欧科技	47388537	12	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
42	SONGMICS	致欧科技	47377645	15	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
43	SONGMICS	致欧科技	47395950	16	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
44	VASAGLE	致欧科技	47440117	12	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
45	VASAGLE	致欧科技	47449310	17	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
46	VASAGLE	致欧科技	47446601	18	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
47	VASAGLE	致欧科技	46513459	21	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
48	VASAGLE	致欧科技	47438098	24	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
49	VASAGLE	致欧科技	47438939	26	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
50	VASAGLE	致欧科技	47443630	40	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
51	VASAGLE	致欧科技	47444695	43	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得
52	VASAGLE	致欧科技	47449188	45	2021.02.21- 2031.02.20	原始取得

53	SONGMICS	致欧科技	47432840	34	2021.02.28- 2031.02.27	原始取得
54	SONGMICS	致欧科技	47383739	4	2021.03.07- 2031.03.06	原始取得
55	SONGMICS	致欧科技	47383901	7	2021.03.07- 2031.03.06	原始取得
56	SONGMICS	致欧科技	47381625	9	2021.03.07- 2031.03.06	原始取得
57	SONGMICS	致欧科技	47426731	42	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
58	SONGMICS	致欧科技	47422575	23	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
59	SONGMICS	致欧科技	47420179	31	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
60	SONGMICS	致欧科技	47418187	45	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
61	SONGMICS	致欧科技	47401135	25	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
62	VASAGLE	致欧科技	47404532	10	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
63	VASAGLE	致欧科技	47440491	19	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
64	VASAGLE	致欧科技	47440516	23	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
65	VASAGLE	致欧科技	47442324	9	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
66	VASAGLE	致欧科技	47446777	42	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
67	VASAGLE	致欧科技	47448231	28	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
68	VASAGLE	致欧科技	47448568	15	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
69	VASAGLE	致欧科技	47448601	16	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
70	SONGMICS	致欧科技	46505406	41	2021.03.14- 2031.03.13	原始取得
71	SONGMICS	致欧科技	47384455	17	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
72	VASAGLE	致欧科技	47393751	7	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
73	VASAGLE	致欧科技	47395431	3	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得

74	VASAGLE	致欧科技	47440685	34	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
75	VASAGLE	致欧科技	47442802	11	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
76	VASAGLE	致欧科技	47447136	22	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
77	VASAGLE	致欧科技	47448055	14	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
78	VASAGLE	致欧科技	47448214	27	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
79	VASAGLE	致欧科技	47448243	31	2021.03.21- 2031.03.20	原始取得
80	SONGMICS	致欧科技	47378547	11	2021.04.28- 2031.04.27	原始取得
81	SONGMICS	致欧科技	47422631	27	2021.05.21- 2031.05.20	原始取得
82	SONGMICS	致欧科技	47418674	40	2021.04.07- 2031.04.06	原始取得
83	SONGMICS	致欧科技	47426765	43	2021.04.07- 2031.04.06	原始取得
84	feandrea	致欧科技	51018919	3	2021.06.28- 2031.06.27	原始取得
85	feandrea	致欧科技	51033277	7	2021.06.28- 2031.06.27	原始取得
86	feandrea	致欧科技	51010990	12	2021.06.28- 2031.06.27	原始取得
87	feandrea	致欧科技	51038275	45	2021.06.28- 2031.06.27	原始取得
88	feandrea	致欧科技	51005393	25	2021.07.07- 2031.07.06	原始取得
89	feandrea	致欧科技	51005455	26	2021.07.07- 2031.07.06	原始取得
90	feandrea	致欧科技	51011069	43	2021.07.07- 2031.07.06	原始取得
91	feandrea	致欧科技	51018964	4	2021.07.21- 2031.07.20	原始取得
92	feandrea	致欧科技	51019586	17	2021.07.07- 2031.07.06	原始取得

93	feandrea	致欧科技	51021620	9	2021.07.21-2031.07.20	原始取得
94	feandrea	致欧科技	51021656	11	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
95	feandrea	致欧科技	51023595	22	2021.07.21-2031.07.20	原始取得
96	feandrea	致欧科技	51023892	14	2021.07.21-2031.07.20	原始取得
97	feandrea	致欧科技	51026052	16	2021.07.21-2031.07.20	原始取得
98	feandrea	致欧科技	51028057	19	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
99	feandrea	致欧科技	51030834	42	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
100	feandrea	致欧科技	51034569	34	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
101	feandrea	致欧科技	51035338	40	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
102	feandrea	致欧科技	51035651	23	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
103	feandrea	致欧科技	51036393	15	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
104	feandrea	致欧科技	51037383	27	2021.07.07-2031.07.06	原始取得
105	VASAGLE	致欧科技	51594036	25	2021.08.07-2031.08.06	原始取得
106	致欧家居科技	致欧科技	52032576	20	2021.08.21-2031.08.20	原始取得
107	致欧	致欧科技	52042797	28	2021.10.28-2031.10.27	原始取得
108	致欧	致欧科技	52046012	35	2021.10.28-2031.10.27	原始取得
109	致欧	致欧科技	52047924	21	2021.11.28-2031.11.27	原始取得
110	致欧家居科技	致欧科技	52052980	35	2021.11.21-2031.11.20	原始取得
111	致欧家居科技	致欧科技	52057061	21	2021.08.28-2031.08.27	原始取得
112	致欧家居科技	致欧科技	52064401	28	2021.11.07-2031.11.06	原始取得
113	致欧	致欧科技	52064635	20	2021.11.21-2031.11.20	原始取得
114	ZIEL	致欧科技	52085185	35	2021.10.07-	原始取得

					2031.10.06	
115	ZIEL	致欧科技	52087635	21	2021.08.21- 2031.08.20	原始取得
116	ZIEL	致欧科技	52088479	28	2021.10.21- 2031.10.20	原始取得
117	ZIELHOME	致欧科技	56619922	21	2021.12.28- 2031.12.27	原始取得
118	ZIELHOME	致欧科技	56632315	41	2021.12.28- 2031.12.27	原始取得
119	ZIELHOME	致欧科技	56646677	20	2021.12.28- 2031.12.27	原始取得
120	ZIELHOME	致欧科技	56631978	35	2022. 02. 21- 2032. 02. 20	原始取得
121		致欧科技	57160344	35	2022. 04. 07- 2032. 04. 06	原始取得
122		致欧科技	57155736	41	2022. 04. 07- 2032. 04. 06	原始取得
123	 致欧家居科技股份有限公司 ZIEL Home Furnishing Technology Co., Ltd	致欧科技	57170441	35	2022. 03. 28- 2032. 03. 27	原始取得
124	 致欧家居科技股份有限公司 ZIEL Home Furnishing Technology Co., Ltd	致欧科技	57183407	41	2022. 04. 07- 2032. 04. 06	原始取得
125	领未	致欧科技	60172240	20	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
126	领未	致欧科技	60164730	21	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
127		致欧科技	60155384	20	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
128		致欧科技	60183349	21	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
129	 领未	致欧科技	60154958	20	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
130	 领未	致欧科技	60169957	21	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
131	 领未科技 LINGWEI TECHNOLOGY	致欧科技	60166762	20	2022. 04. 28- 2032. 04. 27	原始取得
132	 领未科技 LINGWEI TECHNOLOGY	致欧科技	60156955	21	2022. 04. 21- 2032. 04. 20	原始取得
133	LEDREM	致欧科技	60162975	21	2022. 04. 28- 2032. 04. 27	原始取得
134	致欧	致欧科技	60950892	2	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
135	致欧	致欧科技	60948133	5	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得

136	致欧	致欧科技	60949321	8	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
137	致欧	致欧科技	60950491	15	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
138	致欧	致欧科技	60956769	19	2022. 05. 21- 2032. 05. 20	原始取得
139	致欧	致欧科技	60950504	22	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
140	致欧	致欧科技	60951901	23	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
141	致欧	致欧科技	60955164	36	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
142	致欧	致欧科技	60951914	38	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
143	致欧	致欧科技	60948910	39	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
144	致欧家居科技	致欧科技	60955550	8	2022. 05. 21- 2032. 05. 20	原始取得
145	致欧家居科技	致欧科技	60952329	22	2022. 05. 28- 2032. 05. 27	原始取得
146	致欧家居科技	致欧科技	60956555	29	2022. 05. 21- 2032. 05. 20	原始取得
147	ZIEL	致欧科技	60949881	3	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
148	ZIEL	致欧科技	60949903	6	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
149	ZIEL	致欧科技	60955316	8	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
150	ZIEL	致欧科技	60954900	9	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
151	ZIEL	致欧科技	60952819	11	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
152	ZIEL	致欧科技	60956651	12	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
153	ZIEL	致欧科技	60955693	14	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
154	ZIEL	致欧科技	60951121	15	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
155	ZIEL	致欧科技	60954951	16	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
156	ZIEL	致欧科技	60956290	17	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得

157	ZIEL	致欧科技	60953184	18	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
158	ZIEL	致欧科技	60950329	19	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
159	ZIEL	致欧科技	60950334	22	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
160	ZIEL	致欧科技	60949104	23	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
161	ZIEL	致欧科技	60949583	24	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
162	ZIEL	致欧科技	60949588	25	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
163	ZIEL	致欧科技	60949124	27	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
164	ZIEL	致欧科技	60948328	37	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
165	ZIEL	致欧科技	60954161	40	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
166	ZIEL	致欧科技	60956674	41	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
167	ZIEL	致欧科技	60948343	42	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
168	ZIELHOME	致欧科技	60955052	3	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
169	ZIELHOME	致欧科技	60955059	5	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
170	ZIELHOME	致欧科技	60954646	6	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
171	ZIELHOME	致欧科技	60948015	8	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
172	ZIELHOME	致欧科技	60951178	9	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
173	ZIELHOME	致欧科技	60950343	11	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
174	ZIELHOME	致欧科技	60948808	12	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
175	ZIELHOME	致欧科技	60982736	14	2022. 05. 28- 2032. 05. 27	原始取得
176	ZIELHOME	致欧科技	60950359	18	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得
177	ZIELHOME	致欧科技	60954680	22	2022. 05. 14- 2032. 05. 13	原始取得

178	ZIELHOME	致欧科技	60948054	26	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得
179	ZIELHOME	致欧科技	60951217	31	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得
180	ZIELHOME	致欧科技	60954206	37	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得
181	ZIELHOME	致欧科技	60952922	39	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得
182	ZIELHOME	致欧科技	60955426	40	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得
183	ZIELHOME	致欧科技	60948372	42	2022.05.14- 2032.05.13	原始取得

2、境外注册商标

序号	商标	注册地	权利人	注册号	类别	权利期限	取得方式
1	SONGMICS	土耳其	致欧科技	2020 50935	20	2020.05.15- 2030.05.15	原始取得
2	VASAGLE	土耳其	致欧科技	2020 50929	20	2020.05.15- 2030.05.15	原始取得
3	SONGMICS	澳大利亚	致欧科技	1893314	20、21	2017.12.08- 2027.12.08	原始取得
4	SONGMICS	新加坡	致欧科技	40202009872 U	20	2020.05.14- 2030.05.14	原始取得
5	VASAGLE	新加坡	致欧科技	40202009873P	20	2020.05.14- 2030.05.14	原始取得
6	LEDREM	美国	领未科技	5374434	20	2018.01.09- 2028.01.09	原始取得
7		美国	Ameziel	4807021	6、14、20、 21	2015.09.08- 2025.09.08	继受取得
8	SONGMICS	美国	Ameziel	5367973	8、11、14、 18、20、21、 22、24	2018.01.02- 2028.01.02	继受取得
9	VASAGLE	美国	Ameziel	5696185	6	2019.03.12- 2029.03.12	原始取得
10	VASAGLE	美国	Ameziel	5696193	20	2019.03.12- 2029.03.12	原始取得
11	feandrea	美国	Ameziel	5708894	28	2019.03.26- 2029.03.26	原始取得
12	feandrea	美国	Ameziel	5708892	21	2019.03.26- 2029.03.26	原始取得
13	feandrea	美国	Ameziel	5708890	20	2019.03.26- 2029.03.26	原始取得

14		美国	Ameziel	5708889	18	2019.03.26-2029.03.26	原始取得
15		美国	Ameziel	5708888	6	2019.03.26-2029.03.26	原始取得
16	SONGMICS	美国	Ameziel	6101234	35	2020.07.14-2030.07.14	原始取得
17	FEANDREA	美国	Ameziel	6101399	35	2020.07.14-2030.07.14	原始取得
18	VASAGLE	美国	Ameziel	6112420	35	2020.07.28-2030.07.28	原始取得
19	SONGMICS	墨西哥	Ameziel	2117605	14	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
20	SONGMICS	墨西哥	Ameziel	2117606	20	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
21	SONGMICS	墨西哥	Ameziel	2117607	21	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
22	SONGMICS	墨西哥	Ameziel	2117608	35	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
23	VASAGLE	墨西哥	Ameziel	2120662	20	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
24	VASAGLE	墨西哥	Ameziel	2120663	21	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
25	VASAGLE	墨西哥	Ameziel	2120664	35	2020.07.13-2030.07.13	原始取得
26		欧盟	EUZIEL	011207099	11、20、26	2012.09.06-2022.09.06	继受取得
27		欧盟	EUZIEL	012755765	9、21、28	2014.04.02-2024.04.02	继受取得
28		欧盟	EUZIEL	014268882	14、19、22	2015.06.18-2025.06.18	继受取得
29		欧盟	EUZIEL	014570782	20、21、26	2015.09.19-2025.09.19	继受取得
30		欧盟	EUZIEL	017211351	6、18、24、35	2017.09.17-2027.09.17	继受取得
31	SONGMICS	欧盟	EUZIEL	017314915	6、9、11、14、18、19、20、21、22、24、26、28、35	2017.10.10-2027.10.10	继受取得
32		欧盟	EUZIEL	017910645	6、8、18、20、21、24、28、31、35、	2018.05.30-2028.05.30	原始取得

					41		
33	VASAGLE	欧盟	EUZIEL	017913418	6、20、35、41	2018.06.06-2028.06.06	原始取得
34		欧盟	EUZIEL	017913441	6、20、35、41	2018.06.06-2028.06.06	原始取得
35	SONGMICS	欧盟	EUZIEL	018186894	41	2020.01.23-2030.01.23	原始取得
36	VASAGLE	欧盟	EUZIEL	018186896	21	2020.01.23-2030.01.23	原始取得
37	SONGMICS	欧盟	EUZIEL	018322122	7、8、12、15、16、17、23、25、27、34、40、42、43、44、45	2020.10.16-2030.10.16	原始取得
38	VASAGLE	欧盟	EUZIEL	018322922	9、11、14、18、19、22、24、26、28	2020.10.16-2030.10.16	原始取得
39	feandrea	欧盟	EUZIEL	018322927	9、11、14、19、22、23、25、26	2020.10.16-2030.10.16	原始取得
40		英国	EUZIEL	UK00912755765	9、21、28	2014.04.02-2024.04.02	继受取得
41		英国	EUZIEL	UK00914268882	14、19、22	2015.06.18-2025.06.18	继受取得
42		英国	EUZIEL	UK00911207099	11、20、26	2012.09.06-2022.09.06	继受取得
43	SONGMICS	英国	EUZIEL	UK00917314915	6、9、11、14、18、19、20、21、22、24、26、28、35	2017.10.10-2027.10.10	继受取得
44	SONGMICS	英国	EUZIEL	UK00918186894	41	2020.01.23-2030.01.23	原始取得
45		英国	EUZIEL	UK00917211351	6、18、24、35	2017.09.17-2027.09.17	继受取得
46	ZIEL	英国	EUZIEL	UK00914570782	20、21、26	2015.09.19-2025.09.19	继受取得
47	feandrea	英国	EUZIEL	UK00917910645	6、8、18、20、21、24、28、31、35、41	2018.05.30-2028.05.30	原始取得

48	VASAGLE	英国	EUZIEL	UK009181868 96	21	2020.01.23- 2030.01.23	原始取得
49	VASAGLE	英国	EUZIEL	UK009179134 18	6、20、35、 41	2018.06.06- 2028.06.06	原始取得
50		英国	EUZIEL	UK009179134 41	6、20、35、 41	2018.06.06- 2028.06.06	原始取得
51		日本	ZIELJP	5970171	14、20、21	2017.08.04- 2027.08.04	继受取得
52		日本	ZIELJP	6136189	6、20、35、 41	2019.04.05- 2029.04.05	原始取得
53	VASAGLE	日本	ZIELJP	6136188	6、20、35、 41	2019.04.05- 2029.04.05	原始取得
54	feandrea	日本	ZIELJP	6171549	6、8、18、 20、21、24、 28、31、35、 41	2019.08.16- 2029.08.16	原始取得
55		日本	ZIELJP	6360527	41	2021.03.08- 2031.03.08	原始取得
56	VASAGLE	日本	ZIELJP	6371226	21	2021.03.31- 2031.03.31	原始取得
57	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6368022	21	2021.06.01- 2031.06.01	原始取得
58	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380165	8	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
59	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380166	9	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
60	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380164	11	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
61	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380162	12	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
62	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380163	14	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
63	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6380408	12	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
64	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6380409	15	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得
65	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6380424	16	2021.06.08- 2031.06.08	原始取得

66	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6380426	19	2021.06.08-2031.06.08	原始取得
67	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380448	15	2021.06.08-2031.06.08	原始取得
68	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380458	16	2021.06.08-2031.06.08	原始取得
69	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380459	18	2021.06.08-2031.06.08	原始取得
70	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6380460	22	2021.06.08-2031.06.08	原始取得
71	SONGMICS	加拿大	AMEZIEL	TMA1102179	35、41	2021.06.16-2031.06.16	原始取得
72	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6483924	25	2021.09.14-2031.09.14	原始取得
73	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6483925	26	2021.09.14-2031.09.14	原始取得
74	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6483927	27	2021.09.14-2031.09.14	原始取得
75	feandrea	美国	AMEZIEL	6478689	8	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
76	feandrea	美国	AMEZIEL	6478653	9	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
77	feandrea	美国	AMEZIEL	6478690	11	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
78	feandrea	美国	AMEZIEL	6478691	12	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
79	feandrea	美国	AMEZIEL	6478654	14	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
80	feandrea	美国	AMEZIEL	6478683	15	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
81	feandrea	美国	AMEZIEL	6478685	16	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
82	feandrea	美国	AMEZIEL	6478686	22	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
83	feandrea	美国	AMEZIEL	6478688	24	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
84	feandrea	美国	AMEZIEL	6478692	25	2021.09.07-2031.09.07	原始取得
85	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6485787	24	2021.09.14-2031.09.14	原始取得
86	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6485788	25	2021.09.14-2031.09.14	原始取得
87	VASAGLE	美国	AMEZIEL	6485789	28	2021.09.14-	原始取得

						2031.09.14	
88	SONGMICS	墨西哥	AMEZIEL	2285357	28	2021.08.11-2031.08.11	原始取得
89	SONGMICS	墨西哥	AMEZIEL	2285359	18	2021.08.11-2031.08.11	原始取得
90	SONGMICS	墨西哥	AMEZIEL	2285360	12	2021.08.11-2031.08.11	原始取得
91	VASAGLE	墨西哥	AMEZIEL	2285355	28	2021.08.11-2031.08.11	原始取得
92	feandrea	墨西哥	AMEZIEL	2285356	20	2021.08.11-2031.08.11	原始取得
93	ZIELHOME	墨西哥	AMEZIEL	2301074	41	2021.09.22-2031.09.22	原始取得
94	ZIELHOME	墨西哥	AMEZIEL	2301073	35	2021.09.22-2031.09.22	原始取得
95	ZIELHOME	墨西哥	AMEZIEL	2310523	20	2021.10.14-2031.10.14	原始取得
96	ZIELHOME	欧盟	EUZIEL	018488576	20、21、35、41	2021.06.09-2031.06.09	原始取得
97	 SONGMICS	日本	ZIELJP	6412889	35	2021.07.07-2031.07.07	原始取得
98	SONGMICS	英国	EUZIEL	UK00003669006	7、8、12、15、16、17、23、25、27、34、40、42、43、44、45	2021.07.15-2031.07.15	原始取得
99	VASAGLE	英国	EUZIEL	UK00003669055	9、11、14、18、19、22、24、26、28	2021.07.15-2031.07.15	原始取得
100	feandrea	英国	EUZIEL	UK00003669027	9、11、14、19、22、23、25、26	2021.07.15-2031.07.15	原始取得
101	ZIELHOME	英国	FURNOLIC	UK00003654300	20、21、35、41	2021.06.11-2031.06.11	原始取得
102	SONGMICS	加拿大	致欧科技	TMA1112482	6、14、18、19、20、21、24、28	2021.10.25-2031.10.25	原始取得
103	FEANDREA	加拿大	AMEZIEL	TMA1116723	6、18、20、21、24、28	2021.12.30-2031.12.30	继受取得
104	VASAGLE	瑞士	致欧科技	772827	6、12、20、21、35、41	2021.11.23-2031.11.23	原始取得
105	FEANDREA	瑞士	致欧科技	772745	6、18、20、21、35、41	2021.11.23-2031.11.23	原始取得

106	feandrea	阿联酋	致欧科技	347432	20	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
107	feandrea	阿联酋	致欧科技	347433	21	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
108	SONGMICS	阿联酋	致欧科技	347434	20	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
109	SONGMICS	阿联酋	致欧科技	347435	21	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
110	VASAGLE	阿联酋	致欧科技	347440	20	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
111	VASAGLE	阿联酋	致欧科技	347442	21	2021.03.21-2031.03.21	原始取得
112	SONGMICS	美国	AMEZIEL	6640579	28	2022. 02. 08-2032. 02. 08	原始取得
113	ZIELHOME	日本	ZIELJP	6550409	20、21、35、41	2022. 04. 28-2032. 04. 28	原始取得
114	SONGMICS	澳大利亚	致欧科技	2229603	12、28、35、41	2021. 11. 18-2031. 11. 18	原始取得
115	VASAGLE	澳大利亚	致欧科技	2229604	6、12、20、21、35、41	2021. 11. 18-2031. 11. 18	原始取得
116	FEANDREA	澳大利亚	致欧科技	2229605	18、20、21、35、41	2021. 11. 18-2031. 11. 18	原始取得
117	VASAGLE	加拿大	AMEZIEL	TMA1118956	6、18、20、21、28	2022. 01. 31-2032. 01. 31	继受取得
118	VASAGLE	加拿大	AMEZIEL	TMA1116942	21、35、41	2022. 01. 05-2032. 01. 05	原始取得
119	FEANDREA	加拿大	AMEZIEL	TMA1116941	35、41	2022. 01. 05-2032. 01. 05	原始取得
120	VASAGLE	土耳其	致欧科技	2021-167478	6、12、21、35、41	2021. 11. 24-2031. 11. 24	原始取得
121	SONGMICS	沙特阿拉伯	致欧科技	1443011925	20	2022. 03. 11-2031. 07. 21	原始取得
122	SONGMICS	沙特阿拉伯	致欧科技	1443011929	21	2022. 03. 11-2031. 07. 21	原始取得
123	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443011933	20	2022. 03. 11-2031. 07. 21	原始取得
124	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443011936	21	2022. 03. 11-2031. 07. 21	原始取得
125	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443021179	6	2022. 06. 07-2031. 01. 26	原始取得
126	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443021181	12	2022. 06. 08-2031. 01. 26	原始取得

127	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443021184	35	2022.06.08-2031.01.26	原始取得
128	VASAGLE	沙特阿拉伯	致欧科技	1443021186	41	2022.06.08-2031.01.26	原始取得
129	SONGMICS	新西兰	致欧科技	1195662	12、20、21、28、35、41	2021.11.18-2031.11.18	原始取得
130	VASAGLE	新西兰	致欧科技	1195663	6、12、20、21、35、41	2021.11.18-2031.11.18	原始取得
131	FEANDREA	新西兰	致欧科技	1195661	6、20、21、35、41	2021.11.18-2031.11.18	原始取得
132	SONGMICS	瑞士	致欧科技	781542	12、20、21、28、35、41	2021.11.23-2031.11.23	原始取得

附录二：专利

1、境内专利

序号	专利名称	专利权人	专利号	专利类型	申请日	授权日	取得方式
1	一种防卡死的升降结构	致欧科技	ZL202020690491.8	实用新型	2020.04.29	2020.11.24	原始取得
2	收纳架（三层）	致欧科技	ZL201930593804.0	外观设计	2019.10.30	2020.06.09	原始取得
3	边桌（三层）	致欧科技	ZL201930593803.6	外观设计	2019.10.30	2020.09.04	原始取得
4	收纳架（五层）	致欧科技	ZL201930593805.5	外观设计	2019.10.30	2020.06.09	原始取得
5	床头桌（仿古色抽屉）	致欧科技	ZL201930622110.5	外观设计	2019.11.12	2020.08.04	原始取得
6	软包换鞋凳（仿古色）	致欧科技	ZL201930622111.X	外观设计	2019.11.12	2020.04.28	原始取得
7	推车（仿古色）	致欧科技	ZL201930621539.2	外观设计	2019.11.12	2020.06.09	原始取得
8	脏衣篮	致欧科技	ZL201930622108.8	外观设计	2019.11.12	2020.06.30	原始取得
9	方格拉网储物柜	致欧科技	ZL201930638182.9	外观设计	2019.11.19	2020.06.09	原始取得
10	挂衣架（铁塔）	致欧科技	ZL201930700430.8	外观设计	2019.12.16	2020.01.14	原始取得
11	猫爬架（太空系列-大）	致欧科技	ZL202030024957.6	外观设计	2020.01.14	2020.06.09	原始取得
12	猫爬架（太空系列-小）	致欧科技	ZL202030024253.9	外观设计	2020.01.14	2020.09.08	原始取得
13	猫爬架（太空系列-中）	致欧科技	ZL202030024252.4	外观设计	2020.01.14	2020.09.08	原始取得
14	衣帽架	致欧科技	ZL202030188414.8	外观设计	2020.04.29	2020.08.11	原始取得
15	储物凳（仿古色）	致欧科技	ZL202030244231.3	外观设计	2020.05.23	2020.08.25	原始取得

16	换鞋凳（仿古色）	致欧科技	ZL202030244219.2	外观设计	2020.05.23	2020.08.25	原始取得
17	衣帽架（仿古色方形）	致欧科技	ZL202030244223.9	外观设计	2020.05.23	2020.09.08	原始取得
18	托盘边桌（仿古色方形）	致欧科技	ZL202030244228.1	外观设计	2020.05.23	2020.09.08	原始取得
19	换鞋凳（仿古色）	致欧科技	ZL202030244220.5	外观设计	2020.05.23	2020.08.25	原始取得
20	门厅架（带挂钩）	致欧科技	ZL202030332623.5	外观设计	2020.06.24	2020.10.16	原始取得
21	玩具架	致欧科技	ZL202030529800.9	外观设计	2020.09.08	2021.02.02	原始取得
22	U 型边桌	致欧科技	ZL202030550726.9	外观设计	2020.09.16	2021.02.02	原始取得
23	沙发边桌	致欧科技	ZL202030698780.8	外观设计	2020.11.18	2021.03.23	原始取得
24	电视柜（中国仿古色）	致欧科技	ZL202030592313.7	外观设计	2020.09.30	2021.05.18	原始取得
25	椅子（羚羊彩穴）	致欧科技	ZL202030718214.9	外观设计	2020.11.25	2021.05.11	原始取得
26	一种带有遮阳板的休闲躺椅	致欧科技	ZL202021518277.0	实用新型	2020.07.28	2021.04.20	原始取得
27	一种强稳固型吊床支架	致欧科技	ZL202021518290.6	实用新型	2020.07.28	2021.04.20	原始取得
28	落地灯	致欧科技	ZL202130438194.4	外观设计	2021.07.12	2021.12.07	原始取得
29	置物镜	致欧科技	ZL202130438222.2	外观设计	2021.07.12	2021.12.10	原始取得
30	首饰柜（多功能款2）	致欧科技	ZL202130434633.4	外观设计	2021.07.09	2021.12.07	原始取得
31	首饰柜（多功能款1）	致欧科技	ZL202130434813.2	外观设计	2021.07.09	2021.12.10	原始取得
32	储物边桌	致欧科技	ZL202130413063.0	外观设计	2021.07.01	2021.10.22	原始取得
33	圆管椅	致欧科技	ZL202130410234.4	外观设计	2021.06.30	2021.10.22	原始取得
34	茶几	致欧科技	ZL202130410246.7	外观设计	2021.06.30	2021.10.22	原始取得
35	梳妆台	致欧科技	ZL202130410250.3	外观设计	2021.06.30	2021.10.22	原始取得
36	衣帽架	致欧科技	ZL202130410763.4	外观设计	2021.06.30	2021.11.05	原始取得
37	边桌	致欧科技	ZL202130410776.1	外观设计	2021.06.30	2021.10.22	原始取得
38	吧椅	致欧科技	ZL202130395580.X	外观设计	2021.06.25	2021.12.07	原始取得
39	衣物架	致欧科技	ZL202130378547.6	外观设计	2021.06.18	2021.10.22	原始取得
40	书柜	致欧科技	ZL202130336536.1	外观设计	2021.06.02	2021.09.14	原始取得
41	创意猫爬树	致欧科技	ZL202130261602.3	外观设计	2021.04.30	2021.10.15	原始取得
42	异形椅	致欧科技	ZL202130121995.8	外观设计	2021.03.05	2021.09.28	原始取得

43	首饰柜	致欧科技	ZL202130080281.7	外观设计	2021.02.03	2021.11.05	原始取得
44	书架（铁网背带板）	致欧科技	ZL202130069523.2	外观设计	2021.01.30	2021.10.15	原始取得
45	茶几	致欧科技	ZL202130007450.4	外观设计	2021.01.07	2021.07.13	原始取得
46	猫爬架	致欧科技	ZL202030716222.X	外观设计	2020.11.24	2021.08.03	原始取得
47	一种用于娱乐休闲的咖啡桌	致欧科技	ZL202022202455.5	实用新型	2020.09.30	2021.08.17	原始取得
48	一种便于拆装的电视柜	致欧科技	ZL202022125482.7	实用新型	2020.09.24	2021.08.17	原始取得
49	多功能灯（东方印象）	致欧科技	ZL202130527033.2	外观设计	2021.08.13	2022.02.01	原始取得
50	壁架（双线款）	致欧科技	ZL202130615490.7	外观设计	2021.09.16	2022.01.21	原始取得
51	桌（竹弓型）	致欧科技	ZL202130653418.3	外观设计	2021.09.30	2022.03.29	原始取得
52	儿童桌（C型）	致欧科技	ZL202130690655.7	外观设计	2021.10.21	2022.03.29	原始取得
53	边桌（荷叶）	致欧科技	ZL202130701321.5	外观设计	2021.10.26	2022.03.29	原始取得
54	照明边桌（外星来客）	致欧科技	ZL202130701323.4	外观设计	2021.10.26	2022.03.29	原始取得
55	椅子（有扶手）	致欧科技	ZL202130721161.0	外观设计	2021.11.03	2022.03.29	原始取得
56	多功能镜	致欧科技	ZL202130721164.4	外观设计	2021.11.03	2022.06.24	原始取得
57	椅（记忆生长）	致欧科技	ZL202130751590.2	外观设计	2021.11.16	2022.06.07	原始取得
58	宠物休闲椅	致欧科技	ZL202130761569.0	外观设计	2021.11.19	2022.04.01	原始取得
59	凳子（系列1）	致欧科技	ZL202130761581.1	外观设计	2021.11.19	2022.06.17	原始取得
60	多功能儿童长椅	致欧科技	ZL202130866543.2	外观设计	2021.12.28	2022.06.10	原始取得
61	沙发（大象）	致欧科技	ZL202230018178.4	外观设计	2022.01.12	2022.06.10	原始取得
62	健身凳	致欧科技	ZL202230043052.2	外观设计	2022.01.21	2022.06.28	原始取得
63	书架	致欧科技	ZL202230058559.5	外观设计	2022.01.27	2022.06.17	原始取得
64	一种镜柜	致欧科技	ZL202121571007.0	实用新型	2021.07.09	2022.03.29	原始取得
65	一种护角结构	致欧科技	ZL202121703671.6	实用新型	2021.07.23	2022.01.28	原始取得
66	床头柜	致欧科技	ZL202130378790.8	外观设计	2021.06.18	2022.01.04	原始取得
67	床头灯	致欧科技	ZL202130378790.8	外观设计	2021.06.30	2022.02.01	原始取得

2、境外专利

序号	专利名称	注册地	专利权人	专利号	专利类型	申请日	授权日	取得方式

1	Coat rack	美国	Ameziel	USD833,185S	外观设计	2016.10.12	2018.11.13	继受取得
2	Configurable storage bin	美国	Ameziel	USD833,183S	外观设计	2017.03.31	2018.11.13	继受取得
3	Floor mirror with organizer	美国	Ameziel	USD863,838S	外观设计	2017.10.31	2019.10.22	继受取得
4	Vanity desk	美国	Ameziel	USD868,506S	外观设计	2018.03.08	2019.12.03	原始取得
5	Door mirror with organizer	美国	Ameziel	USD878,111S	外观设计	2017.09.21	2020.03.17	继受取得
6	Freestanding jewelry armoire with mirror	美国	Ameziel	USD882,990S	外观设计	2018.08.21	2020.05.05	原始取得
7	Cat tree	美国	Ameziel	USD883,585S	外观设计	2018.08.22	2020.05.05	原始取得
8	Cat tree	美国	Ameziel	USD883,586S	外观设计	2018.08.22	2020.05.05	原始取得
9	Cat tree	美国	Ameziel	USD884,991S	外观设计	2018.08.22	2020.05.19	原始取得
10	Cat tree	美国	Ameziel	USD885,691S	外观设计	2018.08.22	2020.05.26	原始取得
11	Cat tree	美国	Ameziel	USD886,398S	外观设计	2018.08.22	2020.06.02	原始取得
12	Coat stand	美国	Ameziel	USD885,809S	外观设计	2018.12.28	2020.06.02	原始取得
13	Coat stand	美国	Ameziel	USD885,810S	外观设计	2018.12.28	2020.06.02	原始取得
14	Coat rack	美国	致欧科技	USD911,085S	外观设计	2019.11.15	2021.02.23	原始取得
15	Eine hebe- und senkkonstruktion zur verhinderung von verklemmungen	德国	致欧科技	DE202020003067U1	实用新型	2020.07.08	2020.08.20	原始取得
16	Umbrella stands	欧盟	EUZIEL	003064427-0001	外观设计	2016.04.11	2016.04.25	继受取得
17	Chairs or stools with rotatable seats	欧盟	EUZIEL	003307982-0001	外观设计	2016.07.15	2016.07.29	继受取得
18	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	003429703-0001	外观设计	2016.10.21	2016.11.03	继受取得

19	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0001	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
20	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0002	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
21	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0003	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
22	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0004	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
23	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0005	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
24	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0006	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
25	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0007	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
26	Blankets	欧盟	EUZIEL	004003002-0008	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
27	Chairs or stools with rotatable seats	欧盟	EUZIEL	004048643-0001	外观设计	2017.06.14	2017.06.29	继受取得
28	Chairs or stools with rotatable seats	欧盟	EUZIEL	004048643-0002	外观设计	2017.06.14	2017.06.29	继受取得
29	Computer stands	欧盟	EUZIEL	004159721-0001	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
30	Computer stands	欧盟	EUZIEL	004159721-0002	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
31	Computer stands	欧盟	EUZIEL	004159721-0003	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
32	Computer stands	欧盟	EUZIEL	004159721-0004	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
33	Computer stands	欧盟	EUZIEL	004159721-0005	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
34	Office chairs	欧盟	EUZIEL	004161255-0001	外观设计	2017.08.24	2017.09.05	继受取得
35	Tables	欧盟	EUZIEL	004358158-0001	外观设计	2017.09.17	2017.09.28	继受取得
36	Cupboards with mirrors	欧盟	EUZIEL	004421295-0001	外观设计	2017.10.25	2017.10.31	继受取得
37	Clothes racks	欧盟	EUZIEL	004493856-0001	外观设计	2017.11.03	2017.11.10	继受取得
38	Drawer tables	欧盟	EUZIEL	004505667-0001	外观设计	2017.11.13	2017.11.24	继受取得
39	Shelving	欧盟	EUZIEL	004669539-0001	外观设计	2018.01.17	2018.01.26	继受取得

								取得
40	Shelving	欧盟	EUZIEL	004669539-0002	外观设计	2018.01.17	2018.01.26	继受取得
41	Cupboards with mirrors	欧盟	EUZIEL	004749687-0001	外观设计	2018.03.10	2018.03.19	继受取得
42	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0001	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
43	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0002	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
44	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0003	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
45	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0004	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
46	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0005	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
47	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0006	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
48	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0007	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
49	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0008	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
50	Blanket bedspreads	欧盟	EUZIEL	004749679-0009	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
51	Rocking-chairs	欧盟	EUZIEL	005113503-0001	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
52	Rocking-chairs	欧盟	EUZIEL	005113503-0002	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
53	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005112505-0001	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
54	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005112505-0002	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
55	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005112505-0003	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
56	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005112505-0004	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
57	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005112505-0005	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
58	Tables	欧盟	EUZIEL	005240736-0001	外观设计	2018.04.19	2018.04.26	继受取得
59	Shelving	欧盟	EUZIEL	005259306-0001	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得
60	Shelving	欧盟	EUZIEL	005259306-0002	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得

61	Shelving	欧盟	EUZIEL	005259306-0003	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得
62	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005270717-0001	外观设计	2018.05.17	2018.05.25	继受取得
63	Drawer tables	欧盟	EUZIEL	005293529-0001	外观设计	2018.06.01	2018.06.12	继受取得
64	Picture frames	欧盟	EUZIEL	005292893-0001	外观设计	2018.06.01	2018.06.12	继受取得
65	Storage cabinets	欧盟	EUZIEL	005326568-0001	外观设计	2018.06.27	2018.07.05	继受取得
66	Cages for animals	欧盟	EUZIEL	005326576-0001	外观设计	2018.06.27	2018.07.05	继受取得
67	Pillows	欧盟	EUZIEL	005510997-0001	外观设计	2018.07.23	2018.08.08	继受取得
68	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005626579-0001	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
69	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005626579-0002	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
70	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005626579-0003	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
71	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005731007-0001	外观设计	2018.10.03	2018.10.16	原始取得
72	Coat stands	欧盟	EUZIEL	005794500-0001	外观设计	2018.10.10	2018.10.22	原始取得
73	Coat stands	欧盟	EUZIEL	005794500-0002	外观设计	2018.10.10	2018.10.22	原始取得
74	Garbage cans	欧盟	EUZIEL	005795770-0001	外观设计	2018.10.11	2018.10.30	原始取得
75	Scratching posts for cats	欧盟	EUZIEL	005796067-0001	外观设计	2018.10.11	2018.10.22	原始取得
76	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005845369-0001	外观设计	2018.12.06	2018.12.19	原始取得
77	Office chairs	欧盟	EUZIEL	005845369-0002	外观设计	2018.12.06	2018.12.19	原始取得
78	Hammocks	欧盟	致欧科技	006302105-0001	外观设计	2019.03.11	2019.07.03	原始取得
79	Suspended chairs	欧盟	致欧科技	006302105-0002	外观设计	2019.03.11	2019.07.03	原始取得
80	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	006740353-0001	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
81	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	006740353-0002	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
82	Scratching	欧盟	致欧科技	006740353-0003	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得

	posts for cats							取得
83	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	006740353-0004	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
84	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	006740353-0005	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
85	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	006740353-0006	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
86	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	006768644-0001	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
87	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	006768644-0002	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
88	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	006768644-0003	外观设计	2019.08.26	2019.09.03	原始取得
89	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	006768644-0004	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
90	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	006768644-0005	外观设计	2019.08.26	2019.09.03	原始取得
91	Laundry baskets	欧盟	致欧科技	006771119-0001	外观设计	2019.09.12	2019.09.17	原始取得
92	Laundry baskets	欧盟	致欧科技	006771119-0002	外观设计	2019.09.12	2019.09.17	原始取得
93	Coat stands	欧盟	致欧科技	007024120-0001	外观设计	2019.10.16	2019.10.28	原始取得
94	Shelving	欧盟	致欧科技	007075981-0001	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
95	Shelving	欧盟	致欧科技	007075981-0002	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
96	Shelving	欧盟	致欧科技	007075981-0003	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
97	Side tables	欧盟	致欧科技	007196662-0001	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
98	Side tables	欧盟	致欧科技	007196662-0002	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
99	Serving trolleys	欧盟	致欧科技	007196662-0003	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
100	Seat benches	欧盟	致欧科技	007196662-0004	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得

101	Chairs	欧盟	致欧科技	007276225-0001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
102	Chairs	欧盟	致欧科技	007276225-0002	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
103	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	007277199-0001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
104	Side tables	欧盟	致欧科技	007277702-0001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
105	Seat benches	欧盟	致欧科技	007277702-0002	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
106	Coat stands	欧盟	致欧科技	007277702-0003	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
107	Shelving	欧盟	致欧科技	007277702-0004	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
108	Worktables	欧盟	致欧科技	007343686-0001	外观设计	2019.12.06	2019.12.20	原始取得
109	Worktables	欧盟	致欧科技	007343686-0002	外观设计	2019.12.06	2019.12.20	原始取得
110	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	007488598-0001	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
111	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	007488598-0002	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
112	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	007488598-0003	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
113	Clothes hangers with clips	欧盟	致欧科技	007490180-0001	外观设计	2020.01.08	2020.01.22	原始取得
114	Video cabinets	欧盟	致欧科技	007488481-0001	外观设计	2020.01.08	2020.01.22	原始取得
115	Blanket bedspreads	欧盟	致欧科技	007515143-0001	外观设计	2020.01.15	2020.01.29	原始取得
116	Coat hangers	欧盟	致欧科技	007751177-0001	外观设计	2020.03.13	2020.03.20	原始取得
117	Storage cabinets	欧盟	致欧科技	007774161-0001	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始取得
118	Shelving	欧盟	致欧科技	007774161-0002	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始取得
119	Video cabinets	欧盟	致欧科技	007774161-0003	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始取得
120	Coat stands	欧盟	致欧科技	007955794-0001	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得
121	Tables	欧盟	致欧科技	007955794-0002	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得
122	Seat benches	欧盟	致欧科技	007955794-0003	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得

								取得
123	Seat benches	欧盟	致欧科技	007955794-0004	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得
124	Seat benches	欧盟	致欧科技	007955794-0005	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得
125	Coat stands	欧盟	致欧科技	007955794-0006	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始取得
126	Coat stands	欧盟	致欧科技	007976378-0001	外观设计	2020.05.29	2020.06.12	原始取得
127	Chairs	欧盟	致欧科技	007980511-0001	外观设计	2020.06.02	2020.06.19	原始取得
128	Racks for feeding animals	欧盟	致欧科技	007988233-0001	外观设计	2020.06.08	2020.06.18	原始取得
129	Hammock stands	欧盟	致欧科技	008043012-0001	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始取得
130	Deckchairs	欧盟	致欧科技	008043012-0002	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始取得
131	Writing desks	欧盟	致欧科技	008043012-0003	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始取得
132	Shelving	欧盟	致欧科技	008127260-0001	外观设计	2020.08.18	2020.08.31	原始取得
133	Shelving	欧盟	致欧科技	008127260-0002	外观设计	2020.08.18	2020.08.31	原始取得
134	TV benches	欧盟	致欧科技	008170963-0001	外观设计	2020.09.16	2020.09.30	原始取得
135	Toys for animals	欧盟	致欧科技	008171888-0001	外观设计	2020.09.16	2020.09.30	原始取得
136	Tables	欧盟	致欧科技	008200539-0001	外观设计	2020.10.12	2020.10.28	原始取得
137	Umbrella stands	欧盟	致欧科技	008265714-0001	外观设计	2020.11.11	2020.11.24	原始取得
138	Chairs	欧盟	致欧科技	008430367-0001	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得
139	Chairs	欧盟	致欧科技	008430367-0002	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得
140	Chairs	欧盟	致欧科技	008430367-0003	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得
141	Chairs	欧盟	致欧科技	008430367-0004	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得
142	Chairs	欧盟	致欧科技	008430367-0005	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得
143	Cupboards with mirrors	欧盟	致欧科技	008430367-0006	外观设计	2021.02.09	2021.03.04	原始取得

144	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	008430847-0001	外观设计	2021.02.09	2021.02.23	原始取得
145	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	008430847-0002	外观设计	2021.02.09	2021.02.23	原始取得
146	Tables	欧盟	致欧科技	008462667-0001	外观设计	2021.03.15	2021.03.29	原始取得
147	Tables	欧盟	致欧科技	008462667-0002	外观设计	2021.03.15	2021.03.29	原始取得
148	Chairs	欧盟	致欧科技	008462667-0003	外观设计	2021.03.15	2021.03.29	原始取得
149	Umbrella stands	英国	EUZIEL	90030644270001	外观设计	2016.04.11	2016.04.25	继受取得
150	Chairs or stools with rotatable seats	英国	EUZIEL	90033079820001	外观设计	2016.07.15	2016.07.29	继受取得
151	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90034297030001	外观设计	2016.10.21	2016.11.03	继受取得
152	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020001	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
153	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020002	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
154	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020003	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
155	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020004	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
156	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020005	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
157	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020006	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
158	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020007	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
159	Blankets	英国	EUZIEL	90040030020008	外观设计	2017.05.16	2017.05.30	继受取得
160	Chairs or stools with rotatable seats	英国	EUZIEL	90040486430001	外观设计	2017.06.14	2017.06.29	继受取得
161	Chairs or stools with rotatable seats	英国	EUZIEL	90040486430002	外观设计	2017.06.14	2017.06.29	继受取得
162	Computer stands	英国	EUZIEL	90041597210001	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
163	Computer stands	英国	EUZIEL	90041597210002	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得

164	Computer stands	英国	EUZIEL	90041597210003	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
165	Computer stands	英国	EUZIEL	90041597210004	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
166	Computer stands	英国	EUZIEL	90041597210005	外观设计	2017.08.23	2017.10.05	继受取得
167	Office chairs	英国	EUZIEL	90041612550001	外观设计	2017.08.24	2017.09.05	继受取得
168	Tables	英国	EUZIEL	90043581580001	外观设计	2017.09.17	2017.09.28	继受取得
169	Cupboards with mirrors	英国	EUZIEL	90044212950001	外观设计	2017.10.25	2017.10.31	继受取得
170	Clothes racks	英国	EUZIEL	90044938560001	外观设计	2017.11.03	2017.11.10	继受取得
171	Drawer tables	英国	EUZIEL	90045056670001	外观设计	2017.11.13	2017.11.24	继受取得
172	Shelving	英国	EUZIEL	90046695390001	外观设计	2018.01.17	2018.01.26	继受取得
173	Shelving	英国	EUZIEL	90046695390002	外观设计	2018.01.17	2018.01.26	继受取得
174	Cupboards with mirrors	英国	EUZIEL	90047496870001	外观设计	2018.03.10	2018.03.19	继受取得
175	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790001	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
176	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790002	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
177	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790003	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
178	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790004	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
179	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790005	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
180	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790006	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
181	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790007	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
182	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790008	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
183	Blanket bedspreads	英国	EUZIEL	90047496790009	外观设计	2018.03.10	2018.03.28	继受取得
184	Rocking-chairs	英国	EUZIEL	90051135030001	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
185	Rocking-chairs	英国	EUZIEL	90051135030002	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得

								取得
186	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90051125050001	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
187	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90051125050002	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
188	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90051125050003	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
189	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90051125050004	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
190	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90051125050005	外观设计	2018.03.26	2018.04.05	继受取得
191	Tables	英国	EUZIEL	90052407360001	外观设计	2018.04.19	2018.04.26	继受取得
192	Shelving	英国	EUZIEL	90052593060001	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得
193	Shelving	英国	EUZIEL	90052593060002	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得
194	Shelving	英国	EUZIEL	90052593060003	外观设计	2018.05.06	2018.05.14	继受取得
195	Office chairs	英国	EUZIEL	90052707170001	外观设计	2018.05.17	2018.05.25	继受取得
196	Drawer tables	英国	EUZIEL	90052935290001	外观设计	2018.06.01	2018.06.12	继受取得
197	Picture frames	英国	EUZIEL	90052928930001	外观设计	2018.06.01	2018.06.12	继受取得
198	Storage cabinets	英国	EUZIEL	90053265680001	外观设计	2018.06.27	2018.07.05	继受取得
199	Cages for animals	英国	EUZIEL	90053265760001	外观设计	2018.06.27	2018.07.05	继受取得
200	Pillows	英国	EUZIEL	90055109970001	外观设计	2018.07.23	2018.08.08	继受取得
201	Office chairs	英国	EUZIEL	90056265790001	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
202	Office chairs	英国	EUZIEL	90056265790002	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
203	Office chairs	英国	EUZIEL	90056265790003	外观设计	2018.09.01	2018.09.12	原始取得
204	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90057310070001	外观设计	2018.10.03	2018.10.16	原始取得
205	Coat stands	英国	EUZIEL	90057945000001	外观设计	2018.10.10	2018.10.22	原始取得
206	Coat stands	英国	EUZIEL	90057945000002	外观设计	2018.10.10	2018.10.22	原始取得

207	Garbage cans	英国	EUZIEL	90057957700001	外观设计	2018.10.11	2018.10.30	原始取得
208	Scratching posts for cats	英国	EUZIEL	90057960670001	外观设计	2018.10.11	2018.10.22	原始取得
209	Office chairs	英国	EUZIEL	90058453690001	外观设计	2018.12.06	2018.12.19	原始取得
210	Office chairs	英国	EUZIEL	90058453690002	外观设计	2018.12.06	2018.12.19	原始取得
211	Hammocks	英国	致欧科技	90063021050001	外观设计	2019.03.11	2019.07.03	原始取得
212	Suspended chairs	英国	致欧科技	90063021050002	外观设计	2019.03.11	2019.07.03	原始取得
213	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530001	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
214	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530002	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
215	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530003	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
216	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530004	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
217	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530005	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
218	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90067403530006	外观设计	2019.08.20	2019.08.30	原始取得
219	Storage cabinets with wheels	英国	致欧科技	90067686440001	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
220	Storage cabinets with wheels	英国	致欧科技	90067686440002	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
221	Storage cabinets with wheels	英国	致欧科技	90067686440003	外观设计	2019.08.26	2019.09.03	原始取得
222	Storage cabinets with wheels	英国	致欧科技	90067686440004	外观设计	2019.08.26	2019.09.02	原始取得
223	Storage cabinets with wheels	英国	致欧科技	90067686440005	外观设计	2019.08.26	2019.09.03	原始取得
224	Laundry baskets	英国	致欧科技	90067711190001	外观设计	2019.09.12	2019.09.17	原始取得
225	Laundry baskets	英国	致欧科技	90067711190002	外观设计	2019.09.12	2019.09.17	原始取得

226	Coat stands	英国	致欧科技	90070241200001	外观设计	2019.10.16	2019.10.28	原始取得
227	Shelving	英国	致欧科技	90070759810001	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
228	Shelving	英国	致欧科技	90070759810002	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
229	Shelving	英国	致欧科技	90070759810003	外观设计	2019.10.22	2019.11.04	原始取得
230	Side tables	英国	致欧科技	90071966620001	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
231	Side tables	英国	致欧科技	90071966620002	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
232	Serving trolleys	英国	致欧科技	90071966620003	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
233	Seat benches	英国	致欧科技	90071966620004	外观设计	2019.11.06	2019.11.19	原始取得
234	Chairs	英国	致欧科技	90072762250001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
235	Chairs	英国	致欧科技	90072762250002	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
236	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90072771990001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
237	Side tables	英国	致欧科技	90072777020001	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
238	Seat benches	英国	致欧科技	90072777020002	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
239	Coat stands	英国	致欧科技	90072777020003	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
240	Shelving	英国	致欧科技	90072777020004	外观设计	2019.11.22	2019.12.05	原始取得
241	Worktables	英国	致欧科技	90073436860001	外观设计	2019.12.06	2019.12.20	原始取得
242	Worktables	英国	致欧科技	90073436860002	外观设计	2019.12.06	2019.12.20	原始取得
243	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90074885980001	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
244	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90074885980002	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
245	Scratching posts for cats	英国	致欧科技	90074885980003	外观设计	2020.01.08	2020.01.23	原始取得
246	Clothes hangers with clips	英国	致欧科技	90074901800001	外观设计	2020.01.08	2020.01.22	原始取得
247	Video cabinets	英国	致欧科技	90074884810001	外观设计	2020.01.08	2020.01.22	原始取得

								取得
248	Blanket bedspreads	英国	致欧科技	90075151430001	外观设计	2020.01.15	2020.01.29	原始 取得
249	Coat hangers	英国	致欧科技	90077511770001	外观设计	2020.03.13	2020.03.20	原始 取得
250	Shelving	英国	致欧科技	90077741610002	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始 取得
251	Video cabinets	英国	致欧科技	90077741610003	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始 取得
252	Storage cabinets	英国	致欧科技	90077741610001	外观设计	2020.03.26	2020.04.03	原始 取得
253	Coat stands	英国	致欧科技	90079557940001	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
254	Tables	英国	致欧科技	90079557940002	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
255	Seat benches	英国	致欧科技	90079557940003	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
256	Seat benches	英国	致欧科技	90079557940004	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
257	Seat benches	英国	致欧科技	90079557940005	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
258	Coat stands	英国	致欧科技	90079557940006	外观设计	2020.05.18	2020.06.22	原始 取得
259	Coat stands	英国	致欧科技	90079763780001	外观设计	2020.05.29	2020.06.12	原始 取得
260	Chairs	英国	致欧科技	90079805110001	外观设计	2020.06.02	2020.06.19	原始 取得
261	Racks for feeding animals	英国	致欧科技	90079882330001	外观设计	2020.06.08	2020.06.18	原始 取得
262	Deckchairs	英国	致欧科技	90080430120002	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始 取得
263	Writing desks	英国	致欧科技	90080430120003	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始 取得
264	Hammock stands	英国	致欧科技	90080430120001	外观设计	2020.07.16	2020.07.31	原始 取得
265	Shelving	英国	致欧科技	90081272600001	外观设计	2020.08.18	2020.08.31	原始 取得
266	Shelving	英国	致欧科技	90081272600002	外观设计	2020.08.18	2020.08.31	原始 取得
267	TV benches	英国	致欧科技	90081709630001	外观设计	2020.09.16	2020.09.30	原始 取得
268	Toys for animals	英国	致欧科技	90081718880001	外观设计	2020.09.16	2020.09.30	原始 取得

269	Tables	英国	致欧科技	90082005390001	外观设计	2020.10.12	2020.10.28	原始取得
270	Umbrella stands	英国	致欧科技	90082657140001	外观设计	2020.11.11	2020.11.24	原始取得
271	かじり防止昇降構造	日本	致欧科技	3232492	实用新型	2021.03.29	2021.05.26	原始取得
272	Storage baskets	欧盟	致欧科技	008482590-0001	外观设计	2021.04.01	2021.04.19	原始取得
273	File cabinets	欧盟	致欧科技	008509335-0001	外观设计	2021.04.19	2021.04.27	原始取得
274	Video cabinets	欧盟	致欧科技	008509335-0002	外观设计	2021.04.19	2021.04.27	原始取得
275	Storage cabinets	欧盟	致欧科技	008509335-0003	外观设计	2021.04.19	2021.04.27	原始取得
276	Storage cabinets	欧盟	致欧科技	008509335-0004	外观设计	2021.04.19	2021.04.27	原始取得
277	Writing desks	欧盟	致欧科技	008532600-0001	外观设计	2021.05.07	2021.05.20	原始取得
278	Postboxes	欧盟	致欧科技	008543813-0001	外观设计	2021.05.17	2021.05.31	原始取得
279	Standard lamps	欧盟	致欧科技	008554695-0001	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
280	Coat stands	欧盟	致欧科技	008554703-0001	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
281	Shelving	欧盟	致欧科技	008554703-0002	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
282	Shelving	欧盟	致欧科技	008554703-0003	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
283	Coat stands	欧盟	致欧科技	008554703-0004	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
284	Coat stands	欧盟	致欧科技	008554703-0005	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
285	Coat stands	欧盟	致欧科技	008554703-0006	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
286	Coat stands	欧盟	致欧科技	008554703-0007	外观设计	2021.05.26	2021.06.10	原始取得
287	Chairs	欧盟	致欧科技	008575302-0001	外观设计	2021.06.14	2021.06.23	原始取得
288	Umbrella Holder	美国	致欧科技	USD939,258S	外观设计	2020.12.01	2021.12.28	原始取得
289	Hanger	美国	致欧科技	USD930,371S	外观设计	2020.04.23	2021.09.14	原始取得
290	Dumbbells	欧盟	致欧科技	008590509-0001	外观设计	2021.06.25	2021.07.12	原始取得

								取得
291	Dumbbells	欧盟	致欧科技	008590509-0002	外观设计	2021.06.25	2021.07.12	原始取得
292	Dumbbells	欧盟	致欧科技	008590509-0003	外观设计	2021.06.25	2021.07.12	原始取得
293	Tables, Floor lamps	欧盟	致欧科技	008592067-0001	外观设计	2021.06.28	2021.07.12	原始取得
294	Storage baskets, Tables	欧盟	致欧科技	008599393-0001	外观设计	2021.07.01	2021.07.13	原始取得
295	Cupboards with mirrors	欧盟	致欧科技	008607915-0001	外观设计	2021.07.08	2021.07.21	原始取得
296	Cupboards with mirrors	欧盟	致欧科技	008607915-0002	外观设计	2021.07.08	2021.07.21	原始取得
297	Wall shelving	欧盟	致欧科技	008679468-0001	外观设计	2021.09.10	2021.09.22	原始取得
298	Wall shelving (Set of -)	欧盟	致欧科技	008686299-0001	外观设计	2021.09.15	2021.09.29	原始取得
299	Letterbox bins	欧盟	致欧科技	008722276-0001	外观设计	2021.10.11	2021.10.20	原始取得
300	Tables	欧盟	致欧科技	008791958-0001	外观设计	2021.12.09	2021.12.22	原始取得
301	Shelving	欧盟	致欧科技	008791958-0002	外观设计	2021.12.09	2021.12.22	原始取得
302	Storage cabinets with wheels	欧盟	致欧科技	008791958-0003	外观设计	2021.12.09	2021.12.22	原始取得
303	Shelving	欧盟	致欧科技	008791958-0004	外观设计	2021.12.09	2021.12.22	原始取得
304	Wall shelf	英国	致欧科技	6160824	外观设计	2021.09.10	2021.09.10	原始取得
305	Wall shelf	英国	致欧科技	6161429	外观设计	2021.09.15	2021.09.15	原始取得
306	Table	英国	致欧科技	6180298	外观设计	2021.12.09	2021.12.09	原始取得
307	Shelf	英国	致欧科技	6180299	外观设计	2021.12.09	2021.12.09	原始取得
308	Roll container	英国	致欧科技	6180300	外观设计	2021.12.09	2021.12.09	原始取得
309	Shelf	英国	致欧科技	6180301	外观设计	2021.12.09	2021.12.09	原始取得
310	Dumbbell	英国	FURNOLIC	6144925	外观设计	2021.06.25	2021.06.25	原始取得

311	Dumbbell	英国	FURNOLIC	6144926	外观设计	2021.06.25	2021.06.25	原始取得
312	Dumbbell	英国	FURNOLIC	6144927	外观设计	2021.06.25	2021.06.25	原始取得
313	Umbrella holder	美国	致欧科技	US D942, 139S	外观设计	2020. 09. 28	2022. 02. 01	原始取得
314	FILING CABINET	美国	致欧科技	USD941, 616S	外观设计	2019. 10. 29	2022. 01. 25	原始取得
315	Verbindungsteil für Stuhlarmlenke und Stuhl mit demselben	德国	致欧科技	DE202022100268 U1	实用新型	2022. 01. 19	2022. 01. 26	原始取得
316	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	008817530-0001	外观设计	2022. 01. 03	2022. 01. 17	原始取得
317	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	008817530-0002	外观设计	2022. 01. 03	2022. 01. 17	原始取得
318	Laundry baskets	欧盟	致欧科技	008828867-0001	外观设计	2022. 01. 14	2022. 01. 26	原始取得
319	Springs, Hammocks (Accessories for -)	欧盟	致欧科技	008860886-0001	外观设计	2022. 02. 15	2022. 02. 24	原始取得
320	Shelving	欧盟	致欧科技	008927537-0001	外观设计	2022. 04. 04	2022. 05. 19	原始取得
321	Shelving	欧盟	致欧科技	008927537-0002	外观设计	2022. 04. 04	2022. 05. 19	原始取得
322	Household storage baskets	欧盟	致欧科技	008936454-0001	外观设计	2022. 04. 13	2022. 05. 04	原始取得
323	Household storage baskets	欧盟	致欧科技	008936454-0002	外观设计	2022. 04. 13	2022. 05. 04	原始取得
324	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0005	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
325	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0004	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
326	Scratching posts for	欧盟	致欧科技	009053259-0003	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得

	cats							
327	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0006	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
328	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0002	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
329	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0001	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
330	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0008	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
331	Scratching posts for cats	欧盟	致欧科技	009053259-0007	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 20	原始取得
332	laundry baskets	英国	致欧科技	6186252	外观设计	2022. 01. 14	2022. 01. 14	原始取得
333	Extension spring	英国	致欧科技	6191801	外观设计	2022. 02. 15	2022. 02. 15	原始取得
334	shelf	英国	致欧科技	6200325	外观设计	2022. 04. 04	2022. 04. 04	原始取得
335	shelf	英国	致欧科技	6200326	外观设计	2022. 04. 04	2022. 04. 04	原始取得
336	shelf	英国	致欧科技	6200327	外观设计	2022. 04. 04	2022. 04. 04	原始取得
337	shelf	英国	致欧科技	6200609	外观设计	2022. 04. 06	2022. 04. 06	原始取得
338	wash basket	英国	致欧科技	6201853	外观设计	2022. 04. 13	2022. 04. 13	原始取得
339	wash basket	英国	致欧科技	6201854	外观设计	2022. 04. 13	2022. 04. 13	原始取得
340	Cat tree	英国	致欧科技	6212452	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 07	原始取得
341	Cat tree	英国	致欧科技	6212451	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 07	原始取得
342	Cat tree	英国	致欧科技	6212450	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 07	原始取得
343	Cat tree	英国	致欧科技	6212453	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 07	原始取得
344	Cat tree	英国	致欧科技	6212449	外观设计	2022. 06. 07	2022. 06. 07	原始取得

345	Cat tree	英国	致欧科技	6212448	外观设计	2022.06.07	2022.06.07	原始取得
346	Cat tree	英国	致欧科技	6212455	外观设计	2022.06.07	2022.06.07	原始取得
347	Cat tree	英国	致欧科技	6212454	外观设计	2022.06.07	2022.06.07	原始取得

附录三：著作权

1、境内著作权

序号	著作权名称	类型	权利人	登记号	首次发表日期	发证日期	取得方式
1	致欧仓储管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2018SR020927	2014.11.20	2018.01.09	原始取得
2	致欧跨国数据同步系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2018SR024125	2014.11.20	2018.01.10	原始取得
3	致欧资金计划与产品利润核算系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR652788	2014.10.20	2017.11.28	原始取得
4	致欧亚马逊产品评价与店铺评价自动采集系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR650098	2014.10.25	2017.11.27	原始取得
5	致欧集装箱及报清关管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR650092	2014.10.26	2017.11.27	原始取得
6	致欧企业净利精准计算与分析系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR689563	2014.11.20	2017.12.14	原始取得
7	致欧产品采购及出货管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR649875	2014.11.28	2017.11.27	原始取得
8	致欧发货单分拣及打印系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR710850	2014.11.20	2017.12.20	原始取得
9	致欧产品档案管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR647459	2014.10.28	2017.11.24	原始取得
10	致欧多平台售后统一管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR649117	2014.10.28	2017.11.27	原始取得
11	致欧供应商档案管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR648907	2014.10.28	2017.11.27	原始取得
12	致欧多平台物流发货及追踪系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR648862	2014.10.30	2017.11.27	原始取得
13	致欧亚马逊平台订单及发货数据同步系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR690206	2014.11.19	2017.12.14	原始取得
14	致欧多平台订单及发货数据同步系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2018SR025483	2014.11.26	2018.01.11	原始取得
15	致欧多平台账户鉴权登录系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR688925	2014.11.12	2017.12.14	原始取得

16	致欧多平台订单统一管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR649824	2014.11.04	2017.11.27	原始取得
17	致欧销售发票管理及自动推送系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR650337	2014.11.13	2017.11.27	原始取得
18	致欧综合业务报表分析查询系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR687874	2014.12.17	2017.12.13	原始取得
19	多平台账户鉴权登录系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2017SR625050	未发表	2017.11.14	原始取得
20	致欧客户服务平台—Email&Ticket 系统[简称：系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2019SR0301821	2018.09.13	2019.04.03	原始取得
21	致欧知识竞赛在线答题应用系统[简称：系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2019SR0301812	2018.07.26	2019.04.03	原始取得
22	致欧境外货物流转数据分析 Windows 客户端系统[简称：境外货物流转数据分析系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0174824	2018.11.14	2021.02.01	原始取得
23	致欧多站点后台报表自动下载系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2019SR1397573	2019.07.10	2019.12.19	原始取得
24	致欧产品力指标系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2019SR1392268	2019.07.19	2019.12.18	原始取得
25	致欧货柜&账单管理系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2019SR1390182	2019.09.05	2019.12.18	原始取得
26	致欧销量分布地理数据信息综合分析系统[简称：销量分布地理数据信息综合分析系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0175837	2019.10.14	2021.02.01	原始取得
27	致欧品控管理平台系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1079976	未发表	2020.09.11	原始取得
28	致欧产品质量数据采集与分析系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1079968	未发表	2020.09.11	原始取得
29	致欧邮件自动收发系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1085288	未发表	2020.09.11	原始取得
30	致欧 OP 数据统计同步系统[简称：系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1110713	2020.04.29	2020.09.16	原始取得
31	致欧关键词集成查询系统[简称：关键词集成查询系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1185506	2020.05.13	2020.09.29	原始取得
32	致欧关键词排名反查系统[简称：关键词排名反查系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2020SR1186443	2020.05.20	2020.09.29	原始取得
33	致欧港杂费数据分摊	软件著作权	致欧科技	2021SR0174502	2020.05.24	2021.02.01	原始

	Windows 客户端系统[简称：港杂费数据分摊系统]V1.0						取得
34	致欧纳税申报数据分析Windows 客户端系统[纳税申报数据分析系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0174822	2020.09.10	2021.02.01	原始取得
35	致欧宙斯系统-任务调度数据收集系统[简称：任务调度数据收集系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0174823	2020.10.14	2021.02.01	原始取得
36	致欧热销产品数据采集辅助系统[简称：辅助系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0174501	2020.11.28	2021.02.01	原始取得
37	致欧 OKR 文档管理传阅平台系统[简称：OKR 文档管理传阅系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0217472	2020.12.15	2021.02.07	原始取得
38	致欧知识库综合管理系统[简称：知识库综合管理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0773343	2020.10.29	2021.05.26	原始取得
39	致欧运营辅助插件工具管理系统[简称：运营辅助插件工具管理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0629882	2021.02.16	2021.04.30	原始取得
40	致欧评价管理大数据系统 V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR0629931	2021.02.20	2021.04.30	原始取得
41	致欧（ZIEL）	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00034483	2010.01.15	2021.02.09	原始取得
42	欧小蜂	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00034485	2018.01.25	2021.02.09	原始取得
43	致欧 IT 工单信息集中处理系统[简称：IT 工单信息集中处理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1002742	2021.04.20	2021.07.07	原始取得
44	致欧采购管理系统[简称：采购管理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523687	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
45	致欧船务运输管理系统[简称：船务运输管理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523686	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
46	致欧订单策略系统[简称：订单策略系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523717	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
47	致欧订货计划系统[简称：订货计划系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523643	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
48	致欧供应商协同系统[简	软件著作权	致欧科技	2021SR1523642	2021.03.30	2021.10.18	原始

	称：供应商协同系统[V1.0]						取得
49	致欧销售预测系统[简称：销售预测系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523478	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
50	致欧质量管理体系[简称：质量管理体系]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523477	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
51	致欧主数据管理系统[简称：主数据管理系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1523476	2021.03.30	2021.10.18	原始取得
52	致欧专用浏览器 ZIEL Browser 客户端系统[简称：专用浏览器 ZIEL Browser 客户端系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1010101	2021.03.30	2021.07.08	原始取得
53	致欧市场容量在线监测分析系统[简称：在线监测分析系统]V1.0	软件著作权	致欧科技	2021SR1002468	2021.03.22	2021.07.07	原始取得
54	VASAGLE 单个字母特定组合图形	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00205519	2021.05.10	2021.09.06	原始取得
55	双 V 交叉图形	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00205520	2021.05.10	2021.09.06	原始取得
56	VASAGLE 单个字母图形	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00205521	2021.05.10	2021.09.06	原始取得
57	VASAGLE 单个字母特定组合彩色图形	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00205522	2021.05.10	2021.09.06	原始取得
58	爱心宠物图形	美术作品著作权	致欧科技	国作登字-2021-F-00220367	2021.05.31	2021.09.23	原始取得

2、境外著作权

序号	著作权名称	注册地	类型	权利人	登记号	登记日期	取得方式
1	JEWELRY ORGANIZER	美国	美术作品著作权	AMEZIEL	VA 2-286-157	2022. 02. 08	原始取得

附录四：域名

1、境内域名

序号	域名	权利人	有效期	ICP	取得方式
1	ledrem.cn	领未科技	2019. 08. 10-2023. 08. 10	豫 ICP 备 20000875 号-1	原始取得
2	ziel.cn	致欧科技	2013.11.20-2022.11.20	豫 ICP 备 12006992 号-2	原始取得
3	songmics.cn	致欧科技	2017.03.01-2023.03.01	未使用，无 ICP 备案	原始取得

4	feandrea.cn	致欧科技	2018. 08. 20-2023. 08. 20	未使用, 无 ICP 备案	原始取得
5	vasagle.cn	致欧科技	2018. 08. 20-2023. 08. 20	未使用, 无 ICP 备案	原始取得
6	zielsmart.cn	致欧科技	2019.09.04-2024.09.04	豫 ICP 备 12006992 号-3	原始取得
7	zielsmart.com	致欧科技	2019.09.04-2024.09.04	豫 ICP 备 12006992 号-4	原始取得
8	zielhome.cn	致欧科技	2021. 05. 11-2023. 05. 11	未使用, 无 ICP 备案	原始取得
9	ziel.vip	致欧科技	2021. 09. 09-2023. 09. 09	未作网址使用, 无 ICP 备案	原始取得
10	zielhomepartners.com	致欧科技	2022. 04. 26-2025. 04. 26	未使用, 无 ICP 备案	原始取得

2、境外域名

序号	域名	注册地	权利人	有效期	取得方式
1	songmics.com	美国	致欧科技	2011.12.15-2022.12.15	原始取得
2	ziel-mannequin.com	美国	致欧科技	2012.01.05-2023.01.05	原始取得
3	ziel-display.com	美国	致欧科技	2012.01.09-2023.01.09	原始取得
4	wuppessen.com	美国	致欧科技	2014.11.28-2022.11.28	原始取得
5	vasagle.com	美国	致欧科技	2016. 10. 13-2023. 10. 13	原始取得
6	songmicsonline.com	美国	致欧科技	2016.11.17-2022.11.17	原始取得
7	songmicsus.com	美国	致欧科技	2017.02.23-2023.02.23	原始取得
8	songmicsb2b.com	美国	致欧科技	2017.11.07-2022.11.07	原始取得
9	freandrea.com	美国	致欧科技	2018. 05. 11-2023. 05. 11	原始取得
10	feandrea.com	美国	致欧科技	2018. 05. 30-2023. 05. 30	继受取得
11	songmicschair.com	美国	致欧科技	2018. 07. 19-2023. 07. 19	原始取得
12	felinetrees.com	美国	致欧科技	2019.02.18-2023.02.18	原始取得
13	feandrea.com.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
14	songmics.com.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
15	vasagle.com.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
16	feandrea.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
17	vasagle.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
18	songmics.mx	墨西哥	致欧科技	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
19	vasagle.co.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得

20	vasagle.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
21	songmics.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
22	feandrea.co.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
23	feandrea.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
24	songmics.co.in	印度	致欧科技	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
25	feandrea.co.nl	荷兰	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
26	feandrea.nl	荷兰	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
27	songmics.co.nl	荷兰	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
28	vasagle.co.nl	荷兰	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
29	feandrea.ro	罗马尼亚	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
30	songmics.ro	罗马尼亚	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
31	vasagle.ro	罗马尼亚	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
32	feandrea.se	瑞典	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
33	vasagle.se	瑞典	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
34	feandrea.pl	波兰	致欧科技	2020.09.11-2023.09.11	原始取得
35	songmics24.de	德国	EUZIEL	2014. 08. 22-2025. 08. 21	继受取得
36	feandrea.de	德国	EUZIEL	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
37	vasagle.de	德国	EUZIEL	2018.08.24-2024.08.23	原始取得
38	songmics.it	意大利	EUZIEL	2016. 06. 22-2025. 06. 21	继受取得
39	feandrea.it	意大利	EUZIEL	2018.08.30-2024.09.10	原始取得
40	vasagle.it	意大利	EUZIEL	2018.08.30-2024.09.10	原始取得
41	songmics.es	西班牙	EUZIEL	2016. 06. 22-2025. 06. 21	继受取得
42	vasagle.es	西班牙	EUZIEL	2018.08.27-2024.08.18	原始取得
43	feandrea.es	西班牙	EUZIEL	2018.08.27-2024.08.18	原始取得
44	songmics.fr	法国	EUZIEL	2016. 06. 30-2025. 06. 29	继受取得
45	vasagle.fr	法国	EUZIEL	2018.08.27-2024.08.26	原始取得
46	feandrea.fr	法国	EUZIEL	2018.08.27-2024.08.26	原始取得
47	songmics.be	比利时	EUZIEL	2018. 10. 01-2025. 10. 01	原始取得
48	songmics.nl	荷兰	EUZIEL	2018. 10. 01-2025. 09. 13	原始取得

49	songmics.jp	日本	ZIELJP	2016.12.19-2022.12.19	继受取得
50	vasagle.jp	日本	ZIELJP	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
51	feandrea.jp	日本	ZIELJP	2018.08.24-2024.08.24	原始取得
52	vasagle.co.jp	日本	ZIELJP	2018.09.05-2024.09.04	原始取得
53	songmics.co.uk	英国	Ameziel	2016. 06. 30-2024. 06. 29	继受取得
54	feandrea.co.uk	英国	Ameziel	2018. 08. 29-2026. 08. 28	原始取得
55	vasagle.co.uk	英国	Ameziel	2018. 08. 29-2026. 08. 28	原始取得
56	zielhome.jp	日本	致欧科技	2021. 05. 12-2025. 05. 12	原始取得
57	furnolic.uk	英国	致欧科技	2021. 06. 01-2025. 05. 31	原始取得
58	zielhome.co.uk	英国	致欧科技	2021.05.12-2023.05.11	原始取得
59	furnolic.co.uk	英国	致欧科技	2021.06.01-2023.05.31	原始取得
60	vasagleb2b.com	美国	致欧科技	2021. 05. 19-2023. 05. 19	原始取得
61	zielhome.com	美国	致欧科技	2021.05.26-2023.5.26	原始取得
62	Songmics.de	德国	EUZIEL	2011. 12. 15-2022. 12. 13	继受取得
63	zielhome.it	意大利	EUZIEL	2021. 05. 12-2025. 05. 12	原始取得
64	zielhome.fr	法国	EUZIEL	2021. 05. 12-2025. 05. 12	原始取得
65	zielhome.de	德国	EUZIEL	2021. 05. 12-2025. 05. 12	原始取得
66	zielhome.es	西班牙	EUZIEL	2021. 05. 12-2025. 05. 12	原始取得
67	vasagle.nz	新西兰	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
68	vasagle.co.nz	新西兰	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
69	vasagle.ae	阿联酋	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
70	vasagle.kz	哈萨克斯坦	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
71	vasagle.li	列支敦士登	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
72	vasagle.pe	秘鲁	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
73	vasagle.ru	俄罗斯	致欧科技	2021.11.03-2022.11.02	原始取得
74	vasagle.com.co	哥伦比亚	致欧科技	2021.11.03-2022.11.03	原始取得
75	vasagle.co	哥伦比亚	致欧科技	2021.11.03-2022.11.03	原始取得
76	vasagle.cl	智利	致欧科技	2021.11.03-2023.11.02	原始取得
77	zielhomeb2b.com	中国香港	致欧科技	2022. 04. 26-2025. 04. 26	原始取得