特别提示：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。

新中冠智能科技股份有限公司

（福建省福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 16 层）

首次公开发行股票并在创业板上市

招股说明书（申报稿）

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

保荐人（主承销商）

东海证券股份有限公司
DONGHAI SECURITIES CO.,.LTD.

常州市延陵西路 23 号投资广场 18 层

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，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

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、发行人的控股股东、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不超过 3,500 万股，占发行后总股本的比例不低于 25%。本次发行全部为新股发行，原股东不公开发售股份。
每股面值	人民币 1.00 元
每股发行价格	[ ]元/股
预计发行日期	[ ]年[ ]月[ ]日
拟上市的交易所和板块	深圳证券交易所创业板
发行后总股本	不超过 132,161,340 股
保荐人（主承销商）	东海证券股份有限公司
招股说明书签署日期	[ ]年[ ]月[ ]日

重大事项提示

发行人特别提请投资者注意，在作出投资决策之前，务必仔细阅读本招股说明书正文内容，并特别关注以下事项。

一、本次发行相关承诺

公司及其实际控制人、其他股东、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，相关证券服务机构就本次发行作出了相关承诺，该等承诺的具体内容详见本招股说明书“第十节 投资者保护”之“五、本次发行相关承诺事项”。

二、利润分配政策

公司于 2020 年 7 月 8 日经 2020 年第二次临时股东大会审议通过，公司首次公开发行股票前的滚存未分配利润由发行后的新老股东按照届时的持股比例共同享有。

三、重大风险因素

公司提醒投资者认真阅读本招股说明书“第四节 风险因素”的全部内容，并特别关注其中的以下风险因素：

（一）创新风险

互联网及相关服务业系新兴成长型产业，创新的商业模式及技术手段层出不穷。为了顺应和把握产业发展的浪潮，公司积极尝试新的业务领域和商业模式，同时不断探索前沿的互联网平台开发技术、大数据技术和人工智能等技术，始终保持对新技术、新模式和新业态的敏锐度。由于创新性业务和技术具有一定前瞻性和不确定性，受公司技术水平、运营能力、管理能力、资金实力等方面因素的影响，可能出现创新业务和技术未能适应市场需求或满足客户需要，并产生损失的可能性。如果公司不能及时根据市场趋势调整战略方向，或将影响公司长期业务发展，对公司的经营业绩产生不利影响。

（二）消费互联网业务集中的风险

公司通过与银行信用卡商城合作，开展消费互联网业务，为各银行信用卡商城消费者提供商品售前咨询、供应链管理和售后反馈等一系列服务。消费互联网

业务的盈利最终体现为商品在银行信用卡商城的销售收入与运营成本差额（包含采购成本及各项运营费用等），公司按照商品在信用卡商城的销售价格全额确认收入。报告期内，公司通过招商银行信用卡商城实现的消费互联网业务收入占公司当期营业收入比例分别为 54.07%、48.41%、54.09%和 56.97%，占比较高。如果公司未来无法与招商银行保持良好的合作关系，或者双方关于销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或招商银行信用卡商城的经营情况未达预期，将对公司消费互联网业务收入产生不利影响。

（三）品牌方返利对公司业绩影响的风险

公司在开展消费互联网业务、B2B 互联网业务及政府采购互联网业务过程以自营为主，主要涉及 3C 产品采购。3C 产品品牌方或大型分销商给予下游销售商返利是 3C 产品分销行业的惯例，公司依据品牌方或大型分销商自身的政策给予返利抵扣货款。若未来公司依据上述政策约定的返利比例下降，或 3C 产品品牌方、大型分销商未按照约定提供返利，都将导致返利金额减少，对公司业绩产生不利影响。

（四）应收账款回收风险

公司的业务模式决定其在开展业务的过程中，需要视客户的重要程度及信用情况，给予重要客户一定信用额度。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 14,920.58 万元、17,968.98 万元、17,585.08 万元和 24,330.39 万元，占总资产的比例为 35.53%、30.26%、24.20%和 31.22%，应收账款账面价值规模较大，且公司在开展业务的过程中对流动资金的依赖较大，因此，如果客户出现资金周转等问题导致公司的应收账款不能及时收回，进而引发流动性风险，则将可能对该公司的业务经营和财务状况带来不利影响。

（五）存货跌价风险

公司在开展业务时，需要保证所销售的商品有一定的安全库存。报告期各期末，公司存货的账面价值分别为 16,964.79 万元、13,972.38 万元、20,548.79 万元和 36,714.03 万元，占总资产的比例为 40.40%、23.53%、28.28%和 47.11%，公司存货规模较大。报告期各期末，公司根据存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。如果因部分产品出现滞销，或者部分产品由于仓储物流等环节

出现部分损坏，将导致其可变现净值下降，则公司需对该部分产品计提存货跌价准备，对公司盈利能力产生不利影响。

（六）品牌方依赖的风险

公司在开展消费互联网业务和自营交易业务时以苹果系列产品和华硕系列产品为主，同时报告期内公司开展产业互联网业务时主要针对华硕产品流通产业链，公司对于上述品牌方构成依赖。若未来上述品牌方终止与公司合作或者品牌方业绩出现下滑，将对公司业绩产生不利影响。

（七）“新冠疫情”引致的经营风险

2020 年初，新型冠状病毒疫情爆发，致使全球多数国家和地区遭受了不同程度的影响。新型冠状病毒疫情对公司所涉产业链的整体影响尚难以准确估计，若疫情在全球范围内继续蔓延且持续较长时间，将对公司经营造成不利影响，主要包括：（1）受隔离措施、交通管制等疫情管控措施的影响，公司产品采购、销售发货等环节物流有所迟滞；（2）若疫情持续蔓延，公司产品推广、客户开发等市场活动将受到一定限制，从而对公司业绩造成一定影响；（3）若疫情无法得到有效控制，公司下游客户的经营情况可能出现恶化，导致公司应收款项回款困难，从而对公司的流动资金造成一定影响。

目 录

声 明.....1
发行概况.....2
重大事项提示.....3
一、本次发行相关承诺.....3
二、利润分配政策.....3
三、重大风险因素.....3
目 录.....6
第一节 释义.....11
一、一般释义.....11
二、专业术语释义.....12
第二节 概览.....15
一、发行人及本次发行的中介机构基本情况.....15
二、本次发行概况.....15
三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标.....16
四、发行人的主营业务经营情况.....17
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.....18
六、发行人具体上市标准.....21
七、发行人公司治理特殊安排.....22
八、募集资金用途.....22
第三节 本次发行概况.....23
一、本次发行的基本情况.....23
二、本次发行的有关机构.....23
三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系.....25
四、与本次发行上市有关的重要日期.....25
第四节 风险因素.....26
一、创新风险.....26
二、互联网技术进步的风险.....26

三、市场风险.....26
四、经营风险.....27
五、财务风险.....30
六、与本次发行的相关风险.....31
第五节 发行人基本情况.....33
一、发行人基本情况.....33
二、发行人设立情况.....33
三、发行人报告期内股本和股东变化情况.....35
四、发行人报告期内重大资产重组情况.....41
五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况.....41
六、发行人股权结构情况.....42
七、发行人控股子公司、参股公司的情况.....42
八、发行人主要股东及实际控制人的基本情况.....45
九、发行人股本情况.....51
十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况.....59
十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议.....67
十二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年内的变动情况.....67
十三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况.....68
十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况.....70
十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况.....71
十六、发行人员工情况及社保、公积金缴纳情况.....73
第六节 业务与技术.....77
一、发行人的主营业务、主要产品及服务.....77
二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况.....109
三、发行人销售情况及主要客户.....133
四、发行人采购情况及主要供应商.....146
五、发行人客户和供应商重叠情况.....154

六、主要固定资产及无形资产.....161
七、发行人特许经营权和主要资质情况.....168
八、发行人的技术与研发情况.....169
第七节 公司治理与独立性.....175
一、公司治理概述.....175
二、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况.....175
三、发行人管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师鉴证意见.....180
四、公司近三年违法违规行为情况.....181
五、发行人近三年资金占用和违规担保情况.....182
六、发行人资金管理、对外投资、担保事项制度及执行情况.....183
七、发行人独立运行情况.....186
八、同业竞争.....187
九、关联方及关联交易.....188
第八节 财务会计信息与管理层分析.....197
一、合并财务报表.....197
二、注册会计师的审计意见.....201
三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项的判断标准.....201
四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况.....203
五、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析.....204
六、财务报告审计基准日后的相关财务信息和经营情况.....205
七、报告期内采用的主要会计政策和会计估计.....206
八、税项.....247
九、分部信息情况.....248
十、经注册会计师核验的非经常性损益明细表.....248
十一、报告期内公司主要财务指标.....249
十二、盈利预测披露情况.....251
十三、或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项.....251
十四、公司的盈利能力分析.....253

十五、资产质量分析.....287
十六、偿债能力、流动性及持续经营能力分析.....309
第九节 募集资金运用与未来发展规划.....316
一、本次募集资金使用概况.....316
二、募集资金专项存储制度的建立及执行情况.....317
三、董事会对募集资金投资项目可行性分析意见.....317
四、募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响.....318
五、募集资金投资项目基本情况.....319
六、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响.....347
七、未来发展规划.....348
第十节 投资者保护.....356
一、发行人投资者关系的主要安排.....356
二、发行人的股利分配政策和决策程序.....357
三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序.....360
四、发行人股东投票机制的建立情况.....361
五、本次发行相关承诺事项.....362
第十一节 其他重要事项.....380
一、重大合同.....380
二、对外担保情况.....382
三、诉讼和仲裁事项.....383
第十二节 有关声明.....384
发行人全体董事、监事、高级管理人员声明.....384
发行人控股股东、实际控制人声明.....385
保荐人（主承销商）声明.....386
保荐机构（主承销商）管理层声明.....387
发行人律师声明.....388
审计机构声明.....389
验资机构声明.....390
验资复核机构声明.....391
资产评估机构声明.....392

第十三节 附件 394

一、备查文件目录 394

二、查阅地点 394

第一节 释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称具有如下特定意义：

一、一般释义

发行人、公司、本公司、股份公司、新中冠、中冠科技	指	新中冠智能科技股份有限公司
新中冠有限	指	福建新中冠信息科技集团有限公司
福州新中冠	指	福州新中冠计算机系统工程有限公司
福建新中冠	指	福建新中冠计算机系统工程有限公司
喜购宝	指	福建喜购宝信息科技有限公司
大地数码	指	福建中冠大地数码有限公司
中冠联合	指	福州中冠联合电子商务有限公司
新中冠数据	指	福建新中冠数据技术有限公司
众海嘉华	指	北京众海嘉华股权投资合伙企业（有限合伙）
南平泽贤	指	南平泽贤投资合伙企业（有限合伙）
平潭合伙	指	喜购宝（平潭）投资合伙企业（有限合伙）
众海嘉速	指	北京众海嘉速股权投资合伙企业（有限合伙）
晨晖盛景	指	宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）
相兑道琺	指	杭州相兑道琺投资管理合伙企业（有限合伙），现更名为“武夷山相兑道琺股权投资合伙企业（有限合伙）”
芜湖朗姿	指	芜湖朗姿青和一号股权投资合伙企业（有限合伙）
芜湖博信	指	芜湖博信六号股权投资合伙企业（有限合伙）
东兴投资	指	东兴证券投资有限公司
CNNIC	指	中国互联网络信息中心
易宝	指	易宝支付有限公司
发改委	指	中华人民共和国国家发展和改革委员会
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
财政部	指	中华人民共和国财政部
A股	指	境内上市人民币普通股
本次发行	指	发行人根据本招股说明书所载条件公开发行A股的行为
报告期、最近三年一期	指	2017 年、2018 年、2019 年和 2020 年 1-3 月
股东大会	指	新中冠智能科技股份有限公司股东大会

董事会	指	新中冠智能科技股份有限公司董事会
监事会	指	新中冠智能科技股份有限公司监事会
保荐机构、保荐人、东海证券、主承销商	指	东海证券股份有限公司
发行人会计师	指	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师	指	北京市金杜律师事务所
评估机构	指	北京天圆开资产评估有限公司
《公司章程》	指	《新中冠智能科技股份有限公司章程》
《公司章程（草案）》	指	《新中冠智能科技股份有限公司章程（草案）》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
元、万元	指	人民币元、人民币万元

二、专业术语释义

互联网+	指	依托互联网信息技术实现互联网与传统产业的联合，以优化生产要素、更新业务体系、重构商业模式等途径来完成经济转型和升级。
消费互联网	指	以个人为用户，以日常生活为应用场景的应用形式，满足消费者在互联网中的消费需求而生的互联网类型。
产业互联网	指	传统产业借力大数据、云计算、智能终端以及网络优势，提升内部效率和对外服务能力，是传统产业通过“互联网+”实现转型升级的重要路径之一。
+互联网	指	针对传统行业融合、产业变革所产生的概念，是传统行业借助互联网手段把线下的生意做到线上去，并将互联网技术融合到产品的生产、管理、销售、服务等环节中。
云计算	指	分布式计算技术的一种，最基本的概念是透过网络将庞大的计算处理程序自动分拆成无数个较小的子程序，再交由多部服务器所组成的庞大系统经搜寻、计算分析之后将处理结果回传给用户。透过这项技术，网络服务提供者可以在数秒之内达成处理数以千万计甚至亿计的信息，达到和“超级计算机”同样强大效能的网络服务。
大数据	指	无法在一定时间范围内用常规软件工具进行捕捉、管理和处理的数据集合，是需要新处理模式才能具有更强的决策力、洞察发现力和流程优化能力的海量、高增长率和多样化的信息资产。
物联网	指	通过各种信息传感设备，实时采集任何需要监控、连接、互动的物体或过程等各种需要的信息，与互联网结合形成的一个巨大网络。
第三方支付	指	具备一定实力和信誉保障的独立机构，采用与各大银行签约的方式，提供与银行支付结算系统接口的交易支付平台的网络支付模式。
微信公众号	指	开发者或商家在微信公众平台上申请的应用账号，该帐号与 QQ 账号互通，通过公众号，商家可在微信平台上实现和特定群体的文字、图片、语音、视频的全方位沟通、互动。

供应链	指	商品到达消费者手中之前各相关者的连接或业务的衔接，是围绕核心企业，通过对信息流、物流、资金流的控制，从采购原材料开始，制成中间产品以及最终产品，最后由销售网络把产品送到消费者手中的将供应商、制造商、分销商、最终用户连成一个整体的功能网链结构。
数据中台	指	通过数据技术，对海量数据进行采集、计算、存储、加工，同时统一标准和口径的支撑体系，形成大数据资产层，进而为客户提供高效服务，系大数据行业的热门概念。
B2B	指	Business-to-Business 的简写，是指企业与企业之间的营销关系，它将企业内部网通过 B2B 网站与客户紧密结合起来，通过网络的快速反应，为客户提供更好的服务，从而促进企业的业务发展。
B2C	指	Business-to-Customer 的简写，中文简称为“商对客”，即直接面向消费者销售产品和服务的商业零售模式。这种形式的电子商务一般以网络零售业为主，主要借助于互联网开展在线销售活动。
B2G	指	business-to-government 的简写，企业与政府之间通过网络所进行的交易活动的运作模式。
O2O	指	Online To Offline，将线下的商务机会与互联网结合，让互联网成为线下交易的前台，只要产业链中既可涉及到线上，又可涉及到线下，就可通称为 O2O。
ERP	指	企业资源计划（Enterprise Resource Planning）的简称，建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台。
SaaS	指	软件即服务（Software-as-a-Service）的简称，一种新的软件应用模式，在这种模式中云端集中式托管软件及其相关数据，软件继续通过互联网而不需通过安装即可使用。
CRM	指	客户关系管理（Customer Relationship Management）的简称，是利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，使企业能高效地为客户提供满意、周到的服务，以提高客户满意度、忠诚度为目的的一种管理经营方式。
APP	指	安装在智能手机上的客户端软件。
API	指	应用程序编程接口（Application Programming Interface），指软件系统不同组成部分衔接的约定。
AI	指	人工智能（Artificial Intelligence），是研究、开发用于模拟、延伸和扩展人的智能的理论、方法、技术及应用系统的一门新的技术科学。
PHP	指	超文本预处理器（Hypertext Preprocessor），是一种通用开源脚本语言，吸收了 C 语言、Java 和 Perl 的特点，主要适用于 Web 开发领域。
SKU	指	库存量单位（Stock Keeping Unit），即库存进出计量的基本单元，可以是以件、盒、托盘等为单位。现在已经被引申为产品统一编号的简称，每种产品均对应有唯一的 SKU 号。
CPS 联盟	指	按销售付费（Cost Per Sales），以实际销售产品数量来计算广告费用，是最直接的效果营销广告。
OMS	指	订单管理系统（Order Management System），接受客户订单信息，结合仓储管理系统发来的库存信息，然后按客户和紧要程度给订单归类，根据不同仓储地点的库存进行配置，并确定交付日期。

DevOps	指	DevOps（Development 和 Operations 的组合词）是一组过程、方法与系统的统称，用于促进开发（应用程序/软件工程）、技术运营和质量保障（QA）部门之间的沟通、协作与整合。
Redis	指	（Remote Dictionary Server)，即远程字典服务，是一个开源的使用 ANSI C 语言编写、支持网络、可基于内存亦可持久化的日志型、Key-Value 数据库，并提供多种语言的 API。
WMS	指	仓库管理系统（Warehouse Management System）对仓储各环节实施全过程控制管理，通过入库业务、出库业务、仓库调拨、库存调拨和虚仓管理等功能，综合批次管理、物料对应、库存盘点、质检管理、虚仓管理和即时库存管理等功能综合运用，有效控制并跟踪仓库业务的物流和成本管理全过程，实现完善的企业仓储信息管理。
RPA	指	Robotic Process Automation 机器人流程自动化，是一种新型的人工智能的虚拟流程自动化机器人，通过自动化、智能化技术来“替代人”进行重复性、低价值、无需人工决策等固定性流程化操作，从而有效提升工作效率，减少错误。
ElasticSearch	指	是一个分布式的开源搜索和分析引擎，适用于所有类型的数据，包括文本、数字、地理空间、结构化和非结构化数据。

本招股说明书中若出现合计数与所在行或列数值合计尾数差异，均系四舍五入所致。

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	新中冠智能科技股份有限公司	**成立日期**	2002年10月25日
注册资本	97,161,340元人民币	**法定代表人**	吴根茂
注册地址	福建省福州市台江区鳌峰路2号鳌峰广场1号楼16层	**主要生产经营地**	福建省福州市台江区鳌峰路2号鳌峰广场1号楼16层
控股股东	吴根茂、吴刘驰	**实际控制人**	吴根茂、吴刘驰
行业分类	互联网和相关服务（I64）	**在其他交易场所（申请）挂牌或上市的情况**	无

（二）本次发行的有关中介机构

保荐人	东海证券股份有限公司	**主承销商**	东海证券股份有限公司
发行人律师	北京市金杜律师事务所	**其他承销机构**	无
审计机构	立信会计师事务所（特殊普通合伙）	**评估机构**	北京天圆开资产评估有限公司

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		
每股面值	人民币 1.00 元		
发行股数	不超过 3,500 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
其中：发行新股数量	不超过 3,500 万股	占发行后总股本比例	不低于 25%
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 132,161,340 股		
每股发行价格	[ ]元/股		
发行市盈率	[ ]倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）		
发行前每股净资产	[ ]元/股	发行前每股收益	[ ]元/股
发行后每股净资产	[ ]元/股	发行后每股收益	[ ]元/股
发行市净率	[ ]倍（按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与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发行方式
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具备创业板交易资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
拟公开发售股票股东名称	无
发行费用的分摊原则	公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市涉及的承销费、保荐费、审计费、律师费、信息披露费、发行手续费等发行费用均由发行人承担
募集资金总额	[ ]元
募集资金净额	[ ]元
募集资金投资项目	①新中冠互联网服务平台升级项目 ②新中冠营销及服务网络建设升级项目 ③新中冠大数据研发运营中心（I 期）
发行费用概算	承销及保荐费用：[ ]元 审计及验资费用：[ ]元 律师费用：[ ]元 用于本次发行的信息披露费用：[ ]元 发行手续费用：[ ]元

（二）本次发行上市的重要日期

刊登发行公告日期	[ ]
开始询价推介日期	[ ]
刊登定价公告日期	[ ]
申购日期和缴款日期	[ ]
股票上市日期	[ ]

三、发行人报告期的主要财务数据和财务指标

报告期内，公司经审计的主要财务数据和财务指标如下：

项 目	2020.3.31/ 2020年1-3月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
资产总额（万元）	77,933.84	72,673.83	59,390.78	41,992.49
归属于母公司所有者权益（万元）	53,399.28	52,456.58	42,034.11	29,247.37
资产负债率（母公司）	29.43%	26.88%	28.05%	25.67%
营业收入（万元）	60,801.11	318,754.99	272,192.82	242,828.11
净利润（万元）	942.69	6,413.47	5,574.82	3,313.05
归属于母公司所有者的净利润（万元）	942.69	6,413.47	5,574.82	3,313.05

项 目	2020.3.31/ 2020年1-3月	2019.12.31/ 2019年度	2018.12.31/ 2018年度	2017.12.31/ 2017年度
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润（万元）	881.04	6,181.26	5,376.06	3,434.95
基本每股收益（元）	0.10	0.70	0.68	0.42
稀释每股收益（元）	0.10	0.70	0.68	0.42
加权平均净资产收益率	1.78%	14.18%	17.40%	13.44%
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-21,817.80	-2,674.27	7,348.98	-11,230.11
现金分红（万元）	-	-	-	-
研发费用占营业收入的比例	0.26%	0.15%	0.10%	0.14%

四、发行人的主营业务经营情况

公司长期以来专注于 3C 产品流通环节，为苹果、华硕、AOC、飞利浦等产品提供分销、零售服务，随着大数据、云计算、物联网等信息技术的发展以及与其它产业的深度融合，发行人勇于自我革新，积极拥抱新技术，并基于多年的分销及零售渠道运营经验的积累，深刻理解互联网对传统零售商、品牌商、制造商的影响，利用互联网技术在原有业务基础上进行创新，先后拓展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务，并为上述业务提供包含技术开发、数据分析、供应链管理、客户服务等互联网综合服务。上述业务的具体运营模式及盈利模式如下：

业务类型	服务对象	互联网商业模式	业务内容	盈利模式
消费互联网业务	终端消费者	B2C	公司通过与多家银行信用卡商城合作，将自身优势与银行金融优势有效结合，完成消费金融场景搭建，为终端消费者提供互联网模式下除主流电商平台外选购产品另种途径	商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额
B2B 互联网业务	流通企业	B2B	公司通过搭建互联网综合服务平台“喜购宝”开展 B2B 交易，包括撮合交易业务和自营交易业务，实现互联网模式下产品在流通企业之间交易	根据交易额和双方约定的比例向供应商收取服务费用与运营成本的差额，或商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额

业务类型	服务对象	互联网商业模式	业务内容	盈利模式
产业互联网业务	制造商	B2B、B2C	根据制造商的具体需求定制化搭建与产业互联网相关的各类互联网平台、数据中台及运营管理系统，推动制造商流通产业链的互联网化、数据化，并反哺生产环节	根据交易额和双方约定的比例向品牌方收取服务费用与运营成本的差额，或收取技术开发收入与相应开发成本的差额
政府采购互联网业务	政府部门、事业单位等	B2G	公司通过入驻政府采购互联网平台并上架商品，将商品直接销售至政府部门、事业单位、团体组织等	商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额

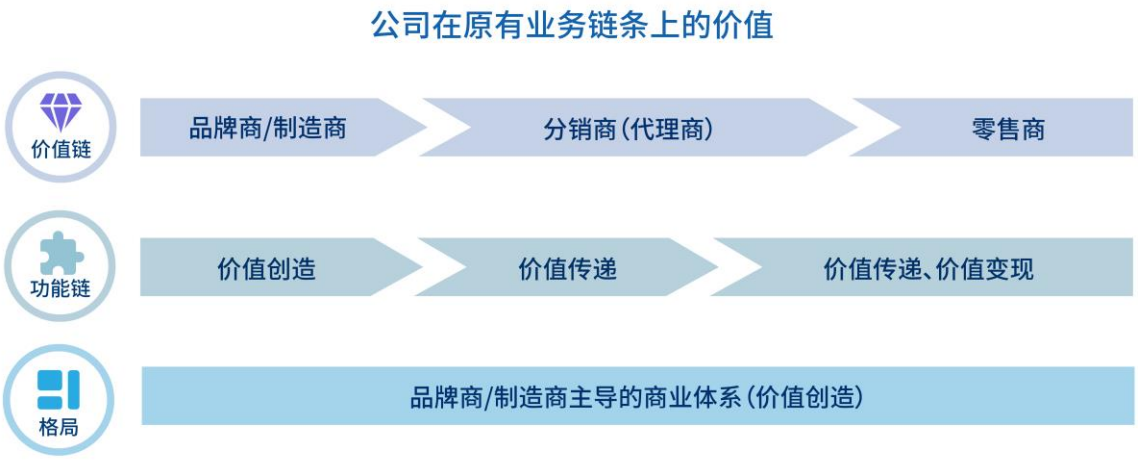
经过多年的技术沉淀和服务案例积累，公司各项业务的发展得到了企业和社会的认可，在消费互联网业务方面，公司被招商银行评为“年度卓越合作伙伴”、“年度优秀合作商户”等称号；在 B2B 互联网业务方面，公司自主开发的“喜购宝网上商城”荣获“中国互联网行业最佳解决方案奖”；在产业互联网业务方面，公司荣获“产业互联网服务领军企业奖”以及被华硕评为“最佳技术服务奖”；同时公司亦先后获评“2016 年中国互联网百强企业”、“福建互联网企业 20 强”、“中国（行业）最具发展潜力企业”、“最具投资价值互联网企业”、“福建省民营企业 100 强”、“福建服务业企业 100 强”等多项奖项。

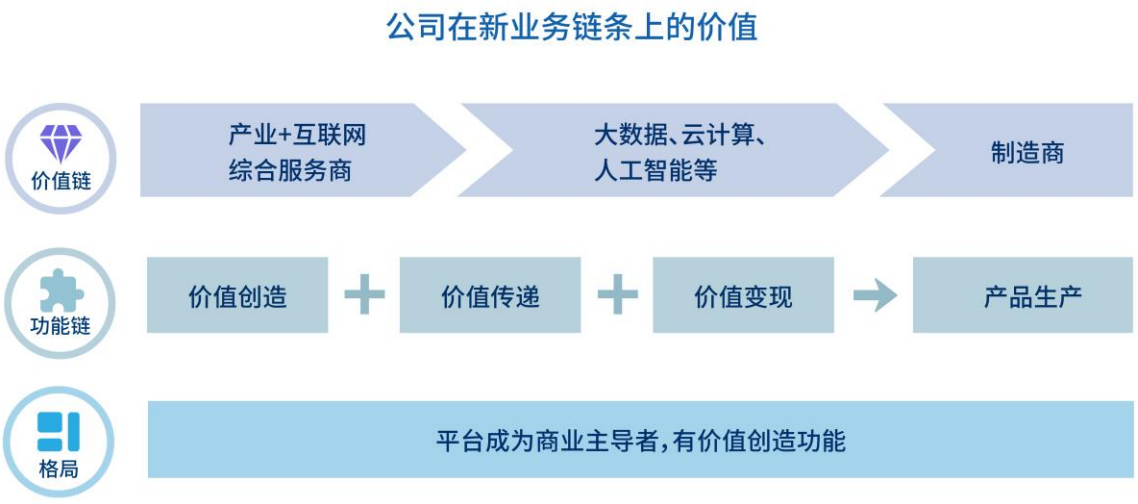
五、发行人自身的创新、创造、创意特征，科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

（一）发行人自身的创新、创造、创意特征

发行人原为华硕、AOC、飞利浦等产品的省级分销商，主要从事 3C 产品的传统分销及零售业务，随着大数据、云计算、物联网等信息技术的发展以及与其它产业的深度融合，发行人勇于自我革新，积极拥抱新技术，并基于多年的分销及零售渠道运营经验的积累，深刻理解互联网对传统零售商、品牌商、制造商的影响，对业务链条进行重塑。为此，发行人加大了研发投入，引进互联网技术人才，夯实了公司在供应链管理、互联网运营、平台开发、大数据分析及人工智能方面的技术能力，并结合自身业务特点在原有业务基础上进行创新，先后拓展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网等业务，赋能公司在“+互联网”产业转型中的价值重塑，提升了公司在产业链中的地位

和附加值，为公司从传统零售及分销业务走向互联化运营的平台化公司奠定基础。





（二）发行人科技创新、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

1、科技创新

作为互联网从业企业，公司一直重视技术创新及人才引入，先后获得“2016年中国互联网百强企业”（第 42 位）、“福建省互联网企业 20 强”（2017 年度至2019 年度连续三年入选）。截止目前，公司拥有 14 项核心技术，42 项软件著作权，8 项正在从事的研发项目，公司建立了自主研发技术团队，拥有技术人员 43 名，其中核心技术人员 3 名，技术人员占员工总人数的比例为 23.12%，研发团队成员相对稳定。同时，基于多年研发投入和项目经验，公司拥有行业内领先的开发流程，具备了行业优秀的品质把控能力，可以为流通产业链各类参与群体量

身定制契合其实际应用需求的解决方案，协助其重塑流通产业链条，实现其产品流通环节智能化、数字化。其技术创新描述详见招股书“第六节之二、（七）发行人技术水平及特点”的论述。

2、模式创新、业态创新和新旧产业融合情况

互联网技术的发展核心是应用创新，关键手段是技术融合，“+互联网”就是在互联网平台的基础上，综合利用移动互联网、云计算、大数据等新技术实现与各个行业的跨界融合，推动各行各业的创新与升级，并创造适用于新时代的新产品、新模式和新业态。近年来，公司利用互联网技术，结合自身业务特点及技术发展水平，对原有业务链条进行了模式创新、业态创新和新旧产业融合，具体体现在以下几个方面：

（1）传统零售与银行消费金融结合的模式创新

公司消费互联网业务系借助银行信用卡商城，通过为银行消费信贷提供供应链管理、应用场景展示等服务，与银行消费金融进行融合创新的一项业务。基于移动互联、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术的实质性突破以及以支付宝和微信为代表的账户替代化趋势都会对银行传统的信贷模式产生冲击。尽管银行在信用卡发卡量、资金、客户群体和规模上具备优势，但是在渠道、场景和数据方面存在短板。

为了改变上述被动不利局面，银行急需寻找拥有一定渠道和互联网应用场景开发技术能力的渠道商或零售商合作，以便与大型电商或消费金融公司竞争，扭转其不利局面。发行人基于多年分销及零售管理经验、信息化系统开发能力和大数据分析能力，一方面可以弥补银行在供应链管理、应用场景等方面的短板，向消费者提供除支付手段外的品牌选择、供应链服务、客户服务等各项综合服务，提高消费者在银行信用卡商城上的购物体验，从而增强消费者的用卡黏性、促进银行信用卡分期支付业务；另一方面，公司在消费互联网业务中直接面对消费者，通过销售高质量的产品以及向消费者提供优质的客户服务，实现在互联网模式下新型购物模式，有效的实现传统品牌产品零售向“+互联网”模式下的转型，实现公司传统零售与银行消费金融结合的融合创新。

（2）线上线下业态融合创新

公司实现了移动互联网、云计算、大数据等新技术与产品流通行业的深度融合，为产品流通行业赋能“+互联网”，拓展了 B2B 互联网业务、政府采购互联网业务，充分利用线上线下融合、互补的优势，促进业务可持续增长。具体来看，公司通过自营网上商城以及入驻政府采购网上超市等方式，充分展示各类产品的规格、参数、价格等相关信息，允许客户基于信用期、交易习惯以及相关采购政策等要求，进行网上产品信息获取、询价、问题反馈等，客户通过在线上获取相关信息后，可以选择与公司通过线上或线下进行交易。

因此，公司以服务客户需求为目标的线上线下交易不是竞争关系，而是互补关系，线上线下互为流量渠道并以物流为链接，通过线上线下融合及互补，开拓更多消费场景和领域，促使交易效率进一步提升，实现双向闭环引流。

（3）互联网技术嫁接产品流通领域，促进新旧产业的融合发展

产业互联网是指以生产者为主要用户，通过在生产、交易和流通等各个环节的网络渗透从而达到提升效率、节约资源等行业优化作用，通过生产、资源配置和交易效率的提升推进产业发展；通过传统企业与互联网的融合，寻求全新的营销、管理与服务模式，为消费者提供更好的服务体验，创造出不仅限于流量的更高价值的产业形态。

公司的产业互联网业务指以产品的流通环节为突破口，为制造商定制化搭建与产业链相关的各类 B2B、B2C 互联网交易平台、数据中台及运营管理系统，实现产业链各参与者线上交易及运营并剔除其产业链条中冗余环节，最终实现产业链互联网化、扁平化、数字化并反哺其生产环节，从而促进新旧产业的融合发展。

六、发行人具体上市标准

2018 年和 2019 年，公司的归属于母公司所有者的净利润（以扣除非经常性损益前后的孰低者为准）分别为 5,376.06 万元和 6,181.26 万元，最近两年累计净利润为 11,557.32 万元。

公司结合自身状况，选择适用《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》第二十二条规定的上市标准中的“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”。

根据以上分析，公司满足所选择的上市标准。

七、发行人公司治理特殊安排

截至本招股说明书签署日，公司在治理中不存在特别表决权股份、协议控制架构或类似特殊安排等需要披露的重要事项。

八、募集资金用途

经公司 2020 年第二次临时股东大会审议批准，公司本次拟向社会公众公开发行不超过 3,500.00 万股 A 股普通股股票，本次发行募集资金扣除发行费用后的净额将全部用于与公司主营业务相关的项目。具体如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目实施主体	项目总投资	募集资金投入金额
1	新中冠互联网服务平台升级项目	新中冠	15,823.92	15,823.92
2	新中冠营销及服务网络建设升级项目	新中冠	14,320.82	14,320.82
3	新中冠大数据研发运营中心（I 期）	新中冠数据	7,043.87	7,043.87
合计			**37,188.61**	**37,188.61**

本次募集资金投资项目建成后，将有利于进一步扩大公司主营业务规模，提升公司的整体技术水平，促进公司的可持续发展。

若本次发行实际募集资金净额小于上述项目投资需要，不足部分由公司自筹解决，以保障项目的顺利实施；若本次发行实际募集资金净额超过预计资金使用需求的，超过部分公司将用于补充日常经营所需流动资金。如果本次募集资金到位前，公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换出上述自筹资金。募集资金项目的具体内容，详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”。

第三节 本次发行概况

一、本次发行的基本情况

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	本次拟发行不超过3,500万股A股，占发行后总股本的比例不低于25%
每股发行价	[ ]元/股
发行人高管、员工拟参与战略配售情况	发行人高级管理人员、员工不参与战略配售
保荐人相关子公司拟参与战略配售情况	保荐人相关子公司不参与战略配售
市盈率	[ ]倍（按每股发行价格除以发行后每股收益计算）
发行后每股收益	[ ]元/股
发行前每股净资产	[ ]元/股（按[ ]年[ ]月[ ]日经审计的归属于母公司股东的净资产除以本次发行前总股本计算）
发行后每股净资产	[ ]元/股（按[ ]年[ ]月[ ]日经审计的归属于母公司股东的净资产加上本次发行募集资金净额之和除以本次发行后总股本计算）
市净率	[ ]倍（按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与网上向社会公众投资者定价发行相结合的方式，或证券监管部门的其他发行方式
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具备创业板交易资格的境内自然人、法人等投资者（国家法律、法规禁止购买者除外）
承销方式	余额包销
发行费用概算	承销及保荐费用：[ ]元 审计及验资费用：[ ]元 律师费用：[ ]元 用于本次发行的信息披露费用：[ ]元 发行手续费用：[ ]元

二、本次发行的有关机构

（一）保荐机构（主承销商）

名称	东海证券股份有限公司
法定代表人	钱俊文
住所	江苏省常州市延陵西路23号投资广场18层
联系电话	021-20333333
传真	021-50783817
保荐代表人	盛玉照、江成祺
项目其他人员	王超、方思萌、李华东、易君俊、江煌、游慧、罗克斐

（二）律师事务所

名称	北京市金杜律师事务所
负责人	王玲
住所	北京市朝阳区东三环中路7号北京财富中心写字楼A座40层
联系电话	010-58785016
传真	010-58785566
经办律师	张明远、沈诚敏

（三）会计师事务所

名称	立信会计师事务所（特殊普通合伙）
执行事务合伙人	朱建弟、杨志国
住所	上海市黄浦区南京东路61号四楼
联系电话	021-23281000
传真	021-63392558
经办注册会计师	杨贵鹏、丁彭凯

（四）资产评估机构

名称	北京天圆开资产评估有限公司
负责人	原丽娜
住所	北京市海淀区中关村南大街乙56号方圆大厦1501室
联系电话	010-83914088-826
传真	010-83915190
经办资产评估师	夏国军、张波

（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	深圳市福田区莲花街道深南大道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

户名	东海证券股份有限公司
开户银行	[ ]
账号	[ ]

三、发行人与本次发行有关的当事人之间的关系

截至本招股说明书签署日，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任何直接或间接的股权关系或其他权益关系。

四、与本次发行上市有关的重要日期

发行安排	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

投资者在评价本公司本次公开发售的股票价值时，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、创新风险

互联网及相关服务业系新兴成长型产业，创新的商业模式及技术手段层出不穷。为了顺应和把握产业发展的浪潮，公司积极尝试新的业务领域和商业模式，同时不断探索前沿的互联网平台开发技术、大数据技术和人工智能等技术并用于重塑传统流通产业链，始终保持对新技术、新模式和新业态的敏锐度。由于创新性业务和技术具有一定前瞻性和不确定性，受公司技术水平、运营能力、管理能力、资金实力等方面因素的影响，可能出现创新业务和技术未能适应市场需求或满足客户需要，并产生损失的可能性。如果公司不能及时根据市场趋势调整战略方向，或将影响公司的长期业务发展，对公司的经营业绩产生不利影响。

二、互联网技术进步的风险

互联网行业是一个迅猛发展、不断更新的产业，技术日新月异、产品不断推陈出新。随着大数据技术、云计算等互联网新一代技术的崛起、不断发展以及普及，计算机行业也许会面临新一轮变革。行业都有发展周期，产品都有生命周期，互联网行业和产品也不能例外。公司若不能及时跟进互联网技术，推出更具有创新力和客户吸附力的产品，公司的经营业绩将会受到影响，未来在同行业的竞争力将会下降。

三、市场风险

（一）市场需求波动的风险

公司作为互联网综合服务商，公司服务的客户涵盖产品流通过程中涉及的品牌商、渠道商及终端消费者等各层级参与者，业务和发展前景最终依赖于终端消费市场是否能够达到预期的增长。若未来出现经济增速放缓、我国人均可支配收

入或购买力下降、预期经济前景不明朗等情形，将导致需求的波动，进而导致互联网及相关服务业整体增速放缓，最终影响公司业绩。

（二）行业竞争激烈的风险

受益于信息技术的快速发展及线上交易的不断普及，国内互联网及相关服务业市场具有广阔的市场空间。新中冠在经营过程中，以互联网为工具，为产品流通互联化、数据化和智能化提供包含技术开发、供应链管理、数据分析、客户服务等全链路综合服务并持续分享收益，形成了应对新竞争环境的成功经营模式。随着市场环境的不断变化，新中冠未来如果不能有效识别行业环境、市场需求及市场结构的重大变化并及时调整经营策略，或未能有效满足下游客户的市场需求，或出现内部管理失效等情况，则可能在面对激烈的市场竞争时不能保持当前的竞争优势，给公司业务增长和盈利能力带来不利影响。

四、经营风险

（一）消费互联网业务集中的风险

公司通过与银行信用卡商城合作开展消费互联网业务，为各银行信用卡商城消费者提供商品售前咨询、供应链管理和售后反馈等一系列服务。消费互联网业务的盈利最终体现为商品在银行信用卡商城的销售收入与运营成本差额（包含采购成本及各项运营费用等），公司按照商品在信用卡商城的销售价格全额确认收入。报告期内，公司通过招商银行信用卡商城实现的消费互联网业务收入占公司当期营业收入比例分别为 54.07%、48.41%、54.09%和 56.97%，占比较高。如果公司未来无法与招商银行保持良好的合作关系，或者双方关于销售政策、收费标准等发生重大不利变化，亦或招商银行信用卡商城的经营情况未达预期，将对公司的消费互联网业务收入产生不利影响。

（二）品牌方返利对公司业绩影响的风险

公司在开展消费互联网业务、B2B 互联网业务及政府采购互联网业务过程以自营为主，主要涉及 3C 产品的采购。3C 产品品牌方或大型分销商给予下游销售商返利是 3C 产品分销行业的惯例，公司依据品牌方或大型分销商自身的政策给予返利抵扣货款。若未来公司依据上述政策约定的返利比例下降，或 3C 产品品牌方、大型分销商未按照约定提供返利，都将导致返利金额减少，对公司业绩产

生不利影响。

（三）互联网运营的风险

公司系从事互联网及应用服务的企业，互联网系统的稳定决定了公司能否给用户提供优质、稳定的互联网服务。互联网是通过电话线、光纤、电缆、无线通讯等技术手段将各种能连接网络的设备互联而形成的超大型网络，互联网行业客观存在着网络基础设施故障、软件漏洞、链路中断等系统风险，甚至不排除网络恶意攻击而引起的整个网络瘫痪的可能。因此，互联网系统风险一旦发生，将会造成一段时间不能访问公司网站等情况，公司的主要业务和日常活动将会中断，给公司的正常经营和市场形象带来较大的影响。

（四）供应商集中的风险

报告期内，公司开展消费互联网业务、B2B 互联网业务和政府采购互联网业务时盈利模式为产品购销差价。公司需要向上游供应商采购以 3C 为主的商品，上游供应商为品牌方或大型品牌分销商，渠道资源相对集中，故报告期内公司供应商亦相对集中。发行人向前五大供应商采购金额（不含税）合计分别为 183,124.04 万元、197,277.03 万元、213,224.41 万元和 54,247.02 万元，占当期采购额的比例分别为 79.81%、79.76%、70.39%和 74.67%。若公司与上游关键供应商合作发生变化，公司的供货渠道将受到影响。

（五）品牌方依赖的风险

公司在开展消费互联网业务和自营交易业务时以苹果系列产品和华硕系列产品为主，同时报告期内公司开展产业互联网业务时主要针对华硕产品流通产业链，公司对于上述品牌方构成依赖。若未来上述品牌方终止与公司合作或者品牌方业绩出现下滑，将对公司业绩产生不利影响。

（六）核心人才流失和短缺的风险

互联网及相关服务业为技术和人才密集型行业。公司目前在互联网及相关服务业的成功运营很大程度上取决于核心团队成员，公司长期培养的专业化技术团队、运营团队、营销团队等是公司竞争优势的来源。随着互联网及相关服务业竞争日益激烈，企业对人才争夺的加剧，公司的相关人才存在一定的流失风险。如果发生核心管理人员和技术人员大量流失或者因规模扩张导致人才不足的情形，

很可能影响公司发展战略的顺利实施，并对公司的业绩产生不利影响。

（七）商品质量控制风险

公司与银行合作开展消费互联网业务过程中，消费者在银行信用卡商城购买商品的质量、送货及售后服务等事宜均由公司提供，若消费者与公司之间就商品的买卖、商品质量、送货、退货、换货及售后服务或其他相关事宜发生争议，消费者与公司协商处理，消费者对商品内容有任何疑问，可直接与公司洽谈，银行除提供支付手段外并不介入商品销售的其他过程。同时在自营交易业务和政府采购互联网业务中，公司通过 B2B 平台或政府采购网站向下游客户销售商品，其商品质量均由公司负责，故商品质量是企业生命线。

为了保证公司销售的商品质量，公司严格履行采购、库存、销售等各个环节的质量控制。但公司采购面向众多的生产厂商和供应商，且从采购至最终商品送达消费者手中经历众多环节，尽管公司对商品质量实施严格控制，但顾客仍有可能会因遭遇质量问题而对购自公司的商品向公司提出索赔。如果商品的质量问题并非生产厂商的责任，或属于生产厂商的责任但本公司向其追索无果，则公司须依法向消费者承担赔偿责任，将会给公司带来一定损失，并对公司的声誉造成负面影响。

（八）信息系统风险

公司作为互联网综合服务商，与综合服务体系相关的信息管理系统成为企业未来发展的关键因素。公司依托契合公司业务管理及发展的信息管理系统，通过持续进行业务系统的优化和升级，为业务的良好运行提供了支撑。但是公司业务内容的不断拓展和运营规模的迅速扩大，对公司的信息管理系统提出了更高的要求。如果公司不能对目前信息管理系统进行及时升级改造，很可能会影响公司的业务开展，进而对公司的经营业绩产生不利影响。

（九）经营场所依赖租赁的风险

截至本招股说明书签署日，公司仓储中心、办公场所均通过租赁方式取得，存在经营场所依赖租赁的风险。公司仓储中心、办公场所位置的选取对公司业务发展具有重要的影响，租赁合同到期后如不能续租，公司将不得不在附近寻找新的经营场所，需要承担迁移、装修、暂停营业等额外成本。如果不能续租同时又

难以在附近寻找到新的经营场所，将会在一定程度上影响公司的盈利能力，给公司的业务经营带来一定的风险。

（十）“新冠疫情”引致的经营风险

2020 年初，新型冠状病毒疫情爆发，致使全球多数国家和地区遭受了不同程度的影响。新型冠状病毒疫情对公司所涉产业链的整体影响尚难以准确估计，若疫情在全球范围内继续蔓延且持续较长时间，将对公司经营造成不利影响，主要包括：（1）受隔离措施、交通管制等疫情管控措施的影响，公司产品采购、销售发货等环节物流有所迟滞；（2）若疫情持续蔓延，公司产品推广、客户开发等市场活动将受到一定限制，从而对公司业绩造成一定影响；（3）若疫情无法得到有效控制，公司下游客户的经营情况可能出现恶化，导致公司应收款项回款困难，从而对公司的流动资金造成一定影响。

五、财务风险

（一）应收账款回收风险

公司的业务模式决定其在开展业务的过程中，需要视客户的重要程度及信用情况，给予重要客户一定信用额度。报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 14,920.58 万元、17,968.98 万元、17,585.08 万元和 24,330.39 万元，占总资产的比例为 35.53%、30.26%、24.20%和 31.22%，应收账款账面价值规模较大，且公司在开展业务的过程中对流动资金的依赖较大。因此，如果客户出现资金周转等问题导致公司的应收账款不能及时收回，进而引发流动性风险，则将可能对该公司的业务经营和财务状况带来不利影响。

（二）存货跌价风险

公司在开展业务时，需要保证所销售的商品有一定的安全库存。报告期各期末，公司存货的账面价值分别为 16,964.79 万元、13,972.38 万元、20,548.79 万元和 36,714.03 万元，占总资产的比例为 40.40%、23.53%、28.28%和 47.11%，公司存货规模较大。报告期各期末，公司根据存货成本高于其可变现净值的差额计提存货跌价准备。如果因部分产品出现滞销，或者部分产品由于仓储物流等环节出现部分损坏，将导致其可变现净值下降，则公司需对该部分产品计提存货跌价准备，对公司盈利能力产生不利影响。

（三）经营性现金流状况不佳的风险

报告期各期间，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-11,230.11 万元、7,348.98 万元、-2,674.27 万元和-21,817.80 万元。公司经营活动产生的现金流量净额降幅较大的主要原因是：公司在开展业务时为提供资金使用效率，上游采购主要系现款或预付的方式，而下游部分客户通常采用赊销的方式。因此，公司在业务开展中垫付较大规模的资金。公司经营规模扩张阶段，会出现经营活动产生的现金流净流出的情形。发行人垫资具有持续性，占用了营运资金。如果公司不能多渠道筹措资金并及时推动客户加快回款，则可能导致营运资金紧张，进而对公司的持续经营产生不利影响。

六、与本次发行的相关风险

（一）本次发行导致净资产收益率下降的风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 13.93%、16.78%、13.66%和 1.66%。本次发行后，公司股本规模、净资产规模较发行前大幅增长，而募集资金项目从投入到产生经济效益需要一定的时间。在募集资金项目产生效益之前，若公司未能保持较快的利润增长，存在净资产收益率下降的风险。

（二）募集资金投资项目实施风险

公司本次发行募集资金，将投资于“新中冠互联网服务平台升级项目”、“新中冠营销及服务网络建设升级项目”、“新中冠大数据研发运营中心（I 期）”。如果在项目建设和实施过程中，市场环境、技术、相关产业政策等方面出现重大不利变化，或由于项目组织管理不善，不能按计划实施，募投项目存在不能达到预期收益的风险。同时，鉴于公司本次发行募集资金投资项目存在购买及租赁房产事宜，房产交易或租赁事项具有一定的不确定性，若交易对手方未能如约交付或出租相关房产，则可能导致募投项目无法按期开展。

公司本次募集资金投资项目全部完成后，公司的固定资产将有一定幅度的提高，固定资产年折旧额较 2019 年度也将会有一定幅度的增加，若募集资金投资项目不能如期达产或者募集资金投资项目达产后不能达到预期的盈利水平以抵减因固定资产大幅增加而新增的折旧金额，公司将面临因折旧费用大量增加而导

致利润下降的风险。

发行人募投项目的项目建设期较长。在项目建设初期主要是相关的人员招聘、研发投入等费用类开支，生产经营设备和基础设施建设分步投入，存在公司在项目建设期的费用支出增加导致业绩下降的风险。

（三）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、发行人经营业绩、投资者对本次发行的认可程度等多种内外部因素决定。存在投资者认购不足的情形，发行人将面临发行失败的风险。

第五节 发行人基本情况

一、发行人基本情况

中文名称	新中冠智能科技股份有限公司
英文名称	Xinzhongguan Intelligence Technology Co., Ltd.
注册资本	97,161,340 元人民币
法定代表人	吴根茂
成立时间	2002 年 10 月 25 日
住所	福建省福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 16 层
邮政编码	350009
电话	0591-83587785
传真	0591-87610251
公司网址	http://xzgznkj.com/
电子信箱	xzgdmc@fjxzg.com
负责信息披露和投资者关系的部门、负责人和电话号码	部门：董秘处 负责人：王惠英 电话号码：0591-87930985
经营范围	智能设备研发；软件开发、技术服务；电子计算机及配件、电子元器件、仪器仪表、通讯器材、家用电器批发、代购代销、网上销售；法律法规未规定许可的，均可自主选择经营项目开展经营；再生物资回收与销售；对外贸易；固定网络增值电信服务、移动网络增值电信服务；预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）。（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）

二、发行人设立情况

（一）有限公司设立情况

新中冠前身福州新中冠计算机系统工程有限公司系由敖文娟、吴根茂以货币出资共同设立的有限公司，设立时注册资本 60 万元，其中敖文娟出资 33 万元，吴根茂出资 27 万元。福州新中冠设立时的股东构成及出资具体情况如下：

序号	股东姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	敖文娟	33.00	55.00	货币
2	吴根茂	27.00	45.00	货币
合计		**60.00**	**100.00**	

2002 年 10 月 23 日，福建诚信联合会计师事务所出具（2002）诚会师验榕开字 Y-345 号《验资报告》，确认本次注册资本已全部到位。2002 年 10 月 25 日，

福州新中冠完成工商登记，并领取了注册号为 3501002011901 的企业法人营业执照。

（二）股份公司设立情况

发行人系由新中冠有限整体变更设立的股份有限公司。

2017 年 1 月 10 日，新中冠有限召开股东会，会议同意将新中冠有限整体变更为股份公司，公司名称变更为“新中冠智能科技股份有限公司”，以截至 2016 年 10 月 31 日的净资产 138,487,789.84 元为基础，按照 1:0.4733149 的比例折合股本 6,554.8336 万股，每股面值 1 元，扣除股本后的净资产余额 72,939,453.84 元计入资本公积。同日，新中冠有限全体股东暨股份公司全体发起人签署了《新中冠智能科技股份有限公司发起人协议》。

2017 年 1 月 9 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2016]第 211868 号《审计报告》，截至 2016 年 10 月 31 日，新中冠有限经审计的净资产为 138,487,789.84 元。

2017 年 1 月 9 日，北京天圆开资产评估有限公司为新中冠有限整体变更设立股份有限公司出具了天圆开评报字[2016]第 1243 号《评估报告》，经评估，截至 2016 年 10 月 31 日，新中冠有限净资产评估值为 14,544.55 万元。

2017 年 1 月 26 日，新中冠智能科技股份有限公司召开 2017 年第一次临时股东大会暨创立大会，审议通过了《关于新中冠智能科技股份有限公司筹办情况报告的议案》等一系列议案。同日，发行人的全体发起人签署《新中冠智能科技股份有限公司章程》。

2017 年 1 月 26 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）对本次整体变更股份公司事宜进行了核验，并出具了信会师报字[2017]第 ZB10242 号《验资报告》，确认截至 2016 年 10 月 31 日，新中冠（筹）已根据《公司法》有关规定及公司折股方案，将新中冠有限截至 2016 年 10 月 31 日止经审计的净资产 138,487,789.84 元，按照 1:0.4733149 的比例折合股本 6,554.8336 万股，每股面值 1 元，净资产大于股本部分 72,939,453.84 元计入资本公积。

2017 年 1 月 26 日，发行人办理了工商变更登记手续，取得由福建省工商行政管理局颁发的统一社会信用代码为 91350100743810856D 的营业执照。

整体变更后，公司股权结构如下所示：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	吴根茂	2,575.00	39.28
2	吴刘驰	725.00	11.06
3	刘江	600.00	9.15
4	平潭合伙	600.00	9.15
5	陈芳	467.73	7.14
6	庄珊丹	467.73	7.14
7	翁蕾	231.64	3.53
8	众海嘉华	231.64	3.53
9	广州泽贤投资合伙企业（有限合伙）[1]	231.64	3.53
10	李兹泉	167.94	2.56
11	众海嘉速	163.87	2.50
12	赖乐生	69.49	1.06
13	平潭新三板股权投资管理有限公司[2]	23.16	0.35
合计		**6,554.83**	**100.00**

三、发行人报告期内股本和股东变化情况

截至 2016 年末，新中冠有限的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	39.28	货币
2	吴刘驰	725.00	11.06	货币
3	刘江	600.00	9.15	货币
4	平潭合伙	600.00	9.15	货币
5	陈芳	467.73	7.14	货币
6	庄珊丹	467.73	7.14	货币
7	翁蕾	231.64	3.53	货币
8	众海嘉华	231.64	3.53	货币
9	广州泽贤	231.64	3.53	货币
10	李兹泉	167.94	2.56	货币
11	众海嘉速	163.87	2.50	货币
12	赖乐生	69.49	1.06	货币

[1] 2018 年 10 月，广州泽贤投资合伙企业（有限合伙）更名为南平泽贤投资合伙企业（有限合伙）。
[2] 2019 年 9 月，平潭新三板股权投资管理有限公司更名为福建拾贝股权投资有限公司。

序号	股东名称/姓名	认缴出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
13	平潭新三板股权投资管理有限公司	23.16	0.35	货币
合计		**6,554.83**	**100.00**	

（一）2017 年 3 月，股份公司第一次增资

2017 年 2 月 14 日，新中冠与阮炜、张宏斌、晨晖盛景、相兑道琺签订《增资扩股协议》，上述主体向新中冠增资 106,000,000.00 元，其中 16,562,500.00 元为认缴新增注册资本，其余 89,437,500.00 元计入公司资本公积，本次增资价格为 6.40 元/股。

2017 年 3 月 1 日，新中冠召开 2017 年第二次临时股东大会，会议同意增加阮炜、张宏斌、晨晖盛景、相兑道琺为公司新股东，公司增加注册资本 16,562,500.00 元，以货币方式出资。会议通过章程修正案，公司注册资本由 65,548,336.00 元增至 82,110,836.00 元。

2017 年 3 月 20 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2017]第 ZB10441 号《验资报告》，确认本次新增注册资本全部到位。

2017 年 3 月 27 日，新中冠完成工商变更登记手续，并领取了新的营业执照。

本次增资完成后，新中冠股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	31.36	净资产
2	吴刘驰	725.00	8.83	净资产
3	刘江	600.00	7.31	净资产
4	平潭合伙	600.00	7.31	净资产
5	晨晖盛景	593.75	7.23	货币
6	陈芳	467.73	5.70	净资产
7	庄珊丹	467.73	5.70	净资产
8	阮炜	375.00	4.57	货币
9	张宏斌	375.00	4.57	货币
10	相兑道琺	312.5	3.81	货币
11	翁蕾	231.64	2.82	净资产
12	众海嘉华	231.64	2.82	净资产
13	广州泽贤	231.64	2.82	净资产

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
14	李兹泉	167.94	2.05	净资产
15	众海嘉速	163.87	2.00	净资产
16	赖乐生	69.49	0.85	净资产
17	平潭新三板股权投资管理有限公司	23.16	0.28	净资产
合计		**8,211.08**	**100.00**	

（二）2018 年 6 月，股份公司第一次股权转让

2018 年 4 月 26 日，李兹泉与蔡慈雄、广州泽贤签订《股权转让协议》，将其持有的新中冠 167.94 万股（占比 2.0453%）股权分别转让给蔡慈雄及广州泽贤，转让价格为 6.4 元/股。

2018 年 5 月 16 日，庄珊丹与广州泽贤签订《股权转让协议》，将其持有的新中冠 65.85 万股（占比 0.8020%）股权转让给广州泽贤，转让价格为 6.4 元/股。

2018 年 6 月 4 日，新中冠召开 2018 年第二次临时股东大会，会议通过章程修订案。

2018 年 6 月 4 日，新中冠完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，新中冠股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	31.36	净资产
2	吴刘驰	725.00	8.83	净资产
3	刘江	600.00	7.31	净资产
4	平潭合伙	600.00	7.31	净资产
5	晨晖盛景	593.75	7.23	货币
6	陈芳	467.73	5.70	净资产
7	庄珊丹	401.87	4.89	净资产
8	广州泽贤	395.94	4.82	净资产、货币
9	阮炜	375.00	4.57	货币
10	张宏斌	375.00	4.57	货币
11	相兑道琺	312.50	3.81	货币
12	翁蕾	231.64	2.82	净资产
13	众海嘉华	231.64	2.82	净资产

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
14	众海嘉速	163.87	2.00	净资产
15	赖乐生	69.49	0.85	净资产
16	蔡慈雄	69.49	0.85	货币
17	平潭新三板股权投资管理有限公司	23.16	0.28	净资产
合计		**8,211.08**	**100.00**	

（三）2018 年 12 月，股份公司第二次增资

2018 年 12 月 14 日，新中冠召开 2018 年第五次临时股东大会，会议同意增加东兴投资为公司新股东，增资总额共计人民币 7,200.00 万元，其中，人民币 1,000.00 万元计入公司注册资本，人民币 6,200.00 万元计入公司资本公积，公司注册资本由 8,211.08 万元变更为 9,211.08 万元，会议通过章程修正案。新中冠与东兴投资签订了《增资扩股协议书》，本次增资价格为 7.2 元/股。

2018 年 12 月 20 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2018]第 ZB12080 号《验资报告》，确认本次新增注册资本全部到位。

2018 年 12 月 24 日，新中冠完成工商变更登记手续，并领取了新的营业执照。

本次增资完成后，新中冠股本结构如下：

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	27.96	净资产
2	东兴投资（CS）	1,000.00	10.86	货币
3	吴刘驰	725.00	7.87	净资产
4	刘江	600.00	6.51	净资产
5	平潭合伙	600.00	6.51	净资产
6	晨晖盛景	593.75	6.45	货币
7	陈芳	467.73	5.08	净资产
8	庄珊丹	401.87	4.36	净资产
9	南平泽贤	395.94	4.30	净资产、货币
10	阮炜	375.00	4.07	货币
11	张宏斌	375.00	4.07	货币
12	相兑道琺	312.50	3.39	货币

序号	股东	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
13	翁蕾	231.64	2.51	净资产
14	众海嘉华	231.64	2.51	净资产
15	众海嘉速	163.87	1.78	净资产
16	赖乐生	69.49	0.75	净资产
17	蔡慈雄	69.49	0.75	货币
18	平潭新三板股权资管理有限公司	23.16	0.25	净资产
合计		**9,211.08**	**100.00**	--

（四）2018 年 12 月，股份公司第二次股权转让

2018 年 12 月 14 日，刘江与胡洪芳签订《股权转让协议》，刘江将其持有的新中冠 150 万股（占比 1.6285%）股权转让给胡洪芳，转让价格为 7.2 元/股。

2018 年 12 月 29 日，新中冠召开 2018 年第六次临时股东大会，会议通过章程修订案。

2018 年 12 月 29 日，新中冠完成工商变更登记手续。

本次股权转让完成后，新中冠股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	27.96	净资产
2	东兴投资（CS）	1,000.00	10.86	货币
3	吴刘驰	725.00	7.87	净资产
4	平潭合伙	600.00	6.51	净资产
5	晨晖盛景	593.75	6.45	货币
6	陈芳	467.73	5.08	净资产
7	刘江	450.00	4.89	净资产
8	庄珊丹	401.87	4.36	净资产
9	南平泽贤	395.94	4.30	净资产、货币
10	阮炜	375.00	4.07	货币
11	张宏斌	375.00	4.07	货币
12	相兑道琺	312.50	3.39	货币
13	翁蕾	231.64	2.51	净资产
14	众海嘉华	231.64	2.51	净资产
15	众海嘉速	163.87	1.78	净资产

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
16	胡洪芳	150.00	1.63	货币
17	赖乐生	69.49	0.75	净资产
18	蔡慈雄	69.49	0.75	货币
19	平潭新三板股权投资管理有限公司	23.16	0.25	净资产
合计		**9,211.08**	**100.00**	

（五）2019 年 12 月，股份公司第三次增资

2019 年 12 月 23 日，新中冠召开 2019 年第三次临时股东大会，会议同意增加芜湖朗姿、芜湖博信为公司新股东，公司增加注册资本 505.05 万元，以货币方式出资。会议通过章程修正案，公司注册资本由 9,211.0836 万元变更为 9,716.1340 万元。

2019 年 12 月 24 日，新中冠与芜湖朗姿、芜湖博信签订《增资扩股协议》，芜湖朗姿、芜湖博信向新中冠增资 4,000 万元，其中 505.05 万元为认缴新增注册资本，其余 3,494.95 万元计入公司资本公积，本次增资价格为 7.92 元/股，增资价格依据系根据发行人 2018 年 12 月增资价格的基础上上浮 10%，双方协商确定。

2019 年 12 月 25 日，新中冠完成工商变更登记手续，并领取了新的营业执照。

2019 年 12 月 30 日，立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了信会师报字[2019]第 ZB50841 号《验资报告》，确认本次新增注册资本全部到位。

本次增资完成后，新中冠股本结构如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
1	吴根茂	2,575.00	26.50	净资产
2	东兴投资（CS）	1,000.00	10.29	货币
3	吴刘驰	725.00	7.46	净资产
4	平潭合伙	600.00	6.18	净资产
5	晨晖盛景	593.75	6.11	货币
6	陈芳	467.73	4.81	净资产
7	刘江	450.00	4.63	净资产
8	庄珊丹	401.87	4.14	净资产

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	出资方式
9	南平泽贤	395.94	4.08	净资产、货币
10	阮炜	375.00	3.86	货币
11	张宏斌	375.00	3.86	货币
12	相兑道琺	312.50	3.22	货币
13	芜湖博信	252.53	2.60	货币
14	芜湖朗姿	252.53	2.60	货币
15	翁蕾	231.64	2.38	净资产
16	众海嘉华	231.64	2.38	净资产
17	众海嘉速	163.87	1.69	净资产
18	胡洪芳	150.00	1.54	净资产
19	赖乐生	69.49	0.72	净资产
20	蔡慈雄	69.49	0.72	净资产
21	福建拾贝股权投资有限公司[3]	23.16	0.24	净资产
合计		**9,716.13**	**100.00**	**/**

四、发行人报告期内重大资产重组情况

报告期内，发行人不存在重大资产重组情况。

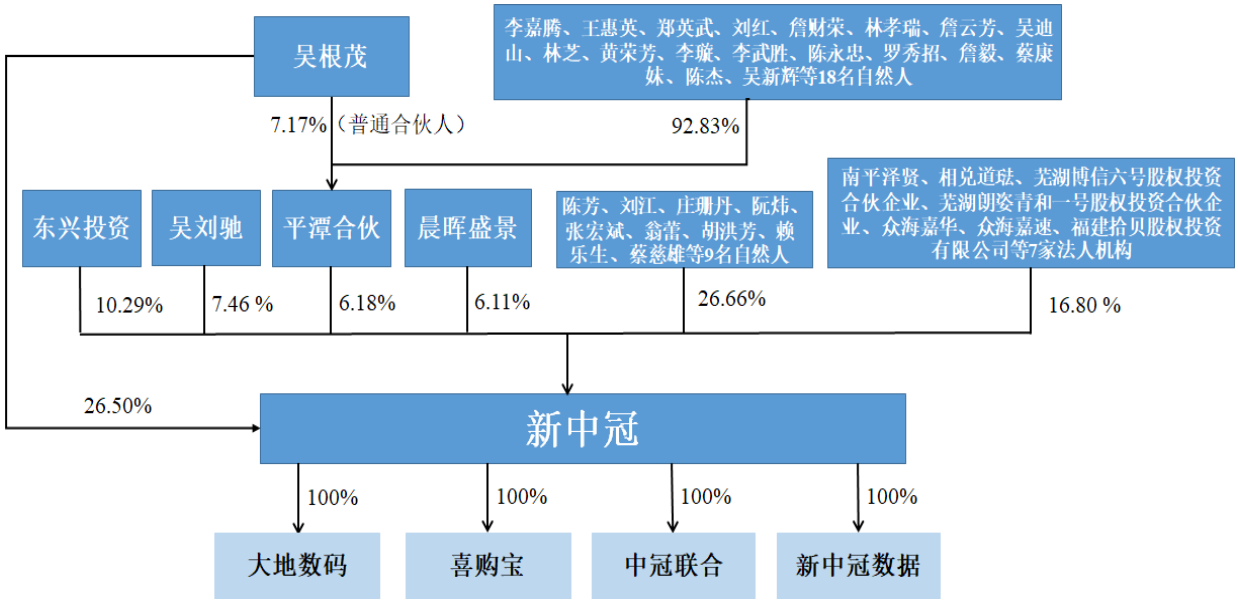
五、发行人在其他证券市场的上市或挂牌情况

本次公开发行股票前，发行人不存在其他证券市场上市或挂牌的情况。

[3] 2019 年 9 月，平潭新三板股权投资管理有限公司更名为福建拾贝股权投资有限公司。

六、发行人股权结构情况

截至本招股说明书签署日，公司股权结构如下：



七、发行人控股子公司、参股公司的情况

截至本招股说明书签署日，发行人共拥有 4 家全资子公司，无参股公司。子公司最近一年及一期财务数据均已经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

（一）福建喜购宝信息科技有限公司

公司名称	福建喜购宝信息科技有限公司
成立时间	2017 年 10 月 31 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	150 万元
注册地址	福州市长乐区文武砂镇壶江路 2 号中国东南大数据产业园 2 号研发楼
主要生产经营地	福建省福州市
经营范围	应用软件开发；软件运行维护服务；信息技术咨询服务；信息处理和存储支持服务；电子结算系统开发及应用；人工智能公共服务平台；计算机、软件及辅助设备批发；其他通讯设备批发；日用家电批发；再生物资回收与批发；计算机、软件及辅助设备零售；日用家电零售；通信设备零售；其他电子产品零售；网络与信息安全硬件销售；网上贸易代理；对外贸易；互联网零售；在线数据处理与交易处理业务；信息服务业务。（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）
股东构成及其持股比例	新中冠持有喜购宝 100%的股权
主营业务	从事计算机软件开发及技术服务

与发行人主营业务的关系	隶属于发行人主营业务

最近一年及一期的简要财务数据（单位：万元）

项目	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度	2020 年 3 月 31 日/ 2020 年 1-3 月
总资产	450.36	1,146.26
净资产	430.42	926.67
净利润	165.66	496.25

（二）福建中冠大地数码有限公司

公司名称	福建中冠大地数码有限公司
成立时间	2004 年 8 月 18 日
注册资本	1,000 万元
实收资本	1,000 万元
注册地址	福建省福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 15 层 07 单元
主要生产经营地	福建省福州市
经营范围	电子产品、计算机及配件、电子元器件、仪器仪表、通讯器材、家用电器批发、代购代销、网上销售；电子产品技术服务、维修服务；仓储物流服务；自营和代理各类商品和技术进出口，但国家限定公司经营或禁止出口的商品和技术除外。（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）
股东构成及其持股比例	新中冠持有大地数码 100%的股权
主营业务	从事针对下游分销商客户的自营业务
与发行人主营业务的关系	隶属于发行人主营业务

最近一年及一期的简要财务数据（单位：万元）

项目	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2020 年 3 月 31 日/ 2020 年 1-3 月
总资产	8,228.41	8,930.10
净资产	5,219.56	5,322.91
净利润	1,177.05	103.36

（三）福州中冠联合电子商务有限公司

公司名称	福州中冠联合电子商务有限公司
成立时间	2012 年 10 月 15 日
注册资本	2,000 万元
实收资本	2,000 万元
注册地址	福建省福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 14 层 05 单元
主要生产经营地	福建省福州市

经营范围	计算机软硬件及辅助设备、电子元器件、仪器仪表、通讯器材、家用电器、机械设备、五金交电、电子产品、摄影器材、数码器材、家具、装饰品、塑料制品、钟表眼镜、工艺品、纺织品、服装、鞋帽及日用品、文化用品、办公用品、体育用品及器材批发、代购代销及网上销售；再生物资回收与批发；自营和代理各类商品和技术进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。（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）
股东构成及其持股比例	新中冠持有中冠联合 100%的股权
主营业务	从事针对下游分销商客户的自营业务
与发行人主营业务的关系	隶属于发行人主营业务

最近一年及一期的简要财务数据（单位：万元）

项目	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2020 年 3 月 31 日/ 2020 年 1-3 月
总资产	12,095.21	11,882.66
净资产	2,384.67	2,640.80
净利润	504.36	256.13

（四）福建新中冠数据技术有限公司

公司名称	福建新中冠数据技术有限公司
成立时间	2018 年 6 月 1 日
注册资本	5,000 万元
实收资本	4,570 万元
注册地址	福建省福州市长乐区数字福建产业园东湖路 33 号 8 号研发楼
主要生产经营地	福建省福州市
经营范围	一般项目：软件开发；大数据服务；物联网设备制造；数字视频监控系统制造；计算机软硬件及外围设备制造；智能家庭消费设备制造；信息系统运行维护服务；人工智能应用软件开发；计算机软硬件及辅助设备批发；计算机及软硬件辅助设备零售；电子产品销售；物联网设备销售；互联网数据服务；数据处理和存储支持服务；人工智能硬件销售；软件销售；互联网销售（除销售需要许可的商品）；家用电器销售；通讯设备销售（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）
股东构成及其持股比例	新中冠持有新中冠数据 100%的股权
主营业务	从事技术研发业务
与发行人主营业务的关系	隶属于发行人主营业务

最近一年及一期的简要财务数据（单位：万元）

项目	2019 年 12 月 31 日/ 2019 年度	2020 年 3 月 31 日/ 2020 年 1-3 月
总资产	1,566.55	1,298.46

净资产	1,189.07	1,227.72
净利润	118.22	-11.35

八、发行人主要股东及实际控制人的基本情况

（一）发行人控股股东、实际控制人的基本情况

1、控股股东、实际控制人

发行人的控股股东、实际控制人为吴根茂、吴刘驰，吴根茂与吴刘驰为父女关系。

吴根茂、吴刘驰分别直接持有发行人 26.50%、7.46%的股份；吴根茂为公司员工持股平台平潭合伙的普通合伙人，平潭合伙持有发行人 6.18%的股份。因此，吴根茂、吴刘驰合计控制发行人 40.14%的股权。

新中冠股改前，吴根茂长期担任执行董事、总经理及法定代表人，目前，吴根茂担任董事长、法定代表人，吴刘驰担任董事、总经理，是公司的核心领导人，实际参与公司经营，能够决定和实质影响发行人的经营方针、决策和经营管理层的任免，对于发行人的经营决策和经营管理具有共同控制力。

为巩固吴根茂及吴刘驰对公司的共同控制，吴根茂及吴刘驰于 2019 年 2 月 16 日签署《一致行动协议》，确认一致行动安排按照如下方式运作：双方作为发行人的股东/董事需行使其股东/董事的权利时，需就相关内容进行协商并就行使权利事项达成一致意见；如果出现意见不统一或分歧时，双方应先行沟通协商，协商不成时应以吴根茂的意见作为一致行动的意见，吴刘驰须按该意见行使股东权利和董事权利。一致行动安排不因发行人的股权结构变化、注册资本变化、变更名称、公开发行股票、合并、分立、资产重组等事项而变化，至双方均不再持有发行人的股份之日终止。

因此，吴根茂、吴刘驰为发行人控股股东、实际控制人。

序号	股东姓名	国籍	境外永久居留权	身份证号	直接持股数量（万股）	直接持股比例（%）
1	吴根茂	中国	无	35010219620114****	2,575.00	26.50
2	吴刘驰	中国	无	35010219881026****	725.00	7.46
合 计					**3,300.00**	**33.96**

保荐机构和发行人律师认为，关于实际控制人认定依据充分、结论准确，不存在通过实际控制人认定而规避发行条件或监管情形。

实际控制人简历参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的简要情况”。

2、控股股东、实际控制人直接或间接持有发行人股份质押或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，控股股东、实际控制人直接或间接持有的发行人的股份不存在质押或其他有争议的情况。

（二）持有发行人 5%以上股份的股东

除发行人控股股东吴根茂、吴刘驰外，其他持有发行人 5%以上股份的股东为东兴投资、员工持股平台平潭合伙、晨晖盛景，芜湖朗姿、芜湖博信的实际控制人均为申东日、申今花，其合并持股比例超过 5%。上述股东的具体情况如下：

1、东兴投资

公司名称	东兴证券投资有限公司
成立时间	2012 年 2 月 7 日
注册资本	200,000.00 万元
实收资本	110,000.00 万元
注册地址	平潭综合实验区金井湾片区商务营运中心 6 号楼 5 层 511 室-3373（集群注册）
主要生产经营地	北京市西城区金融大街 5 号新盛大厦 B 座 6 层
法定代表人	张涛
主营业务	对金融产品的投资、项目投资、股权投资
与发行人主营业务的关系	与发行人的主营业务不存在关系

截至本招股说明书签署日，东兴投资的股东构成情况如下：

序号	股东名称/姓名	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	东兴证券股份有限公司	200,000	100.00
合计		**200,000**	**100.00**

2、平潭合伙

公司名称	喜购宝（平潭）投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2015 年 8 月 11 日
出资总额	2,400 万元
主要经营场所	平潭综合实验区北厝镇金井二路台湾创业园 36 号楼 3 层 A5
执行事务合伙人	吴根茂
经营范围	对金融业、租赁与商务服务业的投资；接受金融机构委托从事金融服务外包；企业管理信息、投资信息咨询管理（不含金融、证券、期货等需审批的项目）；资产管理；法律法规和国务院决定未规定许可的，均可自主选择经营项目开展经营；（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）

平潭合伙系新中冠员工出资设立的有限合伙企业。截至本招股说明书签署日，平潭合伙的合伙人出资情况如下：

序号	姓名	合伙性质	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	吴根茂	普通合伙	172.00	7.17	货币
2	李嘉腾	有限合伙	360.00	15.00	货币
3	王惠英	有限合伙	283.00	11.79	货币
4	郑英武	有限合伙	250.00	10.42	货币
5	刘红	有限合伙	192.60	8.03	货币
6	詹财荣	有限合伙	185.00	7.71	货币
7	林孝瑞	有限合伙	166.00	6.91	货币
8	吴迪山	有限合伙	102.00	4.25	货币
9	詹云芳	有限合伙	100.00	4.17	货币
10	林芝	有限合伙	90.00	3.75	货币
11	黄荣芳	有限合伙	87.00	3.63	货币
12	李璇	有限合伙	85.00	3.54	货币
13	李武胜	有限合伙	83.00	3.46	货币
14	陈永忠	有限合伙	72.00	3.00	货币
15	罗秀招	有限合伙	60.00	2.50	货币
16	詹毅	有限合伙	42.40	1.76	货币
17	蔡康妹	有限合伙	30.00	1.25	货币
18	陈杰	有限合伙	20.00	0.83	货币
19	吴新辉	有限合伙	20.00	0.83	货币
合　计			**2,400.00**	**100.00**	-

3、晨晖盛景

公司名称	宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）
成立时间	2015 年 5 月 21 日
出资总额	91,313.13 万元
主要经营场所	浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1080
执行事务合伙人	宁波晨晖创鼎投资管理合伙企业（有限合伙）
经营范围	股权投资、实业投资、投资管理、投资咨询和财务顾问。（未经金融等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 ）
与发行人主营业务的关系	与发行人的主营业务不存在关系

晨晖盛景的实际控制人为晏小平。截至本招股说明书签署日，晨晖盛景的合伙人出资情况如下：

序号	名称/姓名	合伙性质	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	宁波晨晖创鼎投资管理合伙企业（有限合伙）	普通合伙	913.13	1.00	货币
2	申今花	有限合伙	8,000.00	8.76	货币
3	河南四方达超硬材料股份有限公司	有限合伙	7,000.00	7.67	货币
4	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	有限合伙	6,000.00	6.57	货币
5	共青城宜诚文博投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙	6,000.00	6.57	货币
6	杭州盛杭景晟投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙	6,000.00	6.57	货币
7	前海股权投资基金（有限合伙）	有限合伙	6,000.00	6.57	货币
8	王智敏	有限合伙	4,000.00	4.38	货币
9	蔡伟江	有限合伙	4,000.00	4.38	货币
10	网宿科技股份有限公司	有限合伙	3,000.00	3.29	货币
11	拓尔思信息技术股份有限公司	有限合伙	3,000.00	3.29	货币
12	江苏通光电子线缆股份有限公司	有限合伙	3,000.00	3.29	货币
13	庞村	有限合伙	3,000.00	3.29	货币
14	成都瑞升房地产开发（集团）有限公司	有限合伙	3,000.00	3.29	货币
15	方海江	有限合伙	2,000.00	2.19	货币
16	刘权	有限合伙	2,000.00	2.19	货币
17	东方网力科技股份有限公司	有限合伙	1,500.00	1.64	货币
18	众信旅游集团股份有限公司	有限合伙	1,500.00	1.64	货币

序号	名称/姓名	合伙性质	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
19	华清基业投资管理有限公司	有限合伙	1,500.00	1.64	货币
20	问泽鸿	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
21	路庆晖	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
22	庞道满	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
23	傅晓成	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
24	赵耀华	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
25	陈寅	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
26	北京峰谷投资中心（有限合伙）	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
27	张文军	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
28	刘涛	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
29	河南国通网络文化传媒有限公司	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
30	王燕敏	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
31	深圳融石资本投资有限公司	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
32	深圳市智园科技有限公司	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
33	骆光明	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
34	新余美福景投资管理中心（有限合伙）	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
35	伊廷雷	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
36	吴小丽	有限合伙	1,000.00	1.10	货币
37	北京博雅智库投资中心（有限合伙）	有限合伙	900.00	0.99	货币
38	刘秀苹	有限合伙	500.00	0.55	货币
39	刘曜	有限合伙	500.00	0.55	货币
40	倪彪	有限合伙	500.00	0.55	货币
41	肖炜	有限合伙	500.00	0.55	货币
合　计			**91,313.13**	**100.00**	-

4、芜湖朗姿

公司名称	芜湖朗姿
成立时间	2019 年 5 月 17 日
注册地址	安徽省芜湖市镜湖区荆西社区小微企业孵化园 216-1 室
执行事务合伙人	芜湖朗姿青和投资有限公司

经营范围	实业投资、项目投资、股权投资、创业投资、投资咨询（未经金融等监管部门的批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人的主营业务不存在关系

芜湖朗姿的实际控制人为申东日、申今花。截至本招股说明书签署日，芜湖朗姿的合伙人出资情况如下：

序号	名称/姓名	合伙性质	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	芜湖朗姿青和投资有限公司	普通合伙人	100.00	0.50	货币
2	江苏青和投资管理有限公司	有限合伙人	18,000.00	89.55	货币
3	芜湖成中电子科技有限公司	有限合伙人	1,500.00	7.46	货币
4	孙益功	有限合伙人	500.00	2.49	货币
合计			**20,100.00**	**100.00**	/

5、芜湖博信

公司名称	芜湖博信
成立时间	2019 年 12 月 12 日
注册地址	芜湖市镜湖区荆西社区小微企业孵化园 231-2 号
执行事务合伙人	北京朗姿韩亚资产管理有限公司
经营范围	企业投资、项目投资、股权投资（未经金融等监管部门的批准，不得从事向公众融资存款、融资担保、代客理财等金融服务）（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）
与发行人主营业务的关系	与发行人的主营业务不存在关系

芜湖博信的实际控制人为申东日、申今花。截至本招股说明书签署日，芜湖博信的合伙人出资情况如下：

序号	名称/姓名	合伙性质	出资额（万元）	出资比例（%）	出资方式
1	北京朗姿韩亚资产管理有限公司	普通合伙人	10.00	0.46	货币
2	芜湖成中电子科技有限公司	有限合伙人	100.00	4.63	货币
3	山南晨鼎实业发展有限公司	有限合伙人	1,023.605	47.39	货币
4	韦莉莉	有限合伙人	617.83	28.60	货币
5	林鸽	有限合伙人	408.565	18.92	货币
合计			**2,160.00**	**100.00**	/

九、发行人股本情况

（一）本次发行前后公司股本情况

本次发行前公司总股本为 9,716.13 万股，本次拟公开发行股票不超过 3,500 万股，发行人股东不发售老股。本次发行前后，公司的股权结构如下：

序号	股东名称/姓名	发行前		发行后	
		持股数（万股）	持股比例（%）	持股数（万股）	持股比例（%）
1	吴根茂	2,575.00	26.50	2,575.00	19.48
2	东兴投资（CS）	1,000.00	10.29	1,000.00	7.57
3	吴刘驰	725.00	7.46	725.00	5.49
4	平潭合伙	600.00	6.18	600.00	4.54
5	晨晖盛景	593.75	6.11	593.75	4.49
6	陈芳	467.73	4.81	467.73	3.54
7	刘江	450.00	4.63	450.00	3.40
8	庄珊丹	401.87	4.14	401.87	3.04
9	南平泽贤	395.94	4.08	395.94	3.00
10	阮炜	375.00	3.86	375.00	2.84
11	张宏斌	375.00	3.86	375.00	2.84
12	相兑道琺	312.50	3.22	312.50	2.36
13	芜湖博信	252.53	2.60	252.53	1.91
14	芜湖朗姿	252.53	2.60	252.53	1.91
15	翁蕾	231.64	2.38	231.64	1.75
16	众海嘉华	231.64	2.38	231.64	1.75
17	众海嘉速	163.87	1.69	163.87	1.24
18	胡洪芳	150.00	1.54	150.00	1.13
19	赖乐生	69.49	0.72	69.49	0.53
20	蔡慈雄	69.49	0.72	69.49	0.53
21	福建拾贝股权投资有限公司	23.16	0.24	23.16	0.18
22	社会公众	-	-	3,500.00	26.48
合　计		**9,716.13**	**100.00**	**13,216.14**	**100.00**

注：CS 是 Controlling State-owned Shareholder 的缩写，指国有实际控制企业。

（二）本次发行前，公司前十名股东情况

截至本招股说明书签署日，公司前十名股东及其持股情况如下：

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	吴根茂	2,575.00	26.50
2	东兴投资	1,000.00	10.29
3	吴刘驰	725.00	7.46
4	平潭合伙	600.00	6.18
5	晨晖盛景	593.75	6.11
6	陈芳	467.73	4.81
7	刘江	450.00	4.63
8	庄珊丹	401.87	4.14
9	南平泽贤	395.94	4.08
10	阮炜	375.00	3.86
	张宏斌	375.00	3.86
合　计		**7,959.29**	**81.92**

（三）本次发行前，发行人前十名自然人股东及其在发行人处担任的职务

截至本招股说明书签署日，本次发行前，发行人前十名自然人股东在发行人处担任的职务的情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例（%）	在公司的任职情况
1	吴根茂	2,575.00	26.50	董事长
2	吴刘驰	725.00	7.46	董事、总经理
3	陈芳	467.73	4.81	——
4	刘江	450.00	4.63	——
5	庄珊丹	401.87	4.14	——
6	阮炜	375.00	3.86	——
7	张宏斌	375.00	3.86	——
8	翁蕾	231.64	2.38	——
9	胡洪芳	150.00	1.54	董事
10	赖乐生	69.49	0.72	监事会主席
	蔡慈雄	69.49	0.72	——
合计		**5,890.22**	**60.62**	——

（四）发行人国有股份和外资股份情况

1、发行人国有股份的情况

2018 年 12 月，福建福民律师事务所出具（2018）榕律非讼代字第 047 号《关于新中冠智能科技股份有限公司国有股权管理方案的法律意见书》，认为东兴投资目前持有的发行人 1,000 万股股份（占发行人股本总额的 10.8565%），应被认定为国有股，若发行人在境内发行股票并上市，东兴投资在证券登记结算公司登记的证券账户应标注“CS”标识。

2019 年 4 月 17 日，财政部出具了财金函[2019]15 号《财政部关于确认新中冠智能科技股份有限公司国有股权管理方案的函》，对新中冠的国有股权进行了确权。2019 年 12 月，公司因经营需要，经公司董事会和股东大会审议通过，以 7.92 元/股引进新股东芜湖朗姿及关联方芜湖博信，该次增资后，东兴投资仍持有发行人 1000 万股，持股比例下降为 10.29%。因该次增资涉及国有股权比例变动，根据国有股权管理的有关规定，须履行相关国有股权确权审批程序，截止本招股书签署日，该国有股权的确权工作东兴投资已完成内部审批，并由其上级主管单位中国东方资产管理股份有限公司向财政部履行报批程序。

2、发行人外资股份的情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在外资股份的情况。

（五）最近一年发行人新增股东的情况

截至本招股说明书签署之日，公司申报前一年新增股东为芜湖朗姿、芜湖博信，系其对公司增资，具体情况如下：

增资时间	股东名称	增资金额（万元）	出资方式	计入股本金额（万元）	定价依据	单价（元/股）
2019.12	芜湖朗姿	2,000.00	货币	252.53	双方协商根据 2018 年 12 月增资价格上浮 10%	7.92
	芜湖博信	2,000.00		252.53		
合计		**4,000.00**	/	**505.06**		/

新增股东的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、（二）持有发行人 5%以上股份的股东”的相关内容。

（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、本次发行前各股东的关联关系

（1）自然人股东吴根茂与自然人股东吴刘驰为父女关系；

（2）吴根茂为平潭合伙的普通合伙人和执行事务合伙人；

（3）众海嘉华与众海嘉速的执行事务合伙人均为北京众海投资管理有限公司，该公司的实际控制人为鲁众；

（4）刘江为发行人直接股东，同时为众海嘉速、众海嘉华的有限合伙人；

（5）翁蕾系发行人直接股东，同时为众海嘉速的有限合伙人；

（6）芜湖朗姿和芜湖博信的实际控制人均为申东日、申今花；

（7）芜湖朗姿和芜湖博信的实际控制人之一申今花为晨晖盛景的有限合伙人。

除上述事项外，公司各直接股东之间不存在其他关联关系。

2、关联股东持有公司股份情况

序号	股东名称/姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	吴根茂	2,575.00	26.50
2	吴刘驰	725.00	7.46
3	平潭合伙	600.00	6.18
4	晨晖盛景	593.75	6.11
5	刘江	450.00	4.63
6	芜湖博信	252.53	2.60
7	芜湖朗姿	252.53	2.60
8	翁蕾	231.64	2.38
9	众海嘉华	231.64	2.38
10	众海嘉速	163.87	1.69
合计		**6,075.96**	**62.53**

（七）发行人股东公开发售股份对发行人的控制权、治理结构及生产经营产生的影响

本次公开发行股票不涉及股东公开发售股份事项。

（八）发行人历史上存在的股权代持及其清理情况

有关新中冠历史上委托持股形成及演变解除情况具体如下：

1、有限公司委托持股的形成

2002 年福州新中冠成立时，敖文娟代吴根茂持有福州新中冠出资额。福州新中冠成立时存在的委托持股具体情况如下：

序号	委托人	受托人	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	敖文娟	33.00	55.00
合计			**33.00**	**55.00**

2、有限公司委托持股的演变

（1）2003 年 3 月，委托持股金额增加

2003 年 3 月，福州新中冠注册资本由 60 万元增至 468 万元，敖文娟代吴根茂持有的福州新中冠出资额由 33 万元增至 229.00 万元。本次增资完成后，福州新中冠存在的委托持股具体情况如下：

序号	委托人	受托人	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	敖文娟	229.00	48.93
合计			**229.00**	**48.93**

（2）2004 年 3 月，委托持股金额增加，代持人增加

2004 年 3 月，福州新中冠注册资本由 468 万元增至 900 万元，敖文娟代吴根茂持有的福州新中冠出资额增至 238.50 万元，新增代持人詹云芳代吴根茂持有的福州新中冠出资额为 202.50 万元。本次增资完成后，福州新中冠存在的委托持股具体情况如下：

序号	委托人	受托人	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	敖文娟	238.50	26.50
2		詹云芳	202.50	22.50
合计			**441.00**	**49.00**

（3）2007 年 9 月，委托持股金额减少，代持人减少

2007 年 9 月，敖文娟、詹云芳分别将其代吴根茂持有的福建新中冠 238.50 万元出资额、147.50 万元出资额还原给吴根茂。本次股权转让完成后，福建新中

冠存在的委托持股具体情况如下：

序号	委托人	受托人	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	詹云芳	55.00	5.00
合计			**55.00**	**5.00**

（4）2011 年 8 月，代持人变动

2011 年 8 月，詹云芳将其代吴根茂持有的福建新中冠 55 万元出资额转让给詹毅，由詹毅代吴根茂持有。本次股权转让完成后，福建新中冠存在的委托持股具体情况如下：

序号	委托人	受托人	出资金额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	詹毅	55.00	5.00
合计			**55.00**	**5.00**

3、有限公司委托持股的解除

为了清理公司既有的委托持股情形、规范公司的股权管理，2016 年 12 月 20 日，新中冠有限召开股东会，会议同意詹毅将其持有的新中冠有限 55 万元出资额转让给原股东吴根茂。同日，詹毅与吴根茂签订《股权转让协议》。

本次委托持股解除时股权转让具体情况如下：

转让方	受让方	转让出资额（万元）	出资比例（%）
詹毅	吴根茂	55.00	0.839
合计		**55.00**	**0.839**

2018 年 12 月 18 日，吴根茂、敖文娟、詹云芳、詹毅就新中冠历史上存在的股权代持及其清理情况出具《声明书》，确认敖文娟、詹云芳、詹毅在新中冠有限历史上作为直接股东期间，均为工商登记的名义股东，为吴根茂代持相关股权，未投入过任何资金，亦不享有任何权益，敖文娟、詹云芳、詹毅与吴根茂就上述事项不存在任何争议或潜在争议。截至本招股说明书签署日，吴根茂不存在被他人代持，或者代他人持有发行人股份的情形。

2018 年 12 月 20 日，福建省福州市台江公证处就吴根茂、敖文娟、詹云芳、詹毅出具的声明书进行了公证。

此次股权转让后，发行人历史上存在的委托持股均已全部解除，截至本招股说明书签署日，公司不存在委托持股的情况。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，公司历史上存在的股权代持已得到弥补，不存在纠纷或者被处罚风险，不会构成首发法律障碍等事项。

（九）发行人股东中私募投资基金备案情况

发行人股东中，吴根茂、吴刘驰、陈芳、刘江、庄珊丹、阮炜、张宏斌、翁蕾、胡洪芳、赖乐生、蔡慈雄为自然人股东，不属于私募投资基金；东兴投资为东兴证券股份有限公司（东兴证券，601198.SH）的全资子公司，属于国有实际控制企业，不属于私募投资基金，无需履行私募基金备案程序；平潭合伙系为实现员工股权激励而设立的持股平台，不属于私募投资基金，无需履行私募基金备案程序；南平泽贤系广州泽贤资产管理有限公司、蔡晓东成立的普通合伙企业，南平泽贤的普通合伙人广州泽贤资产管理有限公司唯一股东为李娜，李娜与蔡晓东系夫妻关系，广州泽贤资产管理有限公司对南平泽贤的出资系李娜与蔡晓东的夫妻共同财产，不属于以非公开募集方式取得的资金，因此，南平泽贤不属于私募基金的范畴，无需履行私募基金备案程序；晨晖盛景（基金编号：S38317）、相兑道琺（基金编号：SS7054）、众海嘉华（基金编号：SN3537）、众海嘉速（基金编号：SN1928）、芜湖朗姿（基金编号：SGY287）、芜湖博信（基金编号：SJM260）已经履行了私募基金备案程序；福建拾贝股权投资有限公司（基金管理人编号：P1008726）已履行私募基金管理人备案程序。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人私募基金股东依法设立并有效存续，已纳入国家金融监管部门有效监管，并已按照规定履行审批、备案或报告程序，其管理人已依法注册登记，符合法律法规的规定。

（十）发行人申报时存在已解除的对赌协议情况

2015 年 7 月，陈芳、庄珊丹与发行人、吴根茂、吴刘驰、詹毅共同签署《增资扩股协议》，2016 年 6 月，众海嘉速与发行人、吴根茂、吴刘驰、詹毅、陈芳、庄珊丹、刘江、众海嘉华、南平泽贤、翁蕾、李兹泉、赖乐生、平潭新三板、平潭合伙共同签署《增资扩股协议》。上述《增资扩股协议》中均约定了“保护性条款”、“优先受让权”、“优先购买权”、“最优惠条件”、“赎回权”等特殊条款。2018 年 12 月，陈芳、庄珊丹与发行人、吴根茂、吴刘驰、詹毅共同签署《增资扩股协议之补充协议》，众海嘉速与发行人、吴根茂、吴刘驰、詹毅、陈芳、庄

珊丹、刘江、众海嘉华、南平泽贤、翁蕾、李兹泉、赖乐生、平潭新三板、平潭合伙共同签署《增资扩股协议之补充协议》，终止了上述《增资扩股协议》中的特殊条款。

根据发行人全体股东签署的说明，并经保荐机构访谈吴根茂、陈芳、庄珊丹、众海嘉速等股东，上述《增资扩股协议之补充协议》系各方真实意思表示，相关特殊条款已合法有效解除。截至目前，发行人及各股东之间不存在任何对赌安排或其他利益安排，不存在纠纷或潜在纠纷。

经核查，保荐机构、发行人律师认为，发行人及各股东之间历史上曾存在的相关对赌条款已有效解除，目前不存在任何对赌安排或其他特殊利益安排。

（十一）发行人申报前已经制定或实施的股权激励

平潭合伙系发行人用于激励员工而设立的员工持股平台，2015 年 12 月，平潭合伙以增资方式入股发行人，关键员工通过持有平潭合伙合伙份额的方式间接持有发行人股份。

平潭合伙的合伙协议及补充协议所约定的与股权激励有关的主要内容如下：（1）发行人实际控制人吴根茂为平潭合伙的执行事务合伙人，执行合伙企业日常事务，且对合伙企业的利润分配、有限合伙人转让有限合伙权益、有限合伙人是否违反合伙协议等特殊事项亦拥有独立决定权。（2）若有限合伙人发生离职、丧失劳动能力、死亡、实施危害发行人利益的行为等情况，需退伙并将所持合伙份额转让给执行事务合伙人或其指定的其他员工。（3）除发生当然退伙等事项之外，未经执行事务合伙人同意，有限合伙人不能将其所持合伙份额用于转让、出售、交换、质押、偿还债务等。

经保荐机构、发行人律师核查，该股权激励计划的实施已经发行人前身新中冠有限股东会批准，履行了必要的内部决策程序。

经保荐机构、发行人律师访谈发行人实际控制人吴根茂，截至本招股说明书签署日，股权激励计划已基本实施完毕，发行人主要关键员工已通过平潭合伙持有发行人股份。除发生现有有限合伙人当然退伙等情形，普通合伙人将视情况决定是否引入其他关键员工作为新的有限合伙人之外，平潭合伙的合伙人及份额情况将不会发生实质变化。

根据发行人的说明，经保荐机构、发行人律师访谈发行人董事长及总经理，股权激励计划自执行以来，激励对象的归属感和责任感进一步增强，对公司运营和发展产生了积极影响。同时，2017 年、2018 年和 2019 年发行人因实施股权激励计划产生的股份支付金额分别为 290.88 万元、11.92 万元和 9.00 万元，对发行人财务状况的影响较小。

此外，发行人实际控制人吴根茂为平潭合伙的执行事务合伙人，根据合伙协议的约定，吴根茂拥有全体合伙人同意并授权的多项独立决定权，系平潭合伙的实际控制人。因此，发行人实施股权激励计划不会对发行人控制权的稳定性产生不利影响。

经保荐机构、发行人律师核查，上述股权激励已经发行人股东大会同意，合伙协议及相关补充协议已通过平潭合伙全体合伙人的同意，根据该相关协议之约定，受股权激励的员工除发生当然退伙等事项之外，不能将其所持财产份额用于转让、出售、交换、质押、偿还债务，平潭合伙普通合伙人在持股平台员工当然退伙时拥有接受相关财产份额转让或指定发行人其他关键员工受让该财产份额等独立决定权，故该股权激励计划不会对发行人控制权变化产生实质性影响。

十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况

（一）董事会成员

截至本招股说明书签署日，公司本届董事会现有董事 9 名，其中独立董事 3 名。公司董事由股东大会选举或更换，任期 3 年，任期届满可连选连任；独立董事任期 3 年，任期届满可连选连任，连任时间不得超过 6 年。基本情况如下：

序号	姓名	职位	提名人	任期
1	吴根茂	董事长	董事会	2020年1月至2023年1月
2	鲁众	董事	董事会	2020年1月至2023年1月
3	吴刘驰	董事	董事会	2020年1月至2023年1月
4	王惠英	董事	董事会	2020年1月至2023年1月
5	胡洪芳	董事	董事会	2020年1月至2023年1月
6	郑忠静	董事	董事会	2020年1月至2023年1月
7	齐伟	独立董事	董事会	2020年1月至2023年1月
8	许萍	独立董事	董事会	2020年1月至2023年1月

序号	姓名	职位	提名人	任期
9	骆念蓓	独立董事	董事会	2020年1月至2023年1月

公司现任董事简历如下：

1、吴根茂：男，中国国籍，无境外永久居留权，1962 年生，硕士研究生，曾任福州大学教师。1996 年 11 月至 2002 年 10 月，任福州中冠电子有限公司董事长兼总经理；2002 年 10 月至 2017 年 1 月，先后任福州新中冠、福建新中冠、新中冠有限执行董事、总经理；2004 年 7 月至 2010 年 8 月，任大地数码执行董事；2012 年 1 月至今，任福州市人大代表；2012 年 10 月至今，任中冠联合执行董事兼总经理；2015 年 8 月至今，任平潭合伙执行事务合伙人；2017 年 1 月至今，任新中冠董事长；2017 年 1 月至 2019 年 12 月，任新中冠总经理；2017 年 10 月至今，任喜购宝执行董事兼总经理；2018 年 4 月至 2020 年 4 月，任福州大学经济与管理学院兼职教授；2018 年 6 月至今，任新中冠数据执行董事兼总经理；2019 年 1 月至今，任福州市第十五届人民代表大会监察和司法委员会委员。

2、鲁众：男，中国国籍，无境外永久居留权，1963 年生，硕士研究生，高级工程师。1984 年 8 月至 1990 年 8 月，任中国机械电子部主任工程师；1990 年 8 月至 1998 年 10 月，任美国数字设备公司副总经理；1998 年 10 月至 2000 年 5 月，任微软中国副总裁；2000 年 5 月至 2003 年 10 月，任 8848 网络公司首席运营官；2003 年 10 月至 2005 年 7 月，任美国超威半导体公司中国大陆销售总经理；2005 年 7 月至 2008 年 12 月，任狼烟网络公司 CEO；2008 年 12 月至 2010 年 12 月，任中国万网总裁；2010 年 12 月至 2014 年 7 月，任阿里巴巴集团副总裁；2014 年 7 月至今，任北京众海投资管理有限公司执行董事兼总经理；2016 年 1 月至 2019 年 5 月，任贵州燃气（600903.SH）董事；2017 年 1 月至今，任新中冠董事。

3、吴刘驰：女，中国国籍，无境外永久居留权，1988 年生，硕士研究生。2008 年 4 月至今，任大地数码监事；2011 年 7 月至 2012 年 1 月，任飞利浦（中国）投资有限公司管理培训生；2014 年 8 月至 2017 年 7 月，任武夷山市得一茗茶业有限公司执行董事；2014 年 8 月至 2019 年 1 月，任福建都市矩阵城市设计咨询有限公司执行董事兼总经理；2016 年 11 月至 2017 年 1 月，任新中冠有限总经理助理；2017 年 1 月至 2019 年 12 月，任新中冠董事兼总经理助理；2017

年 1 月至今，任福州市台江区政协委员；2018 年 11 月至今，任福建省女企业家协会第九届理事会理事；2019 年 12 月至今，任新中冠董事兼总经理。

4、王惠英：女，中国国籍，无境外永久居留权，1979 年生，大学本科，注册会计师、高级会计师。1998 年 8 月至 2005 年 12 月，任福建新大陆药业有限公司财务部主管；2005 年 12 月至 2009 年 7 月，任福建华夏汽车城有限公司财务部总经理助理；2009 年 8 月至 2011 年 6 月，任鸿博集团有限公司财务经理；2011 年 7 月至 2016 年 3 月，任嘉园环保有限公司财务部总经理；2016 年 4 月至 2017 年 1 月，任新中冠有限财务总监；2017 年 1 月至今，任新中冠财务总监；2017 年 4 月至今，任新中冠董事、董事会秘书；2018 年 6 月至今，任新中冠数据监事。

5、胡洪芳：女，中国国籍，无境外永久居留权，1967 年生，大学本科。1991 年 8 月至 2003 年 3 月，任上海铁路局徐州北站财务经理；2003 年 4 月至 2004 年 10 月，任上海铁路文化广告发展有限公司财务经理；2004 年 11 月至 2005 年 11 月，任深圳市子煜钢结构工程有限公司财务总监；2005 年 11 月至今，曾任重庆祺山实业有限公司董事，现任重庆祺山实业有限公司财务总监、副总经理；2007 年 6 月至今，任重庆和泓物业服务有限公司执行董事兼总经理；2014 年 10 月至 2018 年 12 月，任重庆和泓嘉业投资有限公司董事；2018 年 5 月至今，任贵州贵泓升发大数据有限公司执行董事；2018 年 6 月至 2019 年 3 月，任和泓控股集团有限公司董事；2018 年 6 月至今，任新中冠董事；2018 年 7 月至今，任贵州和泓丰盈物业管理有限公司董事长；2018 年 9 月至今，任贵州福瑞盈信息咨询有限公司董事长。

6、郑忠静：男，中国国籍，无境外永久居留权，1976 年生，硕士研究生。1999 年 7 月至 2000 年 8 月，任南京医药股份有限公司职员；2003 年 7 月至 2006 年 12 月，任泰华创业投资管理有限公司投资经理；2006 年 12 月至 2016 年 11 月，任瑞盛投资有限公司投资经理、副总裁、董事总经理；2016 年 11 月至 2018 年 9 月，任北京中关村协同创新投资基金管理有限公司投资总监；2018 年 9 月至今，任东兴证券投资有限公司投资总监；2019 年 12 月至今，任新中冠董事。

7、齐伟：男，中国国籍，无境外永久居留权，1977 年生，大学本科，执业律师。2000 年 6 月加入福建创元律师事务所，先后任福建创元律师事务所合伙

人、主任；2015 年 8 月加入北京大成（福州）律师事务所，现任高级合伙人并担任事务所管理委员会执行委员；2015 年 6 月至今，任顶点软件（603383.SH）独立董事；2017 年 1 月至今，任福州市律师协会证券法律专业委员会主任；2018 年 1 月至今，任福建省律师协会证券法律专业委员会主任；2018 年 5 月至今，任新中冠独立董事；2018 年 12 月至今，任福州仲裁委员会仲裁员。

8、许萍：女，中国国籍，无境外永久居留权，1971 年生，博士研究生，注册会计师。1992 年 7 月至今，任教于福州大学会计系，现任福州大学经济管理学院教授；2010 年 2 月至 2015 年 12 月、2019 年 7 月至今，任华映科技（000536.SZ）独立董事；2011 年 10 月至 2017 年 12 月，任福能股份（600483.SH）独立董事；2014 年 2 月至 2019 年 3 月，任国脉科技（002093.SZ）独立董事；2014 年 6 月至今，任福建华博教育科技股份有限公司董事；2015 年 7 月至 2019 年 6 月，任鸿博股份（002229.SZ）独立董事；2016 年 5 月至今，任永辉超市（601933.SH）、天邦股份（002124.SZ）独立董事；2018 年 5 月至今，任新中冠独立董事；2019 年 12 月至今，任福建省招标股份有限公司独立董事。

9、骆念蓓：女，中国国籍，无境外永久居留权，1965 年生，博士研究生。1986 年 8 月至 1990 年 8 月，任福建省南平职业大学企业经济管理系教师；1990 年 9 月至今，任福州大学经济与管理学院管理科学与工程系教授；2017 年 12 月至今，任德艺文创（300640.SZ）独立董事；2018 年 6 月至今，任新中冠独立董事；2019 年 10 月至今，任福建福春文化发展有限公司执行董事兼经理。

（二）监事会成员

截至本招股说明书签署日，公司监事会由 3 名成员组成，其中职工代表监事 1 人。公司股东代表监事由股东大会选举产生，职工代表监事由职工代表大会选举产生，公司的监事任期为 3 年，任期届满可连选连任。基本情况如下：

序号	姓名	职位	提名人	任期
1	赖乐生	监事会主席	监事会	2020年1月至2023年1月
2	李璇	职工监事、办公室主任	职工代表大会	2020年1月至2023年1月
3	徐明鹏	监事	监事会	2020年1月至2023年1月

公司现任监事简历如下：

1、赖乐生：男，中国国籍，无境外永久居留权，1963 年生，中级技工。1982

年 7 月至 1999 年 10 月，任建瓯市新华书店副经理；1999 年 10 月至今，任福建省南平市科文图书销售有限公司销售经理；2015 年 7 月至今，任无锡亚铂酒店管理有限公司监事；2017 年 1 月至今，先后任新中冠非职工监事、监事会主席。

2、李璇：女，中国国籍，无境外永久居留权，1972 年生，大学本科。1995 年 4 月至 1997 年 12 月，就职于福建天福大酒店贸易部；1998 年 4 月至 2002 年 9 月，就职于福州中冠电子有限公司业务部；2002 年 10 月至 2014 年 11 月，先后任福州新中冠、福建新中冠、新中冠有限商务部经理、PC 事业部经理、零售部经理、市场部经理、总经理办公室经理；2014 年 12 月至 2015 年 5 月，任新中冠有限行政副总监；2015 年 6 月至 2017 年 1 月，任新中冠有限办公室主任；2017 年 1 月至今，任新中冠监事兼办公室主任。

3、徐明鹏：男，中国国籍，无境外永久居留权，1989 年生，硕士研究生。2015 年 6 月至今，任北京晨晖创新投资管理有限公司高级投资经理；2019 年 12 月至今，任新中冠监事。

（三）高级管理人员

公司高级管理人员包括公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监和总经理助理。截至本招股说明书签署日，公司现任高级管理人员 5 名，基本情况如下：

序号	姓名	职位	任期
1	吴刘驰	总经理	2020年1月至2023年1月
2	郑英武	副总经理	2020年1月至2023年1月
3	黄荣芳	副总经理	2020年1月至2023年1月
4	王惠英	财务总监兼董事会秘书	2020年1月至2023年1月
5	詹云芳	副总经理	2020年1月至2023年1月

公司现任高级管理人员简历如下：

1、吴刘驰：公司总经理，简历请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

2、郑英武：男，中国国籍，无境外永久居留权，1980 年生，大专。2002 年 10 月至 2012 年 9 月，先后担任福州新中冠、福建新中冠门店销售、产品经理、销售副总监；2012 年 10 月至 2017 年 1 月，任新中冠有限副总经理；2012 年 10

月至今，任中冠联合监事；2017 年 1 月至今，任新中冠副总经理。

3、黄荣芳：男，中国国籍，无境外永久居留权，1982 年生，大学本科。 2004 年 7 月至 2006 年 4 月，就职于福州金龙网络科技有限公司；2006 年 5 月至 2007 年 6 月，任福州哈唐网络科技有限公司副总经理；2007 年 8 月至 2008 年 10 月，任福州中旭网络技术有限公司总经理；2008 年 12 月至 2009 年 4 月，任福建天晴数码有限公司运营经理；2009 年 6 月至 2010 年 6 月，任福州搜商网络技术有限公司总经理；2010 年 7 月至 2012 年 8 月，任福州民大科技有限公司总经理；2012 年 9 月至今，任福建乐道网络科技有限公司监事；2014 年 10 月至 2017 年 1 月，任新中冠有限副总经理兼首席技术官；2017 年 1 月至今，任新中冠副总经理兼首席技术官。

4、王惠英：公司财务总监兼董事会秘书，简历请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”

5、詹云芳：男，中国国籍，无境外永久居留权，1974 年生，大学本科。1998 年 1 月至 2002 年 9 月，任福州中冠电子有限公司商场经理；2002 年 10 月至 2017 年 1 月，先后任福州新中冠、福建新中冠、新中冠有限副总经理；2009 年 10 月至今，任厦门宁金文化传播有限公司监事；2010 年 8 月至今，任大地数码执行董事兼总经理；2017 年 1 月至今，任新中冠副总经理。

（四）核心技术人员

公司核心技术人员具体如下：

1、吴根茂，简历请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

2、黄荣芳，简历请参见本节“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（三）高级管理人员”

3、许妙水：女，中国国籍，无境外永久居留权，1989 年生，大学本科。2013 年 12 月至 2015 年 3 月，任福建省时代华奥动漫有限公司 PHP 工程师；2015 年 3 月至 2018 年 12 月，先后任新中冠有限、新中冠 PHP 工程师；2019 年 1 月至 2019 年 12 月，任新中冠技术副总监；2020 年 1 月至今，任新中冠技术总监。

（五）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况及所兼职单位与公司的关联关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员的兼职情况如下表所示：

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职职务	与发行人的关联关系
吴根茂	董事长	平潭合伙	执行事务合伙人	关联方
		中冠联合	执行董事兼总经理	关联方
		喜购宝	执行董事兼总经理	关联方
		新中冠数据	执行董事兼总经理	关联方
		福州市人民代表大会	福州市第十五届人大代表暨监察和司法委员会委员	——
		福建省智能制造发展促进会	第一届理事会副会长	——
		福建省互联网经济促进会	副会长	——
		宁德职业技术学院	信息技术与工程系专业建设指导委员会委员	——
		福州市人力资源与社会保障局	福州创业导师	——
		福州市两新组织党建促进会	第一届理事会副会长	——
		福建省企业与企业家联合会	第八届理事会副会长	——
		福州市企业与企业家联合会	副会长	——
鲁众	董事	北京众海投资管理有限公司	执行董事、总经理	关联方
		北京联众互动网络股份有限公司	独立董事	——
		众海创新（北京）科技有限公司	董事长、经理	关联方
		北京众海投资咨询有限公司	执行董事、经理	关联方
		武汉众海鸿嘉投资管理有限公司	董事长	关联方
		九瑞控股有限公司	执行董事、总经理	关联方
		武汉众海企业加速器有限公司	监事	——
		西安众海加速器科技有限公司	执行董事	关联方
		北京众海天地资本管理有限公司	监事	关联方
		上海蒙草欢乐草环境发展股份有限公司	董事长	关联方
吴刘驰	董事、总经理	大地数码	监事	关联方
		福州市台江区政协	委员	——
		福州市妇女代表大会	执行委员会委员	——
		福建省女企业家协会	第九届理事会理事	——

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职职务	与发行人的关联关系
		福州市台江区新的社会阶层人士联谊会	第一届理事会副会长	——
		福州市女企业家联谊会	副会长	——
王惠英	董事、财务总监、董事会秘书	新中冠数据	监事	关联方
胡洪芳	董事	重庆祺山实业有限公司	财务总监、副总经理	关联方
		重庆和泓物业服务有限公司	执行董事、总经理	关联方
		贵州贵泓升发大数据有限公司	执行董事	关联方
		贵州和泓丰盈物业管理有限公司	董事长	关联方
		贵州福瑞盈信息咨询有限公司	董事长	关联方
郑忠静	董事	东兴证券投资有限公司	投资总监	关联方
齐伟	独立董事	北京大成（福州）律师事务所	高级合伙人、管理委员会执行委员	——
		顶点软件（603383.SH）	独立董事	——
		福州市律师协会证券法律专业委员会	主任	——
		福建省律师协会证券法律专业委员会	主任	——
		福州仲裁委员会	仲裁员	——
许萍	独立董事	福州大学	教授	——
		永辉超市（601933.SH）	独立董事	——
		天邦股份（002124.SZ）	独立董事	——
		华映科技（000536.SZ）	独立董事	——
		福建省招标股份有限公司	独立董事	——
		福建华博教育科技股份有限公司	董事	关联方
骆念蓓	独立董事	福州大学	教授	——
		福建福春文化发展有限公司	执行董事兼经理	关联方
		德艺文创（300640.SZ）	独立董事	——
赖乐生	监事会主席	无锡亚铂酒店管理有限公司	监事	——
		福建省南平市科文图书销售有限公司	销售经理	——
徐明鹏	监事	北京晨晖创新投资管理有限公司	高级投资经理	——
郑英武	副总经理	中冠联合	监事	关联方
黄荣芳	副总经理	福建乐道网络科技有限公司	监事	——

姓名	公司职务	兼职单位名称	兼职职务	与发行人的关联关系
詹云芳	副总经理	大地数码	执行董事、总经理	关联方
		厦门宁金文化传播有限公司	监事	——

除上述情况外，公司董事、监事、高级管理人员均无其他任职情况。

（六）董事、监事、高级管理人员和其他核心人员的亲属关系

除公司董事长吴根茂与公司董事、总经理吴刘驰为父女关系，董事长吴根茂与副总经理詹云芳为叔侄关系，公司董事、总经理吴刘驰与副总经理詹云芳为堂兄妹关系外，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员之间不存在其他亲属关系。

十一、发行人与董事、监事、高级管理人员及核心技术人员签订的对投资者作出价值判断和投资决策有重大影响的协议

公司与本公司员工吴根茂、吴刘驰、王惠英、李璇、郑英武、黄荣芳、詹云芳、许妙水签署了劳动合同和保密协议。公司与现任董事、监事均签署了聘用协议。

自前述协议签订以来，相关董事、监事、高级管理人员及核心技术人员均严格履行协议约定的义务和职责，迄今未发生违反协议义务的情形。

十二、公司董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近两年内的变动情况

（一）最近两年内公司董事变动情况

截至 2018 年 6 月末，公司董事为吴根茂、鲁众、陈芳、吴刘驰、王惠英、胡洪芳、骆念蓓、许萍、齐伟。最近两年内，董事变化情况如下：

序号	履行决议情况	变动事项	变更后董事会成员	选举/变动日期
1	新中冠 2019 年第三次临时股东大会，同意陈芳辞去公司董事职务，选举郑忠静为董事会成员	陈芳因个人原因辞去公司董事职务	吴根茂、鲁众、吴刘驰、王惠英、胡洪芳、郑忠静、骆念蓓、许萍、齐伟	2019.12.23

（二）最近两年内公司监事变动情况

截至 2018 年 6 月末，公司监事为赖乐生、李璇、苏丰。最近两年内，监事

变化情况如下：

序号	履行决议情况	变动事项	变更后监事会成员	选举/变动日期
1	新中冠 2019 年第三次临时股东大会，同意苏丰辞去公司监事职务，选举徐明鹏为监事会成员	苏丰因个人原因辞去监事职务	赖乐生、李璇、徐明鹏	2019.12.23

（三）最近两年内公司高级管理人员变动情况

截至 2018 年 6 月末，公司高级管理人员为吴根茂、郑英武、詹云芳、黄荣芳、王惠英、吴刘驰。最近两年内，高级管理人员变化情况如下：

序号	履行决议情况	变动事项	变更后高级管理人员成员	选举/变动日期
1	新中冠第一届董事会第二十二次会议，同意吴根茂辞去总经理职务，聘任吴刘驰担任公司总经理	吴根茂因个人原因辞去总经理职务	吴刘驰、郑英武、詹云芳、黄荣芳、王惠英	2019.12.6

发行人董事及高级管理人员在最近两年内合计变化人数为 2 人（陈芳辞去董事职务，吴根茂辞去总经理职务），且其中吴刘驰系吴根茂之女，职务变更前担任公司总经理助理，亦为发行人高级管理人员，系发行人内部培养产生。发行人董事和高级管理人员的变化未导致发行人经营方针、组织机构运作及业务运营等方面发生变化，未给发行人的持续发展和持续经营能力带来重大不确定性。

十三、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员在除公司股东及公司子公司外的其他主要对外投资情况如下：

序号	姓名	职务	对外投资单位	投资金额（万元）	持股比例（%）
1	鲁众	董事	北京众海投资管理有限公司	450	45.00
			北京社区半径信息技术有限公司	585	19.50
			众海创新科技（北京）有限公司	201.72	29.75
			众海嘉速	1,000	7.81
			北京众海投资咨询有限公司	5	50.00
			北京众海天地资本管理有限公司	500	50.00
			武汉江鸿文化发展合伙企业（有限合伙）	1,000	10.00
			武汉众海九瑞股权投资合伙企业（有限合伙）	18,890	64.03
			常州蓝星创业投资中心（有限合伙）	71.45229	4.76

序号	姓名	职务	对外投资单位	投资金额（万元）	持股比例（%）
			苏州北极光正源创业投资合伙企业（有限合伙）	500	0.79
			九瑞控股有限公司	9,000	90
			西安众海加速器科技有限公司	众海创新科技（北京）有限公司出资85万元	众海创新科技（北京）有限公司持股85%
			武汉众海企业加速器有限公司	众海创新科技（北京）有限公司出资75万元	众海创新科技（北京）有限公司持股75%
			武汉众海加速器众创空间有限公司	众海创新科技（北京）有限公司出资550万元	众海创新科技（北京）有限公司持股55%
			武汉众海鸿嘉投资管理有限公司	北京众海投资管理有限公司出资220万元	北京众海投资管理有限公司持股22%
			众海嘉华	北京众海投资管理有限公司为执行事务合伙人	
			北京众海嘉信网络科技合伙企业（有限合伙）		
			杭州众海云天股权投资合伙企业（有限合伙）		
			北京众海嘉道股权投资合伙企业（有限合伙）	北京众海投资咨询有限公司为执行事务合伙人	
2	胡洪芳	董事	和泓控股集团有限公司	1,600	20
			上海恒久投资有限公司	1,800	60
			贵州贵泓升发大数据有限公司	140	28
3	骆念蓓	独立董事	福建福春文化发展有限公司	600	60
4	赖乐生	监事会主席	无锡亚铂酒店管理有限公司	79.2	40
5	黄荣芳	副总经理	福建乐道网络科技有限公司	200	20
6	詹云芳	副总经理	厦门宁金文化传播有限公司	15	30

除此之外，截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员与其他核心人员无其他重大直接对外投资及相关承诺和协议。上述人员的对外投资与公司不存在利益冲突。

十四、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接或间接持有发行人股份的情况

（一）直接持有公司股份情况

截至本招股说明书签署日，公司现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属直接持有公司股份的情况如下：

序号	股东姓名	持股数（万股）	持股比例（%）
1	吴根茂	2,575.00	26.50
2	吴刘驰	725.00	7.46
3	胡洪芳	150.00	1.54
4	赖乐生	69.49	0.72
合计		**3,519.49**	**36.22**

（二）间接持有公司股份情况

1、通过平潭合伙间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司部分现任董事、监事、高级管理人员、核心技术人员及其近亲属通过平潭合伙间接持有公司股份，其对平潭合伙的出资情况如下：

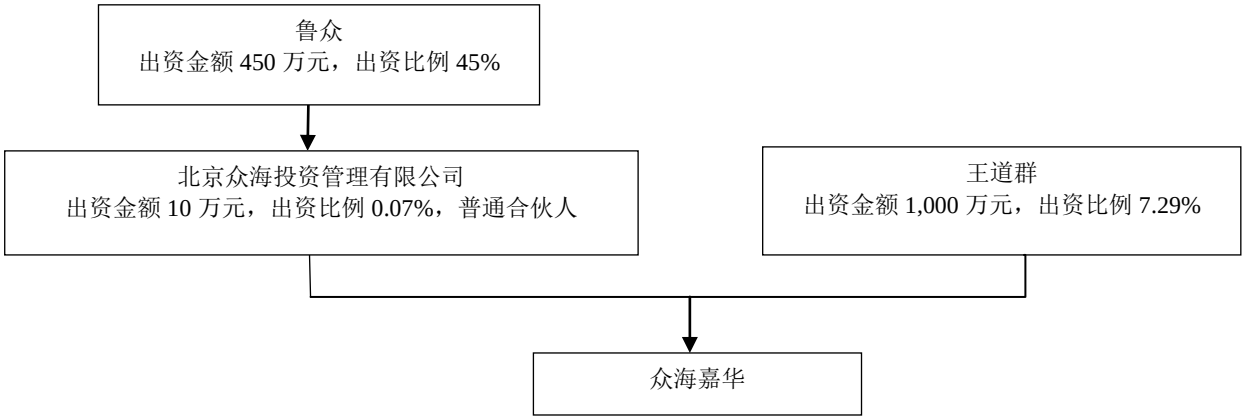
序号	姓名	出资额（万元）	出资比例（%）
1	吴根茂	172.00	7.17
2	王惠英	283.00	11.79
3	郑英武	250.00	10.42
4	詹财荣	185.00	7.71
5	詹云芳	100.00	4.17
6	吴迪山	102.00	4.25
7	黄荣芳	87.00	3.63
8	李璇	85.00	3.54
9	詹毅	42.40	1.76
合　计		**1,306.40**	**54.44**

注：吴根茂与詹财荣、詹云芳、吴迪山及詹毅均为叔侄关系。

2、通过众海嘉华间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司现任董事鲁众及其近亲属通过众海嘉华间接

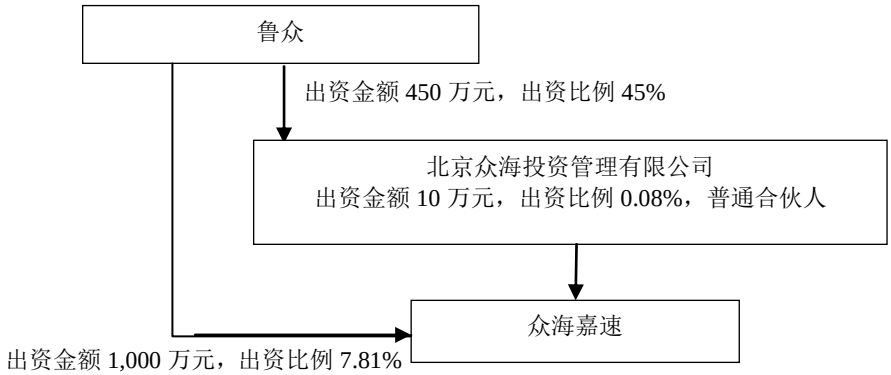
持有公司股份，其对众海嘉华的出资情况如下：



注：鲁众与王道群为夫妻关系。

3、通过众海嘉速间接持有公司股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司现任董事鲁众通过众海嘉速间接持有公司股份，其对众海嘉速的出资情况如下：



（三）所持公司股份质押或冻结情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员通过直接或间接方式持有的公司股份不存在质押或被冻结的情况。

十五、董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的薪酬情况

（一）薪酬组成、确定依据及所履行的程序

公司董事、监事、高级管理人员的薪酬以公司经营规模和绩效为基础，根据公司经营计划和分管工作的职责、目标，进行综合考核确定，薪酬结构由基本年薪+绩效年薪组成，基本年薪按照职系与岗位赏任等级、能力等级确定，绩效年薪根据年薪标准、公司绩效完成情况、岗位绩效考核等综合考核的结果和等级确定；独立董事领取津贴。公司董事、监事、高级管理人员的薪酬方案由公司董事

会薪酬与考核委员会拟订，报经董事会同意后提交股东大会决定。

公司其他核心人员的薪酬由工资、奖金和福利组成。

（二）董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占各期利润总额的比重

报告期内，公司董事、监事、高级管理人员及其他核心人员薪酬总额占利润总额的比重情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
薪酬总额（万元）	68.51	296.88	280.27	271.96
利润总额（万元）	1,147.85	8,369.81	7,337.48	4,474.93
占比	5.97%	3.55%	3.82%	6.08%

（三）最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况

公司董事、监事、高级管理人员、核心技术人员 2019 年度在公司及其关联企业领取的薪酬情况如下：

单位：万元

姓名	公司职位	2019 年度薪酬金额	是否从关联方领取薪酬
吴根茂	董事长、董事	48.33	否
鲁众	董事	-	是
陈芳	董事	-	否
吴刘驰	董事、总经理	30.93	否
王惠英	董事、财务总监、董事会秘书	40.53	否
胡洪芳	董事	-	是
郑忠静	董事	-	是
齐伟	独立董事	6.00	是
许萍	独立董事	6.00	是
骆念蓓	独立董事	6.00	是
赖乐生	监事会主席	-	是
李璇	职工监事	18.47	否
苏丰	监事	-	是
徐明鹏	监事	-	是
郑英武	副总经理	40.53	否
黄荣芳	副总经理	37.93	否

姓名	公司职位	2019 年度薪酬金额	是否从关联方领取薪酬
詹云芳	副总经理	40.51	否
许妙水	技术总监	21.67	否

注：陈芳于 2019 年 12 月辞任公司董事，郑忠静于 2019 年 12 月任公司董事；苏丰于 2019 年 12 月辞任公司监事，徐明鹏于 2019 年 12 月任公司监事。

在公司领取薪酬的董事（不含独立董事）、监事、高级管理人员与其他核心人员，公司均按照国家和地方的有关规定，依法为其办理了包括养老保险在内的各种社会保险待遇。

（四）上述人员所享受的其他待遇和退休金计划

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

（五）已制定或实施的股权激励及相关安排

截至本招股说明书签署日，发行人不存在正在执行的对其董事、监事、高级管理人员、其他核心人员、员工实行的股权激励及其他安排。

十六、发行人员工情况及社保、公积金缴纳情况

（一）报告期内，发行人员工人数变化情况

时间	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
人数	186	196	182	192

（二）员工专业结构

截至 2020 年 3 月 31 日，公司在职员工为 186 人，具体构成情况如下：

专业	人数	员工专业结构
技术人员	43	23.12%
运营人员	13	6.99%
销售人员	64	34.41%
管理人员	66	35.48%
总　计	**186**	**100.00%**

（三）发行人社会保险、住房公积金的缴纳情况

公司根据《中华人民共和国劳动法》《中华人民共和国劳动合同法》和国家

及地方政府的有关规定与员工签订了《劳动合同》，双方根据劳动合同承担义务和享受权利。

公司按照国家和地方有关规定执行社会保障制度，为员工办理了基本养老保险、基本医疗保险、工伤保险、失业保险和生育保险。公司按照《住房公积金管理条例》（国务院令第 350 号）等法规、文件的规定为公司员工开立了住房公积金账户并缴存住房公积金。

公司社会保险及公积金的具体缴纳情况如下：

1、报告期内缴纳社会保险和住房公积金情况

报告期内，发行人及其子公司缴纳社会保险、住房公积金情况：

时间	项目	期末员工总人数（人）	未缴纳人数（人）	未缴纳原因		
				退休返聘（人）	由第三方缴纳（人）	新入职员工（人）
2020 年 3 月末	养老	186	9	2	1	6
	失业		9	2	1	6
	工伤		9	2	1	6
	生育		9	2	1	6
	医疗		9	2	1	6
	住房公积金		10	2	0	8
2019 年末	养老	196	5	2	2	1
	失业		5	2	2	1
	工伤		5	2	2	1
	生育		7	2	1	4
	医疗		7	2	1	4
	住房公积金		10	2	0	8
2018 年末	养老	182	5	4	0	1
	失业		5	4	0	1
	工伤		5	4	0	1
	生育		5	4	0	1
	医疗		5	4	0	1
	住房公积金		8	4	0	4
2017 年末	养老	192	6	3	1	2
	失业		6	3	1	2

时间	项目	期末员工总人数（人）	未缴纳人数（人）	未缴纳原因		
				退休返聘（人）	由第三方缴纳（人）	新入职员工（人）
	工伤		15	3	1	11
	生育		15	3	1	11
	医疗		16	3	2	11
	住房公积金		13	3	0	10

2、部分员工未缴纳社会保险及住房公积金原因

（1）退休返聘

公司存在部分退休返聘人员，按照《劳动合同法》相关规定无需为其缴纳社会保险及住房公积金。

（2）由第三方缴纳

公司存在部分员工由第三方或自行缴纳社会保险的情况。

（3）新员工入职未缴纳

根据发行人及各子公司所在地的社保、住房公积金缴纳的相关规定，公司每月缴纳社保或住房公积金均有缴纳截止日，超过该缴纳截止日期则无法缴纳当月的社保或住房公积金。部分新入职的试用期员工因在办理社保、公积金转移手续等原因，公司无法在当月为其缴纳社会保险或住房公积金。

3、员工社会保障合规情况

根据发行人及其子公司所在地人力资源和社会保障主管部门及住房公积金主管部门出具的证明，发行人自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 3 月 31 日不存在任何违反国家及地方关于社会保障及住房公积金相关的行为和记录，也不存在因相关事项被处罚的情形。

4、控股股东、实际控制人承诺

为进一步保障公司及员工利益，公司控股股东、实际控制人吴根茂、吴刘驰已出具如下《承诺函》：

“若发行人及下属子公司因违反社会保险、住房公积金相关法律法规被主管机关追究相关责任时，本人愿意代发行人缴纳罚款或补缴职工社会保险金、住房

公积金，承担相关费用，并补偿发行人及下属子公司因该等问题而遭受的任何损失，使发行人及下属子公司恢复到承担该等责任或遭受该等损失之前的经济状态”。

第六节 业务与技术

一、发行人的主营业务、主要产品及服务

（一）发行人主营业务的基本情况

1、主营业务基本情况

公司长期以来专注于 3C 产品流通环节，为苹果、华硕、AOC、飞利浦等产品提供分销、零售服务，随着大数据、云计算、物联网等信息技术的发展以及与其它产业的深度融合，发行人勇于自我革新，积极拥抱新技术，并基于多年的分销及零售渠道运营经验的积累，深刻理解互联网对传统零售商、品牌商、制造商的影响，利用互联网技术在原有业务基础上进行创新，先后拓展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务，并为上述业务提供包含技术开发、数据分析、供应链管理、客户服务等互联网综合服务。上述业务的具体运营模式及盈利模式如下：

业务类型	服务对象	互联网商业模式	业务内容	盈利模式
消费互联网业务	终端消费者	B2C	公司通过与多家银行信用卡商城合作，将自身优势与银行金融优势有效结合，完成消费金融场景搭建，为终端消费者提供互联网模式下除主流电商平台外选购产品另种途径	商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额
B2B 互联网业务	流通企业	B2B	公司通过搭建互联网综合服务平台“喜购宝”开展 B2B 交易，包括撮合交易业务和自营交易业务，实现互联网模式下产品在流通企业之间交易	根据交易额和双方约定的比例向供应商收取服务费用，或商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额
产业互联网业务	制造商	B2B、B2C	根据制造商的具体需求定制化搭建与产业互联网相关的各类互联网平台、数据中台及运营管理系统，推动制造商流通产业链的互联网化、数据化，并反哺生产环节	根据交易额和双方约定的比例向品牌方收取服务费用，或收取技术开发收入与相应开发成本的差额
政府采购互联网业务	政府部门、事业单位等	B2G	公司通过入驻政府采购互联网平台并上架商品，将商品直接销售至政府部门、事业单位、团体组织等	商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额

经过多年的技术沉淀和服务案例积累，公司各项业务的发展得到了企业和社

会的认可，在消费互联网业务方面，公司被招商银行评为“年度卓越合作伙伴”、“年度优秀合作商户”等称号；在 B2B 互联网业务方面，公司自主开发的“喜购宝网上商城”荣获“中国互联网行业最佳解决方案奖”；在产业互联网业务方面，公司荣获“产业互联网服务领军企业奖”以及被华硕评为“最佳技术服务奖”；同时公司亦先后获评 “2016 年中国互联网百强企业”、“福建互联网企业 20 强”、“中国（行业）最具发展潜力企业”、“最具投资价值互联网企业”、“福建省民营企业 100 强”、“福建服务业企业 100 强” 等多项奖项。

2、公司设立以来主营业务的发展历程

公司自成立以来业务拓展情况如下：



公司自 2002 年成立后，主要从事 3C 产品的传统分销及零售业务，集中拓展福建省内的 3C 产品分销及零售市场，并与华硕、飞利浦、冠捷、联想等众多品牌厂商或其渠道商之间建立了稳定的合作关系。随着互联网的普及，公司于 2005 年起初步确定了变革流通渠道以及为制造商服务的长期战略构想。

2012 年起，公司开始尝试自身传统零售及分销业务的互联网化转型，正式涉足互联网和相关服务业务，积极拓展公司业务类型，以互联网技术为工具，采购制造商所生产产品并通过互联网商业模式进行流通，先后发展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务，成功实现渠道商的零售及分销业务的互联网化转型。经过多年互联网及供应链管理经验的积累，公司逐步得到制造商的认可，2018 年正式为华硕等制造商流通渠道互联网化转型提供服务，拓展产业互联网业务，协助制造商实现其分销渠道及零售的互联网化转型并持续分享

收益。

根据公司的业务类型拓展情况，公司的业务发展可分为五个阶段：

（1）第一阶段（2002 年至 2004 年）：从事 3C 产品传统分销及零售业务

公司成立后，主要从事 3C 产品传统分销及零售业务。在该阶段内，公司集中拓展福建省内的 3C 产品分销及零售市场，不断积累在 3C 产品分销及零售业务方面的各项经验，并逐渐与 3C 行业内众品牌厂商或其代理商、分销商之间建立起了合作关系，为公司后续互联网转型积累了渠道资源。

（2）第二阶段（2005 年至 2011 年）：继续深耕分销渠道并尝试公司业务的互联网化转型

2005 年，公司自主搭建的官方网站正式上线，作为 3C 产品分销与零售商，公司开始尝试进行分销与零售业务的互联网转型，积极利用互联网相关技术对公司业务进行改造。在该阶段里，公司储备互联网相关技术及人才，尝试搭建分销业务网上平台，并以供应商身份入驻淘宝商城，试水 3C 产品电商业务，积累互联网运营经验；同时，公司加大对自身供应链管理服务能力的关注和投入，搭建起客户服务及仓储物流团队，逐步形成完整的供应链管理服务体系，实现了电商运营经验的积累和供应链管理服务能力的沉淀。

（3）第三阶段（2012 年至 2014 年）：拓展消费互联网业务，实现零售渠道的互联网化转型

自 2012 年起，随着互联网技术的不断革新，公司顺应行业发展趋势，开始正式涉足互联网和相关服务业务，与银行信用卡商城合作。公司通过自主研发高度自动化的信息系统“喜购宝银行电商管理系统”与合作银行进行对接，并向其提供产品选型服务、供应链管理服务、客户服务等，直接面向终端消费者，实现商品在渠道商与终端消费者之间流通的互联网化。

（4）第四阶段（2015 年至 2017 年）：拓展 B2B 互联网业务和政府采购互联网业务，实现分销渠道互联网化转型

基于公司多年在 3C 行业分销与零售业务的经验以及互联网技术、供应链服务能力的积累，公司由消费互联网业务拓展至垂直 3C 行业的 B2B 互联网业务。

2015 年，公司自主研发的 B2B 交易平台“喜购宝”正式上线，公司开始通过喜购宝网上商城，开展面向 3C 行业的互联网业务。公司通过喜购宝、渠易宝网上商城，向下游流通企业自主销售产品，帮助下游流通企业改变信息获取方式和询价模式，降低采购成本，同时公司通过喜购宝网上商城促成流通企业之间的交易业务，吸引更多的流通企业入驻；公司的 B2B 互联网业务发展速度较快，成功助力 3C 行业的流通企业和自身进行互联网转型升级。同时公司凭借互联网运营经验于 2017 年成功入驻福建省政府采购网上超市，成为第一批成功入驻的电子产品供应商。

（5）第五阶段（2018 年至今）：以服务商身份开启产业互联网业务，帮助制造商实现零售和分销渠道互联网化转型

随着互联网技术的不断革新和发展，互联网与传统产业跨界融合将更加广泛、深刻。产业互联网发展步伐进一步加快，互联网技术对传统产业的产品设计、生产流程、产品销售等全过程渗透增强，并促使传统产业向智能化、数字化、网络化纵深发展。

为顺应产业互联网发展态势，同时达成公司长久以来变革分销渠道、为制造商服务的战略构想，公司在原有消费互联网业务和 B2B 互联网业务的基础上，通过不断地研发投入和运营管理经验的积累，积极探索与传统制造企业的深度合作模式，并根据其行业特点和运营要求为其搭建基于互联网技术的定制化服务平台。基于此，2018 年起，公司与品牌方华硕达成深度战略合作关系，并根据华硕自身特点及经营要求为其搭建专门的“渠易宝”平台，帮助华硕通过平台化综合运营，减少由于流通环节的信息不对称造成的损耗以及对大型电商平台流量及数据的依赖，同时通过及时为品牌方提供终端销售数据及相关分析，便于品牌方第一时间了解市场动态及消费者需求，提高了品牌方对其产品在研发、生产、销售环节的精准性，促进品牌方向数字化、智能化发展。

基于与华硕合作模式的经验积累和技术成熟，公司在产业互联网业务领域也不断向其它客户延伸。

3、主要业务构成

（1）消费互联网业务

消费互联网业务主要以个人为服务对象，以日常生活为应用场景的应用形式，满足消费者在互联网中的消费需求而产生的互联网类型，以 B2C 互联网商业模式为主。公司的消费互联网业务指公司通过与银行信用卡商城合作，借助商业银行在消费金融领域内的天然优势开展的 B2C 业务。

① 消费互联网业务发展的背景

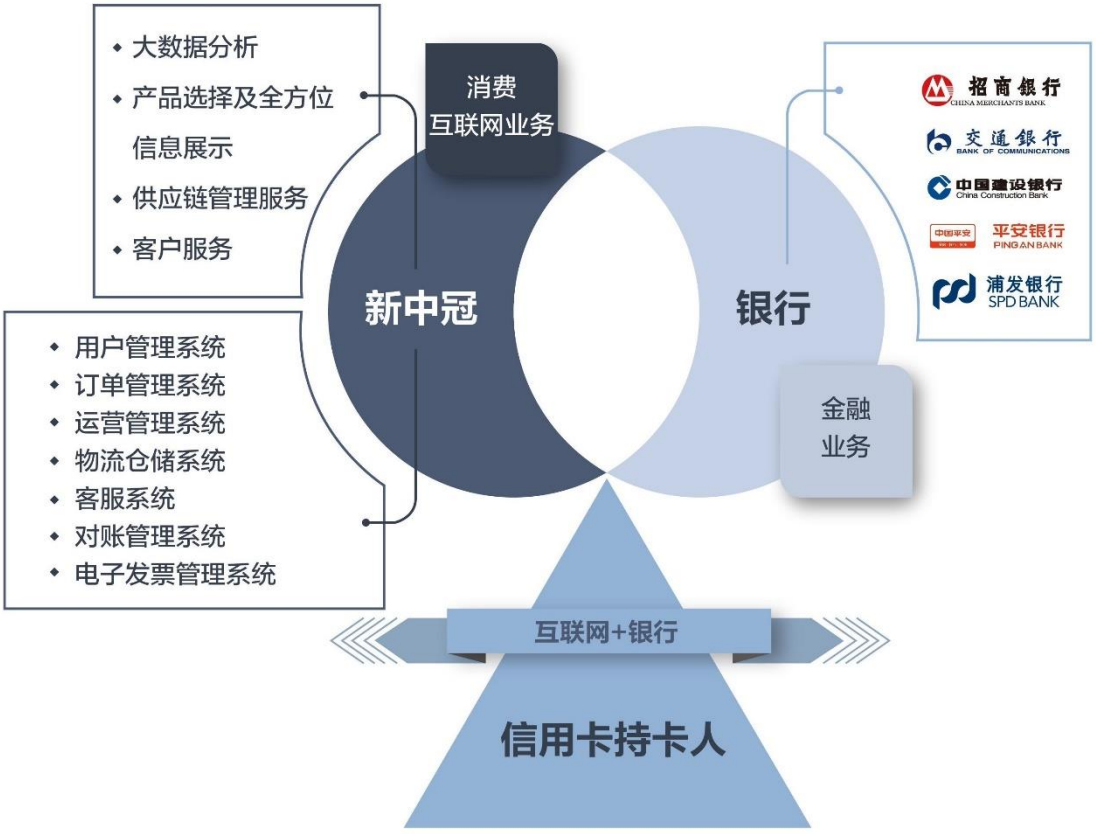
随着电子商务的崛起，银行在电子商务交易过程中由主导者逐渐变成了充当支付结算的角色，处在产业交易链条的末端，不仅掌控不了客户资源，也难以及时获取线上消费场景和海量用户数据。与此同时，移动互联、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术的实质性突破以及以银联云闪付为代表的实体卡片虚拟化、以支付宝和微信为代表的账户替代化趋势都会对银行传统的信贷模式产生冲击，对其带来不利影响。为了改变上述被动局面，抢占流量入口和用户数据，银行急需引入新的技术或第三方服务平台对原有的消费金融业务模式链条进行重塑，积极布局银行信用卡商城业务，借助大数据、AI 等先进技术打造个性化服务，以弥补自身在消费应用场景方面的不足，并在此基础上对客户的体验进行数字化重塑。即围绕客户增长变革客户交互体验、产品及服务流程，以缩小传统银行与阿里巴巴、京东等电商企业在消费金融体验领域的差距，提升自身的竞争力。

鉴于发行人自成立以来，主要从事华硕、联想、AOC、飞利浦、苹果等品牌分销或零售业务，经过多年的发展，在互联网运营、技术开发和供应链管理等方面积累了丰富的经验和品牌渠道优势，上述优势恰好是银行引入的最佳战略合作对象；与此同时，因发行人本身不具有金融消费牌照，需借助银行自身的消费金融开拓网上零售业务。因此，发行人互联网零售业务与银行信用卡商城业务的结合，不仅能够在业务上形成资源互补，而且能够拓展获客渠道，促进双方业务共同发展。

② 公司消费互联网业务的具体内容

公司基于多年分销及零售管理经验、信息化系统开发能力和大数据分析能力，通过与银行合作，在银行信用卡商城上架商品，供消费者通过分期或不分期

形式进行选购，一方面可以弥补银行在供应链管理、应用场景等方面的短板，向消费者提供除支付手段外的品牌选择、供应链服务、客户服务等各项综合服务，提高消费者在银行信用卡商城上的购物体验，从而增强消费者的用卡黏性、促进银行信用卡分期支付业务，使得银行在消费金融领域与大型电商金融服务平台竞争中取得竞争优势；另一方面，公司在消费互联网零售业务中直接面对消费者，借助银行强大的消费金融多样性选择，通过销售高质量的产品以及向消费者提供优质的售后服务，实现在互联网模式下的新型购物体验，有效的实现传统品牌产品零售向“+互联网”模式下的转型。



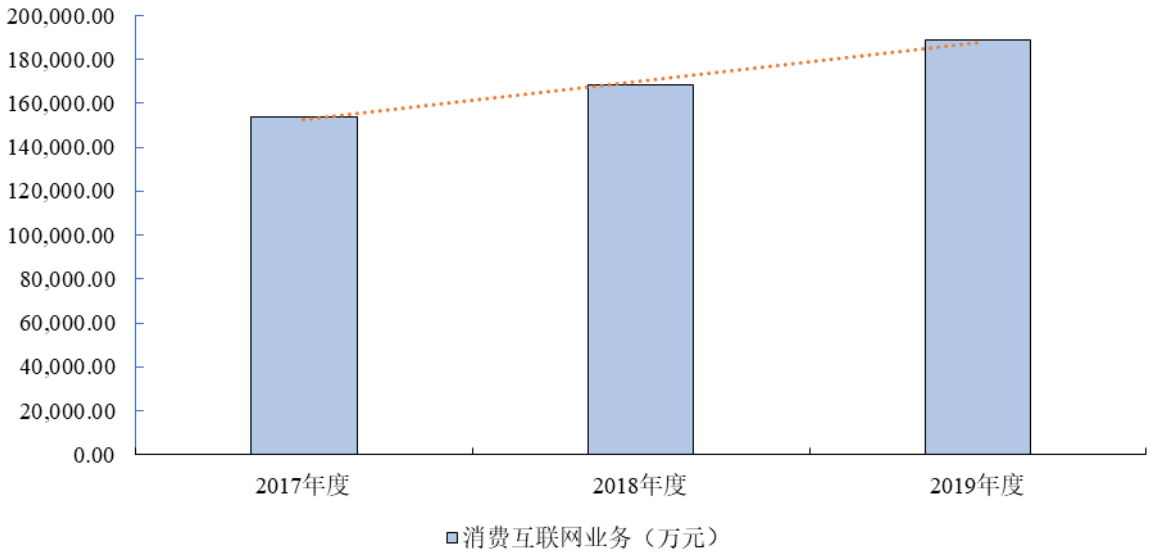
在业务管理层面，公司定制化开发“喜购宝银行电商管理系统”，实现公司内部信息管理系统与银行信用卡商城、物流快递系统、电信 400 话务服务系统和国家税务电子发票系统的有效对接，提升物流服务质量和效率，智能化系统自动匹配订单产品序列号、发票号、快递单号，实施“T+0”配货时效和“T+3”送达服务，提供覆盖全国的一体化配送服务，持续提升物流时效及客户购物体验。同时公司依托于“喜购宝银行电商管理系统”对产品销售情况、订单内容情况进行数据分析，不断改进产品策略、优化产品组合搭售、及时调整定价策略、预测后续市场走向等，实现对消费者进行精准营销，提高了消费者的购买率。公司针

对消费者及销售产品的特性，有计划和节奏地通过创造性活动策划，最大化整合银行商城消费者的消费需求，使其同一时间引发参与，增加销售数量。

公司将不断拓展消费互联网业务在国内银行信用卡商城的复制和推广，截至目前，公司已与招商银行、交通银行、浦发银行、建设银行、平安银行 5 家银行建立合作关系，同时公司亦不断增加消费互联网业务中上架商品的品类，吸引更多的品牌方授权公司在银行信用卡商城的运营。公司目前上架的商品品类涵盖 3C 产品、母婴玩具、生活用品、服饰配件等。

2017 年-2019 年，公司消费互联网业务交易额变动情况如下：

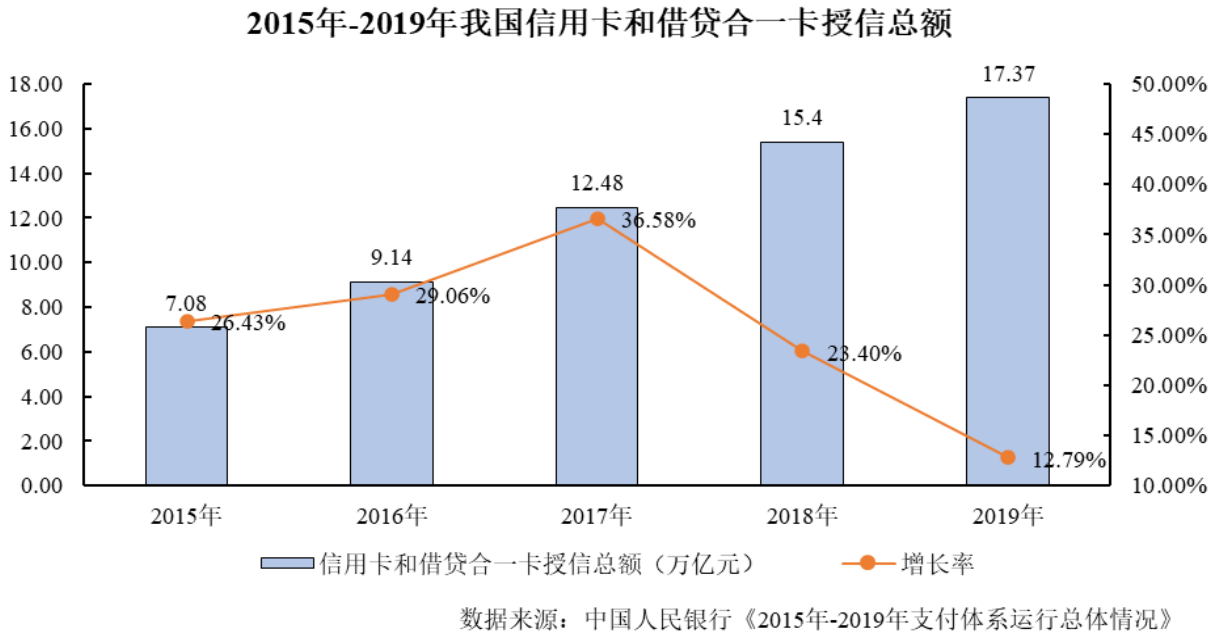
2017年-2019年公司消费互联网业务收入变动情况



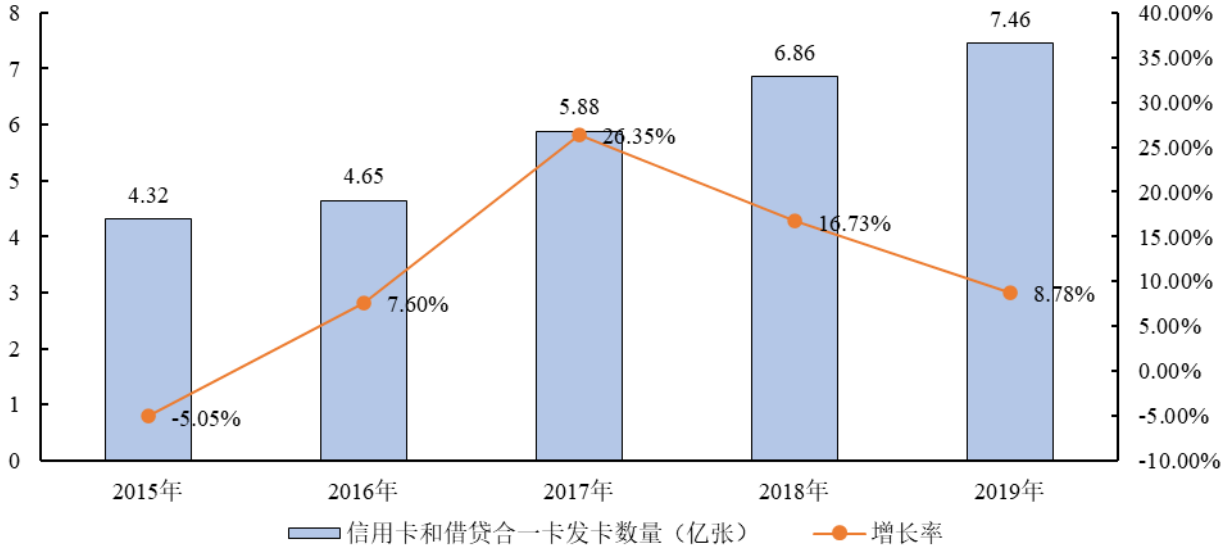
③ 公司消费互联网业务发展趋势

鉴于银行信用卡商城的客户主要是面向信用卡持卡人，因此，商业银行信用卡业务的发展对银行电商平台有着重要的推动作用。一方面，因银行信用卡在支付功能、客户黏性、使用便利度和发展的成熟度方面都优于消费金融公司或互联网消费金融。另一方面，相对互联网借贷平台不规范带来的监管趋严，银行信用卡由于长期处在阳光监管下，更能获取客户的信任和监管的支持。诸多因素，提升了银行信用卡业务的需求。根据中国人民银行发布的《2019 年支付体系运行总体情况》显示，截至 2019 年末，我国信用卡和借贷合一卡发卡数量共计 7.46 亿张，同比增长 8.78%。人均持有信用卡和借贷合一卡 0.53 张，同比增长 8.36%。同时，截至 2019 年末，信用卡和借贷合一卡授信总额为 17.37 万亿元，同比增

长 12.78% 。

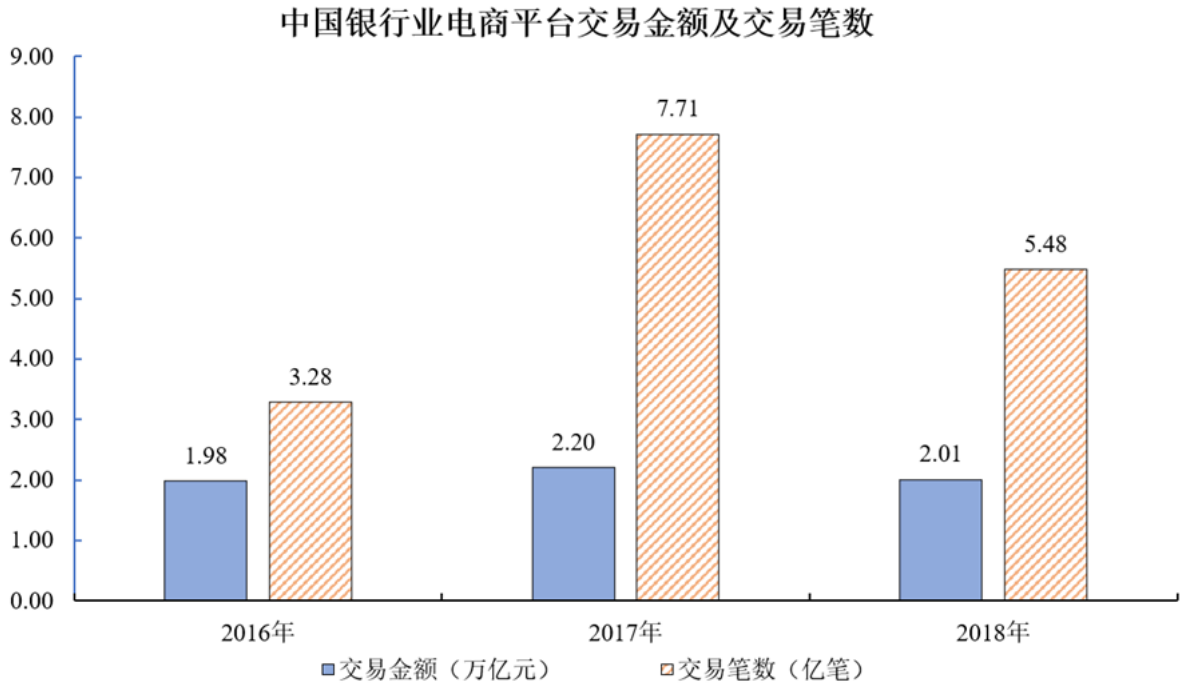


数据来源：中国人民银行《2015年-2019年支付体系运行总体情况》



数据来源：中国人民银行《2015年-2019年支付体系运行总体情况》

同时，随着信用卡在广度和深度的不断拓展，以及移动互联、大数据、云计算、人工智能、区块链等技术的发展，促使银行新零售业务的发展，我国银行电商平台的业务也将会得到更多的发展机会。根据中国银行业协会的数据统计，截至 2018 年末，我国共有 23 家银行拥有自建的电商平台，2018 年，中国银行业电商平台个人客户达 16,156 万户，较 2017 年增长 4,618.86 万户，增幅超过 40%；银行系电商平台交易总额为 2.01 万亿元，交易笔数为 5.48 亿笔。



数据来源：中国银行业协会

未来，随着移动互联网的迅猛发展，我国银行业在移动电子渠道领域将不断丰富金融产品及各类生活服务，不断推进电子渠道深化创新，从而加快银行产业“+互联网”的进程，推动银行电商业务的纵深发展。公司的消费互联网零售业务也会伴随银行 “+互联网”的进程获得更多的发展契机。

（2）B2B 互联网业务

B2B 互联网是指进行电子商务交易的供需双方都是商家（或企业、公司），使用互联网技术或各种商务网络平台，完成商务交易的互联网类型。公司的 B2B 互联网业务指公司通过自主研发的 B2B 交易平台“喜购宝”网上商城开展线上线下融合的自营交易和撮合交易，目前以自营交易为主。

①B2B 互联网业务发展的背景

由于我国幅员辽阔，各地区发展程度不同，长期以来，我国大多数产品的流通模式主要采取代理、分销模式。在传统的产品流通环节下，流通企业作为产品销售的中间渠道环节，对整个产品流通起着至关重要的作用。但随着我国国民经济水平的提高，交通与物流水平的快速发展，流通企业的发展进入了瓶颈期，经营难度逐渐加大。随着互联网的迅速发展，网络技术不断升级换代，入网成本降低，为解决流通企业的各项发展难点，B2B 电子商务模式应运而生。2000 年前

后，B2B 主要以信息交互为主，主要解决企业获取供求信息的途径和及时性问题，被称为 B2B1.0 模式；随着在线交易工具的出现，B2B 开始解决企业间的线上交易需求，并实现多元化的运营态势，被称作 B2B2.0 模式；近年来，互联网广泛应用，信息相互互联，大数据、云计算、人工智能等新科技不断更新迭代并逐步被运用至 B2B 业务中，以数据服务、金融服务、物流服务等为主的 B2B3.0 电子商务新时代已经到来。



②公司 B2B 互联网业务内容

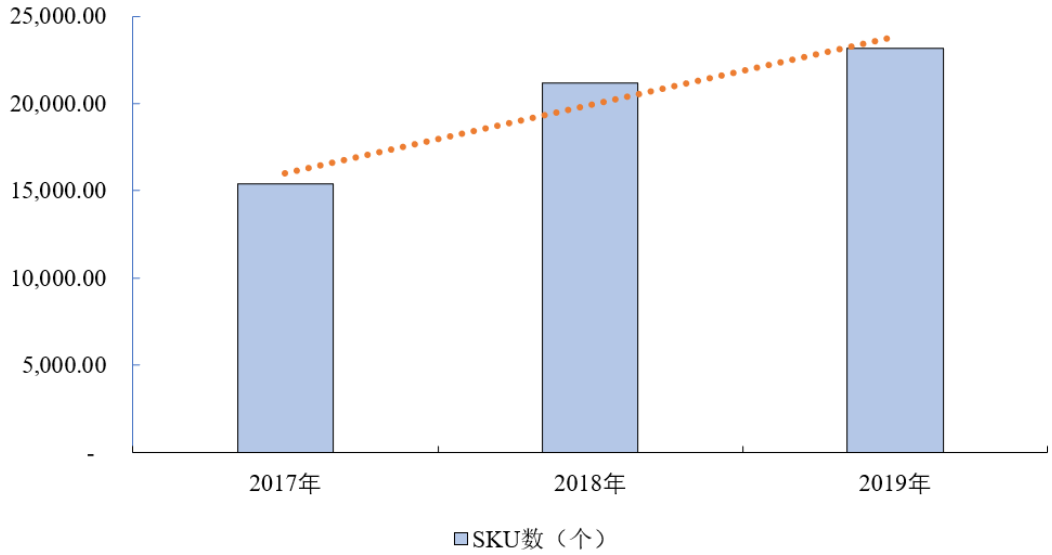
公司基于多年 3C 产品分销业务的经验，以及成熟的互联网技术、大数据技术和供应链服务能力等优势，为 3C 行业的流通企业打造了开放式互联网 B2B 平台“喜购宝”网上商城（www.xigoubao.com）。一方面，公司为入驻的供应商提供丰富的客户资源以拓展其销售渠道，另一方面向下游客户直接销售产品，充分解决流通企业在传统产品流通环节下的痛点和难点，积极帮助流通企业提高触网动力，提升经营水平，实现在新时代下的转型升级。

喜购宝分销模式与传统分销模式对比

主体	序号	传统分销模式	喜购宝分销模式
上游供货商	1	由于分销商长期的区域性经营，受制于地域性限制，导致分销商无法实现销售渠道的下沉，难以突破区域限制，客户资源无法得到拓展；	客户开放入驻，分销商通过喜购宝商城实现销售渠道下沉，有效扩大零售商客户数量，提高客户管理效率；
	2	分销商无法通过有效的渠道全方位展示产品信息及价格，相关交易均通过传统询价达成，扩充产品品类难度大；	分销商在喜购宝商城上架需要销售的产品，展示产品的详细信息，品类扩充难度大大降低，运营成本减少；

主体	序号	传统分销模式	喜购宝分销模式
	3	分销商需要大量的后台人员进行客户拓展和维护，管理成本较高；	分销商以线上的方式进行市场推广，优化后台人员结构，减少管理成本；
	4	缺少数据分析系统，精确的进销存管理难度较大，增加了运营成本。	分销商可通过平台及时获得可视化的数据分析，对进销存管理进行优化，减少库存积压，加快资金流转速度，实现在互联网时代全面向服务商的角色转型。
下游客户	1	进货渠道单一，无法直接从省级分销商处或其他区域分销商处获得供货渠道，且经过市级、县级分销商的加价，采购价格较高；	客户通过喜购宝网上商城，大大扩充了进货渠道，增加了进货渠道选择能力，丰富产品品类，降低了采购成本；
	2	由于进货渠道单一，对采购的货品缺乏比较，产品真伪及质量无法得到保证，存在较大的采购风险；	喜购宝网上商城对入驻商户进行资格审核，同时公司在喜购宝网上商城销售的产品已获取正品授权，客户通过喜购宝商城购买的产品均有正品保障并能获得优质的售后服务；
	3	进货时间只能与分销商的经营时间一致，自身经营缺乏灵活性，经营效率较为低下。	互联网化使得零售商的经营更加灵活、便捷，有效提高经营效率，有利于客户专注于服务终端消费者。

2017年-2019年“喜购宝”网上商城SKU数



公司 B2B 互联网业务具体运营模式如下：

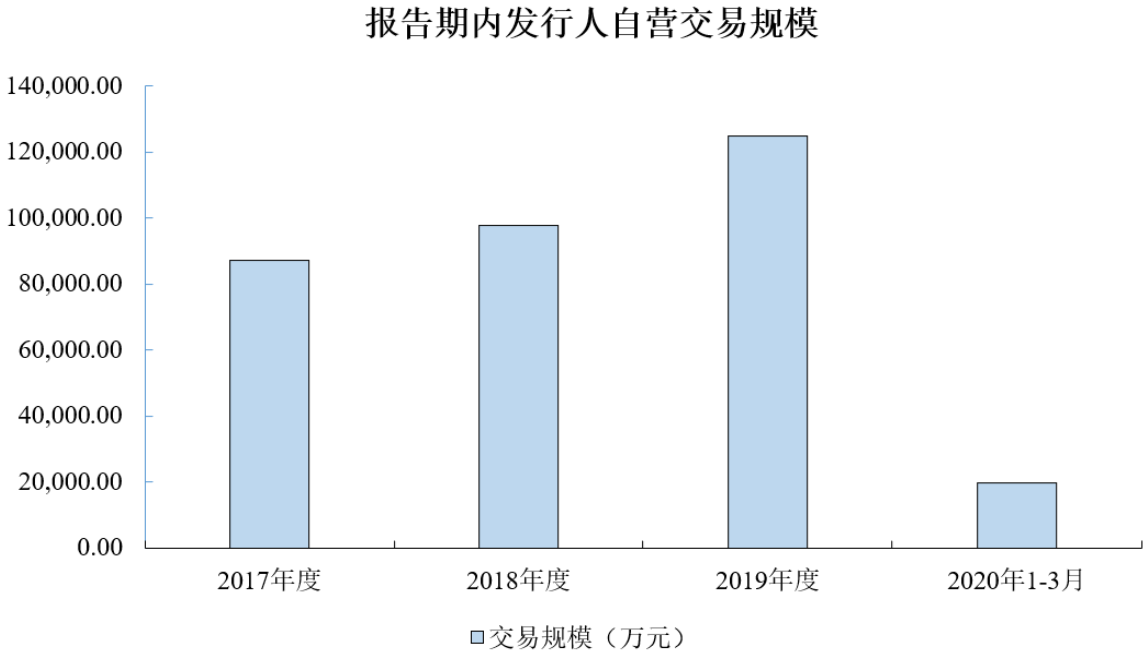
A、自营交易业务

公司自营交易业务具体来看，分为两种交易模式：一是公司本身作为供应商，入驻“喜购宝”网上商城，并上架销售代理的各种商品；同时公司通过网上商城展示各类产品的规格、参数、价格等相关信息，允许客户基于信用期、交易习惯等因素的考量，进行网上产品信息获取、询价、问题反馈等，客户通过在线上获

取相关信息后，可以选择与公司通过线上或线下进行交易。

该模式充分考虑了客户在传统交易习惯以及互联网渠道下不同交易方式的需求，实现了公司线上及线下自营交易的融合及互补。

报告期内，公司自营交易规模变动情况如下：



B、撮合交易业务

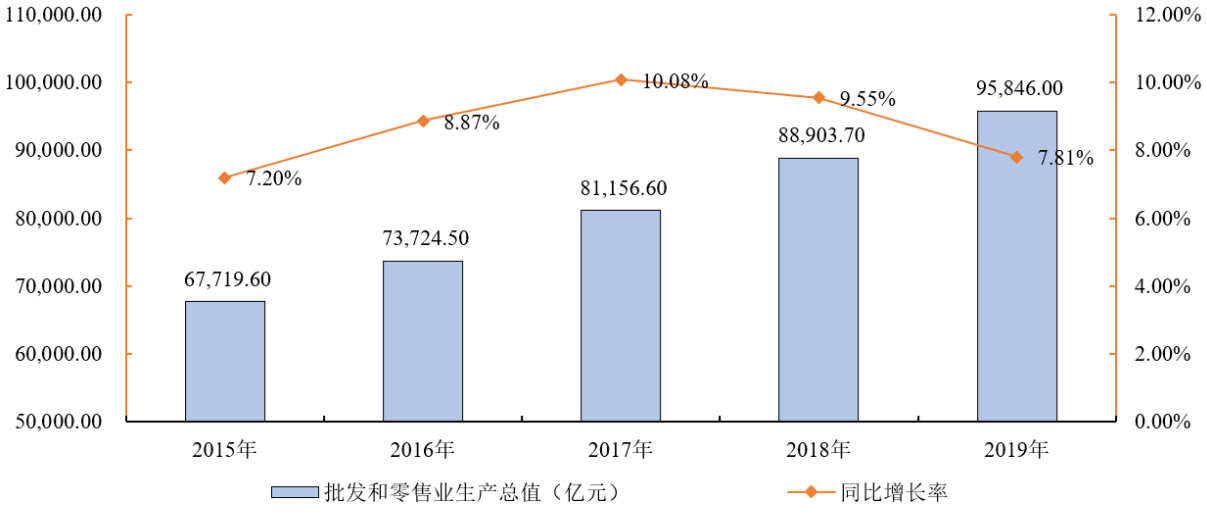
公司通过“喜购宝”平台作为“经纪人”的角色，为 3C 类产品的分销商和下游零售商提供线上居间服务。“喜购宝”平台通过线上的商品展示、网络营销推广活动以及线下的交流推广活动，促成注册供应商和注册零售商之间的线上交易。交易促成后，“喜购宝”平台并不直接参与交易双方后续的物流、售后服务等环节，交易完成后，公司按照交易额向供应商收取服务费。通过撮合交易业务，喜购宝商城逐步达成用户引流、培养用户交易习惯以及扩大平台影响力的目的，为公司的各项业务扩大了用户基础。目前该项业务处于推广阶段，尚未实现盈利。

③B2B 互联网业务发展趋势

B2B 互联网业务主要系为传统商品流通环节即批发与零售业进行互联网转型升级。商品流通企业是指在商品流通过程中，从事商品批发、商品零售或批发兼零售的企业。根据国家统计局数据显示，我国批发与零售业生产总值常年保持稳定增长。2019 年，我国批发与零售业生产总值为 95,846.00 亿元，较 2018 年

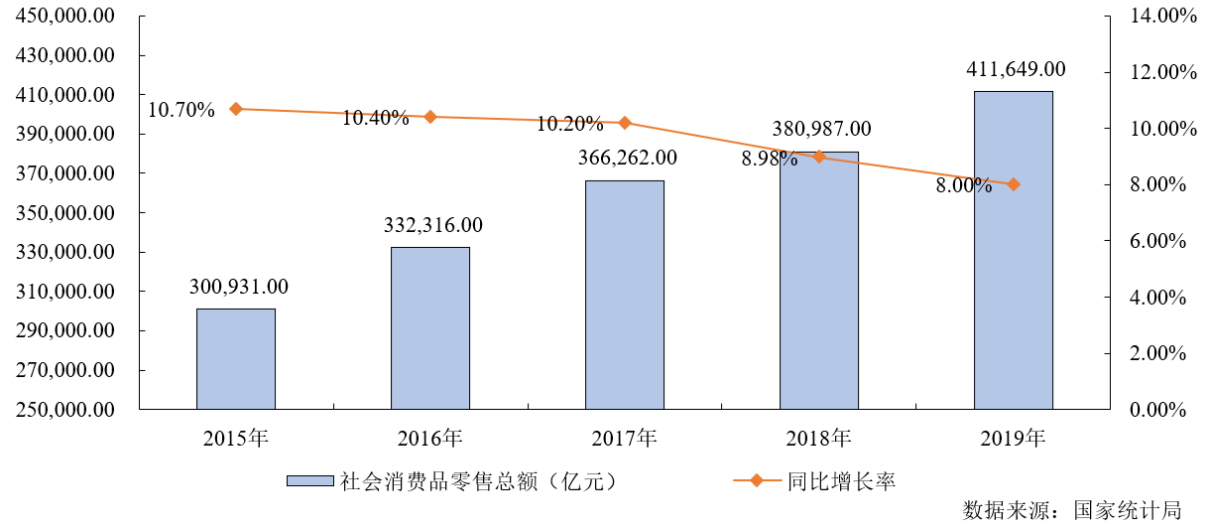
增长 7.81%，我国社会消费品零售总额达 411,649.00 亿元，较 2018 年增长 8.00%。

我国2015年-2019年批发和零售业生产总值



数据来源：国家统计局

我国2015年-2019年社会消费品零售总额

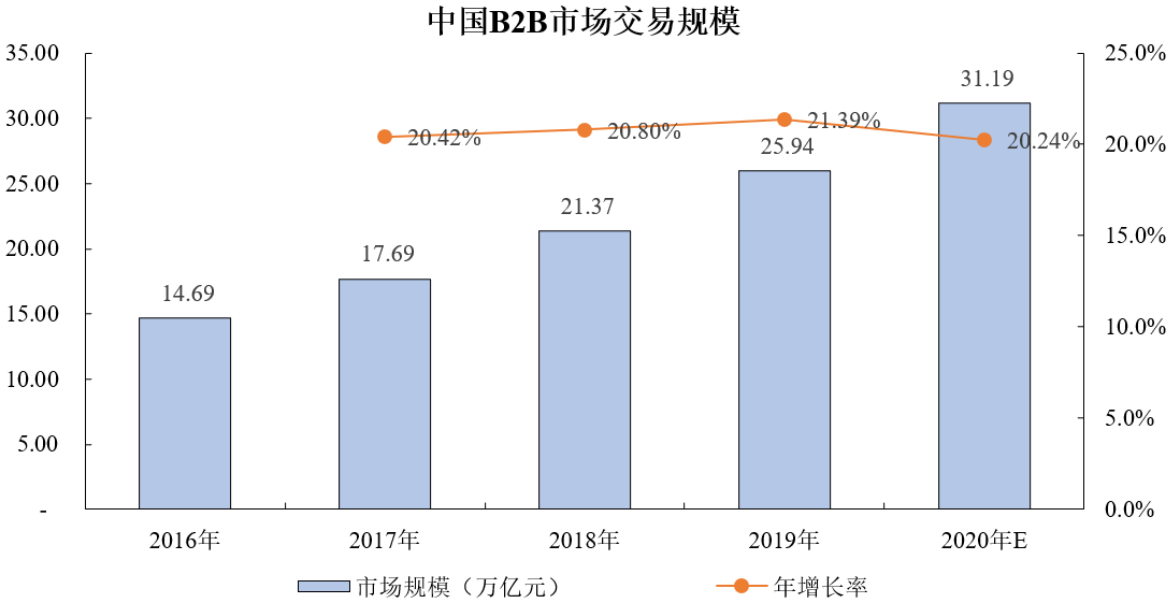


数据来源：国家统计局

商品流通环节作为连接生产与消费的关键环节，对于节约全社会的成本、降低交易成本、提高流通效率、促进经济增长具有重要作用。但长期以来，由于市场体系不完善，开放程度较低，供求信息无法实现透明化，导致传统流通企业对全供应链控制能力较弱，信息传导响应不及时，供需错配导致企业库存高、周转率低、商品同质化等问题不断加剧。为了保证市场竞争地位，传统流通企业亟需与互联网、大数据、物流、仓储融合发展，形成涵盖产品信息展示、仓储及配送、信息化、结算、融资、保险等功能的综合服务体系，充分发挥线上、线下流通主体的比较优势，促进专业化分工和加强合作互动，引导跨界资源整合，有助于流通企业降低交易成本、规范市场秩序、提高运作效率、打破行业壁垒以及加速资

源的整合。

同时，我国 B2B 市场发展迅速。根据艾媒咨询数据显示，2019 年中国 B2B 市场交易规模为 25.94 万亿元，预计 2020 年交易规模达 31.19 万亿元，年增长率均在 20%以上。[4]目前，以数据服务、金融服务、物流服务等为主的 B2B3.0 电子商务新时代已经到来。未来，我国 B2B 电子商务市场将逐渐进入应用成熟期。在应用成熟期，物流和仓储的供应链协同体系将更加完善，由交易数据所带来的企业信用评级体系将助力企业金融服务发展。除此之外，数据服务和营销服务也将更加健全，移动端应用趋势更加明显。B2B 互联网业务模式系流通企业进行互联网转型升级的必然选择，对推动传统产业流通环节的转型升级具有重要的意义，系产业互联网未来发展的必经之路。



图表来源：艾媒咨询

（3）产业互联网业务

产业互联网是指以生产者为主要用户，通过在生产、交易和流通等各个环节的网络渗透从而达到提升效率、节约资源等行业优化作用，通过生产、资源配置和交易效率的提升推进产业发展；通过传统企业与互联网的融合，寻求全新的营销、管理与服务模式，为消费者提供更好的服务体验，创造出不仅限于流量的更高价值的产业形态。

公司的产业互联网业务指以产品的流通环节为突破口，为制造商定制化搭建

[4] 数据来源：艾媒咨询 https://www.iimedia.cn/c400/69713.html

与产业链相关的各类 B2B、B2C 互联网交易平台、数据中台及运营管理系统，实现产业链各参与者线上交易及运营并剔除其产业链条中冗余环节，最终实现产业链互联网化、扁平化、数字化并反哺其生产环节。

①产业互联网业务发展背景

随着我国国民经济的不断发展，经济体制的不断更新，我国不少传统制造业历经多年的发展，在实际的生产销售及运营中遇到了瓶颈，急需进行产业转型升级，主要表现在以下三个方面：

序号	发展难点	
1	传统流通环节急需重构	在传统的产品流通环节下，大型品牌制造商均通过代理模式进行销售，全国代理往下细分到省级代理商、地市级代理、县一级代理甚至到乡镇一级，最终才销售至消费者，具有层级众多、销售业务链条长的特点。随着市场和互联网技术的不断发展，部分层级存在的必要性逐渐降低。由于传统制造商往往未搭建自身的互联网平台，因此无法快速完成流通环节的重构，实现业务渠道的扁平化。
2	业务链条尚未完成数字化	制造商自身互联网平台和运营管理系统的缺乏，导致传统制造商尚未实现业务链条的数字化。因此制造商长期无法及时了解业务链条上的相关数据，对线上及线下销售渠道的把控力均较弱；其次，制造商无法及时获得市场信息反馈，不利于优化经营决策；同时，对大型电商平台的依赖较强，在线上渠道的销售业务中处于较为被动的地位。
3	缺乏对大数据的运用能力	传统制造商完整业务链上的数据存在内容涉及范围广、内容采集及分析难度大、标准口径难以统一等特点。由于制造商自身互联网平台和运营管理系统的缺乏，导致传统制造商面对大数据时，缺乏采集、计算、存储、加工并建立统一的标准和口径的能力，大数据资源无法反哺产业链条，形成浪费。

新中冠基于对产业全供应链环节的充分洞察以及多年积累的互联网综合服务平台技术开发能力、运营推广经验、大数据分析能力、供应链管理服务能力等，通过与制造商建立战略合作关系，可以保证双方长期稳定的深度合作，高效率地帮助制造商实现针对产业链条各部分及运营活动各环节的产业互联网化。

②产业互联网业务内容



公司与制造商达成深度战略合作目标后，根据合作方的自身特点及经营要求为其搭建定制化的互联网平台、各项运营管理系统、数据中台以及第三方接口等，并通过为其搭建的平台和系统向合作方提供技术服务、运维服务、安装对接服务、客户服务、培训服务、大数据服务等，逐渐解决涉及终端客户业务链的数字化，实现流通环节各参与者以数字化实现互联，提升制造商对海量数据的综合运用能力，最终达到重塑制造商全部产业链条，提高合作方内部管理效率和对外服务能力，顺利完成产业互联网化的目标。具体步骤如下：

序号	步骤内容
1	制造商通过自身的互联网平台优化供应链，实现销售渠道扁平化，降低运营成本；
2	制造商通过互联网平台及运营管理系统对业务链条进行数字化改造，提高销售渠道信息传递效率，实现销售渠道信息透明化，增强对线上和线下渠道的管控力，建立垂直管理生态链，建立起终端门店新零售体系，在销售业务方面实现全渠道零售布局；
3	制造商通过数据中台实现对大数据的采集、计算、存储、加工，并建立统一的标准和口径，提高对各项数据的运用能力，并通过各项数据的运用反哺公司完整的产业链条。

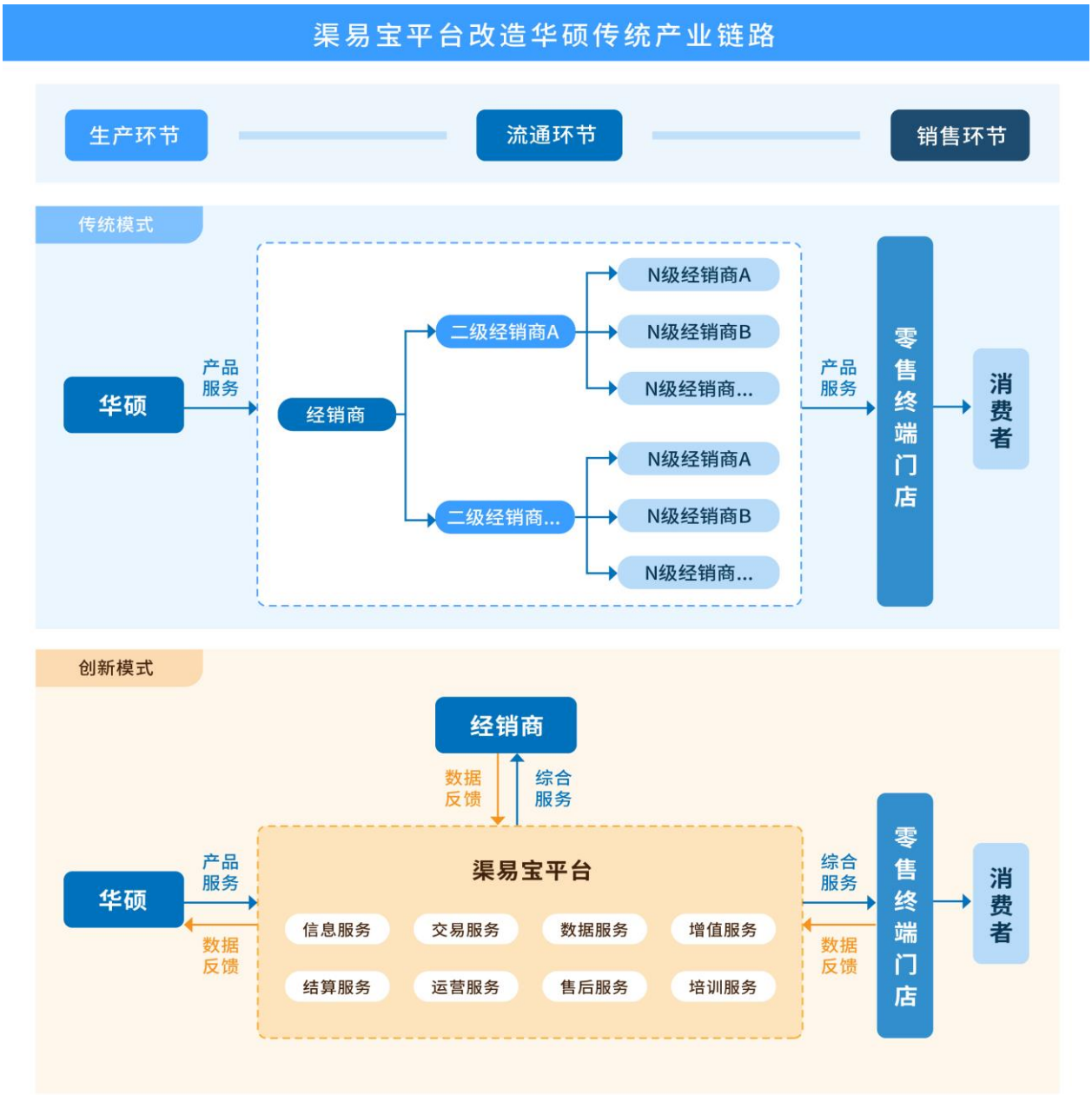
随着互联网对传统产业的冲击，制造商产品流通向互联网转型亦为必然趋势。产业互联网业务为公司业务未来发展重心，公司近年来不断拓展在产业互联

网业务的综合实力，并成功协助华硕实现产业互联网化。报告期内，公司产业互联网业务收入主要来自于公司与华硕之间的深度合作。具体介绍如下：

经过多年的发展，华硕现已成为全球知名主板制造商，并在全球电脑市场中占有重要的地位，系全球六大电脑巨头之一。根据 Gartner 数据统计，2019 年，华硕电脑出货量为 1,447.6 万台，占全球市场份额的 5.5%。在原产品流通环节下，华硕主要通过代理分销模式或京东、天猫等电商平台进行销售，随着市场成熟度的提高、利润的降低，华硕已无法仅仅通过增加分销商数量、提高销售额的方式获得更多的市场空间。同时流量红利的消失，流量成本越来越高，大型电商平台收取的平台服务费用越来越高，且对线上渠道的控制力过强，给企业可持续发展造成较大障碍。

公司作为华硕的福建省级代理商，自公司成立起就开始与华硕合作，始终保持着良好的合作关系，战略互信度高。基于双方业务的发展需求以及合作互信关系，2018 年 1 月，公司与华硕达成深度战略合作关系，并根据华硕自身特点及经营要求为其定制化研发“渠易宝”平台、华硕官方商城及华硕积分商城，帮助华硕通过互联网平台化综合运营实现 B 端、C 端的全覆盖。

A、“渠易宝”平台



“渠易宝”平台系公司为华硕打造的产品流通环节定制化解决方案，覆盖全国 31 个省、自治区、直辖市，通过该平台华硕流通产业链实现线下流通转变为线上流通，逐步摒弃不必要的中间交易环节，实现对所有零售端资源和零售价格的直接控制。华硕亦通过该平台获取所有流通端交易数据并挖掘分析，洞察消费者对个性化、多元化产品等的需求，并将分析结果直接反馈给研发、生产、销售等各个环节，不仅解决了企业对大型电商平台流量以及数据的依赖和不确定性，而且提高了华硕产品的供应链精细化管理水平以及品牌方销售决策和上游产能配置的合理性，促进企业向数字化、智能化发展，助力其加速向产业互联网的转

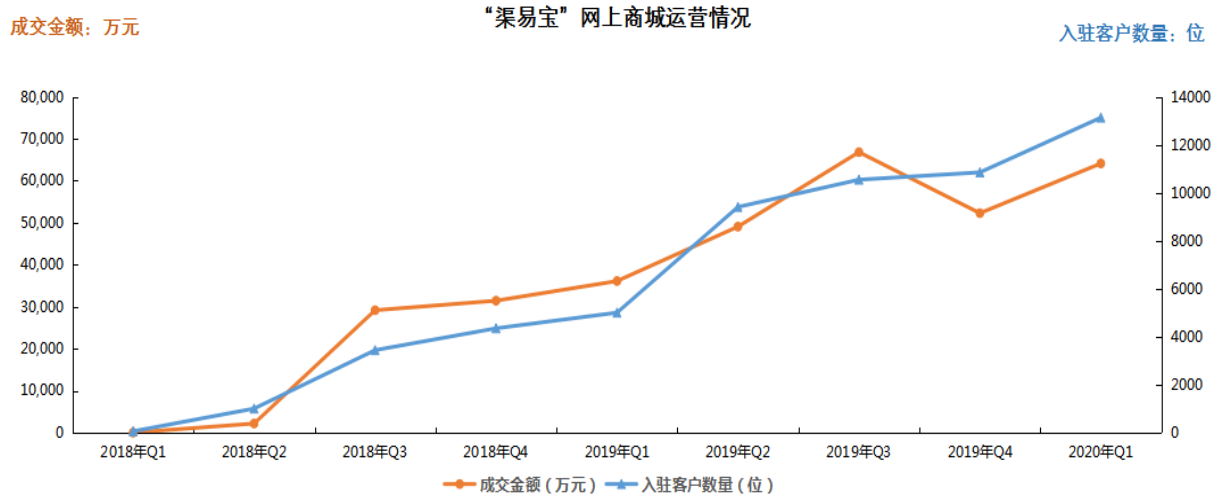
型。

渠易宝模式、传统分销模式及主流互联网平台模式优劣势对比如下：

项目	传统分销模式	主流互联网平台模式	渠易宝模式
产品价格	代理商层层加价，产品零售市场价格远高于生产成本，失去市场竞争力	产品零售市场价格由电商决定，制造商无法管控市场价格，电商议价能力强于制造商，制造商盈利空间削弱	渠道扁平化，零售终端价格直接由品牌方控制，灵活调整终端价格，产品竞争力增强
信息流通	层层传递，信息传递缓慢且失真	电商平台信息反馈不全面	信息在品牌方与零售商之间及时传递
产品生产	无法获取下游市场销售、库存等数据，无法根据市场情况及时调整生产策略	电商平台不与制造商完整共享经营数据，制造商无法精准生产	为品牌方提供及时数据分析，实时监测市场数据服务于品牌方生产及运营

同时，随着“渠易宝”平台运营水平的不断提高以及公司研发水平的不断提升，“渠易宝”平台涉及的业务类型和内容也不断增加，公司在渠易宝平台内打造了“A+优选”作为开放性生态的入口，开放给其他品牌方及新渠道（网红等新流量），作为非华硕自营融合类产品集合，逐步实现开放性整合。

截止目前，除华硕外，公司已将微软、爱普生等品牌方产品引入至“渠易宝”商城，促进了平台和数据资源的聚集，有利于为各品牌方构建互联共赢的产业生态，助力公司与其他品牌方的不断融合与发展，从而增强公司的市场竞争力和盈利能力。报告期内，“渠易宝”网上商城的业务运营情况如下：



“渠易宝”平台的成功运营加深了华硕对公司技术及服务能力的认可，双方的战略合作关系进一步深化。

B、华硕官方商城

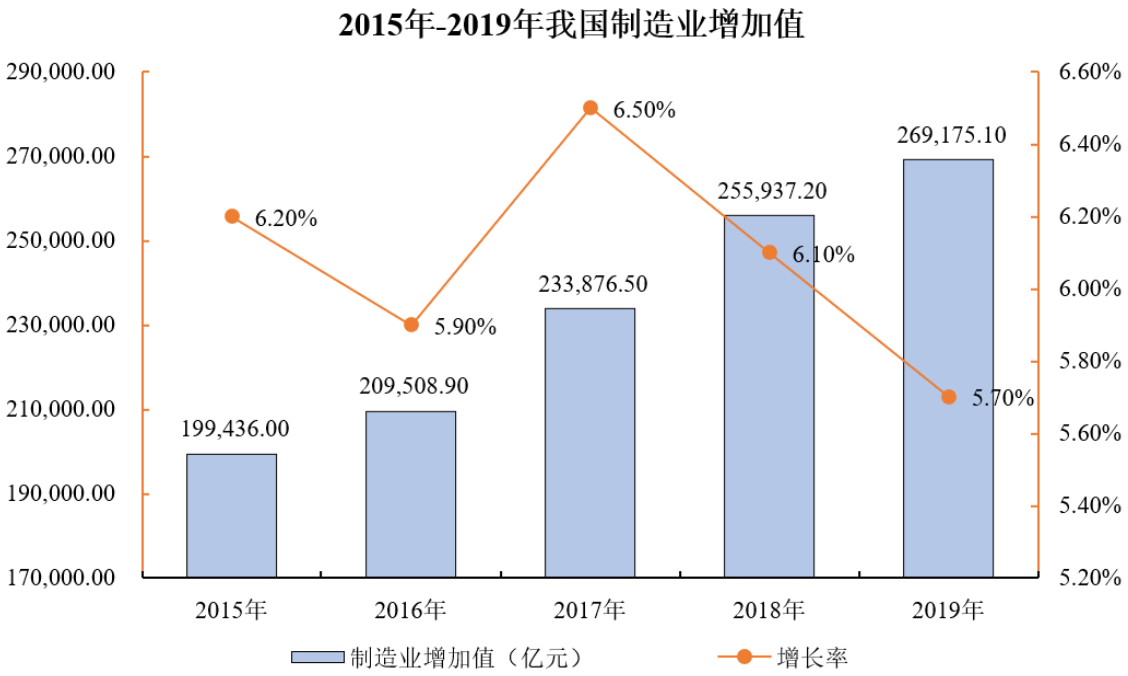
华硕官方商城系公司为华硕搭建的以用于终端消费者直接采购华硕品牌商品而设立的互联网电商平台。支持 PC、Android、iOS、微信等多种终端，用户数据无缝切换，实现全网渠道覆盖。通过数据埋点、大数据分析，利用云计算技术，整合大数据资源，打造智能精准营销工具，利用视频直播、搜索引擎营销、组合促销等数十种营销变现工具，帮助企业统一布局销售网络，全面掌控产品营销，快速拓展市场，从而形成科学、有效的网络价值生态链。通过运用云底层架构设计、CDN 加速、集群、分布式缓存、读写分离等技术，使商城具备高并发、高可用、易扩展等特点，充分保障平台安全、稳定，满足平台飞速发展需要。通过系统深度整合对接，将商城与企业的客服系统、订单管理系统、仓储管理系统、门店宝系统等进行数据对接，保证信息流、物流和资金流的高效通畅，保证其高效的运营管理。同时通过程序、数据、应用、部署、备份、日志等多个环节的重重防护，为其提供 7*24 小时安全监控服务。

综上，随着公司在产业互联网业务的不断投入和经验积累，同时通过与华硕等制造商在产业互联网业务的深度合作模式被市场不断认可，公司将打造更多类型的产业互联网业务模式，为更多制造商提供包括技术开发服务、数据中台服务、综合运营服务等一站式互联网综合解决方案，提升公司核心竞争力和综合实力。

③产业互联网业务发展趋势分析

长期以来，制造业都是一国的立国之本、强国之基，在经济增长中扮演着重要的角色。2019 年我国制造业增加值 269,175.10 亿元，同比增长 5.70%，占中国经济比例的 27.17%[5]。

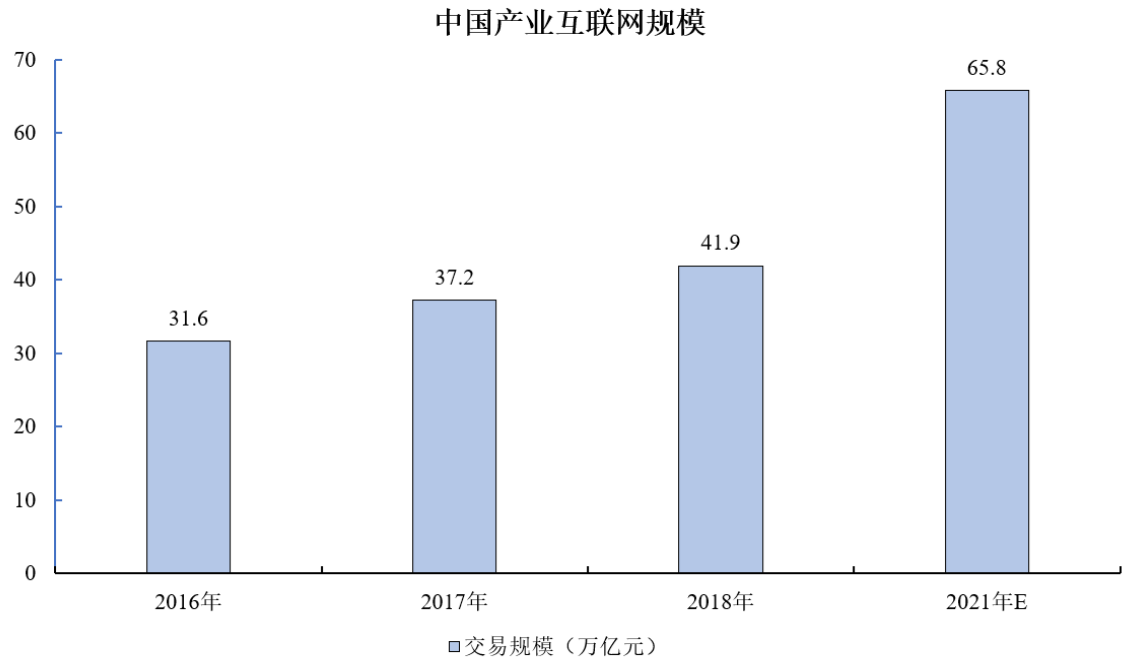
[5] 数据来源：国家统计局



数据来源：国家统计局

随着消费互联网发展逐渐进入成熟阶段以及持续的消费升级，需求侧的发展正在不断推动产业供给侧的改革，在产业供给侧的产业互联网平台型企业应运而生。一方面，通过链接产业链上下游资源，进行信息打通形成产业大数据，从而指导供需匹配；通过对传统产业链进行整合优化，尽可能减少不增值环节，建立新模式下的产业价值网络连接。另一方面，以共享经济模式汇聚产业服务资源，对产业链上下游企业进行技术、金融等赋能，带动产业链整体转型升级。这种以互联网推动实体产业全链条的转型升级，将是中国新时代经济转型的主要特色和重要机遇。

伴随着云计算、大数据、人工智能等新一代科学技术的发展，新一轮产业转型革命已经到来，工业云、工业大数据、工业电子商务等新业态蓬勃发展。根据中国电子信息产业发展研究院发布的《2018 年产业互联网产业数据》显示，2018 年，我国产业互联网整体交易规模达到了 41.9 万亿元，预计 2021 年将达到 65.8 万亿元，年均增长速度高于 14%。



数据来源：中国电子信息产业发展研究院《2018年产业互联网产业数据》

我国制造业的稳定持续增长，云计算、大数据、人工智能等新一代科学技术的发展，国家对于产业互联网的各项政策支持，以及传统制造商对于产品流通渠道互联网化的深刻需求，保证了我国未来产业互联网的不断发展，因此，公司的产业互联网业务在未来具有广阔的市场空间。

（4）政府采购互联网业务

公司深入挖掘市场，推行“品质产品+精细服务”的运营策略，开发了如政府、学校、医院等大批稳定的终端客户，政府采购互联网业务具有一次性购买量大且利润率较高的特点。

2017 年公司以电子商务类供应商正式入驻福建省政府采购网上超市，成为福建省政府采购网上超市首批省级供应商，并陆续成为福州市、莆田市、宁德市、漳州市、南平市、泉州市、三明市、龙岩市等福建省内市级政府采购供应商。公司根据《福建省省级政府集中采购目录及限额标准》及各地区的要求，通过线上接单和线下投标的方式，向政府部门、事业单位、团体组织进行产品销售，并提供供应链服务、客户服务等相关服务。

（二）主要产品和服务及主要功能与流程

公司的业务主要包括消费互联网业务、B2B 互联网业务、产业互联网业务、

政府采购互联网业务。

1、消费互联网业务

（1）产品选择及全方位的信息展示

公司作为华硕、苹果、AOC 等品牌的代理商，基于多年在 3C 产品分销积累的大量采购渠道资源，并针对银行信用卡商城客户群体消费观念前卫、追求时尚的特点，在银行信用卡商城上上架笔记本电脑、智能手机等具有时尚性强、价格较高适合分期付款、更新换代较快等特点的产品作为主力品牌。除此之外，公司在信用卡商城上亦提供母婴产品、生活用品、服饰配件（如玩具、皮带、袜子等）等轻便、价格较低且易于搭售的商品。公司在银行信用卡商城上展示各类产品的规格、参数、价格等相关具体信息，便于消费者选购。

（2）供应链管理服务

公司提供货品采购、仓储、分拣、打包、第三方配送等一系列服务。公司通过智能化系统自动匹配客户购买产品的产品序列号、发票号、快递单号，实现消费者在尚未收到货品时及时知悉货品信息、发票信息及快递信息。一方面提升了公司的客户服务品质，另一方面也提升了公司对产品流通过程的把控能力，降低了因消费者个人道德问题带来的风险。

（3）客户服务

公司建立了专业的服务团队，在售前服务时，服务团队为消费者在购买前解答咨询，激发其购买欲望。在售后服务时，公司实现呼叫中心与电信 400 话务系统对接，客户使用订单预留电话拨打我司 400 电话，系统自动调取客户订单信息，实现客服高效服务。此外，用户也可以通过在线客服系统、企业 QQ 等线上互动工具来获得服务。

（4）物流时效服务

公司定制化开发“喜购宝银行电商管理系统”，实现公司内部信息管理系统与银行信用卡商城、物流快递系统、电信 400 话务服务系统和国家税务电子发票系统的有效对接，提升物流服务质量和效率，智能化系统自动匹配订单产品序列号、发票号、快递单号，实施“T+0”配货时效和“T+3”送达服务，提供覆盖

全国的一体化配送服务，持续提升物流时效及客户购物体验。

2、B2B 互联网业务

（1）平台技术开发

为了更好服务于流通企业，实现“让品牌到零售更简单”，公司自主研发搭建喜购宝网上商城，并对交易平台不断进行技术开发升级，实现官方网站、APP 和微信公众号等多渠道展现、全终端覆盖。



（2）全方位的产品信息展示

公司及其他供应商在喜购宝网上商城开设店铺，并通过店铺展示各类产品的规格、参数、价格等相关具体信息。截至目前，公司喜购宝商城已展示商品的 SKU 数超过 2 万件。丰富的产品及详尽的信息展示，为零售商提供了丰富多样的产品选择及透明的市场价格信息，改变了以往下游零售商询价过程中的信息不

对称问题。核心供应商享有首页店铺展示资源。

（3）结算服务

结算系统服务于喜购宝网上商城所有参与用户。零售商支付的订单款项存储在易宝支付等第三方支付平台，根据合作协议约定结算周期生成账单，公司财务对账单款项进行审核，并由供应商进行复审，确认无误后，喜购宝通知第三方支付平台进行货款结算

（4）报表统计

报表管理包括商城的实时经营概况、销售统计、财务统计、零售商消费数据等。管理员可以通过各类数据报表了解商城各个阶段的经营概况，及时调整优化销售策略。喜购宝获取用户在 APP 端、PC 端各个页面浏览行为的原始数据，对用户的购买意向进行大数据分析，用于供应商精准营销。

（5）数据分析及可视化

公司从用户行为数据的采集、建模、挖掘到效果分析，对整个交易过程中的数据进行沉淀和挖掘，根据不同用户的喜好挖掘生成用户画像，精准掌握用户偏好，为每位用户提供“千人千面”的个性化推荐内容，改善用户体验，帮助入驻供应商有效提升点击率、转化率及用户粘性，促进撮合交易的达成。

喜购宝平台数据展示图及零售用户画像图





（6）运营支撑服务

公司通过喜购宝网上商城向入驻的供应商和零售商提供运营支撑服务，帮助入驻用户将其传统的运营端口链接至喜购宝网上商城平台，向入驻供应商提供免费信息推广服务及美工设计服务，为入驻零售商提供运营管理系统以及数据中心的运营支持服务，保证入驻用户日常运营的连贯性。

（7）资源共享信息服务

喜购宝网上商城提供商城广告资源共享服务，各入驻供应商可通过喜购宝网上商城发布广告信息，入驻零售商可通过广告信息寻找合适的采购渠道，同时，入驻供应商可通过喜购宝网上商城共享客户资源，突破区域限制，拓展下游零售商市场。

3、产业互联网业务

（1）技术服务

公司围绕制造商提出的意见和要求，依据双方共同确认的需求，进行互联网平台及相关运营管理系统的设计、开发、架构搭建、运维等服务。同时，公司定期对互联网综合平台及相关运营管理系统的功能进行迭代和更新，对互联网综合平台及相关运营管理系统的网络安全等提供技术和服务保障。此外，为推动制造商搭建零售门店的新零售体系，为其开发零售门店数字化所需要的全部系统和相关应用。

（2）运维服务

公司为互联网综合平台及相关运营管理系统提供第三方云服务和异地电信IDC（互联网数据中心）机房备份，并提供服务器的网络及运维服务。公司定期和不定期安排技术人员对互联网综合平台及相关运营管理系统的服务器和相关硬件设备依据服务项目所规定的类别进行运维服务工作。

（3）安装、对接服务

依据互联网综合平台及相关运营管理系统实际使用过程中产生的具体需求，经由双方共同确认，公司提供互联网综合平台及相关运营管理系统安装，包括与第三方支付接口、短信接口、电子合同接口、税务接口、物流接口等的对接，以及制造商内部系统对接和调试工作，实现互联网综合平台及相关运营管理系统与第三方及制造商内部系统的全面对接。

（4）客户服务

公司建立互联网综合平台客服系统和400呼叫服务中心，方便零售商与制造商进行沟通，便于客服快速解决客户提出的关于产品信息、促销活动、物流跟踪、订单售后、客户投诉等问题。同时，公司向制造商提供全方位的互联网综合平台及相关运营管理系统的客户服务，解决制造商在使用时出现的各项问题。

（5）培训服务

公司围绕互联网综合平台及相关运营管理系统的开发、平台架构和功能，为制造商提供包括系统、架构、功能等培训服务。

（6）大数据分析及相关服务



根据制造商的需求，围绕互联网综合平台及相关运营管理系统的用户和交易数据，公司提供互联网综合平台及相关运营管理系统的大数据系统设计和开发，与线上线下渠道的各类数据进行全面对接，搭建数据中台，并定期对大数据系统进行更新和迭代，协助制造商通过大数据系统进行数据挖掘和分析，为制造商的生产和运营提供可靠的数据依据。

4、政府采购互联网业务

（1）供应链管理

公司为政府部门、事业单位、团体组织等终端客户提供货品采购、仓储、分拣、打包、第三方配送等一系列服务。

（2）数据分析

公司对客户的购买信息进行数据分析，并与行业相关的数据进行对比和挖掘，帮助客户充分了解产品种类及相关信息，有利于公司根据客户的具体需求向客户提供准确的产品种类及相关信息。

（3）客户服务

公司为政府部门、事业单位、团体组织等终端客户提供售前售中售后等一系

列客户服务，售前根据客户的具体要求向客户整合产品的功能、参数、规格、价格等信息，售中提供已购买产品的具体状况及物流相关信息，售后帮助客户顺利使用产品并解决相关售后问题。

（4）全方位的产品信息展示

公司在入驻的福建省政府网上采购超市上展示各类产品的规格、参数、价格等相关信息。截至目前，公司展示的商品合计 8 大品类，35 个细分品类，为政府部门、事业单位、团体组织提供了丰富的产品信息。

（三）公司的主要经营模式

1、盈利模式

公司业务按照内容和客户的不同，主要分为消费互联网业务、B2B 互联网业务、产业互联网业务、政府采购互联网业务。各类业务盈利模式差异情况如下表所示：

业务类型		盈利模式
消费互联网业务		商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额
B2B 互联网业务	撮合交易服务	根据线上销售情况和双方约定的比例向供应商收取服务费用与运营成本的差额
	自营交易服务	商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额
产业互联网业务		根据交易额和双方约定的比例向品牌方收取服务费用与运营成本的差额，或技术开发收入与相应开发成本的差额
政府采购互联网业务		商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额

2、销售模式

（1）消费互联网业务

公司在取得品牌方授权后，在合作的银行信用卡商城上架商品并显示商品价格、规格型号等信息以供消费者选购。消费者在选购完相关商品后可以选择采用分期期数（1 期、3 期、6 期、9 期、12 期、24 期）或者信用卡积分折抵部分货款等方式进行支付结算，在消费者完成支付结算后，公司按照订单信息组织仓库发货并交付快递公司，公司在交付快递公司 3 日后确认收入。

①商品的定价方式

公司综合商品采购成本、需支付给各银行信用卡中心的手续费用以及合理的利润空间进行定价。产品分期的期数越高，按照银行信用卡中心与公司签订的合作协议规定，公司需支付给银行信用卡中心的合作费用率越高，故通常上架的产品价格越高。

②银行合作费用

公司与各银行信用卡中心就合作费用率事项进行约定，通常分期期数越高，手续费率越高。银行合作费用在银行信用卡中心在向公司支付货款时进行扣减。

③货款结算方式及结算周期

在订单完成后，银行信用卡中心会在结算周期内将相应货款扣减银行合作费用后转入公司账户。商品货款的结算与消费者是否选用信用卡积分（该积分是指银行本身推出的信用卡活动或刷卡积分，与发行人售卖商品无关）折抵货款无关，即消费者在选购商品后按照积分折抵部分货款，该部分积分折抵货款金额均由银行信用卡中心支付。

（2）B2B 互联网业务

按照客户开拓方式不同：B2B 互联网业务的客户开拓主要分为喜购宝线上渠道开拓与线下渠道开拓。

①线上渠道开拓及后续交易

客户通过喜购宝平台、渠易宝平台进行注册并提交相关资质材料，经审核通过后纳入到公司客户管理系统，该类客户登录喜购宝、渠易宝平台后，可以直接下单向公司采购，公司按照订单管理系统组织人员发货。

②线下渠道开拓及后续交易

公司通过业务人员、第三方中介、客户相关人员、电话营销等方式，收集客户信息，确定开发对象，经整体沟通、资质审查、评估等程序后纳入到公司客户管理系统。对于线下渠道开拓的客户，公司亦将引导客户在喜购宝、渠易宝平台注册并提交资质信息，线上平台全方位的商品品类和信息展示，能让客户更全面了解公司产品，方便后续询价和交易。该类客户登陆喜购宝平台可以浏览公司所

有销售的产品信息及价格。客户浏览商品后可以向公司申请议价和信用期，公司将综合客户采购规模、资质规模、合作年限、信用情况进行审批，审批通过后与客户达成合作，并组织人员发货。

（3）政府采购互联网业务

公司根据《福建省省级政府集中采购目录及限额标准》及各地区的要求，通过线上接单和线下投标的方式获取订单并安排发货。

（4）产业互联网业务

由于产业互联网业务客户开发难度较大，公司一方面通过长期跟踪现有供应商的互联网化转型需求，另一方面通过他人介绍、实地拜访等方式接触跨行业或未深度合作的制造商。达成初步合作意向后，公司需要长期了解制造商转型的意愿和需求、供应链体系及组织架构，能够更加深入化定制化开发互联网化、数据化和智能化的解决方案，公司亦将对现有产业互联网客户进行深度挖掘，实现进一步延伸合作。公司对于产业互联网业务的合作不涉及到产品的购销，根据技术复杂程度、后续维护难度等采用多种合作模式，包括按照交易额计费、一次或分次收取技术开发费等。

3、采购模式

公司消费互联网业务、B2B 互联网业务以及政府采购互联网业务涉及商品采购，采购的商品为以 3C 产品为主。公司的采购工作由公司各事业部具体执行。各事业部根据历史交易数据的统计结果，在对未来市场供需状况预测的基础上，制定采购计划，并经公司审批后确定采购品种及采购数量，并向供应商发出采购订单，定购不同品类的货品。

公司设立供应商管理小组，由各事业部、财务中心、运营中心负责人或授权人员组成，负责新供应商的引入评估与供应商定期考核。供应商管理小组根据采购员提交的供应商相关资料、《供应商审查表》，经评审合格后的供应商纳入《合格供应商名录》。

4、研发模式

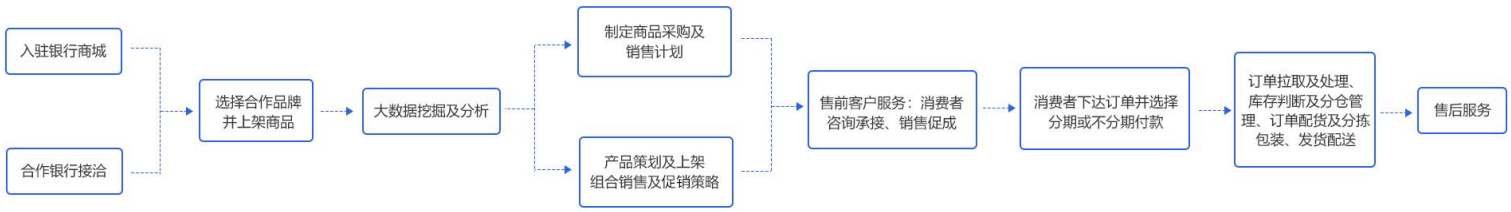
技术研发中心根据客户及相关部门需求、市场调研或分析、系统需求及其改

进、提升等的需要，提出《项目研发立项申请书》（附《项目可行性研究报告》）。

技术研发中心总经理审核《项目研发立项申请书》（附《项目可行性研究报告》），由主管部门或领导审批通过后，确定项目负责人，成立项目研发小组，确定开发的方式，自主研发或外包研发。得到批准后，成立项目组，项目组应包括产品组、测试组和研发组。由产品组根据业务需求出具《需求规格说明书》，并转交给研发组，由研发组制定开发计划。公司委派一名员工负责监督项目的进度，进行项目管理工作，确保开发能及时完成并能满足业务需要。项目组人员的选择应满足项目对业务及技术要求，项目组人员应有足够的业务和 IT 技术方面的专业知识来胜任项目各方面的工作。项目研发结束后，由独立、具备专业胜任能力的测试人员按公司的技术规范验收，严格执行测试程序，进行鉴定与试验输出《测试报告》，并由项目评审小组按计划进行正式的、系统的、严格的评审。验收完成、评审结束后，由项目评审小组出具《项目结题验收报告》，项目负责人审核，报技术研发中心总经理审批通过后项目结题。

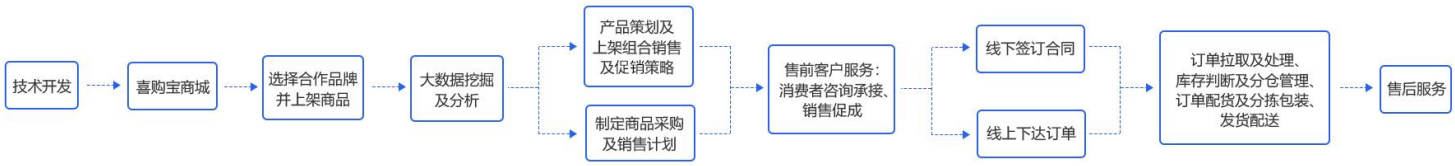
（四）主要业务流程图

1、消费互联网业务

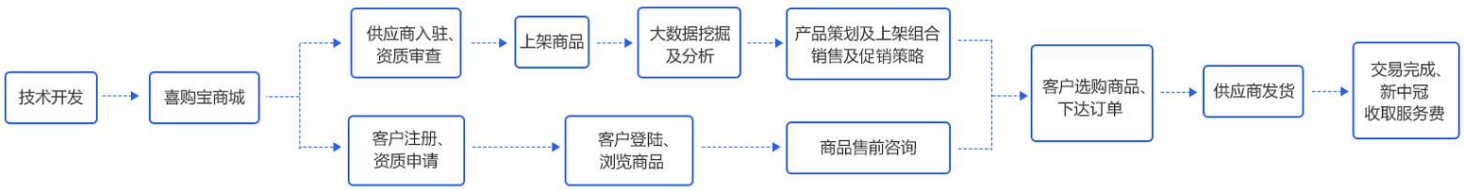


2、B2B 互联网业务

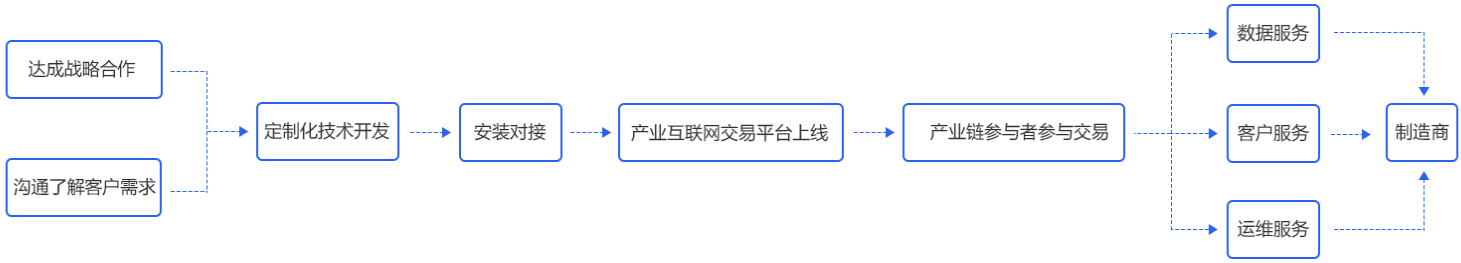
（1）自营交易业务



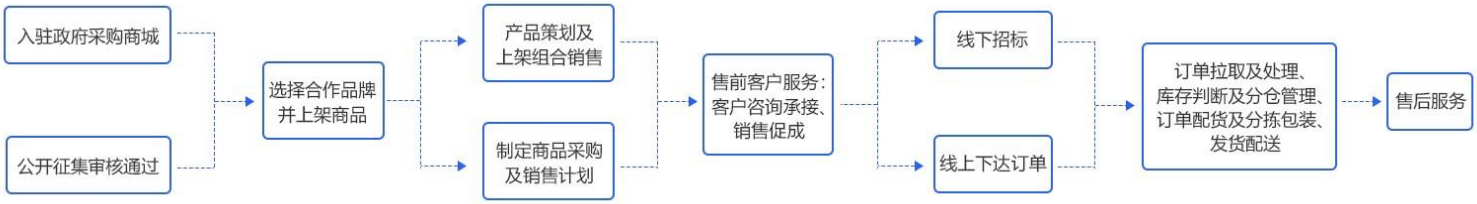
（2）撮合交易业务



3、产业互联网业务



4、政府采购互联网业务



（五）生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司为非生产性企业，经营过程中不产生污染物，不会对环境造成污染影响。

二、发行人所处行业的基本情况及其竞争状况

公司作为互联网综合服务商，主要业务包括消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务等，根据中国证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）及国家统计局国民经济行业分类（GB/T4754-2017）的规定，发行人所处行业属于“互联网和相关服务”（分类代码：I64）。

（一）行业主管部门、行业监管体制、主要法律法规和政策及对发行人经营发展的影响

1、行业主管部门及监管体制

公司所在的互联网和相关服务行业的主管部门包括工信部、商务部和国家工商行政管理总局。其中，工信部负责互联网行业管理（含移动互联网）；协调电信网、互联网、专用通信网的建设，促进网络资源共建共享；指导电信和互联网相关行业自律和相关行业组织发展；电信网、互联网网络与信息安全技术平台的建设和使用管理；拟订电信网、互联网数据安全管理政策、规范、标准并组织实施等。商务部负责推进流通产业结构调整，指导流通企业改革、商贸服务业和社区商业发展，推动流通标准化和连锁经营、商业特许经营、物流配送、电子商务等现代流通方式的发展。其下属的电子商务和信息化司负责制定我国电子商务发展规划，拟订推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施；支持中小企业电子商务应用，促进网络购物等面向消费者的电子商务的健康发展；拟订电子商务相关标准、规则；组织和参与电子商务规则和标准的对外谈判、磋商和交流；推动电子商务的国际合作等。国家工商行政管理总局负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为。

中国互联网协会是互联网和相关服务行业的自律组织。中国互联网协会主要负责制定并实施互联网行业自律规范和公约，发挥行业自律作用，维护国家网络与信息安全、行业整体利益和用户权益；经政府主管部门批准、授权或委托，制定互联网行业标准与规范，开展行业信用评价、资质及职业资格审核、奖项评选和申报推荐等工作。

2、主要法律法规及产业政策

（1）法律法规

目前，我国互联网和相关服务行业相关的主要法律法规及规范性文件如下：

序号	发布部门	法律法规名称	实施时间
1	信息产业部	《互联网站管理工作细则》（信部电[2005]501 号）	2005 年 12 月
2	商务部	《电子商务模式规范》	2009 年 12 月
3	商务部	《网络交易服务规范》	2009 年 12 月

序号	发布部门	法律法规名称	实施时间
4	商务部	《第三方电子商务交易平台服务规范》（商务部公告 2011 年第 18 号）	2011 年 4 月
5	全国人大常委会	《中华人民共和国消费者权益保护法》（2014 修正版）	2014 年 3 月
6	国家工商行政管理总局	《网络交易管理办法》（国家工商行政管理总局令第 60 号）	2014 年 3 月
7	全国人大常委会	《中华人民共和国电子签名法》（2015 修正版）	2015 年 4 月
8	中国人民银行	《非银行支付机构网络支付业务管理办法》（中国人民银行公告[2015]第 43 号）	2016 年 7 月
9	全国人大常委会	《中华人民共和国网络安全法》	2017 年 6 月
10	工业信息化部	《互联网域名管理办法》（中华人民共和国工业和信息化部令第 43 号）	2017 年 11 月
11	全国人大常委会	《中华人民共和国电子商务法》	2019 年 1 月

（2）产业政策

2013 年来，我国相关部门及福建省人民政府陆续出台了一系列产业政策，支持互联网和相关服务行业的快速发展，具体政策列示如下：

序号	发布部门	政策名称	发布时间
1	发改委、财政部等 13 部委	《关于进一步促进电子商务健康快速发展有关工作的通知》（发改办高技[2013]894 号）	2013 年 4 月
2	国务院	《关于促进信息消费扩大内需的若干意见》（国发[2013]32 号）	2013 年 8 月
3	国务院	《国务院办公厅关于促进内贸流通健康发展的若干意见》（国办发[2014]51 号）	2014 年 11 月
4	福建省人民政府	《福建省人民政府关于加快互联网经济发展十条措施的通知》（闽政[2015]10 号）	2015 年 3 月
5	国务院	《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》（国发[2015]24 号）	2015 年 5 月
6	商务部	《“互联网+流通”行动计划》	2015 年 5 月
7	福州市人民政府	《福州市人民政府印发关于贯彻落实省政府加快互联网经济发展十条措施的实施意见的通知》（榕政综[2015]165 号）	2015 年 6 月
8	中国人民银行等十部门	《关于促进互联网金融健康发展的指导意见》（银发[2015]221 号）	2015 年 7 月
9	国务院	《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》（国发[2015]40 号）	2015 年 7 月
10	中共福建省委、福建省人民政府	《关于进一步加快产业转型升级的若干意见》	2015 年 7 月
11	国务院	《国务院办公厅关于加强互联网领域侵权假冒行为治理的意见》（国办发[2015]77 号）	2015 年 11 月
12	国务院	《国务院办公厅关于促进农村电子商务加快发展的指导意见》（国办发[2015]78 号）	2015 年 11 月
13	福建省人民政府	《积极推进“互联网＋”行动实施方案》（闽政[2016]9 号）	2016 年 2 月

序号	发布部门	政策名称	发布时间
14	中国人民银行、银监会	《关于加大对新消费领域金融支持的指导意见》	2016 年 3 月
15	国务院	《关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》（国办发[2016]24 号）	2016 年 4 月
16	发改委、商务部等 7 部委	《关于推动电子商务发展有关工作的通知》（发改办高技[2016]1284 号）	2016 年 5 月
17	工业和信息化部	《信息化和工业化融合发展规划（2016－2020）》（工信部规[2016]333 号）	2016 年 10 月
18	商务部、中央网信办、发改委	《电子商务“十三五”发展规划》	2016 年 12 月
19	商务部、发改委等 5 部委	《商贸物流发展“十三五”规划》	2017 年 1 月
20	工业和信息化部	《工业电子商务发展三年行动计划》（工信部信软[2017]227 号）	2017 年 9 月
21	国务院	《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》	2017 年 11 月
22	工业和信息化部	《工业和信息化部办公厅关于推动工业互联网加快发展的通知》（工信厅信管[2020]8 号）	2020 年 3 月
23	工业和信息化部	《工业和信息化部关于工业大数据发展的指导意见》（工信部信发[2020]67 号）	2020 年 5 月

3、报告期初以来新制定或修订、预期近期出台的与发行人生产经营密切相关的法律法规、行业政策对发行人的具体影响

（1）工业信息化部于 2017 年 11 月颁布的《互联网域名管理办法》（中华人民共和国工业和信息化部令第 43 号）中明确规定，在境内设立域名根服务器及域名根服务器运行机构、域名注册管理机构和域名注册服务机构的，应当依据本办法取得工业和信息化部或者省、自治区、直辖市通信管理局（以下统称电信管理机构）的相应许可。公司[6]和喜购宝已分别于 2019 年 8 月、2020 年 1 月取得了福建省通信管理局颁发的《增值电信业务经营许可证》。

（2）商务部、发改委等 5 部委于 2017 年 1 月颁布了《商贸物流发展“十三五”规划》，在主要任务中提到，要加强商贸物流信息化建设，具体内容为：“深入实施“互联网+”高效物流行动，构建多层次物流信息服务平台，发展经营范围广、辐射能力强的综合信息平台、公共数据平台和信息交易平台。运用市场化方式，提升商贸物流园区、仓储配送中心、末端配送站点信息化、智能化水平。推广应用物联网、云计算、大数据、人工智能、机器人、无线射频识别等先进技术，促进从上游供应商到下游销售商的全流程信息共享，提高供应链精益化管理

[6] 公司的《增值电信业务经营许可证》系到期后再次取得。

水平。鼓励有条件的地区开展政府物流信息共享平台建设，将交通运输、海关、税务、工商等部门可公开的电子政务信息进行整合后向社会公开，实现便民利企。顺应流通全渠道变革和平台经济发展趋势，探索发展与生产制造、商贸流通、信贷金融等产业协调联动的智慧物流生态体系。”

近年来，公司基于多年在 3C 行业分销与零售业务的经验以及互联网技术、供应链服务能力的积累，开始拓展垂直 3C 行业的 B2B 互联网业务。报告期内，公司通过入驻喜购宝网上商城，向下游流通企业自主销售产品，帮助下游流通企业改变信息获取方式和询价模式，降低采购成本，同时公司通过喜购宝网上商城促成流通企业之间的交易业务，吸引更多的流通企业入驻。

（3）自 2017 年起，工业和信息化部和国务院就工业互联网先后颁布《工业电子商务发展三年行动计划》（工信部信软[2017]227 号）、《关于深化“互联网+先进制造业”发展工业互联网的指导意见》、《工业和信息化部办公厅关于推动工业互联网加快发展的通知》（工信厅信管[2020]8 号）、《工业和信息化部关于工业大数据发展的指导意见》（工信部信发[2020]67 号）等产业政策文件，支持工业互联网及相关产业的发展。

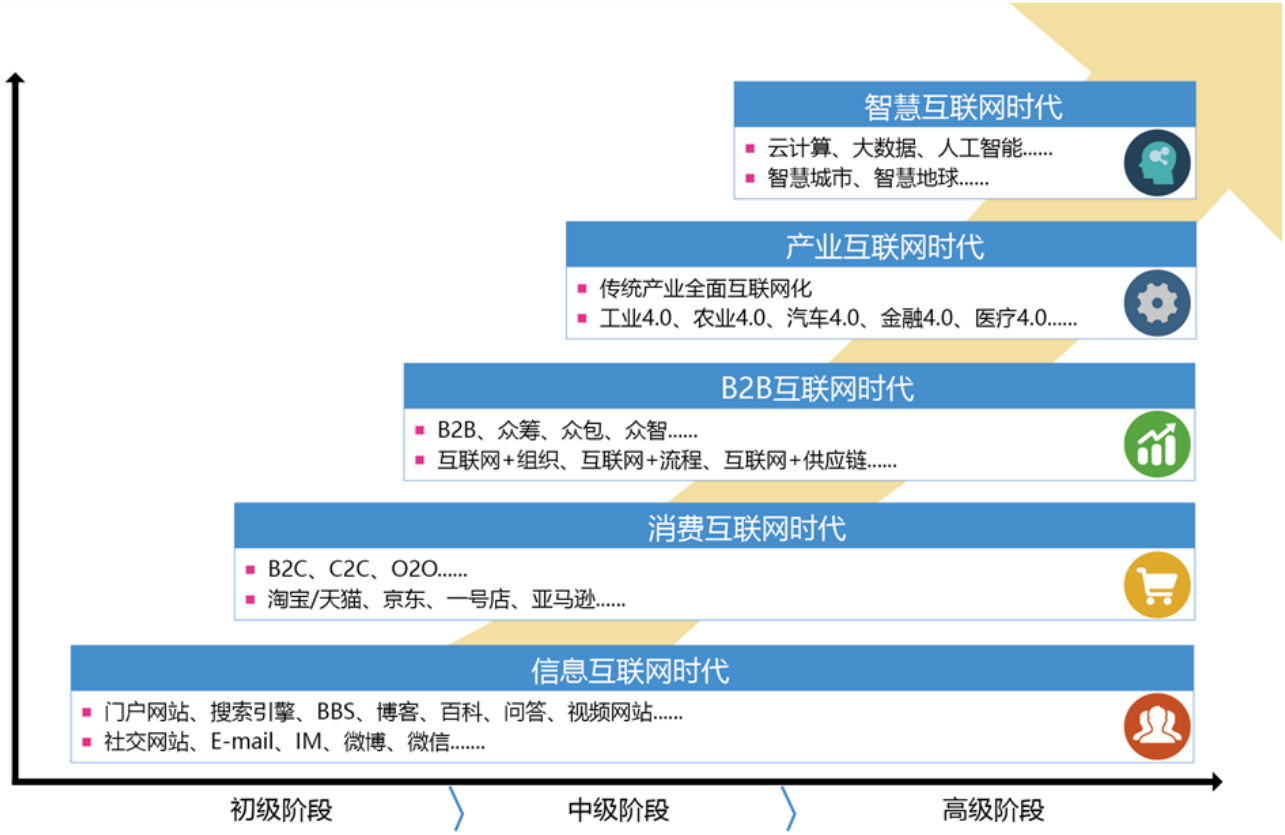
为顺应产业互联网发展态势，同时达成公司长久以来变革分销渠道、为制造商服务的战略构想，公司自 2018 年起积极探索与传统制造企业的深度合作模式，开始以服务商身份开启产业互联网业务，帮助制造商实现零售和分销渠道互联网化转型，开辟了新的产业互联网业务模式。报告期内，公司产业互联网业务发展迅速，未来，随着公司在产业互联网业务的不断投入和经验的不断积累，同时通过与华硕等制造商在产业互联网业务的深度合作模式被市场不断认可，公司将打造更多类型的产业互联网业务模式，为更多制造商提供包括技术开发服务、数据中台服务、综合运营服务等一站式互联网综合解决方案，提升公司核心竞争力和综合实力。

综上，公司所处的“互联网和相关服务”行业，属于国家鼓励发展、重点支持的领域，持续推动互联网和相关服务行业发展是我国“互联网+”业务发展的重要举措。国家鼓励传统行业与互联网行业进行深度结合，鼓励互联网及相关服务的企业深度创新，并为传统行业的发展提供优质的信息技术服务。发行人将顺应国家利好政策、继续加大技术创新力度，充分发挥自身核心竞争优势，积极开

拓电子商务服务市场，实现跨越式发展。

（二）国内互联网的产生和演进

中国互联网从初期的信息互联网到消费互联网，目前已进入 B2B 互联网和产业互联网时代，未来将进入智慧互联网时代。具体演进过程如下：



第一阶段：信息互联网时代

1994 年，中国互联网时代开启，互联网的出现及运用，改变了原有信息传递与交流的方式。从 1997 年开始，随着搜狐、网易、新浪三大门户网站的出现，越来越多的中国网民开始接触并使用互联网，互联网逐步改变人们搜索信息、传递信息、获取信息的方式。新浪、网易、搜狐等门户网站在发展起步阶段模仿了国外门户网站雅虎的发展模式，即门户网站是综合的 ICP，以搜索引擎为基础，为用户提供平台服务，采取了“风险投资＋网络广告”的经营模式，其模式围绕的核心是信息。

与此同时，伴随着门户网站的发展，电子邮件在我国普及应用程度快速扩展。一封电邮，改变和丰富了信息获取与交换的途径，大幅度提升信息传递的效率。

ICQ、QQ、MSN 等即时性聊天软件的开发与应用，使得人们不用像发送邮

件一样进行等候，只要有网络，在线双方可以进行实时沟通与交流，甚至可以传送文件、声音、影像给对方，这大大缩短了人与人之间的沟通距离，也使得人与人之间的沟通交流变得更加方便快捷。

第二阶段：消费互联网时代

1999 年 8 月，邵亦波创办国内首家 C2C 电子商务平台“易趣网”。2003 年 5 月，阿里巴巴集团投资 1 亿元成立淘宝网，进军 C2C。随后几年内，淘宝逐渐改变国内 C2C 市场格局，而网购理念与网民线上消费习惯也进一步得到普及。2007 年 8 月，今日资本向京东商城投资 1000 万美元，开启国内家电 3C 网购新时代，引发国内 B2C 领域发展热潮。2009 年 8 月，百度宣布以“X2C”为核心的电子商务战略。2014 年，京东、阿里巴巴等电商平台先后在美国成功上市，“双十一”再创消费纪录等一系列里程碑事件，标志着我国消费互联网发展格局趋于稳定。

我国过去十几年互联网电子商务的发展，针对于个人消费者的各种商业模式创新层出不穷，以淘宝为代表的 C2C 模式，以天猫、京东为代表的 B2C 模式，以及以打通线上线下构建全渠道营销的 O2O 模式成为消费互联时代发展的重点与核心。未来充分利用移动互联技术，围绕消费者关键核心诉求，构建基于场景化的全渠道的购物体验，将是未来消费互联网的最主要趋势。经过近几年的战略布局，各大互联网企业围绕消费互联的生态布局构建已经基本完成，各业务板块已经开始逐步发挥相互之间的战略协同作用，从而实现整个平台价值的最大化。

第三阶段： B2B 互联网时代

1997 年，中国化工信息网正式在互联网上提供服务，开拓了化工行业互联网化的先河，是全国第一个介入行业网站服务的国有机构。1997 年，“易贸通”推出 Tradeeasy.com B2B 贸易入门网站。1998 年 10 月，美商网（又名“相逢中国”）获多家美国知名 VC 千万美金投资，是最早进入中国 B2B 电子商务市场的海外网站，首开全球 B2B 电子商务先河。1999 年，阿里巴巴网站（1688 的前身）以“让天下没有难做的生意”为核心理念，致力于打造领先的小企业国内贸易电子商务平台。2003 年 12 月，慧聪网（08292-HK）在香港创业板上市，成为国内 B2B 电子商务首家上市公司。2007 年 4 月，网盛科技宣布正式推出基于行业网站联盟的 B2B 门户与搜索平台——“生意宝”（Toocle.cn），首开由垂直

B2B 转型综合 B2B 之先河，国内综合 B2B 市场由此逐渐跨入多元化良性竞争阶段。B2B 市场未来发展空间巨大，随着行业电子商务渗透率的提升，B2B 市场将成为传统企业互联网化转型的重要机遇。

第四阶段：产业互联网时代

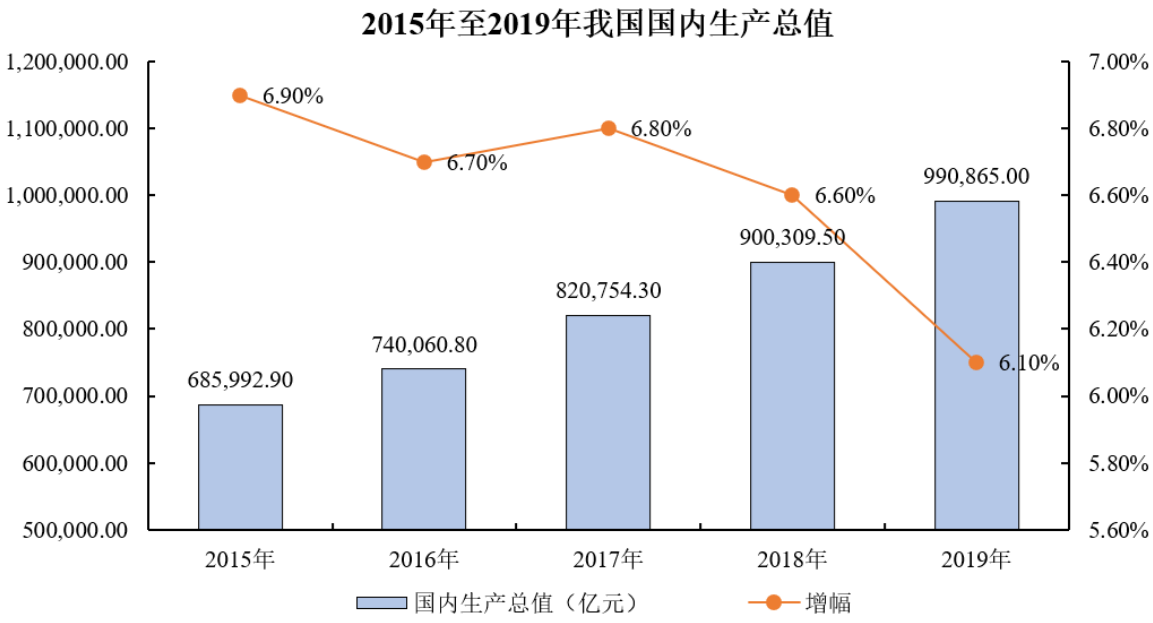
我国互联网经过近 20 年的发展，其关注的核心更多的围绕消费互联展开，随着阿里巴巴和京东相继成功上市，我国消费互联的电商竞争版图逐渐清晰，竞争格局趋于稳定，消费互联发展趋于成熟，市场空间趋于饱和，围绕现有商业模式的微创新将持续进行。2015 年 3 月 5 日，李克强总理在政府报告首次提出“互联网＋”行动计划，目的是推动移动互联、云计算、大数据、物联网等与现代制造业的结合，其实从另一个层面再次强调了产业互联的重要性，未来基于细分行业的产业互联将迎来历史发展机遇。

公司系互联网综合服务商，利用互联网技术有效改变传统流通渠道并分享收益，业务涉及消费互联网、B2B 互联网业务和产业互联网业务等，公司的业务发展紧跟互联网技术的演进并不断延伸拓展。

（三）发行人所处行业的未来发展趋势

1、中国经济持续稳定增长，产业结构转型成为时代的主题

近年来，我国经济保持了持续稳定的发展，截至 2019 年底，我国 GDP 为 990,865.00 亿元，较 2018 年增长 6.10%。



数据来源：国家统计局《2019年国民经济和社会发展统计公报》

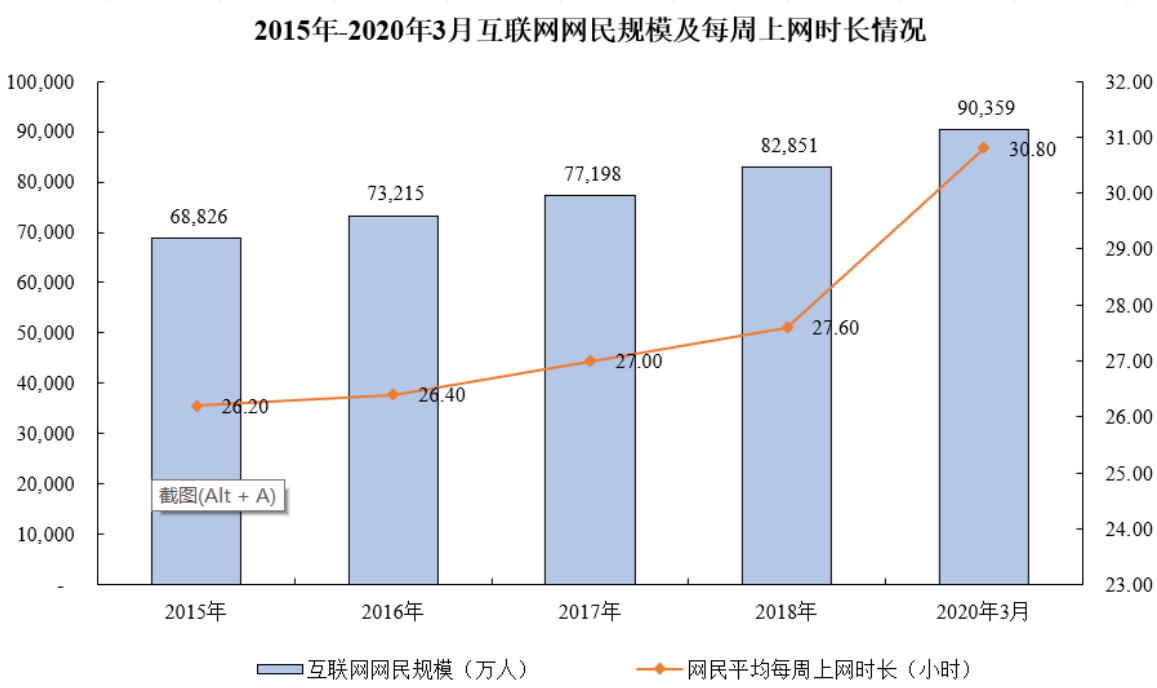
随着我国国民经济的不断发展，经济体制的不断更新，传统行业历经多年的发展，在产品、服务、市场等各个方面均已出现不同程度的饱和，传统行业需要通过新的手段更新产品类型、提高公司的运营管理水平、提高产品服务质量，并开辟新的销售渠道及销售市场。

在新的形势下，传统行业必须改变其传统的生产经营管理模式来获取新的发展机会，转型升级成为了目前传统行业的必经之路。互联网产业的迅速发展，互联网思维、互联网营销、互联网转型等概念的出现，为传统行业的转型升级提供了新的推动力。

2、互联网及相关服务行业 TO C 端饱和，转向 TO B 端寻求市场机遇

我国消费互联网处于世界先进水平，多种商业模式系我国首创，目前，我国消费互联网数字化程度全球领先，腾讯、阿里作为互联网巨头已具备全球前十大公司的市值。互联网重塑了 C 端的消费习惯，对于人们的衣食住行都产生了重大影响，我国 C 端互联网技术已经走在世界前列。但是当前 TO C 端的互联网红利已接近尾声，截至 2020 年 3 月，互联网用户规模已达到 9.04 亿人，连续 5 年保持低速增长，而用户时长也已触顶，周使用时长超过 25 小时之后便没有显著增长，未来在人口红利完全消失后互联网的业绩不容乐观。互联网公司正面临着巨大的考验，C 端盈利点的消失，互联网公司转向 TO B 端寻求市场机遇的趋势

渐显。



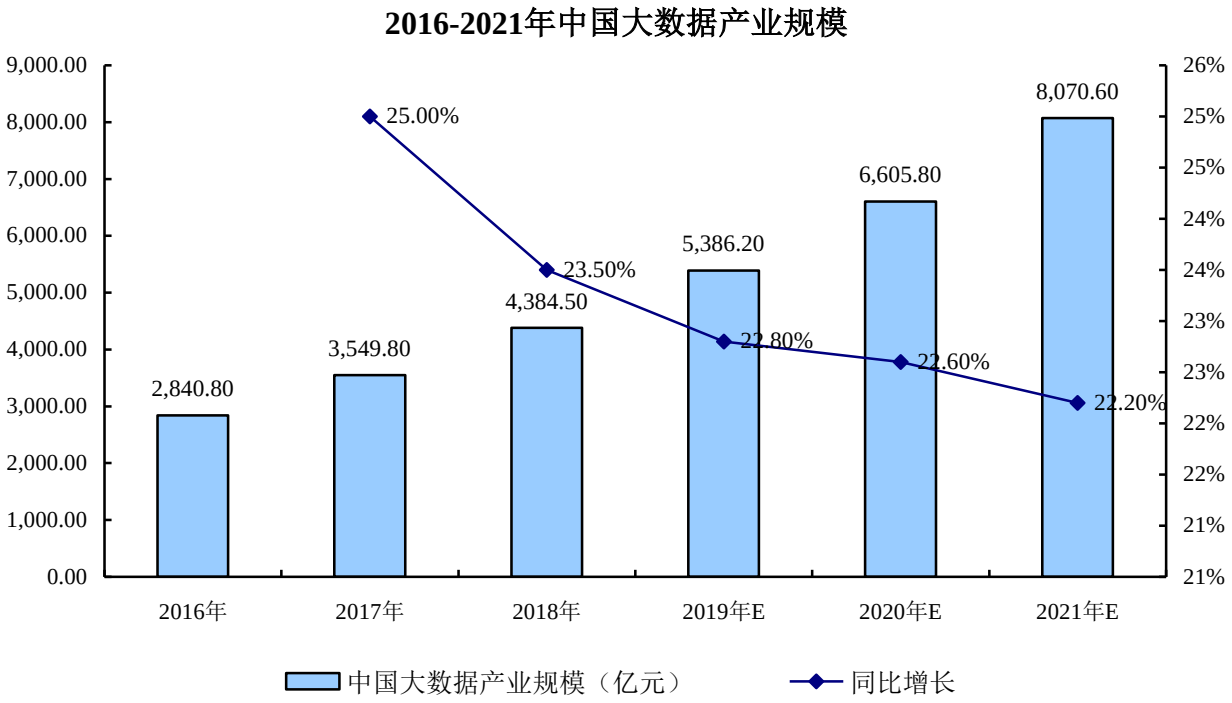
数据来源：CNNIC《中国互联网络发展状况统计报告》[7]

3、新一代信息技术的进展，为互联网的发展奠定了技术支撑和前进方向

互联网产业作为新兴产业，其技术不断更新发展。目前，以大数据、智能化、移动互联网、云计算、人工智能为代表的新一代信息通信技术与经济社会各领域全面深度融合，催生了很多新产品、新业务、新模式，在整个产业链中的优势不断放大，未来具有巨大的市场潜力。互联网技术的不断升级，是互联网未来发展的技术支撑和前进方向。

以大数据技术为例，大数据技术不仅能有效采集、储存海量数据，并且在短时间内进行复杂的数据分析，实现数据信息的转化和升值，在实现产业升级和企业发展过程中发挥着重要作用。借助大数据分析结果对行业营销决策的指示性建议，互联网服务企业可以将其服务内容推向精准化、实时化、高度差异化和个性化，进而有效推进传统行业的改革创新和蓬勃发展。截至 2018 年，我国大数据产业规模为 4,384.5 亿元，同比增长 23.50%。预计未来几年，大数据产业规模仍将保持 20%以上的增速，到 2021 年，我国大数据产业规模将超过 8,000 亿元。

[7] 受新冠肺炎疫情影响，第 45 次《中国互联网络发展状况统计报告》调查截止时间为 2020 年 3 月 15 日，故数据截止时间调整为 2020 年 3 月。



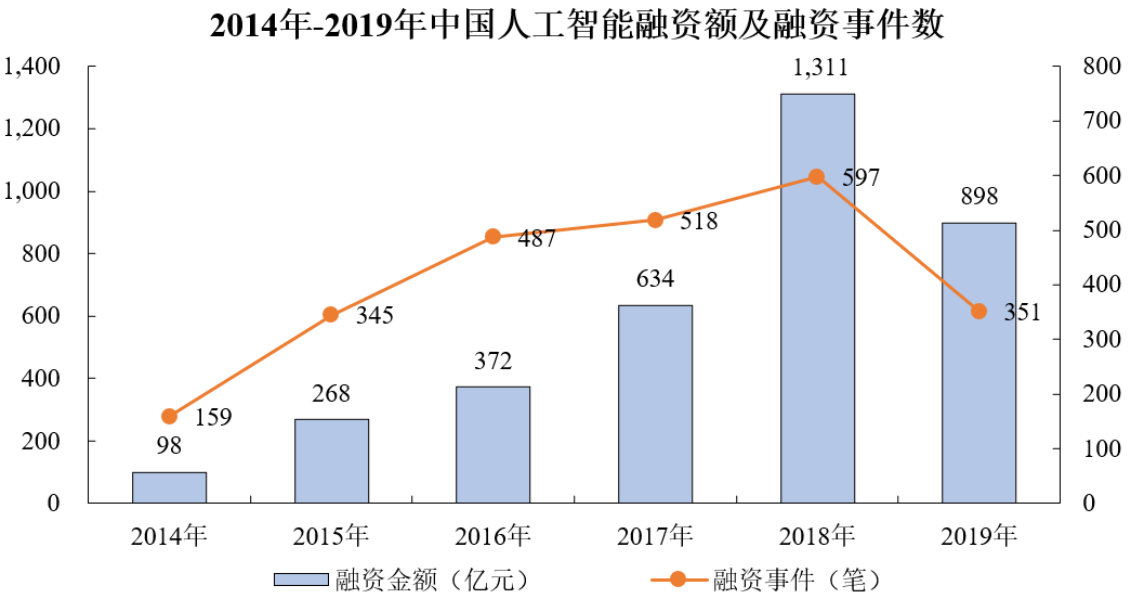
数据来源：前瞻产业研究院《2019 年中国大数据行业研究报告》

以人工智能为例，人工智能（Artificial Intelligence，AI）是计算机科学或智能科学中设计研究、设计和应用智能机器的一个分支，人工智能通过了解智能的实质，并生产出一种新的能以人类智能相似的方式做出反应的智能机器，该领域的研究包括机器人、语言识别、图像识别、自然语言处理和专家系统等。

进入 21 世纪后，我国的人工智能技术蓬勃发展，更多的人工智能与智能系统研究课题获得国家自然科学重点和重大项目、国家高技术研究发展计划（863 计划）和国家重点基础研究发展计划（973 计划）项目、科技部科技攻关项目、工信部重大项目等各种国家基金计划支持，并与中国国民经济和科技发展的重大需求相结合，力求为国家做出更大贡献。代表性的研究有视觉与听觉的认知计算、面向 Agent 的智能计算机系统、中文智能搜索引擎关键技术、智能化农业专家系统、虹膜识别、语音识别、人工心理与人工情感、基于仿人机器人的人机交互与合作、工程建设中的智能辅助决策系统、未知环境中移动机器人导航与控制等。

2014 年至 2018 年，我国人工智能领域融资得到爆发式增长，2018 年，我国人工智能领域融资额为 1,311 亿元，融资事件达 597 笔，超过 1,000 家一级市场投资机构参与布局人工智能领域。2019 年，受宏观经济影响，资本市场整体遇冷，我国人工领域的投融资情况出现大幅下降，资本逐步理性并有向头部企业聚

集的趋势。[8]



数据来源：艾媒咨询《2019年中国人工智能年度专题研究报告》

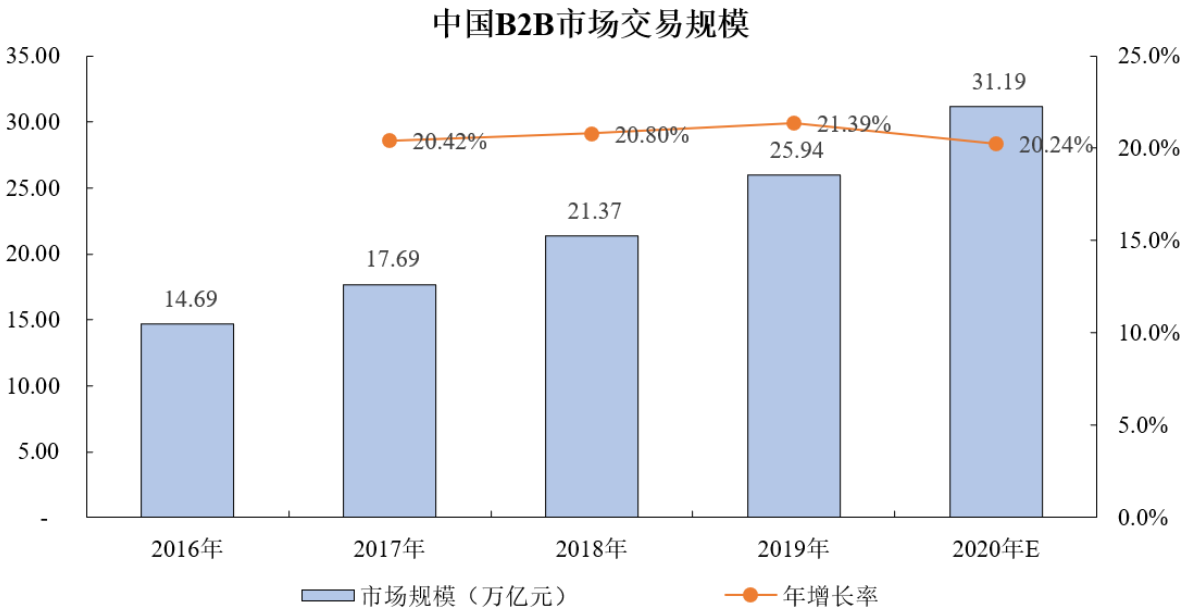
2017 年 7 月，国务院印发了《新一代人工智能发展规划》，制定了国家人工智能产业政策，增强全国科技创新基础能力，提升经济发展和国防应用智能化水平，并预期中国的人工智能核心产业规模于 2030 年能超过 1 万亿元，带动相关产业规模超过 10 万亿元，从而使中国成为世界主要人工智能创新中心。

互联网技术的发展为互联网及相关服务行业提供了坚实的技术基础，是互联网未来发展的技术支撑和前进方向。

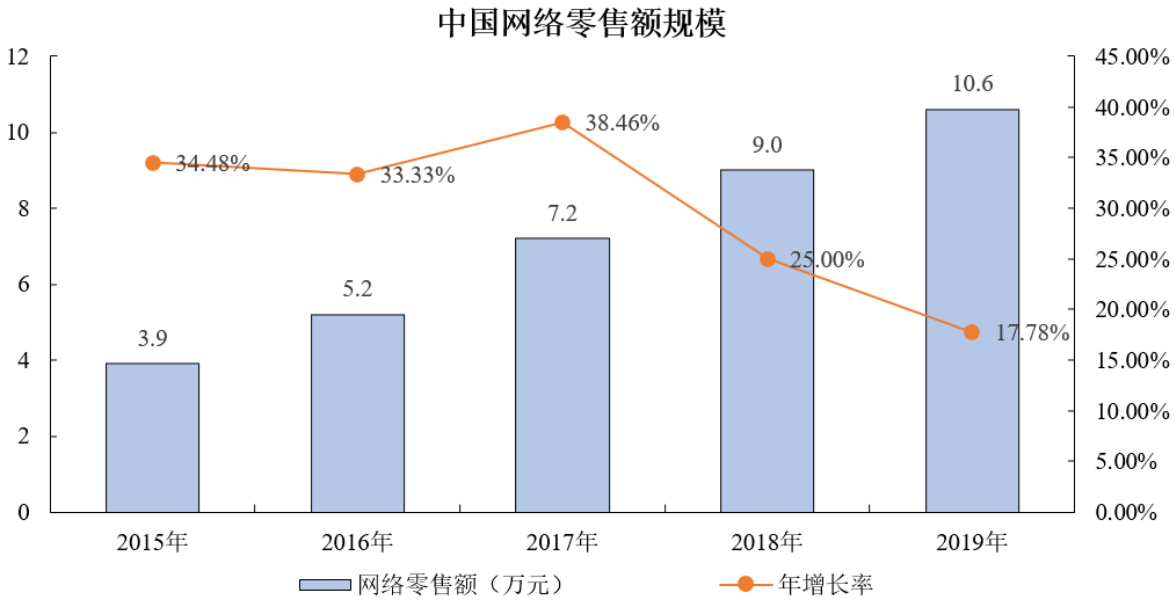
4、电子商务成为信息化主导力量，互联网电子商务是互联网及相关服务行业未来的重点发展对象

经过近 20 年积极推进和创新发展，我国电子商务交易规模极速扩张，O2O、跨境电子商务、医疗健康、企业间电子商务交易（B2B）等电子商务模式均成为投资与创业新热点。目前，我国已成为全球规模最大、发展速度最快的电子商务市场。根据艾媒咨询数据显示，2019 年中国 B2B 市场交易规模为 25.94 万亿元[9]，中国网络零售额规模为 10.6 万亿元[10]。

[8] 数据来源：艾媒咨询《2019 年中国人工智能年度专题研究报告》
[9] 数据来源：艾媒咨询 https://www.iimedia.cn/c400/69713.html
[10] 数据来源：艾媒咨询 https://www.iimedia.cn/c400/68389.html



图表来源：艾媒咨询



图表来源：艾媒咨询

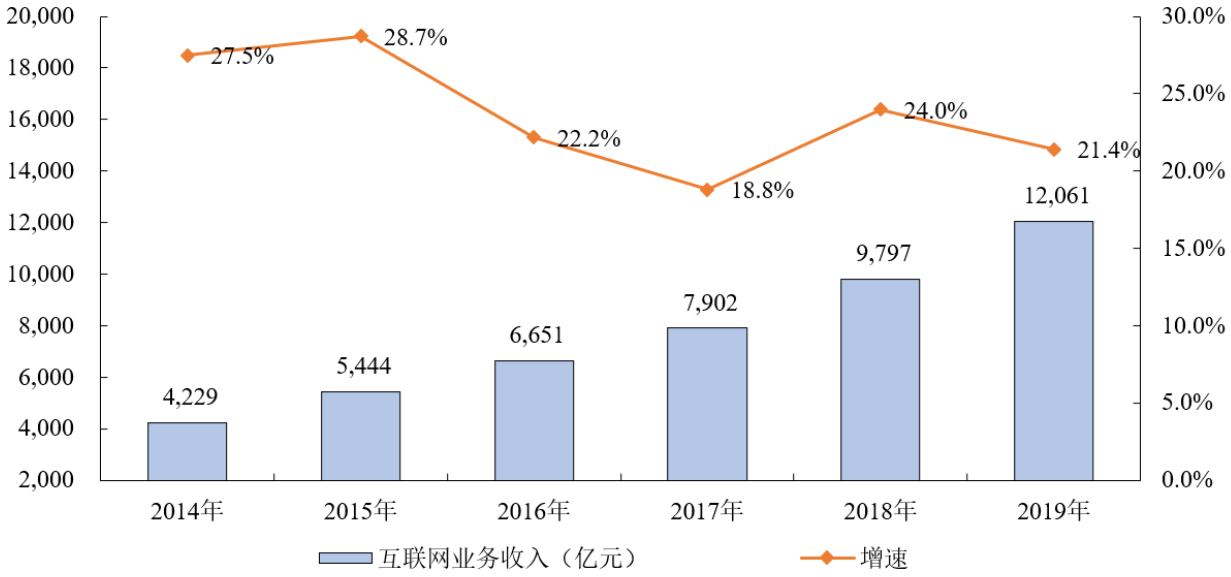
近年来，政府围绕“互联网+”、供给侧改革、“一带一路”推出相关政策，积极推动电商市场的发展。2015 年 7 月，国务院发布《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，支持发展“互联网+”电子商务，巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展行业电子商务，鼓励各传统行业企业积极利用电子商务平台优化采购、分销体系，提升企业经营效率，推动各类专业市场线上转型，引导传统商贸流通企业与电子商务企业整合资源，积极向供应链协同平台转型，鼓励生产制造企业面向个性化、定制化消费需求深化电子商务应用，最终实

现电子商务与其他产业的融合不断深化，网络化生产、流通、消费更加普及，标准规范、公共服务等支撑环境基本完善。随着“互联网+”行动的持续深入，电商市场向细分领域发力。未来，互联网电子商务是产业互联网的重点发展对象。

5、我国互联网及相关服务行业发展速度快，成为我国国民经济发展的重要“抓手”

近年来，随着互联网相关技术的不断进步，国家政策的倾斜与支持，我国互联网及相关服务行业迅速发展。2019 年，我国规模以上[11]互联网和相关服务企业研发投入 535 亿元，较上年增长 23.1%，完成业务收入 12,061 亿元，同比增长 21.4%。[12]

2014年-2019年互联网业务收入增长情况



图表来源：中华人民共和国工业和信息化部

经过多年的发展，互联网和相关服务行业已成为中国新经济的主要支柱和“源动力”，各地都在持续加大政策扶持力度，通过互联网、大数据、供应链等新技术、新模式、新平台，来促进传统制造、流通和服务企业转型升级，成为经济工作的重要“抓手”。

[11] 指上年度互联网和相关服务收入 500 万元以上，按照 2018 年检结果核定。
[12] 数据来源：http://www.miit.gov.cn/n1146312/n1146904/n1648355/c7676707/content.html，中华人民共和国工业和信息化部《2019 年互联网和相关服务业经济运行情况》

（四）行业面临的机遇与挑战

1、行业面临的机遇

（1）国家产业政策的支持推动行业快速发展

互联网及相关服务行业是市场化和信息化不断融合以及社会专业化分工的深化而逐步发展起来的新型经济活动。在高速信息化发展的推动下，其不仅逐渐成为经济发展的新亮点，而且带动了大批传统产业转型升级。

2015 年 7 月，国务院印发《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，坚持开放共享、融合创新、变革转型、引领跨越、安全有序等基本原则，到 2025 年，网络化、智能化、服务化、协同化的“互联网+”产业生态体系基本完善，“互联网+”新经济形态初步形成，“互联网+”成为经济社会创新发展的重要驱动力量。

2016 年 10 月，工业和信息化部发布《信息化和工业化融合发展规划（2016-2020）》，规划提出未来我国要大力发展工业电子商务。引导大型制造企业采购销售平台向行业电子商务平台转型，提高企业供应链协同水平。引导第三方工业电子商务平台向网上交易、加工配送、技术服务、支付结算、供应链金融、大数据分析等综合服务延伸，提升平台运营服务能力。

2016 年底，商务部、中央网信办、发展改革委三部门联合发布《电子商务“十三五”发展规划》，规划提出我国在“十三五”期间电子商务的发展目标为：“电子商务全面融入国民经济各领域，发展壮大具有世界影响力的电子商务产业，推动形成全球协作的国际电子商务大市场。电子商务经济进入规模发展阶段，成为经济增长和新旧动能转换的关键动力。电子商务全面覆盖社会发展各领域，带动教育、医疗、文化、旅游等社会事业创新发展，电子商务成为促进就业、改善民生、惠及城乡的重要平台。”

各级政府部门鼓励互联网及相关服务行业企业领域创新创业、推动传统商贸流通企业发展电子商务、积极发展农村电子商务、提升跨境电子商务通关效率，并通过合理降税减负、加大金融服务支持、支持物流配送终端及智慧物流平台建设、规范物流配送车辆管理、合理布局物流仓储设施等配套措施，加快建立开放、规范、诚信、安全的电子商务发展环境，推动建设统一开放、竞争有序、诚信守

法、安全可靠的电子商务大市场。上述政策措施将有效推动互联网与相关服务业实现快速发展。

（2）供应链管理、云计算、大数据等技术的发展，以及我国物流体系的完善和支付方式的革新不断推动我国互联网及相关服务行业的提升

随着供应链管理、云计算和大数据等技术的提高，互联网及相关服务行业得到了极大的发展，互联网及相关服务行业以供应链管理、云计算、大数据辅助传统产业企业创新其研发、生产、运营、营销、服务和管理方式，变革传统产业生产运营方式，创造出更大的价值。当前，供应链管理、云计算服务、大数据服务已成为推动互联网与传统产业融合发展的主要支撑手段，基于云计算平台的工业设计、虚拟装配、精准营销配送、精准广告推送等模式已成为企业发展的新趋势，多种新型服务蓬勃发展，不断催生新应用和新业态，推动传统产业创新融合发展。

近年来，随着网络购物的迅速发展，信息技术的不断进步，为满足我国居民对消费的新需求，我国的物流和支付体系得到了长足发展。目前，我国物流已建立起多渠道、全行业、细分化、延伸性强的完善的物流体系，既有利于提高客户的网络购物体验，也有利于扩大品牌方的销售范围。同时，我国支付方式在近年来取得重大进步，尤其是移动支付迅猛发展，根据国家信息中心发布的《中国移动支付发展报告（2019）》统计数据显示，中国已经成为全球移动支付第一大市场，在移动支付用户规模、交易规模、渗透率等方面都处于大幅领先地位，2018年，我国移动交易金额规模达 277.39 万亿元。我国物流体系的完善及支付方式的革新推动了互联网及相关服务行业的建设和技术升级，为互联网及相关服务行业企业根据客户的具体生产经营要求提供有针对性的、综合化的电商解决方案提供了坚实的基础。

（3）我国传统产业需要通过借助互联网和相关服务行业完成产业结构的转型

近年来，随着我国国民经济的不断发展，经济体制的不断更新，传统行业历经多年的发展，在产品、服务、市场等各个方面均已出现不同程度的饱和，传统行业需要通过新的手段更新产品类型、提高公司的运营管理水平、提高产品服务质量，并开辟新的销售渠道及销售市场。

在新的形势下，传统行业必须改变其传统的生产经营管理模式来获取新的发展机会，转型升级成为了目前传统行业的必经之路，互联网和相关服务行业成为了帮助传统产业进行产业结构升级的重要推动力。2019 年 3 月，《2019 年国务院政府工作报告》提出：“推动传统产业改造提升。围绕推动制造业高质量发展，强化工业基础和技术创新能力，促进先进制造业和现代服务业融合发展，加快建设制造强国。打造工业互联网平台，拓展‘智能+’，为制造业转型升级赋能。”通过互联网和相关服务业的支持，我国传统产业逐渐打破多年以来的经营模式，降低运营成本，提高经营效率，建立起新的竞争力。

各传统行业产业结构升级的迫切需求为互联网和相关服务行业的发展提供了强劲的推动力。为帮助各传统行业完成产业结构的升级，互联网和相关服务行业的技术水平不断升级，服务内容不断拓展，逐步深入到各类传统行业的生产经营活动中，互联网和相关服务行业企业逐渐成为传统行业企业价值链上的战略合作伙伴，未来市场空间广阔。

2、行业面临的挑战

（1）互联网及相关服务行业专业人才缺乏

互联网及相关服务行业作为新兴产业，相关的专业人才不可缺少，而互联网及相关服务行业企业需要既熟悉各行业及品牌方具体业务，又擅长互联网相关技术的人才。目前，虽然部分高校和培训机构开设了电子商务课程，培养了电子商务的高级人才，但由于互联网及相关服务是一个综合性很强的行业，集合了互联网技术和商业两部分知识，专业的人才需要理论和实践的相互结合，仅靠课程上的理论知识不足以支撑公司在实际运营中的需要。目前，国内互联网及相关行业的高速发展，对专业型、复合型人才的需求更为强烈。

（2）部分从业者法律意识淡薄

互联网及相关服务行业的运行和发展离不开与之相关的法律法规保障。我国互联网及相关服务行业正处于迅速发展的阶段，近年来，我国政府相关部门制定了一系列与其相关的法律法规，尤其是《中华人民共和国电子商务法》的推出，对互联网及相关服务市场起到了巨大的规范作用。但由于该行业是一个庞大的体系，涉及工商行政管理、财税、保险、海关、银行等众多部门以及不同国家和地

区，部分从业者法律意识淡薄，在行业高速发展的过程中进行违反法律法规操作，破坏市场环境，导致信用问题成为阻碍互联网及相关服务行业发展的重要因素。

（3）社会关注度较低

一个行业的发展离不开社会的关注。面向传统行业企业提供的互联网及相关服务的特性导致无论是产品服务、创业者以及企业本身都很难受到媒体与大众的关注。较低的社会关注度导致面向传统行业的互联网和相关服务企业往往需要投入更多的资金和精力进行营销，在一定程度上影响了该行业内企业的业务专注度。

（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

详见本招股说明书“第二节 概览”之“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”的论述。

（六）发行人的市场地位

互联网及相关服务行业市场化程度较高，目前尚无权威机构提供准确的市场占有率数据。

公司基于多年的分销及零售渠道运营经验的积累，深刻理解互联网对传统零售商、品牌商、制造商的影响，利用互联网技术在原有业务基础上进行创新，先后拓展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务，并为上述业务提供包含技术开发、数据分析、供应链管理、客户服务等互联网综合服务。公司先后获得“2016 年中国互联网百强企业”（第 42 位）、“福建省互联网企业 20 强”（2017 年度至 2019 年度连续三年入选）。

近年来，公司还陆续获得以下权威机构的认可或颁发的荣誉，反映了公司在行业内日益增强的影响力，从侧面印证了公司市场地位的不断提升。

年份	颁发单位	荣誉名称
2017 年	福建省工商行政管理局	福建省守合同重信用企业
	2017 博鳌企业论坛	中国（行业）最具发展潜力企业
	招商银行	2017 年招商银行年度优秀合作商户
2018 年	中国电子商务协会、全球互联网经济大会组委会	最具投资价值互联网企业

年份	颁发单位	荣誉名称
	福州市企业与企业家联合会	福州市创新发展优秀企业
	中共福州市委、 福州市人民政府	福州市商贸发展十佳民营企业
	招商银行	2018 年招商银行年度优秀合作商户
2019 年	赛迪网	2019 产业互联网服务领军企业
	B2B 内参	2019 中国 B2B 百强企业
	招商银行	2019 年招商银行卓越合作伙伴奖
	福建省工商业联合会	福建省民营企业 100 强
	福建省企业与企业家联合会等	福建服务业企业 100 强

（七）发行人技术水平及特点



经过多年研发投入和项目经验，公司拥有行业内优秀的开发流程和品质把控能力，可以为流通产业链各类参与群体量身定制契合其实际应用需求的解决方案，协助其重塑流通产业链条，实现其产品流通环节智能化、数字化。其具体表现如下：

A、在应用终端层面，公司拥有强大的技术开发团队，涉足服务器集群、数

据库集群、WEB 前端后端技术、系统集成、大数据、人工智能开发等多个领域，支持 PC、H5、小程序、安卓-APP、iOS-APP 等多触点终端技术，用户可实现数据的无缝切换，为用户提供优秀的一站式体验。

B、在场景方案设计层面，公司具备各类交易场景方案设计能力，一方面能打通各类互联网流通平台，实现全终端数据同步，达到全网营销的效果；另一方面兼容 B2B、B2C、B2B2C 各种运营模式，实现平台价值的深度挖掘，为用户提供人性化、智能化的服务。

C、在数据分析层面，公司具有较为领先的数据处理平台架构设计能力和基于商业智能平台的强大后台数据整合技术优势，可实现多维多角度查询，为用户提供灵活、多层面的深度分析能力；运用云计算平台，实现无限量线性扩充，同时公司基于人工智能对数据决策进行动态监测，以提高决策精度，实现数据决策中人工智能的辅助效果，形成大数据综合解决方案。

D、在安全架构设计层面，公司具有大型服务器集群、分布式微服务架构开发、系统安全监控、负载均衡、服务监控等核心技术优势，在安全架构设计时选用具有可扩展性和可重用性的高性能安全框架，保证其具有快速、安全、专业等特点，同时通过程序、数据、应用、部署、备份、日志等多个环节的防护，为数据应用提供安全保护。架构选型上从单体到微服务演变，通过业务垂直拆分以及水平的功能拆分，打造高可用、高并发、多 IDC 部署业务中台微服务架构，实现服务自治，让单个服务自我运转、自我迭代，极大的提高了开发效率，快速适应需求变化。

E、在新技术应用层面，发挥科技引领创新作用，紧跟新技术发展趋势，掌握云计算、物联网、大数据、人工智能、移动互联、5G、直播流媒体等核心技术。主动探索新技术的落地场景，与业务共同研发创新产品，逐步在智能营销、风险管控、企业决策、支付结算、直播带货、智能导购等细分领域形成创新模式，加强前瞻性技术人才培养方案，建立核心竞争力。

F、在 Devops 敏捷开发运维层面，构建私有化企业级 DevOps 平台建设，通过开发过程工具化，开发流程标准化，全链路贯穿 DevOps 整个生命周期：持续开发、持续集成、持续测试、持续反馈、持续监测、持续部署和持续运维，连

接开发、测试、运维三个角色，打通需求、开发、测试、部署、运维五个环节，以持续交付为核心目标构建技术研发中心的 DevOps 体系，实施短平快的敏捷研发运维过程。

（八）行业内的主要企业及对比情况

近年来互联网迅速应用，互联网与实体经济的结合越来越紧密。由于互联网和相关服务行业整体处于成长阶段，市场主体较为分散，各企业所采用的运营模式、提供的商品与服务、专注的区域不同，国内暂无与公司业务模式、销售产品种类完全相同的企业。目前，与发行人部分业务存在可比性的主要公司情况如下：

序号	公司	介绍
1	京东（JD.O）	京东集团股份有限公司成立于 2006 年 11 月 6 日，公司是一家领先的技术驱动的电商公司并正转型为领先的以供应链为基础的技术与服务企业。
2	苏宁易购（002024.SZ）	苏宁易购系国内领先的 O2O 智慧零售商，拥有完善的线上线下全面融合发展的零售渠道、拥有专业的商品供应链管理能力，以自营及开放平台的方式，经营家电 3C、母婴、超市、百货、生鲜等类目，并结合自身优势致力于打造各类目的专业运营能力；在零售业务基础上延伸了物流、金融业务，资源优势和价值逐步凸显，业务发展迅速。
3	神州数码（000034.SZ）	神州数码深耕中国信息化 20 年，现已成为中国优秀的整合 IT 服务提供商，依托覆盖 30,000 余家合作伙伴的生态网络，为百万家企业及上亿消费者提供数字化产品、方案及专业 IT 服务，并推出神州商桥（http://www.e-bridge.com.cn/）作为连接 PC 端和 APP 端的 B2B 垂直电商，成为神州数码互联网全品类一站式展示与交易平台。目前，神州数码正积极将神州商桥融合服务打造为一个集资源聚合、资源共享、信息交互、大数据采集和应用为主题的智能生态系统。
4	翰林汇（835281.OC）	翰林汇信息产业股份有限公司主营业务是 IT 产品的销售服务业务，致力于为国内外知名 IT 厂商提供笔记本电脑、台式电脑、移动互联产品及其配件的销售服务和相关的物流、金融等增值服务。公司销售的主要产品类别包括：笔记本电脑、台式电脑、移动互联产品（包括手机和平板电脑）。公司凭借近二十年的销售服务历练具备了“高效、低成本的增值整合营销能力”和遍布全国的销售机构及客户，形成了以分销为中心，以“销售+服务”为核心能力的线上线下销售服务平台，是一家领先的以笔记本电脑分销为主的 IT 产品销售服务商。
5	焦点科技（002315.SZ）	焦点科技是国内领先的互联网平台运营商。焦点科技将传统行业与互联网深度融合，先后将互联网引入外贸、保险、企业采购、教育、医疗等多个领域，研发并运营了中国制造网（Made-in-China.com）、百卓采购网（Abiz.com）、新一站保险网（xyz.com）三大电子商务平台，以及智慧教育、移动医疗等互联网项目。旗下中国制造网已跻身国内 B2B 电子商务领域前三甲，成为全球采购商寻找中国供应商以及贸易伙伴的重要网络渠道。
6	国联股份	北京国联视讯信息技术股份有限公司的主营业务是 B2B 电子商务

序号	公司	介绍
	（603613.SH）	和产业互联网平台，以工业电子商务为基础，以互联网大数据为支撑，为相关行业提供网上商品交易、产业信息服务和产业科技服务。公司主要业务板块：B2B 信息服务平台——国联资源网；B2B 垂直电商平台——涂多多、卫多多、玻多多等多多平台；产业科技服务——行业软件、物联网、云计算、大数据、金融科技。公司主营产品：工业品电子商务、产业信息服务、产业科技服务（行业软件、物联网、云计算、大数据、金融科技）。

（九）发行人的竞争优势

1、业务模式可复制化优势

目前，公司以 3C 行业为突破口，主要致力于为产品流通渠道实现互联化、智能化提供服务。公司的业务模式具有可复制化的优势，即公司现有的消费互联网业务模式可以复制到与其他银行的合作当中，现有为 3C 行业提供的 B2B 互联网业务模式可以复制到其他行业中去，现有的产业互联网业务模式可以复制到与其他客户的合作当中。公司业务可复制化的优势，为公司未来业务的深度和广度提供了广阔的市场空间。未来，公司将借助现有的业务模式经验，将公司的业务领域不断拓展到更多的行业以及制造商中。

2、供应链管理优势

随着业务规模的不断扩大，公司的供应链管理内容和环节持续完善，以满足用户量和产品订单量的持续增长需求。从不同业务类型来看，消费互联网业务的供应链服务体系致力于不断提升物流服务质量和效率，智能化系统自动匹配订单产品序列号、发票号、快递单号，实施“T+0”配货时效和“T+3”送达服务，提供覆盖全国的一体化配送服务，持续提升物流时效及消费者购物体验；B2B 互联网业务依据各省级分站的独立运营体系，为零售端客户提供以本城配送为基础的供应链管理，解决异地配送的高物流损耗、物流时间较长的问题，快速响应客户网络购物售后服务需求，提供高效、优质的供应链管理服务；产业互联网业务基于客户的需求，为其提供一站式的“+互联网”综合解决方案，供应链服务环节涵盖订单管理、发货管理、售后管理、数据分析等，加强客户对采购、生产、仓储和物流配送的产业链协同，增强供应链计划、执行和管控力度；政府采购互联网业务的供应链服务涵盖产品采购及整合、产品询价服务、仓储物流、售前售后服务等，为政府部门、事业单位、团体组织等终端客户提供高质量的供应链服

务。

综上，公司的供应链管理能够将各服务对象的运营环节进行高效串联，不仅可以降低企业间的采购成本、缩短交易周期、减少企业库存，实现企业信息的共享及资源的合理利用，更做到了物流、信息流和资金流的高效流通。

3、管理优势

公司的管理团队结构合理稳定，主要管理人员在行业内大都具有长期的从业经历，多年以来在技术、管理、销售等方面积累了大量经验，能够准确把握行业的变化趋势。自公司成立以来，公司管理团队不断根据技术发展和市场变化趋势逐步转型，形成了公司现在特有的全渠道综合服务商业模式，推动了公司业绩的增长，有利于公司未来的长期稳定发展。

4、技术研发及应用优势

作为互联网从业企业，技术革新一直是公司最关注的问题之一。目前，公司拥有 14 项核心技术，42 项软件著作权，8 项正在从事的研发项目。公司已经建立了一只实力雄厚的自主研发技术团队，具备深厚的理论基础和实践经验，目前拥有技术人员 43 名，其中核心技术人员 3 名，技术人员占员工总人数的比例为 23.12% ，公司研发人员团队近年来保持稳定；同时，公司的技术团队具有集约、高效的特点，可以熟练运用各项已成熟的互联网技术；除此之外，为加强“产、学、研、用”相结合，加快推动大数据技术、人工智能技术的创新发展，公司十分重视技术研发交流与对外合作，目前公司已与福州大学建立了长期合作关系，一方面通过与大学院校的合作提升现有的技术水平，另一方面为后续的人才培养积蓄力量。

公司对互联网技术发展潮流高度关注，并围绕自身的业务特点、未来发展方向及客户需求，针对具体客户自主研发各类服务体系，并在实际运营过程中，不断提高服务的便捷性、安全性和稳定性。

5、下游分销商及零售商资源优势

在传统分销渠道下，大型分销商经营范围仅能覆盖其所在区域下的下游分销商客户或零售门店，客户资源有限，无法实现分销渠道下沉。因此，下游零售商资源的缺乏是制约大型分销商转型升级、持续发展的重要因素，通过低成本的方

式获取大量的零售商资源成为了大型分销商的迫切要求。公司通过喜购宝网上商城和渠易宝网上商城获得了大量的下游分销商及零售商资源。公司充足的下游零售商资源优势，成为了吸引各大型分销商入驻平台的重要原因，对公司其他业务的拓展起到了重要的推动作用。

6、客户服务优势

公司建立起一套完整高效的客户服务系统，用户可通过拨打 400 全国服务热线，直接与公司系统对接，公司可根据电话号码查询用户信息、订货信息、物流信息和售后信息，并在第一时间回复客户的问题。同时，公司系统会对客户的问题进行全面记录和跟踪，一方面可对客户问题是否得到了解决进行及时的反馈，另一方面也方便其他客服与客户的后续沟通。公司完善的售后服务体系提高了客户对公司业务的满意度，也有利于公司根据客户的需求改善运营管理能力，增强公司竞争力。

7、合作行业优势

公司通过多年以来在 3C 行业的深耕，在 3C 行业打下了较为坚实的基础，不仅为 3C 行业搭建了专门的互联网平台，还与众多 3C 行业中的流通企业、制造商建立了深度合作关系，并将 3C 行业的服务内容逐渐延伸到其他行业中去；公司的消费互联网业务已运行多年，深入了解银行信用卡中心的运行方式和运营要求，与招商银行、交通银行、浦发银行等 5 家银行机构建立了稳定的合作关系。公司以 3C 行业作为业务突破口，业务内容不断向其他传统行业进行拓展，在合作行业方面具有竞争优势。

（十）发行人的竞争劣势

作为互联网综合服务商，公司属于轻资产企业，难以依靠自身资产实力获得充足的银行贷款，主要依赖自身业务利润积累保障业务的正常开展。公司在开展消费互联网业务、B2B 互联网业务和政府采购互联网业务时需要向上游品牌商或下属渠道商采购商品，若无法取得有利的信用政策，公司需要承担库存商品对资金的大额占用。此外，B2B 互联网业务和政府采购互联网业务销售回款周期相比消费互联网业务较长，对公司资金周转提出了更高的要求。因此，公司的资产规模与资金实力一定程度上制约了公司的进一步快速发展，公司迫切需要拓宽股权

融资等直接融资渠道，引进更多优质品牌客户，抓住互联网及相关服务业的发展机遇，促进公司业务规模的不断扩大和可持续发展。

三、发行人销售情况及主要客户

（一）销售情况

报告期内，发行人主营业务收入及占比情况如下：

单位：万元

类别		销售群体	销售模式	2020 年 1-3 月		2019 年度	
				金额	比例	金额	比例
消费互联网业务		消费者个人	直销	39,985.73	65.78%	187,591.64	58.86%
B2B 互联网业务	自营交易业务	各流通企业	分销	19,554.15	32.17%	124,668.64	39.11%
	撮合交易业务	各流通企业	直销	7.11	0.01%	33.36	0.01%
产业互联网业务		制造企业	直销	685.63	1.13%	2,241.55	0.70%
政府采购互联网业务		政府单位、学校、事业单位	直销	556.20	0.91%	3,773.23	1.18%
其他互联网业务		企业	直销	-	-	423.87	0.13%
合计				**60,788.82**	**100.00%**	**318,732.28**	**100.00%**
类别		**销售群体**	**销售模式**	**2018 年度**		**2017 年度**	
				金额	**比例**	**金额**	**比例**
消费互联网业务		消费者个人	直销	168,826.64	62.03%	153,838.37	63.36%
B2B 互联网业务	自营交易业务	各流通企业	分销	97,625.15	35.87%	87,195.42	35.91%
	撮合交易业务	各流通企业	直销	53.08	0.02%	64.61	0.03%
产业互联网业务		制造企业	直销	718.32	0.26%	-	-
政府采购互联网业务		政府单位、学校、事业单位	直销	4,349.53	1.60%	1,702.83	0.70%
其他互联网业务		企业	直销	603.38	0.22%	-	-
合计				**272,176.09**	**100.00%**	**242,801.24**	**100.00%**

（二）报告期内前五名客户销售情况

1、消费互联网业务

公司与银行合作开展消费互联网业务的最终客户为消费者个人，由于消费者个人数量众多且单个客户消费金额较小，本招股说明书合并列示各家银行终端消

费者。按照各银行划分，公司消费互联网业务客户情况列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
招商银行信用卡商城消费者	34,637.46	86.62%	172,423.47	91.91%	131,766.00	78.05%	131,296.61	85.35%
交通银行信用卡商城消费者	5,114.62	12.79%	14,892.21	7.94%	35,147.80	20.82%	18,403.50	11.96%
浦发银行信用卡商城消费者	62.56	0.16%	349.54	0.19%	1,739.95	1.03%	3,988.85	2.59%
其他银行信用卡商城消费者	4.76	0.01%	74.72	0.04%	116.77	0.07%	133.18	0.09%
七天无理由退货调整	166.33	0.42%	-148.30	-0.08%	56.12	0.03%	16.23	0.01%
合计	**39,985.73**	**100.00%**	**187,591.64**	**100.00%**	**168,826.64**	**100.00%**	**153,838.37**	**100.00%**

2、B2B 互联网业务

（1）B2B 互联网业务前五大客户销售情况

公司 B2B 互联网业务主要客户均为自营交易业务客户，公司开展自营交易业务采用分销模式。报告期内，公司 B2B 互联网业务前五大客户列示如下：

①2020 年 1-3 月

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占自营交易业务收入的比例
1	福建鑫普华电子科技有限公司	3C 产品	5,800.24	9.54%	29.66%
2	福建省中普联合通信科技有限公司	3C 产品	2,875.25	4.73%	14.70%
3	福建金诚信通信设备有限公司	3C 产品	2,407.67	3.96%	12.31%
4	福州本晨电子技术有限公司	3C 产品	1,465.91	2.41%	7.50%
5	福建基业供应链有限公司	3C 产品、撮合交易服务费	628.08	1.03%	3.21%
合计			**13,177.15**	**21.67%**	**67.39%**

②2019 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占自营交易业务收入的比例
1	福建鑫普华电子科技有限公司	3C 产品	22,554.09	7.08%	18.09%

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占自营交易业务收入的比例
2	福建省汇通五洲贸易有限公司	3C 产品	11,387.55	3.57%	9.13%
3	福建省晋超厦供应链有限公司	3C 产品	10,730.05	3.37%	8.61%
4	福建省中普联合通信科技有限公司	3C 产品	9,600.56	3.01%	7.70%
5	福建金诚信通信设备有限公司	3C 产品	8,813.51	2.76%	7.07%
合计			**63,085.76**	**19.79%**	**50.60%**

③2018 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占自营交易业务收入的比例
1	厦门广芯信息科技有限公司、厦门信圆智联科技有限公司	3C 产品	15,545.11	5.71%	15.92%
2	福建鑫普华电子科技有限公司	3C 产品	9,384.82	3.45%	9.61%
3	福建省中普联合通信科技有限公司	3C 产品	5,837.51	2.14%	5.98%
4	福建省汇通五洲贸易有限公司	3C 产品	5,456.56	2.00%	5.59%
5	福建金诚信通信设备有限公司	3C 产品	4,657.46	1.71%	4.77%
合计			**40,881.46**	**15.02%**	**41.88%**

注： 2018 年度厦门广芯信息科技有限公司、厦门信圆智联科技有限公司销售额系同一控制下合并计算。

④2017 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占自营交易业务收入的比例
1	深圳家电网科技实业股份有限公司	3C 产品	10,940.29	4.51%	12.55%
2	厦门信圆智联科技有限公司	3C 产品	6,588.11	2.71%	7.56%
3	晋江凯如贸易有限公司	3C 产品	4,941.71	2.04%	5.67%
4	福州本晨电子技术有限公司	3C 产品	3,757.67	1.55%	4.31%
5	福建基业供应链有限公司	3C 产品、撮合交易服务费	2,913.97	1.20%	3.34%
合计			**29,141.75**	**12.00%**	**33.43%**

（2）B2B 互联网业务前五大客户基本情况

报告期内，公司 B2B 互联网业务前五大客户基本情况列示如下：

序号	名称	注册地	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
1	福建鑫普华电子科技有限公司	福建省福州市	500.00	电子技术开发、技术转让、技术咨询；电子产品、通信设备、家用电器、数码产品、办公用品、建筑材料、涂装设备、除锈设备、计算机及软硬件的批发、代购代销；通讯设备、计算机维修服务；房屋租赁；其他未列明的仪器仪表制造；仪器仪表修理；智能仪器仪表制造；环境监测专用仪器仪表制造。	王金燕持股 98%；李世帅持股 2%
2	福建省中普联合通信科技有限公司	福建省福州市	1,000.00	软件开发、技术服务；通信设备、电子产品、数码产品、电子计算机及配件、计算机软件、家用电器批发、代购代销；通信设备、计算机维修服务；电子技术咨询、电子技术服务。	许秀锦持股 70%；李亚华持股 30%
3	福建金诚信通信设备有限公司	福建省福州市	500.00	通信设备、电子产品、家用电器、数码产品、办公用品、建筑材料、涂装设备、除锈设备、计算机及软硬件的批发、代购代销；电子技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务；通讯设备、计算机维修服务。	张利强持股 100%
4	福州本晨电子技术有限公司	福建省福州市	1,000.00	计算机系统集成；计算机及配件维修服务；电子计算机及配件、电脑耗材、电子产品、办公设备、办公用品批发、代购代销；互联网信息服务；计算机产品应用技术服务及网络安全技术服务；信息技术服务。	陈栋俤 50%、林珍琴 50%
5	福建基业供应链有限公司	福建省福州市	1,000.00	供应链管理服务；智能化物流系统服务；智能化管理系统开发应用；软件运行维护服务；信息技术咨询服务；信息处理和存储支持服务；其他信息系统集成服务；其他专业设计服务；贸易咨询服务；其他专业咨询；计算机、软件及辅助设备批发；其他通讯设备批发；日用家电批发；五金产品批发；网络与信息安全硬件销售；互联网零售；国际贸易代理服务；国内贸易代理服务；网上贸易代理；产品销售代理；对外贸易；货物或技术进出口。	李芝萍 90%、 李声楷 10%
6	福建省汇通五洲贸易有限公司	福建省福州市	1,000.00	五金交电（不含电动自行车）、黄金饰品、白银饰品、电气设备、计算机软硬件及辅助设备、通讯器材、广播电视设备、机械设备及配件、电子产品、针纺织品及原料、服装鞋帽、化妆品、卫生用品、厨房用具、日用百货、灯具、家具、装饰	施荣祥持股 100%

序号	名称	注册地	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
				材料、家用电器、水性涂料（不含危险化学品）、钟表、眼镜、自行车、有色金属的批发、代购代销；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。	
7	福建省晋超厦供应链有限公司	福建省泉州市	2,000.00	供应链管理；批发、零售（含网上）：化工产品（不含危险化学品）、纺织品、针织品及原料、预包装食品、家用电器、灯具、装饰物品、厨房、卫生间用具及日用杂货、化妆品及卫生用品、鞋帽、服装、文具用品、首饰、工艺品及收藏品（不含文物）、建材（不含危险化学品）、自行车、日用品百货、体育用品及器材（不含弩等需经前置许可的项目）、照相器材、电子产品、通信设备、计算机软件及辅助设备、五金产品、家具、水性涂料、非金属矿及制品等	洪良些持股100%
8	厦门广芯信息科技有限公司	福建省厦门市	1,000.00	其他未列明科技推广和应用服务业；集成电路设计；软件开发；信息系统集成服务；信息技术咨询服务；通讯设备修理；通讯及广播电视设备批发；计算机、软件及辅助设备批发；电气设备批发；其他机械设备及电子产品批发；通信设备零售；计算机、软件及辅助设备零售；日用家电设备零售；其他电子产品零售；计算机及通讯设备租赁；计算机和辅助设备修理等	厦门信息集团商贸有限公司持股57%；福州亿源宇洋科技有限公司持股43%
9	厦门信圆智联科技有限公司	福建省厦门市	1,500.00	其他未列明科技推广和应用服务业；工程和技术研究和试验发展；电光源制造；照明灯具制造；灯用电器附件及其他照明器具制造；电子真空器件制造；半导体分立器件制造；集成电路制造；光电子器件及其他电子器件制造；电子元件及组件制造；其他电子设备制造；灯具、装饰物品批发；家用电器批发；五金产品批发；电气设备批发；计算机、软件及辅助设备批发；通讯及广播电视设备批发；其他机械设备及电子产品批发；贸易代理等	厦门信息集团商贸有限公司持股100%

截至本招股说明书签署日，发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述前五大客户不存在关联关系，不存在上述前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、

前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（2）B2B 互联网业务新增前五大客户销售情况

报告期内各期，公司 B2B 互联网业务新增前五大客户及业务开发过程等

序号	名称	成立时间	订单和业务的获取方式	合作历史	新增年度	交易的可持续性
1	福建金诚信通信设备有限公司	2014 年	商务沟通	2018 年开始合作	2018 年度新增为前五大客户	持续交易
2	福建省汇通五洲贸易有限公司	2017 年	商务沟通	2017 年开始合作	2018 年度新增为前五大客户	持续交易
3	福建鑫普华电子科技有限公司	2014 年	商务沟通	2017 年开始合作	2018 年度新增为前五大客户	持续交易
4	福建省中普联合通信科技有限公司	2014 年	商务沟通	2016 年开始合作	2018 年度新增为前五大客户	持续交易
5	福建省晋超厦供应链有限公司	2017 年	商务沟通	2017 年开始合作	2019 年度新增为前五大客户	持续交易

报告期内，福建省汇通五洲贸易有限公司、福建金诚信通信设备有限公司、福建省汇通五洲贸易有限公司、福建省中普联合通信科技有限公司、福建省晋超厦供应链有限公司成为公司新增 B2B 交易前五大客户主要系公司 2017 年开始融资增多、采购渠道增加能保证产品的价格优势和货源优势后，扩大公司自营交易规模，增加市场开拓力度，同时上述企业亦综合考虑价格、货源等原因后与公司开始合作或合作加深。

3、政府采购互联网业务

（1）政府采购互联网业务前五大客户销售情况

报告期内，公司政府采购互联网业务前五大客户列示如下：

①2020 年 1-3 月

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占政府采购互联网业务交易业务收入的比例
1	福州外语外贸学院	3C 产品	234.35	0.39%	42.13%
2	福州大学	3C 产品	56.46	0.09%	10.15%
3	闽清县教育局	3C 产品	50.59	0.08%	9.10%
4	福建医科大学附属第一医院	3C 产品	29.24	0.05%	5.26%
5	福建教育学院	3C 产品	8.89	0.01%	1.60%
合计			**379.54**	0.62%	68.24%

②2019 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占政府采购互联网业务交易业务收入的比例
1	福建师范大学	3C 产品	235.06	0.07%	6.23%
2	福州大学	3C 产品	171.25	0.05%	4.54%
3	福建信息职业技术学院	3C 产品	165.12	0.05%	4.38%
4	福州市规划设计研究院	3C 产品	145.44	0.05%	3.85%
5	福州外语外贸学院	3C 产品	80.52	0.03%	2.13%
合计			**797.39**	**0.25%**	**21.13%**

③2018 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占政府采购互联网业务交易业务收入的比例
1	福州大学	3C 产品	527.91	0.19%	12.14%
2	福建师范大学	3C 产品	282.78	0.10%	6.50%
3	福建医科大学	3C 产品	178.28	0.07%	4.10%
4	福建师范大学协和学院	3C 产品	155.40	0.06%	3.57%
5	福州市规划设计研究院	3C 产品	143.15	0.05%	3.29%
合计			**1,287.51**	**0.47%**	**29.60%**

④2017 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占政府采购互联网业务交易业务收入的比例
1	福建师范大学	3C 产品	279.12	0.11%	16.39%
2	福州外语外贸学院	3C 产品	222.89	0.09%	13.09%
3	福建医科大学	3C 产品	140.66	0.06%	8.26%
4	福州大学	3C 产品	109.66	0.05%	6.44%
5	福建医科大学附属第一医院	3C 产品	108.95	0.04%	6.40%
合计			**861.28**	**0.35%**	**50.58%**

截至本招股说明书签署日，发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述前五大客户不存在关联关系，不存在上述前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（2）政府采购互联网业务新增前五大客户销售情况

政府采购互联网业务前五大客户新增的分别为福建师范大学协和学院、福州

市规划设计研究院、闽清县教育局和福建教育学院，主要系上述客户自身市场需求变动所致。

4、产业互联网业务

报告期内，公司产业互联网业务客户为华硕电脑（上海）有限公司和福州平凡伟业通信设备有限公司。其中福州平凡伟业通信设备有限公司为华硕积分商城运营方。

①2020 年 1-3 月

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占产业互联网业务交易业务收入的比例
1	华硕电脑（上海）有限公司	服务费	633.77	1.04%	92.44%
2	福州平凡伟业通信设备有限公司	服务费	51.86	0.09%	7.56%
合计			**685.63**	**1.13%**	**100.00%**

②2019 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占产业互联网业务交易业务收入的比例
1	华硕电脑（上海）有限公司	服务费	2,075.60	0.65%	92.60%
2	福州平凡伟业通信设备有限公司	服务费	165.95	0.05%	7.40%
合计			**2,241.55**	**0.70%**	**100.00%**

③2018 年度

序号	客户名称	销售内容	销售额（万元）	占营业收入的比例	占产业互联网业务交易业务收入的比例
1	华硕电脑（上海）有限公司	服务费	666.21	0.24%	92.75%
2	福州平凡伟业通信设备有限公司	服务费	52.11	0.02%	7.25%
合计			**718.32**	0.26%	100.00%

截至本招股说明书签署日，发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述前五大客户不存在关联关系，不存在上述前五大客户及其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（三）发行人分销商情况

1、发行人合作模式及同行业可比公司的分销销售占比

（1）发行人与分销商的合作模式

发行人与分销商合作模式主要系买断式销售。

（2）同行业可比公司的分销商销售占比

与同行业可比公司销售模式对比情况如下：

公司	销售模式	分销商销售收入占比			
		2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	直销+分销	未披露	未披露	未披露	未披露
翰林汇	直销+分销	未披露	58.71%	70.30%	68.38%
神州数码	直销+分销	未披露	97.58%	98.66%	99.04%
国联股份	直销+分销	未披露	未披露	36.22%	30.71%
焦点科技	直销+分销	未披露	6.25%	7.14%	42.99%
新中冠	直销+分销	32.16%	39.11%	35.87%	35.91%

数据来源：上市公司招股书、年度报告

同行业可比公司中，国联股份主要销售涂料化工、卫生用品、玻璃等产品，焦点科技主要销售五金工具、安防清洁、机械部件等产品，与公司自营交易业务主要销售 3C 类产品行业属性差异明显。

同行业可比公司中，发行人分销模式收入来源于自营交易业务，低于翰林汇、神州数码，主要原因系翰林汇主要从事电脑、手机等 IT 产品分销业务，同时通过银行电商、社交电商、自营官方商城、线下零售门店从事直销业务，分销收入比例居中；神州数码主要分销移动办公设备、计算机配件、通讯产品等上万种 IT 产品，分销收入比例最高。

2、公司前五大分销商销售情况及简要情况

详见本招股说明书“第六节业务与技术”之“四、发行人销售情况及主要客户”之“（二）报告期内前五大名客户销售情况”

3、报告期内发行人的分销层级，新增、退出分销商的数量及占比、收入及占比情况

报告期内公司未设置多层级分销商体系。由于公司目前尚处于快速成长阶段，公司为培育合格分销商实行严格的动态管理，进行优胜劣汰，导致报告期内公司小规模分销商变动数量较多。2020 年 1-3 月，受疫情影响，部分分销商未与公司发生交易，但该类客户并未退出公司分销商体系，不具有可比性。2017 年度至 2019 年度，公司自营交易业务分销商数量变化情况如下：

客户名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初分销商数量(个)	516	640	627
本期新增分销商数量(个)	302	228	320
本期退出分销商数量(个)	203	352	307
期末分销商数量(个)	615	516	640

报告内，公司自营交易业务新增分销商情况如下：

年度	新增数量(个)	总金额（万元）	占营业收入比例	占自营交易业务收入比例
2019 年度	302	9,310.46	2.92%	7.47%
2018 年度	228	31,223.94	11.47%	31.98%
2017 年度	320	46,527.58	19.16%	53.36%

注：占营业收入比例、占自营交易业务收入比例分别为当年新增分销商当年销售收入占当年营业收入、当年自营交易业务收入的比例。

新增分销商收入占营业收入比例分别为 19.16%、11.47%和 2.92%，占自营交易业务收入比例分别为 53.36%、31.98%和 7.47%，新增分销商对收入贡献呈现逐年下降趋势，反映随着公司自营交易业务线下与线上不断深入融合，对于核心分销商粘性不断增强。2017 年新增分销商对收入贡献比例较高，主要原因系公司 2017 年成为苹果产品 CES（大型连锁商超渠道）经销商且股权融资增多，公司增加苹果系列产品分销规模所致。

2017 年度至 2019 年度公司分销商金额及数量分布情况如下：

单位：个、万元

项目	2019 年度			2018 年			2017 年度		
	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比
2017 年度至 2019 年度累计销售额 300 万元以上	87	116,663.24	93.58%	90	90,016.83	92.21%	92	75,599.52	86.70%

项目	2019 年度			2018 年			2017 年度		
	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比	数量	金额	金额占比
2017 年度至 2019 年度累计销售额 300 万元以下	528	8,005.40	6.42%	426	7,608.32	7.79%	548	11,595.90	13.30%
合计	**615**	**124,668.64**	**100.00%**	**516**	**97,625.15**	**100.00%**	**640**	**87,195.42**	**100.00%**

报告期内，公司小规模分销商数量较多，但分销收入贡献相对较小。2017 年度至 2019 年度累计销售额 300 万元以上分销商数量较为稳定，各年收入贡献占自营交易业务收入比例分别为 86.70%、92.21%、93.58%，为自营交易收入主要来源。

将 2017 年度至 2019 年度累计销售额低于 300 万元的分销商予以剔除后，公司主要分销商进入、退出数量情况如下所示：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
期初数量(个)	90	92	63
本期增加数量(个)	10	17	31
本期退出数量(个)	13	19	2
期末数量(个)	87	90	92

2017 年度至 2019 年度累计销售额 300 万元以上的分销商进入、退出数量较少，主要系规模大的分销商多年来积累存量客户资源和一定区域市场资源、终端配送和服务能力较强、高频采购特点，但具有销售量有限、议价能力弱、区域和品牌限制、信息化水平低等弱点，通过在喜购宝网上商城、渠易宝网上商城牌限制、信息化水平低等弱点，通过在喜购宝网上商城、渠易宝网上商城浏览各类产品规格、参数、价格等信息，改变传统线下询价模式下信息不对称问题，可以获得更有力的价格优势、货源优势和多品牌选择，因而和公司长期持续合作意愿较强。

4、分销商模式与直销模式下主要销售同类产品毛利率对比情况

报告期内，苹果手机和苹果平板电脑均为自营交易业务（分销商模式）和消费互联网业务(直销模式)下主要销售产品，毛利率对比如下：

（1）苹果手机

年度	业务	销售额（万元）	数量（万部）	单价（元/部）	单位成本（元/部）	毛利率
2020 年 1-3 月	消费互联网业务	34,795.75	5.83	5,969.11	5,471.39	8.34%
	自营交易业务	11,132.59	1.33	8,396.25	8,250.40	1.74%
2019 年度	消费互联网业务	173,740.98	27.42	6,337.00	5,837.67	7.88%
	自营交易业务	76,171.26	11.65	6,539.15	6,332.17	3.17%
2018 年度	消费互联网业务	157,737.19	22.16	7,118.84	6,480.16	8.97%
	自营交易业务	44,637.43	6.95	6,423.39	6,230.85	3.00%
2017 年度	消费互联网业务	135,461.69	23.95	5,655.12	5,201.70	8.02%
	自营交易业务	36,416.30	6.92	5,264.45	4,983.55	5.34%

（2）苹果平板电脑

年度	业务	销售额（万元）	数量（万部）	单价（元/部）	单位成本（元/部）	毛利率
2020 年 1-3 月	消费互联网业务	2,704.04	0.82	3,316.21	2,981.90	10.08%
	自营交易业务	283.27	0.09	3,019.89	2,866.30	5.09%
2019 年度	消费互联网业务	7,640.82	2.09	3,660.10	3,405.85	6.95%
	自营交易业务	4,242.65	1.52	2,794.71	2,662.67	4.72%
2018 年度	消费互联网业务	5,109.61	1.77	2,893.82	2,658.84	8.12%
	自营交易业务	20,175.53	7.83	2,576.50	2,417.97	6.15%
2017 年度	消费互联网业务	11,553.36	4.01	2,879.41	2,638.84	8.36%
	自营交易业务	11,313.53	4.50	2,513.28	2,418.35	3.78%

报告期内，消费互联网业务与自营交易业务主要销售的产品为苹果手机、苹果平板电脑，同年同类产品销售单价差异主要原因系各自具体销售产品构成不同及消费互联网业务销售定价考虑了需支付给银行的银行合作费用。

报告期内，消费互联网业务销售苹果手机及苹果平板电脑毛利率均高于自营交易业务，主要原因系消费互联网业务毛利率包含了需要支付给合作银行因银行信用卡商城消费者分期购买产生的银行合作费用。

5、保荐机构对发行人分销商销售情况的核查

（1）发行人实际控制人、控股股东及前述关联方与报告期内的主要分销商大额资金往来的核查

保荐机构经取得公司实际控制人吴根茂、吴刘驰的银行流水，取得公司实际

控制人控制的平潭合伙的银行流水，取得公司董事（独立董事除外）、监事以及高级管理人员、出纳的银行流水，并对上述银行流水进行核查分析；

经核查，公司实际控制人吴根茂 2017 年 1 月 10 日收到福建基业供应链有限公司股东李芝萍银行存款 205 万元，经访谈确认，该笔资金往来系李芝萍归还前期因个人资金需求向吴根茂的借款，截至 2017 年 1 月 10 日双方债务已结清。除上述情形外，报告期内，公司主要分销商与发行人的关联方不存在其他交易、资金往来和利益安排。公司实际控制人及其直系亲属、董事、监事、高级管理人员、出纳人员与主要分销商不存在大额资金往来的情形。

（2）发行人分销模式下的销售是否实现真实销售、最终销售的核查

保荐机构履行了以下核查程序：

①获取主要分销商的销售合同、签收单，查看销售合同主要条款，核查分销商模式下商品所有权上的权利和义务转移的约定，了解收入确认原则是否符合《企业会计准则》的规定，查看是否存在关于承诺对客户签收提供退换货及其他权利约定义务；

②对发行人主要分销商销售收入执行细节性测试，并对销售收入明细账、销售发票、出库单、验收单据、银行回款进行核对；

③对主要分销商进行函证，包括各期销售金额及各期末往来款项余额、各期从发行人采购产品收发存情况等。对发行人主要分销商客户进行实地走访，核对发行人与分销商各期销售金额、各期末往来款项余额，了解分销商工商登记信息、关联关系、资金往来、交易真实性、分销商采购公司产品的期末库存情况等事项，取得发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的情况调查表，确认上述人员及关系密切的家庭成员是否与主要分销商存在关联关系或发生交易；

④发行人报告期内分销的主要产品中苹果手机、苹果平板电脑、华硕笔记本均存在产品序列号，且通过序列号能够查询到相关产品是否为激活状态，若已经激活，上述产品已实现销售。报告期内，公司上述产品销售收入占公司分销商模式收入比重列示如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占分销模式收入比重	金额	占分销模式收入比重	金额	占分销模式收入比重	金额	占分销模式收入比重
苹果手机	11,132.59	56.93%	76,171.26	61.10%	44,637.43	45.72%	36,416.30	41.76%
华硕笔记本电脑	4,496.81	23.00%	22,130.24	17.75%	11,766.37	12.05%	12,327.26	14.14%
苹果平板电脑	283.27	1.45%	4,242.65	3.40%	20,175.53	20.67%	11,313.53	12.97%
合计	**15,912.67**	**81.38%**	**102,544.15**	**82.25%**	**76,579.33**	**78.44%**	**60,057.09**	**68.87%**

对于苹果手机、苹果平板电脑等苹果系列产品，保荐机构通过抽样复核苹果系列产品序列号激活状态查询结果，以核查其最终销售情况；对于华硕系列产品，通过取得华硕电脑（上海）有限公司序列号回函卡系统及序列号管理系统的查询结果报告，以确认发行人及其子公司所采购的华硕笔记本电脑最终销售情况。经核查，保荐机构认为，发行人分销模式下的销售已实现真实销售。

四、发行人采购情况及主要供应商

（一）报告期内按业务分类的主营业务成本情况

报告期内，公司主营业务成本情况如下：

单位：万元

类别		2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
消费互联网业务		36,395.44	65.57%	172,344.48	58.47%	153,493.17	61.34%	141,438.19	63.02%
B2B 互联网业务	自营交易服务	18,653.30	33.60%	119,018.18	40.38%	92,692.25	37.04%	81,427.60	36.28%
	撮合交易服务	12.89	0.02%	70.66	0.02%	126.14	0.05%	163.00	0.07%
产业互联网业务		26.61	0.05%	185.14	0.06%	120.41	0.05%	-	-
政府采购互联网业务		422.16	0.76%	3,010.79	1.02%	3,620.60	1.45%	1,410.44	0.63%
其他互联网业务		-	-	152.16	0.05%	188.01	0.08%	-	-
合计		**55,510.40**	**100.00%**	**294,781.41**	**100.00%**	**250,240.59**	**100.00%**	**224,439.23**	**100.00%**

（二）报告期内采购产品、原材料、能源或接受服务的情况，相关价格变动趋势

报告期内，公司采购的产品主要为 3C 产品，主要为苹果手机、苹果笔记本电脑、苹果平板电脑、华硕笔记本电脑、AOC 显示器和飞利浦显示器等，上述

主要产品下属类别繁多，主要产品价格波动一方面受当年品牌商对新品的定价有关，另一方面与公司采购商品的具体类别型号有关，主要产品的价格波动情况列示如下：

单位：元/部、台

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苹果手机	5,658.23	5,997.78	6,464.43	5,219.08
苹果平板电脑	2,919.85	3,073.23	2,473.00	2,509.54
华硕笔记本电脑	4,073.08	3,482.66	3,148.67	2,763.93
AOC 显示器	687.32	662.00	648.88	666.14
飞利浦显示器	515.84	624.56	539.51	566.84

（三）报告期前五名供应商采购情况

报告期内，发行人向前五大供应商采购金额（不含税）合计分别为 183,124.04 万元、197,277.03 万元、213,224.41 万元和 54,247.02 万元，占当期采购额的比例分别为 79.81%、79.76%、70.39%和 74.67%。报告期内，发行人前五大供应商情况如下表所示：

年度	供应商	内容	金额（万元）	占当期采购额比重
2020年1-3月	北大方正	3C 产品	32,910.24	45.30%
	天音通信有限公司	3C 产品	8,604.24	11.84%
	福州大山电子技术有限公司	3C 产品	5,544.91	7.63%
	北京瑞创恒泰科技有限公司	3C 产品	3,720.44	5.12%
	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	3C 产品	3,467.19	4.77%
	合计		**54,247.02**	**74.67%**
2019 年度	北大方正	3C 产品	116,308.17	38.39%
	福建唯酷信息工程有限公司	3C 产品	36,484.45	12.04%
	天音通信有限公司	3C 产品	26,101.84	8.62%
	北京瑞创恒泰科技有限公司	3C 产品	22,968.00	7.58%
	福州大山电子技术有限公司	3C 产品	11,361.95	3.75%
	合计		**213,224.41**	**70.39%**
2018 年度	福建唯酷信息工程有限公司	3C 产品	67,834.70	27.42%
	北大方正	3C 产品	51,488.27	20.82%
	天翼电信终端有限公司	3C 产品	33,727.12	13.64%
	天音通信有限公司	3C 产品	31,060.16	12.56%

年度	供应商	内容	金额（万元）	占当期采购额比重
	冠捷科技	3C 产品	13,166.78	5.32%
	合计		**197,277.03**	**79.76%**
2017 年度	北大方正	3C 产品	79,220.66	34.52%
	伟志光电	3C 产品	41,319.91	18.01%
	福建唯酷信息工程有限公司	3C 产品	36,269.26	15.81%
	冠捷科技	3C 产品	14,930.40	6.51%
	天音通信有限公司	3C 产品	11,383.81	4.96%
	合计		**183,124.04**	**79.81%**

注：1、北大方正采购额系北京方正赛易思科技发展有限公司、北京方正艾普信息系统有限公司、天津方正明锐科技有限公司、天津方正启锐科技有限公司、北京方正通用信息系统有限公司、安徽方正智家科技有限公司、北京方正互联技术有限公司、北京方正信息技术有限公司、北京方正世纪信息系统有限公司同一控制下合并计算。

2、伟志光电采购额系伟志光电（深圳）有限公司和深圳市伟志照明有限公司同一控制下采购额合并计算。

3、天音通信有限公司采购额系天音通信有限公司、天音信息服务（北京）有限公司和福建天闽通信有限公司同一控制下采购额合并计算。

4、冠捷科技采购额系武汉艾德蒙科技股份有限公司、飞生（上海）电子科技有限公司、晋声（上海）电子科技有限公司、厦门艾德蒙电子科技有限公司和晋声（上海）贸易有限公司同一控制下采购额合并计算。

5、以上采购额均为不含税采购额。

截至本招股书签署日，发行人、发行人控股股东实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员与上述供应商不存在关联关系，不存在前五大供应商或其控股股东、实际控制人是发行人前员工、前关联方、前股东、发行人实际控制人的密切家庭成员等可能导致利益倾斜的情形。

（四）报告期前五大供应商基本情况

1、前五大供应商基本情况

报告期内，公司前五大供应商基本情况如下：

序号	名称	公司住所	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
1.1	北京方正赛易思科技发展有限公司	北京市	10000.00	技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；销售机械设备、通讯设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、照相器材；计算机系统服务；基础软件服务；应用软件服务；委托生产电子产品配件、通讯设备配件。	北京方正信息技术有限公司持股 100%

序号	名称	公司住所	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
1.2	北京方正艾普信息系统有限公司	北京市	5000.00	计算机系统服务；销售机械设备、通讯设备、计算机、软件及辅助设备、电子产品、照相器材；技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；基础软件服务、应用软件服务。	北京方正信息技术有限公司持股 82%；北京方正赛易思科技发展有限公司持股 18%
1.3	天津方正明锐科技有限公司	天津市	5000.00	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，动漫设计，商务信息咨询，电子产品、通讯设备及配件、文化用品、办公产品、五金产品、仪器仪表、机械设备、日用百货、计算机及配件销售，货物及技术进出口。	天津方正启锐科技有限公司持股 100.00%
1.4	天津方正启锐科技有限公司	天津市	5000.00	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务，动漫设计，商务信息咨询，电子产品、通讯设备及配件、文化用品、办公产品、五金产品、仪器仪表、机械设备、日用百货销售，货物及技术进出口。	北大方正信息产业集团有限公司持股 70%；天津博贤企业管理咨询合伙企业（有限合伙）持股 30%
1.5	北京方正通用信息系统有限公司	北京市	10000.00	计算机系统服务；生产开发计算机软硬件（仅限外埠从事生产活动）；软件开发；技术开发、技术转让、技术服务、技术咨询；计算机技术培训；机械设备租赁（不含汽车租赁）；仪器仪表维修；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；承办展览展示活动；销售计算机、软件及辅助设备、电子设备、通讯设备、机械设备、家用电器、五金交电（不含电动自行车）、建筑材料（不从事实体店铺经营）、日用品、服装、鞋帽、针、纺织品、玩具、文化用品、化妆品、卫生用品、体育用品、避孕帽、家用电器、医疗器械Ⅰ类、Ⅱ类；销售第三类医疗器械；销售食品。	北京方正数码有限公司持股 95%；方正产业控股有限公司持股 5%
1.6	安徽方正智家科技有限公司	安徽省合肥市	5000.00	计算机技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广；计算机系统服务；电子产品、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、机械设备、日用杂货的销售；数据处理(数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1.5 以上的云计算数据中心除外)；基础软件服务；软件开发；软件咨询；企业管理咨询；自营或代理各类商品和技术的进出口业务（国家限定企业经营或禁止进出口的商品和技术除外）；运输代理服务（快递和危险品除外）；工程专	天津方正启锐科技有限公司持股 100%

序号	名称	公司住所	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
				业承包；建筑装饰工程。	
1.7	北京方正互联技术有限公司	北京市	5000.00	技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务、技术推广；计算机系统服务；数据处理（数据处理中的银行卡中心、PUE 值在 1；5 以上的云计算数据中心除外）；基础软件服务；软件开发；软件咨询；企业管理咨询；货物进出口、技术进出口、代理进出口；运输代理服务；销售日用品、机械设备、电子产品、计算机、软件及辅助设备、通讯设备、礼品、珠宝首饰、家用电器、化妆品、卫生用品、工艺品；销售食品。	天津方正启锐科技有限公司持股 100%
1.8	北京方正信息技术有限公司	北京市	20000.00	技术开发、技术咨询、技术转让、技术服务；销售开发后的产品、办公设备、电讯器材（不含无线电发射设备）、化工产品（不含危险化学品及一类易制毒化学品）、计算机软硬件及外围设备、电子产品、礼品、工艺品、机械电器设备、建筑材料；电脑动画制作；计算机联网。	方正产业控股有限公司持股 100%
1.9	北京方正世纪信息系统有限公司	北京市	39000.00	开发计算机软硬件及辅助设备，计算机系统集成，承接计算机网络工程及相关技术开发、技术咨询、技术服务；销售自行开发的软件产品；家用电器、机械设备、五金交电（不含电动自行车）、电子产品；批发计算机软硬件及辅助设备、电子设备、通信器材；经济信息咨询；设计、制作、代理、发布广告；会议服务；承办展览展示活动；租赁计算机。	方正数码国际有限公司持股 100%
2.1	天音通信有限公司	广东省深圳市	120000.00	通信产品的购销及技术服务；国内贸易（不含专营、专控、专卖商品）；经营进出口业务；从事房地产开发经营；房地产经纪；房地产信息咨询；为酒店提供管理服务；自有物业租赁；物业管理；电子烟具、金属烟具（不含烟草制品）、烟油销售。第一类医疗器械销售。许可经营项目是：第二类增值电信业务中的呼叫中心业务和信息服务业务（不含固定网电话信息服务和互联网信息服务）；开展移动通信转售业务。第二、三类医疗器械销售等。	天音通信控股股份有限公司持股 100%
2.2	天音信息服务（北京）有限公司	北京市	30000.00	经济贸易咨询；销售通讯产品、电子产品；货物进出口（不含法律法规规定需要审批的项目）等	天音通信有限公司持股 100%

序号	名称	公司住所	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
2.3	福建天闽通信有限公司	福建省平潭县	477.00	通信产品的购销及技术服务；国内贸易（不含专营、专控、专卖产品）；增值电信业务；开展移动通信转售业务；自营和代理各类商品及技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外。	深圳市天联终端有限公司持股 100%
3	福州大山电子技术有限公司	福建省福州市台江区新港街道万寿一道 18 号三楼 334 室	1600.00	软件开发、技术服务；电子计算机及配件、电子元器件、仪器仪表、通讯器材、家用电器批发、代购代销、网上销售；电子计算机及配件、通讯器材、家用电器维修服务；网络综合布线工程设计、施工；网络智能化系统集成服务；自营和代理各类商品和技术的进出口，但国家限定公司经营或禁止进出口的商品和技术除外等	胡桂才持股 90%；林出持股 10%
4	北京瑞创恒泰科技有限公司	北京市	1000.00	技术推广；软件开发；计算机系统集成；基础软件服务；应用软件服务（不含医用软件）；计算机技术培训（不得面向全国招生）；维修计算机；销售计算机软件及辅助设备、电子产品、通讯设备、仪器仪表；电影摄制；电脑动画设计。	马晋文持股 60%；马良田持股 40%
5	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	重庆市	注册资本为 13000 万美元	销售：食品，货物或技术进出口，电子出版物、图书、期刊的批发、零售（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）一般项目：研究、开发、生产和销售计算机硬件、软件系统及配套零件、游戏设备、润滑油、钟表眼镜及配件、网络产品、多媒体产品、机械设备、五金交电及电子产品（不含电子出版物）、仪器仪表、服务器等产品的售后服务等	佳杰科技（中国）有限公司持股 100%
6	福建唯酷信息工程有限公司	福建省福州市	10000.00	计算机软硬件的设计、开发、维护；网络工程设计、施工（不含上网服务）；系统集成；电子信息系统的安装及相关技术服务；安全防范技术产品的设计、开发及批发、零售；电子产品的设计、开发、批发、零售、安装及相关技术服务；信息系统工程监理、信息系统技术安全测评及相关技术咨询服务；电子计算机及配件、五金交电（不含电动自行车）、化工产品（不含危险化学品）、建筑材料、仪器仪表的批发、零售；日用家电批发；日用家电零售；日用杂货批发；玩具批发和进出口；其他机械设备及电子产品批	福建机呼信息科技有限公司持股 100%

序号	名称	公司住所	注册资本（万元）	经营范围	股权结构
				发；服装批发；钟表、眼镜零售；鞋帽批发；厨房用具批发；卫生间用具批发；灯具、装饰物品批发；家用视听装备批发；其他家庭用品批发；文具用品批发；体育用品及器材批发（不含弩）；国内版图书批发、网络发行；五金产品批发；广播影视设备批发；户外装备批发；计算机、软件及辅助设备批发；其他通讯设备批发；其他未列明批发业。	
7	天翼电信终端有限公司	北京市	50000.00	因特网信息服务业务（除新闻、出版、教育、医疗保健、药品、医疗器械以外的内容）；从事手机、有线或无线通信终端、上网卡及其零配件的批发、零售及维修；客户服务、技术培训、技术咨询和技术开发；货物进出口、技术进出口、代理进出口；销售通讯设备、计算机、软件及辅助设备、办公设备、电子产品、家电产品、日用品；设计、制作、代理、发布广告。	中国电信股份有限公司持股 100%
8.1	伟志光电（深圳）有限公司	深圳市	23712.80	一般经营项目是：，许可经营项目是：设计、生产、经营液晶显示模组、电脑配件、发光二极管、发光饰物、背光源、导光胶片、液晶显示器、数字显示器、新型电子光电元器件、非金属制品模具、医用观片灯、气体测试器、可充电式手电筒、LED 照明灯；承接设计安装城市亮化工程（取得相关部门的资质证书后方可经营）；销售风光互补 LED 照明系统；机电安装工程（不含电力安装）；节能规划、能源审计和评估、节能改造和设计、合同能源管理（取得相关部门的资质证书后方可经营）；货物及技术进出口（不含分销、国家专营专控商品）；电子通讯产品的批发、佣金代理（不含拍卖）等	伟志集团有限公司持股 100%
8.2	深圳市伟志照明有限公司	深圳市	500.00	平面发光器材、LED 发光器材、液晶显示板、发光二极管、背光源、液晶显示器、数字显示器、新型电子光电元器件、LED 照明灯、商业照明灯的销售；节能改造；节能产品的技术开发和销售；国内贸易，货物及技术进出口。	伟志光电（深圳）有限公司持股 100%

2、报告期各期新增前五大供应商情况

报告期内各期，公司新增前五大供应商基本情况及业务开发过程等

序号	名称	成立时间	采购和结算方式	合作历史	交易的可持续性
1	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司	2012-02-15	预付	2013 年开始合作	持续交易
2	福州大山电子技术有限公司	2016-01-05	预付	2016 年开始合作	持续交易
3	北京瑞创恒泰科技有限公司	2015-04-22	预付	2018 年开始合作	持续交易
4	天翼电信终端有限公司福建分公司	2005-07-21	预付	2015 年开始合作	持续交易

2017 年度至 2020 年 1-3 月，公司向伟仕佳杰（重庆）科技有限公司采购金额分别为 133.74 万元、0 万元、3,856.10 万元和 3,467.19 万元。公司 2019 年开始向伟仕佳杰（重庆）科技有限公司采购额增加较多系其于 2019 年取得华硕笔记本电脑国代授权，公司 2019 年开始向其采购不断增加所致。

2017 年度至 2020 年 1-3 月，公司向福州大山电子技术有限公司采购金额分别为 1,253.62 万元、3,953.60 万元、11,361.95 万元和 5,544.91 万元。2019 年福州大山电子技术有限公司成为前五大供应商主要系苹果新品供货紧张，为应对补货需要且经市场比价，公司向其增加采购苹果新品。

2017 年度至 2020 年 1-3 月，公司向北京瑞创恒泰科技有限公司采购金额分别为 0 万元、2,774.71 万元、22,968.00 万元和 3,720.44 万元，主要系 2019 年苹果新品供货紧张且经市场比价，为应对补货需要，公司向其采购苹果新品。

2017 年度至 2020 年 1-3 月，公司向天翼电信终端有限公司福建分公司采购金额分别为 3,394.30 万元、33,727.12 万元、6,175.22 万元和 0 万元，主要系市场比价所致。

（五）发行人供应商集中度较高的原因及合理性

公司需要向上游供应商采购以 3C 为主的商品，上游供应商均为品牌方或大型品牌分销商，渠道资源相对集中，故报告期内公司供应商亦相对集中。报告期内，公司前五名供应商累计采购额占当期采购额的比例分别为 79.81%、79.76%、70.39%和 74.67%。

1、发行人供应商集中度与同行业可比公司对比情况

同行业可比公司前五大供应商采购占比与公司对比情况如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	未披露	28.95%	41.43%	37.05%
神州数码	未披露	69.31%	69.01%	63.99%
翰林汇	未披露	68.36%	78.99%	87.34%
焦点科技	未披露	47.54%	42.71%	38.23%
国联股份	未披露	未披露	23.56%	41.26%
发行人	74.67%	70.39%	79.76%	79.81%

报告期内，公司采购的产品主要为 3C 产品，焦点科技、国联股份采购的产品类别与公司存在较大差异，不具有可比性。苏宁易购经营规模远高于发行人，且其采购的品类较多，渠道商分布较多，故其供应商集中度不高。神州数码、翰林汇采购的产品主要为 3C 产品，行业集中度较高，与发行人基本一致。故发行人供应商集中度较高符合行业特点。

2、相关交易的定价原则及公允性

公司向主要供应商采购的均为 3C 产品，市场竞争激烈且价格相对透明。公司向主要供应商采购的产品价格均为市场定价，不同供应商价格可能受供应商所处层级、采购规模以及采购时点等不同存在差异。

五、发行人客户和供应商重叠情况

（一）报告期内发行人客户与供应商重叠情况

1、2020 年 1-3 月同一单位同是客户和供应商的销售和采购情况

单位：万元

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
1	华硕电脑（上海）有限公司	产业互联网业务	633.77	华硕系列产品	1,814.82
2	福州诺威尔电子有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	162.74	华硕主机、华硕显示器	2.14
3	厦门兴闽通电子科技有限公司	AOC、飞利浦系列、华硕系列	93.77	AOC一体机	3.12
4	福州三川伟业电子设备有限公司	联想主机、华硕系列	80.65	曙光I420-C30服务器	3.09
5	翰林汇力（福建）信息技术有限公司	联想台式机、联想主机	3.38	联想笔记本、联想配件	1.04
6	宁德市蕉城区微鑫电脑有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	3.17	飞利浦电视机、兄弟打印机	0.44

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
7	福州市采撷办公用品有限公司	AOC、联想电脑、华硕系列	1.17	得实/DASCOM DL-528 条码打印机	0.27
8	福州嘉顺展鸿信息技术有限公司	AOC、华硕系列	1.05	戴尔电脑、戴尔笔记本	0.81
9	福州新诚智汇网络科技有限公司	联想台式机	1.02	联想M920T-D433+TE23-10台式机	1.37
10	大田县新智邦电脑有限公司	华硕系列	0.81	华硕台式机、华硕显示器	0.26
11	福州信风计算机通讯设备有限公司	AOC系列	0.76	惠普台式机	4.80
12	福州讯恒电器有限公司	AOC显示器、AOC电视机、飞利浦电视机、华硕系列	0.50	美的空调、美的冰柜、海尔冷藏柜	0.82
13	领先致远（福建）供应链管理有限公司	飞利浦、华硕光储存	0.47	印爽复印纸	1.48
14	泉州市欣辉信息科技有限公司	华硕电脑	0.31	群晖RS820+磁盘阵列	1.56
15	福州兴道盛电子有限公司	华硕系列	0.21	斑马GK888-I30570-0DA条码打印机	0.21
16	福州辰彩信息工程有限公司	联想显示器	0.05	锐捷交换机	10.69

2、2019 年同一单位同是客户和供应商的销售和采购情况

单位：万元

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
1	华硕电脑（上海）有限公司	产业互联网业务	2,075.60	华硕系列产品	9,763.94
2	福州三川伟业电子设备有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、联想主机、联想笔记本	1,352.09	惠普笔记本、宏碁主机、华硕一体机、台式机、主机、联想笔记本、联想光驱	15.83
3	福州诺威尔电子有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	1,116.29	华硕主机、华硕显示器	6.41
4	福州鑫志高电子科技有限公司	飞利浦、华硕系列	1,050.88	华为平板电脑 M5	12.66
5	北京神州数码有限公司	苹果手机	412.04	华硕系列产品	59.59
6	福州网安信电子有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	261.50	鸿合HD-I8686E触碰一体机	25.58
7	福建省欣采科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	166.13	联想启天主机	2.47
8	福鼎市星火科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、联想主机	153.73	爱普生打印机、华硕计算机、其他线	13.42
9	厦门智添逸信息科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	98.09	AOC电视剧、惠普笔记本、NEC投影机、联想计算机	11.16

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
10	福州新诚智汇网络科技有限公司	联想主机、联想笔记本、联想显示器、飞利浦	92.53	联想一体机、联想主机、联想笔记本	45.86
11	邵武市鑫非凡电脑贸易有限公司	华硕、联想电脑	78.11	锐捷RG-S1920-24T4SFP/2GT交换机	0.17
12	福建太东电子科技有限公司	华硕系列	54.46	NEC投影机、曙光I620-C30服务器、普视120英寸投影幕	11.92
13	福建力天同创云供应链管理有限公司	AOC、飞利浦、联想、联想主机、联想笔记本、联想一体机、华硕光储存、华硕刻录机	39.48	LTS牌120英寸电动幕	0.34
14	犇云（福建）科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	34.69	超融合云平台软件	5.75
15	福州欣凯思达电子有限公司	宏碁电脑	30.12	索尼投影仪	2.47
16	厦门力持信息技术有限公司	华硕系列	29.27	华硕系列	0.96
17	永春恒星电脑有限公司	华硕笔记本、华硕一体机、兄弟打印机、AOC、飞利浦	26.60	华硕A6521-000079一体机	0.43
18	宁德市蕉城区微鑫电脑有限公司	AOC、飞利浦、华硕主机、惠普台式机	22.66	惠普打印机、华硕主机、华硕笔记本、秘密碎纸机、中控刷卡机、兄弟一体机	3.22
19	福州辉宏信息技术有限公司	华硕系列	21.66	锐捷交换机	6.02
20	霞浦县新华宇电脑有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	20.91	惠普打印机、华硕台式机、联想打印机、其他	20.07

3、2018 年同一单位同是客户和供应商的销售和采购情况

单位：万元

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
1	华硕电脑（上海）有限公司	产业互联网业务	666.21	华硕系列产品	6,268.02
2	福建升腾资讯有限公司	AOC、飞利浦显示器	1,759.26	升腾显示器	0.24
3	飞生（上海）电子科技有限公司	服务费收入	0.19	飞利浦显示器	3,230.27
4	福州吉鑫融信息技术有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	680.30	电动幕	0.08
5	福州三川伟业电子设备有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、苹果IPAD6	460.99	打印机、联想主机、联想笔记本、交换机	2.70
6	福州凌海电子有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、苹果IPAD6	446.95	显卡	0.92
7	福州交点电子有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、苹果IPAD6	205.97	华硕主机	1.64
8	广州天翱信息科技有限公司	华硕配件	193.33	华硕主板	0.35

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
9	福建太东电子科技有限公司	飞利浦显示器、华硕系列产品	185.20	智能终端产品（复印机、打印机）	1.81
10	福鼎市星火科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、苹果IPAD6、	156.12	飞利浦显示器、联想显示器、华硕主机、打印机、复印机、空调	4.92
11	邵武市鑫非凡电脑贸易有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列产品、苹果IPAD6	151.48	飞利浦显示器	0.13
12	福州辰彩信息工程有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列产品、联想电脑	149.60	打印机	1.64
13	宁德市蕉城区微鑫电脑有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列产品	138.58	华硕主机、华硕显示器、联想笔记本、投影仪、路由器	4.19
14	福州创亿汇通计算机系统工程有限公司	飞利浦、华硕系列产品	126.13	惠普电脑、路由器、交换机	64.71
15	北京和信创天科技股份有限公司	飞利浦系列	111.88	智能终端产品	21.29
16	福州迅恒电子科技有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	101.83	惠普工作站	6.68
17	霞浦县新华宇电脑有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列、华硕主机	94.62	华硕主机、笔记本、打印机、扫描仪、交换机、路由器、A4纸	7.30
18	福建唐盛信息技术有限公司	AOC、华硕系列	90.22	戴尔服务器	0.94
19	福州新诚智汇网络科技有限公司	华硕系列、联想主机、联想一体机	54.91	联想显示器、电脑、主机、笔记本	114.10
20	福州新野计算机有限公司	飞利浦、华硕系列产品	46.57	惠普笔记本、主机、工作站、戴尔电脑、服务器	204.23
21	武夷山诚智创新电子科技有限公司	华硕系列产品	24.12	打印机、路由器、交换机	1.09
22	福州华创数码科技有限公司	联想电脑	14.08	智能终端产品、HP主机、电动幕、投影机、戴尔服务器、打印机、复印机、联想主机、联想笔记本	120.98
23	福鼎市创想电脑有限公司	飞利浦电视	11.95	联想主机、笔记本	1.55
24	宁德市扬天电子有限公司	AOC显示器	9.41	联想刻录机、主机	0.42
25	厦门力持信息技术有限公司	华硕系列	8.06	华硕笔记本	1.67
26	北京东方正龙数字技术有限公司	飞利浦显示器	7.99	智能终端产品	131.90
27	宁德安讯电子信息技术有限公司	飞利浦系列	7.78	交换机	0.43
28	福建糖米科技有限公司	飞利浦电视	7.46	夏普电视机	0.31
29	福建省科创信息技术有限公司	联想电脑	7.02	碎纸机	0.07
30	福清市恒鑫网络科技有限公司	华硕笔记本（应为华硕台式机）、联想主机	6.21	电动幕、机影机、交换机	2.40

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
31	福州金代贸易有限公司	飞利浦电视	5.25	飞利浦电视机	5.79
32	福建力天世纪营销顾问有限公司	飞利浦显示器、华硕光存储、联想主机、联想笔记本	4.00	联想笔记本、风扇、空调、联想显示器、联想主机、联想笔记本	15.08
33	福州联合创业电子科技有限公司	华硕配件	3.11	华硕笔记本	0.83
34	福建智电互联科技有限公司	飞利浦显示器、华硕显示器	2.80	宏基笔记本	27.03
35	泉州市新裕星数码科技有限公司	飞利浦显示器	2.72	飞利浦显示器	2.65
36	福建畅源信息技术有限公司	AOC、飞利浦、华硕系列	2.40	惠普主机、打印机、A4纸	2.90
37	福建向导科技有限公司	AOC电视	2.16	戴尔电脑	3.62
38	宁德市新元信息技术有限公司	AOC显示器、飞利浦显示器	2.02	打印机	1.06
39	厦门恒元鑫业信息科技有限公司	华硕主板、华硕显卡、华硕显示器	1.71	华硕路由器、显卡	0.51
40	福州兴榕仓智能科技有限公司	飞利浦显示器	1.70	电动幕、投影仪	13.11
41	福清市冠恒贸易有限公司	AOC、飞利浦系列	1.63	交换机	2.81
42	福州市东程互创智能科技有限公司	华硕系列产品	1.57	电视机、打印机、电动幕、路由器、戴尔电脑、扫描仪、投影机、交换机	4.89
43	福建中科创新信息科技有限公司	联想主机、联想显示器	1.55	联想主机	2.92
44	长乐超越零点信息技术有限公司	AOC、华硕系列产品	1.46	打印机、联想笔记本	0.89
45	漳州市君逸信息技术有限公司	华硕系列产品	1.41	打印机	0.33
46	福清华兴电脑网络科技有限公司	AOC显示器、联想电脑	1.30	打印机、服务器	16.18
47	平潭县城关广川电脑办公设备商场	AOC、飞利浦、华硕系列	1.23	打印机、扫描仪、装订机、碎纸机、联想主机、A4纸	5.52
48	福建省讯拓网络科技有限公司	联想笔记本	0.97	打印机、戴尔电脑、交换机、投影机、A4纸	3.60
49	福州开达科技有限公司	华硕显卡	0.96	网线	1.45
50	宁德市中福连商贸有限公司	飞利浦系列、LTS显示屏	0.90	扫描仪、打印机、投影机、空调、联想显示器、主机、笔记本	6.81
51	福州欣华屹信息技术有限公司	AOC显示器	0.87	戴尔电脑	1.42

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
52	翰林汇力（福建）信息技术有限公司	飞利浦、华硕系列	0.75	联想笔记本、THINK笔记本、联想刻录机、联想服务器、联想显示器、联想笔记本、联想工作站	87.71
53	福州艾天达信息技术有限公司	联想一体机	0.72	联想工作站、联想服务器	53.91
54	福州金瑞杰贸易有限公司	联想主机	0.72	打印机、复印机	4.24
55	福州博锐同创电子科技有限公司	联想主机、联想显示器	0.58	联想笔记本、打印机	1.07
56	福建三好信息技术有限公司	华硕电脑	0.36	打印机、电动幕、扫描仪	0.62
57	福建森视安电子工程有限公司	飞利浦显示器	0.23	扫描仪	1.08
58	智童时刻（厦门）科技有限公司	飞利浦支架、扫地机器人、摩米支架、乐心电子秤	0.20	取色笔	0.28
59	领先未来（福建）电子商务有限公司	华硕显示器	0.10	A4纸	2.45
60	福州兴汇华电子有限公司	飞利浦显示器	0.06	鸿合笔记本、鸿合电脑	10.98

4、2017 年同一单位同是客户和供应商的销售和采购情况

单位：万元

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
1	福建升腾资讯有限公司	AOC、飞利浦、华硕显示器、升腾OEM显示器	2,513.23	智能终端产品、升腾评价管理系统	939.30
2	福州开发区力恒电子技术开发有限公司	AOC、飞利浦显示器、华硕系列	174.44	管理软件	384.88
3	福建先锋网络科技有限公司	AOC、飞利浦显示器、华硕系列	105.38	联想主机	7.14
4	飞生（上海）电子科技有限公司	服务费收入	0.47	飞利浦显示器	2,956.12
5	北京东方正龙数字技术有限公司	飞利浦显示器	9.39	智能终端产品、升腾评价管理系统	327.11
6	厦门万翔网络商务有限公司	华硕系列	8.46	飞利浦小家电	108.60
7	福州联合创业电子科技有限公司	飞利浦显示器、联想、华硕笔记本	81.31	联想显示器、联想工作站	7.75
8	福建唐盛信息技术有限公司	AOC、飞利浦显示器、华硕系列	23.99	华硕主机、华硕显示器	2.77
9	福州新野计算机有限公司	华硕系列	23.66	惠普主机	4.31
10	北京和信创天科技股份有限公司	飞利浦显示器	23.60	智能终端产品、升腾评价管理系统	4.27
11	新概念科技集团有限公司	飞利浦显示器	4.99	联想电脑	2.77
12	福州迅恒电子科技有限公司	AOC显示器、华硕显卡	3.43	惠普工作站	2.44

序号	公司名称	主要销售内容	销售金额	主要采购内容	采购金额
13	泰格捷成（北京）科技有限公司	华硕显卡	3.21	华硕主板	0.32
14	福州国聪计算机有限公司	飞利浦显示器、联想系列	1.48	联想主机、联想显示器	38.87
15	福州兴汇华电子有限公司	飞利浦显示器、华硕系列	1.01	投影机	35.25
16	哈尔滨瑞盈经贸有限公司	航嘉排插	0.98	智能机器人	1.40
17	福建森视安电子工程有限公司	AOC电视	0.70	智能终端产品	0.36
18	杭州五心电子科技有限公司	蓝牙耳机	0.26	音响	0.09
19	厦门市三源得科技有限公司	华硕台式机	0.21	华硕一体机	23.08
20	福州开达科技有限公司	华硕显示器	0.19	智能终端产品	1.64
21	上海吾界商贸有限公司	科大讯飞智能机器人	0.14	音响	0.77
22	福建奥瑞迅信息工程有限公司	华硕迷你台式机	0.08	联想电脑	0.46
23	翰林汇力（福建）信息技术有限公司	华硕路由器	0.02	联想笔记本、服务器	114.84

上述单位中，报告期内各期间采购金额和销售金额均超过 50 万元的单位交易合理性说明如下：

（1）华硕电脑（上海）有限公司

报告期内，公司系华硕产品省级分销商，故公司需向其采购华硕笔记本、华硕主板等产品向下游客户进行销售，同时华硕电脑（上海）有限公司系公司产业互联网业务客户，公司为其搭建交易平台，重塑华硕流通产业链并收取相应服务费。

（2）北京神州数码有限公司

报告期内，公司向北京神州数码有限公司销售的产品为苹果手机，而公司亦向北京神州数码有限公司采购的产品为华硕系列产品，产品品类存在差异，系双方综合价格优势、货源等发生的正常商业行为。

（3）福州创亿汇通计算机系统工程有限公司

报告期内，公司向福州创亿汇通计算机系统工程有限公司销售的产品为飞利浦、华硕系列产品，而公司向福州创亿汇通计算机系统工程有限公司采购的产品为惠普电脑/路由器/交换机，产品品类存在差异，系双方综合价格优势、货源等

发生的正常商业行为。

（4）福州开发区力恒电子技术开发有限公司

报告期内，公司向福州开发区力恒电子技术开发有限公司销售的产品为AOC、飞利浦、华硕系列产品，而公司亦向福州开发区力恒电子技术开发有限公司采购的产品为用于硬件销售的配套软件，产品品类存在差异，系双方综合价格优势、货源等发生的正常商业行为。

（5）福建升腾资讯有限公司

公司与福建升腾资讯有限公司存在既销售又采购行为主要系公司向福建升腾资讯有限公司销售显示器，同时公司 2017 年亦为福建升腾资讯有限公司经销商，向升腾资讯采购银行智能终端产品、升腾评价管理系统。

（6）其他单位

公司与其他单位发生交易主要系一方面公司与其他单位双方基于各自细分领域的优势，存在业务开展过程中偶尔会出现某类产品缺货，或针对零散订单配货，为了保障订单执行，会向有该类产品库存的客户小批量采购该类产品，具备商业合理性和必要性，交易价格参考市场价格，定价公允。

六、主要固定资产及无形资产

（一）主要固定资产

截至 2020 年 3 月 31 日，发行人分类固定资产价值及成新率情况如下：

单位：万元

类别	原 值	累计折旧	减值准备	账面价值	综合成新率
房屋及建筑物	799.27	197.89	-	601.37	75.24%
运输工具	376.75	280.72	-	96.03	25.49%
电子设备及其他	341.15	257.67	-	83.49	24.47%
合计	**1,517.17**	**736.28**	**-**	**780.89**	**51.47%**

注：综合成新率＝（原值－累计折旧-减值准备）/原值

1、自有房产情况

截至本招股说明书签署日，公司下属子公司大地数码共拥有 4 处房屋建筑物，均已取得不动产权证书，详情如下：

序号	权利人	不动产权证号	房屋坐落	建筑面积（㎡）	用途	填发日期/登记时间	他项权利	对应土地使用证号
1	大地数码	榕房权证 FZ 字第 15033834 号	福州市台江区五一中路 169 号利嘉城 A 区综合层 3 层 A3-101 商场	102.76	商业	2015.8.14	抵押	榕台国用（2015）第 00283707924 号
2	大地数码	榕房权证 FZ 字第 15033833 号	福州市台江区五一中路 169 号利嘉城 A 区综合层 3 层 A3-146 商场	54.97	商业	2015.8.14	抵押	榕台国用（2015）第 00283707925 号
3	大地数码	厦国土房证第 01273906 号	厦门市思明区湖滨南路 76 号 718 单元	108.20	办公	2015.7.24	抵押	-
4	大地数码	厦国土房证第 01273886 号	厦门市思明区湖滨南路 76 号 719 单元	63.76	办公	2015.7.24	抵押	-

2、租赁房产情况

截至招股说明书签署日，新中冠及其下属公司的租赁房屋情况如下：

序号	承租人	出租人	坐落	建筑面积（㎡）	期限	承租人是否取得房产证
1	新中冠	福州江滨建设开发公司	福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 16 层 05、06、07、08 号	1,753.19	2019.7.1-2022.6.30	否，已进行首次登记
2	新中冠	福州江滨建设开发公司	福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 15 层 06 单元	463.01	2017.11.1-2020.10.31	否，已进行首次登记
3	新中冠	福州江滨建设开发公司	福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 14 层 05 单元	417.03	2019.3.1-2022.2.28	否，已进行首次登记
4	新中冠	广州宅急送快运有限公司	福州市仓山区战备路 69 号	900	2020.5.13-2021.5.12	榕房权证 R 字第 0804639 号
5	大地数码	福州江滨建设开发公司	福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 15 层 07 号	404.88	2018.11.25-2020.11.24	否，已进行首次登记
6	大地数码	广州宅急送快运有限公司	福州市仓山区盖山镇战备路 69 号宅急送二楼	1,550	2020.5.1-2021.4.30	榕房权证 R 字第 0804639 号

注：1、福州江滨建设开发公司出租给新中冠和大地数码的房产未取得房屋所有权证书，截至本招股说明书签署日，福州江滨建设开发公司已取得福州市国土资源局出具的《首次登记通知书》（榕不动产首字第<20189003359>），福州市台江区人民政府出具了《说明》，确认福州江滨建设开发公司预计取得房屋所有权证书不存在重大法律障碍，在该公司取得产权证书前，发行人及其下属公司使用上述物业不会侵犯其他任何第三方主体的权益，不会影响发行人及其下属公司继续承租。

2、截至本招股说明签署日，上述表格中的租赁物业均未办理房屋租赁备案。根据《商品房屋租赁管理办法》的相关规定，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。未在租赁合同订立后三十日内办理租赁登记备案的，由房地产管理部门责令限期改正，逾期不改正的将被处以罚款。根据最高人民法院《关于审理城镇房屋租赁合同纠纷案件具体应用

法律若干问题的解释》，未办理租赁登记手续不影响租赁合同的有效性。

3、新中冠和大地数码向广州宅急送快运有限公司租赁的房产系由广州宅急送快运有限公司向福州腾利机械有限公司转租，原出租人福州腾利机械有限公司同意该等转租。

4、就上述租赁物业瑕疵，发行人实际控制人吴根茂及吴刘驰已出具《承诺函》，承诺如因该等房产不规范情形影响发行人正常使用该等房产，或导致发行人产生额外支出或损失，将向发行人足额补偿。

（二）无形资产

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及下属公司已取得土地使用权证的土地情况如下：

序号	使用权人	不动产权证号	土地坐落位置	使用权类型	宗地面积（m^2）	终止日期	用途	他项权利
1	新中冠数据	闽（2019）长乐区不动产权第 0006335 号	福州滨海新城悦湖路以南、湖文支路以东、金滨二路以北、湖文路以西	出让	15,446	2069.3.2	工业用地 M（新型工业用地）	无

2、商标

截至本招股说明书签署日，发行人已取得国家商标局颁发商标注册证的商标共有 40 项，具体情况如下：

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	有效期
1	新中冠		21076899	第 9 类	2017.12.14-2027.12.13
2	新中冠		18837096	第 9 类	2017.05.21-2027.05.20
3	新中冠	渠易宝	20682765	第 9 类	2017.09.14-2027.09.13
4	新中冠		6983153	第 9 类	2010.09.21-2020.09.20
5	新中冠	喜购宝	16682624	第 9 类	2016.05.28-2026.05.27
6	新中冠	新中冠	3350569	第 9 类	2017.10.14-2027.10.13
7	新中冠	福中冠 FUZHONGGUAN	9905837	第 9 类	2012.11.07-2022.11.06
8	新中冠	喜 购	20073511	第 35 类	2017.07.14-2027.07.13 [注 1]
9	新中冠	喜 购	4222925	第 35 类	2018.01.28-2028.01.27 [注 1]

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	有效期
10	新中冠	喜购宝	16682733A	第 35 类	2016.06.28-2026.06.27
11	新中冠		18837321	第 35 类	2017.02.21-2027.02.20
12	新中冠		21077305	第 35 类	2017.10.21-2027.10.20
13	新中冠	福中冠 FUZHONGGUAN	9905868	第 35 类	2012.11.07-2022.11.06
14	新中冠		9905915	第 35 类	2012.11.07-2022.11.06
15	新中冠		16747253	第 35 类	2016.08.14-2026.08.13 [注 2]
16	新中冠	喜购宝	24795390	第 35 类	2018.06.28-2028.06.27
17	新中冠	冠通捷	34014057	第 35 类	2019.06.14-2029.06.13
18	新中冠	渠易宝	40363720	第 35 类	2020.06.07-2030.06.06
19	新中冠	QUYIBAO	40363907	第 35 类	2020.03.28-2030.03.27
20	新中冠	XIGOUBAO	40366715	第 35 类	2020.03.28-2030.03.27
21	新中冠		21077104	第 37 类	2017.10.21-2027.10.20
22	新中冠	福中冠 FUZHONGGUAN	9905893	第 37 类	2012.11.07-2022.11.06
23	新中冠		9905921	第 37 类	2012.11.07-2022.11.06
24	新中冠	渠易宝	20682871	第 37 类	2017.09.14-2027.09.13
25	新中冠	新中冠	21180267	第 38 类	2018.01.14-2028.01.13
26	新中冠	渠易宝	20683079	第 38 类	2017.09.14-2027.09.13
27	新中冠	速修家	19516935	第 38 类	2017.05.14-2027.05.13
28	新中冠		21077223	第 38 类	2017.10.21-2027.10.20
29	新中冠	喜购宝	16682966	第 38 类	2016.06.21-2026.06.20
30	新中冠		21077328	第 39 类	2017.10.21-2027.10.20
31	新中冠	渠易宝	20683180	第 39 类	2017.09.14-2027.09.13
32	新中冠	新中冠	21180709	第 42 类	2018.01.07-2028.01.06
33	新中冠	渠易宝	20683195	第 42 类	2017.09.14-2027.09.13
34	新中冠		18837622	第 42 类	2017.05.21-2027.05.20

序号	权利人	商标内容	注册号	核定使用商品类别	有效期
35	新中冠	喜购宝	16683072A	第 42 类	2016.08.07-2026.08.06
36	新中冠		21077633	第 42 类	2017.10.21-2027.10.20
37	新中冠	速修家	19517086	第 42 类	2017.05.14-2027.05.13
38	新中冠	冠通捷	34005098	第 42 类	2019.06.14-2029.06.13
39	新中冠	QUYIBAO	40366184	第 42 类	2020.03.28-2030.03.27
40	新中冠	XIGOUBAO	40374104	第 42 类	2020.03.28-2030.03.27

注 1：发行人于 2018 年 3 月 20 日从徐以玉（身份证号：32082319760514****）正式受让该商标；

注 2：发行人于 2017 年 12 月 20 日从香港品牌联盟有限公司正式受让该商标。

3、专利

截至本招股说明书签署日，发行人及其下属公司拥有两项实用新型专利，具体情况如下：

序号	专利权人	专利名称	专利号	授权公告日	专利类型
1	喜购宝	一种用于图像处理设备刷机的刷机宝	ZL 2019 2 1682259.3	2020.5.19	实用新型
2	喜购宝	一种用于音视频处理的高性能流媒体系统	ZL 2019 2 1682258.9	2020.3.24	实用新型

4、软件著作权

截至本招股说明书签署日，发行人及其下属公司拥有 42 项已登记的软件著作权，具体情况如下：

序号	软件名称	证书号	登记号	著作权人	首次发表日期	权利取得方式
1	喜购宝电子商务平台 android 版 V1.0	软著登字第 1057263 号	2015SR170177	新中冠	2015.1.21	原始取得
2	喜购宝电子商务管理系统 V1.0	软著登字第 1057335 号	2015SR170249	新中冠	2015.5.4	原始取得
3	喜购宝电子商务平台 iOS 版 V1.0	软著登字第 1057342 号	2015SR170256	新中冠	2015.6.2	原始取得
4	城市功能计算开放平台[简称：城市计算平台]V1.0	软著登字第 1526290 号	2016SR347674	新中冠	2015.10.1	原始取得
5	喜购宝银行电商管理系统 V1.0	软著登字第 1429934 号	2016SR251317	新中冠	2016.2.1	原始取得
6	喜购宝积分商城管理系统 V1.0	软著登字第 2381619 号	2018SR052524	新中冠	2016.3.18	原始取得

序号	软件名称	证书号	登记号	著作权人	首次发表日期	权利取得方式
7	速修家管理系统 V1.0	软著登字第 1594469 号	2017SR009185	新中冠	2016.4.16	原始取得
8	喜购宝微店商城系统 V1.0	软著登字第 2124369 号	2017SR539085	新中冠	2016.6.24	原始取得
9	喜购宝供应链管理系统 V1.0	软著登字第 2110689 号	2017SR525405	新中冠	2016.12.1	原始取得
10	大数据可视化系统 V1.0	软著登字第 2099467 号	2017SR514183	新中冠	2017.1.13	原始取得
11	必得购以旧换新管理系统 V1.0	软著登字第 2112773 号	2017SR527489	新中冠	2017.3.22	原始取得
12	华硕智汇家系统 V1.0	软著登字第 2542801 号	2018SR213706	新中冠	2017.7.11	原始取得
13	喜购宝商家助手平台（iOS 版）V1.0	软著登字第 2250147 号	2017SR664863	喜购宝	2017.11.9	原始取得
14	喜购宝商家助手平台（Android 版）V1.0	软著登字第 2245659 号	2017SR660375	喜购宝	2017.11.9	原始取得
15	喜购宝智能数据平台 V1.0	软著登字第 2516478 号	2018SR187383	喜购宝	2017.12.1	原始取得
16	喜购宝订货系统平台（Android 版）[简称：喜购宝订货系统]V1.0	软著登字第 2528429 号	2018SR199334	喜购宝	2017.12.3	原始取得
17	喜购宝订货系统平台（iOS 版）[简称：喜购宝订货系统]V1.0	软著登字第 2528410 号	2018SR199315	喜购宝	2017.12.3	原始取得
18	新零售电子商务交易系统 V1.0	软著登字第 2536061 号	2018SR206966	喜购宝	2017.12.15	原始取得
19	喜购宝闭环交易系统 V1.0	软著登字第 2852989 号	2018SR523894	喜购宝	2018.1.3	原始取得
20	玩家地带电子商务交易系统 V1.0	软著登字第 2524503 号	2018SR195408	喜购宝	2018.1.10	原始取得
21	喜购宝在线客服系统 V1.0	软著登字第 2718595 号	2018SR389500	喜购宝	2018.2.3	原始取得
22	喜购宝商品中台系统 V1.0	软著登字第 3132522 号	2018SR803427	喜购宝	2018.8.2	原始取得
23	喜购宝结算中心系统 V1.0	软著登字第 3318244 号	2018SR989149	喜购宝	2018.10.1	原始取得
24	喜购宝用户中台系统 V1.0	软著登字第 3715649 号	2019SR0294892	喜购宝	2018.12.5	原始取得
25	喜购宝数据可视化展示系统[简称：数据可视化展示]V1.0	软著登字第 3715656 号	2019SR0294899	喜购宝	2018.12.18	原始取得
26	爱分享陪护系统[简称：爱分享]V1.0	软著登字第 3649496 号	2019SR0228739	喜购宝	2018.12.31	原始取得
27	百宝箱管理系统 V1.0	软著登字第 4039786 号	2019SR0619029	新中冠数据	2019.3.7	原始取得

序号	软件名称	证书号	登记号	著作权人	首次发表日期	权利取得方式
28	百宝箱用户中心系统 V1.0	软著登字第 4034610 号	2019SR0613853	新中冠数据	2019.3.7	原始取得
29	喜购宝 B2C 商城平台 V1.0	软著登字第 4183040 号	2019SR0762283	新中冠数据	2019.4.15	原始取得
30	喜购宝 B2C 商城 WAP 系统 V1.0	软著登字第 4189075 号	2019SR0768318	新中冠数据	2019.4.15	原始取得
31	喜购宝 B2C 商城管理系统 V1.0	软著登字第 4176449 号	2019SR0755692	新中冠数据	2019.4.15	原始取得
32	喜购宝云推管理平台（Android 版）V1.0	软著登字第 4441615 号	2019SR1020858	喜购宝	2019.5.25	原始取得
33	喜购宝 AI 平台 V1.0	软著登字第 4352750 号	2019SR0931993	喜购宝	2019.6.15	原始取得
34	喜购宝名片管理系统 V1.0	软著登字第 4385913 号	2019SR0965156	喜购宝	2019.6.15	原始取得
35	喜购宝客户管理系统 V1.0	软著登字第 4431246 号	2019SR1010489	新中冠数据	2019.7.5	原始取得
36	喜购宝 WMS 仓储管理系统 V1.0	软著登字第 4466597 号	2019SR1045840	新中冠	2019.7.5	原始取得
37	喜购宝 B2C 商城 WAP 系统 V2.0	软著登字第 4546632 号	2019SR1125875	新中冠数据	2019.8.12	原始取得
38	喜购宝 B2C 商城平台 V2.0	软著登字第 4572153 号	2019SR1151396	新中冠数据	2019.8.16	原始取得
39	百宝箱管理系统 V2.0	软著登字第 4575563 号	2019SR1154806	新中冠数据	2019.8.16	原始取得
40	垃圾分类助手平台 V1.0	软著登字第 4589888 号	2019SR1169131	新中冠数据	2019.9.2	原始取得
41	企业推客户管理平台（Android 版）[简称：企业推]V1.0	软著登字第 5386470 号	2020SR0507774	新中冠数据	2020.1.8	原始取得
42	喜购宝云推平台 V1.0	软著登字第 5250321 号	2020SR0371625	喜购宝	2020.2.1	原始取得

5、域名

截至本招股说明书签署日，发行人及其下属公司拥有 31 项域名，具体情况如下：

序号	证书	域名	域名注册人	到期日
1	中国国家顶级域名证书	bidegou.com.cn	新中冠	2022.5.9
2	国际域名注册证书	bidegou.com	新中冠	2020.12.5
3	国际域名注册证书	bidegou.net	新中冠	2023.5.9
4	国际域名注册证书	xigoubao.com	新中冠	2025.5.8
5	中国国家顶级域名证书	xigoubao.cn	新中冠	2025.11.20
6	中国国家顶级域名证书	xigoubao.com.cn	新中冠	2025.3.9

序号	证书	域名	域名注册人	到期日
7	国际域名注册证书	xigoubao.net	新中冠	2025.6.7
8	国际域名注册证书	喜购宝.com	新中冠	2021.3.23
9	中国国家顶级域名证书	xzgxxgf.cn	新中冠	2026.11.30
10	国际域名注册证书	xzgxxgf.com	新中冠	2026.11.30
11	中国国家顶级域名证书	xzgznkj.cn	新中冠	2027.2.6
12	中国国家顶级域名证书	xzgznkj.com.cn	新中冠	2027.2.6
13	国际域名注册证书	xzgznkj.com	新中冠	2027.2.6
14	国际域名注册证书	xzgznkj.net	新中冠	2027.2.6
15	中国国家顶级域名证书	guantongjie.com.cn	新中冠	2027.10.15
16	中国国家顶级域名证书	guantongjie.com	新中冠	2027.10.15
17	中国国家顶级域名证书	guantongjie.cn	新中冠	2027.10.15
18	中国国家顶级域名证书	guantongjie.net	新中冠	2027.10.15
19	国际域名注册证书	fjxzg.com	新中冠	2024.7.6
20	国际域名注册证书	新中冠.cc	新中冠	2025.9.1
21	国际域名注册证书	新中冠.com	新中冠	2025.9.1
22	国际域名注册证书	新中冠.net	新中冠	2025.9.1
23	中国国家顶级域名注册证书	新中冠.中国	新中冠	2025.9.30
24	国际域名注册证书	quyibao.com	新中冠	2027.3.10
25	中国国家顶级域名证书	quyibao.com.cn	新中冠	2027.7.15
26	国际域名注册证书	quyibao.net	新中冠	2027.7.15
27	国际域名注册证书	渠易宝.com	新中冠	2027.7.15
28	中国国家顶级域名证书	365yixin.cn	中冠联合	2027.1.22
29	中国国家顶级域名证书	365yixin.com.cn	中冠联合	2027.2.6
30	国际域名注册证书	365yixin.com	中冠联合	2027.1.22
31	国际域名注册证书	365yixin.net	中冠联合	2027.2.6

七、发行人特许经营权和主要资质情况

（一）特许经营权

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司无特许经营权。

（二）主要经营许可

发行人的经营范围和经营方式符合《公司法》、《公司登记管理条例》及其他法律、法规和规范性文件的规定。发行人拥有的主要业务许可情况如下：

序号	持有人	许可名称	发证主体	编号	有效期
1	新中冠	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	福建省通信管理局	闽 B2-20140055	2019.8.12 -2024.8.12
2	喜购宝	中华人民共和国增值电信业务经营许可证	福建省通信管理局	闽 B2-20200022	2020.1.15 -2025.1.15
3	新中冠	食品经营许可证	福州市台江区市场监督管理局	JY13501030064861	2018.7.13 -2023.7.12

八、发行人的技术与研发情况

（一）发行人核心技术情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有的主要核心技术如下：

序号	技术名称	技术来源	技术特点	对应软件著作权/专利
1	基于 B2B 模式的（喜购宝）平台	自主研发	一站式电商管理解决方案，支持 PC、手机 APP(iOS、Android)、手机 WAP、微信小程序多种渠道覆盖，拥有大型服务器集群、分布式微服务架构开发、系统安全监控、负载均衡、服务监控等核心技术优势。保证系统安全、稳定、快速，功能扩展强等特点，深入挖掘平台价值，人性化、智能化地为用户服务。	喜购宝电子商务管理系统 V1.0
2	喜购宝 APP	自主研发	使用响应式编程结合动态适配器，实现页面元素的渲染，提供极致流畅的用户体验；封装各种常用控件，拓展原生控件功能，适应各种需求，适配碎片化屏幕尺寸实现万机一屏，针对不同操作系统的差异性进行适应性开发；深度封装网络请求，针对不同的网络状况，做出对应的响应和友好的用户提示，插件式开发，使得各种数据加密安全方案融入更加简便。 同时对于用户隐私增加了更多安全加密算法，防止隐私泄露。	喜购宝电子商务平台 android 版 V1.0 喜购宝电子商务平台 iOS 版 V1.0
3	小程序流应用跨平台编译技术	自主研发	基于 uni-app 技术，快速实现多平台发行，支付宝小程序、百度小程序、头条小程序，同时还能拓展至 H5、App 等其它平台。真正实现一套代码可发布到多个平台的应用，对各平台进行统一维护和升级，大大减少研发成本，而无损性能和体验，无限接近原生开发。	喜购宝 B2C 商城 WAP 系统 V1.0 喜购宝 B2C 商城 WAP 系统 V2.0
4	城市功能计算开放平台	自主研发	城市功能计算平台基于多源异构、跨域关联的海量数据分析决策，利用各种监督与非监督学习算法计算功能区块分析城市土地利用功能，同时基于土地利用分析对各项城市进行可达性计算，主要基于重力模型以及累计机会模型，采集 POI 数据进行计算，通过第三方网站 Cartodb 上传 SHP 文件生成可视化效果图。	城市功能计算开放平台[简称：城市计算平台]V1.0

序号	技术名称	技术来源	技术特点	对应软件著作权/专利
5	银行电商管理系统	自主研发	系统构建基于服务和模块化设计思想，多渠道、多形式的订单接入，无缝对接各银行电商后台订单、商品、售后数据，保证运营和仓储的实时性。自动订单处理、智选物流、同步库存数据，支持订单全链路信息采集，汇集每个订单的状态节点，统一进行跟踪和展现。将销售渠道、仓库、财务、物流、客服和消费者通过系统整合，提高精准化管理水平，降低人工成本。	喜购宝银行电商管理系统 V1.0
6	电子发票系统	自主研发	通过对接航空票务系统，实现批量开票、发票冲红、发票签章，对发票进行网络化、电子化、无纸化管理，简化财务工作环节，大大降低印制、管理成本，精准的数据传输调用和数据监控解决漏开、错开发票金额等手工录入开票的疑难问题。	——
7	自助查询订单系统	自主研发	对接 AI 人工智能语音智慧平台，通过语音识别、语音合成、自然语言理解等技术，基于规则+模型算法组合的自然理解提取用户的需求和查询条件对订单数据进行查询，释放客服人员的空间、时间限制，能处理大部分简单、高频、重复问题，降低客服人力成本。	——
8	智能数据平台	自主研发	利用大数据采集、云存储、实时计算、数字营销技术、个性化推荐技术等技术，通过打通各系统应用之间的数据鸿沟，完成跨应用数据整合，基于商业模型与智能算法，结合营销应用场景，精准标记、全面记录用户浏览行为，完整、立体、多维度深入解析，实现大数据信息挖掘及营销应用。	喜购宝智能数据平台 V1.0
9	在线客服系统	自主研发	支持 PC 和手机端服务，可快速完成接入。基于高性能的事件网络库，支持高并发，超高稳定性，单机可支持百万并发连接。部署一套系统即可支持多个用户使用，不限商家数及坐席数。支持 SSL（安全套接层）加密隧道传输，无数据泄漏风险，确保数据安全。	喜购宝在线客服系统 V1.0
10	大数据可视化	自主研发	利用图形图像处理、计算机视觉以及用户界面，通过表达、建模以及对立体、表面、属性以及动画的显示，对数据加以可视化解释。借助于图形化手段，清晰有效地传达与沟通信息。提供领先的大数据可视化效果，为互动模拟、辅助决策提供支持。	大数据可视化系统 V1.0
11	搜索引擎技术	引进消化吸收再创新	基于 Elasticsearch 分布式海量数据搜索引擎技术，用于海量数据实时搜索和分布式存储，对全文搜索精度进行变量设置，结合分词器技术更好地匹配到用户想要的商品。同时对用户行为进行实时分析，利用搜索引擎的快速检索,将搜索引擎与推荐系统相结合，搭建基于 Elasticsearch 的推荐系统架构。	喜购宝名片管理系统 V1.0 喜购宝云推平台 V1.0

序号	技术名称	技术来源	技术特点	对应软件著作权/专利
			通过分析用户的偏好以及历史记录有效找到用户关注点，向用户推荐其最感兴趣的信息，从而满足用户的个性化需求。	
12	流量洪峰下的高并发处理技术	自主研发	结合大型服务器集群、分布式微服务架构开发、系统安全监控、负载均衡、服务监控等核心技术，采用多级缓存设计，运用EHCACHE、数据库缓存、Redis 等技术手段在系统内部存在多级别的缓存设计，提升系统性能。多集群部署，对用户请求进行分流，规避单点部署策略在意外因素下宕机的风险，保证业务的持续可用性。为支持海量并发请求，确保系统高性能还做了：降级设计、自动故障转移、重试策略、网络策略优化、快慢请求分离等相关设计。	喜购宝 B2C 商城平台 V1.0 喜购宝 B2C 商城平台 V2.0
13	多媒体素材管理技术	自主研发	先进的内容管理、存储管理以及音视频加工、图片存储、分析处理等技术。基于面向对象开放性数据架构，提供多媒体资产的获取、索引、编目、检索、浏览、分享、下载等功能，适用于海量多媒体内容的采集、编目、管理、发布，可以快速建设面向生产、面向服务、面向运营的多媒体素材管理技术。	百宝箱管理系统 V1.0 百宝箱管理系统 V2.0
14	流媒体直播技术	自主研发	在流媒体平台之下，app 进行承接直播带货功能，打通第三方平台，打开购物直通链接，高并发承载，支撑百万级别用户观看直播，进行直播购物，利用截图功能和深度学习图像识别技术，对直播进行鉴定，支持用户在直播流进行中回放过去任意时间的直播内容，实现直播和点播的结合。	喜购宝扫图购买平台（Android 版）V1.0

（二）发行人研究与开发情况

1、发行人正在从事的研发项目

目前，发行人正在从事的研发项目如下：

序号	产品名称	产品简介	开发要点/难点	目前所处阶段
1	大数据采集系统	实时采集行业线下、线上的前端、后端及历史产生的所有数据	采集数据方法：网络数据采集，通过网络爬虫或网站公开 API 等方式从网站上获取数据信息，将非结构化数据从网页中抽取出来，将其存储为统一的本地数据文件，并以结构化的方式存储；使用特定系统接口等相关方式采集数据，根据用户行为触发接口事件，从而达到数据同步以及数据真实。线下数据采集，通过“喜购宝 AI 盒子”对用户在零售店的用户行为数据进行采集。	试用中

序号	产品名称	产品简介	开发要点/难点	目前所处阶段
2	大数据存储中心	将采集的数据进行存储	研究大数据提取、转换、清洗和集成等预处理技术；研究大空间、高速度、高可用的基于服务架构的大数据存储体系结构以及开放网络存储资源的聚合方法等。	研发中
3	商业智能系统	企业级大数据智能分析平台,从数据采集、数据存储、数据管理再到数据分析和应用，为企业提供一站式解决方案，打通数据闭环。支持大数据精准营销、企业决策、风险管控，是新一代敏捷自助型商业智能服务平台，具有全面的安全保障、强大的大数据计算性能、先进的智能算法和智能分析、便捷的协作分享等特性，以帮助用户实现从数据收集、数据整合、指标建立、报表统计、决策分析和数据可视化大屏的全部需要。帮助企业提高经营管理效率，降低经营管理成本，提高企业盈利能力，引领企业从传统管理模式向数据化精准管理模式转变。	研究新型数据仓库、机器学习、数据挖掘、索引查询、人工智能及图像视频等非结构化数据智能分析技术,提高对大数据隐藏价值的挖掘;研究数据处理引擎技术,以海量数据处理引擎和实时数据处理引擎为核心，打造敏捷、智慧、可信的平台，让企业更快、准、稳地从各类繁杂无序的海量数据中发现全新价值点和企业商机。聚合全渠道碎片客户数据，统一清洗沉淀，打造企业私域流量池,以数据洞察助力企业实现业绩持续增长；多维度客户智能打标，输出立体客户画像，为精准营销赋能；可视化创建营销流程，人工智能自动营销，有效释放企业运营人力；深度数据洞察，提升营销效果，精准企业决策，为企业风险管控提供技术支持。	研发中
4	智能营销管理系统	将 CRM 与名片小程序、企业商城集成闭环系统，赋能社交、营销、引流、裂变、管理，为企业赋能销售提供一体化解决方案。	赋能企业构建自身营销网络并打造私域流量池，降本增效，实现全员营销，促进销售增长。通过大数据技术手段为企业分析潜在客户，预测成交，快速筛选企业客户画像，智能锁定目标客户。运用 RPA 技术实现机器人商品导入功能；运用 AI 智能客服，实现 24 小时在线服务。	研发中
5	积分营销系统	是为企业会员用户运营提供积分商城系统和活动工具的 SaaS 服务平台，标准 API 接口，可对接企业自由会员积分系统。积分系统与积分商城 API 接口对接后，简单配置即可上线积分商城。	提供全业务流程从设计、策划到执行的积分兑换服务,协助企业完成具有个性化、差异化的会员营销活动，完全满足企业的积分兑换业务需求。	研发中
6	财务结算系统	帮助企业构建自身的支付架构体系，实现所有场景内的统一支付、资金管控、账务管理，打造企业的自金融生态圈。	以支付为切入点，为企业部署集收付款、清结算、账户管理、风控管理和金融服务等功能为一体的账户及支付清结算系统，满足企业对数据安全、监管合规、内部业务系统集成等个性化需求，提高财务管理和整体运营效率，实	研发中

序号	产品名称	产品简介	开发要点/难点	目前所处阶段
			现所有场景内的统一支付、资金管控、账务管理，打造企业的自金融生态圈。	
7	渠易宝3.0	以大数据为驱动，结合供应链管理及平台建设，建立智能供应链网络平台，通过互联网+供应链+大数据的手段保证企业信息互通、沉淀商业数据、反哺参与方创新，吸引第三方服务供应商共建生态。	优化现有系统，完善各频道功能，优化搜索及排名算法提高搜索速度，提高访问速度从而改善用户体验；加强系统安全，提出网络安全策略、应用安全策略、数据安全策略、应急处理措施、安全策略升级的全面方案。	研发中
8	视频直播导购系统	抓住5G来临的直播电商风口，紧贴直播电商趋势，打造购物+直播平台，借助直播先天优势，通过现场互动、实物演示、在线答疑，增强顾客信任,加速购买决策。搭建秒杀、优惠券、礼物打赏、发送弹屏、点赞等丰富的直播插件，轻松玩转直播间，裂变百万流量，提升企业营销转化与用户沉淀，满足各种类推广场景，随时随地卖货变现，帮助企业实现商城直播升级。	防盗链、HTTPS加密、视频加密等多种安全手段保障，支撑跨平台、多终端采集、播放API/SDK支撑，领先的视频处理技术，具有低延迟、高性能等特点为用户提供流畅的观感、实时的互动、高质感的画面体验。数十种营销玩法，支撑百万高并发，帮助企业快速搭建安全、稳定、高效的在线点播平台。	研发中

2、发行人研发费用情况

报告期内，公司持续保持研发投入，其研发投入主要系针对互联网技术应用层面的研发，研发费用分别为341.52万元、 265.52万元、 486.77万元和159.28万元，占营业收入的比重分别为0.14%、0.10%、0.15%和0.26%。

报告期内，公司研发费用占营业收入的具体情况如下：

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
研发费用（万元）	159.28	486.77	265.52	341.52
营业收入（万元）	60,801.11	318,754.99	272,192.82	242,828.11
占营业收入比重	0.26%	0.15%	0.10%	0.14%

（三）发行人合作研发情况

为加强“产、学、研、用”相结合，加快推动大数据技术、人工智能技术的创新发展，公司十分重视技术研发交流与对外合作。报告期内，公司与福州大学数学与计算机科学学院开展产学研合作交流，以快速提升公司的技术创新能力和

研发效率。

签约方	合作方	合作协议的主要内容	研究成果的分配方案	采取的保密措施	合作期限
新中冠	福州大学数学与计算机科学学院	1、研究电子商务平台的个性化推荐系统及关键技术； 2、研究云计算构架与关键技术在电子商务平台中的应用； 3、研究关于基于地理信息的大数据可视化及在城市规划的辅助应用。	双方共享研发中心开发的所有专用技术产品的源代码和其他成果（专利、软件著作权）；双方共享在有关技术成果文件上写明技术成果完成者的权利和取得有关荣誉证书、奖励的权利。	研发中心及开发人员保证项目信息仅限于直接参与技术合作的人员范围内知悉，不得将项目转包给第三方，对于具有一定保密级别的科研项目，保证按照新中冠相关保密制度实施。	长期

（四）发行人技术人员情况

1、研发人员情况

经过多年的实践和积累，发行人建立起了经验丰富、专业结构搭配合理的技术研发团队。截至 2020 年 3 月 31 日，发行人拥有技术人员 43 名，其中核心技术人员 3 名，技术人员占员工总人数的比例为 23.12% 。

发行人的核心技术人员分别为吴根茂先生、黄荣芳先生、许妙水女士。公司对于核心技术人员的认定，主要考虑相关人员在公司的任职时间、在公司担任职务的关键程度及为公司技术研发做出的突出贡献等，核心技术人员简历详见“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”。

报告期内，发行人核心技术人员未发生重大变化。

2、对核心技术人员的激励措施

公司已通过职级晋升、股权激励等措施加强了对核心技术人员的黏性，并鼓励研发人员加大力度推进新技术研发，以此增加核心技术人员的稳定性。

第七节 公司治理与独立性

一、公司治理概述

公司自整体变更为股份公司以来，建立了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的公司治理结构，为公司高效发展提供了制度保障。公司已经按照《公司法》、《证券法》、《上市公司章程指引》等法律、法规的要求，制定了《公司章程》。同时根据有关法律、法规及《公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》以及董事会各专门委员会实施细则，建立起符合股份公司上市要求的法人治理结构。

公司治理结构相关制度制定以来，公司股东大会、董事会、监事会、独立董事和董事会秘书依法规范运作，履行职责，不断完善和规范公司的治理结构。

二、股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书以及审计委员会等机构和人员的运行及履职情况

（一）报告期内发行人公司治理存在的缺陷及改进情况

根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》等有关法律、法规和规范性文件的规定，公司建立健全了由公司股东大会、董事会、监事会和高级管理层组成的治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间的相互协调和相互制衡机制，保障了公司经营管理的有序进行。2017 年 1 月 26 日，公司召开了 2017 年第一次临时股东大会暨创立大会，选举产生了公司第一届董事会、监事会成员，审议通过了《公司章程》及三会议事规则。经保荐机构及发行人律师核查，发行人历次股东大会、董事会、监事会的召开程序、决议内容等符合《公司法》和《公司章程》的有关规定，签署的决议与会议记录真实、有效。

自改制设立以来，公司分别制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《关联交易实施细则》、《对外投资管理制度》、《对外担保管理制度》、《总经理工作细则》、《独立董事工作制度》、《董事会秘书工作制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《内部审计制度》、《财务管理制度》、董事会各专门委员会的工作规则等，并在董事会下设战略委员会、审计委员会、薪酬与考核委员会和提名委员会共 4 个专门委员会，为董事会的重大决策

提供咨询、建议，以保证董事会议事的专业化、高效化。公司股东大会、董事会、监事会等机构和人员均能够按照有关法律、法规、《公司章程》及其他内部规章的规定，独立有效的进行运作并切实履行应尽的职责和义务。

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

（二）报告期内发行人股东大会、董事会、监事会的实际运行情况

公司根据《公司法》、《证券法》等相关规定的要求，建立了规范的股东大会、董事会和监事会等内部治理结构。股东大会、董事会、监事会依据制度规定规范运行，各股东、董事、监事和高级管理人员尽职尽责，按制度规定切实地行使权利、履行义务。

1、股东大会的实际运行情况

公司股东大会是最高权力机构，由全体股东组成。发行人根据《公司法》、《证券法》、《上市公司治理准则》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《上市公司股东大会规则》及其他有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定了《股东大会议事规则》，对股东大会的相关事项进行了详细的规定。股东大会按照《公司法》、《公司章程》和《股东大会议事规则》的规定行使职权。

截至本招股说明书签署日，公司自改制设立以来共召开了 19 次股东大会，历次股东大会的通知方式、召开方式、表决方式符合《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》等规定，会议记录完整规范，股东大会依法忠实履行了《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》所赋予的权利和义务，决议内容合法有效，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

2、董事会的实际运行情况

自股份公司设立以来，公司按照相关法律和《公司章程》的规定建立了董事会制度并逐步予以完善。公司根据《公司法》、《证券法》、《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》及其他有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定了《董事会议事规则》，对董事会的相关事项进行了详细的规定。公司董事会

按照《公司法》、《公司章程》和《董事会议事规则》的规定行使职权。

截至本招股说明书签署日，公司自改制设立以来共召开了 26 次董事会会议。公司历次董事会召集、召开程序合法，召开方式合理高效，相关议案材料齐备，审议充分、决议合法有效；各董事认真履行职责，在《公司章程》规定范围内充分行使权利，运作规范，为公司高效稳健的业务运营提供了重要保障，不存在董事会或高级管理人员违反《公司法》及其他规定行使职权的情形。

3、监事会的实际运行情况

自股份公司设立以来，公司按照相关法律和《公司章程》的规定建立了监事会制度并逐步予以完善。公司根据《公司法》、《证券法》、《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》及其他有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的有关规定，制定了《监事会议事规则》，对监事会的相关事项进行了详细的规定。公司监事会按照《公司法》、《公司章程》和《监事会议事规则》的规定行使职权。

截至本招股说明书签署日，公司自改制设立以来共召开了 14 次监事会会议。历次监事会的召集、召开程序合法，相关审议资料完整，讨论充分、决议合法有效；监事在《公司章程》规定范围内充分行使权利，认真履行了对公司的监督职责。

（三）独立董事制度的运行及履职情况

1、独立董事情况

公司现有 3 名独立董事，公司独立董事的提名与任职符合《公司章程》及相关法律法规的规定。独立董事的提名人在提名之前征得被提名人的同意，充分了解被提名人的职业、学历、职称、详细的工作经历、全部兼职等情况，并对其担任独立董事的资格和独立性发表了意见。公司独立董事严格按照《公司章程》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》等相关制度的规定行使自己的权利，履行自己的义务。

2、独立董事履行职责情况

公司独立董事自聘任以来均能勤勉尽责，截至本招股说明书签署日，3 名独

立董事均按期出席公司董事会。独立董事在董事会前审阅董事会材料，董事会会议期间认真审议各项议案，对议案中的具体内容提出相应质询，按照本人独立意愿对董事会议案进行表决，对表决结果和会议记录核对后签名。

截至本招股说明书签署日，未发生独立董事对发行人有关事项提出异议的情况。

（四）董事会秘书制度的运行及履职情况

董事会秘书是公司高级管理人员，承担法律、法规及《公司章程》对董事会秘书所要求的义务，享有相应的工作职权。董事会秘书对董事会负责。董事会秘书的主要任务是协助董事处理董事会日常工作，持续向董事提供、提醒并确保其了解证券监管机构对上市公司运作的法规、政策及要求；协助董事及管理层在行使职权时切实履行法律法规、《公司章程》及其他有关规定；负责董事会、股东大会文件的有关组织和准备工作，作好会议记录，保证会议决策符合法定程序，并掌握董事会决议执行情况；负责组织协调信息披露，协调与投资者关系，增强公司透明度；处理与中介机构、监管部门、媒体等主体的关系。

公司现任董事会秘书自 2017 年 4 月 10 日经第一届董事会第三次会议聘任以来，按照《公司章程》和《董事会秘书工作制度》的规定开展工作，出席了公司历次股东大会、董事会，并亲自记载或安排其他人员记载会议记录；历次股东大会、董事会召开前，董事会秘书均按照《公司章程》的有关规定为独立董事及其他董事提供会议资料、会议通知等相关文件，履行了《公司章程》规定的相关职责。

董事会秘书在公司法人治理结构的完善、与中介结构的配合协调、与监管部门的沟通协调、公司重大生产经营决策、主要管理制度的制定等方面发挥了重大作用。

（五）审计委员会及其他专门委员会的人员构成及运行情况

为进一步完善公司治理结构，强化董事会的规范运作、科学决策能力和风险防范能力，确保董事会对管理层的有限监督，公司根据《公司法》、《公司章程》及中国证监会其他有关规定，并经 2017 年 1 月 26 日第一届董事会第一次会议决议在董事会下设战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会，选

举了各专门委员会委员，并审议通过了各专门委员会的工作规则。

1、战略委员会

公司董事会下设战略委员会，主要负责对公司长期发展战略和重大投资决策进行研究并提出建议。

2017 年 1 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，设立公司第一届董事会战略委员会。目前公司战略委员会由鲁众、吴根茂、王惠英组成，由董事鲁众担任第一届董事会战略委员会主席，负责召集和主持委员会工作。

战略委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《战略委员会工作规则》相关内容规定履行相关职责。

2、审计委员会

公司董事会下设审计委员会，主要负责公司内、外部审计的沟通、监督和核查工作。

2017 年 1 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，设立公司第一届董事会审计委员会。目前公司审计委员会由许萍、齐伟、鲁众组成，其中许萍、齐伟为独立董事，由会计专业的独立董事许萍担任第一届董事会审计委员会主席，负责召集和主持委员会工作。

审计委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《审计委员会工作规则》相关内容规定履行相关职责。

3、提名委员会

公司董事会下设提名委员会，主要负责对公司董事和经理人员的人选、选择标准和程序进行研究并提出建议。

2017 年 1 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，设立公司第一届董事会提名委员会。目前公司提名委员会由骆念蓓、齐伟、鲁众组成，其中骆念蓓、齐伟为独立董事，由独立董事骆念蓓担任第一届董事会提名委员会主席，负责召集和主持委员会工作。

提名委员会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《提名委员会工作规则》相关内容规定履行相关职责。

4、薪酬与考核委员会

公司董事会下设薪酬与考核委员会，主要负责制定和审查公司董事及高级管理人员的薪酬政策与方案，制定公司董事及高级管理人员的考核标准并进行考核。

2017 年 1 月 26 日，公司召开第一届董事会第一次会议，设立公司第一届董事会薪酬与考核委员会。目前薪酬与考核委员会由许萍、骆念蓓、鲁众组成，其中许萍、骆念蓓为独立董事，由独立董事许萍担任第一届董事会薪酬与考核委员会主席，负责召集和主持委员会工作。

薪酬与考核委员会会自成立以来，按照法律法规、《公司章程》及《薪酬与考核委员会工作规则》相关内容规定履行相关职责。

三、发行人管理层对内部控制的自我评估意见及注册会计师鉴证意见

（一）发行人管理层对内部控制的自我评估意见

根据财务报告内部控制重大缺陷的认定情况，公司不存在财务报告内部控制重大缺陷。公司董事会认为，公司已按照企业内部控制规范体系和相关规定的要求在所有重大方面保持了有效的财务报告内部控制。

根据非财务报告内部控制重大缺陷认定情况，截至内部控制评价报告基准日，公司未发现非财务报告内部控制重大缺陷。

自内部控制评价报告基准日至内部控制评价报告发出日之间未发生影响内部控制有效性评价结论的因素。

（二）注册会计师对公司内部控制的鉴证意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）接受发行人委托，审核了发行人管理层对 2020 年 3 月 31 日与财务报表相关的内部控制有效性的认定，并出具了信会师报字[2020]第 ZB11484 号《内部控制鉴证报告》，认为：“贵公司按照财政部等五部委颁发的《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2020 年 3 月 31 日在所有重大方面保持了与财务报表相关的有效的内部控制。”

四、公司近三年违法违规行为情况

1、报告期公司 B2B 互联网业务存在代收代付情形的背景

公司B2B平台喜购宝网上商城于2015年1月正式上线并开展撮合交易业务。公司为解决撮合交易中供应商和客户货款及时结算的问题，客户在喜购宝网上商城购买商品后，客户支付的相应货款（扣除第三方支付端口手续费后）先进入公司开立的银行喜购宝专户（民生银行福州广达支行 696452955 账户、交通银行福州仓山支行 351008050018010064689 账户），新中冠在收到上述货款后扣除相关撮合交易佣金后，在 T+2 日结算至入驻的商城供应商。报告期内公司涉及的不合规代收代付业务资金未在其资金账户上长时间停留，交易款不存在资金沉淀的情况，不存在公司资金账户因开展违规代收代付行为形成资金池的情形。

2、公司对于代收代付情形的整改情况

为自 2017 年 12 月起，公司已停止了上述为平台商户代收代付货款的行为，同时，公司与具有中国人民银行颁发的支付牌照易宝签署合作协议，由易宝进行结算。具体合作模式如下：喜购宝供应商通过喜购宝平台提交结款账号、公司资质等信息，由易宝创建子商户，用于资金结算。在客户支付货款后，公司根据 T+7 的结算周期，自动生成账单明细（包括结算额和服务费），并与供应商对账无误后自动发起结算申请，易宝根据账单内结算额扣除 0.6%服务费后划账给供应商子商户，默认 T+1 自动提现至供应商公司账号内。次月，易宝根据订单金额的 0.6%服务费扣除合同约定其应收代理手续费后，将差额款项支付至公司。

针对上述事项：

（1）公司已于 2018 年 2 月 9 日取得由中国人民银行福州中心支行出具的关于“2015 年 1 月 1 日至今，在人民银行监管权限范围内（不含外汇管理），我行未对新中冠智能科技股份有限公司实施过行政处罚”的情况说明。

（2）根据福州市台江区金融工作办公室于 2020 年 6 月 19 日出具的《确认函》并经本保荐机构访谈福州市台江区金融工作办公室负责人，“鉴于新中冠曾开展上述业务系为了提升交易便利性，期间不存在挪用备付金等破坏金融市场秩序或损害当事人权益等情况；且新中冠在发现合规问题后及时予以了纠正，相关款项均已结算完毕，未造成任何方经济损失或产生社会不良影响，经商中国人民

银行福州中心支行，新中冠历史上曾存在的上述情况不属于重大违法违规行为，相关部门不会追究其任何法律责任。”

（3）鉴于上述违规行为可能给发行人带来不利影响，发行人实际控制人吴根茂和吴刘驰于 2020 年 6 月 30 日，签署《关于新中冠合法经营的承诺》，承诺：“如新中冠因历史上因开展撮合交易存在代收代付违规行为受到行政处罚或引发诉讼、仲裁而遭受损失的，本人将对新中冠前述损失进行及时、全额补偿。”

3、代收代付情形对公司产生的影响及带来的收益

代收代付货款情形系公司开展撮合交易初期为解决供应商和客户货款结算及时性而产生的行为。公司 B2B 撮合交易一直处于推广阶段，产生收入较少且一直处于亏损状态。报告期内，公司 B2B 撮合交易业务收入及毛利列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
收入	7.11	33.36	53.08	64.61
毛利	-5.78	-37.30	-73.07	-98.39

针对上述违规行为，鉴于公司已于 2017 年 12 月完成了违规代收代付货款业务的整改工作，截至本招股说明签署日，未受到相关主管部门的行政处罚或监管措施，未给企业生产经营代理不利影响，且公司实际控制人已出具承诺，就上述违规情形的可能对发行人带来的损失给予全额补偿。故对公司本次公开发行股票不构成实质性障碍。

五、发行人近三年资金占用和违规担保情况

（一）资金占用情况的说明

公司已建立严格的资金管理制度，截至本招股说明书签署日，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形。

（二）对外担保情况的说明

公司《公司章程》中已明确对外担保的审批权限和审议程序。报告期内，公司不存在为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行担保的情况。

六、发行人资金管理、对外投资、担保事项制度及执行情况

发行人已按照《公司法》、《中华人民共和国担保法》、《上市公司治理准则》、《证券法》、《关于规范上市公司对外担保行为的通知》和《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律法规的规定以及《公司章程》的相关要求制定了《资金管理制度》、《对外投资管理制度》和《对外担保管理制度》，并经发行人股东大会或董事会审议通过。

（一）发行人资金管理政策及执行情况

为规范财务管理，提高资金运行效率，实现对资金使用的有效监督和控制，充分保障生产经营活动所需资金的供给，保证资金安全，控制财务风险，公司制定了《资金管理制度》，公司《资金管理制度》对货币资金、票据管理、筹集资金管理、业务周转金管理、往来结算管理、成本与费用管理、税务管理、利润分配管理、投资制度管理等方面均进行了制度安排。尤其是对资金支付的程序规定、货币资金支付的岗位分工和审批权限、银行账户与银行存款管理、票据管理的控制流程、备用金借支原则、费用报销流程等方面进行了详细的规定。

报告期内，公司严格执行了各项资金管理政策，遵守资金管理程序，《资金管理制度》执行情况良好。

（二）发行人对外投资政策及执行情况

为规范公司对外投资行为，防范投资风险、提高对外投资收益，维护公司、股东和债权人的合法权益，促进公司可持续发展，公司制定了《对外投资管理制度》。

公司《对外投资管理制度》要求：对外投资行为必须符合国家有关法规及产业政策，符合公司发展战略，有利于增强公司竞争能力，有利于合理配置企业资源，创造良好经济效益，促进公司可持续发展。公司应指定专门机构，负责对公司重大投资项目的可行性、投资风险、投资回报等事宜进行专门研究和评估，监督重大投资项目的执行进展，如发现投资项目出现异常情况，应及时向公司董事会报告。

公司对外投资的审批严格按照《公司法》、《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等规定的权限履行审批程序。公司对外投资实行专

业管理和逐级审批制度。

公司的对外投资事项达到下列标准之一的，应经董事会审议通过后，提交股东大会审议：

“（一）交易涉及的资产总额占公司最近一期经审计总资产的 50%以上的，该交易涉及的资产总额同时存在账面值和评估值的，以较高者为计算数据；

（二）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的营业收入占公司最近一个会计年度经审计营业收入的 50%以上，且绝对金额超过人民币 5,000 万元；

（三）交易标的（如股权）在最近一个会计年度相关的净利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过人民币 500 万元；

（四）交易的成交金额（含承担债务和费用）占公司最近一期经审计净资产的 50%以上，且绝对金额超过人民币 5,000 万元；

（五）交易产生的利润占公司最近一个会计年度经审计净利润的 50%以上，且绝对金额超过人民币 500 万元；

（六）交易标的为“购买或出售资产”时，应以资产总额和成交金额中的较高者作为计算标准，并按交易事项的类型在连续十二个月内累计计算，经累计计算达到公司最近一期经审计总资产 30%的事项，应提交股东大会审议，并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。已经按照本条规定履行相关义务的，不再纳入相关的累计计算范围。”

报告期内，公司严格执行对外投资政策，履行相关审批程序，《对外投资管理制度》执行情况良好。

（三）发行人对外担保政策及执行情况

为了维护投资者的利益，规范公司的担保行为，控制公司资产运营风险，促进公司健康稳定地发展，公司制定了《对外担保管理制度》。

公司《对外担保管理制度》要求：公司对外担保实行统一管理，未经公司董事会或股东大会批准，任何人无权以公司名义签署对外担保的合同、协议或其他类似的法律文件。公司对外担保应当遵循合法、审慎、互利、安全的原则，严格控制担保风险。公司为他人提供担保，应当采取反担保等必要的措施防范风险，

反担保的提供方应具备实际承担能力。

公司严格执行对外担保对象的审查工作，根据申请担保人提供的基本资料，公司应组织对申请担保人的经营及财务状况、项目情况、信用情况及行业前景进行调查和核实，按照合同审批程序审核，将有关资料报公司董事会或股东大会审批。

公司股东大会为公司对外担保的最高决策机构。公司董事会根据《公司章程》有关董事会对外担保审批权限的规定，行使对外担保的决策权。超过《公司章程》规定的董事会的审批权限的，董事会应当提出预案，并报股东大会批准。董事会组织管理和实施经股东大会通过的对外担保事项。

公司的对外担保事项达到下列标准之一的，须提交股东大会审议：

“（一）单笔担保额超过公司最近一期经审计净资产 10%的担保；

（二）公司及公司控股子公司的对外担保总额，超过公司最近一期经审计净资产的 50%以后提供的任何担保；

（三）为资产负债率超过 70%的担保对象提供的担保；

（四）连续 12 个月内担保金额累计超过公司最近一期经审计净资产 50%且绝对金额超过人民币 5,000 万元的担保；

（五）连续 12 个月内担保金额累计超过公司最近一期经审计总资产 30%的担保；

（六）对股东、实际控制人及其关联方提供的担保；

（七）法律、行政法规、规章或其他规范性文件规定的应由股东大会审议的其他担保情形。”

股东大会在审议为股东、实际控制人及其关联方提供的担保议案时，该股东或受该实际控制人支配的股东，不得参与该项表决，该项表决由出席股东大会的其他股东所持表决权的半数以上通过。

报告期内，公司严格遵守了对外担保政策，不存在为控股股东及其控制的其他企业提供担保的情形，《对外担保管理制度》执行情况良好。

七、发行人独立运行情况

自设立以来，公司严格按照《公司法》、《证券法》等有关法律、法规和《公司章程》的要求规范运作，建立健全了公司的法人治理结构，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，具有独立、完整的资产和业务，具备面向市场独立持续经营的能力。

（一）资产完整情况

公司系由福建新中冠信息科技集团有限公司整体变更设立的股份有限公司，各项资产及负债由公司依法全部继承。公司合法拥有与生产经营相关的电子设备、房屋建筑物等固定资产，以及土地使用权、软件著作权、商标权等无形资产。公司不存在控股股东、实际控制人违规占用公司资产的情况，没有以资产、权益或信誉为股东提供任何形式的担保，不存在资产、资金和其他资源被股东及其关联方违规占用而损害公司利益的情况。

（二）人员独立情况

公司董事、监事及高级管理人员均严格按照《公司法》、《公司章程》等有关规定选举或聘任产生。截至本招股说明书签署日，公司总经理、副总经理、财务总监、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担任除董事、监事以外的任何职务，且均未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业领薪；公司财务人员也未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业兼职。

（三）财务独立情况

公司设有独立的财务会计部门，配备了专职的财务人员，建立了独立、完整的财务核算体系，能够独立作出财务决策，具有规范的财务会计制度和对子公司的财务管理制度。公司开设了独立的银行账户，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共用银行账户的情形。公司作为独立的纳税人，依法独立进行纳税申报和履行纳税义务，无混合纳税现象。

（四）机构独立情况

公司依据《公司法》和《公司章程》设立了股东大会、董事会、监事会等机

构，制定了相应的议事规则，并聘任了经理层，同时根据公司业务发展的需要设置了相关职能部门。公司已建立健全内部经营管理机构，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间不存在机构混同的情形。

（五）业务独立情况

公司拥有独立完整的采购、营销推广、销售和售后服务体系，面向市场独立经营，不存在依赖控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行生产经营活动的情况，与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争以及严重影响独立性或者显失公平的关联交易的情形。

（六）其他

公司主营业务、控制权、管理团队和核心技术人员稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员及核心技术人员均没有发生重大不利变化。控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近二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。

公司不存在主要资产、核心技术、商标的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或将要发生的重大变化等对持续经营有重大影响的事项。

（七）保荐机构对独立性的核查意见

保荐机构认为：发行人业务、资产、人员、机构、财务等方面与发行人控股股东、实际控制人及其控制的其他企业相互独立，具有完整的业务体系及面向市场独立经营的能力。前述独立性内容真实、准确、完整。

八、同业竞争

（一）同业竞争情况的说明

公司控股股东、实际控制人为吴根茂和吴刘驰父女。截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业为平潭合伙，上述企业与公司不存在从事相同或相似业务的情形，与公司不存在同业竞争。

（二）避免同业竞争的承诺

公司控股股东、实际控制人吴根茂、吴刘驰出具了《关于避免同业竞争的承诺函》，作出如下重要承诺：

“本人及本人近亲属目前在中国境内外未直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务或活动；

本人及本人近亲属将来也不在中国境内外直接或间接从事或参与任何在商业上对发行人构成竞争的业务及活动，或拥有与发行人存在竞争关系的任何经济实体、机构、经济组织的权益，或以其他任何形式取得该经济实体、机构、经济组织的控制权，或在该经济实体、机构、经济组织中担任董事、监事、高级管理人员或核心技术人员；

若因违反上述承诺而所获的利益及权益将归发行人所有，并赔偿因违反上述承诺而给发行人造成的全部损失。”

九、关联方及关联交易

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》、《企业会计准则第 36 号—关联方披露》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》和相关业务规则的有关规定，报告期内发行人存在的关联方及关联关系如下：

1、公司控股股东、实际控制人

公司控股股东、实际控制人为吴根茂和吴刘驰父女，其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（一）董事会成员”。

与吴根茂、吴刘驰关系密切的家庭成员均为发行人的关联方，上述人员控制或担任董事、高级管理人员的企业均亦为发行人关联方。

基于实质重于形式原则，将实际控制人吴根茂侄子詹毅、詹云芳、吴迪山及该等人员的配偶认定为实际控制人关系密切的家庭成员，该等人员均为发行人的关联方，上述人员控制或担任董事、高级管理人员的企业均亦为发行人关联方。

2、其他持股 5%以上股东

除控股股东、实际控制人以外，单独或者合并持有公司 5%以上股份的股东包括东兴投资、平潭合伙、晨晖盛景、芜湖朗姿及其关联方芜湖博信，上述股东的基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的股东”。

3、公司的控股子公司和参股公司

发行人控股子公司和参股公司参见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“七、发行人控股子公司、参股公司的情况”。

4、公司控股股东、实际控制人控制的其他企业

除新中冠及其子公司以外，公司控股股东、实际控制人控制的其他企业为平潭合伙，其基本情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“八、发行人主要股东及实际控制人的基本情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的股东”。

5、公司现任董事、监事和高级管理人员

序号	姓名	职位
1	吴根茂	董事长、董事
2	鲁众	董事
3	郑忠静	董事
4	吴刘驰	董事、总经理
5	王惠英	董事、财务总监、董事会秘书
6	胡洪芳	董事
7	齐伟	独立董事
8	许萍	独立董事
9	骆念蓓	独立董事
10	赖乐生	监事会主席
11	李璇	职工监事
12	徐明鹏	监事
13	郑英武	副总经理
14	黄荣芳	副总经理
15	詹云芳	副总经理

公司现任董事、监事、高级管理人员的具体情况详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”。

6、公司现任董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业

截至本招股说明书签署日，发行人现任董事、监事、高级管理人员控制的企业如下：

序号	公司名称	关联关系
1	北京众海投资管理有限公司	鲁众控制的公司
2	众海嘉速	鲁众控制的公司、发行人股东
3	众海嘉华	鲁众控制的公司、发行人股东
4	北京众海嘉信网络科技合伙企业（有限合伙）	鲁众控制的公司
5	北京众海嘉道股权投资合伙企业（有限合伙）	鲁众控制的公司
6	杭州众海云天股权投资合伙企业（有限合伙）	鲁众控制的公司
7	北京众海投资咨询有限公司	鲁众持股 50%且为执行董事
8	北京众海天地资本管理有限公司	鲁众控制的公司
9	武汉众海九瑞股权投资合伙企业（有限合伙）	鲁众控制的公司
10	九瑞控股有限公司	鲁众控制的公司
11	上海恒久投资有限公司	胡洪芳控制的公司
12	福建福春文化发展有限公司	骆念蓓控制的公司
13	无锡亚铂酒店管理有限公司	赖乐生持股 40%，为第一大股东

公司现任董事、监事、高级管理人员担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业详见本招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“十、董事、监事、高级管理人员与核心技术人员的简要情况”之“（五）董事、监事、高级管理人员与核心技术人员兼职情况及所兼职单位与公司的关联关系”。

公司现任董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员控制或者担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业为公司的关联方。

7、最近 12 个月内曾担任发行人董事、监事和高级管理人员及关系密切的家庭成员及上述人员控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的其他企业

根据《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020 年修订）》的规定，最近

12 个月内曾担任发行人董事职务的陈芳及担任监事职务的苏丰为发行人的关联方。截至本招股说明书签署日，陈芳、苏丰控制或担任董事（独立董事除外）、高级管理人员的企业如下：

公司名称	关联关系
上海鑫泓泉投资有限公司	陈芳持股 15%且为执行董事
北京微梦传媒股份有限公司	苏丰担任董事
智者同行品牌管理顾问（北京）股份有限公司	

8、报告期内曾经存在关联交易的关联方

序号	关联方名称	关联关系
1	和泓置地集团有限公司	原董事刘江控制的企业
2	刘江、杨庆、吴宵光、李兹泉、姜军、黄振中、吴新辉	报告期内曾担任发行人董事、监事和高级管理人员

（二）关联交易

报告期内，发行人关联交易列示如下：

1、经常性关联交易

（1）关键管理人员薪酬

单位：万元

关联方	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
关键管理人员	68.51	296.88	280.27	271.96

2、偶发性关联交易

（1）关联担保情况

①公司作为被担保方

单位：万元

担保方	债权人	担保金额	担保内容	担保是否已经履行完毕
吴根茂、刘元芳	上海银行股份有限公司徐汇支行	550	为大地数码 2016.1.21-2017.6.17 期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
詹毅、叶芳	中国民生银行股份有限公司福州分行	108.33	为发行人 2016.2.5-2017.2.5 授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、詹云芳、詹毅	中国民生银行股份有限公司福州分行	1,300	为发行人 2016.2.5-2017.2.5 授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是

担保方	债权人	担保金额	担保内容	担保是否已经履行完毕
吴根茂、刘元芳、吴根秀、吴国华	招商银行股份有限公司福州五四支行	8,000	为发行人及大地数码2016.7.25-2017.7.24授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、詹云芳、詹毅	中国民生银行股份有限公司福州分行	1,300	为发行人2017.3.8-2018.3.8授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
詹毅、叶芳	中国民生银行股份有限公司福州分行	150.43	为发行人2017.3.8-2018.3.8授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、吴根秀、吴国华	招商银行股份有限公司福州五四支行	8,000	为发行人及大地数码2017.7.31-2018.7.30授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳	厦门国际银行股份有限公司福州分行	2,400	为发行人2017.7.25-2018.7.25授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、吴根秀、吴国华	招商银行股份有限公司福州分行	8,000	为发行人、大地数码2018.8.1-2019.7.31授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、詹云芳、詹毅、叶芳	中国民生银行股份有限公司福州分行	1,100	为发行人2018.7.30-2019.7.30授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳	厦门国际银行股份有限公司福州分行	1,500	为发行人2018.8.13-2019.8.13授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
刘元芳、吴根茂	招商银行股份有限公司福州分行	1,700	为中冠联合2019.8.14-2020.8.13授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	否
吴根茂、刘元芳、吴根秀、吴国华	招商银行股份有限公司福州分行	8,000	为发行人、大地数码2019.8.14-2020.8.13授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	否
吴根茂、刘元芳、吴刘驰	兴业银行股份有限公司福州分行	2,000	为发行人2019.6.18-2020.6.3授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	否
詹毅、叶芳、刘元芳、吴根茂	交通银行股份有限公司福建省分行	544	为发行人2019.6.24-2020.2.1授信期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳	交通银行股份有限公司福建省分行	6,000	为发行人2019.6.12-2020.5.1期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	是
吴根茂、刘元芳、吴刘驰、	上海浦东发展银行股份有限公司福州分行	2,000	为发行人2020.1.21-2021.1.9期间办理各类融资业务所发生的债务提供连带保证责任	否
刘元芳、吴根茂、吴刘驰、沈尧	厦门国际银行股份有限公司福州	2,000	为发行人2020.3.19-2021.3.19授信期间办理各类融资业务所发生的债务	否

担保方	债权人	担保金额	担保内容	担保是否已经履行完毕
	分行		提供连带保证责任	
吴根茂、刘元芳	TCL 集团财务有限公司	1,500	为发行人 2020.2.19-2021.2.19 期间所发生的债务提供连带保证责任	否

注：刘元芳系吴根茂配偶，叶芳系吴根茂侄子詹毅的配偶，沈尧系吴刘驰配偶。

除上述担保外，其他关联担保如下：

2018 年 4 月 1 日，吴迪山向华硕电脑（上海）有限公司出具《保证函》，同意对大地数码 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间向华硕电脑（上海）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿提供担保，担保期间为主债务履行期届满之日起二年，担保总额为人民币 1,000.00 万元。

2018 年 4 月 1 日，吴根茂向华硕电脑（上海）有限公司出具《保证函》，同意对大地数码 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日期间向华硕电脑（上海）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿提供担保，担保期间为主债务履行期届满之日起二年，担保总额为人民币 500.00 万元。

2019 年 1 月 11 日，中冠联合与华硕签订《华硕系统类产品经销商合作协议》，吴根茂出具《保证函》，为中冠联合提供担保，担保中冠联合 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，向华硕电脑（上海）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起二年。担保总额为人民币 1,000.00 万元。

2019 年 1 月 11 日，中冠联合与华硕签订《华硕开放平台线下经销商合作协议》，吴根茂出具《保证函》，为中冠联合提供担保，担保中冠联合 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，向华硕电脑（上海）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起二年。担保总额为人民币 572 万元。

2019 年 2 月 2 日，吴迪山为中冠联合提供担保，担保中冠联合 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，向翰林汇信息产业股份有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起二年。

2019 年 3 月 3 日，吴根茂为中冠联合提供担保，担保合作期间中冠联合向联强国际贸易（中国）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间

为主债务履行期届满之日起三年。担保总额为人民币 1000.00 万元。

2019 年 3 月 5 日，中冠联合与华硕等签订《华硕笔电产品买卖协议》，吴根茂出具《保证函》，为中冠联合提供担保，担保中冠联合 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，向华硕电脑（上海）有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起三年。担保总额为人民币 300.00 万元。

2019 年 3 月 8 日，吴根茂为中冠联合提供担保，担保合作期间中冠联合向神州数码及其关联方于 2019 年 3 月 8 日至 2024 年 3 月 7 日采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起两年。担保额为最高额人民币 800.00 万元。

2019 年 3 月 28 日，吴根茂为中冠联合、新中冠提供担保，担保合作期间中冠联合、新中冠向佳杰科技（上海）有限公司、佳杰科技（上海）有限公司北京分公司、重庆佳杰创越营销结算有限公司、广州佳杰科技有限公司、佳电（上海）管理有限公司、重庆佳杰创盈科技有限公司、重庆伟仕佳杰电子有限公司采购产品或服务所产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起二年。

2019 年，吴根茂为公司提供担保，担保公司与上海奥飞网络科技有限公司签订的《电子商务经销协议书》及既往协议中所有权责。担保期间为主债务履行期届满之日起三年。

2019 年 5 月 8 日，詹云芳为中冠联合提供担保，担保中冠联合与紫光数码（苏州）集团有限公司及其关联公司合作期间办理的所有业务产生的债务之清偿。担保期间为主债务履行期届满之日起二年。

（2）关联方资金拆借

①资金拆入

单位：万元

发生期间	关联方	期初余额	本期借款	本期偿还	期末余额
2018 年度	吴根茂	-	200.00	200.00	
	和泓置地集团有限公司	-	2,000.00	2,000.00	-
	小计	**-**	**2,200.00**	**2,200.00**	**-**

注：和泓置地集团有限公司系报告期内董事刘江控制的企业。2018 年度公司向和泓置

地集团有限公司和吴根茂拆入资金，公司均已支付相关利息。

4、关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

（1）报告期内经常性关联交易对财务状况及经营成果的影响

报告期内，公司发生的经常性关联交易主要系向关键管理人员支付薪酬，占公司营业成本比重较小，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

（2）报告期内偶发性关联交易对财务状况及经营成果的影响

报告期内，公司发生的偶发性关联交易主要系关联方为公司提供临时性资金周转、为公司借款提供担保。报告期内，关联方为公司提供临时性资金周转、为公司借款提供担保有利于改善公司临时性资金需求。截至本招股说明书签署日，公司已按时、足额归还关联方拆入款，对公司财务状况和经营成果不构成重大影响。

（三）报告期内关联交易决策程序的执行情况及独立董事的意见

报告期内，公司按照关联交易发生时适用的《公司章程》、《关联交易实施细则》等规定，对发生的关联交易已经履行决策和审批程序。

2019 年 4 月 9 日，发行人召开 2019 年第一次临时股东大会，审议通过了《关于对公司报告期内与关联方发生的关联交易进行确认的议案》，全体非关联股东对发行人 2017 年度、2018 年度的关联交易进行了确认；发行人全体独立董事亦出具了独立意见，确认“公司与关联方在报告期内发生的关联交易属于公司正常营业范围且交易价格公允或符合政府相关部门的规定，所有关联交易均不存在损害公司及股东利益的情况”。

2019 年 6 月 26 日、2020 年 1 月 17 日，发行人召开了 2018 年年度股东大会、2020 年第一次临时股东大会，全体非关联股东对 2019 年度和 2020 年度预计发生的关联交易进行了审批，公司全体独立董事亦出具了独立意见予以确认。

发行人报告期内的关联交易已经按照《发行人章程》及发行人《关联交易实施细则》等内部规定，履行了必要的决策程序或者经非关联股东确认，不存在损害非关联股东利益的情况。

（四）减少和规范关联交易的措施

公司已建立完善的公司治理制度，在《公司章程》中，规定了有关关联交易的回避表决制度、决策权限、决策程序，以保证公司关联交易的公允性；同时，公司在《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《独立董事工作制度》和《关联交易实施细则》等相关制度中对关联交易决策权力与程序作了更加详尽的规定，确保关联交易行为不损害公司和全体股东的利益。

为规范关联方与公司之间的潜在关联交易，发行人实际控制人、全体董事、监事和高级管理人员，及持有发行人 5%以上股份的主要股东分别向新中冠做出以下承诺：

（1）本承诺出具日后，本人/本公司/本企业将尽可能避免与发行人之间发生关联交易；

（2）对于无法避免或者因合理原因发生的关联交易，本人/本公司/本企业将严格遵守《公司法》等有关法律、法规、规范性文件及《公司章程》的规定，遵循等价、有偿、公平交易的原则，履行合法程序并订立相关协议或合同，及时进行信息披露，保证关联交易的公允性；

（3）本人/本公司/本企业承诺不通过关联交易损害发行人及其他股东的合法权益；

（4）本人/本公司/本企业有关关联交易承诺将同样适用于与本人/本公司/本企业存在关联关系的重要关联方，本人/本公司/本企业将在合法权限内促成上述关联方履行关联交易承诺。

第八节 财务会计信息与管理层分析

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2017 年度、2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月财务报表进行了审计，并出具了信会师报字[2020]第 ZB11480 号标准无保留意见审计报告。

非经特别说明，本节所列财务数据，均引自经立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计的公司财务报告，或根据其中相关数据计算得出；公司董事会提醒投资者关注和阅读本招股说明书附件之财务报表及审计报告全文，以获取全部的财务会计信息。非经特别说明，本节所列财务数据均为合并口径。

本节以公司报告期内财务数据及实际经营情况为基础，结合管理层对公司所处行业、公司各项业务的理解，对公司报告期财务状况、盈利能力、现金流量情况及变动趋势和影响因素进行了讨论和分析，供投资者参考。

一、合并财务报表

（一）合并资产负债表

单位：元

项　目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动资产：				
货币资金	94,382,837.24	264,974,069.22	207,591,138.99	40,123,721.02
应收票据	-	-	614,720.00	1,643,680.00
应收账款	243,303,904.96	175,850,834.90	179,689,803.03	149,205,833.58
应收款项融资	400,000.00	5,991,003.63	-	-
预付款项	25,038,236.44	39,474,088.73	41,851,194.84	37,149,146.99
其他应收款	1,329,829.05	1,576,600.62	1,596,763.25	1,272,193.93
存货	367,140,272.74	205,487,909.95	139,723,786.36	169,647,884.93
其他流动资产	18,714,459.60	5,903,753.31	39,215.32	-
流动资产合计	**750,309,540.03**	**699,258,260.36**	**571,106,621.79**	**399,042,460.45**
非流动资产：				
投资性房地产	3,641,461.41	3,665,723.64	3,762,772.56	3,859,821.48
固定资产	7,808,929.35	7,197,389.45	7,933,800.21	8,863,464.54
在建工程	2,116,427.74	1,814,173.77	-	-
无形资产	12,564,220.65	12,764,477.22	4,289,065.39	4,905,179.23

项　　目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
长期待摊费用	877,061.40	1,167,760.59	1,718,265.76	2,101,779.06
递延所得税资产	2,020,792.41	870,473.41	1,052,231.97	1,152,231.46
其他非流动资产	-	-	4,045,026.00	-
非流动资产合计	**29,028,892.96**	**27,479,998.08**	**22,801,161.89**	**20,882,475.77**
资产总计	**779,338,432.99**	**726,738,258.44**	**593,907,783.68**	**419,924,936.22**
流动负债：				
短期借款	145,874,287.00	110,000,000.00	80,200,000.00	53,000,000.00
应付票据	60,970,000.00	41,000,000.00	32,000,000.00	40,000,000.00
应付账款	8,165,488.36	9,474,850.88	6,375,456.51	5,680,015.78
预收款项	2,731,742.91	4,659,788.72	637,346.39	1,273,618.20
应付职工薪酬	1,346,377.42	2,435,185.52	2,347,618.23	2,140,964.29
应交税费	18,655,528.68	19,101,749.62	35,334,344.42	12,751,267.12
其他应付款	7,583,509.07	15,384,801.38	16,579,191.18	12,483,818.65
其他流动负债	18,712.54	116,039.60	92,719.13	121,556.24
流动负债合计	**245,345,645.98**	**202,172,415.72**	**173,566,675.86**	**127,451,240.28**
非流动负债：				
非流动负债合计				
负债合计	**245,345,645.98**	**202,172,415.72**	**173,566,675.86**	**127,451,240.28**
所有者权益：				
股本（实收资本）	97,161,340.00	97,161,340.00	92,110,836.00	82,110,836.00
资本公积	259,730,870.79	259,730,870.79	224,691,374.79	162,572,174.79
盈余公积	11,983,177.20	11,983,177.20	7,534,994.57	3,174,940.37
未分配利润	165,117,399.02	155,690,454.73	96,003,902.46	44,615,744.78
归属于母公司所有者权益	533,992,787.01	524,565,842.72	420,341,107.82	292,473,695.94
少数股东权益	-	-	-	-
所有者权益合计	**533,992,787.01**	**524,565,842.72**	**420,341,107.82**	**292,473,695.94**
负债及所有者权益合计	**779,338,432.99**	**726,738,258.44**	**593,907,783.68**	**419,924,936.22**

（二）合并利润表

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
一、营业收入	**608,011,120.88**	**3,187,549,877.13**	**2,721,928,160.08**	**2,428,281,109.25**
减：营业成本	555,128,250.81	2,947,911,145.57	2,502,502,936.67	2,244,500,546.45

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
税金及附加	258,977.69	3,284,861.53	4,368,367.94	2,435,533.07
销售费用	30,477,896.15	128,990,853.48	122,822,576.83	114,920,816.21
管理费用	2,713,750.68	15,149,466.50	13,316,261.04	16,218,068.85
研发费用	1,592,754.62	4,867,673.60	2,655,217.37	3,415,152.34
财务费用	1,725,954.74	5,667,757.17	5,744,372.15	4,003,373.15
其中：利息费用	2,101,932.97	6,028,764.65	6,457,660.85	3,357,057.55
利息收入	518,561.51	2,064,625.47	1,286,281.01	688,370.62
加：其他收益	927,045.60	3,557,648.95	1,772,640.10	2,203,491.50
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-2,837,418.60	-45,420.16	-	-
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-2,619,705.56	-1,148,871.61	47,256.99	-291,308.47
资产处置收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-776.00
二、营业利润	**11,583,457.63**	**84,041,476.46**	**72,338,325.17**	**44,699,026.21**
加：营业外收入	-	32,111.05	1,094,339.62	50,280.00
减：营业外支出	105,000.00	375,489.71	57,877.22	-
三、利润总额	**11,478,457.63**	**83,698,097.80**	**73,374,787.57**	**44,749,306.21**
减：所得税费用	2,051,513.34	19,563,362.90	17,626,575.69	11,618,838.73
四、净利润	**9,426,944.29**	**64,134,734.90**	**55,748,211.88**	**33,130,467.48**
（一）按经营持续性分类				
1．持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	**9,426,944.29**	**64,134,734.90**	**55,748,211.88**	**33,130,467.48**
2．终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类				
1．归属于母公司股东的净利润（净亏损以“-”号填列）	**9,426,944.29**	**64,134,734.90**	**55,748,211.88**	**33,130,467.48**
2．少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益	-	-	-	-
六、综合收益总额	**9,426,944.29**	**64,134,734.90**	**55,748,211.88**	**33,130,467.48**
归属于母公司所有者综合收益总额	9,426,944.29	64,134,734.90	55,748,211.88	33,130,467.48
归属于少数股东综合收益总额	-	-	-	-

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
七、每股收益：				
（一）基本每股收益	**0.10**	**0.70**	**0.68**	**0.42**
（二）稀释每股收益	**0.10**	**0.70**	**0.68**	**0.42**

（三）合并现金流量表

单位：元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 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	583,978,680.20	3,515,868,180.29	3,033,351,553.89	2,741,746,015.75
收到其他与经营活动有关的现金	42,004,104.40	18,708,975.79	25,296,610.22	16,083,125.06
经营活动现金流入小计	**625,982,784.60**	**3,534,577,156.08**	**3,058,648,164.11**	**2,757,829,140.81**
购买商品、接受劳务支付的现金	774,807,989.54	3,422,681,854.55	2,901,790,818.39	2,805,881,405.26
支付给职工以及为职工支付现金	5,482,917.68	19,092,967.48	16,967,096.04	16,381,695.55
支付的各项税费	5,204,825.92	57,919,237.48	27,455,885.76	24,105,535.74
支付其他与经营活动有关的现金	58,665,003.92	61,625,781.71	38,944,535.91	23,761,651.09
经营活动现金流出小计	**844,160,737.06**	**3,561,319,841.22**	**2,985,158,336.10**	**2,870,130,287.64**
经营活动产生的现金流量净额	**-218,177,952.46**	**-26,742,685.14**	**73,489,828.01**	**-112,301,146.82**
二、投资活动产生的现金流量：				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	4,273.50
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	**-**	**-**	**-**	**4,273.50**
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,155,633.55	7,945,619.98	5,164,340.94	487,583.30
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	**1,155,633.55**	**7,945,619.98**	**5,164,340.94**	**487,583.30**
投资活动产生的现金流量净额	**-1,155,633.55**	**-7,945,619.98**	**-5,164,340.94**	**-483,309.80**
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	40,000,000.00	72,000,000.00	106,000,000.00
取得借款收到的现金	74,270,746.00	236,850,000.00	273,450,000.00	122,700,000.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	60,000,000.00	77,000,000.00	30,000,000.00
筹资活动现金流入小计	**74,270,746.00**	**336,850,000.00**	**422,450,000.00**	**258,700,000.00**
偿还债务支付的现金	38,396,459.00	207,050,000.00	246,250,000.00	112,700,000.00

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	2,101,932.97	6,028,764.65	6,457,660.85	3,357,057.55
支付其他与筹资活动有关的现金	-	35,000,000.00	102,000,000.00	30,000,000.00
筹资活动现金流出小计	**40,498,391.97**	**248,078,764.65**	**354,707,660.85**	**146,057,057.55**
筹资活动产生的现金流量净额	**33,772,354.03**	**88,771,235.35**	**67,742,339.15**	**112,642,942.45**
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	**-185,561,231.98**	**54,082,930.23**	**136,067,826.22**	**-141,514.17**
加：期初现金及现金等价物余额	224,474,069.22	170,391,138.99	34,323,312.77	34,464,826.94
六、期末现金及现金等价物余额	**38,912,837.24**	**224,474,069.22**	**170,391,138.99**	**34,323,312.77**

二、注册会计师的审计意见

立信会计师事务所（特殊普通合伙）接受公司委托，审计了公司财务报表，出具了信会师报字[2020]第 ZB11480 号《审计报告》，并出具审计意见：

“我们审计了新中冠智能科技股份有限公司财务报表，包括 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表、合并及母公司所有者权益变动表以及相关财务报表附注。

我们认为，后附的财务报表在所有重大方面按照企业会计准则的规定编制，公允反映了中冠科技 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日的合并及母公司财务状况以及 2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月的合并及母公司经营成果和现金流量。”

三、关键审计事项及与财务会计信息相关的重大事项的判断标准

（一）与财务会计信息相关的重大事项的判断标准

公司在本节披露的与财务会计信息相关的重大事项标准为金额超过 500 万元，或金额虽未达到 500 万元但公司认为较为重要的相关事项。

（二）关键审计事项

立信会计师事务所（特殊普通合伙）审计公司 2017 年度、2018 年度、2019

年度和 2020 年 1-3 月财务报表中识别出的关键审计事项如下：

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
（一）收入确认	
关于营业收入确认的会计政策披露参见合并财务报表附注三、（二十七）；如合并财务报表附注五、（二十八）所示，2017 年度、2018 年度、2019 年度、2020 年 1-3 月，新中冠营业收入分别为 242,828.11 万元、272,192.82 万元、318,754.99 万元、60,801.11 万元。 由于营业收入是新中冠重要的利润项目，存在管理层为了达到特定目标或期望而操纵收入确认时点的固有风险，因此我们将营业收入确认作为关键审计事项进行关注。	我们就收入确认执行的审计程序包括： （1）了解、测试和评价与收入确认相关的关键内部控制设计和运行的有效性； （2）实施实质性分析程序，包括但不限于分析报告期向银行支付合作费占同期产品销售收入比例，是否与银行签订的合作费用率匹配，及各期比例的变动是否异常；分析报告期内发生的销售运输费与同期销售收入是否配比，及各期比例的变动是否异常； （3）利用 IT 审计，对消费互联网业务、产业互联网业务、B2B 互联网业务收入确认所依赖的系统执行信息系统审计，并对通过系统交易的订单与实际发货情况进行交易时间、订单数量等逻辑合理性进行比对分析； （4）查阅中冠科技主要客户工商信息等，分析是否存在关联关系；走访、函证报告期内主要客户报告期销售情况、期末应收款情况，以及主要客户报告期进销存情况，确认中冠科技销售收入的真实性、准确性、完整性； （5）对销售收入进行细节测试： ①检查与客户签订的合同、购货订单、发货单据、运输单据、回款单据、定期对账记录、验收确认记录、结算确认记录等支持性单据，评价新中冠报告期内销售收入的真实性； ②检查报告期内回款是否来源于销售客户，以及核查各报告期末应收款项在期后回款情况，评价中冠科技销售回款的真实性； ③通过电话回访、抽样查询主要产品激活情况，检查中冠科技销售产品最终销售情况； ④对报告期各期前后确认的收入交易进行截止性测试，检查是否存在跨期确认收入的情况。
（二）存货跌价准备	
关于存货跌价准备会计政策和估计的披露参见合并财务报表附注三、（十一）；关于存货跌价准备计提的披露参见合并财务报表附注五、（七）。 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日，2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日新中冠的存货原值分别为 16,988.62 万元、14,011.99 万元、20,663.68 万元、37,010.08 万元；存货跌价准备 23.83 万元、39.61 万元、114.89 万元、296.05 万元。存货账面价值分别占新中冠公司 2017 年 12 月 31 日、2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 3 月 31 日资产总额的 40.40%、23.53%、28.28%、47.11%。 存货跌价准备的计提取决于存货可变性净值的估计。存货可变现净值的估计，需要对	我们针对存货跌价准备执行的审计程序包括： （1）了解、测试有关存货计提存货跌价准备的关键内部控制的设计和执行，以确认内部控制的有效性； （2）取得中冠科技盘点计划，结合中冠科技存货分布，对各期末存货进行监盘，并抽样开箱确认；在监盘程序中，结合中冠科技产品类别，关注产品的状况； （3）对管理层计算的可变现净值所涉及的重要假设和依据进行评价，分析合理性； （4）获取存货跌价准备计算表， 检查可变现净值、预计税费等是否准确，测算各报告期末存货的存货跌价准备计提是否充分、准确。

关键审计事项	该事项在审计中是如何应对的
存货的售价、销售过程中将要发生的销售费用以及相关税费的金额进行估计。 由于存货金额重大，且存货跌价准备的计提涉及重大的管理层判断，因此我们将其作为关键审计事项进行关注。	

四、财务报表的编制基础、合并财务报表范围及变化情况

（一）财务报表编制的基础

1、编制基础

公司以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项，按照《企业会计准则——基本准则》及其应用指南和准则解释等规定进行确认和计量，在此基础上编制财务报表。

2、持续经营

公司对自报告期末起 12 个月的持续经营能力进行了评估，未发现影响公司持续经营能力的事项，公司以持续经营为基础编制财务报表是合理的。

（二）合并报表范围及其变化

1、合并财务报表的范围

截至 2020 年 3 月末纳入公司合并范围内的子公司情况具体如下：

序号	公司名称	主要经营地	注册地	取得方式	持股比例	
					直接	间接
1	大地数码	福州市	福州市	收购	100%	-
2	中冠联合	福州市	福州市	设立	100%	-
3	喜购宝	福州市	福州市	设立	100%	-
4	新中冠数据	福州市	福州市	设立	100%	-

2、报告期内合并财务报表范围的变化

序号	公司名称	公司类别	是否纳入合并财务报表范围			
			2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1	新中冠	母公司	是	是	是	是
2	大地数码	全资子公司	是	是	是	是
3	中冠联合	全资子公司	是	是	是	是

序号	公司名称	公司类别	是否纳入合并财务报表范围			
			2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
4	喜购宝	全资子公司	是	是	是	是
5	新中冠数据	全资子公司	是	是	是	否

五、影响收入、成本、费用和利润的主要因素，以及对发行人具有核心意义、或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标分析

（一）影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响公司收入的主要因素

影响公司收入的主要因素包括互联网及相关服务业的发展等。

（1）互联网及相关服务行业的发展

随着互联网相关技术的不断进步，国家政策的倾斜与支持，我国互联网及相关服务行业迅速发展，已成为中国新经济的主要支柱和“源动力”。根据国家统计局电子商务交易平台数据显示，我国电子商务交易规模保持快速增长态势，到2019年已增长至34.81万亿元，同比增长6.7%。

近年来，政府围绕“互联网+”、供给侧改革、“一带一路”推出相关政策，积极推动电商市场的发展。2015年7月，国务院发布《国务院关于积极推进“互联网+”行动的指导意见》，支持发展“互联网+”电子商务，巩固和增强我国电子商务发展领先优势，大力发展行业电子商务，鼓励各传统行业企业积极利用电子商务平台优化采购、分销体系，提升企业经营效率，推动各类专业市场线上转型，引导传统商贸流通企业与电子商务企业整合资源，积极向供应链协同平台转型，鼓励生产制造企业面向个性化、定制化消费需求深化电子商务应用，最终实现电子商务与其他产业的融合不断深化，网络化生产、流通、消费更加普及，标准规范、公共服务等支撑环境基本完善。随着“互联网+”行动的持续深入，电商市场向细分领域发力。未来，互联网电子商务是互联网产业的重点发展对象。

公司作为互联网综合服务商，主要业务收入来源于互联网及相关服务行业。因此，互联网及相关服务行业的发展与公司业务发展息息相关，对公司收入的实现产生重要影响。

2、影响公司成本的主要因素

影响公司成本的主要因素是商品采购成本，报告期内，商品采购成本占主营业务成本比例分别为 99.93%、99.83%、99.86%和 99.93%，对主营业务成本产生重大影响。

3、影响公司费用的主要因素

报告期内，随着公司经营规模的扩大，公司期间费用总体呈上升趋势，但占营业收入的比例呈逐年下降趋势，反映了公司具有良好的费用管理能力。影响公司费用的因素主要包括人员薪酬、银行合作费用等。报告期内，随着物价水平和公司效益的提升，公司销售和管理人员人均薪酬呈增长趋势；报告期内公司消费互联网收入持续增长，根据公司与银行签订的合作协议，公司支付给银行的合作费用亦持续增长。

4、影响公司利润的主要因素

除上述影响收入、成本、期间费用的因素外，客户回款进度直接影响公司应收账款的账龄结构，从而影响资产减值准备的计提情况，进而会对公司的利润产生影响。

（二）对公司具有核心意义，或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

根据公司所处的行业状况及自身业务特点，公司营业收入增长率、毛利率对公司业绩变动具有较强的预示作用。2017 年度至 2019 年度公司的营业收入分别为 242,828.11 万元、272,192.82 万元和 318,754.99 万元，2018 年度、2019 年度同比增幅分别为 12.09%和 17.11%，较高的营业收入增长率反映了公司业务处于快速发展时期。报告期内，公司主营业务毛利率分别为 7.56%、8.06%、7.51%和 8.68%，毛利率较为稳定。

六、财务报告审计基准日后的相关财务信息和经营情况

本次财务报告审计基准日至本招股说明书签署日，公司的经营状况正常，未发生重大变化或出现导致公司经营业绩异常波动的重大不利因素。公司的经营模式、主要产品的采购渠道及采购价格、主要客户及供应商构成、经营管理团队及

核心技术人员、税收政策以及其他可能影响投资者判断的重大事项均未发生重大变化。

七、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

（一）收入确认原则和计量方法

1、2020 年 1 月 1 日新收入准则实施后的收入确认会计政策

（1）收入确认的一般原则

公司在履行了合同中的履约义务，即在客户取得相关商品或服务控制权时确认收入。取得相关商品或服务控制权，是指能够主导该商品或服务的使用并从中获得几乎全部的经济利益。

合同中包含两项或多项履约义务的，公司在合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品或服务的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。

交易价格是指公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。公司根据合同条款，结合其以往的习惯做法确定交易价格，并在确定交易价格时，考虑可变对价、合同中存在的重大融资成分、非现金对价、应付客户对价等因素的影响。公司以不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额确定包含可变对价的交易价格。合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格，并在合同期间内采用实际利率法摊销该交易价格与合同对价之间的差额。

满足下列条件之一的，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：

①客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益。

②客户能够控制公司履约过程中在建的商品。

③公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入，但是，履约进度不能合理确定的除外。公司考虑商品或服务的性质，采用产出法或投入法确定履约进度。当履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，公司按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。

对于在某一时点履行的履约义务，公司在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品或服务控制权时，公司考虑下列迹象：

①公司就该商品或服务享有现时收款权利，即客户就该商品或服务负有现时付款义务。

②公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权。

③公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品。

④公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬。

⑤客户已接受该商品或服务等。

（2）收入的具体确认原则

①消费互联网业务收入

消费互联网业务指公司与银行合作开展信用卡商城运营业务，为消费者在银行信用卡商城提供快速的购物体验和配套供应链等服务。

消费互联网业务收入确认原则为消费者在银行信用卡商城购买商品，公司委托物流公司将商品配送交付客户，公司在将商品交付物流公司，根据物流发货及交付客户的快递数据计算公司的平均到货期不超过 3 天，公司在发货 3 天后确认收入。同时，根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，公司依据历史经验，合理估计退货率，对未来预计销售退回情况进行合理估计，根据未来可能发生的退货金额冲减收入、成本、费用，并确认与退货相关的负债。

②B2B 互联网业务收入

B2B 互联网业务包括自营交易业务和撮合交易业务。

A、自营交易业务收入：

自营交易业务是指公司通过入驻自主研发的互联网交易平台，成为互联网交易平台供应商之一，客户在线上浏览商品，选择线上或线下进行交易而提供的相关服务。

公司开展自营交易业务时，相关商品均为买断式交易，收入确认原则为公司货物已发出，取得客户验收或商品收发确认函，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了验收的凭据时确认收入。

B、撮合交易业务收入：

撮合交易业务为公司通过“喜购宝”平台作为“经纪人”的角色，为智能 3C 类产品、智能家电等产品的供应商和下游零售商提供线上居间服务，“喜购宝”平台通过线上的商品展示、网络营销推广活动以及线下的交流推广活动，促成注册供应商和注册零售商之间的线上交易。

为供应商提供互联网渠道下的撮合交易服务收入在相关撮合交易完成，根据平台交易金额与合同约定的费率确认收入。

③产业互联网业务收入

产业互联网业务是指公司为品牌制造企业搭建专门的线上交易综合服务平台，并通过该综合服务平台向品牌制造企业提供技术服务、运维服务、大数据分析等服务。上述业务分为按照平台交易额计费模式和按照开发任务收取费用模式收取费用。

按照交易额计费的产业互联网收入，相关交易完成后，依据双方确认的平台交易金额与合同约定的费率确认收入。

按照开发任务收取费用的产业互联网业务收入，在综合服务平台开发完成，取得企业开发平台验收报告时确认收入。

④政府采购互联网业务收入

政府采购互联网业务是指公司通过线上接单或线下投标的方式，向政府部门、事业单位提供数据分析服务、客服服务，以及包括产品采购、价格咨询、仓储物流在内的一站式供应链管理服务。

政府采购互联网业务收入在相关产品发出，取得用户验收单据，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据时确认收入。

2、2020 年 1 月 1 日新收入准则实施前的收入确认会计政策

（1）收入确认的一般原则

①销售商品收入

公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；相关的、已发生或将发生的成本能够可靠地计量。

②提供劳务收入

在交易的完工进度能够可靠地确定，收入的金额、相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，采用完工百分比法确认提供劳务收入。

在提供劳务交易结果不能够可靠估计时，分别下列情况处理：

A、已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的劳务成本金额确认提供劳务收入，并按相同金额结转劳务成本。

B、已经发生的劳务成本预计不能够得到补偿的，将已经发生的劳务成本计入当期损益，不确认提供劳务收入。

③让渡资产使用权收入

在收入的金额能够可靠地计量，相关的经济利益很可能流入时，确认让渡资产使用权收入。

（2）收入的具体确认原则

①消费互联网业务收入

消费互联网业务指公司与银行合作开展信用卡商城运营业务，为消费者在银行信用卡商城提供快速的购物体验和配套供应链等服务。

消费互联网业务收入确认原则为消费者在银行信用卡商城购买商品，公司委托物流公司将商品配送交付客户，公司在将商品交付物流公司，根据物流发货及交付客户的快递数据计算公司的平均到货期不超过 3 天，公司在发货 3 天后确认收入。同时，根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，公司依据历史经验，合理估计退货率，对未来预计销售退回情况进行合理估计，根据未来可能发生的退货金额冲减收入、成本、费用，并确认与退货相关的负债。

②B2B 互联网业务收入

B2B 互联网业务包括自营交易业务和撮合交易业务。

A、自营交易业务收入：

自营交易业务是指公司通过入驻自主研发的互联网交易平台，成为互联网交易平台供应商之一，客户在线上浏览商品，选择线上或线下进行交易而提供的相关服务。

公司开展自营交易业务时，相关商品均为买断式交易，收入确认原则为公司货物已发出，取得客户验收或商品收发确认函，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了验收的凭据时确认收入。

B、撮合交易业务收入：

撮合交易业务为公司通过“喜购宝”平台作为“经纪人”的角色，为智能 3C 类产品、智能家电等产品的供应商和下游零售商提供线上居间服务，“喜购宝”平台通过线上的商品展示、网络营销推广活动以及线下的交流推广活动，促成注册供应商和注册零售商之间的线上交易。

为供应商提供互联网渠道下的撮合交易服务收入在相关撮合交易完成，根据平台交易金额与合同约定的费率确认收入。

③产业互联网业务收入

产业互联网业务是指公司为品牌制造企业搭建专门的线上交易综合服务平台，并通过该综合服务平台向品牌制造企业提供技术服务、运维服务、大数据分析等服务。上述业务分为按照平台交易额计费模式和按照开发任务收取费用模式收取费用。

按照交易额计费的产业互联网收入，相关交易完成后，依据双方确认的平台交易金额与合同约定的费率确认收入。

按照开发任务收取费用的产业互联网业务收入，在综合服务平台开发完成，取得企业开发平台验收报告时确认收入。

④政府采购互联网业务收入

政府采购互联网业务是指公司通过线上接单或线下投标的方式，向政府部门、事业单位提供数据分析服务、客服服务，以及包括产品采购、价格咨询、仓储物流在内的一站式供应链管理服务。

政府采购互联网业务收入在相关产品发出，取得用户验收单据，公司不再对该商品实施继续管理权和实际控制权，相关的收入已经取得或取得了收款的凭据时确认收入。

3、实施新收入准则影响

（1）新收入准则实施前后收入确认会计政策的主要差异

新收入准则实施后，公司收入确认会计政策为：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；取得相关商品的控制权指能够主导该商品的使用并从中取得几乎全部的经济利益。

新收入准则实施前，公司收入确认原则为已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；新收入准则实施后，公司收入确认基本原则为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。

（2）公司实施新收入准则在业务模式、合同条款、收入确认等方面产生的影响

业务类型		在新收入准则下与原收入确认准则是否存在差异		
		业务模式	合同条款	收入确认
消费互联网业务		否	否	否
B2B 互联网业务	撮合交易服务	否	否	否
	自营交易服务	否	否	否
产业互联网业务		否	否	否
政府采购互联网业务		否	否	否

如上表所示，公司实行新收入准则对其销售业务模式、收入确认原则、合同条款等方面不存在差异。

（3）新旧收入准则变更对报告期各年度财务报表主要指标的影响

公司执行新收入准则对申报期各期营业收入、归属于公司普通股股东的净利润、资产总额、归属于母公司普通股股东的净资产等主要财务指标无影响。

（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

同一控制下企业合并：合并方在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方资产、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计量。在合并中取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

非同一控制下企业合并：购买方在购买日对作为企业合并对价付出的资产、发生或承担的负债按照公允价值计量，公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

为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。

（三）合并财务报表的编制方法

1、合并范围的确定

公司合并财务报表的合并范围以控制为基础确定，合并范围包括公司及全部子公司。

2、合并程序

公司以自身和各子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，编制合并财务报表。公司编制合并财务报表，将整个企业集团视为一个会计主体，依据相关企业会计准则的确认、计量和列报要求，按照统一的会计政策，反映企业集团整体财务状况、经营成果和现金流量。

所有纳入合并财务报表合并范围的子公司所采用的会计政策、会计期间与公司一致，如子公司采用的会计政策、会计期间与公司不一致的，在编制合并财务报表时，按公司的会计政策、会计期间进行必要的调整。对于非同一控制下企业合并取得的子公司，以购买日可辨认净资产公允价值为基础对其财务报表进行调整。对于同一控制下企业合并取得的子公司，以其资产、负债（包括最终控制方收购该子公司而形成的商誉）在最终控制方财务报表中的账面价值为基础对其财务报表进行调整。

子公司所有者权益、当期净损益和当期综合收益中属于少数股东的份额分别在合并资产负债表中所有者权益项目下、合并利润表中净利润项目下和综合收益总额项目下单独列示。子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有者权益中所享有份额而形成的余额，冲减少数股东权益。

（1）增加子公司或业务

在报告期内，若因同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则调整合并资产负债表的期初数；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；将子公司或业务合并当期期初至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表，同时对比较报表的相关项目进行调整，视同合并后的报告主体自最终控制方开始控制时点起一直存在。

因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资方实施控制的，视同参与合并

的各方在最终控制方开始控制时即以目前的状态存在进行调整。在取得被合并方控制权之前持有的股权投资，在取得原股权之日与合并方和被合并方同处于同一控制之日孰晚日起至合并日之间已确认有关损益、其他综合收益以及其他净资产变动，分别冲减比较报表期间的期初留存收益或当期损益。

在报告期内，若因非同一控制下企业合并增加子公司或业务的，则不调整合并资产负债表期初数；将该子公司或业务自购买日至报告期末的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务自购买日至报告期末的现金流量纳入合并现金流量表。

因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资方实施控制的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，公司按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益。购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益以及除净损益、其他综合收益和利润分配之外的其他所有者权益变动的，与其相关的其他综合收益、其他所有者权益变动转为购买日所属当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

（2）处置子公司或业务

①一般处理方法

在报告期内，公司处置子公司或业务，则该子公司或业务期初至处置日的收入、费用、利润纳入合并利润表；该子公司或业务期初至处置日的现金流量纳入合并现金流量表。

因处置部分股权投资或其他原因丧失了对被投资方控制权时，对于处置后的剩余股权投资，公司按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额与商誉之和的差额，计入丧失控制权当期的投资收益。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益或除净损益、其他综合收益及利润分配之外的其他所有者权益变动，在丧失控制权时转为当期投资收益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因其他投资方对子公司增资而导致公司持股比例下降从而丧失控制权的，按照上述原则进行会计处理。

②分步处置子公司

通过多次交易分步处置对子公司股权投资直至丧失控制权的，处置对子公司股权投资的各项交易的条款、条件以及经济影响符合以下一种或多种情况，通常表明应将多次交易事项作为一揽子交易进行会计处理：

A．这些交易是同时或者在考虑了彼此影响的情况下订立的；

B．这些交易整体才能达成一项完整的商业结果；

C．一项交易的发生取决于其他至少一项交易的发生；

D．一项交易单独看是不经济的，但是和其他交易一并考虑时是经济的。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易属于一揽子交易的，公司将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理；但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

处置对子公司股权投资直至丧失控制权的各项交易不属于一揽子交易的，在丧失控制权之前，按不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资的相关政策进行会计处理；在丧失控制权时，按处置子公司一般处理方法进行会计处理。

（3）购买子公司少数股权

公司因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日（或合并日）开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（4）不丧失控制权的情况下部分处置对子公司的股权投资

在不丧失控制权的情况下因部分处置对子公司的长期股权投资而取得的处置价款与处置长期股权投资相对应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额，调整合并资产负债表中的资本公积中的股本溢价，资

本公积中的股本溢价不足冲减的，调整留存收益。

（四）金融工具

金融工具包括金融资产、金融负债和权益工具。

1、金融工具的分类

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

根据公司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，金融资产于初始确认时分类为：以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）和以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

业务模式是以收取合同现金流量为目标且合同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的，分类为以摊余成本计量的金融资产；业务模式既以收取合同现金流量又以出售该金融资产为目标且合同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的，分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）；除此之外的其他金融资产，分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

对于非交易性权益工具投资，公司在初始确认时确定是否将其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（权益工具）。

金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债和以摊余成本计量的金融负债。

符合以下条件之一的金融负债可在初始计量时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债：

（1）该项指定能够消除或显著减少会计错配。

（2）根据正式书面文件载明的企业风险管理或投资策略，以公允价值为基础对金融负债组合或金融资产和金融负债组合进行管理和业绩评价，并在企业内部以此为基础向关键管理人员报告。

（3）该金融负债包含需单独分拆的嵌入衍生工具。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

金融资产和金融负债于初始确认时分类为：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债，包括交易性金融资产或金融负债和直接指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产或金融负债；持有至到期投资；应收款项；可供出售金融资产；其他金融负债等。

2、金融工具的确认依据和计量方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

（1）以摊余成本计量的金融资产

以摊余成本计量的金融资产包括应收票据、应收账款、其他应收款、长期应收款、债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额；不包含重大融资成分的应收账款以及公司决定不考虑不超过一年的融资成分的应收账款，以合同交易价格进行初始计量。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

收回或处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额计入当期损益。

（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（债务工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）包括应收款项融资、其他债权投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动除采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得和汇兑损益之外，均计入其他综合收益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

（3）以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）

以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（权益工具）包括其他权益工具投资等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入其他综合收益。取得的股利计入当期损益。

终止确认时，之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

（4）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产包括交易性金融资产、衍生金融资产、其他非流动金融资产等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融资产按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

（5）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债包括交易性金融负债、衍生金融负债等，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入当期损益。该金融负债按公允价值进行后续计量，公允价值变动计入当期损益。

终止确认时，其账面价值与支付的对价之间的差额计入当期损益。

（6）以摊余成本计量的金融负债

以摊余成本计量的金融负债包括短期借款、应付票据、应付账款、其他应付款、长期借款、应付债券、长期应付款，按公允价值进行初始计量，相关交易费用计入初始确认金额。

持有期间采用实际利率法计算的利息计入当期损益。

终止确认时，将支付的对价与该金融负债账面价值之间的差额计入当期损益。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

（1）以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产（金融负债）

取得时以公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）作为初始确认金额，相关的交易费用计入当期损益。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动计

入当期损益。

处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

（2）持有至到期投资

取得时按公允价值（扣除已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间按照摊余成本和实际利率计算确认利息收入，计入投资收益。实际利率在取得时确定，在该预期存续期间或适用的更短期间内保持不变。

处置时，将所取得价款与该投资账面价值之间的差额计入投资收益。

（3）应收款项

公司对外销售商品或提供劳务形成的应收债权，以及公司持有的其他企业的不包括在活跃市场上有报价的债务工具的债权，包括应收账款、其他应收款等，以向购货方应收的合同或协议价款作为初始确认金额；具有融资性质的，按其现值进行初始确认。

收回或处置时，将取得的价款与该应收款项账面价值之间的差额计入当期损益。

（4）可供出售金融资产

取得时按公允价值（扣除已宣告但尚未发放的现金股利或已到付息期但尚未领取的债券利息）和相关交易费用之和作为初始确认金额。

持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益。期末以公允价值计量且将公允价值变动计入其他综合收益。但是，在活跃市场中没有报价且其公允价值不能可靠计量的权益工具投资，以及与该权益工具挂钩并须通过交付该权益工具结算的衍生金融资产，按照成本计量。

处置时，将取得的价款与该金融资产账面价值之间的差额，计入投资损益；同时，将原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额对应处置部分的金额转出，计入当期损益。

（5）其他金融负债

按其公允价值和相关交易费用之和作为初始确认金额。采用摊余成本进行后续计量。

3、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司发生金融资产转移时，如已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给转入方，则终止确认该金融资产；如保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，则不终止确认该金融资产。

在判断金融资产转移是否满足上述金融资产终止确认条件时，采用实质重于形式的原则。公司将金融资产转移区分为金融资产整体转移和部分转移。金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）所转移金融资产的账面价值；

（2）因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额（涉及转移的金融资产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（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：

（1）终止确认部分的账面价值；

（2）终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产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（债务工具）、可供出售金融资产的情形）之和。

金融资产转移不满足终止确认条件的，继续确认该金融资产，所收到的对价确认为一项金融负债。

4、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负

债，并同时确认新金融负债。

对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

5、金融资产和金融负债的公允价值的确定方法

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，并优先使用相关可观察输入值。只有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，才使用不可观察输入值。

6、金融资产（不含应收款项）减值的测试方法及会计处理方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

公司考虑所有合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，以单项或组合的方式对以摊余成本计量的金融资产和以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产（债务工具）的预期信用损失进行估计。预期信用损失的计量取决于金融资产自初始确认后是否发生信用风险显著增加。

如果该金融工具的信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照相当于该金融工具整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备；如果该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加，公司按照相当于该金融工具未来 12 个月内预期信用损失的金额计量其损失准备。由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。

通常逾期超过 30 日，公司即认为该金融工具的信用风险已显著增加，除非有确凿证据证明该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果金融工具于资产负债表日的信用风险较低，公司即认为该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

如果有客观证据表明某项金融资产已经发生信用减值，则公司在单项基础上对该金融资产计提减值准备。

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

除以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产外，公司于资产负债表日对金融资产的账面价值进行检查，如果有客观证据表明某项金融资产发生减值的，计提减值准备。

（1）可供出售金融资产的减值准备：

期末如果可供出售金融资产的公允价值发生严重下降，或在综合考虑各种相关因素后，预期这种下降趋势属于非暂时性的，就认定其已发生减值，将原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失一并转出，确认减值损失。

对于已确认减值损失的可供出售债务工具，在随后的会计期间公允价值已上升且客观上与确认原减值损失确认后发生的事项有关的，原确认的减值损失予以转回，计入当期损益。

可供出售权益工具投资发生的减值损失，不通过损益转回。

（2）持有至到期投资的减值准备：

持有至到期投资减值损失的计量比照应收款项减值损失计量方法处理。

（五）应收款项的减值测试方法及减值准备计提方法

自 2019 年 1 月 1 日起适用的会计政策

对于应收账款，无论是否包含重大融资成分，公司始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

对于租赁应收款、公司通过销售商品或提供劳务形成的长期应收款，公司选择始终按照相当于整个存续期内预期信用损失的金额计量其损失准备。

1、应收票据

公司对于应收票据按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。基于应收票据的信用风险特征，将其划分为不同组合：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
银行承兑汇票	票据类型	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。该组合预期信用损失率为 0%
商业承兑汇票	票据类型	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。

2、应收款项

对于不含重大融资成分的应收账款，公司按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

对于包含重大融资成分的应收款项和租赁应收款，公司选择始终按照相当于存续期内预期信用损失的金额计量损失准备。

单独评估信用风险的应收款项，如：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项。

除了单项评估信用风险的应收账款外，基于其信用风险特征，将其划分为不同组合：

组合类型	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
应收账款-信用风险特征组合	账龄组合	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。
应收账款-合并范围内关联方往来组合	合并范围内关联方	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。该组合预期信用损失率为 0%。
其他应收款-信用风险特征组合	账龄组合	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。

组合中，按账龄组合计提坏账准备的应收账款计提方法：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
3 个月以内（含 3 个月）	1	1
4-12 个月	5	5

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
1－2 年	20	20
2－3 年	50	50
3 年以上	100	100

2019 年 1 月 1 日前适用的会计政策

1、单项金额重大并单独计提坏账准备的应收款项：

单项金额重大的判断依据或金额标准：占应收款项账面余额 10%以上的应收款项为单项金额重大的应收款项。

单项金额重大并单独计提坏账准备的计提方法：

单独进行减值测试，如有客观证据表明其已发生减值，按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备，计入当期损益。单独测试未发生减值的应收款项，将其归入相应组合计提坏账准备。

2、按信用风险特征组合计提坏账准备应收款项：

按信用风险特征组合计提坏账准备的计提方法	
账龄组合	账龄分析法
关联方应收款项组合	以历史损失率为基础估计未来现金流量
无风险组合	以历史损失率为基础估计未来现金流量

组合中，采用账龄分析法计提坏账准备的：

账龄	应收账款计提比例(%)	其他应收款计提比例(%)
3 个月以内（含 3 个月）	1	1
4-12 个月	5	5
1－2 年	20	20
2－3 年	50	50
3 年以上	100	100

3、单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收款项：

单项计提坏账准备的理由	对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项，如：与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项；已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等，单独进行减值测试
坏账准备的计提方法	对有客观证据表明其发生了减值的应收款项，将其从相关组合中分离出来，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额，确认减值损失，计提坏账准备

（六）存货

1、存货的分类

存货分类为：库存商品、发出商品、低值易耗品等。

2、发出存货的计价方法

存货发出时按加权平均法计价。

3、不同类别存货可变现净值的确定依据

产成品、库存商品和用于出售的材料等直接用于出售的商品存货，在正常生产经营过程中，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，在正常生产经营过程中，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；为执行销售合同或者劳务合同而持有的存货，其可变现净值以合同价格为基础计算，若持有存货的数量多于销售合同订购数量的，超出部分的存货的可变现净值以一般销售价格为基础计算。

期末按照单个存货项目计提存货跌价准备；但对于数量繁多、单价较低的存货，按照存货类别计提存货跌价准备；与在同一地区生产和销售的产品系列相关、具有相同或类似最终用途或目的，且难以与其他项目分开计量的存货，则合并计提存货跌价准备。

除有明确证据表明资产负债表日市场价格异常外，存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

本期期末存货项目的可变现净值以资产负债表日市场价格为基础确定。

4、存货的盘存制度

采用永续盘存制。

5、低值易耗品和包装物的摊销方法

（1）低值易耗品采用一次转销法；

（2）包装物采用一次转销法。

（七）长期股权投资

1、共同控制、重大影响的判断标准

共同控制，是指按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。公司与其他合营方一同对被投资单位实施共同控制且对被投资单位净资产享有权利的，被投资单位为公司的合营企业。

重大影响，是指对一个企业的财务和经营决策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。公司能够对被投资单位施加重大影响的，被投资单位为公司联营企业。

2、初始投资成本的确定

（1）企业合并形成的长期股权投资

同一控制下的企业合并：公司以支付现金、转让非现金资产或承担债务方式以及以发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对同一控制下的被投资单位实施控制的，在合并日根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额，确定长期股权投资的初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整股本溢价，股本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

非同一控制下的企业合并：公司按照购买日确定的合并成本作为长期股权投资的初始投资成本。因追加投资等原因能够对非同一控制下的被投资单位实施控制的，按照原持有的股权投资账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

（2）其他方式取得的长期股权投资

以支付现金方式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。

以发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作

为初始投资成本。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的长期股权投资的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的长期股权投资，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入长期股权投资的初始投资成本。

通过债务重组取得的长期股权投资，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于该资产的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

3、后续计量及损益确认方法

（1）成本法核算的长期股权投资

公司对子公司的长期股权投资，采用成本法核算。除取得投资时实际支付的价款或对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或利润外，公司按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认当期投资收益。

（2）权益法核算的长期股权投资

对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

公司按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入所有者权益。

在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位可辨认

净资产的公允价值为基础，并按照公司的会计政策及会计期间，对被投资单位的净利润进行调整后确认。在持有投资期间，被投资单位编制合并财务报表的，以合并财务报表中的净利润、其他综合收益和其他所有者权益变动中归属于被投资单位的金额为基础进行核算。

公司与联营企业、合营企业之间发生的未实现内部交易损益按照应享有的比例计算归属于公司的部分，予以抵销，在此基础上确认投资收益。与被投资单位发生的未实现内部交易损失，属于资产减值损失的，全额确认。公司与联营企业、合营企业之间发生投出或出售资产的交易，该资产构成业务的，按照本节“七、报告期内采用的主要会计政策和会计估计”之 “（二）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法”和“（三）合并财务报表的编制方法”中披露的相关政策进行会计处理。

在公司确认应分担被投资单位发生的亏损时，按照以下顺序进行处理：首先，冲减长期股权投资的账面价值。其次，长期股权投资的账面价值不足以冲减的，以其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益账面价值为限继续确认投资损失，冲减长期应收项目等的账面价值。最后，经过上述处理，按照投资合同或协议约定企业仍承担额外义务的，按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。

（3）长期股权投资的处置

处置长期股权投资，其账面价值与实际取得价款的差额，计入当期损益。

采用权益法核算的长期股权投资，在处置该项投资时，采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础，按相应比例对原计入其他综合收益的部分进行会计处理。因被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，按比例结转入当期损益，由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

因处置部分股权投资等原因丧失了对被投资单位的共同控制或重大影响的，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则核算，其在丧失共同控制或重大影响之日的公允价值与账面价值之间的差额计入当期损益。原股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益，在终止采用权益法核算时采用与被投资单位直

接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理。因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，在终止采用权益法核算时全部转入当期损益。

因处置部分股权投资、因其他投资方对子公司增资而导致公司持股比例下降等原因丧失了对被投资单位控制权的，在编制个别财务报表时，剩余股权能够对被投资单位实施共同控制或重大影响的，改按权益法核算，并对该剩余股权视同自取得时即采用权益法核算进行调整；剩余股权不能对被投资单位实施共同控制或施加重大影响的，改按金融工具确认和计量准则的有关规定进行会计处理，其在丧失控制之日的公允价值与账面价值间的差额计入当期损益。

处置的股权是因追加投资等原因通过企业合并取得的，在编制个别财务报表时，处置后的剩余股权采用成本法或权益法核算的，购买日之前持有的股权投资因采用权益法核算而确认的其他综合收益和其他所有者权益按比例结转；处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益全部结转。

（八）投资性房地产

投资性房地产是指为赚取租金或资本增值，或两者兼有而持有的房地产，包括已出租的土地使用权、持有并准备增值后转让的土地使用权、已出租的建筑物（含自行建造或开发活动完成后用于出租的建筑物以及正在建造或开发过程中将来用于出租的建筑物）。

公司对现有投资性房地产采用成本模式计量。对按照成本模式计量的投资性房地产－出租用建筑物采用与公司固定资产相同的折旧政策。

（九）固定资产

1、固定资产确认条件

固定资产指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有，并且使用寿命超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足下列条件时予以确认：

（1）与该固定资产有关的经济利益很可能流入企业；

（2）该固定资产的成本能够可靠地计量。

2、折旧方法

固定资产折旧采用年限平均法分类计提，根据固定资产类别、预计使用寿命和预计净残值率确定折旧率。如固定资产各组成部分的使用寿命不同或者以不同方式为企业提供经济利益，则选择不同折旧率或折旧方法，分别计提折旧。

融资租赁方式租入的固定资产，能合理确定租赁期届满时将会取得租赁资产所有权的，在租赁资产尚可使用年限内计提折旧；无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，在租赁期与租赁资产尚可使用年限两者中较短的期间内计提折旧。

各类固定资产折旧方法、折旧年限、残值率和年折旧率如下：

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	年限平均法	20-40	5.00	2.38-4.75
运输设备	年限平均法	5	5.00	19.00
电子设备及其他	年限平均法	3-5	5.00	19.00-31.67

3、融资租入固定资产的认定依据、计价方法

公司与租赁方所签订的租赁协议条款中规定了下列条件之一的，确认为融资租入资产：

（1）租赁期满后租赁资产的所有权归属于本公司；

（2）公司具有购买资产的选择权，购买价款远低于行使选择权时该资产的公允价值；

（3）租赁期占所租赁资产使用寿命的大部分；

（4）租赁开始日的最低租赁付款额现值，与该资产的公允价值不存在较大的差异。

公司在承租开始日，将租赁资产公允价值与最低租赁付款额现值两者中较低者作为租入资产的入账价值，将最低租赁付款额作为长期应付款的入账价值，其差额作为未确认的融资费用。

（十）无形资产

1、无形资产的计价方法

（1）公司取得无形资产时按成本进行初始计量；

外购无形资产的成本，包括购买价款、相关税费以及直接归属于使该项资产达到预定用途所发生的其他支出。购买无形资产的价款超过正常信用条件延期支付，实质上具有融资性质的，无形资产的成本以购买价款的现值为基础确定。债务重组取得债务人用以抵债的无形资产，以所放弃债权的公允价值和可直接归属于使该资产达到预定用途所发生的税金等其他成本确定其入账价值，并将所放弃债权的公允价值与账面价值之间的差额，计入当期损益。

在非货币性资产交换具有商业实质，且换入资产或换出资产的公允价值能够可靠计量时，以公允价值为基础计量。如换入资产和换出资产的公允价值均能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的公允价值和应支付的相关税费作为换入的无形资产的初始投资成本，除非有确凿证据表明换入资产的公允价值更加可靠。非货币性资产交换不具有商业实质，或换入资产和换出资产的公允价值均不能可靠计量的，对于换入的无形资产，以换出资产的账面价值和应支付的相关税费作为换入无形资产的初始投资成本。

（2）后续计量

在取得无形资产时分析判断其使用寿命。

对于使用寿命有限的无形资产，在为企业带来经济利益的期限内按直线法摊销；无法预见无形资产为企业带来经济利益期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，不予摊销。

2、使用寿命有限的无形资产的使用寿命估计情况：

项　目	预计使用寿命	摊销方法	依　据
土地使用权	50 年	直线法	预计受益年限
软件	5-10 年	直线法	预计受益年限
商标	5 年	直线法	预计受益年限

每年度终了，对使用寿命有限的无形资产的使用寿命及摊销方法进行复核，无法确定受益期的无形资产不摊销，于期末进行减值测试。

经复核，报告期内无形资产的使用寿命及摊销方法与以前估计未有不同。

3、划分研究阶段和开发阶段的具体标准

公司内部研究开发项目的支出分为研究阶段支出和开发阶段支出。

研究阶段：为获取并理解新的科学或技术知识等而进行的独创性的有计划调查、研究活动的阶段。

开发阶段：在进行商业性生产或使用前，将研究成果或其他知识应用于某项计划或设计，以生产出新的或具有实质性改进的材料、装置、产品等活动的阶段。

4、开发阶段支出资本化的具体条件

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；

（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；

（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；

（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；

（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

公司研发项目满足上述条件，并通过技术可行性及经济可行性论证，进入开发阶段。

（十一）长期资产减值

长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产等长期资产，于资产负债表日存在减值迹象的，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。

商誉、使用寿命不确定的无形资产、尚未达到可使用状态的无形资产至少在每年年度终了进行减值测试。

公司进行商誉减值测试，对于因企业合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。公司在分摊商誉的账面价值时，根据相关资产组或资产组组合能够从企业合并的协同效应中获得的相对受益情况进行分摊，在此基础上进行商誉减值测试。

在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。

上述资产减值损失一经确认，在以后会计期间不予转回。

（十二）职工薪酬

1、短期薪酬的会计处理方法

公司在职工为公司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。

公司为职工缴纳的社会保险费和住房公积金，以及按规定提取的工会经费和职工教育经费，在职工为公司提供服务的会计期间，根据规定的计提基础和计提比例计算确定相应的职工薪酬金额。

职工福利费为非货币性福利的，如能够可靠计量的，按照公允价值计量。

2、离职后福利的会计处理方法

（1）设定提存计划

公司按当地政府的相关规定为职工缴纳基本养老保险和失业保险，在职工为公司提供服务的会计期间，按以当地规定的缴纳基数和比例计算应缴纳金额，确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

（2）设定受益计划

公司根据预期累计福利单位法确定的公式将设定受益计划产生的福利义务归属于职工提供服务的期间，并计入当期损益或相关资产成本。

设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，公司以设定受益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产。

所有设定受益计划义务，包括预期在职工提供服务的年度报告期间结束后的十二个月内支付的义务，根据资产负债表日与设定受益计划义务期限和币种相匹配的国债或活跃市场上的高质量公司债券的市场收益率予以折现。

设定受益计划产生的服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本；重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不转回至损益，在原设定受益计划终止时在权益范围内将原计入其他综合收益的部分全部结转至未分配利润。

在设定受益计划结算时，按在结算日确定的设定受益计划义务现值和结算价格两者的差额，确认结算利得或损失。

3、辞退福利的会计处理方法

公司在不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时，或确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时（两者孰早），确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益。

（十三）预计负债

1、预计负债的确认标准

与诉讼、债务担保、亏损合同、重组事项等或有事项相关的义务同时满足下列条件时，公司确认为预计负债：

（1）该义务是公司承担的现时义务；

（2）履行该义务很可能导致经济利益流出公司；

（3）该义务的金额能够可靠地计量。

2、各类预计负债的计量方法

公司预计负债按履行相关现时义务所需的支出的最佳估计数进行初始计量。

公司在确定最佳估计数时，综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。对于货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。

最佳估计数分别以下情况处理：

所需支出存在一个连续范围（或区间），且该范围内各种结果发生的可能性相同的，则最佳估计数按照该范围的中间值即上下限金额的平均数确定。

所需支出不存在一个连续范围（或区间），或虽然存在一个连续范围但该范围内各种结果发生的可能性不相同的，如或有事项涉及单个项目的，则最佳估计数按照最可能发生金额确定；如或有事项涉及多个项目的，则最佳估计数按各种可能结果及相关概率计算确定。

公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方补偿的，补偿金额在基本确定能够收到时，作为资产单独确认，确认的补偿金额不超过预计负债的账面价值。

公司根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，公司依据历史经验，合理估计退货率，对未来预计销售退回情况进行合理估计，根据未来可能发生的退货金额冲减收入、成本、费用，并确认与退货相关的负债。

（十四）股份支付

公司的股份支付是为了获取职工或其他方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。公司的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。

1、以权益结算的股份支付及权益工具

以权益结算的股份支付换取职工提供服务的，以授予职工权益工具的公允价值计量。公司以限制性股票进行股份支付的，职工出资认购股票，股票在达到解锁条件并解锁前不得上市流通或转让；如果最终股权激励计划规定的解锁条件未能达到，则公司按照事先约定的价格回购股票。公司取得职工认购限制性股票支付的款项时，按照取得的认股款确认股本和资本公积（股本溢价），同时就回购义务全额确认一项负债并确认库存股。在等待期内每个资产负债表日，公司根据最新取得的[可行权职工人数变动]、[是否达到规定业绩条件]等后续信息对可行权权益工具数量作出最佳估计，以此为基础，按照授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，相应增加资本公积。在可行权日之后不再对已确认的相关成本或费用和所有者权益总额进行调整。但授予后立即可行权的，在授予日按照公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。

对于最终未能行权的股份支付，不确认成本或费用，除非行权条件是市场条件或非可行权条件，此时无论是否满足市场条件或非可行权条件，只要满足所有可行权条件中的非市场条件，即视为可行权。

如果修改了以权益结算的股份支付的条款，至少按照未修改条款的情况确认取得的服务。此外，任何增加所授予权益工具公允价值的修改，或在修改日对职工有利的变更，均确认取得服务的增加。

如果取消了以权益结算的股份支付，则于取消日作为加速行权处理，立即确认尚未确认的金额。职工或其他方能够选择满足非可行权条件但在等待期内未满足的，作为取消以权益结算的股份支付处理。但是，如果授予新的权益工具，并在新权益工具授予日认定所授予的新权益工具是用于替代被取消的权益工具的，则以与处理原权益工具条款和条件修改相同的方式，对所授予的替代权益工具进行处理。

2、以现金结算的股份支付及权益工具

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。授予后立即可行权的，在授予日以承担负债的公允价值计入成本或费用，相应增加负债；完成等待期内的服务或达到规定业绩条件

才可行权的，在等待期内以对可行权情况的最佳估计为基础，按照承担负债的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用，增加相应负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

（十五）政府补助

1、类型

政府补助，是公司从政府无偿取得的货币性资产与非货币性资产。分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。

与资产相关的政府补助，是指公司取得的、用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助，包括购买固定资产或无形资产的财政拨款、固定资产专门借款的财政贴息等。与收益相关的政府补助，是指除与资产相关的政府补助之外的政府补助。

公司将政府补助划分为与资产相关的具体标准为：根据政府补充相关文件要求，用于购买固定资产、无形资产的财政拨款或直接给予实物资产补助等，公司认定为与资产相关的政府补助。

公司将政府补助划分为与收益相关的具体标准为：根据政府补助相关文件用于对公司研发补贴或经营奖励等，公司认定为与收益相关的政府补助。

对于政府文件未明确规定补助对象的，公司将该政府补助划分为与资产相关或与收益相关的判断依据为：将政府补助整体归类为与收益相关的政府补助，视情况不同计入当期损益，或者在项目期内分期确认为当期收益。

2、确认时点

政府补助同时满足下列条件的，才能予以确认：

（1）企业能够满足政府补助所附条件；

（2）企业能够收到政府补助。

政府补助为货币性资产的，应当按照收到或应收的金额计量。

政府补助为非货币性资产的，应当按照公允价值计量；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，应当确认为递延收益，并在相关资产使用寿命内平均分配，计入当期损益。但是，按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与收益相关的政府补助，应当分别下列情况处理：

（1）用于补偿企业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，计入当期损益或冲减相关成本；

（2）用于补偿企业已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

已确认的政府补助需要返还的，应当分别下列情况处理：

（1）存在相关递延收益的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益。

（2）不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

3、会计处理

与资产相关的政府补助，冲减相关资产账面价值或确认为递延收益。确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入当期损益（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）。

与收益相关的政府补助，用于补偿公司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（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失；用于补偿公司已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益（与公司日常活动相关的，计入其他收益；与公司日常活动无关的，计入营业外收入）或冲减相关成本费用或损失。

公司取得的政策性优惠贷款贴息，区分以下两种情况，分别进行会计处理：

（1）财政将贴息资金拨付给贷款银行，由贷款银行以政策性优惠利率向公司提供贷款的，公司以实际收到的借款金额作为借款的入账价值，按照借款本金和该政策性优惠利率计算相关借款费用。

（2）财政将贴息资金直接拨付给公司的，公司将对应的贴息冲减相关借款费用。

（十六）递延所得税资产和递延所得税负债

对于可抵扣暂时性差异确认递延所得税资产，以未来期间很可能取得的用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

对于应纳税暂时性差异，除特殊情况外，确认递延所得税负债。

不确认递延所得税资产或递延所得税负债的特殊情况包括：商誉的初始确认；除企业合并以外的发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）的其他交易或事项。

当拥有以净额结算的法定权利，且意图以净额结算或取得资产、清偿负债同时进行时，当期所得税资产及当期所得税负债以抵销后的净额列报。

当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，且递延所得税资产及递延所得税负债是与同一税收征管部门对同一纳税主体征收的所得税相关或者是对不同的纳税主体相关，但在未来每一具有重要性的递延所得税资产及负债转回的期间内，涉及的纳税主体意图以净额结算当期所得税资产和负债或是同时取得资产、清偿负债时，递延所得税资产及递延所得税负债以抵销后的净额列报。

（十七）租赁

经营租赁会计处理

（1）公司租入资产所支付的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按直线法进行分摊，计入当期费用。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用。

资产出租方承担了应由公司承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分摊，计入当期费用。

（2）公司出租资产所收取的租赁费，在不扣除免租期的整个租赁期内，按

直线法进行分摊，确认为租赁相关收入。公司支付的与租赁交易相关的初始直接费用，计入当期费用；如金额较大的，则予以资本化，在整个租赁期间内按照与租赁相关收入确认相同的基础分期计入当期收益。

公司承担了应由承租方承担的与租赁相关的费用时，公司将该部分费用从租金收入总额中扣除，按扣除后的租金费用在租赁期内分配。

（十八）重要会计政策、会计估计的变更

1、重要会计政策变更

（1）2017 年度

财政部于 2017 年度修订了《企业会计准则第 16 号——政府补助》，修订后的准则自 2017 年 6 月 12 日起施行，对于 2017 年 1 月 1 日存在的政府补助，要求采用未来适用法处理；对于 2017 年 1 月 1 日至施行日新增的政府补助，也要求按照修订后的准则进行调整。

财政部于 2017 年度发布了《企业会计准则第 42 号——持有待售的非流动资产、处置组和终止经营》，自 2017 年 5 月 28 日起施行，对于施行日存在的持有待售的非流动资产、处置组和终止经营，要求采用未来适用法处理。

公司执行上述两项规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
将自 2017 年 1 月 1 日起确认的与公司日常活动相关的政府补助，计入其他收益，不再计入营业外收入；	董事会审批	2017 年度其他收益：2,203,491.50 元。
在利润表中新增“资产处置收益”项目，将部分原列示为“营业外收入”的资产处置损益重分类至“资产处置收益”项目。比较数据相应调整；		2017 年度营业外支出减少 776.00 元，重分类至资产处置收益。
在利润表中分别列示“持续经营净利润”和“终止经营净利润”。比较数据相应调整；		列示持续经营净利润 2017 年度 33,130,467.48 元。

（2）2018 年度

财政部于 2018 年 6 月 15 日发布了《财政部关于修订印发 2018 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会（2018）15 号），对一般企业财务报表格式进行了修订。

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
在利润表中新增“研发费用”项目，将原“管理费用”中的研发费用重分类至“研发费用”单独列示；在利润表中财务费用项下新增“其中：利息费用”和“利息收入”项目。比较数据相应调整。	董事会审批	调减 2017 年度管理费用 3,415,152.34 元，重分类至“研发费用”。

（3）2019 年度

①2019 年 4 月 30 日，财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》（财会【2019】6 号），要求对已执行新金融工具准则但未执行新收入准则和新租赁准则的企业应按如下规定编制财务报表：

资产负债表中将“应收票据及应收账款” 行项目拆分为“应收票据”及“应收账款”；增加“应收款项融资”项目，反映资产负债表日以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的应收票据和应收账款等；将“应付票据及应付账款” 行项目拆分为“应付票据”及“应付账款”。 利润表中在投资收益项目下增加“以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）”的明细项目。

2019 年 9 月 19 日，财政部发布了《关于修订印发《合并财务报表格式（2019 版）》的通知》（财会【2019】16 号），与财会【2019】6 号配套执行。

公司根据财会【2019】6 号、财会【2019】16 号规定的财务报表格式编制比较报表，并采用追溯调整法变更了相关财务报表列报。公司执行上述规定的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额
资产负债表中“应收票据及应收账款”拆分列示为“应收票据”和“应收账款”；“应付票据及应付账款”拆分列示为“应付票据”和“应付账款”；比较数据相应调整。	董事会审批	“应收票据及应收账款”拆分列示为“应收票据”和“应收账款”，2018 年 12 月 31 日应收票据 614,720.00 元，应收账款 179,689,803.03 元； “应付票据及应付账款”拆分列示为“应付票据”和“应付账款”，2018 年 12 月 31 日应付票据 32,000,000.00 元，应付账款 6,375,456.51 元。

②执行《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——套期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》（2017 年修订）（以下合称“新金融工具准则”）：

财政部于 2017 年度修订了《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

期会计》和《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》。修订后的准则规定，对于首次执行日尚未终止确认的金融工具，之前的确认和计量与修订后的准则要求不一致的，应当追溯调整。涉及前期比较财务报表数据与修订后的准则要求不一致的，无需调整。

公司自 2019 年 1 月 1 日起执行新金融工具准则，因追溯调整产生的累积影响数调整 2019 年年初留存收益和其他综合收益，2018 年度及 2017 年度的财务报表未做调整。执行新金融工具准则的主要影响如下：

以按照财会〔2019〕6 号和财会〔2019〕16 号的规定调整后的 2018 年 12 月 31 日余额为基础，各项金融资产和金融负债按照修订前后金融工具确认计量准则的规定进行分类和计量结果对比如下：

A、合并报表

原金融工具准则 （元）			新金融工具准则（元）		
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	207,591,138.99	货币资金	摊余成本	207,591,138.99
应收票据	摊余成本	614,720.00	应收票据	摊余成本	-
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	614,720.00
应收账款	摊余成本	179,689,803.03	应收账款	摊余成本	179,689,803.03
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	1,596,763.25	其他应收款	摊余成本	1,596,763.25

B、母公司报表

原金融工具准则（元）			新金融工具准则（元）		
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	143,365,154.14	货币资金	摊余成本	143,365,154.14
应收账款	摊余成本	144,887,938.57	应收账款	摊余成本	144,887,938.57
			应收款项融资	以公允价值计量且其变动计入其他综合收益	-
其他应收款	摊余成本	63,335,147.92	其他应收款	摊余成本	63,335,147.92

（4）2020 年 1-3 月

①经公司董事会批准，根据《企业会计准则》规定，并参照同行业上市公司类似业务收入确认具体方法，结合本公司消费互联网业务的特点，以及《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，将消费互联网业务收入确认具体方法调整为：

消费互联网业务收入确认原则为消费者在银行信用卡商城购买商品，公司委托物流公司将商品配送交付客户，公司在将商品交付物流公司，根据物流发货及交付客户的快递数据计算公司的平均到货期不超过 3 天，公司在发货 3 天后确认收入。

同时，根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，公司依据历史经验，合理估计退货率，对未来预计销售退回情况进行合理估计，根据未来可能发生的退货金额冲减收入、成本、费用，并确认与退货相关的负债，并对比较报表进行了追溯调整。

上述变更的主要影响如下：

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
消费互联网业务收入确认时点未考虑物流平均到货期，收入确认时点不够谨慎	董事会审批	2019 年度利润表主要影响：营业收入调减 11,232,033.54 元，营业成本调减 10,021,283.58 元，银行合作费用调减 648,245.62 元，资产减值损失调减 112,320.34 元； 2018 年度利润表主要影响：营业收入调增 4,981,596.37 元，营业成本调增 4,201,093.85 元，银行合作费用调增 331,934.69 元，资产减值损失调增 49,815.96 元； 2017 年度利润表主要影响：营业收入调增 1,583,422.69 元，营业成本调增 2,064,052.20 元，银行合作费用调增 34,498.70 元，资产减值损失调增 15,834.23 元； 2019 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 21,598,634.22 元，存货调增 19,780,036.92 元，递延所得税资产调增 54,542.01 元，其他应付款调减 1,344,266.41 元； 2018 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 10,478,921.01 元，存货调增 9,758,753.34 元，递延	2019 年度利润表主要影响：营业收入调减 11,232,033.54 元，营业成本调减 10,021,283.58 元，银行合作费用调减 648,245.62 元，资产减值损失调减 112,320.34 元； 2018 年度利润表主要影响：营业收入调增 4,981,596.37 元，营业成本调增 4,201,093.85 元，银行合作费用调增 331,934.69 元，资产减值损失调增 49,815.96 元； 2017 年度利润表主要影响：营业收入调增 1,583,422.69 元，营业成本调增 2,064,052.20 元，银行合作费用调增 34,498.70 元，资产减值损失调增 15,834.23 元； 2019 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 21,598,634.22 元，存货调增 19,780,036.92 元，递延所得税资产调增 54,542.01 元，其他应付款调减 1,344,266.41 元； 2018 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 10,478,921.01 元，存货调增 9,758,753.34 元，递延所得税资产调增 26,461.92 元，其他

会计政策变更的内容和原因	审批程序	受影响的报表项目名称和金额	
		合并	母公司
		所得税资产调增 26,461.92 元，其他应付款调减 696,020.79 元；2017 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 15,410,701.42 元，存货调增 13,959,847.19 元，递延所得税资产调增 38,915.91 元，其他应付款调减 1,027,955.48 元。	应付款调减 696,020.79 元；2017 年末资产负债表主要影响：应收账款调减 15,410,701.42 元，存货调增 13,959,847.19 元，递延所得税资产调增 38,915.91 元，其他应付款调减 1,027,955.48 元。

②财政部于 2017 年 7 月 5 日修订并发布了《关于修订印发<企业会计准则第 14 号—收入>的通知》（财会[2017]22 号）（以下简称“新收入准则”），要求境内外同时上市的企业以及在境外上市并采用国际财务报告准则或企业会计准则编制财务报告的企业自 2018 年 1 月 1 日起施行新收入准则，其他境内上市企业自 2020 年 1 月 1 日起施行新收入准则。

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行新收入准则。根据准则的规定，公司无需调整 2020 年年初留存收益以及财务报表其他相关项目金额，2020 年 1-3 月、2019 年度、2018 年度及 2017 年度的财务报表未做调整。

2、首次执行新金融工具准则和新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

（1）2019 年 1 月 1 日首次执行新金融工具准则调整 2019 年年初财务报表相关项目情况

单位：万元

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数—重分类金额
流动资产：			
货币资金	20,759.11	20,759.11	
应收票据	61.47		-61.47
应收账款	17,968.98	17,968.98	
应收款项融资	不适用	61.47	61.47
预付款项	4,185.12	4,185.12	
其他应收款	159.68	159.68	
存货	13,972.38	13,972.38	
其他流动资产	3.92	3.92	

项目	2018 年 12 月 31 日余额	2019 年 1 月 1 日余额	调整数—重分类金额
流动资产合计	**57,110.66**	**57,110.66**	
非流动资产：			
投资性房地产	376.28	376.28	
固定资产	793.38	793.38	
无形资产	428.91	428.91	
长期待摊费用	171.83	171.83	
递延所得税资产	105.22	105.22	
其他非流动资产	404.50	404.50	
非流动资产合计	**2,280.12**	**2,280.12**	
资产总计	**59,390.78**	**59,390.78**	
流动负债：			
短期借款	8,020.00	8,020.00	
应付票据	3,200.00	3,200.00	
应付账款	637.55	637.55	
预收款项	63.73	63.73	
应付职工薪酬	234.76	234.76	
应交税费	3,533.43	3,533.43	
其他应付款	1,657.92	1,657.92	
其他流动负债	9.27	9.27	
流动负债合计	17,356.67	17,356.67	
非流动负债：			
非流动负债合计	-	-	
负债合计	**17,356.67**	**17,356.67**	
所有者权益：			
股本	9,211.08	9,211.08	
资本公积	22,469.14	22,469.14	
盈余公积	753.50	753.50	
未分配利润	9,600.39	9,600.39	
归属于母公司所有者权益合计	42,034.11	42,034.11	
少数股东权益	-	-	
所有者权益合计	**42,034.11**	**42,034.11**	
负债和所有者权益总计	**59,390.78**	**59,390.78**	

（2）2020 年 1 月 1 日首次执行新收入准则调整 2020 年年初财务报表相关项目情况

单位：万元

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数—重分类金额
流动资产：			
货币资金	26,497.41	26,497.41	
应收账款	17,585.08	17,585.08	
应收款项融资	599.10	599.10	
预付款项	3,947.41	3,947.41	
其他应收款	157.66	157.66	
存货	20,548.79	20,548.79	
其他流动资产	590.38	590.38	
流动资产合计	**69,925.83**	**69,925.83**	
非流动资产：	-	-	
投资性房地产	366.57	366.57	
固定资产	719.74	719.74	
在建工程	181.42	181.42	
无形资产	1,276.45	1,276.45	
长期待摊费用	116.78	116.78	
递延所得税资产	87.05	87.05	
非流动资产合计	**2,748.00**	**2,748.00**	
资产总计	**72,673.83**	**72,673.83**	
流动负债：			
短期借款	11,000.00	11,000.00	
应付票据	4,100.00	4,100.00	
应付账款	947.49	947.49	
预收款项	465.98	465.98	
应付职工薪酬	243.52	243.52	
应交税费	1,910.17	1,910.17	
其他应付款	1,538.48	1,538.48	
其他流动负债	11.60	11.60	
流动负债合计	**20,217.24**	**20,217.24**	
非流动负债：	-	-	

项目	2019 年 12 月 31 日余额	2020 年 1 月 1 日余额	调整数—重分类金额
非流动负债合计	-	-	
负债合计	**20,217.24**	**20,217.24**	
所有者权益：			
股本	9,716.13	9,716.13	
资本公积	25,973.09	25,973.09	
盈余公积	1,198.32	1,198.32	
未分配利润	15,569.05	15,569.05	
归属于母公司所有者权益合计	52,456.58	52,456.58	
所有者权益合计	**52,456.58**	**52,456.58**	
负债和所有者权益总计	**72,673.83**	**72,673.83**	

3、重要会计估计变更

报告期内，公司不存在重要会计估计变更。

八、税项

（一）主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，在扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	13%、9%、6%、5%	16%、13%、9%、6%、5%	17%、16%6%、5%	17%、6%、5%
城市维护建设税	按实际缴纳的增值税计缴	7%	7%	7%	7%
地方教育费附加	按实际缴纳的增值税计缴	2%	2%	2%	2%
教育费附加	按实际缴纳的增值税计缴	3%	3%	3%	3%
企业所得税	按应纳税所得额计缴	25%、20%、15%	25%、20%	25%、20%	25%、20%

注：增值税一般税率 2018 年 5 月 1 日起由 17%变更为 16%。增值税一般税率 2019 年 4 月 1 日起由 16%变更为 13%。

（二）税收优惠

2017 年，喜购宝符合小型微利企业认定标准，依据国家税务总局财税【2017】43 号文件规定，其所得减按 50%计入应纳税所得，按 20%的税率征收企业所得税。

2018 年，喜购宝、新中冠数据符合小型微利企业认定标准，依据国家税务总局公告 2017 年第 23 号文件、财税【2018】77 号文件规定，其所得减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率征收企业所得税。

2019 年，喜购宝、新中冠数据符合小型微利企业认定标准，依据财政部国家税务总局财税【2019】13 号文件规定，其应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。

2019 年，根据福建省国家税务局批准的编号为 GR201935000390《高新技术企业证书》，喜购宝可享受高新技术企业所得税为 15%的税收优惠政策，税收优惠期限为 2019 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日。

九、分部信息情况

报告期内，公司不存在分部信息。

十、经注册会计师核验的非经常性损益明细表

立信会计师事务所（特殊普通合伙）对公司报告期内的非经常性损益明细表进行了鉴证，并出具了信会师报字[2020]第 ZB11482 号《关于新中冠智能科技股份有限公司非经常性损益及净资产收益率和每股收益的专项审核报告》，认为新中冠编制的《新中冠智能科技股份有限公司非经常性损益表》在所有重大方面符合中国证监会《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）》的规定，公允反映了新中冠 2020 年 1-3 月、2019 年度、2018 年度、2017 年度的非经常性损益情况。明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
1、非流动资产处置损益	-	-5.55	-0.27	-0.08
2、计入当期损益的政府补助（与企业业务密切相关，按照国家统一标准定额或定量享受的政府补助除外）	92.70	358.76	286.70	225.35
3、股份支付	-	-9.00	-11.92	-290.88
4、除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-10.50	-31.79	-5.52	0.03

小计	**82.20**	**312.43**	**268.99**	**-65.58**
减：所得税影响额	20.55	80.22	70.23	56.32
非经常性损益净额	**61.65**	**232.21**	**198.76**	**-121.91**

十一、报告期内公司主要财务指标

（一）主要财务指标

财务指标	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
流动比率（倍）	3.06	3.46	3.29	3.13
速动比率（倍）	1.38	2.22	2.24	1.51
资产负债率（母公司）	29.43%	26.88%	28.05%	25.67%
资产负债率（合并）	31.48%	27.82%	29.22%	30.35%
无形资产占净资产的比例（扣除土地使用权）	0.66%	0.70%	1.02%	1.68%
归属于公司股东的每股净资产（元）	5.50	5.40	4.56	3.56
财务指标	**2020 年 1-3 月**	**2019 年度**	**2018 年度**	**2017 年度**
应收账款周转率（次）	11.41	17.74	16.33	16.09
存货周转率（次）	7.70	17.00	16.14	15.27
息税折旧摊销前利润（万元）	1,433.74	9,275.64	8,292.81	5,109.24
利息保障倍数（倍）	6.46	14.88	12.36	14.33
归属于公司股东的净利润（万元）	942.69	6,413.47	5,574.82	3,313.05
归属于公司股东扣除非经常性的净利润（万元）	881.04	6,181.26	5,376.06	3,434.95
每股经营活动现金流量（元/股）	-2.25	-0.28	0.80	-1.37
每股净现金流量（元/股）	-1.91	0.56	1.48	-
研发费用占营业收入的比例	0.26%	0.15%	0.10%	0.14%

上述主要财务指标计算方法如下：

1、流动比率=流动资产/流动负债

2、速动比率=（流动资产－存货－预付账款－一年内到期的非流动资产－其他流动资产）/流动负债

3、资产负债率=负债总额/资产总额*100%

4、无形资产占净资产的比例（扣除土地使用权）=（无形资产-土地使用权）/期末净资产*100%

5、归属于公司股东的每股净资产=归属于母公司所有者净资产/期末普通股股份数

6、应收账款周转率（次）=营业收入/应收账款平均余额；2020 年 1-3 月应收账款周转率已年化处理

7、存货周转率（次）=营业成本/存货平均余额；2020 年 1-3 月存货周转率已年化处理

8、息税折旧摊销前利润=净利润+利息费用+所得税+固定资产和投资性房地产折旧+长期待摊和无形资产摊销（利息费用=财务费用利息支出+利息资本化）

9、利息保障倍数=息税前利润/利息费用（利息费用=财务费用利息支出+利息资本化）

10、每股经营活动现金流量=经营活动产生的现金流量净额/股本
11、每股净现金流量=现金和现金等价物净增加额/股本
12、研发费用占营业收入的比例=（费用化的研发费用+资本化的开发支出）/营业收入

（二）每股收益和净资产收益率

公司按照中国证监会《公开发行证券的公司信息披露编报规则第 9 号——净资产收益率和每股收益的计算及披露（2010 年修订）》，公司报告期净资产收益率和每股收益如下：

净利润		加权平均净资产收益率（%）	每股收益（元）	
			基本	稀释
2020 年 1-3 月	归属于公司普通股股东的净利润	1.78	0.10	0.10
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	1.66	0.09	0.09
2019 年度	归属于公司普通股股东的净利润	14.18	0.70	0.70
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.66	0.67	0.67
2018 年度	归属于公司普通股股东的净利润	17.40	0.68	0.68
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	16.78	0.65	0.65
2017 年度	归属于公司普通股股东的净利润	13.44	0.42	0.42
	扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	13.93	0.44	0.44

注：净资产收益率和每股收益的计算方法如下：

（1）加权平均净资产收益率

加权平均净资产收益率=P0/（E0＋NP÷2＋Ei×Mi÷M0－Ej×Mj÷M0±Ek×Mk÷M0）

其中：P0 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；Ei 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；Ej 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；Mi 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数；Ek 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动；Mk 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

（2）基本每股收益

基本每股收益=P0÷S

S=S0＋S1＋Si×Mi÷M0－Sj×Mj÷M0-Sk

其中：P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润；S 为发行在外的普通股加权平均数；S0 为期初股份总数；S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数；Si 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数；Sj 为报告期因回购等减少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

（3）稀释每股收益

公司报告期无稀释性潜在普通股。

十二、盈利预测披露情况

报告期内，公司未编制盈利预测报告。

十三、或有事项、承诺事项、期后事项及其他重要事项

（一）或有事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重大或有事项。

（二）承诺事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在需要披露的重要承诺事项。

（三）期后事项

1、利润分配情况

根据公司第二届董事会第二次会议和 2019 年年度股东大会审议，2019 年度不进行分红。

2、新型冠状病毒传染疫情影响说明

自新冠疫情从 2020 年 1 月起爆发以来，公司积极响应并严格执行党和国家各级政府对病毒疫情防控的各项规定和要求，从供应保障、社会责任、内部管理等方面多管齐下支持国家战疫。公司预计此次新冠疫情及防控措施将对公司的生产和经营造成一定的暂时性影响，影响程度取决于疫情防控的进展情况、持续时间以及各地防控政策的实施情况。

公司将持续密切关注新冠疫情的发展情况，并评估和积极应对其对公司财务状况、经营成果等方面的影响。截至本招股说明书签署日，尚未发现重大不利影响。

3、主要客户回款情况

截至本招股说明书签署日，公司主要客户期末余额回款情况

单位：万元

客户名称	2020.3.31		
	应收账款	占应收账款合计数的比例（%）	截至本招股说明书签署日回款金额
福建鑫普华电子科技有限公司	7,546.18	30.45	7,546.18

客户名称	2020.3.31		
	应收账款	占应收账款合计数的比例（%）	截至本招股说明书签署日回款金额
福建省中普联合通信科技有限公司	3,729.78	15.05	3,729.78
福建金诚信通信设备有限公司	3,315.15	13.38	3,315.15
交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	1,755.30	7.08	1,755.30
福州本晨电子技术有限公司	1,188.32	4.80	1,188.32
合计	**17,534.73**	**70.76**	**17,534.73**

（四）其他重要事项

1、前期会计差错更正

公司于 2019 年度发现公司股份支付确认存在前期会计差错，未确认员工持股平台份额的转让对应的股份支付。

公司经董事会审批，对前期会计差错进行了更正，并对 2017 年度、2018 年度合并及母公司财务报表进行了追溯调整。追溯调整对合并财务报表相关科目的影响具体如下：

1、对 2018 年度合并财务报表的影响

单位：万元

受影响的期间报表项目名称	2018 年 12 月 31 日或 2018 年度		
	更正前金额	差错更正累计影响金额	更正后金额
资本公积	22,163.83	305.31	22,469.14
盈余公积	788.11	-30.53	757.57
未分配利润	9,876.16	-274.78	9,601.38
管理费用	1,319.71	11.92	1,331.63

2、对 2017 年度合并财务报表的影响

单位：万元

受影响的期间报表项目名称	2017 年 12 月 31 日或 2017 年度		
	更正前金额	差错更正累计影响金额	更正后金额
资本公积	15,963.83	293.39	16,257.22
盈余公积	355.02	-29.34	325.68
未分配利润	4,763.62	-264.05	4,499.57
管理费用	1,672.44	290.88	1,963.32

截至本招股说明书签署日，公司不存在其他需要披露的其他重要事项。

十四、公司的盈利能力分析

（一）营业收入分析

1、营业收入的构成情况

报告期内，公司营业收入构成情况如下表所示：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务收入	60,788.82	99.98%	318,732.28	99.99%	272,176.09	99.99%	242,801.24	99.99%
其他业务收入	12.29	0.02%	22.71	0.01%	16.73	0.01%	26.87	0.01%
合计	**60,801.11**	**100.00%**	**318,754.99**	**100.00%**	**272,192.82**	**100.00%**	**242,828.11**	**100.00%**

公司的主营业务是利用互联网技术在原有业务基础上进行创新，先后拓展了消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务，并为上述业务提供包含技术开发、数据分析、供应链管理、客户服务等互联网综合服务。报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重分别为 99.99%、99.99%、99.99%和 99.98%，主营业务突出。其他业务收入主要系房屋租赁收入、售后安装、维修收入等，占比较小。

2、主营业务收入的构成情况

报告期内，公司主营业务收入按业务类别划分如下：

单位：万元

类别		2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
消费互联网业务		39,985.73	65.78%	187,591.64	58.86%	168,826.64	62.03%	153,838.37	63.36%
B2B 互联网业务	自营交易	19,554.15	32.17%	124,668.64	39.11%	97,625.15	35.87%	87,195.42	35.91%
	撮合交易	7.11	0.01%	33.36	0.01%	53.08	0.02%	64.61	0.03%
产业互联网业务		685.63	1.13%	2,241.55	0.70%	718.32	0.26%	-	-
政府采购互联网业务		556.20	0.91%	3,773.23	1.18%	4,349.53	1.60%	1,702.83	0.70%
其他互联网业务		-	-	423.87	0.13%	603.38	0.22%	-	-
合计		**60,788.82**	**100.00%**	**318,732.28**	**100.00%**	**272,176.09**	**100.00%**	**242,801.24**	**100.00%**

报告期内公司消费互联网业务和 B2B 互联网业务已经具有一定规模且增长

较快。报告期内，上述两项收入合计占公司主营业务收入比重分别为 99.30%、97.92%、97.98%和 97.96%。2018 年公司开始开展产业互联网业务，未来公司将重点拓展产业互联网业务，该业务将逐步成为公司主要利润来源之一。

（1）消费互联网业务

消费互联网业务是指公司秉承合作共赢的原则，将公司供应链管理、技术开发及数据分析等方面的优势与银行金融优势结合，通过银行信用卡商城开展 B2C 业务。公司消费互联网业务按照向消费者销售产品的销售额确认销售收入，并通过销售商品的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额实现盈利。

截至目前，公司已和 5 家银行签约并通过银行信用卡商城开展消费互联网业务。报告期内公司消费互联网业务收入按合作银行划分构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
招商银行	34,637.46	86.62%	172,423.47	91.91%	131,766.00	78.05%	131,296.61	85.35%
交通银行	5,114.62	12.79%	14,892.21	7.94%	35,147.80	20.82%	18,403.50	11.96%
浦发银行	62.56	0.16%	349.54	0.19%	1,739.95	1.03%	3,988.85	2.59%
其他银行	4.76	0.01%	74.72	0.04%	116.77	0.07%	133.18	0.09%
七天无理由退货调整	166.33	0.42%	-148.30	-0.08%	56.12	0.03%	16.23	0.01%
合计	**39,985.73**	**100.00%**	**187,591.64**	**100.00%**	**168,826.64**	**100.00%**	**153,838.37**	**100.00%**

报告期内，公司通过招商银行信用卡商城开展消费互联网业务产生的收入占该类业务收入比重分别为 85.35%、78.05%、91.91%和 86.62%，占比最高，主要原因系招商银行信用卡发卡量、交易额处于行业领先地位，招商银行亦成为公司消费互联网业务的主要合作对象。

报告期内，公司消费互联网业务按销售金额分层收入构成如下：

单位：万元，万个

期间累计消费金额	2020 年 1-3 月			2019 年度		
	金额	比例	客户数量	金额	比例	客户数量
低于 1,000 元	694.94	1.74%	4.27	1,496.76	0.80%	19.76
1,000 元-5,000 元	4,968.88	12.43%	1.42	22,424.99	11.95%	5.86

5,000 元-10,000 元	30,500.85	76.28%	4.97	143,907.37	76.71%	21.90
10,000 元以上	3,821.06	9.56%	0.29	19,762.52	10.53%	1.44
合计	**39,985.73**	**100.00%**	**10.95**	**187,591.64**	**100.00%**	**48.96**
期间累计消费金额	**2018 年度**			**2017 年度**		
	金额	**比例**	**客户数量**	**金额**	**比例**	**客户数量**
低于 1,000 元	1,449.91	0.86%	17.28	846.68	0.55%	7.94
1,000 元-5,000 元	12,878.93	7.63%	3.95	30,424.73	19.78%	8.76
5,000 元-10,000 元	136,906.97	81.09%	18.49	109,342.61	71.08%	17.76
10,000 元以上	17,590.83	10.42%	1.28	13,224.35	8.60%	0.87
合计	**168,826.64**	**100.00%**	**41.00**	**153,838.37**	**100.00%**	**35.33**

注：客户数量为期间客户收货手机号码扣重，上述金额为报告期内单个客户手机号码每个期间累计购买金额。

报告期内，单个客户期间累计消费金额主要集中 5,000 元至 10,000 元，该区间相应的累计收入占消费互联网业务收入比例分别为 71.08%、81.09%、76.71%和 76.28%，符合公司消费互联网业务主要销售的苹果手机及笔记本电脑产品销售价格分布特征。

报告期内，公司消费互联网业务按购买频次构成如下：

单位：万元

购买频次	**2020 年 1-3 月**		**2019 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
1 次	36,918.43	92.33%	167,595.77	89.34%
2 次	2,393.85	5.99%	16,001.25	8.53%
3 次以上	673.45	1.68%	3,994.61	2.13%
合计	**39,985.73**	**100.00%**	**187,591.64**	**100.00%**
购买频次	**2018 年度**		**2017 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
1 次	155,849.15	92.31%	138,994.64	90.35%
2 次	11,647.43	6.90%	11,290.89	7.34%
3 次以上	1,330.06	0.79%	3,552.84	2.31%
合计	**168,826.64**	**100.00%**	**153,838.37**	**100.00%**

注：购买频次为报告期内单个客户手机号码每个期间累计购买次数。

报告期内，购买频次主要集中在 1 次以内，该区间相应的收入占消费互联网业务收入比例分别为 90.35%、92.31%、89.34%和 92.33%，符合消费者根据 3C

类产品使用时间一般超 1 年所产生的低频次购买习惯。

报告期内，公司消费互联网业务按客户收货区域分布如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度	
	金额	比例	金额	比例
华东	12,365.88	30.93%	60,006.05	31.99%
华南	9,128.72	22.83%	40,599.71	21.64%
华北	5,025.90	12.57%	26,232.94	13.98%
华中	4,727.11	11.82%	22,433.52	11.96%
西南	3,742.36	9.36%	16,710.12	8.91%
其他	4,995.76	12.49%	21,609.31	11.52%
合计	**39,985.73**	**100.00%**	**187,591.64**	**100.00%**
项目	**2018 年度**		**2017 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
华东	55,828.70	33.07%	47,202.72	30.68%
华南	28,532.19	16.90%	31,529.43	20.50%
华北	27,984.32	16.58%	22,973.07	14.93%
华中	18,213.39	10.79%	17,560.90	11.42%
西南	17,012.13	10.08%	15,067.21	9.79%
其他	21,255.90	12.59%	19,505.05	12.68%
合计	**168,826.64**	**100.00%**	**153,838.37**	**100.00%**

注：其他区域包括东北、西北等地区。

报告期内，公司消费互联网业务来源各地区收入排名基本保持稳定，主要来源于华东、华南、华北地区，且主要来源于广东、上海、江苏、北京、浙江等经济高度发达且人口密集的省份或直辖市。

（2）B2B 互联网业务

按照交易模式划分，B2B 互联网业务收入额列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
自营交易业务	19,554.15	99.96%	124,668.64	99.97%	97,625.15	99.95%	87,195.42	99.93%
撮合交易业务	7.11	0.04%	33.36	0.03%	53.08	0.05%	64.61	0.07%

合计	19,561.27	100.00%	124,702.00	100.00%	97,678.23	100.00%	87,260.03	100.00%

①自营交易业务

公司通过入驻自主研发的“喜购宝”网上商城，成为“喜购宝”网上商城供应商之一，上架需要销售的各类产品，并通过网上商城展示各类产品的规格、参数、价格等相关具体信息，改变传统的线下询价模式，率先实现分销渠道下沉和销售区域的全方位覆盖，同时客户由于信用期以及议价的考虑，在线上浏览相关产品信息后，可以选择与公司通过线上或线下进行交易，充分的考虑了客户在互联网渠道下交易的需求，实现了公司线上及线下自营交易的融合。同时自 2018 年以来，公司以华硕福建省分销商身份入驻“渠易宝”网上商城销售华硕系列商品，实现自营交易的进一步增长。

按照销售渠道划分，自营交易业务收入额列示如下：

单位：万元

项目		2020 年 1-3 月		2019 年度	
		金额	比例	金额	比例
线上交易	“喜购宝”网上商城	12,861.71	65.77%	88,652.03	71.11%
	“渠易宝”网上商城	1,218.55	6.23%	6,814.92	5.47%
线下交易		5,473.90	27.99%	29,201.69	23.42%
合计		**19,554.15**	**100.00%**	**124,668.64**	**100.00%**
项目		**2018 年度**		**2017 年度**	
		金额	**比例**	**金额**	**比例**
线上交易	“喜购宝”网上商城	48,480.39	49.66%	5,892.86	6.76%
	“渠易宝”网上商城	7,010.12	7.18%	-	-
线下交易		42,134.64	43.16%	81,302.56	93.24%
合计		**97,625.15**	**100.00%**	**87,195.42**	**100.00%**

报告期内，发行人来源于线上交易收入占自营交易业务收入比例分别为 6.76%、56.84%、76.58%和 72.01%，总体呈现上升趋势，主要来源于线上“喜购宝”、“渠易宝”网上商城业务收入快速上升以及用户交易习惯培养所致。

报告期各期，公司自营交易业务收入对客户销售金额分层情况如下：

单位：万元

期间累计	2020 年 1-3 月			2019 年度		
	客户数	金额	比例	客户数	金额	比例

0-500 万元	226	6,377.05	32.61%	583	20,928.46	16.79%
500 万元-2000 万元	2	2,093.94	10.71%	24	26,535.36	21.28%
2000 万元-5000 万元	2	5,282.92	27.02%	2	6,850.01	5.49%
5000 万元以上	1	5,800.24	29.66%	6	70,354.80	56.43%
合计	**231**	**19,554.15**	**100.00%**	**615**	**124,668.64**	**100.00%**
项目	**2018 年度**			**2017 年度**		
	客户数	**金额**	**比例**	**客户数**	**金额**	**比例**
0-500 万元	482	17,921.14	18.36%	603	24,735.09	28.37%
500 万元-2000 万元	22	19,624.06	20.10%	29	26,677.07	30.59%
2000 万元-5000 万元	8	26,788.98	27.44%	6	18,254.86	20.94%
5000 万元以上	4	33,290.98	34.10%	2	17,528.40	20.10%
合计	**516**	**97,625.15**	**100.00%**	**640**	**87,195.42**	**100.00%**

由上表，报告期内，公司自营交易业务交易金额在 2000 万元以上的客户数量占比分别为 1.25%、2.33%、1.30%和 1.30%，收入占比分别为 41.04%、61.54%、61.92%和 56.68%，金额在 500 万元以下的中小客户数量较多，占比达到 94.22% 、93.41%、94.80%和 97.84%，收入占比分别为 28.37%、18.36%、16.79%和 32.61% 。

公司自营交易通过集合采购策略、核心供应商策略，具有明显的货源优势和集合议价能力优势。大型分销商客户主营产品刚性需求持续稳定，与公司建立长期合作，能够获得充分稳定的货物供应、质优价好且多品牌选择。大量中小企业客户由于具有采销效率较低、采销成本较高的特点，公司通过自营方式，以集合采购策略、核心供应商策略，可以有力的保障货源、提高集合议价能力，同时通过喜购宝网上商城，改变信息获取方式和询价模式，降低采购成本，从而能够对下游中小客户产生长期价值。

报告期内，公司自营交易业务按客户区域分布如下：

单位：万元

项目	**2020 年 1-3 月**		**2019 年度**	
	金额	**比例**	**金额**	**比例**
福建省	18,666.15	95.46%	109,121.71	87.53%
福建省外	888.00	4.54%	15,546.93	12.47%
合计	**19,554.15**	100.00%	**124,668.64**	**100.00%**
项目	**2018 年度**		**2017 年度**	

	金额	比例	金额	比例
福建省	85,622.84	87.71%	63,033.65	72.29%
福建省外	12,002.31	12.29%	24,161.77	27.71%
合计	**97,625.15**	**100.00%**	**87,195.42**	**100.00%**

报告期内，公司自营交易业务收入来源于福建省的比例分别为 72.29%、87.71%、87.53%和 95.46%，主要系公司在福建省内开展 3C 产品分销和零售业务已拥有十余年的长期积累，拥有数量众多的渠道资源，且成为了华硕、联想、AOC 等品牌的福建省省级代理商，拥有良好的行业上下游和区域市场基础。

②撮合交易业务

撮合交易模式下，公司通过“喜购宝”平台作为“经纪人”的角色，为 3C 类产品的供应商和下游零售商提供线上居间服务。“喜购宝”平台通过线上的商品展示、网络营销推广活动以及线下的交流推广活动，促成注册供应商和注册零售商之间的线上交易。交易促成后，“喜购宝”平台并不直接参与交易双方后续的物流服务等环节，交易完成后，公司按照交易额向供应商收取服务费。

目前，公司撮合交易处于引流状态，其主要目的在于实现平台推广和获取更多的分销商及零售门店资源，公司对交易促成收取的服务费比例相对较低，故实现收入较少。

（3）产业互联网业务收入

产业互联网业务系公司在消费互联网业务和 B2B 互联网业务成功运营后，将公司服务的对象逐渐延伸至制造商，凭借多年的分销经验及技术优势，根据制造商的自身特点及经营要求为其搭建定制化的互联网综合服务平台。通过定制化互联网综合服务平台向制造商提供互联网技术服务、供应链服务、运维服务、安装对接服务、客户服务、培训服务、大数据服务等，实现制造商渠道扁平化和产业互联网化。

报告期内，公司产业互联网业务收入来源于“渠易宝”网上商城综合服务收入、“华硕官方商城”技术开发收入、“华硕积分商城”综合服务收入等，具体收入列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
“渠易宝”网上商城综合服务	633.77	92.44%	1,897.53	84.65%	571.87	79.61%
“华硕官方商城”技术开发项目	-	-	178.07	7.94%	94.34	13.13%
“华硕积分商城”综合服务	51.86	7.56%	165.95	7.40%	52.11	7.25%
合计	**685.63**	**100.00%**	**2,241.55**	**100.00%**	**718.32**	**100.00%**

“渠易宝”网上商城综合服务系公司根据华硕流通产业链特点和经营要求为其搭建定制化的互联网平台、各项运营管理系统、数据中台以及第三方接口等，并在此基础上向其提供平台更新升级、运维服务、安装对接服务、客户服务、培训服务、大数据服务等一系列综合服务，并根据“渠易宝”网上商城交易情况按合同约定比例确认收入。2018 年度、 2019 年度和 2020 年 1-3 月，公司产业互联网收入主要来自于“渠易宝”网上商城综合服务收入占产业互联网收入 79.61%、84.65%和 92.44%。

（4）政府采购互联网业务

公司作为华硕、联想、AOC 等产品的省级代理商，亦向政府、事业单位等客户销售 3C 产品。报告期内，政府采购互联网业务实现销售收入金额分别为 1,702.83 万元、4,349.53 万元、3,773.23 万元和 556.20 万元，2017 年度至 2019 年度总体呈增长趋势，主要系 2017 年公司以电子商务类供应商正式入驻福建省政府采购网上超市，成为福建省政府采购网上超市首批省级供应商，之后公司陆续成为福州市、莆田市、宁德市、漳州市、南平市、泉州市、三明市、龙岩市等福建省内市级政府采购供应商，政府及事业单位客户群体逐渐增长所致。

按照销售渠道划分，政府采购互联网收入额列示如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
线上交易	320.88	57.69%	3,140.34	83.23%	3,750.36	86.22%	990.80	58.19%
线下交易	235.31	42.31%	632.89	16.77%	599.17	13.78%	712.04	41.81%
合计	**556.20**	**100.00%**	**3,773.23**	**100.00%**	**4,349.53**	**100.00%**	**1,702.83**	**100.00%**

报告期各期，公司政府采购互联网收入对客户销售金额分层情况如下：

单位：个、万元

项目	2020 年 1-3 月			2019 年度		
	客户数	金额	比例	客户数	金额	比例
0-10 万元	123	185.55	33.36%	898	1,599.11	42.38%
10 万元-50 万元	1	29.24	5.26%	56	1,120.98	29.71%
50 万元-100 万元	2	107.05	19.25%	5	336.26	8.91%
100 万元以上	1	234.35	42.13%	4	716.87	19.00%
合计	**127**	**556.20**	**100.00%**	**963**	**3,773.23**	**100.00%**
项目	**2018 年度**			**2017 年度**		
	客户数	**金额**	**比例**	**客户数**	**金额**	**比例**
0-10 万元	941	1,457.51	33.51%	114	274.88	16.14%
10 万元-50 万元	62	1,161.99	26.72%	21	453.78	26.65%
50 万元-100 万元	7	442.51	10.17%	2	112.89	6.63%
100 万元以上	5	1,287.51	29.60%	5	861.28	50.58%
合计	**1015**	**4,349.53**	**100.00%**	**142**	**1,702.83**	**100.00%**

（5）其他互联网业务

其他互联网业务收入系公司为消费者、流通企业和制造商提供互联网综合服务的同时，亦为其他类型企业进行软件系统开发并提供其他增值服务而实现的收入，2018 年度、2019 年度公司其他互联网业务收入分别为 603.38 万元和 423.87 万元。

3、主营业务收入的变动情况

（1）消费互联网业务

报告期内，公司消费互联网业务收入分别为 153,838.37 万元、168,826.64 万元、187,591.64 万元和 39,985.73 万元。

报告期内公司消费互联网业务按销售产品品类划分如下：

单位：万元、万件、元/件

期间	项目	苹果手机	苹果平板电脑	苹果笔记本电脑	苹果手表	七匹狼皮带	其他	合计
2020 年 1-3 月	销售额	34,795.75	2,704.04	1,159.44	241.97	48.95	1,035.58	**39,985.73**
	占消费互联网业务收入比例	87.02%	6.76%	2.90%	0.61%	0.12%	2.59%	**100.00%**
	销量	5.83	0.82	0.11	0.08	0.75	-	-

期间	项目	苹果手机	苹果平板电脑	苹果笔记本电脑	苹果手表	七匹狼皮带	其他	合计
	平均单价	5,969.11	3,316.21	10,917.53	3,138.36	65.19	-	-
2019 年	销售额	173,740.98	7,640.82	2,650.33	689.90	473.52	2,396.10	**187,591.64**
	占消费互联网业务收入比例	92.62%	4.07%	1.41%	0.37%	0.25%	1.28%	**100.00%**
	销量	27.42	2.09	0.25	0.23	7.48	-	-
	平均单价	6,337.00	3,660.10	10,475.60	2,952.07	63.34	-	-
	同比增长率	10.15%	49.54%	-20.01%	41.13%	0.75%	40.32%	**11.11%**
2018 年	销售额	157,737.19	5,109.61	3,313.36	488.86	469.99	1,707.63	**168,826.64**
	占消费互联网业务收入比例	93.43%	3.03%	1.96%	0.29%	0.28%	1.01%	**100.00%**
	销量	22.16	1.77	0.36	0.17	7.59	-	-
	平均单价	7,118.84	2,893.82	9,275.93	2,845.49	61.92	-	-
	同比增长率	16.44%	-55.77%	-14.32%	-35.79%	286.16%	-17.64%	**9.74%**
2017 年	销售额	135,461.69	11,553.36	3,866.95	761.40	121.71	2,073.26	**153,838.37**
	占消费互联网业务收入比例	88.05%	7.51%	2.51%	0.49%	0.08%	1.35%	**100.00%**
	销量	23.95	4.01	0.49	0.33	1.93	-	-
	平均单价	5,655.12	2,879.41	7,858.05	2,328.43	63.05	-	-

注：消费互联网业务收入其他产品类型众多，各类型产品单位售价差异大，因而未合并统计其销量及平均单价。

报告期内公司消费互联网业务收入快速增长的主要原因如下：

①公司优秀的供应链管理能力和精准的营销能力，提高了消费者的购物体验和购买率。

公司定制化开发“喜购宝银行电商管理系统”，实现公司内部信息管理系统与银行信用卡商城、物流快递系统、电信 400 话务服务系统和国家税务电子发票系统的有效对接，提升物流服务质量和效率，智能化系统自动匹配订单产品序列号、发票号、快递单号，实施“T+0”配货时效和“T+3”送达服务，提供覆盖全国的一体化配送服务，持续提升物流时效及客户购物体验。同时公司依托于“喜购宝银行电商管理系统”对产品销售情况、订单内容情况进行数据分析，不断改进产品策略、优化产品组合搭售、及时调整定价策略、预测后续市场走向等，实现对消费者进行精准营销，提高了消费者的购买率。公司针对消费者及销售产品的特性，有计划和节奏地通过创造性活动策划，最大化整合银行商城消费者的消

费需求，使其同一时间引发参与，增加销售数量。

②与传统的消费模式相比较，分期消费已然成为消费互联网业务的主流且增长迅速。

分期购物近年呈快速上涨态势，人群呈现年轻化的特征，分期商品以高单价的刚需品质消费品为主，3C 类商品占比最高，如手机、电脑等。在当前国民普遍的消费升级需求下，分期购物正好能满足消费升级换代需求。消费升级需要充沛的资金支持，但大多数年轻人的当期收入与消费需求间存在巨大鸿沟，而分期购物能够帮助消费者增强购买力和支付能力，完成跨期消费行为，提升人们的生活品质。银行作为传统金融机构，具有庞大的客户基础和较低的融资成本，公司通过与银行合作，将自身技术开发优势、供应链管理优势及数据服务优势与银行金融优势相结合，共同运营银行信用卡商城。随着分期购物快速增长，公司消费互联网业务收入亦增长较快。

③国内信用卡发卡量、授信总额持续增长，推动了公司消费互联网业务的发展

公司作为银行信用卡商城运营商，与银行合作的最终客户来源于银行商城消费者。银行信用卡业务的发展，与公司消费互联网的发展息息相关。根据中国人民银行发布的《2019 年支付体系运行总体情况》显示，截至 2019 年末，我国信用卡和借贷合一卡发卡数量共计 7.46 亿张，同比增长 8.78%。人均持有信用卡和借贷合一卡 0.53 张，同比增长 8.36%。同时，截至 2019 年末，信用卡和借贷合一卡授信总额为 17.37 万亿元，同比增长 12.79%。国内信用卡发卡量、授信总额持续增长，推动了公司消费互联网业务的发展。

④受 3C 产品发布价格等因素综合影响

基于银行信用卡采用分期购买方式的客户普遍年轻化的特点，公司作为银行信用卡商城的合作商，主要选择苹果品牌等具有时尚性强、价格较高适合分期、更新换代较快等特征的 3C 品牌产品。一方面，消费互联网业务收入增长与主要产品发布价格变动息息相关，2018 年度主要销售的 iPhoneX、iPhoneXS 等系列苹果手机产品发布价格相对较高，2019 年主要销售的 iPhone11 系列苹果手机产品发布价格较大幅度降低引致市场需求旺盛，是报告期内消费互联网业务增长的

重要因素。

（2）自营交易业务

报告期内，公司自营交易业务收入分别为 87,195.42 万元、97,625.15 万元、124,668.64 万元和 19,554.15 万元，呈快速增长趋势。

报告期内公司自营交易业务按销售产品品类划分如下：

单位：万元、万件、元/件

期间	项目	苹果手机	华硕笔记本电脑	AOC 显示器	苹果平板电脑	飞利浦显示器	其他	合计
2020 年 1-3 月	销售额	11,132.59	4,496.81	1,561.41	283.27	369.00	1,711.08	19,554.15
	占自营交易业务收入比例	56.93%	23.00%	7.99%	1.45%	1.89%	8.75%	100.00%
	销量	1.33	1.19	1.84	0.09	0.60		-
	平均单价	8,396.25	3,784.56	850.72	3,019.89	615.71		-
2019 年	销售额	76,171.26	22,130.24	7,836.59	4,242.65	3,527.77	10,760.12	124,668.64
	占自营交易业务收入比例	61.10%	17.75%	6.29%	3.40%	2.83%	8.63%	100.00%
	销量	11.65	6.14	10.77	1.52	5.10		-
	平均单价	6,539.15	3,604.57	727.62	2,794.71	691.61		-
	同比增长率	70.64%	88.08%	-0.19%	-78.97%	-0.31%	11.45%	27.70%
2018 年	销售额	44,637.43	11,766.37	7,851.87	20,175.53	3,538.91	9,655.04	97,625.15
	占自营交易业务收入比例	45.72%	12.05%	8.04%	20.67%	3.62%	9.89%	100.00%
	销量	6.95	3.55	10.55	7.83	5.98		-
	平均单价	6,423.39	3,311.86	744.18	2,576.50	592.25		-
	同比增长率	22.58%	-4.55%	-8.45%	78.33%	-4.53%	-35.01%	11.96%
2017 年	销售额	36,416.30	12,327.26	8,576.46	11,313.53	3,706.74	14,855.13	87,195.42
	占自营交易业务收入比例	41.76%	14.14%	9.84%	12.97%	4.25%	17.04%	100.00%
	销量	6.92	4.14	11.79	4.50	5.94		-
	平均单价	5,264.45	2,980.62	727.60	2,513.28	624.55	-	-

注：自营交易业务收入其他产品类型众多，各类型产品单位售价差异大，因而未合并统计其销量及平均单价。

报告期内，公司自营交易业务收入快速增长的主要原因如下：

①公司通过互联网交易平台的搭建，提高公司在自营交易领域的知名度并与更多下游客户资源建立联系。

2015 年自主研发的“喜购宝”网上商城上线，一方面公司通过持续对“喜购宝平台”研发投入，完善网络设施，另一方面通过开展撮合交易并降低服务费率加大“喜购宝”平台推广力度，持续提升“喜购宝”网上商城及公司在 3C 行业的知名度。同时报告期内，公司 “喜购宝”平台覆盖客户资源数逐渐增长。公司以苹果、华硕等品牌授权经销商身份，通过“喜购宝”网上商城全方位的产品信息及价格展示，为公司与更多零售店及分销商建立联系，成功实现销售渠道下沉和扩张。

②公司渠道资源增多及实力增强，有效保证了 3C 产品供货渠道的稳定性和价格的竞争性，为自营交易业务开展奠定了基础。

报告期内，公司将自营分销业务与消费互联网业务结合，采购规模逐渐增长且采购渠道不断扩张，并逐渐建立与北大方正、天音通信、爱施德、华硕电脑等长期多渠道采购供应关系，特别是公司 2017 年 4 月被正式授权为苹果系列产品在招商银行信用卡商城和交通银行信用卡商城的授权经销商后，公司能在新品发布后以较低的价格取得稳定的货源以满足下游分销商在价格及货源方面的要求，故自营分销业务持续增长。

③公司股权融资增多，为自营交易发展提供有力保障。

公司开展自营交易业务上游采购时基本采用预付或者现款的方式，下游销售时部分客户需要提供一定的信用期，且公司需要保留一定的安全库存。公司开展自营交易需要占用较多的营运资金。公司报告期内股权融资增多，为公司自营交易的扩张提供保障。

（3）产业互联网业务收入

2018 年、2019 年、2020 年 1-3 月公司产业互联网业务收入分别为 718.32 万元、2,241.55 万元和 685.63 万元。公司产业互联网业务收入快速增长，主要原因如下：

①公司为华硕定制化开发的“渠易宝”网上商城，覆盖了全国 31 个省级分站。一方面，华硕通过“渠易宝”网上商城使其流通产业链由线下流通转变为线上流通，大幅度压缩了传统代理分销的中间交易环节，实现对零售端资源和零售价格的直接控制。另一方面，随着“渠易宝”网上商城运营管理水平和公

司研发水平不断提升，商城入驻供应商和零售商家数、上架产品系列不断增加，平台交易规模快速增长。

②公司基于“渠易宝”网上商城运营积累的庞大用户消费数据，通过将消费者购买偏好和消费者行为等数据进行大数据分析并反馈给华硕，帮助华硕优化产品开发策略、优化产品组合，改进团购活动、组合促销等多种营销方式，提高了企业对其产品在研发、生产、销售环节的精准性，促进了华硕的产品销售。

（4）政府采购互联网业务

公司作为华硕、联想、AOC 等产品的省级代理商，亦向政府、事业单位等客户销售 3C 产品。

报告期内，政府采购互联网业务实现销售收入金额分别为 1,702.83 万元、4,349.53 万元、3,773.23 万元和 556.20 万元，总体呈增长趋势，主要系 2017 年公司以电子商务类供应商正式入驻福建省政府采购网上超市，成为福建省政府采购网上超市首批省级供应商，之后公司陆续成为福州市、莆田市、宁德市、漳州市、南平市、泉州市、三明市、龙岩市等福建省内市级政府采购供应商，政府及事业单位客户群体逐渐增长所致。

4、主营业务收入季节性波动

报告期内，公司主营业务收入季节性变动情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
第一季度	60,788.82	100.00%	61,462.42	19.28%	63,411.53	23.30%	62,685.79	25.82%
第二季度			59,325.36	18.61%	61,497.57	22.59%	55,787.18	22.98%
第三季度			76,068.97	23.87%	54,171.07	19.90%	51,092.96	21.04%
第四季度			121,875.54	38.24%	93,095.92	34.20%	73,235.31	30.16%
合计	**60,788.82**	**100.00%**	**318,732.28**	**100.00%**	**272,176.09**	**100.00%**	**242,801.24**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务收入主要由公司投入较早且已具有一定规模的消费互联网业务和 B2B 互联网业务构成，上述两种业务盈利模式主要通过销售 3C 产品所产生的销售收入与运营成本（包含采购成本及各项运营费用等）的差额体现。而 3C 产品一般在第四季度发布新品，新品发布时一方面刺激信用卡消费者的分

期购物需求致公司消费互联网业务增长，另一方面促进零售门店等的市场销量致公司自营分销收入的增长，公司第四季度实现的收入相对较高。

5、报告期内，公司现金收款金额

单位：万元

项目	2020年1-3月	2019年度	2018年度	2017年度
现金收款	2.20	-	0.79	13.21

报告期内，公司现金收款主要系公司线下零星销售收款，现金收款金额较小。

（二）营业成本分析

1、营业成本的构成情况

单位：万元

类别	2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务成本	55,510.40	100.00%	294,781.41	100.00%	250,240.59	100.00%	224,439.23	100.00%
其他业务成本	2.43	0.00%	9.70	0.00%	9.70	0.00%	10.83	0.00%
合计	**55,512.83**	**100.00%**	**294,791.11**	**100.00%**	**250,250.29**	**100.00%**	**224,450.05**	**100.00%**

报告期内，公司营业成本结构基本保持稳定，主营业务成本占营业成本的比重接近100.00%，与公司营业收入的结构保持一致。

2、主营业务成本业务类别构成情况

报告期内，公司主营业务成本按业务类别划分如下：

单位：万元

类别		2020年1-3月		2019年度		2018年度		2017年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
消费互联网业务		36,395.44	65.57%	172,344.48	58.47%	153,493.17	61.34%	141,438.19	63.02%
B2B互联网业务	自营交易服务	18,653.30	33.60%	119,018.18	40.38%	92,692.25	37.04%	81,427.60	36.28%
	撮合交易服务	12.89	0.02%	70.66	0.02%	126.14	0.05%	163.00	0.07%
产业互联网业务		26.61	0.05%	185.14	0.06%	120.41	0.05%	-	-
政府采购互联网业务		422.16	0.76%	3,010.79	1.02%	3,620.60	1.45%	1,410.44	0.63%
其他互联网业务		-	-	152.16	0.05%	188.01	0.08%	-	-
合计		**55,510.40**	**100.00%**	**294,781.41**	**100.00%**	**250,240.59**	**100.00%**	**224,439.23**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本主要由消费互联网业务成本和 B2B 互联网业务成本构成，上述两项成本合计占公司主营业务成本比重分别为 99.37%、98.43%、98.86%和 99.19%。

3、主营业务成本具体构成情况

报告期内，公司主营业务成本具体构成如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
商品采购成本	55,470.90	99.93%	294,373.45	99.86%	249,806.02	99.83%	224,276.23	99.93%
人工成本	31.91	0.06%	305.01	0.10%	284.82	0.11%	50.83	0.02%
市场推广费及其他	7.59	0.01%	102.95	0.03%	149.75	0.06%	112.17	0.05%
合计	**55,510.40**	**100.00%**	**294,781.41**	**100.00%**	**250,240.59**	**100.00%**	**224,439.23**	**100.00%**

报告期内，公司主营业务成本由商品采购成本、人工成本、市场推广费及其他构成，其中商品采购成本占主营业务成本的比例分别为 99.93%、99.83%、99.86%和 99.93%，是主营业务成本的最主要构成部分。

（三）毛利贡献及毛利分析

1、公司毛利的构成情况

报告期内，公司毛利情况如下：

单位：万元

类别	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
主营业务毛利	5,278.42	99.81%	23,950.87	99.95%	21,935.50	99.97%	18,362.01	99.91%
其他业务毛利	9.86	0.19%	13.00	0.05%	7.02	0.03%	16.05	0.09%
合计	**5,288.29**	**100.00%**	**23,963.87**	**100.00%**	**21,942.52**	**100.00%**	**18,378.06**	**100.00%**

报告期内，随着公司经营规模的不断扩张，公司营业毛利持续增长。报告期内，公司营业毛利总额分别为 18,378.06 万元、21,942.52 万元、23,963.87 万元和 5,288.29 万元，与收入变动趋势一致。

2、主营业务毛利构成及毛利变动情况分析

报告期内，公司各业务类别毛利的具体构成情况如下表所示：

单位：万元

类别		2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
消费互联网业务		3,590.29	68.02%	15,247.15	63.66%	15,333.47	69.90%	12,400.18	67.53%
B2B 互联网业务	自营交易业务	900.85	17.07%	5,650.46	23.59%	4,932.90	22.49%	5,767.82	31.41%
	撮合交易业务	-5.78	-0.11%	-37.30	-0.16%	-73.07	-0.33%	-98.39	-0.54%
产业互联网业务		659.03	12.49%	2,056.41	8.59%	597.91	2.73%	-	-
政府采购互联网业务		134.03	2.54%	762.45	3.18%	728.92	3.32%	292.40	1.59%
其他互联网业务		-	-	271.71	1.13%	415.37	1.89%	-	-
合计		**5,278.42**	**100.00%**	**23,950.87**	**100.00%**	**21,935.50**	**100.00%**	**18,362.01**	**100.00%**

从构成上看，报告期内公司主营业务毛利主要来源于消费互联网业务、自营交易业务和产业互联网业务，报告期内，上述三项业务毛利占主营业务毛利的比重分别为 98.94%、95.12%、95.84%和 97.57%，系公司利润的最主要来源。

3、毛利率变动分析

报告期内，公司各业务类别毛利率及其变动情况如下:

类别		2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
消费互联网业务		8.98%	8.13%	9.08%	8.06%
B2B 互联网业务	自营交易业务	4.61%	4.53%	5.05%	6.61%
	撮合交易业务	-81.27%	-111.82%	-137.66%	-152.28%
产业互联网业务		96.12%	91.74%	83.24%	-
政府采购互联网业务		24.10%	20.21%	16.76%	17.17%
其他互联网业务		-	64.10%	68.84%	-
主营业务毛利率		**8.68%**	**7.51%**	**8.06%**	**7.56%**

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 7.56%、8.06%、7.51%和 8.68%，基本保持稳定。报告期内，公司各业务的毛利率变动情况分析如下：

（1）消费互联网业务毛利率分析

报告期内，公司消费互联网业务毛利率如下：

类别	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
消费互联网业务毛利率	8.98%	8.13%	9.08%	8.06%
银行合作费用率	6.75%	5.92%	6.30%	6.33%

考虑银行合作费用消费互联网业务毛利率	2.23%	2.21%	2.78%	1.73%

在开展消费互联网业务时，公司综合商品采购成本、需支付给银行的银行合作费用以及合理的利润空间进行定价。由于产品分期期数越高，按照银行与公司签订的合作协议规定，公司需支付给银行的合作费用率越高，故通常上架的产品价格越高，产品毛利率越高，故公司在经营消费互联网时的真实经营情况与考虑银行合作费用后的毛利率有关。报告期内公司消费互联网业务毛利率分别为8.06%、9.08%、8.13%和 8.98%，考虑银行合作费用后消费互联网业务毛利率分别为 1.73%、2.78%、2.21%和 2.23%，毛利率有所波动。考虑银行合作费用后消费互联网业务毛利率变动原因列示如下：

①2018 年度较 2017 年度经考虑银行合作费用后公司消费互联网业务毛利率增长的原因。

A、采购规模的扩大和议价能力的提高，保证公司运营信用卡商城所选择的商品采购价格优势提高

公司凭借在银行信用卡商城多年的运营经验，采购渠道不断扩张，并逐渐与北大方正、天音通信、爱施德、华硕等建立长期多渠道采购供应关系。公司于 2017 年 4 月被授予为苹果系列产品在交通银行买单吧 APP、招商银行掌上生活 APP 及授权经销商，在新品发布时，公司以更为优惠的价格向苹果系列产品 CES（大型连锁商超渠道）业务一级代理商北大方正采购 3C 新品，保证了 3C 产品特别是新品供应的稳定性。同时公司将消费互联网业务和 B2B 互联网业务结合，多渠道的销售能力使公司议价能力逐渐提高，通过对比多家供应商采购价格、考核指标及返利政策等，灵活性调整公司的采购策略，有力的保证了公司以更为优惠的价格采购 3C 产品。

B、2018 年度公司经营积累及股权融资增加，采用现款或预付方式采购商品取得较多的销售折让。

2018 年度公司经营效益增长迅速以及股权融资增多，资金逐渐宽裕，公司在为消费者提供产品购销服务时，采用现款或预付等方式进行采购的比例较 2017 年度逐渐上升，采用现款或预付方式结算采购的商品价格相对于赊销价格较低。

②2019 年度较 2018 年度经考虑银行合作费用后公司消费互联网业务毛利率

下降的原因。

自从 2019 年 9 月 20 日苹果正式开售新 iPhone 后，苹果 iPhone11 和 iPhone 11 Pro、iPhone 11 Pro Max 迎来缺货或者延期发货的状况。公司虽然对于苹果新品进行备货，但由于市场需求旺盛，致公司需要以一定程度的溢价向供应商调货，一定程度上压缩公司利润空间。

（2）B2B 互联网业务-自营交易业务毛利率分析

报告期公司自营交易毛利率分别为 6.61%、5.05%、4.53%和 4.61%，呈现下滑趋势，公司自营交易业务分产品收入占自营交易收入比例及毛利率列示如下：

单位：万元

产品	项目	2020 年 1-3 月	2019 年	2018 年度	2017 年度
苹果手机	收入	11,132.59	76,171.26	44,637.43	36,416.30
	占比	56.93%	61.10%	45.72%	41.76%
	毛利率	1.74%	3.17%	3.00%	5.34%
华硕笔记本电脑	收入	4,496.81	22,130.24	11,766.37	12,327.26
	占比	23.00%	17.75%	12.05%	14.14%
	毛利率	4.86%	4.47%	4.72%	7.59%
AOC 显示器	收入	1,561.41	7,836.59	7,851.87	8,576.46
	占比	7.99%	6.29%	8.04%	9.84%
	毛利率	10.94%	8.88%	12.09%	9.04%
苹果平板电脑	收入	283.27	4,242.65	20,175.53	11,313.53
	占比	1.45%	3.40%	20.67%	12.97%
	毛利率	5.09%	4.72%	6.15%	3.78%
飞利浦显示器	收入	369.00	3,527.77	3,538.91	3,706.74
	占比	1.89%	2.83%	3.62%	4.25%
	毛利率	16.18%	10.10%	7.94%	6.68%
其他	收入	1,711.08	10,760.12	9,655.04	14,855.13
	占比	8.75%	8.63%	9.89%	17.04%
	毛利率	14.26%	9.28%	5.88%	9.69%
合计	**收入（万元）**	**19,554.15**	**124,668.64**	**97,625.15**	**87,195.42**
	毛利率	**4.61%**	**4.53%**	**5.05%**	**6.61%**

公司自营交易业务毛利率呈现下降趋势，主要系苹果手机及华硕笔记本毛利率呈下降趋势，且毛利率相对较低的苹果手机产品分销收入占比上升所致。

①苹果手机毛利率呈下降趋势的原因

近年来随着公司经营实力的增强，公司与上游苹果系列产品供应商合作加深，有利地保证了公司采购产品供应的稳定性及价格优势，自 2016 年 10 月份开始，公司逐渐扩大苹果系列产品分销规模并发展核心客户，公司为迅速拓展下游分销市场空间，公司对于长期合作且规模较大的客户给予一定的让利空间，致公司苹果手机分销收入2017年度至2019年度增长较快，但销售毛利率呈下降趋势。2020 年 1-3 月销售毛利率较低主要系新冠肺炎疫情影响所致。

②华硕笔记本电脑产品毛利率呈现下降趋势的原因

华硕笔记本电脑 2018 年度、2019 年度和 2020 年 1-3 月毛利率低于 2017 年度主要系公司为渠易宝平台开发方同时亦作为华硕省级分销商身份成为渠易宝平台入驻供应商，自渠易宝平台上线后公司调整经营策略，为实现渠易宝平台推广引流，在下游分销过程给予客户让利，上述让利一方面实现了公司产业互联网业务的增长，另一方面公司自营华硕笔记本产品交易额亦有所增长。

（3）B2B 互联网业务-撮合交易业务毛利率分析

报告期公司撮合交易毛利率分别为-152.28%、-137.66%、-111.82%和-81.27%，毛利率为负，主要原因系：报告期内，公司撮合交易处于引流状态，其主要目的在于实现平台推广，且受制于资金瓶颈等因素制约，交易活跃量较低，导致该模式下实现的收入较低所致。

（4）产业互联网业务毛利率分析

2018 年、2019 年、2020 年 1-3 月公司产业互联网业务毛利率为 83.24%、91.74%和 96.12%，毛利率水平相对较高。产业互联网业务为 2018 年上线的业务，公司与华硕等品牌方达成深度合作战略目标后，根据华硕等品牌方的自身特点及经营要求为其搭建专门的综合服务平台，运用公司已经成熟的各项开发技术并结合公司多年分销渠道运营经验，凭借相对较低的成本改变品牌方传统的销售渠道并解决其经营痛点，协助品牌方实现销售渠道扁平化、建立与下游门店的直接联系并控制下游市场销售价格，实现对传统销售渠道的转型。收入方面，公司按照成交量向华硕等品牌方收取一定比例的服务费；成本方面，公司主要是借助现有的互联网技术，为华硕等品牌方的线下门店资源和流量向线上引流，故无需投入

过多的推广等运营成本，故其毛利率相对较高。

（5）政府采购互联网业务毛利率分析

报告期内，公司政府采购互联网业务毛利率分别为 17.17%、16.76%、20.21%和 24.10%高于自营交易毛利率，主要原因是该类销售的群体主要系政府及事业单位等终端用户且采购单笔金额较小，故销售毛利率相对较高。

（6）其他互联网业务毛利率分析

其他互联网业务系公司在满足自身运营研发任务需求外，公司将已成功开发的结算系统、在线客服系统、订单管理系统等平台开发经验进行推广，为其他行业客户提供互联网综合服务，由于公司已具有成熟的开发运营经验，开发投入成本较低，故该项服务毛利率较高，2018 年度、2019 年度公司其他行业互联网综合服务毛利率分别为 68.84%、64.10%。

4、可比上市公司毛利率对比分析

互联网及相关服务行业包含的细分行业较多，但没有与公司业务模式完全一致的可比上市公司。按照业务划分，报告期内公司与主要业务相近的上市公司毛利率对比分析如下：

（1）消费互联网业务

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	4.42%	5.92%	5.21%
翰林汇	5.55%	4.50%	6.61%
神州数码	-	-	-
国联股份	-	-	-
焦点科技	-	-	-
新中冠（不含银行合作费用率）	8.13%	9.08%	8.06%
新中冠（含银行合作费用率）	2.21%	2.78%	1.73%

注：以上苏宁易购毛利率系选取年度报告中通讯产品毛利率。翰林汇毛利率系选取年度报告中零售业务毛利率。

公司开展消费互联网业务主要通过银行信用卡商城销售 3C 产品，苏宁易购主要通过自身 B2C 网站及线下门店销售 3C 产品，翰林汇主要通过自身 B2C 网站、园区服务中心及线下零售实体门店方式销售 3C 产品，虽然公司与可比公司

在销售渠道上存在差异，但是二者客户群体均为终端消费者且盈利均通过 3C 产品购销差价实现，故其毛利率具有一定的可比性。

公司消费互联网的毛利率与客户选择分期期数有关，客户选购公司商品采用分期为主。客户在银行信用卡商城选择分期消费购买产品时，其选择的分期期数越高，对应产品的售价也会越高，根据公司与银行签署的合作协议，给予银行的合作费用就会越高。

同行业可比公司中，主要通过线下门店或自建的平台实现销售，采用分期付款的方式占比低于公司，故公司消费互联网业务毛利率在考虑银行合作费用时会相对较高，如考虑银行合作费用后，公司毛利率低于同行业可比公司。

（2）B2B 互联网业务

①自营交易业务

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	-	-	-
翰林汇	2.61%	2.60%	3.07%
神州数码	3.64%	3.74%	4.44%
国联股份	5.05%	5.58%	5.01%
焦点科技	16.86%	4.48%	1.97%
新中冠	4.53%	5.05%	6.61%

注：以上翰林汇毛利率选取年度报告中分销毛利率；神州数码毛利率系选取年度报告中 IT 分销毛利率；国联股份选取招股书及年度报告中网上商品交易业务毛利率；焦点科技选取年度报告中商品销售毛利率。

公司与可比上市公司自营交易业务毛利率差异的主要原因系：交易的商品种类、业务规模不同所致。

A、翰林汇、神州数码

神州数码通过线下和线上交易平台“神州商桥”、翰林汇通过线下和线上交易平台“翰林汇”为客户提供产品展示、销售、物流等高效服务，上述公司自营分销服务业务模式与公司较为接近。公司分销毛利率略高于翰林汇、神州数码，主要原因系：

a、公司与可比公司销售产品存在差异。公司主要销售苹果、AOC、华硕等品牌，产品涵盖手机、笔记本电脑、平板电脑、显示器等；神州数码主要销售联

想、戴尔、惠普、苹果、华为等品牌，涵盖移动办公设备、计算机配件、笔记本电脑等上万种 IT 产品；翰林汇主要销售联想、戴尔、华硕、苹果等品牌，以电脑为主，各品牌产品交易毛利空间存在差异。

b、客户及供应商议价能力不同。与神州数码、翰林汇相比，公司自营交易服务毛利率相对较高，主要原因系神州数码主要客户为苏宁、国美、沃尔玛等大型连锁商，翰林汇主要客户为上海扬子瑞信电子有限公司、京东等大型分销客户，该类客户采购规模大且议价能力高，故其毛利率相对较低。

B、国联股份、焦点科技

国联股份、焦点科技的商品交易业务经营模式与发行人类似，主要为自营电商，与发行人毛利率的差异主要系：经营的商品种类不同所致，国联股份主要通过涂多多、卫多多、玻多多等 B2B 垂直电商平台开展网上商品交易业务，涵盖涂料化工、卫生用品、玻璃等；焦点科技主要是跨境电商的销售，交易品类主要为五金工具、环保设备等。

②撮合交易业务

公司与神州数码均搭建 B2B 平台均开展撮合业务，由于神州数码公开披露的资料无法查询其撮合交易毛利率情况，故难以取得公开数据与发行人进行比较，鉴于发行人目前撮合交易业务处于引流阶段，收入占比很低，故该业务对公司整体毛利率的影响很小。

（3）产业互联网业务

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	-	-	-
翰林汇	-	-	-
神州数码	-	-	-
国联股份	-	84.92%	87.89%
焦点科技	80.20%	74.83%	76.62%
新中冠	91.74%	83.24%	-

注：以上国联股份选取年度报告中网站会员服务的毛利率，焦点科技选取年度报告中 B2B 业务毛利率。

可比公司中，新中冠、国联股份、焦点科技均系通过互联网、大数据等技术为各自的客户提供互联网交易平台，故三者之间该项业务模式存在一定的相似

性，但盈利模式存在差异，故毛利率存在差异。国联股份和焦点科技盈利模式：企业注册为平台类电子商务企业的会员，每年交纳一定的会员费，可以享受建立商铺，发布企业资料、产品展示、商情信息及各类线下相关服务，其交易不需缴纳佣金。新中冠主要为客户搭建互联网交易平台，公司盈利模式主要为按照交易额收取的佣金费用。

（4）政府采购互联网业务

公司政府采购互联网业务主要面向政府、事业单位等销售华硕电脑、联想主机、AOC 显示器等 3C 类产品，翰林汇 IT 产品零售业务存在为金融证券、教育政府等提供行业类的产品销售，但该公司未单独披露该项业务毛利率，故难以进行比较。

（5）其他互联网业务

公司	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	-	-	-
翰林汇	-	-	-
神州数码	-	-	-
国联股份	78.61%	68.53%	71.88%
焦点科技			
新中冠	64.10%	68.84%	-

注：以上国联股份选取招股书及年度报告中互联网技术服务的毛利率。

发行人其他互联网业务是为广告传媒、互联网等行业客户进行软件系统开发并提供其他增值服务而实现的收入。

（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	2020 年 1-3 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率	金额	费用率
销售费用	3,047.79	5.01%	12,899.09	4.05%	12,282.26	4.51%	11,492.08	4.73%
管理费用	271.38	0.45%	1,514.95	0.48%	1,331.63	0.49%	1,621.81	0.67%
研发费用	159.28	0.26%	486.77	0.15%	265.52	0.10%	341.52	0.14%
财务费用	172.60	0.28%	566.78	0.18%	574.44	0.21%	400.34	0.16%

费用合计	3,651.04	6.00%	15,467.58	4.85%	14,453.84	5.31%	13,855.74	5.71%

报告期内，公司期间费用合计分别为 13,855.74 万元、14,453.84 万元、15,467.58 万元和 3,651.04 万元，占营业收入的比重分别为 5.71%、5.31%、4.85%和 6.00%。2017 年度至 2019 年度公司期间费用占收入的比重总体呈下降趋势，主要系：报告期内，公司业务的增长主要来源于互联网渠道业务的不断推广及延伸，并未大幅度的扩张人员及设备等，反映互联网业务给公司带来的内延式发展及规模效应。

1、销售费用分析

（1）报告期内，公司的销售费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
银行合作费用	2,700.64	11,102.68	10,637.19	9,741.88
运输费	182.80	844.47	780.47	784.08
职工薪酬	135.51	568.36	634.89	691.30
市场推广费	4.59	246.45	65.60	73.69
办公差旅费	5.00	45.46	81.02	110.36
租赁费	18.91	74.13	70.98	85.21
其他费用	0.34	17.53	12.11	5.57
合计	**3,047.79**	**12,899.09**	**12,282.26**	**11,492.08**

报告期内，公司销售费用分别为 11,492.08 万元、12,282.26 万元、12,899.09 万元和 3,047.79 万元，销售费用额总体呈增长趋势，反映了公司销售费用支出与业务规模的扩张相适应。报告期内，公司销售费用主要由银行合作费用、职工薪酬和运输费构成。公司与银行合作开展消费互联网业务，消费者在信用卡商城采用分期付款购买公司上架的商品时，通常分期越高，购买价格越高，银行按照消费者购买价款扣除一定比例的银行合作费用后支付给公司，银行合作费用比例与消费者分期期数直接挂钩且呈正相关。2019 年度、2018 年度公司销售费用分别较上年增加 616.83 万元和 790.18 万元，主要系该年度消费互联网业务增长致公司与银行结算的合作费用增长所致。

2、管理费用分析

报告期内，公司的管理费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	150.08	677.00	664.83	679.33
折旧与摊销	59.13	236.89	243.92	251.87
办公费	35.77	123.67	112.95	125.24
中介服务费	5.87	226.74	135.51	127.24
租赁费	14.29	106.47	92.75	101.96
股份支付	-	9.00	11.92	290.88
其他费用	6.24	135.17	69.74	45.28
合计	**271.38**	**1,514.95**	**1,331.63**	**1,621.81**

公司管理费用主要由职工薪酬、折旧与摊销、办公费用、租赁费构成。其中2019 年度管理费用较 2018 年度增加 183.32 万元，主要系 2019 年度中介服务费增加所致。2018 年度管理费用较 2017 年度减少 290.18 万元，主要系 2017 年度确认的股份支付金额较多所致。

报告期内股份支付情况说明如下：

（1）股权激励背景

发行人设立的平潭合伙主要用于激励员工而设立的员工持股平台。平潭合伙以增资方式入股发行人，公司关键员工通过持有平潭合伙合伙份额的方式间接持有发行人股份。公司实际控制人吴根茂为平潭合伙普通合伙人，其他人员为有限合伙人。报告期内，公司员工持股平台因离职或者资金需求存在多次合伙权益转让行为。具体转让情况列示如下：

A、2017 年 6 月

转让方	受让方	转让合伙权益份额（万份）	转让份额对应股份（万股）	转让对应股票价格（元/股）
黄孙隆	林孝瑞	80.00	20.00	4.00
	詹毅	20.00	5.00	4.00
李兹泉	李嘉腾	360.00	90.00	4.00
郑英武	吴伟江	20.00	5.00	4.00
黄荣芳	詹毅	12.00	3.00	4.00
黄荣芳	王惠英	12.00	3.00	4.00

B、2018 年 8 月

转让方	受让方	转让合伙权益份额（万份）	转让份额对应股份（万股）	转让对应股票价格（元/股）
刘红	王惠英	8.00	2.00	4.00
高丽娜	王惠英	3.00	0.75	4.00
吴伟江	王惠英	20.00	5.00	4.00

C、2019 年 12 月

转让方	受让方	转让合伙权益份额（万份）	转让份额对应股份（万股）	转让对应股票价格（元/股）
高丽娜	吴根茂	20.00	5.00	4.00
陈永忠	吴迪山	10.00	2.50	4.00
陈丽姬	吴根茂	60.00	15.00	4.00
易庆水	吴根茂	15.00	3.75	4.00

（2）股份支付的确认情况

报告期内，公司实际控制人对于核心员工以显著低于当时各年度股份的公允价值受让公司其他员工合伙权益份额具有决定权，属于企业通过低于公允价值转让权益工具作为对价以换取服务的情形，满足《企业会计准则第 11 号——股份支付》中“以权益结算的股份支付是以企业以股份或其他权益工具作为对价进行结算的交易”条件。公司在其他核心员工受让员工持股平台合伙权益当期一次性确认以权益结算的股份支付金额，并将其计入非经常性损益。公司员工将合伙权益转让给公司实际控制人行为，不确认为股份支付。具体计算过程如下：

当期股份支付金额=员工转让持股平台合伙权益份额对应持有公司股份数*（采用股份支付授予日附近外部股东增资或受让公司股份的价格-实际转让价格）-转让份额对应前期已确认股份支付金额

（3）公允价值的确定

报告期内，公司各年度确定公允价值列示如下：

年度	公允价值
2017 年	2017 年 3 月，阮炜、张宏斌、晨晖盛景、相兑道琺每股增资价格 6.40 元。
2018 年	2018 年 12 月，东兴投资每股增资价格 7.20 元。
2019 年	2019 年 12 月，芜湖朗姿、芜湖博信每股增资价格 7.92 元。

3、研发费用分析

报告期内，公司的研发费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
职工薪酬	129.92	388.10	191.17	237.38
其他	29.36	98.67	74.35	104.14
合计	**159.28**	**486.77**	**265.52**	**341.52**

报告期内，公司研发费用主要由职工薪酬、折旧与摊销等构成，主要系公司对“渠易宝”和“喜购宝”等互联网综合服务平台的研发投入支出。报告期内，公司研发费用呈上升趋势，主要系公司互联网交易平台系统开发、功能迭代升级等方面持续增加所致。

4、财务费用分析

报告期内，公司的财务费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利息支出	210.19	602.88	645.77	335.71
减：利息收入	51.86	206.46	128.63	68.84
手续费	14.26	170.36	57.30	133.47
合计	**172.60**	**566.78**	**574.44**	**400.34**

报告期内，公司的财务费用占营业收入的比例分别为 0.16%、0.21%、0.18%和 0.28%，占比较低。其中：2018 年度财务费用较 2017 年度增加 174.10 万元，主要系公司银行借款增加导致利息支出增加所致。

5、同行业可比公司期间费用比较

（1）销售费用对比分析

同行业可比公司销售费用率（费用占营业收入比例）分析列示如下：

可比公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	12.33%	12.45%	10.64%	10.98%
翰林汇	-	1.32%	1.48%	1.44%
神州数码	1.89%	1.96%	2.00%	2.59%
国联股份	0.97%	1.93%	2.79%	3.47%

可比公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
焦点科技	49.08%	46.34%	44.36%	25.16%
平均值	**16.07%**	**12.80%**	**12.25%**	**8.73%**
新中冠	**5.01%**	**4.05%**	**4.51%**	**4.73%**

数据来源：国联股份 2017 年、2018 年数据来源于披露的招股说明书；其他数据来源于各公司披露的年度报告及一季度报告。

公司销售费用率高于翰林汇、神州数码、国联股份，主要系翰林汇、神州数码、国联股份商品交易规模相对更大，销售费用率相对更低。

公司销售费用率低于苏宁易购、焦点科技，主要系苏宁易购通过线下零售门店方式开展零售业务占有一定的比重，销售费用率相对较高；焦点科技收入主要来源于跨境电商 B2B 服务和保险业务，其中跨境电商 B2B 服务在新兴市场业务推广而发生广告宣传费支出较高，保险业务主要通过外部渠道服务商引流方式来开展，相应代理服务费较高，因而该公司销售费用率相对较高。苏宁易购、焦点科技较高的销售费用率拉高了行业平均水平，导致公司销售费用率低于行业平均水平。

（2）管理费用对比分析

同行业可比公司管理费用率（费用占营业收入比例）分析列示如下：

可比公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	1.75%	1.84%	2.12%	1.92%
翰林汇	-	0.30%	0.34%	0.30%
神州数码	0.29%	0.30%	0.32%	0.45%
国联股份	0.27%	0.49%	0.88%	1.39%
焦点科技	11.26%	8.31%	12.02%	7.45%
平均值	**3.39%**	**2.25%**	**3.14%**	**2.30%**
新中冠	**0.45%**	**0.48%**	**0.49%**	**0.67%**

数据来源：国联股份 2017 年、2018 年数据来源于披露的招股说明书；其他数据来源于各公司披露的年度报告及一季度报告。

公司与同行业可比公司管理费用率差异主要是由于商品交易业务及非商品交易业务在总收入中所占比例不同所致。

报告期内，公司管理费用率均高于翰林汇、神州数码，主要系翰林汇、神州数码业务规模相对更大，规模效益更加明显。国联股份 2017 年网上商品交易业

务处于发展初期，管理费用率相对较高，随着该公司网上商品交易业务规模快速增长，管理费用率逐年下降，2019 年开始管理费用率水平与公司相当。

报告内，公司管理费用率低于苏宁易购、焦点科技，其中低于苏宁易购主要系该公司通过线下零售门店方式开展零售业务占有一定的比重，运营管理人员较多且因实施员工持股计划而确认等待期内管理费用金额相对较大，低于焦点科技主要系该公司收入主要来源于非商品交易业务。

（3）研发费用对比分析

同行业可比公司研发费用率（费用占营业收入比例）分析列示如下：

可比公司	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	1.34%	1.21%	0.92%	0.67%
翰林汇	-	0.03%	-	-
神州数码	0.15%	0.17%	0.12%	0.14%
国联股份	0.14%	0.24%	0.46%	0.60%
焦点科技	17.69%	12.31%	10.07%	5.42%
平均值	**4.83%**	**2.79%**	**2.89%**	**1.71%**
新中冠	**0.26%**	**0.15%**	**0.10%**	**0.14%**

数据来源：国联股份 2017 年、2018 年数据来源于披露的招股说明书；其他数据来源于各公司披露的年度报告及一季度报告。

报告期内，公司与翰林汇、神州数码、国联股份、苏宁易购均因商品交易规模较大，导致研发费用率相对较低。报告期内，公司研发费用率低于焦点科技，主要系焦点科技收入主要来源于 B2B 商业信息服务和互联网保险代理业务，该公司在基础研究、搜索平台开发、人工智能及大数据技术、跨境电商交易平台及互联网保险代理等方面研发投入较大。

（五）利润表其他项目分析

1、税金及附加

报告期内公司税金及附加具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
城市维护建设税	4.07	132.44	204.74	95.15
教育费附加	2.91	94.62	146.24	67.96

印花税	16.29	79.15	64.80	63.16
房产税及土地使用税	1.65	9.78	8.41	8.99
其他	0.98	12.49	12.65	8.29
合计	**25.90**	**328.49**	**436.84**	**243.55**

2、资产减值损失

报告期内，公司资产减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
坏账损失	-	-	-38.61	28.81
存货跌价损失及合同履约成本减值损失	261.97	114.89	33.89	0.32
合计	261.97	114.89	-4.73	29.13

报告期内，资产减值损失金额分别为 29.13 万元、-4.73 万元、114.89 万元和 261.97 万元。

3、信用减值损失

报告期内，公司信用减值损失具体情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款坏账损失	258.26	-11.24	-	-
其他应收款坏账损失	25.48	15.78	-	-
合计	**283.74**	**4.54**	-	-

4、其他收益

报告期内，公司其他收益具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	92.36	354.88	177.26	220.35
进项税加计抵减等	0.35	0.89	-	-
合计	**92.70**	**355.76**	**177.26**	**220.35**

（1）2020 年 1-3 月

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关

电子商务发展资金	《福建省商务厅 福建省财政厅关于核定 2019 年电子商务发展资金的通知》	90.00	与收益相关
稳岗补贴	关于印发《福州市进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作实施方案》的通知	2.36	与收益相关
合计		**92.36**	

（2）2019 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
福建省数字经济发展专项资金	《福州市财政局关于下达 2018 年福建省数字经济发展专项资金计划和支出预算的通知》	200.00	与收益相关
台江区财政局企业建平台补助	《关于下达 2019 年福州市软件产业发展专项资金的通知》	100.00	与收益相关
促销奖励补助资金	《关于下达 2017 年年末开展促销活动奖励资金的通知》	18.50	与收益相关
企业股权转让税收奖励金	《关于申请乾坤鑫融、随乐软件、新中冠三家公司企业股权转让税收奖励金的请示》及福州市台江区人民政府办公室的批复	24.18	与收益相关
企业扶持奖励金	《关于<严批（转）931 号>办理情况的报告》	10.00	与收益相关
稳岗补贴	关于印发《福州市进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作实施方案》的通知	2.20	与收益相关
合计		**354.88**	

（3）2018 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
纳税贡献奖	《中共福州市台江区委福州市台江区人民政府关于表彰台江区 2016 年度纳税贡献突出企业的决定》	3.00	与收益相关
租金补助	《关于扶持企业加快创新发展的实施意见》、《福州市台江区人民政府关于 2018 年度向新中冠智能科技股份有限公司下拨租金补助的证明函》	52.85	与收益相关
稳岗补贴	关于印发《福州市进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作实施方案》的通知	3.51	与收益相关
企业增量奖励金	《关于下达新中冠智能科技股份有限公司等 5 家企业促进商贸业发展奖励补助资金的通知》	18.00	与收益相关
电商专项补助	《关于下达 2017 年第二批省市电子商务专项资金的通知》	99.90	与收益相关
合计		**177.26**	

（4）2017 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
电子商务税收奖励	《关于下达 2016 年省、市电子商务扶持资金的通知》	138.20	与收益相关
2016 年商贸企业增量奖励	《关于下达 2016 度第一批促进服务业限下企业转型升级奖励资金的通知》	48.00	与收益相关
租金补贴	《福州市台江区人民政府关于 2017 年度向新中冠智能科技股份有限公司下拨租金补助的证明函》	25.58	与收益相关
2015 年度限上商贸企业新增提升奖励金	《关于下达 2015 年度台江区人民政府促进限上商贸企业发展奖励资金的通知》	5.00	与收益相关
稳岗补贴	关于印发《福州市进一步做好失业保险支持企业稳定岗位工作实施方案》的通知	3.57	与收益相关
合计		**220.35**	

5、营业外收入

报告期内，公司营业外收入具体构成如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
政府补助	-	3.00	109.43	5.00
其他	-	0.21	-	0.03
合计	**-**	**3.21**	**109.43**	**5.03**

（1）2019 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
党建工作经费补贴	《中共福州市委组织部 福州市财政局关于下达 2018 年非公有制企业和社会组织党建工作经费的通知》	1.00	与收益相关
党建工作经费补贴	《中共福州市台江区委新港街道工作委员会党工委会议纪要》	2.00	与收益相关
合计		**3.00**	

（2）2018 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
上市市级补助	《福州市财政局关于下达新中冠智能科技股份有限公司奖励资金的通知》	100.00	与收益相关
党建工作经费补贴	中共福建省委组织部 中共福建省委非公有制企业和社会组织工委关于印发《省委组织部省委非公有制企业和社会组织工委直接联系互联网企业党组织制度》的通知	9.43	与收益相关

合计	109.43	

（3）2017 年度政府补助明细

单位：万元

项目名称	依据或批准文件	金额	与资产相关/与收益相关
党建工作示范点党建经费	《中共福州市委组织部 福州市财政局关于下达 2017 年非公有制企业和社会组织党建工作经费的通知》	5.00	与收益相关
合计		5.00	

6、营业外支出

报告期内，公司营业外支出情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
非流动资产毁损报废损失	-	5.55	0.27	-
捐赠支出	10.50	32.00	5.52	-
合计	10.50	37.55	5.79	-

7、所得税费用

（1）报告期内，所得税费用明细情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
当期所得税费用	320.18	1,938.16	1,752.66	1,165.41
递延所得税费用	-115.03	18.18	10.00	-3.53
合计	205.15	1,956.34	1,762.66	1,161.88

（2）所得税费用与会计利润关系如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
利润总额	1,147.85	8,369.81	7,337.48	4,474.93
按法定[或适用]税率计算的所得税费用	286.96	2,092.45	1,834.37	1,118.73
子公司适用不同税率的影响	-55.14	-48.31	-18.58	-0.05
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	0.27	0.88	-6.98	84.77
研发加计扣除	-26.94	-88.69	-46.15	-41.57
所得税费用	205.15	1,956.34	1,762.66	1,161.88

（六）税收分析

1、公司应缴与实缴的税项

报告期内公司主要税费的应缴与实缴情况如下：

单位：万元

项目	本期应缴金额				实际缴纳金额			
	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
增值税	132.23	1,832.65	2,811.11	1,477.30	272.88	3,428.17	1,469.22	1,111.17
所得税	320.18	1,938.16	1,752.66	1,165.41	187.44	1,787.67	1,013.56	925.14

2、报告期内享受的税收优惠政策对公司经营业绩的影响

公司报告期内享受的所得税税收优惠对公司经营业绩的影响如下表：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
所得税优惠金额	55.14	48.31	18.58	0.05
研发费用加计扣除	26.94	88.69	46.15	41.57
税收优惠合计	82.08	137.00	64.73	41.62
利润总额	1,147.85	8,369.81	7,337.48	4,474.93
税收优惠金额占当期利润总额的比例	**7.15%**	**1.64%**	**0.88%**	**0.93%**

报告期内，公司依法享受的税收优惠占当期利润总额的比例分别为 0.93%、0.88%、1.64%和 7.15%，占利润总额的比例较小，公司的经营业绩对于税收优惠不存在重大依赖。

十五、资产质量分析

（一）资产结构及变动分析

1、总资产的结构与变动分析

报告期内，公司总资产构成及所占比例如下表所示：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
流动资产	75,030.95	96.28%	69,925.83	96.22%	57,110.66	96.16%	39,904.25	95.03%
非流动资产	2,902.89	3.72%	2,748.00	3.78%	2,280.12	3.84%	2,088.25	4.97%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
合计	77,933.84	100.00%	72,673.83	100.00%	59,390.78	100.00%	41,992.49	100.00%

报告期内，随着公司业务的发展和经营规模的持续扩张，公司资产总额不断增加。其中，2018 年末、2019 年末、2020 年 3 月末分别较上年末增加了 17,398.29 万元、13,283.05 万元和 5,260.01 万元，增幅分别为 41.43%、22.37%和 7.24%。公司资产逐步增长的主要原因是：（1）报告期内，随着公司业务规模的不断扩大，相应的资产总额随之增长；（2）报告期内，为了满足业务快速发展所带来的营运资金需求，公司进行了多次股权融资，所有者权益增加所致。

从资产结构来看，报告期内公司流动资产占资产总额的比例分别为 95.03%、96.16%、96.22%和 96.28%，占比较高，符合公司业务模式和互联网及相关服务业经营特点。公司作为互联网综合服务商，主要业务包括消费互联网业务、B2B 互联网业务、政府采购互联网业务、产业互联网业务等，不从事具体产品的生产和研发，公司对机器设备、土地、厂房等固定资产和无形资产依赖程度较低，公司作为轻资产运营公司，目前,经营用房主要通过租赁方式取得，因此公司资产结构以流动资产为主。

总体上看，报告期内公司资产构成及变化情况与公司生产经营活动相适应，资产结构合理。

2、流动资产构成及变动分析

报告期内，公司流动资产构成如下表所示：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
货币资金	9,438.28	12.58%	26,497.41	37.89%	20,759.11	36.35%	4,012.37	10.06%
应收票据	-	-	-	-	61.47	0.11%	164.37	0.41%
应收账款	24,330.39	32.43%	17,585.08	25.15%	17,968.98	31.46%	14,920.58	37.39%
应收款项融资	40.00	0.05%	599.10	0.86%	-	-	-	-
预付款项	2,503.82	3.34%	3,947.41	5.65%	4,185.12	7.33%	3,714.91	9.31%
其他应收款	132.98	0.18%	157.66	0.23%	159.68	0.28%	127.22	0.32%
存货	36,714.03	48.93%	20,548.79	29.39%	13,972.38	24.47%	16,964.79	42.51%

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
其他流动资产	1,871.45	2.49%	590.38	0.84%	3.92	0.01%	-	-
合计	**75,030.95**	**100.00%**	**69,925.83**	**100.00%**	**57,110.66**	**100.00%**	**39,904.25**	**100.00%**

与公司业务规模不断扩大的发展态势相适应，公司流动资产总额呈增长趋势。公司的流动资产主要是由与主营业务活动密切相关的货币资金、应收账款、存货构成。报告期各期末，公司货币资金、应收账款和存货合计占流动资产的比例分别为 89.96%、92.28%、92.43%和 93.94%。

（1）货币资金

①报告期各期期末，货币资金构成如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
库存现金	1.60	0.02%	5.71	0.02%	1.15	0.01%	6.64	0.17%
银行存款	3,889.68	41.21%	22,441.70	84.69%	17,037.97	82.07%	3,425.69	85.38%
其他货币资金	5,547.00	58.77%	4,050.00	15.28%	3,720.00	17.92%	580.04	14.46%
合计	**9,438.28**	**100.00%**	**26,497.41**	**100.00%**	**20,759.11**	**100.00%**	**4,012.37**	**100.00%**

公司货币资金以银行存款为主。报告期各期末，公司货币资金余额分别为 4,012.37 万元、20,759.11 万元、26,497.41 万元和 9,438.28 万元，其中 2018 年末公司货币资金余额相较 2017 年末增加 16,746.74 万元，2019 年末公司货币资金余额相较 2018 年末增加 5,738.30 万元，主要原因系：2018 年、2019 年为了满足业务快速发展所带来的营运资金需求，公司进行了股权融资。2020 年 3 月末货币资金余额较 2019 年末减少 17,059.13 万元，主要系受新型冠状病毒肺炎疫情的影响，公司下游客户回款相对减缓，销售商品、提供劳务收到的现金减少。

公司其他货币资金主要系承兑汇票保证金、质押的定期存款等，其中受限的资金明细如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票保证金	5,547.00	4,050.00	1,220.00	580.04
用于担保的定期存款或通知存款	-	-	2,500.00	-

合计	**5,547.00**	**4,050.00**	**3,720.00**	**580.04**

②报告期内，公司存贷情况

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
货币资金	9,438.28	26,497.41	20,759.11	4,012.37
短期借款	14,587.43	11,000.00	8,020.00	5,300.00
存贷比	**64.70%**	**240.89%**	**258.84%**	**75.71%**

2018 年末、2019 年末，公司存贷比较高主要系 2018 年 12 月、2019 年 12 月公司进行了股权融资，货币资金增加。报告期内，公司短期借款呈增长趋势，系公司经营规模持续扩张，对流动资金需求增加，符合公司的实际经营情况。

（2）应收票据及应收款项融资

①应收票据

报告期各期期末，应收票据构成如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	-	-	61.47	164.37

②应收款项融资

报告期各期期末，应收款项融资构成如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收票据-银行承兑汇票	40.00	599.10	-	-

自 2019 年 1 月 1 日起，由于公司在日常资金管理中将部分承兑汇票背书，管理上述应收票据的业务模式既以收取合同现金流量为目标又以出售为目标，因此根据新金融工具准则的要求，将应收票据重分类为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产，将应收票据于财务报表“应收款项融资”科目列示。

报告期各期末，公司应收票据及应收款项融资合计余额分别为 164.37 万元、61.47 万元、599.10 万元和 40 万元，均为银行承兑汇票，占流动资产的比例分别为 0.41%、0.11%、0.86%和 0.05%，占比极小。

报告期内，公司无逾期未收回的应收票据。截至 2020 年 3 月 31 日，公司无

已质押的承兑汇票。

③报告期各期末，发行人已背书或贴现且未到期的应收票据情况

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额	终止确认金额	未终止确认金额
银行承兑汇票	357.06	-	278.22	-	643.65	-	743.90	-
商业承兑汇票	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	**357.06**	**-**	**278.22**	**-**	**643.65**	**-**	**743.90**	**-**

（3）应收账款

①应收账款的规模与变动分析

报告期内，公司应收账款期末余额变化情况如下：

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款账面余额	24,779.03	17,775.46	18,170.60	15,158.89
坏账准备	448.64	190.38	201.62	238.30
应收账款账面价值	24,330.39	17,585.08	17,968.98	14,920.58
营业收入	60,801.11	318,754.99	272,192.82	242,828.11
应收账款账面余额占营业收入比例	**10.19%**	**5.58%**	**6.68%**	**6.24%**
应收账款账面价值占营业收入比例	**10.00%**	**5.52%**	**6.60%**	**6.14%**

注：以上 2020 年 1-3 月应收账款账面余额、账面价值占营业收入比例已年化处理。

报告期各期末，公司应收账款账面价值分别为 14,920.58 万元、17,968.98 万元、17,585.08 万元和 24,330.39 万元，占各期营业收入的比例分别为 6.14%、6.60%、5.52%和 10.00%。公司应收账款账面价值随着营业收入的增长总体呈现上升趋势，其中 2020 年 3 月末较 2019 年末增加 6,745.31 万元，主要原因是受新型冠状病毒肺炎疫情影响，发行人下游客户回款相对减缓，导致 2020 年 3 月末应收账款余额增加。

②应收账款的账龄结构及坏账准备计提分析

报告期内，公司应收账款账面余额和账龄分析如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31

	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
3 个月以内（含 3 个月）	19,894.42	80.29%	17,621.73	99.14%	17,922.43	98.63%	14,040.39	92.62%
4—12 个月	4,875.54	19.68%	139.62	0.79%	209.43	1.15%	1,001.15	6.60%
1—2 年	3.95	0.02%	8.61	0.05%	29.76	0.16%	65.57	0.43%
2—3 年	-	-	0.08	0.00%	6.04	0.03%	34.10	0.22%
3 年以上	5.13	0.02%	5.42	0.03%	2.95	0.02%	17.68	0.12%
合计	**24,779.03**	**100.00%**	**17,775.46**	**100.00%**	**18,170.60**	**100.00%**	**15,158.89**	**100.00%**

坏账准备的计提情况：

单位：万元

账龄组合	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
3 个月以内（含 3 个月）	198.94	176.22	179.22	140.40
4—12 个月	243.78	6.98	10.47	50.06
1—2 年	0.79	1.72	5.95	13.11
2—3 年	-	0.04	3.02	17.05
3 年以上	5.13	5.42	2.95	17.68
合计	**448.64**	**190.38**	**201.62**	**238.30**

报告期各期末，公司应收账款账龄基本集中在 3 个月以内，账龄结构合理，应收账款质量较高，不可回收风险较小。公司根据《企业会计准则》并结合自身具体情况制定了相应的应收账款坏账准备计提政策，报告期各期末，应收账款坏账准备余额分别为 238.30 万元、201.61 万元、190.38 万元和 448.64 万元，计提比例分别为 1.57%、1.11%、1.07%和 1.81%。报告期内，公司未发生大额应收账款不能回收的情形。

③同行业可比公司，按照账龄组合坏账准备计提比例情况如下：

A、2019 年度、2020 年 1-3 月

可比公司	3 个月以内（含 3 个月）	4—12 个月	1—2 年	2—3 年	3 年以上
苏宁易购	1.23%		18.06%	100%	100%
神州数码	/	/	/	/	/
翰林汇	1%		10%	50%	100%
国联股份	5%		10%	50%	100%
焦点科技	4.21%		10.67%	42.38%	100%
新中冠	1%	5%	20%	50%	100%

注：神州数码组合 III 按照逾期账龄组合进行计预期信用损失，其中未超期计提 1%，超期 1-90 天计提 2%，超期 91-180 天计提 10%，超期 181-270 天计提 30%，超期 271-360 天计提 50%，超期 361-720 天计提 70%，超期 721 天以上计提 100%。

报告期内，公司 1 年以内的应收账款占比均在 99%以上，应收账款账龄主要集中在 1 年以内。由上表可知，2019 年度、2020 年 1-3 月，公司 1 年以内的应收账款坏账准备计提比例与苏宁易购、翰林汇等不存在重大差异，与国联股份、焦点科技存在一定的差异，主要系经营模式、下游客户结构存在差异，具有合理性。

B、2017 年度、2018 年度

可比公司	3 个月以内（含 3 个月）	4—12 个月	1—2 年	2—3 年	3—4 年	4—5 年	5 年以上
苏宁易购	5%		10%	20%	30%	60%	100%
神州数码	/	/	/	/	/	/	/
翰林汇	0.5%		5%	25%	100%	100%	100%
国联股份	5%		10%	50%	100%	100%	100%
焦点科技	0%		10%	50%	100%	100%	100%
新中冠	1%	5%	20%	50%	100%	100%	100%

注：苏宁易购政府补贴组合、节能补贴组合、保本保收益理财产品组合不计提坏账准备。神州数码组合 II 按照逾期账龄组合进行计坏账准备计提，其中未超期、超期 1-30 天不计提坏账准备，超期 31-60 天计提 10%，超期 61-90 天计提 20%，超期 91-120 天计提 30%，超期 121-150 天计提 40%，超期 151-180 天计提 70%，超期 181 天以上计提 100%。

由上表可知，2017 年度、2018 年度，公司应收账款坏账准备计提比例与同行业可比公司不存在重大差异。

④逾期应收账款情况

公司给予的客户信用账期普遍在 3 个月以内，报告期内，公司应收账款账龄一年以上的应收账款情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应收账款账龄 1 年以上金额	9.08	14.11	38.75	117.35
其中：政府部门及事业单位	9.08	11.28	28.80	63.01
国有企业	-	2.84	9.95	6.53
其他	-	-	-	47.81
截至 2020 年 5 月末，报告期各期末 1 年以上应收账款回	**0.90**	**5.96**	**33.70**	**112.90**

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
款金额				
回收比例	**9.91%**	**42.24%**	**86.97%**	**96.21%**

报告期各期末，公司应收账款账龄 1 年以上的金额分别为 117.35 万元、38.75 万元、14.11 万元和 9.08 万元，占比极小，且呈下降趋势。报告期各期末，公司应收账款账龄 1 年以上主要客户为政府部门及事业单位和国有企业，该类客户信用状况良好。

⑤报告期各期期末应收账款前五名欠款客户

截至 2020 年 3 月 31 日，公司应收账款前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	期末余额	账龄	占余额比例	是否关联
福建鑫普华电子科技有限公司	7,546.18	3 个月以内 6,554.28 万元，4-12 个月 991.90 万元	30.45%	否
福建省中普联合通信科技有限公司	3,729.78	3 个月以内 3,249.03 万元、4-12 个月 480.75 万元	15.05%	否
福建金诚信通信设备有限公司	3,315.15	3 个月以内 2,720.67 万元，4-12 个月 594.48 万元	13.38%	否
交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	1,755.30	3 个月以内	7.08%	否
福州本晨电子技术有限公司	1,188.32	3 个月以内 1,163.68 万元，4-12 个月 24.64 万元	4.80%	否
合计	**17,534.73**	/	**70.76%**	/

截至 2019 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	期末余额	账龄	占余额比例	是否关联
福建鑫普华电子科技有限公司	2,963.30	3 个月以内	16.67%	否
福建金诚信通信设备有限公司	2,362.29	3 个月以内	13.29%	否
福建省中普联合通信科技有限公司	1,895.31	3 个月以内	10.66%	否
福州本晨电子技术有限公司	907.15	3 个月以内	5.10%	否
福建宏佳计算机系统工程有限公司	489.14	3 个月以内	2.75%	否
合计	**8,617.19**	/	48.48%	/

截至 2018 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	期末余额	账龄	占余额比例	是否关联
福建鑫普华电子科技有限公司	3,338.49	3 个月以内	18.37%	否

福建金诚信通信设备有限公司	2,441.37	3 个月以内	13.44%	否
交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	2,274.77	3 个月以内	12.52%	否
福建省中普联合通信科技有限公司	1,341.10	3 个月以内	7.38%	否
招商银行股份有限公司信用卡中心	1,117.91	3 个月以内	6.15%	否
合计	**10,513.64**	/	**57.86%**	/

截至 2017 年 12 月 31 日，公司应收账款前五名客户的具体情况如下：

单位：万元

单位名称	期末余额	账龄	占余额比例	是否关联
福州年月日通信科技有限公司	1,980.39	3 个月以内	13.06%	否
招商银行股份有限公司信用卡中心	1,116.36	3 个月以内	7.36%	否
福建鑫普华电子科技有限公司	998.57	3 个月以内	6.59%	否
福建省中普联合通信科技有限公司	884.09	3 个月以内	5.83%	否
福州本晨电子技术有限公司	797.29	3 个月以内	5.26%	否
合计	**5,776.69**	/	**38.10%**	/

⑥2020 年 3 月末应收账款前五名欠款客户期后回款情况

单位：万元

客户名称	2020.3.31		
	应收账款	占应收账款合计数的比例(%)	截至本招股说明书签署日回款金额
福建鑫普华电子科技有限公司	7,546.18	30.45	7,546.18
福建省中普联合通信科技有限公司	3,729.78	15.05	3,729.78
福建金诚信通信设备有限公司	3,315.15	13.38	3,315.15
交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心	1,755.30	7.08	1,755.30
福州本晨电子技术有限公司	1,188.32	4.80	1,188.32
合计	**17,534.73**	**70.76**	**17,534.73**

截至本招股说明书签署日，2020 年 3 月末应收账款前五大客户均已实现回款，回款状况良好。

（4）预付款项

①预付款项的规模与变动分析

报告期内，公司预付款项主要为向上游品牌方或者代理商预付 3C 产品采购款，报告期各期末，公司预付款项余额分别为 3,714.91 万元、4,185.12 万元、3,947.41 万元和 2,503.82 万元，占总资产的比例分别为 8.85%、7.05%、5.43%和

3.21%，占比较低。最近三年，公司预付账款呈增长趋势，主要原因是：A、随着销售规模的不断扩张，安全库存量增加导致对应预付货款的增加；B、公司对部分供应商通过预付货款的方式进行采购可获得较大的销售折让。随着公司经营业绩的积累以及报告期内多次股权融资，公司资本不断得到充实，调整采购策略所致。2020 年 3 月末公司预付账款余额较 2019 年末减少 1,443.59 万元，主要系 2020 年 3 月末预付款所采购商品到货入库，相应预付账款减少。

②预付款项的账龄情况

报告期各期期末，预付款项账龄情况表如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
1 年以内	2,503.82	100.00%	3,947.41	100.00%	4,185.12	100.00%	3,714.91	100.00%
合计	**2,503.82**	**100.00%**	**3,947.41**	**100.00%**	**4,185.12**	**100.00%**	**3,714.91**	**100.00%**

报告期各期期末，公司无账龄超过 1 年的重要预付款项。

③预付款项前五名情况

截至 2020 年 3 月 31 日，公司预付账款前五名供应商的具体情况如下，

单位：万元

单位名称	期末余额	占余额比例	是否关联
天津方正明锐科技有限公司	861.54	34.41%	否
福州大山电子技术有限公司	755.09	30.16%	否
福州诺思泰信息科技有限公司	190.71	7.62%	否
武汉艾德蒙科技股份有限公司	185.25	7.40%	否
江西天溥网络科技有限公司	90.01	3.60%	否
合计	**2,082.60**	**83.19%**	**/**

截至 2020 年 3 月 31 日，预付款项余额中无预付持公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项，不存在对单个供应商预付金额较大的情形。

（5）其他应收款

①报告期各期期末，其他应收款余额变动如下表：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31

其他应收款余额	190.04	189.24	175.47	144.94
坏账准备	57.06	31.58	15.79	17.72
其他应收款净额	132.98	157.66	159.68	127.22
净额占流动资产的比例	**0.18%**	**0.23%**	**0.28%**	**0.32%**

②其他应收款余额按照款项性质分类

单位：万元

款项性质	**2020.3.31**	**2019.12.31**	**2018.12.31**	**2017.12.31**
押金及保证金	152.67	148.22	142.62	115.09
往来款	10.72	8.65	8.65	5.28
其他	26.65	32.37	24.21	24.57
合 计	**190.04**	**189.24**	**175.47**	**144.94**

公司的其他应收款主要为租房押金和保证金等，报告期各期末，公司其他应收款净额占流动资产的比例分别为 0.32%、0.28%、0.23%和 0.18%，占比较低，公司严格控制与日常经营非直接相关的其他应收款项的发生，因而其他应收款金额较小。

（6）存货

①存货余额变动分析

报告期各期期末，存货构成及总体变动情况如下表：

单位：万元

项目	**2020.3.31**	**2019.12.31**	**2018.12.31**	**2017.12.31**
库存商品	35,971.87	18,685.67	13,036.11	15,592.64
发出商品	1,038.21	1,978.00	975.88	1,395.98
账面余额	**37,010.08**	**20,663.68**	**14,011.99**	**16,988.62**
减：跌价准备	**296.05**	**114.89**	**39.61**	**23.83**
账面价值	**36,714.03**	**20,548.79**	**13,972.38**	**16,964.79**

公司存货由库存商品和发出商品构成。最近三年，公司存货规模总体呈增长趋势，主要原因是随着销售规模的不断扩张，发行人安全库存量的增加以及主要 3C 产品价格的上涨，导致报告期各期末存货的增长。2020 年 3 月末存货余额较 2019 年末增加 16,346.40 万元，增幅 79.11%，系苹果产品库存增加较多，主要原因：受新型冠状病毒肺炎疫情影响，为避免苹果产品销售过程中产生缺货甚至断

货，公司增加了苹果产品的备货量，采购额增加。2020 年 4 月，随着全国逐步复工复产，公司已恢复至疫情前销售水平，基本消化了第一季度期末库存，库存商品不存在大幅滞销的情形。

发出商品为公司消费互联网业务报告期各期最后三天发出商品金额。公司消费互联网业务收入系消费者在银行信用卡商城购买商品，公司委托物流公司将商品配送交付客户，于客户收货确认时确认收入，根据公司历史物流数据统计，公司的平均到货期不超过 3 天，基于谨慎性原则，报告期各期末消费互联网业务最后 3 天的产品销售未确认收入，而是作为发出商品列报。

②报告期各期末，发行人库龄超过 1 年的存货状况

A、报告期各期末，公司存货账龄 1 年以上的分布情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
1-2 年	575.01	554.02	48.79	830.64
2-3 年	17.86	18.23	14.21	8.53
3 年以上	5.63	5.63	6.17	-
合计	**598.50**	**577.88**	**69.17**	**839.17**
占存货余额比例	**1.62%**	**2.80%**	**0.49%**	**4.94%**

报告期各期末，1 年以上存货余额分别为 839.17 万元、69.17 万元、577.88 万元和 598.50 万元，占比较低。

B、报告期各期末，公司存货账龄 1 年以上的存货具体构成如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
Iphone 手机碎屏保服务卡	429.23	429.23	-	778.51
笔记本	24.42	6.32	3.66	2.88
显示器	21.85	7.35	2.22	10.98
手机	63.33	7.14	0.72	0.08
其他	59.68	127.84	62.57	46.72
合计	**598.50**	**577.88**	**69.17**	**839.17**
Iphone 手机碎屏保服务卡占比	**71.72%**	**74.28%**	**-**	**92.77%**

报告期各期末，公司 1 年以上的存货主要系 Iphone 手机碎屏保服务卡。碎

屏保服务卡系针对新购买的手机，在正常使用过程中，因意外坠落、挤压、碰撞，导致手机屏幕基本使用功能障碍的，可享受一次免费更换屏幕服务。2015 年度初，为了满足消费者的需求，各大电商平台陆续上架碎屏保增值服务。为了满足消费者需求，提高客户体验，公司 2016 年 2 月在招商银行信用卡商城、交通银行信用卡商城等上架碎屏保增值服务。

报告期各期末，公司根据公开渠道的 Iphone 手机碎屏保服务卡市场价格减去预计销售费用以及相关税费后的净值确定为可变现净值与账面价值比较，经减值测试，Iphone 手机碎屏保服务卡不存在减值。

③存货跌价准备计提情况分析

报告期各期末，公司基于谨慎性原则对单个存货分别计提跌价准备。公司存货跌价准备计提方法为：在资产负债表日，存货按照成本与可变现净值孰低计量，当其可变现净值低于成本时，计提存货跌价准备。报告期内，公司存货跌价准备分别为 23.83 万元、39.61 万元、114.89 万元和 296.05 万元。

3、非流动资产构成及变动分析

报告期各期末，公司非流动资产的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
投资性房地产	364.15	12.54%	366.57	13.34%	376.28	16.50%	385.98	18.48%
固定资产	780.89	26.90%	719.74	26.19%	793.38	34.80%	886.35	42.44%
在建工程	211.64	7.29%	181.42	6.60%	-	-	-	-
无形资产	1,256.42	43.28%	1,276.45	46.45%	428.91	18.81%	490.52	23.49%
长期待摊费用	87.71	3.02%	116.78	4.25%	171.83	7.54%	210.18	10.06%
递延所得税资产	202.08	6.96%	87.05	3.17%	105.22	4.61%	115.22	5.52%
其他非流动资产	-	-	-	-	404.50	17.74%	-	-
合计	**2,902.89**	**100.00%**	**2,748.00**	**100.00%**	**2,280.12**	**100.00%**	**2,088.25**	**100.00%**

报告期内，公司的非流动资产主要由投资性房地产、固定资产和无形资产构成。报告期各期末，公司投资性房地产、固定资产和无形资产合计占非流动资产的比例分别为 84.42%、70.11%、85.98%和 82.72%，构成公司非流动资产的主要组成部分。

（1）投资性房地产

报告期各期期末，公司的投资性房地产情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
账面原值	408.63	408.63	408.63	408.63
累计折旧	44.48	42.05	32.35	22.64
减值准备	-	-	-	-
账面价值	**364.15**	**366.57**	**376.28**	**385.98**

投资性房地产系对外出租的房屋公司按照成本法核算。截至报告期末，发行人投资性房地产不存在减值迹象。

（2）固定资产

报告期各期期末，公司主要固定资产的折旧年限、原值、净值、成新率等情况如下表所示：

单位：万元

时间	项目	折旧年限	原值	累计折旧	减值准备	净值	成新率
2020.3.31	房屋及建筑物	20-40 年	799.27	197.89	-	601.37	75.24%
	运输工具	5 年	376.75	280.72	-	96.03	25.49%
	电子设备及其他	3-5 年	341.15	257.67	-	83.49	24.47%
	合计	/	**1,517.17**	**736.28**	**-**	**780.89**	**51.47%**
2019.12.31	房屋及建筑物	20-40 年	799.27	187.10	-	612.17	76.59%
	运输工具	5 年	297.03	276.35	-	20.67	6.96%
	电子设备及其他	3-5 年	335.54	248.65	-	86.89	25.90%
	合计	/	**1,431.83**	**712.09**	**-**	**719.74**	**50.27%**
2018.12.31	房屋及建筑物	20-40 年	799.27	143.91	-	655.35	81.99%
	运输工具	5 年	302.11	263.71	-	38.40	12.71%
	电子设备及其他	3-5 年	333.65	234.03	-	99.63	29.86%
	合计	/	**1,435.03**	**641.65**	**-**	**793.38**	**55.29%**
2017.12.31	房屋及建筑物	20-40 年	799.27	100.73	-	698.54	87.40%
	运输工具	5 年	302.11	240.22	-	61.89	20.49%
	电子设备及其他	3-5 年	297.38	171.46	-	125.92	42.34%
	合计	/	**1,398.76**	**512.42**	**-**	**886.35**	**63.37%**

固定资产是公司非流动资产当中的重要组成部分，固定资产的构成以房屋建

筑物为主。报告期各期期末，固定资产占总资产的比例分别达到 2.11%、1.34%、0.99%和 1.00%，占比较低，主要系发行人作为互联网综合服务商，不从事具体产品的生产和研发，对机器设备、土地、厂房等固定资产依赖较低。报告期内，公司不存在大额在建工程转入固定资产的，未发生重大的固定资产投资支出，固定资产账面价值变化主要系新购固定资产和计提固定资产折旧所致。截至报告期末，发行人固定资产不存在减值迹象。

（3）在建工程

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
新中冠大数据研发营运中心	211.64	181.42	-	-
合计	**211.64**	**181.42**	**-**	**-**

基于公司经营规模的持续扩张及研发的需要，公司购买土地自建办公楼及研发营运中心。报告期内，在建工程主要系项目前期的设计咨询费、三通一平费用等，目前该项目正有序推进，不存在长期停工或建设期超长的情形。截至报告期末，发行人的在建工程不存在减值迹象。

（4）无形资产

报告期各期期末，公司的无形资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
土地使用权	923.02	923.02	-	-
软件	606.47	606.47	606.47	606.47
商标权	6.93	6.93	6.93	6.93
账面原值合计	**1,536.42**	**1,536.42**	**613.40**	**613.40**
土地使用权	18.49	13.87	-	-
软件	257.58	242.52	182.30	122.08
商标权	3.93	3.58	2.20	0.81
累计摊销合计	**280.00**	**259.98**	**184.50**	**122.88**
土地使用权	-	-	-	-
软件	-	-	-	-
商标权	-	-	-	-
减值准备合计	-	-	-	-

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
土地使用权	904.53	909.15	-	-
软件	348.89	363.94	424.17	484.39
商标权	3.00	3.35	4.74	6.13
账面价值合计	**1,256.42**	**1,276.45**	**428.91**	**490.52**

公司无形资产主要由土地使用权和软件构成。土地使用权系公司购买的福州市滨海新城悦湖路工业用地，用于自建公司办公楼以及研发营运中心。软件系公司为信息化建设所购置的平台软件、财务软件等。报告期内，公司无形资产账面价值为 490.52 万元、428.91 万元、1,276.45 万元和 1,256.42 万元，其中 2019 年末较 2018 年末增加 847.54 万元，主要系购买福州滨海新城悦湖路工业用地土地使用权。截至报告期末，发行人的无形资产未出现减值迹象。

（5）长期待摊费用

报告期各期末，公司的长期待摊费用情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
装修费	87.71	116.78	171.83	209.69
车辆保险	-	-	-	0.49
合计	**87.71**	**116.78**	**171.83**	**210.18**

公司长期待摊费用主要系公司对租赁的办公场所进行装修所发生的支出。报告期各期末，长期待摊费用呈下降趋势，主要系长期待摊费用摊销所致。

（6）递延所得税资产

报告期各期末，公司的递延所得税资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
资产减值准备	199.68	98.81%	84.15	96.67%	64.18	60.99%	69.96	60.72%
预计负债	0.47	0.23%	2.90	3.33%	2.32	2.20%	3.04	2.64%
可用以后年度税前利润弥补的亏损	1.93	0.96%	-	-	38.73	36.80%	42.22	36.64%
合计	**202.08**	**100.00%**	**87.05**	**100.00%**	**105.22**	**100.00%**	**115.22**	**100.00%**

（7）其他非流动资产

报告期各期末，公司的其他非流动资产情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
预付土地购置款	-	-	392.50	-
预付工程设计费	-	-	12.00	-
合计	-	-	**404.50**	-

2018 年末，公司其他非流动资产 404.50 万元系预付福州滨海新城悦湖路工业用地的土地出让金及工程设计费。

（二）负债结构及变动分析

1、流动负债构成及变动分析

报告期各期期末，公司流动负债的构成情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
短期借款	14,587.43	59.46%	11,000.00	54.41%	8,020.00	46.21%	5,300.00	41.58%
应付票据	6,097.00	24.85%	4,100.00	20.28%	3,200.00	18.44%	4,000.00	31.38%
应付账款	816.55	3.33%	947.49	4.69%	637.55	3.67%	568.00	4.46%
预收款项	273.17	1.11%	465.98	2.30%	63.73	0.37%	127.36	1.00%
应付职工薪酬	134.64	0.55%	243.52	1.20%	234.76	1.35%	214.10	1.68%
应交税费	1,865.55	7.60%	1,910.17	9.45%	3,533.43	20.36%	1,275.13	10.00%
其他应付款	758.35	3.09%	1,538.48	7.61%	1,657.92	9.55%	1,248.38	9.79%
其他流动负债	1.87	0.01%	11.60	0.06%	9.27	0.05%	12.16	0.10%
合计	**24,534.56**	**100.00%**	**20,217.24**	**100.00%**	**17,356.67**	**100.00%**	**12,745.12**	**100.00%**

报告期内，公司的负债主要由短期借款、应付票据、应付账款、应交税费和其他应付款构成。报告期各期期末，上述五项负债合计占负债总额的比例分别为 97.23%、98.23%、96.43%和 98.33%。

（1）短期借款

报告期各期期末，公司的短期借款种类和金额如下：

单位：万元

项目	2020.3.31		2019.12.31		2018.12.31		2017.12.31	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
质押借款	-	-	-	-	2,420.00	30.17%	-	-
保证加抵押借款	8,000.00	54.84%	8,000.00	72.73%	4,500.00	56.11%	3,000.00	56.60%
保证借款	6,587.43	45.16%	3,000.00	27.27%	1,100.00	13.72%	2,300.00	43.40%
合计	**14,587.43**	**100.00%**	**11,000.00**	**100.00%**	**8,020.00**	**100.00%**	**5,300.00**	**100.00%**

公司短期借款主要为满足公司日常经营活动的资金需求而向银行的借款。报告期各期末，公司短期借款余额分别为 5,300.00 万元、8,020.00 万元、11,000.00 万元和 14,587.43 万元。报告期各期末，公司短期借款呈增长趋势，系报告期内公司经营规模持续扩张，对流动资金需求增加。

报告期内，公司保证借款主要系公司关联方吴根茂、刘元芳等关联方为公司的银行借款提供担保及公司为子公司提供担保而取得的借款，质押借款系公司质押未到期的定期存款而取得的借款，抵押借款系公司固定资产和投资性房地产抵押所取得的借款。报告期内，公司不存在逾期未偿还贷款情况。

最近一期期末，公司银行借款明细情况如下：

单位：万元

借款人	贷款银行	金额	期限	年利率
新中冠	招商银行	500.00	2019.10.8-2020.4.8	6.00%
		2,000.00	2019.12.12-2020.6.12	5.00%
		2,000.00	2019.12.18-2020.6.17	5.00%
		1,500.00	2020.1.7-2020.7.7	4.85%
		2,000.00	2020.3.11-2020.9.11	4.85%
中冠联合	招商银行	1,000.00	2019.12.17-2020.6.17	5.00%
新中冠	兴业银行	1,000.00	2019.6.24-2020.6.24	4.35%
		1,000.00	2019.9.17-2020.9.17	5.655%
	厦门国际银行	1,500.00	2020.3.20-2020.9.20	6.00%
	上海浦东发展银行	1,000.00	2020.2.12-2021.2.12	5.22%
	TCL 集团有限公司	504.56	2020.3.9-2020.4.9	10.00%
	TCL 集团有限公司	582.87	2020.3.10-2020.4.10	10.00%
合计		**14,587.43**	/	/

（2）应付票据

报告期各期末，公司的应付票据种类和金额如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行承兑汇票	6,097.00	4,100.00	3,200.00	4,000.00
合计	**6,097.00**	**4,100.00**	**3,200.00**	**4,000.00**

为一定程度上减少对公司营运资金的占用与需求，公司使用银行承兑汇票以节约资金成本，以利于公司扩大经营规模。报告期各期末，公司应付票据余额呈上升趋势，与公司经营规模、采购规模持续扩大相适应，其中 2020 年 3 月末应付票据余额较 2019 年末增加 1,997.00 万元，增幅 48.71%，主要系受 2020 年第一季度受疫情的影响，公司增加了苹果产品采购，部分采购采用银行承兑汇票进行支付。

（3）应付账款

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付货款	816.55	947.49	637.55	568.00
合计	**816.55**	**947.49**	**637.55**	**568.00**

报告期各期末，公司应付账款余额分别为 568.00 万元、637.55 万元、947.49 万元和 816.55 万元，公司应付账款余额呈增长趋势，主要系经营规模持续扩大，备货库存商品增加，相应的各期末应付账款余额增加，符合公司的实际经营状况。

截至 2020 年 3 月末，公司无账龄超过 1 年的重要应付账款。

（4）预收款项

报告期各期末，公司的预收款项情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
货款	273.17	465.98	63.73	127.36
合计	**273.17**	**465.98**	**63.73**	**127.36**

报告期各期末，公司预收款项金额较小，主要系公司根据客户的规模、交易量、付款周期及条件、诚信度等分设不同等级的客户，分别根据不同等级的客户制定不同的信用等级与信用额度，给予先货后款的销售政策。

（5）应付职工薪酬

报告期各期末，公司的应付职工薪酬情况如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
短期薪酬	134.64	243.52	234.76	214.10
设定提存计划	-	-	-	-
合计	**134.64**	**243.52**	**234.76**	**214.10**

报告期各期末，公司应付职工薪酬系计提的当期最后月份工资及年终奖。最近三年，公司应付职工薪酬余额分别为 214.10 万元、234.76 万元、243.52 万元，呈增长趋势，主要系随着公司业务规模、效益逐渐扩大，公司员工平均薪酬不断增加。2020 年 3 月末应付职工薪酬余额较 2019 年末减少 108.88 万元，系 2019 年 12 月末应付职工薪酬余额包括计提且尚未发放的 2019 年度年终奖金。

（6）应交税费

报告期各期末，公司应交税费具体明细如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
增值税	21.26	161.91	1,757.43	415.54
企业所得税	1,835.20	1,702.46	1,551.96	812.86
城市维护建设税	0.33	15.48	122.99	21.10
教育费附加及其他	8.77	30.33	101.05	25.62
合计	**1,865.55**	**1,910.17**	**3,533.43**	**1,275.13**

报告期各期末，公司应交税费余额分别为 1,275.13 万元、3,533.43 万元、1,910.17 万元和 1,865.55 万元，总体呈增长趋势，主要系公司经营规模持续扩张，营业收入及效益逐步提高，报告期各期末应交增值税及企业所得税款增加。其中，2018 年末应交税费较 2017 年末增加 2,258.30 万元，主要系：①2018 年 12 月部分供应商采购发票未到，减少了当期进项税额抵扣金额，应交增值税及城市维护建设税等税费相应增加；②随着公司经营规模的扩大，实现效益的增加，相应应交企业所得税的增加。

（7）其他应付款

报告期内，公司其他应付款具体明细如下：

单位：万元

项目	2020.3.31	2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
银行合作费用	680.61	1,417.04	1,556.39	1,050.75
物流仓储费	66.63	97.34	85.63	78.52
往来款	-	-	-	74.62
其他	11.11	24.10	15.91	44.50
合计	**758.35**	**1,538.48**	**1,657.92**	**1,248.38**

公司其他应付款主要由银行合作费用、物流仓储费等构成。2017 年末至 2019 年末，公司其他应付款余额分别为 1,248.38 万元、1,657.92 万元和 1,538.48 万元，总体呈增长趋势，主要系其他应付款—银行合作费用的增长，与公司消费互联网业务收入的持续增长相匹配，符合公司的实际经营情况。

（8）其他流动负债

根据《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》中关于“七天无理由退货”的相关规定，公司依据历史经验，合理估计退货率，对未来预计销售退回可能发生的退货金额冲减收入、成本，确认与退货相关的其他流动负债。报告期各期末，公司其他流动负债分别为 12.16 万元、9.27 万元、11.60 万元和 1.87 万元。

2、非流动负债分析

报告期各期末，公司无非流动负债。

（三）资产周转能力分析

1、报告期内，公司资产周转能力指标

报告期内，公司主要资产周转能力指标如下：

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
应收账款周转率（次）	11.41	17.74	16.33	16.09
存货周转率（次）	7.70	17.00	16.14	15.27
总资产周转率（次）	3.23	4.83	5.37	6.16

注：2020 年 1-3 月财务指标已年化处理。

最近三年，公司应收账款周转率、存货周转率总体呈上升趋势，资产周转能力逐步改善。

2、与可比上市公司资产周转能力指标的比较分析

期间	公司	应收账款周转率（次）	存货周转率（次）	总资产周转率（次）
2020 年 1-3 月	苏宁易购	/	/	0.25
	神州数码	/	/	0.63
	翰林汇	/	/	/
	国联股份	/	/	0.92
	焦点科技	/	/	0.08
	可比公司平均	/	/	0.47
	新中冠	11.41	7.70	3.23
2019 年度	苏宁易购	39.99	9.24	1.23
	神州数码	10.52	10.23	3.13
	翰林汇	26.72	7.70	4.91
	国联股份	102.67	331.92	4.69
	焦点科技	13.64	69.98	0.37
	可比公司平均	38.71	85.81	2.87
	新中冠	17.74	17.00	4.83
2018 年度	苏宁易购	57.30	10.00	1.37
	神州数码	9.70	11.33	3.26
	翰林汇	28.10	7.62	4.87
	国联股份	87.20	141.44	5.03
	焦点科技	13.55	74.06	0.35
	可比公司平均	39.17	48.89	2.98
	新中冠	16.33	16.14	5.37
2017 年度	苏宁易购	97.99	9.56	1.28
	神州数码	8.32	9.91	3.01
	翰林汇	26.83	8.84	5.34
	国联股份	72.05	150.59	3.73
	焦点科技	18.98	119.97	0.48
	可比公司平均	44.83	59.77	2.77
	新中冠	16.09	15.27	6.16

数据来源于同行业可比公司年报数据计算所得，同行业可比公司未公布 2020 年 3 月末应收账款、存货余额，故 2020 年 3 月末无同行业可比公司应收账款周转率、存货周转率。

与可比公司相比，公司应收账款周转率低于可比上市公司苏宁易购、国联股份，与焦点科技、神州数码、翰林汇较为接近，主要系：①受产品、下游客户的

差异影响，同行业可比公司国联股份自营交易给予客户信用账期较短，回款较快，故应收账款余额较小；②苏宁易购收入主要针对于 C 端客户，基本采用现款售货，故应收账款余额较小。

公司存货周转率低于可比上市公司国联股份、焦点科技，与苏宁易购、神州数码、翰林汇较为接近，主要系:①公司开展消费互联网业务和 B2B 互联网业务时，需要保证安全库存，而可比公司中焦点科技商品交易类收入占比较低，其对应的存货余额较小；②受经营模式、产品、下游客户的差异影响，国联股份网上商品交易的业务多数商品由供应商仓库直接运抵客户指定地点，不经过其仓库，对应的存货余额较小。

公司总资产周转率高于同行业可比公司，主要系公司采用轻资产的运营模式，资产主要由应收账款、存货等流动资产构成，主要办公场所为对外租赁所得，无大额固定资产，同时公司未上市，融资渠道、规模受限，因此总体资产规模较小，总资产周转率较高。

十六、偿债能力、流动性及持续经营能力分析

（一）偿债能力分析

1、报告期内，公司主要偿债能力指标如下：

项目	2020 年 1-3 月 /2020.3.31	2019 年度 /2019.12.31	2018 年度 /2018.12.31	2017 年度 /2017.12.31
流动比率（倍）	3.06	3.46	3.29	3.13
速动比率（倍）	1.38	2.22	2.24	1.51
资产负债率（合并）	31.48%	27.82%	29.22%	30.35%
息税折旧摊销前利润（万元）	1,433.74	9,275.64	8,292.81	5,109.24
利息保障倍数（倍）	6.46	14.88	12.36	14.33

最近三年，公司的流动比率、速动比率整体呈上升趋势，流动比率从 2017 年末的 3.13 上升至 2019 年末的 3.46，速动比率从 2017 年末的 1.51 上升至 2019 年末的 2.22，反映了公司短期偿债能力不断增强。最近三年，公司合并资产负债率分别为 30.35%、29.22%、27.82%，资产负债率逐渐下降，长期偿债能力有保障。最近三年，公司偿债能力的不断增强主要原因：（1）随着公司经营成果的不断累积，公司净资产有所增加；（2）报告期内，公司进行了 2 次增资，充实了公

司的资本金。2020 年 3 月末公司流动比率、速动比率较 2019 年末有所下降，资产负债率有所上升，主要系受新型冠状病毒肺炎疫情影响，为避免苹果供应链采购的中断，公司加大了苹果产品的采购，增加了银行的短期借款以满足为满足日常营运资金活动的需求。

报告期内，公司实现的息税折旧摊销前利润分别为 5,109.24 万元、8,292.81 万元、9,275.64 万元和 1,433.74 万元，利息保障倍数分别为 14.33 倍、12.36 倍、14.88 倍和 6.46 倍，报告期内公司实现的利润水平及利息保障倍数保持在较高水平，足够偿还到期贷款利息。

2、与同行业可比上市公司偿债能力指标的比较分析

公司与同行业业务可比上市公司的流动比率、速动比率和资产负债率（合并）等主要偿债指标的对比情况如下：

时间	公司	流动比率	速动比率	资产负债率（合并）
2020.3.31	苏宁易购	0.98	0.78	61.79%
	神州数码	1.03	0.67	83.71%
	翰林汇	/	/	/
	国联股份	1.65	1.64	59.77%
	焦点科技	1.81	1.79	29.85%
	可比公司平均	1.36	1.22	58.78%
	新中冠	3.06	1.38	31.48%
2019.12.31	苏宁易购	1.00	0.78	63.21%
	神州数码	1.04	0.63	85.13%
	翰林汇	1.29	0.53	77.81%
	国联股份	2.00	1.99	49.04%
	焦点科技	1.97	1.97	30.95%
	可比公司平均	1.46	1.18	61.23%
	新中冠	3.46	2.22	27.82%
2018.12.31	苏宁易购	1.41	1.17	55.78%
	神州数码	1.00	0.68	85.20%
	翰林汇	1.29	0.39	77.59%
	国联股份	2.14	2.07	44.82%
	焦点科技	2.35	2.35	26.99%

时间	公司	流动比率	速动比率	资产负债率（合并）
	可比公司平均	1.64	1.33	58.07%
	新中冠	3.29	2.24	29.22%
2017.12.31	苏宁易购	1.37	1.08	46.83%
	神州数码	0.97	0.63	86.17%
	翰林汇	1.35	0.60	73.56%
	国联股份	2.22	2.14	42.77%
	焦点科技	2.81	2.80	24.80%
	可比公司平均	1.74	1.45	54.82%
	新中冠	3.13	1.51	30.35%

最近三年，随着公司经营规模不断扩张，经营成果不断积累以及股权融资增加充实了公司资本金，公司流动比率和速动比率不断提高，资产负债率不断下降，公司相关偿债能力指标优于同行业可比公司平均水平。

（二）报告期股利分配的具体实施情况

公司报告期内未实施股利分配。

（三）现金流量分析

报告期内，发行人现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-21,817.80	-2,674.27	7,348.98	-11,230.11
投资活动产生的现金流量净额	-115.56	-794.56	-516.43	-48.33
筹资活动产生的现金流量净额	3,377.24	8,877.12	6,774.23	11,264.29
现金及现金等价物净增加额	-18,556.12	5,408.29	13,606.78	-14.15

1、经营活动产生的现金流量分析

（1）经营活动现金流量总体情况

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	58,397.87	351,586.82	303,335.16	274,174.60
到其他与经营活动有关的现金	4,200.41	1,870.90	2,529.66	1,608.31
经营活动现金流入小计	62,598.28	353,457.72	305,864.82	275,782.91

购买商品、接受劳务支付的现金	77,480.80	342,268.19	290,179.08	280,588.14
支付给职工以及为职工支付的现金	548.29	1,909.30	1,696.71	1,638.17
支付的各项税费	520.48	5,791.92	2,745.59	2,410.55
支付其他与经营活动有关的现金	5,866.50	6,162.58	3,894.45	2,376.17
经营活动现金流出小计	84,416.07	356,131.98	298,515.83	287,013.03
经营活动产生的现金流量净额	**-21,817.80**	**-2,674.27**	**7,348.98**	**-11,230.11**

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为-11,230.11 万元、7,348.98 万元、-2,674.27 万元和-21,817.80 万元。2020 年 1-3 月公司经营性现金流净额为负且金额较大，主要系受新型冠状病毒肺炎疫情影响，一方面，下游客户回款相对减缓，公司应收款项回款减少；另一方面，为防止疫情影响造成苹果产品供应链的中断，公司增加了苹果产品的采购量，支付采购商品的现金流支出增加，因此，2020 年 1-3 月经营活动现金流量净额为负且金额较大。2017 年度公司经营性现金流净额为负且金额较大主要系公司当年收到投资款，为提高资金使用效率当年现金支付的采购货款较多。

（2）经营活动产生的现金流量净额与同期净利润对比分析

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
经营活动产生的现金流量净额	-21,817.80	-2,674.27	7,348.98	-11,230.11
净利润	942.69	6,413.47	5,574.82	3,313.05
差额	-22,760.49	-9,087.74	1,774.16	-14,543.16

注：差额=经营活动产生的现金流量净额-净利润

报告期内，公司净利润调节为经营活动现金净流量的情况如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
净利润	942.69	6,413.47	5,574.82	3,313.05
加：信用减值损失	283.74	4.54	-	-
资产减值准备	261.97	114.89	-4.73	29.13
固定资产折旧	26.61	115.90	144.03	139.54
无形资产摊销	20.03	75.48	61.61	61.03
长期待摊费用摊销	29.07	111.57	103.93	98.03
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	0.08

固定资产报废损失（收益以“－”号填列）	-	5.55	0.27	-
公允价值变动损失（收益以“－”号填列）	-	-	-	-
财务费用（收益以“－”号填列）	210.19	602.88	645.77	335.71
递延所得税资产减少（增加以“－”号填列）	-115.03	18.18	10.00	-3.53
存货的减少（增加以“－”号填列）	-16,427.21	-6,691.30	2,958.52	-4,628.89
经营性应收项目的减少（增加以“－”号填列）	-7,779.76	-3,335.00	-4,053.43	-879.35
经营性应付项目的增加（减少以“－”号填列）	729.89	-119.43	1,896.27	-9,985.79
其他	-	9.00	11.92	290.88
经营活动产生的现金流量净额	-21,817.80	-2,674.27	7,348.98	-11,230.11

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额低于净利润，主要系经营性应收项目的增加和存货的增加大于经营性应付项目增加。

经营性应收项目的增加主要系随着公司经营规模的持续扩张，经营应收款项随之增长。存货的增加主要系随着公司经营规模的持续扩张，备货库存商品增加以及 3C 产品价格的逐年上涨，报告期各期末存货亦随之增加。2017 年度、2019 年度经营性应付项目未随着采购规模的持续增长而增长，主要系当年公司收到股权投资款，为提高资金使用效率当年现金支付的采购货款较多。

（3）同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额与同期净利润差额比较分析

报告期内，同行业可比公司经营活动产生的现金流量净额与同期净利润差额如下：

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
苏宁易购	-318,600.30	-2,718,434.20	-2,651,701.50	-1,065,483.10
神州数码	87,664.53	79,797.14	-15,548.69	-101,498.89
翰林汇	/	-2,102.60	-27,620.42	5,077.43
国联股份	-750.57	19,311.71	-3,067.81	-15,012.80
焦点科技	63.44	341.70	24,765.57	-18,889.09
新中冠	-22,760.49	-9,087.74	1,774.16	-14,543.16

经营活动产生的现金流量净额与净利润差额=经营活动产生的现金流量净额-净利润

由上表可知，同行业可比公司普遍存在经营活动产生的现金流量净额与净利润存在差异较大的情形，与同行业可比公司相比，公司经营活动产生的现金流量净额与净利润差额不存在重大差异，符合公司的实际经营情况。

2、投资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
投资活动产生的现金流量				
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-	0.43
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流入小计	-	-	-	0.43
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	115.56	794.56	516.43	48.76
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-	-
投资活动现金流出小计	115.56	794.56	516.43	48.76
投资活动产生的现金流量净额	**-115.56**	**-794.56**	**-516.43**	**-48.33**

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-48.33 万元、-516.43 万元、-794.56 万元和-115.56 万元，投资活动产生的现金流量均为净流出，这主要和公司所处发展阶段有关，报告期内公司经营规模的不断扩张，公司持续增加固定资产、无形资产和其他长期资产的支出所致。

3、筹资活动产生的现金流量分析

单位：万元

项目	2020 年 1-3 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	4,000.00	7,200.00	10,600.00
取得借款收到的现金	7,427.07	23,685.00	27,345.00	12,270.00
收到其他与筹资活动有关的现金	-	6,000.00	7,700.00	3,000.00
筹资活动现金流入小计	7,427.07	33,685.00	42,245.00	25,870.00
偿还债务支付的现金	3,839.65	20,705.00	24,625.00	11,270.00
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	210.19	602.88	645.77	335.71
支付其他与筹资活动有关的现金	-	3,500.00	10,200.00	3,000.00
筹资活动现金流出小计	4,049.84	24,807.88	35,470.77	14,605.71

筹资活动产生的现金流量净额	**3,377.24**	**8,877.12**	**6,774.23**	**11,264.29**

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为 11,264.29 万元、6,774.23 万元、8,877.12 万元和 3,377.24 万元，筹资活动产生的现金流量为正且金额较大，主要是由于业务规模持续扩张，公司通过引入投资者、银行借款等方式补充营运资金所形成的。

（四）未来可预见的重大资本性支出计划

截至 2020 年 3 月 31 日，公司未来可预见的重大资本性支出主要为“新中冠大数据研发营运中心”项目和本次募集资金投资项目的投资支出，本次募集资金投资项目的投资支出具体情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用与未来发展规划”

（五）发行人的流动性风险及应对流动性风险的具体措施

截至报告期末，公司负债全部为流动负债，公司偿债能力指标良好，公司不存在影响现金流量的重要事件或承诺事项，发行人的流动性没有产生重大变化或风险。

（六）发行人在持续经营能力方面的风险因素

发行人在持续经营能力方面的风险因素详见本招股说明书“第四节 风险因素”。

第九节 募集资金运用与未来发展规划

一、本次募集资金使用概况

（一）预计募集资金数额

根据 2020 年度第二次临时股东大会审议通过的《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）并在创业板上市方案的议案》、《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）募集资金用途的议案》，公司本次拟向社会公众公开发行不超过 3,500 万股人民币普通股，募集资金扣除发行费用后的净额全部用于与主营业务相关的项目。募集资金总额将根据实际发行股数和询价结果最终确定。

（二）募集资金投资项目

本次募集资金扣除发行费用后将用于以下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	募集资金使用额	项目备案情况
1	新中冠互联网服务平台升级项目	15,823.92	15,823.92	闽发改备【2020】A020188 号
2	新中冠营销及服务网络建设升级项目	14,320.82	14,320.82	闽发改备【2020】A020186 号
3	新中冠大数据研发运营中心（I 期）	7,043.87	7,043.87	闽发改备【2018】A070256 号
合计		**37,188.61**	**37,188.61**	

若本次发行实际募集资金净额小于上述项目投资需要，不足部分由公司自筹解决，以保障项目的顺利实施；若本次发行实际募集资金净额超过预计资金使用需求的，超过部分公司将用于补充日常经营所需流动资金。如果本次募集资金到位前，公司需要对上述拟投资项目进行先期投入，则公司将用自筹资金投入，待募集资金到位后，将以募集资金置换出上述自筹资金。

保荐机构和发行人律师认为：发行人募集资金投资项目符合国家产业政策，“新中冠互联网服务平台升级项目”、“新中冠营销及服务网络建设升级项目”、“新中冠大数据研发运营中心（I 期）”已依法在有权部门办理备案手续，募集资金投资项目合法合规。

二、募集资金专项存储制度的建立及执行情况

为加强和规范公司募集资金的管理和使用、切实保护投资者利益、提高资金使用效率和效益，公司制定了《新中冠智能科技股份有限公司募集资金管理制度》并于 2019 年第一次临时股东大会审议通过。

根据上述募集资金管理制度，公司募集资金将存放于经董事会批准设立的专项账户（即“募集资金专户”）中；并建立募集资金三方监管制度，由保荐机构、监管银行、公司共同监管募集资金，按照承诺的使用计划进行使用。本次发行募集资金到位后，公司将严格按照该制度，并依据“专户存储、规范使用”的原则，对募集资金的使用进行监督和管理。

三、董事会对募集资金投资项目可行性分析意见

公司第二届董事会第三次会议和 2020 年第二次临时股东大会审议通过了《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）募集资金用途的议案》，对本次募集资金投资项目可行性分析意见及公司现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力等相适应的依据说明如下：

（一）项目的可行性分析意见

公司本次公开发行募集资金全部用于新中冠互联网服务平台升级项目、新中冠营销及服务网络建设升级项目、新中冠大数据研发运营中心（I 期）。本次募集资金项目符合国家有关产业政策，且与公司经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应，投资项目有利于公司提高盈利水平，保持技术优势，扩大市场份额，增强核心竞争力，本次募投项目具有可行性。

（二）募集资金数额和投资项目与企业现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应的依据分析

1、与公司现有生产经营规模相适应

报告期各期末，公司资产总额分别为 41,992.49 万元、59,390.78 万元、72,673.83 万元和 77,933.84 万元，公司具有管理资产和投资项目的经验和能力。报告期内，公司不断加大客户开拓，经营规模不断增长。本次募集资金投资项目将帮助公司进一步扩大经营规模，提升经营能力和市场占有率，符合公司发展规

划，与现有经营规模相适应。

2、与公司财务状况相适应

报告期内，公司营业收入总额分别为 242,828.11 万元、272,192.82 万元、318,754.99 万元和 60,801.11 万元，实现净利润分别为 3,313.05 万元、5,574.82 万元、6,413.47 万元和 942.69 万元，盈利水平不断提高，体现了较强的盈利能力。本次募集资金到位后将进一步提升公司的盈利能力，公司财务状况能够有效支持募集资金投资项目的建设和实施。

3、与公司技术水平、管理能力相适应

作为互联网从业企业，技术革新一直是公司最关注的问题之一。目前，公司拥有 14 项核心技术，8 项正在从事的研发项目；公司已经建立了一只实力雄厚的自主研发技术团队，具备深厚的理论基础和实践基础，截至 2020 年 3 月 31 日，公司拥有技术人员 43 名，其中核心技术人员 3 名，技术人员占员工总人数的比例为 23.12% ，公司研发人员团队近年来保持稳定，同时，公司的技术团队具有集约、高效的特点，可以熟练运用各项已成熟的互联网技术；除此之外，为加强“产、学、研、用”相结合，加快推动大数据技术、人工智能技术的创新发展，公司十分重视技术研发交流与对外合作，目前公司已与福州大学建立了长期合作关系，一方面通过与大学院校的合作提升现有的技术水平，另一方面为后续的人才培养积蓄力量。

经过多年经营发展，公司已逐步建立了一套较为完善的公司治理和内部控制制度。公司核心管理团队具有专业素质高、执行能力强的特点，在公司核心管理团队的带领下，公司已逐步形成了团结踏实高效的企业文化。未来，公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步完善法人治理结构，充分发挥股东大会、董事会和监事会在重大决策、经营管理和监督方面的作用。

综上，公司募集资金数额和投资项目与现有生产经营规模、财务状况、技术水平和管理能力相适应。

四、募集资金投资项目实施后对公司独立性的影响

本次募集资金投资项目的实施，不会导致公司和控股股东及其控制的其他企业产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

五、募集资金投资项目基本情况

（一）新中冠互联网服务平台升级项目

1、项目建设的必要性

（1）提高系统可靠性，实现功能多样化

公司发展初期由于 B2B 交易平台具有较高的复购率，用户体量有限，因而公司原有的系统架构及平台功能足以满足当时的业务需求。然而，近几年随着公司发展规模持续扩大，供应链逐步扩展，各省级分站逐步开通，业务内容日益丰富，平台业务量及产品种类大幅增加，现有的互联网服务平台已经无法匹配极速增长的信息量、访问并发量及新功能要求。

从公司自身发展现状来看，为了能够承载更多的业务以及更大的访问流量，让用户获得更好的购买体验以及更快的浏览速度，向用户提供更多优质且有价值的增值服务，公司的互联网服务平台亟待从系统根本上进行升级改造。从行业趋势来看，互联网服务行业发展日益成熟，面对日趋激烈的市场竞争格局以及不断变化的用户需求，平台功能的多样化成为业内新的关注点。公司如果不及时对平台基础架构进行优化升级，将无法快速适应新的互联网环境变化，现有平台优势将受到冲击，不利于公司的可持续发展。因此，为了吸引更多客户并不断提升平台服务能力，公司有必要加大对服务平台技术开发的投入力度，进一步提高平台系统开发的软硬件水平，在已有技术基础上对平台进行优化与功能升级。

（2）SaaS 服务产品化，培育利润增长点

SaaS 的广泛应用已经成为互联网商业化发展的重要趋势，在效率、收益的双驱动下，互联网企业对于 SaaS 的技术需求将会被进一步挖掘。互联网及相关服务企业将引领传统产业上下游企业，共同接入平台 SaaS 的高效服务，这将显著提升企业的内部经营效率，同时使外部市场更加扁平化、订单碎片化，全面推进传统行业的产业互联网化进程。这就要求互联网及相关服务行业企业具备较强的系统开发能力，能适应市场的高速发展态势，使 SaaS 服务产品化，从而为企业自身带来更多收益。

随着 SaaS 化逐渐成为互联网服务企业的主要技术应用趋势，公司结合自身业务需求，丰富平台服务功能，通过为核心客户提供定制化的 SaaS 互联网综合

服务作为尝试并取得阶段性成果。然而由于公司 SaaS 服务技术开发团队的人员数量有限，该项服务后期开发进展相对缓慢，这将不利于公司 SaaS 服务的成果交付及 SaaS 服务产品化的实现，因而公司亟需招募具备 Web 开发语言、数据库技术、Web 前端开发技术和 Web Service 技术等重要开发能力的 SaaS 平台开发人员和 SaaS 应用开发人员以充实公司 SaaS 服务开发团队的实力。此外，SaaS 服务收益主要包括前期软件开发费以及后期根据交易流量收取的服务费两部分，这对于公司盈利水平提升将有较大推动，未来成长空间巨大。因此，为了进一步推动营收及利润增长，公司需要不断开拓新型服务模式。公司计划将 SaaS 服务以标准化工具的产品模式应用于其他各行业客户，不仅可以获得可观的收益，还能够实现商业模式的持续创新。

（3）智慧供应链升级，增强用户黏性

在互联网服务现阶段及可预见的未来，企业竞争的不再仅是平台的流量及交易额，而是作为一个生态系统能够为客户提供综合服务的能力。这意味着以大数据及人工智能技术为基础，构建集信息流、资金流、物流为一体的智慧供应链系统将成为未来互联网及相关服务行业发展的核心竞争力之一。公司致力于为客户提供集信息流、资金流、物流等“多流合一”的综合智慧互联网服务。现有供应链体系虽已基本搭建，但仅能满足单一仓储的管理及配送需求，技术层次还有待提高，尤其在仓储物流管理方面还未能实现智能化分仓配送等操作，难以满足公司未来布局全国仓储中心的发展需求。智慧供应链服务将直接影响用户体验，有利于进一步提高仓储管理准确性与物流时效性，增强现有客户的合作黏性，满足公司业务发展需要。因此公司对平台智慧供应链体系进行技术升级具有较强必要性和迫切性。

（4）优化客户体验，提高市场竞争力

互联网服务的发展依托于所服务企业拓展线上市场的需求，企业主要面临的市场竞争来自于对上下游用户在品牌、市场等方面的服务效果，而其中客户体验是重要的衡量标准。目前，公司通过技术开发、平台综合运营、大数据服务以及其他增值服务等各类型服务，为客户提供覆盖全环节的运营支持；同时通过订单审核、配货拣货、电子发票、批量发货、售后服务等系列功能，为下游客户提供完善的供应链服务。因此，公司深化现有的服务链，可以为上下游客户提供更为

细致、定制化的一站式服务，优化客户线上线下体验感，更大程度上提升客户服务价值从而提高整体竞争力。

2、项目的可行性

（1）扎实的技术能力为项目建设提供技术支撑

公司十分重视互联网技术方面的提升，采用“平台”加“应用”的研发模式，依托自主研发的核心技术支撑平台，针对客户需求快速研发定制化应用产品，在产品成熟度及研发效率上均具有较强的竞争力。在“平台”系统方面，公司自2015年起自主搭建互联网服务平台并进行PC端及移动端的研发，形成交易、结算、供应链、人工智能、大数据及第三方接口等一系列成熟的后台系统，并紧跟行业技术趋势，实现平台1.0到2.0的自主升级。在“应用”方面，公司通过不断地探索学习，掌握了Nginx负载均衡、PHP Web高级应用开发、Redis服务集群、消息队列、Rsync文件同步、Mysql性能优化、Python分布式数据采集分析以及基于RSA非对称加密算法应用等互联网前沿核心技术。同时在为核心客户提供定制化应用产品的过程中积累了丰富的开发实践经验，为平台功能的扩容提供扎实的技术基础。公司聚集了众多系统开发、设计、运营方面的专业人才，专注为企业提供平台建设、信息系统设计、系统维护运营、网站建设以及网络营销解决方案，在系统优化升级方面具备丰富的实操经验以及扎实的技术储备。此外，公司积极与高校建立产学研合作项目，学习前沿技术，提升自身研发实力，为本项目的顺利实施提供有力支持。

因此，公司扎实的技术能力以及研发经验为互联网服务平台升级项目的建设奠定技术基础。本项目将充分借鉴已有的成功研发经验，学习新的技术知识，持续提升公司的研发优势，为公司未来的战略发展提供底层架构的支撑。

（2）丰富的行业经验为项目建设奠定坚实基础

目前，公司已由传统的产品分销及零售业务模式升级为互联网综合服务的新兴业务模式。经过长期的行业经验累积，公司掌握了3C产业的运营模式，从采购、销售到仓储物流均制定了一套科学合理的管理体系，同时对公司自身发展优势以及未来行业定位上都具有较为深刻的认知。传统业务经验成为搭建互联网服务平台的基石，公司利用对3C产品分销业务的经验积累，紧跟行业数字化的发

展趋势，以 3C 行业为公司未来发展的切入点；与此同时，公司为各类企业搭建平台，解决传统分销层层分级、加价造成的成本费用高、价格优势缺乏及信息滞后等行业痛点。此外，公司对业务的清晰认识有利于对用户需求的整体把控，能够深度嵌入客户的生产经营活动，将客户需求与技术应用相结合，使互联网综合服务平台系统能为用户提供真实有效的定制化服务。

平台的发展方向来自于服务企业客户的需求与行业的技术趋势，而对客户需求的精准把控以及对技术趋势的客观分析均源于公司自身的经验，因此，公司丰富的行业经验为互联网服务平台升级项目的建设奠定坚实基础。

（3）优质的客户、供应商资源为项目建设提供市场基础

经过多年积累，公司已与数百家供应商、数千家代理商建立了长期的业务合作关系。在消费互联网业务方面，公司与国内招商银行、交通银行、浦发银行、建设银行、平安银行五大银行合作，运营产品包含 3C 产品、母婴产品、生活用品、服饰配件等品类，成为各大银行信用卡商城合作供应商。在 B2B 互联网业务方面，公司与冠捷、戴尔、英特尔、双飞燕、TP-LINK、宏碁、中兴、微软等数百家知名品牌供应商建立了良好的合作关系，稳定供货的 SKU 达 2 万个以上。在产业互联网业务方面，公司与华硕达成了深度战略合作模式，公司为上述合作方搭建的平台及系统已先后上线。

未来随着公司向全国市场的进一步开拓，公司客户结构将得以持续优化。依托优质的客户资源以及广泛的合作渠道，公司占据稳固的市场基础，为公司平台系统的进一步优化、增添新的服务功能以及开拓创新的商业模式提供良好且稳定的发展环境，为本次募投项目的建设奠定坚实有力的保障。

（4）完善的管理体系为项目实施提供有力保障

平台升级建设是一项复杂的系统工程，需要投入大量的人、财、物等资源，这要求企业必须进行统筹规划和合理安排，而一个完善的管理体系是支持项目顺利实施的保障。通过近几年的发展，新中冠在内部管理的流程标准方面基本形成了比较成熟的模式。目前，公司建立了健全的法人治理结构，实行董事会领导下的总经理负责制，领导公司各职能部门的运作，并在采购管理、营销管理、仓储管理、财务管理、信息系统等方面形成了比较成熟的规范和制度，相关人员也熟

悉并适应了相关工作流程、工作权限及工作标准。此外，公司在人才管理方面建立了完善的人才战略机制，管理层着力于为员工提供可持续发展的机会和空间，通过公司人力资源部门组织、各部门领导共同运作的方式，对公司各级员工开展高频次、常态化的内部培训。

公司在项目运营管理方面已经具备了一定的计划、组织、协调、执行及控制能力，对项目建设、计划执行、成本控制、质量管理以及项目进度的把控等均具备丰富的管理经验。因此，公司规范化的运营及管理体系为本项目建设奠定基础，丰富的业务运营经验为项目统筹提供保障，确保公司平台升级项目的有序实施。

3、项目主要建设内容

互联网服务平台升级项目建设将从系统升级、新增系统及迭代、网络云服务器升级和平台架构升级四个方面对公司现有平台进行优化，在应用服务多板块的升级过程中，不断完善服务能力，更大程度上提升客户服务价值。

（1）系统升级

①喜购宝银行电商管理系统升级（2.0 升级到 3.0）

从系统易用、系统安全、数据分析三方面进行升级。自动化配单升级：在实现系统自动化配单操作，减少人为操作，避免出现配错商品、配错数量等问题，实现自动化配单减少人力成本，提高工作效率。数据安全监控：实现对物流、发票系统、招行系统接口进行监控，监控问题预警，保证对接正常；严格数据加密，重构数据备份机制保证数据安全。销售业绩数据分析：对每日配单数据推送进行推送，按周、月、季、年对销售数据进行分析，建立库存预警机制。

②喜购宝商城升级（2.0 升级到 3.0）

随着喜购宝商城省级分站的不断开拓、用户量以及产品品类的不断增加，需要对系统进行全面升级，为用户提供更好的服务体验。整个平台升级建设将按照“统一规划、统一设计、统一建设、统一管理”的标准，结合国内外先进技术，建立易于管理、易于维护、易于扩充、易于升级的 B2B 电商平台。喜购宝商城升级内容主要包括：完善商家管理后台功能，新增对外规范化接口，升级数据中心及可视化系统，新增电子物流面单、电子发票、电子合同、短信/邮件营销、个性化系统推荐等模块，优化站内搜索引擎，运用分布式海量数据搜索引擎技术，

降低服务器搜索负荷，极大程度地提高搜索速度和用户体验。

③渠易宝平台升级（2.0 升级到 3.0）

为进一步满足客户需要，加速构建渠易宝平台体系下的新型业务生态，进一步推进客户的数字化转型，将对渠易宝平台做如下升级：优化现有系统，完善各频道功能，优化搜索及排名算法提高搜索速度，提高访问速度从而改善用户体验；加强系统安全，提出网络安全策略、应用安全策略、数据安全策略、应急处理措施、安全策略升级的全面方案。新增业务功能包括供应商店铺模块、扫码登录及扫码购物功能、小程序营销模块、客户关系管理模块、开放平台模块等。渠易宝平台除对商城进行升级外，为满足业务发展需求，新增如下系统：

A、国代系统

串接多家国代系统，实现省代到国代的日常采购流程。涉及模块为国代商家信息管理、仓库管理、仓库开放平台管理、仓库开放客户管理、虚拟库存维护、实体库存维护、商品开放客户管理、商品开放平台管理、国代商品库存查询、国代商品管理等模块。对接国代 ERP 系统，交易处理全部实现在渠易宝上完成。并通过订单接口对接，抓取国代订单数据，监控商品实际销量数据。

B、B2B 订单系统

对目前所用 weborder 订单系统的升级，解决旧系统存在问题和满足新增需求。升级后的系统功能主要包括：分库下单、支付方式管理、订单信息修改、审核订单、发票种类管理、相关人员账号配置、总代结案等功能，简化订单处理流程，提高客户处理 B2B 订单的效率，降低人工成本。

C、门店宝系统

门店宝是针对零售业的智能化应用服务平台，提供一站式的新零售解决方案。它帮助线下门店实现数据化和智能化，让消费者与商品之间，实现跨场景的智慧连接，将让门店具有思考能力。其主要包括：O2O 订单管理功能、O2O 订单结算、订单提现、O2O 订单驳回分派、订单商品出库、O2O 订单售后、采购订单入库管理、门店用户 CRM 管理等功能模块。

D、用户中台

渠易宝所有零售商用户与客户系统用户中心打通同步用户信息，增加零售商对渠易宝的黏性。通过海量用户数据，建设用户画像体系结构，实现多源数据的分析能力。

E、数据商智

通过对全渠道自营电商平台、淘宝、京东、苏宁、国美等第三方平台数据进行采集，将采集的数据进行数据处理和整合、分析挖掘，得出：经营分析、流量分析、商品分析、交易分析，为平台运营提供精准决策。

④OMS 系统升级（1.0 升级到 2.0）

OMS 订单管理系统是针对供应链上下游订单业务的管理，实现订单的预处理、订单合并、订单拆分、订单派送等功能，同时与供应链系统对接，大幅度提升供应链执行过程中的执行效率，有效降低人工及物流成本，加强现有供应链执行的持续优化。将对 OMS 系统做如下升级：多渠道、多形式的订单同步，无缝对接各类系统订单接口，满足不同信息化环境；灵活事件流程配置，满足各类型订单的不同业务处理流程需求；集成下游业务操作系统，实现上下作业协同，实现订单全程可视化跟踪，满足客户、企业、管理者的跟踪和管理需求；提供各类规则配置，满足不同客户、项目、仓库的不同作业习惯，支撑订单自动处理引擎，提升订单操作效率。完成升级工作后，系统可支持多平台订单统一处理、灵活多变的自动审核策略、海量账单集中式管理、支持自动拆单、自动合并订单、自动分配快递公司、自动匹配发货仓库、批量修改物流公司等功能。

（2）新增系统及迭代

①CPS 联盟系统

CPS 联盟系统是按销售付费的新型营销系统，将更有效帮助上下游用户实现匹配并提供底层的订单跟踪技术以及处理繁琐佣金的开放流程，有利于平台方及广告主实现合作共赢，达到收益最大化。其完善的产品线和丰富的平台资源可满足各种需求，如一键式获取推广代码、稳定安全的流量变现、及时的佣金结算、强大的广告监测和报表分析技术等，将能够在广告投放过程中全程监控效果、整合资源、时时优化。联盟网站主投放广告不受市场影响，投放前了解佣金和推广

时间，因此可以长期、稳定地投放广告，充分利用广告资源获得最大利益。

②SaaS 云平台

项目将以 SOA（面向服务架构）为基础构建系统架构，以业务为驱动因素，更敏捷地满足用户需求，迅速推出新服务，实现本系统服务与用户系统的紧密整合。此外，针对数据传输链、业务逻辑上用户认证与授权及数据存储方面涉及的安全隐患问题，将重点关注 SaaS 安全框架的设计。同时，为了在同一应用环境下保证数据的安全可靠，系统采用集使用共享型与隔离型为一体的综合多企业数据隔离设计，根据企业用户属性选择相应数据库类型并在业务逻辑层和数据库之间增加持久化中间件来屏蔽这一过程。

③进销存管理系统

进销存管理系统主要功能包括采购管理、出货管理、仓库管理、资金管理、业务报表、设置管理六大功能，其中采购管理确保往来欠款与支付款项数据清晰，准确查询业务进度情况；仓库数据根据订单变化实时更新，定期盘点审核，双级保障；系统支持人员随时随地高效工作，轻松管理多门店、多仓库，实现多点数据协作，更高效、更稳定、更安全。

④CRM 客户管理系统

CRM 即客户关系管理系统，该系统主要功能包括客服跟进服务、短信营销、拜访签到、销售数据报表、市场营销、客户服务等，拥有高安全性能、高性价比、低能耗、高可控性的数据库等特点。CRM 系统是基于互联网的一项综合技术，它通过对企业业务流程的重组来整合用户信息资源，以有效的方式来管理客户关系，在企业内部实现信息和资源的共享，从而降低企业运营成本，为客户提供更经济、快捷、周到的产品和服务，提高客户满意度和忠诚度，吸引更多客户，以最终达到企业发展最大化的目的。

⑤云货架

云货架主要功能包括商品的导入和采集。商家使用云货架导入，将省去繁琐的添加维护过程并节省维护人员成本。云货架的商品数据都经过人工审核与处理，从而提高商品数据的品质。云货架的商品数据将定期检查并更新，及时对商品数据更新信息进行提醒处理，同时还将提供 API 接口，可对接第三方商城系统。

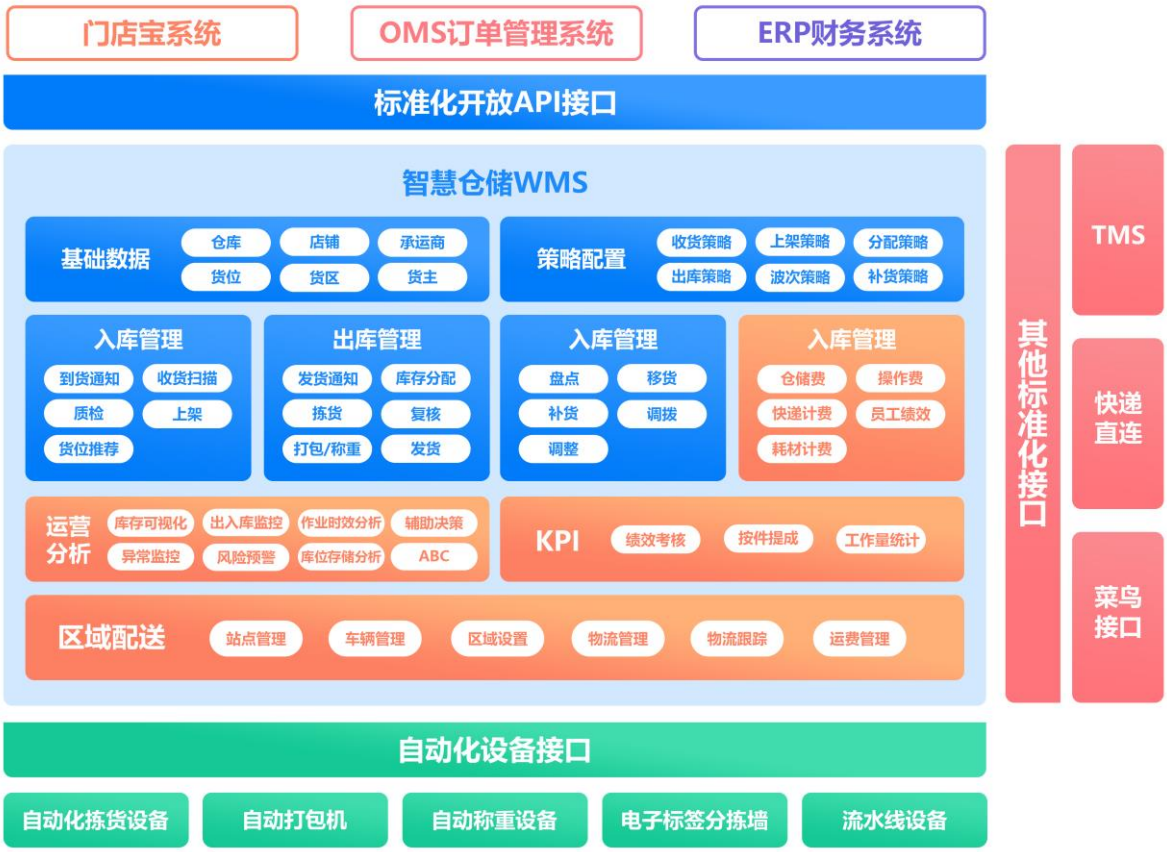
⑥云名片

云名片是基于“微信小程序+AI+APP”的产品，为企业提供品牌展示、推广获客、跟进转化、数据管理一体化的营销解决方案，助力企业提升客户转化率、提升销售管理效率，并将客户沉淀为企业的核心资产。并帮助零售商或供应商销售人员提高获客能力。员工只需要分享个人名片到微信，即可进行商机捕捉、成交率预测、挖掘高意向客户、即刻在线沟通、持续跟进记录、提升成交率，实现零售商全员流量变现。店长云名片将有效连接零售商和客户；店长可查看店员推广业绩，评估店员工作效率；店长可与用户直接沟通，清晰了解用户需求；店长可统计店内经营状态、销售情况、门店会员等。店员云名片可让员工更好地推广店铺及商品；店员可向用户展示店铺及个人资料，便于宣传推广；店员可实时与用户沟通，加强客户服务；店员可将活动、促销推送给用户，刺激用户消费。

⑦智慧仓储管理系统

智慧仓储管理系统为制造商、供应商、零售商以及第三方物流通过访问共享的智慧仓储云平台，可快速应对市场波动而带来的供应链库存变化，提高客户服务水平。借助系统自动化核心管理引擎，实现仓库信息化、智能化、无纸化、快速反应、高效可追溯管理，通过库存的全局可视化，整合仓库资源、优化供应链网络、节约仓储物流成本。智慧仓储体系采用分布式云仓来搭建全国仓配网络，实现共享化仓配服务。

智慧仓储管理体系



⑧积分系统

项目借助积分的作用，来提高平台的用户黏性，促进交易。为企业搭建会员积分体系，企业可管理自己的会员，积分商品等信息。消费者通过商品交易获取积分，保持消费者的活性，让消费者参与积分兑换，增加企业与消费者的互动。通过搭建会员积分成长体系，增进用户与企业之间的关联。通过养成会员积累和消耗积分习惯，激励会员进行自主传播，拉取新会员，活跃会员社群等方式，从而强化会员品牌消费惯性及品牌忠诚度。

⑨结算系统

以支付为切入点，为企业部署集收付款、清结算、账户管理、风控管理等功能为一体的账户及支付清结算系统，满足企业对数据安全、监管合规、内部业务系统集成等个性化需求，提高财务管理和整体运营效率，实现所有场景内的统一支付、资金管控、账务管理，打造企业的自金融生态圈。

将业务端和财务端分离，支持将业务交易数据接入，实现业务线交叉协同、

自动清分、数据分析。

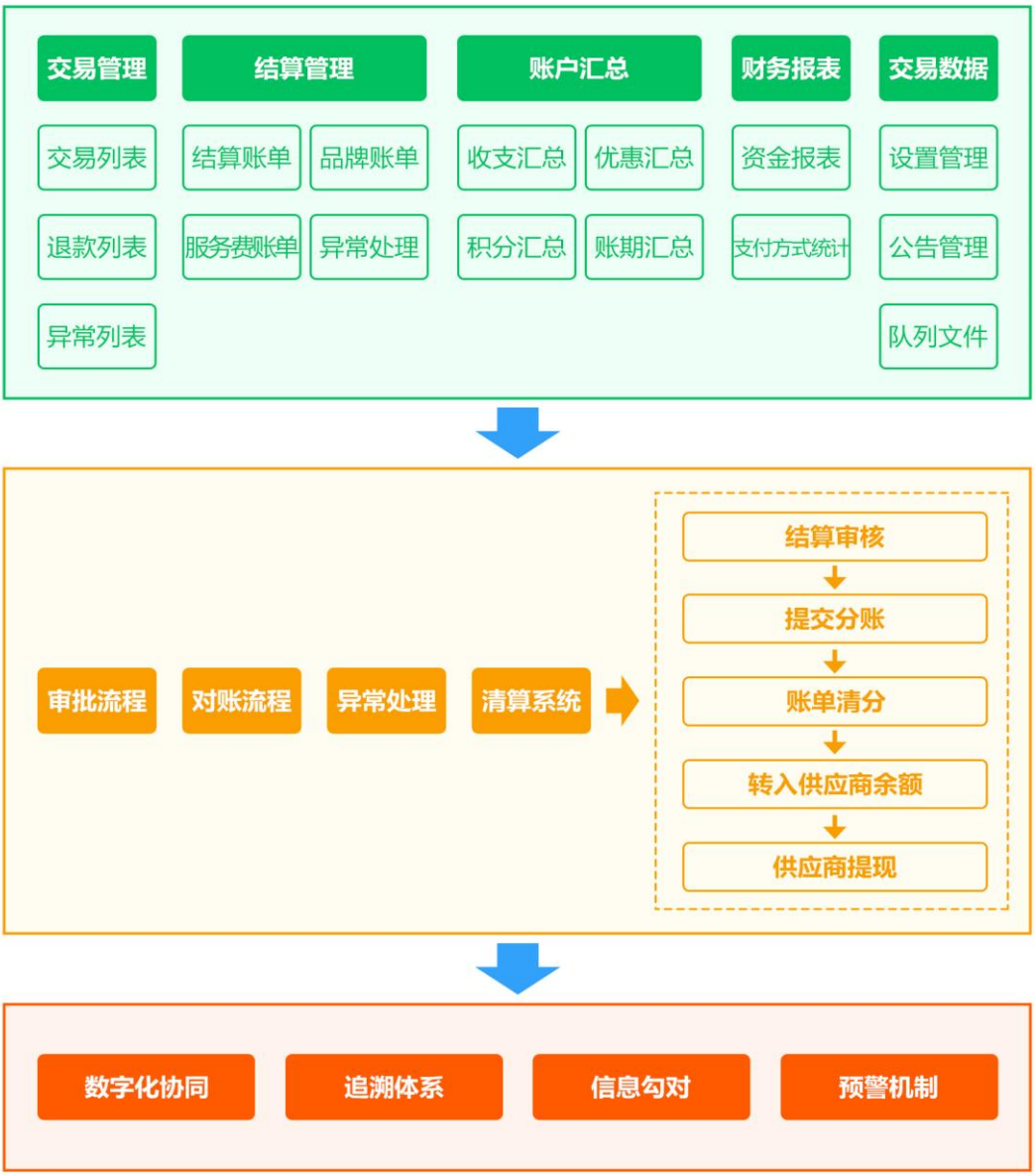
A、从数据处理、项目分工两个方面优化账单审批流程，提升数据加载速度、差异入库，强化角色间分工协作，阶段划分。

B、结算功能优化，清分系统新增了账项调整，优化了操作日志和银行流水报表，实现来往账目可追溯，差额轧抵。引入平安结算系统，将账单自动结算，规避二清。

C、对账报表优化，新增收支、积分、余额汇总，确保信息流、资金流勾对平衡。

D、预警机制，包括风险项监控和异常订单/账单预警处理，提升风险预警能力，保证结算数据准确。

结算体系



⑩直播系统

将互动直播系统内嵌至原有购物商城系统，商家可利用平台的互动直播功能进行产品讲解的同时在页面展现推荐产品，客户可直接在直播页面进行咨询提问和直接购买，画面高清流畅，轻松互动及网络分享。是集视频上传、转码、存储、加速、加密、管理、播放器和统计等功能于一体的云点播服务，帮助企业快速搭建安全、稳定、高效的在线点播平台。提供全面的 SDK 和 API，实现与客户平台无缝对接，加速企业营销、获客、变现。

⑪收银宝系统

接入第三方支付，支持商户收款，付款功能。支持核销订单功能，支持扫码枪功能。以商户为中心，以“账户服务”为基础，整合刷卡支付、扫码支付、闪付、预付卡支付等多种线上线下支付产品及资源，通过综合的支付通道、高效的清结算服务、丰富的金融增值服务和多样化的营销功能而建立的一体化综合服务系统，全力打造“支付+金融+营销”的全方位综合服务生态体系。

⑫物流管理系统

企业商户和供应商提供物流服务，平台支持不同的物流公司入驻，为企业服务。利用移动与社交技术，通过提供移动 APP 或微信公众号全程连接货主、承运商、司机与客户，实现多方实时协同。提供强大的计费引擎，满足复杂的计费需求，能为货主、客户、承运商一键生成同一本账单，节省大量人力物力。智能计划调度，节省运输费用，基于预设规则与约束条件，结合路径优化引擎，自动匹配车源，计划运输路线，为企业节省物流运输费用。

⑬AI 扫图比价系统

通过 AI 技术结合，通过手机进行实物拍照就可以知道商品价格趋势和销售情况。通过长时间大量的素材训练，从扫描的图片中精准的识别到特定的商品。AI 能够根据用户的意图、兴趣和经济能力自适应地和智能化地从数据库中对信息进行相关性排列，调整匹配机制，以获得用户满意的产品检索输出，通过大数据挖掘技术，进行商品比价，挖掘出最实惠的产品，满足消费者内心真正的需求。为消费者提供更深刻的印象和更愉快的购物体验，同时还可以建立品牌的优质形象。

（3）网络云服务器升级

随着用户数及交易量的增长，对平台的体验、安全、稳定等要求的提升以及大数据平台、实时计算、人工智能等相关技术的接入，为了更好地服务用户，我们需要对云基础设施进行升级，扩展云服务器数量，增加不同类型云服务器种类。

对基础设施服务器，需要提升原有的带宽、CPU、内存、高 IO 磁盘等基础部件。基于原来的分布式架构，还需进行横向扩展服务器数量，调整缓存架构，使用分布式缓存，对流量进行分流，减少服务器压力，保证系统稳定性。同时需

要对数据进行异地同步备份和灾备处理，保证在出现意外的情况下，尽可能减少数据损失。

对新增云服务器，将主要围绕大数据以及实时计算等内容，为大数据、人工智能平台提供基础设施服务。通过升级基础设施服务，引入消息队列、分布式缓存、负载均衡等云服务，解决高并发、大流量问题；引入容器化技术，保证项目运行环境的一致性以及部署的灵活性。

（4）平台架构升级

平台架构升级主要分为两个方面：数据库架构升级以及系统架构升级。数据库架构升级：对数据库进行拆分，基于业务的不同拆分不同的数据库，避免所有压力都在同一个数据库服务下，对重要服务的数据库架构进行重点升级，从数据库的高性能、一致性、扩展性等多角度考虑升级可行性及必要性。系统架构升级：由传统的单体式开发应用程序升级为微服务架构。将每个系统的功能进行拆分，使用 Kubernetes 容器化技术隔离所有微服务，把整个系统进行解耦，所有服务都进行单独部署，保证互不影响。

4、投资概算

本项目投资总额 15,823.92 万元，建设期 24 个月，具体投资明细如下表所示：

单位：万元

序号	项目或费用名称	金额
一	**建设投资**	**12,436.53**
1	设备购置	8,176.53
2	场地投入	4,260.00
2.1	建设期场地租赁费用	1,920.00
2.2	场地装修费用	2,340.00
二	**研发投入**	**1,507.50**
三	**基本预备费**	**621.83**
四	**项目实施费用**	**200**
4.1	市场推广费	180
4.2	培训费	20
五	**铺底流动资金**	**1,058.06**
六	**项目总投资**	**15,823.92**

5、项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，包括方案设计、房屋租赁及装修、硬件设备采购及安装、人员招聘及培训、平台升级、试运行及调试等阶段，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
方案设计												
房屋租赁及装修												
硬件设备采购及安装												
人员招聘及培训												
平台升级												
试运行及调试												

6、项目审批或备案情况

本项目已在福州市台江区发展和改革局备案，并取得编号为闽发改备【2020】A020188 号的备案确认书。项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案（备案号 202035010300000040）。

（二）新中冠营销及服务网络建设升级项目

1、项目的必要性

（1）加快全国营销网络布局，提升业务拓展能力

随着传统产业加快转型升级，互联网服务企业在新的发展阶段呈现下沉式的业务模式，促使行业领先企业围绕产业集群逐步建立完善的营销体系，更有针对性地提供专业服务，满足客户本地化的业务需求。公司基于面向消费者、流通企业、制造商的互联网综合服务现有发展阶段，亟需打造全国范围内的营销及服务网络，实现业务规模提升服务网络布局完善。

公司在开拓 B2B 互联网业务全国市场中，主要采取与各省级业内有影响力公司合作的业务模式，依托各省代理商共同配合完成省级站点的客户开拓、品牌引入、线下推广等工作。但由于各省级站点的发展受限于合作商的自身实力、在当地的影响力、对平台的投入以及与平台团队的配合度等因素，容易致使平台发展相对缓慢，所以公司亟需通过营销网点的铺设，突破与合作商的传统合作模式，

努力创新业务发展模式，吸引更多的制造商、供应商与零售商依靠公司的互联网综合服务实现业务转型升级，有效扩大撮合交易服务和自营交易服务的市场规模，大幅提升公司互联网服务平台在全国的影响力，增强各服务网点上下游客户粘度，提升业务交易规模和盈利水平。

与此同时，依托公司在产业互联网业务方面的技术支持和应用优势，公司将通过构建营销及服务网络，积极寻求与各地制造商的合作机会，运用丰富的平台运营经验和专业的互联网综合服务能力，为其提供全渠道的综合解决方案及专业的配套服务。

（2）推进仓储等物流设施配套，实现供应链服务优化升级

供应链体系的升级促进信息化和仓储等配套软硬件系统功能持续提升。随着互联网服务业务环节不断拓展，线上线下庞大的业务量要求企业建立完善的供应链服务体系，满足货物周转管理需求，缩短订单响应时间，提升服务质量和客户购物体验。2018 年 5 月，商务部流通业发展司发布《关于开展 2018 年流通领域现代供应链体系建设的通知》，要求推动发展分销型供应链，实现供需对接、集中采购、统管库存、支付结算、物流配送等功能整合，提高供应链自动补货、快速响应及资源共享能力。

在多年的发展过程中，公司已搭建完善的互联网综合服务业务框架体系，通过平台的良好运营实现订单的快速响应。然而，目前公司依托福州仓储中心的物流服务模式和发货时间较长的弊端在一定程度上限制了公司物流服务能力的提升，传统仓储的运营模式也无法满足新物流概念下的供应链发展趋势，公司亟需通过完善仓储建设和布局打造智慧供应链服务体系，实现线上线下全渠道业务的协同管理，为客户提供高效率的物流服务。

（3）加强市场快速响应机制，构建一站式综合服务体系

随着传统行业对互联网转型升级服务要求提升，服务类型持续多元化，业务范围逐步从基础服务（运营服务、客户服务）拓展至核心服务（IT 服务、营销服务、仓储物流服务）以及增值服务（数据中台服务等），其中，集中于基础服务的互联网服务平台对于制造商、尤其是品牌制造商的粘性较低、不可替代性较弱，不利于与制造商建立长期的合作关系，且依靠单一环节的服务模式无法满足

制造商的多元化服务需求。因此，发展一站式服务模式将为互联网服务平台深入制造商的整体业务发展体系提供可能，形成共同的利益绑定，降低运营风险。

近年来，公司在发展过程中始终重视加强信息化服务建设和客户服务完善，持续增强客户粘性。在产业互联网业务中，公司注重从战略发展层面为其规划线上线下销售渠道业务拓展，逐步完善一站式互联网综合服务内容。目前，公司已与华硕等制造商建立深度战略合作关系，通过业务模式的复制，未来将形成与不同行业众多制造商合作的业务体系。面对各类型企业的互联网综合服务需求，公司积极寻求提升服务质量和效率的运行机制，不断丰富互联网综合服务的内容，提供完善的售后服务、数据分析及其他增值服务，加强对客户需求的快速响应。随着市场竞争日益激烈，公司仍需持续提升服务短板模块，从营销服务、仓储物流服务、服务网络布局等方面建立竞争优势。

2、项目的可行性

（1）公司具备丰富的营销经验和完善的服务体系

公司经过多年的业务发展，与各分销商及零售商建立了长期稳定的合作关系，在营销方面积累了丰富的经验。依托专业的市场推广和营销人员，公司深耕传统行业细分市场，密切关注互联网服务行业技术发展趋势和市场竞争状况，顺应客户需求和市场消费趋势，不断提升互联网服务平台优势产品供应商数量，为业务拓展提供了强有力的产品和运营支持。公司营销运营团队人员均在业务拓展方面具有丰富的经验，能够在公司的平台运营优势基础上，深入挖掘行业发展痛点，吸引更多的优质供应商进驻公司互联网服务平台。同时，公司通过合作分销商不断深入地区制造商，有效提升营销网络的服务水平和客户响应速度。

同时，公司在多年的运营发展过程中逐步建立完善了规范的互联网综合服务管理体系，以客户需求为导向，服务范围覆盖订单处理、发货配送、售后服务、客户信用管理等各个方面，并逐步形成各个业务模块多维度的服务体系。公司运用标准化服务体系和管理制度，为客户提供高标准的一站式服务模式，助力良好品牌形象的建立。同时，公司在长期运营中积累了宝贵的为流通企业、制造商深度服务的经验，通过不断提升专业服务能力，形成了较为成熟科学的管理体系，为本项目的实施提供良好的经验借鉴。

公司丰富的营销经验和完善的服务体系为项目实施提供有力保障，有效推进网点布局的建设工作。

（2）互联网服务平台的建设和新技术应用为项目提供运营基础

作为互联网综合服务商，公司自主研发互联网服务平台，提供面向消费者、流通企业、制造商的互联网综合服务及其他相关服务，并实现各业务模块独立运营。随着业务规模不断增长和服务内容的持续丰富，公司适时进行平台系统更新和功能模块的增加，满足业务增长和高效运营需求。通过互联网服务平台的交易系统、结算系统、供应链系统、人工智能系统、大数据系统、第三方接口系统等形成强大的后台支撑，为客户提供集技术开发、供应链管理、运营推广、客户服务、大数据服务等全方位综合服务，将各个营销及服务网点的业务进项有效连接，便于公司统一进行业务汇总和业务管理。

技术研发中心作为支撑平台运营的重要力量，全面参与互联网服务平台的系统升级和功能模块增加。技术人员在充分了解用户和各部门不同层面的需求的前提下，为平台提供最优的解决方案和及时到位的技术服务支撑，保障平台运营服务流程的顺利实施，提升客户关系管理系统的服务功能，满足平台整体的运营效率要求。另外，公司顺应行业发展趋势和自身发展战略要求，注重新技术投入并积极实施创新成果的转化，大数据和人工智能等新技术的应用为营销业务的开展提供有力的技术支撑，实现业务精准化营销。

公司互联网服务平台的建设、功能持续完善及大数据等先进技术的应用，为项目建设提供坚实的运营基础。

（3）健全的管理制度为项目实施提供有力支撑

目前，公司已建立了层次明确的绩效指标和考核体系，加强项目实施的计划性和战略引导，改善公司的管理过程，促进管理科学化和规范化。公司管理团队对行业发展有着深刻地认识，已经为本项目做好了前期准备工作，加强项目计划的执行、项目成本的控制、项目质量的管理以及项目进度等工作推进，为项目的成功实施奠定了基础。在营销方面，公司建立健全了一系列营销管理规章和制度，并得到有效执行，为公司营销及服务网络项目建设提供了实施保障。同时，公司积极制定与人事管理、绩效管理、财务管理等相配套的营销管理制度及相应的运

营管理标准，使各个网点在管理层次和运营环节均能做到有章可循，保证营销及服务网点的相对独立和营运的精简高效。

近年来，公司的发展实力不断增强，公司先后获评“中国互联网百强企业”、“中国互联网行业最佳解决方案奖”、“福建互联网企业 20 强”、“中国（行业）最具发展潜力企业”、“最具投资价值互联网企业”、“福建省守合同重信用企业”、“福建省级电子商务示范企业”、“福建省民营企业 100 强”、“福建服务业企业 100 强”、“产业互联网服务领军企业”等多项奖项，并获得招商银行“年度卓越合作伙伴”、“年度优秀合作商户”等称号。公司服务标准、管理体系和质量控制体系不断趋于完善，有效保障服务质量水平，为项目实施提供切实可行的实施标准和经验指导，有助于公司市场拓展和服务提升的构建与实现。

3、项目主要建设内容

（1）营销及服务网点建设

公司将在上海、广州、重庆、福州、天津和北京建设一级营销及服务网点，使营销、物流配套及深度服务同步推进，同时在四川、陕西、山西、江苏、湖南等 10 个地区铺设二级营销及服务网点，实现公司各业务模块在当地落地拓展，获取更多与本地实体商家的合作机会，持续提升客户拓展能力，扩大业务营收规模。

（2）仓储中心建设

公司将在北京、上海、广州、重庆、福州、天津实施仓储中心建设，配备先进的仓储物流设施，运用大数据及人工智能技术，构建智慧供应链体系，实现合理高效备仓和精准化物流服务，为银行、流通企业、制造商提供良好的物流配套服务，提高物流时效并节省运营成本，助力公司互联网服务平台的供应链服务优化升级。

（3）营销及服务团队建设

公司将通过内部培养与外部招聘相结合的方式，引进具有丰富的行业经验和优秀的市场开拓能力的复合型人才，组建一支高素质的骨干营销和服务团队，提高公司营销及全方位服务能力。

4、投资概算

本项目投资总额 14,320.82 万元，建设期 24 个月，投资概算如下表所示：

单位：万元

序号	投资内容	金额
一	**场地投入**	**7,230.96**
1.1	营销及服务网点场地投入	6,099.20
1.2	仓储中心场地投入	1,131.76
二	**设备购置**	**6,407.92**
三	**基本预备费**	**681.94**
四	**项目总投资**	**14,320.82**

5、项目实施进度

本项目计划建设期 24 个月，包括方案设计、仓储中心租赁及装修、仓储设备安装、网点购置及装修、网点租赁及装修、人员招聘及培训、试运营等阶段，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+24											
	2	4	6	8	10	12	14	16	18	20	22	24
方案设计												
仓储中心租赁及装修												
仓储设备安装												
网点购置及装修												
网点租赁及装修												
人员招聘及培训												
试运营												

6、项目审批或备案情况

本项目已在福州市台江区发展和改革局备案，并取得编号为闽发改备【2020】A020186 号的备案确认书。项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案（备案号 202035010300000039）。

（三）新中冠大数据研发运营中心（I 期）

1、项目的必要性

（1）加强大数据相关技术保障，提升公司竞争实力

受益于互联网与传统生产企业的深度融合，互联网及相关服务行业领域市场规模迅速提升。在国家政策支持的背景下，大数据、人工智能等技术不断深入与互联网综合服务领域融合发展，行业领先企业纷纷布局相关技术领域的研发。将交易平台产品数据、经营数据、客户交易行为以及行业上下游数据进行整合，借助大数据、云计算、人工智能、物联网等技术深度挖掘数据价值，已经成为互联网综合服务行业重要的发展机遇。同时，互联网行业的技术提升要求传统企业重视数据挖掘、分析等技术的深入研究，依托大数据技术提升产品研发及创新能力，获得持续的竞争优势。

近年来，公司持续加强大数据、人工智能的研发投入，并取得一定的研发成果：互联网服务平台大数据可视化系统将实时交易数据互动模拟展示，初步实现经营成果的可视化，驱动平台运营；公司正在研发的“喜购 AI 盒子”，通过软硬件结合的方式，应用于零售终端进行数据采集和初步分析。然而，互联网与大数据融合的商业模式对传统企业的技术化和数据化提出了更高要求，建立以技术驱动和大数据挖掘支撑的研发优势将为公司互联网综合服务竞争实力提供有效保障。

（2）深度挖掘客户需求，实现精准营销

随着数字营销技术与消费市场的不断融合，互联网服务平台粗放式的营销模式已逐渐成为过去，借助互联网技术的快速发展和交易平台的数据流量优势，通过精准化营销实现成本控制、效率提升和用户体验升级，将成为企业的首选营销手段。大数据下的营销模式融合了从消费者洞察、需求精准定向、线上线下整合到效果精确衡量、大数据反馈的良性闭环，将驱动公司业务持续增长。

大数据技术的升级和数据基础的积累将从根本上改变营销模式，使供应商的生产和分销活动更贴近客户的实际需求，借助大数据深度挖掘和人工智能技术的相关优势，建立有效的营销机制，并节约相关决策过程中的人力物力消耗。依托大数据系统，互联网服务平台将实现从技术层面整合供应商的生产、流通、运营、

财务、销售、客户数据和产业上下游数据，深度挖掘客户的人口统计特征、消费能力数据、兴趣数据、风险偏好等数据价值，通过个人客户和企业用户画像开展精准营销。公司在互联网服务平台搭建和业务经营过程中，预见性地进行大数据技术研发，加强平台交易行为的整合和交易数据的积累，初步形成对交易数据的分析应用，但受制于大数据相关技术的开发能力及应用经验，对数据的采集、分析及应用方面仍有待完善，数据分析及预测的精准度尚有较大提升空间。因此，在未来发展过程中，公司有必要加强大数据采集、挖掘和可视化等相关技术的研发力度，持续加强数据分析应用及营销服务，为用户提供良好的购物体验，为产生直接收益提供可能。

（3）推动业务创新，增强客户粘性

大数据时代的来临促进互联网及相关服务行业的服务内容呈现出越来越多的表现形式，供应商、零售终端也将受益于大数据产业的进步而获得更大程度的发展。互联网服务业务模式的不断创新过程需要建立在海量数据分析和研究基础上。大数据技术的应用，为企业进行数据采集、分析提供了便利和快速实现精准决策的可能。借助信息采集技术和数据深度挖掘应用不仅能给业务决策者提供足够的样本量和数据信息，还能够建立基于大数据的数学模型对未来市场进行预测。

依托大数据平台的业务交易和分析系统，公司将在实现较高水准的定制化产品服务基础上，实现对客户的财务状况、相关产业链上下游数据分析，构建客户360度全方位视图，通过数据交换及映射预测其短期、中期及未来发展状况，并设计更有竞争力的创新产品以增加客户粘性。

（4）优化公司管理，契合公司发展战略

随着数据在各个行业的深入渗透，具有前瞻战略眼光的企业将逐步加快实施大数据战略的步伐，推动大数据、人工智能等技术在企业管理链条和产业链条中发挥重要作用。一方面，大数据技术应用能够明显提升企业内部运营数据的准确性和及时性，加快企业在商业模式、产品和服务上的创新力，优化管理决策水平，降低经营风险。另一方面，通过挖掘并分析业务流程各环节的数据，能准确定位企业在供应链环节中的瓶颈因素，有效提高效率并降低成本，提升服务水平。

首先，基于大数据可视化效果的呈现，公司将增强内部业务运营的透明度，加速上下级之间的信息流通，通过信息归集渠道的完善，提升信息反馈效率，同时准确定位公司内部的管理缺陷，制定有针对性的改进措施，实行符合自身特点的管理模式，提升公司的整体运作效率并降低管理运营成本。其次，大数据系统功能的不断完善，将助力公司进行客户行为属性的深入分析，在客户账务流水、相关业务活动等流动性数据动态监控的基础上，加强客户行为分析、信用度分析及风险分析，有效提升客户信息透明度，帮助建立完善的风险防范体系，增强公司的风险管控能力。最后，在公司运营的过程中，大数据系统因积累了大量数据资产，能够为业务运转提供及时的、可视化的供应链数据，有利于提升各流通环节效率，同时使未来销量计划及库存等可跟踪、可量化，助力智能供应链体系实施。同时，大数据系统集合第三方电商数据、行业趋势等数据信息，深入挖掘潜在应用领域将为平台的功能构架和模块升级提供有力支持。

2、项目的可行性

（1）公司已有的技术积累与研发经验为项目建设奠定基础

公司始终重视互联网相关技术研发方面的布局，近几年研发投入持续增加，并取得一定的研发成果，目前公司通过自主研发取得 42 项软件著作权，公司曾获评“中国互联网百强企业”、“中国互联网行业最佳解决方案奖”、“福建互联网企业 20 强”、“中国（行业）最具发展潜力企业”、“最具投资价值互联网企业”、“福建省守合同重信用企业”、“福建省级电子商务示范企业”、“福建省民营企业 100 强”、“福建服务业企业 100 强”、“产业互联网服务领军企业”等多项奖项。目前，公司聚集了一批稳定、高效的技术研发团队，形成了大数据、人工智能等技术研发的重要支撑，团队人员拥有专业的开发技能和众多技术开发实践的成功经验，能够基于用户和各部门不同层面的需求，不断提升大数据相关技术的应用效果和业务运营的大数据可视化功能呈现。

2015 年公司即开始大数据项目的研发，利用大数据技术对互联网服务平台中的各业务模块交易数据进行初步整合分析，并结合第三方数据资源，形成针对各个行业的多数据源驱动的决策辅助。同时依托互联网、大数据、机器学习的方式，加强数据动态监测和优化分析，持续提升数据决策优化效果；2017 年，公司通过组建 AI 人工智能研发团队开始基于人工智能技术的商业应用研发，旨在

加强零售终端数据监测与网络渠道数据的融合，形成线上线下无缝衔接的大数据闭环。

综上，公司已有的技术积累、研发经验和研发团队建设为研发中心项目的建设奠定技术和人才基础。本项目将在公司丰富的研发经验基础上，持续提升大数据、人工智能等前沿技术的研发优势，为公司未来的战略发展提供优势技术支撑。

（2）公司完善的研发体制为项目提供实施保障

研发项目的管理实施是推动公司业务创新和战略实现的重要支撑，在研发过程中需要完善的体制支持，并在管理理念和机制上采取有效措施加以保障，确保技术研发项目得以顺利推进。

在多年的管理运营中，公司逐渐形成了一整套适用于研发过程的实施体制，促进研发内容更好地服务于业务应用。研发中心基于公司战略目标和规划，结合主要业务部门的实际需求，在进行充分的市场调研和分析基础上，提出研发项目的具体立项申请、说明技术开发目标，在技术委员会的论证讨论后，制定清晰的技术开发目标。在研发项目实施过程中，公司重点加强人才与项目的对接机制，强化技术的经济分析论证，以技术应用和效果呈现作为衡量研发内容的关键指标，增强技术领先和适用水平。在技术创新体系建设方面，公司始终坚持市场应用导向，以经济效益为中心，确保技术研究、开发、储备等方面投入适应现行的市场运营机制。

公司持续加强产学研等技术交流与合作，积极引进先进技术和技术标准，支持先进技术开发，如公司与福州大学建立大数据联合研发中心、开展产学研合作等。依托技术研发与技术标准相结合的管理机制，公司重点关注先进技术的吸收和应用，在研发技术逐步应用于平台业务的过程中，技术实力明显提升，为公司获得良好收益发挥重要作用。

因此，完善的研发体制为募投项目的实施提供技术保障，为研发内容的开展提供有效的理论支持和经验指导，确保研发中心在公司现有技术基础上有序推进。

（3）公司现有的交易平台为项目应用提供数据资源和业务基础

公司依托自身业务需求，自主开发了集消费互联网业务、B2B 互联网业务、

产业互联网业务及政府采购互联网业务于一体的互联网综合服务系统，将不同业务领域的供应商和客户进行整合，并在平台运营过程中，根据业务需求不断进行技术升级和功能迭代。经过多年的业务运营，公司的互联网服务平台积累了庞大而有效的用户信息和交易数据，涵盖了产品信息、浏览、交易、价格等业务信息和用户区域分布、交易行为等关键指标，构成了大数据技术实施的前期数据基础，使大数据在平台深入应用的过程中，不断改进和完善技术应用效果，实现大数据、人工智能等相关技术在现有业务基础上的快速提升。

研发中心项目实施的目的在于深入挖掘用户需求，加强精准营销和提供个性化服务，在项目实施过程中需要大量的数据样本进行测试和初步实施结果反馈，并在此基础上加以分析和改进。公司现有的庞大交易数据和客户群体将为项目建设提供充足的数据支持，通过对现有客户应用效果深入挖掘可以获取有效的市场需求信息，从而确定用户偏好以实现更精准化营销。因此，公司现有的数据积累为研发项目的建设提供基础数据，加快大数据等技术的应用实施，使大数据系统的研发成果更好的展示出来。

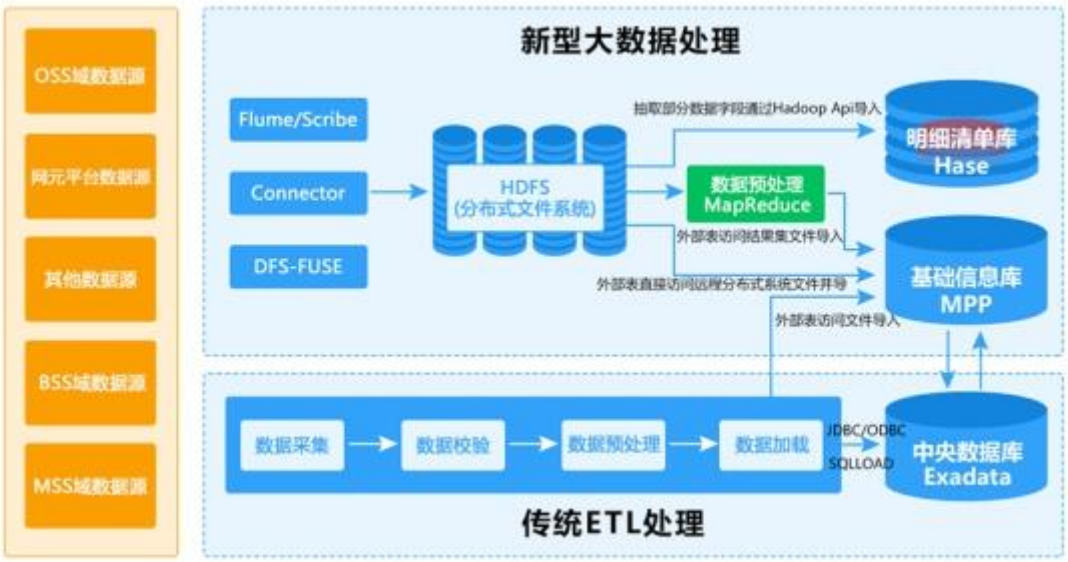
3、项目主要建设内容

（1）大数据采集系统

大数据采集系统将通过全平台的数据采集，涵盖业务系统数据采集、企业产品及行业产品数据采集、用户行为数据采集、第三方电商数据采集、互动数据采集、门店数据采集等方面，实现大数据的数据量大（Volume）、速度快（Velocity）、类型多（Variety）、真实性（Veracity）的“4V”特点。

（2）大数据处理中心建设

扩展增强 BASS 系统的传统 ETL 处理能力，建设开发新型的非结构化数据处理与流数据处理能力，适配多种源数据采集加载需要。获取涵盖 BSS 域、OSS 域、MSS 域、网元平台及其他数据源的数据进行抽取、清洗、加工、整理并加载到数据仓库的全过程。通过文件处理、流处理（如内存数据管理技术）等方式获取的源数据，经隐私数据进行保护处理后存入基础数据层中相应的数据仓库中。



（3）大数据存储中心建设

企业级大数据中心的数据加工中心，经过数据汇总、数据统计和数据挖掘等技术手段对企业数据进行提炼和精加工，形成指标、多维数据、报表数据、挖掘结果和知识数据等各类信息。为了有效促进企业大数据中心应用的百花齐放，同时保护企业数据资产。数据存储中心分为两个层次：基础数据区（包括中央数据库、基础信息库和明细清单库）和应用数据区（数据资源池），数据应用中心的相关应用只能访问和利用数据资源池的数据与能力，不能直接访问核心数据区中的数据。数据资源池提供认证、计算、存储和其他管理的相关服务。



（4）大数据挖掘系统

大数据挖掘系统通过大数据技术深入挖掘并分析海量用户群体的情绪、行为等实时完整的数据，针对分析整合后的数据信息，了解用户群体并对其进行精准营销及提供个性化服务。

（5）大数据可视系统

大数据可视化系统通过多重、多屏呈现手段（包括 PC 端、APP 端等）展现海量数据挖掘分析后的结果，便于随时随地查看分析后结果，满足不同部门、不同层级的辅助决策需求。

（6）商品中台建设

基于分布式网络环境，搭建集商品管理、规格管理、品牌管理、素材管理、利润查看、数据分析于一体的商品中台管理系统，其拥有强大管理体系及资源共享功能。该系统采用分层设计，自顶向下分为应用层、业务逻辑层、数据服务层。应用层负责向客户端提供应用层接口，完成相应服务；数据层负责实际数据的存储和检索；业务逻辑层建立实际的数据连接，根据用户的请求完成相应的数据操作并把结果返回客户端。该系统不仅可以满足企业对商品的高效管理，有效提高商品管理自动化、规范化水平，降低商品管理工作的强度及复杂度，提高工作效率，同时还能对外提供规范化接口，完成商品信息同步、商品资源下载等功能，为同行业用户提供便利服务。

（7）订单中台建设

订单中台以订单管理为主线，对企业上下游订单业务进行统一管理。实现多渠道、多形式的订单接入，无缝对接各类第三方网上平台（如京东、天猫、淘宝等商城）的订单接口，满足不同信息化环境下的要求。采用灵活事件流程配置，可实现各类型订单的不同业务处理流程需求。在下游业务操作系统集成如 WMS、ERP 系统，实现上下作业协同，全局订单全程可视化跟踪，满足客户、企业、管理者的跟踪和管理需求。系统同时支持多平台订单统一处理，拥有灵活多变的自动审核策略、海量账单集中式管理、支持自动拆单、自动合并订单、自动分配快递公司、自动匹配发货仓库、批量修改物流公司等功能。系统将具备性能稳定、功能强大、扩展便捷的特性，帮助客户更好地优化订单处理及发货流程，提高效率，降低成本。

（8）大数据企业决策平台

基于依托大数据、人工智能技术，深入数据价值链核心，从数据中获得洞察力，从数据中挖掘价值，统一的大数据智能决策平台，助力企业智能决策体系建

设。采用企业级决策引擎，设计上满足各种智能风控、反欺诈、营销的决策需要，且具有横向扩展能力。打破数据隔离，通过数据采集、清洗、分析到直观实时的数据可视化，从而达到高效管理决策升级的作用。

（9）大数据风险管控平台

以海量大数据和完善风控模型为基础，利用跨行业联防联控的理念，为电商网站量身定制的反欺诈保护体系，实时帮助电商网站识别恶意刷单、垃圾注册、套现等欺诈行为，降低因欺诈产生的风险及损失。

（10）AI 人工智能项目

AI 人工智能项目的实施将通过公司自主研发的“喜购 AI 盒子”布局终端零售门店，以智能硬件并加载软件的方式，抢占 C 端入口进行终端数据的采集，为后续的算法完善及商业模式推进奠定良好基础。通过“喜购 AI 盒子”实现对传统设备进行智能化改造，使传统设备具备连接功能，实现互联网服务的加载，形成“云+端”的典型架构。

公司自主研发的“喜购 AI 盒子”，产品搭载高性能终端硬件，使终端 AI 推理能力显著提升。软件架构采用自主研发的人工智能推理模型并采用半浮点运算加速推理，实现在终端即可完成推理。同时通过对深度神经网络模型的更新，能够将“喜购 AI 盒子”快速扩展迭代运用于智慧零售、智慧城市等场景中，同时进一步扩展至涉及颜色、物种、设计风格、安防预警等的场景中。通过不断加强新的商业场景推广应用，深入更多传统领域实现智能化服务。

4、投资概算

本项目投资总额 7,043.87 万元，建设期 18 个月，投资金额如下表所示：

单位：万元

序号	项目或费用名称	金额
一	**建设投资**	**5,954.16**
1.1	建设工程	3,057.00
1.2	装修工程	1,450.00
1.3	设备购置	1,447.16
二	**研发投入**	**792.00**
三	**基本预备费**	**297.71**

序号	项目或费用名称	金额
四	项目总投资	7,043.87

5、项目实施进度

本项目计划建设期 18 个月，包括方案设计、房屋建设及装修、设备采购及安装、人员招聘及培训、系统开发、试运行及调试等阶段，项目建设进度安排如下：

阶段/时间（月）	T+18								
	2	4	6	8	10	12	14	16	18
方案设计									
房屋建设及装修									
设备采购及安装									
人员招聘及培训									
系统开发									
试运行及调试									

6、项目选址

本项目通过子公司新中冠数据实施，项目建设地点为福建省福州市长乐区福州滨海新城悦湖路以南、湖文支路以东、金滨二路以北、湖文路以西。新中冠数据已取得该处的不动产权证书（闽（2019）长乐区不动产权第 0006335 号）。

7、项目审批或备案情况

本项目已在福州市长乐区发展和改革局备案，并取得编号为闽发改备【2018】A070256 的备案确认书。项目《建设项目环境影响登记表》已完成备案（备案号 202035018200000067）。

六、募集资金运用对财务状况及经营成果的影响

（一）募投项目对净资产、每股净资产及资产负债率的影响

本次募集资金到位后，公司净资产将大幅增加，截至 2020 年 3 月 31 日，公司归属于母公司的净资产为 53,399.28 万元，归属于母公司的每股净资产为 5.50 元；本次募集资金到位后，公司净资产将会较大幅度增加，每股净资产数额也将相应提高。同时，公司资产负债率也将会有所下降，公司财务结构得到优化，公

司的抗风险能力和后续融资能力将进一步增强。

（二）募投项目对资产结构的影响

本次募集资金到位后，公司流动比率和速动比率将显著提高，短期内公司资产负债率将有所下降，财务风险防范能力提高。随着募集资金投资项目的建设，大部分货币资金将按项目实施进度逐步转化为在建工程，并随着各项目的竣工投产，再逐步转化为房屋和设备等固定资产。

（三）募投项目对股本结构的影响

本次发行有利于优化公司的股本结构，实现投资主体多元化，进一步完善公司法人治理结构，促进公司长远发展。

（四）募投项目对公司盈利能力的影响

本次募集资金投资项目是公司在考虑所处行业的性质以及目前公司所处的发展阶段做出的决策，项目具备较好的盈利前景。公司通过互联网服务平台升级项目、大数据研发运营中心建设项目和营销及服务网络建设项目，将整体提升互联网综合服务能力和研发实力，为未来更先进的平台服务体系提供支撑，并构建覆盖全国的营销网络和仓储等物流配套设施，进一步提高公司的市场竞争力和可持续经营能力。

七、未来发展规划

（一）公司整体发展战略

秉持“让品牌到零售更简单”的运营理念，公司将建立全面领先的互联网综合服务业务体系，在大数据算法及技术开发核心技术上达到领先水平，致力于成为中国领先产品流通互联网综合服务商。

在未来发展中，公司将围绕互联网平台加强业务拓展和提升平台技术支撑，在业务层面上以增加品牌合作、扩大业务范围、创新业务内容为突破口，提高市场化经营水平，逐步加强各项业务的竞争实力。在稳固“消费互联网业务、B2B互联网业务、产业互联网业务、政府采购互联网业务”市场份额的基础上，公司将进一步加大在大数据及人工智能等前沿技术上的研发投入，实现系统 SaaS 化、产品商业化，向市场输出整体技术解决方案。同时，公司将在全国重点城市建设

营销及服务网点，增加仓储设施建设，加强业务营销拓展，并以网点城市为依托，逐步辐射周边地区，通过搭建本地化仓储配套和服务网点，快速响应客户需求，提升本地化服务水平。

（二）经营目标

到 2022 年末，公司建立全面的互联网综合服务业务体系，深度为产品流通环节中的消费者、流通企业、制造商提供一站式综合服务，运用“开发为主，入驻为辅”的多平台战略针对不同类型客户构建各类型互联网业务模式并分享收益；同时，公司将在大数据算法等核心技术上达到领先水平，不断加快核心技术在不同产业中的应用，进一步加速各传统产业的数字化转型升级，深化公司的产业互联网业务，不断夯实公司自身的核心竞争力。

（三）公司未来三年发展规划

1、业务发展规划

（1）在消费互联网业务方面，公司将契合银行业务系统深度互联网化的趋势，完善相应业务模块系统功能并提升大数据等技术水平，持续增强在银行信用卡商城上的消费互联网业务能力，吸引更多银行选择新中冠合作运营银行信用卡商城，面向更多的终端消费者；依托与现有品牌的合作优势，增加供应产品品类，并积极探索各品类产品在银行平台的运营方式，持续扩大业务范围、突破业务瓶颈；同时，公司将充分利用银行的营销资源优势，深度挖掘银行平台绑定客户的消费需求，拓展增值服务内容，在现有服务体系基础上持续提升服务能力，加强智慧供应链建设，提升公司在银行平台上的核心竞争力，扩大公司在消费互联网业务模块的营收规模。

（2）在 B2B 互联网业务方面，不断完善平台架构与功能，基于流通企业的需求，通过各类产品来实现平台的不断优化升级；加大与品牌厂商的合作，将 B2B 互联网平台进一步推广至 3C 行业所有的大中小型品牌厂商以及新型智能硬件厂商，同时向对流通渠道具有较强依赖的行业进行拓展，进一步巩固行业领先地位；逐步在全国设立营销服务网点，与当前省级合作模式相结合，更大力度联合品牌厂商进行推广活动，吸纳更多零售终端；逐步在全国建立服务网络，通过喜购宝的智慧供应链系统有效解决当前行业痛点，同时通过新型售后维修服务体

系，为零售商客户提供更优质的配套服务；逐步布局全国新零售体系，通过大数据及人工智能技术，针对零售终端提供一整套人工智能解决方案，帮助零售店转型升级优化管理。

（3）在产业互联网业务方面，除现有的业务模式外，公司将不断深化与现有战略合作伙伴的合作深度和广度，针对现有合作伙伴的各项业务开拓新的服务内容，积极探索新的产业互联网业务模式，并不断对新的业务模式进行优化升级，保证公司新业务模式的顺利运转，助力制造商构建线上线下全渠道的营销模式并深度开拓潜在市场，最终达到产业互联网化的目的；另一方面公司将积极突破已有的合作行业，依托公司现有的产业互联网业务经验及内容，持续拓展各个行业领域的制造商，将产业互联网业务深入到目前尚未涉及到的传统行业中去，积极将公司的产业互联网业务打造成为公司未来业务发展的主力。

（4）在政府采购互联网业务方面，通过对前端需求信息的掌握，整合品类资源，以用户的需求构建场景分类，搭建多品类的供应链；拓展业务区域，通过政采网上超市的形式，从地市级区域向县级区域推进；在立足福建省的基础上，逐渐拓展其他省市的政府采购互联网业务。

（5）在 SaaS（软件即服务）业务方面，公司将打造完善的 SaaS 软件服务云平台，云平台以在线客户管理系统、在线销售管理系统、在线交易管理系统等软件服务为主。针对企业提供一整套的数字化软件服务解决方案。以 SaaS 模式为企业客户提供软件产品和定制化的租用和咨询服务。企业通过统一的入口，即可全面实施服务于企业的各类软件产品和定制化云服务，从而进一步提高企业的管理效率，有效降低企业的运营成本。公司依托多年的 IT 经验以及对行业需求的深入理解，整合面向不同行业的成熟软件产品，构建面向企业的全程信息化服务体系，为各类企业提供企业管理、企业营销及应用定制等各种软件云服务，打造领先的 SaaS 软件服务云平台。

2、技术发展规划

在公司的发展战略和目标指导下，通过对产品研发过程的组织、计划、指导、控制以及开发流程的不断优化，保证与产品开发紧密相关的各环节有效运行，从而保证开发产品质量的稳定和持续改善，不断满足客户需要，提高客户满意度，

在同行中保持高品质的水准，成为公司业务持续发展的有力保证。对公司核心价值链相关的业务流程进行深入分析，结合所属行业信息发展方面的成功经验以及对新信息技术发展的认识，确立系统的架构设计、开发和实施，利用云计算等技术，完善计算、存储、网络资源的管理和运用，确立技术发展规划愿景及目标，在现有的技术研发基础上，构建适应互联网数据化的新业务发展模式，深度挖掘基于互联网平台的数据流量和数据价值，为企业在日益激烈的市场竞争中提供决策辅助。

（1）技术发展方向：致力于打造以云计算、物联网、大数据、人工智能、5G 等新技术应用为核心动力的创新平台，逐步实现业务流程智能化、业务管理数据化、服务渠道移动化、基础平台上云化和技术创新合作化。建立平台化思维，通过挖掘出不同业务的共同需求，搭建通用平台，实现通用功能统一调用，数据统一管理。

（2）基础平台和应用系统日益丰富：以核心基础平台建设和关键应用系统研发为重点，全面推进信息化技术建设，网络平台应用架构不断丰富完善。建立涵盖交易处理、信息服务、供应链管理、分析决策等类别的应用系统，为各业务展开提供技术保障。

（3）落实大数据+人工智能的发展战略：继续推动建立产品化、平台化、自助化的大数据服务体系；加强与行业的数据合作，共享数据标签、数据模型，共同构建数据服务平台生态圈；完善优化客户全景视图、潜在客户视图、客户关系圈等大数据产品，重点实施实时营销、时时风控等新业务模式，产出更多大数据成果，实现更大的数据价值和数据创新。在发展大数据的基础上，加快人工智能产品研发的步伐，一方面积极运用成熟的感知智能技术，结合业务场景，实施智能客服、智能语音、智能导购、智能客服等应用；另一方面不断丰富各类深度学习算法、专家模型的技术储备，打造大数据智能分析平台，带动产品设计、风险控制、精准营销、智能决策等领域的创新与变革。

（4）优化完善信息安全防护体系：筑牢由安全管理、技术防护及过程安全控制构成的信息安全体系，全面防护应用安全、数据安全、网络安全、终端安全。细化安全管理标准，研究云安全管理机制。加强开发测试与运维安全，建立设计、测试、上线、运营的全生命周期闭环管理。

3、营销与市场专业化体系规划

公司将持续加强营销团队建设，实现专业分工和有效协作。根据服务内容的特点，以客户为导向，形成开放协作的工作氛围。针对消费互联网业务，公司将深化与现有合作银行的合作关系，同时开拓新的银行信用卡商城市场；针对 B2B 互联网业务，公司将积极拓展喜购宝网上商城的覆盖区域，同时将该项业务推广至除现有合作行业以外的其他传统行业；针对产业互联网业务，在维护现有合作制造商的同时，加强与其他大型制造商的合作，拓展产业互联网业务的市场，加大市场推广力度，不断提升公司的品牌知名度及市场占有率

4、人力资源规划

公司致力于打造经验丰富、技术过硬、精干高效的员工队伍和灵活高效的组织体系，为后续发展提供人才保证和组织保障。公司将重点抓好人才培养工程，凸显公司以技术为主导的高科技技术服务型模式。为了不断提高人力资源管理，拟采取以下措施：

（1）深化技术人才队伍建设，通过职业发展规划、体系化培训与开发等，全面提升现有人才素质。逐步打造一支有技术背景、懂项目管理的复合型技术人才队伍。同时通过培养有潜力的毕业生、推进高层次专业人才的引进工作，实现公司专业技术人才团队的多维度建设；

（2）培养具备战略高度的专业管理人才，加快包括市场营销、人力资源、财务、法务等各类别管理人才队伍建设，不断充实、提升公司管理层综合素养；

（3）做好人才梯队建设，在统筹落实部门、岗位编制管理的同时保障稳定的人才后备力量，开展职业规划、梯队建设帮助员工清晰职业发展方向，实现员工职业发展需求；

（4）通过外部专业机构、高校、专家团队等合伙伙伴，加强公司人力资源储备，营造人力资源发展智库；

（5）根据业务需要进行组织建设，通过组织架构调整，驱动员工在业务模块间的内部合理配置，保持员工的创造力与工作热情，实现岗位合理流动与选优汰劣；

（6）设计并落实富有竞争力，契合市场与企业发展的薪酬福利体系，提升获得感，不断提高员工敬业度与满意度，在人才引进上取得先机；

（7）建设与优化培训体系，通过培训机制，提高员工的工作技能和专业素质；

（8）以激发员工积极性与创造性为导向推进绩效管理体系建设，注重开发绩效管理的激励作用，强化对于员工主观能动性的挖掘；

（9）坚定推广企业文化与价值观，形成具有新中冠特质的企业文化，不断增强员工认同感，增强员工与企业粘性，实现员工、企业共同发展。

5、组织结构发展规划

公司将进一步完善法人治理结构，继续落实适应现代企业制度要求的决策和用人机制，加强董事会建设，充分发挥独立董事和专门委员会的作用，更好地发挥董事会在重大决策、选择经理人员等方面的作用；加强监事会、审计部等监督机构的管理监督职能，规范权力运行机制，发挥内部审计指导和监督作用。

（四）拟订计划的基本假设

上述发展计划是公司以现有业务规模、市场地位和各项竞争优势为基础制定，其依据的主要假设条件如下：

1、公司所处的宏观经济、政治、法律和社会环境保持稳定，国家对互联网服务行业的主要经济政策不会出现重大改变，国内经济稳定发展；

2、公司本次公开发行股票与上市顺利实施，募集资金如期到位，募集资金投资项目如期实施；

3、公司所处行业没有出现重大的市场突变情形；

4、公司现有主要竞争优势继续发挥作用；

5、公司无重大经营决策失误和足以严重影响公司正常运转的人事变动；

6、无其他不可抗力及不可预见因素给公司的经营造成重大不利影响。

（五）实施上述计划将面临的主要困难

1、公司未来的服务平台升级、大数据研发运营中心建设的发展不仅需要大

量互联网应用技术、电子商务专业的成熟技术人才，同时需要大数据及人工智能方向的高端技术人才，对以上技术人员的招募和培养将成为发展规划顺利实施的重要条件。

2、公司本次公开发行股票的募集资金到位前，如资金来源得不到充分保障，将影响上述目标的实现。

（六）公司业务发展计划与现有业务的关系

公司现有业务是实现发展计划的重要基础和保证，公司在拓展现有业务的过程中积累起来的技术、人才、市场、管理、品牌、客户等方面的优势，是公司的坚强基础，也是公司业务发展计划实施的前提。

公司发展计划是在公司现有业务的基础上，结合公司的实际情况，经过多方面的审慎考虑和根据可行性研究报告研究后确定的。公司的业务发展计划将充分利用公司现有的业务基础及竞争优势，纵向深挖行业潜力，横向增加服务种类广度，整合现有项目资源优势。

（七）确保实现上述发展规划的主要途径

1、公司本次发行股票为实现上述业务目标提供了资金支持，也是公司上述发展计划得以实现的重要前提。公司将认真组织项目的实施，保证公司的经营效率，促进服务的优化升级，促进企业技术创新能力，进一步增强公司在互联网服务行业的核心竞争能力。

2、公司将严格按照上市公司的要求规范运作，进一步加强公司治理、风险管理和财务管理的能力。

3、以本次发行为契机，公司将按照人力资源发展计划，加快对优秀人才尤其是专业技术人才和管理人才的引进，提高公司的人才竞争优势。

4、提高公司的社会知名度和市场影响力，进一步提升公司的品牌知名度，充分利用公司的现有资源，积极开拓行业市场，提高公司服务的市场占有率。

（八）声明

发行人声明：公司首次公开发行股票并在创业板上市后，将通过定期报告持续公告公司发展规划的实施情况。

本部分所述公司未来发展规划，是公司管理层基于对当前宏观经济形势、国家及产业政策、行业发展动态、市场形势以及公司目前发展趋势的判断做出的规划，其中涉及较多不确定性因素。公司不排除在上述条件发生变化时，对未来发展规划进行修正、调整或完善。

第十节 投资者保护

一、发行人投资者关系的主要安排

（一）信息披露制度和流程

公司已根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》、《上市公司与投资者关系工作指引》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规、部门规章及其他规范性文件制定了《信息披露管理制度》。该制度明确了公司重大事项报告、审批以及披露等内容，明确了公司相关管理人员在信息披露以及投资者关系管理中的责任及义务。公司建立的信息披露相关制度有利于加强公司与投资者之间的信息交流，提升公司治理水平和规范运作，切实保护广大投资者的合法权益。

本次公开发行股票并在创业板上市后，公司将继续严格按照上述法律、规范性文件以及《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》的规定，认真履行公司的信息披露义务，及时公告公司在涉及重要生产经营、重大投资、重大财务决策等方面的事项，包括公布定期报告（年度报告、中期报告、季度报告）和临时公告，确保披露信息的真实性、准确性、完整性和及时性，保证投资者能够公开、公正、公平的获取公开披露的信息。

（二）投资者沟通渠道的建立情况

根据《公司章程（草案）》、《信息披露管理制度》，公司由董事长担任信息披露工作的最终责任人、由董事会秘书担任信息披露工作的直接责任人；公司已设立董秘处，具体负责信息披露及投资者关系管理工作。包括与中国证监会、深圳证券交易所、有关证券经营机构、新闻机构等联系。董秘处有专用的场地及设施，设置了联系电话、网站、传真、电子邮箱等与投资者沟通的渠道。通过信息披露与交流，加强与投资者及潜在投资者之间的沟通，增进投资者对公司的了解和认同，提升公司治理水平。

（三）未来开展投资者关系管理的规划

公司董秘处是投资者关系管理的日常职能部门，由公司董事会秘书领导主持。未来，公司将通过符合中国证监会及深圳证券交易所要求的信息披露渠道，

积极做好上市公司信息披露工作，加强与投资者沟通工作。公司本次发行上市后，将按照公平、公开、公正的原则开展投资者关系管理工作，平等对待所有投资者，并遵循相关法律、法规及中国证监会和上海证券交易所的相关规定，保障所有投资者的知情权和合法权益，并尽可能通过多种方式与广大投资者进行及时、深入且高效的沟通。

二、发行人的股利分配政策和决策程序

（一）公司现行的股利分配政策和决策程序

公司的股利分配严格执行有关法律、法规和《公司章程》的规定，重视对投资者的合理投资回报。根据《公司法》和公司的《公司章程》，公司的主要股利分配政策如下：

“公司分配当年税后利润时，应当提取利润的 10%列入公司法定公积金。公司法定公积金累计额为公司注册资本的 50%以上的，可以不再提取。公司的法定公积金不足以弥补以前年度亏损的，在依照前款规定提取法定公积金之前，应当先用当年利润弥补亏损。公司从税后利润中提取法定公积金后，经股东大会决议，还可以从税后利润中提取任意公积金。公司弥补亏损和提取公积金后所余税后利润，按照股东持有的股份比例分配，但本章程规定不按持股比例分配的除外。股东大会违反前款规定，在公司弥补亏损和提取法定公积金之前向股东分配利润的，股东必须将违反规定分配的利润退还公司。公司持有的本公司股份不参与分配利润。

公司的公积金用于弥补公司的亏损、扩大公司生产经营或者转增为公司注册资本。但是其中资本公积金不得用于弥补公司亏损。法定公积金转为股本时，所留存的该项公积金不得少于转增前公司注册资本的 25%。

公司股东大会对利润分配方案作出决议后，公司董事会须在股东大会召开后两个月内完成股利（或股份）的派发事项。”

（二）发行上市后的股利分配政策和决策程序

2020 年 7 月 8 日，公司召开 2020 年第二次临时股东大会，会议通过了《关于<新中冠智能科技股份有限公司上市后分红回报规划>的议案》及《关于首次公开发行人民币普通股（A 股）并上市后适用的<公司章程（草案）>的议案》。根

据《新中冠智能科技股份有限公司上市后分红回报规划》及《公司章程（草案）》，对公司上市后的股利分配政策规定如下：

（一）利润分配原则

公司实行持续稳定的利润分配政策，公司利润分配应重视对投资者的合理投资回报，充分考虑和广泛听取独立董事、监事和股东的要求和意愿，采取持续、稳定的股利分配政策。

（二）利润分配形式

公司采取现金、股票或者法律法规规定的其他方式分配股利。现金分红方式优先于股票股利方式。

（三）股利分配的间隔期间

在符合现金分红条件情况下，公司原则上每年进行一次现金分红，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。

在保证最低现金分红比例和公司股本规模及股权结构合理的前提下，从公司成长性、每股净资产的摊薄、公司股价与公司股本规模的匹配性等真实合理因素出发，公司可以根据年度的盈利情况及现金流状况另行采取股票股利分配的方式将进行利润分配。

（四）发放现金股利及股票股利的具体条件及比例

公司在具备现金分红条件的情况下，应当采用现金分红进行利润分配。公司实施现金分红的具体条件为：

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、公司无重大投资计划或重大现金支出等事项发生。

重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟对外投资、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 50%且绝对金额超过 5,000 万元；或公司未来十二个月内拟对外投资、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总资产的 30%。

公司具备现金分红条件的，公司每年以现金形式分配的利润不少于当年实现的可供分配利润的 10%，且最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的 30%。在实施分红后，公司留存未分配利润将主要用于日常生产经营、研究开发所需流动资金等投入。

公司具备现金分红条件，董事会未作出现金分配预案的，应当在定期报告中披露原因，独立董事应当对此发表独立意见。

公司在提出现金股利与股票股利结合的分配方案时，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，基本原则如下：

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%。

（五）利润分配政策的决策程序

公司每年利润分配预案由董事会结合本章程的规定、盈利情况、资金供给和需求情况提出、拟订。董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配方案进行审核并发表独立明确的意见。董事会审议制定利润分配相关政策时，须经全体董事过半数表决通过方可提交股东大会审议。利润分配政策应提交监事会审议，经半数以上监事表决通过，监事会应对利润分配方案提出审核意见。经董事会、独立董事以及监事会审议通过后，利润分配政策提交公司股东大会审议批准。

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。

股东大会对现金分红具体方案进行审议前，应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，包括但不限于电话、传真和邮件沟通或邀请中小股东参会等方式，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

股东大会审议利润分配相关政策时，须经出席股东大会会议的股东（包括股东代理人）所持表决权的三分之二以上表决通过。

（六）利润分配政策的调整

公司应当严格执行公司章程确定的现金分红政策以及股东大会审议批准的现金分红具体方案。公司根据生产经营情况、投资规则和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和深圳证券交易所的有关规定。利润分配政策的调整需要履行本条第（五）款的决策程序。

（七）利润分配政策的披露

公司应当在年度报告中详细披露利润分配政策的制定及执行情况，说明是否符合公司章程的规定或者股东大会决议的要求；分红标准和比例是否明确和清晰；相关的决策程序和机制是否完备；独立董事是否尽职履责并发挥了应有的作用；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充分保护等。如涉及利润分配政策进行调整或变更的，还要详细说明调整或变更的条件和程序是否合规和透明等。

公司因特殊情况无法按照既定的现金分红政策或最低现金分红比例确定当年利润分配方案时，公司应在董事会决议公告和年报全文中披露具体原因，并对公司留存收益的确切用途及预计投资收益等事项进行专项说明，经独立董事发表意见后提交股东大会审议。

公司监事会应对公司利润分配政策的信息披露情况进行监督。

三、本次发行完成前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

根据公司 2020 年 6 月 22 日第二届董事会第三次会议审议通过，并经 2020

年 7 月 8 日召开的 2020 年第二次临时股东大会批准，本次发行前滚存未分配利润余额由本次发行后的新老股东按发行后的股权比例共同享有。

四、发行人股东投票机制的建立情况

公司通过建立完善累积投票制、中小投资者单独投票、股东大会网络投票等股东投票机制，保障投资者尤其是中小投资者参与公司重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度

根据《公司章程（草案）》第八十三条，股东大会就选举董事、监事进行表决时，根据本章程的规定或者股东大会的决议，可以实行累积投票制；单一股东及其一致行动人拥有权益的股份比例在 30%及以上的，应当采用累积投票制。

前款所称累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。董事会应当向股东公告候选董事、监事的简历和基本情况。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》第七十九条，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）提供股东大会网络投票方式

根据《公司章程（草案）》第四十五条，公司召开股东大会的地点为公司住所地或者股东大会召集人指定的其他明确地点。股东大会会议应当设置会场，以现场会议形式召开。现场会议时间、地点的选择应当便于股东参加。发出股东大会通知后，无正当理由，股东大会现场会议召开地点不得变更。确需变更的，召集人应当在现场会议召开日前至少 2 个工作日公告并说明原因。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。

（四）征集投票权

根据《公司章程（草案）》第七十九条，董事会、独立董事、持有百分之一

以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构的规定设立的投资者保护机构，可以作为征集人，自行或者委托证券公司、证券服务机构，公开请求公司股东委托其代为出席股东大会，并代为行使提案权、表决权等股东权利。

依照前款规定征集股东权利的，征集人应当披露征集文件，公司应当予以配合。禁止以有偿或者变相有偿的方式公开征集股东权利。公司及股东大会召集人不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

公开征集股东权利违反法律、行政法规或者国务院证券监督管理机构有关规定，导致公司或者其股东遭受损失的，应当依法承担赔偿责任。

五、本次发行相关承诺事项

（一）本次发行前股东所持股份的流通限制以及自愿锁定的承诺

1、发行人控股股东、实际控制人吴根茂和吴刘驰承诺

发行人控股股东、实际控制人吴根茂和吴刘驰关于所持股份锁定、延长锁定期限的承诺如下：

“一、 自发行人股票上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，不转让或者委托他人管理本人直接和间接持有的发行人在公开发行股票前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。

二、在上述锁定期届满后，在本人担任发行人董事、监事或高级管理人员期间每年转让的发行人股份不超过本人所持有股份总数的 25%；如本人出于任何原因离职，离职后半年内不转让本人持有的公司股份。

三、当首次出现发行人股票上市后 6 个月内发行人股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行人的股票发行价格，或者发行人上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于发行人的股票发行价格之情形，本人持有的发行人股票的锁定期将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为发行人股票上市之日起 42 个月。若发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指发行人股票复权后的价格。

四、自锁定期届满之日起 24 个月内，若本人试图通过任何途径或手段减持发行人首次公开发行股票前本人已持有的发行人股票，本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格。若在本人减持发行人股票前，发行人已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，本人的减持价格应不低于发行人首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。

五、本人担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人将向公司申报本人持有公司股份数量及相应变动情况；本人持有公司股份的持股变动申报工作将严格遵守《中华人民共和国公司法》《中华人民共和国证券法》《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等相关法律、法规、规范性文件的规定。

六、本人按照法律法规及监管要求，严格履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的股票锁定承诺。锁定期届满后，若本人减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式进行减持，同时将遵守证监会、深圳证券交易所关于减持数量及比例等法定限制，并严格按照证监会、深圳证券交易所的规则履行相关信息披露义务。若本人或公司届时存在法定不得减持股份的情形的，本人不得进行股份减持。

七、本人作出的上述承诺在本人直接/间接持有公司股票期间持续有效，不因职务变更或离职等原因而放弃履行上述承诺。”

2、发行人股东平潭合伙承诺

平潭合伙为发行人员工持股的合伙制企业，其中，实际控制人之一吴根茂为平潭合伙的普通合伙人。截至本招股说明书签署日，平潭合伙持有发行人 600.00 万股股份，持股比例为 6.18%。发行人股东平潭合伙关于所持股份锁定、延长锁定期限的承诺如下：

“一、自公司股票上市之日起 36 个月（以下简称“锁定期”）内，不转让或者委托他人管理本企业持有的公司在公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、当首次出现公司股票上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司的股票发行价格，或者公司上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，

则为该日后第一个交易日）收盘价低于公司的股票发行价格之情形，本企业持有的公司股票的锁定期限将在原承诺期限 36 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为公司股票上市之日起 42 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指公司股票复权后的价格。

三、自锁定期届满之日起 24 个月内，若本企业试图通过任何途径或手段减持公司首次公开发行股票前本企业已持有的公司股票，本企业的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价格。若在本企业减持公司股票前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，本企业的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。

四、本企业按照法律法规及监管要求，严格履行公司首次公开发行股票招股说明书披露的股票锁定承诺。锁定期届满后，若本企业减持股份的，将采用集中竞价、大宗交易、协议转让等法律、法规允许的方式进行减持，同时将遵守证监会、深圳证券交易所关于减持数量及比例等法定限制，并严格按照证监会、深圳证券交易所的规则履行相关信息披露义务。若本企业或公司届时存在法定不得减持股份的情形的，本企业不得进行股份减持。

五、本企业作出的上述承诺在本企业持有公司股票期间持续有效。”

3、董事胡洪芳、监事赖乐生承诺

直接持有公司股份的董事胡洪芳、监事赖乐生关于所持股份锁定、延长锁定期限的承诺如下：

“一、自公司股票上市之日起 12 个月（以下简称“锁定期”）内，不转让或者委托他人管理本人持有的公司在公开发行股票前已发行的股份，也不由公司回购该部分股份。

二、当首次出现公司股票上市后 6 个月内公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于公司的股票发行价格，或者公司上市后 6 个月期末（如该日不是交易日，则为该日后第一个交易日）收盘价低于公司的股票发行价格之情形，本人持有的公司股票的锁定期将在原承诺期限 12 个月的基础上自动延长 6 个月，即锁定期为公司股票上市之日起 18 个月。若公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则上述收盘价格指公司股票复权后的价格。

三、在上述锁定期届满后，在本人担任公司董事、监事或高级管理人员期间每年转让的公司股份不超过本人所持有股份总数的 25%；若本人出于任何原因离职，离职后半年内不转让本人持有的公司股份。

四、自锁定期届满之日起 24 个月内，若本人试图通过任何途径或手段减持公司首次公开发行股票前本人已持有的公司股票，本人的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价格。若在本人减持公司股票前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，本人的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。

五、本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》《深圳证券交易所创业板股票上市规则》《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定。”

4、发行人其他机构股东及其他自然人股东承诺

发行人其他机构股东东兴投资、晨晖盛景、相兑道琺、众海嘉华、南平泽贤、众海嘉速、福建拾贝股权投资有限公司、芜湖朗姿、芜湖博信及其他自然人股东陈芳、刘江、庄珊丹、阮炜、张宏斌、翁蕾、蔡慈雄关于所持股份锁定期的承诺如下：

“自公司股票在证券交易所上市交易之日起 12 个月内，不转让或者委托他人管理本公司/本企业/本人持有的公司股份，也不由公司回购该部分股份。

本公司/本企业/本人将遵守中国证监会《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《深圳证券交易所上市公司股东及董事、监事、高级管理人员减持股份实施细则》等相关规定。”

（二）稳定公司股价的预案及承诺

为稳定公司股价，保护中小股东和投资者利益，公司 2020 年第二次临时股东大会审议通过了《新中冠智能科技股份有限公司稳定股价预案》，公司、公司实际控制人、董事（独立董事除外）和高级管理人员就公司上市后三年内稳定股价的预案作出了承诺。公司上市后三年内的股价稳定方案如下：

1、启动股价稳定措施的前提条件

如果公司在其 A 股股票正式挂牌上市之日后三年内，公司股价连续 20 个交易日的收盘价（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照证券交易所的有关规定作复权处理，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产（每股净资产=合并财务报表中归属于母公司普通股股东权益合计数÷期末公司股份总数，需扣除转增股本和分红的影响，下同），则触发相关责任主体稳定股价措施的实施义务。

2、稳定股价的责任主体

公司、公司实际控制人、公司董事（独立董事除外）和高级管理人员为稳定股价的责任主体，负有稳定公司股价的责任和义务。

公司股票上市后三年内如拟新聘任董事、高级管理人员，应要求拟新聘任的董事、高级管理人员出具将履行公司首次公开发行上市时董事、高级管理人员已作出的稳定公司股价承诺的承诺函。

3、稳定股价的具体措施

当上述启动股价稳定措施的条件被触发时，公司、公司实际控制人、公司董事（独立董事除外）和高级管理人员将及时采取以下部分或全部措施稳定公司股价：

（1）第一顺位为公司回购股票

①在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司应以集中竞价交易方式或证券监督管理部门认可的其他方式向社会公众股东回购公司股份。公司应在 5 个交易日内召开董事会，审议回购公司股份的方案，并按照相关法规和《公司章程》规定的内部程序进行审议。

②回购价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格。

③公司单次用于回购公司股份的资金金额不低于最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%，单一会计年度用于回购公司股份的资金金额不超过最近一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 50%。具体实施方案将在公司依法履行内部程序后做出股份回购决议后公告。

④根据相关法规和《公司章程》履行完公司审议通过股份回购方案的程序后，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。

⑤如果回购方案实施前公司股价已经不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。

⑥回购股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。公司回购股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

（2）第二顺位为公司控股股东、实际控制人增持

①在公司无法实施回购股份，或公司回购股份议案未获得公司内部程序通过，或公司回购股份实施完毕后再次触发稳定股价预案启动条件时，公司控股股东、实际控制人将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

②在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司控股股东、实际控制人应在5个交易日内，提出增持公司股份的方案（包括拟增持公司股份的数量、价格区间、增持时间等），并通知公司，公司应按照相关规定披露其增持公司股份的计划。在公司披露其增持公司股份计划的3个交易日后，公司控股股东、实际控制人开始实施增持公司股份的计划。

③增持价格不超过公司上一会计年度末经审计的每股净资产的价格。单次用于增持公司股份的资金金额不低于自公司上市后公司控股股东、实际控制人累计从公司所获得税后现金分红金额的20%；单一会计年度用于增持公司股份的资金金额不超过自公司上市后公司控股股东、实际控制人累计从公司所获得税后现金分红金额的50%。

④如果公司控股股东、实际控制人实施增持公司股票前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，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导致公司控股股东、实际控制人履行要约收购义务，公司控股股东、实际控制人可不再实施上述增持公司股份的计划。

⑤公司控股股东、实际控制人增持公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。公司控股股东、实际控制人增持公司股份应符合相关法律、法规及规范

性文件的规定。

（3）第三顺位为公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持

①在公司控股股东、实际控制人未及时提出或实施增持公司股份方案，或控股股东、实际控制人增持公司股份实施完毕后再次触发稳定股价预案启动条件时，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员将依据法律法规、公司章程规定通过增持股份的方式实施股价稳定措施。

②在启动股价稳定措施的前提条件满足时，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应通过二级市场以竞价交易方式买入公司股票以稳定公司股价。

③公司董事（独立董事除外）、高级管理人员购买公司股份的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产的 110%。

④公司董事（独立董事除外）、高级管理人员单次用于增持公司股份的资金金额不低于自公司上市后在担任董事或高级管理人员期间最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬累计额的 20%，单一会计年度用于增持公司股份的资金金额不超过自公司上市后在担任董事或高级管理人员期间最近一个会计年度从公司领取的税后薪酬累计额的 50%。

⑤如果实施增持公司股票前公司股价已经不满足启动稳定公司股价措施的条件的，公司董事（独立董事除外）、高级管理人员可不再实施上述增持公司股份的计划。

⑥公司董事（独立董事除外）、高级管理人员买入公司股份后，公司的股权分布应当符合上市条件。公司董事（独立董事除外）、高级管理人员增持公司股份应符合相关法律、法规及规范性文件的规定。

⑦在公司上市后三年内不因其职务变更、离职等原因而放弃履行该承诺。

4、未履行稳定股价承诺的约束措施

（1）对公司的约束措施

“①公司将在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。

②上述承诺为公司真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众

的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

（2）对公司控股股东、实际控制人的约束措施

“①本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。

②本人将停止在公司领取薪酬（如有），直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

③本人将暂停领取应获得的公司现金分红，直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

④不得转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

⑤上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

（3）对公司董事（独立董事除外）、高级管理人员的约束措施

“①本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。

②本人将停止在公司领取薪酬（如有），直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

③本人将暂停领取应获得的公司现金分红（如有），直至本人按本承诺的规定采取相应的股价稳定措施并实施完毕。

④不得转让公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

⑤上述承诺为本人真实意思表示，自愿接受监管机构、自律组织及社会公众的监督，若违反上述承诺将依法承担相应责任。”

（三）主要股东的持股意向和减持意向

吴根茂、东兴投资、吴刘驰、平潭合伙、晨晖盛景为持有发行人 5%以上股份的股东、芜湖朗姿及其关联方芜湖博信为合计持有发行人 5%以上股份的股东。

1、发行人控股股东、实际控制人吴根茂和吴刘驰承诺：

“一、本人力主通过长期持有公司之股份以持续地分享公司的经营成果。因此，本人具有长期持有公司之股份的意向。

二、在本人所持公司之股份的锁定期届满后，本人存在适当减持公司之股份的可能，是否减持以及具体减持比例将综合届时的市场环境、公司的股权分布等因素而定。

三、若本人在所持公司之股份的锁定期届满后决定减持，则在锁定期届满后的 24 个月内，本人每 12 个月直接或间接转让所持公司首次公开发行新股前已发行股份数量不超过本人持有的公司本次发行前已发行股份的 25%，减持价格不低于公司本次发行的股票价格。若在本人减持公司股票前，公司已发生派息、送股、资本公积转增股本等除权除息事项，则本人的减持价格应不低于公司首次公开发行股票的发行价格除权除息后的价格。锁定期满 24 个月后减持的，将依据届时法律法规的规定进行减持。

四、若本人减持公司股份，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知公司，并由公司及时予以公告，自公司公告之日起 3 个交易日后，本人方可通过证券交易所竞价交易系统、大宗交易系统或届时法律法规允许的其他交易平台进行减持。

五、若本人未能遵守以上承诺事项，则本人违反承诺出售股票所获的全部收益将归公司所有，且本人将承担相应的法律责任。

六、若法律、法规及中国证监会/深交所相关规则另有规定的，从其规定。”

2、东兴投资、平潭合伙、晨晖盛景、芜湖朗姿、芜湖博信承诺：

“一、本公司/本企业力主通过长期持有公司之股份以持续地分享公司的经营成果。因此，本公司/本企业具有长期持有公司之股份的意向。

二、在本公司/本企业所持公司之股份的锁定期届满后，本公司/本企业存在适当减持公司之股份的可能，是否减持以及具体减持比例将综合届时的市场环境、公司的股权分布等因素而定。

三、若本公司/本企业在所持发行人之股份的锁定期届满后决定减持，则在

锁定期届满后的 24 个月内，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，须按照中国证券监督管理委员会、深圳证券交易所的有关规定作相应调整）不低于发行人本次发行的股票价格。锁定期满 24 个月后减持的，将依据届时法律法规的规定进行减持。

四、若本公司/本企业减持发行人股份，应提前将减持意向和拟减持数量等信息以书面方式通知发行人，并由发行人及时予以公告，自发行人公告之日起 3 个交易日后，本公司/本企业方可通过证券交易所竞价交易系统、大宗交易系统或届时法律法规允许的其他交易平台进行减持。

五、若本公司/本企业未能遵守以上承诺事项，则本公司/本企业违反承诺出售股票所获的全部收益将归公司所有，且本公司/本企业将承担相应的法律责任。

六、若法律、法规及中国证监会/深圳证券交易所相关规则另有规定的，从其规定。”

（四）相关责任主体关于招股说明书信息披露的承诺

1、发行人承诺

“本公司确认为本次申请首次公开发行股票并在创业板上市所提供的全部文件和信息真实、准确、完整、及时，承诺本次发行的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

1、如果本次发行的招股说明书有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，对判断本公司是否符合法律规定的发行条件构成重大、实质影响的，在相关监管机构作出上述认定之日起 10 个交易日内，本公司将依法启动回购首次公开发行的全部新股的程序，回购价格依据相关监管机构作出上述认定之日起前 20 个交易日公司股票均价与公司股票首次公开发行价格孰高者确定（相关法律法规届时另有规定的从其规定）。在此期间，本公司如发生除权除息事项的，上述回购价格及回购股份数量相应进行调整。

2、如果本次发行的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，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本公司将依法赔偿投资者损失。

3、如果本公司未能履行上述承诺，将在本公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、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，本公司自愿无条件地遵从该等规定。”

2、发行人控股股东、实际控制人吴根茂和吴刘驰承诺

“本人确认公司本次申请首次公开发行股票并在创业板上市所提供的全部文件和信息真实、准确、完整、及时，承诺本次发行的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，本人对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

1、如果本次发行的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，本人将在证券监督管理部门作出上述认定时，依法回购已转让的首次公开发行时的原限售股份（如有），并于证券监督管理部门作出上述认定之日起 10 个交易日内启动回购程序，回购价格依据相关监管机构作出上述认定之日起前 20 个交易日公司股票均价与公司股票首次公开发行价格孰高者确定（相关法律法规届时另有规定的从其规定）。在此期间，公司如发生除权除息事项的，上述购回价格及购回股份数量相应进行调整。。

2、如果本次发行的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，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，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，将在公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、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、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

“本人作为新中冠智能科技股份有限公司（以下简称“公司”）的现任董事/

监事/高级管理人员，确认为本次申请公开发行股票所提供的全部文件和信息真实、准确、完整、及时，承诺本次发行的招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性和及时性承担个别和连带的法律责任。

1、如果本次发行的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，在相关监管机构作出上述认定之日起 30 日内，本人将依法赔偿投资者损失。

2、如果本人未能履行上述承诺，将在公司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，并按证券监督管理部门及司法机关认定的实际损失向投资者依法进行赔偿。若法律、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。”

4、与本次发行相关的中介服务机构承诺

（1）保荐机构（主承销商）东海证券股份有限公司承诺：

“若因本公司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。”

（2）发行人律师北京市金杜律师事务所承诺：

“如因本所为新中冠智能科技股份有限公司首次公开发行并上市制作、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，本所将依法赔偿投资者因本所制作、出具的文件所载内容有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏而遭受的损失。

有权获得赔偿的投资者资格、损失计算标准、赔偿主体之间的责任划分和免责事由等，按照《证券法》、《最高人民法院关于审理证券市场因虚假陈述引发的民事赔偿案件的若干规定》（法释[2003]2 号）等相关法律法规的规定执行，如相关法律法规相应修订，则按届时有效的法律法规执行。

本所将严格履行生效司法文书确定的赔偿责任，并接受社会监督，确保投资者合法权益得到有效保护。”

（3）发行人会计师立信会计师事务所（特殊普通合伙）承诺：

“如因本所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，因此给投资者造成损失的，本所将依法赔偿投资者损失。”

（4）发行人资产评估机构北京天圆开资产评估有限公司承诺：

“若因本公司为新中冠智能科技股份有限公司首次公开发行制作、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，本公司将依照相关法律、法规规定承担民事赔偿责任，赔偿投资者损失。”

（五）对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承诺

本公司保证公司本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司在招股说明书等证券发行文件中隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容，以欺骗手段骗取发行注册的，且公司股票已注册并上市交易的，在该等事实经有权机关最终认定后10 个交易日内，本公司将依法启动回购和/或买回首次公开发行全部新股的程序，回购/买回价格依据相关监管机构作出上述认定之日起前 20 个交易日公司股票均价与公司股票首次公开发行价格孰高者确定（相关法律法规届时另有规定的从其规定）。在此期间，公司如发生除权除息事项的，上述回购/买回价格及股份数量相应进行调整。

2、实际控制人关于欺诈发行上市的股份购回承诺

本人保证公司本次发行上市不存在任何欺诈发行的情形。如公司在招股说明书等证券发行文件中隐瞒重要事实或者编造重大虚假内容，以欺骗手段骗取发行注册的，且公司股票已注册并上市交易的，在该等事实经有权机关最终认定后10 个交易日内，本人将依法启动回购和/或买回首次公开发行全部新股的程序，回购/买回价格依据相关监管机构作出上述认定之日起前 20 个交易日公司股票均价与公司股票首次公开发行价格孰高者确定（相关法律法规届时另有规定的从其规定）。在此期间，公司如发生除权除息事项的，上述回购/买回价格及股份数量相应进行调整。

（六）关于填补被摊薄即期回报的相关措施及承诺

1、发行人关于填补被摊薄即期回报的措施及承诺

（1）按照承诺的用途和金额，积极稳妥地推动募集资金的使用，进一步提升公司整体实力

本次发行募集资金将用于“新中冠互联网服务平台升级项目”、“新中冠营销及服务网络建设升级项目”、“新中冠大数据研发运营中心（I 期）”。公司已对募投建设项目做好了前期的可行性分析工作，对募投项目所涉行业进行了深入的了解和分析，结合行业趋势、市场容量以及公司自身情况，最终拟定了项目规划。本次发行募集资金到位后，公司将调配内部各项资源，加快推进募投项目实施，提高募投资金使用效率，争取募投项目早日实现预期效益，以增强公司盈利水平。本次募集资金到位前，为尽快实现筹投项目盈利，公司将积极调配资源，开展募投项目的前期准备工作，增强未来几年的股东回报，降低发行导致的即期回报摊薄的风险。

（2）强化募集资金管理，保证募集资金合理规范使用

公司已根据《公司法》、《证券法》、《上市公司证券发行管理办法》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》和《上市公司监管指引第 2 号一上市公司募集资金管理和使用的监管要求》等境内上市地法律法规和公司章程的有关规定制定《新中冠智能科技股份有限公司募集资金管理制度》，根据该制度规定，本次发行募集资金将存放于董事会指定的募集资金专项账户中，并由保荐机构、监管银行、公司共同监管募集资金按照承诺用途使用，实施募集资金三方监管制度。其中保荐机构需要每半年对募集资金使用情况进行实地检查；同时，公司也需定期对募集资金进行内部审计，配合保荐机构和监管银行对募集资金使用的情况进行检查和监督。通过募集资金管理制度的制定和实施，可保证本次发行后募集资金按照承诺的用途积极稳妥的使用，进一步确保公司股东的长期利益。

（3）增强运营效率降低成本

在公司层面上，公司管理层将持续优化量化考核指标，完善激励约束机制，实行优中选优的晋升机制。在运营方面，公司将进一步提高运营效率，同时加大公司研发力度，升级现有平台。在销售方面，公司将进一步搭建全国销售网络，

扩张销售网络的深度和广度，开拓公司尚未涉足的地市市场，增强销售能力。

（4）不断完善公司治理和利润分配制度，加强对投资者的回报和对中小投资者的权益保障

公司将严格遵循《公司法》、《证券法》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、迅速和谨慎的决策，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，为公司发展提供制度保障。同时，公司实施积极的利润分配政策，重视对投资者的合理投资回报，并保持连续性和稳定性。公司已根据中国证监会的相关规定及监管要求，制定上市后适用的《新中冠智能科技股份有限公司章程（草案）》，就利润分配政策事宜进行详细规定和公开承诺，并制定了《新中冠智能科技股份有限公司上市后分红回报规划》，充分维护公司股东依法享有的资产收益等权利，提高公司的未来回报能力。

2、发行人相关责任主体关于填补回报措施能够得到切实履行的承诺

（1）发行人控股股东、实际控制人对公司承诺如下：

“（一）不越权干预公司经营管理；

（二）不侵占公司利益；

（三）督促公司切实履行填补回报措施；

（四）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；

（五）对本人的职务消费行为进行约束；

（六）不动用公司资产从事与履行董事、高级管理人员职责无关的投资、消费活动；

（七）由董事会或董事会薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（八）未来公司如实施股权激励计划，股权激励计划设置的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

（2）发行人董事及高级管理人员（实际控制人、独立董事除外）对公司承诺如下：

“（一）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；

（二）对本人的职务消费行为进行约束；

（三）不动用公司资产从事与履行董事、高级管理人员职责无关的投资、消费活动；

（四）由董事会或董事会薪酬与考核委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩；

（五）未来公司如实施股权激励计划，股权激励计划设置的行权条件将与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。”

（七）相关责任主体未能履行承诺时的约束措施

1、发行人承诺

“（一）如本公司非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺，上述变更承诺应提交股东大会审议，本公司将向股东提供网络投票方式，并将督促承诺事项涉及的股东回避表决。如涉及提出新的承诺事项替代原有承诺事项的，相关承诺需符合届时的法律、法规及公司章程的规定，且本公司承诺接受如下约束措施，直至承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得进行公开再融资；

3、对本公司该等未履行承诺的行为负有个人责任的董事、监事、高级管理人员调减或停发薪酬或津贴；

4、不得批准未履行承诺的董事、监事、高级管理人员的主动离职申请，但可以进行职务变更；

5、给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任。

（二）如本公司因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护本公司投资者利益。”

2、公司实际控制人承诺

“（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺，上述变更承诺应提交公司股东大会审议，本人承诺本人及关联方将回避表决。如涉及提出新的承诺事项替代原有承诺事项的，相关承诺需符合届时的法律、法规及公司章程的规定，本人承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得直接或间接转让公司股份。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3、暂不领取直接或间接自公司分配的利润中归属于本人的部分；

4、可以职务变更但不得主动要求离职；

5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

6、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

7、本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。”

3、公司董事、监事、高级管理人员承诺

“（一）如本人非因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺，上述变更承诺应提交公司股东大会审议。如涉及提出新的承诺事项替代原有承诺事项的，相关承诺需符合届时的法律、法规及公司章程的规定，本人承诺并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、不得直接或间接转让公司股份（如有）。因继承、被强制执行、上市公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外；

3、暂不领取直接或间接自公司分配利润中归属于本人的部分（如有）；

4、可以职务变更但不得主动要求离职；

5、主动申请调减或停发薪酬或津贴；

6、如果因未履行相关承诺事项而获得收益的，所获收益归公司所有，并在获得收益的五个工作日内将所获收益支付给公司指定账户；

7、本人未履行相关承诺，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失。

（二）如本人因不可抗力原因导致未能履行公开承诺事项的，需提出新的承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序）并接受如下约束措施，直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕：

1、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的具体原因并向股东和社会公众投资者道歉；

2、尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护公司投资者利益。”

第十一节 其他重要事项

一、重大合同

（一）战略合作协议

1、2018 年 1 月 30 日，新中冠与华硕电脑（上海）有限公司签订《华硕-新中冠“B2B 商城”战略合作协议》（编号：AD-ACC1800416），新中冠根据华硕电脑（上海）有限公司的需求，提供其使用的新中冠拥有所有权及自主知识产权的喜购宝电子商务子系统。新中冠根据“B2B 商城”实际订单总交易额为计算依据向华硕电脑（上海）有限公司收取服务费，每月 15 日前向华硕电脑（上海）有限公司提供在“B2B 商城”上实际订单发生的交易总额以及相应产生的服务费明细，华硕电脑（上海）有限公司应在收到发票后 1 个月内向新中冠支付服务费。合同有效期至 2021 年 1 月 30 日，合作期间届满前 30 日，双方均未提出异议的，本合同自动续约。2018 年 9 月 30 日，双方就交易服务费调整事项签订《华硕-新中冠“B2B 商城”战略合作协议增补合同》（编号：AD-ACC1803736）；2019 年 6 月 30 日，双方就费用及结算调整事项《华硕-新中冠“B2B 商城”战略合作协议增补合同二》；2020 年 1 月 1 日，双方就签约主体转让事项签订《华硕-新中冠“B2B 商城”战略合作协议主体转让增补合同三》，发行人将原协议项下的权利义务转让给喜购宝。

2、新中冠有限与交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心签订了《交通银行太平洋信用卡积分乐园特约商户收单合作协议》（编号：第[2014]170（MKT）[B]号），新中冠有限成为交通银行太平洋信用卡积分乐园特约商户，交通银行股份有限公司太平洋信用卡中心按照协议约定与新中冠有限进行结算。该协议于 2014 年 1 月 20 日起生效，若任何一方未向对方提出终止本协议的书面通知，本协议长期有效。

3、新中冠与招商银行股份有限公司信用卡中心、上海招赢电子商务有限责任公司签订《招商银行网上商城特约商户协议书》，新中冠成为招商银行网上商城合作商户，向终端消费者提供经三方同意并认可的商品，招商银行股份有限公司信用卡中心按照协议约定每周与新中冠进行结算。该协议于 2018 年 2 月 5 日起生效，若三方均未有终止协议的书面意见表示，则该协议长期有效。

（二）采购框架合同

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司的重大采购框架合同情况如下：

序号	供应商名称	购买方	合同期限	采购产品	合同金额	履行情况
1	天津方正明锐科技有限公司	新中冠	2017.4.27 -2021.4.25	3C 类产品	以订单为准	正在履行
2	天翼电信终端有限公司福建分公司	新中冠	2018.1.3 -2020.1.2	3C 类产品	以订单为准	已履行
3			2019.7.6 -2021.7.5	3C 类产品	以订单为准	正在履行
4	天音通信有限公司	新中冠	2018.1.5 -2019.12.31	3C 类产品	以订单为准	已履行
5			2019.11.25 -2025.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
6	天音信息服务（北京）有限公司	新中冠	2018.1.5 -2019.12.31	3C 类产品	以订单为准	已履行
7			2019.11.25 -2025.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
8	福州大山电子技术有限公司	新中冠	2020.1.1. -2021.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
9	北京瑞创恒泰科技有限公司	新中冠	2019.9.20 -2022.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
10	深圳市爱施德股份有限公司	新中冠	长期有效	3C 类产品	以订单为准	正在履行
11	伟仕佳杰（重庆）科技有限公司[13]	中冠联合	长期有效	3C 类产品	以订单为准	正在履行
12	飞生（上海）电子科技有限公司	大地数码	2020.1.1 -2020.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
13	晋声（上海）贸易有限公司	大地数码	2020.1.1 2020.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行

（三）销售合同

由于公司业务模式的特点，公司销售金额较大的合同主要集中在自营交易业务中，且公司自营交易业务客户较多采用多批次的采购模式。

在多批次的采购模式下，部分客户与公司签订年度销售框架合同，在销售发生时，供需双方依据框架合同的约束，确定商品的规格型号、数量、单价等具体订单条款内容；部分客户在销售发生前直接与公司签订销售合同或订单，该种销售方式的履约时间较短，且单笔合同或订单的金额较小，公司通常在销售合同或订单签订后 1-3 天内完成商品供货。

截至本招股说明书签署日，发行人及子公司重大销售框架合同情况如下：

序号	客户名称	销售方	合同期限	销售产品	合同金额	履行情况

[13] 原“重庆佳杰创越营销结算有限公司”

1	福建鑫普华电子科技有限公司	新中冠	2018.9.1 -2020.8.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
2	福建省中普联合通信科技有限公司	新中冠	2019.3.1 -2021.2.28	3C 类产品	以订单为准	正在履行
3	福州本晨电子技术有限公司	大地数码	2019.1.1 -2020.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
4	福建升腾资讯有限公司	大地数码	2019.1.1 -2020.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行
5	福建金诚信通信设备有限公司	新中冠	2020.1.1 -2023.12.31	3C 类产品	以订单为准	正在履行

（四）贷款合同

截至本招股说明书签署日，公司及子公司 800 万元及其以上的贷款合同情况如下：

序号	公司名称	贷款银行	合同编号	借款期间	金额（万元）	履行情况
1	新中冠	招商银行福州分行	2020 年流字第 G06-0011 号	2020.3.11 -2020.9.11	2,000	正在履行
2	新中冠	厦门国际银行福州分行	0610202003161737[14]	2020.3.19 -2021.3.19	1,500	正在履行
3	新中冠	广发银行福州分行	（2020）榕银综授额字第 000038 号[15]	2020.4.29 -2021.4.16	2,000	正在履行
4	新中冠	浦发银行福州分行	编号：43012020280136	2020.2.12 -2021.2.12	1,000	正在履行
5	新中冠	浦发银行福州分行	编号：43012020280527	2020.5.13 -2021.5.13	1,000	正在履行
6	新中冠	兴业银行福州分行	流 CB20200121	2020.5.22 -2021.5.22	1,000	正在履行
7	新中冠	兴业银行福州分行	流 CB20200122	2020.5.25 -2021.5.25	1,000	正在履行
8	新中冠	招商银行福州分行	2020 年流字第 G06-0023 号	2020.6.9 -2020.12.9	2,000	正在履行
9	新中冠	招商银行福州分行	2020 年流字第 G06-0025 号	2020.6.17 -2020.12.17	2,000	正在履行
10	新中冠	招商银行福州分行	2020 年流字第 G06-0026 号	2020.7.7 -2021.1.7	1,500	正在履行

二、对外担保情况

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对外担保事项。

[14] 该合同系新中冠与厦门国际银行股份有限公司福州分行签订的《综合授信额度合同》，额度总金额为 2,000 万元整，额度有效期限为 2020.3.19-2021.3.19，截至目前，新中冠在该授信额度内向厦门国际银行股份有限公司福州分行贷款 1,500 万元。

[15] 该合同系新中冠与广发银行股份有限公司福州分行签订的《授信额度合同》，额度总金额为 2,000 万元整，额度有效期限为 2020.4.29-2021.4.16，截至目前，新中冠在该授信额度内向广发银行股份有限公司福州分行贷款 2,000 万元。

三、诉讼和仲裁事项

截至本招股说明书签署日，发行人不存在对财务状况、经营成果、声誉、业务活动、未来前景等可能产生较大影响的、尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁或行政处罚案件。

截至本招股说明书签署日，发行人控股股东、实际控制人、控股子公司，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员和核心技术人员不存在涉及刑事诉讼的情况。

第十二节 有关声明

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。

董事签名：

吴根茂　　鲁 众　　胡洪芳

吴刘驰　　王惠英　　郑忠静

齐 伟　　许 萍　　骆念蓓

监事签名：

赖乐生　　李 璇　　徐明鹏

除董事、监事以外的全体高级管理人员签名：

郑英武　　黄荣芳　　詹云芳

新中冠智能科技股份有限公司

2020 年 7 月 9 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：

吴根茂　　吴刘驰

新中冠智能科技股份有限公司

2020 年 7 月 9 日

保荐人（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认招股说明书的内容真实、准确、完整，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

保荐代表人：

盛玉照　　江成祺

法定代表人：

钱俊文

东海证券股份有限公司

2020 年 7 月 9 日

保荐机构（主承销商）管理层声明

本人已认真阅读新中冠智能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。

总经理：

殷建华

董事长：

钱俊文

东海证券股份有限公司

2020 年 7 月 9 日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读《新中冠智能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》，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。

单位负责人：

王 玲

经办律师：

张明远 沈诚敏

北京市金杜律师事务所

2020 年 7 月 9 日

首次公开发行股票审计业务的审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读新中冠智能科技股份有限公司（以下简称“发行人”）招股说明书，确认招股说明书与本所出具的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等无矛盾之处。

本所及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的审计报告、内部控制鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表等的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供新中冠智能科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

签字注册会计师： 签名：

签字注册会计师： 签名：

会计师事务所负责人： 签名：

立信会计师事务所
（特殊普通合伙）
（公章）

二〇二〇年七月九日

验资机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资报告的内容无异议，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。

本声明仅供新中冠智能科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

经办注册会计师：

丁彭凯

冯万奇

蔡 勇

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 07 月 9 日

验资复核机构声明

本机构及签字注册会计师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的验资复核报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对发行人在招股说明书中引用的验资复核报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担相应的法律责任。

本声明仅供新中冠智能科技股份有限公司申请向境内社会公众公开发行人民币普通股股票之用，并不适用于其他目的，且不得用作任何其他用途。

经办注册会计师：

杨贵鹏　　丁彭凯

会计师事务所负责人：

杨志国

立信会计师事务所（特殊普通合伙）

2020 年 07 月 9 日

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。

经办评估师签名：

夏国军　　张　波

评估机构负责人签名：

原丽娜

北京天圆开资产评估有限公司

2020 年 7 月 9 日

关于资产评估机构负责人变更的说明

本公司出具《福建新中冠信息科技集团有限公司拟整体变更为股份有限公司项目评估报告》（天圆开评报字[2016]第 1243 号）时的评估机构负责人为王绍明（性别：男，身份证号：【370303196305020616】）。2020 年 5 月 12 日，本公司负责人变更为原丽娜（性别：【女】，身份证号：【370602197606280029】）。

特此说明。

资产评估机构负责人：

原丽娜

北京天圆开资产评估有限公司

2020 年 7 月 9 日

第十三节 附件

一、备查文件目录

以下文件将存放在公司和保荐机构（主承销商）办公地点，以备投资者查阅：

（一）发行保荐书；

（二）上市保荐书；

（三）法律意见书；

（四）财务报告及审计报告；

（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）其他与本次发行有关的重要文件。

查阅时间：工作日上午 9：00－11：30；下午 13：30－16：00。

二、查阅地点

（一）发行人：新中冠智能科技股份有限公司

联系地址：福建省福州市台江区鳌峰路 2 号鳌峰广场 1 号楼 16 层

电话：0591-83587785

联系人：王惠英

（二）保荐机构（主承销商）：东海证券股份有限公司

联系地址：上海市浦东新区东方路 1928 号东海证券大厦

电话：021-20333333

联系人：盛玉照、江成祺