

东海证券股份有限公司

关于

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

之

上市保荐书



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

二〇二〇年十月

声明

东海证券股份有限公司（以下简称“东海证券”、“保荐人”或“保荐机构”）及其保荐代表人已根据《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》等法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的有关规定，诚实守信，勤勉尽责，严格按照依法制定的业务规则和行业自律规范出具上市保荐书，并保证所出具文件真实、准确、完整。

如无特别说明，本上市保荐书中的简称与《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（申报稿）》中的简称具有相同含义。

一、发行人基本情况

（一）发行人基本信息

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
有限公司成立日期	2002 年 10 月 25 日
股份公司设立日期	2017 年 1 月 26 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	董秘处
负责信息披露和投资者关系的部门负责人	王惠英
负责信息披露和投资者关系的部门电话号码	0591-87930985

（二）主营业务、核心技术

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。

公司通过多年的经营和持续的研发投入，已经掌握了一系列成熟的核心技术，并运用在公司的主营业务和产品中。主要核心技术情况如下：

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	喜购宝电子商务管理系

			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。	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
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。	喜购宝在线客服系统 V1.0

			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。	
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。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。	喜购宝名片管理系统 V1.0 喜购宝云推广平台 V1.0
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

（三）研发水平

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”对用户零售店	试用中

			的用户行为数据进行采集。	
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。	研发中
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、发送弹幕、点赞等丰富的	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

		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。	
--	--	--	--

2、发行人研发投入情况

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 330.86 万元，占营业收入的比重分别为 0.14%、0.10%、0.15%和 0.25%。

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 1-6 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
研发费用（万元）	330.86	486.77	265.52	341.52
营业收入（万元）	133,584.39	318,754.99	272,192.82	242,828.11
占营业收入比重	0.25%	0.15%	0.10%	0.14%

（四）主要经营和财务数据及财务指标

报告期内，公司主要经营和财务数据及财务指标如下：

项 目	2020.6.30/ 2020 年 1-6 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）	78,995.15	72,673.83	59,390.78	41,992.49
归属于母公司所有者 权益（万元）	55,048.71	52,456.58	42,034.11	29,247.37
资产负债率（母公司）	31.62%	26.88%	28.05%	25.67%
营业收入（万元）	133,584.39	318,754.99	272,192.82	242,828.11
净利润（万元）	2,592.13	6,327.97	5,574.82	3,313.05
归属于母公司所有者 的净利润（万元）	2,592.13	6,327.97	5,574.82	3,313.05
扣除非经常性损益后 归属于母公司所有者 的净利润（万元）	2,523.59	6,181.26	5,376.06	3,434.95
基本每股收益（元）	0.27	0.69	0.68	0.42
稀释每股收益（元）	0.27	0.69	0.68	0.42
加权平均净资产收益 率	4.82%	14.00%	17.40%	13.44%
经营活动产生的现金 流量净额（万元）	-2,833.13	-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	0.25%	0.15%	0.10%	0.14%

（五）发行人存在的主要风险

1、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。

2、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。

3、市场风险

（1）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。

（2）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。

4、经营风险

（1）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39.51%，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。

（2）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。公司销售华硕产品、AOC 产品的毛利率与返利比例基本接近，盈利空间依赖返利。公司销售的苹果系列产品的毛利率虽然高于返利比例，但公司苹果系列产品在消费互联网业务中需要支付给各银行信用卡商城一定的银行合作费用，故盈利空间也存在依赖返利的情形。不考虑各期期末尚未销售的产品中计提确认的返利的情况下，报告期内公司采购返利比例下降 10%、20%和增长 10%、20%后，公司产品毛利率情况如下：

单位：万元

项目	返利比例-10%			返利比例+10%		
	返利额	毛利影响额	毛利率	返利额	毛利额	毛利率
2020 年 1-6 月	-492.61	-492.61	-0.37%	492.61	492.61	+0.37%
2019 年度	-585.49	-585.49	-0.18%	585.49	585.49	+0.18%
2018 年度	-661.74	-661.74	-0.24%	661.74	661.74	+0.24%

项目	返利比例-10%			返利比例+10%		
	返利额	毛利影响额	毛利率	返利额	毛利额	毛利率
2017 年度	-356.05	-356.05	-0.15%	356.05	356.05	+0.15%
项目	返利比例-20%			返利比例+20%		
	返利额	毛利影响额	毛利率	返利额	毛利额	毛利率
2020 年 1-6 月	-985.22	-985.22	-0.74%	985.22	985.22	+0.74%
2019 年度	-1,170.97	-1,170.97	-0.37%	1,170.97	1,170.97	+0.37%
2018 年度	-1,323.47	-1,323.47	-0.49%	1,323.47	1,323.47	+0.49%
2017 年度	-712.10	-712.10	-0.29%	712.10	712.10	+0.29%

如上表所示，如返利比例下降10%，分别影响各期毛利率下降0.15个百分点、0.24个百分点、0.18个百分点和0.37个百分点；如返利比例下降20%，分别影响各期毛利率下降0.29个百分点、0.49个百分点、0.37个百分点和0.74个百分点。若未来公司依据返利政策变动致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。

（3）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。

（4）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92,902.57万元，占当期采购额的比例分别

为79.81%、79.76%、70.39%和76.34%。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。

（5）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。

报告期内，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，公司销售的苹果、华硕品牌主要产品收入及占比情况如下：

产品类型	项目	2020年1-6月	2019年度	2018年度	2017年度
苹果	销售金额（万元）	108,863.83	266,320.02	232,690.69	200,083.28
	销售占比	81.50%	83.56%	85.49%	82.41%
华硕	销售金额（万元）	13,382.59	28,488.35	17,567.03	18,865.36
	销售占比	10.02%	8.94%	6.45%	7.77%

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，2018年、2019年及2020年1-6月该业务占公司主营业务毛利比重分别为2.73%、8.59%及15.77%，因而，公司对于上述品牌方构成一定的依赖。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。

（6）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。

（7）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。

（8）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。

（9）经营场所依赖租赁的风险

截至本上市保荐书签署日，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。

（10）“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。

（11）中美贸易摩擦引致的经营风险

①中美贸易摩擦基本情况

2018年7月，美国海关和边境保护局宣布在7月6日起对价值340亿美元的中国商品加征25%的进口关税；2018年8月，美国贸易代表办公室宣布从8月23日起对从中国进口的约160亿美元商品加征25%的关税；2019年5月，美国总统特朗普宣布在5月10日起对中国原征收10%关税的2,000亿美元的进口商品加征关税至25%；2019年8月，美国贸易代表办公室宣布对价值3,000亿美元中国商品加征关税税率由原定的10%提高至15%，并分两批实施，实施日期分别为9月1日和12月15日；2020年1月15日，中美签署第一阶段经贸协议，美国取消12月15日对剩余商品加征关税，同时对9月1日已加征的商品关税税率从15%降至7.5%。截止本招股说明书签署日，双方正为落实第一阶段经贸协议创造条件而努力，但未来中美贸易战是否升级或能否最终努力落实第一阶段协议，尚存在不确定性。

②对发行人供应商供货和产品销售价格的影响

苹果产品的产能和原材料供应主要集中在中、日、韩及东南亚地区，中国是苹果产品在全球最大的生产工厂所在地，苹果整机在中国生产完毕后发往全球各地。发行人的苹果产品供应来自于国内苹果代工厂的生产，不会受到中美贸易摩擦的影响。

苹果产品的供应链体系遍布全球，而中国为其主要的供应商所在地，2015年其所有供应商有44.9%在中国，2019年已升到47.6%，因此，苹果产品的原材料供应受到贸易摩擦的影响较小。尽管如此，在中国生产的苹果产品，对于来自于进口美国的原材料依然会受到加征关税的影响，导致生产成本有所增加，进而导致出厂指导价相应的调整。发行人为苹果公司的经销商，由于苹果产品具有公开的指导价格，发行人的采购成本虽影响其产品的销售价格，但是与市场价格差异不大。

报告期内，发行人销售苹果系列产品收入分别为200,083.28万元、232,690.69万元、266,320.02万元、108,863.83万元，呈现稳定并上升的趋势，

未受到中美贸易摩擦的重大不利影响。

综上，目前发行人苹果产品供应链稳定，产品销售保持了稳定上升趋势，价格变动的主要原因主要系受市场供需影响，中美贸易摩擦尚未对公司业务产生重大不利影响。但鉴于中美贸易摩擦的不确定性，如未来贸易摩擦加剧，可能导致苹果系列产品价格、供应链等方面产生不确定性，从而给发行人的生产经营和盈利能力带来潜在不利影响。

（12）自营业务销售区域集中的风险

公司目前自营业务销售区域集中在福建省内，公司未向省外进行大规模扩张，主要一方面受资金限制，由于分销业务需要占用的资金较多，公司目前主要依赖自身经营、股权融资及贷款等方式进行融资，目前业务资金量无法满足大规模省外业务扩张，另一方面公司尚未在省外设立仓储中心，远距离的运输致公司产品价格优势下降。报告期内，公司自营收入来自于福建省内收入占比分别为 72.29%、87.71%、87.53%和 93.00%，存在销售区域集中的风险。

（13）发行人与相关商城终止合作或被替代的风险

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 39.51%，占比较高。尽管公司与招商银行信用卡商城建立了长期、稳定的合作关系，但并不能排除未来公司与其终止合作或被其他合作方替代的风险，该等风险的发生将对公司消费互联网业务收入产生不利影响。

5、财务风险

（1）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27,116.14万元，占总资产的比例为35.53%、30.26%、24.20%和34.33%，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。

（2）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17,641.64万元，占总资产的比例为40.40%、23.53%、28.28%和22.33%，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。

（3）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-2,833.13万元。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。

6、与本次发行的相关风险

（1）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%、13.68%和4.69%。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。

（2）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。

（3）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。

二、发行人本次发行情况

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
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（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
预计募集资金总额	[]元
预计募集资金净额	[]元
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
--

三、本次证券发行上市的保荐机构工作人员情况

（一）本次负责推荐的保荐代表人情况

盛玉照先生：现任东海证券投资银行部执行总经理，先后负责或参与了长信科技（300088）、中公教育（002607）（原亚夏汽车）、德力股份（002571）、美亚光电（002690）、时代出版（600551）、昆药集团（600422）、融捷健康（300247）（原乐金健康）、贵州燃气（600903）、华峰超纤（300180）等多个IPO及再融资项目的承销或保荐工作。

江成祺先生：现任东海证券投资银行部董事总经理，先后负责或参与了东华科技（002140）、楚江新材（002171）、合肥城建（002208）、慈文传媒（002343）、神剑股份（002361）、中鼎股份（000887）、辉隆股份（002556）、德力股份（002571）、美亚光电（002690）、长信科技（300088）、智云股份（300097）、安利股份（300218）、融捷健康（300247）（原乐金健康）、昆药集团（600422）、麦捷科技（300319）、贵州燃气（600903）、芯瑞达（002983）、华峰超纤（300180）等IPO及再融资项目的承销或保荐工作。

（二）其他项目组成员

其他项目组成员：王超、方思萌、江煌（已离职）、易君俊、李华东（已离职）、游慧、罗克斐、叶冬冬。

四、保荐机构与发行人之间关联关系情况的说明

（一）保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，不存在保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有或者通过参与本次发行战略配售持有发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（二）发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况

截至本上市保荐书签署日，发行人或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在持有保荐人或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（三）保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员，持有发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方股份，以及在发行人或其控股股东、实际控制人及重要关联方任职的情况

截至本上市保荐书签署日，本保荐人的保荐代表人及其配偶，董事、监事、高级管理人员不存在持有发行人权益及在发行人处任职等情况。

（四）保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方相互提供担保或者融资等情况

截至本上市保荐书签署日，本保荐人的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况。

（五）保荐人与发行人之间的其他关联关系

截至本上市保荐书签署日，本保荐人与发行人之间不存在其他关联关系。

五、保荐机构承诺事项

保荐机构通过尽职调查和对申报文件的审慎核查，做出如下承诺：

（一）保荐机构已按照法律法规和中国证监会及深交所的相关规定，对发行人及其控股股东、实际控制人进行了尽职调查、审慎核查，充分了解发行人经营状况及其面临的风险和问题，履行了相应的内部审核程序。

本保荐机构同意推荐发行人本次证券发行上市，并据此出具本上市保荐书，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

（二）保荐机构有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会和深交所有关证券发行上市的相关规定。

（三）保荐机构有充分理由确信发行人申请文件和信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（四）保荐机构有充分理由确信发行人及其董事在申请文件和信息披露资料

中表达意见的依据充分合理。

（五）保荐机构有充分理由确信申请文件和信息披露资料与证券服务机构发表的意见不存在实质性差异。

（六）保荐机构保证所指定的保荐代表人及本保荐人的相关人员已勤勉尽责，对发行人申请文件和信息披露资料进行了尽职调查、审慎核查。

（七）保荐机构保证保荐书、与履行保荐职责有关的其他文件不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。

（八）保荐机构保证对发行人提供的专业服务和出具的专业意见符合法律、行政法规、中国证监会的规定和行业规范。

（九）保荐机构自愿接受中国证监会依照《证券发行上市保荐业务管理办法》采取的监管措施。

（十）保荐机构自愿接受深交所的自律监管。

六、发行人就本次证券发行履行的决策程序

（一）董事会

2020年6月22日，发行人召开第二届董事会第三次会议，就发行人本次发行上市事宜作出决议。本次董事会审议通过《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》等关于发行人本次发行上市的议案，并决定将上述议案提交2020年第二次临时股东大会审议。

（二）股东大会

2020年7月8日，发行人召开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）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》、《关于授权董事会办理首次公开发行人民币普通股（A股）并在创业板上市相关具体事宜的议案》等关于本次发行事项。

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

七、保荐人对公司是否符合上市条件的说明

发行人股票上市符合《公司法》《证券法》《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》以及《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件：

（一）发行后股本总额不低于 3,000 万元

公司发行前的股本总额为 9,716.1340 万元，拟首次公开发行股票总数不超过 3,500 万股，发行后股本总额不超过人民币 13,216.1340 万股。经核查，保荐人认为：本次发行后，发行人股本总额不低于人民币 3,000 万元。

（二）公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上

公司拟首次公开发行股票总数不超过 3,500 万股，不低于发行后总股本的 25%。经核查，保荐人认为：本次发行后，发行人公开发行的股份达公司股份总数的 25%以上。

（三）市值及财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的标准

依据《深圳证券交易所创业板股票上市规则》，发行人选择具体上市标准如下：最近两年净利润均为正，且累计净利润不低于 5,000 万元。发行人 2018 年度及 2019 年度净利润分别为 5,376.06 万元和 6,181.26 万元（净利润以扣除非经常性损益前后的孰低者为准），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。

经核查，发行人财务指标符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的标准。

八、对公司持续督导期间的工作安排

事项	工作安排
（一）持续督导事项	在本次发行股票上市当年的剩余时间及其后三个完整会计年度内对发行人进行持续督导
1、督导发行人有效执行并完善防止大股东、实际控制人、其他关联机构违规占用发行人资源的制度	强化发行人严格执行中国证监会相关规定的意识，进一步完善各项管理制度和发行人的决策机制，协助发行人执行相关制度；通过《保荐协议》约定确保保荐人对发行人关联交易事项的知情权，与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
2、督导发行人有效执行并完善防止高管人员利用职务之便损害发行人利益的内控制度	督导发行人有效执行并进一步完善内部控制制度；与发行人建立经常性信息沟通机制，持续关注发行

	人相关制度的执行情况及履行信息披露义务的情况
3、督导发行人有效执行并完善保障关联交易公允性和合规性的制度，并对关联交易发表意见	督导发行人尽可能避免和减少关联交易，若有关的关联交易为发行人日常经营所必须或者无法避免，督导发行人按照《公司章程》、《关联交易决策制度》等规定执行，对重大的关联交易本机构将按照公平、独立的原则发表意见
4、督导发行人履行信息披露的义务，审阅信息披露文件及向中国证监会、证券交易所提交的其他文件	与发行人建立经常性信息沟通机制，督促发行人负责信息披露的人员学习有关信息披露的规定
5、持续关注发行人募集资金的专户存储、投资项目的实施等承诺事项	督导发行人按照《募集资金管理及使用制度》管理和使用募集资金；定期跟踪了解项目进展情况，通过列席发行人董事会、股东大会，对发行人募集资金项目的实施、变更发表意见
6、持续关注发行人为他人提供担保等事项，并发表意见	督导发行人遵守《公司章程》、《对外担保制度》以及中国证监会关于对外担保行为的相关规定
7、持续关注发行人经营环境和业务状况、股权变动和管理状况、市场营销、核心技术以及财务状况	与发行人建立经常性信息沟通机制，及时获取发行人的相关信息
8、根据监管规定，在必要时对发行人进行现场检查	定期或者不定期对发行人进行回访，查阅所需的相关材料并进行实地专项核查
（二）保荐协议对保荐人的权利、履行持续督导职责的其他主要约定	有权要求发行人按照证券发行上市保荐有关规定和保荐协议约定的方式，及时通报与保荐工作相关的信息；在持续督导期间内，保荐人有充分理由确信发行人可能存在违法违规行为以及其他不当行为的，督促发行人做出说明并限期纠正，情节严重的，向中国证监会、深圳证券交易所报告；按照中国证监会、深圳证券交易所信息披露规定，对发行人违法违规的事项发表公开声明
（三）发行人和其他中介机构配合保荐人履行保荐职责的相关约定	发行人及其高管人员以及为发行人本次发行与上市提供专业服务的各中介机构及其签名人员将全力支持、配合保荐人履行保荐工作，为保荐人的保荐工作提供必要的条件和便利，亦依照法律及其它监管规则的规定，承担相应的责任；保荐人对发行人聘请的与本次发行与上市相关的中介机构及其签名人员所出具的专业意见存有疑义时，可以与该中介机构进行协商，并可要求其做出解释或者出具依据
（四）其他安排	无

九、本保荐机构的保荐意见

综上所述，本保荐机构认为：新中冠的本次发行符合《公司法》、《证券法》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《创业板管理办法》、《上市规则》等法律、法规的相关要求中有关首次公开发行股票并在创业板上市的条件，同意推荐新中

冠本次证券发行上市。

（以下无正文）

【本页无正文，为《东海证券股份有限公司关于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之上市保荐书》之签字盖章页】

保荐代表人：

盛玉照

江成祺

内核负责人：

顾向军

保荐业务负责人：

杜曙光

保荐机构总经理：

殷建华

保荐机构法定代表人（董事长）：

钱俊文

