

华泰联合证券有限责任公司

关于

酒仙网络科技股份有限公司

首次公开发行股票上市保荐书

保荐机构（主承销商）



华泰联合证券有限责任公司
HUATAI UNITED SECURITIES CO.,LTD.

（深圳市前海深港合作区南山街道桂湾五路128号前海深港基金小镇B7栋401）

华泰联合证券有限责任公司关于 酒仙网络科技股份有限公司股票上市保荐书

深圳证券交易所：

作为酒仙网络科技股份有限公司（以下简称“酒仙网”、“发行人”、“公司”）首次公开发行股票并在创业板上市的保荐机构，华泰联合证券有限责任公司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》、《证券发行上市保荐业务管理办法》、《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》（以下简称“管理办法”）、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》（以下简称“上市规则”）、《深圳证券交易所创业板股票发行上市审核规则》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。

现将有关情况报告如下：

一、发行人基本情况

（一）发行人概况

发行人名称：酒仙网络科技股份有限公司

注册地址：北京市北京经济技术开发区经海五路 58 号院 8 幢 1-6 层

成立日期：2014 年 8 月 12 日

注册资本：31,100 万元

法定代表人：郝鸿峰

联系方式：010-56329166

经营范围：技术服务、技术咨询、技术开发、技术转让、技术培训；销售五金交电、建筑材料、钢材、日用品、计算机软硬件及外围设备、汽车配件、机械设备、电子产品、通讯设备、化工产品；设计、制作、代理、发布广告；

电脑图文设计；货物进出口、技术进出口、代理进出口；企业管理、品牌管理；互联网信息服务；出版物批发；出版物零售；销售食品；从事互联网文化活动。

（企业依法自主选择经营项目，开展经营活动；从事互联网文化活动、出版物批发、出版物零售、销售食品、互联网信息服务以及依法须经批准的项目，经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。）

（二）发行人的主营业务、核心技术和研发水平

1、发行人主营业务介绍

酒仙网是以品牌运营为核心的酒类全渠道、全品类零售及服务商。依托“酒仙网”线上自有平台及“酒仙网国际名酒城”、“酒快到”线下品牌连锁等渠道，公司与国内外知名酒企在酒水采销、产品开发、品牌合作与推广等方面深度合作，推动“保真、快到”的渠道品牌与“高性价比”的酒类专销产品及品牌的双品牌驱动战略。公司及创业团队专注于酒水销售业务，为广大酒类消费者提供优质的产品与服务，致力于成为中国领先、世界知名的酒类品牌运营及零售商。

渠道品牌方面，公司覆盖酒仙网自有线上平台、天猫/京东等第三方线上零售平台、抖音/快手等直播平台、以及强管理模式下的线下品牌连锁，同时保留品牌代理模式下的原有流通渠道，在多年的发展中稳步实现了全渠道运营。公司不断提高“酒仙网”、“酒仙网国际名酒城”、“酒快到”等自有渠道品牌知名度、认可度，定位让消费者有放心、省心的买酒渠道，完善的供应链和会员服务体系提高消费者的购酒体验。

产品品牌方面，公司与包括茅台、五粮液、剑南春、泸州老窖、汾酒、洋河、古井贡、酒鬼酒、钓鱼台、国台、人头马、保乐力加、帝亚吉欧等国内外知名酒企紧密合作，为客户提供保真保质、高性价比的产品。同时，基于市场理解和消费数据，公司与上游酒企在新产品开发及推广方面深度合作，打造了公司专销的一系列自有品牌和合作推广产品，产品品质取得了市场及消费者的认可。公司专销产品收入持续增长，不断夯实公司的产品开发、品牌推广能力。

公司及管理团队的业务经历了不同阶段：2001年3月公司创始团队以线下酒水品牌代理开始创业，2009年创立酒仙网品牌进入酒类互联网零售，自2014年开始尝试线上赋能线下门店，并于2017年打造了强管理模式的品牌连锁零售，实现全渠道的酒类零售线上线下深度融合。同时，自2014年成功合作推出泸州老窖“三人炫”产品开始，公司不断开发、推广自有品牌及合作推广产品，全面推进渠道与产品协同驱动的发展战略。

2、发行人核心技术和研发水平

经过长时间的摸索，公司已建立了一套完整且拥有较大拓展空间的信息技术框架体系，即通过模块化设计，使公司技术框架体系适应软硬件环境变化和升级需要。公司技术团队依据现有信息化基础，按照运营部门的需求对现有的应用技术进行升级建设。

按照技术功能划分，公司技术体系可分为前端运营及信息管理两大模块，其中前端运营模块包括公司官网系统及移动端系统，信息管理模块由ERP系统、仓储WMS管理系统及物流TMS管理系统组成，具体情况如下：

序号	技术名称	技术特点说明
1	酒仙网官网系统	实现酒仙网官网及运营的各网络购物平台店铺的网络销售业务，支持公司会员系统，以及在公司运营各运营平台的促销和市场推广业务
2	酒仙网移动端系统	实现酒仙网手机网页、移动APP及微信商城等运营移动端的建立以及移动端销售业务的运营，支持公司移动端会员系统，以及公司移动端促销和市场推广业务
3	酒仙网信息管理ERP系统	实现公司酒类商品网上零售业务供应链、进销存、订单加工处理信息的统一管理；实现公司对酒类商品网上零售业务及酒类电子商务综合运营业务数据搜集及分析
4	酒仙网仓储信息管理WMS系统	建立整套涵盖库存酒品储存、仓储运营流程、酒品调拨等业务运营板块的信息管理系统
5	酒仙网物流信息管理TMS系统	建立整套涵盖配送酒品订单追踪、合作物流商监控和管理等业务运营板块的信息管理系统
6	新零售信息管理系统	实现管理门店进销存系统，商品销售，员工管理，订单管理，报表等信息化管理，方便连锁门店推广和管理等

公司组建信息技术部，负责统筹公司互联网产品及信息化管理系统的研发工作。公司自主研发了B2C商城系统，连锁门店进销存系统，B2B商城系统，运营系统（BOMS）、供应链系统（SCM）、供应商系统（SRM）、客户服务系统

(CSM)、大客户销售系统 (CRM)、仓储系统 (WMS)、运输系统 (TMS)、智能分析报表系统 (BI)、财务系统 (FMS) 等一系列运营支持系统, 实现系统间的高效协同。对资源的管理与整合深度从线上买家、销售、运营延伸至供应商、酒水厂家、配送商、物流公司, 实现全流程的供应链资源一体化融合。同时, 为了规范的财务管理体系, 财务部引进金蝶财务软件 EAS, 实现财务标准化。在运维方面, 引入虚拟化方案, 成功降低了 IT 设备的成本投入, 同时研发了自助运维系统, 降低运维人员投入, 同时节省设备维护时间。

经过多年研发积累, 除部分行业软件外, 如金蝶财务系统, 目前酒仙网业务体系应用以自研为主。截至 2021 年 6 月 30 日, 酒仙网信息技术团队共 81 人, 职能部门以下划分:

部门	职责	人数
UED 产品团队	设计公司整体系统产品方案和解决方案	11
研发部	负责 B2C 商城, 连锁门店新零售系统, 集团运营体系 (OMS, CRM, WMS, TMS 等系统)	36
测试部	负责公司所有软硬件项目质量测试把控	12
数据研发部	负责集团数据商智系统和财务系统研发, 集团数据分析及内部数据需求提取	12
运维部	负责 IDC 机房维护, 应用软件运维, 企业内部 IT 支持	10

(三) 发行人主要经营和财务数据及指标

项目	2021 年 6 月 30 日/2021 年 1-6 月	2020 年 12 月 31 日/2020 年度	2019 年 12 月 31 日/2019 年度	2018 年 12 月 31 日/2018 年度
资产总额 (万元)	251, 203. 49	238,078.38	220,849.11	148,628.24
归属于母公司股东权益 (万元)	80, 202. 09	68,059.08	51,228.39	43,276.55
资产负债率 (母公司)	68. 71%	69.58%	68.24%	59.85%
营业收入 (万元)	190, 131. 32	371,737.71	299,683.47	220,676.02
净利润 (万元)	12, 554. 01	18,405.07	8,400.83	3,229.16
归属于母公司股东的净利润 (万元)	12, 220. 26	18,247.20	8,166.17	2,855.65
扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润 (万元)	12, 131. 54	17,421.94	7,226.79	1,600.83

项目	2021年6月30 日/2021年1-6月	2020年12月31 日/2020年度	2019年12月31 日/2019年度	2018年12月31 日/2018年度
基本每股收益（元）	0.39	0.59	0.26	0.09
稀释每股收益（元）	0.39	0.59	0.26	0.09
加权平均净资产收益率（%）	16.48	29.77	17.28	6.82
扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率（%）	16.37	28.42	15.29	3.82
经营活动产生的现金流量净额（万元）	-12,461.22	13,227.90	-12,796.08	15,913.28
研发投入占营业收入的比例（%）	0.24	0.27	0.25	0.34

（四）发行人存在的主要风险

1、行业风险

（1）市场竞争加剧的风险

国内酒类产品市场规模巨大，但酒类流通行业处于充分竞争状态，市场参与者众多，行业集中度较低。随着酒水行业及酒类零售行业的发展，产品、渠道、品牌等均呈现多元化的发展趋势，公司面临的竞争环境将进一步加剧。在不同渠道中，公司均面临着大型电商平台、大型商超、专业酒水连锁零售企业、传统烟酒专营店等市场不同主体的竞争，且不同市场主体的渠道及模式不断融合、渗透，竞争不断加剧；在产品方面，公司的自有品牌及合作推广产品亦存在与其他酒水品牌系列的竞争。如果公司不能及时把握行业变化和发展趋势，根据市场状况和客户需求适时调整产品体系、销售渠道和经营策略，可能会因市场竞争加剧而对公司的市场地位及盈利能力产生不利影响。

（2）行业景气度变化的风险

中国酒水行业及酒水消费市场的规模总体呈增长趋势，但因各种因素的综合作用，行业景气度在一段时间内仍存在周期性的波动。酒水消费需求旺盛、行业产能相对紧张时，酒水价格呈上涨趋势，酒水生产企业及流通企业的盈利情况均较好。但随着上游产能扩张导致的市场供应充足，终端零售价格上涨乏力甚至出现下跌，生产企业及流通企业的盈利水平可能出现下滑。

中国白酒产品的香型经历了清香型、浓香型、酱香型等不同市场热点及口味偏好的轮动，不同香型产品的行业景气度、市场竞争程度存在阶段性差异与变化。另外，限制三公消费、酒水进口关税等政策调整，亦会对行业盈利水平产生不利影响。如果公司不能准确判断市场的供需情况、产品品类及口感变化、政策影响等对市场景气度的影响，并及时调整公司经营策略，公司财务状况及盈利能力均可能受到不利影响。

(3) 行业不利事件影响公司经营的风险

酒类产品作为饮品，食品安全及品质控制对消费者的健康、安全及消费体验影响巨大。酒水产品生产工艺成熟，中国酒类生产企业不断提高产品质量标准，政府亦不断加强监管力度，但近年来行业内仍会出现假酒、塑化剂、甜蜜素风波等。同时，酒类流通行业参与者数量众多，且资质、信誉度参差不齐。受利益驱使，少数不法企业和人员制售假冒伪劣及侵权产品，一定程度上扰乱了市场秩序，损害了行业形象。公司始终珍惜品牌信誉，坚持产品保真，但行业中上游制造企业如出现产品质量事件，或流通行业中出现贩售假冒伪劣等重大不良事件，所产生的负面影响将会波及整个行业，对行业形象、消费者信心造成严重损害，可能会对本公司的财务状况、盈利能力产生重大不利影响。

(4) 行业法规及政策变化的风险

酒水行业在生产、流通、进出口等环节均有明确的法规及政策依据，上游扩产政策、流通环节税收法规、红酒洋酒进口政策等法规及政策调整，均可能对行业内产品价格水平、公司进货成本等产生直接或间接影响。如 2021 年 3 月 26 日商务部公布对原产于澳大利亚的相关葡萄酒反倾销和反补贴调查的最终裁定，裁定存在倾销和补贴并决定自 2021 年 3 月 28 日起对原产于澳大利亚的相关葡萄酒征收反倾销税，各公司反倾销税税率为 116.2%—218.4% 之间。法规及政策的调整，可能增加公司部分产品的采购成本，影响采购数量，对公司的销售价格、销售量、经营业绩产生不利影响，因此公司存在受行业法规及政策变化影响的风险。

2、经营风险

(1) 专销产品推广不及预期的风险

公司根据对行业及消费需求的理解，与生产企业共同开发具有较高性价比的自有品牌产品及合作推广产品由公司独家运营销售，上述专销产品的市场推广效果，对公司的盈利水平具有重大影响。报告期内，公司专销产品销售额不断增加，并加强了自有品牌的酒水布局及推广力度，公司盈利能力逐年提高。专销产品特别是自有品牌从产品开发、渠道推广到获得消费者认可，需要公司持续投入资源，如果公司未来不能持续开发消费者认可的专销产品，或专销产品推出后营销效果不佳，均会对公司的财务状况、盈利能力和持续增长产生不利影响。

(2) 品牌推广及营销渠道未适时创新、调整的风险

中国酒类流通行业的品牌推广媒介、产品销售渠道类型众多，且随着技术、市场的变化而不断调整。品牌推广媒介包括电视广告、平面广告、门户网站、社交媒体、自媒体、直播展示等多种方式并存，销售渠道亦包括传统商超渠道、烟酒专营门店、品牌连锁门店、大型互联网平台、直播平台等。在不同阶段，各种方式的品牌推广及销售渠道的费用投放效果存在差异，提前布局新媒介、新渠道可能享受一段时间的流量红利。如果公司的品牌推广方式、销售渠道布局未能及时调整以满足行业变化，可能出现落后于竞争对手、费用投放效果不佳等情形，进而对公司的市场地位及盈利能力产生不利影响。

(3) 产品采购相关的品质控制风险

公司作为酒类零售及品牌服务企业，产品生产相关的原料采购、发酵、储存、灌装、包装等环节均交由酒厂负责，生产环节相关的口感稳定性、品质控制及食品安全均由生产企业负责及控制。公司主要通过大型、知名酒厂及资质齐全的代理商合作，并通过实地考察、资质审查、样品留样、协议约定酒品质量标准及相应责任等方式，保证产品品质。如果酒品生产企业在原料控制、酿造及灌装过程出现酒品质量瑕疵、酒瓶包装密封不严等问题，且公司在验收入库时、对外发货前未及时发现，导致食品安全不达标、酒品口感下降、包装

不合格等产品质量问题，导致终端消费者投诉、利益甚至健康受损，对公司带来退换货、赔偿等损失，均可能对本公司的品牌声誉、产品销量、盈利能力带来重大不利影响。

(4) 产品配送相关的品质控制风险

酒类产品存在单价较高、玻璃瓶包装、重量较重等特点，流通环节存在酒水出库后贵重产品被调换、包装抗震抗摔不到位导致破损、漏酒等风险。一旦出现产品在运送环节被调换的情形，可能导致消费者投诉及诉讼，消费者体验不佳甚至危害消费者健康；如果运输过程中出现酒品破损、漏酒等情形，公司需承担无条件更换甚至退货的责任。另外，物流未及时送达、服务体验不佳等均可能导致消费者要求退换货的情形，对本公司的客户关系、品牌声誉、企业形象造成重大不利损害。公司经过多年的经验积累，已通过科学打包、采用酒水专用包材、选用优秀物流企业等方式，保证物流环节的产品品质及服务体验，进一步降低上述风险发生率。

(5) 线下连锁渠道管控不足的风险

公司为全渠道运营的酒类零售及服务商，销售渠道遍布线上、线下，其中自 2017 年开始运营的线下品牌连锁渠道已成为公司重要的销售渠道之一，2020 年实现销售收入 89,228.53 万元，占公司主营业务收入的比例达 24.07%；**2021 年 1-6 月实现销售收入 54,469.75 万元，占公司主营业务收入的比例达 28.68%**。公司线下品牌连锁门店以“酒仙网国际名酒城”、“酒快到”为品牌形象，均以“酒仙网”品牌为门店的经营、产品背书，因此公司采用统一形象、统一供货体系、统一 IT 系统、电子价签、统一运营管理等多方位、强管控方式，并严格禁止或控制门店外采行为，实施产品明码标价，严格防范门店经营出现售假贩假、违反价格政策、服务不到位等情况，对于严重违反公司管理制度的门店公司会采取保证金扣罚、责令关店等措施。但如果门店经营者出现恶意售假贩假、服务态度不佳等行为，仍可能对公司的品牌声誉、经营业绩带来不利影响，因此公司存在线下品牌连锁渠道管控不足的风险。

(6) 上游供应商合作关系变化的风险

公司与茅台、五粮液、洋河、钓鱼台、国台、人头马等中外名酒品牌企业通过产品采购、合作开发、协助推广等方式建立了稳定的合作关系。名酒品牌深受消费者认可，有利于公司建立稳定的消费者群体，是公司收入的重要组成部分，亦是达成公司战略的重要保障。名酒品牌方对于下游经销商、零售商的销售渠道、价格管控、年度采购量、营销推广等均有严格要求，如果出现公司违反上述政策的情况，名酒品牌方可能对公司采取降低采购配额甚至取消合作协议等措施，对公司的采购、销售及市场声誉产生重大不利影响，因此公司存在与上游供应商合作关系变化的风险。

(7) 广告及推广宣传不当的风险

公司作为酒类产品的零售及品牌推广企业，通过网页宣传、产品发布会、销售客服人员交流、直播主播推荐等方式，向消费者介绍公司产品并推荐购买。尽管公司已建立成熟的网页审核流程，并对销售及客服人员进行专业化培训及督导，但仍可能存在宣传用词不当、表述不准确，甚至夸大宣传的可能性，导致公司存在广告及推广宣传不当甚至违反《广告法》及品牌方相关规定的风险，可能对消费者感受、品牌方合作关系、公司声誉及经营业绩产生不利影响。

(8) 仓储及物流风险

公司作为酒类零售企业，通过自建仓储并与专业的第三方快递、物流公司合作的方式开展业务。目前公司拥有天津仓、广州仓、上海仓三个仓库，其中广州仓、上海仓均为租赁仓库，尽管与物业方有多年租赁合作，但租赁合同三年一签，目前租期至 2023 年。如果租约到期后物业方不再续租等，均可能对公司的正常经营造成不利影响。同时，公司有可能因仓库管理不善造成存货损毁和灭失的风险。

另外，公司仓库覆盖华中、华南、华东地区的能力较强，但距离西南地区、西北地区的距离较远，如果物流及快递公司因距离、天气、疫情等影响酒水运送时效，甚至路途遥远多次搬运可能导致包装损坏，均可能影响消费者体验，引起消费者投诉等，对本公司的服务品质及品牌声誉造成不利影响。

3、管理风险

(1) 规模增长及经营多样化导致的内部管理风险

报告期内，公司业务快速增长，2018年、2019年、2020年和2021年1-6月，公司营业收入分别为220,676.02万元、299,683.47万元、371,737.71万元和190,131.32万元；公司销售渠道逐步增多，涵盖自营电商、第三方电商平台、直播业务、线下品牌连锁、线下流通等；产品方面，公司除销售流通产品外，加大了自有品牌、合作推广产品等专销产品的开发及推广力度。因此，公司的资产规模、销售渠道及产品类别不断增加，公司经营决策、业务管控、风险控制的难度不断增加。如果公司的管理模式、管理水平不能满足公司业务快速发展的需要，将对公司的正常经营、业务拓展造成不利影响。

(2) 核心人员流失的风险

公司经过多年的发展，稳定的核心团队保证了公司经营的稳定及可持续增长。随着公司知名度的提高、业务种类的扩展及行业内竞争对手的发展，公司需要提供可持续的发展机会、良好的团队文化、合理的薪酬政策以保证核心人员的稳定，在产品开发、酒水采购、渠道拓展、直播业务等方面保持有竞争力、创业精神的团队。如果公司未能建立有效的人才梯队政策、团队文化及薪酬政策，将可能导致部分核心人员流失，对公司的业务运营等产生不利影响。

4、财务风险

(1) 存货滞销的风险

2021年6月末，公司存货净值达104,572.96万元，占流动资产的比例为49.82%；同时，公司存在预付账款61,820.54万元，占流动资产的比例为29.45%，主要为酒水采购款。按照酒水行业的惯例，公司向上游酒厂等采购时需提前预付采购款或现款现货，且日常经营需要储备大量存货，导致期末存货和预付账款占比较高。尽管本公司已建立了完善的采购审批、存货管理制度，但仍存在因疫情等特殊原因、采购产品不适合市场、经销政策不配套等原因，导致产品滞销、存货周转速度下降，影响公司经营效率和销售业绩的风险。

(2) 应收账款未按时或足额回收的风险

2021年6月末，公司应收账款账面余额为7,114.69万元，其中：一年以上的应收账款余额2,210.23万元，较2020年末增长6.22%。除应收京东、天猫、抖音、快手等电商平台的款项外，公司应收账款主要为应收连锁门店、线下流通客户的款项。2021年6月末公司应收账款坏账准备余额为2,119.55万元，较2020年末的余额1,924.85万元增加194.70万元。

公司制定了完善的应收账款管理制度，但当部分客户因疫情、管理等原因经营不善时，进而导致公司应收账款回收困难。因此，公司存在应收账款无法及时、足额回收的风险，可能对公司的财务状况及经营业绩造成不利影响。

（3）流动资金阶段性紧张的风险

酒水销售及流通行业具有季节性特征，第四季度至春节前为销售高峰，公司需要向酒厂预付或支付大额采购资金，在年末形成大额存货及预付账款，导致阶段性流动资金相对紧张。如果公司流动资金贷款到位不及时，或在四季度没有储备充足资金，均可能对公司的采购入库、经营计划等造成不利影响。

（4）偿债及流动性风险

报告期内公司主要依靠银行借款等债务融资来满足公司经营过程中所需的资金，报告期各期末公司资产负债率（合并）分别为67.04%、74.12%、70.32%和67.00%，流动比率分别为1.25倍、1.17倍、1.27倍和1.33倍，速动比率分别为0.64倍、0.65倍、0.71倍和0.63倍，低于同行业可比公司平均水平。

如果受国家宏观经济政策、法规、产业政策或其他不可抗力等因素影响，公司经营情况、财务状况发生重大不利变化，或因其他原因导致未能获得足够资金，公司将会存在流动性风险及未按时偿还债务的风险，并对发行人持续经营能力产生不利影响。

（5）经营活动现金流量风险

2018年末至2021年6月末，发行人银行存款规模分别为12,662.20万元、26,419.42万元、34,835.78万元和7,832.32万元，短期借款及长期借款等本息债务规模分别为21,178.54万元、52,092.35万元、59,149.43万元和54,846.78万元。报告期内，公司经营活动现金流量和净利润情况如下：

单位：万元

项目	2021 年 1-6 月	2020 年度	2019 年度	2018 年度
经营活动现金流量净额	-12,461.22	13,227.90	-12,796.08	15,913.28
净利润	12,554.01	18,405.07	8,400.83	3,229.16
经营活动现金流量净额/净利润	-99.26%	71.87%	-152.32%	492.80%

报告期内，公司存在经营活动现金流量净额低于同期净利润甚至当期经营活动现金净流出的情况。由于发行人主要从事酒水采购及销售业务，该业务对于运营资金要求较高，在采购备货环节需要提前支付大量资金。

若未来宏观经济疲软、行业竞争加剧，或者上游供应商信用政策收紧，或者公司产品销售节奏放缓，都可能降低公司经营活动产生的现金流量净额，届时，公司需通过增加银行借款等外部融资方式补充流动资金。若公司无法及时筹集资金，则可能导致营运资金紧张，甚至出现流动性风险。

5、与本次发行相关的风险

（1）摊薄即期回报及净资产收益率的风险

公司 2018 年至 2020 年扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 3.82%、15.29%、28.42%，逐年提高。预计本次发行募集资金到位后，公司股本及净资产规模会较发行前有较大幅度增长，公司每股收益及净资产收益率将被摊薄。

此外，公司本次募集资金从资金投入到产生效益需要一定的时间，因此尽管公司业务和收入仍将保持良好的成长性，但仍存在因利润无法与净资产同步增长而导致每股收益及净资产收益率被摊薄的风险。

（2）募集资金投资项目组织实施和收益无法达到预期的风险

公司本次股票发行募集资金主要用于智能仓储建设项目、智慧零售信息化平台建设项目、品牌营销建设项目和补充流动资金。由于本次募集资金投资的多个项目将同时实施，对公司项目组织和管理水平提出较高要求，如果公司在项目实施、客户定位、市场推广等方面未能实现预定的计划，相关募集资金投资项目的实施进度可能面临无法达到预期的风险。

本次募集资金投资项目有助于公司整体实力的进一步提升，间接产生经济效益，但若其投入效果不及预期，未能带来新增收入与利润的贡献，将会对公司业绩产生不利影响。

（3）新股发行失败的风险

本次新股发行价格将通过询价方式确定，发行定价受到市场因素、投资者偏好等诸多因素影响，具有不确定性，同时发行注册批准文件有期限限制。如本次发行数量无法达到相关规定数量、发行后公司估值未能达到上市条件，或公司无法在注册批准文件有效期内完成发行工作，均将导致本次发行失败。

6、投资机构特殊权利条款附条件恢复的风险

2021年3月26日，郝鸿峰、酒仙电子商务与发行人其他41方股东共同签署《<股东协议>及<股东协议之补充协议>之终止协议》，约定终止《股东协议》及《股东协议之补充协议》中投资方享有的“回购权”、“共同售股权和优先认购权”、“优先清算权”、“同业竞争的禁止”等特殊权利，但若发行人撤回或者被有权机关退回或者否决首次公开发行股票并上市申请，或者发行人首次公开发行股票并上市未能成功实现，则上述特殊权利条款将自动恢复履行。发行人存在投资机构特殊权利条款附条件恢复的风险。

7、全球新型冠状病毒疫情对公司经营的影响

2020年1月以来全球爆发新型冠状病毒疫情，对公司的采购、销售均造成不利影响。公司的葡萄酒、洋酒产品主要由澳大利亚、法国等境外进口，疫情对境外的生产、发货及清关均有影响，对公司采购及库存管理造成了不利影响。尽管公司以线上渠道零售为主，物流不受影响的地区发货及销售不受影响，但新冠疫情下餐饮市场均受到不同程度的限制，用酒需求及消费场景受到一定影响；同时，公司线下连锁门店受各地疫情防控政策影响，营业时间、销售额均受到一定影响；2020年下半年以来国内疫情在部分地区如北京、石家庄、乌鲁木齐、**南京、郑州**等点式出现，亦对当地的物流发货、门店经营产生不利影响，甚至导致部分门店闭店歇业。随着新冠肺炎疫苗研发成功及普遍接种，预计全球新冠肺炎疫情将得到逐步缓解与控制，但如境外部分国家及中国部分城市出

现零星疫情，仍会对公司的采购稳定性及当地的物流配送、连锁门店经营产生不利影响。

二、申请上市股票的发行情况

(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	1.00 元		
发行股数	不超过 9,900 万股	占发行后总股本比例	不低于 24.1463%
其中：发行新股数量	不超过 9,900 万股	占发行后总股本比例	不低于 24.1463%
股东公开发售股份数量	-	占发行后总股本比例	-
发行后总股本	不超过 41,000 万股（不含采用超额配售选择权发行的股票数量）		
每股发行价格	【】 元		
发行市盈率	【】 倍（按扣除非经常性损益前后净利润的孰低额和发行后总股本全面摊薄计算）		
发行前每股净资产	2.19 元 (2020 年末)	发行前每股收益	0.59 元 (2020 年度)
发行后每股净资产	【】 元	发行后每股收益	【】 元
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	采用向战略投资者定向配售、网下向符合条件的投资者询价配售和网上资金申购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	符合资格的战略投资者、询价对象以及已开立深圳证券交易所股票账户并开通创业板交易的境内自然人、法人等创业板市场投资者，但法律、法规及深圳证券交易所业务规则等禁止参与者除外		
承销方式	余额包销		
拟公开发售股份股东名称	无		
发行费用的分摊原则	无		
募集资金总额	【】 万元		
募集资金净额	【】 万元		
募集资金投资项目	智能仓储建设项目		
	信息化平台建设项目		
	品牌营销建设项目		
	补充营运资金		
发行费用概算	本次发行费用总额为【】万元，包括：承销及保荐费【】万元、审计及验资费【】万元、评估费【】万元、律师费【】万元、信息披露费用【】万元、发行手续费及发行材料制作费用【】万元		

(二) 本次发行上市的重要日期	
刊登发行公告日期	【】年【】月【】日
开始询价推介日期	【】年【】月【】日
刊登定价公告日期	【】年【】月【】日
申购日期和缴款日期	【】年【】月【】日
股票上市日期	【】年【】月【】日

三、保荐机构工作人员及其保荐业务执业情况

1、保荐代表人

祁玉谦先生：金融学硕士，保荐代表人，具有 **10 年以上** 投资银行相关业务经验。先后主持或参与了保龄宝 IPO 项目、华熙生物科创板 IPO 项目、金字火腿非公开发行股票项目、华东重机非公开发行股票项目，并参与新希望、华联股份、扬子新材等上市公司重大资产重组项目，曾参与过多家拟上市公司的改制辅导工作。

韩艳虎先生：应用经济学硕士，保荐代表人，拥有 8 年以上投资银行从业经验。先后主持或参与了合肥城建发行股份购买资产、三垒股份重大现金购买、亚夏汽车重大资产重组、裂帛股份 IPO、嘉应制药发行股份购买资产、同仁堂可转债、创智科技重大资产重组等项目。

2、项目协办人

蒋佳睿先生：供应链工程硕士，2018 年加入华泰联合证券，负责或参与了傲基科技 IPO 项目、凤祥股份 IPO 项目、申通快递股权收购项目等，参与过多家拟上市公司的改制、辅导工作。

3、其他项目组成员

其他参与本次酒仙网首次公开发行股票保荐工作的项目组成员还包括：高婧、张沛阳、高是暄、**黄君杰、李天、薛婷**。

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

华泰联合证券作为发行人的上市保荐机构，截至本上市保荐书签署日：

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

发行人或本次发行若符合保荐机构跟投要求的，保荐机构将安排依法设立的另类投资子公司或实际控制本保荐机构的证券公司依法设立的另类投资子公司（以下简称“相关子公司”）参与本次发行战略配售，具体按照深圳证券交易所相关规定执行。若相关子公司参与本次发行战略配售，相关子公司不参与询价过程并接受询价的最终结果，因此上述事项对本保荐机构及保荐代表人公正履行保荐职责不存在影响。

除此之外，保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方不存在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、重要关联方不存在持有保荐机构或其控股股东、实际控制人、重要关联方股份的情况。

（三）保荐机构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；

（四）保荐机构的控股股东、实际控制人、重要关联方与发行人控股股东、实际控制人、重要关联方不存在相互提供担保或者融资等情况；

（五）保荐机构与发行人之间不存在其他关联关系。

五、保荐机构承诺事项

（一）保荐机构承诺已按照法律法规和中国证监会及深圳证券交易所的相关规定，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。

（二）保荐机构同意推荐酒仙网络科技股份有限公司在深圳证券交易所创业板上市，相关结论具备相应的保荐工作底稿支持。

（三）保荐机构自愿按照《证券发行上市保荐业务管理办法》第二十六条所列相关事项，在上市保荐书中做出如下承诺：

1、有充分理由确信发行人符合法律法规及中国证监会有关证券发行上市的相关规定；

2、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；

3、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；

4、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；

5、保证所指定的保荐代表人及本保荐机构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；

6、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；

7、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；

8、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。

保荐机构承诺，将遵守法律、行政法规和中国证监会、深圳证券交易所对推荐证券上市的规定，接受深圳证券交易所的自律管理。

六、保荐机构关于发行人是否已就本次证券发行上市履行了《公司法》《证券法》和中国证监会及深圳证券交易所规定的决策程序的说明

发行人就本次证券发行履行的内部决策程序如下：

1、2020年11月17日，发行人召开了第一届董事会第十一次会议，该次会议应到董事9名，实际出席本次会议9名，审议通过了《关于公司申请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》等关于首次公开发行股票并上市的相关议案。

2、2021年1月26日，发行人召开了2021年第一次临时股东大会，出席会议股东代表持股总数311,000,000股，占发行人股本总额的100.00%，审议通过了《关于公司申请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》等关于首次公开发行股票并上市的相关议案。

依据《公司法》、《证券法》及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则（2020年12月修订）》等法律法规及发行人《公司章程》的规定，发行人申请在境内首次公开发行股票并在创业板上市已履行了完备的内部决策程序。

七、保荐机构关于发行人是否符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件的说明

（一）符合中国证监会规定的创业板发行条件

1、本次证券发行符合《证券法》规定的发行条件的说明

华泰联合证券依据《证券法》第十二条关于首次公开发行新股的条件，对发行人的情况进行逐项核查，并确认：

（1）发行人具备健全且运行良好的组织机构；

经取得发行人内部组织结构图、查阅发行人相关管理制度和业务制度、访

谈发行人相关人员等核查程序，保荐机构认为发行人已依法设立了股东大会、董事会和监事会，在董事会下设置了相关专业委员会，并建立了独立董事、董事会秘书制度，聘请了高级管理人员，设置了合理有效的职能部门，具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第（一）项之规定。

（2）发行人具有持续经营能力；

经查阅立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2021]第 ZB10199 号《审计报告》、访谈发行人相关人员等核查程序，保荐机构认为发行人经营状况稳定，2018 至 2020 年度连续三年实现盈利且快速增长，具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第（二）项之规定。

（3）发行人最近三年一期财务会计报告被出具无保留意见审计报告；

经查阅立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具的信会师报字[2021]第 ZB10199 号《审计报告》、信会师报字[2021]第 ZB11439 号《审计报告》，保荐机构认为发行人最近三年一期财务会计报告已由立信会计师事务所（特殊普通合伙）出具了无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第（三）项之规定。

（4）发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪；

经查阅发行人工商资料、核查主管部门就发行人及控股股东出具的合规证明以及实际控制人身份信息和无犯罪记录证明等资料、检索中国裁判文书网等公开网站信息等核查程序，结合发行人律师出具的法律意见书、发行人会计师出具的审计报告，保荐机构认为发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，符合《证券法》第十二条第（四）项之规定。

（5）经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件。

经查阅国务院证券监督管理机构关于企业公开发行证券的相关规定等核查程序，保荐机构认为发行人符合经国务院批准的国务院证券监督管理机构规定的其他条件，符合《证券法》第十二条第（五）项之规定。

2、本次证券发行符合《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》规定的发行条件的说明

（1）发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司，具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。有限责任公司按原账面净资产值折股整体变更为股份有限公司的，持续经营时间可以从有限责任公司成立之日起计算。

查证过程及事实依据如下：

经核查发行人设立至今的营业执照、公司章程、发起人协议、创立大会文件、资产评估报告、审计报告、验资报告、工商档案等有关资料，发行人的前身北京中酿酒团购电子商务有限公司（以下简称“中酿公司”）成立于2014年8月12日，于2019年12月31日依法整体变更为股份有限公司。保荐机构认为，发行人是依法设立且持续经营三年以上的股份有限公司，发行人的设立以及其他变更事项已履行了必要的批准、审计、评估、验资、工商登记等手续。发行人设立了具备健全且运行良好的组织机构，相关机构和人员能够依法履行职责。

综上，保荐机构认为发行人符合《管理办法》第十条之规定。

（2）发行人会计基础工作规范，财务报表的编制和披露符合企业会计准则和相关信息披露规则的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，最近三年财务会计报告由注册会计师出具无保留意见的审计报告。发行人内部控制制度健全且被有效执行，能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性，并由注册会计师出具无保留结论的内部控制鉴证报告。

查证过程及事实依据如下：

经核查发行人会计记录和业务文件，抽查相应单据及业务合同，并与相关财务人员和申报会计师沟通，保荐机构认为，发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关信息披露制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量。立信会计师事务所（特

殊普通合伙)就发行人 2018 年 12 月 31 日、2019 年 12 月 31 日、2020 年 12 月 31 日的财务状况以及 2018 年度、2019 年度、2020 年度的经营成果和现金流量出具了标准无保留意见的《审计报告》(信会师报字[2021]第 ZB10199 号),就发行人 2021 年 6 月 30 日的财务状况以及 2021 年 1-6 月的经营成果和现金流量出具了标准无保留意见的《审计报告》(信会师报字[2021]第 ZB11439 号)。

经核查发行人内部控制相关制度,访谈发行人财务负责人,并核查立信会计师事务所(特殊普通合伙)出具的信会师报字[2021]第 ZB10201 号《内部控制鉴证报告》及信会师报字[2021]第 ZB11441 号《内部控制鉴证报告》,保荐机构认为,发行人内部控制制度健全且被有效执行,能够合理保证公司运行效率、合法合规和财务报告的可靠性。

综上,保荐机构认为发行人符合《管理办法》第十一条之规定。

(3) 发行人业务完整,具有直接面向市场独立持续经营的能力:

(一) 资产完整,业务及人员、财务、机构独立,与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业间不存在对发行人构成重大不利影响的同业竞争,不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易;

查证过程及事实依据如下:

①取得并查阅发行人商标、计算机软件著作权、土地使用权等资产的权属证书及相关合同等资料,核查其权利期限;取得并查阅固定资产台账、权属凭证及相关合同等资料,对固定资产、存货等实物资产进行盘点,核查资产使用状态;取得并查阅银行账户流水、应收预付款项的明细及相关合同等资料;

②取得并查阅发行人员工名册及劳动合同,取得并查阅发行人员工工资表,对发行人实际控制人及高级管理人员进行访谈,核查发行人员工的独立性;

③取得并查阅发行人财务会计管理制度;取得并查阅银行开户资料、税务登记、纳税申报及缴纳凭证;对发行人财务总监及财务人员进行访谈,核查发行人财务的独立性;

④实地查看发行人办公场所;取得并查阅发行人及股东的工商登记信息;

取得并查阅发行人公司治理制度、会议决议及相关记录、公司部门内部规章制度、组织机构设置情况；对高级管理人员进行访谈，核查发行人机构设置的独立性；

⑤取得并查阅发行人销售、采购业务流程相关资料；查看业务信息系统运行情况；抽查销售、采购相关记录（包括但不限于记账凭证、原始订单、物流单据、回款单据等）；对主要客户及供应商进行走访函证，了解双方合作情况、是否存在关联销售及关联采购情况，核查公司业务的独立性；

⑥取得并查阅发行人控股股东的银行流水及相关财务资料，并参考申报会计师出具的审计报告，核查控股股东的经营业务；取得并查阅控股股东、实际控制人出具相关承诺，了解是否存在同业竞争情况；

⑦取得并查阅了发行人关联交易管理制度，股东大会及独立董事审议关联交易的相关资料；取得并查阅了关联交易的合同及银行回单等资料，与其他同类交易进行对比；对实际控制人及财务负责人进行访谈，了解关联交易的必要性及公允性。

经核查，保荐机构认为：

发行人在资产、人员、财务、机构与业务等方面与控股股东及实际控制人控制的其他企业相互独立，发行人具有直接面向市场独立持续经营的能力；发行人主要从事酒类产品销售及相关服务，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；发行人的关联交易严格履行《公司章程》、《关联交易管理制度》等有关制度的规定，不存在严重影响独立性或者显失公平的关联交易，不存在损害公司利益及中小股东利益的情形。

（二）主营业务、控制权和管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近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；

查证过程及事实依据如下：

①取得并查阅了发行人的营业执照、经营资质等资料；取得并查阅了发行

人重要的采购、销售合同及凭证等资料，对主要客户、供应商进行走访函证；取得并查阅了申报会计师出具的《审计报告》；对发行人实际控制人及高级管理人员进行访谈，核查最近两年主营业务情况；

②取得并查阅了发行人工商登记档案及历次股权转让协议、支付凭证、股东调查表等资料，并对发行人股东进行访谈；取得并查阅了发行人股权涉及的诉讼及判决等资料；查阅了发行人报告期内的董事、高级管理人员选聘情况及相关三会决议文件，核查发行人股权、董事及高级管理人员等情况。

经核查，保荐机构认为：

发行人主营业务、控制权和管理团队稳定，最近二年内主营业务和董事、高级管理人员均没有发生重大不利变化；控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东所持发行人的股份权属清晰，最近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。

（三）不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

查证过程及事实依据如下：

①取得并查阅发行人商标、计算机软件著作权、土地使用权等资产的权属证书及相关合同等资料，核查其权利期限；取得并查阅固定资产台账、权属凭证及相关合同等资料；

②取得并查阅境内主体的征信报告及担保合同相关资料，向银行发出函证；对于诉讼和仲裁情况进行了网络检索，取得并查阅发行人境内外法律意见书，了解发行人担保、诉讼、仲裁等事项。

经核查，保荐机构认为：

发行人不存在涉及主要资产、核心技术、商标等的重大权属纠纷，重大偿债风险，重大担保、诉讼、仲裁等或有事项，经营环境已经或者将要发生重大变化等对持续经营有重大不利影响的事项。

(4) 发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策。

最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康安全等领域的重大违法行为。

董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

查证过程及事实依据如下：

①查阅了发行人所属行业相关法律法规和国家产业政策，访谈发行人高级管理人员，查阅发行人生产经营所需的各项资质、权利证书等，实地查看发行人的主要经营场所；

②取得并查阅了发行人主管市场监督管理部门、税务机关、人力资源和社会保障局、住房公积金管理中心等部门出具证明文件等资料；取得并查阅实际控制人的个人征信报告、无犯罪记录证明等材料；取得并查阅境内外律师出具的法律意见书；对发行人及其控股股东、实际控制人可能涉及的诉讼情况，查询中国裁判文书网、中国执行信息公开网和全国法院被执行人信息查询网等公开网站，并对实际控制人进行访谈，了解相关情况；

③取得并查阅了董事、监事、高级管理人员个人征信报告、无犯罪记录证明等材料；通过公开渠道查询董事、监事、高级管理人员最近三年内是否受到中国证监会行政处罚以及正在被立案调查情况，并对相关人员进行访谈，了解相关情况。

经核查，保荐机构认为：

发行人生产经营符合法律、行政法规的规定，符合国家产业政策；最近三年内，发行人及其控股股东、实际控制人不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，不存在欺诈发行、重大信息披露违法或者其他涉及国家安全、公共安全、生态安全、生产安全、公众健康

安全等领域的重大违法行为；发行人的董事、监事和高级管理人员不存在最近三年内受到中国证监会行政处罚，或者因涉嫌犯罪正在被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规正在被中国证监会立案调查且尚未有明确结论意见等情形。

（二）发行后股本总额不低于 3,000 万元

截至本报告出具日，发行人注册资本为 31,100 万元，发行后股本总额不低于 3,000 万元。综上，保荐机构认为，发行人符合上述规定。

（三）公开发行的股份达到公司股份总数的 25%以上；公司股本总额超过 4 亿元的，公开发行股份的比例为 10%以上

本次公开发行不超过 9,900 万股，占发行后总股本的比例不低于 24.1463%；本次发行后股本总额超过 4 亿元，公开发行股份的比例达到 10%以上。综上，保荐机构认为，发行人符合上述规定。

（四）市值及财务指标符合《上市规则》规定的标准

发行人为境内企业且不存在表决权差异安排的，市值及财务指标应当至少符合下列标准中的一项：

（一）最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元；

（二）预计市值不低于 10 亿元，最近一年净利润为正且营业收入不低于 1 亿元；

（三）预计市值不低于 50 亿元，且最近一年营业收入不低于 3 亿元。

查证过程及事实依据如下：

发行人为境内企业且不存在表决权差异安排，市值及财务指标选择“最近两年净利润均为正且累计净利润不低于 5,000 万元”。

保荐机构取得并查阅了申报会计师出具的《审计报告》，2019 年度和 2020 年度，公司归属于母公司股东的净利润分别为 8,166.17 万元和 18,247.20 万元，扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润分别为 7,226.79 万元和 17,421.94 万元，最近两年扣除非经常性损益前后孰低的归属于母公司股东的净

利润均为正值且累计达 24,648.73 万元，符合上市条件中的“（一）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”。

综上，本保荐机构认为发行人符合《深圳证券交易所创业板股票上市规则》规定的上市条件。

八、保荐机构关于发行人证券上市后持续督导工作的具体安排

持续督导事项	具体安排
1、总体职责和持续督导期	1、督导上市公司建立健全并有效执行公司治理制度、财务内部控制制度和信息披露制度，以及督导上市公司按照《上市规则》的规定履行信息披露及其他相关义务，审阅信息披露文件及其他相关文件，并保证制作、出具的文件真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。 2、保荐机构和保荐代表人督导上市公司的控股股东、实际控制人、董事、监事和高级管理人员遵守《上市规则》及深圳证券交易所其他相关规定，并履行其所作出的承诺。 3、在本次发行结束当年的剩余时间及以后 3 个完整会计年度内对上市公司进行持续督导。
2、审阅披露文件	保荐机构在上市公司向深圳证券交易所报送信息披露文件及其他文件，或者履行信息披露义务后，完成对有关文件的审阅工作。发现信息披露文件存在问题的，及时督促公司更正或者补充。
3、督促公司在股票严重异常波动时履行信息披露义务	上市公司股票交易出现深圳证券交易所业务规则规定的严重异常波动情形的，保荐机构、保荐代表人督促上市公司及时按照《上市规则》履行信息披露义务。
4、对重大事项、风险事项、核心竞争力面临重大风险情形等事项发表意见	1、重大事项：上市公司临时报告披露的信息涉及募集资金、关联交易、委托理财、提供担保、对外提供财务资助等重大事项的，保荐机构按照中国证监会和深圳证券交易所相关规定发表意见。 2、风险事项：公司日常经营出现《上市规则》规定的风险事项的，保荐机构就相关事项对公司日常经营的影响以及是否存在其他未披露重大风险发表意见并披露。 3、核心竞争力：公司出现《上市规则》规定的使公司的核心竞争力面临重大风险情形的，保荐机构就相关事项对公司核心竞争力和日常经营的影响以及是否存在其他未披露重大风险发表意见并披露。
5、现场核查	1、公司出现下列情形之一的，保荐机构和保荐代表人在知悉或者理应知悉之日起十五日内进行专项现场核查：（一）存在重大财务造假嫌疑；（二）控股股东、实际控制人、董事、监事或者高级管理人员涉嫌侵占公司利益；（三）可能存在重大违规担保；（四）资金往来或者现金流存在重大异常；（五）深圳证券交易

持续督导事项	具体安排
	所或者保荐机构认为应当进行现场核查 的其他事项。 2、告知公司现场核查结果及提请公司注意的事项，并在现场核查结束后十个交易日内披露现场核查报告。
6、持续督导跟踪报告	1、持续督导期内，自上市公司披露年度报告、半年度报告后十五个交易日内按照中国证监会和深圳证券交易所相关规定 在符合条件媒体披露跟踪报告。 2、对上市公司进行必要的现场检查，以保证所发表的意见不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏。
7、督促整改	1、在履行保荐职责期间有充分理由确信公司可能存在违反本规则规定的行为的，应当督促公司作出说明和限期纠正，并向深圳证券交易所报告。 2、保荐机构按照有关规定对公司违法违规事项公开发表声明的，于披露前向深圳证券交易所书面报告，经深圳证券交易所审查后在符合条件媒体公告。
8、虚假记载处理	保荐机构有充分理由确信相关证券服务机构及其签字人员出具的专业意见可能存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏等违法违规情形或者其他不当情形的，及时发表意见并向深圳证券交易所报告。
9、出具保荐总结报告书、完成持续督导期满后尚完结的保荐工作	1、持续督导工作结束后，保荐机构在上市公司年度报告披露之日起的十个交易日内披露保荐总结报告书。 2、持续督导期届满，上市公司募集资金尚未使用完毕的，保荐机构继续履行募集资金相关的持续督导职责，并继续完成其他尚未完结的保荐工作。

九、其他说明事项

无。

十、保荐机构对发行人本次股票上市的保荐结论

保荐机构华泰联合证券认为酒仙网络科技有限公司申请其股票上市符合《中华人民共和国公司法》、《中华人民共和国证券法》及《创业板首次公开发行股票注册管理办法（试行）》、《深圳证券交易所创业板股票上市规则》等法律、法规的有关规定，发行人股票具备在深圳证券交易所上市的条件。华泰联合证券愿意保荐发行人的股票上市交易，并承担相关保荐责任。

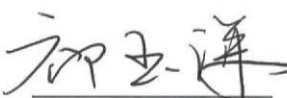
（以下无正文）

(本页无正文,为《华泰联合证券有限责任公司关于酒仙网络科技股份有限公司股票上市保荐书》之签章页)

项目协办人:


蒋佳睿

保荐代表人:

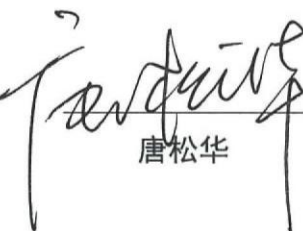

祁玉谦


韩艳虎

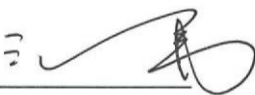
内核负责人:


邵年

保荐业务负责人:


唐松华

法定代表人
(或授权代表):


江禹

保荐机构:

华泰联合证券有限责任公司

2021 年 9 月 27 日

