

国泰君安证券股份有限公司
关于杭州悠可化妆品有限公司业绩真实性之
专项核查报告

中国证券监督管理委员会：

根据贵会 2017 年 1 月 22 日下发的《中国证监会行政许可项目审查二次反馈意见通知书》（163359 号）（以下简称“反馈意见”）的要求，本次重组独立财务顾问国泰君安证券股份有限公司认真履行尽职调查义务，根据本次并购标的杭州悠可化妆品有限公司的实际情况，对其业绩真实性相关问题进行了核查。

具体核查情况如下：

目 录

一、核查范围	5
（一）杭州悠可主营业务及经营模式说明.....	5
（二）核查的具体范围.....	8
二、核查方法	8
（一）客户、供应商核查.....	8
（二）IT 管理系统核查	9
（三）终端销售数据分析.....	9
（四）关联销售核查.....	9
三、核查情况	9
（一）客户、供应商核查.....	9
（二）IT 管理系统核查	13
（三）终端销售数据分析.....	16
（四）关联销售核查.....	23
四、核查结论	23

释义

一、普通术语

公司、青岛金王	指	青岛金王应用化学股份有限公司
标的公司、杭州悠可	指	杭州悠可化妆品有限公司
香港悠可	指	悠可化妆品有限公司, 英文名称为 UCO Cosmetic Limited, 标的公司全资子公司
宁久微	指	杭州宁久微贸易有限公司, 标的公司全资子公司
杭州洲际	指	杭州洲际化妆品有限公司
本次交易、本次重组、本次重大资产重组	指	青岛金王向交易对方发行股份及支付现金购买其持有的杭州悠可 63%股权; 同时向不超过十名符合条件的特定对象非公开发行股份募集配套资金的行为
审计基准日	指	2016 年 9 月 30 日
报告期、最近两年一期	指	2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月
国泰君安、独立财务顾问	指	国泰君安证券股份有限公司
中兴华、公司会计师	指	中兴华会计师事务所(特殊普通合伙)
元、万元、亿元	指	人民币元、人民币万元、人民币亿元

二、专业术语

电子商务、电商	指	在全球各地广泛的商业贸易活动中, 在因特网开放的网络环境下, 基于浏览器/服务器应用方式, 买卖双方不谋面地进行各种商贸活动, 实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种新型的商业运营模式
代运营	指	电子商务企业帮助传统企业开展网上产品销售的业务模式, 该业务包括线上旗舰店管理维护、网络营销推广、客服、数据分析、仓储物流等服务的提供
淘宝	指	淘宝网, 线上综合购物平台
天猫	指	天猫商城, 线上综合购物平台
京东	指	京东商城, 线上综合购物平台
聚美优品	指	线上购物平台
唯品会	指	线上购物平台

OMS	指	Order Management System，即订单管理系统
WMS	指	Warehouse Management System，即仓库管理系统
TMS	指	Transportation Management System，即运输管理系统
GMV	指	Gross Merchandise Volumn，即商品交易总额
护肤品	指	具有保护皮肤，改善和美化肌肤等功效的产品，包括面膜、眼霜、面霜、精华素、洁面乳、原液等
彩妆	指	粉底、蜜粉、口红、眼影、胭脂等有颜色的化妆品

一、核查范围

（一）杭州悠可主营业务及经营模式说明

1、主营业务简介

杭州悠可系专注于化妆品垂直领域的电子商务企业，为多家国际化妆品品牌商提供多平台、多渠道、全链路的电子商务一站式服务。目前杭州悠可已建立起以代运营天猫官方旗舰店、品牌官网为主，向主流电商平台等线上经销商分销为辅的经营模式。

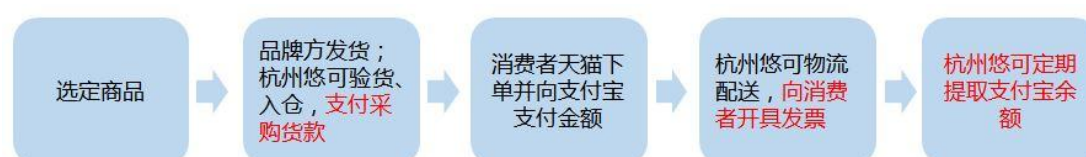
2、主要经营模式及分类

杭州悠可的主要经营模式分为线上品牌代运营和线上分销两种模式：

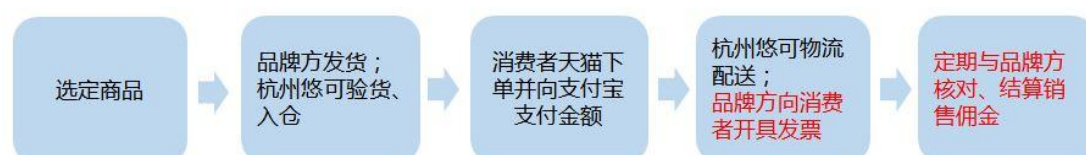
（1）线上品牌代运营模式

线上品牌代运营模式是指杭州悠可在获得化妆品品牌的经营、销售权后，代运营品牌天猫官方旗舰店、品牌官网最终实现产品的销售。品牌代运营模式分为买断销售模式和服务费模式。杭州悠可买断销售模式和服务费模式所提供的服务基本相同，两者的差异主要在于买断销售模式下产品的所有权属于杭州悠可，杭州悠可主要通过赚取差价获取利润；服务费模式下产品所有权属于品牌方，杭州悠可主要通过向品牌方收取服务费获取收入及利润。

线上品牌代运营买断销售业务的主要业务流程图如下：



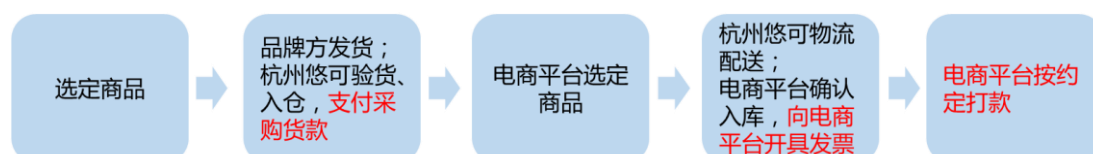
线上品牌代运营服务费业务的主要业务流程图如下：



（2）分销模式

分销模式系指杭州悠可获得品牌方授权后向其采购产品，并以买断式销售或代理销售的形式分销给唯品会、聚美优品、京东等线上平台或其他线上经销商的商业模式，其利润来源主要系采购与销售的产品价差。

分销模式的业务流程图如下：



上述三种具体业务模式流程图中红色文字部分为其在业务流程上的主要区别。

3、报告期内分经营模式收入情况

项目	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度	
	营业收入 (万元)	毛利率 (%)	营业收入 (万元)	毛利率 (%)	营业收入 (万元)	毛利率 (%)
线上品牌代运营- 买断销售模式	19,695.66	29.59	39,628.19	27.92	26,358.22	28.53
线上品牌代运营- 服务费模式	9,363.25	63.23	8,333.77	40.24	5,379.06	33.92
线上分销	22,077.33	15.70	25,647.98	14.24	14,266.71	13.86
合计	51,136.24	29.75	73,609.93	24.55	46,003.99	24.61

4、报告期内各期主要客户、供应商

杭州悠可报告期内前五大客户情况如下：

时间	前五大客户名称	营业收入 (万元)	占总营业收入比 例 (%)
2016 年 1-9 月	唯品会（中国）有限公司	14,609.21	28.57
	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	3,185.64	6.23
	天津聚美优品科技有限公司	2,611.99	5.11
	欧莱雅（中国）有限公司	2,129.12	4.16
	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	2,109.62	4.13
	合计	24,645.58	48.20

2015 年度	唯品会（中国）有限公司	17,769.86	24.14
	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	2,583.73	3.51
	欧莱雅（中国）有限公司	2,145.56	2.91
	杭州洲际化妆品有限公司	1,936.88	2.63
	北京京东世纪贸易有限公司	1,395.04	1.90
	合计	25,831.08	35.09
2014 年度	唯品会（中国）有限公司	6,738.97	14.65
	北京悠可美业化妆品有限公司	3,198.68	6.95
	欧莱雅（中国）有限公司	2,849.64	6.19
	上海仪菲商贸有限公司	1,762.82	3.83
	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	1,431.88	3.11
	合计	15,981.98	34.74

杭州悠可报告期内前五大供应商情况如下：

时间	前五大供应商名称	采购额 (万元)	占总采购额比例 (%)
2016 年 1-9 月	欧莱雅（中国）有限公司	19,746.17	47.22
	娇韵诗化妆品（上海）有限公司	6,005.83	14.36
	北京爱博信化妆品商贸有限公司	5,275.81	12.62
	普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	2,899.89	6.93
	安婕妤化妆品科技股份有限公司	1,885.33	4.51
	合计	35,813.03	85.64
2015 年度	欧莱雅（中国）有限公司	20,995.79	33.92
	娇韵诗化妆品（上海）有限公司	7,849.73	12.68
	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	7,399.17	11.95
	北京爱博信化妆品商贸有限公司	6,510.61	10.52
	菲诗小铺（上海）化妆品销售有限公司	6,372.80	10.29
	合计	49,128.10	79.36
2014 年度	欧莱雅（中国）有限公司	14,885.44	41.31
	菲诗小铺（上海）化妆品销售有限公司	5,889.44	16.34
	北京爱博信化妆品商贸有限公司	5,101.51	14.16

	娇韵诗化妆品（上海）有限公司	2,934.93	8.15
	乐金生活健康贸易（上海）有限公司	2,559.40	7.10
	合计	31,370.71	87.06

（二）核查的具体范围

根据对杭州悠可主营业务及经营模式情况的了解及分析，独立财务顾问及公司会计师认为杭州悠可的竞争优势主要体现在其与众多中高端化妆品品牌方、大型电商平台之间稳定的合作关系，以及杭州悠可较为深厚的服务能力与经验。

报告期内，杭州悠可的主要客户及供应商以化妆品品牌方、大型电商平台为主。在品牌代运营的买断销售模式下，虽然最终销售客户为终端消费者，但销售及结算过程通过天猫平台发生，且销售利润率低、终端消费者分散度高，因此个别终端消费者对杭州悠可业务的影响很小。

有鉴于此，本次核查过程中，杭州悠可与化妆品品牌方、大型电商平台之间的合作关系、交易情况是最重要的核查部分。同时，作为电子商务企业，IT 管理系统是有序开展业务的基础，杭州悠可 IT 管理系统的有效性、完整性、安全性亦是较为重要的核查部分。本次核查的具体范围主要如下：

- 1、杭州悠可报告期内与主要客户及供应商（化妆品品牌方、大型电商平台）之间的交易真实性；
- 2、杭州悠可 IT 管理系统的有效性、完整性、安全性；
- 3、通过大数据分析，核查杭州悠可报告期内终端销售情况的合理性；
- 4、杭州悠可报告期内关联销售的真实性。

二、核查方法

（一）客户、供应商核查

- 1、查阅业务合同；
- 2、向客户、供应商函证交易金额、往来余额；
- 3、对主要客户、供应商进行实地走访与访谈；

4、查验与向客户、供应商进行支付、收款有关的银行流水、支付宝流水、相关凭证；

5、执行截止性测试以核查报告期内收入、成本是否存在跨期的情况。

（二）IT 管理系统核查

1、了解 IT 管理系统架构及业务流程；

2、验证 IT 管理系统与外部平台对接的匹配性；

3、进行穿行测试、控制测试，查验 IT 管理系统的有效性、安全性。

（三）终端销售数据分析

1、结合 IT 审计，对订单金额集中度、终端消费者地域分布、订单金额分组、物流费用、退货量等数据进行分析，核查是否存在异常情况；

2、结合 IT 审计，对杭州悠可“双十一”、“双十二”活动期间天猫旗舰店买断销售收入情况进行专项核查；

3、对单用户金额相对较高的订单进行专项统计及核查，查验交易的真实性、合理性。

（四）关联销售核查

1、向报告期内曾具有关联关系的客户函证报告期内关联交易金额，核查销售定价情况；

2、核查关联交易对应的交易流水、相关凭证，查验关联交易的真实性。

三、核查情况

（一）客户、供应商核查

1、查阅业务合同

独立财务顾问与公司会计师获取了杭州悠可报告期的合同台账，并核查了 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月杭州悠可与品牌方、电商平台分别签订的主要合作协议。同时，通过向主要供应商、客户及合作电商平台发放询证函及现

场走访的形式核查合同真实性及其执行情况，确认合同签订时间、交易金额及资金往来状况等。经核查，杭州悠可报告期内主要业务合同的签订和执行未见异常。

2、函证、走访、查验资金流水等

独立财务顾问与公司会计师通过函证、查验资金流水及凭证等方式对杭州悠可报告期内与主要客户与供应商的交易真实性情况进行了核查。对于部分重要化妆品品牌方及大型电商平台，独立财务顾问与公司会计师通过现场走访，进一步核查了双方合作关系、交易金额等情况。

(1) 客户回函情况

独立财务顾问与公司会计师向杭州悠可报告期内主要客户及天猫平台进行了函证核查，回函金额分别占 2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月杭州悠可营业收入的 87.55%、81.47%及 88.13%，核查覆盖率较高，能够有效支撑核查结论。经核查，杭州悠可报告期内销售情况具备真实性。

单位：万元

期间	回函金额	营业收入	占收入比例
2014 年度	40,277.21	46,003.99	87.55%
2015 年度	59,972.38	73,609.93	81.47%
2016 年 1-9 月	45,064.07	51,136.24	88.13%

注：经核查，回函金额未发现异常；回函金额包含品牌代运营买断销售模式下与天猫的结算数据。

(2) 主要客户核查情况

独立财务顾问与公司会计师通过发函、现场走访、核查资金流水及凭证等方式对杭州悠可报告期内主要客户进行了核查，总体覆盖 2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月营业收入的 96.29%、87.01%及 88.13%。除了对销售数据进行验证，本次专项核查也通过现场走访核查了双方的交易背景、合作模式、业务稳定性等情况。经核查，杭州悠可与主要客户业务往来真实。

主要核查客户情况如下：

客户名称	核查方式	占 2014 年度 收入比例	占 2015 年度 收入比例	占 2016 年 1-9 月 收入比例
------	------	-------------------	-------------------	------------------------

浙江天猫技术有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	55.02%	41.97%	35.20%
唯品会（中国）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	14.65%	24.14%	28.57%
雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	3.11%	3.51%	6.23%
天津聚美优品科技有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	0.11%	1.26%	5.11%
欧莱雅（中国）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	6.19%	2.91%	4.16%
普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	-	1.35%	4.13%
菲诗小铺（上海）化妆品销售有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	8.73%	5.53%	2.28%
娇韵诗化妆品（上海）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	1.06%	1.20%	1.36%
杭州洲际化妆品有限公司	函证、核查资金流水及凭证	0.45%	2.63%	1.10%
北京悠可美业化妆品有限公司	函证、核查资金流水及凭证	6.95%	-	-
北京京东世纪贸易有限公司	函证、核查资金流水及凭证	-	1.90%	-
聚美香港有限公司	函证、核查资金流水及凭证	-	0.61%	-
合计		96.29%	87.01%	88.13%

注：表格中浙江天猫技术有限公司对应的收入金额为品牌代运营买断销售模式下天猫官方旗舰店的当期结算收入金额。

（3）供应商回函情况

独立财务顾问与公司会计师向杭州悠可报告期内主要供应商进行了函证核查，回函金额分别占 2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月杭州悠可采购金额的 91.08%、77.08%及 95.64%，核查覆盖率高，能够有效支撑核查结论。经核查，杭州悠可报告期内采购情况具备真实性。

单位：万元

期间	回函金额	采购金额	占采购金额比例
----	------	------	---------

2014 年度	32,817.96	36,032.20	91.08%
2015 年度	47,713.19	61,902.04	77.08%
2016 年 1-9 月	39,992.84	41,817.16	95.64%

(4) 主要供应商核查情况

独立财务顾问与公司会计师通过发函、现场走访、核查资金流水及凭证等方式对杭州悠可报告期内主要供应商进行了核查，总体覆盖 2014 年度、2015 年度及 2016 年 1-9 月采购金额的 91.08%、89.03%及 96.89%。除了对采购金额进行验证，本次专项核查也通过现场走访核查了双方的交易背景、合作模式、业务稳定性等情况。经核查，杭州悠可向主要供应商的采购情况真实。

主要核查供应商情况如下：

供应商名称	核查方式	占 2014 年度 采购额比例	占 2015 年度 采购额比例	占 2016 年 1-9 月 采购额比例
欧莱雅（中国）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	41.31%	33.92%	47.22%
娇韵诗化妆品（上海）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	8.15%	12.68%	14.36%
北京爱博信化妆品商贸有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	14.16%	10.52%	12.62%
普罗旺斯欧舒丹贸易（上海）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	-	9.67%	6.93%
菲诗小铺（上海）化妆品销售有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	16.34%	10.29%	4.75%
安婕好化妆品科技股份有限公司	函证、核查资金流水及凭证	-	-	4.51%
SamJan(UNISGLOBALCOSMETIC(HK)LIMITED)	函证、核查资金流水及凭证	-	-	2.66%
科蒂商贸（上海）有限公司	函证、核查资金流水及凭证	-	-	1.51%
乐金生活健康贸易（上海）有限公司	函证、走访、核查资金流水及凭证	7.10%	11.95%	1.25%
思亲肤化妆品贸易（上海）有限公司	函证、核查资金流水及凭证	2.71%	-	1.07%
伊罗奇国际贸易（上海）有限公司	函证、核查资金流水及凭证	1.28%	-	-
杭州菲丝凯化妆品有限公司	函证、核查资金流水	0.02%	-	-

	及凭证			
合计		91.08%	89.03%	96.89%

3、截止性测试

独立财务顾问与会计师通过抽取杭州悠可截止2014年12月31日前后15天处于业务会计记录归属期的项目、截止2015年12月31日前后15天处于业务会计记录归属期的项目、截止2016年9月30日前后15天处于业务会计记录归属期的项目，核查营业收入是否准确结转、营业收入是否记录于正确的会计期间。经核查，报告期内杭州悠可收入确认不存在跨期。

（二）IT 管理系统核查

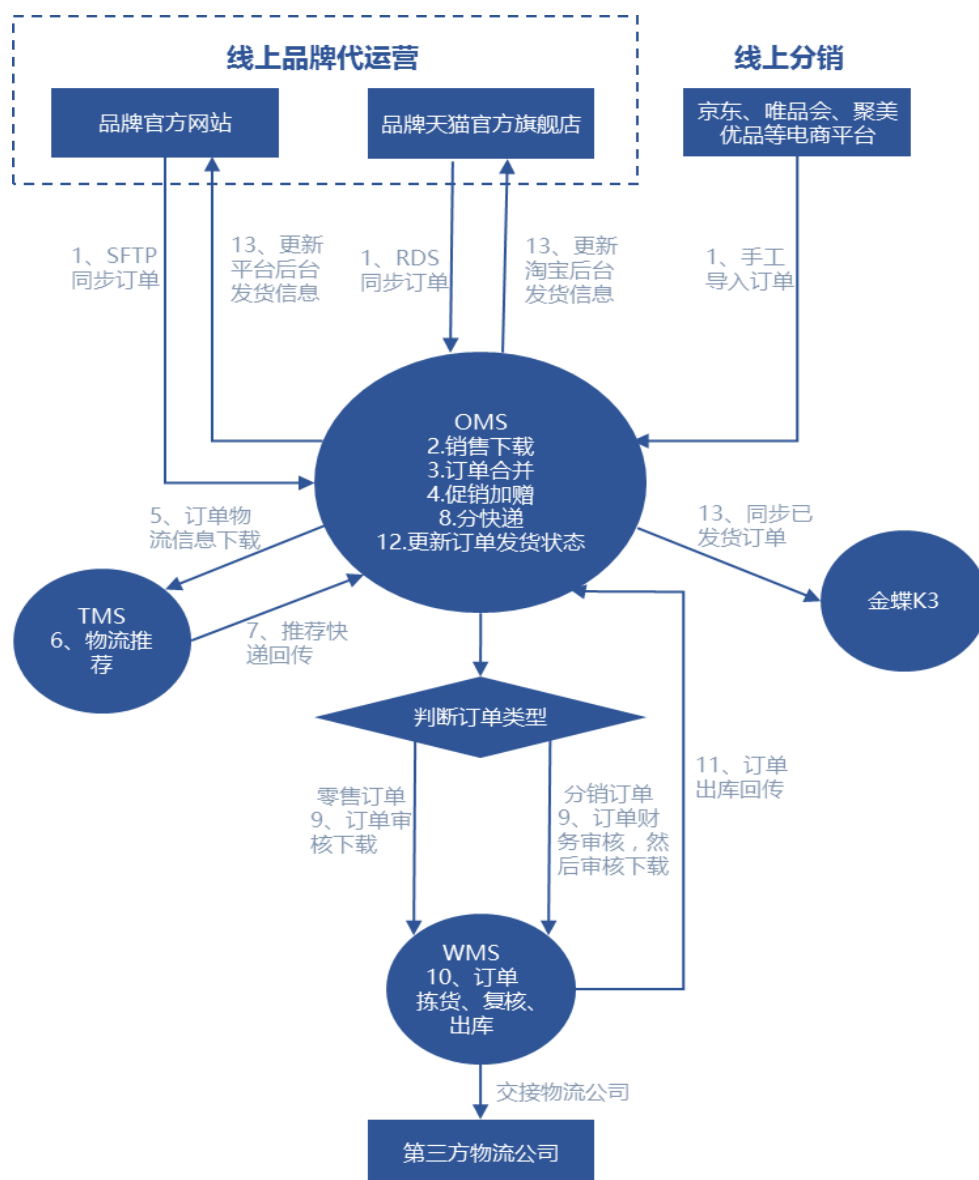
本次交易相关审计工作执行了 IT 审计程序，主要程序涵盖了解 IT 管理系统架构及业务流程、验证系统与外部平台对接的匹配性、进行控制测试、进行系统数据分析等内容，具体情况如下：

1、了解系统架构及业务流程

通过访谈、研究等方式，深入了解杭州悠可 IT 管理系统的架构、分部功能及数据流程。

杭州悠可的 IT 管理系统主要由自主开发的 WMS（仓储管理系统）、TMS（运输管理系统）、OMS（订单管理系统）和外购的金蝶 K3 组成。其中，WMS 主要负责库存商品的订单拣货、复核和出库，并和 OMS、第三方物流对接；TMS 主要负责合适的物流推荐并回传物流推荐信息至 OMS；OMS 主要负责销售订单核算管理，与天猫、品牌官网等网络销售平台对接，并将订单信息反馈给 WMS；金蝶 K3 则对接 OMS，将出入库信息、存货核算、成本核算等数据汇总，形成相应的财务总账信息。

杭州悠可 IT 管理系统之间的数据流程图如下：



2、验证系统与外部平台对接的匹配性

IT 管理系统能够真实记录与统计业务数据是保持业务流程顺畅进行的基础，因此本次 IT 审计人员通过抓取与统计天猫平台销售数据、向唯品会、京东和聚美优品平台的销售数据等，比对核实上述外部平台数据与杭州悠可 IT 管理系统记录数据之间的匹配度，比对结果未见异常。

3、进行控制测试

本次 IT 审计人员通过进行穿行测试与原始交易数据传递控制测试，对杭州悠可 IT 管理系统间数据传递的有效性进行了验证，具体情况如下：

（1）穿行测试

本次 IT 审计人员自行创建淘宝账号在天猫购买产品，并对付款、发货、收货等一系列操作进行天猫前后台和杭州悠可 IT 管理系统的数据核对。经 60 笔穿行测试核实，杭州悠可业务管理系统内记录的流程与杭州悠可代运营模式下买断销售模式业务流程相吻合，各 IT 管理系统间数据传递具有有效性。

（2）原始交易数据传递控制测试

1) 线上品牌代运营业务买断销售模式

本次 IT 审计人员根据天猫后台原始订单记录，与 OMS 接口获取的订单明细按订单号、付款时间及付款金额进行核对，核实 IT 管理系统间数据传递的完整性和准确性，测试结果未见异常。具体情况如下：

平台	控制测试笔数			测试结果
	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	
天猫	1,300	1,000	1,000	未见异常

除上述控制测试外，IT 审计人员特别从天猫后台抽取“双十一”、“双十二”活动的订单记录，与 OMS 接口获取的订单明细按订单号、付款时间及付款金额进行核对，进一步核实业务系统间数据传递的完整性和准确性，测试结果未见异常。具体情况如下：

平台	控制测试笔数		测试结果
	2015 年活动	2014 年活动	
天猫	300	300	未见异常

2) 线上品牌代运营业务服务费模式

本次 IT 审计人员选择线上品牌代运营服务费模式的主要合作品牌雅诗兰黛、倩碧和欧舒丹，从天猫后台抽取原始订单记录，与 OMS 接口获取的订单明细按订单号、付款时间及付款金额进行核对，核实 IT 管理系统间数据传递的完整性和准确性，测算根据杭州悠可与品牌方约定条款计算出的服务费收入，测试结果未见异常。此模式下天猫官方旗舰店的所有权及对应支付宝账户系品牌方所有，但杭州悠可可查询到上述相关信息。具体情况如下：

合作品牌	控制测试笔数			测试结果
	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	
雅诗兰黛	100	100	100	未见异常
倩碧	100	100	100	未见异常
欧舒丹	100	-	-	未见异常

注：2016 年度，杭州悠可与欧舒丹的合作模式从买断销售模式转为服务费模式，故此部分仅对 2016 年 1-9 月欧舒丹相关数据进行控制测试。

3) 分销模式

本次 IT 审计人员根据唯品会、京东、聚美优品电商平台后台原始订单记录，与 OMS 接口获取的订单明细按订单号、付款时间及付款金额进行核对，核实 IT 管理系统间数据传递的完整性和准确性，测试结果未见异常。具体情况如下：

平台	控制测试笔数			测试结果
	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度	
唯品会	200	200	100	未见异常
京东	50	100	50	未见异常
聚美优品	100	100	100	未见异常

(三) 终端销售数据分析

杭州悠可使用 OMS，通过数据接口自动从天猫抓取下游客户下单数据，通过 WMS 给下游客户发货。杭州悠可在第三方物流发货后确认收入，并结转相应成本。

本次 IT 审计人员从上述系统的后台数据库获取销售订单数据对杭州悠可确认收入进行核对，并通过订单金额集中度、消费者地域、订单金额分组、重复购买情况、购买金额较大的用户情况、物流费用情况、退货量分析和“双十一、双十二”活动天猫旗舰店买断销售收入情况专项核查等方式对杭州悠可线上品牌代运营业务销售收入的真实性进行核查、分析。

1、订单金额集中度分析

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务的订单数量分别为 1,811,090 笔、2,843,714 笔和 2,185,860 笔。IT 审计人员通过 OMS

查询 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月的交易金额前 1,000 笔订单的详细记录，以统计线上品牌代运营业务的收入来源集中度情况，具体如下：

(1) 2016 年 1-9 月

单位：元

项目	交易金额	占比（%）
交易前 20 笔	816,318.00	0.15
交易前 100 笔	1,765,639.00	0.32
交易前 1000 笔	5,561,045.50	1.01
线上品牌代运营业务商品交易总额（GMV）	553,052,116.20	100.00

(2) 2015 年度

单位：元

项目	交易金额	占比（%）
交易前 20 笔	724,776.00	0.09
交易前 100 笔	1,496,638.00	0.19
交易前 1000 笔	5,913,997.83	0.77
线上品牌代运营业务商品交易总额（GMV）	771,678,766.67	100.00

(3) 2014 年度

单位：元

项目	交易金额	占比（%）
交易前 20 笔	1,146,500.00	0.27
交易前 100 笔	1,704,320.18	0.40
交易前 1000 笔	5,163,405.06	1.20
线上品牌代运营业务商品交易总额（GMV）	429,254,237.80	100.00

注：线上品牌代运营业务商品交易总额（GMV）系指杭州悠可在买断销售、服务费两种模式下代运营的品牌天猫官方旗舰店、品牌官网向消费者出售商品的合计金额，并非直接对应杭州悠可的营业收入。

上述收入集中度统计结果表明，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月杭州悠可前 1,000 笔订单交易金额的合计数均低于线上品牌代运营业务商品交易总额的 2%，较为分散。

此外，本次 IT 审计人员核查了 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月杭州悠可线上品牌代运营买断销售模式单笔交易金额前 60 笔和服务费模式单笔交易金额前 20 笔订单的订单记录、发货单、快递单、支付宝或银行转账记录，未见异常。

2、终端消费者地域分析

本次 IT 审计人员根据 OMS 抓取的 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-9 月的线上品牌代运营业务中订单对应终端消费者的收货地域统计终端消费者地域分布情况，结果如下：

单位：元

地区	2016 年 1-9 月		2015 年度		2014 年度	
	商品交易总额 (GMV)	占比 (%)	商品交易总额 (GMV)	占比 (%)	商品交易总额 (GMV)	占比 (%)
华东	228,054,799.32	41.24	325,760,439.11	42.21	178,211,640.95	41.52
华北	74,446,381.27	13.46	105,744,686.99	13.70	58,678,703.60	13.67
华中	67,021,197.19	12.12	89,813,563.06	11.64	51,422,250.19	11.98
西南	66,654,462.99	12.05	91,502,736.80	11.86	50,271,394.60	11.71
华南	57,843,500.56	10.46	76,085,329.80	9.86	40,549,605.72	9.45
东北	31,600,693.00	5.71	45,195,655.05	5.86	28,678,473.14	6.68
西北	27,431,071.97	4.96	37,576,168.70	4.87	21,442,169.60	5.00
其他	9.90	0.00	187.16	0.00	0.00	0.00
合计	553,052,116.20	100.00	771,678,766.67	100.00	429,254,237.80	100.00

经统计发现，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务的终端消费者遍布全国，华东占比较高，未见异常。

3、订单金额分组分析

本次 IT 审计人员根据 OMS 抓取的 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-9 月的线上品牌代运营业务的每笔订单金额进行分组，以分析各类型订单的交易金额占比情况，具体情况如下：

(1) 2016 年 1-9 月

每笔订单金额（元）	订单数	累计订单金额（元）	平均订单交易金额（元）	交易金额占比（%）
0-100（不含）	672,024	35,655,998.14	53.06	6.45
100-500（不含）	1,239,272	276,919,810.97	223.45	50.07
500-1000（不含）	201,749	136,126,117.22	674.73	24.61
1,000-2,000（不含）	65,359	83,059,560.86	1,270.82	15.02
2,000 以上	7,456	21,290,629.01	2,855.50	3.85
合计	2,185,860	553,052,116.20	253.01	100.00

（2）2015 年度

每笔订单金额（元）	订单数	累计订单金额（元）	平均订单交易金额（元）	交易金额占比（%）
0-100（不含）	1,033,940	61,073,848.48	59.07	7.91
100-500（不含）	1,395,932	317,834,935.02	227.69	41.19
500-1000（不含）	279,399	191,663,336.46	685.98	24.84
1,000-2,000（不含）	117,980	155,275,401.18	1,316.12	20.12
2,000 以上	16,463	45,831,245.53	2,783.89	5.94
合计	2,843,714	771,678,766.67	271.36	100.00

（3）2014 年度

每笔订单金额（元）	订单数	累计订单金额（元）	平均订单交易金额（元）	交易金额占比（%）
0-100（不含）	664,767	36,549,880.69	54.98	8.51
100-500（不含）	939,909	200,757,424.40	213.59	46.77
500-1000（不含）	146,417	101,004,947.39	689.84	23.53
1,000-2,000（不含）	52,746	70,407,042.78	1,334.83	16.40
2,000 以上	7,251	20,534,942.54	2,832.02	4.78
合计	1,811,090	429,254,237.80	237.01	100.00

经统计发现，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营模式下的订单中，金额在 100-500 元区间的订单比例较高；同时，各期单笔大额交易（2,000 元以上）占总交易金额比重不大，均在 6%以内，金额分组情况未见异常。

4、重复购买情况分析

本次 IT 审计人员根据 OMS 抓取 2014 年度、2015 年度、2016 年 1-9 月的线上品牌代运营业务中订单对应消费者的购买次数，并统计消费者重复购买情况，结果如下：

项目	购买 1 次的消费者占比	购买 2 次的消费者占比	购买 3-5 次的消费者占比	购买 6 次及以上的消费者占比
2016 年 1-9 月	81.27%	13.21%	5.03%	0.49%
2015 年度	77.07%	14.99%	7.06%	0.88%
2014 年度	79.92%	13.74%	5.73%	0.60%

由上表可见，报告期内在杭州悠可代运营的天猫官方旗舰店消费的终端消费者中，仅购买 1 次的消费者占比最大，重复购买 6 次及以上的消费者占比很小，数据未见异常。

5、购买金额较大的用户分析

本次 IT 审计人员根据 OMS 抓取的杭州悠可 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月线上品牌代运营业务中订单对应用户的消费金额，对购买金额 3 万元以上用户的消费情况进行分析与核查，具体情况如下：

(1) 购买金额 3 万元以上用户的总体情况

2014 年、2015 年及 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金额 3 万元以上用户数及订单数量情况如下：

项目	购买 3 万元以上用户数	购买 3 万元以上用户订单数	总订单数	占比
2016 年 1-9 月	14	179	2,185,860	0.01%
2015 年	23	446	2,843,714	0.02%
2014 年	7	241	1,811,090	0.01%

由上表可见，2014 年、2015 年及 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金额 3 万元以上用户数较少，且订单数占总订单数比例很小，未见异常。

2014 年、2015 年及 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金

额 3 万元以上用户商品交易金额情况如下：

单位：万元

项目	购买 3 万元以上用户商品交易金额	代运营模式商品交易总额	占比
2016 年 1-9 月	1,272,462.00	553,052,116.20	0.23%
2015 年	1,180,608.72	771,678,766.67	0.15%
2014 年	1,282,170.81	429,254,237.80	0.30%

由上表可见，2014 年、2015 年及 2016 年 1-9 月，杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金额 3 万元以上用户商品交易金额占该模式下商品交易总额比例很小，对杭州悠可报告期内的经营业绩不具有重大影响。

（2）电话回访情况

独立财务顾问与公司会计师通过电话回访形式对上述购买金额 3 万元以上的用户情况进行了核查，核查内容包括购买行为的真实性、购买产品用途、相关用户是否与杭州悠可员工具有关联关系等情况。经核查，未见异常。

同时，独立财务顾问与公司会计师对上述订单的订单记录、发货单、快递单、支付宝转账记录进行了核查，未见异常。

（3）核查结论

通过 IT 审计结果分析，杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金额 3 万元以上用户的订单数量和金额及对应占比均很小，对杭州悠可报告期内的经营业绩不具有重大影响。

此外，经电话回访核查杭州悠可线上品牌代运营业务中购买金额 3 万元以上用户的购买行为真实性、合理性，未见异常。

6、物流费用情况分析

本次 IT 审计人员根据 OMS 抓取的杭州悠可 2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月线上品牌代运营业务的订单数量，与各期线上品牌代运营业务的物流费用进行比对，具体情况如下：

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
----	--------------	---------	---------

订单数	2,185,860	2,843,714	1,811,090
物流费用（元）	15,487,009.49	20,979,451.39	15,056,631.24

由上表可见，报告期内杭州悠可线上品牌代运营业务各期物流费用的变化趋势与各期的订单数量较为吻合。单笔订单涉及的物流费用金额及变动趋势较为合理，符合行业一般水平。

7、退货量分析

天猫官方旗舰店的退货分为两种：（1）终端消费者未确认收货的退货，该部分金额可以从淘宝后台获取；（2）终端消费者已确认收货后退货，该部分金额可以从退货支付宝账户中获取。根据 IT 审计人员的汇总统计，2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月线上品牌代运营业务中杭州悠可的退货情况如下：

单位：元

项目	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
线上品牌代运营业务商品交易总额（GMV）	553,052,116.20	771,678,766.67	429,254,237.80
退货金额	11,951,503.91	15,015,211.29	3,871,269.96
退货率	2.16%	1.95%	0.90%

2014 年度、2015 年度和 2016 年 1-9 月线上品牌代运营业务中杭州悠可天猫的退货金额占商品交易总额（GMV）的比例很低。此外，IT 审计人员对退货明细进行了核查，未见异常。

8、“双十一”、“双十二”活动天猫旗舰店买断销售收入情况专项核查

通过计算机辅助审计，IT 审计人员对 2014 年度、2015 年度“双十一”、“双十二”电商节当天杭州悠可天猫官方旗舰店线上品牌代运营业务买断销售模式收入情况进行了专项核查，具体情况如下：

（1）终端消费者区域分布与 2014 年度、2015 年度全年的区域分布基本一致；

（2）2014 年度、2015 年度的“双十一”、“双十二”活动日 0-7 点交易金额占比分别为 33.61%、48.79%，占比较大，与“双十一”、“双十二”电商平台的

消费情况一致，各时间段订单金额的价格分布相近，未见异常；

(3) 平均每笔订单金额集中在 0-1,000 元区间，占比为 71.46%，平均每笔交易金额大于 2,000 元以上的交易总额占当日交易总额的比例为 5.73%，交易分布较为分散；

(4) 2014 年度、2015 年度终端消费者在活动当天付款后，杭州悠可一周内发货的订单总额占当日交易总额的比例分别为 99.14%、99.87%，发货时间未见异常。

综上，经核查，通过计算机辅助审计，杭州悠可业务管理系统有效性较强，线上品牌代运营业务中收入集中度、终端消费者地域、订单金额分组、物流费用情况、退货量和“双十一”、“双十二”活动天猫官方旗舰店买断销售收入分析等方面均未见异常情况。

(四) 关联销售核查

针对杭州悠可报告期内的关联交易情况，独立财务顾问及公司会计师通过了解交易背景、函证交易金额、核对交易流水及凭证等方式进行了核查。经核查，杭州悠可与报告期内曾具有关联关系的杭州洲际 2014 年、2015 年及 2016 年交易情况真实、合理，商品销售定价高于成本 10%，内料销售定价高于成本 1%，定价合理。

杭州悠可主要管理人员黄冰欢曾持有部分杭州洲际股权，杭州悠可与杭州洲际于 2014 年开展合作，当时主要为了尝试小品牌产品的经营及销售。随着杭州悠可于 2016 年内与杭州洲际不再具有关联交易，且双方逐步停止原合作业务，目前已不再计划继续进行交易。

单位：元

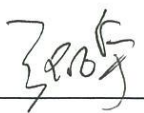
关联方	2016 年 1-9 月	2015 年度	2014 年度
杭州洲际化妆品有限公司	5,609,137.44	19,368,827.62	2,057,325.46
合计	5,609,137.44	19,368,827.62	2,057,325.46

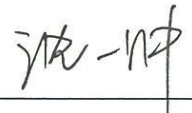
四、核查结论

经执行以上主要核查程序，独立财务顾问认为：本次独立财务顾问及公司会计师针对杭州悠可报告期内业绩真实性的核查范围及覆盖率充分，对于重要事项的核查手段未受到限制，可有效保证得出核查结论。经核查，报告期内杭州悠可的业绩是其经营成果的真实体现。

（以下无正文）

（本页无正文，为《国泰君安证券股份有限公司关于杭州悠可化妆品有限公司业绩真实性之专项核查报告》之签章页）

项目主办人： 
张征宇


沈一冲

