



中汇会计师事务所(特殊普通合伙)
Zhonghui Certified Public Accountants LLP

地址 (Add): 中国杭州市钱江新城新业路8号UDC时代大厦A座6层

邮编 (P.C): 310016

电话 (Tel): 0571-88879999

传真 (Fax): 0571-88879000

www.zhcpa.cn

**关于杭州壹网壹创科技股份有限公司
申请向特定对象发行股票的审核问询函
有关财务问题回复的专项说明**



关于杭州壹网壹创科技股份有限公司 申请向特定对象发行股票的审核问询函 有关财务问题回复的专项说明

中汇会专[2021]0326号

深圳证券交易所:

根据贵所 2021 年 1 月 19 日出具的《关于杭州壹网壹创科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函》(审核函[2021] 020021 号)(以下简称问询函)的要求,我们作为杭州壹网壹创科技股份有限公司(以下简称公司或发行人)申请向特定对象发行股票的会计师,对问询函有关财务问题进行了认真分析,并补充实施了核查程序。现就问询函有关财务问题回复如下:

问询函问题 5

报告期内,发行人主营业务收入分别为 70,417.30 万元、101,214.54 万元、144,571.59 万元、81,537.34 万元,扣非后净利润分别为 13,291.36 万元、15,112.98 万元、20,152.25 万元、15,177.69 万元,综合毛利率分别为 46.83%、42.55%、42.90%、43.63%;主要客户百雀羚对发行人主营业务收入的占比分别为 73.05%、61.17%、49.76%、31.79%,占比持续减少的主要原因为合作模式发生变化。

请发行人补充说明或披露:(1)按收入来源的主要平台(如京东、淘宝、唯品会等)和下游主要行业划分,说明报告期内主营业务收入的金额及占比情况;(2)结合公司业务模式、与上游供应商以及下游客户的定价模式、同行业可比公司情况等,补充说明各类业务毛利率保持较高水平的原因及合理性;(3)说明最近一期扣非后净利润同比增加 58.38%的原因及合理性;(4)结合与百雀羚合作模式的具体变化,

说明最近一期对百雀羚实现的收入大幅下降的原因,与同类业务的其他主要客户的合作模式是否存在上述改变的风险,并就对公司未来经营业绩的影响进行重大风险提示。

请保荐人、会计师对以上事项进行核查并发表明确意见。

回复:

一、按收入来源的主要平台(如京东、淘宝、唯品会等)和下游主要行业划分,说明报告期内主营业务收入的金额及占比情况

报告期内,公司主营业务收入按平台划分情况如下:

单位:万元

平台	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
天猫	61,469.25	75.39	113,569.29	78.56	83,658.54	82.65	66,771.37	94.82
唯品会	18,000.13	22.08	30,642.37	21.20	16,597.50	16.40	3,401.03	4.83
京东	783.61	0.96	-	-	-	-	-	-
其他	1,284.34	1.57	359.93	0.25	958.50	0.95	244.89	0.35
小计	81,537.34	100.00	144,571.59	100.00	101,214.54	100.00	70,417.29	100.00

由上表可见,报告期内公司收入主要来自天猫平台;随着公司不断拓展业务开展平台,来自天猫平台的收入占比呈下降趋势。

报告期内,公司主营业务收入按行业类目划分情况如下:

单位:万元

类目	2020年1-9月		2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
美妆	66,886.93	82.03	134,990.66	93.37	94,323.63	93.19	64,627.27	91.78
日化	7,051.83	8.65	9,456.62	6.54	6,119.67	6.05	5,782.42	8.21
家电、 电器	4,933.39	6.05	-	-	-	-	-	-
其他	2,665.18	3.27	124.31	0.09	771.24	0.76	7.6	0.01
小计	81,537.34	100.00	144,571.59	100.00	101,214.54	100.00	70,417.30	100.00

由上表可见,公司收入主要来自于美妆、日化类目的品牌线上服务;2020年以来,公司服务类目不断扩展,来自美妆、日化类目的收入占比有所下降。

二、结合公司业务模式、与上游供应商以及下游客户的定价模式、同行业可比公司情况等，补充说明各类业务毛利率保持较高水平的原因及合理性

(一) 公司整体主营业务毛利率

报告期内，发行人主营业务收入及毛利率情况如下：

单位：万元

业务类别		2020 年 1-9 月		2019 年度		2018 年度		2017 年度	
		收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率	收入	毛利率
品牌线上服务	营销服务	33,927.93	46.28%	81,835.98	42.20%	62,506.58	41.58%	49,464.60	39.92%
	管理服务	27,531.11	60.10%	33,127.03	70.84%	22,872.50	65.28%	19,887.34	66.02%
线上分销		20,078.29	16.59%	29,519.52	13.57%	15,145.32	12.73%	1,065.35	9.32%
其他		-	-	89.07	16.01%	690.14	31.57%	-	-
主营业务		81,537.34	43.63%	144,571.60	42.90%	101,214.54	42.55%	70,417.30	46.83%

[注]2020 年 1-9 月数据为未经审计数据。

报告期各期发行人主营业务毛利率分别为 46.83%、42.55%、42.90%和 43.63%。发行人主营业务毛利率报告期各期较为稳定，略有小幅波动，主要系不同业务类别毛利率存在较大差异，不同业务的收入占比不同所致。

(二) 品牌线上营销服务毛利率

品牌线上营销服务指发行人在分析品牌方产品的特点、现状的基础上，为品牌方量身定制并执行线上运营服务，发行人向品牌方采购产品销售给终端消费者，以此赚取服务差价，该业务模式下，发行人的客户为终端消费者，供应商为品牌方。

报告期各期发行人品牌线上营销服务毛利率分别为 39.92%、41.58%、42.20%和 46.28%，整体呈上升趋势，主要系报告期内营销服务产品客单价整体呈上升趋势、客单成本逐年下降所致。由于报告期内公司品牌线上营销服务收入主要来自百雀羚，以下对百雀羚进行分析说明。

发行人根据品牌方的终端销售指导价的一定折扣进行采购，并根据品牌方的电商平台终端销售价格指导文件进行销售，通常发行人的销售价格需维持在市场指导价的 9 折以上，活动期间的折扣力度需要与品牌方沟通，共同商议活动价格政策。

发行人品牌线上营销服务模式下百雀羚(含三生花)的销售收入和成本、销售订单数量和客单价等情况如下：

项目	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营销服务收入(万元)	23,873.36	68,918.04	59,671.73	48,924.00
营销服务成本(万元)	12,770.15	38,133.88	34,809.86	29,385.96
订单数(万张)	202.60	577.88	521.59	434.17
客单价(元/单)	117.83	119.26	114.40	112.68
客单成本(元/单)	63.03	65.99	66.74	67.68
毛利率	46.51%	44.67%	41.66%	39.94%

注：上述订单数系支付宝到账订单数。

报告期各期，公司的业务规模快速增长，营销服务收入、订单数量和客单价均呈上升趋势。报告期内，公司通过开发设计套装产品，开发高价值感赠品等手段，淡化消费者价格敏感度，提升客单价。在该种营销和定价政策下，百雀羚客单价逐年上升，对公司毛利率增长起到了正面的作用。2020 年 1-9 月客单价略有下降，主要系电商行业销售具有季节性，一般前三季度客单价低，第四季度客单价高所致。客单成本通常与品牌方的供货价格以及终端消费者采购套组的变化相关，报告期客单成本略有下降，整体较稳定。

(三) 品牌线上管理服务毛利率

品牌线上管理服务指发行人在分析品牌方产品的特点、现状的基础上，为品牌方量身定制并执行线上运营服务，最终商品的定价权、存货的风险、对终端客户的责任均归属于品牌方，发行人根据服务效果向品牌方收取服务费用，对应成本为人工、仓配等运营成本。该业务模式下，客户为品牌方。

报告期内发行人品牌线上管理服务毛利率分别为 66.02%、65.28%、70.84%和 60.10%，维持在较高水平。2020 年 1-9 月，公司品牌线上服务毛利率较低，主要受季节性因素影响，电商行业第四季度的营业收入占全年营业收入比重较高，导致公司第四季度包括服务费等营业收入占比较高，而品牌线上管理服务成本相对稳定。

服务费定价系发行人与品牌方商务谈判的结果：品牌方在选择与服务商的合作方式时，会结合自身经营特点、产品特点及发展需求，综合考虑需要服务商提供的服务板块和服务内容；发行人会考虑品牌方的线上销售规模、销售增长预期、自身人员投入等因素协商收费标准。发行人服务费定价模式可以分为固定服务费、销售

额提成、固定服务费+销售额提成三种方式，具体情况如下：

项目	收费模式	适用场景
固定服务费	发行人就其在一定时期内(通常以月度为单位)为品牌方提供的电子商务综合服务收取的固定费用，主要根据发行人所投入的运营、策划、推广、客服人员工资和具体服务内容协商而定。	在合作期间销售额预期较高或平稳的情形下，或服务商仅为品牌方提供某些复杂度或不确定性较低的业务环节运营服务的情形下采用。
销售额提成	发行人就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的销售额乘以约定比例计算而成，该比例主要基于发行人与品牌方的利润率、竞争对手报价和行业平均水平协商而定。	一般在合作期间销售额弹性较大或品牌处于快速发展的推广阶段等情形下采用。
固定服务费+销售额提成	发行人就其在一定时期内为品牌方提供的电子商务综合服务收取固定服务费，同时基于其为品牌方店铺运营实现的销售额乘以约定比例计算提成费用。	一般适用较成熟或稳定发展的品牌。

目前，公司与客户主要采用销售额提成、固定服务费+销售额提成等定价模式，较少单独采用固定服务费定价模式。

线上品牌管理服务成本由人力成本、仓储物流等运营成本构成，以人力成本为主，具体由员工为品牌方提供设计、策划、运营等服务，该类成本支出较为固定；同时，部分品牌方委托公司代为管理及配送商品，由公司负责仓储物流工作。

由线上品牌管理服务业务模式可知，收入主要为根据与品牌方协议约定的固定金额服务收入或根据店铺成交情况的业绩提成，成本以人力资源成本为主，较为固定，收入与毛利率主要取决于店铺的成交总额以及与品牌方协商的业绩提成比例。

(四)线上分销毛利率分析

线上分销指发行人获得品牌方分销业务授权，面向在天猫或淘宝的卖家或其他第三方 B2C 平台分销产品，发行人承担采购、销售推广、物流等成本和费用；发行人向品牌方采购商品，发行人确认交易后，除非因质量问题，存货的风险由发行人承担；发行人向客户销售商品，商品的质量问题由发行人承担。该业务模式下，客户为平台客户和其他客户(中小卖家)，供应商为品牌方。

报告期内发行人线上分销业务毛利率分别为 9.32%、12.73%、13.57%和 16.59%，逐年提高，主要系线上分销业务的平台和品牌构成发生了较大变化，发行人主要为雅顿、爱茉莉、艾杜纱、黑人等品牌提供分销业务。其中爱茉莉旗下品牌、黑人主

要是面向唯品会平台，雅顿、艾杜纱品牌主要面向天猫、淘宝的中小卖家。

分销业务毛利率受以下因素的影响：1、销售对象。公司分销客户分为第三方平台客户和天猫、淘宝中小卖家。其中，第三方平台客户存在运营需求，发行人需为客户提供运营、引流、营销等服务，业务毛利率相对较高；而中小卖家则无上述需求，毛利率相对较低。2、业务合作方式。公司第三方平台客户按商品所有权是否转移分为买断式和非买断式业务，非买断模式下，发行人承担了资金和货物滞销风险，业务毛利率相对较高。3、品牌构成、品牌方经营策略等。在客户均为第三方平台，且收入确认模式相同的情况下，国际知名品牌由于品牌力较强、知名度高，营销推广成本相对较低，品牌方在进行商务谈判时，给予服务商的支持力度相对较小，业务毛利率亦相对较小。

(五)同类业务与同行业可比公司毛利率对比情况

公司毛利率与同行业公司比较情况如下：

公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宝尊电商 (%)	63.17	61.88	62.27	53.78
若羽臣 (%)	32.69	34.25	32.79	33.41
丽人丽妆 (%)	38.92	35.61	36.63	35.20
加权平均值	44.93	43.91	43.90	40.80
发行人 (%)	43.90	43.04	42.59	46.84

注：数据来源：1、宝尊电商：Wind；2、若羽臣：若羽臣招股说明书(2020 年 9 月申报稿)、2020 年第三季度季报；3、丽人丽妆：丽人丽妆招股说明书(2020 年 9 月申报稿)、2020 年第三季度季报。

报告期各期，公司毛利率处于同行业公司中间水平，2017 年毛利率略高于同行业公司，主要系各类业务毛利率水平不同，各类业务销售存在结构性差异所致。

根据已有的公开信息，分具体业务类型的毛利率波动比较分析如下：

业务类型	公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
品牌线上营销服务	若羽臣 (%)	/	34.18	31.75	31.21
	丽人丽妆 (%)	/	37.02	36.14	34.45
	算术平均值 (%)	/	35.60	33.95	32.83
	发行人 (%)	46.28	42.35	41.58	39.92
品牌线上管理服务	若羽臣 (%)	/	80.16	79.82	76.20
	丽人丽妆 (%)	/	43.36	48.39	59.66

业务类型	公司名称	2020 年 1-9 月	2019 年度	2018 年度	2017 年度
	算术平均值 (%)	/	61.76	64.11	67.93
	发行人 (%)	60.10	64.19	65.28	66.02
线上分销	若羽臣 (%)	/	21.38	20.70	23.84
	丽人丽妆 (%)	/	/	/	/
	算术平均值 (%)	/	21.38	20.70	23.84
	发行人 (%)	16.59	13.51	12.73	9.32

注 1：宝尊电商未公开披露其分主营业务的毛利率情况，故主要与若羽臣、丽人丽妆分业务进行毛利率比较；

注 2：对于品牌线上营销服务模式，由于各个公司披露口径不同，丽人丽妆数据取自其招股说明书中“电商零售业务”；若羽臣数据取自“线上代运营模式-零售结算”；

注 3：对于品牌线上管理服务模式，由于各个公司披露口径不同，若羽臣取自“线上代运营模式-服务费结算”，丽人丽妆取自“品牌营销运营服务”，其招股书披露该业务指“公司接受品牌方的委托，负责建设、运营其线上品牌官方旗舰店；或为品牌方就某项产品或活动提供营销推广服务”，系发行人品牌营销管理服务与内容服务两类业务内容；

注 4：对于线上分销业务模式，丽人丽妆未单独披露其毛利率；

注 5：同行业可比公司季报未披露分业务类型的毛利率。

区分主营业务后，发行人品牌线上营销服务和品牌线上管理服务的毛利率与同行业可比公司不存在显著差异，其波动主要系可比公司授权经营的品牌差异和管理差异等所致。以下分业务类型说明发行人与同行业可比公司毛利率对比情况：

1、品牌线上营销服务

品牌线上营销服务的毛利率与所运营的品牌类目、品牌定位、与品牌方合作方式等密切相关。报告期内公司品牌线上营销服务与同行业可比公司毛利率接近，略高于丽人丽妆、若羽臣，丽人丽妆主要零售的品牌为国际知名中高端美妆品牌，因品牌方已具有较高的市场地位，其线上品牌运营商的销售差价较小、毛利率较低；而公司主要运营品牌百雀羚系传统国货品牌，相对而言销售差价较大、毛利率较高；若羽臣零售业务品类包括母婴、美妆个护、保健品及其他多品类品牌，不同品牌/品类产品毛利率差异较大，导致毛利率略低。

2、品牌线上管理服务

品牌线上管理服务的成本主要为人力资源成本、较为固定；收入主要为根据与品牌方协议约定的固定金额服务收入或根据店铺成交情况的业绩提成，收入与毛利率主要取决于店铺的成交总额以及与品牌方协商的业绩提成比例。公司报告期内品牌线上管理服务的毛利率高于丽人丽妆、低于若羽臣，处于行业中间水平，与行业平均毛利率水平差异较小。由于不同公司服务品牌品类的不同、店铺运营人员配置的不同、运营效率的差异及品牌商支付费率的不同，导致毛利率存在差异，上述差异具有合理性。

3、线上分销业务

线上分销业务毛利率取决于品牌构成、品牌方经营策略、支持力度、分销平台、买断式/非买断式等多方面因素。公司分销毛利率低于若羽臣，主要系若羽臣分销业务合作的美妆品牌知名度较低，品牌方给予的价差较高，如美迪惠尔、Holikaholika、思亲肤等，而公司合作的品牌主要为爱茉莉、雅顿，品牌知名度较高，给与公司的毛利相对较低。

三、说明最近一期扣非后净利润同比增加 58.38%的原因及合理性；

公司 2019 年 1-9 月、2020 年 1-9 月扣非后归母净利润分别为 9,583.25 万元(未经审计)和 15,177.69 万元(未经审计)，2020 年 1-9 月扣非后净利润较上期同期增长 58.38%。公司扣非后归母净利润的增长主要原因如下：

1、业务拓展及业务增长对利润贡献增加

2020 年公司持续拓展服务品牌，为艾杜纱等品牌提供品牌线上营销服务，为心相印、泡泡玛特等品牌提供品牌线上管理服务，为艾杜纱、黑人、毛戈平等品牌提供线上分销服务。同时公司大部分原有合作品牌的品牌业务也有良好的增长。业务拓展及业务增长带来的直接毛利额(营业收入-营业成本-销售费用)较 2019 年 1-9 月增加了 4,173.25 万元，上述业务拓展及业务增长对扣非后归母净利润的影响金额约为 3,129.94 万元。

2、收购浙江上佰，对利润贡献增加

2020 年 5 月，公司收购浙江上佰，浙江上佰从事小家电的品牌线上服务业务，为公司拓展了小家电业务，带了一定的业绩增长，上述业务拓展对扣非后归母净利

润的影响金额为 1,203.77 万元。

3、利用闲置资金进行现金管理，存款利息收入增加

公司首次公开发行股票募集资金到位以及公司业务收入增长，公司账面货币资金充裕，公司利用闲置资金进行现金管理，2020 年 1-9 月利息收入大幅增加，利息收入较上年同期增加 1,826.63 万元，对扣非归母净利润影响金额为 1,369.97 万元。

上述因素合计对公司扣非后归母净利润影响金额约为 5,703.68 万元，与 2020 年 1-9 月扣非后归母净利润较上年同期增加额 5,594.45 万元处于可比范围内，故最近一期扣非后净利润同比增加 58.38%，具有合理性。

四、结合与百雀羚合作模式的具体变化，说明最近一期对百雀羚实现的收入大幅下降的原因，与同类业务的其他主要客户的合作模式是否存在上述改变的风险，并就对公司未来经营业绩的影响进行重大风险提示。

报告期内，公司与百雀羚在天猫平台的合作模式为品牌线上营销服务模式；2020 年 8 月，公司全资子公司杭州网阔电子商务有限公司与上海百雀羚化妆品有限公司经友好商定，签订了百雀羚旗舰店《2021 年代运营服务框架协议》，自 2020 年 10 月起，公司与百雀羚在天猫平台的合作模式转换为品牌线上管理服务模式。

2020 年 1-9 月，公司对百雀羚实现的收入大幅下降主要系受疫情影响发货迟缓，及品牌方策略调整所致。具体如下：1、2020 年 1-9 月，公司采购百雀羚货品，存放在公司仓库，并进行销售；公司其中一个存放百雀羚产品的仓库位于湖北省，自 2020 年 1 月 23 日期至 4 月中旬之间无法发货，导致店铺销售受到影响；2、品牌方策略调整，减少参与头部主播直播带货活动，导致大型营销活动期间收入有所下降。

目前，品牌线上服务是公司最主要的业务；具体可分为品牌线上营销服务和品牌线上管理服务两大类。品牌线上营销服务模式下，公司向终端消费者销售产品并赚取差价，公司的服务价值包含在销售收入与营销成本(包括采购成本及各项费用等)的差额中。品牌线上管理服务模式下，公司通过线上运营方案的执行，帮助品牌将产品销售给终端消费者，公司则根据销售结果向品牌方收取服务费盈利。

上述两种合作模式的选择一般根据业务所需开展的平台属性和品牌方要求，由双方协商确定。未来如部分合作品牌方基于自身需要，将合作模式由品牌线上营销服务模式变更为品牌线上管理服务模式，则公司仍可收取服务费来进行盈利，但公司存在收入下滑风险。

五、中介机构的核查及意见

(一)核查程序

- 1、取得了公司收入、成本明细表；
- 2、查阅了同行业上市公司公开披露的招股书等文件；
- 3、了解公司与客户、供应商的定价政策，并结合合同，复核实际采购、销售价格；
- 4、分析报告期各类业务的毛利率；
- 5、获取 2019 年 1-9 月和 2020 年 1-9 月报表，分析 2020 年 1-9 月扣非后净利润同比增加的原因；
- 6、查阅了公司与百雀羚品牌方签订的业务合同，了解最近一期对百雀羚实现的收入大幅下降的原因。

(二)核查意见

经核查，我们认为：

- 1、区分主营业务后，发行人品牌线上营销服务和品牌线上管理服务的毛利率与同行业可比公司不存在显著差异，各类业务毛利率较高具有合理性；
- 2、公司最近一期扣非后净利润同比增加的主要原因如下：(1)业务拓展及业务增长对利润贡献增加；(2)收购浙江上佰，对利润贡献增加；(3)公司首发上市后利用闲置资金进行现金管理，存款利息收入增加。公司最近一期扣非后净利润同比增加具有合理性。
- 3、公司最近一期对百雀羚实现的收入下滑主要系疫情影响及品牌方策略调整所致；2020 年 10 月以来公司与百雀羚的合作模式由品牌线上营销服务转变为品牌线上管理服务，该等模式变化系双方协商确定的结果，总体而言公司与同类业务的其他客户合作模式保持相对稳定。

问询函问题 6

发行人 2019 年度利润分配方案为以总股本 8,013.90 万股为基数,向公司全体股东每 10 股派发现金红利 10 元(含税),以资本公积金向全体股东每 10 股转增 8 股。

请发行人结合经营资本需求,分析说明高比例分红是否符合公司章程规定的分红条件;分红水平是否与公司的盈利水平、现金流状况相匹配,是否充分考虑了业务发展对营运资金、项目投资的需求,以及大比例分红后再融资的合理性。

请保荐人、会计师和发行人律师根据《创业板上市公司证券发行上市审核问答》第 11 问发表核查意见。

回复:

一、高比例分红符合公司章程规定的分红条件

(一)《公司章程》中有关现金分红的规定如下:

“第一百八十五条 公司利润分配政策为:

(一)利润分配原则:公司实行持续、稳定的利润分配政策,公司的利润分配政策应重视对投资者的合理回报并兼顾公司的可持续发展。

(二)利润分配形式和期间间隔:公司采取现金、股票或者现金与股票相结合或法律许可的其他方式分配股利。在符合现金分红的条件下,公司应当优先采取现金分红的方式进行利润分配。公司一般情况下每年度进行一次利润分配,但在有条件的情况下,公司可根据当期经营利润和现金流情况进行中期现金分红。

(三)现金分红的条件和最低比例:在符合《公司法》等法律法规规定的利润分配条件时,公司每年以现金方式分配的利润应当不少于当年实现的可供分配利润的 10%。董事会将根据公司当年经营的具体情况 & 未来正常经营发展的需要,确定当年具体现金分红比例。若公司当年盈利,但董事会未做出现金利润分配预案或利润分配预案中的现金分红比例低于前述比例的,则应按照本条第(六)项所述规定履行相应的程序和披露义务。

(四)差异化的现金分红政策:公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素,区分下列情形,

并按照公司章程规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

1、公司发展阶段属成熟期且无重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 80%；

2、公司发展阶段属成熟期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 40%；

3、公司发展阶段属成长期且有重大资金支出安排的，进行利润分配时，现金分红在本次利润分配中所占比例最低应达到 20%。

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。

(五)发放股票股利的条件：若公司营业收入增长快速，并且董事会认为公司股票价格与公司股本规模不匹配时，可以在满足上述现金股利分配之余，提出并实施股票股利分配预案。在确保足额现金股利分配的前提下，公司可以另行增加股票股利分配，由公司董事会根据公司实际情况，制定股票股利的分配预案。

(六)利润分配的决策机制和程序：公司在规划期内每个会计年度结束后，在拟定每年的利润分配方案时，需经全体董事过半数同意且独立董事对此发表明确意见后方能提交股东大会审议。股东大会对上述利润分配方案进行审议前，公司应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求。

董事会提交股东大会的利润分配具体方案，应经董事会全体董事 2/3 以上表决通过，并经全体独立董事 1/2 以上表决通过。独立董事应当对利润分配具体方案发表独立意见。

监事会应当对董事会拟定的利润分配具体方案进行审议，并经监事会全体监事半数以上表决通过。

股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

公司当年盈利，但董事会未做出现金利润分配预案，或利润分配预案中的现金分红比例低于本条第(三)项规定的比例的，应当在定期报告中披露原因及未用于分

配的资金用途，经独立董事认可后方可提交董事会审议，独立董事及监事会应发表意见。经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议批准。股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

(七)调整利润分配政策的决策机制和程序：公司根据行业监管政策、自身经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者根据外部经营环境发生重大变化而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，有关调整利润分配政策议案由董事会根据公司经营状况和中国证监会的有关规定拟定，独立董事、监事会应当发表独立意见，经董事会、监事会审议通过后提交股东大会审议决定，股东大会审议时应提供网络投票系统进行表决，并经出席会议的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

(八)存在股东违规占用公司资金情况的，公司应当扣减该股东分配的现金红利，以偿还其占用的资金。”

(二) 发行人 2019 年度利润分配符合监管的相关要求

为保护投资者合法权益、培育市场长期投资理念，强化回报意识，增强上市公司现金分红的透明度，中国证监会制定并发布了《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》等关于现金分红的政策文件，鼓励上市公司现金分红，要求上市公司制定明确的利润分配政策，建立对投资者持续、稳定、科学的回报机制，切实履行现金分红承诺。

发行人的现金分红情况符合《上市公司监管指引第 3 号——上市公司现金分红》及《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》的规定，符合现有相关监管要求。

(三) 发行人 2019 年度利润分配事项审议程序

2020 年 4 月 24 日，公司分别召开第二届董事会第十二次会议、第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于〈公司 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案〉的议案》。

同日，公司独立董事出具《杭州壹网壹创科技股份有限公司独立董事关于第二届董事会第十二次会议相关事项的独立意见》：“公司 2019 年度利润分配及资本

公积金转增股本预案暨高送转方案，充分考虑了公司经营、资金需求、股东回报及未来发展等各种因素，有利于公司的持续稳定发展，符合《公司法》《证券法》以及《公司章程》等相关规定中关于利润分配的要求，符合公司的实际情况，能体现对投资者的合理投资回报，不存在损害公司及全体股东，尤其是中小股东利益的情形。因此，我们同意《关于〈公司 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案〉的议案》。”

2020 年 5 月 18 日，公司召开 2019 年度股东大会，审议通过了《关于〈公司 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案〉的议案》。

2020 年 5 月 21 日，公司公告了《杭州壹网壹创科技股份有限公司 2019 年度权益分派实施公告》(2020-063)。

(四) 发行人 2019 年度利润分配方案

我们于 2020 年 4 月 24 日出具的中汇会审[2020]2052 号《审计报告》，截至 2019 年 12 月 31 日，2019 年度母公司的净利润为 217,199,448.74 元，提取法定盈余公积后，加上以前年度留存的未分配利润，截至 2019 年 12 月 31 日母公司的未分配利润为 261,118,833.24 元；截止 2019 年 12 月 31 号，2019 年度公司合并报表的净利润为 219,054,978.83 元，提取法定盈余公积后，加上以前年度留存的未分配利润，截至 2019 年 12 月 31 日公司合并报表的未分配利润为 444,642,813.56 元。

基于公司 2019 年度的盈利情况以及对公司稳健经营及长远发展的信心，公司董事会在充分考虑公司近年来实际经营情况和投资者回报需要的前提下，拟定了 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案为：以股本 8,013.90 万股为基础，向公司全体股东每 10 股派发现金红利 10 元(含税)，以资本公积金向全体股东每 10 股转增 8 股，共计派发现金红利人民币 80,139,000 元，占 2019 年实现的可供分配利润的 30.69%，不送红股。

经核查，发行人 2019 年度符合《公司法》等法律法规规定的利润分配条件，派发现金红利 8,013.90 万元，占 2019 年度实现的可供分配利润的 30.69%，符合《公司章程》有关“公司每年以现金方式分配的利润不少于当年实现的可供分配利

润的 10%”的规定。《公司 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案》已经公司董事会、监事会及股东大会审议通过，独立董事对此发表了同意的明确意见，符合《公司章程》有关决策机制和程序的规定。因此，发行人高比例分红符合《公司章程》的规定。

二、分红水平与公司的盈利水平、现金流状况相匹配

(一) 分红水平与公司的盈利水平相匹配

根据我们出具的中汇会审[2019]4269 号《审计报告》、中汇会审[2020]2052 号《审计报告》，公司 2017 年、2018 年、2019 年的现金分红与合并报表的净利润情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金分红金额(含税)	8,013.90	3,000.00	5,100.00
合并报表的净利润	21,905.50	16,261.67	13,782.08
现金分红/合并报表的净利润	30.69%	18.45%	37.00%

公司近三年的现金分红政策保持了连续性和稳定性，能够为股东提供持续、稳定的分红回报。公司近三年的盈利水平持续稳定增长且 2019 年度增幅较大，公司董事会根据业务实际经营情况并结合投资者回报需要制定了 2019 年度的利润分配方案，现金分红占 2019 年度实现的可供分配利润的 30.69%，符合《公司章程》的相关规定。公司 2019 年的分红水平与盈利水平相匹配，公司具备实施 2019 年度利润分配方案中确定的现金分红的能力。

(二) 分红水平与公司的现金流状况相匹配

根据我们出具的中汇会审[2019]4269 号《审计报告》、中汇会审[2020]2052 号《审计报告》，公司 2017 年、2018 年、2019 年的现金分红与经营活动产生的现金流量净额情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
现金分红金额(含税)	8,013.90	3,000.00	5,100.00
经营活动产生的现金流量净额	14,690.22	10,487.33	7,884.89
现金分红/经营活动产生的现金流量净额	54.55%	28.61%	64.68%

公司近三年的现金分红金额均未超过各年度经营活动产生的现金流量净额，，公司股东会制定 2019 年度的利润分配方案时充分考虑了未来年度业务经营活动所需现金流因素，2019 年度利润分配方案实施后公司的现金流可以满足公司业务经营所需。公司 2019 年的分红水平与现金流状况相匹配，公司具备实施 2019 年度利润分配方案中确定的现金分红的能力。

三、分红水平充分考虑了业务发展对营运资金、项目投资的需求

发行人 2019 年度利润分配方案是综合考虑当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况后，在兼顾发行人长短期利益、全体股东的整体利益和公司未来发展规划后作出的。

2019 年度，公司实现营业收入 145,082.12 万元，较上年同期增长 43.25%，业务发展趋势可观。公司 2019 年的利润分配方案充分考虑了股东回报的意愿及业务发展对营运资金的需求，在给予投资者合理回报的同时可以保障公司正常经营需要。截至 2020 年 9 月 30 日，发行人货币资金余额为 613,143,192.84 元，资产负债率为 24.38%，公司资产负债率相对较低。公司的分红行为未影响现有正常项目的建设以及公司经营活动的开展，因此，公司的分红水平充分考虑了业务发展对营运资金、项目投资的需求，具有合理性。

四、大比例分红后再融资的合理性

根据发行人 2020 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司 2020 年度向特定对象发行股票预案的议案》，发行人本次发行拟募集资金总额不超过 110,000 万元(含本数)，扣除发行费用，募集资金拟用于以下项目：

单位：万元

序号	项目	投资总额	拟投入募集资金金额
1	自有品牌及内容电商项目	53,974.13	53,399.63
2	仓储物流项目	9,307.15	9,307.15
3	研发中心及信息化项目	16,200.42	16,200.42
4	补充流动资金	31,092.80	31,092.80
合计		110,574.50	110,000.00

本次募集资金投入项目规模为 110,000 万元，相对于本次募集资金项目规模，公司以自有资金和经营活动积累难以满足募集资金项目短期如此规模的资本性支出需求。

公司债务融资空间有限，且债务融资将增加公司财务费用，降低公司营业利润。公司本次以向特定对象发行股票方式募集资金有利于公司保持稳定的资本结构，具有较好的规划及协调性，与募集资金项目的投资进度及资金配置更为匹配，有利于公司实现长期发展战略。

股权融资是期限较长、投入较大项目的重要融资方式，考虑到公司实际可用的货币资金余额、资产负债率等财务情况，公司现有的货币资金难以满足本次募集资金项目短期资本性支出需求，通过股权融资募集资金用于募投项目符合公司发展需要，具有合理性和必要性。

五、中介机构的核查及意见

(一) 核查程序

- 1、查阅了发行人的《公司章程》；
- 2、查阅了《公司 2019 年度利润分配及资本公积金转增股本预案》、相关董事会决议、独立董事意见、监事会决议、股东大会决议及会议文件、公告；
- 3、查阅了发行人 2020 年第三次临时股东大会决议、《关于公司 2020 年度向特定对象发行股票预案的议案》等会议文件；
- 4、查阅了《创业板上市公司证券发行上市审核问答》《上市公司监管指引第 3

号——上市公司现金分红》及《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》
中国证监会、深圳证券交易所对上市公司分红相关的监管政策。

(二)核查意见

经核查，我们认为：

发行人 2019 年度现金分红是综合考虑当期的盈利规模、现金流状况、发展阶段及资金需求状况后，在兼顾发行人长短期利益、全体股东的整体利益和公司未来发展规划后作出的。发行人的分红行为符合《公司章程》规定的条件，决策程序合法合规，分红行为与公司的盈利水平、现金流状况相匹配，已充分考虑业务发展对营运资金、项目投资的需求，分红后再融资具有合理性。

(本页无正文，为中汇会计师事务所(特殊普通合伙)《关于杭州壹网壹创科技股份有限公司申请向特定对象发行股票的审核问询函有关财务问题回复的专项说明》之签字盖章页)

中汇会计师事务所(特殊普通合伙)

中国注册会计师：

中国·杭州

中国注册会计师：

报告日期：2021年2月

