

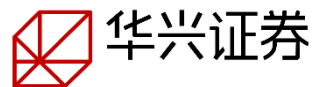
华兴证券有限公司

关于

《湖南华凯文化创意股份有限公司
申请发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金
的审核中心意见落实函的回复》

之专项核查意见

独立财务顾问



二〇二一年三月

深圳证券交易所上市审核中心：

湖南华凯文化创意股份有限公司（以下简称“公司”、“上市公司”、“华凯创意”）于 2021 年 2 月 25 日收到贵所上市审核中心下发的《关于湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份购买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函》（审核函〔2021〕030005 号）（以下简称“落实函”）。华兴证券有限公司（以下简称“华兴证券”或“独立财务顾问”）作为华凯创意本次交易的独立财务顾问，会同上市公司及其他中介机构，对有关问题进行了认真分析与核查，现就有关事项发表核查意见。

在本核查意见中，除非文义载明，相关简称与《湖南华凯文化创意股份有限公司发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金暨关联交易报告书（注册稿）》（以下简称“重组报告书”）中“释义”所定义的词语或简称具有相同的含义。本核查意见中任何表格中若出现与表格所列数值总和不符，如无特殊说明则均为采用四舍五入而致。

目 录

问题一.....	4
问题二.....	21
问题三.....	30
问题四.....	34
问题五.....	42

问题一

申请文件显示：（1）标的资产易佰网络共有 385 家子公司，除香港易佰为跨境出口电商经营实体外，其他子公司主要用于在第三方电商平台注册或管理网店；（2）报告期内，易佰网络在第三方电商平台的网店数量分别为 816 家、1,614 家和 1,846 家；（3）不同平台对网店开设的监管政策不同，对店铺开设的限制也不同，其中亚马逊要求：“若一个公司通过多个子公司开设店铺，亚马逊系统以公司为单位进行判断”。

请上市公司补充说明或披露：（1）说明亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的注册和运营的政策及限制，以及标的资产各子公司在上述平台开立店铺的具体情况，包括店铺数量、开立主体、开立主体与标的资产的关系、店铺名称、注册账号、店铺所属国家、网址链接。（2）报告期各期末标的资产子公司的数量变化情况、境内及境外子公司的数量变化情况，子公司设立在境内/境外的依据及安排原因。（3）结合易佰网络各子公司在亚马逊、ebay 等第三方电商平台的注册店铺时间和数量情况、报告期内被动关闭店铺的具体原因、第三方电商平台对同一法人主体开店政策规定及变化情况，补充披露易佰网络现有运营店铺是否符合亚马逊等平台相关注册及运营规定，是否存在被第三方平台强制关店的风险，如是，说明其对标的资产持续盈利能力的影响，并量化分析该事项对标的资产未来年度经营业绩和本次评估作价的影响，上市公司拟采取的具体应对措施及有效性，并对该事项进行特别风险提示。

请独立财务顾问、会计师和律师就上述事项进行核查并审慎发表明确意见,说明就标的资产子公司的范围、完整性所采取的核查程序、获取的核查证据、核查证据是否能够充分支持核查结论,对相关体外子公司的核查是否准确、完整。

【回复】

一、说明亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的注册和运营的政策及限制,以及标的资产各子公司在上述平台开立店铺的具体情况,包括店铺数量、开立主体、开立主体与标的资产的关系、店铺名称、注册账号、店铺所属国家、网址链接

(一) 亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的注册和运营的政策及限制

报告期内,易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等五个主要第三方电商平台的合计收入约占主营业务收入的 90%。根据平台网站公布的店铺入驻协议或平台政策、中介机构对平台的现场访谈以及相关平台针对标的公司经营的网店所出具的确认文件,上述平台关于网店注册和运营的政策及限制如下:

平台名称	网店注册的政策及限制	网店运营的政策及限制
亚马逊	如果卖家有合法业务需要申请多个账户,可向亚马逊提出申请并满足以下条件:每个账户拥有独立的银行账户、电子邮件地址,销售的商品和服务不同,且拥有良好的绩效指标。若一个公司通过多个子公司开设店铺,亚马逊系统以公司为单位进行判断,不同公司可单独注册账户、开设店铺并开展经营,没有禁止以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。	亚马逊禁止的卖家活动和行为主要包括试图转移交易或买家、以不当方式进行电子邮件沟通、不当处理买家电话号码、滥用亚马逊销售服务、操纵评分、反馈或评论、人为操纵销售排名、滥用亚马逊商城交易保障索赔流程、操纵搜索和浏览体验等。如果卖家不遵守相关政策,亚马逊可能会禁止其发布商品、暂停其对亚马逊工具和使用报告的使用以及撤销其销售权限。

平台名称	网店注册的政策及限制	网店运营的政策及限制
ebay	ebay会员可以在ebay上拥有多个账户，但每个账户应使用不同的电子邮箱地址和用户名。ebay平台对单个主体经营店铺无数量限制，卖家应在符合ebay不同站点用户协议的基础上申请账号，ebay以卖家提供的公司资料为准进行审核，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。	ebay卖家在网店运营过程中，不得存在违规销售禁售和限售商品、信用评价敲诈和操纵、搜索和浏览操纵、虚假出价等ebay明令禁止或限制的行为，此外还需遵守ebay有关商品刊登、销售条款、运送和处理时间、价格促销、退货、知识产权保护、卖家表现评估等方面的运营政策。如果卖家不遵守相关规则，ebay可能采取特定措施，例如移除物品刊登、限制销售权限等。
速卖通	同一注册主体一次可申请开通一个速卖通店铺。除平台规则或其他协议约定外，一个注册主体下可申请开通六个速卖通店铺账户，速卖通以卖家提供的公司资料为准进行审核，对于企业主体是否由同一法人控制没有限制。速卖通没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。	速卖通平台规则约束的卖家交易违规行为主要包括虚假发货、订单上网率不达标、严重货不对版、引导线下交易、资质证明或申诉材料造假、成交不卖、不法获利、信用及销量炒作等。速卖通将卖家违规行为分为知识产权禁限售违规、知识产权严重违规、商品信息质量违规、交易违规及其他，实行四套积分制，分别扣分、累计和执行处罚，并根据违规次数或扣分情况对卖家处以警告、限制商品操作、账号冻结、关闭等处罚措施。
Wish	一个实体原则上只能注册一个Wish账户，基于管理需要可开通多个子账号，子账号需与主账户设置不同的邮箱、电话号码及验证。针对一个公司通过多个子公司开设店铺，Wish对于不同公司单独计算店铺数量，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。	Wish卖家在运营过程中需遵守有关产品信息发布、产品促销、知识产权保护、订单履行率、退款率、退单率等方面的平台规则，具体禁止性行为包括但不限于销售伪造产品、引导用户离开Wish、价格极端上涨、操纵评论和评级、提高促销产品价格和运费等。
Lazada	Lazada经营初期允许一个公司注册多个账户，但根据现行有效的政策，一个公司原则上只能注册一个Lazada账户。一个Lazada账户可以开通马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南等多个站点，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。	Lazada卖家在运营过程中需遵守有关商品描述、商品状态、库存水平和上架情况更新、订单执行、商品促销等方面的平台规则。

(二) 标的资产各子公司在上述平台开立店铺的具体情况，包括店铺数量、开立主体、开立主体与标的资产的关系、店铺名称、注册账号、店铺所属国家、网址链接

1、亚马逊

最近一期，标的公司在亚马逊经营 367 个网店，均符合亚马逊关于网店注册和运营的监管政策，其中开立店铺合计收入排名前十位的子公司及其对应网店具体情况如下：

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接（以一个站点示例）
武汉市神静启网络科技有限公司（子公司）	1	tanus	A28ZWXW3ZSVNZU	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A28ZWXW3ZSVNZU&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A3MWTOW3Y5FBF1	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A3MWTOW3Y5FBF1&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
深圳左绪科技有限公司（子公司）	1	Kggy	A3NXIL8T58KPD2	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A3NXIL8T58KPD2&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
深圳市维佰科技有限公司（子公司）	1	Socialme	A1TzM57DYBB4JT	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A1TzM57DYBB4JT&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A3HWK0EOY0E024	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A3HWK0EOY0E024&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
武汉湛乔科技有限公司（子公司）	1	Amoq	A22TNJTMHYRDX4	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A22TNJTMHYRDX4&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A119AWRA5YL9T1	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A119AWRA5YL9T1&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
东莞市立鹏志电子商务有限公司	1	Sanure	A3FYRQNET3AI4U	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A3FYRQNET3AI4U&

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接（以一个站点示例）
(子公司)					marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A1R9OXPW2NSQ83	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A1R9OXPW2NSQ83&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
东莞市余之余电子科技有限公司 (子公司)	1	Salmue	A46SVXD99K5JN	美/加/墨/巴	www.amazon.com/s?me=A46SVXD99K5JN&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A3FCL7YFQBXEVB	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A3FCL7YFQBXEVB&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
武汉市易仟亿网络科技有限公司 (子公司)	1	Cusco	A2SIAVVEK1K0JX	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A2SIAVVEK1K0JX&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A3AXESB6RHCIEY	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A3AXESB6RHCIEY&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
武汉频盛科技有限公司(子公司)	1	Perfurt	A3VAOAURHASR38	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A3VAOAURHASR38&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A5QX2SUPA7LK7	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A5QX2SUPA7LK7&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
武汉九归一科技有限公司(子公司)	1	nineone	A2KRDQ1AI5Y5G6	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A2KRDQ1AI5Y5G6&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A2F7JN9V2AWTSH	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A2F7JN9V2AWTSH&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9
杭州鑫桐电子科技有限公司(子公司)	1	Astyner	A160PCGAWPEDXQ	美/加/墨	www.amazon.com/s?me=A160PCGAWPEDXQ&marketplaceID=ATVPDKIKX0DER
			A2BQVM41SWSLKR	英/德/意/法/西/荷	www.amazon.de/s?me=A2BQVM41SWSLKR&marketplaceID=A1PA6795UKMFR9

2、ebay

最近一期，标的公司在 ebay 经营 94 个网店，均符合 ebay 关于网店注册和运营的监管政策，其中开立店铺合计收入排名前十位的子公司及其对应网店具体情况如下：

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
深圳市雅容科技有限公司（子公司）	1	carmoment2018	carmoment2018	全球	www.ebay.com.au/str/carmoment2018
深圳市燕馨科技有限公司（子公司）	1	topargoshome	topargoshome	全球	www.ebay.co.uk/str/topargoshome
武汉清沙云露网络科技有限公司（子公司）	1	lifecycleonline	lifecycleonline	全球	www.ebay.co.uk/str/lifecycleonline
深圳市永韬科技有限公司（子公司）	1	goodshomenjoy	goodshomenjoy	全球	www.ebay.de/str/goodshomenjoy
深圳市敏鑫科技有限公司（子公司）	1	superdeal_store	superdeal_store	全球	www.ebay.co.uk/str/superdealstore2
深圳市源奕光科技有限公司（子公司）	1	auto-department2018	auto-department2018	全球	www.ebay.com/str/autodepartment2018
深圳市瑞宇森科技有限公司（子公司）	1	goodsbetter	goodsbetter	全球	www.ebay.com/str/goodsbetter
志惠康（深圳）科技有限公司（子公司）	1	easysshoponline365	easysshoponline365	全球	www.ebay.com.au/str/easysshoponline365
深圳市冠兰科技有限公司（子公司）	1	homehongoods	homehongoods	英国	www.ebay.co.uk/str/homehongoods
武汉鼎佰亿科技有限公司（子公司）	1	funmeanshop	funmeanshop	英国	www.ebay.co.uk/str/funmeanshop

3、速卖通

最近一期，标的公司在速卖通经营 379 个网店，均符合速卖通关于网店注册和运营的监管政策，其中开立店铺合计收入排名前十位的子公司及其对应网店具体情况如下：

开立主体 (与标的公司关系)	店铺 数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
深圳市棋路科技有限公司 (子公司)	6	Hilitand Improvement Store	S66JZ	全球	www.aliexpress.com/store/3630131
		ZJCHAO JEWEL Store	Sjewelry	全球	www.aliexpress.com/store/3658052
		Officiali Measuring Tools Store	Sfdhu	全球	www.aliexpress.com/store/3660049
		TOPINCN Store	S05mt	全球	www.aliexpress.com/store/3628144
		S8XF Profession intelligent Audio Accessories Store	S87xf	全球	www.aliexpress.com/store/3717015
		YB Newphone Store	Sgd	全球	www.aliexpress.com/store/3880037
深圳市蓝旗科技有限公司 (子公司)	6	Angelia-AL12 Store	S01buy	全球	www.aliexpress.com/store/2657185
		Outdoor Exercise Items Store	spassion	全球	www.aliexpress.com/store/2664158
		top autoparts Store	Sapassion	全球	www.aliexpress.com/store/2666177
		YosooOfficial Store	Syosoo	全球	www.aliexpress.com/store/2965080
		TMISHION Healthy Store	Saetop	全球	www.aliexpress.com/store/2781009
		3C Smart Tech Store	secrets	全球	www.aliexpress.com/store/2780060
深圳市钰元科技有限公司 (子公司)	6	YI BAI TOOLS Store	Stwqu	全球	www.aliexpress.com/store/3624106
		Someone 's 15 Store	S15my	全球	www.aliexpress.com/store/3730005
		Light Owener Store	Stop	全球	www.aliexpress.com/store/3621094
		Haofy Appliance Store	S11jd	全球	www.aliexpress.com/store/3616113
		Householdlife Gift Store	S07jjf	全球	www.aliexpress.com/store/3623153
		YIBAI Computer Accessories Store	Sduw	全球	www.aliexpress.com/store/3615119
深圳市橙源科技有限公司 (子公司)	6	Outdoor Travel Shop Store	Sbuy	全球	www.aliexpress.com/store/2673186
		Professional Automobile &	Smpassion	全球	www.aliexpress.com/store/2669174

开立主体 (与标的公司关系)	店铺 数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
		Motorcycle Parts Store			
		Houses Grocery Factory Store	S01supply	全球	housesgrocery.aliexpress.com/store/2654169
		TMISHION Dayprocare Store	sbaby	全球	www.aliexpress.com/store/2794016
		sportmajor Store	smajor	全球	www.aliexpress.com/store/2720025
		Wuli Professional Brushes Store	Sbbrush	全球	www.aliexpress.com/store/2804049
襄阳友为创世科技有限公司 (子公司)	6	Wiseman Healthy Store	STguan	全球	www.aliexpress.com/store/3218008
		WALFRONT Officiali Store	Sruhg	全球	www.aliexpress.com/store/3223036
		Measure Tool Store	Schen	全球	www.aliexpress.com/store/3195045
		E-BUY Computer Store	Sahang	全球	www.aliexpress.com/store/3079064
		VBESTLIFE Profession Accessories Store	Styhi	全球	www.aliexpress.com/store/3092058
		Lucy Beautys Store	Syeah	全球	www.aliexpress.com/store/3218005
东莞市贵景愿贸易有限公司 (子公司)	6	VBESTLIFE Official Store	saren	全球	vbestlife.aliexpress.com/store/4415138
		Sciencien Store	scien	全球	www.aliexpress.com/store/4419192
		Yibai Tools Co. LTD Store	s ville	全球	www.aliexpress.com/store/4468005
		SRosanne Store	soana	全球	www.aliexpress.com/store/4422148
		In-Trend Store	stalie	全球	www.aliexpress.com/store/4433165
		IN-AdStylish Store	sdelin	全球	www.aliexpress.com/store/4419188
武汉蔚苒莱电子商务有限公司 (子公司)	6	Stivate Computer Store	stivate	全球	www.aliexpress.com/store/4750011
		Fdit Pro Tool First Store	sreg	全球	www.aliexpress.com/store/4694110
		BeautySgood Store	sgood	全球	www.aliexpress.com/store/4692162

开立主体 (与标的公司关系)	店铺 数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
		ESTINK Official Store	seareg	全球	www.aliexpress.com/store/4753036
		Spotless Life Store	sweood	全球	www.aliexpress.com/store/4744023
		SETLTS-CL25 Store	swear	全球	www.aliexpress.com/store/4710136
武汉萍叶科技有限公司（子公司）	6	Haotool Store	sadolph	全球	www.aliexpress.com/store/4652048
		Healthy Healthier Store	sorchid	全球	www.aliexpress.com/store/4655027
		SLSlilac Store	slilac	全球	www.aliexpress.com/store/4666018
		In-fantasy Store	speech	全球	www.aliexpress.com/store/4662022
		Your TOPINCN life Store	squinn	全球	www.aliexpress.com/store/4661048
		Haogongju Store	sdwin	全球	www.aliexpress.com/store/4656030
武汉创豪垚信息技术有限公司（子公司）	6	Professional Daily Tool Store	sobje	全球	www.aliexpress.com/store/4716047
		Yibai Co. LTD Fasteners Store	sagg748	全球	www.aliexpress.com/store/4743031
		Keenso Official Store	stive931	全球	www.aliexpress.com/store/4746028
		Global Green Life Store	stjeb	全球	www.aliexpress.com/store/4756021
		unbelievable Motorcycle & Car Living Store	soecti	全球	www.aliexpress.com/store/4895031
		IN-SECIVE Store	secive	全球	www.aliexpress.com/store/4714048
深圳市明斌电子商务有限公司（子公司）	6	Enrich Life Store	Stabu	全球	www.aliexpress.com/store/3631098
		LoveFurniture Store	Sjhu8	全球	www.aliexpress.com/store/3617130
		Yibai Vehicle Parts Store	Seyafe	全球	www.aliexpress.com/store/3621144
		Fdit Lighting Store	Scsdu	全球	www.aliexpress.com/store/3624102
		In-novation Store	suasf25	全球	www.aliexpress.com/store/3717003

开立主体 (与标的公司关系)	店铺 数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
		Superhome2018 Store	superhome	全球	www.aliexpress.com/store/3736028

4、Wish

最近一期，标的公司在 Wish 经营 264 个网店，均符合 Wish 关于网店注册和运营的监管政策，其中开立店铺合计收入排名前十位的子公司及其对应网店具体情况如下：

开立主体（与标的公司关系）	店铺 数量	店铺名称	注册账号	店铺所 属国家	网址链接
深圳市蓝旗科技有限公司（子公司）	6	LQshop	58ba32743cee50528e74f1f3	全球	www.wish.com/merchant/lqshop
		lanqishop	5754e27d9c9b9e5ccd8d41b9	全球	www.wish.com/merchant/lanqishop
		LQ2shop	59102f990cfac22b078117b1	全球	www.wish.com/merchant/lq2shop
		LQ1shop	58f5b3cd1ae47c4dec78a365	全球	www.wish.com/merchant/lq1shop
		LQauto	59a62ce935e73b40695e597e	全球	www.wish.com/merchant/lqauto
		lanqistore	5922da0d08738f48d4f158a2	全球	www.wish.com/merchant/lanqistore
深圳市橙源科技有限公司（子公司）	7	DDchengyuan	5911667671a2f220ebda3173	全球	www.wish.com/merchant/ddchengyuan
		yuanchengshop	581d55217959440f8063902d	全球	www.wish.com/merchant/yuanchengshop
		chengzkshop	5a0948580f193f1ea92bd894	全球	www.wish.com/merchant/chengzkshop
		Achengyuan	58f498d1d6498210e0526677	全球	www.wish.com/merchant/achengyuan
		chengyuanshop	573c2d21fe622c59195cdb1e	全球	www.wish.com/merchant/chengyuanshop
		chyn6668	58b54f7e61c4fd5049d86ee7	全球	www.wish.com/merchant/chyn6668

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接
		chengyuanlkj	59ce504eb53c7f0af4508780	全球	www.wish.com/merchant/chengyuanlkj
深圳市海讯运维有限公司（子公司）	2	xunhaishop	58da44bcb7bb136eea0ba553	全球	www.wish.com/merchant/xunhaishop
		haixunshop	5763c7622c58265e3f4cde6a	全球	www.wish.com/merchant/haixunshop
深圳市朵乔科技有限公司（子公司）	1	duoqiao	592e74d5ff105e6d4f36f6b2	全球	www.wish.com/merchant/duoqiao
武汉石树遥行信息技术有限公司（子公司）	1	Shuyaoxung	5d5278f940defd366934ce95	全球	www.wish.com/merchant/shuyaoxung
武汉湛乔科技有限公司（子公司）	1	Zhanqiaocompany	5aa0f8f581260b2b76eaf632	全球	www.wish.com/merchant/zhanqiaocompany
深圳市永韬科技有限公司（子公司）	1	cleveerman	5ab49250856edf706beb0017	全球	www.wish.com/merchant/cleveerman
武汉御街行科技有限公司（子公司）	1	Hengjunmu	5d5b9a9033f0b411a6f1c1ed	全球	www.wish.com/merchant/Hengjunmu
深圳市冠兰科技有限公司（子公司）	1	deeeepseea	5ab4d8c0417cee77e0ed09e0	全球	www.wish.com/merchant/deeeepseea
武汉万乘秋城信息技术有限公司（子公司）	1	Xioyuanang	5d512406933fb16c06bb3d70	全球	www.wish.com/merchant/xioyuanang

注：深圳市蓝旗科技有限公司等部分标的公司子公司拥有 1 个以上 Wish 网店账号，主要是早期 2017、2018 年向 Wish 平台申请取得，持续运营至今，经 Wish 平台确认不违反相关网店注册和运营规则。

5、Lazada

最近一期，标的公司在 Lazada 经营 164 个网店，均符合 Lazada 关于网店注册和运营的监管政策，其中开立店铺合计收入排名前十位的子公司及其对应网店具体情况如下：

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接（以一个站点为例）
深圳市敏鑫科技有限公司（子公司）	1	minxin	minxin	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/minxin
深圳市海讯运维有限公司（子公司）	1	sweetbaby123	sweetbaby123	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/sweetbaby123
深圳市棋路科技有限公司（子公司）	1	qilu	qilu	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/qilu

开立主体（与标的公司关系）	店铺数量	店铺名称	注册账号	店铺所属国家	网址链接（以一个站点为例）
深圳市君凯胜科技有限公司（子公司）	2 ^注	ToolFactory	ToolFactory	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/ToolFactory
		Jianak	Jianak	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/Jianak
武汉九归一科技有限公司（子公司）	1	Lfinger	Lfinger	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/Lfinger
深圳市朵乔科技有限公司（子公司）	1	duoqiao	duoqiao	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/duoqiao
上海昌仪机电科技有限公司（子公司）	1	justgogo	justgogo	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/justgogo
武汉超梦科技有限公司（子公司）	1	Tamaloha	Tamaloha	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/tamaloha
深圳市乾美科技有限公司（子公司）	1	qianmei	qianmei	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/qianmei
东莞市爱之源饰品有限公司（子公司）	1	beautytop	beautytop	印/马/菲/新/泰/越	www.lazada.co.th/shop/beautytop

注：深圳市君凯胜科技有限公司拥有两个 Lazada 账号，系经营初期向平台申请取得，并持续运营至今，经与 Lazada 平台确认，未违反相关网店开设和运营规则。

二、报告期各期末标的资产子公司的数量变化情况、境内及境外子公司的数量变化情况，子公司设立在境内/境外的依据及安排原因

报告期各期末，标的公司子公司数量如下：

子公司类型	2020年6月末	2019年末	2018年末
境内子公司	268	92	2
境外子公司	7	5	2
合计	275	97	4

报告期各期末标的公司子公司数量呈上升趋势，主要是因为 2019 年以来易佰网络逐步将经营状况良好、销售收入较高的第三方名义网店变更还原至易佰网络或其子公司名下，关闭经营规模较小的第三方名义网店。截至本核查意见出具日，易佰网络已完成对第三方名义网店的整改，第三方名义网店已变更还原至易佰网络或其子公司名下或已关闭。

标的公司绝大部分子公司在境内设立，主要用于在第三方电商平台注册网店，由香港易佰实际控制和运营。

截至 2020 年 6 月末，标的公司有 7 家子公司在境外设立，其中：（1）香港子公司香港易佰由标的公司于 2015 年出资设立，为跨境出口电商业务的核心经营实体；（2）美国子公司 Onebuymall 由香港易佰于 2018 年出资设立，报告期初曾负责美国当地部分仓储及商品发货事宜，目前已无实际经营活动；（3）美国子公司 Hurrise Sports LLC、Junchao Trading Inc.、Walfront LLC、Topincn LLC、Vbestlife LLC 是部分沃尔玛美国网店和亚马逊网店印度站点的店铺主体，因开店时平台规则要求而使用美国公司作为开店主体，由香港易佰实际控制和运营，报告期内通过股权转让方式变更还原为 Onebuymall 的子公司。

因此，易佰网络在境内、境外设立子公司的依据及安排具有合理性。

三、结合易佰网络各子公司在亚马逊、ebay 等第三方电商平台的注册店铺时间和数量情况、报告期内被动关闭店铺的具体原因、第三方电商平台对同一法人主体开店政策规定及变化情况等，补充披露

易佰网络现有运营店铺是否符合亚马逊等平台相关注册及运营规定，是否存在被第三方平台强制关店的风险，如是，说明其对标的资产持续盈利能力的影响，并量化分析该事项对标的资产未来年度经营业绩和本次评估作价的影响，上市公司拟采取的具体应对措施及有效性，并对该事项进行特别风险提示

（一）易佰网络各子公司在亚马逊、ebay 等第三方电商平台的注册店铺时间和数量情况

易佰网络一家子公司可在多个平台开店，在遵守各平台相关监管政策的前提下开设和运营网店。以店铺注册启用并产生收入所处报告期年度为划分标准，通过对比最近一期易佰网络各子公司在主要第三方电商平台网店的数量和收入分布情况可以看出，易佰网络的网店年龄结构合理，整体处于良好的运营状态，具体如下：

平台	注册启用时间	店铺数量	收入（万元）	数量占比	收入占比
亚马逊	2018 年及之前	126	80,349.84	34.33%	65.54%
	2019 年	208	41,768.99	56.68%	34.07%
	2020 年 1-6 月	33	475.72	8.99%	0.39%
	合计	367	122,594.54	100.00%	100.00%
ebay	2018 年及之前	45	21,687.68	47.87%	76.86%
	2019 年	37	6,286.84	39.36%	22.28%
	2020 年 1-6 月	12	243.21	12.77%	0.86%
	合计	94	28,217.73	100.00%	100.00%
速卖通	2018 年及之前	180	5,305.44	47.49%	63.76%
	2019 年	165	2,982.27	43.54%	35.84%
	2020 年 1-6 月	34	32.70	8.97%	0.39%
	合计	379	8,320.41	100.00%	100.00%
Shopee	2018 年及之前	58	2,813.10	37.66%	59.30%
	2019 年	70	1,893.03	45.45%	39.91%
	2020 年 1-6 月	26	37.53	16.88%	0.79%
	合计	154	4,743.66	100.00%	100.00%
Lazada	2018 年及之前	39	4,342.51	23.78%	65.66%
	2019 年	81	2,195.07	49.39%	33.19%
	2020 年 1-6 月	44	75.74	26.83%	1.15%
	合计	164	6,613.31	100.00%	100.00%

根据上表，亚马逊、ebay、速卖通、Shopee、Lazada 五大平台 2018 年及之前已启用的网店数量占比分别为 34.33%、47.87%、47.49%、37.66%、23.78%，对应收入占比分别为 65.54%、76.86%、63.76%、59.30%、65.66%，均大幅高于数量占比，说明各主要平台的老店铺持续良好运营，相比新店铺贡献更多的收入，整体业绩表现出良好的持续增长性。

（二）报告期内被动关闭店铺的具体原因

报告期各期，易佰网络经营的网店数量分别为 816 个、1,614 个和 1,846 个，其中 8 家亚马逊网店和 1 家 Joom 网店在报告期内被平台强制关闭，亚马逊未提供具体关店原因，Joom 网店系因订单取消率高于平台标准导致关店。相关网店合计收入占 2018 年、2019 年、2020 年 1-6 月总营业收入比例分别仅为 0.046% 和 0.003%、0.001%，对易佰网络的经营影响较小。

（三）第三方电商平台对同一法人主体开店政策规定及变化情况

报告期内，主要第三方电商平台关于同一法人主体开店的政策规定未发生重大变化，具体规定详见本题回复之“一/（一）亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的注册和运营的政策及限制”章节内容。

（四）易佰网络现有运营店铺是否符合亚马逊等平台相关注册及运营规定，是否存在被第三方平台强制关店的风险，如是，说明其对标的资产持续盈利能力的影响，并量化分析该事项对标的资产未来年度经营业绩和本次评估作价的影响

针对网店运营规范和卖家行为准则，各大电商平台均制定了相关监管规则，卖家在注册开店、信息提供、产品发布、知识产权、公平竞争、买家隐私、售后服务、店铺绩效等方面受到平台的严格监管，如严重违反相关规定，电商平台有权在平台规则范围内对卖家限制交易、冻结账户或强制关店。

通过查阅主要第三方电商平台发布的卖家行为准则、开店指导手册、用户协议、卖家规则等协议和平台政策，对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等主要第三方电商平台进行实地走访、现场访谈及电话访谈，取得主要第三方电商平台关于易佰网络经营网店及对应主体的确认文件，核查主要网店的后台监管

记录，统计分析买家满意度、好评率、订单缺陷率等经营指标，易佰网络现有运营店铺均符合主要第三方平台的相关注册及运营规定。

由于标的公司采取在第三方电商平台开店经营的商业模式，而第三方电商平台有权单方面制定和修改有关网店运营规范的相关规则，若相关规则未来发生不利于易佰网络现有经营模式的变动，而易佰网络未能及时、有效适应和调整，则易佰网络现有运营店铺存在未来被第三方电商平台强制关店的潜在风险，但相关风险较小，主要是因为：

1、易佰网络虽然报告期内存在 9 家网店被平台强制关闭的情况，但与店铺注册开立无关，属于泛品类、多店铺模式的跨境出口电商在第三方电商平台经营过程中因对平台规则理解和执行存在偏差而难以完全避免的情况；

2、易佰网络店铺数量众多而较为分散，单个网店的业绩贡献较低，报告期内易佰网络被强制关闭的 9 个网店合计收入占各期总营业收入比例分别仅为 0.046%和 0.003%、0.001%，对易佰网络的经营影响较小；

3、易佰网络的网店整体上在主要第三方电商平台均保持良好的经营记录。

综上所述，虽然由于平台规则调整或变动，易佰网络现有运营店铺存在未来被强制关店的潜在风险，但相关风险较小，标的公司自身亦不断采取更严格的内控措施，提升规范经营水平，其持续盈利能力、未来年度经营业绩和本次评估作价不会因此而受到重大不利影响。

（五）拟采取的具体应对措施及有效性

为进一步提升规范经营程度，降低被第三方电商平台采取限制交易、冻结账户、强制关店等措施的概率，标的公司已采取和拟加强的具体应对措施如下：

1、设立专职的账号管理部、法务部、知识产权小组、账号申诉小组，各部门协作管理店铺，对违禁侵权品进行筛查标记，在店铺被采取限制措施后第一时间分析原因，整理申诉资料，与平台沟通申诉；

2、加强产品在开发阶段的违禁侵权审查，刊登前确认站点违禁侵权风险，刊登后周期性筛查违禁侵权类型，避免因产品违禁或侵权导致店铺扣分或经营受

限；

3、不断优化信息系统，提升商品备货效率，降低店铺缺货率和订单缺陷率，定期检查店铺退款率、拒付率等指标，及时主动对数据异常的产品或店铺做优化处理，避免因相关指标超过平台规定而导致店铺扣分或经营受限；

4、提升对消费者需求的响应速度，增强客户体验，提高店铺的买家满意度、好评率等运营指标；

5、定期确认平台最新政策，及时调整运营策略，规避违规风险。

（六）特别风险提示

上市公司已在重组报告书“重大风险提示/一、易佰网络的经营风险/（二）第三方平台经营风险”中作出如下特别风险提示：

“标的公司主要通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台开展跨境出口电商业务，线上店铺的注册和运营均依赖于第三方平台设置的合作条款和运营政策。报告期内，标的公司通过多家子公司在第三方平台注册和运营店铺，店铺数量和销售收入均呈增长趋势，但未来若第三方平台有关店铺注册和运营的政策及限制规则发生不利于标的公司经营模式的调整或变动，标的公司的经营状况将受到一定的影响。

此外，虽然标的公司已采取一系列措施防止所销售商品存在知识产权纠纷的情形，但若向供应商所采购产品出现上述情形，而标的公司质量控制团队及销售团队未能及时发现，将可能导致标的公司的店铺受到第三方平台的处罚，一定程度上影响标的公司的正常生产经营。”

四、补充披露情况

上市公司已在重组报告书“第四章/二/（六）/4、电商平台网店经营情况/（5）”中对易佰网络现有运营店铺是否符合亚马逊等平台相关注册及运营规定、是否存在被第三方平台强制关店的风险等相关内容进行了补充披露，并在“重大风险提示/一、易佰网络的经营风险/（二）第三方平台经营风险”中进行特别风险提示。

五、独立财务顾问核查意见

通过查阅主要第三方电商平台发布的卖家行为准则、开店指导手册、用户协议、卖家规则等协议和平台政策，进行实地走访和现场访谈，取得其关于易佰网络经营网店及对应主体的确认文件，核查主要网店的后台监管记录，统计分析买家满意度、好评率、订单缺陷率等经营指标，独立财务顾问认为：易佰网络在境内/境外设立子公司的依据及安排具有合理性；易佰网络现有运营店铺均符合主要第三方平台的相关注册及运营规定，未来被第三方电商平台强制关店的风险较低，对其持续盈利能力、未来年度经营业绩和本次评估作价不会构成重大不利影响。

跨境出口电商业务的资金流、货物流、信息流通过业务管理系统和财务管理系统已形成完整闭环，各信息系统数据相互勾稽印证，在标的公司体外经营子公司和店铺需独立建立一套完整的供应链体系和信息系统，难度极大，不具有可操作性。通过使用天眼查、企查查等核查易佰网络的子公司名单，核查其营业执照、公司章程、股权转让协议，查阅境外律师出具的法律意见书，核查胡范金、庄俊超、易佰网络出具的关于“易佰网络披露的其控制的第三方名义网店真实、完整，不存在遗漏或未纳入易佰网络合并报表范围的易佰网络控制的其他第三方名义网店”的承诺，核查易佰网络与第三方签署的《信息使用授权协议》及该等第三方设立的公司，对主要签署主体进行访谈，并核查新开网店，关注其启用日期与相关年度收入规模对比是否显著异常等，独立财务顾问认为：就标的公司子公司的范围、完整性所采取的核查程序、获取的核查证据、核查证据能够充分支持核查结论，对相关体外子公司的核查准确、完整。

问题二

申请文件显示，标的资产跨境出口电商业务主要由子公司香港易佰承担。报告期内，少量货物由母公司易佰网络向供应商采购后销售给香港易佰，易佰网络以自身名义履行出口报关程序；而香港易佰直

接向境内供应商采购并对外销售的商品则委托第三方或由供应商履行海关报关程序。

请上市公司补充说明或披露：（1）结合典型业务模式及案例，说明标的资产商品履行出口报关程序的具体业务环节和流程，以自身名义或委托第三方履行报关程序的原因及合规性；补充披露是否存在无报关手续的商品，如是，结合物流运送和报关业务环节情况进行详细分析说明。（2）补充披露销售过程中订单和货物在标的资产的境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式；货物流转时，标的资产不同经营主体的相关会计处理、流转过程中内部转移定价的具体情况及其合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险；货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明。

请独立财务顾问、会计师和律师发表明确意见，并说明对上述事项核查范围的完整性、核查方法的有效性、获取的核查证据及核查结论。

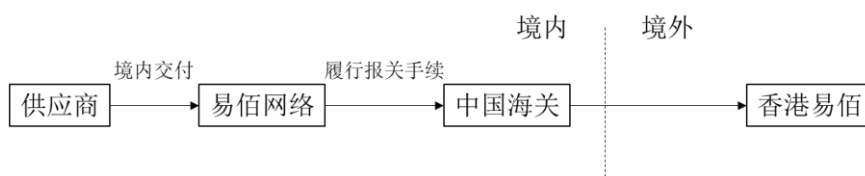
【回复】

一、结合典型业务模式及案例，说明标的资产商品履行出口报关程序的具体业务环节和流程，以自身名义或委托第三方履行报关程序的原因及合规性；补充披露是否存在无报关手续的商品，如是，结合物流运送和报关业务环节情况进行详细分析说明

（一）标的资产商品履行出口报关程序的具体业务环节和流程

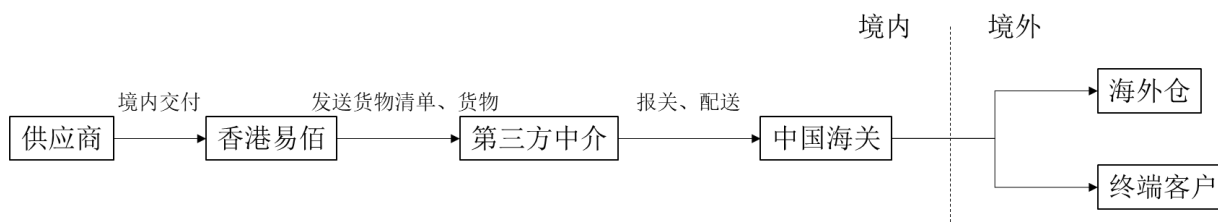
1、自行报关

深圳母公司易佰网络向境内供应商采购商品后销售给香港易佰，再由香港易佰对外进行销售，易佰网络自行履行出口报关程序。典型业务流程如下：



2、委托报关

香港子公司香港易佰向境内供应商采购商品后，委托第三方履行报关程序，其中：海外仓发货模式下，香港易佰委托谷仓、万邑通等第三方履行海关报关程序，后者完成报关出口后将商品运送至香港易佰指定的海外仓，待终端消费者下单后，订单对应商品再从海外仓运送至终端消费者；国内仓发货模式下，香港易佰委托中国邮政、云途物流、递四方等第三方履行海关报关程序，后者完成报关出口后将商品直接运送至终端消费者。典型业务流程如下：



（二）以自身名义或委托第三方履行报关程序的原因及合规性

1、香港易佰委托第三方履行报关程序的原因

（1）在香港设立经营主体是跨境出口电商行业通行做法

易佰网络跨境出口电商业务主要由香港子公司香港易佰承担，是根据实际经营情况综合考量的结果，属于行业通行做法，例如同行业可比公司跨境通、通拓科技、有棵树、泽宝创新等均设有香港子公司并由其承担跨境出口电商业务相关职能，主要原因如下：

1) 跨境出口电商企业从境内采购商品后销售给境外消费者并收取外币，在香港设立子公司在货币兑换方面更加便捷。香港易佰通过上海富友支付服务股份有限公司等拥有人民银行和外管局颁发的跨境支付许可的金融服务机构进行外币兑换，并可向境内供应商支付货款。

2) 跨境出口 B2C 电商是近年来政策支持和快速发展的外贸新业态，但与统一一般贸易出口相比，在清关方面的配套措施尚在不断制定和完善过程中。若跨境出口电商企业以境内主体采购商品并通过 B2C 方式零售出口，难以满足出口报关的便捷性诉求。

(2) 香港易佰非境内报关主体，委托第三方报关具有必要性

香港易佰为注册在香港境内公司，在中国境内不是报关主体。

香港易佰通过 1688 线上采购及线下采购相结合的方式，向境内供应商采购商品，供应商极度分散，每单采购金额较低，且采购商品主要在境内交付，再统一分批发往海外仓或境外消费者。基于上述极度零散的采购模式，另考虑到报关程序繁琐、境内供应商出口资质等原因，由境内供应商负责对每个采购订单履行报关程序不具有普适性。

基于上述客观情况，参照行业通行做法，香港易佰采购的商品通过委托第三方履行报关程序发往海外。

(3) 香港易佰委托的第三方为行业内知名企业，承担物流、报关等服务过程中的过错赔偿责任

香港易佰主要委托谷仓、万邑通、中国邮政、云途物流、递四方等第三方履行报关程序。上述第三方均为行业内知名企业，可承担头程运输、出口报关、海空运配送、进口清关、目的地港配送、海外仓存储等完整配套服务。

上述第三方在为客户提供报关服务过程中，制定了较为严格的内控措施以防范报关风险，如谷仓、万邑通在接收客户交运货物时需与客户查验确认商品清单与实物相符，确认无误后按照商品清单上的数量、种类、货值进行报关。报告期内，香港易佰与上述第三方在合作过程中，不存在违反海关报关相关规定的情况。

谷仓、万邑通、云途物流、递四方已出具确认函，确认“在为香港易佰提供委托报关服务过程中，严格按照香港易佰所提供报关清单所列货物品名、数量、货值履行报关程序；本公司为香港易佰提供代理报关服务过程中，香港易佰所提供货物的所有权均属于香港易佰；若未按照香港易佰所提供清单进行报关，所涉及到的风险（包括但不限于罚款、查封、扣押、税收、外汇管制等），均由本公司承担，香港易佰对此不承担任何责任”。

2、易佰网络深圳母公司自行履行报关程序的原因

报告期内，香港易佰作为主要经营实体，承担大部分境内采购、报关、境外销售业务。少部分商品由深圳母公司直接向境内供应商采购后通过一般贸易出口形式销售给香港易佰，深圳母公司履行出口报关程序并申请出口退税，主要原因为：深圳母公司在存续期间，取得的股权融资、债权融资，可直接用于向境内供应商支付货款；部分供应商基于自身利益考虑，更倾向与境内经营实体进行贸易往来。

3、以自身名义或委托第三方履行报关程序的合规性

《中华人民共和国海关进出口货物申报管理规定》第四条规定：进出口货物的收发货人，可以自行向海关申报，也可以委托报关企业向海关申报。向海关办理申报手续的进出口货物的收发货人、受委托的报关企业应当预先在海关依法办理登记注册。

易佰网络以及子公司橙源科技均取得了中华人民共和国海关报关单位注册登记证书，具有合法报关资质。根据中华人民共和国深圳海关出具的说明，并查询公开资料，易佰网络、橙源科技在报告期内，不存在因重大违法违规行为而受到行政处罚的情形。

因此，易佰网络以自身名义或委托第三方履行报关程序均符合相关法律规定。

（三）是否存在无报关手续的商品

报告期内，易佰网络出口的商品，均以自身名义或者委托第三方按照相关规定履行报关手续。此外，代理香港易佰在中国境内进行出口报关的供应商出具书面确认：其严格按照香港易佰所提供报关清单所列货物品名、数量、货值等进行

出口报关；在香港易佰所交付货物符合中国境内及相关境外海关规定的前提下，如其未按照香港易佰所提供清单进行出口报关，所涉及到的风险（包括但不限于罚款、查封、扣押、税收、外汇管制等），均由其承担，香港易佰对此不承担任何责任。

二、补充披露销售过程中订单和货物在标的资产的境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式；货物流转时，标的资产不同经营主体的相关会计处理、流转过程中内部转移定价的具体情况及其合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险；货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明

（一）销售过程中订单和货物在标的资产的境内子公司、出口报关公司、境外子公司、店铺子公司及终端客户的具体流转过程及方式

1、海外仓发货模式

（1）易佰网络自行报关

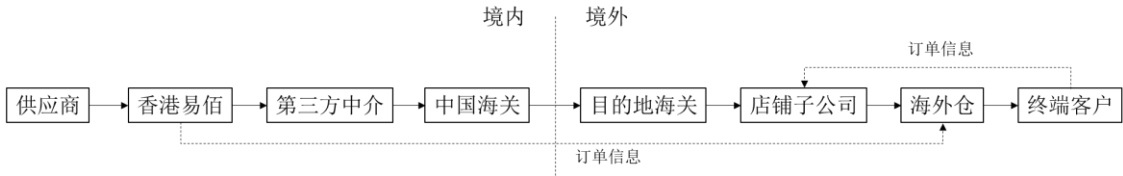
货物由供应商流转至标的公司境内仓库，深圳母公司履行报关程序，将货物销售给香港易佰，并将货物交付给物流商，物流商将货物从深圳母公司仓库运送至目的地港口，在目的地港清关环节，由易佰网络店铺子公司或第三方作为进口方接收货物，物流商再将货物运送至香港易佰指定的海外仓。当店铺接收到消费者订单信息后，由香港易佰将订单配送信息发送至海外仓，海外仓安排将货物配送至终端消费者。



（2）香港易佰委托报关

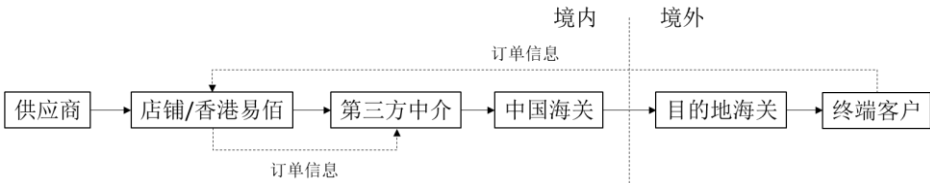
货物由供应商交付至标的公司境内仓库，香港易佰将货物交付谷仓、万邑通、云途物流、递四方等第三方，并委托第三方履行报关程序及物流配送，第三方将

货物运送至目的地港口，在目的地港清关环节，由易佰网络店铺子公司或第三方作为进口方接收货物，物流商再将货物运送至海外仓。当店铺接收到消费者订单信息后，由香港易佰将订单配送信息发送至海外仓，海外仓安排将货物配送至终端消费者。



2、国内仓发货模式

国内仓发货模式下，货物由香港易佰向供应商采购，交付至标的公司境内仓库，当店铺接收到消费者订单信息后，香港易佰将货物交付中国邮政等第三方，并委托第三方履行报关程序及物流配送，第三方将货物运送至终端消费者。



（二）货物流转时，标的资产不同经营主体的相关会计处理、流转过程中内部转移定价的具体情况及合规性，是否存在被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险

1、货物流转时，标的公司不同经营主体的相关会计处理

（1）自行报关模式下，易佰网络深圳母公司履行报关程序将货物销售给香港易佰，香港易佰取得存货所有权，涉及存货流转的会计处理如下：

深圳母公司：借：主营业务成本、应收账款；贷：存货、主营业务收入

香港易佰：借：存货；贷：应付账款

店铺子公司通过《信息使用授权协议》，将店铺账号名下所有资产所有权归属于香港易佰，因此香港易佰取得存货所有权后，货物流转至店铺子公司不作会计处理。

(2) 委托报关模式下，自供应商交付后，存货均为香港易佰控制，货物流转过程中不作会计处理。

2、货物流转过程中内部转移定价的具体情况及其合规性

深圳母公司主要采用成本加成方式，根据相关主体的经营成本、业务分工、市场供求情况等因素，并结合税务部门相关规定确定对香港易佰的出口销售价格。易佰网络已聘请上海德勤税务师事务所有限公司对内部交易的转移定价政策进行分析论证，确保其符合相关税法规定。

根据易佰网络及其境内主要分、子公司所属辖区税务部门、人民银行和外汇管理局开具的证明，该等主体在报告期内不存在重大税务违法记录，也不存在违反人民银行及外汇管理相关法律法规、规章及规范性文件而受到行政处罚的情况。根据卢王徐律师事务所出具的法律意见书，香港易佰经营合法、合规、真实、有效，不存在拖欠香港税务局任何应缴税款或任何违反香港税务相关规定的行为，不存在正在履行的重大诉讼、仲裁或处罚的情形。

因此，货物流转相关会计处理、流转过程中内部转移定价符合相关法律规定，被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险较小。

(三) 货物流转过程中的具体涉税环节、关税、增值税、销售税、企业所得税等税收缴纳方式、缴纳情况，是否符合当地海关、税务等法律法规的相关规定、是否取得相关主管部门无违法违规的证明

易佰网络在主要销售国涉及的税种包括，主要进口国关税、欧洲增值税、美国销售税及深圳、香港企业所得税，具体说明如下：

1、关税

关税缴纳时点为进口清关环节，货物到达目的地海关，海关根据单票货物起征点以及货值计算易佰网络应缴纳关税，关税通常由进口报关企业代垫，最终由香港易佰承担。经咨询美国、欧洲律师意见，上述业务模式未违反当地法律法规，标的公司在货物流转过程中的关税均已按照当地政策缴纳。

2、增值税

根据欧洲各国规定，部分国家海关在进口清关环节根据货值及起征点，征收进口增值税，由注册增值税税号的店铺子公司承担纳税义务（进口清关公司代垫），在商品最终实现销售环节，缴纳销售增值税。

欧洲各国对销售增值税缴纳政策处于逐渐调整、规范过程中，其中英国自 2021 年 1 月 1 日起，销售增值税由电商平台代扣代缴。易佰网络遵守电商平台政策规定，注册店铺增值税号，配合电商平台执行增值税代扣代缴。报告期内，易佰网络名下店铺不存在因未缴纳增值税被电商平台处罚的情况。根据境外法律意见书，报告期内，香港易佰在欧洲主要国家不存在被税务或海关调查的情形。

3、销售税

美国绝大部分州规定在亚马逊及其他电商平台销售商品产生的销售税由电商平台代扣代缴，因此易佰网络在美国境内的销售订单对应的销售税被税务部门追缴的风险较低。

4、企业所得税

易佰网络深圳母公司的企业所得税按年征收，季度预缴、年度汇算清缴。深圳母公司已完成 2018 年、2019 年度汇算清缴。

报告期内，香港易佰 2018 年度申报利得税和 2019 年度暂缴税已缴纳完毕，已经按期完成 2019 年利得税申报。香港易佰 2021 年 2 月 11 日收到香港税局评税通知书，将于 2021 年 4 月 1 日前完成 2019 年税款缴纳及 2020 年税款预缴。

易佰网络主管税务部门国家税务总局深圳市龙岗区税务局已出具证明，未发现易佰网络在报告期内有重大税务违法记录。

根据 GETECH LAW LLC 出具的法律意见书，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 9 月 30 日，易佰网络美国子公司在税务方面过去未发生过，也不存在未决的本地或联邦监管处罚。根据 Cabinet Tao Sun 出具的法律意见书，自 2018 年 1 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日，未发现香港易佰被税务或海关调查的情形。

此外，易佰网络实际控制人胡范金承诺：“如公司及其境内外控股子公司、

分公司因违反注册地的税收法律法规或其他税务问题，而被有关税务部门处以任何形式的处罚或承担任何形式的法律责任，本人愿意承担公司及其境内外控股子公司、分公司因此而导致的全部损失”。

综上，易佰网络在货物流转过程中涉税环节，未曾发生因税务问题被税务、海关、电商平台处罚的情况，其已取得国内主管税务部门证明。

三、补充披露情况

上市公司已在重组报告书“第四章/二/（四）/1/（8）报关模式和涉税情况”中对相关内容进行了补充披露。

四、独立财务顾问核查意见

经与标的公司访谈，查询中国海关、进口国海关及税务部门相关政策，核查境外法律意见书、万邑通等第三方物流报关服务机构出具的确认函及服务合同，查阅税务师内部转移定价咨询报告，取得海关、税务、外汇管理部门合规证明，抽查第三方物流报关服务机构对账单等，独立财务顾问认为，易佰网络基于外汇兑换、跨境出口电商报关配套尚不完善等现实因素考虑，在香港设立经营主体，通过委托报关方式实现货物境外移转，具有必要性，未违反海关、税收、外汇相关规定，符合行业惯例；货物流转过程会计处理恰当，内部转移定价符合相关法律规定，被主管税务机关重新核定交易价格并被追缴税款或罚款的风险较小；易佰网络在货物流转过程中涉税环节，未曾发生因税务问题被税务、海关、电商平台处罚的情况，且其已取得国内主管税务部门证明。

问题三

报告期内，标的资产来自美国的销售收入占主营业务收入的比例分别为 22.38%、20.30%和 23.06%，美国是标的资产最大的目标客户所在国。

请上市公司补充披露标的资产主要产品出口国家或地区的有关

进口政策、贸易摩擦对其产品出口的影响，美国加征关税目录是否涉及标的资产在售产品，如涉及，说明相关产品的销售金额及占比、加税幅度，对标的资产收入和利润的具体影响；补充披露中美贸易摩擦以及美国加征关税等相关政策对标的资产主营业务的具体影响、拟采取的防范措施及有效性。

请独立财务顾问、会计师和律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、请上市公司补充披露标的资产主要产品出口国家或地区的有关进口政策、贸易摩擦对其产品出口的影响，美国加征关税目录是否涉及标的资产在售产品，如涉及，说明相关产品的销售金额及占比、加税幅度，对标的资产收入和利润的具体影响

易佰网络主要依托第三方电商平台开展业务，销售市场分布广泛，覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。除美国地区受到中美贸易摩擦影响导致当地进口政策有所变动外，报告期内易佰网络其他主要销售国的进口政策未发生重大变化，近期内不存在其他出口国家或地区进口政策变动及贸易摩擦对易佰网络产品出口产生影响的情形。

2018年5月以来，美国在国际贸易战略、进出口政策等方面呈现保护主义趋势，其全球贸易政策呈现出较强的不确定性，给我国跨境出口电商企业的发展环境带来一定的不稳定因素，主要体现在税收政策、汇率变动、合规性监管政策等经营规则的变动风险。有关美国对华加征关税的主要进程和标的公司所售产品落入加征关税清单的情况，说明如下：

（一）第一轮：针对 500 亿美元商品加征关税

2018年6月，美国政府正式发布加征关税商品清单，将对从中国进口的约500亿美元商品加征25%的关税，该清单涉及航空航天、信息和通信技术、机器人和机械等行业。2018年7月6日和8月23日，美国分别对第一批340亿美元

和第二批 160 亿美元的中国商品加征关税。易佰网络工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件、家居园艺等品类中部分产品在上述清单内。

（二）第二轮：针对 2,000 亿美元商品加征关税

2018 年 7 月，美国政府发布了新一轮加征关税的商品清单，金额约 2,000 亿美元，涉及的中国商品范围扩大至电信设备、农产品、水果、日用品、轻工业等领域。2018 年 9 月 24 日，美国对 2,000 亿美元中国商品加征 10% 关税的措施正式生效，2019 年 5 月 10 日关税税率提高到 25%。易佰网络工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件、家居园艺等品类中部分产品在上述清单内。

（三）第三轮：针对 3,000 亿美元商品加征关税

2019 年 8 月 2 日，美国总统特朗普对外宣布将于 9 月 1 日起对中国输美的其余 3,000 亿美元产品加征 10% 的关税，2019 年 8 月 28 日宣布关税税率提高至 15%，根据不同清单商品分别从 2019 年 9 月 1 日和 2019 年 12 月 15 日起加征关税。易佰网络工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件、家居园艺等品类中部分产品在上述清单内。2019 年 12 月 13 日，中美双方就第一阶段经贸协议文本达成一致，美国取消原计划于 2019 年 12 月 15 日起加征的关税计划。2020 年 1 月 15 日，中美达成第一阶段经贸协议。根据该协议，美国取消已计划但未实施生效的其他关税，并自 2020 年 2 月 14 日美国东部时间上午 12:01 起，美国 3,000 亿 A 清单加征关税从 15% 降至 7.5% 正式生效。

（四）第四轮：针对中国产品加征关税的商品排除清单，涉及加征关税的中国产品逐步减少，同时多次进行排除加征有效期延长

自 2018 年 6 月至 2020 年 12 月，美国共公布 33 批排除关税加征清单及 13 批排除有效期延长，对 500 亿、2,000 亿、3,000 亿美元关税清单分别进行 11、14、8 批次产品排除，涉及加征关税的中国产品逐步减少。

通过将易佰网络出口美国的销售商品的海关编码与上述 500 亿美元、2,000 亿元、3,000 亿美元商品清单对应的海关编码进行比对，经统计，2019 年及 2020 年 1-6 月，易佰网络出口美国的销售产品中，列入加征关税清单的产品销售金额分别约为 5.74 亿元及 2.73 亿元，占易佰网络 2019 年及 2020 年 1-6 月营业收入

的比例分别为 16.08%、13.60%。针对列入加征关税范围的商品，易佰网络可根据美国市场情况和同行业公司情况，通过提高终端售价的方式转嫁加税影响，保障合理的利润率水平。

二、中美贸易摩擦以及美国加征关税等相关政策对标的资产主营业务的具体影响、拟采取的防范措施及有效性

截至本核查意见出具日，中美贸易摩擦以及美国加征关税等相关政策未对易佰网络经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，易佰网络已采取相关防范措施并呈现良好效果。具体说明如下：

1、易佰网络销售市场覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区，销售市场相对分散。报告期内，易佰网络美国地区的收入金额分别为 40,555.22 万元、72,392.63 万元及 46,329.25 万元，2019 年同比增长 78.50%，美国收入占比分别为 22.38%、20.30%及 23.06%。因此，易佰网络在美国市场的销售收入保持增长趋势，且不存在重大依赖。同时，报告期内易佰网络在德国、英国、法国、意大利等欧洲国家以及东南亚、南美洲和非洲等发展中国家和地区销售收入的亦保持高速增长，中美贸易摩擦对易佰网络在美国乃至全球业务的业务增长并未构成实质性影响；

2、易佰网络在海外仓发货和国内仓直邮等模式上协同发展，其中国内仓直邮模式下，货物以小包裹形式从国内仓直接发给海外终端消费者，货物价值通常低于关税起征点，受关税税率影响较小；

3、易佰网络销售的商品以中国制造的高性价比轻工业或生活用品为主，单价大约在 15 美元左右，消费者的价格敏感性相对较低，因此针对列入加征关税范围的商品，易佰网络可根据美国市场情况和同行业公司情况，通过提高终端售价的方式转嫁加税影响，从而有效降低对经营活动的不利影响。

根据大华会计师出具的《易佰网络审计报告》，2018 年度、2019 年度、2020 年 1-6 月，易佰网络分别实现营业收入 181,250.44 万元、356,715.35 万元、200,939.88 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 9,002.68 万元、17,528.14 万元、17,481.48 万元，其中 2019 年度收入和净利润规

模分别同比增长 96.81%和 94.70%，表现了良好的发展速度和潜力。此外，2020 年度，根据未经审计的财务数据，易佰网络实现营业收入约 41-43 亿元，同比增长约 15-20%，净利润约 3.4-3.5 亿元，同比增长约 95-100%，继续保持良好的增长趋势，预计可超过业绩承诺方关于 2020 年度的承诺业绩。

综上所述，截至本核查意见出具日，现阶段中美贸易摩擦有所缓和，美国于中国产品加征关税政策方面有所宽松，尽管如此，中美第一阶段经贸协议的落实进程和效果尚存在较大不确定性，中美经贸关系全面恢复尚需多方努力和时间检验。整体而言，中美贸易摩擦以及美国加征关税等相关政策对易佰网络产品出口的影响整体较小且逐步减少，未对标的公司经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，易佰网络已采取相关防范措施并呈现良好效果。

二、补充披露情况

上市公司已在重组报告书“第九章/二/（八）进口国进口政策、贸易摩擦对出口业务的影响”中对相关内容进行了补充披露。

三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：中美贸易摩擦以及美国加征关税等相关政策对易佰网络产品出口的影响整体较小且逐步减少，未对标的公司经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，易佰网络已采取相关防范措施并呈现良好效果。

问题四

2020 年 1 月 16 日，证监会召开 2020 年第 3 次并购重组委工作会议，华凯创意发行股份购买资产事项未获得审核通过，审核意见为：标的资产的持续盈利能力存在重大不确定性，不符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十三条的相关规定。

请上市公司结合前次申报并购重组委否决意见和要求落实的主

要问题、标的资产盈利指标和主要经营变化情况、主要合作平台政策规定及变动风险、标的资产目前经营合规性等情况，进一步补充说明前次重组否决事项是否已彻底整改，标的资产持续盈利能力是否已实质性改善。

请独立财务顾问核查并发表明确意见。

【回复】

一、请上市公司结合前次申报并购重组委否决意见和要求落实的主要问题、标的资产盈利指标和主要经营变化情况、主要合作平台政策规定及变动风险、标的资产目前经营合规性等情况，进一步补充说明前次重组否决事项是否已彻底整改，标的资产持续盈利能力是否已实质性改善

2020年1月16日，证监会召开2020年第3次并购重组委工作会议，华凯创意发行股份购买资产事项未获得审核通过，审核意见为：标的资产的持续盈利能力存在重大不确定性，不符合《上市公司重大资产重组管理办法》第四十三条的相关规定。

前次重组方案被并购重组委否决后，上市公司在综合考虑跨境出口电商行业良好的政策环境和发展前景、标的公司自身良好的业绩增长态势和改善的资本结构基础上，审慎决定继续推进重组方案；标的公司在保持良好的业绩增长趋势同时，核心盈利指标均进一步改善，前次重组否决事项已彻底整改，标的资产持续盈利能力已实质性改善，具体分析如下：

（一）易佰网络盈利指标已进一步改善，表现出良好的持续盈利能力，业绩持续增长，盈利质量进一步提升

报告期内，易佰网络在保持良好的业绩增长趋势同时，经营活动现金流情况持续改善，存货周转率不断提升，存货和货币资金占总资产的比例呈此消彼长的趋势，资产负债率亦持续下降，核心盈利指标均进一步改善，具体分析如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
营业收入	200,939.88	29.12%	356,715.35	96.81%	181,250.44
净利润	17,200.21	776.59%	9,650.28	7.01%	9,018.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	17,481.48	123.62%	17,528.14	94.70%	9,002.68
经营活动产生的现金流量净额	41,502.00	1111.33%	-3,052.07	74.72%	-12,072.41
综合毛利率	62.64%	3.02个百分点	59.62%	-0.39个百分点	60.00%
净利率	8.56%	7.30个百分点	2.71%	-2.27个百分点	4.98%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润率	8.70%	3.71个百分点	4.91%	-0.06个百分点	4.97%
存货周转率（次/年）	3.10	0.05	3.05	0.34	2.71
项目	2020年6月末		2019年末		2018年末
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
货币资金	29,013.85	365.88%	6,227.75	10.46%	5,638.18
存货余额	40,836.92	-27.20%	56,091.23	46.16%	38,377.43
货币资金占总资产比例	27.38%	20.64个百分点	6.75%	-2.32个百分点	9.07%
存货余额占总资产比例	38.54%	-22.23个百分点	60.77%	-0.98个百分点	61.75%
资产负债率	41.06%	-10.41个百分点	51.47%	-26.94个百分点	78.41%

注：1、2018年、2019年、2020年1-6月数据经审计，同比2019年1-6月数据未经审计；

2、2020年1-6月同比变动相对2019年1-6月，2019年同比变动相对2018年，2020年6月末同比变动相对2019年末，2019年末同比变动相对2018年末；

3、2020年1-6月的存货周转率为年化结果。

1、报告期内易佰网络表现出良好的业绩增长趋势和持续盈利能力

根据大华会计师出具的《易佰网络审计报告》，2018年度、2019年度、2020年1-6月，易佰网络分别实现营业收入181,250.44万元、356,715.35万元、200,939.88万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润9,002.68万元、17,528.14万元、17,481.48万元，其中2019年度收入和净利润规模分别同比增长96.81%和94.70%，表现了良好的发展速度和潜力。此外，2020年度，根据未经审计的财务数据，易佰网络实现营业收入约41-43亿元，同比增长约15-20%，净利润约3.4-3.5亿元，同比增长约95-100%，继续保持良好的增长趋势，预计可超过业绩承诺方关于2020年度的承诺业绩。

2019年，易佰网络因实施员工股权激励确认股份支付费用10,791.30万元，计入非经常性损益，对当期损益影响较大。2019年易佰网络的净利率为2.71%，扣除非经常性损益影响后的净利率为4.91%，与2018年相比保持相对稳定。

2020 年 1-6 月营业收入同比增长 29.12%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润同比增长 123.62%，对应净利率同比提升 3.71 个百分点，相比 2019 年度提升 3.79 个百分点，主要影响因素分析如下：

（1）2020 年春节及“新冠”疫情爆发期间，国内供应商复工复产延迟、跨境海运时效延长，导致第三方海外仓的补货周期增加、断货风险提升，易佰网络根据不同平台特性对部分畅销商品提高了售价，避免因断货而影响店铺评价，毛利率较 2019 年度提升 3.01 个百分点；

（2）2019 年下半年以来易佰网络对 Lazada 订单普遍由空运转为陆运，对速卖通订单更多使用有优惠折扣的平台物流服务，在保证用户体验基础上降低了单位订单的运费成本，加之 2020 年以来部分畅销商品提高售价、订单配送成本较高的国内仓发货相对海外仓发货占比下降等因素影响，2020 年 1-6 月销售费用中的物流费率较 2019 年度下降 0.68 个百分点；

（3）易佰网络不断升级信息系统功能模块，自动化程度和单位人效进一步提升，运营效率和人均产出不断优化，加之受“新冠”疫情防控影响部分员工因无法返工且不具备远程工作条件而协商减少工资发放等因素影响，2020 年 1-6 月销售费用、管理费用和研发费用中的员工薪酬合计占营业收入比例较 2019 年度下降 1.14 个百分点；

（4）2019 年度因实施员工股权激励导致深圳母公司亏损，确认了递延所得税资产，导致当期所得税费用为负，而 2020 年不涉及相关事项，2020 年 1-6 月所得税费用占营业收入的比例较 2019 年度提升 1.90 个百分点。

2、报告期内易佰网络的经营活动现金流情况持续改善，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异显著收窄，盈利质量进一步提升

报告期内，易佰网络的营业收入和净利润保持快速增长，而 2018 年、2019 年经营活动产生的现金流量净额为负数，但 2019 年较 2018 年已显著收窄，2020 年 1-6 月已由负转正，防风险能力显著增强。

2019 年以来，易佰网络通过持续提升各业务流程的信息化程度、加强对存货动销的精细化管理，使 2019 年存货周转率较 2018 年提升 0.34 次/年。在此影

响下，2019 年易佰网络经营活动产生的现金流量净额-3,052.07 万元，较 2018 年度经营活动产生的现金流量净额-12,072.41 万元明显改善。

2020 年 1-6 月，易佰网络营业收入同比增长 29.12%，较 2019 年同比增幅有所收窄，因业绩快速增长需提前备货占用的现金流减少。易佰网络继续强化对存货动销的管控，加之受传统业务淡季和“新冠”疫情影响采购支出有所下降，2020 年 1-6 月易佰网络存货周转率进一步提升至 3.10 次/年，使得经营活动产生的现金流量净额已由负转正，达 41,502.00 万元。

3、坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险

易佰网络属于泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，目前开发销售的 SKU 规模已超过 37 万个，涵盖 8 个大类、20 余个一级品类和 120 余个二级细分品类，不存在对单一品类和产品的重大依赖。泛品类经营的优势主要体现在诸如“新冠”疫情等突发情况下，不会存在单一品类产品（如消费电子产品、户外用品）销量骤减而影响持续经营的情况，同时能够快速响应需求，及时开发新品，从而有效提高易佰网络的抗风险能力，不断扩充、更新产品开发数量，有效促进各产品线的业绩增长。

易佰网络在深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主流第三方平台的同时，积极在沃尔玛、Joom、Jumia 等新兴第三方电商平台开设网店，不存在依赖特定平台的情况。易佰网络对单个目标市场亦不存在依赖，排名第一的美国市场收入占比仅约 20%左右。除美国、英国等英语市场外，易佰网络在德国、意大利、法国、西班牙、日本等小语种发达国家也快速发展，并敏锐抓住东南亚、南美洲甚至非洲等发展中国家和地区电商市场的巨大发展潜力，拓展销售半径。

此外，易佰网络在海外仓发货、FBA 仓发货、国内仓发货等经营模式上亦均衡发展。前两者的优势在于大幅提升订单配送时效，有利于提升买家购物体验，降低平均物流成本，但对海外仓商品的品类选择、仓储成本和商品动销率管控提出更高要求；后者的优势在于适用更广范围的 SKU，更容易进行库存管理，从而降低资金周转压力，但配送时间较长。易佰网络最大化地发挥各种模式的优势和特点，动态应对市场变化，有效分散经营风险。

2020 年“新冠”疫情期间，易佰网络充分发挥了多种仓储模式协同发展和运营平台、海外仓库、终端市场的多元化分布的优势，在 3-5 月亚马逊部分 FBA 仓对非生活必需品或医疗用品类商品暂时性限制入库的情况下，及时调整经营策略，将补货发运至第三方海外仓继续运营，保障终端销售的持续性。相比于品类、平台或模式单一的跨境出口电商企业，易佰网络表现出明显更强的抗风险能力和持续经营能力。

4、快速响应终端需求，产品开发流程不断优化，供应链效率不断提升

目前，易佰网络平均每月开发新品数量超过 1.2 万个，实现销售的 SKU 总数已由 2018 年度的 17.03 万个增至 2019 年度的 37.11 万个。

易佰网络对各产品品类划分为多个细分类目，配备具有细分产品开发、采购和销售经验的人员组建产品专项小组，开发适合电商渠道销售、满足特定市场需求的产品，为消费者提供更详尽、专业的产品信息和购物体验，在产品开发、供应链管理和差异性的营销策略方面形成一定的经验壁垒。新品上架后，开发人员对产品动销率进行收集，评估产品开发效果，对产品卖点、市场规模等因素跟踪分析，向销售人员提供销售建议，并从销售人员获取商品销售数据和客户行为数据，反向指导和调整新品开发工作。

易佰网络通过严控产品开发时间和开发成本来提高开发效率，并在产品开发和供应链管理各环节贯彻“小批量、多批次、低成本快速试错”的管控逻辑，从而提升产品从开发上线、采购销售到库存管理的整体周转效率。

2020 年“新冠”疫情期间，易佰网络采取积极措施应对疫情影响，基于疫情期间目标市场终端消费者的需求，快速响应跟进，短短半个月时间迅速开发和供应消毒防护、远程办公教学、母婴玩具、厨房卫浴、园艺日用、室内健身等新产品 6,000 余种（平均开发周期在 7 天以内），在产品开发方面表现出显著的灵活应变优势和快速反应能力。

5、自主研发的信息系统进一步优化，营销环节和存货管理的经营效率得以提升

报告期内，易佰网络在信息化方面持续投入，构建的系统涵盖系统基础架构、

基础业务系统模块（产品系统、采购系统、物流系统、仓储管理系统、订购管理系统、决策运营系统等）及智能应用系统模块（智能刊登系统、智能调价系统、智能广告系统、智能备货计划系统等），为管理层提供可量化的、智能的、科学的决策依据，为报告期内的业绩增长提供了良好的信息系统支持。

易佰网络自主开发的销售平台智能运营系统，将全部第三方电商平台的商品链接、经营报表与各个产品和内部系统进行全数据对接，实现同一产品在全平台的销售策略的高效执行，包括同步提价提利、同步降价清仓等多平台联动销售策略，并基于全平台订单、利润、库存等信息，实现优选售卖、智能调拨等多平台宏观优选策略，有效提升了营销环节的经营效率。

存货管理能力为决定跨境出口电商企业经营状况优劣的核心因素。易佰网络依托自主研发的智能化存货管理系统，能够综合考虑历史期每个 SKU 颗粒度层面的销量增长趋势、产品竞争程度、季节性特点、当前库存量、预计到货时间等因素，预测产品在未来的需求量，制定采购计划。易佰网络遵循小批量、多批次原则制定采购计划，同时兼顾单批采购及物流成本，选取最优采购策略，能够有效控制仓储成本，降低存货滞销风险，有效提高存货经营效率。2019 年，易佰网络的存货周转率为 3.05 次/年，较 2018 年 2.71 次/年有所提升，为经营规模快速扩张下的健康稳定发展奠定基础。易佰网络 2018 年末和 2019 年末库龄在 1 年以内的存货分别保持在 93.51%、94.11%的较高水平，且 1 年以上的存货在下一年销售情况良好。

在“新冠”疫情国内爆发期间，易佰网络积极调整库存策略，降低单次备货量，加大备货频次，有效降低库存规模，加强资金的使用效率；在“新冠”疫情国外蔓延期间，易佰网络结合各国家疫情情况，加大疫情影响较小的国家的海外仓备货，加快海外仓周转，同时优先销售销量较好、货值较高的产品，2020 年 1-6 月存货周转率进一步提升至 3.10 次/年，体现了较为灵活的库存管理优势。

6、在品类上差异化竞争，商品平均售价和客单价稳步提升

易佰网络在发展初期战略性地避开服装、消费电子等更新换代较快，滞销风险较高的品类，优先切入并不断深耕家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等蓝海品类。该等品类综合毛利率较高、生命周期较长、更新换代

较慢，使易佰网络在品类发展策略上与其他跨境出口电商企业形成差异化竞争。

2019 年，易佰网络在家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品四大品类合计收入占比保持在 68%左右。在此基础上，易佰网络也加强了 3C 电子产品、户外运动、工艺收藏等品类的资源投入，并针对影视摄影、母婴用品、手表首饰等前期投入较小的品类设立产品专项小组。

此外，易佰网络为优化产品结构，逐渐提升高单价商品的开发比例，提高单品毛利，商品平均销售单价由 2018 年 68.87 元/个提升至 2019 年 86.01 元/个，客单价由 2018 年 135.66 元/个提升至 2019 年 156.25 元/个，促进了 2019 年度收入规模的提升。

（二）主要合作平台政策规定稳定且持续，因平台政策变动影响标的公司持续盈利能力的风险较小

报告期内，主要合作平台如亚马逊、eBay 等的平台政策规定基本稳定，针对易佰网络设立网店并持续经营等方面未发生重大调整或变化。根据对主要合作平台进行的访谈，除部分营销活动规则等随市场变动有所调整外，预计短期内主要合作平台不会对跨境电商卖家的经营规则进行重大调整或存在重大变化，因平台政策变动影响标的公司持续盈利能力的风险较小。

（三）易佰网络第三方名义网店已整改完毕，对持续经营不存在重大不利影响，不存在重大经营合规性风险

为进一步加强第三方名义网店的控制，统一相关网店的开店主体与经营主体，2019 年以来易佰网络着手积极调整销售策略，逐步将经营状况良好、销售收入较高的第三方名义网店变更还原至易佰网络或其子公司名下，关闭经营规模较小的第三方名义网店。

易佰网络及其实际控制人胡范金、总经理庄俊超已出具以下承诺：1）截至本承诺函出具日，易佰网络及其子公司未曾因以信息授权形式在 ebay、亚马逊、速卖通、Wish 等第三方电商平台开设网店而被第三方电商平台强制关店或处罚的情况；2）自本承诺函出具日起，易佰网络不再以信息授权形式在第三方电商平台新设网店，并针对现有第三方名义网店切实执行整改计划，拟于 2020 年 6

月 30 日前将第三方名义网店对应 2019 年度收入占易佰网络 2019 年度主营业务收入总额的比例降至 5% 以下，于 2020 年 12 月 31 日前完成整改，将剩余全部第三方名义网店变更还原至易佰网络或其子公司名下或关闭；如易佰网络及其子公司未来因第三方名义网店而受到第三方电商平台重大处罚或被第三方电商平台大面积强制关店，并导致易佰网络受到重大经营损失，胡范金、庄俊超将承担易佰网络及其子公司因此受到的损失；3）若第三方名义网店在变更至易佰网络及其子公司名下的过程中，给易佰网络或其子公司带来重大经营损失，或因上述变更受到第三方电商平台重大处罚，并导致易佰网络及其子公司受到重大经营损失的，胡范金、庄俊超将承担易佰网络及其子公司因此受到的损失；4）易佰网络披露的其控制的信息授权主体绑定的店铺真实、完整，不存在遗漏或未纳入易佰网络合并报表范围的易佰网络控制的其他第三方名义网店。

截至本核查意见出具日，易佰网络已完成对第三方名义网店的整改，第三方名义网店已变更还原至易佰网络或其子公司名下或已关闭。

二、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：报告期内易佰网络表现出良好的业绩增长趋势和持续盈利能力，经营活动现金流情况持续改善，经营活动产生的现金流量净额与净利润的差异显著收窄，盈利质量进一步提升；坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险；快速响应终端需求，产品开发流程不断优化，供应链效率不断提升；自主研发的信息系统进一步优化，营销环节和存货管理的经营效率得以提升；在品类上差异化竞争，商品平均售价和客单价稳步提升；易佰网络主要合作平台政策规定稳定且持续，因平台政策变动影响标的公司持续盈利的风险较小；易佰网络第三方名义网店已整改完毕，对持续经营不存在重大不利影响，不存在重大经营合规性风险。因此，标的公司于前次重组否决事项已彻底整改，标的资产持续盈利能力已实质性改善。

问题五

请上市公司结合标的资产核心竞争力、历史经营业绩、行业地位

等，说明本次交易定价及评估增值率的合理性；结合标的资产主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等因素，补充披露标的资产未来的经营风险和对持续盈利能力的影响，并说明本次交易评估是否充分考虑了上述因素。

请独立财务顾问和评估师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合标的资产核心竞争力、历史经营业绩、行业地位等，说明本次交易定价及评估增值率的合理性

本次交易标的资产作价参考标的公司股权的评估结果并经交易各方协商确定。根据中联评估出具的《易佰网络评估报告》和《易佰网络加期评估报告》，截至2019年4月30日、2019年12月31日、2020年6月30日，标的公司易佰网络100%股权归属于母公司所有者权益账面值分别为30,771.42万元、44,793.45万元、62,447.49万元，评估值分别为168,151.00万元、182,330.00万元、209,830.00万元，评估结论较账面净资产分别增值137,379.58万元、137,536.55万元、147,382.51万元，增值率为446.45%、307.05%、236.01%。上述评估选用收益法的评估结果作为评估结论，有利于反映易佰网络的盈利能力。本次交易定价及评估增长率具有合理性，具体情况分析如下：

（一）标的公司具有赖以持续发展的核心竞争力

1、自主研发信息化系统，持续提升自动化、智能化运营水平

标的公司的核心竞争优势体现在自主研发和不断完善的信息系统。报告期内，易佰网络在信息化方面持续研发投入，构建的系统涵盖系统基础架构、基础业务系统模块（产品系统、采购系统、物流系统、仓储管理系统、订购管理系统、决策运营系统等）及智能应用系统模块（智能刊登系统、智能调价系统、智能广告系统、智能备货计划系统等），有效提升了核心业务环节的运营效率和单位人效，以下以调价、刊登、推广、备货四个业务环节举例说明：

（1）智能调价

泛品类跨境电商的 SKU 数量、店铺数量、商品刊登链接众多，对海量商品的调价能力至关重要，因为商品定价直接影响销售收入、存货动销和毛利率水平。

大多数跨境电商卖家通过店铺后台对 Listing（商品页面）进行手工调价，响应速度和执行效率极低。而通过信息系统实现批量调价功能，则需解决海量数据的存储运算和系统稳定性等技术门槛，还需依靠采购、库存管理等一系列配套系统的同步开发，以及数据积累和算法优化的同步支持才能实现。

2018 年易佰网络开始自主研发“全自动数据整理及调价管理系统”（软著登字第 4845384 号），经不断迭代升级，2019 年在亿级数据存储和运算方面取得技术突破，依托大数据实时运算平台，实现了全平台 Listing（商品页面）管理，能够有效保障商品数据信息的完整性和调价指令的快速准确传达。2019 年 10 月，该系统与 ERP 系统、TMS 物流管理系统、WMS 仓储管理系统、易佰数据库等实现数据交互，进一步提升了“易佰云”智能化企业管理平台的运转效率。该系统根据库存、库龄、日均加权销量等维度，以大数据算法为支撑，对跨平台、跨店铺的海量商品销售页面计算最优售卖价格，并实现批量、快速的价格升降调整，2020 年以来对毛利率、存货周转率等财务指标的影响逐渐显现。

（2）智能刊登

跨境电商在网店上线商品的运营环节称为“商品刊登”。2018 年易佰网络自主研发的智能刊登系统（自动化销售平台管理软件 V1.0，软著登字第 4843935 号），运用梅森旋转算法等技术方法，对每个 SKU 可批量生成数百种差异化的标题文案和图片组合，自动快速翻译成多国语言，快速刊登至跨平台多个站点，自动匹配平台细分类目，增加买家搜索关键词下单的概率，并根据销量数据自动筛选带来最多订单转化的刊登方案，对其他销售页面进行批量优化调整。例如，亚马逊平台团队通过智能刊登系统，在 2020 年 9 月当月刊登商品销售页面数量超过 450 万条，平均每天刊登数量超过 15 万条，这是传统人工刊登所无法比拟的。

通过优化系统算法实现智能刊登，解决了采用人工刊登的泛品类卖家编辑速

度慢、批量修改难、翻译成本高等痛点，有助于易佰网络相比竞争对手更快速地上线销售新品、抢占新兴市场，提升商品在电商平台的曝光度和订单转化率，对于报告期和未来销售业绩的增长具有直接促进作用。

（3）智能广告

2018 年易佰网络自主研发的“智能广告投放运行监控分析统计系统”（软著登字第 4189718 号），突破了十亿级广告数据存储和实时运算的技术壁垒，可针对不同业务场景和时间阶段的广告需求，设置差异化的投放策略，并对广告数据进行跟踪。

该系统对易佰网络报告期和未来销售业绩的增长具有直接促进作用。经统计，2019 年以来易佰网络在亚马逊的广告订单金额占总销售收入的比例约 30%，即通过付费推广在自然流量基础上带来的增量业绩约占 30%。与此同时，通过不断升级智能广告系统的算法，易佰网络在亚马逊的推广支出转化效率还有所提升。亚马逊后台会统计卖家支出的推广费用占其对应的广告订单金额的比例（简称“ACoS 值”），该比例降低意味着投放相同金额的推广费带来更高的销售额，即广告投放效果较好。经统计，报告期内易佰网络在亚马逊推广的 ACoS 值在 14-18% 之间波动，2020 年以来有所下降，特别是二季度降低至 13.33%，表明易佰网络在亚马逊上的营销投入转化效率有所提升。

（4）智能备货

易佰网络自主研发智能 MRP 计划系统（Material Requirement Planning，物资需求计划），基于自身泛品类、多平台、多市场的运营策略，设置精细化系统参数配置并实现自动化算法分析，综合考虑每个 SKU 历史销量及预期未来销售趋势，并结合实时库存量、预计到货、供货交运周期、物流时效等影响因素，自动输出采购、调拨、发运等指令建议并传输至其他系统模块，指引人员执行指令，以实现供应链关键环节的智能化精细化管控。

2018 年 11 月之前，易佰网络以销售小组为单位手工计算和提出采购需求，供应链部门通过 Excel 统计报表进行备货逻辑校验，存在因缺乏统筹系统管理而导致的采购缺货、冗余等情况。2018 年 11 月后，易佰网络针对亚马逊 FBA 模

式、国内仓模式、海外仓模式，逐步进行备货逻辑及自动化算法研究，自主研发 PC 端系统应用程序，并持续完善算法因子及调整逻辑，形成易佰云 MRP 计划系统并不断迭代升级。

该系统每天能从凌晨开始计算，在 5-6 个小时内完成上千万条分平台的产品信息、上百万条 FBA 链接及库存、20-40 多万个 SKU 的全量数据计算，并在每天 9:00-10:00 前生成 2-10 万多条 SKU 的采购备货指令、5-10 万多条 FBA 仓和海外仓的发运指令，并输出给采购、物流、销售部门执行，相比早期人工计算的方式，大幅提升备货计划的准确性和各业务环节的运转效率。

2、“双蓝海”产品开发策略，避开服装、消费电子等红海市场品类

易佰网络在产品开发方面采用“双蓝海策略”，首先在发展初期战略性地避开服装、消费电子等处于红海市场的品类，优先切入并不断深耕家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等蓝海品类。易佰网络属于较早专注于上述产品品类的跨境出口电商，建立了一定的先发优势和规模优势，与其他以经营服装、消费电子为主的跨境出口电商企业形成差异化竞争。

除上述四大品类外，对于其他品类产品易佰网络同样深入研究市场需求和消费行为，采用蓝海战术进行差异化开发，产品开发方向主要集中在有稳定市场需求而相对冷门的细分领域（以市场竞争相对激烈的家居品类为例，代表性蓝海产品包括家装工具里的瓷砖找平器、牧场工具里的栅栏加固器、园艺工具里的摇蜜机、巢础等）。

这类产品具有生命周期长、更新换代慢的特点，在细分领域市场需求较大，市场竞争程度低于 3C 电子产品、服装，且产品售价相对较低，消费者对价格高低的敏感性较低，因此具有较大的调价空间，有利于维持相对较高的利润水平。

经统计，标的公司 2018 年、2019 年以及 2020 年前三季度均产生收入的 SKU 约为 5.5 万个，占各期收入比例分别约为 77%、71%、61%，说明标的公司开发销售的产品具有较强的生命力和竞争力，与自身坚持差异化的选品策略相关。

易佰网络通过严控产品开发时间和开发成本来提高开发效率，并在产品开发和供应链管理各环节贯彻“小批量、多批次、低成本快速试错”的管控逻辑，从而

提升产品从开发上线、采购销售到库存管理的整体周转效率。

3、坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险

易佰网络属于泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，目前开发销售的 SKU 规模已超过 37 万个，涵盖 8 个大类、20 余个一级品类和 120 余个二级细分品类，不存在对单一品类和产品的重大依赖。泛品类经营的优势主要体现在诸如“新冠”疫情等突发情况下，不会存在单一品类产品（如消费电子产品、户外用品）销量骤减而影响持续经营的情况，同时能够快速响应需求，及时开发新品，从而有效提高易佰网络的抗风险能力，不断扩充、更新产品开发数量，有效促进各产品线的业绩增长。

易佰网络在深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主流第三方平台的同时，积极在沃尔玛、Joom、Jumia 等新兴第三方电商平台开设网店，不存在依赖特定平台的情况。易佰网络对单个目标市场亦不存在依赖，排名第一的美国市场收入占比仅约 20%左右。除美国、英国等英语市场外，易佰网络在德国、意大利、法国、西班牙、日本等小语种发达国家也快速发展，并敏锐抓住东南亚、南美洲甚至非洲等发展中国家和地区电商市场的巨大发展潜力，拓展销售半径。

此外，易佰网络在海外仓发货、FBA 仓发货、国内仓发货等经营模式上亦均衡发展。前两者的优势在于大幅提升订单配送时效，有利于提升买家购物体验，降低平均物流成本，但对海外仓商品的品类选择、仓储成本和商品动销率管控提出更高要求；后者的优势在于适用更广范围的 SKU，更容易进行库存管理，从而降低资金周转压力，但配送时间较长。易佰网络最大化地发挥各种模式的优势和特点，动态应对市场变化，有效分散经营风险。

2020 年“新冠”疫情期间，易佰网络充分发挥了多种仓储模式协同发展和运营平台、海外仓库、终端市场的多元化分布的优势，在 3-5 月亚马逊部分 FBA 仓对非生活必需品或医疗用品类商品暂时性限制入库的情况下，及时调整经营策略，将补货发运至第三方海外仓继续运营，保障终端销售的持续性。相比于品类、平台或模式单一的跨境出口电商企业，易佰网络表现出明显更强的抗风险能力和持续经营能力。

（二）标的公司历史经营业绩表现出良好的增长趋势和持续盈利能力

报告期内，易佰网络在保持良好的业绩增长趋势同时，经营活动现金流情况持续改善，存货周转率不断提升，存货和货币资金占总资产的比例呈此消彼长的趋势，资产负债率亦持续下降，核心盈利指标均进一步改善，具体数据情况如下：

单位：万元

项目	2020年1-6月		2019年		2018年
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
营业收入	200,939.88	29.12%	356,715.35	96.81%	181,250.44
净利润	17,200.21	776.59%	9,650.28	7.01%	9,018.42
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	17,481.48	123.62%	17,528.14	94.70%	9,002.68
经营活动产生的现金流量净额	41,502.00	1111.33%	-3,052.07	74.72%	-12,072.41
综合毛利率	62.64%	3.02个百分点	59.62%	-0.39个百分点	60.00%
净利率	8.56%	7.30个百分点	2.71%	-2.27个百分点	4.98%
扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润率	8.70%	3.71个百分点	4.91%	-0.06个百分点	4.97%
存货周转率（次/年）	3.10	0.05	3.05	0.34	2.71
项目	2020年6月末		2019年末		2018年末
	金额	同比变动	金额	同比变动	金额
货币资金	29,013.85	365.88%	6,227.75	10.46%	5,638.18
存货余额	40,836.92	-27.20%	56,091.23	46.16%	38,377.43
货币资金占总资产比例	27.38%	20.64个百分点	6.75%	-2.32个百分点	9.07%
存货余额占总资产比例	38.54%	-22.23个百分点	60.77%	-0.98个百分点	61.75%
资产负债率	41.06%	-10.41个百分点	51.47%	-26.94个百分点	78.41%

注：1、2018年、2019年、2020年1-6月数据经审计，同比2019年1-6月数据未经审计；

2、2020年1-6月同比变动相对2019年1-6月，2019年同比变动相对2018年，2020年6月末同比变动相对2019年末，2019年末同比变动相对2018年末；

3、2020年1-6月的存货周转率为年化结果。

（三）标的公司在跨境出口电商领域已形成较为领先的行业地位

得益于在跨境出口电商领域的深耕细作，近年来易佰网络的成长受到第三方平台的高度认可，获得 ebay2016 年度精选商品卓越表现奖、ebay2017 年度飞跃进步奖、ebay2018 年度大中华区销售季军、Lazada2018 年度激“赞”卖家奖、Shopee2018 年度最佳潜力奖、Shopee2019 年度新加坡市场最佳卖家和 2020 年度马来西亚最佳卖家、Wish2019 年度卖家之星、雨果网“跨境拾年领军企业（2010-2020）”奖等奖项，逐步树立了在跨境出口电商行业的口碑和地位。

综上所述，标的公司当前已初步形成规模，并在相关品类领域形成一定的先发优势，并通过坚持自主研发和不断升级信息系统，提升自身的经营管理效率，表现出良好的业绩增长趋势和持续盈利能力，具有赖以持续发展的核心竞争力，在跨境出口电商领域已形成较为领先的行业地位。未来，随着易佰网络经营规模不断扩大，为不断提升易佰网络智能化、数据化运营能力，优化各部门整体运营效率和人均创收水平，易佰网络拟进一步对“易佰云”智能化企业管理平台进行升级，从而保持和提升持续盈利能力。基于上述，本次交易定价及评估增长率具有合理性。

二、结合标的资产主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等因素，补充披露标的资产未来的经营风险和对持续盈利能力的影响，并说明本次交易评估是否充分考虑了上述因素。

（一）标的公司主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况

报告期内，美国、英国和欧盟主要国家稳定保持在易佰网络的销售地区排名前列，其当前政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况具体如下：

1、美国地区

因素	与标的公司及所处行业相关内容
政治环境	美国新任总统拜登上台后的对华政策引人关注，2021年2月在七国集团（G7）特别峰会和慕尼黑安全会议上高呼“美国回来了”，试图重振美国的领导力，修复与西方盟友的关系，统一对华政策的步调。拜登提到，必须为与中国的长期战略竞争做准备，并预言这将是非常激烈的竞争。中国作为美国长期竞争对手的定位没有发生根本改变，但拜登政府的应对显然更为理性，既全力竞争又不放弃合作努力，没有发出将中国视为“敌人”或推动两国新冷战的言论，与以激进遏华为主线的特朗普主义有所区分。截至目前，美国新政府的对华政策虽有轮廓但不甚具体，如何执行也尚在酝酿之中，未来走向尚待观察 ¹ 。
经济环境	美国商务部2021年2月发布的季度数据显示，2020年美国电商销售

¹ 《拜登对华政策信号：竞争对手定位不变，但不推动新冷战》，2021年2月26日，《中国新闻周刊》

因素	与标的公司及所处行业相关内容
	额增长 32%，达到 7,900 亿美元，高于前一年的 5,980 亿美元，其中电商占零售总支出的 14%，较 2019 年的 11.3%有显著增长 ² 。此外，美国人口普查局公布的数据显示，2020 年美国人在电子商务上的支出为 7917 亿美元，同比增长 32.4% ³ 。
国际贸易和关税	关税战，是特朗普执政时期美国国际贸易政策的代名词。新任美国总统拜登上台后，有关国际贸易和关税方面的政策和态度逐渐释放。候任贸易代表戴琦在 2021 年 2 月末美国参议院组织的听证会上，虽然承认中国是重要的合作伙伴，但也认为中国是强大的对手，支持以关税作为抗衡中国贸易政策的合法工具，表示美国商务政策新团队不打算彻底改变特朗普政府的强硬立场 ⁴ 。

2、英国地区

因素	与标的公司及所处行业相关内容
政治经济环境	2020 年英国当地时间 1 月 31 日，英国正式退出欧盟，进入为期 11 个月的过渡期。从 2021 年 1 月 1 日起，英国与欧盟将实现全面的政治和经济独立，英国与欧盟之间将增设海关边境。英国与欧盟之间的亚马逊物流欧洲整合服务（Pan-EU）库存转运将停止，但是，亚马逊物流欧洲整合服务将继续在欧盟地区内运输库存，以支持卖家在德国、法国、意大利和西班牙站点上的销售。
国际贸易	正式脱欧之后，英国获得了独立的外贸政策，可以自由与欧盟之外的国家签署自由贸易协定，制定独立的产业政策。 根据英国国家统计局 2020 年 12 月公布的数据，2020 年上半年，在前五大贸易伙伴中，英国仅与中国实现双边货物贸易正增长，这主要是由于英国从中国进口的货物增长了 17.2%，中国已经成为英国日益重要的贸易伙伴 ⁵ 。
税务	随着英国脱欧，自 2021 年起，在商品销售环节，如果跨境电商卖家从英国境外或通过英国境内的库存向英国买家配送商品，由电商平台代收代缴适用的增值税。如果跨境电商卖家从英国境外向英国买家配送商品，且该买家在英国登记了增值税（企业及机构买家），则电商平台无需代收和代缴增值税，已登记增值税的买家可通过其增值税申报单自行申报英国增值税。

3、欧盟地区

² 《销售额高达 8000 亿美元！2020 年美国电商势如破竹》，2021 年 2 月 20 日，腾讯网

³ 《2020 年美国电子商务支出 7917 亿美元 同比增长 32.4%》，2021 年 2 月 21 日，搜狐网

⁴ 《美国候任贸易代表称：中国是强大对手，能像指挥乐队一样指挥经济》，2021 年 2 月 26 日，观察者网；
《美国贸易代表提名人戴琦：拜登政府支持使用关税》，2021 年 2 月 26 日，人民日报海外网

⁵ 《中英贸易不断增长 抓住机遇深化合作方为正解》，2021 年 2 月 25 日，中国日报网

因素	与标的公司及所处行业相关内容
政治经济环境	2020 年 12 月 30 日，中欧领导人共同宣布如期完成中欧投资协定谈判。中国国际经济交流中心经济研究部副部长刘向东认为，中欧投资协定将会给中欧双方带来新的市场机遇和投资机遇，有力促进双方在投资领域的自由化便利化，并为双方企业开展合作提供更多投资机会，从而促进中欧经贸关系迈向更高水平的新阶段 ⁶ 。
国际贸易和税务	2021 年 7 月 1 日起，欧盟将实施《欧盟税务行政合作指令》修订法案，主要变化包括：统一注册税号管理，引入一站式注册申报服务；欧盟成员彼此之间的固定远程销售额度统一，取消低于 22 欧元的商品的进口增值税豁免政策；规定销售环节由电商平台代扣代缴增值税。欧盟各国尚未正式出台对上述欧盟指令的具体实施细则。

（二）标的公司的经营风险和对持续盈利能力的影响

1、标的公司的经营风险

鉴于上述主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等情况，标的公司面临的主要经营风险如下：

（1）政策变动带来的风险

中国跨境出口电商行业尚处在快速发展期，相应政策、法律体系尚在不断完善中。虽然国家为促进跨境电商行业的加速发展，接连颁布对跨境电子商务的相关支持政策，并提出具体措施以解决跨境电商在通关、支付等方面存在的难题，但不排除未来监管部门出台新的跨境出口电商政策法规要求、出口贸易政策，从而改变行业经营环境，若标的公司未能满足新的政策要求，标的公司的整体盈利能力将受到一定程度的影响。

（2）宏观经济波动的风险

易佰网络主要从事跨境出口电商业务，如果未来国际经济形势发生诸如经济增长放缓或停滞等重大不利变化，或者出现系统性的金融危机，都将严重制约整个国外消费市场的市场需求，从而对公司持续经营造成不利影响。

⁶ 《历时 7 年 35 轮谈判，中欧投资协定谈判如期完成——中欧合作共赢开新局》，2021 年 1 月 1 日，人民日报

（3）新型冠状病毒疫情带来的风险

现阶段，虽然我国在“新冠”疫情防控方面取得良好成效，经济活动全面恢复，社会生产经营有序开展，但假如未来发生较大范围内的第二波“新冠”疫情且政府再次出台限制人员流动、企业复工的疫情防控政策，则易佰网络及其上游供应商的生产经营将受到较大不利影响。

自“新冠”疫情 2020 年上半年在海外多国爆发以来，海外消费需求加速由线下向线上转移，长期来看，对我国跨境出口电商行业的发展具有推动作用。但是，短期来看，跨境物流价格和跨境物流时效波动频繁，上半年大幅增长，下半年逐渐回落，对易佰网络应对市场环境快速变化的能力提出了很大的挑战。2020 年第四季度，德国、法国等部分国家为遏制第二波“新冠”疫情采取了不同时间和地域范围内的封锁政策，防控效果和持续时长存在较大不确定性，进一步推动线上消费的同时，对于线上订单的配送成本和时效可能造成一定影响。

（4）中美经贸关系恢复不及预期的风险

2018 年 5 月以来，美国在国际贸易战略、进出口政策等方面呈现保护主义趋势，其全球贸易政策呈现出较强的不确定性，给我国跨境电商企业的发展环境带来一定的不稳定因素，主要体现在税收政策、汇率变动、合规性监管政策等经营规则的变动风险。2020 年 1 月 15 日，中美达成第一阶段经贸协议，推动美方实现对华加征关税由升到降的转折，包括暂停原定 2019 年 12 月 15 日要加征的关税，并将 2019 年 9 月 1 日生效的对华已加征关税税率从 15% 降至 7.5%，有助于推动中美经贸关系逐步回归正轨。新任美国总统拜登上台后，有关国际贸易和关税方面的政策和态度逐渐释放。候任贸易代表戴琦在 2021 年 2 月末美国参议院组织的听证会上，虽然承认中国是重要的合作伙伴，但也认为中国是强大的对手，支持以关税作为抗衡中国贸易政策的合法工具，表示美国商务政策新团队不打算彻底改变特朗普政府的强硬立场。在此背景下，中美第一阶段经贸协议的落实进程和效果尚存在较大不确定性，对于中美经贸关系的恢复以及中国面向美国的跨境出口电商业务可能存在不利影响。

（5）境外经营风险

易佰网络的主要经营主体香港易佰通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada等第三方平台向境外终端消费者销售商品。终端消费者所在国家或地区的政治环境、人文环境、法律环境、商业环境均与中国大陆存在较大差异，易佰网络可能在经营过程中因对境外子公司所在地或商品销售所在地的政策制度、法律法规、文化传统、价值观等不熟悉而对境外经营造成不利影响。

同时，易佰网络境外子公司所在地或商品销售所在地的监管体系、外汇管理、税收体系等有关政策法律如发生对易佰网络不利的变化，亦可能对易佰网络的整体盈利能力造成一定程度的影响。

（6）汇率波动风险

易佰网络开展跨境出口电商零售业务的主要结算货币为外币。未来若人民币升值，将影响易佰网络产品的销售价格，削弱产品的市场竞争力。此外，若未来收付货币汇率出现大幅波动，汇兑损益会对公司经营业绩产生一定影响。

2、标的公司的经营风险对持续盈利能力的影响分析

首先，易佰网络主要依托第三方电商平台开展业务，销售市场分布广泛，覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。企业未来除继续加大美国、欧洲地区的市场拓展力度的同时，积极拓展东南亚、南美洲市场。全球化的市场布局策略有利于抵消部分国家或地区上述部分风险，进而保持稳健的发展态势。2018年度、2019年度、2020年1-6月，易佰网络分别实现营业收入181,250.44万元、356,715.35万元、200,939.88万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润9,002.68万元、17,528.14万元、17,481.48万元，表现了良好的发展速度和潜力。因此，结合历史期的经营情况，标的公司能够保持良好的持续盈利能力。

此外，结合以往的经营经验，易佰网络未来维持生产经营、持续盈利能力的稳定性具有可行性，具体因素分析如下：（1）跨境出口电商业务面向全球性海量市场，发展空间广阔；（2）坚持泛品类、多平台、多市场经营，国内仓和海外仓发货均衡发展，有效分散经营风险；（3）快速响应终端需求，产品开发流程不断优化，供应链效率不断提升；（4）自主研发的信息系统进一步优化，营销环节和存货管理的经营效率得以提升；（5）在品类上差异化竞争，商品平均售价和客单价稳步提升。

（三）本次交易评估是否充分考虑上述因素

2017 年、2018 年、2019 年，易佰网络分别实现营业收入 91,594.23 万元、181,250.44 万元、356,715.35 万元，复合增长率约为 97.35%；实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 3,721.80 万元、9,002.68 万元、17,528.14 万元，复合增长率约为 117.02%；此外，2020 年度，根据未经审计的财务数据，易佰网络实现营业收入约 41-43 亿元，同比增长约 15-20%，净利润约 3.4-3.5 亿元，同比增长约 95-100%，整体保持了良好的业绩增长趋势，由此看出易佰网络具有较强的抗风险能力。

本次评估中，标的公司结合历史期的收入以及利润的增长水平，在未来盈利预测中结合盈利预测出具时点中美经贸关系、新型冠状病毒疫情等因素的最新进展以及对易佰网络经营指标的影响，谨慎预计 2021 年-2024 年收入复合增长率为 9.45%，净利润复合增长率约为 5.34%。此外，上市公司已在重组报告书“重大风险提示/一、易佰网络的经营风险”中作出了相关风险提示。

二、补充披露情况

上市公司已在重组报告书“第九章/二/（十六）标的公司主要产品出口国家或地区的政治经济环境、贸易、税务及其他政策法规等因素对标的资产未来带来的经营风险和对持续盈利能力的影响”中对相关内容进行了补充披露。

三、独立财务顾问核查意见

经核查，独立财务顾问认为：标的公司当前已初步形成规模，在相关品类领域形成一定的先发优势，并通过坚持自主研发和不断升级信息系统，提升自身的经营管理效率，表现出良好的业绩增长趋势和持续盈利能力，具有赖以持续发展的核心竞争力，在跨境出口电商领域已形成较为领先的行业地位；未来，随着易佰网络经营规模不断扩大，为不断提升易佰网络智能化、数据化运营能力，优化各部门整体运营效率和人均创收水平，易佰网络拟进一步对“易佰云”智能化企业管理平台进行升级，从而保持和提升持续盈利能力；基于上述，本次交易定价及评估增长率具有合理性；本次评估中，标的公司结合历史期的收入以及利润的增长水平，在未来盈利预测中结合盈利预测出具时点中美经贸关系、新型冠状病毒

毒疫情等因素的最新进展以及对易佰网络经营指标的影响，谨慎预计 2021 年-2024 年收入复合增长率为 9.45%，净利润复合增长率约为 5.34%；上市公司已在重组报告书“重大风险提示/一、易佰网络的经营风险”中作出了相关风险提示。

（本页无正文，为《华兴证券有限公司关于<湖南华凯文化创意股份有限公司申请发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金的审核中心意见落实函的回复>之专项核查意见》之签章页）

法定代表人或授权代表：_____

刘 威

财务顾问主办人：_____

孙 文

王嘉宇

华兴证券有限公司

年 月 日