

杭州壹网壹创科技股份有限公司

关于 2021 年年度报告的更正公告

本公司及董事会全体成员保证信息披露的内容真实、准确、完整，没有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏。

重要提示：

尊敬的投资者们，由于工作人员的疏漏，公司于 2022 年 4 月 26 日晚披露的 2021 年年度报告（公告号：2022-021）并不是最终版，现予以更正。由于涉及更正的内容较多，为使投资者更好地了解公司 2021 年度的经营成果和财务状况，建议投资者直接浏览更正后的年报全文。

相关更正内容如下：

一、“第一节 重要提示、目录和释义”的更正

1、更正前：公司负责人林振宇、主管会计工作负责人及会计机构负责人(会计主管人员)声明：保证本年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

更正后：公司负责人林振宇、主管会计工作负责人周维及会计机构负责人(会计主管人员)周维声明：保证本年度报告中财务报告的真实、准确、完整。

2、更正前：

第一节 重要提示、目录和释义	错误！未定义书签。
第二节 公司简介和主要财务指标.....	错误！未定义书签。
第三节 管理层讨论与分析.....	错误！未定义书签。
第四节 公司治理.....	错误！未定义书签。
第五节 环境和社会责任.....	错误！未定义书签。
第六节 重要事项.....	错误！未定义书签。
第七节 股份变动及股东情况.....	错误！未定义书签。
第八节 优先股相关情况.....	错误！未定义书签。

第九节 债券相关情况..... 错误！未定义书签。

第十节 财务报告..... 错误！未定义书签。

更正后：

第一节 重要提示、目录和释义.....	2
第二节 公司简介和主要财务指标.....	7
第三节 管理层讨论与分析.....	11
第四节 公司治理.....	45
第五节 环境和社会责任.....	75
第六节 重要事项.....	76
第七节 股份变动及股东情况.....	121
第八节 优先股相关情况.....	135
第九节 债券相关情况.....	136
第十节 财务报告.....	137

3、释义新增如下释义项：

释义项	指	释义内容
杭州贰次元	指	杭州贰次元文化传媒有限公司
杭州嗨兜	指	杭州嗨兜文化传媒有限公司
杭州网京	指	杭州网京电子商务有限公司
上海网杰	指	上海网杰科技有限公司
宁波壹起商业	指	宁波壹起商业发展有限公司
杭州众达源	指	杭州众达源企业管理合伙企业（有限合伙）

二、“第二节 公司简介和主要财务指标”之“五、主要会计数据和财务指标”

更正前：

	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入（元）	1,135,069,974.52	1,298,585,133.93	-12.59%	1,450,821,188.98
归属于上市公司股东的净利润（元）	326,780,818.76	310,060,113.09	5.39%	219,054,978.83
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润（元）	259,289,883.79	284,156,569.91	-8.75%	201,522,544.89
经营活动产生的现金流量净额（元）	27,511,568.61	438,497,815.62	-93.73%	146,902,204.57

基本每股收益（元/股）	1.45	2.15	-30.70%	1.87
稀释每股收益（元/股）	1.45	2.15	-30.70%	1.87
加权平均净资产收益率	16.33%	22.38%	-6.05%	33.23%
	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增 减	2019 年末
资产总额（元）	3,421,773,810.27	2,014,165,688.66	69.89%	1,421,545,555.28
归属于上市公司股东的净资产 （元）	2,649,491,704.64	1,512,584,927.64	75.16%	1,278,049,891.26

公司最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性

是 否

扣除非经常损益前后的净利润孰低者为负值

是 否

公司报告期末至年度报告披露日股本是否因发行新股、增发、配股、股权激励行权、回购等原因发生变化且影响所有者权益金额

是 否

支付的优先股股利	0.00
支付的永续债利息（元）	0.00
用最新股本计算的全面摊薄每股收益（元/股）	1.4053

更正后：

	2021 年	2020 年	本年比上年增减	2019 年
营业收入（元）	1,135,069,974.52	1,298,585,133.93	-12.59%	1,450,821,188.98
归属于上市公司股东的净利润 （元）	326,780,818.76	310,060,113.09	5.39%	219,054,978.83
归属于上市公司股东的扣除非 经常性损益的净利润（元）	259,289,883.79	284,156,569.91	-8.75%	201,522,544.89
经营活动产生的现金流量净额 （元）	27,511,568.61	438,497,815.62	-93.73%	146,902,204.57
基本每股收益（元/股）	1.45	1.37	5.84%	1.25
稀释每股收益（元/股）	1.45	1.37	5.84%	1.25
加权平均净资产收益率	16.33%	22.38%	-6.05%	33.23%
	2021 年末	2020 年末	本年末比上年末增 减	2019 年末
资产总额（元）	3,421,773,810.27	2,014,165,688.66	69.89%	1,421,545,555.28
归属于上市公司股东的净资产 （元）	2,649,491,704.64	1,512,584,927.64	75.16%	1,278,049,891.26

公司最近三个会计年度扣除非经常性损益前后净利润孰低者均为负值，且最近一年审计报告显示公司持续经营能力存在不确定性

是 否

扣除非经常损益前后的净利润孰低者为负值

是 否

公司报告期末至年度报告披露日股本是否因发行新股、增发、配股、股权激励行权、回购等原因发生变化且影响所有者权益金额

是 否

支付的优先股股利	0.00
支付的永续债利息（元）	0.00
用最新股本计算的全面摊薄每股收益（元/股）	1.3691

三、“第三节 管理层讨论与分析”之“二、报告期内公司从事的主要业务”

更正前：

（二）主要经营模式

公司的主要经营模式为：品牌线上服务、线上分销及内容电商服务。其中，品牌线上服务是公司最主要的业务。品牌线上服务细分为品牌线上营销服务和品牌线上管理服务。报告期内，公司服务品牌的GMV271亿元，同比增速为35.5%。

1、品牌线上管理服务

品牌线上管理服务是指与品牌确立合作关系后，经品牌方授权后，为品牌方在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店提供综合运营服务，通过线上销售直接将商品销售给终端消费者。服务内容包括品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、精准广告投放、仓储物流等（品牌方可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务）。公司在分析品牌方产品的特点、现状的基础上，为品牌方量身定制线上运营服务并执行，从而助力品牌方提升知名度，达成销售目标，公司根据服务效果向品牌方收取服务费用。

2、品牌线上营销服务

品牌线上营销服务是指在与品牌确立合作关系后，公司以货品买断的形式向品牌方进行采购，经品牌方授权后，为品牌方在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店提供综合运营服务，通过线上销售直接将产品销售给终端消费者。服务内容包括品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、精准广告投放、仓储物流等，公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本的差额（品牌方可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务）。品牌线上营销服务除品牌线上管理服务的职能外，公司还向品牌方采购货品并销售，公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本（包括采购成本及各项费用等）的差额。

3、线上分销

线上分销指公司基于品牌方分销业务授权，以货品买断的形式向品牌方进行采购后，再分销给天猫、淘宝的卖家或其他第三方B2C平台，再由上述分销商销售给终端消费者，这种模式下的利润来源于销售收入与采购成本及各项费用的差额。

（三）主要业务流程

1、品牌线上服务

（1）服务内容

公司的业务以品牌形象塑造等创意模块为先导，大数据分析等运营模块为有效的服务手段，及时的售前售后、仓储物流服务为公司业务提供有力支撑。

品牌形象塑造：公司会根据市场实际需求，进行优化产品组合、增加消费者互动、提

升品牌文化价值等工作，帮助品牌年轻化，适应网络渠道市场的需求。

产品设计策划：从选品、成份、工艺、视觉设计、工业设计等环节切入，根据品牌定位，结合目标消费者的需求，帮助品牌方开发具有竞争力的商品。

整合营销策划：针对目标受众，有计划和节奏地通过创造性活动策划，最大化整合社交媒体和平台流量，使其同一时间引发参与，以完成销售目标。

视觉设计：在电子商务平台，针对目标消费者特点，以产品销售和品牌形象表达为目的，进行用户体验设计，以达到吸引消费者、促进点击和购买的目的。

大数据分析：公司基于大数据分析，改进产品策略、优化产品组合、调整市场定价策略、预测后续营销及市场走向，实现消费者精准营销，不断优化运营战略和战术，确保竞争优势。

数据银行服务：通过对阿里大数据平台(数据银行、策略中心、新客策、生意参谋等)数字分析，管理及运用。梳理现在品牌消费者资产，洞察痛点，挖掘机会点，帮助品牌在人、货、场三个维度提升运营效率。最终实现利润增收，提高客户满意度，同时提升公司核心竞争力。

线上品牌运营：以4P经营为核心，即选品、定价、促销、流量渠道，通过获取流量、提高转化、提升客单、精准营销、优化消费者购物体验、增加复购等整合性运作方式，帮助品牌在电商平台建设销售渠道。

精准广告投放：基于钻展、直通车、明星店铺等天猫平台固有的推广工具或其他流量渠道，为旗舰店提供所需流量，并以专业的推广能力，优化投入产出比，实现流量资源价值最大化。

电商直播：在直播电商平台，向客户提供主播讲解、推广引流、后台运营、客服物流等一系列服务，实现客户从货架电商到内容电商的全渠道销售布局。

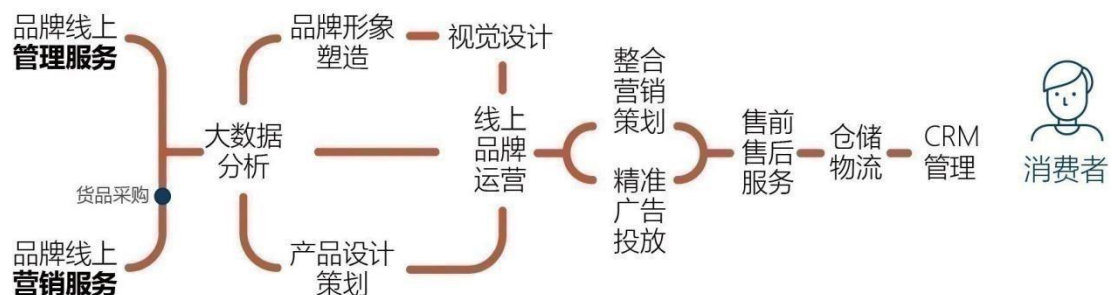
CRM管理：利用信息技术和数据库管理，增加品牌和消费者交互，实现吸引新客户、维护老客户、提升会员忠诚度，最终实现增加收入、提高客户满意度。

售前售后服务：公司配备了专业的售前服务团队和售后服务团队，售前服务为客户在购买前解答咨询，激发客户购买欲望。售后服务为客户在购买后解决问题。

仓储物流：具体包括货品的储存、保管、分拣、打包、第三方配送等服务。

(2) 业务流程

公司品牌线上营销服务业务流程主要包含了货品采购、品牌表达、线上品牌运营、整合营销、新媒体传播、客户服务、仓储物流等。而品牌线上管理服务则不包含货品采购环节。具体情况如下：



2、线上分销

线上分销业务流程主要包含了货品采购、品牌表达、线上品牌运营等。具体情况如下：



（四）主要的业绩驱动因素

报告期内，公司实现GMV271亿元，同比上升35.5%；营业利润 45,666.64 万元，同比增长5.69%；归属于上市公司股东的净利润 33,541.13 万元，同比增长8.18%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润 26,792.03 万元，同比下降5.71%。业绩变化的主要原因主要是【】。

1、全域服务能力

报告期内，在电商渠道环境多样化、流量去中心化的环境下，公司作为渠道建设经验丰富的服务商，一方面存量业务保有率良好，公司与宝洁、OLAY、雅顿、泡泡玛特、美的等品牌方持续保持深度合作；另一方面，报告期内，公司成立了商务拓展部门，在保持存量业务稳健发展的同时，公司凭借全链路品牌服务的核心优势，积极拓展新品类、新品牌、新渠道，新签品牌数量持续稳定增长。目前，公司服务品牌数量创新高，已达80余个，新签品牌【】个，包括丽芝士、吉列、红牛、素力高、百威、伊利、飞利浦等知名品牌。目前公司服务的品牌涵盖了个护、美妆、食品、宠物、潮玩、小家电等全类目，覆盖了包括天猫、京东、唯品会、小红书、抖音、拼多多、快手等全渠道平台，公司在2021年实现了全域电商服务商的建设。

2、打造新消费品牌加速器的模型

依托多年来数据积累和对品牌的理解，基于强大的全链路品牌服务能力，公司探索出加速新消费品成长的一套方法论——“新消费品牌加速器”。公司与品牌方首先通过股权合作的模式形成长期稳定的战略合作关系。基于深刻洞察，为新品牌定位，从用户和场景需求出发，通过用户研究，抓住用户痛点，与品牌方共同开发新品，联合品牌方在全渠道开展闭环式营销活动，进行由点及面矩阵式传播，充分触达全渠道消费群体，为品牌方提供品牌人群和生意的高速增长。公司在该模式下，既可以收获新品牌全域线上销售提升带来的业绩增厚，也可以收获新品牌市场估值快速提升带来的投资收益。

公司在以自身强大的品牌管理和品牌运营能力加速品牌成长的同时，公司新消费品牌加速器代表案例“每鲜说”，2020年12月立项、2021年3月开店，首月GMV达400万元，618排名类目三甲，同时在一级市场也已实现估值33倍的增长。远超同类产品的同期表现，充分验证公司具备加速新品牌成长的能力。

公司于2021年四季度，与鲁商集团、温氏集团、章华集团等达成战略合作，为福瑞达、小皇鸡、植花季和植物教授提供新消费品牌加速器的服务。

3、持续提升组织能力

2021年，公司迈入全域电商服务商和新消费品牌加速器的“全品”时代，业务模式的拓展和创新也势必会对组织形态提出新的要求。一方面，公司通过人才招聘，引入多位世界500强品牌的高管；另一方面，公司不断创新、优化组织架构，新设上海子公司，搭建商务拓展部门，将新品牌的引入工作变得更有效和更有序。报告期内，公司员工数同比2020年增长约36%。

4、持续数字化建设投入

数字化转型对于未来同质化竞争日趋激烈的电商服务领域将会是非常重要的核心竞争力之一。公司在2021年度累计投入【】万元进行系统化建设，体现了公司在数字化转型上的决心。公司的数字化转型主要分为以下三个大的板块：全量业务流转信息化、交付执行业务的自动化和核心能力模块的智能化。

1) 全量业务流转信息化

报告期内，我们基于云原生和微服务架构完成了整体企业业务中台的技术升级，运用六西格玛精益管理能力完成了对公司业务流程的梳理和改造，能满足全域服务能力需求的电商ERP系统初见成效，能够为企业提供基于消费者的个性化供应链服务、智能补货和仓储管理、厂家直销模式下的智能分拆单等服务差异化核心功能。此外，公司在业务信息化的过程中非常重视对服务过程中对客户可能产生的运营风险的识别和管控，我们建立了一套完整的结合了规则和系统的风控体系，自该系统上线至今，实现了运营“零风险”的良好安全表现。

2) 交付执行业务的自动化

公司与行业领先的自动化解决方案提供方建立深度共创的合作。报告期内，已完成包括推广等多个模块的自动化全量覆盖，通过智能优化实现多个运营环节的提效，在目前已实现的自动化环节中，平均提效20%。同时，我们也和行业领先的RPA技术提供商一起研发了超过200个业务场景的自动化机器人，在2021年10月至今，累计运行次数超过20万次。

3) 核心能力模块的智能化

公司初步形成了一套全域的、从行业到品牌再到爆品的探索方法论（行业雷达），已经进入了全面的系统化开发阶段。

1、通过内生增长及向外整合巩固领先地位

公司以内生增长以及向外整合为双轮驱动，深挖内部增长潜力的同时，积极寻求优质行业资源进行整合。报告期内，公司对外投资上海蒙彤文化传播有限公司、上海哆米品牌管理有限公司等公司，带来投资收益【】万元。

公司需遵守《深圳证券交易所上市公司自律监管指引第4号——创业板行业信息披露》的披露要求：

（五）2021年1-12月公司各项业务的经营情况

（1）2021年1-12月，公司在收入占比10%以上平台的具体经营情况

平台名称	销售模式	订单数量	2021年1-12月	2020年1-12月	增减
------	------	------	------------	------------	----

		(个)	收入(元)	占总收入比	收入(元)	占总收入比	占总收入比
天猫商城	品牌线上营销服务		【】	【】%	【】	【】%	【】
京东(如适用)			【】	【】%	【】	【】%	【】%

(2) 2021年1-12月, 公司核心产品品类的经营数据

	交易金额(元)	订单数量(个)	用户数量(人)	人均消费频次(次)
天猫	【】	【】	【】	【】
京东(如适用)				

(六) 2021年度公司收入确认及成本结转的具体方法

(1) 盈利模式

公司的主要经营模式为: 品牌线上服务和线上分销。其中: 品牌线上服务细分为品牌线上营销服务和品牌线上管理服务。

品牌线上管理服务指公司在分析品牌方产品的特点、现状的基础上, 为品牌方量身定制线上运营服务并执行, 公司根据服务效果向品牌方收取服务费用; 品牌营销服务除品牌管理服务的职能外, 公司还向品牌方采购货品并销售, 公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本的差额。

线上分销指公司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, 公司承担采购、销售推广、物流等成本和费用。这种模式下的利润来源于销售收入与采购成本及各项费用的差额。

(2) 收入确认具体方法

1) 品牌线上管理服务

品牌线上管理服务指公司受品牌企业的委托, 为其线上业务量身定制品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、视觉设计、精准广告投放、CRM管理、售前售后服务、仓储物流等线上运营服务, 公司根据服务效果向品牌方收取服务费用。品牌线上管理服务收入确认原则为依据合同约定, 公司按当期品牌企业的线上销售金额和计算比例确认当期服务收入; 或根据合同约定, 经品牌企业确认当期服务的内容和结果后, 按其认可的金额确认当期服务收入。

2) 品牌线上营销服务

品牌线上营销服务指公司受品牌企业的委托, 除为其提供品牌线上管理服务外, 还负责向终端消费者在天猫平台上推广和销售品牌方商品。品牌线上营销服务收入确认原则为终端消费者在天猫平台上购买商品, 公司将商品发货到消费者指定的收货地址, 消费者收货后在天猫平台点击“确认收货”, 公司于支付宝账户收到款项时, 按收取的全部款项扣除售后退款、赔款等确认销售收入。

3) 线上分销

线上分销指公司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。线上分销收入按顾客不同分为平台客户和其他客户，平台客户按商品是否买断分两种收入确认方式，在商品非买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货后，根据合同约定的对账方式，分期与公司核对销售情况，双方核对无误后，按合同约定的计算方法确认收入；在商品买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货验收无误后确认收入；其他客户分销收入确认原则为客户先预付货款，公司安排发货，客户收货后确认收入。

（3）成本确认具体方法

1) 品牌线上营销服务

公司根据终端消费者的订单发货，并按照发出产品的类别、数量加权平均计算发出商品成本，当终端消费者确认收货且公司收到货款时，结转相应订单的销售成本。

2) 品牌线上管理服务

品牌线上管理服务成本主要为人力、仓配等运营成本。

人力成本主要由运营、客服人员的工资、社保公积金和福利费等成本组成。公司根据运营人员及客服人员所服务的品牌直接归集当期人力成本。

仓配成本主要包括快递物流费、仓配成本（包括仓库租金、水电费和操作费用等）。公司根据快递物流所服务的品牌直接归集品牌当期物流成本；根据各品牌的快递物流发货数量分摊仓储费用，归集当期的仓储成本。

期末，结转各品牌线上管理服务当期的人力、仓配成本。

3) 线上分销

线上分销按顾客不同分为平台客户和其他客户（中小卖家）。

针对买断式平台客户，公司向其发货后，按照发出货物的类别、数量加权平均计算发出商品成本，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本。

针对非买断式平台客户，按照平台客户销售清单的类别、数量加权平均计算发出商品成本，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本。

针对中小卖家客户，公司根据订单发货，并按照发出货物的类别、数量加权平均计算发出商品成本，当卖家客户签收货物时，结转相应订单的销售成本。

更正后：

（二）主要经营模式

公司的主要经营模式为：品牌线上服务、线上分销及内容电商服务。其中，品牌线上

服务是公司最主要的业务。品牌线上服务细分为品牌线上营销服务和品牌线上管理服务。报告期内，公司服务品牌的GMV271亿元，同比增速为35.5%，新增合作品牌42个。

1、品牌线上管理服务

品牌线上管理服务是指与品牌确立合作关系后，经品牌方授权后，为品牌方在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店提供综合运营服务，通过线上销售直接将商品销售给终端消费者。服务内容包括品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、精准广告投放、仓储物流等（品牌方可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务）。公司在分析品牌方产品的特点、现状的基础上，为品牌方量身定制线上运营服务并执行，从而助力品牌方提升知名度，达成销售目标，公司根据服务效果向品牌方收取服务费用。

2、品牌线上营销服务

品牌线上营销服务是指在与品牌确立合作关系后，公司以货品买断的形式向品牌方进行采购，经品牌方授权后，为品牌方在天猫、京东、唯品会等第三方平台上的官方直营旗舰店提供综合运营服务，通过线上销售直接将产品销售给终端消费者。服务内容包括品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、精准广告投放、仓储物流等，公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本的差额（品牌方可根据自身需求选择上述服务中的单环节、多环节或全链路服务）。品牌线上营销服务除品牌线上管理服务的职能外，公司还向品牌方采购货品并销售，公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本（包括采购成本及各项费用等）的差额。

3、线上分销

线上分销指公司基于品牌方分销业务授权，以货品买断的形式向品牌方进行采购后，再分销给天猫、淘宝的卖家或其他第三方B2C平台，再由上述分销商销售给终端消费者，这种模式下的利润来源于销售收入与采购成本及各项费用的差额。

4、内容电商服务

内容电商服务是指与品牌确立合作关系后，经品牌方授权，为品牌在抖音、快手等第三方平台上的品牌官方账号及品牌小店提供综合运营服务。服务内容包括：头部及腰部达人直播带货统筹、短视频内容制作、蓝V账号直播间运营及代播、直播及短视频精准广告投放、整合营销策划、客服、仓储物流等。公司在分析品牌及产品定位和特点的基础上，根据品牌人群画像和品牌产品属性，为品牌量身定制整体规划，负责提供一站式服务并对服务结果负责。公司根据服务效果向品牌方收取服务费用以及销售提点。

（三）主要业务流程

1、品牌线上服务

（1）服务内容

公司的业务以品牌形象塑造等创意模块为先导，大数据分析等运营模块为有效的服务手段，及时的售前售后、仓储物流服务为公司业务提供有力支撑。

品牌形象塑造：公司会根据市场实际需求，进行优化产品组合、增加消费者互动、提升品牌文化价值等工作，帮助品牌年轻化，适应网络渠道市场的需求。

产品设计策划：从选品、成份、工艺、视觉设计、工业设计等环节切入，根据品牌定

位，结合目标消费者的需求，帮助品牌方开发具有竞争力的商品。

整合营销策划：针对目标受众，有计划和节奏地通过创造性活动策划，最大化整合社交媒体和平台流量，使其同一时间引发参与，以完成销售目标。

视觉设计：在电子商务平台，针对目标消费者特点，以产品销售和品牌形象表达为目的，进行用户体验设计，以达到吸引消费者、促进点击和购买的目的。

大数据分析：公司基于大数据分析，改进产品策略、优化产品组合、调整市场定价策略、预测后续营销及市场走向，实现消费者精准营销，不断优化运营战略和战术，确保竞争优势。

数据银行服务：通过对阿里大数据平台(数据银行、策略中心、新客策、生意参谋等)数字分析，管理及运用。梳理现在品牌消费者资产，洞察痛点，挖掘机会点，帮助品牌在人，货，场三个维度提升运营效率。最终实现利润增收，提高客户满意度，同时提升公司核心竞争力。

线上品牌运营：以4P经营为核心，即选品、定价、促销、流量渠道，通过获取流量、提高转化、提升客单、精准营销、优化消费者购物体验、增加复购等整合性运作方式，帮助品牌在电商平台建设销售渠道。

精准广告投放：基于钻展、直通车、明星店铺等天猫平台固有的推广工具或其他流量渠道，为旗舰店提供所需流量，并以专业的推广能力，优化投入产出比，实现流量资源的价值最大化。

电商直播：在直播电商平台，向客户提供主播讲解、推广引流、后台运营、客服物流等一系列服务，实现客户从货架电商到内容电商的全渠道销售布局。

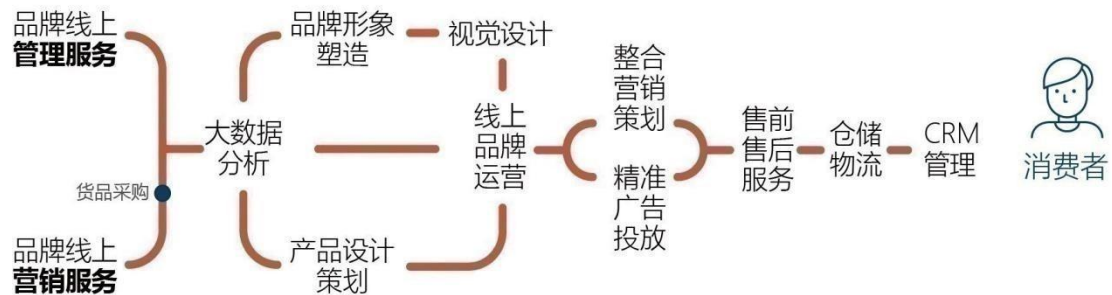
CRM管理：利用信息技术和数据库管理，增加品牌和消费者交互，实现吸引新客户、维护老客户、提升会员忠诚度，最终实现增加收入、提高客户满意度。

售前售后服务：公司配备了专业的售前服务团队和售后服务团队，售前服务为客户在购买前解答咨询，激发客户购买欲望。售后服务为客户在购买后解决问题。

仓储物流：具体包括货品的储存、保管、分拣、打包、第三方配送等服务。

(2) 业务流程

公司品牌线上营销服务业务流程主要包含了货品采购、品牌表达、线上品牌运营、整合营销、新媒体传播、客户服务、仓储物流等。而品牌线上管理服务则不包含货品采购环节。具体情况如下：

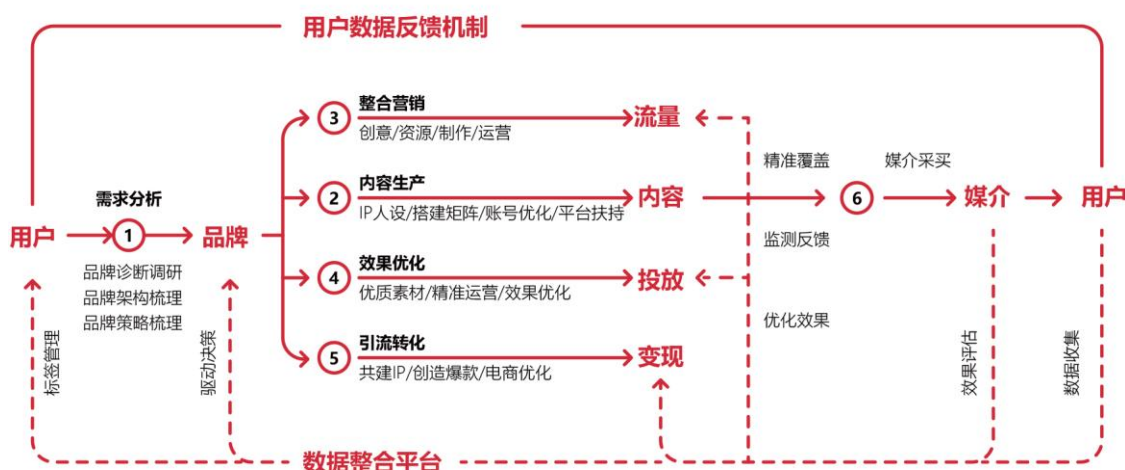


2、线上分销

线上分销业务流程主要包含了货品采购、品牌表达、线上品牌运营等。具体情况如下：



3、内容电商服务



（四）主要的业绩驱动因素

报告期内，公司实现GMV271亿元，同比上升35.5%；归属于上市公司股东的净利润32,678.08万元，同比增长5.39%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润25,928.99万元，同比下降8.75%。报告期内，公司的业绩驱动主要来源于以下几个方面：

1、全域电商服务能力建成，“全品”时代助力公司稳健发展

报告期内，在电商渠道环境多样化、流量去中心化的环境下，公司作为渠道建设经验丰富的服务商，一方面存量业务保有率良好，公司与宝洁、OLAY、雅顿、泡泡玛特、美的等品牌方持续保持深度合作；另一方面，报告期内，公司成立了商务拓展部门，在保持存量业务稳健发展的同时，公司凭借全链路品牌服务的核心优势，积极拓展新品类、新品牌、新渠道，新签品牌数量持续稳定增长。目前，公司服务品牌数量创新高，已达80余个，新签品牌42个，包括丽芝士、吉列、红牛、素力高、百威、伊利、飞利浦等知名品牌。目前公司服务的品牌涵盖了个护、美妆、食品、宠物、潮玩、小家电等全类目，覆盖了包括天猫、京东、唯品会、小红书、抖音、拼多多、快手等全渠道平台，公司在2021年实现了全域电商服务商的建设。

2、打造新消费品牌加速器的模型，向品牌管理公司迈进

依托多年来数据积累和对品牌的理解，基于强大的全链路品牌服务能力，公司探索出

加速新消费品成长的一套方法论——“新消费品牌加速器”。公司与品牌方首先通过股权合作的模式形成长期稳定的战略合作关系。基于深刻洞察，为新品牌定位，从用户和场景需求出发，通过用户研究，抓住用户痛点，与品牌方共同开发新品，联合品牌方在全渠道开展闭环式营销活动，进行由点及面矩阵式传播，充分触达全渠道消费群体，为品牌方提供品牌人群和生意的高速增长。公司在该模式下，既可以收获新品牌全域线上销售提升带来的业绩增厚，也可以收获新品牌市场估值快速提升带来的投资收益。

公司新消费品牌加速器代表案例“每鲜说”，2020年12月立项、2021年3月开店，首月GMV达400万元，618排名类目三甲，同时在一二级市场也已实现估值33倍的增长。远超同类产品的同期表现，充分验证公司具备加速新品牌成长的能力。

公司于2021年四季度，与鲁商集团、温氏集团、章华集团等达成战略合作，为福瑞达、小皇鸡、植花季和植物教授提供新消费品牌加速器的服务。

3、持续提升组织能力，建立人才梯队优势

2021年，公司迈入全域电商服务商和新消费品牌加速器的“全品”时代，业务模式的拓展和创新也势必会对组织形态提出新的要求。一方面，公司通过人才招聘，引入多位世界500强品牌的高管；另一方面，公司不断创新、优化组织架构，新设上海子公司，搭建商务拓展部门，将新品牌的引入工作变得更有效和更有序。报告期内，公司员工数同比2020年增长约22.22%，为2022年的发展做好了准备。

4、持续数字化建设投入，打造核心竞争壁垒

数字化转型对于未来同质化竞争日趋激烈的电商服务领域将会是非常重要的核心竞争力之一。公司在2021年度累计投入2,442.75万元进行系统化建设，体现了公司在数字化转型上的决心。公司的数字化转型主要分为以下三个大的板块：全量业务流转信息化、交付执行业务的自动化和核心能力模块的智能化。

1) 全量业务流转信息化

报告期内，我们基于云原生和微服务架构完成了整体企业业务中台的技术升级，运用六西格玛精益管理能力完成了对公司业务流程的梳理和改造，能满足全域服务能力需求的电商ERP系统初见成效，能够为企业提供基于消费者的个性化供应链服务、智能补货和仓储管理、厂家直销模式下的智能分拆单等服务差异化核心功能。此外，公司在业务信息化的过程中非常重视对服务过程中对客户可能产生的运营风险的识别和管控，我们建立了一套完整的结合了规则和系统的风控体系，自该系统上线至今，实现了运营“零风险”的良好安全表现。

2) 交付执行业务的自动化

公司与行业领先的自动化解决方案提供方建立深度共创的合作。报告期内，已完成包括推广等多个模块的自动化全量覆盖，通过智能优化实现多个运营环节的提效，在目前已实现的自动化环节中，平均提效20%。同时，我们也和行业领先的RPA技术提供商一起研发了超过200个业务场景的自动化机器人，在2021年10月至今，累计运行次数超过20万次。

3) 核心能力模块的智能化

公司初步形成了一套全域的、从行业到品牌再到爆品的探索方法论（行业雷达），已经进入了全面的系统化开发阶段。

（五）2021年度公司各项业务的经营情况

（1）2021年度，公司在收入占比10%以上平台的具体经营情况

平台名称	销售模式	2021年度		2020年度		增减	
		收入（万元）	占总收入比	收入（万元）	占总收入比	收入（万元）	占总收入比
天猫商城	品牌线上营销服务	20,863.87	16.07%	39,434.60	30.37%	-18,570.74	-14.30%
唯品会	线上分销	14,696.96	11.32%	26,689.14	20.55%	-11,992.18	-9.23%

(2) 2021年度，公司核心产品品类的经营数据

	交易金额（元）	订单数量（个）	用户数量（人）	人均消费频次（次）
天猫	242,773,225.89	2,920,422	2,543,026	1.1484

(六) 2021年度公司收入确认及成本结转的具体方法

(1) 盈利模式

公司的主要经营模式为：品牌线上服务和线上分销。其中：品牌线上服务细分为品牌线上营销服务和品牌线上管理服务。

品牌线上管理服务指公司在分析品牌方产品的特点、现状的基础上，为品牌方量身定制线上运营服务并执行，公司根据服务效果向品牌方收取服务费用；品牌营销服务除品牌管理服务的职能外，公司还向品牌方采购货品并销售，公司的服务价值体现为线上商品的销售收入与营销成本的差额。

线上分销指公司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，公司承担采购、销售推广、物流等成本和费用。这种模式下的利润来源于销售收入与采购成本及各项费用的差额。

(2) 收入确认具体方法

1) 品牌线上管理服务

品牌线上管理服务指公司受品牌企业的委托，为其线上业务量身定制品牌形象塑造、产品设计策划、整合营销策划、大数据分析、视觉设计、精准广告投放、CRM管理、售前售后服务、仓储物流等线上运营服务，公司根据服务效果向品牌方收取服务费用。品牌线上管理服务收入确认原则为依据合同约定，公司按当期品牌企业的线上销售金额和计算比例确认当期服务收入；或根据合同约定，经品牌企业确认当期服务的内容和结果后，按其认可的金额确认当期服务收入。

2) 品牌线上营销服务

品牌线上营销服务指公司受品牌企业的委托，除为其提供品牌线上管理服务外，还负责向终端消费者在天猫平台上推广和销售品牌方商品。品牌线上营销服务收入确认原则为终端消费者在天猫平台上购买商品，公司将商品发货到消费者指定的收货地址，消费者收货后在天猫平台点击“确认收货”，公司于支付宝账户收到款项时，按收取的全部款项扣除售后退款、赔款等确认销售收入。

3) 线上分销

线上分销指公司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。线上分销收入按顾客不同分为平台客户和其他客户，平台客户按商品是否买断两种收入确认方式，在商品非买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货后，根据合同约定的对账方式，分期与公司核对销售情况，双方核对无误后，按合同约定的计算方法确认收入；在商品买断式模式下，平台客户分销收入确认原则为公司向商务平台发货，商务平台收货验收无误后确认收入；其他客户分销收入确认原则为客户先预付货款，公司安排发货，客户收货后确认收入。

4) 内容服务

内容服务系指公司为品牌方就某项产品或活动提供营销策划方案，并把控整个方案的落地过程，帮助品牌方扩大品牌影响力、激发销售潜力，公司收取品牌推广服务费用。内容服务的收入确认原则为根据合同约定条款，为品牌企业提供推广服务，并出具结案报告，经品牌企业确认无误后确认收入。

(3) 成本确认具体方法

1) 品牌线上营销服务

公司根据终端消费者的订单发货，并按照发出产品的类别、数量加权平均计算发出商品成本，当终端消费者确认收货且公司收到货款时，结转相应订单的销售成本。

2) 品牌线上管理服务

品牌线上管理服务成本主要为人力、仓配等运营成本。

人力成本主要由运营、客服人员的工资、社保公积金和福利费等成本组成。公司根据运营人员及客服人员所服务的品牌直接归集当期人力成本。

仓配成本主要包括快递物流费、仓配成本（包括仓库租金、水电费和操作费用等）。公司根据快递物流所服务的品牌直接归集品牌当期物流成本；根据各品牌的快递物流发货数量分摊仓储费用，归集当期的仓储成本。

期末，结转各品牌线上管理服务当期的人力、仓配成本。

3) 线上分销

线上分销按顾客不同分为平台客户和其他客户（中小卖家）。

针对买断式平台客户，公司向其发货后，按照发出货物的类别、数量加权平均计算发出商品成本，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本。

针对非买断式平台客户，按照平台客户销售清单的类别、数量加权平均计算发出商品成本，根据当期确认的销售情况，结转当期销售成本。

针对中小卖家客户，公司根据订单发货，并按照发出货物的类别、数量加权平均计算

发出商品成本，当卖家客户签收货物时，结转相应订单的销售成本。

4) 内容电商服务

品牌线上管理服务成本主要为人力、推广等运营成本。

人力成本主要由运营、客服人员的工资、社保公积金和福利费等成本组成。公司根据运营人员及客服人员所服务的品牌直接归集当期人力成本。

推广成本主要包括达人推广费用、平台推广费用。公司根据推广所服务的品牌直接归集品牌当期推广成本。

期末，结转各品牌线上管理服务当期的人力、推广成本。

四、“第三节 管理层讨论与分析”之“三、核心竞争力分析”

更正前：

核心竞争力分析

- 1) 电商全域服务能力，所有主流电商平台头部服务商身位
- 2) 一站式服务能力，品牌定位/产品设计/全域投放/全域电商运营/后端物流客服 CRM
- 3) 精细化运营能力，电商标准化操作 SOP+工作流系统
- 4) 运营效率优势，105 个电商运营节点自动化提效
- 5) 人才梯队优势，电商专业力培训体系/管理培训生体系/领导力培训体系/股权激励核 心团队保有率好
- 6) 电商流量密码，新品打爆方法论/天猫闭环，抖音闭环，小红书-天猫，抖音天猫联动 数据模型
- 7) 品牌孵化能力，自有/入股品牌成功孵化经验

更正后：

1) 全域电商服务能力

公司从 2019 年起，就开始致力于建立全域电商服务能力。目前已经具备独立的天猫、京东、唯品会、拼多多、抖音、小红书及私域事业部，并且均在相关平台取得了头部服务商的身位。除了建设主流电商平台内的品销合一能力，我们也同时在积累跨平台间的闭环营销经验，比如小红书到天猫/京东平台，抖音到天猫/京东平台等。旨在通过多品类多品牌的运营实操经验，赋能更多客户的全平台生意增长。

2) 一站式服务能力

公司已经具备品牌线上全链路的一站式服务能力，包括前端的品牌及产品定位、品牌主视觉及产品外包装设计、线上全域投放及种草能力；中端的全平台电商运营能力；后端专业客服、物流供应链及会员关系管理运营能力。这些不仅能够为我们的客户提供多维度的增值服务，也能够助力公司加速消费品品牌的成功。

3) 精细化运营能力

公司通过运营六西格玛精益运营的流程方法论，对所有的运营流程进行了梳理、改造和固化，从店铺的开设及接入、生意计划制定、生意目标拆解，到执行过程中多业务模块工作的整合和跟进、生意诊断及机会点的挖掘，再到日周月的生意

报表、生意复盘，都有着大量经过验证又同时在不断优化的电商标准化操作流程。为了确保这些流程的执行有效性和优化的及时性，我们也用业内领先的工作流平台去承载了流程执行，结合产生的业务效果不断的提高重点流程的执行效率和效果。

4) 运营效率优势

我们已经梳理出涵盖运营前中后台的 105 个执行节点，配合技术做了大量的自动化工具提高运营效率。比如我们在推广段的技术能力能够让一个初级推广人员的能力在两周内迅速的提高到中级，并且管理推广计划的效率提高了 20%。又例如我们在设计执行端口，针对大多数的主流运营平台都实现了后台主要操作的自动化，去年三季度以来自动化动作的执行超过了 30 万次。

5) 人才梯队优势

我们已经完成了以电商专业力、领导力、通用力为核心模块的三大电商培训体系，旨在系统性的建设和赋能各层级的组织，快速培养各模块的电商核心人才。同时，我们也从 2021 年开始设立了管理培训生体系，18 个月的培训轮岗以及 1v1 带教体系，配以更具竞争力的薪酬体系及晋升通道，为电商管理人才梯队培养奠定基础。此外，通过对核心团队的股权激励，稳定核心团队及重点岗位人才保有率，赋能客户及公司业务的可持续发展。

6) 掌握电商流量密码

通过多年主流电商平台的运营经验积累，我们已经建立起一套完整的针对不同品类及不同价格带的新品及爆款筛选、种草、打爆的方法论体系及数据模型，并且仍在不断的迭代完善中。以此模型为基础，能够帮助我们的客户以及自有孵化品牌，有效提高主推产品 0 到 1 的起盘成功率。同时，我们也在摸索多平台联动的爆款打造方法论及数据模型，结合我们的全域电商及线上媒体运营实操能力，进一步提高新品及爆款的市场营销费用综合效率。

7) 品牌数字化转型服务能力

区别于普通的电商服务商，公司能为品牌除了把线下的生意在线上做之外的更完整的数字化转型服务能力。基于公司多年的运营经验沉淀和方法论，我们总结出了一套如何利用技术赋能品牌实现数字化转型的路径图，其中包括了如何从业务视角打通品牌内部的数字孤岛，实现数字资产的产出最大化；如何让系统能够更好的指导和改进品牌的生产力，让每个人决策更迅速，执行更高效，结果更精准。我们有着针对不同品牌整体数字化布局会产生的新的机会点有着我们自己的研究和探索，比如在快速消费品行业如何精准的在不同平台之间预测流量的交叉赋能，又或者在耐用品行业如何通过频次更高的售后服务和连带销售最大化耐用品消费者池的价值产出。公司的未来在主营业务持续规模化增长之上，品牌的数字化转型服务将成为一个新的增长机会。

五、“第三节 管理层讨论与分析”之“四、主营业务分析”之“1、概述”

更正前：

具体可参见本报告第三节“二、报告期内公司从事的主要业务”。

更正后：

报告期内，公司的主营业务是在“电商全域服务商+新消费品牌加速器”的双轮驱动下，为品牌提供全域的电子商务服务，为更多的消费者带去更好的产品和最好的消费体验。

(1) 全域电商服务能力建成，“全品”时代助力公司稳健发展

2021年，公司已覆盖天猫、京东、唯品会、拼多多、抖音等全渠道平台。凭借全域品牌服务的核心优势，新签品牌数量持续稳定增长，新增签约42个品牌主要包括丽芝士、吉列、红牛、素力高、百威、伊利、飞利浦等知名品牌，横跨食品、酒水、宠物食品、小家电等多个品类。

(2) 打造新消费品牌加速器的模型，向品牌管理公司迈进

2021年，公司新消费品牌加速器代表案例“每鲜说”在GMV和估值上均实现了快速增长。远超同类产品的同期表现，充分验证公司具备加速新品牌成长的能力。

公司于2021年四季度，与鲁商集团、温氏集团、章华集团等达成战略合作，为福瑞达、小皇鸡、植花季和植物教授提供新消费品牌加速器的服务。在上述双轮驱动下，2021年公司实现GMV 271亿元，同比上升35.5%；归属于上市公司股东的净利润32,678.08万元，同比增长5.39%；归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润25,928.99万元，同比下降8.75%。

报告期内，公司服务品牌实现的GMV继续保持稳健的增长，结合公司的2021年三季报，2021年第四季度对全年的业绩影响明显，导致全年业绩承压。具体的影响主要包括：

(1) 2021年10月、11月、12月社零的增长分别是4.90%、3.90%、1.70%，宏观经济及消费信心的不足，直接减少了对非必需品的购买，令公司在Q4的业绩增速不及预期。

(2) 政府对互联网行业的管理持续开展，通过颁布实施法规、违规处罚等方式，进一步加强了在信息安全、直播推广等板块的管理。平台经济高增长不再，令公司在Q4的业绩增速不及预期。

(3) 早在2021Q3开始，公司基于全域能力建成、新消费品加速模型被验证及对2022年度疫情影响会基本消除的预期，开始为2022年新品牌业务储备人员，储备的人员包括来自品牌端的高管、电商领域的优秀运营人才及大量知名高校毕业的管培生。公司人数半年内增长500余人。管理成本的大幅增长，令公司在Q4的业绩增速承压，也累及全年。

(4) 公司持续投入自动化、数字化系统建设。具体成果详见“第三节 管理层讨论与分析”中“二、(四)、4、持续数字化建设投入，打造核心竞争壁垒”。2021年度全年共计投入研发费用2,442.75万元，同比去年增长77.50%。研发费用的大幅增长，也对全年业绩造成了一定的压力。

其他关于公司财务报告中的一些变化分析如下：

(1) 营业收入同比减少，但服务收入增加，带来应收款及库存的增加

2021年实现营业收入11.35亿，同比减少1.64亿，减少主要受与百雀羚旗舰店合作方式调整影响。同时，公司在管理服务收入、内容电商服务收入及跨境业务收入都呈现增加的态势，在一定程度上弱化了百雀羚模式变化带来的影响。其中管理服务和内容电商服务收入的增长也带来了应收账款增加，主要是直播推广生态下的品牌代垫资金的影响；而跨境业务的增长，加之疫情考虑下备货量的增加，也带来了库存增加的影响。

(2) 投入同比增加

2021 年公司管理费用、研发费用发生额为 10,614.90 万,同比增加 4,195.02 万,增长 65.34%,两项费用同比增加主要受公司加强组织能力和 IT 研发能力投入。

(3) 经营活动产生的现金净流量的变化

2021 年公司经营活动产生的现金净流量为 2,751 万,经营活动现金净流量减少,主要系公司管理服务业务持续增长,及部分客户账期调整导致,导致应收款项增加,同时,受疫情影响,公司适当增加备货深度,也增加资金的投入。

同时由于公司组织建设需要,开始为 2022 年新品牌业务储备人员,储备的人员包括来自品牌端的高管、电商领域的优秀运营人才及大量知名高校毕业的管培生,导致职工薪酬现金流出大量增加。

四、“第三节 管理层讨论与分析”之“四、主营业务分析”之“2、收入与成本”

更正前:

(1) 营业收入构成

营业收入整体情况

单位:元

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	1,135,069,974.52	100%	1,298,585,133.93	100%	-12.59%
分行业					
电商服务行业	1,143,088,842.44	100.00%	1,298,585,133.93	100.00%	-11.97%
分产品					
品牌线上营销服务	226,313,687.80	19.80%	420,272,540.62	32.36%	-46.15%
品牌线上管理服务	604,922,733.30	52.92%	521,204,785.29	40.14%	16.06%
线上分销	261,094,941.74	22.84%	350,635,120.77	27.00%	-25.54%
其他	10,334,680.88	0.90%	6,472,687.25	0.50%	59.67%
内容电商服务	33,488,836.49	2.93%			100.00%
技术咨询服务	6,933,962.23	0.61%			100.00%
分地区					
境内	937,532,107.42	82.02%	1,194,349,550.35	91.97%	-9.95%
境外	205,556,735.02	17.98%	104,235,583.58	8.03%	-9.95%
分销售模式					

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

适用 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
电商服务行业	1,143,088,842.44	590,295,174.74	48.36%	-11.97%	-12.86%	0.53%
分产品						
品牌线上营销服务	226,313,687.80	124,793,466.30	44.86%	-46.15%	42.70%	-3.32%
品牌线上管理服务	604,922,733.30	245,282,079.22	59.45%	16.06%	41.30%	-7.24%
线上分销	261,094,941.74	187,491,272.74	28.19%	-25.54%	-33.52%	8.63%
分地区						
境内	937,532,107.42	480,345,259.77	48.76%	-21.50%	-23.07%	1.05%
分销售模式						
经销						

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2021 年	2020 年	同比增减
电商服务行业-化妆品	销售量	件	13,825,430	10,188,446	35.70%
	生产量		0	0	
	库存量	件	3,894,422	1,500,819	159.49%
	采购量	件	16,219,033	9,480,734	71.07%

相关数据同比发生变动 30%以上的原因说明

适用 不适用

销售量、库存量、采购量同比均有所上升，主要系公司提供品牌线上营销服务和线上分销服务的品牌结构发生变化，2021年度公司新增加丽芝士、高露洁、金霸王、伊利等食品、个护类目的品牌客户。

(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业分类

行业分类

单位：元

行业分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
电商服务行业	商品成本	312,284,739.00	53.41%	499,834,672.07	73.78%	-37.52%
电商服务行业	劳务及其他	272,420,248.10	46.59%	177,602,522.22	26.22%	53.39%

说明

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	350,943,792.68
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	59.26%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名		
2	第二名		
3	第三名		
4	第四名		
5	第五名		

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

更正后：

(1) 营业收入构成

营业收入整体情况

单位：元

	2021 年		2020 年		同比增减
	金额	占营业收入比重	金额	占营业收入比重	
营业收入合计	1,135,069,974.52	100%	1,298,585,133.93	100%	-12.59%
分行业					
电商服务行业	1,135,069,974.52	100.00%	1,298,585,133.93	100.00%	-12.59%
分产品					

品牌线上管理服务	602,564,242.73	53.09%	521,204,785.29	40.14%	15.61%
品牌线上营销服务	226,313,687.80	19.94%	420,272,540.62	32.36%	-46.15%
线上分销	261,094,941.74	23.00%	350,635,120.77	27.00%	-25.54%
其他	10,334,680.88	0.91%	6,472,687.25	0.50%	59.67%
内容电商服务	33,488,836.49	2.95%			100.00%
技术咨询服务	1,273,584.88	0.11%			100.00%
分地区					
境内	929,513,239.50	81.89%	1,194,349,550.35	91.97%	-22.17%
境外	205,556,735.02	18.11%	104,235,583.58	8.03%	97.20%
分销售模式					
品牌线上营销服务	602,564,242.73	53.09%	521,204,785.29	40.14%	15.61%
品牌线上营销服务	226,313,687.80	19.94%	420,272,540.62	32.36%	-46.15%
线上分销	261,094,941.74	23.00%	350,635,120.77	27.00%	-25.54%
其他	10,334,680.88	0.91%	6,472,687.25	0.50%	59.67%
内容电商服务	33,488,836.49	2.95%			100.00%
技术咨询服务	1,273,584.88	0.11%			100.00%

(2) 占公司营业收入或营业利润 10%以上的行业、产品、地区、销售模式的情况

√ 适用 □ 不适用

单位：元

	营业收入	营业成本	毛利率	营业收入比上年同期增减	营业成本比上年同期增减	毛利率比上年同期增减
分行业						
电商服务行业	1,135,069,974.52	594,644,470.49	47.61%	-12.59%	-12.22%	-0.22%
分产品						
品牌线上管理服务	602,564,242.73	248,830,805.57	58.70%	15.61%	43.34%	-7.99%
品牌线上营销服务	226,313,687.80	124,793,466.30	44.86%	-46.15%	-42.70%	-3.32%
线上分销	261,094,941.74	187,491,272.74	28.19%	-25.54%	-33.52%	8.63%
内容电商服务	33,488,836.49	27,138,168.85	18.96%			18.96%
技术咨询服务	1,273,584.88	800,569.40	37.14%			37.14%
分地区						
境内	929,513,239.50	484,160,002.20	47.91%	-22.17%	-22.46%	0.19%
境外	205,556,735.02	110,484,468.29	46.25%	97.20%	108.36%	-2.88%
分销售模式						
经销						

公司主营业务数据统计口径在报告期发生调整的情况下，公司最近 1 年按报告期末口径调整后的主营业务数据

适用 不适用

(3) 公司实物销售收入是否大于劳务收入

是 否

行业分类	项目	单位	2021 年	2020 年	同比增减
电商服务行业-化妆	销售量	件	13,825,430	10,188,446	35.70%
	生产量		0	0	
	库存量	件	3,894,422	1,500,819	159.49%
	采购量	件	16,219,033	9,480,734	71.07%

相关数据同比发生变动 30% 以上的原因说明

适用 不适用

销售量、库存量、采购量同比均有所上升，主要系公司提供品牌线上营销服务和线上分销服务的品牌结构发生变化，2021 年度公司新增加丽芝士、高露洁、金霸王、伊利等食品、个护类目的品牌客户。

(4) 公司已签订的重大销售合同、重大采购合同截至本报告期的履行情况

适用 不适用

(5) 营业成本构成

行业分类

行业分类

单位：元

行业分类	项目	2021 年		2020 年		同比增减
		金额	占营业成本比重	金额	占营业成本比重	
电商服务行业	商品成本	312,284,739.05	52.52%	499,834,672.07	73.78%	-37.52%
电商服务行业	劳务及其他	282,359,731.44	47.48%	177,602,522.22	26.22%	56.54%
合计		594,644,470.49	100.00%	677,437,194.29	100.00%	-12.22%

说明

商品成本同比下降 37.53%，主要系品牌线上营销服务和线上分销业务规模下降所致。

(7) 公司报告期内业务、产品或服务发生重大变化或调整有关情况

适用 不适用

(8) 主要销售客户和主要供应商情况

主要客户其他情况说明

适用 不适用

公司主要供应商情况

前五名供应商合计采购金额（元）	350,943,792.68
前五名供应商合计采购金额占年度采购总额比例	59.26%
前五名供应商采购额中关联方采购额占年度采购总额比例	0.00%

公司前 5 名供应商资料

序号	供应商名称	采购额（元）	占年度采购总额比例
1	第一名	149,394,486.42	25.22%
2	第二名	105,298,984.89	17.78%
3	第三名	38,712,718.16	6.54%
4	第四名	32,383,073.21	5.47%
5	第五名	25,154,530.00	4.25%
合计	--	350,943,792.68	59.26%

主要供应商其他情况说明

适用 不适用

五、“第三节 管理层讨论与分析”之“四、主营业务分析”之“3、费用”

更正前：

单位：元

	2021 年	2020 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	86,055,855.01	145,380,494.11	-40.81%	主要系本报告期品牌线上营销服务业务下降，推广费、仓配费减少所致
管理费用	84,664,131.50	50,436,539.19	67.86%	主要系本报告期组织能力建设投入增加所致
财务费用	-28,127,318.45	-21,852,124.22	-28.72%	主要系本报告期利息收入增加所致
研发费用	25,299,545.32	13,762,302.73	83.83%	主要系本报告期研发投入增加所致
税金及附加	28,689,765.24	27,901,395.90	2.83%	

更正后：

单位：元

	2021 年	2020 年	同比增减	重大变动说明
销售费用	85,521,301.69	145,380,494.11	-41.17%	主要系本报告期品牌线上营销服务业务下降，推广费、仓配费减少所致
管理费用	81,721,466.32	50,436,539.19	62.03%	主要系本报告期组织能力建设投入增加所致
财务费用	-28,127,318.45	-21,852,124.22	-28.72%	主要系本报告期利息收入增加所致
研发费用	24,427,468.07	13,762,302.73	77.50%	主要系本报告期研发投入增加所致
税金及附加	28,689,765.24	27,901,395.90	2.83%	

六、“第三节 管理层讨论与分析”之“四、主营业务分析”之“4、研发投入”

更正前：

公司研发人员情况

	2021 年	2020 年	变动比例
研发人员数量（人）	148	68	117.65%
研发人员数量占比	6.38%	3.79%	2.59%
研发人员学历			
本科	89	63	41.27%
硕士	13	5	160.00%
大专	46		100.00%
研发人员年龄构成			
30 岁以下	95	45	111.11%
30~40 岁	53	23	130.43%

近三年公司研发投入金额及占营业收入的比例

	2021 年	2020 年	2019 年
研发投入金额（元）	25,299,545.32	13,762,302.73	3,097,518.63
研发投入占营业收入比例	2.21%	1.06%	0.21%
研发支出资本化的金额（元）	0.00	0.00	0.00
资本化研发支出占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%
资本化研发支出占当期净利润的比重	0.00%	0.00%	0.00%

更正后：

公司研发人员情况

	2021 年	2020 年	变动比例
研发人员数量（人）	148	68	117.65%
研发人员数量占比	6.74%	3.79%	2.95%
研发人员学历			
本科	89	63	41.27%
硕士	13	5	160.00%
大专	46		100.00%
研发人员年龄构成			
30 岁以下	95	45	111.11%
30~40 岁	53	23	130.43%

近三年公司研发投入金额及占营业收入的比例

	2021 年	2020 年	2019 年
研发投入金额（元）	24,427,468.07	13,762,302.73	3,097,518.63
研发投入占营业收入比例	2.15%	1.06%	0.21%

研发支出资本化的金额(元)	0.00	0.00	0.00
资本化研发支出占研发投入的比例	0.00%	0.00%	0.00%
资本化研发支出占当期净利润的比重	0.00%	0.00%	0.00%

七、“第三节 管理层讨论与分析”之“四、主营业务分析”之“5、现金流”

更正前：

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

- 1、经营活动产生的现金流量净额较上一年减少93.73%，主要系本期存货、应收账款、其他应收款增加所致。
- 2、投资活动产生的现金流量净额较上一年增加88.63%，主要系银行结构性存款减少及网创大楼建设投入增加所致。
- 3、筹资活动产生的现金流量净额较上一年增加1699.22%，主要系本期发行股份收到募集资金所致。
- 4、现金及现金等价物净增加额较上一年增加553.07%，主要系本期筹资活动、投资活动共同影响所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

报告期内经营活动产生的现金流量净额为2,742.53万元，本年度净利润为36,961.41万元，差异金额为34,218.88万元。
差异主要由存货、应收账款、其他应收款占用增加所致，同比分别增加XX万元、XX万元、XX万元。

更正后：

相关数据同比发生重大变动的主要影响因素说明

适用 不适用

- 1、经营活动产生的现金流量净额较上一年减少93.73%，主要系本期存货、应收账款、其他应收款增加所致。
- 2、投资活动产生的现金流量净额较上一年增加88.63%，主要系银行结构性存款减少及网创大楼建设投入增加所致。
- 3、筹资活动产生的现金流量净额较上一年增加**1699.07%**，主要系本期发行股份收到募集资金所致。
- 4、现金及现金等价物净增加额较上一年增加553.07%，主要系本期筹资活动、投资活动共同影响所致。

报告期内公司经营活动产生的现金净流量与本年度净利润存在重大差异的原因说明

适用 不适用

报告期内经营活动产生的现金流量净额为**2,751.16**万元，本年度净利润为**35,973.86**万元，差异金额为**33,225.70**万元。
差异主要由存货、应收账款、其他应收款占用增加所致，**其中：存货增加9,662.46万元、其他应收款增加12,016.62万元、应收账款增加11,236.04万元。**

八、“第三节 管理层讨论与分析”之“五、非主营业务情况”

更正前：

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	61,704,479.66	13.87%	主要系收到参股企业分红款、权益法核算投资收益、转让股权收益所致	否
公允价值变动损益	33,494,601.40	7.53%	主要系投资企业股权增值所致	否
资产减值	0.00	0.00%		
营业外收入	64,964.44	0.01%	系其他非主营收入	否
营业外支出	993,273.21	0.22%	主要系赔偿金、违约金	否
信用减值损失	-15,974,968.80	-3.59%	按会计政策计提的减值准备	否
其他收益	17,317,186.82	3.89%	主要系收到政府补助所致	否

更正后：

单位：元

	金额	占利润总额比例	形成原因说明	是否具有可持续性
投资收益	61,704,479.66	13.90%	主要系收到参股企业分红款、权益法核算投资收益、转让股权收益所致	否
公允价值变动损益	33,494,601.40	7.54%	主要系投资企业股权增值所致	否
资产减值	0.00	0.00%		
营业外收入	64,964.44	0.01%	系其他非主营收入	否
营业外支出	993,273.21	0.22%	主要系赔偿金、违约金	否
信用减值损失	-15,974,968.80	-3.60%	按会计政策计提的减值准备	否
其他收益	17,317,186.82	3.90%	主要系收到政府补助所致	否

九、“第三节 管理层讨论与分析”之“六、资产及负债状况分析”

更正前：

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2021 年末		2021 年初		比重增 减	重大变动说明
	金额	占总资产 比例	金额	占总资产 比例		

货币资金	1,526,121,386.53	44.60%	631,501,939.84	31.11%	13.14%	
应收账款	314,751,073.19	9.20%	202,390,659.31	9.97%	-0.71%	
存货	180,915,435.02	5.29%	84,290,853.60	4.15%	1.09%	
长期股权投资	148,028,530.58	4.33%	127,636,748.30	6.29%	-2.02%	
固定资产	98,628,344.87	2.88%	105,000,362.34	5.17%	-2.33%	
在建工程	232,691,032.03	6.80%	114,466,238.66	5.64%	1.10%	
使用权资产	13,264,894.91	0.39%	18,320,368.93	0.90%	-0.52%	
短期借款	84,267,584.31	2.46%	8,053,969.73	0.40%	2.06%	
合同负债	5,862,700.44	0.17%	856,710.29	0.04%	0.06%	
租赁负债	7,038,861.36	0.21%	9,102,669.20	0.45%	-0.25%	
交易性金融资产	0.00	0.00%	227,087,568.60	11.19%	-11.27%	
预付款项	43,237,073.59	1.26%	30,459,491.33	1.50%	-0.25%	
其他应收款	178,761,120.07	5.22%	58,594,891.64	2.89%	2.39%	
其他流动资产	39,497,457.26	1.15%	36,741,761.73	1.81%	-0.67%	
其他非流动金融	71,840,000.00	2.10%	19,880,000.00	0.98%	1.10%	
无形资产	31,335,311.29	0.92%	34,505,490.46	1.70%	-0.80%	
商誉	400,330,277.83	11.70%	324,679,527.74	15.99%	-4.45%	
长期待摊费用	8,698,247.91	0.25%	10,825,957.42	0.54%	-0.29%	
递延所得税资产	10,725,901.88	0.31%	5,984,197.69	0.29%	-0.01%	
其他非流动资产	22,947,723.31	0.67%	120,000.00	0.01%	0.66%	
应付账款	136,918,519.26	4.00%	89,748,090.25	4.42%	-0.47%	
预收款项	817,002.25	0.02%	735,058.41	0.04%	-0.02%	

应付职工薪酬	38,098,826.29	1.11%	19,030,386.24	0.94%	0.17%	
应交税费	43,889,675.89	1.28%	67,494,065.00	3.33%	-2.02%	
其他应付款	279,254,233.34	8.16%	234,878,383.71	11.57%	-3.52%	
其他流动负债	395,199.87	0.01%	76,092.34	0.00%	0.01%	
递延收益	2,821,281.00	0.08%	2,821,281.00	0.14%	-0.06%	
递延所得税负债	15,994,668.51	0.47%	5,943,673.64	0.29%	0.17%	
股本	238,674,523.00	6.98%	144,250,200.00	7.11%	-0.20%	
资本公积	1,463,266,417.97	42.76%	670,488,281.67	33.03%	9.34%	
减：库存股	9,963,397.96	0.29%	14,265,570.00	0.71%	-0.42%	
其他综合收益	-4,290,128.22	-0.13%	-2,131,781.03	-0.11%	-0.02%	
盈余公积	70,944,872.82	2.07%	59,448,399.94	2.95%	-0.88%	
未分配利润	890,859,417.03	26.04%	654,795,397.06	32.51%	-6.29%	
其他权益工具投资	100,000,000.00	2.92%	0.00	0.00%	2.92%	

境外资产占比较高

适用 不适用

3、截至报告期末的资产权利受限情况

期末货币资金中公司尚有保函保证金2,702,774.00元，支付宝平台保证金906,425.00元使用受到限制。

更正后：

1、资产构成重大变动情况

单位：元

	2021 年末		2021 年初		比重增 减	重大变动说明
	金额	占总资产 比例	金额	占总资产 比例		
货币资金	1,526,121,386.53	44.60%	631,501,939.84	31.11%	13.49%	主要系收到非公开发行融资款的影响
应收账款	314,751,073	9.20%	202,390,659	9.97%	-0.77%	

	.19		31			
存货	180,915,435.02	5.29%	84,290,853.60	4.15%	1.14%	
长期股权投资	148,028,530.58	4.33%	127,636,748.30	6.29%	-1.96%	
固定资产	98,628,344.87	2.88%	105,000,362.34	5.17%	-2.29%	
在建工程	232,691,032.03	6.80%	114,466,238.66	5.64%	1.16%	
使用权资产	13,264,894.91	0.39%	18,320,368.93	0.90%	-0.51%	
短期借款	84,267,584.31	2.46%	8,053,969.73	0.40%	2.06%	主要系跨境业务贷款需求增加的影响
合同负债	5,862,700.44	0.17%	856,710.29	0.04%	0.13%	主要系预收项目进度款增加的影响
租赁负债	7,038,861.36	0.21%	9,102,669.20	0.45%	-0.24%	
交易性金融资产	0.00	0.00%	227,087,568.60	11.19%	-11.19%	主要系购买银行理财产品减少的影响
预付款项	43,237,073.59	1.26%	30,459,491.33	1.50%	-0.24%	
其他应收款	178,761,120.07	5.22%	58,594,891.64	2.89%	2.33%	
其他流动资产	39,497,457.26	1.15%	36,741,761.73	1.81%	-0.66%	
其他非流动金融	71,840,000.00	2.10%	19,880,000.00	0.98%	1.12%	主要系每鲜说股权投资价值增加的影响
无形资产	31,335,311.29	0.92%	34,505,490.46	1.70%	-0.78%	
商誉	400,330,277.83	11.70%	324,679,527.74	15.99%	-4.29%	主要系报告期内并购上下游公司的影响
递延所得税资产	10,725,901.88	0.31%	5,984,197.69	0.29%	0.02%	
其他非流动资产	22,947,723.31	0.67%	120,000.00	0.01%	0.66%	主要系网创大楼工程预付款增加的影响
应付账款	136,918,519.26	4.00%	89,748,090.25	4.42%	-0.42%	
应付职工薪酬	38,098,826.29	1.11%	19,030,386.24	0.94%	0.17%	
应交税费	43,889,675.89	1.28%	67,494,065.00	3.33%	-2.05%	
其他应付款	279,254,233.34	8.16%	234,878,383.71	11.57%	-3.41%	主要受美的业务代收货款增加的影响

其他非流动负债	70,000,000.00	2.05%	0.00	0.00%	2.05%	主要受众达源少数股东投资款的影响
递延所得税负债	15,994,668.51	0.47%	5,943,673.64	0.29%	0.18%	
股本	238,674,523.00	6.98%	144,250,200.00	7.11%	-0.13%	
资本公积	1,463,266,417.97	42.76%	670,488,281.67	33.03%	9.73%	主要系收到非公开发行融资款的影响
其他权益工具投资	100,000,000.00	2.92%	0.00	0.00%	2.92%	主要系投资福瑞达的影响

境外资产占比较高

适用 不适用

3、截至报告期末的资产权利受限情况

期末货币资金中公司尚有保函保证金2,702,774.00元，支付宝平台保证金906,425.00元使用受到限制，合计受限制资产金额为3,609,199元。

十、“第三节 管理层讨论与分析”之“七、投资状况分析”

更正前：

1、总体情况

更正前：

适用 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
235,337,606.68	602,208,419.67	-60.92%

更正后：

适用 不适用

报告期投资额（元）	上年同期投资额（元）	变动幅度
231,124,991.01	602,208,419.67	-61.62%

3、报告期内正在进行的重大的非股权投资情况

更正前：

适用 不适用

单位：元

项目名称	投资方式	是否为固定资产投资	投资项目涉及行业	本报告期投入金额	截至报告期末累计实际	资金来源	项目进度	预计收益	截止报告期末累计实现	未达到计划进度和预计	披露日期（如有）	披露索引（如有）
------	------	-----------	----------	----------	------------	------	------	------	------------	------------	----------	----------

					投入 金额				的收 益	收益 的原 因		
综合运营服 务中心建设 项目	自建	是	电子商 务	68,897 ,274.9 5	205,1 85,84 1.20	自有 资金、 募集 资金		0.00	0.00	建设 中		无
内容电商项 目	自建	是	电子商 务	13,40 1,606. 60	13,40 1,606. 60	自有 资金、 募集 资金		0.00	0.00	建设 中		无
合计	--	--	--	82,29 8,881. 55	218,58 7,447. 80	--	--	0.00	0.00	--	--	--

更正后：

√ 适用 □ 不适用

单位：元

项目名称	投资方式	是否为 固定资 产投资	投资项 目涉及 行业	本报 告期 投入 金额	截至 报告 期末 累计 实际 投入 金额	资金 来源	项目 进度	预计 收益	截止 报告 期末 累计 实现 的收 益	未达 到计 划进 度和 预计 收益 的原 因	披露 日期 (如 有)	披露 索引 (如 有)
综合运营服 务中心建设 项目	自建	是	电子商 务	67,502 ,620.8 0	203,7 91,18 7.00	自有 资金、 募集 资金		0.00	0.00	建设 中		无
内容电商项 目	自建	是	电子商 务	50,52 8,208. 14	50,52 8,208. 14	自有 资金、 募集 资金		0.00	0.00	建设 中		无
合计	--	--	--	118,0 30,82 8.94	254,3 19,39 5.14	--	--	0.00	0.00	--	--	--

4、以公允价值计量的金融资产

更正前：

√ 适用 □ 不适用

单位：元

资产类别	初始投	本期公允	计入权益的	报告期内购	报告期内	累计投资	期末金额	资金来源
------	-----	------	-------	-------	------	------	------	------

	资成本	价值变动 损益	累计公允价 值变动	入金额	售出金额	收益		
其他	246,967, 568.00	45,535,916. 71	56,503,485.3 1	235,535,000. 00	456,198,4 85.31	9,014,925 .00	71,840,00 0.00	自有
合计	246,967, 568.00	45,535,916. 71	56,503,485.3 1	235,535,000. 00	456,198,4 85.31	9,014,925 .00	71,840,00 0.00	--

更正后:

√ 适用 □ 不适用

单位：元

资产类别	初始投 资成本	本期公允 价值变动 损益	计入权益的 累计公允价 值变动	报告期内购 入金额	报告期内 售出金额	累计投资 收益	期末金额	资金来源
其他	246,967, 568.60	45,535,916. 71	56,503,485.3 1	235,535,000. 00	456,198,4 85.31	9,014,925 .00	71,840,00 0.00	自有
合计	246,967, 568.60	45,535,916. 71	56,503,485.3 1	235,535,000. 00	456,198,4 85.31	9,014,925 .00	71,840,00 0.00	--

5、募集资金使用情况

更正前:

(1) 募集资金总体使用情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

募集年 份	募集方 式	募集资 金总额	本期已 使用募 集资金 总额	已累计 使用募 集资金 总额	报告期 内变更 用途的 募集资 金总额	累计变 更用途 的募集 资金总 额	累计变 更用途 的募集 资金总 额比例	尚未使 用募集 资金总 额	尚未使 用募集 资金用 途及去 向	闲置两 年以上 募集资 金金额
2019	公开发 行	68,914.7 9	22,525.6 6	61,076.6 7	0	0	0.00%	0	无	0
2021	特定对 象发行	88,915.9 3	26,069.3 3	26,069.3 3	0	0	0.00%	62,744.8 2	募集资 金专户 存储	0
合计	--	157,830. 72	48,594.9 9	87,146	0	0	0.00%	62,744.8 2	--	0

募集资金总体使用情况说明

(1) 经中国证券监督管理委员会证监许可[2019]1680号文核准，本公司于2019年9月向社会公众公开发行人民币普通股(A股)股票2,000万股，发行价为每股人民币38.30元，募集资金总额为人民币766,000,000.00元，扣除各项发行费用(不含税)人民币76,852,100.00元后，公司本次募集资金净额为人民币689,147,900.00元。上述募集资金到位情况已经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审验，并由其出具中汇会验[2019]4610号《验资报告》。

截至 2021 年 12 月 31 日，本公司本年度使用募集资金人民币 225,256,634.33 元，累计使用募集资金总额人民币 610,766,714.7 元（含收益）。

“品牌服务升级建设项目”已达到预定可使用状态，节余募集资金 9,877.11 万元（含收益），在节余募集资金转为流动资金后，相关募集资金专项账户不再使用。截止期末，公司已办理完成前述“品牌服务升级建设项目”所有募集资金专户的销户手续。

“综合运营服务中心建设项目”及“补充流动资金项目”账户的募集资金已全部使用完毕但是未达到预定可使用状态，固银行账户未注销，截止期末账户余额为 22,520.7 元，均为前期账户资金收到的银行利息。

(2) 经中国证券监督管理委员会证监许可[2021]1350 号文核准，本公司 2021 年 8 月完成向 12 名特定对象发行人民币普通股 22,310,037 股，每股发行价格为人民币 40.13 元，募集资金总额为人民币 895,301,784.81 元，扣除本次发行费用（不含税）人民币 7,160,232.71 元，募集资金净额为人民币 888,141,552.10 元。中汇会计师事务所（特殊普通合伙）对本次发行认购对象缴付申购款的实收情况进行了审验，并于 2021 年 7 月 27 日出具了中汇会验 [2021]6369 号《杭州壹网壹创科技股份有限公司验资报告》。

截至 2021 年 12 月 31 日，本公司本年度使用募集资金人民币 15,221,606.6 元，补充流动资金 245,471,698.11 元，累计使用募集资金总额人民币 260,693,304.71 元，尚未使用募集资金余额人民币 627,448,247.39 元；

募集资金存放专项账户余额人民币 637,460,711.56 元与尚未使用的募集资金余额之间的差异为人民币 10,012,464.17 元，包括收到的银行利息人民币 8,994,797.44 元，支付的银行手续费人民币 79.49 元，律师费用 525,000 元，中登费用 21,048.11 元，会计师费用 471,698.11 元。

(2) 募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)= (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	截止报告期末累计实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目											
品牌服务升级建设项目	否	35,023.87	35,023.87	12,270.55	26,132.19	74.61%	2021年09月27日	3,032.68	6,293.91	是	否
综合运营服务中心建设项目	否	17,302.19	17,302.19	10,255.11	18,355.75	106.09%	2022年09月27日			不适用	否
补充流动	否	16,588.73	16,588.73		16,588.73	100.00%				不适用	否

资金											
内容 电商 项目	否	42,756.5 1	42,756.5 1	1,340. 16	1,340.16	3.13%				不适用	否
仓储 物流 项目	否	9,307.15	9,307.15		0	0.00%				不适用	否
研发 中心 及信 息化 建设 项目	否	12,166.5 2	12,166.5 2	182	182	1.50%				不适用	否
补充 流动 资金	否	24,685.7 5	24,685.7 5	24,547 .17	24,547.1 7	99.44%				不适用	否
承诺 投资 项目 小计	--	157,830. 72	157,830. 72	48,638 .73	87,189.7 4	--	--	3,032. 68	6,293.91	--	--
超募资金投向											
合计	--	157,830. 72	157,830. 72	48,638 .73	87,189.7 4	--	--			--	--

更正后：

(1) 募集资金总体使用情况

√ 适用 □ 不适用

单位：万元

募集年 份	募集方 式	募集资 金总额	本期已 使用募 集资金 总额	已累计 使用募 集资金 总额	报告期 内变更 用途的 募集资 金总额	累计变 更用途 的募集 资金总 额	累计变 更用途 的募集 资金总 额比例	尚未使 用募集 资金总 额	尚未使 用募集 资金用 途及去 向	闲置两 年以上 募集资 金金额
2019	公开发 行	68,914.7 9	22,525.6 6	61,076.6 7	0	0	0.00%	0	无	0
2021	特定对 象发行	88,814.1 6	26,022.1 6	26,022.1 6	0	0	0.00%	62,792	募集资 金专户 存储	0
合计	--	157,728. 95	48,547.8 2	87,098.8 3	0	0	0.00%	62,792	--	0

募集资金总体使用情况说明

(1) 经中国证券监督管理委员会证监许可[2019]1680号文核准，本公司于2019年9月向社会公众公开发行人民币普通股(A股)股票2,000万股，发行价为每股人民币38.30元，募集资金总额为人民币766,000,000.00元，扣除各项发行费

用(不含税)人民币 76,852,100.00 元后,公司本次募集资金净额为人民币 689,147,900.00 元。上述募集资金到位情况已经中汇会计师事务所(特殊普通合伙)审验,并由其出具中汇会验[2019]4610 号《验资报告》。

截至 2021 年 12 月 31 日,本公司本年度使用募集资金人民币 225,256,634.33 元,累计使用募集资金总额人民币 610,766,714.7 元(含收益)。

“品牌服务升级建设项目”已达到预定可使用状态,节余募集资金 9,877.11 万元(含收益),在节余募集资金转为流动资金后,相关募集资金专项账户不再使用。截止期末,公司已办理完成前述“品牌服务升级建设项目”所有募集资金专户的销户手续。

“综合运营服务中心建设项目”及“补充流动资金项目”账户的募集资金已全部使用完毕但是未达到预定可使用状态,固银行账户未注销,截止期末账户余额为 22,520.7 元,均为前期账户资金收到的银行利息。

(2) 经中国证券监督管理委员会证监许可[2021]1350 号文核准,本公司 2021 年 8 月完成向 12 名特定对象发行人民币普通股 22,310,037 股,每股发行价格为人民币 40.13 元,募集资金总额为人民币 895,301,784.81 元,扣除本次发行费用(不含税)人民币 7,160,232.71 元,募集资金净额为人民币 888,141,552.10 元。中汇会计师事务所(特殊普通合伙)对本次发行认购对象缴付申购款的实收情况进行了审验,并于 2021 年 7 月 29 日出具了中汇会验 [2021]6370 号《杭州壹网壹创科技股份有限公司验资报告》。

截至 2021 年 12 月 31 日,本公司本年度使用募集资金人民币 26,022.16 万元,尚未使用募集资金余额人民币 62,792 万元;募集资金存放专项账户余额人民币 63,746.07 万元与尚未使用的募集资金余额之间的差异为人民币 954.07 万元,具体包括:收到的银行利息人民币 899.47 万元,支付的银行手续费人民币 0.01 万元,以及未置换的发行费用:律师费用 52.5 万元,中登费用 2.10 万元。

(2) 募集资金承诺项目情况

√ 适用 □ 不适用

单位:万元

承诺投资项目和超募资金投向	是否已变更项目(含部分变更)	募集资金承诺投资总额	调整后投资总额(1)	本报告期投入金额	截至期末累计投入金额(2)	截至期末投资进度(3)= (2)/(1)	项目达到预定可使用状态日期	本报告期实现的效益	截止报告期末累计实现的效益	是否达到预计效益	项目可行性是否发生重大变化
承诺投资项目											
品牌服务升级建设项目	否	35,023.87	35,023.87	12,270.55	26,132.19	74.61%	2021年09月27日	3,032.68	6,293.91	是	否
综合运营服务中心建设项目	否	17,302.19	17,302.19	10,255.11	18,355.75	106.09%	2022年09月27日			不适用	否
补充	否	16,588.7	16,588.7		16,588.7	100.00%				不适	否

流动资金		3	3		3					用	
内容电商项目	否	42,756.51	42,756.51	1,340.16	1,340.16	3.13%				不适用	否
仓储物流项目	否	9,307.15	9,307.15		0	0.00%				不适用	否
研发中心及信息化建设项目	否	12,166.52	12,166.52	182	182	1.50%				不适用	否
补充流动资金	否	24,583.98	24,583.98	24,500	24,500					不适用	否
承诺投资项目小计	--	157,728.95	157,728.95	48,547.82	87,098.83	--	--	3,032.68	6,293.91	--	--
超募资金投向											
无											
合计	--	157,728.95	157,728.95	48,547.82	87,098.83	--	--	3,032.68	6,293.91	--	--

十一、“第三节 管理层讨论与分析”之“九、主要控股参股公司分析”

更正前：

√ 适用 □ 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
浙江上佰电子商务有限公司	子公司	电子商务	10,000,000.00	212,866,710.20	159,577,370.41	234,238,724.03	83,529,500.61	72,618,769.53

更正前：

√ 适用 □ 不适用

主要子公司及对公司净利润影响达 10%以上的参股公司情况

单位：元

公司名称	公司类型	主要业务	注册资本	总资产	净资产	营业收入	营业利润	净利润
------	------	------	------	-----	-----	------	------	-----

浙江上佰 电子商务 有限公司	子公司	电子商务	10,000,000 .00	222,480,95 0.20	166,788,05 0.40	234,238,72 4.03	80,336,614 .74	70,413,049 .59
----------------------	-----	------	-------------------	----------------------------------	----------------------------------	--------------------	---------------------------------	---------------------------------

十二、“第三节 管理层讨论与分析”之“十一、公司未来发展的展望”

更正前：

（一）行业格局和趋势

疫情导致的社交隔离加速了线上消费与数字通讯在消费市场的进一步普及，电商行业受疫情影响相对较小。但2021年新平台的兴起和超头主播去中心化，以及互联网经济从消费互联网向产业互联网的转型同时发生，公司业务主要覆盖的天猫平台从过去的长期乘风破浪的每年10%~30%的高增时代，进入到2021年下半年的低增速内卷。而仅仅过了一个季度，22年1季度，淘宝和天猫整体一季度同比都出现了一定程度的负增长。在所涉及的一级类目中，核心品类如护肤、个护、食品类目也同样出现不同程度的负增长，所有一级类目中只有咖啡/麦片/冲饮、保健食品/膳食营养补充食品、模玩/动漫/周边/cos/桌游类目在2022年刚刚过去3个月保持增长。互联网行业的变革，特别是渠道环境的分散和多样化更加考验电商服务商的全域服务价值及数字化、自动化的运营体系。

更正后：

（一）行业格局和趋势

疫情导致的社交隔离加速了线上消费与数字通讯在消费市场的进一步普及，电商行业受疫情影响相对较小。但2021年新平台的兴起和超头主播去中心化，以及互联网经济从消费互联网向产业互联网的转型同时发生，公司业务主要覆盖的天猫平台从过去的长期乘风破浪的高增时代，进入到2021年下半年的低增速时期。而仅仅过了一个季度，22年1季度，淘宝和天猫整体一季度同比都出现了一定程度的负增长。互联网行业的变革，特别是渠道环境的分散和多样化更加考验电商服务商的全域服务价值及数字化、自动化的运营体系。

十三、“第四节 公司治理”之“七、董事、监事和高级管理人员情况”

更正前：

1、基本情况

姓名	职务	任职状态	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	期初持股数(股)	本期增持股份数量(股)	本期减持股份数量(股)	其他增减变动(股)	期末持股数(股)	股份增减变动的原因
林振宇	董事长兼总经理	现任	男	39	2016年02月26日	2022年03月15日	15,513,041	1,032,075	0	7,901,266	24,446,382	1、增持；2、实施2020年度权益分配资本公积

												金转增
邓旭	CEO	现任	男	44	2021年02月26日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
邓旭	董事	现任	男	44	2021年05月19日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
卢华亮	董事兼副总经理	现任	男	45	2016年02月26日	2022年03月15日	4,262,643	0	0	2,132,306	6,394,949	实施2020年度权益分配资本公积金转增
石中豪	董事	现任	男	33	2017年06月29日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
郑苏法	董事	现任	男	49	2021年05月19日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
徐斌毅	董事	现任	男	51	2020年05月18日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
许旭光	独立董事	现任	男	36	2017年02月22日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
杨央平	独立董事	现任	男	50	2017年02月22日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
杜健	独立董事	现任	女	42	2020年05月18日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
陆文	监事	现任	女	33	2016	2022	0	0	0	0	0	

婷	会主席				年 06 月 26 日	年 03 月 15 日							
王浩岩	监事	现任	男	36	2016 年 06 月 26 日	2022 年 03 月 15 日	0	0	0	0	0		
高凡	监事	现任	男	40	2019 年 03 月 16 日	2022 年 03 月 15 日	0	0	0	0	0		
周维	财务负责人	现任	男	38	2020 年 08 月 28 日	2022 年 03 月 15 日	0	0	0	0	0		
冯积儒	副总经理	现任	男	41	2020 年 08 月 28 日	2022 年 03 月 15 日	0	0	0	0	0		
吴舒	副总经理	现任	男	39	2020 年 04 月 27 日	2022 年 03 月 15 日	5,547,193	0	0	2,774,878	8,322,071	实施 2020 年度权益分配资本公积金转增	
张帆	董事会秘书	现任	女	39	2017 年 08 月 05 日	2022 年 03 月 15 日	5,342,469	0	0	2,672,468	8,014,937	实施 2020 年度权益分配资本公积金转增	
张帆	董事	离任	女	39	2016 年 06 月 26 日	2021 年 04 月 28 日	5,342,469	0	0	2,672,468	8,014,937	实施 2020 年度权益分配资本公积	

												金转增
王雷	董事	离任	男	46	2017年02月22日	2021年04月28日	0	0	0	0	0	
合计	--	--	--	--	--	--	30,665,346	1,032,075	0	15,480,918	47,178,339	--

在其他单位任职情况

√ 适用 □ 不适用

任职人员姓名	其他单位名称	在其他单位担任的职务	任期起始日期	任期终止日期	在其他单位是否领取报酬津贴
林振宇	物产中大云商有限公司	董事	2018年04月01日		否
林振宇	杭州网捷供应链管理有限公司	监事	2019年12月01日		否
林振宇	丽江晓驻匠心度假酒店有限责任公司	监事	2015年11月18日		否
林振宇	浙江上佰电子商务有限公司	董事	2020年05月16日		否
林振宇	上海蒙彤文化传播有限公司	董事	2021年06月16日		否
卢华亮	上海蒙彤文化传播有限公司	监事	2021年06月16日		否
吴舒	浙江上佰电子商务有限公司	董事	2020年09月25日		否
冯积儒	浙江上佰电子商务有限公司	董事长兼总经理	2015年11月26日		是
高凡	上海哆米品牌管理有限公司	董事	2021年11月11日		否
张帆	杭州鸿昱投资管理有限公司	执行董事	2018年02月16日		否
张帆	壹启（杭州）商业运营管理有限公司	监事	2020年02月16日		否
张帆	云南建晟睡眠科技股份有限公司	董事	2020年08月16日		否
在其他单位任职情况的说明	无				

3、董事、监事、高级管理人员报酬情况

公司报告期内董事、监事和高级管理人员报酬情况

单位：万元

姓名	职务	性别	年龄	任职状态	从公司获得的税前报酬总额	是否在公司关联方获取报酬
林振宇	董事长兼总经理	男	39	现任	73.4	否
卢华亮	董事兼副总经理	男	45	现任	70.8	否
郑苏法	董事	男	49	现任	0	否
石中豪	董事	男	33	现任	39.2	否
徐斌毅	董事	男	51	现任	0	是
许旭光	独立董事	男	36	现任	8	否
杨央平	独立董事	男	50	现任	8	否
邓旭	董事兼 CEO	男	44	现任	237.9	否
杜健	独立董事	女	42	现任	8	否
陆文婷	监事会主席	女	33	现任	29.6	否
高凡	监事	男	40	现任	42.2	否
王浩岩	监事	男	36	现任	47	否
周维	财务负责人	男	38	现任	44.8	否
吴舒	副总经理	男	39	现任	67.7	否
冯积儒	副总经理	男	41	现任	0	否
王雷	董事	男	46	离任	0	否
张帆	董事	女	39	离任	66.9	否
张帆	董事会秘书	女	39	现任	66.9	否
合计	--	--	--	--	743.47	--

更正后：

1、基本情况

姓名	职务	任职状态	性别	年龄	任期起始日期	任期终止日期	期初持股数(股)	本期增持股份数量(股)	本期减持股份数量(股)	其他增减变动(股)	期末持股数(股)	股份增减变动的原因
林振宇	董事长兼总经理	现任	男	39	2016年02月26日	2022年03月15日	15,513,041	1,032,075	0	7,901,266	24,446,382	1、增持；2、实施2020年度权益分配资本公积

												金转增
邓旭	CEO	现任	男	44	2021年02月26日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
	董事	现任	男	44	2021年05月19日	2022年03月15日						
卢华亮	董事兼副总经理	现任	男	45	2016年02月26日	2022年03月15日	4,262,643	0	0	2,132,306	6,394,949	实施2020年度权益分配资本公积金转增
石中豪	董事	现任	男	33	2017年06月29日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
郑苏法	董事	现任	男	49	2021年05月19日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
徐斌毅	董事	现任	男	51	2020年05月18日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
许旭光	独立董事	现任	男	36	2017年02月22日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
杨央平	独立董事	现任	男	50	2017年02月22日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
杜健	独立董事	现任	女	42	2020年05月18日	2022年03月15日	0	0	0	0	0	
陆文	监事	现任	女	33	2016	2022	0	0	0	0	0	

婷	会主席				年06月26日	年03月15日							
王浩岩	监事	现任	男	36	2016年06月26日	2022年03月15日	0	0	0	0	0		
高凡	监事	现任	男	40	2019年03月16日	2022年03月15日	0	0	0	0	0		
周维	财务负责人	现任	男	38	2020年08月28日	2022年03月15日	0	0	0	0	0		
冯积儒	副总经理	现任	男	41	2020年08月28日	2022年03月15日	0	0	0	0	0		
吴舒	副总经理	现任	男	39	2020年04月27日	2022年03月15日	5,547,193	0	0	2,774,878	8,322,071		实施2020年度权益分配资本公积金转增
张帆	董事会秘书/董事(董事职务自2016年6月26日开始任职,于2021年4月28日离任)	现任	女	39	2017年08月05日	2022年03月15日	5,342,469	0	0	2,672,468	8,014,937		实施2020年度权益分配资本公积金转增

王雷	董事	离任	男	46	2017年02月22日	2021年04月28日	0	0	0	0	0	
合计	--	--	--	--	--	--	30,665,346	1,032,075	0	15,480,918	47,178,339	--

在其他单位任职情况

√ 适用 □ 不适用

任职人员姓名	其他单位名称	在其他单位担任的职务	任期起始日期	任期终止日期	在其他单位是否领取报酬津贴
林振宇	物产中大云商有限公司	董事	2018年04月01日		否
林振宇	杭州网捷供应链管理有限公司	监事	2019年12月01日		否
林振宇	丽江晓驻匠心度假酒店有限责任公司	监事	2015年11月18日		否
林振宇	浙江上佰电子商务有限公司	董事	2020年05月16日		否
林振宇	上海蒙彤文化传播有限公司	董事	2021年06月16日		否
卢华亮	上海蒙彤文化传播有限公司	监事	2021年06月16日		否
吴舒	浙江上佰电子商务有限公司	董事	2020年09月25日		否
冯积儒	浙江上佰电子商务有限公司	董事长兼总经理	2015年11月26日		是
高凡	上海哆米品牌管理有限公司	董事	2021年11月11日		否
张帆	杭州鸿昱投资管理有限公司	执行董事	2018年02月16日		否
张帆	壹启（杭州）商业运营管理有限公司	监事	2020年02月16日		否
张帆	云南建晟睡眠科技股份有限公司	董事	2020年08月16日		否
徐斌毅	物产中大云商有限公司	董事长	2017年07月15日		是
许旭光	浙江杭州瑞华会计师事务所（特殊普通合伙）浙江分所	高级经理	2015年11月16日		是
杨央平	北京炜衡（杭州）律师事务所	律师	2016年08月15日		是
杜健	浙江大学管理学院创新创业与战略学系	副教授	2016年07月15日		是
郑苏法	浙江工商大学	体育工作	2019年12月		是

		部主任	15日		
在其他单位任职情况的说明	无				

3、董事、监事、高级管理人员报酬情况

公司报告期内董事、监事和高级管理人员报酬情况

单位：万元

姓名	职务	性别	年龄	任职状态	从公司获得的税前报酬总额	是否在公司关联方获取报酬
林振宇	董事长兼总经理	男	39	现任	73.4	否
卢华亮	董事兼副总经理	男	45	现任	70.8	否
郑苏法	董事	男	49	现任	0	否
石中豪	董事	男	33	现任	39.2	否
徐斌毅	董事	男	51	现任	0	是
许旭光	独立董事	男	36	现任	8	否
杨央平	独立董事	男	50	现任	8	否
邓旭	董事兼 CEO	男	44	现任	237.9	否
杜健	独立董事	女	42	现任	8	否
陆文婷	监事会主席	女	33	现任	29.6	否
高凡	监事	男	40	现任	42.2	否
王浩岩	监事	男	36	现任	47	否
周维	财务负责人	男	38	现任	44.8	否
吴舒	副总经理	男	39	现任	67.7	否
冯积儒	副总经理	男	41	现任	26.4	否
王雷	董事	男	46	离任	0	否
张帆	董事会秘书/ 董事（董事已离任，于 2021 年 4 月 28 日不再担任公司董事）	女	39	现任	66.9	否
合计	--	--	--	--	769.9	--

十四、“第四节 公司治理”之“十一、公司员工情况”

更正前：

1、员工数量、专业构成及教育程度

报告期末母公司在职员工的数量（人）	728
报告期末主要子公司在职员工的数量（人）	1,591
报告期末在职员工的数量合计（人）	2,319
当期领取薪酬员工总人数（人）	2,319
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数（人）	0
专业构成	
专业构成类别	专业构成人数（人）
生产人员	0
销售人员	0
技术人员	44
财务人员	49
行政人员	88
运营人员	1,507
创研人员	121
客服人员	368
支持人员	142
合计	2,319
教育程度	
教育程度类别	数量（人）
硕士及以上	43
本科及大专	2,152
大专以下	124
合计	2,319

更正后：

1、员工数量、专业构成及教育程度

报告期末母公司在职员工的数量（人）	720
报告期末主要子公司在职员工的数量（人）	1,475
报告期末在职员工的数量合计（人）	2,195
当期领取薪酬员工总人数（人）	2,195
母公司及主要子公司需承担费用的离退休职工人数（人）	0
专业构成	
专业构成类别	专业构成人数（人）
技术人员	148
财务人员	46
行政人员	90
运营人员	1,204
创研人员	404
客服人员	303
合计	2,195

教育程度	
教育程度类别	数量（人）
硕士及以上	43
本科及大专	2,037
大专以下	115
合计	2,195

十五、“第四节 公司治理”之“十二、公司利润分配及资本公积金转增股本情况”

更正前：

报告期内利润分配政策，特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

适用 不适用

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案与公司章程和分红管理办法等的相关规定一致

是 否 不适用

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案符合公司章程等的相关规定。

本年度利润分配及资本公积金转增股本情况

每 10 股送红股数（股）	0
每 10 股派息数（元）（含税）	2.50
每 10 股转增数（股）	0
分配预案的股本基数（股）	237,591,573
现金分红金额（元）（含税）	59,397,893.25
以其他方式（如回购股份）现金分红金额（元）	0.00
现金分红总额（含其他方式）（元）	59,397,893.25
现金分红总额（含其他方式）占利润分配总额的比例	100.00%
本次现金分红情况	
公司发展阶段不易区分但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%	
利润分配或资本公积金转增预案的详细情况说明	
公司拟以实施权益分派的股权登记日登记的总股本（剔除回购专户股份）为基数，向公司股东每 10 股派发现金红利 2.50 元（含税），预案披露后至权益分派实施公告确定的股权登记日前，若出现股权激励行权、可转债转股、股份回购等情形，公司将维持“分配比例（每股现金分红金额）”不变的原则对现金分红总额进行调整，具体的分配金额总额将在利润分配实施公告中披露，剩余未分配利润结转至以后年度。本年度不送红股，不进行资本公积金转增股本。	

更正后：

报告期内利润分配政策，特别是现金分红政策的制定、执行或调整情况

适用 不适用

1、2021年5月19日，公司召开2020年年度股东大会审议通过的2020年年度权益分派方案为：以权益分派股权登记日的总股本144,306,000股为基础，向公司全体股东每10股派发现金股利人民币5.5元（含税），合计派发现金股利人民币79,368,300元（含税），不送红股。同时以资本公积金向全体股东每10股转增5股，合计转增72,153,000股，本次转增后公司总

股本将增加至216,459,000股。实施利润分配时，如确定的股权登记日的公司股本总数发生变动的，则以现金分红总额、转增股本总额固定不变的原则按公司最新总股本对分配比例进行调整。

2、自分配方案披露至实施期间，公司于2021年5月18日完成回购注销第一期股权激励计划部分已获授但尚未解锁限制性股票的数量为66,600股，公司总股本由144,306,000股变动至144,239,400股。公司按照“现金分红总额、转增股本总额固定不变”对2020年度权益分派方案进行调整。调整后的分派方案如下：以公司现有总股本144,239,400股为基数，向全体股东每10股派发现金红利5.502539元（含税），以资本公积金向全体股东每10股转增5.002308股，不送红股。

报告期内，公司实行持续、稳定的股利分配政策，现金分红政策的制定及执行符合《公司章程》和《公司未来三年（2020-2022）股东回报规划》的相关规定及股东大会决议的要求，分红标准和比例明确且清晰，相关的决策程序和机制完备，独立董事尽职履责并发挥了应有的作用，公司的利润分配预案均提交到股东大会进行了审议。

现金分红政策的专项说明	
是否符合公司章程的规定或股东大会决议的要求：	是
分红标准和比例是否明确和清晰：	是
相关的决策程序和机制是否完备：	是
独立董事是否履职尽责并发挥了应有的作用：	是
中小股东是否有充分表达意见和诉求的机会，其合法权益是否得到了充分保护：	是
现金分红政策进行调整或变更的，条件及程序是否合规、透明：	不适用

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案与公司章程和分红管理办法等的相关规定一致

是 否 不适用

公司报告期利润分配预案及资本公积金转增股本预案符合公司章程等的相关规定。

本年度利润分配及资本公积金转增股本情况

每10股送红股数（股）	0
每10股派息数（元）（含税）	2.50
每10股转增数（股）	0
分配预案的股本基数（股）	237,591,573
现金分红金额（元）（含税）	59,397,893.25
以其他方式（如回购股份）现金分红金额（元）	0.00
现金分红总额（含其他方式）（元）	59,397,893.25
可分配利润（元）	383,144,529.61
现金分红总额（含其他方式）占利润分配总额的比例	100.00%

本次现金分红情况

公司发展阶段不易区分但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%

利润分配或资本公积金转增预案的详细情况说明

公司拟以实施权益分派的股权登记日登记的总股本（剔除回购专户股份）为基数，向公司股东每10股派发现金红利2.50元（含税），预案披露后至权益分派实施公告确定的股权登记日前，若出现股权激励行权、可转债转股、股份回购等情形，公司将维持“分配比例（每股现金分红金额）”不变的原则对现金分红总额进行调整，具体的分配金额总额将在利润分配实施公告中披露，剩余未分配利润结转至以后年度。本年度不送红股，不进行资本公积金转增股本。

十六、“第四节 公司治理”之“十五、公司报告期内对子公司的管理控制情况”

更正前：

公司名称	整合计划	整合进展	整合中遇到的问题	已采取的解决措施	解决进展	后续解决计划
不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用	不适用

更正后：

公司名称	整合计划	整合进展	整合中遇到的问题	已采取的解决措施	解决进展	后续解决计划
杭州贰次元文化传媒有限公司	公司收购杭州贰次元 100% 的股权，杭州贰次元成为公司全资子公司	已完成	无	不适用	不适用	不适用
杭州嗨兜文化传媒有限公司	公司收购杭州嗨兜 100% 的股权，杭州嗨兜成为公司全资子公司	已完成	无	不适用	不适用	不适用

十七、“第四节 公司治理”之“十六、内部控制自我评价报告或内部控制审计报告”

更正前：

1、内控自我评价报告

内部控制评价报告全文披露日期	2022 年 04 月 27 日	
内部控制评价报告全文披露索引	巨潮资讯网：2021 年度内部控制自我评价报告	
纳入评价范围单位资产总额占公司合并财务报表资产总额的比例	100.00%	
纳入评价范围单位营业收入占公司合并财务报表营业总收入的比例	100.00%	
缺陷认定标准		
类别	财务报告	非财务报告
定性标准	重大缺陷：公司董事、监事和高级管理人员的舞弊行为、公司更正已公布的财务报告、注册会计师发现的却未被公司内部控制识别的当期财务报告中的重大错报、审计委员会和审计部对公司的对外财务报告和财务报告内部控制监督无效； 重要缺陷：未建立反舞弊程序和控制措	重大缺陷：公司决策程序不科学导致重大决策失败；违犯国家法律、法规；重大偏离预算；制度缺失导致系统性失效；前期重大缺陷或重要缺陷未得到整改；管理人员和技术人员流失严重；媒体负面新闻频现；其他对公司负面影响重大的情形。 重要缺陷：公司决策程序不科学对公

	<p>施、对于非常规或特殊交易的账务处理没有建立相应的控制机制或没有实施且没有相应的补偿性控制、对于期末财务报告过程的控制存在一项或多项缺陷且不能合理保证编制的财务报表达到真实、准确的目标；</p> <p>一般缺陷：除上述重大缺陷、重要缺陷之外的其他控制缺陷。</p>	<p>公司经营产生中度影响；违反行业规范，受到政府部门或监管机构处罚；部分偏离预算；重要制度不完善，导致系统性运行障碍；前期重要缺陷不能得到整改；公司关键岗位业务人员流失严重；媒体负面新闻对公司产生中度负面影响；其他对公司负面影响重要的情形。</p> <p>一般缺陷：除上述重大缺陷、重要缺陷之外的其他控制缺陷。</p>
定量标准	<p>定量标准以营业收入、资产总额作为衡量指标。内部控制缺陷可能导致或导致的损失与利润表相关的，以营业收入指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于营业收入的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过营业收入的0.5%但小于1%，则为重要缺陷；如果达到或超过营业收入的1%，则认定为重大缺陷。</p> <p>内部控制缺陷可能导致或导致的损失与资产管理相关的，以资产总额指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于资产总额的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过资产总额的0.5%但小于1%认定为重要缺陷；如果达到或超过资产总额1%，则认定为重大缺陷。（以上定量标准中所指的财务指标值均为公司最近一年经审计的合并报表数据）</p>	<p>定量标准以营业收入、资产总额作为衡量指标。内部控制缺陷可能导致或导致的损失与利润表相关的，以营业收入指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于营业收入的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过营业收入的0.5%但小于1%认定为重要缺陷；如果达到或超过营业收入的1%，则认定为重大缺陷。</p> <p>内部控制缺陷可能导致或导致的损失与资产管理相关的，以资产总额指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于资产总额的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过资产总额0.5%但小于1%则认定为重要缺陷；如果达到或超过资产总额1%，则认定为重大缺陷。（以上定量标准中所指的财务指标值均为公司最近一年经审计的合并报表数据）</p>
财务报告重大缺陷数量（个）		0
非财务报告重大缺陷数量（个）		0
财务报告重要缺陷数量（个）		0
非财务报告重要缺陷数量（个）		0

更正后：

1、内控自我评价报告

内部控制评价报告全文披露日期	2022年04月27日
内部控制评价报告全文披露索引	巨潮资讯网：2021年度内部控制自我评价报告
纳入评价范围单位资产总额占公司合并财务报表资产总额的比例	100.00%

纳入评价范围单位营业收入占公司合并财务报表营业总收入的比例	100.00%	
缺陷认定标准		
类别	财务报告	非财务报告
定性标准	<p>重大缺陷：公司董事、监事和高级管理人员的舞弊行为、公司更正已公布的财务报告、注册会计师发现的却未被公司内部控制识别的当期财务报告中的重大错报、审计委员会和审计部对公司的对外财务报告和财务报告内部控制监督无效；</p> <p>重要缺陷：未建立反舞弊程序和控制措施、对于非常规或特殊交易的账务处理没有建立相应的控制机制或没有实施且没有相应的补偿性控制、对于期末财务报告过程的控制存在一项或多项缺陷且不能合理保证编制的财务报表达到真实、准确的目标；</p> <p>一般缺陷：除上述重大缺陷、重要缺陷之外的其他控制缺陷。</p>	<p>重大缺陷：公司决策程序不科学导致重大决策失败；违犯国家法律、法规；重大偏离预算；制度缺失导致系统性失效；前期重大缺陷或重要缺陷未得到整改；管理人员和技术人员流失严重；媒体负面新闻频现；其他对公司负面影响重大的情形。</p> <p>重要缺陷：公司决策程序不科学对公司经营产生中度影响；违犯行业规范，受到政府部门或监管机构处罚；部分偏离预算；重要制度不完善，导致系统性运行障碍；前期重要缺陷不能得到整改；公司关键岗位业务人员流失严重；媒体负面新闻对公司产生中度负面影响；其他对公司负面影响重要的情形。</p> <p>一般缺陷：除上述重大缺陷、重要缺陷之外的其他控制缺陷。</p>
定量标准	<p>重大缺陷：一个或者多个控制缺陷的组合,可能导致企业严重偏离控制目标的情形(可能导致的错报金额\geq整体重要性水平)；</p> <p>重要缺陷：一个或者多个控制缺陷的组合,其严重程度和经济后果低于重大缺陷,但仍有可能导致企业偏离控制目标的情形(整体重要性水平$>$可能导致的错报金额\geq实际执行的重要性水平)；</p> <p>一般缺陷：除重大缺陷、重要缺陷之外的其他控制缺陷(可能导致的错报金额$<$实际执行的重要性水平)。</p> <p>定量标准以营业收入、资产总额作为衡量指标。内部控制缺陷可能导致或导致的损失与利润表相关的，以营业收入指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于营业收入的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过营业收入的0.5%但小于1%，则为重要缺陷；如果达到或超过营业收入的1%，则认定为重大缺陷。</p> <p>内部控制缺陷可能导致或导致的损失与资产管理相关的，以资产总额指标衡量。</p>	<p>根据可能造成直接财产损失的绝对金额或潜在负面影响等因素确定非财务报告内部控制缺陷的定量评价标准如下：</p> <p>定量标准以营业收入、资产总额作为衡量指标。内部控制缺陷可能导致或导致的损失与利润报表相关的，以营业收入指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于营业收入的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过营业收入的0.5%但小于1%认定为重要缺陷；如果达到或超过营业收入的1%，则认定为重大缺陷。</p> <p>内部控制缺陷可能导致或导致的损失与资产管理相关的，以资产总额指标衡量。如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于资产总额的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过资产总额0.5%但小于1%则认定为重要缺陷；如果达到或超过资产总额1%，则认定为重大缺陷。</p>

	如果该缺陷单独或连同其他缺陷可能导致的财务报告错报金额小于资产总额的0.5%，则认定为一般缺陷；如果达到或超过资产总额的0.5%但小于1%认定为重要缺陷；如果达到或超过资产总额1%，则认定为重大缺陷。	
财务报告重大缺陷数量（个）		0
非财务报告重大缺陷数量（个）		0
财务报告重要缺陷数量（个）		0
非财务报告重要缺陷数量（个）		0

十八、“第六节 重要事项”之“六、董事会关于报告期会计政策、会计估计变更或重大会计差错更正的说明”

更正前：

六、董事会关于报告期会计政策、会计估计变更或重大会计差错更正的说明

√ 适用 □ 不适用

更正后：

六、董事会关于报告期会计政策、会计估计变更或重大会计差错更正的说明

√ 适用 □ 不适用

重要会计政策变更

会计政策变更的内容和原因	备注
财政部于2018年12月7日发布《企业会计准则第21号——租赁(2018修订)》(财会[2018]35号,以下简称“新租赁准则”),本公司自2021年1月1日起执行新租赁准则。	[注]

[注]新租赁准则完善了租赁的定义,本公司在新租赁准则下根据租赁的定义评估合同是否为租赁或者包含租赁。对于首次执行日(即2021年1月1日)前已存在的合同,本公司在首次执行日选择不重新评估其是否为租赁或者包含租赁。

(1) 本公司作为承租人

原租赁准则下,本公司根据租赁是否实质上将与资产所有权有关的全部风险和报酬转移给本公司,将租赁分为融资租赁和经营租赁。

新租赁准则下,本公司不再区分融资租赁与经营租赁,对所有租赁(选择简化处理方法的短期租赁和低价值资产租赁除外)确认使用权资产和租赁负债。

本公司选择根据首次执行新租赁准则的累积影响数,调整首次执行新租赁准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额,不调整可比期间信息。

对于首次执行日前的经营租赁,本公司在首次执行日根据剩余租赁付款额按首次执行日本公司增量借款利率折现的现值计量租赁负债,按照与租赁负债相等的金额计量使用权资产,并根据预付租金进行必要调整。本公司在应用上述方法的同时根据每项租赁选择采用下列一项或多项简化处理:

- 1) 对将于首次执行日后12个月内完成的租赁作为短期租赁处理;
- 2) 计量租赁负债时,对具有相似特征的租赁采用同一折现率;
- 3) 使用权资产的计量不包含初始直接费用;
- 4) 存在续租选择权或终止租赁选择权的,根据首次执行日前选择权的实际行使及其他最新情况确定租赁期;

5) 作为使用权资产减值测试的替代, 根据《企业会计准则第13号——或有事项》评估包含租赁的合同在首次执行日前是否为亏损合同, 并根据首次执行日前计入资产负债表的亏损准备金额调整使用权资产;

6) 对首次执行新租赁准则当年年初之前发生的租赁变更, 不进行追溯调整, 根据租赁变更的最终安排, 按照新租赁准则进行会计处理。

(2) 本公司作为出租人

在新租赁准则下, 本公司作为转租出租人应基于原租赁产生的使用权资产, 而不是原租赁的标的资产, 对转租进行分类。对于首次执行日前划分为经营租赁且在首次执行日后仍存续的转租赁, 本公司在首次执行日基于原租赁和转租赁的剩余合同期限和条款进行重新评估, 并按照新租赁准则的规定进行分类。重分类为融资租赁的, 本公司将其作为一项新的融资租赁进行会计处理。

除转租赁外, 本公司无需对其作为出租人的租赁调整首次执行新租赁准则当年年初留存收益及财务报表其他相关项目金额。本公司自首次执行日起按照新租赁准则进行会计处理。

2. 会计估计变更说明

本期公司无会计估计变更事项。

3. 首次执行新租赁准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

(1) 合并资产负债表

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	调整数
流动资产:			
预付款项	30,459,491.33	27,862,892.35	-2,596,598.98
非流动资产:			
使用权资产	不适用	18,320,368.93	18,320,368.93
流动负债:			
一年内到期的非流动负债	-	6,621,100.75	6,621,100.75
非流动负债:			
租赁负债	不适用	9,102,669.20	9,102,669.20

[注] 除对本表列示的合并资产负债表项目进行调整外, 首次执行新租赁准则未对其他合并资产负债表项目的首次执行当年年初账面价值产生影响。

(2) 母公司资产负债表

项目	2020年12月31日	2021年1月1日	调整数
流动资产:			
预付款项	1,244,453.76	1,184,450.52	-60,003.24
非流动资产:			
使用权资产	不适用	1,182,321.79	1,182,321.79
流动负债:			
一年内到期的非流动负债	-	597,859.43	597,859.43
非流动负债:			
租赁负债	不适用	524,459.13	524,459.13

[注] 除对本表列示的母公司资产负债表项目进行调整外, 首次执行新租赁准则未对其他母公司资产负债表项目的首次执行当年年初账面价值产生影响。

十九、“第六节 重要事项”之“七、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明”

更正前：

七、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

更正后：

七、与上年度财务报告相比，合并报表范围发生变化的情况说明

适用 不适用

公司名称	取得/处置方式	取得/处置时点
杭州网京	投资设立	2021年1月
上海网杰	投资设立	2021年6月
宁波壹起商业	投资设立	2021年9月
杭州众达源	投资设立	2021年9月
每鲜说	转让	2021年5月
泡泡豆类	转让	2021年1月
杭州贰次元	购买	2021年8月
杭州嗨兜	购买	2021年8月

二十、“第六节 重要事项”之“十四、重大关联交易”

更正前：

1、与日常经营相关的关联交易

适用 不适用

2、资产或股权收购、出售发生的关联交易

适用 不适用

3、共同对外投资的关联交易

适用 不适用

4、关联债权债务往来

适用 不适用

5、与存在关联关系的财务公司的往来情况

适用 不适用

6、公司控股的财务公司与关联方的往来情况

适用 不适用

7、其他重大关联交易

适用 不适用

更正后：

十四、重大关联交易

1、与日常经营相关的关联交易

适用 不适用

公司报告期未发生与日常经营相关的关联交易。

2、资产或股权收购、出售发生的关联交易

适用 不适用

公司报告期未发生资产或股权收购、出售的关联交易。

3、共同对外投资的关联交易

适用 不适用

公司报告期未发生共同对外投资的关联交易。

4、关联债权债务往来

适用 不适用

公司报告期不存在关联债权债务往来。

5、与存在关联关系的财务公司的往来情况

适用 不适用

公司与存在关联关系的财务公司与关联方之间不存在存款、贷款、授信或其他金融业务。

6、公司控股的财务公司与关联方的往来情况

适用 不适用

公司控股的财务公司与关联方之间不存在存款、贷款、授信或其他金融业务。

7、其他重大关联交易

适用 不适用

公司报告期无其他重大关联交易。

二十一、“第六节 重要事项”之“十五、重大合同及其履行情况”更正前：

1、托管、承包、租赁事项情况

(1) 托管情况

适用 不适用

(2) 承包情况

适用 不适用

(3) 租赁情况

适用 不适用

2、重大担保

适用 不适用

3、委托他人进行现金资产管理情况

(1) 委托理财情况

适用 不适用

(2) 委托贷款情况

适用 不适用

4、其他重大合同

适用 不适用

更正后：

1、托管、承包、租赁事项情况

(1) 托管情况

适用 不适用

公司报告期不存在托管情况。

(2) 承包情况

适用 不适用

公司报告期不存在承包情况。

(3) 租赁情况

适用 不适用

公司报告期不存在租赁情况。

2、重大担保

适用 不适用

单位：万元

公司及其子公司对外担保情况（不包括对子公司的担保）										
担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期	实际担保金额	担保类型	担保物（如有）	反担保情况（如有）	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
无										
公司对子公司的担保情况										
担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期	实际担保金额	担保类型	担保物（如有）	反担保情况（如有）	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
香港网创电子商务有限公司	2021年10月29日	20,000	2021年07月27日	7,817.69	一般保证			2021年7月27日至2022年4月28日	否	否
香港网创电子	2021年10月29日	20,000	2021年11月05日	10,000	一般保证			2021年11月5日	否	否

商务有 限公司	日		日					日至 2023年 12月 31日		
报告期内审批对子公司担保额度合计(B1)		20,000		报告期内对子公司担保实际发生额合计(B2)			17,817.69			
报告期末已审批的对子公司担保额度合计(B3)		25,000		报告期末对子公司实际担保余额合计(B4)			17,817.69			
子公司对子公司的担保情况										
担保对象名称	担保额度相关公告披露日期	担保额度	实际发生日期	实际担保金额	担保类型	担保物(如有)	反担保情况(如有)	担保期	是否履行完毕	是否为关联方担保
无										
公司担保总额(即前三大项的合计)										
报告期内审批担保额度合计(A1+B1+C1)		20,000		报告期内担保实际发生额合计(A2+B2+C2)			17,817.69			
报告期末已审批的担保额度合计(A3+B3+C3)		25,000		报告期末实际担保余额合计(A4+B4+C4)			17,817.69			
实际担保总额(即A4+B4+C4)占公司净资产的比例				6.72%						
其中:										

采用复合方式担保的具体情况说明

3、委托他人进行现金资产管理情况

(1) 委托理财情况

适用 不适用

公司报告期不存在委托理财。

(2) 委托贷款情况

适用 不适用

公司报告期不存在委托贷款。

4、其他重大合同

适用 不适用

公司报告期不存在其他重大合同。

二十二、“第七节 股份变动及股东情况”之“一、股份变动情况”

1、股份变动情况

更正前：

股份变动的过户情况

适用 不适用

2021年8月10日，公司向特定对象发行股票的新增股份22,310,037股已在中国证券登记结算机构办理完毕，于2021年8月20日在深圳证券交易所上市，发行后公司总股本由216,392,390股增加至为238,702,427股。股票限售期为新增股份上市之日起6个月。2022年2月21日，上述新增股份已解除限售并上市流通。

报告期内，公司对股权激励计划中的股份办理了授予登记业务和回购注销业务，上述股份业务办理完毕后，公司股份总数由公司股份总数由238,702,427股变更为238,674,523股。

股份变动对最近一年和最近一期基本每股收益和稀释每股收益、归属于公司普通股股东的每股净资产等财务指标的影响

适用 不适用

报告期内，因公司预留授予限制性股票、回购注销部分限制性股票、资本公积金转增股本、向特定对象发行股票等影响，公司新增股本94,424,323股，公司总股本由144,250,200股变更为238,674,523股。

(1) 股份变动对2021年1-9月基本每股收益和稀释每股收益、归属于公司普通股股东的每股净资产等财务指标的影响

项目	股份变动后（元/股）	股份变动前（元/股）	变动比例
基本每股收益			
稀释每股收益			
每股净资产			

(2) 股份变动对2021年度基本每股收益和稀释每股收益、归属于公司普通股股东的每股净资产等财务指标的影响

项目	股份变动后（元/股）	股份变动前（元/股）	变动比例
基本每股收益			
稀释每股收益			
每股净资产			

更正后：

股份变动的过户情况

适用 不适用

2021年8月10日，公司向特定对象发行股票的新增股份22,310,037股已在中国证券登记结算机构办理完毕，于2021年8月20日在深圳证券交易所上市，发行后公司总股本由216,392,390股增加至为238,702,427股。股票限售期为新增股份上市之日起6个月。2022年2月21日，上述新增股份已解除限售并上市流通。

报告期内，公司对股权激励计划中的股份办理了授予登记业务和回购注销业务，上述股份业务办理完毕后，公司股份总数由公司股份总数由238,702,427股变更为238,674,523股。

股份变动对最近一年和最近一期基本每股收益和稀释每股收益、归属于公司普通股股东的每股净资产等财

务指标的影响

√ 适用 □ 不适用

报告期内，因公司预留授予限制性股票、回购注销部分限制性股票、资本公积金转增股本、向特定对象发行股票等影响，公司新增股本94,424,323股，公司总股本由144,250,200股变更为238,674,523股。

股份变动对2021年度基本每股收益和稀释每股收益、归属于公司普通股股东的每股净资产等财务指标的影响

项目	股份变动前（元/股）	股份变动后（元/股）	变动比例
基本每股收益	2.27	1.45	-36.12%
稀释每股收益	2.27	1.45	-36.15%
每股净资产	13.87	8.86	-36.10%

2、限售股份变动情况

更正前：

√ 适用 □ 不适用

单位：股

股东名称	期初限售股数	本期增加限售股数	本期解除限售股数	期末限售股数	限售原因	拟解除限售日期
杭州网创品牌管理有限公司	55,830,074	27,927,922	0	83,757,996	首次公开发行承诺；同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	2022年9月27日
林振宇	15,513,041	7,760,101	0	23,273,142	首次公开发行承诺；同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	2022年9月27日
吴舒	4,160,395	2,081,159	0	6,241,554	高管锁定股；同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	任职期内执行董监高限售规定
张帆	4,006,852	2,004,352	0	6,011,204	高管锁定	张帆于2022

					股：同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	年3月31日任期届满离任，不再担任公司董事会秘书。离任后，执行董监高限售规定
杭州慧弘企业管理合伙企业(有限合伙)	0	4,983,802	0	4,983,802	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于2022年2月21日上市流通
卢华亮	3,196,982	1,599,230	0	4,796,212	高管锁定股；同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	任职期内执行董监高限售规定
中国太平洋人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品	0	2,491,901	0	2,491,901	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于2022年2月21日上市流通
杭州奋华投资合伙企业(有限合伙)	0	2,491,901	0	2,491,901	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于2022年2月

						21 日上市流通
中国光大银行股份有限公司—华夏磐益一年定期开放混合型证券投资基金	0	1,370,545	0	1,370,545	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
上海铂绅投资中心(有限合伙)—铂绅二十七号证券投资私募基金	0	1,270,869	0	1,270,869	首发后限售股向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通	已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
其他限售股股东	250,200	9,807,274	68,858	144,036,328	1、张滨滨为高管离职锁定；2、第一期限限制性股票激励限售股；同时因本期实施 2020 年年度权益分派方案而导致限售股数增加；3、首发后限售股。	1、张滨滨原定于 2022 年 3 月 15 日任期届满，于 2020 年 8 月 28 日辞职后不再担任财务负责人职务，董监高在任期届满前离职的，应当在其就任时确定的任期内和任期届满后六个月内，每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的 25%，且

						<p>离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股票。2、第一期限制性股票激励限售股第一次解除限售：自首次授予的限制性股票授予日起 12 个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予日起 24 个月内的最后一个交易日当日止。第二次解除限售：自首次授予的限制性股票授予日起 24 个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予日起 36 个月内的最后一个交易日当日止。第三次解除限售：自首次授予的限制性股票授予日起 36 个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予日起 48 个月内</p>
--	--	--	--	--	--	---

						的最后一个交易日当日止。第四次解除限售：自首次授予的限制性股票授予日起48个月后的首个交易日起至首次授予的限制性股票授予日起60个月内的最后一个交易日当日止。第一次可解除限售股票已于2021年6月18日上市流通。3、向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于2022年2月21日上市流通。
合计	82,957,544	63,789,056	68,858	146,677,742	--	--

更正后：

√ 适用 □ 不适用

单位：股

股东名称	期初限售股数	本期增加限售股数	本期解除限售股数	期末限售股数	限售原因	拟解除限售日期
杭州网创品牌管理有限公司	55,830,074	27,927,922	0	83,757,996	首次公开发行承诺；同时因本期实施2020年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	2022年9月27日
林振宇	15,513,041	7,760,101	0	23,273,142	首次公开发行承诺；同时因本期实施2020年年度权益分	2022年9月27日

					派方案而导致期末限售股数增加	
吴舒	4,160,395	2,081,159	0	6,241,554	高管锁定股；同时因本期实施 2020 年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	任职期内执行董监高限售规定
张帆	4,006,852	2,004,352	0	6,011,204	高管锁定股；同时因本期实施 2020 年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	张帆于 2022 年 3 月 31 日任期届满离任，不再担任公司董事会秘书。离任后，执行董监高限售规定
杭州慧弘企业管理合伙企业（有限合伙）	0	4,983,802	0	4,983,802	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
卢华亮	3,196,982	1,599,230	0	4,796,212	高管锁定股；同时因本期实施 2020 年年度权益分派方案而导致期末限售股数增加	任职期内执行董监高限售规定
中国太平洋人寿保险股份有限公司—传统—普通保险产品	0	2,491,901	0	2,491,901	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
杭州奋华投资合伙企业（有限合伙）	0	2,491,901	0	2,491,901	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
中国光大银行股份有限公司—华夏磐益一年定期开放混合型证券投资基金	0	1,370,545	0	1,370,545	首发后限售股	向特定对象发行的股票，自新增股份上市之日起六个月内不得转让；已于 2022 年 2 月 21 日上市流通
上海铂绅投资中心（有限合	0	1,270,869	0	1,270,869	首发后限售股向特定对象发行的股票，自新增股份上市之	已于 2022 年 2 月 21 日上市流通

伙)一铂绅 二十七号 证券投资 私募基金					日起六个月内不得 转让;已于2022年2 月21日上市流通	
其他限售 股股东	250,200	9,807,274	68,858	9,988,616	1、张滨滨为高管离 职锁定;2、第一期 限制性股票激励限 售股;同时因本期实 施2020年年度权益 分派方案而导致限 售股数增加;3、首 发后限售股。	1、张滨滨原定于2022年3月15 日任期届满,于2020年8月28日 辞职后不再担任财务负责人职务, 董监高在任期届满前离职的,应当 在其就任时确定的任期内和任期 届满后六个月内,每年转让的股份 不得超过其所持有本公司股份总 数的25%,且离职后半年内,不得 转让其所持有的本公司股票。2、 第一期限限制性股票激励限售股第 一次解除限售:自首次授予的限制 性股票授予日起12个月后的首个 交易日起至首次授予的限制性股 票授予日起24个月内的最后一个 交易日当日止。第二次解除限售: 自首次授予的限制性股票授予日 起24个月后的首个交易日起至首 次授予的限制性股票授予日起36 个月内的最后一个交易日当日止。 第三次解除限售:自首次授予的限 制性股票授予日起36个月后的首 个交易日起至首次授予的限制性 股票授予日起48个月内的最后 一个交易日当日止。第四次解除限 售:自首次授予的限制性股票授 予日起48个月后的首个交易日起 至首次授予的限制性股票授予日 起60个月内的最后一个交易日当 日止。第一次可解除限售股票已于 2021年6月18日上市流通。3、向 特定对象发行的股票,自新增股份 上市之日起六个月内不得转让;已 于2022年2月21日上市流通。
合计	82,957,54 4	63,789,05 6	68,858	146,677,74 2	--	--

二十三、“第十节 财务报告”之“一、审计报告”

更正前:

一、审计报告

审计意见类型	标准的无保留意见
审计机构名称	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）

更正后：

一、审计报告

审计意见类型	标准的无保留意见
审计报告签署日期	2022年04月26日
审计机构名称	中汇会计师事务所（特殊普通合伙）
审计报告文号	中汇会审【2022】3209号
注册会计师姓名	黄婵娟、方钢

二十四、“第十节 财务报告”之“一、财务报表”

更正前：

二、财务报表

财务附注中报表的单位为：元

1、合并资产负债表

编制单位：杭州壹网壹创科技股份有限公司

2021年12月31日

单位：元

项目	2021年12月31日	2020年12月31日
非流动负债：		
其他非流动负债		
非流动负债合计	25,854,810.87	8,764,954.64
负债合计	619,895,350.55	429,637,710.61
所有者权益：		
少数股东权益	152,386,755.08	71,943,050.41
所有者权益合计	2,801,878,459.72	1,584,527,978.05
负债和所有者权益总计	3,421,773,810.27	2,014,165,688.66

法定代表人：

主管会计工作负责人：

会计机构负责人：

3、合并利润表

单位：元

项目	2021年度	2020年度
二、营业总成本	786,877,153.36	893,065,802.00
其中：营业成本	590,295,174.74	677,437,194.29
销售费用	86,055,855.01	145,380,494.11

管理费用	84,664,131.50	50,436,539.19
研发费用	25,299,545.32	13,762,302.73

本期发生同一控制下企业合并的，被合并方在合并前实现的净利润为：元，上期被合并方实现的净利润为：元。

法定代表人：

主管会计工作负责人：

会计机构负责人：

5、合并现金流量表

单位：元

项目	2021 年度	2020 年度
一、经营活动产生的现金流量：		
收到的税费返还	27,364,702.72	
收到其他与经营活动有关的现金	611,246,263.17	629,756,036.11
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	5,174,434.00	
取得投资收益收到的现金	8,014,925.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	10,805,022.02	
三、筹资活动产生的现金流量：		
吸收投资收到的现金	969,371,328.92	14,498,160.40
收到其他与筹资活动有关的现金	17,000,000.00	

7、合并所有者权益变动表

本期金额

单位：元

项目	2021 年度													少数 股东 权益	所有 者权 益合 计
	归属于母公司所有者权益											小计			
	股 本	其他权益工具			资 本 公 积	减： 库 存 股	其 他 综 合 收 益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备	未 分 配 利 润		其 他		
二、本年期初余额	144,250,200.00				670,488,281.67	14,265,570.00	-2,131,781.30		59,448,399.94		654,795,397.06	1,512,584,927.64	71,943,050.41	1,584,527,978.05	
三、本期增减变动金额（减少以“－”号填列）	94,424,323.00				792,778,136.30	-4,302,172.04	-2,158,347.19		11,496,472.88		236,064,019.97	1,136,906,777.00	80,443,704.67	1,217,350,481.67	

(一) 综合收益总额							-2,158,347.19				326,780,818.76		324,622,471.57	34,202,860.70	367,455,765.23
(二) 所有者投入和减少资本	22,271,333.00				864,931,126.30	-4,302,172.04							891,504,631.34	71,559,572.26	962,133,917.70
1. 所有者投入的普通股	22,365,837.00				868,850,347.14	3,084,066.00							888,132,118.14	77,350,000.00	965,482,118.14
四、本期期末余额	238,674,523.00				1,463,266,417.97	9,963,397.96	-4,290,128.22	70,944,872.82		890,859,417.03		2,649,491,704.64	152,386,755.08	2,801,878,495.92	

8、母公司所有者权益变动表

本期金额

单位：元

项目	2021 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	144,250,200.00				663,931,865.64	14,265,570.00			59,448,399.94	358,896,599.59		1,212,261,495.17
二、本年期初余额	144,250,200.00				663,931,865.64	14,312,933.12			59,448,399.94	358,943,962.71		1,212,261,495.17

更正后：

二、财务报表

财务附注中报表的单位为：元

1、合并资产负债表

编制单位：杭州壹网壹创科技股份有限公司

2021年12月31日

单位：元

项目	2021年12月31日	2020年12月31日
非流动负债：		
其他非流动负债	70,000,000.00	
非流动负债合计	95,854,810.87	8,764,954.64
负债合计	689,895,350.55	429,637,710.61
所有者权益：		
少数股东权益	82,386,755.08	71,943,050.41
所有者权益合计	2,731,878,459.72	1,584,527,978.05
负债和所有者权益总计	3,421,773,810.27	2,014,165,688.66

法定代表人：林振宇

主管会计工作负责人：周维

会计机构负责人：周维

3、合并利润表

单位：元

项目	2021年度	2020年度
二、营业总成本	786,877,153.36	893,065,802.00
其中：营业成本	594,644,470.49	677,437,194.29
销售费用	85,521,301.69	145,380,494.11
管理费用	81,721,466.32	50,436,539.19
研发费用	24,427,468.07	13,762,302.73

本期发生同一控制下企业合并的，被合并方在合并前实现的净利润为：元，上期被合并方实现的净利润为：元。

法定代表人：林振宇

主管会计工作负责人：周维

会计机构负责人：周维

5、合并现金流量表

单位：元

项目	2021年度	2020年度
一、经营活动产生的现金流量：		
收到的税费返还	31,497,497.88	
收到其他与经营活动有关的现金	607,113,468.01	629,756,036.11
二、投资活动产生的现金流量：		
收回投资收到的现金	509,434.00	
取得投资收益收到的现金	22,505,491.00	
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	979,456.02	
三、筹资活动产生的现金流量：		

吸收投资收到的现金	899,371,328.92	14,498,160.40
收到其他与筹资活动有关的现金	87,000,000.00	

7、合并所有者权益变动表

本期金额

单位：元

项目	2021 年度														
	归属于母公司所有者权益													少数 股东 权益	所有 者权 益合 计
	股 本	其他权益工具			资 本 公 积	减： 库 存 股	其 他 综 合 收 益	专 项 储 备	盈 余 公 积	一 般 风 险 准 备	未 分 配 利 润	其 他	小 计		
	优 先 股	永 续 债	其 他												
二、本年期初余额	144,250,200.00				670,488,281.67	14,265,570.0	-2,131,781.03		59,448,399.94		654,795,397.06		1,512,584,927.64	71,943,050.41	1,584,527,978.05
三、本期增减变动金额（减少以“-”号填列）	94,424,323.00				792,778,136.30	-4,302,172.04	-2,158,347.19		11,496,472.88		236,064,019.97		1,136,906,777.00	10,443,704.67	1,147,350,481.67
（一）综合收益总额							-2,158,347.19				326,780,818.76		324,622,471.57	32,957,832.41	357,580,303.98
（二）所有者投入和减少资本	22,271,333.00				864,931,126.30	-4,302,172.04							891,504,631.34	1,559,572.26	893,064,203.60
1. 所有者投入的普通股	22,365,837.00				868,850,347.14	3,084,066.00							888,132,118.14	7,350,000.00	895,482,118.14
（六）其他															
四、本期期末余额	238,674,523.00				1,463,266,417.97	9,963,397.96	-4,290,128.22		70,944,872.82		890,859,417.03		2,649,491,704.64	82,386,755.08	2,731,878,459.72

8、母公司所有者权益变动表

本期金额

单位：元

项目	2021 年度											
	股本	其他权益工具			资本公积	减：库存股	其他综合收益	专项储备	盈余公积	未分配利润	其他	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	144,250,200.00				663,931,865.64	14,265,570.00			59,448,399.94	358,896,599.59		1,212,261,495.17
二、本年期初余额	144,250,200.00				663,931,865.64	14,265,570.00			59,448,399.94	358,896,599.59		1,212,261,495.17

更正前：

(3) 2021 年起首次执行新租赁准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况

√ 适用 □ 不适用

是否需要调整年初资产负债表科目

√ 是 □ 否

合并资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 01 月 01 日	调整数
流动资产：			
流动资产合计	1,271,067,166.05	1,271,067,166.05	
非流动资产：			
非流动资产合计	743,098,522.61	743,098,522.61	
资产总计	2,014,165,688.66	2,014,165,688.66	
非流动负债：			
非流动负债合计	8,764,954.64	8,764,954.64	
负债合计	429,637,710.61	429,637,710.61	
负债和所有者权益总计	2,014,165,688.66	2,014,165,688.66	

母公司资产负债表

单位：元

项目	2020 年 12 月 31 日	2021 年 01 月 01 日	调整数
流动资产：			
流动资产合计	718,768,587.25	718,768,587.25	
非流动资产：			

非流动资产合计	993,860,257.35	993,860,257.35	
资产总计	1,712,628,844.60	1,712,628,844.60	
流动负债：			
流动负债合计	497,746,977.90	497,746,977.90	
非流动负债：			
非流动负债合计	2,620,371.53	2,620,371.53	
负债合计	500,367,349.43	500,367,349.43	
所有者权益：			
负债和所有者权益总计	1,712,628,844.60	1,712,628,844.60	

更正后：

(3) 2021年起首次执行新租赁准则调整执行当年年初财务报表相关项目情况

√ 适用 □ 不适用

是否需要调整年初资产负债表科目

√ 是 □ 否

合并资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年01月01日	调整数
流动资产：			
流动资产合计	1,271,067,166.05	1,268,470,567.07	-2,596,598.98
非流动资产：			
非流动资产合计	743,098,522.61	761,418,891.54	18,320,368.93
资产总计	2,014,165,688.66	2,029,889,458.61	15,723,769.95
非流动负债：			
非流动负债合计	8,764,954.64	17,867,623.84	9,102,669.20
负债合计	429,637,710.61	445,361,480.56	15,723,769.95
负债和所有者权益总计	2,014,165,688.66	2,029,889,458.61	15,723,769.95

母公司资产负债表

单位：元

项目	2020年12月31日	2021年01月01日	调整数
流动资产：			
流动资产合计	718,768,587.25	718,708,584.01	-60,003.24
非流动资产：			
非流动资产合计	993,860,257.35	995,042,579.14	1,182,321.79
资产总计	1,712,628,844.60	1,713,751,163.15	1,122,318.55
流动负债：			
流动负债合计	497,746,977.90	498,344,837.33	597,859.43

非流动负债：			
非流动负债合计	2,620,371.53	3,144,830.66	524,459.13
负债合计	500,367,349.43	501,489,667.99	1,122,318.55
所有者权益：			
负债和所有者权益总计	1,712,628,844.60	1,713,751,163.15	1,122,318.55

二十五、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 1、货币资金”

更正前：

项目	期末余额	期初余额
库存现金	152,741.12	32,714.54
银行存款	1,507,604,283.96	615,444,151.88
其他货币资金	15,425,649.11	16,025,073.42
合计	1,526,121,386.53	631,501,939.84
其中：存放在境外的款项总额	55,265,050.49	16,779,178.96
因抵押、质押或冻结等 对使用有限制的款项总额	3,609,199.00	677,010.00

更正后：

项目	期末余额	期初余额
库存现金	152,741.12	32,714.54
银行存款	1,507,604,283.96	615,444,151.88
其他货币资金	18,364,361.45	16,025,073.42
合计	1,526,121,386.53	631,501,939.84
其中：存放在境外的款项总额	55,265,050.49	16,779,178.96
因抵押、质押或冻结等 对使用有限制的款项总额	3,609,199.00	677,010.00

二十六、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 5、应收账款 之（1）应收账款分类披露”

更正前：

类别	期末余额					期初余额				
	账面余额		坏账准备		账面 价值	账面余额		坏账准备		账面价 值
	金额	比例	金额	计提 比例		金额	比例	金额	计提 比例	
按单项计提坏账准备的应收账款	6,596,739.98	1.91%	6,596,739.98	100.00%		6,156,447.98	2.81%	6,156,447.98	100.00%	
其中：										
按组合计提坏账	332,198.05	98.05%	17,368.02	5.23%	314,730.03	213,000.00	97.19%	10,658.05	5.00%	202,390.00

账准备的应收账款	11,599.46	%	0,526.27		51,073.19	42,799.28	%	2,139.97		,659.31
其中:										
合计	338,708,339.44	100.00%	23,957,266.25	7.07%	314,751,073.19	219,199,247.26	100.00%	16,808,587.95	7.67%	202,390,659.31

更正后:

类别	期末余额					期初余额				
	账面余额		坏账准备		账面价值	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例	金额	计提比例		金额	比例	金额	计提比例	
按单项计提坏账准备的应收账款	6,596,739.98	1.95%	6,596,739.98	100.00%		6,156,447.98	2.81%	6,156,447.98	100.00%	
其中:										
按组合计提坏账准备的应收账款	332,111,599.46	98.05%	17,360,526.27	5.23%	314,751,073.19	213,042,799.28	97.19%	10,652,139.97	5.00%	202,390,659.31
其中:										
合计	338,708,339.44	100.00%	23,957,266.25	7.07%	314,751,073.19	219,199,247.26	100.00%	16,808,587.95	7.67%	202,390,659.31

二十七、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 5、应收账款之（1）应收账款分类披露”

更正前:

账龄	账面余额
1年以内（含1年）	327,078,624.15
1至2年	5,032,975.31
2至3年	5,796,739.98
3年以上	800,000.00
合计	338,708,339.44

更正后:

账龄	账面余额
1年以内（含1年）	327,078,624.15
1至2年	5,032,975.31
2至3年	5,796,739.98
3年以上	800,000.00

3至4年	800,000.00
合计	338,708,339.44

二十八、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 5、应收账款之（4）按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况”

更正前：

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
第一名	66,006,063.73	19.15%	3,300,303.19
第二名	54,718,236.57	15.87%	2,735,911.83
第三名	27,621,999.59	8.01%	1,381,099.98
第四名	22,670,337.89	6.58%	1,133,516.89
第五名	16,096,797.99	4.67%	1,550,084.20
合计	187,113,435.77	54.28%	

更正后：

单位名称	应收账款期末余额	占应收账款期末余额合计数的比例	坏账准备期末余额
第一名	66,006,063.73	19.49%	3,300,303.19
第二名	54,718,236.57	16.15%	2,735,911.83
第三名	27,621,999.59	8.16%	1,381,099.98
第四名	22,670,337.89	6.69%	1,133,516.89
第五名	16,096,797.99	4.75%	1,550,084.20
合计	187,113,435.77	55.24%	

二十九、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 7、预付款项之（2）按预付对象归集的期末余额前五名的预付款情况”

更正前：

本报告期按预付对象归集的期末余额前五名预付款项汇总金额 26,398,104.77 元，占期末预付款项余额的 61.06%。

更正后：

本报告期按预付对象归集的期末余额前五名预付款项汇总金额 26,398,104.77 元，占

预付款项期末余额合计数的比例 61.06%。

三十、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 8、其他应收款之 2) 其他应收款按款项性质分类情况”

更正前：

款项性质	期末账面余额	期初账面余额
暂借款及利息	31,917,419.01	
押金保证金	18,561,688.31	17,107,178.72
往来款	115,252,202.19	35,442,215.07
消费税退税	5,795,124.93	7,600,343.02
现金返利	3,259,002.77	1,300,000.00
其他	1,877,156.59	621,818.72
账面余额小计	176,662,593.80	62,071,555.53
减：坏账准备	13,799,505.73	3,476,663.89
账面价值小计	162,863,088.07	58,594,891.64

更正后：

款项性质	期末账面余额	期初账面余额
暂借款及利息	31,917,419.01	
押金保证金	19,738,118.34	17,107,178.72
往来款	114,030,477.94	35,442,215.07
消费税退税	5,795,124.93	7,600,343.02
现金返利	3,259,002.77	1,300,000.00
其他	1,922,450.81	621,818.72
合计	176,662,593.80	62,071,555.53

三十一、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 8、其他应收款之 2) 坏账准备计提情况”

更正前：

按账龄披露

单位：元

账龄	账面余额
1 年以内（含 1 年）	162,086,830.84
1 至 2 年	10,953,428.32
2 至 3 年	254,105.54

3 年以上	110,427.39
合计	173,404,792.09

更正后：

按账龄披露

单位：元

账龄	账面余额
1 年以内（含 1 年）	165,344,632.55
1 至 2 年	10,953,428.32
2 至 3 年	254,105.54
3 年以上	110,427.39
3 至 4 年	110,427.39
合计	176,662,593.80

三十二、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 8、其他应收款之 3）本期计提、收回或转回的坏账准备情况”

更正前：

类别	期初余额	本期变动金额				期末余额
		计提	收回或转回	核销	其他	
按单项计提坏账准备		3,821.90		3,821.90		3,257,801.71
按组合计提坏账准备	3,476,663.89	6,838,776.13			226,264.00	10,541,704.02
合计	3,476,663.89	10,100,399.74		3,821.90	226,264.00	13,799,505.73

更正后：

类别	期初余额	本期变动金额				期末余额
		计提	收回或转回	核销	其他	
按单项计提坏账准备		3,261,623.61		3,821.90		3,257,801.71
按组合计提坏账准备	3,476,663.89	6,838,776.13			226,264.00	10,541,704.02
合计	3,476,663.89	10,100,399.74		3,821.90	226,264.00	13,799,505.73

三十三、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 10、合同资产”

更正前：

如是按照预期信用损失一般模型计提合同资产坏账准备，请参照其他应收款的披露方式披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

更正后：

如是按照预期信用损失一般模型计提合同资产坏账准备，请参照其他应收款的披露方式披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

三十四、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 28、商誉减值准备之（2）商誉减值准备”

更正前：

商誉减值测试情况：

项目	浙江上佰	贰次元	嗨兜文化
商誉账面余额①	324,679,527.74	24,801,419.58	50,849,330.51
商誉减值准备余额②	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	324,679,527.74	24,801,419.58	50,849,330.51
未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	311,946,997.24	-	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	636,626,524.98	24,801,419.58	50,849,330.51
拆分后分摊至各资产组的包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑥ [注]	636,626,524.98	24,801,419.58	50,849,330.51
资产组的账面价值⑦	9,763,645.70	332,383.89	358,237.70
包含整体商誉的资产组的账面价值⑧=⑥+⑦	646,390,170.68	25,133,803.47	51,207,568.21
资产组或资产组组合可收回金额 ⑨	661,000,000.00	62,000,000.00	90,000,000.00
商誉减值损失(⑩大于0时)⑩=⑧-⑨	-	-	-
归属于本公司的商誉减值损失	-	-	-

更正后：

商誉减值测试情况：

项目	浙江上佰	贰次元	嗨兜文化
商誉账面余额①	324,679,527.74	24,801,419.58	50,849,330.51
商誉减值准备余额②	-	-	-
商誉的账面价值③=①-②	324,679,527.74	24,801,419.58	50,849,330.51

未确认归属于少数股东权益的商誉价值④	311,946,997.24	-	-
包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑤=④+③	636,626,524.98	24,801,419.58	50,849,330.51
拆分后分摊至各资产组的包含未确认归属于少数股东权益的商誉价值⑥ [注]	636,626,524.98	24,801,419.58	50,849,330.51
资产组的账面价值⑦	9,763,645.70	332,383.89	358,237.70
包含整体商誉的资产组的账面价值⑧=⑥+⑦	646,390,170.68	25,133,803.47	51,207,568.21
资产组或资产组组合可收回金额 ⑨	658,000,000.00	62,000,000.00	90,000,000.00
商誉减值损失(⑩大于0时)⑩=⑧-⑨	-	-	-
归属于本公司的商誉减值损失	-	-	-

三十五、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 47、租赁负债”

更正前：

项目	期末余额	期初余额
租赁付款额	7,715,578.16	9,649,276.66
减：未确认融资费用	676,716.80	546,607.46
合计	7,038,861.36	9,102,669.20

更正后：

项目	期末余额	期初余额
租赁付款额	7,038,861.36	9,102,669.20
合计	7,038,861.36	9,102,669.20

三十六、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 52、其他非流动负债”

更正前：

项目	期末余额	期初余额

其他说明：

更正后：

项目	期末余额	期初余额
杭州众达源企业管理合伙企业(有限合伙)有限合伙人投资款	70,000,000.00	
合计	70,000,000.00	

其他说明：

杭州众达源企业管理合伙企业(有限合伙)有限合伙人投资款。

三十七、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 55、资本公积”

更正前：

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
资本溢价（股本溢价）	663,839,786.62	871,985,497.01	77,142,853.40	1,458,682,430.24
其他资本公积	6,648,495.05	1,026,640.15	3,091,147.47	4,583,987.74
合计	670,488,281.67	873,012,137.16	80,234,000.87	1,463,266,417.97

.....

(3) 根据公司2020年1月21日召开公司第二届董事会第十次会议和第二届监事会第八次会议，审议通过了《关于〈杭州壹网壹创科技股份有限公司第一期限限制性股票激励计划(草案)〉及其摘要的议案》、《〈杭州壹网壹创科技股份有限公司第一期限限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》，确定2020年2月26日为授予日，同意向14名本激励计划的激励对象授予共计13.90万限制性股票，授予价格103.63元/股。2021年6月该次限制性股票中的25%达到解锁条件，增加资本公积股本溢价3,091,147.47元，减少其他资本公积3,091,147.47元。

.....

(7) 根据2021年10月27日公司第二届董事会第三十次会议、第二届监事会第二十七次会议审议通过的《关于回购注销部分已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，公司申请减少注册资本人民币27,904.00元，其中任思远减资27,904.00元。公司按人民币36.47元/股，以货币方式归还任思远人民币1,017,658.88元，同时减少股本人民币27,904.00元，资本公积人民币1,000,118.00元。

(8) 其他资本公积增加48,991.13元系本公司实施的股票期权激励计划应确认的当期股份支付成本，其他资本公积减少见本附注五(三十一)2(3)之说明。

更正后：

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
资本溢价（股本溢价）	663,839,786.62	871,985,497.00	77,142,853.40	1,458,682,430.22
其他资本公积	6,648,495.05	1,026,640.16	3,091,147.46	4,583,987.75
合计	670,488,281.67	873,012,137.16	80,234,000.86	1,463,266,417.97

.....

(3) 根据公司2020年1月21日召开公司第二届董事会第十次会议和第二届监事会第八次会议，审议通过了《关于〈杭州壹网壹创科技股份有限公司第一期限限制性股票激励计划(草案)〉及其摘要的议案》、《〈杭州壹网壹创科技股份有限公司第一期限限制性股票激励计划实施考核管理办法〉的议案》，确定2020年2月26日为授予日，同意向14名本激励计划的激励对

象授予共计13.90万限制性股票，授予价格103.63元/股。2021年6月该次限制性股票中的25%达到解锁条件，增加资本公积股本溢价3,091,147.46元，减少其他资本公积3,091,147.46元。

.....

(7) 根据2021年10月27日公司第二届董事会第三十次会议、第二届监事会第二十七次会议审议通过的《关于回购注销部分已获授但尚未解锁的限制性股票的议案》，公司申请减少注册资本人民币27,904.00元，其中任思远减资27,904.00元。公司按人民币36.47元/股，以货币方式归还任思远人民币1,017,658.88元，同时减少股本人民币27,904.00元，资本公积人民币1,000,118.00元。

(8) 2021年3月，本公司之子公司浙江上佰收购杭州哥伦布电子商务有限公司(以下简称杭州哥伦布)少数股东权益，因购买少数股权新取得的长期股权投资与按照新增持股比例计算应享有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产份额之间的差额-44,002.40元冲减资本公积。

(9) 其他资本公积增加48,991.14元系本公司实施的股票期权激励计划应确认当期股权激励计划成本，其他资本公积减少见本附注五(三十二)2(3)之说明。

(10) 2021年8月公司实施了股票期权激励计划，本期增加应确认当期股权激励计划成本为977,649.02元。

三十八、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 59、盈余公积”

更正前：

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
法定盈余公积	59,448,399.94	11,496,472.88		70,944,872.82
合计	59,448,399.94	11,565,060.25		70,944,872.82

盈余公积说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

更正后：

项目	期初余额	本期增加	本期减少	期末余额
法定盈余公积	59,448,399.94	11,496,472.88		70,944,872.82
合计	59,448,399.94	11,496,472.88		70,944,872.82

盈余公积说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

盈余公积增减变动原因及依据说明详见本附注五(三十六)2(1)之说明。

三十九、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 60、未分配利润”

更正前：

5)、其他调整合计影响期初未分配利润 47,363.12 元。

更正后：

5)、其他调整合计影响期初未分配利润元。

四十、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 61、营业收入和营业成本”

更正前：

项目	本期发生额		上期发生额	
	收入	成本	收入	成本
主营业务	1,124,735,293.64	584,704,987.12	1,292,112,446.68	673,426,427.76
其他业务	10,334,680.88	5,590,187.62	6,472,687.25	4,010,766.53
合计	1,135,069,974.52	590,295,174.74	1,298,585,133.93	677,437,194.29

更正后：

项目	本期发生额		上期发生额	
	收入	成本	收入	成本
主营业务	1,124,735,293.64	589,054,282.87	1,292,112,446.68	673,426,427.76
其他业务	10,334,680.88	5,590,187.62	6,472,687.25	4,010,766.53
合计	1,135,069,974.52	594,644,470.49	1,298,585,133.93	677,437,194.29

四十一、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 63、销售费用”

更正前：

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额
推广费用	49,456,087.52	89,192,195.03
仓配费用	17,875,921.30	30,679,806.76
职工薪酬	18,279,920.05	22,979,671.82
仓库租金		1,740,553.20
办公费	39,349.11	156,763.48
差旅交通费	224,776.66	453,381.97
其他	179,800.37	178,121.85
合计	86,055,855.01	145,380,494.11

更正后：

单位：元

项目	本期发生额	上期发生额
推广费用	49,456,087.52	89,192,195.03
仓配费用	17,875,921.30	30,679,806.76
职工薪酬	17,745,366.73	22,979,671.82

仓库租金		1,740,553.20
办公费	39,349.11	156,763.48
差旅交通费	224,776.66	453,381.97
其他	179,800.37	178,121.85
合计	85,521,301.69	145,380,494.11

四十二、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 65、研发费用”

更正前：

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	21,864,463.37	13,176,187.02
委托开发费	1,622,641.30	
技术服务费	890,453.78	
直接材料		173,779.73
折旧与摊销	207,292.14	104,698.81
租赁物管费	346,882.89	129,961.89
其他	367,811.84	177,675.28
合计	25,299,545.32	13,762,302.73

更正后：

项目	本期发生额	上期发生额
职工薪酬	20,992,386.12	13,176,187.02
委托开发费	1,622,641.30	
技术服务费	890,453.78	
直接材料		173,779.73
折旧与摊销	342,475.45	104,698.81
租赁物管费	211,699.58	129,961.89
其他	367,811.84	177,675.28
合计	24,427,468.07	13,762,302.73

四十三、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 78、现金流量表项目之（1）收到的其他与经营活动有关的现金”

更正前：

项目	本期发生额	上期发生额
代收货款及其他	553,611,959.27	565,441,357.49
收回押金保证金	7,438,337.91	12,208,093.18
收回天猫佣金		3,107,730.38
收到政府补助	14,296,896.43	25,100,215.06

收到利息收入	26,674,124.45	23,675,935.57
收到留抵税退税		
汇算清缴所得税退回	4,132,795.16	
收到暂收款	4,800,000.00	
收到往来款及其他	292,149.95	222,704.43
合计	611,246,263.17	629,756,036.11

更正后：

项目	本期发生额	上期发生额
代收货款及其他	553,611,959.27	565,441,357.49
收回押金保证金	7,438,337.91	12,208,093.18
收回天猫佣金		3,107,730.38
收到政府补助	14,296,896.43	25,100,215.06
收到利息收入	26,674,124.45	23,675,935.57
收到留抵税退税		
收到暂收款	4,800,000.00	
收到往来款及其他	292,149.95	222,704.43
合计	607,113,468.01	629,756,036.11

四十四、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 78、现金流量表项目之（5）收到的其他与筹资活动有关的现金”

更正前：

项目	本期发生额	上期发生额
收到投资保证金	17,000,000.00	
合计	17,000,000.00	

更正后：

项目	本期发生额	上期发生额
收到投资保证金	17,000,000.00	
收到众达源有限合伙人投资款	70,000,000.00	
合计	87,000,000.00	

四十五、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 79、现金流量表补充资料之（1）现金流量表补充资料”

更正前：

补充资料	本期金额	上期金额
------	------	------

1. 将净利润调节为经营活动现金流量：	--	--
净利润	359,738,651.17	345,387,817.98
加：资产减值准备		1,746,585.27
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	6,394,782.39	6,350,955.40
使用权资产折旧	7,506,028.28	
无形资产摊销	3,957,789.79	2,451,674.79
长期待摊费用摊销	3,720,662.37	3,993,506.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“—”号填列）	-190,893.81	-127,614.18

更正后：

补充资料	本期金额	上期金额
1. 将净利润调节为经营活动现金流量：	--	--
净利润	359,738,651.17	345,387,817.98
加：资产减值准备	15,974,968.80	-1,919,938.02
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	6,394,782.39	6,350,955.40
使用权资产折旧	7,506,028.28	
无形资产摊销	3,957,789.79	2,451,674.79
长期待摊费用摊销	3,720,662.37	3,993,506.44
处置固定资产、无形资产和其他长期资产的损失（收益以“—”号填列）	-190,752.20	-127,614.18

四十六、“第十节 财务报告之七、合并财务报表项目注释之 79、现金流量表补充资料之（3）本期收到的处置子公司的现金净额”

更正前：

	金额
本期处置子公司于本期收到的现金或现金等价物	24,750,566.00
其中：	--
每鲜说	24,750,566.00
泡泡豆荚	300,000.00
减：丧失控制权日子公司持有的现金及现金等价物	13,945,543.98
其中：	--
每鲜说	13,884,662.18
泡泡豆荚	60,881.80

其中：	--
处置子公司收到的现金净额	10,805,022.02

更正后：

	金额
本期处置子公司于本期收到的现金或现金等价物	14,925,000.00
其中：	--
每鲜说	14,625,000.00
泡泡豆荚	300,000.00
减：丧失控制权日子公司持有的现金及现金等价物	13,945,543.98
其中：	--
每鲜说	13,884,662.18
泡泡豆荚	60,881.80
其中：	--
处置子公司收到的现金净额	979,456.02

四十七、第十节 财务报告之“八、合并范围的变更之 1、非同一控制下企业合并之（3）被购买方于购买日可辨认资产、负债”

更正前：

	杭州贰次元		杭州嗨兜文化	
	购买日公允价值	购买日账面价值	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：				
货币资金	9,908,625.24	9,908,625.24	1,214,334.27	1,214,334.27
应收款项	10,761,269.77	10,761,269.77	11,059,307.47	11,059,307.47

更正后：

	杭州贰次元		杭州嗨兜文化	
	购买日公允价值	购买日账面价值	购买日公允价值	购买日账面价值
资产：				
货币资金	9,908,625.24	9,908,625.24	1,214,334.27	1,214,334.27
应收款项	10,761,269.77	10,761,269.77	12,059,307.47	12,059,307.47

四十八、“第十节 财务报告之九、在其他主体中的权益之 1、在子公司中的权益（2）重要的非全资子公司”

更正前：

子公司名称	少数股东持股比例	本期归属于少数股东	本期向少数股东宣告	期末少数股东权益余

		的损益	分派的股利	额
浙江上佰	49.00%	35,046,150.65	24,073,700.00	78,192,911.50

更正后:

子公司名称	少数股东持股比例	本期归属于少数股东的损益	本期向少数股东宣告分派的股利	期末少数股东权益余额
浙江上佰	49.00%	35,046,150.65	24,073,700.00	81,726,144.70

四十九、“第十节 财务报告之九、在其他主体中的权益之 1、在子公司中的权益 (3) 重要非全资子公司的主要财务数据”

更正前:

单位: 元

子公司名称	期末余额						期初余额					
	流动资产	非流动资产	资产合计	流动负债	非流动负债	负债合计	流动资产	非流动资产	资产合计	流动负债	非流动负债	负债合计
浙江上佰	201,593,601.63	1,127,310,857	212,866,710.20	48,718,010.41	4,571,329.38	53,289,339.79	155,317,780.97	4,345,998.45	159,663,779.42	23,341,448.28	0.00	23,341,448.28

单位: 元

子公司名称	本期发生额				上期发生额			
	营业收入	净利润	综合收益总额	经营活动现金流量	营业收入	净利润	综合收益总额	经营活动现金流量
浙江上佰	234,238,724.03	72,618,769.53	0.00	60,227,241.61	164,325,866.00	73,305,525.40	0.00	80,632,618.70

更正后:

单位: 元

子公司名称	期末余额						期初余额					
	流动资产	非流动资产	资产合计	流动负债	非流动负债	负债合计	流动资产	非流动资产	资产合计	流动负债	非流动负债	负债合计
浙江上佰	201,593,601.63	20,887,348.62	222,480,950.20	48,718,010.41	6,974,889.39	55,692,899.80	155,317,780.97	17,153,124.37	172,470,905.30	23,341,448.28	3,201,781.48	26,543,229.76

单位: 元

子公司名称	本期发生额				上期发生额			
	营业收入	净利润	综合收益总额	经营活动现金流量	营业收入	净利润	综合收益总额	经营活动现金流量
浙江上佰	234,238,724.03	70,413,049.59	0.00	60,227,241.61	164,325,866.00	71,511,521.14	0.00	80,632,618.70

五十、“第十节 财务报告之十、与金融工具相关的风险”

更正前：

本公司在日常活动中面临各种金融工具的风险，主要包括信用风险、市场风险和流动性风险。本公司的主要金融工具包括货币资金、股权投资、债权投资、借款、应收账款、应付账款等，各项金融工具的详细情况说明见本附注五相关项目。与这些金融工具有关的风险，以及本公司为降低这些风险所采取的风险管理政策如下所述：

更正后：

本公司在日常活动中面临各种金融工具的风险，主要包括信用风险、市场风险和流动性风险。本公司的主要金融工具包括货币资金、股权投资、借款、应收账款、应付账款等，各项金融工具的详细情况说明见本附注五相关项目。与这些金融工具有关的风险，以及本公司为降低这些风险所采取的风险管理政策如下所述：

五十一、“第十节 财务报告之十、与金融工具相关的风险 4、资本管理”

更正前：

本公司资本管理政策的目标是为了保障本公司能够持续经营，从而为股东提供回报，并使其他利益相关者获益，同时维持最佳的资本结构以降低资本成本。为了维持或调整资本结构，本公司可能会调整支付给股东的股利金额、向股东返还资本、发行新股或出售资产以减低债务。本公司以资产负债率(即

总负债 除以总资产)为基础对资本结构进行监控。于 2021 年 12 月 31 日, 本公司的资产负债率为 18.12%(2020 年 12 月 31 日 12%(2020 年 12 月 31 日: 21.33%)。

更正后:

本公司资本管理政策的目标是为了保障本公司能够持续经营, 从而为股东提供回报, 并使其他利益相关者获益, 同时维持最佳的资本结构以降低资本成本。为了维持或调整资本结构, 本公司可能会调整支付给股东的股利金额、向股东返还资本、发行新股或出售资产以减低债务。本公司以资产负债率(即总负债 除以总资产)为基础对资本结构进行监控。于 2021 年 12 月 31 日, 本公司的资产负债率为 18.05%(2020 年 12 月 31 日 12%(2020 年 12 月 31 日: 21.33%)。

五十二、“第十节 财务报告之十、与金融工具相关的风险之 4、其他关联方情况”

更正前:

其他关联方名称	其他关联方与本企业关系
吴 舒	本公司之股东、高级管理人员
卢华亮	本公司之股东、董事、高级管理人员
张 帆	本公司之股东、董事、高级管理人员
石中豪	本公司之董事
陆文婷	本公司之监事会主席
周 维	本公司之高级管理人员
南通哆创网络科技有限公司(以下简称南通哆创)	本公司联营企业上海哆米控制的企业
杭州每鲜说食品科技有限公司(以下简称每鲜说)	本公司参股的企业

更正后:

其他关联方名称	其他关联方与本企业关系
吴 舒	本公司之股东、高级管理人员
卢华亮	本公司之股东、董事、高级管理人员
张 帆	本公司之股东、董事、高级管理人员
邓 旭	本公司之董事、高级管理人员
石中豪	本公司之董事
陆文婷	本公司之监事会主席

高 凡	本公司之监事
王浩岩	本公司之监事
周 维	本公司之高级管理人员
南通哆创网络科技有限公司(以下简称南通哆创)	本公司联营企业上海哆米控制的企业
杭州每鲜说食品科技有限公司(以下简称每鲜说)	原子公司，2021年6月丧失控制权

五十三、“第十节 财务报告之十二、关联方及关联交易之 5、关联交易情况之（1）购销商品、提供和接受劳务的关联交易”

更正前：

关联方	关联交易内容	本期发生额	获批的交易额度	是否超过交易额度	上期发生额
上海蒙彤文化传播有限公司	推广服务	1,787,930.40			0.00
上海蒙彤文化传播有限公司	设计服务	141,509.43			0.00
合计		1,929,439.83			0.00

更正后：

关联方	关联交易内容	本期发生额	获批的交易额度	是否超过交易额度	上期发生额
上海蒙彤文化传播有限公司	推广服务	1,787,930.40	30,000,000.00	否	0.00
上海蒙彤文化传播有限公司	设计服务	141,509.43	20,000,000.00	否	0.00
合计		1,929,439.83	50,000,000.00	否	0.00

五十四、“第十节 财务报告之十二、关联方及关联交易之 6、关联方应收应付款项之（2）应付项目”

更正前：

项目名称	关联方	期末账面余额	期初账面余额
应付账款	上海蒙彤	729,981.72	0.00
其他应付款	浙江速网	2,800,000.00	0.00
其他应付款	上海哆米	2,000,000.00	0.00

更正后：

项目名称	关联方	期末账面余额	期初账面余额
------	-----	--------	--------

应付账款	上海蒙彤	729,981.72	0.00
其他应付款	浙江速网	2,800,000.00	0.00
其他应付款	南通哆创	2,000,000.00	0.00

五十五、“第十节 财务报告之十三、股份支付之 1、股份支付总体情况”

更正前：

公司本期授予的各项权益工具总额	0
公司本期行权的各项权益工具总额	0
公司本期失效的各项权益工具总额	0

更正后：

公司本期授予的各项权益工具总额	1,203,500.00
公司本期行权的各项权益工具总额	65,500.00
公司本期失效的各项权益工具总额	486,700.00

五十六、“第十节 财务报告之十四、承诺及或有事项之 1、重要承诺事项之 3、其他重大财务承诺事项之（3）业绩承诺事项”

更正前：

3) 2021 年 8 月，本公司与傅祖浩、邱峙华、杭州土播鼠文化传媒合伙企业(有限合伙)签订《关于杭州 嗨兜文化传媒有限公司的股权转让协议》等原股东签订《关于杭州嗨兜文化传媒有限公司的股权转让协议》，以现金 5,700.00 万元收购杭州嗨兜 100%的股权，该选项分四期 支付，分别为交割日后十个工作日内支付交易价格的 20%、2021 年业绩承诺完成后十个工作日内支付交易 价格的 20%、2022 年业绩承诺完成后十个工作日内支付交易价格的 20%、2023 年业绩承诺完成后十个工作 日内工作日内支付交易价格的 40%，截止 2021 年 12 月 31 日已支付 1,140.00 万元。傅祖浩、邱峙华、杭州土播鼠 文化传媒合伙企业(有限合伙)等原股东承诺杭州嗨兜 2021 年度、2022 年度、2023 年度实现的净利润（以扣除非经 常性经常性损益前后孰低者为计算依据）分别为 900.00 万元、1,215.00 万元、1,640.00 万元， 累计净利润不低于 3,755.00 万元，若业绩承诺期内，杭州嗨兜承诺净利润 未达到约定要求，则傅祖浩、邱峙华、杭州土播鼠 文化传媒合伙企业(有限

合伙)等原股东须按如下方式对本公司进行现金补偿:

应补偿金额=(承诺累计净利润-实现的累计净利润)÷承诺累计净利润×标的股权交易价格。

更正后:

3) 2021 年 8 月, 本公司与傅祖浩、杭州土播鼠文化传媒合伙企业(有限合伙)签订《关于杭州嗨兜文化传媒有限公司的股权转让协议》**等原股东**签订《关于杭州嗨兜文化传媒有限公司的股权转让协议》, 以现金 5,700.00 万元收购杭州嗨兜 100%的股权, 该选项分四期支付, 分别为交割日后十个工作日内支付交易价格的 20%、2021 年业绩承诺完成后十个工作日内支付交易价格的 20%、2022 年业绩承诺完成后十个工作日内支付交易价格的 20%、2023 年业绩承诺完成后十个工作日内支付交易价格的 40%, 截止 2021 年 12 月 31 日已支付 1,140.00 万元。傅祖浩、杭州土播鼠文化传媒合伙企业(有限合伙)等原股东承诺杭州嗨兜 2021 年度、2022 年度、2023 年度实现的净利润(以扣除非经常性损益前后孰低者为计算依据)分别为 900.00 万元、1,215.00 万元、1,640.00 万元, 累计净利润不低于 3,755.00 万元, 若业绩承诺期内, 杭州嗨兜承诺净利润未达到约定要求, 则傅祖浩、杭州土播鼠文化传媒合伙企业(有限合伙)**等原股东**须按如下方式对本公司进行现金补偿:

应补偿金额=(承诺累计净利润-实现的累计净利润)÷承诺累计净利润×标的股权交易价格。

五十七、“第十节 财务报告之十五、资产负债表日后事项之 4、其他资产负债表日后事项说明”

更正前:

2022 年×月×日公司第××届董事会第××次会议审议通过 2021 年度利润分配预案, 以报告期末总股本××股为基数, 向全体股东每 10 股派发现金股利××元(含税), 共计××元。以上股利分配预案尚须提交 2021 年度公司股东大会审议通过后方可实施。

更正后：

2022年4月26日公司第三届董事会第二次会议审议通过2021年度利润分配预案，以权益分派股权登记日总股本(剔除回购专户股份)为基数，向全体股东每10股派发现金股利2.50元(含税)，不送红股，不进行资本公积转增股本。以上股利分配预案尚须提交2021年度公司股东大会审议通过后方可实施。

五十八、“第十节 财务报告之十七、母公司财务报表主要项目注释之 1、应收账款之（1）应收账款分类披露”

更正前：

如是按照预期信用损失一般模型计提应收账款坏账准备，请参照其他应收款的披露方式披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

更正后：

如是按照预期信用损失一般模型计提应收账款坏账准备，请参照其他应收款的披露方式披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

五十九、“第十节 财务报告之十七、母公司财务报表主要项目注释之 2、其他应收款（2）应收股利中的 3）坏账准备计提情况”

更正前：

适用 不适用

其他说明：

更正后：

适用 不适用

其他说明：

六十、“第十节 财务报告之十七、母公司财务报表主要项目注释之 2、其他应收款（3）其他应收款中的 2）坏账准备计提情况”

更正前：

损失准备本期变动金额重大的账面余额变动情况

适用 不适用

更正后：

损失准备本期变动金额重大的账面余额变动情况

适用 不适用

六十一、“第十节 财务报告之十七、母公司财务报表主要项目注释之 4、营业收入和营业成本”

更正前：

收入相关信息：

单位：元

合同分类	分部1	分部2		合计
商品类型				
其中：				
按经营地区分类				
其中：				
市场或客户类型				
其中：				
合同类型				
其中：				

按商品转让的时间分类				
其中：				
按合同期限分类				
其中：				
按销售渠道分类				
其中：				
合计				

与履约义务相关的信息：

与分摊至剩余履约义务的交易价格相关的信息：

本报告期末已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务所对应的收入金额为元，其中，元预计将于年度确认收入，元预计将于年度确认收入，元预计将于年度确认收入。

其他说明：

更正后

与履约义务相关的信息： 无。

与分摊至剩余履约义务的交易价格相关的信息： 无。

本报告期末已签订合同、但尚未履行或尚未履行完毕的履约义务所对应的收入金额为 0.00 元，其中，0.00 元预计将于年度确认收入，0.00 元预计将于年度确认收入，元预计将于年度确认收入。

其他说明： 无。

（注释： 多余表格已删除）

六十二、“第十节 财务报告之十七、母公司财务报表主要项目注释之 2、净资产收益率及每股收益”

更正前：

报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益	
		基本每股收益(元/股)	稀释每股收益(元/股)

归属于公司普通股股东的净利润	16.34%	1.45	1.45
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.97%	1.15	1.15

更正后：

报告期利润	加权平均净资产收益率	每股收益	
		基本每股收益(元/股)	稀释每股收益(元/股)
归属于公司普通股股东的净利润	16.33%	1.45	1.45
扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润	12.96%	1.15	1.15

除上述更正外，报告无其他修改。更正后的公司《2021年年度报告》将与本公告同日在巨潮资讯网（www.cninfo.com.cn）上披露。公司对因上述更正给投资者及报告使用人造成的不便表示歉意，敬请广大投资者谅解。今后公司将进一步强化信息披露编制和审核工作，提高信息披露质量，敬请广大投资者谅解。

特此公告。

杭州壹网壹创科技股份有限公司董事会

2022年4月27日