

证券简称：美登科技

证券代码：838227

杭州美登科技股份有限公司

浙江省杭州市西湖区紫荆花北路 188 号宝港生活广场 1 号楼 12 楼



杭州美登科技股份有限公司招股说明书

本次股票发行后拟在北京证券交易所上市，该市场具有较高的投资风险。北京证券交易所主要服务创新型中小企业，上市公司具有经营风险高、业绩不稳定、退市风险高等特点，投资者面临较大的市场风险。投资者应充分了解北京证券交易所市场的投资风险及本公司所披露的风险因素，审慎作出投资决定。

保荐人（主承销商）

国泰君安证券股份有限公司



国泰君安证券股份有限公司
GUOTAI JUNAN SECURITIES CO., LTD.

中国(上海)自由贸易试验区商城路 618 号

中国证监会和北京证券交易所对本次发行所作的任何决定或意见，均不表明其对注册申请文件及所披露信息的真实性、准确性、完整性作出保证，也不表明其对发行人的盈利能力、投资价值或者对投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，股票依法发行后，发行人经营与收益的变化，由发行人自行负责；投资者自主判断发行人的投资价值，自主作出投资决策，自行承担股票依法发行后因发行人经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

声明

发行人及全体董事、监事、高级管理人员承诺招股说明书及其他信息披露资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

发行人控股股东、实际控制人承诺招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证招股说明书中财务会计资料真实、准确、完整。

发行人及全体董事、监事、高级管理人员、发行人的控股股东、实际控制人以及保荐人、承销商承诺因发行人招股说明书及其他信息披露资料有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，致使投资者在证券发行和交易中遭受损失的，将依法承担法律责任。

保荐人及证券服务机构承诺因其为发行人本次公开发行股票制作、出具的文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，给投资者造成损失的，将依法承担法律责任。

本次发行概况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
发行股数	本次向不特定合格投资者公开发行股票数量为 800.00 万股（未考虑超额配售选择权的情况下）公司及主承销商选择采取超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量为本次发行初始发行股票数量的 15%（即 120.00 万股），若超额配售选择权全额行使，本次发行的股票数量增加至 920.00 万股。
每股面值	人民币 1.00 元
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价的方式确定发行价格。
每股发行价格	25.00 元/股
预计发行日期	2022 年 12 月 16 日
发行后总股本	3,894.15 万股
保荐人、主承销商	国泰君安证券股份有限公司
招股说明书签署日期	2022 年 12 月 14 日

注：超额配售选择权行使前，发行后总股本为 3,894.15 万股；若全额行使超额配售选择权，发行后总股本为 4,014.15 万股。

重大事项提示

本公司特别提醒投资者对下列重大事项给予充分关注，并认真阅读招股说明书正文内容：

一、本次发行有关重要承诺的说明

本次发行有关的重要承诺，包括股份限售、减持安排及股份自愿锁定的承诺，稳定股价的承诺，填补被摊薄即期回报的措施及承诺、减少和规范关联交易的承诺等，具体参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“九、重要承诺”。

二、本次公开发行股票并在北交所上市的安排及风险

公司本次公开发行股票完成后，将申请在北交所上市。

公司本次公开发行股票注册申请获得中国证监会同意后，在股票发行过程中，会受到市场环境、投资者偏好、市场供需等多方面因素的影响；同时，发行完成后，若公司无法满足北交所发行上市条件，均可能导致本次发行失败。

公司在北交所上市后，投资者自主判断公司的投资价值，自主作出投资决策，自行承担因公司经营与收益变化或者股票价格变动引致的投资风险。

三、关于发行前滚存利润的分配安排

2022年5月30日，公司召开2022年第二次临时股东大会审议通过《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票前滚存利润分配方案的议案》，在本次发行完成后，公司本次公开发行股票前滚存的未分配利润将由公司新老股东按持股比例共同享有。

四、特别风险提示

（一）部分产品收入与用户数量下滑风险

报告期内，随着拼多多、快手、抖音等新兴电商的兴起，部分中小电商商家出现由淘宝/天猫平台向新兴电商平台分流的趋势。淘宝/天猫平台采用“货架式”的电商业态，该等平台的商家需要促销类工具软件辅助其开展店铺营销活动管理；而新兴电商平台主要采用社交分享、兴趣内容推送等模式获取消费者流量，其业态决定了平台商家目前对促销类工具软件的需求相对较小，导致公司美折产品的收入与用户数量有所下滑。

2020年公司美折产品的收入与加权付费用户数量较2019年分别同比下降3.22%与9.05%；2021年美折产品收入与加权付费用户数量较2020年分别同比下降9.38%与13.56%；2022年上半年美折产品收入与加权付费用户数量较去年同期分别下降20.67%和22.53%。若公司不能通过产品

升级的形式进一步提高客单价，或者不能快速拓展美折产品在新兴电商平台的应用，则该产品存在收入与用户数量进一步下降的风险。

（二）电商平台依赖风险

公司主要产品为电商 SaaS 软件及短信服务，下游客户主要为电商商家，因此公司业务主要通过淘宝/天猫、拼多多等电商平台运营的服务市场开展。该等电商平台集聚了大量电商商家资源，在电商行业中居于相对优势地位；同时，电商平台针对入驻服务市场的服务商企业制定了收益分成规则，并基于平台的开发环境和基础设施部署向服务商企业提供 API、服务器等主要业务资源。若电商平台将电商商家资源向公司的竞争对手倾斜，或者对技术服务费、API、数据同步服务的收费规则作出不利于公司的调整，均可能对公司的业绩产生不利影响。

此外，公司基于各电商平台进行运营，相关业务明细及收益分成数据保存于平台服务器，各平台定期向公司提供相关数据。公司依据各平台规则与其提供的数据核对，并主要依据平台向公司提供的账单进行结算。公司依据对账单上对应期间公司未分成收益及对应归属于平台的分成成本分别确认公司的收入及成本。由于公司的业务结算主要基于以上过程，若电商平台提供的业务数据源产生一定的偏差或未来平台结算规则发生重大变化，则可能会对公司结算产生重大影响。

因此，基于公司的业务与结算模式，公司存在对电商平台依赖的风险。

（三）电商平台竞争格局变化风险

近年来，社交平台、视频平台快速兴起，流量对电商行业的影响逐步加大，以拼多多、快手、抖音等为代表的新兴电商快速发展一定程度上改变了电商平台的竞争格局。

若公司无法根据各新兴电商平台的特点，持续丰富产品的功能，或推出合适的新产品，可能导致公司在电商平台竞争格局变化的情况下，收入和用户数量下降，从而对公司的经营情况产生不利的影响。

（四）产品结构相对单一的风险

公司核心产品主要包括美折、我打，均为电商商家管理服务软件。报告期内，该等产品合计收入分别为 6,361.36 万元、8,675.88 万元、10,796.59 万元和 5,112.71 万元，占各期营业收入的比重分别为 91.37%、91.23%、90.87%和 90.76%，上述核心产品合计占收入比重均在 90%以上，公司对上述两款产品依赖较大。相比部分同行业竞争对手，公司产品结构相对单一，后续若上述两款产品面向的市场发生不利变化，或者公司未能根据电商商家的需求变动对该等产品进行相应的功能开发或产品升级，抑或公司未能基于市场需求推出新的产品和丰富产品结构，则可能对公司的生产经营产生不利影响。

（五）电商平台官方软件免费化加剧市场竞争的风险

随着电商行业的竞争加剧，2021年7月开始，阿里巴巴商家服务市场对单品宝、店铺宝等官方营销类 SaaS 软件实行免费，以吸引新商家入驻，提升已入驻商家的留存率。目前，官方软件的产品功能较为单一，售后服务相对不够完善，仅能满足商家用户基础的促销活动设置需求，但仍然凭借免费的优势吸引了部分中小商家用户，造成公司部分产品的用户流失。若电商平台未来加大平台自有 SaaS 软件的推广及扶持力度，或者加强对自有 SaaS 软件功能的开发，则可能对公司在内的第三方软件服务商造成较大冲击，从而对公司的生产经营产生不利影响。

（六）研发失败风险

公司产品与模块的开发需要经过立项、评审、开发与测试等多个环节，公司研发投入较大。若公司研发的产品无法上线，或产品上线后未获市场认可，将影响公司用户数量和收入的不断增长，对公司经营业绩产生不利影响。

此外，若公司的技术研发方向未能满足各电商平台的发展需求，或者公司的产品未能帮助电商商家在电商平台多元化发展中实现多个店铺跨平台的聚合管理，抑或公司的产品未能在与同行业的竞争中保持领先性，则公司可能存在丧失技术领先优势的风险，也有可能对公司的业绩造成不利影响。

（七）商誉和无形资产减值风险

2020年6月，公司因收购威海领新100%股权，在合并层面确认了商誉7,294.71万元以及无形资产原值1,724.11万元；截至报告期末，该等商誉与无形资产的账面价值合计为8,471.91万元，占资产总额的比重为38.36%，占比较高。公司聘请坤元评估对2020年12月31日与2021年12月31日威海领新的资产组进行评估，并针对商誉进行减值测试，未发现上述资产存在减值迹象。若威海领新未来经营情况未达预期，则可能产生无形资产和商誉减值的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（八）税收政策风险

报告期内，公司及重要子公司威海领新均为高新技术企业。公司于2019年、威海领新于2020年以及2021年均执行软件企业“两免三减半”12.5%的所得税优惠税率；2020年与2021年，公司执行15%的高新技术企业所得税税率；2022年开始，公司及重要子公司威海领新均执行15%的高新技术企业所得税税率。

如果国家或所在地税收主管部门对高新技术企业税收优惠政策进行调整，或者公司未来期间不能持续取得高新技术企业认证，无法持续享受高新技术企业税收优惠政策，将导致公司所得税的纳税税率发生较大变化，从而对公司利润情况造成不利影响。

（九）内部控制风险

公司已针对防范财务舞弊、避免资金占用、违规担保、确保财务独立性等重大事项制定了相

关内部控制制度，并采取了额外的必要措施防范上述内控违规事项发生。若公司有关内部控制制度不能有效地贯彻落实或相关措施未能生效，将对公司生产经营活动及规范管理构成不利影响。

五、财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

公司审计基准日为 2022 年 6 月 30 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表及相关服务报表附注进行审阅，并出具了天健审〔2022〕10264 号审阅报告。具体信息参见招股说明书“第八节 管理层讨论与分析”之“八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项”之“（一）财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况”。

根据《审阅报告》，截至 2022 年 9 月末，公司资产总额为 23,501.63 万元，较上年末增长 9.06%；归属于母公司所有者权益为 21,877.09 万元，较上年末增长 17.03%；2022 年 1-9 月，公司实现营业收入为 8,410.53 万元，较上年同期下降 3.41%；归属于母公司股东的净利润为 3,183.88 万元，较上年同期下降 14.39%；扣除非经常性损益后的归属于母公司所有者净利润为 3,088.27 万元，较上年同期下降 11.21%。

基于公司目前的经营状况、市场环境及在手订单，经初步测算，预计公司 2022 年的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	变动比例
营业收入	11,203.62-11,318.64	11,881.34	-4.74%--5.70%
归属于母公司股东的净利润	4,004.51-4,080.01	4,835.95	-15.63%--17.19%
扣非后归属于母公司股东净利润	3,888.40-3,963.90	4,509.84	-12.11%--13.78%

预计 2022 年公司可实现营业收入 11,203.62 万元至 11,318.64 万元，与上年同期相比下降 4.74%至 5.70%；预计 2022 年可实现归属于母公司股东净利润 4,004.51 至 4,080.01 万元，与上年同期相比下降 15.63%至 17.19%；预计 2022 年可实现扣非后归属于母公司股东净利润 3,888.40 至 3,963.90 万元，与上年同期相比下降 12.11%至 13.78%。

上述 2022 年业绩预计中的相关财务数据是公司初步测算的结果，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

目 录

声明.....	2
本次发行概况	3
重大事项提示	4
目 录.....	8
第一节 释义.....	9
第二节 概览.....	12
第三节 风险因素	23
第四节 发行人基本情况.....	29
第五节 业务和技术	68
第六节 公司治理	147
第七节 财务会计信息	162
第八节 管理层讨论与分析.....	217
第九节 募集资金运用	330
第十节 其他重要事项	344
第十一节 投资者保护	345
第十二节 声明与承诺.....	349
第十三节 备查文件.....	359

第一节释义

本招股说明书中，除非文意另有所指，下列简称和术语具有的含义如下：

普通名词释义		
公司、本公司、发行人、股份公司、美登科技	指	杭州美登科技股份有限公司
有限公司、美登有限	指	杭州美登科技有限公司
本招股说明书、招股说明书	指	杭州美登科技股份有限公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市招股说明书
杭州一登	指	杭州一登科技有限公司
杭州海登	指	杭州海登科技有限公司
威海领新	指	威海领新信息技术有限公司
威海来金	指	威海来金信息技术有限公司
海尚科技	指	海尚科技有限公司
虎正奔	指	上海虎正奔信息科技有限公司
上海蜜葵	指	上海蜜葵科技有限公司（现已更名为上海蜜田科技有限公司）
上海云擎	指	上海云擎供应链管理有限公司
光云科技	指	杭州光云科技股份有限公司
爱用科技	指	上海爱用科技股份有限公司
阿里巴巴集团	指	阿里巴巴集团及其下属公司
京东集团	指	京东集团（JD.COM）及其下属公司
商务部	指	中华人民共和国商务部
工信部	指	中华人民共和国工业和信息化部
市场监督管理总局	指	中华人民共和国国家市场监督管理总局
证监会	指	中国证券监督管理委员会
北交所	指	北京证券交易所
全国股转系统、股转系统	指	全国中小企业股份转让系统
全国股转公司、股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限公司
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《上市规则（试行）》	指	《北京证券交易所股票上市规则（试行）》
《注册管理办法（试行）》	指	《北京证券交易所向不特定合格投资者公开发行股票注册管理办法（试行）》
保荐机构、主承销商、主办券商、国泰君安	指	国泰君安证券股份有限公司
申报会计师、天健会计师	指	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
发行人律师、世纪同仁律师	指	江苏世纪同仁律师事务所
坤元评估	指	坤元资产评估有限公司
三会	指	股东大会、董事会、监事会
公司章程	指	杭州美登科技股份有限公司章程
股东大会	指	杭州美登科技股份有限公司股东大会
董事会	指	杭州美登科技股份有限公司董事会

监事会	指	杭州美登科技股份有限公司监事会
高级管理人员	指	公司总经理、副总经理、董事会秘书、财务负责人
报告期	指	2019年度、2020年度、2021年度及2022年1-6月
报告期各期末	指	2019年末、2020年末、2021年末及2022年上半年末
元、万元	指	人民币元、人民币万元
专业名词释义		
电子商务	指	在因特网开放的网络环境下，基于浏览器、服务器应用方式，买卖双方不谋面地进行各种商贸活动，实现消费者的网上购物、商户之间的网上交易和在线电子支付以及各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动的一种商业运营模式
SaaS	指	Software as a Service（软件即服务），是一种通过网络提供软件的应用模式
PaaS	指	Platform as a Service（平台即服务），指向客户提供服务器平台或者开发环境的服务模式
CRM	指	Customer Relationship Management（客户关系管理），按照客户细分情况有效的组织企业资源，培养以客户为中心的经营行为以及实施以客户为中心的业务流程，并以此为手段来提高企业的获利能力、收入以及客户满意度
HRM	指	HRM系统（Human Resource Management）一方面可以使得企业日常事务性的人事工作都可能通过人力资源管理软件得以快速高效的完成，降低人力资源管理成本，使管理者能集中精力于企业战略目标中。
SDK	指	Software Development Kit（软件开发工具包），是一些软件工程师用于为特定的软件包、软件框架、硬件平台、操作系统等建议应用软件的开发工具的集合
SKU	指	SKU全称为 Stock Keeping Unit（库存量单位），即库存进出计量的基本单元，可以是以件，盒，托盘等为单位的。
API	指	Application Programming Interface（应用程序编程接口），是一些预先定义的函数，目的是提供应用程序与开发人员基于某软件或硬件得以访问一组例程的能力，而又无需访问源码，或理解内部工作机制的 SDK
ERP	指	建立在信息技术基础上，集信息技术与先进管理思想于一身，以系统化的管理思想，为企业员工及决策层提供决策手段的管理平台
GMV	指	一段时间内商品订单总额
B2C	指	B2C是英文“business to customer”的简称,是企业对消费者的电子商务模式,该形式的电子商务一般以网络零售业为主,主要借助于网络开展在线销售活动,然后消费者通过网络完成网上购物、网上支付等一系列行为。
C2C	指	C2C是电子商务的专业用语，意思是个人与个人之间的电子商务，其中C指的是消费者，因为消费者的英文单词是 Customer（Consumer），所以简写为 C，又因为英文中的 2 的发音同 to，所以 C to C 简写为 C2C，C2C 即 Customer（Consumer） to Customer（Consumer）。比如一个消费者有一台电脑，通过网络进行交易，把它出售给另外一个消费者，此种交易

		类型就称为 C2C 电子商务。
ARPU	指	平均客单价
加权平均付费用户数量	指	基于付费用户在报告期各期使用产品的服务期限占期间的权重进行加权计算的付费用户数量
云计算	指	一种按使用量付费的模式,这种模式提供可用的、便捷的、按需的网络访问进入可配置的计算资源共享池（资源包括网络、服务器、存储、应用软件、服务），这些资源只需投入很少的管理工作或与服务供应商进行很少的交互便能够被快速提供
企业上云	指	企业以互联网为基础进行信息化基础设施、管理、业务等方面应用，并通过互联网与云计算手段连接社会化资源、共享服务及能力的过程
电商服务市场	指	电子商务交易市场旗下的提供电子商务服务的平台
第三方服务提供商	指	电子商务交易过程中除电子交易平台及电商商家之外的提供电子商务交易服务的主体
阿里巴巴商家服务市场	指	阿里巴巴旗下电商平台的卖家服务中心（ https://fuwu.taobao.com ），为淘宝/天猫平台的电商商家提供电商运营过程中所需电商软件及增值服务
1688 服务市场	指	1688 电商平台旗下的商家服务市场（ fuwu.1688.com ）
京东京麦服务市场	指	京东商城旗下卖家服务中心，为京东电商商家提供电商运营过程中所需电商软件及电商服务
淘小铺	指	在手机淘宝的一款应用工具,让商家完全凭借手机就能完成从买家端到卖家端的操作
淘拍档	指	优质电子商务服务提供商，其产品及服务质量经过淘宝网审核，被授予“淘拍档”称号，拥有“淘拍档”授牌

本招股说明书中可能存在部分合计数与各分项数值之和略有差异的情况，该等差异是由于四舍五入原因造成。

第二节概览

本概览仅对招股说明书作扼要提示。投资者作出投资决策前，应认真阅读招股说明书全文。

一、发行人基本情况

公司名称	杭州美登科技股份有限公司	统一社会信用代码	913301060888642086
证券简称	美登科技	证券代码	838227
有限公司成立日期	2013年12月27日	股份公司成立日期	2015年12月31日
注册资本	30,941,500元	法定代表人	邹宇
办公地址	浙江省杭州市西湖区紫荆花北路188号宝港生活广场1号楼12楼		
注册地址	浙江省杭州市西湖区申花路798号五楼519室		
控股股东	邹宇	实际控制人	邹宇
主办券商	国泰君安证券股份有限公司	挂牌日期	2016年8月15日
证监会行业分类	信息传输、软件和信息技术服务业（I）		软件和信息技术服务业（I65）
管理型行业分类	信息传输、软件和信息技术服务业（I）	软件和信息技术服务业（I65）	软件开发（I651） 软件开发（I6510）

二、发行人及其控股股东、实际控制人的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长邹宇先生直接持有公司45.57%的股份，为公司的控股股东及实际控制人。报告期内，公司控股股东及实际控制人未发生变化。

三、发行人主营业务情况

公司是国内较早从事电商SaaS软件开发及销售的服务商之一，主营业务为基于电商平台为电商商家提供SaaS软件与短信等增值服务。随着互联网基础设施的不断完善以及信息技术的持续升级，我国电商市场快速发展，各类电商平台商家面对持续增长的订单数量以及复杂的交易情况，对店铺在营销推广、交易管理等多方面提出了专业化和个性化的需求，寻求有效提升店铺管理效率的方式。基于上述市场需求，电商服务市场逐步出现了一批向电商商家提供各类功能软件的电商SaaS企业。

自成立以来，公司始终围绕着电商商家的需求，提供相应的电商SaaS软件及增值服务，帮助电商商家实现精细化运营管理，降低运营成本、提升经营效率。一方面，公司电商SaaS软件有效解决了电商商家IT研发能力不足以及缺乏后期维护资金的痛点；另一方面，为匹配下游需求，公

司不断升级电商 SaaS 软件、开发新的产品功能，从而为电商商家提供灵活多元的 SaaS 软件及服务。

公司在淘宝/天猫、1688、京东、拼多多、抖音、快手等各大电商平台上提供电商 SaaS 软件及增值服务，在行业内具有良好的口碑和品牌效应。公司及其产品曾被评为阿里巴巴商家服务市场“淘拍档”、京东服务市场“京卓越合作伙伴”、1688 服务市场年度精品工具等。

四、主要财务数据和财务指标

项目	2022年6月30日/2022年1月—6月	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
资产总计(元)	220,828,253.79	212,276,179.99	190,524,374.17	122,493,376.69
股东权益合计(元)	208,552,756.47	186,932,081.53	134,821,402.98	114,791,561.34
归属于母公司所有者的股东权益(元)	208,552,756.47	186,932,081.53	134,910,549.19	114,845,359.86
资产负债率(母公司)(%)	3.80%	10.57%	29.16%	5.67%
营业收入(元)	56,334,130.90	118,813,412.98	95,100,176.52	69,623,677.69
毛利率(%)	70.01%	69.30%	71.77%	71.78%
净利润(元)	21,620,674.94	48,342,382.68	35,042,020.67	31,123,216.79
归属于母公司所有者的净利润(元)	21,620,674.94	48,359,540.57	35,066,608.93	31,250,174.43
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	20,960,549.08	45,098,430.43	34,523,956.86	29,494,173.37
加权平均净资产收益率(%)	10.93%	31.15%	27.26%	27.36%
扣除非经常性损益后净资产收益率(%)	10.60%	29.05%	26.84%	25.82%
基本每股收益(元/股)	0.70	1.61	1.17	1.04
稀释每股收益(元/股)	0.70	1.61	1.17	1.04
经营活动产生的现金流量净额(元)	16,341,717.67	54,167,844.26	41,452,429.73	36,631,926.61
研发投入占营业收入的比例(%)	16.93%	16.59%	18.89%	17.89%

五、发行决策及审批情况

（一）本次发行已获得的授权和批准

2022年5月12日，公司召开第二届董事会第十四次会议和第二届监事会第十次会议，审议通过了《关于公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的议案》《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票募集资金投资项目及可行性的议案》等与本次公开发行并在北交所上市相关的议案。

2022年5月30日，公司召开2022年第二次临时股东大会，审议通过了与本次公开发行并在北交所上市相关的议案，并同意授权董事会全权办理与公司本次公开发行并在北交所上市事宜。

六、本次发行基本情况

发行股票类型	人民币普通股（A股）
每股面值	1.00元
发行股数	本次向不特定合格投资者公开发行股票数量为800.00万股（未考虑超额配售选择权的情况下），公司及主承销商选择采取超额配售选择权，采用超额配售选择权发行的股票数量为本次发行初始发行股票数量的15%（即120.00万股），若超额配售选择权全额行使，本次发行的股票数量增加至920.00万股。
发行股数占发行后总股本的比例	20.54%（超额配售选择权行使前） 22.92%（超额配售选择权全额行使）
定价方式	公司和主承销商自主协商选择直接定价的方式确定发行价格。
每股发行价格	25.00元/股
发行前市盈率（倍）	17.15
发行后市盈率（倍）	21.59
发行前市净率（倍）	4.14
发行后市净率（倍）	2.68
预测净利润（元）	不适用
发行后每股收益（元/股）	1.16
发行前每股净资产（元/股）	6.04
发行后每股净资产（元/股）	9.32
发行前净资产收益率（%）	31.15%
发行后净资产收益率（%）	13.32%
本次发行股票上市流通情况	上海云量资产管理有限公司、赣州工兴中允股权投资合伙企业（有限合伙）、东方证券股份有限公司获配之股票自本次公开发行股票在北京证券交易所上市之日起6个月内不得转让。
发行方式	向战略投资者定向配售和网上向开通北交所交易权限的合格投资者定价发行相结合的方式进行

发行对象	符合《北京证券交易所投资者适当性管理办法（试行）》规定的具备参与北交所股票发行和交易条件的合格投资者
战略配售情况	本次发行战略配售发行的股份数量为 160.00 万股，占超额配售选择权行使前本次发行股份总股数的 20%，占超额配售选择权全额行使后本次发行总股数 17.39%。
本次发行股份的交易限制和锁定安排	本次网上发行的股票无锁定期安排。上海云量资产管理有限公司、赣州工兴中允股权投资合伙企业（有限合伙）、东方证券股份有限公司获配之股票的限售期为 6 个月，限售期自本次公开发行股票在北交所上市之日起开始计算。
预计募集资金总额	20,000 万元（超额配售选择权行使前） 23,000 万元（超额配售选择权行全额行使）
预计募集资金净额	17,612.85 万元（超额配售选择权行使前） 20,612.09 万元（超额配售选择权行全额行使）
发行费用概算	本次发行费用总额为：2,387.15 万元（超额配售选择权行使前）；2,387.91 万元（超额配售选择权全额行使），其中： 1、保荐承销费：1,845.28 万元 2、审计及验资费用：320 万元 3、律师费：150 万元 4、用于本次发行的信息披露费：7.72 万元（超额配售选择权行使前）；8.48 万元（全额行使超额配售选择权）。上述发行费用均为不含增值税金额，最终发行费用可能由于金额四舍五入或最终发行结果而有所调整。
承销方式及承销期	承销方式：余额包销；承销期：招股说明书在中国证监会、北交所指定报刊刊登之日起至主承销商停止接受投资者认购款之日
询价对象范围及其他报价条件	不适用
优先配售对象及条件	不适用

注 1：发行前市盈率为本次发行价格除以每股收益，每股收益按 2021 年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行前总股本计算；

注 2：发行后市盈率为本次发行价格除以每股收益，每股收益按 2021 年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算；行使超额配售选择权前的发行后市盈率为 21.60 倍，若全额行使超额配售选择权则发行后市盈率为 22.26 倍；

注 3：发行前市净率以本次发行价格除以发行前每股净资产计算；

注 4：发行后市净率以本次发行价格除以发行后每股净资产计算；行使超额配售选择权前的发行后市净率为 2.68 倍，若全额行使超额配售选择权则发行后市净率为 2.55 倍；

注 5：发行后每股收益以 2021 年度经审计扣除非经常性损益前后孰低的净利润除以本次发行后总股本计算；行使超额配售选择权前的发行后每股收益为 1.16 元/股，若全额行使超额配售选择权则发行后每股收益为 1.12 元/股；

注 6：发行前每股净资产以 2021 年 12 月 31 日经审计的所有者权益除以本次发行前总股本计算；

注 7：发行后每股净资产按本次发行后的净资产除以发行后总股本计算，其中，发行后的净资产按经审计的截至 2021 年 12 月 31 日归属于母公司股东的净资产和本次募集资金净额之和计算；行使超额配售选择权前的发行后每股净资产 9.32 元/股，若全额行使超额配售选择权则发行后每股净资产为 9.79 元/股；

注 8：发行前净资产收益率为 2021 年度公司加权平均净资产收益率；

注 9：发行后净资产收益率以 2021 年度经审计的净利润除以本次发行后的净资产计算，其中发行后的净资产按经审计的截至 2021 年 12 月 31 日的净资产和本次募集资金净额之和计算；行使超额配售选择权前的发行后净资产收益率为 13.32%，若全额行使超额配售选择权则发行后净资产收益率 12.30%。

七、本次发行相关机构

（一）保荐人、承销商

机构全称	国泰君安证券股份有限公司
法定代表人	贺青

注册日期	1999年8月18日
统一社会信用代码	9131000063159284XQ
注册地址	中国(上海)自由贸易试验区商城路618号
办公地址	上海市静安区南京西路768号国泰君安大厦
联系电话	021-38676666
传真	021-38670666
项目负责人	黄万
签字保荐代表人	黄万、王永杰
项目组成员	张开宇、吴志雄、徐成、刘义丰、张文霞、刘畅、李翼驰

(二) 律师事务所

机构全称	江苏世纪同仁律师事务所
负责人	吴朴成
注册日期	2000年9月15日
统一社会信用代码	313200007205822566
注册地址	江苏省南京市建邺区贤坤路江岛智立方C座4层
办公地址	江苏省南京市建邺区贤坤路江岛智立方C座4层
联系电话	025-83304480
传真	025-83329335
经办律师	邵斌、刘明明

(三) 会计师事务所

机构全称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
负责人	王越豪
注册日期	2011年7月18日
统一社会信用代码	913300005793421213
注册地址	浙江省杭州市西湖区西溪路128号新湖商务大厦6楼
办公地址	浙江省杭州市上城区钱江路1366号华润大厦B座28楼
联系电话	0571-88216888
传真	0571-88216999
经办会计师	陈世薇、叶思思、王建兰、彭心宇（已离职）

(四) 资产评估机构

√适用 □不适用

机构全称	坤元资产评估有限公司
负责人	俞华开
注册日期	2000年3月1日
统一社会信用代码	913300001429116867
注册地址	杭州市西溪路128号901室
办公地址	杭州市西溪路128号901室
联系电话	0571-88216944
传真	0571-87178826
经办评估师	章波、潘文夫、王苗燕

（五）股票登记机构

机构全称	中国证券登记结算有限责任公司北京分公司
法定代表人	周宁
注册地址	北京市西城区金融大街 26 号 5 层 33
联系电话	010-58598980
传真	010-58598977

（六）收款银行

户名	国泰君安证券股份有限公司
开户银行	中国银行上海市中银大厦支行营业部
账号	436467864989

（七）其他与本次发行有关的机构

适用 不适用

八、发行人与本次发行有关中介机构权益关系的说明

截至本招股说明书签署日，公司与本次发行有关的保荐人、承销机构、证券服务机构及其负责人、高级管理人员、经办人员之间不存在直接或间接的股权关系或其他权益关系。

九、发行人自身的创新特征

公司是高新技术企业，公司所处的软件行业属于技术密集型、知识密集型产业，具有发展速度快、技术迭代升级较快的特点。

公司自成立以来，秉承创新驱动发展的理念，始终专注技术创新、模式创新与推动科技成果转化，以期在行业中保持竞争地位。

（一）技术创新

公司高度重视技术研发工作，根据市场和客户的需求，主要通过自主研发不断积累核心技术，目前自主拥有素材在线编辑及智能批量合成处理技术、高性能分布式海量数据处理引擎、无代码活动页面生成技术、电商平台订单多级同步技术、海量订单实时检索处理技术等多项核心技术。技术创新丰富了公司的产品功能模块，能有效满足不同用户的需求；技术创新也不断增强了公司产品的竞争力，提升了公司的口碑和市场知名度。

同时，公司创新地将商业智能（BI）理念引入日常的运营管理，搭建了完善的数据采集和分析系统，基于 HTTP2/WebSocket 完成前端数据采集，并通过自主创新研发的“海量数据实时筛选

分析方法、系统及存储介质”系统对数据进行分析处理，并结合电商商家的业务属性等数百个指标进行分类聚合，进而实时为研发与运营人员提供数据基础进行业务决策，大幅缩短用户需求探索的周期，驱动业务、产品和方案的快速发展与迭代，公司已获批了该技术的发明专利。

（二）模式创新

1、产品交付模式革新

公司将软件部署在服务器上，用户只需通过授权电商平台账号或网络注册账号等简单操作即可启用服务器上的软件服务，通过网络使用共享的基础设备，并根据实际需要向公司订购并付费。相比于传统软件企业，公司具有如下优势：

（1）快速启用

用户可以通过手机、电脑等网络终端设备随时随地获得网络平台上所提供的软件服务，相比于本地部署模式，对用户而言无需安装、使用门槛更低，用户订阅软件后，能快速将软件投入使用。

此外，公司能够基于云端部署，实现快速实时的功能迭代更新与问题修复，向用户推出新版本的软件产品；用户无需重新在本地下载更新软件，即可在网络平台实时使用最新版本的软件产品。

（2）低使用成本

公司产品按订阅制收费，用户无需购买口令证书，初始成本更低。由于基础设备共享，用户无需承担传统软件本地部署模式下构建及维护自用 IT 硬件设备的费用。

（3）弹性扩容

公司的软件资源已经部署在云环境中，具有快速、灵活扩充服务器资源的能力，面对“618”、“双 11”等交易高峰时，公司可以迅速及时完成弹性扩容，无需经常在本地或云端部署备用服务器，从而减少不必要的成本。

（4）高开放性

受益于开放的 API 接口，公司得以通过 API 扩展更多个性化模块，将时间和精力专注于自身的研发创新和业务开展。

2、产品驱动业务增长

传统软件行业通常采用销售驱动业务增长的模式，即通过持续的营销投入和客户开拓工作来促进产品的销售。相比之下，公司采取产品驱动业务增长的模式，特点是专注于终端用户的使用需求与体验感受，开发出适应的产品体系，通过产品吸引用户，实现付费用户的转换，进而在电

商服务市场等平台形成良好的口碑以及具有一定规模的用户群，从而实现业务的稳定增长。

随着中国中小企业上云率的提升，电商商家在数字化升级过程中对软件服务专业性的要求不断提升，电商 SaaS 软件产品能否满足用户愈加细分的需求是决定用户订购软件服务的关键因素。公司因此采取了产品驱动业务增长的模式，首先通过基础版本的产品吸引商家用户使用并了解产品，扩大用户群体；然后凭借产品在营销管理和交易管理领域专业化的功能与完善的交互界面，提高用户的转换率与黏性，实现用户数量与收入规模的持续增长；再根据不同的功能设置多版本的产品，引导客户购买更高版本的产品，提升单个用户的收入贡献，推动业务快速增长。基于产品驱动业务增长的业务模式，公司通过持续的产品创新研发，迭代开发新的功能满足用户需求来提升用户购买意愿，并依靠产品内嵌的交互引导和在线客服团队满足用户的日常业务咨询及软件使用学习的需求，无需配备大量的销售人员即能够实现业务的稳定开展，因此该业务模式具有营销投入低、客户留存率较高的特点。

3、具备创新能力的研发体系

(1) 组件化开发体系

电商 SaaS 软件作为工具类软件，电商商家对 SaaS 软件的满意度与黏性很大程度上取决于电商 SaaS 软件能否为电商商家提供便利的交互界面与简洁的操作流程。公司在多年的电商 SaaS 软件产品开发成功经验中形成了成熟的视觉与交互设计、人性化的操作流程体系，该体系是公司产品具有良好口碑的重要基础。

公司总结开发经验，制定了具有公司特色的设计规范与业务模式，与业界前沿的设计工具与开发框架相结合，形成了公司自有的组件化开发体系，将设计规范打造成通用组件，并以此为基础组合出多种业务核心流程的开发组件。在针对用户新需求进行设计开发时，产品经理可以快速调用概念组件勾勒出低保真设计，交由设计师利用设计组件快速加工为高保真设计，再交由研发人员使用代码组件迅速转化为业务代码，据此能够：1) 有效缩短产品开发周期，加快对用户需求的响应速度；2) 更好的为电商商家提供熟悉的视觉与交互界面设计，以及一贯风格的软件操作流程，提升用户的使用黏性。

(2) 持续部署灰度开放机制

传统软件部署一项新功能的上线往往需要较长的时间，且获取终端用户的反馈周期较长，无法及时解决用户问题，不利于提升产品的使用满意度。公司基于 SaaS 交付模式，推出了持续部署灰度开放机制。该机制下，公司通过对电商商家进行属性分类，无需额外部署即可向指定属性的用户定向开放不同的功能，更快地获取用户真实反馈，及时调整与改善产品设计后陆续向所有用户开放新功能，同时能够保证 SaaS 软件整体的稳定运行。

持续部署灰度开放机制在开发环节中即引入用户的使用反馈，一方面加快了新功能开发上线

的频率，实现了以周为频次的线上版本快速迭代；另一方面确保新功能的推出能够有效满足用户的需求，提升产品的用户满意度。

（3）专业的研发团队

报告期末，公司技术人员占员工总人数的比重为 58.68%，本科及以上学历的员工人数占比为 64.46%，研发人员占比与学历水平均较高。公司具有较早进入电商 SaaS 行业的先发优势，已经建立起具备丰富的行业经验、专业的开发能力的研发团队，并建立起完善的研发模式，提升研发团队的活力；公司凭借着高水平的研发团队和持续的研发投入，通过技术与研发创新，不断实现新产品、新功能与新服务的升级，能够满足终端用户的多元化需求，应对市场的变化。

（三）科技成果转化情况

公司具备良好的科技成果转化能力，持续的研发投入形成了丰硕的研发成果与较强的市场地位，具体如下：

1、创新投入

报告期内，公司持续加大研发投入，提升公司创新活力，报告期各期研发投入金额分别为 1,245.41 万元、1,796.70 万元、1,971.32 万元以及 953.56 万元，占营业收入的比重分别为 17.89%、18.89%、16.59%以及 16.93%，金额与占比均较高。

公司已组建专业的研发与技术人才队伍，截至 2022 年 6 月 30 日，公司技术人员人数为 71 名，占总员工的比例为 58.68%，有力地充实公司的研发实力与创新能力；同时公司建立起完善的成果转化激励制度，激励技术人员自主引领研发创新工作，进一步提升公司的市场竞争力。

2、创新成果

（1）核心技术具备持续的创新成果转化能力

公司通过技术研发和自主创新，围绕电商下游领域形成了 14 项核心技术，公司在日常经营过程中，充分应用核心技术，不断推出新的产品功能，提升产品的市场竞争力。报告期内，公司的核心技术主要应用于公司的美折软件我打软件，公司核心技术形成的产品收入占公司主营业务收入的比重分别为 94.16%、93.95%、93.13%和 92.71%，占比较高，表明公司的研发成果具备较好的市场化与持续的创新成果转化能力。

（2）创新研发获得突出的产权成果

通过多年的技术开发与行业经验累积，掌握了突出的营销功能拓展、多平台海量订单处理、海量数据存储聚合分析查询与筛选、微服务高可用架构等方面的技术。公司对重要的研发成果申请了软件著作权与专利保护，截至 2022 年 6 月 30 日，公司共拥有 72 项计算机软件著作权与 1 项发明专利，具备良好的研发与创新活力。

3、创新赋能产品，市场地位显著提升

公司持续对美折软件与我打软件进行创新研发，通过用户需求调研与针对性的技术开发，继而优化产品交互界面与功能迭代，建立了良好的产品知名度与品牌形象，并在多个电商平台服务市场的营销管理与交易管理类目下获得了领先的市场地位。

根据电商平台服务市场的公开信息，按客户数量（付费用户数量）统计，公司美折产品在阿里巴巴商家服务所属功能类目下处于领先地位，我打产品在拼多多、1688、快手、抖音服务市场所属功能类目下处于领先地位，具体情况如下：

产品	电商平台	功能类目	相同类目软件数量	客户数量排名
美折	淘宝/天猫	营销管理	103	1
我打	淘宝/天猫	订单管理	151	5
我打	拼多多	订单管理-打单	158	3
我打	1688	订单管理	115	3
我打	快手	店铺管理-打单发货	110	1
我打	抖音	交易管理	172	3

注1：上述软件数量与付费用户数量排名为截至2022年9月30日各电商平台服务市场公开的数据，各电商平台服务市场未公示付费用户数量的具体计算方法；

注2：注：2022年9月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商SaaS软件的类目进行重分类，截至2022年9月30日部分软件的类目未划分完毕，导致营销管理类目下的软件数量有所减少。

十、发行人选择的具体上市标准及分析说明

根据《北京证券交易所股票上市规则（试行）》第2.1.3条，公司选择第一套标准，即：预计市值不低于2亿元，最近两年净利润均不低于1,500万元且加权平均净资产收益率平均不低于8%，或者最近一年净利润不低于2,500万元且加权平均净资产收益率不低于8%。

结合公司近期二级市场交易对应的市值情况、可比公司的估值以及公司最近一次融资估值等情况，预计公司本次公开发行价格计算的股票市值不低于2亿元。2020年及2021年，公司归属于母公司股东的净利润（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为3,452.40万元及4,509.84万元，符合“最近两年净利润均不低于1,500万元”的标准；2020年及2021年，公司加权平均净资产收益率（扣除非经常性损益前后孰低数）分别为26.84%及29.05%，符合“加权平均净资产收益率平均不低于8%”的标准。因此，公司预计满足所选择的上市标准。

十一、发行人公司治理特殊安排等重要事项

截至本招股说明书签署日，公司不存在公司治理特殊安排等重要事项。

十二、募集资金运用

公司本次公开发行股票募集资金拟用于以下项目：

序号	项目名称	拟使用募集资金（万元）	建设期（月）
1	电商软件产品优化升级项目	18,625.00	36
2	研发中心建设项目	7,958.00	36
合计		26,583.00	-

在募集资金到位前，公司将根据募投项目的实施情况和付款进度，以自筹资金支付项目款项。募集资金到位后，公司将使用募集资金置换上述项目中预先投入的自筹资金。

若实际募集资金净额低于项目投资金额，资金不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金净额超过项目投资金额，则多余的募集资金将用于补充公司其他与主营业务相关的营运资金。

本次募集资金运用详细情况详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”中的相关内容。

十三、其他事项

截至本招股说明书签署日，公司无其他应披露重要事项。

第三节 风险因素

投资者在评价发行人投资价值时，除本招股说明书提供的其他资料外，应特别考虑下述各项风险因素。下述风险因素根据重要性原则或可能影响投资者决策的程度大小排序，该排序并不表示风险因素依次发生。

一、经营风险

（一）部分产品收入与用户数量下滑风险

报告期内，随着拼多多、快手、抖音等新兴电商的兴起，部分中小电商商家出现由淘宝/天猫平台向新兴电商平台分流的趋势。淘宝/天猫平台采用“货架式”的业态模式，该等平台的商家需要促销类工具软件辅助其开展店铺营销活动管理；而新兴电商平台主要采用社交分享、兴趣内容推送等模式获取消费者流量，其业态决定了平台商家目前对促销类工具软件的需求相对较小，导致公司美折产品的收入与用户数量有所下滑。

2020 年公司美折产品的收入与加权付费用户数量较 2019 年分别同比下降 3.22%与 9.05%；2021 年美折产品收入与加权付费用户数量较 2020 年分别同比下降 9.38%与 13.56%；2022 年上半年美折产品收入与加权付费用户数量较去年同期分别下降 20.67%和 22.53%。若公司不能通过产品升级的形式进一步提高客单价，或者不能快速拓展美折产品在新兴电商平台的应用，则该产品存在收入与用户数量进一步下降的风险。

（二）电商平台依赖风险

公司主要产品为电商 SaaS 软件及短信服务，下游客户主要为电商商家，因此公司业务主要通过淘宝、天猫、拼多多等电商平台运营的服务市场开展。该等电商平台集聚了大量电商商家资源，在电商行业中居于相对优势地位；同时，电商平台针对入驻服务市场的服务商企业制定了收益分成规则，并基于平台的开发环境和基础设施部署向服务商企业提供 API、服务器等主要业务资源。若电商平台将电商商家资源向公司的竞争对手倾斜，或者对技术服务费、API、数据同步服务的收费规则作出不利于公司的调整，均可能对公司的业绩产生不利影响。

此外，公司基于各电商平台进行运营，相关业务明细及收益分成数据保存于平台服务器，各平台定期向公司提供相关数据。公司依据各平台规则与其提供的数据核对，并主要依据平台向公司提供的账单进行结算。公司依据对账单上对应期间公司未分成收益及对应归属于平台的分成成本分别确认公司的收入及成本。由于公司的业务结算主要基于以上过程，若电商平台提供的业务数据源产生一定的偏差或未来平台结算规则发生重大变化，则可能会对公司结算产生重大影响。

因此，基于公司的业务与结算模式，公司存在对电商平台依赖的风险。

（三）行业政策风险

电商 SaaS 行业发展迅速，产品技术与功能迭代周期短，业务模式不断创新，有关政府部门也相应持续出台新的政策法规或者修订现有法规对电商 SaaS 业务的行业准入、业务运营和市场管理提供业务指导与监管依据。若有关部门出台政策限制电商 SaaS 业务的发展，或加强电商 SaaS 业务的运营管理要求，则可能影响公司的业务开展，进而影响公司的经营业绩。

（四）电商平台竞争格局变化风险

近年来，社交平台、视频平台快速兴起，流量对电商行业的影响逐步加大，以拼多多、快手、抖音等为代表的新兴电商快速发展一定程度上改变了电商平台的竞争格局。

若公司无法根据各新兴电商平台的特点，持续丰富产品的功能，或推出合适的新产品，可能导致公司在电商平台竞争格局变化的情况下，收入和用户数量下降，从而对公司的经营情况产生不利的影响。

（五）产品结构相对单一的风险

公司核心产品主要包括美折、我打，均为电商商家管理服务软件。报告期内，该等产品合计收入分别为 6,361.36 万元、8,675.88 万元、10,796.59 万元和 5,112.71 万元，占各期营业收入的比重分别为 91.37%、91.23%、90.87%和 90.76%，上述核心产品合计占收入比重均在 90%以上，公司对上述两款产品依赖较大。相比部分同行业竞争对手，公司产品结构相对单一，后续若上述两款产品面向的市场发生不利变化，或者公司未能根据电商商家的需求变动对该等产品进行相应的功能开发或产品升级，抑或公司未能基于市场需求推出新的产品和丰富产品结构，则可能对公司的生产经营产生不利影响。

（六）电商平台官方软件免费化加剧市场竞争的风险

随着电商行业的竞争加剧，2021 年 7 月开始，阿里巴巴商家服务市场对单品宝、店铺宝等官方营销类 SaaS 软件实行免费，以吸引新商家入驻，提升已入驻商家的留存率。目前，官方软件的功能较为单一，售后服务相对不够完善，仅能满足商家用户基础的促销活动设置需求，但仍然凭借免费的优势吸引了部分中小商家用户，造成公司部分产品的用户流失。若电商平台未来加大平台自有 SaaS 软件的推广及扶持力度，或者加强对自有 SaaS 软件功能的开发，则可能对公司在内的第三方软件服务商造成较大冲击，从而对公司的生产经营产生不利影响。

（七）短信业务的运营风险

公司已开展的短信业务符合《民法典》《通信短信息和语音呼叫服务管理规定（征求意见稿）》的相关要求，在今后的短信业务开展过程中，公司将继续严格遵守法律法规的要求，合法合规地开展短信业务。但是，由于公司对下游客户的业务开展不具有可控性，无法完全保证其将公司提供的短信服务用于正常业务运营，因此，不排除公司今后短信业务开展过程中与客户发生纠

纷的可能性；同时，未来与短信业务相关的法律法规的出台，导致监管措施的变动可能会使公司短信业务经营存在一定的风险。

（八）内部控制风险

公司已针对防范财务舞弊、避免资金占用、违规担保、确保财务独立性等重大事项制定了相关内部控制制度，并采取了额外的必要措施防范上述内控违规事项发生。若公司有关内部控制制度不能有效地贯彻落实或相关措施未能生效，将对公司生产经营活动及规范管理构成不利影响。

（九）并购整合风险

虽然公司未来发展不以外部并购为主，但不排除公司未来通过并购优质标的拓展产业布局的可能性。并购完成后，公司资产、业务、人员规模将进一步扩大，如果公司在业务体系、组织结构、内部控制等方面不能进行有效整合，将会对公司未来经营业绩造成不利影响。

二、财务风险

（一）商誉和无形资产减值风险

2020年6月，公司因收购威海领新100%股权，在合并时确认了商誉7,294.71万元以及无形资产1,724.11万元。截至报告期末，该等商誉与无形资产的账面价值合计为8,471.91万元，占资产总额的比重为38.36%，占比较高。公司聘请坤元评估对2020年12月31日与2021年12月31日威海领新的资产组进行评估，并针对商誉进行减值测试，未发现上述资产存在减值迹象。若威海领新未来经营情况未达预期，则可能产生无形资产和商誉减值的风险，进而对公司经营业绩产生不利影响。

（二）税收政策风险

报告期内，公司及重要子公司威海领新均为高新技术企业。公司于2019年、威海领新于2020年及2021年均执行软件企业“两免三减半”12.5%的所得税优惠税率；2020年与2021年，公司执行15%的高新技术企业所得税税率；2022年开始，公司及重要子公司威海领新均执行15%的高新技术企业所得税税率。

如果国家或所在地税收主管部门对高新技术企业税收优惠政策进行调整，或者公司未来期间不能持续取得高新技术企业认证，无法持续享受高新技术企业税收优惠政策，将导致公司所得税的纳税税率发生较大变化，从而对公司利润情况造成不利影响。

（三）主营业务毛利率下降的风险

报告期内，公司主营业务毛利率分别为72.96%、72.42%、69.74%和70.61%，2019年至2021年呈现小幅下降趋势，2022年上半年略有上升。随着新兴电商平台的兴起，传统电商平台竞争加剧，服务于电商商家的电商SaaS行业将会涌入新的竞争者，导致产品更新迭代进一步加快，行业

竞争加剧，可能导致公司产品毛利率下降，对公司盈利能力产生不利影响。

（四）成本上升的风险

公司主要通过电商平台开展 SaaS 软件、短信服务，公司成本中主要包含服务器租赁费、API 及数据同步服务费、短信通道费以及支付给电商平台的技术服务费。报告期内上述项目占公司各期主营业务成本的比重分别为 91.96%、89.70%、85.41%和 82.26%，若未来供应商和电商平台关于上述成本、费用的定价政策发生变更，将对公司采购成本发生不利影响，进而对公司盈利能力造成不利影响。此外，优秀人才是电商 SaaS 行业可持续发展的重要驱动力之一，相应的人力成本亦是该行业重要的成本投入，行业内人力成本占总成本比重显著高于其它传统行业。近年来，随着互联网行业迅速发展，业内从业人员薪酬亦持续上涨，若公司不能采取有效措施保持盈利能力同步增长，持续上涨的人力成本将对公司经营业绩造成一定负面影响。

三、技术风险

（一）研发失败风险

公司产品与模块的开发需要经过立项、评审、开发与测试等多个环节，公司研发投入较大。若公司研发的产品无法上线，或产品上线后未获市场认可，将影响公司用户数量和收入的不断增长，对公司经营业绩产生不利影响。

此外，若公司的技术研发方向未能满足各电商平台的发展需求，或者公司的产品未能帮助电商商家在电商平台多元化发展中实现多个店铺跨平台的聚合管理，抑或公司的产品未能在与同行业的竞争中保持领先性，则公司可能存在丧失技术领先优势的风险，也有可能对公司的业绩造成不利影响。

（二）核心技术人员、关键研发人员流失的风险

核心技术人员和关键研发人员是公司不断发展并获得行业竞争优势的基础，也是公司持续进行技术研发和创新的关键要素。截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有研发人员 65 人，占员工总数的 53.72%，其中核心技术人员 4 名，关键研发人员 7 名。若公司不能持续维护现有核心技术人员、关键研发人员以及研发团队的稳定，并不断吸引业内优秀人才加盟，可能导致高端技术人才流失、产品研发进程受阻，从而对公司的发展造成不利影响。

（三）技术泄密的风险

公司所处的软件行业属于技术密集型行业，公司拥有的核心技术和正在进行的技术研发活动是公司持续发展和保持市场竞争优势的关键要素。一旦发生技术泄密，将对公司产品的市场竞争力带来不利影响。尽管公司与核心技术人员、关键研发人员均签订了保密协议，并从基层落实保密责任和义务，提升员工的保密意识，仍不排除相关人员违反规定向外泄露技术资料或技术资料被他人窃取的可能性。即使公司诉诸司法程序，也需要付出大量的人力、物力和时间，从而可能

对公司的业务发展造成不利影响。

四、人力资源风险

（一）经营规模扩张带来的管理风险

公司近年来发展速度较快，经营规模不断扩大，组织结构和管理体系日益复杂。随着本次发行募集资金的到位和投资项目的实施，公司的规模将进一步扩大，对公司经营管理、资源整合、持续创新、市场开拓等方面都提出了更高的要求，经营决策和风险控制难度进一步增加，公司管理团队的管理水平及控制经营风险的能力将面临更大考验。若公司管理水平和内控制度不能适应规模迅速扩张的需要，组织模式和管理制度未能随公司规模扩大及时完善，则将削弱公司的市场竞争力，存在规模迅速扩张导致的管理风险。

（二）实际控制人控制风险

公司实际控制人为邹宇，目前合计持有公司 45.57%的股份，且长期担任公司的董事长。公司实际控制人可能利用其控制权及管理权优势，对公司的重大投资、人事、财务、经营管理等施加不当控制，将可能损害公司或其他股东利益。

五、法律风险

随着公司业务规模的不断扩张，公司在知识产权保护方面的投入也不断加大，但在业务开展过程中仍不能保证公司的软件著作权、商标、商业秘密、专利等不被侵犯或不当使用，不排除竞争对手或第三方采取知识产权恶意诉讼的策略，阻滞公司市场拓展的可能性，也不排除公司与竞争对手或第三方产生其他知识产权纠纷的可能。上述知识产权相关的风险一旦出现，将对公司的业务、财务状况及经营业绩产生不利影响。

六、发行失败风险

本次发行结果会受到发行时市场环境、投资者偏好、价值判断、市场供需等多方面因素的影响。本次公开发行股票注册申请获得中国证监会同意后，在本次发行过程中，若出现新股认购数量、发行对象人数、发行后股东人数或者市值及财务指标未能满足北交所上市条件等情形，则可能导致本次发行失败。

七、其他风险

（一）募投项目效益未达预期风险

公司本次募集资金投资项目是公司对于现有主营业务的进一步巩固和提升，有助于增强公司核心产品开发与技术创新能力、完善和提高公司研发条件。但项目的可行性以及预计经济效益是基于当前的宏观经济环境、产业政策、市场格局等现有状况基础上进行的合理预测，由于募集资金投资项目的实施存在一定周期，在项目建设期主要是相关的人员招聘、研发投入等支出，存在公

公司在项目建设期的费用支出增加导致利润下降的风险。项目建设完成后，公司的固定资产将有一定幅度的提高，“电商软件产品优化升级项目”达产后新增的固定资产年折旧摊销额为 1,654 万元，较 2021 年将会有一定幅度的增加，若募集资金投资项目达产后不能达到预期的盈利水平以抵减因固定资产大幅增加而新增的折旧金额，公司将面临因折旧费用大量增加而导致利润下降的风险。

（二）即期回报被摊薄的风险

报告期内，公司扣除非经常性损益后加权平均净资产收益率分别为 25.82%、26.84%、29.05% 和 10.60%，每股收益分别为 1.04 元/股、1.17 元/股、1.61 元/股和 0.70 元/股。本次发行完成后，公司的总股本、净资产将会大幅增加。由于募集资金投资项目的实施需要一定时间，在项目建成投产后才能达到预计的收益水平，因此，短期内公司净利润增长幅度可能会低于总股本、净资产的增长幅度，每股收益、净资产收益率短期内将出现一定幅度的下降，股东即期回报存在被摊薄的风险。

（三）新冠疫情对公司业绩产生不利影响的风险

2022 年上半年，我国华东与华南地区新冠疫情频发，对公司部分中小商家客户的业绩造成冲击，进而影响到商家续费或订购公司的软件，对公司 2022 年上半年的业绩带来不利影响。截至目前，国内的新冠疫情仍不断反复，疫情的影响范围和延续时间难以估计。若新冠疫情影响持续反复，则可能进一步对公司的经营造成不利影响。

第四节 发行人基本情况

一、发行人基本信息

公司全称	杭州美登科技股份有限公司
英文全称	Hangzhou Meideng Technology Co.,Ltd.
证券代码	838227
证券简称	美登科技
统一社会信用代码	913301060888642086
注册资本	3,094.15 万元
法定代表人	邹宇
成立日期	2013 年 12 月 27 日
办公地址	浙江省杭州市西湖区紫荆花北路 188 号宝港生活广场 1 号楼 12 楼
注册地址	浙江省杭州市西湖区申花路 798 号五楼 519 室
邮政编码	310030
电话号码	0571-88023393
传真号码	0571-88023393
电子信箱	securities@meideng.net
公司网址	https://www.meideng.net
负责信息披露和投资者关系的部门	董事会秘书办公室
董事会秘书或者信息披露事务负责人	徐靓依
投资者联系电话	0571-88023393
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；企业管理咨询；市场营销策划；广告设计、代理；广告发布；专业设计服务(除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动)。许可项目：第二类增值电信业务(依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以审批结果为准)。
主营业务	基于电商平台为电商商家提供 SaaS 软件与短信等增值服务
主要产品与服务项目	公司的主要产品包括美折、我打及短信服务

二、发行人挂牌期间的基本情况

(一) 挂牌日期和目前所属层级

2016 年 8 月 15 日，公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌公开转让。

2022 年 4 月 15 日，全国股转公司发布《发布 2022 年第一次创新层进层决定的公告》，公司自 2022 年 4 月 18 日起调入创新层。

截至本招股说明书签署日，公司所属层级为创新层。

（二）主办券商及其变动情况

2016年8月15日，公司在全国中小企业股份转让系统挂牌。自挂牌之日起至2020年3月22日，公司主办券商为兴业证券股份有限公司；2020年3月23日至2022年2月28日，公司主办券商为东方证券承销保荐有限公司（该公司2020年4月由东方花旗证券有限公司更名而来）；2022年3月1日至今，公司主办券商为国泰君安证券股份有限公司。

（三）报告期内年报审计机构及其变动情况

报告期内，公司年报审计机构均为天健会计师事务所（特殊普通合伙），未发生变更。

（四）股票交易方式及其变更情况

2016年8月15日，公司股票在全国股转系统挂牌公开转让，公司股票交易方式为协议转让。2018年1月15日，公司股票交易方式由协议转让变更为集合竞价转让。

（五）报告期内发行融资情况

报告期内，公司进行了一次股票发行，具体情况如下：

2021年11月11日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过了《关于〈杭州美登科技股份有限公司股票定向发行说明书〉的议案》，同意拟定向发行股票941,500股，发行对象为核心员工吕兰兰、潘婷婷、徐靓依、邓鋈、潘若鹏、姚甜、陈晓燕、李真、厉成、林楠、李兵、赵静、徐婉莹、李璐慧、金思思、陈小英、陈燕琳、张婧、梁娅媚、张莉晶、林丽倩、张璐、陈贤栋、王逸群、王罗刚、吕欣磊、徐晨阳、韩雪、侯福茂、姜伟力、张安征、吕林蓬、胡天允、夏伟、韩风宁、张攀峰、张伟、刘露露、潘飞、纪华丽、左丽伟及孙洪燕共42名自然人。本次发行募集资金总额为18,830,000元，用于补充流动资金及偿还银行贷款。

2021年11月26日，公司收到股转公司出具的《关于对杭州美登科技股份有限公司股票定向发行无异议的函》（股转系统函〔2021〕3871号）。

天健会计师对本次股票发行认缴资金进行了验资，并于2021年12月16日出具了“天健验〔2021〕758号”《验资报告》，确认募集资金合计18,830,000元已全部出资到位。

2022年1月5日，本次定向发行新增股份在全国股转系统挂牌并公开转让。

（六）报告期内重大资产重组情况

2020年，公司以现金对价收购威海领新100%股权，交易购买的资产总额占公司2019年末资产总额的82.45%，交易购买的资产净额占公司2019年末资产净额的87.94%，构成非上市公司重大资产重组。

1、交易的审批及实施情况

2020年4月14日，公司召开了第二届董事会第四次会议，审议通过了与本次重组相关的议案。同日，威海领新股东会作出决议，同意了上述股权转让事宜。2020年6月8日，本次重组的信息披露文件通过了股转公司的审查备案。2020年6月29日，公司召开了2019年年度股东大会，审议通过了与本次重组相关的议案。

2020年6月29日，交易双方完成了标的资产过户。截至2021年12月31日，本次重组的交易价款已全部支付完毕，最终交易对价为10,333.40万元。

综上，截至2021年末，重组相关事项已全部实施完毕。

2、交易对公司业务的影响

重组交易的标的公司为威海领新，该公司主要从事订单管理服务，面向的客户同样为电商平台内的商户。公司通过收购威海领新100%股权，在原有营销管理服务的基础上，新增订单管理服务，同时可以充分利用自身及威海领新的客户资源，助力现有业务和新增业务的快速发展，具有业务协同效应。

3、交易对公司管理及股权结构的影响

重组交易前，公司已严格按照《公司法》《证券法》等相关法律法规及规章制度的规定，建立了规范的法人治理结构和独立运营的公司管理体制，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》及相关内控制度。

重组交易对价全部以现金方式支付。交易完成后，公司法人治理结构及内部控制制度未发生重大变化，公司股权结构亦未发生变化。重组交易不影响公司治理结构的有效运作，亦未对公司治理结构构成不利影响。

4、交易对公司经营业绩的影响

上述交易的实施有利于提高公司持续经营能力，不存在可能导致公司重组后主要资产为现金或者无具体经营业务的情形。交易完成后，公司财务状况、盈利能力、经营业绩得到了提升，不存在损害股东合法权益的情形。

（七）报告期内控制权变动情况

报告期内，公司控制权未发生变动。

（八）报告期内股利分配情况

1、母公司美登科技股利分配情况

（1）2019年股利分配情况

2019年9月10日，公司召开2019年第一次临时股东大会，审议通过了《关于以未分配利润向股东分派现金股利的议案》，以总股本30,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金6.67元（含税）。2019年9月27日，本次现金股利分派完毕。

（2）2020年股利分配情况

2020年9月14日，公司召开2020年第二次临时股东大会，审议通过了《关于以未分配利润向股东分派现金股利的议案》，以总股本30,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金5.00元（含税）。2020年10月14日，本次现金股利分派完毕。

（3）2021年股利分配情况

2021年9月14日，公司召开2021年第一次临时股东大会，审议通过了《关于以未分配利润向股东分派现金股利的议案》，以总股本30,000,000股为基数，向全体股东每10股派人民币现金5.00元（含税）。2021年9月30日，本次现金股利分派完毕。

2、子公司威海领新股利分配情况

（1）股利分配情况

2019年5月17日，威海领新召开股东会，全体股东一致同意对2019年可供分配利润中的180万元进行分配。

2019年9月13日，威海领新召开股东会，全体股东一致同意对2019年可供分配利润中的300万元进行分配。

2019年11月12日，威海领新召开股东会，全体股东一致同意对2019年可供分配利润中的720万元进行分配。

2019年12月12日，威海领新召开股东会，全体股东一致同意对2019年可供分配利润中的3,050万元进行分配。

2021年3月11日，威海领新召开股东会，全体股东一致同意对2020年可供分配利润中的

2,100 万元进行分配。

(2) 发行人公司章程等制度中的分红条款

根据发行人股东大会审议通过的发行后适用的《公司章程（草案）》和《杭州美登科技股份有限公司利润分配管理制度（北交所上市后适用）》，公司原则上每年进行一次现金分红，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求提议进行中期现金分红。

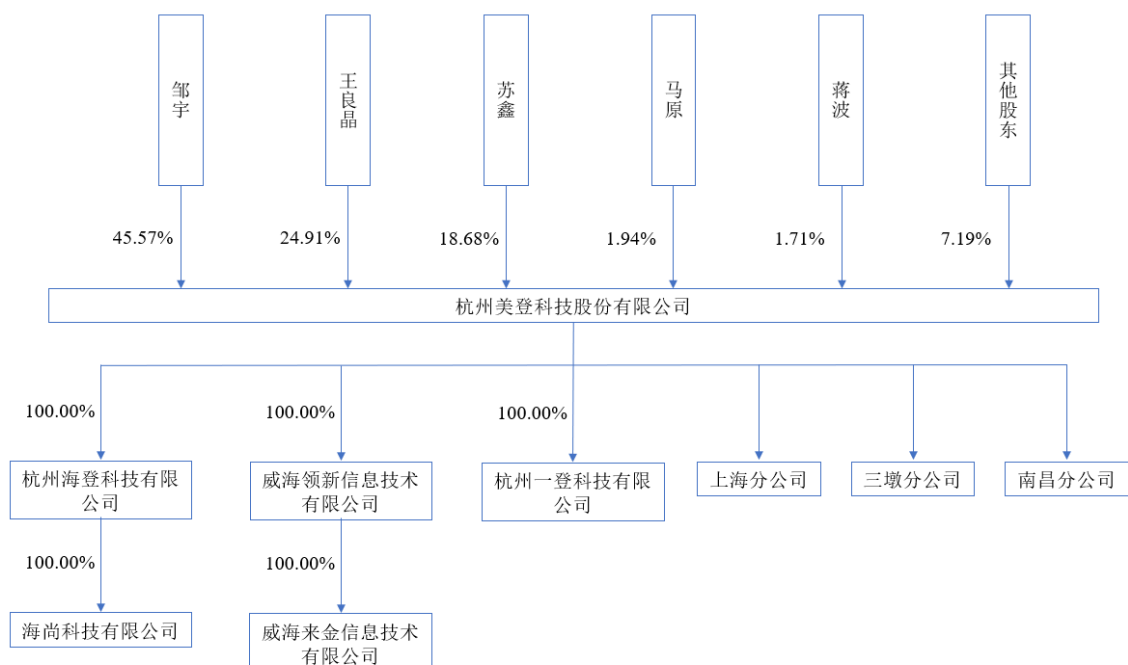
(3) 威海领新的财务管理制度及公司章程中的分红条款

威海领新为发行人的全资子公司，为确保发行人上市后利润分配政策的实现，威海领新 2022 年 7 月 15 日修订了《公司章程》中关于利润分配的条款。

威海领新修订后的章程明确规定“公司的利润分配应重视对股东的合理投资回报。公司原则上每年进行一次现金分红，公司每年以现金方式分配的利润不少于每年实现的年均可分配利润的 40%。”

三、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，公司股权结构情况如下：



四、发行人股东及实际控制人情况

（一）控股股东、实际控制人情况

截至本招股说明书签署日，公司董事长邹宇先生直接持有公司 45.57%的股份，为公司的控股股东及实际控制人。报告期内，公司控股股东及实际控制人未发生变化。

邹宇，男，1987 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：370105198709*****，本科学历，2008 年 7 月毕业于华东理工大学数学与应用数学专业。2008 年 8 月至 2010 年 1 月，担任微软（中国）有限公司上海分公司研发工程师；2010 年 2 月至 2010 年 8 月，担任北京创新工场投资中心软件开发工程师；2010 年 8 月至 2011 年 5 月，担任北京风灵创景科技有限公司项目经理；2011 年 6 月至 2014 年 12 月，担任北京万维商联科技有限公司执行董事；2013 年 12 月至 2015 年 12 月，担任美登有限技术总监；2015 年 7 月至 2015 年 12 月，兼任美登有限执行董事、总经理；2015 年 12 月至 2022 年 1 月，担任公司董事长兼总经理；2022 年 1 月至今，担任公司董事长。

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人持有公司的股份不存在质押及其他争议的情况。

（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东

1、王良品

截至本招股说明书签署日，王良品持有公司 24.91%股份。

王良品，男，1986 年 10 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：371327198610*****，本科学历，毕业于华中科技大学测控技术与仪器专业。2008 年 6 月至 2009 年 9 月，担任淘宝（中国）软件有限公司研发工程师；2009 年 10 月至 2011 年 5 月，担任网易有道信息技术（北京）有限公司高级开发工程师；2011 年 6 月至 2013 年 12 月，担任北京万维商联科技有限公司工程师；2014 年 1 月至 2015 年 12 月，担任美登有限工程师、监事；2015 年 12 月至今，担任公司董事；2017 年 12 月至今，担任公司副总经理。

2、苏鑫

截至本招股说明书签署日，苏鑫持有公司 18.68%股份。

苏鑫，男，1985 年 5 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，身份证号码为：150102198505*****，本科学历，毕业于北京师范大学计算机科学与技术专业。2008 年 6 月至 2011 年 5 月为自由职业；2011 年 5 月至 2014 年 1 月，担任北京万维商联科技有限公司工程师；

2014年1月至2015年12月，担任美登有限研发工程师；2015年12月至今，担任公司董事。

（三）发行人的股份存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况

截至本招股说明书签署日，发行人的股份不存在涉诉、质押、冻结或其他有争议的情况。

（四）控股股东、实际控制人所控制的其他企业情况

除发行人及其子公司外，公司控股股东、实际控制人邹宇不存在控制其他企业的情况。

五、发行人股本情况

（一）本次发行前后的股本结构情况

截至本招股说明书签署日，公司总股本 30,941,500 股，公司本次公开发行股票数量为 8,000,000 股（未考虑超额配售选择权的情况下），占发行后总股本的 20.54%；或不超过 9,200,000 股（全额行使本次股票发行的超额配售选择权的情况下），占发行后总股本的 22.92%。

（二）本次发行前公司前十名股东情况

序号	股东姓名/名称	持股数量 (万股)	股权比例 (%)	股份性质	限售情况
1	邹宇	1,409.91	45.57%	境内自然人	限售
2	王良晶	770.84	24.91%	境内自然人	限售
3	苏鑫	578.13	18.68%	境内自然人	限售
4	马原	60.00	1.94%	境内自然人	限售
5	蒋波	53.00	1.71%	境内自然人	非限售
6	叶文	37.78	1.22%	境内自然人	非限售
7	黄鋆	34.63	1.12%	境内自然人	非限售
8	涂莹	32.03	1.04%	境内自然人	非限售
9	王逸群	18.00	0.58%	境内自然人	非限售
10	王罗刚	14.00	0.45%	境内自然人	非限售
11	现有其他 股东	85.72	2.78%	境内自然人	-
	合计	3,094.15	100.00%	-	-

(三) 其他披露事项

无。

六、股权激励等可能导致发行人股权结构变化的事项

公司不存在股权激励及相关安排，公司控股股东、实际控制人不存在与其他股东签署特殊投资约定等可能导致股权结构变化的事项。

七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况

(一) 公司一级子公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 3 家全资一级子公司，无参股公司。

序号	子公司名称
1	杭州海登科技有限公司
2	威海领新信息技术有限公司
3	杭州一登科技有限公司

1、杭州海登科技有限公司

(1) 基本情况

企业名称	杭州海登科技有限公司
统一社会信用代码	91330105MA2HY0AB5Q
成立日期	2020年6月3日
营业期限	2020年6月3日至2040年6月2日
注册地址/主要生产经营地	浙江省杭州市西湖区紫荆花北路188号1幢1202室
法定代表人	王良品
注册资本	10.00万元人民币
实收资本	0.20万元人民币
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
股东情况	公司持股100%
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；网络技术服务；企业管理；市场营销策划；广告设计、代理；广告制作；广告发布（非广播电台、电视台、报刊出版单位）；专业设计服务（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。

主营业务及其与发行人主营业务的关系	未实际开展经营
主要产品（或服务）	-

(2) 主要财务数据

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年
总资产（元）	627.01	1,259.65
净资产（元）	627.01	1,259.65
营业收入（元）	-	-
营业成本（元）	-	-
净利润（元）	-632.64	-740.35

注：以上数据经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、威海领新信息技术有限公司

(1) 基本情况

企业名称	威海领新信息技术有限公司
统一社会信用代码	91371000MA3CA8UM0U
成立日期	2016年5月9日
营业期限	2016年5月9日至2036年5月8日
注册地址/主要生产经营地	山东省威海市高区火炬路-196号
法定代表人	王逸群
注册资本	100万元人民币
实收资本	100万元人民币
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
股东情况	公司持股 100%
经营范围	计算机软硬件的开发、销售,信息系统集成研发与销售,信息技术咨询与服务,技术转让。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为电商商家提供订单管理软件及服务，为公司主营业务的重要组成部分
主要产品（或服务）	订单管理软件产品及服务

(2) 主要财务数据

项目	2022年6月30日/2022年1-6月	2021年12月31日/2021年
总资产（元）	53,209,162.46	37,762,757.39
净资产（元）	48,421,443.98	32,874,688.25
营业收入（元）	28,969,873.40	53,039,988.75

营业成本（元）	7,454,200.29	15,150,704.87
净利润（元）	15,546,755.73	27,556,553.10

注：以上数据经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

1) 2019年、2020年威海领新利润表主要项目

单位：万元

项目	2020年度	2019年度
营业收入	4,674.50	3,746.44
营业成本	1,236.76	1,178.94
销售费用	59.91	29.48
管理费用	151.88	251.33
研发费用	490.21	427.75
财务费用	-1.66	-39.23
净利润	2,394.84	1,723.15

2) 备考报表

①备考合并资产负债表主要项目

单位：万元

项目	2020年12月31日	2019年12月31日
应收账款	795.78	701.91
预付款项	415.40	283.09
固定资产	3,951.24	4,060.08
无形资产	1,289.70	1,515.81
商誉	7,294.71	7,294.71
资产总计	18,831.36	24,329.02
应付账款	6.01	0.05
预收款项	127.78	284.74
合同负债	242.90	0.00
其他应付款	3,266.89	11,440.27
负债合计	5,570.30	12,898.86
所有者权益合计	13,261.06	11,430.16
负债和所有者权益总计	18,831.36	24,329.02

②备考合并利润表主要项目

单位：万元

项目	2020 年度	2019 年度
营业收入	11,633.04	10,708.81
营业成本	3,204.04	3,143.71
销售费用	210.54	132.03
管理费用	995.77	902.41
研发费用	2,024.48	1,673.16
财务费用	9.5	-135.01
净利润	4,393.92	4,637.38

3) 报告期内威海领新净利润贡献比例

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日 /2022 年半年度	2021 年 12 月 31 日 /2021 年度	2020 年 12 月 31 日 /2020 年度	2019 年 12 月 31 日 /2019 年度
威海领新净利润	1,554.73	2,755.68	2,394.84	1,723.15
美登科技(备考) 合并报表净利润	2,162.07	4,834.24	4,393.92	4,637.38
占比	71.91%	57.00%	54.50%	37.16%

报告期内，威海领新净利润占美登科技（备考）合并报表净利润的比重逐年上升，主要系我打产品收入呈现较快的增长趋势，同时毛利率保持稳定。报告期内我打产品收入分别为 3,697.67 万元、4,625.89 万元、5,218.00 万元和 2,839.57 万元。我打产品收入的增长主要系该产品主要功能订单批量处理及打单发货，产品定位为解决电商商家的刚性需求，不同规模、不同等级、不同产品类目的电商商家可根据其需求使用我打产品。近年来，国内电子商务市场的蓬勃发展，拼多多、抖音和快手等新兴电商平台不断崛起，威海领新抓住新兴平台发展的机遇，向多平台发展。随着上述新兴平台商家用户数量不断增长，我打产品用户数量也呈现较快的增长趋势；另外一方面，公司自收购威海领新后，对我打系列产品进行了业务整合，引入美折的相关产品运营及开发经验，进一步提升我打产品的市场竞争力。因此，我打产品收入呈现快速增长。

3、杭州一登科技有限公司

(1) 基本情况

企业名称	杭州一登科技有限公司
统一社会信用代码	913301063418508473
成立日期	2015 年 6 月 30 日
营业期限	2015 年 6 月 30 日至 2035 年 6 月 29 日
注册地址/主要生产经营地	浙江省杭州市西湖区紫荆花北路 188 号 1 幢 1201 室

法定代表人	王良品
注册资本	200 万元人民币
实收资本	20 万元人民币
企业类型	有限责任公司（自然人投资或控股的法人独资）
股东情况	公司持股 100%
经营范围	计算机软硬件、网络技术的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让;企业管理咨询;企业营销策划;设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告发布);模型设计;工艺美术品设计。(依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动)
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为抖音、快手等平台的电商商家提供电商 SaaS 软件及服务,为公司主营业务的组成部分
主要产品(或服务)	电商 SaaS 软件及服务

(2) 主要财务数据

项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年
总资产(元)	412,450.60	197,435.22
净资产(元)	289,471.30	170,125.96
营业收入(元)	172,411.63	87,071.75
营业成本(元)	130,330.22	71,316.04
净利润(元)	19,345.34	-16,467.97

注：以上数据经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

(二) 公司二级子公司情况

截至本招股说明书签署日，发行人拥有 2 家二级子公司。

序号	子公司名称
1	威海来金信息技术有限公司
2	海尚科技有限公司

1、威海来金信息技术有限公司

(1) 基本情况

企业名称	威海来金信息技术有限公司
统一社会信用代码	91371000MA3PGK0M7J
成立日期	2019 年 4 月 8 日
营业期限	2019 年 4 月 8 日至无固定期限
注册地址/主要生产经营地	山东省威海市火炬高技术产业开发区火炬路 196 号

法定代表人	王逸群
注册资本	20 万元人民币
实收资本	20 万元人民币
企业类型	有限责任公司（非自然人投资或控股的法人独资）
股东情况	公司全资子公司威海领新持股 100%
经营范围	计算机软硬件的开发、销售；信息系统集成研发与销售；信息技术咨询与服务、技术转让。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）
主营业务及其与发行人主营业务的关系	为电商商家提供电商 ERP 软件及服务
主要产品（或服务）	ERP 软件及服务

（2）主要财务数据

项目	2022 年 6 月 30 日/2022 年 1-6 月	2021 年 12 月 31 日/2021 年
总资产（元）	556,248.70	431,205.69
净资产（元）	14,536.40	14,024.39
营业收入（元）	22,523.73	29,060.46
营业成本（元）	21,817.24	28,945.53
净利润（元）	512.01	-185,379.66

注：以上数据经天健会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

2、海尚科技有限公司

（1）基本情况

企业名称	海尚科技有限公司
英文名称	SEA UP LIMITED
商业登记证号	72297360-000
成立日期	2020 年 10 月 12 日
注册地址	香港新界葵涌大连排道 42-46 号贵盛工业大厦二期 1 楼 H29 室
注册资本	10 万港币
企业类型	私人股份有限公司
股东情况	公司全资子公司杭州海登持股 100%
经营范围	计算机软硬件、网络技术开发、技术咨询、技术服务、成果转让
主营业务及其与发行人主营业务的关系	未实际开展经营
主要产品（或服务）	-

（2）主要财务数据

海尚科技有限公司自设立后未实际开展经营。

(三) 公司分公司情况

截至本招股说明书签署日，公司拥有 3 家分公司。

1、杭州美登科技股份有限公司上海分公司

企业名称	杭州美登科技股份有限公司上海分公司
统一社会信用代码	91310109MA1G5HH800
成立日期	2018 年 5 月 29 日
注册地址	上海市虹口区海宁路 137 号 7 层（集中登记地）
负责人	邹宇
经营范围	从事计算机、网络信息科技专业领域内的技术开发、技术转让、技术咨询、技术服务,网络技术开发,软件设计开发。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

2、杭州美登科技股份有限公司三墩分公司

企业名称	杭州美登科技股份有限公司三墩分公司
统一社会信用代码	91330105MA2H0L5G6W
成立日期	2019 年 11 月 15 日
注册地址	浙江省杭州市西湖区紫荆花北路 188 号 1 幢 1203 室
负责人	邹宇
经营范围	计算机软硬件、网络技术的技术开发、技术咨询、技术服务、成果转化;企业管理咨询;企业营销策划;设计、制作、代理、发布国内广告(除网络广告);模型设计;工艺美术设计。（依法须经批准的项目,经相关部门批准后方可开展经营活动）

3、杭州美登科技股份有限公司南昌分公司

企业名称	杭州美登科技股份有限公司南昌分公司
统一社会信用代码	91360104MA7FDKTJ9L
成立日期	2022 年 1 月 26 日
注册地址	江西省南昌市青云谱区新溪桥东二路 99 号南昌保利中航城 J14-3#a 楼南楼 2-008 室
负责人	丁叶
经营范围	一般项目：技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广，企业管理咨询，市场营销策划，广告设计、代理，广告发布，专业设计服务（除许可业务外，可自主依法经营法律法规非禁止或限制的项目）

八、董事、监事、高级管理人员情况

(一) 董事、监事、高级管理人员的简要情况

1、董事

截至本招股说明书签署日，公司董事会由 7 名董事组成，其中包括 3 名独立董事。公司现任董事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	邹宇	董事长	2022.07-2025.07
2	王良品	董事	2022.07-2025.07
3	苏鑫	董事	2022.07-2025.07
4	马原	董事	2022.07-2025.07
5	王肇辉	独立董事	2022.07-2025.07
6	石磊	独立董事	2022.07-2025.07
7	陈磊	独立董事	2022.07-2025.07

(1) 邹宇，参见本节“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（一）控股股东、实际控制人情况”。

(2) 王良品，参见本节“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

(3) 苏鑫，参见本节“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

(4) 马原，男，1985 年 9 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，毕业于复旦大学经济学专业。2011 年 7 月至 2014 年 12 月，担任国泰君安证券股份有限公司并购融资部助理董事；2015 年 1 月至 2022 年 1 月，担任公司财务总监，2015 年 12 月至 2022 年 1 月，兼任公司董事、董事会秘书；2022 年 1 月至今，担任公司董事、总经理。

(5) 王肇辉，男，1978 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于中国地质大学石油工程专业。2001 年 1 月至 2009 年 5 月，担任中国大学生杂志社记者；2009 年 5 月至 2011 年 1 月，担任英诺维申（北京）软件开发有限公司公关负责人；2011 年 1 月至 2015 年 7 月，担任北京创新方舟科技有限公司公关负责人；2015 年 9 月至 2016 年 4 月，担任创新工场（北京）企业管理股份有限公司董事、副总经理；2016 年 7 月至今，担任厦门如川投资管理有限公司执行董事兼总经理。王肇辉于 2017 年 10 月起担任公司独立董事。

(6) 石磊，男，1958 年 1 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，毕业于上海社

会科学院。1993年进入复旦大学工作至今，曾担任复旦大学中国经济研究中心主任、复旦大学党委宣传部部长、复旦大学经济学院党委书记，现任公共经济研究中心主任。石磊于2020年6月起担任公司独立董事。

(7) 陈磊，男，1983年9月出生，中国国籍，无境外永久居留权，博士学历，毕业于荷兰马斯特里赫特大学。2012年11月至2014年7月，担任伦敦政治经济学院会计系博士后研究员；2014年8月至2015年1月，担任西南财经大学会计系助理教授；2015年2月至2021年1月，担任西南财经大学会计系副教授；2021年至今，担任西南财经大学会计系教授。陈磊于2022年4月起担任公司独立董事。

2、监事

公司监事会由3名监事组成，其中职工代表监事1名。公司现任监事的基本情况如下：

序号	姓名	职务	任期
1	吕兰兰	职工代表监事、监事会主席	2022.07-2025.07
2	潘婷婷	监事	2022.07-2025.07
3	高晓虎	监事	2022.07-2025.07

(1) 吕兰兰，女，1990年7月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于浙江科技学院自动化专业。2013年12月至今，任职于公司，历任客服部客服、产品部运营专员，目前担任公司监事会主席、职工代表监事、高级产品经理。

(2) 潘婷婷，女，1991年8月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，毕业于杭州电子科技大学通信工程专业。2013年7月至2014年1月，任职于浙江杭嘉湖软件公司，担任研发工程师；2014年2月至今，任职于公司，担任产品部产品经理，目前担任公司监事。

(3) 高晓虎，男，1981年2月出生，中国国籍，无境外永久居留权，硕士学历，毕业于中国传媒大学新闻传播学专业。2007年7月至2008年4月，任职于北京易观网络信息咨询有限公司，担任分析师；2008年4月至2011年2月，任职于阿里巴巴（中国）有限公司，担任高级分析师；2011年2月至今，任职于北京创新方舟科技有限公司，担任风险投资基金部门负责人；2017年10月至今，担任公司监事。

3、高级管理人员

公司现有3名高级管理人员，由董事会聘任，任期同董事会任期一致。

序号	姓名	职务	任期
1	马原	总经理	2022.07-2025.07
2	王良晶	副总经理	2022.07-2025.07
3	徐靓依	财务总监、董事会秘书	2022.07-2025.07

(1) 马原，参见本节“八、董事、监事、高级管理人员情况”之“(一) 董事、监事、高级管理人员的简要情况”之“1、董事”。

(2) 王良品，参见本节“四、发行人股东及实际控制人情况”之“(二) 持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”。

(3) 徐靓依，女，1985 年 11 月出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科毕业于浙江大学数学系，硕士研究生毕业于浙江工业大学国际贸易学专业。2011 年 4 月至 2012 年 8 月，任职于中国银行开元支行，担任清算员；2012 年 9 月至 2013 年 4 月，任职于杭州飘哲电子科技有限公司，担任综合管理部行政人员；2013 年 5 月至 2013 年 8 月，任职于华西证券杭州学院路营业部，担任理财经理；2013 年 9 月至 2014 年 6 月，任职于杭州祺汇财务管理有限公司，担任管理咨询部主管；2014 年 7 月至 2017 年 10 月，任职于公司，担任财务专员；2017 年 11 月至 2021 年 12 月，任职于公司，担任财务经理；2022 年 1 月至今，任职于公司，担任财务总监、董事会秘书。

(二) 直接或间接持有发行人股份的情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员及其近亲属直接或间接持有公司股份的情况具体如下表所示：

姓名	持股情况
邹宇	直接持有公司 14,099,104 股，即 45.57% 的股份
王良品	直接持有公司 7,708,416 股，即 24.91% 的股份
苏鑫	直接持有公司 5,781,313 股，即 18.68% 的股份
马原	直接持有公司 600,039 股，即 1.94% 的股份
吕兰兰	直接持有公司 82,152 股，即 0.27% 的股份
潘婷婷	直接持有公司 43,865 股，即 0.14% 的股份
徐靓依	直接持有公司 88,937 股，即 0.29% 的股份

上述所持股份不存在涉诉、质押或冻结情况。

(三) 对外投资情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员的对外投资情况如下：

姓名	发行人处任职	对外投资企业	持股数量(万股)	持股比例
石磊	独立董事	杭州幕席茶业有限公司	180.00	30.00%
王肇辉	独立董事	北京创新方舟科技有限公司	1,409.52	40.27%

	青岛即美企业管理中心（有限合伙）	15.00	15.00%
	创新工厂（北京）企业管理股份有限公司	167.30	3.46%

截至本招股说明书签署日，发行人董事、监事、高级管理人员不存在与发行人业务相关的对外投资情况。

（四）其他披露事项

1、董事、监事、高级管理人员的兼职情况

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员在发行人及其子公司、分公司以外的其他单位兼职情况如下：

姓名	兼职单位	兼职职务	兼职单位与本公司关系
石磊	交通银行股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
	上海优宁维生物科技股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
	上海联众网络信息股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
	复旦大学	教授、公共经济研究中心主任	无其他关联关系
王肇辉	北京创新方舟科技有限公司	监事	无其他关联关系
	北京灵光闪现科技有限公司	监事	无其他关联关系
	西峡膳田食品科技有限公司	监事	无其他关联关系
	北京极创引力文化传媒有限公司	董事	无其他关联关系
	北京天铖乐邻文化传媒有限公司	董事	无其他关联关系
	北京陌离科技有限公司	董事	无其他关联关系
	北京采邑科技有限公司	董事	无其他关联关系
	北京娜迦海妖科技有限公司	董事	无其他关联关系
	北京山海春秋商贸有限公司	董事	无其他关联关系
	厦门如川投资管理有限公司	执行董事兼总经理	无其他关联关系
	深圳市海普瑞药业集团股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
	北京磨铁文化集团股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
陈磊	四川科志人防设备股份有限公司	独立董事	无其他关联关系
	西南财经大学	教授	无其他关联关系
高晓虎	红点科技（北京）有限公司	董事	无其他关联关系
	杭州一骑轻尘信息技术有限公司	董事	无其他关联关系
	杭州漫韵投资管理有限公司	董事	无其他关联关系

北京速游互动科技发展有限公司	董事	无其他关联关系
广州轩意网络科技有限公司	董事	无其他关联关系
北京雄孩子传媒科技有限公司	董事	无其他关联关系
南京米漫文化传媒有限责任公司	董事	无其他关联关系
成都艾尔平方文化传播有限公司	董事	无其他关联关系
北京好物时代科技有限公司	董事	无其他关联关系
上海映霸文化传播有限公司	董事	无其他关联关系
上海极世网络科技有限公司	董事	无其他关联关系

2、董事、监事、高级管理人员相互之间的亲属关系

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员之间不存在亲属关系。

3、董事、监事、高级管理人员的薪酬情况

(1) 董事、监事、高级管理人员的薪酬组成、确定依据

公司董事、监事、高级管理人员的薪酬以公司经营与综合管理情况为基础，根据经营计划完成情况、分管工作职责及工作目标完成情况、个人履职及发展情况相结合进行综合考核确定薪酬。独立董事领取独立董事津贴。

公司高级管理人员实行基于岗位和绩效的薪酬制度，其薪酬由基本工资和绩效工资两部分构成。基本工资结合其教育背景、从业经验、工作年限、岗位责任、行业薪酬水平等固定指标给定，按固定薪资逐月发放；绩效工资以年度经营目标为考核基础，根据每年实现效益情况以及高管人员工作业绩完成情况核定。

(2) 报告期内薪酬总额占各期公司利润总额的比重

公司董事、监事、高级管理人员报告期内薪酬总额占各期公司利润总额的比重情况如下：

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
薪酬总额（万元）	91.10	162.58	154.88	137.59
利润总额（万元）	2,438.90	5,476.12	3,871.71	3,455.55
占比（%）	3.74	2.97	4.00	3.98

4、董事、监事、高级管理人员变动情况

(1) 公司报告期内，董事变动情况及变动原因

时间	成员	职位	董事会人数	变动原因
2019.01-2020.6	邹宇	董事长	7	-
	王良晶	董事		

	苏鑫	董事		
	马原	董事		
	蔡宁	独立董事		
	王肇辉	独立董事		
	李研珠	独立董事		
2020.6-2022.04	邹宇	董事长	7	李研珠于 2020 年 6 月因个人原因辞去公司独立董事职务；石磊自 2020 年 6 月起担任公司独立董事
	王良晶	董事		
	苏鑫	董事		
	马原	董事		
	蔡宁	独立董事		
	王肇辉	独立董事		
	石磊	独立董事		
2022.04-2022.06	邹宇	董事长	7	蔡宁于 2022 年 4 月因个人原因辞去公司独立董事职务；陈磊自 2022 年 4 月起担任公司独立董事
	王良晶	董事		
	苏鑫	董事		
	马原	董事		
	王肇辉	独立董事		
	石磊	独立董事		
	陈磊	独立董事		

(2) 公司报告期内，监事变动情况及变动原因

时间	成员	职位	监事会人数	变动原因
2019.01-2019.05	吕兰兰	监事会主席	3	-
	高晓虎	监事		
	桑淑芳	监事		
2019.05-2022.06	吕兰兰	监事会主席	3	桑淑芳于 2019 年 5 月换届离任，潘婷婷自 2019 年 5 月起担任公司监事
	高晓虎	监事		
	潘婷婷	监事		

(3) 公司报告期内，高级管理人员变动情况及变动原因

时间	成员	职位	高级管理人员人数	变动原因
2019.01-2022.01	邹宇	总经理	3	-
	王良晶	副总经理		
	马原	董事会秘书、财务总监		

2022.01-2022.06	马原	总经理	3	邹宇因个人原因辞去公司总经理职务；马原因工作调整辞去公司董事会秘书、财务总监职务，任公司总经理；徐靓依任董事会秘书、财务总监
	王良晶	副总经理		
	徐靓依	董事会秘书、财务总监		
(4) 公司报告期末截止至今，董事、监事、高级管理人员变动情况及变动原因				
报告期末截止至今，公司董事、监事、高级管理人员未发生变动。				

九、重要承诺

(一) 与本次公开发行有关的承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
控股股东、实际控制人、持股董监高、持股 5%以上的股东	2022 年 5 月 30 日	--	股份限售、减持安排及股份自愿锁定的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人、董事(独立董事除外)、高级管理人员	2022 年 5 月 30 日	--	稳定股价的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员	2022 年 5 月 30 日	--	填补被摊薄即期回报的措施及承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员、持股 5%以上股东	2022 年 5 月 30 日	--	减少和规范关联交易的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 30 日	--	避免同业竞争的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 30 日	--	社会保险、住房公积金承担补缴责任的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 30 日	--	租赁房屋备案事项的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人	2022 年 5 月 30 日	--	欺诈发行上市的股份回购承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员	2022 年 5 月 30 日	--	利润分配政策的承诺	详见本节“九、重要承诺”之“(二)承诺具体内容”
发行人、控股股东、实际	2022 年 5	--	未履行承诺	详见本节“九、重要承

控制人、董事、监事、高级管理人员	月 30 日		的约束措施	诺”之“（二）承诺具体内容”
------------------	--------	--	-------	----------------

（二）承诺具体内容

1、关于股份限售、减持安排及股份自愿锁定的承诺函

（1）控股股东、实际控制人的承诺

自发行人股票在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人在北交所上市前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。若因美登科技进行权益分派等导致本人直接持有美登科技股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人承诺向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，股份锁定期满后，本人如担任公司董事、监事、高级管理人员的，任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。

本人在股份锁定期满后两年内减持的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照北交所的有关规定作复权处理）不低于发行价，减持的股份总额不超过法律、法规、规章及规范性文件的规定限制；减持前本人应提前将减持意向通知公司，并由公司按照相关规定予以公告。上述减持股份数额不包含本人在此期间增持的股份。

本人通过集中竞价交易减持其所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：1）在首次卖出股份的 15 个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过 6 个月；2）拟在 3 个月内卖出股份总数超过公司股份总数 1%的，除按照第 1）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的 30 个交易日前预先披露减持计划；3）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；4）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。本人通过北交所和全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份的除外。

如《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等有关法律法规规定或中国证监会和北京证券交易所对本人持有的美登科技的股份之锁定、减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

如未履行上述承诺出售股票，本人将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴发行人所有。如果因本人未履行上述承诺事项给美登科技或者其他投资者造成损失的，本人将向美登科技或者其他投资者依法承担赔偿责任。

本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

(2) 董事、监事、高级管理人员的承诺

自发行人股票在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人已直接或间接持有的发行人在北交所上市前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。若因美登科技进行权益分派等导致本人直接持有美登科技股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，本人持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人应当向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，在担任公司董事、监事和/或高级管理人员期间，任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。

本人在股份锁定期满后两年内减持的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照北交所的有关规定作复权处理）不低于发行价，减持的股份总额不超过法律、法规、规章及规范性文件的规定限制；减持前本人应提前将减持意向通知公司，并由公司按照相关规定予以公告。上述减持股份数额不包含本人在此期间增持的股份。

本人通过集中竞价交易减持其所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：1）在首次卖出股份的 15 个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过 6 个月；2）拟在 3 个月内卖出股份总数超过公司股份总数 1%的，除按照第 1）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的 30 个交易日前预先披露减持计划；3）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；4）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。

如《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等有关法律法规规定或中国证监会和北交所对本人持有的美登科技的股份之锁定、减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

如未履行上述承诺出售股票，本人将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴发行人所有。如果因本人未履行上述承诺事项给美登科技或者其他投资者造成损失的，本人将向美登科技或者其他投资者依法承担赔偿责任。

本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

(3) 持股 5%以上股东的承诺

自发行人股票在北交所上市之日起 12 个月内，本人不转让或者委托他人管理本人直接或间接持有的发行人在北交所上市前已发行的股份，也不由发行人回购该部分股份。若因美登科技进行

权益分派等导致本人直接持有美登科技股份发生变化的，本人仍将遵守上述承诺。

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，持有公司股票的锁定期限自动延长 6 个月。

本人承诺向公司申报所持有的公司的股份及其变动情况，股份锁定期满后，本人如担任公司董事、监事、高级管理人员的，任职期间每年转让的股份不超过本人直接或间接持有的公司股份总数的 25%；在离职后半年内，不转让所持有的本公司股份。

本人在股份锁定期满后两年内减持的，减持价格（如果因派发现金红利、送股、转增股本、增发新股等原因进行除权、除息的，按照北交所的有关规定作复权处理）不低于发行价，减持的股份总额不超过法律、法规、规章及规范性文件的规定限制；减持前本人应提前将减持意向通知公司，并由公司按照相关规定予以公告。上述减持股份数额不包含本人在此期间增持的股份。

本人通过集中竞价交易减持其所持有公司股份的，应当及时通知公司，并按照下列规定履行信息披露义务：1）在首次卖出股份的 15 个交易日前预先披露减持计划，每次披露的减持时间区间不得超过 6 个月；2）拟在 3 个月内卖出股份总数超过公司股份总数 1%的，除按照第 1）项规定履行披露义务外，还应当在首次卖出的 30 个交易日前预先披露减持计划；3）在减持时间区间内，减持数量过半或减持时间过半时，披露减持进展情况；4）在股份减持计划实施完毕或者披露的减持时间区间届满后及时公告具体减持情况。本人通过北交所和全国中小企业股份转让系统的竞价或做市交易买入公司股份的除外。

如《公司法》《证券法》《上市公司股东、董监高减持股份的若干规定》等有关法律法规规定或中国证监会和北京证券交易所对本人持有的美登科技的股份之锁定、减持出台了新的规定或措施，且上述承诺不能满足证券监管部门的相关要求时，本人承诺届时将按照相关规定出具补充承诺或重新出具新的承诺。

如未履行上述承诺出售股票，本人将该部分出售股票所取得的收益（如有），上缴发行人所有。如果因本人未履行上述承诺事项给美登科技或者其他投资者造成损失的，本人将向美登科技或者其他投资者依法承担赔偿责任。

本人不会因职务变更、离职等原因而放弃履行承诺。

2、稳定股价的承诺

（1）发行人的承诺

根据《中国证监会关于进一步推进新股发行体制改革的意见》的要求，就公司上市后三年内公司股价低于每股净资产时稳定公司股价的相关事宜，公司制定《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》（以下简称《上市后三年内稳定股价措施预案》），现公司对稳定股价作出如下承诺：

1) 本公司将切实遵守和执行《上市后三年内稳定股价措施预案》的内容并承担相应的法律责任。

2) 在启动股价稳定措施的前提条件满足时，本公司将按照《上市后三年内稳定股价措施预案》回购本公司股票，同时本公司也将遵照《北京证券交易所上市公司持续监管指引第4号——股份回购》等法律法规的条件下回购股份，不导致本公司股权分布不符合在北京证券交易所上市条件。

3) 在启动股价稳定措施的前提条件满足时，如本公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，本公司将在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，本公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

4) 自本公司股票在北京证券交易所上市之日起三年内，若本公司新聘任董事、高级管理人员的，本公司将要求该等新聘任的董事、高级管理人员履行本公司在北京证券交易所上市之日时董事、高级管理人员已作出的相应承诺。

(2) 控股股东、实际控制人的承诺

本人将根据公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

本人将根据公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中的相关规定，履行相关的各项义务。

若本人未履行稳定股价措施的，将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因，并向公司股东和社会公众投资者道歉；公司有权将与本人拟根据上述预案中增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，同时本人持有的公司股份不得转让，直至按承诺采取相应的稳定股价措施并实施完毕。

(3) 董事（独立董事除外）的承诺

本人将根据公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中的相关规定，在公司就回购股份事宜召开的董事会上，对回购股份的相关决议投赞成票。

本人将根据公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中的相关规定，履行相关的各项义务。

如本人属于公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中有增持义务的董事，且本人未根据该预案的相关规定

采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。同时，如非因不可抗力导致，公司有权将与本人拟根据《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。如因不可抗力导致，将尽快研究使投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

(4) 高级管理人员的承诺

本人将根据公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中的相关规定，履行相关的各项义务。

如本人属于公司股东大会批准的《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》中有增持义务的高级管理人员，且本人未根据该预案的相关规定采取稳定股价的具体措施，本人将在公司股东大会及中国证券监督管理委员会指定报刊上公开说明未采取稳定股价措施的具体原因并向公司股东和社会公众投资者道歉。同时，如非因不可抗力导致，公司有权将与本人拟根据《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年内稳定股价措施预案》增持股票所需资金总额相等金额的薪酬、应付现金分红予以暂时扣留，直至本人采取相应的稳定股价措施并实施完毕。如因不可抗力导致，将尽快研究使投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

3、填补被摊薄即期回报的措施及承诺

(1) 发行人的承诺

为降低本次公开发行摊薄公司即期回报的影响，公司将持续推进多项改善措施，提高公司日常运营效率，降低运营成本、提升公司经营业绩，具体措施如下：

“一、填补措施

1、加强研发、拓展业务，提高公司持续盈利能力

公司将贯彻研发、市场、营销网络建设等规划，实现主营业务的加速开拓和公司竞争力的全面提升。

公司将在巩固目前市场竞争地位的基础上，通过推动提升核心竞争力等战略，继续提升客户服务水平，加大市场开拓力度，拓展收入增长空间，进一步巩固和提升公司的市场竞争地位，实现公司营业收入的可持续增长。

产品优化与研发方面，通过持续优化升级现有软件产品和加大新产品的开发，不断提升公司产品/服务的核心竞争力，确立及加强公司在主营业务领域的优势地位。

2、加强内部管理、提升管理水平

公司将进一步完善内部控制，提升管理水平，严格控制费用支出，加大成本控制力度，提升经营效率和盈利能力。同时，公司将努力提升人力资源管理水平，完善和改进公司的薪酬制度，提高员工的积极性，并加大人才培养和优秀人才的引进力度，为公司的快速发展夯实基础。

3、强化募集资金管理，加快募投项目建设，提高募集资金使用效率

公司已按照法律法规、规范性文件及《公司章程（草案）》的规定制定了《募集资金管理制度》，对募集资金的专户存储、使用、用途变更、管理和监督等进行了明确的规定。为保障公司规范、有效地使用募集资金，本次募集资金到位后，公司董事会将持续监督公司对募集资金进行专项存储、保障募集资金用于募投项目的建设，配合监管银行和保荐机构对募集资金使用的检查和监督，确保募集资金合理规范使用，合理防范募集资金使用风险。

同时，公司也将抓紧募投项目的前期工作，统筹合理安排项目的投资建设，力争缩短项目建设期，实现募投项目的早日投产和投入使用。随着项目逐步实施，产能的逐步提高及市场的进一步拓展，公司的盈利能力将进一步增强，经营业绩将会显著提升，有助于填补本次发行对股东即期回报的摊薄。

4、完善利润分配机制、强化投资回报机制

公司已根据中国证监会的相关规定，制定了股东分红回报规划，并在《公司章程（草案）》中对分红政策进行了明确，确保公司股东的利益得到保护，强化投资者回报。

公司承诺将根据中国证监会、北京证券交易所后续出台的实施细则，持续完善填补被摊薄即期回报的各项措施。本公司如违反前述承诺，将及时公告违反的事实及原因，除因不可抗力或其他非归属于本公司的原因外，将向本公司股东和社会公众投资者道歉，同时向投资者作出补充承诺或替代承诺，以尽可能保护投资者的利益，并在本公司股东大会审议通过后实施补充承诺或替代承诺。”

（2）控股股东、实际控制人的承诺

在持续作为公司控股股东、实际控制人期间，不越权干预公司经营管理活动，不侵占公司利益。

切实履行公司制定的有关填补回报措施以及本人对此作出的任何有关填补回报措施的承诺，若本人违反该等承诺并给公司或投资者造成损失的，本人愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

自本承诺出具日至公司公开发行股票并在北京证券交易所上市实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，本人自愿接受中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出处罚或采取相关管理措施，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

(3) 董事、高级管理人员的承诺

承诺不无偿或以不公平条件向其他单位或者个人输送利益，也不采用其他方式损害公司利益。

承诺对本人的职务消费行为进行约束。

承诺不动用公司资产从事与履行职责无关的投资、消费行为。

承诺支持董事会或薪酬委员会制定的薪酬制度与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

承诺公司的股权激励（如有）的行权条件与公司填补回报措施的执行情况相挂钩。

自本承诺出具日至公司公开发行股票并在北京证券交易所上市实施完毕前，若中国证监会作出关于填补回报措施及其承诺的其他新的监管规定的，且上述承诺不能满足中国证监会该等规定时，本人承诺届时将按照中国证监会的最新规定出具补充承诺。

作为填补回报措施相关责任主体之一，若违反上述承诺或拒不履行上述承诺，本人将在股东大会及中国证监会指定报刊公开作出解释并道歉，本人自愿接受中国证监会和北京证券交易所等证券监管机构按照其制定或发布的有关规定、规则，对本人作出处罚或采取相关管理措施，若违反该等承诺并给公司或者投资者造成损失的，愿意依法承担对公司或者投资者的补偿责任。

4、减少和规范关联交易的承诺

(1) 控股股东、实际控制人的承诺

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员（“关系密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）不利用本人地位及控制性影响谋求美登科技及其控制的其他企业在业务合作等方面优于市场第三方的权利。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不利用本人地位及控制性影响谋求与美登科技及其控制的其他企业达成交易的优先条件。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不以低于或高于市场价格的条件与美登科技及其控制的企业进行交易，不会利用关联交易转移、输送利润，亦不利用关联交易从事任何损害美登科技及其控制的企业利益的行为。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将尽量避免或减少与美登科技及其控制的企业之间发生关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公

允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益。

本人承诺本人及本人所控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用美登科技及其下属子公司的资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，避免与美登科技及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，本人若违反本承诺约定的义务与责任，而给美登科技及其控制的企业或其他股东造成损失，本人将承担连带赔偿责任。

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东、实际控制人或公司董事、监事、高级管理人员之日终止。

(2) 董事、监事、高级管理人员的承诺

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员（“关系密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）不利用本人地位及控制性影响谋求美登科技及其控制的其他企业在业务合作等方面优于市场第三方的权利。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不利用本人地位及控制性影响谋求与美登科技及其控制的其他企业达成交易的优先条件。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不以低于或高于市场价格的条件与美登科技及其控制的企业进行交易，不会利用关联交易转移、输送利润，亦不利用关联交易从事任何损害美登科技及其控制的企业利益的行为。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将尽量避免或减少与美登科技及其控制的企业之间发生关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益。

本人承诺本人及本人所控制的其他企业将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用美登科技及其下属子公司的资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，避免与美登科技及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，本人若违反本承诺约定的义务与责任，而给美登科技及其控制的企业或其他股东造成损失，本人将承担连带赔偿责任。

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司董事、监事、高级管理人员之日终止。

(3) 持股 5%以上股东的承诺

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员（“关系密切的家庭成员”指配偶、父母及配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满 18 周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母）不利用本人地位及影响谋求美登科技及其控制的其他企业在业务合作等方面优于市场第三方的权利。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不利用本人地位及影响谋求与美登科技及其控制的其他企业达成交易的优先条件。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员不以低于或高于市场价格的条件与美登科技及其控制的企业进行交易，不会利用关联交易转移、输送利润，亦不利用关联交易从事任何损害美登科技及其控制的企业利益的行为。

本人承诺并促使本人控制的其他企业、与本人关系密切的家庭成员将尽量避免或减少与美登科技及其控制的企业之间发生关联交易；对于确有必要且无法避免的关联交易，均按照公平、公允和等价有偿的原则进行，交易价格按市场公认的合理价格确定，并按相关法律、法规以及规范性文件的规定履行交易审批程序及信息披露义务，切实保护公司及全体股东利益。

本人承诺本人及本人所控制的其他企业将不以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用美登科技及其下属子公司的资金，且将严格遵守中国证监会关于上市公司法人治理的有关规定，避免与美登科技及其下属子公司发生除正常业务外的一切资金往来。

本人将忠实履行上述承诺，并承担相应的法律责任，本人若违反本承诺约定的义务与责任，而给美登科技及其控制的企业或其他股东造成损失，本人将承担连带赔偿责任。

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再持有美登科技 5%以上股份之日终止。

5、避免同业竞争的承诺

控股股东、实际控制人的承诺：

截至本承诺函出具日，本人除美登科技及其子公司外，不存在控制其他企业的情况，亦不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与美登科技及其控制的企业相同、相似业务的情形。

在本人担任美登科技的控股股东、实际控制人或在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，本人及其控制的企业将不会在中国境内或境外采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与美登科技相同、相似或构成竞争的业务，也不会协助（包括但不限于提供技术支持、资金资助）、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与美登科技及其子公司相同、相似或构成实质竞争的业务。同时，本人将对本人控制的其他企业按本承诺函的内容进行

监督，并行使必要的权利，促使其按照本承诺函履行不竞争的义务，并对其不履行义务产生后果承担连带责任。

如美登科技认定本人及本人控制的其他企业、正在或将要从事的业务与美登科技存在同业竞争，则本人将在美登科技提出异议后立即（在 30 日以内）终止上述业务，或促使本人控制的其他企业立即（在 30 日以内）终止上述业务，并向美登科技承担违约金，违约金标准为：1）本人因从事上述业务的所获得的营业收入全部归美登科技；2）美登科技因本人从事上述业务所实际发生损失及预计可得的经济利益的 2 倍；3）前述 1）、2）金额较高的作为违约金。如美登科技有意受让上述业务，则按照美登科技选聘的审计/评估机构审计/评估值转让给美登科技。

本人承诺也不会直接或间接地为自身或本企业之关联方或任何第三方，劝诱或鼓励美登科技的任何核心人员接受其聘请，或用其他方式招聘美登科技任何核心人员。

本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东、实际控制人或公司董事、监事、高级管理人员之日终止。

6、社会保险、住房公积金承担补缴责任的承诺

控股股东、实际控制人的承诺：

如应社会保障主管部门或住房公积金主管部门的要求或决定，公司需要为员工补缴社会保险金、住房公积金或因未为员工缴纳社会保险金、住房公积金而承担任何罚款或损失，本人将全部承担应补缴的社会保险、住房公积金和由此产生的滞纳金、罚款以及赔偿等费用，保障公司不会因此遭受损失。

7、租赁房屋备案事项的承诺

控股股东、实际控制人的承诺：

如因公司未取得权属证书、未办理租赁备案、第三人主张权利或行政机关行使职权而致使发行人及其子公司所签相关租赁合同无效或产生纠纷，导致发行人及其子公司需要搬迁、被有权部门处罚、或被他人追索的，本人愿意无条件代发行人及其子公司承担相应责任，并赔偿由此可能遭受的一切经济损失，且自愿放弃向发行人及其子公司追偿的权利。

8、欺诈发行上市的股份回购承诺

(1) 发行人的承诺

保证公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，不存在任何欺诈发行的情形。

如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，公司将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股。

(2) 控股股东、实际控制人的承诺

保证公司本次申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市，不存在任何欺诈发行的情形。

如公司不符合发行上市条件，以欺骗手段骗取发行注册并已经发行上市的，本人将在中国证监会等有权部门确认后五个工作日内启动股份购回程序，购回公司本次公开发行的全部新股，并购回本人已转让的原限售股份。

9、利润分配政策的承诺

(1) 发行人的承诺

本公司将遵守并执行届时有效的《杭州美登科技股份有限公司章程》及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》的相关规定，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划向本公司股东分配利润。

(2) 控股股东、实际控制人的承诺

本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照届时有效的《杭州美登科技股份有限公司章程》及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。本人采取的措施主要包括：

1) 根据届时有效的《杭州美登科技股份有限公司章程》中规定的利润分配政策及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，督促相关方提出利润分配预案；

2) 在审议发行人利润分配预案的股东大会/董事会上，本人将对符合利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票；

3) 督促发行人根据相关决议实施利润分配；

4) 如本人违反承诺给投资者造成损失的，将向投资者依法承担责任。

(3) 董事、监事、高级管理人员的承诺

本人将采取一切必要的合理措施，促使发行人按照届时有效的《杭州美登科技股份有限公司章程》及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，严格执行相应的利润分配政策和分红回报规划。本人采取的措施主要包括：

1) 根据届时有效的《杭州美登科技股份有限公司章程》中规定的利润分配政策及《关于公司向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市后三年股东分红回报规划》，督促相关方提出利润分配预案；

2) 在审议发行人利润分配预案的股东大会/董事会/监事会上, 本人将对符合利润分配政策和分红回报规划要求的利润分配预案投赞成票;

3) 督促发行人根据相关决议实施利润分配;

4) 如本人违反承诺给投资者造成损失的, 将向投资者依法承担责任。

10、未履行承诺的约束措施

(1) 发行人关于未履行承诺的约束措施

公司违反关于公开发行股票并上市申请文件真实、准确、完整的承诺, 关于稳定股价的承诺, 关于招股说明书存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏应回购股票及赔偿投资者损失的承诺等公开承诺事项的, 除因相关法律法规、政策变化、自然灾害等自身无法控制的客观原因外, 公司将:

1) 在公司股东大会或中国证监会指定的信息披露平台披露未履行公开承诺事项的详细情况, 包括但不限于未履行承诺的内容、原因及后续处理等, 并向公司股东和社会公众公开道歉;

2) 自愿接受社会监督, 中国证监会等监督管理部门可以督促公司及时改正并继续履行公开承诺事项, 同时接受中国证监会等监督管理部门依法进行的处理;

3) 因未履行公开承诺事项给公司股东和社会公众投资者造成损失的, 承担相应的赔偿责任;

4) 承诺确已无法履行或者履行承诺不利于维护公司股东和社会公众投资者权益的, 将变更承诺或提出新承诺或者提出豁免履行承诺义务, 并经公司股东大会审议通过, 股东大会应向股东提供网络投票方式。

如因不可抗力原因导致公司未能履行公开承诺事项或者未能按期履行公开承诺事项的, 需提出新的承诺(相关承诺需符合法律、法规、公司章程的规定并履行相关审批程序)并将接受如下约束措施, 直至新的承诺履行完毕或相应补救措施实施完毕:

1) 在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉;

2) 尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案, 尽可能地保护公司投资者利益。

(2) 控股股东、实际控制人的承诺

如果本人未履行美登科技招股说明书中披露的相关承诺事项, 本人将在股东大会及证券监管机构所指定信息披露平台公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

如果因本人未履行相关承诺事项, 致使投资者在证券交易中遭受损失的, 本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任, 美登科技有权扣减本人当年所获分配的现金分

红用于承担前述赔偿责任。同时，在本人未承担前述赔偿责任期间，不得转让本人直接或间接持有的美登科技股份，因继承、被强制执行、公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

如因相关法律、法规、规章及规范性文件、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：1) 及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；2) 向美登科技的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件或本人已作出的其他承诺另有规定的，本人应一并遵守履行，不得以未在本承诺中承诺或与本承诺不一致为由拒绝履行。

(3) 董事、监事、高级管理人员的承诺

如果本人未履行美登科技招股说明书中披露的相关承诺事项，本人将在股东大会及监管机构所指定信息披露平台公开说明未履行承诺的具体原因以及未履行承诺时的补救及改正情况并向股东和社会公众投资者道歉。

如果因本人未履行相关承诺事项，致使投资者在证券交易中遭受损失的，本人将依法向投资者赔偿相关损失。如果本人未承担前述赔偿责任，美登科技有权扣减本人当年在发行人处所获分配的现金分红（如有）用于承担前述赔偿责任。同时，在本人未承担前述赔偿责任期间，不得转让本人直接或间接持有的发行人股份（如适用），因继承、被强制执行、公司重组、为履行保护投资者利益承诺等必须转股的情形除外。

如因相关法律、法规、规章及规范性文件、政策变化、自然灾害及其他不可抗力等本人无法控制的客观原因导致本人承诺未能履行、确已无法履行或无法按期履行的，本人将采取以下措施：1) 及时、充分披露本人承诺未能履行、无法履行或无法按期履行的具体原因；2) 向美登科技的投资者提出补充承诺或替代承诺（相关承诺需按法律、法规、公司章程的规定履行相关审批程序），以尽可能保护投资者的权益。

如法律、法规、规范性文件或本人已作出的其他承诺另有规定的，本人应一并遵守履行，不得以未在本承诺中承诺或与本承诺不一致为由拒绝履行。

(三) 前期公开承诺情况

承诺主体	承诺开始日期	承诺结束日期	承诺类型	承诺具体内容
董事、监事、高级管理人员	2016年3月8日	--	限售承诺	在担任公司董事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人持有的公司股份总数的25%。在离职后半年内，本人不转让所持有的公司股份。在担任公司董

				事、监事、高级管理人员期间，本人每年转让的股份不超过本人持有的股份公司股份总数的25%。在离职后半年内，本人不转让所持有的股份公司股份。
所有股东	2016年2月25日	--	一致行动承诺	本人/公司作为杭州美登科技股份有限公司（以下简称“发行人”）的股东，承诺与持有发行人1%以上股份的股东不存在关联关系，在作为发行人股东期间，不与其他股东签署任何一致行动协议或作出类似安排，也不会作出影响发行人控制权稳定性的其他行为。本人/公司作为杭州美登科技股份有限公司（以下简称“发行人”）的股东，承诺与持有发行人1%以上股份的股东不存在关联关系，在作为发行人股东期间，不与其他股东签署任何一致行动协议或作出类似安排，也不会作出影响发行人控制权稳定性的其他行为。
董事、监事、高级管理人员	2016年4月20日	--	避免同业竞争承诺	本人目前没有在与公司及其控股子公司从事相同或相类似业务的公司进行投资或任职，没有从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，今后也不从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，并愿意对因违反上述承诺而给公司及其控股子公司造成的经济损失承担赔偿责任。本人目前没有在与公司及其控股子公司从事相同或相类似业务的公司进行投资或任职，没有从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，今后也不从事与公司及其控股子公司业务有同业竞争的经营活动，并愿意对因违反上述承诺而给公司及其控股子公司造成的经济损失承担赔偿责任。
所有股东、董事、监事、高级管理人员	2016年4月20日		规范关联交易	尽可能避免和减少关联交易；保证不利用关联交易损害股份公司及其他股东的合法权益。尽可能避免和减少关联交易；保证不利用关联交易损害股份公司及其他股东的合法权益。
董事、监事、高级管理人员	2016年4月20日		诚信状况	不存在以下所列的任何一种情况：1、最近二年内因违反国家法律、行政法规、部门规章、自律规则等受到刑事、民事、行政处罚或纪律处分；2、因涉嫌违法违规处于调查之中尚无定论的情形；3、最近二年内对所任职（包括现任职和曾任职）的公司因重大违法违规而被处罚负有责任；4、个人负有数额较大的到期未清偿债务，或者未偿还经法院判决、裁定应当偿付的债务，或者被法院采取强制措施，或者受到仍然有效的法院判决、裁定所限制；5、曾因犯有贪污、贿赂、内幕交易、操纵证券、期货交易价格、挪用财产、侵占财产罪或者其他破坏社会主义经济秩序罪而受到刑事处罚；或因犯罪被剥夺政治权利；6、曾担任因经营不善破产清算、关停并转或曾有类似情况的公司、企业的董事、监事或者厂长、经理；7、曾担任因违法而被吊销营业

				执照的公司、企业的法定代表人；8、具有欺诈或其他不诚实行为等情况。
--	--	--	--	-----------------------------------

(四) 其他披露事项

1、启动股价稳定措施的条件

(1) 启动条件

自公司股票在北京证券交易所（以下简称“北交所”）上市之日起一个月内，如公司股票连续 10 个交易日的收盘价均低于本次发行价格时，公司将启动稳定股价的相关措施；自公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内，若公司股票连续 20 个交易日的收盘价（公司发生利润分配、资本公积金转增股本、增发、配股等情况的，收盘价相应进行调整，下同）均低于公司最近一期经审计的每股净资产，非因不可抗力因素所致，则控股股东及本公司、董事和高级管理人员将启动稳定公司股价的相关措施。

(2) 终止条件

自触发稳定股价措施启动条件之日起至已公告的稳定股价方案实施完毕前，若公司达到下列条件之一的，则停止实施股价稳定预案：

1) 自公司股票在北京证券交易所上市之日起一个月内，公司启动稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票收盘价连续 3 个交易日高于本次发行价格；

2) 自公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内，在稳定股价具体方案的实施期间内，公司股票连续 5 个交易日收盘价高于公司最近一期经审计的每股净资产；

3) 继续执行稳定股价方案将导致公司不符合北交所上市条件；

4) 稳定股价预案的实施主体回购或增持公司股份的金额达到承诺上限；

5) 继续执行稳定股价方案将导致稳定股价预案的实施主体需要履行要约收购义务；

6) 中国证监会和北交所规定的其他情形。

稳定股价具体方案实施完毕或停止实施后，如再次发生上述启动条件，则再次启动稳定股价措施。

2、稳定股价的具体措施及实施程序

当启动股价稳定措施的条件满足时，公司应在 3 个交易日内，根据当时有效的法律法规和本稳定股价措施预案，与稳定股价预案的实施主体协商一致，提出稳定公司股价的具体实施方案，履行相应的审批程序和信息披露义务。股价稳定措施实施后，公司的股权分布应当符合北交所的股票上市条件。当公司需要采取股价稳定措施时，按以下顺序实施：

(1) 控股股东增持

控股股东应在启动稳定股价预案的条件触发之日起 10 个交易日内提出增持公司股份的方案(包括拟增持公司股份的数量、价格区间、时间等)并通知公司,在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后,控股股东开始实施增持公司股份的计划。

①本节所述控股股东,是指邹宇。

②公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形,增持股票的价格不高于公司本次发行价格;公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形,增持股票的价格不高于公司最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后,因利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的,每股净资产相应进行调整)。

③单次用于增持公司股份的资金金额不低于其上一年度从公司取得的现金分红金额的 5%;单一会计年度内因稳定股价用于增持公司股份的资金总额不超过上一年度从公司取得的现金分红金额的 20%,超过前述标准的,该稳定股价措施在当年度不再实施。

④单次及/或连续 6 个月内增持公司股份数量不超过公司发行后总股本的 2%;如上述第 3 项与本项冲突的,以本项为准。

(2) 公司回购

①公司为稳定股价之目的回购股份,应符合《上市公司回购社会公众股份管理办法(试行)》《关于上市公司以集中竞价交易方式回购股份的补充规定》《北京证券交易所上市公司持续监管指引第 4 号——股份回购》等相关法律、法规的规定,且不应导致公司股权分布不符合上市条件。

②公司控股股东增持股份数量达到承诺上限或依照相关法律规定和增持方案,不再继续实施增持公司股票计划后,再次出现需要采取稳定股价措施的情形的,公司应在 10 个交易日内召开董事会,讨论公司向社会公众股东回购公司股份的具体实施方案,并提交股东大会审议,并经出席会议的股东所持表决权的三分之二以上通过。公司控股股东、实际控制人承诺就该等回购事宜在股东大会中投赞成票。在股东大会审议通过股份回购方案后,如果涉及减资事项,则公司依法通知债权人,向证券监督管理部门、北交所等主管部门报送相关材料。在完成必需的审批、备案、信息披露等程序后,公司方可实施相应的股份回购方案。

③公司为稳定股价之目的进行股份回购的,还应符合下列各项:

A.公司回购股份的资金为自有资金、发行优先股、债券募集的资金、金融机构借款等合法资金,公司股票在北交所上市之日起第一个月内触发稳定股价措施的情形,回购股票的价格不高于公司本次发行价格;公司股票在北交所上市之日起第二个月至三年内触发稳定股价措施的情形,回购股份的价格原则上不超过公司最近一期经审计的每股净资产(最近一期审计基准日后,因利

利润分配、资本公积转增股本、增发、配股等情况导致公司净资产或股份总数出现变化的，每股净资产相应进行调整)；

B.公司用于回购股份的资金总额累计不超过公司首次公开发行股票所募集资金的总额；

C.公司单次用于回购股份的资金金额不低于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 10%，但不高于上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 20%；

D.公司单次回购股份不超过公司总股本的 2%。如与指标 C 有冲突的，以不超过 2%为准；

E、同一会计年度内用于稳定股价的回购资金合计不超过上一个会计年度经审计的归属于母公司股东净利润的 30%。

④公司董事会公告回购股份预案后，公司股票若连续 5 个交易日收盘价均超过公司最近一期经审计的每股净资产，公司董事会应做出决议终止回购股份事宜，且在未来 3 个月内不再启动股份回购事宜。

(3) 董事、高级管理人员增持

①公司控股股东增持公司股票达到承诺上限且公司回购股票达到承诺上限，或依照相关法律规定，不再继续实施增持/回购公司股票计划后，再次出现需要采取稳定股价措施的情形的，届时在公司领取薪酬的公司董事（独立董事除外）、高级管理人员应在符合《上市公司收购管理办法》《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》等法律、法规和规范性文件的条件和要求的前提下，对公司股份进行增持。

②有义务增持的公司董事、高级管理人员承诺，其单次用于增持公司股份的资金金额不少于该等董事、高级管理人员个人上年度从公司领取的税后薪酬总额的 10%，单一年度用于增持的资金总额不超过其上一年度从公司领取的税后薪酬总额的 50%，超过前述标准的，该稳定股价措施在当年度不再实施。

③公司新聘任将从公司领取薪酬的董事和高级管理人员时，将促使该新聘任的董事和高级管理人员根据本预案的规定签署相关承诺。

3、稳定股价的进一步承诺

公司上市后 6 个月内如公司股票连续 20 个交易日的收盘价均低于发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于发行价，公司控股股东及持有公司股份的董事和高级管理人员的股份锁定期自动延长 6 个月。为避免歧义，此处持有公司股份的董事和高级管理人员的股份锁定期，是指该等人士根据《上市公司董事、监事和高级管理人员所持本公司股份及其变动管理规则》第四条第（三）款的规定做出的承诺中载明的股份锁定期限。

在任何情况下，公司实施股价稳定措施的程序应符合届时有效的法律、法规、规范性文件及

公司章程的规定，并遵守中国证监会、北京证券交易所的要求。

4、约束措施

(1) 控股股东未履行稳定股价承诺的约束措施

如控股股东未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应同意在履行完毕相关承诺前暂不领取公司分配利润中归属于控股股东的部分，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

(2) 公司未履行稳定股价承诺的约束措施

如公司未能履行或未按期履行稳定股价承诺，需在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，给投资者造成损失的，公司将向投资者依法承担赔偿责任，并按照法律、法规及相关监管机构的要求承担相应的责任；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，并提交股东大会审议，尽可能地保护公司投资者利益。

(3) 董事、高级管理人员未履行稳定股价承诺的约束措施

如上述负有增持义务的董事、高级管理人员未能履行或未按期履行稳定股价承诺，应在股东大会及中国证监会指定的披露媒体上公开说明具体原因并向股东和社会公众投资者道歉。如非因不可抗力导致，应调减或停发薪酬或津贴，给投资者造成损失的，依法赔偿投资者损失；如因不可抗力导致，应尽快研究将投资者利益损失降低到最小的处理方案，尽可能地保护投资者利益。

十、其他事项

无

第五节业务和技术

一、发行人主营业务、主要产品或服务情况

（一）公司主营业务

公司是国内较早从事电商 SaaS 软件开发及销售的服务商之一，主营业务为基于电商平台为电商商家提供 SaaS 软件与短信等增值服务。

SaaS（Software-as-a-Service）软件即服务，是指通过网络为用户提供各类软件服务，其本质是软件应用交付方式的一种变革。传统软件交付采用单机软件交付形式，即在每个用户电脑上安装软件，软件的运行、数据存储等都在本地进行；但在 SaaS 模式中，SaaS 服务供应商将软件统一部署在服务器上，用户可根据自身的需求，通过互联网向 SaaS 供应商订购所需的软件服务，按订购的服务类型和周期等指标向服务商支付费用，并通过互联网在线使用软件的功能，获得增值服务。电商 SaaS 指用户为电子商务使用者，特定为该类用户以 SaaS 的交付模式提供软件服务。

随着互联网基础设施的不断完善以及信息技术的持续升级，我国电商市场快速发展，各类电商平台商家面对持续增长的订单数量以及复杂的交易情况，对店铺在营销推广、交易管理等多方面提出了专业化和个性化的需求，不断寻求有效提升店铺管理效率的方式。基于上述市场需求，电商服务市场逐步出现了一批向电商商家提供各类功能软件的电商 SaaS 企业。

自成立以来，公司始终围绕着电商商家的需求，提供相应的电商 SaaS 软件产品及增值服务，帮助电商商家实现精细化运营管理，降低运营成本、提升经营效率。一方面，公司经营电商 SaaS 软件有效解决了电商商家 IT 研发能力不足以及缺乏开发维护实力的痛点；另一方面，为匹配下游需求，公司不断升级电商 SaaS 软件、开发新的产品功能，从而为电商商家提供灵活多元的 SaaS 软件服务。

公司在淘宝/天猫、1688、京东、拼多多、抖音、快手等各大电商平台上提供电商 SaaS 软件及增值服务，在行业内具有良好的口碑和品牌效应，公司及其产品曾被评为阿里巴巴商家服务市场“淘拍档”、京麦服务市场“京卓越合作伙伴”、1688 综合服务市场“年度精品工具”等。

（二）公司主要产品或服务


公司主要产品的功能为满足电商商家的营销管理和订单管理的需求，包括以美折、我打为核心的电商 SaaS 软件及在此基础上内嵌的短信增值服务。

1、电商 SaaS 软件

（1）美折

美折是一款为电商商家开发的营销管理软件，其主要功能价格促销，图片视觉营销，会员营

销，视频内容营销，互动营销等。

名称	示意图	产品功能
美折		美折是一系列服务于电商商家的营销管理软件，以帮助电商卖家降低营销成本为核心，其主要功能为价格促销，图片视觉营销，会员营销，视频内容营销，互动营销等。

通过不断更新升级，公司完善和新增了美折软件的各个功能，具体而言，电商商家通过美折软件可以完成如下具体功能：

- 1) 价格促销：电商商家通过软件实现商品多种价格促销方式，比如限时打折，部分 SKU 打折，满就送等，提高商家店铺下单转化率。
- 2) 图片视觉营销：电商商家通过软件的图片素材库和网络在线编辑功能，制作商品展示图片和活动推广图片，降低商家经营成本。
- 3) 会员营销：电商商家通过软件的会员数据分析能力，针对不同的会员层级来开展不同的营销活动，提高用户的黏性和复购率。
- 4) 视频内容营销：电商商家通过软件的视频素材和在线视频编辑功能，制作商品推广短视频，降低视频制作成本，有效提升店铺流量。
- 5) 互动营销：通过软件将游戏性、任务性的购物体验与多元化的营销活动结合，提升消费者购物的娱乐性，增加电商商家的付费转化率。

美折操作页面如下：

优惠促销

- 促销活动列表
- 折扣/减价
- SKU折扣/减价
- 满减/满包邮

互动营销

- 关注有礼
- 幸运抽奖
- 涨粉/引流 **极速涨粉**
- 收藏/加购享优惠

营销模板

- 水印模板
- 主图水印
- 3:4主图水印
- 公告海报

短信营销

- 订单催付
- 未评价提醒
- 会员筛选发送
- 指定号码发送

您的店铺当前有已购客户 1342 人，其中 100% 人最近一个月没有消费，您只需要花 60.39 元，就可以通过营销短信一键召回他们！

立即体验

优惠促销

- 单个宝贝冲量清仓
- 提升部分SKU转化
- 精准送券，快速触达



单品优惠

打折 (首件优惠)
单活动最多3000个商品

SKU折扣/减价

店铺优惠

满减/满包邮
单活动最多3000个商品

第二件促销

全店折扣/减价

优惠券

营销模板

- 提高搜索转化
- 商品利益透出
- 促销氛围打造



主图水印 公告海报

淘宝618
到手价 ¥8888
请在这里添加店铺利益点
这里是店铺利益点

天猫618 风尚日
到手价 ¥8888
活动价-拼团满减-品类券
¥800-50-50

18

互动营销

- 关注领券 涨粉必备
- 好评有礼 提升店铺DSR
- 拼团营销 销量暴增
- 裂变营销 快速涨粉



热门推荐 关注领券 抽奖游戏 分享裂变

12.12年终盛典
关注店铺 即可领取
¥5 优惠券
关注领券 立即领取

关注有礼
关注领券，轻松涨粉

12.12年终盛典
+抽奖机会 我的奖品


幸运抽奖
抽奖活动，引导店铺流量

加购商品享优惠

收藏/加购享优惠
引导收藏加购，提升商品

(2) 我打

我打是一款为电商商家开发设计的订单管理软件，提供订单筛单、快递单发货单打印、订单发货、售后管理等功能，满足电商商家快速、批量的订单处理需求，提升订单处理效率。

名称	示意图	产品描述
我打		我打是一款订单管理 SaaS 软件，无缝对接主流电商平台，自动同步平台订单，批量打印发货；支持爆款筛单、拿货小标签等多种拣配货场景，有效提升商家订单处理效率；自动评价、售后管理、对账单等功能，满足商家发货后的订单管理需求，为商家提供全链路一体化的订单管理服务。

通过不断更新升级，公司完善和新增了我打的各个功能，具体而言，电商商家通过我打可以完成如下具体功能：

1) 订单自动同步：商家授权登陆我打软件后，我打自动同步电商平台订单，实时更新订单状态、退款等信息；同时我打支持同一商家的多店铺订单聚合处理，有效提升商家多店铺管理效率。

2) 批量打印发货：辅助商家加快打单发货流程，涵盖批量打印快递单、发货单，快递单、发货单模板的可视化自定义编辑，以及快递单号信息同步至电商平台完成批量在线发货操作等流程。

3) 高效的筛单配货：我打为商家提供丰富的自定义查询条件、预设查询条件、爆款筛单、锁单等功能点，满足多品类，大规模商家的多场景化审单筛单的业务需求；同时软件具备拿货标签、发货单、备货单等功能，提升商家的备货配货效率。

4) 售后管理：我打为商家提供售后单管理、退货包裹管理、自动评价等售后服务，优化商家售后管理流程，提升售后订单管理效率。

5) 除此之外，我打还提供预发货、扫描发货、扫描验货、导入发货等发货场景的解决方案，多种方式提升商家发货效率和准确率，降低因多发、错发、少发等情况造成的损失；我打软件支持快递派送范围检测、疫情地区订单筛选等功能，辅助电商商家在疫情期间针对管控地区的订单进行发货管理，提升商家打单发货效率，降低包裹退回率；此外，我打软件具备智选快递、快递费用统计等功能，辅助商家选择合适的快递公司，降低物流费用，提高店铺运营效益。

我打的主要操作界面如下：

1) 打印发货

打 淘改版 首页 打印发货 自由打印 预发货 发货/售后 更多功能 设置 我打ERP

我打的小店 等待发货 未打印过快递单 未分类订单 买家旺旺/手机号/运单号 快捷选单

订单编号,支持多个逗号 请选择收货城市 我打发货时间起 我打发货时间止 定制查询条件 查询 重置 回到旧版

预设查询条件: 测试3 测试2 测试 编辑 数量统计

选择快递单模板: 德邦_二联_1 (1734) 德邦快运_二联(子母件)_1 (83) 顺丰_速运_菜鸟(子母件)(15cm)_1 菜鸟裹裹模板 联邦_1 德邦_一联_1 (1734) 顺丰_丰密(15cm)_1 城市100_1 联邦_分享 邮政快递包裹 添加 删除

选择发货单模板: A5发货单模板 (210*148) 发货单模板(210*140) 发货单模板(210*93) A4发货单模板 (210*297) A5发货单模板 (210*148) 电子面单底联_无表格(100*180) 电子面单底联_带表格(100*180) 标签模板_空白(50*50) 电子面单底联_无表格(一联单)(76*130) 添加

所有店铺订单自动同步中... 立即同步订单 高级同步 设置

7/9 店铺 买家 收件人(9) 数量 买家留言/卖家备注 快速模

1 我打的小店 没有发过芽的 同**, 江苏省 无锡市 惠山区 堰*街道**路**号 边皋桥**园, *****6314 4 3种 收件城市确诊人数:19, 可能影响派送

2681372198620010731 2022-06-07 17:22:27 2022-06-07 17:22:32		220530 青云发布我打测试专用商品02, 请勿购买, 否则后果自负 [设置简称] 杏色 [修改] 分配子订单	0.01 x 1 付款后45天内	0.01 = 0.01 + 0.00 - 0.00 买家留言: 卖家备注 [修改]: 我打备注 [添加]:
2681920911767010731 2022-06-07 17:22:12 2022-06-07 17:22:37		220530 青云发布我打测试专用商品02, 请勿购买, 否则后果自负 [设置简称] 杏色 [修改] 分配子订单	0.01 x 1 付款后45天内	0.01 = 0.01 + 0.00 - 0.00 买家留言: 卖家备注 [修改]: 我打备注 [添加]:
2681993595188010731 2022-06-07 17:52:12 2022-06-07 17:52:17		220530 青云发布我打测试专用商品01, 请勿购买, 否则后果自负 [设置简称]	0.01 x 2 付款后45天内	0.02 = 0.02 + 0.00 - 0.00 买家留言: 卖家备注 [修改]:

快捷勾选 打印快递单 多份 打印发货单 发货 批量分单 更多

2) 自由打印



2、短信服务

短信服务主要内嵌于公司电商 SaaS 软件中，具备短信营销、自动化短信通知、不同人群营销效果分析等功能，从而帮助电商商家进行多维度人群标签，实现精细化会员管理，提升会员粘性、活跃度和忠诚度，增加会员复购率和销售额，强化产品品牌，协助电商商家全方位建设会员营销体系。以内嵌于美折软件的短信服务为例，其操作界面如下：



(三) 公司主要经营模式

电商平台通过设立电商服务市场，引入软件服务商来满足电商商家快速增长和多元化的需求。公司在电商平台的服务市场获取客户收入时将按照一定的分成比例向服务市场支付技术服务费。报告期内，公司主要经营模式如下：

1、销售模式

(1) 电商 SaaS 软件

公司主要通过各电商平台的服务市场（如阿里巴巴旗下商家服务市场（fuwu.taobao.com）、京东京麦服务市场（fw.jd.com）等）线上销售软件产品，电商商家根据自身的需求，向公司订购所需的电商 SaaS 软件，按订购的服务类型和周期向电商服务市场支付费用，获得公司提供的电商 SaaS 软件及服务。电商平台的服务市场代为收取电商商家支付的软件款项，扣抵技术服务费后与公司定期结算。

以美折为例，在阿里巴巴商家服务市场，通过搜索美折或在“促销工具”、“热门服务”界面中找到美折，点击打开美折订购界面，电商商家根据需求选择服务版本及周期进行订购，一次

性向服务市场支付对应版本及周期的价款即可使用美折产品，电商服务市场在电商商家订购的服务期限内与公司按月进行结算。



目前，我打软件在淘宝/天猫、拼多多、抖音等电商平台服务市场的销售模式与美折软件基本一致。

在京东等电商服务市场上购买我打软件，与上述操作类似。该等电商平台将用户付费扣抵平台分成后一次性后支付给公司，公司将上述款项确认为预收款，在满足收入确认条件时分摊确认收入。

(2) 短信服务

公司短信服务主要内嵌于公司电商 SaaS 软件中，采用先充值后消费的收费模式，电商商家通过软件的内购链接预充值购买短信服务，获得相应数量的短信，公司在电商商家实际使用短信服务时进行结算。

2、采购模式

公司业务资源采购主要包括技术服务、API 和服务器资源及短信通道等。

(1) 技术服务

电商服务市场由电商平台设计开发并进行技术维护，公司通过电商服务市场销售电商 SaaS 软件需要按软件服务收入的一定比例支付技术服务费，在电商平台与公司结算软件服务收入时予以扣除。

(2) API、数据同步服务和服务器资源

公司为电商商家提供软件服务时，需要向电商平台采购 API、数据同步服务和服务器资源进行指令交互和数据储存，以实现公司软件产品的功能，该部分采购主要采用预充值模式，由电商平台根据实际使用情况进行扣款结算。少部分服务器采购可采用先使用后结算的模式。

(3) 短信通道

公司提供短信服务时需要先向供应商采购短信资源，业务部门通过比较采购价格、通道稳定性以及平台合规性等因素，并根据采购需求决定采购对象及采购数量。业务部门形成采购计划之后提交公司财务部、管理层审批。公司内部审核通过后，主要根据采购数量向通信平台预充值，通信平台根据短信实际发送数量进行扣款结算。

3、研发模式

公司秉承服务客户、需求亦来自于客户的理念，研发部门通过获取线上反馈、实地走访调研、行业分析研究等方式了解客户的产品需求，从而不断完善产品功能、提高产品竞争力。

公司研发部门在调研后形成调研文档，设计产品方案，形成产品方案之后进行初步技术评审，评审通过后进一步设计产品需求文档（PRD），进行需求评审，同时还进行视觉设计和测试文档编写，随后进行视觉评审，以上环节全部通过后对产品进行不断开发及测试，产品通过验收后予以发布。公司在产品开发过程中采用较为灵活的灰度发布策略，即先投放给部分客户，根据客户反馈和意见对产品进行后续调整，待产品功能稳定后逐渐扩大灰度范围，直到全部上线正式发布。具体的过程图示如下：



4、公司采用目前经营模式的原因及关键影响因素

公司目前的经营模式主要是基于下游客户分散、SaaS软件特点、产品应用领域、所处行业特点、公司在行业中的地位、公司的技术实力等多种因素逐步形成的，该等因素也是影响公司经营模式的关键因素。

报告期内，公司的经营模式、影响经营模式的关键因素没有发生重大变化，且在可预见的未来亦不会发生重大变化。

（四）公司主营业务、主要经营模式及主要产品和服务的演变情况

公司是国内较早从事电商 SaaS 软件开发及销售的服务商之一，主营业务为通过电商平台为电商商家提供 SaaS 软件及增值服务。公司主要经营模式为通过各大电商平台设立的服务市场向电商商家销售 SaaS 软件产品及短信服务。自设立以来，公司的主营业务及主要经营模式未发生重大变化。

公司主要产品包括以美折、我打为核心的电商 SaaS 软件及短信服务，主要功能为满足电商商

家的店铺营销推广和订单管理的需求。公司在对现有产品进行升级优化的同时，针对客户需求不断开发新产品与功能。2020年6月，公司收购威海领新100%股权后，新增订单管理软件产品我打，从而丰富了公司的产品线。公司主要产品和服务的演变情况如下图所示：



(五) 内部组织结构及业务流程

1、公司的组织结构图

公司设有美折事业部、测试部、设计部、财务部、人力行政部、创新事业部、客服部等部门，公司的组织结构图如下：



2、主要产品的业务流程

(1) 电商 SaaS 产品业务流程



(2) 短信服务产品业务流程



(六) 生产经营中涉及的主要环境污染物、主要处理设施及处理能力

公司主营业务为基于电商平台为电商商家提供 SaaS 软件与短信等增值服务。公司相关软件产品和服务主要通过互联网线上方式提供，经营过程中不产生污染物，不会对环境造成污染影响。

二、行业基本情况

(一) 公司所属行业定位

公司主要从事电商 SaaS 软件的开发及销售，根据证监会《上市公司行业分类指引》（2012 年修订），公司所属行业为“I65 软件和信息技术服务业”。根据《国民经济行业分类》（GB/T 4754-

2017)，公司属于“I信息传输、软件和信息技术服务业”之“I65软件和信息技术服务业”。根据《战略性新兴产业分类（2018）》（国家统计局令第23号），公司属于“1、新一代信息技术产业”之“1.3新兴软件和新型信息技术服务”。

（二）行业主管部门、行业监管体制、行业主要法律法规及政策等

1、行业监管体制和监管部门

公司所处行业的行政主管部门主要包括商务部、工信部及市场监督管理总局：（1）商务部负责制定我国的电子商务整体发展规划，推动企业的信息化建设和电子商务应用发展，负责国家电子商务体系建设，拟定行业相关标准、规则，以及推动电子商务的国际合作等；（2）工信部负责我国网络建设的相关工作，推动实施宽带发展，通过拟定产业政策指导推进信息化工作，协调电子政务和电子商务的发展；（3）市场监督管理总局在其职权范围内负责监督管理网络商品交易行为及有关的服务工作。

2、行业监管法律法规和行业政策

公司作为电商 SaaS 软件服务商，其下游应用领域主要为电子商务，其相关法律法规及政策也对公司的生产经营产生较大的影响，行业相关的主要法律法规及行业政策如下表：

序号	政策名称	颁发部门	颁发时间	内容摘要
1	《国务院关于促进信息消费扩大内需的若干意见》	国务院	2013年8月	支持网络零售平台做大做强，鼓励引导金融机构为中小网商提供小额贷款服务，推动中小企业普及应用电子商务；大力支持软件应用商店、软件即服务（SaaS）等服务模式创新。
2	《国务院办公厅关于深入实施“互联网+流通”行动计划的意见》	国务院	2016年4月	加快推动流通转型升级，支持企业充分应用移动互联网、物联网、大数据等信息技术，在营销、支付、售后服务等方面线上线下互动。加强智慧流通基础设施建设，加大对物流基地建设、冷链系统建设等的政策性扶持力度。鼓励拓展智能消费新领域，大力发展绿色流通和消费，深入推进农村电子商务，积极促进电子商务进社区。
3	《商务部关于进一步推进国家电子商务示范基地建设工作的指导意见》	商务部	2017年1月	按照国家电子商务“十三五”发展规划，结合地方电子商务和经济发展情况，发挥政府的引导作用，实施体制机制和政策创新，强化市场的主导作用，进一步激发示范基地和电子商务企业活力，实现创新引领，协调发展。争取到2020年，示范基地内电子商务企业数量达到10万家，孵化电子商务企业数量超过3万家，带动就业人数超过500万，形成园企互动、要素汇聚、服务完备、跨区域合作、融合发展的电子商务集聚区。
4	《网络零售标准化建设工作指引》	商务部、国家标准委	2017年12月	到2020年，基本建成结构合理、衔接配套、覆盖全面、国际接轨，适应网络零售快速健康发展需要的网络零售标准体系。重点领域标准时效性、完备性、适用性显著提高；标准对网络零售主体责任、

		室		交易行为、市场秩序、竞争环境、服务水平、认证监测、质量追溯、诚信建设等方面的作用明显增强。
5	《中华人民共和国电子商务法》	全国人大常委会	2019年1月	为了保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展，制定该法。
6	《云计算服务安全评估办法》	国家网信办、工信部、发改委、财政部	2019年7月	云计算服务安全评估的重点内容包括：云服务商的征信、经营状况等基本情况；云服务商人员背景及稳定性，特别是能够访问客户数据、能够收集相关元数据的人员；云平台技术、产品和服务供应链安全情况；云服务商安全管理能力及云平台安全防护情况；客户迁移数据的可行性和便捷性；云服务商的业务连续性等。
7	《关于深入推进电子商务与快递物流协同发展的通知》	商务部、邮政局	2020年4月	深化先进信息技术在电商和快递物流领域应用。指导电商企业与快递物流企业加强业务联动和精准对接，加强大数据、云计算、机器人等现代信息技术和装备应用，推广库存前置、智能分仓、仓配一体化等服务，提高供应链协同效率。
8	《关于支持新业态新模式健康发展激活消费市场带动扩大就业的意见》	发改委、中央网信办、工信部等十三部委	2020年7月	加快传统企业数字化转型步伐。助力降低数字化转型难度，发展线上线下融合的业务发展模式，提升企业发展活力。培育一批数字化服务企业和创新应用企业，发挥引领带动作用。组织面向数字化转型基础软件、技术、算法等联合攻关。
9	《关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见》	国务院	2020年9月	（十）安全有序推进数据商用。在健全安全保障体系的基础上，依法加强信息数据资源服务和监管。加大整合开发力度，探索数据流通规则制度，有效破除数据壁垒和“孤岛”，打通传输应用堵点，提升消费信息数据共享商用水平，更好为企业提供算力资源支持和优惠服务。探索发展消费大数据服务。
10	《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标的建议》	中共中央	2020年10月	加快数字化发展。发展数字经济，推进数字产业化和产业数字化，推动数字经济和实体经济深度融合，打造具有国际竞争力的数字产业集群。全面促进消费。增强消费对经济发展的基础性作用，顺应消费升级趋势，提升传统消费，培育新型消费，适当增加公共消费。
11	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	全国人民代表大会	2021年3月	培育新型消费，发展信息消费、数字消费、绿色消费，鼓励定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态发展。充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。鼓励企业开放搜索、电商、社交等数据，发展第三方大数据服务产业。促进共享经济、平台经济健康发展。深入推进服务业数字化转型，培育众包设计、智慧物流、新零售等新增长

				点。
12	《中华人民共和国个人信息保护法》	全国人大常委会	2021年8月	个人信息处理者应当对其个人信息处理活动负责，并采取必要措施保障所处理的个人信息的安全； 个人信息处理者应当根据个人信息的处理目的、处理方式、个人信息的种类以及对个人权益的影响、可能存在的安全风险等，采取措施确保个人信息处理活动符合法律、行政法规的规定，并防止未经授权的访问以及个人信息泄露、篡改、丢失。
13	《“十四五”电子商务发展规划》	商务部、中央网信办和发改委	2021年10月	强化技术创新。鼓励发展商业科技，探索构建商业科技全链路应用体系，支持电子商务企业加大商业科技研发投入，提高运营管理效率，创新用户场景，提升商贸领域网络化、数字化、智能化水平。鼓励模式业态创新。发挥电子商务对价值链重构的引领作用，鼓励电子商务企业挖掘用户需求，推动社交电商、直播电商、内容电商、生鲜电商等新业态健康发展。鼓励电子商务企业积极发展远程办公、云展会、无接触服务、共享员工等数字化运营模式，不断提升电子发票、电子合同、电子档案、电子面单等在商业活动中的应用水平。大力发展数据服务、信息咨询、专业营销、代运营等电子商务服务业。电子商务平台智能化提升行动。打造一批智能化电商平台企业，研究制定智能化电商平台标准，支持电子商务平台及相关企业积极利用大数据、云计算及算法技术优化平台流量规则，提升物流仓储、订单处理、用户运营、商品管理、财务票据处理等各环节的智能化运营水平，提高供需匹配程度，优化服务体验。
14	《“十四五”数字经济发展规划》	国务院	2022年1月	提升商务领域数字化水平。打造大数据支撑、网络化共享、智慧化协作的智慧供应链体系。健全电子商务公共服务体系，汇聚数字赋能服务资源，支持商务领域中小微企业数字化转型升级。提升贸易数字化水平。引导批发零售、住宿餐饮、租赁和商务服务等传统业态积极开展线上线下、全渠道、定制化、精准化营销创新。 大力发展智慧物流。加快建设跨行业、跨区域的物流信息服务平台，实现需求、库存和物流信息的实时共享，探索推进电子提单应用。

公司所处行业受到了国家产业政策的大力支持和鼓励，国家提出的众多政策，为公司发展建立了良好的政策环境，使得公司在国家政策背景下受益。

（三）行业概况

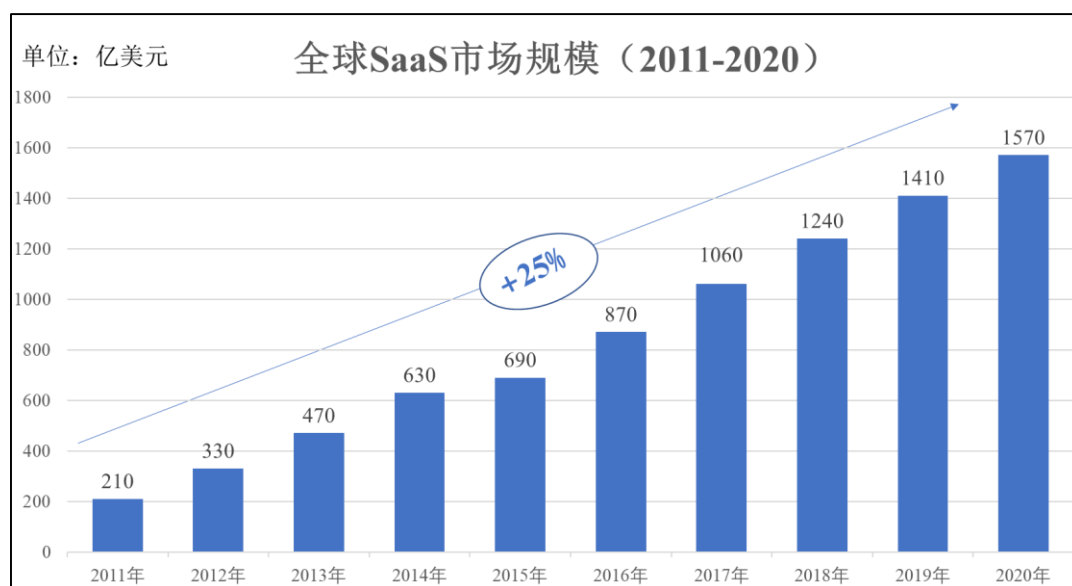
1、行业发展态势

（1）SaaS行业情况

1) 行业发展状况

SaaS 是 Software-as-a-Service（软件即服务）的简称，其本质是软件交付方式的一种变革，它是一种基于互联网提供软件服务的应用模式。具体而言，SaaS 软件供应商将软件统一部署在云服务器上，通过互联网向用户提供软件与服务；而传统软件主要采用单机软件的形式进行交付，即在每个用户的终端设备上安装应用程序，程序的运行、数据存储等操作均在本地开展。在 SaaS 模式中，软件服务商普遍采用线上交付模式，用户无需在电脑或本地服务器上下载安装软件，而是通过互联网实时获取所需的云软件服务。

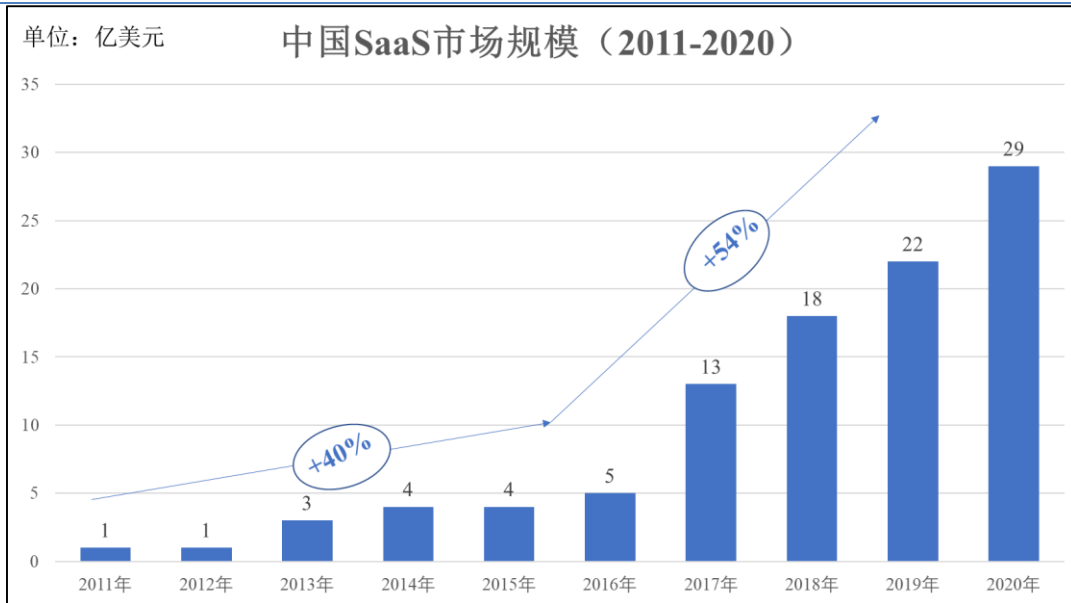
由于软件线下部署的门槛较高，且软件版本迭代的周期性较长，传统软件的线下交付与大规模本地部署的模式逐渐无法满足企业客户对于效率和便捷性的需求；随着互联网的发展，云计算等信息技术的成熟，传统软件通过桌面应用能够实现的功能逐步可以基于网页向用户开放，以 Salesforce 为代表的 SaaS 行业先驱的开展，标志着 SaaS 服务的正式诞生。



资料来源：德勤《SAAS 产业趋势洞察-乘风破浪会有时》

经历多年的发展，SaaS 领域成为全球科技领域最为关注的产业方向之一，全球 SaaS 产业仍处于快速演进发展的过程中，商业模式和服务类型不断创新，SaaS 技术应用场景的拓展推动行业细分赛道的发展，行业竞争格局不断地进行相应的调整变化，市场规模稳步向前。

SaaS 产品无需企业前期进行大量的线下部署工作，能够有效减少用户的软件前期投入成本，降低软件的使用门槛，扩大软件用户的覆盖面。基于 SaaS 产品具有的低成本、灵活性强、用户体验更佳的特点，SaaS 产品迅速在多个行业得到广泛应用，目前已覆盖了电商、医疗、地产、物流等细分行业；同时，在应用领域方面，SaaS 与营销、供应链、CRM、HRM 等业务模块进行结合，综合提升企业运营管理效率。



资料来源：德勤《SAAS 产业趋势洞察-乘风破浪会有时》

2) 行业发展驱动因素

我国 SaaS 行业在过去 10 年高速发展，相较全球 SaaS 市场规模，我国 SaaS 行业仍具有充分的发展空间；对比全球的 SaaS 产业的发展趋势与市场渗透率，未来 5-10 年将是我国 SaaS 行业的关键发展时期，SaaS 行业发展的主要驱动因素如下：

①宏观经济向稳步增长阶段过渡

我国经济发展由快速增长阶段向稳步增长阶段过渡，在经济增速放缓的大背景下，企业更加重视运营管控，积极寻求提升运营效率的方法。SaaS 产品基于其在运营提效方面多样化的功能、具备低成本等优势，能够有效满足企业的实际需求，SaaS 行业市场需求稳步上升。

②企业经营的信息化发展趋势

面对人工成本持续上涨的趋势，企业积极在运营过程中引入信息化技术，通过运营流程标准化与数字化升级，减少业务流程的人力投入，降低企业运营成本、提升经营效率。随着人口红利优势逐步减弱，企业借助 SaaS 产品推动运营过程的信息化改造，以应对外部市场日益激烈的竞争。

③云计算技术与 IT 基础架构设施的完善

SaaS 行业 IT 基础架构设施的技术基础为云计算，云计算技术的快速发展与成熟使得 IT 基础架构设施更具高效性与灵活性，云服务与基础架构服务成本降低，为 SaaS 行业的业务发展提供了快速发展的基础资源；在传统与新兴产业的数字化与移动化的趋势下，包含 SaaS 行业在内的信息技术与多个下游行业深度融合，进一步推动了行业的加速发展。

3) 国内行业竞争格局

国内 SaaS 市场仍较为分散，下游应用领域较多，主要包括职能相关的通用型 SaaS 领域（例如：采购、HRM、CRM、等协同办公与远程办公范围）以及行业相关的垂直型 SaaS 领域（例如电商、物流、教育、服务等）。各领域均形成了各自的头部企业与生态模式，但整体的集中度较低。

公司垂直下游行业是电子商务行业，因此其细分领域属于电商 SaaS 行业，行业内的竞争格局呈现如下特征：

①电商 SaaS 行业高度依赖于电商行业的发展，近年来随着电子商务行业的多平台化发展趋势，电商 SaaS 行业也趋向多平台的联动发展。随着新兴电商平台的快速发展，电商 SaaS 行业规模也相应扩展，行业内也持续涌入新的电商 SaaS 企业，加剧了行业的竞争。

②电商 SaaS 行业细分垂直类目较多，不同类目所侧重的用户需求、软件功能实现模式与底层代码结果均有明显差异，因此电商服务市场的企业数量众多，以满足不同类目的开发需求。目前，受限于研发资金、人才投入和技术门槛等因素，以及电商商家对细分类目专业化的需求持续上升，大部分电商 SaaS 企业选择深耕单一或少数细分垂直领域，以形成差异化的竞争优势，因此电商 SaaS 行业的竞争格局呈现较为分散的现状。

③品牌 SaaS 软件服务商优势明显。以阿里巴巴商家服务市场为例，近几年付费用户量排名靠前的第三方 SaaS 产品主要为公司、光云科技、爱用科技、厦门稿定股份有限公司等企业，各自代表性产品分别为美折、超级店长、爱用交易、欢乐逛等产品。前述电商 SaaS 软件服务商进入行业的时间较早，通过技术迭代研发、不断完善产品、积累运营数据，在用户中已经形成了较强的品牌优势。

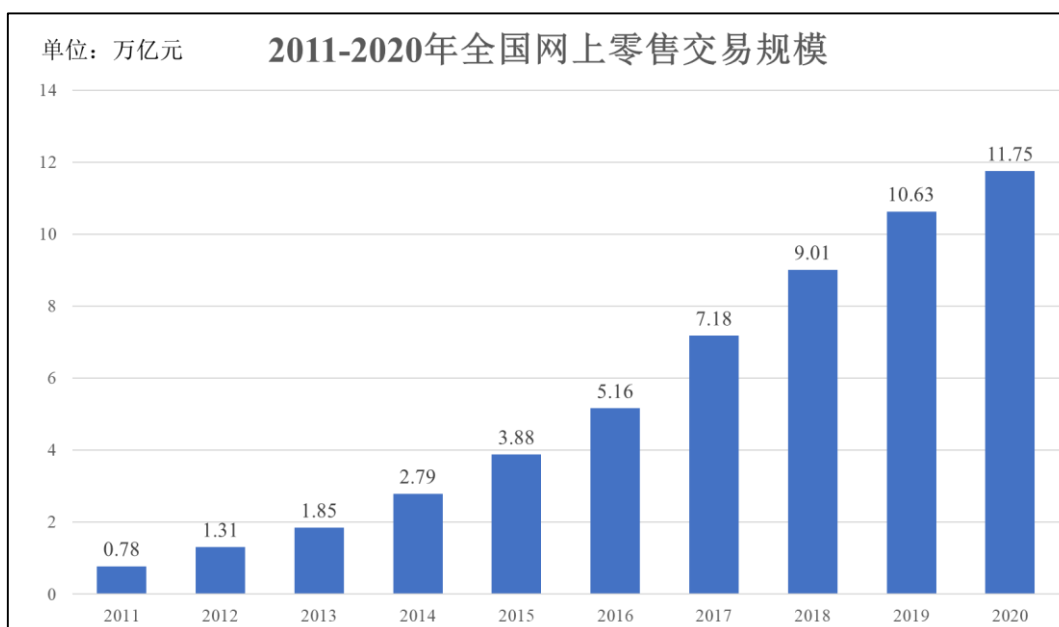
（2）电子商务市场发展状况

近年来，随着我国互联网基础设施的不断完善及移动用户端数量的不断增长，网络购物用户数量持续增长，我国电子商务市场及网络零售市场稳定增长交易规模呈现快速增长的态势。根据国家统计局数据显示，2020 年我国电商平台交易额达到 37.21 万亿元，按同比口径计算，较 2019 年增长 6.89%。按交易对象分，商品类交易额为 27.95 万亿元，服务类电商交易额 8.08 万亿元。



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》

2020年，全国网上零售额 11.75 万亿元，按可比口径计算，较 2019 年增长 10.54%。为适应疫情防控要求下出现的消费新需求，网络零售新业态不断涌现，消费场景深入拓展，线上消费快速发展。2020 年，全国网购替代率为 81.0%，在 2019 年提高 0.2 个百分点的基础上进一步提高 0.4 个百分点。根据中国互联网络信息中心第 48 次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至 2021 年 6 月，我国网络购物用户规模达 8.12 亿，较 2020 年 12 月增长 2,965 万，占网民整体的 80.30%。



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》

2020 年初，新冠疫情对中国经济发展造成巨大影响，在抗击疫情过程中，电子商务展示出强劲的活力和韧性。电商平台通过多种措施扩大货源、畅通物流，有效保障了物资供应；电商企业积极推出远程办公、在线会议、共享员工等新模式新工具，助力复工复产。

根据商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》，新冠肺炎疫情发生以来，电子商

务在防疫物资、民生供应保障、稳定就业、助力工农产品滞销等方面发挥了重要作用。电子商务企业积极践行“保价格稳定保质量可靠、保供应有序”号召，取得积极成效。网络零售迅速回暖，带动消费水平快速回升，在 2020 年 GDP 增速收窄、社会消费品零售总额下降的形势下，网上零售额在 4 月首次实现正增长，实物商品网上零售额在社会消费品零售总额中占比由 2019 年的 20.7% 提高到 24.9%，展现出强大的韧性和活力，成为拉动消费的重要力量。线上零售模式体现出来的抗风险特征，导致近年来消费者线上购物的惯性逐步上升，同时更多的商家通过电商平台、小程序等方式拓展线上销售渠道，促进电子商务行业的稳定增长。

(3) 电商服务业的发展情况

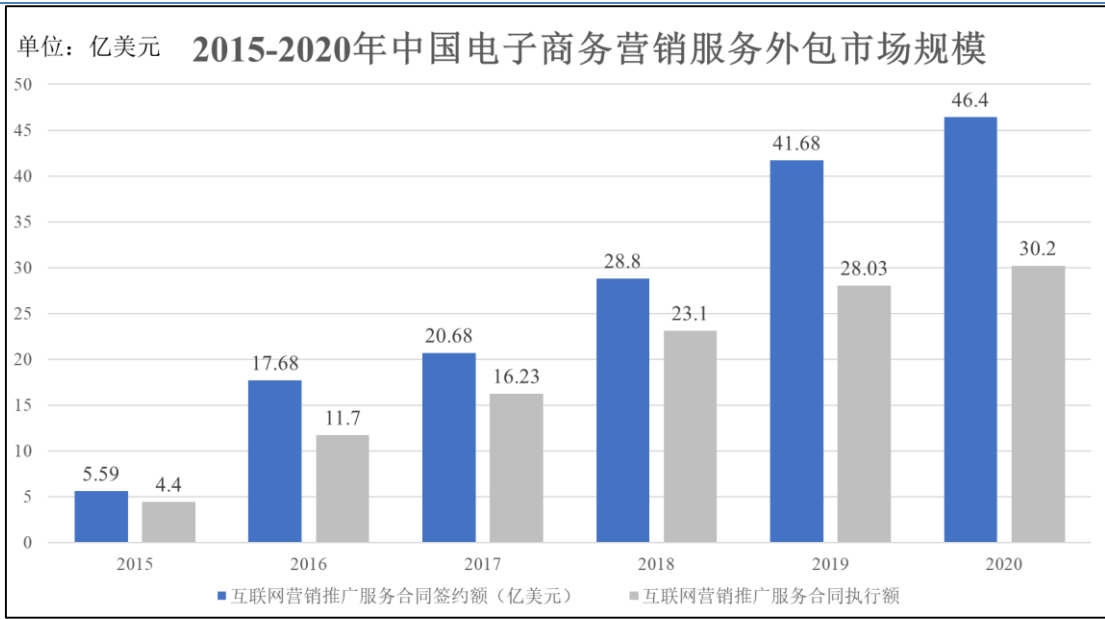
1) 电子商务服务业

电子商务服务业是指基于信息网络，围绕电子商务领域进行的综合服务活动，属于电子商务系统的重要组成部分。电商 SaaS 行业属于电子商务服务业下的电子商务支撑服务，是电子商务稳定运行的重要保障，也是促进电子商务行业创新和发展的基础。

根据商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》，“十三五”期间中国电商服务业快速发展，营业收入从 2016 年的 2.45 万亿元增长至 2020 年的 5.45 万亿元，年平均增长达 22.1%，有力支撑了中国电子商务的蓬勃发展。其中，电商交易服务收入为 1.15 万亿元，增速为 36.33%；支撑服务领域中的电子支付、电商物流、信息技术服务等业务营业收入逆势增长，为 2.10 万亿元，增速 16.73%；衍生服务领域业务营业收入持续增长，为 2.21 万亿元，增速 20.30%。

2) 电子商务营销服务外包市场

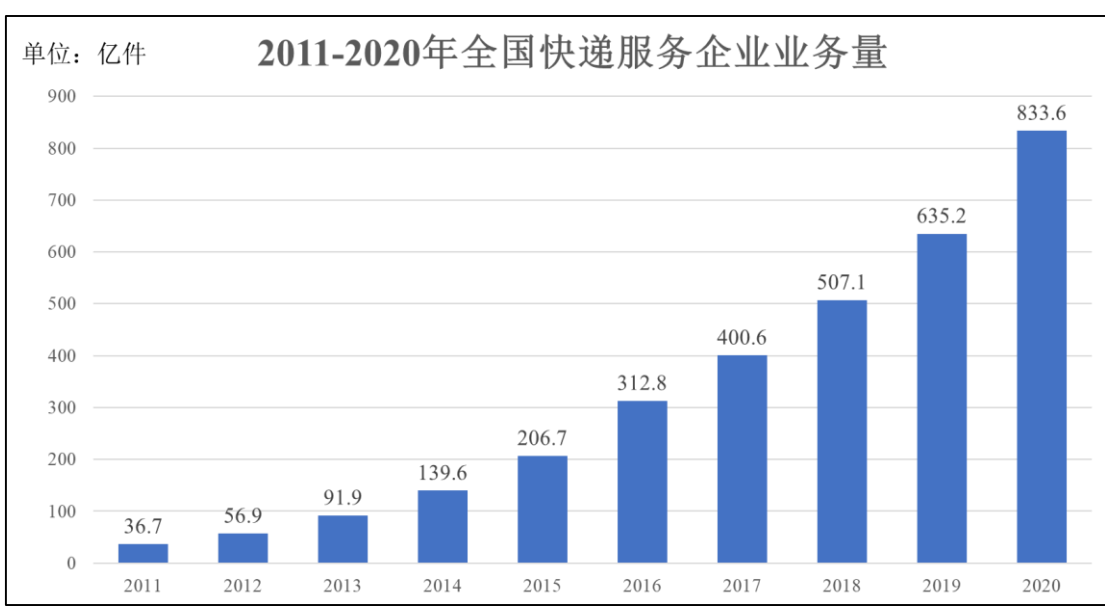
据商务部中国服务外包研究中心统计，互联网营销推广服务合同执行额年均增长率达 26.75%，营业收入从 2016 年的 11.70 亿美元增长到 2020 年底的 30.20 亿美元。2020 年互联网营销推广服务的合同签约额和执行金额分别为 46.40 亿美元和 30.20 亿美元，同比增长 11.3% 和 7.8%。



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》

3) 快递服务企业业务量

电子商务也带动了我国快递业继续保持快速增长。国家邮政局统计数据显示，2020年，邮政服务业务总量累计完成 2,801.40 亿元，同比增长 11.8%。2020年，全国快递服务企业业务量累计完成 833.60 亿件，同比增长 31.2%；业务收入累计完成 8,795.40 亿元，同比增长 17.3%。



资料来源：商务部电子商务和信息化司《中国电子商务报告 2020》

4) 电商 SaaS 软件行业快速发展

电商 SaaS 软件能够服务于电商业务的多场景全环节，满足电商商家多样化的运营管理需求，助力其提升店铺的运营效益。电商 SaaS 的发展主要得益于：

- ① 电子商务行业快速化与复杂化发展

得益于信息技术的成熟，我国电子商务行业快速发展，电商商家的业务与操作流程逐步向复杂化及多样化的方向发展，商家对运营管理效率提升的需求迫切，为电商 SaaS 行业的发展提供了市场基础。

随着电商行业和大数据、云计算技术的成熟，交易的各个环节呈现多元化发展，从交易前端营销活动向直播、短视频等方式拓展，到后端订单管理的多场景化支撑提效，电商 SaaS 行业覆盖的电子商务业务范围流程快速扩大。

②电商平台开放数据接口并建立商家服务市场

面对商家不同阶段服务需求的变动，为了更好地服务电商商家，以淘宝/天猫平台为代表的各电商平台逐步设置准入资格，并向具备较好开发能力的电商 SaaS 企业开放数据接口；电商 SaaS 服务商可以据此构建多功能的软件产品，向电商商家提供多类目多功能的 SaaS 软件服务，电商 SaaS 行业的发展具备了必要的业务资源基础。

此后，电商平台陆续推出服务市场，集聚下游电商商家流量，为电商 SaaS 企业提供销售渠道，提供了下游客户资源，电商 SaaS 行业得到进一步快速发展的机遇。

③专业的 SaaS 服务与电商商家多样化的需求形成良性循环

随着电商商家对 SaaS 软件的接受度与认可度逐步提升，电商商家通过电商平台服务市场采购 SaaS 服务产品的产业模式已经成熟，电商 SaaS 行业的市场空间与用户基础快速扩张。用户数量的增长诞生了更多细节垂直类软件产品的需求，促使更多技术企业加入电商 SaaS 行业，为下游商家提供更专业化的 SaaS 服务，形成良性的循环发展。

电商种类多样化、需求个性化以及电商平台商家数量的增加、付费意愿的加强及各类新型电子商务交易模式的产生，促成了我国电商 SaaS 软件服务商的快速发展。

2、面临的机遇与挑战

(1) 行业机遇

1) 经济与政策引导下游客户数字化转型

我国目前处在经济发展的关键时期，在降本节流以及新冠疫情等因素的影响下，企业面临较大的营收增长压力，数字化升级转型的需求迫切。SaaS 软件能够辅助企业快速完成数字化升级，实现更高效的企业运营管理。此外，我国有关部门的多条政策落地，宏观政策积极支持企业加速完成数字化升级，赋予 SaaS 行业良好的市场前景和成长空间。

2) IT 基础设施升级

SaaS 企业基于资源投入的合理性和使用高效性，以及满足电商平台的业务及安全需求，普遍使用云计算提供技术基础支持。随着我国云计算领域的快速发展，云计算供应商所提供的资源单

位成本逐渐下降，云服务的弹性化程度逐步提高。依托于云计算服务产业的优化升级，SaaS 企业能够以更低廉的成本，更快速地为下游商家提供功能更为丰富、使用体验更佳软件产品与服务。

3) 电商平台多元化发展

近年，我国的电子商务行业继货架电商模式后，兴趣电商、信任电商等新型电商业态快速发展，电子商务行业呈现多元化发展趋势。面对新兴平台与业态，电商商家在多平台店铺运营管理过程中也产生了新的运营提效需求，促使电商平台与电商 SaaS 企业进行升级迭代，为电商商家提供更多元化、精细化的软件服务，进而为电商服务市场带来新的市场增量。

(2) 行业挑战

1) 符合平台要求的技术开发实力

随着电商平台不断更新与发展，电商平台积极与头部 SaaS 企业合作开展新业务能力的探索与试点。电商 SaaS 企业需要保持突出的技术优势，满足电商平台不断更新的开发要求，与平台达成良好的合作关系，共同推进业务能力更新迭代，为商家客户提供行业领先的解决方案，提升公司整体与产品的市场竞争力，是电商 SaaS 企业发展的重大挑战。

2) 多平台兼容和开发的能力

面对新兴电商平台快速发展的趋势，电商商家不再满足于适用单一平台的 SaaS 软件，逐渐提出在多平台使用相同功能的需求，或是支持跨平台协同的软件功能需求。电商 SaaS 企业需要紧随电商行业的发展方向，将单一平台积累的技术优势通过架构沉淀、业务抽象、组件复用等方式进行多平台的升级与转化，以保证能够在多平台、跨平台的行业格局中保持技术与市场的领先地位。

3) 用户的付费转换

电商 SaaS 行业的本质为向下游用户提供软件与增值服务，商业模式的核心为用户付费购买软件以实现公司的创收。目前，电商 SaaS 行业普遍采用向电商商家提供短期的免费试用体验，商家根据使用情况选择付费购买的模式；同时，电商 SaaS 企业一般会根据功能的不同组合设置多个软件版本，引导用户购买功能更丰富的高阶版本。电商 SaaS 企业具备较强的软件开发能力，能够为下游商家提供配套功能丰富、交互界面清晰、操作流程简洁的软件产品，以提高免费试用商家转换率，以及付费用户的客单价是电商 SaaS 企业的业务发展关键。

4) 产品标准化与定制化的平衡

随着电子商务行业的成熟发展，电商商家也依据其业务模式与流程逐步提出更多差异化的需求，统一标准化的软件产品不足以满足下游日益增长的需求。由于定制化软件产品需要电商 SaaS 企业投入较多的资金及人力进行针对性开发，导致电商 SaaS 企业在提供标准化软件产品的同时，

仍需具备定制化开发的灵活性。因此，把握标准化产品与定制化产品开发的平衡，覆盖更多的电商商家用户需求，是公司保持业务稳定增长与行业领先的巨大挑战。

5) 头部商家的服务能力

在经营与发展过程中，部分中小电商商家规模不断扩大，逐步向头部商家发展。头部商家巨大的业务规模与数据体量对电商 SaaS 软件技术架构的稳定性和服务能力具有更严苛的要求，导致电商 SaaS 企业需要具备足够的计算运行技术实力与业务资源储备，向头部商家提供更优质的服务。随着电子商务行业头部商家的集中度上升，持续的技术开发与创新，提升软件产品的功能与性能以具备服务头部商家的能力是电商 SaaS 面临的重要技术挑战。

(四) 行业技术水平、特点及发展趋势

1、SaaS 行业

中国 SaaS 行业起步较晚，大约于 2004-2005 年开发起步，借鉴国际的经验，国内部分云厂商及传统软件企业陆续进军 SaaS 技术领域进行尝试。下游用户对 SaaS 行业与技术仍处于缺乏认知的阶段，企业仍在向用户普及 SaaS 的技术与交付优势。

2010 年前后国内 SaaS 正式起步，随着用户对 SaaS 产品的认知与接受度持续提升，SaaS 企业的数量逐步开始累积创业公司、互联网企业和传统软件企业陆续转型进入 SaaS 领域，成为国内垂直行业 SaaS 领域的重要力量。

2016 年后随着企业对“云计算”技术的逐步认可，对 SaaS 的接受度持续升高，国内 SaaS 市场正式进入快速发展阶段。云技术快速发展，技术业务逐步扩展，IT 架构设施资源的成本下降，“上云”的市场推广初见成效，SaaS 企业得到良好的发展基础。企业数字化转型的需求下，SaaS 软件能够为下游客户提供更具创新能力、更符合行业特点、更具成本优势的方案。

2、电商行业

随着全球信息革命和产业变革的不断深入，数字技术的广泛与深度应用进一步加速，电子商务行业逐渐发展成熟。近年来，电子商务新模式新业态也在不断涌现，人工智能、大数据、小程序等技术广泛应用，直播电商、社交电商、跨境电商海外仓等模式深化创新，社交类平台如快手、抖音也进军电商市场，加速了电商市场的多元化发展，同时也加剧了电商市场的竞争程度。

随着移动智能设备的普及、移动互联网的发展，网络零售消费者的购物习惯发生了极大的转变，逐渐从 PC 端转向移动端。近年来，移动电商的快速发展，以拼多多为代表的社交电商平台、以抖音、快手为代表的短视频平台，以及 Lazada、shopee 等跨境电商平台的出现，使得行业的多平台发展趋势凸显。2015 年移动端购物规模已经超过了 PC 端，各大电商平台均加大了移动端投入，各类移动端应用也迅速拓展。这也催生了对移动端电子商务服务的新需求，促使电子商务服务商向移动端转型，推出相关服务。

3、电商 SaaS 行业

随着大数据与云计算技术的高速发展，下游应用日益成熟，电商商家对于数据的需求也出现了爆发性增长。随着各大电商平台相继实施数据开放战略，日均数据调取频次日益增加。在商家的经营决策、系统建设、无线和 SNS 布局等活动中，运营服务商都高度依赖数据提升服务效率。随着云计算服务的普及，电商 SaaS 企业通过调用更多的增值数据，扩大了服务范围，提升了服务效率。未来，数据运用将极大地改变电商平台和电商 SaaS 企业的运营方式，成为电子商务应用和服务的关键生产要素。

随着大数据、人工智能等技术的在下游市场的应用日趋成熟，短视频、直播带货、社区团购等新模式的电商模式快速兴起，电子商务营销的技术和模式更加多元化。电商商家借助大数据等数据实现精准营销，数字化营销下沉到电子商务领域的多个应用场景，加速了品牌与产品的势能传播，从而推动线上到线下全面的业务模式改革创新。电商 SaaS 企业凭借自身的技术优势，构建多元化的功能与服务模式辅助电商商家加速数字化升级。

（五）主要技术门槛和行业壁垒

1、技术门槛

电商 SaaS 行业的业务基础为软件开发，属于典型的技术与人才依赖型行业，行业的核心技术领域包括自然语言处理、分布式服务框架、海量数据处理、数据分析与复盘等，要求电商 SaaS 企业具备良好且持续的技术研发与创新能力，具有较高的技术门槛。电商 SaaS 软件的技术门槛主要体现在以下 4 个方面：

（1）稳定的大规模数据处理能力

电商 SaaS 软件的功能基础为面向大规模订单的实时处理，并在商品、营销、交易、物流等多个环节面向电商平台与商家进行协调交互。电商 SaaS 软件在各电商平台的使用过程中可能面临多种例外事项，需要软件的技术架构具备较强的稳定性、完善的异常处理机制，同时要求研发团队在业务演进过程中不断积累和分析大量数据以持续优化软件架构，从而提升商家对产品的使用体验。

（2）底层性能稳定、业务高效灵活的产品技术体系

面向电商行业多平台的发展趋势，不同平台、不同规模和不同业态的电商商家对 SaaS 产品和服务的需求存在较大的差异。电商 SaaS 企业需要覆盖足够多的平台和客户群体，调研了解具有代表性的多维度需求，从中提炼出需求的共同性与差异性，进行针对性开发与持续的用户反馈修正升级，才能形成具备底层性能稳定、业务高效灵活的产品技术体系。

（3）数据复盘管理能力

电子商务行业的模式更替速度快，电商商家的运营需求也相应不断变化，因此要求电商 SaaS

企业具备突出的数据复盘管理能力，通过对运营数据筛选、清洗和分析等处理，快速掌握行业和电商商家的需求变动。目前，精细化开发与运营体系的构建已经是电商 SaaS 行业发展的必然趋势，电商 SaaS 行业的技术门槛持续上升。

(4) 信息安全改造升级的能力

随着《中华人民共和国个人信息保护法》等法律法规的实施，电商平台为了保证商家与终端消费者得到可靠的数据安全保护，逐步对电商 SaaS 企业提出更高的安全改造标准，要求电商 SaaS 企业：1) 持续进行安全资源的采购部署以及技术设计方案的升级，以符合平台的安全合规要求；2) 具备迅速响应平台安全改造要求的能力，能够快速推送产品进行合规化升级，以保障业务的稳定开展。中小电商 SaaS 企业受制于资金、人员等多因素的限制，在电商平台日益趋严的安全规范要求下，可能无法满足电商平台的安全资源的要求，抑或无法及时跟进电商平台实时更新的安全改造要求，导致公司或产品遭到平台与市场的淘汰。

具有市场竞争力的电商 SaaS 软件需配备专业的技术研发团队，并针对行业更新的要求进行不断的更新迭代，因此对于新进竞争者或中小电商 SaaS 企业具有较高的技术门槛。

2、行业壁垒

(1) 市场准入壁垒

各电商平台为维持服务市场的有序发展，避免电商 SaaS 企业间的恶性竞争，对不同类目软件招募的开发者企业数量均有限制：1) 对于营销管理、订单管理在内的成熟类目，目前开发者企业数量较多，电商平台逐步减少新入驻开发者的审批，甚至关停部分类目的入驻申请端口，新进入者较难申请到成熟类目的准入资格；对于新兴类目，电商平台的服务市场往往也设有资质审批环节，对申请者服务过的客户数量、用户案例、团队规模、保证金缴纳等均设有不同的准入门槛要求，新进入者一般具备相应的资质。因此，电商 SaaS 行业具有较高的准入壁垒。

(2) 产品壁垒

电商平台的商家数量众多，随着电商行业的快速发展，电商商家的业务模式与流程均呈现差异化、精细化的发展趋势，不同商家的需求日益多元化，电商商家根据其业务流程特征，对垂直细分类目下电商 SaaS 产品的专业性要求不断提高。因此，在细分类目中具有突出的产品功能，能够满足不同规模、不同业务流程的需求是衡量电商 SaaS 软件的重要标准。头部电商 SaaS 企业具有在行业的先发优势，通过多年的行业数据、客户服务经验积累以及丰富的产品开发迭代，通过专业的软件服务能力，制定了细分垂直类目产品的功能体验和业务流程标杆，并引导用户形成了黏性较强的产品操作使用习惯，据此形成了较强的壁垒。

(3) 品牌壁垒

我国电商 SaaS 行业竞争日趋激烈，电商商家集中于各电商平台的服务市场选购所需的电商

SaaS 软件产品，电商 SaaS 软件的销量以及在所处类目的展示位排名是电商商家挑选软件产品的主要参考因素。较早进入市场的电商 SaaS 企业通过用户需求学习、功能适应性开发、产品升级迭代，在下游客户群体中获得较好的口碑，建立起良好的产品品牌形象，获得下游商家的持续订阅，积累了较好的客户资源，用户复购率与转换率较高，从而形成了较强的品牌优势。

(4) 人才壁垒

近年来，电商行业的市场规模高速增长，大量的用户涌入电商平台，电商平台的业务规则与经营业态不断调整以适应用户的需求。电商 SaaS 企业对下游客户的需求的把握、对不同阶段电商平台的业务规则的跟进、及时地对产品进行适应性的开发与升级，将直接影响软件产品的技术水平和服务能力。伴随云计算、大数据、人工智能等新兴技术的发展应用，对软件企业的创新能力提出了更高要求，企业研发人才和技术积累的重要性进一步凸显。

(六) 核心竞争力关键指标的同行业对比情况

衡量公司核心竞争力的关键指标以及与同行业的对比情况如下：

1、经营情况对比

报告期内，公司与同行业可比公司主要电商 SaaS 软件产品覆盖的服务市场类目有所区别，具体如下：

服务市场类目	公司 (838227.NQ)	光云科技 (688365.SH)	爱用科技 (8386858.NQ)
营销管理	美折	/	/
订单管理	我打	快递助手、旺店交易	爱用交易
商品管理	/	超级店长、旺店商品	爱用商品

如上表所示，公司与同行业可比公司均在订单管理类目上线了电商 SaaS 软件，同时公司在营销管理类目了上线了美折软件，而同行业可比公司未在营销管理类目进行产品布局，因此公司与同行业可比公司在产品类目的布局方面具有差异。

报告期内，公司与同行业可比公司的业务规模的比较情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
主营业务收入				
光云科技 (688365.SH)	25,084.40	54,526.69	50,997.03	46,464.51
爱用科技 (8386858.NQ)	3,548.31	7,852.91	7,844.89	5,714.38
公司 (838227.NQ)	5,514.65	11,593.17	9,234.71	6,755.60
电商 SaaS 软件业务收入				

光云科技 (688365.SH)	19,973.66	41,186.97	35,804.53	31,999.76
爱用科技 (8386858.NQ)	3,420.01	6,976.01	6,521.82	5,048.51
公司 (838227.NQ)	5,253.68	10,934.95	8,715.37	6,375.92
电商 SaaS 软件业务毛利				
光云科技 (688365.SH)	13,941.24	29,322.62	25,470.29	23,323.54
爱用科技 (8386858.NQ)	2,185.36	4,397.94	4,017.09	2,972.56
公司 (838227.NQ)	3,822.75	7,877.47	6,514.21	4,807.85

注 1：光云科技与爱用科技的数据来源于该等公司的定期报告；

注 2：光云科技的电商 SaaS 业务为其定期报告披露的“SaaS 产品”；爱用科技的电商 SaaS 业务为其定期报告披露的“淘宝应用软件服务”与“拼多多应用软件服务”。

如上表所示，报告期内，光云科技的业务规模较大，在电商 SaaS 行业的产品布局较为丰富，其电商 SaaS 软件的收入毛利规模高于公司与爱用科技；同时，公司凭借着丰富的用户积累，经营规模高于爱用科技。

2、市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的比较情况

报告期内，公司与同行业可比公司在市场地位、技术实力、衡量核心竞争力的关键业务数据、指标等方面的对比如下：

关键指标		核心产品销量	光云科技	爱用科技
核心产品 2022 年 9 月末阿里巴巴服务市场付费用户数	营销管理	24.2 万（美折）	/	/
	订单管理	17.3 万（我打）	36.5 万（快递助手） 9.99 万（旺店交易）	36.1 万 （爱用交易）
	商品管理	/	23.3 万（超级店长） 1.03 万（旺店商品）	6.8 万 （爱用商品）
核心商品 2022 年 9 月末阿里巴巴服务市场同类产品付费用户数排名	营销管理	第 1 名（美折）	/	/
	订单管理	第 5 名（我打）	第 1 名（快递助手） 第 8 名（旺店交易）	第 2 名 （爱用交易）
	商品管理	/	第 1 名（超级店长） 第 4 名（旺店商品）	第 2 名 （爱用商品）

注 1：上述数据为截至 2022 年 9 月 30 日，阿里巴巴商家服务市场公示的各软件的付费用户销量，阿里巴巴商家服务市场尚未公开该数据的统计口径；

注 2：2022 年 9 月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商 SaaS 软件的类目进行重分类，截至 2022 年 9 月 30 日部分软件的类目未划分完毕，导致营销管理类目下的软件数量有所减少。

凭借在 SaaS 领域多年的技术与产品开发经验，公司美折软件在营销管理类目获得了突出的市场地位；交易管理类目下，公司与同行业可比公司的产品均具有良好的商家用户基础，在服务市场的排名均较为靠前；商品管理类目方面，公司未与同行业可比公司形成竞争关系。

因此，公司的产品布局与同行业可比公司形成错位竞争，公司的核心技术赋予产品良好的功能与交互水平，公司的主要产品在营销管理与交易管理类目均取得较好的排名，因此公司具有较

强的市场竞争力。

（七）行业特有的经营模式、周期性、区域性或季节性特征等

1、行业内经营模式

目前，我国的电商 SaaS 企业主要通过电商平台的服务市场向下游电商商家用户销售软件产品与增值服务。服务市场根据电商商家选购的软件产品或增值服务代为收取全部的费用，并根据平台规则扣除技术服务费后定期与电商 SaaS 企业进行结算。对于电商 SaaS 企业，该经营模式具备结算简便、现金流量稳定等优势。

采购与运营方面，电商 SaaS 企业主要向电商平台采购技术服务费、服务器、API 与数据同步服务、短信通道等资源，供应商集中度高。除技术服务费为服务市场定期结算时自动扣抵外，其他业务资源主要采用预付款后根据实际使用量结算的模式，部分采用后付费模式。

2、周期性

电商 SaaS 软件主要为电商商家提供客户店铺开设、运营管理、增值服务等。从下游电商领域来看，随着我国国民经济的快速发展，我国电商零售消费者数量众多、消费频次较高、消费需求旺盛等特点，因此电商 SaaS 软件行业处于高速发展阶段，不具有明显的经济周期性。

3、区域性

电商 SaaS 软件行业的最终用户分布与经济发达程度有密切的正相关关系，经济发达地区人民生活水平较高、零售业发展迅速，电商 SaaS 软件业务较为发达。我国零售市场主要集中在环渤海、长三角、珠三角及其他经济发达地区，这些地区拥有大量大型零售营销网络，形成了庞大的电商商家集群，对电商软件的需要量也相应较大。因此，电商 SaaS 软件行业的下游客户分布具有区域性特征。

4、季节性

电商 SaaS 软件主要在销售支持、营销活动、运营管理等方面为电商商家提供支持，以帮助电商客户进行业务活动、实现其与客户高效连接为核心，因此电商 SaaS 软件行业与电商市场的变化息息相关。目前消费者已逐渐养成日常网络购物习惯，电商商家亦逐渐形成网络促销习惯。除特殊节日外，电商 SaaS 行业的销售在不存在产生较为明显的波动，不具有较显著的季节性特征。

（八）行业竞争情况

1、行业内的主要企业

（1）杭州光云科技股份有限公司

杭州光云科技股份有限公司，股票代码：688365.SH，成立于 2009 年，是业内领先的电商 SaaS 企业，核心业务是基于电子商务平台为电商商家提供 SaaS 产品，在此基础上提供配套硬件、

运营服务及 CRM 短信等增值产品。

注：资料来源《杭州光云科技股份有限公司首次公开发行股票并在科创板上市招股说明书》

(2) 上海爱用宝科技股份有限公司

上海爱用宝科技股份有限公司，股票代码：836858.NQ，成立于 2012 年，是从事软件和信息服务业的开发商和服务提供商，主要立足于电子商务行业，基于淘宝服务平台，向淘宝网店提供基于移动互联网技术的电子商务管理解决方案，并专注为淘宝网店提供包含订单处理、商品管理、分销供应、数据分析、营销打折等功能的软件产品。

注：资料来源《上海爱用宝科技股份有限公司 2021 年年度报告》

(3) 厦门稿定股份有限公司

厦门稿定股份有限公司，曾用名：厦门欢乐逛科技股份有限公司，成立于 2010 年，为国内较早从事电子商务第三方服务企业之一。该公司立足于互联网，依托于对电子商务及电商客户需求的深刻理解，为客户提供涵盖工具、服务、教育等在内的一体化电商服务综合解决方案。

注：资料来源《厦门欢乐逛科技股份有限公司公开转让说明书》

(4) 深圳天源迪科信息技术股份有限公司

深圳天源迪科信息技术股份有限公司，股票代码：300047.SZ，主要业务为应用软件、技术服务、系统集成、运营业务、网络产品销售。其控股子公司深圳市宝贝团信息技术有限公司是阿里巴巴商家服务市场首批第三方服务商，陆续推出宝贝团营销、宝贝团流量、聚数据、京麦、京牛、趣买啦商城等产品。

注：资料来源《深圳天源迪科信息技术股份有限公司 2021 年年度报告》

2、公司市场地位

(1) 主要电商平台的付费用户数量排名靠前

公司具体细分行业属于电商 SaaS 行业，公司旗下产品多次被阿里巴巴商家服务市场评为“淘拍档”，在行业内具有良好的口碑和品牌效应，在电商 SaaS 行业中处于领先地位。

根据市场公开信息，按客户数量（付费用户数量）统计，公司美折产品在阿里巴巴商家服务所属功能类目下处于领先地位，我打产品在拼多多、1688、快手、抖音服务市场所属功能类目下处于领先地位，具体情况如下：

产品	电商平台	功能类目	同类目软件数量	类目下使用人数排名
美折	淘宝/天猫	营销管理	103	1
我打	淘宝/天猫	订单管理	151	5

我打	拼多多	订单管理-打单	158	3
我打	1688	订单管理	115	3
我打	京东	订单管理	107	5
我打	抖音	交易管理	172	3
我打	快手	店铺管理-打单发货	110	1

注 1：上述软件数量与付费用户数量排名为截至 2022 年 9 月 30 日各电商平台服务市场公开的数据，各电商平台服务市场未公示付费用户数量的具体计算方法；

注 2：2022 年 9 月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商 SaaS 软件的类目进行重分类，截至 2022 年 9 月 30 日部分软件的类目未划分完毕，导致营销管理类目下的软件数量有所减少。

此外，报告期内公司还将美折产品陆续部署在抖音、快手平台上，进一步扩大了产品在多平台的应用。

2019 年 1 月至 2022 年 9 月，美折软件与我打软件在其主要电商平台服务市场的排名变动情况如下：

1) 阿里巴巴商家服务市场（淘宝/天猫平台）

①美折软件

2019 年 1 月至 2022 年 9 月，美折软件在阿里巴巴商家服务市场营销管理类目的排名情况如下：

日期	排名	同类目下软件数量
2019 年 1 月 1 日	第 1 名	112
2019 年 12 月 31 日	第 1 名	212
2020 年 12 月 31 日	第 1 名	384
2021 年 12 月 31 日	第 1 名	395
2022 年 6 月 30 日	第 1 名	394
2022 年 9 月 30 日	第 1 名	103[注]

注：2022 年 9 月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商 SaaS 软件的类目进行重分类，截至 2022 年 9 月 30 日部分软件的类目未划分完毕，导致营销管理类目下的软件数量有所减少。

如上表所示，2019 年 1 月至 2022 年 9 月，美折软件在阿里巴巴商家服务市场的排名稳定，均在营销管理类目排名第一，表明美折软件的功能与交互得到下游电商商家的广泛认可，具有较高的市场知名度与口碑。

②我打软件

2019 年 1 月至 2022 年 9 月，我打软件在阿里巴巴商家服务市场订单管理类目的排名情况如下：

日期	排名	同类目下软件数量
----	----	----------

2019年1月1日	第4名	78
2019年12月31日	第6名	145
2020年12月31日	第4名	152
2021年12月31日	第4名	148
2022年6月30日	第4名	152
2022年9月30日	第5名	151

注：2022年9月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商 SaaS 软件的类目进行重分类，新设订单管理类目，公司按照订单管理类目软件在报告期内的上线时间统计各时点订单管理类目的软件数量。

如上表所示，2019年1月至2022年9月，我打软件在阿里巴巴商家服务市场的排名稳定且均较为靠前，表明该产品具有广泛的用户基础，市场认可度较高。

2) 其他电商平台

报告期内，公司美折软件与我打软件主要在阿里巴巴商家服务市场运营，其他平台的业务占比相对较低且处于增长期，公司未统计报告期内拼多多、1688、京东、抖音等平台订单管理类目下的软件销量与数量信息。公司记录了2022年7月底与9月底我打软件在该等电商平台服务市场订单管理类目下的排名情况，具体如下：

①拼多多服务市场

2022年7月与9月底，我打软件在拼多多服务市场订单管理—打单类目的排名情况如下：

日期	排名	同类目下软件数量
2022年7月31日	第3名	154
2022年9月30日	第3名	158

②1688服务市场

2022年7月与9月底，我打软件在1688服务市场订单管理类目的排名情况如下：

日期	排名	同类目下软件数量
2022年7月31日	第3名	117
2022年9月30日	第3名	115

③京麦服务市场（京东平台）

2022年7月与9月底，我打软件在京麦服务市场订单管理类目的排名情况如下：

日期	排名	同类目下软件数量
2022年7月31日	第6名	99
2022年9月30日	第5名	107

④抖店服务市场（抖音平台）

2022年7月与9月底，我打软件在抖店服务市场订单管理类目的排名情况如下：

日期	排名	同类产品数量
2022年7月31日	第2名	174
2022年9月30日	第3名	172

如上表所示，我打软件在拼多多、1688等电商平台的服务市场在订单管理类目的排名稳定，且排名均较为靠前，属于各电商平台热门的订单管理工具软件，下游商家用户的认可度较高。

（2）交易高峰时点的峰值处理能力

公司自主研发的电商 SaaS 软件美折具备海量订单实时处理能力，通过大规模后台任务并行框架，为商家执行订单同步，报表计算和 CRM 管理等任务，日均稳定处理超过 500 万笔订单；同时支持全链路追踪（可以对服务调用、数据库操作、并行框架等全链路操作的时间、异常信息进行记录，对异常情况做到快速响应）的演进。美折软件在电商平台大型促销活动期间（例如“618”，“双 11”，“双 12”等）支撑了十余万商家短时间内上千万次后台任务，在过往 12 个月内为 20 万商家累计稳定处理超过 20 亿笔订单。

威海领新自主研发的订单管理 SaaS 软件我打，接入市面主流电商平台，为电商商家提供高效的在线订单处理服务。通过多级并发订单同步处理技术和多层次分布式数据存储架构，满足商家高效订单同步、快速筛单、批量打印发货等订单处理需求，日均稳定处理超过 1,500 万个包裹面单打印作业；在电商平台大型促销活动期间支撑了数十万商家的数千万级订单处理需求，在双 11 当天累计处理超过 5,000 万笔订单，打印包裹面单超过 3,400 万个；在过往 12 个月内为超过 30 万商家累计稳定处理超过 50 亿个包裹。

（3）公司具备多平台发展能力

公司自成立以来，以阿里巴巴商家服务市场作为 SaaS 业务开展的起始点，逐步向多类型电商平台渗透，形成了以阿里巴巴商家服务市场为主，多平台全面发展的 SaaS 产品线格局。

3、公司的竞争优势

（1）行业经验与先发优势

公司是较早进入电商服务市场的电商 SaaS 企业之一，公司在电商商家中率先形成了一定的客户基础及行业认可度。公司紧跟电子商务行业的变革趋势，产品功能不断丰富与更新，在用户群体中形成了较好的市场口碑。电商商家在使用公司产品过程中形成了较强的产品交互惯性，同时公司也积累了大量商家用户的操作数据，能及时对用户的需求进行分析并对产品交互界面、功能进行持续优化升级，因此电商商家替换产品的使用成本较高，形成了较强的用户黏性。公司作为行业中的先发企业逐渐形成较强的市场与产品壁垒，并基于持续的技术研发、需求探索与用户规模的共同作用，形成良好的正循环发展局面。

公司专注于营销管理和订单管理，在该等细分领域中，公司的产品具备较好的用户体验，使用门槛较低，因此公司产品及服务获得了下游电商商家的广泛认可，逐步累积了夯实的用户基础；同时，公司凭借丰富的客户基础与数据积累，培养了经验丰富的研发团队，形成了较强的技术研发和产品开发优势，促使公司能够较好地把握市场发展趋势，满足客户对产品功能快速迭代的需求、提升客户体验，进而保持产品的技术先进性，也为产品的进一步创新奠定了基础。

(2) 品牌知名度优势

公司作为电商服务市场营销管理与交易管理类付费用户数排名较前的电商 SaaS 企业，在各电商平台的服务市场具有较高的品牌知名度，电商 SaaS 产品也获得了电商商家的普遍认可。自公司成立以来，多次获得阿里巴巴商家服务市场颁发的“淘拍档”与其他多个平台的荣誉称号，在行业内形成了突出的口碑和品牌效应。

以美折产品为例，美折产品在阿里巴巴商家服务市场营销管理-促销工具类目下付费用户数量排名第一，市场知名度较高。公司该产品较高的销量和较好的口碑增加了产品的曝光度，进而不断吸引新的用户。

公司利用其产品和品牌效应，针对电商商家的运营需求不断研发推出新的电商 SaaS 产品，强化品牌优势，提升持续盈利能力。

(3) 深耕营销管理与订单管理的专业化优势

公司深耕电商 SaaS 营销管理和订单管理的细分垂直领域，聚焦行业提供全面有针对性的产品功能和交互引导，突出简化用户的操作路径，降低使用成本，专业且高效的提升用户在营销管理和订单管理方面的效率。

以美折软件为例，该产品聚焦营销管理全链路，形成营销活动准备到营销活动后数据分析闭环，对用户进行分群引导，用产品功能之间的连接和引导来帮助新手用户迅速熟悉产品的使用，用每个环节功能的丰富性满足专业用户的多元化需求，同时对用户的行为进行分析挖掘，不断迭代对新用户的引导、提升功能丰富性。

(4) 精细化运营管理优势

公司自主研发数据采集和分析系统，能进行多维度的海量数据分析，通过过滤、分组、聚合、交叉、排序等一系列分布式算法处理，结合公司开发人员丰富的数据分析经验，并挖掘业务增长保证产品开发路径的可行性，运营人员则根据数据分析结果开展精细化运营，提升用户的产品使用体验。

(5) 客户降本优势

与传统软件企业相比，公司通过将软件部署在云服务器避免本地安装与部署，大幅减少了产品的前期投入成本，也使得更多的中小微企业可以成为 SaaS 产品的客户群体。电商商家目前仍然

呈现金字塔结构，中小商家的数量庞大，公司通过向中小电商商家提供电商 SaaS 产品，有效地降低了这类客户的成本，具有较强的吸引力。

(6) 核心技术优势

公司在电商 SaaS 领域具有领先的技术优势。公司已掌握了高性能分布式海量数据聚合分析引擎、海量数据多维度实时筛选分析方法等核心技术。公司凭借该等核心技术，为自有产品的研发和升级提供了技术实力基础。公司依靠该等核心技术保证产品在大促与日常的稳定运行，同时，通过弹性扩容等方式在短时间具备处理爆发式增长的交易订单数据，稳固了公司在电商 SaaS 领域的竞争优势。

(7) 多平台覆盖优势

近年来，电商平台数量与类型逐渐丰富，加剧了电商行业的竞争格局，抢占新兴电商平台的增量市场以及产品是否具备多平台兼容覆盖的能力是电商 SaaS 企业能够适应电商行业目前竞争格局的重要指标。

公司及子公司通过自主研发，逐步扩大产品的电商平台覆盖面。报告期内，公司的主要产品能够覆盖淘宝、天猫、1688、拼多多、京东、抖音、快手等多个主流电商平台。多平台运营一方面能够帮助公司获取新的市场增量，扩大收入规模，另一方面能够丰富公司的产品开发经验，提升产品的适用性与市场竞争力。

公司及子公司向主要电商平台的商家开始提供服务的时间，以及公司报告期内各主要电商平台的软件服务收入占比情况如下：

电商平台	入驻的核心产品	开始提供服务的时间	软件服务收入占比			
			2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
淘宝/天猫	我打	2010年 9月	71.53%	78.70%	88.49%	99.99%
	美折	2011年 6月				
拼多多	我打	2017年 5月	13.55%	11.15%	6.53%	-
1688	我打	2017年 3月	4.34%	3.82%	2.07%	0.01%
京东	我打	2017年 6月	1.92%	2.00%	1.32%	-
抖音	我打	2019年 11月	5.04%	1.97%	0.55%	-
快手	我打	2019年 8月	2.09%	1.50%	0.64%	-
其他			1.53%	0.86%	0.40%	-
合计			100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

4、公司的竞争劣势

(1) 研发与技术团队建设有待进一步加强

公司所处的电商 SaaS 行业以研发驱动，高度依赖研发与技术创新推动业务的稳定发展。公司凭借在电商 SaaS 行业的先发优势，在功能开发与产品迭代领域积累了丰富的行业经验。但电子商务与电商 SaaS 行业具有发展变革速度快的特点，要求电商 SaaS 企业具有快速迭代与新产品研发投入的实力。公司计划在电商 SaaS 进一步加大投入，提升公司的整体实力，现有的公司人才储备可能难以适应未来业务扩张的要求。因此，公司需要持续引入高水平的技术人才，加强研发与业务团队建设，提高人才储备，为公司的长远发展奠定坚持的发展基础。

(2) 细分类目的覆盖度较低

目前，公司产品虽然在阿里巴巴商家服务市场营销管理和订单管理细分类中排名靠前，同时公司也随着电子商务行业的发展在多个新兴电商平台进行了产品布局，但是目前公司主要产品覆盖的细分类目仍较少，不利于形成多类目多产品的联动机制。

2、影响行业发展的主要因素

(1) 有利因素

1) 宏观政策环境有利于第三方电商平台良性发展

从国家政策、市场需求、产品成熟度到整个经济环境的变化，优质 SaaS 产品将持续融入到大企业的持续发展进程中。具体而言，2005 年 1 月 8 日，我国第一个专门指导电子商务发展的政策性文件《国务院办公厅关于加快电子商务发展的若干意见》颁布，明确了我国发展电子商务的指导思想和原则；2016 年 12 月 24 日，商务部、中央网信办、发改委联合发布《电子商务“十三五”发展规划》，提出“电子商务全面融入、覆盖国民经济和社会发展各领域，成为经济增长和新旧动能转换关键动力”的发展目标和确立“2020 年电子商务交易额 40 万亿元、网上零售总额 10 万亿元、相关从业者 5,000 万人”三大发展指标；构建“十三五”电子商务发展框架体系，归纳为“加快电子商务提质升级”、“推进电子商务与传统产业深度融合”、“发展电子商务要素市场”、“完善电子商务民生服务体系”、“优化电子商务治理环境”五项任务。2018 年 8 月，工信部、发改委分别发布《扩大和升级信息消费三年行动计划（2018-2020）》《推动企业上云实施指南（2018-2020）》，指出到 2020 年全国新增上云企业 100 万家，形成典型的标杆案例 100 个，形成一批有影响力、带动力的云平台和企业上云体验中心。2019 年，发改委发布《关于促进“互联网+社会服务”发展的意见》，推动“互联网+社会服务”发展，促进社会服务数字化、智能化、多元化、协同化，主要提出要推进大数据、云计算、人工智能、物联网等新一代信息技术在社会服务领域集成应用。

宏观经济的稳定增长以及行业支持性政策的不断出台，为电子商务的持续健康发展奠定了坚实的基础。

2) 网络零售业的不断发展

近年来，我国网民规模和互联网普及率逐年增长，网购用户规模也不断增长。在宏观经济增速放缓的情况下，网络零售业持续保持较高速度的增长。未来，随着网络购物环境的日趋完善与成熟，网购用户逐步向年长群体扩展及向三、四线城市甚至农村市场的下沉，网购用户群体将不断扩大，网络零售业仍有较大发展空间。同时，新兴网购平台如拼多多、抖音、快手等平台也相继进军网络销售领域。2020年疫情的爆发再次提高了电商的地位，电商成为购物的主要方式。

网络零售业务的持续增长将增加对电子商务服务业的需求，带动电子商务服务业的发展。

3) 科技助力 SaaS 行业发展

我国电商 SaaS 行业依赖信息技术的发展，5G 网络的普及和云计算的发展为电商 SaaS 行业提供充足动力。5G 的发展将给予电商 SaaS 产品更快的数据传输速度与更强的稳定性，覆盖的下游领域增多，促进行业良性发展。近年来，移动互联网技术的高速发展，提升了终端消费者的线上购物体验，电子商务下游覆盖群体进一步扩大；同时，移动端处理能力的升级，为电商 SaaS 行业提供了新的应用场景，下游电商商家的使用便捷度明显提升。

(2) 不利因素

1) 市场无序竞争

电子商务服务业发展时间较短，行业处于发展初期，市场规则与监管制度尚不完善，政府尚未出台专门针对电子商务服务业的法律法规，因而行业中存在一定的市场无序竞争问题。例如，部分企业通过低价竞争甚至免费经营的方式获取用户、抢占份额，同时多数电商 SaaS 企业的规模较小，不具备良好的服务深度，对行业的可持续发展造成了不良影响。

2) 业务依赖平台发展

在网络零售领域，无论是 B2C 还是 C2C，电商平台均占据了较大市场份额，绝大多数电商商家集聚于电商平台，电商 SaaS 企业作为电商服务的链条也依托于电商平台，对该平台存在较大程度的依赖，存在同质化竞争严重，差异化产品解决方案供给不足的情况。

三、发行人主营业务情况

(一) 主要销售情况

1、主营业务收入构成分析

报告期内，公司主营业务收入构成如下：

单位：万元

主营业务 收入	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比

电商 SaaS 软件	5,253.68	95.27%	10,934.95	94.32%	8,715.37	94.38%	6,375.92	94.38%
其中：								
①美折软件	2,273.14	41.22%	5,578.59	48.12%	6,156.21	66.66%	6,361.36	94.16%
②我打软件	2,839.57	51.49%	5,218.00	45.01%	2,519.67	27.28%	-	-
③其他软件	140.97	2.56%	138.36	1.19%	39.49	0.43%	14.56	0.22%
短信服务	252.58	4.58%	640.86	5.53%	519.34	5.62%	379.67	5.62%
技术服务	8.40	0.15%	17.36	0.15%	-	-	-	-
合计	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%

注：2020年6月30日，公司完成对威海领新的收购，我打产品自2020年7月纳入公司合并报表范围，故该产品于2019年及2020年上半年的收入未在上表中体现。

报告期内，公司主营业务收入分别为6,755.60万元、9,234.71万元、11,593.17万元及5,514.65万元，主要由电商 SaaS 软件、短信服务及技术服务收入构成。报告期内，公司主营业务收入呈逐步增长趋势，主要系2020下半年起公司通过收购威海领新，新增了我打软件所致。报告期内，公司美折及我打软件收入占主营业务收入的比重分别为94.16%、93.95%、93.13%及92.71%，收入占比较高，为公司的核心产品。

2、主营业务收入按地区分析

报告期内，公司美折软件与我打软件两款核心产品收入的地区构成情况如下：

(1) 美折软件分地区收入情况

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
华东地区	1,019.99	44.87%	2,557.63	45.85%	2,775.93	45.09%	2,737.61	43.03%
华南地区	563.51	24.79%	1,479.81	26.53%	1,625.84	26.41%	1,570.57	24.69%
华北地区	227.70	10.02%	598.43	10.73%	677.83	11.01%	671.10	10.55%
华中地区	171.00	7.52%	453.39	8.13%	503.41	8.18%	461.95	7.26%
其他地区	290.94	12.80%	489.34	8.77%	573.20	9.31%	920.13	14.46%
合计	2,273.14	100.00%	5,578.59	100.00%	6,156.21	100.00%	6,361.36	100.00%

注：公司通过识别美折用户 IP 地址，以用户登陆次数最多的地区作为其归属地区进行统计，部分用户的 IP 地区无法识别，将其归类在其他地区。

(2) 我打软件分地区收入情况

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比

华东地区	1,179.67	41.54%	2,182.53	41.83%	1,074.29	42.64%
华南地区	748.89	26.37%	1,349.25	25.86%	640.18	25.41%
华北地区	241.02	8.49%	404.45	7.75%	180.68	7.17%
华中地区	170.32	6.00%	285.18	5.47%	128.56	5.10%
其他地区	499.68	17.60%	996.59	19.10%	495.96	19.68%
合计	2,839.57	100.00%	5,218.00	100.00%	2,519.67	100.00%

注：公司通过我打产品用户的主要打单发货地址统计用户的地区归属，部分用户无相关信息，将其归类在其他地区。

报告期内，公司美折及我打软件在华东地区及华南地区收入占比较高，主要系上述地区电商市场较为成熟，电商交易亦较为活跃。

3、主要产品的销售价格变动情况

报告期内，公司主要产品销售单价变动情况如下：

(1) 美折产品售价

报告期内，公司美折软件主要在淘宝/天猫平台销售，美折软件在该平台的销售定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2019年	高级版	15	35	65	128
	尊享版	30	79/85	139/155	229/258
2020年	高级版	15/18	35/37	65/69	128
	尊享版	30	85	155	258
	旗舰版	88	199	349	618
2021年	高级版	15	37	69	128
	尊享版	30	85/88	155/169	258/269
	旗舰版	88	199	349	618
	企业版	/	/	/	40,000
2022年1-6月	高级版	15	37	69	128
	尊享版	30	88	169	269
	旗舰版	88	199	349	618
	企业版	/	/	/	40,000

注1：上表的销售单价均为含税价格，下同；

注2：部分产品版本的销售价格在年度内有所调整，价格体现为调整前的价格/调整后的价格，下同；

注3：2020年7月，公司将高级版月度美折产品单价由15元调整至18元，根据市场反应，2020年9月价格又调整回15元，因此2021年度的价格继续沿用15元。

针对电商商家营销多样化的需求，公司于 2020 年与 2021 年分别推出旗舰版与企业版美折产品，该等版本产品是公司针对高阶用户的需求进行新功能的开发，丰富了美折产品在营销链路的功能结构；同时，报告期内，公司针对各版本的美折产品进行优化升级，并相应上调了部分版本产品的销售价格，从而提升产品的整体客单价。

(2) 我打产品售价

2020 年及 2021 年，公司“我打”产品主要在淘宝/天猫、拼多多、1688、京东和抖音平台销售，我打产品在上述平台的销售定价情况如下：

1) 淘宝/天猫平台

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020 年	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180
2021 年	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180
2022 年 1-6 月	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180
	专业版	55	148	265	468

2022 年 3 月 3 日，我打专业版在淘宝/天猫平台上线。

2) 拼多多平台

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020 年	标准版	20	50	90	160
2021 年	标准版	20	50	90	160
2022 年 1-6 月	标准版	20	50	90	160

3) 1688 平台

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020 年	标准版	35	95	168	294
2021 年	标准版	35	95	168	294

	高级版	45	122	216	378
2022年1-6月	标准版	35	95	168	294
	高级版	45	122	216	378

4) 京东平台

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	50	135	255	480
2021年	标准版	50	135	255	480
2022年1-6月	标准版	50	135	255	480

注：由于京麦服务市场软件服务销售最低价高于其他电商平台服务市场，因而我打-京东版产品定价显著高于我打-其他电商平台。

5) 抖音平台

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	20/15	50/32	90/64	160/128
2021年	标准版	15	32/42	64/80	128/148
2022年1-6月	标准版	15/20	42/55	80/100	148/180

2020年、2021年及2022年上半年，除抖音平台外，我打软件的销售定价均保持稳定。2020年11月，公司根据抖音平台的竞品价格下调了我打软件各版本的产品定价；2021年，公司对我打软件功能进行了优化升级，上调了抖音平台季度、半年度与年度产品的销售价格；2022年4月，公司上调了抖音平台产品的销售价格。

(3) 短信服务售价

单位：元/条

年份	短信类型		
	通知类	营销类	保险类
2019年	0.032	0.041-0.050	/
2020年	0.032	0.045-0.052	/
2021年	0.032	0.044-0.052	0.052
2022年1-6月	0.032	0.044-0.052	0.052

报告期内，公司短信服务价格基本保持稳定。

4、报告期内公司向前五大客户的销售情况

序号	客户	销售收入（元）	占主营业务收入比例
2022年1-6月			
1	徐小米教搭配（快手 ID: 902640167）	351,863.76	0.64%
2	杭州市人防工程平战结合服务保障中心	83,962.26	0.15%
3	熠保科技（上海）有限公司	79,452.31	0.14%
4	杭州驭势品牌管理有限公司[注 1]	76,047.02	0.14%
5	衡阳慧用工服务有限公司	43,428.41	0.08%
合计		634,753.76	1.15%
2021年			
1	熠保科技（上海）有限公司	1,115,028.67	0.96%
2	北京青橙信息技术有限公司	193,984.92	0.17%
3	杭州驭势品牌管理有限公司[注 1]	130,898.14	0.11%
4	多路达食品酒水（淘宝 ID）	126,175.26	0.11%
5	liuqingyu1234（淘宝 ID）	115,771.91	0.10%
合计		1,681,858.90	1.45%
2020年			
1	杭州临安郎国樞农业开发有限公司[注 2]	291,499.90	0.32%
2	浙江阿里巴巴通信技术有限公司	94,476.04	0.10%
3	杭州驭势品牌管理有限公司	84,640.48	0.09%
4	汉韵阁梦唐（淘宝 ID）	50,725.54	0.05%
5	芜湖世杰图书商贸有限公司	47,644.25	0.05%
合计		568,986.20	0.62%
2019年			
1	杭州临安郎国樞农业开发有限公司	86,459.17	0.13%
2	汉韵阁梦唐（淘宝 ID）	66,806.92	0.10%
3	芜湖世杰图书商贸有限公司	42,727.82	0.06%
4	南宁市原上电子商务有限公司[注 3]	36,756.01	0.05%
5	zscdxx1122（淘宝 ID）	24,792.33	0.04%
合计		257,542.25	0.38%

注 1：杭州驭势品牌管理有限公司包括杭州驭势品牌管理有限公司、Harness Trend (HK) Trading Co., Limited 和杭州维天梦健康食品有限公司，该等公司为受同一实际控制人控制的主体，因此合并计算公司对该等公司的销售收入；
注 2：杭州临安郎国樞农业开发有限公司包括杭州临安郎国樞农业开发有限公司、lalgj12345（淘宝 ID）和 lalgj123（淘宝 ID），该等公司与店铺为受同一实际控制人控制的主体，因此合并计算发行人对该等公司的销售收入；
注 3：南宁市原上电子商务有限公司包括南宁市原上电子商务有限公司和天康宏盛（淘宝 ID），该等公司与店铺为受同一实际控制人控制的主体，因此合并计算公司对该等公司的销售收入；该店铺的所有者于 2020 年 3 月由广西鼎康科技股份有限公司变更为南宁市原上电子商务有限公司。

报告期内，公司不存在向单个客户的销售占比超过销售总额 50%或严重依赖于少数客户的情形；公司目前的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在公司前五名客户中未占有权益。

报告期内，公司实际控制人邹宇、董事苏鑫与熠保科技（上海）有限公司签署《合作协议书》进行保险经纪服务项目合作，邹宇、苏鑫在项目开展过程中通过项目合作款、短期借款提供资金支持合计 860 万元；截至本招股说明书签署日，邹宇、苏鑫与熠保科技（上海）有限公司合作开展的项目均已完成，项目合作款项与短期借款项下的所有本金以及相关收益均已收回。

5、电商 SaaS 软件收入按电商平台分析

报告期内，公司美折软件与我打软件分电商平台的收入构成情况如下：

（1）美折软件分电商平台收入情况

单位：万元

电商平台	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
淘宝/天猫	2,269.41	99.84%	5,576.61	99.96%	6,156.17	100.00%	6,361.36	100.00%
抖音	2.69	0.12%	1.43	0.03%	0.03	0.00%	-	-
微信	0.46	0.02%	0.29	0.01%	-	-	-	-
快手	0.57	0.02%	0.21	0.00%	-	-	-	-
其他	-	-	0.05	0.00%	0.01	0.00%	-	-
合计	2,273.14	100.00%	5,578.59	100.00%	6,156.21	100.00%	6,361.36	100.00%

报告期各期，美折软件 99%以上的收入来自于淘宝/天猫平台。根据阿里巴巴商家服务市场的公开数据，截至 2022 年 9 月 30 日，阿里巴巴商家服务市场营销管理类目下存在生效付费用户的 SaaS 软件数量为 103 个，美折软件以突出的销量排名第一。

（2）我打软件分电商平台收入情况

单位：万元

电商平台	2022 年 1-6 月		2021 年		2020 年		2019 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
淘宝/天猫	1,393.56	49.08%	2,939.45	56.33%	2,957.43	63.93%	2,766.96	74.83%
拼多多	712.11	25.08%	1,218.84	23.36%	941.56	20.35%	567.70	15.35%
1688	228.29	8.04%	417.38	8.00%	321.34	6.95%	201.32	5.44%
京东	100.75	3.55%	219.05	4.20%	205.04	4.43%	135.35	3.66%

抖音	260.74	9.18%	212.73	4.08%	52.50	1.13%	0.01	0.00%
其他	144.14	5.08%	210.56	4.04%	148.03	3.20%	26.32	0.71%
合计	2,839.57	100.00%	5,218.00	100.00%	4,625.89	100.00%	3,697.67	100.00%

报告期内，我打软件收入主要来源于淘宝/天猫、拼多多、1688、京东和抖音平台，该等平台的收入占我打软件总收入的比重分别为 99.29%、96.80%、95.96%以及 94.92%，占比较高。

截至 2022 年 9 月 30 日，我打软件在各大电商平台对应类目排名情况及统计口径如下：

序号	平台	类目	该类目下软件数量	排名	统计口径
1	淘宝/天猫	订单管理	151	5	阿里巴巴商家服务市场公开的各电商 SaaS 软件实时有效用户销量
2	拼多多	订单管理-打单	158	3	拼多多服务市场公开的各电商 SaaS 软件的月销量
3	1688	订单管理	115	3	1688 服务市场公开的各电商 SaaS 软件的已售套数
4	京东	订单管理	107	5	京麦服务市场公开的各电商 SaaS 软件的付费人数
5	抖音	交易管理-订单管理	172	3	抖店服务市场按销量排序

6、主要电商 SaaS 产品的月度经营数据

(1) 美折软件主要经营数据

报告期内，发行人美折软件主要于淘宝/天猫平台对应的阿里巴巴商家服务市场销售。2019 年 1 月至 2022 年 7 月，美折软件在该服务市场的主要经营数据情况如下：

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019 年 1 月	700.86	2.22	9.34	1.62	42.17	28.19	58.11%
2019 年 2 月	703.24	2.37	11.52	1.70	48.35	27.95	63.52%
2019 年 3 月	708.56	5.32	14.74	3.75	46.52	35.70	65.26%
2019 年 4 月	714.38	5.82	13.47	3.97	44.91	35.65	63.98%
2019 年 5 月	719.79	5.41	13.62	3.75	44.48	36.10	63.36%
2019 年 6 月	725.09	5.30	12.96	3.58	44.52	34.93	60.87%
2019 年 7 月	730.24	5.15	12.32	3.45	45.03	33.96	59.15%
2019 年 8 月	735.58	5.35	12.88	3.57	45.60	34.53	60.12%
2019 年 9 月	741.23	5.65	13.36	3.64	45.46	35.70	60.18%
2019 年 10 月	747.24	6.01	13.45	3.86	43.79	36.90	59.61%
2019 年 11 月	753.28	6.04	13.06	3.56	43.44	37.07	57.84%

2019年12月	757.85	4.57	11.89	2.82	44.44	33.97	57.07%
2020年1月	759.55	1.70	7.13	1.10	47.77	23.78	55.77%
2020年2月	761.76	2.21	9.38	1.29	52.34	24.05	63.03%
2020年3月	766.98	5.22	13.88	3.39	49.93	33.14	65.26%
2020年4月	772.32	5.34	12.41	3.41	49.56	34.35	63.05%
2020年5月	777.81	5.49	12.91	3.70	47.07	35.45	63.89%
2020年6月	782.60	4.79	11.96	3.09	46.85	33.81	60.37%
2020年7月	787.09	4.49	10.82	2.76	48.28	32.15	59.19%
2020年8月	791.06	3.96	10.52	2.43	52.70	31.04	59.97%
2020年9月	795.71	4.65	11.18	2.77	50.24	32.46	61.40%
2020年10月	801.81	6.10	12.04	3.17	47.04	36.50	61.76%
2020年11月	807.65	5.84	10.96	2.72	47.42	36.90	58.64%
2020年12月	812.21	4.57	10.09	2.15	49.56	34.14	58.13%
2021年1月	814.91	2.70	7.94	1.37	51.05	28.72	59.02%
2021年2月	816.92	2.02	8.08	1.07	59.00	25.62	63.06%
2021年3月	821.91	4.99	11.80	2.84	54.44	34.57	65.43%
2021年4月	826.89	4.97	10.16	2.60	53.10	34.15	62.16%
2021年5月	831.59	4.70	10.23	2.56	50.24	33.75	64.27%
2021年6月	835.95	4.36	9.60	2.31	49.70	32.32	61.02%
2021年7月	840.10	4.15	8.71	2.14	49.58	31.40	58.85%
2021年8月	844.20	4.10	8.92	2.10	51.01	31.03	59.04%
2021年9月	848.51	4.32	8.79	2.02	51.24	30.60	59.76%
2021年10月	853.28	4.76	9.25	2.25	48.07	31.19	61.33%
2021年11月	857.37	4.10	7.94	1.78	49.77	29.45	58.53%
2021年12月	860.98	3.61	7.49	1.49	51.21	27.70	60.05%
2022年1月	863.27	2.28	5.62	0.81	53.88	23.64	58.90%
2022年2月	865.98	2.72	7.76	1.13	59.86	25.70	62.65%
2022年3月	870.17	4.19	8.10	1.72	57.00	28.70	62.76%
2022年4月	873.95	3.78	6.73	1.51	54.18	26.76	60.90%
2022年5月	877.77	3.82	7.16	1.52	54.26	26.94	61.33%
2022年6月	881.08	3.31	6.46	1.29	54.37	25.38	59.40%
2022年7月	884.54	3.46	6.02	1.27	52.87	25.06	57.45%

注1：上表数据均按照电商商家付费订购的口径进行统计，下同；

注2：ARPU=月度用户付费金额/当月付费用户数，下同；

注3：用户续费率=各月到期用户在到期日后90天内存在新生效订单的用户数量占比，其中2022年5月至2022年

7月的用户留存率数据仅包含截至2022年8月15日的用户复购信息，下同。

(2) 我打软件主要经营数据

报告期内，发行人我打软件主要在淘宝/天猫、拼多多、1688、京东和抖音平台对应的服务市场销售，我打软件来自该等平台的销售收入占我打软件总收入的比重分别为99.28%、96.80%、95.96%和94.92%。

2019年1月至2022年7月，我打软件在上述电商平台的主要经营数据如下：

1) 淘宝/天猫

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019年1月	81.30	0.65	3.23	0.38	54.17	-	74.29%
2019年2月	82.06	0.75	4.01	0.45	66.67	-	76.92%
2019年3月	83.38	1.33	4.31	0.81	69.84	-	77.06%
2019年4月	84.68	1.30	3.90	0.81	69.02	-	76.34%
2019年5月	86.17	1.48	4.09	0.80	65.79	-	76.74%
2019年6月	87.59	1.42	3.91	0.74	65.66	-	75.90%
2019年7月	88.99	1.40	3.64	0.76	62.41	-	75.59%
2019年8月	90.29	1.30	3.93	0.76	61.59	-	76.21%
2019年9月	91.68	1.39	3.88	0.81	63.08	-	76.26%
2019年10月	93.11	1.43	4.01	0.89	63.11	-	75.53%
2019年11月	94.42	1.31	4.11	0.83	59.72	-	75.82%
2019年12月	95.57	1.15	4.12	0.75	58.30	-	75.50%
2020年1月	96.07	0.50	2.21	0.32	59.68	16.63	72.41%
2020年2月	96.83	0.76	3.82	0.46	67.23	14.43	75.48%
2020年3月	98.64	1.82	5.27	1.17	69.05	17.78	76.12%
2020年4月	100.66	2.01	4.50	1.29	67.72	18.72	73.80%
2020年5月	102.58	1.92	4.79	1.23	65.62	19.22	74.88%
2020年6月	104.05	1.47	4.63	0.95	62.95	18.87	73.52%
2020年7月	105.51	1.46	3.95	0.88	61.65	18.77	73.55%
2020年8月	106.76	1.25	4.16	0.82	62.28	18.57	74.86%
2020年9月	108.12	1.36	4.68	0.92	62.27	18.87	76.18%
2020年10月	109.45	1.33	4.52	0.92	61.71	19.01	74.85%
2020年11月	110.64	1.19	4.01	0.79	59.68	19.03	74.50%
2020年12月	111.64	1.00	4.32	0.70	57.82	18.68	74.96%

2021年1月	112.47	0.83	3.55	0.56	54.49	18.09	74.56%
2021年2月	113.20	0.73	4.00	0.47	67.68	17.15	75.17%
2021年3月	114.70	1.50	4.89	0.99	69.88	18.53	75.10%
2021年4月	116.05	1.35	4.07	0.92	67.04	18.53	73.53%
2021年5月	117.25	1.21	4.26	0.84	63.04	18.51	75.29%
2021年6月	118.27	1.02	4.17	0.69	62.91	18.25	75.11%
2021年7月	119.37	1.10	3.71	0.70	61.18	18.23	75.63%
2021年8月	120.56	1.18	4.05	0.75	62.19	18.18	76.05%
2021年9月	121.64	1.09	4.11	0.74	61.37	18.16	75.92%
2021年10月	122.78	1.14	4.33	0.79	59.90	18.30	75.92%
2021年11月	123.80	1.02	4.04	0.68	58.93	18.23	75.68%
2021年12月	124.74	0.94	4.02	0.62	56.69	18.02	76.34%
2022年1月	125.29	0.56	3.05	0.38	56.79	17.08	73.16%
2022年2月	126.09	0.79	4.69	0.53	69.16	16.84	75.98%
2022年3月	127.04	0.95	4.24	0.63	67.20	17.09	73.75%
2022年4月	127.97	0.93	3.51	0.65	65.74	16.42	72.41%
2022年5月	128.87	0.91	4.16	0.67	63.73	16.66	72.45%
2022年6月	129.67	0.80	3.97	0.58	65.67	16.90	71.21%
2022年7月	130.78	1.11	3.95	0.58	54.81	16.93	67.13%

注：我打软件的主要功能为帮助电商商家高效进行快递单打印等订单管理事项，电商商家使用软件的频率高，产生的商家登陆、物流单信息量庞大，对服务器的占用较高。公司定期清理历史数据以提高运营效率，目前公司已清理2019年及之前的我打软件用户登陆信息，故未披露我打软件2019年的活跃用户数量，下同。

2) 拼多多

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019年1月	11.72	0.38	0.63	0.17	49.20	-	76.60%
2019年2月	12.31	0.59	0.81	0.17	55.86	-	78.36%
2019年3月	13.59	1.28	0.97	0.38	62.59	-	73.57%
2019年4月	14.93	1.34	1.03	0.50	62.95	-	74.65%
2019年5月	17.14	2.21	1.08	0.45	57.79	-	75.03%
2019年6月	18.40	1.25	1.04	0.40	56.75	-	75.63%
2019年7月	19.23	0.84	0.98	0.33	56.32	-	75.46%
2019年8月	20.19	0.96	1.05	0.35	57.71	-	75.41%
2019年9月	21.08	0.89	0.41	0.15	59.85	-	75.86%

2019年10月	21.91	0.83	1.79	0.69	62.35	-	75.76%
2019年11月	22.59	0.69	1.26	0.42	56.90	-	73.34%
2019年12月	23.57	0.97	1.09	0.32	54.20	-	69.16%
2020年1月	24.29	0.72	0.42	0.08	54.62	4.85	57.17%
2020年2月	25.21	0.92	0.83	0.18	57.10	4.48	67.56%
2020年3月	27.77	2.56	1.65	0.70	64.65	6.83	68.63%
2020年4月	32.06	4.28	1.86	0.92	62.38	9.19	68.64%
2020年5月	35.88	3.82	1.89	0.84	59.36	9.15	70.22%
2020年6月	39.49	3.62	1.91	0.73	57.76	9.19	71.38%
2020年7月	43.80	4.31	1.96	0.70	57.25	10.12	72.86%
2020年8月	48.38	4.57	2.09	0.81	55.49	10.61	73.56%
2020年9月	52.89	4.51	2.19	0.73	56.59	10.69	72.24%
2020年10月	56.83	3.94	2.17	0.68	51.64	10.29	70.52%
2020年11月	58.18	1.36	2.24	0.69	50.56	7.76	70.61%
2020年12月	59.12	0.94	1.96	0.65	49.52	7.43	72.35%
2021年1月	60.43	1.31	1.72	0.50	44.30	7.86	73.69%
2021年2月	61.43	0.99	1.87	0.45	43.50	7.44	73.55%
2021年3月	62.93	1.50	2.17	0.74	64.92	8.33	70.58%
2021年4月	64.11	1.18	2.08	0.71	64.58	8.32	70.80%
2021年5月	65.17	1.05	2.30	0.69	61.66	8.37	72.45%
2021年6月	66.08	0.91	2.18	0.59	60.01	8.31	73.45%
2021年7月	66.90	0.83	1.74	0.50	54.76	8.30	72.45%
2021年8月	67.68	0.78	1.91	0.48	58.30	8.30	73.96%
2021年9月	68.55	0.87	1.91	0.54	57.87	8.43	75.20%
2021年10月	69.51	0.96	2.21	0.60	51.86	8.72	75.28%
2021年11月	70.49	0.98	2.28	0.58	45.97	8.90	76.16%
2021年12月	71.41	0.92	2.46	0.59	40.48	8.93	77.68%
2022年1月	72.06	0.65	2.12	0.44	50.19	8.62	78.84%
2022年2月	72.99	0.93	2.75	0.59	61.49	8.81	77.50%
2022年3月	74.28	1.29	2.44	0.76	60.34	9.48	73.59%
2022年4月	75.39	1.11	2.46	0.70	57.55	9.30	74.10%
2022年5月	76.44	1.05	2.49	0.69	56.07	9.50	72.97%
2022年6月	77.37	0.93	2.81	0.65	60.75	9.47	70.63%
2022年7月	78.23	0.85	2.25	0.56	52.81	9.39	71.64%

3) 1688

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019年1月	2.21	0.03	0.12	0.04	112.16	-	61.22%
2019年2月	2.26	0.05	0.18	0.06	125.44	-	68.13%
2019年3月	2.35	0.08	0.23	0.09	144.08	-	54.95%
2019年4月	2.41	0.06	0.16	0.07	122.64	-	55.15%
2019年5月	2.47	0.06	0.18	0.07	125.07	-	58.68%
2019年6月	2.52	0.05	0.15	0.05	122.00	-	59.57%
2019年7月	2.57	0.05	0.15	0.06	118.98	-	62.62%
2019年8月	2.63	0.06	0.17	0.06	118.34	-	64.24%
2019年9月	2.70	0.07	0.19	0.07	121.39	-	64.73%
2019年10月	2.76	0.06	0.19	0.07	115.57	-	62.33%
2019年11月	2.83	0.07	0.20	0.07	110.70	-	62.76%
2019年12月	2.89	0.06	0.20	0.07	109.53	-	63.41%
2020年1月	2.91	0.02	0.09	0.02	112.37	0.86	62.05%
2020年2月	2.96	0.05	0.20	0.05	114.49	0.76	66.19%
2020年3月	3.12	0.16	0.34	0.16	118.79	1.00	59.38%
2020年4月	3.30	0.18	0.35	0.19	110.64	1.11	58.84%
2020年5月	3.46	0.16	0.37	0.17	115.07	1.18	60.24%
2020年6月	3.60	0.13	0.33	0.14	111.37	1.21	64.28%
2020年7月	3.72	0.12	0.32	0.13	111.16	1.25	64.16%
2020年8月	3.84	0.12	0.29	0.10	112.48	1.29	65.15%
2020年9月	4.06	0.21	0.32	0.10	127.55	1.44	64.18%
2020年10月	4.23	0.17	0.30	0.09	115.22	1.43	66.37%
2020年11月	4.40	0.18	0.28	0.09	117.21	1.48	68.34%
2020年12月	4.57	0.17	0.30	0.09	111.99	1.49	69.32%
2021年1月	4.67	0.10	0.23	0.05	95.41	1.43	70.73%
2021年2月	4.77	0.10	0.29	0.05	130.68	1.38	74.26%
2021年3月	4.99	0.23	0.36	0.13	134.52	1.59	63.97%
2021年4月	5.19	0.20	0.33	0.11	134.12	1.59	66.56%
2021年5月	5.39	0.21	0.34	0.10	128.53	1.63	69.20%
2021年6月	5.66	0.26	0.32	0.09	122.10	1.67	67.92%

2021年7月	5.91	0.25	0.29	0.08	116.67	1.66	69.12%
2021年8月	6.11	0.21	0.33	0.08	116.53	1.70	72.63%
2021年9月	6.29	0.18	0.36	0.08	123.68	1.70	71.78%
2021年10月	6.45	0.17	0.35	0.08	119.48	1.70	72.74%
2021年11月	6.61	0.16	0.33	0.07	114.79	1.71	72.92%
2021年12月	6.76	0.14	0.34	0.07	105.52	1.70	76.66%
2022年1月	6.84	0.09	0.23	0.04	103.49	1.63	76.78%
2022年2月	6.99	0.14	0.41	0.07	130.36	1.66	75.45%
2022年3月	7.22	0.23	0.41	0.11	135.59	1.79	70.90%
2022年4月	7.40	0.18	0.33	0.09	130.35	1.76	70.34%
2022年5月	7.58	0.17	0.38	0.09	128.65	1.77	74.09%
2022年6月	7.73	0.15	0.34	0.07	127.86	1.76	74.50%
2022年7月	7.89	0.17	0.30	0.07	122.69	1.77	72.66%

4) 京东

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019年1月	0.78	0.03	0.04	0.01	199.31	-	73.12%
2019年2月	0.82	0.05	0.05	0.01	212.69	-	72.31%
2019年3月	0.90	0.08	0.07	0.02	243.97	-	72.90%
2019年4月	0.95	0.06	0.07	0.03	251.50	-	70.94%
2019年5月	1.00	0.06	0.07	0.03	213.02	-	69.83%
2019年6月	1.05	0.05	0.07	0.02	177.57	-	69.51%
2019年7月	1.09	0.05	0.07	0.02	167.78	-	68.49%
2019年8月	1.14	0.06	0.09	0.03	172.05	-	67.44%
2019年9月	1.20	0.07	0.09	0.03	153.11	-	70.94%
2019年10月	1.25	0.06	0.09	0.03	166.55	-	70.76%
2019年11月	1.31	0.07	0.09	0.03	162.00	-	69.52%
2019年12月	1.37	0.06	0.10	0.03	157.89	-	75.65%
2020年1月	1.40	0.02	0.06	0.01	144.17	0.37	71.44%
2020年2月	1.46	0.05	0.10	0.02	143.50	0.34	71.41%
2020年3月	1.55	0.16	0.13	0.04	176.47	0.43	67.39%
2020年4月	1.69	0.18	0.14	0.06	182.85	0.49	64.59%
2020年5月	1.80	0.16	0.15	0.06	172.85	0.51	69.66%

2020年6月	1.89	0.13	0.15	0.05	155.44	0.51	74.13%
2020年7月	1.98	0.12	0.14	0.04	161.25	0.53	73.22%
2020年8月	2.06	0.12	0.14	0.04	162.08	0.53	73.19%
2020年9月	2.14	0.21	0.14	0.04	160.19	0.54	73.27%
2020年10月	2.22	0.17	0.14	0.04	149.71	0.53	75.98%
2020年11月	2.28	0.18	0.13	0.04	141.51	0.54	74.00%
2020年12月	2.36	0.17	0.14	0.04	144.52	0.54	72.03%
2021年1月	2.42	0.10	0.13	0.03	127.70	0.52	76.70%
2021年2月	2.46	0.10	0.12	0.02	174.36	0.48	70.93%
2021年3月	2.54	0.23	0.14	0.04	176.98	0.54	67.00%
2021年4月	2.63	0.20	0.15	0.04	150.26	0.54	66.99%
2021年5月	2.72	0.21	0.14	0.05	138.08	0.54	69.16%
2021年6月	2.79	0.26	0.13	0.04	132.05	0.54	69.86%
2021年7月	2.85	0.25	0.12	0.03	153.10	0.53	72.83%
2021年8月	2.91	0.21	0.13	0.03	152.92	0.53	75.12%
2021年9月	2.97	0.18	0.13	0.03	146.02	0.55	72.45%
2021年10月	3.03	0.17	0.12	0.03	146.79	0.53	70.74%
2021年11月	3.10	0.16	0.12	0.03	139.12	0.54	70.63%
2021年12月	3.16	0.14	0.12	0.03	133.18	0.54	68.83%
2022年1月	3.21	0.09	0.10	0.02	127.75	0.51	69.30%
2022年2月	3.26	0.14	0.13	0.02	145.39	0.48	67.90%
2022年3月	3.33	0.23	0.12	0.03	163.45	0.51	68.90%
2022年4月	3.40	0.18	0.11	0.03	166.76	0.47	65.93%
2022年5月	3.48	0.17	0.13	0.04	161.33	0.49	64.54%
2022年6月	3.53	0.15	0.12	0.04	157.63	0.48	63.29%
2022年7月	3.59	0.06	0.10	0.03	132.36	0.47	63.81%

5) 抖音

单位：万

期间	月注册用户数	新增注册用户数	月付费用户数	月新增付费用户数	ARPU (元)	月度活跃用户数	用户续费率
2019年11月	0.00	0.00	0.00	0.00	50.00	-	-
2019年12月	0.01	0.01	0.00	0.00	40.00	-	-
2020年1月	0.01	0.01	0.00	0.00	46.06	0.01	42.86%
2020年2月	0.03	0.01	0.00	0.00	48.94	0.01	69.23%

2020年3月	0.09	0.06	0.03	0.02	60.27	0.07	56.25%
2020年4月	0.24	0.15	0.07	0.07	56.79	0.20	62.50%
2020年5月	0.44	0.20	0.13	0.12	51.36	0.34	71.72%
2020年6月	0.65	0.21	0.15	0.13	48.71	0.44	63.03%
2020年7月	1.10	0.45	0.19	0.15	46.78	0.77	60.93%
2020年8月	1.49	0.39	0.21	0.17	44.98	0.85	57.01%
2020年9月	1.91	0.42	0.27	0.20	45.01	0.98	54.77%
2020年10月	2.41	0.50	0.28	0.20	50.77	1.16	53.25%
2020年11月	2.96	0.56	0.39	0.26	46.00	1.30	44.17%
2020年12月	3.49	0.52	0.30	0.18	34.07	1.32	41.35%
2021年1月	3.90	0.41	0.25	0.13	34.65	1.27	43.88%
2021年2月	4.14	0.24	0.23	0.09	41.25	1.03	47.69%
2021年3月	4.75	0.61	0.43	0.24	43.33	1.49	49.54%
2021年4月	5.47	0.72	0.44	0.26	38.81	1.79	53.17%
2021年5月	6.28	0.81	0.49	0.28	38.06	2.09	55.45%
2021年6月	7.00	0.72	0.52	0.29	37.33	2.24	60.89%
2021年7月	7.87	0.87	0.60	0.35	37.36	2.51	61.59%
2021年8月	9.16	1.29	0.81	0.49	38.17	3.16	61.39%
2021年9月	10.61	1.45	0.85	0.47	37.99	3.58	61.13%
2021年10月	12.03	1.42	0.95	0.50	37.12	3.94	60.91%
2021年11月	13.55	1.52	1.01	0.51	40.24	4.46	60.39%
2021年12月	15.27	1.72	1.18	0.60	41.09	5.10	63.46%
2022年1月	16.26	0.99	0.96	0.40	40.83	4.64	64.17%
2022年2月	17.27	1.01	1.24	0.48	47.57	4.38	66.43%
2022年3月	19.02	1.75	1.51	0.73	45.49	5.48	66.19%
2022年4月	20.60	1.58	1.33	0.58	50.31	5.58	65.78%
2022年5月	22.19	1.59	1.26	0.53	55.29	6.04	63.39%
2022年6月	23.40	1.22	1.29	0.55	55.64	5.92	60.48%
2022年7月	24.82	1.42	1.33	0.54	55.17	6.12	60.45%

(二) 主要采购情况

1、公司主要采购具体情况

报告期内，公司主要采购的内容具体如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年	
	采购额	占比	采购额	占比	采购额	占比	采购额	占比
技术服务费	814.08	59.23%	1,846.87	60.79%	1,587.04	69.34%	1,273.46	75.69%
短信通道	174.81	12.72%	452.76	14.90%	338.75	14.80%	252.62	15.01%
API与数据同步服务	105.42	7.67%	277.83	9.14%	198.72	8.68%	113.13	6.72%
服务器	238.80	17.37%	419.18	13.80%	159.98	6.99%	40.71	2.42%
其他	41.32	3.01%	41.64	1.37%	4.45	0.19%	2.66	0.16%
合计	1,374.42	100.00%	3,038.28	100.00%	2,288.95	100.00%	1,682.58	100.00%

注：占比=报告期各期各项目采购额/采购总额

报告期内，公司主要采购内容为技术服务费、短信通道、API与数据同步服务以及服务器等。

（1）技术服务费

技术服务费为公司在淘宝、天猫、京东等电商平台的服务市场向用户提供美折、我打等电商SaaS软件，各电商平台服务市场基于用户支付的订单金额扣除的固定费率的平台服务费用。报告期内，公司技术服务费采购金额随着收入规模的增加持续增长。

（2）短信通道

短信通道为公司为用户提供短信服务时向供应商采购的短信通道费，报告期内公司短信通道采购额占总采购的比重分别为15.01%、14.80%、14.90%和12.72%，基本维持稳定。

（3）API与数据同步服务

API与数据同步服务为公司根据《开放平台技术服务费规则》向淘宝/天猫等电商平台支付的订单数据调用与同步费用。

（4）服务器

报告期内，公司的服务器成本主要系使用阿里聚石塔及阿里零售云等电商平台服务器的租赁费用。报告期内，公司服务器采购额由2019年的40.71万元上升至2021年的419.18万元，主要系公司于2020年6月30日收购子公司威海领新，我打产品收入与成本计入公司报表，该产品主要为电商平台商家提供订单信息存储服务以实现快递面单打印的功能，产品业务运营过程对服务器空间与性能的要求较高，因此公司服务器采购额增长较快。

2、主要业务资源的采购价格变动

（1）技术服务

技术服务费由各电商平台服务市场基于公司的服务市场软件结算款项按平台预定费率收取；

报告期内，公司与主要电商平台结算技术服务费的费率如下：

电商平台	结算费率			
	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
淘宝/天猫	20.00%	20.00%	20.00%	20.00%
1688	20.00%	20.00%	20.00%	/
拼多多	0.60%	0.60%	0.60%	/
京东[注 1]	15.00%/20.00%	15.00%/20.00%	15.00%	/
抖店	0.60%	0.60%	0.60%	/
快手[注 2]	0.60%/20.00%	0.60%	/	/

注 1：京东京麦服务市场的技术服务费率自 2021 年 6 月 11 日起由 15.00% 变更为 20.00%，后于 2021 年 10 月 21 日调整回 15.00%；2022 年 1 月 14 日，京东京麦服务市场的技术服务费重新调整回 20.00%。

注 2：公司于 2021 年 3 月 5 日入驻快手服务市场，因此 2020 年无快手平台技术服务费；此外，快手平台于 2022 年 5 月 30 日起将服务市场的技术服务费率由 0.6% 上调至 20%。

电商平台的服务市场未直接向公司收取上述技术服务费款项，而与公司定期进行款项结算时，扣抵技术服务费后向公司支付。

（2）短信通道

报告期内，公司短信通道采购价格的变动情况如下：

产品	2022年1-6月		2021年		2020年		2019年
	平均采购单价	同比变动	平均采购单价	同比变动	平均采购单价	同比变动	平均采购单价
短信（元/条）	0.029	-7.84%	0.031	4.11%	0.030	10.56%	0.027

2020 年，公司短信采购价格较 2019 年上升 10.56%，主要系电商平台上调聚石塔短信价格所致。2021 年，公司短信采购价格基本维持稳定。2022 年 1-6 月，公司短信采购价格较 2021 年下降 7.84%，主要系当期公司向抖音平台的短信采购量上升，采购单价有所下降所致。

（3）API 与数据同步服务

报告期内，公司 API 与数据同步服务采购价格的变动情况如下：

项目	2022年1-6月			
	采购额（万元）	采购数量 [注 1]	平均采购单价 [注 2]	采购单价同比变动
API 服务	39.11	35,781,857	0.0109	-18.15%
数据同步服务	66.30	24,076,593	0.0275	-1.72%
合计	105.42	59,858,450	0.0176	-11.34%
项目	2021年度			

	采购额 (万元)	采购数量 [注 1]	平均采购单价 [注 2]	采购单价 同比变动
API 服务	103.90	77,796,028.34	0.0134	-21.02%
数据同步服务	173.93	62,070,872.01	0.0280	-7.08%
合计	277.83	139,866,900.35	0.0199	-17.17%
项目	2020 年度			
	采购额	采购数量 [注 1]	平均采购单价 [注 2]	采购单价 同比变动
API 服务	65.32	38,625,695.34	0.0169	3.18%
数据同步服务	133.40	44,239,994.59	0.0302	-27.14%
合计	198.72	82,865,689.93	0.0240	28.41%
项目	2019 年度			
	采购额	采购数量 [注 1]	平均采购单价 [注 2]	采购单价 同比变动
API 服务	90.20	55,035,575.63	0.0164	/
数据同步服务	22.93	5,540,704.94	0.0414	/
合计	113.13	60,576,280.57	0.0187	/

注 1：API 服务的采购数量单位为百次；数据同步服务的采购数量单位为百单；

注 2：API 服务的平均采购单价计量单位为元/百次；数据同步服务的平均采购单价计量单位为元/百单。

报告期内，公司 API 与数据同步服务平均采购单价变动较大，主要原因是：

1) 2020 年公司在淘宝/天猫平台逐步使用数据同步服务替代聚石塔内基础 API 服务，数据同步服务的单价较高，导致公司 API 与数据同步服务平均采购单价较 2019 年增长 28.41%，主要系：①电商平台对 API 服务的调用次数进行限制，不利于公司业务运营的稳定性，而数据同步服务并无相关限制，使用数据同步服务更利于发行人的业务运营；②API 服务根据调用数据的订单量、调用次数进行收费，而数据同步服务仅根据订单数量进行收费，公司业务开展中需对同一订单进行多次的数据调用，公司使用数据同步服务更具经济性，因此公司选择数据同步服务替代聚石塔内基础 API 服务。

2) 2021 年公司 API 与数据同步服务的平均采购单价同比下降 17.17%，主要系公司于 2021 年上线了我打产品的“无感同步”功能，功能上线前期，公司购买了较多的基础 API 服务进行业务测试与衔接，因此平均采购单价有所下降。

3) 2022 年上半年公司 API 与数据同步服务的平均采购单价较 2021 年下降 11.34%，主要系公司积极配合淘宝/天猫平台的软件升级要求，获得了较多的 API 与数据同步服务优惠券以抵扣相关的支出，导致当期的平均采购单价进一步下降。

(4) 服务器

公司向电商平台采购服务器资源进行指令交互和数据储存，以实现公司软件产品的功

能，并根据公司实际租用的服务器配置、容量等指标根据租用时长进行收费定价。

3、报告期内公司向前五大供应商的采购情况

序号	供应商名称	主要采购内容	采购额 (万元)	采购总额 占比	
2022年1-6月					
1	阿里巴巴集团	淘宝（中国）软件有限公司	技术服务、API与数据同步服务、服务器、短信	957.39	69.66%
		阿里云计算有限公司	服务器	171.02	12.44%
		阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	技术服务费	45.60	3.32%
		阿里巴巴华东有限公司	云币	39.86	2.90%
		阿里巴巴云计算（北京）有限公司	短信	3.11	0.23%
		支付宝（中国）网络技术有限公司	收款服务	1.28	0.09%
		小计		1,218.26	88.64%
2	杭州云片网络科技有限公司	短信	61.69	4.49%	
3	上海寻梦信息技术有限公司	技术服务、服务器等	36.36	2.65%	
4	京东集团	江苏京东旭科信息技术有限公司	技术服务	19.36	1.41%
		京东云计算有限公司	服务器	4.09	0.30%
		北京京东尚科信息技术有限公司	API与数据同步服务	2.18	0.16%
		小计		25.63	1.86%
5	字节跳动	北京火山引擎科技有限公司	短信	17.78	1.29%
		北京空间变换科技有限公司	技术服务费、服务器	6.92	0.50%
		小计		24.70	1.80%
合计			1,366.64	99.43%	
2021年度					
1	阿里巴巴集团	淘宝（中国）软件有限公司	技术服务、API与数据同步服务	1,980.35	65.18%
		阿里云计算有限公司	服务器、短信	366.13	12.05%
		阿里巴巴云计算（北京）有限公司	短信	287.21	9.45%
		阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	技术服务	83.19	2.74%

		阿里巴巴华东有限公司	云币	38.57	1.27%
		支付宝（中国）网络技术有限公司	收款服务	2.23	0.07%
		小计		2,757.69	90.76%
2	杭州云片网络科技有限公司		短信	148.68	4.89%
3	上海寻梦信息技术有限公司		技术服务、服务器等	59.69	1.96%
4	京东集团	江苏京东旭科信息技术有限公司	技术服务	40.73	1.34%
		京东云计算有限公司	服务器	5.97	0.20%
		北京京东尚科信息技术有限公司	API与数据同步服务	3.67	0.12%
		小计		50.37	1.66%
5	字节跳动	北京火山引擎科技有限公司	短信	9.09	0.30%
		北京空间变换科技有限公司	技术服务、服务器	1.48	0.05%
		小计		10.57	0.35%
合计				3,026.99	99.62%
2020 年度					
1	阿里巴巴集团	淘宝（中国）软件有限公司	技术服务、API与数据同步服务	1,722.48	75.25%
		阿里巴巴云计算（北京）有限公司	短信	322.16	14.07%
		阿里云计算有限公司	服务器	156.10	6.82%
		阿里巴巴（中国）网络技术有限公司	技术服务	38.25	1.67%
		支付宝（中国）网络技术有限公司	即时收款服务	4.42	0.19%
		小计		2,243.41	98.01%
2	京东集团	江苏京东旭科信息技术有限公司	技术服务	18.29	0.80%
		京东云计算有限公司	服务器	1.91	0.08%
		北京京东尚科信息技术有限公司	API与数据同步服务	0.26	0.01%
		小计		20.46	0.89%
3	杭州云片网络科技有限公司		短信	9.13	0.40%
4	北京国都互联科技有限公司		短信	6.81	0.30%
5	上海寻梦信息技术有限公司		技术服务、服务器等	5.59	0.24%
合计				2,285.41	99.84%

2019年度					
1	阿里巴巴集团	淘宝（中国）软件有限公司	技术服务、API与数据同步服务	1,386.59	82.41%
		阿里巴巴云计算（北京）有限公司	短信通道	97.77	5.81%
		阿里云计算有限公司	服务器	40.71	2.42%
		支付宝（中国）网络技术有限公司	即时收款服务	2.66	0.16%
		小计			1,527.73
2	杭州云片网络科技有限公司	短信	149.66	8.89%	
3	上海创蓝文化传播有限公司	短信	5.19	0.31%	
合计				1,682.58	100.00%

注 1：2019 年公司主营业务成本仅 3 名供应商，故仅披露前 3 大供应商采购信息；

注 2：淘宝（中国）软件有限公司、阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里云计算有限公司、阿里巴巴（中国）网络技术有限公司以及支付宝（中国）网络技术有限公司均为阿里巴巴集团子公司或关联公司，因此合并披露报告期内公司向该等公司的采购额；

注 3：江苏京东旭科信息技术有限公司、京东云计算有限公司以及北京京东尚科信息技术有限公司均属于京东集团成员，因此合并披露报告期内公司向该等公司的采购额；

注 4：北京火山引擎科技有限公司与北京空间变换科技有限公司均为字节跳动有限公司子公司，因此合并披露报告期内公司向其的采购额。

注 5：上海创蓝文化传播有限公司已于 2021 年 2 月 5 日更名为上海创蓝云智信息科技股份有限公司。

报告期内，发行人向前五大供应商的采购金额占当年总采购额的比重分别为 100.00%、99.84%、99.62%以及 99.43%，其中向阿里巴巴集团的采购额占比分别为 90.80%、98.01%、90.76%以及 88.64%，供应商集中度较高。发行人所处的行业为电商 SaaS 软件行业，业务开展中需向阿里巴巴集团在内的电商平台采购技术服务、短信通道等业务资源，因此供应商集中度较高。

公司目前的董事、监事、高级管理人员和核心技术人员，主要关联方或持有发行人 5%以上股份的股东在公司前五名供应商中未占有权益。

（三）报告期内对持续经营有重大影响的业务合同及履行情况

1、销售合同

报告期期初至本招股说明书签署日，公司签订的重大销售合同情况如下：

序号	客户名称	合同内容	合同金额	合同期限	履行情况
1	熠保科技（上海）有限公司	短信服务	根据客户实际使用量扣费	自 2021 年 4 月起一年有效，期满双方未提出终止通知，服务期自动延续	正在履行
2	北京青橙信息技术有限公司	短信服务	根据客户实际使用量扣费	自 2019 年 12 月起一年有效，期满双方未提出终止通知，服务期自动延续	正在履行

2、采购合同

报告期期初截至本招股说明书签署日，公司签订的重大采购框架与合同情况如下：

序号	供应商名称	合同内容	合同期限	合同金额	履行情况
1	淘宝（中国）软件有限公司	电商平台为开发者提供： 1、业务优惠：根据开发者承诺兑现情况，提供开放平台技术服务费收费优惠； 2、业务支持：淘宝平台在大促期间优先提供开发者资源保障； 3、淘宝平台向开发者提供推广支持。	2022年5月1日至2023年3月31日	未约定合同金额	正在履行
2			2021年4月1日至2022年3月31日		履行完毕
3			2020年4月1日至2021年3月31日		
4			2019年4月1日至2020年3月31日		
5	浙江淘宝网络有限公司、淘宝（中国）软件有限公司	淘宝平台应用开发的相关网络环境和技术支持，包括应用数据接口的开发、封装，数据同步，应用开发、运行的系统环境，以及与此有关的互联网技术服务	2017年4月20日至长期	1、淘宝将按照不同收费标准和计费规则向开发者收取API技术服务费； 2、将按每个应用使用数据同步服务时每日新增订单量向开发者收取数据同步服务技术服务费； 3、本协议项下技术服务费的支付采用预充值方式或支付宝代扣方式。	正在履行
6	浙江淘宝网络有限公司、淘宝（中国）软件有限公司	服务商同意依照本协议的约定向淘宝支付使用服务市场相关软件服务的使用费用	2020年9月5日至长期	服务商需按累计销售收入的20%向乙方支付软件服务费。	正在履行
7	阿里巴巴云计算（北京）有限公司、阿里云计算有限公司	阿里巴巴以API接口的形式提供短信服务	2019年8月12日至长期	双方根据阿里巴巴提供的服务量进行结算，阿里巴巴于次月一日提供上月账单。	正在履行
8	阿里云计算有限公司	阿里云向公司提供IT基础设施层的产品和服务	2022年1月1日至2022年12月31日	订购产品/服务的价格以聚石塔网站上展示的为准	正在履行
9			2021年1月1日至2021年12月31日		履行完毕
10			2019年1月1日至2019年12月31日		

11	杭州云片网络科技有限公司	短信采买	2020年3月25日至长期	根据短信实际消耗量进行结算	正在履行
12			2019年1月1日起1年，期满双方未提出终止通知，服务期自动延续		

3、主要借款、担保及授信合同

(1) 借款与担保合同

截至本招股说明书签署日，公司已签署且正在履行的抵押合同具体如下：

序号	担保人	债务人	债权人	担保合同类型	期限	被担保最高债权额（万元）	担保物
1	美登科技	美登科技	工商银行杭州城西支行	最高额抵押	2020.6.15-2025.6.15	4,200.00	浙（2018）杭州市不动产权第0216343号房屋所有权及土地所有权

截至本招股说明书签署日，公司不存在已签署且未履行完成的借款与对外担保的协议。

(2) 授信合同

截至本招股说明书签署日，公司已签署且正在履行授信合同正常履行，不存在无法继续履约或违约等事项，具体如下：

序号	借款方/受信方	贷款方/授信方	合同名称	借款金额/授信额度（万元）	合同期限	担保方式	履行状态
1	工商银行	美登科技	网贷通循环借款合同	2,000.00	2021.10.08-2022.10.08	以浙（2018）杭州市不动产权第0216343号进行担保	正在履行

4、租赁合同

报告期期初至本招股说明书签署日，公司签订的租赁合同情况如下：

序号	承租方	出租方	房产位置	面积（m ² ）	租金	用途	租赁期限
1	美登科技	杭州莱茵达枫潭置业有限公司	浙江省杭州市余杭塘路515号拱墅区矩阵国际中心3幢1201-1206室	640.21	前两年，每年981,442.00元； 第三年1,059,958.00元。	办公	2017.06.27-2020.08.26
2[注]	美登科技	杭州莱茵达枫潭置业有限公司	浙江省杭州市余杭塘路515号拱墅区矩阵国际中心3幢1201-1206室	640.21	前两年，每年864,604.00元； 第三年907,834.00元。		2020.08.27-2023.09.26
3	美登科技	浙江宝港科技有限	杭州市西湖区紫荆花北路188号	956	第一年973,966.00元；		2020.11.15-2023.11.14

		公司	1幢1201		第二年 1,012,924.64 元； 第三年 1,053,441.63 元。	
4	杭州雅乐互动科技有限公司	美登科技	杭州市拱墅区丰潭路380号城西银泰城2幢(E座)901~906室	1865.19	前60天为装修免租期，此后 第一年 2,859,336.00 元；第二年 3,002,303.00 元；第三年 3,152,418.00元	2018.10.15- 2021.12.14
5	杭州雅乐互动科技有限公司	美登科技	杭州市拱墅区丰潭路380号城西银泰城2幢(E座)901~906室	1865.19	2,587,019.00元	2021.12.15- 2022.12.14
6	威海领新	威海升盛元餐饮管理有限公司	威海火炬高新技术产业开发区火炬路196号，敏捷大楼308室	296	年租金 85,984.50元	2020.07.01- 2023.07.30
7	威海领新	威海升盛元餐饮管理有限公司	威海火炬高新技术产业开发区火炬路196号，敏捷大楼408室	336	年租金 133,350.00元	2020.05.15- 2023.06.14

注：协议双方已签署协议终止协议，自2020年12月22日解除该租赁协议。

四、关键资源要素

(一) 主要固定资产

1、固定资产基本情况

公司主要固定资产为房屋建筑物、通用设备。截至2022年6月30日，公司固定资产及累计折旧情况如下：

资产项目	账面原值 (元)	累计折旧 (元)	账面净值 (元)	成新率 (%)
房屋建筑物	42,105,999.25	5,402,480.47	36,703,518.78	87.17
通用设备	1,696,838.46	1,177,593.02	519,245.44	30.60
合计	43,802,837.71	6,580,073.49	37,222,764.22	84.97

截至2022年6月30日，公司固定资产净额为3,722.28万元，主要为房屋建筑物，系购置的办公楼；通用设备主要为办公用设备。公司固定资产不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，对公司持续经营不存在重大不利影响。

2、主要房屋及建筑物

(1) 自有房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，公司自有房屋情况如下：

序号	所有权人	编号	房屋坐落	面积 (m ²)	用途
1	美登科技	浙(2018)杭州市不动产权第0216343号	杭州市银泰城2幢901-906室	1865.19	办公

(2) 租赁房屋及建筑物

截至本招股说明书签署日，公司及子公司正在履行的房屋租赁合同如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	面积 (m ²)	租金	租赁用途	租赁期限
1	美登科技	浙江宝港科技有限公司	杭州市西湖区紫荆花北路188号1幢1201	956	首年租金2.8元/m ² 天，从第二年开始每年环比增加4% (合计3049,904.00元)	办公	2020.11.15-2023.11.14
2	杭州雅乐互动科技有限公司	美登科技	杭州市拱墅区丰潭路380号城西银泰城2幢(E座)901~906室	1865.19	2,587,019.00元	办公	2021.12.15-2022.12.14
3	威海领新	威海升盛元餐饮管理有限公司	威海高新区火炬路196号敏捷大楼308室	296	85,984.50元/年	办公	2020.7.1-2022.7.30
4	威海领新	威海升盛元餐饮管理有限公司	威海高新区火炬路196号敏捷大楼408室	336	133,350.00元/年		2022.5.15-2023.6.14
5	美登科技	刘丹、游晓刚	南昌市泰豪科技广场A座2115-2114	110.68	5,100元/月	办公	2022.1.25-2023.1.24

(二) 无形资产情况

1、土地使用权

截至本招股说明书签署日，发行人及其子公司拥有土地使用权1项，具体如下：

序号	所有权人	编号	土地坐落	面积 (m ²)	取得方式	终止日期	用途
1	美登科技	浙(2018)杭州市不动产权第0216343号	杭州市银泰城2幢901-906室	433.5	出让	2047年7月30日	商服用地

截至本招股说明书签署日，上述房产的抵押情况如下：

序号	抵押人	担保权人	合同名称	担保债务 (万元)	担保期限	抵押物	履行情况
1	美登	工商银	网贷通循环	2,000.00	2021.10.08-	浙(2018)杭	履行

科技	行	借款合同		2022.10.08	州市不动产权 第 0216343 号	中
----	---	------	--	------------	-----------------------	---

2、商标

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及子公司拥有的经国家工商行政管理总局商标局核准的注册商标如下：

序号	所有权人	商标内容	注册类别	注册证号	有效期限
1	美登科技	美折	第 42 类	13033412	2014.12.21- 2024.12.20
2	威海领新	我打	第 9 类	15861722	2016.02.07- 2026.02.06
3	威海领新	我打	第 42 类	15861814	2016.02.07- 2026.02.06
4	威海领新	woda	第 42 类	34686169	2019.08.07- 2029.08.06
5	威海领新	woda	第 9 类	34698270	2019.08.14- 2029.08.13
6	威海领新	woda.com	第 42 类	34689858	2019.07.07- 2029.07.06
7	威海领新	woda.com	第 9 类	34691425	2019.08.28- 2029.08.27
8	威海领新	 woda	第 42 类	34689851	2019.07.14- 2029.07.13
9	威海领新	我打	第 9 类	34698265	2019.07.14- 2029.07.13
10	威海领新	我打	第 42 类	34703894	2019.07.14- 2029.07.13

公司合法取得相关商标专利的所有权，商标均在有效的权利期限内，不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在许可第三方使用等情形。

3、计算机软件著作权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有 72 项计算机软件著作权，其中美登科技有 46 项，威海领新有 26 项，公司及子公司的计算机软件著作权已投入到自身产品中，具体情况如下：

(1) 美登科技计算机软件著作权

序号	软件名称	登记号	首次发表日	取得方式
1	美登电子商务营销工具软件 V1.1	2014SR058893	2014.01.27	原始取得
2	美登图片美化批量水印工具软件 V1.0	2015SR137431	2012.04.24	受让取得
3	美登互动游戏天天数钱工具软件 V1.0	2016SR007276	2015.10.21	原始取得
4	美登订单处理美评工具软件 V2.0	2016SR007651	2015.08.10	原始取得
5	美登微淘签到无线工具软件 V2.0	2016SR031977	2014.12.10	原始取得
6	美登科技点赞打折工具软件 v1.0	2016SR079263	2015.06.30	原始取得

7	美登客服助理工具软件 V2.0	2016SR079266	2015.12.25	原始取得
8	美登客服助理旺旺插件版工具软件 V1.0	2016SR078636	2015.12.25	原始取得
9	美登电子商务营销千牛电脑版工具软件 V2.0	2016SR080481	2015.12.25	原始取得
10	美登电子商务营销千牛手机版工具软件 V2.0	2016SR078630	2015.12.25	原始取得
11	美登电子商务营销手机流量功能工具软件 V1.0	2016SR078629	2014.12.27	原始取得
12	美登电子商务营销促销优惠券功能工具软件 V1.0	2016SR080521	2014.12.28	原始取得
13	美登电子商务营销淘小铺版工具软件 V1.0	2016SR086324	2015.08.22	原始取得
14	美登短信通知平台软件 v1.0	2016SR080468	2015.05.26	原始取得
15	美登电子商务营销用户购买行为分析平台工具软件 V1.0	2017SR459756	2016.12.28	原始取得
16	美登电子商务营销手机活动专题功能工具软件 V1.0	2017SR459766	2016.06.30	原始取得
17	美登电子商务营销用户数据分析平台工具软件 V1.0	2017SR459786	2016.06.28	原始取得
18	美登电子商务营销手机版软件 V2.0	2017SR460084	2016.06.29	原始取得
19	美登电子商务营销邮费管理工具软件 V1.0	2017SR525919	2017.01.03	原始取得
20	美登电子商务营销商品选择器工具软件 V1.0	2017SR533405	2016.12.30	原始取得
21	美登电子商务营销活动页自动生成和效果分析系统软件 V1.0	2019SR0365926	2017.06.28	原始取得
22	美登电子商务营销时间选择器工具软件 V1.0	2019SR0384294	2017.06.28	原始取得
23	美登电子商务促销活动管理工具软件 V1.0 (活动批量操作)	2019SR0363740	2017.06.30	原始取得
24	美折促销活动数据分析与效果跟踪系统 V1.0	2019SR0364394	2017.12.26	原始取得
25	美登水印在线制作和管理系统软件 V1.0	2019SR0365950	2017.12.30	原始取得
26	美登电子商务营销手机版软件 V3.0	2019SR0361819	2017.12.27	原始取得
27	美登基于社交链路的商品销售管理系统 V1.0	2019SR0384274	2018.06.28	原始取得
28	美登电子商务营销消息中心和用户反馈系统 V1.0	2019SR0363888	2018.06.26	原始取得
29	美登高性能分布式海量数据处理平台 V1.0	2019SR0386391	2018.12.29	原始取得
30	美登电子商务营销短信推送与效果跟踪系统 V1.0	2019SR0502172	2017.12.28	原始取得
31	商户热度数据采集与分析系统 V1.0	2021SR1211763	2019.06.29	原始取得
32	美登基于商品 SKU 和时间循环周期的促销管理系统 V1.0 (美折商品营销活动)	2021SR1203885	2019.06.28	原始取得
33	数据驱动的商家客户运营平台 V1.0	2021SR1219682	2019.06.27	原始取得
34	美登店铺数据分析软件 V1.0 (美折数据分析)	2021SR1203843	2019.12.28	原始取得

35	美登客户关系管理系统 V1.0 (美折 CRM)	2021SR1219391	2019.12.28	原始取得
36	美登活动效果分析软件 V2.0	2021SR1203785	2019.12.27	原始取得
37	商户抽奖活动运营管理系统 V1.0	2021SR1211764	2020.06.28	原始取得
38	商户私域流量运营管理系统 V1.0	2021SR1226967	2020.06.28	原始取得
39	美登商户客户权益管理系统 V1.0	2021SR1219390	2020.12.29	原始取得
40	美登水印在线制作和管理系统软件 V2.0	2021SR1242031	2020.12.28	原始取得
41	商户公域流量运营管理系统 V1.0	2021SR1226702	2020.12.27	原始取得
42	美登基于阿里云云码投放平台的店铺粉丝及流量运营系统 V1.0	2022SR0644591	2021.12.27	原始取得
43	美折营销管理提效系统 V1.0	2022SR0644589	2021.12.28	原始取得
44	美登短信 CRM 发送平台系统 V1.0	2022SR0644625	2021.12.30	原始取得
45	美登售后管家系统 V1.0	2022SR0644646	2021.12.30	原始取得
46	美登图片素材综合管理系统 V1.0	2022SR0644590	2021.12.31	原始取得

(2) 威海领新计算机软件著作权

序号	软件名称	登记号	首次发表日	取得方式
1	淘算盘_网店利润分析财务助手系统 V3.0	2017SR124502	2016.10.31	原始取得
2	我打_快递单打印与发货系统 V6.0	2017SR124496	2016.10.31	原始取得
3	我打_京东版订单打印发货管理系统 V3.0	2018SR242217	2017.06.19	原始取得
4	我打_快递员版订单打印发货管理系统 V1.0	2018SR242210	2017.06.12	原始取得
5	我打_快递员版 APP 软件 V3.0	2018SR242205	2017.06.20	原始取得
6	我打_车牌邮寄管理系统 V1.0	2018SR243863	2017.10.10	原始取得
7	我打微商快递单打印发货系统 V3.0	2018SR243870	2016.09.12	原始取得
8	我打_拼多多版订单打印发货管理系统 V3.0	2018SR243878	2017.05.10	原始取得
9	我打_1688 版订单打印发货管理系统 V3.0	2018SR270705	2017.03.10	原始取得
10	我打仓储管理系统 V1.0	2019SR0209741	2018.09.28	原始取得
11	我打东坡文档管理系统 V1.0	2019SR0223866	2016.11.09	原始取得
12	我打范蠡数据营销系统 V1.0	2019SR0224292	2017.06.19	原始取得
13	我打管仲任务管理系统 V1.0	2019SR0406415	2017.04.17	原始取得
14	我打张衡系统运维监控系统 V1.0	2019SR0423797	2018.11.12	原始取得

15	我打秦皇综合管理系统 V1.0	2019SR0424998	2016.08.15	原始取得
16	我打 OKR 目标与结果管理系统 V1.0	2019SR0428894	2018.10.10	原始取得
17	我打藏经阁产品文档管理系统 V1.0	2019SR0556099	2018.10.22	原始取得
18	我打百科客服知识管理系统 V1.0	2019SR0569239	2018.09.10	原始取得
19	我打快递单打印与发货系统 V7.0	2019SR0620265	2018.12.10	原始取得
20	我打_ERP 管理系统 V1.0	2020SR1874263	2020.10.19	原始取得
21	我打_抖音版订单打印发货管理系统 V1.0	2021SR0910901	2021.03.22	原始取得
22	我打_微店版订单打印发货管理系统 V1.0	2021SR1487477	2021.06.21	原始取得
23	我打_淘工厂版订单打印发货管理系统 V1.0	2021SR1487478	2021.07.12	原始取得
24	我打_快手版订单打印发货管理系统 V1.0	2021SR0910912	2021.03.16	原始取得
25	我打_有赞版订单打印发货管理系统 V1.0	2021SR0211686	2020.10.27	原始取得
26	我打_快递员版微信小程序 V1.0	2021SR0211693	2020.11.16	原始取得

4、专利权

截至 2022 年 6 月 30 日，公司拥有 1 项发明专利，公司合法取得相关专利的所有权，专利在有效的权利期限内，不存在抵押、质押或优先权等权利瑕疵或限制，不存在许可第三方使用等情形，公司专利已投入到自身业务当中，具体情况如下：

序号	名称	专利类型	专利号	申请日	取得方式	法律状态
1	海量数据实时筛选分析方法、系统及存储介质	发明	2018104160281	2018.5.3	原始取得	维持

5、域名

截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司拥有以下注册域名：

序号	权利人	注册人	域名	备案号	到期日
1	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	meideng.net	浙 ICP 备 15024013 号-1	2031/3/26
2	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	meixinsms.cn	浙 ICP 备 15024013 号-2	2022/7/12
3	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	meixinduanxin.cn	浙 ICP 备 15024013 号-3	2022/7/12
4	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	meixinduanxin.com	浙 ICP 备 15024013 号-4	2022/7/12

5	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	meixinsms.com	浙 ICP 备 15024013 号-5	2022/7/2
6	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	mimguz.cn	浙 ICP 备 15024013 号-6	2022/12/14
7	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	vipsy.top	浙 ICP 备 15024013 号-7	2022/12/14
8	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	tdwbfv.top	浙 ICP 备 15024013 号-8	2022/12/14
9	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	xamyhw.cn	浙 ICP 备 15024013 号-9	2022/12/14
10	杭州美登科技股份有限公司	杭州美登科技股份有限公司	goodtp.com	尚未投入使用， 暂未备案	2023/10/19
11	威海领新信息技术有限公司	威海领新信息技术有限公司	woda.com	鲁 ICP 备 16037822 号-4	2027/12/12

6、特许经营权

截至本招股说明书签署日，公司在生产经营方面不存在特许经营权的情况。

公司上述无形资产不存在瑕疵、纠纷和潜在纠纷，对公司持续经营不存在重大不利影响。

（三）发行人取得的业务许可资格或资质

截至本招股说明书签署日，美登科技及其子公司取得的主要资质或认证如下：

（1）美登科技主要资质或认证

序号	证书名称	证书编号	主要内容	发证机构	有效期限至
1	高新技术企业证书	GR201933001087	高新技术企业	浙江省科学技术厅、浙江省财政厅、国家税务总局浙江省税务局	2022.12.03

（2）威海领新主要资质或认证

序号	证书名称	证书编号	主要内容	发证机构	有效期限至
1	高新技术企业证书	GR202037001481	高新技术企业	山东省科学技术厅、山东省财政厅、国家税务总局山东省税务局	2023.12.07
2	软件企业	鲁 RQ-2019-0225	软件企业	山东省软件行业协会	2022.10.30

（四）发行人员工及核心技术人员情况

1、员工结构情况

截至 2022 年 6 月 30 日，公司正式员工人数为 121 人，岗位类别、受教育程度及年龄结构的具体情况如下：

（1）岗位类别

岗位类别	员工人数（人）	占总员工比例（%）
------	---------	-----------

技术人员	71	58.68
行政管理人员	5	4.13
客服和销售人员	40	33.06
财务人员	5	4.13
合计	121	100.00

(2) 受教育程度

受教育程度	员工人数 (人)	占总员工比例 (%)
硕士	10	8.26
本科	68	56.20
专科	39	32.23
专科以下	4	3.31
合计	121	100.00

(3) 年龄结构

年龄区间	员工人数 (人)	占总员工比例 (%)
30 岁及以下	66	54.55
31-40 岁	53	43.80
41 岁及以上	2	1.65
合计	121	100.00

2、核心技术人员情况

公司核心技术人员均具有丰富的行业经验与扎实的专业知识，并在公司担任重要职务，为公司核心技术开发及推广应用贡献重要力量。目前，公司核心技术人员较为稳定，主要核心技术人员简历介绍如下：

(1) 王良晶

出生年份	1986 年
主要业务经历及职务	参见“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人 5%以上股份的其他主要股东”
现任职务与任期	董事、副总经理
学历及专业资质	本科学历，毕业于华中科技大学控制科学与工程专业
主要科研成果和奖项	公司主要软件著作权的技术负责人
截至报告期末持有发行人的股份比例	24.91%
对外投资及兼职情况	无对外投资；兼任发行人子公司杭州一登科技有限公司和杭州海登科技有限公司的执行董事兼总经理

(2) 苏鑫

出生年份	1985年
主要业务经历及职务	参见“第四节 发行人基本情况”之“四、发行人股东及实际控制人情况”之“（二）持有发行人5%以上股份的其他主要股东”
现任职务与任期	董事
学历及专业资质	本科学历，毕业于北京师范大学计算机科学与技术专业
主要科研成果和奖项	公司部分软件著作权的技术负责人
截至报告期末持有发行人的股份比例	18.68%
对外投资及兼职情况	无

(3) 王逸群

出生年份	1985年
主要业务经历及职务	2008年8月至2010年3月，任威海国核信息科技有限公司研发工程师；2010年3月至2011年3月，任威海和信信息技术有限责任公司研发工程师；2011年3月至2013年9月，任威海北洋慧通软件股份有限公司技术部部长；2013年10月至2014年3月，为自由职业者；2014年3月至2014年5月，任广州恩次元信息科技有限公司架构师；2014年5月至2014年12月，任广州攸畅信息科技有限公司技术总监；2014年12月至2015年5月，任广州快塑电子商务有限公司资深架构师；2015年6月至2016年10月，任广州市展蝶信息技术有限公司技术总监；2016年10月至2017年11月，任广东宜采跨境电商有限公司技术总监；2017年11月至2020年12月，任威海领新信息技术有限公司技术总监；2021年1月至今，任威海领新信息技术有限公司总经理
现任职务与任期	发行人子公司威海领新信息技术有限公司总经理
学历及专业资质	本科学历，毕业于哈尔滨工业大学信息与计算科学专业
主要科研成果和奖项	公司部分软件著作权的技术负责人
截至报告期末持有发行人的股份比例	0.58%
对外投资及兼职情况	无对外投资，兼任发行人子公司威海来金信息技术有限公司总经理

(4) 王罗刚

出生年份	1987年
主要业务经历及职务	2008年6月至2010年9月，任威海国核信息科技有限公司研发工程师；2010年10月至2016年10月，任威海和信信息技术有限责任公司研发工程师；2016年10月至今，历任威海领新信息技术有限公司研发经理、订单管理事业部经理、产品总监
现任职务与任期	发行人子公司威海领新信息技术有限公司产品总监
学历及专业资质	本科学历，毕业于烟台大学计算机科学与技术专业
主要科研成果和奖项	公司部分软件著作权的技术负责人

截至报告期末持有发行人的股份比例	0.45%
对外投资及兼职情况	持有威海半岛时光电子商务有限公司 10% 股权，兼任威海半岛时光电子商务有限公司监事

上述核心技术人员不存在侵犯第三方知识产权或商业秘密、违反与第三方的竞业限制约定或保密协议的情况。报告期内，核心技术人员变动对公司不存在重大不利影响，其变动情况如下：

姓名	变动时间	变动原因
王逸群	2020 年 6 月	成为公司员工
王罗刚	2020 年 6 月	成为公司员工

（五）发行人的技术创新机制

1、技术创新机制

公司在技术服务和产品研发方面，建立了创新的企业文化和宽松有序的创新环境，建立了以市场和客户需求为导向的技术创新机制。

（1）人才建设机制

公司主要通过招聘、内部培养等多种方式储备高端技术人才。公司积极招聘高校毕业生，对有潜质的优秀人才积极进行培养，从而加强研发队伍的建设；同时公司还努力发掘公司内部人才，强化现有技术人员知识的更新，提高技术人才的待遇。公司内外结合，在招揽外部人才的同时提升现有人才的技术能力和对公司的忠诚度，从而确保公司开发产品的高技术含量，使公司在激烈的市场竞争中立于不败之地。

（2）持续的研发投入

公司研发持续投入，为公司技术升级与创新提供了强有力的资金支持。公司将在此基础上，进一步加大各方面的资源投入，加快优秀人才的引进和培养，缩短新产品开发周期，提高技术的商业化转化速度。

2、核心技术的保密控制

公司主要通过申请软件著作权的办法保护公司知识产权。涉及核心技术，采取了专门的保密措施，主要包括：与相关人员签订《保密与竞业限制协议》，协议规定了公司员工对于公司商业秘密的划分、保密期限、保密义务，以及违约所触及的责任，同时还规定了竞业限制，以确保公司核心技术被泄露的概率降到最低。公司从基层落实保密责任和义务，从各个岗位提升员工的保密意识，使公司核心技术遭到泄密的风险降到最低。

（六）核心技术情况

公司围绕电商下游领域，不断丰富自身产品模块功能，同时根据电商客户需要，不断探索新

技术体系。公司形成的核心技术如下：

序号	核心技术名称	技术来源	技术先进性具体表征	创新类型	创新类型划分依据	对应的主要技术成果	对应产品或应用环节
1	素材在线编辑及智能批量合成处理技术	自主研发	该技术在 canvas 等前端技术的基础上研发了浏览器素材编辑技术，支持自定义编辑图片、文字，实时预览快速编排，配合后端异步高并发执行技术，实现快速批量出图，自动应用营销场景。支持横向扩展处理能力，应对爆发流量削峰分流的特性，保证服务稳定性，年处理数千万次素材定制和投放服务。	集成创新	该项技术针对电商商家实时编辑预览与准确生成素材的场景，对 canvas 渲染和前后端同构技术进行整合与升级开发，同时结合消息队列与弹性扩容等技术，实现了服务的高效稳定运行。	软件著作权： 2021SR1242031， 2022SR0644590	该核心技术处于投入使用阶段，为美折产品提供了丰富的素材相关营销功能服务
2	高性能分布式海量数据聚合分析引擎	自主研发	该技术以 HTTP/2 协议为通讯框架，实现了 MapReduce 大数据处理框架，并在框架基础上实现了过滤、分组、聚合、交叉、排序等一系列分布式算法。与同类技术方案相比，显著提升了相同硬件环境下海量原始数据分析处理的能力及效率，在商业化智能的数据抽取环节起到重要作用。	引进消化吸收再创新	该项技术基于自身需求进行优化改进，显著提升了相同硬件环境下海量原始数据分析处理的能力及效率。	软件著作权： 2019SR0386391	该核心技术所处阶段属于批量生产阶段，在主营产品及服务的运营环节中均已实现不同程度的应用
3	海量数据多维度实时筛选分析方法	自主研发	该技术通过 BitSet 算法，压缩存储各类预处理结果，具有占据空间小、查询速度快等优点。更进一步的，该方法还特别优化了时间区段的汇总方法，可以查询在指定时间区段内，进行指定操作累计次数在指定范围内的用户群体，并基于其它条件进一步的筛选过滤。该技术已获得专利，具有专利保护。	原始创新	公司根据自身精细化运营的需求，进行技术创新，该方法的突破性进展在于：针对时间维度聚合结果的筛选查询仍可以在秒级时间内完成，这项技术在行业内尚无其它成熟应用。	发明专利： 海量数据实时筛选分析方法、系统及存储介质（专利号 ZL 2018 1 0416028.1）	该核心技术所处阶段属于投入使用，在主营产品及服务的运营环节中均已实现不同程度的应用

4	无代码活动页面生成技术	自主研发	<p>该技术使用了业界前沿的 Lowcode/Nocode 技术，通过制作 Sketch 等设计工具的插件的方式，允许设计师或运营人员直接将页面原型从设计工具导出，并导入到公司的页面生成平台中。页面生成平台会自动的根据导入的资源生成一个可访问的 HTML 页面。结合一些自动化持续交付技术（CI/CD），在平台上对页面执行发布操作之后，平台会自动将页面进行部署，并生成 URL，上传 CDN，最终获取到一个可访问、可投放的活动页面。全程无需开发人员参与。</p>	集成创新	<p>该项技术利用 Sketch 设计工具的便捷性和开放接口进行升级研发，根据公司自身软件的需求进行优化组合和系统集成</p>	<p>该核心技术所处阶段属于投入使用，主要用于美折产品的节日促销与宣传弹窗物料等运营活动</p>
5	高性能可扩展计算任务调度管理系统	自主研发	<p>该系统支持任务优先级设定、在线任务代码编写和代码检查、数据源访问权限管理、任务执行过程监控、任务执行异常自动报警等功能，并能根据任务间依赖关系和优先级自动设定执行顺序，保证计算资源的最大化利用。在电商平台大型促销活动期间，该系统的弹性扩容特性保证了在计算总量暴涨至日常 5-10 倍的情况下，所有任务依旧在限定时间内完成。该系统支持人工临时操作任务队列，在计算资源有空闲的情况下可立刻响应用户的任务执行请求，并集成数据源访问权限控制和用户操作记录等安全功能，保证公司敏感数据的安全。</p>	引进消化吸收再创新	<p>该项技术基于自身需求进行升级设计研发，加强了权限管理与数据安全性等模块，整合了定时任务和流式数据传输等能力</p>	<p>该核心技术所处阶段属于投入使用，在主营产品及服务的运营数据分析环节均有使用</p>
6	跨平台海量买家准实时通知技术	自主研发	<p>该技术使用企业自研的海量任务管理架构，具备在极短的时间内为大量卖家提供实时发送的能力，根据需要进行无干预的自行扩容以及任</p>	集成创新	<p>该技术根据具体业务场景进行组合与研发，实现更高效的信息触达效</p>	<p>软件著作权： 2016SR080468， 2022SR0644625</p> <p>该核心技术属于投入使用阶段，累计为淘宝/天猫平台 60w+ 商家提供服务</p>

			务拆分，具备多通道并发，异常通道实时切换的能力，累计赋能数十万卖家，单日处理信息数超过千万		率		
7	海量订单处理技术	自主研发	该技术支持分片数据均衡，支持大规模后台任务并行框架调度。对于推送来的海量推送订单，通过大规模后台任务并行框架，为商家执行订单数据同步，业务报表计算，CRM管理等任务。该系统日均稳定处理超过 500 万笔订单，年处理 20 亿笔订单	集成创新	该项技术根据自身需求，针对海量订单的数据处理进行优化组合集成。	软件著作权： 2021SR1203843， 2021SR1219391， 2021SR1203785	该核心技术所处阶段属于投入使用，在过往 1 年内累计为 20 万商家处理过订单
8	营销活动管理技术	自主研发	该技术在淘宝开放平台相关权益接口的基础上抽象出多种权益类型（店铺优惠券、商品折扣等），通过场景化、游戏化的玩法，包装成多种类型的互动场景营销活动，并且保证服务具有高可用性。通过该技术，在互动营销领域，为商家提供了多种类型营销活动的创建和管理能力，并且能够在大促活动、社交传播、店铺推广等因素影响导致互动营销活动出现访问高峰的情况下保证营销活动页面的正常访问和参与。	集成创新	该项技术基于对电商平台权益接口的深度抽象，通过整合消息队列、高性能缓存等技术进行升级开发，为用户提供电商大促场景下稳定可用的营销活动业务。	软件著作权： 2021SR1211764	主要应用于商家互动营销活动的创建和管理环节中
9	电商平台订单多级同步技术	自主研发	该技术基于电商多平台多业态场景和大批量峰值订单处理需求，研发的多级同步策略和并行处理框架，支持商家订单的高效同步；全量/增量同步模式基于订单数量时间分布，实现的同步时间段动态切分算法，有效提升了订单同步效率。 基于 NIO 的高并发同步策略，提升了并行处理能力。无感同步模式基于多通道容错消息推送	引进消化吸收再创新	该项技术在电商平台接口开放方案及电商商家对订单数据同步高时效性要求场景下，结合多线程并发处理、异步消息机制，进行自主研发创新以及相关策略算法的研发。	软件著作权： 2018SR243878， 2019SR0620265， 2021SR0910901	主要应用于我打产品中订单同步模块

			<p>机制，实现了故障消息重推、消费端压力预警、消息峰值预警等策略，保证了订单消息的完整性。</p> <p>商家端核单机制采用非阻塞高并发并行算法，核单效率大大提升。该技术支撑每天超过 1,500 万的订单同步处理，大促期间日处理订单量超过 5,000 万笔。</p>				
10	海量订单实时检索处理技术	自主研发	<p>对日增数千万的海量订单数据进行冷热、多级切分策略，解决海量数据存储中单库容量瓶颈问题；通过分布式全文检索技术解决关系数据库在海量数据场景下的性能瓶颈问题，同时提供了多维度数据实时统计分析的能力。通过自研同步组件解决传统关系型数据库与全文检索引擎之间数据同步问题，保证了数据库与检索引擎之间的数据一致性。</p>	引进消化吸收再创新	<p>该技术是在关系数据库与全文检索引擎基础上，根据业务场景进行自主研发创新；自研的数据持久化多级切分策略、关系数据库与检索引擎间的数据同步技术，有效地满足了电商业务场景下海量订单存储和快速检索需求。</p>	<p>软件著作权： 2019SR0620265</p>	<p>主要应用于我打产品中订单存储及订单查询模块</p>
11	支持多版本密钥的动态数据加密技术	自主研发	<p>该技术支持单店铺层级的密钥管理，有效提升了 SaaS 服务中多用户多店铺数据共同存储导致的数据安全问题，能够有效防范因单一店铺安全问题导致的大范围数据安全问题。</p> <p>同时，该技术支持动态的密钥变更及历史版本数据的加解密，在数据纵向维度进一步切分，提升了服务的整体性与稳定性。</p>	集成创新	<p>该技术底层加密算法基于高级加密标准（AES）开发，结合 SaaS 服务用户数据特征，在用户维度、多版本密钥动态切换等方面做了技术创新，有效提升了 SaaS 服务数据库层面的数据安全性。</p>	<p>软件著作权： 2018SR243870， 2021SR1487477</p>	<p>主要应用于我打产品数据存储环节，有效避免了数据库层面数据安全问题的发生</p>

12	所见及所得的可视化模板设计器	自主研发	基于业内成熟的数据驱动文档组件，实现了表格、图片、二维码、水印、富文本等多元素的在线模板编辑设计器。支持元素的位置布局精确调整，限定区域内元素内容自动缩放排版。所见及所得的操作方式提升了用户体验。相较于业内的普通操作方式，在用户转化方面有了极大提升。	集成创新	模版设计器基于业内成熟的数据驱动文档组件开发，结合电商业务表单需求，为用户提供了更切合电商业态的产品。	软件著作权： 2018SR242210， 2018SR243863， 2018SR243870， 2019SR0620265， 2021SR1487477	主要应用于我打产品中快递单、发货单模板功能
13	包裹物流轨迹跟踪预警查询服务	自主研发	面对日增数千万订单量、单个订单平均10个左右的物流轨迹信息的海量数据，且轨迹信息多渠道来源、乱序到达的复杂情况，公司基于消息队列、流式计算、缓存、可扩容的微服务、数据热冷多级分层等技术研发海量订单物流轨迹预警处理平台，向用户提供定制化的物流实时预警和查询服务。消息队列提供数据高峰压力的缓冲；可扩容的微服务提供高峰压力下可以分钟级响应，提高吞吐量；流式计算对数据进行实时整合、纠错、分析、统计，提供实时性保障；多级缓存及冷热数据分层保障服务高效性；多方位为对发货时效性有要求高的商家提供高效、稳定的物流预警服务。	集成创新	该技术服务基于物流轨迹业务场景下大数据量处理及存储、多维度的数据分析等特点，整合消息队列、多级缓存等技术，结合场景需求特征，对行业技术进行改造升级开发，实现软件服务的稳定高效运行。	软件著作权： 2019SR0620265	主要应用于我打产品中物流轨迹查询及预警模块
14	支持电商平台快速接入的高复用业务架构	自主研发	基于公司在电商订单管理领域多年的深耕经验，对核心业务环节的凝练、抽象提取，构建了订单全链路管理的业务架构，能够实现： 1、在数据存储、后端业务处理、平台数据交互、前端展现等核心环节的业务流程模型搭建及平台业务无关性功能	集成创新	该项技术基于对电商订单管理业务的抽象拆分、流程模型的搭建，满足多平台快速迭代的需求。	软件著作权： 2018SR242217， 2018SR243878， 2021SR0910901， 2021SR1487477， 2021SR148	主要应用于我打抖音、我打快手等产品的快速上线接入

		实现： 2、支持对平台差异性业务的代码剥离实现和构建时的快速集成。 在电商多平台多业态共同发展场景下，满足产品的多平台快速迭代能力；同时，提供了新兴平台的快速接入能力。			7478， 2021SR0910912， 2021SR0211686	
--	--	--	--	--	--	--

报告期内，发行人的核心技术主要应用于美折与我打软件产品，该等产品的收入为核心技术形成的产品收入；报告期内，公司核心技术形成的产品收入占公司主营业务收入的比重分别为94.16%、93.95%、93.13%和92.71%，占比较高。

（七）研发情况

1、正在从事的研发项目基本情况

截至本招股说明书签署日，公司正在从事的研发项目基本情况如下：

单位：万元

序号	项目名称	项目目标	公司技术研发优势	进展情况	项目人数	项目预算	投入经费
1	美折移动端营销中心	持续加强美折产品移动端的 功能，通过简化和预设部分 操作流程，优化用户使用产 品的便捷度，能够满足用户 在移动化办公趋势下的需求 ，从而加强用户黏性。	1、能够实现不同营销场景 的活动配置一键式关联，具 备较好的操作便利性、可靠 性、扩展性及易维护性，能 快速响应不同营销场景的应 用拓展需求。 2、系统开发支持高并发， 借助弹性扩容，能够承接大 促活动等高峰时期多用户需 求的压力，实现99.99%的高 可用率、支持7*24使用。 3、支持超5,000人的商品 和活动管理并发用户数，系 统保持在以每周一次的频率 进行迭代和升级，拥有快速 响应的能力。	研发阶段	4	180	119.04
2	美折商家营销中心	1、丰富产品的营销功能覆 盖面，从商品、用户会员体 系、价格促销模式等多个维 度帮助商家进行营销活动管 理，简化商家操作，提升商 家店铺的竞争力； 2、加强自动营销模块功能 ，通过大数据分析商家营销 效果，推荐商家适合的营销 活动策略，从而实现算法全 自动辅助商家营销的功能。		研发阶段	6	180	145.43
3	美折营销 workflow	辅助商家进行营销活动任务 管理，统筹营销资源，一方 面通过创建营销活动的角色 设置和任务分派，顺利推进 营销活动进行，加大成果产 出；另一方面，设置信息流 工单模		研发阶段	4	180	109.50

		块，检验各项营销任务完成情况，加大用户内部沟通效率。					
4	美折商家营销素材中心	进一步提升美折产品营销素材管理能力，通过对大量图片、视频素材进行模块化拆分，经由预设程序对拆分的素材按不同电商平台、渠道的需求进行加工和整合，输出多样化的素材成果，提高商家素材编辑效率，降低商家素材制作成本，从而提升营销效率。	公司具备专业的团队，年处理数千万次素材定制和投放服务，具有丰富的素材原型制作、图片和视频编辑处理经验。在主流的图文处理能力基础上，能够提供功能更加完备的图文处理功能，提升营销活动的宣传力度。	研发阶段	8	380	214.56
5	光圈智播	面向直播、短视频等视频领域进行软件产品创新开发，赋能短视频与直播内容生产、实现短视频内容产出的优化以及直播效果的提升。产品关键功能包括： 1、开发工具产品向用户提供多样化的内容编辑处理功能，降低用户直播与短视频制作的门槛、提升直播、短视频产出质量，并提供相关营销推广方案； 2、通过直播、短视频的在播放前的引流建议，短视频与直播播放过程中增加终端提示与分析等功能，进一步提升视频的曝光效果； 3、上线短视频、直播效果分析功能，通过短视频与直播数据分析，为用户提升短视频和直播质量提供参考和建议，全方面服务用户的营销功能。	公司具备良好的图像和视频素材处理技术基础，通过对用户需求的深度探索，针对性地进行产品开发，能够有效满足商家多元化的营销活动管理需求。公司开发的系统具备高可用，高弹性，灵活扩容的特点，能够有效应对商家在电商平台大促时的订单高峰需求，以及突发的视频处理机制。	研发阶段	5	180	145.51
6	电商平台订单聚合链路管理系统的研发	1、能够在订单筛单、快递单打印、拣货配货、线上发货等订单管理全流程，支持多平台店铺订单聚合处理，提升商家跨平台多店铺的经营效率； 2、聚合商家跨平台多店铺的商品、备货单、对账单、打印数据等经营信息，为商家提供多店铺数据经营管理支撑；	公司构建了基于服务+实时分布式搜索分析引擎+关系数据库的动态架构，能够实现： 1、支持灵活的多店铺数据动态绑定拆分，绑定后支持多平台多店铺数据的混合查询操作； 2、支持多店铺多维度的商品、订单数据分析报表服务。	研发阶段	10	500	486.89

		3、使用最新技术架构，提升系统稳定性，增强软件性能，进一步提升商家批量处理效率。	有效提升了用户在跨平台多店铺管理以及大批量订单处理的效率。				
7	物流轨迹管理系统的研究与开发	为了进一步提升我打产品竞争力，为现有我打产品开发物流轨迹管理服务：利用微服务架构，同步第三方的轨迹数据、进行高并发流式处理；并向用户提供轨迹信息的推送和超时预警的提醒，方便用户及时掌控物流配送情况，提升用户产品使用体验。	公司设计了基于多级多区块存储的存储架构，满足海量轨迹消息的动态滚动存储。同时基于异步消息队列的轨迹消息预警服务，满足商家的个性化定制预警需求。	研发阶段	2	50	35.09
8	我打_淘宝专业版订单管理系统的研发	基于现有产品进行专业版高端化升级，推出能够覆盖爆款打单、拿货标签、退款管理（自动退款处理、批量手工退款处理）、自动评价等特定场景的综合解决方案，提升用户的订单管理效率。	1、基于大数据、大批量订单处理技术能力，为商家提供多维度多场景下的订单管理解决方案，满足高级用户的进阶需求； 2、面向直播场景下大订单量爆发场景，进行了创新的针对性开发。	研发阶段	6	70	70.76
9	我打_拼多多专业版订单管理系统研发	面向拼多多平台高阶用户开发物流轨迹监控预警，疫情派送预警，爆款打单、售后处理等场景功能，拓展产品适用领域；依据拼多多平台商家特性，解决商家订单管理中功能单一的难点，提升商家订单处理效率。	依托于异步消息机制、多级缓存技术研发的爆款打单和物流轨迹等功能，进一步提升了商家订单处理效率，有效地满足商家精细化管理需求，提升了产品竞争力。	研发阶段	2	40	28.06
10	我打_抖音聚合打印功能研究与开发	1、通过聚合跨店铺的订单信息实现单用户的多店铺维度的订单批量管理； 2、底层系统架构的迭代升级解决抖音平台用户订单时间分布集中、发货时效性要求高的需求； 2、完成抖音平台订单、商品、电子面单、售后管理等接口的接入升级开发。	公司基于丰富的海量订单处理经验，打造基于多级分区存储架构，订单动态滚存服务，在实现多店铺数据聚合处理基础上。进一步提升直播场景下订单量大且下单时间集中场景下的订单处理效率。	研发阶段	2	20	19.99
11	我打联盟快递网点管理系统的研究与	1、完善我打联盟产品功能，为快递公司网点、快递员用户提供单号分享、客户管理、快递对账等服务。 2、建立快递单号分享机制，提高网点、快递员在多平台多店铺经营场景下	独立运营网点管理系统，聚焦网点用户的需求，支持我打产品与单号分享机制，形成了店铺到物流网点的有机对接，提升了用户与网点的工作效率，形成了打单服务链条的前置化延	线上迭代	2	70	55.40

	开发	的单号管理支持需求。	伸。				
12	虚拟场景软件	基于 3D 虚拟技术进行创新营销内容工具软件的开发，产品立足于虚拟人物角色，从大型虚拟场景构建等方面起步，向电商商家提供更低门槛、更便捷、更真实的视频制作控制渲染呈现能力，以支撑未来大量的虚拟环境下的场景落地。	公司具备在 3D 建模、实时渲染的技术基础，通过对相关技术的深度探索，针对性地针对商家需求进行技术优化，可提供解决方案以应对硬件设备性能要求较低的情形。 同时，公司通过对用户需求的深入了解，在产品上提供学习门槛更低的交互流程，便于商家更快的上手使用，进而能够更广泛地扩展 3D 虚拟相关领域的下游用户群。	研发阶段	7	170	73.00
13	直播互动工具	面向直播间主播，开展互动工具与服务的研发工作。 产品内容：通过设置互动的形式，连接主播与观众，帮助主播提升直播间热度，提高主播与观众互动频次，进一步提升直播间收益。 产品主要形式为：帮助主播在直播间内投放互动、权益发放等活动，引导观众在直播间参与互动。	公司具备专业的团队，能够开发各类直播间互动活动与服务工具，具有突出的高效运营和开发的优势。 公司具有丰富的开发经验，开发的系统能够稳定支持较大规模的客户端连接，具备高可用性、灵活扩容的特点，能够有效应对直播间流量高峰时段。	研发阶段	4	60	25.31

注 1：项目人数为各项目启动至 2022 年 9 月的月度平均人数；

注 2：投入经费为截至 2022 年 9 月各项目已发生的研发支出，该金额未经审计或审阅。

2、发行人研发投入构成与占营业收入的比例

报告期内，公司的研发投入构成如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
职工薪酬	909.00	1,876.57	1,714.50	1,174.37
折旧摊销	43.78	93.82	13.13	13.28
房租物业费	-	-	69.07	53.75
其他	0.77	0.93	-	4.00
合计	953.56	1,971.32	1,796.70	1,245.41

报告期内，公司研发费用分别为 1,245.41 万元、1,796.70 万元、1,971.32 万元和 953.56 万元，研发投入持续增长。报告期内，公司研发费用占营业收入的比例分别为 17.89%、18.89%和 16.59%

和 16.93%，占比较高。

3、与其他单位合作研发的情况

报告期内，公司不存在与其他单位合作研发的情况。

五、境外经营情况

截至本招股说明书签署日，公司子公司在香港设立二级子公司，中文名：海尚科技有限公司，英文名：SEA UP Limited，暂无经营性业务开展。

六、业务活动合规情况

公司已取得经营所需的业务许可资格和资质文件，业务活动合法合规。成立至今，公司及董事、监事和高级管理人员严格按照公司章程及相关法律法规的规定开展经营，严格执行国家的法律、法规以及相关规章制度，不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因而产生的任何侵权之债；亦不存在未了结的或可以合理预见的针对公司重要资产、权益和业务及可能对公司本次发行有实质性影响的重大诉讼、仲裁或行政处罚。报告期内，公司在工商、税务、社保、住房公积金等方面不存在重大违法、违规行为。

七、其他事项

无。

第六节公司治理

一、公司治理概况

公司设立以来，按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规范性文件的要求，逐步制定并完善了《公司章程》，建立了由股东大会、董事会、监事会和经营管理层组成的公司治理架构，形成了权力机构、决策机构、监督机构和管理层之间权责明确、运作规范的相互协调和相互制衡机制。公司股东大会、董事会、监事会及高级管理人员均根据《公司法》《证券法》《公司章程》行使职权和履行义务。

根据相关法律、法规及《公司章程》，公司建立了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《独立董事工作制度》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理制度》等制度，并建立了战略委员会、审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会等董事会下属委员会。

（一）股东大会的运作情况

股东大会依据《公司法》《公司章程》《股东大会议事规则》和有关法律法规履行权利和义务，股东大会运作规范，会议的召开、表决、决议的内容符合相关规定要求。

报告期内，公司共召开了 12 次股东大会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	同意股数占有表决权股份总数情况
1	2018 年年度股东大会	2019 年 5 月 13 日	100%
2	2019 年第一次临时股东大会	2019 年 9 月 10 日	100%
3	2020 年第一次临时股东大会	2020 年 2 月 18 日	100%
4	2019 年年度股东大会	2020 年 6 月 29 日	100%
5	2020 年第二次临时股东大会	2020 年 9 月 14 日	100%
6	2020 年年度股东大会	2021 年 5 月 13 日	100%
7	2021 年第一次临时股东大会	2021 年 9 月 14 日	100%
8	2021 年第二次临时股东大会	2021 年 10 月 8 日	100%
9	2021 年第三次临时股东大会	2021 年 11 月 11 日	100%
10	2022 年第一次临时股东大会	2022 年 2 月 10 日	100%
11	2021 年年度股东大会	2022 年 4 月 20 日	100%
12	2022 年第二次临时股东大会	2022 年 5 月 30 日	100%

（二）董事会的运作情况

公司董事会由 7 名董事组成，其中独立董事 3 名，设董事长 1 人。董事会一直根据《公司法》

《公司章程》《董事会议事规则》及《独立董事工作制度》的规定规范运作。报告期内，公司共召开了 16 次董事会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况
1	第一届董事会第十五次会议	2019 年 4 月 22 日	7 名董事参会
2	第二届董事会第一次会议	2019 年 5 月 13 日	7 名董事参会
3	第二届董事会第二次会议	2019 年 8 月 23 日	7 名董事参会
4	第二届董事会第三次会议	2020 年 2 月 3 日	7 名董事参会
5	第二届董事会第四次会议	2020 年 4 月 14 日	7 名董事参会
6	第二届董事会第五次会议	2020 年 6 月 8 日	7 名董事参会
7	第二届董事会第六次会议	2020 年 6 月 29 日	7 名董事参会
8	第二届董事会第七次会议	2020 年 8 月 27 日	7 名董事参会
9	第二届董事会第八次会议	2021 年 4 月 21 日	7 名董事参会
10	第二届董事会第九次会议	2021 年 8 月 27 日	7 名董事参会
11	第二届董事会第十次会议	2021 年 9 月 22 日	7 名董事参会
12	第二届董事会第十一次会议	2021 年 10 月 25 日	7 名董事参会
13	第二届董事会第十二次会议	2022 年 1 月 24 日	7 名董事参会
14	第二届董事会第十三次会议	2022 年 3 月 29 日	7 名董事参会
15	第二届董事会第十四次会议	2022 年 5 月 12 日	7 名董事参会
16	第二届董事会第十五次会议	2022 年 6 月 16 日	7 名董事参会

（三）董事会专门委员会

2017 年 9 月 25 日，公司召开第一届董事会第九次会议，审议通过了《关于制定董事会专门委员会工作细则的议案》，并选举了董事会各专门委员会委员。2017 年 9 月 30 日，经公司第一届董事会第十次会议审议，公司设立了审计委员会、提名委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会四个专门委员会。

目前，董事会专门委员会人员构成如下：

序号	委员会名称	委员
1	审计委员会	陈磊、石磊、马原
2	提名委员会	王肇辉、石磊、邹宇
3	薪酬与考核委员会	王肇辉、陈磊、王良品
4	战略委员会	邹宇、石磊、苏鑫

公司董事会各专门委员会自设立以来运行良好，各专门委员会成员勤勉尽责，依法对需要其发表意见的事项发表意见，有效提升了董事会工作质量，防范公司经营风险，切实保障股东的合

法权益。

（四）监事会的运作情况

公司监事会严格按照《公司法》《公司章程》《监事会议事规则》的规定行使义务和权利。报告期内，公司共召开了 11 次监事会，具体情况如下：

序号	会议名称	召开时间	出席情况
1	第一届监事会第十三次会议	2019 年 4 月 22 日	3 名监事参会
2	第二届监事会第一次会议	2019 年 5 月 13 日	3 名监事参会
3	第二届监事会第二次会议	2019 年 8 月 23 日	3 名监事参会
4	第二届监事会第三次会议	2020 年 4 月 14 日	3 名监事参会
5	第二届监事会第四次会议	2020 年 8 月 27 日	3 名监事参会
6	第二届监事会第五次会议	2021 年 4 月 21 日	3 名监事参会
7	第二届监事会第六次会议	2021 年 8 月 27 日	3 名监事参会
8	第二届监事会第七次会议	2021 年 10 月 25 日	3 名监事参会
9	第二届监事会第八次会议	2021 年 11 月 8 日	3 名监事参会
10	第二届监事会第九次会议	2022 年 3 月 29 日	3 名监事参会
11	第二届监事会第十次会议	2022 年 5 月 12 日	3 名监事参会

（五）独立董事制度运作情况

为完善公司董事会结构、加强董事会决策功能，公司根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，制定了《独立董事工作制度》，对独立董事任职条件、聘任、职责以及履行职责的保障等进行了具体的规定。

公司 7 名董事会成员中，独立董事人数为 3 名，其中 1 名为会计专业人士。公司独立董事自聘任以来，依照国家法律、法规和《公司章程》有关规定履行职权，出席董事会会议，并对需要独立董事发表意见的事项进行了审议并发表了独立意见，对完善公司法人治理结构和规范运作发挥了积极作用。

（六）董事会秘书制度的建立健全及运行情况

根据《公司法》及《公司章程》的有关规定，公司制定了《董事会秘书工作细则》并设立董事会秘书一名。董事会秘书负责公司信息披露事务及保密工作、投资者关系管理和股东资料管理、组织筹备董事会会议和股东大会事宜。董事会秘书由董事会聘任，对公司和董事会负责。董事会秘书自任职以来严格按照《公司章程》《董事会秘书工作制度》有关规定筹备董事会和股东大会会议，认真履行了各项职责，确保了公司董事会和股东大会的依法召开，在公司的运作中起到了积极的作用。

二、特别表决权

截至本招股说明书签署日，发行人不存在特别表决权股份或类似安排。

三、内部控制情况

（一）内部控制基本情况

根据内部控制规范的指导性规定，公司建立及实施了有效的内部控制，从内部环境、风险评估、控制活动、信息与沟通、内部监督等各方面建立健全了有效的内部控制制度，能够合理保证企业经营管理合法合规、资产安全、财务报告及相关信息真实、准确、完整，提高经营效率和效果，促进企业实现发展战略。

公司已严格遵循全面性、重要性、制衡性、适应性及成本效益原则，在公司内部的各个业务环节建立健全了有效的内部控制系统，由经营层负责内部控制的贯彻、执行，由全体员工参与内部控制的具体实施，在所有重大方面均保持了有效的内部控制。

（二）公司管理层对内部控制制度的自我评估

根据《企业内部控制基本规范》及其配套指引规定和其他内部控制监管要求，结合公司内部控制制度和评价办法，在内部控制日常监督和专项监督的基础上，董事会对公司 2022 年 6 月 30 日（内部控制评价报告基准日）的内部控制有效性进行了评价：

公司现有内部会计控制制度基本能够适应公司管理的要求，能够对编制真实、公允的财务报表提供合理的保证，能够对公司各项业务活动的健康运行及国家有关法律法规和单位内部规章制度的贯彻执行提供保证。公司认为，根据《企业内部控制基本规范》及相关规定，公司内部控制于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面是有效的。

（三）注册会计师对公司内部控制制度的鉴证意见

天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《关于杭州美登科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》（天健审〔2022〕9509 号），认为：“美登科技公司按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于 2022 年 6 月 30 日在所有重大方面保持了有效的内部控制。”

（四）对于防范财务舞弊、避免资金占用、违规担保、确保财务独立性等方面采取的主要措施及执行情况

1、制定相关内部控制制度

发行人根据《公司法》《证券法》等相关规定，制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规

则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》《关联交易管理制度》《对外担保管理制度》《对外投资管理制度》《信息披露管理制度》《募集资金管理制度》《内部审计制度》等制度文件，对防范财务舞弊、避免资金占用、违规担保、确保财务独立性等进行了详细的规定，能够从制度层面保证规范运作。

2、建立内部监督部门

发行人成立了董事会审计委员会，同时下设内审部，财务人员在内审部的监督下独立开展工作。此外，公司设立了监事会，按照《公司章程》《监事会议事规则》的规定对董事、高级管理人员执行公司职务的行为进行监督。

3、建立重大事项审批制度并严格履行信息披露义务

发行人对外投资、对外担保等重大事项在具体实施之前，均已经过董事会、监事会或股东大会审议通过，并已按照《信息披露管理制度》在指定平台予以披露。

4、发行人及其董事、监事、高级管理人员对于避免资金占用均出具了相应的承诺函

发行人承诺：“本公司具有严格的资金管理制度，不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情形。”

发行人董事、监事及高级管理人员承诺：“本人及本人控制的其他企业不存在以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式违法占用公司资金的情形，不存在损害公司利益的情形，本人及本人控制的其他企业未来也不会以任何违法方式占用公司资金。如违反上述承诺导致公司或公司的其他股东遭受损失的，由本人承担赔偿责任。公司有权要求本人在限期内将所占用资金及利息归还公司，并可直接扣减分配给本人的现金红利，用以偿还本人及本人控制的其他企业所占用的资金；同时，本人持有的公司的股份不得转让（但因偿还所占用资金需要转让股份的除外），直至本人及本人控制的其他企业将所占用资金偿还完毕。”

四、违法违规情况

报告期内，公司不存在重大违法违规行为，也未受到国家行政机关及行业主管部门的重大处罚。

五、资金占用及资产转移等情况

报告期内，公司不存在资金被实际控制人及其控制的其他企业以借款、代偿债务、代垫款项或者其他方式占用的情况，不存在为实际控制人及其控制的其他企业担保的情况。

六、同业竞争情况

截至本招股说明书签署日，发行人实控人邹宇除持有公司的股份外，不存在控制其他企业的情况，因此不存在同业竞争。

公司实际控制人邹宇已出具《关于避免同业竞争的承诺函》，承诺：

“1、截至本承诺函出具日，本人除美登科技及其子公司外，不存在控制其他企业的情况，亦不存在自营、与他人共同经营或为他人经营与美登科技及其控制的企业相同、相似业务的情形。

2、在本人担任美登科技的控股股东、实际控制人或在公司担任董事、监事、高级管理人员期间，本人及其控制的企业将不会在中国境内或境外采取参股、控股、联营、合营、合作或者其他任何方式直接或间接从事与美登科技相同、相似或构成竞争的业务，也不会协助（包括但不限于提供技术支持、资金资助）、促使或代表任何第三方以任何方式直接或间接从事与美登科技及其子公司相同、相似或构成实质竞争的业务。同时，本人将对本人控制的其他企业按本承诺函的内容进行监督，并行使必要的权利，促使其按照本承诺函履行不竞争的义务，并对其不履行义务产生后果承担连带责任。

3、如美登科技认定本人及本人控制的其他企业、正在或将要从事的业务与美登科技存在同业竞争，则本人将在美登科技提出异议后立即（在 30 日以内）终止上述业务，或促使本人控制的其他企业立即（在 30 日以内）终止上述业务，并向美登科技承担违约金，违约金标准为：（1）本人因从事上述业务的所获得的营业收入全部归美登科技；（2）美登科技因本人从事上述业务所实际发生损失及预计可得的经济利益的 2 倍；（3）前述（1）、（2）金额较高的作为违约金。如美登科技有意受让上述业务，则按照美登科技选聘的审计/评估机构审计/评估值转让给美登科技。

4、本人承诺也不会直接或间接地为自身或本企业之关联方或任何第三方，劝诱或鼓励美登科技的任何核心人员接受其聘请，或用其他方式招聘美登科技任何核心人员。

5、本承诺函一经签署，即构成本人不可撤销的法律义务。本承诺函自本人签署之日起生效，其效力至本人不再是公司的控股股东、实际控制人或公司董事、监事、高级管理人员之日终止。”

七、关联方、关联关系和关联交易情况

（一）关联方及关联关系

根据《公司法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等法律、法规的相关规定，发行

人关联方及关联关系具体如下：

1、控股股东、实际控制人及其一致行动人

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	邹宇	控股股东、实际控制人

2、持有公司 5%以上股份的其他股东

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	王良品	持有公司 24.91% 股份
2	苏鑫	持有公司 18.68% 股份

3、控股股东、实际控制人及持有公司 5%以上股份的股东控制的或者担任董事、高级管理人员的，除公司及其控股子公司以外的企业。

控股股东、实际控制人及持有公司 5%以上股份的股东控制的或者担任董事、高级管理人员的，不存在除公司及其控股子公司以外的企业。

4、公司的控股子公司

截至本招股说明书签署日，公司拥有 5 家全资子公司。具体情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“七、发行人的分公司、控股子公司、参股公司情况”。

5、公司董事、监事及高级管理人员及其关系密切的家庭成员，上述人员控制、施加重大影响或担任董事、高级管理人员的其他企业

公司董事、监事、高级管理人员情况参见本招股说明书“第四节 发行人基本情况”之“八、董事、监事、高级管理人员情况”。

与公司董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员亦为公司关联方。关系密切的家庭成员包括配偶、父母、配偶的父母、兄弟姐妹及其配偶、年满十八周岁的子女及其配偶、配偶的兄弟姐妹和子女配偶的父母。

除上述已披露的企业外，上述人员控制、共同控制、施加重大影响的、或担任董事、高级管理人员的其他企业如下：

序号	关联方名称	与公司的关联关系
1	上海奕再美容有限公司	董事、总经理马原的配偶持股 51% 并担任执行董事
2	上海依姿企业管理有限公司	董事、总经理马原的配偶持股 65%
3	上海熠再美容有限公司	董事、总经理马原的配偶持股 65% 并担任总经理（其已签署股权转让协议，将该等股权转让给第三方）

4	河北美牧多商贸有限公司	董事、总经理马原的配偶的母亲持股 100% 并担任执行董事兼经理
5	上海檀源贸易有限公司	董事、总经理马原的配偶的兄弟持股 70% 并担任执行董事
6	浙江汉钦科技有限公司	董事会秘书、财务总监徐靓依的配偶担任执行董事
7	北京极创引力文化传媒有限公司	独立董事王肇辉担任董事
8	北京天铖乐邻文化传媒有限公司	独立董事王肇辉担任董事
9	北京陌离科技有限公司	独立董事王肇辉担任董事
10	北京采邑科技有限公司	独立董事王肇辉担任董事
11	北京娜迦海妖科技有限公司	独立董事王肇辉担任董事
12	北京山海春秋商贸有限公司	独立董事王肇辉担任董事
13	厦门如川投资管理有限公司	独立董事王肇辉担任执行董事兼总经理
14	深圳市海普瑞药业集团股份有限公司	独立董事王肇辉担任独立董事
15	北京磨铁文化集团股份有限公司	独立董事王肇辉担任独立董事
16	北京有禧文化有限公司	独立董事王肇辉的配偶持股 100% 并担任执行董事兼经理
17	交通银行股份有限公司	独立董事石磊担任独立董事
18	上海优宁维生物科技股份有限公司	独立董事石磊担任独立董事
19	上海联众网络信息股份有限公司	独立董事石磊担任独立董事
20	四川科志人防设备股份有限公司	独立董事陈磊担任独立董事
21	杭州一骑轻尘信息技术有限公司	监事高晓虎担任董事
22	红点科技（北京）有限公司	监事高晓虎担任董事
23	北京速游互动科技发展有限公司	监事高晓虎担任董事
24	广州轩意网络科技有限公司	监事高晓虎担任董事
25	杭州漫韵投资管理有限公司	监事高晓虎担任董事
26	北京好物时代科技有限公司	监事高晓虎担任董事
27	北京雄孩子传媒科技有限公司	监事高晓虎担任董事
28	南京米漫文化传媒有限责任公司	监事高晓虎担任董事
29	成都艾尔平方文化传播有限公司	监事高晓虎担任董事
30	上海映霸文化传播有限公司	监事高晓虎担任董事
31	上海极世网络科技有限公司	监事高晓虎担任董事

6、主要历史关联方

报告期前十二个月的关联方及报告期内与发行人存在关联关系但目前已经辞职、对外转让、注销或因其他原因不再具有关联关系的自然人与法人如下：

序号	关联方名称	与公司的关系
1	蔡宁	发行人前独立董事，已于 2022 年 4 月辞任。
2	李研珠	发行人前独立董事，已于 2020 年 6 月辞任。
3	桑淑芳	发行人前监事，已于 2019 年 5 月换届离任。
4	上海云擎供应链管理有限公司	发行人前全资子公司，已于 2021 年 11 月注销。
5	虎正奔	发行人前控股子公司，已于 2021 年 2 月转出该公司全部股权。
6	上海蜜葵	发行人前控股子公司，已于 2019 年 3 月转出该公司转出全部股权。
7	北京神月创想文化有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，该公司已于 2021 年 11 月 19 日注销。
8	杭州布家网络科技有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，该公司已于 2019 年 12 月 30 日注销。
9	厦门优创培新管理咨询有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，该公司已于 2019 年 1 月 11 日注销。
10	上海昂彻网络科技有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，该公司已于 2021 年 10 月 15 日注销。
11	上海星在文化传播有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，已于 2022 年 1 月辞去董事职务。
12	波波和小伙伴们的（北京）科技有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，已于 2021 年 2 月辞去董事职务。
13	上海声曜文化传播有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，已于 2021 年 5 月辞去董事职务。
14	天津宠次元宠物用品销售有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，已于 2022 年 3 月辞去董事职务。
15	上海乔图网络科技有限公司	独立董事王肇辉曾担任董事，已于 2019 年 9 月辞去董事职务。
16	杭州比格拓思信息技术有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任董事长兼总经理。
17	浙江中轩瑞瑾融资租赁有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任董事长兼总经理。
18	杭州开上好车信息技术有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
19	杭州新尚好车电子商务有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
20	杭州运上好车网络科技有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
21	深圳市华青福科技有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
22	杭州金尚好车科技有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
23	杭州德临汽车租赁有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理。
24	杭州买好车互联网金融服务有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任执行董事兼总经理，发行人监事高晓虎曾担任董事，该公司已于 2019 年 12 月 10 日注销。
25	比格拓思融资租赁（上海）有限公司	发行人前独立董事李研珠任职期间担任董事

		长，该公司已于 2020 年 11 月 19 日注销。
26	杭州驰舜汽车销售有限公司	发行人前独立董事李研珠报告期前 12 个月内担任董事，该公司已于 2018 年 3 月 01 日注销。
27	杭州驰尘汽车销售有限公司	发行人前独立董事李研珠报告期及前 12 个月内担任执行董事。
28	深圳好车捷鑫商业保理有限公司	发行人前独立董事李研珠报告期及前 12 个月内担任总经理，该公司已于 2019 年 10 月 11 日注销。
29	杭州振亮贸易有限公司	发行人前独立董事李研珠报告期前 12 个月内担任执行董事兼总经理，该公司已于 2019 年 10 月 21 日注销。
30	宏发科技股份有限公司	发行人前独立董事蔡宁任职期间担任独立董事。
31	利民控股集团股份有限公司	发行人前独立董事蔡宁任职期间担任独立董事。
32	厦门艾德生物医药科技股份有限公司	发行人前独立董事蔡宁任职期间担任独立董事。
33	英科新创（厦门）科技股份有限公司	发行人前独立董事蔡宁任职期间担任独立董事。
34	深圳维盟科技股份有限公司	发行人前独立董事蔡宁任职期间担任董事。
35	三湘印象股份有限公司	发行人独立董事石磊曾担任独立董事，已于 2021 年 06 月 30 日因换届离任。
36	成都龙渊网络科技有限公司	发行人监事高晓虎报告期内担任董事，已于 2021 年 05 月辞去董事职务。
37	上海绘界文化传播有限公司	发行人监事高晓虎报告期前 12 个月内担任董事，已于 2018 年 08 月辞去董事职务。

7、其他关联方

报告期内，发行人无其他关联方。

（二）关联交易情况

1、经常性关联交易

报告期内，公司不存在经常性关联交易。

2、偶发性关联交易

报告期内，公司不存在偶发性关联交易。

（三）关联交易对发行人财务状况和经营成果的影响

报告期内，公司不存在关联交易，不存在重大损害公司及其他非关联股东利益的情况，不存在利用关联交易进行利益输送的情形，对公司的财务状况和经营成果无重大影响。

（四）报告期发行人关联交易制度的决策执行及信息披露情况

公司在《公司章程》及其他内部规定中明确了关联交易决策的权力与程序，《公司章程》规

定了关联股东或利益冲突的董事在关联交易表决中的回避制度。同时，公司在制定的《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《独立董事工作制度》和《关联交易管理制度》中对关联交易决策的权力与程序作了更加详尽的规定。

报告期内，公司不存在关联交易。

八、其他事项

（一）发行人公司治理、内部控制的有效性

1、发行人的股权结构

截至本招股说明书签署日，发行人的股权结构如下：

序号	股东姓名	股份数量（股）	持股比例（%）
1	邹宇	14,099,104.00	45.5670
2	王良晶	7,708,416.00	24.9129
3	苏鑫	5,781,313.00	18.6847
4	马原	600,039.00	1.9393
5	蒋波	530,000.00	1.7129
6	叶文	377,753.00	1.2209
7	黄鋆	346,347.00	1.1194
8	涂莹	320,284.00	1.0351
9	王逸群	180,000.00	0.5817
10	王罗刚	140,000.00	0.4525
11	吕欣磊	130,000.00	0.4201
12	徐靓依	88,937.00	0.2874
13	吕兰兰	82,152.00	0.2655
14	陈贤栋	75,000.00	0.2424
15	李真	67,143.00	0.2170
16	邓鋆	50,000.00	0.1616
17	潘婷婷	43,865.00	0.1418
18	陈晓燕	43,576.00	0.1408
19	潘若鹏	32,500.00	0.1050
20	徐晨阳	30,000.00	0.0970
21	姚甜	27,500.00	0.0889

22	厉成	18,500.00	0.0598
23	张婧	16,786.00	0.0543
24	韩雪	15,000.00	0.0485
25	桑淑芳	11,785.00	0.0381
26	林楠	10,000.00	0.0323
27	李兵	10,000.00	0.0323
28	赵静	10,000.00	0.0323
29	徐婉莹	10,000.00	0.0323
30	李璐慧	10,000.00	0.0323
31	候福茂	10,000.00	0.0323
32	金思思	7,500.00	0.0242
33	姜伟力	7,500.00	0.0242
34	陈小英	5,000.00	0.0162
35	陈燕琳	5,000.00	0.0162
36	梁娅媚	5,000.00	0.0162
37	张安征	5,000.00	0.0162
38	吕林蓬	5,000.00	0.0162
39	胡天允	3,000.00	0.0097
40	张莉晶	2,500.00	0.0081
41	林丽倩	2,500.00	0.0081
42	夏伟	2,500.00	0.0081
43	韩风宁	2,500.00	0.0081
44	张攀峰	2,500.00	0.0081
45	张伟	2,500.00	0.0081
46	刘露露	1,500.00	0.0048
47	张璐	1,000.00	0.0032
48	潘飞	1,000.00	0.0032
49	纪华丽	1,000.00	0.0032
50	左丽伟	1,000.00	0.0032
51	孙洪燕	1,000.00	0.0032
52	翁伟滨	700.00	0.0023
53	翟德杏	200.00	0.0006
54	程志龙	100.00	0.0003
合计		30,941,500.00	100.0000

根据发行人《公司章程》及《股东大会议事规则》的规定，发行人股东大会由全体股东组成，为公司最高权利机构，行使法律法规及《公司章程》规定的职权。报告期内，发行人历次股东大会的召集、召开、表决程序等均按照有关法律、法规及《公司章程》的规定执行，不存在会议决议受发行人实际控制人及其关联方实质影响的情况。

2、发行人的董事会组成

截至本招股说明书签署日，发行人的董事会组成情况如下：

时间	非独立董事	独立董事	决策程序
2022.07.26 至今	邹宇、王良晶、 苏鑫、马原	陈磊、王肇辉、 石磊	2022年7月26日，公司召开2022年第三次临时股东大会换届选举第三届董事会成员

发行人董事会为股东大会的执行机构，对股东大会负责并报告工作。董事会现由7名董事组成（包括3名独立董事），历任董事均由股东大会选举产生，董事会下设审计委员会、薪酬与考核委员会、战略委员会和提名委员会。

发行人董事会主要成员邹宇、王良晶、苏鑫、马原自发行人股改以来，一直稳定在发行人任职，积累了丰富的岗位经验，熟悉部门工作内容及业务流程，同时能够遵守公司的各项规章制度，在发行人经营管理、项目运作等方面发挥了重要作用。

为保证公司治理、决策的规范运行，发行人选聘具有丰富的公司管理经验、独立董事任职经验和财务专业知识的独立董事参与公司管理。其中，独立董事王肇辉先生曾负责多家公司经营管理活动，具有丰富的公司管理经验；独立董事石磊先生现任复旦大学教授、公共经济研究中心主任，同时具备有丰富的独立董事任职经验；独立董事陈磊先生博士毕业于荷兰马斯特里赫特大学金融专业，现任西南财经大学会计学院教授，具备丰富的财务专业知识。发行人现任3名独立董事均已取得独立董事资格证书，符合相关法律法规及公司相关任职要求。

报告期内，独立董事在募集资金使用、董事会换届选举等方面均出具了相关独立意见，进一步保证了发行人董事会能在经营决策时充分发挥集体决策作用。

3、发行人的高级管理人员安排

截至本招股说明书签署日，发行人的高级管理人员安排如下：

时间	人数	高级管理人员	决策程序
----	----	--------	------

2022.07.26 至今	3	总经理：马原 副总经理：王良品 财务总监兼董事会秘书：徐靓依	2022年7月26日，公司召开第三届董事会第一次会议，聘任新一届高级管理人员
---------------	---	--------------------------------------	--

截至本招股说明书签署日，发行人共有高级管理人员3名。其中，总经理马原负责贯彻落实董事会决议，主持公司的生产经营和日常管理工作；副总经理王良品协助总经理主持公司的日常经营活动；财务总监徐靓依负责对企业财务活动进行全局性、长期性和创新性的筹划，进行财务核算，构建内部控制体系，健全财务管理制度；此外，作为董事会秘书，徐靓依负责筹备公司董事会会议和股东大会，并负责信息披露等事宜。

发行人高级管理人员具备与公司主营业务相关的专业背景、行业经验与管理能力，符合任职岗位的履职要求，其选聘流程符合《公司法》《公司章程》的相关规定，公司高级管理人员各司其职，相互配合，均能独立自主地在各自职权范围内进行决策。

(二) 发行人保证内部控制有效性的主要措施

1、建立了健全的组织机构和规范的治理机构

发行人已经依照《公司法》《公司章程》及其他法律、法规、规范性文件的相关规定，建立了股东大会、董事会和监事会，董事会下设战略委员会、审计委员会等专门委员会。发行人组织机构的设置、运行体现了分工明确、相互制约的治理原则，报告期内均正常发挥作用。

此外，发行人制定了《股东大会议事规则》《董事会议事规则》《监事会议事规则》《总经理工作细则》等一系列公司治理制度并得到有效执行，明确划分了股东大会、董事会及经理层的权限与职责以及对于相关重大事项的决策程序，并明确规定了股东、监事会、独立董事对于发行人及发行人董事、高级管理人员进行监督的权利、行使监督权利的程序与方式，保证了内控制度及公司治理的有效性。

2、制定了完善的财务管理制度并依法设立了独立的财务部门和内审部门

为规范公司财务管理，发行人建立了独立的财务核算体系，发行人董事会下设审计委员会，并设立了独立的内审部门，发行人财务人员在审计委员会、内审部门的监督下，独立开展财务核算工作。根据天健会计师出具的无保留意见的《关于杭州美登科技股份有限公司内部控制的鉴证报告》(天健审(2022)9509号)，发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定于2022年6月30日在所有重大方面保持了有效的内部控制。

综上，发行人组织机构健全，公司治理结构规范，采取了必要措施保证公司内部控制制度的

有效性。

第七节财务会计信息

一、发行人最近三年及一期的财务报表

(一) 合并资产负债表

单位：元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
流动资产：				
货币资金	14,981,928.51	35,034,139.11	8,259,370.58	4,727,458.72
结算备付金	-	-	-	-
拆出资金	-	-	-	-
交易性金融资产	68,983,353.05	39,326,872.96	40,996,560.74	67,826,759.47
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-		-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	7,573,885.99	7,602,695.68	7,957,818.75	4,834,300.62
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	5,240,244.12	4,609,844.46	4,154,032.85	2,628,294.76
应收保费	-	-	-	-
应收分保账款	-	-	-	-
应收分保合同准备金	-	-	-	-
其他应收款	393,273.77	370,487.17	499,977.10	142,915.67
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	-	-	-	-
合同资产	-	-	-	-
持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	697,122.56	39,989.26	874,772.13	1,011,287.71
流动资产合计	97,869,808.00	86,984,028.64	62,742,532.15	81,171,016.95
非流动资产：				
发放贷款及垫款	-	-	-	-
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-		-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-		-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	37,222,764.22	37,850,947.03	39,519,512.58	40,446,297.27
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-

使用权资产	883,448.79	1,495,060.61	-	-
无形资产	11,772,004.10	12,842,984.64	15,100,639.36	6,039.33
开发支出	-	-	-	-
商誉	72,947,052.63	72,947,052.63	72,947,052.63	-
长期待摊费用	73,553.39	101,135.93	156,301.01	81,877.45
递延所得税资产	59,622.66	54,970.51	58,336.44	38,145.69
其他非流动资产	-	-	-	750,000.00
非流动资产合计	122,958,445.79	125,292,151.35	127,781,842.02	41,322,359.74
资产总计	220,828,253.79	212,276,179.99	190,524,374.17	122,493,376.69
流动负债：				
短期借款	-	10,003,278.36	10,003,278.36	-
向中央银行借款	-	-	-	-
拆入资金	-	-	-	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	13,971.76	43,781.99	60,138.62	
预收款项	1,087,813.79	1,087,813.80	1,277,849.50	2,462,317.43
合同负债	4,357,336.56	3,530,082.74	2,428,969.28	-
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
吸收存款及同业存放	-	-	-	-
代理买卖证券款	-	-	-	-
代理承销证券款	-	-	-	-
应付职工薪酬	3,304,466.02	4,919,377.62	7,363,544.25	4,459,083.56
应交税费	1,657,678.14	3,623,971.00	1,742,054.33	469,963.89
其他应付款	780,262.70	656,729.04	32,668,881.22	238,487.00
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
应付手续费及佣金	-	-	-	-
应付分保账款	-	-	-	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	945,571.74	900,535.03	-	-
其他流动负债	128,396.61	94,127.91	42,755.63	
流动负债合计	12,275,497.32	24,859,697.49	55,587,471.19	7,629,851.88
非流动负债：				
保险合同准备金	-	-	-	-
长期借款	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	484,400.97		
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-

递延所得税负债	-	-	115,500.00	71,963.47
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	484,400.97	115,500.00	71,963.47
负债合计	12,275,497.32	25,344,098.46	55,702,971.19	7,701,815.35
所有者权益（或股东权益）：				
股本	30,941,500.00	30,941,500.00	30,000,000.00	30,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	57,627,575.38	57,627,575.38	39,819,075.38	39,820,494.98
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	15,470,750.00	15,470,750.00	14,224,696.68	11,982,248.09
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	104,512,931.09	82,892,256.15	50,866,777.13	33,042,616.79
归属于母公司所有者权益合计	208,552,756.47	186,932,081.53	134,910,549.19	114,845,359.86
少数股东权益	-	-	-89,146.21	-53,798.52
所有者权益合计	208,552,756.47	186,932,081.53	134,821,402.98	114,791,561.34
负债和所有者权益总计	220,828,253.79	212,276,179.99	190,524,374.17	122,493,376.69

法定代表人：邹宇 主管会计工作负责人：徐靓依 会计机构负责人：徐靓依

（二）母公司资产负债表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年6月 30日	2021年12月 31日	2020年12月 31日	2019年12月 31日
流动资产：				
货币资金	7,672,839.45	26,924,948.65	5,755,647.30	4,271,664.70
交易性金融资产	30,201,000.00	15,901,000.00	18,271,000.00	67,826,759.47
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-
衍生金融资产	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-
应收账款	3,387,421.58	3,792,632.17	4,536,724.84	4,831,787.38
应收款项融资	-	-	-	-
预付款项	2,502,545.58	2,544,100.67	3,377,657.72	2,886,532.51
其他应收款	168,513.11	157,924.11	184,698.95	119,511.47
其中：应收利息	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-
买入返售金融资产	-	-	-	-
存货	-	-	-	-
合同资产	-	-	-	-

持有待售资产	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-
其他流动资产	563,421.04	24,714.37	773,224.42	1,011,287.71
流动资产合计	44,495,740.76	49,345,319.97	32,898,953.23	80,947,543.24
非流动资产：				
债权投资	-	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-	-
其他债权投资	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-
长期股权投资	101,302,000.00	101,202,000.00	101,351,798.00	340,798.00
其他权益工具投资	-	-	-	-
其他非流动金融资产	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-
固定资产	37,090,096.83	37,753,857.05	39,278,016.58	40,423,277.04
在建工程	-	-	-	-
生产性生物资产	-	-	-	-
油气资产	-	-	-	-
使用权资产	883,448.79	1,413,518.07	-	-
无形资产	-	-	1,294.04	6,039.33
开发支出	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-
长期待摊费用	73,553.39	101,135.93	156,301.01	81,877.45
递延所得税资产	26,742.80	29,941.83	35,816.25	38,145.69
其他非流动资产	-	-	-	750,000.00
非流动资产合计	139,375,841.81	140,500,452.88	140,823,225.88	41,640,137.51
资产总计	183,871,582.57	189,845,772.85	173,722,179.11	122,587,680.75
流动负债：				
短期借款	-	10,003,278.36	10,003,278.36	-
交易性金融负债	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-
衍生金融负债	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-
应付账款	-	-	26,968.00	-
预收款项	1,087,813.79	1,087,813.80	1,277,849.50	2,462,201.47
卖出回购金融资产款	-	-	-	-
应付职工薪酬	2,104,222.85	2,859,289.14	4,536,033.45	3,827,223.51
应交税费	400,384.14	2,535,261.40	511,988.80	355,650.07
其他应付款	239,766.40	238,548.54	32,572,254.26	238,487.00
其中：应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
合同负债	2,207,515.05	1,952,957.05	1,621,665.62	-
持有待售负债	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	945,571.74	900,535.03	-	-
其他流动负债	-	-	-	-
流动负债合计	6,985,273.97	19,577,683.32	50,550,037.99	6,883,562.05
非流动负债：				
长期借款	-	-	-	-

应付债券	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
租赁负债	-	484,400.97	-	-
长期应付款	-	-	-	-
长期应付职工薪酬	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	115,500.00	71,963.47
其他非流动负债	-	-	-	-
非流动负债合计	-	484,400.97	115,500.00	71,963.47
负债合计	6,985,273.97	20,062,084.29	50,665,537.99	6,955,525.52
所有者权益：				
股本	30,941,500.00	30,941,500.00	30,000,000.00	30,000,000.00
其他权益工具	-	-	-	-
其中：优先股	-	-	-	-
永续债	-	-	-	-
资本公积	57,630,174.01	57,630,174.01	39,821,674.01	39,821,674.01
减：库存股	-	-	-	-
其他综合收益	-	-	-	-
专项储备	-	-	-	-
盈余公积	15,470,750.00	15,470,750.00	14,224,696.68	11,982,248.09
一般风险准备	-	-	-	-
未分配利润	72,843,884.59	65,741,264.55	39,010,270.43	33,828,233.13
所有者权益合计	176,886,308.60	169,783,688.56	123,056,641.12	115,632,155.23
负债和所有者权益合计	183,871,582.57	189,845,772.85	173,722,179.11	122,587,680.75

（三）合并利润表

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业总收入	56,334,130.90	118,813,412.98	95,100,176.52	69,623,677.69
其中：营业收入	56,334,130.90	118,813,412.98	95,100,176.52	69,623,677.69
利息收入	-	-	-	-
已赚保费	-	-	-	-
手续费及佣金收入	-	-	-	-
二、营业总成本	32,710,413.18	67,772,950.29	55,617,896.49	37,256,508.34
其中：营业成本	16,896,174.43	36,474,979.65	26,847,523.68	19,647,776.88
利息支出	-	-	-	-
手续费及佣金支出	-	-	-	-
退保金	-	-	-	-
赔付支出净额	-	-	-	-
提取保险责任准备金净额	-	-	-	-
保单红利支出	-	-	-	-
分保费用	-	-	-	-
税金及附加	460,880.68	978,593.92	911,777.53	557,088.38
销售费用	992,871.33	1,824,723.73	1,894,642.58	1,025,471.96
管理费用	4,798,789.17	8,172,501.78	7,886,565.35	4,529,836.30

研发费用	9,535,557.50	19,713,154.29	17,966,980.71	12,454,119.28
财务费用	26,140.07	608,996.92	110,406.64	-957,784.46
其中：利息费用	30,364.48	668,362.70	119,505.37	-
利息收入	17,374.41	75,330.77	19,921.88	965,653.85
加：其他收益	173,116.97	1,391,440.80	800,891.31	290,029.29
投资收益（损失以“-”号填列）	612,108.79	2,251,063.96	1,356,887.77	1,246,953.20
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-1,563,976.26	479,756.49
信用减值损失（损失以“-”号填列）	-11,313.53	118,158.73	-1,368,637.35	171,774.02
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	1,490.20	16,654.16	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	24,399,120.15	54,817,780.34	38,707,445.50	34,555,682.35
加：营业外收入	1.29	1,022.79	11,388.25	1.74
减：营业外支出	10,087.01	57,594.65	1,764.00	145.23
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	24,389,034.43	54,761,208.48	38,717,069.75	34,555,538.86
减：所得税费用	2,768,359.49	6,418,825.80	3,675,049.08	3,432,322.07
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	21,620,674.94	48,342,382.68	35,042,020.67	31,123,216.79
其中：被合并方在合并前实现的净利润	-	-	-	-
（一）按经营持续性分类：				
1.持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	21,620,674.94	48,342,382.68	35,042,020.67	31,123,216.79
2.终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
（二）按所有权归属分类：				
1.少数股东损益（净亏损以“-”号填列）	-	-17,157.89	-24,588.26	-126,957.64
2.归属于母公司所有者的净利润（净亏损以“-”号填列）	21,620,674.94	48,359,540.57	35,066,608.93	31,250,174.43
六、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）归属于母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
1.不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-

(1) 重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
(2) 权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
(3) 其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
(4) 企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
(5) 其他	-	-	-	-
2.将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
(1) 权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
(2) 其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-
(3) 可供出售金融资产公允价值变动损益	-	-	-	-
(4) 金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-	-	-	-
(5) 持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-	-	-	-
(6) 其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
(7) 现金流量套期储备	-	-	-	-
(8) 外币财务报表折算差额	-	-	-	-
(9) 其他	-	-	-	-
(二) 归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
七、综合收益总额	21,620,674.94	48,342,382.68	35,042,020.67	31,123,216.79
(一) 归属于母公司所有者的综合收益总额	21,620,674.94	48,359,540.57	35,066,608.93	31,250,174.43
(二) 归属于少数股东的综合收益总额	-	-17,157.89	-24,588.26	-126,957.64
八、每股收益：				
(一) 基本每股收益（元/股）	0.70	1.61	1.17	1.04
(二) 稀释每股收益（元/股）	0.70	1.61	1.17	1.04

法定代表人：邹宇 主管会计工作负责人：徐靓依 会计机构负责人：徐靓依

（四）母公司利润表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、营业收入	27,317,899.37	65,736,040.78	69,506,764.97	69,592,843.64
减：营业成本	9,438,403.91	21,550,400.39	23,131,160.17	21,830,190.23
税金及附加	298,511.02	690,754.41	754,569.25	549,500.22
销售费用	698,601.20	1,103,193.53	1,320,073.87	1,016,559.96
管理费用	3,121,927.97	4,541,798.72	5,902,168.37	4,207,317.78
研发费用	6,658,950.79	13,984,820.30	11,827,007.50	10,053,776.09

财务费用	25,242.69	605,343.27	108,645.33	-961,228.87
其中：利息费用	30,364.48	664,891.11	119,505.37	
利息收入	12,080.10	67,701.25	16,385.68	964,661.95
加：其他收益	112,195.89	452,061.40	268,784.97	217,457.56
投资收益（损失以“-”号填列）	287,152.86	21,745,134.15	1,222,021.94	713,895.18
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-	-
以摊余成本计量的金融资产终止确认收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
汇兑收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
净敞口套期收益（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-1,563,976.26	479,756.49
信用减值损失（损失以“-”号填列）	20,715.87	159,897.02	-1,222,742.43	160,713.92
资产减值损失（损失以“-”号填列）	-	-	-	-
资产处置收益（损失以“-”号填列）	1,490.20	16,654.16	-	-
二、营业利润（亏损以“-”号填列）	7,497,816.61	45,633,476.89	25,167,228.70	34,468,551.38
加：营业外收入	1.23	16.57	11,365.87	-
减：营业外支出	-	20,205.57	-	-
三、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	7,497,817.84	45,613,287.89	25,178,594.57	34,468,551.38
减：所得税费用	395,197.80	2,555,629.95	2,754,108.68	3,432,322.07
四、净利润（净亏损以“-”号填列）	7,102,620.04	43,057,657.94	22,424,485.89	31,036,229.31
（一）持续经营净利润（净亏损以“-”号填列）	7,102,620.04	43,057,657.94	22,424,485.89	31,036,229.31
（二）终止经营净利润（净亏损以“-”号填列）	-	-	-	-
五、其他综合收益的税后净额	-	-	-	-
（一）不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.重新计量设定受益计划变动额	-	-	-	-
2.权益法下不能转损益的其他综合收益	-	-	-	-
3.其他权益工具投资公允价值变动	-	-	-	-
4.企业自身信用风险公允价值变动	-	-	-	-
5.其他	-	-	-	-
（二）将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-	-
1.权益法下可转损益的其他综合收益	-	-	-	-
2.其他债权投资公允价值变动	-	-	-	-

3.可供出售金融资产公允价值变动损益	-		-	-
4.金融资产重分类计入其他综合收益的金额	-		-	-
5.持有至到期投资重分类为可供出售金融资产损益	-		-	-
6.其他债权投资信用减值准备	-	-	-	-
7.现金流量套期储备	-	-	-	-
8.外币财务报表折算差额	-	-	-	-
9.其他	-	-	-	-
六、综合收益总额	7,102,620.04	43,057,657.94	22,424,485.89	31,036,229.31
七、每股收益：				
（一）基本每股收益（元/股）	0.23	1.39	0.75	1.03
（二）稀释每股收益（元/股）	0.23	1.39	0.75	1.03

（五）合并现金流量表

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务现金	50,788,183.65	105,036,622.58	82,319,153.40	63,608,154.37
客户存款和同业存放款项净增加额	-	-	-	-
向中央银行借款净增加额	-	-	-	-
收到原保险合同保费取得的现金	-	-	-	-
收到再保险业务现金净额	-	-	-	-
保户储金及投资款净增加额	-	-	-	-
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产净增加额	-			
收取利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
拆入资金净增加额	-	-	-	-
回购业务资金净增加额	-	-	-	-
代理买卖证券收到的现金净额	-	-	-	-
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	1,534,095.35	4,713,046.79	3,569,644.86	3,519,374.77
经营活动现金流入小计	52,322,279.00	109,749,669.37	85,888,798.26	67,127,529.14
购买商品、接受劳务支付的现金	6,846,589.03	13,527,905.32	9,069,532.55	5,811,468.34
客户贷款及垫款净增加额	-	-	-	-
存放中央银行和同业款项净增加额	-	-	-	-
支付原保险合同赔付款项的现金	-	-	-	-
为交易目的而持有的金融资产净增加额	-	-	-	-
拆出资金净增加额	-	-	-	-
支付利息、手续费及佣金的现金	-	-	-	-
支付保单红利的现金	-	-	-	-
支付给职工以及为职工支付的现金	15,785,775.76	29,586,739.06	21,411,033.05	15,443,069.98

支付的各项税费	8,048,775.19	10,281,189.60	8,310,773.97	6,208,635.41
支付其他与经营活动有关的现金	5,299,421.35	2,185,991.13	5,645,028.96	3,032,428.80
经营活动现金流出小计	35,980,561.33	55,581,825.11	44,436,368.53	30,495,602.53
经营活动产生的现金流量净额	16,341,717.67	54,167,844.26	41,452,429.73	36,631,926.61
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	134,865.83	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2,200.00	33,060.00	13,871.68	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	812,961.86	-	335,324.62
收到其他与投资活动有关的现金	612,108.79	65,420,967.21	129,938,781.41	230,513,895.18
投资活动现金流入小计	614,308.79	66,266,989.07	130,087,518.92	230,849,219.80
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	237,609.64	108,354.45	811,619.61	884,741.02
投资支付的现金	-	-	-	-
质押贷款净增加额	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	32,333,976.26	59,011,460.21	-
支付其他与投资活动有关的现金	29,656,480.09	63,250,312.22	101,116,560.74	256,647,002.98
投资活动现金流出小计	29,894,089.73	95,692,642.93	160,939,640.56	257,531,744.00
投资活动产生的现金流量净额	29,279,780.94	-29,425,653.86	-30,852,121.64	-26,682,524.20
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	18,830,000.00	-	40,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-	40,000.00
取得借款收到的现金	-	19,990,000.00	9,990,000.00	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	38,820,000.00	9,990,000.00	40,000.00
偿还债务支付的现金	9,990,000.00	19,990,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,899.76	15,583,800.21	17,058,396.23	20,009,999.98
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	466,107.34	1,213,621.66	-	-
筹资活动现金流出小计	10,473,007.10	36,787,421.87	17,058,396.23	20,009,999.98
筹资活动产生的现金流量净额	10,473,007.10	2,032,578.13	-7,068,396.23	-19,969,999.98
四、汇率变动对现金及现金等价物的影响	-	-	-	-
五、现金及现金等价物净增加额	23,411,070.37	26,774,768.53	3,531,911.86	-10,020,597.57
加：期初现金及现金等价物余额	35,034,139.11	8,259,370.58	4,727,458.72	14,748,056.29
六、期末现金及现金等价物余额	11,623,068.74	35,034,139.11	8,259,370.58	4,727,458.72

法定代表人：邹宇 主管会计工作负责人：徐靓依 会计机构负责人：徐靓依

(六) 母公司现金流量表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
一、经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	23,587,968.28	56,001,972.96	58,741,842.59	63,575,887.02
收到的税费返还				
收到其他与经营活动有关的现金	1,365,667.24	3,411,915.16	2,904,439.60	3,438,707.19
经营活动现金流入小计	24,953,635.52	59,413,888.12	61,646,282.19	67,014,594.21
购买商品、接受劳务支付的现金	3,255,966.64	6,625,912.08	9,283,049.85	8,369,145.37
支付给职工以及为职工支付的现金	10,308,361.14	20,578,369.99	15,068,118.96	12,935,940.03
支付的各项税费	4,435,767.08	3,695,344.35	5,622,297.03	6,017,050.59
支付其他与经营活动有关的现金	4,847,143.41	1,477,407.88	4,943,841.14	2,783,189.21
经营活动现金流出小计	22,847,238.27	32,377,034.30	34,917,306.98	30,105,325.20
经营活动产生的现金流量净额	2,106,397.25	27,036,853.82	26,728,975.21	36,909,269.01
二、投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	21,000,000.00	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	2,200.00	33,060.00	13,871.68	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	890,000.00	-	600,000.00
收到其他与投资活动有关的现金	287,152.86	32,976,932.15	129,938,781.41	230,513,895.18
投资活动现金流入小计	289,352.86	54,899,992.15	129,952,653.09	231,113,895.18
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	133,711.98	83,480.99	679,418.69	875,043.02
投资支付的现金	100,000.00	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	32,435,976.26	71,011,000.00	-
支付其他与投资活动有关的现金	14,300,000.00	30,500,000.00	78,391,000.00	256,647,002.98
投资活动现金流出小计	14,533,711.98	63,019,457.25	150,081,418.69	257,522,046.00
投资活动产生的现金流量净额	14,244,359.12	-8,119,465.10	-20,128,765.60	-26,408,150.82
三、筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金	-	18,830,000.00	-	-
取得借款收到的现金	-	19,990,000.00	9,990,000.00	-
发行债券收到的现金	-	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	-	-	-
筹资活动现金流入小计	-	38,820,000.00	9,990,000.00	-
偿还债务支付的现金	9,990,000.00	19,990,000.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	16,899.76	15,583,800.21	15,106,227.01	20,009,999.98
支付其他与筹资活动有关的现金	466,107.34	994,287.16	-	-
筹资活动现金流出小计	10,473,007.10	36,568,087.37	15,106,227.01	20,009,999.98
筹资活动产生的现金流量净额	10,473,007.10	2,251,912.63	-5,116,227.01	-20,009,999.98
四、汇率变动对现金及现金等价	-	-	-	-

物的影响				
五、现金及现金等价物净增加额	22,610,968.97 ⁻	21,169,301.35	1,483,982.60	-9,508,881.79
加：期初现金及现金等价物余额	26,924,948.65	5,755,647.30	4,271,664.70	13,780,546.49
六、期末现金及现金等价物余额	4,313,979.68	26,924,948.65	5,755,647.30	4,271,664.70

(七) 合并股东权益变动表

单位：元

项目	2022年1月—6月												
	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
	优 先 股	永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	30,941,500.00				57,627,575.38				15,470,750.00		82,892,256.15		186,932,081.53
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并 其他													
二、本年期初余额	30,941,500.00				57,627,575.38				15,470,750.00		82,892,256.15		186,932,081.53
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)											21,620,674.94		21,620,674.94
(一) 综合收益总额											21,620,674.94		21,620,674.94
(二) 所有者投入和减少资本													
1. 股东投入的普通股													
2. 其他权益工具持有者 投入资本													
3. 股份支付计入所有者 权益的金额													
4. 其他													
(三) 利润分配													

1. 提取盈余公积													
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者（或股东）的分配													
4. 其他													
（四）所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本（或股本）													
2. 盈余公积转增资本（或股本）													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
（五）专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
（六）其他													
四、本年期末余额	30,941,500.00				57,627,575.38				15,470,750.00		104,512,931.09		208,552,756.47

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
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,819,075.38				14,224,696.68		50,866,777.13	-89,146.21	134,821,402.98
加：会计政策变更									-8,061.05		-79,947.18		-88,008.23
前期差错更正													
同一控制下企业合并													
其他													
二、本年期初余额	30,000,000.00				39,819,075.38				14,216,635.63		50,786,829.95	-89,146.21	134,733,394.75
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)	941,500.00				17,808,500.00				1,254,114.37		32,105,426.20	89,146.21	52,198,686.78
(一) 综合收益总额											48,359,540.57	-17,157.89	48,342,382.68
(二) 所有者投入和减少资本	941,500.00				17,808,500.00							106,304.10	18,856,304.10
1. 股东投入的普通股	941,500.00				17,808,500.00								18,750,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他												106,304.10	106,304.10
(三) 利润分配									1,254,114.37		-		-15,000,000.00
1. 提取盈余公积									1,254,114.37		-1,254,114.37		
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)											-		-15,000,000.00

的分配										15,000,000.00			
4. 其他													
(四) 所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本(或股本)													
2. 盈余公积转增资本(或股本)													
3. 盈余公积弥补亏损													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
(五) 专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
(六) 其他													
四、本年期末余额	30,941,500.00				57,627,575.38				15,470,750.00		82,892,256.15		186,932,081.53

单位：元

项目	2020 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		
优先股		永续债	其他										
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,820,494.98				11,982,248.09		33,042,616.79	53,798.52	114,791,561.34

加：会计政策变更												
前期差错更正												
同一控制下企业合并												
其他												
二、本年期初余额	30,000,000.00			39,820,494.98			11,982,248.09	33,042,616.79	53,798.52	-	114,791,561.34	
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)				-1,419.60			2,242,448.59	17,824,160.34	35,347.69	-	20,029,841.64	
(一) 综合收益总额								35,066,608.93	24,588.26	-	35,042,020.67	
(二) 所有者投入和减少资本				-1,419.60					10,759.43	-	-12,179.03	
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他				-1,419.60					10,759.43	-	-12,179.03	
(三) 利润分配							2,242,448.59	17,242,448.59		-	-15,000,000.00	
1. 提取盈余公积							2,242,448.59	-2,242,448.59				
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的分配								15,000,000.00		-	-15,000,000.00	
4. 其他												
(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本(或股本)												
2. 盈余公积转增资本(或股本)												

3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额 结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留 存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本年期末余额	30,000,000.00				39,819,075.38			14,224,696.68	50,866,777.13	89,146.21	-	134,821,402.98

单位：元

项目	2019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		
	优 先 股	永 续 债	其 他										
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,820,494.98				8,878,625.16		24,906,065.27	77,787.11	103,682,972.52
加：会计政策变更													
前期差错更正													
同一控制下企业合并 其他													
二、本年期初余额	30,000,000.00				39,820,494.98				8,878,625.16		24,906,065.27	77,787.11	103,682,972.52
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)									3,103,622.93		8,136,551.52	131,585.63	11,108,588.82
(一) 综合收益总额											31,250,174.43	-	31,123,216.79

												126,957.64	
(二) 所有者投入和减少资本												-4,627.99	-4,627.99
1. 股东投入的普通股												-4,627.99	-4,627.99
2. 其他权益工具持有者投入资本													
3. 股份支付计入所有者权益的金额													
4. 其他													
(三) 利润分配							3,103,622.93			-		23,113,622.91	-20,009,999.98
1. 提取盈余公积							3,103,622.93					-3,103,622.93	
2. 提取一般风险准备													
3. 对所有者(或股东)的分配												-	-20,009,999.98
4. 其他												20,009,999.98	
(四) 所有者权益内部结转													
1. 资本公积转增资本(或股本)													
2. 盈余公积转增资本(或股本)													
4. 设定受益计划变动额结转留存收益													
5. 其他综合收益结转留存收益													
6. 其他													
(五) 专项储备													
1. 本期提取													
2. 本期使用													
(六) 其他													

四、本年期末余额	30,000,000.00			39,820,494.98			11,982,248.09	33,042,616.79	-53,798.52	114,791,561.34
----------	---------------	--	--	---------------	--	--	---------------	---------------	------------	----------------

法定代表人：邹宇 主管会计工作负责人：徐靛依 会计机构负责人：徐靛依

(八) 母公司股东权益变动表

√适用 □不适用

单位：元

项目	2022年1月—6月											
	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	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	30,941,500.00				57,630,174.01				15,470,750.00		65,741,264.55	169,783,688.56
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	30,941,500.00				57,630,174.01				15,470,750.00		65,741,264.55	169,783,688.56
三、本期增减变动金额 (减少以“—”号填列)											7,102,620.04	7,102,620.04
(一) 综合收益总额											7,102,620.04	7,102,620.04
(二) 所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												

(三) 利润分配												
1. 提取盈余公积												
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配												
4. 其他												
(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本年期末余额	30,941,500.00				57,630,174.01				15,470,750.00		72,843,884.59	176,886,308.60

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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,821,674.01				14,224,696.68		39,010,270.43	123,056,641.12
加：会计政策变更									-8,061.05		-72,549.45	-80,610.50
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	30,000,000.00				39,821,674.01				14,216,635.63		38,937,720.98	122,976,030.62
三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)	941,500.00				17,808,500.00				1,254,114.37		26,803,543.57	46,807,657.94
(一) 综合收益总额											43,057,657.94	43,057,657.94
(二) 所有者投入和减少资本	941,500.00				17,808,500.00							18,750,000.00
1. 股东投入的普通股	941,500.00				17,808,500.00							18,750,000.00
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
(三) 利润分配									1,254,114.37		16,254,114.37	-15,000,000.00
1. 提取盈余公积									1,254,114.37		-1,254,114.37	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的分配											15,000,000.00	-15,000,000.00
4. 其他												

(四) 所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本(或股本)												
2. 盈余公积转增资本(或股本)												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
(六) 其他												
四、本年期末余额	30,941,500.00				57,630,174.01				15,470,750.00		65,741,264.55	169,783,688.56

单位：元

项目	2020 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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,821,674.01				11,982,248.09		33,828,233.13	115,632,155.23
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	30,000,000.00				39,821,674.01				11,982,248.09		33,828,233.13	115,632,155.23

三、本期增减变动金额 (减少以“-”号填列)									2,242,448.59		5,182,037.30	7,424,485.89
(一) 综合收益总额											22,424,485.89	22,424,485.89
(二) 所有者投入和减少 资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入 资本												
3. 股份支付计入所有者权益的 金额												
4. 其他												
(三) 利润分配									2,242,448.59		-	-15,000,000.00
1. 提取盈余公积									2,242,448.59		-2,242,448.59	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者(或股东)的 分配											-	-15,000,000.00
4. 其他											15,000,000.00	
(四) 所有者权益内部结 转												
1. 资本公积转增资本(或 股本)												
2. 盈余公积转增资本(或 股本)												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结 转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存 收益												
6. 其他												
(五) 专项储备												

1. 本期提取											
2. 本期使用											
(六) 其他											
四、本期末余额	30,000,000.00				39,821,674.01			14,224,696.68		39,010,270.43	123,056,641.12

单位：元

项目	2019 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	一般风险准备	未分配利润	所有者权益合计
		优先股	永续债	其他								
一、上年期末余额	30,000,000.00				39,821,674.01				8,878,625.16		25,905,626.73	104,605,925.90
加：会计政策变更												
前期差错更正												
其他												
二、本年期初余额	30,000,000.00				39,821,674.01				8,878,625.16		25,905,626.73	104,605,925.90
三、本期增减变动金额 (减少以“－”号填列)									3,103,622.93		7,922,606.40	11,026,229.33
(一) 综合收益总额											31,036,229.31	31,036,229.31
(二) 所有者投入和减少资本												
1. 股东投入的普通股												
2. 其他权益工具持有者投入资本												
3. 股份支付计入所有者权益的金额												
4. 其他												
(三) 利润分配									3,103,622.93		-23,113,622.91	-20,009,999.98

1. 提取盈余公积									3,103,622.93		-3,103,622.93	
2. 提取一般风险准备												
3. 对所有者（或股东）的分配											-	-20,009,999.98
4. 其他											20,009,999.98	
（四）所有者权益内部结转												
1. 资本公积转增资本（或股本）												
2. 盈余公积转增资本（或股本）												
3. 盈余公积弥补亏损												
4. 设定受益计划变动额结转留存收益												
5. 其他综合收益结转留存收益												
6. 其他												
（五）专项储备												
1. 本期提取												
2. 本期使用												
（六）其他												
四、本年期末余额	30,000,000.00				39,821,674.01				11,982,248.09		33,828,233.13	115,632,155.23

二、 审计意见

2022年1月—6月	是否审计 <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2022〕9508号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座28层
审计报告日期	2022年8月29日
注册会计师姓名	陈世薇、叶思思
2021年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2022〕1358号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座28层
审计报告日期	2022年3月29日
注册会计师姓名	陈世薇、叶思思
2020年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2021〕3038号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座28层
审计报告日期	2021年4月21日
注册会计师姓名	陈世薇、王建兰
2019年度	
审计意见	无保留意见
审计报告中的特别段落	无
审计报告编号	天健审〔2020〕1648号
审计机构名称	天健会计师事务所（特殊普通合伙）
审计机构地址	杭州市江干区钱江路1366号华润大厦B座28层
审计报告日期	2020年4月14日
注册会计师姓名	陈世薇、彭心宇

三、 财务报表的编制基准及合并财务报表范围

（一） 财务报表的编制基础

1、 编制基础

本公司财务报表以持续经营为编制基础。

2、 持续经营能力评价

本公司不存在导致对报告期末起12个月内的持续经营能力产生重大疑虑的事项或情况。

（二）合并财务报表范围及变化情况

1、财务报表合并范围

子公司全称	持股比例（%）	取得方式
杭州一登科技有限公司	100%	投资设立
杭州海登科技有限公司	100%	投资设立
威海领新信息技术有限公司	100%	非同一控制下企业合并
威海来金信息技术有限公司	100%	非同一控制下企业合并
海尚科技有限公司	100%	投资设立

2、报告期内合并范围变化情况

（1）非同一控制下企业合并

2020年，公司收购取得威海领新信息技术有限公司100%股权。

（2）同一控制下企业合并

无。

（3）反向购买

无。

（4）处置子公司

子公司上海蜜葵自收购之时一直处于亏损状态，公司于2019年3月15日以60万元价格将持有的上海蜜葵60%股权转让给该公司少数股东金珊、朱勤斯。

子公司虎正奔自收购之时一直处于亏损状态，公司于2021年2月9日以89万元价格将持有的虎正奔89%股权转让给该公司创始员工陈光、杨清、顾泽天。

（5）其他原因的合并范围变动

通过设立或投资方式取得的子公司和注销子公司导致合并范围变化。

2022年上半年：

无。

2021年度：

公司注销上海云擎供应链管理有限公司。

2020年度：

公司新设杭州海登科技有限公司、海尚科技有限公司。

2019 年度：

无。

四、会计政策、估计

(一) 会计政策和会计估计

具体会计政策和会计估计提示：

适用 不适用

本公司根据实际生产经营特点针对金融工具减值、固定资产折旧、使用权资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策。

1. 遵循企业会计准则的声明

本公司所编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了公司的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

2. 会计期间

会计年度自公历 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

3. 营业周期

公司经营业务的营业周期较短，以 12 个月作为资产和负债的流动性划分标准。

4. 记账本位币

采用人民币为记账本位币。

5. 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

适用 不适用

(1) 同一控制下的企业合并的会计处理方法

适用 不适用

公司在企业合并中取得的资产和负债，按照合并日被合并方在最终控制方合并财务报表中的账面价值计量。公司按照被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值份额与支

付的合并对价账面价值或发行股份面值总额的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

(2) 非同一控制下的企业合并的会计处理方法

√适用 □不适用

公司在购买日对合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；如果合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额，首先对取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值以及合并成本的计量进行复核，经复核后合并成本仍小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益。

6.合并财务报表的编制方法

√适用 □不适用

母公司将其控制的所有子公司纳入合并财务报表的合并范围。合并财务报表以母公司及其子公司的财务报表为基础，根据其他有关资料，由母公司按照《企业会计准则第 33 号——合并财务报表》编制。

7.合营安排分类及共同经营会计处理方法

□适用 √不适用

8.现金及现金等价物的确定标准

列示于现金流量表中的现金是指库存现金以及可以随时用于支付的存款。现金等价物是指企业持有的期限短、流动性强、易于转换为已知金额现金、价值变动风险很小的投资。

9.外币业务和外币报表折算

□适用 √不适用

10.金融工具

√适用 □不适用

(1) 金融资产和金融负债的分类

金融资产在初始确认时划分为以下三类：1) 以摊余成本计量的金融资产；2) 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的金融资产；3) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。

金融负债在初始确认时划分为以下四类：1) 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债；2) 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债；3) 不属于上述 1) 或 2) 的财务担保合同，以及不属于上述 (1) 并以低于市场利率贷款的贷款承诺；4) 以摊余成本计量的金融负债。

(2) 金融资产和金融负债的确认依据、计量方法和终止确认条件

1) 金融资产和金融负债的确认依据和初始计量方法

公司成为金融工具合同的一方时，确认一项金融资产或金融负债。初始确认金融资产或金融负债时，按照公允价值计量；对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产和金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他类别的金融资产或金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。但是，公司初始确认的应收账款未包含重大融资成分或公司不考虑未超过一年的合同中的融资成分的，按照《企业会计准则第 14 号——收入》所定义的交易价格进行初始计量。

2) 金融资产的后续计量方法

a. 以摊余成本计量的金融资产

采用实际利率法，按照摊余成本进行后续计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融资产所产生的利得或损失，在终止确认、重分类、按照实际利率法摊销或确认减值时，计入当期损益。

b. 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资

采用公允价值进行后续计量。采用实际利率法计算的利息、减值损失或利得及汇兑损益计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入当期损益。

c. 以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的权益工具投资

采用公允价值进行后续计量。获得的股利（属于投资成本收回部分的除外）计入当期损益，其他利得或损失计入其他综合收益。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

d. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产

采用公允价值进行后续计量，产生的利得或损失（包括利息和股利收入）计入当期损益，除非该金融资产属于套期关系的一部分。

3) 金融负债的后续计量方法

a. 以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债

此类金融负债包括交易性金融负债（含属于金融负债的衍生工具）和指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债。对于此类金融负债以公允价值进行后续计量。因公司自身信用风险变动引起的指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债的公允价值变动金额计入其他综合收益，除非该处理会造成或扩大损益中的会计错配。此类金融负债产生的其他利得或损失（包括利息费用、除因公司自身信用风险变动引起的公允价值变动）计入当期损益，除非该金融负债属于套期关系的一部分。终止确认时，将之前计入其他综合收益的累计利得或损失从其他综合收益中转出，计入留存收益。

b. 金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债

按照《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》相关规定进行计量。

c. 不属于上述 1)或 2)的财务担保合同，以及不属于上述 1)并以低于市场利率贷款的贷款承诺

在初始确认后按照下列两项金额之中的较高者进行后续计量：① 按照金融工具的减值规定确定的损失准备金额；② 初始确认金额扣除按照《企业会计准则第 14 号——收入》相关规定所确定的累计摊销额后的余额。

d. 以摊余成本计量的金融负债

采用实际利率法以摊余成本计量。以摊余成本计量且不属于任何套期关系的一部分的金融负债所产生的利得或损失，在终止确认、按照实际利率法摊销时计入当期损益。

4) 金融资产和金融负债的终止确认

a. 当满足下列条件之一时，终止确认金融资产：

① 收取金融资产现金流量的合同权利已终止；

② 金融资产已转移，且该转移满足《企业会计准则第 23 号——金融资产转移》关于金融资产终止确认的规定。

b. 当金融负债（或其一部分）的现时义务已经解除时，相应终止确认该金融负债（或该部分金融负债）。

(3) 金融资产转移的确认依据和计量方法

公司转移了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产。公司既没有转移也没有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：1) 未保留对该金融资产控制的，终止确认该金融资产，并将转移中产生或保留的权利和义务单独确认为资产或负债；2) 保留了对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 所转移金融资产在终止确认日的账面价值；2) 因转移金融资产而收到的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。转移了金融资产的一部分，且该被转移部分整体满足终止确认条件的，将转移前金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和继续确认部分之间，按照转移日各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：1) 终止确认部分的账面价值；2) 终止确认部分的对价，与原直接计入其他综合收益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额（涉及转移的金融资产为以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资）之和。

(4) 金融资产和金融负债的公允价值确定方法

公司采用在当前情况下适用并且有足够可利用数据和其他信息支持的估值技术确定相关金融资产和金融负债的公允价值。公司将估值技术使用的输入值分以下层级，并依次使用：

1) 第一层次输入值是在计量日能够取得的相同资产或负债在活跃市场上未经调整的报价；

2) 第二层次输入值是除第一层次输入值外相关资产或负债直接或间接可观察的输入值，包括：活跃市场中类似资产或负债的报价；非活跃市场中相同或类似资产或负债的报价；除报价以外的其他可观察输入值，如在正常报价间隔期间可观察的利率和收益率曲线等；市场验证的输入值等；

3) 第三层次输入值是相关资产或负债的不可观察输入值，包括不能直接观察或无法由可观察市场数据验证的利率、股票波动率、企业合并中承担的弃置义务的未来现金流量、使用自身数据作出的财务预测等。

(5) 金融工具减值

1) 金融工具减值计量和会计处理

公司以预期信用损失为基础，对以摊余成本计量的金融资产、以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债务工具投资、合同资产、租赁应收款、分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债以外的贷款承诺、不属于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债或不属于金融资产转移不符合终止确认条件或继续涉入被转移金融资产所形成的金融负债的财务担保合同进行减值处理并确认损失准备。

预期信用损失，是指以发生违约的风险为权重的金融工具信用损失的加权平均值。信用损失，是指公司按照原实际利率折现的、根据合同应收的所有合同现金流量与预期收取的所有现金流量之间的差额，即全部现金短缺的现值。其中，对于公司购买或源生的已发生信用减值的金融资产，按照该金融资产经信用调整的实际利率折现。

对于购买或源生的已发生信用减值的金融资产，公司在资产负债表日仅将自初始确认后整个存续期内预期信用损失的累计变动确认为损失准备。

对于由《企业会计准则第14号——收入》规范的交易形成，且不含重大融资成分或者公司不考虑不超过一年的合同中的融资成分的应收款项及合同资产，公司运用简化计量方法，按照相当于整个存续期内的预期信用损失金额计量损失准备。

除上述计量方法以外的金融资产，公司在每个资产负债表日评估其信用风险自初始确认后是否已经显著增加。如果信用风险自初始确认后已显著增加，公司按照整个存续期内预期信用损失的金额计量损失准备；如果信用风险自初始确认后未显著增加，公司按照该金融工具未来12个月内预期信用损失的金额计量损失准备。

公司利用可获得的合理且有依据的信息，包括前瞻性信息，通过比较金融工具在资产负债表日发生违约的风险与在初始确认日发生违约的风险，以确定金融工具的信用风险自初始确认后是否已显著增加。

于资产负债表日，若公司判断金融工具只具有较低的信用风险，则假定该金融工具的信用风险自初始确认后并未显著增加。

公司以单项金融工具或金融工具组合为基础评估预期信用风险和计量预期信用损失。当以金融工具组合为基础时，公司以共同风险特征为依据，将金融工具划分为不同组合。

公司在每个资产负债表日重新计量预期信用损失，由此形成的损失准备的增加或转回金额，作为减值损失或利得计入当期损益。对于以摊余成本计量的金融资产，损失准备抵减该金融资产在资产负债表中列示的账面价值；对于以公允价值计量且其变动计入其他综合收益的债权投资，公司在其他综合收益中确认其损失准备，不抵减该金融资产的账面价值。

2) 按组合评估预期信用风险和计量预期信用损失的金融工具

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
其他应收款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，通过违约风险敞口和未来12个月内或整个存续期预期信用损失率，计算预期信用损失

3) 按组合计量预期信用损失的应收款项及合同资产

a. 具体组合及计量预期信用损失的方法

项 目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验，结合当前状况以及对未来经济状况的预测，编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表，计算预期信用损失

b. 应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账 龄	应收账款 预期信用损失率 (%)
1 年以内 (含, 下同)	5.00
1-2 年	10.00
2-3 年	50.00
3 年以上	100.00

(6) 金融资产和金融负债的抵销

金融资产和金融负债在资产负债表内分别列示, 不相互抵销。但同时满足下列条件的, 公司以相互抵销后的净额在资产负债表内列示: 1) 公司具有抵销已确认金额的法定权利, 且该种法定权利是当前可执行的; 2) 公司计划以净额结算, 或同时变现该金融资产和清偿该金融负债。

不满足终止确认条件的金融资产转移, 公司不对已转移的金融资产和相关负债进行抵销。

公司与可比公司的信用减值损失比例及确定依据

自 2019 年 1 月 1 日起, 公司及可比公司按照预期信用损失率计提信用减值损失, 公司及可比公司确定计提信用减值损失的依据为参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 通过违约风险敞口和未来 12 个月内或整个存续期预期信用损失率, 计算预期信用损失。

公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比如下:

同行业可比公司	6 个月以内	6-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
爱用科技	-	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%
光云科技		1.00%	10.00%	50.00%	100.00%
美登科技		5.00%	10.00%	50.00%	100.00%

由上表可知, 公司坏账计提政策与同行业可比公司之间不存在重大差异。

11. 应收票据

适用 不适用

12. 应收款项

适用 不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“(一) 会计政策和会计估计”之“10. 金融工具”部分。

公司与可比公司的预期信用损失(坏账计提)比例及确定依据

公司与可比公司的预期信用损失（坏账计提）比例及确定依据的主要会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10.金融工具”。

13.应收款项融资

适用 不适用

14.其他应收款

适用 不适用

参见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“10.金融工具”部分。

15.存货

适用 不适用

16.合同资产

适用 不适用

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件(即，仅取决于时间流逝)向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

17.合同成本

适用 不适用

与合同成本有关的资产包括合同取得成本和合同履约成本。

公司为取得合同发生的增量成本预期能够收回的，作为合同取得成本确认为一项资产。如果合同取得成本的摊销期限不超过一年，在发生时直接计入当期损益。

公司为履行合同发生的成本，不适用存货、固定资产或无形资产等相关准则的规范范围且同时满足下列条件的，作为合同履约成本确认为一项资产：

- （1）该成本与一份当前或预期取得的合同直接相关，包括直接人工、直接材料、制造费用（或类似费用）、明确由客户承担的成本以及仅因该合同而发生的其他成本；
- （2）该成本增加了公司未来用于履行履约义务的资源；

(3) 该成本预期能够收回。

公司对于与合同成本有关的资产采用与该资产相关的商品或服务收入确认相同的基础进行摊销，计入当期损益。

如果与合同成本有关的资产的账面价值高于因转让与该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本，公司对超出部分计提减值准备，并确认为资产减值损失。以前期间减值的因素之后发生变化，使得转让该资产相关的商品或服务预期能够取得的剩余对价减去估计将要发生的成本高于该资产账面价值的，转回原已计提的资产减值准备，并计入当期损益，但转回后的资产账面价值不超过假定不计提减值准备情况下该资产在转回日的账面价值。

18.持有待售资产

适用 不适用

19.债权投资

适用 不适用

20.其他债权投资

适用 不适用

21.长期应收款

适用 不适用

22.长期股权投资

适用 不适用

(1) 共同控制、重大影响的判断

按照相关约定对某项安排存在共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策，认定为共同控制。对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定，认定为重大影响。

(2) 投资成本的确定

1) 同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的合并对价的账面价值或发行股份的面值总额之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

公司通过多次交易分步实现同一控制下企业合并形成的长期股权投资，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日，根据合并后应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表

中的账面价值的份额确定初始投资成本。合并日长期股权投资的初始投资成本，与达到合并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

2) 非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照支付的合并对价的公允价值作为其初始投资成本。

公司通过多次交易分步实现非同一控制下企业合并形成的长期股权投资，区分个别财务报表和合并财务报表进行相关会计处理：

a. 在个别财务报表中，按照原持有的股权投资的账面价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本。

b. 在合并财务报表中，判断是否属于“一揽子交易”。属于“一揽子交易”的，把各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，对于购买日之前持有的被购买方的股权，按照该股权在购买日的公允价值进行重新计量，公允价值与其账面价值的差额计入当期投资收益；购买日之前持有的被购买方的股权涉及权益法核算下的其他综合收益等的，与其相关的其他综合收益等转为购买日所属当期收益。但由于被投资方重新计量设定受益计划净负债或净资产变动而产生的其他综合收益除外。

c. 除企业合并形成以外的：以支付现金取得的，按照实际支付的购买价款作为其初始投资成本；以发行权益性证券取得的，按照发行权益性证券的公允价值作为其初始投资成本；以债务重组方式取得的，按《企业会计准则第12号——债务重组》确定其初始投资成本；以非货币性资产交换取得的，按《企业会计准则第7号——非货币性资产交换》确定其初始投资成本。

(3) 后续计量及损益确认方法

对被投资单位实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对联营企业和合营企业的长期股权投资，采用权益法核算。

(4) 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权的处理方法

1) 个别财务报表

对处置的股权，其账面价值与实际取得价款之间的差额，计入当期损益。对于剩余股权，对被投资单位仍具有重大影响或者与其他方一起实施共同控制的，转为权益法核算；不能再对被投资单位实施控制、共同控制或重大影响的，按照《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》的相关规定进行核算。

2) 合并财务报表

a. 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且不属于“一揽子交易”的

在丧失控制权之前，处置价款与处置长期股权投资相对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，调整资本公积（资本溢价），资本溢价不足冲减的，冲减留存收益。

丧失对原子公司控制权时，对于剩余股权，按照其在丧失控制权日的公允价值进行重新计量。处置股权取得的对价与剩余股权公允价值之和，减去按原持股比例计算应享有原有子公司自购买日或合并日开始持续计算的净资产的份额之间的差额，计入丧失控制权当期的投资收益，同时冲减商誉。与原有子公司股权投资相关的其他综合收益等，应当在丧失控制权时转为当期投资收益。

b. 通过多次交易分步处置对子公司投资至丧失控制权，且属于“一揽子交易”的

将各项交易作为一项处置子公司并丧失控制权的交易进行会计处理。但是，在丧失控制权之前每一次处置价款与处置投资对应的享有该子公司净资产份额的差额，在合并财务报表中确认为其他综合收益，在丧失控制权时一并转入丧失控制权当期的损益。

23. 投资性房地产

适用 不适用

24. 固定资产

适用 不适用

(1) 固定资产确认条件

固定资产是指为生产商品、提供劳务、出租或经营管理而持有的，使用年限超过一个会计年度的有形资产。固定资产在同时满足经济利益很可能流入、成本能够可靠计量时予以确认。

(2) 固定资产分类及折旧方法

类别	折旧方法	折旧年限（年）	残值率（%）	年折旧率（%）
房屋及建筑物	直线法	29	5	3.28
机器设备	不适用	-	-	-
电子设备	不适用	-	-	-
运输设备	不适用	-	-	-
通用设备	直线法	3	5	31.67

(3) 融资租入固定资产的认定依据、计价和折旧方法（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(4) 其他说明

适用 不适用

25.在建工程

适用 不适用

26.借款费用

适用 不适用

(1) 借款费用资本化的确认原则

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本；其他借款费用，在发生时确认为费用，计入当期损益。

(2) 借款费用资本化期间

1) 当借款费用同时满足下列条件时，开始资本化：A、资产支出已经发生；B、借款费用已经发生；C、为使资产达到预定可使用或可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

2) 若符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断，并且中断时间连续超过3个月，暂停借款费用的资本化；中断期间发生的借款费用确认为当期费用，直至资产的购建或者生产活动重新开始。

3) 当所购建或者生产符合资本化条件的资产达到预定可使用或可销售状态时，借款费用停止资本化。

(3) 借款费用资本化率以及资本化金额

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用（包括按照实际利率法确定的折价或溢价的摊销），减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额，确定应予资本化的利息金额；为购建或者生产符合资本化条件的资产占用了一般借款的，根据累计资产支出超过专门借款的资产支出加权平均数乘以占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。

27.生物资产

适用 不适用

28.使用权资产

适用 不适用

租赁负债会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“41.租赁”。

29.无形资产与开发支出

适用 不适用

(1) 计价方法、使用寿命、减值测试

√适用 □不适用

(1) 无形资产包括土地使用权、专利权及非专利技术等，按成本进行初始计量。

(2) 使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统合理地摊销，无法可靠确定预期实现方式的，采用直线法摊销。

各类无形资产的摊销方法、使用寿命和预计净残值如下：

类别	摊销方法	使用寿命（年）	残值率（%）
土地使用权	不适用	-	-
专利权	不适用	-	-
非专利技术	不适用	-	-
软件	直线法	3	-
商标及软件著作权	直线法	8	-

(2) 内部研究开发支出会计政策

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益。内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件的，确认为无形资产：（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

30.长期资产减值

√适用 □不适用

对长期股权投资、采用成本模式计量的投资性房地产、固定资产、在建工程、采用成本模式计量的生产性生物资产、油气资产、使用权资产、使用寿命有限的无形资产等长期资产，在资产负债表日有迹象表明发生减值的，估计其可收回金额。对因企业合并所形成的商誉和使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年都进行减值测试。商誉结合与其相关的资产组或者资产组组合进行减值测试。

若上述长期资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额确认资产减值准备并计入当期损益。

31.长期待摊费用

√适用 □不适用

长期待摊费用核算已经支出，摊销期限在 1 年以上（不含 1 年）的各项费用。长期待摊费用按实际发生额入账，在受益期或规定的期限内分期平均摊销。如果长期待摊的费用项目不能使以后会计期间受益则将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

32.合同负债

适用 不适用

公司根据履行履约义务与客户付款之间的关系在资产负债表中列示合同资产或合同负债。公司将同一合同下的合同资产和合同负债相互抵销后以净额列示。

公司将拥有的、无条件(即，仅取决于时间流逝)向客户收取对价的权利作为应收款项列示，将已向客户转让商品而有权收取对价的权利（该权利取决于时间流逝之外的其他因素）作为合同资产列示。

公司将已收或应收客户对价而应向客户转让商品的义务作为合同负债列示。

33.职工薪酬

(1) 短期薪酬的会计处理方法

适用 不适用

在职工为公司提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

(2) 离职后福利的会计处理方法

适用 不适用

离职后福利分为设定提存计划和设定受益计划。

1) 在职工为公司提供服务的会计期间，根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或相关资产成本。

2) 对设定受益计划的会计处理通常包括下列步骤：

①根据预期累计福利单位法，采用无偏且相互一致的精算假设对有关人口统计变量和财务变量等作出估计，计量设定受益计划所产生的义务，并确定相关义务的所属期间。同时，对设定受益计划所产生的义务予以折现，以确定设定受益计划义务的现值和当期服务成本；

②设定受益计划存在资产的，将设定受益计划义务现值减去设定受益计划资产公允价值所形成的赤字或盈余确认为一项设定受益计划净负债或净资产。设定受益计划存在盈余的，以设定受

益计划的盈余和资产上限两项的孰低者计量设定受益计划净资产；

③期末，将设定受益计划产生的职工薪酬成本确认为服务成本、设定受益计划净负债或净资产的利息净额以及重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动等三部分，其中服务成本和设定受益计划净负债或净资产的利息净额计入当期损益或相关资产成本，重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动计入其他综合收益，并且在后续会计期间不允许转回至损益，但可以在权益范围内转移这些在其他综合收益确认的金额。

(3) 辞退福利的会计处理方法

适用 不适用

向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时；（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

(4) 其他长期职工福利的会计处理方法

适用 不适用

向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划的有关规定进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划的有关规定进行会计处理，为简化相关会计处理，将其产生的职工薪酬成本确认为服务成本、其他长期职工福利净负债或净资产的利息净额以及重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动等组成项目的总净额计入当期损益或相关资产成本。

34. 租赁负债

适用 不适用

租赁负债会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“41. 租赁”。

35. 预计负债

适用 不适用

36. 股份支付

适用 不适用

37. 优先股、永续债等其他金融工具

适用 不适用

38. 收入、成本

√适用 □不适用

(1) 收入确认原则

于合同开始日，公司对合同进行评估，识别合同所包含的各单项履约义务，并确定各单项履约义务是在某一时段内履行，还是在某一时点履行。

满足下列条件之一时，属于在某一时段内履行履约义务，否则，属于在某一时点履行履约义务：1) 客户在公司履约的同时即取得并消耗公司履约所带来的经济利益；2) 客户能够控制公司履约过程中在建商品；3) 公司履约过程中所产出的商品具有不可替代用途，且公司在整个合同期间内有权就累计至今已完成的履约部分收取款项。

对于在某一时段内履行的履约义务，公司在该段时间内按照履约进度确认收入。履约进度不能合理确定时，已经发生的成本预计能够得到补偿的，按照已经发生的成本金额确认收入，直到履约进度能够合理确定为止。对于在某一时点履行的履约义务，在客户取得相关商品或服务控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时，公司考虑下列迹象：1) 公司就该商品享有现时收款权利，即客户就该商品负有现时付款义务；2) 公司已将该商品的法定所有权转移给客户，即客户已拥有该商品的法定所有权；3) 公司已将该商品实物转移给客户，即客户已实物占有该商品；4) 公司已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户，即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬；5) 客户已接受该商品；6) 其他表明客户已取得商品控制权的迹象。

(2) 收入计量原则

1) 公司按照分摊至各单项履约义务的交易价格计量收入。交易价格是公司因向客户转让商品或服务而预期有权收取的对价金额，不包括代第三方收取的款项以及预期将退还给客户的款项。

2) 合同中存在可变对价的，公司按照期望值或最可能发生金额确定可变对价的最佳估计数，但包含可变对价的交易价格，不超过在相关不确定性消除时累计已确认收入极可能不会发生重大转回的金额。

3) 合同中存在重大融资成分的，公司按照假定客户在取得商品或服务控制权时即以现金支付的应付金额确定交易价格。该交易价格与合同对价之间的差额，在合同期间内采用实际利率法摊销。

4) 合同中包含两项或多项履约义务的，公司于合同开始日，按照各单项履约义务所承诺商品的单独售价的相对比例，将交易价格分摊至各单项履约义务。

(3) 收入确认的具体方法

公司主要销售折扣软件、快递打单软件和提供技术服务，销售收入确认的具体方法披露如下：

1) 公司销售折扣软件和快递打单软件属于在某一时段履行的履约义务，各客户在商家平台按月度、季度、半年度和年度等时段购买公司软件，公司根据收到的商家平台账单按照软件服务期分期确认收入。

2) 公司短信收入确认的方法：属于在某一时点履行的履约义务，客户实际使用短信服务，取得相关商品控制权时点确认收入。公司每月根据客户当月实际使用的短信数量和与客户约定的单价确定短信收入，并结转相应的成本。

3) 公司提供技术服务属于在某一时点履行的履约义务，公司在提供完技术服务后一次性确认收入。

39.政府补助

适用 不适用

(1) 政府补助在同时满足下列条件时予以确认：1) 公司能够满足政府补助所附的条件；2) 公司能够收到政府补助。政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能可靠取得的，按照名义金额计量。

(2) 与资产相关的政府补助判断依据及会计处理方法

政府文件规定用于购建或以其他方式形成长期资产的政府补助划分为与资产相关的政府补助。政府文件不明确的，以取得该补助必须具备的基本条件为基础进行判断，以购建或以其他方式形成长期资产为基本条件的作为与资产相关的政府补助。与资产相关的政府补助，冲减相关资产的账面价值或确认为递延收益。与资产相关的政府补助确认为递延收益的，在相关资产使用寿命内按照合理、系统的方法分期计入损益。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。相关资产在使用寿命结束前被出售、转让、报废或发生毁损的，将尚未分配的相关递延收益余额转入资产处置当期的损益。

(3) 与收益相关的政府补助判断依据及会计处理方法

除与资产相关的政府补助之外的政府补助划分为与收益相关的政府补助。对于同时包含与资产相关部分和与收益相关部分的政府补助，难以区分与资产相关或与收益相关的，整体归类为与收益相关的政府补助。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关成本费用或损失的，确认为递延收益，在确认相关成本费用或损失的期间，计入当期损益或冲减相关成本；用于补偿已发生的相关成本费用或损失的，直接计入当期损益或冲减相关成本。

(4) 与公司日常经营活动相关的政府补助，按照经济业务实质，计入其他收益或冲减相关成本费用。与公司日常活动无关的政府补助，计入营业外收支。

40.递延所得税资产和递延所得税负债

√适用 □不适用

(1) 根据资产、负债的账面价值与其计税基础之间的差额（未作为资产和负债确认的项目按照税法规定可以确定其计税基础的，该计税基础与其账面数之间的差额），按照预期收回该资产或清偿该负债期间的适用税率计算确认递延所得税资产或递延所得税负债。

(2) 确认递延所得税资产以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限。资产负债表日，有确凿证据表明未来期间很可能获得足够的应纳税所得额用来抵扣可抵扣暂时性差异的，确认以前会计期间未确认的递延所得税资产。

(3) 资产负债表日，对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，则减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，转回减记的金额。

(4) 公司当期所得税和递延所得税作为所得税费用或收益计入当期损益，但不包括下列情况产生的所得税：1) 企业合并；2) 直接在所有者权益中确认的交易或者事项。

41.租赁

√适用 □不适用

(1) 公司作为承租人

在租赁期开始日，公司将租赁期不超过 12 个月，且不包含购买选择权的租赁认定为短期租赁；将单项租赁资产为全新资产时价值较低的租赁认定为低价值资产租赁。公司转租或预期转租租赁资产的，原租赁不认定为低价值资产租赁。

除上述采用简化处理的短期租赁和低价值资产租赁外，在租赁期开始日，公司对租赁确认使用权资产和租赁负债。

1) 使用权资产

使用权资产按照成本进行初始计量，该成本包括：A、租赁负债的初始计量金额；B、在租赁期开始日或之前支付的租赁付款额，存在租赁激励的，扣除已享受的租赁激励相关金额；C、承租人发生的初始直接费用；D、承租人为拆卸及移除租赁资产、复原租赁资产所在场地或将租赁资产恢复至租赁条款约定状态预计将发生的成本。

公司按照直线法对使用权资产计提折旧。能够合理确定租赁期届满时取得租赁资产所有权的，公司在租赁资产剩余使用寿命内计提折旧。无法合理确定租赁期届满时能够取得租赁资产所有权的，公司在租赁期与租赁资产剩余使用寿命两者孰短的期间内计提折旧。

2) 租赁负债

在租赁开始日，公司将尚未支付的租赁付款额的现值确认为租赁负债。计算租赁付款额现值时采用租赁内含利率作为折现率，无法确定租赁内含利率的，采用公司增量借款利率作为折现率。租赁付款额与其现值之间的差额作为未确认融资费用，在租赁期各个期间内按照确认租赁付款额现值的折现率确认利息费用，并计入当期损益。未纳入租赁负债计量的可变租赁付款额于实际发生时计入当期损益。

租赁期开始日后，当实质固定付款额发生变动、担保余值预计的应付金额发生变化、用于确定租赁付款额的指数或比率发生变动、购买选择权、续租选择权或终止选择权的评估结果或实际行权情况发生变化时，公司按照变动后的租赁付款额的现值重新计量租赁负债，并相应调整使用权资产的账面价值，如使用权资产账面价值已调减至零，但租赁负债仍需进一步调减的，将剩余金额计入当期损益。

(2) 公司作为出租人

在租赁开始日，公司将实质上转移了与租赁资产所有权有关的几乎全部风险和报酬的租赁划分为融资租赁，除此之外的均为经营租赁。

1) 经营租赁

公司在租赁期内各个期间按照直线法将租赁收款额确认为租金收入，发生的初始直接费用予以资本化并按照与租金收入确认相同的基础进行分摊，分期计入当期损益。公司取得的与经营租赁有关的未计入租赁收款额的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

2) 融资租赁

在租赁期开始日，公司按照租赁投资净额（未担保余值和租赁期开始日尚未收到的租赁收款额按照租赁内含利率折现的现值之和）确认应收融资租赁款，并终止确认融资租赁资产。在租赁期的各个期间，公司按照租赁内含利率计算并确认利息收入。

公司取得的未纳入租赁投资净额计量的可变租赁付款额在实际发生时计入当期损益。

(3) 售后租回

1) 公司作为承租人

公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司按原资产账面价值中与租回获得的使用权有关的部分，计量售后租回所形成的使用权资产，并仅就转让至出租人的权利确认相关利得或损失。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司继续确认被转让资产，同时确认一项与转让收入等额的金融负债，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融负债进

行会计处理。

2) 公司作为出租人

公司按照《企业会计准则第 14 号——收入》的规定，评估确定售后租回交易中的资产转让是否属于销售。

售后租回交易中的资产转让属于销售的，公司根据其他适用的企业会计准则对资产购买进行会计处理，并根据《企业会计准则第 21 号——租赁》对资产出租进行会计处理。

售后租回交易中的资产转让不属于销售的，公司不确认被转让资产，但确认一项与转让收入等额的金融资产，并按照《企业会计准则第 22 号——金融工具确认和计量》对该金融资产进行会计处理。

42.所得税

适用 不适用

所得税会计政策详见本节“四、会计政策、估计”之“（一）会计政策和会计估计”之“40. 递延所得税资产和递延所得税负债”。

43.与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平的判断标准

公司在确定与财务会计信息相关的重大事项或重要性水平判断标准时，结合公司所处行业、自身发展阶段、经营状况，从性质及金额两方面进行考虑。在判断事项性质的重要性时，公司主要考虑该事项在性质上是否属于日常活动、是否显著影响公司的财务状况、经营成果和现金流量等因素；在判断事项金额的重要性时，公司主要考虑该事项金额占资产总额、净资产、营业收入、利润总额等直接相关项目金额的比重，2019 年至 2022 年 6 月以各期利润总额的 5%作为合并报表整体层面的重要性水平。

44.重大会计判断和估计

无。

45.其他重要的会计政策和会计估计

适用 不适用

（二）会计政策和会计估计分析

适用 不适用

发行人的重大会计政策或会计估计与同行业上市公司不存在重大差异。

五、分部信息

√适用 □不适用

公司以内部组织结构、管理要求、内部报告制度等为依据确定报告分部，以业务分部为基础确定报告分部。报告期各期内，公司产品分部收入、成本构成如下：

1、2022年上半年度

单位：元

项目	营业收入	营业成本
我打	28,395,744.37	7,071,170.65
美折	22,731,379.53	6,500,519.84
短信服务	2,525,755.62	1,848,135.13
淘宝云币	867,206.18	398,552.18
ERP	378,709.13	285,633.03
技术服务	83,962.26	48,566.09
淘算盘	80,455.64	49,101.50
其他	83,321.92	4,293.79
房租	1,186,705.98	689,667.24
打印机	890.27	534.98
合计	56,334,130.90	16,896,174.43

2、2021年度

单位：元

项目	主营业务收入	主营业务成本
美折	55,785,853.31	15,073,233.50
我打	52,180,029.60	14,684,514.55
短信服务	6,408,614.82	4,466,093.27
ERP	444,742.35	303,896.11
淘算盘	203,798.93	126,822.21
技术服务	173,584.91	44,283.19
其他	735,052.55	386,345.54
合计	115,931,676.47	35,085,188.37

3、2020 年度

单位：元

项目	主营业务收入	主营业务成本
美折	61,562,107.99	15,394,750.59
我打	25,196,728.09	6,540,648.65
短信服务	5,193,361.29	3,456,580.99
淘算盘	129,689.33	65,097.56
ERP	86,580.44	1,056.23
微淘签到	10,950.21	2,493.13
其他	167,678.59	7,562.05
合计	92,347,095.94	25,468,189.20

4、2019 年度

单位：元

项目	主营业务收入	主营业务成本
美折	63,613,603.78	15,480,021.02
短信服务	3,796,748.82	2,587,708.88
微淘签到	49,848.00	18,111.59
美印	17,078.69	3,692.86
美评	2,207.24	1,983.4
其他	76,491.65	176,924.65
合计	67,555,978.18	18,268,442.42

六、非经常性损益

单位：元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
非流动性资产处置损益	1,490.20	1,766,750.91	11,350.17	533,058.02
越权审批，或无正式批准文件，或偶发性的税收返还、减免	-	-	-	-
计入当期损益的政府补助，但与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外	143,665.19	1,232,685.68	758,059.07	288,687.16
计入当期损益的对非金融企业	-	-	-	-

收取的资金占用费				
企业取得子公司、联营企业及合营企业的投资成本小于取得投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值产生的收益	-	-	-	-
非货币性资产交换损益	-	-	-	-
委托他人投资或管理资产的损益	612,108.79	500,967.21	1,356,887.77	713,895.18
因不可抗力因素，如遭受自然灾害而计提的各项资产减值准备	-	-	-	-
债务重组损益	-	-	-	-
企业重组费用，如安置职工的支出、整合费用等	-	-	-	-
交易价格显失公允的交易产生的超过公允价值部分的损益	-	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	-	-	-	-
与公司正常经营业务无关的或有事项产生的损益	-	-	-	-
除同公司正常经营业务相关的有效套期保值业务外，持有交易性金融资产、交易性金融负债产生的公允价值变动损益，以及处置交易性金融资产、交易性金融负债和可供出售金融资产取得的投资收益	-	-	-1,563,976.26	479,756.49
单独进行减值测试的应收款项减值准备转回	-	-	-	-
对外委托贷款取得的损益	-	-	-	-
采用公允价值模式进行后续计量的投资性房地产公允价值变动产生的损益	-	-	-	-
根据税收、会计等法律、法规的要求对当期损益进行一次性调整对当期损益的影响	-	-	-	-
受托经营取得的托管费收入	-	-	-	-
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-10,085.72	-56,571.86	-1,725.92	-143.49
股权处置收益				
其他符合非经常性损益定义的损益项目	29,451.78	158,755.12	42,832.24	1,342.13
小计	776,630.24	3,602,587.06	603,427.07	2,016,595.49
减：所得税影响数	116,504.38	341,476.92	33,878.67	253,871.91
少数股东权益影响额			26,896.33	6,722.52
合计				
非经常性损益净额	660,125.86	3,261,110.14	542,652.07	1,756,001.06
归属于母公司股东的净利润	21,620,674.94	48,359,540.57	35,066,608.93	31,250,174.43

扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润	20,960,549.08	45,098,430.43	34,523,956.86	29,494,173.37
归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东的净利润的比例（%）	3.05%	6.74%	1.55%	5.62%

非经常性损益分析：

报告期内，公司非经常性损益主要包括非流动资产的处置损益、政府补助、委托他人投资理财等，2019年至2022年6月，公司非经常性损益净额分别为175.60万元、54.27万元、326.11万元和66.01万元，占同期归属于母公司净利润的比重分别为5.62%、1.55%、6.74%和3.05%。公司报告期内的非经常性损益金额占比较小，对公司的经营稳定性及未来持续盈利能力不构成重大不利影响。

七、主要会计数据及财务指标

项目	2022年6月30日/2022年1月—6月	2021年12月31日/2021年度	2020年12月31日/2020年度	2019年12月31日/2019年度
资产总计(元)	220,828,253.79	212,276,179.99	190,524,374.17	122,493,376.69
股东权益合计(元)	208,552,756.47	186,932,081.53	134,821,402.98	114,791,561.34
归属于母公司所有者的股东权益(元)	208,552,756.47	186,932,081.53	134,910,549.19	114,845,359.86
每股净资产（元/股）	6.74	6.04	4.49	3.83
归属于母公司所有者的每股净资产(元/股)	6.74	6.04	4.50	3.83
资产负债率（合并）（%）	5.56%	11.94%	29.24%	6.29%
资产负债率（母公司）（%）	3.80%	10.57%	29.16%	5.67%
营业收入(元)	56,334,130.90	118,813,412.98	95,100,176.52	69,623,677.69
毛利率（%）	70.01%	69.30%	71.77%	71.78%
净利润(元)	21,620,674.94	48,342,382.68	35,042,020.67	31,123,216.79
归属于母公司所有者的净利润(元)	21,620,674.94	48,359,540.57	35,066,608.93	31,250,174.43
扣除非经常性损益后的净利润(元)	20,960,549.08	45,081,272.54	34,472,472.27	29,360,493.21
归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润(元)	20,960,549.08	45,098,430.43	34,523,956.86	29,494,173.37
息税折旧摊销前利润(元)	26,905,436.88	59,256,246.20	42,831,432.91	36,285,139.72
加权平均净资产收益率（%）	10.93%	31.15%	27.26%	27.36%
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	10.60%	29.05%	26.84%	25.82%
基本每股收益（元/股）	0.70	1.61	1.17	1.04
稀释每股收益（元/股）	0.70	1.61	1.17	1.04
经营活动产生的现金流量净额	16,341,717.67	54,167,844.26	41,452,429.73	36,631,926.61

(元)				
每股经营活动产生的现金流量净额(元)	0.53	1.75	1.38	1.22
研发投入占营业收入的比例(%)	16.93%	16.59%	18.89%	17.89%
应收账款周转率	7.05	14.51	14.13	9.42
存货周转率	-	-	-	-
流动比率	7.97	3.50	1.13	10.64
速动比率	7.49	3.31	1.04	10.16

主要会计数据及财务指标计算公式及变动简要分析:

上述财务指标计算公式如下:

1、每股净资产=期末净资产/期末股本总额

2、归属于母公司所有者的每股净资产=归属于母公司所有者的净资产/期末股本总额

3、资产负债率=负债总额/资产总额

4、毛利率=(营业收入-营业成本)/营业收入

5、息税折旧摊销前利润=净利润+所得税费用+利息支出+固定资产折旧+无形资产摊销+长期待摊费用+使用权资产折旧

6、加权平均净资产收益率= $P0 / (E0 + NP \div 2 + E_i \times M_i \div M0 - E_j \times M_j \div M0 \pm E_k \times M_k \div M0)$

其中: P0 分别对应于归属于公司普通股股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润; NP 为归属于公司普通股股东的净利润; E0 为归属于公司普通股股东的期初净资产; E_i 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产; E_j 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产; M0 为报告期月份数; M_i 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数; M_j 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数; E_k 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动; M_k 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

7、基本每股收益= $P0 \div S$

$S = S0 + S1 + S_i \times M_i \div M0 - S_j \times M_j \div M0 - S_k$

其中: P0 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普通股股东的净利润; S

为发行在外的普通股加权平均数; S0 为期初股份总数; S1 为报告期因公积金转增股本或股票股利

分配等增加股份数; S_i 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数; S_j 为报告期因回购等减

少股份数；Sk 为报告期缩股数；M0 报告期月份数；Mi 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数；Mj 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

8、稀释每股收益= $P1 / (S0 + S1 + Si \times Mi - M0 - Sj \times Mj - M0 - Sk + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$ 其中，P1 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整。公司在计算稀释每股收益时，应考虑所有稀释性潜在普通股对归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润和加权平均股数的影响，按照其稀释程度从大到小的顺序计入稀释每股收益，直至稀释每股收益达到最小值。

9、每股经营活动产生的现金流量净额=经营活动产生的现金流量净额/期末总股本

10、研发投入占营业收入的比重=研发投入 / 营业收入

11、应收账款周转率=营业收入/应收账款平均余额

12、存货周转率=营业成本/存货平均余额

13、流动比率=流动资产/流动负债

14、速动比率=(流动资产-预付款项-存货-其他流动资产)/流动负债

报告期内，公司应收账款周转率分别为 9.42、14.13、14.51 和 7.05。2019 年，公司应收账款周转率较低，主要系公司 2018 年 11 月应收账款未在 2018 年末及时结算，从而导致应收账款 2018 年末余额较高。

报告期各期末，公司流动比率分别为 10.64、1.13、3.50 和 7.97，速动比率分别为 10.16、1.04、3.31 和 7.49，合并资产负债率分别为 6.29%、29.24%、11.94%和 5.56%。2020 年末，公司流动比率、速动比率较 2019 年末下降较快，资产负债率有所上升，主要系美登科技 2020 年以现金支付威海领新股权收购款合计 7,100 万元，从而使流动资产规模大幅下降所致，同时股权应付款尾款尚未支付，其他应付款余额较大，负债规模大幅上升；2021 年末，公司流动比率、速动比率较 2020 年末有所上升，资产负债率有所下降，主要原因是：（1）2021 年，公司主营业务发展良好，持续盈利与现金流入，流动资产随之增加；（2）2021 年，美登科技以现金支付威海领新股权收购尾款合计 3,233.39 万元，其他应付款项随之减少，流动负债亦有所下降。（3）2021 年末，公司完成股票定向发行，募集资金总额为 1,883.00 万元，公司流动资产有所增加。2022 年上半年末，公司流动比率、速动比率较 2021 年末增长较快，资产负债率有所下降，主要系公司经营情况较好，提前归还了银行短期借款，负债规模减少导致。

八、盈利预测

适用 不适用

第八节管理层讨论与分析

一、经营核心因素

(一) 影响收入、成本、费用和利润的主要因素

1、影响收入的主要因素

公司主营业务为基于电商平台为电商商家提供 SaaS 软件与短信等增值服务。公司主要下游客户系电商平台商家，公司营业收入的主要影响因素为电商平台商户数量及产品单价，同时，商家客户续费率及市场竞争情况也会对公司营业收入产生一定影响。

2、影响成本的主要因素

公司营业成本主要包括电商平台技术服务费、服务器费用、职工薪酬和 API 与数据同步服务费等。报告期内，技术服务费占主营业务成本的比重分别为 69.71%、62.31%、52.64%和 50.23%，占比最高。各大电商服务市场收取技术服务费的比例是影响公司主营业务成本的主要因素，如电商服务市场提高技术服务费收费比例，则会造成公司营业成本的上升，对公司造成不利影响。此外，服务器使用费、API 与数据同步服务费及人工成本的波动也会对主营业务成本造成一定影响。

3、影响费用的主要因素

报告期内，公司费用主要包含销售费用、管理费用、研发费用及财务费用。公司销售费用主要包含职工薪酬及业务推广费，主要影响因素为销售人员薪酬情况；公司管理费用主要包含职工薪酬及折旧摊销，主要影响因素为管理人员数量及薪酬水平；公司研发费用主要为职工薪酬，主要影响因素为研发人员数量及薪酬水平；影响财务费用的主要因素为公司借款利息。

4、影响利润的主要因素

影响公司利润的主要因素是营业收入、营业成本和期间费用，除上述因素外，税收优惠政策、政府补助等因素也会对公司利润产生一定影响。

(二) 对发行人具有核心意义或其变动对业绩变动具有较强预示作用的财务或非财务指标

1、财务指标影响分析

公司营业收入增长率、毛利率等财务指标对公司具有核心意义，其变动情况对公司业绩具有较强预示作用。2020 年和 2021 年，公司营业收入较上年同期分别增长 36.59%、24.94%，公司营业收入的持续增长表明公司业务的市场前景广阔，体现了公司良好的成长性。2022 年上半年公司营业收入较去年同期有所下降。报告期内，公司综合毛利率为 71.78%、71.77%、69.30%和 70.01%，基本保持稳定。公司营业收入和毛利率分析详见本节“三、盈利情况分析”之“（一）营业收入分析”和“（三）毛利率分析”之相关内容。

报告期内，公司研发费用占营业收入的比重分别为 17.89%、18.89%、16.59%和 16.93%。截至 2022 上半年末，公司及子公司已取得 72 项软件著作权与 1 项发明专利，公司重视研发投入，未来将持续研发投入以保持其产品及应用市场的核心竞争力。

2、非财务指标影响分析

公司所处行业发展情况、所处行业竞争情况是公司未来发展的重要外部条件，行业及行业下游的积极发展将有效促进并提高公司未来盈利能力，行业现状及发展情况对公司业绩变动具有较强预示作用，具体情况详见本招股说明书“第五节 业务和技术”相关内容。

(三) 备考财务报表

报告期内，公司主要经营成果汇总如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	5,633.41	11,881.34	9,510.02	6,962.37
研发费用	953.56	1,971.32	1,796.70	1,245.41
营业利润	2,439.91	5,481.78	3,870.74	3,455.57
利润总额	2,438.90	5,476.12	3,871.71	3,455.55
净利润	2,162.07	4,834.24	3,504.20	3,112.32

自 2020 年 7 月，公司将威海领新纳入公司的合并范围。因威海领新对公司报告期业绩影响相对较大，为保证可比性，公司基于以下假设编制备考利润表：1) 假设本次收购事项在备考财务报表期初（2019 年 1 月 1 日）已经完成，收购合并后的架构于 2019 年 1 月 1 日已经形成并独立存在；2) 本次交易前，公司与威海领新分属于不同的实际控制人，按照企业会计准则的规定，本次交易属于非同一控制下的企业合并，相关备考调整遵循企业会计准则有关非同一控制下企业合并的规定；3) 未考虑上述股权收购过程中所涉及的各项税费等费用和支出。

该备考利润表未经审计，其主要财务数据如下：

单位：万元

项目	2022 年上半年	2021 年度	2020 年度	2019 年度
营业收入	5,633.41	11,881.34	11,633.04	10,708.81
营业成本	1,689.62	3,647.50	3,204.04	3,143.71
销售费用	99.29	182.47	210.54	132.03
管理费用	479.88	817.25	995.77	902.41
研发费用	953.56	1,971.32	2,024.48	1,673.16
财务费用	2.61	60.90	9.50	-135.01

净利润	2,162.07	4,834.24	4,393.92	4,637.38
-----	----------	----------	----------	----------

如上表所示，2019年至2021年公司营业收入呈现增长趋势，净利润呈现先下降后增长的趋势，主要系2020年公司管理及研发费用支出金额较大导致当年净利润偏低。2022年上半年公司实现营业收入5,633.41万元，较去年同期略有下降，整体收入规模基本保持稳定。

（四）结合备考对美折、我打产品收入、成本、毛利率、净利润分析

1、美折软件

根据备考财务数据，报告期内，美折软件营业收入、营业成本、毛利率等经营数据如下：

单位：万元

美折	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	2,273.14	5,578.59	6,156.21	6,361.36
营业成本	650.05	1,507.32	1,539.48	1,548.00
毛利率	71.40%	72.98%	74.99%	75.67%
净利润	872.42	2,270.60	2,270.00	2,855.26
加权平均用户数量	276,341	345,286	399,471	439,214
ARPU（元）	164.52	161.56	154.11	144.84

注：由于公司美折软件未进行独立核算，因而净利润计算公式为：美折软件净利润=美折软件收入/营业收入*净利润。2022年上半年平均客单价已年化。

（1）收入

报告期内，公司美折软件营业收入分别为6,361.36万元、6,156.21万元、5,578.59万元和2,273.14万元，呈现下降趋势，原因是美折软件主要服务于淘宝/天猫平台，随着近年来新兴电商拼多多、抖音及快手平台的崛起，电商平台的竞争逐渐激烈，传统平台淘宝/天猫商家用户基数有所下降，美折软件用户数量也有所减少。

报告期内，美折软件年均用户数量分别为43.92万、39.95万、34.53万和27.63万，用户数量减少导致产品收入下滑，主要竞品的付费用户数量也呈现下降趋势；另外，淘宝/天猫平台对其商家提供了官方的免费软件，用于帮助中小商家降低开店成本，提升中小商家的用户粘性，官方免费软件尽管功能相比于美折软件存在较大差异，仍旧对美折用户产生分流作用；此外，新冠疫情的反复导致电商商家对营销活动的需求有所下降。

（2）成本

报告期内，美折软件营业成本分别为1,548.00万元、1,539.48万元、1,507.32万元和650.05万元，与收入下降的趋势相匹配。

美折软件营业成本主要由技术服务费、API与数据同步服务、服务器租赁费及职工薪酬等构成具体如下：

单位：万元

营业成本	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
技术服务费	457.72	1,112.05	1,230.48	1,271.47
职工薪酬	106.79	203.11	124.39	122.94
服务器、API与数据同步服务	70.52	154.21	156.33	132.47
信息通道	5.61	21.49	11.85	-
房租费	9.41	16.45	16.43	21.12
合计	650.05	1,507.32	1,539.48	1,548.00

技术服务费系电商平台基于用户支付订单金额按一定比例向公司收取。报告期内，美折软件技术服务费成本分别为 1,271.47 万元、1,230.48 万元、1,112.05 万元和 457.72 万元，系美折软件成本中重要组成部分，技术服务费成本呈现下降趋势与美折软件收入下滑的趋势相匹配。

报告期内，美折软件职工薪酬成本分别为 122.94 万元、124.39 万元、203.11 万元和 106.79 万元。2019 年至 2021 年，职工薪酬成本呈现增长趋势，其中 2021 年增幅较大，主要系公司为美折软件配备了资深技术专家，用于提升用户体验，因而职工薪酬成本有所增长。2022 年上半年，职工薪酬成本与去年同期基本保持稳定。

报告期内，美折软件服务器租赁、API 与数据同步服务成本金额分别为 132.47 万元、156.33 万元、154.21 万元和 70.52 万元。2020 年至 2022 年上半年，美折服务器、API 与数据同步服务金额成本基本保持稳定，主要系美折软件旗舰版等高版本用户持续增加，该等用户店铺对营销活动需求较大，对服务器的要求较高，因而美折用户数量减少的同时服务器成本基本保持稳定；另外一方面，2022 年上半年，淘宝/天猫平台对 API 调用费进行了提价，虽然美折用户调用 API 及数据同步服务的次数减少，但由于调用服务价格的上涨 API 与数据同步服务成本同比保持稳定。

(3) 毛利率

报告期内，公司美折软件毛利率分别为 75.67%、74.99%、72.98%和 71.40%呈现逐年下降的趋势，主要系产品收入下滑，职工薪酬成本等均有所增加，产品规模效应减弱，导致产品毛利率呈现下滑的趋势。

(4) 净利润

报告期内，美折软件净利润为 2,855.26 万元、2,270.00 万元、2,270.60 万元和 872.42 万元，呈现下降趋势，主要系美折收入下滑导致。

2、我打

2019 年至 2022 年 6 月，我打产品收入、成本、毛利率、年均用户数量及平均价格如下：

单位：万元

我打	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	2,839.57	5,218.00	4,625.89	3,697.67
营业成本	707.12	1,468.45	1,230.15	1,166.59
毛利率	75.10%	71.86%	73.41%	68.45%
净利润	1,093.11	2,123.08	1,747.25	1,601.25
加权平均用户数量	338,660	319,945	271,618	226,547
ARPU（元）	167.67	163.09	170.31	163.22

注 1：我打产品系 2020 年 7 月起纳入公司合并范围

注 2：2019 年及 2020 年我打产品净利润=我打产品收入/合并备考收入*合并净利润

注 3：2021 年及 2022 年上半年我打产品净利润=我打产品收入/合并收入*合并净利润

注 4：2022 年上半年 ARPU 已年化

（1）收入

2019 年至 2022 年 6 月，我打产品收入分别为 3,697.67 万元、4,625.89 万元、5,218.00 万元和 2,839.57 万元，呈现较快的增长趋势，主要系我打产品主要功能为订单批量处理及打单发货，产品定位为解决电商商家的刚性需求，不同规模、不同等级、不同产品类目的电商商家可根据需求其使用我打产品。近年来，国内电子商务市场的蓬勃发展，拼多多、抖音和快手等新兴电商平台不断崛起，公司抓住新兴平台发展的机遇，向多平台发展。随着上述新兴平台商家用户数量不断增长，我打产品用户数量也呈现较快的增长趋势；另外一方面，公司自收购威海领新后，对我打系列产品进行了业务整合，引入美折的相关的产品运营及开发经验，进一步提升我打产品的市场竞争力。因此，我打产品收入呈现快速增长。

（2）成本

报告期内，公司我打产品营业成本金额分别为 1,166.59 万元、1,230.15 万元、1,468.45 万元和 707.12 万元。2019 年至 2021 年，我打产品营业成本随着收入的增长逐年递增。2021 年，我打产品营业成本增长较多主要系收入增长导致技术服务费成本增加；另一方面，当年服务器成本支出较多，主要系：1）公司进行了数据安全的升级改造，增加了云防火墙、态势感知 SAS 及 web 应用防火墙等安全产品，对服务器的需求有所上升；2）威海领新我打产品的技术架构进行调整，以提升产品稳定性及用户体验，增加了服务器的配置；3）根据多平台的产品升级改造需求，临时服务器扩容的需求有所增加，从而导致当年我打营业成本增长较快。2022 年上半年，我打产品营业成本较上年同期有所减少，主要系威海领新积极配合淘宝/天猫平台的软件升级要求，获得了较多的 API 与数据同步服务、服务器租赁费的优惠券及代金券以抵扣相关的支出，API 与数据同步服务及服务器成本有所减少。

（3）毛利率

2019 年至 2022 年上半年，我打产品毛利率呈现波动上涨趋势，其中 2021 年毛利率较 2020 年有所下滑，主要系服务器成本增长较快，导致当年毛利率有所下滑。2022 年上半年我打产品毛利率

较高，主要系：1) 拼多多、抖音等平台收入快速增长，形成了较强的规模效应，收入占比提升，同时该等平台由于技术服务费率较低，产品毛利率也相对较高；2) 威海领新积极配合淘宝/天猫平台的软件升级要求，获得了较多的数据同步服务、服务器租赁费的优惠券及代金券以抵扣相关的支出，API 与数据同步服务及服务器成本有所减少，因此我打产品毛利率有所增长。

(4) 净利润

报告期内，我打产品净利润随着销售收入的增长呈现逐年增长的趋势。

(5) 我打产品分平台分析

报告期内，我打软件已经入驻主要的电商平台，其中来自淘宝/天猫、拼多多、1688、抖音及京东平台的收入合计占比分别为 99.28%、96.80%、95.96% 和 94.92%，占比较高，我打产品在该等平台的运营情况分析如下：

① 淘宝/天猫

报告期内，我打产品在淘宝/天猫平台的营业收入、营业成本、毛利率等经营数据及其变动如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-6 月	2021 年	2020 年	2019 年
营业收入	1,393.56	2,939.45	2,957.43	2,766.96
营业成本	470.98	1,029.97	998.47	994.51
毛利率	66.20%	64.96%	66.24%	64.06%
加权平均用户数量（户）	180,834	190,752	186,293	180,183
ARPU（元）	154.13	154.09	158.75	153.56

注：简单年化 2022 年全年营业收入为=1,393.56*2=2,787.12，同比 2021 年有所下降。

报告期内，我打-淘宝/天猫产品收入分别为 2,766.96 万元、2,957.43 万元、2,939.45 万元和 1,393.56 万元，呈现先增后降的趋势，主要系近年来各大电商平台竞争格局有所变化，新兴电商平台拼多多、抖音的崛起对淘宝/天猫的中小商家有一定分流作用，受此影响我打-淘宝/天猫产品收入略有下滑。报告期内，我打-淘宝/天猫毛利率分别为 64.06%、66.24%、64.96% 和 66.20%，保持在较为稳定的水平。2020 年产品毛利率相对较高，主要系当年产品收入较高产生较强的规模效应；2021 年毛利率相对较低，主要系根据数据安全的要求，增加了服务器安全配置及渗透测试服务，服务器成本增加，毛利率相应下降。2022 年上半年产品毛利率较高，主要系威海领新积极配合淘宝/天猫平台的软件升级要求，获得了较多的 API 与数据同步服务及服务器租赁费的优惠券及代金券，成本支出减少。

② 拼多多

报告期内，我打产品在拼多多平台的营业收入、营业成本、毛利率等经营数据及其变动如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	712.11	1,218.84	941.56	567.70
营业成本	81.53	143.23	83.21	67.09
毛利率	88.55%	88.25%	91.16%	88.18%
加权平均用户数量	89,945	79,609	55,468	33,334
ARPU（元）	158.34	153.10	169.75	170.31

注：简单年化 2022 年全年营业收入为=712.11*2=1,424.22，同比 2021 年快速增长。

报告期内，我打-拼多多产品收入分别为 567.70 万万元、941.56 万元、1,218.84 万元和 712.11 万元，呈现增长趋势，主要系拼多多平台发展较快，商家规模持续增加，受益于此我打产品用户数量逐年增加，收入持续增长。报告期内，我打-拼多多产品毛利率分别为 88.18%、91.16%、88.25%和 88.55%，2020 年毛利率较高，主要系当年拼多多平台推出拼多多云服务，平台为引导电商服务商使用云服务，对迁移服务器的电商服务商给予一定优惠，因此当年服务器成本支出相对较少，毛利率较高具备合理性。

③1688

报告期内，我打产品在 1688 平台的营业收入、营业成本、毛利率等经营数据及其变动如下：

单位：万元

项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	228.29	417.38	321.34	201.32
营业成本	59.42	109.10	94.49	65.17
毛利率	73.97%	73.85%	70.60%	67.63%
加权平均用户数量	16,384	15,618	11,802	8,048
ARPU（元）	278.65	267.13	272.28	250.14

注：简单年化 2022 年全年营业收入为=228.29*2=456.58，同比 2021 年有所增长。

报告期内，我打-1688 产品收入分别为 201.32 万元、321.34 万元、417.38 万元和 228.29 万元，主要系我打产品功能持续优化迭代，下游商家用户的认可度高，累计用户数量持续增长，收入有所增长；

报告期内，我打-1688 产品毛利率分别为 67.63%、70.60%、73.85%和 73.97%，主要系收入增长产生的规模效应，毛利率持续上涨。

④抖音

报告期内，我打产品在抖音平台的营业收入、营业成本、毛利率等经营数据及其变动如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	260.74	212.73	52.50	0.01
营业成本	27.00	48.42	6.59	0.00
毛利率	89.64%	77.24%	87.44%	83.66%
加权平均用户数量	32,257	16,389	4,045	-
ARPU（元）	161.66	129.80	129.81	-

注 1：公司于 2019 年末上线我打抖音版，因而当年收入成本均较小，加权平均用户数量及 ARPU 指标不适用。

注 2：简单年化 2022 年全年营业收入为=260.74*2=521.48，同比 2021 年快速增长。

报告期内，我打-抖音产品收入分别为 0.01 万元、52.50 万元、212.73 万元和 260.74 万元，呈现快速增长趋势，主要系抖音平台发展较快，平台商家用户数量快速增长，受益于此，我打抖音版用户数量增长较快，2022 年上半年收入已超过 2021 年全年，加权平均用户数量增长迅速。报告期内，我打抖音毛利率分别为 83.66%、87.44%、77.24 和 89.64%，整体呈现增长趋势，2021 年毛利率较低主要系 1) 抖音平台在 2021 年进行了数据加密改造和抖音电子面单切换。在数据加密背景下，商家必须由原来的菜鸟/拼多多等第三方电子面单切换到抖音电子面单。此次切换商家需要重新开通电子面单，使用新的打印组件，涉及到用户电脑系统兼容性问题，切换周期长且引起的用户咨询较多，人工成本增长较多；2) 抖音平台是新兴电商平台，平台技术、接口等组件更新较快，为匹配平台技术、接口的更新迭代速度，技术人员对平台的维护成本增加。

⑤ 京东

报告期内，我打产品在京东平台的营业收入、营业成本、毛利率等经营数据及其变动如下：

单位：万元

项目	2022年 1-6月	2021年	2020年	2019年
营业收入	100.75	219.05	205.04	135.35
营业成本	28.90	54.05	45.12	36.48
毛利率	71.31%	75.32%	78.00%	73.05%
加权平均用户数量	4,670	5,168	4,383	3,048
ARPU（元）	431.43	423.86	467.84	444.13

注 1：简单年化 2022 年全年营业收入为=100.75*2=201.50，同比 2021 年略有下降。

注 2：由于京麦服务市场软件服务销售最低限价高于其他电商平台服务市场，因而我打-京东版 ARPU 显著高于我打-其他电商平台 ARPU。

报告期内，公司我打-京东产品收入分别为 135.35 万元、205.04 万元、219.05 万元和 100.75 万元。2019 年至 2021 年，我打京东产品收入有所增长，主要系产品功能较为稳定，累计用户数量增加，产品收入增长。报告期内，公司我打-京东产品毛利率分别为 73.05%、78.00%、75.32% 和 71.31%。2020 年毛利率较 2019 年增长主要系当年产品收入增长较快形成了较强的规模效应；2021 年及 2022 年上半年毛利率较 2020 年有所下滑，主要系京东平台技术服务费比例调整影响导致，变动情况如下：1) 2021 年度，京东平台的技术服务费率自 2021 年 6 月 11 日起由 15.00% 变更为

20.00%，后于2021年10月21日调整回15.00%。2）2022年1-6月，京东平台的技术服务费率自2022年1月14日起由15.00%变更为20.00%。

5、美折软件与我打软件报告期内服务器、API及数据同步费的使用情况

(1) “美折”与“我打”报告期内（2019年至最近一期）服务器、API及数据同步费的使用情况

报告期各期（2019年至最近一期），美折软件与我打软件服务器、API及数据同步费的成本金额如下：

单位：万元

产品	年度	API及数据同步服务	服务器
美折	2022年1-6月	52.12	18.44
	2021年	117.88	36.33
	2020年	118.25	38.08
	2019年	104.12	28.35
我打	2022年1-6月	44.12	193.08
	2021年	149.29	341.81
	2020年	162.68	151.11
	2019年	128.29	170.41
小计		876.75	977.61

(2) 租用服务器配置、容量变化以及API、数据同步服务采购数量变化

报告期内，公司产品美折软件、我打软件租用服务器配置及容量变化、API与数据同步服务采购数量的变动趋势对比如下：

产品	项目	2022年1-6月	2021年	2020年	2019年
美折	服务器容量（万兆）	57.34	39.01	39.01	31.64
	API调用量、数据同步服务(万条)	181,612.16	431,988.77	460,885.16	595,077.99
我打	服务器容量（万兆）	357.27	271.67	223.33	153.60
	API调用量、数据同步服务(万条)	409,824.38	954,700.35	693,756.73	596,640.75

[注]API采购数量仅统计收费API调用次数

报告期内，公司服务器采购成本根据租用服务器的容量、对每台服务器的CPU占用率等多项指标综合计费。报告期内，美折软件与我打软件所租用的服务器容量持续上升，其中2022年1-6月美折软件的服务器容量增幅较大，主要系公司采用扩大租赁服务器的数量、同时减少对单台服

务器 CPU 占用率的方法，一方面能够控制服务器的租赁成本，另一方面能够保障公司在大促期间有足够的服务器资源应对爆发的订单处理需求，随着公司服务器租赁数量的增多，服务器容量相应上升。

报告期内，随着美折软件的用户数量下降，其 API、数据同步服务的调用次数持续下降；2022 年 1-6 月，我打软件的整体用户数量上升，但 API、数据同步服务调用次数有所下降，主要系：

- （1）当期我打软件在淘宝/天猫平台的销售收入有所下降，相应的 API 与数据同步支出减少；
- （2）拼多多等新兴电商平台的销售收入增速较快，其中拼多多与京东平台仅收取 API 费用，抖音等平台均不收取 API 与数据同步服务费用，该等平台的 API 与数据同步服务成本的涨幅较低。

二、资产负债等财务状况分析

（一）应收款项

1. 应收票据

适用 不适用

2. 应收款项融资

适用 不适用

3. 应收账款

适用 不适用

（1）按账龄分类披露

单位：万元

账龄	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
1 年以内	797.25	800.28	837.67	508.87
合计	797.25	800.28	837.67	508.87

（2）按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022 年 6 月 30 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	计提比例 (%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					

按组合计提坏账准备的应收账款	797.25	100.00%	39.86	5.00%	757.39
合计	797.25	100.00%	39.86	5.00%	757.39

单位：万元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	800.28	100.00%	40.01	5.00%	760.27
合计	800.28	100.00%	40.01	5.00%	760.27

单位：万元

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	837.67	100.00%	41.88	5.00%	795.78
合计	837.67	100.00%	41.88	5.00%	795.78

单位：万元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
其中：单项金额不重大但单独计提坏账准备的应收账款					
按组合计提坏账准备的应收账款	508.87	100.00%	25.44	5.00%	483.43
合计	508.87	100.00%	25.44	5.00%	483.43

1) 按单项计提坏账准备:

适用 不适用

2) 按组合计提坏账准备:

√适用 □不适用

单位: 万元

组合名称	2022年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	797.25	39.86	5.00%
合计	797.25	39.86	5.00%

单位: 万元

组合名称	2021年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	800.28	40.01	5.00%
合计	800.28	40.01	5.00%

单位: 万元

组合名称	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	837.67	41.88	5.00%
合计	837.67	41.88	5.00%

单位: 万元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例(%)
1年以内	508.87	25.44	5.00%
合计	508.87	25.44	5.00%

确定组合依据的说明:

公司应收账款具体组合及计量预期信用损失的方法:

项目	确定组合的依据	计量预期信用损失的方法
应收账款——账龄组合	账龄	参考历史信用损失经验, 结合当前状况以及对未来经济状况的预测, 编制应收账款账龄与整个存续期预期信用损失率对照表, 计算预期信用损失

应收账款——账龄组合的账龄与整个存续期预期信用损失率对照表

账龄	应收账款预期信用损失率(%)
1年以内(含, 下同)	5.00
1-2年	10.00
2-3年	50.00
3年以上	100.00

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备, 请按下表披露坏账准备的相关信息:

□适用 √不适用

(3) 报告期计提、收回或转回的坏账准备情况

√适用 □不适用

单位：万元

类别	2021年12月31日	本期变动金额			2022年6月30日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	40.01	-0.15			39.86
合计	40.01	-0.15			39.86

单位：万元

类别	2020年12月31日	本期变动金额				2021年12月31日
		计提	收回或转回	核销	其他	
按组合计提坏账准备	41.88	-1.81			0.57	40.01
合计	41.88	-1.81	-	-	0.57	40.01

单位：万元

类别	2019年12月31日	本期变动金额				2020年12月31日
		计提	收回或转回	核销	其他	
按组合计提坏账准备	25.44	11.16			5.28	41.88
合计	25.44	11.16	-	-	5.28	41.88

注：其它变动系合并范围增加所致。

单位：万元

类别	2018年12月31日	本期变动金额			2019年12月31日
		计提	收回或转回	核销	
按组合计提坏账准备	48.50	-23.06			25.44
合计	48.50	-23.06	-	-	25.44

其中报告期坏账准备收回或转回金额重要的：

□适用 √不适用

其他说明：

无。

(4) 本期实际核销的应收账款情况

□适用 √不适用

(5) 按欠款方归集的期末余额前五名的应收账款情况

单位：万元

单位名称	2022年6月30日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
淘宝(中国)软件有限公司	555.22	69.64%	27.76
上海寻梦信息技术有限公司	149.04	18.69%	7.45
北京字节跳动科技有限公司	56.13	7.04%	2.81
阿里巴巴网络技术有限公司	34.18	4.29%	1.71
深圳市云商微店网络技术有限公司	2.54	0.32%	0.13
合计	797.10	99.98%	39.85

单位：万元

单位名称	2021年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
淘宝(中国)软件有限公司	606.62	75.80%	30.33
上海寻梦信息技术有限公司	116.02	14.50%	5.80
北京字节跳动科技有限公司	42.78	5.35%	2.14
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	33.92	4.24%	1.70
深圳市云商微店网络技术有限公司	0.93	0.11%	0.05
合计	800.28	100.00%	40.01

单位：万元

单位名称	2020年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备
淘宝(中国)软件有限公司	697.57	83.27%	34.88
上海寻梦信息技术有限公司	114.40	13.66%	5.72
阿里巴巴(中国)网络技术有限公司	24.29	2.90%	1.21
北京字节跳动科技有限公司	0.86	0.10%	0.04
北京口袋时尚科技有限公司	0.29	0.03%	0.01
合计	837.40	99.96%	41.87

单位：万元

单位名称	2019年12月31日		
	应收账款	占应收账款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备

淘宝（中国）软件有限公司	507.88	99.81%	25.39
浙江阿里巴巴通信技术有限公司	0.99	0.19%	0.05
合计	508.87	100.00%	25.44

其他说明：

报告期内，公司前五名应收账款余额合计占应收账款总额的比例分别为 100.00%、99.96%、100.00%和 99.98%，应收账款的集中度较高，主要系公司的 SaaS 软件产品主要在电商平台的商家服务市场进行销售，平台商家在电商平台商家服务市场选购软件会后下单及款项支付，服务市场根据结算规则汇总款项后再与公司统一结算，因此，公司应收账款对象主要为淘宝及拼多多等隔月结算的平台运营商。

(6) 报告期各期末信用期内的应收账款

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
信用期内应收账款	797.25	100.00%	800.28	100.00%	837.67	100.00%	508.87	100.00%
信用期外应收账款	-	-	-	-	-	-	-	-
应收账款余额合计	797.25	100.00%	800.28	100.00%	837.67	100.00%	508.87	100.00%

(7) 应收账款期后回款情况

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日		2021 年 12 月 31 日		2020 年 12 月 31 日		2019 年 12 月 31 日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例	金额	比例
期末应收账款余额	797.25	-	800.28	-	837.67	-	508.87	-
期后回款金额	797.25	100.00%	800.28	100.00%	837.67	100.00%	508.87	100.00%

注：期后回款金额截至 2022 年 8 月 31 日

(8) 因金融资产转移而终止确认的应收账款

适用 不适用

(9) 转移应收账款且继续涉入形成的资产、负债金额

适用 不适用

(10) 科目具体情况及说明

公司按账龄分析法计提坏账准备的比例与同行业可比公司对比如下：

同行业可比公司	6个月以内	6-12个月	1-2年	2-3年	3年以上
爱用科技	-	5.00%	10.00%	30.00%	100.00%
光云科技	1.00%	1.00%	10.00%	50.00%	100.00%
公司	5.00%	5.00%	10.00%	50.00%	100.00%

由上表可知，公司应收账款坏账计提政策与同行业可比公司不存在重大差异。

4.其他披露事项：

无。

5.应收款项总体分析

(1) 应收账款变动分析

报告期内，公司应收账款主要由电商平台代收的软件及短信充值款构成，具体变动情况如下：

单位：万元

应收账款	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
账面余额	797.25	800.28	837.67	508.87
坏账准备	39.86	40.01	41.88	25.44
账面价值	757.39	760.27	795.78	483.43

2020年末，公司应收账款余额为837.67万元，较2019年末增加328.79万元，主要原因是：公司于2020年6月通过收购新增了覆盖多平台的我打产品，公司淘宝/天猫平台收入实现较快增长的同时，还增加了拼多多等其他电商平台的软件收入，使得应收账款期末余额有所增加。

2021年末，公司应收账款余额为800.28万元，较2020年末减少37.38万元，主要系2021年美折软件收入有所下降所致。

2022年上半年末，公司应收账款余额为797.25万元，较2021年末略微下降，基本保持稳定。

(2) 应收账款期后回款进度分析

报告期内，公司软件服务费收入主要通过淘宝天猫、拼多多、京东、快手及抖音等电商平台结算，具体结算政策如下：

电商平台	平台结算企业	报告期内平台结算政策[注]
淘宝、天猫平台	淘宝（中国）软件有限公司	次月 30 日内结算
拼多多平台	上海寻梦信息技术有限公司	次月下旬结算
京东平台	江苏京东旭科信息技术有限公司	15 天为一个结算周期
快手平台	成都快购科技有限公司	订单生效后 30 日内结算
抖音平台	北京字节跳动科技有限公司	次月 8 日结算

注：上述平台结算政策为各电商平台规则的付款时间，实际执行过程中各电商平台根据实际情况略有调整。

报告期内，上述电商平台向入驻平台的软件服务企业制定了标准的结算政策，因此，公司应收账款期后回款速度通常较快。

（3）应收账款坏账准备计提充分性分析

报告期内，公司应收账款坏账计提情况以及与可比公司对比如下：

坏账准备计提比例	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
爱用科技	-	-	-	-
光云科技	2.37%	3.33%	3.13%	1.04%
公司	5.00%	5.00%	5.00%	5.00%

报告期内，公司的应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司基本相符，表明公司应收账款坏账准备政策制定合理，坏账准备计提充分，符合公司的经营情况及业务模式。

（4）应收账款周转率分析

报告期内，公司应收账款周转率与同行业可比公司比较如下：

同行业可比公司	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
爱用科技	7.51	16.27	16.72	14.64
光云科技	4.54	11.50	13.52	15.32
公司	7.05	14.51	14.13	9.42

2019年，公司应收账款周转率较低，主要系公司2018年11月应收账款未在2018年末及时结算，从而导致应收账款2018年末余额较高。

2020年、2021年及2022年上半年，公司应收账款周转率与爱用科技接近，但高于光云科技，主要系报告期内公司主要从事SaaS软件业务，而光云科技除SaaS软件业务外，还从事硬件及运营服务等业务，业务结构差异导致应收账款周转率亦存在差异。

（二）存货

1.存货

(1) 存货分类

适用 不适用

(2) 存货跌价准备及合同履约成本减值准备

适用 不适用

(3) 存货期末余额含有借款费用资本化金额的说明

适用 不适用

(4) 期末建造合同形成的已完工未结算资产情况（尚未执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(5) 合同履约成本本期摊销金额的说明（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(6) 科目具体情况及说明

无。

2.其他披露事项:

无。

3.存货总体分析

无。

(三) 金融资产、财务性投资

适用 不适用

1.交易性金融资产

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日
分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	6,898.34
其中:	
指定以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	6,898.34
其中:	
合计	6,898.34

科目具体情况及说明:

2022年上半年末，公司交易性金融资产余额为6,898.34万元，主要系公司购买的银行理财产品。

2.衍生金融资产

适用 不适用

3.债权投资

适用 不适用

4.其他债权投资

适用 不适用

5.长期应收款

适用 不适用

6.长期股权投资

适用 不适用

7.其他权益工具投资

适用 不适用

8.其他非流动金融资产

适用 不适用

9.其他财务性投资

适用 不适用

10.其他披露事项

无。

11.金融资产、财务性投资总体分析

报告期内，公司为提高公司资金使用效率，在不影响公司正常经营的情况下，充分利用闲置资金购买期限不超过1年的理财产品，以增加公司收益。公司对报告期内购买的理财产品进行了及时分析和持续跟踪，从而控制投资风险。2019年至2021年，公司交易性金融资产余额分别为6,782.68万元、4,099.66万元和3,932.69万元，呈现下降趋势，主要系公司根据闲置资金情况，对理财投资的规模进行了调整。2022年上半年末，公司交易性金融资产余额为6,898.34万元，较2021年末增长75.41%，主要系公司为加强资金使用效率，购买较多理财产品导致。

（四）固定资产、在建工程

1.固定资产

适用 不适用

（1）分类列示

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
固定资产	3,722.28	3,785.09	3,951.95	4,044.63
固定资产清理	-	-	-	-
合计	3,722.28	3,785.09	3,951.95	4,044.63

(2) 固定资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2022年6月30日						
项目	房屋及建筑物	通用设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	4,210.60	152.24				4,362.84
2.本期增加金额		18.36				18.36
(1) 购置		18.36				18.36
(2) 在建工程转入						
(3) 企业合并增加						
3.本期减少金额		0.91				0.91
(1) 处置或报废		0.91				0.91
(2) 其他						
4.期末余额	4,210.60	169.68				4,380.28
二、累计折旧						
1.期初余额	471.28	106.47				577.75
2.本期增加金额	68.97	12.16				81.13
(1) 计提	68.97	12.16				81.13
(2) 企业合并增加						
3.本期减少金额		0.87				0.87
(1) 处置或报废		0.87				0.87
(2) 其他[注]						
4.期末余额	540.25	117.76				658.01
三、减值准备						
1.期初余额						-
2.本期增加金额						
(1) 计提						
3.本期减少金额						
(1) 处置或报废						
4.期末余额						
四、账面价值						
1.期末账面价值	3,670.35	51.92				3,722.28
2.期初账面价值	3,739.32	45.78				3,785.09

单位：万元

2021年12月31日						
项目	房屋及建筑物	通用设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						

1.期初余额	4,210.60	167.71			4,378.31
2.本期增加金额		9.63			9.63
(1) 购置		9.63			9.63
(2) 在建工程转入					-
(3) 企业合并增加					-
3.本期减少金额		25.10			25.10
(1) 处置或报废		9.84			9.84
(2) 其他		15.26			15.26
4.期末余额	4,210.60	152.24			4,362.84
二、累计折旧					
1.期初余额	333.35	93.01			426.36
2.本期增加金额	137.93	27.46			165.39
(1) 计提	137.93	27.46			165.39
(2) 企业合并增加					
3.本期减少金额		14.01			14.01
(1) 处置或报废		8.58			8.58
(2) 其他[注]		5.43			5.43
4.期末余额	471.28	106.47			577.75
三、减值准备					
1.期初余额					-
2.本期增加金额					-
(1) 计提					-
3.本期减少金额					-
(1) 处置或报废					-
4.期末余额					-
四、账面价值					
1.期末账面价值	3,739.32	45.78			3,785.09
2.期初账面价值	3,877.25	74.70			3,951.95

单位：万元

2020年12月31日						
项目	房屋及建筑物	通用设备	电子设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：						
1.期初余额	4,210.60	84.66				4,295.26
2.本期增加金额		88.10				88.10
(1) 购置		55.18				55.18
(2) 在建工程转入						-
(3) 企业合并增加		32.92				32.92
3.本期减少金额		5.04				5.04
(1) 处置或报废		5.04				5.04
4.期末余额	4,210.60	167.71				4,378.31
二、累计折旧						
1.期初余额	195.41	55.22				250.63
2.本期增加金额	137.93	42.59				180.52
(1) 计提	137.93	24.42				162.36
(2) 企业合并增加	-	18.17				18.17
3.本期减少金额		4.79				4.79
(1) 处置或报废		4.79				4.79

4.期末余额	333.35	93.01			426.36
三、减值准备					
1.期初余额					-
2.本期增加金额					-
(1) 计提					-
3.本期减少金额					-
(1) 处置或报废					-
4.期末余额					-
四、账面价值					
1.期末账面价值	3,877.25	74.70			3,951.95
2.期初账面价值	4,015.19	29.44			4,044.63

单位：万元

2019年12月31日					
项目	房屋及建筑物	通用设备	运输设备	其他设备	合计
一、账面原值：					
1.期初余额	4,210.60	73.15			4,283.75
2.本期增加金额		13.39			13.39
(1) 购置		13.39			13.39
(2) 在建工程转入					-
(3) 企业合并增加					-
3.本期减少金额		1.88			1.88
(1) 处置或报废		1.88			1.88
4.期末余额	4,210.60	84.66			4,295.26
二、累计折旧					
1.期初余额	57.48	33.57			91.05
2.本期增加金额	137.93	21.84			159.77
(1) 计提	137.93	21.84			159.77
3.本期减少金额		0.19			0.19
(1) 处置或报废		0.19			0.19
4.期末余额	195.41	55.22			250.63
三、减值准备					
1.期初余额					-
2.本期增加金额					-
(1) 计提					-
3.本期减少金额					-
(1) 处置或报废					-
4.期末余额					-
四、账面价值					
1.期末账面价值	4,015.19	29.44			4,044.63
2.期初账面价值	4,153.12	39.58			4,192.70

(3) 暂时闲置的固定资产情况

适用 不适用

(4) 通过融资租赁租入的固定资产情况（未执行新租赁准则）

适用 不适用

(5) 通过经营租赁租出的固定资产

适用 不适用

单位：万元

2022年6月30日	
项目	期末账面价值
办公楼	3,670.35

(6) 未办妥产权证书的固定资产情况

适用 不适用

(7) 固定资产清理

1) 固定资产清理

适用 不适用

(8) 科目具体情况及说明

无。

2.在建工程

适用 不适用

3.其他披露事项

无。

4.固定资产、在建工程总体分析

(1) 固定资产变动分析

报告期各期末，公司固定资产账面原值分别为 4,295.26 万元、4,378.31 万元、4,362.84 万元和 4,380.28 万元，余额基本稳定，主要系公司为软件企业，除自有办公大楼外，公司其他固定资产金额占比较小。

(2) 固定资产折旧分析

报告期内，公司固定资产折旧年限与同行业可比公司对比情况如下表所示：

单位：年

公司名称	房屋及建筑物	通用设备	运输设备	办公设备	电子设备	其他设备
爱用科技	-	-	-	4	3	-

光云科技	20	-	5	-	3-5	3-5
公司	29	3	-	-	-	-

注：公司购入银泰城房产时，不动产权证剩余使用年限为29年，因而公司按29年计提折旧。

如上表所示，公司主要固定资产折旧年限与可比公司不存在重大差异。

(3) 固定资产减值分析

截至2022年上半年末，公司固定资产均处于良好使用状态，不存在市价大幅度下跌、固定资产陈旧过时或发生实体损坏、固定资产预计使用方式发生重大不利变化等减值迹象，故无需计提固定资产减值准备。

(五) 无形资产、开发支出

1. 无形资产

√适用 □不适用

(1) 无形资产情况

√适用 □不适用

单位：万元

2022年6月30日				
项目	软件	商标及软著	非专利技术	合计
一、账面原值				
1. 期初余额	67.99	1,660.00		1,727.99
2. 本期增加金额				
(1) 购置				
(2) 内部研发				
(3) 企业合并增加				
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额	67.99	1,660.00		1,727.99
二、累计摊销				
1. 期初余额	25.84	417.85		443.69
2. 本期增加金额	2.63	104.46		107.10
(1) 计提	2.63	104.46		107.10
3. 本期减少金额				
(1) 处置				
4. 期末余额	28.47	522.32		550.79
三、减值准备				
1. 期初余额				-
2. 本期增加金额				
(1) 计提				
3. 本期减少金额				

(1) 处置			
4.期末余额			
四、账面价值			
1.期末账面价值	39.52	1,137.68	1,177.20
2.期初账面价值	42.15	1,242.15	1,284.30

单位：万元

2021年12月31日				
项目	软件	商标及软著	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额	67.99	1,660.00		1,727.99
2.本期增加金额				-
(1) 购置				-
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	67.99	1,660.00		1,727.99
二、累计摊销				
1.期初余额	20.44	197.49		217.93
2.本期增加金额	5.40	220.37		225.77
(1) 计提	5.40	220.37		225.77
(2) 企业合并增加				
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	25.84	417.85		443.69
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值	42.15	1,242.15		1,284.30
2.期初账面价值	47.55	1,462.51		1,510.06

单位：万元

2020年12月31日				
项目	软件	商标及软著	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额	3.88			3.88

2.本期增加金额	64.11	1,660.00		1,724.11
(1) 购置				-
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加	64.11	1,660.00		1,724.11
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	67.99	1,660		1,727.99
二、累计摊销				
1.期初余额	3.28			3.28
2.本期增加金额	17.16	197.49		214.65
(1) 计提	3.11	93.31		96.42
(2) 企业合并增加	14.05	104.18		118.23
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	20.44	197.49		217.93
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-
(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值	47.55	1,462.51		1,510.06
2.期初账面价值	0.60			0.60

单位：万元

2019年12月31日				
项目	软件	商标及软著	非专利技术	合计
一、账面原值				
1.期初余额	3.88			3.88
2.本期增加金额				-
(1) 购置				-
(2) 内部研发				-
(3) 企业合并增加				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	3.88			3.88
二、累计摊销				
1.期初余额	2.18			2.18
2.本期增加金额	1.10			1.10
(1) 计提	1.10			1.10
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额	3.28			3.28
三、减值准备				
1.期初余额				-
2.本期增加金额				-

(1) 计提				-
3.本期减少金额				-
(1) 处置				-
4.期末余额				-
四、账面价值				
1.期末账面价值	0.60			0.60
2.期初账面价值	1.70			1.70

其他说明：

无。

(八) 报告期末尚未办妥产权证的土地使用权情况

适用 不适用

(九) 科目具体情况及说明

报告期内，公司不存在研发支出资本化的情形。

2.开发支出

适用 不适用

3.其他披露事项

1、确认为无形资产的具体构成

截至收购时点评估基准日（即 2019 年 12 月 31 日），威海领新账面未记录的无形资产的具体构成成为商标 9 项和软件著作权 19 项。具体如下表所示：

(1) 商标

序号	名称	注册号	注册日期	有效期	取得方式	注册人
1	我打	第 15861722 号	2016/2/7	2026/2/6	原始取得	威海领新
2	我打	第 15861814 号	2016/2/7	2026/2/6	原始取得	威海领新
3	woda	第 34686169 号	2019/8/7	2029/8/6	原始取得	威海领新
4	woda.com	第 34689858 号	2019/7/7	2029/7/6	原始取得	威海领新
5	woda.com	第 34691425 号	2019/8/28	2029/8/27	原始取得	威海领新
6	woda	第 34698270 号	2019/8/14	2029/8/13	原始取得	威海领新
7	woda	第 34689851 号	2019/7/14	2029/7/13	原始取得	威海领新
8	我打	第 34698265 号	2019/7/14	2029/7/13	原始取得	威海领新
9	我打	第 34703894 号	2019/7/14	2029/7/13	原始取得	威海领新

(2) 软件著作权

序号	名称	登记号	授权日期	登记号	取得方式	所有权人
1	淘算盘_网店利润分析财务助手系统 V3.0	软著登字第 1709786 号	2017/4/19	2017SR124502	原始取得	威海领新
2	我打 OKR 目标与结果管理系统 V1.0	软著登字第 3849651 号	2019/5/6	2019SR0428894	原始取得	威海领新
3	我打_快递单打印与发货系统 V6.0	软著登字第 1709780 号	2017/4/19	2017SR124496	原始取得	威海领新
4	我打管仲任务管理系统 V1.0	软著登字第 3827172 号	2019/4/28	2019SR0406415	原始取得	威海领新
5	我打张衡系统运维监控系统 V1.0	软著登字第 3844554 号	2019/5/5	2019SR0423797	原始取得	威海领新
6	我打_1688 版订单打印发货管理系统 V3.0	软著登字第 2599800 号	2018/4/20	2018SR270705	原始取得	威海领新
7	我打快递单打印与发货系统 V7.0	软著登字第 1709792 号	2019/6/17	2019SR0620265	原始取得	威海领新
8	我打百科客服知识管理系统 V1.0	软著登字第 3989996 号	2019/6/4	2019SR0569239	原始取得	威海领新
9	我打仓储管理系统 V1.0	软著登字第 3630498 号	2019/3/4	2019SR0209741	原始取得	威海领新
10	我打藏经阁产品文档管理系统 V1.0	软著登字第 3976856 号	2019/5/31	2019SR0556099	原始取得	威海领新
11	我打_车牌邮寄管理系统 V1.0	软著登字第 2572958 号	2018/4/11	2018SR243863	原始取得	威海领新
12	我打东坡文档管理系统 V1.0	软著登字第 3644623 号	2019/3/7	2019SR0223866	原始取得	威海领新
13	我打范蠡数据营销系统 V1.0	软著登字第 3645049 号	2019/3/7	2019SR0224292	原始取得	威海领新
14	我打_京东版订单打印发货管理系统 V3.0	软著登字第 2571312 号	2018/4/10	2018SR242217	原始取得	威海领新
15	我打_快递员版订单打印发货管理系统 V1.0	软著登字第 2571305 号	2018/4/10	2018SR242210	原始取得	威海领新
16	我打_快递员版 APP 软件 V3.0	软著登字第 2571300 号	2018/4/10	2018SR242205	原始取得	威海领新
17	我打_拼多多版订单打印发货管理系统 V3.0	软著登字第 2572973 号	2018/4/11	2018SR243878	原始取得	威海领新
18	我打秦皇综合管理系统 V1.0	软著登字第 3845755 号	2019/5/5	2019SR0424998	原始取得	威海领新
19	我打微商快递单打印发货系统 V3.0	软著登字第 2572965 号	2018/4/11	2018SR243870	原始取得	威海领新

2、评估方法与具体假设

(1) 评估方法

对于威海领新拥有的商标及软件著作权，考虑到威海领新主要提供SaaS产品业务，商标及软

件著作权系相互结合一起发生作用，其贡献较难一一区分，因此本次评估对威海领新所拥有的上述无形资产作为无形资产组合，采用收益法进行评估。

收益法是指通过估算待估无形资产在未来的预期正常收益，选用适当的折现率将其折成现值后累加，以此估算待估无形资产评估价值的方法。计算公式为：

$$V = \sum_{i=1}^n \frac{A_i}{(1+r)^i}$$

式中 V：待估无形资产价值

A_i：第i年无形资产纯收益

r：折现率

n：收益年限

(2) 具体假设

对于列入评估范围的无形资产组合的假设如下：

- 1) 假设无形资产组合的对应产品能够不断满足市场需求，其市场占有率不会有大的波动；
- 2) 假设无形资产组合的权利人和使用人是负责的，有能力担当其职务，并有足够的能力合理使用和保护；
- 3) 假设无形资产组合所应用的产品所对应的主要经营业务保持相对稳定不会遭遇重大挫折，总体格局维持现状；
- 4) 本次评估预测是基于使用者在正常合理使用该无形资产组合基础上的生产产品的市场占有率、盈利情况、竞争地位等不存在重大变化基础上的；
- 5) 假设无其它人力不可抗拒因素及不可预见因素，造成对企业重大不利影响。

3、折现率、收入分成率和收益年限的合理性

(1) 收益年限的合理性

①商标和域名可续期，软件著作权的法律保护期限较长

无形资产组合包括商标和软件著作权。威海领新的商标非驰名商标，历史年度对收入的贡献较小，公司经营业务与其商标关联度很小，故主要考虑软件著作权的收益年限。根据《计算机软件保护条例》的规定，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为50年，截止于软件首次发表后第50年的12月31日。但对于一项计算机软件其适用性一般不会有50年，因此其经济寿命一般会短于其版权法定保护期。

②与其他上市公司软件摊销期限对比

部分软件行业上市公司公告的软件著作权摊销期限如下：

公司名称	股票代码	摊销期限
用友网络	600588	5-10年
佳都科技	600728	5-10年
京东方	000725	3-10年
软通动力	301236	3-10年
美登科技	838227	8年

由上表可知，公司按照8年对上述无形资产进行摊销与同行业可比公司不存在重大差异。

③收购前，威海领新账面无相关资产列报

上述运营软件系威海领新在收购前自主研发形成的，截至收购评估基准日，威海领新的账面无相关资产列报；收购时，公司根据《企业会计准则第20号—企业合并》与《企业会计准则第33号—合并财务报表》的相关要求，基于威海领新可辨认净资产的公允价值于合并报表确认该无形资产的账面价值，同时公司综合考虑：A、同行业可比公司的软件摊销期限为5-10年；B、构成运营软件的域名和软件著作权可使用年限均超过8年，因此选择按照8年对上述无形资产进行摊销。

综上所述，公司以评估基准日2019年12月31日开始计算按照8年对运营软件进行摊销具有合理性。

(2) 收入分成率及其合理性

收入分成率是将资产组合中无形资产对收益的贡献分割出来。收入分成率通过综合评价法确定，主要是通过对分成率的取值有影响的各个因素，即技术水平、成熟度、经济效益、市场前景、投入产出比、社会效益、产业政策吻合度、技术保密程度等诸多因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，最终结合经验数据确定分成率为7.28%。

①确定待估资产组分成率的取值范围

根据联合国贸易发展组织对各国技术贸易合同的提成率作的调查统计，收入分成率绝大多数介于0.5%-10%之间，根据行业分析以及企业自身特点，本次评估分成率的取值范围为6%-8%。

②确定待估资产组分成率的调整系数

通过对分成率的取值有影响的各个因素，即技术水平、成熟度、经济效益、市场前景、投入产出比、社会效益、产业政策吻合度、技术保密程度等诸多因素进行评测，确定各因素对分成率取值的影响度，得出调整系数为64.00%。

③分成率的确定

根据待估资产的取值范围和调整系数，可最终得到分成率。计算公式为：

确定待估资产分成率=分成率的取值下限+（分成率的取值上限-分成率的取值下限）×调整系数=6%+（8%-6%）×64.00%=7.28%

综上分析及计算，收入分成率取值具有合理性。

（3）折现率及其合理性

折现率是将未来收益折算为现值的比率，根据本次评估特点和收集资料的情况，本次评估采用风险累加法确定折现率。计算公式为：

折现率=无风险报酬率+风险报酬率

①无风险报酬率的确定

无风险利率一般采用评估基准日的长期国债的票面利率或者评估基准日交易的长期国债品种实际收益率确定。本次选取2019年12月31日国债收益率曲线上5-10年期平均收益率3.02%作为无风险利率。

②风险报酬率的确定

风险报酬率的确定运用综合评价法，即按照技术风险、市场风险、资金风险、管理风险和政策五个风险因素量化求和确定。综合得出风险报酬率为10.76%。

③折现率的确定

折现率=无风险报酬率+风险报酬率

=3.02%+10.76%

=13.80%（已圆整）

综上分析及计算，折现率取值具有合理性。

4、确认为无形资产的依据，是否符合无形资产的确认条件和计量要求

根据《企业会计准则第6号——无形资产》的规定，无形资产同时满足下列条件的，才能予以确认：①与该无形资产有关的经济利益很可能流入企业；②该无形资产的成本能够可靠地计量。根据威海领新历史期经营情况可知，威海领新的软件著作权、商标及域名等资产与日常经营紧密相关，并为威海领新日常经营带来经济利益，同时美登科技收购威海领新股权时为各项资产支付了价款，因此公司非同一控制下企业合并威海领新，通过聘请评估机构，充分识别可辨认无形资产，并将商标和软件著作权确认为无形资产，符合企业会计准则的相关规定。

此外，证监会出具的上市公司年报会计监管报告亦对非同一控制下企业合并辨别并确认无形资产进行了规定，具体如下：

1) 证监会《2018 年上市公司年报会计监管报告》中关于商誉减值测试问题：可辨认净资产确认不充分导致商誉虚高。年报分析发现，并购重组交易中普遍存在对被收购方可辨认净资产确认不充分并低估其公允价值的现象。这一现象在新兴行业（如医药生物、传媒、计算机等）表现尤为突出，这些行业的并购标的多为轻资产公司，其商业价值很可能来自于未确认的无形资产（如客户关系、合同权益等），对这类资产辨认不充分导致商誉金额在初始确认时被高估。综合上述文件的规定，基本原则是将被购买方的符合可辨认性标准的无形资产予以充分确认出来，以避免多确认商誉，少确认无形资产，从而减少日常摊销，使得上市公司的经营业绩被高估的情况。

2) 证监会《2019 年度上市公司年报会计监管报告》中关于企业合并相关问题：根据企业会计准则及相关规定，非同一控制下企业合并中，购买方应当在购买日对合并成本进行分配，以公允价值确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债，并将合并成本大于所取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额确认为商誉。年报分析发现，部分上市公司当期发生非同一控制下企业合并，但未以公允价值确认被购买方的无形资产，如特许经营权等，而是将合并成本高于被购买方其他可辨认净资产公允价值份额的差额作为无形资产的入账价值，导致无形资产和商誉的确认金额存在错误。

综上所述，公司收购威海领新时基于谨慎性原则将威海领新所拥有的软件著作权、商标及域名评估并确认为无形资产的依据充分，满足无形资产的确认条件和计量要求，符合《企业会计准则》和证监会的相关规定。

5、运营软件的摊销方法、摊销年限、与同行业上市公司无形资产摊销对比情况及减值测试

2020 年末，公司无形资产账面原值较 2019 年末增加 1,724.11 万元，主要原因是：2020 年 6 月末，美登科技完成对威海领新 100% 股权的收购，公司在合并报表层面按照评估后的价值确认了威海领新收购时点的商标及软件著作权等无形资产。

(1) 该等运营软件的摊销方法

公司对于使用寿命有限的无形资产，在使用寿命内按照与该项无形资产有关的经济利益的预期实现方式系统地摊销，公司采用直线法对该等运营软件进行摊销。

(2) 该等运营软件的摊销年限

根据《企业会计准则第 6 号—无形资产》的应用指南规定，来源于合同性权利或其他法定权利的无形资产，其使用寿命不应超过合同性权利或其他法定权利的期限，合同性权利或其他法定权利在到期时因续约等延续、且有证据表明企业续约不需要付出大额成本的，续约期应当计入使用寿命。合同或法律没有规定使用寿命的，企业应当综合各方面因素判断，以确定无形资产能为企业带来经济利益的期限。

公司的商标非驰名商标，历史年度对收入的贡献较小，公司主要考虑软件著作权的收益年限作为无形资产的摊销年限。根据《计算机软件保护条例》的规定，法人或者其他组织的软件著作权，保护期为 50 年，截止于软件首次发表后第 50 年的 12 月 31 日。但对于一项计算机软件其适用性一般不会有 50 年，因此其经济寿命一般会短于其版权法定保护期。

公司综合无形资产组合的保护年限、应用领域实际盈利能力和发展速度等因素确认无形资产的使用寿命为 8 年。

(3) 同行业上市公司无形资产摊销情况

同行业可比公司软件摊销年限情况如下：

公司名称	股票代码	摊销年限	摊销方法
光云科技	688365	10年	直线法
爱用科技	836858	10年	直线法
美登科技	838227	8年	直线法

综上所述，公司无形资产摊销政策符合企业会计准则和证监会的相关规定，摊销年限和摊销方法与同行业可比公司相比不存在显著差异，具有合理性。

4.无形资产、开发支出总体分析

(1) 无形资产变动分析

报告期各期末，公司无形资产账面原值分别为 3.88 万元、1,727.99 万元、1,727.99 万元和 1,727.99 万元，其中，2020 年末，公司无形资产账面原值较 2019 年末增加 1,724.11 万元，主要原因是：2020 年 6 月末，美登科技完成对威海领新 100%股权的收购，公司在合并报表层面按照评估后的价值确认了威海领新收购时点的商标及软件著作权等无形资产。

(2) 无形资产减值测试分析

报告期内，公司无形资产均为使用寿命有限的无形资产，已按照合理的年限进行了摊销，各期末不存在减值迹象，故未计提减值准备。

(六) 商誉

√适用 □不适用

1.商誉

(1) 商誉账面原值

√适用 □不适用

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2022年6月30日
威海领新信息技术有限公司	7,294.71
合计	7,294.71

(2) 商誉减值准备

√适用 □不适用

单位：万元

被投资单位名称或形成商誉的事项	2021年12月31日	本期增加		本期减少		2022年6月30日
		计提		处置		
威海领新信息技术有限公司	7,294.71	-	-	-	-	7,294.71
合计	7,294.71	-	-	-	-	7,294.71

(3) 商誉所在资产组或资产组组合的相关信息

√适用 □不适用

根据《会计监管风险提示第8号——商誉减值》的相关规定，在认定资产组或资产组组合时，充分考虑管理层对生产经营活动的管理或监控方式和对资产的持续使用或处置的决策方式，认定的资产组或资产组组合能够独立产生现金流量。公司在确认商誉所在资产组或资产组组合时，仅包括与商誉有关的应纳入资产组的资产及负债，与商誉减值测试相关的资产组或资产组组合，应当是能够从企业合并的协同效应中受益的资产组或资产组组合。

截至2022年6月30日，资产组组合相关信息如下：

单位：万元

项目	金额
资产组或资产组组合的账面价值	1,981.27
分摊至本资产组或资产组组合的商誉账面价值	7,294.71
包含商誉的资产组或资产组组合的账面价值	9,275.98

上述资产组组合与购买日及以前年度商誉减值测试时所确定的资产组组合是一致的。

(4) 说明商誉减值测试过程、关键参数

√适用 □不适用

以2021年末公司最近一次针对收购威海领新形成的商誉进行减值测试情况为例，详细说明减值测试过程如下：

1) 商誉相关资产组可收回金额的确定方法

公司管理层以预计未来现金净流量的现值确定威海领新商誉相关资产组的可收回金额。

2) 资产组的确定

资产组所在企业为威海领新信息技术有限公司。

3) 关键参数

①预测期为 2022 年至 2026 年，后续为永续期；

②预测期主要财务数据

威海领新目前的营业收入主要系软件产品收入，在综合分析威海领新收入来源、产品市场状况及毛利水平的影响因素及发展趋势的基础上预测其未来的营业收入。威海领新的主要产品分布于各大电商商家平台，在预测收入时结合行业发展趋势及公司经营情况，采用趋势分析法，具体收入预测情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2023 年	2024 年	2025 年	2026 年	永续期
营业收入	5,554.80	5,766.27	5,957.02	6,133.78	6,270.77	6,270.77
营业利润	3,000.24	2,996.00	2,979.75	2,953.22	2,898.60	2,898.85
息税前利润	3,000.24	2,996.00	2,979.75	2,953.22	2,898.60	2,898.85
税前现金流量	2,971.40	2,977.44	2,965.51	2,941.56	2,895.64	2,905.50

③折现率的确定

根据威海领新预期未来业绩发展预期情况和所处行业同行业上市公司的风险市场风险溢价情况，计算并确定折现率为 15.79%。

4) 减值测试的结果

经测试，截至 2022 年 6 月 30 日，包含商誉在内的资产组减值测试情况如下：

项目	2022 年 6 月 30 日
资产组可回收金额(万元)	19,980.00
包含商誉在内的资产组账面价值（万元）	9,275.98
是否发生减值	否

如上表所示，资产组可回收金额远高于其账面价值，商誉不存在减值情况，无需计提减值准备。

(5) 科目具体情况及说明

无。

2.其他披露事项

无。

3.商誉总体分析

报告期各期末，公司商誉的账面金额分别为 0 万元、7,294.71 万元、7,294.71 万元和 7,294.71 万元，主要系美登科技于 2020 年 6 月完成威海领新 100% 股权的收购，构成非同一控制下的企业合并，在购买日将合并成本大于合并中取得被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额 7,294.71 万元，确认为商誉。

公司聘请了坤元评估对威海领新股东全部权益于评估基准日（2019 年 12 月 31 日）持续经营前提下的市场价值进行了评估工作，并出具了评估报告“坤元评报〔2020〕96 号”。评估人员按照必要的评估程序，对委估范围内的资产实施了现场核实、勘察，结合评估目的和评估对象特点，对威海领新截至评估基准日所体现的股东全部权益价值作出了公允反映，天健会计师根据上述评估报告确认了商誉金额。

坤元评估分别对公司 2020 年末、2021 年末的商誉金额进行了减值测试，并分别出具了坤元评报〔2021〕216 号和坤元评报〔2022〕130 号，确定资产组可回收金额分别为 16,930.00 万元和 19,980.00 万元，确认截至 2020 年末、2021 年末和 2022 年上半年末公司商誉均不存在减值迹象。

（七）主要债项

1.短期借款

√适用 □不适用

（1）短期借款分类

单位：万元

项目	2022年6月30日
质押借款	-
抵押借款	-
保证借款	-
信用借款	-
合计	-

短期借款分类说明：

无

(2) 已逾期未偿还的短期借款情况

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

2019年末至2021年末，公司短期借款余额分别为0万元、1,000.33万元和1,000.33万元，短期借款规模有所增加，主要系随着公司业务规模的扩大，短期营运资金需求增加，需要通过银行信贷补充流动资金，截至2022年上半年末，上述借款已还清。

报告期内，公司未发生债务逾期或违约等情形。

2.交易性金融负债

适用 不适用

3.衍生金融负债

适用 不适用

4.合同负债（已执行新收入准则公司适用）

适用 不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日
1年以内	435.73
1年以上	-
合计	435.73

(2) 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

公司合同负债主要为商家预付的软件使用费及短信充值款。

5.长期借款

适用 不适用

6.其他流动负债

适用 不适用

(1) 其他流动负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日
短期应付债券	-
应付退货款	-

待转销项税额	12.84
合计	12.84

(2) 短期应付债券的增减变动

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他流动负债主要系待转销项税额金额，各期末余额均较小。

7.其他非流动负债

适用 不适用

8.应付债券

适用 不适用

9.主要债项、期末偿债能力总体分析

(1) 短期偿债能力分析

报告期各期末，公司短期偿债能力具体指标如下：

短期偿债能力指标	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率	7.97	3.50	1.13	10.64
速动比率	7.49	3.31	1.04	10.16

报告期各期末，公司流动比率分别为 10.64、1.13、3.50 和 7.97，速动比率分别为 10.16、1.04、3.31 和 7.49。2020 年末，公司流动比率、速动比率较 2019 年末下降较快，主要系美登科技 2020 年以现金支付威海领新股权收购款合计 7,100 万元，流动资产规模大幅下降所致；2021 年末，公司流动比率、速动比率较 2020 年末有所回升，主要原因是：1) 2021 年，公司主营业务发展良好，经营利润快速累积，流动资产随之增加；2) 2021 年，美登科技以现金支付威海领新股权收购尾款合计 3,233.39 万元，其他应付款项随之减少，流动负债亦有所下降。2022 年上半年末，公司流动比率、速动比率较 2021 年末增长较快，主要系公司经营情况较好，提前归还了银行短期借款，负债规模减少导致。

(2) 长期偿债能力分析

报告期各期末，公司长期偿债能力指标具体如下：

长期偿债能力指标	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
资产负债率（合并）	5.56%	11.94%	29.24%	6.29%

报告期各期末，公司资产负债率（合并）分别为 6.29%、29.24%、11.94% 和 5.56%，有所波

动。2020年末，公司资产负债率较2019年末上升较快，主要原因是：1) 2020年，美登科技尚未支付的威海领新股权收购尾款金额较大，其他应付款金额上升较快；2) 2020年，为补充流动资金，美登科技申请了银行借款，负债总额随之上升。

2021年末，公司资产负债率较2020年末有所下降，主要原因是：1) 2021年，美登科技已将威海领新股权收购款支付完毕，其他应付款项金额大幅下降；2) 2021年，公司盈利情况良好，利润积累导致流动资产规模相应增长。

2022年上半年末，公司资产负债率较2021年末有所下降，主要系公司经营情况较好，提前归还了银行短期借款，负债规模快速下降导致。

综上，报告期内，公司盈利能力较强，资金状况良好，偿债能力较强。

(3) 同行业公司偿债能力指标比较

偿债能力指标	公司名称	2022.6.30	2021.12.31	2020.12.31	2019.12.31
流动比率	爱用科技	30.45	25.56	12.14	8.95
	光云科技	1.48	1.84	6.03	7.44
	公司	7.97	3.50	1.13	10.64
速动比率	爱用科技	15.88	5.95	11.56	8.36
	光云科技	1.41	1.61	5.99	7.04
	公司	7.49	3.31	1.04	10.16
资产负债率	爱用科技	4.62%	5.23%	7.95%	10.59%
	光云科技	26.11%	24.97%	12.76%	12.95%
	公司	5.56%	11.94%	29.24%	6.29%

2019年末，公司流动比率及速动比率均高于同行业可比公司，而资产负债率低于同行业可比公司，主要原因是：公司历年积累的内部盈余较多，流动资产占比较高。

2020年末，公司流动比率及速动比率均低于同行业可比公司，而资产负债率高于同行业可比公司，主要原因是：公司当期以现金对价方式进行重大资产收购，资金支出较多且尚有大量收购尾款未完成支付。

2021年末，公司流动比率及速动比率均低于爱用科技，而资产负债率高于爱用科技，主要原因是：爱用科技当期完成了定向发行股票，募集资金总额为1.08亿元，使其流动资产规模大幅提升；2021年末，公司流动比率及速动比率均高于光云科技，而资产负债率低于光云科技，主要原因是：光云科技当期陆续进行了标的收购及产业基金投资，资金支出较多，货币资金与交易性金融资产的减少导致流动资产余额较上年末有所下降；另外一方面，光云科技根据其业务发展需要，短期借款金额大幅增长。

2022年上半年末，公司流动比率及速动比率均低于爱用科技，而资产负债率高于爱用科技,主要原因是：爱用科技上期完成了定向发行股票，募集资金总额为1.08亿元，使其流动资产规模大福提升；2022年上半年末，公司流动比率及速动比率均高于光云科技，而资产负债率低于光云科技主要系当期光云进行了对外投资，回购了公司股份导致货币资金减少；另外光云由于公司业务经营需要，短期借款有所增长。

（八）股东权益

1.股本

单位：万元

	2021年 12月31日	本期变动					2022年6月30日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	3,094.15	-	-	-	-	-	3,094.15

单位：万元

	2020年 12月31日	本期变动					2021年 12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	3,000.00	94.15	-	-	-	94.15	3,094.15

单位：万元

	2019年 12月31日	本期变动					2020年 12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	3,000.00	-	-	-	-	-	3,000.00

单位：万元

	2018年 12月31日	本期变动					2019年 12月31日
		发行新股	送股	公积金转股	其他	小计	
股份总数	3,000	-	-	-	-	-	3,000.00

科目具体情况及说明：

2021年11月11日，公司召开2021年第三次临时股东大会，审议通过《关于〈杭州美登科技股份有限公司股票定向发行说明书〉的议案》和《关于公司与认购对象签署附生效条件的〈股票认购协议〉的议案》，同意公司发行股票募集资金偿还银行借款、补充流动资金。2021年12月26日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具《验资报告》天健验（2021）758号，对上述出资事项进行了审验。本次发行增加注册资本941,500元；发行后公司股本增加至30,941,500元。除上述事项以外，公司股本于报告期内未发生变动。

2.其他权益工具

适用 不适用

3.资本公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
资本溢价（股本溢价）	5,762.76	-	-	5,762.76
其他资本公积	-	-	-	-
合计	5,762.76	-	-	5,762.76

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
资本溢价（股本溢价）	3,981.91	1,780.85	-	5,762.76
其他资本公积	-	-	-	-
合计	3,981.91	1,780.85	-	5,762.76

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
资本溢价（股本溢价）	3,982.05	-	0.14	3,981.91
其他资本公积	-	-	-	-
合计	3,982.05	-	0.14	3,981.91

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
资本溢价（股本溢价）	3,982.05	-	-	3,982.05
其他资本公积	-	-	-	-
合计	3,982.05	-	-	3,982.05

其他说明，包括本期增减变动情况、变动原因说明：

适用 不适用

科目具体情况及说明：

2020年末，公司资本公积减少主要系公司收购控股子公司杭州一登少数股权所致。2021年末，公司资本公积余额增加1,780.85万元，主要系公司当期发行股票进行融资，相关股本溢价计入资本公积所致。

4.库存股

适用 不适用

5.其他综合收益

适用 不适用

6.专项储备

适用 不适用

7.盈余公积

适用 不适用

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
法定盈余公积	1,547.08	-	-	1,547.08
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,547.08	-	-	1,547.08

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
法定盈余公积	1,422.47	124.61	-	1,547.08
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,422.47	124.61	-	1,547.08

注：2021年起公司执行新租赁准则，根据准则要求调整期初盈余公积，盈余公积期初余额调减0.80万元。

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
法定盈余公积	1,198.22	224.24	-	1,422.47
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	1,198.22	224.24	-	1,422.47

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
法定盈余公积	887.86	310.36	-	1,198.22
任意盈余公积	-	-	-	-
合计	887.86	310.36	-	1,198.22

科目具体情况及说明：

报告期各期末，公司盈余公积逐步增加，主要系公司提取法定盈余公积所致。

8.未分配利润

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
调整前上期末未分配利润		5,086.68	3,304.26	2,490.61
调整期初未分配利润合计数		-7.99	-	-
调整后期初未分配利润	8,289.23	5,078.68	3,304.26	2,490.61
加：本期归属于母公司所有者的净利润	2,162.07	4,835.95	3,506.66	3,125.02

减：提取法定盈余公积		125.41	224.24	310.36
提取任意盈余公积		-	-	-
提取一般风险准备		-	-	-
应付普通股股利		1,500.00	1,500.00	2,001.00
转作股本的普通股股利		-	-	-
期末未分配利润	10,451.29	8,289.23	5,086.68	3,304.26

调整期初未分配利润明细：

适用 不适用

- (1) 由于《企业会计准则》及其相关新规定进行追溯调整，影响期初未分配利润 79,947.18 元。
- (2) 由于会计政策变更，影响期初未分配利润 0 元。
- (3) 由于重大会计差错更正，影响期初未分配利润 0 元。
- (4) 由于同一控制下企业合并导致的合并范围变更，影响期初未分配利润 0 元。
- (5) 其他调整合计影响期初未分配利润 0 元。

科目具体情况及说明：

报告期各期末，公司未分配利润金额逐年增加，主要系公司历年经营利润累积所致。

9.其他披露事项

无。

10.股东权益总体分析

报告期各期末，公司所有者权益金额逐年增加，主要系公司除持续盈利累积未分配利润外，还进行了股权融资所致。

(九) 其他资产负债科目分析

1.货币资金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
库存现金	0.09	0.09	0.09	-
银行存款	1,011.38	3,158.21	673.84	381.98
其他货币资金	486.72	345.11	152	90.77
合计	1,498.19	3,503.41	825.94	472.75
其中：存放在境外的款项总额	-	-	-	-

使用受到限制的货币资金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
银行存款	335.89	-	-	-
合计	335.89			

截至2022年6月30日，货币资金余额中存放于杭州银行账户的335.89万元银行存款由于变更注册资本未及时向银行更新工商信息而被冻结，该货币资金使用受限。公司已于2022年7月14日更新了银行信息，截至招股说明签署之日，该银行账户已解冻。

科目具体情况及说明：

2019年末至2021年末，公司货币资金余额分别为472.75万元、825.94万元和3,503.41万元，逐年增长，主要系报告期内公司持续盈利，资金储备逐步增多；其中，2021年末，公司货币资金余额较大，主要系公司当期完成股票定向发行融资所致。2022年上半年末，公司货币资金余额为1,498.19万元，较2021年末有所下降，主要系公司归还了银行短期借款导致。报告期各期末，公司其他货币资金主要为支付宝、京东、快手等电商账户未提现余额。

2. 预付款项

√适用 □不适用

(1) 预付款项按账龄列示

单位：万元

账龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)	金额	占比(%)
1年以内	519.86	99.21%	452.98	98.26%	377.22	90.81%	262.83	100.00%
1至2年	4.16	0.79%	8.00	1.74%	38.18	9.19%	-	-
2至3年	-	-	-	-	-	-	-	-
3年以上	-	-	-	-	-	-	-	-
合计	524.02	100.00%	460.98	100.00%	415.40	100.00%	262.83	100.00%

账龄超过1年且金额重要的预付款项未及时结算的原因：

□适用 √不适用

1. 按预付对象归集的报告期各期末余额前五名的预付款项情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022年6月30日	占预付账款期末余额比例(%)
阿里云计算有限公司	322.28	61.50%
北京火山引擎科技有限公司	40.34	7.70%
上海寻梦信息技术有限公司	39.96	7.63%

淘宝（中国）软件有限公司	33.75	6.44%
杭州云片网络科技有限公司	28.85	5.51%
合计	465.18	88.78%

单位：万元

单位名称	2021年12月31日	占预付账款期末余额比例 (%)
阿里云计算有限公司	318.68	69.13%
淘宝（中国）软件有限公司	50.11	10.87%
杭州云片网络科技有限公司	35.54	7.71%
上海寻梦信息技术有限公司	22.16	4.81%
网银在线（北京）科技有限公司	10.71	2.32%
合计	437.20	94.84%

单位：万元

单位名称	2020年12月31日	占预付账款期末余额比例 (%)
阿里云计算有限公司	175.78	42.31%
阿里巴巴云计算（北京）有限公司	99.88	24.04%
淘宝（中国）软件有限公司	60.16	14.48%
杭州云片网络科技有限公司	38.18	9.19%
杭州莱茵达枫潭置业有限公司	14.92	3.59%
合计	388.92	93.61%

单位：万元

单位名称	2019年12月31日	占预付账款期末余额比例 (%)
阿里云计算有限公司	86.51	32.91%
杭州云片网络科技有限公司	52.07	19.81%
阿里巴巴云计算（北京）有限公司	51.36	19.54%
杭州泛美航空国际旅行社有限公司	41.74	15.88%
淘宝（中国）软件有限公司	29.55	11.24%
合计	261.23	99.38%

2. 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司预付款项金额分别为 262.83 万元、415.40 万元、460.98 万元和 524.02 万元，逐步增长，主要系为满足 SaaS 软件及短信业务规模逐步增长的需求，公司预付的 API 及数据同步服务、服务器及短信通道等业务资源亦相应增加。

3. 合同资产

适用 不适用

4. 其他应收款

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应收利息		-	-	-

应收股利		-	-	-
其他应收款	39.33	37.05	50.00	14.29
合计	39.33	37.05	50.00	14.29

(1) 按坏账计提方法分类披露

单位：万元

类别	2022年6月30日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	100.00	65.11%	100.00	100.00%	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	53.58	34.89%	14.25	26.60%	39.33
合计	153.58	100.00%	114.25	74.39%	39.33

单位：万元

类别	2021年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	100.00	66.66%	100.00	100.00%	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	50.02	33.34%	12.97	25.93%	37.05
合计	150.02	100.00%	112.97	75.30%	37.05

单位：万元

类别	2020年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	100.00	57.61%	100.00	100.00%	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	73.57	42.39%	23.58	32.04%	50.00
合计	173.57	100.00%	123.58	71.20%	50.00

单位：万元

类别	2019年12月31日				
	账面余额		坏账准备		账面价值
	金额	比例(%)	金额	计提比例(%)	
按单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按组合计提坏账准备的其他应收款	23.29	100.00%	9	38.64%	14.29
合计	23.29	100.00%	9	38.64%	14.29

1) 按单项计提坏账准备

√适用 □不适用

单位：万元

名称	2022年6月30日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
小圈信息科技（上海）有限公司	100.00	100.00	100.00%	预计无法收回，出于谨慎性原则全额计提坏账
合计	100.00	100.00	100.00%	-

单位：万元

名称	2021年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
小圈信息科技（上海）有限公司	100.00	100.00	100.00%	预计无法收回，出于谨慎性原则全额计提坏账
合计	100.00	100.00	100.00%	-

单位：万元

名称	2020年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
小圈信息科技（上海）有限公司	100.00	100.00	100.00%	预计无法收回，出于谨慎性原则全额计提坏账
合计	100.00	100.00	100.00%	-

单位：万元

名称	2019年12月31日			
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)	计提理由
合计	-	-	-	-

按单项计提坏账准备的说明：

无。

2) 按组合计提坏账准备：

√适用 □不适用

单位：万元

组合名称	2022年6月30日		
	账面余额	坏账准备	计提比例 (%)
按组合计提坏账准备的其他应收款	53.58	14.25	26.60%
合计	53.58	14.25	26.60%

单位：万元

组合名称	2021年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
按组合计提坏账准备的其他应收款	50.02	12.97	25.93%
合计	50.02	12.97	25.93%

单位：万元

组合名称	2020年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
按组合计提坏账准备的其他应收款	73.57	23.58	32.04%
合计	73.57	23.58	32.04%

单位：万元

组合名称	2019年12月31日		
	账面余额	坏账准备	计提比例（%）
按组合计提坏账准备的其他应收款	23.29	9.00	38.64%
合计	23.29	9.00	38.64%

确定组合依据的说明：

无。

3) 如按预期信用损失一般模型计提坏账准备，请按下表披露坏账准备的相关信息：

适用 不适用

单位：万元

坏账准备	第一阶段	第二阶段	第三阶段	合计
	未来12个月预期信用损失	整个存续期预期信用损失（未发生信用减值）	整个存续期预期信用损失（已发生信用减值）	
2022年1月1日余额	0.74	2.54	109.69	112.97
2022年1月1日余额在本期				
--转入第二阶段	-1.35	1.35	-	-
--转入第三阶段	-	-0.66	0.66	-
--转回第二阶段	-	-	-	-
--转回第一阶段	-	-	-	-
本期计提	1.23	-0.52	0.58	1.28
本期转回	-	-	-	-
本期转销	-	-	-	-
本期核销	-	-	-	-
其他变动	-	-	-	-
2022年6月30日余额	0.61	2.71	110.93	114.25

对报告期发生损失准备变动的应收账款账面余额显著变动的情况说明：

适用 不适用

报告期坏账准备计提金额以及评估金融工具信用风险是否显著增加的依据：

适用 不适用

(2) 应收利息

1) 应收利息分类

适用 不适用

2) 重要逾期利息

适用 不适用

(3) 应收股利

适用 不适用

(4) 其他应收款

适用 不适用

2) 按款项性质列示的其他应收款

单位：万元

款项性质	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
保证金及押金	47.22	44.50	64.61	23.29
备用金	-	-	-	-
往来款	-	-	-	-
应收暂付款	100.00	100.00	100.04	-
其他	-	-	-	-
代扣代缴五险一金	6.35	5.51	8.93	-
合计	153.58	150.02	173.57	23.29

3) 按账龄披露的其他应收款

单位：万元

账龄	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
1年以内	12.28	14.82	54.01	2.56
1至2年	27.07	50.46	90.08	3.73
2至3年	106.60	75.10	12.23	17.00
3年以上	7.63	9.63	17.25	-
3至4年				
4至5年				
5年以上				
合计	153.58	150.02	173.57	23.29

4) 报告期内实际核销的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	其他应收款性质	核销时间	核销金额	核销原因	是否因关联交易产生
上海慧仓信息技术有限公司	往来款	2020年12月31日	15.11	企业已注销，款项无法收回	否
合计	-	-	15.11	-	-

5) 按欠款方归集的期末余额前五名的其他应收款情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022年6月30日				
	款项性质	2022年6月30日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
小圈信息科技有限公司	应收暂付款	100.00	2-3年	65.11%	100.00
浙江宝港科技有限公司	押金保证金	16.28	1-2年	10.60%	1.63
北京空间变换科技有限公司	押金保证金	3.00	1年以内	1.95%	0.15
		3.08	1-2年	2.00%	0.31
上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	1.00	2-3年	0.65%	0.50
		3.00	3年以上	1.95%	3.00
南都物业服务股份有限公司	押金保证金	3.73	3年以上	2.43%	3.73
合计	-	130.09	-	84.69%	109.32

单位：万元

单位名称	2021年12月31日				
	款项性质	2021年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
小圈信息科技有限公司	应收暂付款	100	其中 750,000元，账龄 2-3年； 250,000元账龄 1-2年	66.66%	100.00
浙江宝港科技有限公司	押金保证金	16.28	1-2年	10.85%	1.63
上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	4	其中 30,000元账龄 3年以上； 10,000元账龄 1-2年	2.67%	3.10

南都物业服务股份有限公司	押金保证金	3.73	3年以上	2.49%	3.73
北京空间变换科技有限公司	押金保证金	3.08	其中 2.00 万元账龄 1 年以内, 1.08 万元账龄 1-2 年	2.05%	0.21
合计	-	127.09	-	84.72%	108.67

单位：万元

单位名称	2020年12月31日				
	款项性质	2020年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
小圈信息科技(上海)有限公司	应收暂付款	100	其中 750,000 元, 账龄 1-2 年; 250,000 元账龄 1 年以内	57.61%	100.00
浙江宝港科技有限公司	押金保证金	16.28	1年以内	9.38%	0.81
杭州莱茵达枫潭置业有限公司	押金保证金	14.21	3年以上	8.19%	14.21
南都物业服务股份有限公司	押金保证金	3.73	2-3年	2.15%	1.87
上海寻梦信息技术有限公司	押金保证金	3	2-3年	1.73%	1.50
合计	-	137.23	-	79.06%	118.39

单位：万元

单位名称	2019年12月31日				
	款项性质	2019年12月31日	账龄	占其他应收款期末余额合计数的比例(%)	坏账准备期末余额
杭州莱茵达枫潭置业有限公司	押金保证金	16.36	2-3年	70.22%	8.18
南都物业服务股份有限公司	押金保证金	3.73	1-2年	16.02%	0.37
上海浦东软件园股份有限公司	押金保证金	2.36	1年以内	10.15%	0.12
浙江蓝盛物业服务服务有限公司	押金保证金	0.64	2-3年	2.75%	0.32
淘宝(中国)软件有限公司	押金保证金	0.20	1年以内	0.86%	0.01
合计	-	23.29	-	100.00%	9.00

6) 涉及政府补助的其他应收款

适用 不适用

(5) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司其他应收款主要由投资款及押金保证金构成。2022年上半年末，公司其他应收款账面余额为153.58万元，主要为公司向小圈信息科技（上海）有限公司预付标的公司上海慧仓信息技术有限公司股权收购款合计100.00万元，由于交易无法完成且小圈信息科技（上海）有限公司且交易标的资产上海慧仓信息技术有限公司已于2021年初注销，公司预计无法收回上述款项，基于谨慎性原则，对上述款项全额计提了坏账准备。

5.应付票据

适用 不适用

6.应付账款

适用 不适用

(1) 应付账款列示

单位：万元

项目	2022年6月30日
货款	1.35
费用类款项	-
其他	0.05
合计	1.40

(2) 按收款方归集的期末余额前五名的应付账款情况

单位：万元

单位名称	2022年6月30日		
	应付账款	占应付账款期末余额合计数的比例（%）	款项性质
杭州起码科技有限公司	1.18	84.42%	服务费
成都快购科技有限公司	0.09	6.55%	服务费
北京快手科技有限公司	0.08	5.60%	服务费
烟台旭东商贸有限公司	0.05	3.43%	通讯设备款
合计	1.40	100.00%	-

(3) 账龄超过1年的重要应付账款

适用 不适用

(4) 科目具体情况及说明

报告期期末，公司应付账款余额1.40万元，金额较小。

7.预收款项

√适用 □不适用

(1) 预收款项列示

单位：万元

项目	2022年6月30日
房租	108.78
合计	108.78

(2) 账龄超过1年的重要预收款项情况

□适用 √不适用

(3) 期末建造合同形成的已结算未完工项目情况（未执行新收入准则公司适用）

□适用 √不适用

(4) 科目具体情况及说明

报告期期末，公司预收账款余额为108.78万元，均为预收房租款项。

8.应付职工薪酬

√适用 □不适用

(1) 应付职工薪酬列示

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、短期薪酬	485.81	1,346.17	1,507.47	324.51
2、离职后福利-设定提存计划	6.13	70.67	70.86	5.94
3、辞退福利	-	2.22	2.22	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	491.94	1,419.06	1,580.55	330.45

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、短期薪酬	733.36	2,724.61	2,972.16	485.81
2、离职后福利-设定提存计划	2.99	106.67	103.54	6.13
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	736.35	2,831.28	3,075.7	491.94

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、短期薪酬	440.13	2,422.31	2,129.07	733.36
2、离职后福利-设定提存计划	5.78	34.39	37.18	2.99
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	445.91	2,456.70	2,166.25	736.35

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、短期薪酬	365.54	1,604.97	1,530.38	440.13
2、离职后福利-设定提存计划	4.72	43.59	42.53	5.78
3、辞退福利	-	-	-	-
4、一年内到期的其他福利	-	-	-	-
合计	370.26	1,648.56	1,572.91	445.91

(1) 短期薪酬列示

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、工资、奖金、津贴和补贴	459.02	1,141.23	1,279.64	320.61
2、职工福利费	-	10.47	10.47	-
3、社会保险费	3.22	37.40	37.62	2.99
其中：医疗保险费	3.17	35.35	35.57	2.95
工伤保险费	0.05	2.05	2.05	0.05
生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	23.57	154.15	176.82	0.90
5、工会经费和职工教育经费	-	2.91	2.91	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	485.8100	1,346.17	1,507.47	324.51

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	722.75	2,230.71	2,494.44	459.02
2、职工福利费	-	82.08	82.08	-
3、社会保险费	4.67	102.63	104.09	3.22
其中：医疗保险费	4.67	98.13	99.64	3.17
工伤保险费	-	4.50	4.45	0.05

生育保险费	-	-	-	-
4、住房公积金	5.94	309.19	291.55	23.57
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	733.36	2,724.61	2,972.16	485.81

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	434.25	1,996.41	1,707.91	722.75
2、职工福利费	-	93.75	93.75	-
3、社会保险费	3.38	53.62	52.33	4.67
其中：医疗保险费	3.05	53.03	51.40	4.67
工伤保险费	0.05	0.10	0.15	-
生育保险费	0.29	0.49	0.78	-
4、住房公积金	2.49	278.52	275.08	5.94
5、工会经费和职工教育经费	-	0.0045	0.0045	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	440.13	2,422.31	2,129.07	733.36

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、工资、奖金、津贴和补贴	360.01	1,338.80	1,264.56	434.25
2、职工福利费	-	106.84	106.84	-
3、社会保险费	2.67	31.98	31.27	3.38
其中：医疗保险费	2.38	28.40	27.73	3.05
工伤保险费	0.06	0.48	0.50	0.05
生育保险费	0.23	3.10	3.04	0.29
4、住房公积金	2.86	127.35	127.71	2.49
5、工会经费和职工教育经费	-	-	-	-
6、短期带薪缺勤	-	-	-	-
7、短期利润分享计划	-	-	-	-
合计	365.54	1,604.97	1,530.38	440.13

(2) 设定提存计划

单位：万元

项目	2021年12月31日	本期增加	本期减少	2022年6月30日
1、基本养老保险	5.86	67.75	67.92	5.69
2、失业保险费	0.27	2.92	2.94	0.25
3、企业年金缴费	-	-	-	-

合计	6.13	70.67	70.86	5.94
----	------	-------	-------	------

单位：万元

项目	2020年12月31日	本期增加	本期减少	2021年12月31日
1、基本养老保险	2.82	98.94	95.89	5.86
2、失业保险费	0.18	7.73	7.64	0.27
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	2.99	106.67	103.54	6.13

单位：万元

项目	2019年12月31日	本期增加	本期减少	2020年12月31日
1、基本养老保险	5.53	32.48	35.19	2.82
2、失业保险费	0.25	1.91	1.99	0.18
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	5.78	34.39	37.18	2.99

单位：万元

项目	2018年12月31日	本期增加	本期减少	2019年12月31日
1、基本养老保险	4.52	42.05	41.04	5.53
2、失业保险费	0.20	1.55	1.49	0.25
3、企业年金缴费	-	-	-	-
合计	4.72	43.59	42.53	5.78

(3) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司应付职工薪酬主要由工资、奖金及社保公积金构成。2020年末，公司应付职工薪酬余额736.35万元，较2019年末增加290.44万元，主要系当期公司完成了对威海领新的收购，员工人数大幅增加所致；2021年末，公司应付职工薪酬余额491.94万元，较2020年末减少244.41万元，主要系公司当期优化了薪酬及绩效考核制度，提升了员工的月度基础薪酬，同时降低了年终绩效的占比，年末应付奖金有所下降所致。2022年上半年末，公司应付职工薪酬余额为330.45万元，较2021年末减少161.49万元，主要系公司于2022年1-2月发放年终奖，导致应付奖金减少。

9.其他应付款

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
应付利息	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-
其他应付款	78.03	65.67	3,266.89	23.85
合计	78.03	65.67	3,266.89	23.85

(1) 应付利息

适用 不适用

(2) 应付股利

适用 不适用

其他说明：

适用 不适用

(3) 其他应付款

适用 不适用

1) 按款项性质列示其他应付款

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
股份转让及相关款项	-	-	3,233.4	-
押金保证金	23.83	23.83	23.83	23.83
ERP产品定金	54.17	41.72	9.56	-
其他	0.03	0.13	0.10	0.02
合计	78.03	65.67	3,266.89	23.85

2) 其他应付款账龄情况

适用 不适用

单位：万元

账龄	2022年6月30日		2021年12月31日		2020年12月31日		2019年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
1年以内(含1年)	54.20	69.46%	32.28	49.16%	3,243.06	99.27%	0.02	0.09%
1-2年(含2年)			9.56	14.56%	-	-	23.83	99.91%
2-3年(含3年)			-	-	23.83	0.73%	-	-
3年以上	23.83	30.54%	23.83	36.28%	-	-	-	-
合计	78.03	100.00%	65.67	100.00%	3,266.89	100.00%	23.85	100.00%

3) 账龄超过1年的重要其他应付款

适用 不适用

4) 其他应付款金额前五名单位情况

√适用 □不适用

单位：万元

单位名称	2022年6月30日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
平台商家	非关联方	ERP产品定金	54.17	1年以内	69.43%
杭州雅乐互动科技有限公司	非关联方	押金保证金	23.83	3年以上	30.54%
隆鑫通用动力股份有限公司	非关联方	其他	0.03	1年以内	0.03%
产品测试员工	非关联方	其他	0.00	1年内	0.00%
合计	-	-	78.03	-	100.00%

√适用 □不适用

单位名称	2021年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
平台商家	非关联方	ERP产品定金	41.72	1年以内	63.52%
杭州雅乐互动科技有限公司	非关联方	押金保证金	23.83	3年以上	36.28%
王罗刚	非关联方	其他	0.10	1年以内	0.15%
隆鑫通用动力股份有限公司	非关联方	其他	0.03	1年以内	0.04%
产品测试员工	非关联方	测试费	0	1年以内	0.00%
合计	-	-	65.67	-	100.00%

√适用 □不适用

单位名称	2020年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
薛启	非关联方	股权收购款	507.64	1年以内	15.54%
吕欣磊	非关联方	股权收购款	506.45	1年以内	15.50%
王逸群	关联方	股权收购款	506.35	1年以内	15.50%
徐秀成	非关联方	股权收购款	506.35	1年以内	15.50%
张琼	非关联方	股权收购款	506.35	1年以内	15.50%
张志龙	非关联方	股权收购款	506.35	1年以内	15.50%
合计	-	-	3,039.49	-	93.04%

√适用 □不适用

单位名称	2019年12月31日				
	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例(%)
杭州雅乐互动科技有限公司	非关联方	押金及保证金	23.83	1-2年	99.91%
苍南县旅游投资集团有限公司	非关联方	其他	0.02	1年以内	0.09%
合计	-	-	23.85	-	100.00%

(4) 科目具体情况及说明

报告期内，公司其他应付款主要由押金及保证金、股权收购款和 ERP 产品定金构成。2020 年末，公司其他应付款余额较高，主要系公司当期对威海领新进行收购，根据收购协议股权收购尾款尚未支付所致。

10. 合同负债

适用 不适用

(1) 合同负债情况

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
预收货款	435.73	353.01	242.9	-
合计	435.73	353.01	242.9	-

1. 报告期内账面价值发生重大变动的金额和原因

适用 不适用

2. 科目具体情况及说明

公司合同负债主要为商家预付的软件使用费及短信充值款。公司自 2020 年 1 月 1 日开始执行新收入准则，根据准则要求，预收客户款项列支于合同负债科目。2020 年末、2021 年末和 2022 年上半年末，公司合同负债金额分别为 242.90 万元、353.01 万元和 435.73 万元，逐步增长，主要系随着公司业务规模的扩大，商家预付款金额亦随之增长。

11. 长期应付款

适用 不适用

12. 递延收益

适用 不适用

13. 递延所得税资产/递延所得税负债

适用 不适用

(1) 未经抵销的递延所得税资产

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	39.75	5.96	39.98	5.5
合计	39.75	5.96	39.98	5.5

项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
资产减值准备	41.88	5.83	25.43	3.81
合计	41.88	5.83	25.43	3.81

(2) 未经抵销的递延所得税负债

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日		2021年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
公允价值变动损益	-	-	-	-
合计	-	-	-	-

项目	2020年12月31日		2019年12月31日	
	应纳税暂时性差异	递延所得税负债	应纳税暂时性差异	递延所得税负债
公允价值变动损益	77.00	11.55	47.98	7.20
合计	77.00	11.55	47.98	7.20

(3) 报告期各期末以抵销后净额列示的递延所得税资产或负债

□适用 √不适用

(4) 未确认递延所得税资产明细

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日
可抵扣暂时性差异	114.36	113.00	123.58	9.01
可抵扣亏损	4.30	20.32	442.98	431.29
合计	118.66	133.32	566.55	440.30

(5) 未确认递延所得税资产的可抵扣亏损将于以下年度到期

√适用 □不适用

单位：万元

年份	2022年6月30日	2021年12月31日	2020年12月31日	2019年12月31日	备注
2020年末		-	-	10.14	
2021年末		-	42.95	42.95	
2022年末		18.76	14.30	14.30	
2023年末		0.09	179.75	179.75	
2024年末		0.05	184.15	184.15	

2025 年末		0.02	21.83	-	
2026 年末	0.07	1.42	-	-	
2027 年末	0.06				
合计	0.14	20.32	442.98	431.29	-

(6) 科目具体情况及说明

报告期各期末，公司递延所得税资产分别为 3.81 万元、5.83 万元、5.50 万元和 5.96 万元，余额均较小，主要系应收款项坏账准备形成的可抵扣暂时性差异；2019 年末及 2020 年末，公司递延所得税负债分别为 7.20 万元及 11.55 万元，主要系理财产品公允价值变动形成的应纳税暂时性差异。

14.其他流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日	2021 年 12 月 31 日	2020 年 12 月 31 日	2019 年 12 月 31 日
预缴所得税	53.36	-	41.12	79.67
待摊房租、物业费	16.35	4.00	46.36	21.46
合计	69.71	4.00	87.48	101.13

科目具体情况及说明：

报告期各期末，公司其他流动资产金额分别为 101.13 万元、87.48 万元、4.00 万元和 69.71 万元，主要由预缴所得税及待摊房租、物业费构成。2022 年上半年末，待摊房租物业费有所增加，主要系威海领新及新成立的美登南昌分公司租赁合同期限均为 1 年以内，适用新租赁准则短租的相关会计处理。公司其他流动资产 2021 年末公司无预缴所得税余额主要系 2021 年起公司于 10 月份预缴三季度所得税时申报了前三季度的研发费用加计扣除所致；2021 年末，公司待摊房租物业费金额较小，主要系根据新租赁准则 2021 年起公司预付房租调整至使用权资产进行核算所致。

15.其他非流动资产

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022 年 6 月 30 日			2021 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
合计	-	-	-	-	-	-

项目	2020 年 12 月 31 日			2019 年 12 月 31 日		
	账面余额	减值准备	账面价值	账面余额	减值准备	账面价值
预付投资款	-	-	-	75.00	-	75.00
合计	-	-	-	75.00	-	75.00

科目具体情况及说明:

2019年末,公司其他非流动资产金额为75.00万元,均为预付投资款。2019年11月,公司与小圈信息科技(上海)有限公司签署合作协议,约定公司以150万元收购其拟设立的全资子公司上海慧仓信息技术有限公司70%股权,并于2020年6月底前完成标的资产过户,截至2019年末,公司合计支付投资款75.00万元。2020年,由于交易对方自身原因导致标的资产预计无法过户,因此,公司将该笔投资款重分类至其他应收款核算。

16.其他披露事项

无。

17.其他资产负债科目总体分析

(1) 长期待摊费用

报告期各期末,公司长期待摊金额分别为8.19万元、15.63万元、10.11万元和7.36万元,主要为装修费、消防改造费用和安装费。

(2) 使用权资产

1) 2022年6月30日

单位:万元

项目	房屋及建筑屋	合计
一、账面原值		
1、2021年12月31日	305.42	305.42
2、本期增加金额		
3、本期减少金额	40.91	40.91
4、2022年6月30日	265.03	265.03
二、累计折旧		
1、2021年12月31日	156.44	156.44
2、本期增加金额	61.16	61.16
(1) 计提	61.16	61.16
3、本期减少金额	40.91	40.91
(1) 租赁到期	40.91	40.91
4、2022年6月30日	176.69	176.69
三、减值准备		

1、2021年12月31日		
2、本期增加金额		
(1) 计提		
3、本期减少金额		
(1) 处置		
4、2022年6月30日		
四、账面价值		
1、2022年6月30日	88.34	88.34
2、2021年12月31日	149.51	149.51

截至2022年上半年末，公司使用权资产账面价值为88.34万元，主要为租赁办公场所产生。

(3) 租赁负债

单位：万元

项目	2022年6月30日
尚未支付租赁付款额	53.51
未确认融资费用	-5.07
租赁负债	48.44

截至2022年上半年末，公司租赁负债主要由租用办公场所形成。

(4) 一年以内到期的非流动负债

单位：万元

项目	2022年6月30日
一年以内到期的租赁负债	94.56
合计	94.56

截至2022年上半年末，公司一年以内到期的非流动负债为租赁办公场地形成的租赁负债。

三、盈利情况分析

(一) 营业收入分析

1. 营业收入构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务收	5,514.65	97.89%	11,593.17	97.57%	9,234.71	97.11%	6,755.60	97.03%

入								
其他业务收入	118.76	2.11%	288.17	2.43%	275.31	2.89%	206.77	2.97%
合计	5,633.41	100.00%	11,881.34	100.00%	9,510.02	100.00%	6,962.37	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务收入占营业收入的比重分别为 97.03%、97.11%、97.57%和 97.89%，公司主营业务突出。公司其他业务收入主要为房屋租赁收入，占比较低。

2.主营业务收入按产品或服务分类

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
电商 SaaS 软件	5,253.68	95.27%	10,934.95	94.32%	8,715.37	94.38%	6,375.92	94.38%
其中：①美折	2,273.14	41.22%	5,578.59	48.12%	6,156.21	66.66%	6,361.36	94.16%
②我打[注1]	2,839.57	51.49%	5,218.00	45.01%	2,519.67	27.28%	-	-
③其他	140.97	2.56%	138.36	1.19%	39.49	0.43%	14.56	0.22%
短信服务	252.58	4.58%	640.86	5.53%	519.34	5.62%	379.67	5.62%
技术服务	8.40	0.15%	17.36	0.15%	-	-	-	-
合计	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%

注：2020年6月30日，公司完成对威海领新的收购，我打产品自2020年7月纳入公司合并报表范围，故该产品于2019年及2020年上半年的收入未在上表中体现。

科目具体情况及说明：

(1) 电商 SaaS 软件收入变动分析

公司电商 SaaS 软件包括美折、我打两款核心产品以及微淘签到、招财猫、淘算盘等其他 SaaS 软件。

1) 美折软件收入变动分析

报告期内，公司美折软件收入分别为 6,361.36 万元、6,156.21 万元、5,578.59 万元和 2,273.14 万元。美折软件主要在阿里巴巴商家服务市场销售，对应客户为淘宝/天猫电商平台的商家。报告期内，美折软件在阿里巴巴商家服务市场“营销管理类”软件中市场排名位居前列，具体如下：

产品	电商平台	功能类目	同类目软件数量	类目下使用人数排名
美折	淘宝/天猫	营销管理-促销工具	103	1

注：2022年9月开始，阿里巴巴商家服务市场对各电商 SaaS 软件的类目进行重分类，截至 2022年9月30日部分软件的类目未划分完毕，导致营销管理类目下的软件数量有所减少。

美折产品在淘宝/天猫平台销售定价及付费用户数量变动情况如下：

①淘宝/天猫平台美折软件价格变动分析

淘宝/天猫平台对“营销管理类”软件规定了最低指导价格。报告期内，公司美折软件在该等平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2019年	高级版	15	35	65	128
	尊享版	30	79/85	139/155	229/258
2020年	高级版	15/18	35/37	65/69	128
	尊享版	30	85	155	258
	旗舰版	88	199	349	618
2021年	高级版	15	37	69	128
	尊享版	30	85/88	155/169	258/269
	旗舰版	88	199	349	618
	企业版	/	/	/	40,000
2022年1-6月	高级版	15	37	69	128
	尊享版	30	88	169	269
	旗舰版	88	199	349	618
	企业版	/	/	/	40,000

注¹：上表的销售单价均为含税价格，下同；

注²：部分产品版本的销售价格在年度内有所调整，价格体现为调整前的价格/调整后的价格，下同；

注³：2020年7月，公司将美折高级版月度价格由15元调整至18元，根据市场反应，2020年9月价格又调整回15元，因此2021年的价格继续沿用15元。

报告期内，公司根据订单期限将淘宝/天猫平台上的美折软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐，并针对电商商家营销多样化的需求，开发了“高级版”、“尊享版”、“旗舰版”及“企业版”四种版本。旗舰版与企业版系公司分别于2020年与2021年推出的高阶版本，丰富了美折软件的产品架构。此外，报告期内，公司还针对各版本的美折软件进行优化升级，并相应上调了部分版本的产品售价，从而提升了美折软件的平均客单价。

②淘宝/天猫平台美折软件付费用户数量变动分析

报告期各期，淘宝/天猫平台美折软件加权平均付费用户数量分别为43.92万、39.95万、34.53万及27.63万，呈逐步下降趋势，主要原因是：A、美折软件主要服务于淘宝、天猫等阿里巴巴集团下属的电商平台商家，随着近年来拼多多、抖音、快手等新兴电商平台的发展，淘宝平台中小型商家的分流导致平台整体的用户基础有所下降，而新兴电商平台的业态模式对美折软件所属的

营销工具软件的需求较小；B、2021年7月起，阿里巴巴服务市场对单品宝、店铺宝等官方营销类SaaS软件实行免费，虽然该等产品在功能上与美折存在一定差距，但仍旧对美折软件的中小用户造成了分流。

为促进美折软件的收入及用户数量增长，一方面，公司通过不断开发与优化美折软件的功能模块对产品进行升级，提升高阶版本产品的商家转换率，进而增加客单消费金额；另一方面，公司积极关注新兴电商平台的业务发展与模式变化，寻找新兴电商平台在营销领域的市场契机，扩展美折产品在该等平台的业务覆盖面，获得新的销售增长点。

2) 我打软件收入变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件收入分别为2,519.67万元、5,218.00万元和2,839.57万元。我打软件主要投放在淘宝、拼多多、1688、京东和抖音等电商平台的服务市场销售。2020年、2021年和2022年上半年，我打软件在淘宝/天猫平台对应的阿里巴巴商家服务市场、拼多多、快手与抖音等平台服务市场的“交易管理类”或“订单管理类”软件中的市场排名位居前列，具体如下：

产品	电商平台	功能类目	同类目软件数量	类目下使用人数排名
我打	淘宝/天猫	订单管理	151	5
我打	拼多多	订单管理-打单	158	3
我打	1688	订单管理	115	3
我打	快手	店铺管理-打单发货	110	1
我打	抖音	交易管理	172	3

我打软件在不同平台销售定价及付费用户数量变动情况如下：

①我打软件淘宝/天猫平台收入变动分析

A、我打软件淘宝/天猫平台价格变动分析

淘宝/天猫平台对“交易管理类”软件规定了最低指导价格。2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在淘宝/天猫平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180
2021年	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180

2022年1月-6月	基础版	15	32	64	128
	标准版	20	50	100	180
	专业版	55	148	265	468

2020年、2021年及2022年上半年，公司根据订单期限将淘宝/天猫平台我打软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐，并针对淘宝/天猫平台的商家开发了“基础版”、“标准版”及“专业版”三种版本。报告期内，我打软件在该等平台的定价未发生变化。

B、我打软件淘宝/天猫平台付费用户数量变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件淘宝/天猫平台加权平均付费用户数量分别为19.16万、19.08万及18.08万，总体较为稳定，主要系我打软件主要功能为订单批量处理及打印发货，产品覆盖的客户群体较为广泛，适用于不同规模、不同等级的平台商家，其产品的客户黏性亦相对较高。

②我打软件拼多多平台收入变动分析

A、我打软件拼多多平台价格变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在拼多多平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	20	50	90	160
2021年	标准版	20	50	90	160
2022年1月-6月	标准版	20	50	90	160

2020年、2021年及2022年上半年，公司根据订单期限将拼多多平台我打软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐。报告期内，我打软件在拼多多平台的定价未发生变化。

B、我打软件拼多多平台付费用户数量变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件拼多多平台加权平均付费用户数量分别为6.68万、7.96万及8.99万，增长较快，主要原因是：拼多多电商平台近年发展较快，平台商家用户数量增长较多；同时消费者对商家订单履约时效的要求越来越高，商家购买订单管理工具软件的意愿上升，带动我打软件用户数量增长较快。

③我打软件1688平台收入变动分析

A、我打软件1688平台价格变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在1688平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	35	95	168	294
2021年	标准版	35	95	168	294
	高级版	45	122	216	378
2022年1月-6月	标准版	35	95	168	294
	高级版	45	122	216	378

2020年、2021年及2022年上半年，公司根据订单期限将1688平台我打软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐，并于2021年在“标准版”的基础上开发了“高级版”。2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在1688平台的定价未发生变化。

B、我打软件1688平台付费用户数量变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件1688平台加权平均付费用户数量分别为1.37万、1.56万及1.64万，有所增长，主要系1688平台主要定位为B端采购批发平台，存在单个商家订单量较大且单笔订单商品种类多的特点；我打软件具备订单快速筛选、发货单及备货单等批量处理功能，能够较好地帮助商家进行筛单备货等订单处理操作，提升订单处理效率。

④我打软件京东平台收入变动分析

A、我打软件京东平台价格变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在京东平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	50	135	255	480
2021年	标准版	50	135	255	480
2022年1月-6月	标准版	50	135	255	480

注：由于京麦服务市场软件服务销售最低价高于其他电商平台服务市场，因而我打-京东版产品定价显著高于我打-其他电商平台。

2020年、2021年及2022年上半年，公司根据订单期限将京东平台我打软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐。报告期内，我打产品在京东平台的定价未发生变化。

B、我打软件京东平台付费用户数量变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件京东平台加权平均付费用户数量分别为0.48万、0.52万及0.47万，2020年至2021年加权平均付费用户数量略有增长，2022年上半年略有下

降，用户总量较小，主要原因是：虽然京东平台为交易规模仅次于淘宝/天猫平台的电商市场，但部分商家通过京东仓储进行商品派送，平台商家对订单处理及物流发货的工具软件需求相对较小。

⑤我打软件抖音平台收入变动分析

A、我打软件抖音平台价格变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件在抖音平台的定价情况如下：

单位：元

年份	产品版本	订单期限			
		月度	季度	半年度	年度
2020年	标准版	20/15	50/32	90/64	160/128
2021年	标准版	15	32/42	64/80	128/148
2022年1月-6月	标准版	15/20	42/55	80/100	148/180

2020年、2021年及2022年上半年，公司根据订单期限将抖音平台我打软件分为月度、季度、半年度及年度四种套餐。我打软件2020年11月入驻抖音平台后，公司根据抖音平台的竞品价格下调了各版本的产品定价；2021年，公司对我打软件功能进行了优化升级，上调了季度、半年度与年度产品的销售价格。2022年上半年，公司对我打产品持续优化，上调了标准版各订单期限产品价格。

B、我打产品抖音平台付费用户数量变动分析

2020年、2021年及2022年上半年，我打软件抖音平台加权平均付费用户数量分别为0.72万、1.64万及3.23万，用户数量增长较快，主要原因是：抖音平台系近年来兴起的代表性电商平台，其通过内容展示创造消费需求的创新模式带动了平台GMV规模的快速增长，平台商户数量亦增长较快。

3) 其他电商 SaaS 软件收入变动分析

报告期内，公司其他电商 SaaS 软件收入分别为 14.56 万元、39.49 万元、138.36 万元和 140.97 万元，占主营业务收入的比例较小，主要系 ERP、淘算盘、微淘签到等电商 SaaS 软件收入。

(2) 短信服务收入变动分析

2019年至2021年，公司短信收入分别为379.67万元、519.34万元、640.86万元，呈逐步增长趋势，主要系：1) 报告期内，公司短信服务客户的订单数量持续累积，该等客户能够选取接受短信的终端消费者数量自然累积，单客户平均短信发送量上升，客均收入贡献增长较快；2) 2021年公司新增了短信客户熠保科技（上海）有限公司，该公司由于其业务需求向美登科技采购较多短信服务，带动2021年短信服务收入快速增长。2022年上半年，公司短信服务收入同比去年略有增

长，整体规模基本保持稳定。

(3) 技术服务收入分析

2021年及2022年上半年，公司技术服务收入为17.36万元和8.40万元，主要由公司提供定制化的软件开发服务形成。

3. 主营业务收入按销售区域分类

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
境内	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%
合计	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司境内销售占比均为100%。公司的下游客户为境内各电商平台的商家，因而公司不存在境外销售的情形。

4. 主营业务收入按销售模式分类

适用 不适用

5. 主营业务收入按季度分类

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
第一季度	2,701.68	48.99%	2,745.77	23.68%	1,502.54	16.27%	1,511.14	22.37%
第二季度	2,812.98	51.01%	2,901.05	25.02%	1,706.13	18.48%	1,668.81	24.70%
第三季度	-	-	2,840.77	24.50%	2,915.73	31.57%	1,693.48	25.07%
第四季度	-	-	3,105.57	26.79%	3,110.30	33.68%	1,882.16	27.86%
合计	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%

科目具体情况及说明：

2019年和2021年，公司主营业务收入呈现出一定的季节性特征：一季度收入占比最低，主要系受春节假期影响，电商平台交易总体处于淡季；二三季度较一季度收入占比有所上升，主要系电商平台交易逐步开始活跃，平台商家陆续购买电商SaaS软件辅助店铺的营销管理活动和订单管理活动；四季度收入占比通常最高，主要系双11活动前后，电商平台交易活跃度亦达到年内最

高，电商商家软件购买意愿较强。

2020年，公司下半年主营业务收入大幅高于上半年，主要系公司2020上半年完成威海领新的收购，2020下半年起威海领新收入纳入公司报表核算。

2022年上半年，公司一季度收入低于二季度，主要系一季度受春节假期的影响，电商平台交易属于淡季。

6. 主营业务收入按获客渠道分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
淘宝/天猫平台	3,911.73	70.93%	9,089.88	78.41%	8,227.41	89.09%	6,754.99	99.99%
拼多多平台	712.11	12.91%	1,219.70	10.52%	568.99	6.16%	0.003	0.00004%
1688平台	228.29	4.14%	417.38	3.60%	180.47	1.95%	0.50	0.01%
京东平台	100.75	1.83%	219.05	1.89%	114.82	1.24%		-
抖音平台	293.80	5.33%	228.21	1.97%	47.90	0.52%		-
快手平台	165.53	3.00%	176.69	1.52%	56.14	0.61%		-
其他	102.46	1.86%	242.26	2.09%	38.98	0.42%	0.10	0.001%
合计	5,514.65	100.00%	11,593.17	100.00%	9,234.71	100.00%	6,755.60	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务收入呈现由淘宝/天猫单一平台向多平台分布的趋势，主要原因是：2019年，公司产品结构比较单一，核心产品美折软件主要投放在淘宝/天猫平台，其打折促销功能亦与淘宝/天猫平台货架式的营销模式较为契合。2020年，公司收购威海领新后，其核心产品我打软件逐步入驻了拼多多、京东、抖音、快手等其他电商平台。2021年，公司进一步推进多平台发展战略，充分发挥美折与我打软件各自的产品优势及协同效应，巩固了主要电商平台的市场份额。2022年上半年，公司继续坚持多平台发展的战略，拼多多、抖音和快手等新兴平台获客渠道占比逐年上升，进一步降低公司对淘宝/天猫平台获客渠道的依赖。

7. 前五名客户情况

单位：万元

2022年1月—6月				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比(%)	是否存在关联关系
1	徐小米教搭配（快手ID：902640167）	35.19	0.64%	否

2	杭州市人防工程平战结合服务保障中心	8.40	0.15%	否
3	熠保科技（上海）有限公司	7.95	0.14%	否
4	杭州驭势品牌管理有限公司	7.60	0.14%	否
5	衡阳慧用工服务有限公司	4.34	0.08%	否
合计		63.48	1.15%	-
2021 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	熠保科技（上海）有限公司	111.50	0.96%	否
2	北京青橙信息技术有限公司	19.40	0.17%	否
3	杭州驭势品牌管理有限公司	13.09	0.11%	否
4	多路达食品酒水（淘宝 ID）	12.62	0.11%	否
5	liuqingyu1234（淘宝 ID）	11.58	0.10%	否
合计		168.19	1.45%	-
2020 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	杭州临安郎国樞农业开发有限公司	29.15	0.32%	否
2	浙江阿里巴巴通信技术有限公司	9.45	0.10%	否
3	杭州驭势品牌管理有限公司	8.46	0.09%	否
4	汉韵阁梦唐（淘宝 ID）	5.07	0.05%	否
5	芜湖世杰图书商贸有限公司	4.76	0.05%	否
合计		56.90	0.62%	-
2019 年度				
序号	客户	销售金额	年度销售额占比（%）	是否存在关联关系
1	杭州临安郎国樞农业开发有限公司	8.65	0.13%	否
2	汉韵阁梦唐（淘宝 ID）	6.68	0.10%	否
3	芜湖世杰图书商贸有限公司	4.27	0.06%	否
4	南宁市原上电子商务有限公司	3.68	0.05%	否
5	zscdxx1122（淘宝 ID）	2.48	0.04%	否
合计		25.75	0.38%	-

科目具体情况及说明：

报告期内，公司不存在向单个客户的销售占比超过销售总额 50%或严重依赖于少数客户的情形；公司目前的董事、监事、高级管理人员、核心技术人员，主要关联方或持有公司 5%以上股份的股东在公司前五名客户中未占有权益。

报告期内，公司实际控制人邹宇、董事苏鑫与熠保科技（上海）有限公司签署《合作协议书》进行保险经纪服务项目合作，邹宇、苏鑫在项目开展过程中向熠保科技（上海）有限公司提供资金支持合计 860 万元。截至本招股说明书签署日，邹宇、苏鑫与熠保科技（上海）有限公司合作开展的项目均已完成，项目合作款项与短期借款项下的所有本金以及相关收益均已收回。

8.其他披露事项

报告期内，公司不存在第三方回款及现金交易的情况。

9.营业收入总体分析

2019年至2021年，公司营业收入分别为6,962.37万元、9,510.02万元和11,881.34万元，总体呈逐步增长趋势，主要系公司2020年6月完成了非同一控制下对威海领新100%股权的收购，威海领新收入2020年下半年起纳入报表核算所致。2022年上半年，公司实现营业收入5,633.41万元，较去年同期略有下降，整体保持稳定。

（二）营业成本分析

1.成本归集、分配、结转方法

（1）电商 SaaS 软件

公司电商 SaaS 软件成本包括获取收入而支付与之相应的服务市场技术服务费、API 与数据同步费、服务器租赁费及人工成本。

1) 服务市场技术服务费

电商平台按月提供对账单并与公司结算，公司根据对账单，将相关费用计入实际发生当期的营业成本。

2) API 与数据同步服务费

电商平台根据公司实际发生 API 费用实时扣款结算，按月提供 API 账单给公司，公司根据账单将 API 费用计入实际发生当期的营业成本。

3) 服务器租赁费

公司将专为软件产品而租赁的云服务器成本在服务器租赁期内平均摊销并计入营业成本。

4) 人工成本

公司将为软件产品提供运维服务及产品支持服务而发生的工资计入营业成本。

（2）短信服务

公司短信服务的成本为短信通道费。公司根据每月实际发送的短信数量与供应商进行结算短信通道费，并根据结算金额计入发送当月的营业成本。

5.营业成本构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务成本	1,620.60	95.92%	3,508.52	96.19%	2,546.82	94.86%	1,826.84	92.98%
其他业务成本	69.02	4.08%	138.98	3.81%	137.93	5.14%	137.93	7.02%
合计	1,689.62	100.00%	3,647.50	100.00%	2,684.75	100.00%	1,964.78	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司营业成本分别为1,964.78万元、2,684.75万元、3,647.50万元和1,689.62万元。2019年至2021年公司营业成本呈现逐年增长的趋势，主要系报告期内公司营业收入规模逐步增长，带动营业成本随之上升；2022年上半年公司营业成本有所下降，主要系公司营业收入下降所致。

报告期内，公司营业成本以主营业务成本为主，主营业务成本占营业成本的比例分别为92.98%、94.86%、96.19%及95.92%，与公司营业收入的构成情况相匹配。

2.主营业务成本构成情况

适用 不适用

3.主营业务成本按产品或服务分类

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
电商 SaaS 软件	1,430.93	88.30%	3,057.48	87.14%	2,201.16	86.43%	1,568.07	85.84%
短信通道费	184.81	11.40%	446.61	12.73%	345.66	13.57%	258.77	14.16%
技术服务	4.86	0.30%	4.43	0.13%	-	-	-	-
合计	1,620.60	100.00%	3,508.52	100.00%	2,546.82	100.00%	1,826.84	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司各类产品或服务占主营业务成本的比例主要受主营业务收入结构变动的影响。电商 SaaS 软件成本系公司主营业务成本的最主要构成。随着电商 SaaS 软件收入占比的逐步上升，电商 SaaS 软件成本占主营业务成本的比例分别为85.84%、86.43%、87.14%及88.30%，亦呈

现逐步上升趋势。

4. 主营业务成本按构成分类

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
技术服务费	814.08	50.23%	1,846.87	52.64%	1,587.04	62.31%	1,273.46	69.71%
服务器、API及数据同步费	344.22	21.24%	697.00	19.87%	358.70	14.08%	153.84	8.42%
短信通道费	174.81	10.79%	452.76	12.90%	338.75	13.30%	252.62	13.83%
职工薪酬	232.37	14.34%	446.06	12.71%	238.89	9.38%	123.15	6.74%
其他	55.12	3.40%	65.82	1.88%	23.43	0.92%	23.77	1.30%
合计	1,620.60	100.00%	3,508.52	100.00%	2,546.82	100.00%	1,826.84	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司主营业务成本主要由技术服务费、服务器使用费、职工薪酬、短信通道费和API与数据同步费等构成。

(1) 技术服务费

技术服务费系各电商平台基于用户支付的平台订单金额按一定费率向平台的电商软件及服务商收取的服务费用。

报告期内，公司技术服务费金额分别为1,273.46万元、1,587.04万元、1,846.87万元和814.08万元，2019年至2021年呈现逐年增长的趋势，主要系2020年公司在原有核心产品美折软件的基础上增加了我打软件，软件收入的增长使得公司支付给电商平台的技术服务费亦有所增加；2022年上半年公司技术服务费金额有所下降，主要系公司收入下降。

报告期内，公司技术服务费占成本的比例分别为69.71%、62.31%、52.64%和50.23%，占比逐步下降，主要原因是：报告期内，公司电商SaaS软件业务由淘宝/天猫单一平台逐步扩展到拼多多、抖音及快手等其他新兴电商平台，淘宝/天猫平台技术服务费率为20%，拼多多、抖音平台费率为0.6%，快手平台费率为0.60%-20%、京东平台费率为15%-20%。平均技术服务费率的下降及较低技术服务费率平台收入占比的提升使得技术服务费占成本的比重相应下降。

(2) 服务器、API及数据同步费

2019年至2021年，公司服务器、API及数据同步费金额分别为153.84万元、358.70万元和697.00万元，占成本的比例分别为8.42%、14.08%、19.87%，金额及占比均逐步上升，主要原因

是：公司需要将 SaaS 软件部署于服务器供用户使用并根据用户指令调取数据，2020 下半年开始，公司新增了订单处理功能的我打软件，不同于打折促销功能的美折软件，我打软件需要较大的服务器容量进行更多的数据处理及数据存储，因此，公司服务器、API 及数据同步费亦随之增加。2022 年上半年公司服务器、API 及数据同步服务成本为 344.22 万元，较去年同期有所增长，主要系我打产品加权平均用户数量持续增长，为满足客户需求，服务器成本上升，另外一方面，淘宝/天猫平台对 API 服务进行了提价因此，公司服务器、API 及数据同步服务成本持续增长。

(3) 短信通道费

报告期内，公司短信通道费分别为 252.62 万元、338.75 万元、452.76 万元和 174.81 万元，2019 年至 2021 年呈逐年增长趋势，主要系一方面公司借助美折软件加大了短信产品的推广力度，另一方面公司亦开拓了抖音、快手及其他短信销售渠道，从而使得短信通道费随短信服务收入而增加；2022 年上半年短信通道费较 2021 年同期略有增长，总量基本保持稳定。

(4) 职工薪酬

报告期内，公司计入主营业务成本的职工薪酬主要系公司为确保用户能顺利使用公司产品而配备的客服、技术支持相关人员的薪酬。

2020 年，公司主营业务成本中职工薪酬为 238.89 万元，较 2019 年增加 115.74 万元，主要系公司 2020 年 6 月末收购威海领新后，新增了我打软件产品，2020 下半年起，公司客服、技术支持人员的数量亦相应增加。

2021 年，公司主营业务成本中职工薪酬为 446.06 万元，较 2020 年增加 207.17 万元，主要系公司为提升用户的产品体验，提高了技术支持力度，配备了更为资深的技术支持团队，从而使得薪酬总额有所增加。

2022 年上半年，公司主营业务中职工薪酬为 232.37 万元，较去年同期基本保持稳定。

(5) 其他

报告期内，公司其他主营业务成本金额为 23.77 万元、23.43 万元、65.82 万元和 55.12 万元，占各期主营业务成本的比重为 1.30%、0.92%、1.88%和 3.40%，占比较低，主要由房租摊销、即时收款服务费构成。

5.前五名供应商情况

单位：万元

2022 年 1 月—6 月				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	阿里巴巴集团	1,218.26	88.64%	否

2	杭州云片网络科技有限公司	61.69	4.49%	否
3	上海寻梦信息技术有限公司	36.36	2.65%	否
4	京东集团	25.63	1.86%	否
5	字节跳动有限公司	24.70	1.80%	否
合计		1,366.64	99.43%	-
2021年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	阿里巴巴集团	2,757.69	90.76%	否
2	杭州云片网络科技有限公司	148.68	4.89%	否
3	上海寻梦信息技术有限公司	59.69	1.96%	否
4	京东集团	50.37	1.66%	否
5	字节跳动有限公司	10.57	0.35%	否
合计		3,026.99	99.62%	-
2020年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	阿里巴巴集团	2,243.41	98.01%	否
2	京东集团	20.46	0.89%	否
3	杭州云片网络科技有限公司	9.13	0.40%	否
4	北京国都互联科技有限公司	6.81	0.30%	否
5	上海寻梦信息技术有限公司	5.59	0.24%	否
合计		2,285.41	99.84%	-
2019年度				
序号	供应商	采购金额	年度采购额占比 (%)	是否存在关联关系
1	阿里巴巴集团	1,527.73	90.80%	否
2	杭州云片网络科技有限公司	149.66	8.89%	否
3	上海创蓝文化传播有限公司	5.19	0.31%	否
合计		1,682.58	100.00%	-

科目具体情况及说明:

报告期内，公司向前五名供应商采购金额分别为 1,682.58 万元、2,285.41 万元、3,026.99 万元和 1,366.64 万元，占采购总额的比重分别为 100.00%、99.84%、99.62%和 99.43%。公司前五大供应商采购金额占比较高，主要系公司上游供应商主要为淘宝/天猫、1688、京东、拼多多及抖音等提供技术服务的大型电商平台，电商行业的集中度相对较高所致，因而公司供应商集中度高具备合理性。

公司与报告期各期前五大供应商与均不存在关联关系。

6.其他披露事项

无。

7.营业成本总体分析

报告期内，公司营业成本分别为1,964.78万元、2,684.75万元、3,647.50万元和1,689.62万元，2019年至2021年呈现逐年增长的趋势，2022年上半年同比略有下降；主营业务成本分别为1,826.84万元、2,546.82万元、3,508.52万元和1,620.60万元，2019年至2021年公司主营业务成本占营业成本的比重逐年上升，2022年上半年占比略有下降。公司其他业务成本金额分别为137.93万元、137.93万元、138.98万元和69.02万元，主要为房屋折旧成本。

（三）毛利率分析

1.毛利按产品或服务分类构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
主营业务毛利	3,894.06	98.74%	8,084.65	98.19%	6,687.89	97.99%	4,928.75	98.62%
其中：电商SaaS软件	3,822.75	96.93%	7,877.47	95.67%	6,514.21	95.44%	4,807.85	96.20%
短信服务	67.76	1.72%	194.25	2.36%	173.68	2.54%	120.90	2.42%
技术服务	3.54	0.09%	12.93	0.16%		-		-
其他业务毛利	49.74	1.26%	149.19	1.81%	137.37	2.01%	68.84	1.38%
合计	3,943.80	100.00%	8,233.84	100.00%	6,825.27	100.00%	4,997.59	100.00%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司毛利总额分别为4,997.59万元、6,825.27万元、8,233.84万元及3,943.80万元，主营业务毛利分别占公司毛利总额的98.62%、97.99%、98.19%及98.74%，是公司毛利的主要来源。报告期内，公司主营业务毛利分别为4,928.75万元、6,687.89万元、8,084.65万元及3,894.06万元，毛利贡献主要来自电商SaaS软件、短信服务及技术服务。公司其他业务毛利主要来自房屋租赁，占比较低。

2.主营业务按产品或服务分类的毛利率情况

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	毛利率(%)	主营收入占比(%)	毛利率(%)	主营收入占比(%)	毛利率(%)	主营收入占比(%)	毛利率(%)	主营收入占比(%)
电商SaaS软件	72.76%	95.27%	72.04%	94.32%	74.74%	94.38%	75.41%	94.38%
短信服务	26.83%	4.58%	30.31%	5.53%	33.44%	5.62%	31.84%	5.62%

技术服务	42.16%	0.15%	74.48%	0.15%	-	-	-	-
合计	70.61%	100.00%	69.74%	100.00%	72.42%	100.00%	72.96%	100.00%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司主营业务毛利率分别为 72.96%、72.42%、69.74%和 70.61%，2019 年至 2021 年呈现小幅下降趋势，2022 年上半年有所回升，主要系公司电商 SaaS 软件毛利率波动导致；

(1) 电商 SaaS 软件毛利率分析

报告期内，公司在逐步提高售价的情况下，电商 SaaS 软件产品毛利率分别为 75.41%、74.74%、72.04%及 72.76%，2019 年至 2021 年呈现小幅下降趋势，2022 年上半年有所回升。2019 年至 2021 年电商 SaaS 软件产品毛利率逐年下降，主要系受到了成本上升的影响，具体表现在：
1) 2020 下半年起，公司新增了订单处理功能的我打软件，由于我打软件需要进行更多的数据处理及数据存储，因此，公司服务器、API 及数据同步资源的采购成本亦相应增加；2) 2020 下半年起，公司新增了我打软件产品后，一方面公司负责软件客服及运维的技术人员数量有所增加，另一方面公司为提升用户的产品体验，提高了技术支持力度，配备了更为资深的技术支持团队，从而使得薪酬成本有所增加；2022 年上半年产品毛利率有所回升，主要系公司坚持多平台发展，新兴平台产品如我打-拼多多、我打-抖音等产品收入占比提升，同时上述平台由于技术服务费率较低，产品在上述平台毛利率也相对较高，另外一方面，电商平台对服务器进行安全改造后的服务商给予了服务器租赁费的优惠，服务器成本有所减少，因此电商 SaaS 软件毛利率有所增长。

(2) 短信服务毛利率分析

2020 年，公司短信服务的毛利率为 33.44%，较 2019 年上升 1.60%，主要系三大运营商提高了基础短信价格，公司作为应对亦对短信产品进行了统一提价。

2021 年，公司短信服务的毛利率为 30.31%，较 2020 年下降 3.13%，主要系熠保科技（上海）有限公司、北京青橙信息技术有限公司于 2021 年向发行人购买的短信服务较多，占发行人短信服务收入占比较高，发行人向该等客户提供了较为优惠的价格，导致短信毛利率整体毛利率有所下降。

2022 年上半年，公司短信服务的毛利率为 26.83%，较 2021 年下降 3.48%，主要系抖音、快手等平台短信服务收入占比有所增加，公司前期为抢占新兴平台市场，短信服务定价相对较低，产品毛利率较低，因而短信服务毛利率略有下降。

3. 主营业务按销售区域分类的毛利率情况

适用 不适用

4. 主营业务按照销售模式分类的毛利率情况

适用 不适用

5. 主营业务按照_____分类的毛利率情况

适用 不适用

6. 可比公司毛利率比较分析

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	62.72%	60.28%	59.75%	56.54%
光云科技	62.18%	64.12%	61.21%	63.83%
平均数(%)	62.45%	62.20%	60.48%	60.19%
发行人(%)	70.61%	69.74%	72.42%	72.96%

科目具体情况及说明:

报告期内，公司主营业务毛利率与可比公司存在差异，主要系细分产品结构不同所致。公司与可比公司分产品的毛利率对比如下：

主要产品	企业名称	2022年1月-6月		2021年度		2020年度		2019年度	
		毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比	毛利率	主营收入占比
电商 SaaS 软件	公司	72.76%	95.27%	72.04%	94.32%	74.74%	94.38%	75.41%	94.38%
	光云科技	69.80%	79.63%	71.19%	75.54%	71.14%	70.21%	72.89%	68.87%
	爱用科技	63.90%	96.38%	63.04%	83.90%	61.59%	83.13%	58.88%	88.35%
短信服务	公司	26.83%	4.58%	30.31%	5.53%	33.44%	5.62%	31.84%	5.62%
	光云科技	43.01%	1.83%	41.96%	4.60%	27.72%	7.98%	42.87%	8.19%
	爱用科技	28.99%	1.60%	30.57%	2.19%	29.38%	3.26%	21.35%	5.25%

(1) 可比公司 SaaS 软件毛利率分析

报告期内，公司 SaaS 软件毛利率与光云科技接近，高于爱用科技，主要系爱用科技主要产品爱用交易及爱用商品试用用户数量较多，软件成本投入后，付费用户转换率相对较低所致。

(2) 可比公司短信毛利率分析

2019年及2021年及2022年上半年，光云科技短信服务毛利率高于公司，主要系光云科技短信业务规模较大，短信采购具备规模效应；而2020年，光云科技短信服务毛利率较低，主要系当期短信供应商提价幅度较大而光云科技未同步提升销售单价所致。

2019年及2020年，爱用科技短信服务毛利率低于公司，主要系爱用科技短信业务规模较小，短信采购成本相对较高；2021年，爱用科技短信服务毛利率略高于公司，主要是公司当期向大客户提供了较为优惠的价格，毛利率有所下降所致。

2022年上半年，爱用科技毛利率略高于公司，主要系公司抖音、快手等平台短信服务收入占比有所增加，公司前期为抢占新兴平台市场，短信服务定价相对较低，产品毛利率较低，短信服务毛利率下降，导致公司短信服务毛利率略低于爱用科技。

7.其他披露事项

无。

8.毛利率总体分析

报告期内，公司主营业务毛利率变动主要受到产品定价、技术服务费、服务器、API及数据同步费、薪酬成本及短信通道费的影响，与公司实际经营情况相匹配，与同行业公司存在一定差异，具有合理性。

（四）主要费用情况分析

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)
销售费用	99.29	1.76%	182.47	1.54%	189.46	1.99%	102.55	1.47%
管理费用	479.88	8.52%	817.25	6.88%	788.66	8.29%	452.98	6.51%
研发费用	953.56	16.93%	1,971.32	16.59%	1,796.70	18.89%	1,245.41	17.89%
财务费用	2.61	0.05%	60.90	0.51%	11.04	0.12%	-95.78	-1.38%
合计	1,535.34	27.25%	3,031.94	25.52%	2,785.86	29.29%	1,705.16	24.49%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司期间费用金额分别为1,705.16万元、2,785.86万元、3,031.94万元和1,535.34万元，占各期营业收入的比重分别为24.49%、29.29%、25.52%和27.25%，其中，2020年占比略高，主要系公司2020年6月末完成非同一控制下收购威海领新100%股权后，公司管理费用及研发费用增长较快所致。

1.销售费用分析

(1) 销售费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	87.17	87.80%	152.41	83.52%	138.86	73.29%	76.35	74.46%
业务推广费	6.57	6.61%	20.76	11.38%	39.37	20.78%	18.47	18.01%
房屋租赁费		-		-	9.67	5.10%	7.68	7.49%
折旧费用	5.30	5.34%	5.48	3.01%		-		-
其他	0.24	0.25%	3.82	2.09%	1.56	0.82%	0.04	0.04%
合计	99.29	100.00%	182.47	100.00%	189.46	100.00%	102.55	100.00%

(2) 销售费用率与可比公司比较情况

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	4.11%	3.88%	3.99%	10.57%
光云科技	35.69%	32.18%	19.57%	16.34%
平均数(%)	19.90%	18.03%	11.79%	13.46%
发行人(%)	1.76%	1.54%	1.99%	1.47%

原因、匹配性分析

报告期内，公司销售费用率分别为1.47%、1.99%、1.54%和1.76%，低于同行业可比公司光云科技和爱用科技，主要原因是：

1) 公司主要通过淘宝/天猫、拼多多、1688、京东、抖音及快手等电商平台开展线上业务，除线上投放专项广告需要付费外，各大电商平台通常会将销量排名靠前的软件产品免费进行公开展示，因此，报告期内，公司销售费用率较低。

2) 报告期内，爱用科技与公司销售费用率差异逐步减少，主要系2020年爱用科技减少了外包客服人员，因而销售费用率下降较快。

3) 报告期内，光云科技主营业务更加多元化，除SaaS软件及短信业务外，还开展了硬件及运营服务业务，销售人员规模较大；此外，2020年以来，光云科技加大了快麦系列产品线下销售团队的发展力度，同时持续加强全国范围内营销网络的建设，销售人员薪酬及宣传推广费大幅增长。因此，报告期内，光云科技销售费用率最高，且逐步上升。

综上，公司销售费用率低于可比公司，主要系公司聚焦主营业务，且主要通过线上平台开展业务，销售团队较为精简，具有合理性。

(五) 科目具体情况及说明

报告期内，公司销售费用分别为102.55万元、189.46万元、182.47万元及99.29万元，主要由职工薪酬及业务推广费构成。

1) 销售费用-职工薪酬

2019年至2021年，公司销售费用-职工薪酬分别为76.35万元、138.86万元和152.41万元，逐步上升，主要系2020年6月末公司完成了对威海领新100%股权的收购，2020下半年起公司将威

海领新市场及销售相关人员薪酬纳入核算所致。2022年上半年，公司销售费用-职工薪酬为87.17万元，较去年同期略有增长。

2) 销售费用-业务推广费

2020年，公司销售费用-业务推广费为39.37万元，较2019年增加20.90万元，主要系当期公司加大了阿里巴巴商家服务市场钻展平台的广告投放力度所致。

2021年，公司销售费用-业务推广费为20.76万元，较2020年减少18.61万元，主要系公司根据前期营销效果，削减了阿里巴巴商家服务市场钻展平台的专项广告投放活动所致。

2022年上半年，公司销售费用-业务推广费为6.57万元，由于前期营销效果未达预期，公司进一步减少了营销推广支出。

2.管理费用分析

(1) 管理费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	179.97	37.50%	356.24	43.59%	280.45	35.56%	271.14	59.86%
无形资产摊销	107.10	22.32%	225.77	27.63%	96.42	12.23%		-
中介机构服务费	107.23	22.35%	77.54	9.49%	225.46	28.59%	43.80	9.67%
办公费	22.19	4.62%	39.40	4.82%	33.15	4.20%	21.62	4.77%
折旧费用	14.12	2.94%	29.27	3.58%	11.30	1.43%	8.56	1.89%
差旅费	11.98	2.50%	15.69	1.92%	23.76	3.01%	13.78	3.04%
业务招待费	19.89	4.14%	9.66	1.18%	11.71	1.48%	10.61	2.34%
物业管理费	3.30	0.69%	6.95	0.85%	11.40	1.44%	6.29	1.39%
长期待摊费用摊销	2.76	0.57%	5.52	0.68%	9.11	1.15%	12.28	2.71%
交通费	0.02	0.00%	3.56	0.44%	4.55	0.58%	4.83	1.07%
董事会费	10.80	2.25%	21.60	2.64%	21.60	2.74%	21.60	4.77%
房租费	0.04	0.01%		-	31.25	3.96%	27.76	6.13%
其他	0.48	0.10%	26.06	3.19%	28.51	3.61%	10.73	2.37%
合计	479.88	100.00%	817.25	100.00%	788.66	100.00%	452.98	100.00%

注：自2021年1月1日起，公司开始执行新租赁准则，房屋租金通过使用权资产折旧核算。

(2) 管理费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	11.76%	11.82%	7.16%	10.00%
光云科技	24.24%	20.66%	13.04%	12.93%
平均数(%)	18.00%	16.24%	10.10%	11.47%

发行人(%)	8.52%	6.88%	8.29%	6.51%
原因、匹配性分析	报告期内，公司管理费用率分别为 6.51%、8.29%、6.88%和 8.52%，低于同行业可比公司光云科技和爱用科技，主要系公司行政管理人员精简，组织结构扁平，管理费用开支控制良好所致。			

八、科目具体情况及说明

报告期内，公司管理费用分别为 452.98 万元、788.66 万元、817.25 万元及 479.88 万元，主要由职工薪酬、无形资产摊销、中介机构服务费及办公费构成。

1) 管理费用-职工薪酬

2019 年至 2021 年，公司管理费用-职工薪酬分别为 271.14 万元、280.45 万元和 356.24 万元，逐步上升，主要系一方面 2020 年 6 月末公司完成了对威海领新 100%股权的收购，2020 下半年起公司将威海领新行政及管理相关人员薪酬纳入核算所致；另外一方面，2021 年，随着疫情影响的消退，公司进行团建及年会等活动，福利费支出较多。2022 年上半年，公司管理费用-职工薪酬为 179.97 万元，与去年同期基本保持稳定。

2) 管理费用-无形资产折旧摊销

2020 年及 2021 年，公司管理费用-无形资产摊销费金额分别为 96.42 万元和 225.77 万元增长较快，主要原因是：公司 2020 年 6 月末完成非同一控制下对软件企业威海领新的收购后，公司根据企业会计准则的要求，将威海领新未在个别报表层面确认的软件著作权等无形资产在合并报表层面予以确认并进行摊销。2022 年上半年，公司管理费用-无形资产摊销金额为 107.10 万元，与去年同期基本保持稳定。

3) 管理费用-中介机构服务费

报告期内，公司管理费用-中介机构服务费金额分别为 43.80 万元、225.46 万元、77.54 万元和 107.23 万元，其中，2020 年金额较高，主要系公司当期收购威海领新而聘请了中介提供相关服务所致；2022 年上半年金额较高，主要系公司为推进上市进程聘请中介机构费用支出较多。

4) 管理费用-办公费

报告期内，公司管理费用-办公费金额分别为 21.62 万元、33.15 万元、39.40 万元和 22.19 万元，呈现增长趋势，主要系随着业务规模扩大，公司办公费支出亦有所增加。

3.研发费用分析

(1) 研发费用构成情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
职工薪酬	909.00	95.33%	1,876.57	95.19%	1,714.5	95.43%	1,174.37	94.30%
折旧费	43.78	4.59%	93.82	4.76%	13.13	0.73%	13.28	1.07%
房租费		-		-	69.07	3.84%	53.75	4.32%
其他	0.77	0.08%	0.93	0.05%		-	4.00	0.32%
合计	953.56	100.00%	1,971.32	100.00%	1,796.70	100.00%	1,245.41	100.00%

注：自2021年1月1日起，公司开始执行新租赁准则，房屋租金通过使用权资产折旧核算

(2) 研发费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	27.80%	18.49%	20.32%	20.44%
光云科技	36.21%	29.30%	20.91%	19.23%
平均数(%)	32.21%	23.89%	20.62%	19.84%
发行人(%)	16.93%	16.59%	18.89%	17.89%
原因、匹配性分析	报告期内，公司研发投入占营业收入的比例分别为17.89%、18.89%、16.59%和16.93%，低于同行业可比公司光云科技和爱用科技，主要原因是：公司实施较为稳健的研发战略，研发项目主要为在现有美折和我打系列产品的基础上进行功能升级或跨平台开发，研发投入的经济效益较好。			

九、科目具体情况及说明

报告期内，公司研发费用金额分别为1,245.41万元、1,796.70万元、1,971.32万元和953.56万元，主要由职工薪酬、折旧费及房租构成。

1) 研发费用-职工薪酬

2019年至2021年，公司研发费用-职工薪酬分别为1,174.37万元、1,714.56万元和1,876.57万元，逐步上升，主要系2020年6月末公司完成了对威海领新100%股权的收购，2020下半年起公司将威海领新研发技术人员薪酬纳入核算所致。2022年上半年，公司研发费用-职工薪酬为909.00万元，较去年同期基本保持稳定。

2) 研发费用-折旧费

报告期内，公司研发费用-折旧费金额分别为13.28万元、13.07万元、93.82万元及43.78万元，主要包括研发设备折旧及租金，其中，2021年增长较快，主要系根据新租赁准则，2021年起租金计入使用权资产的折旧费核算。

3) 研发费用-房租费

2019年及2020年,公司研发费用-房租金额分别为53.75万元和69.07万元,主要系公司研发人员办公场所租赁费用,根据新租赁准则,2021年起该部分租金计入使用权资产折旧核算。

4.财务费用分析

(1) 财务费用构成情况

单位:万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
利息费用	0.36	66.84	11.95	-
减:利息资本化	-	-	-	-
减:利息收入	1.74	7.53	1.99	96.57
汇兑损益	-	-	-	-
银行手续费	1.32	1.60	1.08	0.79
其他	-	-	-	-
未确认融资费用摊销	2.67	8.46		
合计	2.61	60.90	11.04	-95.78

(2) 财务费用率与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司名称	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	-5.16%	-2.34%	-0.44%	-0.21%
光云科技	0.46%	0.20%	-0.15%	-0.33%
平均数(%)	-2.35%	-1.07%	-0.30%	-0.27%
发行人(%)	0.05%	0.51%	0.12%	-1.38%
原因、匹配性分析	报告期内,公司财务费用率分别为-1.38%、0.12%、0.51%及0.05%,与同行业可比公司光云科技和爱用科技存在差异,主要系各公司银行信贷融资情况不同所致。			

一、科目具体情况及说明

报告期内,公司财务费用分别为-95.78万元、11.04万元、60.90万元及2.61万元,2019年至2021年逐步上升,主要系公司新增了银行信贷所致;2022年上半年大幅下降,主要系公司归还了银行借款,利息费用支出减少导致。

5.其他披露事项

无。

6.主要费用情况总体分析

报告期内，公司期间费用合计分别为 1,705.16 万元、2,785.86 万元、3,031.94 万元及 1,535.34 万元，逐步上升，主要系公司收购威海领新后，业务规模增长导致各项费用支出增加所致。

(五) 利润情况分析

1.利润变动情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月		2021年度		2020年度		2019年度	
	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)	金额	营业收入占比(%)
营业利润	2,439.91	43.31%	5,481.78	46.14%	3,870.74	40.70%	3,455.57	49.63%
营业外收入	0.0001	0.00001%	0.10	0.001%	1.14	0.01%	0.0002	0.000002%
营业外支出	1.01	0.02%	5.76	0.05%	0.18	0.002%	0.015	0.0002%
利润总额	2,438.90	43.29%	5,476.12	46.09%	3,871.71	40.71%	3,455.55	49.63%
所得税费用	276.84	4.91%	641.88	5.40%	367.50	3.86%	343.23	4.93%
净利润	2,162.07	38.38%	4,834.24	40.68%	3,504.20	36.85%	3,112.32	44.70%

科目具体情况及说明：

报告期内，公司净利润分别为 3,112.32 万元、3,504.20 万元、4,834.24 万元及 2,162.07 万元，主要来源于营业利润，营业外收支对公司利润影响较小。随着公司经营规模的扩大，公司净利润呈增长趋势。

2.营业外收入情况

适用 不适用

(1) 营业外收入明细

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
接受捐赠	-	-	-	-
政府补助	-	-	-	-
盘盈利得	-	-	-	-
固定资产处置利得			1.135	
坏账核销收入				0.0002
其他	0.0001	0.10	0.004	-
合计	0.0001	0.10	1.14	0.0002

(2) 计入当期损益的政府补助：

适用 不适用

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司营业外收入金额分别为 0.0002 万元、1.139 万元、0.10 万元和 0.0001 万元，金额较小。

3. 营业外支出情况

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
对外捐赠	-	2.00	-	-
滞纳金	-	0.04		0.01
赔偿款	0.98	3.72	0.18	
其他	0.03	0.001	-	-
合计	1.01	5.76	0.18	0.01

科目具体情况及说明：

报告期内，公司营业外支出金额分别为 0.01 万元、0.18 万元、5.76 万元和 1.01 万元，占当期利润总额的比重较低，对利润总额影响较小。

4. 所得税费用情况

(1) 所得税费用表

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
当期所得税费用	277.30	653.43	364.51	333.79
递延所得税费用	-0.47	-11.54	2.99	9.44
合计	276.84	641.88	367.50	343.23

(2) 会计利润与所得税费用调整过程

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
利润总额	2,438.90	5,476.12	3,871.71	3,455.55
按适用税率 15%计算的所得税费用	365.84	821.42	580.76	431.94
部分子公司适用不同税率的影响	-0.23	-78.47	-93.83	0.23
调整以前期间所得税的影响	0.59	79.35	1.14	-

税收优惠的影响	-	-	-	-
非应税收入的纳税影响	-	-	4.35	7.20
不可抵扣的成本、费用和损失的影响	1.10	0.85	18.3	1.34
使用前期未确认递延所得税资产的可抵扣亏损的影响	-0.05	-0.02	-	-6.12
本期未确认递延所得税资产的可抵扣暂时性差异或可抵扣亏损的影响	15.87	38.74	19.73	22.97
研发费用加计扣除	-106.28	-198.68	-162.95	-114.32
股权处置收益合并抵消的影响	-	-21.30		
所得税费用	276.84	641.88	367.50	343.23

(3) 科目具体情况及说明

报告期内，公司所得税费用金额分别为 343.23 万元、367.50 万元、641.88 万元和 276.84 万元，所得税费用与公司利润总额的变动趋势保持一致。

5.其他披露事项

无。

6.利润变动情况分析

报告期内，公司实现净利润金额分别为 3,112.32 万元、3,504.20 万元、4,834.24 万元和 2,162.07 万元，2019 年至 2021 年公司实现净利润金额呈逐步增长趋势，主要系公司业务规模逐步增长，盈利能力较为稳定，利润规模亦逐年上升；2022 年上半年公司实现净利润金额略有下降，主要系受电商平台竞争格局变化及新冠疫情的对电商、物流等行业冲击的影响，公司收入减少导致利润规模下降。

(六) 研发投入分析

1.研发投入构成明细情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
职工薪酬	909.00	1,876.57	1,714.5	1,174.37
折旧费	43.78	93.82	13.13	13.28
房租费			69.07	53.75
其他	0.77	0.93		4.00
合计	953.56	1,971.32	1,796.70	1,245.41

研发投入占营业收入的比例 (%)	16.93%	16.59%	18.89%	17.89%
原因、匹配性分析	报告期内，公司重视软件产品的升级与开发，研发投入金额亦逐年增长，与收入规模增长相匹配。			

科目具体情况及说明：

报告期内，公司研发费用金额分别为 1,245.41 万元、1,796.70 万元、1,971.32 万元和 953.56 万元，呈逐步增长趋势，主要系公司收购威海领新后，研发技术人员规模扩大所致。

2.报告期内主要研发项目情况

报告期内，公司所开展主要研发项目及实施进度具体如下：

单位：万元

项目名称	研发投入				研发进度
	2022 年上半年	2021 年	2020 年	2019 年	
商家营销活动中心 v1.0	91.37				未结项
营销工作流 v1.0	82.12				未结项
商家移动端营销中心 v1.0	89.04				未结项
商家营销素材中心 v1.0	172.27				未结项
基于抖店服务市场开放平台的直播场控提效工具（光圈智播）v1.0	96.15				未结项
叮当数据平台 v2.0	102.88				未结项
企业微信 CRM V1.0	32.06				未结项
我打_淘宝专业版订单管理系统的研发	43.01				未结项
我打_淘宝版多店聚合打印功能研究与开发	32.38				已结项
我打_抖音版无感同步功能研究与开发	9.11				已结项
我打_快手电子面单接入及分享功能的研发	7.93				已结项
我打_拼多多专业版订单管理系统研发	18.89				未结项
我打_抖音版聚合打印功能研究与开发	11.03				未结项
图片素材综合管理系统 V1.0		199.72	-	-	已结项
营销管理提效系统 V1.0		208.16	-	-	已结项
基于阿里云云码投放平台的店铺粉丝及流量运营系统 V1.0		191.23	-	-	已结项
短信 CRM 发送平台系统 V1.0		266.59	-	-	已结项
售后管家管理系统 V1.0		309.83	-	-	已结项

叮当数据平台 V1.0		222.97	-	-	已结项
商户客户权益管理系统 V1.0		-	347.55	-	已结项
商户私域流量运营管理系统 V1.0		-	147.45	-	已结项
商户抽奖活动运营管理系统 V1.0		-	145.94	-	已结项
商户公域流量运营管理系统 V1.0		-	261.97	-	已结项
水印在线制作和管理系统 2.0		-	279.79	-	已结项
商户热度数据采集与分析系统 V1.0		-	-	157.91	已结项
数据驱动的商家客户运营平台 V1.0		-	-	164.98	已结项
基于商品 SKU 和时间循环周期的促销管理系统 V1.0		-	-	160.34	已结项
客户关系管理系统 V1.0		-	-	172.74	已结项
活动效果分析软件 V2.0		-	-	178.72	已结项
店铺数据分析系统 V1.0		-	-	170.69	已结项
我打_ERP 管理系统的研究与开发		115.32	76.89	-	已结项
我打_快手版订单打印发货管理系统的研发		24.97	31.13	-	已结项
电商多平台订单聚合全链路管理系统的研发	120.58	262.03	48.43	-	未结项
我打联盟快递网点管理系统的研究与开发	20.03	26.69	-	-	未结项
我打_淘工厂版订单打印发货管理系统的研发		33.72	-	-	已结项
我打_微店版订单打印发货管理系统的研发		12.91	-	-	已结项
我打_开放平台订单管理系统的研究与开发	2.43	39.01	-	-	已结项
我打_云打印服务系统的研究与开发	1.53	21.52	-	-	已结项
物流轨迹管理系统的研究与开发	20.74	3.59	-	-	未结项
我打_抖音版订单打印发货管理系统的研发		-	55.85	-	已结项
我打_有赞版订单打印发货管理系统的研发		-	51.95	-	已结项
我打_快递员版微信小程序的研究与开发		-	47.53	-	已结项
爆款商品智能推荐系统		-	99.50	220.39	已结项
多电商平台数据采集		-	103.34	-	已结项
多电商平台商品管理		-	99.38	-	已结项
MCN 机构管理系统		11.03	-	-	已结项
线上保险运营系统开发		11.02	-	-	已结项
垂直电商管理系统		11.03	-	-	已结项
其他费用		-	-	19.64	不适用
合计	953.56	1,971.32	1,796.70	1,245.41	

注：“我打_开放平台订单管理系统”项目与“我打_云打印服务系统”项目于 2022 年 1 月结项。

3.研发投入占营业收入比例与可比公司比较情况

√适用 □不适用

公司	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
爱用科技	27.80%	18.49%	20.32%	24.44%
光云科技	36.21%	29.30%	20.91%	19.23%
平均数(%)	32.01%	23.89%	20.62%	21.84%
发行人(%)	16.93%	16.59%	18.89%	17.89%

科目具体情况及说明:

报告期内,公司研发投入占营业收入的比例分别为17.89%、18.89%、16.59%和16.93%,低于同行业可比公司光云科技和爱用科技,主要原因是:公司实施较为稳健的研发战略,研发项目主要为在现有美折和我打系列产品的基础上进行功能升级或跨平台开发,研发投入的经济效益较好。

4.其他披露事项

无。

5.研发投入总体分析

无。

(七)其他影响损益的科目分析

1.投资收益

√适用 □不适用

单位:万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
权益法核算的长期股权投资收益				
处置长期股权投资产生的投资收益	-	175.01	-	53.31
丧失控制权后,剩余股权按公允价值重新计量产生的利得				
交易性金融资产在持有期间的投资收益				
其他权益工具投资在持有期间取得的股利收入				

债权投资在持有期间取得的利息收入				
其他债权投资在持有期间取得的利息收入				
处置交易性金融资产取得的投资收益				
处置债权投资取得的投资收益				
处置其他债权投资取得的投资收益				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产在持有期间的投资收益				
处置以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产取得的投资收益				
持有至到期投资在持有期间的投资收益				
可供出售金融资产在持有期间的投资收益				
处置可供出售金融资产取得的投资收益				
处置持有至到期投资取得的投资收益				
处置金融工具取得的投资收益	61.21	50.10	135.69	71.39
其中：分类为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产		-22.37	57.26	
理财产品收益	61.21	72.47	78.42	71.39
合计	61.21	225.11	135.69	124.70

科目具体情况及说明：

报告期内，公司投资收益金额分别为 124.70 万元、135.69 万元、225.11 万元和 61.21 万元，主要系公司处置子公司虎正奔、上海蜜葵及理财产品收益产生。

2.公允价值变动收益

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
交易性金融资产	-	-	77.00	47.98
其中：衍生金融工具产生的公允价值变动收益		-	77.00	47.98
交易性金融负债				
按公允价值计量的投资性房地产				
按公允价值计量的生物资产				

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产				
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债				
业绩承诺及奖励款			-233.39	
合计	-	-	-156.40	47.98

科目具体情况及说明：

2019年及2020年，公司公允价值变动收益金额分别为47.98万元及-156.40万元，主要系投资金融理财及收购威海领新股权形成。

3.其他收益

√适用 □不适用

单位：万元

产生其他收益的来源	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
与收益相关的政府补助	14.37	123.27	75.81	28.87
代扣代缴个人所得税手续费返还	2.95	15.88	4.28	0.13
合计	17.31	139.14	80.09	29.00

科目具体情况及说明：

报告期内，公司其他收益金额分别为29.00万元、80.09万元、139.14万元和17.31万元，主要由与收益相关的政府补助构成，政府补助具体明细如下：

单位：万元

补助项目	发放主体	2022年1月-6月	2021年	2020年	2019年	与资产相关/与收益相关
凤凰行动	杭州市西湖区商务局		30.00	-	-	与收益相关
研发补助资金（区）	威海市高区科技创新局		10.49	-	-	与收益相关
研发补助资金（市）	威海市科技局		10.49	-	-	与收益相关
增值税进项税加计扣除	不适用	9.64	20.54	18.45	21.80	与收益相关
高企认定奖励（区）	威海市高区科技创新局		20.00	-	-	与收益相关
研发补助资金（省）	山东省科学技术厅		10.50	-	-	与收益相关
高新补助资金（省）	山东省科学技术厅		10.00	-	-	与收益相关

高企认定奖励 (市)	威海市科学技术局		10.00	-	-	与收益相关
稳岗返还社保费	杭州市就业管理服务中心	2.72	0.83	-	-	与收益相关
小微企业新招	杭州市就业管理服务中心		0.32	-	-	与收益相关
其他	不适用		0.10	-	-	与收益相关
高新企业复工复产补助	浦东新区人民政府		-	25.00	-	与收益相关
研发补助资金	山东省科学技术厅		-	20.98	-	与收益相关
稳岗返还社保费	杭州市就业服务中心		-	4.37	-	与收益相关
高校毕业生社保补贴	杭州市就业服务中心		-	2.67	-	与收益相关
房租补贴	浦东新区财政局		-	2.59	-	与收益相关
以工代训补贴	杭州市职业能力建设指导服务中心促进就业专项资金专户(技能提升)		-	1.65	-	与收益相关
复工复产补贴	不适用		-	0.10	-	与收益相关
园区租房款补助	浦东新区财政局		-	-	7.07	与收益相关
“小升规”企业奖励	威海火炬高技术产业开发区经济发展局	1.50	-	-	-	与收益相关
企业用工补贴	杭州市人力资源和社会保障局	0.50	-	-	-	与收益相关
合计		14.37	123.27	75.81	28.87	

报告期内，公司与收益相关的政府补助分别为 28.87 万元、75.81 万元、123.27 万元和 14.37 万元，政府补助金额占净利润的比重较低，公司经营业绩不存在对政府补助的重大依赖。

4.信用减值损失

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
应收账款坏账损失				
应收票据坏账损失				
其他应收款坏账损失				
应收款项融资减值损失				
长期应收款坏账损失				
债权投资减值损失				
其他债权投资减值损失				
合同资产减值损失				
财务担保合同减值				
坏账损失	-1.13	11.82	-136.86	17.18

合计	-1.13	11.82	-136.86	17.18

科目具体情况及说明：

报告期内，公司信用损失金额分别为 17.18 万元、-136.86 万元、11.82 万元及-1.13 万元，主要由应收款项等金融资产形成的预期损失构成。截至 2020 年末，公司向小圈信息科技（上海）有限公司预付标的公司上海慧仓信息技术有限公司股权收购款合计 100.00 万元，由于交易无法完成且小圈信息科技（上海）有限公司且上海慧仓信息技术有限公司已于 2021 年初注销，公司预计无法收回上述款项，基于谨慎性原则，对上述款项全额计提了坏账准备，故当年信用减值损失金额较大。2022 年上半年，公司信用损失为-1.13 万元，主要系公司应收账款余额减少，坏账提计减少导致。

5.资产减值损失

适用 不适用

6.资产处置收益

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
其中：固定资产处置收益	-	-	-	-
无形资产处置收益	-	-	-	-
持有待售处置组处置收益	-	-	-	-
未划分为持有待售的非流动资产处置收益	-	-	-	-
其中：固定资产处置收益	0.15	1.67	-	-
无形资产处置收益	-	-	-	-
合计	0.15	1.67	-	-

科目具体情况及说明：

报告期内，公司资产处置收益金额较小，主要处置办公用品产生的收益。

7.其他披露事项

无。

8.其他影响损益的科目分析

适用 不适用

四、现金流量分析

(一) 经营活动现金流量分析

1.经营活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
经营活动产生的现金流量：				
销售商品、提供劳务收到的现金	5,078.82	10,503.66	8,231.92	6,360.82
收到的税费返还	-	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	153.41	471.30	356.96	351.94
经营活动现金流入小计	5,232.23	10,974.97	8,588.88	6,712.75
购买商品、接受劳务支付的现金	684.66	1,352.79	906.95	581.15
支付给职工以及为职工支付的现金	1,578.58	2,958.67	2,141.10	1,544.31
支付的各项税费	804.88	1,028.12	831.08	620.86
支付其他与经营活动有关的现金	529.94	218.60	564.50	303.24
经营活动现金流出小计	3,598.06	5,558.18	4,443.64	3,049.56
经营活动产生的现金流量净额	1,634.17	5,416.78	4,145.24	3,663.19

科目具体情况及说明：

无

2.收到的其他与经营活动有关的现金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
政府补助	4.72	102.64	57.36	-
利息收入	1.74	7.53	1.99	96.57
收到房屋租金	129.35	286.97	275.31	247.38
收回押金保证金	2.20	17.35	14.71	0.71
收到应付暂收款	12.45	32.16		
其他	2.95	24.66	7.6	7.28
合计	153.41	471.30	356.96	351.94

科目具体情况及说明：

报告期内，公司收到的其他的与经营活动有关的现金主要为房屋租金、政府补助及利息收

入。

3.支付的其他与经营活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付押金保证金	5.42	9.31	32.16	62.25
费用类支出	187.19	203.53	506.32	240.98
应收暂付款			25.97	
受限银行存款	335.89			
其他	1.45	5.76	0.06	0.01
合计	529.94	218.60	564.50	303.24

科目具体情况及说明：

报告期内，公司支付的与其他经营活动有关的现金主要为日常经营活动中的费用支出和押金保证金支出。

4.经营活动净现金流与净利润的匹配

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
净利润	2,162.07	4,834.24	3,504.20	3,112.32
加：资产减值准备	1.13	-11.82	136.86	-17.18
信用减值损失	-	-	-	-
固定资产折旧、油气资产折 旧、生产性生物资产折旧、投 资性房地产折旧	81.13	165.39	162.36	159.77
使用权资产折旧	61.16	126.47	-	-
无形资产摊销	107.10	225.77	96.42	1.1
长期待摊费用摊销	5.78	5.52	9.11	12.28
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）	-0.15	-1.67	-	-
固定资产报废损失（收益以“-” 号填列）	-	-	-1.14	-
公允价值变动损失（收益以“-” 号填列）	-	-	156.4	-47.98
财务费用（收益以“-”号填列）	3.04	66.84	11.95	-
投资损失（收益以“-”号填列）	-61.21	-225.11	-135.69	-124.7
递延所得税资产减少（增加以 “-”号填列）	-0.47	0.33	-1.36	2.25
递延所得税负债增加（减少以	-	-11.55	4.35	7.2

“-”号填列)				
存货的减少(增加以“-”号填列)	-	-	-	-
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-465.17	41.30	-20.06	470.18
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	-260.23	201.07	221.83	87.94
其他	-	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	1,634.17	5,416.78	4,145.24	3,663.19

5.其他披露事项

报告期内，公司净利润分别为 3,112.32 万元、3,504.20 万元、4,834.24 万元和 2,162.07 万元，公司各期经营活动现金流量净额分别为 3,663.19 万元、4,145.24 万元、5,416.78 万元和 1,634.17 万元，各期净利润与经营活动产生的现金净流量的差额分别为-550.87 万元、-641.04 万元、-582.54 万元和 527.90 万元，主要系折旧与摊销费用等非付现成本及经营性往来项目变动影响。

6.经营活动现金流量分析

报告期内，公司经营活动产生的现金流量净额分别为 3,663.19 万元、4,145.24 万元、5,416.78 万元和 1,634.17 万元，2019 年至 2021 年呈现增长趋势，主要系随着公司主营业务规模逐步扩大，经营性现金流量净额亦相应增长；2022 年上半年，经营活动现金净流量下降较为明显，主要系公司银行存款由于未及时更新公司工商信息而使用受限，导致经营性应收的项目大幅增加。

(二) 投资活动现金流量分析

1.投资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022 年 1 月—6 月	2021 年度	2020 年度	2019 年度
投资活动产生的现金流量：				
收回投资收到的现金	-	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	13.49	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	0.22	3.31	1.39	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	81.30	-	33.53
收到其他与投资活动有关的现金	61.21	6,542.10	12,993.88	23,051.39
投资活动现金流入小计	61.43	6,626.70	13,008.75	23,084.92
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	23.76	10.84	81.16	88.47
投资支付的现金	-	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付	-	3,233.40	5,901.15	-

的现金净额				
支付其他与投资活动有关的现金	2,965.65	6,325.03	10,111.66	25,664.70
投资活动现金流出小计	2,989.41	9,569.26	16,093.96	25,753.17
投资活动产生的现金流量净额	-2,927.98	-2,942.57	-3,085.21	-2,668.25

科目具体情况及说明：

无

2.收到的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
赎回理财产品本金及收益	61.21	5,487.47	9,902.42	14,551.39
赎回私募基金本金及收益		1,054.63	3,091.45	
结构性存款				8,500
合计	61.21	6,542.10	12,993.88	23,051.39

科目具体情况及说明：

报告期内，公司收到的其他与投资活动有关的现金主要为到期赎回的理财产品、私募基金本金及收益、结构性存款。

3.支付的其他与投资活动有关的现金

√适用 □不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
购买理财产品	2,965.65	6,325.03	9,111.66	1,817.00
购买私募基金			1,000.00	2,999.70
结构性存款				4,500.00
合计	2,965.65	6,325.03	10,111.66	25,664.70

科目具体情况及说明：

报告期内，公司支付的其他与投资活动有关的现金主要为购买的理财产品、私募基金及结构性存款等产品支出。

4.其他披露事项

无。

5.投资活动现金流量分析：

报告期内，公司投资活动产生的现金流量净额分别为-2,668.25万元、-3,085.21万元、-2,942.57万元和-2,927.98万元。2019年投资活动产生的现金净流量为负，主要系公司投资理财产品所致；2020年、2021年及2022年上半年投资活动产生的现金净流量为负，主要系公司支付标的公司威海领新股权收购款所致。

（三）筹资活动现金流量分析

1.筹资活动现金流量情况

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
筹资活动产生的现金流量：				
吸收投资收到的现金		1,883.00	-	4.00
取得借款收到的现金		1,999.00	999.00	-
发行债券收到的现金		-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金		-	-	-
筹资活动现金流入小计		3,882.00	999.00	4.00
偿还债务支付的现金	999.00	1,999.00	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	1.69	1,558.38	1,705.84	2,001.00
支付其他与筹资活动有关的现金	46.61	121.36	-	-
筹资活动现金流出小计	1,047.30	3,678.74	1,705.84	2,001.00
筹资活动产生的现金流量净额	-1,047.30	203.26	-706.84	-1,997.00

科目具体情况及说明：

无

2.收到的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

3.支付的其他与筹资活动有关的现金

适用 不适用

单位：万元

项目	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
支付股份定向发行验资费用		8.00		
支付房屋租赁费	46.61	113.36		
合计	46.61	121.36	-	-

科目具体情况及说明：

报告期内，公司支付的其他与筹资活动有关的现金主要为支付的房屋租赁费。

4.其他披露事项

无。

5.筹资活动现金流量分析：

报告期内，公司筹资活动产生的现金流量净额分别为-1,997.00万元、-706.84万元、203.26万元和-1,047.30万元；其中，2019年及2020年，公司筹资活动现金流量净额均为负数，主要系公司当期向全体股东进行现金分红所致；2021年，公司筹资活动现金流量净额转为正数，主要系当期公司进行了定向发行股票融资所致；2022年上半年，公司筹资活动现金流量净额为负数，主要系公司偿还银行借款所致。

五、资本性支出

1、报告期内的重大资本性支出情况

报告期内，公司重大资本性支出主要系非同一控制下收购了威海领新信息技术有限公司100%股权，该收购对公司主要业务和经营成果的影响详见本招股说明书之“第四节 发行人基本情况”之“二、发行人挂牌期间的基本情况”之“（六）报告期内重大资产重组情况”之相关内容。

2、未来可预见的重大资本性支出计划及资金需求量

截至本招股说明书签署日，除本次公开发行募集资金投资项目外，公司无未来可预见的重大资本性支出计划。本次公开发行募集资金投资项目的审议及资金需求量等情况，详见本招股说明书“第九节 募集资金运用”之相关内容。

六、税项

(一) 主要税种及税率

税种	计税依据	税率			
		2022年 1月—6 月	2021年度	2020年度	2019年度
增值税	以按税法规定计算的销售货物和应税劳务收入为基础计算销项税额，扣除当期允许抵扣的进项税额后，差额部分为应交增值税	6%	6%	6%	6%
消费税	-	-	-	-	-
教育费附加	实际缴纳的流转税税额	3%	3%	3%	3%
城市维护建设税	实际缴纳的流转税税额	7%	7%	7%	7%
企业所得税	应纳税所得额	15%、 20%、 25%	12.5%、 15%、 20%、25%	12.5%、 15%、 20%、25%	12.5%、 15%、 20%、25%
房产税	按房产原值一次减除30%后余值的1.2%计缴	1.2%、12%	1.2%、12%	1.2%、12%	1.2%、12%
地方教育附加	实际缴纳的流转税税额	2%	2%	2%	2%

存在不同企业所得税税率纳税主体的说明：

适用 不适用

纳税主体名称	所得税税率			
	2022年1月—6月	2021年度	2020年度	2019年度
杭州美登科技股份有限公司	15%	15%	15%	12.5%
威海领新信息技术有限公司	15%	12.5%	12.5%	-
杭州一登科技有限公司	20%	20%	20%	20%
杭州海登科技有限公司	20%	20%	20%	-
威海来金信息技术有限公司	20%	25%	25%	-
上海云擎供应链管理有限公司	-	-	25%	-
上海虎正奔信息科技有限公司	-	-	15%	15%
海尚科技有限公司	25%	25%	-	-

具体情况及说明：

2019年，威海领新及威海来金尚未纳入合并报表范围，杭州海登尚未注册成立。

(二) 税收优惠

适用 不适用

公司及其子公司在报告期内享受的税收优惠具体情况如下：

1、根据《国家税务总局关于执行软件企业所得税优惠政策有关问题的公告》，2019年，美登科技作为软件企业享受所得税税率 12.5%的优惠政策；根据《中华人民共和国企业所得税法》，2020、2021年及 2022 年上半年，美登科技作为高新技术企业享受所得税税率 15%的优惠政策；

2、根据《国家税务总局关于执行软件企业所得税优惠政策有关问题的公告》，2020年及 2021年，威海领新作为软件企业享受所得税税率 12.5%的优惠政策；2022 年上半年，威海领新作为高新技术企业享受所得税税率为 15%的优惠政策。

3、根据《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性税收减免政策的通知》，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，减按 25%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税；对年应纳税所得额超过 100 万元但不超过 300 万元的部分，减按 50%计入应纳税所得额，按 20%的税率缴纳企业所得税。根据《财政部税务总局关于实施小微企业和个体工商户所得税优惠政策的公告》，自 2021 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日，对小型微利企业年应纳税所得额不超过 100 万元的部分，在《财政部税务总局关于实施小微企业普惠性 税收减免政策的通知》第二条规定的优惠政策基础上，再减半征收企业所得税。报告期内，杭州一登、杭州海登企业所得税税率为 20%。

（三）其他披露事项

无

七、会计政策、估计变更及会计差错

（一）会计政策变更

适用 不适用

1.会计政策变更基本情况

单位：万元

期间/时点	会计政策变更的内容	审批程序	受影响的报表项目名称	原政策下的账面价值	新政策下的账面价值	影响金额
2022 年	《企业会计准则解释第 15 号》的相关内容	系法律法规要求的变更，不涉及内部审议程序	无			
2021 年	新租赁准则	系法律法规要求的变更，不涉及	详见本节“2.首次执行新金融工具准则、新收入准则、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”			

		内部审议程序	
2020年	新收入准则	系法律法规要求的变更,不涉及内部审议程序	详见本节“2.首次执行新金融工具准则、新收入准则、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”
2019年	新金融工具准则	系法律法规要求的变更,不涉及内部审议程序	详见本节“2.首次执行新金融工具准则、新收入准则、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”

具体情况及说明:

公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。

公司自2020年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第14号——收入》(以下简称新收入准则)。

公司自2021年1月1日起执行经修订的《企业会计准则第21号——租赁》(以下简称新租赁准则)。

公司自2022年1月1日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第15号》“关于企业将固定资产达到预定可使用状态前或者研发过程中产出的产品或副产品对外销售的会计处理”规定,该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

公司自2022年1月1日起执行财政部颁布的《企业会计准则解释第15号》“关于亏损合同的判断”规定,该项会计政策变更对公司财务报表无影响。

2.首次执行新金融工具准则、新收入准则、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

√适用 □不适用

(1) 首次执行新金融工具准则调整首次执行当年年初财务报表项目相关情况

公司自2019年1月1日起执行财政部修订后的《企业会计准则第22号——金融工具确认和计量》《企业会计准则第23号——金融资产转移》《企业会计准则第24号——套期保值》以及《企业会计准则第37号——金融工具列报》(以下简称新金融工具准则)。根据相关新旧准则衔接规定,对可比期间信息不予调整,首次执行日执行新准则与原准则的差异追溯调整本报告期期初留存收

益或其他综合收益。执行新金融工具准则对公司 2019 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2018 年 12 月 31 日	新金融工具准则调整影响	2019 年 1 月 1 日
其他流动资产	203.75	-50.00	153.75
交易性金融资产	-	50.00	50.00

(2) 首次执行新收入准则调整首次执行当年年初财务报表相关项目情况

公司自 2020 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 14 号——收入》(以下简称新收入准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。执行新收入准则对公司 2020 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2019 年 12 月 31 日	新收入准则调整影响	2020 年 1 月 1 日
预收款项	246.23	-120.69	125.54
合同负债	-	113.86	113.86
其他流动负债	-	6.83	6.83

(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

公司自 2021 年 1 月 1 日起执行财政部修订后的《企业会计准则第 21 号——租赁》(以下简称新租赁准则)。根据相关新旧准则衔接规定，对可比期间信息不予调整，首次执行日执行新准则的累积影响数追溯调整本报告期期初留存收益及财务报表其他相关项目金额。执行新租赁准则对公司 2021 年 1 月 1 日财务报表的主要影响如下：

单位：万元

项目	资产负债表		
	2020 年 12 月 31 日	新租赁准则调整影响	2021 年 1 月 1 日
其他流动资产	87.48	-42.42	45.06
使用权资产	-	275.97	275.97
租赁负债	-	242.36	242.36
未分配利润	5,086.68	-7.99	5,078.68
盈余公积	1,422.47	-0.81	1,421.66

(二) 会计估计变更

适用 不适用

(三) 会计差错更正

适用 不适用

1. 追溯重述法

适用 不适用

单位：万元

期间	会计差错更正的内容	批准程序	受影响的各个比较期间报表项目名称	累积影响数
2019年、2020年	(1) 房租及物业费归集调整以及研发费用归集调整 (2) 现金流量表数据列报调整	经 2022 年 3 月 29 日第二届董事会第十三次会议和 2022 年 4 月 20 日召开的 2021 年年度股东大会审议通过	详见具体情况及说明	

具体情况及说明：

公司于 2022 年 1-2 月发现了以下前期会计差错，经公司第二届第十三次董事会审议后，同意更正，并对以前年度财务报表予以追溯重述。

1、重要前期事项差错及更正情况

(1) 利润表数据列报调整

公司以前年度对房租采用简单处理方式，全额计入当期管理费用。2021 年为更加科学合理管理和划分各部门职责，拟将房租费按各部门人员数量予以分摊，并追溯可比年度，2019 年调增营业成本 22.23 万元、研发费用 53.75 万元、销售费用 7.68 万元，相应调减管理费用 83.66 万元；2020 年调增营业成本 18.98 万元、研发费用 60.76 万元、销售费用 9.67 万元，相应调减管理费用 89.41 万元；

公司以前年度对部分研发人员薪酬采用简单处理方式，全额计入当期研发费用。2021 年为更加科学合理管理和划分各部门职责，拟将部分研发人员薪酬按受益对象予以分摊，并追溯可比年度，2019 年调增营业成本 4.86 万元，相应调减研发费用 4.86 万元；2020 年调增营业成本 25.70 万元，相应调减研发费用 25.70 万元；

上述调整对可比会计期间的年初未分配利润影响为 0 万元，对各期损益影响影响为 0 万元。

(2) 现金流量表数据列报调整

按员工实际部门、工作职责将房屋租赁费及人员工资薪酬分摊至销售费用、管理费用、研发费用、主营业务成本，2019 年调增购买商品、接受劳务支付的现金 22.23 万元，相应调减支付其他

与经营活动有关的现金 22.23 万元；2020 年调增购买商品、接受劳务支付的现金 18.98 万元，相应调减支付其他与经营活动有关的现金 18.98 万元。

将董事会费由管理费用——职工薪酬调整至管理费用——董事会费进行披露，2019 年及 2020 年均调增支付其他与经营活动有关的现金 21.60 万元，相应调减支付给职工以及为职工支付的现金 21.60 万元。

2、重要前期差错更正事项对公司经营成果和现金流量的影响

(1) 对合并利润表的影响

1) 2019 年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
营业成本	1,937.69	27.08	1,964.78
销售费用	94.87	7.68	102.55
管理费用	536.64	-83.66	452.98
研发费用	1,196.51	48.90	1,245.41

2) 2020 年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
营业成本	2,640.08	44.68	2,684.75
销售费用	179.80	9.67	189.46
管理费用	878.07	-89.41	788.66
研发费用	1,761.63	35.07	1,796.70

(2) 对母公司利润表的影响

1) 2019 年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
营业成本	2,157.04	25.97	2,183.02
销售费用	93.98	7.68	101.66
管理费用	503.28	-82.55	420.73
研发费用	956.48	48.90	1,005.38

2) 2020年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
营业成本	2,286.76	26.36	2,313.12
销售费用	123.79	8.21	132.01
管理费用	677.27	-87.06	590.22
研发费用	1,130.21	52.49	1,182.70

(3) 对合并现金流量表的影响

1) 2019年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
购买商品、接受劳务支付的现金	558.92	22.23	581.15
支付给职工以及为职工支付的现金	1,565.91	-21.60	1,544.31
支付其他与经营活动有关的现金	303.87	-0.63	303.24

2) 2020年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
购买商品、接受劳务支付的现金	887.97	18.98	906.95
支付给职工以及为职工支付的现金	2,162.70	-21.60	2,141.10
支付其他与经营活动有关的现金	561.88	2.62	564.50

(4) 对母公司现金流量表的影响

1) 2019年

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
购买商品、接受劳务支付的现金	815.80	21.12	836.91
支付给职工以及为职工支付的现金	1,315.19	-21.60	1,293.59
支付其他与经营活动有关的现金	277.84	0.48	278.32

2) 2020年度

单位：万元

项目	调整前金额	调整金额	调整后金额
----	-------	------	-------

购买商品、接受劳务支付的现金	911.88	16.43	928.30
支付给职工以及为职工支付的现金	1,528.41	-21.60	1,506.81
支付其他与经营活动有关的现金	489.21	5.17	494.38

(5) 前期会计差错对比较期间财务报表主要数据的影响如下:

单位: 万元

项目	2019年12月31日和2019年年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	12,249.34	-	12,249.34	-
负债合计	770.18	-	770.18	-
未分配利润	3,304.26	-	3,304.26	-
归属于母公司所有者权益合计	11,484.54	-	11,484.54	-
少数股东权益	-5.38	-	-5.38	-
所有者权益合计	11,479.16	-	11,479.16	-
营业收入	6,962.37	-	6,962.37	-
净利润	3,112.32	-	3,112.32	-
其中: 归属于母公司所有者的净利润	3,125.02	-	3,125.02	-
少数股东损益	-12.70	-	-12.70	-
项目	2020年12月31日和2020年度			
	调整前	影响数	调整后	影响比例
资产总计	19,052.44	-	19,052.44	-
负债合计	5,570.30	-	5,570.30	-
未分配利润	5,086.68	-	5,086.68	-
归属于母公司所有者权益合计	13,491.05	-	13,491.05	-
少数股东权益	-8.91	-	-8.91	-
所有者权益合计	13,482.14	-	13,482.14	-
营业收入	9,510.02	-	9,510.02	-
净利润	3,504.20	-	3,504.20	-
其中: 归属于母公司所有者的净利润	3,506.66	-	3,506.66	-
少数股东损益	-2.46	-	-2.46	-

2. 未来适用法

适用 不适用

八、发行人资产负债表日后事项、或有事项及其他重要事项

(一) 财务报告审计截止日后主要财务信息及经营状况

√适用 □不适用

1、会计师事务所的审阅意见

公司审计基准日为 2022 年 6 月 30 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）对公司 2022 年 9 月 30 日的合并及母公司资产负债表，2022 年 1-9 月的合并及母公司利润表、合并及母公司现金流量表及相关服务报表附注进行审阅，并出具了天健审（2022）10264 号审阅报告，审阅意见如下：

“根据我们的审阅，我们没有注意到任何事项使我们相信财务报表没有按照企业会计准则的规定编制，未能在所有重大方面公允反映美登科技公司的合并及母公司财务状况、经营成果和现金流量。”

2、发行人的专项声明

公司及全体董事、监事、高级管理人员保证公司 2022 年 1-9 月财务报告所载资料不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性及完整性承担个别及连带责任。公司负责人、主管会计工作负责人及会计机构负责人保证公司 2022 年 1-9 月财务报表真实、准确、完整。

3、财务报告审计基准日后主要财务信息

公司 2022 年 1-9 月经审阅的主要经营数据如下：

单位：万元

项目	2022 年 9 月 30 日	2021 年 12 月 31 日
资产总额	23,150.16	21,227.62
负债总额	1,273.08	2,534.41
所有者权益合计	21,877.09	18,693.21
归属于母公司所有者权益合计	21,877.09	18,693.21

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月
营业收入	8,410.53	8,707.67
营业利润	3,587.07	4,199.79
利润总额	3,585.70	4,195.51
净利润	3,183.88	3,717.33
归属于母公司股东净利润	3,183.88	3,719.05
归属于母公司股东扣非后净利润	3,088.27	3,477.98
经营活动产生现金流量净额	2,802.03	3,473.03

公司 2022 年 1-9 月经审阅的非经常性损益情况如下：

单位：万元

项目	2022 年 1-9 月	2021 年 1-9 月
非流动资产处置损益，包括已计提资产减值准备的冲销部分	0.09	1.67
股权处置收益	-	175.01
计入当期损益的政府补助（与公司正常经营业务密切相关，符合国家政策规定、按照一定标准定额或定量持续享受的政府补助除外）	23.86	45.49
委托他人投资或管理资产的损益	86.92	28.87
除上述各项之外的其他营业外收入和支出	-1.37	-4.28
其他符合非经常性损益定义的损益项目	2.95	15.88
小计	112.46	262.63
减：所得税费用（所得税费用减少以“-”表示）	16.85	21.56
少数股东损益（税后）	-	-
公司股东的非经常性损益净额	95.61	241.07

4、财务报告审计基准日后主要财务变动分析

（1）资产质量分析

截至 2022 年 9 月 30 日，公司资产总额为 23,150.16 万元，较上年末增长 9.06%；负债总额为 1,273.08 万元，较上年末下降 49.77%，资产规模有所增长，负债规模快速下滑，主要系公司经营状况较好，归还银行借款，优化资本结构。

（2）经营成果分析

2022 年 1-9 月，公司营业收入为 8,410.53 万元，较上年同期下降 3.41%；归属于母公司股东净利润 3,183.88 万元，较上年同期下降 14.39%，主要系公司收入受疫情影响有所下滑，此外公司聘请中介机构费用支出增加及投资收益减少导致。

（3）非经常性损益情况

2022 年 1-9 月，公司非经常性损益净额为 95.61 万元，占公司净利润比重较低，公司经营业绩对非经常性损益不构成依赖。

5、财务报告审计基准日后主要经营状况

财务报告审计基准日至招股说明书签署日，公司经营状况正常，经营业绩良好，在经营模式、主要经营平台及供应商的构成，税收政策等方面未发生重大变化，亦未发生其他可能影响投资者判断的重大事项。

基于公司目前的经营状况、市场环境及在手订单，经初步测算，预计公司 2022 年的经营业绩情况如下：

单位：万元

项目	2022 年	2021 年	变动比例
营业收入	11,203.62-11,318.64	11,881.34	-4.74%--5.70%
归属于母公司股东的净利润	4,004.51-4,080.01	4,835.95	-15.63%--17.19%
扣非后归属于母公司股东净利润	3,888.40-3,963.90	4,509.84	-12.11%--13.78%

预计 2022 年公司可实现营业收入 11,203.62 万元至 11,318.64 万元，与上年同期相比下降 4.74%至 5.70%；预计 2022 年可实现归属于母公司股东净利润 4,004.51 至 4,080.01 万元，与上年同期相比下降 15.63%至 17.19%；预计 2022 年可实现扣非后归属于母公司股东净利润 3,888.40 至 3,963.90 万元，与上年同期相比下降 12.11%至 13.78%。

上述 2022 年业绩预计中的相关财务数据是公司初步测算的结果，不构成公司的盈利预测或业绩承诺。

（二）重大期后事项

适用 不适用

（三）或有事项

适用 不适用

（四）其他重要事项

适用 不适用

九、滚存利润披露

适用 不适用

经公司第二届董事会第十四次会议和 2022 年第二次临时股东大会审议通过，公司向不特定合格投资者公开发行股票前的滚存利润由本次发行完成后的新老股东按发行后的持股比例共享。

第九节募集资金运用

一、募集资金概况

(一) 募集资金投资项目的投资安排

根据公司 2022 年 5 月 12 日召开的第二届董事会第十四次会议及 2022 年 5 月 30 日召开的 2022 年第二次临时股东大会审议通过的《关于公司申请向不特定合格投资者公开发行股票并在北京证券交易所上市的议案》，本次申请公开发行股票数量不超过 1,032.00 万股（含本数），募集资金扣除发行费用后全部用于如下项目：

序号	项目名称	拟使用募集资金 (万元)	建设期 (月)	项目备案机关	备案文号
1	电商软件产品 优化升级项目	18,625.00	36	-	-
2	研发中心建设 项目	7,958.00	36	-	-
合计		26,583.00	-	-	-

在募集资金到位前，公司将根据募投项目的实施情况和付款进度，以自筹资金支付项目款项。募集资金到位后，公司将使用募集资金置换上述项目中预先投入的自筹资金。

若实际募集资金净额低于项目投资金额，资金不足部分由公司自筹解决；若实际募集资金净额超过项目投资金额，则多余的募集资金将用于补充公司其他与主营业务相关的营运资金。

(二) 募集资金管理制度

为规范公司对募集资金的管理和使用，提高公司募集资金使用效益，切实保护广大投资者的利益，公司制定了上市后适用的《募集资金管理制度》，内容包括募集资金专户存储、募集资金使用、募集资金用途变更和募集资金管理与监督四个部分，主要概括如下：

1、募集资金专户存储：本次发行完成后，公司将实行募集资金专户存储，将募集资金存放于经董事会批准设立的专项账户集中管理。同时，公司将在证券交易所规定时间内与保荐机构及存管银行签订三方监管协议。

2、募集资金使用：公司应当按照发行申请文件中承诺的募集资金投资计划使用募集资金。募集资金支出必须严格按照公司资金管理的相关制度的规定，履行审批手续。

3、募集资金用途变更：公司董事会应当审慎地进行拟变更后的新募集资金投资项目的可行性分析，确信投资项目具有较好的市场前景和盈利能力。且应当在公司董事会和股东大会审议通过变更募集资金用途议案后，方可变更募集资金用途。

4、募集资金管理和监督：公司董事会应当每半年度全面核查募投项目的进展情况，对募集资

金的存放与使用情况出具自查报告，并经董事会和监事会审议通过。年度审计时，公司应当聘请会计师事务所对募集资金存放与使用情况出具鉴证报告，并于披露年度报告时向交易所提交并披露。独立董事、董事会及监事会应当持续关注募集资金实际管理与使用情况。

（三）募集资金投资项目对公司独立性及同业竞争情况的影响

本次募投项目是公司围绕主营业务，根据市场需求以及公司目前的业务发展现状与特点确定的。募集资金投资方向符合行业发展趋势和国家政策导向，有利于增强公司主营业务盈利能力，巩固和提高公司在行业中的竞争优势，进一步提高公司的市场竞争力和抵御风险能力。

本次募集资金投资项目的实施不会导致发行人与控股股东及其下属企业之间产生同业竞争，亦不会对公司的独立性产生不利影响。

二、募集资金运用情况

（一）电商软件产品优化升级项目

1、项目简介

本项目的实施主体为美登科技。项目总投资额为 18,625.00 万元，建设期为 36 个月。本项目为公司对现有的电商软件产品进行优化升级，具体包括：美折系列各产品升级、我打系列产品升级。本项目涉及的升级内容如下：

序号	产品名称	拟升级内容
1	美折系列产品升级	1、强化产品核心服务能力。提升美折的数据分析处理能力、图片、视频处理能力、提供数字营销解决方案的能力； 2、覆盖多平台的不同营销场景。
2	我打系列产品升级	1、横向覆盖更多打单发货场景； 2、纵向覆盖交易中打单发货的上下游环节。

2、项目建设的必要性

（1）适应市场规模的提升

电商服务市场规模的不断提升，促进了公司业务的发展，但是电商服务市场竞争环境也愈发激烈，为在规模不断提升的市场和激烈竞争的环境中保持领先的市场地位，公司需要不断增强服务能力和扩大业务规模。

受益于社交电商、跨境电商、移动端购物快速发展以及微店商家快速增长等因素的影响，近年来我国电商平台的用户规模快速增长。根据中商情报网的报告，“2021 年第二季度，头部电商用户规模仍保持增长。拼多多的活跃用户规模在四大电商中最多，为 8.5 亿人，其次分别为阿里巴巴（8.28 亿人）及京东（5.32 亿人）。环比净增长最多的是京东，达到 3,210 万人其次为拼多多

（2,610 万人）及阿里巴巴（1,700 万人）。三大头部电商在高基数下依旧保持强劲增长”。

随着电商平台用户规模的增长，电商市场竞争环境愈显激烈，电商商家对于 SaaS 软件的付费意愿逐步增高。电商 SaaS 已成为大型商家的标准配置，对于中型与小型企业而言电商 SaaS 的渗透率分别为 99%和 84%，这一占比在小微企业中最少为 48%。未来随着小微企业实现规模扩张，对 SaaS 的需求和相应的预算也随之上升，为我国电商 SaaS 市场规模创造新的增量。

随着电子商务市场的不断发展，电子商务服务业也被赋予更高的要求。受电商商家数量的增长、付费电商服务渗透率的提升、多层次个性化消费趋向以及新兴电商平台的兴起等因素的影响，电商服务市场的市场规模随之扩大，继而对公司能否适应市场变化，保持优势竞争地位提出了要求。

（2）丰富产品功能，增加品牌价值，提升客户体验

历经多年发展，在电商 SaaS 软件领域公司推出了美折软件、我打软件具有相当市场竞争力的产品，在电商商家中率先形成了一定的客户基础及行业认可度。同时，随着我国电商 SaaS 软件行业的快速发展，行业内竞争对手充分发挥其自身优势，推出形式多样的产品。目前，虽然公司作为行业中的先发企业逐渐形成一定的市场壁垒，但随着市场竞争日趋激烈，公司必须在未来持续丰富产品功能、增加品牌价值、提升客户体验，以便在后续的市场竞争中，公司仍然能保持一定的优势地位。

（3）适应新技术新模式新业态的发展，提升公司核心竞争力

为适应云计算、大数据、人工智能等新兴技术的发展应用，提高产品的竞争力，现有的公司产品必须与新技术深度融合，新技术的产生将使得 SaaS 企业能够以更低廉的成本，更快速地为下游商家提供功能更为丰富、使用体验更佳软件产品与服务。

随着智能移动端处理能力的提升，为电商 SaaS 行业提供了新的使用场景，移动业务处理和场景支持提升了下游电商商家的覆盖率和产品竞争力。公司将大力推进现有产品与移动技术相结合，同时将密切关注定制、体验、智能、时尚消费等新模式新业态的发展，开发出满足用户多层次需求的产品及服务，进一步提升公司核心竞争力。

（4）不断满足客户需求，提供多元化、精细化软件服务

近年，我国的电子商务行业继货架电商模式后，兴趣电商、信任电商等新型电商业态模式快速发展，电子商务行业呈现多元化发展趋势，该趋势下客户产生了多样化的运营管理需求，继而对公司软件服务提出了更高的要求。公司需要密切关注广大客户的需求升级，提供多元化、精细化的软件服务，保证能够在多平台、跨平台的行业格局中保持技术与市场的领先地位。

3、项目建设的可行性

（1）宏观政策为项目实施提供基础支持

本募投项目符合国家产业政策和法律、法规、行政法规的规定。

近年来，政府推出一系列鼓励政策，为行业创新尤其是电商行业创新构建了有序的发展环境。《中华人民共和国电子商务法》保障电子商务各方主体的合法权益，规范电子商务行为，维护市场秩序，促进电子商务持续健康发展。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》指出充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式，壮大经济发展新引擎。此外，包括商务部、中央网信办和发改委《“十四五”电子商务发展规划》在内的产业政策对探索构建商业科技全链路应用体系，支持电子商务企业加大商业科技研发投入，提高运营管理效率，创新用户场景，提升商贸领域网络化、数字化、智能化水平指明了方向，构筑经济社会发展新优势和新动能的重要举措。

电商软件产品优化升级项目旨在提升公司产品对电商商家的服务能力，使公司产品适应电商SaaS行业不断扩大的内在需求，帮助电商商家提升经营效率，驱动传统零售行业的模式与运营创新，与宏观政策方向相契合，这有效保障了项目的可行性。

(2) 行业持续增长为募投项目创造良好前景

随着互联网基础设施的完善以及移动智能终端的应用和普及，近几年，我国电子商务行业发展迅猛，对社会经济的影响不断深入，已逐渐成为国家经济发展的新动力。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）的数据显示，截至2022年6月，我国网络购物用户规模达8.41亿，占网民整体的80.0%。近年来，随着电商行业的蓬勃发展，地域网络消费鸿沟进一步缩小，助力我国经济形成国内国际双循环发展新格局。2022年上半年，网络消费在消费中占比持续提升。其中，食品、日用品等品类的网络消费表现较为突出。数据显示，2022年上半年全国网上零售额6.3万亿元，同比增长3.1%。其中，实物商品网上零售额5.45万亿元，增长5.6%，占社会消费品零售总额的比重为25.9%，较去年同期提升2.2个百分点。

2022年上半年网络消费在品类和渠道上均呈现出新发展特征。一是食品等必需品网购消费表现突出。数据显示，上半年实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长15.7%、2.4%和5.1%；食品饮料、日用品网购消费支出增长的用户，分别占网购用户的22.6%和29.0%。二是网络消费渠道多元化特征明显。随着越来越多互联网平台涉足电商业务，网购用户的线上消费渠道逐步从淘宝、京东等传统电商平台向短视频、社区团购、社交平台扩散。2022年上半年只在传统电商平台消费的用户占网购用户的比例为27.3%，在短视频直播、生鲜电商、社区团购及微信等平台进行网购消费的用户比例分别为49.7%、37.2%、32.4%和19.6%。

网购人群基本盘扩展，地域消费差异显著缩小。从2017年6月到2021年6月，网络购物使用率省间差异极值由33.80%降至20.20%，缩小13.6个百分点。集信息流、资金流、物流于一体的电商平台使得企业、个人参与线上交易的程度持续加深，带动了我国电子商务市场规模稳健增长。

目前，我国已经成为全球规模最大、发展速度最快的电子商务市场。

因此，从行业前景与市场潜力的角度上来看，电商软件产品优化升级项目具备客观可行性。

(3) 领先的市场地位为项目实施提供保障

公司是国内较早从事电商 SaaS 软件开发及销售的服务商之一，公司在电商商家中率先形成了一定的客户基础及行业认可度。经过多年发展，“美折”、“我打”已成为行业内的知名产品，在用户群体中形成了较好的市场口碑，具有较高的市场地位。因此，基于公司领先的市场地位，该项目具有可行性。

4、项目投资金额概算

本项目拟募集资金总额为 18,625.00 万元，具体情况如下：

序号	工程或费用名称	金额（万元）	占比
一	工程费用	7,450.00	40.00%
1	软硬件投入	5,230.00	28.08%
2	场地投入	2,220.00	11.92%
二	工程建设其他费用	9,112.00	48.92%
1	研究开发费用	7,418.00	39.83%
2	运营拓展费用	1,694.00	9.10%
三	预备费	1,410.00	7.57%
四	铺底流动资金	653.00	3.51%
合计		18,625.00	100.00%

5、项目选址情况

本项目的实施地点为杭州市西湖区紫荆花北路 188 号 4 幢 5 层 502 室。

6、募投项目审批备案及环评情况

2022 年 4 月 28 日，公司就“电商软件产品优化升级项目”向杭州市西湖区发展改革和经济信息化局提出了投资备案申请。2022 年 4 月 29 日，杭州市西湖区发展改革和经济信息化局进行了批示“根据国家发改委《企业投资项目核准和备案管理办法》（2017 年 2 号令）、《浙江省企业投资项目核准和备案暂行办法》（浙改办发〔2015〕73 号）、《政府核准的投资项目目录》（浙江省 2017 年本）等相关规定，该项目未列入投资项目核准目录，且不属于固定资产投资基本建设项目，无需办理固定资产投资项目核准或备案手续”，故本项目无需办理投资备案。

本项目属于软件开发项目，不涉及土建工程，主要的污染物有生活废水、生活垃圾等，经过采取有效的措施后，对环境基本无影响，不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》（环境保护部令第 16 号）规定的建设项目，无需办理环境影响评价审批手续。

7、项目进展和预计建设周期

本项目建设期为三年，建设期第一年主要进行场地装修、软硬件开发工具采购与调试、人员培训等前期准备工作，为产品的开发与实施进行研发环境的准备。建设期第二年与第三年为开发期，在新开发环境中进行产品与技术的开发与试用。项目实施进度如下表所示：

序号	项目阶段	建设期第 1 年			建设期第 2 年			建设期第 3 年		
1	建筑工程配套与装修	■	■	■						
2	软硬件开发工具采购与调试			■	■					
3	人员培训			■	■					
4	开发环境测试				■	■				
5	系统开发				■	■	■	■	■	■
6	系统试运行						■	■	■	■

8、环保情况

本项目对环境的影响较小。本项目在实施过程中仅有少量生活用水经处理后排放；本项目实施中不产生有害气体，不会污染环境；本项目不产生废料、废物；本项目产生的噪声主要为机房电脑服务器产生的噪声，噪声较小，符合环保规定。同时，在建筑设计时充分考虑吸音材料，最大限度的降低噪声，改善操作人员的工作环境。

公司对项目建设及运营中环境保护措施如下：

(1) 废水

生活污水经化粪池处理后由排水管道排至城市污水管网。

(2) 固体废物

固体废物包括生活垃圾、包装废弃物及其他废品等。处理方式如下：

生活垃圾集中后定期由环卫部门清理运走；一般包装废弃物和其他废品经物资公司回收利用。经以上方法处理固体废弃物后，不会对周围环境造成不良影响。

9、预期收益情况

(1) 相关假设

1) 项目计算期

本项目建设期为 3 年，第 4 年投产并达到生产负荷的 75.89%，第 8 年及以后达产 100%。

2) 税金、附加及所得税

①增值税：服务收入 6%；

②城市维护建设税：应缴增值税的 7%；

③教育费附加及地方教育税附加：应缴增值税的 5%；

④企业所得税：15%（高新技术企业）；

（2）具体测算过程

1) 营业收入估算

单位：万元

序号	产品	T+3 年	T+4 年	T+5 年	T+6 年	T+7 年
1	美折	8,168.00	8,903.00	9,615.00	10,288.00	10,763.00
2	我打	7,640.00	8,328.00	8,994.00	9,623.00	10,068.00
3	其他	1,588.00	1,731.00	1,869.00	2,000.00	2,092.00
合计		17,396.00	18,962.00	20,478.00	21,911.00	22,923.00
新增		17,396.00	18,962.00	20,478.00	21,911.00	22,923.00
序号	产品	T+8 年	T+9 年	T+10 年	T+11 年	T+12 年
1	美折	10,763.00	10,763.00	10,763.00	10,763.00	10,763.00
2	我打	10,068.00	10,068.00	10,068.00	10,068.00	10,068.00
3	其他	2,092.00	2,092.00	2,092.00	2,092.00	2,092.00
合计		22,923.00	22,923.00	22,923.00	22,923.00	22,923.00
新增		22,923.00	22,923.00	22,923.00	22,923.00	22,923.00

2) 总成本估算

产品总成本费用由营业成本、管理费用、研发费用、销售费用、财务费用组成。

① 营业成本按照过往成本并结合公司未来发展趋势估算而出。

② 按照 2019 年、2020 年、2021 年企业管理费用占销售收入比率的平均值估算，按年销售收入的 7.23% 计取。

③ 按照 2019 年、2020 年、2021 年企业销售费用占销售收入比率的平均值估算，销售费用按销售收入 1.67% 计取。

④ 按照 2019 年、2020 年、2021 年企业研发费用占销售收入比率的平均值估算，研发费用按销售收入 17.79% 计取。

⑤ 项目资金通过此次融资，财务费用为 0 万元。

3) 收益测算

单位：万元

序号	项目	T+3年	T+4年	T+5年	T+6年	T+7年
1	营业收入	17,396	18,962	20,478	21,911	22,923
2	税金及附加	107	116	126	135	141
3	总成本费用	12,710	13,351	13,972	14,559	14,973
4	利润总额	4,579	5,494	6,380	7,218	7,810
5	所得税	687	824	957	1,083	1,171
6	净利润	3,892	4,670	5,423	6,135	6,639
序号	项目	T+8年	T+9年	T+10年	T+11年	T+12年
1	营业收入	22,923	22,923	22,923	22,923	22,923
2	税金及附加	141	141	141	141	141
3	总成本费用	14,973	14,973	14,973	14,973	14,973
4	利润总额	7,810	7,810	7,810	7,810	7,810
5	所得税	1,171	1,171	1,171	1,171	1,171
6	净利润	6,639	6,639	6,639	6,639	6,639

(3) 电商软件产品优化升级项目新增固定资产折旧摊销额预计对发行人未来业绩的影响

电商软件产品优化升级项目建设期为三年，建设期第一年主要进行场地装修、软硬件开发工具采购与调试、人员培训等前期准备工作，为产品的开发与实施进行研发环境的准备。建设期第二年与第三年为开发期，在新开发环境中进行产品与技术的开发与试用，投产期即 T+3 年开始产生收入，直至达产期第四年即 T+7 年收入保持稳定。以下是该项目实施后，对公司经营业绩的影响：

单位：万元

序号	项目	T+3	T+4	T+5	T+6	T+7
1	营业收入	17,396	18,962	20,478	21,911	22,923
2	税金及附加	107	116	126	135	141
3	总成本费用	12,710	13,351	13,972	14,559	14,973
3.1	营业成本	8,067	8,290	8,506	8,710	8,854
3.1.1	其中：原材料成本	2,476	2,699	2,915	3,119	3,263
3.1.2	工资及附加费	3,520	3,520	3,520	3,520	3,520
3.1.3	制造费用	2,071	2,071	2,071	2,071	2,071
3.1.3.1	其中：折旧和摊销费	1,654	1,654	1,654	1,654	1,654
3.1.3.2	燃料动力成本	51	51	51	51	51
3.1.3.3	其他制造费用	366	366	366	366	366
3.2	管理费用	1,258	1,371	1,481	1,584	1,657

3.3	研发费用	3,095	3,373	3,643	3,898	4,078
3.4	销售费用	291	317	342	366	383
3.5	财务费用	-	-	-	-	-
4	利润总额	4,579	5,494	6,380	7,218	7,810
5	所得税	687	824	957	1,083	1,171
6	净利润	3,892	4,670	5,423	6,135	6,639

(二) 研发中心建设项目

1、项目简介

本项目的建设地点位于杭州市，实施主体为美登科技。项目总投资额为 7,958.00 万元，建设期为 36 个月。本项目投入主要建设内容具体如下：

序号	拟投入项目	拟建设内容
1	中心机房的建设	机房装修、电气系统、空调系统、消防系统、综合布线系统、计算机网络系统建设等
2	高水平研发人才引进	研发中心在保持原有研发团队的基础上，在重点研发项目上引进一批高水平研发人才，配套扩充研发团队的整体规模。
3	购置软硬件设备	购置与公司业务发展相适应的相关硬件设备及软件，使公司研发水平不断创新，为公司持续快速发展提供有力的支持。
4	新技术开发	人工智能、海量数据处理、素材智能编辑等新技术

2、项目建设的必要性

(1) 加大研发中心建设，提升公司研发实力和自主创新能力

电商 SaaS 行业作为新经济的代表，用户需求变化快，商业模式创新频繁，需要持续的技术创新及产品的不断迭代开发。

为进一步维持领先地位和产品的核心竞争力，完善公司产品矩阵，公司将在大中型电商 SaaS 产品、跨平台电商 SaaS 产品及公司尚未布局的细分类目产品等方面继续加大研发投入。上述新 SaaS 产品能否成功取决于公司对平台规则和新进入垂直细分领域的深入理解，能够深入分析客户需求，并针对痛点开发出贴近客户的解决方案。

本项目建设有利于公司增强研发创新能力，有助于提升公司新产品开发能力及研发速度，使得公司技术水平始终处于行业领先地位。

(2) 满足研发场地、设备需求

在当前快速发展的科学技术和竞争激烈的市场环境中，公司需持续提高技术研发实力，以保持与客户的长期合作和巩固公司核心技术优势。公司目前研发场地和研发设备难以匹配未来电商 SaaS 企业快速发展的需求，虽已有健全的研发管理体系与激励机制，但研发硬件配套不足，减缓了生产工艺改进的效率，降低了公司开发能力及研发速度，不利于公司提高生产效率及成本控制

能力。

研发中心建设项目完成之后，公司研发场地将扩大，同时将购置先进研发设备。通过本项目的实施可以起到巩固公司核心技术优势，改善公司现有研发环境和设备，有效提高公司自主研发能力，有助于公司长期发展，也符合公司战略布局及规划。

(3) 有利于完善公司的研发体系，培养和聚集高层次技术人才

通过研发中心建设项目，为研发工作提供完善的研发条件，有利于加快研发速度，并提高产品研发的质量。将该研发中心打造成为聚集和培养优秀科技创新人才的重要基地，可以为行业高技术人才的培养提供良好的土壤，形成人才的良性成长机制和环境，形成高水平的创新与研发团队，同时将建立适宜的人才培养机制，培养更多行业研究与应用领域的高层次人才。

因此，研发中心建设项目有利于完善公司的研发体系，实现公司战略布局与战略目标，有利于培养和吸引更多的复合型专业人才，壮大研发团队，在提高核心竞争力的同时，也推动了企业长远的健康发展。

3、项目建设的可行性

(1) 电商行业受到政策加持

本募投项目符合国家产业政策和法律、法规、行政法规的规定。

近年来，政府推出一系列鼓励政策，支持电商行业的发展。《“十四五”数字经济发展规划》提出“提升商务领域数字化水平。打造大数据支撑、网络化共享、智慧化协作的智慧供应链体系。健全电子商务公共服务体系，汇聚数字赋能服务资源，支持商务领域中小微企业数字化转型升级。提升贸易数字化水平。引导批发零售、住宿餐饮、租赁和商务服务等传统业态积极开展线上线下一体化、全渠道、定制化、精准化营销创新；大力发展智慧物流。加快建设跨行业、跨区域的物流信息服务平台，实现需求、库存和物流信息的实时共享，探索推进电子提单应用”。此外，由于电商行业影响力不断扩大，央企电商联盟制定了2021-2023《国企电子商务创新发展行动计划》，旨在全力打造以数据驱动为核心、以互联网平台为支撑、以产业融合为特征的数字化发展生态体系，努力成为企业深入推进数字化转型和促进经济社会健康可持续发展的新引擎。重点推进深化联合采购集约共享、优化稳定产业链供应链、共建共享现代物流体系、推动跨境电商协同发展、支持民营企业高效发展、服务乡村振兴战略落地、释放企业数据资产价值、促进科技创新成果转化、确保核心技术自主可控、培育国际一流联盟品牌等十项任务落地。

公司的研发中心建设项目旨在提升公司产品对电商商家的服务能力，使公司产品适应电商SaaS行业不断扩大的内在需求，帮助电商商家提升经营效率，驱动传统零售行业的模式与运营创新，与宏观政策方向相契合，这有效保障了项目的可行性。

(2) 行业前景与市场潜力为募投项目创造良好前景

根据国家统计局数据显示，2021 年我国电子商务交易额达到 42.30 万亿元，同比增长 19.60%，其中商品类交易额 31.30 万亿元，服务类交易达到 11 万亿元。消费需求不断释放，新消费模式拉动网络消费快速增长。2021 年，全国网上零售额 13.09 万亿元，同比增长 14.10%。为适应疫情防控要求下出现的消费新需求，网络零售新业态不断涌现，消费场景深入拓展，线上消费快速发展。2020 年，全国网购替代率为 81.0%，在 2019 年提高 0.2 个百分点的基础上进一步提高 0.4 个百分点。

因此，从行业前景与市场潜力的角度上来看，研发中心建设项目具备客观可行性。

(3) 研发经验和技術积累为项目的实施打下良好基础

公司自成立以来一直聚焦于电商 SaaS 产品的研发和运营，在产品的设计、开发和用户匹配性等方面积累了丰富的经验。公司针对项目研发制定了完整的业务流程，并根据业务流程构建了研发人员体系。公司根据发展现状建立健全了研发制度，基于研发制度，公司对每个研发项目能够独立核算，对于研发人员实施必要的激励措施，鼓励研发人员创新，提高积极性，增加公司自主创新能力，提升公司竞争力。截至 2022 年 6 月 30 日，公司及其子公司合计拥有 72 项计算机软件著作权，专利 1 项。

公司已在多年的技术开发过程中形成有效的技术创新机制，使公司的研发工作严谨高效，保证公司技术水平不断地及时更新。公司将通过建立研发中心，引进各类专业性较强、技术能力过硬的优秀技术人才，扩大公司现有技术人才队伍，提升研发创新实力，增强公司的持续创新能力。

4、项目投资金额概算

本项目拟募集资金总额为 7,958.00 万元，具体情况如下：

序号	项目	金额（万元）	占比
一	工程费用	2,783.00	34.97%
1	软硬件投入	2,223.00	27.93%
2	场地装修投入	560.00	7.04%
二	工程建设其他费用	4,810.00	60.44%
1	研究开发费用	4,660.00	58.56%
2	咨询调研等其他实施费用	100.00	1.26%
3	人员培训费用	50.00	0.63%
三	预备费	365	4.59%
	合计	7,958.00	100.00%

5、项目选址情况

本募投项目选址于杭州市银泰城 2 幢 901-906 室，房屋建筑面积为 1,865.19 平方米，土地使用权面积为 433.5 平方米。公司以出让方式取得房屋，已全额支付交易对价，不动产权证书登记号为：浙（2018）杭州市不动产权第 0216343 号。

6、募投项目审批备案及环评情况

2022 年 4 月 28 日，公司就“研发中心建设项目”向杭州市拱墅区发展改革和经济信息化局提出了投资备案申请。2022 年 5 月 6 日，杭州市拱墅区发展改革和经济信息化局进行了批示：“该项目不属于基本建设项目或技术改造项目，因此不予受理”，故本项目无需办理投资备案。

本项目不涉及土建工程，主要的污染物有生活废水、生活垃圾等，经过采取有效的措施后，对环境基本无影响，不属于《建设项目环境影响评价分类管理名录》（环境保护部令第 16 号）规定的建设项目，无需办理环境影响评价审批手续。

7、项目进展和预计建设周期

本项目建设期为三年，建设期第一年主要进行场地装修、软硬件开发工具采购与调试、人员培训等前期准备工作，为产品的开发与实施进行研发环境的准备。建设期第二年与第三年为开发期，在新开发环境中进行产品与技术的开发与试用。项目实施进度如下表所示：

序号	项目阶段	建设期第 1 年			建设期第 2 年			建设期第 3 年		
1	建筑工程配套与装修	■	■							
2	软硬件开发工具采购与调试		■	■						
3	人员培训		■	■						
4	开发环境测试			■	■					
5	系统开发			■	■	■	■	■	■	■
6	系统试运行					■	■	■	■	■

8、环保情况

本项目对环境的影响较小。本项目在实施过程中仅有少量生活用水经处理后排放；本项目运营中不产生有害气体，不会污染环境；本项目不产生废料、废物；本项目产生的噪声主要为机房电脑服务器产生的噪声，噪声较小，符合环保规定。同时，在建筑设计时充分考虑吸音材料，最大限度的降低噪声，改善操作人员的工作环境。

公司对项目建设及运营中环境保护措施如下：

（1）废水

生活污水经化粪池处理后由排水管道排至城市污水管网。

（2）固体废物

固体废物包括生活垃圾、包装废弃物及其他废品等。处理方式如下：

生活垃圾集中后定期由环卫部门清理运走；一般包装废弃物和其他废品经物资公司回收利用。经以上方法处理固体废弃物后，不会对周围环境造成不良影响。

三、历次募集资金基本情况

报告期内，公司共进行过一次发行股票募集资金，具体情况如下：

（一）股票发行基本情况

公司分别于 2021 年 10 月 25 日召开第二届董事会第十一次会议、2021 年 11 月 11 日召开第三次临时股东大会，审议通过了本次股票发行方案及相关议案。

2021 年 11 月 26 日，公司取得全国股转公司《关于对杭州美登科技股份有限公司股票定向发行无异议的函》（股转系统函〔2021〕3871 号）。公司本次发行人民币普通股 941,500 股，每股发行价为人民币 20.00 元，募集资金总额为人民币 18,830,000 元，募集资金用途为补充流动资金和偿还银行贷款/借款。2021 年 12 月 26 日，天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具天健验〔2021〕758 号验资报告，对募集资金进行了审验。

公司对募集资金已采取专项账户存储制度。

（二）募集资金实际使用情况

截至 2022 年 4 月 30 日，公司该次募集资金已全部使用完毕，具体情况如下：

项目	金额（万元）
一、募集资金总额	1,883.00
减：验资费用	8.00
二、募集资金净额	1,875.00
加：利息扣除手续费后的净额	0.70
三、本期实际使用募集资金金额	1,875.70
其中：偿还银行贷款/借款	999.00
补充流动资金	876.70
四、募集资金余额	-

2022 年 5 月 12 日，公司出具了《前次募集资金使用情况报告》，同日天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《前次募集资金使用情况鉴证报告》（天健审〔2022〕5653 号），认为美登科技董事会编制的《前次募集资金使用情况报告》符合中国证监会《关于前次募集资金使用情况报告的规定》，如实反映了美登科技截至 2022 年 4 月 30 日的前次募集资金使用情况。

(三) 募集资金用途变更情况

公司股票定向发行募集资金不存在用途变更的情形。

四、其他事项

无

第十节其他重要事项

一、尚未盈利企业

公司不属于尚未盈利企业。

二、对外担保事项

适用 不适用

三、可能产生重大影响的诉讼、仲裁事项

适用 不适用

四、控股股东、实际控制人重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司控股股东、实际控制人不存在重大违法违规行为。

五、董事、监事、高级管理人员重大违法行为

截至本招股说明书签署日，公司董事、监事、高级管理人员不存在重大违法违规行为。

六、其他事项

无。

第十一节 投资者保护

一、投资者关系安排

公司按照《公司法》《证券法》《北京证券交易所股票上市规则（试行）》等有关法律法规的规定，制定了上市后适用的《公司章程（草案）》《信息披露管理办法》以及《投资者关系管理制度》，保障投资者依法享有获取公司信息、参与重大决策等股东权利，切实保护投资者合法权益。

（一）信息披露制度和流程

公司《信息披露管理办法》对信息披露范围、程序、事务管理、保密措施、相关责任等方面进行了具体规定，明确了公司管理人员在信息披露和投资者关系管理中的责任和义务，有助于加强公司与投资者之间的信息沟通，提升规范运作和公司治理水平，切实保护投资者的合法权益。

（二）投资者沟通渠道的建立情况及未来开展投资者关系规划

1、投资者沟通渠道的建立情况

为方便投资者关系管理，增强发行人与投资者关系，切实维护投资者的合法知情权，发行人已建立如下沟通渠道：

投资者沟通部门	董事会秘书
投资者沟通负责人	徐靓依
投资者沟通电话	0571-88023393
投资者沟通邮箱	securities@meideng.net
投资者沟通传真	0571-88023393
发行人网址	https://www.meideng.net

2、未来开展投资者关系管理的规划

公司将严格按照《公司法》《证券法》等相关法律、法规和规则的要求，不断提高公司投资者关系管理工作的专业性，认真履行信息披露义务，促进公司与投资者之间的良性互动关系，切实维护全体股东利益，特别是中小股东的利益，努力实现公司价值最大化和股东利益最大化。

二、本次发行上市后的股利分配政策和决策程序

根据公司 2022 年 5 月 12 日召开的第二届董事会第十四次会议和 2022 年 5 月 30 日召开的 2022 年第二次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》和《利润分配管理制度》，公司发行上市后的主要股利分配政策和决策程序如下：

（一）利润分配原则：公司的利润分配政策应高度重视对投资者的合理投资回报，利润分配政策将保持连续性和稳定性。公司的利润分配不得超过累计可分配利润的范围，不得损害公司持

续经营能力。

(二) 利润分配形式：公司可以采取现金、股票或两者相结合的方式分配股利，现金分红优先于其他分红方式。具备现金分红条件的，应当采用现金分红进行利润分配。采用股票股利进行利润分配的，应当具有公司成长性、每股净资产的摊薄等真实合理因素。

(三) 现金分红条件

公司实施现金分红一般应同时满足以下条件：

1、公司未分配利润为正、该年度实现盈利且该年度实现的可分配利润（即公司弥补亏损、提取公积金后的税后利润）为正，现金分红后公司现金流仍然可以满足公司正常生产经营的需要；

2、审计机构对公司该年度财务报告出具标准无保留意见的审计报告（中期现金分红无需审计）；

3、公司未来十二个月内无重大对外投资计划或重大现金支出（公司首次公开发行股票或再融资的募集资金投资项目除外）。重大投资计划或重大现金支出是指：公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司当年实现的母公司可供分配利润的 50%且超过 5,000 万元人民币。

(四) 现金分红的比例和间隔

公司原则上每年进行一次现金分红，公司最近三年以现金方式累计分配的利润不少于最近三年实现的年均可分配利润的百分之三十，公司董事会可以根据公司的盈利状况及资金需求提议进行中期现金分红。

公司董事会应当综合考虑公司所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程》规定的程序，提出差异化的现金分红政策：

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

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

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

公司发展阶段不易区分但有重大资金支出安排的，可以按照前项规定处理。重大资金支出安排是指：公司未来十二个月内拟建设项目、对外投资、收购资产或者购买设备的累计支出达到或者超过公司当年实现的母公司可供分配利润的 50%且超过 5,000 万元人民币。

（五）发放股票股利的条件

在保证公司股本规模和股权结构合理的前提下，基于回报投资者和分享企业价值考虑，公司可以发放股票股利，具体方案需经公司董事会审议后提交公司股东大会批准。

（六）利润分配的决策机制和程序

1、董事会审议利润分配需履行的程序和要求：公司在进行利润分配时，公司董事会应当先制定预分配方案，并经独立董事认可后方能提交董事会审议；董事会审议现金分红具体方案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和比例、调整的条件、决策程序等事宜，独立董事应当发表明确意见。

利润分配预案经董事会过半数以上表决通过，方可提交股东大会审议。

2、股东大会审议利润分配方案需履行的程序和要求：股东大会对现金分红具体方案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流（包括但不限于提供网络投票表决、邀请中小股东参会等方式），充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

（七）利润分配政策调整的决策机制与程序

1、公司根据生产经营情况、投资规划和长期发展的需要，或者外部经营环境发生变化，确需调整利润分配政策的，调整后的利润分配政策不得违反中国证监会和证券交易所的有关规定。

2、有关调整利润分配政策的议案由董事会制定，并分别经监事会和二分之一以上独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事应当对利润分配政策调整发表独立意见。

3、调整利润分配政策的议案应分别提交董事会、股东大会审议，在董事会审议通过后提交股东大会批准，公司应安排通过证券交易所交易系统、互联网投票系统等网络投票方式为社会公众股东参加股东大会提供便利。股东大会审议调整利润分配政策的议案需经出席股东大会的股东所持表决权的 2/3 以上通过。

公司独立董事可在股东大会召开前向公司社会公众股股东征集其在股东大会上的投票权，独立董事行使上述职权应当取得全体董事的二分之一以上同意。

三、本次发行前后股利分配政策的差异情况

本次发行后的股利分配政策进一步完善了现金分红的具体比例、利润分配的决策机制等。

四、本次发行前滚存利润的分配安排和已履行的决策程序

经公司第二届董事会第十四次会议和 2022 年 5 月 30 日召开的 2022 年第二次临时股东大会审议通过，公司向不特定合格投资者公开发行股票前的滚存利润由本次发行完成后的新老股东按发

行后的持股比例共享。

五、股东投票机制的建立情况

根据上市后适用的《公司章程（草案）》等相关规定，公司将通过建立和完善累积投票制度、中小投资者单独计票机制、股东大会网络投票机制、征集投票权各项制度安排，保障投资者尤其是中小投资者依法享有获取公司信息、享有资产收益、参与重大决策和选择管理者等事项的权利。

（一）累积投票制度

根据《公司章程（草案）》的规定，股东大会选举二名以上董事或监事时应当实行累积投票制。股东大会以累积投票方式选举董事的，独立董事和非独立董事的表决应当分别进行。前述累积投票制是指股东大会选举董事或者监事时，每一股份拥有与应选董事或者监事人数相同的表决权，股东拥有的表决权可以集中使用。

（二）中小投资者单独计票机制

根据《公司章程（草案）》的规定，股东大会审议影响中小投资者利益的重大事项时，对中小投资者表决应当单独计票。单独计票结果应当及时公开披露。

（三）网络投票制度

根据《公司章程（草案）》的规定，公司召开股东大会的地点为：本公司住所地或董事会会议公告中指定的地点。股东大会将设置会场，以现场会议方式召开。公司还将提供网络投票的方式为股东参加股东大会提供便利。

（四）征集投票权

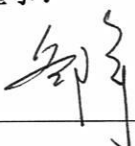
根据《公司章程（草案）》的规定，公司董事会、独立董事、持有百分之一以上有表决权股份的股东或者依照法律、行政法规或者中国证监会的规定设立的投资者保护机构可以公开征集股东投票权。征集股东投票权应当向被征集人充分披露具体投票意向等信息。禁止以有偿或者变相有偿的方式征集股东投票权。除法定条件外，公司不得对征集投票权提出最低持股比例限制。

第十二节 声明与承诺

一、发行人全体董事、监事、高级管理人员承诺

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

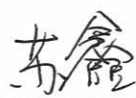
全体董事：



邹宇



王良晶




苏鑫



马原



王肇辉

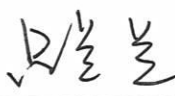


石磊



陈磊

全体监事：



吕兰兰



潘婷婷



高晓虎

高级管理人员：



马原



王良晶



徐靛依

杭州美登科技股份有限公司

2022年12月14日

二、发行人控股股东声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

控股股东：



邹宇

杭州美登科技股份有限公司

2022年12月14日

三、发行人实际控制人声明

本公司或本人承诺本招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

实际控制人：

A handwritten signature in black ink is written over a red circular seal. The seal contains the text "杭州美登科技股份有限公司" (Hangzhou Meideng Technology Co., Ltd.) around the perimeter and "邹宇" (Zou Yu) in the center. A horizontal line is drawn across the seal and signature.

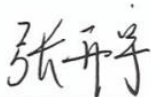
杭州美登科技股份有限公司

2022年12月14日

四、保荐机构（主承销商）声明

本公司已对招股说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

项目协办人：



张开宇

保荐代表人：



黄万



王永杰

法定代表人：



贺青



国泰君安证券股份有限公司

2022年12月14日

五、保荐机构（主承销商）董事长、总经理声明

本人已认真阅读杭州美登科技股份有限公司招股说明书的全部内容，确认招股说明书不存在虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对招股说明书真实性、准确性、完整性承担相应法律责任。

总经理（总裁）：



王 松

董事长：



贺 青



国泰君安证券股份有限公司

2022年12月14日

发行人律师声明

本所及经办律师已阅读招股说明书，确认招股说明书与本所出具的法律意见书和律师工作报告无矛盾之处。本所及经办律师对发行人在招股说明书中引用的法律意见书和律师工作报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担连带责任。

律师事务所负责人：

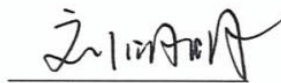


吴朴成

经办律师：



邵斌



刘明明

江苏世纪同仁律师事务所

2022年07月14日

审计机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州美登科技股份有限公司招股说明书》(以下简称招股说明书)，确认招股说明书与本所出具的《审计报告》(天健审(2020)1648号、天健审(2021)3038号、天健审(2022)1358号、天健审(2022)9508号)、《内部控制鉴证报告》(天健审(2022)9509号)、《前次募集资金使用情况鉴证报告》(天健审(2022)5653号)及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州美登科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述审计报告、内部控制鉴证报告、前次募集资金使用情况鉴证报告及经本所鉴证的非经常性损益明细表的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。



签字注册会计师：


陈世薇 


王建兰 


叶思思 

天健会计师事务所负责人：


王越豪 

天健会计师事务所(特殊普通合伙)

二〇二二年十二月十八日



验资机构声明

本所及签字注册会计师已阅读《杭州美登科技股份有限公司招股说明书》(以下简称招股说明书), 确认招股说明书与本所出具的《验资报告》(天健验(2021)758号)的内容无矛盾之处。本所及签字注册会计师对杭州美登科技股份有限公司在招股说明书中引用的上述报告的内容无异议, 确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏, 并对引用的上述内容的真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师:


陈世薇




叶思思



天健会计师事务所负责人:


王越豪



天健会计师事务所(特殊普通合伙)

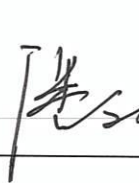
二〇二二年十二月十四日



资产评估机构声明

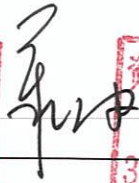
本机构及签字资产评估师已阅读杭州美登科技股份有限公司招股说明书，确认招股说明书与本机构出具的坤元评报【2020】96号、坤元评报【2021】216号及坤元评报【2022】130号资产评估报告无矛盾之处。本机构及签字资产评估师对发行人在招股说明书中引用的资产评估报告的内容无异议，确认招股说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字评估师：



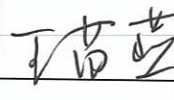


潘文夫





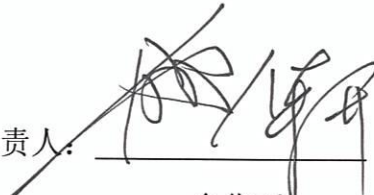
章波





王苗燕

资产评估机构负责人：



俞华开



九、其他声明

适用 不适用

第十三节备查文件

- (一) 发行保荐书；
- (二) 上市保荐书；
- (三) 法律意见书；
- (四) 财务报表及审计报告；
- (五) 公司章程（草案）；
- (六) 发行人及其他责任主体作出的与发行人本次发行相关的承诺事项；
- (七) 内部控制鉴证报告；
- (八) 经注册会计师鉴证的非经常性损益明细表；
- (九) 审阅报告；
- (十) 经注册会计师鉴证的发行人前次募集资金使用情况报告。