中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（一）

二〇一九年九月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

目 录

一、 本次发行并上市的批准和授权.....5
二、 发行人本次发行并上市的主体资格.....5
三、 发行人本次发行并上市的实质条件.....5
四、 发行人的设立.....11
五、 发行人的独立性.....11
六、 发行人的发起人和股东.....12
七、 发行人的股本及其演变.....15
八、 发行人的业务.....15
九、 发行人的关联交易及同业竞争.....28
十、 发行人的主要财产.....30
十一、 发行人的重大债权债务.....37
十二、 发行人重大资产变化及收购兼并.....38
十三、 发行人《公司章程》的制定与修改.....40
十四、 发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....40
十五、 发行人董事、监事和高级管理人员及其变化.....41
十六、 发行人的税务.....41
十七、 发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工.....45
十八、 发行人募集资金的运用.....49
十九、 发行人的业务发展目标.....49

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

二十、 诉讼、仲裁或行政处罚.....49

二十一、 发行人招股说明书法律风险评价.....51

二十二、 结论性意见.....51

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”）等文件。

鉴于发行人本次发行并上市原申报财务资料的审计基准日为 2018 年 12 月 31 日，现审计基准日已调整为 2019 年 6 月 30 日，报告期调整为 2016 年 1 月 1

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

日至 2019 年 6 月 30 日（以下简称“报告期”），发行人聘请的会计师事务所天健会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人最近三年及一期（2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月）的财务报表进行了审阅，并出具了“天健审〔2019〕7-438 号”《审计报告》（以下简称“《审计报告》”），本所律师就发行人审计基准日调整所涉及的有关事项及《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具之日期间（以下简称“加审期间”）内发行人生产经营活动变化情况所涉及的法律事项进行核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

一、本次发行并上市的批准和授权

经核查，发行人本次发行并上市已依照法定程序获得发行人 2019 年第三次临时股东大会的有效批准并依法授权董事会办理本次发行并上市的相关事宜，截至本补充法律意见书出具之日，发行人上述股东大会决议尚在有效期内。

本所律师认为，发行人本次发行并上市已获得发行人内部有效的批准和授权，发行人本次发行尚待中国证监会的核准，本次发行完成后，发行人股票于深交所挂牌交易尚待深交所审核同意。

二、发行人本次发行并上市的主体资格

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人为依法设立并有效存续的股份有限公司，不存在根据法律、法规及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行并上市的主体资格。

三、发行人本次发行并上市的实质条件

发行人本次发行并上市属于股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并上市。经逐条对照《公司法》、《证券法》、《首发管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，本所律师认为，发行人本次发行并上市符合下列条件：

（一）发行人本次发行并上市符合《公司法》规定的有关条件

根据发行人的发行方案，发行人本次发行的股票种类为人民币普通股，每股的发行条件和价格相同，每股具有同等的权利，符合《公司法》第一百二十六条的规定。

（二）发行人本次发行并上市符合《证券法》规定的有关条件

1. 发行人本次发行并上市符合《证券法》第十三条规定的公开发行新股的下列条件：

(1) 发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十三条第一款第（一）项的规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 发行人具有持续盈利能力，财务状况良好，符合《证券法》第十三条第一款第（二）项的规定。

(3) 发行人最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为，符合《证券法》第十三条第一款第（三）项的规定。

2. 发行人本次发行并上市符合《证券法》第五十条规定的股票上市的下列条件：

(1) 发行人本次发行前的股本为 9,126.9840 万元，本次发行不超过 30,430,000 股，因此本次发行后的股本总额不少于 3,000 万元，符合《证券法》第五十条第一款第（二）项的规定。

(2) 发行人本次拟公开发行不超过 30,430,000 股股份，公开发行的股份达到发行后股份总数的 25%以上，符合《证券法》第五十条第一款第（三）项的规定。

(3) 发行人最近三年无重大违法行为，财务会计报告无虚假记载，符合《证券法》第五十条第一款第（四）项的规定。

3. 发行人本次发行由具有保荐资格的中金公司担任保荐人（主承销商），符合《证券法》第十一条第一款、第四十九条第一款的规定。

（三）发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》规定的实质条件

1. 主体资格

(1) 发行人为依法设立且合法存续的股份有限公司，符合《首发管理办法》第八条的规定。

(2) 发行人由若羽臣有限以经审计的账面净资产折股整体变更为股份有限公司，自若羽臣有限设立之日起计算已持续经营三年以上，符合《首发管理办法》第九条的规定。

(3) 发行人设立时的出资及历次增资均办理了验资，并办妥了工商变更登记手续，发行人的注册资本已足额缴纳；发行人由若羽臣有限整体变更为股份有限公司，若羽臣有限的所有资产均由发行人承继，发行人的主要资产不存在重大权

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

属纠纷，符合《首发管理办法》第十条的规定。

(4) 发行人主要从事线上代运营、渠道分销以及品牌策划业务，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等电子商务综合服务，属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”，发行人已领取经营其业务所需的执照、批准和许可证书，其业务经营符合其《营业执照》、《公司章程》和法律、法规的规定，符合国家产业政策，符合《首发管理办法》的第十一条规定。

(5) 发行人的主营业务系为全球优质消费品品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务，报告期内未发生变更；发行人的实际控制人为王玉和王文慧夫妇，报告期内未发生变更；发行人最近三年内董事、高级管理人员未发生重大变化，符合《首发管理办法》第十二条的规定。

(6) 发行人由若羽臣有限整体变更而来，其设立时的出资、历次增资及股权变动均办理了工商变更登记/备案，发行人股权清晰，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十三条的规定。

2. 规范运作

(1) 发行人具有完善的公司治理结构，已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，并制定了相应的《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》、《董事会秘书工作细则》、《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》等规则，发行人的相关机构和人员能够依法履行职责，符合《首发管理办法》第十四条的规定。

(2) 发行人已聘请中金公司为其本次发行并上市提供辅导工作，并已通过中国证监会广东证监局的辅导验收，本所律师在辅导期内亦对发行人的董事、监事和高级管理人员进行了相关的法律培训。根据发行人董事、监事和高级管理人员的确认，其已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

事和高级管理人员的法定义务和责任，符合《首发管理办法》第十五条的规定。

(3) 发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形：

①被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；

②最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；

③因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第十六条的规定。

(4) 发行人已制定《对外担保制度》、《关联交易制度》、《重大经营与投资决策管理制度》、《募集资金管理制度》等内部控制制度。天健就发行人的内部控制出具了无保留结论的《内控鉴证报告》，发行人内部控制健全且被有效执行，能够合理保证财务报表的可靠性、经营的合法性、营运的效率与效果，符合《首发管理办法》第十七条的规定。

(5) 发行人不存在下列情形，符合《首发管理办法》第十八条的规定：

①最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前，但目前仍处于持续状态；

②最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重；

③最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请，但报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准；或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作；或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章；

④本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

⑤涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；

⑥严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

(6) 发行人《公司章程》已明确规定对外担保的审批权限和审议程序，发行人制订了《对外担保制度》，对发行人对外提供担保的审批、决策及风险防范等作了明确规定；截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，符合《首发管理办法》第十九条的规定。

(7) 发行人制订了内部资金管理制度，截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人的资金被控股股东、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，符合《首发管理办法》第二十条的规定。

3. 财务与会计

(1) 发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常，符合《首发管理办法》第二十一条的规定。

(2) 发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，并由天健出具了无保留结论的《内控鉴证报告》，符合《首发管理办法》第二十二条的规定。

(3) 发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由天健出具了无保留意见的《审计报告》，符合《首发管理办法》第二十三条的规定。

(4) 发行人编制财务报表系以实际发生的交易或者事项为依据；在进行会计确认、计量和报告时保持应有的谨慎；对相同或者相类似的经济业务，适用一致的会计政策，未进行随意变更，符合《首发管理办法》第二十四条的规定。

(5) 发行人已完整披露其关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易，关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形，符合《首发管理办法》第二十五条的规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(6) 发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第二十六条的规定：

发行人 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月合并报表中归属于母公司的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 26,097,646.57 元、49,545,659.78 元、69,888,316.94 元、33,743,635.22 元，最近 3 个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3,000 万元；

②发行人 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-6 月合并报表中的营业收入分别为 372,549,415.50 元、670,926,367.67 元、930,983,845.17 元、442,585,130.80 元，最近 3 个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；

③发行人本次发行并上市前股本总额为 9,126.9840 万元，发行前股本总额不少于 3,000 万元；

④发行人截至 2019 年 6 月 30 日的无形资产（扣除土地使用权后）为 4,502,828.44 元，占发行人净资产的 0.91%，发行人无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例不高于 20%；

⑤发行人最近一期不存在未弥补亏损。

(7) 发行人依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规的规定，发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖，符合《首发管理办法》第二十七条的规定。

(8) 发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项，符合《首发管理办法》第二十八条的规定。

(9) 发行人申报文件中不存在故意遗漏或虚构交易事项或其他重要信息；不存在滥用会计政策或者会计估计；不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证，符合《首发管理办法》第二十九条的规定。

(10) 发行人不存在下列影响持续盈利能力的情形：

①发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

②发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

③发行人最近 1 个会计年度的营业收入或净利润对关联方或者存在重大不确定性的客户存在重大依赖；

④发行人最近 1 个会计年度的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

⑤发行人在用的特许经营权、知识产权及专有技术等重要资产或技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

⑥其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第三十条的规定。

综上所述，本所律师认为，发行人本次发行并上市已具备《证券法》、《公司法》及《首发管理办法》规定的各项实质条件。

四、发行人的设立

经核查，加审期间，发行人的设立事宜未发生变化。

五、发行人的独立性

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未发生导致其丧失业务、资产、人员、机构、财务独立性及直接面向市场独立经营能力和完整的业务体系的情形。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除《律师工作报告》已经披露的外，发行人董事、监事、高级管理人员在发行人及其子公司外的兼职情况如下：

姓名	担任发行人职务	兼职单位	兼职职务
王建优	董事	金埔园林股份有限公司	董事

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

除《律师工作报告》已经披露的兼职情况外，发行人总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均在发行人专职工作并领取薪酬，不存在在实际控制人及其他主要关联方中任职或领取薪酬的情况。

六、发行人的发起人和股东

经核查，加审期间，发行人的发起人和实际控制人未发生变更。

经核查，加审期间，发行人的股权结构未发生变更。

经核查，加审期间，发行人现有股东间的关联关系发生如下变化：

发行人股东晏小平间接持有晨晖朗姿普通合伙人及执行事务合伙人的出资比例由 99%变更为 90%。发行人股东晨晖朗姿的普通合伙人与执行事务合伙人为宁波晨晖创新投资管理有限公司（持有晨晖朗姿 1%的财产份额），宁波晨晖创新投资管理有限公司系北京晨晖创新投资管理有限公司 100%持股的有限公司。2019 年 6 月 5 日，北京晨晖创新投资管理有限公司的股权发生变更，其变更后的结构如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例
1	晏小平	9,000.00	90.00%
2	张磊	600.00	6.00%
3	王芳	400.00	4.00%
合计		**10,000.00**	**100.00%**

经核查，加审期间，发行人现有股东前海投资基金的合伙人出资结构变更为如下结构：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	前海方舟资产管理有限公司	30,000.00	1.0526%	普通合伙人
2	君康人寿保险股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
3	上海行普企业管理合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
4	济南峰靖商贸有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
5	珠海横琴富华金盛投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
6	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
7	广东万和新电气股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
8	珠海横琴富华金灿投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
9	中国人保资产管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
10	深圳市汇通金控基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
11	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
12	深圳市引导基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
13	新华人寿保险股份有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
14	厦门金圆投资集团有限公司	60,000.00	2.1053%	有限合伙人
15	李永魁	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
16	北京首都科技发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
17	深圳凯利程投资咨询有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
18	深圳市安林珊资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
19	深圳太太药业有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
20	厦门市三硕资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
21	新兴发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
22	永诚财产保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
23	北银丰业资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
24	中国电信集团公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
25	深圳市中科创资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
26	新余市晟创投资管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
27	深圳市文燊威投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
28	国信弘盛创业投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
29	深圳市福田引导基金投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
30	太平人寿保险有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
31	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
32	渤海人寿保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
33	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
34	徐州金沣股权投资合伙企业(有限合伙)	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
35	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
36	深圳市创新投资集团有限公司	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
37	陈韵竹	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
38	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
39	建信人寿保险股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
40	光大永明资产管理股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
41	唐山致行商贸有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
42	郑焕坚	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
43	郭德英	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
45	盘李琦	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
46	深圳市中孚泰文化地产集团有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
47	横店集团控股有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
48	喀什唐商股权投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
49	深圳市广顺昌投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
合 计		2,850,000.00	100.00%	-

七、发行人的股本及其演变

经核查，加审期间，发行人股本总额及股本结构未发生变化。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，各股东所持有的发行人股份不存在质押等权利受限制的情形。

八、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

1. 发行人的经营范围

根据《公司章程》及广州市工商局于 2019 年 7 月 25 日核发的《营业执照》，发行人的经营范围变更为“技术进出口；化妆品及卫生用品批发；文具用品批发；婴儿用品批发；婴儿用品零售；医疗设备租赁服务；体育用品及器材批发；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；货物进出口（专营专控商品除外）礼仪电子用品制造；为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌；非许可类医疗器械经营；广告业；策划创意服务；百货零售（食品零售除外）；化妆品及卫生用品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；医疗卫生用塑料制品制造；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；米、面制品及食用油批发；乳制品批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售；保健食品制造；乳制品制造；预包装食品零售；预包装食品批发；散装食品批发；乳制品零售；散装食品零售；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；许可类医疗器械经营”。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 发行人的经营方式

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，主要业务包括线上代运营、渠道分销、品牌策划三种业务模式。

经核查，加审期间，发行人的经营方式未发生变更。

3. 发行人主要合作的品牌

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司合作的主要品牌及品牌商的授权情况如下：

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
1	哈罗闪/Sanosan	婴幼儿护肤品	授权若羽臣作为中国境内线上唯一代理商，在淘宝、天猫、天猫国际直营、1688、折 800、有货、洋码头、全球婴、屈臣氏、蘑菇街、蜜芽、微医、贝店、考拉、唯品会、京东、贝贝网、宝宝树、天猫超市、拼多多、云集、唯妮海购、香港莎莎、楚楚街、聚美优品、当当等互联网平台代理销售哈罗闪品牌产品
2	美迪惠尔/MEDIHEAL	美妆个护	授权若羽臣作为独家代理商向京东、唯品会平台、天猫商城、淘宝等销售 MEDIHEAL 美迪惠尔品牌产品
3	美赞臣/Mead Johnson	婴幼儿奶粉	授权若羽臣在天猫平台设立和运营美赞臣官方旗舰店并销售产品
4	红印	保健品	授权莉莉买手作为独家代理商在天猫、京东、唯品会、网易考拉、小红书平台销售红印品牌产品
5	善存	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多
6	飞/Free	卫生巾	授权若羽臣经营天猫 Free 旗舰店，销售 Free 系列女士个人护理产品
7	SWISSE	保健品	授权恒美康代运营 SWISS 官方海外旗舰店、SWISS 母婴海外旗舰店、BIOSTIME 官方海外旗舰店
			授权若羽臣代运营 SWISS 官方旗舰店、合生元官方旗舰店、dodie 旗舰店
8	THREE	美妆个户	授权莉莉买手作为代理商经营天猫海外旗舰店销售 THREE 产品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
9	钙尔奇	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多
10	康贝/Combi	童车、婴幼儿湿巾	授权若羽臣杭州分公司代运营天猫 combi 康贝官方旗舰店、天猫 combi 童鞋旗舰店、京东康贝母婴旗舰店、苏宁康贝官方旗舰店
11	尤妮佳	美妆个护	授权若羽臣线上经销 MamyPoko/妈咪宝贝、MOONY、SOFY/苏菲、lifree/乐互宜、silcot/舒蔻品牌产品
12	合生元/Biostime	婴幼儿奶粉、婴幼儿保健品	授权若羽臣独家代运营天猫合生元官方旗舰店、Biostime 官方海外旗舰店
13	B.BOX	母婴	授权若羽臣为 B.BOX 品牌天猫旗舰店、京东的唯一经销商，有权在淘宝分销的非独家代理商
14	铁达时、时间廊	钟表	授权若羽臣杭州分公司独家代运营天猫 titus 铁达时旗舰店、天猫国际时间廊海外旗舰店、京东铁达时官方旗舰店、solvil et titus 品牌店
15	Ecostore	家用清洁剂；皮肤护理、身体护理、婴儿护理产品	授权莉莉买手代运营天猫 ecostore 海外旗舰店并销售其产品
16	爱氏晨曦	牛奶	授权若羽臣运营天猫旗舰店、天猫超市
17	Californiababy	婴幼儿产品	授权梦哒哒在天猫海外旗舰店、京东全球购、唯品国际、TDI 经营“加州宝宝”产品
18	百乐	笔	授权若羽臣独家代运营天猫旗舰店
19	Vape	驱蚊产品	授权莉莉买手在天猫海外旗舰店及其他电子商务平台经营 Vape 品牌产品
20	clinicians	个护	授权莉莉买手在天猫海外旗舰店经营科立纯产品

经核查发行人及其子公司与品牌方签署的业务合同、取得的授权书及发行人或其子公司在第三方电商平台代运营的店铺，并经本所律师与主要品牌方进行访谈，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司已取得品牌商的有效授权，发行人或其子公司的服务不存在超出品牌商授权范围的情

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

形。

4. 发行人及其分、子公司的业务分工

经核查，加审期间，发行人新增 4 家全资或控股子公司，分别为：舟山若羽臣贸易有限公司（以下简称“舟山若羽臣”）、广州摩亚方舟贸易有限公司（以下简称“广州摩亚方舟”）、Moa’s Ark Group Limited（以下简称“新西兰摩亚方舟”）、香港摩亚方舟（国际）有限公司（以下简称“香港摩亚方舟”）。截至本补充法律意见书出具之日，前述 4 家新增的子公司尚未实际开展业务。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除上述披露的事项之外，发行人及其分、子公司的业务分工未发生变更。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人通过向子公司委派董事、监事、主要管理人员对子公司进行日常经营管理，同时发行人已制定《分子公司管理制度》，规范对各分子公司的管理。

5. 发行人及其分、子公司运营的线上店铺

根据公司提供的资料并经本所律师登录网站核查，截至 2019 年 6 月 30 日，公司及其分、子公司共运营 85 家品牌店铺，其中零售结算方式下的品牌店铺 39 家，服务费结算方式下的品牌店铺 46 家，具体如下：

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
零售结算方式的店铺				
1	美赞臣官方旗舰店	天猫商城	https://meadjohnson.tmall.com	发行人
2	free 旗舰店	天猫商城	https://freejj.tmall.com	发行人
3	VOODOO 旗舰店	天猫商城	https://voodoohzp.tmall.com	广州海通达
4	B.BOX 旗舰店	天猫商城	https://bbox.tmall.com	发行人
5	善存官方旗舰店	天猫商城	https://centrum.tmall.com	发行人
6	Redseal 红印旗舰店	天猫商城	https://redsealjj.tmall.com/	发行人
7	钙尔奇官方旗舰店	天猫商城	https://caltrate.tmall.com	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

8	比乐玩具旗舰店	天猫商城	https://bile.tmall.com	广州京旺
9	哈罗闪官方旗舰店	天猫商城	https://sanosan.tmall.com	发行人
10	舒痕医疗器械旗舰店	天猫商城	https://shuhenylqx.tmall.com	发行人
11	Vape 海外旗舰店	天猫国际	https://vape.tmall.hk/	莉莉买手
12	THREE 海外旗舰店	天猫国际	https://three.tmall.hk	莉莉买手
13	Holika holika 海外旗舰店	天猫国际	https://holikakorea.tmall.hk	梦哒哒
14	Shoosha 海外旗舰店	天猫国际	https://shoosha.tmall.hk	恒美康
15	Floreve 海外旗舰店	天猫国际	https://floreve.tmall.hk	莉莉买手
16	Redseal 红印海外旗舰店	天猫国际	https://redsealnz.tmall.hk	莉莉买手
17	thinkbaby 海外旗舰店	天猫国际	https://thinkbaby.tmall.hk	梦哒哒
18	Clinicians 海外旗舰店	天猫国际	https://clinicians.tmall.hk	莉莉买手
19	EstheProLabo 海外旗舰店	天猫国际	https://estheprolabo.tmall.hk	莉莉买手
20	天猫国际-Glowlab 海外旗舰店	天猫国际	https://glowlab.tmall.hk/	恒美康
21	bella aurora 海外旗舰店	天猫国际	https://bellaaurora.tmall.hk/	梦哒哒
22	Derminstitute 海外旗舰店	天猫国际	https://derminstitute.tmall.hk/	梦哒哒
23	earthwise 海外旗舰店	天猫国际	https://earthwise.tmall.hk/	恒美康
24	ofwcmaputi 海外旗舰店	天猫国际	https://ofwcmaputi.tmall.hk/	莉莉买手
25	beautyhills 海外旗舰店	天猫国际	https://beautyhills.tmall.hk/	莉莉买手
26	苏菲个护旗舰店	唯品会	https://shp.vip.com/	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

27	乐互宜成人纸尿裤旗舰店	唯品会	https://detail.vip.com	发行人
28	哈罗闪旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
29	若羽臣母婴专营店	京东	https://mall.jd.com/index-834551.html	发行人
30	美迪惠尔美妆旗舰店	京东	https://mall.jd.com/index-850161.html	发行人
31	EstheProLabo 海外旗舰店	小红书	小红书 APP	梦哒哒
32	哈罗闪品牌店	小红书	小红书 APP	发行人
33	clinicians 海外旗舰店	小红书	小红书 APP	莉莉买手
34	bella aurora 海外品牌店	小红书	小红书 APP	梦哒哒
35	善存专卖店	拼多多	拼多多 APP	发行人
36	钙尔奇专卖店	拼多多	拼多多 APP	发行人
37	redseal 若羽臣专卖店	拼多多	拼多多 APP	发行人
38	Redseal 旗舰店	拼多多	拼多多 APP	发行人
39	自媒体多品牌集合店	有赞	有赞 APP	发行人
服务费结算方式的店铺				
1	合生元官方旗舰店	天猫商城	https://biostime.tmall.com	发行人
2	Dodie 旗舰店	天猫商城	https://dodie.tmall.com	发行人
3	titus 铁达时旗舰店	天猫商城	https://titus.tmall.com	发行人
4	skiphop 旗舰店	天猫商城	https://skiphop.tmall.com	发行人
5	gm 澳芝曼旗舰店	天猫商城	https://aozhiman.tmall.com	发行人
6	嘉实多官方旗舰店	天猫商城	https://castrol.tmall.com	发行人
7	Vierra 旗舰店	天猫商城	https://vierra.tmall.com	发行人
8	ergobaby 旗舰店	天猫商城	https://ergobaby.tmall.com	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

9	combi 康贝官方旗舰店	天猫商城	https://combi.tmall.com	发行人
10	combi 童鞋旗舰店	天猫商城	https://combishoes.tmall.com	发行人
11	arla 爱氏晨曦旗舰店	天猫商城	https://arla.tmall.com/	发行人
12	怡婷美旗舰店	天猫商城	https://yitingmei.tmall.com/	发行人
13	Swisse 官方旗舰店	天猫商城	https://swissesp.tmall.com	发行人
14	优酷会员官方旗舰店	天猫商城	https://ytvip.tmall.com/	发行人
15	HAIRRECIPE 官方旗舰店	天猫商城	https://hairrecipe.tmall.com	发行人
16	舒隐旗舰店	天猫商城	https://shuyinjjry.tmall.com	发行人
17	pilot 百乐旗舰店	天猫商城	https://pilotbgyp.tmall.com/	发行人
18	healthytimes 旗舰店	天猫商城	https://healthytimes.tmall.com	发行人
19	goodgout 海外旗舰店	天猫国际	https://goodgout.tmall.hk	发行人
20	Nutralife 海外旗舰店	天猫国际	https://nutralife.tmall.hk	恒美康
21	Noreva 海外旗舰店	天猫国际	https://noreva.tmall.hk	莉莉买手
22	Singula Derm 海外旗舰店	天猫国际	https://singuladerm.tmall.hk	梦哒哒
23	Healtheries 海外旗舰店	天猫国际	https://healtheries.tmall.hk	恒美康
24	Ecostore 海外旗舰店	天猫国际	https://ecostore.tmall.hk	莉莉买手
25	拜耳健康消费品海外旗舰店	天猫国际	https://bayerglobal.tmall.hk	莉莉买手
26	时间廊海外旗舰店	天猫国际	https://citychain-hk.tmall.hk	发行人
27	康维他海外旗舰店	天猫国际	https://comvitahw.tmall.hk	莉莉买手
28	妮珍/Neogen 海外旗舰店	天猫国际	https://neogen.tmall.hk	梦哒哒

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

29	惠氏健康生活海外旗舰店	天猫国际	https://whgs.tmall.hk	发行人
30	biostime 官方海外旗舰店	天猫国际	https://biostimeglobal.tmall.hk	恒美康
31	Swisse 官方海外旗舰店	天猫国际	https://swisse.tmall.hk	恒美康
32	Swisse 母婴海外旗舰店	天猫国际	https://swissemy.tmall.hk	恒美康
33	weleda 官方海外旗舰店	天猫国际	https://weleda.tmall.hk	梦哒哒
34	babyzen 海外旗舰店	天猫国际	https://babyzen.tmall.hk	恒美康
35	gm 澳芝曼官方海外旗舰店	天猫国际	https://gandm.tmall.hk	发行人
36	ICE WATCH 艾施表海外旗舰店	天猫国际	https://icewatch.tmall.hk	恒美康
37	Californiababy 海外旗舰店	天猫国际	https://californiababyglobal.tmall.hk/shop	梦哒哒
38	AXXZIA 海外旗舰店	天猫国际	https://axxzia.tmall.hk/	莉莉买手
39	oneaday 海外旗舰店	天猫国际	https://one-a-day.tmall.hk	莉莉买手
40	樱花见海外旗舰店	天猫国际	https://yinghuajian.tmall.hk	莉莉买手
41	铁达时官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com/index-54221.html	发行人
42	Combi 母婴旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
43	百乐京东自营官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
44	康贝官方旗舰店	苏宁易购	http://shop.suning.com/70092267/index.html	发行人
45	solvil et titus 旗舰店	小红书	小红书 APP	发行人
46	合生元商城店	淘宝	https://shop122571501.taobao.com	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

6. 发行人的经营资质

经核查，加审期间，发行人及其子公司取得新的如下经营资质：

(1) 食品经营许可证

企业名称	证书编号	许可范围	有效期
广州摩亚方舟	JY14401120153084	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2019.07.10-2024.07.09
若羽臣	JY14401120154526	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2019.07.22-2024.07.21
广州海通达	JY14401120153105	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2019.07.10-2024.07.09

(2) 对外贸易经营者备案登记表

企业名称	备案登记表编号	进出口企业代码
广州摩亚方舟	04896642	91440101MA5CTE8DOW
若羽臣	04896275	4401574030356

(3) 海关进出口货物收发货人备案

企业名称	海关编码	检验检疫备案号	有效期	海关备案日期
广州摩亚方舟	4401960B0U	5651300007	长期	2019.07.11

截至本补充法律意见书出具之日，发行人已具有经营业务所需的全部资质、许可、认证；发行人不存在超越资质、经营范围的情况；发行人的经营活动符合《公司章程》和《营业执照》规定的经营范围，并已取得其经营所必须的资质；发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）发行人在中国大陆以外的经营情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 境外子公司的基本经营信息

根据公司的说明并经核查，加审期间，发行人新设 2 家境外子公司，分别为新西兰摩亚方舟与香港摩亚方舟，注销子公司美国丽喜，具体情况如下：

(1) 注销美国丽喜

2019 年 7 月 19 日，香港公司注册处对美国丽喜出具解散文书。

(2) 新设新西兰摩亚方舟

2019 年 5 月 7 日，新西兰摩亚方舟成立，截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣新西兰持有新西兰摩亚方舟 60%的股权，新西兰摩亚方舟尚未开展实际业务。

(3) 新设香港摩亚方舟

2019 年 9 月 16 日，新西兰摩亚方舟在香港设立全资子公司香港摩亚方舟。截至本补充法律意见书出具之日，香港摩亚方舟尚未开展实际业务。

2. 境外子公司的业务情况核查

经核查，加审期间，除已注销的美国丽喜外，原境外子公司已经取得境外律师行出具的关于加审期间合规情况的法律意见书如下：

(1) 梦哒哒

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 8 月 26 日出具的《有关香港注册有限公司梦哒哒国际贸易有限公司（Dreamie International Trading CO, Limited）的法律意见书》，梦哒哒系依据香港法律，于 2015 年 5 月 6 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(2) 恒美康

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 8 月 26 日出具的《有关香港注册有限公

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

司恒美康（国际）有限公司（Hengmeikang (International) CO, Limited）的法律意见书》，恒美康系依据香港法律设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(3) 莉莉买手

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 8 月 26 日出具的《有关莉莉买手（国际）贸易有限公司（Lily Buyer (International) Trading CO, Limited）的法律意见书》，莉莉买手系依据香港法律，于 2015 年 7 月 23 日合法设立并有效存续的私人公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(4) 香港宝莉

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 8 月 26 日出具的《有关香港宝莉国际品牌管理有限公司（HongKong Unicorn International Brand Management CO, Limited）的法律意见书》，香港宝莉系依据香港法律，于 2015 年 10 月 22 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(5) 若羽臣韩国

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 7 月 31 日出具的《关于对若羽臣株式会社之法律意见书》，若羽臣韩国为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押；其在韩国的业务无需另行取得韩国政府批准、同意或许可；其不存在可能发生清算、破产、解散、停业、不能偿还债务的情况；不存在发生诉讼、仲裁及其他纠纷的情形，且不存在发生纠纷的可能。若羽臣韩国或代表董事、监事、董事或职员在过去三年不存在因公司业务受到徒刑、罚金、罚款或其他刑事或行政处罚的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

事情，且不存在发生刑事或行政处罚的可能性。

(6) 若羽臣新西兰、新西兰摩亚方舟

根据新西兰 Chapman Tripp 律师事务所于 2019 年 8 月 12 日出具的《法律意见书》，若羽臣新西兰与新西兰摩亚方舟为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押等权利负担；该等公司依法开展经营活动，不存在重大诉讼、仲裁或其他争议、纠纷。

（三）发行人的业务变更情况

经核查，加审期间，发行人的主营业务未发生重大变更。

（四）发行人的主营业务情况

根据《审计报告》，按合并报表计算，发行人报告期内各期主营业务收入占当期营业收入的比例均超过 99%，发行人主营业务突出。

（五）发行人的持续经营情况

经核查，加审期间，发行人的持续经营不存在法律障碍。

经核查，加审期间，发行人及其子公司新取得市场监督管理局、海关、外汇主管部门出具的合规经营证明如下：

1. 市场监督管理方面合规证明

2019 年 7 月 4 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》（西市监信证（2019）210 号），证明 2019 年 1 月 1 日以来至 2019 年 6 月 30 日止，杭州红时无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2019 年 7 月 5 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》（西市监信证（2019）223 号），证明 2019 年 1 月 1 日以来至 2019 年 6 月 30 日止，杭州分公司无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2019 年 7 月 17 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州海通达存在被该局行政处罚、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2019 年 7 月 17 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明广州摩亚方舟自设立至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2019 年 7 月 18 日，上海市奉贤区市场监督管理局出具《合规证明》（编号：26000020197000011），证明自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日，未发现上海京京业业有违反市场监管局管辖范围内的相关法律法规的行政处罚记录。

2019 年 7 月 23 日，宁波市海曙区市场监督管理局出具《宁波市海曙区市场监督管理局行政证明》，证明自 2019 年 1 月 1 日至证明出具日，宁波宝莉无违反市场监督管理方面法律法规被该局行政处罚的记录。

2019 年 7 月 24 日，广州市天河区市场监督管理局分别出具《证明》，证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州京旺、广州大可存在被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

根据广州市市场监督管理局于 2019 年 8 月 5 日出具的《证明》，加审期间，广州市市场监督管理局业务系统暂未发现若羽臣股份存在被该部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2. 进出口业务管理方面的合规证明

2019 年 7 月 15 日，黄埔海关分别出具《证明》，证明若羽臣、广州海通达 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间在黄埔海关关区内无走私违法、违规行政记录。

2019 年 8 月 5 日，海曙海关出具企业资信证明（编号：甬曙关信证[2019]013 号），证明自 2016 年 1 月 1 日起至 2019 年 7 月 31 日止，该关未发现宁波宝莉有走私罪、走私行为、违反海关监管规定的行为，未因进出口侵犯知识产权货物而被海关行政处罚。

2019 年 7 月 18 日，国家外汇管理局广东省分局分别出具《外汇违法情况查

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

询表》，证明自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，若羽臣、广州海通达无因违反外汇管理法规行为而受到行政处罚的记录。经本所律师登录国家外汇管理局广东省分局网站（http://www.safe.gov.cn）查询行政处罚信息公示，报告期内发行人不存在违反外汇管理法规的行为。

经本所律师登录国家外汇管理局宁波市分局（http://www.safe.gov.cn/ningbo/）查询行政处罚信息公示，截至 2019 年 8 月 12 日宁波宝莉不存在违反外汇管理法规的行为。

九、发行人的关联交易及同业竞争

（一）发行人的关联方

除《律师工作报告》已经披露的外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的关联方及关联关系有如下变动：

序号	关联企业	关联关系
1	南京茶巴拉通信科技发展有限公司	发行人董事王建优妻子王小英持股 99%并担任执行董事的企业
2	朗姿医疗管理有限公司	申东日担任董事长的企业
3	广州奕昕生物科技有限公司	发行人财务负责人、董事会秘书、副总经理罗志青配偶涂传明持股 55.00%并担任执行董事兼总经理的企业
4	深圳市何小兮信息科技有限公司	近一年内，发行人董事兼副总经理何治明前妻艾艳玲控制的企业，持有 100.00%股权
5	金埔园林股份有限公司	发行人董事王建优担任董事的企业
6	思考乐教育集团（HK 01769）	发行人独立董事柳建华担任独立非执行董事的企业
7	深圳市证通电子股份有限公司	发行人独立董事孙海法曾担任独立董事的企业，于 2019 年 6 月 21 日任期届满不再担任该企业独立董事

经核查，除上述变化外，加审期间，发行人的关联方及关联关系未发生其他变化。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）关联交易

根据发行人所提供的资料、天健出具的《审计报告》并经本所律师核查，自2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日，发行人与其关联方新增的主要关联交易情况如下：

1. 采购仓储物流服务

根据发行人与上海发网于 2017 年 5 月签署的《物流仓储外包合同》，发行人、发行人分子公司、上海发网、广州发网于 2018 年 5 月签署的《<若羽臣仓储物流外包合同>补充协议一》及发行人与广州发网于 2019 年 8 月 15 日签署的《若羽臣物流仓储外包合同》，2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，发行人继续向上海发网[1]采购仓储物流服务，采购金额为 857.56 万元。

经核查，上述交易发生前已经发行人 2017 年第二次临时股东大会审议，且发行人与上海发网于 2019 年上半年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

2. 应付关联方款项

截至 2019 年 6 月 30 日，发行人对上海发网的应付账款为 534.44 万元。

3. 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

2019 年 1 月至 6 月，发行人向董事、监事、高级管理人员支付薪酬合计 311.43 万元。

（三）关联交易的决策制度及程序

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人《公司章程》、《股东大会

[1] 发行人与上海发网的交易金额涵盖了发行人与上海发网及其子公司广州发网的交易金额，下同。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易制度》等文件中规定的关联交易公允决策程序未发生变化。

（四）发行人的控股股东、实际控制人关于减少及规范关联交易的承诺

经核查，发行人控股股东王玉，实际控制人王玉、王文慧已向发行人出具《关于减少和规范广州若羽臣科技股份有限公司关联交易的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（五）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

截至本补充法律意见书出具之日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争；发行人与其他主要股东等关联方的业务均不相同，不存在同业竞争；发行人不存在需要依赖实际控制人及其控制的其他企业等主要关联方方能开展业务的情形。

（六）发行人的控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺和措施

经核查，控股股东王玉，实际控制人王玉及王文慧夫妇已分别向发行人出具《关于与广州若羽臣科技股份有限公司避免同业竞争的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（七）发行人对有关关联交易和同业竞争事项的披露

经核查，发行人为本次发行并上市出具的《招股说明书（申报稿）》和其他有关申报材料中对发行人的关联交易及同业竞争进行了充分披露，不存在重大遗漏或重大隐瞒。

十、发行人的主要财产

（一）知识产权

1. 注册商标专用权

经核查，截至 2019 年 8 月 31 日，发行人子公司若羽臣韩国在韩国新取得一

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项注册商标，具体如下：

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
1	40-1477072		若羽臣韩国	2019.05.08-2029.05.07	3

注：该商标系继受取得，原权属人为广州品翰文化发展有限公司。

经核查，深圳蓬蓬妈于注销前将其名下的以下三项注册商标转让予若羽臣，截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣正在办理该等注册商标的权利人变更手续：

序号	注册证号	商标外观	原权利人（转让方）	受让方	有效期限	类别
1	17269036	FREDS	深圳蓬蓬妈	若羽臣	2016.08.28-2026.08.27	20
2	17352293	FREDS	深圳蓬蓬妈	若羽臣	2016.11.21-2026.11.20	18
3	17352349	FREDS	深圳蓬蓬妈	若羽臣	2016.12.07-2026.12.06	35

经本所律师登录工商行政管理总局国家商标局网站（http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/）逐项核查，除上述新增项因在境外注册无法查询外，发行人其余注册商标专用权不存在质押或权利受到其他限制的情况。

2. 计算机软件著作权

经核查，截至 2019 年 8 月 31 日，除下表 6 项计算机软件著作权的著作权人由广州蓓茁变更为广州京旺外，发行人拥有的软件著作权未发生其他变化。

序号	证书编号	软件名称	开发完成日期	权利范围	登记号	权利人
1	软著登字第 1395921 号	蓓茁电商数据管理软件 V1.0	2016.02.11	全部权利	2016SR217304	广州京旺
2	软著登字第 1395791 号	蓓茁客户服务软件 V1.0	2016.02.18	全部权利	2016SR217174	广州京旺

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	证书编号	软件名称	开发完成日期	权利范围	登记号	权利人
3	软著登字第1398522 号	蓓茁内部资源共享软件 V1.0	2016.04.08	全部权利	2016SR219905	广州京旺
4	软著登字第1395748 号	蓓茁仓储管理软件 V1.0	2016.04.14	全部权利	2016SR217131	广州京旺
5	软著登字第1397928 号	蓓茁电商结算管理软件 V1.0	2016.06.09	全部权利	2016SR219311	广州京旺
6	软著登字第1397908 号	蓓茁业务管理软件 V1.0	2016.06.15	全部权利	2016SR219291	广州京旺

经核查，发行人的计算机软件著作权均处于有效期内，不存在质押或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷。

3. 专利权

经核查，截至 2019 年 8 月 31 日，若羽臣股份及其子公司新取得 1 项发明专利与 10 项外观设计专利，具体如下：

序号	专利号	专利名称	专利权人	专利类型	申请日期	授权公告日
1	201510566655X	一种数据处理方法	若羽臣	发明专利	2015.09.08	2017.11.24
2	2018304738555	礼盒（圣诞节礼品盒）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
3	2018304738875	拼接玩具（珠子）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
4	2018304743572	拼接玩具（花瓣）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
5	2018304743587	拼接玩具（珠子）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
6	2018304746693	礼盒（宝宝解密礼品盒）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
7	2018304746744	礼盒（新年好事成双礼品盒）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	专利号	专利名称	专利权人	专利类型	申请日期	授权公告日
8	201830474675 9	礼盒（新年蓝臻礼品盒）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
9	201830474706 0	礼盒（星空探索礼品盒）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
10	201830474710 7	拼接玩具（手环）	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.06.28
11	201830474673X	音乐盒	若羽臣	外观设计	2018.08.24	2019.07.23

注：上述第 1 项专利系继受取得，原权属人为成都博元科技有限公司。

经本所律师登录国家知识产权局中国及多国专利审查信息查询网（http://cpquery.cnipa.gov.cn/）逐项核查，发行人拥有的专利不存在质押或权利受到其他限制的情况。

本所律师认为，发行人合法拥有前述专利的专用权，不存在权属纠纷。

4. 域名

经核查，截至 2019 年 8 月 31 日，发行人拥有的域名未发生其他变化。发行人的域名均处于有效期内，不存在质押或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷。

（二）发行人拥有的主要经营设备

根据《审计报告》并经本所律师核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人固定资产净值为 1,539,212.37 元，其中，运输设备的账面净值为 99,710.48 元，办公设备的账面净值为 1,439,501.89 元。

发行人已建立了相应的管理台帐，该等办公设备、运输设备等资产使用状态良好。本所律师抽查了电脑、办公桌等主要经营设备的购置凭证，核查了部分办公设备，该等设备处于有效使用期内并在正常使用中，均为发行人自购取得，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（三）财产担保及其他权利限制

根据发行人出具的说明并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在以自有财产为第三方设定担保或其他权利限制的情形。

（四）租赁房产

经核查，加审期间，发行人及其子公司新签署的租赁合同如下：

序号	承租方	出租方	租赁地址	面积/m^2	用途	租赁期限	权属证书
1	发行人	广州市明和实业有限公司	广州天河区珠江东路16号3201房全层单元	2,325.01	办公	2019.07.01-2022.06.30（续租）	粤2016广州市不动产权第00037186号
2	发行人	广州市明和实业有限公司	广州天河区珠江东路16号3301房之自编05单元	311.18	办公	2019.07.01-2022.06.30（续租）	粤2016广州市不动产权第00037185号
3	发行人	广州市明和实业有限公司	广州天河区珠江东路16号3401房之自编01、06A单元	528.74	办公	2019.07.01-2022.06.30（续租）	粤2016广州市不动产权第00037184号
4	广州大可	北京仟丰科技有限公司	北京市经济技术开发区荣昌东街甲5号(街/路)1号楼9层	225	办公	2019.03.28-2020.04.27	京房权证开字第000975号
5	宁波宝莉	宁波市美丽园实业投资发展有限公司	海曙区丽园北路668号澄波街282号288号	48.88	商业	2019.08.15-2020.08.14	房权证勇海西郊字第20090026号

经核查，上述4-5项租赁合同尚未办理租赁备案，其余合同已办理备案登记。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

除上述披露的事项之外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人租赁的房产未发生其他变化。

（五）对外投资情况

1. 新增对外投资情况

经核查，加审期间，发行人新增的对外投资如下：

(1) 舟山若羽臣

根据舟山市市场监督管理局自由贸易试验区分局颁发的《营业执照》（统一社会信用代码：91330900MA2A3E3B3X），舟山若羽臣基本情况如下：

名称	舟山若羽臣贸易有限公司
统一社会信用代码	91330900MA2A3E3B3X
住所	中国（浙江）自由贸易试验区舟山市定海区舟山港综合保税区企业服务中心 309-2055 室
法定代表人	胡冬根
注册资本	500 万元
类型	有限责任公司（法人独资）
成立日期	2019 年 7 月 1 日
营业期限	2019 年 7 月 1 日至长期
经营范围	婴儿用品、化妆品及卫生用品、文具用品、体育用品及器材、百货、日用家电批发、零售；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发;计算机技术开发、技术服务；电子信息技术服务；货物及技术进出口；广告设计、制作、代理、发布；策划创意服务；（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）

截至本补充法律意见书出具之日，发行人持有舟山若羽臣 100%的股权。

(2) 广州摩亚方舟

根据广州市黄埔区市场监督管理局颁发的《营业执照》（统一社会信用代码：91440101MA5CTE8D0W）及发行人提供的工商档案资料，广州摩亚方舟基本情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

名称	广州摩亚方舟贸易有限公司
统一社会信用代码	91440101MA5CTE8D0W
住所	广州市黄埔区大沙地东 319 号 2509 房
法定代表人	胡冬根
注册资本	1,000 万元
类型	其他有限责任公司
成立日期	2019 年 6 月 20 日
营业期限	2019 年 6 月 20 日至长期
经营范围	货物进出口（专营专控商品除外）；体育用品及器材批发；化妆品及卫生用品批发；技术进出口；婴儿用品批发；婴儿用品零售；百货零售（食品零售除外）；化妆品及卫生用品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；礼仪电子用品制造；广告业；策划创意服务；散装食品批发；预包装食品批发；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；乳制品批发；米、面制品及食用油批发；乳制品制造；乳制品零售；保健食品制造；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；预包装食品零售;散装食品零售

截至本补充法律意见书出具之日，发行人持有广州摩亚方舟 51%的股权。

(3) 新西兰摩亚方舟

根据发行人提供的新西兰摩亚方舟注册登记资料，新西兰摩亚方舟基本情况如下：

名称	Moa’s Ark Group Limited
公司编号	7418898
住所	25a O'rorke Road, Penrose, Auckland, 1061, NZ
董事	ZENG, Hao
成立日期	2019 年 5 月 7 日
登记有效期限	至 2020 年 5 月 16 日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

截至本补充法律意见书出具之日，发行人全资子公司若羽臣新西兰持有新西兰摩亚方舟 60%的股权。

(4) 香港摩亚方舟

根据发行人提供的香港摩亚方舟注册登记资料，香港摩亚方舟的基本情况如下：

名称	香港摩亚方舟（国际）有限公司
注册资本	1 万元港币
住所	香港九龙尖沙咀金马伦道 26-28 号金龘商业中心 1401 房
成立日期	2019 年 9 月 16 日

截至本补充法律意见书出具之日，新西兰摩亚方舟持有香港摩亚方舟 100%的股权。

2. 对外投资的其他变更情况

经核查，加审期间，发行人原子公司的变更情况如下：

(1) 注销深圳蓬蓬妈

2019 年 6 月 18 日，深圳市市场监督管理局核准深圳蓬蓬妈工商注销登记并向其核发《企业注销通知书》。

(2) 注销美国利喜

2019 年 7 月 19 日，香港公司注册处对美国丽喜出具解散文书。

(3) 广州大可变更经营范围

2019 年 6 月 25 日，经广州市天河区工商行政管理局核准，广州大可经营范围变更为“企业形象策划服务；市场调研服务；广告业；公共关系服务；策划创意服务；文化艺术咨询服务；网络技术的研究、开发；市场营销策划服务；会议及展览服务；增值电信服务（业务种类以《增值电信业务经营许可证》载明内容为准）”。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十一、发行人的重大债权债务

（一）发行人的重大合同

加审期间，发行人及其子公司新增的正在履行或即将履行的重大合同情况如下：

1. 销售合同

序号	供应商	客户	品牌名称	销售内容	合同期限
1	杭州分公司	宝光通城（上海）商贸有限公司	Solvil et Titus 铁达时、时间廊	代运营服务	2019.04.01-2020.03.31
2	梦哒哒	TCA Korea Co., Ltd	美迪惠尔 Mediheal	代运营服务	2019.01.01-2019.12.31
3	莉莉买手	Ecostore Company Limited	ecostore、Ecostore 和 Eco Store	代运营服务	2019.04.01-2021.03.31
4	若羽臣	武汉经典宝贝电子商务有限公司、桦川（上海）商贸有限公司	B.Box 贝博士	渠道分销	2019.01.01-2019.12.31
5	若羽臣	桦川（上海）商贸有限公司	B.Box 贝博士	渠道分销	2019.03.19-2019.12.31

2. 采购合同

序号	供应商	经销商	品牌名称	合同期限
1	SUPEX BNP Co., Ltd.	若羽臣	美迪惠尔	2019.09.01-2020.08.31

3. 仓储服务合同

2019 年 8 月 15 日，发行人与广州发网签署《若羽臣物流仓储外包合同》（编号：RY¬L20191230），委托广州发网提供销售订单处理、仓储管理、退换货等仓配一体化服务；发行人向广州发网支付仓储及分拣服务费、物流配送运输服务费

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

以及增值服务费等服务费用，具体服务费用根据双方约定的收费标准和实际发生的业务计算，合同有效期为 2019 年 6 月 15 日至 2021 年 6 月 14 日止。

根据《审计报告》并经核查发行人及其子公司的《企业信用报告》，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司不存在到期未偿还的银行借款。

本所律师认为，发行人上述重大合同合法有效，目前不存在任何纠纷或争议，合同的履行不存在法律障碍。

（二）根据发行人确认并经本所律师核查，除本补充法律意见书第十七部分披露的事项外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除已披露的债权债务外，发行人与关联方之间不存在其他重大的债权债务，亦不存在发行人为关联方提供担保的情况。

（四）根据《审计报告》及本所律师的核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人金额较大的其他应收、应付款属于发行人生产经营过程中正常发生的款项，债权债务关系清晰，合法有效。

十二、发行人重大资产变化及收购兼并

（一）股份公司设立后发行人进行的重大资产变化及收购兼并

经核查，加审期间，发行人未发生重大资产重组、合并、分立、增资扩股、减少注册资本、收购或出售资产等重大资产变化及收购兼并行为。

（二）发行人有关重大资产变化及收购兼并的计划

根据发行人的确认，截至本补充法律意见书出具之日，发行人没有进行对本次发行并上市构成实质性影响的资产置换、资产剥离、资产出售或收购等行为的计划。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十三、发行人《公司章程》的制定与修改

（一）《公司章程》的制定和修改

经核查，加审期间，发行人修改了 1 次《公司章程》，具体情况如下：

2019 年 6 月 24 日，发行人第二届董事会第九次会议审议通过《关于修改<公司章程>的议案》，在原有经营范围中增加“互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）”。2019 年 7 月 10 日，发行人 2019 年第四次临时股东大会审议通过该议案。2019 年 7 月 25 日，本次修改后的章程在广州市市场监督管理局完成备案。

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

（一）经核查，加审期间，发行人的组织机构未发生变化。

（二）经核查，加审期间，发行人的股东大会、董事会及监事会议事规则未发生变化。

（三）加审期间，发行人召开了 1 次股东大会、2 次董事会、1 次监事会，会议的具体情况如下：

1. 股东大会

序号	日期	会议名称	会议主要内容
1	2019.07.10	2019 年第四次临时股东大会	1.《关于变更公司经营范围的议案》 2.《关于修改<公司章程>的议案》

2. 董事会

序号	日期	会议名称	通过事项
1	2019.06.24	第二届董事会第九次会议	1.《关于变更公司经营范围的议案》 2.《关于修改<公司章程>的议案》
2	2019.09.11	第二届董事会第十次会议	1.《关于公司申报审计报告及财务报表的议案》 2.《关于<关于内部控制的自我评价报告>的议案》

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 监事会

序号	日期	会议名称	通过事项
1	2019.09.11	第二届监事会第四次会议	《关于公司申报审计报告及财务报表的议案》

经核查，本所律师认为，发行人上述历次股东大会、董事会、监事会的召集、召开、表决程序及决议内容均符合《公司法》等法律法规和《公司章程》的要求，合法、合规、真实、有效。

（四）经核查，加审期间，发行人股东大会对董事会的授权或重大决策均履行了股东大会内部批准程序，均按照《公司章程》及各项议事规则规定的程序进行。

十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）经核查，加审期间，发行人的监事谭艳，新增兼任舟山若羽臣及广州摩亚方舟的监事；监事胡冬根新增兼任舟山若羽臣执行董事、总经理，兼任广州摩亚方舟执行董事、总经理，兼任香港摩亚方舟董事；董事王玉新增兼任若羽臣新西兰董事。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人的董事、监事和高级管理人员未发生不符合《公司法》规定的任职资格的情形。

（二）经核查，加审期间，发行人的董事、监事、高级管理人员未发生变化。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的独立董事工作制度未发生变化。

十六、发行人的税务

（一）根据《审计报告》并经核查，自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，发行人执行的税种税率未发生变化。

（二）发行人适用的税收优惠

根据《审计报告》并经核查，2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人适用的税收优惠变化如下：

经核查，发行人已提交资料申请 2019 年高新技术企业资格重新认定，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的高新技术企业资格重新认定仍在审核，发行人 2019 年 1-6 月暂按照 15%的税率计缴企业所得税。

根据《财政部 税务总局 海关总署关于深化增值税改革有关政策的公告》（财政部 税务总局 海关总署公告 2019 年第 39 号）的规定，自 2019 年 4 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日，允许生产、生活性服务业纳税人按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额。杭州分公司、杭州红时以及广州大可 2019 年 4-6 月可按照当期可抵扣进项税额加计 10%，抵减应纳税额。

莉莉买手 2019 年度首二百万元应评税利润的税率降为 8.25%，超过二百万元（港币）部分为 16.5%。

（三）发行人所享受的财政补贴

根据《审计报告》并经核查，发行人及其子公司自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日取得的主要财政补贴具体如下：

序号	取得主体	项目	取得时间	拨款单位	金额（元）	依据
1	若羽臣	2017 年广州市企业研发经费后补助专项项目	2019.03.28	广州市财政局国库支付分局	266,600.00	《2017 年广州市企业研发经费投入后补助专题拟补助名单公示》
2	若羽臣	2017 年广州市企业研发经费后补助专项项目	2019.03.21	广州开发区财政国库集中支付中心	266,600.00	《关于拨付 2017 年广州市研发后补助专题区级补助资金（第三批）的通知》

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	取得主体	项目	取得时间	拨款单位	金额（元）	依据
3	若羽臣	现代服务业政策经营贡献奖励	2019.06.28	广州开发区财政国库集中支付中心	980,000.00	《广州市黄埔区人民政府办公室 广州开发区管委会办公室关于印发广州市黄埔区广州开发区促进现代服务业发展办法的通知》（穗开管办〔2017〕5号）、《广州市黄埔区人民政府办公室 广州开发区管委会办公室关于印发广州市黄埔区广州开发区促进总部经济发展办法的通知》（穗开管办〔2017〕6号）
4	广州大可	新增“四上”企业经费补贴	2019.04.30	广州市天河区财政局	10,000.00	广州市天河区统计局《通知》
5	杭州分公司	企业稳定岗位补贴	2019.01	杭州市财政局	10,031.77	《杭州市人力资源和社会保障局 杭州市财政局关于失业保险支持企业稳定岗位有关问题的通知》(杭人社发〔2015〕307号)

本所律师认为，发行人取得的上述主要财政补贴均有法规依据或获得了相关主管部门的批准或认可，合法有效。

（四）发行人依法纳税情况

经核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具日，发行人不

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

存在偷、欠、漏税等违反税收法律法规的行为，也不存在重大税收违法行为。发行人及其分、子公司取得税务主管机关开具的合规证明情况如下：

(1) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2019]626 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现发行人存在税收违法违章行为。

(2) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]970 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州京旺存在税收违法违章行为。

(3) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2019]625 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州海通达存在税收违法违章行为。

(4) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]971 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州大可存在税收违法违章行为。

(5) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]969 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间，暂未发现广州酷宝儿存在税收违法违章行为。

(6) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明杭州红时自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日无被税务机关查处的税收违法行为。

(7) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明杭州分公司自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日被税务机关查处的税收违法行为。

(8) 国家税务总局宁波市海曙区税务局出具《证明》，证明自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日，宁波宝莉暂无欠税，无其他违法行为。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(9) 根据发行人在国家税务总局上海市电子税务局查询违法违章信息，上海京京业业自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日期间无违法违章信息。

本所律师认为，发行人目前执行的税种税率符合法律、法规及地方性法规的要求，发行人享受的上述已披露的税收优惠政策、财政补贴合法、合规、真实、有效，不存在对发行人生产经营产生重大实质性影响的税务违法违规情况。

十七、发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工

（一）发行人的环境保护

经核查，发行人及其子公司的主营业务系为全球优质品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务。其经营活动过程中不存在向环境排放废气、废水、废渣等污染物情形。

经本所律师登录广州市环保局网站（http://sthjj.gz.gov.cn）、宁波市生态环境局（http://sthjj.ningbo.gov.cn/）、杭州市生态环境局（http://epb.hangzhou.gov.cn/）、上海市生态环境局（http://sthj.sh.gov.cn）核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在因违反环境保护法律法规受到行政处罚的情形，本次募集资金拟投资项目符合有关环境保护法律法规的要求，无需办理环境影响评价审批手续。

（二）发行人的产品质量及技术监督标准

经核查，加审期间，发行人销售的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）产品发生产品召回事件。具体如下：

千麦实业（上海）有限公司（以下简称“千麦实业”）为 LA TOURANGELLE 系列产品的中国总代理商，拉图蓝乔（上海）贸易有限公司（以下简称“拉图蓝乔”）系千麦实业的全资子公司。若羽臣于 2015 年 12 月 23 日与拉图蓝乔签署《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》，从拉图蓝乔取得授权于京东自营平台和天猫超市等互联网平台（以下简称“合约平台”）销售 LA TOURANGELLE 系列产品。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2019 年 7 月 16 日，千麦实业发布了《关于 LA TOURANGELLE 产品情况通报 0716》，告知该公司自查发现其所代理的 LA TOURANGELLE 产品存在邻苯二甲酸酯类物质成分残留情况，提醒各渠道商暂停销售，待该公司得到全面检测报告后将第一时间通报情况，并对特定批次发布召回方案。

2019 年 7 月 20 日，若羽臣与拉图蓝乔签署了《解除合作协议》，双方之间的合作关系自协议签订之日起解除，若羽臣协助拉图蓝乔召回相关产品，拉图蓝乔同意按照若羽臣原采购价格回购若羽臣从拉图蓝乔采购的该品牌剩余库存产品，包括合约平台退货至若羽臣仓库的产品，回购运费由拉图蓝乔承担。货物分三批退回，款项不晚于 2019 年 9 月 30 日支付，召回产品的货款不晚于 2019 年 12 月 31 日前支付。同时，协议明确，若羽臣因此受到的损失，由拉图蓝乔承担。

2019 年 7 月 20 日，拉图蓝乔向北京京东世纪信息技术有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担京东平台因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

2019 年 7 月 26 日，拉图蓝乔向上海天翌电子商务有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担对方因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

根据发行人的说明，截至本法律意见书出具之日，若羽臣关于该品牌的库存产品已经退回拉图蓝乔，合约平台退回的产品尚在陆续退回整理中。

经本所律师对千麦实业负责人访谈确认，千麦实业发布上述通报系自查自主发布，而非被政府主管部门抽查或被政府主管部门要求发布；截至 2019 年 8 月 27 日，当地市场监管部门对相关产品进行了采样检测，但未立案处理，千麦实业和拉图蓝乔均未收到主管部门的处罚决定或拟进行处罚的通知。经各方确认，截至本补充法律意见书出具之日，千麦实业、拉图蓝乔与发行人之间不存在争议或潜在纠纷。

经核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

不存在因违反产品质量和技术监督标准方面的法律、法规和规范性文件而受到主管部门重大行政处罚的情形。发行人及其子公司取得的质量监督主管机关开具的合规证明的具体情况详见本补充法律意见书“八、发行人的业务”之“（五）发行人的持续经营情况”。

（三）发行人的劳动用工及社会保障情况

1. 发行人的劳动用工

经核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其分、子公司的正式员工共 627 人。发行人及其子公司已与全体正式员工签订《劳动合同》，合同内容合法，条款完备。加审期间，发行人的劳动人事管理制度未发生重大变更。

2. 发行人缴纳社会保险和住房公积金的情况

经核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其分、子公司为其 576 名员工缴纳社会保险费用，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其分、子公司为其 579 名员工缴存住房公积金，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司未缴纳社会保险的员工共计 51 名，其中，46 名由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，4 名员工系由于其前单位未停缴，公司无法为其缴纳，1 人为退休返聘员工。

经核查，截至 2019 年 6 月 30 日，发行人及其子公司未缴纳住房公积金的员工共计 48 名，其中，46 名系由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，1 名员工系由于其前单位未停缴，公司无法为其缴纳，1 人为退休返聘员工。

3. 合规证明

(1) 社会保险

根据发行人及其分、子公司当地社会保险主管部门开具的合规证明，经核查，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。主管部门为发行人及其分、子公司出具的合规证明具体如下：

2019 年 7 月 18 日，广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日为其员工参加基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

2019 年 9 月 4 日，广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录；证明广州海通达自 2019 年 4 月至 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

2019 年 7 月 16 日，杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《证明》，证明杭州分公司、杭州红时自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日，无重大劳动纠纷，社会保险已开户参保，未受到该局行政处罚。

(2) 住房公积金

根据发行人及其分、子公司所在地住房公积金管理中心开具的合规证明，经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反住房公积金方面的法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。住房公积金管理中心为发行人及其分、子公司出具的合规证明具体如下：

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月未曾受到该中心的行政处罚。

2019 年 7 月 17 日，杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2019 年 7 月，杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 控股股东及实际控制人关于补缴社会保险和住房公积金的承诺函

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人实际控制人王玉、王文慧出具的《关于公司社会保险及住房公积金缴纳事宜的承诺函》依法持续有效。

十八、发行人募集资金的运用

经核查，加审期间，发行人募集资金项目及运用安排未发生变化。

十九、发行人的业务发展目标

经核查，加审期间，发行人的业务发展目标未发生变化。

二十、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）发行人及其子公司、控股股东、实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚

1. 诉讼、仲裁

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司新增 3 项诉讼案件：

(1) 发行人与刘爱平网络购物合同纠纷案

2019 年 2 月 11 日，北京互联网法院受理刘爱平（原告）诉发行人（被告）网络购物合同纠纷一案，原告主张其通过被告经营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”购买的一罐亲舒易消化安儿宝 A+幼儿配方奶粉（12-36 月龄，3 段）存在虚假或者引人误解的内容，请求：（1）判决被告向原告退还购物款 334 元；（2）判决被告向原告支付赔偿金 1,002 元；（3）判决被告承担本案诉讼费。

2019 年 6 月 28 日，北京互联网法院作出（2019）京 0491 民初 3402 号《民事判决书》，认定被告的行为不构成虚假宣传，不存在引人误解、欺骗、误导消费者的情况，原告的诉请无事实及法律依据，判决驳回原告刘爱平的全部诉讼请求。本案现已结案。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 发行人、托尼魅力化妆品（深圳）有限公司与王韧商标侵权案

王韧（原告）于 2009 年 5 月注册了“魔法森林”注册商标（注册号：第 5044010 号），若羽臣曾于 2011 年至 2012 年期间在“新浪微博”宣传“TONYMOLY”品牌产品，其中使用了“魔法森林”的文字表述，并不涉及原告的商标。原告认为若羽臣侵害了其商标权，构成不正当竞争，向广州市黄埔区人民法院提起诉讼。截至本法律意见书出具之日，本案尚未了结。

(3) 广州酷宝儿与深圳可思美科技有限公司（以下简称“深圳可思美”）

广州酷宝儿与深圳可思美于 2018 年 10 月 18 日签订《深圳可思美科技有限公司（CosBeauty）网店代运营合同》，约定广州酷宝儿自 2018 年 8 月 1 日至 2018 年 9 月 31 日期间向深圳可思美提供天猫旗舰店代运营服务。根据上述合同，深圳可思美应于合同签订后 10 个工作日内支付固定服务管理费 136,000 元。截至目前，深圳可思美尚未向广州酷宝儿支付固定服务费。广州酷宝儿已向深圳市宝安区人民法院提起诉讼。

本所律师认为，上述诉讼案件涉案金额较小，不会对发行人本次发行并上市造成重大障碍。除以上披露的诉讼案件外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的尚未了结的诉讼、仲裁案件。

2. 行政处罚

经核查，加审期间，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的行政处罚。

根据发行人、持有发行人 5%以上股份的股东出具的承诺，并经过本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人、持有发行人 5%以上股份的股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（二）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚

根据发行人董事长、总经理出具的书面承诺，并经过本所律师的核查，截至

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本补充法律意见书出具之日，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十一、发行人招股说明书法律风险评价

发行人关于本次股票发行上市的《招股说明书（申报稿）》及其摘要是由发行人与主承销商编制。本所律师以发行人法律顾问身份，就《招股说明书（申报稿）》有关重大事实与法律有关的问题与发行人、主承销商及其他中介机构进行了讨论，并审阅了《招股说明书（申报稿）》全文，特别是对发行人在《招股说明书（申报稿）》及其摘要中引用本所出具的法律意见书及律师工作报告相关内容作了认真审阅。发行人董事、监事、高级管理人员，主承销商、会计师事务所等中介机构已作出声明，发行人的《招股说明书（申报稿）》及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并愿意承担相应的责任。

二十二、结论性意见

根据发行人提供的文件和本所律师进行的核查，本所律师认为：

加审期间，发行人未发生影响本次发行并上市的重大事项。发行人本次发行并上市符合《证券法》、《公司法》和中国证监会有关规范性文件的规定，具备了首次公开发行股票并上市的实质性条件和程序性条件，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法行为，《招股说明书（申报稿）》及其摘要所引用本补充法律意见书的内容已经本所律师审核确认。

发行人本次发行并上市尚待中国证监会核准。

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

（以下无正文）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____　　经办律师：_____

张学兵　　全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2019年 9月 24日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所
关于广州若羽臣科技股份有限公司
首次公开发行股票并上市的
补充法律意见书（二）

二〇一九年十二月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所 ZHONG LUN LAW FIRM
广州市天河区珠江新城华夏路 10 号富力中心 23 层　邮政编码：510623
23/F, R&F Center, 10#Huaxia Road, TianHe District, Guangzhou 510623
电话/Tel：(8620) 2826 1688　传真/Fax：(8620) 2826 1666
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（二）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）接受广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”）的委托，担任发行人申请首次公开发行人民币普通股（A 股）并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜的专项法律顾问，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规及中国证券监督管理委员会颁布的《首次公开发行股票并在创业板上市管理办法》、《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——公开发行证券的法律意见书和律师工作报告》（证监发〔2001〕37 号）、《律师事务所从事证券法律业务管理办法》（证监会、司法部第 41 号令）、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》（证监会、司法部〔2010〕33 号）等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

于 2019 年 9 月出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》（以下简称“《补充法律意见书（一）》”）等文件。

根据中国证监会于 2019 年 9 月 5 日出具的 191587 号《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（以下简称“《反馈意见》”）的要求，本所律师对《反馈意见》涉及的有关事项进行了进一步核查并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准。本所律师在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

一、《反馈意见》规范性问题 1：请保荐机构、发行人律师补充说明：（1）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。（2）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。（3）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。（4）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。（5）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

反馈回复：

（一）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案资料，确认其 2015 年 5 月及其后历次股权转让与增资情况；

2. 核查发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的相关协议、内部决议文件，股权转让的转账凭证、增资的验资报告；

3. 核查发行人及股权转让方出具的说明，确认 2015 年 5 月及其后历次股权转让及增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性；

4. 对发行人股东就入股发行人的背景、原因等进行访谈；

5. 查阅发行人股东就股权转让事宜出具的相关确认函。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

1. 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性

根据发行人的工商登记档案资料并经核查，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据如下：

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
2015.05	股权转让	王玉	徐晴	30 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	对徐晴实施激励
2015.05	股权转让	王玉	发光体	97.7 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	股东间协商调整股权结构
		王文慧		19 万元			
		姜立涛		43.3 万元			
2015.05	增资至 1,250 万元	-	朗姿股份	250 万元	44 元/元出资	协商按若羽臣投后估值 5.5 亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
	股权转让	王玉	晨晖盛景	62.5 万元			
2015.07	整体变更股份公司	-	原股东	增至 7,500 万元	-	-	-
2017.02	股份转让	姜立涛	横琴业显	75 万股	8 元/股	协商确定按若羽臣 6 亿元估值转让	姜立涛个人有资金需求
2017.03	增资至 8,333.3332 万元	-	晨晖盛景	208.3333 万股	9.6 元/股	协商按若羽臣投后估值 8 亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
			厚钰凯盛	208.3333 万股			
			金英顺	260.4166 万股			
			晏小平	156.2500			

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
				万股			
2018.10	增资	-	晨晖朗姿	238.0952 万股	12.60 元/股	协商按若羽臣投后估值 11.5 亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
		-	中小企业基金	158.7302 万股			
		-	十月吴巽	79.3651 万股			
		-	十月众领	79.3651 万股			
		-	前海投资基金	238.0952 万股			
	转让	王玉	晨晖朗姿	79.3651 万股			
			十月吴巽	39.6825 万股			
			创钰铭晨	119.0476 万股			

根据本所律师对发行人及相关股东的访谈，上表历次股权转让、增资之间的定价差异系交易相关方根据交易的目的、若羽臣经营发展所处的时期、业绩情况、规范情况等因素协商确定，定价差异具有商业合理性。

综上，本所律师认为，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异是交易相关方根据交易目的、若羽臣经营发展所处的时间、业绩情况、规范情况等因素协商确定，具有商业合理性。

2. 前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议

根据《公司法》及《公司登记管理条例》规定，股份公司的股东不是法定工商登记事项，股东转让股份有限公司股份未明确要求经股东大会审议及办理工商登记，且《公司章程》亦未规定转让股份需经股东大会审议，据此，2017 年 2

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

月及2018年10月发生的股份转让无需公司股东大会审议批准及办理工商变更登记。若羽臣前述其他股权变动均已经按照《公司法》及《公司章程》的规定，履行了内部审议程序，并已办理完毕工商变更登记手续。经核查，上表历次股权变动程序合法合规。

根据本所律师对转让股东访谈所得信息，及发行人股东出具的确认函，上述历次股权变动所涉及的转让款及/或增资认购款均已经支付完毕，不存在纠纷。

（二）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 获取姜立涛于 2017 年 2 月通过协议转让方式向横琴业显转让股份的交易截图；

2. 通过全国中小企业股份转让系统（以下简称“股转系统”）信息披露平台查阅发行人终止挂牌所发布的所有公告；

3. 核查发行人关于终止在股转系统挂牌事宜召开第一届董事会第十八次会议决议文件、第一届监事会第十次会议决议文件、2017 年第五次临时股东大会决议文件。

核查内容：

经核查，发行人股票于 2015 年 12 月在股转系统挂牌，于 2017 年 10 月摘牌。发行人股票在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动。

1. 发行人在股转系统挂牌的基本情况

发行人于 2015 年 9 月向全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“股转公司”）提交了挂牌申请，并于 2015 年 11 月 20 日取得股转公司核发的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，公司股票挂牌时的股权结构如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	3,402,000	4.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

2. 发行人在股转系统挂牌期间股份变动的基本情况

经核查，发行人在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动，具体如下：

(1) 股份协议转让

2017 年 2 月 20 日，横琴业显通过股转系统以协议转让的方式受让姜立涛持有发行人的 750,000 股股票，受让价格为 8 元/股。

根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的《证券持有人名册》，上述股份转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	2,652,000	3.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
8	横琴业显	750,000	1.00%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 增资

发行人于 2017 年 1 月 25 日召开 2017 年第一次临时股东大会，审议通过《股票发行方案》，拟定向发行股份 8,333,332 股，每股面值 1 元，每股发行价格为 9.60 元，分别由晨晖盛景认购 2,083,333 股，厚钰凯盛认购 2,083,333 股，金英顺认购 2,604,166 股，晏小平认购 1,562,500 股，认购方式均为货币，募集资金总额为 8,000 万元。

上述增资已经天健于 2019 年 5 月 25 日出具的“天健验[2019]7-40 号”《验资报告》审验，经审验，截至 2017 年 2 月 3 日，发行人已收到本次定向发行对象缴付的资金共计 8,000 万元，其中 833.3332 万元计入新增注册资本，其余计入资本公积—股本溢价。

2017 年 3 月 21 日，若羽臣股份办理完毕上述增资的工商变更登记。

上述增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	43.91%
2	朗姿股份	15,000,000	18.00%
3	发光体	9,600,000	11.52%
4	晨晖盛景	5,833,333	7.00%
5	王文慧	4,860,000	5.83%
6	姜立涛	2,652,000	3.18%
7	金英顺	2,604,166	3.12%
8	厚钰凯盛	2,083,333	2.50%
9	徐晴	1,800,000	2.16%
10	晏小平	1,562,500	1.88%
11	横琴业显	750,000	0.90%
合计		**83,333,332**	**100.00%**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 发行人在股转系统终止挂牌的基本情况

经发行人第一届董事会第十八次会议及 2017 年第五次临时股东大会审议，公司全体董事、股东一致同意向股转系统申请终止挂牌。发行人于 2017 年 9 月 25 日向股转公司递交《广州若羽臣科技股份有限公司关于公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的申请》及相关文件，并取得股转公司出具的受理通知书（编号：172828）。

2017 年 10 月 12 日，发行人收到股转公司出具的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》，股转公司同意发行人股票自 2017 年 10 月 13 日起终止在股转系统挂牌。

（三）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 登录“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等网站查询发行人直接、间接股东信息；

2. 向发行人直接、间接股东发送询问函，并核查直接、间接股东反馈回复的确认函；

3. 核查发行人实际控制人与董监高出具的相关确认函；

4. 核查本次发行中介机构出具的相关确认函；

5. 核查发行人出具的相关确认函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 本所律师根据所搜集到的发行人直接、间接股东信息，向具有联系方式的直接、间接股东逐一发送询证函，就发行人股东与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否具有亲属关系、关联关系等事项进行核查。经核查前述回函并经网络核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人直接、间接股东与发行人及其实际控制人、董监高具有如下关联关系：

(1) 发行人直接股东王玉、王文慧系发行人的实际控制人及董事，其中王玉同时系发行人的高级管理人员；

(2) 发行人的直接股东徐晴系发行人的董事兼高级管理人员；

(3) 发行人的直接股东朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景系发行人持股 5%以上的机构股东，属于发行人的关联方，发行人的直接股东天津若羽臣系由王玉、王文慧共同设立的有限合伙企业；

(4) 发行人的间接股东申东日持有发行人 5%以上的股份，系发行人的关联方；

(5) 发行人直接股东晏小平分别持有发行人直接股东晨晖朗姿、晨晖盛景的普通合伙人及执行事务合伙人 90%、99%的出资，若合并计算晨晖朗姿、晨晖盛景和晏小平持有的股份，则晏小平合计控制发行人 5%以上有表决权的股份；

(6) 发行人直接股东厚钰凯盛的有限合伙人之一为广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙），王文慧持有广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）2.12%的财产份额；

(7) 发行人直接股东朗姿股份的董事会秘书兼副总经理王建优同时系发行人的董事。

除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东确认与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 经查阅发行人实际控制人与董监高出具的确认函，并经访谈核查，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人实际控制人、董监高不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

3. 经核查本次发行各中介机构出具的确认函，该等中介机构均确认，发行人直接、间接股东与该中介机构及其负责人、本次发行上市的签字人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

4. 经查阅发行人出具的确认函并经网络核查，发行人确认，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人不存在其他关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

经核查，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

（四）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案，申报前一年内的内部决议、公司章程；

2. 核查申报前一年新增合伙企业股东的营业执照、合伙协议；

3. 查阅申报前一年新增合伙企业股东出具的说明。

核查内容：

经核查，发行人于本次申报日 2019 年 6 月 17 日前一年，新增合伙企业股东

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

共有 6 名，分别为晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领。各合伙企业股东的合伙人及出资额、出资比例情况如下：

1. 晨晖朗姿

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，晨晖朗姿的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波晨晖创新投资管理有限公司	387.78	1.00%	普通合伙人
2	朗姿股份有限公司	5,500.00	14.18%	有限合伙人
3	江苏中韩盐城产业园投资有限公司	5,000.00	12.89%	有限合伙人
4	宁波梅山保税港区博进投资中心（有限合伙）	1,000.00	2.58%	有限合伙人
5	伊廷雷	2,000.00	5.16%	有限合伙人
6	问泽鸿	1,000.00	2.58%	有限合伙人
7	厦门瑞极投资有限公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
8	庞村	1,000.00	2.58%	有限合伙人
9	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	1,500.00	3.87%	有限合伙人
10	王智敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
11	深圳市盘古陆拾号股权投资中心（有限合伙）	790.00	2.04%	有限合伙人
12	深圳小辣椒科技有限责任公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
13	李旭	1,000.00	2.58%	有限合伙人
14	刘中敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
15	宁波梅山保税港区鸿文投资管理合伙企业（有限合伙）	4,500.00	11.60%	有限合伙人
16	苏秋湘	1,100.00	2.84%	有限合伙人
17	陈永洲	500.00	1.29%	有限合伙人
18	宁波梅山保税港区磐阳股权投资合伙企业（有限合伙）	6,500.00	16.76%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
19	江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司	3,000.00	7.74%	有限合伙人
合 计		**38,777.78**	**100.00%**	-

2. 前海投资基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，前海投资基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	前海方舟资产管理有限公司	30,000.00	1.0526%	普通合伙人
2	君康人寿保险股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
3	上海行普企业管理合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
4	济南峰靖商贸有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
5	珠海横琴富华金盛投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
6	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
7	广东万和新电气股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
8	珠海横琴富华金灿投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
9	中国人保资产管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
10	深圳市汇通金控基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
11	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
12	深圳市引导基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
13	新华人寿保险股份有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
14	厦门金圆投资集团有限公司	60,000.00	2.1053%	有限合伙人
15	李永魁	50,000.00	1.7544%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
16	北京首都科技发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
17	深圳凯利程投资咨询有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
18	深圳市安林珊资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
19	深圳太太药业有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
20	厦门市三硕资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
21	新兴发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
22	永诚财产保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
23	北银丰业资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
24	中国电信集团公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
25	深圳市中科创资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
26	新余市晟创投资管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
27	深圳市文燊威投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
28	国信弘盛创业投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
29	深圳市福田引导基金投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
30	太平人寿保险有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
31	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
32	渤海人寿保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
33	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
34	徐州金沣股权投资合伙企业(有限合伙)	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
35	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
36	深圳市创新投资集团有限公司	30,000.00	1.0526%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
37	陈韵竹	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
38	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
39	建信人寿保险股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
40	光大永明资产管理股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
41	唐山致行商贸有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
42	郑焕坚	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
43	郭德英	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
44	盘李琦	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
45	深圳市中孚泰文化集团有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
46	横店集团控股有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
47	喀什唐商股权投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
48	深圳市广顺昌投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
合 计		**2,850,000.00**	**100.00%**	-

3. 中小企业基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，中小企业发展基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	深圳国中创业投资管理有限公司	6,000.00	1.00%	普通合伙人
2	中华人民共和国财政部	150,000.00	25.00%	有限合伙人
3	深圳市中小企业服务署	149,900.00	24.98%	有限合伙人
4	特华投资控股有限公司	80,000.00	13.33%	有限合伙人
5	深圳市创新投资集团有限公司	60,000.00	10.00%	有限合伙人
6	深圳市泓鑫投资合伙企业（有限合伙）	60,000.00	10.00%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

7	深圳市华晖集团有限公司	40,000.00	6.67%	有限合伙人
8	深圳市融浩达投资有限公司	30,100.00	5.02%	有限合伙人
9	华安财产保险股份有限公司	24,000.00	4.00%	有限合伙人
合 计		**600,000.00**	**100.00%**	-

4. 十月吴巽

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月吴巽的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	300.00	0.88%	普通合伙人
2	姜煜峰	10,800.00	31.67%	有限合伙人
3	东吴创新资本管理有限责任公司	9,900.00	29.03%	有限合伙人
4	华芳创业投资有限公司	5,000.00	14.66%	有限合伙人
5	刘胜昔	4,000.00	11.73%	有限合伙人
6	李华贞	2,000.00	5.87%	有限合伙人
7	崔岭	1,100.00	3.23%	有限合伙人
8	龚寒汀	1,000.00	2.93%	有限合伙人
合 计		**34,100.00**	**100.00%**	-

5. 创钰铭晨

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，创钰铭晨的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	广州创钰投资管理有限公司	225.25	1.00%	普通合伙人
2	广州创钰铭旭股权投资基金企业（有限合伙）	8,200.00	36.40%	有限合伙人
3	叙永壹期金舵股权投资基金合伙企业（有限合伙）	7,000.00	31.08%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4	广州市中小企业发展基金有限公司	4,000.00	17.76%	有限合伙人
5	广州南沙产业投资基金管理有限公司	2,500.00	11.10%	有限合伙人
6	张武	600.00	2.66%	有限合伙人
合 计		**22,525.25**	**100.00%**	-

6. 十月众领

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月众领的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	400.00	2.00%	普通合伙人
2	徐辉	11,760.00	58.80%	有限合伙人
3	周奕晓	7,840.00	39.20%	有限合伙人
合 计		**20,000.00**	**100.00%**	-

（五）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人直接股东的身份证明文件、营业执照、合伙协议、章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”检索发行人直接股东的基本情况；

3. 登录“中国证券投资基金业协会”查询基金类股东的备案信息；

4. 核查发行人直接股东出具的相关确认函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人共有直接股东 17 名，其中 6 名自然人股东，11 名机构股东。机构股东分别为：朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景、晨晖朗姿、前海投资基金、厚钰凯盛、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领、横琴业显。

经核查各机构股东的营业执照、章程/合伙协议，并经登录“国家企业信用信息公示系统”、“中国证券投资基金业协会”等网站核查，发行人机构股东中，朗姿股份（002612）为上市公司；天津若羽臣为王玉和王文慧共同设立的有限合伙企业；横琴业显为艾蕾和叶飞共同设立的有限合伙企业。天津若羽臣和横琴业显均不存在向其他人募集资金的情况，亦不存在委托基金管理人进行管理或受托管理其他基金的情形，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》和《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募基金或私募基金管理人。发行人其他机构股东晨晖盛景、厚钰凯盛、晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领均为有限合伙形式的私募股权投资基金，且均已按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定，在中国证券投资基金业协会办理完毕备案手续，具体如下：

1. 晨晖盛景

经核查，晨晖盛景已于 2015 年 7 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 S38317，其基金管理人北京晨晖创新投资管理有限公司已于 2015 年 5 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1012701。

2. 厚钰凯盛

经核查，厚钰凯盛已于 2017 年 2 月 15 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR8929，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 晨晖朗姿

经核查，晨晖朗姿已于 2017 年 5 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR5448，其基金管理人宁波晨晖创新投资管理有限公司已于 2017 年 3 月 31 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1062121。

4. 前海投资基金

经核查，前海投资基金已于 2016 年 4 月 27 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SE8205，其基金管理人前海方舟资产管理有限公司已于 2016 年 1 月 21 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1030546。

5. 中小企业基金

经核查，中小企业基金已于 2017 年 2 月 20 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR2284，其基金管理人深圳国中创业投资管理有限公司已于 2016 年 10 月 26 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1060025。

6. 十月吴巽

经核查，十月吴巽已于 2018 年 1 月 11 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCC708，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

7. 创钰铭晨

经核查，创钰铭晨已于 2018 年 3 月 1 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCH662，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

8. 十月众领

经核查，十月众领已于 2018 年 10 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SEF081，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

根据发行人直接股东出具的确认函，发行人股东均确认其不属于契约型基金、信托计划、资产管理计划。

据此，本所律师认为，发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

核查结论：

综上，本所律师认为：（1）发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异具有商业合理性；前述股权变动程序合规，不存在纠纷；（2）截至本补充法律意见书出具之日，除本补充法律意见书已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；（3）发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

二、《反馈意见》规范性问题 2：请保荐机构、发行人律师补充说明公司实际控制人近亲属对外投资的企业情况，包括从事的实际业务、主要产品、基本财务状况、股权结构，以及实际控制人及其背景情况等；补充披露发行人与前述企业报告期内的交易情况、决策程序是否合规及定价是否公允。与前述企业之间存在相同、相似业务的，应说明并披露该等情形是否构成同业竞争或潜在同业竞争；存在上下游业务的，应对该事项对公司独立性的影响程度发表意见。

（一）请保荐机构、发行人律师补充说明公司实际控制人近亲属对外投资的企业情况，包括从事的实际业务、主要产品、基本财务状况、股权结构，以及实际控制人及其背景情况等

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅我国的相关规定，明确近亲属的范围；

2. 查阅发行人实际控制近亲属人出具的《近亲属调查问卷》，确定实际控制人近亲属对外投资的企业；

3. 查阅实际控制人近亲属对外投资企业的《营业执照》和公司章程/合伙协议；

4. 查阅实际控制人近亲属对外投资企业的财务报表及相关说明；

5. 查阅发行人出具的相关说明；

6. 登陆“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”查询实际控制人近亲属对外投资企业的基本情况；

7. 查阅发行人实际控制人近亲属对外投资企业填写的调查问卷及出具的确认函。

核查内容：

根据最高人民法院《关于贯彻执行＜中华人民共和国民法通则＞若干问题的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

意见（试行）》及中国证券监督管理委员会发布的《首发业务若干问题解答（一）》关于“近亲属”范围的规定，并结合《深圳证券交易所股票上市规则》中“关系密切的家庭成员”的范围，为谨慎核查，本所律师合并前述规定中关于“近亲属”及“关系密切的家庭成员”的范围，对发行人实际控制人近亲属的核查范围包括：实际控制人的配偶、父母及配偶的父母、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、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女。

经核查，发行人实际控制人为王玉、王文慧夫妇，其近亲属为汤春连（王玉母亲）、王抗战（王玉父亲）、王庆红（王文慧父亲）、龙月红（王文慧母亲）。

经核查，报告期内，发行人实际控制人近亲属对外投资的企业有 1 家，即王玉母亲汤春莲投资的企业福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙），具体情况如下：

企业名称	福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350200MA2Y7TJU57
成立时间	2017.05.09
执行事务合伙人	赵子麦
实际控制人	赵子麦
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；国际货运代理；其他家具制造；投资管理（法律、法规另有规定除外）；投资咨询（法律、法规另有规定除外）；投资管理咨询（法律、法规另有规定除外）；受托管理股权投资，提供相关咨询服务；资产管理
主营业务	投资、投资咨询
经营期限	2017.05.09 至 2047.05.08
出资结构	赵子麦持有 69.22%财产份额；高菲持有 12.50%财产份额；曹舒旻持有 8.53%财产份额；汤春莲持有 7.50%财产份额；干欣持有 2.25%财产份额

福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）最近一年及一期

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的基本财务状况如下：

单位：万元

项目	2019 年 6 月 30 日	2018 年 12 月 31 日
总资产	280.00	80.08
总负债	280.30	80.30
净资产	-0.30	-0.22
项目	**2019 年 1-6 月**	**2018 年度**
营业收入	0.00	0.00
营业利润	-0.08	-0.09
净利润	-0.08	-0.09

注：上表数据未经审计。

（二）补充披露发行人与前述企业报告期内的交易情况、决策程序是否合规及定价是否公允

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人报告期各期的的银行流水、交易明细；

2. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷；

3. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函；

4. 查阅发行人出具的确认函。

核查内容：

经查阅发行人报告期各期的银行流水、交易明细，并经查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷及出具的确认函，报告期内，发行人与福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）之

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

间不存在交易。

（三）与前述企业之间存在相同、相似业务的，应说明并披露该等情形是否构成同业竞争或潜在同业竞争；存在上下游业务的，应对该事项对公司独立性的影响程度发表意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）的合伙协议及财务报表；

2. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷；

3. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函。

核查内容：

经核查，福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）的主营业务为投资、投资咨询业务，与发行人之间不存在相同、相似业务，亦不存在上下游业务，与发行人之间不存在同业竞争。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人实际控制人近亲属对外投资的企业与发行人之间不存在交易，该等企业与发行人之间不存在形同、相似业务，亦不存在上下游业务，与发行人之间不存在同业竞争。

三、《反馈意见》信息披露问题 1：请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性，并对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（一）请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查上海发网、广州发网的营业执照、公司章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”查询上海发网、广州发网的基本工商信息；

3. 访谈发行人相关人员，了解发行人采购仓储物流服务的背景、原因；

4. 发行人出具的选择仓储物流服务机构的相关说明；

5. 核查发行人采购仓储物流服务项目的招标、投标文件；

6. 核查发行人与上海发网、广州发网签订的业务合同；

7. 查阅发行人为本次公开发行并上市聘请的审计机构出具的《审计报告》；

8. 核查发行人相关内部决议文件；

9. 核查发行人独立董事出具的独立意见。

核查内容：

1. 报告期内发行人与上海发网之间的交易情况

经核查，报告期内发行人与上海发网之间的交易情况如下：

单位：万元

企业名称	交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
上海发网	采购仓储物流服务	857.56	2,159.32	1,860.80	-

注：上述交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交易总额。

2. 发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

经核查，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价具有公允性，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

具体说明如下：

(1) 发行人通过公开程序遴选上海发网为仓储物流服务供应商

经核查，发行人采取公开招标、标书评审等公开程序遴选供应链仓储物流供应商。根据发行人提供的其遴选仓储物流服务商的招标文件，发行人通过资质能力、技术能力、成本执行能力三大方面考核竞标供应链仓储物流服务商的服务能力，从十余家竞标供应链仓储物流服务商中选拔出第一轮入围供应商（上海发网、深圳科捷物流有限公司、锐太信息科技（东莞）有限公司、百世物流科技（中国）有限公司、汇泽供应链（苏州）有限公司、上海申通易物流有限公司、心怡科技股份有限公司），并通过标书复审、实地考察和商业谈判最终确定上海发网为中标仓储物流服务商。2017 年 5 月，发行人与上海发网签署《物流仓储外包合同》，合同到期后，2019 年发行人与广州发网续签了合同（2018 年 5 月，上海发网将其在《物流仓储外包合同》中的权利义务概括转移至其子公司广州发网）。

(2) 发行人与上海发网之间的交易定价方式公允

根据发行人的说明及本所律师对发行人负责采购仓储物流的相关人员的访谈，发行人经审核各竞标供应商的报价、资质等综合条件，确定上海发网为适格供应链仓储物流服务供应商，并与之按招投标文件的规定协商确定最终交易价格，签署业务合同。发行人与上海发网就仓储物流服务的定价系发行人根据自身历史物流仓储支出数据，并参考同行业其他仓储物流服务商的市场价格，与上海发网协商确定，交易定价公允合理，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

经核查，各竞标主体的报价包括运输服务费、订单处理费、仓库租金、增值服务费等方面，其中运输服务费是主要组成部分，报告期内，上海发网向发行人收取运输服务费的价格与同期其他竞标主体的报价相比，不存在重大差异：

①首次签约时运输服务费基础报价

投标供应商	一区	二区	三区	四区	五区
上海发网	首重 4.00 元 -5.60 元，续	首重 4.00 元 -5.60 元，续	首重 4.00 元 -5.60 元，续	首重 4.00 元 -5.60 元，续	首重 4.00 元 -5.60 元，续

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	重 2.2 元/kg	重 2.2 元/kg	重 2.2 元/kg	重 2.2 元/kg	重 2.2 元/kg
东方海外物流（中国）有限公司广州分公司	首重 5.00 元，续重 1 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50-17.00 元，续重 3.00-13.00 元/kg
深圳市华夏龙供应链管理有限公司	首重 3.90 元-5.70 元，续重 1.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-6.00 元，续重 8.00 元/kg
上海酷武供应链管理股份有限公司	首重 3.80 元-7.00 元，续重 1.00 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 2.80 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 3.50 元/kg	首重 3.80 元-9.00 元，续重 4.50 元/kg	首重 4.00 元-15.00 元，续重 6.00 元-8.00 元/kg
广东锐捷物流有限公司	首重 4.70 元-5.90 元，续重 1.05 元/kg	首重 5.10 元-5.90 元，续重 1.15 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.25 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.35 元/kg	首重 5.35 元-6.50 元，续重 1.50 元/kg

注 1：.以上报价系以广州为始发地；

注 2：一区指广东；二区指广西、江西、福建、江苏、上海、浙江、安徽、湖北、湖南；三区指北京、河南、天津、贵州、海南、重庆、山东、四川、云南、河北、陕西、陕西；四区指黑龙江、吉林、辽宁；五区指内蒙古、宁夏、青海、甘肃、新疆、西藏；

注 3：快递配送费的区间范围是指各区的地域价格和快递的重量递进价格。

②续签时运输服务费基础报价

投标供应商	**目的地**	**1KG 以内**	**1KG-2KG**	**2KG-3KG**	**3KG 以上**
广州发网（始发地广州）	广东	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 1 元/KG
	广西、福建、江西、湖南、海南、湖北	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 2.4 元/KG
	贵州、安徽、上海、江苏、浙江、重庆、	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 3.4

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商	目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
	四川、云南、河南、北京、天津、辽宁、陕西、河北、陕西、山东、吉林				元/KG
	甘肃、宁夏、青海、内蒙古、黑龙江	8 元	8 元	8 元	首重 8 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	12 元	12 元	12 元	首重 12 元/KG，续重 11 元/KG
上海申通易物流有限公司（始发地昆山）	上海、江苏、浙江、安徽	3.7 元	3.7 元	3.7 元	首重 3.7 元，续重 0.8 元/KG
	北京、天津、山东、江西、河北、河北、河南、湖南、湖北、广东、福建	4.5 元	4.5 元	4.5 元	首重 4.5 元/KG，续重 2 元/KG
	陕西、山西、云南、贵州、四川、重庆、广西、海南、辽宁、吉林、	4.7 元	4.7 元	4.7 元	首重 4.7 元/KG，续重 3.4 元/KG
	黑龙江、青海、宁夏、甘肃、内蒙古	-	-	-	首重 9 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	-	-	-	首重 12 元/KG 续重 12 元/KG
深圳科捷物流 广州始	广东	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	
	广西、上海、江苏、	4.2	4.6	>2KG 部分，首重 4.6 元	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
有限公司	发	浙江、安徽、江西、湖南、湖北、福建、海南、河南、四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西			2KG，续重 2.2 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	6 元	8 元	>2KG 部分，首重 8 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
	无锡始发	广东、广西、江西、湖南湖北福建海南河南	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.2 元/KG	
		上海、江苏、浙江、安徽	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	
		四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.6 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 6.2 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
汇泽	苏	江苏、浙江、安徽、	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 4.6 元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
供应链（苏州）有限公司	苏州始发	上海				/KG，续重 1.1 元/KG
		山东、广东、福建、江西、陕西、天津、河南、河北、湖北、湖南、海南、云南、贵州、广西、四川、重庆、吉林、辽宁、黑龙江、陕西	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 7.5 元/KG，续重 1.1 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.6 元	17.6 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
	广州始发	广东、福建、江西、湖南、广西	4.5 元	4.9 元	5.4 元	首重 4.8 元/KG，续重 1.2 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.8 元	17.8 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
锐太信息科技（东		广东	3.7 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 1.5 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
莞）有限公司（广州始发）		广西、海南、福建	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2 元/KG
		湖南、江西、江苏、浙江、安徽、湖北、天津、河北、河南、山东、	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		上海	4.5 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		北京	4.7 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		山西、重庆、四川、云南、贵州、黑龙江、吉林、辽宁、	4 元	4.5	4.8 元	首重 5.5 元/KG，续重 3 元/KG
		陕西	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 6 元/KG，续重 3 元/KG
		甘肃、内蒙、宁夏、青海	4.5 元	4.5 元	4.8 元	首重 7.5 元/KG，续重 3.8 元/KG
		新疆、西藏	16 元	26 元	36 元	首重 16 元/KG，续重 10 元/KG
百世物流科技（中国）有	嘉兴始发	浙江省内	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元 KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 1 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
限公司		浙江省外	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元/KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 2.5 元/KG
	佛山始发	广东省内	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG ：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 1 元/KG
		广东省外	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG ：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 2.5 元/KG
心怡科技股份有限公司	嘉兴始发	浙江省内	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG ：11.2 元 5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 0.8 元/KG
		浙江省外	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG ：11.2 元 5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 2.7

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
						元/KG
	清远始发	广东省内	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 1 元/KG
		广东省外	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 2.2 元/KG

(3) 发行人与上海发网之间的关联交易已经发行人有权机构审议

经核查，报告期内，发行人与上海发网（包括广州发网，下同）首次签约时的关联交易业经发行人第一届董事会第十三次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过，独立董事亦发表独立意见，认为本次交易定价公允。发行人与上海发网于 2019 年上半年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

(4) 经核查，发行人股东晨晖盛景以财务投资者的身份持有发行人 6.39%的股份，持有上海发网 5.88%的股权，晨晖朗姿持有发行人 3.48%的股份，持有上海发网 0.92%的股权。晨晖盛景与晨晖朗姿均为专业从事股权投资的私募基金，未实际参与发行人和上海发网的日常经营工作。上海发网董事会共 11 名董事，晨晖盛景有权委派 1 名，晨晖盛景对上海发网签署日常业务合同的经营决策不会施加重大影响。

综上，本所律师认为，发行人与上海发网之间的交易定价公允。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内的董事会、股东大会决议文件；

2. 核查发行人独立董事出具的独立意见；

3. 核查发行人的《公司章程》、《关联交易制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等制度文件；

4. 查阅《审计报告》所载的关联交易信息；

5. 查阅报告期内的关联交易合同。

核查内容：

1. 报告期内的关联交易情况

根据发行人提供的资料及《审计报告》并经本所律师核查，发行人报告期内发生的各项关联交易情况如下：

(1) 采购商品和接受劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
上海发网	采购仓储物流服务	857.56	2,159.32	1,860.80	-

注：上述交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交易总额。

(2) 销售商品和提供劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿咖邦贸易	提供线上代运营服务	-	-	-	89.24

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

关联方	关联交易内容	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
上海翊烨	提供品牌策划服务	-	0.99	-	-
罗志青	销售商品	-	0.16	0.09	0.13
徐晴	销售商品	-	-	0.51	0.17
何治明	销售商品	-	-	0.13	-

经核查，公司高级管理人员罗志青、徐晴、何治明在报告期内曾以自有银行账户购买发行人对外销售的商品，该等购买均属其个人消费行为，金额较小，价格系线上店铺公开零售价。

(3) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	账面余额			
		2019 年 6 月 30 日	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	上海发网	534.44	861.78	893.71	-
合计		534.44	861.78	893.71	-

(4) 应收关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	账面余额			
		2019.06.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款	阿咖邦贸易	-	-	-	2.32
应收账款合计		-	-	-	2.32

(5) 关联担保

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
1	《质押合同》(编号：11160606)	440.00 万元	王玉：存单质押	招商银行广州淘金支行	若羽臣	《借款合同》（编号：11160606）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
2	《质押合同》（编号：11160608）	380.00 万元	王玉：存单质押			《借款合同》（编号：11160608）
3	《最高额不可撤销担保书》（编号：21160102）	2016 年至 2017 年 12 个月内发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21160102）
4	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）	2017 年 5 月 15 日至 2018 年 5 月 14 日期间发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21170510）
5	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）		王文慧			《授信协议》（编号：21170510）
6	《最高额保证合同》（编号：GBZ4775601201 70151）	2017 年 8 月 3 日至 2022 年 8 月 3 日期间发生的所有债权。最高额 1,500.00 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金贷款》（编号：GDK4775601 20170151）及补充协议（编号：GDK4775601 20170151-1）
7	《个人保证合同》（编号：BL20180604808 GRBZ01）	2018 年 6 月 19 日至 2019 年 6 月 18 日期间，保理合同项下主债务人应支付的全部应收账款债权回购金额	王玉	上海品众商业保理有限公司	若羽臣	《国内保理合同》（编号：BL20180604 808）
8	《个人保证合同》（编号：BL20180604808 GRBZ02）		王文慧			

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
9	《最高额保证合同》编号：（ZB8221201700000056）	2017 年 10 月 23 日至 2018 年 2 月 6 日期间发生债权，最高额 3,334 万元	王玉、王文慧	上海浦发银行广州开发区支行	若羽臣	《融资额度协议》（编号：82212017280175）
10	《最高额保证合同》（编号：ZB8221201800000032、ZB8221201800000024）	2018 年 10 月 30 日至 2019 年 8 月 14 日发生的债权，最高额为 8,000 万元	王玉、王文慧、广州京旺			《融资额度协议》（编号：82212018280129）、《融资额度协议》（编号：82212017280175）
11	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-1）	2018 年 8 月 27 日至 2019 年 6 月 19 日期间发生的债权，最高额限 5,000 万元	王玉	招商银行广州分行	若羽臣	《授信协议》（编号：120511XY2018081401）
12	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-2）		王文慧			《授信协议》（编号：120511XY2018081401）
13	《最高额保证合同》（编号：GBZ477560120180136）	2018 年 8 月 14 日至 2023 年 8 月 14 日期间发生的债权，最高本金余额为 2,000 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金借款合同》（编号：GDK477560120180211）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
14	《保证合同》	授信期间发生的债权	王玉、王文慧、广州京旺	星展银行（中国）有限公司广州分行	若羽臣	《授信函》（P/8824/18）、《中国银行间市场金融衍生产品交易主协议》

(6) 关联借款

①报告期内，王玉委托中国民生银行股份有限公司广州分行向发行人发放贷款如下：

序号	合同名称	合同编号	借款期限	借款金额（万元）	年利率
1	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000125053 号	2016.09.09-2017.09.08	500.00	4.35%
2	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000136390 号	2016.09.28-2017.09.27	1,500.00	
3	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000146229 号	2016.10.21-2017.10.20	1,000.00	

注：上表中借款期限为合同约定期限，发行人已于 2017 年 2 月 10 日归还第 1 项借款，于 2017 年 2 月 27 日、2017 年 3 月 9 日归还第 2 项借款，于 2017 年 1 月 9 日归还第 3 项借款；同时，发行人分别于 2016 年度、2017 年度按照约定利率，向王玉支付利息 28.82 万元、18.91 万元。

②报告期内，发行人向上海翊烨拆出资金，具体如下：

2018 年 6 月，发行人经第一届董事会第二十五次会议决议审议，与上海翊烨签署《借款合同》，为上海翊烨提供 1,000 万元的借款，借款期限为 2018 年 6 月 11 日至 2018 年 7 月 11 日，利率为 9.8%。

2018 年 6 月，上海翊烨向发行人偿还完毕上述借款本金，并向发行人支付利息 12.19 万元。

③报告期内，发行人与天津若羽臣之间的资金拆借

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

关联方名称	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
拆入				
天津若羽臣	-	100.00	-	-
拆入偿还				
天津若羽臣	-	100.00	-	-
拆出				
天津若羽臣	-	70.02	-	0.20
拆出收回				
天津若羽臣	-	70.02	-	0.40

经核查，发行人与天津若羽臣之间的资金往来主要系由于天津若羽臣误将发行人支付的股东分红款退回给发行人和发行人向天津若羽臣拆借资金造成，资金占用期限较短，且已经发行人第二届董事会第三次会议审议确认，不存在损害发行人和股东权益的情形。

(7) 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
向董事、监事及高级管理人员支付薪酬	311.43	838.25	878.21	695.93

(8) 其他关联交易

经核查，2016 年度，姜立涛在担任发行人董事兼副总经理期间，以 0.6 万元购买了公司处置的电脑。相关价格系由双方基于电脑原来的购置成本及新旧程度协商确定。

经核查，2016 年度，发行人高级管理人员罗志青向公司偿还其代公司收取的员工备用金借支款 12.19 万元；发行人时任高级管理人员高元鑫向公司偿还其代公司收取的员工备用金借支款 1.03 万元。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 报告期内各项关联交易已履行的决策程序

经核查，发行人报告期内的各项关联交易已经第二届董事会第八次会议、2019 年第三次临时股东大会审议确认，确认报告期内的关联交易事项除发行人与天津若羽臣之间的资金往来外，均是发行人实际业务所需，遵循公开、公平、公正的原则，交易价格公允，不存在损害公司及其他股东合法权益的情况。发行人与上海发网于 2019 年上半年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

3. 独立董事就发行人报告期内的关联交易发表独立意见

经核查，发行人独立董事已就发行人报告期内的关联交易发表如下独立意见：“报告期内，公司部分高级管理人员在公司运营的线上店铺购买产品均是以自用为目的，价格与网上零售价格一致，不存在损害发行人和股东权益的情形；除此之外，公司在报告期内发生的关联采购、关联销售、接受股东提供的委托贷款、向董事、监事、高级管理人员支付薪酬均是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性；该等关联交易均履行了法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；该等交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内接受关联方提供的担保，未向关联方支付任何费用，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内与关联方发生资金拆借，公司与关联方均已全额归还拆借资金。关联方资金拆借未影响公司的正常生产经营活动。

报告期内，公司高级管理人员姜立涛购买公司处置的电脑系双方基于电脑原来的购置成本及新旧程度协商确定，定价公允；公司高级管理人员罗志青、高元鑫向公司偿还代公司收取的员工备用金所涉金额较小，不存在高级管理人员长期占用公司资金、损害公司利益的情形。”

4. 发行人已建立合法有效的关联交易内控制度

经核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人已制定《公司章程》、《股东

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》等相关制度，对关联交易的决策程序作出详细规定，相关制度合法有效。

经核查，本所律师认为，报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

核查结论：

综上，本所律师认为，报告期内，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价公允；报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

四、《反馈意见》信息披露问题 2：招股说明书披露了报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业。请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况；已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

（一）请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 通过“国家企业信用信息公示系统”和“企查查”等线上企业信息查询系统核查报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的已注销企业的工商登记信息；

2. 查阅已注销企业的注销文件；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 查阅境外律师就已注销的境外企业发表的法律意见；

4. 查阅关于南昌博铭被工商主管部门吊销营业执照的个人责任说明文件；

5. 访谈发行人实际控制人就企业注销原因进行确认。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业及其注销的原因如下：

序号	企业名称	关联关系	注销原因
1	南昌博铭商贸有限公司	发行人控股股东王玉曾持有南昌博铭商贸有限公司 50%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理。南昌博铭商贸有限公司已于 2017 年 11 月 22 日注销	南昌博铭商贸有限公司注销前已经多年未实际开展业务，股东一致同意对其清理注销
2	上海喜育儿	发行人子公司杭州红时曾持股 49%，上海喜育儿已于 2018 年 1 月 24 日注销	因控股股东业务调整，上海喜育儿的股东协商一致注销该企业
3	北京金辉佳意科技有限公司	发行人曾控股的子公司，已于 2018 年 3 月 22 日注销	原计划开展京东 POP 业务，之后因业务调整，未实际开展该业务，因此与其他股东协商一致后注销该企业
4	广州流尚	曾系发行人子公司宁波宝莉的全资子公司，已于 2018 年 9 月 29 日注销	未实际开展业务，发行人对下属公司架构进行调整注销该企业
5	鸿迈国际	发行人曾持股 49%的企业，已于 2019 年 3 月 29 日注销	因控股股东业务调整，鸿迈国际股东协商一致后注销该企业
6	美国丽喜	曾系发行人的全资子公司，已于 2019 年 7 月 19 日注销	注销前主要从事天猫国际专营店业务，发行人因业务调整注销该企业
7	深圳蓬蓬妈	曾系发行人的全资子公司，已于 2019 年 6 月 18 日注销	注销前主要从事线上代运营业务，发行人因业务调整注销该企业

根据工商、税务等主管机关出具的证明以及境外律师就上述已注销境外企业发表的法律意见，除南昌博铭商贸有限公司（以下简称“南昌博铭”）因长期未

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款外，上述注销企业不存在因重大违法违规行为而注销的情况。

南昌博铭注销前的行政处罚情况具体如下：

经登录“国家企业信用信息公示系统”查询，南昌博铭因未依照《企业信息公示暂行条例》第八条规定的期限公示年度报告，分别于 2015 年 7 月 23 日、2015 年 8 月 3 日、2016 年 7 月 8 日被南昌市青山湖区市场和质量监督管理局列入经营异常名录，并于 2017 年 6 月 29 日被该局吊销营业执照。2017 年 9 月 18 日，南昌博铭因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局分别罚款 500 元和 2,000 元。

经核查，上述工商和税务行政处罚均是由于南昌博铭长期停止经营，未按规定及时报送年度报告、办理纳税申报所致。根据发行人实际控制人王玉的说明及万长茂的说明，南昌博铭系王玉与万长茂在大学期间于 2007 年 8 月 22 日开办的企业，由于王玉大学毕业后离开江西到广州创业，经常居住地不在江西，遂将南昌博铭的经营管理权授予万长茂，由万长茂负责南昌博铭的日常运营事务，包括办理税务申报和年检等工作。之后由于万长茂疏忽，导致南昌博铭未及时报送年度报告被工商主管部门吊销营业执照，王玉对此不负有个人责任。

2017 年 11 月 22 日，南昌市青山湖区市场和质量监督管理局出具《注销证明》，证明南昌博铭已依法定程序注销完毕。

经登录“国家企业信用信息公示系统”查询，除上述事项外，南昌博铭不存在其他行政处罚。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人转让上海翊烨 19%股权的转让协议及转让价款收取凭证；

2. 查阅发行人业务合同，以及发行人就其与上海翊烨交易情况出具的确认文件；

3. 查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系调查表；

4. 发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员就与上海翊烨股权转让受让方俞小霞不存在关联关系或其他可能输送不当利益的确认文件。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人对外转让的其曾控制或有重大影响的企业为上海翊烨。

1. 转让原因及基本情况、转让对价及其公允性，与发行人主营业务的关系

(1) 转让原因及基本情况、与发行人主营业务的关系

上海翊烨成立于 2013 年 9 月 16 日，注册资本 100 万元，其 2017 年未经审计的净利润为 208.23 万元。2017 年 4 月，若羽臣对上海翊烨增资取得上海翊烨 19%的股权，且上海翊烨及其创始人承诺上海翊烨 2017 年至 2019 年净利润分别不低于 500 万元、1,000 万元和 2,000 万元。

2017 年上海翊烨未实现承诺的业绩，且存在不能实现 2018 年度承诺业绩的风险，未达到若羽臣投资的预期目标。因此，2018 年 12 月若羽臣与上海翊烨的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

控股股东俞小霞协商一致，由俞小霞回购发行人所持上海翊烨的全部股权。

(2) 转让对价及其公允性

2018 年 12 月 25 日，发行人与上海翊烨的控股股东俞小霞签署《股权转让协议》，将所持上海翊烨 19%的股权以 880 万元价格转让给俞小霞，以发行人对上海翊烨原投资额 760 万元为基准计算的年化投资回报率为 8.98%，高于同期人民币贷款基准利率，定价具有合理性和公允性。

2. 转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性

经核查发行人业务合同以及发行人出具的确认函，发行人转让上海翊烨股权后，未与上海翊烨之间发生交易。

3. 对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

根据发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员提供的调查表及出具的确认，发行人对外转让上海翊烨股权的受让方为俞小霞，俞小霞与发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其近亲属之间不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业中，除南昌博铭注销前因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款外，被注销的企业不存在因重大违法违规而注销的情况；已对外转让企业的转让对价公允，转让后与发行人不存在交易，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

五、《反馈意见》信息披露问题 3：请保荐机构、发行人律师说明并披露：（1）报告期内，发行人及其子公司广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。（2）不能通过复审的具体财务影响。

（一）报告期内，发行人是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。发行人不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查发行人的知识产权证书及状态；

3. 查阅发行人申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅发行人的高新技术产品（服务）专项审计报告；

5. 查阅发行人的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅发行人提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅发行人《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅发行人取得的税务事项通知书；

9. 阅发行人出具的相关说明。

核查内容：

1. 发行人获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定

发行人于 2016 年 11 月 30 日取得《高新技术企业证书》（编号：GR201644003002），有效期三年。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）的相关规定，并经核查发行人申请高新技术企业认定时的基本情况，发行人 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	**申请时点发行人的情况**	**是否满足条件**
企业申请认定时须注册成立一年以上	发行人成立于 2011 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	发行人通过自主研发取得 II 类知识产权（软件著作权）15 件，该等知识产权对其主要服务在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	发行人主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	申请认定时，发行人上年度员工月平均人数为 281 人，科技人员 55 人，科技人员占比 19.57%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2013、2014 和 2015 年度研究开发费用专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P439）及发行人出具的相关说明： 发行人 2013 年销售收入小于 5,000 万元，研发费用 249.18 万元，占销售收入比例大于 5%； 发行人 2014 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 580.33 万元，占销售收入比例高于 4%； 发行人 2015 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 748.68 万元，占销售收入比例高于 4%	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2015 年度高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P438 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2015 年高新技术产品（服务）收入为	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
	15,152.48 万元。占经审计的企业 2015 年总收入的比例高于 60%	
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：发行人申请高新技术企业认定时，已通过自主研发拥有 II 类知识产权（软件著作权）15 件； （2）科技成果转化能力：一共 15 项新技术应用已完成科技成果转化； （3）研究开发组织管理水平：发行人已成立研发中心，制定了《项目研发工作管理制度》、《研发资金管理办法》、《知识产权管理制度》等系列管理办法，明确了各项制度的功能，规范了企业研发立项、项目资金筹措、研发费用管理等运作流程，有效提高了研发效率。从组织论证、审批立项、过程管理和结题验收等方面，科学地指导研发人员进行项目立项验收。通过研发费用预算管理，从制度上提供了研发费用预算和资金来源保障，规定了公司研发项目经费的支出范围，确保研发费用的合理使用，保障了研发活动的顺利开展。 （4）企业成长性：销售收入增长率为 141.29%	满足
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，报告期内，发行人获得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

2. 发行人因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，发行人在高新技术企业资格的有效期内已按照相关规定在主管税务机关办理相关税务优惠备案手续。

据此，发行人于 2016 年 11 月取得高新技术企业资格，自 2016 年起三年内享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合上述规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，高新技企业资格到期后，将重新认定该企业的高新技术企业资格，因发行人现有高新技术企业资格于 2019 年 11 月 29 日到期，因此，发行人正在申请重新认定高新技术企业。

本所律师根据《高新技术企业认定管理办法》的规定，并结合公司提供的申请材料及说明，就发行人目前是否继续符合高新技术企业认定条件核查如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	**发行人目前情况**	**是否满足条件**
企业申请认定时须注册成立一年以上	成立一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	目前，发行人新取得 25 件 II 类知识产权，其中软件著作权 13 件，外观设计专利 12 件，1 件 I 类知识产权（发明专利）	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	截至目前，科技人员上年度月平均人数为 65 人，占职工总数的比例不低于 10%	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	发行人目前情况	是否满足条件
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%）其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2016-2018 年高新技术企业认定研发费用专项审计报告》（德专审字[2019]1169 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2016 至 2018 年各期销售收入均高于 2 亿元，2016 年度研发费用 977.05 万元，2017 年度年研发费用 1,580.28 万元，2018 年度研发费用 2,213.11 万元，研发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 3%。该等研发费用均系在中国境内发生	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2018 年度高新技术企业认定技术（服务）收入专项审计报告》（德专审字[2019]1168 号）及发行人出具的相关说明： 2018 年发行人高新技术产品（服务）收入合计 57,945.29 万元，占比同期总收入的比例高于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	1.公司依靠科技创新，保持了持续发展的动力和实力。目前已开发了行业技术领先集平台运营、推广、仓储、客服等一体化的互联网整合营销管理服务。公司目前已取得的知识产权全部为企业竞争产品的核心支撑力量； 2.公司成立了内部研发中心，并执行了相关研发管理制度； 3.公司已实现科技成果转化 26 项； 4.近三年企业净资产增长率 62.57%，销售收入增长率 53.02%	满足
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，本所律师认为，发行人持有的高新技术企业证书到期后，在其仍符合高新技术企业认定标准的前提下，发行人取得新的高新技术企业证书不存在实质性的法律障碍。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 发行人不能通过复审的具体财务影响

根据《高新技术企业认定管理办法》及其工作指引的规定，本次高新技术企业资格到期后应重新进行认定取得资格，并自取得当年起可依照法律法规的规定申请享受税收优惠政策，未取得高新技术企业资格的企业，不得享受税收优惠，如发行人未能通过复审，其将无法继续享受企业所得税减按 15%征收的优惠，且税务部门将对发行人追缴其不符合认定条件年度起已享受的税收优惠。如发行人 2019 年未能通过复审，则 2019 年 1-6 月的净利润将调减 111.06 万元。

（二）报告期内广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。广州京旺不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅广州京旺已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查广州京旺的知识产权证书及状态；

3. 查阅广州京旺申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅广州京旺的高新技术产品（服务）专项审计报告；

5. 查阅广州京旺的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅广州京旺提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅广州京旺《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅广州京旺出具的税收优惠相关备案表；

9. 查阅发行人出具的相关说明。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 2016 年，广州京旺获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定

广州京旺（原名“广州蓓茁网络科技有限公司”）于 2016 年 12 月 9 月取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR20164400678），有效期三年。

根据《高新技术企业认定管理办法》，并经核查广州京旺的基本情况，广州京旺 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	广州京旺成立于 2012 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	广州京旺拥有 II 类知识产权（软件著作权）7 件，均为自主研发取得，该等知识产权对于主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	广州京旺主营产品（服务）所属技术领域：《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	广州京旺申请时上一年度月平均科技人员占比超过 10%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2013-2015 年研发费用专项审计报告》（粤创信审字[2016]K0469 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2013、2014、2015 三个会计年度的销售收入均小于 5,000 万元，2013 年度研发费用 7.38 万元，2014 年度研发费用 46.22 万元，2015 年度研发费用 195.46 万元，近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 5%，该等研发费用均	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
	在中国境内发生	
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2015 年高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（粤创信审[2016]K0468 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2015 年度高新技术产品（服务）收入 2311.95 万元，占企业同期总收入的比例不低于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：自主知识产权数量：申请时，已获授 7 项 II 类知识产权（软件著作权）； （2）科技成果转化能力：广州京旺采用自行投资实施转化的方式，研发中心积极开发，完成研发活动 14 项，基本实现科技成果转化，为公司电子商务活动更好的发展提供技术支撑； （3）研究开发组织管理水平：公司将研究开发按项目管理方式进行管理，每个项目都有立项报告，并制定详细的项目实施规划。在技术创新方面，近三年公司根据电商发展需求，通过自主创新，在电商数据管理、客户服务、内部资源共享、仓储管理等方面进行开发，通过技术开发，推动公司电商服务水平。同时通过技术创新，进一步增加了公司技术创新能力。在研究开发管理方面，成立研发中心，中心配置有完善的研发开发设备。同时，为了更好进行研发管理，建立了严格的研发组织管理体系，对所有科研项目实行评审立项制度，并制定研究开发经费管理及核算办法、科研部门绩效考核及奖励制度、科技人员培养进修、职工技能培训、优秀人才引进，及人才绩效评价奖励制度等管理制度与办法，为公司技术研发与持续创新提供制度保障；	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
	（4）企业成长性：净资产增长率为3,455.36%；销售收入增长率为4,899.43%	
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，2016 年，广州京旺取得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

2. 广州京旺因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，广州京旺于 2017 年 5 月 3 日在主管税务机关办理了相关税务优惠备案手续，并于 2016 年度、2017 年度均享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠；2018 年度，广州京旺由于研发费用占同期销售收入总额的比例未达到法定标准，自主决定按照 25%税率申报缴纳企业所得税。

据此，广州京旺于 2016 年取得高新技术企业资格，并于 2016 年、2017 年度享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合相关规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》第十三条的规定，企业获得高新技术企业资格后，应每年 5 月底前在“高新技术企业认定管理工作网”填报上一年度知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况报表。根据广州京旺提供的 2016 与 2017 年度的《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》，广州京

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

旺在 2016 与 2017 年度内填报的知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况均符合高新技术企业认定条件。

综上所述，本所律师认为，广州京旺报告期内所享受的高新技术企业税收优惠符合国家有关法律、法规的规定。

3. 广州京旺不能通过复审的具体财务影响

经本所律师对发行人访谈，广州京旺因战略规划调整，拟于高新技术企业资格到期后，不再重新申请认定，且广州京旺自 2018 年起已自主调整企业所得税按 25%的税率缴纳。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人及其子公司广州京旺取得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策符合相关规定。

六、《反馈意见》信息披露问题 4：请保荐机构、发行人律师说明并补充披露公司生产经营中主要污染物的排放量、环保设施的处理能力及实际运行情况、报告期各年环保投入与排污量的匹配情况等，并请结合以上情况对公司的生产经营和拟投资项目是否符合国家环境保护的有关规定发表明确意见。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 与公司业务人员进行访谈，了解公司经营过程中的污染物排放情况；

2. 查阅发行人募集资金投资项目的《建设项目环境影响登记表》；

3. 登录发行人及其子公司所在地环境保护主管部门的官方网站，查询发行人及其子公司是否受到环境保护方面的行政处罚。

核查内容：

根据公司的确认并经核查，发行人及其子公司的主营业务系为全球优质品牌

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务，发行人所处行业属于电子商务服务业，其经营活动过程中不涉及生产产品，不存在向环境排放废气、废水、废渣等污染物情形，无需设置环保设施。

经本所律师登录广州市环保局网站（http://www.gzepb.gov.cn/gzepb//）、宁波市生态环境局（http://www.nbepb.gov.cn/col/col19602/）、杭州市生态环境局（http://epb.hangzhou.gov.cn/）、上海市生态环境局（http://www.sepb.gov.cn）核查，相关网站不存在发行人及其子公司报告期内因违反环境保护法律法规而受到行政处罚的记录。

经核查，发行人本次募集资金投资项目除补充流动资金项目无需办理环境影响评价备案手续外，其他项目均已办理环境影响评价备案手续，具体情况如下：

序号	项目名称	备案号	办理日期
1	新品牌孵化培育平台建设项目	201944011200001322	2019.04.25
2	代理品牌营销服务一体化建设项目	201944011200001321	2019.04.25
3	电商运营配套服务中心建设项目	201944011200001320	2019.04.25
4	企业信息化管理系统建设项目	201944011200001319	2019.04.25
5	补充流动资金	-	-

经核查，发行人本次募集资金投资项目不涉及产品生产，在项目建设及运营过程中不涉及向环境排放废水、废气和废渣等污染物情形。

核查结论：

经核查，本所律师认为，公司在经营活动过程中不存在向环境排放废气、废水、废渣等污染物情形，报告期内，公司及其子公司不存在因违反环境保护相关法律法规而受到处罚的情形；除补充流动资金项目无需办理环境影响评价备案手续外，本次募集资金投资项目均已完成环境影响评价备案手续。公司的经营和拟投资项目符合国家环境保护的有关规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

七、《反馈意见》信息披露问题 5：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见。（2）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定。

（一）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并查阅报告期各期末公司的员工花名册；

2. 取得并查阅报告期内公司的社会保险和住房公积金缴纳明细；

3. 取得并查阅发行人报告期各期的社保缴费凭证、公积金缴费凭证；

4. 查阅发行人实际控制人关于补缴社保、公积金的承诺；

5. 对发行人报告期应缴未缴的社保、公积金金额进行了测算；

6. 取得人力资源和社会保障局以及公积金管理中心关于发行人报告期不存在行政处罚的证明。

核查内容：

1. 报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因

(1) 应缴未缴社会保险的原因

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴社会保险的情况如下：

项目	2016.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2019.06.30
员工总人数（a）	480	448	723	627
退休返聘人数（b）	0	0	0	1
因当月入职而无法缴纳社保人数（c）	3	7	8	20
因前单位未停缴公司无法为其缴纳社保的员工人数（d）	1	2	1	4
应缴社保人数（e=a-b-c-d）	476	439	714	602
实缴社保人数（f）	438	430	696	576
应缴未缴社保人数（g=e-f）	38	9	18	26

注 1：根据《中华人民共和国社会保险法》第五十八条，用人单位应当自用工之日起三十日内为其职工向社会保险经办机构申请办理社会保险登记。对于当月入职而公司无法为其办理社会保险增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳社会保险，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳社会保险的员工不计入应缴未缴人数；

注 2：上表员工总人数包括若羽臣及各子公司的员工人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴社会保险的主要原因为：办理社会保险缴纳增员需要员工的个人资料，由于部分员工提供的证件不齐备，公司无法为其缴纳；在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳社会保险。

(2) 应缴未缴住房公积金的原因

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的情况如下：

项目	2016.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2019.06.30
员工总人数（a）	480	448	723	627
退休返聘人数（b）	0	0	0	1
因当月入职而无法缴纳公积金人数（c）	3	7	8	20

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2016.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2019.06.30
因前单位未转移或封存公司无法为其缴纳公积金的员工人数（d）	1	1	1	1
应缴公积金人数（e=a-b-c-d）	476	440	714	605
公积金缴纳人数（f）	438	431	680	579
应缴未缴公积金人数（g=e-f）	38	9	34	26

注：根据《住房公积金管理条例》的规定，单位录用职工的，应当自录用之日起 30 日内向住房公积金管理中心办理缴存登记。对于当月入职而公司无法为其办理住房公积金缴存登记增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳住房公积金，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳住房公积金的员工不计入应缴未缴人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的主要原因包括：（1）因办理住房公积金汇缴增员需要员工的个人资料，部分员工提供的个人资料不齐备，公司无法为其缴纳，在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳住房公积金；（2）2018 年，公司存在非全日制用工情形，该等人员为残疾人员，公司为其缴纳社会保险但并未缴纳住房公积金。

2. 需要补缴的金额和措施，及补缴对发行人经营业绩的影响

根据发行人提供的资料，本所律师统计了发行人报告期各月应缴未缴社会保险及住房公积金的人数，并以发行人报告期各月人均缴纳社会保险及住房公积金的金额为基数进行计算，发行人报告期各期社会保险、住房公积金应缴未缴金额的测算情况如下：

单位：万元

项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-6 月
应缴未缴社保金额	39.02	18.16	29.76	13.07
应缴未缴公积金金额	17.93	9.43	17.42	8.94
合　计	56.95	27.59	47.18	22.01
当期利润总额	3,655.62	6,780.72	9,162.95	4,337.29

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-6 月
占　比	1.56%	0.41%	0.51%	0.51%

经测算，报告期内发行人各期应缴未缴社保及公积金金额占当期利润总额的比例分别为 1.56%、0.41%、0.51%和 0.51%，占比较小，如需补缴，不会对发行人经营业绩造成重大不利影响，不影响发行人首次公开发行股票的条件。

针对上述情形，发行人实际控制人王玉、王文慧已出具承诺：“若公司与员工就首次公开发行股票并上市前发生的社会保险、住房公积金缴纳事宜发生劳动纠纷或争议，或者公司所在地的社会保险、住房公积金管理部门要求公司对报告期内员工的社会保险、住房公积金进行补缴，或者因首次公开发行股票并上市前公司未按照规定缴纳社会保险、住房公积金而被相关行政主管部门或司法机关征收滞纳金或处以罚款的，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。”

3. 请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

根据发行人的说明并经查询发行人所在地的人力资源和社会保障部门网站、住房公积金网站（查询日期为 2019 年 10 月 31 日），截至查询日，发行人及其子公司不存在被主管部门责令补缴社会保险和住房公积金或受到劳动用工方面行政处罚的情形。

此外，根据发行人及其分、子公司当地社会保险、住房公积金主管部门开具的证明，报告期内发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障、住房公积金方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。

相关主管部门为发行人及其分、子公司出具的证明具体如下：

(1) 社会保险方面

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日为其员工参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的投诉事项，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日为其员工缴纳基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录；证明广州海通达自 2019 年 4 月至 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《证明》，证明杭州分公司、杭州红时自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日无重大劳动纠纷，社会保险已开户参保，未受到该局行政处罚。

(2) 住房公积金方面

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺自 2016 年 1 月至 2018 年 12 月（共 36 个月）未曾受到该中心的行政处罚；广州大可自 2016 年 8 月在该中心开户起至 2018 年 12 月（共 29 个月）未曾受到该中心的行政处罚。

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月未曾受到该中心的行政处罚。

杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2019 年 7 月杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

综上，本所律师认为，截至报告期末，发行人已经为大部分员工缴纳了社会保险和住房公积金；报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

险、住房公积金的情况，存在补缴的风险，但鉴于所涉员工较少，如需补缴，补缴金额占发行人当期利润总额的比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情形，因此，前述事项不属于重大违法违规，不会对本次发行上市构成实质法律障碍。

（二）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并核查报告期内公司与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议；

2. 取得公司报告期内的劳务派遣人员名单；

3. 取得并核查报告期内向发行人提供劳务派遣服务的供应商劳务派遣资质；

4. 取得公司报告期各期员工花名册；

5. 对发行人人力资源部门员工进行访谈，了解公司的劳务派遣工作制度、公司与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况；

6. 登录“中国裁决文书网”“中国执行信息公开网”网站查询公司是否存在劳动合同纠纷方面的诉讼案件；

7. 取得并核查发行人及其子公司注册地人力资源与社会保障局出具的证明；

8. 查阅发行人实际控制人出具的声明与承诺函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

报告期内，发行人劳务派遣用工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况

根据公司的说明并经核查，为配合电商平台大型促销活动，发行人于 2016 年 10 月至 2017 年 5 月期间在仓储物流岗位上存在使用劳务派遣人员的情况，具体情况如下：

时间	劳务派遣人员数量（人）	当月员工数量（人）	劳务派遣用工占比
2016.10	53	280	15.92%
2016.11	125	276	31.17%
2016.12	27	266	9.22%
2017.01	29	264	9.90%
2017.02	31	243	11.31%
2017.03	55	233	19.10%
2017.04	3	234	1.27%
2017.05	4	232	1.69%

注 1：劳务派遣用工占比=劳务派遣人员数量/（劳务派遣人员数量+当月员工数量）；

注 2：上表中当月员工数量是指当月末的员工数量，劳务派遣人员数量是指当月合计使用的劳务派遣员工数量。

根据发行人的说明并经核查，上述劳务派遣用工并非全日制用工，大部分劳务派遣人员的工作时间不足 8 小时/日。

根据发行人的说明，自 2017 年 5 月发行人将仓储物流服务外包给上海发网起，发行人未再使用劳务派遣员工。

2. 报告期内，发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷，发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

根据发行人的说明并经核查，报告期内，发行人与其员工之间不存在劳动合同纠纷。

根据《劳务派遣暂行规定》，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者；用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。经核查，发行人于电商平台促销活动期间，在仓储物流岗位使用劳务派遣人员，符合前述临时性、辅助性的规定；发行人于 2016 年 10 月、11 月、2017 年 2 月、3 月使用劳务派遣人员的比例超过 10%，不符合《劳务派遣暂行规定》。

就发行人在报告期内使用劳务派遣用工超过法定比例的情形，发行人实际控制人承诺："若公司及其子公司因公司首次公开发行股票并上市存在劳务派遣用工不合规，而被相关行政主管部门罚款或受到其他损失，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。"

综上，本所律师认为，报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》。但自 2017 年 5 月起发行人未再使用劳务派遣员工，且发行人实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失，同时，广州市人力资源和社会保障局亦出具证明确认，发行人在报告期内不存在因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录，因此，前述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险或住房公积金的情形，存在补缴的风险；但鉴于该等员工数量较少，如需补缴，补缴金额占发行人当期利润总额比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人及其子公司当地的劳动主管部门已出具证明，证明发行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规而受到行政处罚的记录，因此，上述情形不属于重大违法违规，不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》，但自 2017 年 5 月起，发行人未再使用劳务派遣员工，且发行人的实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失；同时，当地劳动主管部门已出具证明，证明发行人及其子公司在报告期内无因违反人力资源方面法律法规而受到处

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

罚的记录，因此，上述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

八、《反馈意见》信息披露问题 6：招股说明书披露，报告期各期发行人合作国际品牌数量占比分别为 76.56%、87.32%及 89.61%。请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等。（2）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施。（3）就前述情况补充进行详细的风险揭示。

（一）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

2. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

3. 查阅发行人与合作的主要国际品牌所产生的收入明细及占比。

核查内容：

1. 报告期内与发行人合作的国际品牌情况

报告期内，由于品牌策划业务系以电商平台营销活动、品牌和品牌集团多种主体作为服务对象和核算单位，因此在统计与发行人合作的品牌数量时不统计该业务模式下的合作品牌。报告期各期（即 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-6 月，下同），在线上代运营及渠道分业务销模式下，与发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 77 个；其中国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 73 个，国际品牌占比分别为 76.56%，87.32%，89.61%和 94.81%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人与主要国际品牌的业务发展趋势较为稳定。

报告期内，与发行人合作的主要国际品牌名称、业务领域、国家地区及合作模式如下：

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
1	Sanosan/哈罗闪	德国	母婴	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、京东商城、天猫超市、唯品会、网易考拉	哈罗闪（Sanosan）是来自德国万事乐德（Mann&SchroderGmbH）旗下的婴儿洗护品牌，一直致力于为宝宝肌肤提供天然温和的滋养。
2	SanitaU-Za	韩国	母婴	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、唯品会、京东自营	隶属于韩国跨国制药企业韩美集团旗下子公司韩美营销集团（简称“hmg”），与益生菌品牌“妈咪爱”并称为 hmg 两大核心品牌。
3	Holikaholika	韩国	美妆个护	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际	该品牌诞生于以功能性化妆品为主线的韩国三大化妆品品牌之一“茵葩兰（ENPRANI）”，适合 18-25 岁年龄段女性，畅销产品有水感滚轮 BB 霜，猪鼻贴三部曲等。
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	美妆个护	线上代运营服务费模式、渠道分销	唯品会国际、唯品会、京东自营、京东第三方平台	韩国面膜品牌，延续“安全、温和、舒适”的品牌理念，全线产品均通过严格的皮肤科安全测试。
5	Ameda/阿美达	瑞士	母婴	线上代运营服务费模式	天猫商城	瑞士的吸乳器及母乳喂养产品品牌，是美国 FDA（食品药品监督管理局）认证产品。
6	SKINFOOD	韩国	美妆个护	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫国际、天猫商城、京东自营、唯品会、蘑菇街 POP	用美味食物为主要原料研制护肤及彩妆产品的韩国化妆品品牌。
7	阿卡邦	韩国	母婴	线上代运营服务费模式	天猫商城	隶属于株式会社阿卡邦（韩国 KOSDAQ 上市公司，股票代码 013990），创立于 1979 年，是一家总部位于韩国的婴儿服饰及用品的专业公司，集生产、设计、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
						零售为一体，在韩国是最初创立的童装及婴幼儿用品的企业，主要提供产前所需用品及 0-4 岁儿童用品。
8	MeadJohnson/美赞臣	美国	母婴	线上代运营零售模式、线上代运营-服务费模式	天猫商城	隶属于美赞臣公司，1905 年成立于美国，是世界上生产营养品的大型跨国企业之一。
9	强生（包括旗下品牌大宝、可伶可俐、李施德林、露得清、强生美肌、强生婴儿、嗳呵、o.b）	美国	美妆个护	线上代运营服务费模式	天猫商城	美国强生（Johnson&Johnson）成立于 1886 年，是世界上规模最大、产品多元化的医疗卫生保健品及消费者护理产品公司之一。
10	丽贝乐	瑞典	母婴	线上代运营零售模式	天猫商城	瑞典 SCA 集团旗下品牌之一，是欧洲婴儿纸尿裤品牌，在瑞典及法国均设置工厂，所有生产规范及产品品质均依照欧盟的高标准设定。
11	善存、钙尔奇等	美国	保健品	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、拼多多	全球 500 强企业之一，也是全球最大的以研发为基础的制药和保健品公司之一。
12	Combi/康贝	日本	母婴	线上代运营服务费模式	天猫商城、京东商城、苏宁易购	童车和婴儿湿巾品牌，于 1957 年日本成立
13	铁达时	瑞士	其他	线上代运营服务费模式	天猫商城、京东商城	铁达时（SolviletTitus）为瑞士制表企业，于 1887 年创立。
14	B.box/贝博士	澳大利亚	母婴	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、京东自营	澳大利亚婴儿用品品牌，以“ 创意设计、时尚生活”为特色，主要提供奶瓶、安抚奶嘴、学饮杯、吸奶器等产品。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
15	Avent/新安怡	英国	母婴	渠道分销	京东商城	诞生于 1984 年，致力于以专业的研究和创新为妈妈和宝宝提供高质量的哺育用品和护理产品，全线产品分为母乳喂养、婴儿喂养、婴幼儿电器以及儿童喂养等部分。
16	LaTourangelle	法国	其他	线上代运营服务费模式	天猫商城	法国 LaCroixVerte 家族制油公司的旗下品牌，创始于十九世纪末，致力于手工冷榨食用植物油。
17	Swisse	澳大利亚	保健品	线上代运营服务费模式	天猫国际	1960 年创建于澳大利亚墨尔本，是澳大利亚自然健康品牌，Swisse 品牌商现已被健合（H&H）国际控股有限公司（原名合生元国际控股有限公司）收购。
18	planters/绅士	美国	其他	渠道分销、线上代运营服务费模式	天猫商城、天猫超市	美国绅士坚果（Planters）是食品集团卡夫亨氏旗下的坚果品牌。
19	Kracie/肌美精	日本	美妆个护	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、京东第三方平台	日本 Kracie 公司旗下品牌，Kracie 公司于 2007 年成立，专营原 Kanebo 集团（日本钟纺集团）旗下的日化用品、药品、营养食品等内容，肌美精化妆品主要有肌美精面膜、肌美精乳液。
20	MOONY、MamyPoko/妈咪宝贝、苏菲	日本	母婴、美妆个护	渠道分销	唯品会、京东	MOONY、妈咪宝贝、苏菲均为日本尤妮佳集团旗下的纸尿裤品牌，是日本四大品牌纸尿裤之一。尤妮佳集团于 1961 年成立，致力于护理产品；于 1995 年进军中国市场，1997 年推出女性卫生巾品牌“苏菲”，2002 推出婴儿纸尿裤品牌“妈咪宝贝”。
21	REDSEAL/红印	新西兰	保健品	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际、京东全球购、网易考	新西兰本土天然营养健康品牌，创立于 1923 年，至今已拥有草本植物牙膏、黑糖、麦卢卡蜂蜜、花草茶、手工香、营养补品等一系列

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
					拉、小红书	产品线。
22	Fatblaster	澳大利亚	保健品	线上代运营零售模式	天猫国际	FatBlaster 是澳大利亚维生素公司 Pharmacare 旗下的减肥品牌。
23	clinicians/科立纯	新西兰	保健品	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫国际、唯品会国际、小红书、网易考拉、京东全球购	科立纯（Clinicians）是新西兰的膳食营养补充剂品牌
24	EstheProLabo	日本	美妆个护	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫国际、小红书、网易考拉、京东全球购、唯品国际	EstheProLabo 是日本口服美容品牌。
25	Skiphop	美国	母婴	线上代运营服务费模式	天猫商城	SkipHop 成立于 2003 年，婴儿用品生产商，致力于以设计、新颖的设计赢得口碑。
26	Weleda/维蕾德	德国	母婴	线上代运营服务费模式	天猫国际	WELEDA 维蕾德是德国有机保养品品牌,以纯天然、不含人工色素、不做动物实验的理念受到“素食主义者”的喜爱
27	蓝臻	美国	母婴	线上代运营服务费模式	天猫商城	蓝臻奶粉，美赞臣旗下婴幼儿奶粉品牌。2016 年 3 月 28 日，美赞臣营养品公司宣布，将在中国市场推出全新蓝臻系列产品。
28	tresemme/炫诗	美国	美妆个护	线上代运营零售模式、线上代运营-服务费模式	天猫商城	英国洗发护发产品品牌，拥有多于 40 年提供专业发型护理产品经验。
29	hairrecipe/发之食谱	日本	美妆个护	线上代运营服务费模式	天猫商城	源自日本的宝洁旗下洗护品牌 HairRecipe 发之食谱。
30	嘉实多	英国	其他	线上代运营服务费模式	天猫国际	BP（英国石油公司）旗下的一个子品牌，由 CharlesCheersWakefield 在 1899 年创立。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
31	ecostore	新西兰	美妆个护	线上代运营服务费模式	天猫国际	新西兰个人洗护品牌，坚持生产健康有机无毒害无化学产品。
32	THREE	日本	美妆个护	线上代运营零售模式	天猫国际	日本有机植物品牌，主打高天然和纯粹的有机植物成分。
33	Dermatix/舒痕	美国	美妆个护	线上代运营零售模式、渠道分销	天猫商城	专利配方，采用透明、无味凝胶形式，修复淡化现有伤疤，预防异常伤痕产生。
34	thinkbaby	美国	母婴	线上代运营零售模式	天猫国际	thinkbaby 成立于 2006 年，是美国的婴幼儿餐具制造品牌。

注：
1.线上代运营服务费模式主要合作平台包括天猫商城及天猫国际；
2.线上代运营零售模式主要合作平台包括：天猫商城、天猫国际、京东第三方平台开设的店铺；
3.渠道分销模式主要合作平台包括：天猫超市、唯品会、京东自营、网易考拉、小红书、蘑菇 pop、聚美优品、京东等；
4.前述品牌系根据报告期各期各模式下前 10 大国际品牌合计去重统计，不包含品牌策划服务模式品牌。

2. 与发行人合作的主要国际品牌各期业务量及占比

经核查，报告期各期，发行人国际品牌收入金额及占比分别为：

单位：万元

品牌类别收入	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国际品牌收入	39,823.18	96.23%	82,150.47	96.45%	60,023.76	94.20%	29,479.07	80.69%
国内品牌收入	1,561.57	3.77%	3,024.92	3.55%	3,698.52	5.80%	7,054.64	19.31%
营业收入合计	**41,384.75**	**100.00%**	**85,175.39**	**100.00%**	**63,722.28**	**100.00%**	**36,533.71**	**100.00%**

注：上表收入不包含品牌策划服务收入。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

报告期各期各业务模式下，与发行人合作的主要国际品牌业务量（收入）及占比如下：

(1) 线上代运营零售模式

① 2019 年 1-6 月

2019 年 1-6 月，发行人线上代运营零售模式业务中前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	5,766.84	33.97%
2	RED SEAL/红印	新西兰	1,207.04	7.11%
3	Centrum/善存	美国	1,121.81	6.61%
4	Sanosan/哈罗闪	德国	916.79	5.40%
5	caltrate/钙尔奇	美国	882.11	5.20%
6	Holikaholika	韩国	655.42	3.86%
7	Munchkin/满趣健	美国	644.31	3.80%
8	clinicians/科立纯	新西兰	598.94	3.53%
9	THREE	日本	548.35	3.23%
10	EstheProLabo	日本	542.84	3.20%
小计			**12,884.45**	**75.90%**

注：占比为占发行人当期同类业务收入的比例，下同。

② 2018 年

2018 年度，发行人线上代运营零售模式业务中前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	12,667.37	33.40%
2	planters/绅士	美国	2,764.28	7.29%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
3	RED SEAL/红印	新西兰	2,592.50	6.84%
4	Kracie/肌美精	日本	2,297.18	6.06%
5	Sanosan/哈罗闪	德国	2,080.57	5.49%
6	Centrum/善存	美国	1,884.72	4.97%
7	Munchkin/满趣健	美国	1,653.13	4.36%
8	Holikaholika	韩国	1,470.51	3.88%
9	丽贝乐	瑞典	1,216.86	3.21%
10	caltrate/钙尔奇	美国	1,145.68	3.02%
小计			**29,772.79**	**78.51%**

③ 2017 年度

2017 年度，发行人线上代运营零售模式业务中前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	9,984.84	30.62%
2	Sanosan/哈罗闪	德国	2,768.82	8.49%
3	planters/绅士	美国	2,717.22	8.33%
4	丽贝乐	瑞典	2,513.11	7.71%
5	Kracie/肌美精	日本	1,837.29	5.63%
6	Centrum/善存	美国	1,071.81	3.29%
7	Avent/新安怡	英国	947.64	2.91%
8	Holikaholika	韩国	952.45	2.92%
9	Skinfood/思亲肤	韩国	866.53	2.66%
10	Thinkbaby	美国	827.70	2.54%
小计			**24,487.41**	**75.10%**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

④ 2016 年度

2016 年度，发行人线上代运营零售模式业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	4,165.56	21.38%
2	Sanosan/哈罗闪	德国	3,613.41	18.55%
3	Skinfood/思亲肤	韩国	2,559.04	13.13%
4	丽贝乐	瑞典	1,117.65	5.74%
5	Fatblaster	澳大利亚	881.93	4.53%
6	Avent/新安怡	英国	720.79	3.70%
7	Sanita U-Za	韩国	675.33	3.47%
8	Holikaholika	韩国	671.49	3.45%
9	Munchkin/满趣健	美国	404.49	2.08%
10	Thinkbaby	美国	383.53	1.97%
小计			**15,193.22**	**77.98%**

(2) 线上代运营服务费模式

①2019 年 1-6 月

2019 年 1-6 月，发行人线上代运营服务费模式业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	511.22	9.58%
2	swisse	澳大利亚	452.56	8.48%
3	强生	美国	337.12	6.32%
4	Combi/康贝	日本	311.77	5.84%
5	hairrecipe/发之食谱	日本	279.34	5.23%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
6	Weleda/维蕾德	德国	230.77	4.32%
7	嘉实多	英国	187.80	3.52%
8	ecostore	新西兰	187.10	3.51%
9	蓝臻	美国	181.83	3.41%
10	惠氏	美国	175.80	3.29%
小计			**2,855.30**	**53.50%**

② 2018 年度

2018 年度，发行人线上代运营服务费模式业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	1,121.70	11.80%
2	swisse	澳大利亚	1,072.90	11.29%
3	Combi/康贝	日本	820.62	8.63%
4	蓝臻	美国	709.95	7.47%
5	强生	美国	479.36	5.04%
6	Titus/铁达时	瑞士	432.84	4.55%
7	Mediheal/美迪惠尔	韩国	407.27	4.28%
8	Weleda/维蕾德	德国	405.52	4.27%
9	惠氏	美国	340.07	3.58%
10	ecostore	新西兰	279.70	2.94%
小计			**6,069.94**	**63.86%**

③ 2017 年度

2017 年度，发行人线上代运营服务费模式业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	990.78	14.03%
2	swisse	澳大利亚	724.75	10.26%
3	Combi/康贝	日本	683.27	9.67%
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	545.93	7.73%
5	强生	美国	495.74	7.02%
6	Titus/铁达时	瑞士	449.68	6.37%
7	惠氏	美国	281.01	3.98%
8	Weleda/维蕾德	德国	274.30	3.88%
9	蓝臻	美国	256.73	3.63%
10	tresemme/炫诗	美国	186.79	2.64%
小计			**4,888.99**	**69.21%**

④ 2016 年度

2016 年度，发行人线上代运营服务费模式业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	722.00	14.42%
2	Combi/康贝	日本	633.51	12.66%
3	Titus/铁达时	瑞士	310.63	6.21%
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	346.29	6.92%
5	强生	美国	334.79	6.69%
6	SanitaU-Za	韩国	220.62	4.41%
7	惠氏	美国	138.03	2.76%
8	Skiphop	美国	133.69	2.67%
9	Ameda/阿美达	瑞士	113.01	2.26%
10	Weleda/维蕾德	德国	106.00	2.12%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
小计			**3,058.91**	**61.11%**

(3) 渠道分销模式

①2019 年 1-6 月

2019 年 1-6 月，发行人渠道分销业务中前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	6,336.33	33.22%
2	MOONY	日本	4,336.40	22.74%
3	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	2,560.37	13.42%
4	SOFY/苏菲	日本	1,974.15	10.35%
5	Sanosan/哈罗闪	德国	1,331.10	6.98%
6	RED SEAL/红印	新西兰	945.71	4.96%
7	LaTourangelle/拉杜蓝乔	法国	571.10	2.99%
8	Dermatix/舒痕	美国	356.03	1.87%
9	B.box/贝博士	澳大利亚	201.38	1.06%
10	EstheProLabo	日本	175.74	0.92%
小计			**18,788.31**	**98.51%**

② 2018 年度

2018 年度，发行人渠道分销业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	18,037.91	47.79%
2	MOONY	日本	5,202.66	13.78%
3	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	5,014.89	13.29%
4	Sanosan/哈罗闪	德国	3,186.69	8.44%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
5	SOFY/苏菲	日本	1,967.83	5.21%
6	LaTourangelle/拉杜蓝乔	法国	1,667.99	4.42%
7	RED SEAL/红印	新西兰	1,045.25	2.77%
8	planters/绅士	美国	444.29	1.18%
9	Holikaholika	韩国	419.50	1.11%
10	B.box/贝博士	澳大利亚	359.59	0.95%
小计			**37,346.60**	**98.94%**

③ 2017 年度

2017 年度，发行人渠道分销业务中，前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	12,736.15	52.95%
2	Sanosan/哈罗闪	德国	4,304.80	17.90%
3	Holikaholika	韩国	1,385.06	5.76%
4	Skinfood/思亲肤	韩国	1,179.16	4.90%
5	B.box/贝博士	澳大利亚	1,104.64	4.59%
6	LaTourangelle/拉杜蓝乔	法国	850.27	3.54%
7	Sanita U-Za	韩国	458.50	1.91%
8	RED SEAL/红印	新西兰	453.60	1.89%
9	Combi/康贝	日本	436.57	1.82%
10	Avent/新安怡	英国	275.63	1.15%
小计			**23,184.37**	**96.39%**

④ 2016 年度

2016 年度，发行人渠道分销业务中前十大国际品牌收入及占比如下：

单位：万元

序号	品牌	国家	金额	占比

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	国家	金额	占比
1	Sanosan/哈罗闪	德国	3,549.15	29.47%
2	Mediheal/美迪惠尔	韩国	1,869.64	15.52%
3	Skinfood/思亲肤	韩国	1,549.32	12.86%
4	Sanita U-Za	韩国	684.01	5.68%
5	Holikaholika	韩国	557.94	4.63%
6	Combi/康贝	日本	538.31	4.47%
7	BABY COCCOLE/宝贝可可丽	意大利	197.42	1.64%
8	B.box/贝博士	澳大利亚	191.47	1.59%
9	TommeeTippee/汤美天地	英国	104.08	0.86%
10	A.H.C	韩国	75.35	0.63%
小计			**9,316.69**	**77.35%**

3. **合作品牌稳定性分析**

在线上代运营及渠道分销业务中，报告期各期发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 77 个；其中，国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 73 个，国际品牌数量占比分别为 76.56%、87.32%、89.61%和 94.81%，发行人与主要国际品牌业务发展趋势较为稳定。

报告期各期，持续发生业务的国际品牌收入占比情况如下：

单位：万元

业务模式	2019 年 1-6 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上代运营零售模式	13,952.75	82.19%	29,884.11	78.80%	23,419.16	71.83%	10,901.58	55.95%
线上代运营服务费模式	4,068.61	76.23%	7,882.27	82.93%	4,791.72	67.83%	3,232.22	64.57%
渠道分销	18,900.37	99.10%	37,467.39	99.26%	21,791.28	90.60%	7,515.54	62.40%
总计	**36,921.73**	**83.42%**	**75,233.77**	**80.81%**	**50,002.17**	**74.53%**	**21,649.34**	**58.11%**

注： 占比为持续发生业务往来的国际品牌收入占该业务模式总收入的比例。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

2. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

3. 计算报告期各期对供应商进口的金额和占比，并结合相关国家地区产业政策分析对发行人生产及经营情况的影响。

核查内容：

1. 相关合同条款

经核查发行人与主要境外客户签订的合同，该等合同约定：“（若羽臣作为）乙方正常向甲方订货，甲方作为进口品牌，如因甲方原因延迟供货或者无法足额供货给乙方（乙方提出超过预估的订货数量除外），造成乙方无法完成合同约定的指标，甲方应对乙方的合同指标及返利指标予以相应减免，并承诺此减免指标不影响合同续签等相关事宜。若乙方因授权产品的质量问题（含产品包装、产品说明等资料宣传问题、证件不齐问题）而无法开展在平台的销售工作，则双方友好协商寻找可以降低任何双方损失的替代办法。”因此，如因贸易摩擦等非发行人主观因素造成的品牌方缺货或延迟供货，发行人可获得合同及返利相关指标减免，并且此指标减免不影响发行人与境外客户续签合同。

2. 有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响

随着国内消费升级，国内消费者对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电商平台引入众多全球品牌。由于发行人经营活动涉及从境外国际品牌方或其在中

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

国境外的代理商采购商品，相关国家进出口政策及贸易壁垒会对发行人运营国际品牌事宜产生一定影响。

(1) 进口

公司采购的主要内容为合作品牌方的商品，相关供应商主要分为以下类型：一是国际品牌方在中国境内设立的运营主体，如美赞臣营养品（中国）有限公司、强生（中国）投资有限公司等；二是国际品牌方在中国境内的代理商，如哈罗闪婴幼儿洗护用品的中国大陆独家代理商北京隆盛泰健康科技股份有限公司；三是境外的国际品牌方或其在中国境外的代理商，如 HolikaHolika 化妆品的品牌方 EnpraniCo.,Ltd.、美迪惠尔面膜的代理商 SUPEX BNPCo.,Ltd.等；四是中国境内的品牌方，如广东景兴健康护理实业股份有限公司。

报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年	2016 年
采购金额	7,873.69	20,768.19	15,700.26	6,153.27
采购占比	30.90%	35.33%	34.73%	27.88%

注：采购占比=对上述供应商采购金额/当年采购金额总额*100%

报告期内，发行人对境外国际品牌方或其在中国境外的代理商采购来源国家/地区较为分散，，跨境贸易模式下涉及的境外供应商较为多样，例如：日韩地区供应商 SUPEX BNP Co., Ltd（对应美迪惠尔品牌）、澳新地区供应商 Endeavour Consumer Health Limited（对应红印品牌）和欧美地区供应商（对应 thinkbaby 品牌），因此，发行人对单一国家/地区的供应商不存在重大依赖。

报告期内，发行人产品进口所涉及的主要国家及地区包括韩国、新西兰、日本、美国、澳大利亚和欧盟国家等。该类地区的主要国家均为世界贸易组织成员，市场自由开放程度较高，对于母婴、美妆个护、保健品等快速消费品产业没有特殊限制政策，不存在贸易壁垒。同时，自 2018 年中国举办中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）以来，作为国内首个以进口为主题的国家级大型消费地

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

型展会，进博会极大推动了跨境贸易的发展，增强国际品牌方进一步开拓中国市场的信心。

截至报告期期末，发行人受产品进口所涉主要国家、地区的相关产业政策、贸易摩擦等影响情况如下：

序号	产品进口所涉主要国家/地区	是否存在针对公司产品的进口限制	是否存在针对公司产品的贸易摩擦
1	韩国	无	无
2	新西兰	无	无
3	日本	无	无
4	美国	无	无
5	澳大利亚	无	无
6	欧盟国家	无	无

此外，发行人进口产品主要为母婴、美妆个护、保健品等快速消费品，不涉及航空航天、信息通信技术、机械等技术密集型行业。

综上所述，相关国家及地区的产业政策及贸易壁垒对发行人的影响较小。

(2) 出口

发行人的主要客户为境内终端消费者或境内电商平台及分销商，受海外国家地区产业政策及贸易摩擦影响程度较小。

3. 发行人应对措施

(1) 扩大品牌储备

报告期各期，发行人逐步扩大品牌储备，合作品牌来源国家涵盖欧美、日韩、澳新地区和中国境内。报告期各期末，与发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 77 个；其中国际品牌数量逐年增加，报告期各期末国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 73 个。

(2) 分散国际品牌国家来源

发行人具有较为完备的品牌拓展规划，近年来逐步加强对日韩、澳新地区品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

牌拓展的力度。主要合作品牌来源国家较为广泛，对单一国家/地区不存在重大依赖。

（三）就前述情况补充进行详细的风险揭示

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，合作的品牌大部分为国际品牌，报告期各期与发行人合作的国际品牌数量占发行人合作品牌总数量的比例分别为 76.56%、87.32%、89.61%及 94.81%。报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购额占发行人总采购额的比例分别为 27.88%、34.73%、35.33%、30.90%。若中国未来与相关国家或地区产生贸易摩擦、产业政策不利调整或人民币对外币汇率发生不利变动，并直接涉及公司合作品牌的主要产品，则可能对公司经营业绩产生不利影响。

九、《反馈问题》信息披露问题 7：请保荐机构及律师核查招股书全文，对没有数据支持的说法提供证据，或者予以修正；删除广告性和恭维性的语言。招股说明书披露，“公司是国内领先的电子商务综合服务商”“作为领先的电子商务综合服务商，公司得到了社会各界机构的高度认可”，请结合“领先”的含义、比较范围、依据等，说明该等用语的恰当性，补充说明招股说明书在描述发行人市场地位、竞争优势时采用的数据的来源、权威性。请在招股说明书“业务和技术”中补充披露同行业主要竞争对手的资产规模、生产及销售规模、经营状况、技术和装备及研发水平等方面的情况，进一步说明公司竞争的优劣势及其在行业中的地位。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查了招股说明书中披露的报告期内发行人获评的各类奖项及荣誉实物、照片及网站；

2. 查阅了发行人主要竞争对手，包括：宝尊电商、杭州悠可、壹网壹创、丽人丽妆主要财务数据、经营状况及技术和研发水平，并与发行人进行比较；

3. 对发行人管理层进行访谈，明确主要竞争优势和未来发展目标。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

（一）请保荐机构及律师核查招股书全文，对没有数据支持的说法提供证据，或者予以修正；删除广告性和恭维性的语言。

经查阅招股说明书，发行人已在招股说明书“第六节 业务与技术”之“三、发行人在行业中的竞争地位”中将“国内领先”表述调整为“业内知名”，并删除“公司得到了社会各界机构的高度认可”表述；招股说明书全文其他部分亦同步修改。

调整上述表述后，招股说明书不存在没有数据支持的表述及广告性、恭维性语言。

（二）招股说明书披露，“公司是国内领先的电子商务综合服务商”“作为领先的电子商务综合服务商，公司得到了社会各界机构的高度认可”，请结合“领先”的含义、比较范围、依据等，说明该等用语的恰当性，补充说明招股说明书在描述发行人市场地位、竞争优势时采用的数据的来源、权威性

1. 请结合“领先”的含义、比较范围、依据等，说明该等用语的恰当性

公司由母婴领域切入起步，经过不断的尝试摸索和多年的积淀深耕，目前已在母婴、美妆个护、保健品等多个快速消费品领域逐渐培育了核心竞争优势，同时也在汽车用品、文具等蓝海领域积极探索与开拓；通过电子商务综合服务，全面提升自身帮助国内外品牌在国内线上进行运营和推广的整合能力。

公司是业内知名的电子商务综合服务商，分别于 2017 年下半年、2018 年下半年、2019 年上半年获得“天猫五星级运营服务商”荣誉。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。公司合作伙伴中知名国际品牌众多，具备较强的品牌影响力和示范效应。同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top 10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等多项奖项。

近年来，公司获得的主要奖项及荣誉如下：

(1) 电子商务平台类奖项与荣誉

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	奖项/荣誉名称	颁发时间	颁奖机构
1	天猫品牌号合作服务商	2019 年 11 月	天猫
2	2019 年上半年“天猫五星级运营服务商”	2019 年 8 月	天猫
3	2019 年阿里巴巴服务市场代运营类银牌淘拍档	2019 年 7 月	阿里巴巴集团
4	天猫生态服务商 Top 10	2019 年 4 月	天猫
5	2019 年第一季度“天猫国际五星级服务商”	2019 年 4 月	天猫国际
6	2018 年天猫服务商“最佳合作伙伴奖”、“天猫国际最佳整合垂直服务商”	2019 年 4 月	天猫
7	2018 年下半年“天猫五星级服务商”	2019 年 1 月	天猫
8	天猫母婴 2017 年最佳服务商	2018 年 3 月	天猫
9	2017 年下半年“天猫五星级服务商”	2018 年 1 月	天猫
10	2016 年度品牌营销奖（金服奖）	2017 年 3 月	阿里妈妈
11	2015 年度阿里妈妈营销拍档成长之星	2016 年 3 月	阿里妈妈
12	2015 下半年天猫运营服务类淘拍档母婴行业银牌	2016 年 3 月	阿里巴巴集团

(2) 广告类奖项与荣誉

序号	奖项/荣誉名称	颁发时间	颁奖机构
1	第 26 届中国国际广告节长城奖优秀作品发布仪式 铜奖	2019 年 10 月	中国广告协会
2	2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖	2018 年 11 月	伦敦国际广告奖（LIA）
3	2016 年度品牌营销奖（金服奖）	2017 年 3 月	阿里妈妈
4	2015 年度阿里妈妈营销拍档成长之星	2016 年 3 月	阿里妈妈

(3) 社会奖项与荣誉

序号	奖项/荣誉名称	颁发时间	颁奖机构
1	2018 年度广东省“守合同重信用”企业	2019 年 6 月	广州市市场监督管理局
2	广东省工业和信息化领域电子商务第一批示范单位	2019 年 4 月	广东省经济和信息化委
3	2017 年广州市创新标杆企业	2019 年 4 月	广州市科技局
4	广州市总部企业	2019 年 3 月	广州市发改委
5	2018 年度瞪羚企业	2019 年 3 月	黄埔区政府、广州开发区管委会
6	2018 年度广东省电商企业 100 强	2018 年 12 月	广东省电子商务协

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	奖项/荣誉名称	颁发时间	颁奖机构
			会
7	2018 中国化妆品电子商务代运营商 TOP10	2018 年 12 月	中国化妆品工商首脑会议化妆品报社年会
8	广东省工业和信息化领域电子商务第一批示范企业	2018 年 10 月	广东省工信厅
9	2017 年年度瞪羚企业 20 强	2018 年 8 月	黄埔区政府、广州开发区管委会
10	广东省工业和信息化领域电子商务试点单位	2017 年 9 月	广东省经济和信息化委员会
11	2017 年广东省电子商务“百佳优质服务商”	2017 年 7 月	广东省电子商务协会
12	2016 年度最具影响力电商企业	2016 年 9 月	广东省电子商务商会
13	2015 年度极具价值电商服务机构	2016 年 3 月	广东省网商协会

招股说明书引用行业排名的依据和竞争对手比较范围如下：

(1) 行业排名依据

对于行业排名，招股说明书中引用的行业排名主要为天猫服务商汇对淘宝、天猫平台超过 1,100 家服务商定期出具的整体排名及分行业细分排名。

(2) 主要竞争对手选择范围及比较依据

发行人主营业务是为国内外知名快消品品牌提供全网各渠道电子商务服务，公司的业务模式主要分为线上代运营、渠道分销及品牌策划服务。招股说明书中列示的主要竞争对手与公司具有相同或相似的业务模式，业务开展平台以天猫等为主，且服务客户范围均包含美妆、快消品等客户。因此，选取上述公司作为竞争对手具有合理性。

2. 补充说明招股说明书在描述发行人市场地位、竞争优势时采用的数据的来源、权威性

序号	招股说明书描述	数据来源	权威性分析
1	公司是业内知名的电子商务综合服务商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公	天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排	招股说明书中引用的行业排名主要为天猫服务商汇对淘宝、天猫平台超过 1,100 家服

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	招股说明书描述	数据来源	权威性分析
	司在医药保健领域排名第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。公司合作伙伴中知名国际品牌众多，具备较强的品牌影响力和示范效应。	行榜	务商定期出具的整体及行业细分排名
2	同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等多项业界大奖，前述奖项与荣誉一方面体现了公司出色的综合运营能力及营销策划能力；另一方面，更是电商平台、品牌方、消费者和其他社会各界机构的对公司实力和行业地位的认可。	（1）“天猫生态服务商 Top10”称号； （2）2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖	奖项荣誉方面，公司获得奖项荣誉主要为政府部门、行业协会、电子商务平台等颁布及发放，具有较高的行业认可度与权威性
3	发行人获得的奖项与荣誉：例如 2017 年下半年“天猫五星级服务商”、2018 年下半年“天猫五星级服务商”、2019 年上半年“天猫五星级运营服务商”	天猫服务商星级排名	天猫星级运营服务商评定是天猫平台针对天猫和天猫国际的所有运营服务商，根据评定规则中的“店铺运营能力”、“品牌营销能力”、“消费者运营能力”、“渠道运营能力”、“新零售运营能力”、“数据运营能力”这六个能力维度及“承接店铺规模”等综合能力评估得出的结果；淘宝、天猫是国内最大的综合电子商务平台，且与发行人及其子公司无关联关系；其在服务商管理与考核方面具有较强的权威性

此外，经查阅壹网壹创、丽人丽妆等可比公司关于行业地位、竞争优势的相关论述，可比公司均选用各大电商平台对于电子商务综合服务商的排名和打分，以及相关奖项荣誉作为外部数据源进行论证，因此选用上表列示数据进行论证具有权威性和合理性，且与同行业具有可比性。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人已在招股说明书中将“国内领先”表述调整为“业内知名”，并删除“公司得到了社会各界机构的高度认可”表述；上述表述调整后，招股说明书不存在没有数据支持的表述及广告性、恭维性语言。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十、《反馈意见》信息披露问题 8：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况；（2）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况；（3）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力。

（一）请保荐机构、发行人律师补充披露线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内主要线上代运营、渠道分销业务的相关合同；

2. 梳理发行人主要线上代运营、渠道分销业务相关合同中有关产品质量分摊的约定；

3. 核查发行人取得的有关产品质量主管部门出具的合规证明；

4. 通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询；

5. 核查报告期内发行人与合作方有关产品质量纠纷、投诉或诉讼的文件。

核查内容：

1. 代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定

经核查，线上代运营业务零售模式下，发行人从品牌商或其授权代理商（以下统称“品牌方”）采购产品，再通过其运营的线上店铺销售给终端消费者。线上代运营业务服务费模式下，发行人主要为品牌方提供线上店铺的代运营服务，线上店铺一般归品牌方所有，产品直接由店铺销售给终端消费者，发行人与终端

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

消费者之间不存在销售合同；渠道分销模式下，发行人基于品牌方的分销授权，向其采购商品再自行销售至分销商。

经核查发行人报告期各期与前 20 大品牌方签署的线上代运营业务合同，以及与前 20 大品牌方、分销商签署的业务合同，发行人线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的主要约定如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
产品质量标准条款	品牌方在合同中对产品质量作出保证，明确所提供的产品需符合的质量标准。例如约定甲方（品牌方）保证每一具体交易中，其提供的产品（含中小样及赠品）均是全新、未使用的原装正品，并与产品包装或产品本身标示的质量标准相符，或与产品说明、实物样品等方式表明的质量状况相符。产品质量除必须符合生效采购单提出的质量要求外，还必须符合该产品的国家标准、地方标准及行业标准。	品牌方在合同中对产品质量做出保证，保证其在店铺销售产品的质量符合产品生产及出口所在国家的法律法规及产品标准、或相关法律法规及国内产品标准、或国内商品、商品包装的标示标准。	1.与品牌方的合同中，质量标准条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，基于品牌方对发行人销售商品的质量承诺，发行人通常在分销合同中对该商品的质量作出承诺，保证提供给分销商的全部商品来源合法，提供的商品与样品的质量一致且符合国家、行业及双方约定的质量标准。
退换货条款	明确约定退换货的条件、时间、方式、费用负担等条款。退换货条款主要包含由品牌方更换包装、产品存在内在缺陷、产品破损、产品临期等原因导致的退换货。因质量问题导致的退换货运费及损失由品牌方承担。	若由发行人负责商品的仓储管理和发货，则相应约定发行人对瑕疵产品的退换货权利。	1.与品牌方的合同中，退换货条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，明确约定允许分销商退换货的条件、程序等。由发行人对存在内在缺陷、破损、临期的产品承担退换货义务。
产品质量责任的承担主体	由品牌方承担产品质量责任，因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失。	若发行人因品牌方商品（含商品资料、说明书等）的原因导致被投诉、举报、诉讼等，应由品牌方承担由此造成的损失。 合同约定由品牌方负责产品的仓储管理和发货，以及产品本身的质量问题。	1.与品牌方的合同中，该条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，因产品本身质量问题造成的一切损失由发行人负责，但因分销商保存或保管不善所产生的产品问题除外。
约定赔偿	因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭	品牌方提供的产品存在品质缺陷致使购买	1.与品牌方的合同中，赔偿责任条款与线上代运

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
责任条款	受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失	者人身权和财产权受到损害的，品牌方应自行承担由此造成的一切损失，由此给发行人造成损失的，还应当赔偿发行人的（直接）损失。	营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，发行人提供的产品存在质量问题或造成消费者人身、财产损害的，由发行人赔偿因此给分销商造成的损失。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人承担的关于产品质量分摊的法律风险

经核查，线上代运营业务零售模式、线上代运营服务费模式以及渠道分销模式中，发行人承担的与产品质量分摊的主要法律风险如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

主要风险	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
因管理不当导致的风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损	在品牌方需要发行人提供仓储、发货服务的情况下，发行人存在因管理不当导致的对品牌方的违约风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损
先行赔付风险	根据《产品质量法》的规定，当售出的产品有不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的、不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的、不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况三种情形的，销售者应当向购买产品的消费者赔偿损失。销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。因此，发行人作为直接面向终端消费者的销售者，在消费者索赔的情形下，需对消费者承担先行赔付责任	因部分线上代运营服务费模式下店铺的注册主体为发行人，根据发行人与该等店铺所在平台的合作协议，发行人对该店铺消费者亦有先行赔付责任的法律风险	鉴于发行人与分销商对产品质量责任的主体进行了约定，当因产品质量问题给分销商造成损失的，发行人需赔偿由此给分销商造成的损失或由分销商承担主管机关的处罚责任、对消费者的赔偿责任等。因此，在产品存在质量问题且给分销商造成损害的，发行人需承担损害赔偿责任。但发行人对分销商承担了损害赔偿责任的，可根据《产品质量法》及其与品牌方签订的协议，向品牌方追偿
因分销商无理由退货导致的产品积压风险	—	—	发行人在与分销商北京京东世纪信息技书有限公司的约定中，发行人允许其任何理由的退货。若分销商对不存在质量问题的产品进行退货，由于该部分产品不存在质量问题，发行人亦无法向品牌方主张退换货，由此导致的产品积压风险将由发行人承担

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

经本所律师登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询，并经查阅发行人质量主管部门出具的证明文件，发行人报告期内不存在因产品质量引致消费者投诉或诉讼的情况，亦不存在因产品质量被主管部门予以处罚的情形。报告期内，发行人合作的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）曾发生一起产品质量事项，发行人所运营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”曾发生一起消费者主张产品标识存在虚假记载的合同纠纷，具体如下：

(1) 拉图蓝乔产品质量事项

经核查，报告期内，发行人与合作方存在一起产品质量相关案件，即合作的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）发生产品主动召回事件，具体如下：

千麦实业（上海）有限公司（以下简称“千麦实业”）为 LA TOURANGELLE 系列产品的中国总代理商，拉图蓝乔（上海）贸易有限公司（以下简称“拉图蓝乔”）系千麦实业的全资子公司。若羽臣于 2015 年 12 月 23 日与拉图蓝乔签署《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》，从拉图蓝乔取得授权于京东自营平台和天猫超市等互联网平台（以下简称“合约平台”）销售 LA TOURANGELLE 系列产品。

2019 年 7 月 16 日，千麦实业发布了《关于 LA TOURANGELLE 产品情况通报 0716》，告知该公司自查发现其所代理的 LA TOURANGELLE 产品存在邻苯二甲酸酯类物质成分残留情况，提醒各渠道商暂停销售，待该公司得到全面检测报告后将第一时间通报情况，并对特定批次发布召回方案。

2019 年 7 月 20 日，若羽臣与拉图蓝乔签署了《解除合作协议》，双方之间的合作关系自协议签订之日起解除，若羽臣协助拉图蓝乔召回相关产品，拉图蓝乔同意按照若羽臣原采购价格回购若羽臣从拉图蓝乔采购的该品牌剩余库存产品，包括合约平台退货至若羽臣仓库的产品，回购运费由拉图蓝乔承担。货物分

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

三批退回，款项不晚于 2019 年 9 月 30 日支付，召回产品的货款不晚于 2019 年 12 月 31 日前支付。同时，协议明确，若羽臣因此受到的损失，由拉图蓝乔承担。

2019 年 7 月 20 日，拉图蓝乔向北京京东世纪信息技术有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担京东平台因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

2019 年 7 月 26 日，拉图蓝乔向上海天翌电子商务有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担对方因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

根据发行人的说明，截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣关于该品牌的库存产品已经退回拉图蓝乔，合约平台退回的产品尚在陆续退回整理中。针对前述情况，公司已冲减关于 LA TOURANGELLE 的货物经销收入 525.08 万元和成本 460.78 万元，两者差额 64.30 万元计入预计负债。

经本所律师对千麦实业负责人访谈确认，千麦实业发布上述通报系自查自主发布，而非被政府主管部门抽查或被政府主管部门要求发布；截至 2019 年 8 月 27 日，当地市场监管部门对相关产品进行了采样检测，但未立案处理，千麦实业和拉图蓝乔均未收到主管部门的处罚决定或拟进行处罚的通知。经各方确认，截至本补充法律意见书出具之日，千麦实业、拉图蓝乔与发行人之间不存在争议或纠纷。

(2) 刘爱平网络购物合同纠纷

2019 年 2 月 11 日，北京互联网法院受理刘爱平（原告）诉发行人（被告）网络购物合同纠纷一案，原告主张其通过被告经营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”购买的一罐亲舒易消化安儿宝 A+幼儿配方奶粉（12-36 月龄，3 段）存在虚假或者引人误解的内容，请求：（1）判决被告向原告退还购物款 334 元；（2）判决被告向原告支付赔偿金 1,002 元；（3）判决被告承担本案诉讼费。

2019 年 6 月 28 日，北京互联网法院作出（2019）京 0491 民初 3402 号《民

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

事判决书》，认定发行人的行为不构成虚假宣传，不存在引人误解、欺骗、误导消费者的情况，原告的诉请无事实及法律依据，判决驳回原告刘爱平的全部诉讼请求。本案现已结案。

（二）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 核查发行人与主要客户间的业务合同；

2. 访谈发行人主要高级管理人员；

3. 核查发行人分业务类型应收账款的账龄明细。

核查内容：

1. 公司各类业务的推广模式

(1) 线上代运营业务

1)对 C 端消费者的推广模式

因公司的线上代运营业务主要在天猫和京东等第三方电商平台开展，所以针对代运营业务 C 端消费者的市场推广活动也主要集中于这两个平台。天猫和京东平台作为第三方电商平台，拥有海量用户与流量，公司在其平台开设店铺为品牌方开展线上代运营服务时，除借助电商平台为店铺运营所提供的基础工具与服务之外，还借助电商平台提供的广告投放工具进行市场推广，例如直通车、钻石展位、淘宝客、明星店铺/品牌专区（即品销宝）、京准通等标准化营销工具，同时定期举办聚划算等团购活动，以首页展示、消费者精准推送、品牌限时推送、低价团购等方式协助店铺吸引消费者，在扩大公司销售规模的同时，协助品牌方扩大品牌影响力。

2)对品牌方的推广模式

代运营业务下公司与品牌方之间的合作拓展主要由商务拓展中心主导，一般推广过程包括目标品牌分析、客户接触、运营方案制作投标、合同签署等环节。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

目标品牌分析环节，公司首先对消费行业各品类进行深度研究并形成对细分品类发展前景的判断，并基于此选择未来主要开拓品牌的所属品类。其次，公司对具有发展前景的细分品类品牌进行系统梳理，从品牌特性、产品特性、目标客群、经营情况、价格体系、产品开发能力等角度筛选具有成长潜力的品牌，以此确定拟合作目标品牌。

客户接触环节，公司基于在电商服务行业多年积累的市场资源、优秀信誉及影响力，通过品牌商/分销商等合作方推荐、电商平台推荐、现有客户延展推荐、展会承揽、商务预约等方式与品牌方进行接触并获取品牌方的电商运营招标信息。

运营方案制作投标环节，公司从品牌电商运营各维度对品牌运营方案进行分析，根据分析结果制作包含产品和店铺运营策划思路、销售策略、推广设计、运营目标、投入费用、人员构成、合作报价等多维度信息的运营策划方案，并提交品牌方。

合同签署环节，品牌方根据自身招标要求、投标者方案信息及投标者综合实力，全面判断并与公司进行更加细致的条款谈判后，经内部审议确认后与发行人签订协议正式建立合作关系。

(2) 渠道分销业务

1)对分销商的推广模式

①对电商平台分销商

对于电商平台分销商，公司主要通过电商平台官方商务合作渠道及行业内资源推荐与其建立联系，并向其提供拟推广品牌的行业成长空间、品牌发展潜力等推介材料，从而就相关品牌与平台建立合作。

②对非电商平台分销商

对于非电商平台分销商，一般主要系分销商通过电商分销平台、店铺客户、行业内资源推荐等方式与公司取得联系，并与公司沟通品牌分销合作。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2)对品牌方的推广模式

渠道分销业务对品牌方的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似。

(3) 品牌策划业务

公司对品牌策划业务的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似，公司主要通过行业内资源推荐等方式与品牌进行接触，并通过策划提案比稿方式获得与品牌的合作关系。

2. 服务费的定价模式及收取情况

报告期内，发行人线上代运营业务零售模式和渠道分销业务的收入均为商品销售收入，服务费收入仅包含线上代运营业务服务费模式和品牌策划业务。报告期内公司服务费的定价模式及收取情况如下：

业务模式	定价模式	收取情况
线上代运营业务服务费模式	固定服务费、提点服务费、固定服务费+提点服务费三种方式	根据合同约定的周期（通常为月度）收取
品牌策划业务	公司以项目为单位，根据项目周期、人工支出、媒介采购等成本加成与品牌方协商确定服务费	服务合同签订后，公司预收一定比例的服务费（或有），剩余部分在公司向品牌方提交最终服务成果并经品牌方确认后结算

（三）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 访谈发行人主要高级管理人员；

2. 查阅发行人所处行业研究报告；

3. 查阅发行人募投项目可行性分析报告。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

公司的业务扩张能力主要体现在以下方面：

1. 电商服务行业市场规模庞大

随着国内电商市场蓬勃发展，社交电商、会员电商等多种非传统类型的电商平台层出不穷，同时在流量红利逐渐消退的市场环境下各电商平台促销活动亦多种多样，加之各平台本身复杂且持续变化的运营规则，共同形成了目前国内错综复杂的电商运营环境。同时由于线上交易与线下交易在产品展示、活动推广、客户服务、交易支付、仓储物流等环节均存在较大差异，部分自主运营品牌商在电商化过程中出现客户转换率低、客户复购率低、活动推广不及预期、客户消费体验差等交易效率低下的问题，致使品牌商的电商化投入产出效益低下。因此，在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，品牌方对专业的电商代运营服务产生了强烈需求，推动电商代运营行业快速发展。根据商务部《中国电子商务报告2018》，2018 年，中国电商代运营市场规模达 9,623.0 亿元，同比增速为 23.0%。

2. 品牌布局中国电商渠道驱动代运营市场规模持续增长

未来，随着更多品牌不断入驻国内电商平台，中国电商服务市场仍将保持高于网络购物市场的增速。在对接平台渠道众多、电商平台规则繁杂的背景下，品牌方为电商渠道设置专门的电商运营团队的成本较高且风险较大。同时，国内电商代运营行业发展日趋成熟，专业的代运营服务商能够提供包括 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、数据营销、仓储物流等在内的全方位电商综合服务，且代运营服务商作为独立于品牌方的第三方能够有效发挥规模效应，降低单个品牌方客户的综合成本。因此，选择具备专业化、体系化运营服务能力的代运营商成为品牌方开拓国内电商市场的首选。其中国际品牌由于在中国市场的营销经验、客户服务和政策规定等方面存在先天劣势，更倾向于依靠专业的电商服务商进行电商运营，根据艾瑞咨询分析，2019 年国际品牌对电商服务商的需求比例达 80%-90%，远高于国内品牌需求比例 20%-30%。

3. 分散的市场格局利于头部企业提高市场份额

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

电子商务综合服务资金及资质壁垒相对较低，目前市场呈现大量中小型企业共存的格局，小型企业单凭代理少数品牌和提供店铺设计、订单管理、仓储配送等同质化、可替代的基础性服务即可取得一定的经营业绩。但随着电商运营复杂度的提升，近年来部分头部代运营商凭借丰富的运营经验及优质的电商运营人才优势，不断扩张代理品牌并拓展服务深度，行业集中度有所提升。随着行业的快速发展，品牌方更加关注流量持续获取能力以及对品牌的养成与塑造能力，对电子商务服务商的精细化管理和运营能力的要求日益提升。在此背景下，具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商将逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

4. 公司具有较强的竞争优势

(1) 突出的行业地位优势

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域名列第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。

2016 年至 2018 年，公司业务规模持续增长，营业收入年复合增长率达 58.08%；截至 2019 年 6 月 30 日，公司共运营 85 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 80 家，品牌旗舰店数量占比为 94.12%。同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top 10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等业界奖项。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。

在全链路服务过程中，公司逐步沉淀营销活动数据、媒介数据、店铺访问数

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

据、消费者购买数据、物流数据、货品数据与客服数据等；线上销售网络多渠道覆盖，为业务运营数据的打通提供良好的基础，让社交数据、媒介数据、店铺访问数据、销售数据与客服数据等不同形态的数据，得以在品牌、商品和消费者之间进行标签化、智能化匹配；此外，在数据挖掘和数据分析的基础上，公司采取决策树、多变量分析等方法，实现基于人群画像、精准投放、广告测试、店铺优化、商品管理、智能客服的数据化店铺运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

国外品牌方进入中国市场，在第三方平台开设官方旗舰店是拓展线上销售渠道的重要手段。在中国当前电商市场发展环境下，线上竞争日趋激烈，营销推广方式日新月异，实现国外新晋品牌从“0”到“1”的养成，对电子商务综合服务商的品牌孵化能力提出了极高要求。作为专业的电子商务综合服务商，公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值、全面捕捉消费市场转型升级动向、提供定制化线上电商综合运营服务的能力，帮助品牌方迅速打入中国电商渠道。

(4) 全球品牌的优质合作伙伴

秉承“为世界优质品牌链接每个中国家庭”的经营理念，公司凭借店铺管理、数据应用、品牌运营、营销策划等核心运营服务能力不断扩大其客户资源储备。在店铺数量方面，截至 2019 年 6 月 30 日，公司共运营 85 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 80 家，品牌旗舰店数量占比为 94.12%。

在合作品牌方面，报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 77 个，涵盖母婴、美妆个护、保健品等多个品类，并从国内本土品牌向国际知名品牌不断拓展，各期国际品牌数量占公司合作品牌总数量的比例分别为 76.56%、87.32%、89.61%和 94.81%。公司合作的品牌数量众多，在母婴领域，公司合作品牌包括美国奶粉品牌美赞臣（Mead Johnson）、德国婴幼儿洗护品牌哈罗闪（Sanosan）、日本育婴用品品牌康贝（Combi）等；在美妆个护领域，公司合作品牌包括日本尤妮佳集团旗下个护品牌苏菲（Sofy）、韩国美妆护肤品牌美迪惠尔（Mediheal）、宝洁旗下护发品牌发之食谱（Hair Recipe）等；在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存（Centrum）和钙尔奇（Caltrate）等；此外，公司合作品牌来自世界多个国家和

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

地区，与公司合作的知名品牌方为公司的未来发展起到了良好的客群示范作用。

(5) 覆盖多渠道的销售网络

自成立至今，公司的销售服务渠道包括天猫、京东、唯品会等大型电商平台，云集、小红书、抖音等新兴社交与内容渠道，以及天猫国际、唯品会国际、考拉海购等跨境电商渠道。

通过综合电商平台、社交与内容渠道和跨境电商三大类 10 余种销售渠道，公司在运营过程中逐步实现流量场景碎片化、推荐信息内容化、推广渠道媒体化、用户管理大数据化，提升了服务品牌在各大主流渠道的知名度和综合影响力，为实现品牌快速爆发、打造良好口碑奠定了扎实的基础。

(6) 全球端到端交付的供应链

随着消费升级不断升温，国内用户对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电商平台引入众多全球品牌。公司致力于提升海外品牌在中国的竞争力，将优质产品和健康生活理念引入国内。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本，提供一站式综合解决方案。

其次，凭借 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

(7) 精准影响的品牌策划能力

公司品牌策划服务连续三年高速发展，一方面来自于公司原有在电商运营领域里的专业积累，使得公司在接入品牌策划服务时能真正形成品销合一，以此形成公司独特的竞争力，与同业公司相比具有鲜明优势。另一方面来自于可持续发展的业务模式，三年来公司聚焦大型集团公司，不断开拓品牌数量、提升项目数量，优化服务提升价值，达到了数量与价值的双提升。报告期内，公司品牌策划服务的企业集团数量从 11 提升至 21 个，品牌数量从 11 提升至 34 个。2016 年

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

完成品牌策划服务项目 37 个，代表项目为美国绅士年货节；2017 年完成品牌策划服务项目 68 个，代表项目为美赞臣欢聚日；2018 年完成品牌策划服务 167 个，代表项目为海飞丝双十一、聚划算汇聚系列；2019 年 1-6 月完成品牌策划服务 81 个，代表项目为美赞臣&苏宁易购超级品牌日、海飞丝《我是歌手》/NBA 冠名季度传播。三年来项目数量快速增长，同时形成以宝洁、汤臣倍健为代表的集团性客户，为未来不断增加品牌和项目数量奠定了坚实的基础。目前公司品牌策划所提供的服务已涵盖了年度整合营销方案、电商平台营销方案、形象定位及主创意发展、电商渠道形象规范及设计、TVC、短视频等影视素材拍摄、HTML5、AR 等数字创意制作，以及平面拍摄、创意开箱的结构设计。公司出色的业务能力也在 2018 年得到了国际营销创意组织的认可，公司为嘉士伯创造的《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖，LIA 伦敦国际广告奖是全球除戛纳及 ONE SHOW 以外的世界级国际创意大奖。

(8) 经验丰富的管理执行团队

电子商务综合服务业是近年来快速发展的新兴行业，核心管理团队的行业经验和业务团队的执行能力决定着电子商务综合服务商的服务水平和行业口碑。

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐；有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，也有曾供职于大型广告集团、在品牌提升、整合传播方面见解深入的营销人才。此外，公司拥有一支务实、专业、高效的业务执行团队，业务开拓、品牌策划、业务运营、职能管理等各部门之间专业化分工细致、职能明确。公司运营团队以品牌、渠道为单位划分，构建良性的竞争和合作关系，赢得合作方的肯定和认同，为提升公司在品牌商中的口碑与巩固行业竞争力提供了有力保障。

5. 合作品牌客群结构契合行业发展趋势

公司主要面向具有发展潜力的国际品牌，并专注于母婴、美妆个护及保健品等品类，品牌发展空间较大。截至 2019 年 6 月 30 日，与公司合作的代运营业务品牌共计 75 个，其中 72 个为国际品牌。在未来国际品牌布局中国电商渠道及品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

牌所处品类持续增长的发展趋势下，公司与所合作品牌客户的稳定合作关系将为公司未来业务扩张提供保障。同时优质客户群体亦为公司新品牌拓展提供了示范效应，有利于公司未来业务扩张。

(1) 国际品牌布局中国电商趋势明显

公司所服务的客户主要为全球优质消费品牌，契合国际品牌进入中国市场的发展趋势。由于中国市场消费体量庞大，同时随着近年来消费升级趋势不断凸显，越来越多的优质国际品牌开始布局中国市场。而在国际品牌进入中国市场的过程中，电商渠道作为国内市场的核心渠道之一成为品牌方布局的重点。根据天猫国际数据，2018 年，天猫国际平台上国际品牌入驻数量同比增长 122%，其中 2018 年第二季度增速同比超 150%，且截止 2018 年 6 月末国际品牌入驻总数已超 2017 全年。作为对接境外品牌方的电商服务商，随着未来越来越多的境外品牌进入中国市场，公司所服务的客户群亦逐渐扩大，有利于未来业务扩张。

(2) 品牌所处品类增长空间较大

公司代运营品牌主要为母婴、美妆个护和保健品等快消品品类，相关行业均为热销类品类，行业市场规模较大，且在消费升级、二胎政策等消费市场新趋势的带动下，相关行业未来增长的空间较大。

①母婴行业

根据易观数据，2018 年中国母婴市场规模已达 2.77 万亿，同比增速 9.50%，2013 至 2018 年行业年均复合增长率达 11.9%；根据罗兰贝格分析，预计 2020 年市场总体规模突破将 3.5 万亿元。由于国内新增人口数量增速逐年放缓，未来行业的发展主要由消费升级趋势驱动。首先，“4+2+1”式倒三角家庭结构下，母婴市场的消费者支付能力逐渐增强；其次，母婴行业由于产品主要用于婴儿，质量与安全性是首要考量因素，消费者价格敏感度低，消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付溢价。

②美妆个护

根据 Euromonitor 统计，2017 年我国美妆个护市场规模为 1,816 亿元，同比增长为 9.6%，过去 10 年年均复合增速为 9.5%。美妆子行业，目前我国美妆市

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

场已具备一定规模，但相比成熟市场，我国美妆市场在消费者渗透率以及人均消费额两方面仍有较大的提升空间。根据行业研究报告，消费者渗透率角度，中国化妆品消费人口数量正在快速增长，预计将在 2020 年达到 4 亿；人均消费额角度，2017 年中国的人均化妆品消费额为 38 美元，仅为日本的 1/7，美国和英国的 1/7 和 6/1，泰国的 1/2，随着居民收入水平的增长，消费习惯的变化，未来我国人均化妆品消费仍有巨大的提升潜力。个护子行业，目前个护产品已基本成为国内家庭必需品，相关产品渗透率未来提升空间有限，但随着消费升级趋势下香氛、无硅油、无硫酸盐、氨基酸、男士专用等细分概念兴起，个护市场逐渐向高端化方向发生结构性变化，为优质的个护品牌及产品带来增长空间。

③保健品

随着人均收入水平的提高，国内消费者健康意识增加，保健品行业快速发展。根据 NBJ 统计，截止 2017 年，中国已成为全球购第二大保健品市场，市场规模约 188 亿美元，2011 年至 2017 年年均复合增长率增速达到 11.5%，高于全球平均增速 6.0%。相比成熟市场，目前国内保健品渗透率依然较低，根据行业公开信息，美国保健品渗透率由 2009 年的 65%上升至 2017 年的 76%，截止 2018 年，我国保健品渗透率仅为 20%，且中国消费市场以老年人为主，40 岁以下的中青年仅占 23%。人均消费角度，我国的人均保健品消费额约为 14.8 美元，而日本和美国则分别为 81.8 美元和 123.4 美元，随着人均收入增长，我国保健品人均消费额仍有较大发展空间。

6. 公司业务布局较为全面且盈利能力较强

(1) 公司业务布局较为全面

公司主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。品牌端，公司对接全球优质消费品牌，通过提供电商综合服务将其推向前端消费者。消费者端，公司深耕消费者购买决策链的每个环节，凭借多年电商运营经验和消费者数据积累，准确触达潜在消费者，并利用微信、微博、淘宝等多层次的营销媒体曝光吸引消费者关注、了解、购买并分享。平台端，公司以天猫平台为核心运营渠

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

道，构建了覆盖京东、唯品会、考拉等电商平台的全网销售通路，通过消费者价值管理、商品管理、用户体验管理及消费者关系管理实现对店铺的精细化运营。经过多年经营，公司积累了丰富的运营经验，在流量红利日渐消退、运营难度逐渐提高的电商行业中能够高效对接行业各类型参与者，提高品牌店铺运营效率，实现与品牌方的共同成长。

(2) 公司盈利能力较强

报告期各期，公司分别实现净利润 3,064.76 万元、5,763.52 万元、7,741.74 万元和 3,555.00 万元，净利率分别为 8.23%、8.59%、8.32%和 8.03%，2016 年至 2018 年净利润年均复合增长率为 58.94%，公司盈利能力较强，盈利规模增长较快，为未来业务扩张提供坚实基础。

7. 募投项目开展进一步推动主营业务增长

公司本次发行募投项目主要包括新品牌孵化培育平台建设项目、代理品牌营销服务一体化建设项目、电商运营配套服务中心建设项目和企业信息化管理系统建设项目。相关项目的实施将从合作品牌数量提升及结构优化、电商服务内容深化、经营效率提高等方面进一步巩固公司的业务优势，募投项目实施方向与行业发展趋势相一致，有利于为公司未来业务扩张提供新增长动力。其中新品牌孵化培育平台建设项目主要目标为打造新品牌孵化培育平台，在母婴、美妆、个护等优势领域引进国内外新兴品牌；代理品牌营销服务一体化建设项目将通过代理更多优质品牌，进一步扩大公司优质代理品牌矩阵规模与价值，并建立广州、杭州、上海三地的运营团队，挖掘当地市场机会和提供本地化服务；电商运营配套服务中心建设项目以构建营销展示中心、人才培训中心、摄影摄像中心为主要内容，为公司主营业务提供配套支持，从而拓展主营业务的持续发展空间；企业信息化管理系统建设项目将进行信息化升级和开发，旨在以信息技术手段全面提升公司的信息交流效率、以数据统计分析辅助经营管理决策，并增强对子公司、品牌中心的管控能力。

综上，公司未来业务扩张能力较强。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十一、《反馈意见》信息披露问题 9：请保荐机构、发行人律师说明发行人独立董事任职资格是否存在违反党政领导干部兼职有关规定的情况。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人独立董事出具的关联关系调查问卷；

2. 通过“企查查”等网站查询发行人独立董事的兼职情况；

3. 取得柳建华、孙海法、卞静任职单位出具的声明函。

核查内容：

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人现任独立董事的兼职情况如下：

姓名	担任发行人职务	任职单位	担任职务
柳建华	独立董事	中山大学	副教授、金融学系副主任
		广东趣炫网络股份有限公司	独立董事
		广州鹏辉能源科技股份有限公司	独立董事
		中国电器科学研究院股份有限公司	独立董事
		思考乐教育集团（HK 01769）	独立董事
孙海法	独立董事	中山大学	教授
		广州港集团有限公司	董事
		广东省组织与人力资源管理学会	会长
卞静	独立董事	中山大学	副教授
		广东省电子商务协会	副秘书长、大数据专家委员会委员
		广州市光机电技术研究院广州市智慧感知重点实验室	学术委员会委员

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	担任发行人职务	任职单位	担任职务
		广州市黄埔区建设国家电子商务示范基地	专家顾问
		顺德区北滘镇电子商务咨询委员会	委员
		广东省高性能计算学会	理事
		广州产学研协同创新联盟电子商务技术联盟	理事长
		广东省华南现代服务业研究院大数据研究中心	主任

2019 年 5 月 6 日，中山大学岭南（大学）学院就柳建华担任中山大学岭南学院金融学系副主任职务事宜专门出具证明，确认：“柳建华现担任中山大学岭南学院金融系副主任，副教授，会计与资本运营研究中心副主任，硕士生导师，该等职务不属于党政领导干部、高校党员领导干部及副处级及以上行政级别的干部。……柳建华担任独立董事不存在违反我校相关制度、规章及规定的情形，不违反《关于进一步规范党政领导干部在企业兼职（任职）问题的意见》、《中共教育部党组关于进一步加强直属高校党员领导干部兼职管理的通知》以及《教育部办公厅关于开展党政领导干部在企业兼职情况专项检查的通知》中关于党政领导干部兼职的限制性规定的情形。”

2019 年 10 月 20 日，中山大学管理学院出具《确认函》，证明孙海法现任中山大学管理学院教授，该职务不属于党政领导班子成员、高校党员领导干部或副处级行政级别的干部；孙海法担任若羽臣独立董事不违反国家法律、行政法规、规范性文件及中山大学有关教职员工在外兼职的相关规定，该院对孙海法在若羽臣的任职情况表示同意并不持任何异议。

2019 年 10 月 24 日，中山大学数据科学与计算机学院出具《确认函》，证明卞静现任中山大学数据科学与计算机学院副教授，该职务不属于党政领导班子成员、高校党员领导干部或副处级行政级别的干部；卞静担任若羽臣独立董事不违反国家法律、行政法规、规范性文件及中山大学有关教职员工在外兼职的相关规定，该院对卞静在若羽臣的任职情况表示同意并不持任何异议。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为，发行人独立董事任职资格符合法律法规的要求，不存在违反党政领导干部兼职有关规定的情形。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人独立董事任职资格符合法律法规的要求，不存在违反党政领导干部兼职有关规定的情形。

十二、《反馈意见》信息披露问题 10：请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系，发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定。

（一）请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人控股子公司及参股公司的营业执照/登记证、公司章程；

2. 查阅发行人控股子公司及参股公司的其他股东的营业执照/登记证或身份证件；

3. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表；

4. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的不存在关联关系的确认函。

核查内容：

截至本补充法律意见书出具日，发行人拥有 3 家控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟及香港摩亚方舟）以及 2 家参股公司（盛可信息及 C&K 国际）。上述公司中其他股东的基本情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 新西兰摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	若羽臣新西兰	6,000.00	60.00%
2	HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）	2,500.00	25.00%
3	NZHG HOLDING LIMITED	1,500.00	15.00%
合　计		1,000.00	100.00%

经核查，若羽臣新西兰系若羽臣持股 100%的公司，除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况如下：

① NZHG HOLDING LIMITED

名称	NZHG HOLDING LIMITED		
住所	25a O'rorke Road, Penrose, Auckland, 1061, NZ		
授权资本	10,000 股		
类型	新西兰有限公司		
成立日期	2018 年 11 月 27 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例
	徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）	10,000.00	100%
备注	曾浩、陈东升及吴丽芳分别持有徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）55.72%、37.14%及 7.14%股权		

③HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）

名称	HEALTHY TRADING LIMITED（海瑞森贸易有限公司）
住所	RM 19c LOCKHART CTR 301-307, LOCKHART RD WAN CHAI, HK
注册资本	50 万美元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

类型	香港有限公司		
成立日期	2016 年 10 月 7 日		
股东	股东名称	持股数	持股比例
	Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）	500,000.00	100%
备注	Majuro Nominees Ltd.持有 Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）100%股权		

(2) 广州摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有广州摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(3) 香港摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有香港摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(4) 北京盛可

截至本补充法律意见书出具日，北京盛可的股权结构如下：

序号	**股东名称**	**出资额（万元）**	**出资比例**
1	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	765.00	51.00%
2	若羽臣	735.00	49.00%
合　计		1,500.00	100.00%

根据发行人提供的资料及公开渠道查询，除发行人外，北京隆盛泰健康科技股份有限公司的基本情况如下：

名称	北京隆盛泰健康科技股份有限公司
统一社会信用代码	911101026004695311

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

住所	北京市西城区德外大街新风街 2 号 A 座 14 层 1406		
法定代表人	王卫东		
注册资本	4,500 万元		
类型	其他股份有限公司（非上市）		
成立日期	1997 年 12 月 18 日		
营业期限	1997 年 12 月 18 日至长期		
经营范围	技术开发、技术转让及咨询、培训;电子商务;购销百货、针纺织品、工艺美术品、土产品、金属材料、机械电器设备;销售化妆品、卫生用品、日用品;商贸信息咨询(中介服务除外);承办展览展示;文化艺术交流(演出除外);货物进出口;代理进出口;技术进出口;销售食品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)		
截至 2019 年 6 月 30 日前五大股东	股东名称	持股数量	持股比例
	北京隆盛泰投资管理有限公司	18,000,000	40.00%
	北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）	9,000,000	20.00%
	王卫东	8,925,000	19.83%
	蒋猛	6,750,000	15.00%
	富丰泓锦投资（深圳）合伙企业（有限合伙）	900,000	2.00%
	合计	43,575,000	96.83%
备注	王卫东为北京隆盛泰投资管理有限公司的控股股东,持股比例为 85%,蒋猛为北京隆盛泰投资管理有限公司的股东，持股比例为 15%;王卫东为北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）的普通合伙人及执行事务合伙人。		

(5) C&K 国际

截至本补充法律意见书出具日，C&K 国际的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	裴學峰	27,000	30.00%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
2	安敬烈	14,400	16.00%
3	Haowu Brand Management Co., Limited	14,400	16.00%
4	若羽臣韩国	7,200	8.00%
5	柳贤旭	7,200	8.00%
6	李学成	6,300	7.00%
7	崔润镇	5,400	6.00%
8	周武勁	2,700	3.00%
9	李宗秀	1,800	2.00%
10	金景花（音译）	1,800	2.00%
11	任英淑（音译）	1,800	2.00%
合　计		90,000	100.00%

根据发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表以及公开渠道查询，发行人控股子公司及参股公司的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。

（二）发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员填写的调查表；

2. 查阅发行人关于董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及《公司章程》有关规定的确认文件；

3. 查阅发行人董事、高级管理人员出具的承诺函；

4. 查阅发行人及其董事、高级管理人员的银行流水；

5. 通过“企查查”、“国家企业信用信息公示系统”等公开网站查询。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

《公司法》第 148 条规定：“董事、高级管理人员不得有下列行为：（一）挪用公司资金；（二）将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储；（三）违反公司章程的规定，未经股东会、股东大会或者董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（四）违反公司章程的规定或者未经股东会、股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（五）未经股东会或者股东大会同意，利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与所任职公司同类的业务；（六）接受他人与公司交易的佣金归为己有；（七）擅自披露公司秘密；（八）违反对公司忠实义务的其他行为。董事、高级管理人员违反前款规定所得的收入应当归公司所有。”

根据发行人《公司章程》第 91 条及第 119 条，发行人董事、高级管理人员应当遵守法律、行政法规和本章程的规定，对公司负有下列忠实义务：（一）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；（二）不得挪用公司资金；（三）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储；（四）不得违反本章程的规定，未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（五）不得违反本章程的规定或未经股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（六）未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务；（七）不得接受他人与公司交易的佣金归为己有；（八）不得擅自披露公司秘密；（九）不得利用其关联关系损害公司利益；（十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他忠实义务。董事、高级管理人员违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

经查阅发行人及其董事、高级管理人员报告期内的银行流水、发行人董事、高级管理人员填写的关联关系调查表、出具的承诺函以及发行人的确认，并经本所律师网络核查，发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人《公司章程》的有关规定，报告期内不存在违反对公司忠实义务的行为。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查结论：

经核查，本所律师认为发行人控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟及香港摩亚方舟）及参股公司（盛可信息及 C&K 国际）的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人《公司章程》的有关规定。

十三、《反馈意见》信息披露问题 12：请保荐机构、发行人律师说明并披露：（1）发行人本次发行所披露的信息与在全国中小企业股份转让系统所披露的信息是否存在差异，如存在，请说明原因，是否构成重大差异；（2）发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌后，发行人及其董监高是否曾因信息披露、公司治理等原因受到过监管措施或任何处罚。

（一）说明发行人本次发行所披露的信息与在全国中小企业股份转让系统所披露的信息是否存在重大差异

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 查阅发行人本次发行并上市的申报文件、自 2015 年 12 月 2 日至 2017 年 10 月 13 日在股转系统挂牌期间所有重大事项相关的内部决议文件、发布的所有公告；

2. 查阅发行人《公司章程》、《信息披露管理制度》；

3. 查阅《广发证券股份有限公司关于广州若羽臣科技股份有限公司挂牌首次披露信息更正的专项说明》、《关于广州若羽臣科技股份有限公司披露信息更正的专项说明重要前期差错更正的说明》（广会专字[2017]G16042060141 号）、《北京市中伦（广州）律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司披露信息更正的专项说明》；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 查阅天健会计师事务所（特殊普通合伙）出具的《关于广州若羽臣科技股份有限公司申报财务报表与原始财务报表差异的鉴证报告》（天健审〔2019〕7-440号）。

核查内容：

1. 发行人本次发行所披露的信息与在股转系统所披露的信息差异及更正情况

经核查，发行人于 2017 年 8 月 21 日在股转系统披露了《广州若羽臣科技股份有限公司公开转让说明书更正公告》、《广州若羽臣科技股份有限公司关于前期会计差错更正的公告》及更正后的公开转让说明书和定期报告，就股转系统披露文件的内容差异进行了更正，主要更正内容如下：

更正事项	更正前	更正后	更正原因
控股股东认定	王玉、王文慧	王玉	公司挂牌前，王玉直接持有公司 48.78%的股份，为公司的第一大股东，应当认定为控股股东。公司的实际控制人一直是王玉、王文慧夫妇，未曾发生变更。
股份支付调整	2015 年 5 月，公司实际控制人王玉将持有公司 3%的股权以 1 元/元出资转让给公司高级管理人员徐晴，未认定为股份支付	追溯认定为股份支付，以评估报告作为公允价值依据，对 2015 年股份支付事项进行追溯调整	根据《企业会计准则第 11 号—股份支付》进行追溯调整
代运营收入确认调整	“比度克化妆品旗舰店”服务收入金额有误	重新确认“比度克化妆品旗舰店”服务收入金额	公司与湖北比度克就公司应收的线上代运营服务款计算方法达成一致意见
跨期事项调整	部分事项未按照权责发生制确认	按照权责发生制追溯调整	会计差错
人工费用重分类调整	公司 2015 年报表的线上代运营业务、渠道分销业务等营运人员成本归集有误	重新归集，在公司 2015 年度营业成本、销售费用和管理费用之间进行	会计差错

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

更正事项	更正前	更正后	更正原因
		追溯调整	

发行人以上调整事项对发行人损益的影响情况如下：

时点/期间	调整事项	对发行人扣非后净利润影响（增加+/减少-）	占发行人扣非后净利润比例
2016 年 12 月 31 日/2016 年度	跨期事项调整	-53.71 万元	-1.76%
2015 年 12 月 31 日/2015 年度	股份支付调整	不影响发行人扣非后净利润	-
	人工费用重分类调整	不影响发行人扣非后净利润	-
	代运营收入确认调整	-260.04 万元	-34.66%
	跨期事项调整	-3.71 万元	-0.49%

根据广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）于 2017 年 8 月 21 日出具的《关于广州若羽臣科技股份有限公司披露信息更正的专项说明重要前期差错更正的说明》（广会专字[2017]G16042060141 号），发行人上述会计差错事项的调整符合《企业会计准则第 28 号会计政策、会计估计变更和差错更正》的规定，不存在利用会计差错更正随意调节利润的情形。

上述信息披露差异及更正主要系为了准确认定公司的控股股东，更真实、准确地反映公司的财务、客户情况，更正公司的会计差错未对投资者了解和判断发行人的经营状况造成重大不利影响；同时，根据广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）和广发证券股份有限公司于 2017 年 8 月 21 日分别出具的《关于广州若羽臣科技股份有限公司披露信息更正的专项说明重要前期差错更正的说明》和《关于广州若羽臣科技股份有限公司挂牌首次披露信息更正的专项说明》，上述更正事项对发行人的营业利润（2015-2017 年度）未造成重大影响，上述信息披露差异不构成重大差异。

2. 本次发行所披露的信息与在股转系统所披露的信息是否存在重大差异

(1) 非财务数据的主要差异情况及原因

经核查，发行人本次发行所披露的信息（非财务数据）与在股转系统所披露

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的信息（更正后）的主要差异情况及原因如下：

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
风险提示	1. 宏观经济波动风险； 2. 电子商务行业风险； 3. 品牌商自主掌握线上营销核心竞争力的风险； 4. 规模较小、低于市场风险能力存在不足的风险； 5. 已有合作品牌商流失以及无法拓展新品牌商客户的风险； 6. 行业内市场竞争风险； 7. 公司经营亏损和经营活动现金流净额为负的风险	1. 受合作品牌方及其产品的市场表现而波动的风险； 2. 品牌授权管理及拓展风险； 3. 与分销客户的业务合作关系变动的风险； 4. 公司经营受合作电商平台流量获取和分配而波动的风险； 5. 人才流失的风险	为体现时效性和针对性，招股说明书对风险提示的表述进行相应调整
风险因素	1. 宏观经济波动风险 ； 3. 市场竞争加剧的风险； 3. 受合作品牌商及其产品的市场表现而波动的风险； 4. 品牌授权管理及拓展风险； 5. 经营业绩季节性波动风险； 6. 返利对公司经营业绩影响的风险	1. 宏观经济波动的风险； 2. 市场竞争加剧的风险； 3. 受合作品牌方及其产品的市场表现而波动的风险 ； 4. 品牌授权管理及拓展风险； 5. 公司经营受合作电商平台流量获取和分配而波动的风险； 6. 与分销客户的业务合作关系变动的风险； 7. 返利对公司经营业绩影响的风险； 8. 应收账款账面价值较大及发生坏账的风险； 9. 税收优惠政策变化风险； 10. 净资产收益率下降的风险； 11. 人才流失的风险； 12. 募集资金投资项目组织实施风险；	为体现时效性和针对性，招股说明书对风险因素的表述进行相应调

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
		13. 业务规模迅速扩大导致的管理风险； 14. 国际贸易摩擦风险； 15. 实际控制人不当控制风险	
股东所持股票限售安排	发行人全体股东根据《公司法》、《全国中小企业股份转让系统业 务规则（试行）》及《公司章程》的规定，对所持公司股票做了限售承诺	发行人全体股东根据证监会及深交所的相关规定对所持公司股票做了限售承诺	根据证监会及深圳证券交易所的相关规定对股份锁定做出了更为严格的限售承诺
股权结构	1. 发行人有王玉、王文慧等 11 名股东； 2. 发行人有天河、杭州 2 家分公司； 3. 发行人有广州酷宝儿、广州大可等 14 家全资/控股子公司（包含孙公司）	1. 发行人有王玉、王文慧等 17 名股东； 2. 发行人有杭州 1 家分公司； 3. 发行人有广州酷宝儿、广州大可等 15 家全资/控股子公司（包含孙公司）	发行人新三板摘牌后经历过 1 次增资、1 次股权转让；注销了天河分公司；注销了部分子公司、新设了部分子公司
控股股东、实际控制人持股情况	王玉直接持有公司股份 3,658.80 万股，占公司股本总额的 43.91%；王文慧直接持有公司股份 486.00 万股，占公司股本总额的 5.83%。 此外，王玉、王文慧夫妇还通过发光体间接持有公司 11.52%股权，王玉、王文慧夫妇直接和间接控制公司合计 61.26%股份比例	发行人控股股东为王玉，其直接持有发行人 34,207,048 股股份，持股比例为 37.48%；发行人实际控制人为王玉、王文慧夫妇，两人直接持有发行人 39,067,048 股股份，持股比例为 42.80%；王玉、王文慧夫妇通过天津若羽臣间接持有发行人 9,600,000 股股份，持股比例为 10.52%，两人合计直接及间接控制公司 48,667,048 股股份的表决权，控制的股份比例为 53.32%。另外王文慧通过本公司股东厚钰凯盛间接持有发行人 0.0314%的股份（厚钰凯盛直接持有公司 2.28%的股份，广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）持有厚钰凯盛	发行人在股转系统摘牌后经历过 1 次增资、1 次股权转让所致

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
		64.94%财产份额，王文慧持有广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）2.12%财产份额）	
股东之间的关联关系	1. 亲属关系，股东王玉与王文慧为夫妻关系，除此之外，自然人股东之间不存在配偶关系及三代以内直系或旁系亲属关系；发光体拟为公司股权激励平台，持有公司12.80%股份，王玉所持发光体99%出资比例，王玉持1%出资比例； 2. 股东晏小平（持股比例1.88%）与其配偶施葵合计持有宁波晨晖创泰投资管理有限公司100%股权，后者为公司股东宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）（持股比例 7.00%）的普通合伙人及执行事务合伙人。此外，公司股东宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）的有限合伙人之一申今花为公司股东朗姿股份有限公司（持股比例18.00%）的实际控制人之一、董事和总经理，与公司董事申东日系兄妹关系。	1. 发行人股东王玉先生与王文慧女士系夫妻关系，发行人股东天津若羽臣系由王玉、王文慧夫妇共同设立的有限合伙企业，王玉、王文慧分别持有天津若羽臣 99%、1%财产份额。 发行人股东厚钰凯盛的有限合伙人广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）的有限合伙人之一为发行人股东王文慧，王文慧持有广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）2.12%财产份额，广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）持有厚钰凯盛 64.94%的财产份额。发行人股东厚钰凯盛及创钰铭晨的普通合伙人及执行事务合伙人均为广州创钰投资管理有限公司。 2. 发行人股东晏小平及其配偶施葵合计持有发行人股东晨晖盛景的普通合伙人及执行事务合伙人宁波晨晖创鼎投资管理合伙企业（有限合伙）100%财产份额。	根据公司股权结构的变动情况，对股东进行逐一核查，对各股东之间的关联关系重新梳理并披露
发行人的验资机构	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）	天健	发行人重新聘请了验资机构
董事情况	王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、王文慧、卞静、孙海法、柳建华	王玉、王文慧、王建优、何治明、徐晴、梁婕、卞静、孙海法、柳建华	董事会正常换届选举
监事情况	朱嘉玲（监事会主席）、胡冬根、欧阳玉斌	谭艳（监事会主席）、胡冬根、欧阳玉斌	2018 年第二次临时股东大会选举谭艳为股

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
			东监事、第二届监事会第一次会议选举谭艳为监事会主席
高级管理人员情况	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、宋春涛； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	总经理：王玉； 副总经理：徐晴、梁婕、何治明、罗志青； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	姜立涛退休、高元鑫、宋春涛辞职
公司组织结构图	1. 股东大会； 2. 董事会对股东大会负责，下设董事会秘书；总经理对董事会负责，下设总裁办（下设秘书组）、职能支持体系（人力资源中心、财务管理中心、行政部、采购部、仓储物流部）、商务拓展中心、跨境电商事业部、品牌策划中心、品牌运营事业部（渠道分销中心、杭州营运中心、营运一中心、营运二中心、营运三中心、营运四中心、客户关系管理中心、数据推广部）、自有品牌事业部、公共关系中心； 3. 监事会是公司的监督机构，对公司董事、高级管理人员行使监督职能。	1. 股东大会； 2. 董事会下增设证券事务部（董事会秘书管理）、战略、薪酬与考核、提名和审计专门委员会（下设审计部）；总经理对董事会负责，下设公司前台业务体系（商务拓展中心、品牌策划中心、品牌运营中心）、中台业务体系（信息化中心、客服中心、供应链中心、经营管理部）、职能支撑体系（财务部、行政部、法务部、人力资源部、培训发展部、公共关系部）； 3. 监事会是公司的监督机构，对公司董事、高级管理人员行使监督职能。	公司根据业务管理和完善公司治理的需要，对公司组织结构进行优化调整
主要竞争对手	1. 多品类全产链代运营商：上海宝尊电子商务有限公司、北京瑞金麟网络技术服务有限公司、北京兴长信达科技发展有限公司、北京新七天电子商务技术股份有限公司； 2. 定位化妆品的单品类全产	1. 上海宝尊电子商务有限公司； 2. 杭州悠可化妆品有限公司； 3. 杭州壹网壹创科技股份有限公司； 4. 上海丽人丽妆化妆品股份	为保障竞争对手可比性和可参考性，招股说明书相应调整竞争对手情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
	业链运营商：上海丽人丽妆化妆品股份有限公司、杭州悠可化妆品有限公司、杭州壹网壹创科技股份有限公司； 3. 单环节代运营服务：五洲在线电子商务（北京）有限公司、江苏四海商舟电子商务有限公司。	有限公司。	
影响行业发展的因素	1. 有利因素：（1）行业发展空间巨大，母婴市场为电商行业发展提供新机遇；（2）国家政策大力扶持电子商务行业发展；（3）传统行业的转型升级为专业化电子商务服务提供了机遇；（4）平台的发展壮大提供更多选择。 2. 不利因素：电子商务法律法规有待进一步健全完善、行业的信誉与安全性方面有待进一步提升、对电子商务平台与物流体系的建设等具有较大的依赖性、传统企业“单飞”、缺乏统一的行业标准等。	1. 有利因素：（1）电商及 B2C 零售电商内生增长，驱动电商综合服务行业快速发展；（2）积极、规范的政策法律环境引导行业稳健增长；（3）国外品牌快速进军中国市场，对电商综合服务需求愈发强烈；（4）消费升级为服务商运营优质、个性化品牌创造有利环境；（5）数据工具发展为电商综合服务精细化管理保驾护航；（6）电商平台与综合服务商相辅相成，共同繁荣。 2. 不利因素：（1）行业的信誉与安全性保障有待进一步提升；（2）电子商务综合服务商对主流电子商务平台存在一定依赖。	为体现时效性和针对性，招股说明书对行业影响行业发展有关因素的表述进行相应调整
关联方	1. 王玉； 2. 王文慧 3. 发光体 4. 朗姿股份 5. 晨晖盛景 6. 姜立涛 7. 徐晴 8. 申东日 9. 高元鑫	1. 控股股东、实际控制人：王玉、王文慧； 2. 其他直接或间接持有公司 5%以上股份的自然人股东：申东日； 3. 董事、监事、高级管理人员：（1）董事：王玉、王文慧、王建优、何治明、徐晴、梁婕、卞静、孙海法、柳建华；（2）监事：谭艳、胡冬根、欧阳玉斌；（3）高级管理人员：总经	发行人依据上市规则对于关联方的披露要求以及关联方情况变化进行披露

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
	10. 晏小平 11. 晏卉 12. 胡冬根 13. 杨晓宇 14. 罗志青 15. 广州京旺 16. 广州酷宝儿 17. 上海京京业业 18. 深圳蓬蓬妈 19. 梦哒哒 20. 恒美康（国际）有限公司 21. 宁波宝莉 22. 莉莉买手 23. 广州应龙网络科技有限公司 24. 新余天狐贸易有限公司 25. 汤春莲 26. 金英顺 27. 珠海厚钰凯盛股权投资基金企业 28. 阿咖邦贸易（北京）有限公司 29. 上海发网供应链 30. 广州发网	理：王玉；副总经理：徐晴、梁婕、何治明、罗志青；财务负责人兼董事会秘书：罗志青；（4）报告期内曾担任发行人董事、监事、高级管理人员：申东日、姜立涛、高元鑫曾任发行人董事，刘国常曾任发行人独立董事；朱嘉玲、晏小平曾任发行人监事；姜立涛、高元鑫、宋春涛曾任发行人副总经理； 4. 与上述 1、2、3 项所述人员关系密切的家庭成员；与公司控股股东、实际控制人、其他直接或间接持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员关系密切的家庭成员包括配偶、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，均为本公司的关联方； 5. 持股 5%以上的机构股东及其一致行动人：天津若羽臣、朗姿股份、晨晖盛景及其控制或有重大影响并与发行人发生关联交易的企业：阿咖邦贸易、上海发网供应链管理有限公司、广州发网、上海发网供应链管理有限公司广州分公司； 6. 控股股东、实际控制人及其关系密切的家庭成员控制或担任董事或高级管理人员的企业：发行人及其子公司、天津若羽臣； 7. 发行人其他持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

差异项目	挂牌期间公开披露信息	中小板上市申请文件和财务报告	差异原因
		高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事或高级管理人员的企业； 8. 发行人全资或控股子公司、联营企业、合营企业； 9. 其他关联方：除已经披露的关联企业外，报告期内，发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业。	

(2) 财务报表的差异情况及原因

鉴于发行人于 2017 年 10 月 13 日终止在股转系统挂牌，经核查，发行人本次发行并上市所披露的财务报表与在股转系统披露的信息（更正后）的差异情况及原因如下：

①2016 年

合并资产负债表：

单位：万元

科目	申报财务报表	股转系统披露的财务报表	差异
货币资金	4,925.12	4,794.13	130.99
应收账款	3,123.27	5,998.29	-2,875.02
预付款项	3,975.51	3,895.69	79.82
其他应收款	2,868.85	756.07	2,112.77
存货	8,324.87	8,603.56	-278.68
其他流动资产	267.61	318.91	-51.30
递延所得税资产	273.44	275.86	-2.42
应付账款	1,816.20	1,830.12	-13.92
预收款项	412.08	413.08	-1.00
应交税费	817.06	937.28	-120.22
其他应付款	485.50	851.61	-366.11
预计负债	189.84	-	189.84
资本公积	6,138.83	5,927.69	211.14

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

科目	申报财务报表	股转系统披露的财务报表	差异
盈余公积	52.88	76.87	-23.99
未分配利润	2,161.13	2,918.36	-757.23
少数股东权益	608.11	610.46	-2.35

合并利润表：

单位：万元

科目	申报财务报表	股转系统披露的财务报表	差异
营业收入	37,254.94	37,818.99	-564.05
营业成本	21,189.24	21,720.21	-530.97
销售费用	8,074.40	7,500.26	574.15
管理费用	2,781.88	4,548.58	-1,766.69
财务费用	76.44	68.19	8.25
资产减值损失	-461.70	-192.16	-269.54
资产处置收益	13.75	-	13.75
营业外收入	538.86	552.74	-13.88
所得税费用	590.86	644.66	-53.80
少数股东损益	85.60	87.95	-2.35

上述调整事项中，不包括根据财政部发布的《关于修订印发 2019 年度一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2019〕6 号)的要求进行的会计科目分类调整。根据财会〔2019〕6 号文，公司将原计入在“管理费用”中披露的研发费用，单独作为利润表一级科目进行披露。

②差异事项调整理由及对净利润、所有者权益的影响

序号	差异事项	调整理由
1	收入调整事项	零售收入调整为客户收到货物并且公司收到货款时确认收入；渠道分销收入中部分平台由以结算金额确认收入改为以代销清单金额确认收入；部分客户对账差异调整以及按照预计退货冲减收入。
2	返利调整事项	与供应商返利对账差异调整存货采购成本以及相应调整往来款项。
3	存货调整事项	根据实际的采购数量和单价调整采购成本以及重新厘定存货跌价准备。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	差异事项	调整理由
4	预计负债调整事项	预计退货冲减收入并且对应冲减成本，差额计提预计负债。
5	借款利息调整事项	补计提短期借款利息，相应调整应付利息。
6	资产处置收益转列	根据《财政部关于修订印发一般企业财务报表格式的通知》(财会〔2017〕30 号)，将原列报于“营业外收入”和“营业外支出”的非流动资产处置利得和损失、非货币性资产交换利得和损失变更为列报于“资产处置收益”。
7	未达账项调整事项	公司与银行取得凭证的实际时间不同，记账时间不一致，导致的差异调整。
8	保函保证金、往来款项重分类调整事项	保函保证金重分类至银行存款、代垫款项重分类至其他往来款等往来款项重分类。
9	薪酬重分类调整事项	按照员工实际工时分配情况，将人工在成本费用科目之间重分类调整。
10	税项调整事项	收入以及利润总额调整，相应调整当期增值税和企业所得税。

调整事项对净利润和所有者权益的影响如下表：

单位：万元

序号	调整事项	影响项目	2016 年
1	收入调整事项	净利润	-412.88
		所有者权益	-663.16
2	返利调整事项	净利润	336.05
		所有者权益	329.07
3	存货调整事项	净利润	-213.88
		所有者权益	-103.08
4	预计负债调整事项	净利润	-189.84
		所有者权益	-189.84
5	借款利息调整事项	净利润	-11.93
		所有者权益	-11.93
6	资产处置收益转列	净利润	-
		所有者权益	-
7	未达账项调整事项	净利润	-
		所有者权益	-
8	保函保证金、往来款项重分类调整事项	净利润	-
		所有者权益	-
9	薪酬重分类调整事项	净利润	-
		所有者权益	-

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	调整事项	影响项目	2016 年
10	税项调整事项	净利润	53.80
		所有者权益	66.50
合计		净利润	-438.67
		所有者权益	-572.43

（二）发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌后，发行人及其董监高是否曾因信息披露、公司治理等原因受到过监管措施或任何处罚

核查程序：

1. 查阅发行人本次发行并上市的申报文件、自 2015 年 12 月 2 日至 2017 年 10 月 13 日在股转系统挂牌期间发布的所有公告；

2. 在全国股转系统查询“监管公开信息”，就发行人及其董事、监事、高级管理人员是否受到证券相关行政处罚或监管措施进行审查；

3. 在证券期货市场失信记录查询平台查询了发行人及其董事、监事、高级管理人员的诚信数据；

4. 审查了发行人及董事、监事、高级管理人员关于报告期内无违法违规情况的承诺。

核查内容：

经本所律师查询股转系统“监管公开信息”、 证券期货市场失信记录查询平台，并根据发行人及其董事、监事、高级管理人员出具的关于报告期内无违法违规情况的承诺，发行人股票在股转系统挂牌后，发行人及其董事、监事、高级管理人员未曾因信息披露、公司治理等原因受到过监管措施或任何处罚。

核查结论：

经核查，本所律师认为：（1）发行人本次发行所披露的信息与发行人在股转系统信息披露平台披露的信息不存在重大差异。（2）在股转系统挂牌后，发行人及其董事、监事、高级管理人员未曾因信息披露、公司治理等原因受到过监管措

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

施或任何处罚。

十四、《反馈意见》信息披露问题 13：请保荐机构、发行人律师：（1）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求。（2）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性。（3）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化。

（一）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求

经核查，除公司董事王建优从公司股东朗姿股份处领取薪酬外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年不存在从发行人关联企业领取收入的情形。2018 年度，公司董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
王玉	董事长、总经理	153.34
王文慧	董事	24.46
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	95.09
徐晴	董事、副总经理	67.05
梁婕	董事、副总经理	95.22
卞静	独立董事	4.00
孙海法	独立董事	4.00
柳建华	独立董事	3.08
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	29.85

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
欧阳玉斌	职工代表监事	65.28
胡冬根	职工代表监事	30.35
罗志青	财务负责人、董事会秘书、副总经理	68.16
高元鑫	原董事、原副总经理	93.96
姜立涛	原董事、原副总经理	37.35
朱嘉玲	原监事会主席	40.16
宋春涛	原副总经理	26.91
合计	--	838.25

保荐机构已在《招股说明书》“第八节 董事、监事、高级管理人员”按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》第 61 条的规定，披露了发行人董事、监事、高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况。

（二）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人董事、监事、高级管理人员最近一年薪酬情况；

2. 查阅同行业可比公司杭州壹网壹创科技股份有限公司（以下简称“壹网壹创”）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“丽人丽妆”）的公开披露文件；

3. 查阅发行人的《薪酬与考核委员会工作细则》；

4. 查阅发行人的职位职级体系、薪酬等级等文件；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5. 查阅广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》、《广州市 2016 年人力资源市场工资指导价位》。

核查内容：

1. 发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬情况及个别董事、监事薪酬偏低的原因

经核查，最近一年，发行人董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从本公司及其下属公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
王玉	董事长、总经理	153.34
王文慧	董事	24.46
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	95.09
徐晴	董事、副总经理	67.05
梁婕	董事、副总经理	95.22
卞静	独立董事	4.00
孙海法	独立董事	4.00
柳建华	独立董事	3.08
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	29.85
欧阳玉斌	职工代表监事	65.28
胡冬根	职工代表监事	30.35
罗志青	财务负责人、董事会秘书、副总经理	68.16
高元鑫	原董事、原副总经理	93.96
姜立涛	原董事、原副总经理	37.35
朱嘉玲	原监事会主席	40.16
宋春涛	原副总经理	26.91

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
合计	-	838.25

注：高元鑫于 2019 年 4 月辞任发行人董事、高级管理人员，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-12 月；姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月。

根据发行人的说明并经核查，发行人个别董事、监事薪酬偏低的原因如下：

(1) 董事王建优系发行人股东朗姿股份推荐并经发行人董事会提名、股东大会选举的董事，未在发行人担任其他职务，故未在发行人处领取薪酬；

(2) 独立董事的薪酬明显低于其他非独立董事，系由于独立董事薪酬是发行人根据市场情况与独立董事协商确定，不存在显著低于市场价格的情形；

(3) 监事谭艳、胡冬根的薪酬低于监事欧阳玉斌的薪酬，系由于监事欧阳玉斌同时担任公司的品牌运营事业部总监，监事谭艳、胡冬根的薪酬不存在明显低于同行业（拟）上市公司监事薪酬的情况。

2. 与同行业地区可比公司比较，发行人董事、监事、高级管理人员的薪酬具有合理性

(1) 与同行业（拟）上市公司董事、监事、高级管理人员的薪酬对比

根据发行人提供的资料及公开可查询的信息，发行人董事、监事、高级管理人员近一年的平均薪酬与可比公司比较如下：

单位：万元/人/年

公司名称	所处地区	2018 年度	2017 年度	2016 年度
丽人丽妆	上海	129.47	80.18	44.61
壹网壹创	杭州	45.09	45.73	23.26
发行人	广州	52.39	58.55	49.71

注 1：姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月。

注 2：“丽人丽妆”指上海丽人丽妆化妆品股份有限公司，“壹网壹创”指杭州壹网壹创

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

科技股份有限公司。上述丽人丽妆和壹网壹创的数值系根据公开文件测算。根据丽人丽妆公开披露的文件，其于 2016 年、2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员支付的薪酬总额分别为 401.46 万元、721.62 万元和 1,165.19 万元，该公司现任董事、监事、高级管理人员 12 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪总额除以 9。根据壹网壹创公开披露的文件，其于 2016 年、2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员等关键管理人员支付的薪酬总额分别为 255.85 万元、502.99 万元、495.98 万元。该公司现任董事、监事、高级管理人员及核心管理人员 14 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪筹总额除以 11。

根据上表对比分析，发行人董事、监事、高级管理人员最近一年的平均薪酬低于丽人丽妆、高于壹网壹创。经核查，丽人丽妆董事长及副总经理黄韬、董事及副总经理黄梅、监事会主席汪华 2018 年的薪酬分别 357.10 万元、322.98 万元、205.40 万元，薪酬远高于其他董事、监事、高级管理人员的薪酬，剔除该等人员后，该公司董事、监事、高级管理人员 2018 年的薪酬平均值为 49.62 万元。发行人综合考虑公司整体经营状况、市场薪酬水平以及董事、监事、高级管理人员的岗位职责，从而确定其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平，与同行业企业相比，处于合理区间，不存在重大差异。

(2) 与同地区人力资源指导价位对比

根据发行人主营业务，发行人所处行业属于电子商务服务业。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业归属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”。

根据广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》、《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》、《广州市 2016 年人力资源市场工资指导价位》，2016 年至 2018 年，广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指导价位具体如下：

单位：万元/年/人

职位	2018 年度		2017 年度		2016 年	
	75 分位	90 分位	平均数	高位数	平均数	高位数

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

企事业单位负责人	20.63	31.46	-	-	-	-
企业总经理	20.05	34.51	24.16	70.51	15.72	46.92
生产经营部门经理	21.07	33.36	14.82	44.25	17.35	32.62
财务部门经理	13.19	25.05	13.43	43.38	12.68	41.69
行政部门经理	18.78	33.88	13.55	35.85	9.46	29.60
销售和营销部门经理	20.00	43.14	9.45	26.44	12.78	31.97
计算机服务部门经理	18.43	23.93	18.09	50.63	-	-
研究和开发部门经理	22.66	28.72	14.59	41.14	13.53	24.45
其他职能部门经理	26.86	37.50	23.95	66.18	8.98	20.31
其他企业中高级管理人员	25.02	30.22	18.75	35.30	11.25	30.83
平均值	20.67	32.18	16.75	45.96	12.72	32.30
公司董事、监事、高级管理人员的薪酬平均值	52.39		58.55		49.71	

注 1：广州市人力资源市场工资指导价位数据由广州市人力资源和社会保障局统计发布，2016 年和 2017 年的工资指导价位采用平均数、中位数方式统计，2018 年的工资指导价位采用更具代表性的百分位数（10 分位、25 分位、50 分位、75 分位、90 分位）统计，更全面的反映数据的客观状况。其中， 75 分位（较高值）表示样本中有 75%的数据小于此数值，反映市场的较高水平；90 分位（偏高值）表示样本中有 90%的数据小于此数值，反映市场的高端水平。

注 2：高位数是指数列后 10%的数据的算术平均；平均数是指全部样本数据的平均数；

注 3：广州市人力资源市场工资指导价位数据原系以元为单位列示，为方便对比，统一本反馈意见统一修改为以万元为单位。

综上，报告期内，与同行业公司丽人丽妆和壹网壹创对比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员平均薪酬处于合理区间；与广州市人力资源和社会保障局关于广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

导价位相比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的平均薪酬属于偏高值，处于市场的高端水平。报告期内发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬水平与发行人的经营规模及自身发展情况相匹配，具备合理性。

3. 发行人的薪酬政策具备延续性，在未来三年将持续保持稳定

经核查，发行人已设立薪酬与考核委员会，并制定了《薪酬与考核委员会工作细则》，发行人已形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来将持续保持稳定。根据发行人说明，未来发行人将在现行薪酬制度的基础上，根据公司经营发展状况、市场物价消费指数及当地人均薪酬水平对其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平进行不断完善，使其收入水平保持竞争力，实现人员资源可持续发展。

综上，经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。

（三）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员离职相关的内部决策文件；

2. 查阅离职董事、高级管理人员的辞职申请等资料；

3. 就发行人部分董事、高级管理人员的离职原因与发行人相关人员进行访谈。

核查内容：

1. 发行人部分董事、高级管理人员辞职原因

经核查，报告期内，发行人部分董事、高级管理人员的辞职情况及原因如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	辞职时间	辞职原因
刘国常	独立董事	2017.07	个人职业发展规划调整
高元鑫	董事、副总经理	2019.04	个人职业发展规划调整
宋春涛	副总经理	2018.06	个人职业发展规划调整
姜立涛	董事、副总经理	2018.09	退休

经核查，上述董事、高级管理人员离职后，未在发行人担任任何职位。

2. 发行人部分董事、高级管理人员辞职不构成董事、高管重大变化

经核查，报告期内，发行人实际控制人王玉一直担任发行人的董事、总经理，发行人实际控制人王文慧从 2017 年 5 月至今一直担任发行人的董事。发行人部分董事、高级管理人员离职均是基于个人原因，发行人核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化，未影响发行人经营管理的稳定性。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。报告期内发行人部分董事、高级管理人员均系基于个人原因离职，发行人核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化。

十五、《反馈意见》信息披露问题 14：请按照中国证监会有关文件的精神进一步落实首发承诺事项，晨晖朗姿、晏小平作为同一控制下实际持有股份 5%以上主体补充披露锁定期满后两年内的减持意向，补充披露稳定股价预案中回购、增持的价格范围。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 核查晨晖朗姿出具的减持承诺；

2. 核查晏小平出具的减持承诺；

3. 核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于稳定公司股价的预案。

核查内容：

1. 晨晖朗姿与晏小平已补充出具锁定期届满后两年内的减持意向承诺

晏小平与晨晖朗姿已出具承诺函，承诺“在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若公司自本次发行上市至减持公告之日发生派息、送股、转增股本等除权除息事项，则上述发行价为除权除息后的价格；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公司首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票的发行价，承诺人持有的公司股票的锁定期届满后自动延长 6 个月。若公司股票上市 6 个月内，发生派息、送股、转增股本等除权除息事项，则上述发行价为除权除息后的价格。”

2. 稳定股价预案中回购、增持的价格范围

经核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员出具的《关于稳定公司股价的预案》，如为稳定发行人股价，发行人以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份的，则单次用于回购股份的资金金额上限为 5,000 万元人民币；如以控股股东、实际控制人通过二级市场增持公司股份的，则控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金金额不超过 2000 万元人民币；如以董事、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份的，则各董事、高级管理人员用于购买股份的金额不低于公司董事、高级管理人员上一会计年度从公司领取税后薪酬额的 30%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十六、《反馈意见》信息披露问题 24：请保荐机构、律师、会计师按照中国证监会有关文件精神落实并披露公司股利分配政策。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人现时有效的公司章程；

2. 查阅发行人上市后适用的《公司章程（草案）》；

3. 查阅发行人 2019 年第三次临时股东大会、第二届董事会第八次会议的议案、决议等会议材料。

核查内容：

根据发行人 2019 年第三次临时股东大会审议通过的《公司章程（草案）》、《关于公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划的议案》，发行人在本次发行上市后的股利分配政策的主要内容如下：

1. 股东回报规划制定的原则

股东回报规划的制定应符合相关法律法规和上市后《公司章程》的规定，重视对投资者合理投资回报并兼顾公司当年的实际经营情况和可持续发展。公司股东回报规划应充分考虑和听取股东（特别是中小投资者）、独立董事和监事会的意见。公司利润分配应重视对投资者的合理回报，实行积极、持续、稳定的利润分配政策。

2. 股东回报规划的具体方案

(1) 利润的分配形式

公司采取现金、股票或者现金股票相结合的方式或者法律、法规允许的其他方式分配利润，并优先考虑采取现金方式分配利润。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。公司可以根据公司盈利及资金需求情况进行中期现金分红。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 利润分配政策

1）如无重大投资计划或重大现金支出发生，公司应当采取现金分配股利，公司每年以现金方式分配的利润不少于当年度实现的可分配利润的 10%。

重大投资计划或重大现金支出是指以下情形之一：

①公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计净资产的 50%，且超过 3,000 万元；

②公司未来十二个月内拟对外投资、收购资产或者购买设备累计支出达到或超过公司最近一期经审计总资产的 30%。

2）发放股票股利的条件：若公司有扩大股本规模需要，或者公司认为其他需要时，在综合考虑公司成长性、每股净资产摊薄等真实合理因素后，可以在上述现金股利分配之余，进行股票股利分配。

3）公司董事会未做出现金利润分配预案的，应当在股东大会中说明原因，独立董事应当对此发表独立意见，监事会应当审核并对此发表意见。

4）公司的控股子公司所执行的利润分配政策应能保证发行人未来具备现金分红能力。

5）公司董事会应当综合考虑所处行业特点、发展阶段、自身经营模式、盈利水平以及是否有重大资金支出安排等因素，区分下列情形，并按照《公司章程（草案）》规定的程序，实行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%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

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。

3. 股东分红回报规划制定周期

公司董事会根据利润分配政策及公司实际情况，结合独立董事、监事会及股东的意见制定股东分红回报规划，至少每三年重新审议一次股东分红回报规划。

4. 利润分配政策的调整

公司根据经营情况、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，将详细论证并说明调整原因，调整时应以股东权益保护为出发点，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；有关利润分配政策调整的议案由董事会制定并经独立董事认可后方能提交董事会审议，独立董事及监事会应当对利润分配政策调整发表独立意见；调整利润分配政策的议案经董事会审议后提交股东大会以特别决议审议，公司应安排网络投票等方式为社会公众股东参加股东大会提供便利，充分反映股东的要求和意愿。

5. 利润分配应履行的程序

公司董事会根据公司的利润分配规划，结合公司当年的生产经营状况、现金流量状况、未来的业务发展规划和资金使用需求、以前年度亏损弥补状况等因素，以实现股东合理回报为出发点，制订公司当年的利润分配预案。董事会在制定利润分配预案时，应当认真研究和论证公司现金分红的时机、条件和最低比例、调整的条件及其决策程序要求等事宜。独立董事应对利润分配预案发表明确意见。公司具体利润分配预案经董事会审议通过后提交股东大会表决，经出席股东大会的股东（包括股东代理人）所持表决权的二分之一以上审议通过。股东大会对现金分红预案进行审议时，应当通过多种渠道主动与股东特别是中小股东进行沟通和交流，充分听取中小股东的意见和诉求，并及时答复中小股东关心的问题。

如果公司符合《公司章程（草案）》规定的现金分红条件，但董事会没有作出现金分红预案的，应当在定期报告中披露原因、未用于分红的资金留存公司的用途，公司监事会、独立董事应当对此发表独立意见，并在股东大会审议相关议

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

案时向股东提供网络形式的投票平台。

公司董事会须在对利润分配方案作出决议的股东大会召开后 2 个月内完成股利派发事项。

6. 公司股东占用资金时的现金红利扣减

若公司股东存在违规占用公司资金情况的，公司在进行现金红利分配时，应当扣减该股东所分配的现金红利，以偿还其所占用的资金。

7. 公司上市后未来三年的股东分红回报计划

公司上市后的未来三年，在足额预留法定公积金、盈余公积金以后，每年以

现金方式分配的利润不少于当年实现的可分配利润的 10%，且在确保现金分红在该次利润分配中所占比例不低于 10%的前提下，公司可以另行增加股票股利分配和公积金转增。公司在每个会计年度结束后，由公司董事会提出分红议案，并提交股东大会通过现场投票与网络投票相结合的形式进行表决。公司接受所有股东、独立董事、监事和公众投资者对公司分红的建议和监督。

综上，发行人《公司章程（草案）》和经发行人 2019 年第三次临时股东大会审议通过的《关于公司首次公开发行股票并上市后股东分红回报规划的议案》已明确发行人上市后的股利分配政策，且现金分红相关条款符合中国证监会《关于进一步落实上市公司现金分红有关事项的通知》、《上市公司监管指引第 3 号—上市公司现金分红》的规定。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人已按照中国证监会有关文件精神落实并披露公司股利分配政策。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十七、《反馈意见》信息披露问题 25：请发行人及相关中介机构对照《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》（证监会公告[2012] 14 号）的要求，逐项说明有关财务问题及信息披露事项的解决过程和落实情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》关于律师应履行的核查程序；

2. 核查发行人关联方出具的《关联关系调查问卷》；

3. 核查关联方全套工商档案资料；

4 核查关于发行人本次公开发行并上市的《审计报告》；

5. 核查报告期内发行人的关联交易合同及支付凭证；

6. 对发行人财务负责人进行访谈，确认关联交易的背景；

7.对发行人报告期各期的主要供应商、客户进行实地走访和访谈，网络核查各主要供应商、客户的基本信息。

核查内容：

针对发行人与其客户、供应商之间是否存在关联关系，本所律师已根据《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》的规定，对发行人主要客户及供应商进行了实地走访、访谈，通过“企查查”、“国家企业信用信息公示系统”等公开网站核查了发行人主要供应商、客户的股权结构、董监高等基本信息，查阅相关方填写的《关联关系调查问卷》、合同等书面资料，对发行人财务负责人进行访谈，并查阅了发行人报告期内的关联交易及交易支付凭证。

关于发行人关联关系及关联交易情况详见本补充法律意见书“十七《反馈意

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

见》信息披露问题 27”。

核查结论：

经核查，本所律师认为发行人已按照《关于进一步提高首次公开发行股票公司财务信息披露质量有关问题的意见》的相关规定完整、准确地披露其关联方关系及报告期内的关联交易。

十八、《反馈意见》信息披露问题 28：请发行人补充披露报告期内利润分配事项是否实施完毕。请保荐机构和律师核查相关自然人股东个人所得税是否足额缴纳。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人报告期内在股转系统挂牌期间关于利润分配的公告；

2. 查阅发行人 2017 年 6 月和 2018 年 5 月关于利润分配的会议材料；

3. 查阅发行人向股东分配利润的凭证；

4. 查阅相关自然人股东的完税凭证和税款缴纳银行回单。

核查内容：

根据公司提供的资料并经核查，报告期内，发行人实施了两次利润分配：（1）2017 年 6 月，发行人实施完毕 2016 年度利润分配方案，以 2017 年 6 月 15 日为股权登记日，以当时的总股份数 83,333,332 股为基数，向全体股东每 10 股派 0.72 元现金；（2）2018 年 5 月，发行人实施完毕 2017 年利润分配方案，以当时总股份数 83,333,332 股为基数，每 10 股分配现金红利 1.2 元（含税）。

1. 2017 年 6 月的利润分配情况

公司于 2017 年 6 月实施 2016 年度利润分配方案时，股票尚在股转系统挂牌，根据当时有效的《财政部、国家税务总局、证监会关于实施全国中小企业股份转让系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》（财税

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

[2014]48 号，以下简称“财税 48 号文”）规定，个人持有股转系统挂牌公司的股票（包括挂牌前取得的股票），持股期限在 1 个月以内（含 1 个月）的，其股息红利所得全额计入应纳税所得额；持股期限在 1 个月以上至 1 年（含 1 年）的，暂减按 50%计入应纳税所得额；持股期限超过 1 年的，暂减按 25%计入应纳税所得额；上述所得统一适用 20%的税率计征个人所得税。挂牌公司派发股息红利时，对截至股权登记日个人已持股超过 1 年的，其股息红利所得，按 25%计入应纳税所得额，直接由挂牌公司计算并代扣代缴税款。对截至股权登记日个人持股 1 年以内（含 1 年）且尚未转让的，税款分两步代扣代缴：第一步，挂牌公司派发股息红利时，统一暂按 25%计入应纳税所得额，计算并代扣税款。第二步，个人转让股票时，证券登记结算公司根据其持股期限计算实际应纳税额，超过已扣缴税款的部分，由证券公司等股票托管机构从个人资金账户中扣收并划付证券登记结算公司，证券登记结算公司应于次月 5 个工作日内划付挂牌公司，挂牌公司在收到税款当月的法定申报期内向主管税务机关申报缴纳。

2015 年 9 月 7 日，财政部、国家税务总局、证监会发布了《财政部、国家税务总局、证监会关于上市公司股息红利差别化个人所得税政策有关问题的通知》（财税[2015]101 号，以下简称“财税 101 号文”），明确股转系统挂牌公司股息红利差别化个人所得税政策，按照该通知规定执行，其他有关操作事项，按照财税 48 号文执行；同时，财税 101 号文第 1 条、第 2 条规定，个人从公开发行和转让市场取得的上市公司股票，持股期限超过 1 年的，股息红利所得暂免征收个人所得税。上市公司派发股息红利时，对个人持股 1 年以内（含 1 年）的，上市公司暂不扣缴个人所得税；待个人转让股票时，证券登记结算公司根据其持股期限计算应纳税额，由证券公司等股份托管机构从个人资金账户中扣收并划付证券登记结算公司，证券登记结算公司应于次月 5 个工作日内划付上市公司，上市公司在收到税款当月的法定申报期内向主管税务机关申报缴纳。

同时，中国证券登记结算有限责任公司北京分公司于 2016 年 4 月发布的《证券发行人业务指南（含操作手册）》明确规定，依据财税 101 号文制定股息红利税计算施行差异化税率，持股期限超过 1 年的暂免征收个人所得税，其中持股期限是指股东取得挂牌公司股份之日至转让交割该股份之日前一日的持有时间。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

据此，股转系统挂牌的公司在派发股息红利时，对于持股期限超过 1 年的，暂免征收个人所得税；对于持股期限 1 个月以上 1 年以内的，挂牌公司暂不扣缴个人所得税，待个人转让股票时，再根据该个人的持股期间计算并扣缴个人所得税。

经核查，发行人本次分红亦按照上述规定，未扣缴自然人股东的个人所得税。截至本次利润分配之股权登记日，发行人自然人股东的持股数量、持股时间及应缴的个人所得税如下：

序号	股东姓名	持股数量（股）	持股时间	应缴个人所得税
1	王玉	36,588,000	1 年以上	暂免征收
2	王文慧	4,860,000	1 年以上	暂免征收
3	姜立涛	2,652,000	1 年以上	暂免征收
4	金英顺	2,604,166	1 个月以上 1 年以内	暂未扣缴，待个人转让股票时，根据持股时间计算并扣缴
5	徐晴	1,800,000	1 年以上	暂免征收
6	晏小平	1,562,500	1 个月以上 1 年以内	暂未扣缴，待个人转让股票时，根据持股时间计算并扣缴

根据相关个人股东确认及出具的承诺并经核查，截至本补充法律意见书出具之日，本次利润分配所涉的个人股东均未缴纳个人所得税；若税务主管机关要求其缴纳公司本次利润分配所涉的个人所得税，相关个人股东承诺并保证按时足额缴纳。

综上所述，公司本次利润分配所涉的股东暂未缴纳个人所得税符合中国证券登记结算有限责任公司的规定；且相关个人股东均已出具承诺，若税务主管机关要求其缴纳公司本次利润分配所涉的个人所得税，相关个人股东承诺按时足额缴纳。因此，发行人本次利润分配所涉的个人股东暂未缴纳个人所得税不会导致发行人实际控制人产生重大违法行为。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 2018 年 5 月的利润分配情况

2018 年 4 月 3 日，公司 2017 年年度股东大会审议通过《2017 年度利润分配预案的议案》，同意公司以总股份数 83,333,332 股为基数，每 10 股分配现金红利 1.2 元（含税），剩余未分配利润结转下一年度。本次利润分配及各自然人股东的纳税情况如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	利润分配金额（元）	应纳所得税额（元）
1	王玉	36,588,000	4,390,560.00	878,112.00
2	王文慧	4,860,000	583,200.00	116,640.00
3	姜立涛	2,652,000	318,240.00	63,648.00
4	金英顺	2,604,166	312,499.92	62,499.98
5	徐晴	1,800,000	216,000.00	43,200.00
6	晏小平	1,562,500	187,500.00	37,500.00

经核查，发行人本次利润分配已于 2018 年 5 月 9 日实施完毕。

经核查上述自然人股东的完税凭证和税款缴纳银行回单，发行人已为上述自然人股东代扣代缴本次分红涉及的个人所得税，发行人自然人股东关于上述分红所得的个人所得税已足额缴纳。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人报告期内共发生的两次利润分配均已实施完毕。其中，发行人于 2017 年 4 月在股转系统挂牌期间实施的利润分配，相关自然人股东暂免征个人所得税或暂无需缴纳个人所得税，符合财税 48 号文和财税 101 号文的规定；发行人于 2018 年 5 月实施的利润分配，相关自然人股东已足额缴纳个人所得税。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十九、《反馈意见》信息披露问题 29：请保荐机构和发行人律师专项说明就申请文件所申报的原始财务报表是否为发行人当年实际向税务局报送的报表所履行的核查程序及取得的证据，保荐机构和申报会计师专项说明申请文件所申报的原始财务报表所列示的收入及净利润数据与当年的增值税纳税申报表及年度所得税纳税申报表之间的差异，若有重大差异，应专项说明原因。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并查阅发行人申报的原始财务报表；

2. 登录企业报税系统，查询发行人及其子公司向税务局报送的纳税申报表；

3. 获取主管税务机关出具的关于发行人及其子公司报告期内的合法合规证明；

4. 对发行人相关财务人员进行访谈。

核查内容：

为确认发行人在本次发行上市申请文件中所申报的原始财务报表是否为发行人向主管税务机关报送的财务报表，本所律师履行的核查程序及取得的证据如下：

1. 本所律师取得并查阅了发行人本次发行并上市申报的原始财务报表；

2. 本所律师取得了发行人及其子公司实际向主管税务机关报送的报告期内的财务报表，以及经主管税务机关盖章确认的纳税申报表；

3. 登录企业报税系统，查询发行人及其子公司向税务主管部门报送的纳税申报表；

4. 本所律师将前述所取得的主管税务机关盖章确认的发行人财务报表与发行人本次发行并上市所申报的原始财务报表进行逐项对比；

5. 对发行人的财务人员进行了访谈确认。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人本次发行并上市申请文件所申报的原始财务报表与发行人实际向税务局报送的报表一致。

（以下无正文）

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：

张学兵

经办律师：

全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2019年12月2日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（三）

二〇二〇年一月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

目 录

第一部分 加审期间重大事项的补充法律意见 5

一、 本次发行并上市的批准和授权.....5

二、 发行人本次发行并上市的主体资格.....5

三、 发行人本次发行并上市的实质条件.....5

四、 发行人的设立.....11

五、 发行人的独立性.....11

六、 发行人的发起人和股东.....12

七、 发行人的股本及其演变.....12

八、 发行人的业务.....12

九、 发行人的关联交易及同业竞争.....27

十、 发行人的主要财产.....31

十一、 发行人的重大债权债务.....36

十二、 发行人重大资产变化及收购兼并.....38

十三、 发行人《公司章程》的制定与修改.....38

十四、 发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作.....38

十五、 发行人董事、监事和高级管理人员及其变化.....40

十六、 发行人的税务.....40

十七、 发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工.....43

十八、 发行人募集资金的运用.....46

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十九、 发行人的业务发展目标.....46

二十、 诉讼、仲裁或行政处罚.....46

二十一、 发行人招股说明书法律风险评价.....48

二十二、 结论性意见.....48

第二部分 关于第一次书面反馈回复的更新 50

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），于 2019 年 9 月 24 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》，于 2019 年 12 月 2 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》等文件。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

鉴于发行人本次发行并上市原申报财务资料的审计基准日为 2018 年 12 月 31 日，于 2019 年 9 月将审计基准日调整为 2019 年 6 月 30 日，现审计基准日已调整为 2019 年 9 月 30 日，报告期调整为 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日（以下简称“报告期”），发行人聘请的会计师事务所天健会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人最近三年及一期（2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月）的财务报表进行了审阅，并出具了“天健审〔2020〕7-1 号”《审计报告》（以下简称“《审计报告》”），本所律师就发行人审计基准日调整所涉及的有关事项及《补充法律意见书（一）》出具之日至本补充法律意见书出具之日期间（以下简称“加审期间”）内发行人生产经营活动变化情况所涉及的法律事项进行核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

第一部分 加审期间重大事项的补充法律意见

一、本次发行并上市的批准和授权

经核查，发行人本次发行并上市已依照法定程序获得发行人 2019 年第三次临时股东大会的有效批准并依法授权董事会办理本次发行并上市的相关事宜，截至本补充法律意见书出具之日，发行人上述股东大会决议尚在有效期内。

本所律师认为，发行人本次发行并上市已获得发行人内部有效的批准和授权，发行人本次发行尚待中国证监会的核准，本次发行完成后，发行人股票于深交所挂牌交易尚待深交所审核同意。

二、发行人本次发行并上市的主体资格

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人为依法设立并有效存续的股份有限公司，不存在根据法律、法规及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行并上市的主体资格。

三、发行人本次发行并上市的实质条件

发行人本次发行并上市属于股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并上市。经逐条对照《公司法》、《证券法》、《首发管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，本所律师认为，发行人本次发行并上市符合下列条件：

（一）发行人本次发行并上市符合《公司法》规定的有关条件

根据发行人的发行方案，发行人本次发行的股票种类为人民币普通股，每股的发行条件和价格相同，每股具有同等的权利，符合《公司法》第一百二十六条的规定。

（二）发行人本次发行并上市符合《证券法》规定的有关条件

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 发行人本次发行并上市符合《证券法》第十三条规定的公开发行新股的下列条件：

(1) 发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十三条第一款第（一）项的规定。

(2) 发行人具有持续盈利能力，财务状况良好，符合《证券法》第十三条第一款第（二）项的规定。

(3) 发行人最近三年财务会计文件无虚假记载，无其他重大违法行为，符合《证券法》第十三条第一款第（三）项的规定。

2. 发行人本次发行并上市符合《证券法》第五十条规定的股票上市的下列条件：

(1) 发行人本次发行前的股本为 9,126.9840 万元，本次发行不超过 30,430,000 股，因此本次发行后的股本总额不少于 3,000 万元，符合《证券法》第五十条第一款第（二）项的规定。

(2) 发行人本次拟公开发行不超过 30,430,000 股股份，公开发行的股份达到发行后股份总数的 25%以上，符合《证券法》第五十条第一款第（三）项的规定。

(3) 发行人最近三年无重大违法行为，财务会计报告无虚假记载，符合《证券法》第五十条第一款第（四）项的规定。

3. 发行人本次发行由具有保荐资格的中金公司担任保荐人（主承销商），符合《证券法》第十一条第一款、第四十九条第一款的规定。

（三）发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》规定的实质条件

1. 主体资格

(1) 发行人为依法设立且合法存续的股份有限公司，符合《首发管理办法》第八条的规定。

(2) 发行人由若羽臣有限以经审计的账面净资产折股整体变更为股份有限公

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

司，自若羽臣有限设立之日起计算已持续经营三年以上，符合《首发管理办法》第九条的规定。

(3) 发行人设立时的出资及历次增资均办理了验资，并办妥了工商变更登记手续，发行人的注册资本已足额缴纳；发行人由若羽臣有限整体变更为股份有限公司，若羽臣有限的所有资产均由发行人承继，发行人的主要资产不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十条的规定。

(4) 发行人主要从事线上代运营、渠道分销以及品牌策划业务，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等电子商务综合服务，属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”，发行人已领取经营其业务所需的执照、批准和许可证书，其业务经营符合其《营业执照》、《公司章程》和法律、法规的规定，符合国家产业政策，符合《首发管理办法》的第十一条规定。

(5) 发行人的主营业务系为全球优质消费品品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务，报告期内未发生变更；发行人的实际控制人为王玉和王文慧夫妇，报告期内未发生变更；发行人最近三年内董事、高级管理人员未发生重大变化，符合《首发管理办法》第十二条的规定。

(6) 发行人由若羽臣有限整体变更而来，其设立时的出资、历次增资及股权变动均办理了工商变更登记/备案，发行人股权清晰，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十三条的规定。

2. 规范运作

(1) 发行人具有完善的公司治理结构，已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，并制定了相应的《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》、《董事会秘书工作细则》、《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》等规则，发行人的相关机构和人员能够依法

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

履行职责，符合《首发管理办法》第十四条的规定。

(2) 发行人已聘请中金公司为其本次发行并上市提供辅导工作，并已通过中国证监会广东证监局的辅导验收，本所律师在辅导期内亦对发行人的董事、监事和高级管理人员进行了相关的法律培训。根据发行人董事、监事和高级管理人员的确认，其已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任，符合《首发管理办法》第十五条的规定。

(3) 发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的任职资格，且不存在下列情形：

①被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；

②最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；

③因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第十六条的规定。

(4) 发行人已制定《对外担保制度》、《关联交易制度》、《重大经营与投资决策管理制度》、《募集资金管理制度》等内部控制制度。天健就发行人的内部控制出具了无保留结论的编号为“天健审〔2020〕7-2 号”的《内控鉴证报告》，发行人内部控制健全且被有效执行，能够合理保证财务报表的可靠性、经营的合法性、营运的效率与效果，符合《首发管理办法》第十七条的规定。

(5) 发行人不存在下列情形，符合《首发管理办法》第十八条的规定：

①最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前，但目前仍处于持续状态；

②最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重；

③最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请，但报送的发行申请文件有

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准；或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作；或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章；

④本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

⑤涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；

⑥严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

(6) 发行人《公司章程》已明确规定对外担保的审批权限和审议程序，发行人制订了《对外担保制度》，对发行人对外提供担保的审批、决策及风险防范等作了明确规定；截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，符合《首发管理办法》第十九条的规定。

(7) 发行人制订了内部资金管理制度，截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人的资金被控股股东、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，符合《首发管理办法》第二十条的规定。

3. 财务与会计

(1) 发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常，符合《首发管理办法》第二十一条的规定。

(2) 发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，并由天健出具了无保留结论的《内控鉴证报告》，符合《首发管理办法》第二十二条的规定。

(3) 发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由天健出具了无保留意见的《审计报告》，符合《首发管理办法》第二十三条的规定。

(4) 发行人编制财务报表系以实际发生的交易或者事项为依据；在进行会计确认、计量和报告时保持应有的谨慎；对相同或者相类似的经济业务，适用一致

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的会计政策，未进行随意变更，符合《首发管理办法》第二十四条的规定。

(5) 发行人已完整披露其关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易，关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形，符合《首发管理办法》第二十五条的规定。

(6) 发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第二十六条的规定：

发行人 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月合并报表中归属于母公司的净利润（以扣除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 26,097,646.57 元、49,545,659.78 元、69,888,316.94 元、45,112,732.49 元，最近 3 个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3,000 万元；

②发行人 2016 年、2017 年、2018 年、2019 年 1-9 月合并报表中的营业收入分别为 372,549,415.50 元、670,926,367.67 元、930,983,845.17 元、627,561,571.91 元，最近 3 个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；

③发行人本次发行并上市前股本总额为 9,126.9840 万元，发行前股本总额不少于 3,000 万元；

④发行人截至 2019 年 9 月 30 日的无形资产（扣除土地使用权后）为 4,808,793.61 元，占发行人净资产的 0.95%，发行人无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例不高于 20%；

⑤发行人最近一期不存在未弥补亏损。

(7) 发行人依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规的规定，发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖，符合《首发管理办法》第二十七条的规定。

(8) 发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项，符合《首发管理办法》第二十八条的规定。

(9) 发行人申报文件中不存在故意遗漏或虚构交易事项或其他重要信息；不存在滥用会计政策或者会计估计；不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证，符合《首发管理办法》第二十九条的规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(10) 发行人不存在下列影响持续盈利能力的情形：

①发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

②发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

③发行人最近 1 个会计年度的营业收入或净利润对关联方或者存在重大不确定性的客户存在重大依赖；

④发行人最近 1 个会计年度的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

⑤发行人在用的特许经营权、知识产权及专有技术等重要资产或技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

⑥其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第三十条的规定。

综上所述，本所律师认为，发行人本次发行并上市已具备《证券法》、《公司法》及《首发管理办法》规定的各项实质条件。

四、发行人的设立

经核查，加审期间，发行人的设立事宜未发生变化。

五、发行人的独立性

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未发生导致其丧失业务、资产、人员、机构、财务独立性及直接面向市场独立经营能力和完整的业务体系的情形。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》已经披露的外，发行人董事、监事、高级管理人员在发行人及其子公司外的兼职情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	担任发行人职务	兼职单位	兼职职务
柳建华	独立董事	思考乐教育集团	独立董事

除《律师工作报告》已经披露的兼职情况外，发行人总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均在发行人专职工作并领取薪酬，不存在在实际控制人及其他主要关联方中任职或领取薪酬的情况。

六、发行人的发起人和股东

经核查，加审期间，发行人的发起人和实际控制人未发生变更。

经核查，加审期间，发行人的股权结构未发生变更。

经核查，加审期间，发行人现有股东间的关联关系未发生变化。

七、发行人的股本及其演变

经核查，加审期间，发行人股本总额及股本结构未发生变化。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，各股东所持有的发行人股份不存在质押等权利受限制的情形。

八、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

1. 发行人的经营范围

根据《公司章程》及广州市工商局于 2019 年 7 月 25 日核发的《营业执照》，发行人的经营范围变更为“技术进出口；化妆品及卫生用品批发；文具用品批发；婴儿用品批发；婴儿用品零售；医疗设备租赁服务；体育用品及器材批发；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；货物进出口（专营专控商品除外）礼仪电子用品制造；为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌；非许可类医疗器械经营；广告业；策划创意服务；百货零售（食品零售除外）；化妆品及卫生用品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；医疗卫生用塑料制品制造；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；米、面制品及食用油批发；乳制品批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售；保健食品制造；乳制品制造；预包装食品零售；预包装食品批发；散装食品批发；乳制品零售；散装食品零售；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；许可类医疗器械经营”。

2. 发行人的经营方式

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，主要业务包括线上代运营、渠道分销、品牌策划三种业务模式。

经核查，加审期间，发行人的经营方式未发生变更。

3. 发行人主要合作的品牌

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司合作的主要品牌及品牌商的授权情况如下：

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
1	哈罗闪/ Sanosan	婴幼儿护肤品	授权若羽臣作为中国境内线上唯一代理商，在淘宝、天猫、天猫国际直营、1688、折 800、有货、洋码头、全球婴、屈臣氏、蘑菇街、蜜芽、微医、贝店、考拉、唯品会、京东、贝贝网、宝宝树、天猫超市、拼多多、云集、唯妮海购、香港莎莎、楚楚街、聚美优品、当当等互联网平台代理销售哈罗闪品牌产品
2	美迪惠尔/ MEDIHEAL	美妆个护	授权若羽臣作为独家代理商向京东、唯品会平台、天猫商城、淘宝等销售 MEDIHEAL 美迪惠尔品牌产品
3	美赞臣/ Mead Johnson	婴幼儿奶粉	授权若羽臣在天猫平台设立和运营美赞臣官方旗舰店并销售产品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
4	红印	保健品	授权莉莉买手作为独家代理商在天猫、京东、唯品会、网易考拉、小红书平台销售红印品牌产品
5	善存	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多
6	飞/Free	卫生巾	授权若羽臣经营天猫 Free 旗舰店，销售 Free 系列女士个人护理产品
7	SWISSE	保健品	授权恒美康代运营 SWISS 官方海外旗舰店、SWISS 母婴海外旗舰店、BIOSTIME 官方海外旗舰店
			授权若羽臣代运营 SWISS 官方旗舰店、合生元官方旗舰店、dodie 旗舰店
8	THREE	美妆个户	授权莉莉买手作为代理商经营天猫海外旗舰店销售 THREE 产品
9	钙尔奇	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多
10	康贝/Combi	童车、婴幼儿湿巾	授权若羽臣杭州分公司代运营天猫 combi 康贝官方旗舰店、天猫 combi 童鞋旗舰店、京东康贝母婴旗舰店、苏宁康贝官方旗舰店
11	尤妮佳	美妆个护	授权若羽臣线上经销 MamyPoko/妈咪宝贝、MOONY、SOFY/苏菲、lifree/乐互宜、silcot/舒蔻品牌产品
12	合生元/Biostime	婴幼儿奶粉、婴幼儿保健品	授权若羽臣独家代运营天猫合生元官方旗舰店、Biostime 官方海外旗舰店
13	B.BOX	母婴	授权若羽臣为 B.BOX 品牌天猫旗舰店、京东的唯一经销商，有权在淘宝分销的非独家代理商
14	铁达时、时间廊	钟表	授权若羽臣杭州分公司独家代运营天猫 titus 铁达时旗舰店、天猫国际时间廊海外旗舰店、京东铁达时官方旗舰店、solvil et titus 品牌店
15	Ecostore	家用清洁剂；皮肤护理、身体护理、婴儿护理产品	授权莉莉买手代运营天猫 ecostore 海外旗舰店并销售其产品
16	爱氏晨曦	牛奶	授权若羽臣运营天猫旗舰店、天猫超市

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
17	Californiababy	婴幼儿产品	授权梦哒哒在天猫海外旗舰店、京东全球购、唯品国际、TDI 经营“加州宝宝”产品
18	百乐	笔	授权若羽臣独家代运营天猫旗舰店
19	Vape	驱蚊产品	授权莉莉买手在天猫海外旗舰店及其他电子商务平台经营 Vape 品牌产品
20	clinicians	个护	授权莉莉买手在天猫海外旗舰店经营科立纯产品

经核查发行人及其子公司与品牌方签署的业务合同、取得的授权书及发行人或其子公司在第三方电商平台代运营的店铺，并经本所律师与主要品牌方进行访谈，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司已取得品牌商的有效授权，发行人或其子公司的服务不存在超出品牌商授权范围的情形。

4. 发行人及其分、子公司的业务分工

经核查，加审期间，发行人新增 2 家新西兰控股子公司，分别为：OASIS BEAUTY NZ LIMITED（新西兰绿洲美容有限公司，以下简称“新西兰绿洲”）、OXYGEN BRAND LIMITED（氧馥品牌有限公司，以下简称“新西兰氧馥”）。截至本补充法律意见书出具之日，前述 2 家新增的子公司尚未实际开展业务。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除上述披露的事项之外，发行人及其分、子公司的业务分工未发生变更。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人通过向子公司委派董事、监事、主要管理人员对子公司进行日常经营管理，同时发行人已制定《分子公司管理制度》，规范对各分子公司的管理。

5. 发行人及其分、子公司运营的线上店铺

根据公司提供的资料并经本所律师登录网站核查，截至 2019 年 12 月 16 日，公司及其分、子公司共运营 98 家品牌店铺，其中零售结算方式下的品牌店铺 46 家，服务费结算方式下的品牌店铺 52 家，具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
零售结算方式的店铺				
1	美赞臣官方旗舰店	天猫商城	https://meadjohnson.tmall.com	发行人
2	free 旗舰店	天猫商城	https://freejj.tmall.com	发行人
3	VOODOO 官方旗舰店	天猫商城	https://voodoohzp.tmall.com	广州海通达
4	B.BOX 旗舰店	天猫商城	https://bbox.tmall.com	发行人
5	善存官方旗舰店	天猫商城	https://centrum.tmall.com	发行人
6	Redseal 红印旗舰店	天猫商城	https://redsealjj.tmall.com/	发行人
7	钙尔奇官方旗舰店	天猫商城	https://caltrate.tmall.com	发行人
8	比乐玩具旗舰店	天猫商城	https://bile.tmall.com	广州京旺
9	哈罗闪官方旗舰店	天猫商城	https://sanosan.tmall.com	发行人
10	舒痕医疗器械旗舰店	天猫商城	https://shuhenylqx.tmall.com	发行人
11	Vape 海外旗舰店	天猫国际	https://vape.tmall.hk/	莉莉买手
12	THREE 海外旗舰店	天猫国际	https://three.tmall.hk	莉莉买手
13	Holika holika 海外旗舰店	天猫国际	https://holikakorea.tmall.hk	梦哒哒
14	Shoosha 海外旗舰店	天猫国际	https://shoosha.tmall.hk	恒美康
15	Floreve 海外旗舰店	天猫国际	https://floreve.tmall.hk	莉莉买手
16	Redseal 红印海外旗舰店	天猫国际	https://redsealnz.tmall.hk	莉莉买手
17	thinkbaby 海外旗舰店	天猫国际	https://thinkbaby.tmall.hk	梦哒哒
18	Clinicians 海外旗舰店	天猫国际	https://clinicians.tmall.hk	莉莉买手
19	EsthéProLabo 海外旗舰店	天猫国际	https://estheprolabo.tmall.hk	莉莉买手
20	天猫国际-Glowlab 海外旗舰店	天猫国际	https://glowlab.tmall.hk/	恒美康

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

21	bella aurora 海外旗舰店	天猫国际	https://bellaaurora.tmall.hk/	梦哒哒
22	Derminstitute 海外旗舰店	天猫国际	https://derminstitute.tmall.hk/	梦哒哒
23	earthwise 海外旗舰店	天猫国际	https://earthwise.tmall.hk/	恒美康
24	ofwcmaputi 海外旗舰店	天猫国际	https://ofwcmaputi.tmall.hk/	莉莉买手
25	beautyhills 海外旗舰店	天猫国际	https://beautyhills.tmall.hk/	莉莉买手
26	Dr.botanicals 海外旗舰店	天猫国际	https://drbotanicals.tmall.hk/	莉莉买手
27	WOMO 海外旗舰店	天猫国际	https://store.womostore.com/it-it/	梦哒哒
28	Farma dorsch 海外旗舰店	天猫国际	https://farmadorsch.tmall.hk	梦哒哒
29	新谷酵素海外旗舰店	天猫国际	https://koso.tmall.hk/	莉莉买手
30	clinicians 科立纯海外专卖店	天猫国际	https://cliniciansliily.tmall.hk	莉莉买手
31	Crayola 绘儿乐海外旗舰店	天猫国际	https://huierle.tmall.hk	恒美康
32	voodoo 海外旗舰店	天猫国际	https://voodoo.tmall.hk	莉莉买手
33	fumakilla 海外旗舰店	天猫国际	https://fumakilla.tmall.hk	恒美康
34	苏菲个护旗舰店	唯品会	https://shp.vip.com/	发行人
35	乐互宜成人纸尿裤旗舰店	唯品会	https://detail.vip.com	发行人
36	哈罗闪旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
37	EstheProLabo 海外旗舰店	小红书	小红书 APP	梦哒哒
38	clinicians 海外旗舰店	小红书	小红书 APP	莉莉买手

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

39	bella aurora 海外品牌店	小红书	小红书 APP	梦哒哒
40	redseal 若羽臣专卖店	拼多多	拼多多 APP	发行人
41	Redseal 旗舰店	拼多多	拼多多 APP	发行人
42	自媒体多品牌集合店	有赞	有赞 APP	发行人
43	美迪惠尔企业店	淘宝	https://shop68257794.taobao.com	发行人
44	Free 旗舰店特价区	淘宝	淘宝特价 APP	发行人
45	尤妮佳专卖店	唯品会	https://store.vip.com/index	发行人
46	voodoo 旗舰店	网易考拉	https://www.kaola.com/	发行人
服务费结算方式的店铺				
1	合生元官方旗舰店	天猫商城	https://biostime.tmall.com	发行人
2	Dodie 旗舰店	天猫商城	https://dodie.tmall.com	发行人
3	titus 铁达时旗舰店	天猫商城	https://titus.tmall.com	发行人
4	skiphop 旗舰店	天猫商城	https://skiphop.tmall.com	发行人
5	gm 澳芝曼旗舰店	天猫商城	https://aozhiman.tmall.com	发行人
6	嘉实多官方旗舰店	天猫商城	https://castrol.tmall.com	发行人
7	Vierra 旗舰店	天猫商城	https://vierra.tmall.com	发行人
8	ergobaby 旗舰店	天猫商城	https://ergobaby.tmall.com	发行人
9	combi 康贝官方旗舰店	天猫商城	https://combi.tmall.com	发行人
10	combi 童鞋旗舰店	天猫商城	https://combishoes.tmall.com	发行人
11	arla 爱氏晨曦旗舰店	天猫商城	https://arla.tmall.com/	发行人
12	CEMOY 旗舰店	天猫商城	https://cemoy.tmall.com	发行人
13	Swisse 官方旗舰店	天猫商城	https://swissesp.tmall.com	发行人
14	优酷会员官方旗舰店	天猫商城	https://ytvip.tmall.com/	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

15	HAIRRECIPE 官方旗舰店	天猫商城	https://hairrecipe.tmall.com	发行人
16	舒隐旗舰店	天猫商城	https://shuyinjjry.tmall.com	发行人
17	pilot 百乐旗舰店	天猫商城	https://pilotbgyp.tmall.com/	发行人
18	healthytimes 旗舰店	天猫商城	https://healthytimes.tmall.com	发行人
19	babyzen 旗舰店	天猫商城	https://babyzenwj.tmall.com	发行人
20	ABC 官方旗舰店	天猫商城	https://abc.tmall.com	发行人
21	goodgout 海外旗舰店	天猫国际	https://goodgout.tmall.hk	发行人
22	Nutralife 海外旗舰店	天猫国际	https://nutralife.tmall.hk	恒美康
23	Noreva 海外旗舰店	天猫国际	https://noreva.tmall.hk	莉莉买手
24	Healtheries 海外旗舰店	天猫国际	https://healtheries.tmall.hk	恒美康
25	Ecostore 海外旗舰店	天猫国际	https://ecostore.tmall.hk	莉莉买手
26	拜耳健康消费品海外旗舰店	天猫国际	https://bayerglobal.tmall.hk	莉莉买手
27	时间廊海外旗舰店	天猫国际	https://citychain-hk.tmall.hk	发行人
28	康维他海外旗舰店	天猫国际	https://comvitahw.tmall.hk	莉莉买手
29	妮珍/Neogen 海外旗舰店	天猫国际	https://neogen.tmall.hk	梦哒哒
30	惠氏健康生活海外旗舰店	天猫国际	https://whgs.tmall.hk	发行人
31	biostime 官方海外旗舰店	天猫国际	https://biostimeglobal.tmall.hk	恒美康
32	Swisse 官方海外旗舰店	天猫国际	https://swisse.tmall.hk	恒美康
33	Swisse 母婴海外旗舰店	天猫国际	https://swissemy.tmall.hk	恒美康
34	weleda 官方海外旗舰店	天猫国际	https://weleda.tmall.hk	梦哒哒

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

35	babyzen 海外旗舰店	天猫国际	https://babyzen.tmall.hk	恒美康
36	gm 澳芝曼官方海外旗舰店	天猫国际	https://gandm.tmall.hk	发行人
37	ICE WATCH 艾施表海外旗舰店	天猫国际	https://icewatch.tmall.hk	恒美康
38	Californiababy 海外旗舰店	天猫国际	https://californiababyglobal.tmall.hk/shop	梦哒哒
39	AXXZIA 海外旗舰店	天猫国际	https://axxzia.tmall.hk/	莉莉买手
40	oneaday 海外旗舰店	天猫国际	https://one-a-day.tmall.hk	莉莉买手
41	樱花见海外旗舰店	天猫国际	https://yinghuajian.tmall.hk	莉莉买手
42	Marcheur 海外旗舰店	天猫国际	https://marcheur.tmall.hk	莉莉买手
43	RoyalNectar 海外旗舰店	天猫国际	https://royalnectar.tmall.hk	梦哒哒
44	axs 海外旗舰店	天猫国际	https://axsglobal.tmall.hk	莉莉买手
45	Biostime 羊奶粉海外旗舰店	天猫国际	https://biostimesn2goatplus.tmall.hk	恒美康
46	CEMOY 海外旗舰店	天猫国际	https://cemoyglobal.tmall.hk	梦哒哒
47	铁达时官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com/index-54221.html	发行人
48	Combi 母婴旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
49	百乐京东自营官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
50	康贝官方旗舰店	苏宁易购	http://shop.suning.com/70092267/index.html	发行人
51	solvil et titus 旗舰店	小红书	小红书 APP	发行人
52	合生元商城店	淘宝	https://shop122571501.taobao.com	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

6. 发行人的经营资质

经核查，加审期间，发行人及其子公司取得新的如下经营资质：

(1) 食品经营许可证

企业名称	证书编号	许可范围	有效期
广州酷宝儿	JY14401060341471	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（婴幼儿配方奶粉）	2019.08.09-2023.06.10
广州京旺	JY14401060220262	预包装食品销售（不含冷藏冷冻食品）	2019.07.18-2022.07.23

(2) 对外贸易经营者备案登记表

企业名称	备案登记表编号	进出口企业代码
若羽臣	04785071	91440101574030356J
舟山若羽臣	04286519	91330900MA2A3E3B3X

(3) 报关单位注册登记证书

企业名称	海关注册编码	登记机关	有效期
广州摩亚方舟	44019408BE	老港海关	长期
舟山若羽臣	33099619E0	舟山海关	长期

(4) 出入境检验检疫报检企业备案表

公司名称	备案类别	备案号码	颁发时间	发证机关
舟山若羽臣	——	3353400020	2019 年 7 月 16 日	舟山海关

截至本补充法律意见书出具之日，发行人已具有经营业务所需的全部资质、许可、认证；发行人不存在超越资质、经营范围的情况；发行人的经营活动符合《公司章程》和《营业执照》规定的经营范围，并已取得其经营所必须的资质；发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）发行人在中国大陆以外的经营情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 境外子公司的基本经营信息

根据公司的说明并经核查，加审期间，发行人于新西兰收购两家子公司，具体情况如下：

(1) 收购新西兰绿洲

2019 年 12 月，新西兰摩亚方舟以 275 万元纽币收购 Stephanie Marie Evans 与 Ian Robert Kimpton 所持新西兰绿洲（OASIS BEAUTY NZ LIMITED）100%的股权。截至本补充法律意见书出具之日，新西兰绿洲主要从事生产、销售护肤品业务，其基本情况如下：

名称	OASIS BEAUTY NZ LIMITED
公司编号	1616788
住所	Flat 306, 100 Parnell Road, Parnell, Auckland, 1052, NZ
董事	王玉、曾浩
成立日期	2005 年 3 月 31 日
股权结构	新西兰摩亚方舟（MOA'S ARK GROUP LIMITED）持股 100%

(2) 收购新西兰氧馥

2019 年 12 月，新西兰摩亚方舟以 0.51 万元纽币收购 CIROSS DISTRIBUTION LIMITED 所持新西兰氧馥 51%的股权。截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥尚未开展实际业务，其基本情况如下：

名称	OXYGEN BRAND LIMITED
公司编号	7677097
住所	Ground Floor, 3 City Road, Grafton, Auckland, 1010 , New Zealand
董事	Shu WANG
成立日期	2019 年 8 月 20 日
股权结构	新西兰摩亚方舟（MOA'S ARK GROUP LIMITED）持股 51%； OXYGEN SKINCARE LIMITED 持股 49%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 境外子公司的业务情况核查

经核查，加审期间，除已注销的美国丽喜及新收购的新西兰绿洲、新西兰氧馥外，原境外子公司已经取得境外律师行出具的关于加审期间合规情况的法律意见书如下：

(1) **梦哒哒**

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 11 月 25 日出具的《有关香港注册有限公司梦哒哒国际贸易有限公司（Dreamie International Trading CO, Limited）的法律意见书》，梦哒哒系依据香港法律，于 2015 年 5 月 6 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(2) **恒美康**

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 11 月 25 日出具的《有关香港注册有限公司恒美康（国际）有限公司（Hengmeikang (International) CO, Limited）的法律意见书》，恒美康系依据香港法律设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(3) **莉莉买手**

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 11 月 25 日出具的《有关莉莉买手（国际）贸易有限公司（Lily Buyer (International) Trading CO, Limited）的法律意见书》，莉莉买手系依据香港法律，于 2015 年 7 月 23 日合法设立并有效存续的私人公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(4) 香港宝莉

根据香港陈林梁余律师行于 2019 年 11 月 25 日出具的《有关香港宝莉国际品牌管理有限公司（HongKong Unicorn International Brand Management CO, Limited）的法律意见书》，香港宝莉系依据香港法律，于 2015 年 10 月 22 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(5) 若羽臣韩国

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 11 月 25 日出具的《关于对若羽臣株式会社之法律意见书》，若羽臣韩国为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押；其在韩国的业务无需另行取得韩国政府批准、同意或许可；其不存在可能发生清算、破产、解散、停业、不能偿还债务的情况；不存在发生诉讼、仲裁及其他纠纷的情形，且不存在发生纠纷的可能。若羽臣韩国或代表董事、监事、董事或职员在过去三年不存在因公司业务受到徒刑、罚金、罚款或其他刑事或行政处罚的事情，且不存在发生刑事或行政处罚的可能性。

(6) 若羽臣新西兰、新西兰摩亚方舟

根据新西兰 Chapman Tripp 律师事务所于 2019 年 11 月 25 日出具的《法律意见书》，若羽臣新西兰与新西兰摩亚方舟为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押等权利负担；该等公司依法开展经营活动，不存在重大诉讼、仲裁或其他争议、纠纷。

（三）发行人的业务变更情况

经核查，加审期间，发行人的主营业务未发生重大变更。

（四）发行人的主营业务情况

根据《审计报告》，按合并报表计算，发行人报告期内各期主营业务收入占当期营业收入的比例均超过 99%，发行人主营业务突出。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（五）发行人的持续经营情况

经核查，加审期间，发行人的持续经营不存在法律障碍。

经核查，加审期间，发行人及其子公司新取得市场监督管理局、海关、外汇主管部门出具的合规经营证明如下：

1. 市场监督管理方面合规证明

2019 年 11 月 26 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》（西市监信证（2019）396 号），证明 2019 年 6 月 1 日以来至 2019 年 9 月 30 日止，杭州红时无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2019 年 11 月 26 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》（西市监信证（2019）397 号），证明 2019 年 6 月 1 日以来至 2019 年 9 月 30 日止，杭州分公司无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2019 年 11 月 21 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州海通达存在被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2019 年 11 月 21 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明广州摩亚方舟自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 期间，暂未发现被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2019 年 11 月 19 日，宁波市海曙区市场监督管理局出具《宁波市海曙区市场监督管理局行政证明》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日，宁波宝莉无被该局行政处罚的记录。

2019 年 11 月 27 日，广州市天河区市场监督管理局分别出具《证明》，证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州京旺、广州大可、广州酷儿宝存在被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

根据广州市市场监督管理局于 2019 年 11 月 25 日出具的《证明》，自 2019

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，广州市市场监督管理局业务系统暂未发现若羽臣股份存在被该部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2019 年 11 月 20 日，舟山市市场监督管理局自由贸易试验区分局出具《证明》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 11 月 20 日期间，舟山若羽臣未存在因违反市场监督管理法律法规而被该局予以行政处罚的记录

2. 进出口业务管理方面的合规证明

2019 年 11 月 25 日，黄埔海关分别出具《证明》，证明若羽臣、广州海通达、广州摩亚方舟自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间在黄埔海关关区内无走私违法、违规行政记录。

2019 年 11 月 29 日，海曙海关出具企业资信证明（编号：甬曙关信证[2019]015 号），证明自 2019 年 7 月 1 日起至 2019 年 10 月 31 日止，该关未发现宁波宝莉有走私罪、走私行为、违反海关监管规定的行为，未因进出口侵犯知识产权货物而被海关行政处罚。

2019 年 11 月 28 日，舟山海关出具《证明》，证明舟山若羽臣自 2019 年 7 月 16 日至 2019 年 10 月 20 日期间，在海关未有过因违反相关法律、法规而受到海关行政处罚的情事。

2019 年 12 月 12 日，国家外汇管理局广东省分局分别出具《外汇违法情况查询表》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，广州摩亚方舟无因违反外汇管理法规行为而受到行政处罚的记录。

2019 年 11 月 25 日，国家外汇管理局广东省分局分别出具《外汇违法情况查询表》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，若羽臣、广州海通达无因违反外汇管理法规行为而受到行政处罚的记录。经本所律师登录国家外汇管理局广东省分局网站（http://www.safe.gov.cn）查询行政处罚信息公示，报告期内发行人不存在违反外汇管理法规的行为。

经本所律师登录国家外汇管理局宁波市分局（http://www.safe.gov.cn/ningbo/）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

查询行政处罚信息公示，截至 2019 年 12 月 21 日宁波宝莉不存在违反外汇管理法规的行为。

经本所律师登录国家外汇管理局浙江省分局（http://www.safe.gov.cn/zhejiang）查询行政处罚信息公示，截至 2019 年 12 月 21 日舟山若羽臣不存在违反外汇管理法规的行为。

九、发行人的关联交易及同业竞争

（一）发行人的关联方

除《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》已经披露的外，加审期间，发行人的关联方及关联关系有如下变动：

序号	关联企业	关联关系
1	广州赛特基因健康科技有限公司	发行人财务负责人、董事会秘书、副总经理罗志青配偶涂传明通过广州涵夏基因健康科技有限公司间接控制且担任董事的企业
2	北京盛可	发行人董事、副总经理何治明担任董事的企业
3	盛羽有限公司	发行人董事、副总经理何治明担任董事的企业
4	广州山瀛电子科技有限公司	不具有关联关系：发行人独立董事卞静兄弟卞伟曾持股 90.00%且担任执行董事兼经理的企业，该企业已于 2017 年 7 月 11 日注销
5	钦州中马园区沃思投资中心（有限合伙）	发行人董事王建优配偶王小英持有 50%份额、儿子王博持有 1%份额并担任执行事务合伙人的有限合伙企业
6	郑州瀚朗置业有限公司	申东日曾担任董事的企业，已于 2019 年 11 月 26 日辞任董事
7	Prosper Macrocosm Limited	申东日控制的企业，申东日持股 100%

经核查，发行人主要机构股东控制或有重大影响并与发行人发生交易的企业新增一家玲肤（上海）化妆品有限公司（以下简称“上海玲肤”），上海玲肤系发行人股东朗姿股份持股 9.1%、申东日担任董事的企业 L&P Cosmetic Co., Ltd 在中国境内设立的全资子公司。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，除上述变化外，加审期间，发行人的关联方及关联关系未发生其他变化。

（二）关联交易

根据发行人所提供的资料、天健出具的《审计报告》并经本所律师核查，自2019 年 6 月 30 日至 2019 年 9 月 30 日，发行人与其关联方新增的主要关联交易情况如下：

1. 采购仓储物流服务

根据发行人与上海发网于 2017 年 5 月签署的《物流仓储外包合同》，发行人、发行人分子公司、上海发网、广州发网于 2018 年 5 月签署的《<若羽臣仓储物流外包合同>补充协议一》及发行人与广州发网于 2019 年 8 月 15 日签署的《若羽臣物流仓储外包合同》，2019 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日期间，发行人继续向上海发网[1]采购仓储物流服务，采购金额为 1177.50 万元。

经核查，上述交易发生前已经发行人 2017 年第二次临时股东大会审议，且发行人与上海发网于 2019 年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

2. 与上海玲肤之间的交易

2019 年 9 月发行人向上海玲肤采购货品的金额为 146.90 万元（2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-8 月发行人与上海玲肤之间未发生交易）。

经核查，发行人向上海玲肤采购货品的原因系平台增加订单，发行人从韩国采购所需的时间不能满足平台的货品需求，因此从上海玲肤采购，采购的金额较

[1] 发行人与上海发网的交易金额涵盖了发行人与上海发网及其子公司广州发网的交易金额，下同。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

小。经对比发行人向非关联方 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的价格，发行人向上海玲肤采购该类产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合人民币 44.250 元/盒）相当，因此，上述关联交易定价公允。

根据发行人《公司章程》的规定，公司与关联法人发生的交易金额在 100 万元以上的，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，但不足 1,000 万元的关联交易；或者与关联法人发生交易金额在 100 万元以上，且占公司最近一期经审计净资产绝对值 0.5%以上，但不足公司最近一期经审计净资产绝对值 5%的关联交易由董事会审议批准。发行人于 2019 年 9 月期间与上海玲肤之间交易发生额未达到公司董事会审议的标准，因此上述交易不需要提交董事会审议。

发行人考虑到 2019 年 10 月至 2019 年 12 月拟持续与上海玲肤发生交易，且预计交易总额不会超过公司最近一期经审计净资产绝对值的 5%，因此，于 2019 年 10 月 8 日召开第二届董事会第十一次会议，审议通过《关于公司关联交易的议案》，确认并同意发行人与上海玲肤之间发生交易；若累计交易发生额超过公司最近一期经审计净资产绝对值的 5%，则需要进一步提交股东大会审议。其中关联董事王建优回避表决，独立董事对该等关联交易发表了独立意见，认为：发行人与上海玲肤之间的交易是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性，该等交易履行了法律、法规及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。

3. 应付、预付关联方款项

截至 2019 年 9 月 30 日，发行人对关联方的应付账款、预付账款及其他应付款账面余额具体如下：

项目名称	关联方	金额（万元）
应付账款	上海发网	328.42
预付账款	上海玲肤	115.25
其他应付款	王玉	8.00

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	姜立涛	8.00
	何治明	0.87
	罗志青	0.82
	徐晴	0.77

经核查，发行人对王玉、姜立涛、何治明、罗志青、徐晴的其他应付款系发行人注册地所属政府机关给予发行人 2018 年度广州市总部企业奖励补贴中的中高级管理人员奖励和人才租房补贴以及广州市产业发展和创新人才补贴。

4. 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

2019 年 1 月至 9 月，发行人向董事、监事、高级管理人员支付薪酬合计 486.18 万元。

（三）关联交易的决策制度及程序

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易制度》等文件中规定的关联交易公允决策程序未发生变化。

（四）发行人的控股股东、实际控制人关于减少及规范关联交易的承诺

经核查，发行人控股股东王玉，实际控制人王玉、王文慧已向发行人出具《关于减少和规范广州若羽臣科技股份有限公司关联交易的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（五）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

截至本补充法律意见书出具之日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争；发行人与其他主要股东等关联方的业务均不相同，不存在同业竞争；发行人不存在需要依赖实际控制人及其控制的其他企业等主要关联方方能开展业务的情形。

（六）发行人的控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺和措施

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，控股股东王玉，实际控制人王玉及王文慧夫妇已分别向发行人出具《关于与广州若羽臣科技股份有限公司避免同业竞争的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（七）发行人对有关关联交易和同业竞争事项的披露

经核查，发行人为本次发行并上市出具的《招股说明书（申报稿）》和其他有关申报材料中对发行人的关联交易及同业竞争进行了充分披露，不存在重大遗漏或重大隐瞒。

十、发行人的主要财产

（一）知识产权

1. 注册商标专用权

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人子公司若羽臣韩国新取得两项注册商标，具体如下：

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
1	27770376	SEVENGO	若羽臣韩国	2018.11.21-2028.11.20	3
2	27784447	MPO	若羽臣韩国	2018.11.21-2028.11.20	3

注：该等商标均系继受取得，原权属人均为广州国牌品牌管理有限公司。

经核查，深圳蓬蓬妈于注销前将其名下的以下三项注册商标转让予若羽臣，截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣已完成该等注册商标的权利人变更手续：

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
1	17269036	FREDS	若羽臣	2016.08.28-2026.08.27	20

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
2	17352293		若羽臣	2016.11.21-2026.11.20	18
3	17352349		若羽臣	2016.12.07-2026.12.06	35

经本所律师登录工商行政管理总局国家商标局网站（http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/）逐项核查，发行人注册商标专用权不存在质押或权利受到其他限制的情况。

2. 计算机软件著作权

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，除《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》披露的外，发行人新增如下 7 项软件著作权：

序号	证书编号	软件名称	开发完成日期	登记号	权利人
1	软著登字第 4881242 号	若羽臣用户肌肤评分系统 V1.0	2019.11.01	2020SR0002546	若羽臣
2	软著登字第 4880878 号	若羽臣供应链物流订单监控系统 V1.0	2019.10.30	2020SR0002182	若羽臣
3	软著登字第 4882024 号	若羽臣供应商项目管理系统 V1.0	2019.11.06	2020SR0003328	若羽臣
4	软著登字第 4881379 号	若羽臣供应商采购管理系统 V1.0	2019.10.30	2020SR0002683	若羽臣
5	软著登字第 4881335 号	若羽臣大商品数据智能系统 V1.0	2019.10.30	2020SR0002639	若羽臣
6	软著登字第 4884747 号	若羽臣用户心愿互动管理系统 V1.0	2019.11.01	2020SR0006051	若羽臣

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	证书编号	软件名称	开发完成日期	登记号	权利人
7	软著登字第4885898 号	若羽臣用户体验综合评分系统 V1.0	2019.11.01	2020SR0007202	若羽臣

经核查，发行人的计算机软件著作权均处于有效期内，不存在质押或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷。

3. 专利权

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人持有的以下两项专利，在年费缴纳期限届满前，未缴纳年费，并主动放弃专利权：

序号	专利号	专利名称	专利权人	专利类型	申请日期	授权公告日
1	2018304738521	拼接玩具（珠子水杯）	发行人	外观设计	2018.08.24	2019.02.01
2	2018304746922	拼接玩具（珠子水杯广州）	发行人	外观设计	2018.08.24	2018.12.28

除上述变动外，若羽臣股份及其子公司取得的专利权情况未发生变化。

经本所律师登录国家知识产权局中国及多国专利审查信息查询网（http://cpquery.cnipa.gov.cn/）逐项核查，发行人拥有的专利不存在质押或权利受到其他限制的情况。

本所律师认为，发行人合法拥有前述专利的专用权，不存在权属纠纷。

4. 域名

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人拥有的域名未发生其他变化。发行人的域名均处于有效期内，不存在质押或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷。

（二）发行人拥有的主要经营设备

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据《审计报告》并经本所律师核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人固定资产净值为 1,384,567.61 元，其中，运输设备的账面净值为 85,050.38 元，办公设备的账面净值为 1,299,517.23 元。

发行人已建立了相应的管理台帐，该等办公设备、运输设备等资产使用状态良好。本所律师抽查了电脑、办公桌等主要经营设备的购置凭证，核查了部分办公设备，该等设备处于有效使用期内并在正常使用中，均为发行人自购取得，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（三）财产担保及其他权利限制

根据发行人出具的说明并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在以自有财产为第三方设定担保或其他权利限制的情形。

（四）租赁房产

经核查，加审期间，发行人及其子公司无新签署的房屋租赁合同，原租赁事宜亦未发生变化。

（五）对外投资情况

1. 新增对外投资情况

经核查，加审期间，发行人新增的对外投资如下：

(1) 新西兰绿洲

根据发行人提供的新西兰绿洲注册登记资料，新西兰绿洲基本情况如下：

名称	OASIS BEAUTY NZ LIMITED
公司编号	1616788
住所	Flat 306, 100 Parnell Road, Parnell, Auckland, 1052, NZ
董事	王玉、曾浩
成立日期	2005 年 3 月 31 日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

股权结构	新西兰摩亚方舟（MOA'S ARK GROUP LIMITED）持股 100%

(2) **新西兰氧馥**

根据发行人提供的新西兰氧馥的注册登记资料，新西兰氧馥的基本情况如下：

名称	OXYGEN BRAND LIMITED
公司编号	7677097
住所	Ground Floor, 3 City Road, Grafton, Auckland, 1010 , New Zealand
董事	Shu WANG
成立日期	2019 年 8 月 20 日
股权结构	新西兰摩亚方舟（MOA'S ARK GROUP LIMITED）持股 51%； OXYGEN SKINCARE LIMITED 持股 49%

2. 对外投资的其他变更情况

经核查，加审期间，发行人子公司广州摩亚方舟的股权和经营范围发生了如下变更：

2019 年 10 月 11 日，经广州市黄埔区市场监督管理局核准，发行人与徕兔（杭州）科技有限公司将其合计所持广州摩亚方舟 100%股权转让给新西兰摩亚方舟；同时广州摩亚方舟变更经营范围为“婴儿用品批发；文具用品批发；技术进出口；化妆品及卫生用品批发；体育用品及器材批发；货物进出口（专营专控商品除外）；婴儿用品零售；百货零售（食品零售除外）；化妆品及卫生用品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；礼仪电子用品制造；广告业；策划创意服务；米、面制品及食用油批发；乳制品批发；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；预包装食品批发；散装食品批发；散装食品零售；预包装食品零售；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；乳制品零售；乳制品制造；保

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

健食品制造”。

除上述变更外，加审期间，发行人的对外投资情况未发生其他变更。

十一、发行人的重大债权债务

（一）发行人的重大合同

1. 销售合同

序号	供应商	客户	品牌名称	销售内容	合同期限
1	若羽臣	美赞臣营养品（中国）有限公司	美赞臣	代运营服务	2019.12.31-2020.03.31

2. 采购合同

序号	供应商	经销商	品牌名称	合同期限
1	惠氏制药有限公司	若羽臣	钙尔奇、善存	2018.12.01-2019.11.30（惠氏制药有限公司已出具声明函，将授权期限延长至 2020 年 3 月 31 日）

注： 2019 年 1 月至 9 月，惠氏制药有限公司是发行人的第四大供应商，截至本补充法律意见书出具之日，双方正在洽谈续签事宜。

3. 融资、担保合同

根据《审计报告》并经核查发行人及其子公司的《企业信用报告》，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司尚未履行完毕的授信合同、借款合同和担保合同具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 授信合同

序号	被授信人	授信人	授信合同及编号	金额（万元）	授信期限	担保方式
1	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	授信函（P/8824/18）、银行信贷补充和修改安排（P/9444/19-B1）	1,000	授信人分别于 2018 年 9 月 19 日、2019 年 8 月 27 日签发，未约定期限	广州京旺、王玉、王文慧提供保证担保

(2) 借款合同

序号	借款人	贷款人	借款合同及编号	金额（万元）	借款期限	担保方式
1	若羽臣	中国银行股份有限公司广州开发区分行	短期流动资金贷款额度合同（GED477560120190131）	1,000	2019.11.20-202011.17	王玉、王文慧提供最高额保证，担保主债权期限为 2018 年 8 月 14 至 2023 年 8 月 14 日，最高限额为 2,000 万元

(3) 担保合同

序号	担保人	被担保人	债权人	主债权金额（万元）	主债权期限	担保方式
1	广州京旺	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	（1）融资服务项下本金 1,000.00； （2）金融衍生产品交易项下的结算风险限额 23 万美元	提款之日起 180 日	连带责任担保
2	若羽臣	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	（1）融资服务项下本金 1,000.00； （2）金融衍生产品交易项下的结算风险限额 23 万美元	提款之日起 180 日	存款质押担保

本所律师认为，发行人上述重大合同合法有效，目前不存在任何纠纷或争议，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

合同的履行不存在法律障碍。

（二）根据发行人确认并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除已披露的债权债务外，发行人与关联方之间不存在其他重大的债权债务，亦不存在发行人为关联方提供担保的情况。

（四）根据《审计报告》及本所律师的核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人金额较大的其他应收、应付款属于发行人生产经营过程中正常发生的款项，债权债务关系清晰，合法有效。

十二、发行人重大资产变化及收购兼并

（一）股份公司设立后发行人进行的重大资产变化及收购兼并

经核查，加审期间，发行人未发生重大资产重组、合并、分立、增资扩股、减少注册资本、收购或出售资产等重大资产变化及收购兼并行为。

（二）发行人有关重大资产变化及收购兼并的计划

根据发行人的确认，截至本补充法律意见书出具之日，发行人没有进行对本次发行并上市构成实质性影响的资产置换、资产剥离、资产出售或收购等行为的计划。

十三、发行人《公司章程》的制定与修改

（一）《公司章程》的制定和修改

经核查，加审期间，发行人《公司章程》未发生修改。

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

（一）经核查，加审期间，发行人的组织机构未发生变化。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）经核查，加审期间，发行人的股东大会、董事会及监事会议事规则未发生变化。

（三）加审期间，发行人分别召开了 3 次董事会、2 次监事会、1 次股东大会，会议的具体情况如下：

序号	日期	会议名称	通过事项
董事会			
1	2019.10.08	第二届董事会第十一次会议	《关于公司关联交易的议案》
2	2019.12.06	第二届董事会第十二次会议	《关于修订公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案的议案》
3	2019.12.27	第二届董事会第十三次会议	1.《关于公司申报审计报告及财务报表的议案》 2.《关于<关于内部控制的自我评价报告>的议案》
监事会			
1	2019.10.08	第二届监事会第六次会议	《关于公司关联交易的议案》
2	2019.12.06	第二届监事会第七次会议	《关于修订公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案的议案》
股东大会			
2	2019.12.23	2019 年第五次临时股东大会	《关于修订公司首次公开发行股票并上市后稳定公司股价预案的议案》

经核查，本所律师认为，发行人上述历次董事会、监事会、股东大会的召集、召开、表决程序及决议内容均符合《公司法》等法律法规和《公司章程》的要求，合法、合规、真实、有效。

（四）经核查，加审期间，发行人股东大会对董事会的授权或重大决策均履行了股东大会内部批准程序，均按照《公司章程》及各项议事规则规定的程序进行。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》已经披露的外，发行人的监事谭艳，新增兼任广州京旺的监事；董事、副总经理何治明新增兼任北京盛可董事、盛羽有限公司董事；独立董事柳建华新增兼任思考乐教育集团的独立董事。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人的董事、监事和高级管理人员未发生不符合《公司法》规定的任职资格的情形。

（二）经核查，加审期间，发行人的董事、监事、高级管理人员未发生变化。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的独立董事工作制度未发生变化。

十六、发行人的税务

（一）根据《审计报告》并经核查，自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日期间，发行人执行的税种税率未发生变化。

（二）发行人适用的税收优惠

经核查，发行人 2019 年已经提交资料申请高新技术企业资格复核，目前已通过全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室初审且公示期已满，尚未取得《高新技术企业证书》，公司 2019 年 1-9 月暂按照 15%的税率计算企业所得税。

（三）发行人所享受的财政补贴

根据《审计报告》并经核查，发行人及其子公司自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日取得的主要财政补贴具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	取得主体	项目	取得时间	拨款单位	金额（万元）	依据
1	若羽臣	2019 年第二批计算机软件著作权登记资助	2019.07.05	广州市开发区财政国库集中支付中心	0.24	《广州市黄埔区广州市开发区知识产权专项资金管理办法的通知》《关于领取 2019 年第二批计算机软件著作权登记资助费用的通知》（穗埔宣[2019]20 号）
2	若羽臣	黄埔区瞪羚企业补贴	2019.07.31	广州市开发区财政国库集中支付中心	201.46	《广州市黄埔区人民政府 广州市开发区管委会关于印发广州市黄埔区 广州市开发区瞪羚企业认定扶持办法》（穗埔府规〔2018〕8 号）
3	若羽臣	2019 年第四批专利资助	2019.09.05	广州市开发区财政国库集中支付中心	0.55	《广州市黄埔区广州市开发区知识产权专项资金管理办法的通知》《关于领取知识产权资助费用的通知》（穗开知〔2019〕70 号）
4	若羽臣	2018 年度总部经济奖励补贴	2019.09.27	广州市开发区财政国库集中支付中心	150.21	《黄埔区发展改革局 广州开发区发展改革局关于下达广州市总部企业奖励补贴资金安排计划的通知》（穗埔发改〔2019〕98 号）

本所律师认为，发行人取得的上述主要财政补贴均有法规依据或获得了相关

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主管部门的批准或认可，合法有效。

（四）发行人依法纳税情况

经核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具日，发行人不存在偷、欠、漏税等违反税收法律法规的行为，也不存在重大税收违法行为。发行人及其分、子公司取得税务主管机关开具的合规证明情况如下：

(1) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2019]952 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现发行人存在税收违法违章行为。

(2) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]1660 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州京旺存在税收违法违章行为。

(3) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2019]951 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州海通达存在税收违法违章行为。

(4) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]1658 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州大可存在税收违法违章行为。

(5) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2019]1659 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州酷宝儿存在税收违法违章行为。

(6) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2019]950 号），证明在 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，暂未发现广州摩亚方舟存在税收违法违章行为。

(7) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明杭州红时自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日无被税务机关查处的税收违法

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

行为。

(8) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明杭州分公司自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 9 月 30 日无被税务机关查处的税收违法行为。

(9) 国家税务总局宁波市海曙区税务局出具《证明》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日，宁波宝莉暂无欠税，无其他违法行为。

(10) 根据发行人在国家税务总局上海市电子税务局查询违法违章信息，上海京京业业自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间无违法违章信息。

本所律师认为，发行人目前执行的税种税率符合法律、法规及地方性法规的要求，发行人享受的上述已披露的税收优惠政策、财政补贴合法、合规、真实、有效，不存在对发行人生产经营产生重大实质性影响的税务违法违规情况。

十七、发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工

（一）发行人的环境保护

经核查，发行人及其子公司的主营业务系为全球优质品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务。其经营活动过程中不存在向环境排放废气、废水、废渣等污染物情形。

经本所律师登录广州市环保局网站（http://sthjj.gz.gov.cn）、宁波市生态环境局（http://sthjj.ningbo.gov.cn/）、杭州市生态环境局（http://epb.hangzhou.gov.cn/）、上海市生态环境局（http://sthj.sh.gov.cn）核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在因违反环境保护法律法规受到行政处罚的情形，本次募集资金拟投资项目符合有关环境保护法律法规的要求，无需办理环境影响评价审批手续。

（二）发行人的产品质量及技术监督标准

经核查，加审期间，发行人不存在因违反产品质量和技术监督标准方面的法律、法规和规范性文件而受到主管部门重大行政处罚的情形。发行人及其子公司

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

取得的质量监督主管机关开具的合规证明的具体情况详见本补充法律意见书“八、发行人的业务”之“（五）发行人的持续经营情况”。

（三）发行人的劳动用工及社会保障情况

1. 发行人的劳动用工

经核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人及其分、子公司的正式员工共 710 人。发行人及其子公司已与全体正式员工签订《劳动合同》，合同内容合法，条款完备。加审期间，发行人的劳动人事管理制度未发生重大变更。

2. 发行人缴纳社会保险和住房公积金的情况

经核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人及其分、子公司为其 659 名员工缴纳社会保险费用，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人及其分、子公司为其 659 名员工缴存住房公积金，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人及其子公司未缴纳社会保险的员工共计 51 名，其中，49 名系由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，1 名员工系由于其前单位未停缴，公司无法为其缴纳，1 人为退休返聘员工。

经核查，截至 2019 年 9 月 30 日，发行人及其子公司未缴纳住房公积金的员工共计 51 名，其中，49 名系由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，1 名员工系由于其前单位未停缴，公司无法为其缴纳，1 人为退休返聘员工。

3. 合规证明

(1) 社会保险

根据发行人及其分、子公司当地社会保险主管部门开具的合规证明，经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。主管部门为发行人及其分、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

子公司出具的合规证明具体如下：

2019 年 11 月，广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日为其员工参加基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

2019 年 12 月 9 日，广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月至 2019 年 10 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

2019 年 11 月 20 日，杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《征信意见书》，证明杭州分公司、杭州红时自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 11 月 19 日，无严重违反劳动保障法律法规行为，2016 年至 2018 年劳动保障书面审查等级均为 A。

2019 年 11 月 27 日，上海市社会保险事业管理中心出具《单位参加城镇社会保险基本情况》，证明截至 2019 年 10 月，上海京京业业无欠费记录。

(2) **住房公积金**

根据发行人及其分、子公司所在地住房公积金管理中心开具的合规证明，经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反住房公积金方面的法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。住房公积金管理中心为发行人及其分、子公司出具的合规证明具体如下：

2019 年 11 月 22 日，广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月至 2019 年 10 月未曾受到该中心的行政处罚。

2019 年 11 月，杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2019 年 11 月，杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2019 年 11 月 26 日，上海市公积金管理中心出具《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，证明上海京京业业在该中心无行政处罚记录。

4. 控股股东及实际控制人关于补缴社会保险和住房公积金的承诺函

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人实际控制人王玉、王文慧出具的《关于公司社会保险及住房公积金缴纳事宜的承诺函》依法持续有效。

十八、发行人募集资金的运用

经核查，加审期间，发行人募集资金项目及运用安排未发生变化。

十九、发行人的业务发展目标

经核查，加审期间，发行人的业务发展目标未发生变化。

二十、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）发行人及其子公司、控股股东、实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚

1. 诉讼、仲裁

经核查，加审期间，发行人新增一项与北京全景视觉网络科技股份有限公司的作品信息网络传播权纠纷案，具体如下：

广州互联网法院于 2019 年 10 月 15 日受理北京全景视觉网络科技股份有限公司（原告）起诉若羽臣侵害作品信息网络传播权纠纷，原告起诉若羽臣在没有得到授权的情况下，在其新浪微博“哈罗闪官方旗舰店”中擅自使用原告享有专有授权和以自己名义维权的摄影作品，侵犯了原告对相关摄影作品的信息网络传播权等著作权权利，请求法院判令被告停止使用涉案摄影作品、在微博置顶位通过博文就侵权事项向原告公开道歉并赔偿原告侵权赔偿金及其他费用合计 1 万元。截至本补充法律意见书出具之日，本案尚未开庭审理。

另外，加审期间，发行人、托尼魅力化妆品（深圳）有限公司与王韧商标侵权案及广州酷宝儿与深圳可思美合同纠纷案的进展如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 发行人、托尼魅力化妆品（深圳）有限公司与王韧商标侵权案

王韧（原告）于 2009 年 5 月注册了“魔法森林”注册商标（注册号：第 5044010 号），若羽臣曾于 2011 年至 2012 年期间在“新浪微博”宣传“TONYMOLY”品牌产品，其中使用了“魔法森林”的文字表述，并不涉及原告的商标。原告认为若羽臣侵害了其商标权，构成不正当竞争，向广州市黄埔区人民法院提起诉讼。

2019 年 11 月 12 日，广州市黄埔区人民法院作出“（2019）粤 0112 民初 2620 号”《民事判决书》，认定若羽臣不构成侵权，不需要承担赔偿责任，驳回原告的全部诉讼请求。

(2) 广州酷宝儿与深圳可思美科技有限公司合同纠纷案（以下简称“深圳可思美”）

广州酷宝儿与深圳可思美于 2018 年 10 月 18 日签订《深圳可思美科技有限公司（CosBeauty）网店代运营合同》，约定广州酷宝儿自 2018 年 8 月 1 日至 2018 年 9 月 31 日期间向深圳可思美提供天猫旗舰店代运营服务。根据上述合同，深圳可思美应于合同签订后 10 个工作日内支付固定服务管理费 136,000 元。截至目前，深圳可思美尚未向广州酷宝儿支付固定服务费。广州酷宝儿已向深圳市宝安区人民法院提起诉讼。

2019 年 10 月 30 日，深圳市宝安区人民法院作出“（2019）粤 0306 民初 25456 号”《民事判决书》，判决深圳可思美应于判决生效之日起 10 日内向广州酷宝儿支付服务管理费 13.60 万元及利息（利息自 2019 年 8 月 20 日起按中国人民银行同期贷款利率计至付清之日止）。深圳可思美于 2019 年 12 月 16 日向广州酷宝儿偿还 13.60 万元。

本所律师认为，上述诉讼案件涉案金额较小，不会对发行人本次发行并上市造成重大障碍。除以上披露的诉讼案件外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的尚未了结的诉讼、仲裁案件。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 行政处罚

经核查，加审期间，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的行政处罚。

根据发行人、持有发行人 5%以上股份的股东出具的承诺，并经过本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人、持有发行人 5%以上股份的股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（二）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚

根据发行人董事长、总经理出具的书面承诺，并经过本所律师的核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十一、发行人招股说明书法律风险评价

发行人关于本次股票发行上市的《招股说明书（申报稿）》及其摘要是由发行人与主承销商编制。本所律师以发行人法律顾问身份，就《招股说明书（申报稿）》有关重大事实与法律有关的问题与发行人、主承销商及其他中介机构进行了讨论，并审阅了《招股说明书（申报稿）》全文，特别是对发行人在《招股说明书（申报稿）》及其摘要中引用本所出具的法律意见书及律师工作报告相关内容作了认真审阅。发行人董事、监事、高级管理人员，主承销商、会计师事务所等中介机构已作出声明，发行人的《招股说明书（申报稿）》及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并愿意承担相应的责任。

二十二、结论性意见

根据发行人提供的文件和本所律师进行的核查，本所律师认为：

加审期间，发行人未发生影响本次发行并上市的重大事项。发行人本次发行并上市符合《证券法》、《公司法》和中国证监会有关规范性文件的规定，具备了首次公开发行股票并上市的实质性条件和程序性条件，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法行为，《招股说明书（申报稿）》及其摘要所引

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

用本补充法律意见书的内容已经本所律师审核确认。

发行人本次发行并上市尚待中国证监会核准。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

第二部分 关于第一次书面反馈回复的更新

一、《反馈意见》规范性问题 1：请保荐机构、发行人律师补充说明：（1）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。（2）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。（3）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。（4）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。（5）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

反馈回复：

（一）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案资料，确认其 2015 年 5 月及其后历次股权转让与增资情况；

2. 核查发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的相关协议、内部决议文件，股权转让的转账凭证、增资的验资报告；

3. 核查发行人及股权转让方出具的说明，确认 2015 年 5 月及其后历次股权转让及增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性；

4. 对发行人股东就入股发行人的背景、原因等进行访谈；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5. 查阅发行人股东就股权转让事宜出具的相关确认函。

核查内容：

1. 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性

根据发行人的工商登记档案资料并经核查，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据如下：

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
2015.05	股权转让	王玉	徐晴	30 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	对徐晴实施激励
2015.05	股权转让	王玉	发光体	97.7 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	股东间协商调整股权结构
		王文慧		19 万元			
		姜立涛		43.3 万元			
2015.05	增资至 1,250 万元	-	朗姿股份	250 万元	44 元/元出资	按照原股东承诺的公司 2015 年度最低净利润 3500 万元的 15.71 倍，即 5.5 亿元作为投后估值确定	根据经营发展需要引进外部投资者
	股权转让	王玉	晨晖盛景	62.5 万元			
2015.07	整体变更股份公司	-	原股东	增至 7,500 万元	-	-	-
2017.02	股份转让	姜立涛	横琴业显	75 万股	8 元/股	按若羽臣 6 亿元估值	姜立涛个人有资金需求

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
						确定	
2017.03	增资至8,333.3332万元	-	晨晖盛景	208.3333万股	9.6元/股	综合参考公司所处行业、成长性、市盈率、经营管理团队、发展规划等因素按若羽臣投后估值8亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
			厚钰凯盛	208.3333万股			
			金英顺	260.4166万股			
			晏小平	156.2500万股			
2018.10	增资至9126.9840万元	-	晨晖朗姿	238.0952万股	12.60元/股	按若羽臣投后估值11.5亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
		-	中小企业基金	158.7302万股			
		-	十月吴巽	79.3651万股			
		-	十月众领	79.3651万股			
		-	前海投资基金	238.0952万股			
	转让	王玉	晨晖朗姿	79.3651万股			
			十月吴巽	39.6825万股			
			创钰铭晨	119.0476万股			

根据本所律师对发行人及相关股东的访谈，上表历次股权转让、增资之间的定价差异系交易相关方根据交易的目的、若羽臣经营发展所处的时期、成长性、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

业绩情况、规范情况等因素协商确定，定价差异具有商业合理性，具体如下：

(1)2015 年 5 月，公司实际控制人王玉按照原始出资价向公司核心管理人员徐晴转让出资，主要系为对徐晴实施股权激励，考虑到徐晴在公司成立初期即加入了公司，担任公司商务拓展团队的负责人，为公司发展做出了突出贡献，公司实际控制人按照原始出资定价向徐晴转让出资；

(2)2015 年 5 月，公司当时的股东王玉、王文慧、姜立涛与发光体之间的股权转让，主要是现有股东之间调整股权结构，调整持股方式，实质不涉及引入外部投资者，因此各方按照原始出资额进行转让。

(3)2015 年 5 月，公司通过增资和股权转让的方式引入外部投资者朗姿股份和晨晖盛景，此次股权变动定价是公司及其原股东与外部投资者结合公司发展所处的时期、规范情况、成长性等因素，根据公司原股东承诺的公司 2015 年度最低净利润 3,500 万元的 15.71 倍作为公司投后的整体估值确定。

(4)2017 年 2 月，姜立涛与横琴业显之间的股权转让系按公司 6 亿元估值确定，经测算系公司 2016 年度归属于母公司股东所有的扣除非经常性损益后的净利润的 23 倍。

(5)2017 年 3 月，公司向晨晖盛景、厚钰凯盛、金英顺、晏小平定向发行股份系相关方综合参考公司所处行业、成长性、市盈率、经营管理团队、发展规划等因素确定本次增资的价格。

(6)2018 年 10 月，公司通过增资和股权转让的方式引进晨晖朗姿、中小企业基金、十月吴巽、十月众领等外部投资者，系各方根据公司 2017 年度的业绩情况、成长性、发展规划等因素，确定按若羽臣投后估值 11.5 亿元确定本次股权变动价格，经测算该估值系若羽臣 2017 年度归属于母公司股东所有的扣除非经常性损益后的净利润的 23.21 倍。

综上，本所律师认为，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异是交易相关方根据交易目的、若羽

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

臣经营发展所处的时间、业绩情况、规范情况等因素协商确定，具有商业合理性。

2. 前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议

根据《公司法》及《公司登记管理条例》规定，股份公司的股东不是法定工商登记事项，股东转让股份有限公司股份未明确要求经股东大会审议及办理工商登记，且《公司章程》亦未规定转让股份需经股东大会审议，据此，2017 年 2 月及 2018 年 10 月发生的股份转让无需公司股东大会审议批准及办理工商变更登记。若羽臣前述其他股权变动均已经按照《公司法》及《公司章程》的规定，履行了内部审议程序，并已办理完毕工商变更登记手续。经核查，上表历次股权变动程序合法合规。

根据本所律师对转让股东访谈所得信息，及发行人股东出具的确认函，上述历次股权变动所涉及的转让款及/或增资认购款均已经支付完毕，不存在纠纷。

（二）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 获取姜立涛于 2017 年 2 月通过协议转让方式向横琴业显转让股份的交易截图；

2. 通过全国中小企业股份转让系统（以下简称“股转系统”）信息披露平台查阅发行人终止挂牌所发布的所有公告；

3. 核查发行人关于终止在股转系统挂牌事宜召开第一届董事会第十八次会议决议文件、第一届监事会第十次会议决议文件、2017 年第五次临时股东大会决议文件。

核查内容：

经核查，发行人股票于 2015 年 12 月 2 日起在股转系统公开挂牌转让，证券代码为 834647，证券简称为若羽臣，转让方式为协议转让；发行人股票于 2017

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年 10 月 13 日起终止在股转系统挂牌。发行人股票在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动。

1. 发行人在股转系统挂牌的基本情况

发行人于 2015 年 9 月向全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“股转公司”）提交了挂牌申请，并于 2015 年 11 月 20 日取得股转公司核发的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2015]7738 号），公司股票于 2015 年 12 月 2 日起在股转系统挂牌公开转让，证券代码为 834647，证券简称为若羽臣，转让方式为协议转让。公司股票挂牌时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	3,402,000	4.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

2. 发行人在股转系统挂牌期间股份变动的基本情况

经核查，发行人在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动，具体如下：

(1) 股份协议转让

2017 年 2 月 20 日，横琴业显通过股转系统以协议转让的方式受让姜立涛持有发行人的 750,000 股股票，受让价格为 8 元/股。

根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的《证券持有人名册》，上述股份转让完成后，公司的股权结构如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	2,652,000	3.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
8	横琴业显	750,000	1.00%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

(2) 增资

发行人于 2017 年 1 月 25 日召开 2017 年第一次临时股东大会，审议通过《股票发行方案》，拟定向发行股份 8,333,332 股，每股面值 1 元，每股发行价格为 9.60 元，分别由晨晖盛景认购 2,083,333 股，厚钰凯盛认购 2,083,333 股，金英顺认购 2,604,166 股，晏小平认购 1,562,500 股，认购方式均为货币，募集资金总额为 8,000 万元。

上述增资已经天健于 2019 年 5 月 25 日出具的“天健验[2019]7-40 号”《验资报告》审验，经审验，截至 2017 年 2 月 3 日，发行人已收到本次定向发行对象缴付的资金共计 8,000 万元，其中 833.3332 万元计入新增注册资本，其余计入资本公积—股本溢价。

2017 年 3 月 21 日，若羽臣股份办理完毕上述增资的工商变更登记。

上述增资完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	43.91%
2	朗姿股份	15,000,000	18.00%
3	发光体	9,600,000	11.52%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
4	晨晖盛景	5,833,333	7.00%
5	王文慧	4,860,000	5.83%
6	姜立涛	2,652,000	3.18%
7	金英顺	2,604,166	3.12%
8	厚钰凯盛	2,083,333	2.50%
9	徐晴	1,800,000	2.16%
10	晏小平	1,562,500	1.88%
11	横琴业显	750,000	0.90%
合计		**83,333,332**	**100.00%**

3. 发行人在股转系统终止挂牌的基本情况

发行人分别于 2017 年 8 月 29 日、2017 年 9 月 14 日召开第一届董事会第十八次会议及 2017 年第五次临时股东大会，审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》，公司全体董事、股东一致同意向股转公司申请终止挂牌。发行人于 2017 年 9 月 25 日向股转公司递交《广州若羽臣科技股份有限公司关于公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的申请》及相关文件，并取得股转公司出具的受理通知书（编号：172828）。

2017 年 10 月 12 日，发行人收到股转公司出具的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2017]5904 号），股转公司同意发行人股票自 2017 年 10 月 13 日起终止在股转系统挂牌。

（三）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 登录“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等网站查询发行人直接、间接股东信息；

2. 向发行人直接、间接股东发送询问函，并核查直接、间接股东反馈回复的确认函；

3. 核查发行人实际控制人与董监高出具的相关确认函；

4. 核查本次发行中介机构出具的相关确认函；

5. 核查发行人出具的相关确认函。

核查内容：

1. 本所律师根据所搜集到的发行人直接、间接股东信息，向具有联系方式的直接、间接股东逐一发送询证函，就发行人股东与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否具有亲属关系、关联关系等事项进行核查。经核查前述回函并经网络核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人直接、间接股东与发行人及其实际控制人、董监高具有如下关联关系：

(1) 发行人直接股东王玉、王文慧系发行人的实际控制人及董事，其中王玉同时系发行人的高级管理人员；

(2) 发行人的直接股东徐晴系发行人的董事兼高级管理人员；

(3) 发行人的直接股东朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景系发行人持股 5%以上的机构股东，属于发行人的关联方，发行人的直接股东天津若羽臣系由王玉、王文慧共同设立的有限合伙企业；

(4) 发行人的间接股东申东日持有发行人 5%以上的股份，系发行人的关联方；

(5) 发行人直接股东晏小平分别持有发行人直接股东晨晖朗姿、晨晖盛景的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

普通合伙人及执行事务合伙人 90%、99%的出资，若合并计算晨晖朗姿、晨晖盛景和晏小平持有的股份，则晏小平合计控制发行人 5%以上有表决权的股份；

(6) 发行人直接股东厚钰凯盛的有限合伙人之一为广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙），王文慧持有广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）2.12%的财产份额；

(7) 发行人直接股东朗姿股份的董事会秘书兼副总经理王建优同时系发行人的董事。

除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东确认与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

2. 经查阅发行人实际控制人与董监高出具的确认函，并经访谈核查，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人实际控制人、董监高不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

3. 经核查本次发行各中介机构出具的确认函，该等中介机构均确认，发行人直接、间接股东与该中介机构及其负责人、本次发行上市的签字人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

4. 经查阅发行人出具的确认函并经网络核查，发行人确认，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人不存在其他关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

经核查，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

（四）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案，申报前一年内的内部决议、公司章程；

2. 核查申报前一年新增合伙企业股东的营业执照、合伙协议；

3. 查阅申报前一年新增合伙企业股东出具的说明。

核查内容：

经核查，发行人于本次申报日 2019 年 6 月 17 日前一年，新增合伙企业股东共有 6 名，分别为晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领。各合伙企业股东的合伙人及出资额、出资比例情况如下：

1. 晨晖朗姿

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，晨晖朗姿的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波晨晖创新投资管理有限公司	387.78	1.00%	普通合伙人
2	朗姿股份有限公司	5,500.00	14.18%	有限合伙人
3	江苏中韩盐城产业园投资有限公司	5,000.00	12.89%	有限合伙人
4	宁波梅山保税港区博进投资中心（有限合伙）	1,000.00	2.58%	有限合伙人
5	伊廷雷	2,000.00	5.16%	有限合伙人
6	问泽鸿	1,000.00	2.58%	有限合伙人
7	厦门瑞极投资有限公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
8	庞村	1,000.00	2.58%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
9	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	1,500.00	3.87%	有限合伙人
10	王智敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
11	深圳市盘古陆拾号股权投资中心（有限合伙）	790.00	2.04%	有限合伙人
12	深圳小辣椒科技有限责任公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
13	李旭	1,000.00	2.58%	有限合伙人
14	刘中敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
15	宁波梅山保税港区鸿文投资管理合伙企业（有限合伙）	4,500.00	11.60%	有限合伙人
16	苏秋湘	1,100.00	2.84%	有限合伙人
17	陈永洲	500.00	1.29%	有限合伙人
18	宁波梅山保税港区磐阳股权投资合伙企业（有限合伙）	6,500.00	16.76%	有限合伙人
19	江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司	3,000.00	7.74%	有限合伙人
合 计		**38,777.78**	**100.00%**	-

2. 前海投资基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，前海投资基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	前海方舟资产管理有限公司	30,000.00	1.0526%	普通合伙人
2	君康人寿保险股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
3	上海行普企业管理合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
4	济南峰靖商贸有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
5	珠海横琴富华金盛投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
6	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
7	广东万和新电气股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
8	珠海横琴富华金灿投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
9	中国人保资产管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
10	深圳市汇通金控基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
11	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
12	深圳市引导基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
13	新华人寿保险股份有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
14	厦门金圆投资集团有限公司	60,000.00	2.1053%	有限合伙人
15	李永魁	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
16	北京首都科技发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
17	深圳凯利程投资咨询有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
18	深圳市安林珊资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
19	深圳太太药业有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
20	厦门市三硕资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
21	新兴发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
22	永诚财产保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
23	北银丰业资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
24	中国电信集团公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
25	深圳市中科创资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
26	新余市晟创投资管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
27	深圳市文燊威投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
28	国信弘盛创业投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
29	深圳市福田引导基金投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
30	太平人寿保险有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
31	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
32	渤海人寿保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
33	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
34	徐州金沣股权投资合伙企业(有限合伙)	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
35	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
36	深圳市创新投资集团有限公司	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
37	陈韵竹	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
38	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
39	建信人寿保险股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
40	光大永明资产管理股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
41	唐山致行商贸有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
42	郑焕坚	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
43	郭德英	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
44	盘李琦	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
45	深圳市中孚泰文化集团有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
46	横店集团控股有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
47	喀什唐商股权投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
48	深圳市广顺昌投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
合 计		**2,850,000.00**	**100.00%**	-

3. 中小企业基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，中小企业发展基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	深圳国中创业投资管理有限公司	6,000.00	1.00%	普通合伙人
2	中华人民共和国财政部	150,000.00	25.00%	有限合伙人
3	深圳市中小企业服务署	149,900.00	24.98%	有限合伙人
4	特华投资控股有限公司	80,000.00	13.33%	有限合伙人
5	深圳市创新投资集团有限公司	60,000.00	10.00%	有限合伙人
6	深圳市泓鑫投资合伙企业（有限合伙）	60,000.00	10.00%	有限合伙人
7	深圳市华晖集团有限公司	40,000.00	6.67%	有限合伙人
8	深圳市融浩达投资有限公司	30,100.00	5.02%	有限合伙人
9	华安财产保险股份有限公司	24,000.00	4.00%	有限合伙人
合 计		**600,000.00**	**100.00%**	-

4. 十月吴巽

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月吴巽的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	300.00	0.88%	普通合伙人
2	姜煜峰	10,800.00	31.67%	有限合伙人
3	东吴创新资本管理有限责任公司	9,900.00	29.03%	有限合伙人
4	华芳创业投资有限公司	5,000.00	14.66%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5	刘胜昔	4,000.00	11.73%	有限合伙人
6	李华贞	2,000.00	5.87%	有限合伙人
7	崔岭	1,100.00	3.23%	有限合伙人
8	龚寒汀	1,000.00	2.93%	有限合伙人
合 计		**34,100.00**	**100.00%**	-

5. 创钰铭晨

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，创钰铭晨的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	广州创钰投资管理有限公司	225.25	1.00%	普通合伙人
2	广州创钰铭旭股权投资基金企业（有限合伙）	8,200.00	36.40%	有限合伙人
3	叙永壹期金舵股权投资基金合伙企业（有限合伙）	7,000.00	31.08%	有限合伙人
4	广州市中小企业发展基金有限公司	4,000.00	17.76%	有限合伙人
5	广州南沙产业投资基金管理有限公司	2,500.00	11.10%	有限合伙人
6	张武	600.00	2.66%	有限合伙人
合 计		**22,525.25**	**100.00%**	-

6. 十月众领

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月众领的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	400.00	2.00%	普通合伙人
2	徐辉	11,760.00	58.80%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3	周奕晓	7,840.00	39.20%	有限合伙人
合 计		**20,000.00**	**100.00%**	-

（五）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人直接股东的身份证明文件、营业执照、合伙协议、章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”检索发行人直接股东的基本情况；

3. 登录“中国证券投资基金业协会”查询基金类股东的备案信息；

4. 核查发行人直接股东出具的相关确认函。

核查内容：

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人共有直接股东 17 名，其中 6 名自然人股东，11 名机构股东。机构股东分别为：朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景、晨晖朗姿、前海投资基金、厚钰凯盛、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领、横琴业显。

经核查各机构股东的营业执照、章程/合伙协议，并经登录“国家企业信用信息公示系统”、“中国证券投资基金业协会”等网站核查，发行人机构股东中，朗姿股份（002612）为上市公司；天津若羽臣为王玉和王文慧共同设立的有限合伙企业；横琴业显为艾蕾和叶飞共同设立的有限合伙企业。天津若羽臣和横琴业显均不存在向其他人募集资金的情况，亦不存在委托基金管理人进行管理或受托管理其他基金的情形，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》和《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募基金或私募基金管理人。发行人其他机构股东晨晖盛景、厚钰凯盛、晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领均为有限合伙形式的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

私募股权投资基金，且均已按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定，在中国证券投资基金业协会办理完毕备案手续，具体如下：

1. 晨晖盛景

经核查，晨晖盛景已于 2015 年 7 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 S38317，其基金管理人北京晨晖创新投资管理有限公司已于 2015 年 5 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1012701。

2. 厚钰凯盛

经核查，厚钰凯盛已于 2017 年 2 月 15 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR8929，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

3. 晨晖朗姿

经核查，晨晖朗姿已于 2017 年 5 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR5448，其基金管理人宁波晨晖创新投资管理有限公司已于 2017 年 3 月 31 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1062121。

4. 前海投资基金

经核查，前海投资基金已于 2016 年 4 月 27 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SE8205，其基金管理人前海方舟资产管理有限公司已于 2016 年 1 月 21 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1030546。

5. 中小企业基金

经核查，中小企业基金已于 2017 年 2 月 20 日在中国证券投资基金业协会私

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR2284，其基金管理人深圳国中创业投资管理有限公司已于 2016 年 10 月 26 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1060025。

6. 十月吴巽

经核查，十月吴巽已于 2018 年 1 月 11 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCC708，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

7. 创钰铭晨

经核查，创钰铭晨已于 2018 年 3 月 1 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCH662，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

8. 十月众领

经核查，十月众领已于 2018 年 10 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SEF081，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

根据发行人直接股东出具的确认函，发行人股东均确认其不属于契约型基金、信托计划、资产管理计划。

据此，本所律师认为，发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

核查结论：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为：（1）发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异具有商业合理性；前述股权变动程序合规，不存在纠纷；（2）截至本补充法律意见书出具之日，除本补充法律意见书已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；（3）发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

二、《反馈意见》规范性问题 2：请保荐机构、发行人律师补充说明公司实际控制人近亲属对外投资的企业情况，包括从事的实际业务、主要产品、基本财务状况、股权结构，以及实际控制人及其背景情况等；补充披露发行人与前述企业报告期内的交易情况、决策程序是否合规及定价是否公允。与前述企业之间存在相同、相似业务的，应说明并披露该等情形是否构成同业竞争或潜在同业竞争；存在上下游业务的，应对该事项对公司独立性的影响程度发表意见。

（一）请保荐机构、发行人律师补充说明公司实际控制人近亲属对外投资的企业情况，包括从事的实际业务、主要产品、基本财务状况、股权结构，以及实际控制人及其背景情况等

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅我国的相关规定，明确近亲属的范围；

2. 查阅发行人实际控制近亲属人出具的《近亲属调查问卷》，确定实际控制人近亲属对外投资的企业；

3. 查阅实际控制人近亲属对外投资企业的《营业执照》和公司章程/合伙协议；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 查阅实际控制人近亲属对外投资企业的财务报表及相关说明；

5. 查阅发行人出具的相关说明；

6. 登陆“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”查询实际控制人近亲属对外投资企业的基本情况；

7. 查阅发行人实际控制人近亲属对外投资企业填写的调查问卷及出具的确认函。

核查内容：

根据最高人民法院《关于贯彻执行＜中华人民共和国民法通则＞若干问题的意见（试行）＝及中国证券监督管理委员会发布的《首发业务若干问题解答（一）》关于“近亲属”范围的规定，并结合《深圳证券交易所股票上市规则》中“关系密切的家庭成员”的范围，为谨慎核查，本所律师合并前述规定中关于“近亲属”及“关系密切的家庭成员”的范围，对发行人实际控制人近亲属的核查范围包括：实际控制人的配偶、父母及配偶的父母、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、祖父母、外祖父母、孙子女、外孙子女。

经核查，发行人实际控制人为王玉、王文慧夫妇，其近亲属为汤春连（王玉母亲）、王抗战（王玉父亲）、王庆红（王文慧父亲）、龙月红（王文慧母亲）。

经核查，报告期内，发行人实际控制人近亲属对外投资的企业有 1 家，即王玉母亲汤春莲投资的企业福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙），具体情况如下：

企业名称	福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）
企业类型	有限合伙企业
统一社会信用代码	91350200MA2Y7TJU57
成立时间	2017.05.09
执行事务合伙人	赵子麦

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

实际控制人	赵子麦
经营范围	对第一产业、第二产业、第三产业的投资（法律、法规另有规定除外）；国际货运代理；其他家具制造；投资管理（法律、法规另有规定除外）；投资咨询（法律、法规另有规定除外）；投资管理咨询（法律、法规另有规定除外）；受托管理股权投资，提供相关咨询服务；资产管理
主营业务	投资、投资咨询
经营期限	2017.05.09 至 2047.05.08
出资结构	赵子麦持有 69.22%财产份额；高菲持有 12.50%财产份额；曹舒旻持有 8.53%财产份额；汤春莲持有 7.50%财产份额；干欣持有 2.25%财产份额

福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）最近一年及一期的基本财务状况如下：

单位：万元

项目	**2019 年 6 月 30 日**	**2018 年 12 月 31 日**
总资产	280.00	80.08
总负债	280.30	80.30
净资产	-0.30	-0.22
项目	**2019 年 1-9 月**	**2018 年度**
营业收入	0.00	0.00
营业利润	-0.09	-0.09
净利润	-0.09	-0.09

注：上表数据未经审计。

（二）补充披露发行人与前述企业报告期内的交易情况、决策程序是否合规及定价是否公允

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人报告期各期的的银行流水、交易明细；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷；

3. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函；

4. 查阅发行人出具的确认函。

核查内容：

经查阅发行人报告期各期的银行流水、交易明细，并经查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷及出具的确认函，报告期内，发行人与福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）之间不存在交易。

（三）与前述企业之间存在相同、相似业务的，应说明并披露该等情形是否构成同业竞争或潜在同业竞争；存在上下游业务的，应对该事项对公司独立性的影响程度发表意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）的合伙协议及财务报表；

2. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）填写的调查问卷；

3. 查阅福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）出具的确认函。

核查内容：

经核查，福建自贸试验区厦门片区有钱花投资合伙企业（有限合伙）的主营业务为投资、投资咨询业务，与发行人之间不存在相同、相似业务，亦不存在上

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

下游业务，与发行人之间不存在同业竞争。

核查结论：

经核查，本所律师认为，发行人实际控制人近亲属对外投资的企业与发行人之间不存在交易，该等企业与发行人之间不存在形同、相似业务，亦不存在上下游业务，与发行人之间不存在同业竞争。

三、《反馈意见》信息披露问题 1：请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性，并对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见。

（一）请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查上海发网、广州发网的营业执照、公司章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”查询上海发网、广州发网的基本工商信息；

3. 访谈发行人相关人员，了解发行人采购仓储物流服务的背景、原因；

4. 发行人出具的选择仓储物流服务机构的相关说明；

5. 核查发行人采购仓储物流服务项目的招标、投标文件；

6. 核查发行人与上海发网、广州发网签订的业务合同；

7. 查阅发行人为本次公开发行并上市聘请的审计机构出具的《审计报告》；

8. 核查发行人相关内部决议文件；

9. 核查发行人独立董事出具的独立意见。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 报告期内发行人与上海发网之间的交易情况

经核查，报告期内发行人与上海发网之间的交易情况如下：

单位：万元

企业名称	交易内容	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
上海发网	采购仓储物流服务	1,177.50	2,159.32	1,860.80	-

注：上述交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交易总额。

2. 发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

经核查，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价具有公允性，具体说明如下：

(1) 发行人通过公开程序遴选上海发网为仓储物流服务供应商

经核查，发行人采取公开招标、标书评审等公开程序遴选供应链仓储物流供应商。根据发行人提供的其遴选仓储物流服务商的招标文件，发行人通过资质能力、技术能力、成本执行能力三大方面考核竞标供应链仓储物流服务商的服务能力，从十余家竞标供应链仓储物流服务商中选拔出第一轮入围供应商（上海发网、深圳科捷物流有限公司、锐太信息科技（东莞）有限公司、百世物流科技（中国）有限公司、汇泽供应链（苏州）有限公司、上海申通易物流有限公司、心怡科技股份有限公司），并通过标书复审、实地考察和商业谈判最终确定上海发网为中标仓储物流服务商。2017 年 5 月，发行人与上海发网签署《物流仓储外包合同》，合同到期后，2019 年发行人与广州发网续签了合同（2018 年 5 月，上海发网将其在《物流仓储外包合同》中的权利义务概括转移至其子公司广州发网）。

(2) 发行人与上海发网之间的交易定价方式公允

根据发行人的说明及本所律师对发行人负责采购仓储物流的相关人员的访谈，发行人经审核各竞标供应商的报价、资质等综合条件，确定上海发网为适格供应链仓储物流服务供应商，并与之按招投标文件的规定协商确定最终交易价格，签署业务合同。发行人与上海发网就仓储物流服务的定价系发行人根据自身历史物流仓储支出数据，并参考同行业其他仓储物流服务商的市场价格，与上海

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发网协商确定，交易定价公允合理，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

经核查，各竞标主体的报价包括运输服务费、订单处理费、仓库租金、增值服务费等方面，其中运输服务费是主要组成部分，报告期内，上海发网向发行人收取运输服务费的价格与同期其他竞标主体的报价相比，不存在重大差异：

①首次签约时运输服务费基础报价

投标供应商	一区	二区	三区	四区	五区
上海发网	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg
东方海外物流（中国）有限公司广州分公司	首重 5.00 元，续重 1 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50-17.00 元，续重 3.00-13.00 元/kg
深圳市华夏龙供应链管理有限公司	首重 3.90 元-5.70 元，续重 1.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-6.00 元，续重 8.00 元/kg
上海酷武供应链管理股份有限公司	首重 3.80 元-7.00 元，续重 1.00 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 2.80 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 3.50 元/kg	首重 3.80 元-9.00 元，续重 4.50 元/kg	首重 4.00 元-15.00 元，续重 6.00 元-8.00 元/kg
广东锐捷物流有限公司	首重 4.70 元-5.90 元，续重 1.05 元/kg	首重 5.10 元-5.90 元，续重 1.15 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.25 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.35 元/kg	首重 5.35 元-6.50 元，续重 1.50 元/kg

注 1：.以上报价系以广州为始发地；

注 2：一区指广东；二区指广西、江西、福建、江苏、上海、浙江、安徽、湖北、湖南；三区指北京、河南、天津、贵州、海南、重庆、山东、四川、云南、河北、陕西、陕西；四区指黑龙江、吉林、辽宁；五区指内蒙古、宁夏、青海、甘肃、新疆、西藏；

注 3：快递配送费的区间范围是指各区的地域价格和快递的重量递进价格。

②续签时运输服务费基础报价

投标供应商	目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商	目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
广州发网（始发地广州）	广东	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 1 元/KG
	广西、福建、江西、湖南、海南、湖北	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 2.4 元/KG
	贵州、安徽、上海、江苏、浙江、重庆、四川、云南、河南、北京、天津、辽宁、陕西、河北、陕西、山东、吉林	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 3.4 元/KG
	甘肃、宁夏、青海、内蒙古、黑龙江	8 元	8 元	8 元	首重 8 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	12 元	12 元	12 元	首重 12 元/KG，续重 11 元/KG
上海申通易物流有限公司（始发地昆山）	上海、江苏、浙江、安徽	3.7 元	3.7 元	3.7 元	首重 3.7 元，续重 0.8 元/KG
	北京、天津、山东、江西、河北、河北、河南、湖南、湖北、广东、福建	4.5 元	4.5 元	4.5 元	首重 4.5 元/KG，续重 2 元/KG
	陕西、山西、云南、贵州、四川、重庆、广西、海南、辽宁、吉林、	4.7 元	4.7 元	4.7 元	首重 4.7 元/KG，续重 3.4 元/KG
	黑龙江、青海、宁夏、甘肃、内蒙古	-	-	-	首重 9 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	-	-	-	首重 12 元/KG 续重 12 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
深圳科捷物流有限公司	广州始发	广东	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	
		广西、上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖南、湖北、福建、海南、河南、四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西	4.2	4.6	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.2 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	6 元	8 元	>2KG 部分，首重 8 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
	无锡始发	广东、广西、江西、湖南湖北福建海南河南	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.2 元/KG	
		上海、江苏、浙江、安徽	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	
		四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.6 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 6.2 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
汇泽	苏	江苏、浙江、安徽、上	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 4.6 元/KG，续

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
供应链（苏州）有限公司	州始发	海				重 1.1 元/KG
		山东、广东、福建、江西、陕西、天津、河南、河北、湖北、湖南、海南、云南、贵州、广西、四川、重庆、吉林、辽宁、黑龙江、陕西	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 7.5 元/KG，续重 1.1 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.6 元	17.6 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
	广州始发	广东、福建、江西、湖南、广西	4.5 元	4.9 元	5.4 元	首重 4.8 元/KG，续重 1.2 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.8 元	17.8 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
锐太信息科技（东莞）有限公司（广州始发）		广东	3.7 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 1.5 元/KG
		广西、海南、福建	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2 元/KG
		湖南、江西、江苏、浙江、安徽、湖北、天津、河北、河南、山东、	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		上海	4.5 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
		北京	4.7 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		山西、重庆、四川、云南、贵州、黑龙江、吉林、辽宁、	4 元	4.5	4.8 元	首重 5.5 元/KG，续重 3 元/KG
		陕西	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 6 元/KG，续重 3 元/KG
		甘肃、内蒙、宁夏、青海	4.5 元	4.5 元	4.8 元	首重 7.5 元/KG，续重 3.8 元/KG
		新疆、西藏	16 元	26 元	36 元	首重 16 元/KG，续重 10 元/KG
百世物流科技（中国）有限公司	嘉兴始发	浙江省内	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元 KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 1 元/KG
		浙江省外	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元/KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 2.5 元/KG
	佛山始发	广东省内	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 1 元/KG
		广东省外	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 2.5 元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
						/KG
心怡科技股份有限公司	嘉兴始发	浙江省内	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG：11.2 元 5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 0.8 元 /KG
		浙江省外	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG：11.2 元 5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 2.7 元 /KG
	清远始发	广东省内	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 1 元 /KG
		广东省外	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 2.2 元 /KG

(3) 发行人与上海发网之间的关联交易已经发行人有权机构审议

经核查，报告期内，发行人与上海发网（包括广州发网，下同）首次签约时的关联交易业经发行人第一届董事会第十三次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过，独立董事亦发表独立意见，认为本次交易定价公允。发行人与上海发网于 2019 年上半年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

(4) 经核查，发行人股东晨晖盛景以财务投资者的身份持有发行人 6.39%的股份，持有上海发网 5.88%的股权，晨晖朗姿持有发行人 3.48%的股份，持有上

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

海发网 0.92%的股权。晨晖盛景与晨晖朗姿均为专业从事股权投资的私募基金，未实际参与发行人和上海发网的日常经营工作。上海发网董事会共 11 名董事，晨晖盛景有权委派 1 名，晨晖盛景对上海发网签署日常业务合同的经营决策不会施加重大影响。

综上，本所律师认为，发行人与上海发网之间的交易定价公允。

（二）对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内的董事会、股东大会决议文件；

2. 核查发行人独立董事出具的独立意见；

3. 核查发行人的《公司章程》、《关联交易制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等制度文件；

4. 查阅《审计报告》所载的关联交易信息；

5. 查阅报告期内的关联交易合同。

核查内容：

1. 报告期内的关联交易情况

根据发行人提供的资料及《审计报告》并经本所律师核查，发行人报告期内发生的各项关联交易情况如下：

(1) 采购商品和接受劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
上海发网	采购仓储物流服务	1,177.50	2,159.32	1,860.80	-
上海玲肤	采购面膜	146.90	-	-	-

注：发行人与上海发网的交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

易总额。

经核查，发行人于 2019 年 9 月期间向上海玲肤采购货品的金额为 146.90 万元（2016 年度、2017 年度、2018 年度及 2019 年 1-8 月发行人与上海玲肤之间未发生交易）。发行人向上海玲肤采购的货品的原因系因为平台临时下单，发行人从韩国采购所需的时间不能满足平台的货品需求，因此从上海玲肤采购，采购的金额较小。经对比发行人向非关联方 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的价格，发行人向上海玲肤采购该类产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合人民币 44.250 元/盒）相当，因此，上述关联交易定价公允。

(2) 销售商品和提供劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
阿咖邦贸易	提供线上代运营服务	-	-	-	89.24
上海翊烨	提供品牌策划服务	-	0.99	-	-
罗志青	销售商品	-	0.16	0.09	0.13
徐晴	销售商品	-	-	0.51	0.17
何治明	销售商品	-	-	0.13	-

经核查，公司高级管理人员罗志青、徐晴、何治明在报告期内曾以自有银行账户购买发行人对外销售的商品，该等购买均属其个人消费行为，金额较小，价格系线上店铺公开零售价。

(3) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	账面余额			
		2019.09.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应付账款	上海发网	328.42	861.78	893.71	-

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

合计		328.42	861.78	893.71	-
其他应付款	王玉	8.00	-	-	-
	姜立涛	8.00	-	-	-
	何治明	0.87	-	-	-
	罗志青	0.82	-	-	-
	徐晴	0.77	-	-	-
合计		18.46	-	-	-

经核查，发行人对王玉、姜立涛、何治明、罗志青、徐晴的其他应付款系发行人注册地所属政府机关给予发行人 2018 年度广州市总部企业奖励补贴中的中高级管理人员奖励和人才租房补贴以及广州市产业发展和创新人才补贴。

(4) 应收、预付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	账面余额			
		2019.09.30	2018.12.31	2017.12.31	2016.12.31
应收账款	阿咖邦贸易	-	-	-	2.32
预付账款	上海玲肤	115.25			
合计		115.25	-	-	2.32

(5) 关联担保

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
1	《质押合同》（编号：11160606）	440.00 万元	王玉：存单质押	招商银行广州淘金支行	若羽臣	《借款合同》（编号：11160606）
2	《质押合同》（编号：11160608）	380.00 万元	王玉：存单质押			《借款合同》（编号：11160608）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
3	《最高额不可撤销担保书》（编号：21160102）	2016 年至 2017 年 12 个月内发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21160102）
4	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）	2017 年 5 月 15 日至 2018 年 5 月 14 日期间发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21170510）
5	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）		王文慧			《授信协议》（编号：21170510）
6	《最高额保证合同》（编号：GBZ477560120170151）	2017 年 8 月 3 日至 2022 年 8 月 3 日期间发生的所有债权。最高额 1,500.00 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金贷款》（编号：GDK477560120170151）及补充协议（编号：GDK477560120170151-1）
7	《个人保证合同》（编号：BL20180604808GRBZ01）	2018 年 6 月 19 日至 2019 年 6 月 18 日期间，保理合同项下主债务人应支付的全部应收账款债权回购金额	王玉	上海品众商业保理有限公司	若羽臣	《国内保理合同》（编号：BL20180604808）
8	《个人保证合同》（编号：BL20180604808GRBZ02）		王文慧			

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
9	《最高额保证合同》编号：（ZB8221201700000056）	2017 年 10 月 23 日至 2018 年 2 月 6 日期间发生债权，最高额 3,334 万元	王玉、王文慧	上海浦发银行广州开发区支行	若羽臣	《融资额度协议》（编号：82212017280175）
10	《最高额保证合同》（编号：ZB8221201800000032、ZB8221201800000024）	2018 年 10 月 30 日至 2019 年 8 月 14 日发生的债权，最高额为 8,000 万元	王玉、王文慧、广州京旺			《融资额度协议》（编号：82212018280129）、《融资额度协议》（编号：82212017280175）
11	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-1）	2018 年 8 月 27 日至 2019 年 6 月 19 日期间发生的债权，最高额限 5,000 万元	王玉	招商银行广州分行	若羽臣	《授信协议》（编号：120511XY2018081401）
12	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-2）		王文慧			《授信协议》（编号：120511XY2018081401）
13	《最高额保证合同》（编号：GBZ477560120180136）	2018 年 8 月 14 日至 2023 年 8 月 14 日期间发生的债权，最高本金余额为 2,000 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金借款合同》（编号：GDK477560120180211）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
14	《保证合同》	授信期间发生的债权	王玉、王文慧、广州京旺	星展银行（中国）有限公司广州分行	若羽臣	《授信函》（P/8824/18）、《中国银行间市场金融衍生产品交易主协议》

(6) 关联借款

①报告期内，王玉委托中国民生银行股份有限公司广州分行向发行人发放贷款如下：

序号	合同名称	合同编号	借款期限	借款金额（万元）	年利率
1	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000125053 号	2016.09.09-2017.09.08	500.00	4.35%
2	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000136390 号	2016.09.28-2017.09.27	1,500.00	
3	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000146229 号	2016.10.21-2017.10.20	1,000.00	

注：上表中借款期限为合同约定期限，发行人已于 2017 年 2 月 10 日归还第 1 项借款，于 2017 年 2 月 27 日、2017 年 3 月 9 日归还第 2 项借款，于 2017 年 1 月 9 日归还第 3 项借款；同时，发行人分别于 2016 年度、2017 年度按照约定利率，向王玉支付利息 28.82 万元、18.91 万元。

②报告期内，发行人向上海翊烨拆出资金，具体如下：

2018 年 6 月，发行人经第一届董事会第二十五次会议决议审议，与上海翊烨签署《借款合同》，为上海翊烨提供 1,000 万元的借款，借款期限为 2018 年 6 月 11 日至 2018 年 7 月 11 日，利率为 9.8%。

2018 年 6 月，上海翊烨向发行人偿还完毕上述借款本金，并向发行人支付利息 12.19 万元。

③报告期内，发行人与天津若羽臣之间的资金拆借

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

关联方名称	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年	2016 年
拆入				
天津若羽臣	-	100.00	-	-
拆入偿还				
天津若羽臣	-	100.00	-	-
拆出				
天津若羽臣	-	70.02	-	0.20
拆出收回				
天津若羽臣	-	70.02	-	0.40

经核查，发行人与天津若羽臣之间的资金往来主要系由于天津若羽臣误将发行人支付的股东分红款退回给发行人和发行人向天津若羽臣拆借资金造成，资金占用期限较短，且已经发行人第二届董事会第三次会议审议确认，不存在损害发行人和股东权益的情形。

(7) 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年度	2017 年度	2016 年度
向董事、监事及高级管理人员支付薪酬	486.18	838.25	878.21	695.93

(8) 其他关联交易

经核查，2016 年度，姜立涛在担任发行人董事兼副总经理期间，以 0.6 万元购买了公司处置的电脑。相关价格系由双方基于电脑原来的购置成本及新旧程度协商确定。

经核查，2016 年度，发行人高级管理人员罗志青向公司偿还其代公司收取的员工备用金借支款 12.19 万元；发行人时任高级管理人员高元鑫向公司偿还其代公司收取的员工备用金借支款 1.03 万元。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 报告期内各项关联交易已履行的决策程序

经核查，发行人报告期内的各项关联交易已经第二届董事会第八次会议、2019 年第三次临时股东大会审议确认，确认报告期内的关联交易事项除发行人与天津若羽臣之间的资金往来外，均是发行人实际业务所需，遵循公开、公平、公正的原则，交易价格公允，不存在损害公司及其他股东合法权益的情况。发行人与上海发网于 2019 年 1-9 月的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

3. 独立董事就发行人报告期内的关联交易发表独立意见

经核查，发行人独立董事已就发行人报告期内的关联交易发表如下独立意见：“报告期内，公司部分高级管理人员在公司运营的线上店铺购买产品均是以自用为目的，价格与网上零售价格一致，不存在损害发行人和股东权益的情形；除此之外，公司在报告期内发生的关联采购、关联销售、接受股东提供的委托贷款、向董事、监事、高级管理人员支付薪酬均是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性；该等关联交易均履行了法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；该等交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内接受关联方提供的担保，未向关联方支付任何费用，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内与关联方发生资金拆借，公司与关联方均已全额归还拆借资金。关联方资金拆借未影响公司的正常生产经营活动。

报告期内，公司高级管理人员姜立涛购买公司处置的电脑系双方基于电脑原来的购置成本及新旧程度协商确定，定价公允；公司高级管理人员罗志青、高元鑫向公司偿还代公司收取的员工备用金所涉金额较小，不存在高级管理人员长期占用公司资金、损害公司利益的情形。

发行人与上海玲肤之间的交易是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性，该等交易履行了法律、法规及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。”

4. 发行人已建立合法有效的关联交易内控制度

经核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人已制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》等相关制度，对关联交易的决策程序作出详细规定，相关制度合法有效。

经核查，本所律师认为，报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

核查结论：

综上，本所律师认为，报告期内，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价公允；报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

四、《反馈意见》信息披露问题 2：招股说明书披露了报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业。请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况；已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

（一）请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 通过“国家企业信用信息公示系统”和“企查查”等线上企业信息查询系统核查报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的已注销企业的工商登记信息；

2. 查阅已注销企业的注销文件；

3. 查阅境外律师就已注销的境外企业发表的法律意见；

4. 查阅关于南昌博铭被工商主管部门吊销营业执照的个人责任说明文件；

5. 访谈发行人实际控制人就企业注销原因进行确认。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业及其注销的原因如下：

序号	企业名称	关联关系	注销原因
1	南昌博铭商贸有限公司	发行人控股股东王玉曾持有南昌博铭商贸有限公司 50%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理。南昌博铭商贸有限公司已于 2017 年 11 月 22 日注销	南昌博铭商贸有限公司注销前已经多年未实际开展业务，股东一致同意对其清理注销
2	上海喜育儿	发行人子公司杭州红时曾持股 49%，上海喜育儿已于 2018 年 1 月 24 日注销	因控股股东业务调整，上海喜育儿的股东协商一致注销该企业
3	北京金辉佳意科技有限公司	发行人曾控股的子公司，已于 2018 年 3 月 22 日注销	原计划开展京东 POP 业务，之后因业务调整，未实际开展该业务，因此与其他股东协商一致后注销该企业
4	广州流尚	曾系发行人子公司宁波宝莉的全资子公司，已于 2018 年 9 月 29 日注销	未实际开展业务，发行人对下属公司架构进行调整注销该企业
5	鸿迈国际	发行人曾持股 49%的企业，已于 2019 年 3 月 29 日注销	因控股股东业务调整，鸿迈国际股东协商一致后注销该企业
6	美国丽喜	曾系发行人的全资子公司，已于 2019 年 7 月 19 日注销	注销前主要从事天猫国际专营店业务，发行人因业务调整注销该企业

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	企业名称	关联关系	注销原因
7	深圳蓬蓬妈	曾系发行人的全资子公司，已于2019年6月18日注销	注销前主要从事线上代运营业务，发行人因业务调整注销该企业

根据工商、税务等主管机关出具的证明以及境外律师就上述已注销境外企业发表的法律意见，上述注销企业不存在因重大违法违规行为而注销的情况，其中，南昌博铭商贸有限公司（以下简称“南昌博铭”）在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款的情况，具体如下：

1. 南昌博铭注销前的基本情况

经核查，南昌博铭系王玉读大学期间，与万长茂共同创办的企业，南昌博铭成立时的基本情况如下：

名称	南昌博铭商贸有限公司
注册号	360111210000348
住所	江西省南昌市青山湖区上海路老支局34栋1单元503室
法定代表人	王玉
注册资本	3万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立日期	2007年08月22日
经营范围	国内贸易
股权结构	王玉持股50%，万长茂持股50%

南昌博铭自成立至注销，股权结构未发生过变更。

2017年11月22日，南昌市青山湖区市场和质量监督管理局出具《注销证明》，证明南昌博铭已依法定程序注销完毕。

2. 因长期未实际经营被列入经营异常名录且未及时报税被予以罚款

经登录“国家企业信用信息公示系统”查询，南昌博铭因未依照《企业信息公示暂行条例》第八条规定的期限公示年度报告，分别于2015年、2016年被南昌市青山湖区市场和质量监督管理局列入经营异常名录，并于2017年6月29

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

日被该局吊销营业执照。2017 年 9 月 18 日，南昌博铭因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局分别罚款 500 元和 2,000 元。

3. 王玉对上述处罚不负有个人责任，相关行为不构成重大违法违规

经核查，上述工商和税务行政处罚均是由于南昌博铭长期停止经营，未按规定及时报送年度报告、办理纳税申报所致。根据股东王玉及万长茂的说明，南昌博铭系王玉与万长茂在大学期间开办的企业，由于王玉大学毕业后离开江西到广州创业，经常居住地不在江西，遂将南昌博铭的经营管理权授予万长茂，由万长茂负责南昌博铭的日常运营事务，包括办理税务申报和年检等工作。之后由于南昌博铭长期未实际经营，万长茂疏忽，导致南昌博铭未及时报送年度报告被工商主管部门吊销营业执照，王玉对此不负有个人责任。

2019 年 12 月 25 日，广州市黄埔区市场监督管理局和广州开发区市场监督管理局出具《关于广州若羽臣科技股份有限公司法定代表人相关情况的函》，确认“王玉（身份证号码：360502198507220001X）系我局管辖区企业广州若羽臣科技股份有限公司的法定代表人。2019 年 12 月 25 日，经查询我局业务系统“国家黑名单查询”，未发现王玉存在黑名单记录”。据此，王玉不存在被列入黑名单的记录。

经本所律师搜集梳理，实践中亦存在曾担任因未按时报送年度报告被吊销营业执照的企业法定代表人，在三年内担任拟上市公司董事、高级管理人员并成功上市的案例，其中部分典型案例具体如下：

企业名称/证券代码	上市时间	具体情况及结论意见
通达电气（603390）	2019.11	**基本情况**：发行人的实际控制人之一、董事兼总经理邢映彪曾担任关联企业柏理通汽车的法定代表人，柏理通汽车因长期停止经营未参加年检被吊销营业执照，并于 2018 年 11 月注销。 **结论意见**：邢映彪对关联企业吊销不负有个人责任，不影响其担任发行人董事、高管的资格。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

菲林格尔（603226）	2017.06	**基本情况**：发行人实际控制人丁福如担任其控制的关联企业上海奉贤东辉企业客运有限公司、上海金山新发展房地产开发有限公司的法定代表人，该等关联企业均因无经营没有及时申报年检被吊销营业执照（发行人上市时，该等关联企业仍处于吊销状态）。 **结论意见**：丁福如对上述关联企业未及时申报年检不负有个人责任，其本人未曾受到相关主管机关的行政处罚或被列入工商系统黑名单，不影响丁福如担任发行人董事、高管的资格。
安记食品（603696）	2015.12	**基本情况**：发行人实际控制人林肖芳曾担任关联企业安镁特（中方）矿业有限公司的法定代表人，该企业因未及时参加年检于 2010 年被吊销营业执照，2011 年注销。 **结论意见**：林肖芳对上述关联企业吊销不负有个人责任，不影响其担任发行人董事、高管的资格。

鉴于南昌博铭被吊销营业执照及注销前分别被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局处以罚款 500 元和 2,000 元，均是由于长期停止经营，工作人员疏忽未及时报送年度报告及报税资料导致，处罚金额较小，因此，南昌博铭上述行为不构成重大违法违规。

（二）已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人转让上海翊烨 19%股权的转让协议及转让价款收取凭证；

2. 查阅发行人业务合同，以及发行人就其与上海翊烨交易情况出具的确认文件；

3. 查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系调查表；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员就与上海翊烨股权转让受让方俞小霞不存在关联关系或其他可能输送不当利益的确认文件。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人对外转让的其曾控制或有重大影响的企业为上海翊烨。

1. 转让原因及基本情况、转让对价及其公允性，与发行人主营业务的关系

(1) 转让原因及基本情况、与发行人主营业务的关系

上海翊烨成立于 2013 年 9 月 16 日，注册资本 100 万元，其 2017 年未经审计的净利润为 208.23 万元。2017 年 4 月，若羽臣对上海翊烨增资取得上海翊烨 19%的股权，且上海翊烨及其创始人承诺上海翊烨 2017 年至 2019 年净利润分别不低于 500 万元、1,000 万元和 2,000 万元。

2017 年上海翊烨未实现承诺的业绩，且存在不能实现 2018 年度承诺业绩的风险，未达到若羽臣投资的预期目标。因此，2018 年 12 月若羽臣与上海翊烨的控股股东俞小霞协商一致，由俞小霞回购发行人所持上海翊烨的全部股权。

(2) 转让对价及其公允性

2018 年 12 月 25 日，发行人与上海翊烨的控股股东俞小霞签署《股权转让协议》，将所持上海翊烨 19%的股权以 880 万元价格转让给俞小霞，以发行人对上海翊烨原投资额 760 万元为基准计算的年化投资回报率为 8.98%，高于同期人民币贷款基准利率，定价具有合理性和公允性。

2. 转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性

经核查发行人业务合同以及发行人出具的确认函，发行人转让上海翊烨股权后，未与上海翊烨之间发生交易。

3. 对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员提供的调查表及出具的确认，发行人对外转让上海翊烨股权的受让方为俞小霞，俞小霞与发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其近亲属之间不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业中，被注销的企业不存在因重大违法违规而注销的情况，其中，南昌博铭在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款；已对外转让企业的转让对价公允，转让后与发行人不存在交易，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

五、《反馈意见》信息披露问题 3：请保荐机构、发行人律师说明并披露：（1）报告期内，发行人及其子公司广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。（2）不能通过复审的具体财务影响。

（一）报告期内，发行人是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。发行人不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查发行人的知识产权证书及状态；

3. 查阅发行人申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅发行人的高新技术产品（服务）专项审计报告；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5. 查阅发行人的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅发行人提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅发行人《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅发行人取得的税务事项通知书；

9. 阅发行人出具的相关说明；

10. 登录“高新技术企业认定管理工作网”查询发行人取得高新技术企业认定情况。

核查内容：

1. 发行人获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定

发行人于 2016 年 11 月 30 日取得《高新技术企业证书》（编号：GR201644003002），有效期三年。

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）的相关规定，并经核查发行人申请高新技术企业认定时的基本情况，发行人 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	发行人成立于 2011 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	发行人通过自主研发取得 II 类知识产权（软件著作权）15 件，该等知识产权对其主要服务在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	发行人主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职	申请认定时，发行人上年度员工月平均人数为 281 人，科技人员 55 人，科技人员占比	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
工总数的比例不低于 10%	19.57%	
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2013、2014 和 2015 年度研究开发费用专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P439）及发行人出具的相关说明： 发行人 2013 年销售收入小于 5,000 万元，研发费用 249.18 万元，占销售收入比例大于 5%； 发行人 2014 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 580.33 万元，占销售收入比例高于 4%； 发行人 2015 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 748.68 万元，占销售收入比例高于 4%	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2015 年度高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P438 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2015 年高新技术产品（服务）收入为 15,152.48 万元。占经审计的企业 2015 年总收入的比例高于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：发行人申请高新技术企业认定时，已通过自主研发拥有 II 类知识产权（软件著作权）15 件； （2）科技成果转化能力：一共 15 项新技术应用已完成科技成果转化； （3）研究开发组织管理水平：发行人已成立研发中心，制定了《项目研发工作管理制度》、《研发资金管理办法》、《知识产权管理制度》等系列管理办法，明确了各项制度的功能，规范了企业研发立项、项目资金筹措、研发费用管理等运作流程，有效提高了研发效率。从组织论证、审批立项、过程管理和结题验收等方面，科学地指导研发人员进行项目立项验收。通过研发费用预算管理，从制度上提供了研发费用预算和资金来源保障，规定	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
	了公司研发项目经费的支出范围，确保研发费用的合理使用，保障了研发活动的顺利开展。 （4）企业成长性：销售收入增长率为 141.29%	
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，报告期内，发行人获得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

2. 发行人因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，发行人在高新技术企业资格的有效期内已按照相关规定在主管税务机关办理相关税务优惠备案手续。

据此，发行人于 2016 年 11 月取得高新技术企业资格，自 2016 年起三年内享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合上述规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，高新技企业资格到期后，将重新认定该企业的高新技术企业资格，因发行人现有高新技术企业资格于 2019 年 11 月 29 日到期，因此，发行人正在申请重新认定高新技术企业。

本所律师根据《高新技术企业认定管理办法》的规定，并结合公司提供的申

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

请材料及说明，就发行人目前是否继续符合高新技术企业认定条件核查如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	发行人目前情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	成立一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	目前，发行人新取得 40 件 II 类知识产权，其中软件著作权 30 件，外观设计专利 10 件，1 件 I 类知识产权（发明专利）	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	截至目前，科技人员上年度月平均人数为 65 人，占职工总数的比例不低于 10%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%）其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2016-2018 年高新技术企业认定研发费用专项审计报告》（德专审字[2019]1169 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2016 至 2018 年各期销售收入均高于 2 亿元，2016 年度研发费用 977.05 万元，2017 年度年研发费用 1,580.28 万元，2018 年度研发费用 2,213.11 万元，研发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 3%。该等研发费用均系在中国境内发生	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2018 年度高新技术企业认定技术（服务）收入专项审计报告》（德专审字[2019]1168 号）及发行人出具的相关说明： 2018 年发行人高新技术产品（服务）收入合计 57,945.29 万元，占比同期总收入的比例高于 60%	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	发行人目前情况	是否满足条件
企业创新能力评价应达到相应要求：要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	1.公司依靠科技创新，保持了持续发展的动力和实力。目前已开发了行业技术领先集平台运营、推广、仓储、客服等一体化的互联网整合营销管理服务。公司目前已取得的知识产权全部为企业竞争产品的核心支撑力量； 2.公司成立了内部研发中心，并执行了相关研发管理制度； 3.公司已实现科技成果转化 26 项； 4.近三年企业净资产增长率 62.57%，销售收入增长率 53.02%	满足
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

经本所律师登录高新技术企业认定管理工作网（http://www.innocom.gov.cn）查询，2019 年 12 月 2 日，全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室发布《关于公示广东省 2019 年第三批拟认定高新技术企业名单的通知》，将广东省 2019 年第三批 3307 家企业拟认定高新技术企业名称予以公示，公示期为 10 个工作日，若羽臣位于该名单中。截至本补充法律意见书出具之日，公示期已满，公司尚未取得《高新技术企业证书》。

据此，本所律师认为，发行人持有的高新技术企业证书到期后，在其仍符合高新技术企业认定标准的前提下，发行人取得新的高新技术企业证书不存在实质性的法律障碍。

3. 发行人不能通过复审的具体财务影响

根据《高新技术企业认定管理办法》及其工作指引的规定，本次高新技术企业资格到期后应重新进行认定取得资格，并自取得当年起可依照法律法规的规定申请享受税收优惠政策，未取得高新技术企业资格的企业，不得享受税收优惠，如发行人未能通过复审，其将无法继续享受企业所得税减按 15%征收的优惠，且税务部门将对发行人追缴其不符合认定条件年度起已享受的税收优惠。如发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2019 年未能通过复审，则 2019 年 1-9 月的净利润将调减 183.70 万元。

（二）报告期内广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。广州京旺不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅广州京旺已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查广州京旺的知识产权证书及状态；

3. 查阅广州京旺申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅广州京旺的高新技术产品（服务）专项审计报告；

5. 查阅广州京旺的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅广州京旺提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅广州京旺《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅广州京旺出具的税收优惠相关备案表；

9. 查阅发行人出具的相关说明。

核查内容：

1. 2016 年，广州京旺获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定

广州京旺（原名“广州蓓茁网络科技有限公司”）于 2016 年 12 月 9 月取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR20164400678），有效期三年。

根据《高新技术企业认定管理办法》，并经核查广州京旺的基本情况，广州京旺 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	广州京旺成立于 2012 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	广州京旺拥有 II 类知识产权（软件著作权）7 件，均为自主研发取得，该等知识产权对于主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	广州京旺主营产品（服务）所属技术领域：《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	广州京旺申请时上一年度月平均科技人员占比超过 10%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2013-2015 年研发费用专项审计报告》（粤创信审字[2016]K0469 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2013、2014、2015 三个会计年度的销售收入均小于 5,000 万元，2013 年度研发费用 7.38 万元，2014 年度研发费用 46.22 万元，2015 年度研发费用 195.46 万元，近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 5%，该等研发费用均在中国境内发生	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2015 年高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（粤创信审[2016]K0468 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2015 年度高新技术产品（服务）收入 2311.95 万元，占企业同期总收入的比例不低于 60%	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：自主知识产权数量：申请时，已获授 7 项 II 类知识产权（软件著作权）； （2）科技成果转化能力：广州京旺采用自行投资实施转化的方式，研发中心积极开发，完成研发活动 14 项，基本实现科技成果转化，为公司电子商务活动更好的发展提供技术支撑； （3）研究开发组织管理水平：公司将研究开发按项目管理方式进行管理，每个项目都有立项报告，并制定详细的项目实施规划。在技术创新方面，近三年公司根据电商发展需求，通过自主创新，在电商数据管理、客户服务、内部资源共享、仓储管理等方面进行开发，通过技术开发，推动公司电商服务水平。同时通过技术创新，进一步增加了公司技术创新能力。在研究开发管理方面，成立研发中心，中心配置有完善的研发开发设备。同时，为了更好进行研发管理，建立了严格的研发组织管理体系，对所有科研项目实行评审立项制度，并制定研究开发经费管理及核算办法、科研部门绩效考核及奖励制度、科技人员培养进修、职工技能培训、优秀人才引进，及人才绩效评价奖励制度等管理制度与办法，为公司技术研发与持续创新提供制度保障； （4）企业成长性：净资产增长率为 3,455.36%；销售收入增长率为 4,899.43%	满足
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，2016 年，广州京旺取得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 广州京旺因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，广州京旺于 2017 年 5 月 3 日在主管税务机关办理了相关税务优惠备案手续，并于 2016 年度、2017 年度均享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠；2018 年度，广州京旺由于研发费用占同期销售收入总额的比例未达到法定标准，自主决定按照 25%税率申报缴纳企业所得税。

据此，广州京旺于 2016 年取得高新技术企业资格，并于 2016 年、2017 年度享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合相关规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》第十三条的规定，企业获得高新技术企业资格后，应每年 5 月底前在“高新技术企业认定管理工作网”填报上一年度知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况报表。根据广州京旺提供的 2016 与 2017 年度的《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》，广州京旺在 2016 与 2017 年度内填报的知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况均符合高新技术企业认定条件。

综上所述，本所律师认为，广州京旺报告期内所享受的高新技术企业税收优惠符合国家有关法律、法规的规定。

3. 广州京旺不能通过复审的具体财务影响

经本所律师对发行人访谈，广州京旺因战略规划调整，拟于高新技术企业资格到期后，不再重新申请认定，且广州京旺自 2018 年起已自主调整企业所得税按 25%的税率缴纳。如广州京旺 2016 年度、2017 年度不具备高新技术企业资格，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

则广州京旺 2016 年度、2017 年度的净利润将分别调减 3.75 万元、93.13 万元。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人及其子公司广州京旺取得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策符合相关规定。

六、《反馈意见》信息披露问题 5：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见。（2）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定。

（一）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并查阅报告期各期末公司的员工花名册；

2. 取得并查阅报告期内公司的社会保险和住房公积金缴纳明细；

3. 取得并查阅发行人报告期各期的社保缴费凭证、公积金缴费凭证；

4. 查阅发行人实际控制人关于补缴社保、公积金的承诺；

5. 对发行人报告期应缴未缴的社保、公积金金额进行了测算；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

6. 取得人力资源和社会保障局以及公积金管理中心关于发行人报告期不存在行政处罚的证明。

核查内容：

1. 报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因

(1) 应缴未缴社会保险的原因

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴社会保险的情况如下：

项目	2016.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2019.09.30
员工总人数（a）	480	448	723	710
退休返聘人数（b）	0	0	0	1
因当月入职而无法缴纳社保人数（c）	3	7	8	27
因前单位未停缴公司无法为其缴纳社保的员工人数（d）	1	2	1	1
应缴社保人数（e=a-b-c-d）	476	439	714	681
实缴社保人数（f）	438	430	696	659
应缴未缴社保人数（g=e-f）	38	9	18	22

注 1：根据《中华人民共和国社会保险法》第五十八条，用人单位应当自用工之日起三十日内为其职工向社会保险经办机构申请办理社会保险登记。对于当月入职而公司无法为其办理社会保险增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳社会保险，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳社会保险的员工不计入应缴未缴人数；

注 2：上表员工总人数包括若羽臣及各子公司的员工人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴社会保险的主要原因为：办理社会保险缴纳增员需要员工的个人资料，由于部分员工提供的证件不齐备，公司无法为其缴纳；在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳社会保险。

(2) 应缴未缴住房公积金的原因

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2016.12.31	2017.12.31	2018.12.31	2019.09.30
员工总人数（a）	480	448	723	710
退休返聘人数（b）	0	0	0	1
因当月入职而无法缴纳公积金人数（c）	3	7	8	27
因前单位未转移或封存公司无法为其缴纳公积金的员工人数（d）	1	1	1	1
应缴公积金人数（e=a-b-c-d）	476	440	714	681
公积金缴纳人数（f）	438	431	680	659
应缴未缴公积金人数（g=e-f）	38	9	34	22

注：根据《住房公积金管理条例》的规定，单位录用职工的，应当自录用之日起 30 日内向住房公积金管理中心办理缴存登记。对于当月入职而公司无法为其办理住房公积金缴存登记增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳住房公积金，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳住房公积金的员工不计入应缴未缴人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的主要原因包括：（1）因办理住房公积金汇缴增员需要员工的个人资料，部分员工提供的个人资料不齐备，公司无法为其缴纳，在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳住房公积金；（2）2018 年，公司存在非全日制用工情形，该等人员为残疾人员，公司为其缴纳社会保险但并未缴纳住房公积金。

2. 需要补缴的金额和措施，及补缴对发行人经营业绩的影响

根据发行人提供的资料，本所律师统计了发行人报告期各月应缴未缴社会保险及住房公积金的人数，并以发行人报告期各月人均缴纳社会保险及住房公积金的金额为基数进行计算，发行人报告期各期社会保险、住房公积金应缴未缴金额的测算情况如下：

单位：万元

项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-9 月
应缴未缴社保金额	39.02	18.16	29.76	28.87

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2016 年	2017 年	2018 年	2019 年 1-9 月
应缴未缴公积金金额	17.93	9.43	17.42	12.69
合　计	**56.95**	**27.59**	**47.18**	**41.56**
当期利润总额	3,655.62	6,780.72	9,162.95	6,065.44
占　比	1.56%	0.41%	0.51%	0.69%

经测算，报告期内发行人各期应缴未缴社保及公积金金额占当期利润总额的比例分别为 1.56%、0.41%、0.51%和 0.69%，占比较小，如需补缴，不会对发行人经营业绩造成重大不利影响，不影响发行人首次公开发行股票的条件。

针对上述情形，发行人实际控制人王玉、王文慧已出具承诺：“若公司与员工就首次公开发行股票并上市前发生的社会保险、住房公积金缴纳事宜发生劳动纠纷或争议，或者公司所在地的社会保险、住房公积金管理部门要求公司对报告期内员工的社会保险、住房公积金进行补缴，或者因首次公开发行股票并上市前公司未按照规定缴纳社会保险、住房公积金而被相关行政主管部门或司法机关征收滞纳金或处以罚款的，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。”

3. 请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

根据发行人的说明并经查询发行人所在地的人力资源和社会保障部门网站、住房公积金网站（查询日期为 2019 年 12 月 22 日），截至查询日，发行人及其子公司不存在被主管部门责令补缴社会保险和住房公积金或受到劳动用工方面行政处罚的情形。

此外，根据发行人及其分、子公司当地社会保险、住房公积金主管部门开具的证明，报告期内发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障、住房公积金方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。

相关主管部门为发行人及其分、子公司出具的证明具体如下：

(1) 社会保险方面

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日为其员工参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保的投诉事项，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日为其员工缴纳基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录；证明广州海通达自 2019 年 4 月至 6 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《证明》，证明杭州分公司、杭州红时自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 6 月 30 日无重大劳动纠纷，社会保险已开户参保，未受到该局行政处罚。

2019 年 11 月，广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日为其员工参加基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

2019 年 12 月 9 日，广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月至 2019 年 10 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

2019 年 11 月 20 日，杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《征信

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

意见书》，证明杭州分公司、杭州红时自 2016 年 1 月 1 日至 2019 年 11 月 19 日，无严重违反劳动保障法律法规行为，2016 年至 2018 年劳动保障书面审查等级均为 A。

2019 年 11 月 27 日，上海市社会保险事业管理中心出具《单位参加城镇社会保险基本情况》，证明截至 2019 年 10 月，上海京京业业无欠费记录。

(2) 住房公积金方面

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺自 2016 年 1 月至 2018 年 12 月（共 36 个月）未曾受到该中心的行政处罚；广州大可自 2016 年 8 月在该中心开户起至 2018 年 12 月（共 29 个月）未曾受到该中心的行政处罚。

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 6 月未曾受到该中心的行政处罚。

杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2019 年 7 月杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

2019 年 11 月 22 日，广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 7 月至 2019 年 10 月未曾受到该中心的行政处罚。

2019 年 11 月，杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2019 年 11 月，杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

2019 年 11 月 26 日，上海市公积金管理中心出具《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，证明上海京京业业在该中心无行政处罚记录。

综上，本所律师认为，截至报告期末，发行人已经为大部分员工缴纳了社会保险和住房公积金；报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险、住房公积金的情况，存在补缴的风险，但鉴于所涉员工较少，如需补缴，补

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

缴金额占发行人当期利润总额的比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情形，因此，前述事项不属于重大违法违规，不会对本次发行上市构成实质法律障碍。

（二）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并核查报告期内公司与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议；

2. 取得公司报告期内的劳务派遣人员名单；

3. 取得并核查报告期内向发行人提供劳务派遣服务的供应商劳务派遣资质；

4. 取得公司报告期各期员工花名册；

5. 对发行人人力资源部门员工进行访谈，了解公司的劳务派遣工作制度、公司与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况；

6. 登录“中国裁决文书网”“中国执行信息公开网”网站查询公司是否存在劳动合同纠纷方面的诉讼案件；

7. 取得并核查发行人及其子公司注册地人力资源与社会保障局出具的证明；

8. 查阅发行人实际控制人出具的声明与承诺函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1报告期内，发行人劳务派遣用工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况

根据公司的说明并经核查，为配合电商平台大型促销活动，发行人于 2016 年 10 月至 2017 年 5 月期间在仓储物流岗位上存在使用劳务派遣人员的情况，具体情况如下：

时间	劳务派遣人员数量（人）	当月员工数量（人）	劳务派遣用工占比
2016.10	53	280	15.92%
2016.11	125	276	31.17%
2016.12	27	266	9.22%
2017.01	29	264	9.90%
2017.02	31	243	11.31%
2017.03	55	233	19.10%
2017.04	3	234	1.27%
2017.05	4	232	1.69%

注 1：劳务派遣用工占比=劳务派遣人员数量/（劳务派遣人员数量+当月员工数量）；

注 2：上表中当月员工数量是指当月末的员工数量，劳务派遣人员数量是指当月合计使用的劳务派遣员工数量。

根据发行人的说明并经核查，上述劳务派遣用工并非全日制用工，大部分劳务派遣人员的工作时间不足 8 小时/日。

根据发行人的说明，自 2017 年 5 月发行人将仓储物流服务外包给上海发网起，发行人未再使用劳务派遣员工。

2. 报告期内，发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷，发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

根据发行人的说明并经核查，报告期内，发行人与其员工之间不存在劳动合同纠纷。

根据《劳务派遣暂行规定》，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者；用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。经核查，发行人于电商平台促销活动期间，在仓储物流岗位使用劳务派遣人员，符合前述临时性、辅助性的规定；发行人于 2016 年 10 月、11 月、2017 年 2 月、3 月使用劳务派遣人员的比例超过 10%，不符合《劳务派遣暂行规定》。

根据《行政处罚法》第 29 条规定，“违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚。法律另有规定的除外。前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算，违法行为有连续或继续状态的，从行为终了之日起计算。”鉴于若羽臣上述违法行为于 2017 年 3 月已经终止，截至本补充法律意见书出具之日，上述违法行为已满两年，行政处罚时效已届满，因此，不存在被主管机关予以处罚的风险。

同时，针对发行人在报告期内使用劳务派遣用工超过法定比例的情形，发行人实际控制人承诺：“若公司及其子公司因公司首次公开发行股票并上市存在劳务派遣用工不合规，而被相关行政主管部门罚款或受到其他损失，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。”

综上，本所律师认为，报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》。但截至本补充法律意见书出具之日，前述行为的行政处罚时效已届满，因此，发行人不存在被主管机关予以处罚的风险；同时，发行人实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失，且广州市人力资源和社会保障局亦出具证明确认，发行人在报告期内不存在因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录，因此，前述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险或住房公积金的情形，存在补缴的风险；但鉴于该等员工数量较少，如需补缴，补缴金额占发行人当期利润总额比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人及其子公司当地的劳动主管部门已出具证明，证明发

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规而受到行政处罚的记录，因此，上述情形不属于重大违法违规，不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》，但截至本补充法律意见书出具之日，前述行为的行政处罚时效已届满，因此，发行人不存在被主管机关予以处罚的风险；同时，发行人的实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失，且当地劳动主管部门已出具证明，证明发行人及其子公司在报告期内无因违反人力资源方面法律法规而受到处罚的记录，因此，上述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

七、《反馈意见》信息披露问题 6：招股说明书披露，报告期各期发行人合作国际品牌数量占比分别为 76.56%、87.32%及 89.61%。请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等。（2）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施。（3）就前述情况补充进行详细的风险揭示。

（一）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

2. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

3. 查阅发行人与合作的主要国际品牌所产生的收入明细及占比。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

1. 报告期内与发行人合作的国际品牌情况

报告期内，由于品牌策划业务系以电商平台营销活动、品牌和品牌集团多种主体作为服务对象和核算单位，因此在统计与发行人合作的品牌数量时不统计该业务模式下的合作品牌。报告期各期（即 2016 年度、2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-9 月，下同），在线上代运营及渠道分业务销模式下，与发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 86 个；其中国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 79 个，国际品牌占比分别为 76.56%，87.32%，89.61%和 91.86%。发行人与主要国际品牌的业务发展趋势较为稳定。

报告期内，与发行人合作的主要国际品牌名称、业务领域、国家地区及合作模式如下：

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
1	Sanosan/哈罗闪	德国	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东商城、天猫超市、唯品会、考拉	哈罗闪（Sanosan）是来自德国万事乐德（Mann&SchroderGmbH）旗下的婴儿洗护品牌，一直致力于为宝宝肌肤提供天然温和的滋养
2	SanitaU-Za	韩国	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、唯品会、京东自营	隶属于韩国跨国制药企业韩美集团旗下子公司 hmg，与知名益生菌品牌“妈咪爱”并称为 hmg 公司两大核心品牌
3	Holikaholika	韩国	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际	该品牌诞生于以高端功能性化妆品为主线的韩国三大化妆品品牌之一“茵葩兰（ENPRANI）”，适合 18-25 岁年龄段女性，畅销产品有水感滚轮 BB 霜，猪鼻贴三部曲等

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	美妆个护	线上代运营-服务费模式、渠道分销	唯品会国际、唯品会、京东自营、京东第三方平台	韩国知名面膜品牌，延续“安全、温和、舒适”的品牌理念，全线产品均通过严格的皮肤科安全测试
5	Skinfood/思亲肤	韩国	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫国际、天猫商城、京东自营、唯品会、蘑菇街	用美味食物为主要原料研制护肤及彩妆产品的韩国知名化妆品品牌
6	MeadJohnson/美赞臣	美国	母婴	线上代运营-零售模式、线上代运营-服务费模式	天猫商城	隶属于美赞臣公司，1905 年成立于美国，是世界上生产营养品的大型跨国企业之一
7	丽贝乐	瑞典	母婴	线上代运营-零售模式	天猫商城	瑞典 SCA 集团旗下品牌之一，是欧洲婴儿纸尿裤知名品牌，在瑞典及法国均设置工厂，所有生产规范及产品品质均依照欧盟的高标准设定
8	善存、钙尔奇等	美国	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、拼多多	全球 500 强企业之一，也是全球最大的以研发为基础的制药和保健品公司之一
9	Combi/康贝	日本	母婴	线上代运营-服务费模式	天猫商城、京东商城、苏宁易购	知名童车和婴儿湿巾品牌，于 1957 年日本成立
10	B.box/贝博士	澳大利亚	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东自营	澳大利亚高端婴儿用品品牌，以“创意设计、时尚生活”为特色，主要提供奶瓶、安抚奶嘴、学饮杯、吸奶器等产品
11	Avent/新安怡	英国	母婴	渠道分销	京东商城	诞生于 1984 年，致力于以专业的研究和创新为妈妈和宝宝提供高质量的哺育用品和护理产品，全线产品分为母乳喂养、婴儿喂养、婴幼儿电器以及儿童喂养等部分

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
12	Planters/绅士	美国	其他	渠道分销、线上代运营-服务费模式	天猫商城、天猫超市	美国绅士坚果（Planters）是著名食品集团卡夫亨氏旗下的知名坚果品牌
13	Kracie/肌美精	日本	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东第三方平台	日本 Kracie 公司旗下品牌，Kracie 公司于 2007 年成立，专营原 Kanebo 集团（日本钟纺集团）旗下的日化用品、药品、营养食品等内容，肌美精化妆品主要有肌美精面膜、肌美精乳液
14	Moony、MamyPoko/妈咪宝贝、苏菲	日本	母婴、美妆个护	渠道分销	唯品会、京东	Moony、妈咪宝贝、苏菲均为日本尤妮佳集团旗下的纸尿裤品牌，是日本四大品牌纸尿裤之一。尤妮佳集团于 1961 年成立，致力于护理产品；于 1995 年进军中国市场，1997 年推出女性卫生巾品牌“苏菲”，2002 推出婴儿纸尿裤品牌“妈咪宝贝”
15	Red Seal/红印	新西兰	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际、京东全球购、考拉、小红书	新西兰本土第一大天然营养健康品牌，创立于 1923 年，拥有超过 90 年的天然草本植物开发生产经验；至今已拥有草本植物牙膏、黑糖、麦卢卡蜂蜜、花草茶、手工香、营养补品等一系列丰富的产品线，在全球拥有众多忠实的消费者
16	Fatblaster	澳大利亚	保健品	线上代运营-零售模式	天猫国际	FatBlaster 是澳大利亚第二大维生素公司 Pharmacare 旗下的减肥品牌，来自阳光澳

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
						大利亚的体重管理专家，是澳大利亚销量第一的减重冠军品牌
17	Clinicians /科立纯	新西兰	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫国际、唯品会国际、小红书、考拉、京东全球购	科立纯（Clinicians）是新西兰优质膳食营养补充剂品牌

注：
1.线上代运营服务费模式主要合作平台包括天猫商城及天猫国际；
2.线上代运营零售模式主要合作平台包括：天猫商城、天猫国际、京东第三方平台开设的店铺；
3.渠道分销模式主要合作平台包括：天猫超市、唯品会、京东自营、网易考拉、小红书、蘑菇、聚美优品、京东等；
4.前述品牌系根据报告期各期各模式下前 10 大国际品牌合计去重统计，不包含品牌策划服务模式品牌。

2. 与发行人合作的主要国际品牌各期业务量及占比

经核查，报告期各期，发行人国际品牌收入金额及占比分别为：

单位：万元

品牌类别收入	2019 年 1-9 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国际品牌收入	55,970.84	95.61%	82,095.79	96.38%	60,281.09	94.60%	29,471.62	80.67%
国内品牌收入	2,569.16	4.39%	3,079.60	3.62%	3,441.19	5.40%	7,062.09	19.33%
营业收入合计	58,540.01	100.00%	85,175.39	100.00%	63,722.28	100.00%	36,533.71	100.00%

注：上表收入不包含品牌策划服务收入。

报告期各期各业务模式下，与发行人合作的主要国际品牌业务量（收入）及占比如下：

(1) 2019 年 1-9 月

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	7,601.78	738.83	6.06	8,346.67	14.26%
2	Mediheal/美迪惠尔	韩国	2.76	125.08	8,092.77	8,220.61	14.04%
3	Moony	日本	0.10	-	6,362.36	6,362.47	10.87%
4	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	0.77	-	3,297.57	3,298.33	5.63%
5	Red Seal/红印	新西兰	1,925.12	28.78	1,270.96	3,224.87	5.51%
6	Sofy/苏菲	日本	12.30	-	3,010.48	3,022.78	5.16%
7	Sanosan/哈罗闪	德国	1,266.46	-	1,558.19	2,824.66	4.83%
8	Centrum/善存	美国	1,565.87	-	1.55	1,567.42	2.68%
9	Caltrate/钙尔奇	美国	1,263.47	-	-	1,263.47	2.16%
10	Clinicians/科立纯	新西兰	964.88	-	201.88	1,166.76	1.99%

注：上表收入不包含品牌策划服务收入；占比为该品牌线上代运营-零售、线上代运营-服务费、渠道分销模式收入之和除以各品牌前述三类模式收入之和。

(2) 2018 年度

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	3.86	407.27	18,042.81	18,453.94	21.67%
2	MeadJohnson/美赞臣	美国	12,663.29	1,121.70	4.08	13,789.07	16.19%
3	Sanosan/哈罗闪	德国	2,080.08	-	3,187.18	5,267.27	6.18%
4	Moony	日本	1.62	-	5,202.66	5,204.27	6.11%
5	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	2.98	-	5,014.89	5,017.87	5.89%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
6	Red Seal/红印	新西兰	2,592.21	8.54	1,045.54	3,646.28	4.28%
7	Planters/绅士	美国	2,764.28	18.87	444.29	3,227.44	3.79%
8	Kracie/肌美精	日本	2,295.31	83.97	24.94	2,404.22	2.82%
9	Sofy/苏菲	日本	-	-	1,967.83	1,967.83	2.31%
10	Centrum/善存	美国	1,884.71	-	18.03	1,902.74	2.23%

(3) 2017 年度

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	-	545.93	12,736.68	13,282.61	20.84%
2	MeadJohnson/美赞臣	美国	9,984.84	990.78	-	10,975.62	17.22%
3	Sanosan/哈罗闪	德国	2,768.72	-	4,304.90	7,073.62	11.10%
4	Planters/绅士	美国	2,717.22	75.47	134.68	2,927.38	4.59%
5	丽贝乐	瑞典	2,513.11	5.76	10.41	2,529.28	3.97%
6	Holikaholika	韩国	952.42	-	1,385.08	2,337.50	3.67%
7	Skinfood/思亲肤	韩国	866.47	-	1,179.23	2,045.70	3.21%
8	Kracie/肌美精	日本	1,837.04	-	7.03	1,844.08	2.89%
9	B.box/贝博士	澳大利亚	685.75	-	1,104.81	1,790.56	2.81%
10	Avent/新安怡	英国	947.57	-	275.70	1,223.26	1.92%

(4) 2016 年度

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	Sanosan/哈罗闪	德国	3,613.41	-	3,549.15	7,162.57	19.61%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
2	MeadJohnson/美赞臣	美国	4,165.56	722.00	-	4,887.56	13.38%
3	Skinfood/思亲肤	韩国	2,559.04	-	1,549.32	4,108.36	11.25%
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	12.44	346.29	1,869.64	2,228.37	6.10%
5	SanitaU-Za	韩国	675.33	220.62	684.01	1,579.96	4.32%
6	Holikaholika	韩国	671.49	-	557.94	1,229.43	3.37%
7	Combi/康贝	日本	19.31	633.51	538.31	1,191.13	3.26%
8	丽贝乐	瑞典	1,117.65	-	16.16	1,133.81	3.10%
9	Fatblaster	澳大利亚	881.93	-	-	881.93	2.41%
10	Avent/新安怡	英国	720.79	21.03	5.39	747.21	2.05%

3. 合作品牌稳定性分析

在线上代运营及渠道分销业务中，报告期各期发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 86 个；其中，国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 79 个，国际品牌数量占比分别为 76.56%、87.32%、89.61%和 91.86%，发行人与主要国际品牌业务发展趋势较为稳定。

报告期各期，持续发生业务的国际品牌收入占比情况如下：

单位：万元

业务模式	2019 年 1-9 月		2018 年		2017 年		2016 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上代运营零售模式	19,065.44	78.27%	25,572.59	67.43%	17,648.14	54.13%	9,101.72	46.72%
线上代运营服务费模式	5,289.33	67.33%	6,436.41	67.72%	4,388.65	62.13%	2,394.70	47.84%
渠道分销	24,913.27	94.64%	35,708.94	94.60%	20,454.62	85.04%	6,743.05	55.98%
总计	49,268.05	84.16%	67,717.93	79.50%	42,491.40	66.68%	18,239.47	49.93%

注： 占比为持续发生业务往来的国际品牌收入占该业务模式总收入的比例。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

2. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

3. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

4. 计算报告期各期对供应商进口的金额和占比，并结合相关国家地区产业政策分析对发行人生产及经营情况的影响。

核查内容：

1. 相关合同条款

经核查发行人与主要境外客户签订的合同，该等合同约定：“（若羽臣作为）乙方正常向甲方订货，甲方作为进口品牌，如因甲方原因延迟供货或者无法足额供货给乙方（乙方提出超过预估的订货数量除外），造成乙方无法完成合同约定的指标，甲方应对乙方的合同指标及返利指标予以相应减免，并承诺此减免指标不影响合同续签等相关事宜。若乙方因授权产品的质量问题（含产品包装、产品说明等资料宣传问题、证件不齐问题）而无法开展在平台的销售工作，则双方友好协商寻找可以降低任何双方损失的替代办法。”

因此，如因贸易摩擦等非发行人主观因素造成的品牌方缺货或延迟供货，发行人可获得合同及返利相关指标减免，并且此指标减免不影响发行人与境外客户续签合同。

2. 有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响

随着国内消费升级，国内消费者对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

商平台引入众多全球品牌。由于发行人经营活动涉及从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商采购商品，相关国家进出口政策及贸易壁垒会对发行人运营国际品牌事宜产生一定影响。

(1) 进口

公司采购的主要内容为合作品牌方的商品，相关供应商主要分为以下类型：一是国际品牌方在中国境内设立的运营主体，如美赞臣营养品（中国）有限公司、强生（中国）投资有限公司等；二是国际品牌方在中国境内的代理商，如哈罗闪婴幼儿洗护用品的中国大陆独家代理商北京隆盛泰健康科技股份有限公司；三是境外的国际品牌方或其在中国境外的代理商，如 HolikaHolika 化妆品的品牌方 EnpraniCo.,Ltd.、美迪惠尔面膜的代理商 SUPEX BNPCo.,Ltd.等；四是中国境内的品牌方，如广东景兴健康护理实业股份有限公司。

报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购金额及占比如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-9 月	2018 年	2017 年	2016 年
采购金额	12,370.15	20,768.19	15,700.26	6,153.27
采购占比	29.91%	35.26%	34.57%	27.21%

注：采购占比=对上述供应商采购金额/当年采购金额总额*100%

报告期内，发行人对境外国际品牌方或其在中国境外的代理商采购来源国家/地区较为分散，，跨境贸易模式下涉及的境外供应商较为多样，例如：日韩地区供应商 SUPEX BNP Co., Ltd（对应美迪惠尔品牌）、澳新地区供应商 Endeavour Consumer Health Limited（对应红印品牌）和欧美地区供应商（对应 thinkbaby 品牌），因此，发行人对单一国家/地区的供应商不存在重大依赖。

报告期内，发行人产品进口所涉及的主要国家及地区包括韩国、新西兰、日本、美国、澳大利亚和欧盟国家等。该类地区的主要国家均为世界贸易组织成员，市场自由开放程度较高，对于母婴、美妆个护、保健品等快速消费品产业没有特殊限制政策，不存在贸易壁垒。同时，自 2018 年中国举办中国国际进口博览会

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（以下简称“进博会”）以来，作为国内首个以进口为主题的国家级大型消费地型展会，进博会极大推动了跨境贸易的发展，增强国际品牌方进一步开拓中国市场的信心。

截至报告期期末，发行人受产品进口所涉主要国家、地区的相关产业政策、贸易摩擦等影响情况如下：

序号	产品进口所涉主要国家/地区	是否存在针对公司产品的进口限制	是否存在针对公司产品的贸易摩擦
1	韩国	无	无
2	新西兰	无	无
3	日本	无	无
4	美国	无	无
5	澳大利亚	无	无
6	欧盟国家	无	无

此外，发行人进口产品主要为母婴、美妆个护、保健品等快速消费品，不涉及航空航天、信息通信技术、机械等技术密集型行业。

综上所述，相关国家及地区的产业政策及贸易壁垒对发行人的影响较小。

(2) 出口

发行人的主要客户为境内终端消费者或境内电商平台及分销商，受海外国家地区产业政策及贸易摩擦影响程度较小。

3. 发行人应对措施

(1) 扩大品牌储备

报告期各期，发行人逐步扩大品牌储备，合作品牌来源国家涵盖欧美、日韩、澳新地区和中国境内。报告期各期末，与发行人合作的品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 86 个；其中国际品牌数量逐年增加，报告期各期末国际品牌数量分别为 49 个、62 个、69 个和 79 个。

(2) 分散国际品牌国家来源

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人具有较为完备的品牌拓展规划，近年来逐步加强对日韩、澳新地区品牌拓展的力度。主要合作品牌来源国家较为广泛，对单一国家/地区不存在重大依赖。

（三）就前述情况补充进行详细的风险揭示

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，合作的品牌大部分为国际品牌，报告期各期与发行人合作的国际品牌数量占发行人合作品牌总数量的比例分别为 76.56%、87.32%、89.61%及 91.86%。报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购额占发行人总采购额的比例分别为 27.21%、34.57%、35.26%、29.91%。若中国未来与相关国家或地区产生贸易摩擦、产业政策不利调整或人民币对外币汇率发生不利变动，并直接涉及公司合作品牌的主要产品，则可能对公司经营业绩产生不利影响。

八、《反馈意见》信息披露问题 8：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况；（2）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况；（3）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力。

（一）请保荐机构、发行人律师补充披露线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内主要线上代运营、渠道分销业务的相关合同；

2. 梳理发行人主要线上代运营、渠道分销业务相关合同中有关产品质量分摊的约定；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 核查发行人取得的有关产品质量主管部门出具的合规证明；

4. 通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询；

5. 核查报告期内发行人与合作方有关产品质量纠纷、投诉或诉讼的文件；

6. 查阅关于拉杜蓝乔产品召回的相关文件；

7. 查阅发行人与线上消费者关于退货的沟通记录等；

8. 查阅发行人关于退货的相关规定，并对发行人管理人进行访谈。

核查内容：

1. 代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定

经核查，线上代运营业务零售模式下，发行人从品牌商或其授权代理商（以下统称“品牌方”）采购产品，再通过其运营的线上店铺销售给终端消费者。线上代运营业务服务费模式下，发行人主要为品牌方提供线上店铺的代运营服务，线上店铺一般归品牌方所有，产品直接由店铺销售给终端消费者，发行人与终端消费者之间不存在销售合同；渠道分销模式下，发行人基于品牌方的分销授权，向其采购商品再自行销售至分销商。

经核查发行人报告期各期与前 20 大品牌方签署的线上代运营业务合同，以及与前 20 大品牌方、分销商签署的业务合同，发行人线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的主要约定如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
产品质量标准条款	品牌方在合同中对产品质量作出保证，明确所提供的产品需符合的质量标准。例如约定甲方（品牌方）保证每一具体交易中，其提供的产品（含中小样及赠品）均是全新、未使用的原装正品，并与产品包装或产品本身标示的质量标准相符，或与产品说明、实物样品等方式表明的质量状况相符。产品质量除必须符合生效采购单提出的质量要求外，还必须符合该产品的国家标准、地方标准及行业标准。	品牌方在合同中对产品质量做出保证，保证其在店铺销售产品的质量符合产品生产及出口所在国家的法律法规及产品标准、或相关法律法规及国内产品标准、或国内商品、商品包装的标示标准。	1.与品牌方的合同中，质量标准条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，基于品牌方对发行人销售商品的质量承诺，发行人通常在分销合同中对该商品的质量作出承诺，保证提供给分销商的全部商品来源合法，提供的商品与样品的质量一致且符合国家、行业及双方约定的质量标准。
退换货条款	明确约定退换货的条件、时间、方式、费用负担等条款。退换货条款主要包含由品牌方更换包装、产品存在内在缺陷、产品破损、产品临期等原因导致的退换货。因质量问题导致的退换货运费及损失由品牌方承担。	若由发行人负责商品的仓储管理和发货，则相应约定发行人对瑕疵产品的退换货权利。	1.与品牌方的合同中，退换货条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，明确约定允许分销商退换货的条件、程序等。由发行人对存在内在缺陷、破损、临期的产品承担退换货义务。
产品质量责任的承担主体	由品牌方承担产品质量责任，因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失。	若发行人因品牌方商品（含商品资料、说明书等）的原因导致被投诉、举报、诉讼等，应由品牌方承担由此造成的损失。 合同约定由品牌方负责产品的仓储管理和发货，以及产品本身的质量问题。	1.与品牌方的合同中，该条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，因产品本身质量问题造成的一切损失由发行人负责，但因分销商保存或保管不善所产生的产品问题除外。
约定赔偿	因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭	品牌方提供的产品存在品质缺陷致使购买	1.与品牌方的合同中，赔偿责任条款与线上代运

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
责任条款	受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失	者人身权和财产权受到损害的，品牌方应自行承担由此造成的一切损失，由此给发行人造成损失的，还应当赔偿发行人的（直接）损失。	营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，发行人提供的产品存在质量问题或造成消费者人身、财产损害的，由发行人赔偿因此给分销商造成的损失。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人承担的关于产品质量分摊的法律风险

经核查，线上代运营业务零售模式、线上代运营服务费模式以及渠道分销模式中，发行人承担的与产品质量分摊的主要法律风险如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

主要风险	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
因管理不当导致的风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损	在品牌方需要发行人提供仓储、发货服务的情况下，发行人存在因管理不当导致的对品牌方的违约风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损
先行赔付风险	根据《产品质量法》的规定，当售出的产品有不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的、不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的、不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况三种情形的，销售者应当向购买产品的消费者赔偿损失。销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。因此，发行人作为直接面向终端消费者的销售者，在消费者索赔的情形下，需对消费者承担先行赔付责任	因部分线上代运营服务费模式下店铺的注册主体为发行人，根据发行人与该等店铺所在平台的合作协议，发行人对该店铺消费者亦有先行赔付责任的法律风险	鉴于发行人与分销商对产品质量责任的主体进行了约定，当因产品质量问题给分销商造成损失的，发行人需赔偿由此给分销商造成的损失或由分销商承担主管机关的处罚责任、对消费者的赔偿责任等。因此，在产品存在质量问题且给分销商造成损害的，发行人需承担损害赔偿责任。但发行人对分销商承担了损害赔偿责任的，可根据《产品质量法》及其与品牌方签订的协议，向品牌方追偿
因分销商无理由退货导致的产品积压风险	—	—	发行人在与分销商北京京东世纪信息技书有限公司的约定中，发行人允许其任何理由的退货。若分销商对不存在质量问题的产品进行退货，由于该部分产品不存在质量问题，发行人亦无法向品牌方主张退换货，由此导致的产品积压风险将由发行人承担

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

经本所律师登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询，并经查阅发行人质量主管部门出具的证明文件，发行人报告期内不存在因产品质量引致消费者投诉或诉讼的情况，亦不存在因产品质量被主管部门予以处罚的情形。报告期内，发行人合作的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）曾发生一起产品质量事项，发行人所运营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”曾发生一起消费者主张产品标识存在虚假记载的合同纠纷，具体如下：

(3) 拉杜蓝乔产品质量事项

①事项的基本情况

经核查，报告期内，发行人与合作方存在一起产品质量相关案件，即合作的品牌 LA TOURANGELLE（“拉杜蓝乔”，一个坚果类食用油的法国品牌）发生产品主动召回事件，具体如下：

千麦实业（上海）有限公司（以下简称“千麦实业”）为 LA TOURANGELLE 系列产品的中国总代理商，拉图蓝乔（上海）贸易有限公司（以下简称“拉图蓝乔”）系千麦实业的全资子公司。若羽臣于 2015 年 12 月 23 日与拉图蓝乔签署《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》，从拉图蓝乔取得授权于京东自营平台和天猫超市等互联网平台（以下简称“合约平台”）销售 LA TOURANGELLE 系列产品。

2019 年 7 月 16 日，千麦实业发布了《关于 LA TOURANGELLE 产品情况通报 0716》，告知该公司自查发现其所代理的 LA TOURANGELLE 产品存在邻苯二甲酸酯类物质成分残留情况，提醒各渠道商暂停销售，待该公司得到全面检测报告后将第一时间通报情况，并对特定批次发布召回方案。

2019 年 7 月 20 日，若羽臣与拉图蓝乔签署了《解除合作协议》，双方之间的合作关系自协议签订之日起解除，若羽臣协助拉图蓝乔召回相关产品，拉图蓝乔同意按照若羽臣原采购价格回购若羽臣从拉图蓝乔采购的该品牌剩余库存产

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品，包括合约平台退货至若羽臣仓库的产品，回购运费由拉图蓝乔承担。货物分三批退回，款项不晚于 2019 年 9 月 30 日支付，召回产品的货款不晚于 2019 年 12 月 31 日前支付。同时，协议明确，若羽臣因此受到的损失，由拉图蓝乔承担。

2019 年 7 月 20 日，拉图蓝乔向北京京东世纪信息技术有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担京东平台因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

2019 年 7 月 26 日，拉图蓝乔向上海天翌电子商务有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担对方因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

根据发行人的说明及发行人提供的资料，千麦实业此次主动召回的产品为拉杜蓝乔核桃油 250 毫升和（家用）500 毫升两类，其中，250 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 2 月 1 日、2019 年 2 月 6 日和 2019 年 3 月 11 日，（家用）500 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 1 月 9 日和 2019 年 1 月 23 日。若羽臣采购的前述产品均是通过渠道分销的模式对外销售，销售渠道包括京东自营、天猫超市两个合约平台。截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣关于前述批次的库存产品及若羽臣销售给合约平台且合约平台尚未对外销售的所涉召回批次产品已经全部退回拉杜蓝乔，若羽臣销售给合约平台且合约平台已经对外销售的所涉召回批次产品多数已经退回。若羽臣采购所涉召回批次产品的数量、收到的退货数量及未召回的产品数量具体如下（单位：罐）：

产品	采购/销售数量	平台未出售商品退货量	平台已售出商品退货量	未召回数量	未召回产品所涉金额
拉杜蓝乔核桃油 250ml	41,280	15,159	16,532	9,589	145.41 万元
拉杜蓝乔核桃油（家用）500ml	1,620	657	540	423	7.45 万元

注：上述未召回产品所涉金额系以未召回数量与相关产品的销售单价相乘取得。

针对前述情况，公司已冲减关于 LA TOURANGELLE 的货物经销收入 411.70

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

万元和成本 380.65 万元，两者差额 31.05 万元计入预计负债。

②发行人制定并完善了产品召回、退换货等管理制度

为更有效地应对、处理产品召回事件，公司组织相关部门人员对《食品安全法》、《食品召回管理办法》等相关规定进行学习和讨论，了解食品召回的责任主体、召回的法定情形、召回的程序及注意事项等。同时，公司结合自身的经营特点，制定并完善了《产品召回控制程序》、《退换货管理制度》、《产品质量管控制度》，严控商品采购环节的质量检验程序，在销售过程中，如出现产品召回事件，能快速、有效地配合生产者或总代理商开展召回工作，协助消费者办理退货和赔偿手续。

③拉杜蓝乔事项未对发行人品牌造成重大不利影响，不存在投诉、纠纷、诉讼等

经本所律师对千麦实业负责人访谈确认，千麦实业发布上述通报系自查自主发布，而非被政府主管部门抽查或被政府主管部门要求发布；发行人作为千麦实业的分销商，在收到千麦实业的通知后，及时、有效地配合千麦实业召回相关产品，未对消费者或分销平台造成损失，亦未对发行人与电商平台的合作关系造成不利影响，同时，发行人来自于该品牌的收入及利润占比均较低，因此，前述事项未对发行人品牌造成重大不利影响。

截至本补充法律意见书出具之日，当地市场监管部门对相关产品进行了采样检测，但未立案处理，千麦实业和拉图蓝乔均未收到主管部门的处罚决定或拟进行处罚的通知。

经各方确认，截至本补充法律意见书出具之日，千麦实业、拉图蓝乔与发行人之间不存在争议或纠纷，发行人亦未因此收到消费者的投诉或与消费者因此产生纠纷或诉讼。

(4) 刘爱平网络购物合同纠纷

2019 年 2 月 11 日，北京互联网法院受理刘爱平（原告）诉发行人（被告）网络购物合同纠纷一案，原告主张其通过被告经营的天猫商城“美赞臣官方旗舰

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

店”购买的一罐亲舒易消化安儿宝 A+幼儿配方奶粉（12-36 月龄，3 段）存在虚假或者引人误解的内容，请求：（1）判决被告向原告退还购物款 334 元；（2）判决被告向原告支付赔偿金 1,002 元；（3）判决被告承担本案诉讼费。

2019 年 6 月 28 日，北京互联网法院作出（2019）京 0491 民初 3402 号《民事判决书》，认定发行人的行为不构成虚假宣传，不存在引人误解、欺骗、误导消费者的情况，原告的诉请无事实及法律依据，判决驳回原告刘爱平的全部诉讼请求。本案现已结案。

（二）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 核查发行人与主要客户间的业务合同；

2. 访谈发行人主要高级管理人员；

3. 核查发行人分业务类型应收账款的账龄明细。

核查内容：

1. 公司各类业务的推广模式

(1) 线上代运营业务

1)对 C 端消费者的推广模式

因公司的线上代运营业务主要在天猫和京东等第三方电商平台开展，所以针对代运营业务 C 端消费者的市场推广活动也主要集中于这两个平台。天猫和京东平台作为第三方电商平台，拥有海量用户与流量，公司在其平台开设店铺为品牌方开展线上代运营服务时，除借助电商平台为店铺运营所提供的基础工具与服务之外，还借助电商平台提供的广告投放工具进行市场推广，例如直通车、钻石展位、淘宝客、明星店铺/品牌专区（即品销宝）、京准通等标准化营销工具，同时定期举办聚划算等团购活动，以首页展示、消费者精准推送、品牌限时推送、低价团购等方式协助店铺吸引消费者，在扩大公司销售规模的同时，协助品牌方扩大品牌影响力。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2)对品牌方的推广模式

代运营业务下公司与品牌方之间的合作拓展主要由商务拓展中心主导，一般推广过程包括目标品牌分析、客户接触、运营方案制作投标、合同签署等环节。

目标品牌分析环节，公司首先对消费行业各品类进行深度研究并形成对细分品类发展前景的判断，并基于此选择未来主要开拓品牌的所属品类。其次，公司对具有发展前景的细分品类品牌进行系统梳理，从品牌特性、产品特性、目标客群、经营情况、价格体系、产品开发能力等角度筛选具有成长潜力的品牌，以此确定拟合作目标品牌。

客户接触环节，公司基于在电商服务行业多年积累的市场资源、优秀信誉及影响力，通过品牌商/分销商等合作方推荐、电商平台推荐、现有客户延展推荐、展会承揽、商务预约等方式与品牌方进行接触并获取品牌方的电商运营招标信息。

运营方案制作投标环节，公司从品牌电商运营各维度对品牌运营方案进行分析，根据分析结果制作包含产品和店铺运营策划思路、销售策略、推广设计、运营目标、投入费用、人员构成、合作报价等多维度信息的运营策划方案，并提交品牌方。

合同签署环节，品牌方根据自身招标要求、投标者方案信息及投标者综合实力，全面判断并与公司进行更加细致的条款谈判后，经内部审议确认后与发行人签订协议正式建立合作关系。

(2) 渠道分销业务

1)对分销商的推广模式

①对电商平台分销商

对于电商平台分销商，公司主要通过电商平台官方商务合作渠道及行业内资源推荐与其建立联系，并向其提供拟推广品牌的行业成长空间、品牌发展潜力等推介材料，从而就相关品牌与平台建立合作。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

②对非电商平台分销商

对于非电商平台分销商，一般主要系分销商通过电商分销平台、店铺客户、行业内资源推荐等方式与公司取得联系，并与公司沟通品牌分销合作。

2)对品牌方的推广模式

渠道分销业务对品牌方的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似。

(3) 品牌策划业务

公司对品牌策划业务的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似，公司主要通过行业内资源推荐等方式与品牌进行接触，并通过策划提案比稿方式获得与品牌的合作关系。

2. 服务费的定价模式及收取情况

(1) 线上代运营业务服务费模式

1）定价模式

公司与不同品牌客户之间的服务费定价方式主要可分为固定服务费、提点服务费、固定加提点服务费三种。

①固定服务费

固定服务费指公司就其在一定时期内（通常以月度为单位）为品牌方提供的电子商务综合服务收取的固定费用，主要根据公司所投入的运营、策划、推广、客服等其他人员工资和具体服务内容协商而定。

②提点服务费

提点服务费包含两种计算方式，一种以店铺净销售额作为计算基数方式，一种以店铺经销利润作为计算基数方式。

I. 以店铺净销售额为计算基数

以店铺净销售额为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

而实现的净销售额乘以约定比例计算运营服务收入，该比例主要基于公司与品牌方的利润率、竞争对手报价和行业平均水平协商而定，提点费率主要处于 5%至20%之间。

II. 以店铺经销利润为计算基数

以店铺经销利润为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的经销利润为基础计算代运营服务费。经销利润方式下，经销利润通常全部作为服务费，品牌方利润体现为店铺商品销售成本价与品牌方产品出厂成本价的差价。该方式下服务费计算方式通常为：（店铺商品销售收入-店铺商品销售成本-店铺推广费用）。

2）收取情况

公司线上代运营业务服务费模式下，由于不同品牌之间产品定位、成熟度、宣传推广投入、店铺开设时间等因素存在明显差异，因此公司与不同品牌客户之间约定的服务费定价模式存在差异。报告期内，公司不同服务费定价模式下的合作品牌情况具体如下：

服务费定价方式		主要合作品牌	服务费收取情况
提点服务费	净销售额提点	Biostime/合生元、Swisse、素加、Dodie、HealthyTimes、Combi/康贝、时间廊、Mediheal/美迪惠尔、惠氏、发之食谱、Ecostore、杰士邦、雅士利、布朗博士、比度克、Singula derm、Noreva、帮宝适、Goodgout、Elmex、Marcheur	提点服务费率主要分布于 5%-10%
	经销利润	Mediheal/美迪惠尔、Ladycare/洁婷、Weleda/维蕾德、Skiphop、Trunki、Ergobaby、LaTourangelle/拉杜蓝乔、Comvita/康维他、Sanita U-Za、比度克	通常为店铺经销利润（一般计算方式为：店铺销售货款-货物成本-支付宝费用）
固定服务费+提点服务费		蓝臻、强生、Titus/铁达时、立顿、舒隐、G&M/澳芝曼、爱乐维、Nutralife/纽乐、贺寿利、优酷、Babyzen、嘉实多、每日每加、Ameda/阿美达、Vierra、Aussie/澳丝、Vierra、Axxzia、Neogen/妮珍、Cemoy、Royal Nectar、Axs	一般约定的提点服务费率为 5%-10%之间
固定服务费		MeadJohnson/美赞臣、Tresemme/炫诗、Lynx/凌仕、Planters/绅士、Olay/玉兰油、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清	不同品牌定价差异较大，整体处于 20 万元-30 万元间

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 品牌策划业务服务费模式

1）定价模式

品牌策划业务模式下，公司以品牌策划项目为单位，根据项目周期、人工支出、媒介采购等成本加成与品牌方协商确定服务费。由于不同项目间项目周期、人工支出、媒介采购等环节有所差异导致不同项目定价亦有所差异。

2）收取情况

品牌策划业务模式下，公司通常在相关项目经客户验收确认后向其收取策划服务费。

（三）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 访谈发行人主要高级管理人员；

2. 查阅发行人所处行业研究报告；

3. 查阅发行人募投项目可行性分析报告。

核查内容：

公司的业务扩张能力主要体现在以下方面：

1. 电商服务行业市场规模庞大

随着国内电商市场蓬勃发展，社交电商、会员电商等多种非传统类型的电商平台层出不穷，同时在流量红利逐渐消退的市场环境下各电商平台促销活动亦多种多样，加之各平台本身复杂且持续变化的运营规则，共同形成了目前国内错综复杂的电商运营环境。同时由于线上交易与线下交易在产品展示、活动推广、客户服务、交易支付、仓储物流等环节均存在较大差异，部分自主运营品牌商在电商化过程中出现客户转换率低、客户复购率低、活动推广不及预期、客户消费体

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

验差等交易效率低下的问题，致使品牌商的电商化投入产出效益低下。因此，在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，品牌方对专业的电商代运营服务产生了强烈需求，推动电商代运营行业快速发展。根据商务部《中国电子商务报告2018》，2018 年，中国电商代运营市场规模达 9,623.0 亿元，同比增速为 23.0%。

2. 品牌布局中国电商渠道驱动代运营市场规模持续增长

未来，随着更多品牌不断入驻国内电商平台，中国电商服务市场仍将保持高于网络购物市场的增速。在对接平台渠道众多、电商平台规则繁杂的背景下，品牌方为电商渠道设置专门的电商运营团队的成本较高且风险较大。同时，国内电商代运营行业发展日趋成熟，专业的代运营服务商能够提供包括 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、数据营销、仓储物流等在内的全方位电商综合服务，且代运营服务商作为独立于品牌方的第三方能够有效发挥规模效应，降低单个品牌方客户的综合成本。因此，选择具备专业化、体系化运营服务能力的代运营商成为品牌方开拓国内电商市场的首选。其中国际品牌由于在中国市场的营销经验、客户服务和政策规定等方面存在先天劣势，更倾向于依靠专业的电商服务商进行电商运营，根据艾瑞咨询分析，2019 年国际品牌对电商服务商的需求比例达 80%-90%，远高于国内品牌需求比例 20%-30%。

3. 分散的市场格局利于头部企业提高市场份额

电子商务综合服务资金及资质壁垒相对较低，目前市场呈现大量中小型企业共存的格局，小型企业单凭代理少数品牌和提供店铺设计、订单管理、仓储配送等同质化、可替代的基础性服务即可取得一定的经营业绩。但随着电商运营复杂度的提升，近年来部分头部代运营商凭借丰富的运营经验及优质的电商运营人才优势，不断扩张代理品牌并拓展服务深度，行业集中度有所提升。随着行业的快速发展，品牌方更加关注流量持续获取能力以及对品牌的养成与塑造能力，对电子商务服务商的精细化管理和运营能力的要求日益提升。在此背景下，具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商将逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

4. 公司具有较强的竞争优势

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 突出的行业地位优势

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域名列第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。

2016 年至 2018 年，公司业务规模持续增长，营业收入年复合增长率达 58.08%；截至 2019 年 12 月 16 日，公司共运营 98 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 91 家，品牌旗舰店数量占比为 92.86%。同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top 10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等业界奖项。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。

在全链路服务过程中，公司逐步沉淀营销活动数据、媒介数据、店铺访问数据、消费者购买数据、物流数据、货品数据与客服数据等；线上销售网络多渠道覆盖，为业务运营数据的打通提供良好的基础，让社交数据、媒介数据、店铺访问数据、销售数据与客服数据等不同形态的数据，得以在品牌、商品和消费者之间进行标签化、智能化匹配；此外，在数据挖掘和数据分析的基础上，公司采取决策树、多变量分析等方法，实现基于人群画像、精准投放、广告测试、店铺优化、商品管理、智能客服的数据化店铺运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

国外品牌方进入中国市场，在第三方平台开设官方旗舰店是拓展线上销售渠道的重要手段。在中国当前电商市场发展环境下，线上竞争日趋激烈，营销推广方式日新月异，实现国外新晋品牌从“0”到“1”的养成，对电子商务综合服务商的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品牌孵化能力提出了极高要求。作为专业的电子商务综合服务商，公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值、全面捕捉消费市场转型升级动向、提供定制化线上电商综合运营服务的能力，帮助品牌方迅速打入中国电商渠道。

(4) 全球品牌的优质合作伙伴

秉承“为世界优质品牌链接每个中国家庭”的经营理念，公司凭借店铺管理、数据应用、品牌运营、营销策划等核心运营服务能力不断扩大其客户资源储备。在店铺数量方面，截至 2019 年 12 月 16 日，公司共运营 98 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 91 家，品牌旗舰店数量占比为 92.86%。

在合作品牌方面，报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 86 个，涵盖母婴、美妆个护、保健品等多个品类，并从国内本土品牌向国际知名品牌不断拓展，各期国际品牌数量占公司合作品牌总数量的比例分别为 76.56%、87.32%、89.61%和 91.86%。公司合作的品牌数量众多，在母婴领域，公司合作品牌包括美国奶粉品牌美赞臣（Mead Johnson）、德国婴幼儿洗护品牌哈罗闪（Sanosan）、日本育婴用品品牌康贝（Combi）等；在美妆个护领域，公司合作品牌包括日本尤妮佳集团旗下个护品牌苏菲（Sofy）、韩国美妆护肤品牌美迪惠尔（Mediheal）、宝洁旗下护发品牌发之食谱（Hair Recipe）等；在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存（Centrum）和钙尔奇（Caltrate）等；此外，公司合作品牌来自世界多个国家和地区，与公司合作的知名品牌方为公司的未来发展起到了良好的客群示范作用。

(5) 覆盖多渠道的销售网络

自成立至今，公司的销售服务渠道包括天猫、京东、唯品会等大型电商平台，云集、小红书、抖音等新兴社交与内容渠道，以及天猫国际、唯品会国际、考拉海购等跨境电商渠道。

通过综合电商平台、社交与内容渠道和跨境电商三大类 10 余种销售渠道，公司在运营过程中逐步实现流量场景碎片化、推荐信息内容化、推广渠道媒体化、用户管理大数据化，提升了服务品牌在各大主流渠道的知名度和综合影响力，为实现品牌快速爆发、打造良好口碑奠定了扎实的基础。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(6) 全球端到端交付的供应链

随着消费升级不断升温，国内用户对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电商平台引入众多全球品牌。公司致力于提升海外品牌在中国的竞争力，将优质产品和健康生活理念引入国内。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本，提供一站式综合解决方案。

其次，凭借 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

(7) 精准影响的品牌策划能力

公司品牌策划服务连续三年高速发展，一方面来自于公司原有在电商运营领域里的专业积累，使得公司在接入品牌策划服务时能真正形成品销合一，以此形成公司独特的竞争力，与同业公司相比具有鲜明优势。另一方面来自于可持续发展的业务模式，三年来公司聚焦大型集团公司，不断开拓品牌数量、提升项目数量，优化服务提升价值，达到了数量与价值的双提升。报告期内，公司品牌策划服务的企业集团数量从 11 提升至 26 个，品牌数量从 11 提升至 45 个。2016 年完成品牌策划服务项目 37 个，代表项目为美国绅士年货节；2017 年完成品牌策划服务项目 68 个，代表项目为美赞臣欢聚日；2018 年完成品牌策划服务 167 个，代表项目为海飞丝双十一、聚划算汇聚系列；2019 年 1-9 月完成品牌策划服务 148 个，代表项目为花王妙而舒京东运营策划、美赞臣&苏宁易购超级品牌日、海飞丝《我是歌手》/NBA 冠名季度传播。三年来项目数量快速增长，同时形成以宝洁、汤臣倍健为代表的集团性客户，为未来不断增加品牌和项目数量奠定了坚实的基础。目前公司品牌策划所提供的服务已涵盖了年度整合营销方案、电商平台营销方案、形象定位及主创意发展、电商渠道形象规范及设计、TVC、短视频等影视素材拍摄、HTML5、AR 等数字创意制作，以及平面拍摄、创意开箱的结构设计。公司出色的业务能力也在 2018 年得到了国际营销创意组织的认可，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司为嘉士伯创造的《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖，LIA 伦敦国际广告奖是全球除戛纳及 ONE SHOW 以外的世界级国际创意大奖。

(8) 经验丰富的管理执行团队

电子商务综合服务业是近年来快速发展的新兴行业，核心管理团队的行业经验和业务团队的执行能力决定着电子商务综合服务商的服务水平和行业口碑。

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐；有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，也有曾供职于大型广告集团、在品牌提升、整合传播方面见解深入的营销人才。此外，公司拥有一支务实、专业、高效的业务执行团队，业务开拓、品牌策划、业务运营、职能管理等各部门之间专业化分工细致、职能明确。公司运营团队以品牌、渠道为单位划分，构建良性的竞争和合作关系，赢得合作方的肯定和认同，为提升公司在品牌商中的口碑与巩固行业竞争力提供了有力保障。

5. 合作品牌客群结构契合行业发展趋势

公司主要面向具有发展潜力的国际品牌，并专注于母婴、美妆个护及保健品等品类，品牌发展空间较大。截至 2019 年 9 月 30 日，与公司合作的品牌共计 86 个，其中 79 个为国际品牌。在未来国际品牌布局中国电商渠道及品牌所处品类持续增长的发展趋势下，公司与所合作品牌客户的稳定合作关系将为公司未来业务扩张提供保障。同时优质客户群体亦为公司新品牌拓展提供了示范效应，有利于公司未来业务扩张。

(1) 国际品牌布局中国电商趋势明显

公司所服务的客户主要为全球优质消费品牌，契合国际品牌进入中国市场的发展趋势。由于中国市场消费体量庞大，同时随着近年来消费升级趋势不断凸显，越来越多的优质国际品牌开始布局中国市场。而在国际品牌进入中国市场的过程中，电商渠道作为国内市场的核心渠道之一成为品牌方布局的重点。根据天猫国际数据，2018 年，天猫国际平台上国际品牌入驻数量同比增长 122%，其中 2018

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年第二季度增速同比超 150%，且截止 2018 年 6 月末国际品牌入驻总数已超 2017 全年。作为对接境外品牌方的电商服务商，随着未来越来越多的境外品牌进入中国市场，公司所服务的客户群亦逐渐扩大，有利于未来业务扩张。

(2) 品牌所处品类增长空间较大

公司代运营品牌主要为母婴、美妆个护和保健品等快消品品类，相关行业均为热销类品类，行业市场规模较大，且在消费升级、二胎政策等消费市场新趋势的带动下，相关行业未来增长的空间较大。

①母婴行业

根据易观数据，2018 年中国母婴市场规模已达 2.77 万亿，同比增速 9.50%，2013 至 2018 年行业年均复合增长率达 11.9%；根据罗兰贝格分析，预计 2020 年市场总体规模突破将 3.5 万亿元。由于国内新增人口数量增速逐年放缓，未来行业的发展主要由消费升级趋势驱动。首先，“4+2+1”式倒三角家庭结构下，母婴市场的消费者支付能力逐渐增强；其次，母婴行业由于产品主要用于婴儿，质量与安全性是首要考量因素，消费者价格敏感度低，消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付溢价。

②美妆个护

根据 Euromonitor 统计，2017 年我国美妆个护市场规模为 1,816 亿元，同比增长为 9.6%，过去 10 年年均复合增速为 9.5%。美妆子行业，目前我国美妆市场已具备一定规模，但相比成熟市场，我国美妆市场在消费者渗透率以及人均消费额两方面仍有较大的提升空间。根据行业研究报告，消费者渗透率角度，中国化妆品消费人口数量正在快速增长，预计将在 2020 年达到 4 亿；人均消费额角度，2017 年中国的人均化妆品消费额为 38 美元，仅为日本的 1/7，美国和英国的 1/7 和 1/6，泰国的 1/2，随着居民收入水平的增长，消费习惯的变化，未来我国人均化妆品消费仍有巨大的提升潜力。个护子行业，目前个护产品已基本成为国内家庭必需品，相关产品渗透率未来提升空间有限，但随着消费升级趋势下香氛、无硅油、无硫酸盐、氨基酸、男士专用等细分概念兴起，个护市场逐渐向高端化方向发生结构性变化，为优质的个护品牌及产品带来增长空间。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

③保健品

随着人均收入水平的提高，国内消费者健康意识增加，保健品行业快速发展。根据 NBJ 统计，截止 2017 年，中国已成为全球购第二大保健品市场，市场规模约 188 亿美元，2011 年至 2017 年年均复合增长率增速达到 11.5%，高于全球平均增速 6.0%。相比成熟市场，目前国内保健品渗透率依然较低，根据行业公开信息，美国保健品渗透率由 2009 年的 65%上升至 2017 年的 76%，截止 2018 年，我国保健品渗透率仅为 20%，且中国消费市场以老年人为主，40 岁以下的中青年仅占 23%。人均消费角度，我国的人均保健品消费额约为 14.8 美元，而日本和美国则分别为 81.8 美元和 123.4 美元，随着人均收入增长，我国保健品人均消费额仍有较大发展空间。

6. 公司业务布局较为全面且盈利能力较强

(1) 公司业务布局较为全面

公司主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。品牌端，公司对接全球优质消费品牌，通过提供电商综合服务将其推向前端消费者。消费者端，公司深耕消费者购买决策链的每个环节，凭借多年电商运营经验和消费者数据积累，准确触达潜在消费者，并利用微信、微博、淘宝等多层次的营销媒体曝光吸引消费者关注、了解、购买并分享。平台端，公司以天猫平台为核心运营渠道，构建了覆盖京东、唯品会、考拉等电商平台的全网销售通路，通过消费者价值管理、商品管理、用户体验管理及消费者关系管理实现对店铺的精细化运营。经过多年经营，公司积累了丰富的运营经验，在流量红利日渐消退、运营难度逐渐提高的电商行业中能够高效对接行业各类型参与者，提高品牌店铺运营效率，实现与品牌方的共同成长。

(2) 公司盈利能力较强

报告期各期，公司分别实现净利润 3,064.76 万元、5,763.52 万元、7,741.74 万元和 5,030.15 万元，净利率分别为 8.23%、8.59%、8.32%和 8.02%，2016 年至 2018 年净利润年均复合增长率为 58.94%，公司盈利能力较强，盈利规模增长较

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

快，为未来业务扩张提供坚实基础。

7. 募投项目开展进一步推动主营业务增长

公司本次发行募投项目主要包括新品牌孵化培育平台建设项目、代理品牌营销服务一体化建设项目、电商运营配套服务中心建设项目和企业信息化管理系统建设项目。相关项目的实施将从合作品牌数量提升及结构优化、电商服务内容深化、经营效率提高等方面进一步巩固公司的业务优势，募投项目实施方向与行业发展趋势相一致，有利于为公司未来业务扩张提供新增长动力。其中新品牌孵化培育平台建设项目主要目标为打造新品牌孵化培育平台，在母婴、美妆、个护等优势领域引进国内外新兴品牌；代理品牌营销服务一体化建设项目将通过代理更多优质品牌，进一步扩大公司优质代理品牌矩阵规模与价值，并建立广州、杭州、上海三地的运营团队，挖掘当地市场机会和提供本地化服务；电商运营配套服务中心建设项目以构建营销展示中心、人才培训中心、摄影摄像中心为主要内容，为公司主营业务提供配套支持，从而拓展主营业务的持续发展空间；企业信息化管理系统建设项目将进行信息化升级和开发，旨在以信息技术手段全面提升公司的信息交流效率、以数据统计分析辅助经营管理决策，并增强对子公司、品牌中心的管控能力。

综上，公司未来业务扩张能力较强。

九、《反馈意见》信息披露问题 10：请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系，发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定。

（一）请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人控股子公司及参股公司的营业执照/登记证、公司章程；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 查阅发行人控股子公司及参股公司的其他股东的营业执照/登记证或身份证件；

3. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表；

4. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的不存在关联关系的确认函。

核查内容：

截至本补充法律意见书出具日，发行人拥有 5 家控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟、香港摩亚方舟、新西兰绿洲及新西兰氧馥）以及 2 家参股公司（北京盛可及 C&K 国际）。上述公司中其他股东的基本情况如下：

(1) 新西兰摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	若羽臣新西兰	6,000.00	60.00%
2	HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）	2,500.00	25.00%
3	NZHG HOLDING LIMITED	1,500.00	15.00%
合　计		1,000.00	100.00%

经核查，若羽臣新西兰系若羽臣的全资子公司，除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况如下：

①NZHG HOLDING LIMITED

名称	NZHG HOLDING LIMITED
住所	25a O'rorke Road, Penrose, Auckland, 1061, NZ
授权资本	10,000 股
类型	新西兰有限公司

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

成立日期	2018 年 11 月 27 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例
	徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）	10,000.00	100%
备注	曾浩、陈东升及吴丽芳分别持有徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）55.72%、37.14%及 7.14%股权		

②HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）

名称	HEALTHY TRADING LIMITED（海瑞森贸易有限公司）		
住所	RM 19c LOCKHART CTR 301-307, LOCKHART RD WAN CHAI, HK		
注册资本	50 万美元		
类型	香港有限公司		
成立日期	2016 年 10 月 7 日		
股东	股东名称	持股数	持股比例
	Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）	500,000.00	100%
备注	Majuro Nominees Ltd.持有 Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）100%股权		

(2) 广州摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有广州摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(3) 香港摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有香港摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(4) 新西兰氧馥

截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	新西兰摩亚方舟	5,100	51.00%
2	OXYGEN SKINCARE LIMITED	4,900	49.00%
合　计		10,000	100.00%

除新西兰摩亚方舟外，新西兰氧馥的其他股东 OXYGEN SKINCARE LIMITED 的基本情况如下：

名称	OXYGEN SKINCARE LIMITED		
住所	73 Mount Taylor Drive, Glendowie, Auckland, 1071 , New Zealand		
授权资本	100 股		
类型	新西兰有限公司		
成立日期	2018 年 12 月 24 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例
	王澍	100	100%

(5) 新西兰绿洲

截至本补充法律意见书出具之日，新西兰摩亚方舟持有新西兰绿洲 100%股权。新西兰摩亚方舟的股东情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(6) 北京盛可

截至本补充法律意见书出具日，北京盛可的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	765.00	51.00%
2	若羽臣	735.00	49.00%
合　计		1,500.00	100.00%

根据发行人提供的资料及公开渠道查询，除发行人外，北京隆盛泰健康科技股份有限公司的基本情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

<table>
<tr><td>名称</td><td colspan="3">北京隆盛泰健康科技股份有限公司</td></tr>
<tr><td>统一社会信用代码</td><td colspan="3">911101026004695311</td></tr>
<tr><td>住所</td><td colspan="3">北京市西城区德外大街新风街 2 号 A 座 14 层 1406</td></tr>
<tr><td>法定代表人</td><td colspan="3">王卫东</td></tr>
<tr><td>注册资本</td><td colspan="3">4,500 万元</td></tr>
<tr><td>类型</td><td colspan="3">其他股份有限公司（非上市）</td></tr>
<tr><td>成立日期</td><td colspan="3">1997 年 12 月 18 日</td></tr>
<tr><td>营业期限</td><td colspan="3">1997 年 12 月 18 日至长期</td></tr>
<tr><td>经营范围</td><td colspan="3">技术开发、技术转让及咨询、培训;电子商务;购销百货、针纺织品、工艺美术品、土产品、金属材料、机械电器设备;销售化妆品、卫生用品、日用品;商贸信息咨询(中介服务除外);承办展览展示;文化艺术交流(演出除外);货物进出口;代理进出口;技术进出口;销售食品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动;不得从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)</td></tr>
<tr><td rowspan="7">截至 2019 年 6 月 30 日前五大股东</td><td>股东名称</td><td>持股数量</td><td>持股比例</td></tr>
<tr><td>北京隆盛泰投资管理有限公司</td><td>18,000,000</td><td>40.00%</td></tr>
<tr><td>北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）</td><td>9,000,000</td><td>20.00%</td></tr>
<tr><td>王卫东</td><td>8,925,000</td><td>19.83%</td></tr>
<tr><td>蒋猛</td><td>6,750,000</td><td>15.00%</td></tr>
<tr><td>富丰泓锦投资（深圳）合伙企业（有限合伙）</td><td>900,000</td><td>2.00%</td></tr>
<tr><td>合计</td><td>43,575,000</td><td>96.83%</td></tr>
<tr><td>备注</td><td colspan="3">王卫东为北京隆盛泰投资管理有限公司的控股股东,持股比例为 85%,蒋猛为北京隆盛泰投资管理有限公司的股东，持股比例为 15%;王卫东为北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）的普通合伙人及执行事务合伙人。</td></tr>
</table>

(7) C&K 国际

截至本补充法律意见书出具日，C&K 国际的股权结构如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	裴學峰	27,000	30.00%
2	安敬烈	14,400	16.00%
3	Haowu Brand Management Co., Limited	14,400	16.00%
4	若羽臣韩国	7,200	8.00%
5	柳贤旭	7,200	8.00%
6	李学成	6,300	7.00%
7	崔润镇	5,400	6.00%
8	周武勁	2,700	3.00%
9	李宗秀	1,800	2.00%
10	金景花（音译）	1,800	2.00%
11	任英淑（音译）	1,800	2.00%
合　计		90,000	100.00%

根据发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表以及公开渠道查询，发行人控股子公司及参股公司的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。

（二）发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员填写的调查表；

2. 查阅发行人关于董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及《公司章程》有关规定的确认文件；

3. 查阅发行人董事、高级管理人员出具的承诺函；

4. 查阅发行人及其董事、高级管理人员的银行流水；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5. 通过“企查查”、“国家企业信用信息公示系统”等公开网站查询。

核查内容：

《公司法》第 148 条规定：“董事、高级管理人员不得有下列行为：（一）挪用公司资金；（二）将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储；（三）违反公司章程的规定，未经股东会、股东大会或者董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（四）违反公司章程的规定或者未经股东会、股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（五）未经股东会或者股东大会同意，利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与所任职公司同类的业务；（六）接受他人与公司交易的佣金归为己有；（七）擅自披露公司秘密；（八）违反对公司忠实义务的其他行为。董事、高级管理人员违反前款规定所得的收入应当归公司所有。”

根据发行人《公司章程》第 91 条及第 119 条，发行人董事、高级管理人员应当遵守法律、行政法规和本章程的规定，对公司负有下列忠实义务：（一）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；（二）不得挪用公司资金；（三）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储；（四）不得违反本章程的规定，未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（五）不得违反本章程的规定或未经股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（六）未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务；（七）不得接受他人与公司交易的佣金归为己有；（八）不得擅自披露公司秘密；（九）不得利用其关联关系损害公司利益；（十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他忠实义务。董事、高级管理人员违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

经查阅发行人及其董事、高级管理人员报告期内的银行流水、发行人董事、高级管理人员填写的关联关系调查表、出具的承诺函以及发行人的确认，并经本所律师网络核查，发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《公司章程》的有关规定，报告期内不存在违反对公司忠实义务的行为。

核查结论：

经核查，本所律师认为发行人控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟及香港摩亚方舟）及参股公司（北京盛可及 C&K 国际）的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人《公司章程》的有关规定。

十、《反馈意见》信息披露问题 13：请保荐机构、发行人律师：（1）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求。（2）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性。（3）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化。

（一）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求

经核查，除公司董事王建优从公司股东朗姿股份处领取薪酬外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年不存在从发行人关联企业领取收入的情形。2018 年度，公司董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
王玉	董事长、总经理	153.34
王文慧	董事	24.46
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	95.09
徐晴	董事、副总经理	67.05

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
梁婕	董事、副总经理	95.22
卞静	独立董事	4.00
孙海法	独立董事	4.00
柳建华	独立董事	3.08
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	29.85
欧阳玉斌	职工代表监事	65.28
胡冬根	职工代表监事	30.35
罗志青	财务负责人、董事会秘书、副总经理	68.16
高元鑫	原董事、原副总经理	93.96
姜立涛	原董事、原副总经理	37.35
朱嘉玲	原监事会主席	40.16
宋春涛	原副总经理	26.91
合计	--	838.25

保荐机构已在《招股说明书》“第八节 董事、监事、高级管理人员”按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》第 61 条的规定，披露了发行人董事、监事、高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况。

（二）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人董事、监事、高级管理人员最近一年薪酬情况；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 查阅同行业可比公司杭州壹网壹创科技股份有限公司（以下简称“壹网壹创”）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“丽人丽妆”）的公开披露文件；

3. 查阅发行人的《薪酬与考核委员会工作细则》；

4. 查阅发行人的职位职级体系、薪酬等级等文件；

5. 查阅广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》、《广州市 2016 年人力资源市场工资指导价位》。

核查内容：

1. 发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬情况及个别董事、监事薪酬偏低的原因

经核查，最近一年，发行人董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从本公司及其下属公司领取薪酬的情况如下：

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
王玉	董事长、总经理	153.34
王文慧	董事	24.46
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	95.09
徐晴	董事、副总经理	67.05
梁婕	董事、副总经理	95.22
卞静	独立董事	4.00
孙海法	独立董事	4.00
柳建华	独立董事	3.08
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	29.85
欧阳玉斌	职工代表监事	65.28

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2018 年度薪酬总额（税前，万元）
胡冬根	职工代表监事	30.35
罗志青	财务负责人、董事会秘书、副总经理	68.16
高元鑫	原董事、原副总经理	93.96
姜立涛	原董事、原副总经理	37.35
朱嘉玲	原监事会主席	40.16
宋春涛	原副总经理	26.91
合计	-	838.25

注：王建优于 2018 年度担任朗姿股份的董事会秘书及副总经理，根据朗姿股份披露的 2018 年年度报告，王建优 2018 年度从朗姿股份领取的税前报酬为 72.76 万元；高元鑫于 2019 年 4 月辞任发行人董事、高级管理人员，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-12 月；姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月。

根据发行人的说明并经核查，发行人个别董事、监事薪酬偏低的原因如下：

(1) 董事王建优系发行人股东朗姿股份推荐并经发行人董事会提名、股东大会选举的董事，未在发行人担任其他职务，故未在发行人处领取薪酬；

(2) 独立董事的薪酬明显低于其他非独立董事，系由于独立董事薪酬是发行人根据市场情况与独立董事协商确定，不存在显著低于市场价格的情形；

(3) 监事谭艳、胡冬根的薪酬低于监事欧阳玉斌的薪酬，系由于监事欧阳玉斌同时担任公司的品牌运营事业部总监，监事谭艳、胡冬根的薪酬不存在明显低于同行业（拟）上市公司监事薪酬的情况。

2. 与同行业地区可比公司比较，发行人董事、监事、高级管理人员的薪酬具有合理性

(1) 与同行业（拟）上市公司董事、监事、高级管理人员的薪酬对比

根据发行人提供的资料及公开可查询的信息，发行人董事、监事、高级管理人员近一年的平均薪酬与可比公司比较如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元/人/年

公司名称	所处地区	2018 年度	2017 年度	2016 年度
丽人丽妆	上海	129.47	80.18	44.61
壹网壹创	杭州	45.09	45.73	23.26
发行人	广州	52.39	58.55	49.71

注 1：姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月。

注 2：“丽人丽妆”指上海丽人丽妆化妆品股份有限公司，“壹网壹创”指杭州壹网壹创科技股份有限公司。上述丽人丽妆和壹网壹创的数值系根据公开文件测算。根据丽人丽妆公开披露的文件，其于 2016 年、2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员支付的薪酬总额分别为 401.46 万元、721.62 万元和 1,165.19 万元，该公司现任董事、监事、高级管理人员 12 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪总额除以 9。根据壹网壹创公开披露的文件，其于 2016 年、2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员等关键管理人员支付的薪酬总额分别为 255.85 万元、502.99 万元、495.98 万元。该公司现任董事、监事、高级管理人员及核心管理人员 14 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪筹总额除以 11。

根据上表对比分析，发行人董事、监事、高级管理人员最近一年的平均薪酬低于丽人丽妆、高于壹网壹创。经核查，丽人丽妆董事长及副总经理黄韬、董事及副总经理黄梅、监事会主席汪华 2018 年的薪酬分别 357.10 万元、322.98 万元、205.40 万元，薪酬远高于其他董事、监事、高级管理人员的薪酬，剔除该等人员后，该公司董事、监事、高级管理人员 2018 年的薪酬平均值为 49.62 万元。发行人综合考虑公司整体经营状况、市场薪酬水平以及董事、监事、高级管理人员的岗位职责，从而确定其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平，与同行业企业相比，处于合理区间，不存在重大差异。

(2) 与同地区人力资源指导价位对比

根据发行人主营业务，发行人所处行业属于电子商务服务业。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业归属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》、《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》、《广州市 2016 年人力资源市场工资指导价位》，2016 年至 2018 年，广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指导价位具体如下：

单位：万元/年/人

职位	2018 年度		2017 年度		2016 年	
	75 分位	90 分位	平均数	高位数	平均数	高位数
企事业单位负责人	20.63	31.46	-	-	-	-
企业总经理	20.05	34.51	24.16	70.51	15.72	46.92
生产经营部门经理	21.07	33.36	14.82	44.25	17.35	32.62
财务部门经理	13.19	25.05	13.43	43.38	12.68	41.69
行政部门经理	18.78	33.88	13.55	35.85	9.46	29.60
销售和营销部门经理	20.00	43.14	9.45	26.44	12.78	31.97
计算机服务部门经理	18.43	23.93	18.09	50.63	-	-
研究和开发部门经理	22.66	28.72	14.59	41.14	13.53	24.45
其他职能部门经理	26.86	37.50	23.95	66.18	8.98	20.31
其他企业中高级管理人员	25.02	30.22	18.75	35.30	11.25	30.83
平均值	20.67	32.18	16.75	45.96	12.72	32.30
公司董事、监事、高级管理人员的薪酬平均值	52.39		58.55		49.71	

注 1：广州市人力资源市场工资指导价位数据由广州市人力资源和社会保障局统计发布，2016 年和 2017 年的工资指导价位采用平均数、中位数方式统计，2018 年的工资指导价位采用更具代表性的百分位数（10 分位、25 分位、50 分位、75 分位、90 分位）统计，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

更全面的反映数据的客观状况。其中， 75 分位（较高值）表示样本中有 75%的数据小于此数值，反映市场的较高水平；90 分位（偏高值）表示样本中有 90%的数据小于此数值，反映市场的高端水平。

注 2：高位数是指数列后 10%的数据的算术平均；平均数是指全部样本数据的平均数；

注 3：广州市人力资源市场工资指导价位数据原系以元为单位列示，为方便对比，统一本反馈意见统一修改为以万元为单位。

综上，报告期内，与同行业公司丽人丽妆和壹网壹创对比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员平均薪酬处于合理区间；与广州市人力资源和社会保障局关于广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指导价位相比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的平均薪酬属于偏高值，处于市场的高端水平。报告期内发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬水平与发行人的经营规模及自身发展情况相匹配，具备合理性。

3. 发行人的薪酬政策具备延续性，在未来三年将持续保持稳定

经核查，发行人已设立薪酬与考核委员会，并制定了《薪酬与考核委员会工作细则》，发行人已形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来将持续保持稳定。根据发行人说明，未来发行人将在现行薪酬制度的基础上，根据公司经营发展状况、市场物价消费指数及当地人均薪酬水平对其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平进行不断完善，使其收入水平保持竞争力，实现人员资源可持续发展。

综上，经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。

（三）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员离职相关的内部决策文件；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 查阅离职董事、高级管理人员的辞职申请等资料；

3. 就发行人部分董事、高级管理人员的离职原因与发行人相关人员进行访谈。

核查内容：

1. 发行人部分董事、高级管理人员辞职原因

经核查，报告期内，发行人部分董事、高级管理人员的辞职情况及原因如下：

姓名	职务	辞职时间	辞职原因
刘国常	独立董事	2017.07	个人职业发展规划调整
高元鑫	董事、副总经理	2019.04	个人职业发展规划调整
宋春涛	副总经理	2018.06	个人职业发展规划调整
姜立涛	董事、副总经理	2018.09	退休

经核查，上述董事、高级管理人员离职后，未在发行人担任任何职位。

2. 发行人部分董事、高级管理人员辞职不构成董事、高管重大变化

经核查，报告期内，发行人的董事变化情况如下：

期间	董事姓名	变化原因
2016.01.01-2016.12.11	王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫	-
2016.12.11-2017.05.18	王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、刘国常	发行人增设独立董事，卞静、孙海法、刘国常担任独立董事
2017.05.18-2017.07.29	王玉、王文慧、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、刘国常	增选王文慧担任董事
2017.07.29-2018.09.27	王玉、王文慧、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、柳建华	独立董事刘国常辞职，补选柳建华担任独立董事
2018.09.27-2019.04.15	王玉、王文慧、王建优、徐晴、高元鑫、何治明、卞静、孙海法、柳建华	董事换届选举，其中姜立涛退休，增选何治明为董事，朗姿股份提名的董事由申东日变更为王建优

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	董事姓名	变化原因
2019.04.15 至今	王玉、王文慧、王建优、徐晴、梁婕、何治明、卞静、孙海法、柳建华	高元鑫辞职，补选梁婕为公司董事

报告期内，发行人的高级管理人员变化情况如下：

期间	高级管理人员姓名	变化原因
2016.01.01-2016.11.24	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫； 财务负责人：罗志青	-
2016.11.24-2017.04.28	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、宋春涛； 董事会秘书：宋春涛； 财务负责人：罗志青	公司原员工梁婕、何治明升职为公司副总经理，公司新聘宋春涛为董事会秘书及副总经理
2017.04.28-2018.09.27	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、宋春涛； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	宋春涛辞去公司董事会秘书职务，公司财务负责人罗志青同时兼任董事会秘书
2018.09.27-2019.03.31	总经理：王玉； 副总经理：徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、罗志青； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	姜立涛退休，辞去公司担任的所有职务，公司财务负责人罗志青同时担任公司副总经理
2019.04.01 至今	总经理：王玉； 副总经理：徐晴、梁婕、何治明、罗志青； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	高元鑫辞职

经核查，报告期内，发行人董事及高级人员的变动人数较少，占发行人董事及高级管理人员总人数的比例不足三分之一，占比较低；发行人部分董事、高级管理人员离职主要系基于个人原因，新增的非独立董事及高级管理人员均是发行人内部培养产生或原股东提名的董事变更产生，发行人实际控制人王玉一直担任发行人的董事、总经理，发行人实际控制人王文慧从 2017 年 5 月至今一直担任

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人的董事，徐晴一直担任发行人的董事兼副总经理，罗志青一直担任公司的财务负责人，发行人的核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化，未影响发行人经营管理的稳定性。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。报告期内发行人部分董事、高级管理人员均系基于个人原因离职，未对发行人的经营产生重大不利影响，发行人新增的非独立董事及高级管理人均是发行人内部培养产生或原股东提名的董事变更导致，发行人核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化。

十一、《反馈意见》信息披露问题 14：请按照中国证监会有关文件的精神进一步落实首发承诺事项，晨晖朗姿、晏小平作为同一控制下实际持有股份 5%以上主体补充披露锁定期满后两年内的减持意向，补充披露稳定股价预案中回购、增持的价格范围。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查晨晖朗姿出具的减持承诺；

2. 核查晏小平出具的减持承诺；

3. 核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员关于稳定公司股价的预案。

核查内容：

1. 晨晖朗姿与晏小平已补充出具锁定期届满后两年内的减持意向承诺

晏小平与晨晖朗姿已出具承诺函，承诺“在锁定期届满后 2 年内减持的，减持价格不低于发行人首次公开发行股票的发行价。若公司自本次发行上市至减持

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公告之日发生派息、送股、转增股本等除权除息事项，则上述发行价为除权除息后的价格；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公司首次公开发行股票的发行价，或者上市后 6 个月期末收盘价低于公司首次公开发行股票的发行价，承诺人持有的公司股票的锁定期届满后自动延长 6 个月。若公司股票上市 6 个月内，发生派息、送股、转增股本等除权除息事项，则上述发行价为除权除息后的价格。”

2. 稳定股价预案中回购、增持的价格范围

经核查发行人及其控股股东、实际控制人、董事、高级管理人员出具的《关于稳定公司股价的预案》，如为稳定发行人股价，发行人以法律法规允许的交易方式向社会公众股东回购股份的，则单次用于回购股份的资金金额上限为 5,000 万元，回购价格范围为不高于公司最近一期经审计的每股净资产（审计基准日后发生权益分派、公积金转增股本、配股等情况的，应做除权、除息处理，下同）；如以控股股东、实际控制人通过二级市场增持公司股份的，则控股股东、实际控制人单次用于增持股份的资金金额不超过 2000 万元，增持价格范围为不高于公司最近一期经审计的每股净资产；如以董事、高级管理人员通过法律法规允许的交易方式买入公司股份的，则各董事、高级管理人员用于购买股份的金额不低于公司董事、高级管理人员上一会计年度从公司领取税后薪酬额的 30%，买入价格范围为不高于公司最近一期经审计的每股净资产。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____
张学兵

经办律师：_____
全　奋

_____
程俊鸽

2020年1月10日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（四）

二〇二〇年 一月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），并分别于 2019 年 9 月 24 日、2019 年 12 月 2 日、2020 年 1 月 10 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》、《北

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》（以下分别简称“《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》”）等文件。

鉴于发行人针对中国证监会反馈所涉的部分问题取得了新的证明文件，并补充提供了新的资料，本所律师进行补充核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

一、《反馈意见》规范性问题 1：请保荐机构、发行人律师补充说明：（1）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。（2）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。（3）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。（4）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。（5）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

反馈回复：

（一）2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性。前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案资料，确认其 2015 年 5 月及其后历次股权转让与增资情况；

2. 核查发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的相关协议、内部决议文件，股权转让的转账凭证、增资的验资报告；

3. 核查发行人及股权转让方出具的说明，确认 2015 年 5 月及其后历次股权转让及增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性；

4. 对发行人股东就入股发行人的背景、原因等进行访谈；

5. 查阅发行人股东就股权转让事宜出具的相关确认函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据、定价差异的原因及合理性

根据发行人的工商登记档案资料并经核查，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资的背景、定价依据如下：

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
2015.05	股权转让	王玉	徐晴	30 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	对徐晴实施激励
2015.05	股权转让	王玉	发光体	97.7 万元	1 元/元出资	按照原始出资额定价	股东间协商调整股权结构
		王文慧		19 万元			
		姜立涛		43.3 万元			
2015.05	增资至 1,250 万元	-	朗姿股份	250 万元	44 元/元出资	按照原股东承诺的公司 2015 年度最低净利润 3500 万元的 15.71 倍，即 5.5 亿元作为投后估值确定	根据经营发展需要引进外部投资者
	股权转让	王玉	晨晖盛景	62.5 万元			
2015.07	整体变更股份公司	-	原股东	增至 7,500 万元	-	-	-
2017.02	股份转让	姜立涛	横琴业显	75 万股	8 元/股	按若羽臣 6 亿元估值确定	姜立涛个人有资金需求
2017.03	增资至 8,333.333	-	晨晖盛景	208.3333 万股	9.6 元/股	综合参考公司	根据经营发展需要

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

时间	交易性质	转让方	受让方/增资方	认购/转让出资/股份	增资/转让单价	定价依据	背景/原因
	2 万元		厚钰凯盛	208.3333 万股		所处行业、成长性、市盈率、经营管理团队、发展规划等因素按若羽臣投后估值 8 亿元确定	引进外部投资者
			金英顺	260.4166 万股			
			晏小平	156.2500 万股			
2018.10	增资至 9126.9840 万元	-	晨晖朗姿	238.0952 万股	12.60 元/股	按若羽臣投后估值 11.5 亿元确定	根据经营发展需要引进外部投资者
		-	中小企业基金	158.7302 万股			
		-	十月吴巽	79.3651 万股			
		-	十月众领	79.3651 万股			
		-	前海投资基金	238.0952 万股			
	转让	王玉	晨晖朗姿	79.3651 万股			
			十月吴巽	39.6825 万股			
			创钰铭晨	119.0476 万股			

根据本所律师对发行人及相关股东的访谈，上表历次股权转让、增资之间的定价差异系交易相关方根据交易的目的、若羽臣经营发展所处的时期、成长性、业绩情况、规范情况等因素协商确定，定价差异具有商业合理性，具体如下：

(1)2015 年 5 月，公司实际控制人王玉按照原始出资价向公司核心管理人员

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

徐晴转让出资，主要系为对徐晴实施股权激励，考虑到徐晴在公司成立初期即加入了公司，担任公司商务拓展团队的负责人，为公司发展做出了突出贡献，公司实际控制人按照原始出资定价向徐晴转让出资；

(2)2015 年 5 月，公司当时的股东王玉、王文慧、姜立涛与发光体之间的股权转让，主要是现有股东之间调整股权结构，调整持股方式，实质不涉及引入外部投资者，因此各方按照原始出资额进行转让。

(3)2015 年 5 月，公司通过增资和股权转让的方式引入外部投资者朗姿股份和晨晖盛景，此次股权变动定价是公司及其原股东与外部投资者结合公司发展所处的时期、规范情况、成长性等因素，根据公司原股东承诺的公司 2015 年度最低净利润 3,500 万元的 15.71 倍作为公司投后的整体估值确定。

(4)2017 年 2 月，姜立涛与横琴业显之间的股权转让系按公司 6 亿元估值由双方协商确定，公司并未介入洽谈交易定价，主要系姜立涛个人基于资金需求与横琴业显协商定价并出售少量股份，经测算系公司 2016 年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润的 23 倍。

(5)2017 年 3 月，公司向晨晖盛景、厚钰凯盛、金英顺、晏小平定向发行股份系相关方综合参考公司所处行业、成长性、市盈率、经营管理团队、发展规划等因素确定本次增资的价格。鉴于公司当时正与多个知名品牌洽谈合作，制定了详细的盈利预测计划，预估 2017 年度的业绩较 2016 年度会有较大增长，公司与相关投资者经过多轮谈判，最终确定公司本次增资后的估值为 8 亿元，经测算该估值系公司 2016 年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润的 30.65 倍。

(6)2018 年 10 月，公司通过增资和股权转让的方式引进晨晖朗姿、中小企业基金、十月吴巽、十月众领等外部投资者，系各方根据公司 2017 年度的业绩情况、成长性、发展规划等因素，确定按若羽臣投后估值 11.5 亿元确定本次股权变动价格，经测算该估值系若羽臣 2017 年度归属于母公司所有者的扣除非经常性损益后的净利润的 23.21 倍。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为，发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异是交易相关方根据交易目的、若羽臣经营发展所处的时间、业绩情况、规范情况等因素协商确定，具有商业合理性。

2. 前述股权变动程序是否合规，是否存在纠纷或潜在争议

根据《公司法》及《公司登记管理条例》规定，股份公司的股东不是法定工商登记事项，股东转让股份有限公司股份未明确要求经股东大会审议及办理工商登记，且《公司章程》亦未规定转让股份需经股东大会审议，据此，2017 年 2 月及 2018 年 10 月发生的股份转让无需公司股东大会审议批准及办理工商变更登记。若羽臣前述其他股权变动均已经按照《公司法》及《公司章程》的规定，履行了内部审议程序，并已办理完毕工商变更登记手续。经核查，上表历次股权变动程序合法合规。

根据本所律师对转让股东访谈所得信息，及发行人股东出具的确认函，上述历次股权变动所涉及的转让款及/或增资认购款均已经支付完毕，不存在纠纷。

（二）补充披露发行人在全国中小企业股份转让系统挂牌摘牌、股份变动的基本情况。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 获取姜立涛于 2017 年 2 月通过协议转让方式向横琴业显转让股份的交易截图；

2. 通过全国中小企业股份转让系统（以下简称“股转系统”）信息披露平台查阅发行人终止挂牌所发布的所有公告；

3. 核查发行人关于终止在股转系统挂牌事宜召开第一届董事会第十八次会议决议文件、第一届监事会第十次会议决议文件、2017 年第五次临时股东大会决议文件。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

经核查，发行人股票于 2015 年 12 月 2 日起在股转系统公开挂牌转让，证券代码为 834647，证券简称为若羽臣，转让方式为协议转让；发行人股票于 2017 年 10 月 13 日起终止在股转系统挂牌。发行人股票在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动。

1. 发行人在股转系统挂牌的基本情况

发行人于 2015 年 9 月向全国中小企业股份转让系统有限责任公司（以下简称“股转公司”）提交了挂牌申请，并于 2015 年 11 月 20 日取得股转公司核发的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2015]7738 号），公司股票于 2015 年 12 月 2 日起在股转系统挂牌公开转让，证券代码为 834647，证券简称为若羽臣，转让方式为协议转让。公司股票挂牌时的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	3,402,000	4.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

2. 发行人在股转系统挂牌期间股份变动的基本情况

经核查，发行人在股转系统挂牌期间，历经两次股份变动，具体如下：

(1) 股份协议转让

2017 年 2 月 20 日，横琴业显通过股转系统以协议转让的方式受让姜立涛持

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

有发行人的 750,000 股股票，受让价格为 8 元/股。

根据中国证券登记结算有限责任公司北京分公司出具的《证券持有人名册》，上述股份转让完成后，公司的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	48.78%
2	朗姿股份	15,000,000	20.00%
3	发光体	9,600,000	12.80%
4	王文慧	4,860,000	6.48%
5	晨晖盛景	3,750,000	5.00%
6	姜立涛	2,652,000	3.54%
7	徐晴	1,800,000	2.40%
8	横琴业显	750,000	1.00%
合计		**75,000,000**	**100.00%**

(2) 增资

发行人于 2017 年 1 月 25 日召开 2017 年第一次临时股东大会，审议通过《股票发行方案》，拟定向发行股份 8,333,332 股，每股面值 1 元，每股发行价格为 9.60 元，分别由晨晖盛景认购 2,083,333 股，厚钰凯盛认购 2,083,333 股，金英顺认购 2,604,166 股，晏小平认购 1,562,500 股，认购方式均为货币，募集资金总额为 8,000 万元。

上述增资已经天健于 2019 年 5 月 25 日出具的“天健验[2019]7-40 号”《验资报告》审验，经审验，截至 2017 年 2 月 3 日，发行人已收到本次定向发行对象缴付的资金共计 8,000 万元，其中 833.3332 万元计入新增注册资本，其余计入资本公积—股本溢价。

2017 年 3 月 21 日，若羽臣股份办理完毕上述增资的工商变更登记。

上述增资完成后，公司的股权结构如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东姓名/名称	持股数量（股）	持股比例
1	王玉	36,588,000	43.91%
2	朗姿股份	15,000,000	18.00%
3	发光体	9,600,000	11.52%
4	晨晖盛景	5,833,333	7.00%
5	王文慧	4,860,000	5.83%
6	姜立涛	2,652,000	3.18%
7	金英顺	2,604,166	3.12%
8	厚钰凯盛	2,083,333	2.50%
9	徐晴	1,800,000	2.16%
10	晏小平	1,562,500	1.88%
11	横琴业显	750,000	0.90%
合计		**83,333,332**	**100.00%**

3. 发行人在股转系统终止挂牌的基本情况

发行人分别于 2017 年 8 月 29 日、2017 年 9 月 14 日召开第一届董事会第十八次会议及 2017 年第五次临时股东大会，审议通过《关于申请公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的议案》，公司全体董事、股东一致同意向股转公司申请终止挂牌。发行人于 2017 年 9 月 25 日向股转公司递交《广州若羽臣科技股份有限公司关于公司股票在全国中小企业股份转让系统终止挂牌的申请》及相关文件，并取得股转公司出具的受理通知书（编号：172828）。

2017 年 10 月 12 日，发行人收到股转公司出具的《关于同意广州若羽臣科技股份有限公司股票终止在全国中小企业股份转让系统挂牌的函》（股转系统函[2017]5904 号），股转公司同意发行人股票自 2017 年 10 月 13 日起终止在股转系统挂牌。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（三）发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，是否存在对赌协议等特殊协议或安排，是否存在纠纷或潜在争议。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 登录“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等网站查询发行人直接、间接股东信息；

2. 向发行人直接、间接股东发送询问函，并核查直接、间接股东反馈回复的确认函；

3. 核查发行人实际控制人与董监高出具的相关确认函；

4. 核查本次发行中介机构出具的相关确认函；

5. 核查发行人出具的相关确认函。

核查内容：

1. 本所律师根据所搜集到的发行人直接、间接股东信息，向具有联系方式的直接、间接股东逐一发送询证函，就发行人股东与发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员、本次发行中介机构负责人及其签字人员是否具有亲属关系、关联关系等事项进行核查。经核查前述回函并经网络核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人直接、间接股东与发行人及其实际控制人、董监高具有如下关联关系：

(1) 发行人直接股东王玉、王文慧系发行人的实际控制人及董事，其中王玉同时系发行人的高级管理人员；

(2) 发行人的直接股东徐晴系发行人的董事兼高级管理人员；

(3) 发行人的直接股东朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景系发行人持股 5%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

以上的机构股东，属于发行人的关联方，发行人的直接股东天津若羽臣系由王玉、王文慧共同设立的有限合伙企业；

(4) 发行人的间接股东申东日持有发行人 5%以上的股份，系发行人的关联方；

(5) 发行人直接股东晏小平分别持有发行人直接股东晨晖朗姿、晨晖盛景的普通合伙人及执行事务合伙人 90%、99%的出资，若合并计算晨晖朗姿、晨晖盛景和晏小平持有的股份，则晏小平合计控制发行人 5%以上有表决权的股份；

(6) 发行人直接股东厚钰凯盛的有限合伙人之一为广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙），王文慧持有广州创钰凯越股权投资企业（有限合伙）2.12%的财产份额；

(7) 发行人直接股东朗姿股份的董事会秘书兼副总经理王建优同时系发行人的董事。

除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东确认与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

2. 经查阅发行人实际控制人与董监高出具的确认函，并经访谈核查，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人实际控制人、董监高不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

3. 经核查本次发行各中介机构出具的确认函，该等中介机构均确认，发行人直接、间接股东与该中介机构及其负责人、本次发行上市的签字人员之间不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

4. 经查阅发行人出具的确认函并经网络核查，发行人确认，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接、间接股东与发行人不存在其他关联关系、委托持股、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

经核查，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，除上述已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议。

（四）补充披露发行人申报前一年新增的合伙企业股东的合伙人情况及出资额、出资比例。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的工商登记档案，申报前一年内的内部决议、公司章程；

2. 核查申报前一年新增合伙企业股东的营业执照、合伙协议；

3. 查阅申报前一年新增合伙企业股东出具的说明。

核查内容：

经核查，发行人于本次申报日 2019 年 6 月 17 日前一年，新增合伙企业股东共有 6 名，分别为晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领。各合伙企业股东的合伙人及出资额、出资比例情况如下：

1. 晨晖朗姿

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，晨晖朗姿的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波晨晖创新投资管理有限公司	387.78	1.00%	普通合伙人
2	朗姿股份有限公司	5,500.00	14.18%	有限合伙人
3	江苏中韩盐城产业园投资有限公司	5,000.00	12.89%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	名称/姓名	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
4	宁波梅山保税港区博进投资中心（有限合伙）	1,000.00	2.58%	有限合伙人
5	伊廷雷	2,000.00	5.16%	有限合伙人
6	问泽鸿	1,000.00	2.58%	有限合伙人
7	厦门瑞极投资有限公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
8	庞村	1,000.00	2.58%	有限合伙人
9	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	1,500.00	3.87%	有限合伙人
10	王智敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
11	深圳市盘古陆拾号股权投资中心（有限合伙）	790.00	2.04%	有限合伙人
12	深圳小辣椒科技有限责任公司	1,000.00	2.58%	有限合伙人
13	李旭	1,000.00	2.58%	有限合伙人
14	刘中敏	1,000.00	2.58%	有限合伙人
15	宁波梅山保税港区鸿文投资管理合伙企业（有限合伙）	4,500.00	11.60%	有限合伙人
16	苏秋湘	1,100.00	2.84%	有限合伙人
17	陈永洲	500.00	1.29%	有限合伙人
18	宁波梅山保税港区磐阳股权投资合伙企业（有限合伙）	6,500.00	16.76%	有限合伙人
19	江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司	3,000.00	7.74%	有限合伙人
合 计		**38,777.78**	**100.00%**	-

2. 前海投资基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，前海投资基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	前海方舟资产管理有限公司	30,000.00	1.0526%	普通合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
2	君康人寿保险股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
3	上海行普企业管理合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
4	济南峰靖商贸有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
5	珠海横琴富华金盛投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
6	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
7	广东万和新电气股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
8	珠海横琴富华金灿投资企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
9	中国人保资产管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
10	深圳市汇通金控基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
11	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
12	深圳市引导基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
13	新华人寿保险股份有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
14	厦门金圆投资集团有限公司	60,000.00	2.1053%	有限合伙人
15	李永魁	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
16	北京首都科技发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
17	深圳凯利程投资咨询有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
18	深圳市安林珊资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
19	深圳太太药业有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
20	厦门市三硕资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
21	新兴发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
22	永诚财产保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
23	北银丰业资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
24	中国电信集团公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
25	深圳市中科创资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
26	新余市晟创投资管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
27	深圳市文燊威投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
28	国信弘盛创业投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
29	深圳市福田引导基金投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
30	太平人寿保险有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
31	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
32	渤海人寿保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
33	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
34	徐州金沣股权投资合伙企业(有限合伙)	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
35	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
36	深圳市创新投资集团有限公司	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
37	陈韵竹	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
38	汇祥蓝天（天津）投资合伙企业（有限合伙）	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
39	建信人寿保险股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
40	光大永明资产管理股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
41	唐山致行商贸有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
42	郑焕坚	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
43	郭德英	10,000.00	0.3509%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
44	盘李琦	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
45	深圳市中孚泰文化集团有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
46	横店集团控股有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
47	喀什唐商股权投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
48	深圳市广顺昌投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
合 计		**2,850,000.00**	**100.00%**	-

3. 中小企业基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，中小企业发展基金的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	深圳国中创业投资管理有限公司	6,000.00	1.00%	普通合伙人
2	中华人民共和国财政部	150,000.00	25.00%	有限合伙人
3	深圳市中小企业服务署	149,900.00	24.98%	有限合伙人
4	特华投资控股有限公司	80,000.00	13.33%	有限合伙人
5	深圳市创新投资集团有限公司	60,000.00	10.00%	有限合伙人
6	深圳市泓鑫投资合伙企业（有限合伙）	60,000.00	10.00%	有限合伙人
7	深圳市华晖集团有限公司	40,000.00	6.67%	有限合伙人
8	深圳市融浩达投资有限公司	30,100.00	5.02%	有限合伙人
9	华安财产保险股份有限公司	24,000.00	4.00%	有限合伙人
合 计		**600,000.00**	**100.00%**	-

4. 十月吴巽

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月吴巽的合伙人及出资额、出资比例如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	300.00	0.88%	普通合伙人
2	姜煜峰	10,800.00	31.67%	有限合伙人
3	东吴创新资本管理有限责任公司	9,900.00	29.03%	有限合伙人
4	华芳创业投资有限公司	5,000.00	14.66%	有限合伙人
5	刘胜昔	4,000.00	11.73%	有限合伙人
6	李华贞	2,000.00	5.87%	有限合伙人
7	崔岭	1,100.00	3.23%	有限合伙人
8	龚寒汀	1,000.00	2.93%	有限合伙人
合 计		**34,100.00**	**100.00%**	-

5. 创钰铭晨

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，创钰铭晨的合伙人及出资额、出资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	广州创钰投资管理有限公司	225.25	1.00%	普通合伙人
2	广州创钰铭旭股权投资基金企业（有限合伙）	8,200.00	36.40%	有限合伙人
3	叙永壹期金舵股权投资基金合伙企业（有限合伙）	7,000.00	31.08%	有限合伙人
4	广州市中小企业发展基金有限公司	4,000.00	17.76%	有限合伙人
5	广州南沙产业投资基金管理有限公司	2,500.00	11.10%	有限合伙人
6	张武	600.00	2.66%	有限合伙人
合 计		**22,525.25**	**100.00%**	-

6. 十月众领

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，十月众领的合伙人及出资额、出

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

资比例如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）	400.00	2.00%	普通合伙人
2	徐辉	11,760.00	58.80%	有限合伙人
3	周奕晓	7,840.00	39.20%	有限合伙人
合 计		**20,000.00**	**100.00%**	-

（五）发行人现有直接股东中是否存在契约型基金、信托计划、资产管理计划，如存在，是否已纳入监管，是否已按照监管要求进行核查和披露，请发表明确意见。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人直接股东的身份证明文件、营业执照、合伙协议、章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”检索发行人直接股东的基本情况；

3. 登录“中国证券投资基金业协会”查询基金类股东的备案信息；

4. 核查发行人直接股东出具的相关确认函。

核查内容：

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人共有直接股东 17 名，其中 6 名自然人股东，11 名机构股东。机构股东分别为：朗姿股份、天津若羽臣、晨晖盛景、晨晖朗姿、前海投资基金、厚钰凯盛、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领、横琴业显。

经核查各机构股东的营业执照、章程/合伙协议，并经登录“国家企业信用信息公示系统”、“中国证券投资基金业协会”等网站核查，发行人机构股东中，朗姿股份（002612）为上市公司；天津若羽臣为王玉和王文慧共同设立的有限合伙企业；横琴业显为艾蕾和叶飞共同设立的有限合伙企业。天津若羽臣和横琴业

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

显均不存在向其他人募集资金的情况，亦不存在委托基金管理人进行管理或受托管理其他基金的情形，不属于《证券投资基金法》、《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》和《私募投资基金监督管理暂行办法》规定的私募基金或私募基金管理人。发行人其他机构股东晨晖盛景、厚钰凯盛、晨晖朗姿、前海投资基金、中小企业基金、十月吴巽、创钰铭晨、十月众领均为有限合伙形式的私募股权投资基金，且均已按照《证券投资基金法》、《私募投资基金监督管理暂行办法》及《私募投资基金管理人登记和基金备案办法（试行）》的规定，在中国证券投资基金业协会办理完毕备案手续，具体如下：

1. 晨晖盛景

经核查，晨晖盛景已于 2015 年 7 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 S38317，其基金管理人北京晨晖创新投资管理有限公司已于 2015 年 5 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1012701。

2. 厚钰凯盛

经核查，厚钰凯盛已于 2017 年 2 月 15 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR8929，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

3. 晨晖朗姿

经核查，晨晖朗姿已于 2017 年 5 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR5448，其基金管理人宁波晨晖创新投资管理有限公司已于 2017 年 3 月 31 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1062121。

4. 前海投资基金

经核查，前海投资基金已于 2016 年 4 月 27 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SE8205，其基金管理人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

前海方舟资产管理有限公司已于 2016 年 1 月 21 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1030546。

5. 中小企业基金

经核查，中小企业基金已于 2017 年 2 月 20 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SR2284，其基金管理人深圳国中创业投资管理有限公司已于 2016 年 10 月 26 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1060025。

6. 十月吴巽

经核查，十月吴巽已于 2018 年 1 月 11 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCC708，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

7. 创钰铭晨

经核查，创钰铭晨已于 2018 年 3 月 1 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SCH662，其基金管理人广州创钰投资管理有限公司已于 2015 年 11 月 18 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1027462。

8. 十月众领

经核查，十月众领已于 2018 年 10 月 8 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案，基金编号为 SEF081，其基金管理人宁波十月桐生投资管理合伙企业（有限合伙）已于 2017 年 9 月 28 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金管理人登记，登记编号为 P1065078。

根据发行人直接股东出具的确认函，发行人股东均确认其不属于契约型基

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

金、信托计划、资产管理计划。

据此，本所律师认为，发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

核查结论：

综上，本所律师认为：（1）发行人 2015 年 5 月及其后历次股权转让、增资及定价均有合理的商业背景与理由，同次增资及股权转让各股东认购与转让的价格相同，不同次之间增资及/或转让价格存在差异具有商业合理性；前述股权变动程序合规，不存在纠纷；（2）截至本补充法律意见书出具之日，除本补充法律意见书已经披露的关联关系外，发行人直接间接股东与发行人及其实际控制人、董监高、本次发行中介机构负责人及其签字人员不存在亲属关系、关联关系、委托持股、信托持股或利益输送安排，不存在对赌协议等特殊协议或安排，不存在纠纷或潜在争议；（3）发行人直接股东中不存在契约型基金、信托计划、资产管理计划。

二、《反馈意见》信息披露问题 2：招股说明书披露了报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业。请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况；已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

（一）请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 通过“国家企业信用信息公示系统”和“企查查”等线上企业信息查询系统核查报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的已注销企业的工商登记信息；

2. 查阅已注销企业的注销文件；

3. 查阅境外律师就已注销的境外企业发表的法律意见；

4. 查阅关于南昌博铭被工商主管部门吊销营业执照的个人责任说明文件；

5. 查阅主管机关开具的证明文件；

6. 查阅曾担任因未按时报送年度报告被吊销营业执照的企业法定代表人，在三年内担任拟上市公司董事、高级管理人员并成功上市的案例；

7. 访谈发行人实际控制人就企业注销原因进行确认。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业及其注销的原因如下：

序号	企业名称	关联关系	注销原因
1	南昌博铭商贸有限公司	发行人控股股东王玉曾持有南昌博铭商贸有限公司 50%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理。南昌博铭商贸有限公司已于 2017 年 11 月 22 日注销	南昌博铭商贸有限公司注销前已经多年未实际开展业务，股东一致同意对其清理注销
2	上海喜育儿	发行人子公司杭州红时曾持股 49%，上海喜育儿已于 2018 年 1 月 24 日注销	因控股股东业务调整，上海喜育儿的股东协商一致注销该企业
3	北京金辉佳意科技有限公司	发行人曾控股的子公司，已于 2018 年 3 月 22 日注销	原计划开展京东 POP 业务，之后因业务调整，未实际开展该业务，因此与其他股东协商一致后注销该企业
4	广州流尚	曾系发行人子公司宁波宝莉的全资子公司，已于 2018 年 9 月 29 日注销	未实际开展业务，发行人对下属公司架构进行调整注销该企业

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	企业名称	关联关系	注销原因
5	鸿迈国际	发行人曾持股 49%的企业，已于 2019 年 3 月 29 日注销	因控股股东业务调整，鸿迈国际股东协商一致后注销该企业
6	美国丽喜	曾系发行人的全资子公司，已于 2019 年 7 月 19 日注销	注销前主要从事天猫国际专营店业务，发行人因业务调整注销该企业
7	深圳蓬蓬妈	曾系发行人的全资子公司，已于 2019 年 6 月 18 日注销	注销前主要从事线上代运营业务，发行人因业务调整注销该企业

根据工商、税务等主管机关出具的证明以及境外律师就上述已注销境外企业发表的法律意见，上述注销企业不存在因重大违法违规行为而注销的情况，其中，南昌博铭商贸有限公司（以下简称“南昌博铭”）在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款的情况，具体如下：

1. 南昌博铭注销前的基本情况

经核查，南昌博铭系王玉读大学期间，与万长茂共同创办的企业，南昌博铭成立时的基本情况如下：

名称	南昌博铭商贸有限公司
注册号	360111210000348
住所	江西省南昌市青山湖区上海路老支局 34 栋 1 单元 503 室
法定代表人	王玉
注册资本	3 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立日期	2007 年 08 月 22 日
经营范围	国内贸易
股权结构	王玉持股 50%，万长茂持股 50%

南昌博铭自成立至注销，股权结构未发生过变更。

2017 年 11 月 22 日，南昌市青山湖区市场和质量监督管理局出具《注销证明》，证明南昌博铭已依法定程序注销完毕。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 因长期未实际经营被列入经营异常名录且未及时报税被予以罚款

经登录“国家企业信用信息公示系统”查询，南昌博铭因未依照《企业信息公示暂行条例》第八条规定的期限公示年度报告，分别于 2015 年、2016 年被南昌市青山湖区市场和质量监督管理局列入经营异常名录，并于 2017 年 6 月 29 日被该局吊销营业执照。2017 年 9 月 18 日，南昌博铭因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局分别罚款 500 元和 2,000 元。

3. 王玉对上述处罚不负有个人责任，相关行为不构成重大违法违规

经核查，上述工商和税务行政处罚均是由于南昌博铭未按规定及时报送年度报告、办理纳税申报所致。根据本所律师对万长茂的访谈情况、股东王玉及万长茂的说明及万长茂出具的确认函，南昌博铭系王玉与万长茂在大学期间开办的企业，由于王玉大学毕业后离开江西到广州创业，经常居住地不在江西，遂于 2007 年 8 月委托并授权万长茂代王玉履行南昌博铭法定代表人的职权，授权事项范围包括日常经营管理、代南昌博铭签署相关文件、办理纳税申报、工商年检等事宜。。之后由于南昌博铭长期未实际经营，万长茂疏忽，导致南昌博铭未及时报送年度报告被工商主管部门吊销营业执照，王玉对此不负有个人责任。

根据《公司法》等相关法律、法规的规定，担任因违法被吊销营业执照的公司的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年，则不得担任公司的董事、监事、高级管理人员。经查阅南昌博铭吊销当时至今有效的相关法规，相关规定并没有对“并负有个人责任”进行明确界定。王玉曾担任南昌博铭的法定代表人，但由于其经常居住地不在江西，无法正常履行职权，且于 2007 年 8 月已将经营管理权授予万长茂，之后由于南昌博铭万长茂工作疏忽，未及时报送年度报告导致南昌博铭被工商主管部门吊销营业执照，因此，王玉对南昌博铭因未及时报送年度报告被吊销营业执照不负有个人责任。

针对上述情况，发行人于 2019 年 12 月 19 日向其主管机关广州市黄埔区市场监督管理局提交《请示报告》，说明了南昌博铭被吊销营业执照及王玉在南昌博铭任职等情况，并请求该局对王玉是否具备担任公司法定代表人、董事或高级

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

管理人员的资格予以确认。广州市黄埔区市场监督管理局（广州开发区市场监督管理局）收到上述请示后，未对王玉担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格提出任何异议，并于 2020 年 1 月 15 日出具《关于广州若羽臣科技股份有限公司法定代表人相关情况的函》，确认王玉系该局管辖区企业广州若羽臣科技股份有限公司的法定代表人，经 2020 年 1 月 14 日查询该局业务系统“国家黑名单查询”，未发现王玉存在黑名单记录以及不能担任董事、监事和高级管理人员的记录。

鉴于王玉对南昌博铭被吊销营业执照不负有个人责任，且广州市黄埔区市场监督管理局（广州开发区市场监督管理局）在知悉南昌博铭被吊销营业执照事项后未对王玉担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格提出任何异议，亦出具文件确认王玉不存在不能担任董事、监事和高级管理人员的记录，因此，本所律师认为，王玉具备担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格。

鉴于南昌博铭被吊销营业执照及注销前分别被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局处以罚款 500 元和 2,000 元，均是由于长期停止经营，工作人员疏忽未及时报送年度报告及报税资料导致，处罚金额较小，因此，南昌博铭上述行为不构成重大违法违规。

（二）已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人转让上海翊烨 19%股权的转让协议及转让价款收取凭证；

2. 查阅发行人业务合同，以及发行人就其与上海翊烨交易情况出具的确认文件；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系调查表；

4. 发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员就与上海翊烨股权转让受让方俞小霞不存在关联关系或其他可能输送不当利益的确认文件。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人对外转让的其曾控制或有重大影响的企业为上海翊烨。

1. 转让原因及基本情况、转让对价及其公允性，与发行人主营业务的关系

(1) 转让原因及基本情况、与发行人主营业务的关系

上海翊烨成立于 2013 年 9 月 16 日，注册资本 100 万元，其 2017 年未经审计的净利润为 208.23 万元。2017 年 4 月，若羽臣对上海翊烨增资取得上海翊烨 19%的股权，且上海翊烨及其创始人承诺上海翊烨 2017 年至 2019 年净利润分别不低于 500 万元、1,000 万元和 2,000 万元。

2017 年上海翊烨未实现承诺的业绩，且存在不能实现 2018 年度承诺业绩的风险，未达到若羽臣投资的预期目标。因此，2018 年 12 月若羽臣与上海翊烨的控股股东俞小霞协商一致，由俞小霞回购发行人所持上海翊烨的全部股权。

(2) 转让对价及其公允性

2018 年 12 月 25 日，发行人与上海翊烨的控股股东俞小霞签署《股权转让协议》，将所持上海翊烨 19%的股权以 880 万元价格转让给俞小霞，以发行人对上海翊烨原投资额 760 万元为基准计算的年化投资回报率为 8.98%，高于同期人民币贷款基准利率，定价具有合理性和公允性。

2. 转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性

经核查发行人业务合同以及发行人出具的确认函，发行人转让上海翊烨股权后，未与上海翊烨之间发生交易。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

根据发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员提供的调查表及出具的确认，发行人对外转让上海翊烨股权的受让方为俞小霞，俞小霞与发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其近亲属之间不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业中，被注销的企业不存在因重大违法违规而注销的情况，其中，南昌博铭在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款；已对外转让企业的转让对价公允，转让后与发行人不存在交易，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

三、《反馈意见》信息披露问题 3：请保荐机构、发行人律师说明并披露：（1）报告期内，发行人及其子公司广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。（2）不能通过复审的具体财务影响。

（一）报告期内，发行人是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。发行人不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查发行人的知识产权证书及状态；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 查阅发行人申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅发行人的高新技术产品（服务）专项审计报告；

5. 查阅发行人的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅发行人提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅发行人《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅发行人取得的税务事项通知书；

9. 阅发行人出具的相关说明；

10. 登录“高新技术企业认定管理工作网”查询发行人取得高新技术企业认定情况。

核查内容：

1. 发行人获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定

发行人于 2016 年 11 月 30 日取得《高新技术企业证书》（编号：GR201644003002），有效期三年。

根据《高新技术企业认定管理办法》（国科发火〔2016〕32 号）的相关规定，并经核查发行人申请高新技术企业认定时的基本情况，发行人 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	发行人成立于 2011 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	发行人通过自主研发取得 II 类知识产权（软件著作权）15 件，该等知识产权对其主要服务在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重	发行人主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
点支持的高新技术领域》规定的范围	之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	申请认定时，发行人上年度员工月平均人数为 281 人，科技人员 55 人，科技人员占比 19.57%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%；最近一年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元（含）的企业，比例不低于 4%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2013、2014 和 2015 年度研究开发费用专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P439）及发行人出具的相关说明： 发行人 2013 年销售收入小于 5,000 万元，研发费用 249.18 万元，占销售收入比例大于 5%； 发行人 2014 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 580.33 万元，占销售收入比例高于 4%； 发行人 2015 年销售收入在 5,000 万元至 2 亿元之间的，研发费用 748.68 万元，占销售收入比例高于 4%	满足
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州成鹏会计师事务所出具的关于发行人《2015 年度高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（成鹏审字[2016]第 P438 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2015 年高新技术产品（服务）收入为 15,152.48 万元。占经审计的企业 2015 年总收入的比例高于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：发行人申请高新技术企业认定时，已通过自主研发拥有 II 类知识产权（软件著作权）15 件； （2）科技成果转化能力：一共 15 项新技术应用已完成科技成果转化； （3）研究开发组织管理水平：发行人已成立研发中心，制定了《项目研发工作管理制度》、《研发资金管理办法》、《知识产权管理制度》等系列管理办法，明确了各项制度的功能，规范了企业研发立项、项目资金筹措、研发费用管理等运作流程，有效提高了研发效率。	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	申请时点发行人的情况	是否满足条件
	从组织论证、审批立项、过程管理和结题验收等方面，科学地指导研发人员进行项目立项验收。通过研发费用预算管理，从制度上提供了研发费用预算和资金来源保障，规定了公司研发项目经费的支出范围，确保研发费用的合理使用，保障了研发活动的顺利开展。 （4）企业成长性：销售收入增长率为 141.29%	
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，报告期内，发行人获得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

2. 发行人因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，发行人在高新技术企业资格的有效期内已按照相关规定在主管税务机关办理相关税务优惠备案手续。

据此，发行人于 2016 年 11 月取得高新技术企业资格，自 2016 年起三年内享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合上述规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，高新技企业资格到期后，将重新认定该企业的高新技术企业资格，因发

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

行人现有高新技术企业资格于 2019 年 11 月 29 日到期，因此，发行人正在申请重新认定高新技术企业。

本所律师根据《高新技术企业认定管理办法》的规定，并结合公司提供的申请材料及说明，就发行人目前是否继续符合高新技术企业认定条件核查如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	**发行人目前情况**	**是否满足条件**
企业申请认定时须注册成立一年以上	成立一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	目前，发行人新取得 40 件 II 类知识产权，其中软件著作权 30 件，外观设计专利 10 件，1 件 I 类知识产权（发明专利）	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	主营产品（服务）属于《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	截至目前，科技人员上年度月平均人数为 65 人，占职工总数的比例不低于 10%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入在 2 亿元以上的企业，比例不低于 3%）其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2016-2018 年高新技术企业认定研发费用专项审计报告》（德专审字[2019]1169 号）及发行人出具的相关说明： 发行人 2016 至 2018 年各期销售收入均高于 2 亿元，2016 年度研发费用 977.05 万元，2017 年度年研发费用 1,580.28 万元，2018 年度研发费用 2,213.11 万元，研发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 3%。该等研发费用均系在中国境内发生	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	发行人目前情况	是否满足条件
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于60%	根据广州德永会计师事务所有限公司出具的关于发行人《2018 年度高新技术企业认定技术（服务）收入专项审计报告》（德专审字[2019]1168 号）及发行人出具的相关说明： 2018 年发行人高新技术产品（服务）收入合计 57,945.29 万元，占比同期总收入的比例高于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	1.公司依靠科技创新，保持了持续发展的动力和实力。目前已开发了行业技术领先集平台运营、推广、仓储、客服等一体化的互联网整合营销管理服务。公司目前已取得的知识产权全部为企业竞争产品的核心支撑力量； 2.公司成立了内部研发中心，并执行了相关研发管理制度； 3.公司已实现科技成果转化 26 项； 4.近三年企业净资产增长率 62.57%，销售收入增长率 53.02%	满足
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

经本所律师登录高新技术企业认定管理工作网（http://www.innocom.gov.cn）查询，2019 年 12 月 2 日，全国高新技术企业认定管理工作领导小组办公室发布《关于公示广东省 2019 年第三批拟认定高新技术企业名单的通知》，将广东省 2019 年第三批 3307 家企业拟认定高新技术企业名称予以公示，公示期为 10 个工作日，若羽臣位于该名单中。截至本补充法律意见书出具之日，公示期已满，公司尚未取得《高新技术企业证书》。

据此，本所律师认为，发行人持有的高新技术企业证书到期后，在其仍符合高新技术企业认定标准的前提下，发行人取得新的高新技术企业证书不存在实质性的法律障碍。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 发行人不能通过复审的具体财务影响

根据《高新技术企业认定管理办法》及其工作指引的规定，本次高新技术企业资格到期后应重新进行认定取得资格，并自取得当年起可依照法律法规的规定申请享受税收优惠政策，未取得高新技术企业资格的企业，不得享受税收优惠，如发行人未能通过复审，其将无法继续享受企业所得税减按 15%征收的优惠，且税务部门将对发行人追缴其不符合认定条件年度起已享受的税收优惠。如发行人 2019 年未能通过复审，则 2019 年 1-9 月的净利润将调减 183.70 万元。

（二）报告期内广州京旺是否符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策是否合规。广州京旺不能通过复审的具体财务影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅广州京旺已取得的《高新技术企业证书》；

2. 核查广州京旺的知识产权证书及状态；

3. 查阅广州京旺申请高新技术企业认定时的申请文件；

4. 查阅广州京旺的高新技术产品（服务）专项审计报告；

5. 查阅广州京旺的员工名册与研发人员名单；

6. 查阅广州京旺提供的研究开发费用统计表、高新技术申报资料；

7. 查阅广州京旺《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》；

8. 查阅广州京旺出具的税收优惠相关备案表；

9. 查阅发行人出具的相关说明。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 2016 年，广州京旺获取高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定

广州京旺（原名“广州蓓茁网络科技有限公司”）于 2016 年 12 月 9 月取得《高新技术企业证书》（证书编号：GR20164400678），有效期三年。

根据《高新技术企业认定管理办法》，并经核查广州京旺的基本情况，广州京旺 2016 年获得高新技术企业资格符合相关规定，具体分析如下：

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
企业申请认定时须注册成立一年以上	广州京旺成立于 2012 年，于申请高新技术企业认定时注册成立达一年以上	满足
企业通过自主研发、受让、受赠、并购等方式，获得对其主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用的知识产权的所有权	广州京旺拥有 II 类知识产权（软件著作权）7 件，均为自主研发取得，该等知识产权对于主要产品（服务）在技术上发挥核心支持作用	满足
对企业主要产品（服务）发挥核心支持作用的技术属于《国家重点支持的高新技术领域》规定的范围	广州京旺主营产品（服务）所属技术领域：《国家重点支持的高新技术领域》中“五、高技术服务”之“（六）电子商务与现代物流技术”的“电子商务技术”	满足
企业从事研发和相关技术创新活动的科技人员占企业当年职工总数的比例不低于 10%	广州京旺申请时上一年度月平均科技人员占比超过 10%	满足
企业近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例符合要求（最近一年销售收入小于 5,000 万元（含）的企业，比例不低于 5%），其中在中国境内发生的研发费用总额占全部研究开发费用总额的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2013-2015 年研发费用专项审计报告》（粤创信审字[2016]K0469 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2013、2014、2015 三个会计年度的销售收入均小于 5,000 万元，2013 年度研发费用 7.38 万元，2014 年度研发费用 46.22 万元，2015 年度研发费用 195.46 万元，近三个会计年度的研究开发费用总额占同期销售收入总额的比例均高于 5%，该等研发费用均	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
	在中国境内发生	
近一年高新技术产品（服务）收入占企业同期总收入的比例不低于 60%	根据广州创信会计师事务所有限公司出具的关于广州京旺《2015 年高新技术产品（服务）收入专项审计报告》（粤创信审[2016]K0468 号）及广州京旺出具的相关说明： 广州京旺 2015 年度高新技术产品（服务）收入 2311.95 万元，占企业同期总收入的比例不低于 60%	满足
企业创新能力评价应达到相应要求：主要从知识产权、科技成果转化能力、研究开发组织管理水平、企业成长性等四项指标进行评价	（1）知识产权：自主知识产权数量：申请时，已获授 7 项 II 类知识产权（软件著作权）； （2）科技成果转化能力：广州京旺采用自行投资实施转化的方式，研发中心积极开发，完成研发活动 14 项，基本实现科技成果转化，为公司电子商务活动更好的发展提供技术支撑； （3）研究开发组织管理水平：公司将研究开发按项目管理方式进行管理，每个项目都有立项报告，并制定详细的项目实施规划。在技术创新方面，近三年公司根据电商发展需求，通过自主创新，在电商数据管理、客户服务、内部资源共享、仓储管理等方面进行开发，通过技术开发，推动公司电商服务水平。同时通过技术创新，进一步增加了公司技术创新能力。在研究开发管理方面，成立研发中心，中心配置有完善的研发开发设备。同时，为了更好进行研发管理，建立了严格的研发组织管理体系，对所有科研项目实行评审立项制度，并制定研究开发经费管理及核算办法、科研部门绩效考核及奖励制度、科技人员培养进修、职工技能培训、优秀人才引进，及人才绩效评价奖励制度等管理制度与办法，为公司技术研发与持续创新提供制度保障；	满足

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《高新技术企业认定管理办法》第十一条规定	广州京旺申请时的基本情况	是否满足条件
	（4）企业成长性：净资产增长率为3,455.36%；销售收入增长率为4,899.43%	
企业申请认定前一年内未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	未发生重大安全、重大质量事故或严重环境违法行为	满足

据此，2016 年，广州京旺取得高新技术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》的规定。

2. 广州京旺因取得高新技术企业资格于报告期内所享受的税收优惠符合相关规定

根据《企业所得税法》、《企业所得税法实施条例》、《高新技术企业认定管理办法》及《高新技术企业认定管理工作指引》的规定，国家需要重点扶持的高新技术企业，自认定为高新技术企业当年起可到主管税务机关办理相关手续，享受按 15%的税率缴纳企业所得税的优惠；高新技术企业资格期满当年内，在通过重新认定前，其企业所得税暂按 15%的税率预缴，在年度汇算清缴前未取得高新技术企业资格的，应按规定补缴税款。

经核查，广州京旺于 2017 年 5 月 3 日在主管税务机关办理了相关税务优惠备案手续，并于 2016 年度、2017 年度均享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠；2018 年度，广州京旺由于研发费用占同期销售收入总额的比例未达到法定标准，自主决定按照 25%税率申报缴纳企业所得税。

据此，广州京旺于 2016 年取得高新技术企业资格，并于 2016 年、2017 年度享有按照 15%的税率缴纳企业所得税的税收优惠，符合相关规定。

根据《高新技术企业认定管理办法》第十三条的规定，企业获得高新技术企业资格后，应每年 5 月底前在“高新技术企业认定管理工作网”填报上一年度知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况报表。根据广州京旺提供的 2016 与 2017 年度的《广东省高新技术企业运行情况数据登记表》，广州京

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

旺在 2016 与 2017 年度内填报的知识产权、科技人员、研发费用、经营收入等年度发展情况均符合高新技术企业认定条件。

综上所述，本所律师认为，广州京旺报告期内所享受的高新技术企业税收优惠符合国家有关法律、法规的规定。

3. 广州京旺不能通过复审的具体财务影响

经本所律师对发行人访谈，广州京旺因战略规划调整，拟于高新技术企业资格到期后，不再重新申请认定，且广州京旺自 2018 年起已自主调整企业所得税按 25%的税率缴纳。

经本所律师核查市场监督管理局、税务局、人力资源和社会保障局、住房公积金管理中心等有关政府主管部门出具的合规证明，并经网络核查，广州京旺报告期内不存在重大违法违规行为，亦不存在因重大违法违规而导致广州京旺不能重新申请认定高新技术企业的情形。

经核查，广州京旺主要从事渠道分销业务，合作的品牌主要有美迪惠尔、哈罗闪、拉杜蓝乔等，广州京旺发展初期，规模较小（2015 年前收入规模均小于 5,000 万元），所从事的研发主要为渠道分销业务系统的开发及升级维护，2013 年至 2017 年的研发费用占同期销售收入的比例均符合高新技术企业资格的要求；基于前期的研发和积累，2018 年若羽臣内部研发规划调整，集中研发力量和研发资源，以若羽臣为研发核心，以公司内部经营管理、代运营业务系统为研发方向，同时，广州京旺业务迅速发展，收入快速增长，而早期的渠道分销业务系统研发已完成，因此，自 2018 年起广州京旺研发投入减少，并主动调整按 25%的税率缴纳企业所得税。

经核查测算，若广州京旺报告期内均按照 25%的税率计算所得税，则 2016 年度调减净利润 3.75 万元；2017 年度调减净利润 93.13 万元。2018 年和 2019 年广州京旺已按照 25%税率计算所得税，不涉及调整。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人及其子公司广州京旺取得高新技

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

术企业资格符合《高新技术企业认定管理办法》相关规定的具体内容，因此享受的优惠政策符合相关规定。

四、《反馈意见》信息披露问题 8：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况；（2）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况；（3）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力。

（一）请保荐机构、发行人律师补充披露线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内主要线上代运营、渠道分销业务的相关合同；

2. 梳理发行人主要线上代运营、渠道分销业务相关合同中有关产品质量分摊的约定；

3. 核查发行人取得的有关产品质量主管部门出具的合规证明；

4. 通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询；

5. 核查报告期内发行人与合作方有关产品质量纠纷、投诉或诉讼的文件；

6. 查阅关于拉杜蓝乔产品召回的相关文件；

7. 查阅发行人与线上消费者关于退货的沟通记录等；

8. 查阅发行人关于退货的相关规定，并对发行人管理人进行访谈。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定

经核查，线上代运营业务零售模式下，发行人从品牌商或其授权代理商（以下统称“品牌方”）采购产品，再通过其运营的线上店铺销售给终端消费者。线上代运营业务服务费模式下，发行人主要为品牌方提供线上店铺的代运营服务，线上店铺一般归品牌方所有，产品直接由店铺销售给终端消费者，发行人与终端消费者之间不存在销售合同；渠道分销模式下，发行人基于品牌方的分销授权，向其采购商品再自行销售至分销商。

经核查发行人报告期各期与前 20 大品牌方签署的线上代运营业务合同，以及与前 20 大品牌方、分销商签署的业务合同，发行人线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的主要约定如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
产品质量标准条款	品牌方在合同中对产品质量作出保证，明确所提供的产品需符合的质量标准。例如约定甲方（品牌方）保证每一具体交易中，其提供的产品（含中小样及赠品）均是全新、未使用的原装正品，并与产品包装或产品本身标示的质量标准相符，或与产品说明、实物样品等方式表明的质量状况相符。产品质量除必须符合生效采购单提出的质量要求外，还必须符合该产品的国家标准、地方标准及行业标准。	品牌方在合同中对产品质量做出保证，保证其在店铺销售产品的质量符合产品生产及出口所在国家的法律法规及产品标准、或相关法律法规及国内产品标准、或国内商品、商品包装的标示标准。	1.与品牌方的合同中，质量标准条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，基于品牌方对发行人销售商品的质量承诺，发行人通常在分销合同中对该商品的质量作出承诺，保证提供给分销商的全部商品来源合法，提供的商品与样品的质量一致且符合国家、行业及双方约定的质量标准。
退换货条款	明确约定退换货的条件、时间、方式、费用负担等条款。退换货条款主要包含由品牌方更换包装、产品存在内在缺陷、产品破损、产品临期等原因导致的退换货。因质量问题导致的退换货运费及损失由品牌方承担。	若由发行人负责商品的仓储管理和发货，则相应约定发行人对瑕疵产品的退换货权利。	1.与品牌方的合同中，退换货条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，明确约定允许分销商退换货的条件、程序等。由发行人对存在内在缺陷、破损、临期的产品承担退换货义务。
产品质量责任的承担主体	由品牌方承担产品质量责任，因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失。	若发行人因品牌方商品（含商品资料、说明书等）的原因导致被投诉、举报、诉讼等，应由品牌方承担由此造成的损失。 合同约定由品牌方负责产品的仓储管理和发货，以及产品本身的质量问题。	1.与品牌方的合同中，该条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，因产品本身质量问题造成的一切损失由发行人负责，但因分销商保存或保管不善所产生的产品问题除外。
约定赔偿	因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭	品牌方提供的产品存在品质缺陷致使购买	1.与品牌方的合同中，赔偿责任条款与线上代运

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
责任条款	受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失	者人身权和财产权受到损害的，品牌方应自行承担由此造成的一切损失，由此给发行人造成损失的，还应当赔偿发行人的（直接）损失。	营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，发行人提供的产品存在质量问题或造成消费者人身、财产损害的，由发行人赔偿因此给分销商造成的损失。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人承担的关于产品质量分摊的法律风险

经核查，线上代运营业务零售模式、线上代运营服务费模式以及渠道分销模式中，发行人承担的与产品质量分摊的主要法律风险如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主要风险	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
因管理不当导致的风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损	在品牌方需要发行人提供仓储、发货服务的情况下，发行人存在因管理不当导致的对品牌方的违约风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损
先行赔付风险	根据《产品质量法》的规定，当售出的产品有不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的、不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的、不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况三种情形的，销售者应当向购买产品的消费者赔偿损失。销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。因此，发行人作为直接面向终端消费者的销售者，在消费者索赔的情形下，需对消费者承担先行赔付责任	因部分线上代运营服务费模式下店铺的注册主体为发行人，根据发行人与该等店铺所在平台的合作协议，发行人对该店铺消费者亦有先行赔付责任的法律风险	鉴于发行人与分销商对产品质量责任的主体进行了约定，当因产品质量问题给分销商造成损失的，发行人需赔偿由此给分销商造成的损失或由分销商承担主管机关的处罚责任、对消费者的赔偿责任等。因此，在产品存在质量问题且给分销商造成损害的，发行人需承担损害赔偿责任。但发行人对分销商承担了损害赔偿责任的，可根据《产品质量法》及其与品牌方签订的协议，向品牌方追偿
因分销商无理由退货导致的产品积压风险	—	—	发行人在与分销商北京京东世纪信息技书有限公司的约定中，发行人允许其任何理由的退货。若分销商对不存在质量问题的产品进行退货，由于该部分产品不存在质量问题，发行人亦无法向品牌方主张退换货，由此导致的产品积压风险将由发行人承担

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

经本所律师登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询，并经查阅发行人质量主管部门出具的证明文件，发行人报告期内不存在因产品质量引致消费者投诉或诉讼的情况，亦不存在因产品质量被主管部门予以处罚的情形。报告期内，发行人合作的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）曾发生一起产品质量事项，发行人所运营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”曾发生一起消费者主张产品标识存在虚假记载的合同纠纷，具体如下：

(1) 拉杜蓝乔产品质量事项

①事项的基本情况

经核查，报告期内，发行人与合作方存在一起产品质量相关案件，即合作的品牌 LA TOURANGELLE（“拉杜蓝乔”，一个坚果类食用油的法国品牌）发生产品主动召回事件，具体如下：

千麦实业（上海）有限公司（以下简称“千麦实业”）为 LA TOURANGELLE 系列产品的中国总代理商，拉图蓝乔（上海）贸易有限公司（以下简称“拉图蓝乔”）系千麦实业的全资子公司。若羽臣于 2015 年 12 月 23 日与拉图蓝乔签署《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》，从拉图蓝乔取得授权于京东自营平台和天猫超市等互联网平台（以下简称“合约平台”）销售 LA TOURANGELLE 系列产品。

2019 年 7 月 16 日，千麦实业发布了《关于 LA TOURANGELLE 产品情况通报 0716》，告知该公司自查发现其所代理的 LA TOURANGELLE 产品存在邻苯二甲酸酯类物质成分残留情况，提醒各渠道商暂停销售，待该公司得到全面检测报告后将第一时间通报情况，并对特定批次发布召回方案。

2019 年 7 月 20 日，若羽臣与拉图蓝乔签署了《解除合作协议》，双方之间的合作关系自协议签订之日起解除，若羽臣协助拉图蓝乔召回相关产品，拉图蓝乔同意按照若羽臣原采购价格回购若羽臣从拉图蓝乔采购的该品牌剩余库存产

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品，包括合约平台退货至若羽臣仓库的产品，回购运费由拉图蓝乔承担。货物分三批退回，款项不晚于 2019 年 9 月 30 日支付，召回产品的货款不晚于 2019 年 12 月 31 日前支付。同时，协议明确，若羽臣因此受到的损失，由拉图蓝乔承担。

2019 年 7 月 20 日，拉图蓝乔向北京京东世纪信息技术有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担京东平台因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

2019 年 7 月 26 日，拉图蓝乔向上海天翌电子商务有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担对方因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

根据发行人的说明及发行人提供的资料，千麦实业此次主动召回的产品为拉杜蓝乔核桃油 250 毫升和（家用）500 毫升两类，其中，250 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 2 月 1 日、2019 年 2 月 6 日和 2019 年 3 月 11 日，（家用）500 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 1 月 9 日和 2019 年 1 月 23 日。若羽臣采购的前述产品均是通过渠道分销的模式对外销售，销售渠道包括京东自营、天猫超市两个合约平台。截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣关于前述批次的库存产品及若羽臣销售给合约平台且合约平台尚未对外销售的所涉召回批次产品已经全部退回拉杜蓝乔，若羽臣销售给合约平台且合约平台已经对外销售的所涉召回批次产品多数已经退回。若羽臣采购所涉召回批次产品的数量、收到的退货数量及未召回的产品数量具体如下（单位：罐）：

产品	采购/销售数量	平台未出售商品退货量	平台已售出商品退货量	未召回数量	未召回产品所涉金额
拉杜蓝乔核桃油 250ml	41,280	15,159	16,532	9,589	145.41 万元
拉杜蓝乔核桃油（家用）500ml	1,620	657	540	423	7.45 万元

注：上述未召回产品所涉金额系以未召回数量与相关产品的销售单价相乘取得。

针对前述情况，公司已冲减关于 LA TOURANGELLE 的货物经销收入 411.70

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

万元和成本 380.65 万元，两者差额 31.05 万元计入预计负债。

②发行人制定并完善了产品召回、退换货等管理制度

为更有效地应对、处理产品召回事件，公司组织相关部门人员对《食品安全法》、《食品召回管理办法》等相关规定进行学习和讨论，了解食品召回的责任主体、召回的法定情形、召回的程序及注意事项等。同时，公司结合自身的经营特点，制定并完善了《产品召回控制程序》、《退换货管理制度》、《产品质量管控制度》，严控商品采购环节的质量检验程序，在销售过程中，如出现产品召回事件，能快速、有效地配合生产者或总代理商开展召回工作，协助消费者办理退货和赔偿手续。

③拉杜蓝乔事项未对发行人品牌造成重大不利影响，不存在投诉、纠纷、诉讼等

经本所律师对千麦实业负责人访谈确认，千麦实业发布上述通报系自查自主发布，而非被政府主管部门抽查或被政府主管部门要求发布；发行人作为千麦实业的分销商，在收到千麦实业的通知后，及时、有效地配合千麦实业召回相关产品，未对消费者或分销平台造成损失，亦未对发行人与电商平台的合作关系造成不利影响，同时，发行人来自于该品牌的收入及利润占比均较低，因此，前述事项未对发行人品牌造成重大不利影响。

截至本补充法律意见书出具之日，当地市场监管部门对相关产品进行了采样检测，但未立案处理，千麦实业和拉图蓝乔均未收到主管部门的处罚决定或拟进行处罚的通知。

经各方确认，截至本补充法律意见书出具之日，千麦实业、拉图蓝乔与发行人之间不存在争议或纠纷，发行人亦未因此收到消费者的投诉或与消费者因此产生纠纷或诉讼。

④发行人未直接向终端消费者销售上述产品，且与拉图蓝乔的合同明确约定相关产品质量责任由拉图蓝乔承担

经核查，发行人采购的拉杜蓝乔前述产品均是分销给京东自营、天猫超市两

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

个合约平台，未直接向终端消费者进行销售，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未收到消费者因食用上述产品受到损害并要求发行人承担赔偿责任的任何主张。

同时，经核查发行人与拉图蓝乔分别于 2015 年 12 月 23 日、2017 年 3 月 13 日签订的《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》及《补充协议》，该协议亦明确约定，由于产品质量问题所导致的若羽臣损失，由拉图蓝乔承担。如因产品质量问题引起消费者投诉，由拉图蓝乔负责所产生的费用，若羽臣应积极给予妥善处理。因此，如消费者因食用上述产品受到人身损害，相关损失由拉图蓝乔承担；如发行人因此受到损失，发行人有权向拉图蓝乔追偿。

综上，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因销售上述产品被消费者要求承担赔偿责任的情形。如消费者因食用上述产品受到损失，相关损失由拉图蓝乔承担；如发行人因此受到损失，发行人有权向拉图蓝乔追偿，不会因此受到重大不利影响。

(2) 刘爱平网络购物合同纠纷

2019 年 2 月 11 日，北京互联网法院受理刘爱平（原告）诉发行人（被告）网络购物合同纠纷一案，原告主张其通过被告经营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”购买的一罐亲舒易消化安儿宝 A+幼儿配方奶粉（12-36 月龄，3 段）存在虚假或者引人误解的内容，请求：（1）判决被告向原告退还购物款 334 元；（2）判决被告向原告支付赔偿金 1,002 元；（3）判决被告承担本案诉讼费。

2019 年 6 月 28 日，北京互联网法院作出（2019）京 0491 民初 3402 号《民事判决书》，认定发行人的行为不构成虚假宣传，不存在引人误解、欺骗、误导消费者的情况，原告的诉请无事实及法律依据，判决驳回原告刘爱平的全部诉讼请求。本案现已结案。

（二）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 核查发行人与主要客户间的业务合同；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 访谈发行人主要高级管理人员；

3. 核查发行人分业务类型应收账款的账龄明细。

核查内容：

1. 公司各类业务的推广模式

(1) 线上代运营业务

1)对 C 端消费者的推广模式

因公司的线上代运营业务主要在天猫和京东等第三方电商平台开展，所以针对代运营业务 C 端消费者的市场推广活动也主要集中于这两个平台。天猫和京东平台作为第三方电商平台，拥有海量用户与流量，公司在其平台开设店铺为品牌方开展线上代运营服务时，除借助电商平台为店铺运营所提供的基础工具与服务之外，还借助电商平台提供的广告投放工具进行市场推广，例如直通车、钻石展位、淘宝客、明星店铺/品牌专区（即品销宝）、京准通等标准化营销工具，同时定期举办聚划算等团购活动，以首页展示、消费者精准推送、品牌限时推送、低价团购等方式协助店铺吸引消费者，在扩大公司销售规模的同时，协助品牌方扩大品牌影响力。

2)对品牌方的推广模式

代运营业务下公司与品牌方之间的合作拓展主要由商务拓展中心主导，一般推广过程包括目标品牌分析、客户接触、运营方案制作投标、合同签署等环节。

目标品牌分析环节，公司首先对消费行业各品类进行深度研究并形成对细分品类发展前景的判断，并基于此选择未来主要开拓品牌的所属品类。其次，公司对具有发展前景的细分品类品牌进行系统梳理，从品牌特性、产品特性、目标客群、经营情况、价格体系、产品开发能力等角度筛选具有成长潜力的品牌，以此确定拟合作目标品牌。

客户接触环节，公司基于在电商服务行业多年积累的市场资源、优秀信誉及影响力，通过品牌商/分销商等合作方推荐、电商平台推荐、现有客户延展推荐、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

展会承揽、商务预约等方式与品牌方进行接触并获取品牌方的电商运营招标信息。

运营方案制作投标环节，公司从品牌电商运营各维度对品牌运营方案进行分析，根据分析结果制作包含产品和店铺运营策划思路、销售策略、推广设计、运营目标、投入费用、人员构成、合作报价等多维度信息的运营策划方案，并提交品牌方。

合同签署环节，品牌方根据自身招标要求、投标者方案信息及投标者综合实力，全面判断并与公司进行更加细致的条款谈判后，经内部审议确认后与发行人签订协议正式建立合作关系。

(2) 渠道分销业务

1)对分销商的推广模式

①对电商平台分销商

对于电商平台分销商，公司主要通过电商平台官方商务合作渠道及行业内资源推荐与其建立联系，并向其提供拟推广品牌的行业成长空间、品牌发展潜力等推介材料，从而就相关品牌与平台建立合作。

②对非电商平台分销商

对于非电商平台分销商，一般主要系分销商通过电商分销平台、店铺客户、行业内资源推荐等方式与公司取得联系，并与公司沟通品牌分销合作。

2)对品牌方的推广模式

渠道分销业务对品牌方的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似。

(3) 品牌策划业务

公司对品牌策划业务的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似，公司主要通过行业内资源推荐等方式与品牌进行接触，并通过策划提

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

案比稿方式获得与品牌的合作关系。

2. 服务费的定价模式及收取情况

(1) 线上代运营业务服务费模式

1）定价模式

公司与不同品牌客户之间的服务费定价方式主要可分为固定服务费、提点服务费、固定加提点服务费三种。

①固定服务费

固定服务费指公司就其在一定时期内（通常以月度为单位）为品牌方提供的电子商务综合服务收取的固定费用，主要根据公司所投入的运营、策划、推广、客服等其他人员工资和具体服务内容协商而定。

②提点服务费

提点服务费包含两种计算方式，一种以店铺净销售额作为计算基数方式，一种以店铺经销利润作为计算基数方式。

I. 以店铺净销售额为计算基数

以店铺净销售额为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的净销售额乘以约定比例计算运营服务收入，该比例主要基于公司与品牌方的利润率、竞争对手报价和行业平均水平协商而定，提点费率主要处于 5%至20%之间。

II. 以店铺经销利润为计算基数

以店铺经销利润为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的经销利润为基础计算代运营服务费。经销利润方式下，经销利润通常全部作为服务费，品牌方利润体现为店铺商品销售成本价与品牌方产品出厂成本价的差价。该方式下服务费计算方式通常为：（店铺商品销售收入-店铺商品销售成本-店铺推广费用）。

2）收取情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司线上代运营业务服务费模式下，由于不同品牌之间产品定位、成熟度、宣传推广投入、店铺开设时间等因素存在明显差异，因此公司与不同品牌客户之间约定的服务费定价模式存在差异。报告期内，公司不同服务费定价模式下的合作品牌情况具体如下：

服务费定价方式		主要合作品牌	服务费收取情况
提点服务费	净销售额提点	Biostime/合生元、Swisse、素加、Dodie、HealthyTimes、Combi/康贝、时间廊、Mediheal/美迪惠尔、惠氏、发之食谱、Ecostore、杰士邦、雅士利、布朗博士、比度克、Singula derm、Noreva、帮宝适、Goodgout、Elmex、Marcheur	提点服务费率主要分布于 5%-10%
	经销利润	Mediheal/美迪惠尔、Ladycare/洁婷、Weleda/维蕾德、Skiphop、Trunki、Ergobaby、LaTourangelle/拉杜蓝乔、Comvita/康维他、Sanita U-Za、比度克	通常为店铺经销利润（一般计算方式为：店铺销售货款-货物成本-支付宝费用）
固定服务费+提点服务费		蓝臻、强生、Titus/铁达时、立顿、舒隐、G&M/澳芝曼、爱乐维、Nutralife/纽乐、贺寿利、优酷、Babyzen、嘉实多、每日每加、Ameda/阿美达、Vierra、Aussie/澳丝、Vierra、Axxzia、Neogen/妮珍、Cemoy、Royal Nectar、Axs	一般约定的提点服务费率为 5%-10%之间
固定服务费		MeadJohnson/美赞臣、Tresemme/炫诗、Lynx/凌仕、Planters/绅士、Olay/玉兰油、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清	不同品牌定价差异较大，整体处于 20 万元-30 万元间

(2) 品牌策划业务服务费模式

1）定价模式

品牌策划业务模式下，公司一般与客户以品牌策划项目为单位进行合作。对于合同定价，公司首先基于项目预计成本支出和预计项目毛利范围并结合客户预算提出报价，经客户同意并执行后由双方根据确切的活动执行方案确定最终的合同定价。

预计成本支出时，公司一般将策划项目根据实际工作内容进行细分，由于不同项目需求不同，细分内容亦有所不同，以“花王妙而舒京东七星伴月”项目为例，该项目细分工作内容包括策划方案及内容执行规划、创意设计（活动页面及主视觉设计）、媒体传播（站内外媒介及公关传播）、运营、线下快闪店（场地费、物料设计、物料制作及现场搭建）、第三方监控（媒体传播、线下快闪店效果监

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

控等）等。之后公司针对各细分内容分别预计成本，综合各细分内容预计成本后结合项目整体毛利率情况（一般为 20%到 60%）提供项目整体报价。

2）收取情况

品牌策划业务模式下，公司通常在相关项目经客户验收确认后向其收取策划服务费。

（三）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 访谈发行人主要高级管理人员；

2. 查阅发行人所处行业研究报告；

3. 查阅发行人募投项目可行性分析报告。

核查内容：

公司的业务扩张能力主要体现在以下方面：

1. 电商服务行业市场规模庞大

随着国内电商市场蓬勃发展，社交电商、会员电商等多种非传统类型的电商平台层出不穷，同时在流量红利逐渐消退的市场环境下各电商平台促销活动亦多种多样，加之各平台本身复杂且持续变化的运营规则，共同形成了目前国内错综复杂的电商运营环境。同时由于线上交易与线下交易在产品展示、活动推广、客户服务、交易支付、仓储物流等环节均存在较大差异，部分自主运营品牌商在电商化过程中出现客户转换率低、客户复购率低、活动推广不及预期、客户消费体验差等交易效率低下的问题，致使品牌商的电商化投入产出效益低下。因此，在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，品牌方对专业的电商代运营服务产生了强烈需求，推动电商代运营行业快速发展。根据商务部《中国电子商务报告

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2018》，2018 年，中国电商代运营市场规模达 9,623.0 亿元，同比增速为 23.0%。

2. 品牌布局中国电商渠道驱动代运营市场规模持续增长

未来，随着更多品牌不断入驻国内电商平台，中国电商服务市场仍将保持高于网络购物市场的增速。在对接平台渠道众多、电商平台规则繁杂的背景下，品牌方为电商渠道设置专门的电商运营团队的成本较高且风险较大。同时，国内电商代运营行业发展日趋成熟，专业的代运营服务商能够提供包括 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、数据营销、仓储物流等在内的全方位电商综合服务，且代运营服务商作为独立于品牌方的第三方能够有效发挥规模效应，降低单个品牌方客户的综合成本。因此，选择具备专业化、体系化运营服务能力的代运营商成为品牌方开拓国内电商市场的首选。其中国际品牌由于在中国市场的营销经验、客户服务和政策规定等方面存在先天劣势，更倾向于依靠专业的电商服务商进行电商运营，根据艾瑞咨询分析，2019 年国际品牌对电商服务商的需求比例达 80%-90%，远高于国内品牌需求比例 20%-30%。

3. 分散的市场格局利于头部企业提高市场份额

电子商务综合服务资金及资质壁垒相对较低，目前市场呈现大量中小型企业共存的格局，小型企业单凭代理少数品牌和提供店铺设计、订单管理、仓储配送等同质化、可替代的基础性服务即可取得一定的经营业绩。但随着电商运营复杂度的提升，近年来部分头部代运营商凭借丰富的运营经验及优质的电商运营人才优势，不断扩张代理品牌并拓展服务深度，行业集中度有所提升。随着行业的快速发展，品牌方更加关注流量持续获取能力以及对品牌的养成与塑造能力，对电子商务服务商的精细化管理和运营能力的要求日益提升。在此背景下，具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商将逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

4. 公司具有较强的竞争优势

(1) 突出的行业地位优势

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域名列第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。

2016 年至 2018 年，公司业务规模持续增长，营业收入年复合增长率达 58.08%；截至 2019 年 12 月 16 日，公司共运营 98 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 91 家，品牌旗舰店数量占比为 92.86%。同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top 10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等业界奖项。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。

在全链路服务过程中，公司逐步沉淀营销活动数据、媒介数据、店铺访问数据、消费者购买数据、物流数据、货品数据与客服数据等；线上销售网络多渠道覆盖，为业务运营数据的打通提供良好的基础，让社交数据、媒介数据、店铺访问数据、销售数据与客服数据等不同形态的数据，得以在品牌、商品和消费者之间进行标签化、智能化匹配；此外，在数据挖掘和数据分析的基础上，公司采取决策树、多变量分析等方法，实现基于人群画像、精准投放、广告测试、店铺优化、商品管理、智能客服的数据化店铺运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

国外品牌方进入中国市场，在第三方平台开设官方旗舰店是拓展线上销售渠道的重要手段。在中国当前电商市场发展环境下，线上竞争日趋激烈，营销推广方式日新月异，实现国外新晋品牌从“0”到“1”的养成，对电子商务综合服务商的品牌孵化能力提出了极高要求。作为专业的电子商务综合服务商，公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值、全面捕捉消费市场转型升级动向、提供定制化线上电

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

商综合运营服务的能力，帮助品牌方迅速打入中国电商渠道。

(4) 全球品牌的优质合作伙伴

秉承“为世界优质品牌链接每个中国家庭”的经营理念，公司凭借店铺管理、数据应用、品牌运营、营销策划等核心运营服务能力不断扩大其客户资源储备。在店铺数量方面，截至 2019 年 12 月 16 日，公司共运营 98 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 91 家，品牌旗舰店数量占比为 92.86%。

在合作品牌方面，报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为 64 个、71 个、77 个和 86 个，涵盖母婴、美妆个护、保健品等多个品类，并从国内本土品牌向国际知名品牌不断拓展，各期国际品牌数量占公司合作品牌总数量的比例分别为 76.56%、87.32%、89.61%和 91.86%。公司合作的品牌数量众多，在母婴领域，公司合作品牌包括美国奶粉品牌美赞臣（Mead Johnson）、德国婴幼儿洗护品牌哈罗闪（Sanosan）、日本育婴用品品牌康贝（Combi）等；在美妆个护领域，公司合作品牌包括日本尤妮佳集团旗下个护品牌苏菲（Sofy）、韩国美妆护肤品牌美迪惠尔（Mediheal）、宝洁旗下护发品牌发之食谱（Hair Recipe）等；在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存（Centrum）和钙尔奇（Caltrate）等；此外，公司合作品牌来自世界多个国家和地区，与公司合作的知名品牌方为公司的未来发展起到了良好的客群示范作用。

(5) 覆盖多渠道的销售网络

自成立至今，公司的销售服务渠道包括天猫、京东、唯品会等大型电商平台，云集、小红书、抖音等新兴社交与内容渠道，以及天猫国际、唯品会国际、考拉海购等跨境电商渠道。

通过综合电商平台、社交与内容渠道和跨境电商三大类 10 余种销售渠道，公司在运营过程中逐步实现流量场景碎片化、推荐信息内容化、推广渠道媒体化、用户管理大数据化，提升了服务品牌在各大主流渠道的知名度和综合影响力，为实现品牌快速爆发、打造良好口碑奠定了扎实的基础。

(6) 全球端到端交付的供应链

随着消费升级不断升温，国内用户对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

电商平台引入众多全球品牌。公司致力于提升海外品牌在中国的竞争力，将优质产品和健康生活理念引入国内。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本，提供一站式综合解决方案。

其次，凭借 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

(7) 精准影响的品牌策划能力

公司品牌策划服务连续三年高速发展，一方面来自于公司原有在电商运营领域里的专业积累，使得公司在接入品牌策划服务时能真正形成品销合一，以此形成公司独特的竞争力，与同业公司相比具有鲜明优势。另一方面来自于可持续发展的业务模式，三年来公司聚焦大型集团公司，不断开拓品牌数量、提升项目数量，优化服务提升价值，达到了数量与价值的双提升。报告期内，公司品牌策划服务的企业集团数量从 11 提升至 26 个，品牌数量从 11 提升至 45 个。2016 年完成品牌策划服务项目 37 个，代表项目为美国绅士年货节；2017 年完成品牌策划服务项目 68 个，代表项目为美赞臣欢聚日；2018 年完成品牌策划服务 167 个，代表项目为海飞丝双十一、聚划算汇聚系列；2019 年 1-9 月完成品牌策划服务 148 个，代表项目为花王妙而舒京东运营策划、美赞臣&苏宁易购超级品牌日、海飞丝《我是歌手》/NBA 冠名季度传播。三年来项目数量快速增长，同时形成以宝洁、汤臣倍健为代表的集团性客户，为未来不断增加品牌和项目数量奠定了坚实的基础。目前公司品牌策划所提供的服务已涵盖了年度整合营销方案、电商平台营销方案、形象定位及主创意发展、电商渠道形象规范及设计、TVC、短视频等影视素材拍摄、HTML5、AR 等数字创意制作，以及平面拍摄、创意开箱的结构设计。公司出色的业务能力也在 2018 年得到了国际营销创意组织的认可，公司为嘉士伯创造的《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖，LIA 伦敦国际广告奖是全球除戛纳及 ONE SHOW 以外的世界级国际创意大奖。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(8) 经验丰富的管理执行团队

电子商务综合服务业是近年来快速发展的新兴行业，核心管理团队的行业经验和业务团队的执行能力决定着电子商务综合服务商的服务水平和行业口碑。

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐；有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，也有曾供职于大型广告集团、在品牌提升、整合传播方面见解深入的营销人才。此外，公司拥有一支务实、专业、高效的业务执行团队，业务开拓、品牌策划、业务运营、职能管理等各部门之间专业化分工细致、职能明确。公司运营团队以品牌、渠道为单位划分，构建良性的竞争和合作关系，赢得合作方的肯定和认同，为提升公司在品牌商中的口碑与巩固行业竞争力提供了有力保障。

5. 合作品牌客群结构契合行业发展趋势

公司主要面向具有发展潜力的国际品牌，并专注于母婴、美妆个护及保健品等品类，品牌发展空间较大。截至 2019 年 9 月 30 日，与公司合作的品牌共计 86 个，其中 79 个为国际品牌。在未来国际品牌布局中国电商渠道及品牌所处品类持续增长的发展趋势下，公司与所合作品牌客户的稳定合作关系将为公司未来业务扩张提供保障。同时优质客户群体亦为公司新品牌拓展提供了示范效应，有利于公司未来业务扩张。

(1) 国际品牌布局中国电商趋势明显

公司所服务的客户主要为全球优质消费品牌，契合国际品牌进入中国市场的发展趋势。由于中国市场消费体量庞大，同时随着近年来消费升级趋势不断凸显，越来越多的优质国际品牌开始布局中国市场。而在国际品牌进入中国市场的过程中，电商渠道作为国内市场的核心渠道之一成为品牌方布局的重点。根据天猫国际数据，2018 年，天猫国际平台上国际品牌入驻数量同比增长 122%，其中 2018 年第二季度增速同比超 150%，且截止 2018 年 6 月末国际品牌入驻总数已超 2017 全年。作为对接境外品牌方的电商服务商，随着未来越来越多的境外品牌进入中国市场，公司所服务的客户群亦逐渐扩大，有利于未来业务扩张。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 品牌所处品类增长空间较大

公司代运营品牌主要为母婴、美妆个护和保健品等快消品品类，相关行业均为热销类品类，行业市场规模较大，且在消费升级、二胎政策等消费市场新趋势的带动下，相关行业未来增长的空间较大。

①母婴行业

根据易观数据，2018 年中国母婴市场规模已达 2.77 万亿，同比增速 9.50%，2013 至 2018 年行业年均复合增长率达 11.9%；根据罗兰贝格分析，预计 2020 年市场总体规模突破将 3.5 万亿元。由于国内新增人口数量增速逐年放缓，未来行业的发展主要由消费升级趋势驱动。首先，“4+2+1”式倒三角家庭结构下，母婴市场的消费者支付能力逐渐增强；其次，母婴行业由于产品主要用于婴儿，质量与安全性是首要考量因素，消费者价格敏感度低，消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付溢价。

②美妆个护

根据 Euromonitor 统计，2017 年我国美妆个护市场规模为 1,816 亿元，同比增长为 9.6%，过去 10 年年均复合增速为 9.5%。美妆子行业，目前我国美妆市场已具备一定规模，但相比成熟市场，我国美妆市场在消费者渗透率以及人均消费额两方面仍有较大的提升空间。根据行业研究报告，消费者渗透率角度，中国化妆品消费人口数量正在快速增长，预计将在 2020 年达到 4 亿；人均消费额角度，2017 年中国的人均化妆品消费额为 38 美元，仅为日本的 1/7，美国和英国的 1/7 和 1/6，泰国的 1/2，随着居民收入水平的增长，消费习惯的变化，未来我国人均化妆品消费仍有巨大的提升潜力。个护子行业，目前个护产品已基本成为国内家庭必需品，相关产品渗透率未来提升空间有限，但随着消费升级趋势下香氛、无硅油、无硫酸盐、氨基酸、男士专用等细分概念兴起，个护市场逐渐向高端化方向发生结构性变化，为优质的个护品牌及产品带来增长空间。

③保健品

随着人均收入水平的提高，国内消费者健康意识增加，保健品行业快速发展。根据 NBJ 统计，截止 2017 年，中国已成为全球购第二大保健品市场，市场规模

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

约 188 亿美元，2011 年至 2017 年年均复合增长率增速达到 11.5%，高于全球平均增速 6.0%。相比成熟市场，目前国内保健品渗透率依然较低，根据行业公开信息，美国保健品渗透率由 2009 年的 65%上升至 2017 年的 76%，截止 2018 年，我国保健品渗透率仅为 20%，且中国消费市场以老年人为主，40 岁以下的中青年仅占 23%。人均消费角度，我国的人均保健品消费额约为 14.8 美元，而日本和美国则分别为 81.8 美元和 123.4 美元，随着人均收入增长，我国保健品人均消费额仍有较大发展空间。

6. 公司业务布局较为全面且盈利能力较强

(1) 公司业务布局较为全面

公司主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。品牌端，公司对接全球优质消费品牌，通过提供电商综合服务将其推向前端消费者。消费者端，公司深耕消费者购买决策链的每个环节，凭借多年电商运营经验和消费者数据积累，准确触达潜在消费者，并利用微信、微博、淘宝等多层次的营销媒体曝光吸引消费者关注、了解、购买并分享。平台端，公司以天猫平台为核心运营渠道，构建了覆盖京东、唯品会、考拉等电商平台的全网销售通路，通过消费者价值管理、商品管理、用户体验管理及消费者关系管理实现对店铺的精细化运营。经过多年经营，公司积累了丰富的运营经验，在流量红利日渐消退、运营难度逐渐提高的电商行业中能够高效对接行业各类型参与者，提高品牌店铺运营效率，实现与品牌方的共同成长。

(2) 公司盈利能力较强

报告期各期，公司分别实现净利润 3,064.76 万元、5,763.52 万元、7,741.74 万元和 5,030.15 万元，净利率分别为 8.23%、8.59%、8.32%和 8.02%，2016 年至 2018 年净利润年均复合增长率为 58.94%，公司盈利能力较强，盈利规模增长较快，为未来业务扩张提供坚实基础。

7. 募投项目开展进一步推动主营业务增长

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司本次发行募投项目主要包括新品牌孵化培育平台建设项目、代理品牌营销服务一体化建设项目、电商运营配套服务中心建设项目和企业信息化管理系统建设项目。相关项目的实施将从合作品牌数量提升及结构优化、电商服务内容深化、经营效率提高等方面进一步巩固公司的业务优势，募投项目实施方向与行业发展趋势相一致，有利于为公司未来业务扩张提供新增长动力。其中新品牌孵化培育平台建设项目主要目标为打造新品牌孵化培育平台，在母婴、美妆、个护等优势领域引进国内外新兴品牌；代理品牌营销服务一体化建设项目将通过代理更多优质品牌，进一步扩大公司优质代理品牌矩阵规模与价值，并建立广州、杭州、上海三地的运营团队，挖掘当地市场机会和提供本地化服务；电商运营配套服务中心建设项目以构建营销展示中心、人才培训中心、摄影摄像中心为主要内容，为公司主营业务提供配套支持，从而拓展主营业务的持续发展空间；企业信息化管理系统建设项目将进行信息化升级和开发，旨在以信息技术手段全面提升公司的信息交流效率、以数据统计分析辅助经营管理决策，并增强对子公司、品牌中心的管控能力。

综上，公司未来业务扩张能力较强。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____

张学兵

经办律师：_____

全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2020年1月16日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（五）

二〇二〇年三月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

目 录

第一部分 加审期间重大事项的补充法律意见 5

一、 本次发行并上市的批准和授权 5

二、 发行人本次发行并上市的主体资格 5

三、 发行人本次发行并上市的实质条件 5

四、 发行人的设立 11

五、 发行人的独立性 11

六、 发行人的发起人和股东 12

七、 发行人的股本及其演变 15

八、 发行人的业务 15

九、 发行人的关联交易及同业竞争 27

十、 发行人的主要财产 31

十一、 发行人的重大债权债务 36

十二、 发行人重大资产变化及收购兼并 39

十三、 发行人《公司章程》的制定与修改 39

十四、 发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作 39

十五、 发行人董事、监事和高级管理人员及其变化 41

十六、 发行人的税务 41

十七、 发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工 44

十八、 发行人募集资金的运用 47

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

十九、 发行人的业务发展目标.....47

二十、 诉讼、仲裁或行政处罚.....47

二十一、 发行人招股说明书法律风险评价.....48

二十二、 结论性意见.....49

第二部分 关于第一次书面反馈回复的更新 50

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），于 2019 年 9 月 24 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》，于 2019 年 12 月 2 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》，于 2020 年 1 月 10 日出具

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》，于 2020 年 1 月 16 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》等文件。

鉴于发行人本次发行并上市原申报财务资料的审计基准日为 2018 年 12 月 31 日，于 2019 年 9 月将审计基准日调整为 2019 年 6 月 30 日，于 2020 年 1 月将审计基准日调整为 2019 年 9 月 30 日，现审计基准日已调整为 2019 年 12 月 31 日，报告期调整为 2017 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日（以下简称“报告期”），发行人聘请的会计师事务所天健会计师事务所（特殊普通合伙）对发行人最近三年（2017 年、2018 年、2019 年）的财务报表进行了审阅，并出具了“天健审〔2020〕7-101 号”《审计报告》（以下简称“《审计报告》”），本所律师就发行人审计基准日调整所涉及的有关事项及《补充法律意见书（三）》出具之日至本补充法律意见书出具之日期间（以下简称“加审期间”）内发行人生产经营活动变化情况所涉及的法律事项进行核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

第一部分 加审期间重大事项的补充法律意见

一、本次发行并上市的批准和授权

经核查，发行人本次发行并上市已依照法定程序获得发行人 2019 年第三次临时股东大会的有效批准并依法授权董事会办理本次发行并上市的相关事宜，截至本补充法律意见书出具之日，发行人上述股东大会决议尚在有效期内。

本所律师认为，发行人本次发行并上市已获得发行人内部有效的批准和授权，发行人本次发行尚待中国证监会的核准，本次发行完成后，发行人股票于深交所挂牌交易尚待深交所审核同意。

二、发行人本次发行并上市的主体资格

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人为依法设立并有效存续的股份有限公司，不存在根据法律、法规及《公司章程》规定需要终止的情形，具备本次发行并上市的主体资格。

三、发行人本次发行并上市的实质条件

发行人本次发行并上市属于股份有限公司首次公开发行人民币普通股股票并上市。经逐条对照《公司法》、《证券法》、《首发管理办法》等法律、法规和规范性文件的规定，本所律师认为，发行人本次发行并上市符合下列条件：

（一）发行人本次发行并上市符合《公司法》规定的有关条件

根据发行人的发行方案，发行人本次发行的股票种类为人民币普通股，每股的发行条件和价格相同，每股具有同等的权利，符合《公司法》第一百二十六条的规定。

（二）发行人本次发行并上市符合《证券法》规定的有关条件

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

1. 发行人本次发行并上市符合《证券法》第十二条规定的公开发行新股的下列条件：

(1) 发行人具备健全且运行良好的组织机构，符合《证券法》第十二条第一款第（一）项的规定。

(2) 发行人具有持续经营能力，符合《证券法》第十二条第一款第（二）项的规定。

(3) 发行人最近三年财务会计报告被出具无保留意见审计报告，符合《证券法》第十二条第一款第（三）项的规定。

(4) 发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在贪污、贿赂、侵占财产、挪用财产或者破坏社会主义市场经济秩序的刑事犯罪，符合《证券法》第十二条第一款第（四）项的规定。

2. 发行人本次发行由具有保荐资格的中金公司担任保荐人（主承销商），符合《证券法》第十条第一款的规定。

（三）发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》规定的实质条件

1. 主体资格

(1) 发行人为依法设立且合法存续的股份有限公司，符合《首发管理办法》第八条的规定。

(2) 发行人由若羽臣有限以经审计的账面净资产折股整体变更为股份有限公司，自若羽臣有限设立之日起计算已持续经营三年以上，符合《首发管理办法》第九条的规定。

(3) 发行人设立时的出资及历次增资均办理了验资，并办妥了工商变更登记手续，发行人的注册资本已足额缴纳；发行人由若羽臣有限整体变更为股份有限公司，若羽臣有限的所有资产均由发行人承继，发行人的主要资产不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十条的规定。

(4) 发行人主要从事线上代运营、渠道分销以及品牌策划业务，服务内容涵

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等电子商务综合服务，属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”，发行人已领取经营其业务所需的执照、批准和许可证书，其业务经营符合其《营业执照》、《公司章程》和法律、法规的规定，符合国家产业政策，符合《首发管理办法》的第十一条规定。

(5) 发行人的主营业务系为全球优质消费品品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务，报告期内未发生变更；发行人的实际控制人为王玉和王文慧夫妇，报告期内未发生变更；发行人最近三年内董事、高级管理人员未发生重大变化，符合《首发管理办法》第十二条的规定。

(6) 发行人由若羽臣有限整体变更而来，其设立时的出资、历次增资及股权变动均办理了工商变更登记/备案，发行人股权清晰，控股股东和受控股股东、实际控制人支配的股东持有的发行人股份不存在重大权属纠纷，符合《首发管理办法》第十三条的规定。

2. 规范运作

(1) 发行人具有完善的公司治理结构，已依法建立健全股东大会、董事会、监事会、独立董事、董事会秘书制度，并制定了相应的《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》、《董事会秘书工作细则》、《审计委员会工作细则》、《薪酬与考核委员会工作细则》、《提名委员会工作细则》、《战略委员会工作细则》等规则，发行人的相关机构和人员能够依法履行职责，符合《首发管理办法》第十四条的规定。

(2) 发行人已聘请中金公司为其本次发行并上市提供辅导工作，并已通过中国证监会广东证监局的辅导验收，本所律师在辅导期内亦对发行人的董事、监事和高级管理人员进行了相关的法律培训。根据发行人董事、监事和高级管理人员的确认，其已了解与股票发行上市有关的法律法规，知悉上市公司及其董事、监事和高级管理人员的法定义务和责任，符合《首发管理办法》第十五条的规定。

(3) 发行人的董事、监事和高级管理人员符合法律、行政法规和规章规定的

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

任职资格，且不存在下列情形：

①被中国证监会采取证券市场禁入措施尚在禁入期的；

②最近 36 个月内受到中国证监会行政处罚，或者最近 12 个月内受到证券交易所公开谴责；

③因涉嫌犯罪被司法机关立案侦查或者涉嫌违法违规被中国证监会立案调查，尚未有明确结论意见。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第十六条的规定。

(4) 发行人已制定《对外担保制度》、《关联交易制度》、《重大经营与投资决策管理制度》、《募集资金管理制度》等内部控制制度。天健就发行人的内部控制出具了无保留结论的编号为“天健审〔2020〕7-2 号”的《内控鉴证报告》，发行人内部控制健全且被有效执行，能够合理保证财务报表的可靠性、经营的合法性、营运的效率与效果，符合《首发管理办法》第十七条的规定。

(5) 发行人不存在下列情形，符合《首发管理办法》第十八条的规定：

①最近 36 个月内未经法定机关核准，擅自公开或者变相公开发行过证券；或者有关违法行为虽然发生在 36 个月前，但目前仍处于持续状态；

②最近 36 个月内违反工商、税收、土地、环保、海关以及其他法律、行政法规，受到行政处罚，且情节严重；

③最近 36 个月内曾向中国证监会提出发行申请，但报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或重大遗漏；或者不符合发行条件以欺骗手段骗取发行核准；或者以不正当手段干扰中国证监会及其发行审核委员会审核工作；或者伪造、变造发行人或其董事、监事、高级管理人员的签字、盖章；

④本次报送的发行申请文件有虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏；

⑤涉嫌犯罪被司法机关立案侦查，尚未有明确结论意见；

⑥严重损害投资者合法权益和社会公共利益的其他情形。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(6) 发行人《公司章程》已明确规定对外担保的审批权限和审议程序，发行人制订了《对外担保制度》，对发行人对外提供担保的审批、决策及风险防范等作了明确规定；截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人为控股股东、实际控制人及其控制的其他企业进行违规担保的情形，符合《首发管理办法》第十九条的规定。

(7) 发行人制订了内部资金管理制度，截至本补充法律意见书出具之日，不存在发行人的资金被控股股东、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，符合《首发管理办法》第二十条的规定。

3. 财务与会计

(1) 发行人资产质量良好，资产负债结构合理，盈利能力较强，现金流量正常，符合《首发管理办法》第二十一条的规定。

(2) 发行人的内部控制在所有重大方面是有效的，并由天健出具了无保留结论的《内控鉴证报告》，符合《首发管理办法》第二十二条的规定。

(3) 发行人会计基础工作规范，财务报表的编制符合企业会计准则和相关会计制度的规定，在所有重大方面公允地反映了发行人的财务状况、经营成果和现金流量，并由天健出具了无保留意见的《审计报告》，符合《首发管理办法》第二十三条的规定。

(4) 发行人编制财务报表系以实际发生的交易或者事项为依据；在进行会计确认、计量和报告时保持应有的谨慎；对相同或者相类似的经济业务，适用一致的会计政策，未进行随意变更，符合《首发管理办法》第二十四条的规定。

(5) 发行人已完整披露其关联方关系并按重要性原则恰当披露关联交易，关联交易价格公允，不存在通过关联交易操纵利润的情形，符合《首发管理办法》第二十五条的规定。

(6) 发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第二十六条的规定：

发行人 2017 年、2018 年、2019 年合并报表中归属于母公司的净利润（以扣

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

除非经常性损益前后较低者为计算依据）分别为 49,545,659.78 元、69,888,316.94 元、80,486,591.09 元，最近 3 个会计年度净利润均为正数且累计超过人民币 3,000 万元；

②发行人 2017 年、2018 年、2019 年合并报表中的营业收入分别为 670,926,367.67 元、930,983,845.17 元、958,866,975.21 元，最近 3 个会计年度营业收入累计超过人民币 3 亿元；

③发行人本次发行并上市前股本总额为 9,126.9840 万元，发行前股本总额不少于 3,000 万元；

④发行人截至 2019 年 12 月 31 日的无形资产（扣除土地使用权后）为 753.70 万元，占发行人净资产的 1.37%，发行人无形资产（扣除土地使用权后）占净资产的比例不高于 20%；

⑤发行人最近一期不存在未弥补亏损。

(7) 发行人依法纳税，各项税收优惠符合相关法律法规的规定，发行人的经营成果对税收优惠不存在严重依赖，符合《首发管理办法》第二十七条的规定。

(8) 发行人不存在重大偿债风险，不存在影响持续经营的担保、诉讼以及仲裁等重大或有事项，符合《首发管理办法》第二十八条的规定。

(9) 发行人申报文件中不存在故意遗漏或虚构交易事项或其他重要信息；不存在滥用会计政策或者会计估计；不存在操纵、伪造或篡改编制财务报表所依据的会计记录或者相关凭证，符合《首发管理办法》第二十九条的规定。

(10) 发行人不存在下列影响持续盈利能力的情形：

①发行人的经营模式、产品或服务的品种结构已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

②发行人的行业地位或发行人所处行业的经营环境已经或者将发生重大变化，并对发行人的持续盈利能力构成重大不利影响；

③发行人最近 1 个会计年度的营业收入或净利润对关联方或者存在重大不

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

确定性的客户存在重大依赖；

④发行人最近 1 个会计年度的净利润主要来自合并财务报表范围以外的投资收益；

⑤发行人在用的特许经营权、知识产权及专有技术等重要资产或技术的取得或者使用存在重大不利变化的风险；

⑥其他可能对发行人持续盈利能力构成重大不利影响的情形。

据此，发行人本次发行并上市符合《首发管理办法》第三十条的规定。

综上所述，本所律师认为，发行人本次发行并上市已具备《证券法》、《公司法》及《首发管理办法》规定的各项实质条件。

四、发行人的设立

经核查，加审期间，发行人的设立事宜未发生变化。

五、发行人的独立性

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未发生导致其丧失业务、资产、人员、机构、财务独立性及直接面向市场独立经营能力和完整的业务体系的情形。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》已经披露的外，发行人董事、监事、高级管理人员在发行人及其子公司外的兼职情况如下：

姓名	担任发行人职务	兼职单位	兼职职务
柳建华	独立董事	指尖悦动控股有限公司（HK.6860）	独立非执行董事及审核委员会委员
王建优	董事	深圳市崧盛电子股份有限公司	独立董事

除《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

充法律意见书（三）》已经披露的兼职情况外，发行人总经理、副总经理、董事会秘书、财务总监等高级管理人员均在发行人专职工作并领取薪酬，不存在在实际控制人及其他主要关联方中任职或领取薪酬的情况。

六、发行人的发起人和股东

经核查，加审期间，发行人的发起人和实际控制人未发生变更。

经核查，加审期间，发行人的股权结构未发生变更。

经核查，加审期间，发行人现有股东间的关联关系未发生变化。

经核查，发行人股东晏小平间接持有发行人股东晨晖朗姿普通合伙人及执行事务合伙人的出资比例由 90%变更为 99%。发行人股东晨晖朗姿的普通合伙人与执行事务合伙人为宁波晨晖创新投资管理有限公司（持有晨晖朗姿 1%的财产份额），宁波晨晖创新投资管理有限公司系北京晨晖创新投资管理有限公司持股 100%的公司。2019 年 11 月 28 日，北京晨晖创新投资管理有限公司的股权发生变更，其变更后的股权结构如下：

序号	姓名	出资额（万元）	出资比例
1	晏小平	9,900.00	99.00%
2	张磊	100.00	1.00%
合计		**10,000.00**	**100.00%**

经核查，加审期间，发行人股东“前海投资基金”的合伙人及出资信息发生变更，“晨晖盛景”合伙期限及经营场所发生变更，具体如下：

(1) 前海投资基金

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，前海投资基金的合伙人出资信息如下：

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
1	前海方舟资产管理有限公司	30,000.00	1.0526%	普通合伙人
2	君康人寿保险股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
3	济南峰靖商贸有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
4	珠海横琴富华金盛投资企业(有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
5	深圳市中科鼎鑫管理咨询合伙企业（有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
6	广东万和新电气股份有限公司	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
7	珠海横琴富华金灿投资企业(有限合伙）	150,000.00	5.2632%	有限合伙人
8	上海行普企业管理合伙企业(有限合伙）	110,000.00	3.8596%	有限合伙人
9	中国人保资产管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
10	新华人寿保险股份有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
11	深圳市汇通金控基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
12	深圳市龙华区引导基金投资管理有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
13	深圳市引导基金投资有限公司	100,000.00	3.5088%	有限合伙人
14	光大永明资产管理股份有限公司	70,000.00	2.4561%	有限合伙人
15	厦门金圆投资集团有限公司	60,000.00	2.1053%	有限合伙人
16	李永魁	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
17	北京首都科技发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
18	深圳凯利程投资咨询有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
19	深圳市安林珊资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
20	厦门市三硕资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
21	新兴发展集团有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
22	永诚财产保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
23	北银丰业资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
24	中国电信集团公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
25	深圳市中科创资产管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
26	新余市晟创投资管理有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
27	深圳市文燊威投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
28	国信弘盛创业投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
29	深圳市福田引导基金投资有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
30	太平人寿保险有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
31	渤海人寿保险股份有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
32	深圳市招银前海金融资产交易中心有限公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
33	新疆粤新润合股权投资有限责任公司	50,000.00	1.7544%	有限合伙人
34	深圳太太药业有限公司	40,000.00	1.4035%	有限合伙人
35	天津未来产业创新基金合伙企业（有限合伙）	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
36	深圳市创新投资集团有限公司	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
37	徐州金沣股权投资合伙企业(有限合伙)	30,000.00	1.0526%	有限合伙人
38	陈韵竹	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
39	汇祥蓝天(天津)投资合伙企业(有限合伙)	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
40	建信人寿保险股份有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
41	唐山致行商贸有限公司	20,000.00	0.7018%	有限合伙人
42	郑焕坚	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
43	郭德英	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
44	盘李琦	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
45	深圳市中孚泰文化集团有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
46	横店集团控股有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
47	喀什唐商股权投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人
48	深圳市广顺昌投资有限公司	10,000.00	0.3509%	有限合伙人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	姓名/名称	出资额（万元）	出资比例	合伙人类型
合 计		**2,850,000.00**	**100.00%**	-

(2) **晨晖盛景**

经核查，2019 年 9 月 11 日，晨晖盛景的合伙期限变更为“2015 年 5 月 21 日至 2025 年 5 月 20 日”；经营场所变更为“浙江省宁波市北仑区梅山七星路 88 号 1 幢 401 室 A 区 C1080”。

七、发行人的股本及其演变

经核查，加审期间，发行人股本总额及股本结构未发生变化。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，各股东所持有的发行人股份不存在质押等权利受限制的情形。

八、发行人的业务

（一）发行人的经营范围和经营方式

1. 发行人的经营范围

根据《公司章程》及广州市工商局于 2019 年 7 月 25 日核发的《营业执照》，发行人的经营范围为“技术进出口；化妆品及卫生用品批发；文具用品批发；婴儿用品批发；婴儿用品零售；医疗设备租赁服务；体育用品及器材批发；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；货物进出口（专营专控商品除外）礼仪电子用品制造；为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌；非许可类医疗器械经营；广告业；策划创意服务；百货零售（食品零售除外）；化妆品及卫生用品零售；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；医疗卫生用塑料制品制造；商品信息咨询服务；信息技术咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；互联网商品销售（许可审批类商品除外）；互联网商品零售（许可审批类商品除外）；米、面制品及食用油批发；乳制品批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售；保健食品制造；乳制品制造；预包装食品零售；预包

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

装食品批发；散装食品批发；乳制品零售；散装食品零售；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；许可类医疗器械经营”。

2. 发行人的经营方式

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，主要业务包括线上代运营、渠道分销、品牌策划三种业务模式。

经核查，加审期间，发行人的经营方式未发生变更。

3. 发行人主要合作的品牌

截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司合作的主要品牌及品牌商的授权情况如下：

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
1	美迪惠尔/MEDIHEAL	美妆个护	授权若羽臣作为独家代理商向京东、唯品会平台、天猫商城、淘宝等销售 MEDIHEAL 美迪惠尔品牌产品
2	美赞臣/Mead Johnson	婴幼儿奶粉	授权若羽臣在天猫平台设立和运营美赞臣官方旗舰店并销售产品
3	红印	保健品	授权莉莉买手作为独家代理商在天猫、京东、唯品会、网易考拉、小红书平台销售红印品牌产品
4	善存	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多
5	飞/Free	卫生巾	授权若羽臣经营天猫 Free 旗舰店，销售 Free 系列女士个人护理产品
6	SWISSE	保健品	授权恒美康代运营 SWISS 官方海外旗舰店、SWISS 母婴海外旗舰店、BIOSTIME 官方海外旗舰店
			授权若羽臣代运营 SWISS 官方旗舰店、合生元官方旗舰店、dodie 旗舰店
7	THREE	美妆个户	授权莉莉买手作为代理商经营天猫海外旗舰店销售 THREE 产品
8	钙尔奇	保健品	授权若羽臣经营天猫旗舰店、拼多多

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	产品类别	授权范围
9	康贝/Combi	童车、婴幼儿湿巾	授权若羽臣杭州分公司代运营天猫 combi 康贝官方旗舰店、天猫 combi 童鞋旗舰店、京东康贝母婴旗舰店、苏宁康贝官方旗舰店
10	尤妮佳	美妆个护	授权若羽臣线上经销 MamyPoko/妈咪宝贝、MOONY、SOFY/苏菲、lifree/乐互宜、silcot/舒蔻品牌产品
11	合生元/Biostime	婴幼儿奶粉、婴幼儿保健品	授权若羽臣独家代运营天猫合生元官方旗舰店、Biostime 官方海外旗舰店
12	B.BOX	母婴	授权若羽臣为 B.BOX 品牌天猫旗舰店、京东的唯一经销商，有权在淘宝分销的非独家代理商
13	Ecostore	家用清洁剂；皮肤护理、身体护理、婴儿护理产品	授权莉莉买手代运营天猫 ecostore 海外旗舰店并销售其产品
14	Vape	驱蚊产品	授权莉莉买手在天猫海外旗舰店及其他电子商务平台经营 Vape 品牌产品

经核查发行人及其子公司与品牌方签署的业务合同、取得的授权书及发行人或其子公司在第三方电商平台代运营的店铺，并经本所律师与主要品牌方进行访谈，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司已取得品牌商的有效授权，发行人或其子公司的服务不存在超出品牌商授权范围的情形。

4. 发行人及其分、子公司的业务分工

经核查，加审期间，发行人及其分、子公司的业务分工未发生变更。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人通过向子公司委派董事、监事、主要管理人员对子公司进行日常经营管理，同时发行人已制定《分子公司管理制度》，规范对各分子公司的管理。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

5. 发行人及其分、子公司运营的线上店铺

根据公司提供的资料并经本所律师登录网站核查，截至 2020 年 1 月 21 日，公司及其分、子公司共运营 86 家品牌店铺，其中零售结算方式下的品牌店铺 39 家，服务费结算方式下的品牌店铺 47 家，具体如下：

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
零售结算方式的店铺				
1	美赞臣官方旗舰店	天猫商城	https://meadjohnson.tmall.com	发行人
2	free 旗舰店	天猫商城	https://freejj.tmall.com	发行人
3	VOODOO 官方旗舰店	天猫商城	https://voodoohzp.tmall.com	广州海通达
4	B.BOX 旗舰店	天猫商城	https://bbox.tmall.com	发行人
5	善存官方旗舰店	天猫商城	https://centrum.tmall.com	发行人
6	Redseal 红印旗舰店	天猫商城	https://redsealjj.tmall.com/	发行人
7	钙尔奇官方旗舰店	天猫商城	https://caltrate.tmall.com	发行人
8	ABC 官方旗舰店	天猫商城	https://abc.tmall.com	发行人
9	Maro 旗舰店	天猫商城	https://marohzp.tmall.com	广州酷宝儿
10	thinkbaby 旗舰店	天猫商城	https://thinkbabymy.tmall.com	广州海通达
11	哈罗闪官方旗舰店	天猫商城	https://sanosan.tmall.com	发行人
12	Vape 海外旗舰店	天猫国际	https://vape.tmall.hk/	莉莉买手
13	THREE 海外旗舰店	天猫国际	https://three.tmall.hk	莉莉买手
14	Holika holika 海外旗舰店	天猫国际	https://holikakorea.tmall.hk	梦哒哒
15	Floreve 海外旗舰店	天猫国际	https://floreve.tmall.hk	莉莉买手
16	Redseal 红印海外旗舰店	天猫国际	https://redsealnz.tmall.hk	莉莉买手
17	thinkbaby 海外旗舰店	天猫国际	https://thinkbaby.tmall.hk	梦哒哒

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
18	EstheProLabo 海外旗舰店	天猫国际	https://estheprolabo.tmall.hk	莉莉买手
19	天猫国际-Glowlab 海外旗舰店	天猫国际	https://glowlab.tmall.hk/	恒美康
20	bella aurora 海外旗舰店	天猫国际	https://bellaaurora.tmall.hk/	梦哒哒
21	earthwise 海外旗舰店	天猫国际	https://earthwise.tmall.hk/	恒美康
22	ofwcmaputi 海外旗舰店	天猫国际	https://ofwcmaputi.tmall.hk/	莉莉买手
23	beautyhills 海外旗舰店	天猫国际	https://beautyhills.tmall.hk/	莉莉买手
24	Dr.botanicals 海外旗舰店	天猫国际	https://drbotanicals.tmall.hk/	莉莉买手
25	WOMO 海外旗舰店	天猫国际	https://store.womostore.com/it-it/	梦哒哒
26	Farma dorsch 海外旗舰店	天猫国际	https://farmadorsch.tmall.hk	梦哒哒
27	新谷酵素海外旗舰店	天猫国际	https://koso.tmall.hk/	莉莉买手
28	clinicians 科立纯海外专卖店	天猫国际	https://clinicianslily.tmall.hk	莉莉买手
29	Crayola 绘儿乐海外旗舰店	天猫国际	https://huierle.tmall.hk	恒美康
30	voodoo 海外旗舰店	天猫国际	https://voodoo.tmall.hk	莉莉买手
31	fumakilla 海外旗舰店	天猫国际	https://fumakilla.tmall.hk	恒美康
32	苏菲个护旗舰店	唯品会	https://shp.vip.com/	发行人
33	乐互宜成人纸尿裤旗舰店	唯品会	https://detail.vip.com	发行人
34	EstheProLabo 海外旗舰店	小红书	小红书 APP	梦哒哒

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
35	自媒体多品牌集合店	有赞	有赞 APP	发行人
36	美迪惠尔企业店	淘宝	https://shop68257794.taobao.com	发行人
37	Free 旗舰店特价区	淘宝	淘宝特价 APP	发行人
38	尤妮佳专卖店	唯品会	https://store.vip.com/index	发行人
39	voodoo 旗舰店	网易考拉	https://www.kaola.com/	发行人
服务费结算方式的店铺				
1	合生元官方旗舰店	天猫商城	https://biostime.tmall.com	发行人
2	Dodie 旗舰店	天猫商城	https://dodie.tmall.com	发行人
3	titus 铁达时旗舰店	天猫商城	https://titus.tmall.com	发行人
4	skiphop 旗舰店	天猫商城	https://skiphop.tmall.com	发行人
5	gm 澳芝曼旗舰店	天猫商城	https://aozhiman.tmall.com	发行人
6	嘉实多官方旗舰店	天猫商城	https://castrol.tmall.com	发行人
7	Vierra 旗舰店	天猫商城	https://vierra.tmall.com	发行人
8	ergobaby 旗舰店	天猫商城	https://ergobaby.tmall.com	发行人
9	combi 康贝官方旗舰店	天猫商城	https://combi.tmall.com	发行人
10	combi 童鞋旗舰店	天猫商城	https://combishoes.tmall.com	发行人
11	arla 爱氏晨曦旗舰店	天猫商城	https://arla.tmall.com/	发行人
12	CEMOY 旗舰店	天猫商城	https://cemoy.tmall.com	发行人
13	Swisse 官方旗舰店	天猫商城	https://swissesp.tmall.com	发行人
14	优酷会员官方旗舰店	天猫商城	https://ytvip.tmall.com/	发行人
15	HAIRRECIPE 官方旗舰店	天猫商城	https://hairrecipe.tmall.com	发行人
16	舒隐旗舰店	天猫商城	https://shuyinjjry.tmall.com	发行人
17	pilot 百乐旗舰店	天猫商城	https://pilotbgyp.tmall.com/	发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
18	healthytimes 旗舰店	天猫商城	https://healthytimes.tmall.com	发行人
19	babyzen 旗舰店	天猫商城	https://babyzenwj.tmall.com	发行人
20	goodgout 海外旗舰店	天猫国际	https://goodgout.tmall.hk	发行人
21	Ecostore 海外旗舰店	天猫国际	https://ecostore.tmall.hk	莉莉买手
22	拜耳健康消费品海外旗舰店	天猫国际	https://bayerglobal.tmall.hk	莉莉买手
23	时间廊海外旗舰店	天猫国际	https://citychain-hk.tmall.hk	发行人
24	康维他海外旗舰店	天猫国际	https://comvitahw.tmall.hk	莉莉买手
25	妮珍/Neogen 海外旗舰店	天猫国际	https://neogen.tmall.hk	梦哒哒
26	惠氏健康生活海外旗舰店	天猫国际	https://whgs.tmall.hk	发行人
27	biostime 官方海外旗舰店	天猫国际	https://biostimeglobal.tmall.hk	恒美康
28	Swisse 官方海外旗舰店	天猫国际	https://swisse.tmall.hk	恒美康
29	Swisse 母婴海外旗舰店	天猫国际	https://swissemy.tmall.hk	恒美康
30	weleda 官方海外旗舰店	天猫国际	https://weleda.tmall.hk	梦哒哒
31	gm 澳芝曼官方海外旗舰店	天猫国际	https://gandm.tmall.hk	发行人
32	ICE WATCH 艾施表海外旗舰店	天猫国际	https://icewatch.tmall.hk	恒美康
33	Californiababy 海外旗舰店	天猫国际	https://californiababyglobal.tmall.hk/shop	梦哒哒
34	AXXZIA 海外旗舰店	天猫国际	https://axxzia.tmall.hk/	莉莉买手

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	店铺名称	所属平台	店铺地址	运营主体
35	oneaday 海外旗舰店	天猫国际	https://one-a-day.tmall.hk	莉莉买手
36	樱花见海外旗舰店	天猫国际	https://yinghuajian.tmall.hk	莉莉买手
37	Marcheur 海外旗舰店	天猫国际	https://marcheur.tmall.hk	莉莉买手
38	RoyalNectar 海外旗舰店	天猫国际	https://royalnectar.tmall.hk	梦哒哒
39	axs 海外旗舰店	天猫国际	https://axsglobal.tmall.hk	莉莉买手
40	Biostime 羊奶粉海外旗舰店	天猫国际	https://biostimesn2goatplus.tmall.hk	恒美康
41	CEMOY 海外旗舰店	天猫国际	https://cemoyglobal.tmall.hk	梦哒哒
42	铁达时官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com/index-54221.html	发行人
43	Combi 母婴旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
44	百乐京东自营官方旗舰店	京东	https://mall.jd.com	发行人
45	康贝官方旗舰店	苏宁易购	http://shop.suning.com/70092267/index.html	发行人
46	solvil et titus 旗舰店	小红书	小红书 APP	发行人
47	合生元商城店	淘宝	https://shop122571501.taobao.com	发行人

6. 发行人的经营资质

经核查，加审期间，发行人持有的食品经营许可证所载的许可范围增加了“预包装食品销售（含冷藏冷冻食品）”，发行人现持有的食品经营许可证具体如下：

企业名称	证书编号	许可范围	有效期
若羽臣	JY14401120012474	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2020.02.27-2021.06.27

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

若羽臣	JY14401120154526	预包装食品销售（含冷藏冷冻食品），特殊食品销售（保健食品、特殊医学用途配方食品、婴幼儿配方乳粉、其他婴幼儿配方食品）	2020.03.02-2024.07.21

截至本补充法律意见书出具之日，发行人已具有经营业务所需的全部资质、许可、认证；发行人不存在超越资质、经营范围的情况；发行人的经营活动符合《公司章程》和《营业执照》规定的经营范围，并已取得其经营所必须的资质；发行人的经营范围和经营方式符合有关法律、法规和规范性文件的规定。

（二）发行人在中国大陆以外的经营情况

1. 境外子公司的基本经营信息

根据公司的说明并经核查，加审期间，发行人无新增境外子公司。

2. 境外子公司的业务情况核查

经核查，加审期间，原境外子公司已经取得境外律师行出具的关于加审期间合规情况的法律意见书如下：

(1) 梦哒哒

根据香港陈林梁余律师行于 2020 年 2 月 26 日出具的《有关香港注册有限公司梦哒哒国际贸易有限公司（Dreamie International Trading CO, Limited）的法律意见书》，梦哒哒系依据香港法律，于 2015 年 5 月 6 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(2) 恒美康

根据香港陈林梁余律师行于 2020 年 2 月 26 日出具的《有关香港注册有限公司恒美康（国际）有限公司（Hengmeikang (International) CO., Limited）的法律意见书》，恒美康系依据香港法律设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(3) 莉莉买手

根据香港陈林梁余律师行于 2020 年 2 月 26 日出具的《有关莉莉买手（国际）贸易有限公司（Lily Buyer (International) Trading CO., Limited）的法律意见书》，莉莉买手系依据香港法律，于 2015 年 7 月 23 日合法设立并有效存续的私人公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(4) 香港宝莉

根据香港陈林梁余律师行于 2020 年 2 月 26 日出具的《有关香港宝莉国际品牌管理有限公司（HongKong Unicorn International Brand Management CO., Limited）的法律意见书》，香港宝莉系依据香港法律，于 2015 年 10 月 22 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

(5) 若羽臣韩国

根据韩国律村律师事务所于 2020 年 2 月 26 日出具的《关于对若羽臣株式会社之法律意见书》，若羽臣韩国为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押；其在韩国的业务无需另行取得韩国政府批准、同意或许可；其不存在可能发生清算、破产、解散、停业、不能偿还债务的情况；不存在发生诉讼、仲裁及其他纠纷的情形，且不存在发生纠纷的可能。若羽臣韩国或代表董事、监事、董事或职员在过去三年不存在因公司业务受到徒刑、罚金、罚款或其他刑事或行政处罚的事情，且不存在发生刑事或行政处罚的可能性。

(6) 若羽臣新西兰、新西兰摩亚方舟、新西兰氧馥、新西兰绿洲

根据新西兰 Chapman Tripp 律师事务所于 2020 年 2 月 26 日出具的《法律意

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

见书》，若羽臣新西兰、新西兰摩亚方舟、新西兰氧馥、新西兰绿洲为依法成立并有效存续的公司，股权不存在质押等权利负担；该等公司依法开展经营活动，不存在重大诉讼、仲裁或其他争议、纠纷。

(7) 香港摩亚方舟

根据香港陈林梁余律师行于 2020 年 2 月 26 日出具的《关于香港摩亚方舟（国际）有限公司（HongKong MOYA ARK (international) CO., Limited）的法律意见书》，香港摩亚方舟系依据香港法律，于 2019 年 9 月 16 日合法设立并有效存续的有限责任公司，其股权不存在任何抵押、质押或押记；该公司拥有在香港经营业务所必需的资质和条件；不存在清盘程序；不存在违反香港法律的情形，亦不存在被任何政府部门征收罚金的情形。

（三）发行人的业务变更情况

经核查，加审期间，发行人的主营业务未发生重大变更。

（四）发行人的主营业务情况

根据《审计报告》，按合并报表计算，发行人报告期内各期主营业务收入占当期营业收入的比例均超过 99%，发行人主营业务突出。

（五）发行人的持续经营情况

经核查，加审期间，发行人的持续经营不存在法律障碍。

经核查，加审期间，发行人及其子公司新取得市场监督管理局、海关、外汇主管部门出具的合规经营证明如下：

1. 市场监督管理方面合规证明

2020 年 1 月 20 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证明》（西市监信证（2020）58 号），证明 2019 年 10 月 1 日以来至 2019 年 12 月 31 日止，杭州红时无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2020 年 1 月 20 日，杭州市西湖区市场监督管理局出具《企业无违法违规证

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

明》（西市监信证（2020）57 号），证明 2019 年 10 月 1 日以来至 2019 年 12 月 31 日止，杭州分公司无因违法违规被该局行政处罚的记录。

2020 年 1 月 20 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明在 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州海通达存在被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2020 年 1 月 20 日，广州市黄埔区市场监督管理局出具《证明》，证明广州摩亚方舟自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 期间，暂未发现被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2020 年 1 月 19 日，宁波市海曙区市场监督管理局出具《宁波市海曙区市场监督管理局行政证明》（甬海市监证字[2020]11 号），证明自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，宁波宝莉无被该局行政处罚的记录。

2020 年 2 月 15 日，广州市天河区市场监督管理局分别出具《证明》，证明在 2019 年 11 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州京旺、广州大可、广州酷儿宝存在被该局行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2020 年 1 月 17 日，广州市市场监督管理局出具《证明》，证明自 2019 年 11 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现若羽臣股份存在被该部门行政处罚、列入经营异常名录和严重违法失信企业名单的记录。

2020 年 3 月 6 日，舟山市市场监督管理局自由贸易试验区分局出具《证明》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2020 年 3 月 6 日期间，舟山若羽臣未存在因违反市场监督管理法律法规而被该局予以行政处罚的记录。

2020 年 2 月 19 日，上海市奉贤区市场监督管理局出具《合规证明》，证明自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，没有发现上海京京业业有违反市场监管局管辖范围内的相关法律法规的行政处罚记录。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 进出口业务管理方面的合规证明

2020 年 2 月 3 日，黄埔海关分别出具《证明》，证明若羽臣、广州海通达、广州摩亚方舟自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间在黄埔海关关区内无走私违法、违规行政记录。

2020 年 2 月 19 日，海曙海关出具企业资信证明（编号：甬曙关信证[2020]005 号），证明自 2019 年 10 月 1 日起至 2019 年 12 月 31 日止，该关未发现宁波宝莉有走私行为、违反海关监管规定的行为，未因进出口侵犯知识产权货物而被海关行政处罚。

2020 年 1 月 17 日，舟山海关出具《证明》（编号：舟山关外证[2020]1 号），证明舟山若羽臣自 2019 年 7 月 16 日至 2019 年 12 月 31 日期间，在海关未有过因违反相关法律、法规而受到海关行政处罚的情事。

2020 年 2 月 27 日，国家外汇管理局广东省分局分别出具《外汇违法情况查询表》，证明自 2019 年 7 月 1 日至 2019 年 10 月 31 日期间，若羽臣、广州海通达、广州摩亚方舟无因违反外汇管理法规行为而受到行政处罚的记录。

经本所律师登录国家外汇管理局宁波市分局（http://www.safe.gov.cn/ningbo/）查询行政处罚信息公示，截至 2020 年 3 月 5 日宁波宝莉不存在违反外汇管理法规的行为。

经本所律师登录国家外汇管理局浙江省分局（http://www.safe.gov.cn/zhejiang）查询行政处罚信息公示，截至 2020 年 3 月 5 日舟山若羽臣不存在违反外汇管理法规的行为。

九、发行人的关联交易及同业竞争

（一）发行人的关联方

除《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》已经披露关联方及关联关系外，加审期间，发行人的关联方及关联关系有如下变动：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1．广东趣炫网络股份有限公司曾是发行人独立董事柳建华担任独立董事的企业，系发行人的关联方；截至本补充法律意见书出具之日，柳建华在广东趣炫网络股份有限公司担任独立董事的任期已届满。指尖指尖悦动控股有限公司（港股上市公司，股票代码“06860”）是柳建华新任独立非执行董事及审核委员会委员的企业。

2．王澍，女，身份证号码为 3604031979********，系发行人三级控股子公司新西兰氧馥的股东 OXYGEN SKINCARE LIMITED 的股东，截至本补充法律意见书出具之日，王澍间接持有新西兰氧馥 34%的股权。

3．L&P Cosmetic Co., Ltd 系发行人持股 5%以上的股东申东日担任董事且朗姿股份间接持股的企业，朗姿股份持有该企业的股权比例由 9.10%变更为 8.12%。

4. 深圳市崧盛电子股份有限公司，是发行人董事王建优新任独立董事的企业。

经核查，除上述变化外，加审期间，发行人的关联方及关联关系未发生其他变化。

（二）关联交易

根据发行人所提供的资料、天健出具的《审计报告》并经本所律师核查，报告期内，发行人与其关联方新增的主要关联交易情况如下：

1. 采购仓储物流服务

根据发行人与上海发网于 2017 年 5 月签署的《物流仓储外包合同》，发行人、发行人分子公司、上海发网、广州发网于 2018 年 5 月签署的《<若羽臣仓储物流外包合同>补充协议一》及发行人与广州发网于 2019 年 8 月 15 日签署的《若羽臣物流仓储外包合同》，2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，发行人继

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

续向上海发网[1]采购仓储物流服务，采购金额为 1,778.71 万元。

经核查，上述交易发生前已经发行人 2017 年第二次临时股东大会审议，且发行人与上海发网于 2019 年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

2. 与上海玲肤之间的交易

2019 年 9 月至 2019 年 12 月 31 日期间，发行人向上海玲肤采购货品的金额为 284.14 万元。

经核查，发行人向上海玲肤采购货品的原因系平台增加订单，发行人从韩国采购所需的时间不能满足平台的货品需求，因此从上海玲肤采购，采购的金额较小。经对比发行人向非关联方 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的价格，发行人向上海玲肤采购该类产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合人民币 44.250 元/盒）相当，因此，上述关联交易定价公允。此外，根据公司的说明，因美迪惠尔品牌方调整全球销售网络，对中国的部分业务将逐步转由其在中国境内设立的全资子公司上海玲肤承接。

发行人于 2019 年 10 月 8 日召开第二届董事会第十一次会议，审议通过《关于公司关联交易的议案》，确认并同意发行人与上海玲肤之间发生交易。其中关联董事王建优回避表决，独立董事对该等关联交易发表了独立意见，认为：发行人与上海玲肤之间的交易是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性，该等交易履行了法律、法规及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。

[1] 发行人与上海发网的交易金额涵盖了发行人与上海发网及其子公司广州发网的交易金额，下同。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 应付、预付关联方款项

截至 2019 年 12 月 31 日，发行人对关联方的应付账款、预付账款及其他应付款账面余额具体如下：

项目名称	关联方	金额（万元）
应付账款	上海发网	497.14
其他应付款	王澍	169.50

经核查，王澍系发行人子公司新西兰氧馥的董事，亦是新西兰氧馥被发行人收购前的实际控制人，上述款项是新西兰氧馥被发行人收购前，对王澍的借款，双方之间未约定利息。截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥已经向王澍偿还完毕上述欠款。

4. 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

2019 年度，发行人向董事、监事、高级管理人员支付薪酬合计 862.61 万元。

5. 关联担保

担保人	贷款人	担保合同	金额	担保主债权期限	担保的主合同
王玉、王文慧	中国银行股份有限公司广州开发区分行	《最高额保证合同》（编号：GBZ477560120180136）	1,000 万元	2018 年 8 月 14 日至 2023 年 8 月 14 日期间发生的债权	《短期流动资金贷款额度合同》（GED47756012019013 1）

（三）关联交易的决策制度及程序

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易制度》等文件中规定的关联交易公允决策程序未发生变化。

（四）发行人的控股股东、实际控制人关于减少及规范关联交易的承诺

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，发行人控股股东王玉，实际控制人王玉、王文慧已向发行人出具《关于减少和规范广州若羽臣科技股份有限公司关联交易的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（五）发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间的同业竞争情况

截至本补充法律意见书出具之日，发行人与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间不存在同业竞争；发行人与其他主要股东等关联方的业务均不相同，不存在同业竞争；发行人不存在需要依赖实际控制人及其控制的其他企业等主要关联方方能开展业务的情形。

（六）发行人的控股股东、实际控制人关于避免同业竞争的承诺和措施

经核查，控股股东王玉，实际控制人王玉及王文慧夫妇已分别向发行人出具《关于与广州若羽臣科技股份有限公司避免同业竞争的承诺函》。截至本补充法律意见书出具之日，上述承诺持续有效，各承诺人均严格履行承诺。

（七）发行人对有关关联交易和同业竞争事项的披露

经核查，发行人为本次发行并上市出具的《招股说明书（申报稿）》和其他有关申报材料中对发行人的关联交易及同业竞争进行了充分披露，不存在重大遗漏或重大隐瞒。

十、发行人的主要财产

（一）知识产权

1. 注册商标专用权

经核查，截至 2020 年 2 月 29 日，发行人及其子公司新取得以下注册商标，其中第 2、6、16、21、22、23、24 项为中国境内注册的商标，其余为境外注册商标。具体如下：

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
1	1126558		新西兰摩亚方舟	2020.02.04-2030.02.03-	5、29
2	1997781	乳白金	新西兰摩亚方舟	2014.11.28-2024.11.27	29
3	962416	PLANTÆ	新西兰摩亚方舟	2013.01.23-2023.01.22	3、4
4	979537	plantæ	新西兰摩亚方舟	2013.12.24-2023.12.23	3
5	1110248	Nui Bay	新西兰摩亚方舟	2019.06.21-2029.6.20	5
6	22652299		新西兰摩亚方舟	2018.02.14-2028..02.13	3
7	1070357	SOLAR SERUM	新西兰绿洲	2018.01.04-2028.01.03	3
8	1022406	OASIS BEAUTY	新西兰绿洲	2016.05.03-2026.05.02	3
9	1069994	OASIS SUN	新西兰绿洲	2018.06.26-2028.06.25	3
10	1893241	RHINO REPAIR	新西兰绿洲	2017.12.08-2027.12.07	3
11	1069995	OASIS AFTER SUN	新西兰绿洲	2018.06.26-2028.06.25	3
12	1855171	SOLAR SERUM	新西兰绿洲	2017.06.29-2027.06.28	3
13	1893228		新西兰绿洲	2017.12.08-2027.12.07	3
14	1839896	LYCOCELLE	新西兰绿洲	2017.04.21-2027.04.20	3
15	1060194	LYCOCELLE	新西兰绿洲	2017.08.10-2027.08.09	3
16	20765037	RHINO REPAIR	新西兰绿洲	2017.09.21-2027.09.20	3
17	1893232	OASIS	新西兰绿洲	2017.12.08-2027.12.07	3
18	1079920	OASIS	新西兰绿洲	2019.03.01-2029.02.28	3

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
19	01937856		新西兰绿洲	2018.09.16-2028.09.15	3
20	1019837	SENSITIVE SKIN SAVIOURS	新西兰绿洲	2016.02.02-2026.02.01	3
21	37144383A		若羽臣韩国	2020.01.07-2030.01.06	35
22	37148938		若羽臣韩国	2019.12.28-2029.12.27	3
23	38064727	安朵恩	若羽臣韩国	2020.01.07-2030.01.06	3
24	38064739	安朵恩	若羽臣韩国	2020.01.07-2030.01.06	35
25	40-1506616		若羽臣韩国	2019.08.05-2029.08.05	35
26	40-1506615	OPTUNE	若羽臣韩国	2019.08.05-2029.08.05	35

注：上表第 2 项注册商标系从广州新生命企业发展有限公司受让；第 6 项商标系从若羽臣韩国受让。

经本所律师登录工商行政管理总局国家商标局网站（http://sbj.saic.gov.cn/sbcx/）逐项核查，发行人于中国境内的注册商标专用权不存在质押或权利受到其他限制的情况。

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥正在办理以下商标的受让手续：

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
1	30575871	氧馥	OXYGEN SKINCARE LIMITED	2019.04.07-2029.04.06	3
2	303530709	OXYGEN NATURAL NEW ZEALAND SKINCARE	OXYGEN SKINCARE LIMITED	2015.09.09-2025.09.08	3
3	1758178	OXYGEN NATURAL NEW ZEALAND SKINCARE	OXYGEN SKINCARE LIMITED	2016.03.10-2026.03.09	3
4	1430606	OXYGEN NATURAL NEW ZEALAND SKINCARE	OXYGEN SKINCARE LIMITED	2018.7.12-2028-7.11	3

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	注册证号	商标外观	权利人	有效期限	类别
5	811297		OXYGEN SKINCARE LIMITED	2010.02.25-2029.8.18	3
6	969823		OXYGEN SKINCARE LIMITED	2012.12.03-2022.12.02	3

2. 计算机软件著作权

经核查，截至 2020 年 2 月 29 日，除《律师工作报告》《补充法律意见书（一）》《补充法律意见书（二）》《补充法律意见书（三）》披露的外，发行人拥有的软件著作权未发生其他变化。

3. 专利权

经核查，截至 2020 年 2 月 29 日，若羽臣股份及其子公司取得的专利权情况未发生变化。

经本所律师登录国家知识产权局中国及多国专利审查信息查询网（http://cpquery.cnipa.gov.cn/）逐项核查，发行人拥有的专利不存在质押或权利受到其他限制的情况。

本所律师认为，发行人合法拥有前述专利的专用权，不存在权属纠纷。

4. 域名

经核查，截至 2020 年 2 月 29 日，发行人拥有的域名未发生其他变化。发行人的域名均处于有效期内，不存在质押或其他权利受到限制的情形，不存在产权纠纷。

（二）发行人拥有的主要经营设备

根据《审计报告》并经本所律师核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人固定资产净值为 260.17 万元，其中，运输设备的账面净值为 107.59 元，办公设备的账面净值为 152.59 元。

发行人已建立了相应的管理台帐，该等办公设备、运输设备等资产使用状态

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

良好。本所律师抽查了电脑、办公桌等主要经营设备的购置凭证，核查了部分办公设备，该等设备处于有效使用期内并在正常使用中，均为发行人自购取得，不存在产权纠纷或潜在纠纷。

（三）财产担保及其他权利限制

根据发行人出具的说明并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在以自有财产为第三方设定担保或其他权利限制的情形。

（四）租赁房产

经核查，加审期间，发行人新签署如下租赁合同：

序号	承租方	出租方	租赁地址	面积/m^2	用途	租赁期限	权属证书
1	若羽臣杭州分公司	浙江大隐投资有限公司	杭州市余杭区仓前街道欧美金融城 4 幢（美国中心 T4）32 层 3201 至 3206 室	976.64	非住宅	2019.12.01-2022.11.30	浙（2019）余杭区不动产权第 0064046、0064083、0064084、0064089、0064063、0063747 号

经核查，该处新增租赁合同暂未办理租赁备案登记。

（五）对外投资情况

经核查，加审期间，发行人子公司新西兰氧馥、广州海通达发生了如下变更：

(1) 新西兰氧馥

根据发行人提供的新西兰氧馥的注册登记资料，股东 OXYGEN SKINCARE LIMITED 将其所持新西兰氧馥 15%的股权转让予 PHOENIX BEAUTY ESHOP PTY LTD，股权转让完成后，新西兰氧馥的股东及持股情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	新西兰摩亚方舟	5,100	51.00%
2	OXYGEN SKINCARE LIMITED	3,400	34.00%
3	PHOENIX BEAUTY ESHOP PTY LTD	1,500	15.00%
合　计		**10,000**	**100.00%**

(2) 广州海通达

2020 年 1 月 10 日，经广州市黄埔区市场监督管理局核准，广州海通达经营范围变更为“信息技术咨询服务；婴儿用品批发；婴儿用品零售;医疗设备租赁服务;技术进出口；化妆品及卫生用品批发；化妆品及卫生用品零售；文具用品批发；体育用品及器材批发；百货零售（食品零售除外）；医疗用品及器材零售（不含药品及医疗器械）；日用家电设备零售；食品、酒、饮料及茶生产专用设备制造；医疗卫生用塑料制品制造；为医疗器械、设备、医疗卫生材料及用品提供专业清洗、消毒和灭菌；商品信息咨询服务；网络技术的研究、开发；计算机技术开发、技术服务；信息电子技术服务；家用美容、保健电器具制造；货物进出口（专营专控商品除外）；礼仪电子用品制造；非许可类医疗器械经营；广告业；策划创意服务；宠物用品批发；宠物用品零售；预包装食品批发；预包装食品零售；散装食品批发；散装食品零售；许可类医疗器械经营；米、面制品及食用油批发；乳制品制造；乳制品批发；医疗诊断、监护及治疗设备零售；乳制品零售；保健食品制造；保健食品批发（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）；保健食品零售（具体经营项目以《食品经营许可证》为准）”。

除上述变更外，加审期间，发行人的对外投资情况未发生其他变更。

十一、发行人的重大债权债务

（一）发行人的重大合同

1. 销售合同

序号	供应商	客户	品牌名称	销售内容	合同期限
1	若羽臣	唯品会（中国）有限公司	苏菲、美迪惠尔	渠道分销	2020.01.01-2020.12.31

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商	客户	品牌名称	销售内容	合同期限
2	若羽臣	唯品会（中国）有限公司	舒蔻	渠道分销	2020.01.01-2020.12.31
3	若羽臣	唯品会（中国）有限公司	妈咪宝贝、Moony、尤妮佳	渠道分销	2020.01.01-2020.12.31
4	若羽臣	深圳市叮小当供应链管理有限公司、东莞市百林商务信息咨询有限公司、惠州市叁佰陆拾伍度贸易有限公司、上海睦赢商务信息咨询有限公司	苏菲、舒蔻、妈咪宝贝、Moony	渠道分销	2020.01.01-2020.12.31
5	梦哒哒	Eusource International Limited	Weleda 维蕾德	代运营	2019.03.01-2021.02.28
6	杭州分公司	康贝（上海）有限公司	Combi 康贝	代运营	2020.01.01-2022.12.31

2. 采购合同

序号	供应商	经销商	品牌名称	合同期限
1	美赞臣营养品（中国）有限公司	若羽臣	美赞臣	2020.01.01-2020.12.31
2	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	若羽臣	苏菲、妈咪宝贝、Moony、乐互宜、舒蔻	2020.01.01-2020.12.31
3	佛山市艾碧斯健康护理实业有限公司	若羽臣	ABC、FREE 系列女士个人护理用品、湿巾系列产品；ABC 护理液系列产品	2020.01.19 生效

3. 融资、担保合同

根据《审计报告》并经核查发行人及其子公司的《企业信用报告》，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司尚未履行完毕的授信合同、借款合同和担保合同具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 授信合同

序号	被授信人	授信人	授信合同及编号	金额（万元）	授信期限	担保方式
1	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	授信函（P/8824/18）、银行信贷补充和修改安排（P/9444/19-B1）	1,000	授信人分别于 2018 年 9 月 19 日、2019 年 8 月 27 日签发，未约定期限	广州京旺、王玉、王文慧提供保证担保

(2) 借款合同

序号	借款人	贷款人	借款合同及编号	金额（万元）	借款期限	担保方式
1	若羽臣	中国银行股份有限公司广州开发区分行	短期流动资金贷款额度合同（GED477560120190131）	1,000	2019.11.20-2020.11.17	王玉、王文慧提供最高额保证，担保主债权期限为 2018 年 8 月 14 至 2023 年 8 月 14 日，最高限额为 2,000 万元

(3) 担保合同

序号	担保人	被担保人	债权人	主债权金额（万元）	主债权期限	担保方式
1	广州京旺	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	（1）贷款、融资或/及服务项下本金额度 1,000.00； （2）金融衍生产品交易项下的结算风险限额 23 万美元	提款之日起 180 日	连带责任保证
2	若羽臣	若羽臣	星展银行（中国）有限公司广州分行	（1）融资服务项下本金 1,000.00； （2）金融衍生产品交易项下的结算风险限额 23 万美元	提款之日起 180 日	存款质押担保

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本所律师认为，发行人上述重大合同合法有效，目前不存在任何纠纷或争议，合同的履行不存在法律障碍。

（二）根据发行人确认并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因环境保护、知识产权、产品质量、劳动安全、人身权等原因产生的侵权之债。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，除已披露的债权债务外，发行人与关联方之间不存在其他重大的债权债务，亦不存在发行人为关联方提供担保的情况。

（四）根据《审计报告》及本所律师的核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人金额较大的其他应收、应付款属于发行人生产经营过程中正常发生的款项，债权债务关系清晰，合法有效。

十二、发行人重大资产变化及收购兼并

（一）股份公司设立后发行人进行的重大资产变化及收购兼并

经核查，加审期间，发行人未发生重大资产重组、合并、分立、增资扩股、减少注册资本、收购或出售资产等重大资产变化及收购兼并行为。

（二）发行人有关重大资产变化及收购兼并的计划

根据发行人的确认，截至本补充法律意见书出具之日，发行人没有进行对本次发行并上市构成实质性影响的资产置换、资产剥离、资产出售或收购等行为的计划。

十三、发行人《公司章程》的制定与修改

（一）《公司章程》的制定和修改

经核查，加审期间，发行人《公司章程》未发生修改。

十四、发行人股东大会、董事会、监事会议事规则及规范运作

（一）经核查，加审期间，发行人的组织机构未发生变化。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）经核查，加审期间，发行人的股东大会、董事会及监事会议事规则未发生变化。

（三）加审期间，发行人分别召开了 2 次董事会、1 次监事会，会议的具体情况如下：

序号	日期	会议名称	通过事项
董事会			
1	2020.03.02	第二届董事会第十四次会议	《关于公司申报审阅报告及财务报表的议案》
2	2020.03.25	第二届董事会第十五次会议	1.《2019 年度董事会工作报告的议案》 2.《2019 年度独立董事述职报告的议案》 3.《2019 年度总经理工作报告的议案》 4.《2019 年度财务决算报告的议案》 5.《2020 年财务预算报告的议案》 6.《2019 年度利润分配预案的议案》 7.《关于申报审计报告及财务报表的议案》 8.《关于董事会<关于内部控制的自我评价报告>的议案》 9.《关于续聘天健会计师事务所（特殊普通合伙）为公司 2020 年度审计机构的议案》 10.《关于公司 2020 年度综合授信额度的议案》 11.《关于使用自有闲置资金进行委托理财的议案》 12.《关于设立全资子公司的议案》 13.《关于预计 2020 年度日常性关联交易的议案》 14. 《关于聘任审计部负责人的议案》 15.《关于召开 2019 年年度股东大会的议案》
监事会			
1	2020.03.25	第二届监事会第八次会议	1.《2019 年度监事会工作报告的议案》 2.《2019 年度财务决算报告的议案》 3.《2020 年财务预算报告的议案》 4.《2019 年度利润分配预案的议案》 5.《关于申报审计报告及财务报表的议案》 6.《关于续聘天健会计师事务所（特殊普通合伙）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	日期	会议名称	通过事项
			为公司 2020 年度审计机构的议案》 7.《关于预计 2020 年度日常性关联交易的议案》

经核查，本所律师认为，发行人上述历次董事会、监事会、股东大会的召集、召开、表决程序及决议内容均符合《公司法》等法律法规和《公司章程》的要求，合法、合规、真实、有效。

（四）经核查，加审期间，发行人股东大会对董事会的授权或重大决策均履行了股东大会内部批准程序，均按照《公司章程》及各项议事规则规定的程序进行。

十五、发行人董事、监事和高级管理人员及其变化

（一）经核查，加审期间，发行人独立董事柳建华新增兼任指尖跃动（HK.6860）独立非执行独董及审核委员会委员，董事王建优新增兼任深圳市崧盛电子股份有限公司独立董事。

截至本补充法律意见书出具之日，发行人的董事、监事和高级管理人员未发生不符合《公司法》规定的任职资格的情形。

（二）经核查，加审期间，发行人的董事、监事、高级管理人员未发生变化。

（三）经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的独立董事工作制度未发生变化。

十六、发行人的税务

（一）根据《审计报告》并经核查，自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，发行人执行的税种税率未发生变化。

（二）发行人适用的税收优惠

经核查，根据科学技术部火炬高技术产业开发中心于 2020 年 2 月 19 日下发的《关于广东省 2019 年第三批高新技术企业备案的复函》（国科火字[2020]54 号），

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人通过高新技术企业认证，并取得《高新技术企业证书》（编号：GR201944007888），发证日期为 2019 年 12 月 2 日，公司 2019 年度按照 15%的税率计算企业所得税。

（三）发行人所享受的财政补贴

根据《审计报告》并经核查，发行人及其子公司自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日取得的主要财政补贴具体如下：

序号	取得主体	项目	取得时间	拨款单位	金额（万元）	依据
1	若羽臣	2019 年第五批专利资助	2019.11.13	广州开发区财政国库集中支付中心	0.05	《广州市黄埔区广州市开发区知识产权专项资金管理办法的通知》《关于领取知识产权资助费用的通知》（穗开知〔2019〕100 号）
2	若羽臣	2019 年省级促进经济高质量发展专项资金（民营经济及中小微企业发展）项目计划资金	2019.12.10	广州开发区财政国库集中支付中心	112.60	《广州市黄埔区工业和信息化局关于拨付 2019 年省级促进经济高质量发展专项资金（民营经济及中小微企业发展）项目的通知》
3	若羽臣	黄埔区民营及中小企业招用人才社保补贴	2019.12.21	广州开发区财政国库集中支付中心	0.69	《关于印发广州市黄埔区人力资源和社会保障局关于贯彻落实<关于大力支持民营及中小企业发展壮大的若干措施>的实施细则的通知》（穗埔人社规字〔2019〕1 号）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本所律师认为，发行人取得的上述主要财政补贴均有法规依据或获得了相关主管部门的批准或认可，合法有效。

（四）发行人依法纳税情况

经核查，自《法律意见书》出具之日至本补充法律意见书出具日，发行人不存在偷、欠、漏税等违反税收法律法规的行为，也不存在重大税收违法行为。发行人及其分、子公司取得税务主管机关开具的合规证明情况如下：

(1) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2020]119 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现发行人存在税收违法违章行为。

(2) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2020]157 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州京旺存在税收违法违章行为。

(3) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2020]118 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州海通达存在税收违法违章行为。

(4) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2020]159 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州大可存在税收违法违章行为。

(5) 国家税务总局广州市天河区税务局出具《涉税征信情况》（穗天税电征信[2020]158 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州酷宝儿存在税收违法违章行为。

(6) 国家税务总局广州市黄埔区税务局出具《涉税征信情况》（穗埔税电征信[2020]117 号），证明在 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间，暂未发现广州摩亚方舟存在税收违法违章行为。

(7) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

杭州红时自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日无被税务机关查处的税收违法行为。

(8) 国家税务总局杭州市西湖区税务局出具《涉税违法行为审核证明》，证明杭州分公司自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日无被税务机关查处的税收违法行为。

(9) 国家税务总局宁波市海曙区税务局出具《证明》，证明自 2019 年 10 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日，宁波宝莉暂无欠税，无其他违法行为。

(10) 根据发行人在国家税务总局上海市电子税务局查询违法违章信息，上海京京业业自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日期间无违法违章信息。

本所律师认为，发行人目前执行的税种税率符合法律、法规及地方性法规的要求，发行人享受的上述已披露的税收优惠政策、财政补贴合法、合规、真实、有效，不存在对发行人生产经营产生重大实质性影响的税务违法违规情况。

十七、发行人的环境保护、产品质量、技术标准、劳动用工

（一）发行人的环境保护

经核查，发行人及其子公司的主营业务系为全球优质品牌提供线上代运营、渠道分销以及品牌策划等电子商务综合服务。其经营活动过程中不存在向环境排放废气、废水、废渣等污染物情形。

经本所律师登录广州市环保局网站（http://sthjj.gz.gov.cn）、宁波市生态环境局（http://sthjj.ningbo.gov.cn/）、杭州市生态环境局（http://epb.hangzhou.gov.cn/）、上海市生态环境局（http://sthj.sh.gov.cn）、舟山市生态环境局（http://zshbj.zhoushan.gov.cn/）核查，自《法律意见书（三）》出具之日至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司不存在因违反环境保护法律法规受到行政处罚的情形，本次募集资金拟投资项目符合有关环境保护法律法规的要求，无需办理环境影响评价审批手续。

（二）发行人的产品质量及技术监督标准

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，加审期间，发行人不存在因违反产品质量和技术监督标准方面的法律、法规和规范性文件而受到主管部门重大行政处罚的情形。发行人及其子公司取得的质量监督主管机关开具的合规证明的具体情况详见本补充法律意见书“八、发行人的业务”之“（五）发行人的持续经营情况”。

（三）发行人的劳动用工及社会保障情况

1. 发行人的劳动用工

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其分、子公司的正式员工共 741 人。发行人及其子公司已与全体正式员工签订《劳动合同》，合同内容合法，条款完备。加审期间，发行人的劳动人事管理制度未发生重大变更。

2. 发行人缴纳社会保险和住房公积金的情况

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其分、子公司为其 696 名员工缴纳社会保险费用，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其分、子公司为其 689 名员工缴存住房公积金，单位支付的部分全部由发行人及其分、子公司承担，员工个人支付的费用由发行人直接从员工工资中代扣代缴。

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其子公司未缴纳社会保险的员工共计 45 名，其中，43 名系由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，1 名员工系未及时为其办理社保增员手续，1 人为退休返聘员工。

经核查，截至 2019 年 12 月 31 日，发行人及其子公司未缴纳住房公积金的员工共计 52 名，其中，43 名系由于当月入职或员工提供的证件不齐备未缴纳，1 名员工系未及时为其办理住房公积金增员手续，7 人为非全日制员工，1 人为退休返聘员工。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 合规证明

(1) 社会保险

根据发行人及其分、子公司当地社会保险主管部门开具的合规证明，经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。主管部门为发行人及其分、子公司出具的合规证明具体如下：

2020 年 1 月 23 日，广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 11 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日为其员工参加基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

2020 年 2 月 5 日，广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 11 月至 2019 年 12 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

2020 年 1 月 17 日，杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《征信意见书》，证明杭州分公司、杭州红时自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 1 月 16 日，无严重违反劳动保障法律法规行为，2017 年至 2019 年劳动保障书面审查等级均为 A。

2020 年 3 月 3 日，上海市社会保险事业管理中心出具《单位参加城镇社会保险基本情况》，证明截至 2020 年 1 月，上海京京业业无欠费记录。

(2) 住房公积金

根据发行人及其分、子公司所在地住房公积金管理中心开具的合规证明，经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其分、子公司不存在因违反住房公积金方面的法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。住房公积金管理中心为发行人及其分、子公司出具的合规证明具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2020 年 1 月 23 日，广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 11 月至 2019 年 12 月未曾受到该中心的行政处罚。

2020 年 1 月 17 日，杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2020 年 1 月，杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

2020 年 3 月 5 日，上海市公积金管理中心出具《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，证明上海京京业业在该中心无行政处罚记录。

4. 控股股东及实际控制人关于补缴社会保险和住房公积金的承诺函

经核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人实际控制人王玉、王文慧出具的《关于公司社会保险及住房公积金缴纳事宜的承诺函》依法持续有效。

十八、发行人募集资金的运用

经核查，加审期间，发行人募集资金项目及运用安排未发生变化。

十九、发行人的业务发展目标

经核查，加审期间，发行人的业务发展目标未发生变化。

二十、诉讼、仲裁或行政处罚

（一）发行人及其子公司、控股股东、实际控制人的重大诉讼、仲裁及行政处罚

1. 诉讼、仲裁

经核查，加审期间，发行人与北京全景视觉网络科技股份有限公司的作品信息网络传播权纠纷案的进展如下：

广州互联网法院于 2019 年 10 月 15 日受理北京全景视觉网络科技股份有限公司（原告）起诉若羽臣侵害作品信息网络传播权纠纷，原告起诉若羽臣在没有得到授权的情况下，在其新浪微博“哈罗闪官方旗舰店”中擅自使用原告享有专有授权和以自己名义维权的摄影作品，侵犯了原告对相关摄影作品的信息网络传

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

播权等著作权权利，请求法院判令被告停止使用涉案摄影作品、在微博置顶位通过博文就侵权事项向原告公开道歉并赔偿原告侵权赔偿金及其他费用合计 1 万元。

根据广州互联网法院于 2020 年 2 月 13 日作出的《民事裁决书》（（2019）粤 0192 民初 37574 号），因原告未在规定时间内预交案件受理费，该案按原告撤回起诉处理。

本所律师认为，上述诉讼案件涉案金额较小，不会对发行人本次发行并上市造成重大障碍。除以上披露的诉讼案件外，截至本补充法律意见书出具之日，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的尚未了结的诉讼、仲裁案件。

2. 行政处罚

经核查，加审期间，发行人及其子公司、分公司、控股股东、实际控制人无新增的行政处罚。

根据发行人、持有发行人 5%以上股份的股东出具的承诺，并经过本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人、持有发行人 5%以上股份的股东不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

（二）发行人董事长、总经理的重大诉讼、仲裁及行政处罚

根据发行人董事长、总经理出具的书面承诺，并经过本所律师的核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人的董事长、总经理不存在尚未了结的或可预见的重大诉讼、仲裁及行政处罚案件。

二十一、发行人招股说明书法律风险评价

发行人关于本次股票发行上市的《招股说明书（申报稿）》及其摘要是由发行人与主承销商编制。本所律师以发行人法律顾问身份，就《招股说明书（申报稿）》有关重大事实与法律有关的问题与发行人、主承销商及其他中介机构进行了讨论，并审阅了《招股说明书（申报稿）》全文，特别是对发行人在《招股说

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

明书（申报稿）》及其摘要中引用本所出具的法律意见书及律师工作报告相关内容作了认真审阅。发行人董事、监事、高级管理人员，主承销商、会计师事务所等中介机构已作出声明，发行人的《招股说明书（申报稿）》及其摘要不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并愿意承担相应的责任。

二十二、结论性意见

根据发行人提供的文件和本所律师进行的核查，本所律师认为：

加审期间，发行人未发生影响本次发行并上市的重大事项。发行人本次发行并上市符合《证券法》、《公司法》和中国证监会有关规范性文件的规定，具备了首次公开发行股票并上市的实质性条件和程序性条件，发行人及其控股股东、实际控制人最近三年不存在重大违法行为，《招股说明书（申报稿）》及其摘要所引用本补充法律意见书的内容已经本所律师审核确认。

发行人本次发行并上市尚待中国证监会核准。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

第二部分 关于第一次书面反馈回复的更新

一、《反馈意见》信息披露问题 1：请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性，并对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见。

（一）请保荐机构、发行人律师补充分析说明报告期发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查上海发网、广州发网的营业执照、公司章程；

2. 登录“国家企业信用信息公示系统”查询上海发网、广州发网的基本工商信息；

3. 访谈发行人相关人员，了解发行人采购仓储物流服务的背景、原因；

4. 发行人出具的选择仓储物流服务机构的相关说明；

5. 核查发行人采购仓储物流服务项目的招标、投标文件；

6. 核查发行人与上海发网、广州发网签订的业务合同；

7. 查阅发行人为本次公开发行并上市聘请的审计机构出具的《审计报告》；

8. 核查发行人相关内部决议文件；

9. 核查发行人独立董事出具的独立意见。

核查内容：

1. 报告期内发行人与上海发网之间的交易情况

经核查，报告期内发行人与上海发网之间的交易情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

企业名称	交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上海发网	采购仓储物流服务	1,778.71	2,159.32	1,860.80

注：上述交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交易总额。

2. 发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的关联交易定价的公允性

经核查，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价具有公允性，具体说明如下：

(1) 发行人通过公开程序遴选上海发网为仓储物流服务供应商

经核查，发行人采取公开招标、标书评审等公开程序遴选供应链仓储物流供应商。根据发行人提供的其遴选仓储物流服务商的招标文件，发行人通过资质能力、技术能力、成本执行能力三大方面考核竞标供应链仓储物流服务商的服务能力，从十余家竞标供应链仓储物流服务商中选拔出第一轮入围供应商（上海发网、深圳科捷物流有限公司、锐太信息科技（东莞）有限公司、百世物流科技（中国）有限公司、汇泽供应链（苏州）有限公司、上海申通易物流有限公司、心怡科技股份有限公司），并通过标书复审、实地考察和商业谈判最终确定上海发网为中标仓储物流服务商。2017 年 5 月，发行人与上海发网签署《物流仓储外包合同》，合同到期后，2019 年发行人与广州发网续签了合同（2018 年 5 月，上海发网将其在《物流仓储外包合同》中的权利义务概括转移至其子公司广州发网）。

(2) 发行人与上海发网之间的交易定价方式公允

根据发行人的说明及本所律师对发行人负责采购仓储物流的相关人员的访谈，发行人经审核各竞标供应商的报价、资质等综合条件，确定上海发网为适格供应链仓储物流服务供应商，并与之按招投标文件的规定协商确定最终交易价格，签署业务合同。发行人与上海发网就仓储物流服务的定价系发行人根据自身历史物流仓储支出数据，并参考同行业其他仓储物流服务商的市场价格，与上海发网协商确定，交易定价公允合理，不存在损害发行人及其他股东利益的情形。

经核查，各竞标主体的报价包括运输服务费、订单处理费、仓库租金、增值

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

服务费等方面，其中运输服务费是主要组成部分，报告期内，上海发网向发行人收取运输服务费的价格与同期其他竞标主体的报价相比，不存在重大差异：

①首次签约时运输服务费基础报价

投标供应商	一区	二区	三区	四区	五区
上海发网	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg	首重 4.00 元-5.60 元，续重 2.2 元/kg
东方海外物流（中国）有限公司广州分公司	首重 5.00 元，续重 1 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50 元，续重 3.00 元/kg	首重 5.50-17.00 元，续重 3.00-13.00 元/kg
深圳市华夏龙供应链管理有限公司	首重 3.90 元-5.70 元，续重 1.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-5.70 元，续重 2.50 元/kg	首重 3.90 元-6.00 元，续重 8.00 元/kg
上海酷武供应链管理股份有限公司	首重 3.80 元-7.00 元，续重 1.00 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 2.80 元/kg	首重 3.80 元-7.00 元，续重 3.50 元/kg	首重 3.80 元-9.00 元，续重 4.50 元/kg	首重 4.00 元-15.00 元，续重 6.00 元-8.00 元/kg
广东锐捷物流有限公司	首重 4.70 元-5.90 元，续重 1.05 元/kg	首重 5.10 元-5.90 元，续重 1.15 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.25 元/kg	首重 5.15 元-6.00 元，续重 1.35 元/kg	首重 5.35 元-6.50 元，续重 1.50 元/kg

注 1：.以上报价系以广州为始发地；

注 2：一区指广东；二区指广西、江西、福建、江苏、上海、浙江、安徽、湖北、湖南；三区指北京、河南、天津、贵州、海南、重庆、山东、四川、云南、河北、陕西、陕西；四区指黑龙江、吉林、辽宁；五区指内蒙古、宁夏、青海、甘肃、新疆、西藏；

注 3：快递配送费的区间范围是指各区的地域价格和快递的重量递进价格。

②续签时运输服务费基础报价

投标供应商	目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
广州发网（始发地	广东	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 1 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商	目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
广州）	广西、福建、江西、湖南、海南、湖北	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 2.4 元/KG
	贵州、安徽、上海、江苏、浙江、重庆、四川、云南、河南、北京、天津、辽宁、陕西、河北、陕西、山东、吉林	4.1 元	4.6 元	4.9 元	首重 4.1 元/KG，续重 3.4 元/KG
	甘肃、宁夏、青海、内蒙古、黑龙江	8 元	8 元	8 元	首重 8 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	12 元	12 元	12 元	首重 12 元/KG，续重 11 元/KG
上海申通易物流有限公司（始发地昆山）	上海、江苏、浙江、安徽	3.7 元	3.7 元	3.7 元	首重 3.7 元，续重 0.8 元/KG
	北京、天津、山东、江西、河北、河北、河南、湖南、湖北、广东、福建	4.5 元	4.5 元	4.5 元	首重 4.5 元/KG，续重 2 元/KG
	陕西、山西、云南、贵州、四川、重庆、广西、海南、辽宁、吉林、	4.7 元	4.7 元	4.7 元	首重 4.7 元/KG，续重 3.4 元/KG
	黑龙江、青海、宁夏、甘肃、内蒙古	-	-	-	首重 9 元/KG，续重 6 元/KG
	新疆、西藏	-	-	-	首重 12 元/KG 续重 12 元/KG
深圳科捷 广州	广东	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
物流有限公司	始发	广西、上海、江苏、浙江、安徽、江西、湖南、湖北、福建、海南、河南、四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西	4.2	4.6	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.2 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	6 元	8 元	>2KG 部分，首重 8 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
	无锡始发	广东、广西、江西、湖南湖北福建海南河南	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.2 元/KG	
		上海、江苏、浙江、安徽	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 0.8 元/KG	
		四川、云南、贵州、重庆、北京、天津、山东、河北、山西、陕西	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 4.6 元 2KG，续重 2.6 元/KG	
		辽宁、吉林、黑龙江、甘肃、宁夏、青海、内蒙古	4.2 元	4.6 元	>2KG 部分，首重 6.2 元 2KG，续重 4.5 元/KG	
		新疆、西藏	10 元	10 元	>2KG 部分，首重 10 元 2KG，续重 12 元/KG	
汇泽供应链	苏州始	江苏、浙江、安徽、上海	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 4.6 元/KG，续重 1.1 元/KG
		山东、广东、福建、江	4.3 元	4.7 元	5.2 元	首重 7.5 元/KG，续

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
（苏州）有限公司	发	西、陕西、天津、河南、河北、湖北、湖南、海南、云南、贵州、广西、四川、重庆、吉林、辽宁、黑龙江、陕西				重 1.1 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.6 元	17.6 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
	广州始发	广东、福建、江西、湖南、广西	4.5 元	4.9 元	5.4 元	首重 4.8 元/KG，续重 1.2 元/KG
		青海、甘肃、宁夏、内蒙古	8.8 元	17.8 元	24 元	首重 13 元/KG，续重 6.5 元/KG
		西藏、新疆	16.5 元	22 元	22 元	首重 17 元/KG，续重 16 元/KG
锐太信息科技（东莞）有限公司（广州始发）		广东	3.7 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 1.5 元/KG
		广西、海南、福建	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2 元/KG
		湖南、江西、江苏、浙江、安徽、湖北、天津、河北、河南、山东、	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		上海	4.5 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG
		北京	4.7 元	5 元	5.5 元	首重 5 元/KG，续重 2.2 元/KG

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
		山西、重庆、四川、云南、贵州、黑龙江、吉林、辽宁、	4 元	4.5	4.8 元	首重 5.5 元/KG，续重 3 元/KG
		陕西	4 元	4.5 元	4.8 元	首重 6 元/KG，续重 3 元/KG
		甘肃、内蒙、宁夏、青海	4.5 元	4.5 元	4.8 元	首重 7.5 元/KG，续重 3.8 元/KG
		新疆、西藏	16 元	26 元	36 元	首重 16 元/KG，续重 10 元/KG
百世物流科技（中国）有限公司	嘉兴始发	浙江省内	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元 KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 1 元/KG
		浙江省外	4 元	6 元		3KG-5KG：11 元/KG 5KG 以上：首重 5 元/KG，续重 2.5 元/KG
	佛山始发	广东省内	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 1 元/KG
		广东省外	3.6 元	5.2 元		3KG-5KG：13.5 元/KG 5KG 以上：首重 6 元/KG，续重 2.5 元/KG
心怡	嘉	浙江省内	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG：11.2 元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

投标供应商		目的地	1KG 以内	1KG-2KG	2KG-3KG	3KG 以上
科技股份有限公司	兴始发					5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 0.8 元/KG
		浙江省外	4.3 元	6.2 元		3KG-5KG：11.2 元 5KG 以上，首重 11.2 元 5KG，续重 2.7 元/KG
	清远始发	广东省内	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 1 元/KG
		广东省外	4.3 元	5.5 元		3KG-5KG：14 元 5KG 以上，首重 14 元 5KG，续重 2.2 元/KG

(3) 发行人与上海发网之间的关联交易已经发行人有权机构审议

经核查，报告期内，发行人与上海发网（包括广州发网，下同）首次签约时的关联交易业经发行人第一届董事会第十三次会议及 2017 年第二次临时股东大会审议通过，独立董事亦发表独立意见，认为本次交易定价公允。发行人与上海发网于2019年的交易发生额已经公司《关于预计2019年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过。

(4) 经核查，发行人股东晨晖盛景以财务投资者的身份持有发行人 6.39%的股份，持有上海发网 5.88%的股权，晨晖朗姿持有发行人 3.48%的股份，持有上海发网 0.92%的股权。晨晖盛景与晨晖朗姿均为专业从事股权投资的私募基金，未实际参与发行人和上海发网的日常经营工作。上海发网董事会共 11 名董事，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

晨晖盛景有权委派 1 名，晨晖盛景对上海发网签署日常业务合同的经营决策不会施加重大影响。

综上，本所律师认为，发行人与上海发网之间的交易定价公允。

（二）对发行人各类关联交易程序的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内的董事会、股东大会决议文件；

2. 核查发行人独立董事出具的独立意见；

3. 核查发行人的《公司章程》、《关联交易制度》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》等制度文件；

4. 查阅《审计报告》所载的关联交易信息；

5. 查阅报告期内的关联交易合同。

核查内容：

1. 报告期内的关联交易情况

根据发行人提供的资料及《审计报告》并经本所律师核查，发行人报告期内发生的各项关联交易情况如下：

(1) 采购商品和接受劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上海发网	采购仓储物流服务	1,778.71	2,159.32	1,860.80
上海玲肤	采购面膜	284.14	-	-

注：发行人与上海发网的交易金额涵盖上海发网及其子公司广州发网与发行人发生的交易总额。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，发行人于 2019 年 9 月至 12 月期间向上海玲肤采购货品的金额为 284.14 万元。发行人向上海玲肤采购货品系因为平台增加下单，发行人从韩国采购所需的时间不能满足平台的货品需求，因此从上海玲肤采购，采购的金额较小。经对比发行人向非关联方 SUPEX BNP Co., Ltd.采购同类产品的价格，发行人向上海玲肤采购该类产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUPEX BNP Co., Ltd. 采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合人民币 44.250 元/盒）相当，因此，上述关联交易定价公允。此外，根据公司的说明，因美迪惠尔品牌方调整全球销售网络，对中国的部分业务将逐渐转由其在中国境内设立的全资子公司上海玲肤承接。

(2) 销售商品和提供劳务

单位：万元

关联方	关联交易内容	2019 年度	2018 年度	2017 年度
上海翊烨	提供品牌策划服务	-	0.99	-
罗志青	销售商品	-	0.16	0.09
徐晴	销售商品	-	-	0.51
何治明	销售商品	-	-	0.13

经核查，公司高级管理人员罗志青、徐晴、何治明在报告期内曾以自有银行账户购买发行人对外销售的商品，该等购买均属其个人消费行为，金额较小，价格系线上店铺公开零售价。

(3) 应付关联方款项

单位：万元

项目名称	关联方	账面余额		
		2019.12.31	2018.12.31	2017.12.31
应付账款	上海发网	497.14	861.78	893.71
小计		497.14	861.78	893.71
其他应付款	王澍	169.50	-	-

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

合计	666.64	-	-

(4) 关联担保

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
1	《质押合同》（编号：11160606）	440.00 万元	王玉：存单质押	招商银行广州淘金支行	若羽臣	《借款合同》（编号：11160606）
2	《质押合同》（编号：11160608）	380.00 万元	王玉：存单质押			《借款合同》（编号：11160608）
3	《最高额不可撤销担保书》（编号：21160102）	2016 年至 2017 年 12 个月内发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21160102）
4	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）	2017 年 5 月 15 日至 2018 年 5 月 14 日期间发生的债权，最高限额 1,000 万元	王玉			《授信协议》（编号：21170510）
5	《最高额不可撤销担保书》（编号：21170510）		王文慧			《授信协议》（编号：21170510）
6	《最高额保证合同》（编号：GBZ4775601201 70151）	2017 年 8 月 3 日至 2022 年 8 月 3 日期间发生的所有债权。最高额 1,500.00 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金贷款》（编号：GDK4775601 20170151）及补充协议（编号：GDK4775601 20170151-1）
7	《个人保证合同》（编号：BL20180604808 GRBZ01）	2018 年 6 月 19 日至 2019 年 6 月 18 日期间，	王玉	上海品众商业保理有限公司	若羽臣	《国内保理合同》（编号：BL20180604 808）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
8	《个人保证合同》（编号：BL20180604808GRBZ02）	保理合同项下主债务人应支付的全部应收账款债权回购金额	王文慧			
9	《最高额保证合同》编号：（ZB8221201700000056）	2017 年 10 月 23 日至 2018 年 2 月 6 日期间发生债权，最高额 3,334 万元	王玉、王文慧	上海浦发银行广州开发区支行	若羽臣	《融资额度协议》（编号：82212017280175）
10	《最高额保证合同》（编号：ZB8221201800000032、ZB8221201800000024）	2018 年 10 月 30 日至 2019 年 8 月 14 日发生的债权，最高额为 8,000 万元	王玉、王文慧、广州京旺			《融资额度协议》（编号：82212018280129）、《融资额度协议》（编号：82212017280175）
11	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-1）	2018 年 8 月 27 日至 2019 年 6 月 19 日期间发生的债权，最高额限 5,000 万元	王玉	招商银行广州分行	若羽臣	《授信协议》（编号：120511XY2018081401）
12	《最高额不可撤销担保书》（编号：120511XY2018081401-2）		王文慧			《授信协议》（编号：120511XY2018081401）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合同名称	担保主债权	担保人	担保权人	债务人	担保主合同
13	《最高额保证合同》（编号：GBZ477560120180136）	2018 年 8 月 14 日至 2023 年 8 月 14 日期间发生的债权，最高本金余额为 2,000 万元	王玉、王文慧	中国银行广州开发区分行	若羽臣	《流动资金借款合同》（编号：GDK477560120180211）；《短期流动资金贷款额度合同》（GED477560120190131）
14	《保证合同》	授信期间发生的债权	王玉、王文慧、广州京旺	星展银行（中国）有限公司广州分行	若羽臣	《授信函》（P/8824/18）《中国银行间市场金融衍生产品交易主协议》

(5) 关联借款

①报告期内，王玉委托中国民生银行股份有限公司广州分行向发行人发放贷款如下：

序号	合同名称	合同编号	借款期限	借款金额（万元）	年利率
1	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000125053 号	2016.09.09-2017.09.08	500.00	4.35%
2	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000136390 号	2016.09.28-2017.09.27	1,500.00	
3	公司委托贷款合同	公委贷字第 ZH1600000146229 号	2016.10.21-2017.10.20	1,000.00	

注：上表中借款期限为合同约定期限，发行人已于 2017 年 2 月 10 日归还第 1 项借款，于 2017 年 2 月 27 日、2017 年 3 月 9 日归还第 2 项借款，于 2017 年 1 月 9 日归还第 3 项借款；同时，发行人分别于 2016 年度、2017 年度按照约定利率，向王玉支付利息 28.82 万元、18.91 万元。

②报告期内，发行人向上海翊烨拆出资金，具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2018 年 6 月，发行人经第一届董事会第二十五次会议决议审议，与上海翊烨签署《借款合同》，为上海翊烨提供 1,000 万元的借款，借款期限为 2018 年 6 月 11 日至 2018 年 7 月 11 日，利率为 9.8%。

2018 年 6 月，上海翊烨向发行人偿还完毕上述借款本金，并向发行人支付利息 12.19 万元。

③报告期内，发行人与天津若羽臣之间的资金拆借

单位：万元

关联方名称	2019 年	2018 年	2017 年
拆入			
天津若羽臣	-	100.00	-
拆入偿还			
天津若羽臣	-	100.00	-
拆出			
天津若羽臣	-	70.02	-
拆出收回			
天津若羽臣	-	70.02	-

经核查，发行人与天津若羽臣之间的资金往来主要系由于天津若羽臣误将发行人支付的股东分红款退回给发行人和发行人向天津若羽臣拆借资金造成，资金占用期限较短，且已经发行人第二届董事会第三次会议审议确认，不存在损害发行人和股东权益的情形。

④报告期内，发行人子公司新西兰氧馥与王澍之间的资金拆借

单位：万元

关联方名称	2019 年	2018 年	2017 年
拆入			
王澍	169.50	-	-

经核查，王澍系发行人子公司新西兰氧馥的董事，亦是新西兰氧馥被发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

收购前的实际控制人，上述款项是新西兰氧馥被发行人收购前，对王澍的借款，双方之间未约定利息。截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥已经向王澍偿还完毕上述欠款。

(6) 公司向董事、监事、高级管理人员支付薪酬

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
向董事、监事及高级管理人员支付薪酬	862.61	838.25	878.21

2. 报告期内各项关联交易已履行的决策程序

经核查，发行人报告期内的各项关联交易已经第二届董事会第八次会议、第二届董事会第十一次会议、2019 年第三次临时股东大会审议确认，确认报告期内的关联交易事项除发行人与天津若羽臣之间的资金往来外，均是发行人实际业务所需，遵循公开、公平、公正的原则，交易价格公允，不存在损害公司及其他股东合法权益的情况。发行人与上海发网于 2019 年的交易发生额已经公司《关于预计 2019 年日常性关联交易的议案》预计，并经公司 2018 年年度股东大会审议通过；发行人与上海玲肤于 2019 年的交易发生额已经公司第二届董事会第十一次会议审议通过。

3. 独立董事就发行人报告期内的关联交易发表独立意见

经核查，发行人独立董事已就发行人报告期内的关联交易发表如下独立意见：“报告期内，公司部分高级管理人员在公司运营的线上店铺购买产品均是以自用为目的，价格与网上零售价格一致，不存在损害发行人和股东权益的情形；除此之外，公司在报告期内发生的关联采购、关联销售、接受股东提供的委托贷款、向董事、监事、高级管理人员支付薪酬均是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性；该等关联交易均履行了法律、法规、其他规范性文件及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；该等交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内接受关联方提供的担保，未向关联方支付任何费用，不存在

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

损害公司及股东利益的情况。

公司在报告期内与关联方发生资金拆借，公司与关联方均已全额归还拆借资金。关联方资金拆借未影响公司的正常生产经营活动。

报告期内，公司高级管理人员姜立涛购买公司处置的电脑系双方基于电脑原来的购置成本及新旧程度协商确定，定价公允；公司高级管理人员罗志青、高元鑫向公司偿还代公司收取的员工备用金所涉金额较小，不存在高级管理人员长期占用公司资金、损害公司利益的情形。

发行人与上海玲肤之间的交易是根据公司业务的实际需要发生的，具有必要性，该等交易履行了法律、法规及《公司章程》规定的必要决策程序，合法有效；交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情形。”

4. 发行人已建立合法有效的关联交易内控制度

经核查，截至本补充法律意见书出具日，发行人已制定《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易管理办法》等相关制度，对关联交易的决策程序作出详细规定，相关制度合法有效。

经核查，本所律师认为，报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

核查结论：

综上，本所律师认为，报告期内，发行人采购上海发网供应链仓储物流服务的交易定价公允；报告期内发行人各类关联交易均已经董事会、股东大会审议确认，独立董事亦发表了独立意见，不存在显失公允或严重影响发行人独立性、损害发行人及股东利益的情形。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

二、《反馈意见》信息披露问题 5：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见。（2）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定。

（一）报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因，是否存在需要补缴的情况；如需补缴，说明并披露需要补缴的金额和措施，分析补缴对发行人经营业绩的影响。请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并查阅报告期各期末公司的员工花名册；

2. 取得并查阅报告期内公司的社会保险和住房公积金缴纳明细；

3. 取得并查阅发行人报告期各期的社保缴费凭证、公积金缴费凭证；

4. 查阅发行人实际控制人关于补缴社保、公积金的承诺；

5. 对发行人报告期应缴未缴的社保、公积金金额进行了测算；

6. 取得人力资源和社会保障局以及公积金管理中心关于发行人报告期不存在行政处罚的证明。

核查内容：

1. 报告期各期发行人正式员工应缴未缴社会保险和住房公积金的原因

(1) 应缴未缴社会保险的原因

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴社会保险的情况如下：

项目	2017.12.31	2018.12.31	2019.12.31
员工总人数（a）	448	723	741
退休返聘人数（b）	0	0	1
因当月入职而无法缴纳社保人数（c）	7	8	16
因前单位未停缴公司无法为其缴纳社保的员工人数（d）	2	1	0
应缴社保人数（e=a-b-c-d）	439	714	724
实缴社保人数（f）	430	696	696
应缴未缴社保人数（g=e-f）	9	18	28

注 1：根据《中华人民共和国社会保险法》第五十八条，用人单位应当自用工之日起三十日内为其职工向社会保险经办机构申请办理社会保险登记。对于当月入职而公司无法为其办理社会保险增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳社会保险，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳社会保险的员工不计入应缴未缴人数；

注 2：上表员工总人数包括若羽臣及各子公司的员工人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴社会保险的主要原因为：（1）办理社会保险缴纳增员需要员工的个人资料，由于部分员工提供的证件不齐备，公司无法为其缴纳；在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳社会保险；（2）公司未及时办理社保增员手续，错过当月的增员时间，公司已于次月办理增员和补缴手续。

(2) 应缴未缴住房公积金的原因

经核查，报告期各期末，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的情况如下：

项目	2017.12.31	2018.12.31	2019.12.31
员工总人数（a）	448	723	741
退休返聘人数（b）	0	0	1
因当月入职而无法缴纳公积金人数（c）	7	8	16
因前单位未转移或封存公司无法为其缴纳公积金的员工人数（d）	1	1	0

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2017.12.31	2018.12.31	2019.12.31
应缴公积金人数（e=a-b-c-d）	440	714	724
公积金缴纳人数（f）	431	680	689
应缴未缴公积金人数（g=e-f）	9	34	35

注：根据《住房公积金管理条例》的规定，单位录用职工的，应当自录用之日起 30 日内向住房公积金管理中心办理缴存登记。对于当月入职而公司无法为其办理住房公积金缴存登记增员手续的员工，公司已于次月为其缴纳住房公积金，符合上述规定的要求，故因该种情形当月未缴纳住房公积金的员工不计入应缴未缴人数。

根据公司的说明，报告期内，发行人正式员工应缴未缴住房公积金的主要原因包括：（1）因办理住房公积金汇缴增员需要员工的个人资料，部分员工提供的个人资料不齐备，公司无法为其缴纳，在该等员工提供齐备资料后，公司已及时为该等员工缴纳住房公积金；（2）公司存在非全日制用工情形，该等人员为残疾人员，公司为其缴纳社会保险但并未缴纳住房公积金；（3）公司未及时办理住房公积金增员手续，错过当月的增员时间，公司已于次月办理增员和补缴手续。

2. 需要补缴的金额和措施，及补缴对发行人经营业绩的影响

根据发行人提供的资料，本所律师统计了发行人报告期各月应缴未缴社会保险及住房公积金的人数，并以发行人报告期各月人均缴纳社会保险及住房公积金的金额为基数进行计算，发行人报告期各期社会保险、住房公积金应缴未缴金额的测算情况如下：

单位：万元

项目	2017 年	2018 年	2019 年
应缴未缴社保金额	18.16	29.76	31.64
应缴未缴公积金金额	9.43	17.42	18.82
合　计	**27.59**	**47.18**	**50.46**
当期利润总额	6,780.72	9,162.95	9,983.08
占　比	0.41%	0.51%	0.51%

经测算，报告期内发行人各期应缴未缴社保及公积金金额占当期利润总额的比例分别为 0.41%、0.51%和 0.51%，占比较小，如需补缴，不会对发行人经营

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

业绩造成重大不利影响，不影响发行人首次公开发行股票的条件。

针对上述情形，发行人实际控制人王玉、王文慧已出具承诺：“若公司与员工就首次公开发行股票并上市前发生的社会保险、住房公积金缴纳事宜发生劳动纠纷或争议，或者公司所在地的社会保险、住房公积金管理部门要求公司对报告期内员工的社会保险、住房公积金进行补缴，或者因首次公开发行股票并上市前公司未按照规定缴纳社会保险、住房公积金而被相关行政主管部门或司法机关征收滞纳金或处以罚款的，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。”

3. 请保荐机构、发行人律师结合上述情况对发行人缴纳“五险一金”的合规性发表明确意见

根据发行人的说明并经查询发行人所在地的人力资源和社会保障部门网站、住房公积金网站（查询日期为 2020 年 3 月 5 日），截至查询日，发行人及其子公司不存在被主管部门责令补缴社会保险和住房公积金或受到劳动用工方面行政处罚的情形。

此外，根据发行人及其分、子公司当地社会保险、住房公积金主管部门开具的证明，报告期内发行人及其分、子公司不存在因违反劳动保障、住房公积金方面法律、法规及规范性文件规定而受到处罚的情形。

相关主管部门为发行人及其分、子公司出具的证明具体如下：

(1) 社会保险方面

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可自 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日为其员工参加基本养老、医疗、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保的投诉事项，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市人力资源和社会保障局分别出具《遵守劳动保障法律法规证明》，证明发行人、广州京旺、广州大可、广州海通达自 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

月 31 日为其员工缴纳基本养老、失业、工伤和生育保险，该局未收到有关该等公司社保投诉事项和仲裁申请，也无关于该等公司因违反人力资源与社会保障方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录。

广州市医疗保障局分别出具《医疗保险守法情况核查证明》，证明若羽臣、广州京旺、广州大可自 2019 年 1 月至 2019 年 12 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录；证明广州海通达自 2019 年 4 月至 12 月期间，未发现违反医疗保险方面相关法律法规的记录。

杭州市西湖区人力资源和社会保障局分别出具《征信意见书》，证明杭州分公司、杭州红时自 2017 年 1 月 1 日至 2020 年 1 月 16 日，无严重违反劳动保障法律法规行为，2017 年至 2019 年劳动保障书面审查等级均为 A。

上海市社会保险事业管理中心出具《单位参加城镇社会保险基本情况》，证明截至 2020 年 1 月，上海京京业业无欠费记录。

(2) 住房公积金方面

广州住房公积金管理中心分别出具《住房公积金缴存情况证明》，证明发行人、广州京旺自 2016 年 1 月至 2019 年 12 月未曾受到该中心的行政处罚；广州大可自 2016 年 8 月在该中心开户起至 2019 年 12 月未曾受到该中心的行政处罚。广州海通达自 2019 年 4 月在该中心开户起至 2019 年 12 月未曾受到该中心的行政处罚。

2020 年 1 月 17 日，杭州住房公积金管理中心分别出具《证明》，证明截至 2020 年 1 月，杭州分公司、杭州红时无住房公积金行政处罚记录。

2020 年 3 月 5 日，上海市公积金管理中心出具《上海市单位住房公积金缴存情况证明》，证明上海京京业业自 2019 年 4 月在该中心开户起至 2020 年 2 月未曾受到该中心的行政处罚。

综上，本所律师认为，截至报告期末，发行人已经为大部分员工缴纳了社会保险和住房公积金；报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险、住房公积金的情况，存在补缴的风险，但鉴于所涉员工较少，如需补缴，补

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

缴金额占发行人当期利润总额的比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规和规范性文件而受到行政处罚的情形，因此，前述事项不属于重大违法违规，不会对本次发行上市构成实质法律障碍。

（二）报告期各期，发行人是否存在劳务派遣，如存在，披露劳务派遣员工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况以及发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况，说明发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 取得并核查报告期内公司与劳务派遣公司签署的劳务派遣协议；

2. 取得公司报告期内的劳务派遣人员名单；

3. 取得并核查报告期内向发行人提供劳务派遣服务的供应商劳务派遣资质；

4. 取得公司报告期各期员工花名册；

5. 对发行人人力资源部门员工进行访谈，了解公司的劳务派遣工作制度、公司与其员工之间是否存在劳动合同纠纷的情况；

6. 登录“中国裁决文书网”“中国执行信息公开网”网站查询公司是否存在劳动合同纠纷方面的诉讼案件；

7. 取得并核查发行人及其子公司注册地人力资源与社会保障局出具的证明；

8. 查阅发行人实际控制人出具的声明与承诺函。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1报告期内，发行人劳务派遣用工的人数、占比、各项社会保险及公积金的缴纳情况

根据公司的说明并经核查，为配合电商平台大型促销活动，发行人报告期内于 2017 年 1 月至 2017 年 5 月期间在仓储物流岗位上存在使用劳务派遣人员的情况，具体情况如下：

时间	劳务派遣人员数量（人）	当月员工数量（人）	劳务派遣用工占比
2017.01	29	264	9.90%
2017.02	31	243	11.31%
2017.03	55	233	19.10%
2017.04	3	234	1.27%
2017.05	4	232	1.69%

注 1：劳务派遣用工占比=劳务派遣人员数量/（劳务派遣人员数量+当月员工数量）；

注 2：上表中当月员工数量是指当月末的员工数量，劳务派遣人员数量是指当月合计使用的劳务派遣员工数量。

根据发行人的说明并经核查，上述劳务派遣用工并非全日制用工，大部分劳务派遣人员的工作时间不足 8 小时/日。

根据发行人的说明，自 2017 年 5 月发行人将仓储物流服务外包给上海发网起，发行人未再使用劳务派遣员工。

2. 报告期内，发行人与其员工之间是否存在劳动合同纠纷，发行人劳务派遣方式的用工制度是否符合国家有关规定

根据发行人的说明并经核查，报告期内，发行人与其员工之间不存在劳动合同纠纷。

根据《劳务派遣暂行规定》，用工单位只能在临时性、辅助性或者替代性的工作岗位上使用被派遣劳动者；用工单位应当严格控制劳务派遣用工数量，使用的被派遣劳动者数量不得超过其用工总量的 10%。经核查，发行人于电商平台促销活动期间，在仓储物流岗位使用劳务派遣人员，符合前述临时性、辅助性的规定；发行人于 2017 年 2 月、3 月使用劳务派遣人员的比例超过 10%，不符合《劳

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

务派遣暂行规定》。

根据《行政处罚法》第 29 条规定，“违法行为在二年内未被发现的，不再给予行政处罚。法律另有规定的除外。前款规定的期限，从违法行为发生之日起计算，违法行为有连续或继续状态的，从行为终了之日起计算。”鉴于若羽臣上述违法行为于 2017 年 3 月已经终止，截至本补充法律意见书出具之日，上述违法行为已满两年，行政处罚时效已届满，因此，不存在被主管机关予以处罚的风险。

同时，针对发行人在报告期内使用劳务派遣用工超过法定比例的情形，发行人实际控制人承诺：“若公司及其子公司因公司首次公开发行股票并上市存在劳务派遣用工不合规，而被相关行政主管部门罚款或受到其他损失，承诺人同意承担公司及其子公司因此发生的支出或承受的损失，并无需公司及其子公司支付任何对价。”

综上，本所律师认为，报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》。但截至本补充法律意见书出具之日，前述行为的行政处罚时效已届满，因此，发行人不存在被主管机关予以处罚的风险；同时，发行人实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失，且当地主管部门亦出具证明确认，发行人在报告期内不存在因违反人力资源方面相关法律、法规而受到立案调查和行政处罚的记录，因此，前述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内，发行人存在未为部分符合条件的员工缴纳社会保险或住房公积金的情形，存在补缴的风险；但鉴于该等员工数量较少，如需补缴，补缴金额占发行人当期利润总额比例较低，对发行人的经营业绩不会产生重大不利影响，且发行人的实际控制人已出具承诺承担发行人因此可能受到的全部损失，同时，发行人及其子公司当地的劳动主管部门已出具证明，证明发行人报告期内不存在因违反社会保险和住房公积金有关法律、法规而受到行政处罚的记录，因此，上述情形不属于重大违法违规，不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

报告期内，发行人于个别月份使用劳务派遣人员比例不符合《劳务派遣暂行规定》，但截至本补充法律意见书出具之日，前述行为的行政处罚时效已届满，因此，发行人不存在被主管机关予以处罚的风险；同时，发行人的实际控制人已承诺承担发行人因此可能受到的损失，且当地劳动主管部门已出具证明，证明发行人及其子公司在报告期内无因违反人力资源方面法律法规而受到处罚的记录，因此，上述情形不会对发行人本次发行上市构成实质法律障碍。

三、《反馈意见》信息披露问题 6：招股说明书披露，报告期各期发行人合作国际品牌数量占比分别为 76.56%、87.32%及 89.61%。请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等。（2）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施。（3）就前述情况补充进行详细的风险揭示。

（一）报告期内与发行人合作的国际品牌具体情况，包括但不限于品牌名称、数量、业务领域、国家地区、业务量及占比、合作模式、发展趋势等

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

2. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

3. 查阅发行人与合作的主要国际品牌所产生的收入明细及占比。

核查内容：

1. 报告期内与发行人合作的国际品牌情况

报告期内，由于品牌策划业务系以电商平台营销活动、品牌和品牌集团多种

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主体作为服务对象和核算单位，因此在统计与发行人合作的品牌数量时不统计该业务模式下的合作品牌。报告期各期（即 2017 年度、2018 年度和 2019 年度，下同），在线上代运营及渠道分业务销模式下，与发行人合作的品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个；其中国际品牌数量分别为 62 个、69 个和 81 个，国际品牌占比分别为 87.32%，89.61%和 92.05%。发行人与主要国际品牌的业务发展趋势较为稳定。

报告期内，与发行人合作的主要国际品牌名称、业务领域、国家地区及合作模式如下：

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
1	Sanosan/哈罗闪	德国	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东商城、天猫超市、唯品会、考拉	哈罗闪（Sanosan）是来自德国万事乐德（Mann&SchroderGmbH）旗下的婴儿洗护品牌，一直致力于为宝宝肌肤提供天然温和的滋养
2	SanitaU-Za	韩国	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、唯品会、京东自营	隶属于韩国跨国制药企业韩美集团旗下子公司 hmg，与知名益生菌品牌“妈咪爱”并称为 hmg 公司两大核心品牌
3	Holikaholika	韩国	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际	该品牌诞生于以高端功能性化妆品为主线的韩国三大化妆品品牌之一“茵葩兰（ENPRANI）”，适合 18-25 岁年龄段女性，畅销产品有水感滚轮 BB 霜，猪鼻贴三部曲等
4	Mediheal/美迪惠尔	韩国	美妆个护	线上代运营-服务费模式、渠道分销	唯品会国际、唯品会、京东自营、京东第三方平台	韩国知名面膜品牌，延续“安全、温和、舒适”的品牌理念，全线产品均通过严格的皮肤科安全测试
5	Skinfood/思亲肤	韩国	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫国际、天猫商城、京东自营、唯品会、蘑菇街	用美味食物为主要原料研制护肤及彩妆产品的韩国知名化妆品品牌
6	MeadJoh	美	母婴	线上代运营-	天猫商城	隶属于美赞臣公司，1905

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
	nson/美赞臣	国		零售模式、线上代运营-服务费模式		年成立于美国，是世界上生产营养品的大型跨国企业之一
7	丽贝乐	瑞典	母婴	线上代运营-零售模式	天猫商城	瑞典 SCA 集团旗下品牌之一，是欧洲婴儿纸尿裤知名品牌，在瑞典及法国均设置工厂，所有生产规范及产品品质均依照欧盟的高标准设定
8	善存、钙尔奇等	美国	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、拼多多	全球 500 强企业之一，也是全球最大的以研发为基础的制药和保健品公司之一
9	Combi/康贝	日本	母婴	线上代运营-服务费模式	天猫商城、京东商城、苏宁易购	知名童车和婴儿湿巾品牌，于 1957 年日本成立
10	B.box/贝博士	澳大利亚	母婴	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东自营	澳大利亚高端婴儿用品品牌，以“创意设计、时尚生活”为特色，主要提供奶瓶、安抚奶嘴、学饮杯、吸奶器等产品
11	Avent/新安怡	英国	母婴	渠道分销	京东商城	诞生于 1984 年，致力于以专业的研究和创新为妈妈和宝宝提供高质量的哺育用品和护理产品，全线产品分为母乳喂养、婴儿喂养、婴幼儿电器以及儿童喂养等部分
12	Planters/绅士	美国	其他	渠道分销、线上代运营-服务费模式	天猫商城、天猫超市	美国绅士坚果（Planters）是著名食品集团卡夫亨氏旗下的知名坚果品牌
13	Kracie/肌美精	日本	美妆个护	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、京东第三方平台	日本 Kracie 公司旗下品牌，Kracie 公司于 2007 年成立，专营原 Kanebo 集团（日本钟纺集团）旗下的日化用品、药品、营养食品等内容，肌美精化妆品主要有肌美精面膜、肌美精乳液
14	Moony、MamyPoko/妈咪	日本	母婴、美妆	渠道分销	唯品会、京东	Moony、妈咪宝贝、苏菲均为日本尤妮佳集团旗下的纸尿裤品牌，是日本四大品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
	宝贝、苏菲		个护			牌纸尿裤之一。尤妮佳集团于 1961 年成立，致力于护理产品；于 1995 年进军中国市场，1997 年推出女性卫生巾品牌“苏菲”，2002 推出婴儿纸尿裤品牌“妈咪宝贝”
15	Red Seal/红印	新西兰	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫商城、天猫国际、唯品国际、京东全球购、考拉、小红书	新西兰本土第一大天然营养健康品牌，创立于 1923 年，拥有超过 90 年的天然草本植物开发生产经验；至今已拥有草本植物牙膏、黑糖、麦卢卡蜂蜜、花草茶、手工香、营养补品等一系列丰富的产品线，在全球拥有众多忠实的消费者
16	Fatblaster	澳大利亚	保健品	线上代运营-零售模式	天猫国际	FatBlaster 是澳大利亚第二大维生素公司 Pharmacare 旗下的减肥品牌，来自阳光澳大利亚的体重管理专家，是澳大利亚销量第一的减重冠军品牌
17	Clinicians/科立纯	新西兰	保健品	线上代运营-零售模式、渠道分销	天猫国际、唯品会国际、小红书、考拉、京东全球购	科立纯（Clinicians）是新西兰优质膳食营养补充剂品牌

注：
1.线上代运营服务费模式主要合作平台包括天猫商城及天猫国际；
2.线上代运营零售模式主要合作平台包括：天猫商城、天猫国际、京东第三方平台开设的店铺；
3.渠道分销模式主要合作平台包括：天猫超市、唯品会、京东自营、网易考拉、小红书、蘑菇、聚美优品、京东等；
4.前述品牌系根据报告期各期各模式下前 10 大国际品牌合计去重统计，不包含品牌策划服务模式品牌。

2. 与发行人合作的主要国际品牌各期业务量及占比

经核查，报告期各期，发行人国际品牌收入金额及占比分别为：

单位：万元

品牌类	2019 年	2018 年	2017 年

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

别收入	金额	占比	金额	占比	金额	占比
国际品牌收入	82,185.72	91.84%	82,095.79	96.38%	60,281.09	94.60%
国内品牌收入	7,300.47	8.16%	3,079.60	3.62%	3,441.19	5.40%
营业收入合计	89,486.19	100.00%	85,175.39	100.00%	63,722.28	100.00%

注：上表收入不包含品牌策划服务收入。

报告期各期各业务模式下，与发行人合作的主要国际品牌业务量（收入）及占比如下：

(1) 2019 年

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	MeadJohnson/美赞臣	美国	11,689.00	971.48	10.36	12,670.85	14.16%
2	Mediheal/美迪惠尔	韩国	6.96	160.79	10,982.50	11,150.25	12.46%
3	MOONY	日本	2.53	-	9,782.29	9,784.82	10.93%
4	REDSEAL/红印	新西兰	2,656.25	-	1,947.49	4,603.74	5.14%
5	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	1.51	-	4,425.63	4,427.14	4.95%
6	SOFY/苏菲	日本	10.37	-	4,358.19	4,368.56	4.88%
7	Sanosan/哈罗闪	德国	1,957.59	-	1,822.14	3,779.73	4.22%
8	Centrum/善存	美国	2,431.35	-	1.54	2,432.89	2.72%
9	clinicians/科立纯	新西兰	1,879.79	-	311.10	2,190.89	2.45%
10	caltrate/钙尔奇	美国	1,952.76	-	-	1,952.76	2.18%

注：上表收入不包含品牌策划服务收入；占比为该品牌线上代运营-零售、线上代运营-服务费、渠道分销模式收入之和除以各品牌前述三类模式收入之和。

(2) 2018 年度

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	3.86	407.27	18,042.81	18,453.94	21.67%
2	MeadJohnson/美赞臣	美国	12,663.29	1,121.70	4.08	13,789.07	16.19%
3	Sanosan/哈罗闪	德国	2,080.08	-	3,187.18	5,267.27	6.18%
4	Moony	日本	1.62	-	5,202.66	5,204.27	6.11%
5	MamyPoko/妈咪宝贝	日本	2.98	-	5,014.89	5,017.87	5.89%
6	Red Seal/红印	新西兰	2,592.21	8.54	1,045.54	3,646.28	4.28%
7	Planters/绅士	美国	2,764.28	18.87	444.29	3,227.44	3.79%
8	Kracie/肌美精	日本	2,295.31	83.97	24.94	2,404.22	2.82%
9	Sofy/苏菲	日本	-	-	1,967.83	1,967.83	2.31%
10	Centrum/善存	美国	1,884.71	-	18.03	1,902.74	2.23%

(3) 2017 年度

单位：万元

序号	品牌	品牌所属国家	线上代运营-零售	线上代运营-服务费	渠道分销	三类收入合计	占比
1	Mediheal/美迪惠尔	韩国	-	545.93	12,736.68	13,282.61	20.84%
2	MeadJohnson/美赞臣	美国	9,984.84	990.78	-	10,975.62	17.22%
3	Sanosan/哈罗闪	德国	2,768.72	-	4,304.90	7,073.62	11.10%
4	Planters/绅士	美国	2,717.22	75.47	134.68	2,927.38	4.59%
5	丽贝乐	瑞典	2,513.11	5.76	10.41	2,529.28	3.97%
6	Holikaholika	韩国	952.42	-	1,385.08	2,337.50	3.67%
7	Skinfood/思亲肤	韩国	866.47	-	1,179.23	2,045.70	3.21%
8	Kracie/肌美精	日本	1,837.04	-	7.03	1,844.08	2.89%
9	B.box/贝博士	澳大利	685.75	-	1,104.81	1,790.56	2.81%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		亚					
10	Avent/新安怡	英国	947.57	-	275.70	1,223.26	1.92%

3. 合作品牌稳定性分析

在线上代运营及渠道分销业务中，报告期各期发行人合作的品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个；其中，国际品牌数量分别为 62 个、69 个和 81 个，国际品牌数量占比分别为 87.32%、89.61%和 92.05%，发行人与主要国际品牌业务发展趋势较为稳定。

报告期各期，持续发生业务的国际品牌收入占比情况如下：

单位：万元

业务模式	2019 年		2018 年		2017 年	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
线上代运营零售模式	27,919.74	79.04%	25,560.77	67.40%	17,646.98	54.12%
线上代运营服务费模式	7,032.13	58.77%	6,319.67	66.49%	4,373.91	61.92%
渠道分销	35,296.53	83.65%	35,716.55	94.62%	20,455.71	85.05%
总计	70,248.39	78.50%	67,596.99	79.36%	42,476.60	66.66%

注： 占比为持续发生业务往来的国际品牌收入占该业务模式总收入的比例。

（二）结合合作合同条款，量化分析有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响，发行人的应对措施

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

2. 核查报告期内发行人品牌合作情况，对前述品牌方进行走访、函证和查阅相关合同；

3. 获取并查阅主要国际品牌合同就跨境业务模式、汇率变化、退换货风险所做约定；

4. 计算报告期各期对供应商进口的金额和占比，并结合相关国家地区产业政策分析对发行人生产及经营情况的影响。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

1. 相关合同条款

经核查发行人与主要境外客户签订的合同，该等合同约定：“（若羽臣作为）乙方正常向甲方订货，甲方作为进口品牌，如因甲方原因延迟供货或者无法足额供货给乙方（乙方提出超过预估的订货数量除外），造成乙方无法完成合同约定的指标，甲方应对乙方的合同指标及返利指标予以相应减免，并承诺此减免指标不影响合同续签等相关事宜。若乙方因授权产品的质量问题（含产品包装、产品说明等资料宣传问题、证件不齐问题）而无法开展在平台的销售工作，则双方友好协商寻找可以降低任何双方损失的替代办法。”

因此，如因贸易摩擦等非发行人主观因素造成的品牌方缺货或延迟供货，发行人可获得合同及返利相关指标减免，并且此指标减免不影响合同续约。

2. 有关国家或地区产业政策、贸易摩擦对发行人经营及财务数据的具体影响

随着国内消费升级，国内消费者对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电商平台引入众多全球品牌。由于发行人经营活动涉及从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商采购商品，相关国家进出口政策及贸易壁垒会对发行人运营国际品牌事宜产生一定影响。

(1) 进口

公司采购的主要内容为合作品牌方的商品，相应供应商主要分为以下类型：一是国际品牌方在国内设立的运营主体，如美赞臣营养品（中国）有限公司、强生（中国）投资有限公司等；二是国际品牌方在国内的代理商，如哈罗闪婴幼儿洗护用品的独家代理商北京隆盛泰健康科技股份有限公司；三是国际品牌方，如HolikaHolika 化妆品的品牌方 EnpraniCo.,Ltd.；四是国际品牌方在国外的代理商，如美迪惠尔面膜的代理商 Supex BNP Co., Ltd.等；五是国内品牌方，如广东景兴健康护理实业股份有限公司。

报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购金额

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

及占比如下：

单位：万元

项目	2019 年	2018 年	2017 年
采购金额	18,902.55	20,768.19	15,700.26
采购占比	32.10%	35.26%	34.57%

注：采购占比=对上述供应商采购金额/当年采购金额总额*100%

发行人对境外国际品牌方或其在中国境外的代理商采购来源国家/地区较为分散，跨境贸易模式下涉及的境外供应商较为多样，例如：日韩地区供应商 SUPEX BNP Co., Ltd（对应美迪惠尔品牌）、澳新地区供应商 Endeavour Consumer Health Limited（对应红印品牌）和欧美地区供应商（对应 thinkbaby 品牌），因此，发行人对单一国家/地区的供应商不存在重大依赖。

报告期内，发行人产品进口所涉及的主要国家及地区包括韩国、新西兰、日本、美国、澳大利亚和欧盟国家等。该类地区的主要国家均为世界贸易组织成员，市场自由开放程度较高，对于母婴、美妆个护、保健品等快速消费品产业没有特殊限制政策，不存在贸易壁垒。同时，自 2018 年中国举办中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）以来，作为国内首个以进口为主题的国家级大型消费地型展会，进博会极大推动了跨境贸易的发展，增强国际品牌方进一步开拓中国市场的信心。

截至报告期期末，发行人受产品进口所涉主要国家、地区的相关产业政策、贸易摩擦等影响情况如下：

序号	产品进口所涉主要国家/地区	是否存在针对公司产品的进口限制	是否存在针对公司产品的贸易摩擦
1	韩国	无	无
2	新西兰	无	无
3	日本	无	无
4	美国	无	无
5	澳大利亚	无	无
6	欧盟国家	无	无

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

此外，发行人进口产品主要为母婴、美妆个护、保健品等快速消费品，不涉及航空航天、信息通信技术、机械等技术密集型行业。

综上所述，相关国家及地区的产业政策及贸易壁垒对发行人的影响较小。

(2) 出口

发行人的主要客户为境内终端消费者或境内电商平台及分销商，受海外国家地区产业政策及贸易摩擦影响程度较小。

3. 发行人应对措施

(1) 扩大品牌储备

报告期各期，发行人逐步扩大品牌储备，合作品牌来源国家涵盖欧美、日韩、澳新地区和中国境内。报告期各期末，与发行人合作的品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个；其中国际品牌数量逐年增加，报告期各期末国际品牌数量分别为 62 个、69 个和 81 个。

(2) 分散国际品牌国家来源

发行人具有较为完备的品牌拓展规划，近年来逐步加强对日韩、澳新地区品牌拓展的力度。主要合作品牌来源国家较为广泛，对单一国家/地区不存在重大依赖。

（三）就前述情况补充进行详细的风险揭示

发行人系面向全球优质消费品牌的电子商务综合服务提供商，合作的品牌大部分为国际品牌，报告期各期与发行人合作的国际品牌数量占发行人合作品牌总数量的比例分别为 87.32%、89.61%及 92.05%。报告期各期，发行人从境外国际品牌方或其在中国境外的代理商的采购额占发行人总采购额的比例分别为 34.57%、35.26%、32.50%。若中国未来与相关国家或地区产生贸易摩擦、产业政策不利调整或人民币对外币汇率发生不利变动，并直接涉及公司合作品牌的主要产品，则可能对公司经营业绩产生不利影响。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

四、《反馈意见》信息披露问题 8：请保荐机构、发行人律师补充披露：（1）线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况；（2）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况；（3）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力。

（一）请保荐机构、发行人律师补充披露线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定及有关风险，报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内主要线上代运营、渠道分销业务的相关合同；

2. 梳理发行人主要线上代运营、渠道分销业务相关合同中有关产品质量分摊的约定；

3. 核查发行人取得的有关产品质量主管部门出具的合规证明；

4. 通过中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询；

5. 核查报告期内发行人与合作方有关产品质量纠纷、投诉或诉讼的文件；

6. 查阅关于拉杜蓝乔产品召回的相关文件；

7. 查阅发行人与线上消费者关于退货的沟通记录等；

8. 查阅发行人关于退货的相关规定，并对发行人管理人进行访谈。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的约定

经核查，线上代运营业务零售模式下，发行人从品牌商或其授权代理商（以下统称“品牌方”）采购产品，再通过其运营的线上店铺销售给终端消费者。线上代运营业务服务费模式下，发行人主要为品牌方提供线上店铺的代运营服务，线上店铺一般归品牌方所有，产品直接由店铺销售给终端消费者，发行人与终端消费者之间不存在销售合同；渠道分销模式下，发行人基于品牌方的分销授权，向其采购商品再自行销售至分销商。

经核查发行人报告期各期与前 20 大品牌方签署的线上代运营业务合同，以及与前 20 大品牌方、分销商签署的业务合同，发行人线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下与有关品牌方、分销商关于产品质量分摊的主要约定如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
产品质量标准条款	品牌方在合同中对产品质量作出保证，明确所提供的产品需符合的质量标准。例如约定甲方（品牌方）保证每一具体交易中，其提供的产品（含中小样及赠品）均是全新、未使用的原装正品，并与产品包装或产品本身标示的质量标准相符，或与产品说明、实物样品等方式表明的质量状况相符。产品质量除必须符合生效采购单提出的质量要求外，还必须符合该产品的国家标准、地方标准及行业标准。	品牌方在合同中对产品质量做出保证，保证其在店铺销售产品的质量符合产品生产及出口所在国家的法律法规及产品标准、或相关法律法规及国内产品标准、或国内商品、商品包装的标示标准。	1.与品牌方的合同中，质量标准条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，基于品牌方对发行人销售商品的质量承诺，发行人通常在分销合同中对该商品的质量作出承诺，保证提供给分销商的全部商品来源合法，提供的商品与样品的质量一致且符合国家、行业及双方约定的质量标准。
退换货条款	明确约定退换货的条件、时间、方式、费用负担等条款。退换货条款主要包含由品牌方更换包装、产品存在内在缺陷、产品破损、产品临期等原因导致的退换货。因质量问题导致的退换货运费及损失由品牌方承担。	若由发行人负责商品的仓储管理和发货，则相应约定发行人对瑕疵产品的退换货权利。	1.与品牌方的合同中，退换货条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，明确约定允许分销商退换货的条件、程序等。由发行人对存在内在缺陷、破损、临期的产品承担退换货义务。
产品质量责任的承担主体	由品牌方承担产品质量责任，因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失。	若发行人因品牌方商品（含商品资料、说明书等）的原因导致被投诉、举报、诉讼等，应由品牌方承担由此造成的损失。 合同约定由品牌方负责产品的仓储管理和发货，以及产品本身的质量问题。	1.与品牌方的合同中，该条款与线上代运营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，因产品本身质量问题造成的一切损失由发行人负责，但因分销商保存或保管不善所产生的产品问题除外。
约定赔偿	因品牌方提供的产品质量问题致使发行人遭	品牌方提供的产品存在品质缺陷致使购买	1.与品牌方的合同中，赔偿责任条款与线上代运

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

质量分摊主要约定	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
责任条款	受损失的（含主管部门处罚或向消费者赔偿），发行人有权要求品牌方或制造商赔偿发行人该部分损失	者人身权和财产权受到损害的，品牌方应自行承担由此造成的一切损失，由此给发行人造成损失的，还应当赔偿发行人的（直接）损失。	营业务零售模式下合同类似； 2.与分销商的合同中，发行人提供的产品存在质量问题或造成消费者人身、财产损害的，由发行人赔偿因此给分销商造成的损失。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 线上代运营业务、渠道分销业务中不同业务模式下发行人承担的关于产品质量分摊的法律风险

经核查，线上代运营业务零售模式、线上代运营服务费模式以及渠道分销模式中，发行人承担的与产品质量分摊的主要法律风险如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

主要风险	线上代运营业务零售模式	线上代运营业务服务费模式	渠道分销业务
因管理不当导致的风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损	在品牌方需要发行人提供仓储、发货服务的情况下，发行人存在因管理不当导致的对品牌方的违约风险	因发行人管理不当（如仓储保管不当）导致的产品变质、超过保质期、逾期未验收，品牌方不承担退换货责任，发行人需自行承担该部分货损
先行赔付风险	根据《产品质量法》的规定，当售出的产品有不具备产品应当具备的使用性能而事先未作说明的、不符合在产品或者其包装上注明采用的产品标准的、不符合以产品说明、实物样品等方式表明的质量状况三种情形的，销售者应当向购买产品的消费者赔偿损失。销售者依照前款规定负责修理、更换、退货、赔偿损失后，属于生产者的责任或者属于向销售者提供产品的其他销售者（供货者）的责任的，销售者有权向生产者、供货者追偿。因此，发行人作为直接面向终端消费者的销售者，在消费者索赔的情形下，需对消费者承担先行赔付责任	因部分线上代运营服务费模式下店铺的注册主体为发行人，根据发行人与该等店铺所在平台的合作协议，发行人对该店铺消费者亦有先行赔付责任的法律风险	鉴于发行人与分销商对产品质量责任的主体进行了约定，当因产品质量问题给分销商造成损失的，发行人需赔偿由此给分销商造成的损失或由分销商承担主管机关的处罚责任、对消费者的赔偿责任等。因此，在产品存在质量问题且给分销商造成损害的，发行人需承担损害赔偿责任。但发行人对分销商承担了损害赔偿责任的，可根据《产品质量法》及其与品牌方签订的协议，向品牌方追偿
因分销商无理由退货导致的产品积压风险	—	—	发行人在与分销商北京京东世纪信息技书有限公司的约定中，发行人允许其任何理由的退货。若分销商对不存在质量问题的产品进行退货，由于该部分产品不存在质量问题，发行人亦无法向品牌方主张退换货，由此导致的产品积压风险将由发行人承担

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 报告期发行人产品质量相关纠纷、投诉或诉讼的情况

经本所律师登录中国裁判文书网、中国执行信息公开网、广东法院网、广州审判网等网站对发行人报告期内的诉讼仲裁案件进行查询，并经查阅发行人质量主管部门出具的证明文件，发行人报告期内不存在因产品质量引致消费者投诉或诉讼的情况，亦不存在因产品质量被主管部门予以处罚的情形。报告期内，发行人合作的品牌 LA TOURANGELLE（一个坚果类食用油的法国品牌）曾发生一起产品质量事项，发行人所运营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”曾发生一起消费者主张产品标识存在虚假记载的合同纠纷，具体如下：

(3) 拉杜蓝乔产品质量事项

①事项的基本情况

经核查，报告期内，发行人与合作方存在一起产品质量相关案件，即合作的品牌 LA TOURANGELLE（“拉杜蓝乔”，一个坚果类食用油的法国品牌）发生产品主动召回事件，具体如下：

千麦实业（上海）有限公司（以下简称“千麦实业”）为 LA TOURANGELLE 系列产品的中国总代理商，拉图蓝乔（上海）贸易有限公司（以下简称“拉图蓝乔”）系千麦实业的全资子公司。若羽臣于 2015 年 12 月 23 日与拉图蓝乔签署《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》，从拉图蓝乔取得授权于京东自营平台和天猫超市等互联网平台（以下简称“合约平台”）销售 LA TOURANGELLE 系列产品。

2019 年 7 月 16 日，千麦实业发布了《关于 LA TOURANGELLE 产品情况通报 0716》，告知该公司自查发现其所代理的 LA TOURANGELLE 产品存在邻苯二甲酸酯类物质成分残留情况，提醒各渠道商暂停销售，待该公司得到全面检测报告后将第一时间通报情况，并对特定批次发布召回方案。

2019 年 7 月 20 日，若羽臣与拉图蓝乔签署了《解除合作协议》，双方之间的合作关系自协议签订之日起解除，若羽臣协助拉图蓝乔召回相关产品，拉图蓝乔同意按照若羽臣原采购价格回购若羽臣从拉图蓝乔采购的该品牌剩余库存产

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品，包括合约平台退货至若羽臣仓库的产品，回购运费由拉图蓝乔承担。货物分三批退回，款项不晚于 2019 年 9 月 30 日支付，召回产品的货款不晚于 2019 年 12 月 31 日前支付。同时，协议明确，若羽臣因此受到的损失，由拉图蓝乔承担。

2019 年 7 月 20 日，拉图蓝乔向北京京东世纪信息技术有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担京东平台因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

2019 年 7 月 26 日，拉图蓝乔向上海天翌电子商务有限公司致函《关于召回 LA TOURANGELLE 产品相关责任承担的告知函》，主动要求承担对方因此次产品召回所受到的相关损失（包括消费者退货、因召回所产生的合理费用）。

根据发行人的说明及发行人提供的资料，千麦实业此次主动召回的产品为拉杜蓝乔核桃油 250 毫升和（家用）500 毫升两类，其中，250 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 2 月 1 日、2019 年 2 月 6 日和 2019 年 3 月 11 日，（家用）500 毫升类所涉的生产日期分别为 2019 年 1 月 9 日和 2019 年 1 月 23 日。若羽臣采购的前述产品均是通过渠道分销的模式对外销售，销售渠道包括京东自营、天猫超市两个合约平台。截至本补充法律意见书出具之日，若羽臣关于前述批次的库存产品及若羽臣销售给合约平台且合约平台尚未对外销售的所涉召回批次产品已经全部退回拉杜蓝乔，若羽臣销售给合约平台且合约平台已经对外销售的所涉召回批次产品多数已经退回。若羽臣采购所涉召回批次产品的数量、收到的退货数量及未召回的产品数量具体如下（单位：罐）：

产品	采购/销售数量	平台未出售商品退货量	平台已售出商品退货量	未召回数量	未召回产品所涉金额
拉杜蓝乔核桃油 250ml	41,280	15,159	16,532	9,589	145.41 万元
拉杜蓝乔核桃油（家用）500ml	1,620	657	540	423	7.45 万元

注：上述未召回产品所涉金额系以未召回数量与相关产品的销售单价相乘取得。

针对前述情况，公司已冲减关于 LA TOURANGELLE 的货物经销收入 411.70

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

万元和成本 380.65 万元，两者差额 31.05 万元计入预计负债。

②发行人制定并完善了产品召回、退换货等管理制度

为更有效地应对、处理产品召回事件，公司组织相关部门人员对《食品安全法》、《食品召回管理办法》等相关规定进行学习和讨论，了解食品召回的责任主体、召回的法定情形、召回的程序及注意事项等。同时，公司结合自身的经营特点，制定并完善了《产品召回控制程序》、《退换货管理制度》、《产品质量管控制度》，严控商品采购环节的质量检验程序，在销售过程中，如出现产品召回事件，能快速、有效地配合生产者或总代理商开展召回工作，协助消费者办理退货和赔偿手续。

③拉杜蓝乔事项未对发行人品牌造成重大不利影响，不存在投诉、纠纷、诉讼等

经本所律师对千麦实业负责人访谈确认，千麦实业发布上述通报系自查自主发布，而非被政府主管部门抽查或被政府主管部门要求发布；发行人作为千麦实业的分销商，在收到千麦实业的通知后，及时、有效地配合千麦实业召回相关产品，未对消费者或分销平台造成损失，亦未对发行人与电商平台的合作关系造成不利影响，同时，发行人来自于该品牌的收入及利润占比均较低，因此，前述事项未对发行人品牌造成重大不利影响。

截至本补充法律意见书出具之日，当地市场监管部门对相关产品进行了采样检测，但未立案处理，千麦实业和拉图蓝乔均未收到主管部门的处罚决定或拟进行处罚的通知。

经各方确认，截至本补充法律意见书出具之日，千麦实业、拉图蓝乔与发行人之间不存在争议或纠纷，发行人亦未因此收到消费者的投诉或与消费者因此产生纠纷或诉讼。

④发行人未直接向终端消费者销售上述产品，且与拉图蓝乔的合同明确约定相关产品质量责任由拉图蓝乔承担

经核查，发行人采购的拉杜蓝乔前述产品均是分销给京东自营、天猫超市两

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

个合约平台，未直接向终端消费者进行销售，截至本补充法律意见书出具之日，发行人未收到消费者因食用上述产品受到损害并要求发行人承担赔偿责任的任何主张。

同时，经核查发行人与拉图蓝乔分别于 2015 年 12 月 23 日、2017 年 3 月 13 日签订的《LA TOURANGELLE 系列产品互联网销售渠道合作合同书》及《补充协议》，该协议亦明确约定，由于产品质量问题所导致的若羽臣损失，由拉图蓝乔承担。如因产品质量问题引起消费者投诉，由拉图蓝乔负责所产生的费用，若羽臣应积极给予妥善处理。因此，如消费者因食用上述产品受到人身损害，相关损失由拉图蓝乔承担；如发行人因此受到损失，发行人有权向拉图蓝乔追偿。

综上，本所律师认为，截至本补充法律意见书出具之日，发行人不存在因销售上述产品被消费者要求承担赔偿责任的情形。如消费者因食用上述产品受到损失，相关损失由拉图蓝乔承担；如发行人因此受到损失，发行人有权向拉图蓝乔追偿，不会因此受到重大不利影响。

(4) 刘爱平网络购物合同纠纷

2019 年 2 月 11 日，北京互联网法院受理刘爱平（原告）诉发行人（被告）网络购物合同纠纷一案，原告主张其通过被告经营的天猫商城“美赞臣官方旗舰店”购买的一罐亲舒易消化安儿宝 A+幼儿配方奶粉（12-36 月龄，3 段）存在虚假或者引人误解的内容，请求：（1）判决被告向原告退还购物款 334 元；（2）判决被告向原告支付赔偿金 1,002 元；（3）判决被告承担本案诉讼费。

2019 年 6 月 28 日，北京互联网法院作出（2019）京 0491 民初 3402 号《民事判决书》，认定发行人的行为不构成虚假宣传，不存在引人误解、欺骗、误导消费者的情况，原告的诉请无事实及法律依据，判决驳回原告刘爱平的全部诉讼请求。本案现已结案。

（二）分业务说明业务推广模式、各类服务费的定价模式及收取情况

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 核查发行人与主要客户间的业务合同；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 访谈发行人主要高级管理人员；

3. 核查发行人分业务类型应收账款的账龄明细。

核查内容：

1. 公司各类业务的推广模式

(1) 线上代运营业务

1)对 C 端消费者的推广模式

因公司的线上代运营业务主要在天猫和京东等第三方电商平台开展，所以针对代运营业务 C 端消费者的市场推广活动也主要集中于这两个平台。天猫和京东平台作为第三方电商平台，拥有海量用户与流量，公司在其平台开设店铺为品牌方开展线上代运营服务时，除借助电商平台为店铺运营所提供的基础工具与服务之外，还借助电商平台提供的广告投放工具进行市场推广，例如直通车、钻石展位、淘宝客、明星店铺/品牌专区（即品销宝）、京准通等标准化营销工具，同时定期举办聚划算等团购活动，以首页展示、消费者精准推送、品牌限时推送、低价团购等方式协助店铺吸引消费者，在扩大公司销售规模的同时，协助品牌方扩大品牌影响力。

2)对品牌方的推广模式

代运营业务下公司与品牌方之间的合作拓展主要由商务拓展中心主导，一般推广过程包括目标品牌分析、客户接触、运营方案制作投标、合同签署等环节。

目标品牌分析环节，公司首先对消费行业各品类进行深度研究并形成对细分品类发展前景的判断，并基于此选择未来主要开拓品牌的所属品类。其次，公司对具有发展前景的细分品类品牌进行系统梳理，从品牌特性、产品特性、目标客群、经营情况、价格体系、产品开发能力等角度筛选具有成长潜力的品牌，以此确定拟合作目标品牌。

客户接触环节，公司基于在电商服务行业多年积累的市场资源、优秀信誉及影响力，通过品牌商/分销商等合作方推荐、电商平台推荐、现有客户延展推荐、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

展会承揽、商务预约等方式与品牌方进行接触并获取品牌方的电商运营招标信息。

运营方案制作投标环节，公司从品牌电商运营各维度对品牌运营方案进行分析，根据分析结果制作包含产品和店铺运营策划思路、销售策略、推广设计、运营目标、投入费用、人员构成、合作报价等多维度信息的运营策划方案，并提交品牌方。

合同签署环节，品牌方根据自身招标要求、投标者方案信息及投标者综合实力，全面判断并与公司进行更加细致的条款谈判后，经内部审议确认后与发行人签订协议正式建立合作关系。

(2) 渠道分销业务

1)对分销商的推广模式

①对电商平台分销商

对于电商平台分销商，公司主要通过电商平台官方商务合作渠道及行业内资源推荐与其建立联系，并向其提供拟推广品牌的行业成长空间、品牌发展潜力等推介材料，从而就相关品牌与平台建立合作。

②对非电商平台分销商

对于非电商平台分销商，一般主要系分销商通过电商分销平台、店铺客户、行业内资源推荐等方式与公司取得联系，并与公司沟通品牌分销合作。

2)对品牌方的推广模式

渠道分销业务对品牌方的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似。

(3) 品牌策划业务

公司对品牌策划业务的推广模式与线上代运营业务模式下对品牌方的推广模式相似，公司主要通过行业内资源推荐等方式与品牌进行接触，并通过策划提

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

案比稿方式获得与品牌的合作关系。

2. 服务费的定价模式及收取情况

(1) 线上代运营业务服务费模式

1）定价模式

公司与不同品牌客户之间的服务费定价方式主要可分为固定服务费、提点服务费、固定加提点服务费三种。

①固定服务费

固定服务费指公司就其在一定时期内（通常以月度为单位）为品牌方提供的电子商务综合服务收取的固定费用，主要根据公司所投入的运营、策划、推广、客服等其他人员工资和具体服务内容协商而定。

②提点服务费

提点服务费包含两种计算方式，一种以店铺净销售额作为计算基数方式，一种以店铺经销利润作为计算基数方式。

I. 以店铺净销售额为计算基数

以店铺净销售额为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的净销售额乘以约定比例计算运营服务收入，该比例主要基于公司与品牌方的利润率、竞争对手报价和行业平均水平协商而定，提点费率主要处于 5%至20%之间。

II. 以店铺经销利润为计算基数

以店铺经销利润为计算基数方式下，公司就其在一定时期内运营品牌方店铺而实现的经销利润为基础计算代运营服务费。经销利润方式下，经销利润通常全部作为服务费，品牌方利润体现为店铺商品销售成本价与品牌方产品出厂成本价的差价。该方式下服务费计算方式通常为：（店铺商品销售收入-店铺商品销售成本-店铺推广费用）。

2）收取情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司线上代运营业务服务费模式下，由于不同品牌之间产品定位、成熟度、宣传推广投入、店铺开设时间等因素存在明显差异，因此公司与不同品牌客户之间约定的服务费定价模式存在差异。报告期内，公司不同服务费定价模式下的合作品牌情况具体如下：

服务费定价方式		主要合作品牌	服务费收取情况
提点服务费	净销售额提点	Biostime/合生元、Swisse、素加、Dodie、HealthyTimes、Combi/康贝、时间廊、Mediheal/美迪惠尔、惠氏、发之食谱、Ecostore、杰士邦、雅士利、布朗博士、比度克、Singula derm、Noreva、帮宝适、Goodgout、Elmex、Marcheur、Comvita/康维他	提点服务费率主要分布于 5%-10%
	经销利润	Mediheal/美迪惠尔、Ladycare/洁婷、Weleda/维蕾德、Skiphop、Trunki、Ergobaby、LaTourangelle/拉杜蓝乔、Comvita/康维他、Sanita U-Za、比度克	通常为店铺经销利润（一般计算方式为：店铺销售货款-货物成本-支付宝费用）
固定服务费+提点服务费		蓝臻、强生、Titus/铁达时、立顿、舒隐、G&M/澳芝曼、爱乐维、Nutralife/纽乐、贺寿利、优酷、Babyzen、嘉实多、每日每加、Ameda/阿美达、Vierra、Aussie/澳丝、Vierra、Axxzia、Neogen/妮珍、Cemoy、Royal Nectar、Axs 、植感、One a Day、爱氏晨曦	一般约定的提点服务费率为 5%-10%之间
固定服务费		MeadJohnson/美赞臣、Tresemme/炫诗、Lynx/凌仕、Planters/绅士、Olay/玉兰油、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清、帮宝适	不同品牌定价差异较大，整体处于 20 万元-30 万元间

(2) 品牌策划业务服务费模式

1）定价模式

品牌策划业务模式下，公司一般与客户以品牌策划项目为单位进行合作。对于合同定价，公司首先基于项目预计成本支出和预计项目毛利范围并结合客户预算提出报价，经客户同意并执行后由双方根据确切的活动执行方案确定最终的合同定价。

预计成本支出时，公司一般将策划项目根据实际工作内容进行细分，由于不同项目需求不同，细分内容亦有所不同，以“花王妙而舒京东七星伴月”项目为例，该项目细分工作内容包括策划方案及内容执行规划、创意设计（活动页面及主视觉设计）、媒体传播（站内外媒介及公关传播）、运营、线下快闪店（场地费、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

物料设计、物料制作及现场搭建）、第三方监控（媒体传播、线下快闪店效果监控等）等。之后公司针对各细分内容分别预计成本，综合各细分内容预计成本后结合项目整体毛利率情况（一般为 20%到 60%）提供项目整体报价。

2）收取情况

品牌策划业务模式下，公司通常在相关项目经客户验收确认后向其收取策划服务费。

（三）结合企业定位、所服务客户群、业务布局及盈利、募投项目等情况说明论证发行人的业务扩张能力

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了如下核查程序：

1. 访谈发行人主要高级管理人员；

2. 查阅发行人所处行业研究报告；

3. 查阅发行人募投项目可行性分析报告。

核查内容：

公司的业务扩张能力主要体现在以下方面：

1. 电商服务行业市场规模庞大

随着国内电商市场蓬勃发展，社交电商、会员电商等多种非传统类型的电商平台层出不穷，同时在流量红利逐渐消退的市场环境下各电商平台促销活动亦多种多样，加之各平台本身复杂且持续变化的运营规则，共同形成了目前国内错综复杂的电商运营环境。同时由于线上交易与线下交易在产品展示、活动推广、客户服务、交易支付、仓储物流等环节均存在较大差异，部分自主运营品牌商在电商化过程中出现客户转换率低、客户复购率低、活动推广不及预期、客户消费体验差等交易效率低下的问题，致使品牌商的电商化投入产出效益低下。因此，在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，品牌方对专业的电商代运营服务产

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

生了强烈需求，推动电商代运营行业快速发展。根据商务部《中国电子商务报告2018》，2018 年，中国电商代运营市场规模达 9,623.0 亿元，同比增速为 23.0%。

2. 品牌布局中国电商渠道驱动代运营市场规模持续增长

未来，随着更多品牌不断入驻国内电商平台，中国电商服务市场仍将保持高于网络购物市场的增速。在对接平台渠道众多、电商平台规则繁杂的背景下，品牌方为电商渠道设置专门的电商运营团队的成本较高且风险较大。同时，国内电商代运营行业发展日趋成熟，专业的代运营服务商能够提供包括 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、数据营销、仓储物流等在内的全方位电商综合服务，且代运营服务商作为独立于品牌方的第三方能够有效发挥规模效应，降低单个品牌方客户的综合成本。因此，选择具备专业化、体系化运营服务能力的代运营商成为品牌方开拓国内电商市场的首选。其中国际品牌由于在中国市场的营销经验、客户服务和政策规定等方面存在先天劣势，更倾向于依靠专业的电商服务商进行电商运营，根据艾瑞咨询分析，2019 年国际品牌对电商服务商的需求比例达 80%-90%，远高于国内品牌需求比例 20%-30%。

3. 分散的市场格局利于头部企业提高市场份额

电子商务综合服务资金及资质壁垒相对较低，目前市场呈现大量中小型企业共存的格局，小型企业单凭代理少数品牌和提供店铺设计、订单管理、仓储配送等同质化、可替代的基础性服务即可取得一定的经营业绩。但随着电商运营复杂度的提升，近年来部分头部代运营商凭借丰富的运营经验及优质的电商运营人才优势，不断扩张代理品牌并拓展服务深度，行业集中度有所提升。随着行业的快速发展，品牌方更加关注流量持续获取能力以及对品牌的养成与塑造能力，对电子商务服务商的精细化管理和运营能力的要求日益提升。在此背景下，具备系统、专业服务能力的电子商务综合服务商将逐渐脱颖而出，在保持较高业绩增速的同时，不断提升市场占有率。

4. 公司具有较强的竞争优势

(1) 突出的行业地位优势

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域名列第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。

2017 年至 2019 年，公司业务规模持续增长。截至 2020 年 1 月 21 日，公司共运营 86 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 81 家，品牌旗舰店数量占比为 94.19%。同时，公司还获评“天猫生态服务商 Top 10”称号和 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等业界奖项。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。

在全链路服务过程中，公司逐步沉淀营销活动数据、媒介数据、店铺访问数据、消费者购买数据、物流数据、货品数据与客服数据等；线上销售网络多渠道覆盖，为业务运营数据的打通提供良好的基础，让社交数据、媒介数据、店铺访问数据、销售数据与客服数据等不同形态的数据，得以在品牌、商品和消费者之间进行标签化、智能化匹配；此外，在数据挖掘和数据分析的基础上，公司采取决策树、多变量分析等方法，实现基于人群画像、精准投放、广告测试、店铺优化、商品管理、智能客服的数据化店铺运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

国外品牌方进入中国市场，在第三方平台开设官方旗舰店是拓展线上销售渠道的重要手段。在中国当前电商市场发展环境下，线上竞争日趋激烈，营销推广方式日新月异，实现国外新晋品牌从“0”到“1”的养成，对电子商务综合服务商的品牌孵化能力提出了极高要求。作为专业的电子商务综合服务商，公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值、全面捕捉消费市场转型升级动向、提供定制化线上电

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

商综合运营服务的能力，帮助品牌方迅速打入中国电商渠道。

(4) 全球品牌的优质合作伙伴

秉承“为世界优质品牌链接每个中国家庭”的经营理念，公司凭借店铺管理、数据应用、品牌运营、营销策划等核心运营服务能力不断扩大其客户资源储备。在店铺数量方面，截至 2020 年 1 月 21 日，公司共运营 86 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 81 家，品牌旗舰店数量占比高达 94.19%。

在合作品牌方面，报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个，涵盖母婴、美妆个护、保健品等多个品类，并从国内本土品牌向国际知名品牌不断拓展，各期国际品牌数量占公司合作品牌总数量的比例分别为 87.32%、89.61%和 92.05%。公司合作的品牌数量众多，在母婴领域，公司合作品牌包括美国奶粉品牌美赞臣（Mead Johnson）、德国婴幼儿洗护品牌哈罗闪（Sanosan）、日本育婴用品品牌康贝（Combi）等；在美妆个护领域，公司合作品牌包括日本尤妮佳集团旗下个护品牌苏菲（Sofy）、韩国美妆护肤品牌美迪惠尔（Mediheal）、宝洁旗下护发品牌发之食谱（Hair Recipe）等；在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存（Centrum）和钙尔奇（Caltrate）等；此外，公司合作品牌来自世界多个国家和地区，与公司合作的知名品牌方为公司的未来发展起到了良好的客群示范作用。

(5) 覆盖多渠道的销售网络

自成立至今，公司的销售服务渠道包括天猫、京东、唯品会等大型电商平台，云集、小红书、抖音等新兴社交与内容渠道，以及天猫国际、唯品会国际、考拉海购等跨境电商渠道。

通过综合电商平台、社交与内容渠道和跨境电商三大类 10 余种销售渠道，公司在运营过程中逐步实现流量场景碎片化、推荐信息内容化、推广渠道媒体化、用户管理大数据化，提升了服务品牌在各大主流渠道的知名度和综合影响力，为实现品牌快速爆发、打造良好口碑奠定了扎实的基础。

(6) 全球端到端交付的供应链

随着消费升级不断升温，国内用户对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

电商平台引入众多全球品牌。公司致力于提升海外品牌在中国的竞争力，将优质产品和健康生活理念引入国内。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本，提供一站式综合解决方案。

其次，凭借 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

(7) 精准影响的品牌策划能力

公司品牌策划服务连续三年高速发展，一方面来自于公司原有在电商运营领域里的专业积累，使得公司在接入品牌策划服务时能真正形成品销合一，以此形成公司独特的竞争力，与同业公司相比具有鲜明优势。另一方面来自于可持续发展的业务模式，三年来公司聚焦大型集团公司，不断开拓品牌数量、提升项目数量，优化服务提升价值，达到了数量与价值的双提升。报告期内，公司品牌策划服务的企业集团数量从 16 提升至 52 个，品牌数量从 16 提升至 32 个。2017 年完成品牌策划服务项目 68 个，代表项目为美赞臣欢聚日；2018 年完成品牌策划服务 167 个，代表项目为海飞丝双十一、聚划算汇聚系列；2019 年完成品牌策划服务 213 个，代表项目为花王妙而舒京东运营策划、美赞臣&苏宁易购超级品牌日、海飞丝品牌代言人王一博形象及传播、飘柔新品上市传播。报告期期末项目数量达到报告期期初 3 倍以上，同时形成以宝洁、汤臣倍健为代表的集团性客户，为未来不断增加品牌和项目数量奠定了坚实的基础。目前公司品牌策划所提供的服务已涵盖了年度整合营销方案、电商平台营销方案、形象定位及主创意发展、电商渠道形象规范及设计、TVC、短视频等影视素材拍摄、HTML5、AR 等数字创意制作，以及平面拍摄、创意开箱的结构设计。公司出色的业务能力也在 2018 年得到了国际营销创意组织的认可，公司为嘉士伯创造的《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖，LIA 伦敦国际广告奖是全球除戛纳及 ONE SHOW 以外的世界级国际创意大奖。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(8) 经验丰富的管理执行团队

电子商务综合服务业是近年来快速发展的新兴行业，核心管理团队的行业经验和业务团队的执行能力决定着电子商务综合服务商的服务水平和行业口碑。

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐；有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，也有曾供职于大型广告集团、在品牌提升、整合传播方面见解深入的营销人才。此外，公司拥有一支务实、专业、高效的业务执行团队，业务开拓、品牌策划、业务运营、职能管理等各部门之间专业化分工细致、职能明确。公司运营团队以品牌、渠道为单位划分，构建良性的竞争和合作关系，赢得合作方的肯定和认同，为提升公司在品牌商中的口碑与巩固行业竞争力提供了有力保障。

5. 合作品牌客群结构契合行业发展趋势

公司主要面向具有发展潜力的国际品牌，并专注于母婴、美妆个护及保健品等品类，品牌发展空间较大。截至 2019 年 12 月 31 日，与公司合作的品牌共计 88 个，其中 81 个为国际品牌。在未来国际品牌布局中国电商渠道及品牌所处品类持续增长的发展趋势下，公司与所合作品牌客户的稳定合作关系将为公司未来业务扩张提供保障。同时优质客户群体亦为公司新品牌拓展提供了示范效应，有利于公司未来业务扩张。

(9) 国际品牌布局中国电商趋势明显

公司所服务的客户主要为全球优质消费品牌，契合国际品牌进入中国市场的发展趋势。由于中国市场消费体量庞大，同时随着近年来消费升级趋势不断凸显，越来越多的优质国际品牌开始布局中国市场。而在国际品牌进入中国市场的过程中，电商渠道作为国内市场的核心渠道之一成为品牌方布局的重点。根据天猫国际数据，2018 年，天猫国际平台上国际品牌入驻数量同比增长 122%，其中 2018 年第二季度增速同比超 150%，且截止 2018 年 6 月末国际品牌入驻总数已超 2017 全年。作为对接境外品牌方的电商服务商，随着未来越来越多的境外品牌进入中国市场，公司所服务的客户群亦逐渐扩大，有利于未来业务扩张。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(10) 品牌所处品类增长空间较大

公司代运营品牌主要为母婴、美妆个护和保健品等快消品品类，相关行业均为热销类品类，行业市场规模较大，且在消费升级、二胎政策等消费市场新趋势的带动下，相关行业未来增长的空间较大。

①母婴行业

根据易观数据，2018 年中国母婴市场规模已达 2.77 万亿，同比增速 9.50%，2013 至 2018 年行业年均复合增长率达 11.9%；根据罗兰贝格分析，预计 2020 年市场总体规模突破将 3.5 万亿元。由于国内新增人口数量增速逐年放缓，未来行业的发展主要由消费升级趋势驱动。首先，“4+2+1”式倒三角家庭结构下，母婴市场的消费者支付能力逐渐增强；其次，母婴行业由于产品主要用于婴儿，质量与安全性是首要考量因素，消费者价格敏感度低，消费者愿意为高质量、高安全性和高附加值的母婴童产品支付溢价。

②美妆个护

根据 Euromonitor 统计，2017 年我国美妆个护市场规模为 1,816 亿元，同比增长为 9.6%，过去 10 年年均复合增速为 9.5%。美妆子行业，目前我国美妆市场已具备一定规模，但相比成熟市场，我国美妆市场在消费者渗透率以及人均消费额两方面仍有较大的提升空间。根据行业研究报告，消费者渗透率角度，中国化妆品消费人口数量正在快速增长，预计将在 2020 年达到 4 亿；人均消费额角度，2017 年中国的人均化妆品消费额为 38 美元，仅为日本的 1/7，美国和英国的 1/7 和 1/6，泰国的 1/2，随着居民收入水平的增长，消费习惯的变化，未来我国人均化妆品消费仍有巨大的提升潜力。个护子行业，目前个护产品已基本成为国内家庭必需品，相关产品渗透率未来提升空间有限，但随着消费升级趋势下香氛、无硅油、无硫酸盐、氨基酸、男士专用等细分概念兴起，个护市场逐渐向高端化方向发生结构性变化，为优质的个护品牌及产品带来增长空间。

③保健品

随着人均收入水平的提高，国内消费者健康意识增加，保健品行业快速发展。根据 NBJ 统计，截止 2017 年，中国已成为全球购第二大保健品市场，市场规模

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

约 188 亿美元，2011 年至 2017 年年均复合增长率增速达到 11.5%，高于全球平均增速 6.0%。相比成熟市场，目前国内保健品渗透率依然较低，根据行业公开信息，美国保健品渗透率由 2009 年的 65%上升至 2017 年的 76%，截止 2018 年，我国保健品渗透率仅为 20%，且中国消费市场以老年人为主，40 岁以下的中青年仅占 23%。人均消费角度，我国的人均保健品消费额约为 14.8 美元，而日本和美国则分别为 81.8 美元和 123.4 美元，随着人均收入增长，我国保健品人均消费额仍有较大发展空间。

6. 公司业务布局较为全面且盈利能力较强

(11) 公司业务布局较为全面

公司主要业务包括线上代运营、渠道分销以及品牌策划，服务内容涵盖品牌定位、店铺运营、渠道分销、整合营销、数据挖掘、供应链管理等。品牌端，公司对接全球优质消费品牌，通过提供电商综合服务将其推向前端消费者。消费者端，公司深耕消费者购买决策链的每个环节，凭借多年电商运营经验和消费者数据积累，准确触达潜在消费者，并利用微信、微博、淘宝等多层次的营销媒体曝光吸引消费者关注、了解、购买并分享。平台端，公司以天猫平台为核心运营渠道，构建了覆盖京东、唯品会、考拉等电商平台的全网销售通路，通过消费者价值管理、商品管理、用户体验管理及消费者关系管理实现对店铺的精细化运营。经过多年经营，公司积累了丰富的运营经验，在流量红利日渐消退、运营难度逐渐提高的电商行业中能够高效对接行业各类型参与者，提高品牌店铺运营效率，实现与品牌方的共同成长。

(12) 公司盈利能力较强

报告期各期，公司分别实现净利润 5,763.52 万元、7,741.74 万元和 8,580.48 万元，净利率分别为 8.59%、8.32%和 8.95%，2017 年至 2019 年净利润年均复合增长率为 22.01%，公司盈利能力较强，盈利规模增长较快，为未来业务扩张提供坚实基础。

7. 募投项目开展进一步推动主营业务增长

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司本次发行募投项目主要包括新品牌孵化培育平台建设项目、代理品牌营销服务一体化建设项目、电商运营配套服务中心建设项目和企业信息化管理系统建设项目。相关项目的实施将从合作品牌数量提升及结构优化、电商服务内容深化、经营效率提高等方面进一步巩固公司的业务优势，募投项目实施方向与行业发展趋势相一致，有利于为公司未来业务扩张提供新增长动力。其中新品牌孵化培育平台建设项目主要目标为打造新品牌孵化培育平台，在母婴、美妆、个护等优势领域引进国内外新兴品牌；代理品牌营销服务一体化建设项目将通过代理更多优质品牌，进一步扩大公司优质代理品牌矩阵规模与价值，并建立广州、杭州、上海三地的运营团队，挖掘当地市场机会和提供本地化服务；电商运营配套服务中心建设项目以构建营销展示中心、人才培训中心、摄影摄像中心为主要内容，为公司主营业务提供配套支持，从而拓展主营业务的持续发展空间；企业信息化管理系统建设项目将进行信息化升级和开发，旨在以信息技术手段全面提升公司的信息交流效率、以数据统计分析辅助经营管理决策，并增强对子公司、品牌中心的管控能力。

综上，公司未来业务扩张能力较强。

五、《反馈意见》信息披露问题 10：请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系，发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定。

（一）请保荐机构、发行人律师说明发行人参股公司其他股东是否与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属存在关联关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人控股子公司及参股公司的营业执照/登记证、公司章程；

2. 查阅发行人控股子公司及参股公司的其他股东的营业执照/登记证或身份证件；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员填写的调查表；

4. 查阅发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的不存在关联关系的确认函。

核查内容：

截至本补充法律意见书出具日，发行人拥有 5 家控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟、香港摩亚方舟、新西兰绿洲及新西兰氧馥）以及 2 家参股公司（北京盛可及 C&K 国际）。上述公司中其他股东的基本情况如下：

(1) 新西兰摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	若羽臣新西兰	6,000.00	60.00%
2	HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）	2,500.00	25.00%
3	NZHG HOLDING LIMITED	1,500.00	15.00%
合　计		1,000.00	100.00%

经核查，若羽臣新西兰系若羽臣的全资子公司，除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况如下：

①NZHG HOLDING LIMITED

名称	NZHG HOLDING LIMITED		
住所	25a O'rorke Road, Penrose, Auckland, 1061, NZ		
授权资本	10,000 股		
类型	新西兰有限公司		
成立日期	2018 年 11 月 27 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）	10,000.00	100%
备注	曾浩、陈东升及吴丽芳分别持有徕兔家集团控股有限公司（LVITA HOLDING GROUP LIMITED）55.72%、37.14%及 7.14%股权		

②HEALTHY TRADING LIMIED（海瑞森贸易有限公司）

名称	HEALTHY TRADING LIMITED（海瑞森贸易有限公司）		
住所	RM 19c LOCKHART CTR 301-307, LOCKHART RD WAN CHAI, HK		
注册资本	50 万美元		
类型	香港有限公司		
成立日期	2016 年 10 月 7 日		
股东	股东名称	持股数	持股比例
	Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）	500,000.00	100%
备注	Majuro Nominees Ltd.持有 Healthy International Holding Ltd.（海瑞森国际控股有限公司）100%股权		

(2) 广州摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有广州摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(3) 香港摩亚方舟

截至本补充法律意见书出具日，新西兰摩亚方舟持有香港摩亚方舟 100%股权。除若羽臣新西兰外，新西兰摩亚方舟的其他股东的基本情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(4) 新西兰氧馥

截至本补充法律意见书出具之日，新西兰氧馥的股权结构如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东名称	持股数（股）	持股比例
1	新西兰摩亚方舟	5,100	51.00%
2	OXYGEN SKINCARE LIMITED	3,400	34.00%
3	PHOENIX BEAUTY ESHOP PTY LTD	1,500	15.00%
合　计		10,000	100.00%

除新西兰摩亚方舟外，新西兰氧馥的其他股东的基本情况如下：

①OXYGEN SKINCARE LIMITED

名称	OXYGEN SKINCARE LIMITED		
住所	73 Mount Taylor Drive, Glendowie, Auckland, 1071 , New Zealand		
授权资本	100 股		
类型	新西兰有限公司		
成立日期	2018 年 12 月 24 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例
	王澍	100	100%

③PHOENIX BEAUTY ESHOP PTY LTD

名称	PHOENIX BEAUTY ESHOP PTY LTD		
注册号	621 439 674		
注册地/营业地	7 Averill Street, Rhodes Nsw 2138		
授权资本	1000 股		
类型	澳大利亚有限公司		
董事	LIN DONGMEI		
成立日期	2017 年 9 月 1 日		
股东	股东名称	持股数（股）	持股比例
	H&R BUSINESS PTY LTD	623	62.30%
	XIAN SITING	80	8.00%
	FANG SHUJING	49	4.90%
	ZHONG XIAOQIAN	46	4.60%
	CHEN LI	43	4.30%
	YAN JUN	43	4.30%
	SONG YANG	39	3.90%
	DU MI	39	3.90%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	CHEN YUMENG	19	1.90%
	RUAN BEIBEI	19	1.90%
	合计	1,000	100.00%

(5) 新西兰绿洲

截至本补充法律意见书出具之日，新西兰摩亚方舟持有新西兰绿洲 100%股权。新西兰摩亚方舟的股东情况详见上述回复中“新西兰摩亚方舟”部分内容。

(6) 北京盛可

截至本补充法律意见书出具日，北京盛可的股权结构如下：

序号	股东名称	出资额（万元）	出资比例
1	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	765.00	51.00%
2	若羽臣	735.00	49.00%
合　计		1,500.00	100.00%

根据发行人提供的资料及公开渠道查询，除发行人外，北京隆盛泰健康科技股份有限公司的基本情况如下：

名称	北京隆盛泰健康科技股份有限公司
统一社会信用代码	911101026004695311
住所	北京市西城区德外大街新风街 2 号 A 座 14 层 1406
法定代表人	王卫东
注册资本	4,500 万元
类型	其他股份有限公司（非上市）
成立日期	1997 年 12 月 18 日
营业期限	1997 年 12 月 18 日至长期
经营范围	技术开发、技术转让及咨询、培训；电子商务;购销百货、针纺织品、工艺美术品、土产品、金属材料、机械电器设备;销售化妆品、卫生用品、日用品；商贸信息咨询(中介服务除外);承办展览展示；文化艺术交流(演出除外)；货物进出口；代理进出口；技术进出口；销售食品。(企业依法自主选择经营项目,开展经营活动;销售食品以及依法须经批准的项目,经相关部门批准后依批准的内容开展经营活动；不得

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	从事本市产业政策禁止和限制类项目的经营活动。)		
截至 2019 年 12 月 31 日前五大股东	股东名称	持股数量	持股比例
	北京隆盛泰投资管理有限公司	18,000,000	40.00%
	北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）	9,000,000	20.00%
	王卫东	8,913,000	19.8067%
	蒋猛	6,450,000	14.3333%
	富丰泓锦投资（深圳）合伙企业（有限合伙）	900,000	2.00%
	合计	43,263,000	96.14%
备注	王卫东为北京隆盛泰投资管理有限公司的控股股东,持股比例为 85%,蒋猛为北京隆盛泰投资管理有限公司的股东，持股比例为 15%；王卫东为北京隆盛家和投资管理中心（有限合伙）的普通合伙人及执行事务合伙人。		

(7) C&K 国际

截至本补充法律意见书出具日，C&K 国际的股权结构如下：

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
1	裴學峰	27,000	30.00%
2	安敬烈	14,400	16.00%
3	Haowu Brand Management Co., Limited	14,400	16.00%
4	若羽臣韩国	7,200	8.00%
5	柳贤旭	7,200	8.00%
6	李学成	6,300	7.00%
7	崔润镇	5,400	6.00%
8	周武勁	2,700	3.00%
9	李宗秀	1,800	2.00%
10	金景花（音译）	1,800	2.00%
11	任英淑（音译）	1,800	2.00%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例
合　计		90,000	100.00%

根据发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的调查表以及公开渠道查询，发行人控股子公司及参股公司的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。

（二）发行人董事、高管是否符合《公司法》第 148 条及公司章程的有关规定

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员填写的调查表；

2. 查阅发行人关于董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及《公司章程》有关规定的确认文件；

3. 查阅发行人董事、高级管理人员出具的承诺函；

4. 查阅发行人及其董事、高级管理人员的银行流水；

5. 通过“企查查”、“国家企业信用信息公示系统”等公开网站查询。

核查内容：

《公司法》第 148 条规定：“董事、高级管理人员不得有下列行为：（一）挪用公司资金；（二）将公司资金以其个人名义或者以其他个人名义开立账户存储；（三）违反公司章程的规定，未经股东会、股东大会或者董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（四）违反公司章程的规定或者未经股东会、股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（五）未经股东会或者股东大会同意，利用职务便利为自己或者他人谋取属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与所任职公司同类的业务；（六）接受他人与公司交易的佣金归为己有；（七）擅自披露公司秘密；（八）违反对公司忠实义务的其他行为。董事、高级管理人员违反前款规定所得的收入应当归公司所有。”

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据发行人《公司章程》第 91 条及第 119 条，发行人董事、高级管理人员应当遵守法律、行政法规和本章程的规定，对公司负有下列忠实义务：（一）不得利用职权收受贿赂或者其他非法收入，不得侵占公司的财产；（二）不得挪用公司资金；（三）不得将公司资产或者资金以其个人名义或者其他个人名义开立账户存储；（四）不得违反本章程的规定，未经股东大会或董事会同意，将公司资金借贷给他人或者以公司财产为他人提供担保；（五）不得违反本章程的规定或未经股东大会同意，与本公司订立合同或者进行交易；（六）未经股东大会同意，不得利用职务便利，为自己或他人谋取本应属于公司的商业机会，自营或者为他人经营与本公司同类的业务；（七）不得接受他人与公司交易的佣金归为己有；（八）不得擅自披露公司秘密；（九）不得利用其关联关系损害公司利益；（十）法律、行政法规、部门规章及本章程规定的其他忠实义务。董事、高级管理人员违反本条规定所得的收入，应当归公司所有；给公司造成损失的，应当承担赔偿责任。”

经查阅发行人及其董事、高级管理人员报告期内的银行流水、发行人董事、高级管理人员填写的关联关系调查表、出具的承诺函以及发行人的确认，并经本所律师网络核查，发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人《公司章程》的有关规定，报告期内不存在违反对公司忠实义务的行为。

核查结论：

经核查，本所律师认为发行人控股子公司（广州摩亚方舟、新西兰摩亚方舟及香港摩亚方舟）及参股公司（北京盛可及 C&K 国际）的其他股东与发行人控股股东、实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其近亲属不存在关联关系。发行人董事、高级管理人员符合《公司法》第 148 条及发行人《公司章程》的有关规定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

六、《反馈意见》信息披露问题 13：请保荐机构、发行人律师：（1）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求。（2）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性。（3）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化。

（一）落实招股书准则第 61 条关于董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入情况的披露要求

经核查，除公司董事王建优从公司股东朗姿股份处领取薪酬外，其他董事、监事、高级管理人员及核心技术人员最近一年不存在从发行人关联企业领取收入的情形。2019 年度，公司董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从公司及其子公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元（税前）

姓名	职务	2019 年度薪酬总额
王玉	董事长、总经理	160.97
王文慧	董事	46.88
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	119.57
徐晴	董事、副总经理	91.50
梁婕	董事、副总经理	101.47
卞静	独立董事	7.60
孙海法	独立董事	7.60
柳建华	独立董事	7.60
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	39.31
欧阳玉斌	职工代表监事	72.63
胡冬根	职工代表监事	49.60

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2019 年度薪酬总额
罗志青	财务负责人、董事会秘书、副总经理	93.69
高元鑫	原董事、原副总经理	17.27
姜立涛	原董事、原副总经理	--
朱嘉玲	原监事会主席	46.92
宋春涛	原副总经理	--
合计	**--**	**862.61**

注：公司原董事、原副总经理高元鑫已于 2019 年 4 月离职，其 2019 年度的薪酬领取时间为 2019 年 1-3 月。

保荐机构已在《招股说明书》“第八节 董事、监事、高级管理人员”按照《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》第 61 条的规定，披露了发行人董事、监事、高级管理人员最近一年从发行人及其关联企业领取收入的情况。

（二）与同行业地区可比公司比较，说明董监高、核心技术人员薪酬的合理性，尤其是个别董事、监事薪酬偏低的原因；如存在明显差异的，请说明其薪酬政策的延续性及未来三年的薪酬政策是否稳定，如拟发生变化，请说明变化的原因及其合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人董事、监事、高级管理人员 2017 年度、2018 年度、2019 年度薪酬情况；

2. 查阅同行业可比公司杭州壹网壹创科技股份有限公司（以下简称“壹网壹创”）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司（以下简称“丽人丽妆”）的公开披露文件；

3. 查阅发行人的《薪酬与考核委员会工作细则》；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 查阅发行人的职位职级体系、薪酬等级等文件；

5. 查阅广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市人力资源和社会保障局发布 2019 年人力资源市场工资指导价位及 2018 年企业人工成本信息》、《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》。

核查内容：

1. 发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬情况及个别董事、监事薪酬偏低的原因

经核查，最近一年，发行人董事、监事和高级管理人员及其他核心人员从本公司及其下属公司领取薪酬的情况如下：

单位：万元（税前）

姓名	职务	2019 年度薪酬总额
王玉	董事长、总经理	160.97
王文慧	董事	46.88
王建优	董事	--
何治明	董事、副总经理	119.57
徐晴	董事、副总经理	91.50
梁婕	董事、副总经理	101.47
卞静	独立董事	7.60
孙海法	独立董事	7.60
柳建华	独立董事	7.60
谭艳	非职工代表监事、监事会主席	39.31
欧阳玉斌	职工代表监事	72.63
胡冬根	职工代表监事	49.60
罗志青	财务负责人、董事会秘书、	93.69

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

姓名	职务	2019 年度薪酬总额
	副总经理	
高元鑫	原董事、原副总经理	17.27
姜立涛	原董事、原副总经理	--
朱嘉玲	原监事会主席	46.92
宋春涛	原副总经理	--
合计	-	**862.61**

注：王建优于 2018 年度担任朗姿股份的董事会秘书及副总经理，根据朗姿股份披露的 2018 年年度报告，王建优 2018 年度从朗姿股份领取的税前报酬为 72.76 万元；高元鑫于 2019 年 4 月辞任发行人董事、高级管理人员，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-12 月，2019 年的薪酬领取时间为 2019 年 1-3 月；姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月。

根据发行人的说明并经核查，发行人个别董事、监事薪酬偏低的原因如下：

(1) 董事王建优系发行人股东朗姿股份推荐并经发行人董事会提名、股东大会选举的董事，未在发行人担任其他职务，故未在发行人处领取薪酬；

(2) 独立董事的薪酬明显低于其他非独立董事，系由于独立董事薪酬是发行人根据市场情况与独立董事协商确定，不存在显著低于市场价格的情形；

(3) 监事谭艳、胡冬根的薪酬低于监事欧阳玉斌的薪酬，系由于监事欧阳玉斌同时担任公司的品牌运营事业部总监，监事谭艳、胡冬根的薪酬不存在明显低于同行业（拟）上市公司监事薪酬的情况。

2. 与同行业地区可比公司比较，发行人董事、监事、高级管理人员的薪酬具有合理性

(1) 与同行业（拟）上市公司董事、监事、高级管理人员的薪酬对比

根据发行人提供的资料及公开可查询的信息，发行人董事、监事、高级管理人员的平均薪酬与可比公司比较如下：

单位：万元/人/年

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司名称	所处地区	2019 年度	2018 年度	2017 年度
丽人丽妆	上海	未公开	129.47	80.18
壹网壹创	杭州	未公开	45.09	45.73
发行人	广州	61.62	52.39	58.55

注 1：姜立涛于 2018 年 9 月辞任发行人副总经理、董事，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-9 月；宋春涛于 2017 年 4 月辞任发行人董事会秘书，于 2018 年 6 月辞任发行人人副总经理及其他任何职务，2018 年的薪酬领取时间为 2018 年 1-6 月；高元鑫于 2019 年 4 月辞任发行人董事、高级管理人员， 2019 年的薪酬领取时间为 2019 年 1-3 月。

注 2：“丽人丽妆”指上海丽人丽妆化妆品股份有限公司，“壹网壹创”指杭州壹网壹创科技股份有限公司。上述丽人丽妆和壹网壹创的数值系根据公开文件测算。根据丽人丽妆公开披露的文件，其于 2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员支付的薪酬总额分别为 721.62 万元和 1,165.19 万元，该公司现任董事、监事、高级管理人员 12 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪总额除以 9。根据壹网壹创公开披露的文件，其于 2017 年、2018 年向董事、监事、高级管理人员等关键管理人员支付的薪酬总额分别为 502.99 万元、495.98 万元。该公司现任董事、监事、高级管理人员及核心管理人员 14 人，其中 3 人不在公司领取薪酬。该公司董事、监事、高级管理人员年平均薪酬的计算方式为该公司支付的董事、监事、高级管理人员年度薪筹总额除以 11。

根据上表对比分析，发行人董事、监事、高级管理人员 2018 年度的平均薪酬低于丽人丽妆、高于壹网壹创。经核查，丽人丽妆董事长及副总经理黄韬、董事及副总经理黄梅、监事会主席汪华 2018 年的薪酬分别 357.10 万元、322.98 万元、205.40 万元，薪酬远高于其他董事、监事、高级管理人员的薪酬，剔除该等人员后，该公司董事、监事、高级管理人员 2018 年的薪酬平均值为 49.62 万元。发行人综合考虑公司整体经营状况、市场薪酬水平以及董事、监事、高级管理人员的岗位职责，从而确定其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平，与同行业企业相比，处于合理区间，不存在重大差异。

(2) 与同地区人力资源指导价位对比

根据发行人主营业务，发行人所处行业属于电子商务服务业。根据《上市公司行业分类指引》（2012 年修订）和《国民经济行业分类》（GB/T4754-2017），发行人所处行业归属于“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据广州市人力资源和社会保障局发布的《广州市人力资源和社会保障局发布 2019 年人力资源市场工资指导价位及 2018 年企业人工成本信息》、《广州市 2018 年人力资源市场工资指导价位及 2017 年企业人工成本信息》、《广州市 2017 年人力资源市场工资指导价位》，2017 年至 2019 年，广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指导价位具体如下：

单位：万元/年/人

职位	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	75 分位	90 分位	75 分位	90 分位	平均数	高位数
企事业单位负责人	31.64	48.81	20.63	31.46	-	-
企业总经理	37.67	65.19	20.05	34.51	24.16	70.51
生产经营部门经理	39.30	45.98	21.07	33.36	14.82	44.25
财务部门经理	19.17	40.45	13.19	25.05	13.43	43.38
行政部门经理	22.92	50.54	18.78	33.88	13.55	35.85
销售和营销部门经理	28.12	46.15	20.00	43.14	9.45	26.44
计算机服务部门经理	25.49	41.51	18.43	23.93	18.09	50.63
研究和开发部门经理	30.89	50.00	22.66	28.72	14.59	41.14
其他职能部门经理	29.51	41.99	26.86	37.50	23.95	66.18
其他企业中高级管理人员	40.69	50.81	25.02	30.22	18.75	35.30
平均值	30.54	48.14	20.67	32.18	16.75	45.96
公司董事、监事、高级管理人员的薪酬平均值	61.62		52.39		58.55	

注 1：广州市人力资源市场工资指导价位数据由广州市人力资源和社会保障局统计发

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

布， 2017 年的工资指导价位采用平均数、中位数方式统计，2018 年的工资指导价位采用更具代表性的百分位数（10 分位、25 分位、50 分位、75 分位、90 分位）统计，更全面的反映数据的客观状况。其中， 75 分位（较高值）表示样本中有 75%的数据小于此数值，反映市场的较高水平；90 分位（偏高值）表示样本中有 90%的数据小于此数值，反映市场的高端水平。

注 2：《广州市人力资源和社会保障局发布 2019 年人力资源市场工资指导价位及 2018 年企业人工成本信息》统计发布的“信息传输、软件和信息技术服务业”职业工资指导价位系以元/月为单位，上表披露的数据系工资指导价位（元/月）×12（月）计算所得。

注 3：高位数是指数列后 10%的数据的算术平均；平均数是指全部样本数据的平均数；

注 4：广州市人力资源市场工资指导价位数据原系以元为单位列示，为方便对比，统一本反馈意见统一修改为以万元为单位。

综上，报告期内，与同行业公司丽人丽妆和壹网壹创对比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员平均薪酬处于合理区间；与广州市人力资源和社会保障局关于广州地区信息传输、软件和信息技术服务业管理类岗位的工资指导价位相比，发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员的平均薪酬属于偏高值，处于市场的高端水平。报告期内发行人董事、监事、高级管理人员及核心技术人员薪酬水平与发行人的经营规模及自身发展情况相匹配，具备合理性。

3. 发行人的薪酬政策具备延续性，在未来三年将持续保持稳定

经核查，发行人已设立薪酬与考核委员会，并制定了《薪酬与考核委员会工作细则》，发行人已形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来将持续保持稳定。根据发行人说明，未来发行人将在现行薪酬制度的基础上，根据公司经营发展状况、市场物价消费指数及当地人均薪酬水平对其董事、监事、高级管理人员的薪酬水平进行不断完善，使其收入水平保持竞争力，实现人员资源可持续发展。

综上，经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（三）报告期，发行人部分董事、高管辞职，请说明具体原因，前述事项是否构成董事、高管重大变化

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人董事、高级管理人员离职相关的内部决策文件；

2. 查阅离职董事、高级管理人员的辞职申请等资料；

3. 就发行人部分董事、高级管理人员的离职原因与发行人相关人员进行访谈。

核查内容：

1. 发行人部分董事、高级管理人员辞职原因

经核查，报告期内，发行人部分董事、高级管理人员的辞职情况及原因如下：

姓名	职务	辞职时间	辞职原因
刘国常	独立董事	2017.07	个人职业发展规划调整
高元鑫	董事、副总经理	2019.04	个人职业发展规划调整
宋春涛	副总经理	2018.06	个人职业发展规划调整
姜立涛	董事、副总经理	2018.09	退休

经核查，上述董事、高级管理人员离职后，未在发行人担任任何职位。

2. 发行人部分董事、高级管理人员辞职不构成董事、高管重大变化

经核查，报告期内，发行人的董事变化情况如下：

期间	董事姓名	变化原因
2017.01.01-2017.05.18	王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、刘国常	—
2017.05.18-2017.07.29	王玉、王文慧、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、刘国常	增选王文慧担任董事

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	董事姓名	变化原因
2017.07.29-2018.09.27	王玉、王文慧、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫、卞静、孙海法、柳建华	独立董事刘国常辞职，补选柳建华担任独立董事
2018.09.27-2019.04.15	王玉、王文慧、王建优、徐晴、高元鑫、何治明、卞静、孙海法、柳建华	董事换届选举，其中姜立涛退休，增选何治明为董事，朗姿股份提名的董事由申东日变更为王建优
2019.04.15至今	王玉、王文慧、王建优、徐晴、梁婕、何治明、卞静、孙海法、柳建华	高元鑫辞职，补选梁婕为公司董事

报告期内，发行人的高级管理人员变化情况如下：

期间	高级管理人员姓名	变化原因
2017.01.01-2017.04.28	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、宋春涛； 董事会秘书：宋春涛； 财务负责人：罗志青	—
2017.04.28-2018.09.27	总经理：王玉； 副总经理：姜立涛、徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、宋春涛； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	宋春涛辞去公司董事会秘书职务，公司财务负责人罗志青同时兼任董事会秘书
2018.09.27-2019.03.31	总经理：王玉； 副总经理：徐晴、高元鑫、梁婕、何治明、罗志青； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	姜立涛退休，辞去公司担任的所有职务，公司财务负责人罗志青同时担任公司副总经理
2019.04.01至今	总经理：王玉； 副总经理：徐晴、梁婕、何治明、罗志青； 董事会秘书兼财务负责人：罗志青	高元鑫辞职

经核查，报告期内，发行人董事及高级人员的变动人数较少，占发行人董事及高级管理人员总人数的比例不足三分之一，占比较低；发行人部分董事、高级管理人员离职主要系基于个人原因，新增的非独立董事及高级管理人员均是发行人内部培养产生或原股东提名的董事变更产生，发行人实际控制人王玉一直担任

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人的董事、总经理，发行人实际控制人王文慧从 2017 年 5 月至今一直担任发行人的董事，徐晴一直担任发行人的董事兼副总经理，罗志青一直担任公司的财务负责人，发行人的核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化，未影响发行人经营管理的稳定性。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人董事、监事、高级管理人员、核心技术人员的薪酬水平与发行人的经营规模增长及自身发展情况相匹配，具备合理性；发行人已设立薪酬与考核委员会并形成较为健全的薪酬制度，薪酬政策在未来三年将持续保持稳定。报告期内发行人部分董事、高级管理人员均系基于个人原因离职，未对发行人的经营产生重大不利影响，发行人新增的非独立董事及高级管理人均是发行人内部培养产生或原股东提名的董事变更导致，发行人核心董事、管理层主要成员未发生变化，不构成董事、高级管理人员的重大变化。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____

张学兵

经办律师：_____

全　奋

_____

程俊鸽

2020年 3月 31日

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲6号SK大厦31、33、36、37层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所
关于广州若羽臣科技股份有限公司
首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（六）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第12号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于2019年6月17日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），并分别于2019年9月24日、2019年12月2日、2020年1月10日、2020年1月16日、2020年3月31日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

并上市的补充法律意见书（二）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）》（以下分别简称“《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》”）等文件。

鉴于发行人针对中国证监会反馈所涉的部分问题取得了新的证明文件，并补充提供了新的资料，本所律师进行补充核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

《反馈意见》信息披露问题 2：招股说明书披露了报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业。请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况；已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

（一）请保荐机构、发行人律师说明上述主体中被注销的企业注销的原因，是否存在因重大违法违规而注销的情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 通过“国家企业信用信息公示系统”和“企查查”等线上企业信息查询系统核查报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的已注销企业的工商登记信息；

2. 查阅已注销企业的注销文件；

3. 查阅境外律师就已注销的境外企业发表的法律意见；

4. 查阅关于南昌博铭被工商主管部门吊销营业执照的个人责任说明文件；

5. 查阅主管机关开具的证明文件；

6. 查阅曾担任因未按时报送年度报告被吊销营业执照的企业法定代表人，在三年内担任拟上市公司董事、高级管理人员并成功上市的案例；

7. 访谈发行人实际控制人就企业注销原因进行确认。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业及其

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

注销的原因如下：

序号	企业名称	关联关系	注销原因
1	南昌博铭商贸有限公司	发行人控股股东王玉曾持有南昌博铭商贸有限公司50%股权，并担任法定代表人、执行董事兼总经理。南昌博铭商贸有限公司已于2017年11月22日注销	南昌博铭商贸有限公司注销前已经多年未实际开展业务，股东一致同意对其清理注销
2	上海喜育儿	发行人子公司杭州红时曾持股49%，上海喜育儿已于2018年1月24日注销	因控股股东业务调整，上海喜育儿的股东协商一致注销该企业
3	北京金辉佳意科技有限公司	发行人曾控股的子公司，已于2018年3月22日注销	原计划开展京东POP业务，之后因业务调整，未实际开展该业务，因此与其他股东协商一致后注销该企业
4	广州流尚	曾系发行人子公司宁波宝莉的全资子公司，已于2018年9月29日注销	未实际开展业务，发行人对下属公司架构进行调整注销该企业
5	鸿迈国际	发行人曾持股49%的企业，已于2019年3月29日注销	因控股股东业务调整，鸿迈国际股东协商一致后注销该企业
6	美国丽喜	曾系发行人的全资子公司，已于2019年7月19日注销	注销前主要从事天猫国际专营店业务，发行人因业务调整注销该企业
7	深圳蓬蓬妈	曾系发行人的全资子公司，已于2019年6月18日注销	注销前主要从事线上代运营业务，发行人因业务调整注销该企业

根据工商、税务等主管机关出具的证明以及境外律师就上述已注销境外企业发表的法律意见，上述注销企业不存在因重大违法违规行为而注销的情况，其中，南昌博铭商贸有限公司（以下简称“南昌博铭”）在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款的情况，具体如下：

1. 南昌博铭注销前的基本情况

经核查，南昌博铭系王玉读大学期间，与万长茂共同创办的企业，南昌博铭成立时的基本情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

名称	南昌博铭商贸有限公司
注册号	360111210000348
住所	江西省南昌市青山湖区上海路老支局 34 栋 1 单元 503 室
法定代表人	王玉
注册资本	3 万元
类型	有限责任公司（自然人投资或控股）
成立日期	2007 年 08 月 22 日
经营范围	国内贸易
股权结构	王玉持股 50%，万长茂持股 50%

南昌博铭自成立至注销，股权结构未发生过变更。

2017 年 11 月 22 日，南昌市青山湖区市场和质量监督管理局出具《注销证明》，证明南昌博铭已依法定程序注销完毕。

2. 因长期未实际经营被列入经营异常名录且未及时报税被予以罚款

经登录“国家企业信用信息公示系统”查询，南昌博铭因未依照《企业信息公示暂行条例》第八条规定的期限公示年度报告，分别于 2015 年、2016 年被南昌市青山湖区市场和质量监督管理局列入经营异常名录，并于 2017 年 6 月 29 日被该局吊销营业执照。2017 年 9 月 18 日，南昌博铭因未按照规定期限办理纳税申报和报送纳税资料，被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局分别罚款 500 元和 2,000 元。

南昌市青山湖区市场监督管理局于 2020 年 4 月 7 日出具《关于南昌博铭商贸有限公司情况说明的函》（洪湖市监信监函字[2020]1 号），该局未发现南昌博铭在存续期内有其他违法行为。

3. 王玉对上述处罚不负有个人责任，相关行为不构成重大违法违规

经核查，上述工商和税务行政处罚均是由于南昌博铭未按规定及时报送年度报告、办理纳税申报所致。根据本所律师对万长茂的访谈情况、股东王玉及万长茂的说明及万长茂出具的确认函，南昌博铭系王玉与万长茂在大学期间开办的企业，由于王玉大学毕业后离开江西到广州创业，经常居住地不在江西，遂于 2007

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年 8 月委托并授权万长茂代王玉履行南昌博铭商贸有限公司法定代表人的职权，授权事项范围包括日常经营管理、代南昌博铭签署相关文件、办理纳税申报、工商年检等事宜。之后由于南昌博铭长期未实际经营，万长茂疏忽，导致南昌博铭未及时报送年度报告及纳税申报被工商主管部门吊销营业执照，王玉对此不负有个人责任。

根据《公司法》等相关法律、法规的规定，担任因违法被吊销营业执照的公司的法定代表人，并负有个人责任的，自该公司、企业被吊销营业执照之日起未逾三年，则不得担任公司的董事、监事、高级管理人员。经查阅南昌博铭吊销当时至今有效的相关法规，相关规定并没有对“并负有个人责任”进行明确界定。王玉曾担任南昌博铭的法定代表人，但由于其经常居住地不在江西，无法正常履行职权，且于 2007 年 8 月已将经营管理权授予万长茂，之后由于万长茂工作疏忽，导致南昌博铭未及时报送年度报告及办理纳税申报被工商主管部门吊销营业执照，因此，王玉对南昌博铭因未及时报送年度报告被吊销营业执照不负有个人责任。

针对上述情况，南昌博铭的主管机关南昌市青山湖区市场监督管理局于 2020 年 4 月 7 日出具《关于南昌博铭商贸有限公司情况说明的函》（洪湖市监信监函字[2020]1 号），在其查询并知悉南昌博铭于 2017 年 6 月被吊销营业执照的情况下，该局通过江西省云服务平台查询，南昌博铭法定代表人王玉未在因吊销营业执照导致的企业法定代表人任职限制黑名单内；该局通过江西省企业信用信息公示系统查询，亦未发现南昌博铭在存续期内有其他违法行为。另外，发行人于 2019 年 12 月 19 日向其主管机关广州市黄埔区市场监督管理局提交《请示报告》，说明了南昌博铭被吊销营业执照及王玉在南昌博铭任职等情况，并请求该局对王玉是否具备担任公司法定代表人、董事或高级管理人员的资格予以确认。广州市黄埔区市场监督管理局（广州开发区市场监督管理局）收到上述请示后，未对王玉担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格提出任何异议，并于 2020 年 1 月 15 日出具《关于广州若羽臣科技股份有限公司法定代表人相关情况的函》，确认王玉系该局管辖区企业广州若羽臣科技股份有限公司的法定代表人，经 2020 年 1 月 14 日查询该局业务系统“国家黑名单查询”，未发现王玉存

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

在黑名单记录以及不能担任董事、监事和高级管理人员的记录。

综上，鉴于王玉对南昌博铭被吊销营业执照不负有个人责任，南昌博铭的主管机关南昌市青山湖区市场监督管理局出具专项说明，证明王玉未在因被吊销营业执照导致的企业法定代表人任职限制黑名单内，同时，发行人的主管机关广州市黄埔区市场监督管理局（广州开发区市场监督管理局）在知悉南昌博铭被吊销营业执照且王玉担任其法定代表人的事项后亦未对王玉担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格提出任何异议，并出具文件确认王玉不存在不能担任董事、监事和高级管理人员的记录，因此，本所律师认为，王玉具备担任发行人董事、高级管理人员及法定代表人的资格。

鉴于南昌博铭被吊销营业执照及注销前分别被南昌市青山湖区国家税务局和南昌市青山湖区地方税务局处以罚款 500 元和 2,000 元，均是由于长期停止经营，工作人员疏忽未及时报送年度报告及报税资料导致，处罚金额较小，因此，南昌博铭上述行为不构成重大违法违规。

（二）已对外转让的主体转让的原因和基本情况、转让对价及其公允性，该等企业的经营业务与发行人主营业务的关系，转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人转让上海翊烨 19%股权的转让协议及转让价款收取凭证；

2. 查阅发行人业务合同，以及发行人就其与上海翊烨交易情况出具的确认文件；

3. 查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员的关联关系调查表；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员就与上海翊烨股权转让受让方俞小霞不存在关联关系或其他可能输送不当利益的确认文件。

核查内容：

经核查，报告期内，发行人及其实际控制人对外转让的其曾控制或有重大影响的企业为上海翊烨。

1. 转让原因及基本情况、转让对价及其公允性，与发行人主营业务的关系

(1) 转让原因及基本情况、与发行人主营业务的关系

上海翊烨成立于 2013 年 9 月 16 日，注册资本 100 万元，其 2017 年未经审计的净利润为 208.23 万元。2017 年 4 月，若羽臣对上海翊烨增资取得上海翊烨 19%的股权，且上海翊烨及其创始人承诺上海翊烨 2017 年至 2019 年净利润分别不低于 500 万元、1,000 万元和 2,000 万元。

2017 年上海翊烨未实现承诺的业绩，且存在不能实现 2018 年度承诺业绩的风险，未达到若羽臣投资的预期目标。因此，2018 年 12 月若羽臣与上海翊烨的控股股东俞小霞协商一致，由俞小霞回购发行人所持上海翊烨的全部股权。

(2) 转让对价及其公允性

2018 年 12 月 25 日，发行人与上海翊烨的控股股东俞小霞签署《股权转让协议》，将所持上海翊烨 19%的股权以 880 万元价格转让给俞小霞，以发行人对上海翊烨原投资额 760 万元为基准计算的年化投资回报率为 8.98%，高于同期人民币贷款基准利率，定价具有合理性和公允性。

2. 转让后是否与发行人存在交易，以及该等交易的决策程序、必要性及定价公允性

经核查发行人业务合同以及发行人出具的确认函，发行人转让上海翊烨股权后，未与上海翊烨之间发生交易。

3. 对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属是否存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员提供的调查表及出具的确认，发行人对外转让上海翊烨股权的受让方为俞小霞，俞小霞与发行人实际控制人、董事、监事及高级管理人员及其近亲属之间不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

核查结论：

经核查，本所律师认为，报告期内发行人及其实际控制人曾控制或有重大影响的企业中，被注销的企业不存在因重大违法违规而注销的情况，其中，南昌博铭在注销前存在因长期未实际经营未按期公示年度报告被列入经营异常名录以及因长期未实际经营未按期办理纳税申报和报送纳税资料被予以罚款；已对外转让企业的转让对价公允，转让后与发行人不存在交易，对外转让企业的受让方与发行人实际控制人、董监高及其近亲属不存在关联关系或其他可能输送不当利益的关系。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（六）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____　　经办律师：_____

张学兵　　全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2020 年 4 月 14 日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（七）

二〇二〇年 五月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（七）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），并分别于 2019 年 9 月 24 日、2019 年 12 月 2 日、2020 年 1 月 10 日、2020 年 1 月 16 日、2020 年 3 月 31 日、2020 年 4 月出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（六）》（以下分别简称“《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》”）等文件。

鉴于发行人针对中国证监会反馈所涉的部分问题取得了新的证明文件，并补充提供了新的资料，本所律师进行补充核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

一、《告知函》问题 1：关于收入及持续盈利能力。2017 年至 2019 年，发行人分别实现营业收入 67,092.64 万元、93,098.38 万元、95,886.70 万元，其中线上代运营零售模式、电商平台渠道分销业务收入均先增后降，非电商平台分销业务收入持续大幅增长，2019 年品牌策划收入同比下降，主要因从之前聚焦电商领域的项目执行向上游拓展到品牌项目创意设计所致。2017 年、2018 年，发行人线上销售收入（包括线上代运营业务零售模式、线上代运营业务服务费模式和对电商平台的渠道分销模式）合计金额分别为 60,954.79 万元、79,487.41 万元，占营业收入比例分别为 90.85%、85.38%。发行人基本通过天猫、京东及唯品会三类电商渠道实现线上销售收入。发行人为品牌方提供的营销推广服务通过平台推广工具实现，主要包括平台运行费和广告宣传费。发行人主要向京东自营和唯品会开展渠道分销业务，电商平台分销商业务模式中，商品向终端消费者的线上销售主要由电商客户自行完成，仓储物流由电商平台负责。发行人根据电商客户的需求为其提供不同程度的运营支持服务，包括品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘等。报告期内，发行人电商平台分销收入分别为 21,288.65 万元、32,079.60 万元和 26,637.71 万元，占营业收入比例分别为 31.73%、34.46%和 27.78%。发行人报告期内主要品牌同类产品销售单价波动较大。请发行人：（1）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销业务报告期内营业收入的实现及波动情况，波动的原因及合理性，是否与行业可比公司一致；（2）按月列示线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销模式下的营业收入情况，说明并披露相关收入实现情况及销售特征是否与互联网销售、普遍消费习惯及发行人的主要促销活动相符；（3）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销模式报告期内的毛利率情况，毛利率水平及波动趋势的原因及合理性；（4）说明并披露在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，发行人线上零售收入和电商平台分销收入下降的原因，未来可持续增长是否存在重大不确定性；其中在电商平台唯品会市场份额下降负面消息较多的背景下，发行人 2018、2019 年在唯品会分销收入大幅增长原因及合理性；（5）说明并披露在 2019 年在电商平台分销收入同比下降的情况下，线上代运营收入保持稳定、运营服务收入实现增长的原因及合理性；（6）结合零售终端

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

模式下的消费特点、发行人及客户采取的具体促销活动及销售政策差异，说明并披露报告期内部分订单消费金额区间购买间隔平均低于 5 月的原因及合理性；（7）说明并披露发行人开展电商平台分销业务的核心竞争力，所提供运营支持服务的具体方式以及实施情况；（8）说明并披露非电商平台分销业务的客户合作流程、物流管理模式、涉及的品牌及销售客户情况、订单获取方式、销售政策、信用政策和收入确认政策与依据；非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的原因及合理性，是否实现最终销售；列示 2019 年主要非电商平台分销商的销售情况，主要非电商平台分销商是否与发行人存在关联关系；（9）结合市场供需变化、竞争对手情况及自身优势等，说明发行人在品牌策划服务收入及毛利率 2018 年同比均大幅增长的情况下，2019 年对原有业务方向进行调整的原因及其合理性；报告期主要品牌策划项目收入确认情况，收入确认依据是否充分；（10）说明并披露不同运营模式下销售定价原则及价格调整机制，品牌商对不同运营模式下销售价格的影响；报告期内是否存在相同品牌同类产品通过不同运营模式或销售渠道销售的情形，如是，说明存在的必要性及不同销售模式销售价格的差异情况及其合理性；（11）说明并披露发行人合作主要品牌的数量、规模、持续情况，结合发行人各报告期相关品牌终止合作的原因和发行人电商平台销售先增后降的态势，说明并披露发行人是否面临品牌信誉及重点客户流失的风险，发行人电商平台销售下滑的态势是否得到改善；（12）分别就线上代运营业务零售模式、线上代运营业务服务费模式，说明并披露发行人的竞争优势，并结合网上销售的新业态和新模式，说明相关业务的开展是否具有可持续性；（13）说明并披露随着电子商务综合服务业市场化程度不断较高，是否已出现降价竞争等无差异化竞争的情况，发行人的应对措施及有效性。请保荐机构、发行人律师及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见；并请保荐机构及会计师就报告期内零售终端模式下客户消费超过 10 万元的销售货物流、资金流开展核查和访谈，就客户采购的可验证性、合理性发表核查意见。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（一）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销业务报告期内营业收入的实现及波动情况，波动的原因及合理性，是否与行业可比公司一致

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅可比公司公开披露收入数据、波动情况和变化原因；

2. 与发行人收入增长情况进行对比，分析差异；

3. 对公司代表进行访谈，了解公司收入波动的原因。

核查内容：

报告期内，发行人线上代运营及渠道分销模式收入实现及波动情况如下：

单位：万元

项目		2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增速	金额	增速	金额
线上代运营	零售	35,325.65	-6.80%	37,902.95	16.26%	32,602.00
	服务费	11,965.21	25.89%	9,504.87	34.55%	7,064.13
	小计	**47,290.86**	**-0.25%**	**47,407.82**	**19.52%**	**39,666.13**
渠道分销	电商	26,838.33	-16.30%	32,065.55	50.95%	21,242.44
	非电商	15,356.99	169.33%	5,702.03	102.65%	2,813.71
	小计	**42,195.32**	**11.72%**	**37,767.58**	**57.00%**	**24,056.15**
线上代运营及渠道分销合计		**89,486.18**	**5.06%**	**85,175.40**	**33.67%**	**63,722.28**

由上表可知，2017-2019 年发行人线上代运营业务（含零售、服务费模式）和渠道分销业务整体呈现增长态势。

（1）2017-2018 年发行人线上代运营零售业务营业收入同比增长 16.26%，主要原因系电子商务服务业快速发展、网络购物市场规模快速增长，2018-2019 年公司线上代运营零售业务营业收入同比减少 6.80%，主要原因系发行人调整品牌矩阵，持续发展运营高毛利率优质品牌，淘汰占用资金较多且整体盈利能力不高的部分零售品牌所致。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（2）2017-2018 年发行人电商和非电商平台渠道分销业务受益于公司的运营推广均实现营业收入高速增长。2018-2019 年发行人电商平台渠道分销业务营业收入同比下降 16.30%，主要原因系发行人获授权运营 Mediheal/美迪惠尔品牌京东自营店铺，但相关合同未约定由发行人向京东自营独家供货，由于 2019 年上半年品牌方美迪惠尔渠道管理相对混乱，其他经销商以较低价格向京东供货，导致发行人 Mediheal/美迪惠尔品牌渠道分销收入减少。2018-2019 年发行人非电商平台渠道分销业务营业收入迅猛增长，系因公司不断开发新品牌所致。

（3）发行人线上代运营零售业务 2018 年收入波动情况与可比公司基本一致，2019 年扣除不合作品牌影响后与可比公司保持一致。发行人渠道分销业务与可比公司不完全一致，主要系客户结构不同所致。

发行人报告期内分业务模式收入实现、波动及与可比公司对比情况分析如下：

1. 线上代运营零售业务营业收入及波动情况

(1) 2017-2018 年波动情况

2017 年至 2018 年，公司线上代运营零售业务收入同比增长 16.26%，主要原因系 B2C 网络购物市场规模增长，及电子商务综合服务业的快速发展。发行人合作品牌如 MeadJohnson/美赞臣、Red Seal/红印等品牌销售收入增长迅速，带动了线上代运营零售收入增长。明细情况如下：

单位：万元

品牌	主要产品	2018 年度	2017 年度	增量收入	
		收入	收入	金额	占比
MeadJohnson/美赞臣	奶粉	12,663.29	9,984.84	2,678.46	50.53%
Red Seal/红印	食品、洗护用品	2,592.21	624.35	1,967.86	37.12%
合计		**15,255.50**	**10,609.19**	**4,646.32**	**87.65%**

2018 年度，发行人线上代运营-零售业务增长主要受 MeadJohnson/美赞臣、Red Seal/红印两品牌驱动，前述两品牌 2018 年度增量收入占 2018 年线上代运营-零售模式增量收入的比例超过 87%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 2018-2019 年波动情况

2018 年至 2019 年，公司线上代运营零售业务收入同比减少 6.80%，主要系发行人致力于调整品牌矩阵，持续发展运营高毛利率优质品牌，淘汰占用资金较多且整体盈利能力不高的部分零售品牌，以及部分品牌不再合作所致。经优化品牌矩阵，发行人线上代运营零售收入的毛利率逐渐上升，报告期各期分别为 31.21%、31.75%和 34.18%。2019 年零售业务毛利率较 2018 年提升 2.44 个百分点。

a. 公司线上代运营-零售模式通过品牌优化后增长态势良好

公司本期优化品牌矩阵后线上代运营零售模式前五大淘汰品牌明细如下：

单位：万元

品牌	2019 年度		2018 年度		增量收入金额
	营业收入	毛利率	营业收入	毛利率	
Planters/绅士	134.99	-62.01%	2,764.28	24.12%	-2,629.29
Kracie/肌美精	218.12	33.38%	2,295.31	22.65%	-2,077.19
丽贝乐	72.79	11.17%	1,216.17	33.04%	-1,143.38
Lynx/凌仕	37.69	34.10%	1,105.80	15.61%	-1,068.11
Munchkin/满趣健	636.85	25.00%	1,652.82	58.89%	-1,015.97
合计	**1,100.44**	**15.38%**	**9,034.38**	**30.27%**	**-7,933.94**

注：列示品牌为 2019 年线上代运营-零售收入下降金额最多的前 5 大品牌。

2019 年度，发行人线上代运营-零售模式收入减少绝对数额最大前 5 大品牌分别为 Planters/绅士、Kracie/肌美精、丽贝乐、Lynx/凌仕和 Munchkin/满趣健，均为本期淘汰或优化品牌，后续不再合作。上述品牌不再合作原因如下：

品牌	不合作原因
Planters/绅士	品牌方战略调整，退出天猫旗舰店渠道
Kracie/肌美精	品牌方总代理商自建运营团队
丽贝乐	品牌方战略调整，退出天猫旗舰店渠道
Lynx/凌仕	运营效果不及发行人经营要求，利润低，发行人主动放弃合作
Munchkin/满趣健	运营效果不及发行人经营要求，品牌方要求的备货周期长，发行人主动放弃合作

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

剔除上述五个不合作品牌后，其余品牌 2018 年线上代运营-零售收入为 28,868.58 万元，2019 年度为 34,225.21 万元，收入增幅达 18.56%，仍保持增长态势。

b. 线上代运营-零售模式整体增长态势良好

① 线上代运营-零售持续合作品牌收入稳步增长

报告期各期，持续合作品牌在报告期各期的收入保持良好的增长态势，具体如下。

单位：万元

	2019 年度	2018 年度	2017 年度
持续合作品牌收入	30,580.34	26,290.49	18,860.89
当期线上代运营-零售总收入	35,325.65	37,902.95	32,602.00
占比	**86.57%**	**69.36%**	**57.85%**

注：持续合作品牌收入指截至 2020 年 4 月 30 日仍在合作的品牌在报告期各期的线上代运营-零售收入之和。

② 公司持续加强在知名大体量品牌领域的深度布局

2019 年，发行人进行商业探索，引入较多孵化品牌，运营当年难以当即产生大额的增量收入。报告期内，发行人持续加强在知名大品牌领域的布局，引入品牌包括：ABC（国内知名女性个护品牌，2020 年一季度已产生约 1,400 万元线上代运营-零售收入）、Suncut（高丝集团旗下全身防护防晒品牌）、Selsun（全球五大药企赛菲诺旗下美发护发品牌）等。

③ 2020 年一季度线上代运营-零售业务同比增长

2020 年一季度，发行人线上代运营-零售业务实现销售收入为 8,556.29 万元，2019 年一季度为 6,974.56 万元。2020 年一季度相较于 2019 年一季度，发行人线上代运营-零售业务同比增长 22.68%，保持良好增长态势。

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年一季度	收入增幅
线上代运营-零售收入	8,556.29	6,974.56	22.68%

注：2020 年一季度数据未经审计

(3) 是否与可比公司一致

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

报告期内，发行人及可比公司线上代运营零售业务的收入实现、波动情况如下：

单位：万元

公司	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	金额	增速	金额	增速	金额
若羽臣	35,325.65	-6.80%	37,902.95	16.26%	32,602.00
壹网壹创	81,835.98	30.92%	62,506.58	26.37%	49,464.60
丽人丽妆	156,625.92*	NA	334,565.46	6.09%	315,372.12
宝尊电商	342,215.10	35.97%	251,686.20	11.48%	225,763.20
杭州悠可	NA	NA	20,444.40*	NA	31,416.34

注：壹网壹创数据来源于招股说明书及 2019 年年度报告。丽人丽妆数据来源于招股说明书，2019 年度为 1-6 月数据，未经年化。杭州悠可数据来源于《杭州悠可化妆品有限公司 2018 年 1-9 月合并及母公司财务报表审计报告书》，2018 年数据为 1-9 月数据。宝尊电商零售业务收入来源于其年度报告。

2017 年至 2018 年，可比公司线上代运营零售业务均保持增长态势，与发行人一致。

2018 年至 2019 年，发行人线上代运营零售业务收入同比下降 6.80%。可比公司宝尊电商线上代运营零售业务同比增长 35.97%，壹网壹创线上代运营零售业务同比增长 30.92%。根据二者披露信息，主要系新增品牌较多，例如壹网壹创 2019 年度新增佰草集、黑人牙膏、吉列等品牌。

综上，发行人线上代运营零售业务 2018 年收入波动情况与可比公司基本一致，2019 年扣除不合作品牌影响后与可比公司保持一致。

2. 电商及非电商平台渠道分销业务营业收入及波动情况

报告期各期，来自电商及非电商客户各期收入及波动情况如下：

单位：万元

客户类别	客户类型	2019 年		2018 年		2017 年
		收入	增速	收入	增速	收入
电商	线上直供电商平台	26,838.33	-16.30%	32,065.55	50.95%	21,242.44
非电商	线上非直供电商平台	14,928.22	211.40%	4,793.91	108.07%	2,304.01

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

客户类别	客户类型	2019 年		2018 年		2017 年
		收入	增速	收入	增速	收入
	线下客户	428.77	-52.78%	908.12	78.17%	509.70
	小计	**15,356.99**	**169.33%**	**5,702.03**	**102.65%**	**2,813.71**
渠道分销合计		**42,195.32**	**11.72%**	**37,767.58**	**57.00%**	**24,056.15**

发行人渠道分销业务按直接客户是否为电商平台可划分为线上直供电商平台和线上非直供电商平台收入。其中，线上直供电商平台是指发行人直接向电商平台进行销售，代表客户主要为京东、唯品会等主要电商平台。线上非直供电商平台客户是指发行人为帮助品牌方进行线上渠道管理，在渠道分销业务中将商品销售给天猫、淘宝、京东或在其他新兴平台上开设店铺的卖家，从而实现对运营品牌线上渠道的全方位、多维度覆盖。此类客户主要代表为深圳市叮小当供应链管理有限公司、武汉经典宝贝电子商务有限公司等分销商客户，前述卖家开设线上店铺，产品主要仍通过线上渠道销售至消费者。

来自线下渠道的收入主要为员工购和其他分销客户，此类收入金额较小。

(1) 2017-2018 年波动情况

2017 年至 2018 年，渠道分销线上收入增长来自于电商平台客户和非电商平台客户销售收入的双重驱动。其中，电商客户收入迅猛增长，受益于公司强大的运营推广能力，部分已合作品牌销售收入高速增长。如美迪惠尔销售收入从 2017 年不足 1.27 亿元增长至 2018 年的 1.80 亿元，增长率达到 41.66%；非电商客户分销收入迅速增长，主要系 2018 年新增加 Moony、妈咪宝贝等合作品牌。其中妈咪宝贝合作当年即贡献 5,014.89 万元渠道分销增量收入，来自非电商客户的渠道分销收入为 1,393.15 万元。

(2) 2018-2019 年波动情况

2018 年至 2019 年，来自线上直供电商平台客户的渠道分销收入同比下降 16.30%，主要系 Mediheal/美迪惠尔品牌收入及销量下滑较为明显。由于 Mediheal/美迪惠尔品牌主要通过京东、唯品会平台进行渠道分销，由平台实现对外最终销售；京东自营美迪惠尔店铺由发行人授权运营，但相关合同未约定由发行人向京

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

东自营独家供货。由于 2019 年上半年品牌方美迪惠尔渠道管理相对混乱，其他经销商也可以较低价格向京东供货，因此发行人对 Mediheal/美迪惠尔品牌渠道分销收入减少。

2018 年至 2019 年，线上非直供电商平台客户分销收入迅猛增长。主要系公司不断拓展开发新品牌，例如，2019 年新增合作 Esthe Pro Labo 品牌、ABC 品牌（公司 2019 年 8 月下旬获得 ABC 品牌旗舰店运营授权，2019 年 12 月 16 日完成店铺运营主体切换，店铺运营主体切换期间，为保证店铺正常经营，暂由其前运营商上海升驭商贸有限公司继续经营，上海升驭向公司进行采购，形成非电商平台分销，此部分收入约 3,592.60 万元）。此外，Moony 等老品牌销售收入持续上升，从 2018 年的 5,202.66 万元增长至 2019 年的 9,782.29 万元，增长率达到 88.02%。前述品牌主要通过非电商平台渠道产生较多渠道分销收入，对当期渠道分销收入增长有较大贡献。

综上，报告期内，以电商平台作为直接客户的分销收入出现波动，2018 年同比增长 50.95%，2019 年同比下降 16.30%。非电商客户中线上非直供平台渠道分销收入持续上升，2018 年同比增长 108.07%，2019 年同比增长 211.40%。通过线上渠道实现的销售收入在报告期内始终保持增长态势。报告期内，非电商客户中来自线下客户的收入金额整体较小。

(3) 是否与可比公司一致

报告期内，发行人及可比公司电商及非电商平台渠道分销业务按客户类型实现的营业收入及波动情况如下：

单位：万元

公司	客户类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增速	金额	增速	金额
若羽臣	电商	26,838.33	-16.30%	32,065.55	50.95%	21,242.44
	非电商	15,356.99	169.33%	5,702.03	102.65%	2,813.71
	合计	**42,195.32**	**11.72%**	**37,767.58**	**57.00%**	**24,056.15**
壹网壹创	电商	NA	NA	13,787.60	NA	-
	非电商	NA	NA	1,357.72	27.44%	1,065.35

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司	客户类型	2019 年度		2018 年度		2017 年度
		金额	增速	金额	增速	金额
	合计	**29,519.52**	**94.91%**	**15,145.32**	**1321.63%**	**1,065.35**
丽人丽妆	电商	-	-	-	-	-
	非电商	3,379.41*	NA	3,956.71	-59.72%	9,824.14
	合计	**3,379.41***	**NA**	**3,956.71**	**-59.72%**	**9,824.14**
杭州悠可	电商	NA	NA	NA	NA	NA
	非电商	NA	NA	NA	NA	NA
	合计	**NA**	**NA**	**28,501.65***	**-39.84%**	**47,375.70**

注：壹网壹创数据来源于招股说明书及 2019 年年度报告。丽人丽妆渠道数据来源于招股说明书，2019 年度为 1-6 月数据，未经年化；丽人丽妆渠道分销收入为其披露的其他业务收入，包含分销收入和寄售业务收入。杭州悠可数据来源于《杭州悠可化妆品有限公司 2018 年 1-9 月合并及母公司财务报表审计报告书》，2018 年数据为 1-9 月数据。可比公司宝尊电商未披露渠道分销业务情况，因此未列示。

可比公司壹网壹创渠道分销业务主要依赖天猫、唯品会等电商平台进行渠道分销，来自非电商的渠道分销收入较低。非电商客户主要为天猫、淘宝平台的中小卖家（即非直供电商平台客户）。2017 至 2018 年，壹网壹创非电商客户的渠道分销收入增长，与发行人一致。

可比公司丽人丽妆渠道分销业务主要客户为非电商客户，包括线上中小卖家和线下寄售方屈臣氏（在寄售模式下，丽人丽妆主要客户为寄售方公司，最终由寄售方物流部门派送至店铺销售给终端消费者），其中线上中小卖家收入占比较高。

2017 年至 2019 年 1-6 月，丽人丽妆渠道分销业务收入构成如下：

单位：万元

主要客户	2019 年 1-6 月	2018 年	2017 年
线上中小卖家	3,379.41	3,939.52	7,177.71
屈臣氏等线下卖家	-	17.19	2,646.44
合计	**3,379.41**	**3,956.71**	**9,824.15**

2017 年至 2019 年 1-6 月，丽人丽妆渠道分销业务业务收入波动较大，主要原因系开店商家对产品售价较为敏感，购买行为受电商平台促销活动及各品牌官方各品牌官方旗舰店销售折让情况、线上线下购货渠道价格差异等因素影响，使得分销业务收入产生波动。此外，丽人丽妆与屈臣氏自 2016 年 6 月起开始合作，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2017 年底结束合作，使得来自屈臣氏的寄售业务收入产生波动。

可比公司杭州悠可未披露渠道分销业务收入的构成明细。

综上，发行人渠道分销业务与可比公司不完全一致，主要系客户结构不同所致，但主要均通过线上渠道进行销售。

核查意见：

综上，本所律师认为：2017 年至 2018 年，发行人线上代运营零售业务均保持增长态势，与可比公司一致。2018 年至 2019 年，发行人扣除不合作品牌影响后与可比公司保持一致。渠道分销业务方面，发行人与可比公司不完全一致，主要系客户结构不同所致，但主要均通过线上渠道进行销售。

（二）按月列示线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销模式下的营业收入情况，说明并披露相关收入实现情况及销售特征是否与互联网销售、普遍消费习惯及发行人的主要促销活动相符

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅中国社会消费品实物商品网上月度零售情况；

2. 查阅不同业务模式下的月度收入成本明细表，并对会计师进行访谈，了解相关情况；

3. 访谈公司财务总监以及业务部门负责人，了解公司月度收入变动的业务背景和促销政策。

核查内容：

报告期内，公司总体月度收入情况与互联网销售、普遍消费习惯及发行人的主要促销活动相符。其中，公司线上代运营零售业务直接面向 C 端消费者开展，6 月和 11 月为公司年度内业绩实现的主要月份，与电商互联网销售、普遍消费习惯及公司主要促销活动相符；而公司对电商平台和非电商平台的渠道分销业务

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

收入月度趋势与重要电商节日的分布特征有所不同，主要因为电商平台及非电商平台分销商存在提前备货情况，且公司对不同渠道分销商的应收渠道分销款的收入确认时点及信用政策有所不同。

具体分析如下：

1. 公司月度收入整体情况

根据公司披露的数据并经与会计师访谈确认，报告期各期，公司线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销模式下的每月平均收入占比为 8.33%，报告期各期实现月均收入分别为 4,721.51 万元、6,305.88 万元和 6,460.08 万元，具体情况如下：

单位：万元

年度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
月份	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比	收入金额	收入占比
1 月	5,761.35	7.43%	5,208.53	6.88%	2,296.31	4.05%
2 月	2,929.61	3.78%	2,117.15	2.80%	2,595.73	4.58%
3 月	8,687.33	11.21%	6,140.80	8.12%	3,930.88	6.94%
4 月	5,106.58	6.59%	5,786.72	7.65%	2,785.51	4.92%
5 月	5,731.01	7.39%	6,040.26	7.98%	3,939.59	6.95%
6 月	8,029.86	10.36%	8,031.49	10.61%	4,592.39	8.11%
7 月	5,831.79	7.52%	7,188.38	9.50%	3,519.34	6.21%
8 月	4,707.69	6.07%	4,475.48	5.91%	5,351.92	9.45%
9 月	4,677.46	6.03%	5,228.99	6.91%	5,021.06	8.86%
10 月	4,270.37	5.51%	5,116.19	6.76%	3,369.71	5.95%
11 月	16,620.43	21.44%	13,223.11	17.47%	13,513.54	23.85%
12 月	5,167.51	6.67%	7,113.43	9.40%	5,742.18	10.13%
合计	**77,520.97**	**100.00%**	**75,670.53**	**100.00%**	**56,658.16**	**100.00%**
月度平均	6,460.08	8.33%	6,305.88	8.33%	4,721.51	8.33%

根据中国国家统计局数据显示，中国社会消费品实物商品网上月度零售额与公司月度收入对比情况如下：

年度	2019 年度	2018 年度	2017 年度

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

月份	中国社会消费品实物商品网上月度零售额占比	公司月度收入占比	中国社会消费品实物商品网上月度零售额占比	公司月度收入占比	中国社会消费品实物商品网上月度零售额占比	公司月度收入占比
1-2 月	12.79%	11.21%	12.92%	9.68%	11.71%	8.63%
3 月	8.06%	11.21%	7.83%	8.12%	7.76%	6.94%
4 月	7.23%	6.59%	7.02%	7.65%	7.19%	4.92%
5 月	7.60%	7.39%	7.58%	7.98%	7.63%	6.95%
6 月	9.09%	10.36%	9.20%	10.61%	9.03%	8.11%
7 月	7.12%	7.52%	7.38%	9.50%	7.43%	6.21%
8 月	7.64%	6.07%	7.88%	5.91%	7.81%	9.45%
9 月	8.25%	6.03%	8.47%	6.91%	8.62%	8.86%
10 月	8.68%	5.51%	8.84%	6.76%	9.04%	5.95%
11 月	12.74%	21.44%	12.21%	17.47%	13.43%	23.85%
12 月	10.80%	6.67%	10.67%	9.40%	10.33%	10.13%

注：国家统计局数据披露的月度实物商品网上零售额累计值无 1 月数据，因此上述 1-2 月合并统计。

根据中国社会消费品实物商品网上月度零售额占比情况，年度内 6 月、11 月和 12 月为互联网销售关键月份。其中，11 月为互联网销售交易占比最高的月份，其次是 12 月份和 6 月份，分别对应 11 月“双十一”、12 月“双十二”、6 月“京东 618”及“天猫年中促”等大规模电商促销节日。

就公司月度收入情况而言，报告期内公司 6 月和 11 月收入占比较高，报告期内三年 6 月收入占比平均为 9.69%、三年 11 月收入占比平均为 20.92%，为公司实现收入的主要月份，与互联网零售行业特征及消费者购买习惯一致；且公司也会在“京东 618”、“天猫年中促”和“双十一”电商节日加大各类推广引流工具的投入及促销力度，因此与公司主要促销活动相符。其中，报告期各期公司 11 月收入占比高于中国社会消费品实物商品 11 月网上零售额占比，主要因为公司经销收入实现以天猫平台为主，而“双十一”期间天猫平台全网销售额占比远高于其他电商平台，因此公司在天猫平台 11 月收入占比高于 11 月社会整体网上消费零售额占比水平。此外，公司报告期各期 12 月收入占比逐年下降主要系近年来天猫平台减小了“双十二”电商节的促销力度所致。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

此外，近年来伴随天猫平台对“三八女王节”活动推广力度不断加大，公司主要经营品类为母婴、美妆个护等女性相关产品，并在促销策略上加大对该电商节日的投入力度，因此报告期内公司 3 月收入金额与占比也逐年增长，这一变动与中国 3 月社会消费品实物商品网上零售额占比自 7.76%逐步提升至 8.06%的趋势相一致。

报告期内，公司在 3 月、6 月、11 月和 12 月的合计收入金额分别为 27,778.99 万元、34,508.83 万元和 38,505.13 万元，占当期营业收入的比例分别为 49.03%、45.60%和 49.68%，为年度内业绩实现的主要月份，与电商互联网销售、普遍消费习惯及公司主要促销活动相符。

2. 公司零售及渠道分销业务模式下的月度收入情况

根据公司披露的数据并经与会计师访谈确认，报告期内，公司对线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销三类模式下的营业收入月度明细如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

期间	2019 年			2018 年			2017 年		
月份	代运营零售收入	渠道分销收入		代运营零售收入	渠道分销收入		代运营零售收入	渠道分销收入	
		电商平台	非电商平台		电商平台	非电商平台		电商平台	非电商平台
1 月	2,700.17	2,491.86	569.32	3,713.90	1,358.23	136.40	1,172.28	944.64	179.38
2 月	1,414.96	677.25	837.40	1,116.27	976.77	24.11	1,630.71	846.34	118.67
3 月	2,859.42	4,509.27	1,318.64	3,023.80	2,604.24	512.75	1,924.06	1,833.96	172.85
4 月	2,430.40	1,362.90	1,313.27	2,419.50	3,274.52	92.70	1,692.99	926.61	165.90
5 月	2,598.55	1,902.00	1,230.46	2,704.76	2,972.59	362.91	2,297.27	1,409.95	232.36
6 月	4,785.67	2,589.24	654.95	4,816.71	2,951.23	263.56	3,469.42	817.20	305.77
7 月	3,323.53	1,869.03	639.24	2,082.67	4,284.69	821.02	1,725.92	1,610.42	183.00
8 月	2,263.26	1,440.42	1,004.01	2,546.09	1,196.34	733.05	2,835.99	2,293.28	222.65
9 月	2,319.27	1,684.97	673.22	2,626.68	2,140.62	461.69	2,434.44	2,072.76	513.87
10 月	1,812.42	1,582.80	875.15	1,462.09	2,628.68	1,025.41	1,441.94	1,561.07	366.71
11 月	7,556.17	4,162.23	4,902.03	8,723.63	3,918.25	581.22	10,046.23	3,360.80	106.51
12 月	1,261.84	2,656.08	1,249.59	2,666.86	3,780.66	665.91	1,930.74	3,698.21	113.23
合计	**35,325.65**	**26,928.04**	**15,267.28**	**37,902.95**	**32,086.83**	**5,680.75**	**32,602.00**	**21,375.25**	**2,680.91**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查意见：

综上，本所律师认为：报告期内发行人月度收入实现情况及销售特征与互联网销售、普遍消费习惯及公司主要促销活动相符。

（三）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销模式报告期内的毛利率情况，毛利率水平及波动趋势的原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司收入成本明细表，并分析各模式下各品牌主要产品毛利率及其变动原因；

2. 访谈发行人财务总监以及负责主要品牌的业务部门负责人，了解各品牌的合作情况并分析其对毛利率变动的影响；

3. 访谈会计师，了解各业务模式下的毛利率情况及毛利率波动的原因。

核查内容：

报告期内，公司各经营模式毛利率及其变动情况如下：

经营模式	2019 年度		2018 年度		2017 年度
	毛利率	变动	毛利率	变动	毛利率
线上代运营零售毛利率	34.18%	2.44%	31.75%	0.54%	31.21%
渠道分销毛利率	21.38%	0.68%	20.70%	-3.14%	23.84%
其中：电商平台毛利率	23.88%	0.94%	22.94%	-1.24%	24.18%
非电商平台毛利率	17.01%	8.93%	8.08%	-13.22%	21.30%

报告期各期，公司线上代运营零售业务毛利率分别为 31.21%、31.75%及 34.18%，逐年稳定增长，2019 年较 2018 年增长幅度较大主要原因为：（1）2018 年新增毛利率较高品牌在 2019 年营业收入大幅增长；（2）新引入品牌毛利率较高；（3）与部分毛利率较低品牌终止合作；（4）部分原有品牌受品牌方销售策略调整毛利率提升，毛利率波动具有合理性。

渠道分销模式中电商平台分销毛利率分别为 24.20%、22.84%及 23.43%，波

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

动较小，主要系合作品牌变动以及与平台合作条款变化所致，毛利率波动具有合理性。

渠道分销模式中非电商平台分销毛利率分别为 21.30%、8.08%及 17.01%，波动较大，主要系各年度合作品牌变化所致，毛利率波动具有合理性。

上述各模式毛利率波动分析如下：

1. 线上代运营零售业务毛利率波动分析

报告期各期，线上代运营零售收入的毛利率分别为 31.21%、31.75%和 34.18%。

2018 年零售收入的毛利率较 2017 年提升 0.54 个百分点，基本保持稳定。

2019 年零售业务毛利率较 2018 年提升 2.44 个百分点，主要原因如下：

（1）2018 年下半年引入毛利率较高的品牌（EsthePro Labo、馥洛薇等）营业收入大幅增长，如 EsthePro Labo 营业收入由 2018 年的 277.54 万元增长至 2019 年的 978.24 万元，2019 年毛利率为 54.04%；馥洛薇营业收入由 2018 年的 221.41 万元增长至 2019 年的 938.28 万元，2019 年毛利率为 55.86%。

（2）2019 年继续引入毛利率较高的品牌，如新引入品牌科立纯 2019 年营业收入 1,879.79 万元，毛利率为 48.56%；新引入品牌 Vape2019 年营业收入 825.08 万元，毛利率为 47.59%。

（3）公司与部分毛利率较低品牌终止合作，低毛利率品牌收入大幅下降。如绅士品牌 2018 年营业收入 2,764.28 万元，毛利率为 24.12%，2019 年营业收入为 135.22 万元；肌美精品牌 2018 年营业收入 2,295.31 万元，毛利率为 22.65%，2019 年营业收入为 218.12 万元。

（4）部分品牌毛利率大幅提升，如善存品牌受品牌方团队交接影响，销售返利占比提升，导致 2019 年毛利率较 2018 年提升 14.30 个百分点。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 电商及非电商平台渠道分销模式毛利率波动分析

报告期内公司渠道分销模式毛利率按电商及非电商平台列示如下：

单位：万元

客户类型	营业收入			毛利率		
	2019年度	2018年度	2017年度	2019年度	2018年度	2017年度
电商平台	26,838.33	32,065.55	21,242.44	23.88%	22.94%	24.18%
非电商平台	15,356.99	12,744.21	5,702.03	17.01%	8.08%	21.30%
	42,195.32	**37,767.58**	**24,056.15**	**21.38%**	**20.70%**	**23.84%**

报告期各期线上直供电商平台分销业务毛利率分别为 24.18%、22.94%及23.88%，基本保持稳定。非电商平台分销业务毛利率分别为 21.30%、8.08%及17.01%，各期间波动较大，主要系合作品牌变化所致。

公司电商平台毛利率与线上非直供电商平台毛利率存在较大差异，主要系针对电商平台分销业务，除向电商平台销售商品外，公司还需为电商平台提供品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘以及供应链管理等运营支持服务，并根据情况承担部分市场推广费用；对电商平台分销业务，公司一般只负责商品销售，不提供运营服务支持亦不承担市场推广费用，因此非电商平台分销业务毛利率较低。

(1) 电商平台毛利率波动分析

报告期各期电商平台分销业务毛利率分别为 24.18%、22.94%及 23.88%，基本保持稳定。

2018 年电商平台毛利率为 22.94%，较 2017 年下降 1.24 个百分点，主要系新增 Moony、妈咪宝贝等品牌毛利率较低所致，上述两个品牌 2018 年毛利率分别为 18.84%及 16.66%，营业收入合计 8,128.25 万元，占 2018 年电商平台营业收入的比例为 25.35%，拉低了电商平台毛利率整体水平。

2019 年电商平台毛利率为 23.88%，较 2018 年提升 0.94 个百分点，主要系 2019 年 Moony 及妈咪宝贝品牌毛利率较 2018 年提升所致。2019 公司与唯品会就 Moony 及妈咪宝贝品牌合作条款调整，由 2018 年唯品会采取佣金扣点的合作

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

条款，调整为降低佣金扣点，公司增加在唯品会平台的市场推广费用投入，由此导致 Moony 及妈咪宝贝毛利率分别提升 9.51 个百分点及 8.69 个百分点，拉高了电商平台毛利率整体水平。

(2) 非电商平台毛利率分析

报告期各期公司非电商平台分销业务毛利率分别为 21.30%、8.08%及 17.01%，各期间波动较大，主要系合作品牌变化所致。

2018 年非电商平台毛利率为 8.08%，较 2017 年 21.30%的毛利率水平大幅下降 13.22 个百分点，主要系公司新合作的尤妮佳集团下属 Moony、妈咪宝贝及苏菲等品牌毛利率较低以及绅士品牌终止合作清仓库存导致毛利率较低所致，扣除尤妮佳集团下属品牌及绅士品牌影响，2018 年其他品牌毛利率为 21.36%，与 2017 年毛利率差异较小；

2019 年非电商平台毛利率为 17.01%，较 2018 年 8.08%的毛利率水平提升 8.93 个百分点，主要系新合作品牌 ABC 毛利率较高所致，扣除 ABC 品牌影响后非电商平台 2019 年毛利率为 7.96%，与 2018 年差异较小。

核查意见：

综上，本所律师认为，报告期内发行人毛利率及其变动符合实际经营情况，与同行业可比公司之间的差异具有合理性。

（四）说明并披露在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，发行人线上零售收入和电商平台分销收入下降的原因，未来可持续增长是否存在重大不确定性；其中在电商平台唯品会市场份额下降负面消息较多的背景下，发行人 2018、2019 年在唯品会分销收入大幅增长原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司收入及市场推广费明细表，并分析各模式下各品牌收入及市场推广费变动原因；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 访谈发行人财务总监以及负责主要品牌的业务部门负责人，了解各品牌的收入波动原因及市场推广费用投入情况；

3. 访谈会计师，了解财务核查方法及其依据的合理性、可靠性。

核查内容：

2019 年公司营业收入较 2018 年增长 3.00%，市场推广费较 2018 年增长 21.31%，营业收入增长幅度低于市场推广费增长幅度。在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，发行人线上零售收入和电商平台分销收入下降，主要原因为：（1）零售业务中新增品牌市场推广力度较大；（2）零售业务部分品牌终止合作导致营业收入下降，市场推广费率较低品牌收入占比下降；（3）零售业务部分品牌加大市场推广力度，市场推广费率提升；（4）受美迪惠尔品牌收入下滑影响，电商平台市场推广费降幅低于营业收入降幅；（5）电商平台分销业务中唯品会合作条款调整导致市场推广费率提升。

市场推广费增长的主要原因非推广效果下降所致，未对公司盈利能力产生重大不利影响，未来可持续增长不存在重大不确定性。主要原因为：

针对代运营零售业务：（1）市场推广费增长额前十大品牌营业收入大幅增长；（2）新增品牌市场推广费率较高，毛利率亦较高，盈利能力较强；（3）线上代运营零售业务毛利保持稳定增长；（4）持续合作品牌收入稳步增长，新增品牌规模效应初显。

针对电商平台分销业务：（1）新增品牌营业收入增长空间较大；（2）电商平台业务新渠道不断拓展，覆盖范围进一步扩大；（3）美迪惠尔品牌销售趋于稳定；（4）2020 年一季度电商平台分销收入较 2019 年同期基本保持稳定；（5）线上电商平台业务保持稳定增长。

发行人 2018、2019 年在唯品会分销收入大幅增长原因主要系 2018 年新增尤妮佳下属 Moony、妈咪宝贝及苏菲等品牌在唯品会平台销售大幅增长所致；受美迪惠尔销量下降影响，发行人 2019 年在唯品会分销收入略有下降。发行人在唯品会分销收入增长与同行业可比公司壹网壹创情况基本一致，具有合理性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

具体分析如下：

2019 年公司营业收入及市场推广费按业务模式分类如下：

单位：万元

项目		2019 年度	2018 年度	增长情况
全部业务	营业收入	95,886.70	93,098.38	3.00%
	市场推广费	7,771.26	6,406.29	21.31%
	市场推广费率	8.10%	6.88%	1.22%
线上代运营-运营服务业务	营业收入	11,965.21	9,504.87	25.89%
	市场推广费	400.33	281.29	42.32%
	市场推广费率	3.35%	2.96%	0.39%
线上代运营-零售业务	营业收入	35,325.65	37,902.95	-6.80%
	市场推广费	5,663.69	4,877.09	16.13%
	市场推广费率	16.03%	12.87%	3.17%
渠道分销-电商平台分销业务	营业收入	26,838.33	32,065.55	-16.30%
	市场推广费	1,099.06	1,231.11	-10.73%
	市场推广费率	4.10%	3.84%	0.26%
渠道分销-非电商平台分销业务	营业收入	15,356.99	5,702.03	168.75%
	市场推广费	608.18	-	-
	市场推广费率	3.96%	-	3.96%

注：营业收入及市场推广费增长情况为增长率，市场推广费率增长情况为增长额。品牌策划业务无市场推广费，故未列示。

1. 发行人在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，线上零售收入下降的原因及未来可持续增长是否存在重大不确定性

(1) 在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，线上零售收入下降的原因

2019 年公司线上代运营零售业务收入较 2018 年下降 6.80%，市场推广费增长 16.13%，主要系因为新增品牌（科立纯、Vape 等）市场推广力度较大、部分品牌（绅士、肌美精等）终止合作导致收入大幅下滑以及部分品牌（善存、哈罗闪等）受品牌方整体销售策略调整影响市场推广力度加大。具体分析如下：

a. 新增品牌市场推广力度较大

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	营业收入	市场推广费	市场推广费率	收入占比
新增品牌	3,797.50	1,098.98	28.94%	10.75%
原有品牌	31,528.15	4,564.71	14.48%	89.25%
合计	**35,325.65**	**5,663.69**	**16.13%**	**100.00%**

2019 年公司引入部分新品牌，新增品牌合作前期为迅速提升知名度市场推广力度较大，导致市场推广费率较高。2019 年新增品牌市场推广费率为 28.94%，远高于原有品牌的 14.48%的市场推广费率水平，新增品牌导致营业收入增速低于市场推广费增速。

b. 部分品牌终止合作导致线上代运营零售业务收入下滑，市场推广费率较低品牌收入占比下降

2019 年线上代运营零售收入下降金额最多的前 5 大品牌营业收入及市场推广费情况如下：

单位：万元

品牌	2019 年度			2018 年度		
	营业收入	市场推广费	市场推广费率	营业收入	市场推广费	市场推广费率
Planters/绅士	135.22	-	-	2,764.28	188.86	6.83%
Kracie/肌美精	218.12	13.66	6.26%	2,295.31	202.22	8.81%
丽贝乐	72.79	2.85	3.92%	1,216.17	97.28	8.00%
Lynx/凌仕	37.49	1.78	4.75%	1,105.80	69.91	6.32%
Munchkin/满趣健	636.85	-	-	1,652.82	333.75	20.19%
合计	**1,100.47**	**18.29**	1.66%	**9,034.38**	**892.02**	9.87%
增长情况	**-7,933.91**	**-873.73**	**-8.21%**	-	-	-

2019 年线上代运营零售业务收入下降金额最多的前 5 大品牌营业收入大幅下降均系终止合作所致。上述终止合作品牌 2019 年营业收入合计较 2018 年减少 7,933.91 万元，系 2019 年线上代运营零售收入下降的主要原因，同时上述终止合作品牌合计市场推广费为 892.02 万元，市场推广费率为 9.87%，低于 2018 年线上代运营零售收入 12.87%的市场推广费率水平，上述终止合作品牌在拉低 2019 年线上代运营零售业务收入的同时亦降低了市场推广费率较低品牌的收入占比，导致 2019 年线上代运营零售业务市场推广费率提升。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

c. 部分品牌加大市场推广力度，市场推广费率提升

部分品牌受品牌方整体市场推广策略调整影响，市场力度加大，市场推广费率提升。如善存 2019 年市场推广费率 20.07%，较 2018 年的 14.15%提升 5.92 个百分点，其营业收入亦由 2018 年的 1,884.71 万元增长至 2019 年的 2,431.35 万元，增长 29.00%，毛利率由 2018 年的 25.12%提升至 2019 年的 39.42%，提升 14.30 个百分点；哈罗闪 2019 年市场推广费率为 19.44%，较 2018 年的 16.28%提升 3.16 个百分点，其营业收入受市场竞争激烈影响由 2018 年的 2,080.08 万元下降至 2019 年的 1,957.59 万元，但其毛利率由 2018 年的 34.96%提升至 2019 年的 41.08%，提升 6.12 个百分点。

(2) 线上代运营零售业务收入未来可持续增长不存在重大不确定性

a. 市场推广费增长额前十大品牌营业收入大幅增长

2019 年线上代运营零售业务市场推广费增长额前十大品牌如下：

单位：万元

品牌	2019 年度			2018 年度			营业收入增长额	市场推广费增长额
	营业收入	市场推广费	市场推广费率	营业收入	市场推广费	市场推广费率		
Clinicians /科立纯	1,879.79	539.58	28.70%	-	-	-	1879.79	539.58
EsthePro Labo	978.24	420.94	43.03%	277.54	100.87	36.34%	700.7	320.07
Centrum/ 善存	2,431.35	487.88	20.07%	1,884.71	266.76	14.15%	546.64	221.12
VAPE	825.06	147.62	17.89%	-	-	-	825.06	147.62
Floreve/ 馥洛薇	938.28	187.24	19.96%	221.41	42.12	19.02%	716.87	145.11
Free/飞	2,482.50	599.25	24.14%	1,958.44	481.42	24.58%	524.06	117.82
voodoo	219.02	101.98	46.56%	-	-	-	219.02	101.98
Bella Aurora	99.38	92.23	92.81%	-	-	-	99.38	92.23
THREE	1,148.93	193.99	16.88%	506.38	110.68	21.86%	642.55	83.31
新谷酵素	328.00	74.15	22.61%	-	-	-	328.00	74.15

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

合计	11,330.55	2,844.86	25.11%	4,848.48	1,001.85	20.66%	6,482.07	1,842.99
占零售业务比例	32.07%	50.23%	-	12.79%	20.54%	-	-	-

2019 年线上代运营零售业务市场推广费增长额前十大品牌营业收入为 11,330.55 万元，较 2018 年营业收入 4,848.48 万元增长 133.69%。扣除新增品牌影响，2019 年线上代运营零售业务市场推广费增长额前十大品牌中原有品牌营业收入为 7,979.30 万元，较 2018 年营业收入 4,848.48 万元增长 64.57%，亦有较大增幅。

b. 新增品牌市场推广费率较高，毛利率亦较高，盈利能力较强

2019 年市场推广费增长额前十大品牌中新增品牌市场推广费率及毛利率如下：

单位：万元

品牌	营业收入	市场推广费	市场推广费率	毛利率
Clinicians/科立纯	1,879.79	539.58	28.70%	48.56%
VAPE	825.06	147.62	17.89%	47.59%
voodoo	219.02	101.98	46.56%	59.70%
Bella Aurora	99.38	92.23	92.81%	69.83%
新谷酵素	328.00	74.15	22.61%	15.26%
合计	3,351.25	955.56	28.51%	46.42%
线上代运营零售业务	35,325.65	5,663.69	16.03%	34.18%

新增品牌合作前期为迅速提升知名度市场推广力度较大，导致市场推广费率较高，同时，品牌方为激励代运营商加大市场推广投入，给予较大的利润空间，因此新增品牌毛利率亦较高。2019 年市场推广费增长额前十大品牌中新增品牌毛利率为 46.42%，远高于线上代运营零售业务 34.18%的毛利率水平。新增品牌市场推广费率较高不会对公司线上代运营零售业务的盈利能力造成重大不利影响。

c. 线上代运营零售业务毛利保持稳定增长

2019 年线上代运营零售业务毛利为 12,075.50 万元，较 2018 年的 12,032.31

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

万元增长 0.36%。在 2019 年线上代运营零售业务营业收入下降 6.80%的情况下线上代运营零售业务毛利仍保持增长，表明公司线上代运营零售业务盈利能力较强，未来持续盈利能力不存在重大不确定性。

d. 持续合作品牌收入稳步增长，新增品牌规模效应初显

截至 2020 年 4 月 30 日公司仍在合作的品牌在 2018 年及 2019 年公司持续合作品牌收入增长情况如下：

单位：万元

类别	2019 年度	2018 年度	增长情况
持续合作品牌收入	30,580.34	26,290.49	16.32%
当期线上代运营-零售收入	35,325.65	37,902.95	-6.80%
占比	**86.57%**	**69.36%**	**17.21%**

注：持续合作品牌收入指截至 2020 年 4 月 30 日仍在合作的品牌在报告期各期的线上代运营-零售收入，增长情况中持续合作品牌收入及当期线上代运营-零售收入增长情况为增长率，占比增长情况为增长额。

2019 年公司持续合作品牌收入分别为 30,580.34 万元，较 2018 年的 26,290.49 万元增长 16.32%，保持良好的增长态势，持续合作品牌收入占各期线上代运营-零售收入的比例由 2018 年的 69.36%增长至 2019 年的 86.57%，增长 17.21 个百分点。

2020 年一季度，发行人线上代运营-零售业务实现销售收入为 8,556.29 万元，2019 年一季度为 6,974.56 万元。2020 年一季度相较于 2019 年一季度，发行人线上代运营-零售业务同比增长 22.68%，保持良好增长态势。

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年一季度	收入增幅
线上代运营-零售收入	8,556.29	6,974.56	22.68%

注：2020 年一季度数据未经审计。

在合同续签方面，2019 年零售业务收入排名前十大品牌中除哈罗闪因公司与其品牌代理方共同成立联营企业共同经营，目前库存销售完毕不再单独合作以及科立纯因自建运营团队，合同到期终止合作外，其他品牌均已续签合同，前十大合作品牌相对稳定。同时其他品牌中 ABC、Vape、新谷酵素等新增品牌随着

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

知名度提升未来有较大增长空间。

综上，公司线上代运营零售业务收入未来可持续增长不存在重大不确定性。

2. 发行人在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，电商平台分销收入下降的原因及未来可持续增长是否存在重大不确定性

(1) 发行人在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，电商平台分销收入下降的原因

a. 电商平台分销业务市场推广费波动分析

公司电商平台分销业务营业收入及市场推广费如下：

单位：万元

平台	2019 年度			2018 年度			营业收入增长额	市场推广费增长额
	营业收入	市场推广费	市场推广费率	营业收入	市场推广费	市场推广费率		
京东商城	6,475.56	667.26	10.30%	13,026.82	1,056.87	8.11%	-6,551.26	-389.61
唯品会	15,912.72	386.48	2.43%	16,376.31	130.98	0.80%	-463.59	255.50
天猫超市	2,370.88	31.37	1.32%	1,552.77	16.88	1.09%	818.11	14.49
其他电商平台	2,079.18	21.02	1.01%	1,109.65	43.18	3.89%	969.53	-22.16
合计	**26,838.33**	**1,106.14**	**4.12%**	**32,065.55**	**1,247.91**	**3.89%**	**-5,227.22**	**-141.77**

2019 年公司电商平台市场推广费为 1,106.14 万元，较 2018 年的 1,247.91 万元减少 141.77 万元，同比下降 11.36%，营业收入减少 5,227.22 万元，同比下降 16.30%，市场推广费与营业收入下降基本保持一致。

2019 年电商平台分销业务市场推广费率为 4.12%，较 2018 年度的 3.89%提升 0.23 个百分点，主要系唯品会合作条款调整导致市场推广费率由 2108 年的 0.80%提升至 2019 年的 2.43%，以及京东商城因美迪惠尔品牌销售收入下滑幅度高于市场推广费下滑幅度导致市场推广费率提升所致，同时天猫超市市场推广费

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

率提升亦对电商平台分销业务市场推广费率提升有推动作用。

2019 年电商平台市场推广费波动的主要原因如下：

①受美迪惠尔品牌收入下滑影响，市场推广费降幅低于营业收入降幅

2019 年京东商城受美迪惠尔销售下滑影响收入减少 6,551.26 万元，其市场推广费亦有大幅减少 389.61 万，市场推广费降幅低于营业收入降幅。

②唯品会合作条款调整导致市场推广费率提升

2019 年唯品会市场推广费增加 255.50 万元，主要系 Moony、妈咪宝贝及苏菲等品牌与唯品会合作条款调整，由 2018 年采取佣金扣点的合作条款调整为降低佣金扣点，同时公司增加在唯品会平台的市场推广费用投入，导致唯品会市场推广费增长，同时 Moony 及妈咪宝贝毛利率亦有所提升。

(2) 公司电商平台分销收入未来可持续增长不存在重大不确定性

2019 年公司电商平台分销收入下降主要因为美迪惠尔品牌市场竞争激烈，导致销售大幅下滑，电商平台市场推广费亦同步下降，市场推广费率略有提升。整体来看，电商平台分销收入下降与市场推广费下降基本保持一致，未出现电商平台分销收入下降而市场推广费上升的情况。

针对电商平台分销收入下降的情况，长期来看公司电商平台业务仍有较大增长空间，未来可持续增长不存在重大不确定性。

a. 新增品牌营业收入增长空间较大

2019 年电商平台分销商业务中新谷酵素、Swisse 等新增品牌分别实现收入 1,548.03 万元及 525.88 万元，为电商平台分销业务带来较大增量收入，目前新增品牌销量良好，未来仍有较大增长空间。同时原有品牌中红印、Floreve/馥洛薇等品牌 2019 年营业收入亦有较大增长，未来仍有较大增长空间。

b. 电商平台业务新渠道不断拓展，覆盖范围进一步扩大

除唯品会及京东商城等大型电商平台外，公司还拓展了天猫超市等本地网上

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

零售超市平台以及针对新兴、小众品牌，战略性地拓展单创、考拉、小红书等新兴社交与内容渠道。2019 年天猫超市及其他电商平台分别实现营业收入 2,370.88 万元及 2,079.18 万元，较 2018 年分别增长 52.69%及 87.37%，带动公司渠道分销业务在其他电商平台的快速发展。

c. 美迪惠尔品牌销售趋于稳定

为应对美迪惠尔销售收入下滑，公司已与品牌方协商调整了销售策略，美迪惠尔 2020 年一季度销售收入 1,402.10 万元，2019 年一季度销售收入 3,963.79 万元，扣除因 2019 年 4 月 1 日一般货物增值税率调整，电商平台提前结算影响，2019 年一季度实际销售收入 2,986.17 万元，美迪惠尔 2020 年一季度较 2019 年一季度下降 1,584.07 万元，主要系受新冠肺炎疫情影响，2020 年一季度发货推迟所致，预计 2020 年美迪惠尔品牌销售收入将趋于稳定。

d. 2020 年一季度电商平台分销收入较 2019 年同期基本保持稳定

2020 年一季度电商平台分销收入与 2019 年一季度对比如下：

单位：万元

项目	2020 年一季度	2019 年一季度	收入增幅
渠道分销-电商平台收入	6,299.36	7,678.37	-17.96%
渠道分销-电商平台收入（2019 年一季度调整后）	6,299.36	6,315.61	-0.26%

注：2020 年一季度数据未经审计。

2020 年电商平台一季度销售收入 6,299.36 万元，2019 年一季度销售收入 7,678.37 万元，扣除因 2019 年 4 月 1 日一般货物增值税率调整，电商平台提前结算影响，2019 年一季度实际销售收入 6,315.61 万元，电商平台分销收入 2020 年一季度较 2019 年一季度下降 0.26%，主要系受新冠肺炎疫情影响，物流发货滞后所致。长期来看，公司电商平台分销业务仍有较大增长空间。

e. 线上电商平台业务保持稳定增长

公司电商平台分销业务主要包括京东商城、唯品会及天猫超市等主流电商平台，同时亦针对新兴、小众品牌，战略性地拓展单创、考拉、小红书等新兴社交

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

与内容渠道。公司非直供电商平台分销商主要通过天猫商城、淘宝、京东商城、唯品会以及其他电商平台销售，与公司电商平台销售渠道基本一致。因此，从最终销售渠道来看，电商平台分销业务及非直供电商平台分销业务均属于线上电商平台分销业务。报告期各期公司线上电商平台业务收入分别为 23,546.45 万元、36,859.46 万元及 41,766.55 万元，年复合增长率为 33.18%；毛利分别为 5,644.02 万元、7,762.84 万元及 8,934.30 万元，年复合增率为 25.82%。其中 2019 年电商平台业务收入较 2018 年增长 13.31%，毛利较 2018 年增长 15.09%，线上电商平台营业收入及毛利均保持稳定增长。

综上，公司电商平台业务未来可持续增长不存在重大不确定性。

3. 2018、2019 年在唯品会分销收入大幅增长原因及合理性

(1) 报告期内唯品会经营状况良好

近几年，受电商行业市场竞争激烈及业务多元化转型不及预期等多因素影响，唯品会市场份额有所下降，同时市值大幅下滑，导致其市场声誉有所下降。但从唯品会近 3 年财务数据及经营数据来看，其营业收入、净利润、订单量及活跃用户均保持增长，财务状况及经营状况均处于良好状态，尤其 2018 年其核心战略目标回归特卖业务以及京东、腾讯 2019 年不断对其增持，加大对其线上流量导入的扶持后，其主要经营指标及财务指标均有较大提升。报告期内，唯品会主要财务数据及经营数据如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
营业收入（亿元）	929.94	845.24	729.12
净利润（亿元）	40.17	21.29	19.50
订单量（亿单）	5.66	4.37	3.35
活跃用户（亿人）	0.69	0.61	0.58

注：数据来源于 wind。

(2) 公司对唯品会销售收入增长原因及合理性

报告期各期公司在唯品会的分销收入如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

品牌	2019 年度	2018 年度	2017 年度
Mediheal/美迪惠尔	5,716.17	7,645.03	3,988.54
MOONY	3,801.81	4,506.51	-
SOFY/苏菲	3,532.77	461.87	-
MamyPoko/妈咪宝贝	1,984.45	3,621.74	-
Sanosan/哈罗闪	259.70	57.69	585.43
Skinfood/思亲肤	-	-42.24	1,055.63
Holikaholika	-	191.07	516.30
SanitaU-Za	-	-5.90	241.69
其他品牌	617.81	-59.47	425.70
合计	**15,912.72**	**16,376.31**	**6,813.28**

注：部分品牌终止合作后次年发生退货，导致其收入为负数。

报告期各期，公司在唯品会平台的分销收入分别为 6,813.28 万元，16,376.31 万元及 15,912.72 万元，其中 2018 年较 2017 年大幅增长主要系 2018 年公司与尤妮佳生活用品（中国）有限公司合作开展 Moony、妈咪宝贝及苏菲等三个品牌在唯品会及非电商平台分销商的渠道分销业务，Moony、妈咪宝贝及苏菲三个品牌知名度较高，产品销售量较大，公司在唯品会平台收入大幅增加；同时，受面膜市场规模增长及面膜产品渗透率提升影响，2018 年美迪惠尔产品在唯品会平台销量大幅增长，进一步提升了公司在唯品会平台收入规模。2019 年，纸尿裤市场及面膜市场竞争加剧导致 moony、妈咪宝贝及美迪惠尔在唯品会平台收入下降，虽然苏菲因品牌方将销售重心向唯品会转移导致收入大幅增长，但美迪惠尔及妈咪宝贝等品牌销售下滑较大，导致公司 2019 年对唯品会分销收入有所下降。

(3) 同行业可比公司对唯品会分销收入亦保持增长

同行业可比公司壹网壹创 2017 年对唯品会分销收入较低，唯品会未进入前五大客户，2018 年壹网壹创对唯品会分销收入占比为 13.59%，至 2019 年已上升至 18.47%，系其第一大客户。公司对唯品会分销收入增长与同行业趋势基本保持一致。

核查意见：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为，2019 年发行人线上代运营零售收入和电商平台分销收入下降具有合理性，未来可持续增长不存在重大不确定性。

（五）说明并披露 2019 年在电商平台分销收入同比下降的情况下，线上代运营收入保持稳定、运营服务收入实现增长的原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司品牌收入明细，并分析拉动收入增长的主要品牌；

2. 访谈相关品牌方客户；

3. 对会计师及公司代表进行访谈，了解电商平台分销收入变动的原因。

核查内容：

公司 2019 年电商平台分销收入同比下降系主要品牌分销收入下滑导致，公司线上代运营收入保持稳定系新老品牌运营服务收入拉动增长明显，具体原因及合理性分析如下：

1. 2019 年，以电商平台作为直接客户的渠道分销收入同比下降；线上渠道整体渠道分销收入仍保持上升态势

2019 年，以线上直供电商平台作为直接客户的电商平台分销收入有所下降，但通过线上渠道最终实现的分销收入总额仍保持增长态势。以电商平台作为直接客户的分销收入出现波动，2019 年同比下降 16.30%。非电商客户中线上非直供平台渠道分销收入持续上升，2019 年同比增长 211.40%。通过线上渠道实现的销售收入总额保持增长态势。详细情况请参见 “问题 1”之“（一）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销业务报告期内营业收入的实现及波动情况，波动的原因及合理性，是否与行业可比公司一致”相关回复。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 2019 年，线上代运营收入保持稳定、运营服务收入实现增长的原因及合理性

线上代运营模式下，公司基于品牌方或其授权经销商的授权，在天猫平台、京东开放平台等第三方电商平台设立或运营品牌旗舰店或专营店，向终端消费者零售品牌商品，为品牌方提供全方位的电子商务综合服务。

2018 年至 2019 年，公司线上代运营收入同比变化-0.25%，其中零售收入变化-6.80%，运营服务费收入同比增长 25.89%。其中，线上代运营-零售收入变动原因详细情况请参见 “问题 1”之“（一）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销业务报告期内营业收入的实现及波动情况，波动的原因及合理性，是否与行业可比公司一致”相关回复。

运营服务收入同比增长 25.89%，主要来源于：新老品牌联合拉动线上代运营-服务费收入增加、品牌集团运营服务收入持续增加、运营渠道增加，以及客户类型的增加。

(1) 新老品牌联合拉动线上代运营-服务费收入增加

发行人具备线上代运营-服务费模式出色的增量品牌拓展能力和存量品牌运营能力。2018-2019 年度，涌现出多个拉动收入增长的主要品牌，使得线上代运营服务费模式呈现迅猛的增长势头。

线上代运营-服务费收入 2019 年为 11,965.21 万元，2018 年为 9,504.87 万元，同比增长 25.89%。本期拉动收入增长超过 80%的主要品牌明细如下：

单位：万元

品牌	主要产品	类型	2019 年	2018 年	增量收入金额	增量收入占比
嘉实多	润滑油	新增品牌	437.39	-	437.39	17.78%
AXXZIA	保健品	新增品牌	364.77	-	364.77	14.83%
hairrecipe/发之食谱	洗发水	存量品牌	486.02	137.71	348.30	14.16%
帮宝适	纸尿裤	新增品牌	345.59	-	345.59	14.05%
CEMOY	护肤品	新增品牌	276.76	-	276.76	11.25%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品牌	主要产品	类型	2019 年	2018 年	增量收入金额	增量收入占比
Vierra	口服美容产品	存量品牌	273.13	17.82	255.31	10.38%
合计			**2,183.67**	**155.53**	**2,028.12**	**82.45%**

2019 年相较于 2018 年，线上代运营-服务费模式收入增加主要驱动品牌为嘉实多、AXXZIA、hairrecipe/发之食谱、帮宝适、CEMOY、Vierra，上述品牌合计收入由 155.53 万元增长至 2,183.67 万元，占当年该模式业务增量收入比例合计达 82.43%。

其中，嘉实多、Axxzia、帮宝适、CEMOY 为本期新增线上代运营-服务费模式品牌；hairrecipe/发之食谱、Vierra 为存量品牌，本年度实现较高增量运营服务收入。

(2) 品牌集团运营服务收入持续增加

以宝洁（中国）营销有限公司（以下简称“宝洁”）为例，2018 年度，发行人与宝洁旗下 Hair Recipe 一个品牌合作，线上代运营-服务费收入为 137.71 万元；2019 年度，发行人与宝洁旗下 Hair Recipe、帮宝适、舒隐、玉兰油、Aussie、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清合计 9 个品牌合作，线上代运营-服务费收入增长至 1,491.04 万元，同比上升 982.74%。品牌集团下老品牌出色运营成果带动品牌集团整体收入上升。

(3) 运营渠道持续增加

发行人线上代运营-服务费模式的运营平台原以天猫平台为主，报告期内发行人加大了对京东平台的渠道拓展，来自京东平台渠道的代运营服务费收入增加。发行人来自京东平台（含京东自营及京东开放平台）线上代运营-服务费模式下收入由 2018 年度 484.62 万元增长至 2019 年度 1,280.80 万元，同比增长 164.29%。

(4) 客户类型持续增加

除各类母婴、美妆个护及保健品等品类品牌方之外，报告期内发行人还逐步

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

拓展代运营服务费模式的客户类型，增加天猫超市、京东自营等电商平台类客户。发行人对此类电商平台客户的自营业务开展服务费模式的代运营服务，来自此类客户的收入亦拉动运营服务收入的整体增长。

核查意见：

综上，本所律师认为， 2019 年在电商平台分销收入同比下降的情况下，线上代运营收入保持稳定、运营服务收入实现增长具有合理性。

（六）结合零售终端模式下的消费特点、发行人及客户采取的具体促销活动及销售政策差异，说明并披露报告期内部分订单消费金额区间购买间隔平均低于 5 月的原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅 IT 审计人员对公司线上销售涉及的主要店铺订单数据和买家 ID 进行提取的数据；

2. 根据提取的信息，从客户姓名对象、送货地址、购买数量、消费次数、客单量、消费金额、付款情况对线上店铺订单数据进行多维度特征分析；

3. 与会计师访谈，了解相关数据统计的口径及其确定依据的合理性、可靠性。

核查内容：

报告期内，公司在 2018 年度单笔订单消费金额在 5 千元-1 万元、1 万元以上和 2017 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上三类消费区间的购买间隔时间小于 5 个月，主要因为天猫商城-美赞臣官方旗舰店和天猫商城-planters 绅士旗舰店的店铺商品单次购买存在购买数量限制、促销活动方案存在“满件送”或“满金额送”赠品等促销策略，因此线下经销商为购买更多货品和赠品于短期内多次下单集中购买商品，相关情形具有合理性。

具体分析如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 报告期内订单消费金额区间购买间隔情况

公司独立聘请天健会计师事务所（特殊普通合伙）为本次发行上市的 IT 审计机构，IT 审计机构按照国际信息系统审计协会审计指南和中国注册会计师审计准则执行相关 IT 审计工作，并出具《广州若羽臣科技股份有限公司信息系统审计报告》（天健审[2020]748 号）。发行人律师查阅 IT 审计对国内店铺和跨境店铺提取的订单及相关分析，基于公司电商管理系统记录的报告期内零售含税订单数据，零售模式下终端消费者相关情况具体如下：

(1) 2019 年度

单笔订单消费金额	客户数量	购买次数（单）	交易金额（万元）	客户数量占比	交易金额占比	购买间隔时间（月）	次均消费额（元）
5 百元以下（不含）	2,105,144	2,502,921	25,963.73	95.14%	64.00%	10.09	103.73
5 百元-1 千元（不含）	69,136	86,812	6,319.82	3.12%	15.58%	9.56	727.99
1 千元-5 千元（不含）	38,188	54,407	8,041.13	1.73%	19.82%	8.42	1,477.96
5 千元-1 万元（不含）	140	173	111.68	0.01%	0.28%	9.71	6,455.67
1 万元以上	23	29	133.66	0.00%	0.33%	9.52	46,088.74
合计	**2,212,631**	**2,644,342**	**40,570.02**	**100.00%**	**100.00%**	**10.04**	**153.42**

注：1.客户数量为买家会员数，即当期存在购买行为的买家会员总数去重合计；2.购买次数为交易笔数；3.次均消费额=交易金额/购买次数；4.购买间隔时间（月）=12/（购买次数/客户数量）；下同。

(2) 2018 年度

单笔订单消费金额	客户数量	购买次数（单）	交易金额（万元）	客户数量占比	交易金额占比	购买间隔时间（月）	次均消费额（元）
5 百元以下（不含）	2,600,925	3,237,481	29,723.91	95.93%	65.59%	9.64	91.81
5 百元-1 千元（不含）	70,996	84,826	6,107.46	2.62%	13.48%	10.04	720.00

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单笔订单消费金额	客户数量	购买次数（单）	交易金额（万元）	客户数量占比	交易金额占比	购买间隔时间（月）	次均消费额（元）
1 千元-5 千元（不含）	38,924	57,684	8,223.32	1.44%	18.14%	8.10	1,425.58
5 千元-1 万元（不含）	221	712	570.75	0.01%	1.26%	3.72	8,016.16
1 万元以上	87	228	694.91	0.00%	1.53%	4.58	30,478.67
合计	**2,711,153**	**3,380,931**	**45,320.35**	**100.00%**	**100.00%**	**9.62**	**134.05**

(3) 2017 年度

单笔订单消费金额	客户数量	购买次数（单）	交易金额（万元）	客户数量占比	交易金额占比	购买间隔时间（月）	次均消费额（元）
5 百元以下（不含）	2,313,159	2,897,913	26,531.58	95.98%	68.05%	9.58	91.55
5 百元-1 千元（不含）	65,792	85,329	6,129.72	2.73%	15.72%	9.25	718.36
1 千元-5 千元（不含）	31,114	41,427	6,063.26	1.29%	15.55%	9.01	1,463.60
5 千元-1 万元（不含）	78	85	54.00	0.00%	0.14%	11.01	6,353.13
1 万元以上	19	47	210.04	0.00%	0.54%	4.85	44,688.56
合计	**2,410,162**	**3,024,801**	**38,988.60**	**100.00%**	**100.00%**	**9.56**	**128.90**

基于公司电商管理系统记录的报告期内零售含税订单数据，报告期内单笔订单消费金额区间购买间隔低于 5 个月的情况包括：2018 年度单笔订单消费金额在 5 千元-1 万元（购买间隔时间 3.72 个月），2018 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上（购买间隔时间 4.58 个月），以及 2017 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上（购买间隔时间 4.85 个月）。

2. 部分订单消费金额区间购买间隔平均低于 5 个月的原因及合理性

针对 2017 年及 2018 年购买间隔时间低于 5 个月的部分订单消费金额区间，

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本所律师协同 IT 审计机构提取了相关消费金额区间的订单明细，三类消费金额区间内的大额订单主要发生于天猫商城-美赞臣官方旗舰店和天猫商城-planters 绅士旗舰店，各区间内交易发生于天猫商城-美赞臣官方旗舰店和天猫商城-planters 绅士旗舰店的交易金额合计占比在 10%以上的交易订单情况如下：

(1) 2018 年度单笔订单消费金额在 5 千元-1 万元

买家 ID	交易金额	金额占比	订单数	订单数占比
doby125	144.88	25.85%	165	23.64%
思婷宝宝 125	118.80	21.19%	129	18.48%
交易金额 10%以上客户小计	263.68	47.04%	294	42.12%
合计	**560.53**	**100.00%**	**698**	**100.00%**

其中，买家 ID 为“doby125”和“思婷宝宝 125”的交易发生于天猫商城-美赞臣官方旗舰店。

(2) 2018 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上

买家 ID	交易金额	金额占比	订单数	订单数占比
吴杰	143.07	21.46%	2	0.93%
思婷宝宝 125	83.62	12.54%	34	15.81%
doby125	69.71	10.46%	30	13.95%
交易金额 10%以上客户小计	**296.41**	**44.46%**	**66**	**30.70%**
合计	**666.64**	**100.00%**	**215**	**100.00%**

其中，买家 ID 为“吴杰”的交易发生于天猫商城-planters 绅士旗舰店，买家 ID 为“思婷宝宝 125”和“doby125”的交易发生于天猫商城-美赞臣官方旗舰店。

(3) 2017 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上

买家 ID	交易金额	金额占比	订单数	订单数占比
孟先生	53.01	33.94%	1	3.13%
shineheeroyuy88	42.78	27.39%	8	25.00%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

买家 ID	交易金额	金额占比	订单数	订单数占比
lina520444	25.50	16.33%	10	31.25%
交易金额 10%以上客户小计	**121.29**	**77.66%**	**19**	**59.38%**
合计	**156.1882**	**100.00%**	**32**	**100.00%**

其中，买家 ID 为“孟先生”、“lina520444”的交易发生于天猫商城-planters 绅士旗舰店，买家 ID 为“shineheeroyuy88”的交易发生于天猫商城-美赞臣官方旗舰店。

综上，经核查公司电商管理系统提取的订单明细、电商节日及公司促销期间订单情况、公司店铺推广宣传资料，并通过对大额订单客户电话访谈及现场走访，部分订单消费金额区间购买间隔平均低于 5 个月主要因为店铺商品单次购买存在购买数量限制、促销活动方案存在“满件送”或“满金额送”赠品等促销策略，线下经销商为购买更多货品和赠品于短期内多次下单集中购买商品，因此呈现出大额单笔零售订单购买间隔时间相对较小的特征。具体而言，公司在 2018 年度单笔订单消费金额在 5 千元-1 万元、2018 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上和 2017 年度单笔订单消费金额在 1 万元以上三类消费区间的购买间隔时间小于 5 个月，主要因为天猫商城-美赞臣官方旗舰店和天猫商城-planters 绅士旗舰店的线下经销商集中购买导致，具有合理性。

核查意见：

综上，本所律师认为，报告期内部分订单消费金额区间购买间隔平均低于 5 个月具有合理性。

（七）说明并披露发行人开展电商平台分销业务的核心竞争力，所提供运营支持服务的具体方式以及实施情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅天猫官网相关服务商排名信息；

2. 查阅公司合作品牌明细；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 访谈公司的高级管理人员，了解公司的核心竞争力、提供运营支持服务的具体方式。

核查内容：

1. 电商平台分销业务的核心竞争力主要体现为电商运营的核心竞争力

电商平台对于合作供应商的需求并非只是商品的采购，而是希望与供应商共同推动品牌商品在电商平台的销售成果，形成品牌销售促进电商平台流量稳定性、电商平台流量促进品牌商品销售的相互依存的电商发展生态。因此对于公司的电商平台分销业务，公司并非仅向电商平台提供商品销售服务，而是需要同时向电商平台提供全面的运营支持服务，包括品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘等各环节运营服务，故公司电商平台分销业务的核心竞争力主要体现为公司电商运营的核心竞争力，具体如下：

(1) 全面的大数据驱动的运营体系

公司已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系，一方面能够掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据；另一方面能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于大数据消费者洞察的精细化品牌运营。

(2) 快速爆发的品牌孵化力

作为专业的电子商务综合服务商，公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值、全面捕捉消费市场转型升级动向、提供定制化线上电商综合运营服务的能力，帮助品牌方迅速打入中国电商渠道，深度触达中国消费者。

以红印（Red Seal）为例，2018 年合作初期，红印（Red Seal）品牌线上仅旗舰店上架售卖，GMV 不足 1,900 万。公司接手后，从品牌定位、产品线梳理、跨境及大贸价盘设定、渠道主推品差异等多方面进行重新梳理，通过以运营策略优化为核心的入驻沟通方式，将品牌在全网销售渠道全面铺开。仅三个月时间完成电商平台分销渠道入驻及品牌方滞销库存清理，线上 GMV 由 2018 年的 3,000

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

万提升至近 6,000 万，在公司运营助力下品牌明星产品黑糖培养成为全网进口黑糖（红糖）类 NO.1 产品, 2019 年线上出货数量超 160 万瓶，同比增长 73%。

(3) 跨品类发展的业务扩张能力

经过跨品类多品牌多年电商运营经验的积累，公司形成了对电商运营逻辑的深刻理解，从电商消费者关注、兴趣、寻找、分享、行动等交易促成的关键环节入手，深入分析不同品类不同品牌的消费者购买决策特点从而制定切实可行的运营方案。因此公司能够根据消费市场发展趋势向具备市场增长潜力的品类迅速拓展，而不局限于单一品类，有利于未来业务的多维度扩张。报告期各期期末，公司渠道分销模式下合作品牌数量分别为 22 个、20 个和 20 个，包含母婴、美妆个护、保健品、食品等品类。

(4) 全球端到端交付的供应链

相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，覆盖一般贸易、跨境贸易和对内贸易，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本。其次，凭借出色的 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程监控商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

公司基于电商平台仓库分布以及商品流转情况设置了位于全国主要地区的前置仓，实现快速响应平台各仓库备货需求，从而缩短公司及电商平台备货周期，提高库存周转效率。截止 2020 年 4 月末，公司已在华东、华南、华北、华中等地区与第三方仓配服务商合作建立了五个前置仓，实现覆盖全国主要干线及专线的迅速端到端交付能力。

2. 运营支持服务的具体方式以及实施情况

针对电商平台分销业务，公司组建了专门的运营支持团队，通过各电商平台相关店铺的运营后台或与电商平台相关店铺的平台运营团队对接，为电商平台提供双方所有在合作品牌的运营支持服务。具体而言，公司为电商平台提供的运营

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

支持服务包括品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘、供应链管理等各环节运营服务，而电商平台运营团队则侧重于把控与平台相关的营销活动及各品牌的整体活动节奏并为品牌活动予以支持。其中公司提供的运营支持服务具体如下：

(1) 品牌定位支持：公司通过与品牌方客户沟通、进行市场研究及消费者调研等方式获取品牌认知，拟定差异化的品牌定位，通过店铺形象规范、动线规划、客服指引、社交指引等维度进行视觉输出，具体而言，公司运营团队需要为电商平台线上门店设计包括主页框架及主图在内的所有视觉内容，为店铺营造符合品牌定位的视觉效果。

(2) 店铺运营支持：公司为电商平台提供品牌店铺的产品线梳理、销售策略制定、营销活动执行、店铺维护管理、品牌粉丝运营、客服支持等运营支持服务。具体而言，公司运营团队需要为电商平台线上店铺梳理产品品类结构和价格体系；制定年度及月度销售目标并根据平台流量及消费者行为分析制定具体的销售策略；进行站内外资源采购及素材制作并进行投放及总结；对店铺进行更新维护，包括店铺形象、商品陈列等；分析消费者数据以实现运营支持；对售前及售后客服进行支持。

(3) 整合营销：公司根据品牌方需求及各月销售目标制定详细的营销方案，包括活动形式、媒介渠道、执行时间表等，并与平台运营团队沟通确认活动方案的审核及上线，同时活动上线后负责运营效果数据监测及实时应对。对于电商平台上的品牌自主活动，一般由公司主导方案规划及落地执行。

(4) 数据挖掘：公司协助电商平台进行数据的采集、数据清洗及归类、根据业务需求的可视化呈现、异常数据分析及相应的业务调整，以及根据相关数据分析结果自动生成业务建议，包括库存、经营等维度。（5）供应链管理：公司具备全球端到端交付的供应链管理能力，形成了满足多平台多仓快速交付能力的供应链体系，可为电商平台提供定制化的供应链管理服务。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，覆盖一般贸易、跨境贸易和对内贸易，可全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商。其次，凭借出色的 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。在高效的供应链体系支撑下，公司为品牌方和电商平台的合作提供了一站式供应链综合解决方案，并能为电商平台提供丰富的配套服务，包括产品分拣、贴标、包装等。

核查意见：

综上，本所律师认为，公司具有较强的电商平台分销业务核心竞争力。

（八）说明并披露非电商平台分销业务的客户合作流程、物流管理模式、涉及的品牌及销售客户情况、订单获取方式、销售政策、信用政策和收入确认政策与依据；非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的原因及合理性，是否实现最终销售；列示 2019 年主要非电商平台分销商的销售情况，主要非电商平台分销商是否与发行人存在关联关系

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查公司非电商平台分销商业务合同；

2. 访谈及函证主要非电商平台分销商；

3. 核查公司收入明细；

4. 核查主要非电商平台分销商的公开信息；

5. 访谈公司高级管理人员；

6. 查阅主要非电商平台分销商现金流回款情况；

7. 就本题所涉财务问题，对会计师进行访谈，了解其财务核查方法及其依据的合理性、可靠性。

核查内容：

非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长具有合理性，主要原因是品牌

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

Moony（对应分销商武汉经典宝贝电子商务有限公司）和品牌 ABC（对应分销商上海升驭商贸有限公司）的收入增加所致。

截至目前，主要非电商平台分销商 2019 年末从公司采购的存货已经实现对外销售。

2019 年主要非电商平台分销商与发行人不存在关联关系。

具体分析如下：

1. 非电商平台分销业务的客户合作流程、物流管理模式、涉及的品牌及销售客户情况、订单获取方式、销售政策、信用政策和收入确认政策与依据

(1) 非电商平台分销业务的客户合作流程、物流管理模式、订单获取方式、销售政策、信用政策、收入确认政策与依据具体如下：

项目	具体情况
合作流程	1) 目标客户寻找 ① 查找同品类的淘宝卖家店铺，通过店铺旺旺沟通 ② 利用微信、QQ 等多种社群沟通工具建立渠道分销群，发布公司商品信息 ③ 分销商在天猫查询旗舰店，与旗舰店客服沟通分销意愿，由客服转发到公司渠道分销部门； 2) 意向洽谈 3) 合同条款洽谈：确定销售目标、价格、促销方式等 4) 签署合同 5) 销售货物
物流管理模式	报告期期初至 2017 年 5 月，公司采取自有仓库和第三方仓储物流并行的仓储物流管理模式。2017 年 5 月至报告期期末，公司将所有仓储物流服务外包给第三方仓储物流服务商。 1) 自有仓库 报告期期初至 2017 年 5 月，公司自有仓库设在广东广州，由公司供应链中心进行管理。 供应链中心根据品牌运营中心的定期销售计划、仓库的实时库存情况及采购物流周期制定定期采购计划，经分管领导审批后，采购员可在授权范围内向供应商下达采购订单。当采购商品运抵公司仓库时，仓库人员对货品进行检验入库。自有仓库模式下，公司自行采购快递物流服务、包材等，并与供应商直接进行结算。 2) 第三方仓储物流 报告期期初至 2017 年 5 月，公司采取自有仓库和第三方仓储物

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	流并行的仓储物流管理模式，仅将部分仓储物流服务外包给第三方仓储物流服务商。2017 年 5 月至报告期期末，为充分利用专业仓储物流供应商的成本优势，同时提升发货速度和用户体验，公司将所有仓储物流服务外包给第三方仓储物流服务商。 对于第三方仓储物流模式，由服务供应商提供仓储管理以及物流配送服务，通过合同约定由其对库存安全性、发货及时性等承担管理责任。 对于非电商平台分销业务的客户，公司提供物流服务或者客户自提货物的模式均有。公司与非电商平台分销业务的客户约定，物流费用由公司承担或者约定分销商的单笔订单金额高于或等于某一金额时，运输费用由公司承担。
订单获取方式	分销商通过邮件、QQ、微信等沟通工具发出订单
销售政策	1) 对于非电商平台分销商，公司采用买断方式销售；于产品交付给对方且经对方签收后确认销售收入 2）品牌方定价或基础价格上公司自主确定价格
信用政策	以预收款结算为主，个别分销商，如：上海升驭商贸有限公司，账期在 1-2 个月内
收入确认政策与依据	于产品交付给对方且经对方签收后确认销售收入

(2) 非电商平台分销业务的主要客户涉及的品牌、销售客户情况

报告期各期，渠道分销业务非电商平台前五名客户的收入情况如下：

单位：万元

年度	名次	客户	品牌	渠道分销收入	占非电商平台销售收入比例	主要最终销售去向
2019 年度	1	武汉经典宝贝电子商务有限公司	Moony，SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝，B.box/贝博士	5,205.39	33.90%	天猫平台（经典宝贝母婴专营店）
	2	上海升驭商贸有限公司	ABC	3,592.60	23.39%	天猫平台（天猫商城- ABC 官方旗舰店）
	3	深圳市叮小当供应链管理有限公司	Moony，SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝	3,482.70	22.68%	天猫平台（叮小当母婴专营店）、淘宝网（叮小当母婴店）、京东平台（叮小当母婴专营店）
	4	北京瀚灏科贸有限公司	Dermatix/舒痕，B.box/贝	373.01	2.43%	京东平台（京东商城）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年度	名次	客户	品牌	渠道分销收入	占非电商平台销售收入比例	主要最终销售去向
			博士，Avent/新安怡，RED SEAL/红印，Sanosan/哈罗闪			
	5	北京拓世华创电子商务有限公司	Sanosan/哈罗闪，RED SEAL/红印，voodoo	351.29	2.29%	天猫平台（天猫超市）
合计				13,004.99	合计	
2018 年度	1	深圳市叮小当供应链管理有限公司	Moony，SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝	1,531.53	26.86%	天猫平台（叮小当母婴专营店）、淘宝网（叮小当母婴店）、京东平台（叮小当母婴专营店）
	2	郑丽	SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝	1,149.09	20.15%	淘宝网、京东平台、贝贝网、聚美
	3	东莞市乐其网络科技有限公司	planters/绅士	435.39	7.64%	天猫平台（天猫超市）
	4	武汉经典宝贝电子商务有限公司	Moony，SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝，B.box/贝博士	266.22	4.67%	天猫平台（经典宝贝母婴专营店）
	5	义乌市江涛日化有限公司	MOONY，SOFY/苏菲，MamyPoko/妈咪宝贝	245.61	4.31%	天猫平台/淘宝网（义乌日化批发商城）、京东平台、拼多多
合计				3,627.84	合计	
2017 年度	1	飞起来健康国际发展有限公司	RED SEAL/红印	456.99	16.24%	京东全球购平台、唯品会、考拉、小红书、唯品国际以及符合授权内范围的线上平台
	2	上海云沁贸易	Sanosan/哈罗	410.74	14.60%	天猫平台（云宝

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

年度	名次	客户	品牌	渠道分销收入	占非电商平台销售收入比例	主要最终销售去向
		有限公司	闪，Avent/新安怡，Combi/康贝，B.box/贝博士			贝母婴旗舰店）、天猫平台（天猫商城）、京东平台（京东商城）、苏宁易购、1 号商城
	3	刘小军	Avent/新安怡，Combi/康贝	252.79	8.98%	淘宝网（羊羊小美屋金冠母婴店）
	4	青岛智乐电子商务有限公司	B.box/贝博士	233.47	8.30%	淘宝网（智乐奶爸商城）、天猫平台（bbox 智乐专卖店）、京东平台（智乐奶爸母婴旗舰店）
	5	上海晨驿贸易有限公司	B.box/贝博士，Sanosan/哈罗闪	158.74	5.64%	京东平台（晨驿母婴专营店）、天猫 平台（晨驿母婴专营店）
合计				1,512.73	合计	

2. 非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的原因及合理性，是否实现最终销售，列示 2019 年主要非电商平台分销商的销售情况

(1) 非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的原因及合理性

a. 拉动非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的品牌如下：

单位：万元

拉动增长的品牌	2019 年	2018 年	收入变动	
	收入	收入	增量收入	占比（%）
MOONY	5,980.48	696.15	5,284.33	54.73
ABC	3,592.60		3,592.60	37.21
小计	9,573.08	696.15	8,876.93	91.94
非电商平台分销商合计	15,356.99	5,702.03	9,654.96	100.00%

拉动非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的前两大品牌为 Moony 和

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

ABC。Moony 属于尤妮佳旗下品牌产品，公司自 2018 年开始合作以来，销量稳步上升，品牌收入整体增加。ABC 为 2019 年新合作品牌，由于品牌知名度较高且公司运营情况良好，因此运营首年即带来较高增量收入。

b. 拉动非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长的分销商如下：

单位：万元

拉动增长的分销商	2019 年	2018 年	收入变动	
	收入	收入	增量收入	占比（%）
武汉经典宝贝电子商务有限公司	5,205.39	266.22	4,939.17	51.16%
上海升驭商贸有限公司	3,592.60		3,592.60	37.21%
小计	8,797.99	266.22	8,531.77	88.37%
非电商平台分销商合计	15,356.99	5,702.03	9,654.96	100.00

由上表可知，拉动公司非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长最多的前两大分销商分别为武汉经典宝贝电子商务有限公司和上海升驭商贸有限公司：

① 武汉经典宝贝电子商务有限公司主要向公司采购公司所运营的尤妮佳品牌产品，而尤妮佳品牌系公司 2018 年新运营品牌，运营以来品牌销量较高；

② 上海升驭商贸有限公司为新增客户，主要原因系由天猫商城- ABC 官方旗舰店的店铺切换流程导致。公司 2019 年 8 月下旬获得 ABC 品牌旗舰店运营授权，2019 年 12 月 16 日完成店铺主体切换，店铺切换期间，为保证店铺正常经营，故暂由上海升驭商贸有限公司经营，其中货物向公司进行采购。切换店铺期间共约 4 个月，且包含双十一大促，因此交易金额较大。

通过对收入大增品牌的增长和分销商的增长分析，公司非电商平台分销 2019 年收入大幅增长符合公司业务实际情况，具备合理性。

(2) 非电商平台分销商是否实现最终销售，列示 2019 年主要非电商平台分销商的销售情况

a. 2019 年主要非电商平台分销商的销售情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2019 年公司非电商平台分销商主要包括武汉经典宝贝电子商务有限公司、上海升驭商贸有限公司及深圳市叮小当供应链管理有限公司，公司对上述三家分销商销售收入情况如下：

单位：万元

分销商	2019 年收入
武汉经典宝贝电子商务有限公司	5,205.39
上海升驭商贸有限公司	3,592.60
深圳市叮小当供应链管理有限公司	3,482.70
小计	**12,280.69**
占非电商平台分销商收入比例	79.97%

b. 主要非电商平台分销商最终销售的情况

我们通过对主要非电商平台的 2019 年末库存情况、2019 年第四季度收入情况、2019 年内以及期后退货情况、现金流情况、期后订货情况进行核查，以核实主要非电商平台分销商最终销售的情况，具体情况如下：

①2019 年末库存情况

经本所律师抽样核查分销商武汉经典宝贝电子商务有限公司、深圳市叮小当供应链管理有限公司、上海升驭商贸有限公司，武汉经典宝贝电子商务有限公司会保留 20-25 天销售量的库存水平，深圳市叮小当供应链管理有限公司会保留 30 天左右销售量的库存水平；而上海升驭商贸有限公司的订单由公司直接发货至 C 端买家，期末均已实现对外销售，截至 2019 年 12 月 31 日已不再与合作。

②2019 年第四季度收入情况

我们核查了主要非平台分销商 2019 年第四季度的收入情况，检查是否存在第四季度集中发货的情况如下：

单位：万元

客户名称	第四季度收入	全年度收入	占比
武汉经典宝贝电子商务有限公司	1,895.31	5,205.39	36.41%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

客户名称	第四季度收入	全年度收入	占比
上海升驭商贸有限公司	3,240.58	3,592.60	90.20%
深圳市叮小当供应链管理有限公司	903.70	3,482.70	25.95%
北京瀚灏科贸有限公司	82.47	373.01	22.11%
北京拓世华创电子商务有限公司	107.64	351.29	30.64%

非电商平台分销商 2019 年前五大客户中，上海升驭商贸有限公司第四季度收入占全年度收入比例较高，主要原因系由天猫商城- ABC 官方旗舰店的店铺切换流程导致。店铺切换期间，为保证店铺正常经营，故暂由上海升驭商贸有限公司经营，其中货物向公司进行采购。公司 2019 年 8 月下旬获得 ABC 品牌旗舰店运营授权，2019 年 12 月 16 日完成店铺主体切换，期间共约 4 个月，且包含双十一大促，因此第四季度交易金额较大。其余客户第四季度收入占比均处于 20%-40%之间，考虑第四季度有双十一大促活动以及不同分销商的销售策略，该占比具有合理性。非电商平台分销商并未在期末进行集中采购，其期末库存水平处于合理水平内。

③非电商平台期后的退货情况

经检查，公司 2019 年主要非电商平台分销商期后未发生退货情况。

④现金流情况

经与会计师访谈确认，并经查阅主要非电商平台分销商的现金流回款情况，武汉经典宝贝电子商务有限公司和深圳市叮小当供应链管理有限公司是以预收款方式结算；上海升驭商贸有限公司 2019 年末应收账款截至目前已经全部回款，现金流情况良好

⑤期后订货情况

经核查，2020 年 1-4 月，公司对武汉经典宝贝电子商务有限公司的收入为 1,682.43 万元，对深圳市叮小当供应链管理有限公司收入为 1,021.96 万元。以上收入均已回款，期后订货情况良好。

综上，主要非电商平台分销商会保留 20-30 天的合理库存量，期末库存余额

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

较低；主要非电商平台分销商未在期末进行集中采购、未发生退货，并且现金流情况和期后订货情况良好。截至目前，2019 年末从公司采购的存货已经实现对外销售。

3. 2019 年主要非电商平台分销商是否与发行人存在关联关系

(1) 主要非电商平台分销商的股东、董事、监事及高级管理人员不存在于发行人处任职或持有发行人股份或与发行人董事、监事、高级管理人员存在关联关系的情形

2019 年公司主要非电商平台分销商的基本情况参见本题目回复之“1、非电商平台分销业务的客户合作流程、物流管理模式、涉及的品牌及销售客户情况、订单获取方式、销售政策、信用政策和收入确认政策与依据”之“2）渠道分销业务非电商平台前五名客户涉及的品牌、销售客户情况”之相关答复。

经本所律师登陆“国家企业信用信息公示系统”、“企查查”等公开网站查询公司 2019 年主要非电商平台分销商的基本工商信息、查阅该等分销商出具的无关联关系声明函，并经与该等分销商访谈确认，发行人 2019 年主要非电商平台分销商及其股东、董事、监事及高级管理人员未持有发行人股份，该等分销商的股东、董事、监事及高级管理人员未于发行人处任职或与发行人股东、董事、监事及高级管理人员存在亲属关系或其他关联关系的情形。

(2) 发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员亦不存在持有该等分销商股权或于分销商处任职等情形

经查阅发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员出具的关联关系调查问卷并经本所律师访谈确认，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员未持有上述主要非电商平台分销商股权，发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在于该等分销商处任职或与其股东、董事、监事、高级管理人员存在亲属关系或其他关联关系的情形。

综上，2019 年主要非电商平台分销商与发行人不存在关联关系。

核查意见：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为，非电商平台分销商 2019 年收入大幅增长具有合理性，并已实现最终销售，2019 年主要非电商平台分销商与发行人不存在关联关系。

（九）结合市场供需变化、竞争对手情况及自身优势等，说明发行人在品牌策划服务收入及毛利率 2018 年同比均大幅增长的情况下，2019 年对原有业务方向进行调整的原因及其合理性；报告期主要品牌策划项目收入确认情况，收入确认依据是否充分

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅品牌策划行业相关资料及可比公司公开披露信息；

2. 访谈公司品牌策划业务负责人，了解公司品牌策划业务发展情况及转型原因；

3. 检查品牌策划项目验收确认邮件、销售发票及银行收款凭证；

4. 就本题所述的财务问题，对会计师进行访谈，了解品牌策划项目收入确认方法等。

核查内容：

1. 结合市场供需变化、竞争对手情况及自身优势等，说明发行人在品牌策划服务收入及毛利率 2018 年同比均大幅增长的情况下，2019 年对原有业务方向进行调整的原因及其合理性

公司品牌策划业务分为两类，包括媒介采买类和创意设计类，其中媒介采买类品牌策划业务侧重于项目执行，需采购较多媒介资源，该类型品牌策划业务成本中外购成本占比较高，创意设计类品牌策划业务侧重于项目创意设计，该类型品牌策划业务成本中外购成本占比较低。目前公司侧重于发展创意设计类品牌策划业务具有商业合理性，主要原因有：（1）创意设计类品牌策划业务毛利率整体更高；（2）创意设计类品牌策划业务资金占用较低；（3）创意设计类品牌策划业务可进一步发挥公司创意设计方面的突出优势。具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 创意设计类品牌策划业务毛利率整体更高

报告期各期，公司不同类型品牌策划业务毛利率情况具体如下：

单位：万元

品牌策划业务类型	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
创意设计类	收入	828.29	459.44	327.43
	占品牌策划业务收入比例	12.94%	5.80%	9.71%
	毛利	617.54	404.06	294.96
	占品牌策划业务毛利比例	28.66%	13.07%	26.20%
	毛利率	74.56%	87.95%	90.08%
代采类	收入	5,572.22	7,463.55	3,042.92
	占品牌策划业务收入比例	87.06%	94.20%	90.29%
	毛利	1,536.94	2,686.94	831.05
	占品牌策划业务毛利比例	71.34%	86.93%	73.80%
	毛利率	27.58%	36.00%	27.31%
品牌策划业务整体毛利率	33.66%	39.01%	33.41%	

注：创意设计类品牌策划业务口径为外购成本占比低于 30%；代采类品牌策划业务口径为外购成本占比高于 70%。

由上表可知，公司创意设计类品牌策划业务毛利率整体大幅高于代采类品牌策划业务毛利率，因此公司品牌策划业务侧重于创意设计类具有商业合理性。其中 2019 年相比 2018 年创意设计类品牌策划业务服务品牌数量增加 22 个、收入占比由 5.80%提高至 12.94%，代采类品牌策划业务服务品牌数量减少 28 个、收入占比由 94.20%降低至 87.06%，但 2019 年品牌策划业务整体毛利率下降，主要原因是花王品牌相关代采类品牌策划业务收入占比相对较高，达 35.80%，而公司向该品牌提供的服务以代采类为主，毛利率仅 20.48%，由此导致 2019 年公司品牌策划业务整体毛利率下滑，剔除该品牌 2019 年影响后，报告期内公司品牌策划业务毛利率整体呈上升趋势，具体如下：

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
品牌策划业务毛利率	33.66%	39.01%	33.41%
剔除花王 2019 年影响后品牌策划业务毛利率	41.01%	39.01%	33.41%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 创意设计类品牌策划业务资金占用较低

报告期各期，公司品牌策划业务的资金占用情况如下：

单位：万元

项目	2019 年末	2018 年末	2017 年末
品牌策划业务应收账款	1,303.15	3,004.12	1,584.71
品牌策划业务预付款项	272.69	154.04	7.75
品牌策划资金占用合计	1,575.84	3,158.16	1,592.46
资金占用占品牌策划业务收入比例	24.62%	39.86%	47.25%

由上表可知，随着 2019 年公司创意设计类品牌策划业务收入占比大幅提高，2019 年末品牌策划业务资金占用期末余额及占品牌策划业务收入比例大幅下降，体现出创意设计类品牌策划业务高效的资金使用效率，因此公司侧重于创意设计类品牌策划业务具有商业合理性。

(3) 创意设计类品牌策划业务可进一步发挥公司创意设计方面的突出优势

a.全面的创意设计能力

目前公司品牌策划业务所提供的服务已涵盖了年度整合营销方案、电商平台营销方案、形象定位及主创意发展、电商渠道形象规范及设计、TVC、短视频等影视素材拍摄、HTML5、AR 等数字创意制作，以及平面拍摄、创意开箱的结构设计，能够为品牌方提供全面的创意设计服务。

b.良好的行业口碑

公司创意设计能力出色，获得行业认可。公司为嘉士伯创造的《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖，LIA 伦敦国际广告奖是全球除戛纳及 ONE SHOW 以外的世界级国际创意大奖，此次奖项获得不仅是华南地区近年来的首次，更是电子商务综合服务商中的首次。

c.自主的创意设计服务业务开拓能力

电商代运营商开展品牌策划业务一般从已合作的代运营品牌入手，主要承接

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

代运营服务已合作品牌的品牌策划项目，公司品牌策划业务开展初期亦是如此。随着公司品牌策划业务逐步发展及策划团队的日益壮大，公司品牌策划业务已具备独立开拓业务的能力，花王、海飞丝、维他奶、安视优等品牌策划项目均为公司品牌策划业务团队独立开发。

综上，公司侧重于创意设计类品牌策划业务有利于公司进一步提高盈利能力，能够充分发挥公司创意设计优势，具有商业合理性。

2. 报告期主要品牌策划项目收入确认情况，收入确认依据是否充分

报告期内公司品牌策划项目于相关服务完毕并经客户确认后，根据品牌方验收确认邮件或结算函确认收入，收入确认依据充分，具体情况如下：

(1) 报告期内前二十大品牌策划项目收入确认情况如下：

a. 2019 年度

单位：万元

序号	项目名称	客户名称	品策收入	品牌	服务项目所在平台
1	花王妙而舒京东 RTB 广告投放	北京电通广告有限公司&北京京东世纪贸易有限公司	716.88	花王	京东
2	花王妙而舒 2019 年内容	北京电通广告有限公司	353.88	花王	京东
3	花王妙而舒京东七星伴月活动	北京电通广告有限公司	330.70	花王	京东
4	花王妙而舒 2019 年内容	北京电通广告有限公司	245.18	花王	京东
5	Free 天猫双 11 活动	广东景兴健康护理实业股份有限公司	225.45	Free	天猫
6	花王妙而舒 9 月家冕女王活动	北京电通广告有限公司&北京京东世纪贸易有限公司	224.81	花王	京东
7	维他奶电商平台页面设计及资源素材	维他奶（上海）有限公司	189.50	维他奶	京东
8	维他奶 2019 年电商内容营销	维他奶（上海）有限公司	134.25	维他奶	京东
9	万宁 2019 年营销方案	牛奶(中国)商贸投	130.66	万宁	天猫

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		资控股有限公司			
10	天猫 2019 年 99 酒水节	泸州老窖电子商务股份有限公司&上海瑞达佳选商贸有限公司	124.53	泸州老窖	天猫
11	溜溜梅 66 梅子节营销活动-执行费用	溜溜果园集团股份有限公司	113.02	溜溜梅	天猫
12	花王乐而雅 RTB 投放	北京京东世纪贸易有限公司	104.23	花王	京东
13	安视优 2019 年上半年内容营销	强生（中国）投资有限公司	100.00	安视优	天猫，京东
14	欧乐 B 天猫超市大牌风云	广州宝洁有限公司	96.96	欧乐 B	天猫
15	合生元超级 IP 日	健合（H&H）国际控股有限公司	86.50	合生元	京东
16	海飞丝 2019 年 MAMJ 项目营销传播	广州宝洁有限公司	85.00	海飞丝	我是歌手
17	5 月 wuli 天猫女装	成都重回汉唐科技有限公司	84.91	天猫女装	天猫
18	花王京东 cp 日活动	北京电通广告有限公司	78.40	花王	京东
19	欧乐 B9 月天猫超市大牌风云	广州宝洁有限公司	78.07	欧乐 B	天猫
20	月饼超级品类日线下活动	浙江五芳斋实业股份有限公司、上海杏花楼食品营销有限公司等多家公司	75.47	聚划算	聚划算
合计			3,578.41		
占当年度品策收入比例			55.91%		

b. 2018 年度

单位：万元

序号	项目名称	客户名称	品策收入	品牌	服务项目所在平台
1	18 年年度服务	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	504.07	哈罗闪	天猫
2	517 吃货节	上海乐麦网络科技有限公司、三只松鼠股份有限公司等	282.00	吃货节	聚划算

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		多家公司			
3	美赞臣天猫双十一策划活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	188.78	美赞臣	天猫
4	雅培小安素 5 月活动	雅培贸易（上海）有限公司	185.55	雅培	天猫
5	汤臣倍健 523 欢聚日	汤臣倍健股份有限公司	166.16	汤臣倍健	天猫
6	帮宝适京拍档项目	宝洁（中国）营销有限公司	164.25	帮宝适	京东
7	花王妙而舒京东双十一活动	北京电通广告有限公司	153.80	花王	京东
8	花王乐而雅京东双十一活动	北京电通广告有限公司	133.70	花王	京东
9	7.17 吃货节	湖北欢乐食客电子商务有限公司、上海梅凌餐饮管理有限公司等多家公司	124.00	吃货节	天猫
10	美赞臣唯品会超级品牌月活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	123.58	美赞臣	唯品会
11	天猫猫超双十一	宝洁（中国）营销有限公司	122.14	海飞丝	天猫
12	京东闪购	拜耳医药保健有限公司	116.00	拜耳	京东
13	高露洁七夕活动	高露洁棕榄（中国）有限公司	110.96	高露洁	天猫
14	爱维乐种草投放	拜耳医药保健有限公司	103.89	拜耳	京东
15	美赞臣京东十月	美赞臣营养品（中国）有限公司	103.76	美赞臣	京东
16	Swisse 护肝片 JD 周年庆活动	健合（H&H）国际控股有限公司	103.21	合生元	京东
17	elmex 三月上市活动	高露洁棕榄（中国）有限公司	101.81	elmex	天猫
18	拜耳 38 女王节	拜耳医药保健有限	99.80	拜耳	天猫

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		公司			
19	嘉士伯世界杯方案策划项目	嘉士伯（中国）啤酒工贸有限公司	98.75	嘉士佰	天猫
20	帮宝适京东内容基础运营	宝洁（中国）营销有限公司	97.20	宝洁	京东
合计			**3,083.40**		
占当年度品策收入比例			**38.92%**		

c. 2017 年度

单位：万元

序号	项目名称	客户名称	品策收入	品牌	服务项目所在平台
1	2017 年 CMY 活动	亨氏（中国）投资有限公司	751.67	美国绅士	天猫
2	美国绅士 6 月欢聚日活动	亨氏（中国）投资有限公司	141.95	美国绅士	天猫
3	张艺兴趣味零食趴	亨氏（中国）投资有限公司	106.26	美国绅士	天猫
4	2017 年度品牌主视觉平面拍摄	湖北丝宝股份有限公司销售总部	103.25	洁婷	天猫
5	美赞臣天猫 9 月欢聚日活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	96.43	美赞臣	天猫
6	美赞臣 MBIB 新品上市活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	87.85	美赞臣	京东
7	汤臣倍健店铺升级页面设计服务	汤臣倍健股份有限公司	85.24	汤臣倍健	京东
8	惠氏海外旗舰店双十一方案	上海易恒健康生物科技有限公司	82.51	惠氏	全渠道
9	美赞臣京东双十一活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	76.39	美赞臣	京东
10	倩碧全店页面升级项目	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	74.04	雅诗兰黛	京东
11	美赞臣大牌风暴	美赞臣营养品（中国）有限公司	62.88	美赞臣	天猫
12	美国绅士 2017 年圣诞节礼品设计制作及推广项目	亨氏（中国）投资有限公司	52.26	美国绅士	天猫
13	聚划算阿克苏苹果 18 度甜天生甜心	新疆果业大唐丝路电子商务有限公司	51.88	西域果园	天猫

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	项目名称	客户名称	品策收入	品牌	服务项目所在平台
14	达人服务费收入/成本	健民国际有限公司	49.12	惠氏	天猫
15	美国绅士京东 618 活动	亨氏（中国）投资有限公司	47.50	美国绅士	京东
16	swisse 海外店页面设计费	健合（H&H）国际控股有限公司	47.17	swisse	天猫
17	强生润护新生系列天猫上市项目	强生（中国）有限公司	45.25	强生	天猫
18	美赞臣 520 亲子节活动	美赞臣营养品（中国）有限公司	42.92	美赞臣	天猫
19	年度活动	雅诗兰黛（上海）商贸有限公司	40.00	雅诗兰黛	天猫
20	美赞臣配方液态奶新品上市发布	美赞臣营养品（中国）有限公司	39.42	美赞臣	京东
合计			**2,083.99**		
占当年度品策收入比例			**61.83%**		

(2) 收入确认依据充分

对于品牌策划服务，公司与客户协商确定服务内容和服务范围并提交活动方案，于相关服务完毕并经客户确认后确认收入。根据本所律师对对会计师的访谈情况，公司在收到品牌方验收确认邮件或结算函后确认收入，符合收入确认政策，收入确认依据充分。

核查意见：

综上，本所律师认为，发行人 2019 年对品牌策划业务方向进行调整的原因符合实际情况，具有合理性；发行人品牌策划收入确认依据充分。

（十）说明并披露不同运营模式下销售定价原则及价格调整机制，品牌商对不同运营模式下销售价格的影响；报告期内是否存在相同品牌同类产品通过不同运营模式或销售渠道销售的情形，如是，说明存在的必要性及不同销售模式销售价格的差异情况及其合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 核查公司与品牌方的业务合同；

2. 核查公司收入明细；

3. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

1. 不同运营模式下销售定价原则、价格调整机制及品牌商的价格影响

经核查，不同业务模式下，公司运营品牌的产品定价情况具体如下：

业务模式	线上代运营业务		渠道分销业务	品牌策划业务
	零售模式	服务费模式		
销售定价原则及调整机制	商品定价原则： 1.日常售价：一般为品牌方的建议零售价的 8 折至全价 2.活动价格：一般为日常售价的 9 折 3.大促价格：一般为活动价格的 8 折至 9 折； 4.组合套装销售价：根据具体组合综合确定		1.公司向分销商供货价格定价原则：公司根据各品牌各品类的采购价格及公司自身及分销商的盈利空间综合确定 2.分销商的零售价格：需遵循品牌的价格体系	公司向客户销售不涉及商品销售，对于公司提供的策划项目服务，公司首先基于项目预计成本支出和预计项目毛利范围并结合客户预算提出报价，经客户同意并执行后由双方根据确切的活动执行方案确定最终的合同定价
品牌商的价格影响	公司具有一定定价权，但需遵循品牌方的价格体系	由公司提供商品定价方案建议，品牌商为价格最终确定方	公司具有一定定价权，但需遵循品牌方的价格体系	对于品牌策划业务合同报价，由品牌方与公司协商确定

注：活动价格指除双十一、双十二、618 外的电商平台活动或店铺活动期间的商品销售价格；大促价格指双十一、双十二、618 活动期间的商品销售价格。

2. 报告期内是否存在相同品牌同类产品通过不同运营模式或销售渠道销售的情形，存在的必要性及不同销售模式销售价格的差异情况及其合理性

报告期内，存在相同品牌同类产品通过不同运营模式或销售渠道销售的情形，相关情形具有合理性，且不同销售模式下销售价格不存在重大差异，具体情况如下（由于品牌策划业务模式下不涉及商品的销售，因此下述分析不包含品牌策划业务模式）：：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 存在的必要性

a.相同品牌同类产品通过不同运营模式销售的情形

报告期内，存在相同品牌同类产品通过不同运营模式销售的情形，具体情况如下：

不同模式情形	必要性
线上代运营零售模式+渠道分销模式	不同品牌有所不同，具体如下： 1、由于双方业务合同允许公司以线上代运营零售模式和渠道分销方式销售，因此同时存在线上代运营零售模式和渠道分销模式，包括美迪惠尔、Moony、红印等多数品牌。 2、对于部分线上代运营零售模式合作的品牌存在渠道分销模式，主要原因系公司向员工提供内部购买渠道，相关销售收入核算为渠道分销收入，例如美赞臣等品牌。
线上代运营零售模式+线上代运营服务费模式	不同品牌有所不同，具体如下： 1、对于美赞臣、绅士、凌仕、炫诗等品牌，其天猫旗舰店同时存在线上代运营业务零售模式和线上代运营服务费模式，主要原因系品牌已建立完备的经销商体系，相比之下零售体系及相关系统建立并不完善，因此双方首先确定由公司设立线上店铺采用零售结算方式；同时，考虑到公司为品牌提供一系列代运营服务内容远超过一般线下经销商，故若仍按照品牌已有经销管理体系所获取收益难以覆盖和匹配公司所提供的电商综合服务的运营成本和增值价值，因此品牌同时支付固定代运营服务费。 2、不同模式对应渠道不同，以美赞臣品牌为例，双方京东旗舰店渠道采用线上代运营服务费模式合作，天猫旗舰店渠道采用线上代运营零售模式及线上代运营服务费模式相结合方式合作。 3、部分线上代运营业务零售模式合作的品牌存在线上代运营业务服务费模式，主要原因系对于公司开展品牌运营活动付出的费用，品牌方会给予公司一定金额的支持，其中品牌方支持金额大于公司实际支出部分差异通过运营服务收入核算，包括红印、肌美精等品牌。
线上代运营服务费模式+渠道分销模式	不同品牌有所不同，具体如下： 1、不同模式对应合作方不同，以美迪惠尔品牌为例，线上代运营服务费模式系唯品会海淘店铺运营方 TCA Korea Co., Ltd 与公司合作，而渠道分销模式系品牌方代理商与公司合作。 2、不同模式对应渠道不同，以拉杜蓝乔品牌为例，对于天猫旗舰店渠道双方采用线上代运营服务费模式合作；对于天猫超市及京东自营渠道双方采用渠道分销模式合作。

报告期内，存在相同品牌同类产品通过不同销售渠道销售的情形，主要原因系公司经过多年发展拓展了包括天猫、京东、唯品会等大型平台及云集、小红书、抖音等新兴社交与内容渠道及跨境电商平台，线上电商平台渠道覆盖范围广泛且

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

亦逐步扩大，从而能够为品牌方提供全方位、多渠道的曝光、推广与销售，有效提高品牌方的电商销售成果；而对于品牌方而言，通过与公司建立合作一方面能够实现高效的电商全渠道布局，另一方面能够统筹各电商渠道的发展策略，实现多渠道协同发展成长。因此同一品牌通过不同销售渠道销售具有必要性。

(2) 价格差异及合理性

一般情况下，品牌方对于终端零售价格具有系统的价格体系管控，同一品牌在不同平台销售都需遵循品牌方的价格体系，因此同一品牌不同运营模式或不同渠道的销售价格及定价原则不存在重大差异。

对于相同时期，同一品牌在不同销售渠道的销售价格可能存在一定差异，主要原因系不同电商平台的全年促销活动时间安排存在差异。除“双十一”、“618”等电商行业普遍参与的大促活动外，不同电商平台的全年促销活动时间安排一般存在差异，因此不同品牌同一时期所处的活动状态不同，由此导致同一时期同一品牌不同电商平台销售价格有所差异。

核查意见：

综上，本所律师认为，报告期内公司相同品牌同类产品通过不同运营模式或不同渠道销售具有必要性，不同模式下销售价格不存在重大差异。

（十一）说明并披露发行人合作主要品牌的数量、规模、持续情况，结合发行人各报告期相关品牌终止合作的原因和发行人电商平台销售先增后降的态势，说明并披露发行人是否面临品牌信誉及重点客户流失的风险，发行人电商平台销售下滑的态势是否得到改善

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司收入明细表；

2. 查阅公司与主要品牌签署的业务合同；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 访谈公司高级管理人员，了解相关品牌终止合作的原因、公司的品牌信誉等，相关方之间是否存在纠纷；

4. 网络核查发行人与终止品牌商之间是否存在争议等。

核查内容：

1. 主要品牌的数量、规模及持续情况

2017 年至 2019 年，各期收入合计覆盖率（不含品牌策划收入）达各期 80%的品牌数量分别 14 个、14 个和 18 个，去除重复后共 27 个品牌，该等品牌各期合计收入覆盖率分别为 86.36%、88.10%和 83.88%，具体情况如下：

单位：万元

序号	品牌	是否仍在合作	2019 年度		2018 年度		2017 年度		合作起始时间	当前合同到期时间
			收入	占比	收入	占比	收入	占比		
1	Meadjohnson/美赞臣	是	12,670.85	14.16%	13,789.07	16.19%	10,975.62	17.22%	2016-8	2022-3
2	Mediheal/美迪惠尔		11,150.25	12.46%	18,453.94	21.67%	13,282.61	20.84%	2015-12	2020-8
3	Moony		9,784.82	10.93%	5,204.27	6.11%	-	-	2018-1	2020-12
4	Red Seal/红印		4,603.74	5.14%	3,646.28	4.28%	1,077.95	1.69%	2017-7	2020-6
5	Mamypoko/妈咪宝贝		4,427.14	4.95%	5,017.87	5.89%	-	-	2018-1	2020-12
6	Sofy/苏菲		4,368.56	4.88%	1,967.83	2.31%	-	-	2018-1	2020-12
7	ABC		3,790.84	4.24%	-	-	-	-	2019-8	2020-12
8	Sanosan/哈罗闪		3,779.73	4.22%	5,267.27	6.18%	7,073.62	11.10%	2015-1	2020-12
9	Free/飞		2,482.52	2.77%	2,022.59	2.37%	1,947.07	3.06%	2015-3	无固定期限
10	Centrum/善存		2,432.89	2.72%	1,902.74	2.23%	1,071.81	1.68%	2017-2	2020-3
11	Caltrate/钙尔奇		1,952.76	2.18%	1,145.68	1.35%	-	-	2018-2	2020-3
12	新谷酵素		1,876.04	2.10%	-	-	-	-	2019-4	2022-4
13	Swisse		1,798.04	2.01%	1,072.90	1.26%	724.75	1.14%	2016-8	2020-3
14	Estheprolabo		1,694.62	1.89%	333.73	0.39%	-	-	2018-8	2021-10
15	Holikaholika		1,373.24	1.53%	1,890.01	2.22%	2,337.50	3.67%	2015-11	2021-8
16	Three		1,148.93	1.28%	506.67	0.59%	-	-	2018-4	无固定

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

										期限
17	B.Box/贝博士		1,104.82	1.23%	879.42	1.03%	1,790.56	2.81%	2015-11	2020-11
18	Combi/康贝		656.32	0.73%	829.30	0.97%	1,153.84	1.81%	2016-1	2022-12
小计			**71,096.11**	**79.42%**	**63,929.57**	**75.04%**	**41,435.33**	**65.02%**	-	-
1	Clinicians/科立纯	否	2,190.89	2.45%	-	-	-	-	2018-12	已终止
2	Planters/绅士		130.58	0.15%	3,227.44	3.79%	2,927.38	4.59%	2017-4	已终止
3	Kracie/肌美精		218.40	0.24%	2,404.22	2.82%	1,844.08	2.89%	2017-1	已终止
4	Latourangelle/拉杜蓝乔		716.63	0.80%	1,830.34	2.15%	953.99	1.50%	2016-1	已终止
5	Munchkin/满趣健		652.27	0.73%	1,690.17	1.98%	877.12	1.38%	2015-11	已终止
6	丽贝乐		81.24	0.09%	1,216.86	1.43%	2,529.28	3.97%	2016-8	已终止
7	Skinfood/思亲肤		-	-	1.93	0.00%	2,045.70	3.21%	2015-6	已终止
8	Avent/新安怡		-	-	91.33	0.11%	1,223.26	1.92%	2015-12	已终止
9	Sanita U-Za		-	-	663.20	0.78%	1,196.83	1.88%	2015-3	已终止
小计			**3,990.01**	**4.46%**	**11,125.49**	**13.06%**	**13,597.64**	**21.34%**	-	-
总计			**75,086.12**	**83.88%**	**75,055.06**	**88.10%**	**55,032.97**	**86.36%**	-	-

注：公司与哈罗闪自 2020 年起通过发行人与品牌方的代理商共同设立的联营企业北京盛可与品牌方的代理商开展合作。

截至本补充法律意见书出具之日公司主要品牌中仍在合作的品牌共 18 个，该等品牌 2017 年至 2019 年各期合计收入覆盖率分别为 65.02%、75.04%和 79.42%。

2. 结合发行人各报告期相关品牌终止合作的原因和发行人电商平台销售先增后降的态势，说明并披露发行人是否面临品牌信誉及重点客户流失的风险，发行人电商平台销售下滑的态势是否得到改善

(1) 发行人未面临重大品牌信誉或重点客户流失的风险

发行人未面临重大的品牌信誉风险或重点客户流失的风险，主要原因包括：a.报告期内发行人与主要品牌终止合作具有客观原因；b.发行人整体销售态势良好；c.发行人能够持续开拓优质新品牌；d.主要合作品牌合作稳定，流失风险较低；e.主要合作品牌收入持续增长。具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

a.主要品牌终止合作具有客观原因

报告期内公司主要品牌终止合作均具有客观原因，不存在因公司品牌信誉导致的终止合作，对于主要品牌终止合作的原因具体如下：

品牌名称	终止合作原因
Planters/绅士、丽贝乐	品牌方战略调整，退出天猫旗舰店渠道
Skinfood/思亲肤	品牌方出现经营不善相关负面新闻，发行人主动放弃合作
Avent/新安怡	品牌运营效果不及发行人经营要求，利润贡献较低，发行人主动放弃合作
Sanita U-Za	双方对于新的销售目标未达成一致，到期不续约
Kracie/肌美精	品牌方总代理商自建运营团队
LaTourangelle/拉杜蓝乔	品牌方出现产品质量相关负面新闻，发行人主动放弃合作
Munchkin/满趣健	运营效果不及发行人经营要求，品牌方要求的备货周期较长，发行人主动放弃合作

b.发行人整体销售态势良好

报告期内发行人零售收入先增后降，其中 2019 年发行人线上代运营业务零售模式收入下降 6.80%，主要系发行人致力于调整品牌矩阵，持续发展运营高毛利优质品牌，淘汰占用资金较多且整体盈利能力不高的部分零售品牌，以及部分品牌不再合作所致。剔除主要不合作品牌外，其余品牌 2018 年至 2019 年零售收入为保持增长态势。具体详见本补充法律意见书之“问题 1”之“（一）说明并披露线上代运营零售、电商及非电商平台渠道分销业务报告期内营业收入的实现及波动情况，波动的原因及合理性，是否与行业可比公司一致”的相关答复。

2019 年发行人线上代运营业务服务费模式收入同比增长 25.89%，报告期内年均复合增速达 30.15%，整体保持高速增长态势。

报告期内公司电商分销收入先增后降，其中 2019 年同比下降 16.30%，主要系 Mediheal/美迪惠尔品牌收入及销量下滑较为明显。针对电商平台分销收入下降的情况，长期来看公司电商平台业务仍有较大增长空间，未来可持续增长不存在重大不确定性，具体详见本补充法律意见书之“问题 1”之“（四）说明并披露在 2019 年市场推广费大幅增加的情况下，发行人线上零售收入和电商平台分

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

销收入下降的原因，未来可持续增长是否存在重大不确定性；其中在电商平台唯品会市场份额下降负面消息较多的背景下，发行人 2018、2019 年在唯品会分销收入大幅增长原因及合理性”的相关答复。

综上，发行人整体销售态势良好。

c.持续开拓优质新品牌

凭借突出的业务核心竞争力，公司不断与新的优质品牌建立业务合作。报告期各期，公司新增合作品牌数量分别为 23 个、24 个和 42 个。2020 年 1-4 月，2020 年公司新增合作品牌共 21 个，部分品牌具体情况如下：

品牌名称	品牌行业地位
特仑苏	蒙牛旗下品牌，中国市场第一个高端牛奶品牌。
蒙牛	蒙牛是中国领先的乳制品供应商，全球乳业十强，公司主要与其合作奶酪产品。
Mama Mio	孕期护肤品牌，以专业、天然有机等特点获得市场认可，并推出了全球知名的腹部按摩黄油产品。
京都念慈庵	连续十年中国药品品牌榜上榜品牌，京都念慈庵蜜炼川贝枇杷膏是第一个荣获香港工业优质产品标志局所颁发优质标志的港制中药，品牌产品质量达国际水准，已获得澳大利亚治疗用品管理局颁发的 GMP（Good Manufacturing Practice）证书、加拿大卫生局颁发的 DIN（Drug Identification Number）证书以及台湾 GMP 认证。
佳贝艾特 Kabrita	荷兰乳业巨头海普诺凯集团旗下品牌，是全球领先的羊奶粉品牌，海普诺凯是欧洲龙头乳业集团之一，是欧洲历史最悠久、羊奶粉产能最大的生产商之一。
Suncut	高丝集团旗下品牌，主打可周密防护全身的防晒系列，高丝是日本三大化妆品生产厂商之一，日本化妆品行业唯一获得质量管理最高奖项“戴明奖”品牌。
Selsun	全球五大药企之一赛诺菲旗下品牌，全球知名去屑品牌，2020 年 3 月天猫国际平台单日售出 4 万瓶，成为天猫国际美发护发行业第一。
Viscontour	全球五大药企之一赛诺菲旗下品牌，知名玻尿酸品牌。
Gold Bond	全球五大药企之一赛诺菲旗下品牌，知名护肤品牌。
安我基因	中国领先的以健康大数据为基础的家庭健康服务平台，获得国家卫健委认证的医学检验所资质，拥有国家认证的临床医学实验室 GeneX-Lab。

d.主要合作品牌合作稳定，流失风险较低

截至本补充法律意见书出具之日，公司各年度收入覆盖率达 80%以上的品牌

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中仍在合作的品牌共18个，该等品牌各期合计收入覆盖率分别为65.02%、75.04%和79.42%，且目前2019年前十大品牌均未流失。由于行业普遍采取1年期的合同签署方式，因此公司主要合作品牌当前在执行合同多数将于1年内到期，但基于公司出色的电商运营能力，主要合作品牌续签概率较高，且部分品牌已与公司签订了长期限的合同，体现出公司与品牌稳定的合作关系。

e.主要合作品牌收入持续增长

报告期内公司主要合作品牌（报告期各期收入覆盖率达80%以上且仍在合作的18个品牌）收入分别为41,435.33万元、63,929.57万元和71,096.11万元，年均复合增速达30.99%，保持高速增长。同时根据管理层数据，2020年一季度公司主要合作品牌线上代运营业务零售收入和渠道分销收入合计为1.67亿元，相比去年同期1.52亿元增长9.51%，保持增长趋势。

综上，发行人不存在重大品牌信誉及重点客户流失的风险。

(2) 发行人电商平台销售下滑的态势是否得到改善

报告期内公司电商分销收入先增后降，其中2019年同比下降16.30%，主要系Mediheal/美迪惠尔品牌收入及销量下滑较为明显。针对电商平台分销收入下降的情况，长期来看公司电商平台业务仍有较大增长空间，未来可持续增长不存在重大不确定性，具体详见本回复之“问题1”之“（四）说明并披露在2019年市场推广费大幅增加的情况下，发行人线上零售收入和电商平台分销收入下降的原因，未来可持续增长是否存在重大不确定性；其中在电商平台唯品会市场份额下降负面消息较多的背景下，发行人2018、2019年在唯品会分销收入大幅增长原因及合理性”的相关答复。

核查意见：

综上，本所律师认为，公司主要品牌终止合作并非由于公司品牌信誉影响，公司重点客户合作稳定，公司电商平台销售波动系受个别合作品牌影响，电商平台业务长期仍有较大增长空间，未来可持续增长不存在重大不确定性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（十二）分别就线上代运营业务零售模式、线上代运营业务服务费模式，说明并披露发行人的竞争优势，并结合网上销售的新业态和新模式，说明相关业务的开展是否具有可持续性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司合作品牌明细、报告期内线上代运营-零售模式及服务费模式品牌收入情况；

2. 访谈发行人管理层，了解公司为提升业务可持续性的发展规划；

3. 查阅可比公司招股说明书，分析对比其竞争优势与发行人的异同。

核查内容：

公司线上代运营业务模式具有明显竞争优势，且面对网上销售的新业态和新模式，发行人相关业务的开展具有可持续性，具体分析如下：

1. 线上代运营模式竞争优势

线上代运营模式下，公司基于品牌方或其授权经销商的授权，在天猫平台、京东开放平台等第三方电商平台设立或运营品牌旗舰店或专营店，向终端消费者零售品牌商品，为品牌方提供全方位的电子商务综合服务。该模式下，公司与品牌方因零售结算方式或服务费结算方式不同，分别形成零售收入或运营服务收入，线上代运营零售与服务费结算模式对应的业务本质、能力要求及竞争优势无本质差异。公司线上代运营模式的竞争优势如下：

(1) 突出的行业地位

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴、汽车用品领域名列前五。

2017 年至 2019 年，公司业务规模持续增长。截至 2020 年 4 月 22 日，公司

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

共运营 103 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 95 家，品牌旗舰店数量占比高达 92.23%。

同时，公司分别在 2017 年下半年、2018 年下半年、2019 年上半年、2019 年下半年、2020 年 3 月获得“天猫五星级服务商”荣誉；公司获评“天猫国际生态合作伙伴核心服务商”、“天猫品牌号合作服务商”、“天猫国际医药保健双十一最佳服务商奖”、“天猫国际 2019 年度新店铺承接之星”、“天猫生态服务商 Top 10”等称号；公司获得 2018 年伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖等多项业界大奖。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球优质快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。具体表现如下：

在全链路服务过程中，公司逐步沉淀营销活动数据、媒介数据、店铺访问数据、消费者购买数据、物流数据、货品数据与客服数据等；线上销售网络多渠道覆盖，为业务运营数据的打通提供良好的基础，让社交数据、媒介数据、店铺访问数据、销售数据与客服数据等不同形态的数据，得以在品牌、商品和消费者之间进行标签化、智能化匹配；此外，在数据挖掘和数据分析的基础上，公司采取决策树、多变量分析等方法，实现基于人群画像、精准投放、广告测试、店铺优化、商品管理、智能客服的数据化店铺运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

公司自成立至今已成功帮助近 20 个品牌实现从“0”到“1”的养成，代表品牌包括哈罗闪、红印、Three、EstheProLabo 以及新谷酵素等。报告期各期，公司孵化品牌收入占比分别为 12.94%、12.51%及 19.10%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

可比公司合作品牌以成熟品牌为主。根据公开信息，壹网壹创主要合作品牌为百雀羚、宝洁、Olay、伊丽莎白雅顿及欧珀莱等成熟消费品品牌；丽人丽妆主要合作品牌多为包括美宝莲、汉高、雪花秀等知名大型化妆品品牌；宝尊电商合作品牌以各品类龙头品牌为主，例如耐克、飞利浦、微软等。快速爆发的品牌孵化力为发行人开辟新兴品牌的运营蓝海，拓展增量市场，是发行人线上代运营业务独特的竞争优势。

(4) 跨品类发展的业务扩张能力

公司由母婴领域切入起步，目前已在母婴、保健品等领域逐渐培育了核心竞争优势。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴用品领域名列前五。公司还曾获得天猫或天猫国际颁发的 2019 年医疗保健双十一“最佳服务商奖”、天猫母婴 2017 年最佳服务商等奖项。报告期内，公司前十大线上代运营业务品牌所属品类构成多元。以线上代运营-服务费模式为例，既包括 hairrecipe/发之食谱、玉兰油、强生等美妆个护品牌，还覆盖 Swisse、善存及钙尔奇保健品品牌，以及铁达时、嘉实多等其他品类品牌。不存在对单一品类品牌的重大依赖，同时有利于深度拓展本品类其他品牌的运营与合作。

根据公开信息，壹网壹创、丽人丽妆及杭州悠可线上代运营业务业务模式主要合作品牌为美妆个护品类，宝尊电商合作品类相对广泛，包括消费电子、服装及配饰、电器、快消品、母婴、美妆个护等品类。

(5) 全球端到端交付的供应链

随着消费升级不断升温，国内用户对跨境商品需求明显上升，越来越多跨境电商平台引入众多全球品牌。在线上代运营业务中，公司担任链接全球消费品牌与中国市场的桥梁角色，致力于提升海外品牌在中国的竞争力，将优质产品和健康生活理念引入国内。相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，覆盖一般贸易、跨境贸易和对内贸易，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本，提供一站式综合解决方案。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

其次，凭借出色的 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程对接采买、海陆空运输、指定港口接货、备案与清关、商品分拣与组合、仓储物流直至平台上架等一系列商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

可比公司杭州丽人丽妆、壹网壹创主要参与一般贸易，跨境业务经验较少，且开展业务主要平台均为天猫、唯品会等大贸平台；因而发行人更具备跨境业务全球端到端的综合交付能力优势。

2. 结合网上销售的新业态和新模式，说明相关业务的开展是否具有可持续性

面对网上销售的新业态和新模式（全民直播、跨境电商、数据智能），发行人相关业务的开展具有可持续性。具体原因如下：

(1) 全民直播激发需求

根据阿里巴巴发布的《2019 年淘宝直播生态发展趋势报告》，直播模式在过去两年实现跨越式发展，2018 年淘宝直播带货 GMV 达到千亿级水平，带货同比增速接近 400%。此外，5G 时代良好的线上直播观看体验、新冠疫情期间居家办公、线上购物的趋势也将推动直播带货持续爆发增长。

发行人紧密跟随行业直播运营业态，自 2017 年开始与直播主播合作。其中，2019 年与知名主播李佳琦合作 10 场，与薇娅合作 4 场。此外，发行人逐步与多品牌开展店铺直播合作如：美赞臣、佳贝艾特、善存、钙尔奇等，店铺直播运营已常态化发展。

直播带货是线上店铺引流的重要工具，帮助线上店铺加强交易转化率；对线下业态存在一定冲击，对电商及其代运营行业是促进手段，而非冲击。全民直播为电商代运营行业提升运营效率，拓展收入来源的工具与媒介，对发行人本身开展经营活动和行业规模持续提升带来正向影响。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 跨境电商增加供给

近年来，跨境电商热度较高，行业规模持续上升。艾媒咨询数据显示，2018年中国跨境电商交易规模达到 9.1 万亿元，预计 2019 年将达到 10.8 万亿。此外，电子商务法和跨境电商系列新政的出台将进一步规范中国跨境电商市场，促进跨境电商行业健康发展；全球化趋势、消费升级将推动中国跨境电商交易规模持续增长。

发行人积极参与跨境电商业态，具备“全球采购、本地销售”的端到端供应链综合交付能力优势。同时，发行人与天猫国际、唯品国际、考拉等众多跨境电商平台深度合作。报告期内，发行人来自天猫国际的营业收入从 2017 年度 0.38 亿元增至 2019 年度 1.16 亿元，实现年复合增长率超过 75%的爆发增长。

跨境电商在一般贸易电商、对内贸易电商的基础上丰富了新的电商贸易业态，对发行人本身开展经营活动和行业规模持续提升带来正向影响。

(3) 面对行业新业态、新模式，发行人保持良好的增长态势

公司方面，报告期各期，公司营业收入分别为 67,092.64 万元、93,098.38 万元和 95,886.70 万元，年均复合增长率为 19.55%，保持良好的增长态势。

作为母婴、美妆个护、保健品等生活快消品领域国际品牌的电商综合服务商，公司业务发展顺应了我国电子商务服务业的发展新模式、新业态，报告期内营业收入保持快速增长，发行人线上代运营业务具备可持续性。

核查意见：

综上，本所律师认为，结合网上销售的新业态和新模式分析，发行人业务开展具有可持续性。

（十三）说明并披露随着电子商务综合服务业市场化程度不断较高，是否已出现降价竞争等无差异化竞争的情况，发行人的应对措施及有效性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 查阅公司及可比公司的公开资料；

2. 查阅公司收入明细；

3. 查阅公司获奖情况；

4. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

目前行业头部代运营商尚未出现降价竞争等无差异化竞争情形，主要原因包括：1.电商代运营市场格局正处于由分散向头部代运营商集中的阶段；2.行业未达降价竞争阶段且头部代运营商毛利率稳定，头部代运营商无降价动机；3.电商行业发展导致品牌方对头部代运营商依赖程度越来越高；4.行业头部代运营商业务发展各有侧重；5.相比其他头部代运营商公司业务具有独特优势。

面对日趋成熟的电商代运营行业市场，应对措施包括：1.快速响应电商行业发展需求并迭代公司运营服务内容；2.提高精细化运营水平；3.完善人才队伍建设；4.与电商平台开展多层次全方位的深度合作。

具体如下：

1. 行业头部代运营商未出现降价竞争等无差异竞争情况

电商代运营市场格局正处于由分散向头部代运营商集中的阶段，且报告期内行业主要代运营商毛利率整体保持稳定水平，同时品牌方对于头部代运营商依赖度逐渐提高导致行业需求旺盛，而电商代运营行业各头部代运营商业务发展各有侧重，因此行业头部代运营商并无降价竞争动机及迹象，具体如下：

(1) 电商代运营市场格局正处于由分散向头部代运营商集中的阶段

随着电商运营复杂度的提升，近年来部分头部代运营商凭借丰富的运营经营及优质的电商运营人才优势，不断扩张代理品牌并拓展服务深度，行业集中度有所提升。公司作为天猫生态服务商 Top10、天猫 5 星服务商及天猫国际 5 星服务商，在电商代运营市场向头部代运营商集中的过程中获取了多个新增合作品牌，2018 年以来公司新增品牌中前代运营商为非 5 星服务商的具体情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	品牌	前代运营商名称	服务商星级
1	纳晶	上海迎瑞实业有限公司	未加入服务商评级
2	Selsun	上海胜仪电子商务有限公司	天猫服务商星级：0 星
3	Viscontour		
4	Royalnectar	乐其网络科技有限公司	天猫服务商星级：0 星
5	Bella Aurora	辉时（香港）贸易有限公司	未加入服务商评级
6	Mama Mio	杭州拾花社科技有限公司	天猫服务商星级：3 星 天猫国际服务商星级：4 星
7	Illamasqua		
8	佳贝艾特 Kabrita	杭州神泉雪域网络科技有限公司	天猫服务商星级：2 星
9	Singuladerm	杭州高浪电子商务公司	天猫服务商星级：3 星 天猫国际服务商星级：4 星
10	Noreva		
11	Moony		
12	Sofy/苏菲		
13	Lifree/乐互宜		
14	Silcot/舒蔻		
15	Voodoo	广州胡萝卜村网络科技有限公司	天猫服务商星级：1 星 天猫国际服务商星级：3 星
16	Beauty Hills	北京香缇贸易有限公司	天猫服务商星级：0 星
17	Clinicians/ 科立纯	北京瑞金麟网络技术服务有限公司	未加入服务商评级
18	嘉实多		
19	Ul、Soberbia	北京诺狮科技有限公司	未加入服务商评级

资料来源：天猫及天猫国际官方网站，信息截至 2020 年 5 月 10 日。

(2) 行业未达降价竞争阶段且头部代运营商毛利率稳定，头部代运营商无降价动机

a. 行业市场空间广阔，未达降价竞争阶段

在运营复杂度日益增加的国内电商市场环境下，品牌方对专业的电商代运营服务产生了强烈需求，推动电商代运营行业快速发展。根据商务部《中国电子商务报告 2018》，2018 年中国电商综合服务市场规模达 3.52 万亿元，其中电商代运营市场规模占 27%，市场规模达 9,623.0 亿元，同比增速达到 23.0%，电商代运营市场规模占比相对较低且处于高速增长阶段，暂未到达降价竞争阶段。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

b. 头部代运营商毛利率稳定

公司及可比公司毛利率情况如下：

公司名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
宝尊电商	61.88%	62.27%	53.78%
杭州悠可	NA	37.62%	32.52%
丽人丽妆	36.73%	36.63%	35.20%
壹网壹创	43.04%	42.55%	46.83%
行业平均	**47.22%**	**44.77%**	**42.08%**
若羽臣	34.25%	32.79%	33.41%

注：宝尊电商数据来源于其年度报告及公开披露数据；杭州悠可数据来源于青岛金王《发行股份及支付现金购买资产并募集配套资金报告书（修订稿）》及《杭州悠可化妆品有限公司 2018 年 1-9 月合并及母公司财务报表审计报告书》，2018 年毛利率 1-9 月数据；丽人丽妆数据来源于其招股说明书，2019 年为 1-6 月数据；壹网壹创数据来源于其招股说明书及公开披露数据。

由上表可知，报告期各期公司及可比公司各项业务毛利率均相对稳定，未出现大幅下滑情形。

在高速增长的市场环境下，头部代运营商毛利率整体稳定，故头部代运营商无降价竞争动机。

(3) 电商行业发展导致品牌方对头部代运营商依赖程度越来越高

a. 电商行业的不断发展对品牌方及代运营商均提出了越来越高的要求，提高了品牌方对头部代运营商的依赖度

对于代运营商而言，随着电商行业逐渐发展，直播、大数据运营等多样化电商运营手段层出不穷，电商代运营的内容已不再局限于 IT 设施搭建、店铺运营、品牌推广、仓储物流等基础运营服务，而是随着电商行业玩法的变化不断扩充，对代运营商的运营能力提出了越来越高的要求。对于品牌方而言，在电商行业精细化运营的发展趋势下，高效利用各类数据及营销工具将电商运营的流量、商品、客服等方方面面协调整合对其管理能力提出极高要求。

b. 头部代运营商可以为品牌方提供中国电商市场成长综合解决方案，提高品

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

牌方的依赖性

头部代运营商可以根据品牌方的电商发展策略，提供管家式的中国电商市场成长综合解决方案，一方面从战略高度为品牌方提供定制化的发展解决方案，包括中国市场开拓战略制定、年度发展规划制定、平台联合运营方案制定、季度运营策略制定等，另一方面在执行端为品牌方提供不断根据电商市场发展而延展的电商综合服务，以销售为目标整合电商运营的各细分领域，为品牌方的最终销售成果服务，以此实现品牌方电商发展策略目标。

c. 深度合作的代运营商切换成本高，间接提高品牌方与代运营商的合作黏性

随着品牌方与代运营商合作时间的积累，代运营商为品牌方所打造的电商运营管理体系逐步完善，切换代运营商一方面需要耗费较大人力及时间，另一方面切换代运营商的效果亦难以预计，因此品牌方对于切换代运营商的决策相对谨慎。

d. 品牌方对头部代运营商的高度依赖已得到多个行业实例印证，体现出品牌方对头部代运营商的依赖性

以美赞臣为例，2016 年，公司与美赞臣建立合作，为其提供品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘等服务，随着双方合作进一步加深及电商运营环境的逐渐发展，公司逐步为美赞臣提供更加多样化的电商运营服务，例如美赞臣将数据银行供应商由第三方切换至公司，相比第三方供应商，公司将数据银行分析与品牌销售策略相结合，有效提高了品牌销售，发挥数据银行分析潜力，增强了品牌方对公司的粘性，2020 年起，品牌方与公司的合同签署由以往 1 年期合同变更为 2 年期，体现出品牌方对公司的信赖度。

(4) 行业头部代运营商业务发展各有侧重

目前国内电商代运营商中头部品牌业务发展各有侧重，其中公司与同行业头部代运营商业务对比情况如下：

公司名称	若羽臣	宝尊电商	壹网壹创	丽人丽妆
主要定位	面向全球优质消	中国知名电子商	为国内外知名快	国内领先的化妆

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司名称	若羽臣	宝尊电商	壹网壹创	丽人丽妆
	费品牌的电子商务综合服务提供商	务综合服务提供商	消品品牌提供全网各渠道电子商务服务	品网络零售服务商
覆盖品类	母婴、美妆个护、保健品及其他品类	服饰、电子产品、美妆个护、母婴、食品等多个品类	主要为美妆品类，目前合作品牌以国内品牌为主	主要为美妆品类，目前合作品牌以国际品牌为主
主要品牌	美赞臣、哈罗闪、Moony、妈咪宝贝、苏菲、ABC、Swisse、美迪惠尔、合生元、善存、钙尔奇、红印、嘉实多、时间廊、铁达时等等	飞利浦、耐克、微软、CK、Zara、华为、三星、诺基亚、米其林、本田、壳牌、博世、固特异、松下、星巴克、哈根达斯等等	百雀羚、三生花、露得清、伊丽莎白雅顿、欧珀莱、沙宣、大宝、宝洁、OLAY、达尔肤、雅芳、兰芝等等	施华蔻、兰芝、雅漾、美宝莲、雪花秀、美丽芳丝、相宜本草、雪肌精、蜜丝佛陀、希思黎等等化妆品品牌

(5) 相比其他头部代运营商公司业务具有独特优势

相比行业其他头部代运营商，公司在业务方面存在以下优势：

a. 从“0”到“1”的品牌孵化优势

报告期各期，公司孵化品牌收入占比分别为 12.94%、12.51%及 19.10%，代表品牌包括哈罗闪（Sanosan）、红印（Red Seal）、Three、EstheProLabo 以及新谷酵素等。而主要可比公司合作品牌则以成熟品牌为主，根据公开信息，壹网壹创主要合作品牌为百雀羚、宝洁、Olay、伊丽莎白雅顿及欧珀莱；丽人丽妆 2016 年至 2018 年及 2019 年 1-6 月前十大品牌包括美宝莲、汉高、雪花秀等。

b. 母婴及保健品品类领域优势

报告期各期，公司收入贡献前十大品牌中母婴及保健品品牌包括美赞臣、Moony、妈咪宝贝、红印、善存、哈罗闪、丽贝乐、贝博士、Sanita U-Za 及康贝等品牌，占各期收入比例分别为 34.53%、36.96%及 32.12%。

根据公开信息，壹网壹创、丽人丽妆及杭州悠可主要合作品牌为美妆个护品类，宝尊电商合作品类相对广泛，包括消费电子、服装及配饰、电器、家居用品、快消品、母婴、美妆个护等品类。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

c. 国际品牌占比较高的业务结构优势

公司合作品牌以国际品牌为主，报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为71 个、77 个和 88 个，其中国际品牌占比分别为 87.32%、89.61%和 92.05%，呈不断上升趋势。

相比可比公司，公司国际品牌收入占比整体较高，具体对比如下：

公司名称	2019 年	2018 年	2017 年
若羽臣	91.84%	96.38%	94.60%
壹网壹创	53.28%	38.83%	26.95%
丽人丽妆	69.66%	66.03%	67.46%

注：若羽臣国际品牌收入占比中剔除品牌策划收入；丽人丽妆数据为其电商零售业务前十大品牌中国际品牌收入数据；壹网壹创及丽人丽妆 2019 年数据为 1-6 月数据。

d. 多平台、多渠道布局的业务结构

公司业务主要通过天猫、京东及唯品会等大型综合性电商平台开展，对单一电商平台的依赖程度较低，报告期内公司收入中主要电商平台占比如下：

序号	平台	2019 年	2018 年	2017 年
1	天猫	56.11%	56.04%	58.99%
2	京东	9.24%	16.25%	23.04%
3	唯品会	18.76%	19.71%	11.54%
小计		84.12%	92.00%	93.57%
其他		15.88%	8.00%	6.43%
合计		**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

根据公开信息，丽人丽妆 2017 年至 2018 年及 2019 年 1-6 月各期收入中来自天猫平台收入占比均超过 99%；壹网壹创主要收入则来自天猫平台与唯品会平台。

e. 独特的品牌策划业务优势

报告期各期，公司品牌策划业务收入规模分别为 0.34 亿元、0.79 亿元和 0.64 亿元，2017 年至 2019 年品牌策划业务收入规模年均复合增速达 37.81%。相比可

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

比公司壹网壹创，公司品牌策划业务收入规模及收入占比均相对较高。

报告期各期，公司品牌策划业务收入规模及占比与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2019 年	2018 年	2017 年
若羽臣	品牌策划收入	6,400.51	7,922.99	3,370.35
	收入占比	6.68%	8.51%	5.02%
壹网壹创	内容服务收入	599.59	690.14	-
	收入占比	0.41%	0.68%	-

注：壹网壹创 2019 年数据为其他业务收入数据。

f. 跨品类运营的业务结构

截至 2019 年 12 月 31 日公司在合作品牌数量达 88 个，品类涵盖母婴、保健品、美妆个护、食品、家清、汽车用品、配饰、家居等丰富品类。未来品类拓展规划包括个护、家清、美妆及食品等品类，实现品牌数量和运营品类的多维度业务扩张。

根据公开信息，壹网壹创、丽人丽妆及杭州悠可主要运营美妆个护品类品牌，其中壹网壹创和丽人丽妆未来业务具体规划以提高现有业务运营能力为主，未明确进行多个品类的品牌拓展。

2. 对于行业竞争的应对措施及有效性

面对日趋成熟的电商代运营行业市场，公司对内不断迭代运营服务内容、提高精细化运营水平、完善人才队伍建设，对外与电商平台开展深度合作并加强零售客户维护，以此实现对行业竞争态势的有效应对措施，具体如下：

(1) 快速响应电商行业发展需求并迭代公司运营服务内容

公司在快速变化的电商市场中不断完善的多层次服务能力建设，始终保持高水平的服务能力，随着市场结构和流量特点的不断变化，在不同时期公司重点完善的能力亦紧随市场变化而改变，具体如下：

期间	能力建设内容

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	能力建设内容
2010 年至 2012 年	重点发展商品运营能力，形成了挖掘商品卖点的企划能力、优秀的页面 UED 设计能力和爆品打造能力。
2013 年至 2015 年	针对流量运营及渠道运营能力提高，发展了搜索流量精细化运营能力、付费流量精细化运营能力、平台活动精细化运营能力和 EKA 渠道运营能力。
2016 年至 2017 年	着力发展营销驱动及内容运营能力，包括 EKA 平台大型营销 IP 高效承接能力、品类及品牌联合营销能力、市场站外内体投放在站内高效承接能力及微淘内容运营能力。
2018 年以来	在流量趋势变化的背景下重点建设了消费者运营能力，包括数据银行服务能力、CRM 精细化运营能力、私域流量运营能力、公域内容营销能力及社交渠道运营能力，进一步完善了为品牌方多层次的服务能力。
2019 年以来	在短视频电商、直播电商井喷发展的背景下，紧跟电商行业发展趋势建设了短视频电商、直播电商等前沿电商运营能力，同时随着电商代运营行业的不断变化及公司能力的不断建设，公司销售渠道亦逐步丰富，从天猫旗舰店向 EKA 平台、社交电商、社群团购、内容电商及直播电商等多渠道拓展。

(2) 提高精细化运营水平

公司从电商消费交易促成全链条入手，针对电商消费者线上消费的关注、兴趣、寻找、行动及分享等阶段进行精细化的运营能力提升。消费者关注阶段，公司积极拓展多种形式的品牌及产品曝光方式，包括超级品牌日、欢聚日、品类日等平台活动及钻石展位、直通车、淘客等方式；消费者感兴趣阶段，公司通过多种内容平台及自媒体进行口碑传播；消费者寻找阶段，公司通过多流量入口布局从而保证消费者能够迅速触达产品；消费者行动阶段，公司通过用户界面设计优化等多种方式促进消费转化；消费者分享阶段，公司积极开展多种类型的品牌粉丝运营，提升品牌的内生影响力。

(3) 完善人才队伍建设

a. 成熟的人才引进体系

一方面，基于已建立的多个成熟有效的人才招聘渠道，公司人力资源招聘团队保持与行业内优秀人员定期沟通，保证外部优秀人才的持续引进，以保证公司需要时能在最短的时间找到合适人员；另一方面，公司已实施超过 6 年的管培生培养计划，通过面试筛选、实习轮岗、毕业考核、岗位调动、在职培训等各方面

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

工作，保证培养的持续性与有效性，发现、筛选并培养潜在的优秀人员成为业务骨干，年度输入管培生数量不低于 50 人。

b. 完善的培训体系

培训项目	培训内容
管理类专项培训	为助力核心业务骨干提升管理能力，公司有针对性地引入外部专业培训资源协助公司内部管理人员发现管理问题，并组织学习管理工具增强管理意识，最终将相关理念与方法实践用于解决团队建设与团队管理问题。
内部培训体系	为激活组织学习氛围，公司目前通过比赛筛选出内部认证讲师 22 人，并有 41 名待考察及认证内部讲师候选人；内部培训师团队持续出品优秀课程，提升内部人员的专业能力。
专业能力认证资格体系	为提升公司整体专业能力，公司出品跨业务部门的专业课程，该系列课程为核心岗位储备人才提供培训，有助于完善员工的专业能力。目前用户运营专业资格认证已覆盖 50%员工，文案策划专业资格认证已覆盖 70%员工。
拓展外部专业课程学习	目前公司已和两家专业电商培训机构达成年度合作，鼓励公司内部培训师及业务骨干团队外出学习，并将外部习得知识积极转化为内部课程，持续打通员工的内外部学习培训。

(4) 与电商平台开展多层次全方位的深度合作

作为综合电商服务商，公司与电商平台均建立了全方位深层次的合作共赢关系，例如共同参加天猫国际新西兰之旅，为天猫平台发现并吸引更多优质的澳新品牌入驻；作为平台服务供应商开展多品牌的平台品类营销活动，如酒水节等。公司的业务服务能力获得电商平台的高度认可，主要荣誉包括“天猫生态服务商 Top 10”（2019 年 4 月颁发）和“天猫国际五星级服务商”（2019 年第一季度，2018 年下半年，2017 年下半年）等，与平台良好的合作关系有利于公司获取更多的平台资源，为公司电商运营提供有力帮助。

核查意见：

综上，本所律师认为，电商代运营行业头部代运营商未出现降价竞争等无差异竞争情况，公司面对行业竞争态势形成了有效的应对措施。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

二、《告知函》问题 3：关于品牌开拓及合作维护。发行人主营业务为消费品牌提供电子商务综合服务。在线上代运营-零售模式、线上代运营-服务费模式及渠道分销模式下，发行人报告期内合作的品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个。报告期内发行人合作品牌数量的增减变化较大。来自前十大品牌的收入占比虽然呈下降趋势，但仍较高，最近一期亦超过 60%。

请发行人：（1）说明并披露合作品牌数量增减变化较大的原因及合理性，是否影响发行人经营的稳定性，是否符合行业特点；（2）说明并披露品牌合作协议中约定的正常合作期限，双方合作的稳定性，发行人提供的服务是否可以被快速模仿复制；（3）结合报告期内发行人新增合作品牌的情况，说明并披露发行人合作品牌开拓的方式、成果，与同行业公司的比较优势，是否具备持续开拓新品牌的能力；在发行人合作品牌多于同行业公司的情况下，销售费用中职工薪酬占营业收入比例与同行业公司的比较情况，是否具有合理性，是否存在商业贿赂等不当竞争行为；（4）说明并披露主要合作品牌终止合作的原因及合理性，终止合作是否会对发行人造成重大不利影响；合作关系解决的具体约定及执行情况，与发行人取消合作的品牌后续是否有存在法律纠纷情况；（5）列示截止 2019 年末各类模式的合作品牌数量、各品牌商的合作年限，并说明合作年限未达 2 年而停止合作的原因；（6）说明并披露报告期内前十大供应商采购金额及占比，采购金额存在波动的原因及合理性；（7）说明并披露线上代运营-零售模式下，对于终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货的具体处理方式，相关存货跌价准备计提是否充分；（8）说明并披露与主要合作品牌方的合作历史、主要合作条款，对同一品牌方是否存在其他竞争对手，发行人的主要优势及核心竞争力；（9）结合报告期内主要合作品牌变动情况，说明并披露发行人与品牌合作是否稳定，合作品牌的变动是否会对发行人经营业绩造成重大影响。请保荐机构、发行人律师及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

反馈回复：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（一）说明并披露合作品牌数量增减变化较大的原因及合理性，是否影响发行人经营的稳定性，是否符合业特点。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司收入明细表；

2. 核查公司与主要品牌方签订的业务合同；

3. 网络查询同行业可比公司公开披露的信息；

4. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

报告期内，公司新增合作品牌数量较多具有合理性，主要原因系随着公司业务逐渐发展，公司市场地位及行业知名度逐渐提高，品牌资源获取能力逐渐增强，为提高整体盈利能力、落实公司发展战略，公司会对合作品牌结构进行优化。报告期内，公司减少合作品牌数量较多具有合理性，主要原因系公司与部分品牌不再合作存在多种客观原因，包括品牌方战略调整退出天猫旗舰店渠道、品牌方总代理商计划自建运营团队、发行人基于经营指标要求从而主动放弃合作等。公司与可比公司合作品牌增减变动数量占在合作品牌数量比例整体处于同一水平，因此公司合作品牌数量增加变化较大符合行业特点。

合作品牌数量增减变化较大对发行人经营稳定性无重大不利影响，主要原因系各期减少品牌对发行人经营稳定性影响较小，同时新增品牌对发行人经营具有积极影响。

具体分析如下：

1. 合作品牌数量增减变化较大的原因及合理性、是否符合行业特点

(1) 公司合作品牌数量增减变化较大具有合理性

经核查，报告期内，公司新增合作品牌数量较多，主要原因系随着公司业务

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

逐渐发展，公司市场地位及行业知名度逐渐提高，品牌资源获取能力逐渐增强，为提高整体盈利能力、落实公司发展战略，公司会对合作品牌结构进行优化，因此公司新增合作品牌数量较多具有商业合理性。

报告期内，公司减少合作品牌数量较多，但减少合作品牌的收入占比相对较低，2017 年至 2019 年各期减少合作品牌收入占比（上年收入占比）分别为 12.29%、10.50%和 13.68%。公司与部分品牌不再继续合作存在多种原因，包括品牌方战略调整退出天猫旗舰店渠道、品牌方总代理商计划自建运营团队、发行人基于经营指标要求从而主动放弃合作等。因此公司减少合作品牌数量较多具有商业合理性。

(2) 公司合作品牌数量增减变化较大符合行业特点

报告期内，公司与可比公司合作品牌增加情况对比如下：

公司名称	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
若羽臣	本期品牌数量（个）	88	77	71
	新增品牌数量（个）	42	24	23
	新增品牌数量占比	48%	31%	32%
	新增品牌收入占比	11.99%	17.84%	14.87%
丽人丽妆	本期品牌数量（个）	60	-	-
	新增品牌数量（个）	22	-	-
	新增品牌数量占比	37%	-	-
壹网壹创	本期品牌数量（个）	16	16	17
	新增品牌数量（个）	3	4	8
	新增品牌数量占比	19%	25%	47%

注：新增品牌收入占比为当期新增品牌收入占当期收入（不含品牌策划收入）的比例，可比公司暂无相关数据；丽人丽妆 2019 年度本期合作品牌数量为截至 2019 年 6 月 30 日数据，新增品牌数量为 2018 年 12 月 31 日至 2019 年 10 月 22 日期间变动数；壹网壹创 2019 年度的数据为 1-6 月数据；对于集团性品牌，公司采用细分子品牌数量进行核算，壹网壹创采用集团性品牌进行核算，因此公司数量变动占比高于壹网壹创。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

经对比可比公司新增品牌变动数据，报告期内公司新增合作品牌数量占比区间为 31%至 48%，与可比公司 19%至 47%整体处于同一水平，因此公司新增合作品牌数量较大符合行业特点。

报告期内，公司与可比公司合作品牌减少情况对比如下：

公司名称	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
若羽臣	本期品牌数量（个）	88	77	71
	减少品牌数量（个）	31	18	16
	减少品牌数量占比	35%	23%	23%
	减少品牌收入占比	13.68%	10.50%	12.29%
丽人丽妆	本期品牌数量（个）	60	-	-
	减少品牌数量（个）	18	-	-
	减少品牌数量占比	30%	-	-
壹网壹创	本期品牌数量（个）	16	16	17
	减少品牌数量（个）	3	5	1
	减少品牌数量占比	19%	31%	6%

注：减少品牌收入占比为当期减少品牌收入占上期收入（不含品牌策划收入）的比例，可比公司暂无相关数据；丽人丽妆 2019 年度本期合作品牌数量为截至 2019 年 6 月 30 日数据，减少品牌数量为 2018 年 12 月 31 日至 2019 年 10 月 22 日期间变动数；壹网壹创减少品牌数量系根据合作品牌数量及新增品牌数量测算，其中 2019 年度的数据为 1-6 月数据；对于集团性品牌，公司采用细分子品牌数量进行核算，壹网壹创采用集团性品牌进行核算，因此公司数量变动占比高于壹网壹创。

经对比可比公司减少品牌变动数据，公司减少合作品牌数量占比区间为 23%至 35%，与可比公司 6%至 31%整体处于同一水平，因此公司减少合作品牌数量较大符合行业特点。

综上，报告期内公司品牌数量增加变化较大符合行业特点。同时虽然公司报告期内品牌数量增减变化较大，但公司仍与主要品牌保持了稳定的合作关系，报告期内公司持续合作品牌（截至 2020 年 4 月 30 日尚在合作品牌）的各期收入占比分别为 67.55%、79.23%和 88.66%，保持较高水平。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 减少品牌对发行人经营稳定性影响较小，新增品牌对发行人经营具有积极影响

报告期内，公司减少合作品牌均以当期收入贡献较低的品牌为主，其中前十大品牌中终止合作品牌均具有客观原因；各期新增品牌具有良好的成长性，收入占比增长迅速，对公司经营具有积极影响，具体分析如下：

(1) 减少品牌对发行人经营稳定性影响较小

2019 年相比 2018 年减少品牌共 31 个，该等品牌 2018 年在发行人收入占比为 13.68%，相对较低，其中 Kracie/肌美精 2018 年收入排名第 8，当期收入占比 2.82%，除肌美精外，其他品牌均非 2018 年收入前十的合作品牌。2019 年公司与肌美精品牌终止合作，主要原因系品牌方总代理商计划自建运营团队。

2018 年相比 2017 年减少品牌共 18 个，该等品牌 2017 年收入占比为 10.50%，相对较低，其中绅士及思亲肤 2018 年收入排名分别为第 4 和第 7，当期收入占比分别为 4.59%和 3.21%，除绅士、思亲肤外，其他品牌均非 2017 年收入前十大品牌。2018 年公司与绅士品牌终止合作，主要原因系绅士品牌方战略调整，退出天猫旗舰店渠道所致；2018 年公司与思亲肤品牌终止合作，主要原因系品牌方出现经营不善负面新闻，因此公司主动放弃合作。

(2) 新增品牌对公司盈利具有积极影响

a. 新增品牌具有良好的成长性

2017 年至 2019 年，公司各期新增品牌在新建立合作当期收入贡献分别为 9,478.15 万元、15,194.21 万元及 10,731.70 万元，在公司运营助力下，新增品牌整体呈现迅速增长态势，其中 2017 年和 2018 年新增品牌的次年收入增速分别达 44.06%和 66.87%，，新增品牌具有良好的成长性，对公司业绩具有稳固支撑作用。

b. 新增品牌收入占比逐年提高

2017 年至 2019 年，公司各期新增品牌收入占当期收入比例分别为 14.87%、17.84%和 11.99%，而该等品牌合计收入贡献占比分别为 14.87%、33.87%和

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

48.03%，报告期内逐渐增长且 2019 年收入占比达较高水平，说明报告期内新增品牌已逐渐成为公司重要收入来源。

综上，公司报告期内新增品牌具有良好的成长性，收入占比逐年增长，已成为公司重要收入来源。

核查意见：

经核查，本所律师认为，公司合作品牌数量增减变化较大，与同行业可比公司相比具有合理性，该等变化对发行人经营稳定性无重大影响，合作品牌数量变动符合行业特点。

（二）说明并披露品牌合作协议中约定的正常合作期限，双方合作的稳定性，发行人提供的服务是否可以被快速模仿复制

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅发行人与主要品牌签署的合作协议；

2. 对与发行人合作的主要品牌商进行访谈；

3. 访谈发行人的高级管理人员，了解发行人所提供服务的核心竞争力，能否被快速模仿复制；

4. 查阅核查行业研究报告，核查行业公开奖项信息。

核查内容：

经核查，基于发行人与品牌合作方的合作习惯和行业惯例，主要品牌（收入合计覆盖率（不含品牌策划收入）达当期 80%的品牌）合作协议中约定的合作期限一般为 1 年或 3 年，由于公司出色的电商运营能力，主要品牌续签概率较高，且部分品牌已与公司签订了长期限的合同；发行人与主要品牌的合作稳定，流失风险较低；主要品牌中，已终止合作的品牌对发行人最近一期收入影响较小。

经核查，发行人所提供的服务被快速模仿复制的风险较低，原因为：（1）发

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

行人突出的行业地位难以快速建立；（2）公司的各项能力和服务资格认证不能被快速模仿复制；（2）公司与电商平台的深度合作关系难以快速形成；（4）公司与品牌方的合作深度和粘性难以快速建立；（5）优质人才稀缺，核心管理团队和业务执行团队难以快速建立。

具体分析如下：

1. 品牌合作期限及稳定性

(1) 主要品牌合作期限

经核查，报告期各期，按照各品牌收入从大至小排列，收入合计覆盖率（不含品牌策划收入）达当期 80%的品牌分别 14 个、14 个和 18 个，该等品牌去除重复后共 27 个品牌，各期合计收入覆盖率分别为 86.36%、88.10%和 83.88%。该等品牌名称及与发行人的合作协议中约定的合作期限具体如下：

序号	品牌	品牌方或其授权方	合作起始时间	是否仍合作	协议约定的合作期限
1	Sanosan/哈罗闪	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	2013.04	是（注1）	一般为 3 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日
2	Free/飞	广东景兴健康护理实业股份有限公司、佛山市艾碧斯健康护理实业有限公司	2015.03	是	未约定合作终止时间，最新合作协议自 2020 年 1 月 19 日生效
3	B.Box/贝博士	ASL Capital Pty Ltd	2015.11	是	一般为 3 年期合同，最新合作协议期限为 2018 年 5 月 25 日至 2020 年 12 月 31 日
4	Holikaholika	Enpranico.,Ltd./MSH KOREA Co.,Ltd	2015.11	是	一般为 3 年期合同，最新合作协议期限为 2018 年 8 月 26 日至 2021 年 8 月 25 日
5	Mediheal/美迪惠尔	Supex BNP Co., Ltd.（原名为 Creaplanet Co., Ltd.）、JK International Co.,	2016.04	是	一般为 1 年期合同，与 Supex BNP Co., Ltd.最新合作协议期限为 2019 年 9 月 1 日至

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		Ltd、上海玲肤（注 2）			2020 年 8 月 31 日；与上海玲肤最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日
6	Combi/康贝	康贝（上海）有限公司	2016.01	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日
7	Meadjohnson/美赞臣	美赞臣营养品（中国）有限公司	2016.08	是	一般为 1 年期合同，最新代运营协议合作期限为 2020 年 4 月 1 日至 2022 年 3 月 31 日，分销协议合作期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日
8	Swisse	飞起来健康国际贸易有限公司、健合（中国）有限公司	2016.08	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 4 月 1 日至 2021 年 3 月 31 日
9	Centrum/善存	惠氏制药有限公司	2017.02	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2018 年 12 月 1 日至 2019 年 11 月 30 日；双方签署补充协议，将对若羽臣的授权延长至 2020 年 6 月 30 日
10	Red Seal/红印	Endeavour Consumer Health Limited	2017.07	是	首次签署即为 3 年期合同，合作期限为 2017 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日
11	Moony	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	2018.01	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日
12	Mamypoko/妈咪宝贝	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	2018.01	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日
13	Sofy/苏菲	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	2018.01	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 1 月 1 日至

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

					2020 年 12 月 31 日
14	Caltrate/钙尔奇	惠氏制药有限公司	2018.02	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2018 年 12 月 1 日至 2019 年 11 月 30 日；双方签署补充协议，将对若羽臣的授权延长至 2020 年 6 月 30 日
15	Three	Smarcle International Limited	2018.04	是	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2020 年 5 月 1 日至 2022 年 4 月 30 日
16	Estheprolabo	Pro Labo Holdings Co.,LTD	2018.08	是	2018 年 8 月 15 日至 2021 年 10 月 14 日
17	新谷酵素	Beaunet Corporation Limited	2019.04	是	首次签署即为 3 年期合同，合作期限为 2019 年 4 月 12 日至 2022 年 4 月 11 日
18	ABC	佛山市艾碧斯健康护理实业有限公司	2019.08	是	未约定合作终止时间，最新合作协议自 2020 年 1 月 19 日生效
19	Sanita U-Za	北京润美生国际贸易有限公司、北京润美康医药有限公司	2015.01	否	一般为 3 年期合同，最新合作协议期限为 2018 年 3 月 25 日至 2021 年 3 月 25 日，但已于 2018 年 12 月终止
20	Skinfood/ 思亲肤	思亲肤化妆品贸易（上海）有限公司	2015.06	否	一般为 1 年期合同，最新合作协议期限为 2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日，但已于 2017 年 9 月终止合作
21	Munchkin/ 满趣健	满趣健（上海）贸易有限公司	2015.11	否	3 年期合同，合作协议期限为 2016 年 1 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日（注 3）
22	Latourangelle/ 拉杜蓝乔	拉图蓝乔（上海）贸易有限公司	2016.01	否	5 年期合同，合作协议期限为 2016 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日，但已于 2019 年 7 月终止合作
23	Avent/新安怡	飞利浦（中国）投资	2015.12	否	一般为 1 年期合同，最

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		有限公司、上海赟泰商贸有限公司			新合作协议期限为2017年1月1日至2017年12月31日
24	丽贝乐	维达商贸有限公司	2016.08	否	一般为1年期合同，最新合作协议期限为2018年1月1日至2018年12月31日
25	Kracie/肌美精	上海恒城致美事业发展有限公司、北京恒城实业发展公司	2016.12	否	一般为1年期合同，最新合作协议期限为2018年1月1日至2018年12月31日
26	Planters/绅士	福达（中国）投资有限公司	2017.04	否	一般为1年期合同，最新合作协议期限为2018年1月1日至2018年12月31日
27	Clinicians/科立纯	Douglas Asia Pacific Ltd	2018.12	否	合作期限为2018年12月1日至2019年12月31日

注1：2020年之前，由发行人与品牌方的代理商合作，自2020年1月起，改由发行人与品牌方的代理商共同设立的联营企业北京盛可与品牌方的代理商合作。

注2：自2020年9月起，由于发行人平台增加订单，发行人从韩国采购所需时间不能满足平台的货品需求；且美迪惠尔品牌方调整全球销售网络，对中国的部分业务将逐步转由其在中国境内设立的全资子公司上海玲肤承接，发行人开始向上海玲肤增加采购“Mediheal/美迪惠尔”产品。

注3：由于“Munchkin/满趣健”运营效果不及发行人经营要求，备货周期长，发行人主动放弃合作，双方约定于2019年3月15日终止合作。

(2) 发行人与主要品牌的合作稳定

a. 主要合作品牌合作稳定，流失风险较低

截至本补充法律意见书出具之日，公司各年度收入覆盖率达80%以上的品牌中仍在合作的品牌共18个，该等品牌各期合计收入覆盖率分别为65.02%、75.04%和79.42%，且目前2019年前十大品牌均未流失。

根据发行人的说明，基于发行人与主要品牌的品牌方或其授权方的合作习惯

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

和行业惯例，品牌合作协议中约定的合作期限一般为 1 年或 3 年，由于公司出色的电商运营能力，主要合作品牌续签概率较高，且部分品牌已与公司签订了长期限的合同，体现出公司与品牌稳定的合作关系。

b. 已终止合作的品牌对最后一期发行人收入影响较小

经核查，上表中已经终止合作的第 19 项至第 27 项品牌于 2017 年、2018 年、2019 年所产生的收入占发行人当期总收入（不含品牌策划服务收入）的比例分别为 21.34%、13.06%、4.46%，对发行人最后一期收入的影响较小。

综上，发行人与主要品牌的合作稳定，具有可持续性。

2. 发行人所提供的服务被快速模仿复制的风险较低

经核查，经过多年深耕细作，公司在电子商务服务领域的精细化管理和运营能力、与电商平台和品牌方所建立的合作深度和粘性、公司所拥有的具有行业竞争力的核心管理团队和业务执行团队，均难以在短时间内建立，因此，发行人所提供的服务被快速模仿复制的风险较低，主要原因如下：

(1) 突出的行业地位难以快速建立

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商，具备突出的行业地位。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴、汽车用品领域名列前五；截至 2020 年 4 月 22 日，公司共运营 103 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 95 家，品牌旗舰店数量占比高达 92.23%；同时，公司获得多项行业重要奖项及荣誉，运营品牌多次取得品类领先排名。

(2) 公司的各项能力和服务资格认证不能被快速模仿复制

公司在快速变化的电商市场中不断完善的多层次服务能力建设，始终保持高水平的服务能力，随着市场结构和流量特点的不断变化，在不同时期公司重点完善的能力亦紧随市场变化而改变，具体详见本补充法律意见书之“问题 1”之“十三、说明并披露随着电子商务综合服务业市场化程度不断较高，是否已出现降价

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

竞争等无差异化竞争的情况，发行人的应对措施及有效性”之相关回复。

(3) 公司与电商平台的深度合作关系难以快速形成

公司是业内知名的电子商务综合服务商，与天猫、京东等大型综合电商平台已建立了深度的合作关系。由于公司出色的电商运营和推广能力，公司多次受邀出席电商平台举办的商务活动，例如受邀参加天猫国际新西兰之旅，为天猫平台发现并吸引更多优质的澳新品牌入驻；作为平台服务供应商开展多品牌的平台品类营销活动，如酒水节；参与阿里巴巴发起的联合生意计划（JBP 合作）等。公司与电商平台的深度合作关系建立于公司在电子商务服务领域多年来的积淀深耕，在短期内难以被模仿复制。

(4) 公司与品牌方的合作深度和粘性难以快速建立

经过长期合作，公司与品牌商的合作深度及粘性日益增强，难以快速建立。随着品牌方与代运营商合作时间的积累，代运营商为品牌方所打造的电商运营管理体系逐步完善，切换代运营商一方面需要耗费较大人力及时间，另一方面切换代运营商的效果亦难以预计，因此品牌方对于切换代运营商的决策相对谨慎。以美赞臣为例，2016 年公司与美赞臣建立合作，并逐步为美赞臣提供多样化的电商运营服务，例如美赞臣将数据银行供应商切换至公司，相比第三方供应商，公司将数据银行分析与品牌销售策略相结合，有效提高了品牌销售，增强了品牌方对公司的粘性；2020 年起，品牌方与公司签约的合作期限由以往的 1 年期变更为 2 年期，亦体现品牌方与公司的合作粘性。

(5) 优质人才稀缺，核心管理团队和业务执行团队难以快速建立

电子商务综合服务是集技术、管理、运营等多方面为一体的现代化新兴服务业，该行业要求既精通电商运营和项目管理、又理解品牌产品和消费者心理的复合型人才。

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，公司的核心团队成员拥有多年电商行业运营管理经验，在品牌引进、渠道开拓、品牌策划、运营方案制定、公司治理等方面拥有深厚的知识及丰富的实战经验。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

我国电子商务和相关服务行业快速发展的同时，符合要求的人才依然十分稀缺。刚进入该行业的初创期公司往往不具备足够的能力与成熟的公司进行人才竞争，难以快速组建具备丰富经验和具有行业竞争力的核心管理团队和业务执行团队。

核查意见：

综上，本所律师认为，发行人与主要品牌的品牌方或其授权方根据双方的合作习惯和惯例对合作期限进行约定，期限一般为 1 年或 3 年，双方已建立了良好、稳定的合作关系。由于发行人在电子商务服务领域具备精细化管理和运营能力、与电商平台和品牌方建立了合作深度和粘性、拥有具有行业竞争力的核心管理团队和业务执行团队等原因，发行人所提供的服务被快速模仿复制的风险较低。

（三）结合报告期内发行人新增合作品牌的情况，说明并披露发行人合作品牌开拓的方式、成果，与同行业公司的比较优势，是否具备持续开拓新品牌的能力；在发行人合作品牌多于同行业公司的情况下，销售费用中职工薪酬占营业收入比例与同行业公司的比较情况，是否具有合理性，是否存在商业贿赂等不当竞争行为

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查公司品牌拓展模式，对公司管理层和商务拓展部门进行访谈；

2. 核查发行人销售费用中职工薪酬及占营业收入比例，与可比公司公开数据对比分析；

3. 核查发行人关于内部控制、商业廉洁的管理制度；

4. 核查报告期内发行人大额支出的业务背景和资金用途，核查报告期内实际控制人、董事、监事、高管及出纳的资金流水，相应人员提供流水背景说明；抽取前述个人与公司客户及供应商间所有资金往来，核查是否有体外资金循环、代

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

垫费用等情形；确认发行人大额费用及资金支出符合公司实际业务需求，具有合理用途；

5. 对主要品牌方客户及电商平台进行实地走访、函证，确认有无现金交易及利益输送情形。

核查内容：

发行人合作品牌开拓的方式、成果，与同行业公司相比具备比较优势，具备持续开拓新品牌的能力。报告期内，发行人销售费用中的职工薪酬占营业收入比例分别为 2.60%、2.71%和 3.25%，处于可比公司区间范围之内，具备合理性，发行人不存在商业贿赂等不当竞争行为。具体分析如下：

1. 结合新增合作品牌的情况，说明并披露发行人合作品牌开拓的方式、成果，与同行业公司的比较优势，是否具备持续开拓新品牌的能力

报告期内，发行人合作品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个，其中 2017 年较 2016 年新增 23 个合作品牌，2018 年较 2017 年新增 24 个合作品牌，2019 年较 2018 年新增 42 个合作品牌。截至 2020 年 4 月 30 日，发行人已开拓 21 个新增已签约品牌（不包含仍在商务洽谈的品牌）。

(1) 公司品牌拓展方式

报告期内，公司拓展品牌方式主要有四种类型：公司商务拓展中心自主拓新、业内资源方推荐、已合作品牌集团进一步拓新，以及品牌方客户自主联系。

报告期内，新增品牌拓展方式的实现路径及拓展数量汇总如下：

单位：个

品牌拓展方式	实现路径	拓展品牌数量		
		2019 年	2018 年	2017 年
公司商务拓展中心自主拓新	基于发行人在母婴、保健品等品类优势和相关标杆品牌，公司商务拓展中心通过主动陌拜与品牌方建立合作关系，主要形式包括：电话、短信、邮件、行业展会等	17	6	4
业内资源	发行人合作伙伴（品牌方、分销客	6	11	6

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

方推荐	户、行业协会、电商平台等）向发行人推荐介绍品牌方客户			
已合作品牌集团进一步拓新	由现有已合作品牌方客户，拓展至该品牌所属品牌集团旗下多个品牌；例如 2018 年，发行人与宝洁旗下 Hair Recepie/ 发之食谱合作，2019 年度拓展新增宝洁旗下帮宝适、舒隐、玉兰油、Aussie、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清多个品牌	14	2	5
品牌方客户自主联系发行人	品牌方客户基于发行人良好口碑和运营能力，主动与发行人寻求合作	5	5	8
合计	—	**42**	**24**	**23**

公司品牌拓展流程大致包括：品类确定、品牌遴选、品牌接触、品牌投标、协议签署等。其中，拓展品类方向主要由公司商务拓展中心及业务部门共同研究确定。母婴、美妆个护和保健品是公司优势品类，也是未来公司重点发展的品类。

公司在母婴、美妆个护及保健品领域均有一批标杆品牌合作伙伴，公司合作母婴品牌包括：美国奶粉品牌美赞臣（Mead Johnson）、日本尤妮佳集团旗下婴童纸尿裤品牌 Moony、日本尤妮佳集团旗下个护品牌妈咪宝贝；美妆个护领域，公司合作品牌为韩国美妆护肤品牌美迪惠尔（Mediheal）、宝洁旗下护发品牌发之食谱（Hair Recipe）等；在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存（Centrum）和钙尔奇（Caltrate）等。知名品牌方为公司持续拓展相应品类优质品牌起到了良好的客群示范作用。

确认合作意向后，公司通过业内介绍或参与投标方式展示公司竞争优势，部分品牌会有特殊投标方案内容要求，包括如：基本介绍、合作品牌情况、建议和运营方案、经验预测、团队、报价方案等；若公司与品牌方确定合作关系则会由商务拓展中心联合经营管理部、供应链中心、品牌运营中心等多部门共同确定协议内容并与品牌方洽谈签署。

(2) 公司品牌拓展成果

报告期内，公司品牌开拓情况汇总如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
本期品牌数量（个）	88	77	71
本期营业收入（不含品牌策划服务收入）	89,486.19	85,175.39	63,722.29
本期新增品牌数量（个）	42	24	23
新增品牌数量占比	47.73%	31.17%	32.39%
新增品牌销售收入	10,731.70	15,194.21	9,478.15
新增品牌销售收入占比	11.99%	17.84%	14.87%

公司持续致力于存量品牌的维护和新品牌开拓，并逐渐建立以下开拓成果：

a. 品牌品类横向拓展，确立品类优势

报告期内，公司各期新增合作品牌所属各品类收入及占比如下：

单位：万元

品类	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	收入	占比	收入	占比	收入	占比
母婴	17,074.58	39.72%	12,279.09	42.56%	1,360.28	14.35%
美妆个护	16,447.52	38.26%	8,877.59	30.77%	3,684.54	38.87%
保健品	6,853.83	15.95%	4,264.31	14.78%	1,080.12	11.40%
其他	2,608.22	6.07%	3,427.27	11.88%	3,353.66	35.38%
合计	**42,984.14**	**100.00%**	**28,848.27**	**100.00%**	**9,478.60**	**100.00%**

由上表可知，报告期各期，公司在母婴、美妆个护和保健品三大品类中均有比例较高的新增持续合作品牌收入贡献。公司由母婴领域切入起步，经过多年积淀深耕，目前已在母婴、保健品和美妆等领域逐渐培育了竞争优势。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴用品领域名列前五。在母婴、美妆及保健品领域具有品牌优势。

b. 各品类标杆品牌建立，创造单品类持续获得品牌的能力

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

在母婴领域，公司基于对哈罗闪品牌从“0”到“1”的成功孵化以及后续运营成果，逐步在母婴品类中持续拓展合生元、美赞臣、康贝等知名品牌。在保健品领域，公司合作品牌包括澳大利亚保健品品牌 Swisse、惠氏旗下保健品品牌善存和钙尔奇，并持续拓展至红印、拜耳、康维他等等。不同品类的标杆品牌为公司的未来发展起到了良好的客群示范作用，为公司在相应品类内部持续拓展新品牌客户打下了坚实的基础。

c. 从单一品牌拓展至服务品牌集团旗下多个品牌

以健合（H&H）国际控股有限公司旗下品牌合生元为例，公司首先与 Biostime/合生元建立线上代运营合作关系，后续逐步拓展至健合旗下 Swisse、Dodie、Healthytimes、Goodgout 等多个品牌。以宝洁（中国）营销有限公司旗下品牌舒隐为例，公司首先与舒隐建立线上代运营合作，后续逐步拓展至宝洁旗下 Hair Recipe、帮宝适、舒隐、玉兰油、Aussie、汰渍、碧浪、当妮、Febreze/风倍清等多个品牌。从单一品牌拓展至服务品牌集团旗下多个品牌，彰显公司出色的运营能力和品牌维护、品牌拓展能力。

d. 从单一服务到综合服务，与品牌方深度绑定

对于存量品牌资源单一业务模式及销售渠道的进一步拓展是公司未来业绩增长的重要保障。以 Swisse 品牌为例，在合作业务模式方面，由原天猫平台线上代运营-服务费模式拓展新增零售模式，销售渠道由传统天猫平台拓展新兴渠道，包括：喜团（社群团购平台）、单创（会员制跨境电商服务平台）等。

多元化的服务模式和销售渠道相互协同，有利于公司实现与品牌方的深度绑定，助力公司全方位提升品牌全网综合影响力。

(3) 品牌拓展与同行业公司的比较优势，是否具备持续开拓能力

a. 从“0”到“1”的品牌孵化优势

报告期各期，公司孵化品牌收入占比分别为 12.94%、12.51%及 19.10%，代表品牌包括哈罗闪（Sanosan）、红印（Red Seal）、Three、EstheProLabo 以及新谷酵素等。而主要可比公司合作品牌则以成熟品牌为主，根据公开信息，壹网壹

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

创主要合作品牌为百雀羚、宝洁、Olay、伊丽莎白雅顿及欧珀莱；丽人丽妆 2016 年至 2018 年及 2019 年 1-6 月前十大品牌包括美宝莲、汉高、雪花秀等。

b. 母婴及保健品品类领域优势

报告期各期，公司收入贡献前十大品牌中母婴及保健品品牌包括美赞臣、Moony、妈咪宝贝、红印、善存、哈罗闪、丽贝乐、贝博士、Sanita U-Za 及康贝等品牌，占各期收入比例分别为 34.53%、36.96%及 32.12%。根据公开信息，壹网壹创、丽人丽妆及杭州悠可主要合作品牌为美妆个护品类，宝尊电商合作品类相对广泛，包括消费电子、服装及配饰、电器、家居用品、快消品、母婴、美妆个护等品类。

c. 海外背景销售拓展团队品牌的开发拓展优势

发行人现阶段拥有多语言的销售拓展团队，按照主管、经理、专员组合组建品类开发实施团队，凭借多年海外留学及工作背景、丰富的海外经验及品牌敏感度，通过公开信息检索、行业经验、代购信息等多渠道了解品牌信息，并进一步通过包括领馆及商会介绍、展会、天猫平台服务商推荐、行业内资源利用等多种渠道与品牌方进行接触，可以快速拓展海外品牌，增强海外品牌方信任度。

d. 在韩国、新西兰拥有分支机构，可深耕当地市场、建立区域优势

发行人在韩国及新西兰拥有海外子公司，有助于公司深耕当地市场，深入了解并开发当地优质品牌，建立独特的区域优势。

综上，公司具备品牌孵化优势、母婴及保健品品类领域优势、海外背景销售拓展团队优势、境外分支机构专业洞察优势，具备持续的品牌开拓能力。

2. 在发行人合作品牌多于同行业公司的情况下，销售费用中职工薪酬占营业收入比例与同行业公司的比较情况

经核查，报告期内，发行人与可比公司销售费用中的职工薪酬占营业收入比例如下：

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司	项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
若羽臣	销售费用-职工薪酬	3,119.57	2,527.54	1,744.31
	营业收入	95,886.70	93,098.38	67,092.64
	占比	**3.25%**	**2.71%**	**2.60%**
壹网壹创	销售费用-职工薪酬	3,010.73	2,726.49	1,589.88
	营业收入	145,082.12	101,214.54	70,417.29
	占比	**2.08%**	**2.69%**	**2.26%**
丽人丽妆	销售费用-职工薪酬	6,742.04*	14,469.80	14,421.33
	营业收入	165,749.61*	361,481.26	342,027.41
	占比	**4.07%**	**4.00%**	**4.22%**
杭州悠可	销售费用-职工薪酬	NA	2,557.34*	2,998.74
	营业收入	NA	78,193.27*	101,697.53
	占比	**NA**	**3.27%**	**2.95%**

注：壹网壹创数据来源于招股说明书及 2019 年年度报告。丽人丽妆数据来源于招股说明书，2019 年度为 1-6 月数据，未经年化。杭州悠可数据来源于《杭州悠可化妆品有限公司 2018 年 1-9 月合并及母公司财务报表审计报告书》，2018 年数据为 1-9 月数据。

报告期内，发行人销售费用中的职工薪酬占营业收入比例分别为 2.60%、2.71%和 3.25%，处于可比公司区间范围之内，三年每年均高于壹网壹创、低于丽人丽妆，低于杭州悠可。

3. 不存在商业贿赂等不当竞争行为

(1) 发行人制定了严格的廉洁管理制度，内控完善

发行人已制定品牌客户管理制度、费用报销细则等相关内部控制制度，对品牌方客户管理、合同签订审批与管理、销售收款管理、销售过程管理、业务费用报销流程等进行了规定，对公司销售环节实施了有效的管理。此外，发行人制定了《员工手册》，规定全体员工应廉洁自律、忠于职守，禁止利用职务上的影响谋取不正当利益而损害公司和股东利益。天健会计师事务所出具了天健审〔2020〕7-102 号《内部控制的鉴证报告》，确认发行人按照《企业内部控制基本规范》及相关规定在所有重大方面保持了有效的内部控制。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 发行人业务流程规范，遵守品牌及平台约定

本所律师通过实地走访、函证、书面确认等方式对发行人报告期内的主要客户进行了核查，确认发行人报告期内与主要客户之间的交易合法、规范，不存在对主要客户及其采购人员进行商业贿赂或不正当利益交换的情形。发行人报告期内与主要客户之间的交易合法、规范，主要客户在接受访谈时皆确认在交易过程中不存在不合规的情形。根据发行人报告期内的销售费用支出明细，并核对支出金额与原始会计凭证的一致性；核查发行人报告期内大额支出的业务背景和资金用途。确认发行人及关联人大额费用及资金支出符合公司实际业务需求，销售费用占比处于可比公司合理区间，销售费用及其他大额支出具有合理用途，不存在商业贿赂等异常费用支出及资金支付情况。

综上，发行人报告期内不存在商业贿赂的情形。

核查意见：

经核查，本所律师认为，发行人具备持续开拓新品牌的能力，其销售费用中职工薪酬占营业收入比例与同行业公司相比具有合理性，发行人不存在商业贿赂等不当竞争行为。

（四）说明并披露主要合作品牌终止合作的原因及合理性，终止合作是否会对发行人造成重大不利影响；合作关系解除的具体约定及执行情况，与发行人取消合作的品牌后续是否有存在法律纠纷情况

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查公司与已终止合作的品牌方报告期内签订的合作协议、终止协议；

2. 访谈公司高级管理人员，了解与主要合作品牌方终止合作的原因，合作关系解决的约定及执行情况；

3. 核查公司的诉讼、仲裁文书，了解发行人与已取消合作的品牌后续是否存在法律纠纷情况。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

发行人主要合作品牌终止合作的原因系双方基于商务考虑前终止合作或未就新的销售目标达成一致到期未再续约，具有商业合理性；与该等合作方终止合作未对发行人造成重大不利影响；双方终止合作均按照合同约定执行，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与上述终止合作的合作方之间不存在法律纠纷。

具体分析如下：

1. 报告期各期主要合作品牌终止的原因及其合理性，合作关系解除的具体约定及执行情况

经核查，发行人报告期各期前二十大合作品牌中，截至本补充法律意见书出具之日，已终止合作的品牌及其终止原因、终止条款执行情况等如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合作品牌	合作方名称	合作时间	终止原因	终止条款	终止条款执行情况
1	planters/绅士	福达（中国）投资有限公司	2017.04.24-2018.12.31	品牌方战略调整，退出原有旗舰店渠道	**经销合同终止约定：** （1）在合同履行过程中，一方如需提前解除合同的，可提前 30 天书面通知对方解除合同。合同终止或非因乙方（若羽臣）过错而解除时，乙方有权选择与甲方（福达中国）协商延长经销授权期限以继续销售剩余库存产品直至售卖完毕。（2）原合同终止后，甲方有权延长乙方的授权期限继续销售剩余库存产品直至售卖完毕，或由甲方或甲方指定的第三方在双方约定的期限内予以回购。（3）若最终协商选择回购的形式，则甲方应当以乙方采购该批库存产品的原始成本价（包括甲方给乙方的供货价及乙方支付的运费等合理费用）重新购回。 **代运营合同终止约定：** （1）双方签订的经销合同解除或终止的，本合同将随之解除或终止。（2）除本合同另有约定外，合同的提前终止，必须经双方一致同意并签署书面的终止协议。	按协议约定由甲方指定的第三方回购乙方的库存产品，并结算完毕相关款项
2	丽贝乐	维达商贸有限公司	2016.08.20 至自店铺主体成功切换之日，即 2019.03.05	品牌方战略调整，退出原有旗舰店渠道	（1）甲方（维达）与乙方（若羽臣）签署解除合作协议书，约定自店铺主体成功切换之日起，终止丽贝乐品牌的合作。双方核算确认未结款项及结算时间。（2）解除合作后，乙方盘点丽贝乐产品剩余库存及货值，甲方以实际出货价按照先进先出的原则进行回采可销售并不影响二次销售的货品。（3）乙方在甲方确认回采金额后为甲方开具红字通知单，甲方需在验收回采货品后 5 个工作日内将货款支付乙方。	按协议约定执行
3	Skinfood/思	思亲肤化妆品贸易	2015.06.01-2017.09.01	品牌方出现经营不善相	（1）甲方（思亲肤）与乙方（若羽臣）签署解除协议，约定自 2017 年 9 月 1 日起，解除合作协议及补充协议，同时撤销给予乙方的全部授权。	按协议约定执行

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合作品牌	合作方名称	合作时间	终止原因	终止条款	终止条款执行情况
	亲肤	（上海）有限公司		关负面新闻，发行人主动放弃合作	（2）自 2017 年 7 月 1 日起至 2017 年 10 月 15 日，双方进入各平台的交接期。交接期间，双方完成合作网络平台库存货品的盘点、库存货品的回购及确认、回购货款的支付、平台交接手续的办理等事项。（3）甲方回购的产品为剩余保质期在二分之一以上、尚未出售且包装良好的产品，回购价款以供货价款计算，乙方按照平台类别将库存货品分批运送至甲方指定仓库，甲方收到后予以确认，并于次月底将回购款支付予乙方；回购货品的运费由甲方自行承担。	
4	Kracie/肌美精	上海恒城致美事业发展有限公司、北京恒城实业发展公司	2016.12.22-2018.12.31	总代理商自建运营团队，合同到期未再续约	（1）甲方（恒城）与乙方（若羽臣）签署交接协议，约定于 2018 年 12 月 31 日结束合作关系。（2）甲、乙双方核算确认未结款项及结算时间；（3）双方运营交接，甲方按乙方进货价回采乙方库存商品（无包装瑕疵、无质量问题、无其他影响正常销售情形的库存商品）及相关物料；（4）相关款项结算与库存产品的转让与接收完成后，可进行天猫店交接与主体切换。（5）乙方不得再利用甲方的名称、商标、图案和商业形象，乙方须尽最大努力维护甲方商誉。	按协议约定执行
5	Avent/新安怡	飞利浦（中国）投资有限公司、上海赟泰商贸有限公司	2015.12.01-2017.12.31	运营效果不及发行人经营要求，利润低，主动放弃合作	（1）双方协商一致或服务期届满合同终止。（2）合同终止后，乙方（若羽臣子公司）有权选择延长授权期限继续销售授予授权产品直至售卖完毕或选择要求甲方（赟泰）或甲方指定的第三方期限内予以回购。	按协议约定执行，剩余存货由发行人子公司继续销售

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合作品牌	合作方名称	合作时间	终止原因	终止条款	终止条款执行情况
6	Sanita U-Za	北京润美生国际贸易有限公司、北京润美康医药有限公司	2015.01.01-2018.12.31	对于新的销售目标未达成一致，到期未再续约	（1）双方签署终止合作协议书，约定自 2018 年 12 月 31 日起乙方（若羽臣）与甲方（润美康）解除经销合作关系；（2）甲方收回乙方天猫 UZA 旗舰店的经营权。针对 UZA 的剩余库存，甲、乙双方进行盘点，甲方回采尚在有效期内、无质量问题的库存产品；（3）核算确认未结款项及结算时间。	按协议约定执行
7	Lynx/凌仕	联合利华（合肥）服务有限公司	2017.04.01-2019.01.31	运营效果不及发行人经营要求，利润低，主动放弃合作	（1）约定原分销合同与电子商务服务协议于 2019 年 1 月 31 日终止；（2）核算确认未结款项及结算时间；（3）自合同终止之日起，分销权立即回归联合利华。分销商只可在其剩余产品库存范围内在合同授权的原渠道继续分销产品，若产品库存保质期大于 24 个月，且不影响二次销售，分销商能提供退税证明或原始发票的，分销商也可向联合利华要求退货；（4）分销商应立即返还联合利华拥有所有权的全部设施及联合利华提供的有关产品说明及文件资料、产品分销渠道的所有客户的名单；（5）停止可能造成第三方误认为分销商仍在继续分销联合利华产品的一切活动；（6）若羽臣应在终止后的三日内立即归还联合利华交付的所有资产，包括数据、信息、广告、知识产权等，并按联合利华通知删除相关信息。	按协议约定执行，发行人剩余存货由品牌方按照约定回采
8	LaTourangelle/拉杜蓝乔	拉图蓝乔（上海）贸易有限公司	2016.01.01-2019.07.20	品牌方出现质量负面新闻，主动放弃合作	（1）约定自 2019 年 7 月 20 日起，解除甲方（拉图蓝乔）与乙方（若羽臣）的合作关系；（2）乙方配合甲方召回相关产品；（3）甲方按乙方原采购价格回采乙方从甲方采购产品中的剩余库存。	按协议约定执行

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合作品牌	合作方名称	合作时间	终止原因	终止条款	终止条款执行情况
9	Munchkin/满趣健	满趣健（上海）贸易有限公司	2015.11.01-2019.3.15	运营效果不及发行人经营要求，备货周期长，主动放弃合作	（1）自 2019 年 3 月 15 日起，开始乙方（恒美康）与甲方（满趣健）之间的旗舰店主体变更流程；（2）丙方（接收方）与乙方盘点库存，丙方一次性采购乙方剩余库存；（3）甲方与乙方核算确认未结款项及结算时间。	按协议约定执行
10	B.toys/比乐	宁波洛克本商贸有限公司	2017.02.08-2019.12.31	对新的销售目标未达成一致，到期未再续约	（1）合作期限至 2019 年 12 月 31 日终止；（2）甲方（宁波洛克）在 2019 年 12 月 31 日前，对乙方剩余未销售完的授权产品按原始成本价进行回采；（3）乙方将店铺主体转接至甲方；（4）甲方与乙方核算确认未结款项及结算时间。	按协议约定执行
11	clinicians/科立纯	Douglas Pharmaceuticals Ltd	2018.12.01-2019.12.31	品牌方自建运营团队，合同到期终止合作	（1）自 2019 年 12 月 31 日起终止 Clinicians 海外旗舰店和科立纯 LILY 海外专卖店及其他网络平台的合作；（2）甲方（莉莉买手）与乙方（Douglas)进行店铺、货物交接；（3）核算确认未结款项及结算时间；（3）对于甲方采购的剩余库存，由乙方按剩余库存对应的进货价（包括甲方支付的运费等费用）回采；（4）乙方向甲方结算并支付应由乙方承担的软件费、市场费及核销费用等款项。	按协议约定执行
12	Dermatix/舒痕	美纳里尼（中国）投资有限公司、上药康德乐	2018.01.01-2019.12.31	品牌方战略调整，退出原有渠道，天猫旗舰店不再作为主	**经销协议终止条款约定：** （1）自 2019 年 12 月 31 日起终止；（2）对于若羽臣退回的品牌商品由上药康德乐按原始采购价格回采；（3）若羽臣应终止作为销商的行为，将甲方无偿提供的指定产品和材料全部无偿归还上药康德乐，停止使用指定产品的商标。	按协议约定执行

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	合作品牌	合作方名称	合作时间	终止原因	终止条款	终止条款执行情况
		（上海）医药有限公司		要销售渠道，作为品牌形象店铺	**代运营协议终止条款约定：** 合同终止后，若羽臣即刻停止为美纳里尼提供服务；结算服务款。	

经核查，报告期内，上述主要合作品牌终止合作主要系双方基于商务考虑提前终止合作或未就新的销售目标达成一致到期未再续约，具有商业合理性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 上述品牌终止合作未对发行人造成重大不利影响

如本题“（一）说明并披露合作品牌数量增减变化较大的原因及合理性，是否影响发行人经营的稳定性”之回复“2.减少品牌对发行人经营稳定性影响较小，新增品牌对发行人经营具有积极影响”所述，报告期各期，发行人对上述已终止合作的品牌方或其授权代表不存在重大依赖，各期终止合作的主要品牌合计收入（不含品牌策划业务收入）占前一会计年度收入的比例相对较低；同时，公司当期新增品牌对发行人的经营具有积极影响，因此，上述终止合作的品牌未对发行人造成重大不利影响。

3. 上述取消合作的品牌后续不存在法律纠纷

经查阅发行人与前述合作方合作关系解除的具体约定、对上述合作方的访谈确认，并经本所律师登录“中国裁判文书网”等网站核查，双方解除合作均合同约定执行，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与上述取消合作的品牌不存在法律纠纷。

核查意见：

综上，本所律师认为，发行人主要合作品牌终止合作的原因系双方基于商务考虑前终止合作或未就新的销售目标达成一致到期未再续约，具有商业合理性；与该等合作方终止合作未对发行人造成重大不利影响；双方终止合作均按照合同约定执行，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与上述终止合作的合作方之间不存在法律纠纷。

（五）列示截止 2019 年末各类模式的合作品牌数量、各品牌商的合作年限，并说明合作年限未达 2 年而停止合作的原因

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人的相关业务合同；

2. 查阅发行人关于合同续约情况以及停止合作原因出具的说明。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

截止 2019 年末，发行人线上代运营-零售模式合作品牌数量为 41 个；线上代运营-服务费模式合作品牌数量为 50 个；渠道分销模式合作品牌数量为 24 个，合作年限 1 年至 5 年不等。其中合作年限未达 2 年而停止合作主要原因为：运营效果不及发行人经营要求、发行人主动放弃合作；双方对于新的销售目标未达成一致，到期不续约；品牌方自建运营团队或者战略调整，退出相关渠道等。

具体分析如下：

1. 截止 2019 年末各类模式的合作品牌数量、各品牌商的合作年限

截止 2019 年末，各模式的合作品牌数量如下：线上代运营-零售模式 41 个品牌；线上代运营-服务费模式 50 个品牌；渠道分销模式 24 个品牌。各品牌对应的合作模式、合作年限如下：

序号	具体合作品牌	合作模式	合作年限（起始时间）
1	B.box/贝博士	在线上代运营-零售模式、渠道分销	2015.11.15-2020.12.31
2	Centrum/善存	线上代运营-零售模式、渠道分销	2017.02.01-2020.06.30
3	Babyzen	线上代运营-服务费模式	2017.6.15-2020.06.30
4	Comvita/康维他	线上代运营-服务费模式	2018.03.21-2020.03.31（续约合同正在协商中）
5	Dodie	线上代运营-服务费模式	2017.09.01-2021.03.31
6	ecostore	线上代运营-服务费模式	2018.04.01-2020.03.31（续约合同正在协商中）
7	Emergen-C	线上代运营-服务费模式	2016.07.01-2019.12.31（续约合同正在协商中）
8	Ergobaby	线上代运营-服务费模式	2017.04.01-2021.03.31
9	EstheProLabo	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.08.15-2021.10.14
10	Free/飞	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2015.03.06 至无固定期限
11	Floreve/馥洛薇	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.08.06-2021.08.06
12	Holikaholika	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2015.11.01-2021.08.25
13	IMEDEEN	线上代运营-服务费模式	2016.07.01-2019.12.31（续约

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

			合同正在协商中）
14	ICEWATCH	线上代运营-服务费模式	2018.07.02-2020.01.01
15	RED SEAL/红印	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2017.07.01-2020.06.30
16	shoosha/舒莎	线上代运营-零售模式	2018.05.21-2021.05.21
17	Skiphop	线上代运营-服务费模式	2016.02.01-2021.03.31
18	Swisse	线上代运营-服务费模式	2016.08.01-2021.03.31
		渠道分销模式	2019.09.01-2020.12.31
19	Thinkbaby	线上代运营-零售模式	2015.06.02-2023.06.24
20	THREE	线上代运营-零售模式	2018.04.01-2022.04.30
21	Weleda/维蕾德	线上代运营-服务费模式	2016.03.01-2021.02.28
22	G&M/澳芝曼	线上代运营-服务费模式	2017.01.20-2020.01.31（续约合同正在协商中）
23	B.toys/比乐	线上代运营-零售模式	2017.02.08-2019.12.31
24	caltrate/钙尔奇	线上代运营-零售模式	2018.02.01-2020.06.30
25	Sanosan/哈罗闪	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2013.04.25-2020.12.31（2020年转为由发行人与品牌方的代理商共同设立的联营企业北京盛可与品牌方的代理商合作）
26	Biostime/合生元	线上代运营-服务费模式、渠道分销模式	2015.02.01-2021.3.31
27	Combi/康贝	线上代运营-零售模式、线上代运营-服务费模式、渠道分销	2016.01.01-2022.12.31
28	Mediheal/美迪惠尔	线上代运营-服务费模式	2016.04.17-2019.12.31（续约合同正在协商中）
		渠道分销模式、线上代运营-零售模式	2017.01.01-2020.12.31
29	MeadJohnson/美赞臣	线上代运营-零售模式	2016.08.20-2020.12.31
		线上代运营-服务费模式	2016.08.20-2022.03.31
30	nutralife/纽乐	线上代运营-服务费模式	2017.12.22--2019.12.31
31	时间廊	线上代运营-服务费模式	2016.04.01-2020.03.31
32	Dermatix/舒痕	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.01.01-2019.12.31
33	Titus/铁达时	线上代运营-服务费模式	2016.04.01-2020.03.31
34	VIERRA	线上代运营-服务费模式	2018.11.16-2020.12.31
35	Neogen/妮珍	线上代运营-服务费模式	2018.10.21-2020.12.31
36	MamyPoko/妈咪宝贝	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.01.01-2020.12.31
37	Moony	线上代运营-零售模式、渠道分销模	2018.01.01-2020.12.31

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		式	
38	SOFY/苏菲	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.01.01-2020.12.31
39	lifree/乐互宜	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.01.01-2020.12.31
40	silcot/舒蔻	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.01.01-2020.12.31
41	拜耳	线上代运营-服务费模式	2018.03.01-2021.02.28
42	优酷	线上代运营-服务费模式	2018.09.30-2020.03.31（续约合同正在协商中）
43	singuladerm	线上代运营-零售模式	2019.09.05-2020.01.15
		线上代运营-服务费模式	2018.11.13-2019.11.12
44	noreva	线上代运营-服务费模式	2018.11.26-2019.11.25
45	hairrecipe/发之食谱	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
46	healtheries/贺寿利	线上代运营-服务费模式	2018.10.01-2019.12.31
47	clinicians/科立纯	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.12.01-2019.12.31
48	嘉实多	线上代运营-服务费模式	2019.01.01--2020.12.31
49	voodoo	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2018.11.08-2023.11.07
50	California baby/加州宝宝	线上代运营-服务费模式	2018.12.14-2023.12.14
51	舒隐	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
52	VAPE	线上代运营-零售模式	2019.01.01-2023.12.31
53	Bella Aurora	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2019.03.14-2023.03.15
54	晓姿	线上代运营-服务费模式	自店铺上架销售之日起至2021.02.28
		渠道分销模式	2019.01.20-2020.01.19
55	Beauty Hills	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2019.03.22-2024.06.30
56	Glow lab	线上代运营-零售模式	2019.02.20-2022.02.19
57	Earthwise	线上代运营-零售模式	2019.04.29-2024.04.28
58	ofwc Maputi	线上代运营-零售模式	2019.07.01-2022.06.30
59	UL、SOBERBIA	渠道分销模式	2019.05.20 -NMPA 证书生效日，NMPA 证书生效日起自动计算 4 年
60	爱氏晨曦	线上代运营-服务费模式	2019.04.01-2020.12.31
61	樱花见	线上代运营-服务费模式	2019.08.05-2020.08.04

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

62	Noesa	线上代运营-零售模式	2019.03.18-2022.03.17
63	新谷酵素	线上代运营-零售模式、渠道分销模式	2019.04.12-2022.04.11
64	pilot/百乐	线上代运营-服务费模式	2019.05.01-2020.10.15（天猫）；2019.05.20-2020.10.15（京东）
65	Derm institute	线上代运营-零售模式	2019.03.15-2020.03.14
66	one a day	线上代运营-服务费模式	2018.03.01-2021.02.28
67	Dr.Botanicals	线上代运营-零售模式	2019.06.15-2024.06.14
68	Farma Dorsch	线上代运营-零售模式	2019.07.26-2023.07.25
69	Womo	线上代运营-零售模式	2019.07.25-2022.07.24
70	ABC	线上代运营-零售模式	2019.08.22 开始合作，未约定合同终止时间，最新合作协议自 2020 年 1 月 19 日生效
71	Elmex	线上代运营-服务费模式	2019.09.01-2019.12.31（后续转为经销模式进行合作）
		线上代运营-零售模式	2019.07.30-2020.06.29
72	Crayola/绘儿乐	线上代运营-零售模式	2019.08.15-2019.12.31（续约合同正在协商中）
73	marcheur	线上代运营-服务费模式	2019.08.01-2020.07.31
74	RoyalNectar	线上代运营-服务费模式	2019.08.15-2020.08.14
75	axs	线上代运营-服务费模式	2019.08.01-2020.07.31
76	CEMOY	线上代运营-服务费模式	2019.08.20-2020.02.19
77	OLAY 玉兰油	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
78	帮宝适	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
79	澳丝 Aussie	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
80	汰渍	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
81	碧浪	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
82	当妮	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
83	febreze/风倍清	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
84	植感	线上代运营-服务费模式	2018.08.01-2020.06.30
85	Good Gout	线上代运营-服务费模式	2019.04.23-2020.03.31（续约合同正在协商中）
86	healthytimes	线上代运营-服务费模式	2016.09.01-2021.03.31
87	Maro	线上代运营-零售模式	2019.12.01-2021.03.31
88	Clearasil	线上代运营-零售模式	2019.10.31-2020.12.31

2. 合作年限未达 2 年的品牌停止合作的原因

截至 2019 年末，合作年限未达 2 年并在报告期内停止合作的品牌及停止合

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

作的原因如下：

序号	品牌名称	合作期限	停止合作原因
1	Jane	2016.04.21-2018.01.15	因合作方资质问题，除采购部分样品外，未进行采购和销售，未正式开展合作
2	Lifeline Care	2017.01.01-2017.11.01	运营效果不及发行人经营要求，利润低，发行人主动放弃合作
3	Nuby	2017.03.01-2018.12.31	
4	澳至尊	2018.05.01-2019.06.30	对于新的销售目标未达成一致，到期不续约
5	芳新	2018.06.26-2019.6.30	品牌方自建运营团队
6	Planters/绅士	2017.04.24-2018.12.31	品牌方战略调整，退出天猫旗舰店渠道
7	Lynx/凌仕	2017.04.01-2019.01.31	运营效果不及发行人经营要求，利润低，发行人主动放弃合作
8	clinicians/科立纯	2018.12.01-2019.12.31	品牌方自建运营团队
9	ICEWATCH	2018.07.02-2020.01.01	品牌方战略调整，退出原合作渠道
10	singuladerm	2018.11.13-2020.01.15	因合作方资质问题，主动放弃合作
11	noreva	2018.11.26-2019.11.25	品牌总代理商自建运营团队
12	healtheries/贺寿利	2018.10.01-2019.12.31	品牌方战略调整，退出原合作渠道

（六）说明并披露报告期内前十大供应商采购金额及占比，采购金额存在波动的原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人采购明细表；

2. 访谈发行人的主要供应商；

3. 访谈发行人的高级管理人员，了解公司前十大供应商采购波动的原因及合理性；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4. 查阅公司销售数量与采购数量的比例。

核查内容：

经核查，发行人报告期内前十大供应商采购金额存在波动具有合理性，主要原因包括：（1）采购金额随销售情况而波动；（2）公司提高备货比例，导致采购额的增加；（3）部分品牌方调整销售网络，公司逐步转向其他公司采购，导致采购额的减少等。

具体分析如下：

1. 报告期内前十大供应商采购金额及占比

(1) 2019 年度

单位：万元

序号	供应商名称	品牌	采购金额	占当期采购总额比例
1	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	Moony	8,805.31	14.95%
		MamyPoko/妈咪宝贝	3,766.17	6.39%
		Sofy/苏菲	3,724.10	6.32%
		Silcot/舒蔻	41.83	0.07%
		小计	16,337.41	27.74%
2	美赞臣营养品（中国）有限公司	MeadJohnson/美赞臣	9,532.98	16.19%
3	Supex BNP Co., Ltd.	Mediheal/美迪惠尔	4,762.34	8.09%
4	广东景兴健康护理实业股份有限公司	ABC	2,423.28	4.11%
		Free/飞	1,043.26	1.77%
		小计	3,466.54	5.89%
5	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	Sanosan/哈罗闪	3,186.64	5.41%
6	惠氏制药有限公司	caltrate/钙尔奇	1,206.95	2.05%
		Centrum/善存	1,312.90	2.23%
		小计	2,519.86	4.28%
7	健合（中国）有限公司	swisse	2,280.04	3.87%
8	NEW WIND CO. LTD	VAPE	1,625.54	2.76%
		新谷酵素	534.01	0.91%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商名称	品牌	采购金额	占当期采购总额比例
		小计	2,159.56	3.67%
9	Endeavour Consumer Health Limited	RED SEAL/红印	2,119.14	3.60%
10	Douglas Asia Pacific Ltd	clinicians/科立纯	1,489.90	2.53%
合　计			**47,854.40**	**81.25%**

(2) 2018 年度

单位：万元

序号	供应商名称	品牌	采购金额	占当期采购总额比例
1	Supex BNP Co., Ltd.	Mediheal/美迪惠尔	15,420.46	26.18%
2	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	MamyPoko/妈咪宝贝	4,924.13	8.36%
		Moony	4,800.12	8.15%
		Sofy/苏菲	1,941.25	3.30%
		Silcot/舒蔻	73.56	0.12%
		Lifree/乐互宜	8.05	0.01%
		小计	11,747.11	19.94%
3	美赞臣营养品（中国）有限公司	MeadJohnson/美赞臣	10,218.88	17.35%
4	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	Sanosan/哈罗闪	3,355.63	5.70%
5	Endeavour Consumer Health Limited	Red Seal/红印	2,279.43	3.87%
6	惠氏制药有限公司	caltrate/钙尔奇	1,403.17	2.38%
		Centrum/善存	751.39	1.28%
		小计	2,154.55	3.66%
7	北京恒城实业发展公司及其关联公司	Kracie/肌美精	1,715.89	2.91%
8	福达（中国）投资有限公司	planters/绅士	1,243.04	2.11%
9	满聚金亚洲有限公司	Munchkin/满趣健	906.24	1.54%
10	拉图蓝乔（上海）贸易有限公司	LaTourangelle/拉杜蓝乔	891.11	1.51%
合　计			**49,932.35**	**84.77%**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(3) 2017 年度

单位：万元

序号	供应商名称	品牌	采购金额	占当期采购总额比例
1	Supex BNP Co., Ltd.	Mediheal/美迪惠尔	12,731.68	28.03%
2	美赞臣营养品（中国）有限公司	MeadJohnson/美赞臣	7,613.48	16.76%
3	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	Sanosan/哈罗闪	3,878.23	8.54%
4	福达（中国）投资有限公司	Planters/绅士	2,135.97	4.70%
5	维达商贸有限公司	丽贝乐	1,768.04	3.89%
6	北京恒城实业发展公司及其关联公司	Kracie/肌美精	1,501.91	3.31%
7	北京晴天四月国际商贸有限公司	B.box/贝博士	1,323.00	2.91%
8	联合利华服务（合肥）有限公司	Lynx/凌仕	942.66	2.08%
		tresemme/炫诗	368.80	0.81%
		小计	1,311.46	2.89%
9	Eenprani co.,ltd	Holikaholika	1,181.84	2.60%
10	上海椿鸣贸易有限公司	planters/绅士	916.92	2.02%
合　计			**34,362.53**	**75.66%**

注：上述供应商的采购金额与其关联方合并统计，其中 Supex BNP Co., Ltd. （曾用名 Creaplanet Co., Ltd.）包括 JK International Co., Ltd；广东景兴健康护理实业股份有限公司包括佛山市艾碧斯健康护理实业有限公司。

2. 报告期内前十大供应商采购金额存在波动的原因及合理性

(1) 2019 年度与 2018 年度比较，前十大供应商采购金额的波动及其原因合理性如下：

单位：万元

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2019 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
1	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	Moony	4,005.19	0.97	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
		MamyPoko/妈咪宝贝	-1, 157.96	1.02	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2019 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
		Sofy/苏菲	1,782.85	0.50	品牌销售情况增长，销量较高，公司加强采购以提高备货比例导致采购额增加。
		Silcot/舒蔻，Lifree/乐互宜	-39.78	0.27	销量非常小，采购额为正常变动。
		小计	4,590.30	——	——
2	美赞臣营养品（中国）有限公司	MeadJohnson/美赞臣	-685.90	0.86	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
3	Supex BNP Co., Ltd.	Mediheal/美迪惠尔	-10,658.12	0.91	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额减少一是因为美迪惠尔品牌方调整全球销售网络，公司逐步转向其在中国境内设立的全资子公司采购。二是因为销售有所减少同步减少采购。
4	广东景兴健康护理实业股份有限公司	ABC	2,423.28	0.82	2019 年新合作品牌
		Free/飞	216.86	0.92	公司计划于 2019 年 12 月底与薇娅合作直播促进销售，为此提前备货导致采购额增加。
		小计	2,640.14	——	——
5	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	Sanosan/哈罗闪	-168.99	0.69	2018 年销售额 5,267.27 万元，2019 年销售额 3,779.73 万元，品牌的收入下降，因此采购额也随之

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2019 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
					降低。
6	惠氏制药有限公司	caltrate/钙尔奇	-196.21	1.05	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
		Centrum/善存	561.52	0.98	
		小计	365.30	——	——
7	健合（中国）有限公司	swisse	2,280.04	0.25	2019 年新合作品牌；销售采购比较低主要原因是该品牌主要分销商单创平台向公司采购产品，在期末尚未达到结算条件的采购金额较大所致。
8	NEW WIND CO. LTD	VAPE	1,625.54	0.79	2019 年新合作品牌，海外采购周期较长，提前备货导致采购额增加。
		新谷酵素	534.01	0.67	
		小计	2,159.56	——	——
9	Endeavour Consumer Health Limited	RED SEAL/红印	-160.29	1.07	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
10	Douglas Asia Pacific Ltd	clinicians/科立纯	1,489.90	0.81	2019 年新合作品牌

(2) 2018 年度与 2017 年度比较，前十大供应商采购金额的波动及其原因合理性如下：

单位：万元

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2018 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
1	Supex BNP Co., Ltd.	Mediheal/美迪惠尔	2,688.78	0.97	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2018 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
					动。
2	尤妮佳生活用品（中国）有限公司	MamyPoko/妈咪宝贝	4,924.13	0.93	2018 年新合作品牌
		Moony	4,800.12	0.93	
		Sofy/苏菲	1,941.25	0.94	
		Silcot/舒蔻	73.56	0.75	
		Lifree/乐互宜	8.05	0.67	
		小计	11,747.11	——	——
3	美赞臣营养品（中国）有限公司	MeadJohnson/美赞臣	2,605.40	1.22	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
4	北京隆盛泰健康科技股份有限公司	Sanosan/哈罗闪	-522.60	1.02	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额减少主要是因为母婴洗护行业近年来竞争激烈，品牌自身产品竞争力有所下降导致销售情况不佳所致；
5	Endeavour Consumer Health Limited	Red Seal/红印	1,456.65	0.76	海外采购周期较长，提前备货导致采购额增加。
6	惠氏制药有限公司	caltrate/钙尔奇	1,403.17	0.92	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
		Centrum/善存	41.26	0.92	2018 年与惠氏新合作的品牌
		小计	1,444.42	——	——
7	北京恒城实业发展公司及其关联公司	Kracie/肌美精	213.98	0.99	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
8	福达（中国）投资有限公司	planters/绅士	-892.93	1.38	2017 年底为 2018 年 1 月的年货节大量备货，因此 2017 年采购额较

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	供应商名称	品牌	变动金额	2018 年销售采购比例（销售数量/采购数量）	波动原因及合理性
					大。2018 年终止合作，整体采购额下降，导致采购额变动。
9	满聚金亚洲有限公司	Munchkin/满趣健	352.92	0.85	当期销售数量与采购数量比例接近 1，采购金额随销售情况而波动。
10	拉图蓝乔（上海）贸易有限公司	LaTourangelle/拉杜蓝乔	152.86	0.59	2017 年销售额 850.32 万元，2018 年销售额 1,668.03 万元，因品牌销售情况增长进行正常备货，导致采购额增加。

核查意见：

综上，本所律师认为，公司对主要供应商采购金额的波动具有合理性。

（七）说明并披露线上代运营-零售模式下，对于终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货的具体处理方式，相关存货跌价准备计提是否充分

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 对会计师进行访谈，了解公司存货会计处理方法、存货跌价准备及是否符合会计准则等；

2. 核查可比公司公开披露信息；

3. 查阅公司存货跌价准备计提明细表，以及与品牌商的终止条款；

4. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

对于终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货，供应商回采部分不计提跌价准备、可继续销售部分根据商品剩余有效期计提跌价准备、供应商不回采且不能继

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

续销售部分全额计提跌价准备。公司对于终止合作品牌计提的跌价准备可以覆盖预计发生的跌价损失，终止合作品牌计提存货跌价准备充分。

具体分析如下：

1. 对于终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货的具体处理方式

报告期各期末，公司遵循企业会计准则，对存货采用成本与可变现净值孰低计量，按照存货成本高于可变现净值的差额计提存货跌价准备。公司实际会计核算中，公司将有效期作为可变现净值的考虑因素。

对于终止合作品牌，考虑以下情况计提存货跌价准备：

(1) 供应商回采部分：若公司与供应商有回采协议，对于在回采协议约定金额以内的，不计提存货跌价准备，对于在回采协议约定金额以外的，考虑该部分货物已经不能销售，全额计提存货跌价准备。

(2) 可继续销售部分：若终止合作品牌仍被授权继续可销售的，按照可变现净值的考虑因素计提存货跌价准备；具体情况如下：距保质期 12 个月以上，参考公司日常销售情况，可变现净值基本高于存货成本，不存在跌价迹象，故计提比例为 0.00%；距保质期 6-12 个月，参考公司日常销售情况，可变现净值一般为存货成本的 70%，故计提比例为 30.00%；距保质期 0-6 个月，该部分货物可变现净值较低，故计提比例为 100.00%；超过有效期的，考虑该部分货物已经不能销售，故计提比例为 100.00%。

(3) 不回采且不能继续销售部分：其余终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货，考虑该部分货物已经不能销售，全额计提存货跌价准备。

经本所律师对会计师访谈了解，根据公司对于终止合作品牌存货的跌价计提政策符合企业会计准则要求，存货跌价计提政策的充分严谨。

2. 终止合作品牌存货跌价准备计提情况

单位：万元

项目	计提比例	2019 年度	2018 年度	2017 年度

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

		存货余额	跌价准备	存货余额	跌价准备	存货余额	跌价准备
供应商回采部分	0.00%	308.90	-	-	-	-	-
可继续销售部分	（1）距保质期 12 个月以上，提比例为 0.00%；	-	-	-	-	224.76	-
	（2）距保质期 6-12 个月，提比例为 30.00%；	-	-	-	-	0.04	0.01
	（3）超过有效期的，提比例为 100.00%	-	-	-	-	0.13	0.13
小计		-	-	-	-	224.93	0.14
不回采且不能继续销售部分	100.00%	272.02	272.02	520.27	520.27	294.25	294.25
合计		**580.92**	**272.02**	**520.27**	**520.27**	**519.18**	**294.39**

注：2019 年供应商回采部分均在约定金额以内。

会计师通过检查公司终止合作品牌的实际损失情况，发现对不合作品牌计提的跌价准备可以覆盖预计发生的跌价损失，因此，终止合作品牌计提存货跌价准备充分。

核查意见：

经核查，根据本所律师对会计师访谈了解，发行人线上代运营业务零售模式下，对于终止合作品牌但尚未对外销售完毕存货的跌价准备计提充分。

（八）说明并披露与主要合作品牌方的合作历史、主要合作条款，对同一品牌方是否存在其他竞争对手，发行人的主要优势及核心竞争力

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅主要合作品牌对应的合作协议；

2. 访谈与发行人合作的主要品牌商；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

3. 访谈公司财务总监以及业务部门负责人，了解公司与主要合作品牌方（包含报告期各期前 10 大国际品牌及主要国内品牌）的合作历史、合作条款、对同一品牌方是否存在其他竞争对手。

核查内容：

发行人同一品牌方存在其他竞争对手，品牌方一般会进行多渠道布局，在天猫、京东、唯品会等电商平台及线下渠道等不同渠道选择不同的代运营商或代理商以减少对某一代运营商或代理商的依赖，发行人的竞争对手一般为品牌方其他渠道的代运营商或代理商。发行人的主要优势及核心竞争力主要体现在发行人的行业地位优势、大数据驱动的运营体系、快速爆发的品牌孵化力、跨品类发展的业务扩张能力、覆盖全渠道的销售网络、全球端到端交付的供应链、精准影响的品牌策划能力及经验丰富的管理执行团队。

具体分析如下：

1. 发行人与主要合作品牌方的合作历史、合作条款、对同一品牌方是否存在其他竞争对手等情况

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
1	MeadJohnson/美赞臣	2016 年 8 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：2016 年 8 月 20 日至 2020 年 12 月 31 日 该品牌未开展渠道分销业务合作	（1）仓储及发货管理：品牌方负责 （2）结算方式：固定服务费 （3）授权时间：2016 年 8 月 20 日至 2022 年 03 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	天猫美赞臣联吉吉专卖店及天猫美赞臣大海海外专卖店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
2	Mediheal/美迪惠尔	2016 年 4 月至今	（1）结算条款：出货后 45 日 （2）运费承担：品牌方负责 （3）授权期限：2017 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	（1）仓储及发货管理：品牌方负责 （2）结算方式：提点服务费 （3）授权时间：2016 年 4 月 17 日至 2019 年 12 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	京东屈臣氏官方旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
3	Moony	2018 年 1 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	不适用	京东沃尔玛海外旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
4	Red Seal/红印	2017 年 7 月至今	（1）结算条款：开票次月 20 日前付款 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FOB 交付 （3）授权期限：2017 年 7 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日	不适用	线下经销商
5	MamyPoko/	2018 年 1 月	（1）结算条款：先款后货	不适用	京东尤妮佳 unicharm 旗舰

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
	妈咪宝贝	至今	（2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日		店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
6	Sofy/ 苏菲	2018 年 1 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2018 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日	不适用	京东睦赢个人护理专营店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
7	ABC	2019 年 8 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：2019 年 8 月至无固定期限 该品牌未开展渠道分销业务合作	不适用	天猫淘宝 ABC 官方品牌店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
8	Sanosan/ 哈罗闪	2013 年 4 月至今	（1）结算条款：预付 60%+货到 5 日 40% （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2013 年 4 月 25 日至 2020 年 12 月 31 日（2020 年起转为由发行人与品牌方的代理商共同设立的联营企业盛可信息与品牌方的代理商开展合作）	不适用	天猫乐友官方旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
9	Free/ 飞	2015 年 3 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：自 2015 年 3 月至无固定期限	不适用	京东 free 旗舰店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
10	Centrum/	2017 年 2 月	（1）结算条款：发货 30 天	不适用	天猫善存母婴旗舰店、美

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
	善存	至今	（2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2017 年 2 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日		国乐购善存直销店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
11	Clinicians/科立纯	2018 年 12 月至 2019 年 12 月	（1）结算条款：发货 45 日 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FOB 交付 （3）授权期限：2018 年 12 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日	不适用	天猫科立纯 Douglas 海外专卖店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
12	Caltrate/钙尔奇	2018 年 2 月至今	（1）结算条款：发货 30 天 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2018 年 2 月 1 日至 2020 年 6 月 30 日 该品牌未开展渠道分销业务合作	不适用	天猫钙尔奇奢斯专卖店、钙尔奇康合森专卖店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
13	新谷酵素	2019 年 4 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 Ex-godown 交付 （3）授权期限：2019 年 4 月 12 日至 2022 年 4 月 11 日	不适用	天猫淘宝分销店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
14	Swisse	2016 年 8 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：发行人承担 （3）授权期限：2019 年 9 月 1 日至 2020 年 12 月	（1）仓储及发货管理：品牌方负责 （2）结算方式：提点服务费 （3）授权期限：2016 年 8 月 1 日至 2021	京东百汇保海外专营店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
			31 日 该品牌未开展线上代运营-零售模式业务合作	年 3 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	
15	Estheprolabo	2018 年 8 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FOB 交付 （3）授权期限：2018 年 8 月 15 日至 2021 年 10 月 14 日	不适用	京东彩虹日货海外专营店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
16	Holikaholika	2015 年 11 月至今	A.合作 （1）结算条款：预付 50%+收货后 50% （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FOB 交付 （3）授权期限：2015 年 11 月 1 日至 2018 年 10 月 31 日 B.合作 （1）结算条款：出货次月 20 日付款 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FOB 交付 （3）授权期限：2018 年 8 月 26 日至 2021 年 8 月 25 日	不适用	天猫惑丽客惑丽客旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
17	Three	2018 年 4 月至今	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方	不适用	京东莎莎海外旗舰店、唯品会等其他电商平台合作

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
			（3）授权期限：2018 年 4 月 1 日至 2022 年 4 月 30 日 该品牌未开展渠道分销业务合作		方，以及线下经销商
18	B.box/贝博士	2015 年 11 月至今	（1）结算条款：订单确认后 60%+收货 5 日 40% （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2015 年 11 月 15 日至 2020 年 12 月 31 日	不适用	京东格林母婴专营店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
19	Planters/绅士	2017 年 4 月至 2018 年 12 月	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2017 年 4 月 24 日至 2018 年 12 月 31 日	（1）仓储及发货管理：发行人 （2）结算方式：固定服务费 （3）授权期限：2017 年 5 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	淘宝真有味食尚名品店、京东品有品烘焙专营店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
20	Kracie/肌美精	2016 年 12 月至 2018 年 12 月	（1）结算条款：货到付款 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：2016 年 12 月 22 日至 2018 年 12 月 31 日	不适用	淘宝海贼王全球购、京东楽天海外官方旗舰店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
21	Latourangelle/拉杜蓝乔	2016 年 1 月至 2019 年 7 月	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方承担 （3）授权期限：2016 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日（2019 年 7 月解除合同）	（1）仓储及发货管理：发行人负责 （2）结算方式：提点服务费 （3）授权期限：2016 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日（2019 年 7 月解除合同）	京东美利坚海外专营店、天猫 LaTourangelle 海外旗舰店、淘宝大米家荷兰代购等其他电商平台合作

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
			该品牌未开展线上代运营-零售模式业务合作	（4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	方，以及线下经销商
22	Munchkin/满趣健	2015 年 11 月至 2019 年 3 月	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方按照国际贸易术语解释通则 FCA 交付 （3）授权期限：2015 年 11 月 1 日至 2019 年 3 月 15 日	不适用	京东 Munchkin 海外旗舰店、天猫 munchkin 旗舰店、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
23	丽贝乐	2016 年 8 月至 2019 年 3 月	（1）结算条款：月结 30 日 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2016 年 8 月 20 日至 2019 年 12 月 31 日（2019 年 3 月解除合同）	不适用	京东奶爸大黄海外专营店、淘宝 Anne 阿姨的铺子、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商
24	Skinfood/思亲肤	2015 年 6 月至 2017 年 9 月	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2015 年 6 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日（2017 年 9 月解除合同）	不适用	京东水倾城化妆品专营店、天猫 skinfood 思亲肤旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
25	Avent/新安怡	2015 年 12 月至 2017 年 12 月	A.合作 （1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：2015 年 12 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日	不适用	京东米婷商贸母婴专营店、天猫飞利浦新安怡旗舰店、淘宝纽约站母婴用品、店唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	主要合作品牌名称	合作历史（起始时间）	线上代运营-零售模式/渠道分销 主要合作条款	线上代运营--服务费模式 主要合作条款	主要竞争对手
			B.合作 （1）结算条款：发货 5 日 （2）运费承担：发行人 （3）授权期限：2017 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日		
26	SanitaU-Za	2015 年 1 月至 2018 年 12 月	（1）结算条款：先款后货 （2）运费承担：品牌方 （3）授权期限：2015 年 3 月 25 日至 2021 年 3 月 25 日（2018 年 12 月解除合同）	（1）仓储及发货管理：发行人负责 （2）结算方式：提点服务费 （3）授权期限：2015 年 1 月 1 日至 2015 年 12 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	京东 phyll 必尔 u-za 旗舰店等其他电商平台合作方，以及线下经销商
27	Combi/康贝	2016 年 1 月至今	（1）结算条款：开票后 5 日 （2）运费承担：最低订货量以上品牌方承担 （3）授权期限：2016 年 1 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日	（1）仓储及发货管理：品牌方负责将货品发送至发行人指定仓库，发行人负责后续仓储物流 （2）结算方式：提点服务费 （3）授权期限：2016 年 1 月 1 日至 2022 年 12 月 31 日 （4）到期后店铺所有权及经营权归属：品牌方	京东BABY H0USE母婴童用品生活馆、唯品会等其他电商平台合作方，以及线下经销商

注：前述主要品牌是指报告期各期收入合计覆盖率（不含品牌策划收入）达各期 80%的品牌（去除重复后选取并集），该等品牌各期合计收入覆盖率

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

分别为 86.36%、88.10%和 83.88%。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

品牌方一般会进行多渠道布局，在天猫、京东、唯品会等电商平台及线下渠道等不同渠道选择不同的代运营商或代理商以减少对某一代运营商或代理商的依赖，发行人的竞争对手一般为品牌方其他渠道的代运营商或代理商。根据天猫平台发布的“2019 年下半年天猫星级服务商”结果，居家日用领域，发行人的主要竞争对手为优趣汇（上海）供应链管理有限公司及杭州昆汀科技股份有限公司；化妆品领域，发行人的主要竞争对手为杭州网阔电子商务有限公司（壹网壹创）、上海丽人丽妆化妆品股份有限公司及杭州悠可化妆品有限公司；母婴领域，发行人的主要竞争对手为杭州碧橙网络技术有限公司及山东韩都动力电子商务有限公司；保健品及医药领域，发行人的主要竞争对手为江苏嗨购网络科技股份有限公司；食品领域，发行人主要竞争对手为上海凯诘电子商务股份有限公司、久爱致和（北京）科技有限公司及杭州网营科技股份有限公司。

2. 发行人的主要优势及核心竞争力

发行人主要优势及核心竞争能力主要体现在以下方面：

(1) 突出的行业地位优势

经过多年深耕细作，公司已经成为快速成长、业内知名的电子商务综合服务商，具备突出的行业地位。根据天猫服务商官网 2019 年一季度电商服务商行业排行榜，公司在医药保健领域排名第一，在母婴、汽车用品领域名列前五；截至 2020 年 4 月 22 日，公司共运营 103 家品牌店铺，其中包括品牌旗舰店 95 家，品牌旗舰店数量占比高达 92.23%；同时公司获得多项行业重要奖项及荣誉，运营品牌多次取得品类领先排名。

(2) 全面的大数据驱动的运营体系

公司作为全球优质快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。

(3) 快速爆发的品牌孵化力

公司具备深度挖掘品牌特色与核心价值并根据消费市场转型升级动向提供定制化线上电商综合运营服务的能力，成立至今已成功帮助近 20 个品牌实现从“0”到“1”的养成，代表品牌包括哈罗闪（Sanosan）、红印（Red Seal）、Three、EstheProLabo、新谷酵素、发之食谱（Hair Recipe）以及宜可诚（Eco Store）等。

公司主要可比公司合作品牌则以成熟品牌为主，而报告期各期公司孵化品牌收入占比分别为 12.94%、12.51%及 19.10%。根据公开信息，壹网壹创主要合作品牌为百雀羚、宝洁、Olay、伊丽莎白雅顿及欧珀莱，该等品牌均为成熟消费品品牌；丽人丽妆 2016 年至 2018 年及 2019 年 1-6 月前十大品牌均为知名化妆品品牌为主，包括美宝莲、汉高、雪花秀等等；宝尊电商合作品牌以各品类龙头品牌为主，例如耐克、飞利浦、微软等。

(4) 跨品类发展的业务扩张能力

公司形成了对电商运营逻辑的深刻理解，能够根据消费市场发展趋势向具备市场增长潜力的品类迅速拓展，而不局限于单一品类。截至 2019 年 12 月 31 日公司在合作品牌数量达 88 个，品类涵盖母婴、保健品、美妆个护、食品、家清、汽车用品、配饰、家居等丰富品类。未来品类拓展规划包括个护、家清、美妆及食品等品类，实现品牌数量和运营品类的多维度业务扩张。

根据公开信息，壹网壹创、丽人丽妆及杭州悠可主要运营美妆个护品类品牌，其中壹网壹创和丽人丽妆未来业务具体规划以提高现有业务运营能力为主，未明确进行多个品类的品牌拓展。

(5) 覆盖全渠道的销售网络

公司线上电商平台业务覆盖的电商平台由京东商城、唯品会、天猫商城、淘宝等主流电商平台逐步拓展至拼多多、单创、考拉、小红书、洋葱 OMALL 等新兴社交与内容渠道及跨境电商平台，线上电商平台渠道覆盖范围广泛且亦逐步扩大。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

报告期内公司收入中主要电商平台占比如下：

序号	平台	2019 年	2018 年	2017 年
1	天猫	56.11%	56.04%	58.99%
2	京东	9.24%	16.25%	23.04%
3	唯品会	18.76%	19.71%	11.54%
小计		84.12%	92.00%	93.57%
其他		15.88%	8.00%	6.43%
合计		**100.00%**	**100.00%**	**100.00%**

而可比公司电商平台集中度则较高，根据公开信息，丽人丽妆 2017 年至 2018 年及 2019 年 1-6 月各期收入中来自天猫平台收入占比均超过 99%；壹网壹创主要收入则来自天猫平台与唯品会平台。

(6) 全球端到端交付的供应链

相较于一般贸易服务商，公司参与贸易形态多样，覆盖一般贸易、跨境贸易和对内贸易，可为品牌方全面对接报关行、航空、货车以及快递公司等第三方垂直服务商，为品牌方节省巨大的时间成本和沟通成本。其次，凭借出色的 IT 系统保障，公司可基于消费端及行业大盘波动变化，分析并预测热销品类，制定安全库存和有效期管理方案，高效率全球采购与备货，全流程监控商品流转体系，实现全球采购、本地销售的端到端交付。

而可比公司国际品牌收入占比整体低于公司。报告期各期期末，公司合作品牌数量分别为 71 个、77 个和 88 个，其中国际品牌占比分别为 87.32%、89.61%和 92.05%，呈不断上升趋势。相比可比公司，公司国际品牌收入占比整体更高，具体对比如下：

公司名称	2019 年	2018 年	2017 年
若羽臣	91.84%	96.38%	94.60%
壹网壹创	53.28%	38.83%	26.95%
丽人丽妆	69.66%	66.03%	67.46%

注：若羽臣国际品牌收入占比中剔除品牌策划收入；丽人丽妆数据为其电商零售业务前十大品牌中国际品牌收入数据；壹网壹创及丽人丽妆 2019 年数据为 1-6 月数据。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(7) 精准影响的品牌策划能力

公司凭借在原有在电商运营领域里的专业积累，在开展品牌策划服务时能有效实现品牌策划和销售效果的共同提升，形成了公司独特的竞争力。报告期内，公司品牌策划服务的企业集团数量从 11 个提升至 26 个，服务品牌数量从 11 个提升至 45 个，代表品牌包括雅诗兰黛、宝洁、亨氏、强生、高露洁、拜耳等国际大型品牌，完成品牌策划服务项目数量从 37 个提升至 148 个（2019 年 1-9 月），代表项目包括获得 2018 伦敦国际广告奖华文单元-包装设计红天使奖的嘉士伯《15 Minutes World Cup》定制开箱礼盒设计等。

报告期各期，公司品牌策划业务收入规模分别为 0.34 亿元、0.79 亿元和 0.64 亿元，2017 年至 2019 年品牌策划业务收入规模年均复合增速达 37.81%。相比可比公司壹网壹创，公司品牌策划业务收入规模及收入占比均相对较高。报告期各期，公司品牌策划业务收入规模及占比与可比公司对比情况如下：

单位：万元

公司名称	项目	2019 年	2018 年	2017 年
若羽臣	品牌策划收入	6,400.51	7,922.99	3,370.35
	收入占比	6.68%	8.51%	5.02%
壹网壹创	内容服务收入	599.59	690.14	-
	收入占比	0.41%	0.68%	-

注：壹网壹创 2019 年数据为其他业务收入数据。

(8) 经验丰富的管理执行团队

公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐；有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，也有曾供职于大型广告集团、在品牌提升、整合传播方面见解深入的营销人才。此外，公司拥有一支务实、专业、高效的业务执行团队，业务开拓、品牌策划、业务运营、职能管理等各部门之间专业化分工细致、职能明确。公司运营团队以品牌、渠道为单位划分，构建良性的竞争和合作关系，赢得合作方的肯定

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

和认同，为提升公司在品牌商中的口碑与巩固行业竞争力提供了有力保障。

（九）结合报告期内主要合作品牌变动情况，说明并披露发行人与品牌合作是否稳定，合作品牌的变动是否会对发行人经营业绩造成重大影响

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅公司收入明细表及报告期各期主要合作品牌变动情况；

2. 核查公司签署的主要品牌业务合同；

3. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

发行人与主要品牌合作稳定性较高，主要体现为：（1）仍在合作的主要合作品牌收入占比较高，且已合作多年；（2）2019 年前十大品牌均未流失；（3）部分主要合作品牌已与公司签订长期合作合同。

合作品牌变动对发行人经营稳定性无重大不利影响，主要原因包括：（1）公司减少合作品牌以当期收入贡献较低的品牌为主，其中前十大品牌中终止合作品牌均具有客观原因；（2）新增品牌具有良好的成长性，收入占比增长迅速，对公司经营具有积极影响。

具体分析如下：

1. 发行人与主要品牌合作稳定性

公司各期收入合计覆盖率（不含品牌策划收入）达 80%的品牌数量共 27 个，其中仍在合作的品牌共 18 个，该等品牌 2017 年至 2019 年各期合计收入覆盖率分别为 65.02%、75.04%和 79.42%，保持稳定增长，该等品牌已与公司建立稳定合作关系，多数品牌已与公司合作多年，其中 2019 年前十大品牌均未流失，且部分品牌已与公司签订长期合作合同，体现出公司主要品牌合作的稳定性。

具体分析参见本补充法律意见书之“问题 1”之“十一、说明并披露发行人

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

合作主要品牌的数量、规模、持续情况，结合发行人各报告期相关品牌终止合作的原因和发行人电商平台销售先增后降的态势，说明并披露发行人是否面临品牌信誉及重点客户流失的风险，发行人电商平台销售下滑的态势是否得到改善”之相关回复。

2. 合作品牌的变动对发行人经营业绩的影响

报告期内，公司减少合作品牌均以当期收入贡献较低的品牌为主，其中前十大品牌中终止合作品牌均具有客观原因；各期新增品牌具有良好的成长性，收入占比增长迅速，对公司经营具有积极影响，具体分析参见本补充法律意见书之“问题 3”之“一、说明并披露合作品牌数量增减变化较大的原因及合理性，是否影响发行人经营的稳定性，是否符合行业特点”之相关回复。

核查意见：

综上，本所律师认为，发行人与主要品牌合作稳定，合作品牌的变动不会对发行人经营业绩造成重大影响。

三、《告知函》问题 4：发行人报告期内向前十大分销商分销的收入占比分别为 33.45%、38.39%、39.27%，其中向京东自营、唯品会和天猫超市的分销收入占比分别为 30.02%、33.44%和 25.69%。发行人报告期内主要与淘宝、京东等电商平台合作运营零售模式。

请发行人说明并披露：（1）与京东自营、唯品会和天猫超市等主要分销商合作的主要商业条款，前述合作是否稳定，是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人经营业绩对前述主要分销商是否存在重大依赖；（2）淘宝、京东等主要电商平台合作的主要条款，该等商业条款报告期内是否发生过重大变化；主要电商平台经营策略的变化是否会对发行人的经营方式及业绩产生重大影响，发行人是否有相应的应对措施及其有效性。请保荐机构、发行人律师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（一）与京东自营、唯品会和天猫超市等主要分销商合作的主要商业条款，前述合作是否稳定，是否存在纠纷或潜在纠纷；发行人经营业绩对前述主要分销商是否存在重大依赖

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 核查发行人报告期内与京东自营、唯品会、天猫超市等主要分销商签订的分销合同；

2. 对京东自营、唯品会、天猫超市等主要分销商进行访谈，了解该等平台与发行人之间是否存在纠纷或潜在纠纷；

3. 对发行人主要负责人进行访谈，了解发行人与京东自营、唯品会、天猫超市之间是否存在纠纷或潜在纠纷；

4. 查阅发行人报告期内的营业收入、向京东自营、唯品会和天猫超市的分销收入的金额等数据。

核查内容：

经核查，发行人与京东自营、唯品会和天猫超市等主要分销商合作时间均超过 4 年，已建立良好的合作关系，双方合作稳定，不存在纠纷或潜在纠纷。

经核查，发行人对特定、单一的电商平台不存在重大依赖，原因为：（1）报告期各期，发行人对京东自营、唯品会、天猫单个平台的分销收入占发行人当期营业收入的比例及毛利占当期总毛利的比例均未超过 20%；（2）该等电商平台是目前较为主流的第三方综合型电商平台，其业务规模、用户数量和交易金额在国内处于领先地位，发行人对该等电商平台分销收入高于其他分销商具有合理性；（3）除前述电商平台外，发行人还积极开拓小红书、抖音等新兴社交与内容渠道。

具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 发行人与京东自营、唯品会和天猫超市等主要分销商合作的主要商业条款

经核查，发行人与京东自营、唯品会和天猫超市合作的主要商业条款整理如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

分销商	电商平台	产品交付及运输条款	质量保证条款	结算条款	退换货政策
北京京东世纪贸易有限公司	京东自营	（1）供应商（为统一表述，本表中“供应商”特指发行人）负责将产品按照约定的时间、运输方式足量保质送至分销商指定地点，如遇分销商原因使供应商未按约定相应送货时间完成送货的，供应商按双方另行协商的时间预约送达， （2）产品所有权自分销商验收入库后转移分销商；产品在交付分销商验收入库前的一切费用及风险责任由供应商承担。	（1）供应商应保证具有产品完整的所有权和处分权； （2）供应商应保证产品来源正当合法，提供的商品不侵犯任何第三方知识产权权利权益； （3）供应商应保证产品符合法律法规、国家、行业和双方约定的质量标准，不存在任何可能危及人身或财产安全的成分、瑕疵或缺陷。同时供应商应向分销商提供产品的质量、性能、用途、有效期限、安全注意事项和风险警示等相关信息，且应当真实、全面，不得作虚假或者引人误解的说明。	供应商交付产品，分销商验收入库 60 天后，分销商开始为供应商结算，分销商于结算单核定付款日起 7 个工作日付款。	（1）供应商接受分销商任何原因的退货。 （2）如发生退换货等事宜，供应商应至分销商仓库提货，所产生的运输费用等，均由供应商承担。 （3）如按合同约定或分销商要求换货，则供应商应在接到分销商通知后 10 日内换取整件新品，送达分销商指定地址。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

分销商	电商平台	产品交付及运输条款	质量保证条款	结算条款	退换货政策
唯品会（中国）有限公司、Vipshop International Holdings Limited	唯品会	**（1）代销模式** 1）供应商提供的货品应当在约定时间到达分销商指定接收地点，货物相关风险及所有权在交付至交货地点并经分销商接收后转移给分销商。 2）供应商发送样品及货品的运输费及运输保险费由供应商承担。 **（2）经销模式** 1）货物的相关风险在交付至交货地点并经甲方接收后转移给分销商；货品经分销商验收合格并接受时，所有权转由分销商； 2）供应商应当按照约定的商品、地点与时间向分销商送货或通知分销商前往提货；或供应商应当按采购订单中确定的时间、地点、数量、商品参数、类型及其他具体要求完成货物的运输交付。 3）运输费用由供应商承担。	（1）供应商保证提供给分销商销售的全部商品来源合法，不侵犯任何第三方的知识产权及其他权利，并确保分销商销售该商品不会导致任何第三方主张侵权或其他妨碍分销商销售的行为。 （2）供应商保证产品不存在危及人身，财产安全的危险，符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准。 供应商保证产品或者产品包装上的标识真实，向消费者提供有关商品或者服务的信息真实符合相关法律法规规定，真实清楚明白，没有引人误解的虚假宣传，没有发布虚假广告，欺骗和误导消费者，或其他使购买商品或者接受服务的消费者的合法权益受到损害的行为。	**（1）代销模式** 1）进度款+月结款：其中进度款=10 天（销售数-客退数）×采购单价×进度款比例 60%－促销费×办理＋－调整项，每 10 日结算一次；月结金额=上月（销售数-客退数）×结算价-已出账单-促销费＋－调整项。 **（2）经销模式** 1）唯品会国内 分销商接收并验收合格后 7 个工作日内，分销商支付结算款的 100%。 2）唯品会国际 每 10 日结算一次，结算比例为 100%。	**（1）代销模式** 分销商有权将不合格货品或当次档期未销售完毕的合格品退回供应商，运费由供应商承担。 **（2）经销模式** 分销商有权将不合格货品退回供应商，运费由供应商承担。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

分销商	电商平台	产品交付及运输条款	质量保证条款	结算条款	退换货政策
浙江天猫供应链管理有限公司（注）	天猫超市	（1）代销模式： 1）供应商应在约定的送货时间内将商品运往制定地点。 2）供应商货品到仓，经分销商的仓储服务商表面验收通过入仓后，该等货品的所有权自天猫超市消费者下单并成功支付后转移至分销商，货品成功支付前其不动销、毁损、灭失等法律责任由供应商自担，但因分销商或仓储服务商过错导致的毁损、灭失除外。 （2）经销模式（部分产品适用）： 1）供应商应于下单时间之日起 7 天（同城）或 14 天（异地）内将商品足量保质送至分销商制定地点。 2）合同未约定货品所有权及风险转移的时点。	（1）供应商保证所提供的商品符合有关法律法规的规定，确保产品不存在危及人身、财产安全的危险，符合保障人体健康和人身、财产安全的国家标准、行业标准，具体产品应当具体的使用性能，对产品存在使用性能的瑕疵已作出说明，确保符合在产品或其包装上注明采用的产品标准，符合以广告、产品说明、实物样品等方式表明的质量状况。 （2）供应商保证所提供的商品及其来源合法，没有任何质量瑕疵，不得侵犯任何第三方的知识产权及其他权利，并确保分销商销售该商品不会导致任何第三方主张侵权或其他妨碍分销商销售的行为。	（1）代销模式：以消费者确认收货为时间点生成结算明细，每 3 天出一次结算单，分销商在收到供应商发票后 5 工作日内完成付款。 （2）经销模式：分销商收到货物后 45 天结算一次，结算比例为 100%。	（1）分销商有权将商品不合格、滞销及不等情形的商品进行下架处理并通知供应商接收退货，供应商应无条件接收。 （2）退货商品在退货过程中的全部费用和风险由供应商承担，但供应商无过错的除外。

注：天猫超市原签约主体为上海天翌电子商务有限公司，自 2018 年 4 月 1 日起，由于天猫超市运营规划调整，签约主体变更为浙江天猫供应链管理有限公司。上表及下文所述的发行人与浙江天猫供应链管理有限公司签署的协议包含 2018 年 4 月前发行人与上海天翌电子商务有限公司签署的协议。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 发行人与电商平台分销商的合作稳定，不存在纠纷或潜在纠纷

经核查，发行人与京东自营、唯品会、天猫超市合作的时间均超过 4 年，具体如下：

分销商	电商平台	开始合作时间	截至目前合作时间	备注
唯品会（中国）有限公司	唯品会	2013 年 5 月	近 7 年	2019 年度、2018 年度、2017 年度前十大分销商
北京京东世纪贸易有限公司	京东自营	2014 年 6 月	近 6 年	2019 年度、2018 年度、2017 年度前十大分销商
浙江天猫技术有限公司	天猫超市	2016 年 4 月	超过 4 年	2019 年度、2018 年度、2017 年度前十大分销商

根据发行人的说明并经核查，发行人与前述电商平台合作时间较长，已建立良好的合作关系，双方合作稳定。

根据本所律师对上述电商平台的访谈情况及发行人的说明，并经本所律师核查，截至本补充法律意见书出具之日，发行人与该等电商平台分销商之间均不存在纠纷或潜在纠纷。

3. 发行人经营业绩对前述主要分销商不存在重大依赖

经核查，报告期各期，发行人对京东自营、唯品会、天猫单个平台的分销收入占发行人当期营业收入的比例及毛利占当期总毛利的比例均未超过 20%，具体情况如下：

(1) 2019 年度

单位：万元

序号	分销商名称	电商名称	收入金额	占当期营业收入比例	毛利	占当期总毛利比例	备注
1	唯品会（中国）有限公司	唯品会	15,836.11	16.52%	3,872.66	11.79%	当期第一大分销商

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2	北京京东世纪贸易有限公司	京东自营	6,429.73	6.71%	1,672.03	5.09%	当期第二大分销商
3	浙江天猫供应链管理有限公司	天猫	2,359.71	2.46%	457.44	1.39%	当期第六大分销商
合计			**24,625.55**	**25.69%**	**6,002.14**	**18.28%**	—

注：上述客户的销售收入与其关联方合并统计，其中：唯品会（中国）有限公司包括唯品会（珠海）电子商务有限公司、重庆唯品会电子商务有限公司、广州唯品会信息科技有限公司、Vipshop International Holdings Limited、浙江唯品会支付服务有限公司；北京京东世纪贸易有限公司包括 JD.com International Limited；浙江天猫技术有限公司包括浙江天猫供应链管理有限公司、天津天猫电子商务有限公司、上海天翌电子商务有限公司、广州心雅信息科技有限公司、Alibaba.com Singapore Singapore Private Limited 等。下同。

(2) 2018 年度

单位：万元

序号	分销商名称	电商名称	收入金额	占当期营业收入比例	毛利	占当期总毛利比例	备注
1	唯品会（中国）有限公司	唯品会	16,467.53	17.69%	3,670.91	12.02%	当期第一大分销商
2	北京京东世纪贸易有限公司	京东自营	13,130.22	14.10%	2,970.76	9.73%	当期第二大分销商
3	浙江天猫供应链管理有限公司	天猫	1,535.24	1.65%	448.12	1.47%	当期第三大分销商
合计			**31,132.99**	**33.44%**	**7,089.79**	**23.22%**	—

(3) 2017 年度

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

序号	分销商名称	电商名称	收入金额	占当期营业收入比例	毛利	占当期总毛利的比例	备注
1	北京京东世纪贸易有限公司	京东自营	12,463.10	18.58%	3,307.31	14.75%	当期第一大分销商
2	唯品会（中国）有限公司	唯品会	6,861.14	10.23%	1,178.41	5.26%	当期第二大分销商
3	浙江天猫供应链管理有限公司	天猫	812.60	1.21%	272.31	1.21%	当期第三大分销商
合计			**20,136.84**	**30.02%**	**4,758.02**	**21.22%**	—

目前，我国电子商务行业形成以天猫、京东、唯品会、网易考拉、云集、小红书、蜜芽网等多个电商平台共存的格局，各电商平台均集聚了一定的互联网流量和消费者沉淀，而天猫、京东、唯品会是目前较为主流的第三方综合型电商平台，其成立时间较早，业务规模、用户数量和交易金额在国内处于领先地位。因此，发行人对该等电商平台分销收入高于其他分销商具有合理性。

此外，根据发行人的说明并经核查，公司的电商平台类分销商客户中，除天猫、京东、唯品会外，还包括考拉海购、单创平台等电商平台。自成立至今，发行人的销售服务渠道除天猫、京东、唯品会等大型电商平台外，还积极开拓小红书、抖音等新兴社交与内容渠道，发行人对特定、单一的电商平台不存在重大依赖。

核查意见：

本所律师认为，发行人与京东自营、唯品会和天猫超市等主要分销商合作时间较长，合作稳定，不存在纠纷或潜在纠纷；发行人对特定、单一的电商平台不存在重大依赖。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（二）淘宝、京东等主要电商平台合作的主要条款，该等商业条款报告期内是否发生过重大变化；主要电商平台经营策略的变化是否会对发行人的经营方式及业绩产生重大影响，发行人是否有相应的应对措施及其有效性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅天猫平台发布的《天猫国际商户服务协议服务条款》、《天猫 2019 年度各类目年费软件服务费一览表》及其他经营管理规则；

2. 查阅京东平台发布的《“京东 JD.COM”开放平台在线服务协议》及其他经营管理规则；

3. 与发行人代表进行访谈，了解发行人对于电商平台经营策略变化的应对措施及其有效性。

核查内容：

经核查，报告期内，天猫、京东平台的主要合作条款未发生过重大变化。

经核查，报告期内，主要电商平台经营策略较为稳定，电商平台经营策略产生不利变化的风险较低。如主要电商经营策略调整，发行人具有较强的应对能力，体现为：（1）发行人逐步建立的覆盖全渠道的销售网络，降低了公司对单一电商平台的依赖；（2）优秀的电商人才储备，为有效应对电商平台经营策略调整奠定了基础；（3）快速适应电商平台新要求的创新能力，为有效应对电商平台经营策略调整提供了保障。

具体分析如下：

1. 天猫、京东平台合作的主要条款及报告期内的变化

经核查，天猫、京东与入驻的商家签署《天猫商户服务协议》、《天猫国际商户服务协议》、《“京东 JD.COM”开放平台在线服务协议》等标准化协议，同时进驻商家应符合电商平台发布的入驻要求、考核标准、经营管理规范等平台规则。该等协议的主要条款如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

服务和技术提供方	电商平台	保证金条款	服务与费用条款	店铺管理及服务规范	服务期限
浙江天猫技术有限公司、浙江天猫网络有限公司	天猫	商家在天猫经营必须缴存保证金，保证金主要用于保证商家按照《天猫服务协议》、天猫规则经营，且在商家有违规行为时根据《天猫服务协议》及相关规则规定用于向天猫及消费者支付违约金。续约商家须在当年续签要求的时间内一次性缴存次年保证金，新签商家在申请入驻审核通过后一次性缴存当年的保证金。 根据店铺性质和经营产品类目，天猫划分了不同保证金标准。	（1）与互联网信息服务相关的软件服务 天猫平台为商户提供与互联网信息服务相关的软件服务，包括搜索商品、生成订单、管理交易和完成支付等服务的软件系统，商户支付由年费和实时划扣费用组成的软件服务费。其中年费依据商户经营产品类目确定，一般为 3 万元或 6 万元，年销售额满足一定金额条件后享受 50%或 100%年费折扣优惠；实时划扣的金额则为订单交易金额×各类目年费软件服务费一览表约定的费率。 （2）与积分系统相关的软件服务 商户使用天猫平台提供的积分系统软件（包括但不限于天猫积分、天猫购物券、红包及天猫后续提供的其他类型积分发放）向消费者发放各类型积分，计算公式为费率×天猫积分发放数量，费率为 1%，具体费率以系统设定为准。	入驻商家应符合天猫平台制定的入驻标准和各项经营管理规则。	服务期限自开通之日起至当年 12 月 31 日，服务期自动续费的将延续至次年 12 月 31 日。
Taobao China Holding Limited（淘宝中国控股有限公司）	天猫国际	商家在天猫国际经营必须缴纳保证金，保证金主要用于保证商家按照天猫国际的规范进行经营，并且在商家有违规行为时根据《天猫国际商户服务协议》及相关规则规定用于向天猫国际及消费者支付违约金。 根据店铺性质和经营产品类目，	天猫国际向商户提供网络信息服务及相关软件技术等服务，商户支付由年费和实时划扣费用组成的软件服务费。其中年费依据商户经营产品类目确定，一般为 3 万元或 6 万元，年销售额满足一定金额条件后享受 50%或 100%年费折扣优惠；实时划扣的金额则为订单交易金额×各类目年费软件服务费一览表约定的费率。	入驻商家应符合天猫国际平台制定的招商标准和各项经营管理规则。	服务期限自开通之日起至当年 12 月 31 日，服务期自动续费的将延续至次年 12 月 31 日。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

服务和技术提供方	电商平台	保证金条款	服务与费用条款	店铺管理及服务规范	服务期限
		天猫国际划分了不同保证金标准。			
北京京东叁佰陆拾度电子商务有限公司、江苏京东旭科信息技术有限公司	京东	商家入驻时须根据平台规定缴纳保证金，作为商家侵权、违约、违规、未履行服务承诺时用于对消费者和其他权利人进行赔偿的资金。 根据店铺性质和经营产品类目，京东划分了不同保证金标准。	（1）京东向商家提供“京东平台”上相应的网络空间、技术支持和系统维护，以及同意向商家提供的各项附属功能、增值服务等，以使商家作为销售者有能力独立开设店铺、上传并维护商品信息、与意向客户洽商交易以及开展与有关的各项业务。 （2）商家按照京东平台明示的标准以及后续更新的标准向“京东”支付平台使用费及技术服务费等费用。其中，平台使用费是商家在获得缴费权限后向京东支付的与特定店铺服务期对应的技术服务费；技术服务费是京东在收取平台使用费之外，在商家每达成一笔交易而向商家收取的技术服务费。根据店铺性质和经营产品类目，京东规定了不同的平台使用费和技术服务费收费比例。 （3）京东在每个自然日对已完成订单相应款项自动生成结算单，付款机构在获得满足结算条件及商户结算请求指令时，将货款支付至商家京东钱包账户，并从商家京东钱包账户中扣除技术服务费、京豆促销费用及其他费用。	入驻商家应符合京东平台制制定的店铺管理和商品管理等规则。	首个服务期自缴费权限开通之日起至最近一年的 3 月 31 日止，此后每次延展期限均为一年。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据发行人的说明并经本所律师登录相关电商平台核查平台制定的商业条款，天猫、天猫国际和京东平台对入驻商家所制定的上述商业条款，在报告期内未发生重大变化。

2. 主要电商平台经营策略的变化是否会对发行人的经营方式及业绩产生重大影响，发行人是否有相应的应对措施及其有效性

(1) 报告期内，主要电商平台经营策略较为稳定

如上文所述，报告期内，主要电商平台与入驻商家之间的主要合作条款未发生重大变化，主要电商平台对于入驻商家的经营策略较为稳定，未对发行人的经营方式及业绩产生重大不利影响。

(2) 电商平台经营策略产生不利变化的风险较低

a. 品牌商、电商平台及电子商务服务商之间相辅相成，紧密相连，已经形成一个协同发展、共同繁荣的利益共同体

近年来，随着电子商务行业的发展，品牌商、电商平台及电子商务服务商之间相辅相成，紧密相连，已经形成一个协同发展、共同繁荣的电子商务生态圈。电商平台单方拟定对电子商务服务商不利经营策略的风险较低。

在电子商务产业链中，上游品牌商凭借电商平台的流量优势和服务商的专业化运营进行线上扩张，打通电商渠道；中游电商平台具备开放性、全球性特点，连接品牌商与消费者。电子商务服务商则借助电商平台的流量、软件服务，为品牌商提供包括品牌定位、精准营销、活动策划、用户洞察和大数据分析多环节服务，协助品牌商拓展综合影响力，提升销售业绩，同时增加了电商平台的收入。大量优质品牌商的入驻亦进一步促进了电商平台的发展；电子商务服务商和电商平台的通力合作也给品牌商提供了更好的发展机会。品牌商、电子商务服务商和电商平台分工明确、高效协作，为消费者提供日益丰富的商品与服务，三者之间利益紧密相连，已日渐形成利益的共同体。因此，主要电商平台单方拟定对电子商务服务商不利的经营策略的风险较低。

b. 头部电子商务服务商、入驻平台的知名品牌商积极参与主要电商平台经营

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

策略商讨

随着品牌商、服务商和电商平台合作的日益加深，电商平台主要规则的修订、经营策略的调整以及重大促销活动的拟定等都会在一定范围内征询主要品牌商和电子商务服务商的意见，头部电子商务服务商和知名品牌商亦会定期参加电商平台组织的重要会议。经过多年深耕细作，公司现已跻身天猫、唯品会、京东等主要电商平台的头部服务商队列，公司亦多次深度参与主要电商平台的策划沟通会议。因此，公司受电商平台经营策略不利调整的风险较低。

(3) 如主要电商平台经营策略调整，发行人具有较强的应对能力

a. 逐步建立的覆盖全渠道的销售网络，降低了公司对单一电商平台的依赖

公司逐步建立的全渠道销售网络降低了公司对单一电商平台的依赖。自成立至今，公司一方面深耕天猫、京东、唯品会等大型平台的电子商务综合服务；另一方面，还针对新兴、小众品牌，战略性地拓展小红书、抖音、ABM 单创等新兴社交与内容渠道。相比传统综合电商平台，上述新兴社交与内容渠道在渗透深度、品类广度和流通速度上都具有独特优势，原本在综合电商平台上无法迅速打开市场的新兴品牌可在社交与内容渠道中脱颖而出。此外，公司还扎根天猫国际、唯品会国际、考拉海购等跨境电商渠道。公司逐步建立的全渠道销售网络降低了公司对单一电商平台的依赖。

b. 优秀的电商人才储备，为有效应对电商平台经营策略调整奠定了基础

公司的人才储备，为有效应对电商平台经营策略调整奠定了基础。公司拥有一支具有行业竞争力的核心管理团队，也有在大型电商平台工作多年、深度理解电商平台规则的运营人才，有具备多年企业管理以及电商经营经验的行业老兵，也有拥有国际商务专业背景、在品牌和渠道开拓方面经验丰富的行业新锐。2017 年，公司董事长王玉等四位高管分别荣获广州市产业高端人才奖、广州市产业紧缺人才奖；2020 年，公司副总经理兼财务负责人罗志青入选广州市工业和信息化产业发展资金项目专家库。

c. 快速适应电商平台新要求的创新能力，为有效应对电商平台经营策略调整

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

提供了保障

在快速变化的消费与电商环境中，不同时期与阶段下电商平台对运营商的服务能力提出了不同要求，从初期关注服务商的营销驱动/内容运营能力现已发展到目前更加关注服务商的消费者运营能力。公司作为全球优质快消品品牌的电子商务综合服务商，深谙业务运营数据于电商行业的重要引导作用，现已建立涵盖流量管理、商品管理、用户体验管理、客户关系管理等环节的数据挖掘和应用体系。公司对业务运营数据加以整合利用，从而更好地掌握目标客群用户画像，为媒介资源精准投放提供依据，亦能够实时监控电商店铺产品的销售、评分情况，据此进行店铺动线优化、货架优化、文案优化等，形成基于消费者洞察的精细化运营。因此，行业领先的大数据驱动运营体系进一步顺应了电商平台对运营商新要求的同时，也为公司有效应对电商平台经营策略调整提供了有力保障。

综上，电商平台经营策略产生不利变化的风险较低；如主要电商平台经营策略变更，公司具有较强的应对能力，公司将密切关注各合作电商平台经营策略的变化情况，并及时作出相应的调整，以符合电商平台的入驻和管理要求。

核查意见：

综上，本所律师认为，报告期内，天猫、京东等主要电商平台合作的主要条款未发生过重大变化，经营策略较为稳定；电商平台经营策略产生不利变化的风险较低；如主要电商平台经营策略变更，发行人具有较强的应对能力，发行人将及时作出相应的调整，以符合电商平台的入驻和管理要求。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（七）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：

张学兵

经办律师：

仝　奋

程俊鸽

程俊鸽

2020 年 5 月 25 日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（八）

二〇二〇年 六月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（八）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），并分别于 2019 年 9 月 24 日、2019 年 12 月 2 日、2020 年 1 月 10 日、2020 年 1 月 16 日、2020 年 3 月 31 日、2020 年 4 月、2020 年 5 月出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（六）》（以下分别简称“《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》”）等文件。

鉴于中国证监会对发行人提出了首发发审会暂缓表决意见（以下简称“意见”），本所律师对前述意见所涉及的事项进行补充核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》中使用的简称含义一致。

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

一、意见问题 1：关于美迪惠尔采购渠道。根据申报材料，上海玲肤作为 L&P 公司全资子公司，主要业务为化妆品的销售。SUP 公司的经营范围为：PCB 自动化机械的生产和销售、半导体装备和自动化系统的生产和销售、品牌和商标权等知识产权的管理和许可、纤维/衣服/皮革产品的生产/加工/销售、体育/业务用品的生产/加工/销售、食品饮料的进出口/销售、矿泉水进口/国内销售等。美迪惠尔系韩国 L&P 公司旗下品牌，发行人第二大股东朗姿股份持有 L&P 公司约 9%的股权。

请发行人：（1）结合美迪惠尔境外经销商 SUP 公司主营业务范围以及上海玲肤报告期内美迪惠尔产品的销售情况，说明并披露发行人报告期内未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购，而向 SUP（JK）公司采购的原因及合理性；（2）说明并披露朗姿股份及申东日入股发行人的背景、商谈过程，前述入股方与发行人之间投资协议及其他协议主要条款，是否存在关于业务合作的约定及对发行人的影响，投资价格是否公允，自 2017 年之后发行人分销美迪惠尔产品金额大幅增长的原因及合理性；（3）发行人向 SUP（JK）公司采购的商谈背景、商谈过程、合作模式和主要约定，进一步说明并披露朗姿股份及申东日入股发行人、SUP（JK）代理美迪惠尔产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品，从合作交易时点、交易规模及其增长、价格差异、利益分配（各环节主体的毛利）等方面的关联性及其商业合理性，是否存在关联方交易非关联方化情形，是否存在利益输送；（4）说明并披露上海玲肤对发行人及其他客户美迪惠尔销售单价的对比情况，是否存在显著差异及原因；（5）说明并披露 SUP（JK）公司与发行人、发行人主要股东、发行人实际控制人、董监高及其他利害关系人是否存在关联关系。请保荐机构、发行人律师及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）结合美迪惠尔境外经销商 SUP 公司主营业务范围以及上海玲肤报告期内美迪惠尔产品的销售情况，说明并披露发行人报告期内未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购，而向 SUP（JK）公司采购的原因及合理性

核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 访谈 SUP 公司、JK 公司、L&P 公司及上海玲肤；

2. 核查公司采购明细；

3. 核查公司与 SUP 公司的业务合同；

4. 核查 SUP 公司公开信息；

5. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

经核查，美迪惠尔品牌是发行人报告期内合作的前十大国际品牌之一，L&P Cosmetic Co., Ltd（以下简称“L&P 公司”）系美迪惠尔品牌的品牌方。Supex BNP., Ltd（以下简称“SUP 公司”）、JK International Co., Ltd（以下简称“JK 公司”）是 L&P Cosmetic Co., Ltd 主要的代理商之一，其中自 2016 年 7 月 25 日至 2018 年 8 月 3 日期间，JK 公司系 SUP 公司的控股子公司。基于事业多样化，改善收益结构及财务结构，SUP 公司 2016 年收购了 JK 公司 51%股权，2018 年为改善财务结构并确保流动性 SUP 将持有 JK 股权对外出售。

1. 报告期各期公司与 L&P 公司经销商的交易情况

报告期内，发行人主要通过 SUP 公司、JK 公司及上海玲肤（L&P 公司子公司）采购美迪惠尔产品，同时为 L&P 公司经销商 Tca Korea Co., Ltd 提供美迪惠尔品牌在唯品会国际的代运营服务。具体情况如下：

(1) 报告期各期公司采购美迪惠尔产品情况

单位：万元

项目	2019 年度	占比	2018 年度	占比	2017 年度	占比
SUP 公司	4,762.34	94.37%	15,223.55	98.72%	1,634.27	12.84%
JK 公司	-		196.91	1.28%	11,097.41	87.16%
上海玲肤	284.14	5.63%	-		-	
合计	**5,046.48**	**100.00%**	**15,420.46**	**100.00%**	**12,731.68**	**100.00%**

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 报告期各期公司向 Tca Korea Co., Ltd 提供线上代运营服务情况

报告期各期，发行人为关联方 L&P 公司的经销商 Tca Korea Co., Ltd.（以下简称“TCA 公司”）提供美迪惠尔品牌在唯品会国际的代运营服务的情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	占当期运营服务费比例	2018 年度	占当期运营服务费比例	2017 年度	占当期运营服务费比例
TCA 公司	160.79	1.34%	407.27	4.28%	545.93	7.73%

(3) 报告期各期公司各业务模式下美迪惠尔品牌产品收入情况

单位：万元

期间	零售收入	运营服务收入	渠道分销收入	品牌策划收入	小计	品牌收入占比
2019 年	6.96	160.79	10,982.50	-	11,150.25	11.63%
2018 年	3.86	407.27	18,042.81	-	18,453.94	19.82%
2017 年	-	545.93	12,736.68	-	13,282.61	19.80%

SUP 公司、JK 公司及 TCA 公司与 L&P 公司均不存在关联关系，亦不构成发行人关联方，发行人通过美迪惠尔品牌实现的收入占各期营业收入的比例均未超过 20%。

2. 公司与 L&P 公司经销商发生交易的原因及合理性

发行人向 TCA 公司提供线上代运营服务的情况详见本意见回复问题 3 之“（一）对反馈意见的回复”之“3、公司向 TCA 公司提供线上代运营服务的情况”相关内容，发行人向 SUP（JK）公司采购的原因及合理性分析如下：

2017 年及 2018 年公司未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购而向 SUP（JK）公司采购具有商业合理性，主要原因包括：（1）美迪惠尔品牌在中国众多渠道采用代理商模式开展业务；（2）SUP（JK）公司与公司合作前已是 L&P 公司重要的代理商；（3）SUP（JK）公司丰富的韩国知名品牌资源亦有利于公司未来品牌拓展；（4）公司与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作前已建立良好合作

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

关系；（5）公司向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式。具体如下：

(1) 报告期内美迪惠尔品牌在中国主要渠道采用代理商模式开展业务

根据对 L&P 公司及上海玲肤的访谈情况，报告期内 L&P 公司对于中国主要渠道采用代理商模式开展业务，主要原因包括：1）代理商模式下，L&P 公司销售发生于韩国境内，不涉及出口、报关等环节，效率更高；2）相比 L&P 公司，JK 公司等代理商拥有经验丰富的韩国运营团队，能够和渠道方的中国运营团队相结合从而更加有效促进产品销售效果；3）L&P 公司产品销售覆盖区域遍及全球众多地区，而 L&P 公司暂无足够的人员和能力覆盖其他国家和地区销售。除网易考拉渠道为直接签约外，L&P 公司与其他电商平台均通过授权经销商运营，例如 L&P 公司与唯品会海淘平台通过经销商 TCA 公司合作。

根据对 L&P 公司及上海玲肤的访谈情况并经核查，L&P 公司成立子公司上海玲肤的最初目的系建立中国办事处，便于其办理产品在中国境内销售所需的备案等程序。2017 年之前，对于中国业务拓展主要由 L&P 公司韩国总部进行处理决策，同时上海玲肤亦通过调研、试销等方式逐步积累中国市场运营经验。2017 年之后，鉴于上海玲肤已具备更加迅速有效应对中国市场变化及发展趋势的运营能力，美迪惠尔品牌的中国区域线下业务和部分线上业务决策开始由上海玲肤完成。随着上海玲肤业务不断发展，目前，上海玲肤已从代理商处全面收回中国区域渠道管理权，并就唯品会渠道与公司开展直接合作，同时 2020 年起公司亦不再与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作。

(2) SUP（JK）公司与公司合作前，已是 L&P 公司主要的代理商，可为公司提供有利的合作条件

SUP（JK）公司于 2014 年与 L&P 公司就美迪惠尔品牌建立合作，而公司与 SUP（JK）公司建立合作开始于 2015 年 9 月，在公司与 SUP（JK）公司建立合作前 SUP（JK）公司已成为 L&P 公司主要的代理商，并已掌握了美迪惠尔品牌多个中国市场重要渠道代理权，包括京东、唯品会及聚美优品等渠道。同时 SUP（JK）公司向发行人供货价格相比品牌方直供并无明显差异，2019 年公司分别

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

向上海玲肤及 SUP（JK）公司采购的同类产品的单价分别为 44.248 元/盒（不含税）和约 44.250 元/盒（不含税），且 SUP（JK）公司能向公司提供 45 天账期，有利于公司提高资金使用效率。

(3) SUP（JK）公司丰富的韩国知名品牌资源有利于公司未来品牌拓展

根据 SUP 公司官方网站（www.supexbnp.com），其业务包括四大领域，分别为流通业务、PCB 生产自动化设备、环保再生、医药与生物科技，其中流通业务主要包括化妆品流通业务及折扣卖场业务，其中化妆品流通业务主要定位于将韩国优秀产品流通销售至韩国及海外各国家及地区。除美迪惠尔品牌外，SUP（JK）公司合作品牌还包括高丽雅娜、丽得姿、Skinfood、Holika Holika 等多个化妆品品牌，具备丰富的品牌资源，与 SUP（JK）公司合作有利于公司进一步拓展韩国优质品牌合作机会。

(4) 公司与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作前已建立良好合作关系

公司与 JK 公司于 2015 年 9 月建立合作关系，主要合作品牌为 Skinfood，基于公司在京东、唯品会等电商平台为 Skinfood 品牌提供的专业运营服务以及公司与京东及唯品会等电商平台的长期稳定合作关系，Skinfood 品牌产品销量态势良好，公司与 JK 公司亦因此建立了良好的合作关系。

2015 年 11 月、2016 年 10 月，鉴于 JK 公司先后取得美迪惠尔品牌在京东、唯品会平台分销授权后，不具备向该渠道供货同时提供专业运营服务的能力，JK 公司和公司就美迪惠尔品牌达成合作，由公司向京东自营、唯品会供货并提供配套的电子商务综合服务。

(5) 公司向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式

公司向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式之一，报告期各期公司前十大供应商中代理商类型的供应商采购金额占比分别达 56.56%、42.82%和 21.13%，包括 Sanosan/哈罗闪、Kracie/肌美精、贝博士、新谷酵素、Vape 等品牌。同时根据公开披露信息，丽人丽妆电商零售业务商品采购方亦包括品牌方的代理商。

综上，公司 2017 年及 2018 年未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购而向 SUP

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

（JK）公司采购具有商业合理性。

核查意见：

综上，本所律师认为：公司 2017 年及 2018 年未直接从上海玲肤及 L&P 公司采购而向 SUP（JK）公司采购具有商业合理性。

（二）说明并披露朗姿股份及申东日入股发行人的背景、商谈过程，前述入股方与发行人之间投资协议及其他协议主要条款，是否存在关于业务合作的约定及对发行人的影响，投资价格是否公允，自 2017 年之后发行人分销美迪惠尔产品金额大幅增长的原因及合理性

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅朗姿股份向发行人增资的投资意向书、增资协议及补充协议；

2. 查阅朗姿股份向发行人支付增资款的凭证；

3. 与朗姿股份、申东日访谈，了解朗姿股份入股发行人的背景、商谈过程、主要条款、估值确定依据；

4. 查阅朗姿股份公开披露的关于增资若羽臣的公告；

5. 与发行人相关人员访谈，了解朗姿股份入股发行人的背景、商谈过程、主要条款、估值确定依据；

6. 核查了公司美迪惠尔分销收入明细；

7. 通过公开渠道，检索了近年来我国化妆品行业发展情况和市场规模；

8. 通过公开渠道，检索核查了品牌美迪惠尔相关产品系列和近年来发展情况。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 朗姿股份及申东日入股发行人的背景、商谈过程

(1) 朗姿股份及申东日入股发行人的背景

经查阅朗姿股份关于增资发行人的公告，并经本所律师与朗姿股份、申东日访谈了解，朗姿股份向发行人增资的背景如下：

a. 朗姿股份拟加强互联网产业的发展

朗姿股份看准“互联网+”的国民产业结构升级契机，拟借力互联网“引流、聚流、变现、增资”的能力，进一步拓展其产业通路，构筑“泛时尚生态圈”。2015 年 4 月，朗姿股份投资了全球快时尚精品品牌移动电商 Hifashion Group Inc. 和智力运动开发运营商联众国际控股有限公司。而若羽臣从事护肤品和母婴产品的电子商务营销和运营服务，朗姿股份投资若羽臣是其继续加强互联网产业通路的举措。

b. 朗姿股份可依托若羽臣的服务能力，满足其在泛时尚领域的营销诉求

朗姿股份拟构筑涵盖“时尚服装、时尚饰品、时尚医疗美容、时尚家居、时尚出行、时尚饮食”等领域的“泛时尚生态圈”。若羽臣在长期为品牌方和消费者服务的过程中形成了优秀的增值服务能力，朗姿股份可以依托若羽臣优秀的增值服务能力，对品牌方案进行精准策划，全面优化品牌形象，满足朗姿股份在泛时尚领域各项业务的营销诉求。

c. 若羽臣拟进一步扩张业务，存在资金需求

为进一步拓展公司业务，提升公司的服务能力，若羽臣拟通过引入外部投资人的方式满足公司的资金需求。同时，朗姿股份系上市公司，引入朗姿股份为公司的投资人，有利于提高公司的知名度。

综上，朗姿股份向发行人增资，系基于发行人的业务领域和专业优势与朗姿股份当时拟通过“互联网+”进一步拓展其业务板块的业务发展规划相契合，符合双方的商业目的，具有合理性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(2) 朗姿股份及申东日入股发行人的商谈过程

2015 年年初，朗姿股份通过若羽臣在全国中小企业股份转让系统挂牌的主办券商了解到若羽臣的业务和投资机会。

2015 年 3 月 30 日，若羽臣有限与朗姿股份签署《关于投资广州若羽臣信息科技有限公司之主要条款清单》，双方达成投资意向。

2015 年 4 月，朗姿股份对若羽臣有限进行业务、财务、法律尽职调查。

2015 年 4 月 26 日，若羽臣有限与朗姿股份签署《关于广州若羽臣信息科技有限公司之增资协议》（下称“《增资协议》”）及其补充协议，对增资事项、双方的权利义务进行约定。

2015 年 5 月 20 日、2015 年 5 月 27 日，朗姿股份根据《增资协议》的约定，分别向若羽臣有限缴纳增资款 2,000 万元和 9,000 万元。

上述增资完成后，朗姿股份持有公司 20%的股权。截至本补充法律意见书出具之日，朗姿股份持有公司 16.43%的股权。

2. 投资协议及其他协议主要条款

经查阅，若羽臣有限与朗姿股份签署的《增资协议》及其补充协议的主要条款如下：

条款序号	条款内容概括	条款主要内容
《增资协议》第 2 条	本次增资的价格、资金用途	（1）各方同时，标的公司（指若羽臣有限，下同）的注册资本由 1,000 万元增至 2,500 万元。甲方（指朗姿股份，下同）于交割时向标的公司支付 11,000 万元，其中 250 万元计入注册资本，剩余 10,750 万元计入资本公积。本次增资完成后，甲方持有标的公司 20%的股权。自交割日起，甲方作为标的公司的新股东，享有相应的股东权益。 （2）本次增资的全部金额应用于代理品牌的业务扩张、自有品牌业务、微商渠道建设、基于会员的平台化建设以及补充流动资金等。如用于其他用途，应当事先取得甲方同意。
《增资	交割条件	甲方完成增资取决于以下条件在交割之时或之前得以满足：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

条款序号	条款内容概括	条款主要内容
协议》第3条、补充协议2.2条		（1）甲方已完成其对标的公司的业务、财务及法律的尽职调查； （2）已取得标的公司的股东会同意本次增资的决议文件、标的公司于交割日工商登记在册的所有股东放弃优先认购权的书面文件，并且甲方董事会决议同意本次增资； （3）截至交割日，承诺方不违反其于本协议第4条作出的相关陈述与保证，且遵守本协议第5条承诺的约定； （4）与本次增资有关的协议、决议、承诺、确认等文件均以适当签署，且在内容和形式上均令甲方满意； （5）截至交割日，标的公司在整体业务、财务状况、经营管理、财产权益方面不存在任何重大不利变化； （6）本协议已获得甲方董事会、股东大会暨相关监管机构的批准； （7）标的公司架构已调整完毕； （8）标的公司在2015年5月10日前出具具有证券从业资格会计师盖章的2014年度审计报告； （9）原股东确认，已清理标的公司与原股东及其关联主体之间的往来款；且之后标的公司架构内将不再欠原股东及其关联主体任何款项（业务性质借款除外）。如原股东及其关联主体实际支取金额超过1,000万元人民币，甲方有权要求原股东以超出部分的双倍金额向若羽臣或甲方赔偿。
《增资协议》第5.3条	滚存未分配利润	标的公司截至增资协议交割日的滚存未分配利润（除已经宣派的以外），由本次增资交割后标的公司的股东按照届时的持股比例共享。
《增资协议》第7.1条	估值	本次增资的投前估值为4.4亿元，完全摊薄及包含甲方本次增资之后的投后估值为15.71倍PE值。
《增资协议》第7.2条	业绩承诺	标的公司的业绩承诺期间为2015年、2016年及2017年三个完整会计年度。原股东以连带方式承诺标的公司于业绩承诺期间应达到的净利润如下： （1）2015年度承诺净利润不低于3,500万元（含本数）； （2）2016年度承诺净利润不低于4,550万元（含本数）； （3）2017年年度承诺净利润不低于5,460万元（含本数）。 尽管有前述约定，2015年度和2016年度的业绩承诺允许存在不超过10%（含本数）的误差，在该误差调整范围内不触发估

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

条款序号	条款内容概括	条款主要内容
		值调整机制的适用。 标的公司应于业绩承诺期间每一会计年度结束后 30 个工作日内聘请具有相关证券业务资格且为各方认可的会计师事务所出具审计报告，相关费用由标的公司承担。
《增资协议》第 7.3 条	估值调整机制	原股东同意，根据标的公司于业绩承诺期间的实际净利润情况对估值进行以下调整： （1）如 2015 年度实际净利润未达到当年承诺净利润即经误差调整后的 3,150 万元（不含本数），则甲方有权按照 2015 年度实际净利润的投前 12.57 倍调整投资金额或投资比例； （2）如 2016 年度实际净利润未达到当年承诺净利润即经误差调整后的 4,095 万元（不含本数），则甲方有权按照 2016 年实际净利润的投前 9.67 倍调整投资额或持股比例；及 （3）如 2017 年度实际净利润未达到当年承诺净利润，则原股东按照 2017 年实际净利润与当年承诺净利润 5,460 万的差额与甲方届时持有股份比例之乘积补偿公司投资金额。 上述估值调整机制所涉及股权比例和投资额的调整以及现金补偿应于当年度审计报告出具后 30 个工作日内一次性进行股权比例调整或以现金方式支付至甲方的指定账户。
《增资协议》第 7.4 条	追加投资	如标的公司 2015 年度的实际净利润达到或超过 3,850 万元，甲方按照该等 2015 年度的实际净利润超出 3,850 万元部分的金额以标的公司投前之 2015 年实际净利润的 12.57 倍为标准计算并追加调整投资金额，但该等追加调整后的投资金额最高不得超过 1.5 亿元（包括原投资金额 1.1 亿元在内）。
《增资协议》第 7.5 条	中止业绩承诺	如届时标的公司拟进行 IPO 或在全国中小企业股份转让系统申请挂牌，公司同意于提交 IPO 申请或全国中小企业股份转让系统挂牌申请前中止增资协议有关业绩承诺及估值调整的相关约定。如标的公司 IPO 成功或在全国中小企业股份转让系统成功挂牌，则甲方同意终止增资协议有关业绩承诺及估值调整的相关约定。
《增资协议》第 6.4 条	回购条款	标的公司拟于 2018 年 6 月 30 日前提交 IPO 申报材料（不包括在全国中小企业股份转让系统申请挂牌），如标的公司未能在上述时间正式申报 IPO（不包括在全国中小企业股份转让系统申请挂牌），则甲方有权要求原股东或标的公司（原股东与标的公司之间承担连带责任）按照甲方本次增资的总金额加上 10%的年利率（单利）计算的利息回购甲方所持的标的公司股份。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

条款序号	条款内容概括	条款主要内容
《增资协议》第8条	新投资要求	（1）本次投资后，无论标的公司以何种方式引进除甲方之外的新的投资者、进行谈判或签署新的投资协议，原股东应确保新投资者的投资价格不低于本次增资的增资金额。若后续进入的其他新的投资者取得优于甲方本次增资的条件及权益的，甲方应当自动享有该等优惠的条件及权益。 （2）在不影响标的公司 IPO 或在全国中小企业股份转让系统挂牌的前提下，如标的公司在申请 IPO 前或在全国中小企业股份转让系统申请挂牌前出现新的融资需求，甲方在与其他投资人同等条件下，享有增持标的公司 10%股份的优先认购权。本条不影响甲方在上一条项下的权利。
《增资协议》第9条	董事会及董事会决策	（1）自增资协议交割日起，标的公司设立董事会，由 5 名董事组成。其中，甲方有权提名 1 名董事，原股东应当就甲方提名及推荐的董事投以赞成票。自交割日起，上述董事会至少每半年召开一次会议。 （2）自交割日起，以下标的公司事项需经标的公司董事会三分之二以上并经公司委派的董事通过：发生兼并、收购、重组；购买或处置（包括购买及处置）超过 500 万元的主要资产；发生向银行或其他金融机构举债额单笔达到或超过 1000 万元或任一会计年度累计达到或超过 3000 万元；对外提供担保；进行单笔超过 1000 万元人民币的对外投资；对外提供 500 万元以上的资金支持；超过经批准的年度预算 10%的支出；从事 1000 万元以上的理财、互换、期货或期权交易。

《增资协议》及其补充协议中并无关于业务合作的约定，同时，经本所律师对朗姿股份董事长申东日及投资部负责人访谈确认，双方并无关于业务合作达成的其他约定。

3. 投资价格公允

经查阅《增资协议》及其补充协议，并经本所律师访谈朗姿股份董事长申东日及投资部负责人，朗姿股份以货币 11,000 万元认购若羽臣有限新增的注册资本 250 万元，其中 250 万元计入注册资本，剩余 10,750 万元计入资本公积，增资价格为 44.00 元/出资额。另外，发行人同时以转让股权的方式引入投资方晨晖盛景，王玉将增资后 5%的股权（对应出资额 62.5 万元）转让给晨晖盛景，转让价格为 2,750 万元，股权转让价格亦为 44.00 元/出资额。本次增资的投前估值为

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

4.4 亿元，完全摊薄及包含朗姿股份本次增资之后的投后估值为 15.71 倍 PE 值。本次增资的价格系朗姿股份结合若羽臣当时的营收情况和未来发展前景，并经双方协商一致确定的，与晨晖盛景投资发行人的价格一致，投资价格公允。

4. 自 2017 年之后发行人分销美迪惠尔产品金额大幅增长的原因及合理性

(1) 发行人出色的电商平台综合服务能力助力美迪惠尔产品实现销售增长

报告期内，公司采购美迪惠尔产品主要销售给京东自营、唯品会等知名电商企业，2017 年、2018 年其分销收入分别为 12,736.68 万元、18,042.81 万元。2017 年至 2018 年销售收入大幅增长，主要原因系公司凭借出色的电商平台综合运营能力，从流量引入、平台战略资源、站内外资源、产品结构及品牌定位等多方面入手，为美迪惠尔的中国电商发展提供全方位的电商综合服务，且相比前期主要通过跨境电商在国内销售不同，美迪惠尔通过与公司合作，国内消费者能够直接通过京东、唯品会等电商平台购买美迪惠尔产品，帮助美迪惠尔品牌实现单个渠道快速成长。

(2) 我国化妆品行业快速发展，面膜产品市场规模迅速增长

化妆品主要涵盖护肤品、彩妆、个人护理等多个细分品类，近年来国内化妆品行业景气度显著回升。据 Euromonitor 数据显示，2017 年我国化妆品整体市场零售规模约为 3,616 亿元，同比增长 9.6%，Euromonitor 预计 2022 年我国化妆品行业规模可达到 5,352 亿元，2018-2022 年复合增长率达 8.0%。其中护肤品中的面膜子品类近两年高速成长，市场扩张迅速，我国现已成为全球最大面膜市场，市场规模从 2012 年的不足百亿到 2018 年市场规模已增至近 240 亿元。

(3) 美迪惠尔品牌产品质量、消费者认可度行业领先

美迪惠尔品牌自创立后，一直坚持在面膜领域深耕，现已推出 250 余种面膜及基础护肤产品，其“N.M.F 水润保湿面膜”、联名款 LINEFRIENDS 系列、“胶囊 100 生物纤维面膜”、新概念 3D 立体包装面膜“多效微囊面膜”、“饮水肌”面膜等系列，均是行业内知名领先产品。2018 年，美迪惠尔荣获“2019 年值得中国消费者期待的韩国品牌奖”，已是美迪惠尔已经连续 4 年夺得该类奖项。与

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

此同时，在发行人运营助力下，美迪惠尔连续 4 年（2016-2019 年）稳居京东面膜类目第一，2019 年京东 618 销量突破 1,800 万元，爆款产品 NMF 单品长期占据“面膜”搜索 TOP1 产品。

综上，近年来我国化妆品行业高速发展，面膜行业市场规模持续增长，品牌美迪惠尔作为近年来热门品牌，其产品具备较强竞争力，发行人凭借其出色的电商平台综合运营能力，助力美迪尔惠品牌实现渠道快速增长，2017 年以来发行人分销美迪惠尔产品金额增长具备合理性。

核查意见：

综上，本所律师认为，朗姿股份向发行人增资，是因为发行人的业务领域和专业优势与朗姿股份当时拟通过“互联网+”进一步拓展其业务板块的业务发展规划相契合，符合双方的商业目的，本次投资具有合理性；双方并无关于业务合作的约定； 2017 年以来发行人分销美迪惠尔产品金额增长具备合理性。

（三）发行人向 SUP（JK）公司采购的商谈背景、商谈过程、合作模式和主要约定，进一步说明并披露朗姿股份及申东日入股发行人、SUP（JK）代理美迪惠尔产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品，从合作交易时点、交易规模及其增长、价格差异、利益分配（各环节主体的毛利）等方面的关联性及其商业合理性，是否存在关联方交易非关联方化情形，是否存在利益输送

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 对 SUP（JK）公司、对 L&P 公司进行现场和电话访谈；

2. 查阅若羽臣与 SUP（JK）公司的合作协议；

3. 对朗姿股份、申东日进行电话访谈；

4. 查阅朗姿股份入股若羽臣的投资协议；

5. 对若羽臣及其美迪惠尔品牌负责人进行现场访谈。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查内容：

1. 发行人向 SUP（JK）公司采购的商谈背景、商谈过程、合作模式

(1) 商谈背景：双方基于韩国化妆品品牌 Skinfood 的合作历史

根据对 JK 公司中国事业部负责人的访谈，JK 是一家专门从事韩国化妆品出口业务的公司，主要面向中国市场，与发行人合作前其主要的客户为聚美优品，主要销售美迪惠尔、丽得姿、Skinfood、Holika Holika 等 50 多个韩国化妆品品牌。若羽臣与 JK 公司的合作始于韩国化妆品品牌 Skinfood（品牌商为韩国 SKINFOOD 株式会社，与 L&P 公司之间不存在关联关系）。2015 年 9 月，经叶飞（叶飞系于 2015 年 8 月与发行人共同设立子公司宁波宝莉的小股东，曾就职于聚美优品，现通过横琴业显间接持有发行人 0.66%的股份，与朗姿股份、JK 公司、L&P 公司之间均不存在关联关系）的介绍和引荐，若羽臣开始向 JK 公司采购 Skinfood 产品，开展基于天猫 Skinfood 旗舰店的零售业务和面向唯品会、京东自营等电商平台的分销业务，并提供配套的电子商务综合运营服务。

JK 公司于 2015 年 1 月，与 L&P 公司就美迪惠尔品牌产品的经销达成合作，并取得向聚美优品分销的授权，聚美优品向 JK 公司采购美迪惠尔品牌产品后通过跨境进口电商业务零售给中国消费者。2015 年 11 月、2016 年 10 月，JK 公司进一步先后取得在京东、唯品会分销美迪惠尔品牌产品的授权。鉴于 JK 公司取得在京东、唯品会分销授权后，不具备向上述渠道供货的同时提供专业运营服务的能力，同时，基于 JK 公司与若羽臣在 Skinfood 品牌已形成稳定的合作、若羽臣在京东、唯品会等电商平台为 Skinfood、哈罗闪等品牌提供专业运营服务的能力，以及若羽臣与该等电商平台已建立的长期稳定合作关系，JK 公司和若羽臣于 2015 年 12 月就美迪惠尔品牌达成合作，由若羽臣提供配套的电子商务综合服务。

(2) 商谈过程：双方独立协商、自主决策

根据对 JK 公司中国事业部负责人、L&P 公司、朗姿股份及若羽臣代表的访谈，若羽臣初次与 JK 公司达成关于美迪惠尔品牌的合作系双方独立、平等协商、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

自主决策的结果，协议内容系双方真实的意思表示，不存在受 L&P 公司、朗姿股份或其他第三方要求或影响的情形，不存在受第三方委托向若羽臣输送利益或资源的情形。

(3) 合作模式

SUP（JK）公司授权若羽臣在其取得的授权范围内，销售美迪惠尔品牌产品。授权期限一般一年，期满后，双方续签。若羽臣向 SUP（JK）公司采购，在商品报关完税后销售给京东自营、唯品会。若羽臣结合京东、唯品会的要求，提供产品分拣、贴标、包装等一系列配套服务，并在产品定价、终端形象、销售策略等方面给予支持和配合。

2. 发行人与 SUP（JK）公司合作协议的主要约定

经查阅报告期内若羽臣与 SUP（JK）公司关于美迪惠尔品牌产品的《合作合同》，主要条款如下：

主要条款	主要内容
合约平台	京东平台（www.jd.com）、唯品会平台（www.vip.com）
授权范围	SUP（JK）公司授权若羽臣成为美迪惠尔品牌商品在合约平台的唯一授权代理商，并承诺在合同有效期内不再以任何形式进入合约平台，包括但不限于进行授权、批发、零售等经营行为；公司通过经 SUP（JK）授权的合约平台销售 JK 经营的美迪惠尔品牌商品，公司同时成为美迪惠尔品牌商品的推广者并以推广该品牌商品为目的使用品牌产品的商标，公司可由此获取合法的经营利润。
供货	交易商品的供货价格以双方盖章确认后的订单上所示的 FOB（即离岸价）韩国价格计算，供货价根据市场供应情况折扣有所变化，以韩元货币为单位报价，以美金为货币单位结算，折算汇率以 JK 出货当天韩币兑换美金的中行折算价为准；JK 提供交易商品的标准价格，如有价格变动时，需提前 30 天前以书面形式通知公司，且在上述期限内不得影响公司正常的采购、发货事宜
供货价格	根据双方盖章确认后的订单上所示的 FOB 韩国价格计算
结算	SUP（JK）公司给予若羽臣 45 天的采购账期，即在 SUP（JK）公司提供给公司提货单后 45 个自然日内，公司需支付 SUP（JK）公司相应货款

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主要条款	主要内容
终止及解除	协议终或解除后，公司有权选择延长授权期限继续销售剩余商品直至售卖完毕或选择要求 SUP（JK）公司或 SUP（JK）公司指定的第三方限期内予以回购，公司无理由提出取消合作的情况除外（不包含公司未取得平台要求的材料、利润率低、供货不及时或产品不符合进口要求等问题）。若公司最终选择回购的形式，则则 JK 应当以公司该批商品的原始成本价（含进口税、运费、清关费等相关费用）重新购回，其中原始成本价应包括 JK 公司给公司的产品成本价及公司的运费、保险、进口关税、内地运输及到仓库或指定地址的合理费用。
有效期	2017 年 1 月 1 日至 2018 年 8 月 31 日； 2018 年 9 月 1 日至 2019 年 8 月 31 日； 2019 年 9 月 1 日至 2020 年 8 月 31 日。

经核查，若羽臣与 SUP（JK）公司的《合作合同》的主要内容公允合理，符合交易惯例，经访谈 SUP（JK）公司相关负责人，其确认与若羽臣签署的《合作合同》和与其他客户签署的合同约定不存在重大差异。

3. 朗姿股份入股发行人、SUP（JK）公司代理美迪惠尔品牌产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品、朗姿股份入股 L&P 公司，彼此独立，具有商业合理性

(1) 相关方发生交易的时间

根据对朗姿股份、SUP（JK）公司、L&P 公司及发行人的访谈情况，并经查阅相关方之间所签署的文件、接洽的邮件记录等资料，相关方之间发生交易彼此独立，具有商业合理性。相关方之间发生交易的时间及具体背景如下：

序号	事项	时间	阶段性进展	接洽背景
1	SUP（JK）公司代理美迪惠尔品牌产品	2014 年 12 月	SUP（JK）公司与 L&P 公司对接美迪惠尔品牌合作	JK 公司最初系物流服务商，曾为 L&P 公司提供物流服务，之后为 L&P 公司的产品提供经
		2015 年 1 月	SUP（JK）公司从 L&P 公司处取得美迪惠尔品牌在聚美优品渠道的授权	
		2015 年 11 月、2016 年 10 月	SUP（JK）公司从 L&P 公司处取得美迪惠尔品牌在京东自营、唯品会平台的授权	

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

				销服务。
2	朗姿股份入股发行人	2015 年 3 月	朗姿股份与若羽臣就主要投资条款达成一致意见，签署《关于投资广州若羽臣信息科技有限公司之主要条款清单》	经主办券商广发证券股份有限公司介绍，双方结识，双方独立协商达成投资协议
		2015 年 4 月	朗姿股份与若羽臣及其当时的全体股东签署增资协议及补充协议	
		2015 年 5 月	若羽臣本次增资办理完毕工商登记	
3	发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品	2015 年 9 月	发行人与 JK 公司初次达成关于 Skinfood 品牌的合作协议	起初经叶飞引荐，公司与 JK 公司达成合作，基于合作情况双方进一步达成美迪惠尔品牌的合作
		2015 年 12 月	发行人子公司梦哒哒与 JK 公司首次签署关于美迪惠尔品牌的产品采购合同	
4	朗姿股份入股 L&P 公司	2015 年 12 月	朗姿股份与 L&P 公司的售股股东签署《股权购买协议》，受让 L&P 公司 10%的股权	通过韩国当地的证券公司大宇证券介绍，与 L&P 公司接洽

综上，上述交易发生的时间具有独立性，各项交易下具体交易的进展时间具有商业合理性。

(2) 交易规模及增长具有商业合理性

经核查，2016 年至 2019 年，发行人与 SUP（JK）公司之间关于美迪惠尔品牌产品的交易规模如下：

单位：万元

期间	采购金额	营业收入（零售+渠道分销）	利润贡献	营业收入增长率
2016 年	2,278.66	1,869.64	451.48	-
2017 年	12,731.68	12,736.68	2,510.39	581.24%
2018 年	15,420.46	18,046.67	3,038.09	41.69%
2019 年	4,762.34	10,989.46	1,416.51	-39.11%

注：利润贡献=毛利-市场推广费-仓储物流费。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

发行人 2017 年、2018 年与 SUP（JK）公司之间关于美迪惠尔品牌产品的交易规模大幅增长的原因详见本问题第二问之回复意见“2、自 2017 年之后发行人分销美迪惠尔产品金额大幅增长的原因及合理性”。

根据对 SUP（JK）公司及发行人的访谈情况，发行人 2019 年较 2018 年关于美迪惠尔产品收入下降的主要原因为:（1）其他经销商以较低价格向京东供货，导致公司对美迪惠尔品牌渠道分销收入减少；（2）2019 年国内面膜市场竞争加剧，根据 ECdataway 数据，2019 年 1-11 月天猫面膜 50-150 元价位面膜市场份额由上年同期的 71%降低至 61%，细分行业竞争进一步加剧，同时在面膜市场国货品牌崛起、爆款单品不断冲击下，美迪惠尔品牌产品销量出现下滑。

因此，报告期内，发行人关于美迪惠尔品牌产品收入变动的原因具有商业合理性。

(3) 朗姿股份入股 L&P 公司前后，发行人向 SUP（JK）公司的采购价格不存在差异，报告期内，发行人向 SUP（JK）公司的采购价格不存在重大波动

经查阅发行人与 SUP（JK）公司签署的业务合同、结算单据等资料，并经对 L&P 公司、SUP（JK）公司访谈确认，朗姿股份系于 2015 年 12 月底入股 L&P 公司，朗姿股份入股 L&P 公司前后，发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔品牌主要产品的价格不存在差异，具体如下:

币种：韩元　单位：韩元/盒

具体产品	2015 年的采购单价	2016 年采购单价
美迪惠尔水润保湿面膜（盒装）	7500	7500
美迪惠尔胶原蛋白面膜盒装（升级版）	5000	5000
美迪惠尔维生素面膜升级版（盒装）	5000	5000

经查阅发行人与 SUP（JK）公司签署的业务合同、结算单据等资料，并经对 SUP（JK）公司访谈确认，报告期内，发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔品牌主要产品的价格不存在重大波动，具体如下:

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

币种：韩元　单位：元/盒

具体产品	2017 年采购单价	2018 年采购单价	2018 年采购单价
美迪惠尔水润保湿面膜（盒装）	7500	7500	7500
美迪惠尔胶原蛋白面膜盒装（升级版）	5000	5000	5000
美迪惠尔维生素面膜升级版（盒装）	5000	5000	5000

(4) 交易各环节定价公允，利益分配具有商业合理性

根据对 L&P 公司、SUP（JK）公司的访谈情况，L&P 公司向 SUP（JK）公司销售产品系根据生产成本、费用、拟保留的毛利率和与对方拟发生的交易规模综合确定销售价格。L&P 公司向 SUP（JK）公司销售产品的价格与向其他经销商销售同类产品的价格不存在重大差异，定价公允。L&P 公司未披露其该部分业务的毛利率。

根据对 SUP（JK）公司与发行人的访谈情况，SUP（JK）公司向发行人销售美迪惠尔品牌产品，系根据其采购价格并综合考虑约 10%的毛利率的基础上确定，不存在明显低于或高于同类客户价格的情形。JK 公司的主要客户中，除发行人外还包括聚美优品，JK 公司与发行人采取 FOB 结算模式，与聚美优品采取 CIF 结算模式，两种模式下美迪惠尔产品最终在中国大陆的落地价格基本一致，定价公允，符合韩国同类商品定价的商业惯例。

经对比发行人与其他品牌商或代理商签署的合同条款，发行人与 SUP（JK）公司之间关于供货价格、货款结算、运费承担、退换货政策等条款的约定符合商业惯例，与其他品牌商或其代理商之间的合同条款不存在显著差异。报告期内，SUP（JK）公司通常给予发行人 45 天的账期，其他部分品牌商或其代理商未给予发行人账期或账期较短，主要系由于前者系跨境采购，运输及报关、清关时间较长，因此前述差异具有商业合理性。

同时，报告期内，发行人采购美迪惠尔产品主要销售给京东自营、唯品会等企业，分销收入分别为 12,736.68 万元、18,042.81 万元和 10,982.50 万元，毛利率分别为 25.70%、24.45%及 20.50%，同期渠道分销业务整体毛利率分别为

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

23.84%、20.70%及 21.38%。美迪惠尔的分销收入毛利率与公司整体渠道分销业务毛利率不存在显著差异。

因此，SUP（JK）公司代理美迪惠尔品牌产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品的交易定价公允，利益分配具有商业合理性。

4. 发行人与 SUP（JK）公司之间的交易不存在关联方交易非关联化或利益输送情形

(1) 发行人与 JK 公司之间发生交易的时间早于朗姿股份入股 L&P 公司的时间，且发行人与 JK 公司的交易条款未因朗姿股份入股 L&P 公司而发生重大调整，不存在关联交易非关联化或利益输送的情形

JK 公司于 2014 年 12 月与 L&P 公司对接美迪惠尔品牌产品的合作，并于 2015 年 1 月取得美迪惠尔品牌产品向聚美优品分销的授权。若羽臣与 JK 公司之间的合作始于 2015 年 9 月，双方起始合作韩国化妆品品牌 Skinfood（品牌商为韩国 SKINFOOD 株式会社，与 L&P 公司之间不存在关联关系）。JK 公司于 2015 年 11 月 1 日取得美迪惠尔品牌产品向京东分销的授权，于 2015 年 12 月 3 日与若羽臣达成美迪惠尔品牌的合作协议。

若羽臣与 JK 公司开始合作的时间、JK 公司取得 L&P 公司美迪惠尔品牌分销授权的时间及就此品牌与若羽臣达成合作的时间均早于朗姿股份与 L&P 公司的售股股东签署《股权购买协议》的时点（2015 年 12 月 14 日）。同时，若羽臣与 JK 公司之间合作的主要条款未因朗姿股份入股 L&P 公司而进行重大调整，不存在关联交易非关联化或利益输送的情形。

(2) 发行人与 SUP（JK）公司之间的交易系双方独立协商达成，未受朗姿股份、L&P 公司的影响

发行人与 SUP（JK）公司之间的交易系双方独立、平等协商、自主决策的结果，协议内容系双方真实的意思表示。双方之间的交易条款公允、合理，符合交易惯例，与 SUP（JK）公司和其他合作商签署的合同约定不存在重大差异，与发行人同其他供应商签署的合同亦不存在重大差异。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(3) 发行人与 SUP（JK）公司进行交易而未与 L&P 公司直接交易系由品牌方 L&P 公司的商业运营模式决定

L&P 公司基于运营成本考虑，长期以来主要通过经销商开拓与维护中国线上客户及各电商平台，L&P 公司除和网易考拉系直接签约外，其他电商平台均是通过授权经销商运营。据 L&P 公司介绍，如果 L&P 公司直接和平台签约，则需要投入较大的成本，如运营团队、推广费用等，因此，L&P 公司选择通过授权经销商来运营各大电商平台，既可以节省运营成本，也可以缩短应收款的账期。

在发行人合作的品牌中，Sanosan/哈罗闪、Kracie/肌美精、Three、新谷酵素、vape 等品牌亦均是通过经销商/代理商运营各电商平台，发行人均是直接与品牌方的代理商签署协议，而非与品牌方直接签署合作协议。

综上，发行人与 SUP（JK）公司之间的交易不存在关联方交易非关联化或利益输送情形。

核查意见：

综上，本所律师认为，朗姿股份及申东日入股发行人、SUP（JK）代理美迪惠尔产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品之间不存在关联性，各项交易定价公允，具有商业合理性，不存在关联方交易非关联方化情形，不存在利益输送情形。

（四）说明并披露上海玲肤对发行人及其他客户美迪惠尔销售单价的对比情况，是否存在显著差异及原因

核查程序：

1. 与上海玲肤相关人员进行访谈；

2. 查阅公司采购美迪惠尔产品的明细；

3. 查阅公司与上海玲肤签署的业务合同。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

根据对上海玲肤经营资源部总监的访谈情况，2019 年公司向上海玲肤采购美迪惠尔产品的单价为 50.00 元/盒，上海玲肤向其他客户销售美迪惠尔产品单价与向若羽臣销售的单价一致，具体情况如下：

产品	向若羽臣销售的单价（含税）	向其他客户销售的单价（含税）
美迪惠尔毛孔紧致黑面膜	50.00 元	50.00 元
美迪惠尔美白保湿黑面膜	50.00 元	50.00 元

上海玲肤对于线上及线下经销商制定有统一的价格管理体系，同一业务渠道下的价格体系一致，不同经销商价格不存在差异。

核查意见：

经核查，发行人律师认为，上海玲肤对发行人及其他客户美迪惠尔销售单价不存在显著差异。

（五）说明并披露 SUP（JK）公司与发行人、发行人主要股东、发行人实际控制人、董监高及其他利害关系人是否存在关联关系

核查程序：

1. 查阅报告期内发行人与 JK 公司以及 SUP 公司的业务合同；

2. 2019 年 4 月 18 日对 JK 公司及 SUP 公司进行实地走访及访谈；2020 年 6 月 14 日以视频方式访谈 JK 公司及 SUP 公司相关人员；

3. 由韩国律师出具关于 JK 公司以及 SUP 公司的法律意见书；

4. 查阅发行人主要股东、董事、监事及高级管理人员填写的调查问卷及对其访谈；

5. 发行人就与 JK 公司、SUP 公司不存关联关系出具的确认。

核查内容：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. JK 公司及 SUP 公司的基本情况

(1) JK 公司

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 4 月 26 日出具的法律意见书，JK 公司自 2016 年 7 月至 2018 年 8 月期间系韩国上市公司 SUP 公司（股票代码：058530）控股的一家从事化妆品出口业务的企业，代理丽得姿、Skinfood、Holika Holika、美迪惠尔等多个化妆品品牌。通过对 JK 公司实地走访、查阅 JK 公司提供的文件、对 JK 公司相关业务负责人访谈，报告期内，与发行人发生交易期间，JK 公司的基本情况如下：

名称	JK International Co., Ltd
控股股东	Creaplanet Co., Ltd（韩国 KOSDAQ 上市公司，股票代码：058530，后更名为 SUP 公司）
注册时间	2013 年 3 月 5 日
注册地址	3F, 15, Nonhyeon-ro 26beon-gil, Namdong-gu, Incheon, Korea
注册资本	60,000.00 万韩元
经营范围	食品进出口/批发/零售、厨房用品进出口/批发/零售、化妆品进出口/批发/零售、健康补助食品进出口/批发/零售、衣服进出口/批发/零售等
主要业务	食品和化妆品的进出口、批发和零售
股权结构	Creaplanet Co., Ltd 持股 51%、韩国籍个人尹某持股 23.5%、韩国籍个人郑某持股 8.5%、韩国籍个人金某持股 8.5%、韩国籍个人朴某持股 8.5%（注）

注：JK 公司的股权结构系依据 JK 公司于 2018 年 2 月 13 日的股东名册披露。

(2) SUP 公司

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 4 月 26 日出具的法律意见书，SUP 公司（原名为 Creaplanet Co., Ltd）系一家韩国证券交易所上市公司，股票代码为 058530，SUP 公司的基本情况如下：

名称	SUPEX BNP Co.,Ltd（注：韩国 KOSDAQ 上市公司，股票代码：058530）
控股股东	株式会社 Trident
注册时间	1994 年 1 月 25 日
注册地址	No. 4 Ba 204, 39, Beonnyeong-ro, Danwon-gu, Ansan-sj, Gyeonggi-do, Korea
注册资本	29,393,658,000 韩币
经营范围	PCB 自动化机械的生产和销售、半导体装备和自动化系统的生产和销售、品牌和商标权等知识产权的管理和许可、纤维/衣服/皮革产品的生产/加工/

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	销售、体育/业务用品的生产/加工/销售、食品饮料的进出口/销售、矿泉水进口/国内销售等
主要业务	自动化装备的生产/销售、时尚产品的销售、化妆品的销售
股权结构	控股股东株式会社 Trident 持有 12.69%的股权，其他股东持股比例均低于 5%

2. 发行人与 JK 公司、SUP 公司之间不存在交叉持股

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 4 月出具的关于 JK 公司、SUP 公司的法律意见书，并经本所律师于 2019 年 4 月 18 日对 JK 公司及 SUP 公司实地走访、对 JK 公司、SUP 公司代表访谈以及 2020 年 6 月 14 日以视频方式访谈 JK 公司及 SUP 公司代表了解的情况，JK 公司、SUP 公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员未持有发行人股权。

根据发行人主要股东、董事、监事及高级管理人员填写的调查问卷，并经本所律师对该等人员的访谈，发行人及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员亦不存在持有 JK 公司、SUP 公司股权的情形。

3. 发行人与 JK 公司、SUP 公司之间不存在人员交叉任职

经核查若羽臣员工花名册，并经对发行人、JK 公司、SUP 公司访谈，若羽臣与 JK 公司、SUP 公司之间不存在人员交叉任职，发行人的实际控制人、董事、监事及高级管理人员与 JK 公司、SUP 公司亦不存在关联关系。

综上，经核查，JK 公司及 SUP 公司均不是发行人的关联方，JK 公司及 SUP 公司与发行人、发行人主要股东、发行人实际控制人、董监高及其关系密切的家庭成员不存在关联关系。

核查结论：

经核查，本所律师认为，JK 公司及 SUP 公司均不是发行人的关联方，JK 公司及 SUP 公司与发行人、发行人主要股东、发行人实际控制人、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员不存在关联关系。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

二、意见问题 3：关于信息披露。美迪惠尔最终提供者为发行人关联方，报告期内，发行人来自于 Mediheal/美迪惠尔品牌的收入为 1,869.6 万元、12,736.1 万元、18,037.9 万元和 10,982.50 万元，营业收入占比分别为 18.98%、19.38%及 11.46%，毛利占比分别为 14.58%、14.23%及 6.84%。

请发行人说明上述事项是否对投资者决策具有较大影响，相关信息披露是否真实、准确、完整，是否符合相关规定。请保荐机构、发行人律师及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅了发行人前次上会前报送招股说明书的披露内容；

2. 查阅了发行人本次报送招股说明书的披露内容。

核查内容：

经查阅发行人参加首发发审会前报送的招股说明书及本次拟报送的招股说明书，报告期内，公司来自于 Mediheal/美迪惠尔品牌的收入及毛利占比较高，公司对于 Mediheal/美迪惠尔品牌产品的采购及销售等情况对投资者决策具有较大影响，相关信息已在招股说明书中真实、准确、完整地披露，相关披露符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》的相关规定。

公司关于美迪惠尔品牌产品合作、销售及采购等相关情况的披露情况具体如下：

（一）已经报送的招股说明披露的相关信息

发行人于 2020 年 6 月 11 日参加首发发审会前报送招股说明书中，关于美迪惠尔品牌产品合作、销售及采购相关情况的主要披露内容如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 发行人与 Mediheal/美迪惠尔品牌的合作及对其采购情况

(1) 经核查，发行人已于招股说明书“第六节　业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品或服务及设立以来的变化情况” 之“（三）发行人主要合作的品牌”之“2、国际品牌具体情况”补充披露了发行人与 Mediheal/美迪惠尔品牌的合作情况，具体如下：

品牌名称	国家	业务领域	合作模式	合作平台	介绍
Mediheal/美迪惠尔	韩国	美妆个护	线上代运营-服务费模式、渠道分销	唯品会国际、唯品会、京东自营、京东第三方平台	韩国知名面膜品牌，延续“安全、温和、舒适”的品牌理念，全线产品均通过严格的皮肤科安全测试

(2) 发行人已经在招股说明书“第六节　业务与技术”之“一、发行人的主营业务、主要产品或服务及设立以来的变化情况” 之“（三）发行人主要合作的品牌”之“3、产业政策、贸易摩擦对发行人生产经营影响及发行人应对措施”披露了 Mediheal/美迪惠尔品牌面膜的代理商为日韩地区供应商 SUP 公司。

(3) 发行人已于招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况” 之“（五）主要供应商情况”中补充披露了 Mediheal/美迪惠尔品牌面膜的供应商为品牌方在国外的代理商 SUP 公司，且报告期内公司对主要供应商 SUP 公司关于 Mediheal/美迪惠尔品牌产品的采购金额如下：

单位：万元

期间	序号	供应商名称	供应商类型	品牌	采购金额	占当期采购总额比例
2019 年	3	Supex BNP Co., Ltd.	国际品牌方在国外的代理商	Mediheal /美迪惠尔	4,762.34	8.09%
2018 年	1	Supex BNP Co., Ltd.	国际品牌方在国外的代理商	Mediheal /美迪惠尔	15,420.46	26.18%
2017 年	1	Supex BNP Co., Ltd.	国际品牌方在国外的代理商	Mediheal /美迪惠尔	12,731.68	28.03%

注：上述供应商的采购金额与其关联方合并统计，其中 SUP 公司（曾用名 Creaplanet Co., Ltd.）包括 JK 公司。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(4) 发行人已于招股说明书“第七节　同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“2、采购商品/接受劳务”披露了因美迪惠尔品牌方调整全球销售网络，对中国的部分业务将逐步转由其在中国境内设立的全资子公司上海玲肤承接。

2. 关联方和关联交易情况

(1) 发行人已经在招股说明书“第七节　同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方、关联关系”之“5、持股 5%以上的机构股东及其一致行动人”，以及“第七节　同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（一）关联方、关联关系”之“7、发行人其他持股 5%以上的自然人股东、董事、监事、高级管理人员及其关系密切的家庭成员控制或担任董事或高级管理人员的企业”，披露了：

a. L&P 公司为公司关联方：L&P 公司系发行人间接持股 5%以上的自然人股东申东日担任董事[1]的企业，同时，发行人持股 5%以上的机构股东朗姿股份间接持有 L&P 公司 8.12%的股权，系发行人的关联方。

b. 上海玲肤为公司关联方：上海玲肤系发行人持股 5%以上的机构股东朗姿股份间接持有 8.12%股权、发行人间接持股 5%以上的自然人股东申东日担任董事的企业 L&P 公司的全资子公司

(2) 发行人已经在招股说明书“第七节　同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）经常性关联交易”之“2、采购商品/接受劳务”披露了公司与上海玲肤交易的定价公允性，具体如下：

对比发行人向非关联方 SUPEX BNP., Ltd. 采购同类产品的价格，发行人向

[1] 申东日已经提出辞任 L&P 公司董事，并于 2020 年 3 月 28 日经 L&P 公司股东大会审议通过。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

上海玲肤采购该类产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUPEX BNP Co., Ltd. 采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合约人民币 44.250 元/盒）相当，因此，上述关联交易定价公允。

3. 发行人对 Mediheal/美迪惠尔品牌产品的情况

(1) 收入情况

a. 发行人已经在招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况” 之“（三）发行人营业收入构成”之“1、营业收入以业务模式为标准的分类结果”披露了公司与 Mediheal/美迪惠尔品牌的收入情况，具体如下：

单位：万元

期间	零售收入	运营服务收入	渠道分销收入	品牌策划收入	小计	品牌收入占比
2019 年	6.96	160.79	10,982.50	-	11,150.25	11.63%
2018 年	3.86	407.27	18,042.81	-	18,453.94	19.82%
2017 年	-	545.93	12,736.68	-	13,282.61	19.80%

b. 发行人已经在招股说明书“第六节　业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况” 之“（四）主要客户情况”之“1、线上代运营模式”披露了报告期各期公司线上代运营业务服务费模式前二十大客户，其中 Mediheal/美迪惠尔品牌的相关情况如下：

期间	客户名称	对应品牌名称	收入金额（万元）	占当期营业收入比例
2018 年	Tca Korea Co.,Ltd	Mediheal/美迪惠尔	407.27	0.44%
2017 年	Tca Korea Co., Ltd	Mediheal/美迪惠尔	545.93	0.81%

c. 发行人已经在招股说明书“第十一节　管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）营业收入变化趋势及原因分析”之“6、拉动收入增长的主要品牌”中补充披露了 Mediheal/美迪惠尔为拉动公司 2018-2019 年渠道分销业务收入下降、2017-2018 年渠道分销业务收入增长的主要品牌之一，具体如下：

单位：万元、万件（套）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

拉动收入减少品牌	主要产品	2019 年			2018 年			同比变化		
		收入	销量	单价（元）	收入	销量	单价（元）	收入	销量	单价
Mediheal/美迪惠尔	面膜	10,982.50	189.08	58.08	18,042.81	292.62	61.66	-39.13%	-35.38%	-5.80%

单位：万元、万件（套）

拉动收入增长品牌	主要产品	2018 年			2017 年			同比增长		
		收入	销量	单价（元）	收入	销量	单价（元）	收入	销量	单价
Mediheal/美迪惠尔	面膜	18,042.81	292.62	61.66	12,736.68	223.04	57.10	41.66%	31.20%	7.98%

2018-2019 年拉动公司渠道分销业务收入减少最多的前两大品牌为 Sanosan/哈罗闪、Mediheal/美迪惠尔。其中，Mediheal/美迪惠尔品牌收入及销量下滑较为明显，主要由于 Mediheal/美迪惠尔品牌主要通过京东、唯品会平台进行渠道分销，由平台实现对外最终销售；而 2019 年京东从其他渠道增加对 Mediheal/美迪惠尔产品的采购，导致发行人对 Mediheal/美迪惠尔品牌渠道分销收入减少所致。

2017-2018 年，拉动收入增长的主要渠道分销模式品牌包括：Mediheal/美迪惠尔、Moony。其中，2017-2018 年美迪惠尔品牌收入增幅达到 41.66%，销量增幅为 31.20%，单价增幅为 7.98%。收入增长主要来源于销量的提升和平均销售单价的微涨。2018 年美迪惠尔品牌持续发力，打造美迪惠尔京东双大促创造京东面膜品牌销量第一，获得京东颁发的“年度面膜销售 TOP 品牌”、“年度进口 TOP 品牌”等奖项。唯品会方面，2018 年，仅 228 美妆节专场及预付活动销售即达 800 万元。

(2) 毛利率情况

发行人已经在招股说明书“第十一节　管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（四）毛利及毛利率变动分析”之“2、毛利率变动分析”之“（2）渠道分销模式”中补充披露了：

a. Mediheal/美迪惠尔品牌渠道分销业务模式下的毛利率水平，具体如下：

单位：万元

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	品牌	类别	营业收入（万元）	占当期同类收入比例	毛利率	销量（万件/套）	销售单价（元）	成本单价（元）
2019年	Mediheal/美迪惠尔	美妆及个护	10,982.50	26.03%	20.50%	189.08	58.08	46.17
2018年	Mediheal/美迪惠尔	美妆及个护	18,042.81	47.77%	24.45%	292.62	61.66	46.58
2017年	Mediheal/美迪惠尔	美妆及个护	12,736.68	52.95%	25.70%	223.04	57.10	42.43

b. Mediheal/美迪惠尔品牌渠道分销业务模式下的毛利率、销售单价及成本单价的波动比较情况及原因，具体如下：

2019 年美迪惠尔受面膜市场竞争激烈影响，部分产品销售单价及成本单价下降，毛利率有所下滑。

2018 年美迪惠尔销售单价上涨 7.98%，成本单价上涨 9.79%，主要系单价较高的套装组合、礼盒等产品销售占比上升所致。由于套装组合、礼盒等产品相对单一产品有较大优惠，该部分产品毛利率低于单一产品，其销售占比上升使得美迪惠尔品牌整体毛利率下降。

（二）本次报送招股说明补充披露的相关信息

经查阅，发行人在本次报送的招股说明书中关于美迪惠尔品牌产品合作、销售及采购相关情况补充披露的主要内容如下：

1. 朗姿股份及申东日入股发行人的相关情况

发行人已于招股说明书“第五节 发行人基本情况”之“六、发起人、持有5%以上股份的主要股东及实际控制人的基本情况”之“（三）发起人基本情况”中补充披露了朗姿股份及申东日入股发行人的背景及商谈过程、前述入股方与发行人之间投资协议及其他协议主要条款、双方关于业务合作的约定及对发行人的影响、投资价格的公允性。

2. 公司向 SUP（JK）公司采购的相关情况

(1) 发行人已经在招股说明书“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

务的具体情况”之“（五）主要供应商情况”补充披露了：

a. 发行人报告期内未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购，而向 SUP（JK）公司采购的原因及合理性；

b. 发行人向 SUP（JK）公司采购的商谈背景、商谈过程、合作模式和主要约定；朗姿股份及申东日入股发行人、SUP（JK）代理美迪惠尔产品、发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品的关联性及其商业合理性。

c. SUP（JK）公司与发行人、发行人主要股东、发行人实际控制人、董监高及其他利害关系人是否存在关联关系；

d. 发行人与 SUP（JK）公司关于美迪惠尔产品的合作背景，合作协议主要条款与其他品牌商（代理商）是否存在显著差异及合理性；

e. 发行人采购额占 SUP（JK）美迪惠尔产品总销售额的比例，是否存在 SUP（JK）美迪惠尔产品主要由发行人代理销售的情形以及是否属于行业惯例；

f. 发行人向 SUP（JK）公司采购美迪惠尔产品的价格、返利政策、结算方式及信用条件等情况，是否与 SUP（JK）其他客户间存在显著差异及其合理性；

g. 发行人渠道分销业务综合毛利率、美迪惠尔产品分销毛利率及其他产品渠道分销业务毛利率，美迪惠尔产品分销毛利率与其他产品分销业务毛利率差异原因及合理性。

(2) 发行人已于招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）经常性关联交易”中补充披露了上海玲肤对发行人及其他客户美迪惠尔销售单价的对比情况。

3. 公司销售 Mediheal/美迪惠尔品牌产品的相关情况

发行人已于招股说明书“第十一节 管理层讨论与分析”之“二、盈利能力分析”之“（二）营业收入变化趋势及原因分析”之“2、主营业务收入经营模式分析”补充披露了：

a. 2017 年之后发行人分销美迪惠尔产品金额大幅增长的原因及合理性；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

b. 发行人 2019 年分销收入下滑的原因、相关分销业务的持续性及稳定性。

（三）公司向 TCA 公司提供代线上运营服务的情况

L&P 公司系美迪惠尔品牌方，报告期各期，发行人存在为 L&P 公司的经销商 TCA 公司提供美迪惠尔品牌在唯品会国际的代运营服务的情况，TCA 公司与 L&P 公司不存在关联关系，亦不构成发行人关联方，为了完整反映 TCA 公司、L&P 公司与发行人之间的关系，本次拟报送招股说明书补充披露信息如下：

1. TCA 公司的基本情况

根据韩国律村律师事务所于 2019 年 4 月 26 日出具的法律意见书以及 2020 年 6 月 13 日对 TCA 公司销售部业务负责人的访谈，TCA 公司的基本情况如下：

名称	Tca Korea Co., Ltd.
注册时间	2011 年 6 月 27 日
注册地址	No 1-dong, 277-30, Munwon-gil, Jori-eup, Paju-si, Gyeonggi-do, Republic of Korea
注册资本	2 亿韩币
经营范围	进口化妆品的批发/零售、化妆品和其他杂货的进出口/贸易、网上商城运营、电子商务等
主要业务	韩国电商业务，作为韩国代理商主要代理强生、美迪惠尔等品牌

报告期内，TCA 公司的销售情况如下：2017 年约 271 亿韩币（折合人民币约 1.60 亿元）、2018 年约 274 亿韩币（折合人民币约 1.67 亿元）、2019 年约 228 亿韩币（折合人民币约 1.39 亿元）（以上金额按照报告期当年韩币对人民币平均汇率 0.0059、0.0061、0.0061 分别计算）。

(1) TCA 公司不是发行人的关联方

a. TCA 公司与发行人之间不存在交叉持股

根据韩国律村律师事务所 2019 年 4 月出具的关于 TCA 公司的法律意见书，并经访谈 TCA 公司代表，TCA 公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员未持有发行人股权。

根据发行人实际控制人、主要股东、董监高填写的关联方调查问卷，并对该等人员访谈，发行人及其实际控制人、主要股东、董监高亦不存在持有 TCA 公

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

司股权的情形。

b. 发行人与 TCA 公司之间不存在人员交叉任职

经核查若羽臣员工花名册，并经对若羽臣、TCA 公司访谈，若羽臣与 TCA 公司之间不存在人员交叉任职，若羽臣的实际控制人、董事、监事及高级管理人员与 TCA 公司亦不存在关联关系。

综上，根据相关法律法规关于关联方的规定，TCA 公司不是发行人的关联方。

(2) TCA 公司与 L&P 公司、朗姿股份之间亦不存在关联关系

根据韩国律村律师事务所出具的关于 TCA 公司的法律意见书，对 TCA 公司、L&P 公司、朗姿股份代表的访谈情况并经查阅朗姿股份公开披露的文件、朗姿股份填写的关联方调查表及网络核查 L&P 公司的股权结构，TCA 公司与朗姿股份、L&P 公司之间不存在交叉持股情形，TCA 公司与 L&P 公司、朗姿股份之间亦不存在其他关联关系。

2. 公司与 TCA 公司的交易情况

报告期各期，发行人为关联方 L&P 公司的经销商 TCA 公司提供美迪惠尔品牌在唯品会国际的代运营服务的情况，TCA 公司与 L&P 公司不存在关联关系，亦不构成发行人关联方，公司与 TCA 公司的交易情况具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	占当期运营服务费比例	2018 年度	占当期运营服务费比例	2017 年度	占当期运营服务费比例
TCA 公司	160.79	1.34%	407.27	4.28%	545.93	7.73%

报告期内公司向 TCA 公司收取的服务费采用以经销利润方式计算的提点服务费，TCA 公司将经销利润（经销利润=店铺销售货款-货物成本-平台费用）的 50%作为代运营服务费用，报告期内公司向 TCA 公司收取的服务费占店铺 GMV 的比例整体处于 5%至 8%之间，公司对部分其他品牌收费比例与 TCA 公司处于同一水平，因此公司与 TCA 公司间的交易定价具有合理性，具体费率情况如下具体费率情况如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

店铺名称	2019 年度	2018 年度	2017 年度
唯品会海淘-美迪惠尔	5.20%	6.24%	7.11%
天猫商城-强生中国官方旗舰店	7.92%	6.35%	6.88%
天猫国际-Swisse 官方海外旗舰店	3.80%	5.00%	5.00%
该方式下整体收费比例			5%-20%

注：强生品牌 2019 年与公司提前终止合作并向公司额外支付 100 万元服务费，为保证数据可比，2019 年天猫商城-强生中国官方旗舰店收费比例已按剔除该金额后计算。

3. 公司对美迪惠尔线上代运营服务业务不构成重大依赖

报告期各期公司通过为 TCA 公司提供美迪惠尔品牌线上代运营服务产生的收入情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
线上代运营服务收入	160.79	407.27	545.93
占公司代运营服务费收入比例	1.34%	4.28%	7.73%
占公司利润贡献比例	0.81%	2.17%	3.87%

注：利润贡献=毛利-市场推广费-仓储物流费。

报告期各期公司通过为 TCA 公司提供美迪惠尔品牌线上代运营服务产生的收入分别为 545.93 万元、407.27 万元及 160.79 万元，占公司代运营服务费收入比例分别为 7.73%、4.28%及 1.34%，占公司利润贡献的比例分别为 3.87%、2.17%及 0.81%，占比均较小且逐年下降，公司对美迪惠尔线上代运营服务业务不构成重大依赖。

发行人已经在招股说明书“第七节 同业竞争与关联交易”之“三、关联方、关联关系及关联交易”之“（二）经常性关联交易”及“第六节 业务与技术”之“四、发行人主营业务的具体情况” 之“（五）主要客户情况”中披露了公司与 TCA 公司的交易情况。

核查意见：

综上，本所律师认为：发行人对于 Mediheal/美迪惠尔品牌产品的采购及销售等情况对投资者决策具有较大影响，相关信息已在招股说明书中真实、准确、

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

完整地披露，相关披露符合《公开发行证券的公司信息披露内容与格式准则第 1 号——招股说明书（2015 年修订）》的相关规定。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（八）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：_____　　经办律师：_____

张学兵　　全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2020年 6月17日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的

补充法律意见书（九）

二〇二〇年 六月

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

中倫律師事務所
ZHONG LUN LAW FIRM
北京市朝阳区建国门外大街甲 6 号 SK 大厦 31、33、36、37 层 邮政编码：100022
31, 33, 36, 37/F, SK Tower, 6A Jianguomenwai Avenue, Chaoyang District, Beijing 100022, P.R.China
电话/Tel：(8610) 5957 2288 传真/Fax：(8610) 6568 1022/1838
网址：www.zhonglun.com

北京市中伦律师事务所

关于广州若羽臣科技股份有限公司

首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（九）

致：广州若羽臣科技股份有限公司

北京市中伦律师事务所（以下简称“本所”）作为广州若羽臣科技股份有限公司（以下简称“发行人”或“公司”）申请首次公开发行人民币普通股并在深圳证券交易所上市（以下简称“本次发行并上市”）事宜聘请的专项法律顾问，为发行人本次发行并上市提供法律服务，出具法律意见。

本所根据《中华人民共和国证券法》、《中华人民共和国公司法》等有关法律、法规和中国证券监督管理委员会发布的《公开发行证券公司信息披露的编报规则第 12 号——法律意见书和律师工作报告》、《首次公开发行股票并上市管理办法》以及中国证券监督管理委员会、司法部联合发布的《律师事务所从事证券法律业务管理办法》、《律师事务所证券法律业务执业规则（试行）》等有关规定，于 2019 年 6 月 17 日出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的法律意见书》（以下简称“《法律意见书》”）和《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市出具法律意见书的律师工作报告》（以下简称“《律师工作报告》”），并分别于 2019 年 9 月 24 日、2019 年 12 月 2 日、2020 年 1 月 10 日、2020 年 1 月 16 日、2020 年 3 月 31 日、2020 年 4 月、2020 年 5 月、2020 年 6 月出具了《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（一）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（二）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（三）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（四）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（五）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（六）》《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（七）》、《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（八）》（以下分别简称“《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》、《补充法律意见书（八）》”）等文件。

鉴于中国证监会对发行人提出了补充意见（以下简称“补充意见”），本所律师对前述意见所涉及的事项进行补充核查，并出具本补充法律意见书。

本补充法律意见书为《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》、《补充法律意见书（八）》的补充，不一致之处以本补充法律意见书为准；对本所出具的《律师工作报告》及《法律意见书》中未发生变化的内容，本补充法律意见书不再重复发表意见。本所在《法律意见书》、《律师工作报告》中声明的事项适用于本补充法律意见书。

除非上下文另有所指，本补充法律意见书所使用的简称含义均与《法律意见书》、《律师工作报告》、《补充法律意见书（一）》、《补充法律意见书（二）》、《补充法律意见书（三）》、《补充法律意见书（四）》、《补充法律意见书（五）》、《补充法律意见书（六）》、《补充法律意见书（七）》、《补充法律意见书（八）》中使用的简称含义一致。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

本所根据现行法律、法规规定，按照律师行业公认的业务标准、道德规范和勤勉尽责精神，出具补充法律意见如下：

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

一、《补充意见》问题 1：关于美迪惠尔产品采购价格公允性。报告期内，发行人主要通过境外代理商 SUP 公司及其子公司 JK 公司、上海玲肤采购美迪惠尔产品。根据暂缓表决意见回复，经访谈，L&P 公司向 SUP（JK）公司销售产品系根据生产成本、费用、拟保留的毛利率和与对方拟发生的交易规模综合确定销售价格。L&P 公司向 SUP(K)公司销售产品的价格与向其他经销商销售同类产品的价格不存在重大差异，定价公允。SUP（JK）公司向发行人销售美迪惠尔品牌产品，系根据其采购价格并综合考虑约 10%的毛利率的基础上确定，不存在明显低于或高于同类客户价格的情形。前述回复定性描述较多。

请发行人：（1）说明 L&P 公司报告期内包括美迪惠尔品牌在内的各主要面膜产品的销售数量、销售金额及占比；结合 L&P 公司对美迪惠尔品牌的研发、推广及销售过程，进一步说明该品牌是否为发行人专门定制；（2）结合 L&P 公司向 SUP（JK）销售美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，以及发行人向 SUP（JK）采购美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，量化分析报告期各期发行人向 SUP（JK）采购美迪惠尔产品、L&P 公司向 SUP（JK）销售美迪惠尔产品价格的公允性、合理性及产品对应性；结合比较案例，说明 SUP（JK）获取代理美迪惠尔产品毛利率及金额情况，相关产品毛利率水平的合理性，是否符合行业特征；（3）说明 SUP（JK）获取美迪惠尔产品代理授权以及发行人分销授权的主要约定、涉及平台，SUP（JK）是否具有独家买断代理授权的排他性条款，发行人不直接从 L&P 及其下属公司获取销售授权的原因及合理性；SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌的原因及合理性，SUP 公司转让 JK 公司时的价款、估值及 JK 公司净资产情况，相关数据是否相匹配，是否充分考虑保留美迪惠尔品牌对 JK 公司股权转让价值的影响；发行人未参与收购 JK 公司的原因及合理性；（4）说明除 SUP（JK）公司外，L&P 公司对于美迪惠尔产品是否还存在其他代理商，如是，请说明各代理商的代理销售情况；结合美迪惠尔产品代理情况，进一步说明发行人申报材料中所称“2019 年较 2018 年关迪惠尔产品收入下降主要因其他经销商以较低价格向京东供货”的理由是否充分、合理；（5）说明 SUP（JK）公司在业务合作期间及 JK 股权转让后两家公司的具体股东、股权及实际控制

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

人、主要高管情况，相关自然人股东及实际控制人是否存在中国籍和华裔情形，如存在请具体说明，上述股东及人员是否存在同发行人及实际控制人与亲属存在关联关系的情形。请保荐机构、发行人律师及申报会计师说明核查依据、过程，并发表明确核查意见。

（一）说明 L&P 公司报告期内包括美迪惠尔品牌在内的各主要面膜产品的销售数量、销售金额及占比；结合 L&P 公司对美迪惠尔品牌的研发、推广及销售过程，进一步说明该品牌是否为发行人专门定制

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 访谈 L&P 公司及上海玲肤，获取其销售数据；

2. 网络检索查询美迪惠尔品牌公开信息，获取美迪惠尔品牌历史发展资料；

3. 核查公司报告期内销售明细。

核查内容：

1. 说明 L&P 公司报告期内包括美迪惠尔品牌在内的各主要面膜产品的销售数量、销售金额及占比

根据发行人与 L&P 公司签署的保密协议，L&P 公司通过邮件方式向发行人提供部分销售数据。报告期内，L&P 公司销售面膜产品的品牌主要包括美迪惠尔等多个品牌，具体销售数量、销售金额、销售金额占比、发行人的采购金额及占比如下：

(1) 2019 年度

单位：万盒/张、万元

面膜品牌	销售数量	销售金额	销售金额占比	公司采购金额	公司采购占比
美迪惠尔	3,766.46	105,667.29	97.93%	4,762.34	4.51%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

其他品牌	1,089.47	2,237.56	2.07%	-	-
合计	4,855.92	107,904.84	100.00%	-	-

(2) 2018 年度

单位：万盒/张、万元

面膜品牌	销售数量	销售金额	销售金额占比	公司采购金额	公司采购占比
美迪惠尔	5,790.38	179,399.90	94.26%	15,420.46	8.60%
其他品牌	1,896.29	10,918.86	5.74%	-	-
合计	7,686.67	190,318.76	100.00%	-	-

(3) 2017 年度

单位：万盒/张、万元

面膜品牌	销售数量	销售金额	销售金额占比	公司采购金额	公司采购占比
美迪惠尔	5,024.34	176,599.52	95.75%	12,731.68	7.21%
其他品牌	740.17	7,848.10	4.25%	-	-
合计	5,764.51	184,447.63	100.00%	-	-

注：以上金额按照 2017 年、2018 年、2019 年当年韩币对人民币平均汇率 0.0059、0.0061、0.0061 分别计算；公司采购金额是向 SUP（JK）公司采购金额，采购占比系公司向 SUP（JK）公司采购金额占 L&P 公司美迪惠尔产品销售金额的比例。美迪惠尔品牌主要单位为盒，其他品牌主要单位为张。

由上表可知，L&P 公司报告期内面膜产品主要为美迪惠尔品牌，报告期各期美迪惠尔品牌产品的销售金额分别为人民币 17.66 亿元、17.94 亿元及 10.57 亿元，占其面膜产品销售总额的比例分别为 95.75%、94.26%及 97.93%，发行人采购美迪惠尔产品金额占 L&P 公司美迪惠尔产品销售额的比例较低。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2. 结合 L&P 公司对美迪惠尔品牌的研发、推广及销售过程，进一步说明该品牌是否为发行人专门定制

L&P 公司最早于 2009 年开发美迪惠尔品牌产品，远早于朗姿股份入股 L&P 公司及发行人取得美迪惠尔品牌授权的时间；美迪惠尔品牌前期推广以韩国地区为主，在进入中国市场前已在韩国具备较高知名度；发行人占美迪惠尔品牌整体销售比例较低，且中国市场代理商并非仅有发行人。综上，美迪惠尔品牌系 L&P 公司基于自身业务发展而开发推广的品牌，并非为发行人专门定制，具体如下：

(1) L&P 公司开发美迪惠尔品牌时间远早于朗姿股份入股 L&P 公司及发行人取得美迪惠尔品牌授权的时间

根据公开信息，2009 年 4 月，L&P 公司从肌肤根源出发，以皮肤科专业人员临床经验与专业理论为基础，联合十位韩国皮肤科专家共同开发了“可莱丝”品牌面膜，主打补水及肌肤修复，产品一经推出即荣获韩国 5 项发明专利及 1 项国家级科技荣誉，2012 年“可莱丝”正式更名为“美迪惠尔”。而朗姿股份入股 L&P 公司的时间为 2015 年末，发行人最早从 JK 公司取得美迪惠尔品牌授权的时间为 2015 年 12 月，均远晚于美迪惠尔品牌研发及上市时间。

(2) 美迪惠尔品牌前期推广以韩国地区为主，在进入中国市场前已在韩国具备较高知名度

根据美迪惠尔官网披露的信息，美迪惠尔品牌前期推广以韩国地区为主，包括各大主流免税店，在进入中国市场前美迪惠尔品牌已在韩国具备较高知名度，美迪惠尔品牌推广及销售发展历程如下：

时间	推广及销售发展历程
2012 年	美迪惠尔品牌正式上市，首先入驻韩国乐天免税店（韩国乐天免税店系韩国知名免税店，销售近千种国际知名品牌，共 9 家实体店，分布在韩国首尔、韩国釜山及韩国济州岛等地）。
2013 年	入驻韩国开市客（全球知名零售品牌）、新罗免税店（韩国知名免税店品牌）、新世界免税店（韩国知名免税店品牌），并出口至美国、台湾、马来西亚、新加坡、澳大利亚、加拿大等海外市场。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2014 年	入驻中国、新加坡及日本免税店； 荣获“韩国贸易日出口之塔奖”及“大韩民国总统产业奖章”。
2015 年	入驻中国机舱免税店（包括东方航空、南方航空、中国国航及海南航空），开始在中国东方电视台电视购物品牌推广； 位居韩国美妆药店 Olive Young（韩国健康及美妆第一零售品牌）上半年面膜销量第一； 线下直营旗舰店“Healing On The Mediheal”正式开业，位于韩国仁川的综合物流中心竣工； 荣获韩国经营协议颁发的“最优秀经营大奖”、“Olive Young 最佳搭档奖”及“屈臣氏最佳新品牌奖”。
2016 年	荣获“贸易之日两千万美金出口之塔奖”、“提供岗位大韩民国总统产业奖章”。
2017 年	面膜累计销量突破 10 亿张。
2018 年	入驻英国塞尔福里奇百货商场； 荣获“贸易之日一亿美金出口之塔奖”； 面膜累计销量突破 14 亿张。
2019 年	被选为韩国独角兽公司（企业价值超过 1 兆韩元）； 面膜累计销量突破 16 亿张。

(3) 发行人占美迪惠尔品牌整体销售比例较低，且中国市场代理商并非仅有发行人

报告期各期，除 SUP（JK）公司外，L&P 公司还包括多个其他代理商，其中 SUP（JK）公司占 L&P 公司的销售金额比例分别为 3.8%、8.2%和 3.4%，而公司报告期内主要采购来自 SUP（JK）公司，因此发行人占美迪惠尔品牌整体销售金额的比例较低。

同时美迪惠尔品牌中国市场代理商并非仅有发行人，SUP（JK）公司向公司授权渠道为京东及唯品会渠道。根据对上海玲肤的访谈及公开资料查询，美迪惠尔品牌其他渠道亦存在不同代理商，包括天猫国际美迪惠尔海外旗舰店代理商 Dream Union Limited、聚美优品美迪惠尔官方旗舰店代理商 Choosing Co,. Ltd 等

核查意见：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

综上，本所律师认为，美迪惠尔品牌并非由 L&P 公司为发行人专门定制。

（二）结合 L&P 公司向 SUP（JK）销售美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，以及发行人向 SUP（JK）采购美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，量化分析报告期各期发行人向 SUP（JK）采购美迪惠尔产品、L&P 公司向 SUP（JK）销售美迪惠尔产品价格的公允性、合理性及产品对应性；结合比较案例，说明 SUP（JK）获取代理美迪惠尔产品毛利率及金额情况，相关产品毛利率水平的合理性，是否符合行业特征

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 访谈 L&P 公司及 SUP(JK)公司；

2. 网络检索查询国内贸易企业上市公司公开信息；

3. 查阅公司报告期内的采购明细。

核查内容：

1. 结合 L&P 公司向 SUP(JK)销售美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，以及发行人向 SUP(JK)采购美迪惠尔产品的具体价格、规格、数量、销售金额及返利情况，量化分析报告期各期发行人向 SUP(JK)采购美迪惠尔产品、L&P 公司向 SUP(JK)销售美迪惠尔产品价格的公允性、合理性及产品对应性

(1) 报告期各期，L&P 公司向 SUP(JK)销售美迪惠尔产品的情况以及发行人向 SUP(JK)采购美迪惠尔产品的情况

根据对 L&P 公司的访谈情况，L&P 公司向 SUP(JK)销售美迪惠尔产品的价格与向其他经销商的销售价格一致，由于产品型号较多且涉及商业机密，L&P 公司提供了主要产品型号的销售情况（由于数据统计工作量较大，2017 及 2018 年 L&P 只提供了占比超过 50%的产品情况），具体如下：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

a. 2019 年度

具体规格	L&P 公司向 SUP(JK)销售			若羽臣向 SUP(JK)采购			SUP(JK)公司销售采购比	SUP(JK)公司销售给发行人的产品毛利率
	单价/元	数量/万盒	总金额/万元	单价/元	数量/万盒	总金额/万元		
N.M.F	37.11	42.56	1,579.32	40.78	38.98	1,589.56	0.92	9.00%
Collagen	21.34	38.11	813.52	24.22	40.33	976.84	1.06	11.87%
W.H.P	35.18	9.14	321.53	38.40	9.20	353.09	1.01	8.39%
其他	——	——	997.53	——	——	1,842.84	——	——
合计	——	——	3,711.90	——	——	4,762.34	——	约 10%

注：若羽臣采购单价系根据当期韩币单价及汇率折算，据此测算的 SUP（JK）毛利率与其实际毛利率存在一定误差，SUP(JK)销售给若羽臣的总体毛利率系根据访谈确认，SUP(JK)公司销售采购比系以数量口径计算，下同。

b. 2018 年度

具体规格	L&P 公司向 SUP(JK)销售			若羽臣向 SUP(JK)采购			SUP(JK)公司销售采购比	SUP(JK)公司销售给发行人的产品毛利率
	单价/元	数量/万盒	总金额/万元	单价/元	数量/万盒	总金额/万元		
N.M.F	39.79	222.95	8,871.05	45.75	198.71	9,091.03	0.89	13.03%
其他	——	——	6,829.19	——	——	6,329.43	——	——
合计	——	——	15,700.24	——	——	15,420.46	——	约 10%

c. 2017 年度

具体规格	L&P 公司向 SUP(JK)销售			若羽臣向 SUP(JK)采购			SUP(JK)公司销售采购比	SUP(JK)公司销售给发行人的毛利率
	单价/元	数量/万盒	总金额/万元	单价/元	数量/万盒	总金额/万元		
N.M.F	39.15	110.24	4,316.07	44.25	153.37	6,786.56	1.39	12.46%
其他	——	——	2,842.99	——	——	5,945.12	——	——
合计	——	——	7,159.06	——	——	12,731.68	——	约 10%

由以上表格可知，L&P 公司向 SUP（JK）公司销售美迪惠尔产品与 SUP（JK）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司向若羽臣销售美迪惠尔产品的型号基本一致，具有对应性。其中美迪惠尔 N.M.F 产品毛利率为 9.00%至 13.03%；Collagen 产品毛利率约为 11.87%、W.H.P 产品毛利率为 8.39%，总体毛利率 10%左右。

d. 若羽臣向 SUP(JK)采购美迪惠尔产品与 L&P 公司向 SUP(JK)销售美迪惠尔产品具有对应性

单位：万元

项目	L&P 公司向 SUP(JK)销售	若羽臣向 SUP(JK)采购
2019 年度	3,711.90	4,762.34
2018 年度	15,700.24	15,420.46
2017 年度	7,159.06	12,731.68
2016 年度	6,614.30	2,087.35
合计	33,185.50	35,001.83
L&P 公司向 SUP(JK)公司销售金额合计（A）	33,185.50	
扣除 10%毛利后估算的 SUP(JK)公司向若羽臣销售的采购成本（B）	31,501.64	
SUP(JK)公司美迪惠尔品牌销售采购额占比（C=B/A）	94.93%	

注：以上金额按照报告期各期韩币对人民币平均汇率 0.0056、0.0059、0.0061、0.0061 分别计算。

报告期内，SUP(JK)公司销售采购额占比大约为 94.93%，除发行人外，SUP(JK)公司 2016 年度还存在其他客户，如聚美优品，上述销售采购额占比具有合理性。总体来看，L&P 公司向 SUP(JK)公司销售美迪惠尔产品以及若羽臣向 SUP(JK)公司采购美迪惠尔产品具有对应性。

e. 公司销售美迪惠尔产品与采购美迪惠尔产品数量匹配

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
销售数量（万件）	182.28	390.92	261.87
采购数量（万件）	200.95	403.38	350.36
销售采购比	0.91	0.97	0.75

注：销售采购比=当期销售数量/当期采购数量，2019 年销售数量和采购数量包括从上海玲肤采购的 284.14 万元美迪惠尔产品。由于公司对采购的美迪惠尔产品存在拆包或组合的情况，公司采购数量与 L&P 公司销售数量口径存在差异。

2018 年和 2019 年公司销售美迪惠尔产品与采购美迪惠尔产品数量匹配，2017 年销售采购比为 0.75，主要原因是 2017 年美迪惠尔产品销量较好，公司加大了对其备货所致。

(2) 报告期各期，L&P 公司向 SUP(JK)公司提供的返利情况以及 SUP(JK)公司向若羽臣提供的返利情况

根据对 L&P 公司及 SUP（JK）公司的访谈情况，报告期各期，L&P 公司向 SUP(JK)公司提供少量市场费用支持，SUP(JK)公司向若羽臣提供返利的金额具体如下：

单位：万元

项目	2019 年度	2018 年度	2017 年度
采购返利	182.67	-	-
占若羽臣冲减返利前采购额比例	3.27%	-	-
销售返利	645.29	95.62	219.07
占若羽臣销售美迪惠尔产品金额比例	5.87%	0.53%	1.72%

2019 年销售返利占比有所增加，主要是因为：受 2019 年面膜市场竞争激烈影响，公司在京东电商平台降价销售美迪惠尔产品，导致公司美迪惠尔品牌毛利率下降（返利补贴后毛利率由 2018 年的 24.45%下降至 2019 年的 20.50%），出于对公司合理毛利保护的目的，SUP 公司对销售降价部分差价进行了补偿，同时公司与 SUP 公司达成新返利政策，由 SUP 公司对公司在电商平台开展的市场推

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

广支出给予公司固定的支持费用。

(3) 报告期内公司采购美迪惠尔品牌产品定价具有公允性

经核查，报告期内，公司向 SUP 公司及 JK 公司采购美迪惠尔品牌产品的定价具有公允性，具体分析如下：

a. 公司向 SUP 公司及 JK 公司采购价格与上海玲肤销售给国内经销商价格基本一致

2017 年及 2018 年发行人美迪惠尔产品均系向 SUP 公司及 JK 公司采购，2019 年发行人向上海玲肤采购美迪惠尔主要型号 N.M.F 产品的单价为 44.248 元/盒，与发行人向 SUP（JK）公司采购同类产品的单价（7,500 韩元/盒，折合约人民币 44.250 元/盒）相当。同时，根据对上海玲肤的访谈情况，2019 年上海玲肤向其他客户销售美迪惠尔 N.M.F 型号产品单价为税前 50.00 元/盒（税后为 44.248 元/盒），与向若羽臣销售的单价一致。因此，报告期内公司采购美迪惠尔品牌产品定价具有公允性。

b. SUP 公司及 JK 公司销售给公司美迪惠尔产品价格与其他客户基本一致

根据对 SUP 公司及 JK 公司的访谈情况，SUP 公司及 JK 公司确认向发行人销售产品价格不存在明显低于或高于同类客户价格的情形，除发行人外其主要客户还包括聚美优品，其与发行人采取 FOB 结算模式，与聚美优品采取 CIF 结算模式，两种模式下美迪惠尔产品最终在中国大陆的落地价格基本一致。

c. 报告期内美迪惠尔品牌毛利率较为稳定

报告期各期美迪惠尔品牌毛利率分别为 25.66%、24.07%及 20.45%，逐年下降但整体较为稳定。

公司与美迪惠尔经销商合作初期美迪惠尔单品销售占比较高，导致其报告期期初毛利率较高，2018 年随着套装组合、礼盒等毛利率较低产品销售占比提升，整体毛利率略有下降，但收入大幅增长；2019 年受其他经销商以较低价格向京东供货影响，美迪惠尔销售收入大幅下降，同时毛利率亦略有下降，报告期各期

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

美迪惠尔毛利率波动合理，具有商业合理性。

d. 美迪惠尔产品收入主要来自于电商平台分销渠道，报告期各期其毛利率与公司电商平台渠道分销业务毛利率基本一致，与公司整体渠道分销业务毛利率不存在显著差异，具有公允性

报告期内公司渠道分销业务包括电商平台分销业务及非电商平台分销业务两种模式。一般情况下公司电商平台毛利率高于非电商平台毛利率，主要系针对电商平台分销业务，除向电商平台销售商品外，公司还需为电商平台提供品牌定位、店铺运营、整合营销、数据挖掘以及供应链管理等运营支持服务，并根据情况承担部分市场推广费用；对非电商平台分销业务，公司一般只负责商品销售，不提供运营服务支持亦不承担市场推广费用，因此，非电商平台分销业务毛利率较低。比如尤妮佳 2018 年及 2019 年电商平台毛利率分别为 19.12%及 27.29%，非电商平台毛利率分别为 2.88%及 4.37%，综合毛利率分别为 14.33%及 15.86%，拉低了渠道分销业务整体毛利率水平。

报告期各期，美迪惠尔产品主要来自于电商平台分销业务，各期占比均超过 99%，非电商平台分销业务占比较小，具体如下：

单位：万元

渠道	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	营业收入	占比	营业收入	占比	营业收入	占比
电商平台	10,948.84	99.69%	17,984.10	99.67%	12,733.35	99.97%
非电商平台	33.66	0.31%	58.71	0.33%	3.33	0.03%
合 计	**10,982.50**	**100.00%**	**18,042.81**	**100.00%**	**12,736.68**	**100.00%**

报告期各期美迪惠尔渠道分销毛利率、电商平台毛利率以及渠道分销整体毛利率对比情况如下：

单位：万元

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率
美迪惠尔	10,982.50	26.02%	20.50%	18,042.81	47.77%	24.45%	12,736.68	52.95%	25.70%

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

项目	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率
电商平台	26,838.33	63.60%	23.88%	32,065.55	84.90%	22.94%	21,242.44	88.30%	24.18%
渠道分销	42,199.97	100.00%	21.38%	37,767.58	100.00%	20.70%	24,056.15	100.00%	23.84%

由上表可知，报告期各期美迪惠尔品牌产品渠道分销毛利率分别为 25.70%、24.45%及 20.50%，电商平台分销毛利率分别为 24.18%、22.94%及 23.88%，美迪惠尔品牌产品毛利率与电商平台分销毛利率基本一致；报告期各期渠道分销毛利率分别为 23.84%、20.70%及 21.38%，美迪惠尔毛利率与公司整体渠道分销业务毛利率不存在显著差异，具有公允性。

具体分析如下：

①美迪惠尔产品电商平台分销毛利率与公司电商平台分销毛利率基本一致

单位：万元

品牌	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率
美迪惠尔	10,948.84	40.80%	20.71%	17,984.10	56.09%	24.88%	12,733.35	59.94%	25.77%
电商平台合计	26,838.33	100.00%	23.88%	32,065.55	100.00%	22.94%	21,242.44	100.00%	24.18%
扣除尤妮佳及思亲肤其他品牌合计	17,519.30	65.28%	22.08%	23,558.8	73.47%	24.42%	20,065.10	94.46%	25.17%

公司采购美迪惠尔产品主要销售给京东自营、唯品会等电商平台，报告期各期美迪惠尔产品在电商平台分销业务的收入分别为 12,733.35 万元、17,984.10 万元及 10,948.84 万元，毛利率分别为 25.77%、24.88%及 20.71%，公司电商平台分销业务整体毛利率分别为 24.18%、22.94%及 23.88%，差异较小。

2017 年及 2018 年美迪惠尔产品在电商平台分销业务毛利率略高于公司电商平台分销业务整体毛利率，主要系 2017 年公司与思亲肤品牌终止合作，清仓库存导致其毛利率仅为 7.24%，拉低了整体毛利率；2018 年公司引入尤妮佳品牌，由于与公司合作前尤妮佳即有较高知名度，公司市场推广投入较少，其毛利率为 19.15%，相对较低，且其销售收入占电商平台分销收入的比例为 26.79%，拉低

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

了电商平台分销业务整体毛利率。扣除尤妮佳及思亲肤影响后，公司电商平台分销业务其他品牌 2017 年及 2018 年毛利率分别为 25.15%及 24.42%，与美迪惠尔电商平台分销毛利率基本一致。

2019 年美迪惠尔产品受面膜市场竞争激烈影响，其电商平台分销毛利率有所下降。同时，2019 年公司与尤妮佳的合作进入稳定期，公司与唯品会就尤妮佳品牌合作条款进行调整，由 2018 年采取佣金扣点的合作条款调整为降低佣金扣点，公司加大在唯品会平台的市场推广费用投入，2019 年尤妮佳毛利率提升至 27.26%，导致电商平台分销毛利率有所提升。

综上，报告期内，美迪惠尔产品电商平台分销毛利率与公司电商平台分销业务整体毛利率基本一致。

②美迪惠尔渠道分销毛利率与渠道分销整体毛利率不存在显著差异

单位：万元

品牌	2019 年度			2018 年度			2017 年度		
	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率	营业收入	占比	毛利率
美迪惠尔	10,982.50	26.02%	20.50%	18,042.81	47.77%	24.45%	12,736.68	52.95%	25.70%
渠道分销合计	42,199.97	100.00%	21.38%	37,767.58	100.00%	20.70%	24,056.15	100.00%	23.84%
扣除尤妮佳及思亲肤后其他品牌合计	23,633.22	56.00%	25.72%	25,588.72	67.75%	23.78%	22,876.92	95.10%	24.70%
扣除 ABC 后其他品牌合计	38,607.36	91.49%	19.03%						

注：尤妮佳包括下属 MOONY、苏菲及妈咪宝贝三个品牌。

报告期各期，美迪惠尔产品渠道分销收入分别为 12,736.68 万元、18,042.81 万元和 10,982.50 万元，毛利率分别为 25.70%、24.45%及 20.50%，公司同期渠道分销业务整体毛利率分别为 23.84%、20.70%及 21.38%，2017 年及 2018 年美迪惠尔渠道分销业务毛利率略高于渠道分销业务整体毛利率，2019 年略低渠道分销渠道毛利率，主要原因如下：

2017 年公司与思亲肤品牌终止合作，清仓库存导致思亲肤毛利率仅为 7.18%，扣除思亲肤后 2017 年渠道分销业务毛利率为 24.70%，与美迪惠尔毛利率差异较小；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2018 年公司引入尤妮佳品牌，尤妮佳因毛利率较低的非电商平台销售占比较高，综合毛利率仅为 14.33%，且尤妮佳销售收入占渠道分销收入的比例为 32.26%，拉低了渠道分销业务整体毛利率，扣除尤妮佳及思亲肤（2018 年收入较少）后 2018 年渠道分销收入毛利率为 23.78%，与美迪惠尔基本一致。

2019 年美迪惠尔受面膜行业竞争激烈影响毛利率有所下降，同时公司 2019 年引入 ABC 品牌，店铺切店期间市场推广费由公司承担，导致其毛利率达到 46.67%，拉高了渠道分销整体毛利率，扣除 ABC 影响后渠道分销毛利率为 19.03%，与美迪惠尔差异较小。

由上述分析可知，美迪惠尔渠道分销毛利率与公司整体渠道分销业务毛利率不存在显著差异。

综上，报告期内公司与 SUP（JK）公司就美迪惠尔产品的定价具有公允性，不存在利益输送的情况。

2. 结合比较案例，说明 SUP(JK)获取代理美迪惠尔产品毛利率及金额情况，相关产品毛利率水平的合理性，是否符合行业特征

由于 SUP 公司系韩国上市公司，需严格履行上市公司信息披露相关规定，因此，SUP(JK)公司未提供其代理美迪惠尔产品毛利率及金额的准确数据。根据对 SUP(JK)公司的访谈情况，其代理美迪惠尔产品总体毛利率为 10%左右，与根据 L&P 公司销售给 SUP(JK)公司的单价、SUP(JK)公司销售给发行人的单价计算的主要产品毛利率差异不大。

SUP(JK)公司代理美迪惠尔产品属于进出口贸易业务，经查询公开数据，国内主要从事进出口贸易业务上市公司毛利率数据如下：

单位：亿元

公司	毛利率			营业收入（进出口贸易）		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
申达股份	4.36%	7.17%	7.09%	61.50	59.76	55.28
上海物贸	5.05%	5.09%	5.80%	72.97	61.86	61.03
弘业股份	4.42%	5.41%	5.59%	25.60	28.04	25.51

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

汇鸿集团	6.16%	4.98%	5.13%	355.78	289.93	368.00
怡亚通	8.08%	7.93%	7.74%	327.12	406.79	401.20

上述公司的进出口贸易业务主要情况如下：

申达股份：进出口业务主要为纺织品进出口贸易，以传统纺织品进出口贸易起家，国内团队在产品采购、跟单、质控、清关、物流集散方面，积累了丰富的行业经验和客户资源。近年来，前端通过美国公司直接向海外市场延伸贸易触角，强化在高端市场的接单能力；后端在柬埔寨设立服装加工基地、在越南设立订单管理办事处，充分利用产业链优势和成本优势，强化在低成本地区的生产供应能力。

上海物贸：进出口业务主要从事汽车贸易、化工等生产资料的批发与零售业务。

弘业股份：贸易业务是成立以来从事的主要业务，业务范围涵盖出口、进口及国内贸易，公司出口贸易主营服装、玩具、渔具等大类产品，进口贸易主营医疗器械、化工等产品。

汇鸿集团：进出口贸易主要包括纺织服装、食品生鲜、再生资源（废纸）、浆纸及绿色板材业务。

怡亚通：380 分销业务包括 380 快消业务、380 家电业务和 380 医疗业务，380 快消业务主要负责快消产品行业的分销业务，主要涉及产品领域包括母婴、日化、食品、酒饮。

SUP(JK)公司代理美迪惠尔产品毛利率约 10%，高于国内主要贸易企业上市公司毛利率水平，主要原因如下：

（1）上述国内贸易类主要上市公司的主要业务为大宗商品贸易，交易规模较大，主要附加值体现在进出口贸易申报、清关及供应链服务等方面，产品附加值较低。SUP(JK)公司代理美迪惠尔、丽得姿等美妆品牌产品，业务规模相对较小，主要附加值体现在下游分销商的筛选与品牌运营，并提供部分营销策划服务，因此附加值相对较高。比如与 SUP(JK)公司代理业务较为接近的怡亚通 380 分销

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

业务，其快消业务主要负责快消产品行业的分销业务，主要涉及产品领域包括母婴、日化、食品、酒饮，其报告期各期毛利率分别为 7.74%、7.93%及 8.08%，明显高于其他公司大宗商品贸易的毛利率水平。

（2）美妆产品是一个高附加值的知识密集型高技术精细化工产品，相较大宗商品，在销售过程中对品牌知名度、市场推广力度依赖较大，产品本身具有较大的增值空间，因此美妆产品经销商的毛利率高于大宗商品经销商具有合理性。

（3）根据中国报告网 2018 年 3 月发布的《2018 年我国化妆品行业毛利率、净利率分析》，化妆品流通环节经销商、电商服务商、终端零售商的毛利率在 25%~45%之间。

报告期各期发行人美迪惠尔品牌毛利率分别为 25.66%、24.07%及 20.45%，考虑 SUP(JK)约 10%的毛利率，京东 6%的毛利扣点，报告期各期美迪惠尔产品通过 SUP(JK)、发行人及京东平台流通环节的合计毛利率分别为 41.66%、40.07%及 36.45%，处于行业可比水平。

综上，SUP(JK)公司代理美迪惠尔产品毛利率处于合理水平，L&P 公司不存在通过 SUP(JK)公司向发行人输送利益的情况。

核查意见：

综上，本所律师认为，发行人向 SUP(JK)公司采购美迪惠尔产品、L&P 公司向 SUP(JK)公司销售美迪惠尔产品定价公允，具有合理性，相关产品具有对应性；SUP(JK)公司获取代理美迪惠尔相关产品毛利率水平具有合理性，符合行业特征。

（三）说明 SUP（JK）获取美迪惠尔产品代理授权以及发行人分销授权的主要约定、涉及平台，SUP（JK）是否具有独家买断代理授权的排他性条款，发行人不直接从 L&P 及其下属公司获取销售授权的原因及合理性；SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌的原因及合理性，SUP 公司转让 JK 公司时的价款、估值及 JK 公司净资产情况，相关数据是否相匹配，是否充分考虑保留美迪惠尔品牌对 JK 公司股权转让价值的影响；发行人未参与收购 JK 公司的原因及合理性

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查程序：

就本题所述事项，本所律师履行了以下核查程序：

1. 查阅 L&P 公司对 SUP（JK）公司关于美迪惠尔产品的授权文件或同意函；

2. 查阅发行人与 SUP（JK）公司关于美迪惠尔产品的业务合作协议；

3. 对 L&P 公司、SUP（JK）公司进行访谈；

4. 查阅韩国律村律师事务所出具的关于 JK 公司以及 SUP 公司的法律意见书；

5. 查阅 SUP 公司关于收购、出售 JK 公司股权的公告；

6. 访谈发行人，了解未参与收购 JK 公司的原因及合理性。

核查内容：

1. 说明 SUP（JK）获取美迪惠尔产品代理授权以及发行人分销授权的主要约定、涉及平台，SUP（JK）是否具有独家买断代理授权的排他性条款

(1) SUP（JK）获取美迪惠尔产品代理授权的主要约定、涉及平台

a. JK 公司

经查阅 L&P 公司授权 JK 公司代理美迪惠尔品牌产品的授权书，关于代理授权的主要约定及涉及的平台具体如下：

主要约定	主要内容
授权渠道	京东（www.jd.com）、唯品会（一般贸易）（www.vip.com）
授权范围	授权 JK 公司在京东、唯品会销售和代理美迪惠尔品牌产品。经 L&P 公司同意后，JK 公司有权授权二级经销商在授权渠道销售美迪惠尔品牌产品，JK 公司及其授权的二级经销商有权在授权渠道合法使用美迪惠尔品牌的商标、LOGO、图片和相关文字，用于其经营和对外宣传、广告投放等。
有效期	（1）京东平台 2015 年 11 月 1 日至 2016 年 10 月 31 日；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主要约定	主要内容
	2016 年 11 月 1 日至 2017 年 10 月 31 日； 2017 年 8 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日； 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日。 （2）唯品会平台 2016 年 10 月 1 日至 2017 年 9 月 30 日； 2017 年 8 月 1 日至 2017 年 12 月 31 日； 2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日；
是否具有独家授权	不具有独家买断代理授权的排他性条款

根据对 L&P 公司及 JK 公司的访谈情况，JK 公司于 2014 年 12 月与 L&P 公司对接美迪惠尔品牌合作，并于 2015 年 1 月取得美迪惠尔品牌向聚美优品分销的授权。L&P 公司及 JK 公司未提供聚美优品渠道 L&P 公司对 JK 公司的授权文件。

经查阅 L&P 公司与 JK 公司关于美迪惠尔产品的授权书、韩国律村律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师与 JK 公司访谈确认，L&P 公司对 JK 公司关于代理美迪惠尔品牌产品的授权为一般授权，双方并未约定 JK 公司享有独家买断代理权。

b. SUP 公司

经查阅 L&P 公司出具的关于同意其授权经销商 SUP 公司授权发行人代理美迪惠尔品牌产品的同意函，关于代理授权的主要约定、涉及平台如下：

主要约定	主要内容
授权渠道	京东（www.jd.com）、唯品会（www.vip.com）
授权范围	同意 SUP 公司在其所取得的授权渠道，授权期限范围内，授权若羽臣销售美迪惠尔产品，并可在授权渠道合法使用美迪惠尔品牌的商标、LOGO、图片和相关文字，用于其经营和对外宣传、广告投放等。
有效期	2017 年 11 月 17 日至 2017 年 12 月 31 日；

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

主要约定	主要内容
	2018 年 1 月 1 日至 2018 年 4 月 30 日； 2018 年 5 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日； 2019 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日； 2020 年 1 月 1 日至 2020 年 8 月 31 日。
是否具有独家授权	不具有独家买断代理授权的排他性条款

经 L&P 公司出具的关于同意其授权经销商 SUP 公司授权发行人代理美迪惠尔品牌产品的同意函、韩国律村律师事务所出具的法律意见书，并经本所律师与 SUP 公司访谈确认，L&P 公司对 SUP 公司关于代理美迪惠尔品牌产品的授权为一般授权，双方并未约定 JK 公司享有独家买断代理权。

(2) SUP（JK）公司对发行人分销授权的主要约定、涉及平台

经查阅报告期内发行人与 SUP（JK）公司关于美迪惠尔品牌产品的《合作合同》，关于对发行人分销授权的主要约定及涉及平台具体如下：

主要约定	主要内容
合约平台	京东平台（www.jd.com）、唯品会平台（www.vip.com）
授权范围	SUP（JK）公司授权若羽臣成为美迪惠尔品牌商品在合约平台的唯一授权代理商，并承诺在合同有效期内不再以任何形式进入合约平台，包括但不限于进行授权、批发、零售等经营行为；公司通过经 SUP（JK）授权的合约平台销售美迪惠尔品牌商品，公司同时成为美迪惠尔品牌商品的推广者并以推广该品牌商品为目的使用品牌产品的商标，公司可由此获取合法的经营利润。
有效期	2017 年 1 月 1 日至 2018 年 8 月 31 日； 2018 年 9 月 1 日至 2019 年 8 月 31 日； 2019 年 9 月 1 日至 2020 年 8 月 31 日。

2. 发行人不直接从 L&P 及其下属公司获取销售授权的原因及合理性

2017 年及 2018 年发行人未直接从上海玲肤或 L&P 公司采购而向 SUP（JK）公司采购具有商业合理性，主要原因包括：（1）美迪惠尔品牌在中国众多渠道采用代理商模式开展业务；（2）SUP（JK）公司与发行人合作前已是 L&P 公司重

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

要的代理商；（3）SUP（JK）公司丰富的韩国知名品牌资源亦有利于发行人未来品牌拓展；（4）发行人与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作前已建立良好合作关系；（5）发行人向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式。具体如下：

(1) 报告期内美迪惠尔品牌在中国主要渠道采用代理商模式开展业务

根据对 L&P 公司及上海玲肤的访谈情况，报告期内 L&P 公司对于中国主要渠道采用代理商模式开展业务，主要原因包括：1）代理商模式下，L&P 公司销售发生于韩国境内，不涉及出口、报关等环节，效率更高；2）相比 L&P 公司，JK 公司等代理商拥有经验丰富的韩国运营团队，能够和渠道方的中国运营团队相结合从而更加有效促进产品销售效果；3）L&P 公司产品销售覆盖区域遍及全球众多地区，而 L&P 公司暂无足够的人员和能力覆盖其他国家和地区销售。除网易考拉渠道为直接签约外，L&P 公司与其他电商平台均通过授权经销商运营，例如 L&P 公司与唯品会海淘平台通过经销商 TCA 公司合作。

根据对 L&P 公司及上海玲肤的访谈情况并经核查，L&P 公司成立子公司上海玲肤的最初目的系建立中国办事处，便于其办理产品在中国境内销售所需的备案等程序。2017 年之前，对于中国业务拓展主要由 L&P 公司韩国总部进行处理决策，同时上海玲肤亦通过调研、试销等方式逐步积累中国市场运营经验。2017 年之后，鉴于上海玲肤已具备更加迅速有效应对中国市场变化及发展趋势的运营能力，美迪惠尔品牌的中国区域线下业务和部分线上业务决策开始由上海玲肤完成。随着上海玲肤业务不断发展，目前，上海玲肤已从代理商处全面收回中国区域渠道管理权，并就唯品会渠道与发行人开展直接合作，同时 2020 年起发行人亦不再与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作。

(2) SUP（JK）公司与发行人合作前，已是 L&P 公司主要的代理商，可为发行人提供有利的合作条件

SUP（JK）公司于 2014 年 12 月与 L&P 公司对接美迪惠尔品牌，并于 2015 年 1 月取得美迪惠尔品牌向聚美优品分销的授权，而发行人与 SUP（JK）公司建立合作开始于 2015 年 9 月，在发行人与 SUP（JK）公司建立合作前 SUP（JK）

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

公司已成为 L&P 公司主要的代理商，并已掌握了美迪惠尔品牌多个中国市场重要渠道代理权，包括京东、唯品会及聚美优品等渠道。同时 SUP（JK）公司向发行人供货价格相比品牌方直供并无明显差异，2019 年发行人分别向上海玲肤及 SUP(JK)公司采购的同类产品的单价分别为 44.248 元/盒(不含税)和约 44.250 元/盒（不含税），且 SUP（JK）公司能向公司提供 45 天账期，有利于发行人提高资金使用效率。

(3) SUP（JK）公司丰富的韩国知名品牌资源有利于发行人未来品牌拓展

根据 SUP 公司官方网站（www.supexbnp.com），其业务包括四大领域，分别为流通业务、PCB 生产自动化设备、环保再生、医药与生物科技，其中流通业务主要包括化妆品流通业务及折扣卖场业务，其中化妆品流通业务主要定位于将韩国优秀产品流通销售至韩国及海外各国家及地区。除美迪惠尔品牌外，SUP（JK）公司合作品牌还包括高丽雅娜、丽得姿、思亲肤、Holika Holika 等多个化妆品品牌，具备丰富的品牌资源，与 SUP（JK）公司合作有利于公司进一步拓展韩国优质品牌合作机会。

(4) 发行人与 SUP（JK）公司就美迪惠尔品牌开展合作前已建立良好合作关系

发行人与 JK 公司于 2015 年 9 月建立合作关系，主要合作品牌为思亲肤，基于公司在京东、唯品会等电商平台为思亲肤品牌提供的专业运营服务以及公司与京东及唯品会等电商平台的长期稳定合作关系，思亲肤品牌产品销量态势良好，公司与 JK 公司亦因此建立了良好的合作关系。

2015 年 11 月、2016 年 10 月，鉴于 JK 公司先后取得美迪惠尔品牌在京东、唯品会平台分销授权后，不具备向该渠道供货同时提供专业运营服务的能力，JK 公司和发行人就美迪惠尔品牌达成合作，由发行人向京东自营、唯品会供货并提供配套的电子商务综合服务。

(5) 发行人向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式

发行人向代理商采购商品而非直接向品牌方采购系行业惯常商业模式之一，报告期各期发行人前十大供应商中代理商类型的供应商采购金额占比分别达

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

56.56%、42.82%和 21.13%，包括 Sanosan/哈罗闪、Kracie/肌美精、贝博士、新谷酵素、Vape 等品牌。同时根据公开披露信息，丽人丽妆电商零售业务商品采购方亦包括品牌方的代理商。

综上，发行人 2017 年及 2018 年未直接从 L&P 公司及其下属公司上海玲肤采购而向 SUP（JK）公司采购具有商业合理性。

3. SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌的原因及合理性，SUP 公司转让 JK 公司时的价款、估值及 JK 公司净资产情况，相关数据是否相匹配，是否充分考虑保留美迪惠尔品牌对 JK 公司股权转让价值的影响

(1) SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌的原因及合理性

根据对 SUP 公司的访谈情况并经查阅 SUP 公司的公告信息，SUP 公司于 2016 年 7 月将 JK 公司收购为控股子公司，为改善公司的财务结构，于 2018 年 8 月转让对 JK 公司的控股权。SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌具有合理性，其主要原因为：①SUP 公司控股 JK 公司期间，JK 公司主要负责化妆品业务，SUP 公司主要负责 PCB 制造自动化设备业务和服装流通业务，自 2017 年下半年开始，SUP 公司亦开始从事化妆品业务，并于 2017 年 9 月开始与 L&P 公司合作，取得美迪惠尔品牌产品的授权，并逐步将 JK 公司的美迪惠尔业务转由 SUP 公司承接；②JK 公司并非 SUP 公司的全资子公司，其由于自身资金紧张，而 L&P 公司要求经销商预付货款后方可发货，JK 公司继续与 L&P 公司开展业务存在较大压力，因此由 SUP 公司承接部分化妆品业务；③在出售 JK 公司控股前，SUP 公司代理美迪惠尔品牌产品产生了较高的收益，SUP 公司拟持续从事化妆品业务，同期代理的其他化妆品品牌包括丽得姿等；④SUP 公司于 2018 年 8 月转让 JK 公司的控股权时，SUP 公司与品牌方 L&P 公司已建立稳定、良好的合作关系，不存在任何一方拟终止合作的情形。

(2) SUP 公司转让 JK 公司时的价款、估值及 JK 公司净资产情况

经查阅 SUP 公司关于出售 JK 公司股权的公告，并根据对 SUP 公司的访谈情况，SUP 公司出售 JK 公司股权时的价款、对 JK 公司的整体估值及 JK 公司出

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

售前最近一期的净资产情况如下：

单位：人民币/万元

转让价款	转让股份	对 JK 公司的整体估值	JK 公司出售前最近一期净资产 2017.12.31
2,867.0229	61,200 股	5,621.6136	4,677.48

注：以上金额系按照 2018 年韩币对人民币的平均汇率 0.0061 计算。

根据对 SUP 公司的访谈、确认，SUP 公司转让 JK 公司 51%股权的价格系基于对 JK 公司的整体估值确定，与 JK 公司截至 2017 年 12 月 31 日的净资产相匹配；转让时，已充分考虑 SUP 公司保留美迪惠尔品牌对 JK 公司股权转让价值的影响，转让价格公允、合理。

4. 发行人未参与收购 JK 公司的原因及合理性

根据对发行人的访谈情况，发行人未参与收购 JK 公司具有商业合理性，其主要原因具体如下：

(1) 报告期内，发行人与 SUP 公司、JK 公司合作的主要品牌为美迪惠尔，SUP 公司出售 JK 公司的股权时，美迪惠尔品牌产品业务已由 SUP 公司与发行人合作，且 SUP 公司享有品牌方 L&P 公司的合法授权，JK 公司关于美迪惠尔品牌产品的授权于 2018 年 4 月已经到期，因此发行人没有收购 JK 公司的必要。

(2) 收购 JK 公司与发行人的战略发展目标、商业运作模式亦不符。发行人自设立以来的主营业务一直系为品牌方或其代理商提供电子商务综合服务，与品牌方或其代理商系业务合作关系。

(3) 发行人亦不知悉 SUP 公司出售 JK 公司股权的计划。发行人与 SUP 公司、JK 公司之间仅存在业务关系，不存在任何关联关系，且 SUP 公司是韩国上市公司，在发布关于转让 JK 公司股权的公告前，该信息属于保密信息，发行人对此并不知悉。

因此，发行人未参与收购 JK 公司具有合理性。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查意见：

综上，本所律师认为：（1）报告期内，L&P 公司对 SUP 公司、JK 公司关于代理美迪惠尔品牌产品的授权为一般授权，双方未约定 SUP 公司、JK 公司享有独家买断代理权；（2）发行人 2017 年、2018 年未直接从 L&P 公司及其下属公司获取销售授权具有商业合理性；（3）SUP 公司转让 JK 公司后保留美迪惠尔品牌具有商业合理性，SUP 公司转让 JK 公司股权的价格与 JK 公司被出售前最近一期的净资产相匹配，已充分考虑保留美迪惠尔品牌对 JK 公司股权转让价值的影响；（4）发行人未参与收购 JK 公司具有商业合理性。

（四）说明除 SUP（JK）公司外，L&P 公司对于美迪惠尔产品是否还存在其他代理商，如是，请说明各代理商的代理销售情况；结合美迪惠尔产品代理情况，进一步说明发行人申报材料中所称“2019 年较 2018 年关迪惠尔产品收入下降主要因其他经销商以较低价格向京东供货”的理由是否充分、合理

核查程序：

1. 访谈 L&P 公司及上海玲肤；

2. 网络；检索查询美迪惠尔品牌在国内主要电商平台的店铺信息；

3. 查阅公司报告期内销售明细；

4. 查看京东平台美迪惠尔自营官方旗舰店的消费者评论；

5. 访谈公司高级管理人员。

核查内容：

1. 说明除 SUP(JK)公司外，L&P 公司对于美迪惠尔产品是否还存在其他代理商，如是，请说明各代理商的代理销售情况

除 SUP（JK）公司外，L&P 公司对于美迪惠尔产品还存在多个其他代理商，各主要代理商占 L&P 公司的销售比例情况如下：

单位：万元

代理商	2019 年	2018 年	2017 年

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

	销售金额	占比	销售金额	占比	销售金额	占比
代理商 A	13,739.24	13.1%	12,591.86	6.7%	22,444.29	11.9%
SUP（JK）	3,565.91	3.4%	15,410.94	8.2%	7,167.08	3.8%
代理商 B	209.76	0.2%	3,382.89	1.8%	6,978.48	3.7%
代理商 C	-734.16	-0.7%	16,914.44	9.0%	10,373.41	5.5%
其他	88,098.93	84.0%	139,638.11	74.3%	141,644.21	75.1%
总计	**104,879.68**	**100.0%**	**187,938.24**	**100.0%**	**188,607.48**	**100.0%**

注：数据系 L&P 公司邮件提供，其中代理商 A 韩文名为“뮤티시그널”，代理商 B 韩文名为“에이원코스”，代理商 C 韩文名为“팜퍼스트래이딩”。

报告期各期，除 SUP（JK）公司外，L&P 公司还包括多个其他代理商，其中 SUP（JK）公司占 L&P 公司的销售比例分别为 3.8%、8.2%和 3.4%，整体占比较低。

2. 结合美迪惠尔产品代理情况，进一步说明发行人申报材料中所称“2019 年较 2018 年美迪惠尔产品收入下降主要因其他经销商以较低价格向京东供货”的理由是否充分、合理

发行人与京东的合同未约定发行人独家供货条款，在美迪惠尔品牌其他国内代理商资源较多的情况下，京东平台能够获取其他美迪惠尔品牌供应商资源；同时京东平台与发行人协商降价期间未向发行人采购，但其美迪惠尔店铺依然正常经营；且 2019 年第三季度京东平台美迪惠尔自营店评价区部分消费者上传的评价图片中产品标签显示其他经销商信息，说明京东此前已通过其他经销商采购美迪惠尔产品，因此“其他经销商以较低价格向京东供货”的描述具有充分合理依据。

(1) 发行人与京东的合同未约定发行人独家供货条款，在美迪惠尔品牌其他国内代理商资源较多的情况下，京东平台能够获取其他美迪惠尔品牌供应商资源

根据发行人与京东签订的业务合同，双方未约定由发行人向京东独家供货的条款。而美迪惠尔品牌除 SUP（JK）公司外还有其他中国市场代理商，包括天猫国际美迪惠尔海外旗舰店代理商 Dream Union Limited、聚美优品美迪惠尔官

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

方旗舰店代理商 Choosing Co,. Ltd 等，因此，在美迪惠尔品牌其他国内代理商资源较多的情况下，京东平台能够获取其他美迪惠尔品牌供应商资源。

(2) 京东平台与发行人协商降价期间未向发行人采购，但其美迪惠尔店铺依然正常经营

京东平台曾于 2019 年上半年与发行人邮件沟通，提出美迪惠尔品牌降价要求，而公司与京东平台美迪惠尔品牌合作最早开始于 2015 年末，此前京东平台从未向发行人就美迪惠尔品牌供货价格提出降价要求，亦未曾向公司提出其他品牌供货降价要求。京东平台与发行人协商供货价格期间未向公司采购美迪惠尔品牌产品，而京东平台美迪惠尔品牌产品销售活动依然正常开展，为保证店铺正常经营销售，则京东在该期间向其他供应商以更低价格采购货品，具有商业合理性。

(3) 2019 年第三季度京东平台美迪惠尔自营店评价区部分消费者上传的评价图片中产品标签显示其他经销商信息

进口产品国内销售需粘贴中文标签，内容一般包含产品名称、原料、国内经销商等信息。对于公司向京东供应的美迪惠尔品牌产品，标签中列示的经销商名称一般为发行人或其子公司名称。而 2019 年第三季度京东平台美迪惠尔自营店评价区部分消费者上传的评价图片中产品标签显示经销商为“舟山科纳电子商务有限公司”，该部分产品系京东向其他供应商采购。

核查意见：

经核查，发行人律师认为，除 SUP（JK）公司外，L&P 公司对于美迪惠尔产品还存在多个其他代理商，其他经销商以较低价格向京东供货的披露内容具有充分合理依据。

（五）说明 SUP（JK）公司在业务合作期间及 JK 股权转让后两家公司的具体股东、股权及实际控制人、主要高管情况，相关自然人股东及实际控制人是否存在中国籍和华裔情形，如存在请具体说明，上述股东及人员是否存在同发行人及实际控制人与亲属存在关联关系的情形

核查程序：

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

1. 2019 年 4 月 18 日对 JK 公司及 SUP 公司进行实地走访及访谈；2020 年 6 月 14 日以视频方式访谈 JK 公司及 SUP 公司相关人员；

2. 查阅韩国律村律师事务所出具关的于 JK 公司以及 SUP 公司的法律意见书；

3. 登录韩国金融监督院网站（http://www.fss.or.kr/fss/kr/main.html）查询系统（http://dart.fss.or.kr/dsab001/main.do?autoSearch=true#）查阅 SUP 公司公开披露的信息；

4. 查阅发行人主要股东、董事、监事及高级管理人员填写的调查问卷及对其访谈；

5. 发行人就与 JK 公司、SUP 公司的实际控制人、高级管理人员不存关联关系出具的确认。

核查内容：

1. JK 公司的股东、股权及实际控制人、主要高管情况

(1) 业务合作期间及 JK 公司股权转让后，JK 公司的股东、股权情况

经核查，发行人与 JK 公司的合作关系建立于 2015 年 9 月，终止于 2018 年 8 月。根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，JK 公司自 2016 年 7 月至 2018 年 8 月期间系韩国上市公司 SUP 公司（股票代码：058530）控股的企业。

经与韩国律师确认，公开网站无法查询到韩国非上市公司的股东信息。根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，发行人与 JK 公司业务合作期间及 SUP 公司将 JK 公司控股权转让后，JK 公司的主要股东如下：

期间	股权情况		国籍
	股东名称	持股比例	
JK 公司被 SUP 公司收购前最后时点	Woo Hyun-Joo、Yoon Hae-Seong、Yoon Yui-Seok、Jeong Koo-Hoon、Kim Seon-Young、Park Seon-Young	根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，查询不到该时点的股权比例	韩国

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

2016.07.25-2018.08.03	SUP 公司	51%	韩国
	Yoon Yui-Seok	23.50%	韩国
	Jeong Koo-Hoon	8.50%	韩国
	Kim Seon-Young	8.50%	韩国
	Park Seon-Young	8.50%	韩国
2018.08.04-2019.03.29	JJC Holdings Co., Ltd	49.00%	韩国
	Yoon Yui-Seok	23.5%	韩国
	Jeong Koo-Hoon	8.50%	韩国
	Kim Seon-Young	8.50%	韩国
	Park Seon-Young	8.50%	韩国
	Choi Lak-Joo	2.00%	韩国

根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，并经与韩国律师确认，查询不到上述自然人股东是否属于华裔的信息。

(2) 业务合作期间及 JK 公司股权转让后的实际控制人、主要高管

根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，无法查询到 JK 公司的主要高管信息，仅可以查询到董事信息；发行人与 JK 公司业务合作期间及 SUP 公司将 JK 公司控股权转让后，JK 公司的实际控制人、代表董事及其他董事情况如下：

期间	人员		国籍
2015.09-2016.07	实际控制人	根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，查询不到 SUP 公司收购 JK 公司前，JK 公司的实际控制人信息	——
	代表董事	Yoon Yui-Seok	韩国
	其他董事	Yoon Hae-Seong(2016 年 7 月 19 日卸任)	韩国
		Jeong Koo-Hoon(2016 年 7 月 19 日卸任)	韩国
2016.08-2017.07	实际控制人	控股股东为 SUP 公司	韩国
	代表董事	Yoon Yui-Seok	韩国
	其他董事	Yang Seung-Tae(2016 年 7 月 19 日就任，2017 年 4 月 5 日卸任)	韩国
		Lee Nam-Wook(2016 年 7 月 19 日就任，2017 年 4 月 5 日卸任)	韩国

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	人员		国籍
		Cho Yoon-Seo(2017 年 4 月 5 日就任，2017 年 9 月 6 日卸任)	韩国
		Park Il-Hong(2017 年 4 月 5 日就任，2017 年 9 月 6 日卸任)	韩国
		Jeong Koo-Hoon(2017 年 4 月 5 日就任)	韩国
		Yoon Hae-Seong(2017 年 4 月 5 日就任)	韩国
2017.08-2018.07	实际控制人	控股股东为 SUP 公司	韩国
	代表董事	Yoon Yui-Seok(2018 年 8 月 16 日卸任)	韩国
	其他董事	Jeong Koo-Hoon	韩国
		Yoon Kang-Hyuck(2017 年 12 月 12 日就任)	韩国
		Jang Jae-Myoung(2017 年 12 月 12 日就任)	韩国
		Jeong Kyung-Jin(2017 年 12 月 12 日就任)	韩国
		Yoon Hae-Seong	韩国
		Jeong Kyu-Young(2017 年 12 月 12 日就任)	韩国
2018.08-2019.07	实际控制人	根据 SUP 公司的公告，SUP 公司将对 JK 公司的控股权转出后，JK 公司的第一大股东为 JJC Holdings Co., Ltd，持股 49%	——
	代表董事	Kim Dae-Cheol (2018 年 8 月 16 日就任）	韩国
	其他董事	Yoon Yui-Seok(2018 年 11 月 1 日卸任)	韩国
		Jeong Koo-Hoon(2018 年 10 月 31 日卸任)	韩国
		Yoon Hae-Seong(2018 年 11 月 1 日卸任)	韩国
		Jeong Kyu-Young(2018 年 8 月 16 日卸任)	韩国
		Yoon Kang-Hyuck	韩国
		Jang Jae-Myoung	韩国
		Jeong Kyung-Jin	韩国
		Kim Seon-Young(2019 年 1 月 2 日就任)	韩国
		Jeong Ki-Soo(2019 年 1 月 2 日就任)	韩国

根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，并经与韩国律师确认，查询不到上述自然人是否属于华裔的信息。

2. SUP 公司的股东、股权及实际控制人、主要高管情况

经核查，发行人与 SUP 公司的合作关系建立于 2017 年 9 月，截至本补充法律意见书出具之日，双方仍在合作。双方合作期间，SUP 公司（原名为 Creaplanet Co., Ltd）系一家韩国证券交易所上市公司，股票代码为 058530。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

(1) 业务合作期间，SUP 公司持股 5%以上的股东、股权情况

经登录韩国金融监督院网站（http://www.fss.or.kr/fss/kr/main.html）查询系统（http://dart.fss.or.kr/dsab001/main.do?autoSearch=true#）查阅 SUP 公司公开披露的信息，并根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，截至 2020 年 3 月 31 日，SUP 公司与发行人合作期间，SUP 公司的第一大股东一直系株式会社 F.O.I（其原名为株式会社 Trident），株式会社 F.O.I 持股比例大于 5%，其他股东均持股 5%以下。具体情况如下：

期间	股权情况		国籍
	持股 5%以上股东名称	持股比例	
截至 2017 年 12 月 31 日	株式会社 F.O.I	7.26%	韩国
截至 2018 年 12 月 31 日	株式会社 F.O.I	12.69%	韩国
截至 2019 年 12 月 31 日	株式会社 F.O.I	7.23%	韩国
截至 2020 年 3 月 31 日	株式会社 F.O.I	6.76%	韩国

根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，截至 2019 年 12 月 31 日，株式会社 F.O.I 的第一大股东为 Yoon Kang-Hyuck,持股 50%。

(2) 业务合作期间，SUP 公司的实际控制人、主要高管

经登录韩国金融监督院网站（http://www.fss.or.kr/fss/kr/main.html）查询系统（http://dart.fss.or.kr/dsab001/main.do?autoSearch=true#）查阅 SUP 公司公开披露的信息，并根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，无法查询到 SUP 公司的实际控制人及主要高管信息，仅可以查询到董事信息；SUP 公司与发行人合作期间，SUP 公司代表董事一直系 Yoon Kang-Hyuck（韩国籍），第一大股东一直系株式会社 F.O.I，SUP 公司的其他董事情况具体如下：

期间	人员		国籍
2017.09-2017.12	其他董事	Im Byeong-Jin（2017 年 3 月 31 日就任）	韩国
		Kim Kon-Soo(2017 年 5 月 30 日就任)	
		Park Dong-Kyu(2017 年 8 月 4 日就任)	韩国
		Jeong Kyu-Young(2017 年 8 月 4 日就任)	韩国
2018.01-2018.12	其他董事	Im Byeong-Jin(2018 年 5 月 4 日卸任)	韩国
		Kim Kon-Soo	韩国

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

期间	人员		国籍
		Park Dong-Kyu(2018 年 4 月 19 日卸任)	韩国
		Jeong Kyu-Young(2018 年 8 月 8 日卸任)	韩国
		Jang Jae-Myoung(2018 年 3 月 30 日就任)	韩国
		Jeong Kyoung-Jin(2018 年 3 月 30 日就任)	韩国
		Park Hyun-Tae(2018 年 3 月 30 日就任)	韩国
		Lee Yong-Woo (2018 年 3 月 30 日就任，2018 年 8 月 8 日卸任)	韩国
		Kim Han-Kook (2018 年 6 月 5 日就任)	韩国
		Li Jin Dong (2018 年 6 月 5 日就任)	澳大利亚
2019.01- 2019.12	其他董事	Kim Kon-Soo	韩国
		Jang Jae-Myoung	韩国
		Jeong Kyoung-Jin	韩国
		Park Hyun-Tae	韩国
		Kim Han-Kook	韩国
		Li Jin Dong	澳大利亚
		Heo Kyoung-Seok(2019 年 3 月 29 日就任)	韩国
2020.01- 2020.06	其他董事	Kim Kon-Soo(2020 年 5 月 30 日任期期满)	韩国
		Jang Jae-Myoung	韩国
		Jeong Kyoung-Jin	韩国
		Park Hyun-Tae	韩国
		Kim Han-Kook	韩国
		Li Jin Dong	澳大利亚
		Heo Kyoung-Seok	韩国

根据韩国律村律师事务所出具的法律意见书，并经与韩国律师确认，查询不到上述自然人是否属于华裔的信息。

3. 发行人及实际控制人、亲属与上述人员不存在关联关系

根据发行人及其实际控制人出具的说明，并经本所律师查阅发行人实际控制人、主要股东、董事、监事、管理管理人员出具的关联关系调查问卷，对发行人、JK 公司、SUP 公司访谈，发行人与 SUP 公司、JK 公司合作期间及 JK 股权转让后，发行人及其实际控制人、亲属与 JK 公司的股东、SUP 公司的主要股东、JK 公司、SUP 公司的实际控制人、董事及主要高管之间均不存在关联关系。

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn

核查结论：

经核查，本所律师认为，与 SUP（JK）公司业务合作期间及 JK 公司股权转让后，SUP 公司的主要股东及 JK 公司的股东不存在中国籍的情形；发行人及其实际控制人、亲属与 JK 公司的股东、SUP 公司的主要股东、SUP（JK）公司的实际控制人、董事及主要高管之间均不存在关联关系。

（以下无正文）

本补充法律意见书一式三份，经本所盖章并由负责人及经办律师签字后生效。

cninf 巨潮资讯
www.cninfo.com.cn

本页无正文，为《北京市中伦律师事务所关于广州若羽臣科技股份有限公司首次公开发行股票并上市的补充法律意见书（九）》的签章页。

北京市中伦律师事务所

负责人：

张学兵

经办律师：

全　奋

程俊鸽

程俊鸽

2020年6月28日

cninf 巨潮资讯 www.cninfo.com.cn