

湖南华凯文化创意股份有限公司
关于发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资
产并募集配套资金暨关联交易申请文件一次反馈
意见中有关财务事项的说明

大华核字[2020]000008 号

大华会计师事务所(特殊普通合伙)

Da Hua Certified Public Accountants (Special General Partnership)

湖南华凯文化创意股份有限公司

关于发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产并 募集配套资金暨关联交易申请文件一次反馈意见中有关财 务事项的说明

目 录 页 次

一、	关于发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产 并募集配套资金暨关联交易申请文件一次反馈意见中 有关财务事项的说明	1-192
----	---	-------

湖南华凯文化创意股份有限公司

关于发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产
并募集配套资金暨关联交易申请文件一次反馈意见中
有关财务事项的说明

大华核字[2020]000008 号

中国证券监督管理委员会：

由湖南华凯文化创意股份有限公司转来的贵会 2019 年 11 月 12 日签发的《中国证监会行政许可项目审查一次反馈意见通知书》（192691 号，以下简称“反馈意见”）奉悉。我们已对反馈意见所提及的财务事项进行了审慎核查，现汇报如下：

注：本说明除特别说明外所有数值保留 2 位小数，若出现总数与各分项数值之和尾数不符的情况，均为四舍五入原因造成。

问题 2、申请文件显示，上市公司主要经营文化创意产业，为城市展览馆等多馆合一的文化中心或文化综合体空间环境提供整体解决方案。通过本次交易，上市公司新增跨境出口电商业务。请你公司：1）结合上市公司实际控制人、管理团队的经历和背景，交易完成后标的资产董事会、管理层的相关人员安排，补充披露本次重组后上市公司对标的资产进行整合及管控的相关措施及其可实现性。2）补充披露本次交易在业务、资产、财务、人员、机构等方面的具体整合计划、整合风险和应对措施。3）补充披露标的资产与上市公司现有主营业务有无协同效应及其具体体现。4）结合财务数据补充披露本次交易完成后，上市公司主营业务构成、

经营发展战略和业务管理模式以及本次交易是否会导致上市公司主营业务发生变化。请独立财务顾问、会计师和律师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合上市公司实际控制人、管理团队的经历和背景，交易完成后标的资产董事会、管理层的相关人员安排，补充披露本次重组后上市公司对标的资产进行整合及管控的相关措施及其可实现性。

（一）上市公司实际控制人、管理团队的经历和背景

上市公司实际控制人、管理团队具有丰富的企业管理、财务管理和项目管理等方面的经验，具体经历和背景如下：

姓名	职务	个人简历
周新华	实际控制人、董事长、总经理	1968 年生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，湖南大学 EMBA。华凯创意创始人、董事长、总经理，湖南华凯数字系统工程有限公司执行董事兼总经理，上海华凯展览展示工程有限公司执行董事，湖南神来科技有限公司执行董事，兼任长沙市政府浏阳河文化旅游产业带顶层设计专家、长沙市工商联副主席、长沙市文化创意产业协会会长、湖南省文化基金会副主席、IAI 亚太设计师联盟大中华区理事会常务理事。
王安祺	董事、董事会秘书	1978 年生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，中南大学 EMBA，曾任张家界旅游开发股份有限公司董秘办主任、董事会秘书、常务副总裁；现任华凯创意董事、副总经理兼董事会秘书。
李忠莲	董事、副总经理、财务总监	1969 年生，中国国籍，无境外永久居留权，毕业于湖南省粮食学校财会专业，曾任深圳钜富公司会计主管，湖南省忘不了服饰有限公司财务经理；现任华凯创意董事、副总经理兼财务总监。
周凯	董事、副总经理	1979 年生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员，大专学历，曾任长沙双鹤医药有限责任公司采购部副总，现任华凯创意董事、副总经理，上海华凯展览展示工程有限公司监事。
周晓军	董事	1971 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，中共党员。1995 年毕业于湖南大学（原湖南财经学院）金融核算专业，经济

姓名	职务	个人简历
		学学士。先后担任湖南商务职业技术学院讲师，现代投资股份有限公司控股子公司湖南安迅投资发展有限公司副总经理、总经理等职。现担任深圳达晨财智管理公司湖南分公司总经理、中惠旅智慧景区管理股份有限公司董事、深圳市校管家教育科技有限公司董事、华凯创意董事。
彭红业	董事	1965 年生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，全国注册电气工程师、高级工程师。曾任长沙市规划设计院有限责任公司总工办主任、华凯创意监事，现任华凯创意董事、湖南神来科技有限公司总经理。
李宇	副总经理	1978 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历，湖南商学院工商管理本科在读。曾任北京龙之脊图书有限公司省级市场负责人。现任华凯创意事业二部总经理。
常夸耀	副总经理	1970 年生，中国国籍，无境外永久居留权，研究生学历。曾任长沙电视政法频道、湖南卫视记者、制片人，长沙商贸旅游职业技术学院副教授、会展专业带头人；现任华凯创意副总经理、上海华凯展览展示工程有限公司总经理。
吴启	副总经理	1976 年生，中国国籍，无境外永久居留权，大专学历。曾任湖南建工集团装饰工程有限公司质安总监；现任华凯创意副总经理。
王芳	副总经理	1971 年生，中国国籍，无境外永久居留权，湖南大学 MBA。曾任宁乡县粮食局会计、深圳米多米皮具贸易有限公司办公室主任；现任华凯创意行政管理中心负责人、副总经理。

（二）交易完成后标的资产董事会、管理层的相关人员安排

根据上市公司与交易对方签署的《资产购买协议》，本次交易完成后，标的公司的董事会、管理层的相关安排及治理结构约定如下：

1、本次交易完成后，标的公司设董事会，由 5 名董事组成，其中上市公司有权委派 3 名董事，南平芒励多有权委派 1 名董事，南靖超然有权委派 1 名董事，董事长由周新华担任；若标的公司董事会人数拟发生变化，上市公司均有权向标的公司委派占董事会人数半数以上（不含半数）的董事；标的公司不设监事会，设监事 1 名，由上市公司指派；标的公司设总经理 1 名，由胡范金担任，法定代表人由总经理担任，设财务总监 1 名，由上市公司指派，其余高级管理人员维持不变。

2、本次交易完成后，标的公司应建立符合上市公司控股子公司定位的治理

结构，按照深交所关于上市公司治理的规范性文件修订公司章程、制定董事会议事规则和信息披露管理制度，并配合上市公司进行投资者关系管理活动。标的公司的下述事项须经标的公司董事会决议后方可实施：（1）任何关联交易、对外融资、对外担保、抵押或设定其他负担、提供财务资助、赠与；（2）购买、出售、处分目标公司的资产、债权债务、债务重组事宜（日常经营性业务除外）；（3）股利分配、除财务总监外高管聘任、组织架构调整、高级管理人员薪酬激励。

如依据法律法规、规范性文件或上市公司章程规定，前述事项或其交易金额达到上市公司董事会或股东大会审议标准，则相关事项须提交上市公司董事会或股东大会进行审议。

3、上市公司同意在业绩承诺期内不干预标的公司的经营管理，充分授权标的公司现有高管团队进行公司经营决策、业务发展和运作，标的公司在遵循上市公司公司章程及子公司管理制度等相关涉及上市公司规范管理及合规运作的制度前提下，独立核算，自主经营。

（三）本次重组后上市公司对标的资产进行整合及管控的相关措施及其可实现性

上市公司实际控制人及核心管理团队包括具有企业集团管理、公司治理、财务管控、资本市场运作等方面背景和丰富经验的专业人才。董事长兼总经理周新华在企业集团管理、战略制定、组织建设及人才培养等方面具有丰富的管理实践。董事、董事会秘书王安祺及副总经理、财务总监李惠莲女士均有丰富的公司治理、资本运作、财务整合、并购重组以及重组整合经验。除上述董事、高管外，其他管理层均有丰富的公司管理经验，为上市公司持续发展的坚实基础。本次交易完成后，上市公司的实际控制人及核心管理团队能够对标的资产进行整合并实施有效的管控。

本次交易完成后，上市公司将向标的公司董事会委派半数以上的董事，并指派标的公司的监事和财务总监，按照证监会及深交所关于上市公司的相关规定制定和完善标的公司管理制度及信息披露制度，在关联交易、对外担保、购买处置资产、债务重组、股利分配、组织架构调整和激励制度等重大决策方面发挥主导

作用，对标的公司的财务状况实施有效的监督和管理。在满足上述前提下，授予标的公司及高管充分的自主经营权和独立核算权。

综上，本次重组后，上市公司能够对标的资产进行整合，并实施有效的管控措施，确保标的公司的可持续发展。

二、补充披露本次交易在业务、资产、财务、人员、机构等方面的具体整合计划、整合风险和应对措施

（一）整合计划

本次交易前，上市公司主要经营文化创意产业，为城市展览馆、博物馆、图书馆、科技馆等多馆合一的文化中心或文化综合体空间环境，提供从创意策划、空间设计、影视动画到多媒体集成、模型制作、建筑装饰等的全产业链的整体解决方案。本次交易完成后，上市公司将由单一的文化创意产业转变为文化创意产业和跨境出口电商业务并存的双主业格局，构建周期波动风险较低且具有广阔前景的业务组合，有效提高上市公司的综合实力和投资价值。

为了有效防范整合风险，实现协同发展，维护上市公司股东的合法权益，上市公司将根据公司的发展战略，在保持易佰网络在资产、业务及人员保持相对独立和稳定的基础上，对易佰网络业务、资产、财务、人员、机构等各方面进行整合。公司拟采取的整合计划具体如下：

1、业务整合

本次交易完成后，上市公司将在保持易佰网络业务相对独立的基础上，发挥两家公司在各自领域内的资源优势和管理经验，充分利用易佰网络在跨境电商市场的运营经验，加强公司品牌推广建设，提高对客户需求的快速反应能力及整体实力。公司的产品结构、客户结构和范围、生产组织效率均将得到不同程度的改善。

2、资产整合

本次交易完成后，易佰网络作为上市公司的控股子公司，仍将拥有独立的法人财产，但未来关联交易、对外担保、购买处置资产、债务重组、股利分配等事

项须经上市公司占半数以上席位的标的公司董事会决策，前述事项或其交易金额达到上市公司董事会或股东大会审议标准，需提请上市公司董事会或股东大会审议。上市公司将遵照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《公司章程》等相关法规和制度履行相应程序。

3、财务整合

本次交易完成后，上市公司将把自身规范、成熟的财务管理体系引入易佰网络的日常财务工作中，建立和完善易佰网络各项业务管理制度，强化财务核算及内部控制体系；另外，上市公司将进一步统筹易佰网络的资金使用和外部融资，在降低其运营风险和财务风险的同时提高营运效率。作为上市公司的子公司，易佰网络将在财务规范、管理制度方面与上市公司统一标准。

4、人员整合

本次交易完成后，一方面，上市公司向标的公司委派董事、监事和财务总监，加强对易佰网络相关管理、业务人员进行企业文化和以上市公司规范运营管理为核心内容的培训，建立和完善长效培训机制，以增强员工文化认同感和规范运营意识；另一方面将保持易佰网络现有经营管理团队的稳定性，给予其较高的自主权，以充分发挥其具备的经验及业务能力，保持易佰网络的经营稳定性，实现双方管理层在战略发展部署方面的共识。上市公司将同时根据上市公司整体战略需求，加强易佰网络相关专业或管理人员的培养与引进，优化易佰网络目前的机构设置、日常管理制度，提高整体经营效率和管理能力。

5、机构整合

本次交易完成后，上市公司将派出财务部、证券部、人力资源部等相关人员对易佰网络相关人员按上市公司规范管理办法进行规范化培训，建立满足上市公司要求的一系列制度，并在实际运行中不断完善，实现内部管理的统一。上市公司将针对易佰网络目前内控制度、财务体系可能存在的不足进行改进，并通过财务统筹规划及一体化信息系统的建设，进一步提升内部管理的协同性。

（二）整合风险

本次交易完成后，易佰网络将成为上市公司的控股子公司，上市公司在现有业务基础上将新增跨境出口电商业务，公司规模及业务管理体系进一步扩大，由于上市公司与标的公司的两大业务分属不同的行业，双方在各自发展过程中形成了自身独特的业务体系、管理模式、组织架构和企业文化，公司与易佰网络能否在业务、财务及人员等方面进行深度整合、发挥协调效应，具有一定的不确定性，上市公司将面临一定的整合风险。此外，若上市公司在业务拓展及运营方面，不能根据各项业务特点，有效的满足双方各项业务的发展需要，将可能导致部分业务发展受限，从而影响上市公司的整体业绩水平。

（三）应对整合风险的管理控制措施

为了防范整合风险，尽早实现融合目标，上市公司将采取以下管理控制措施：

1、保证重大事项的决策和控制权。本次重组完成后，易佰网络将成为上市公司控股子公司。上市公司将根据上市公司的规范要求，对易佰网络建立有效的控制机制，强化易佰网络在业务经营、财务运作、对外投资、抵押担保、资产处置、组织架构等方面管理与控制，保证上市公司对易佰网络重大事项的决策和控制权，提高公司整体决策水平和抗风险能力；

2、将易佰网络的战略管理、财务管理和风控管理纳入到上市公司统一的管理系统中，向易佰网络指派监事和财务总监，加强审计监督、业务监督和管理监督，保证上市公司对易佰网络日常经营的知情权，提高经营管理水平和防范财务风险；

3、建立良好有效的管理沟通机制。在双方共同认同的价值观与企业文化的基础上，加强沟通融合，促进不同业务之间的认知与交流，降低因行业信息不对称导致的整合风险；

4、上市公司将进一步整合人力、资金、品牌等资源支持两大主业的协同发展，力争最大程度地实现双方在企业文化、财务、人员、机构等各方面的高效整合。

三、标的资产与上市公司现有主营业务有无协同效应及其具体体现

1、业务协同效应

本次交易完成后，上市公司将由单一的文化创意产业转变为文化创意产业和跨境出口电商业务并存的双主业格局，在客户结构、行业周期等方面能够形成有效互补。

在客户结构方面，上市公司原有业务为项目型业务，主要客户为地方政府部门和投资平台，此类客户的项目结算周期较长，销售回款较慢；标的公司的客户为境外各大电商平台的终端消费者，客户分散程度高，销售回款较快。本次交易后，上市公司与标的公司将形成客户优势互补，实现多元化客户结构，有效分散经营风险。

在行业周期方面，近年来受金融去杠杆、政府清理债务以及对规划馆建设进行限制等政策影响，上市公司所处行业的市场规模呈现一定程度的收缩趋势，行业内部竞争加剧；跨境电商行业属于新兴行业，发展前景广阔，受国家扶持力度较大，本次交易有利于构建周期波动风险较低且具有广阔前景的业务组合，有效提高上市公司的综合实力和投资价值。

2、资本协同效应

基于跨境电商行业特点，易佰网络在高速发展阶段，需要较多的流动资金铺货扩大业务规模。目前易佰网络主要依赖自有资金、债权融资渠道和私募股权融资发展，本次交易完成后，标的公司作为上市公司的控股子公司，未来可借助上市公司的金融资本平台，快速提高融资能力、有效降低融资成本。同时，本次交易完成后，上市公司的净资产规模和收入规模将大幅提升，资产负债率有效降低，有利于提升主体信用评价和资本市场影响力，可以充分利用上市公司的融资功能，通过选择多样化的债权或股权融资工具，促进业务快速、稳健发展。

3、管理协同效应

本次交易完成后，上市公司可以吸收标的公司在跨境电商领域的专业人才和业务管理经验，提升上市公司在该领域内的管理效率和经营水平。

本次交易后，上市公司将易佰网络纳入其管理体系内，根据上市公司整体发

展战略及内控体系的需要，优化和完善标的公司管理架构体系，为易佰网络业务的发展提供管理支撑，提高企业总体管理能力和管理效率，最大限度发挥管理协同效应，促进公司主营业务健康发展。

四、结合财务数据补充披露本次交易完成后，上市公司主营业务构成、经营发展战略和业务管理模式以及本次交易是否会导致上市公司主营业务发生变化

（一）本次交易完成后上市公司的主营业务构成

根据会计师出具的《备考报告》，本次交易完成后，上市公司最近一年及一期主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

2019年1-8月	本次交易完成后		本次交易前	
	收入	占比	收入	占比
展厅展馆的设计布展收入	16,634.95	7.06%	16,634.95	99.81%
跨境电商收入	218,818.29	92.90%	-	-
其他业务收入	90.31	0.04%	31.37	0.19%
合计	235,543.55	100.00%	16,666.32	100.00%
2018年	本次交易完成后		本次交易前	
	收入	占比	收入	占比
展厅展馆的设计布展收入	44,827.70	19.83%	44,827.70	99.95%
跨境电商收入	181,250.44	80.16%	-	-
其他业务收入	21.61	0.01%	21.61	0.05%
合计	226,099.75	100.00%	44,849.31	100.00%

（二）未来经营发展战略

本次交易完成后，上市公司的主营业务将转变为文化创意产业和跨境出口电商业务并存的双主业模式。本次交易对于上市公司积极布局跨境出口电商领域具有深远的影响。上市公司将以本次交易为契机，充分利用易佰网络在跨境电商市场的运营经验，加强公司品牌推广建设，提高对客户需求的快速反应能力及整体实力。

针对文化创意产业和跨境出口电商业务，上市公司拟定的未来业务发展战略具体如下：

1、文化创意产业发展战略

在文化创意产业方面，上市公司将积极研发和丰富产品体系，不断扩大营销服务网络，开拓新的市场区域，培养新用户、潜在用户，在城市规划馆、博物馆之外积极开拓企业馆、党建服务中心、旅游景区展示体验中心、各类场馆展示系统改造升级等业务，并同步加快上市公司与文化旅游、红色革命党性教育、青少年教育领域等行业的融合，拓宽行业维度，提高自身抵御政策风险的能力。

同时，上市公司将提升精细化管理水平，更进一步重视质量管理，规范工程管理，坚决贯彻成品安装理念；增强全员质量管理意识，坚持把好质量关并融入每一个项目、每一个环节，以优秀的成品、良好的口碑促进业务发展，建立良性循环。

2、跨境出口电商业务发展战略

在跨境出口电商方面，上市公司将持续深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方主流电商平台现有业务，同时积极拓展第三方新兴电商平台业务，扩大销售渠道和业务覆盖范围；在产品品类上，持续保持对原有汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容等主打产品品类的优势地位，同时依托积累的开发及运营经验，开始加大布局消费电子、母婴服装，并同步发展户外运动等品类，进一步丰富产品种类；在物流仓储管理及产品开发上，公司将进一步优化物流及仓储管理系统，依托大数据技术进一步提升选品能力，加强开发部门、仓储部门、物流部门之间的工作配合，持续优化库存商品结构、提升存货周转效率、提高订单响应及物流配送效率，优化消费者购物体验。

（三）本次交易完成后上市公司的业务管理模式

本次交易完成后，上市公司拟采取以下业务管理模式：

在制度建设和资源配置层面，上市公司将实行统一管理。本次交易完成后，上市公司将把自身规范、成熟的财务管理体系引入易佰网络的日常财务工作中，建立和完善易佰网络各项业务管理制度，强化财务核算及内部控制体系，确保易佰网络以符合上市公司标准的体系进行规范运作。另外，公司将借助上市公司的平台优势、管理经验等进一步统筹易佰网络的资金使用和外部融资，在降低其运

营风险和财务风险的同时提高营运效率，统筹协调各方面资源，积极促进上市公司及标的公司的协同发展。

在经营管理层面，上市公司将沿用现行的业务板块管理架构，给予易佰网络管理团队充分授权。在新增业务上保持易佰网络现有经营管理团队的稳定性，以充分发挥其具备的经验及业务能力，实现双方管理层在战略发展部署方面的共识；另一方面上市公司将加强对易佰网络相关管理、业务人员进行企业文化和以上市公司规范运营管理为核心内容的培训，建立和完善长效培训机制，以增强员工文化认同感和规范运营意识。同时，上市公司将积极引进管理方面的高端人才，完善激励机制，以储备和培养未来持续发展所需的人力资源队伍。

此外，上市公司还将与易佰网络共享品牌建设、资本运作经验，促进易佰网络在团队建设、资源配置等诸多方面的提升和完善，并实现双方协同效应的最大化。

（四）本次交易后上市公司的主营业务情况

本次交易完成后，易佰网络将成为上市公司的控股子公司，上市公司将增加跨境出口电商业务，形成文化创意产业和跨境出口电商业务的双主业格局，上市公司业务结构得到优化，有利于降低上市公司单一业务经营风险，提升上市公司盈利能力和可持续发展能力。

五、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：本次重组后，上市公司能够对标的资产进行整合，并实施有效的管控措施，确保标的公司的可持续发展；上市公司在业务、资产、财务、人员、机构等方面已建立了较为全面、可实现的整合计划、并针对整合风险制定了有效的应对措施；上市公司与标的资产在业务、资本、管理方面具有协同效应；本次交易完成后，易佰网络将成为上市公司的控股子公司，上市公司将增加跨境出口电商业务，形成文化创意产业和跨境出口电商业务的双主业格局，上市公司业务结构得到优化，有利于降低上市公司单一业务经营风险，提升上市公司盈利能力和可持续发展能力。

问题 3、申请文件显示，易佰网络及其子公司除以自身名义开设网店外，还存在通过与员工或第三方主体签订《信息使用授权协议》开设网店的情况。报告期内，前述第三方主体开设网店的数量分别为 64 家、132 家和 192 家，营业收入占比分别为 29.24%、21.30%和 20.30%。请你公司：1) 补充披露截至目前员工或第三方主体开设网店的数量和营业收入占比。2) 结合电商平台对公司和个人开设店铺审核政策的差异，补充披露以员工或第三方主体开设网店的原因。3) 补充披露《信息使用授权协议》的主要内容以及报告期内是否有效履行，是否出现违约的情况。4) 结合电商平台的监管政策，补充披露以信息授权方式开设网店是否符合电商平台的规定，是否存在法律风险和潜在纠纷，是否对标的资产持续经营存在不利影响，标的资产的具体应对措施及其可实现性。6) 补充披露易佰网络以第三方名义开设的网店支付结算的具体过程、内控措施，并说明是否存在绑定个人银行账户的情况，若是，进一步补充披露保障相关账户资金的具体措施。请独立财务顾问、律师和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、截至目前员工或第三方主体开设网店的数量和营业收入占比

为进一步加强通过员工或第三方主体信息开设的网店的控制，统一相关网店的开店主体与经营主体，2019 年以来易佰网络着手积极调整销售策略，逐步将经营状况良好、销售收入较高的以第三方名义注册的网店变更至易佰网络或其子公司名下。

截至本反馈意见回复出具日，易佰网络以员工或第三方主体名义开设的有效网店数量为 257 个，占有效网店总数的 25.02%，对应 2019 年 1-8 月营业收入 42,006.55 万元，占 2019 年 1-8 月主营业务收入总额的 19.20%。

二、结合电商平台对公司和个人开设店铺审核政策的差异，补充披露以员工或第三方主体开设网店的原因

报告期内，为了适应跨境出口电商行业的快速发展和各类产品消费者的需求变化，易佰网络需增开网店，同时，因亚马逊、ebay、速卖通等第三方电商平台对于单个公司开设多个网店的审批周期较长等原因，易佰网络及其子公司除以自身名义开设网店外，还在遵守第三方电商平台运营规定的基础上，通过签署《信息使用授权协议》的方式以员工或第三方主体信息在第三方电商平台开设部分网店。

易佰网络通过该等方式增开网店，一方面能够快速通过平台的开店审核，有利于快速开拓多样化的产品销售渠道，及时为消费者提供多样化的产品展示平台，从而快速抢占市场和扩大业务规模；另一方面能够对不同产品在不同网店进行展示，从而更精细化地开发和陈列符合消费者需求的产品，并开展差异化的营销活动，提升消费者的购物体验的同时提高网店流量的转化效率。

三、《信息使用授权协议》的主要内容，报告期内是否有效履行，是否出现违约的情况

（一）《信息使用授权协议》的主要内容

易佰网络在遵守第三方电商平台运营规定的基础上，通过其子公司香港易佰签署《信息使用授权协议》的方式，以员工或第三方主体信息在第三方电商平台开设部分网店。该协议的主要条款如下：

主要条款	具体内容（甲方：香港易佰；乙方：信息使用授权主体）
权利义务	1、乙方确认并同意甲方使用其相关信息在亚马逊、速卖通、沃尔玛、Cdiscount、eBay、Lazada、Shopee、Wish、Joom等电商平台注册网店及在PayPal、PingPong、Payoneer等第三方支付平台注册账号。 2、甲方承诺乙方提供的信息仅作为开设网店及注册账号之用，不得用作其他用途。

主要条款	具体内容（甲方：香港易佰；乙方：信息使用授权主体）
排他条款	乙方确认并同意，本协议项下的乙方信息为甲方独家使用，未经甲方书面同意，乙方不得将其信息授权除甲方以外的任何第三方使用。
账号权益归属	1、甲、乙双方确认并同意，乙方除提供基本信息外，不参与任何与网店、账号的经营及管理相关的一切事项，该网店及账号的实际权益（包括但不限于所有权、知识产权、经营权、管理权、收益权及处分权）人为甲方。 2、乙方除提供其基本信息外，不享有该网店及账号的任何权益（包括但不限于所有权、知识产权、经营权、管理权、收益权及处分权）。
账号运营及收益归属	1、自本协议签署之日起，甲方有权使用乙方信息开设网店及注册账号，自该网店及账号开办成功之日起，甲方实际控制、营运该网店及账号，并享有对该网店及账号的所有权、知识产权、使用权、管理权、运营权、收益权及处分权，甲方运营该网店及账号产生的收益全部由甲方享有。该账号所收取的资金归属甲方所有，甲方可自行决定划拨、汇出、提取及调配该账号内资金。甲方承诺，因甲方实际控制并营运该网店及账号所产生的任何纠纷、义务及责任等均由甲方承担。但乙方应提供必要的协助。 2、乙方不得以任何方式直接或间接使用、管理及运营该网店及账号，也不得将该网店及账号直接或间接提供给第三方使用，否则，乙方因此获得的收益应当归属甲方所有，并赔偿甲方因此遭受的损失。
配合义务	1、乙方应当配合甲方采取所有合理措施维持该网店及账号的有效存续及经营。未经甲方事先书面同意，乙方不得采取任何妨碍甲方使用该网店及账号的行为（包括但不限于申请注销、转让或关闭该网店及账号）。 2、在网店及账号后续经营过程中，甲方有权视具体情况要求将该网店及账号的注册登记信息变更至甲方或其指定的第三方名下，届时，乙方有义务自收到甲方书面要求之日起5日内，无条件配合甲方办理网店及账号注册登记变更涉及的相关手续。
合同期限	本协议的期限自本协议签署之日起，至甲方通知乙方将该网店及账号变更登记至甲方或甲方指定方名下或甲方同意注销该网店及账号之日止

（二）报告期内《信息使用授权协议》是否有效履行或出现违约的情况

报告期内，易佰网络将通过员工或第三方主体信息开设的网店统一纳入管理，其采购、销售、物流、仓储等业务流程和平台沟通、人员管理、营销推广、财务核算、资金管理等经营活动均由易佰网络或其子公司负责。

通过对易佰网络总经理、财务总监和亚马逊、ebay、速卖通、Shopee、Wish等主要第三方电商平台业务客户经理进行访谈，并对报告期各期名下网店收入超过1,000万元的《信息使用授权协议》签署主体进行访谈，信息授权主体完全知晓并清楚与香港易佰签署的《信息使用授权协议》的内容，自愿签署该等协议，相关公章、签字真实有效，且在该等协议签订后和执行过程中与易佰网络不存在

纠纷或潜在纠纷。

根据易佰网络说明，易佰网络不存在与《信息使用授权协议》相关的纠纷或潜在纠纷。另经独立财务顾问和律师在中国裁判文书网（wenshu.court.gov.cn）查询，易佰网络不存在与《信息使用授权协议》相关的诉讼。

综上，报告期内，易佰网络与信息授权主体签署的《信息使用授权协议》有效履行，不存在因《信息使用授权协议》违约导致的纠纷。

四、结合电商平台的监管政策，补充披露以信息授权方式开设网店是否符合电商平台的规定，是否存在法律风险和潜在纠纷，是否对标的资产持续经营存在不利影响，标的资产的具体应对措施及其可实现性

（一）主要电商平台关于网店开设的监管政策

2017年、2018年、2019年1-8月，易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada等五个主要第三方电商平台的合计收入占各期主营业务收入的比例分别为96.03%、89.28%和90.41%。上述五个主要第三方电商平台关于网店开设的监管政策如下：

1、亚马逊

通过登录亚马逊官方网站，查阅网站公示的《亚马逊服务商业解决方案协议》、《联盟计划运营协议》、《亚马逊卖家行为准则》、《全球开店规则》、《亚马逊“全球开店”北美站指导手册》、《亚马逊“全球开店”欧洲站指导手册》、《亚马逊“全球开店”日本站指导手册》等协议和平台政策，并与亚马逊的客户经理进行访谈，亚马逊对于卖家开设平台店铺的规定如下：

亚马逊平台注册账户开设店铺的基本流程如下：1）卖家向亚马逊提供网店申请主体的名称、地址、联系方式、电话号码、电子邮箱地址、国际信用卡、国内银行账户、公司法定代表人或个人的身份证、信用卡/银行卡对账单、费用账单等资料进行账户注册和卖家资质审核；2）选择个人销售计划或专业销售计划；3）通过卖家资质审查后，卖家完成收款账户绑定、用户权限及配送设置，即可上传商品信息开始店铺运营。

如果卖家有合法业务需要申请多个账户，可向亚马逊提出申请并满足以下条件：每个账户拥有独立的银行账户、电子邮件地址，销售的商品和服务不同，且拥有良好的绩效指标。若一个公司通过多个子公司开设店铺，亚马逊系统以公司为单位进行判断，不同公司可单独注册账户、开设店铺并开展经营，没有禁止以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。

2、ebay

通过登录 ebay 官方网站，并查阅了网站公示的《用户协议》、《会员合约》、《ebay 规则与政策》等协议和平台政策，并与 ebay 的客户经理进行访谈，ebay 对于卖家开设平台店铺的规定如下：

ebay 平台注册账户开设店铺的基本流程如下：1) 递交个人或公司资料，经过电子邮箱和手机认证后注册成为 ebay 会员；2) 注册 PayPal 资金账户，完成付款设置和账户设置，经过电子邮箱认证后绑定银行账户；3) 完成 ebay 账号和 PayPal 账号的绑定，同意签署《全球销售协议》后可在网店上刊登产品。若卖家是合法登记的企业用户，可注册成为商业账户，并获得更高的刊登额度和指定的客户经理。

ebay 会员可以在 ebay 上拥有多个账户，但每个账户应使用不同的电子邮箱地址和用户名。ebay 平台对单个主体经营店铺无数量限制，卖家应在符合 ebay 不同站点用户协议的基础上申请账号，ebay 以卖家提供的公司资料为准进行审核，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。

3、速卖通

通过登录速卖通官方网站，查阅了网站公示的《速卖通商户服务协议》、《AliExpress 全球速卖通 2019 年卖家（中国）招商规则》、《全球速卖通平台规则（卖家规则）》、《ALIBABA.COM Free Membership Agreement》（免费会员资格协议）、《ALIBABA.COM Transaction Service Agreement》（阿里巴巴线上交易服务协议）、《Terms of Use》（使用协议）、《全球速卖通入驻要求》等协议和平台政策，并与速卖通的市场规则部经理和法务顾问进行了访谈，速卖

通对于卖家开设平台店铺的规定如下：

速卖通平台注册账户开设店铺的基本流程如下：1）企业或个体工商户卖家递交资料，经过电子邮箱和手机认证，注册成为 Alibaba 会员；2）注册企业支付宝或企业法人支付宝，并通过支付宝账号及密码登录完成认证和进行绑定；3）选择标准销售计划或基础销售计划，并进一步选择店铺类型、经营大类和经营的商标，完成卖家资质审核。

同一注册主体一次可申请开通一个速卖通店铺。除平台规则或其他协议约定外，一个注册主体下可申请开通六个速卖通店铺账户，速卖通以卖家提供的公司资料为准进行审核，对于企业主体是否由同一法人控制没有限制。速卖通没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。

4、Wish

通过登录 Wish 官方网站，查阅了网站公示的《商户服务条款和协议》、Wish 政策、商户准入要求、注册步骤指导、商户注册指导手册等协议和平台政策，并与 Wish 的客户经理进行了访谈，Wish 对于卖家开设平台店铺的规定如下：

Wish 平台注册账户开设店铺的基本流程如下：1）卖家设置用户名并填写账号信息，同意签署《商户服务条款和协议》，经过电子邮箱和手机认证，选择个人或企业账号类型，递交个人或公司资料（营业执照、法人身份证），上传验证照片并完成实名认证，注册成为 Wish 会员；2）绑定第三方收款账号，添加店铺收款信息，缴纳 2,000 美元店铺预缴注册费，完成注册流程。

一个实体原则上只能注册一个 Wish 账户，基于管理需要可开通多个子账号，子账号需与主账户设置不同的邮箱、电话号码及验证。针对一个公司通过多个子公司开设店铺，Wish 对于不同公司单独计算店铺数量，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。

5、Lazada

通过登录 Lazada 官方网站，查阅了网站公示的《Seller Agreement》、《Lazada

Global Shipping Agreement》和买家帮助中心公示的平台政策，并与 Lazada 客户经理进行了访谈，Lazada 对于卖家开设平台店铺的规定如下：

Lazada 平台注册账户开设店铺的基本流程如下：1) 登陆 Lazada 官网，提供电子邮箱、商业注册证明、企业主认证文件等基本信息，确认电子合同，创建 Lazada 卖家账户；2) 收到平台发送的确认邮件，点击链接后 24 小时内收到卖家中心账户相关信息，并完成平台培训并通过测试；3) 申请 Payoneer 收款账户，并与 Lazada 网店绑定；4) 通过店铺后台上传指定数量的 SKU，待平台审核通过后完成店铺账号的全部激活程序；5) 收到第一个订单后，提交董事名单、银行证明等其他平台要求的文件。

Lazada 经营初期允许一个公司注册多个账户，但根据现行有效的政策，一个公司原则上只能注册一个 Lazada 账户。一个 Lazada 账户可以开通马来西亚、印度尼西亚、菲律宾、新加坡、泰国、越南等多个站点，没有禁止通过多个子公司或以第三方主体名义开设店铺的明确规定及相关处罚措施。

（二）以信息授权方式开设网店是否符合电商平台的规定，是否存在法律风险和潜在纠纷，是否对标的资产持续经营存在不利影响

通过登陆亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的官方网站，查阅相关店铺入驻协议或平台政策，对上述平台的客户经理以及易佰网络财务总监和相关平台业务的运营总监进行访谈，并查阅标的公司营业外支出明细和主要网店后台的监管记录（亚马逊、速卖通、Wish、Lazada 报告期各期前 10 大网店合计 67 个网店，ebay 网店不涉及后台监管记录），截至本反馈意见回复出具之日，主要第三方电商平台不存在禁止以信息授权方式开设网店的明确规定及相关处罚措施，易佰网络未曾因以信息授权形式在第三方电商平台开设网店而被第三方电商平台强制关店或处罚。因此，报告期内易佰网络以信息授权协议方式开设网店不违反相关主要电商平台的规定，不存在法律风险和潜在纠纷，不会对标的公司持续经营造成重大不利影响。

（三）标的公司的具体应对措施及其可实现性

易佰网络通过多种平台和多个网店销售商品取得收入，所售商品以中国制造

的高性价比轻工业或生活用品为主，且单一网店或站点的收入贡献较低，因此易佰网络的经营活动对单一网店或站点不存在重大依赖。假如某个网店因违反第三方平台运营规则而暂停或终止使用，易佰网络亦可迅速通过其他网店销售相关商品，不会对整体经营造成重大不利影响。

尽管以信息授权主体名义开设网店的营销模式是跨境电商出口行业的普遍做法，但为进一步加强对该等网店的控制，统一相关网店的开店主体与经营主体，易佰网络正着手积极调整销售策略，逐步将经营状况良好、占公司销售收入比例较大的以信息授权主体注册的网店变更至易佰网络或其子公司名下。截至本反馈意见回复出具日，易佰网络以员工或第三方主体名义开设的有效网店占 2019 年 1-8 月主营业务收入的比例已降至 19.20%。

未来，为进一步降低非自身名义开设网店的收入占比，标的公司在遵守第三方电商平台开店和运营规则的前提下将采取的措施包括但不限于：继续通过股权转让的方式将部分网店对应的设立主体变更至标的公司或其子公司名下；在遵守平台规则的前提下，通过合并范围内的主体新开和运营网店；加大对自身名义开设网店的投入力度，提升收入规模及占比。

易佰网络实际控制人胡范金和总经理庄俊超已出具以下承诺：从 2017 年起至承诺函出具日，易佰网络及其附属公司未曾因以信息授权形式在 ebay、亚马逊、速卖通、Wish 等第三方电商平台开设网店而被第三方电商平台强制关店或处罚的情况；如易佰网络及其附属公司未来因以信息授权形式在第三方电商平台开设网店而受到第三方电商平台重大处罚或被第三方电商平台大面积强制关店，并导致易佰网络受到重大经营损失，本人将承担易佰网络及其附属公司因此受到的损失；若以信息授权主体注册的网店在变更至易佰网络及其附属公司名下的过程中，给易佰网络或其子公司带来重大经营损失，或因上述变更受到第三方电商平台重大处罚，并导致易佰网络及其附属公司受到重大经营损失的，本人将承担易佰网络及其附属公司因此受到的损失。

五、补充披露易佰网络以第三方名义开设的网店支付结算的具体过程、内控措施，并说明是否存在绑定个人银行账户的情况，若是，进一步补充披

露保障相关账户资金的具体措施

（一）易佰网络以第三方名义开设的网店支付结算的具体过程和内控措施

根据《信息使用授权协议》的约定，信息授权主体除提供基本信息外，不参与任何与网店、账号的经营及管理相关的一切事项，该网店及账号的实际权益人为香港易佰，信息授权主体除提供其基本信息外，不享有该网店及账号的任何权益；该账号所收取的资金归属香港易佰所有，香港易佰可自行决定划拨、汇出、提取及调配该账号内资金。

通过对易佰网络总经理、财务总监和亚马逊、ebay、速卖通、Shopee、Wish等主要第三方电商平台业务运营总监或客户经理进行访谈，并对报告期各期名下网店收入超过 1,000 万元的《信息使用授权协议》签署主体进行访谈，经核查，《信息使用授权协议》上述约定在报告期内有效执行，信息使用授权主体在该等协议签订后和执行过程中与易佰网络不存在纠纷或潜在纠纷，第三方主体名义开设的网店所收取的资金全部归香港易佰所有，不存在与第三方主体自有资金混同的情况。

易佰网络自身针对第三方名义网店的支付结算流程和主要内控措施具体如下：

1、易佰网络设立账号管理部，专门负责申请和管理网店账号，财务部收款专员负责将收款账号和网店账号进行绑定和登记；

2、财务部由两名资金出纳专门负责每天从各收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，一名负责提款，一名负责核对，确保资金提取的准确、完整和安全；

3、易佰网络网店的收款账号类型主要包括 PayPal、Payoneer、PingPong、World First、速卖通收款账号、银行账户，支付流程分别如下：

（1）ebay 网店绑定的收款工具均为 PayPal，易佰网络各 ebay 网店绑定的 PayPal 账号每天自动将资金归集至香港易佰的 PayPal 主账号，并由财务部出纳

操作提款至香港易佰的银行账户；

(2) 各速卖通网店拥有一个速卖通收款账号，并与香港易佰的 World First 账户绑定，各速卖通网店将每天收取的外币由财务部出纳提款至香港易佰的 World First 账户，该 World First 账户与香港易佰的跨境宝账户绑定（支持跨境电商企业在境外使用外币付款，境内通过跨境宝在 1688.com 用人民币支付供应商货款），香港易佰的 World First 账户将外币兑换成离岸人民币后充值到香港易佰的跨境宝账户，用于支付通过 1688.com 采购商品的境内供应商；

(3) 除 ebay 和速卖通之外的大部分第三方电商平台网店（如亚马逊、Wish、Shopee、Cdiscount 等）主要绑定 Payoneer、PingPong 等收款工具，该等网店绑定的 Payoneer、PingPong 账号每天自动将资金归集至香港易佰的主账号，由财务部出纳操作提款至香港易佰的银行账户；

(4) 少数平台的网店直接绑定香港易佰的银行账户，根据平台的结算规则定期将销售收款提取至香港易佰的银行账户。

（二）是否存在绑定个人银行账户的情况，若是，进一步补充披露保障相关账户资金的具体措施

报告期内，易佰网络通过与第三方签署《信息使用授权协议》的方式，使用其相关信息在 PayPal、PingPong、Payoneer 等第三方支付平台注册账号，绑定以第三方名义开设的网店用于收取线上销售款，并每天汇总提款至香港易佰名下银行账户或其他账户。为进一步加强对该等网店的控制，统一开店主体与经营主体，截至本反馈意见回复出具日，易佰网络已逐步将经营状况良好、销售收入较高的以第三方名义注册的网店变更至香港易佰名下，同时将以第三方名义注册的收款账号调整为香港易佰名下。截至本核查意见出具日，2019 年 1-8 月易佰网络以员工或第三方主体名义注册的账号收取的线上销售款占当期收款总额的比例已降至 21.06%。

报告期内，为了确保以第三方名义注册的支付工具账号在使用过程中的安全性，易佰网络制定的具体保障措施如下：

1、易佰网络子公司香港易佰在使用第三方名义在第三方支付平台注册账号之前签署《信息使用授权协议》，明确约定由香港易佰实际控制及营运该等账号，并享有对该等账号的所有权、知识产权、使用权、管理权、运营权、收益权及处分权等实际权益。报告期内，易佰网络将以第三方名义注册的支付工具账号统一纳入资金管理，其注册、维护、提款等业务流程均全权由易佰网络财务部负责。

2、易佰网络实际控制所有网店用于收款的第三方支付工具账号，每天将收款账户内的资金汇总提款至香港易佰名下银行账户或其他账户，详见上文有关“易佰网络以第三方名义开设的网店支付结算的具体过程和内控措施”的相关内容。

3、易佰网络在职责分离、密码管理、稽核监察等方面设置以下保障账户资金安全的内部控制制度：

（1）职责分离：信息授权主体除提供基本信息供账号注册之外，不参与任何与账号管理相关的一切事项。资金管理部专员负责管理第三方支付账户的注册信息，包括与第三方支付账户绑定的手机号和邮箱。网店销售后的资金提现则由资金管理部其他人员具体负责，确保最终销售收入流入易佰网络或其子公司的银行账户。

（2）密码管理：资金管理部保管各网店收款账户的提现密码和第三方支付账户的登录密码和提现密码。网店收款账号的提现密码变更与第三方支付账户的绑定变更需要经过账号管理部门的审批。第三方支付账号的提现密码变更和银行账户之间的绑定变更需要经过资金管理部负责管理第三方支付账户注册信息专员的审批。

（3）稽核检查：账号管理部注册网店并对网店收款账号进行初始绑定时，会由业务总监、IT 部和财务部相关人员分别进行复核，确认网店注册信息与绑定的第三方支付账户的准确性；在各电商平台事业部的业务人员执行具体的网店运营操作时，易佰网络也对各环节设置了二级复核。财务部定期对网店销售的业务数据和银行进账金额进行核对，对差异进行调查。

综上，通过上述保障措施和内控制度的设计和实施，易佰网络在报告期内能

够保障以第三方名义注册的支付工具账号中相关资金的权属清晰和资金流向安全。

六、中介机构核查意见

经核查,会计师认为:报告期内,易佰网络以员工或第三方主体开设网店,主要是为了快速通过平台审核和开拓销售渠道,从而在不同网店展示不同产品;报告期内,易佰网络与信息授权主体签署的《信息使用授权协议》均有效履行,双方在该等协议签订后和执行过程中不存在违约、纠纷或潜在纠纷;截至本反馈意见回复出具之日,主要第三方电商平台不存在禁止以信息授权方式开设网店的明确规定及相关处罚措施,易佰网络未曾因以信息授权形式在第三方电商平台开设网店而被第三方电商平台强制关店或处罚,报告期内易佰网络以信息授权协议方式开设网店不违反相关主要电商平台的规定,不存在法律风险和潜在纠纷,不会对标的公司持续经营造成重大不利影响;为进一步加强对该等网店的控制,统一相关网店的开店主体与经营主体,易佰网络正着手积极调整销售策略,逐步将经营状况良好、占公司销售收入比例较大的以信息授权主体注册的网店变更至易佰网络或其子公司名下;截至本反馈意见回复出具日,易佰网络以员工或第三方主体名义开设的有效网店数量占有效网店总数的 25.02%,对应收入占 2019 年 1-8 月主营业务收入总额的 19.20%;易佰网络实际控制人胡范金和总经理庄俊超已就易佰网络以信息授权形式在第三方电商平台开设网店的相关风险和损失出具兜底承诺;易佰网络实际控制所有网店用于收款的第三方支付工具账号,每天将收款账户内的资金汇总提款至香港易佰名下银行账户或其他账户,已在职责分离、密码管理、稽核监察等方面设置保障账户资金安全的相关内部控制制度,在报告期内能够保障以第三方名义注册的支付工具账号中相关资金的权属清晰和资金流向安全。

问题 8、申请文件显示: 1) 2017 年 6 月, 易佰网络、胡范金、庄俊超与繸子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号签署《投资协议》, 约定繸子马利亚向易佰网络提供 4,000 万元借款, 若完成业绩承诺则按照 4.4 亿估值(转股前) 转股, 上述债转股于 2019

年 2 月完成。2) 2018 年 7 月, 易佰网络、胡范金、庄俊超与周新华、罗晔、李旭、黄立山签署协议, 约定由周新华和罗晔夫妇向胡范金、庄俊超分别借款 3,600 万元, 2,400 万元, 用于易佰网络的生产经营; 同时约定在先决条件满足后, 将上述合计 6,000 万元的债权转为对易佰网络的股权, 周新华、罗晔、李旭、黄立山另行追加 13,200 万元, 用于受让胡范金、庄俊超通过各自持股平台持有的易佰网络股权。上述转股于 2019 年 3 月完成, 转股价对应公司估值为 6 亿元。3) 2019 年 3 月, 汇丰大通叁号因未完成私募基金备案, 将其持有的标的资产股权转让给南靖超然, 对应标的资产估值为 7.3 亿元。4) 2019 年 3 月, 晨晖朗姿增资取得标的资产股权, 增资价对应公司估值为 10 亿元。请你公司: 1) 以列表形式补充披露上述股权转让和增资对应易佰网络估值的市销率、市盈率和市净率情况。2) 标的资产 2019 年以来发生多次股权转让与增资, 历次股权转让和增资之间相隔时间较短、作价存在显著差异, 补充披露 2019 年以来历次增资和股权转让对应估值之间、及与本次交易作价差异的原因及合理性。3) 虽繇子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号增资事项, 以及罗晔、李旭、黄立山取得转让股权事项涉及以前年度债转股安排, 但实际转股时间均为 2019 年, 进一步补充披露两次转股价格存在显著差异的原因及合理性, 罗晔取得标的资产股权作价与本次交易存在较大差异的原因、作价是否具备公允性。请独立财务顾问、评估师和

会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、以列表形式补充披露上述股权转让和增资对应易佰网络估值的市销率、市盈率和市净率情况

易佰网络 2019 年股权转让和增资对应的估值倍数、市销率、市盈率、市净率情况如下：



序号	转让方	受让方/增资方	背景	协议签署日期	工商变更日期	100%股权作价 (万元)	估值倍数	市销率	静态市盈率	动态市盈率	市净率
1	-	缙子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号	A 轮投资方债转股	2017.06.28	2019.02.01	48,000.00	10.67	-	-	13.02	-
2	佰乐星辰、聚彩熠辉、南平佰龄、南靖志千里	罗晔、李旭、黄立山	罗晔等人受让股权入股	2018.07.04	2019.03.05	60,000.00	10.00	0.66	16.28	6.65	19.41
3	胡范金、庄俊超	南平芒励多、佰乐星辰、聚彩熠辉、南靖超然、南平佰龄、南靖志千里	创始人股东直接持股入股	2018.09.05	2019.01.28	10.00	-	0.00	0.00	0.00	0.00
4	-	晨晖朝姿	B 轮投资方增资入股	2018.12.12	2019.03.28	100,000.00	12.50	1.09	27.13	11.09	32.34
5	-	易威辉煌	员工持股平台增资入股	2019.01.29	2019.01.29	9,959.10	-	0.05	1.10	0.71	0.74
6	汇丰大通叁号	南靖超然	汇丰大通叁号退出	2019.03.27	2019.03.27	57,687.59	-	0.32	6.40	4.09	4.30

注 1: 增资方式下, 对应的 100%股权作价为投后估值

注 2: 估值倍数=100%股权作价/协议签署日承诺的当年净利润

注 3: 市销率=100%股权作价/协议签署日上一年度销售收入

注 4: 静态市盈率=100%股权作价/协议签署日上一年度净利润

注 5: 动态市盈率=100%股权作价/协议签署日当年净利润

注 6: 市净率=100%股权作价/协议签署日上一年度净资产

注 7: A 轮投资方债转股对应市销率、静态市盈率、市净率指标涉及 2016 年财务数据, 不属于报告期; 创始人股东直接持股转为间接持股、员工持股平台增资入股及汇丰大通叁号退出不存在承诺业绩, 不涉及估值倍数

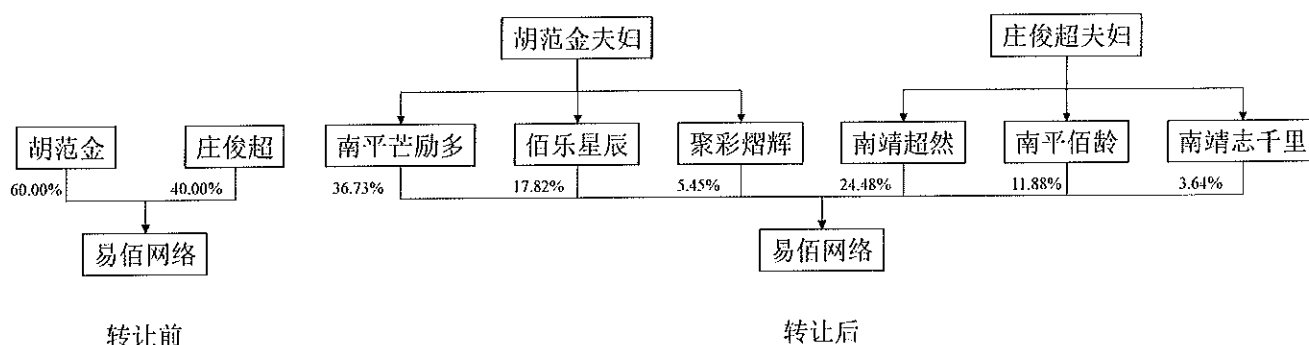
二、标的资产 2019 年以来发生多次股权转让与增资，历次股权转让和增资之间相隔时间较短、作价存在显著差异，补充披露 2019 年以来历次增资和股权转让对应估值之间、及与本次交易作价差异的原因及合理性

（一）2019 年 1 月，第一次股权转让

1、交易背景原因

为优化易佰网络的股权结构，胡范金和庄俊超分别将其直接持有的易佰网络股权转让至其控制的有限合伙企业。其中，南平芒励多、佰乐星辰、聚彩熠辉为胡范金、罗春夫妇共同出资设立的有限合伙企业，胡范金作为执行事务合伙人拥有控制权；南靖超然、南平佰龄、南靖志千里为庄俊超、陈淑婷夫妇共同出资设立的有限合伙企业，庄俊超作为执行事务合伙人拥有控制权。

该次股权转让前后，易佰网络的最终持股结构未发生实质变化，转让前后股权结构图如下：



2、与本次交易作价差异的原因

该次股权转让系胡范金和庄俊超由个人直接持股调整为其控制的有限合伙企业间接持股，因此对已实缴部分出资额以原始出资额作价转让，对未实缴部分出资额以名义价格 1 元作价转让，与本次交易不具有可比性。

（二）2019 年 1 月，易佰网络第三次增资

1、交易背景原因

易晟辉煌为员工持股平台，该次增资的目的在于实施员工股权激励，经易佰网络实际控制人和骨干员工友好协商，确定估值为 9,959.10 万元。

2、与前次交易作价差异的原因

与前次交易作价相比，该次交易的交易性质有所不同。前次交易为胡范金、庄俊超将其直接持有易佰网络的股份转为间接持股，且当时部分注册资本未实缴，因此采用平价转让；该次交易为实施员工股权激励目的，经交易各方协商确定增资溢价，因此该次交易与前次交易作价存在差异，具有合理性。

3、与本次交易作价差异的原因

该次交易的目的在于实施员工激励，本次交易是市场化定价的上市公司并购重组行为，两者的发生背景和交易性质存在较大差异，作价差额为易佰网络实际控制人给予员工的激励，已做股份支付处理。

（三）2019 年 2 月，易佰网络第四次增资

1、交易背景原因

易佰网络本次增资为 A 轮融资，A 轮投资方入股易佰网络的工商变更登记日期为 2019 年 2 月 1 日，但与易佰网络及其股东洽谈和确定投资的日期应追溯至 2017 年 6 月。2017 年 6 月 28 日，繇子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号作为 A 轮投资方与易佰网络及其股东签署《投资协议》，决定先以借款的形式向易佰网络提供 4,000 万元资金，并约定了债转股的先决条件。2018 年 9 月，鉴于债转股先决条件已经满足，因此 A 轮投资方决定将其对易佰网络的债权转为股权。该次增资的估值依据为各方 2017 年 6 月签署的《投资协议》中约定的投前估值 4.4 亿元，系基于 2017 年当时投资方对易佰网络未来业务发展的判断而友好协商确定，具有合理性。

2、与前次交易作价差异的原因

与前次交易作价相比，该次交易的交易性质有所不同。前次交易系易佰网络实际控制人给予内部核心员工股权激励，与外部投资者的市场化定价方式不同，因此该次交易作价与前次交易作价不具有可比性。

3、与本次交易作价差异的原因

与本次交易相比，该次交易作价差异主要原因为确定估值的时点不同。该次交易协议的签署及投资款项的支付均发生在 2017 年 6 月，当时易佰网络的经营

规模较小，对未来业绩的增长存在不确定性。根据协议约定，易佰网络承诺 2017 年、2018 年、2019 年任一年度经具有证券从业资格的会计师事务所审计后的净利润分别为 4,500 万元、6,300 万元、8,820 万元，该次定价依据 2017 年预期净利润 4,500 万元的 10.67 倍确定；而本次交易作价依据评估结果确定，评估基准日为 2019 年 4 月 30 日，业绩承诺方承诺 2019 年度、2020 年度、2021 年度、2022 年度实现的合并报表中扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于 14,100 万元、17,000 万元、20,400 万元、25,100 万元，对应 2019 年承诺净利润的动态市盈率为 11.91 倍。因此，该次增资作价与本次交易间隔超过两年，当时易佰网络的经营规模和预计业绩明显低于本次交易时点，与本次交易作价不具有可比性。

（四）2019 年 2 月，第二次股权转让

1、交易背景原因

周新华、罗晔夫妇和职业投资人黄立山、李旭于 2018 年上半年与易佰网络实际控制人胡范金结识，了解到易佰网络经营业绩较好，并看好跨境出口电商行业的未来发展，决定向易佰网络投资入股。同时，易佰网络为扩大跨境出口电商业务的经营规模，增加在售 SKU 数量和备货数量，需要从外部补充营运资金。在此背景下，经友好协商，为确保投资资金安全，周新华、罗晔夫妇决定先向易佰网络股东胡范金、庄俊超提供借款，由后者借给易佰网络用于补充经营所需的流动资金，待标的公司 2017 年度财务报表经会计师审计并出具无保留意见审计报告、标的公司达到约定业绩指标、缴足注册资本等先决条件满足后，再转换为易佰网络股权。

2018 年 7 月，周新华、罗晔、黄立山、李旭与胡范金、庄俊超、易佰网络签署股权转让协议，确定标的公司整体估值为 60,000 万元，对上述先决条件进行了明确约定，并约定周新华、罗晔夫妇向胡范金、庄俊超提供借款 6,000 万元，后者以借款形式向标的公司补充经营所需的流动资金（6,000 万元借款已于 2018 年 7 月 16 日前汇入易佰网络账户），待约定先决条件满足后可作为受让标的公司相应股权的对价，且周新华、罗晔夫妇和李旭、黄立山有权届时按照 60,000 万元的整体估值另行出资 13,200 万元受让标的公司相应股权。

2、与前次交易作价差异的原因

与前次交易相比，该次交易作价差异主要原因为确定估值的时点不同。前次交易为 A 轮融资，协议签署及投资款支付均发生在 2017 年 6 月，当时易佰网络的经营规模较小，对未来业绩的增长存在不确定性。根据协议约定，易佰网络承诺 2017 年、2018 年、2019 年任一年度经具有证券从业资格的会计师事务所审计后的净利润分别为 4,500 万元、6,300 万元、8,820 万元，该次定价依据 2017 年预期净利润 4,500 万元的 10.67 倍确定。该次交易签署协议及款项支付时点为 2018 年 7 月，同时易佰网络股东胡范金和庄俊超向投资人承诺 2018 年和 2019 年净利润不低于 6,000 万元和 9,000 万元，估值 6 亿元依据 2018 年预计 6,000 万元的 10 倍确定。因此两次交易估值差异主要系估值时点不同所致。

3、与本次交易作价差异的原因

该次股权转让对应标的公司整体估值 6 亿元，与本次交易作价存在差异的主要影响因素如下：

（1）签订股权转让协议时易佰网络的业绩情况和市场环境情况

2018 年年中，罗晔等人与胡范金、庄俊超洽谈投资易佰网络事宜之前，易佰网络 2018 年上半年业绩增速较为平缓，2018 年一季度、二季度营业收入与 2017 年四季度相比分别增长 4.37% 和下降 4.64%，急需补充流动资金，以应对 2018 年下半年的潜在市场机会。同时，2018 年 5 月以来，美国政府接连宣布对从中国进口的部分商品加征关税，在相关影响尚不明晰的情况下，投资者对跨境出口电商未来发展普遍持谨慎观望态度。在此背景下，综合考虑 2018 年上半年的业绩情况、补充营运资金的客观需要和宏观经济环境影响，易佰网络股东胡范金和庄俊超向投资人保守承诺 2018 年和 2019 年净利润不低于 6,000 万元和 9,000 万元，并以 2018 年预计净利润的 10 倍确定标的公司整体估值为 60,000 万元。

2018 年 7 月签署股权投资协议后，周新华、罗晔夫妇向胡范金、庄俊超提供借款 6,000 万元，该笔款项由胡范金、庄俊超借给易佰网络。因此，易佰网络营运资金得到补充后迅速转化为存货，商品采购规模大幅提升，加之跨境出口电商企业采取有效措施和调整经营策略来应对美国加征关税政策的影响后，行业整体发展趋势逐渐向好。在此背景下，易佰网络的业务收入也顺势快速增长，推动

了2018年下半年及2019年业绩的快速增长,2018年全年收入同比增长97.88%,为本次交易估值奠定了业绩基础。

上市公司与交易对方针对本次交易签订《购买资产协议》及其补充协议时,易佰网络经审计的2018年扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润为9,002.68万元,且2019年、2020年、2021年、2022年的承诺净利润分别不低于14,100万元、17,000万元、20,400万元、25,100万元,与2018年7月签订股权转让协议时点相比,易佰网络的经营业绩已有较大幅度的提高,因此对应整体估值也相应提升,具有合理性。

(2) 少数股权折价影响

罗晔等人通过受让股权成为易佰网络的少数股东后,未实际参与易佰网络的日常经营管理,在易佰网络日常经营和对外事务的重大决策中影响较小,因此该次股权转让的作价相比本次交易存在一定的少数股权折价因素。本次交易完成后,上市公司将持有易佰网络90%的股权,对易佰网络实现了控制,因此该次股权转让作价低于本次交易,具有合理性。

综上,该次股权转让的交易作价是各方基于2018年上半年的业绩情况、补充营运资金的客观需要和宏观经济环境影响等因素经友好协商而确定,具有商业合理性。该次股权转让与本次交易的价格差异主要是由于外部市场环境、易佰网络经营状况、未来盈利预测和控股权收购的交易目的等因素不同所致。

(五) 2019年3月,第三次股权转让

1、交易背景原因

考虑到易佰网络未来资本运作的可能,汇丰大通叁号在入股易佰网络后应履行私募基金备案程序,后因自身原因未完成备案程序,因此经过协商,汇丰大通叁号将其所持易佰网络股权转出。汇丰大通叁号对易佰网络的投资资金从注入时间2017年6月至退出日超过20个月,考虑其资金成本,经友好协商,在2017年7月债转股4.8亿元投后估值的基础上,给予52.08%的退出溢价收益。

2、与前次交易作价差异的原因

与前次交易作价相比,该次交易作价的差异原因为估值依据不同。前次交易

为罗晔等人受让易佰网络股权，作价依据 2018 年 7 月罗晔等人与易佰网络、胡范金签订的《合作框架协议》约定的 2018 年预计净利润 6,000 万元的 10 倍确定。该次交易估值依据是在 2017 年 7 月债转股 4.8 亿元投后估值的基础上给予 52.08% 的退出溢价收益。

3、与本次交易作价差异的原因

该次股权转让作价为 2017 年 6 月债转股估值的延续，也是交易各方协商结果，与本次交易作价的估值时点不同，易佰网络的经营规模发生变化，该次交易与本次交易作价不具有可比性。

（六）2019 年 3 月，易佰网络第五次增资

1、交易背景原因

易佰网络本次增资为 B 轮融资，晨晖朗姿看好易佰网络和跨境电商行业的发展前景，于 2018 年 9 月起开始与易佰网络实际控制人胡范金协商以 B 轮投资方的身份入股易佰网络，并于 2018 年 12 月签订《股东协议》和《投资协议》，确定易佰网络的整体投后估值为 100,000 万元。根据《股东协议》的约定，易佰网络 2018 年、2019 年、2020 年的承诺净利润分别不低于 8,000.00 万元、10,000.00 万元、14,000.00 万元。

2、与前次交易作价差异的原因

与前次交易作价相比，该次交易作价的差异主要原因为估值依据不同。前次交易为汇丰大通叁号因未完成基金备案而退出，估值依据是在 2017 年 7 月债转股 4.8 亿元投后估值的基础上给予 52.08% 的退出溢价收益，估值时点追溯应至 2017 年 7 月。该次交易协议签署时，易佰网络的经营业绩发生较大的变化，由于该次交易协议签署时点为 2018 年 12 月，因此估值确定为 100,000 万元，参考了 2018 年预计实现的净利润 8,000 万元及 2019 年承诺净利润 10,000 万元确定。

3、与本次交易作价差异的原因

该次交易协议签署时点为 2018 年 12 月，因此估值确定为 100,000 万元，参考了 2018 年预计实现的净利润 8,000 万元及 2019 年承诺净利润 10,000 万元确定。

本次交易估值基于评估师出具的《易佰网络评估报告》收益法估值结果，基

于易佰网络历史期间已实现业绩以及对易佰网络未来现金流的合理预测，评估基准日为2019年4月30日。同时，南平芒励多、罗晔、南靖超然、易晟辉煌承诺2019年度、2020年度、2021年度、2022年度实现的合并报表中扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于14,100万元、17,000万元、20,400万元、25,100万元，对应2019年承诺净利润的动态市盈率为11.91倍。

因此，该次增资定价参考了易佰网络已实现业绩及预期业绩，经交易各方友好协商确定。该次增资与本次交易的价格差异，主要是由于外部市场环境、易佰网络经营状况、未来盈利预测和交易目的等因素不同所致。

三、虽繇子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号增资事项，以及罗晔、李旭、黄立山取得转让股权事项涉及以前年度债转股安排，但实际转股时间均为2019年，进一步补充披露两次转股价格存在显著差异的原因及合理性，罗晔取得标的资产股权作价与本次交易存在较大差异的原因、作价是否具备公允性

（一）两次转股价格存在显著差异的原因及合理性

与2017年7月繇子马利亚、汇丰大通壹号、汇丰大通叁号债转股相比，2018年7月罗晔等人入股时交易作价差异主要原因为确定估值的时点不同：

1、前者的协议签署及投资款支付均发生在2017年6月，当时易佰网络的经营规模较小，对未来业绩的增长存在不确定性。根据协议约定，易佰网络承诺2017年、2018年、2019年任一年度经具有证券从业资格的会计师事务所审计后的净利润分别为4,500万元、6,300万元、8,820万元，该次定价依据2017年预期净利润4,500万元的10.67倍确定。

2、后者的协议签署及投资款支付均发生在2018年7月，易佰网络股东胡范金和庄俊超向投资人承诺2018年和2019年净利润不低于6,000万元和9,000万元，估值6亿元依据2018年预计净利润6,000万元的10倍确定。

因此，两次交易估值差异主要系估值时点不同所致，具有合理性。

（二）罗晔取得标的资产股权作价与本次交易存在较大差异的原因、作价是否具备公允性

罗晔取得标的资产股权作价与本次交易存在差异原因，详见本题回复之“二/

(四) /3、与本次交易作价差异的原因”。罗晔取得标的资产作价公允性分析详见问题 1 回复之“二/ (三) /1、2018 年 7 月股权转让估值合理性”。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：2019 年以来历次股权转让和增资对应估值及与本次交易作价存在差异，是各方基于估值时点特定市场环境、易佰网络历史经营业绩等因素经友好协商而确定，具有商业合理性；A 轮投资人债转股，以及罗晔等人向易佰网络股东先行借款，后受让股权，两次交易作价具有合理性和公允性。

问题 9、申请文件显示，1) 因本次交易上市公司股票于 2019 年 6 月 3 日停牌，交易对方南平芒励多、南靖超然、晨晖朗姿、繸子马利亚于停牌前 6 个月内至报告书披露日发生出资额转让、增资、合伙人变更等事项。2) 易晟辉煌为易佰网络员工持股平台，报告期内发生多次合伙人变更情形。3) 2019 年 1-4 月，易佰网络因实施员工股权激励确认股份支付费用 7,666.59 万元。请你公司：1) 补充披露交易对手方股东或合伙人在停牌前六个月内入股、入伙和退股、退伙的原因及合理性、入退股（伙）价格、入股（伙）价格对应估值及与本次交易作价是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性。2) 补充披露标的资产 2019 年股份支付事项的具体情况，包括相关协议安排、参与人员情况、费用计算过程、会计处理方式、是否将对易佰网络以后年度经营成果产生影响等。3) 补充披露易晟辉煌截至目前历次合伙人变更的具体情形、相关协议安排（例如员工服务期限、业绩条件等）、入股的作价情况，并进一步说明历次合伙人变更是否涉及股份支付、是否均已按照《企业会计准则第 11 号-股份支付》的要求进行会计处理。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、交易对手方股东或合伙人在停牌前六个月内入股、入伙和退股、退伙的原因及合理性、入退股（伙）价格、入股（伙）价格对应估值及与本次交易作价是否存在较大差异，如是，请说明原因及合理性

在停牌前六个月内（2018年12月3日-2019年6月3日）存在股东或合伙人入股、入伙和退股、退伙情况的交易对方包括南平芒励多、南靖超然、易晟辉煌、晨晖朗姿，具体情况如下：

（一）南平芒励多

1、停牌前六个月内出资变动情况

2019年3月8日，南平芒励多增加注册资本至367.30万元，新增注册资本7.30万元由合伙人胡范金认缴。截至2019年2月20日，本次增资款已足额实缴。

本次增资后，南平芒励多的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额	出资比例
1	胡范金	执行事务合伙人	365.50	99.51%
2	罗春	有限合伙人	1.80	0.49%
合计			367.30	100.00%

2、定价合理性

南平芒励多本次增资的背景和目的，是南平芒励多使用该笔增资款完成对易佰网络的实缴出资，因此按照注册资本定价，与本次交易作价不具有可比性。

（二）南靖超然

1、停牌前六个月内出资变动情况

2019年3月8日，南靖超然增加注册资本至244.87万元，新增注册资本4.87万元由合伙人庄俊超认缴。截至2019年2月22日，上述增资已足额缴纳。

本次增资后，南靖超然的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额	出资比例
1	庄俊超	执行事务合伙人	242.95	99.22%
2	陈淑婷	有限合伙人	1.92	0.78%

序号	合伙人姓名	合伙人性质	出资额	出资比例
合计			244.87	100.00%

2、定价合理性

南靖超然本次增资的背景和目的，是南靖超然使用该笔增资款完成对易佰网络的实缴出资。因此按照注册资本定价，与本次交易作价不具有可比性。

（三）易晟辉煌

1、停牌前六个月内出资变动情况

2019年1月25日，易晟辉煌合伙人变更如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	转让出资比例	转让对价
史家松	左水强	4.12	1.00%	0.0001
周一平	左水强	2.06	0.50%	0.0001
张洋	张敏	4.95	1.20%	0.0001
张洋	李汉团	3.98	0.97%	0.0001
林学德	李汉团	2.75	0.67%	0.0001
刘燕纯	李汉团	0.69	0.17%	0.0001
朱之沁	李汉团	0.69	0.17%	0.0001
雷颖	李汉团	0.14	0.03%	0.0001

本次合伙人变更前，易晟辉煌的出资额均未实缴，因此本次转让价格为1元名义对价。本次变更完成后，易晟辉煌的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额	出资比例
1	张敏	执行事务合伙人	46.14	11.20%
2	庄俊超	有限合伙人	145.82	35.40%
3	贺日新	有限合伙人	20.60	5.00%
4	李露露	有限合伙人	20.60	5.00%
5	刘露	有限合伙人	20.60	5.00%
6	李晶晶	有限合伙人	17.17	4.17%
7	徐善德	有限合伙人	13.73	3.33%
8	文俊兵	有限合伙人	13.73	3.33%
9	李金强	有限合伙人	10.30	2.50%
10	曾桥	有限合伙人	10.30	2.50%
11	胡威	有限合伙人	10.30	2.50%

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额	出资比例
12	胡延峰	有限合伙人	10.30	2.50%
13	何元	有限合伙人	8.24	2.00%
14	李汉团	有限合伙人	8.24	2.00%
15	李梦琴	有限合伙人	7.551	1.83%
16	姜龙华	有限合伙人	6.18	1.50%
17	左水强	有限合伙人	6.18	1.50%
18	姚向权	有限合伙人	4.81	1.17%
19	覃尚田	有限合伙人	4.81	1.17%
20	杜婷婷	有限合伙人	2.06	0.50%
21	张凡	有限合伙人	2.06	0.50%
22	张志坤	有限合伙人	2.06	0.50%
23	俞志容	有限合伙人	2.06	0.50%
24	吴琼	有限合伙人	2.06	0.50%
25	李昆鹏	有限合伙人	2.06	0.50%
26	叶平	有限合伙人	1.37	0.33%
27	湛桥	有限合伙人	1.37	0.33%
28	冉育雪	有限合伙人	1.37	0.33%
29	雷燕竹	有限合伙人	1.03	0.25%
30	罗山燕	有限合伙人	1.03	0.25%
31	岳霞	有限合伙人	0.82	0.20%
32	袁哲	有限合伙人	0.82	0.20%
33	邹本坤	有限合伙人	0.69	0.17%
34	刘楚雯	有限合伙人	0.69	0.17%
35	李桂阳	有限合伙人	0.69	0.17%
36	曹为艳	有限合伙人	0.69	0.17%
37	胡晓芬	有限合伙人	0.69	0.17%
38	杨静	有限合伙人	0.69	0.17%
39	周曦	有限合伙人	0.69	0.17%
40	陈蒙	有限合伙人	0.69	0.17%
41	余丽霞	有限合伙人	0.69	0.17%
合计			411.97	100.00%

2、定价合理性

上述出资额转让的背景是转让方因个人原因从易佰网络离职，离职员工所持出资份额经协商由执行事务合伙人张敏及员工左水强、李汉团受让。由于当时易晟辉煌的出资额均未实缴，因此本次转让价格为1元名义对价。本次转让系员工持股平台内部合伙人调整，与外部市场化定价有所差异，与本次交易作价不具有可比性。

(四) 晨晖朗姿

1、停牌前六个月内出资变动情况

2019年2月25日，晨晖朗姿合伙人进行变更：刘智敏将晨晖朗姿1,000万元出资额以1,000万元的价格转让给刘中敏。本次变更完成后，晨晖朗姿的出资结构如下：

单位：万元

序号	合伙人名称	合伙人性质	出资额	出资比例
1	宁波晨晖创新投资管理有限公司	执行事务合伙人	387.78	1.00%
2	宁波梅山保税港区磐阳股权投资合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	6,500.00	16.76%
3	朗姿股份有限公司	有限合伙人	5,500.00	14.18%
4	江苏中韩盐城产业园投资有限公司	有限合伙人	5,000.00	12.89%
5	宁波梅山保税港区鸿文投资管理合伙企业（有限合伙）	有限合伙人	4,500.00	11.60%
6	江苏汇鸿国际集团资产管理有限公司	有限合伙人	3,000.00	7.74%
7	伊廷雷	有限合伙人	2,000.00	5.16%
8	拉萨亚祥兴泰投资有限公司	有限合伙人	1,500.00	3.87%
9	苏秋湘	有限合伙人	1,100.00	2.84%
10	问泽鸿	有限合伙人	1,000.00	2.58%
11	王智敏	有限合伙人	1,000.00	2.58%
12	庞村	有限合伙人	1,000.00	2.58%
13	李旭	有限合伙人	1,000.00	2.58%
14	刘中敏	有限合伙人	1,000.00	2.58%
15	宁波梅山保税港区博进投资中心（有限合伙）	有限合伙人	1,000.00	2.58%
16	深圳小辣椒科技有限责任公司	有限合伙人	1,000.00	2.58%
17	厦门瑞极投资有限公司	有限合伙人	1,000.00	2.58%
18	深圳市盘古拾陆号股权投资中心（有限合伙）	有限合伙人	790.00	2.04%
19	陈永洲	有限合伙人	500.00	1.29%
合计			38,777.78	100.00%

2、定价合理性

晨晖朗姿于2019年3月28日入股易佰网络，晨晖朗姿该次出资额转让工商变更日期为2019年2月25日，因此该次出资额转让发生时点，晨晖朗姿尚未入股易佰网络。

根据晨晖朗姿的说明，刘中敏与刘智敏系兄弟关系，刘智敏因其他用途需要资

金，因此将其持有晨晖朗姿的份额平价转给刘中敏，因此该次交易为亲属内部之间的出资额转让，具有合理性，且在该次出资额转让时，晨晖朗姿尚未入股易佰网络，与本次交易作价不具有可比性。

二、易晟辉煌截至目前历次合伙人变更的具体情形，标的资产 2019 年股份支付事项的具体情况，包括相关协议安排（例如员工服务期限、业绩条件等）、参与人员情况、费用计算过程、会计处理方式、是否将对易佰网络以后年度经营成果产生影响，并进一步说明历次合伙人变更是否涉及股份支付、是否均已按照《企业会计准则第 11 号-股份支付》的要求进行会计处理

（一）2019 年股份支付总体情况

易晟辉煌于 2019 年 1 月 29 日入股易佰网络，根据《易佰网络审计报告》，标的公司 2019 年 1-8 月因员工激励累计确认股份支付费用为 10,791.30 万元。

（二）股权激励协议的相关安排（例如员工服务期限、业绩条件等）、费用计算过程、会计处理方式、不会对易佰网络以后年度经营成果产生影响

1、股权激励协议的相关安排

易晟辉煌全体合伙人与易佰网络、易晟辉煌、胡范金签署的股权激励协议，主要约定了各合伙人入股的出资额、支付对价及易晟辉煌对易佰网络的持股比例，不涉及服务期限或业绩条件等条款，此外，对合伙人的义务约定如下：

（1）合伙人有足够的履行本协议。

（2）合伙人保证以自有合法资金支付出资款，并且有足够的履行协议约定的义务。

（3）合伙人订立和履行协议，不会违反对合伙人有约束力的合同或其他法律文件，否则，相应的法律责任全部由合伙人承担。

（4）合伙人保证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。

（5）合伙人保证，遵守易佰网络各项规章制度，切实履行与易佰网络或其子公司订立的劳动合同（含保密协议、竞业限制协议）约定的各项义务，诚实守信，勤勉尽责，在任职期间不得存在以下任一情形：

1）严重违反易佰网络或其子公司劳动纪律或规章制度；

- 2) 严重失职、营私舞弊，对易佰网络及其子公司利益造成重大损害；
 - 3) 违反劳动合同、违反职业道德、泄露易佰网络或其子公司机密、失职或渎职等行为严重损害易佰网络及其子公司利益或声誉；
 - 4) 以任何方式侵占、挪用易佰网络及其子公司财产；
 - 5) 被依法追究刑事责任，或者受到行政处罚并给易佰网络及其子公司造成损害的；
 - 6) 严重损害易佰网络及其子公司利益的其他行为。
- (6) 有关协议的任何资料、文件和信息属于商业秘密，合伙人负有保密义务，除履行法定披露义务外，不得向第三方披露有关本协议的任何资料、文件和信息。

2、费用计算过程及会计处理方式

根据《企业会计准则第 11 号——股份支付》第五条的规定，授予后立即可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，应当在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用，相应增加资本公积。易佰网络股份支付费用的计算过程和会计处理如下：

(1) 股份支付计算公式

确认股份支付金额=股份支付时点对应的易佰网络公允价值*员工持股比例-员工取得股份所支付的对价

(2) 会计处理方式

易晟辉煌历次出资人变动确认的股份支付金额一次性计入当期管理费用，同时增加资本公积。

(3) 股份支付公允价值的确定方式

易晟辉煌增资入股易佰网络完成工商变更登记日期为 2019 年 1 月 29 日，此后标的公司先后经历 A 轮投资人入股（2019 年 2 月 1 日）、罗晔等人受让股权（2019 年 3 月 5 日）、汇丰大通叁号退出（2019 年 3 月 27 日）、B 轮投资人入股（2019 年 3 月 28 日）。由于 A 轮投资人入股和汇丰大通叁号退出对应的估值确定时间追溯至 2017 年 6 月，罗晔等人受让股权对应的估值确定时间追溯至 2018 年 7 月，B 轮投资人入股对应的估值确定时间追溯至 2018 年 12 月，因此，2019 年 1 月 29 日

易晟辉煌增资入股易佰网络涉及股份支付对应的公允价值应参考 B 轮投资人对易佰网络的投前估值确定，即 94,500.00 万元。

2019 年 6 月易晟辉煌的合伙人变更、2019 年 7 月易晟辉煌的有限合伙人易致辉煌第一次变更，以及 2019 年 8 月易致辉煌合伙人第二次变更，距离本次交易较近，因此采用本次交易作价 168,000 万元确定股份支付对应的公允价值。

3、股份支付不会对易佰网络以后年度经营成果产生影响

根据易晟辉煌全体合伙人与易佰网络、易晟辉煌、胡范金签署的股权激励协议，协议未约定服务期限或业绩条件等条款，易晟辉煌确认的股份支付金额一次性确认在当年会计年度，不会对易佰网络以后年度经营成果产生影响。

（三）易晟辉煌历次合伙人变更及股份支付计提、参与人员情况的具体情况

1、2019 年 1 月，易晟辉煌入股易佰网络的合伙人情况

（1）基本情况

2019 年 1 月 29 日，易佰网络召开股东会，决议将注册资本由 1,000 万元增至 1,111.1111 万元，新增注册资本全部由易晟辉煌实缴。易晟辉煌共增资 995.91 万元，其中 111.1111 万元计入注册资本，884.7989 万元计入资本公积。

根据易佰网络提供的出资凭证，易晟辉煌于 2019 年 3 月 29 日、2019 年 4 月 1 日合计缴纳本次增资款 995.91 万元。

2019 年 1 月 29 日，易佰网络完成上述工商变更登记。

（2）股份支付对应的公允价值

易晟辉煌增资入股易佰网络完成工商变更登记的日期为 2019 年 1 月 29 日，此后标的公司先后经历 A 轮投资人入股（2019 年 2 月 1 日）、罗晔等人受让股权（2019 年 3 月 5 日）、汇丰大通叁号退出（2019 年 3 月 27 日）、B 轮投资人入股（2019 年 3 月 28 日）。由于 A 轮投资人入股和汇丰大通叁号退出对应的估值确定时间追溯至 2017 年 6 月，罗晔等人受让股权对应的估值确定时间追溯至 2018 年 7 月，B 轮投资人入股对应的估值确定时间追溯至 2018 年 12 月，因此，2019 年 1 月 29 日易晟辉煌增资入股易佰网络涉及股份支付对应的公允价值应参考 B 轮投资人对易佰网络的投前估值确定，即 94,500.00 万元。

(3) 参与人员及股份支付具体情况

单位：万元

序号	合伙人	认缴出资额	出资比例	支付对价	确认股份支付金额
1	张敏	46.1443	11.20%	138.44	831.85
2	庄俊超	145.8236	35.40%	145.82	2,920.45
3	贺日新	20.5983	5.00%	76.76	356.37
4	李露露	20.5983	5.00%	61.79	371.34
5	刘露	20.5983	5.00%	61.79	371.34
6	李晶晶	17.1666	4.17%	51.50	309.47
7	徐善德	13.7308	3.33%	41.19	247.53
8	文俊兵	13.7308	3.33%	41.19	247.53
9	李金强	10.2992	2.50%	30.90	185.66
10	曾桥	10.2992	2.50%	30.90	185.66
11	胡威	10.2992	2.50%	30.90	185.66
12	胡延峰	10.2992	2.50%	30.90	185.66
13	何元	8.2393	2.00%	24.72	148.53
14	李汉团	8.2393	2.00%	27.80	145.45
15	李梦琴	7.5513	1.83%	28.14	130.64
16	姜龙华	6.1795	1.50%	23.03	106.91
17	左水强	6.1795	1.50%	23.03	106.91
18	姚向权	4.8076	1.17%	14.42	86.67
19	覃尚田	4.8076	1.17%	14.42	86.67
20	杜婷婷	2.0598	0.50%	7.68	35.63
21	张凡	2.0598	0.50%	7.68	35.63
22	张志坤	2.0598	0.50%	7.68	35.63
23	俞志容	2.0598	0.50%	7.68	35.63
24	吴琼	2.0598	0.50%	7.68	35.63
25	李昆鹏	2.0598	0.50%	7.68	35.63
26	叶平	1.3718	0.33%	5.11	23.74
27	谌桥	1.3718	0.33%	5.11	23.74
28	冉育雪	1.3718	0.33%	5.11	23.74
29	雷燕竹	1.0299	0.25%	3.84	17.82
30	罗山燕	1.0299	0.25%	3.84	17.82
31	岳霞	0.8239	0.20%	3.07	14.25
32	袁哲	0.8239	0.20%	3.07	14.25
33	邹本坤	0.688	0.17%	2.56	11.91
34	刘楚雯	0.688	0.17%	2.56	11.91
35	李桂阳	0.688	0.17%	2.56	11.91

序号	合伙人	认缴出资额	出资比例	支付对价	确认股份支付金额
36	曹为艳	0.688	0.17%	2.56	11.91
37	胡晓芬	0.688	0.17%	2.56	11.91
38	杨静	0.688	0.17%	2.56	11.91
39	周曦	0.688	0.17%	2.56	11.91
40	陈蒙	0.688	0.17%	2.56	11.91
41	余丽霞	0.688	0.17%	2.56	11.91
合计		411.9657	100.00%	995.91	7,666.59

2、2019年6月，易晟辉煌合伙人变更

(1) 基本情况

2019年6月18日，易晟辉煌合伙人变更如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	转让出资比例	转让对价
张敏	易致辉煌	25.55	6.20%	0.0001
庄俊超	易致辉煌	100.51	24.40%	0.0001
	杜婷婷	4.12	1.00%	15.37
	唐林	12.36	3.00%	46.10
	刘雪芬	6.18	1.50%	23.05
	张建蓉	6.18	1.50%	30.90

本次张敏、庄俊超向易致辉煌转让部分出资额，系由个人直接持有易晟辉煌出资额平移为通过两人出资设立的合伙企业间接持有，因此采用1元名义对价转让，不涉及计提股份支付；此外，庄俊超将易晟辉煌4.12万元出资额以15.37万元对价转让给杜婷婷，将易晟辉煌12.36万元出资额以46.10万元对价转让给唐林，将易晟辉煌6.18万元出资额以23.05万元对价转让给刘雪芬，将易晟辉煌6.18万元出资额以30.90万元对价转让给张建蓉，上述变更计提股份支付。

(2) 股份支付对应的公允价值

该次变更日期为2019年6月18日，距离本次重组交易较近，因此采用本次重组交易作价168,000万元确定本次股份支付对应的公允价值。

(3) 参与人员及股份支付具体情况

单位：万元

序号	合伙人	认缴出资额	出资比例	支付对价	确认股份支付金额
1	唐林	12.36	3.00%	46.10	390.49
2	刘雪芬	6.18	1.50%	23.05	195.25

3	张建蓉	6.18	1.50%	30.90	187.40
4	杜婷婷	4.12	1.00%	15.37	130.17
合计		28.84	7.00%	115.41	903.30

3、2019年7月，易晟辉煌의有限合伙人易致辉煌第一次变更

(1) 基本情况

2019年7月16日，易致辉煌合伙人作出变更如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	转让出资比例	转让对价
庄俊超	杨春红	2.06	1.63%	10.30
	高博	2.06	1.63%	10.30
	王晓丹	1.37	1.09%	6.87
	黄秋霞	0.69	0.54%	3.43
	郑利云	0.69	0.54%	3.43
	严娣	0.69	0.54%	3.43
	杨璇	0.69	0.54%	3.43
	刘晓波	0.69	0.54%	3.43

本次变更系由庄俊超向杨春红等8名新增易佰网络核心员工转让部分出资额，庄俊超将易致辉煌2.06万元出资额以10.30万元对价分别转让给杨春红、高博，将易致辉煌1.37万元出资额以6.87万元对价转让给王晓丹，将易致辉煌0.69万元出资额以3.43万元对价分别转让给黄秋霞、郑利云、严娣、杨璇、刘晓波。

(2) 股份支付对应的公允价值

该次变更日期为2019年7月16日，距离本次重组交易较近，因此采用本次重组交易作价168,000万元确定本次股份支付对应的公允价值。

(3) 参与人员及股份支付具体情况

单位：万元

序号	合伙人	认缴出资额	出资比例	支付对价	确认股份支付金额
1	杨春红	2.06	1.63%	10.30	62.46
2	高博	2.06	1.63%	10.30	62.46
3	王晓丹	1.37	1.09%	6.87	41.64
4	黄秋霞	0.69	0.54%	3.43	20.82
5	郑利云	0.69	0.54%	3.43	20.82
6	严娣	0.69	0.54%	3.43	20.82

7	杨璇	0.69	0.54%	3.43	20.82
8	刘晓波	0.69	0.54%	3.43	20.82
合计		8.93	7.08%	44.63	270.68

4、2019年8月，易致辉煌의有限合伙人易致辉煌第二次变更

(1) 基本情况

2019年8月19日，易致辉煌合伙人作出变更如下：

单位：万元

转让方	受让方	转让出资额	转让出资比例	转让对价
庄俊超	张敏	41.20	32.68%	41.20
	余志东	6.18	4.90%	30.90
	夏娟慧	6.18	4.90%	30.90
	贺日新	3.17	2.52%	12.69
	李金胜	2.06	1.63%	10.30

本次变更系由庄俊超向易致辉煌执行事务合伙人张敏及杨春红等4名新增易佰网络核心员工转让部分出资额，庄俊超将易致辉煌41.20万元出资额以41.20万元对价转让给张敏，庄俊超将易致辉煌6.18万元出资额以30.90万元对价分别转让给余志东、夏娟慧，将易致辉煌3.17万元出资额以12.69万元对价转让给贺日新，将易致辉煌2.06万元出资额以10.30万元对价转让给李金胜。

(2) 股份支付对应的公允价值

该次变更日期为2019年8月19日，距离本次重组交易较近，因此采用本次重组交易作价168,000万元确定本次股份支付对应的公允价值。

(3) 参与人员及股份支付具体情况

单位：万元

序号	合伙人	认缴出资额	出资比例	支付对价	确认股份支付金额
1	张敏	41.20	32.68%	41.20	1,414.10
2	余志东	6.18	4.90%	30.90	187.40
3	夏娟慧	6.18	4.90%	30.90	187.40
4	贺日新	3.17	2.52%	12.69	99.37
5	李金胜	2.06	1.63%	10.30	62.46
合计		58.79	46.64%	125.98	1,950.73

(四) 历次合伙人变更均涉及股份支付、均已按照《企业会计准则第11号-

股份支付》的要求进行会计处理

综上，易晟辉煌及其有限合伙人易致辉煌的历次合伙人变更涉及股份支付的，已全部按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》确认了股份支付金额。

三、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：交易对手方股东或合伙人在停牌前六个月内入股、入股和退股、退伙的原因及合理性、入股（伙）价格、入股（伙）价格对应估值及与本次交易作价差异原因是基于特殊背景和目的，具有合理性；易佰网络 2019 年计提股份支付事项计算方式、估值依据、会计处理方式合理，不会对易佰网络以后年度经营成果产生影响；易晟辉煌历次合伙人变更涉及股份支付的，均已按照《企业会计准则第 11 号——股份支付》的要求进行会计处理。

问题 10. 申请文件显示，截至评估基准日 2019 年 4 月 30 日，易佰网络 90%股权评估值为 15.13 亿元，增值率为 446.45%，交易作价对应 2018 年市盈率为 22.29 倍。根据备考审阅报告，本次交易完成后，上市公司将新增 13.6 亿元商誉，占备考报表净资产超过 70%。请你公司：1) 补充披露同行业公司以及可比收购案例市盈率、市销率情况等，并结合前述数据及易佰网络行业地位、核心竞争力、市场竞争格局、竞争对手情况等，补充披露易佰网络评估增值的合理性。2) 补充披露易佰网络可辨认净资产公允价值、本次交易是否存在未辨识的可辨认资产，若是，进一步说明预计对交易完成后上市公司合并财务报告中商誉金额的影响情况；若否，说明具体原因。3) 补充披露上市公司和易佰网络应对商誉减值的具体措施及有效性。请独立财务顾问、评估师和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、易佰网络评估增值合理性分析

(一) 同行业公司以及可比收购案例的市盈率、市销率情况

1、同行业上市公司市盈率、市销率情况

易佰网络所在行业属于中国证监会行业分类中的“F 批发与零售”。截至本次交易的评估基准日 2019 年 4 月 30 日，“F 批发与零售”上市公司中剔除市盈率为负值或市盈率高于 100 倍的公司后，同行业上市公司相对估值法下的估值情况如下：

序号	证券代码	证券简称	静态市盈率	市销率
1	300538.SZ	同益股份	87.17	2.04
2	600605.SH	汇通能源	86.94	0.77
3	000159.SZ	国际实业	80.96	8.80
4	000632.SZ	三木集团	70.79	0.33
5	600203.SH	福日电子	69.66	0.26
6	601933.SH	永辉超市	65.13	1.33
7	600861.SH	北京城乡	64.84	1.37
8	002758.SZ	华通医药	63.75	1.41
9	600858.SH	银座股份	63.37	0.22
10	601116.SH	三江购物	62.88	2.04
11	603003.SH	龙宇燃油	62.78	0.24
12	600272.SH	开开实业	59.71	2.31
13	000096.SZ	广聚能源	58.45	3.73
14	600857.SH	宁波中百	58.06	2.09
15	002819.SZ	东方中科	57.25	3.09
16	600778.SH	友好集团	53.22	0.35
17	603939.SH	益丰药房	52.49	3.27
18	600833.SH	第一医药	49.67	1.98
19	002251.SZ	步步高	48.75	0.41
20	600278.SH	东方创业	47.62	0.43
21	600546.SH	山煤国际	46.64	0.27
22	300131.SZ	英唐智控	46.38	0.53
23	000151.SZ	中成股份	46.24	3.03
24	600626.SH	申达股份	43.11	0.40
25	600993.SH	马应龙	42.20	3.39
26	603716.SH	塞力斯	39.20	2.99
27	600287.SH	江苏舜天	38.75	0.62
28	000753.SZ	漳州发展	38.71	1.16
29	600677.SH	航天通信	38.60	0.64

序号	证券代码	证券简称	静态市盈率	市销率
30	603101.SH	汇嘉时代	38.35	0.74
31	000785.SZ	武汉中商	38.15	0.62
32	600824.SH	益民集团	37.98	2.78
33	603883.SH	老百姓	37.95	1.75
34	603233.SH	大参林	36.02	2.16
35	000032.SZ	深桑达 A	35.57	2.34
36	600361.SH	华联综超	35.15	0.26
37	000705.SZ	浙江震元	34.76	0.85
38	600976.SH	健民集团	34.55	1.30
39	600386.SH	北巴传媒	34.46	0.75
40	000715.SZ	中兴商业	33.72	1.18
41	300622.SZ	博士眼镜	32.03	3.40
42	002727.SZ	一心堂	31.66	1.80
43	600648.SH	外高桥	30.90	3.29
44	000411.SZ	英特集团	30.56	0.14
45	601086.SH	国芳集团	29.60	1.35
46	603214.SH	爱婴室	29.56	1.77
47	002556.SZ	辉隆股份	29.53	0.24
48	300755.SZ	华致酒行	29.52	2.43
49	200025.SZ	特力 B	29.24	6.14
50	603708.SH	家家悦	29.24	0.99
51	601366.SH	利群股份	29.17	0.51
52	600838.SH	上海九百	29.12	40.52
53	600739.SH	辽宁成大	28.43	1.12
54	603108.SH	润达医疗	28.13	1.23
55	000019.SZ	深粮控股	28.07	0.80
56	600785.SH	新华百货	27.56	0.50
57	600814.SH	杭州解百	27.38	0.70
58	601010.SH	文峰股份	27.31	1.03
59	000564.SZ	供销大集	27.11	1.27
60	002640.SZ	跨境通	27.05	0.80
61	000078.SZ	海王生物	26.67	0.29
62	002872.SZ	*ST 天圣	26.29	1.35
63	002697.SZ	红旗连锁	25.33	1.15
64	603970.SH	中农立华	23.17	0.72
65	600826.SH	兰生股份	22.78	1.58
66	000062.SZ	深圳华强	22.58	1.31
67	000963.SZ	华东医药	22.52	1.66

序号	证券代码	证券简称	静态市盈率	市销率
68	600865.SH	百大集团	22.29	3.20
69	600811.SH	东方集团	22.27	1.01
70	600293.SH	三峡新材	22.14	0.56
71	603900.SH	莱绅通灵	22.06	2.78
72	002441.SZ	众业达	21.53	0.52
73	600180.SH	瑞茂通	21.53	0.27
74	600998.SH	九州通	21.51	0.34
75	300184.SZ	力源信息	21.50	0.71
76	600827.SH	百联股份	20.88	0.38
77	002867.SZ	周大生	20.60	3.45
78	600337.SH	美克家居	20.40	1.74
79	000034.SZ	神州数码	19.57	0.12
80	000026.SZ	飞亚达 A	19.50	1.05
81	600693.SH	东百集团	19.20	1.68
82	603123.SH	翠微股份	19.15	0.66
83	000419.SZ	通程控股	19.14	0.69
84	000417.SZ	合肥百货	19.00	0.40
85	002419.SZ	天虹股份	18.94	0.89
86	000652.SZ	泰达股份	18.93	0.30
87	600713.SH	南京医药	18.77	0.16
88	000906.SZ	浙商中拓	18.51	0.08
89	900938.SH	海科 B	18.10	-
90	603368.SH	柳药股份	17.90	0.81
91	600710.SH	苏美达	17.86	0.10
92	002788.SZ	鹭燕医药	17.80	0.28
93	600628.SH	新世界	17.19	1.68
94	600729.SH	重庆百货	17.11	0.42
95	600829.SH	人民同泰	16.98	0.62
96	000028.SZ	国药一致	16.65	0.47
97	002561.SZ	徐家汇	16.40	1.83
98	000950.SZ	重药控股	15.83	0.42
99	002221.SZ	东华能源	15.75	0.35
100	600090.SH	同济堂	15.46	0.76
101	002187.SZ	广百股份	15.03	0.40
102	002589.SZ	瑞康医药	14.91	0.34
103	200019.SZ	深粮 B	14.43	0.41
104	601607.SH	上海医药	14.35	0.35
105	600653.SH	申华控股	14.16	0.68

序号	证券代码	证券简称	静态市盈率	市销率
106	600511.SH	国药股份	13.56	0.49
107	200026.SZ	飞亚达 B	13.51	0.73
108	002462.SZ	嘉事堂	13.42	0.25
109	600335.SH	国机汽车	13.19	0.18
110	600387.SH	海越能源	12.89	0.19
111	000759.SZ	中百集团	12.81	0.36
112	600297.SH	广汇汽车	12.69	0.24
113	600327.SH	大东方	12.61	0.41
114	600723.SH	首商股份	12.57	0.45
115	600382.SH	广东明珠	12.48	6.73
116	600697.SH	欧亚集团	12.19	0.20
117	600859.SH	王府井	11.85	0.53
118	002277.SZ	友阿股份	11.73	0.74
119	600704.SH	物产中大	11.56	0.08
120	600655.SH	豫园股份	11.23	1.10
121	600250.SH	南纺股份	11.18	2.06
122	600755.SH	厦门国贸	10.64	0.08
123	002091.SZ	江苏国泰	10.63	0.29
124	200028.SZ	一致 B	9.93	0.28
125	600981.SH	汇鸿集团	9.41	0.29
126	002024.SZ	苏宁易购	8.76	0.48
127	600694.SH	大商股份	8.76	0.36
128	000501.SZ	鄂武商 A	8.41	0.51
129	600051.SH	宁波联合	8.31	0.51
130	900927.SH	物贸 B 股	8.13	0.06
131	600828.SH	茂业商业	8.11	0.75
132	600153.SH	建发股份	5.84	0.10
133	900943.SH	开开 B 股	5.46	0.21
134	600738.SH	兰州民百	4.25	4.87
135	900923.SH	百联 B 股	2.11	0.04
136	900912.SH	外高 B 股	2.03	0.22
平均数			27.97	1.45
易佰网络			18.66	0.93

注 1：数据来源于 Wind 资讯

注 2：静态市盈率=可比上市公司 2019 年 4 月 30 日收盘价/2018 年末每股收益

注 3：市销率=可比上市公司 2019 年 4 月 30 日收盘价/2018 年末每股销售额

上表可见，与易佰网络同属“批发与零售”行业的上市公司平均静态市盈率为 27.97 倍，市销率为 1.45 倍。根据易佰网络经审计的 2018 年财务数据，本次

交易对价对应的静态市盈率为 18.66 倍，市销率为 0.93 倍，低于同行业可比上市公司平均水平。

2、可比收购案例的市盈率、市销率情况

易佰网络经营跨境出口电商业务，近三年来，国内资本市场上并购交易中，被并购标的主营业务与易佰网络相同或相似的可比交易情况如下：

上市公司	标的公司	标的公司主营情况	100%股权交易作价（万元）	静态市盈率	动态市盈率	市销率
天泽信息	有棵树	跨境电子商务	340,000.00	21.42	13.08	1.45
华鼎股份	通拓科技	跨境电子商务	290,000.00	22.22	14.50	1.32
星徽精密	泽宝股份	跨境电子商务	153,000.00	20.09	14.17	0.88
跨境通	优壹电商	跨境电子商务	179,000.00	18.27	13.36	0.89
平均值				20.50	13.78	1.13
易佰网络				18.66	11.91	0.93

注 1：静态市盈率=（本次交易对价/收购比例）/交易前一年归属于母公司股东净利润。

注 2：动态市盈率=（本次交易对价/收购比例）/第一年承诺净利润。

注 3：市销率=（本次交易对价/收购比例）/交易前一年营业收入。

由上表可见，与本次交易较为可比的交易案例中，标的公司收购价格对应的平均静态市盈率为 20.50 倍，平均动态市盈率为 13.78 倍，平均市销率为 1.13 倍。本次交易对价对应的标的公司易佰网络静态市盈率为 18.66 倍、动态市盈率为 11.91 倍，市销率为 0.93 倍，低于可比交易案例的平均水平。

综上，本次交易标的资产作价对应的市盈率、市销率低于同行业可比上市公司或可比收购案例的平均水平，与其生产经营状况和所处发展阶段相符，本次交易标的资产作价具有合理性。

（二）结合易佰网络的行业地位、核心竞争力、市场竞争格局、竞争对手情况对其评估增值合理性分析

1、易佰网络的行业地位

根据中国电子商务研究中心发布的《2018 年度中国跨境电商市场数据监测报告》，2018 年中国跨境电商出口规模为 7.1 万亿元，同比增长 12.70%，2015-2018 年均复合增长率为 16.42%。在海外市场需求逐渐释放、外贸企业转型升级等因素的推动下，我国跨境出口电商行业仍有巨大发展空间。

易佰网络是一家依托中国优质供应链资源、以市场需求为导向的跨境出口零售电商企业。易佰网络通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台，将汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、户外运动等品类的高性价比中国制造商品销售给境外终端消费者，构建了覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区的全球性销售网络。

得益于在跨境出口电商领域的深耕细作，近年来易佰网络的成长受到第三方平台的高度认可，获得 ebay 2016 年度精选商品卓越表现奖、2017 年度飞跃进步奖、2018 年度销售季军和 Lazada 2018 年度激“赞”卖家奖、Shopee 2018 年度最佳潜力奖、Wish 2019 年度卖家之星等奖项，逐步树立了在跨境出口电商行业的口碑和地位。目前，与易佰网络业务模式类似的国内主要跨境出口零售电商企业对比情况如下：

单位：万元

公司名称	2018 年		2017 年	
	营业收入	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润	营业收入	扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润
跨境通	2,153,387.41	57,306.24	1,401,789.73	73,737.06
安克创新	523,221.82	41,526.04	390,300.55	25,231.88
傲基电商	510,872.10	18,471.50	371,225.35	18,049.15
通拓科技	401,667.44	22,114.23	362,633.09	20,216.76
有棵树	344,037.90	26,138.44	234,794.37	15,869.91
泽宝股份	212,574.08	10,936.81	174,345.16	7,617.13
易佰网络	181,250.44	9,002.68	91,594.23	3,721.80

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。泽宝股份 2018 年数据来源于星徽精密资产重组过渡期损益情况的专项审计报告，其中净利润为剔除股份支付费用口径。

易佰网络系国内规模较大的跨境出口零售电商企业，根据大华会计师出具的《易佰网络审计报告》，2017 年度、2018 年度和 2019 年 1-8 月，易佰网络分别实现营业收入 91,594.23 万元、181,250.44 万元和 218,877.23 万元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 3,721.80 万元、9,002.68 万元和 10,889.53 万元，其中 2018 年营业收入同比增长 97.88%。此外，2019 年 1-8 月营业收入占全年预测营业收入的 72.22%，扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润占全年承诺净利润的 77.23%，预计 2019 年实现 14,100 万元的承诺净利润目标具有较高的可能性。因此，通过对比分析业内知名的跨境出口零售电

商企业的收入及利润规模，易佰网络整体经营规模居于跨境出口电商行业前列，且近年来业绩增速相对突出，具有较强的市场竞争力。

2、易佰网络的核心竞争力

易佰网络凭借多年的跨境出口电商运营经验、差异化的品类发展策略、各产品类目领域的专业人才、对第三方电商平台内部算法的深入理解和对经营数据的深度挖掘以及多元的线上销售渠道和高效的供应链体系，能够持续优化提升产品开发能力及推广效果，为终端消费者提供优质的购物体验，在行业中逐步建立了自身的核心竞争力。具体如下：

（1）品类产品开发优势

在品类开发策略上，易佰网络制定了差异化的品类发展策略，在业务发展初期战略性避开服装、消费电子等处于红海市场的品类，优先拓展仍处于蓝海市场、产品生命周期相对较长、更新换代相对较慢的汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容等品类，与其他跨境出口电商企业形成差异化竞争，并逐渐建立竞争优势。2019 年起，易佰网络在进一步深耕上述四大品类的基础上，依托积累的开发及运营经验，开始加大布局消费电子、母婴服装，并同步发展户外运动等品类，在售 SKU 数量规模不断增加，由 2017 年的 7.90 万个增至 2019 年 1-8 月的 29.04 万个（以产生付款订单为统计口径）。

在产品开发模式上，易佰网络通过充分挖掘细分品类行业动态和电商平台交易数据，捕捉不同国家和地区的市场需求变化趋势，开发适合电商渠道销售、满足特定市场需求的产品。易佰网络的特征和优势在于通过严控产品开发时间和开发成本来提高开发效率，并在产品开发和供应链管理各环节贯彻“小批量、多批次、低成本快速试错”的管控逻辑，从而提升产品从开发上线、采购销售到库存管理的整体周转效率。

（2）数据化运营优势

为巩固互联网技术与业务深度融合的竞争优势，实现全业务链条的自动化与智能化，易佰网络通过自建信息系统开发团队，开发了产品管理系统、销售管理系统、订单管理系统、仓储管理系统、采购管理系统、物流管理系统、客服系统等协同运转的业务系统。此外，易佰网络通过在业务发展过程中根据实际业务需

求对各个系统进行迭代升级，使得其整体系统具备多电商平台接入能力、多供应商资源整合能力、多渠道数据搜集能力、突发巨量订单处理能力等多项能力。

得益于覆盖全流程的管理系统，易佰网络快速实现了销售终端、业务中端、管理后端全渠道的业务数据打通，并积累了大量跨境出口电商一手业务数据。基于此，易佰网络将各类数据充分应用于产品设计、供应链管理、营销渠道、店铺运营等各业务环节：1）在产品设计层面，易佰网络产品开发部充分挖掘细分品类行业动态和电商平台交易数据，捕捉不同国家和地区的市场需求变化趋势，以此为依据进行产品开发；2）在供应链层面，易佰网络以历史销售数据、用户行为数据、广告效果数据等类型数据为基础对产品销售趋势、库存实时状况、供应商产能情况进行预判，根据预判结果提前采取补货、库存调拨等措施，并通过数据的实时传输实现供应链的全流程跟踪控制；3）在营销渠道层面，易佰网络对流量来源进行数据采集和追踪，优化不同渠道的营销投入，提升推广支出回报率和付费流量转化率；4）在店铺运营层面，易佰网络通过消费者行为数据判断对客户更具有吸引力的页面、照片，指导设计部设计更有针对性的详情页，并引导客户将商品加入购物车，基于购物车数据调整商品展示，提高动销率。

（3）多元化平台优势

截至目前，易佰网络已在亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方主流电商平台及 Joom、Jumia 等第三方新兴电商平台开设店铺，整合各类销售渠道开展跨境电商零售业务。一方面，多元化平台经营可拓宽销售渠道，有助于加快品类扩张节奏；另一方面，多平台运营所形成的海量交易数据为易佰网络数据化运营奠定了丰富的原始数据基础，某一平台的销售情况可为其他平台产品开发、产品刊登、供应链管理等提供参考依据。

（4）高效整合、少量多批的供应链系统优势

为提高精准营销的效率，易佰网络搭建了以“高效整合、少量多批”为特点的供应链体系。易佰网络依托内部算法，综合考虑历史期产品销量的增长趋势、产品竞争程度、季节性特点、当前库存量、预计到货时间等因素，可较为精准预测产品在未来一定时期的需求量，按照小批量、多批次原则制定采购计划，有效控制仓储成本、降低存货滞销风险。能够有效避免存货大面积积压、滞销的情况。

易佰网络通过 PMS 采购管理系统整合国内供应链资源，与众多供应商建立合作关系，并对商品采购各个环节进行数字化处理，与开发部、仓储中心紧密配合，协同实现少量多批、快速响应的采购模式。

在仓储模式方面，易佰网络构建了海外仓、国内仓为一体的多层次仓储体系，尤其注重与亚马逊等第三方电商平台和谷仓、递四方等第三方仓储物流服务商在海外仓模式上的战略合作，积累了丰富的运营经验，并形成一定的竞争优势。易佰网络在海外仓和国内仓两类仓储模式上协同发展，通常以国内仓为备货测试起点，对于销量测试良好和市场需求提升的产品，会以少量多批的方式逐步增加在海外仓的备货规模，并结合市场需求的最新变动情况进行动态调整，进而即时控制库存，保持良好的库存周转。

易佰网络与专业第三方跨境物流服务商建立长期战略合作，搭建覆盖海、陆、空等多种运输方式的跨境物流配送体系。易佰网络与主要跨境物流服务商打通数据对接系统，综合考虑平台政策、消费者要求、商品特点、配送时效和成本、目的地信息等因素，通过 TMS 物流管理系统选择发货仓库、配送方式、物流类型，为线上订单匹配最优的跨境物流配送方案，从而提高物流配送效率，优化消费者购物体验。

（5）人才优势

易佰网络拥有一支专业背景深厚、经验丰富且稳定的经营管理团队，经过对人力资源管理的迭代优化，逐渐打造了一支凝聚向心力高、持续发展与竞争力强、沟通高效与协作的队伍，为快速发展奠定了坚实的人力资源基础。

针对核心业务员工，易佰网络已实施了较广泛的股权激励，与核心员工共享发展收益，进一步保证了核心业务团队的稳定性及易佰网络的持续盈利能力。针对基层员工，易佰网络制定了完善的人才梯队培养战略、职位轮换及晋升机制，为持续发展提供人才支持。除此以外，易佰网络制定了结果导向性的薪酬和奖励体系，引导员工创先争优，激发员工的主观能动性，有效提高整体运营效率。

3、易佰网络的市场竞争格局以及竞争对手情况

目前，跨境出口电商 B2C 行业呈现出平台型电商寡头垄断、自营型电商充分竞争的市场格局。其中，平台型 B2C 电商行业集中度相对较高，亚马逊、ebay、

速卖通、Wish 等平台占据较大的市场份额，行业格局稳定。相比而言，自营型 B2C 电商企业的竞争格局尚未成型，市场集中度较低，行业呈现百花齐放的情况。截至目前，除易佰网络之外，知名的跨境出口电商 B2C 企业有环球易购、帕拓逊、有棵树、通拓科技、泽宝股份、安克创新、傲基电商等，具体情况如下表所示：

序号	公司名称	经营情况
1	跨境通（环球易购、帕拓逊）	跨境通成立于 2003 年，于 2011 年 12 月在深交所中小企业板上市，股票代码 002640，2014 年和 2016 年分别收购跨境出口电商企业环球易购和帕拓逊。环球易购和帕拓逊是跨境通经营跨境出口电商业务的主要载体，其中环球易购主要经营的商品包括服装、服饰、婴幼儿用品、3C 电子产品、化妆品、箱包等六大类，业务覆盖包括美国、加拿大、英国等全球 200 多个国家和地区；帕拓逊致力于发展自有品牌，已孵化基于欧美地区的电商产品品牌，如 MPOW、LITOM、EXCELVAN、FLOUREON 等，在消费类电子产品的多个细分类目建立了品牌优势。2018 年度，环球易购实现营业收入 124.07 亿元，实现归属于母公司所有者的净利润 2.48 亿元；帕拓逊实现营业收入 34.17 亿元，实现归属于母公司所有者的净利润 2.38 亿元。
2	有棵树	有棵树成立于 2010 年，于 2019 年被上市公司天泽信息收购，主要依托 ebay、亚马逊、Wish、速卖通等第三方电商平台，将中国制造的高性价比产品销往国外，商品品类涵盖 3C 电子产品、户外用品、家居生活用品、玩具、车载用品等。2018 年度，有棵树实现营业收入 34.40 亿元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 2.61 亿元。
3	通拓科技	通拓科技成立于 2004 年，于 2018 年被上市公司华鼎股份收购，主要通过 ebay、亚马逊、速卖通、Wish、TOMTOP 自有网站等多种电商平台，将游戏配件、电脑配件、汽车配件、健康美容仪器等品类商品销售给海外终端消费者。2018 年度，通拓科技实现营业收入 40.17 亿元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 2.21 亿元。
4	泽宝股份	泽宝股份成立于 2007 年，于 2018 年被上市公司星徽精密收购，旗下拥有 RAVPower、TaoTronics、Uspicy 等品牌，经营各种电子消费产品，借助亚马逊、ebay、Newegg 等电商平台销往欧洲、北美、日本等。2018 年度，泽宝股份实现营业收入 21.26 亿元，实现归属于母公司所有者的净利润 10,936.81 万元（剔除股份支付费用）。
5	安克创新	安克创新成立于 2011 年，于 2019 年披露招股说明书，拟申请创业板上市，主要从事智能移动周边产品、智能生活周边产品及计算机周边产品的研发和销售，主要销售渠道为亚马逊等境外线上平台、境外线下零售店及京东、天猫等境内线上平台。2018 年，安克创新实现营业收入 52.32 亿元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 4.15 亿元。
6	傲基电商	傲基电商成立于 2010 年，拥有以 Aukey 品牌为主的系列品牌产品，涵盖数码电子类、美容、灯具、安防等品类，拥有 efox 系列网站和 coolicool 网站等渠道品牌。2018 年，傲基电商实现营业收入 51.09 亿元，实现扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润 1.85 亿元。

易佰网络和上述同行业可比公司之间在产品策略和品类、平台类型、仓库管理模式等方面存在一定差异：（1）在产品策略和品类方面，跨境出口电商企业可分为泛品类电商和精品类电商。其中，跨境通、傲基电商、通拓科技、有棵树、易佰网络属于泛品类电商，SKU 数量级一般是几万到几十万不等，注重选品和规模效应；安克创新、泽宝股份则属于精品类电商，SKU 数量通常不超过 2,000 个，主要是自主品牌产品，且用户粘性和复购率较高；（2）在平台类型方面，跨境通、傲基电商、通拓科技、有棵树采用“第三方平台+自营平台”的销售模式，泽宝股份、安克创新、易佰网络主要采用第三方平台模式；（3）在仓库管理模式方面，各家跨境出口电商企业结合自身业务特点和战略，在亚马逊 FBA 仓、第三方海外仓、自营海外仓、自营国内仓等仓储类型上有所侧重。

有关易佰网络与同行业可比公司在 SKU 数量、仓库数量、仓库分布情况、活跃用户数量、有效网店数量等核心指标的对比情况，详见问题 11 回复之“二、对比易佰网络 SKU 数量、仓库数量、仓库分布情况、活跃用户数量、有效网店数量等核心指标与同行业公司差异情况，说明标的资产是否具备核心竞争力”。

综上，易佰网络处于高速增长的跨境电商行业，具有良好的行业前景；同时，易佰网络是行业内的知名企业之一，在品类产品开发、数据化运营、多元化平台、供应链系统和经营管理团队等方面具有竞争优势和核心竞争力，且近年来业绩增速相对突出。因此，易佰网络本次评估增值具有合理性。

二、补充披露易佰网络可辨认净资产公允价值、本次交易是否存在未辨识的可辨认资产，若是，进一步说明预计对交易完成后上市公司合并财务报表中商誉金额的影响情况；若否，说明具体原因。

（一）购买日各项可辨认资产及负债的公允价值

购买日各项可辨认资产及负债的公允价值的确认，主要参考中联资产评估集团有限公司出具的中联评报字【2019】第 1535 号《湖南华凯文化创意股份有限公司拟收购深圳市易佰网络科技有限公司股权项目资产评估报告》中资产基础法的相关内容，在备考财务报表的购买日，各项可辨认资产、负债公允价值与账面价值对比如下：

单位：万元

项目	购买日账面价值	购买日公允价值	增值金额
货币资金	2,323.09	2,323.09	-
应收账款	4,581.54	4,581.54	-
预付款项	667.30	667.30	-
其他应收款	1,107.86	1,107.86	-
存货	14,823.96	14,823.96	-
其他流动资产	81.20	81.20	-
固定资产	225.31	225.31	-
无形资产	119.00	3,018.37	2,899.37
长期待摊费用	71.34	71.34	-
递延所得税资产	217.69	217.69	-
其他非流动资产 ^注	11,485.91	11,485.91	-
资产总额	35,704.21	38,603.58	2,899.37
短期借款	1,191.13	1,191.13	-
应付账款	6,564.62	6,564.62	-
预收款项	642.05	642.05	-
应付职工薪酬	946.59	946.59	-
应交税费	1,859.34	1,859.34	-
其他应付款	5,555.50	5,555.50	-
预计负债	367.21	367.21	-
其他非流动负债	4,000.00	4,000.00	-
负债合计	21,126.43	21,126.43	-
净资产	14,577.78	17,477.15	2,899.37

注：由于易佰网络 2018 年股东新增投资（其中 900.00 万元计入易佰网络实收资本）、2019 年有新股东投资（其中 372.67 万元计入易佰网络实收资本，10,213.24 万元作为资本溢价计入易佰网络资本公积），以 2019 年 4 月 30 日为基准日的易佰网络净资产已包括此次增资价值。为合理确定备考商誉，在编制备考合并报表时，调增备考期初即 2018 年 1 月 1 日易佰网络的可辨认净资产 11,485.91 万元，同时将增资应收到的增资款计入易佰网络其他非流动资产。

备考财务报表购买日无形资产的公允价值较原账面价值产生增值，增值部分无形资产主要为软件技术类无形资产。

（二）商誉的计算过程

单位：万元

项目	金额
合并成本（A）	151,200.00
购买日可辨认净资产账面价值（B）	14,577.78
资产基础法下评估增值（C）	2,899.37
评估增值对应的递延所得税负债影响（D）	724.84

项目	金额
收购的股权比例 (E)	90%
商誉 (A-(B+C-D)*E)	136,122.92

(三) 备考合并报表编制已充分辨认和合理判断标的资产拥有的但未在其财务报表中确认的无形资产

根据《企业会计准则第 20 号——企业合并》及相关解释、《企业会计准则解释第 5 号》规定，非同一控制下的企业合并中，购买方在对企业合并中取得的被购买方资产进行初始确认时，应当对被购买方拥有的但在其财务报表中未确认的无形资产进行充分辨认和合理判断，满足以下条件之一的，应确认为无形资产：1、源于合同性权利或其他法定权利；2、能够从被购买方中分离或者划分出来，并能单独或与相关合同、资产和负债一起，用于出售、转移、授予许可、租赁或交换。

参照《资产评估执业准则——无形资产》第二条：无形资产，是指特定主体拥有或者控制的，不具有实物形态，能持续发挥作用并且能带来经济利益的资源。《资产评估执业准则——无形资产》第十四条：可辨认无形资产包括专利权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益、域名等。不可辨认无形资产是指商誉。

本次评估中，评估师要求标的公司对于拥有的但未在其财务报表中确认的可辨认无形资产进行申报，一般可辨识无形资产包含：专利权、软件著作权、商标权、著作权、专有技术、销售网络、客户关系、特许经营权、合同权益、域名等。评估师对上述无形资产是否存在并可以辨识与标的公司管理层进行了充分讨论，具体讨论结果如下：

1、专利权、软件著作权

截至评估基准日，标的公司拥有 16 项专利权、12 项软件著作权，其中软件著作权在易佰网络日常经营中的采购、库存管理、营销策略等方面发挥重要作用，易佰网络的专利权对销售商品的合法权益进行了保障。评估师对易佰网络的专利、软件著作权进行了信息核查，独立财务顾问和律师对易佰网络拥有的商标及专利等无形资产也进行了权属确认。根据评估师与管理层访谈了解，其自主研发并申

请专利及软件著作权的相关技术均在日常经营中使用，并对其收入产生了相当的贡献。因此，评估师分析认为易佰网络拥有和控制相关专利、软件著作权，同时能持续发挥作用并且能带来经济利益，故本次评估将其辨识为专利技术无形资产进行估值。

2、商标

截至评估基准日，易佰网络注册拥有 131 项注册商标，广泛运用在经营销售中，可以较明确地对应收益贡献，故评估师分析，其注册的商标是易佰网络拥有和控制的，同时能持续发挥作用并且能带来经济利益，故本次评估将其辨识为商标权无形资产进行估值。

3、客户关系

标的公司拥有的客户关系，仅是标的公司与客户之间存在的正常业务关系，客户关系依托于销售产品，无法单独进行转让，因此标的公司不存在未辨识的符合无形资产确认条件的客户关系。

4、合同权益

标的公司依托第三方电商平台，向终端消费者销售产品，与终端消费者形成产品销售的合同关系。销售合同的执行能够为标的公司带来经济利益的流入，但标的公司与客户之间的销售合同系按照行业惯例签订，该类销售合同并不能为标的公司带来超额的收益，因此标的公司不存在未辨识的符合无形资产确认条件的合同权益。

5、域名

截至评估基准日，易佰网络共计 138 个域名。易佰网络依托第三方电商平台，向终端消费者销售产品，其域名仅作为特定产品的信息载体，未在日常经营中对收入产生贡献，未能为易佰网络带来经济利益，因此标的公司不存在未辨识的符合无形资产确认条件的域名。

6、著作权、专有技术、销售网络、特许经营权

截至评估基准日，标的公司不存在著作权、专有技术、特许经营权及销售网络。因此标的公司不存在未辨识的符合无形资产确认条件的著作权、专

有技术、销售网络、特许经营权。

综上，本次评估对标的公司申报的但未在其财务报表中确认的无形资产进行了充分辨认及合理判断，标的公司除上述商标、专利、软件著作权外，不存在其他可辨认的无形资产。

三、补充披露上市公司和易佰网络应对商誉减值的具体措施及有效性

本次交易标的资产的成交价格较其可辨认净资产增值较高，本次交易完成后公司将会确认较大金额的商誉，依据《备考报告》模拟测算，本次交易将形成商誉 136,122.92 万元，占上市公司 2019 年 8 月 31 日备考总资产的比例为 39.74%。若未来宏观经济形势、市场竞争环境或标的公司自身经营管理发生不利变化，导致标的公司实际盈利水平显著低于预期，则本次交易所形成的商誉将有可能会进行减值处理，从而对公司经营业绩产生一定程度的影响。应对商誉减值，上市公司拟采取的应对措施如下：

（一）交易协议中约定减值测试及减值补偿条款

交易双方已在交易方案中设置了减值测试及减值补偿的具体安排，具体如下：

1、在业绩承诺补偿期间届满时，由上市公司聘请具有证券、期货从业资格的会计师事务所对易佰网络进行减值测试，并对减值测试结果出具《减值测试报告》。

2、如果业绩承诺期间届满时，标的资产期末减值额 $>$ （业绩承诺期间内已补偿可转换公司债券总数 $\times$ 100 + 业绩承诺期间内已补偿股份总数 $\times$ 本次股份的发行价格 + 业绩承诺期间内现金补偿总额）的，则业绩承诺方需另行向上市公司补偿差额部分：

业绩承诺方应另行补偿金额 = 期末减值额 -（业绩承诺期间内已补偿可转换公司债券总数 $\times$ 100 + 业绩承诺期间内已补偿股份总数 $\times$ 本次股份的发行价格 + 业绩承诺期间内现金补偿总额）

业绩承诺方各方应另行补偿金额 = 业绩承诺方应另行补偿金额 $\times$ 本次交易中业绩承诺方各自转让易佰网络股权占业绩承诺方合计转让易佰网络股权比例

3、前述减值额为标的资产作价减去期末标的资产的评估值并扣除业绩承诺

期内易佰网络股东增资、减资、接受赠与以及利润分配的影响。

4、上述减值补偿应在上市公司聘请的具有证券、期货相关业务资格的会计师事务所出具《减值测试报告》后 30 日内，由上市公司和业绩承诺方参照《盈利预测补偿协议》第四条相关内容执行。

（二）本次交易完成后的整合计划

为了有效防范商誉减值等整合风险，实现协同发展，维护上市公司股东的合法权益，上市公司将根据公司的发展战略，在保持易佰网络在资产、业务及人员保持相对独立和稳定的基础上，对易佰网络业务、资产、财务、人员、机构等各方面进行整合。公司拟采取的整合计划具体如下：

1、业务整合

本次交易完成后，上市公司将在保持易佰网络业务相对独立的基础上，发挥两家公司在各自领域内的资源优势和管理经验，充分利用易佰网络在跨境电商市场的运营经验，加强公司品牌推广建设，提高对客户需求的快速反应能力及整体实力。公司的产品结构、客户结构和范围、生产组织效率均将得到不同程度的改善。

2、资产整合

本次交易完成后，易佰网络作为上市公司的控股子公司，仍将拥有独立的法人财产，但未来关联交易、对外担保、购买处置资产、债务重组、股利分配等事项须经上市公司占半数以上席位的标的公司董事会决策，前述事项或其交易金额达到上市公司董事会或股东大会审议标准，需提请上市公司董事会或股东大会审议。上市公司将遵照《深圳证券交易所创业板股票上市规则》、《公司章程》等相关法规和制度履行相应程序。

3、财务整合

本次交易完成后，上市公司将把自身规范、成熟的财务管理体系引入易佰网络的日常财务工作中，建立和完善易佰网络各项业务管理制度，强化财务核算及内部控制体系；另外，上市公司将进一步统筹易佰网络的资金使用和外部融资，在降低其运营风险和财务风险的同时提高营运效率。作为上市公司的子公司，易

佰网络将在财务规范、管理制度方面将与上市公司统一标准。

4、人员整合

本次交易完成后，一方面，上市公司向标的公司委派董事、监事和财务总监，加强对易佰网络相关管理、业务人员进行企业文化和以上市公司规范运营管理为核心内容的培训，建立和完善长效培训机制，以增强员工文化认同感和规范运营意识；一方面将保持易佰网络现有经营管理团队的稳定性，给予其较高的自主权，以充分发挥其具备的经验及业务能力，保持易佰网络的经营稳定性，实现双方管理层在战略发展部署方面的共识。上市公司将同时根据上市公司整体战略需求，加强易佰网络相关专业或管理人员的培养与引进，优化易佰网络目前的机构设置、日常管理制度，提高整体经营效率和管理能力。

5、机构整合

本次交易完成后，上市公司将派出财务部、证券部、人力资源部等相关人员对易佰网络相关人员按上市公司规范管理办法进行规范化培训，建立满足上市公司要求的一系列制度，并在实际运行中不断完善，实现内部管理的统一。上市公司将针对易佰网络目前内控制度、财务体系可能存在的不足进行改进，并通过财务统筹规划及一体化信息系统的建设，进一步提升内部管理的协同性。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络处于高速增长的跨境电商行业内，具有良好的行业前景，同时，易佰网络是行业内的知名企业之一，在品类产品开发、数据化运营、多元化平台、供应链系统和经营管理团队等方面具有竞争优势和核心竞争力，且近年来业绩增速相对突出，易佰网络本次评估增值具有合理性；备考财务报表购买日无形资产的公允价值较原账面价值产生增值，增值部分无形资产主要为软件技术类无形资产；本次交易评估及备考合并报表编制时，各项可辨认资产及负债的公允价值及商誉金额符合会计准则规定。

问题 12、申请材料显示：1) 2017 年度、2018 年度、2019 年 1-4 月，易佰网络营业收入分别为 91,594.23 万元、181,250.44 万元以及 102,159.89 万元，收入出现大幅增长。2) 2017 年度、2018

年度、2019 年 1-4 月，易佰网络毛利率分别为 60.41%、60.00% 以及 60.10%。2017 年度及 2018 年度标的资产同行业可比公司跨境通的毛利分别为 49.77%、40.58%；有棵树的毛利分别为 55.13%、55.85%；通拓科技的毛利率分别为 42.74%、40.98%，标的资产毛利率高于同业可比公司。3) 易佰网络报告期内有效网店数量从 217 家增长至 702 家，平均订单金额自 67.65 元增长至 111.33 元。4) 报告期内，易佰网络对美国的收入占比为 20%至 25%，2019 年 1-4 月，易佰网络出口美国的销售产品中，列入加征关税清单的产品销售金额占比约为收入总额的 17.56%，占同期出口美国营业收入的比例为 80.52%。请你公司补充披露：1) 易佰网络网店管理导流的具体措施，2018 年有效网店数量大幅增长的原因及合理性。2) 易佰网络 2018 年平均订单金额大幅增长的原因及合理性。3) 结合区域收入变化情况、销售产品结构变化情况等，说明 2018 年易佰网络在面临贸易政策变化的背景下，营业收入大幅增长 97.88%的原因及合理性。4) 易佰网络包括第三方或公司员工名义开设网店在内的各主要网店前十名客户名称、下单 IP 地址（如有）、购买频次、平均订单金额、订单基本情况、发货及收货地点、物流信息情况。5) 报告期内是否存在刷单行为，若是，进一步补充披露刷单的具体情况、占订单总额的比例，易佰网络将采取何种措施保证收入的真实性。6) 结合易佰网络与同行业公司销售产品类型及产品来源的差异情况等，补充说明易佰网络毛利率高于同行业公司的原因及合理性。请独立财务顾问及会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、易佰网络网店管理导流的具体措施，2018 年有效网店数量大幅增长的

原因及合理性

（一）易佰网络网店管理导流的具体措施

在跨境出口电商业务中，易佰网络的营销推广和流量优化围绕商品和网店两个维度展开。

在商品维度，易佰网络的营销推广方式以站内推广为主。易佰网络充分挖掘亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方电商平台的站内流量资源，通过关键词广告、优先展示等平台提供的营销推广工具，将站内流量引入商品链接页面并转化为订单，根据关键词的点击量或图片广告的展示量及对应的 CPC、CPM 竞拍单价核算广告费用。易佰网络针对 SKU 的流量优化工作由数据专员而非运营人员主导完成。数据专员通过自主研发的广告投放管理系统，对各个 SKU 的关键词进行选择、优化和竞价。该系统包含广告投放、风险控制、广告推荐、优质词库等功能模块，针对不同业务场景和时间阶段的广告需求设置差异化的投放策略，可在销量优先、利润优先等投放方式中进行切换，并对投放后的经营数据进行跟踪和监控，在保障利润率的前提下基于大数据算法实现推广转化率和业绩规模的最大化。

在网店维度，以亚马逊网店为例，易佰网络可合理通过“Sell Yours on Amazon”（俗称“跟卖”）机制，短期内迅速将既有网店流量传导给新开网店。跟卖机制下，既有店铺将销售业绩较好的商品对应的链接编码共享给新开网店，新开网店通过后台进行跟卖设置后，即可在既有网店的商品页面上销售相同的商品，买家浏览该商品页面时可以看到跟卖卖家及其提供的产品并择优购买，有利于提升新开网店及其商品的曝光率，逐步改善搜索权重及销售业绩，从而实现“老店带新店”的导流效果。此外，在人员配置上，易佰网络摒弃新开网店则新招人员的常规方式，而是安排一位既有网店的运营人员负责组建和管理新开网店团队，并在绩效管理上综合考虑既有网店和新开网店的团队建设和业绩情况，从而实现“老人带新人”的团队培养机制。

（二）2018 年有效网店数量大幅增长的原因及合理性

网店是易佰网络实现销售的重要载体，易佰网络结合自身发展规划、市场竞争环境、平台客户和流量特征、店铺运营成本、季节性影响等诸多因素，规划店

铺数量，制定店铺运营策略。2017 年度、2018 年度、2019 年 1-8 月，易佰网络有效网店数量分别为 217 个、573 个、1,027 个，呈逐年增长趋势，具体原因和合理性分析如下：

1、有利于易佰网络拓展销售渠道和提升业绩规模

报告期内，易佰网络营业收入实现快速增长，一方面源于既有网店销售额的稳步增长，另一方面源于销售渠道拓展的收入贡献。2018 年，易佰网络营业收入同比增长 97.88%，其中新开网店占主营业务收入的比例为 23.81%，是易佰网络业绩增长的重要组成部分。2019 年 1-8 月，新开网店占主营业务收入比例为 7.53%，主要是因为上半年属于跨境出口电商行业传统销售淡季，跨境出口电商一般利用该期间提前布局网店，因此新开网店尚处于培育期，随着新开网店的逐渐成熟和第四季度销售旺季的到来，新开网店的收入占比将有所提升。

项目	2019 年 1-8 月	2018 年
新开网店：		
营业收入（万元）	16,486.74	43,159.44
占主营业务收入比例	7.53%	23.81%
既有网店：		
营业收入（万元）	202,331.55	138,091.00
占主营业务收入比例	92.47%	76.19%
同比增长率	-	50.76%

注：新开网店指当期实现销售收入而前期无销售收入的网店。

分平台来看，报告期内，易佰网络在深耕亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主流第三方平台的同时，积极在沃尔玛、Joom 等新兴第三方电商平台开设网店，快速布局俄罗斯、非洲等新兴市场，为未来销售额的持续增长打下坚实基础。2018 年、2019 年 1-8 月，新开网店在第三方电商平台的销售收入分布情况如下：

平台名称	2019 年 1-8 月		2018 年	
	新开网店营业收入 (万元)	占比	新开网店营业收入 (万元)	占比
亚马逊	8,525.67	51.71%	27,005.96	62.57%
ebay	2,923.72	17.73%	4,711.31	10.92%
速卖通	2,338.00	14.18%	3,647.30	8.45%
沃尔玛	146.89	0.89%	3,562.41	8.25%
Wish	221.12	1.34%	1,930.71	4.47%

平台名称	2019 年 1-8 月		2018 年	
	新开网店营业收入 (万元)	占比	新开网店营业收入 (万元)	占比
Joom	98.73	0.60%	618.54	1.43%
Shopee	1,207.34	7.32%	605.72	1.40%
Cdiscount	277.27	1.68%	412.33	0.96%
Lazada	382.41	2.32%	106.27	0.25%
小计	16,121.15	97.78%	42,600.55	98.71%
其他	365.72	2.22%	558.89	1.29%
合计	16,486.87	100.00%	43,159.44	100.00%

2、与易佰网络的产品开发模式和泛品类电商定位相符

易佰网络属于以第三方电商平台为主要业务载体的泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，以满足不同国家和地区市场终端消费者的多元需求。报告期内，易佰网络 SKU 数量规模不断增加，由 2017 年的 7.90 万个增至 2019 年 1-8 月的 29.04 万个（以产生付款订单为统计口径）。为了与 SKU 规模和细分产品品类相匹配，易佰网络需增加网店数量，从而更精细化地开发和展示符合消费者需求的产品，并开展差异化的营销活动，提升消费者的购物体验的同时提高网店流量的转化效率。

通过上述分析和核查，报告期内易佰网络有效网店数量大幅增长，符合跨境出口电商行业惯例和易佰网络的经营策略，新开网店对易佰网络的经营管理具有合理性及必要性。

（三）主要新开网店情况

2018 年、2019 年 1-8 月，销售收入前十名新开网店的基本情况如下：

1、2019 年 1-8 月前十名新开网店

单位：万元

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
1	Luolay	亚马逊	2019/1/6	母婴、宠物、玩具、乐器	618.59	8	77.32
2	Salinr	亚马逊	2019/2/11	家纺、布艺、摆件、内饰	482.47	9	53.61
3	Tandmal	亚马逊	2019/1/4	户外用品	355.66	5	71.13
4	yuyte	亚马逊	2019/2/19	美容健康	345.18	9	38.35

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
5	Miyinla	亚马逊	2019/1/18	汽摩用品	238.88	8	29.86
6	Eugee	亚马逊	2019/1/4	汽摩用品	224.04	9	24.89
7	Magwen	亚马逊	2019/3/11	宠物用品	207.31	8	25.91
8	Betued	亚马逊	2019/2/27	健康美容、珠宝首饰	202.75	5	40.55
9	Zusend	亚马逊	2019/4/7	工业控制	200.73	8	25.09
10	meeqi	亚马逊	2019/3/1	户外用品	191.90	9	21.32

2、2018 年前十名新开店

单位：万元

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
1	Socialme	亚马逊	2017/12/28	家居园艺	6,074.85	9	674.98
2	Cusco	亚马逊	2018/3/26	母婴、宠物、玩具、乐器	3,840.33	10	384.03
3	Vidoo	亚马逊	2018/3/12	户外用品	2,198.82	10	219.88
4	Yotown	亚马逊	2018/4/17	纹眉、纹绣饰品	1,893.53	8	236.69
5	Exblue	亚马逊	2018/4/25	家居园艺	1,628.50	3	542.83
6	kggy	亚马逊	2018/2/26	家居、母婴玩具	1,062.03	9	118.00
7	Ceavo	亚马逊	2018/2/26	健美、首饰、服饰	1,033.18	8	129.15
8	Amoq	亚马逊	2018/3/19	家居园艺、母婴用品	897.26	8	112.16
9	tanus	亚马逊	2018/4/3	工艺收藏	891.87	9	99.10
10	Wizerry	亚马逊	2018/3/25	家居、户外	673.16	6	112.19

2018 年和 2019 年 1-8 月销售收入排名前十的新开店具有以下特征：

1、各期销售收入排名前十的新开店均为亚马逊网店，主要原因是一个亚马逊账号可在多个国家开通站点、刊登和销售商品，但归属于同一个亚马逊账号。亚马逊目前已开通站点的国家包括美国、加拿大、墨西哥、英国、德国、法国、西班牙、意大利、日本、澳大利亚、印度等。以 2018 年度销售收入第一名的亚马逊账号 Socialme 为例，2018 年开通了德国、意大利、法国、西班牙、英国、美国、加拿大、墨西哥、澳大利亚等 9 个亚马逊站点，平均单个站点的收入为 674.98 万元。该账号主要经营家居园艺类商品，易佰网络在该品类的产品开发和网店运营方面拥有丰富经验，2018 年逐月稳定增长，因此整年平均单个站点收入也相对高于其他账号。

经核查，易佰网络主要新开网店不存在单个网店或站点收入显著异常的情况。

2、各期主要新开网店中大部分的启用日期是在上年年末或当年年初，与跨境出口电商企业通常在上半年申请店铺的惯例相符。随着运营人员、产品供应、资金支持等资源不断到位，网店的经营活动逐渐培育成熟，从而在下半年特别是第四季度业务旺季之时实现较高的销售业绩。此外，2019年1-8月主要新开网店的销售规模低于2018年主要新开网店，亦主要是因为跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度。

经核查，易佰网络主要新开网店不存在启用日期与其所在年度销售规模相对比显著异常的情况。

二、易佰网络 2018 年平均订单金额大幅增长的原因及合理性

报告期各期，易佰网络的交易总额、订单总数、平均订单金额和平均销售单价情况如下：

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
总交易金额（万元）	227,828.15	187,640.84	95,414.12
总订单数（万单）	1,971.11	1,921.63	1,410.50
平均订单金额（元/单）	115.58	97.65	67.65
平均销售单价（元/个）	83.71	68.87	60.39

注：总交易金额：以商品发出时点统计的报告期各期在易佰网络店铺下单并完成付款的总金额（不考虑退货和预计负债影响，故略高于经审计的主营业务收入）

总订单数：报告期各期在易佰网络店铺下单并完成付款的订单总数

平均订单金额：总交易金额/总订单数

平均销售单价：主营业务收入/商品销售总数

2017年、2018年、2019年1-8月，易佰网络平均订单金额分别为67.65元/单、97.65元/单和115.58元/单，呈增长趋势。由于平均订单金额仅略高于平均销售单价，即平均1个订单的商品数量介于1-2个之间，因此平均订单金额的提高主要源于商品平均销售单价的提高。

2017年、2018年、2019年1-8月，易佰网络所售商品的平均销售单价分别为60.39元/个、68.87元/个和83.71元/个，呈上升趋势，主要原因为报告期内易佰网络为优化产品结构，逐渐提升高单价商品的开发比例，提高单品毛利，因此平均销售单价相应有所上涨。此外，中国制造业人口红利优势有所削弱，采购成本有所上涨，为维持和提升单品利润率，易佰网络对销售定价有所上涨。

三、结合区域收入变化情况、销售产品结构变化情况等，说明 2018 年易佰网络在面临贸易政策变化的背景下，营业收入大幅增长 97.88% 的原因及合理性

（一）区域收入变化情况

报告期内，易佰网络以销售地区为划分标准的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

销售地区	2019 年 1-8 月			2018 年度			2017 年度	
	金额	占比	占比变动	金额	占比	占比变动	金额	占比
美国	45,225.53	20.67%	-1.71%	40,555.22	22.38%	-3.32%	23,535.05	25.69%
德国	27,124.35	12.40%	2.35%	18,213.93	10.05%	-0.38%	9,555.93	10.43%
英国	26,260.47	12.00%	-1.06%	23,677.25	13.06%	1.40%	10,686.58	11.67%
法国	19,472.49	8.90%	1.38%	13,629.81	7.52%	0.90%	6,061.36	6.62%
意大利	14,056.15	6.42%	1.16%	9,540.19	5.26%	1.84%	3,133.83	3.42%
西班牙	12,975.59	5.93%	1.12%	8,715.91	4.81%	1.44%	3,087.96	3.37%
加拿大	12,167.28	5.56%	0.99%	8,275.20	4.57%	0.25%	3,955.25	4.32%
澳大利亚	7,444.16	3.40%	-1.41%	8,717.95	4.81%	-1.67%	5,937.99	6.48%
日本	6,774.44	3.10%	0.05%	5,515.12	3.04%	0.39%	2,430.49	2.65%
泰国	4,691.73	2.14%	0.59%	2,825.50	1.56%	0.78%	710.85	0.78%
菲律宾	4,549.38	2.08%	-0.09%	3,924.87	2.17%	0.47%	1,553.42	1.70%
俄罗斯	3,898.10	1.78%	-1.17%	5,349.12	2.95%	-0.78%	3,415.01	3.73%
墨西哥	3,884.62	1.78%	0.74%	1,874.42	1.03%	0.31%	660.14	0.72%
马来西亚	3,495.23	1.60%	-0.28%	3,399.16	1.88%	1.16%	651.88	0.71%
印度尼西亚	3,101.53	1.42%	0.32%	1,997.68	1.10%	0.31%	725.75	0.79%
其他	23,697.26	10.83%	-2.99%	25,039.12	13.81%	-3.10%	15,492.73	16.91%
合计	218,818.29	100.00%	-	181,250.44	100.00%	-	91,594.23	100.00%

根据上表，易佰网络主要依托第三方电商平台开展业务，销售市场分布广泛，覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区。具体而言，报告期内，易佰网络分区域的收入分布及其变动情况表现出以下特征：

1、从排名上来看，美国、英国、德国、法国、意大利、加拿大、澳大利亚等欧美发达国家稳定保持在销售地区排名前列，这些地区依靠其较高水平的互联网普及率和居民消费能力，是易佰网络的主要目标市场和核心收入来源。但与此同时，易佰网络来自东南亚、南美洲国家的销售收入也快速增长，该等地区伴随跨境物流、第三方支付、外币清算等跨境电商配套服务设施和体系的不断完善，依托巨大的人口红利基础、强烈的高性价比消费需求和日益开放的进口贸易政策，

加速释放市场潜力，成为促进易佰网络销售业绩快速增长的另一重要市场。

2、从结构上来看，报告期内，易佰网络来自美国、澳大利亚的收入占比整体有所下降；相反，来自德国、法国、意大利等欧洲国家和泰国、马来西亚、印度尼西亚等东南亚国家以及墨西哥等南美洲国家的收入占比则呈上升趋势。易佰网络深入研究发达国家市场与发展中国家市场“二元驱动”的市场格局，充分抓住跨境出口电商行业的快速发展契机，在欧美、东南亚、南美等跨境出口电商的重要或潜力市场均衡发展，对单一地区或国家不构成依赖。

（二）销售产品结构变化情况

报告期内，易佰网络以产品品类为划分标准的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

产品品类	2019 年 1-8 月		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
家居园艺	53,131.04	24.28%	48,204.71	26.60%	18,906.96	20.64%
工业及商业用品	37,957.17	17.35%	28,809.21	15.89%	15,319.51	16.73%
健康美容	31,770.89	14.52%	26,307.08	14.51%	11,349.44	12.39%
汽车摩托车配件	26,765.35	12.23%	19,914.91	10.99%	9,482.53	10.35%
3C 电子产品	17,816.71	8.14%	15,219.53	8.40%	9,474.37	10.34%
户外运动	19,984.29	9.13%	16,941.34	9.35%	9,951.30	10.86%
工艺收藏	8,870.58	4.05%	8,992.43	4.96%	5,019.00	5.48%
其他	22,522.27	10.29%	16,861.22	9.30%	12,091.14	13.20%
合计	218,818.29	100.00%	181,250.44	100.00%	91,594.23	100.00%

易佰网络销售商品品类结构基本保持稳定，2017 年度至 2019 年 8 月家居园艺、工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件等四大品类营业收入合计占比分别为 60.11%、67.99%、68.38%。易佰网络基于前期品类发展策略，在上述四个品类产品的开发和运营方面积累了丰富的经验，并形成较强的竞争优势。

（三）贸易政策变化及影响

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

时间	具体事项
2018年5月29日	美国政府宣布将对500亿美元从中国进口的包括高科技以及与“中国制造2025”相关的产品征收25%关税，最终征税名单将在6月15日宣布，将在随后开始征收关税。
2018年6月15日	美国政府宣布将对自华进口的约500亿美元商品加征25%的关税，其中对约340亿美元商品自2018年7月6日起实施加征关税措施，同时对约160亿美元商品加征关税开始征求公众意见。
2018年6月19日	特朗普指示美国政府对价值2,000亿美元的中国商品加征10%的额外关税。这项关税制裁将在中国实施反制的前提下生效。若中方再次加大反制，美国将对另外2,000亿美元的商品加征关税。
2018年7月6日	美国政府正式对340亿美元中国产品加征25%的关税，剩余的160亿美元商品清单尚待评估后确认公布。
2018年7月11日	美国政府公布拟对华2,000亿美元输美产品加征10%的关税清单，这部分商品加征关税清单最快将在两个月的公开意见征求期结束后敲定。
2018年8月1日	美国政府声明将考虑对自华进口的2,000亿美元商品加征税率从10%提升为25%。
2018年8月8日	美国政府宣布将于8月23日开始对首轮500亿美元中国商品制裁计划中剩余的160亿美元部分加征25%关税。
2018年8月23日	美国政府对首轮500亿美元中国商品制裁计划中剩余的160亿美元部分加征25%关税。
2018年9月17日	美国政府宣布对来自中国的2,000亿美元商品征收关税。该清单生效日为2018年9月24日，截止2018年年底税率10%，并宣布自2019年1月1日税率调整为25%。
2019年5月9日	美国政府宣布自2019年5月10日起，对来自中国的2,000亿美元商品加征的关税税率由10%调整为25%。
2019年5月13日	美国贸易代表办公室发布公告，将就约3,000亿美元中国商品加征25%关税征求意见并举行公开听证会。
2019年6月17-21日、 24-25日	美国贸易代表办公室在华盛顿就拟对华约3,000亿美元商品加征关税举行听证会，此次听证会共有来自机电、纺织、服装鞋帽、玩具、运动装备、钢铝、化工、五金、食品、医药、游戏软件等多个行业的314名代表发言，其中，303名代表反对加征关税，占比达到96%。
2019年6月29日	国家主席习近平与美国总统特朗普在日本大阪举行会晤，同意中美双方在平等和相互尊重的基础上重启经贸磋商，美方表示不再对中国出口产品加征新的关税。两国经贸团队将就具体问题进行讨论。
2019年8月1日	美国总统特朗普通过社交平台宣布将从2019年9月1日起对价值3,000亿美元的中国商品重新加征关税，税率从25%降为10%。
2019年8月13日	美国贸易代表办公室发布声明，决定延迟对部分中国货品类别加征10%的关税，加征关税时间推迟至2019年12月15日。
2019年8月29日	美国贸易代表办公室发布声明，宣布上调3,000亿美元中国商品关税税率，由原定的10%提高至15%，分两批实施（2019年9月1日和12月15日），将对2,500亿美元关税税率从25%提高到30%征求公众意见并计划于2019年10月1日生效。
2019年9月5日	刘鹤副总理应约与美国贸易代表莱特希泽、财政部长姆努钦通话。双方同意10月初在华盛顿举行第十三轮中美经贸高级别磋商，此前双方将保持密切沟通。工作层将于9月中旬开展认真磋商，为高级别磋商取得实质性进展做好充分准备。双方一致认为，应共

时间	具体事项
	同努力，采取实际行动，为磋商创造良好条件。
2019年9月12日	美国总统特朗普通过社交平台宣布将 2,500 亿美元中国商品关税税率增加到 30%的计划从 10 月 1 日推迟到 10 月 15 日。
2019年10月10-11日	新一轮中美经贸高级别磋商在华盛顿进行，中美双方就共同关心的经贸问题进行了坦诚、高效、建设性的讨论，讨论了后续磋商安排，同意共同朝最终达成协议的方向努力。
2019年10月22日	根据商务部公布的消息，美国贸易代表办公室日前发布公告，称将自 10 月 31 日起对中国 3,000 亿美元加征关税清单产品启动排除程序。
2019年12月13日	国务院新闻办公室举行新闻发布会，宣布中美双方已就中美第一阶段经贸协议文本达成一致；同时，双方达成一致，美方将履行分阶段取消对华产品加征关税的相关承诺，实现加征关税由升到降的转变；双方约定，下一步双方将各自尽快完成法律审核、翻译校对等必要的程序，并就正式签署协议的具体安排进行协商。

结合上述美国对华加征关税和中美贸易谈判的最新进程，500 亿美元、2,000 亿美元关税清单已实施，3,500 亿美元关税清单分两批分别从 2019 年 9 月 1 日和 12 月 15 日起实施。本次测算以上述 500 亿美元、2,000 亿元、3,500 亿美元商品清单对应的海关编码为准，将易佰网络在 2019 年 1-8 月出口美国的销售商品的海关编码与上述清单进行比对。经统计，2019 年 1-8 月，易佰网络出口美国的销售产品中，列入加征关税清单的产品销售金额约为 45,814.77 万元，占易佰网络 2019 年 1-8 月营业收入的比例为 20.94%。

尽管如此，截至本反馈意见回复出具日，中美贸易摩擦未对易佰网络经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，主要原因在于：1、易佰网络销售市场覆盖欧洲、北美洲、大洋洲、亚洲、南美洲、非洲等多个地区，对美国市场不存在依赖，且随着标的公司在法国、意大利等欧洲国家以及东南亚、南美洲和非洲等发展中国家和地区销售收入的提升，易佰网络报告期内来源于美国地区的销售收入占比有所下降；2、易佰网络所售商品以中国制造的高性价比轻工业或生活用品为主，且销往美国的产品中列入加征关税清单的产品销售收入占比较低；3、易佰网络在海外仓发货和国内仓直邮等模式上协同发展，其中国内仓直邮模式下，货物以小包裹形式从国内仓直接发给海外终端消费者，货物价值通常低于关税起征点，受关税税率影响较小；4、易佰网络销售的商品单价大约在 10 美元左右，消费者的价格敏感性相对较低，因此针对列入加征关税范围的商品，易佰网络可根据美国市场情况和同行业企业情况，通过提高终端售价的方式转嫁加税影响，

从而有效降低了对经营活动的不利影响；5、2018 年 5 月以来人民币对美元汇率整体呈上升趋势，一定程度上抵消了中美贸易摩擦对跨境出口电商业务的潜在负面影响。

（四）营业收入大幅增长 97.88%的原因及合理性

2018 年，易佰网络实现营业收入 181,250.44 万元，同比增长 97.88%，主要原因和与同行业可比公司的对比情况分析如下：

1、易佰网络营业收入大幅增长的原因

（1）深耕优势品类的开发和运营，商品平均售价和客单价均稳步提升

易佰网络在业务发展初期战略性避开服装、消费电子等处于红海市场的品类，优先拓展仍处于蓝海市场、产品生命周期相对较长、更新换代相对较慢的汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容等品类，与其他跨境出口电商企业形成差异化竞争，在产品开发和运营方面积累了丰富的经验，并形成较强的竞争优势。

2018 年，易佰网络继续深耕四大品类，经营业绩持续快速增长，合计收入占比由 2017 年的 60.11%提升至 2018 年的 67.99%，竞争优势进一步巩固。在此基础上，易佰网络也加强了 3C 电子产品、户外运动、工艺收藏等品类的资源投入，并针对影视摄影、母婴用品、手表首饰等前期投入较小的品类设立产品专项小组，使 SKU 总数由 2017 年的 7.90 万个增至 2018 年的 17.03 万个（以产生付款订单为统计口径），进一步促进了 2018 年各产品线的业绩增长。

此外，易佰网络为优化产品结构，逐渐提升高单价商品的开发比例，提高单品毛利，商品平均销售单价由 2017 年 60.39 元/个提升至 2018 年 68.87 元/个，客单价由 2017 年 74.52 元/人提升至 2018 年 135.66 元/人，促进了 2018 年度收入规模的提升。

（2）自主研发的信息系统进一步优化，各业务环节经营效率得以提升

报告期内，易佰网络增加了信息系统开发的资金和人员投入，信息系统开发部门与各业务部门深入沟通个性化需求，反复优化系统解决方案，根据实际业务需求对产品、订单、仓储、采购、物流、客服等各个业务环节的管理系统进行迭

代升级,使得其整体系统具备多电商平台接入能力、多供应商资源整合能力、多渠道数据搜集能力、突发巨量订单处理能力等多项能力,从而为报告期内的业绩增长提供了良好的信息系统支持。

未来,易佰网络将持续根据实际业务开展过程中产生的数据和需求,提升精细化、信息化管理水平,不断提升智能化、数据化运营程度,进一步巩固和提升互联网技术与公司业务深度融合的竞争优势,提升各部门的人均效率和公司的整体运营效率,为业绩持续增长和精细化运营奠定良好基础。

(3) 外部融资及股东借款为业务规模提升提供了必要的资金支持

跨境出口电商企业在业务旺季来临之前用于铺货的流动资金需求会显著增大,具有典型的资金驱动型特征。报告期内,易佰网络完成两轮外部股权融资,易佰网络创始人股东将部分股权转让款借给易佰网络。上述股权融资款和股东借款全部用于易佰网络的生产经营活动,有力促进了资金周转能力及抗风险能力的提升,帮助易佰网络迅速抓住市场发展机会,扩大经营规模。

(4) 全球跨境电商市场空间广阔,中美贸易摩擦未造成实质影响

随着互联网信息技术及电子商务产业的高速发展,跨境电商日益渗透到越来越广阔的区域及人群的日常生活中。欧美各国的市场需求依靠其较高水平的互联网普及率和居民消费能力而保持稳定增长,东南亚、南美洲甚至非洲等新兴市场依托巨大的人口红利基础、强烈的高性价比消费需求和日益开放的进口贸易政策,也加速释放市场潜力,成为促进易佰网络销售业绩快速增长的重要驱动力。如下表所示,2018年度易佰网络排名前15位的国家销售收入均同比增长,其中东南亚地区的增速整体高于其他地区:

单位:万元

国家	2018 年度	2017 年度	2018 年度同比增幅
美国	40,555.22	23,535.05	72.32%
英国	23,677.25	10,686.58	121.56%
德国	18,213.93	9,555.93	90.60%
法国	13,629.81	6,061.36	124.86%
意大利	9,540.19	3,133.83	204.43%
澳大利亚	8,717.95	5,937.99	46.82%
西班牙	8,715.91	3,087.96	182.25%

国家	2018 年度	2017 年度	2018 年度同比增幅
加拿大	8,275.20	3,955.25	109.22%
日本	5,515.12	2,430.49	126.91%
俄罗斯	5,349.12	3,415.01	56.64%
菲律宾	3,924.87	1,553.42	152.66%
马来西亚	3,399.16	651.88	421.44%
泰国	2,825.50	710.85	297.48%
印度尼西亚	1,997.68	725.75	175.26%
墨西哥	1,874.42	660.14	183.94%
其他	25,039.12	15,492.73	61.62%
销售额合计	181,250.44	91,594.23	97.88%

此外，针对 2018 年 5 月以来的中美贸易摩擦情况，易佰网络根据市场和政策变化适时调整经营策略，根据美国市场情况通过提高终端售价的方式转嫁加税影响，并通过提升美国以外其他区域的资源投入降低美国市场的收入占比，最终未因两国之间的贸易摩擦而使自身经营活动和持续盈利能力产生重大不利影响，为 2018 年经营业绩的增长降低了风险。

(5) 国家不断出台鼓励政策，利好跨境电商行业的发展

在传统外贸行业发展受阻、经济发展步入“新常态”的宏观环境下，近年来我国政府正积极推进经济结构战略性调整，发展跨境电商等贸易新业态是推动外贸高质量发展的重要举措。党中央、国务院高度重视跨境电商等贸易新业态发展，近年出台一系列利好政策推动跨境出口电商发展，消化国内现有制造业产能驱动经济向更好方向和更高质量发展，促进了中国制造的高性价比轻工业或生活用品的跨境出口零售。

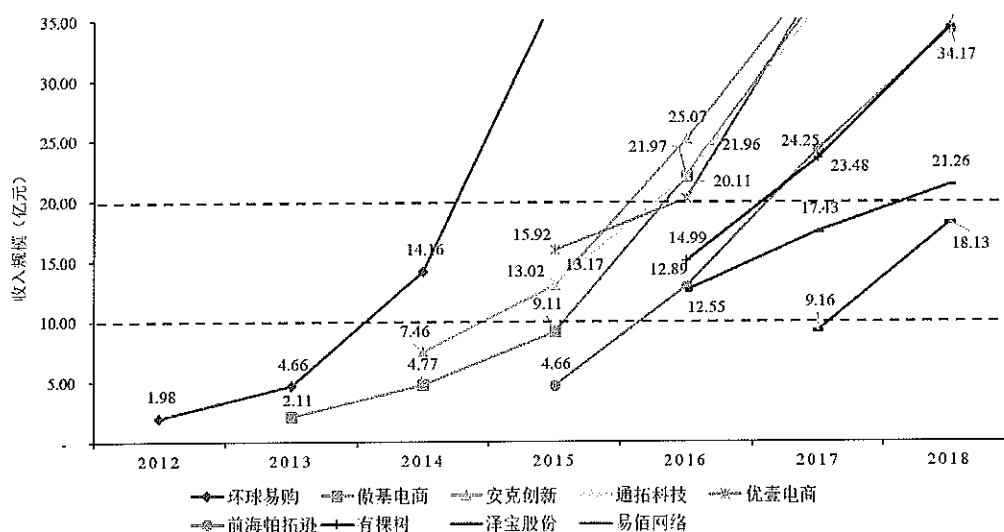
党的十九大报告明确提出，拓展对外贸易，培育贸易新业态新模式，推进贸易强国建设。2015 年起，连续 4 年政府工作报告均提出促进跨境电商等新业态发展，相关主管部门围绕行业指导、信息监管、支付清算、物流保税等标准规范和配套管理制度，相继出台多项利好跨境出口电商的产业政策，持续扩大跨境电子商务试点区域，鼓励跨境电子商务创新发展。2015 年 3 月、2016 年 1 月、2018 年 7 月，国务院分三批在深圳、广州、杭州、宁波等 35 个城市开展跨境电子商务综合试验区建设，持续推进对外开放促进外贸转型升级。2019 年 7 月 3 日和 10 日，国务院分别召开常务会议，提出根据地方意愿再增加一批试点城市，并

进一步指出要加快发展跨境电商等新业态。2019年11月19日,《中共中央国务院关于推进贸易高质量发展的指导意见》发布,要求促进贸易新业态发展,推进跨境电子商务综合试验区建设,完善跨境电子商务零售进出口管理模式,优化通关作业流程;要求构建高效跨境物流体系,推进跨境基础设施建设与互联互通,共同推动运输便利化安排和大通关协作,鼓励电商、快递、物流龙头企业建设境外仓储物流配送中心,逐步打造智能物流网络。

2、同行业可比公司业绩情况

根据公开数据统计,在10-20亿元收入规模区间内,同行业可比公司整体而言表现出与易佰网络相近的增长速度和发展趋势。因此,易佰网络2018年的业绩增长与其收入规模所处阶段相符,与同行业可比公司实现相近收入规模所属年度的平均增速相符,具有合理性。

同行业可比公司收入规模增长趋势对比情况



四、易佰网络包括第三方或公司员工名义开设网店在内的各主要网店前十名客户名称、下单 IP 地址（如有）、购买频次、平均订单金额、订单基本情况、发货及收货地点、物流信息情况

报告期各期销售收入前十名网店的前十名客户情况如下（注：1、针对国内仓直邮、海外仓发货的订单，易佰网络 ERP 管理系统均记录各订单的第三方物流服务商家名称及物流单信息；亚马逊 FBA 发货的订单由亚马逊 FBA 仓执行发货和配送环节工作，因此易佰网络 ERP 管理系统不记录第三方物流服务商及物流单信息；2、易佰网络主要通过第三方电商平台而非自营平台开展跨境出口电商业务，ERP 管理系统无法获取用户下单 IP 地址。）：

（一）2019 年 1-8 月销售收入前十名网店的前十名客户情况

序号	网店	排名	客户名	销量 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
1	Amoq	1	S***s	8,421.65	7	1,203.09	英国汤顿	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	婴儿牙胶线圈
		2	C***o	7,397.87	1	7,397.87	意大利维罗港	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	机械密码门锁
		3	K***n	7,132.17	6	1,188.70	加拿大温尼伯	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	植物反光膜、果树苗木原 接膜
		4	W***H	6,665.46	2	3,332.73	德国新勃兰登堡	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	水族箱
		5	M***L	6,377.50	1	6,377.50	法国瓦龙	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	LED 投光灯
		6	岡***久	6,320.95	6	1,053.49	日本札幌	自营塘厦仓	国内仓直邮	鸡蛋仔烘焙机
		7	青***見	6,180.63	6	1,030.11	日本鹿屋	自营塘厦仓	国内仓直邮	自流蜜蜂巢脾
		8	C***S	6,072.70	2	3,036.35	西班牙埃斯德波那	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	浇花定时控制器
		9	T***y	6,064.05	29	209.11	西班牙帕尔玛马略卡岛	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	密码锁钥匙盒
		10	J***O	5,508.15	2	2,754.08	法国吕埃尔-马尔迈松	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	倒挂小花盆

序号	网店	排名	客户名	销量额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
2	Bamfive	1	D***z	11,387.98	2	5,693.99	美国多拉尔	自营塘厦仓	国内仓直邮	太阳能摄像机
		2	A***a	10,547.21	2	5,273.61	意大利勒佐艾米利亚、意大利索巴拉	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	纤维仪
		3	D***r	10,247.81	4	2,561.95	英国曼彻斯特	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	太阳能摄像机、太阳能摄像头
		4	M***A	8,792.35	3	2,930.78	西班牙涂埃	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	消毒机
		5	A***o	8,657.28	2	4,328.64	意大利圣瓦伦蒂诺托里奥	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	减肥仪
		6	S***s	8,324.12	7	1,189.16	加拿大坎贝尔维尔	亚马逊 FBA 仓、自营虎门仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	蓝牙智能门锁
		7	S***u	8,053.72	4	2,013.43	加拿大博蒙特	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	太阳能枪机
		8	J***e	7,736.96	6	1,289.49	美国萨拉索塔	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	脊椎矫正枪
		9	M***D	7,451.43	2	3,725.71	法国巴黎	亚马逊 FBA 仓、自营虎门仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	磁力锁
		10	L***n	7,020.29	8	877.54	美国迈阿密	自营塘厦仓	国内仓直邮	测油机
3	Ceavo	1	D***d	15,189.43	13	1,168.42	英国伦敦	第三方捷克仓、第三方英国仓	海外仓发货	地漏
		2	C***l	9,095.50	8	1,136.94	西班牙阿威罗	第三方英国仓	海外仓发货	餐车
		3	A***a	9,020.15	4	2,255.04	墨西哥奇瓦瓦州	自营塘厦仓	国内仓直邮	薯条炸篮
		4	S***e	8,985.20	5	1,797.04	意大利圣皮耶特罗克拉伦扎	第三方捷克仓	海外仓发货	声控灯、舞台灯
		5	L***L	8,712.53	6	1,452.09	意大利塞蒂莫米拉内塞	第三方捷克仓	海外仓发货	打气筒、充气泵
		6	P***e	8,156.90	5	1,631.38	法国尼斯	第三方英国仓	海外仓发货	千斤顶
		7	A***z	7,836.12	3	2,612.04	西班牙巴塞罗纳	第三方西班牙仓	海外仓发货	植物生长补光灯
		8	h***s	7,822.79	5	1,564.56	法国格瓦尔	第三方捷克仓	海外仓发货	植物灯
		9	P***a	6,905.01	8	863.13	意大利奇米特利	第三方捷克仓	海外仓发货	植物灯
		10	F***l	6,891.15	5	1,378.23	意大利罗马	第三方捷克仓	海外仓发货	震动瑜伽柱

序号	网店	排名	客户名	销量额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
4	Cusco	1	M***s	34,864.17	18	1,936.90	法国沃努瓦、法国太阳城	第三方捷克仓、第三方法国仓	海外仓发货	打气筒
		2	s***n	19,106.51	4	4,776.63	英国约维尔	第三方英国仓	海外仓发货	声控模式灯
		3	j***e	16,729.22	10	1,672.92	法国塞夫雷	第三方捷克仓	海外仓发货	铁艺桌腿
		4	B***r	15,311.63	3	5,103.88	德国洛拉克	第三方英国仓	海外仓发货	太阳能电板、太阳能控制 器
		5	b***l	15,290.05	2	7,645.03	西班牙巴塞罗纳	自营塘厦仓	国内仓直邮	光纤熔接机
		6	V***u	14,738.52	2	7,369.26	西班牙马塔拉克、西班牙圣马 可	自营塘厦仓	国内仓直邮	光纤熔接机
		7	j***o	13,466.81	2	6,733.41	西班牙维多利亚	自营塘厦仓	国内仓直邮	光纤熔纤机
		8	D***i	11,540.04	14	824.29	意大利塞格拉特	第三方捷克仓	海外仓发货	断线剪
		9	J***z	9,660.55	3	3,220.18	西班牙瓦伦西亚	第三方捷克仓、自营塘厦仓	海外仓发货、国内仓直邮	电子密码锁
		10	A***A	9,088.24	7	1,298.32	英国伦敦	第三方英国仓	海外仓发货	可视对讲门铃
5	Kggy	1	P***I	21,324.64	9	2,369.40	法国波尔多梅里格纳克	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	垃圾袋收纳架
		2	M***r	19,363.61	9	2,151.51	加拿大北约克	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	LED 壁灯
		3	S***i	18,859.26	2	9,429.63	日本东京	亚马逊 FBA 仓、自营宁波仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	密码锁钥匙盒
		4	G***H	13,057.31	3	4,352.44	德国哈尔茨哥罗德	自营塘厦仓	国内仓直邮	LED 路灯头
		5	C***r	11,185.23	2	5,592.62	西班牙马德里	自营塘厦仓	国内仓直邮	一键紧急报警呼叫器
		6	佐***刚	8,309.51	3	2,769.84	日本宇都	自营塘厦仓	国内仓直邮	磁性挂画轴
		7	L***G	8,138.09	6	1,356.35	德国辛巴克	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	LED 筒灯
		8	P***r	7,775.86	4	1,943.96	加拿大密西沙加	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	麻布酒瓶袋
		9	K***g	6,657.73	2	3,328.86	德国英戈尔斯塔特	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	电控锁
		10	P***ic	6,529.13	2	3,264.56	英国斯普利特	自营塘厦仓	国内仓直邮	电子密码锁

序号	网店	排名	客户名	销量额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
6	Nineone	1	K***n	15,506.43	1	15,506.43	美国科普莱	自营塘厦仓	国内仓直邮	光纤熔接机
		2	P***r	14,443.03	5	2,888.61	美国路易斯维尔	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	散热片
		3	k***z	13,786.33	2	6,893.16	德国维也纳新城	自营塘厦仓	国内仓直邮	计度器导轨表
		4	C***l	10,743.72	3	3,581.24	德国弗赖格里希特	自营塘厦仓	国内仓直邮	配料称重传感器
		5	M***A	9,962.09	1	9,962.09	美国斯普林菲尔德	自营塘厦仓	国内仓直邮	熔纤机
		6	株***D	9,593.88	3	3,197.96	日本厚木	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	小型断路器
		7	C***p	9,411.53	13	723.96	美国尤尼斯	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	等离子切割涡轮环、等离子切割手动保护帽、等离子切割电极喷嘴、等离子切割固定罩
		8	S***l	9,116.24	1	9,116.24	英国伦敦	自营塘厦仓	国内仓直邮	光纤熔接机
		9	A***o	8,688.23	1	8,688.23	美国阿斯托利亚	自营塘厦仓	国内仓直邮	熔纤机
		10	K***H	8,657.54	4	2,164.39	德国霍普夫巴赫	自营塘厦仓	国内仓直邮	冷风枪、万向管
7	Socialme	1	G***E	28,444.16	4	7,111.04	西班牙帕沃亚德瓦尔齐姆	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	IC 卡读写器
		2	D***o	17,248.41	9	1,916.49	德国法兰克福	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	牛仔工作围裙、鸡尾酒盐边盒
		3	B***o	14,254.79	1	14,254.79	德国慕尼黑	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	牙齿教学模型
		4	G***T	13,622.75	1	13,622.75	法国德勒	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	IC 卡读写器
		5	D***y	13,402.17	1	13,402.17	德国布拉迪斯拉发	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	IC 卡读写器
		6	L***A	11,903.40	10	1,190.34	意大利扎切奥	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	密码锁
		7	f***o	10,899.04	1	10,899.04	西班牙拉斯罗萨斯	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	悬浮展示托
		8	c***m	10,123.29	6	1,687.21	英国富尔森	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	种植口袋
		9	D***k	9,817.07	3	3,272.36	英国纽敦阿比	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	密码门锁、ID 卡

序号	网店	排名	客户名	销量额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
8	tanus	10	E***Z	8,291.04	4	2,072.76	西班牙塔拉戈纳	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	LED 挂钟
		1	C***I	17,490.22	17	1,028.84	德国派汀	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	行车控制开关、吊机起重 控制开关
		2	梅***也	12,273.29	1	12,273.29	日本东京	自营虎门仓	国内仓直邮	涂层测厚仪
		3	S***y	11,155.18	4	2,788.80	英国卡莱尔	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	全闭环步进电机
		4	成***基	10,702.45	7	1,528.92	日本神户市	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	射频放大器、射频微波倍 频器
		5	D***r	10,543.49	1	10,543.49	德国塞兹伯根	自营塘厦仓	国内仓直邮	蓝牙继电器
		6	L***s	9,344.32	2	4,672.16	美国多拉尔	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	双电源自动转换开关
		7	S***y	9,103.96	1	9,103.96	英国利兹	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	潜水羽毛笔套装
		8	A***e	8,171.03	5	1,634.21	意大利米兰	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	弯管流量计
		9	ブ***一	7,822.11	2	3,911.06	日本广岛	自营塘厦仓	国内仓直邮	化工流量计
9	Vidoo	10	M***r	7,756.33	1	7,756.33	美国洛维兹韦尔	自营塘厦仓	国内仓直邮	射频对数检波器
		1	D***a	7,408.96	3	2,469.65	英国巴利马尼、英国伦敦	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	足球训练背心
		2	J***o	6,012.52	2	3,006.26	西班牙赫塔费、马德里	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	无刷电动车控制器
		3	M***o	5,424.60	1	5,424.60	加拿大洪堡	自营塘厦仓	国内仓直邮	呼吸器、高压打气泵
		4	C***y	4,553.98	1	4,553.98	加拿大渥太华	自营塘厦仓	国内仓直邮	呼吸器、高压打气泵
		5	P***i	4,177.50	2	2,088.75	意大利蒙卡列里	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	反光背心
		6	S***i	4,041.46	5	808.29	英国牛津	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	手提运动水壶
		7	K***I	3,828.42	2	1,914.21	德国拉林	自营塘厦仓	国内仓直邮	呼吸器、水肺转头、高 压打气泵
		8	C***h	3,797.43	2	1,898.72	加拿大温哥华	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	碟刹制动器
		9	I***k	3,731.69	2	1,865.84	德国柏林	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	保温袋

序号	网店	排名	客户名	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
10	Yotown	10	石***信	3,608.49	3	1,202.83	日本横滨	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	安全绳
		1	I***a	11,255.66	2	5,627.83	法国圣佩	亚马逊 FBA 仓、自营塘厦仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	激光皮秒笔、护目镜、除 皱射频机
		2	P***U	11,085.57	4	2,771.39	法国阿德格角	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	电动美胸器
		3	m***o	10,843.37	2	5,421.69	墨西哥拉萨罗卡德纳勒	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	美容仪、减肥仪
		4	P***a	10,322.91	48 ¹³	215.06	荷兰费赫尔、盖尔特卢登堡、 阿姆斯特丹等	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	美容仪
		5	g***e	9,118.77	3	3,039.59	法国孔夫朗-圣奥塔里讷	自营塘厦仓	国内仓直邮	胸部按摩仪、减肥仪
		6	Y***a	8,893.60	2	4,446.80	墨西哥莱昂霍特桑	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	减肥仪、美容仪
		7	D***k	8,086.81	5	1,617.36	德国奥弗芬	自营塘厦仓	国内仓直邮	美容仪、美甲延长夹、水 光机
		8	V***z	7,493.98	1	7,493.98	墨西哥墨西哥城	自营塘厦仓	国内仓直邮	减肥仪
		9	M***s	7,462.48	2	3,731.24	西班牙列乌斯	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	美容仪
		10	G***o	7,461.16	4	1,865.29	美国庞帕诺滩	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	头皮毛发检测仪

(二) 2018 年度销售收入前十名网店的前十名客户情况

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
1	Addone	1	J***s	16,730.28	13	1,286.94	英国利物浦	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		2	S***r	15,969.00	24	665.37	英国梅登黑德	第三方英国仓	海外仓发货	人体工程网椅
		3	G***a	15,377.08	16	961.07	英国伦敦、布罗摩里	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		4	E***r	15,168.79	14	1,083.49	英国阿尔弗斯顿、肯德尔	第三方英国仓	海外仓发货	床垫



序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
2	AMA	5	P***t	13,625.01	15	908.33	英国伦敦	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		6	A***y	11,122.50	8	1,390.31	英国刘易斯、利物浦	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		7	G***n	10,053.68	8	1,256.71	英国伦敦	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		8	M***d	9,917.23	9	1,101.91	英国伦敦	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		9	A***d	9,895.19	15	659.68	英国贝肯汉姆	第三方英国仓	海外仓发货	人体工程网椅
		10	A***r	8,475.51	8	1,059.44	英国佩斯利	第三方英国仓	海外仓发货	床垫
		1	H***t	14,460.71	1	14,460.71	美国罗克利奇	自营塘厦仓	国内仓直邮	太阳能风扇
		2	前***贵	5,395.80	7	770.83	日本南本信	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	双铜铜箔胶带
		3	森***穗	4,983.76	57 [±]	87.43	日本大阪、神户、横滨等	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	足球装备包、钓鱼竿、锁等
		4	J***s	4,513.83	1	4,513.83	澳大利亚新南威尔士	自营塘厦仓	国内仓直邮	足球训练背心、马甲分队服
3	Cusco	5	E***s	3,960.18	1	3,960.18	美国布兰森	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	足球训练背心
		6	T***N	3,883.78	5	776.76	日本成田	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	超薄腋下止汗贴防汗贴
		7	I***T	3,857.67	1	3,857.67	法国巴黎	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	光纤测试笔
		8	鹤***春	3,847.47	4	961.87	日本大阪	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	户外球形灯、遥控器、LED 圆球灯、景观草坪灯
		9	杉***平	3,809.82	2	1,904.91	日本龙崎市	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	负重沙衣、沙袋马甲
		10	T***e	3,741.98	6	623.66	加拿大卡尔加里、萨斯卡通、维多利亚等	自营塘厦仓	国内仓直邮	儿童望远镜
		1	S***S	91,856.67	39 [±]	2,355.30	法国勃艮第	第三方德国仓、第三方英国仓、第三方捷克仓	海外仓发货	打气筒
		2	F***f	18,672.05	18	1,037.34	德国卡斯特罗普普劳基塞尔	第三方德国仓	海外仓发货	轨道滑轮推拉门吊轨
		3	T***L	16,071.37	7	2,295.91	意大利大蒙特基奥	第三方德国仓、第三方波兰仓、第三方捷克仓	海外仓发货	数码超声波清洗机

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要SKU
4	echoii_m all	4	Z***T	14,513.53	16	907.10	匈牙利包姚	第三方捷克仓、第三方波兰仓	海外仓发货	数码超声波清洗机
		5	I***a	10,893.13	9	1,210.35	法国巴约讷、尼姆	第三方捷克仓	海外仓发货	无影灯、放大镜灯
		6	S***f	10,258.29	10	1,025.83	英国温布利	第三方英国仓	海外仓发货	资料展示架带铝箱
		7	C***n	9,924.60	6	1,654.10	德国施特拉伦	第三方捷克仓	海外仓发货	轨道滑轮推拉门吊轨
		8	P***P	9,639.69	11	876.34	美国埃尔帕索	自营塘厦仓、亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货、国内仓直邮	集尘防护罩、热风枪夹具
		9	L***i	8,442.85	3	2,814.28	意大利佛罗伦萨	第三方英国仓、第三方捷克仓	海外仓发货	双边灯组、LED触控无板调光灯
		10	R***h	8,163.88	5	1,632.78	德国汉姆	第三方捷克仓	海外仓发货	消毒柜
		1	P***y	4,167.67	4	1,041.92	英国伦敦	自营塘厦仓、亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货、国内仓直邮	蓝牙条码扫描枪
		2	M***k	2,925.80	1	2,925.80	瑞典赫尔辛堡	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	蓝牙条码扫描枪
		3	S***s	2,081.21	4	520.30	希腊特里卡拉	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	蓝牙条码扫描枪
5	hotzzz	4	R***i	2,071.32	3	690.44	英国利物浦	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	摄像头
		5	H***l	1,897.82	4	474.46	英国利兹	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	手电筒
		6	L***E	1,895.28	1	1,895.28	英国索尔兹伯里	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	蓝牙条码扫描枪
		7	K***t	1,846.29	2	923.14	英国格拉比、拉特沃思	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	蓝牙条码扫描枪
		8	J***r	1,826.80	3	608.93	英国赫特福德郡	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	插座
		9	S***n	1,792.41	21	85.35	英国惠灵顿、伦敦等	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	雨伞
		10	A***a	1,783.49	5	356.70	英国胡弗汉顿	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	摄像头
		1	m***e	43,531.61	7	6,218.80	加拿大魁北克圣普拉德	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	主板
		2	古***川	9,508.30	3	3,169.43	日本北海道	亚马逊FBA仓	亚马逊FBA发货	马甲
		3	B***n	8,379.11	4	2,094.78	美国拉弗涅	自营塘厦仓	国内仓直邮	不锈钢内外绞刀倒角器毛刺刀

MOORE
大华国际

大华会计师事务所

大华核字[2020]000008 号报告

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
6	huhushop	4	A***T	8,041.81	7	1,148.83	美国迈阿密	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	不锈钢扎带
		5	泉***工	7,636.09	2	3,818.04	日本横浜	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	马甲
		6	山***子	7,441.26	5	1,488.25	日本大阪	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	金属名片夹
		7	上***寿	7,245.00	1	7,245.00	日本冲绳	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	救生衣
		8	小***和	7,048.66	6	1,174.78	日本丰川	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	马甲
		9	B***r	7,007.33	9	778.59	美国列克星敦	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	同步电机
		10	S***r	6,905.84	1	6,905.84	美国萨卡拉门托	自营塘厦仓	国内仓直邮	水压传感器
		1	C***Z	67,099.13	7	9,585.59	美国萨利纳斯	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	手套
		2	A***e	43,629.42	3	14,543.14	美国奥斯特	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	磁性挂画轴
		3	H***h	23,566.28	6	3,927.71	加拿大万锦市	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	网卡
7	nineone	4	A***n	17,705.14	2	8,852.57	美国奥斯特、辛辛那提	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	磁性挂画轴
		5	T***r	12,935.43	3	4,311.81	加拿大卡尔加里	自营塘厦仓	国内仓直邮	电子密码锁
		6	T***g	12,059.32	11	1,096.30	加拿大世家堡	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	奶油发泡器
		7	F***e	11,821.34	1	11,821.34	美国迈阿密	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	磁性挂画轴
		8	A***k	10,553.57	4	2,638.39	美国拉斯维加斯	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	植物种植袋
		9	Z***e	9,615.77	1	9,615.77	美国哥伦布	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	磁性挂画轴
		10	M***j	9,364.53	52 [±]	180.09	墨西哥班德拉斯湾、墨西哥城等	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	玻璃切割机、微波炉支架、搅拌棒、气泡灯、手袋收纳盒
		1	E***l	32,329.30	23	1,405.62	意大利曼托瓦	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	恒流电源模块
		2	S***d	22,667.43	3	7,555.81	美国麦克亨利	自营塘厦仓	国内仓直邮	半导体制热器、小冰箱冷却系统散热器、迷你电子制热器



序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
8	Socialme	3	A***S	15,660.32	1	15,660.32	法国尚里	自营塘厦仓	国内仓直邮	转接头、光纤熔接机
		4	L***E	10,298.96	7	1,471.28	法国甘冈	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	电动推杆、电机直流马达
		5	G***a	9,643.83	5	1,928.77	法国博比尼	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	直线伸缩杆
		6	C***a	8,641.91	5	1,728.38	西班牙奥洛特	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	直流齿轮马达
		7	a***y	8,384.94	1	8,384.94	美国布朗克斯	自营塘厦仓	国内仓直邮	转接头、光纤熔接机
		8	D***r	8,037.39	9	893.04	德国雷斯费尔德	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	电动推杆、直线伸缩杆
		9	D***Z	8,013.28	4	2,003.32	英国凯特勒姆	自营塘厦仓	国内仓直邮	条码扫描枪
		10	M***i	7,849.97	5	1,569.99	英国曼托瓦诺港	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	恒压恒流升压模块
		1	N***o	14,754.68	3	4,918.23	意大利那不勒斯	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	仿真软驱
		2	V***a	13,878.95	107	129.71	意大利罗马、法布里亚诺等	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	管道疏通器、植物灯、防护罩、拖鞋等
9	Zjchao	3	B***n	13,230.82	1	13,230.82	德国慕尼黑	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	牙齿教学模型
		4	H***s	13,228.59	2	6,614.29	德国慕尼黑	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	牙齿教学模型
		5	B***n	13,138.75	1	13,138.75	法国兰巴拉	自营塘厦仓	国内仓直邮	IC 卡读写器
		6	M***A	10,882.32	2	5,441.16	意大利佛罗伦萨	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	IC 卡读写器
		7	J***d	10,526.95	2	5,263.48	德国赫恩	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	IC 卡读写器
		8	P***N	9,636.09	4	2,409.02	法国内拉克	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	蛋卷煮蛋机
		9	B***s	9,422.80	6	1,570.47	美国格林维尔	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	迷你型弱流冷风枪、万向管套袋
		10	L***n	8,879.41	3	2,959.80	美国贝尔波特	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	电子密码柜锁
		1	R***n	5,094.01	4	1,273.50	墨西哥博卡德尔里奥	自营塘厦仓	国内仓直邮	儿童泡沫地垫、爬行垫
		2	A***o	4,265.80	2	2,132.90	墨西哥萨波潘	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	万能转换插头、插座

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
10	creativeonline100	3	A***o	3,151.70	1	3,151.70	墨西哥库埃纳瓦卡	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	升降式插座、插座、电源 指示灯
		4	G***z	2,807.13	2	1,403.56	墨西哥墨西哥城	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	升降式插座、插座、电源 指示灯
		5	N***o	2,643.48	3	881.16	墨西哥瓜达拉哈拉	自营塘厦仓、亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货、国内仓直邮	放大镜头能灯
		6	A***a	2,554.16	2	1,277.08	墨西哥库利亚坎	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	地球仪
		7	M***r	2,308.19	3	769.40	墨西哥墨西哥城	自营塘厦仓	国内仓直邮	按摩器、脊柱活化器
		8	D***n	2,259.19	10	225.92	墨西哥特皮克、瓜达拉哈拉	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	护腰腿绑带
		9	C***z	1,890.67	2	945.34	墨西哥墨西哥城	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	LED 挂钟
		10	m***n	1,855.47	3	618.49	墨西哥瑙卡尔潘、威斯基鲁康	亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA 发货	矫正带、护腰带
		1	p***e	74,465.17	49 [±]	1,519.70	波兰瓦多维采	第三方捷克仓、第三方波兰 仓、第三方德国仓	海外仓发货	数码超声波清洗机
		2	a***h	29,398.70	17	1,729.34	德国埃尔斯多夫	第三方捷克仓、第三方波兰 仓、第三方德国仓	海外仓发货	数码超声波清洗机
10	creativeonline100	3	m***i	17,200.96	3	5,733.65	意大利瓦雷泽	自营塘厦仓	国内仓直邮	萨克斯套装
		4	P***k	12,251.34	9	1,361.26	波兰瓦多维采	第三方捷克仓、第三方波兰 仓、第三方德国仓	海外仓发货	数码超声波清洗机
		5	T***p	11,860.74	24	494.20	德国格罗瑙	第三方捷克仓、第三方波兰 仓、第三方德国仓	海外仓发货	椅子、灯管、纸垫
		6	M***a	9,719.92	2	4,859.96	日本梅古洛克	自营塘厦仓	国内仓直邮	迷你 DV
		7	c***a	8,114.76	6	1,352.46	德国特拉彭坎普、阿尔滕霍 尔茨	第三方波兰仓、第三方德国 仓	海外仓发货	数码超声波清洗机
		8	j***y	7,514.60	1	7,514.60	美国迈阿密	自营塘厦仓	国内仓直邮	单反
		9	A***s	7,072.40	13	544.03	立陶宛希奥利艾	自营塘厦仓	国内仓直邮	汽车垫圈套件
		10	M***k	7,017.23	1	7,017.23	爱尔兰都柏林	自营塘厦仓	国内仓直邮	无人机

(三) 2017 年度销售收入前十名网店的前十名客户情况

2017 年销售收入前十名网店中，包含 6 个亚马逊网店、3 个 ebay 网店和 1 个 Wish 网店。2017 年末易佰网络启用自主研发的业务管理系统，此前使用第三方业务管理系统，易佰网络通过该系统保留的亚马逊网店交易记录未完整包含用户 ID 信息，无法统计前十名客户。因此，下文列示 ebay、Wish 网店的前十名客户情况，亚马逊网店以前十大订单代替。

1、ebay、Wish 网店的前十名客户情况

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
1	echoii_m all	1	m***o	16,095.35	55 ^注	292.64	美国迈阿密	第三方美国仓	海外仓发货	单反相机手持稳定器
		2	C***o	13,048.21	15	869.88	巴西圣保罗	自营深圳仓、自营塘厦仓	国内仓直邮	仿真软驱增强版
		3	a***h	9,532.67	9	1,059.19	英国韦林加登城	第三方英国仓	海外仓发货	阶梯臂万向旋转支架
		4	m***x	9,464.56	123 ^注	76.95	美国纽约、洛杉矶、奥斯汀等	自营塘厦仓	国内仓直邮	脱毛蜡疗机
		5	d***u	8,724.54	2	4,362.27	美国迈阿密、劳伦斯威尔	自营塘厦仓	国内仓直邮	纹眉漂唇一体机
		6	k***e	7,615.09	3	2,538.36	美国密歇根	第三方美国仓	海外仓发货	LED 植物生长补光灯
		7	t***g	6,504.01	7	929.14	澳大利亚新南威尔士	第三方澳洲仓	海外仓发货	吊扇灯
		8	g***n	5,471.98	1	5,471.98	阿根廷布宜诺斯艾利斯	自营塘厦仓	国内仓直邮	LED 美甲灯
		9	r***r	5,102.05	9	566.89	阿根廷布宜诺斯艾利斯	自营塘厦仓	国内仓直邮	LED 美甲灯
		10	m***n	5,031.72	16	314.48	加拿大魁北克	自营深圳仓、自营塘厦仓	国内仓直邮	LED 美甲灯
2	Yibaima oyi	1	B***n	2,740.95	26	105.42	瑞典福什哈加	自营深圳仓	国内仓直邮	不锈钢镊子、超薄袖珍卡片机
		2	S***n	1,943.00	1	1,943.00	阿尔巴尼亚纳沃	第三方德国仓	海外仓发货	超声波清洗机

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
3	zhengzhe ng2011	3	D***u	1,892.75	2	946.38	加拿大不列颠哥伦比亚	自营深圳仓	国内仓直邮	棘轮扳手
		4	A***e	1,809.60	9	201.07	美国法尔	自营深圳仓	国内仓直邮	撕拉鼻膜
		5	O***e	1,675.00	1	1,675.00	加拿大拉孔布	自营深圳仓	国内仓直邮	焊接面罩
		6	M***r	1,658.73	2	829.37	奥地利巴特沙勒巴赫	自营深圳仓、第三方英国仓	国内仓直邮、海外仓发货	超声波清洗机
		7	A***é	1,641.69	7	234.53	法国巴黎	自营塘厦仓	国内仓直邮	针织帽等
		8	S***r	1,632.00	1	1,632.00	奥地利维也纳	第三方英国仓	海外仓发货	超声波清洗机
		9	吉***基	1,628.00	5	325.60	日本大阪	自营深圳仓	国内仓直邮	衣帽挂钩
		10	K***a	1,624.80	6	270.80	美国纽约州豪普格	自营深圳仓	国内仓直邮	不锈钢镊子
		1	r***S	1,109.02	1	1,109.02	澳大利亚布里斯班	自营深圳仓	国内仓直邮	针灸针针管
		2	l***S	1,096.07	1	1,096.07	墨西哥克雷塔罗	自营塘厦仓	国内仓直邮	脸部除皱美容仪
4	creativ eonline 100	3	l***r	960.58	1	960.58	美国迈阿密	自营深圳仓	国内仓直邮	显微镜
		4	i***e	936.84	1	936.84	泰国曼谷	自营深圳仓	国内仓直邮	DP 转 HDMI 转换头
		5	j***S	935.72	1	935.72	西班牙里奥哈	自营塘厦仓	国内仓直邮	专业纹身转印机
		6	f***y	819.40	1	819.40	意大利威尼斯	自营塘厦仓	国内仓直邮	函数信号发生器
		7	j***a	717.73	1	717.73	美国迈阿密	自营深圳仓	国内仓直邮	点痣祛斑笔
		8	m***n	700.93	1	700.93	捷克普罗斯塔夫	自营塘厦仓	国内仓直邮	迷你电脑
		9	m***e	688.12	1	688.12	美国门罗	自营深圳仓	国内仓直邮	近视泳镜
		10	a***e	663.24	1	663.24	澳大利亚悉尼	自营深圳仓	国内仓直邮	亮片桌旗
		1	a***h	49,644.56	20	2,482.23	德国北威州	第三方德国仓	海外仓发货	超声波清洗机
		2	n***g	7,229.07	5	1,445.81	英国波斯考尔	第三方英国仓	海外仓发货	车载测试仪
		3	c***s	6,139.78	2	3,069.89	英国诺斯维奇	第三方英国仓	海外仓发货	开关电源



序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	订单数量 (单)	平均订单 金额 (元/单)	收货城市	发货仓库	物流方式	主要 SKU
		4	t***e	6,034.43	5	1,206.89	德国马格德堡	第三方德国仓	海外仓发货	背景壁纸
		5	r***m	4,977.56	2	2,488.78	德国巴登符腾堡州	第三方德国仓	海外仓发货	仿真软驱
		6	n***g	4,954.92	2	2,477.46	美国佐治亚州	自营深圳仓	国内仓直邮	迷你电脑
		7	u***s	4,314.39	5	862.88	英国伦敦	第三方英国仓	海外仓发货	超声波清洗机
		8	j***h	4,073.85	2	2,036.92	德国巴登符腾堡州	第三方德国仓	海外仓发货	超声波清洗机
		9	j***e	3,899.10	2	1,949.55	比利时东佛兰德省	第三方德国仓	海外仓发货	超声波清洗机
		10	p***i	3,215.55	2	1,607.78	德国拜仁	第三方德国仓	海外仓发货	风枪

2、亚马逊网店的前十大订单情况

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	收货国家	主要 SKU
1	huhushop	1	E***n	41,614.01	墨西哥	水弹枪对战背心、玩具子弹
		2	B***l	17,914.51	意大利	IC 卡读写器
		3	Q***n	15,841.24	美国	悬浮展示托
		4	K***n	13,720.58	美国	百折快装板
		5	E***s	10,829.15	美国	悬浮展示托
		6	加***香	10,681.21	日本	彩色拉旗
		7	H***z	9,477.79	墨西哥	学习用品文具袋
		8	a***a	8,252.51	墨西哥	咖啡机
		9	J***o	8,090.63	墨西哥	咖啡机
		10	P***r	8,089.07	美国	悬浮展示托



序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	收货国家	主要 SKU
2	zjchao	1	L***r	31,004.16	德国	卫生垫生理垫
		2	F***n	25,788.02	美国	蠕动泵
		3	F***n	24,272.28	美国	蠕动泵
		4	Q***n	13,613.78	美国	悬浮展示托
		5	f***o	12,297.96	墨西哥	卫生垫生理垫
		6	A***e	11,245.40	英国	植物种植口袋
		7	R***s	10,687.19	加拿大	假睫毛
		8	D***n	10,509.90	美国	车载电源
		9	F***n	10,347.54	美国	蠕动泵
		10	R***r	8,897.41	美国	沙发套
3	sococo	1	s***r	8,452.65	英国	升降展架
		2	M***z	8,116.76	西班牙	投影仪
		3	S***r	7,437.93	英国	升降展架
		4	P***t	6,826.49	英国	展示架带铝箱
		5	W***l	6,741.96	美国	投影仪
		6	V***s	6,465.76	英国	投影仪
		7	I***g	6,231.85	德国	感应面盆龙头
		8	C***h	6,161.48	英国	马克笔套装
		9	v***l	5,895.20	英国	投影仪
		10	D***s	5,828.32	英国	投影仪
4	FastKK	1	G***a	10,766.40	英国	床垫



序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	收货国家	主要 SKU
		2	E***s	8,205.19	英国	人体工程网椅
		3	s***r	7,585.87	英国	床垫
		4	A***a	7,002.62	英国	床垫
		5	O***d	7,001.48	英国	网椅
		6	O***y	6,637.77	英国	床垫
		7	S***g	6,564.76	英国	床垫
		8	s***h	6,244.29	英国	床垫
		9	I***a	6,017.14	英国	人体工程网椅
		10	I***r	5,834.80	英国	床垫
		1	I***s	9,909.16	美国	条码扫描枪
5	youthink	2	D***e	8,899.16	美国	投影仪
		3	J***a	7,279.66	美国	温湿度器
		4	W***l	6,741.96	美国	投影仪
		5	J***a	4,853.11	美国	温湿度器
		6	G***r	4,609.17	美国	电线收纳套管
		7	I***s	4,562.72	美国	条码扫描枪
		8	I***s	4,562.72	美国	条码扫描枪
		9	O***l	4,382.16	美国	投影仪
		10	M***l	4,312.91	美国	插座
		1	y***n	5,254.95	美国	骸骨带
6	Yosoo_Health_Gear	2	f***r	4,043.36	美国	黑色护肩

序号	站点	排名	客户	销售额 (元)	收货国家	主要 SKU
		3	T***u	3,100.11	美国	护理腰带
		4	P**r	2,695.57	美国	护肩
		5	y***n	2,627.47	美国	骶骨带
		6	M***r	2,560.73	美国	拇外翻矫正器
		7	P**r	2,405.79	美国	护肩
		8	P**r	2,176.62	美国	护肩
		9	s***n	2,022.02	美国	足下垂矫正器
		10	M***r	2,021.34	美国	拇外翻矫正器

注：上述主要网店的主要客户中，少数客户存在订单数量较多、收货人姓名和地址分散的情况。经核查，该等客户主要是线下分销商，部分为 Amazon Business 计划成员，该计划是亚马逊面向企业和机构买家的一站式商业采购解决方案，具有企业资质并设定店铺专业销售计划的买家可利用亚马逊 FBA 物流系统进行多地分销。

五、报告期内是否存在刷单行为，若是，进一步补充披露刷单的具体情况、占订单总额的比例，易佰网络将采取何种措施保证收入的真实性

独立财务顾问和会计师对易佰网络是否存在刷单行为执行了一系列的实质性和分析性核查程序，包括访谈、系统后台验证、内控测试、细节测试、数据分析、IT 审计等。经核查，报告期内易佰网络不存在通过刷单方式虚增收入的行为。具体核查程序及其执行情况如下：

（一）针对第三方电商平台运作机制和刷单可行性的核查

通过登录亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等主要第三方电商平台的官方网站，查阅网站公示的平台协议或平台政策，对易佰网络财务总监和相关平台业务的运营总监进行访谈，登陆主要第三方电商平台各期收入排名前十的主要网店，了解主要第三方电商平台的运作机制和标的公司的销售流程和模式。

经核查，在易佰网络的业务模式和运作机制下，结合跨境出口电商行业特点及第三方电商平台的相关监管规定，通过刷单方式虚增收入的操作难度极大，不具备经济效益和可持续性，具体分析如下：

1、报告期内，易佰网络执行多品类发展的经营策略，不重点发展自有品牌，2019 年 1-8 月实现销售的 SKU 数量已接近 30 万个，平均产品单价低于 100 元/个。此外，易佰网络的订单和终端客户均极度分散，平均订单金额和客单价均相对较低，分别低于 120 元/单和 200 元/人。因此，易佰网络通过刷单方式虚增收入的操作难度极大；

2、根据第三方电商平台的交易运作机制，有效订单必须具有真实的下单、付款、发货、物流、签收等环节，卖家必须实际发送包裹并生成物流信息，第三方电商平台方可确定订单执行并与卖家结算。与国内 B2C 电商业务不同，跨境出口 B2C 电商业务面临严格的电商平台监管、海关监管、资金监管等，且海外第三方电商平台交易涉及的平台交易费、仓储物流费等相关综合费用通常均远高于国内电商，易佰网络主营业务收入毛利率约 60%，平台费用和仓储物流费占营业收入的合计比例约 40%。因此，易佰网络通过刷单方式提升单款 SKU 销售的操作实际所需支付的成本极高，不具备经济效益和可持续性。

此外，经核查，易佰网络针对网店经营人员的销售行为制定了相关规范性内部管理制度，通过“事前培训、事中监控、事后严肃处理”的多维度管控措施，对网店经营人员进行规范、监督和管理，对员工违反第三方平台规则的行为计入业绩考核范围，并予以相应的处罚。

（二）针对平台政策和主要网店平台监管记录的核查

对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等六个第三方电商平台进行实地走访（易佰网络基于上述平台的合计收入占各期主营业务收入的比例分别为 96.39%、90.81%、93.17%），与各平台负责对接易佰网络的客户经理进行现场访谈，并核查主要第三方电商平台主要网店的后台监管记录（亚马逊、速卖通、Wish、Lazada 报告期各期前 10 大网店合计 67 个网店，ebay 网店不涉及后台监管记录）。

经访谈确认和核查，第三方电商平台明确禁止刷空包裹、自买自卖等刷单行为，并对平台卖家订单处理情况进行管理和监控，检测发现卖家网店存在显著异常的刷单情形后有权采取限制销售、关闭网店等惩罚措施；报告期内，易佰网络不存在被第三方电商平台认定存在刷单行为或因刷单被第三方电商平台处罚的情形。

（三）IT 审计核查

会计师信息系统专项核查团队对易佰网络业务管理系统（以下简称“ERP 管理系统”）是否能够合理保证业务数据和财务数据的真实性、及时性、准确性及有效性进行了 IT 审计，核查方法包括访谈、资料审阅、系统测试、程序代码审查、接口验证、穿行测试以及抽样数据核对等，主要 IT 审计程序如下：

1、一般控制审计程序

访谈 IT 部门负责人及 IT 部门关键岗位，了解标的公司技术部门基本情况、ERP 管理系统和金蝶财务系统情况，梳理易佰网络关键业务流程图、收入确认流程图、存货数据流转流程，对可篡改数据的风险点逐一进行标注和测试，对易佰网络的信息系统实施一般控制和应用控制的 IT 审计程序（一般控制包括公司层面控制、运维控制、持续性管理、信息安全、机房管理、基本功能测试、抽样测试等模块，应用控制包括用户授权管理、业务自动化控制、业务信息管理及存储、

业务信息真实性等模块)。

经核查，易佰网络 ERP 管理系统包含商品管理、订单管理、采购管理、质检管理、仓储管理、客服管理、财务管理以及统计报表等功能模块，用于产品开发、采购入库到发货出库等业务流程的监控和管理，ERP 管理系统功能真实、完整，能够支持易佰网络现阶段业务开展和保证信息系统数据的真实性、准确性和有效性。

2、实质性测试

对业务流程中可篡改数据的风险点逐一进行标注，执行收入、存货的实质性测试。

经核查，金蝶财务系统确认的订单收入和 ERP 管理系统显示的已发货收入不存在显著差异，主要平台的退款金额占其收入的比例在合理范围内，虚增收入的风险为低等；金蝶财务系统的月末库存结余数量和 ERP 管理系统显示的月末库存结余数量之间不存在显著差异。

3、数据篡改风险测试

针对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主要第三方电商平台，抽样执行用户注册、用户购买、订单支付和国内仓发货、亚马逊 FBA 仓发货或海外第三方仓库发货等业务流程的数据篡改风险穿行测试。

经核查，上述第三方电商平台除礼品卡之外的大部分支付方式需要进行真实身份认证，可有效降低虚增虚拟用户进行刷单的风险；平台后台详细记录有关订单的支付、发货、物流、商品等信息，从数据层面能够较好地监测虚假发货行为，卖家在平台防舞弊机制监管下进行虚构大量交易的难度和成本极高。

4、网店经营数据测试

对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的网店进行抽查，通过网店后台或数据分析工具获取网店经营数据，了解网店买家的国家分布、购买次数分布、评论结构、客单价、重复购买率、大额买家订单情况、24 小时销售数据分布等，并对页面浏览量、买家访问量与发货商品销售额的变动趋势，退货商品数和金额与发货商品数、订单数及销售额的变动趋势，发货订单与

收到反馈的订单的时间和数量变动趋势，加购物车人数、加收藏夹人数与下单买家数的变动趋势等进行数据分析。

经核查，主要第三方电商平台抽样网店的重复购买率和客单价较低，其买家分布、购买次数分布、评论结构等不存在显著异常；页面浏览量、买家访问量与发货商品销售额之间，发货商品数、订单数与销售额之间，加购物车人数、加收藏夹人数与下单买家数之间的变动趋于一致，即每个买家的平均浏览页面数、每个订单的平均商品数保持相对稳定；退货商品数和金额与发货商品数、订单数及销售额之间的对比结果符合业务实际，发货订单与收到反馈的订单的时间和数量关系符合业务实际，网店留评率（收到反馈订单数/发货订单数）与平台整体留评率相符。整体来看，网店经营数据不存在显著异常，真实性和可靠性程度较高。

5、对账流程风险测试

通过核查易佰网络在第三方电商平台、ERP 管理系统、金蝶财务系统三者之间的对账流程，测试是否存在通过 ERP 管理系统或金蝶财务系统虚增收入数据或对账流程无法核查的情况。

经核查，易佰网络对第三方电商平台的订单归集逻辑清晰、字段准确、注释详尽，收入和存货数据的归集模式有效、可靠；第三方电商平台的订单数据通过 API 接口传送至 ERP 管理系统，不存在人工干预，API 接口会自动检查完整性与数据一致性，第三方电商平台数据与 ERP 管理系统数据具有一致性；此外，ERP 管理系统与金蝶财务系统基本勾稽关系清晰且一致，从 ERP 管理系统至金蝶财务系统需经历汇总系统处理，但易佰网络对此进行了对账、定期核查等补偿性控制，抽样结果说明补偿性控制有效。

综上所述，通过执行或复核上述 IT 审计程序，独立财务顾问和会计师认为：易佰网络的 ERP 管理系统、汇总系统、第三方电商平台可以有效防范数据篡改风险，能够保证信息系统内部业务数据（含存货数据、收入数据等）的真实性、准确性和有效性；易佰网络的客户过于分散，客户身份验证难度较高，通过测试手段和理论依据证实且从不同方面说明，易佰网络通过信息系统进行业务数据篡改、收入大规模虚增可能性极低。

（四）订单细节测试

在确认内部控制设计有效的前提下，针对第三方电商平台按照收入分布采用随机函数，抽取报告期各期前五大平台及其他平台订单，此外还抽取报告期各期前十大站点前十大订单、前十大站点前十大买家各一条订单，合计 947 个订单样本，获取网店后台的订单截图、订单信息、物流信息（包括 ERP 管理系统、第三方物流公司对账单、第三方快递查询网站）、收款信息。

经核查，抽样订单在各系统之间的信息比对一致，均包含真实的收款和物流信息，不存在显著异常。

（五）针对主要网店主要买家订单情况的核查

获取各期前十大网店前十大买家或前十大订单的订单明细，核查其订单数量、订单金额、收款和物流信息是否存在异常。

经核查，上述买家或订单所贡献的订单金额占各期易佰网络营业收入的比例极低，客户离散程度极高，不存在通过使用特定买家 ID 进行刷单而虚增收入的情况（具体详见本题之“四、易佰网络包括第三方或公司员工名义开设网店在内的各主要网店前十名客户情况”相关内容）。

综上所述，通过对第三方电商平台运作机制和刷单可行性、平台政策和主要网店平台监管记录、主要网店主要买家订单情况进行核查，并执行 IT 审计程序和订单细节测试，独立财务顾问和会计师认为：报告期内易佰网络不存在通过刷单方式虚增收入的行为。

六、结合易佰网络与同行业公司销售产品类型及产品来源的差异情况等，补充说明易佰网络毛利率高于同行业公司原因及合理性

根据公开资料，同行业可比公司的主要出口产品类型及其主要产品来源情况列示如下：

公司名称	主要出口产品类型	主要产品来源
跨境通	服饰家居、电子产品	国内产品制造商、OEM 生产商
有棵树	电子产品、手机通讯和游戏配件类；家居建材和家居用品类；体育用品、玩具类；航模配件、汽车配件类	国内产品制造商、OEM 生产商
通拓科技	家居生活、电子产品、服装服饰	国内产品制造商、

公司名称	主要出口产品类型	主要产品来源
		ODM 生产商
泽宝股份	电子产品、个护健康	OEM/ODM 生产商
安克创新	电子产品（充电类、无线音频类、智能创新类）	OEM 生产商
傲基电商	科技消费、家居、服装、母婴	OEM/ODM 生产商
易佰网络	家居园艺、工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件、3C 电子产品、户外运动、工艺收藏等	国内产品制造商

跨境出口电商企业的毛利率水平受分产品品类的收入结构和细分品类的毛利率差异的影响较大。报告期内，易佰网络细分品类的毛利率与同行业可比公司相比不存在显著差异，但综合毛利率相对高于同行业可比公司平均水平，主要原因在于毛利率相对较低的 3C 电子产品的收入占比较低，具体如下：

（一）易佰网络细分品类的毛利率与同行业可比公司相比不存在显著差异

根据公开披露信息，2017 年和 2018 年，同行业可比公司的可比品类毛利率情况如下（家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、3C 电子产品四个品类收入合计占易佰网络主营业务收入的比例分别为 53.73%、60.49%）：

年度	公司名称	家居园艺	健康美容	汽车摩托车配件	3C 电子产品
2018 年度	跨境通	61.41	-	-	47.45
	有棵树	55.52	63.45	53.02	46.30
	通拓科技	-	-	-	-
	泽宝股份	-	49.49	-	47.40
	安克创新	-	-	-	50.78
	傲基电商	63.83	-	-	55.59
	易佰网络	62.56	60.46	58.55	51.15
2017 年度	跨境通	62.68	-	-	47.56
	有棵树	59.33	65.90	55.91	46.53
	通拓科技	55.10	-	-	37.80
	泽宝股份	-	44.15	-	47.79
	安克创新	-	-	-	52.64
	傲基电商	66.76	-	-	56.07
	易佰网络	61.04	61.97	57.47	52.07

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，有棵树、泽宝股份 2018 年数据的统计口径分别为 2018 年 1-3 月和 2018 年 1-8 月，未披露 2018 年度数据；通拓科技 2017 年数据的统计口径为 2017 年 1-11 月数据，未披露 2017、2018 年度数据。

与同行业可比公司相比，易佰网络家居园艺、健康美容、3C 电子产品的毛利率位于中等水平，不存在显著异常。

同行业可比公司中，仅有棵树在“航模配件、汽摩配件”中涉及汽车摩托车配件，其细分品类主要包括无人机、航空模型、玩具飞机、滑翔机、航模配件等，而易佰网络“汽车摩托车配件”的细分品类主要包括汽保汽修、汽摩配零部件、汽车内外饰、汽车改装、汽车车灯等，两者存在较大差异，因此毛利率数据不具有可比性。

（二）毛利率相对较低的 3C 电子产品占易佰网络收入的比例远低于同行业可比公司

经查阅同行业可比公司分品类的毛利率，家居园艺、健康美容的平均毛利率水平在 60%左右，而 3C 电子产品由于更新换代周期短、市场竞争激烈等因素影响，其毛利率水平仅为 50%左右，显著低于其他细分品类。经对比，2017 年、2018 年，3C 电子产品收入占易佰网络主营业务收入的比例分别仅为 10.34%和 8.40%，显著低于同行业可比公司，是导致易佰网络综合毛利率相对高于同行业可比公司的主要原因。

公司名称	2018 年		2017 年	
	综合毛利率	3C 电子产品收入占比	综合毛利率	3C 电子产品收入占比
跨境通	40.58%	56.56%	49.77%	71.44%
有棵树	55.58%	34.42%	55.13%	34.40%
通拓科技	40.98%	未披露	42.74%	44.13%
泽宝股份	50.15%	81.53%	48.68%	84.28%
安克创新	50.11%	83.06%	52.02%	90.54%
傲基电商	58.47%	65.83%	60.94%	61.94%
易佰网络	60.00%	8.40%	60.41%	10.34%

综上所述，通过查阅公开资料取得同行业可比公司分品类的收入和毛利率数据，并与易佰网络可比产品品类进行对比，报告期内易佰网络的综合毛利率相对高于同行业可比公司，与各品类收入结构差异相关，主要原因是 3C 电子产品的收入占比较低，其他主要细分品类毛利率与同行业可比公司平均水平相比不存在显著差异。

七、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：报告期内易佰网络经营的网店数量逐年增长，与其产

品开发模式和泛品类电商定位相符，有利于拓展销售渠道和提升业绩规模；报告期内，易佰网络平均订单金额呈增长趋势，主要原因是报告期内易佰网络为优化产品结构，逐渐提升高单价商品的开发比例，提高单品毛利，导致平均销售单价相应有所上涨；报告期内，易佰网络营业收入增幅较大，主要原因包括其深耕优势品类的开发和运营，商品平均售价和客单价均稳步提升；自主研发的信息系统进一步优化，各业务环节经营效率得以提升；外部融资及股东借款为业务规模提升提供了必要的资金支持；全球跨境电商市场空间广阔，中美贸易摩擦未造成实质影响；国家不断出台鼓励政策，利好跨境电商行业的发展；易佰网络 2018 年的业绩增长与其收入规模所处阶段相符，与同行业可比公司实现相近收入规模所属年度的平均增速相符，具有合理性；此外，经核查，在易佰网络的业务模式和运作机制下，结合跨境出口电商行业特点及第三方电商平台的相关监管规定，通过刷单方式虚增收入的操作难度极大，不具备经济效益和可持续性，报告期内易佰网络不存在通过刷单方式虚增收入的行为；易佰网络细分品类的毛利率与同行业可比公司相比不存在显著差异，但综合毛利率相对高于同行业可比公司平均水平，主要原因在于毛利率相对较低的 3C 电子产品的收入占比较低。

问题 13、申请文件显示，1)易佰网络主要通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台向境外消费者销售国内产品。2017 年度、2018 年度、2019 年 1-4 月，标的资产通过上述五大平台取得的销售收入占比分别为 96.03%、89.28%、89.81%。2)易佰网络主营业务具有零售性质，终端客户购买金额较小且较为分散。3)前述主要互联网销售平台均设置无条件退货期，期限为 7 日至 60 日不等。4)易佰网络目前的收入确认时点为商品发出并交付予物流公司时，对于退货产品若为跨期的直接冲减当期收入、对跨期产品冲减前期计提的预计负债。请你公司：1)补充披露易佰网络主要合作电商平台费用的收取标准、相关会计处理情况，并结合条款安排对照《企业会计准则第 14 号》规定进一步说明标的资产销售商品收入会计处理的合规性。2)补充披露基于当前无

理由退货政策，易佰网络将发出商品时间作为收入确认时点的合理性、是否符合准则要求。3) 对于当期退货的销售订单与跨期退货的销售订单采取不同的会计处理方式是否符合一致性与可比性原则、是否符合会计准则要求。4) 补充披露易佰网络报告期各期的预计负债计提的计算过程及具体，报告期各季度销售订单金额及退货订单金额、退货率，并结合上述数据说明标的资产预计负债计提的充分性、收入确认的谨慎性、是否存在跨期确认问题。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露易佰网络主要合作电商平台费用的收取标准、相关会计处理情况，并结合条款安排对照《企业会计准则第 14 号》规定进一步说明标的资产销售商品收入会计处理的合规性。

(一) 易佰网络主要合作电商平台费用的收取标准、相关会计处理情况

2017 年度、2018 年度、2019 年 1-8 月，易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主流第三方电商平台的营业收入合计占比分别为 96.03%、89.28%、90.41%。

1、主要电商平台费用标准

序号	平台名称	平台交易费	平台物流费用	平台仓储费用	其他
1	亚马逊	按照产品销售金额收取 7%-15%的服务费用，同时根据顾客的点击量收取不同价格的服务费用	主要根据产品的标准尺寸及重量按件收取	按照卖家寄存在亚马逊 FBA 仓存货所占空间的日均体积收取	按实际发生收取
2	ebay	按照产品销售金额收取 9%-15%的服务费用，同时根据顾客的点击量收取不同价格的服务费用	-	-	按实际发生收取
3	Wish	按照产品销售金额的 15%收取	-	-	按实际发生收取
4	速卖通	按照产品销售金额收	分经济类、简	-	按实际

序号	平台名称	平台交易费	平台物流费用	平台仓储费用	其他
		取 5%、8%的服务费用，同时根据顾客的点击量收取不同价格的服务费用	易类、标准类、优先类物流等级，不同级别报价不同，按订单重量、尺寸按件计费		发生收取
5	Lazada	固定佣金加浮动佣金，固定佣金部分：销售金额的 2%；浮动佣金部分：少部分品类为销售金额的 1%，大部分品类为销售金额的 4%	按单件重量尺寸收费		按实际发生收取

2、相关会计处理情况

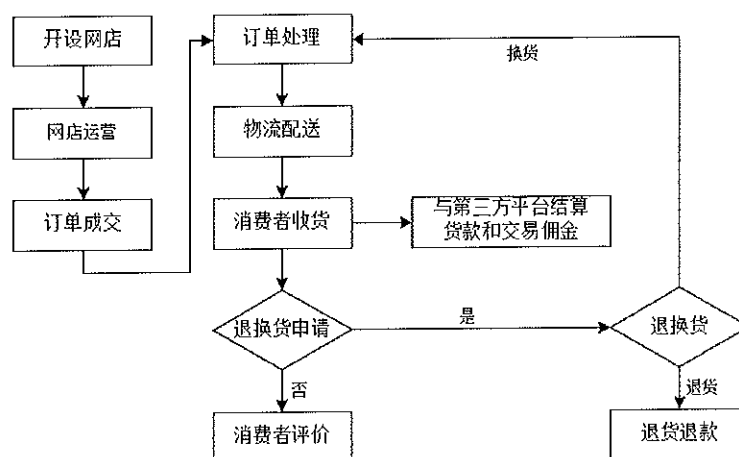
客户通过易佰网络在第三方电商平台经营的网店下订单并按易佰网络指定的付款方式支付货款后，由易佰网络委托第三方物流公司将商品配送交付予客户，易佰网络在将商品发出并交付予物流公司时按照实际应收取的订单金额确认销售收入，同时将应支付的平台手续费、运费、仓租等服务费用直接计入销售费用。

（二）结合条款安排对照《企业会计准则第 14 号》规定进一步说明标的资产销售商品收入会计处理的合规性。

1、标的公司的销售业务模式

易佰网络主要通过通过在第三方平台开设网店的方式向境外终端消费者销售商品，具体销售流程如下图所示：

易佰网络商品销售流程图



易佰网络在亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台注册卖家账号、开设网店和绑定收款账户，发布产品信息并开展网店运营。境外终端消费者登陆第三方平台后浏览产品信息，选择意向产品、下达订单，并通过 PayPal、Payoneer、PingPong、支付宝等平台合作的第三方支付工具完成支付。易佰网络通过 API 接口获取消费者订单信息，综合收件地址、产品类型、库存情况等因素后匹配物流渠道并生成配货单，委托专业跨境物流服务商进行物流配送。客户收到产品后确认签收，若存在售后问题则通过第三方平台或网店客服提出退换货等售后申请，各方协商确定解决方案。

2、标的公司收入确认原则符合《企业会计准则》的相关规定

根据《企业会计准则》对销售商品收入确认政策的有关规定，销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：①公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购买方；②公司既没有保留与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；③收入的金额能够可靠地计量；④相关的经济利益很可能流入企业；⑤相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量时。

易佰网络基于权责发生制、重要性、谨慎性、及时性等会计基本原则，以发货为收入确认时点，有利于易佰网络的日常经营管理，与跨境通、有棵树、通拓科技、泽宝股份、傲基电商等同行可比公司在同类业务中采用相同的收入确认原则，符合《企业会计准则》相关规定，具体分析如下：

(1) 易佰网络在发货后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权，对已售出商品不再实施有效控制，且终端消费者在易佰网络在发货前已经支付货款，商品所有权上的主要风险和报酬已转移，且相关经济利益很可能流入易佰网络

易佰网络与第三方仓储物流服务商合作，委托其将商品送达终端消费者。根据易佰网络与第三方仓储物流服务商的合作协议，如果出现因第三方仓储物流服务商的原因导致仓储配送期间发生货物的毁损或灭失，由第三方仓储物流服务商承担损失，仓储配送过程中商品的管控责任归属于第三方仓储物流服务商。此外，根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南列举的应用，销售商品采用预收款方式的，在发出商品时确认收入，预收的货款应确认为负债。此外，在易佰网络发货时点，终端消费者已经支付货款，故商品所有权上的报酬已经转移，相关经济利益很可能流入易佰网络。

因此，商品发出时，易佰网络不再保留与商品所有权相联系的管理权，也没有对售出商品实施有效控制，商品所有权上的主要风险和报酬已经转移，且相关经济利益很可能流入易佰网络。

(2) 易佰网络在发货时点能够可靠计量销售收入和成本

易佰网络与多家第三方仓储物流服务商建立合作，搭建覆盖海、陆、空等多种运输方式的跨境物流配送体系，为线上订单匹配最优的跨境物流配送方案。由于配送目的地国家众多，各家第三方仓储物流服务商配送时间亦存在差异，易佰网络无法及时有效地从第三方仓储物流服务商获取每个包裹的签收时间。因此，若以包裹签收为收入确认时点将导致无法可靠计量，而在发货时点易佰网络能够可靠计量收入。此外，易佰网络销售收入的对应成本为货物的采购成本，易佰网络发货后，基于 ERP 业务管理系统和财务系统可及时、有效进行成本核算，相关货物成本能够可靠计量。

基于上述，易佰网络以发货为收入确认时点，符合《企业会计准则》相关规定。

二、补充披露基于当前无理由退货政策，易佰网络将发出商品时间作为收入确认时点的合理性、是否符合准则要求。

（一）主要电商平台的退货政策

2017 年度、2018 年度、2019 年 1-8 月，易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主流第三方电商平台的营业收入合计占比分别为 96.03%、89.28%、90.41%，主要电商平台的退货政策如下：

序号	平台名称	退货政策
1	亚马逊	收货后 30 日内无理由退货
2	eBay	ebay 买家可在付款后 1-60 天内发起退换货要求，不同的退换货原因在处理流程和对不良交易率的影响上有所不同，买家保护周期（EDD+30 日）
3	Wish	收货后 30 天内无理由退货
4	速卖通	收货后 7 天内可以提出退货，30 天内可以自收到之日起返回
5	Lazada	当收到的商品与 Lazada 承诺不符时，顾客有权在 7 日内退货并获得全额退款

易佰网络公司主要依托各电商平台开展业务，因此易佰网络公司的退货政策并非由易佰网络公司自身制定，主要是服从各大电商平台出于对消费者保护而制定的退货政策。

（二）基于无理由退货政策，易佰网络将发出商品时间作为收入确认时点的合理性、是否符合准则要求

1、易佰网络收入确认政策与无理由退货政策不相矛盾

易佰网络于发出货物时确认销售收入与无理由退货政策不相矛盾。无理由退款政策的含义是指消费者有权自收到商品之日起一定期限内无理由退货，计算起始时点为消费者收到商品之日。该项政策规定了消费者无需提供任何理由即可向商家申请退货的时限和起算时点，赋予了消费者一项无理由退货权利。尽管如此，对易佰网络和跨境出口电商行业而言，发货后退货率相对较低，且在期末根据预计退货计提预计负债，相关经济利益很可能流入公司。

此外，根据《企业会计准则第 14 号——收入》应用指南中，销售商品采用预收款方式的，在发出商品时确认收入，预收的货款应确认为负债。

根据《企业会计准则讲解（2010）》规定：1、通常情况下，企业售出商品后不再保留与商品所有权相联系的继续管理权，也不再对售出商品实施有效控制，表明商品所有权上的主要风险和报酬已经转移给购货方，应在发出商品时确认收

入。2、附有销售退回条件的商品销售：附有销售退回条件的商品销售，是指购买方依照有关协议有权退货的销售方式。在这种销售方式下，企业根据以往经验能够合理估计退货可能性且确认与退货相关负债的，通常应在发出商品时确认收入。

因此，易佰网络在第三方电商平台销售业务以商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点并确认相应销售收入，符合《企业会计准则》的规定。

2、同行业公司的收入确认政策

同行业可比公司	具体收入确认政策
跨境通	公司具体的销售商品收入确认原则如下： A. 对加盟商的销售：于向加盟商发出货物，并交付承运人时确认销售收入。 B. 通过直营店（非商场专柜）的销售：于商品交付给消费者，收取价款时，确认销售收入。 C. 通过直营店（商场专柜）的销售：于期末收到商场销售确认书时确认销售收入。 D. 出口业务：客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如亚马逊、eBay）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入。 E. 进口业务：客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如京东全球购、天虹网上商城、喆喆兔）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，在经客户签收并已经收款或取得索取货款依据时确认销售收入。
有棵树	公司采用的收入确认方法：公司主要从事跨境电商出口业务，客户通过在自营网站或第三方销售平台（如 eBay、亚马逊、Wish、速卖通等）下单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予给客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入； 对于 B2B 模式下，按照货物交付给客户并取得客户提货单作为风险报酬转移时点。
通拓科技	1) 线上销售：客户通过在公司自营网站或者第三方销售平台（如亚马逊、ebay、速卖通等）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品发出并交付予物流公司时确认收入 2) 线下销售：公司将产品发运并交付购货方，购货方收货，验收合格并与公司就数量、金额核对确认后，确认销售收入。
泽宝股份	网络平台销售，根据网络订单，通过物流将商品交付给客户,并将商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点,于此时确认收入。
安克创新	对于线上销售，客户通过线上销售平台下单，销售平台负责将货物配送给客户或者公司委托物流公司配送交货给客户，主要收货和结算风险消除时作为风险报酬转移时点，于此时确认收入。 对于线下销售，双方签订合同，客户直接向公司下订单，公司以合同约定的交货方式和国际贸易规则判断风险报酬转移时点，以条件满足

同行业可比公司	具体收入确认政策
傲基电商	时确认收入。 线上销售，客户通过在公司自营网站或第三方销售平台（如 eBay、Amazon 等）下订单并按公司指定的付款方式支付货款后，由公司委托物流公司将商品配送交付予客户，公司在将商品交付给物流公司时确认收入。 线下销售，公司与客户签订销售合同，约定交货的时间和地点，在货物风险报酬转移后确认收入。

与同行业公司比较发现，除安克创新外，其他同行业公司的线上销售（跨境出口销售）均在将商品交付给物流公司时确认收入，与易佰网络公司收入确认时点一致。

根据跨境电商线上销售的业务属性，以及与同行业公司线上销售收入确认政策比较，将商品交付给物流公司时确认收入是合理的、符合准则要求。

3、新旧收入准则实施对于标的公司的影响

（1）新旧收入准则中关于商品销售的有关规定

项目	新准则	原准则
商品销售	核心条件 相关商品控制权转移时确认收入	相关商品风险和报酬转移是确认收入
	一般确认条件 当企业与客户之间的合同同时满足下列条件时，企业应当在客户取得相关商品控制权时确认收入：（一）合同各方已批准该合同并承诺将履行各自义务；（二）该合同明确了合同各方与所转让商品或提供劳务（以下简称“转让商品”）相关的权利和义务；（三）该合同有明确的与所转让商品相关的支付条款；（四）该合同具有商业实质，即履行该合同将改变企业未来现金流量的风险、时间分布或金额；（五）企业因向客户转让商品而有权取得的对价很可能收回。	销售商品收入同时满足下列条件的，才能予以确认：（一）企业已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；（二）企业既没有保留通常与所有权相联系的继续管理权，也没有对已售出的商品实施有效控制；（三）收入的金额能够可靠地计量；（四）相关的经济利益很可能流入企业；（五）相关的已发生或将发生的成本能够可靠地计量。
销售退回	对于附有销售退回条款的销售，企业应当在客户取得相关商品控制权时，按照因向客户转让商品而预期有权收取的对价金额（即，不包含预期因销售退回将退还的金额）确认收入，按照预期因销售退回将退还的金额确认负债；同时，按照预期将退回商品转让时的账面价值，扣除收回该商品预计发生的成本（包括退回商品的价值减损）后的余额，确认为一项资产，按照所转让商品转让时的账面价	企业已经确认销售商品收入的售出商品发生销售退回的，应当在发生时冲减当期销售商品收入。销售退回属于资产负债表日后事项的，适用《企业会计准则第29号——资产负债表日后事项》。确认预计负债。

值,扣除上述资产成本的净额结转成本。 每一资产负债表日,企业应当重新估计未来销售退回情况,如有变化,应当作为会计估计变更进行会计处理。
--

根据收入准则相关规定,商品销售收入属于在某一时点履行的履约义务。根据《企业会计准则第14号——收入》应用指南(2018),对于在某一时点履行的履约义务,企业应当在客户取得相关商品控制权时点确认收入。在判断客户是否已取得商品控制权时,企业应当考虑下列迹象:1)企业就该商品享有现时收款权利,即客户就该商品负有现时付款义务;2)企业已将该商品的法定所有权转移给客户,即客户已拥有该商品的法定所有权;3)企业已将该商品实物转移给客户,即客户已实物占有该商品;4)企业已将该商品所有权上的主要风险和报酬转移给客户,即客户已取得该商品所有权上的主要风险和报酬;5)客户已接受该商品。在上述五个迹象中,并没有某个或某几个迹象是决定性的,企业应当根据合同条款和交易实质进行分析,综合判断其是否将商品的控制权转移给客户以及何时转移的,从而确定收入确认的时点。上述五个迹象和原收入确认准则中对于商品销售收入确认的五个条件相比没有本质变化。

易佰网络的线上用户在第三方电商平台购买易佰网络商品并形成有效订单前,需支付对应商品价款。商品发出时,易佰网络不再保留与商品所有权相联系的管理权,也没有对售出商品实施有效控制。因此,新收入准则的实施不会对易佰网络收入确认产生实质影响。

(2) 考虑物流投递时间对于公司收入及利润的影响

根据发货仓库的不同,易佰网络的营业收入分为国内仓发货收入、第三方海外仓发货收入、亚马逊 FBA 仓发货收入,各类仓库发货投递平均时间如下:

项目	物流方式	平均投递时间(天)
国内仓	国内仓直邮	12.75
第三方海外仓	海外第三方物流	4
亚马逊 FBA 仓	亚马逊 FBA	3

假如将易佰网络各发货模式的收入确认由发货时点调整为快递估计妥投时点,2017年、2018年、2019年1-8月的收入调整金额分别约为2,286.41万元、

2,981.51 万元、1,118.48 万元，按各期扣除非经常性损益的净利率测算净利润调整金额分别为约为 92.91 万元、148.09 万元、55.65 万元，占各期扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润的比例仅分别为 2.50%、1.64%、0.51%。因此，假如将易佰网络的收入确认由发货时点调整为快递估计妥投时点，对收入及利润的影响均较小。

三、对于当期退货的销售订单与跨期退货的销售订单采取不同的会计处理方式是否符合一致性与可比性原则、是否符合会计准则要求。

（一）标的公司关于销售退货的账务处理

根据《企业会计准则第 13 号-或有事项》的相关规定，与或有事项相关的义务同时满足下列条件的，应当确认为预计负债：1、该义务是企业承担的现时义务；2、履行该义务很可能导致经济利益流出企业；3、该义务的金额能够可靠地计量。预计负债应当按照履行相关现时义务所需支出的最佳估计数进行初始计量。

标的公司对于销售退回业务的会计处理如下：对于当期退回的销售订单直接冲减当期销售收入；为减少跨期退货对财务报表的跨期影响，保证不同期间利润表的可比性，根据准则的相关规定，对于当期未退回但仍然处于退货期的销售业务，易佰网络管理层合理估计其退回概率，冲减当期收入并计提相应的预计负债，期后实际发生上期销售订单的退货时，冲减计提的预计负债。

(二) 可比公司关于销售退回的会计处理

同行业可比公司	销售退回的会计处理
跨境通	未披露
有棵树	因各第三方电商平台普遍退货期为 30 天内，标的公司根据经营经验，主要依据各电商平台的年平均退货率和期末最后 1 个月的各电商平台销售收入计算仍处于退货期的销售业务可能在会计期内产生的销售退回金额，并相应冲减当期营业收入和营业成本，计提相应的预计负债。
通拓科技	对于销售退回业务，通拓科技分两种情形进行会计处理。对于当月退回的销售订单，标的公司将直接冲减销售收入；对于当期未退回但仍处于退货期的销售业务，标的公司管理层将合理估计其退回概率并在会计期末冲减当期收入，并计提相应的预计负债（销售退回拨备），期后实际发生上期销售订单的退货时，冲减计提的预计负债。
泽宝股份	根据亚马逊的规定，客户在收货后 30 天内可以无理由退货。对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据该资产负债表日当月的销售额乘以当年平均退货率计提相应的预计负债，实际发生退货时，再冲减计提的预计负债。
安克创新	未披露
傲基电商	未披露

同行业可比公司已披露的，关于销售退回的会计处理方式和易佰网络是一致的。

综上，易佰网络对于当期退货的销售订单冲减当期收入与跨期退货的销售订单冲减当期收入并计提相应的预计负债是一致的、可比的、符合会计准则要求。

四、补充披露易佰网络报告期各期的预计负债计提的计算过程及具体报告期各季度销售订单金额及退货订单金额、退货率，并结合上述数据说明标的资产预计负债计提的充分性、收入确认的谨慎性、是否存在跨期确认问题。

(一) 报告期各期的预计负债计提的计算过程

根据不同平台的规定，客户在收货后一定天数内可以无理由退货。对于当月退货的订单，直接冲减当期营业收入；因各第三方电商平台普遍退货期为 30 天内，标的公司根据经营经验，对于资产负债表日尚处于退货期的产品，根据各电商平台在资产负债表日当月的销售额乘以其当年平均退货比例计提相应的预计负债，其中平均退货比例=当年（或累计 12 个月）实际发生销售退回金额/该年（或累计 12 个月）营业总收入。实际发生退货时，再冲减计提的预计负债。

(二) 报告期各季度销售订单金额及退货订单金额、退货率

单位：万元

项目	销售订单金额	退货订单金额	退货率
2019 年 7-8 月	64,915.48	3,159.52	4.87%
2019 年 2 季度	82,207.67	3,549.23	4.32%
2019 年 1 季度	80,173.31	3,288.23	4.10%
2018 年 4 季度	68,213.79	2,117.19	3.10%
2018 年 3 季度	43,702.80	1,498.94	3.43%
2018 年 2 季度	36,188.61	1,359.84	3.76%
2018 年 1 季度	39,074.44	953.22	2.44%
2017 年 4 季度	37,585.04	1,061.35	2.82%
2017 年 3 季度	25,536.24	684.42	2.68%
2017 年 2 季度	18,074.92	471.79	2.61%
2017 年 1 季度	13,031.13	415.53	3.19%

(三) 预计负债计提的充分性、收入确认的谨慎性、是否存在跨期确认问题。

1、与同行业可比公司比较

易佰网络与同行业可比公司的期末预计负债占当期营业收入的比例对比分析如下：

公司简称	2019 年 1-8 月/末	2018 年/末	2017 年/末
跨境通	0.19%	0.12%	0.00%
有棵树	未披露	0.63%	0.60%
通拓科技	未披露	0.27%	0.37%
泽宝创新	未披露	0.72%	0.87%
安克创新	0.51%	0.35%	0.31%
傲基电商	1.01%	0.57%	1.01%
行业平均	0.57%	0.44%	0.52%
易佰网络	0.68%	0.48%	0.40%

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，跨境通、安克创新、傲基电商最近一期的统计口径分别为 2019 年 1-9 月、2019 年 1-6 月、2019 年 1-3 月数据；泽宝股份 2018 年的统计口径为 2018 年 1-8 月。

经核查，易佰网络各期期末预计负债占营业收入的比例与同行业可比公司不存在显著差异。

2、报告期内，易佰网络各期期末计提退货金额以及期后实际退货金额如下

表所示：

单位：万元

项目	预计退货	实际退货	差异
2019 年 8 月 31 日	1,481.91	1,107.63	374.28
2018 年 12 月 31 日	862.86	1,062.18	-199.32
2017 年 12 月 31 日	367.21	304.13	63.08

经核查，易佰网络各期期末计提退货金额和期后实际退货金额相比不存在显著差异。

综上，易佰网络对预计负债计提是充分的，收入确认是谨慎的，不存在跨期确认情况。

五、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络在电商平台销售商品，按照实际应收取的订单金额确认销售收入，同时将应支付的平台手续费、运费、仓租等服务费用直接计入销售费用的会计处理是符合企业会计准则的；易佰网络将发出商品时间作为收入确认时点是合理的、符合准则要求；对于当期退货的销售订单与跨期退货的销售订单的会计处理方式符合一致性与可比性原则、符合会计准则要求；易佰网络预计负债计提是充分的、收入确认是谨慎的、不存在跨期确认问题。

问题 14、申请文件显示，1) 零售客户主要通过 PayPal、Payoneer、PingPong、支付宝等电商平台合作的第三方支付工具完成支付。根据第三方平台的放款政策，第三方平台一般根据网店销售情况在扣除佣金、平台使用费等费用后与易佰网络定期结算，各第三方平台支付结算期限存在差异。2) 2017 年、2018 年度、2019 年 1-4 月，易佰网络应收账款账面余额分别为 4,833.43 万元、11,580.63 万元、14,651.94 万元，占收入的比例分别为 5.28%、6.39%以及 14.35%，主要为应收亚马逊、Wish、Lazada、沃尔玛、Shopee、Cdiscount 等公司的款项。请你公司：1) 以表格形式补充披露报告期各期，易佰网络从主要销售平台取得订单数量、营

业收入金额、期末应收账款金额、支付渠道（例如通过第三方平台结算或直接结算）、实际付款周期、支付的具体安排等，并结合前述信息说明标的资产报告期内应收账款余额前五名的电商平台与收入前五名的电商平台存在差异的原因及合理性。2）补充披露报告期各期末易佰网络应收账款的收回情况，包括但不限于实际收款时间、由于退货导致的冲回金额、截至目前剩余未收回金额等。3）补充披露易佰网络可比公司坏账准备计提情况，并说明易佰网络坏账准备计提的合理性、充分性。请独立财务顾问及会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、以表格形式补充披露报告期各期，易佰网络从主要销售平台取得订单数量、营业收入金额、期末应收账款金额、支付渠道（例如通过第三方平台结算或直接结算）、实际付款周期、支付的具体安排等，并结合前述信息说明标的资产报告期内应收账款余额前五名的电商平台与收入前五名的电商平台存在差异的原因及合理性。

（一）报告期各期易佰网络从主要销售平台取得订单数量、营业收入金额、期末应收账款金额情况

2017 年度、2018 年度、2019 年 1-8 月，易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主流第三方电商平台的营业收入合计占比分别为 96.03%、89.28%、90.41%。易佰网络各期从上述主要电商平台取得的订单数量、营业收入金额、期末应收账款或预收款项金额情况如下：

1、亚马逊

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
订单数量（万单）	760.94	492.05	343.13
营业收入（万元）	109,620.49	74,478.96	35,832.74
期末应收账款余额（万元）	9,378.93	4,850.75	2,263.05

2、ebay

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
订单数量 (万单)	331.05	395.99	327.32
营业收入 (万元)	43,562.86	46,004.73	26,007.29
期末预收款项余额 (万元)	473.10	243.48	446.39

3、速卖通

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
订单数量 (万单)	280.18	285.92	293.98
营业收入 (万元)	18,613.46	15,209.07	10,675.56
期末预收款项余额 (万元)	1,422.68	1,396.90	195.66

4、Wish

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
订单数量 (万单)	201.27	297.95	319.85
营业收入 (万元)	14,736.13	16,060.29	11,896.12
期末应收账款余额 (万元)	4,091.42	2,727.24	1,705.33

5、Lazada

项目	2019 年 1-8 月	2018 年度	2017 年度
订单数量 (万单)	168.67	146.39	83.02
营业收入 (万元)	11,306.54	10,060.67	3,550.49
期末应收账款余额 (万元)	3,072.36	886.93	108.17

(二) 主要销售平台的支付渠道 (例如通过第三方平台结算或直接结算)、实际付款周期、支付的具体安排

电商平台	支付渠道	实际付款周期	支付具体安排
亚马逊	PingPong	2-14 天	亚马逊通常每 14 天向商家网店关联的第三方支付工具账户放款
ebay	PayPal	实时	ebay 通常在消费者付款后向商家网店实时放款 (期末形成预收账款)
速卖通	速卖通	3-15 天	1、一般情况: 速卖通在交易完成、买家无理由退货保护期届满后向卖家放款, 即买家确认收货或系统自动确认收货加 15 个自然日 (或平台不时更新并公告生效的其他期限) 后。 2、提前放款: 速卖通根据系统对卖家经营情况和信用进行的综合评估, 可决定在交易结束前提前垫资放款, 具体金额由速卖通根据综合评估单方

电商平台	支付渠道	实际付款周期	支付具体安排
			面决定，速卖通放款时冻结部分金额作为卖家对平台的放款保证金。 (标的公司的速卖通网店主要是提前放款，期末形成预收账款)
Wish	PingPong	15 天	Wish 通常会每月 1 日和 15 日向商家付款
Lazada	PingPong	7 天	第一周周一到周日在卖家中心状态为“Deliverd”(妥投)的订单会在第二周周五付款至商家网店关联的第三方支付工具账户

(三) 说明标的资产报告期内应收账款余额前五名的电商平台与收入前五名的电商平台存在差异的原因及合理性。

亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 是易佰网络开展跨境出口电商业务的五个主要第三方电商平台。由于平台结算政策的差异，基于亚马逊、Wish、Lazada 的业务在各期末形成应收账款，基于 ebay、速卖通的业务在各期末形成预收账款，从而导致应收账款余额前五名的电商平台与收入前五名的电商平台存在差异。

二、报告期各期末易佰网络应收账款的收回情况，包括但不限于实际收款时间、由于退货导致的冲回金额、截至目前剩余未收回金额等

易佰网络产品通过第三方电商平台对终端客户进行销售，货款由第三方销售平台代为收取，而平台手续费、运费、广告宣传费、仓租等服务费用的支付有两种方式，一种是亚马逊、Wish、Lazada 等第三方销售平台扣除服务费用后将剩余货款转给易佰网络，另一种是 ebay 将代收的货款转给易佰网络后易佰网络再按账单支付服务费用给 ebay。针对第一种情况，各期末应收账款余额与期后销售回款、因退货冲回金额、因平台费用冲回金额三者之和相匹配。

报告期各期末，分平台主要应收账款的收回情况如下：

1、2019 年 8 月 31 日

平台名称	应收账款余额	期后回款情况					剩余未收回金额
		回款时间	回款金额	因退货冲回金额	因平台费用冲回金额	合计	
亚马逊	9,378.93	2019 年 9 月	6,347.10	706.17	2,195.13	9,248.40	130.53
Lazada	3,072.36	2019 年 9-10 月	2,018.42	5.77	1,048.16	3,072.36	-
Wish	4,091.42	2019 年 9-11 月	3,751.39	123.15	216.88	4,091.42	-

Shopee	2,185.22	2019 年 9-10 月	1,544.09	10.31	630.82	2,185.22	-
沃尔玛	1,493.84	2019 年 9-10 月	1,304.62	26.20	162.80	1,493.62	0.21

注：未收回金额已全额计提坏账准备。

2、2018 年 12 月 31 日

平台名称	应收账款余额	期后回款情况					剩余未收回金额
		回款时间	回款金额	因退货冲回金额	因平台费用冲回金额	合计	
亚马逊	4,850.75	2019 年 1 月	3,288.95	625.11	833.05	4,747.11	103.64
Wish	2,727.24	2019 年 1-4 月	2,201.61	245.70	279.94	2,727.24	-
Lazada	886.93	2019 年 1 月	537.09	2.85	346.99	886.93	-
Cdiscount	749.90	2019 年 1-2 月	635.40	33.13	81.37	749.90	-
Shopee	687.05	2019 年 1-3 月	500.70	1.32	185.04	687.05	-

注：未收回金额已全额计提坏账准备。

3、2017 年 12 月 31 日

平台名称	应收账款余额	期后回款情况					剩余未收回金额
		回款时间	回款金额	因退货冲回金额	因平台费用冲回金额	合计	
亚马逊	2,263.05	2018 年 1 月	1,252.12	161.81	849.11	2,263.05	-
Wish	1,705.33	2018 年 1-2 月	1,652.21	53.12	-	1,705.33	-
Cdiscount	206.61	2018 年 1-2 月	206.41	0.20	-	206.61	-
Jollychic	132.07	2018 年 1-3 月	132.07	-	-	132.07	-
Lazada	108.17	2018 年 1 月	79.90	-	28.27	108.17	-

三、补充披露易佰网络可比公司坏账准备计提情况，并说明易佰网络坏账准备计提的合理性、充分性

（一）同行业可比公司坏账准备计提政策

根据同行业可比公司的审计报告或重组报告书披露，应收账款坏账准备计提通常分为单项金额重大单项计提坏账准备的应收款项、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项三种，具体情况如下：

1、单项金额重大单项计提坏账准备的应收款项

项目	划分标准	计提标准
跨境通	100 万元以上的应收账款	单独进行减值测试，测试已经发生减值的应收款项，根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备；未减值则归入相应组合计提坏账。
有棵树	单项金额在 100.00 万元以上的应收款项	资产负债表日，单独进行减值测试。如有客观证据表明其发生了减值的，则按其预计未来现金流量现值低于其账面价值的差

		额, 确认减值损失, 计提坏账准备; 未减值则归入相应组合计提坏账。
通拓科技	应收账款余额前五名	单独进行减值测试, 按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备, 计入当期损益。
泽宝股份	金额 100 万元以上 (含) 或占应收款项账面余额 10% 以上	单独进行减值测试, 测试已经发生减值的应收款项, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备; 未减值则归入相应组合计提坏账。
傲基电商	占应收款项余额 10% 以上	单独进行减值测试, 测试已经发生减值的应收款项, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备; 未减值则归入相应组合计提坏账。
安克创新	公司将金额为人民币 100 万元以上的应收款项	单独进行减值测试, 单独测试未发生减值的金融资产, 包括在具有类似信用风险特征的金融资产组合中进行减值测试。单项测试已确认减值损失的应收款项, 不再包括在具有类似信用风险特征的应收款项组合中进行减值测试; 未减值则归入相应组合计提坏账。
易佰网络	金额为人民币 100 万元以上的应收款项	单独进行减值测试, 单项测试已发生了减值的, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 确认减值损失, 计提坏账准备; 未减值则归入相应组合计提坏账。

2、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项

项目	划分标准	计提标准
跨境通	有客观证据表明单项金额虽不重大, 但因其发生了特殊减值的应收款应进行单项减值测试	结合现时情况分析法确定坏账准备计提的比例
有棵树	单项金额不重大的应收款项是指单项金额在 100.00 万元以下的应收款项	公司对于单项金额虽不重大但具备以下特征的应收款项 (与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项; 已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等), 可以单独进行减值测试, 有客观证据表明其发生了减值的, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 确认减值损失, 计提坏账准备; 未减值则归入相应组合计提坏账。
通拓科技	有客观证据表明单项金额虽不重大, 但因其发生了特殊减值的应收款应进行单项减值测试。	单独进行减值测试, 按预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备, 计入当期损益。
泽宝股份	应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特应收款项的未来现金流量现值与以账龄为信用风险特	单独进行减值测试, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额计提坏账准备。
傲基电商	存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项	根据应收款项的预计未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。
安克创新	与对方存在争议或涉及诉讼、仲裁的应收款项; 已有明显迹象表明债务人很可能无法履行还款义务的应收款项等	单独进行减值测试, 有客观证据表明其发生了减值的, 根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额, 确认减值损失, 计提坏账准备。
易佰网络	存在客观证据表明本公司将无法按应收款项的原有条款收回款项	根据其未来现金流量现值低于其账面价值的差额进行计提。

3、按信用风险特征组合计提坏账准备的应收款项

(1) 同行业可比公司按账龄组合计提标准如下:

项目	6个月以内	6-12个月	1-2年	2-3年	3-4年	4-5年	5年以上
跨境通	5%	5%	10%	20%	50%	80%	100%
有棵树	0%	0%	10%	20%	50%	80%	100%
通拓科技	0%	5%	10%	20%	50%	80%	100%
泽宝股份	5%	5%	10%	20%	50%	80%	100%
傲基电商	5%	5%	10%	20%	50%	80%	100%
安克创新	5%	5%	10%	30%	50%	80%	100%
易佰网络	5%	5%	10%	20%	50%	80%	100%

(2) 同行业可比公司其他组合情况如下:

项目	组合名称	具体情况	计提标准
跨境通	其他组合	包括合并范围内的关联方组合、跨境电商业务形成的应收账款组合、其他组合	属于合并范围内的关联方往来不计提坏账准备, 跨境电商业务中, 第三方销售平台及第三方支付公司未结算的货款不计提坏账准备
有棵树	特殊账户组合	包括关联方、应收出口退税及平台结算账户余额	公司对特殊账户组合的应收款项单独测算, 如无减值迹象, 不计提坏账准备
通拓科技	不计提坏账组合	包括合并范围内的关联方组合	不计提坏账准备
泽宝股份	无风险组合	无显著回收风险包括应收合并范围内公司款项的款项	线上零售业务应收亚马逊等平台的结算款列为无风险组合, 不计提坏账准备
傲基电商	无风险组合	包括应收合并范围内公司的款项、应收第三方销售平台代收货款、应收出口退税款等无显著回收风险的款项	不计提坏账准备
安克创新	集团合并范围内关联方组合	集团合并范围内关联方组合	与公司的关联关系、属于合并范围内的关联方往来不计提坏账准备
易佰网络	无风险组合	包括应收合并范围内公司的款项、应收政府部门的款项等无显著回收风险的款项	不计提坏账准备

与同行业可比公司应收账款计提政策对比, 易佰网络的应收账款计提政策是谨慎的。

(二) 可比公司应收账款及坏账计提金额及比例

1、2018年12月31日

单位：万元

可比公司	应收账款余额	坏账准备	计提比例	账面净值
跨境通	172,169.25	3,743.08	2.17%	168,426.17
有棵树	38,596.44	51.33	0.13%	38,545.11
通拓科技	-	-	-	-
泽宝股份	6,707.03	182.23	2.72%	6,524.80
安克创新	36,623.43	1,831.17	5.00%	34,792.25
傲基电商	29,986.86	176.06	0.59%	29,810.81
易佰网络	11,580.63	682.10	5.89%	10,898.53

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，泽宝股份 2018 年数据的统计口径为 2018 年 8 月末，未披露 2018 年末数据；通拓科技未披露 2018 年末数据。

2、2017 年 12 月 31 日

单位：万元

可比公司	应收账款余额	坏账准备	计提比例	账面净值
跨境通	67,925.77	1,611.86	2.37%	66,313.91
有棵树	17,179.34	19.99	0.12%	17,159.36
通拓科技	37,396.31	199.74	0.53%	37,196.57
泽宝股份	7,137.99	98.30	1.38%	7,039.69
安克创新	23,619.77	1,180.99	5.00%	22,438.78
傲基电商	23,340.27	60.43	0.26%	23,279.84
易佰网络	4,833.43	251.89	5.21%	4,581.54

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，通拓科技 2017 年数据的统计口径为 2017 年 11 月末，未披露 2017 年末数据。

经对比，易佰网络对应收账款的计提比例整体高于同行业可比公司。

综上所述，易佰网络应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，比例整体高于同行业可比公司，报告期内账龄结构合理，对应收账款的坏账准备计提充分、合理。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络应收账款坏账准备计提政策与同行业可比公司不存在显著差异，比例整体高于同行业可比公司，报告期内账龄结构合理，期后回款状况良好，对应收账款的坏账准备计提充分，符合其实际经营情况。

问题 15、申请文件显示，1) 易佰网络经营的产品种类众多，包括汽车摩托车配件、工业及商业用品、家居园艺、健康美容、

户外运动等。2) 易佰网络在产品开发和供应链管理在环节贯彻“小批量、多批次、低成本快速试错”的管控逻辑，提高产品周转率。3) 2017 年、2018 年度、2019 年 1-4 月，易佰网络存货账面余额分别为 15,032.98 万元、38,377.43 万元以及 40,542.57 万元，占总资产的比例分别为 61.21%、60.00%、56.53%，占比不断提升；跌价准备计提比例分别为 1.39%、2.83%和 3.99%，计提比例也逐年提高。请你公司：1) 结合不同类别产品的迭代情况、经营逻辑差异等补充披露各类产品存货面临的风险问题。2) 补充披露易佰网络存货管控的具体方式，包括与供应商的衔接安排、库存的管理方式、不同品类存货在不同仓库的存放安排等，并进一步说明标的资产确保存货及时周转、避免库存积压风险的具体措施。3) 补充披露易佰网络各类产品的库龄情况、周转情况等，并结合易佰网络存货管理政策、存货跌价准备的计提政策等，进一步补充披露存货跌价准备计提的合理性、充分性，计提比例低于跨境通、有棵树等同行业公司的原因及合理性。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、结合不同类别产品的迭代情况、经营逻辑差异等补充披露各类产品存货面临的风险问题

(一) 不同类别产品的迭代情况

易佰网络的主要产品包括家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等，上述产品具有需求持续稳定、产品生命周期相对较长、更新换代相对较慢的特点。此外，报告期内易佰网络销售部分 3C 产品，占报告期各期收入比例分别为 10.34%、8.40%、8.14%，此类产品更新迭代相比较快。

(二) 易佰网络的存货经营逻辑

易佰网络属于泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，SKU 数量规模较大，2019 年 1-8 月实现销售的 SKU 数量已接近 30 万个。虽然主要产品品类可分为家居园艺、健康美容、汽车摩托车配件、工业及商业用品等，但同一产品品类包含若干二级、三级品类，各细分品类商品的属性特性、销售周期等亦存在显著差异。因此，易佰网络未以产品品类为划分标准进行存货管理，而是在 SKU 层面实施更精细化的库存管理。

易佰网络凭借多年跨境出口电商运营经验、依托自主开发的算法，以每个 SKU 所处销售周期的日销量、可售天数、库龄情况等维度，在存货 SKU 层面进行精细分类，确定每个 SKU 的安全库存、备货周期、单次备货量，预测每个 SKU 未来一定时期的销量，并制定备货计划，随着 SKU 销售情况的变化动态调整各项参数，实现少量多批、快速响应的采购模式，提高存货周转效率，降低存货积压风险。

（三）存货面临的风险

上市公司在《重组报告书》中关于存货面临的风险补充披露如下：“为提升境外终端客户的消费体验，易佰网络通过国内仓、FBA 仓及第三方海外仓置备存货，保证产品供应的及时性，并通过分析每个 SKU 的销售状态，动态调整备货计划，确保存货管理有效性。随着易佰网络销售规模的不断扩大，库存商品的规模也呈上升趋势。截至 2019 年 8 月 31 日，易佰网络存货账面净值为 55,969.71 万元，占期末资产总额为 58.19%。易佰网络的存货主要由亚马逊或第三方跨境仓储物流服务商提供仓储管理、物流配送等服务，并承担相应商品因管理不善而损失或损坏的赔偿义务。若因易佰网络整体销售迟滞导致存货消化速度降低，加之 3C 电子产品等品类存货更新迭代较快，将存在因存货跌价而遭受损失的风险。”

二、易佰网络存货管控的具体方式，包括与供应商的衔接安排、库存的管理方式、不同品类存货在不同仓库的存放安排等，并进一步说明标的资产确保存货及时周转、避免库存积压风险的具体措施

（一）存货管控的具体方式

1、与供应商的合作机制

（1）与供应商合作流程

易佰网络通过 PMS 采购管理系统，对商品采购各个环节进行数字化处理，计划部门、开发部门、仓储部门、物流部门与供应商紧密配合，协同实现少量多批、快速响应的采购模式。

具体而言，计划部门依托自主研发的算法，综合考虑历史期每个 SKU 销量的增长趋势、产品竞争程度、季节性特点、当前库存量、预计到货时间等因素，预测产品在未来的需求量，制定采购计划，将采购计划下发给采购部门；采购部门根据采购计划，发起采购指令审批流程，采购指令包括同一批次产品的采购数量、采购金额、销售平台、存放仓库、物流方式、物流配送公司、供应商名称等信息，采购指令审批流程通过后，采购部门向供应商下发采购订单，供应商安排发货；供应商按照易佰网络的指令将产品发送到指定仓库后，仓库部门组织验收、入库，若货物需继续发往 FBA 仓或第三方海外仓的，物流部门和仓库部门重新组织发运计划，将货物提交物流公司发送至国外指定仓库。

易佰网络遵循小批量、多批次原则制定采购计划，同时兼顾单批采购及物流成本，选取最优采购策略，有效控制仓储成本、降低存货滞销风险。易佰网络每次向供应商下发小批次采购订单，同时实时跟踪实际销售数据、用户行为数据、广告效果数据等，对产品销售趋势、库存实时状况、供应商产能情况进行综合预判，并将预判结果形成补货计划反馈给供应商，由供应商安排补货。易佰网络在 PMS 采购管理系统中优先选择既有合格供应商进行补货，若供应商产能不足则由采购部协同开发部开发新的合格供应商。

（2）供应商管理机制

易佰网络通过 PMS 采购管理系统整合国内供应链资源，与众多供应商建立合作关系，保障供应链端的高效运转。易佰网络成立专门的供应商管理部，负责供应商准入审核和跟踪管理。

对于供应商准入，供应商管理部连同品控部、采购部主要从以下四方面对供应商进行审核：①营业资质：检查供应商提供的营业资质信息是否与公开资料查询一致，在工商、税务、生产、环保等方面是否合法合规；②经营实力：考察工厂是否具备相应的研发能力、供货能力；③样品检测是否合格：产品描述是否准确、图物是否相符、物流属性是否准确，产品的外观、结构、功能、包装是否符

合要求；④其他因素：供应商市场信誉、结算账期、采购成本等因素。

对于供应商跟踪管理，供应商管理部统筹制定供应商绩效考核标准和规则，并组织供应商绩效考核工作，考核因素主要包含产品品质、产品价格、交货期、账期、售后服务水平等，并且每季度对合格供应商进行一次考评，确保供应商供货质量的稳定性及采购成本的可控性。

易佰网络依据供应商绩效考核结果，进行订单份额重新分配和供应商等级调整。当同一 SKU 对应的供应商资源有两家及以上时启动订单份额分配，原则上同等级供应商的初次分配额度相同，供应商等级不同时则向较高等级的供应商倾斜，在供应商中构建一个良性竞争机制。供应商管理部每个季度对供应商绩效进行回顾，提出供应商等级调整建议；如发生新供应商引进、重大质量问题、供应商合作态度不佳等，供应商管理部可对供应商等级作即时调整。

2、库存管理方式

（1）仓储体系及职能

在仓储模式方面，易佰网络构建了海外仓、国内仓为一体的多层次仓储体系，尤其注重与亚马逊等第三方电商平台和谷仓、递四方等第三方仓储物流服务商在海外仓模式上的战略合作，积累了丰富的运营经验，并形成一定的竞争优势。易佰网络在海外仓和国内仓两类仓储模式上协同发展，通常以国内仓为备货测试起点，对于销量测试良好和市场需求提升的产品，会以少量多批的方式逐步增加在海外仓的备货规模，并结合市场需求的最新变动情况进行动态调整，进而即时控制库存，保持良好的库存周转。

在仓储管理方面，易佰网络的国内仓位于东莞塘厦、东莞虎门、宁波三地，采用租赁方式自营管理，主要承担向海外仓集货转运和向海外消费者直邮发货等职能；易佰网络的海外仓主要由亚马逊等第三方电商平台及谷仓、递四方等专业的大型第三方仓储物流服务商运营管理，位于美国、英国、德国、澳大利亚等地，主要承担向仓库所在国家的消费者配送商品的职能。

（2）库存管理业务流程

在业务流程方面，自营仓库和第三方仓库的具体情况分别如下：

①针对境内自营仓库，在收货环节，自营仓库接收收货单后按照严格的入库流程对货物进行入库前抽检、商品确认入库、产品贴签、输入系统入库、实物上架等一系列操作，确保产品能追溯并安全入库；在理货环节，易佰网络制定入库的理货计划后，对产品进行整理及质检判定，筛选出不合格产品并退回相应的供应商；在出货环节，易佰网络对产品进行产品审核、记录标签等操作，确认相应的出货方式。

②针对第三方海外仓，易佰网络基于经营策略确定采用海外仓发货模式的货品后，按照第三方平台或仓储物流服务商的要求打包装箱，通过一般贸易方式从国内中转仓库出口至相应国家的海外仓，其中 FBA 等第三方平台仓储模式下相关货品的头程运输和清关工作由易佰网络自身或委托相关方完成，除此之外则由递四方、谷仓等第三方仓储物流服务商负责；货物抵达海外仓后，第三方平台或仓储物流服务商提供包括仓储管理、拣货打包、尾程派送等综合物流服务，易佰网络通过数据接口获取海外仓的库存及收发货情况，并支付相关服务费用。

（3）库存管理策略

在库存管理方面，易佰网络通过策略优化、分类管控、控制时效、精确预测四个方面，以优化库存结构，降低库存风险，确保存货对销售端的实时响应，具体如下：

1）策略优化。根据在库及在途库存的预计可售卖天数，来预判产品是否需要补货，是否需要加快销售。当预计可售卖天数趋近或低于补货时效时，进行补货，或将物流方式调整为时效更快的空运模式；当预计可售卖天数远高于补货时效时，判断滞销风险可能性，组织销售端降价，加快销售，提高存货周转效率；当预计可售卖天数远小于补货时效时，判断断货风险可能性，组织销售端执行提价，缓解销售速度获取额外利润。

2）分类管控。对产品按照当前日均销量等维度进行分类、分级，区别控制备货参数。根据日均销量、产品已开发天数、产品类目、预计可售卖天数，对存货扩销系数、安全天数、一次备货天数等进行调整，精确控制每一个 SKU 的备货情况。

3）降低补货全流程的时效，有效提高资金使用效率。具体包括：系统化下

单，提高采购下单效率；考核供应商交货周期，保证供货及时、稳定；提高仓库打包效率；提前考虑物流时效。

4) 提高销量预测的精准性。施行精细化存货管理，不断完善和丰富产品属性信息，全面评估产品生命周期；结合季节性、节日性产品特征判断销售趋势。

3、存货存放安排

易佰网络根据不同 SKU 的特性进行存货存放安排，具体存放原则如下：(1) 对于轻携型、客单价较低、销量较为不稳定的产品，或目标市场距离中国较近的产品，会安排在国内仓库存放；(2) 对于轻携型、销量稳定的产品，会通过空运、海运等方式发往 FBA 仓；(3) 对于大件重货，有市场竞争力的产品，会通过海运方式发往海外仓或 FBA 仓。

(二) 确保存货及时周转、避免库存积压风险的具体措施

1、合理预测，少批多次采购

易佰网络依托内部算法，综合考虑历史期产品销量的增长趋势、产品竞争程度、季节性特点、当前库存量、预计到货时间等因素，可较为精准预测产品在未来一定时期的需求量，按照小批量、多批次原则制定采购计划，有效控制仓储成本、降低存货滞销风险。能够有效避免存货大面积积压、滞销的情况。

2、存货周转水平纳入绩效考核指标

易佰网络按电商平台分设不同销售部门，主要为亚马逊、ebay、速卖通、Wish、东南亚销售部等销售部门，以销售部门为单位分别设定绩效考核机制，其中，归属于各平台的仓储租赁成本、存货积压率、滞销率、库存折旧等考核指标均能够直接影响各销售团队的最终提成。

此外，在每年特定时点，易佰网络根据当时经营情况，会动态调整特定考核指标的权重，如在某一时点，存货积压较多时，对于仓储租赁、库存折旧、滞销扣减等考核指标的权重会进行调增，敦促销售团队加快长库龄存货的销售进度。

3、定期清仓预警

易佰网络数据部对各大仓库的存货情况进行实时监控，及时将库龄较长的存货情况反馈给销售部门，销售部门各产品线自主判断存货未来的销售趋势，结合

仓储成本、销售定价、销毁成本等因素选择最优处理方式。

4、跨平台调货

易佰网络计划部门及数据部门对归属于各大平台的存货进行定期分析,预测存货在某一平台未来的销售情况,若某种存货预计在某一平台销售缓慢,而在其他平台销售良好,易佰网络则会安排提前跨平台调货,实现存货优化配置。

三、易佰网络各类产品的库龄情况、周转情况等,并结合易佰网络存货管理政策、存货跌价准备的计提政策等,进一步补充披露存货跌价准备计提的合理性、充分性,计提比例低于跨境通、有棵树等同行业公司的原因及合理性

(一) 易佰网络存货跌价准备计提情况

报告期内,易佰网络存货跌价准备计提情况如下:

单位:万元

项目	2019年8月31日	2018年12月31日	2017年12月31日
账面余额	58,139.10	38,377.43	15,032.98
跌价准备	2,169.39	1,087.69	209.01
账面价值	55,969.71	37,289.74	14,823.96
跌价准备计提比例	3.73%	2.83%	1.39%

(二) 易佰网络各类产品的库龄情况

报告期内,易佰网络各类产品的库龄情况如下:

1、2019年8月31日

单位:万元

品类	0-3个月	4-6个月	7-12个月	1-2年	2年以上	合计	品类占比
家居园艺	9,118.93	2,424.02	1,066.15	484.68	176.19	13,269.97	22.82%
工业及商业用品	9,450.08	1,377.50	701.69	253.25	130.83	11,913.35	20.49%
健康美容	4,890.08	1,681.63	587.15	451.82	198.34	7,809.02	13.43%
汽车摩托车配件	6,110.22	1,052.28	458.84	219.96	116.71	7,958.01	13.69%
3C电子产品	2,524.63	693.42	359.65	151.14	120.4	3,849.24	6.62%
户外运动	2,634.43	855.22	697.69	280.06	118.37	4,585.77	7.89%
工艺收藏	1,323.71	454.21	223.87	114.47	44.59	2,160.85	3.72%
其他	4,124.29	1,297.63	593.86	408.56	168.56	6,592.90	11.34%
总计	40,176.37	9,835.91	4,688.90	2,363.94	1,073.99	58,139.10	100.00%
库龄占比	69.10%	16.92%	8.06%	4.07%	1.85%	100.00%	-

2、2018 年 12 月 31 日

单位：万元

品类	0-3 个月	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2 年以上	合计	品类占比
家居园艺	7,993.96	1,638.53	668.14	523.01	22.38	10,846.02	28.26%
工业及商业用品	4,460.94	1,307.37	452.37	408.78	22.43	6,651.89	17.33%
健康美容	3,301.50	866.32	391.86	324.79	15.82	4,900.30	12.77%
汽车摩托车配件	2,987.31	719.64	278.56	257.20	76.56	4,319.27	11.25%
3C 电子产品	1,631.12	459.61	228.25	226.51	23.95	2,569.44	6.70%
户外运动	2,282.48	729.68	195.03	225.37	22.25	3,454.81	9.00%
工艺收藏	1,206.97	292.60	121.22	76.82	33.30	1,730.91	4.51%
其他	2,769.34	669.20	235.87	216.90	13.48	3,904.80	10.17%
总计	26,633.62	6,682.95	2,571.30	2,259.38	230.17	38,377.43	100.00%
库龄占比	69.40%	17.41%	6.70%	5.89%	0.60%	100.00%	-

3、2017 年 12 月 31 日

单位：万元

品类	0-3 个月	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2 年以上	合计	品类占比
家居园艺	3,586.72	758.72	318.50	39.89	-	4,703.84	31.29%
工业及商业用品	2,218.24	410.84	263.69	37.04	-	2,929.81	19.49%
健康美容	1,033.89	190.64	77.53	22.53	-	1,324.59	8.81%
汽车摩托车配件	1,084.21	280.54	96.64	81.54	-	1,542.92	10.26%
3C 电子产品	866.38	177.75	82.53	34.27	-	1,160.92	7.72%
户外运动	875.96	286.28	113.23	30.09	-	1,305.55	8.68%
工艺收藏	577.06	92.20	69.21	55.01	-	793.48	5.28%
其他	917.43	271.40	68.53	14.51	-	1,271.87	8.46%
总计	11,159.88	2,468.36	1,089.86	314.87	-	15,032.98	100.00%
库龄占比	74.24%	16.42%	7.25%	2.09%	-	100.00%	-

(三) 易佰网络各类产品的周转情况

报告期内，易佰网络各类产品的周转率情况如下：

品类	周转率（次）			周转天数（天）		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
家居园艺	2.57	2.32	2.56	140.13	155.08	140.78
工业及商业用品	2.76	2.55	3.01	130.44	141.19	119.45
健康美容	2.86	3.34	5.17	125.73	107.72	69.61
汽车摩托车配件	2.72	2.82	4.18	132.13	127.84	86.19
3C 电子产品	3.96	3.99	5.50	90.93	90.31	65.43

品类	周转率（次）			周转天数（天）		
	2019 年	2018 年	2017 年	2019 年	2018 年	2017 年
户外运动	2.62	2.53	3.56	137.38	142.33	101.24
工艺收藏	2.35	2.52	3.37	153.33	143.08	106.95
其他	2.74	2.68	7.46	131.34	134.19	48.24
合计	2.77	2.71	3.76	129.93	132.61	95.70

注：2019 年周转率为 2019 年 1-8 月年化而得，周转天数=360/周转率

上表可见，报告期内，除 3C 电子产品外，其他品类产品周转天数通常均在 120-140 天内，3C 电子产品由于迭代周期较快，存货周转相对其他产品较快。

（三）存货跌价准备计提政策

易佰网络对存货按照可变现净值和按库龄计算跌价金额孰高者计提期末存货跌价金额。易佰网络根据过往销售经验、销售定价方式、产品类别及产品库龄等因素，根据不同产品类别制定库龄计算跌价比例，符合同行业可比公司普遍情况。易佰网络按库龄计提跌价准备情况如下：

主要产品类别	跌价计提规则					
	0-3 个月	4-6 个月	7-12 个月	1-2 年	2-3 年	3 年以上
家居园艺	0%	0%	5%	10%	30%	100%
工业及商业用品	0%	0%	5%	10%	30%	100%
健康美容	0%	5%	20%	50%	100%	100%
汽车摩托车配件	0%	0%	5%	10%	30%	100%
3C 电子产品	0%	5%	10%	30%	50%	100%
户外运动	0%	5%	20%	50%	100%	100%
工艺收藏	0%	0%	5%	10%	30%	100%

（四）存货跌价准备计提比例的合理性和充分性

根据公开信息查询，同行业可比公司与易佰网络相类似的产品品类存货跌价准备计提政策如下：

产品类别	公司名称	3 个月以内	4-6 月	7-12 月	1-2 年	2-3 年	3-5 年	5 年以上
家居园艺								
家居用品类	跨境通	0%	0%	0%	10%	30%	100%	100%
家居建材和家居用品类	有棵树	0%	5%	10%	15%	20%	30%	100%
家居生活	通拓科技	0%	5%	10%	15%	20%	30%	100%
家居园艺	易佰网络	0%	0%	5%	10%	30%	100%	100%

健康美容								
保健品、美妆类	跨境通	0%	0%	0%	10%	30%	100%	100%
健康美容	易佰网络	0%	5%	20%	50%	100%	100%	100%
汽车摩托车配件								
汽车、摩托车类	跨境通	0%	0%	0%	10%	30%	100%	100%
航模配件、汽车配件类	有棵树	0%	5%	10%	20%	30%	100%	100%
汽车摩托车配件	易佰网络	0%	0%	5%	10%	30%	100%	100%
3C 电子产品								
电子产品、手机通讯和游戏配件类	有棵树	0%	5%	10%	20%	30%	100%	100%
消费电子类	跨境通	0%	5%	10%	20%	50%	100%	100%
电子产品	通拓科技	0%	5%	10%	20%	30%	100%	100%
3C 电子产品	易佰网络	0%	5%	10%	30%	50%	100%	100%
户外运动								
体育用品、玩具类	有棵树	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%
运动及娱乐类	跨境通	0%	0%	0%	10%	30%	100%	100%
户外运动	易佰网络	0%	5%	20%	50%	100%	100%	100%

注：经公开资料查询，同行业可比公司中，仅有棵树、跨境通、通拓科技披露了分品类存货跌价计提政策

上表所示，同行业可比公司各品类所包含的细分品类不尽相同，因此个别品类存货跌价准备计提比例存在一定区别，易佰网络的主要品类的存货跌价准备计提政策在总体上与同行业可比公司不存在重大差异。

综上，易佰网络存货跌价准备计提比例具有充分性和合理性。

（五）存货跌价准备计提比例与同行业可比公司差异及合理性

易佰网络和同行业可比公司存货跌价计提比例对比情况如下：

单位：万元

可比公司	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
跨境通	565,604.62	59,053.32	10.44%	399,896.84	11,860.78	2.97%
有棵树	90,409.58	5,076.03	5.61%	84,850.82	1,657.95	1.95%
通拓科技	-	-	-	66,863.08	1,333.50	1.99%
泽宝股份	35,985.68	346.43	0.96%	35,284.73	122.75	0.35%
安克创新	80,680.29	2,606.10	3.23%	43,208.15	1,760.06	4.07%
傲基电商	122,324.57	3,976.58	3.25%	69,821.17	2,590.68	3.71%

可比公司	2018 年 12 月 31 日			2017 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	计提比例	账面余额	跌价准备	计提比例
平均值	-	-	4.70%	-	-	2.51%
易佰网络	38,377.43	1,087.69	2.83%	15,032.98	209.01	1.39%

根据上表，易佰网络存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平，主要原因如下：

1、同行业存货结构及不同品类存货跌价准备计提比例不同，致使计提比例存在合理区间

跨境出口电商行业中，基于各企业经营理念、模式、经验存在一定的差异，优势主打产品种类有所不同，且产品种类数量庞大，因此同行业可比公司的存货结构存在一定的差异；同时，基于各产品属性特征不同，分库龄存货跌价准备计提比例政策亦存在差异，上述因素叠加导致同行业之间总体存货跌价准备计提比例会存在较大的合理区间，易佰网络存货跌价准备计提比例处于同行业可比公司的合理区间内。

以 3C 电子产品为例，可比公司对该类产品计提的存货跌价准备比例普遍高于其他品类，且收入占比也普遍高于其他品类。易佰网络该品类的跌价准备计提政策和同行业基本相同，但各期收入和期末存货中 3C 电子产品的占比很低，从而会拉低易佰网络整体的存货跌价准备计提比例。

同行业可比公司与易佰网络 3C 电子产品收入占比及存货余额占比对比情况如下：

公司名称	2018 年		2017 年	
	收入占比	期末存货余额占比	收入占比	期末存货余额占比
跨境通	56.56%	47.42%	71.44%	55.88%
有棵树	34.42%	41.68%	34.40%	42.72%
通拓科技	未披露	未披露	44.13%	54.59%
泽宝股份	81.53%	77.11%	84.28%	79.34%
安克创新	83.06%	74.82%	90.54%	85.45%
傲基电商	65.83%	未披露	61.94%	未披露
易佰网络	8.40%	6.70%	10.34%	7.72%

注：同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，通拓科技 2017 年收入占比为 2017 年 1-11 月数据，2017 年末存货余额占比为 2017 年 3 月末数据。

上表可见，同行业可比公司 3C 电子产品类存货余额占比在 40%-85%之间，易佰网络 3C 电子产品存货余额占比均在 8%以下，在同行业对 3C 电子产品的存货跌价准备计提比例均高于其他品类的情况下，易佰网络因 3C 产品占比较低，从而致使整体存货跌价准备计提比例低于同行业，具有合理性。

2、2017 年末短库龄存货占比高导致存货跌价准备计提比例较低

2017 年易佰网络处于初期发展阶段，经营规模较小，期末存货库龄整体较短，2017 年 12 月 31 日，库龄在 0-6 个月的存货金额占比为 90.66%，根据易佰网络及同行业存货跌价准备计提政策，库龄为 0-3 个月的存货通常不会计提跌价准备，库龄为 4-6 个月的存货的计提比例介于 0 至 5%之间，因此导致 2017 年 12 月 31 日易佰网络存货跌价准备计提比例低于同行业可比公司平均水平。

3、2018 年末剔除跨境通个别计提存货跌价准备影响后易佰网络存货跌价准备计提比例接近行业平均水平

根据跨境通公开披露资料，2018 年 12 月 31 日，因跨境通子公司环球易购第四季度销售低于预期，部分历史存货错过最佳销售时机，因此对库龄较长的存货进行了个别计提存货跌价准备，涉及存货原值为 29,592.90 万元，计提存货跌价准备为 27,830.58 万元。剔除跨境通个别计提存货跌价准备的影响后，跨境通 2018 年存货跌价准备计提比例由 10.44%调整为 5.83%。

剔除跨境通个别计提存货跌价准备的影响后，2018 年 12 月 31 日，同行业可比公司存货跌价准备情况如下：

可比公司	2018 年 12 月 31 日		
	账面余额	跌价准备	计提比例
跨境通（调整后）	536,011.72	31,222.74	5.83%
有棵树	90,409.58	5,076.03	5.61%
通拓科技	-	-	-
泽宝股份	35,985.68	346.43	0.96%
安克创新	80,680.29	2,606.10	3.23%
傲基电商	122,324.57	3,976.58	3.25%
平均值			3.78%
易佰网络	38,377.43	1,087.69	2.83%

上表可见，剔除跨境通个别计提存货跌价准备的影响后，2018 年 12 月 31 日，与同行业可比公司相比，易佰网络存货跌价准备计提比例接近于同行业平均水平，处于合理区间，与不同可比公司差异原因主要系不同企业存货结构及产品库龄结构差异所致，具有合理性。

此外，根据有棵树公开披露资料，有棵树 2017 年末、2018 年 3 月末、2018 年 5 月末、2018 年末存货跌价准备计提比例分别为 1.95%、2.51%、3.33%、5.61%，当年呈上升趋势，易佰网络存货跌价准备计提比例与有棵树 2017 年末、2018 年 3 月末及 5 月末较为接近。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络在确保存货及时周转、避免库存积压风险已建立并有效实施了防范措施；标的公司存货跌价准备计提政策具有合理性、充分性，存货跌价准备计提比例与同行业可比公司相比，不存在显著差异。

问题 16、申请文件显示，1) 易佰网络 2017 年、2018 年度、2019 年 1-4 月的经营活动产生的现金流量分别为-3,714.88 万元、-12,072.41 万元以及-310.64 万元。2) 报告期各期末易佰网络应付关联方借款分别为 4,498.42 万元、9,135.3 万元、10,710.51 万元。3) 本次交易双方约定，交易完成后南平芒励多、南靖超然取得现金对价后再向易佰网络提供不低于 1 亿元借款。请你公司：1) 补充披露报告期内易佰网络股东持续为其提供借款而非进行增资的原因，报告期易佰网络存在大额的股东借款及偿还的会计处理和相关内部控制措施是否有效，是否存在账外资金核算的情况。2) 结合上下游经营占款情况、经营性应收、应付和预付情况、季节性波动、同行业公司情况等补充披露易佰网络经营活动现金流持续为负的原因及合理性、经营活动现金流与业务模式的匹配性。3) 结合易佰网络经营现金流及股东借款情况，测算说明若本次交易完成后若南平芒励多、南靖超然未能向标的资产提供承诺借款，

是否会导致易佰网络面临重大的偿债风险或资金风险。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、补充披露报告期内易佰网络股东持续为其提供借款而非进行增资的原因，报告期易佰网络存在大额的股东借款及偿还的会计处理和相关内部控制措施是否有效，是否存在账外资金核算的情况

（一）报告期内易佰网络股东持续为其提供借款而非进行增资的原因

1、报告期内易佰网络的股东借款情况

易佰网络从事跨境出口电商业务，主要资产由存货、应收账款、预付账款、货币资金等流动资产构成，是一家轻资产的非上市民营企业。基于跨境出口电商普遍的行业特征，易佰网络在企业发展初期的融资手段有限，在业务旺季来临之前，用于铺货的流动资金需求会显著增大。因此，在企业发展初期，易佰网络股东结合自身的资金情况，向易佰网络提供部分资金支持。

报告期内，易佰网络与其实际控制人胡范金和总经理庄俊超发生的关联方往来情况如下：

单位：万元

关联方名称	胡范金	庄俊超	合计
2017年期初	2,924.55	1,715.29	4,639.84
借入	298.26	32.12	330.38
偿还	410.60	61.20	471.80
2017年期末	2,812.21	1,686.21	4,498.42
借入	3,938.84	3,211.07	7,149.91
偿还	1,412.97	1,100.00	2,512.97
2018年期末	5,338.08	3,797.28	9,135.36
借入	5,852.36	4,190.55	10,042.91
偿还	4,411.16	4,727.23	9,138.38
2019年8月末	6,779.28	3,260.60	10,039.88

报告期内，胡范金和庄俊超与易佰网络发生关联方往来的主要原因及用途如下：

（1）2018年7月4日，易佰网络、胡范金、庄俊超与周新华、罗晔、李旭、

黄立山签署《合作框架协议》，约定由周新华和罗晔夫妇向胡范金、庄俊超分别借款 3,600.00 万元，2,400.00 万元，用于易佰网络的生产经营，根据合同约定，2018 年胡范金、庄俊超将取得的 6,000.00 万元借款全部借给易佰网络用于生产经营，占 2018 年胡范金、庄俊超关联方借出资金总额的 83.92%；

(2) 2019 年 2 月 26 日，易佰网络、胡范金、庄俊超及其控制的合伙企业佰乐星辰、南平佰龄、聚彩熠辉、南京志千里与罗晔、李旭、黄立山签署《股权转让协议》，佰乐星辰、南平佰龄、聚彩熠辉、南靖志千里向罗晔、李旭、黄立山转让所持易佰网络 32% 的股权，取得股权转让款 1.92 亿元，胡范金、庄俊超将取得的股权转让款扣除个人所得税及自用资金后，借给易佰网络用于生产经营，扩大经营规模，合计金额为 9,070.00 万元，占 2019 年 1-8 月胡范金、庄俊超关联方借出资金总额的 90.31%；

(3) 报告期内其他胡范金、庄俊超的关联方拆入资金，为临时为易佰网络提供周转资金所用，以及日常经营所需的备付金往来，金额较小。

2、提供借款而非进行增资的原因

报告期内，胡范金、庄俊超向易佰网络拆借的大部分资金发生在 2018 年下半年之后，主要来源是 2018 年 7 月和 2019 年 2 月从财务投资人取得的 6,000 万元借款及 9,070 万元股权转让款，且向易佰网络借出的资金全部用于易佰网络的生产经营，以扩大易佰网络的经营规模。

胡范金、庄俊超向易佰网络以借款而非增资的方式提供资金支持，主要原因为：（1）2018 年 6,000 万元股东借款系通过向周新华、罗晔夫妇借款取得，根据《合作框架协议》约定，罗晔等人最终入股需满足一定先决条件，在不确定罗晔等人是否最终入股的前提下，6,000 万元股东借款具有偿还义务，因而无法直接转为增资款；（2）2019 年 9,070 万元股东借款未转为增资款，主要是基于既有外部投资者的利益考虑，经各方协商以借款而非增资形式可避免稀释外部投资人的股权。

（二）报告期易佰网络存在大额的股东借款及偿还的会计处理

股东借款及偿还的会计处理如下：

- 1、股东向易佰网络提供借款时：借记货币资金，贷记其他应付款
- 2、各期末计提借款利息时，本金按照会计期间的平均拆借资金余额计算：借记财务费用，贷记应付利息
- 3、易佰网络向股东偿还借款时：借记其他应付款，贷记货币资金
- 4、易佰网络向股东支付借款利息时：借记应付利息，贷记货币资金

（三）相关内部控制措施是否有效，是否存在账外资金核算的情况

1、股东资金拆借的履行相应的审批程序

报告期内易佰网络与胡范金、庄俊超之间的资金拆借已履行相应的内部审批程序，具体如下：

2016年6月19日，易佰网络召开股东会，审议通过了胡范金、庄俊超为易佰网络提供临时借款，每年临时新增借款合计原则上不超过1,000.00万元；同日，胡范金、庄俊超与易佰网络签订《借款协议》，约定胡范金、庄俊超向易佰网络提供借款，用于公司日常经营活动事宜，并按照实际月均借款余额的年化利率4.35%计提利息。由于庄俊超为当时易佰网络的执行董事，因此上述关联方借款事项由股东会审议。

2018年7月10日，易佰网络召开股东会，审议通过了胡范金、庄俊超为易佰网络提供借款，金额为6,000.00万元，其中，胡范金向易佰网络提供借款3,600.00万元，庄俊超向易佰网络提供借款2,400.00万元，按照实际月均借款余额的年化利率4.35%计提利息。由于庄俊超为当时易佰网络的执行董事，因此上述关联方借款事项由股东会审议。

2019年3月6日，易佰网络召开董事会，审议通过了胡范金、庄俊超为易佰网络提供借款，金额为9,070.00万元，其中，胡范金向易佰网络提供5,600.00万元，庄俊超向易佰网络提供3,470.00万元，按照实际月均借款余额的年化利率4.35%计提利息。

2、易佰网络的财务内控机制

易佰网络已建立了健全的财务制度及货币资金内部控制制度，内控的组织架构清晰、完整、独立，其内部控制体系已经初步形成。易佰网络严格执行国家颁

布的《企业会计准则》，按照《企业内部控制基本规范》以及其他控制标准，制定了各项财务内控制度，并严格执行。

易佰网络在财务核算方面设置了较为合理的岗位，并配备了相应的财务人员以保证财会工作的顺利进行，财会人员分工明确，各岗位能够起到互相牵制的作用，批准、执行和记账等关键职能由相关被授权人员分工进行。

易佰网络建立了不相容职务岗位分离制度，对会计职务与出纳职务进行分离，明确相关部门和岗位的职责权限，确保办理货币资金业务的不相容岗位相互分离、制约和监督。

报告期内，易佰网络与胡范金、庄俊超发生的关联方往来，主要为胡范金、庄俊超向易佰网络提供资金支持，以及易佰网络向胡范金、庄俊超归还借款所致，不存在胡范金、庄俊超对易佰网络的非经营性资金占用的情况。

易佰网络制定了《货币资金内部控制制度》并在报告期内有效执行，根据规定，对外收付款均需履行相应的审批流程，其中 1 万元以上的货币资金的收支需经财务副经理、财务经理、财务总监、董事长助理、总经理逐级审批。

3、是否存在账外资金核算的情况

关于资金核算和管理的具体核查方式和核查程序，详见问题 18 回复之“三、资金核查”之“销售回款和资金流向的真实性核查”和“是否存在资金回流标的公司股东的情形”相关内容。

经核查，易佰网络网店绑定的收款账户为易佰网络在第三方电商平台开展经营业务的唯一收款账户，只能用于销售相关的业务结算，无法用于收取其他来源的资金，且易佰网络资金出纳每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，不存在网店销售款回流至标的公司股东个人的情况，不存在账外资金核算的情况。

二、结合上下游经营占款情况、经营性应收、应付和预付情况、季节性波动、同行业公司情况等补充披露易佰网络经营活动现金流持续为负的原因及合理性、经营活动现金流与业务模式的匹配性

（一）易佰网络上下游经营占款情况概述

易佰网络的上游行业主要为产品制造商和仓储物流服务商，下游客户为终端消费者，主要通过第三方电商平台进行销售和收款。易佰网络上下游经营占款情况分别说明如下：

1、商品采购的占款情况

易佰网络向供应商的付款方式区分线上采购和线下采购两种类型：针对通过 1688.com 等采购平台进行的线上采购，易佰网络根据相关平台规则全额支付货款后，供应商向易佰网络发货；针对线下采购，易佰网络根据与供应商的合作历史和规模协商确定结算周期和付款方式，通常在下达采购订单后预付一定比例定金，在供应商发货前支付尾款或在货物入库验收后约定时间内对账支付尾款。

2、仓储物流服务的占款情况

易佰网络与仓储物流服务商一般采用预付款项、定期结算的方式。多数情况下，易佰网络在仓储物流服务商提供的物流管理系统中注册账号，并根据其计划业务量预先充值，仓储物流服务商在易佰网络充值额度内提供服务。部分仓储物流服务商可根据实际情况给予易佰网络一定信用额度，在信用额度内易佰网络无需预先充值，仓储物流服务商可先行提供服务，从而形成应付账款。

3、线上销售的占款情况

境外终端消费者登陆第三方电商平台后浏览产品信息，选择意向产品、下达订单，并通过 PayPal、Payoneer、PingPong、支付宝等平台合作的第三方支付工具完成支付，易佰网络通过 API 接口获取消费者订单信息，委托专业跨境物流服务商进行物流配送，客户收到产品后确认签收，各第三方电商平台根据其结算政策定期与易佰网络结算货款。易佰网络合作的主要第三方电商平台的结算政策如下：

序号	主要电商平台	结算政策
1	亚马逊	亚马逊通常每 14 天向商家网店关联的第三方支付工具账户放款
2	ebay	ebay 通常在消费者付款后向商家网店实时放款（期末形成预收账款）
3	Wish	Wish 通常会每月 1 日和 15 日向商家付款
4	速卖通	1、一般情况：速卖通在交易完成、买家无理由退货保护期届满后向卖家放款，即买家确认收货或系统自动确认收货加 15 个自然日（或

序号	主要电商平台	结算政策
		平台不时更新并公告生效的其他期限)后。 2、提前放款：速卖通根据系统对卖家经营情况和信用进行的综合评估，可决定在交易结束前提前垫资放款，具体金额由速卖通根据综合评估单方面决定，速卖通放款时冻结部分金额作为卖家对平台的放款保证金。 (标的公司的速卖通网店主要是提前放款，期末形成预收账款)
5	Lazada	第一周周一到周日在卖家中心状态为“Deliverd”(妥投)的订单会在第二周周五付款至商家网店关联的第三方支付工具账户

(二) 经营性应收、应付和预付情况

1、应收账款

2017年末至2019年8月末，易佰网络应收账款账面价值分别为4,581.54万元、10,898.53万元、20,874.96万元。易佰网络的应收账款以应收平台销售款为主，即易佰网络应从亚马逊、wish、Lazada等电商平台提取的商品销售款。2018年末和2019年8月末，易佰网络应收账款余额较上期末同比增长139.59%和91.88%，主要系由于随着经营规模的扩大，易佰网络基于已发货而根据亚马逊、wish、Lazada等电商平台的放款政策尚未提取的商品销售款也相应增长。

2、应付账款

2017年末至2019年8月末，易佰网络应付账款余额分别为6,564.62万元、14,596.34万元、22,249.61万元，主要为应付供应商的商品采购款、应付仓库物流供应商的仓储物流费和应付电商平台的平台费。

3、预付账款

2017年末至2019年8月末，易佰网络预付款项账面价值分别为667.30万元、4,507.65万元、3,954.37万元，账龄均在1年以内，主要是预付仓储物流服务费和商品采购预付款。

(三) 季节性波动情况

单位：万元

季度	2019年度		2018年度		2017年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	77,422.47	35.38%	38,121.21	21.03%	12,615.59	13.77%
第二季度	79,208.22	36.20%	34,828.77	19.22%	17,603.13	19.22%

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第三季度	62,187.60	28.42%	42,203.86	23.28%	24,851.81	27.13%
第四季度	-	-	66,096.59	36.47%	36,523.69	39.88%
合计	218,818.29	100.00%	181,250.44	100.00%	91,594.23	100.00%

注：2019 年第三季度收入金额为 2019 年 7-8 月收入金额。

受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现在每年的第四季度。2017 年和 2018 年，易佰网络第四季度营业收入占各期主营业务收入的比例分别为 39.88%、36.47%，表现出明显的季节性特征。

（四）同行业可比公司的经营活动现金流情况

近年来，同行业公司紧跟跨境电商行业发展浪潮，通过积极扩张抢占海外市场，一方面扩大国内外仓库存货规模，提高存货储备；另一方面，随着业务规模扩大，相关经营性应收项目规模同步增长，造成其经营活动产生的现金流量净额低于净利润水平的情况。

根据公开披露资料，同行业可比公司在前期经历高速发展后，当营业收入增速逐渐放缓至大约 50%或以下时，经营活动现金流会由负数转为正数或显著提升，相关年度及对应财务数据情况列示如下：

单位：万元

公司名称	年度	营业收入	净利润	营业收入 同比增速	净利润 同比增速	经营活动产生 的现金流量净额
跨境通	2015 年	396,081.32	16,750.38	-	-	-1,294.39
	2016 年	853,690.75	36,064.19	115.53%	115.30%	-105,946.63
	2017 年	1,401,789.73	73,737.06	64.20%	104.46%	-29,212.39
	2018 年	2,153,387.41	57,306.24	53.62%	-22.28%	18,258.04
有棵树	2016 年	149,887.81	6,781.95	-	-	-19,561.48
	2017 年	234,794.37	15,869.91	56.65%	134.00%	-40,982.58
	2018 年	344,037.90	26,138.44	46.53%	64.70%	21,238.03
通拓科技	2015 年	131,671.08	4,804.18	-	-	-10,324.26
	2016 年	219,664.01	13,051.59	66.83%	171.67%	-12,995.05
泽宝股份	2016 年	125,506.13	5,686.34	-	-	2,903.34
	2017 年	174,345.16	7,617.13	38.91%	33.95%	-10,842.93

公司名称	年度	营业收入	净利润	营业收入 同比增速	净利润 同比增速	经营活动产生 的现金流量净额
安克创新	2016 年	250,675.74	23,971.62	-	-	22,142.52
	2017 年	390,300.55	25,231.88	55.70%	5.26%	9,723.09
	2018 年	523,221.82	41,526.04	34.06%	64.58%	34,787.15
傲基电商	2015 年	91,093.50	2,171.43	-	-	-10,503.82
	2016 年	219,557.01	9,733.69	141.02%	348.26%	-5,166.33
	2017 年	371,225.35	18,049.15	69.08%	85.43%	-1,343.20
	2018 年	510,872.10	18,471.50	37.62%	2.34%	-20,761.43

注：1、表中所列净利润均指扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润；

2、安克创新的经营产生的现金流量净额与净利润相近，主要是源于其产品类型和采购结算政策与大部分同行业可比公司有所差异；根据其招股说明书的说明，安克创新主要销售自有品牌产品，采用“自主研发设计+外协生产”的产品供应模式，引入新供应商和新产品开始量产时会与供应商约定预付款条件，待建立稳定的合作关系后逐渐改为按信用期结算，因此对大部分供应商形成应付账款，导致其经营活动现金流出小于流入。

如上表所示，2016 年至 2017 年间，跨境通、傲基电商、通拓科技、有棵树、泽宝股份、安克创新等规模较大的同行业公司，营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润均大幅增加，但经营活动产生的现金流量净额远低于净利润。2018 年，跨境通、有棵树、安克创新等同行业公司业务规模继续增大，而增速有所放缓，在此背景下的经营活动现金流状况显著改善和提升。

因此，跨境出口电商企业在高速发展时经营活动产生的现金流量净额与净利润存在差异，属于行业普遍现象，具体说明如下：

1、从同行业公司的经营活动现金流量构成来看，跨境出口电商企业的现金流入主要为销售商品收到的现金，现金流出主要是商品采购款、仓储物流服务费、平台服务费、职工薪酬、税费及其他期间费用；

2、从同行业公司的经营模式来看，由于跨境出口电商企业通常具有海外仓、FBA 仓、国内仓等多种仓库备货形式和海运、陆运、空运等不同跨境物流形式，导致从采购商品支付货款、采购仓储物流服务支付服务费，到对外实现销售收到现金的周期通常可达 3-6 个月，因而存在各年度下半年支付现金购买商品和接受服务在次年收到所对应的商品销售款的情况；

3、从同行业公司的发展阶段来看，为了抓住细分市场不断增长的市场机会、适应业务规模的扩张需求，跨境出口电商企业在早期高速发展时的商品采购规模通常保持高速增长，从而导致各年度经营活动产生的现金流量净额通常为负数。

然而待业务规模达到一定水平后，跨境出口电商企业将进入平稳发展期，经营活动现金流情况亦同步会呈现逐渐向好的趋势。

目前，易佰网络正处于快速发展时期，2018 年营业收入同比增长 97.88%，表现了良好的发展速度和潜力。在此背景下，易佰网络为进一步扩大市场份额、巩固竞争优势，采取了与同行业公司相应发展阶段类似的发展策略，导致营业收入、净利润快速增长而经营活动产生的现金流量阶段性为负数。2019 年以来，易佰网络持续优化存货和资金管理，进一步结合经营业绩管控月度采购占用资金额度，营运资金的使用和周转效率和抗风险能力有所提升。

综上，易佰网络经营活动现金流情况符合跨境电商的行业特点且与同期可比公司不存在重大差异，经营活动产生的现金流量净额与营业收入规模变动符合跨境出口电商企业在业务高速发展期的普遍情况，具有匹配性。

（五）易佰网络经营活动现金流持续为负的原因及合理性、经营活动现金流与业务模式的匹配性

报告期各期，易佰网络营业收入、扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润、经营活动产生的现金流量净额如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年
营业收入	218,877.23	181,250.44	91,594.23
扣除非经常性损益后 归属于母公司所有者的净利润	10,889.53	9,002.68	3,721.80
经营活动产生的现金流量净额	-6,022.63	-12,072.41	-3,714.88

根据间接法编制的现金流量表，报告期各期，将净利润调节为经营活动现金流量的具体过程如下：

单位：万元

补充资料	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年	2018 年 变动金额
净利润	2,785.94	9,018.42	3,686.23	5,332.19
加：信用减值损失	691.11	-	-	-
资产减值准备	1,777.90	1,308.00	397.74	910.25
固定资产折旧、油气资产 折耗、生产性生物资产折旧	158.33	117.79	46.44	71.36
无形资产摊销	10.25	13.41	1.00	12.41

补充资料	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年	2018 年 变动金额
长期待摊费用摊销	82.21	19.57	1.04	18.53
财务费用(收益以“一”号填列)	895.72	1,028.13	390.07	638.06
递延所得税资产减少(增加以“一”号填列)	-4,221.33	-318.53	-194.68	-123.85
存货的减少(增加以“一”号填列)	-20,505.84	-23,368.59	-10,834.41	-12,534.18
经营性应收项目的减少(增加以“一”号填列)	-9,864.50	-11,848.06	-3,897.33	-7,950.73
经营性应付项目的增加(减少以“一”号填列)	11,376.27	11,957.44	6,689.01	5,268.43
其他	10,791.30	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-6,022.63	-12,072.41	-3,714.88	-8,357.53

注：2019 年 1-8 月，易佰网络归属于母公司所有者的净利润为负数，主要系由于当期因实施员工股权激励确认股份支付费用 10,791.30 万元所致。

2018 年易佰网络净利润同比增长 5,332.19 万元，而经营活动产生的现金流量净额同比下降 8,357.53 万元。根据间接法编制的现金流量表，影响经营活动现金流的主要因素为存货、经营性应收项目和经营性应付项目的增加。其中，前两者对现金流的负向影响为 20,484.91 万元；后者对现金流的正向影响仅为 5,268.43 万元，远低于存货和经营性应收项目增加对现金流的影响，导致经营活动产生的现金流量净额与净利润之间存在较大差异。

报告期内，易佰网络的营业收入和净利润保持快速增长，结合易佰网络与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式，以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式进行分析可以看出，易佰网络报告期内的经营活动现金流情况与其业务模式相匹配，具体说明如下：

1、采购商品资金支出大幅增长，以适应业务规模的快速增长

报告期内，易佰网络保持了较快的品类产品开发节奏，SKU 总数由 2017 年的 7.90 万个增至 2018 年的 17.03 万个（以产生付款订单为统计口径）。2018 年易佰网络购买商品、接受劳务支付的现金同比增长 111.33%，超过当年营业收入增速。

易佰网络在保障存货动销和周转效率的前提下，不断增加国内外仓库的采购备货规模，并在取得销售商品收到的现金后，快速转化为支撑未来业绩增长的存

货，以适应市场发展和自身业务扩张需要，扩大整体存货规模的同时影响了经营活动产生的现金流量净额。

2、收入规模大幅提升，带动经营性应收金额快速增长

易佰网络的应收账款以应收平台销售款为主。2018 年末易佰网络应收账款余额为 11,580.63 万元，较上期末同比增长 139.59%，超过当年营业收入增速，从而影响了经营活动产生的现金流量净额。

3、采用预付货款的采购模式，经营性应付金额规模较小

易佰网络属于泛品类电商，SKU 数量规模较大，供应商数量众多且集中度较低，单批次的商品采购量通常较小。针对通过 1688.com 等采购平台进行的线上采购，易佰网络根据相关平台规则全额支付货款后，供应商向易佰网络发货；针对线下采购，供应商为了降低资金风险，通常要求易佰网络在下达采购订单后先预付一定比例定金，并在供应商发货前支付尾款或在货物入库验收后约定时间内对账支付尾款，从而导致易佰网络经营性占用上游供应商的资金规模相比各期采购总额而言处于较低水平。2017 年末和 2018 年末，应付商品采购款余额分别为 1,948.56 万元、4,845.07 万元，占各期采购总额的比例分别仅为 4.78%、5.70%。

4、海外仓发货模式对资金占用时间较长

2018 年，易佰网络海外仓发货对应的营业收入占比为 63.37%，较 2017 年增加 12.36 个百分点。该模式下，易佰网络从采购付款到销售收款的周期通常可达 3-6 个月，在业务快速扩张的情况下占用的营运资金规模相对较大。

综上所述，易佰网络报告期内的经营活动现金流情况，和与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式，以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式相匹配。

三、结合易佰网络经营现金流及股东借款情况，测算说明若本次交易完成后南平芒励多、南靖超然未能向标的资产提供承诺借款，是否会导致易佰网络面临重大的偿债风险或资金风险

(一) 约定南平芒励多、南靖超然在本次交易后向标的公司提供现金借款的原因

根据本次交易方案，南平芒励多、南靖超然在本次交易完成后将分别取得现金对价 12,115.48 万元和 8,993.31 万元，合计 21,108.79 万元。

南平芒励多、南靖超然的实际控制人分别为标的公司现任董事长胡范金和总经理庄俊超，其自愿将通过本次交易取得的部分现金对价向标的公司提供借款，补充标的公司经营所需的流动资金，目的在于支持标的公司业务发展，有利于提升标的公司的经营规模、资金实力和抗风险能力，维护上市公司及其全体股东的利益。

(二) 若本次交易完成后南平芒励多、南靖超然未能向标的公司提供承诺借款，是否会导致易佰网络面临重大的偿债风险或资金风险

1、易佰网络截至 2019 年 8 月末的经营现金流情况

报告期各期，易佰网络经营活动产生的现金流量情况如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年
销售商品、提供劳务收到的现金	209,769.91	176,409.07	87,422.63
收到的税费返还	1,717.02	1,133.07	25.96
收到其他与经营活动有关的现金	301.93	92.57	420.86
经营活动现金流入小计	211,788.86	177,634.72	87,869.44
购买商品、接受劳务支付的现金	105,426.70	94,523.73	44,728.60
支付给职工以及为职工支付的现金	15,295.39	13,107.92	5,848.99
支付的各项税费	597.68	521.38	8.52
支付其他与经营活动有关的现金	96,491.72	81,554.10	40,998.22
经营活动现金流出小计	217,811.49	189,707.13	91,584.33
经营活动产生的现金流量净额	-6,022.63	-12,072.41	-3,714.88

2019 年 1-8 月，易佰网络销售商品、提供劳务收到的现金 209,769.91 万元，购买商品、接受劳务支付的现金 105,426.70 万元，支付销售费用等其他与经营活动有关的现金 96,491.72 万元，导致经营活动产生的现金流量净额为-6,022.63 万元，主要原因如下：受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度，为应对销售旺季的市场需求需提前加强备货；此外，易佰网络海外仓发模式的收入贡献有所提升，2019

年 1-8 月达 61.87%，较 2017 年提升 10.86 个百分点，较 2018 年基本持平，微降 1.51 个百分点，该模式下从采购付款到销售收款的周期通常可达 3-6 个月。因此，易佰网络 2019 年截至 8 月末的经营性活动产生的现金流量为负，主要是系为第四季度旺季销售提前备货所支付的商品采购款规模较高所致。

2019 年以来，易佰网络持续优化存货和资金管理，进一步结合经营业绩管控月度采购占用资金额度，营运资金的使用和周转效率和抗风险能力已有所提升。2019 年 1-8 月存货周转率为 2.77 次/年，较 2018 年度 2.71 次/年已有所提升。根据易佰网络的规划和预测，第四季度经营活动现金流入与经营活动现金流出的差距将进一步缩窄，从而使 2019 年全年在收入和利润规模同比继续快速增长的同时，整体经营活动现金流状况较 2018 年有所提升。

2、易佰网络预测期内的现金流预测情况

本次交易评估中，易佰网络根据历史收入规模及增长情况、毛利率水平及波动情况、未来业务布局和行业前景等因素，基于评估基准日的经营情况和资金规模，对预测期内的净现金流量进行测算。鉴于本次交易后南平芒励多、南靖超然对易佰网络的新增借款以取得现金对价为前提，属于本次交易完成后的事项，不纳入本次估值的考虑范围。因此，本次收益预测的结论未考虑南平芒励多、南靖超然本次交易中取得现金对价后对易佰网络的新增借款影响。

易佰网络在现有资金规模的基础上，未来除继续拓展营收规模外，将进一步提高资金、存货等资产的周转率，有效利用现有资金，保持健康、稳定的发展。在此前提下，根据本次收益预测，易佰网络未来三年的营业收入将由高速增长逐渐回落至稳定增长，销售商品收到的现金增幅逐渐超过购买商品和接受劳务支付的现金，经营活动现金流将逐渐好转。2020 年、2021 年、2022 年，易佰网络预计实现营业收入 352,530.00 万元、407,793.00 万元、468,433.00 万元，同比增速回落至 20% 以下，预计实现净现金流量 9,152.97 万元、11,644.23 万元、15,478.02 万元，不会面临重大偿债风险或资金风险。

3、股东借款承诺

基于跨境出口电商普遍的行业特征，易佰网络在发展初期业绩增长较快，需要较多的营运资金进行铺货，在引入外部投资的同时，创始人股东为易佰网络提

供资金支持，有助于易佰网络快速获得资金支持抢占市场份额。截至报告期末，胡范金、庄俊超对易佰网络的借款本金及利息合计余额为 10,889.23 万元。

为了进一步提升易佰网络的资金实力和抗风险能力，维护上市公司及其全体股东的利益，胡范金、庄俊超自愿承诺对易佰网络的借款本金及利息合计余额自承诺出具日至 2021 年 12 月 31 日前不低于 1 亿元，并承担连带责任。

4、若本次交易完成后南平芒励多、南靖超然未能向标的公司提供承诺借款，不会导致易佰网络面临重大的偿债风险或资金风险

易佰网络从事跨境出口电商业务，主要资产由存货、应收账款、预付账款、货币资金等流动资产构成，是一家轻资产的非上市民营企业。基于跨境出口电商普遍的行业特征，易佰网络在企业发展初期的融资手段有限，在业务旺季来临之前，用于铺货的流动资金需求会显著增大。因此，在企业发展初期，易佰网络股东结合自身的资金情况，向易佰网络提供部分资金支持。

报告期内，胡范金、庄俊超向易佰网络拆借的大部分资金发生在 2018 年下半年之后，主要来源是 2018 年 7 月和 2019 年 2 月从财务投资人取得的借款及股权转让款；其余关联方往来为临时为易佰网络提供资金周转及备付金往来，金额较小。因此，报告期内的大额股东借款并非业务经营常态。

根据《购买资产协议》及其补充协议的约定，本次交易完成后，在南平芒励多、南靖超然取得上市公司支付的现金对价后，南平芒励多、南靖超然或其指定主体（包括但不限于其执行事务合伙人、胡范金、庄俊超）同意按约定方式向易佰网络新增借款，且取得全部现金对价后的合计借款本金及利息余额不低于 2 亿元。该等借款包含两部分：一是胡范金、庄俊超已向易佰网络提供的借款，二是取得现金对价后的新增借款。由于胡范金、庄俊超自愿承诺对易佰网络的借款本金及利息合计余额自承诺出具日至 2021 年 12 月 31 日前不低于 1 亿元，因此南平芒励多、南靖超然取得全部现金对价后的新增借款金额约 1 亿元。

南平芒励多、南靖超然承诺提供该等借款，其目的在于支持易佰网络业务发展，有利于提升易佰网络抗风险能力。但是，如果易佰网络无法获得上述借款，在业绩承诺期内，能够通过销售回款、债务融资解决日常经营的资金需求，其生产经营不会产生重大不利影响，主要是因为经过多年的积累，易佰网络经营已形

成一定规模，在业绩承诺期内能够通过销售回款、债务融资解决日常经营的资金需求，具体论证如下：

(1) 基于跨境出口电商的行业特性，易佰网络在 2018 年业绩增长较快，销售收入同比增长率为 97.88%，业绩高速增长下对营运资金的需求较大；经过多年的经营积累，易佰网络经营业绩已形成一定规模，未来将进一步提高资金、存货等资产的周转率，有效利用现有资金，保持健康、稳定的发展；在此前提下，易佰网络未来将继续保持增长趋势，但业绩增速会有所放缓，2019 年、2020 年、2021 年预测销售收入增长率分别为 67.20%、16.33%、15.68%，营运资金的增加需求会相应下降，易佰网络能通过日常的经营积累解决部分营运资金；

(2) 易佰网络通过自有的银行借款及其他融资渠道进行融资。截至目前，易佰网络的现有借款主体均为境内母公司，重要子公司香港易佰尚未对外进行债务融资，预计在 2019 年后以香港易佰为主体可额外申请融资额度。此外，本次交易完成后，易佰网络成为上市公司子公司，融资信用将会有所提升，有助于易佰网络提高融资额度；

(3) 2019 年以来，易佰网络持续优化存货和资金管理，按照销售业绩增长预测的需求进行采购，进一步控制月度采购占用资金额度。此外，上市公司与交易对方通过签署《盈利预测补偿协议》，明确约定业绩承诺方获得 2019-2022 年度超额业绩奖励的前提条件之一为易佰网络 2019-2022 每年的存货周转率不低于 2.8 次/年，该条款有助于进一步督促和激励易佰网络管理层加强存货和资金管理，保障业绩增速的同时提升发展质量。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络股东胡范金、庄俊超将其从财务投资人取得的借款和股权转让款以借款而非增资方式为易佰网络提供资金支持，一是因为部分资金来源为投资人对胡范金、庄俊超的借款，二是避免稀释外部投资人的股权；易佰网络对股东借款的会计处理正确，已履行相应的内部审批程序，已建立健全的财务制度及货币资金内部控制制度；易佰网络网店绑定的收款账户只能用于销售相关的业务结算，且易佰网络资金出纳每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，不存在账外资金核算的情况；易佰网络报告期内的经

营活动现金流情况,和与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式,以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式相匹配;南平芒励多、南靖超然自愿通过本次交易取得的部分现金对价向标的公司提供借款补充其流动资金,目的在于支持标的公司业务发展,有利于提升标的公司的经营规模、资金实力和抗风险能力,维护上市公司及其全体股东的利益;易佰网络在现有资金规模的基础上,未来除继续拓展营收规模外,将进一步提高资金、存货等资产的周转率,有效利用现有资金,保持健康、稳定的发展,易佰网络未来三年的营业收入将由高速增长逐渐回落至稳定增长,经营活动现金流将逐渐好转,不会面临重大偿债风险或资金风险;若本次交易完成后南平芒励多、南靖超然未能向标的公司提供承诺借款,不会导致易佰网络面临重大的偿债风险或资金风险。

问题 17、申请材料显示,1) 易佰网络 2017 年、2018 年度、2019 年 1-4 月,仓储物流费用分别为 16,650.47 万元、29,536.63 万元以及 15,792.51 万元。2) 易佰网络共有 18 处租赁房产,主要用于存货仓储,其中部分租赁合同的剩余期限不足两年,你公司补充披露:1) 报告期内仓储费用及物流费用的具体金额,测算说明仓储费用入账的完整性及物流费用与收入的匹配性。2) 上述租赁房产续租价格预计比当前租赁价格的涨幅情况,预计对标的资产盈利的影响情况。3) 租赁价格增长预计对标的资产评估金额的影响情况。请独立财务顾问、会计师和评估师发表明确意见。

【回复】

一、报告期内仓储费用及物流费用的具体金额,测算说明仓储费用入账的完整性及物流费用与收入的匹配性

(一) 易佰网络仓储费用情况

1、仓储费用具体金额

易佰网络仓储费用根据不同仓储物流模式分为三类,在不同会计科目归集,

具体如下：（1）易佰网络的国内仓采用租赁方式自营管理，主要承担向海外仓集货转运和向海外消费者直邮发货等职能，相关仓库租赁费在“管理费用-房屋租赁费”中归集；（2）易佰网络的海外仓主要由第三方仓储物流服务商或亚马逊运营管理，其中第三方仓储物流服务商收取的仓储、物流服务费，在“销售费用-仓储物流费用”中归集；（3）亚马逊提供 FBA 仓服务收取的平台费用包含仓储、物流、平台佣金等，由亚马逊平台统一负责管理、结算，易佰网络依据亚马逊定期发送的对账单，经核实无误后统一归集于“销售费用-平台费用-亚马逊平台费用”中。

报告期各期，易佰网络“管理费用-房屋租赁费”中的仓库租赁费、“销售费用-仓储物流费”中的仓储服务费以及亚马逊平台费用的具体金额如下：

单位：万元

科目	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年
管理费用-房屋租赁费	1,632.93	1,190.55	899.88
其中：仓库租赁费	656.01	684.65	441.08
销售费用-仓储物流费	32,919.70	29,536.63	16,650.47
其中：仓储服务费	812.57	882.47	297.74
亚马逊平台费用	39,167.27	27,610.21	14,748.24

2、仓储费用入账完整性

易佰网络仓储费用完整性核查程序如下：

（1）针对国内仓的租赁费，取得主要仓库的租赁合同，核查合同金额与支付凭证是否相匹配，实地走访自营国内仓，查看仓库面积、库存情况是否存在明显异常情况；

（2）针对第三方海外仓的仓储费，取得全部网店资金流水及资金对账单、银行询证函，统计订单发货信息对应的所有境内外仓库清单，复核仓库完整性，取得第三方海外仓的对账单，核查仓储费用完整性，走访位于美国、英国、澳大利亚、捷克等国的主要第三方仓库，现场取得第三方仓库的最新库存明细，查看库存情况是否存在明显异常情况；

（3）针对亚马逊 FBA 仓发货模式的仓储费用，取得亚马逊平台的平台费用对账单，并与账面数据进行比对；

(4) 分析性程序

同行业可比公司未将管理费用中的租赁费拆分为仓库租赁和办公租赁，为了保证数据可比性，将易佰网络与同行业可比公司管理费用中的租赁费与销售费用中的仓储费合计数占销售收入的比例进行对比，具体如下：

可比公司名称	2018 年	2017 年
跨境通	-	-
有棵树	1.91%	1.62%
通拓科技	-	0.60%
傲基电商	2.42%	1.88%
平均值	2.17%	1.37%
易佰网络	1.62%	1.89%

注：跨境通将仓储费用及物流费用合并披露，未予拆分；傲基电商 2019 年为 1-3 月数据，通拓科技 2017 年为 1-11 月数据；易佰网络销售收入剔除亚马逊 FBA 仓发货收入进行统计

上表可见，由于同行业可比公司租赁房产构成不同（仓储、办公），以及在境内外库存布局策略有所差异，因此导致仓储费用占销售收入的比例存在差异，易佰网络的非 FBA 仓发货收入所对应的仓储费用与收入占比处于合理区间内，与同行业不存在重大差异。

(二) 易佰网络物流费用情况

1、物流费用具体金额

易佰网络物流费用根据不同仓储物流模式分为两类，在不同会计科目归集，具体如下：（1）易佰网络非亚马逊 FBA 仓发货模式的物流费用在“销售费用-仓储物流费用”中归集；（2）亚马逊提供 FBA 仓服务收取的平台费用包含仓储、物流、平台佣金等，由亚马逊平台统一负责管理、结算，易佰网络依据亚马逊定期发送的对账单，经核实无误后统一归集于“销售费用-平台费用-亚马逊平台费用”中。

报告期内，易佰网络“销售费用-仓储物流费”中的物流费和亚马逊平台费用的具体金额如下：

单位：万元

项目	2019 年 1-8 月	2018 年	2017 年
销售费用-仓储物流费	32,919.70	29,536.63	16,650.47

其中：物流费	32,107.13	28,654.16	16,352.73
亚马逊平台费用	39,167.27	27,610.21	14,748.24

2、非亚马逊 FBA 仓发货模式的物流费用与收入的匹配性

公司名称	2018 年	2017 年
跨境通	-	-
有棵树	16.33%	18.31%
通拓科技	-	15.03%
傲基电商	20.76%	20.99%
易佰网络	22.36%	25.78%

注：跨境通将仓储费用及物流费用合并披露，未予拆分；傲基电商 2019 年为 1-3 月数据，通拓科技 2017 年为 1-11 月数据；易佰网络销售收入剔除亚马逊 FBA 仓发货收入进行统计

上表可见，由于跨境电商企业各自货运策略、销售区域及经营规模有所差异，导致同行业各可比公司的运费议价能力及费率各有不同，与同行业可比公司相比，易佰网络的物流费用与同行业可比公司不存在显著差异。

（三）亚马逊平台费用与同行业可比公司比较情况

由于亚马逊提供 FBA 仓服务收取的平台费用包含仓储、物流、平台佣金等，由亚马逊平台统一负责管理、结算，因此将亚马逊仓储及物流费用纳入亚马逊平台费用中进行整体分析。同行业可比公司中，仅泽宝股份、安克创新线上业务对应电商平台主要为亚马逊平台，与易佰网络亚马逊平台业务具有可比性，三家公司基于亚马逊的平台费用占销售收入的比例情况如下：

可比公司名称	2018 年	2017 年
泽宝股份	31.24%	28.93%
安克创新	35.09%	35.55%
易佰网络	37.07%	41.16%

注：泽宝股份 2018 年为 1-8 月数据；将安克创新销售费用中的平台佣金、运费、仓储租赁费合并为平台费用统计，安克创新销售收入剔除线下渠道销售收入

上表可见，易佰网络的亚马逊平台费用与收入比例，与同行业可比公司较为接近，不存在显著差异。

二、上述租赁房产续租价格预计比当前租赁价格的涨幅情况，预计对标的资产盈利的影响情况

易佰网络 18 处租赁房产租赁期限、租金情况、租金涨幅情况如下：

序号	出租方	承租方	租赁地址	面积（平方米）	租赁起始日	租赁期至	免租期至	租赁价格	年化复合增长率
仓储所用									
1	中国邮政集团公司浙江省慈溪市分公司	易佰网络	慈溪市横河镇上剑山村杨梅大道 800 号	16,610.69	2019.3.1	2028.6.30	2019.6.30	前三年 88050 元/月，第四年起（2022 年 3 月）以每年 10%环比递增	5.34%
2	宁波新美居建材有限公司		浙江慈溪滨海经济开发区日显路 8 号 3#楼 1-8 至 1-17	5,498.12	2019.7.1	2024.6.30	2019.6.30	前三年 87969.92 元/月，第四、五年 96766.91 元/月，增幅为 10%	1.92%
3	东莞市亿科物业投资有限公司		东莞市塘厦镇科苑城科苑大道 16 号综合楼 1F101#	22,000.00	2017.5.12	2022.05.12	2017.7.30	前三年 95600 元/月，每满 36 个月在原租赁费用的基础上递增 10%	2.90%
			东莞市塘厦镇科苑城科苑大道 16 号综合楼 1F102#		2017.12.13		2018.3.1	前三年 86400 元/月，每满 36 个月在原租赁费用的基础上递增 10%	2.90%
			东莞市塘厦镇科苑城科苑大道 16 号综合楼 2F201#		2017.5.12		2017.8.30	前三年 139040 元/月，每满 36 个月在原租赁费用的基础上递增 10%	2.90%
			东莞市塘厦镇科苑城科苑大道 16 号综合楼 3 楼（原 3001 位置）		2017.12.13		2018.3.1	前三年 6000 元/月，每满 36 个月在原租赁费用的基础上递增 10%	2.90%
			东莞市塘厦镇科苑城科苑大道 16 号综合楼 3F 整层		2017.5.12		2017.7.30	前三年 156840 元/月，每满 36 个月在原租赁费用的基础上递增 10%	2.90%
4	东莞市新鑫物业管理有限公司	新佰辰科技	虎门高科一路 8 号，编号 A 栋不含一楼，B 栋 2-6 楼	31,903.00	2019.8.21	2023.8.20	2019.4.10-2019.8.20	680000 元/月固定租金	0.00%
5	东莞市亿科物业投资有限公司	东莞分公司	东莞市塘厦区科苑城科苑大道 9 号 1008 号、1010 号	100.00	2019.2.1	2022.05.12	-	6900 元/月固定租金	0.00%
6	RustyandMaryLynn Turner	JunchaoTradingInc.	2220SpruceStreet, Ontario, Canada, 91761	27,947.00 平方英尺	2018.10.15	2022.10.31	-	21240 美元/月固定租金	0.00%
办公所用									
1	深圳市拓德投资发展有限公司	易佰网络	深圳市龙岗区坂田大发埔社区里浦街 7 号 1 栋	8,330.14	2018.11.1	2023.10.31	2019.1.14	658070 元/月，每满一年递增 5%	4.19%

序号	出租方	承租方	租赁地址	面积 (平方米)	租赁起始日	租赁期至	免租期至	租赁价格	年化复合增长率
2			深圳市龙岗区坂田大发埔社区里浦街7号1栋副楼	225.00			2019.4.27	18663.75 元/月, 每年递增 5%	4.43%
			武汉市武昌区静安路6号尚文科技大厦第3层	2,143.70	2018.6.1	2022.10.11	2018.7.1	2018.6.1-2020.10.11 期间, 92179.10 元/月; 2020.10.12-2021.10.11 期间, 97709.84 元/月; 2021.10.12-2022.10.11 期间, 103562.14 元/月	3.15%
			武汉市武昌区静安路6号尚文科技大厦第3层第A-302号	364.65	2019.6.15	2024.6.14	2019.8.15	2019.6.15-2021.6.14 期间, 17503.20 元/月; 2021.6.15-2023.6.14 期间, 18553.39 元/月; 2023.6.15-2024.6.14 期间, 19665.57 元/月	2.44%
3	武汉世纪尚文孵化器有限公司	武汉分公司	武汉市武昌区静安路6号尚文科技大厦第3层第A-303号	470.00	2018.6.1	2022.10.11	2018.7.1	2018.6.1-2019.10.11 期间, 20210.00 元/月; 2019.10.12-2021.10.11 期间, 21422.60 元/月; 2021.10.12-2022.10.11 期间, 22705.70 元/月	3.15%
			武汉市武昌区静安路6号尚文科技大厦第3层第A-306号	488.00	2019.6.15	2024.6.14	2019.9.15	2019.6.15-2021.6.14 期间, 23424.00 元/月; 2021.6.15-2023.6.14 期间, 24829.44 元/月; 2023.6.15-2024.6.14 期间, 26317.84 元/月	2.48%
			武汉市武昌区静安路6号尚文科技大厦第12层第A/B/C号	1,040.78	2019.7.30	2024.6.29	2019.9.30	2019.7.30-2021.6.29 期间, 52039.00 元/月; 2021.7.30-2023.6.29 期间, 55161.34 元/月; 2023.7.30-2024.6.29 期间, 58471.02 元/月	2.44%

序号	出租方	承租方	租赁地址	面积 (平方米)	租赁起始日	租赁期至	免租期至	租赁价格	年化复合增长率
			武汉市武昌区静安路 6 号尚文科技大厦第 13 层第 A 号	488.53	2018.8.22	2022.10.11	2018.9.21	2018.8.22-2020.10.11 期间, 24426.50 元/月; 2020.10.12-2022.10.11 期间, 25892.09 元/月	1.57%
			武汉市武昌区静安路 6 号尚文科技大厦第 19 层第 A-1 号	289.19	2019.1.10	2020.1.9	2019.2.9	14459.5 元/月	0.00%
			武汉市武昌区静安路 6 号尚文科技大厦第 13 层第 B 号	283.41	2019.6.1	2024.5.31	-	2019.6.1-2021.5.31 期间, 14170.50 元/月; 2021.6.1-2023.5.31 期间, 15020.73 元/月; 2023.6.1-2024.5.31 期间, 15921.97 元/月	2.36%
4	孙熊岳	成都分公司	成都市金牛区一环路北三段 1 号 1 栋 4 单元 38 层 3801 至 3816、3825、3826	1,004.88	2019.7.18	2021.7.17	2019.7.17	58283.04 元/月	0.00%
5	深圳市鸿益物业管 理有限公司	橙源科技	深圳市龙华新区观澜街道深业泰然玫瑰轩 606 室	110.00	2018.11.21	2020.11.21	2018.11.25	6825 元/月, 每满一年递增 8%	4.29%
平均年化复合增长率									2.38%

注: 1、租金年化复合增长率= (租赁期最后一月租金/2019 年实际发生的第一个月租金) ^ (12/2019 年后剩余租赁期限) -1
 2、截至本反馈意见回复出具日, 武汉分公司不再租赁位于武汉市武昌区静安路 6 号尚文科技大厦第 19 层第 A-1 号、第 13 层第 B 号的房产

根据租赁合同，易佰网络租赁房产租金价格平均年化复合增长率为 2.38%，租金涨幅较小，2019 年 1-8 月，易佰网络仓储租赁费用为 1,632.93 万元，占营业收入比例为 0.75%；且仓储租赁房产均于 2022 年 5 月以后到期，部分租赁房产的租赁期可覆盖至未来 5 年；易佰网络从事跨境出口电商业务，主要将向中国境内上游供应商采购的商品成品销往国外市场，不涉及生产制造环节，对经营场地没有特殊要求，租赁房源较为充足。如上述租赁房产无法继续租赁的，预期可在短时间内找到合适的替代场所，因此仓储租赁房产的租金涨幅不会对易佰网络未来盈利造成重大影响。

三、租赁价格增长预计对标的资产评估金额的影响情况

易佰网络 2019 年新增办公场所面积 3,470.91 平方米，新增仓储面积 54,111.81 平方米，已为未来经营规模的的增长提供了有效保证。易佰网络关于未来租金预测，2020 年基于最新租赁合同涉及的面积以及租金水平进行预测，2021 年以后按照每年 5% 增长率预测未来租金。结合易佰网络租赁房产合同租赁期租金价格平均年化复合增长率为 2.38% 以及未来经营面积情况，易佰网络未来的租金预测具有合理性，因此，本次预测中已考虑到易佰网络租金上涨因素对本次估值产生的影响。

四、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：报告期内，易佰网络仓储费用入账完整，物流费用能够与收入相匹配；租赁房产续租价格涨幅较小，且租赁费用占收入比例较低，不会对标的公司盈利造成重大影响；本次评估已考虑易佰网络该部分租金上涨因素对本次估值产生的影响。

问题 18、请独立财务顾问和会计师对易佰网络报告期内业绩真实性进行核查，核查内容包括但不限于：1）销售情况、物流信息、收入成本确认等，其中应重点说明对标的资产第三方电商平台交易记录的真实性，交易记录、物流记录以及收款记录的匹配性，采购订单与付款记录的匹配性，成本结转与收入确认的匹配性，收入和净利润季节性波动的合理性，以及是否存在部分账户

集中大额下单、期末突击下单期后退货等异常情况。2) 存货的真实性与完整性、存货的权属情况、存放情况及资产状态，其中应重点说明海外库存的真实性。3) 销售回款和资金流向真实性、是否存在资金回流标的资产股东的情形、经营现金流与应收应付款、收入、成本和净利润的勾稽关系和匹配性等。并补充披露海外核查的核查手段，就核查范围的充分性、有效性及标的资产业绩的真实性发表明确意见。

【回复】

一、销售情况、物流信息、收入成本确认的核查

(一) 第三方电商平台交易记录的真实性及其与物流记录、收款记录的匹配性核查

1、针对销售收入的核查概述

报告期内，易佰网络以销售商品所依托的电商平台为划分标准的主营业务收入构成情况如下：

单位：万元

第三方电商平台名称	2019 年 1-8 月		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
亚马逊	109,620.49	50.10%	74,478.96	41.09%	35,832.74	39.12%
ebay	43,562.86	19.91%	46,004.73	25.38%	26,007.29	28.39%
Wish	18,613.46	8.51%	15,209.07	8.39%	10,675.56	11.66%
速卖通	14,736.13	6.73%	16,060.29	8.86%	11,896.12	12.99%
Lazada	11,306.54	5.17%	10,060.67	5.55%	3,550.49	3.88%
其他	20,978.82	9.59%	19,436.72	10.72%	3,632.04	3.97%
合计	218,818.29	100.00%	181,250.44	100.00%	91,594.23	100.00%

根据统计，报告期各期，易佰网络来源于亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等五个主要第三方电商平台的合计收入占各期主营业务收入的比例分别为 96.03%、89.28%和 90.41%。独立财务顾问和会计师对易佰网络销售收入的核查主要针对上述五大平台进行。独立财务顾问和会计师主要通过访谈、系统后台验证、内控测试、细节测试、数据分析、IT 审计等核查手段对标的公司的

销售收入进行核查，重点关注标的公司确认的销售收入和第三方电商平台交易记录的真实性、完整性，销售收入与物流记录、收款记录之间的匹配性，具体核查情况分别说明如下。

2、第三方电商平台交易记录的真实性和其与销售收入的匹配性核查

(1) 通过登陆亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等主要第三方电商平台的官方网站，查阅网站公示的平台协议或平台政策，并对易佰网络财务总监和相关平台业务的运营总监进行访谈，了解主要第三方电商平台的交易规则、结算方式、退货政策和标的公司的销售流程和模式，登陆主要网店管理后台并浏览网店交易记录，核查同行业可比公司的收入确认政策，判断易佰网络收入确认政策的准确性。

经核查，易佰网络以商品发出并交付物流公司时作为风险报酬转移时点并确认相应销售收入，符合业务实质和《企业会计准则》的规定，和同行业可比公司的收入确认政策相符。

(2) 对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等六个第三方电商平台进行实地走访（易佰网络基于上述平台的合计收入占各期主营业务收入的比例分别为 96.39%、90.81%、93.17%），并与各平台负责对接易佰网络的客户经理进行现场访谈。

经核查，第三方电商平台或卖家不能通过网店后台人为修改网店经营业绩记录（包括实际的销售量、销售单价、销售金额、订单信息等数据），卖家可通过网店后台下载电子账单，该等账单是第三方电商平台与卖家之间进行经营数据交互核对的主要依据。

(3) 为了解易佰网络信息管理系统的架构、功能及数据流程，确认易佰网络通过第三方电商平台的交易记录的真实性，会计师信息系统专项核查团队对易佰网络业务管理系统（以下简称“ERP 管理系统”）是否能够合理保证业务数据和财务数据的真实性、及时性、准确性及有效性进行了 IT 审计，核查方法包括访谈、资料审阅、系统测试、程序代码审查、接口验证、穿行测试以及抽样数据核对等，主要 IT 审计程序如下：

1) 访谈 IT 部门负责人及 IT 部门关键岗位，了解标的公司技术部门基本情

况、ERP 管理系统和金蝶财务系统情况，梳理易佰网络关键业务流程图、收入确认流程图、存货数据流转流程，对可篡改数据的风险点逐一进行标注和测试，对易佰网络的信息系统实施一般控制和应用控制的 IT 审计程序（一般控制包括公司层面控制、运维控制、持续性管理、信息安全、机房管理、基本功能测试、抽样测试等模块，应用控制包括用户授权管理、业务自动化控制、业务信息管理及存储、业务信息真实性等模块）。

经核查，易佰网络 ERP 管理系统包含商品管理、订单管理、采购管理、质检管理、仓储管理、客服管理、财务管理以及统计报表等功能模块，用于产品开发、采购入库到发货出库等业务流程的监控和管理，ERP 管理系统功能真实、完整，能够支持易佰网络现阶段业务开展和保证信息系统数据的真实性、准确性和有效性。

2) 实质性测试：对业务流程中可篡改数据的风险点逐一进行标注，执行收入、存货的实质性测试。

经核查，金蝶财务系统确认的订单收入和 ERP 管理系统显示的已发货收入不存在显著差异，主要平台的退款金额占其收入的比例在合理范围内，虚增收入的风险为低等；金蝶财务系统的月末库存结余数量和 ERP 管理系统显示的月末库存结余数量之间不存在显著差异。

3) 数据篡改风险测试：针对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主要第三方电商平台，抽样执行用户注册、用户购买、订单支付和国内仓发货、亚马逊 FBA 仓发货或海外第三方仓库发货等业务流程的数据篡改风险穿行测试。

经核查，上述第三方电商平台除礼品卡之外的大部分支付方式需要进行真实身份认证，可有效降低虚增虚拟用户进行刷单的风险；平台后台详细记录有关订单的支付、发货、物流、商品等信息，从数据层面能够较好地监测虚假发货行为，卖家在平台防舞弊机制监管下进行虚构大量交易的难度和成本极高。

4) 网店经营数据测试：对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等主要第三方电商平台的网店进行抽查，通过网店后台或数据分析工具获取网店经营数据，了解网店买家的国家分布、购买次数分布、评论结构、客单价、重复购买率、大额买家订单情况、24 小时销售数据分布等，并对页面浏览量、买家访问量与发

货商品销售额的变动趋势，退货商品数和金额与发货商品数、订单数及销售额的变动趋势，发货订单与收到反馈的订单的时间和数量变动趋势，加购物车人数、加收藏夹人数与下单买家数的变动趋势等进行数据分析。

经核查，主要第三方电商平台抽样网店的重复购买率和客单价较低，其买家分布、购买次数分布、评论结构等不存在显著异常；页面浏览量、买家访问量与发货商品销售额之间，发货商品数、订单数与销售额之间，加购物车人数、加收藏夹人数与下单买家数之间的变动趋于一致，即每个买家的平均浏览页面数、每个订单的平均商品数保持相对稳定；退货商品数和金额与发货商品数、订单数及销售额之间的对比结果符合业务实际，发货订单与收到反馈的订单的时间和数量关系符合业务实际，网店留评率（收到反馈订单数/发货订单数）与平台整体留评率相符。整体来看，网店经营数据不存在显著异常，真实性和可靠性程度较高。

5) 对账流程风险测试：通过核查易佰网络在第三方电商平台、ERP 管理系统、金蝶财务系统三者之间的对账流程，测试是否存在通过 ERP 管理系统或金蝶财务系统虚增收入数据或对账流程无法核查的情况。

经核查，易佰网络对第三方电商平台的订单归集逻辑清晰、字段准确、注释详尽，收入和存货数据的归集模式有效、可靠；第三方电商平台的订单数据通过 API 接口传送至 ERP 管理系统，不存在人工干预，API 接口会自动检查完整性与数据一致性，第三方电商平台数据与 ERP 管理系统数据具有一致性；此外，ERP 管理系统与金蝶财务系统基本勾稽关系清晰且一致，从 ERP 管理系统至金蝶财务系统需经历汇总系统处理，但易佰网络对此进行了对账、定期核查等补偿性控制，抽样结果说明补偿性控制有效。

综上所述，通过执行或复核上述 IT 审计程序，独立财务顾问和会计师认为：易佰网络的 ERP 管理系统、汇总系统、第三方电商平台可以有效防范数据篡改风险，能够保证信息系统内部业务数据（含存货数据、收入数据等）的真实性、准确性和有效性；易佰网络的客户过于分散，客户身份验证难度较高，通过测试手段和理论依据证实且从不同方面说明，易佰网络通过信息系统进行业务数据篡改、收入大规模虚增可能性极低。

（4）了解和评价标的公司与收入确认相关的关键内部控制的设计，包括与

物流及财务系统相关的信息系统内部控制；在确认内部控制设计有效的前提下，针对第三方电商平台按照收入分布采用随机函数，抽取报告期各期前五大平台及其他平台订单，此外还抽取报告期各期前十大站点前十大订单、前十大站点前十大买家各一条订单，合计 947 个订单样本，获取网店后台的订单截图、订单信息、物流信息（包括 ERP 管理系统、第三方物流公司对账单、第三方快递查询网站）、收款信息，测试与收入确认相关的内部控制运行的有效性。

经核查，易佰网络与收入确认相关的内部控制运行有效，不存在显著异常。

（5）通过登陆亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等主要第三方电商平台的官方网站，查阅网站公示的退货规则政策，查看同行业可比公司关于销售退回的会计确认政策，抽取标的公司退货订单，核查会计处理是否合理、准确。

经核查，易佰网络关于销售退回的会计处理符合业务实质和《企业会计准则》的规定，和同行业可比公司的销售退回确认方法相符。

（6）选取亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主要第三方电商平台各期销售收入大于 100 万元的网店站点，并随机抽取除上述平台以外的其他第三方电商销售收入大于 100 万元的网店站点（覆盖各平台的主要店铺，合计核查收入占比超过 50%），核对第三方电商平台原始账单或 ERP 管理系统数据与汇总系统（负责按照财务需求汇总归集业务数据的中枢系统）、金蝶财务系统账面收入的一致性。

经核查，抽样网店的平台原始账单或 ERP 管理系统数据与汇总系统、金蝶财务系统账面收入一致，不存在异常。

（7）统计 2018 年、2019 年 1-8 月销售收入排名前十的新开网店（即当期实现销售收入而前期无销售收入），关注其启用日期和收入规模是否存在异常。

1) 2019 年 1-8 月前十名新开网店

单位：万元

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
1	Luolay	亚马逊	2019/1/6	母婴、宠物、玩具、乐器	618.59	8	77.32

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
2	Salinr	亚马逊	2019/2/11	家纺、布艺、摆件、内饰	482.47	9	53.61
3	Tandmal	亚马逊	2019/1/4	户外用品	355.66	5	71.13
4	yuyte	亚马逊	2019/2/19	美容健康	345.18	9	38.35
5	Miyinla	亚马逊	2019/1/18	汽摩用品	238.88	8	29.86
6	Eugee	亚马逊	2019/1/4	汽摩用品	224.04	9	24.89
7	Magwen	亚马逊	2019/3/11	宠物用品	207.31	8	25.91
8	Betued	亚马逊	2019/2/27	健康美容、珠宝首饰	202.75	5	40.55
9	Zusend	亚马逊	2019/4/7	工业控制	200.73	8	25.09
10	meeqi	亚马逊	2019/3/1	户外用品	191.90	9	21.32

2) 2018 年前十名新开网店

单位：万元

序号	网店名称	平台	启用日期	主要产品	销售收入	站点数量	平均站点收入
1	Socialme	亚马逊	2017/12/28	家居园艺	6,074.85	9	674.98
2	Cusco	亚马逊	2018/3/26	母婴、宠物、玩具、乐器	3,840.33	10	384.03
3	Vidoo	亚马逊	2018/3/12	户外用品	2,198.82	10	219.88
4	Yotown	亚马逊	2018/4/17	纹眉、纹绣饰品	1,893.53	8	236.69
5	Exblue	亚马逊	2018/4/25	家居园艺	1,628.50	3	542.83
6	kggy	亚马逊	2018/2/26	家居、母婴玩具	1,062.03	9	118.00
7	Ceavo	亚马逊	2018/2/26	健美、首饰、服饰	1,033.18	8	129.15
8	Amoq	亚马逊	2018/3/19	家居园艺、母婴用品	897.26	8	112.16
9	tanus	亚马逊	2018/4/3	工艺收藏	891.87	9	99.10
10	Wizerry	亚马逊	2018/3/25	家居、户外	673.16	6	112.19

根据统计，2018 年和 2019 年 1-8 月销售收入排名前十的新开网店具有以下特征：

①各期销售收入排名前十的新开网店均为亚马逊网店，主要原因是一个亚马逊账号可在多个国家开通站点、刊登和销售商品，但归属于同一个亚马逊账号。亚马逊目前已开通站点的国家包括美国、加拿大、墨西哥、英国、德国、法国、西班牙、意大利、日本、澳大利亚、印度等。以 2018 年度销售收入第一名的亚马逊账号 Socialme 为例，2018 年 Socialme 开通了德国、意大利、法国、西班牙、英国、美国、加拿大、墨西哥、澳大利亚等 9 个亚马逊站点，平均单个站点的收

入为 674.98 万元。该账号主要经营家居园艺类商品，易佰网络在该品类的产品开发和网店运营方面拥有丰富经验，2018 年逐月稳定增长，因此整年平均单个站点收入也相对高于其他账号。

经核查，易佰网络主要新开网店不存在单个网店或站点收入显著异常的情况。

②各期主要新开网店中大部分的启用日期是在上年年末或当年年初，与跨境出口电商企业通常在上半年申请店铺的惯例相符。随着运营人员、产品供应、资金支持等资源不断到位，网店的经营活动逐渐培育成熟，从而在下半年特别是第四季度业务旺季之时实现较高的销售业绩。此外，2019 年 1-8 月主要新开网店的销售规模远低于 2018 年主要新开网店，亦主要是因为跨境出口电商行业的销售旺季体现每年的第四季度。

经核查，易佰网络主要新开网店不存在启用日期与其所在年度销售规模相对比显著异常的情况。

(9) 获取各期前十大网店前十大买家或前十大订单的订单明细，核查其订单数量、订单金额、收款和物流信息是否存在异常。

经核查，上述买家或订单所贡献的订单金额占各期易佰网络营业收入的比例极低，客户离散程度极高。（具体详见问题 12 回复之“四、易佰网络包括第三方或公司员工名义开设网店在内的各主要网店前十名客户情况”相关内容）

(8) 针对是否存在刷单行为的进一步核查：具体核查程序详见问题 12 回复之“五、报告期内是否存在刷单行为，若是，进一步补充披露刷单的具体情况、占订单总额的比例，易佰网络将采取何种措施保证收入的真实性”。

经核查，在易佰网络的业务模式和运作机制下，结合跨境出口电商行业特点及第三方电商平台的相关监管规定，通过刷单方式虚增收入的操作难度极大，不具备经济效益和可持续性，报告期内易佰网络不存在通过刷单方式虚增收入的行为。

3、交易记录与收款记录的匹配性核查

(1) 查阅第三方电商平台和第三方支付工具关于收款和提现的相关规则，对易佰网络财务总监和财务人员进行访谈，了解易佰网络应收账款产生的原因和

内部控制环境，对销售与收款循环的内部控制进行测试。经核查，易佰网络销售与收款循环相关的内部控制得到一贯、有效执行。

(2) 获取报告期各期末标的公司的应收账款明细，核对明细汇总数与财务报表列示的应收账款余额是否相符。经核查，应收账款的明细汇总数与财务报表列示金额相符。

(3) 获取易佰网络全部第三方收款账户明细和银行账户流水，分月统计该等账户明细和流水的借方发生额和贷方发生额，并将其与账面数据进行核对。经核查，不存在异常。

(4) 抽样检查交易记录与收款记录的一致性：由于仅速卖通平台绑定的第三方收款账户能够提供订单维度的明细，因此在针对速卖通平台样本的控制测试中，独立财务顾问和会计师核查了网店交易记录、ERP 管理系统、第三方物流公司对账单、第三方物流信息查询网站及收款信息的一致性。经核查，交易记录与收款记录一致。

(5) 获取分平台的应收账款余额明细，与对应平台的销售收入进行匹配，分析其合理性。经核查，基于亚马逊、Wish、Lazada 的业务在各期末形成应收账款，2018 年度易佰网络基于该等平台实现的营业收入合计 100,599.92 万元，较 2017 年度增长 96.18%；2018 年末易佰网络基于该等平台形成的应收账款余额合计 8,464.93 万元，较 2017 年末增长 107.65%，与 2018 年度营业收入同比增幅相近；此外，2017 年度和 2018 年度，基于该等平台的期末应收账款占同期营业收入的比例分别为 7.95%和 8.41%，保持相对稳定。经核查，易佰网络应收账款与销售规模相匹配。

(6) 执行期后回款测试。截至 2019 年 8 月 31 日，应收账款排名前五的第三方电商平台分别为亚马逊、Wish、Lazada、Shopee、沃尔玛，合计余额为 20,221.76 万元，占总应收账款余额比例为 91.00%。截至本反馈意见回复出具之日，上述应收账款均已收回。经核查，易佰网络应收账款期后回款不存在显著异常。

4、交易记录与物流记录的匹配性核查

(1) 对易佰网络财务总监、财务人员和物流部人员进行访谈，了解易佰网络销售订单的执行全过程，对发货订单进行穿行测试和抽样检查，核查已确认收

入的销售订单是否均为“已发货”订单且匹配相应的物流信息。经核查，易佰网络已确认收入的销售订单均已发货且匹配相应的物流信息。

(2) 在 IT 审计程序中，会计师信息系统专项核查团队针对金蝶财务系统的订单收入总额与 ERP 业务系统的已发货收入执行实质性测试。经核查，金蝶财务系统确认的订单收入和 ERP 管理系统显示的已发货收入不存在显著差异。

(3) 控制测试：针对第三方电商平台按照收入分布采用随机函数，抽取报告期各期前五大平台及其他平台订单，此外还抽取报告期各期前十大站点前十大订单、前十大站点前十大买家各一条订单，合计 947 个订单样本，对第三方电商平台上的网店交易记录、ERP 管理系统信息、第三方物流公司对账单、第三方物流信息查询网站、收款信息（如可查询至订单维度）进行了核对，确认物流单号是否一致、订单状态是否一致、发货时间是否合理、收款信息是否合理、第三方电商平台上所录入的订单信息与 ERP 管理系统的订单信息是否一致等。经核查，不同系统之间的物流单号和订单状态不存在不一致的情况，抽样订单的发货时间和收款信息合理，不存在显著异常。

(4) 订单细节测试：易佰网络的业务具有零售性质且主要客户为境外终端个人消费者，购买金额小且分散。通过抽取 947 个订单样本，核对 ERP 管理系统、第三方物流公司对账单、第三方物流信息查询网站查询的物流信息。经核查，不同来源的物流信息不存在不一致的情形。

(5) 取得标的公司与主要第三方仓储物流服务商的服务合同和对账单，对物流部门负责人和财务人员进行访谈，了解物流配送模式、仓储模式、价格变动情况和仓储物流费的账务处理过程，核查仓储物流费用的入账依据是否充分、入账时点是否准确，核查标的公司仓储物流费及其变动情况的合理性和与第三方电商平台销售收入是否匹配。经核查，易佰网络仓储物流费用的入账依据充分、入账时点准确，仓储物流费变动合理，与第三方电商平台销售收入匹配。

(6) 对报告期内标的公司主要第三方仓储物流服务商的应付账款、预付款项、交易额进行函证，2017 年、2018 年及 2019 年 1-8 月各期发函比例分别为 91.11%、92.81%、92.10%，回函比例分别为 100.00%、100.00%、100.00%。经核查，不存在显著异常。。

(7) 对报告期内标的公司 12 家主要第三方仓储物流服务商进行现场走访，对如下事项进行调查了解：1) 仓储物流服务商基本情况、从事的业务，所提供服务的具体内容；2) 与标的公司合作期间的主要合作模式、服务定价情况、结算模式；3) 与标的公司合作期间的合作规模、占该仓储物流服务商同类服务销售金额的比重或同类客户中的营业收入排名；4) 在合作期间仓储物流服务商与标的公司双方合同签署情况、履约情况；5) 仓储物流服务商与标的公司之间是否存在利益输送情形、与标的公司及其关联方是否存在关联关系。经走访核查，主要第三方仓储物流服务商及其与标的公司的合作情况不存在显著异常。

5、针对销售收入的核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络基于第三方电商平台的交易记录真实、完整，与物流记录、收款记录相匹配，不存在显著异常。

(二) 采购订单与付款记录匹配性的核查

1、针对采购成本的核查概述

独立财务顾问和会计师对标的公司采购成本的核查手段主要包括询问、观察、检查、走访、盘点、函证、系统验证、内控测试、细节测试、数据分析等，核查内容主要包括采购订单与采购入库及货款支付情况的匹配性核查，针对主要供应商的访谈、函证、背景和关联关系核查，具体核查情况分别说明如下。

2、采购订单与采购入库及货款支付情况的匹配性核查

(1) 对易佰网络采购部门负责人、仓储中心负责人、财务部门负责人进行访谈，了解标的公司与采购入库、存货管理、应付账款相关的内部控制。经核查，易佰网络已对采购订单管理、商品出入库、货款支付等各环节建立了完善的内控管理体系，相关内部控制有效运行。

(2) 随机选取 228 个采购单，从生成采购计划及审批、生成采购单及审批、采购入库、财务入账、支付采购款项等环节进行控制测试，确认内部控制是否得到有效执行。经核查，易佰网络有关采购及付款的内部控制均得到一贯、有效执行。

(3) 针对上述随机选取的采购单样本，将采购单、付款记录与财务账面记

录进行交叉核对。其中，针对线上采购，标的公司主要通过 1688.com 线上采购平台进行，使用的付款工具为支付宝，独立财务顾问与会计师对支付宝支出明细与 1688.com 采购订单付款明细进行匹配。经核查，采购单、付款记录与财务账面记录的金额相匹配，不存在显著异常。

(4) 抽取 84 个期末采购单样本，进行采购入库截止性测试，核对标的公司采购确认时点是否准确。经核查，标的公司对采购入库确认时点准确，不存在显著异常。

(5) 将标的公司的采购明细表与财务库存商品明细账的入账数据进行核对。经核查，核对结果相匹配，不存在显著异常。

3、主要供应商访谈、函证、背景及关联关系核查

易佰网络属于泛品类电商，执行多品类发展的经营策略，SKU 数量规模较大，商品供应商具有数量众多、集中性低的特征。2017 年、2018 年、2019 年 1-4 月，易佰网络各期第一大供应商的采购额占比仅 3.02%、1.81%和 1.34%。鉴于此，独立财务顾问和会计师针对供应商的函证、实地走访和背景及关联关系核查确定了相应的筛选标准，具体如下：

(1) 供应商函证

易佰网络的商品采购包含线上采购和线下采购两种类型。对于线上采购，易佰网络主要通过 1688.com 等采购平台进行，根据相关平台规则全额支付货款后，供应商向易佰网络发货。线上采购的商品供应商数量众多，且易佰网络与线上商品供应商的对接、沟通和交易均通过 1688.com 等采购平台在线上完成，发函及回函的难度较高。因此，独立财务顾问和会计师通过匹配核对支付宝支出金额明细与平台采购订单实付款金额明细的方式对线上采购金额进行核查，对于线下采购则采取函证方式。

对于线下采购，独立财务顾问和会计师根据以下选样标准确定商品供应商的发函对象，2017 年、2018 年、2019 年 1-8 月份分别为 136、168、407 家：任意一期采购金额大于 50 万元，任意一期期末应付账款余额大于 20 万元，任意一期期末预付账款大于 10 万元。2017 年、2018 年及 2019 年 1-8 月合计发函金额占各期采购金额的比例分别为 34.03%、27.21%、27.11%，回函率分别为 79.39%，

90.61%，80.63%。经函证程序核查，不存在显著异常。

（2）供应商走访

独立财务顾问和会计师针对各期前 20 名商品供应商合计 43 家中的 34 家执行实地走访核查程序，对如下事项进行调查了解：1）供应商基本情况、从事的业务，主要生产、销售的产品；2）与易佰网络合作期间的主要合作模式、产品定价情况、结算模式；3）与易佰网络合作期间的合作规模、占该供应商同类产品销售金额的比重或在同类客户中的营业收入排名；4）产品质量认证情况、产品所涉及的知识产权情况、安全生产情况；5）在合作期间供应商与易佰网络双方合同签署情况、履约情况；6）供应商与易佰网络之间是否存在利益输送情形、与易佰网络及其关联方是否存在关联关系。经走访程序核查，不存在显著异常。

（3）供应商背景和关联关系核查

2017 年、2018 年、2019 年 1-8 月，易佰网络各期前 30 大供应商共 70 家，合计采购额占各期采购总额的 24.36%、19.44%、16.69%。独立财务顾问和会计师通过天眼查、企查查、国家企业信用信息公示系统等工具查阅上述供应商的工商登记信息及其他综合信息，核查是否存在新设供应商或贸易型供应商的情形；并取得报告期各期末标的公司的员工名册，与上述主要供应商工商信息中登记的股东、董事、监事、高级管理人员等进行比对复核，结合对各期前 20 大供应商实地走访过程中关于关联关系的确认情况，核查易佰网络与上述供应商是否存在潜在关联关系。核查情况如下：

①报告期各期前 30 大供应商中，成立日期早于报告期（即 2017 年以前）的供应商共 63 家，报告期内新设的供应商共 7 家，分别为广州萱诗琪美容仪器有限公司、深圳市利迎科技有限公司、深圳市恩深科技有限公司、深圳市觉晓科技有限公司、佛山市南海康美诗电器配件厂、余姚市亿南工具有限公司和东莞通全球实业有限公司。易佰网络在上述供应商成立当年的采购金额及其占当期采购总额的比例相对较低，均不超过当期采购总额的 0.5%，不存在显著异常。

②标的公司主要供应商中不存在个人、农村合作社的情况。通过对上述主要供应商的公司名称、经营范围进行分析，并与标的公司采购部门负责人访谈确认，报告期各期前 30 大供应商中，大部分为生产型供应商，少部分为贸易型供应商

或工贸一体供应商（兼具生产商和贸易商性质）。通过与标的公司采购部门负责人访谈，标的公司向上述贸易型或工贸一体供应商采购商品主要基于以下原因：

（1）部分生产商不直接与客户交易，而通过一级或区域代理商与客户合作和提供相关服务；（2）易佰网络为控制库存风险，减少资金占用，采购模式以小批量、多批次为主，而部分生产商的商品采购起订量较高，因此易佰网络与其代理商进行小额多频交易；（3）部分贸易型供应商在汽车摩托车配件、健康美容、工业及商业用品等细分品类领域具有较高的专注度和专业性，产品齐全、更新快，并能提供良好的售后服务。因此，经核查，报告期各期前 30 大供应商不存在显著异常情形。

③报告期各期前 30 大供应商和标的公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，也不存在由标的公司员工设立或由标的公司员工担任董事、监事、高级管理人员的情况。

4、针对采购成本的核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络的采购订单和付款记录相匹配，主要供应商和标的公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，也不存在由标的公司员工设立或由标的公司员工担任董事、监事、高级管理人员的情况。

（三）成本结转与收入确认的匹配性核查

1、核查程序

（1）账面收入与平台交易记录的匹配性核查：选取亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 五个主要第三方电商平台各期销售收入大于 100 万元的网店站点，并随机抽取除上述平台以外的其他第三方电商销售收入大于 100 万元的网店站点（覆盖各平台的主要店铺，合计核查收入占比超过 50%），核对第三方电商平台原始账单或 ERP 管理系统数据与汇总系统（负责按照财务需求汇总归集业务数据的中枢系统）、金蝶财务系统账面收入的一致性。经核查，抽样网店的平台原始账单或 ERP 管理系统数据与汇总系统、金蝶财务系统账面收入一致，不存在异常。

（2）结转成本与存货出库的核查：取得 ERP 管理系统中自营仓库的进销存

报表和亚马逊 FBA 仓及第三方海外仓进销存报表的出库数据，并与财务账面数据进行核对。在确认销售出库数量无异常的情况下，对发出存货单价进行计价测试，查验存货成本结转单价是否准确。经核查，不存在显著异常。

(3) 存货期末余额的真实性和完整性核查：具体核查程序及结论详见本问题回复之“二、存货核查”之“(一) 存货的真实性与完整性核查”。

(4) 对标的公司各报告期内主营业务成本编制了倒轧表进行复核。经核查，各期差异率均小于 0.5%，未见重大异常。

(5) 收入与成本配比的核查

除上述实质性程序外，独立财务顾问和会计师主要通过针对毛利率多维度的分析性程序来验证标的公司成本结转与收入确认的匹配性。

独立财务顾问和会计师对标的公司报告期各期主营业务收入、成本及毛利率的变动情况执行分析性程序，按产品品类、电商平台、主要网店等维度对毛利率进行分析，并与同行业可比公司进行对比，以验证其变动趋势的合理性和查验收入与成本的配比情况。主要执行的分析维度及核查结论如下：

①分品类毛利率

独立财务顾问和会计师对各家可比公司披露的产品品类进行了模糊匹配，经匹配后的产品品类毛利率对比情况，以及 3C 电子产品占同行业可比公司的收入占比情况分别列示如下：

年度	公司名称	家居园艺	健康美容	汽车摩托车配件	3C 电子产品
2018 年度	跨境通	61.41	-	-	47.45
	有棵树	55.52	63.45	53.02	46.30
	通拓科技	-	-	-	-
	泽宝股份	-	49.49	-	47.40
	安克创新	-	-	-	50.78
	傲基电商	63.83	-	-	55.59
	易佰网络	62.56	60.46	58.55	51.15
2017 年度	跨境通	62.68	-	-	47.56
	有棵树	59.33	65.90	55.91	46.53
	通拓科技	55.10	-	-	37.80
	泽宝股份	-	44.15	-	47.79

年度	公司名称	家居园艺	健康美容	汽车摩托车配件	3C 电子产品
	安克创新	-	-	-	52.64
	傲基电商	66.76	-	-	56.07
	易佰网络	61.04	61.97	57.47	52.07

注：1、同行业公司数据来源于有关重组报告书、审计报告、招股说明书及上市公司公告文件等公开资料。其中，有棵树、泽宝股份 2018 年数据的统计口径分别为 2018 年 1-3 月和 2018 年 1-8 月，未披露 2018 年度数据；通拓科技 2017 年数据的统计口径为 2017 年 1-11 月数据，未披露 2017、2018 年度数据。

2、2017 年和 2018 年，上述四个品类收入合计占易佰网络主营业务收入的比例分别为 53.73%、60.49%。

公司名称	2018 年		2017 年	
	综合毛利率	3C 电子产品收入占比	综合毛利率	3C 电子产品收入占比
跨境通	40.58%	56.56%	49.77%	71.44%
有棵树	55.58%	34.42%	55.13%	34.40%
通拓科技	40.98%	未披露	42.74%	44.13%
泽宝股份	50.15%	81.53%	48.68%	84.28%
安克创新	50.11%	83.06%	52.02%	90.54%
傲基电商	58.47%	65.83%	60.94%	61.94%
易佰网络	60.00%	8.40%	60.41%	10.34%

通过查阅公开资料取得同行业可比公司分品类的收入和毛利率数据，并与易佰网络可比产品品类进行对比，报告期内易佰网络的综合毛利率相对高于同行业可比公司，与各品类收入结构差异相关，主要原因是 3C 电子产品的收入占比较低，其他主要细分品类毛利率与同行业可比公司平均水平相比不存在显著差异。

②分平台毛利率

标的公司在主要第三方电商平台的销售毛利率及其变动情况如下：

电商平台	2019 年 1-8 月		2018 年		2017 年
	毛利率	变动百分点	毛利率	变动百分点	毛利率
亚马逊	65.00%	-1.46%	66.46%	-2.77%	69.23%
eBay	47.94%	-3.22%	51.16%	-2.14%	53.30%
速卖通	53.75%	2.39%	51.36%	-1.95%	53.31%
Wish	62.99%	0.10%	62.88%	1.37%	61.51%
Lazada	56.82%	-3.30%	60.13%	5.86%	54.27%
前五大平台小计	59.57%	-0.37%	59.94%	-1.00%	60.94%
合计	59.26%	-0.74%	60.00%	-0.40%	60.41%

根据上表，横向来看，不同电商平台之间的毛利率水平存在一定差异，亚马逊相对较高，而 eBay 相对较低，主要是因为不同电商平台的平台费用率存在差

异,为了保证合理的利润空间,标的公司根据各电商平台的特点和费用政策确定相对应的毛利率要求,从而指导销售定价。纵向来看,各电商平台在报告期各期的毛利率水平波动较小,保持相对稳定。

经查询同行业可比公司重组预案、草案、重组报告书、反馈意见回复以及交易所问询函及回复等相关文件,同行业可比公司均未披露按平台分类毛利率情况,因此未进行同行业可比公司分平台毛利率的对比。

③主要网店毛利率

2017年、2018年、2019年1-8月,易佰网络各期销售收入排名前10的网店共计23家,独立财务顾问和会计师对该等网店在报告期各期的毛利率及其变动情况进行核查,具体如下:

网店名称	2019年1-8月	2018年	2017年
Socialme	71.00%	70.36%	-
Cusco	55.18%	59.76%	-
tanus	71.11%	70.51%	-
kggy	69.71%	71.60%	-
Ceavo	56.76%	57.58%	-
Yotown	64.20%	66.18%	-
Vidoo	73.61%	74.09%	-
Amoq	73.27%	70.58%	-
nineone	67.71%	73.95%	70.40%
Bamfive	58.89%	65.03%	-
huhushop	68.87%	73.91%	77.38%
hotzzz	69.64%	72.88%	78.73%
sococo	61.96%	67.62%	66.55%
zjchao	64.97%	71.12%	74.65%
AMA	72.85%	73.38%	73.24%
creativeonline100	50.07%	49.18%	50.86%
zhengzheng2011	49.44%	52.43%	54.50%
youthink	62.78%	59.53%	52.30%
echoji_mall	47.71%	52.01%	54.52%
yibaimaoyi	68.91%	68.23%	65.53%
Addone	53.43%	52.75%	51.64%
YosooHealthGear	84.16%	83.30%	83.30%
FastKK	-	61.08%	55.29%

经核查，易佰网络各期销售收入排名前 10 的网店在报告期内的毛利率波动不存在显著异常。

（6）产品上架定价的确定过程和审批流程

通过与标的公司财务总监和主要第三方电商平台运营负责人进行访谈，了解标的公司产品上架的定价规则和审批流程。

经核查，易佰网络产品上架后的定价逻辑是根据目标利润率推算。标的公司以各电商平台为单位，由平台运营负责人根据市场环境和公司财务状况确定目标利润率，以利润率为主要考核指标，指导和监督各网店、品类的定价及销售策略。

独立财务顾问和会计师核查了标的公司 ERP 管理系统主要平台产品定价的模块页面，影响利润率和产品售价的主要变量因素主要包括产品成本、网店站点、汇率、成交费率、刊登费率、运费等。销售人员可以通过设置利润率来计算预计售价，也可以通过输入预计售价来计算对应的利润率，该利润率为售价扣除产品成本、汇兑损失、平台佣金、运费等与销售订单直接相关的费用后的目标利润率，未扣除人工成本和公摊费用的影响。若平台规则、运费价格、汇率等因素发生变化，产品定价模块的相关变量参数会根据上述因素进行相应调整。此外，为维持合理的利润水平，各电商平台的平台运营负责人会定期汇同各网店、品类的运营人员对利润率进行复盘，以确保运营人员设定的各品类目标利润率和售价合理有效。

2、核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络的成本结转和收入确认相匹配，不存在显著异常。

（四）收入和净利润季节性波动的合理性分析

1、核查程序

（1）取得标的公司分季度的营业收入明细，分析各期分季度的收入占比波动情况。经核查，报告期各期标的公司分季度收入情况如下：

单位：万元

季度	2019 年度		2018 年度		2017 年度	
	金额	占比	金额	占比	金额	占比
第一季度	77,422.47	35.38%	38,121.21	21.03%	12,615.59	13.77%
第二季度	79,208.22	36.20%	34,828.77	19.22%	17,603.13	19.22%
第三季度	62,187.60	28.42%	42,203.86	23.28%	24,851.81	27.13%
第四季度	-	-	66,096.59	36.47%	36,523.69	39.88%
合计	218,818.29	100.00%	181,250.44	100.00%	91,594.23	100.00%

注：2019 年第三季度收入金额为 2019 年 7-8 月收入金额。

受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度。2017 年和 2018 年，易佰网络第四季度营业收入占各期主营业务收入的比例分别为 39.88%、36.47%，表现出明显的季节性特征。

(2) 核查同行业可比公司的分季节或上下半年收入结构，判断标的公司经营业绩的季节性波动情况是否与同行业可比公司相符。

经核查，同行业可比公司中，跨境通、傲基电商、安克创新披露了分季节的收入结构，对比情况如下：

年度	可比公司名称	第一季度	第二季度	第三季度	第四季度
2017 年度	跨境通	18.91%	20.84%	22.60%	37.65%
	傲基电商	18.71%	21.74%	24.43%	35.12%
	安克创新	17.64%	21.45%	27.06%	33.85%
	均值	18.42%	21.34%	24.70%	35.54%
	易佰网络	13.77%	19.22%	27.13%	39.88%
2018 年度	跨境通	21.46%	24.39%	27.47%	26.67%
	傲基电商	22.09%	23.28%	22.94%	31.68%
	安克创新	18.87%	21.06%	25.83%	34.24%
	均值	20.81%	22.91%	25.42%	30.86%
	易佰网络	21.03%	19.22%	23.28%	36.47%

整体而言，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度，第四季度收入占年度收入比例大约在 30-40%之间，下半年收入占年度收入比例大约在 55-65%之间，易佰网络收入的季节性波动趋势与行业相符。

分季节来看，易佰网络 2017 年第一季度收入占比略低于可比公司均值，2017 年第四季度和 2018 年第四季度收入占比略高于可比公司均值，其主要原因在于

报告期内易佰网络深耕优势品类的开发和运营，商品平均售价和客单价均稳步提升，外部融资及股东借款为业务规模提升提供了必要的资金支持，因此实现了高于行业平均水平的业绩增速。

2、核查结论

经核查，跨境出口电商具有较明显的季节性。受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度，标的公司经营业绩的季节性波动情况与同行业可比公司相符。

（五）是否存在部分账户集中大额下单、期末突击下单期后退货等异常情况

1、核查程序

（1）独立财务顾问和会计师核查了报告期各期销售收入前十名网店的前十名客户情况，包括订单总额、订单数量、平均订单金额、收货城市、发货仓库、物流方式、主要 SKU 等，分析大额客户的基本特征。

经核查，报告期各期销售收入前十名网店的合计收入占各期主营业务收入的占比分别为 34.49%、20.43%、14.73%，各网店前十名客户的销售额、订单数及平均订单金额整体均相对较低，其中 2018 年、2019 年 1-8 月上述 100 名客户的平均销售总额分别仅为 1.19 万元和 1.01 万元，平均订单数量仅为 8.73 单、4.82 单，平均订单金额仅为 1,366.74 元/单、2,105.51 元/单。因此，易佰网络的终端客户规模庞大，集中度极低，单一客户对整体销售业绩影响极小，不存在部分账户集中大额下单的情况。

（2）抽取报告期各期前十大站点的前十大订单，核对其订单明细、物流记录、收款记录，并通过查阅 ERP 管理系统、第三方物流公司账单、第三方物流信息查询网站的物流信息核查其真实性。经核查，报告期各期前十大站点的前十大订单均对应真实的交易背景，发货和配送记录真实、完整，不存在显著异常。

（3）分月获取主要第三方电商平台的退货明细，计算月度退货率，对比各期末 1 个月和期后 2 个月的退货率情况。经核查，主要第三方电商平台各期末 1 个月和期后 2 个月的退货率相比不存在显著异常，标的公司不存在期

末突击下单期后退货的异常情况。

2、核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络不存在部分账户集中大额下单、期末突击下单期后退货等异常情况。

二、存货核查

（一）存货的权属、存放情况及资产状态

1、核查程序

（1）访谈易佰网络采购部门负责人、仓储中心负责人、财务部门负责人，了解易佰网络的仓储模式、仓库管理方式和存货权属。

经核查，易佰网络构建了海外仓、国内仓为一体的多层次仓储体系，通常以国内仓为备货测试起点，对于销量测试良好和市场需求提升的产品，会以少量多批的方式逐步增加在海外仓的备货规模，并结合市场需求的最新变动情况进行动态调整，进而即时控制库存，保持良好的库存周转。

在仓储管理方面，易佰网络的国内仓位于东莞塘厦、东莞虎门和宁波，采用租赁方式自营管理，主要承担向海外仓集货转运和向海外消费者直邮发货等职能；易佰网络的海外仓主要由亚马逊等第三方电商平台及谷仓、递四方等第三方仓储物流服务商运营管理，位于美国、英国、德国、澳大利亚等地，主要承担向仓库所在国家的消费者配送商品的职能。

在存货权属方面，位于国内仓、亚马逊 FBA 仓和第三方海外仓的库存商品在对终端消费者销售出库之前均归易佰网络所有。

（2）取得报告期各期末易佰网络的存货仓库分布，通过实地盘点、发询证函、系统导数等方式对存货存放情况及资产状态进行确认。具体核查方式详见本题回复之“二/（一）存货的真实性与完整性核查”相关内容。

经核查，报告期各期末易佰网络的存货仓库分布如下，存货资产整体状态良好，不存在大量因长期积压而滞销或毁损的存货的情况：

单位：万元

仓库类型	2019 年 8 月 31 日		2018 年 12 月 31 日		2017 年 12 月 31 日	
	存货余额	占比	存货余额	占比	存货余额	占比
第三方海外仓	25,283.24	43.55%	17,323.83	45.14%	6,386.05	42.48%
自营国内仓	19,928.97	34.32%	12,995.51	33.86%	4,800.28	31.93%
亚马逊 FBA 仓	12,850.00	22.13%	8,058.09	21.00%	3,846.65	25.59%
合计	58,062.20	100.00%	38,377.43	100.00%	15,032.98	100.00%

2、核查结论

通过执行上述核查程序，独立财务顾问和会计师认为：易佰网络在海外仓和国内仓两类仓储模式上协同发展，国内仓库采用租赁方式自营管理，海外仓主要由第三方电商平台及第三方仓储物流服务商运营管理，仓内存货在销售出库之前均归易佰网络所有，存货资产整体状态良好，不存在大量因长期积压而滞销或毁损的存货的情况。

（二）存货的真实性与完整性核查

1、核查程序

（1）访谈采购部门负责人、仓储中心负责人、财务部门负责人，了解易佰网络的仓储模式与与存货相关的关键内部控制设计。

经核查，易佰网络制定了完善的存货管理制度、仓库盘点管理制度等内部制度，在商品入库、库存管理、商品发货、退换货管理、盘点等方面对仓库管理做出了明确规定。商品入库前，品控部按照开发环节确定的质检标准对到货产品进行检查，确保采购商品的数量、类别、质量符合采购订单及产品质量标准的要求，仓储中心对商品进行贴标。此外，品控部、仓储中心将分别定期及不定期对存货进行巡检、盘点，以及时处理可能存在的存货管理问题。因此，易佰网络与存货相关的关键内部控制设计运行有效，不存在显著异常。

（2）获取报告期各期末易佰网络的存货明细表、进销存明细表、存货库龄表，并进行交叉比对，检查其准确性和完整性。

经核查，数据比对一致，易佰网络对存货的计量准确、完整。

（3）亚马逊 FBA 仓存货数据来源的可靠性和完整性测试：根据 IT 审计的核查情况，易佰网络通过亚马逊提供的 API 接口同步亚马逊 FBA 仓的库存数据，

通过执行穿行和逻辑测试，亚马逊 API 接口具有较高的可靠性，亚马逊 FBA 库存数据的获取、存储过程中不存在人为手工处理环节，易佰网络 EPR 管理系统中的存货数据与亚马逊平台后台数据一致。

(4) 第三方海外仓库数据来源的可靠性和完整性测试：根据 IT 审计的核查情况，易佰网络通过第三方仓储物流服务商提供的 API 接口同步第三方海外仓库的库存数据，通过登录第三方仓储物流服务商提供的查询网站，与易佰网络 EPR 管理系统中的存货数据一致。

(5) 境内外仓库存货监盘：独立财务顾问和会计师对标的公司位于境内的自营塘厦仓、自营宁波仓以及位于美国、英国、澳大利亚、捷克的主要第三方海外仓进行实地监盘和抽样复盘，监盘比例合计约为 28.81%，监盘差异率约为 0.50%。此外，独立财务顾问和会计师对盘点日至报告期末之间的出入库进销存进行检查。境外盘点前，独立财务顾问和会计师通过仓储物流系统取得海外仓存货数据，并在海外仓监盘现场获取明细数据和核对是否一致。经核查，不存在显著异常。

(6) 针对存放于第三方海外仓的存货，独立财务顾问和会计师从出口易、递四方、谷仓、万邑通、旺集、新易贸等主要第三方仓储物流服务商提供的仓储物流系统中导出存放于海外仓的存货结余数据，包括 SKU 的名称、编号、出入库和即时数量等，并将其与进销存表核对；此外，独立财务顾问和会计师向主要第三方仓储物流服务商函证报告期各期末标的公司存放于海外仓的存货明细，并于 ERP 管理系统中的数据进行核对，2017 年、2018 年、2019 年 1-8 月合计发函金额占存货余额的比例分别为 40.98%、36.56%、46.23%，回函率分别为 100.00%、100.00%、100.00%。经核查，不存在显著异常。

(7) 针对发往第三方海外仓或亚马逊 FBA 仓的在途存货，抽样检查存货发出及物流文件，并查询期后第三方海外仓或亚马逊 FBA 仓的接收情况。经核查，不存在显著异常。

(8) 对库存商品的出库记录进行核查，检查出库单与会计凭证是否相符，并采用月末一次加权平均法对库存商品进行发出计价测试，并分析差异原因。经核查，不存在显著异常。

(9) 分析期末存货余额变动情况，并分产品品类对比各期末存货余额与次年的销售收入，判断匹配关系是否异常。

经核查，报告期各期，分品类的销售收入和期末存货余额及其各自比例结构如下：

表 1

单位：万元

产品类别	2019 年 1-8 月		2018 年度		2017 年度	
	期末存货余额	销售收入	期末存货余额	销售收入	期末存货余额	销售收入
家居园艺	13,269.97	53,131.04	10,846.02	48,204.71	4,703.84	18,906.96
工业及商业用品	11,913.35	37,957.17	6,651.89	28,809.21	2,929.81	15,319.51
健康美容	7,809.02	31,770.89	4,900.30	26,307.08	1,324.59	11,349.44
汽车摩托车配件	7,958.01	26,765.35	4,319.27	19,914.91	1,542.92	9,482.53
3C 电子产品	3,849.24	17,816.71	2,569.44	15,219.53	1,160.92	9,474.37
户外运动	4,585.77	19,984.29	3,454.81	16,941.34	1,305.55	9,951.30
工艺收藏	2,160.85	8,870.58	1,730.91	8,992.43	793.48	5,019.00
其他	6,592.90	22,522.27	3,904.80	16,861.22	1,271.87	12,091.14
合计	58,139.10	218,818.29	38,377.43	181,250.44	15,032.98	91,594.23

表 2

单位：%

产品类别	2019 年 1-8 月		2018 年度		2017 年度	
	期末存货余额占比	销售收入占比	期末存货余额占比	销售收入占比	期末存货余额占比	销售收入占比
家居园艺	22.82	24.28	28.26	26.60	31.29	20.64
工业及商业用品	20.49	17.35	17.33	15.89	19.49	16.73
健康美容	13.43	14.52	12.77	14.51	8.81	12.39
汽车摩托车配件	13.69	12.23	11.25	10.99	10.26	10.35
小计	70.44	68.38	69.62	67.99	69.85	60.11
3C 电子产品	6.62	8.14	6.70	8.40	7.72	10.34
户外运动	7.89	9.13	9.00	9.35	8.68	10.86
工艺收藏	3.72	4.05	4.51	4.96	5.28	5.48
其他	11.34	10.29	10.17	9.30	8.46	13.20
合计	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

根据表 1，报告期各期，分品类的销售收入与期末存货余额变动趋势相匹配。根据表 2，报告期各期，分品类的销售收入占主营业务收入的比例，与当期末及上期末分品类的存货余额占总存货余额的比例保持相对稳定。2017 年起，易佰网络提升在家居园艺、工业及商业用品、健康美容、汽车摩托车配件等四大品类的资源投入，2017 年末、2018 年末和 2019 年 8 月末合计存货占比以及 2018 年度、2019 年 1-8 月合计收入占比基本保持在 68% 左右，说明其存货规模和销售规模及其结构变动趋势相互匹配，不存在某类产品销售收入占比显著低于上期期

末存货余额占比的异常情况。

综上，经核查，易佰网络分产品品类的存货规模与销售规模具有匹配性。

(10) 结合同行业可比公司公开数据，比对核查各期末存货余额占流动资产的比例是否异常。

经核查，2017 年末和 2018 年末，易佰网络与同行业可比公司的存货账面价值和货币资金及其占流动资产的比例对比情况如下：

表 1

单位：万元

公司名称	存货账面价值		货币资金	
	2018 年末	2017 年末	2018 年末	2017 年末
跨境通	257,305.03	388,036.06	107,112.49	156,113.70
有棵树	85,333.55	83,192.88	47,224.48	33,414.58
通拓科技	70,923.14	61,348.90	26,403.90	20,930.58
泽宝股份	32,614.12	35,161.97	8,472.87	10,415.09
安克创新	78,074.19	41,448.09	59,552.58	51,443.54
傲基电商	118,347.99	67,230.49	20,845.69	22,774.62
均值	77,058.60	57,676.47	32,499.90	27,795.68
易佰网络	37,289.74	14,823.96	5,638.18	2,323.09
均值/易佰网络	2.07	3.89	5.76	11.96

注：跨境通的存货和货币资金规模显著高于其他可比公司，计算均值时剔除其影响。

表 2

单位：%

公司名称	存货/流动资产		货币资金/流动资产	
	2018 年末	2017 年末	2018 年末	2017 年末
跨境通	58.11	57.03	12.29	22.94
有棵树	42.34	49.81	23.43	20.00
通拓科技	40.08	42.51	14.92	14.50
泽宝股份	53.06	57.33	13.78	16.98
安克创新	43.05	30.36	32.84	37.68
傲基电商	65.75	52.05	11.58	17.63
均值	50.40	48.18	18.14	21.62
易佰网络	61.39	62.85	9.28	9.85
均值-易佰网络	-10.99	-14.67	8.86	11.77

根据表 2，2017 年末和 2018 年末，易佰网络存货账面价值占流动资产的比例与傲基电商和跨境通相近，高于可比公司均值，主要与易佰网络的资产结构和融资方式有关，具体如下：

1) 报告期内，易佰网络业绩增长较快，2018 年营业收入同比增长 97.88%，

并不断将销售收款转化为支撑业绩增长的存货,用于商品采购的资金规模随之保持高速增长,从而导致货币资金规模占流动资产的比例相对较小,而存货规模占流动资产的比例相对较高。2017 年末和 2018 年末,易佰网络存货账面价值占流动资产的比例较可比公司均值分别高 14.67 和 10.99 个百分点,而易佰网络货币资金占流动资产的比例较可比公司均值分别低 11.77 和 8.86 个百分点。因此,易佰网络在报告期各期末时点的货币资金保有量较低,是导致存货占流动资产比例高于同行业可比公司的主要原因;

2) 本次交易前,易佰网络的运营资金主要来自于销售收款和股东支持,自设立以来仅完成两轮外部股权融资,合计融资仅 0.95 万元;而有棵树、通拓科技、泽宝股份、安克创新、傲基电商在进行重组交易或申请 IPO 前的融资额分别约为 8.90 亿元、7.45 亿元、2.57 亿元、4.38 亿元、2.21 亿元,远高于易佰网络。因此,易佰网络报告期内融资渠道有限、融资规模较低,导致货币资金规模占流动资产的比例较小,而存货规模占流动资产的比例较高。

综上,经核查,易佰网络存货账面价值占流动资产的比例与其资产结构和融资方式相匹配,不存在显著异常。

2、核查结论

通过执行上述核查程序,会计师认为:易佰网络与存货相关的关键内部控制设计运行有效,对存货的计量准确、完整,易佰网络 EPR 管理系统中的存货数据与亚马逊平台后台数据及第三方仓储物流服务商提供的数据一致;各期末存货规模和各期销售规模及其结构变动趋势相匹配,不存在某类产品销售收入占比显著低于上期期末存货余额占比的异常情况;各期末存货账面价值占流动资产的比例与其资产结构和融资方式相匹配,不存在显著异常。

三、资金核查

(一) 销售回款和资金流向的真实性核查

1、核查程序

(1) 2019 年 7-9 月,对亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada、Shopee 等六个第三方电商平台进行实地走访(易佰网络基于上述六个平台的合计收入占各

期主营业务收入的比例分别为 96.39%、90.81%、93.17%)，并与各平台负责对接易佰网络的客户经理进行现场访谈。

经核查，网店绑定的收款账户为易佰网络在上述平台开展经营业务的唯一收款账户，只能用于销售相关的业务结算，无法用于收取其他来源的资金；上述平台不存在应易佰网络要求从易佰网络指定的自然人及公司处收到资金而后转入易佰网络指定账户的情况；除日常经营合作外，易佰网络与上述平台之间不存在资金拆借、委托平台或者平台的股东、关联单位、关联自然人等替易佰网络代收货款、代付采购款或其他与正常实际业务无关的委托处理事项；平台与卖家之间不存在现金结算的情况。

(2) 通过对易佰网络总经理、财务总监、财务部出纳人员进行访谈，了解易佰网络网店的支付结算流程和主要内控措施，核查易佰网络在职责分离、密码管理、稽核监察等方面的内部控制是否有效运行，是否能够有效控制网店的经营活动和资金流向。

经核查，易佰网络针对网店的支付结算流程和主要内控措施运行有效，具体如下：

1) 设立账号管理部，专门负责申请和管理网店账号，财务部收款专员负责将收款账号和网店账号进行绑定和登记；

2) 财务部由两名资金出纳专门负责每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，一名负责提款，一名负责核对，确保资金提取的准确、完整和安全；

3) 网店收款账号类型主要包括 PayPal、Payoneer、PingPong、World First、速卖通收款账号、银行账户，支付流程分别如下：①ebay 网店绑定的收款工具均为 PayPal，易佰网络各 ebay 网店绑定的 PayPal 账号每天自动将资金归集至香港易佰的 PayPal 主账号，并由财务部出纳操作提款至香港易佰的银行账户；②各速卖通网店拥有一个速卖通收款账号，并与香港易佰的 World First 账户绑定，各速卖通网店将每天收取的外币由财务部出纳提款至香港易佰的 World First 账户，该 World First 账户与香港易佰的跨境宝账户绑定（支持跨境电商企业在境外使用外币付款，境内通过跨境宝在 1688.com 用人民币支付供应商货款），香

港易佰的 World First 账户将外币兑换成离岸人民币后充值到香港易佰的跨境宝账户，用于支付通过 1688.com 采购商品的境内供应商；③除 ebay 和速卖通之外的大部分第三方电商平台网店（如亚马逊、Wish、Shopee、Cdiscount 等）主要绑定 Payoneer、PingPong 等收款工具，该等网店绑定的 Payoneer、PingPong 账号每天自动将资金归集至香港易佰的主账号，由财务部出纳操作提款至香港易佰的银行账户；④少数平台的网店直接绑定香港易佰的银行账户，根据平台的结算规则定期将销售收款提取至香港易佰的银行账户。

（3）获取银行开户清单，检查账面记录的银行账户的完整性；在开户银行现场获取银行对账单，对所有银行账户进行函证，与账面余额核对，核查银行存款余额的准确性；

（4）通过第三方收款账户后台获取所有其他货币资金流水，与账面余额核对，检查其他货币资金余额的准确性。经核对，未发现重大差异。

（5）将财务账面所记载的所有银行账户、第三方收款账户各月度借、贷方发生额与流水所记载的数据进行核对。经核查，未发现重大差异。

（6）大额流水财务账面记录与对账单双向核对：在货币资金余额核查、账面发生额与流水核对结果无异常的前提下，对全部银行账户和主要第三方账户开展大额流水核查，抽样标准综合考虑金额维度及抽样数量维度确定；针对抽查样本，首先从财务账面记录核查至对账单记录，再检查银行对账单中符合选样标准的记录是否与抽查样本一致。经核对，不存在显著异常。

2、核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络网店绑定的收款账户为易佰网络在第三方电商平台开展经营业务的唯一收款账户，只能用于销售相关的业务结算，无法用于收取其他来源的资金，且易佰网络资金出纳每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，易佰网络针对网店的支付结算流程和主要内控措施运行有效。

（二）是否存在资金回流标的公司股东的情形

1、核查程序

(1) 通过对易佰网络总经理、财务总监、财务部出纳人员进行访谈，了解易佰网络网店的支付结算流程和主要内控措施。

经核查，财务部由两名资金出纳专门负责每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，一名负责提款，一名负责核对，确保资金提取的准确、完整和安全，不存在网店销售款回流至标的公司股东个人的情况。

(2) 对全部银行账户和主要第三方账户开展大额流水核查，抽样标准综合考虑金额维度及抽样数量维度确定；针对抽查样本，首先从财务账面记录核查至对账单记录，再检查银行对账单中符合选样标准的记录是否与抽查样本一致。经核对，不存在网店销售款回流至标的公司股东个人的情况。

(3) 获取易佰网络主要股东胡范金、庄俊超报告期的个人常用银行账户流水，核查大额资金的发生时间和发生原因。经核查，胡范金、庄俊超的个人常用银行账户不存在网店销售款回流的情况。

2、核查结论

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络资金出纳每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，不存在网店销售款回流至标的公司股东个人的情况。

(三) 经营现金流与应收应付款、收入、成本和净利润的勾稽关系和匹配性

1、销售商品、提供劳务收到的现金与相关会计科目的勾稽关系

单位：万元

项目	2019年1-8月	2018年	2017年
营业收入	218,877.23	181,250.44	91,594.23
加：销项税额	601.56	403.60	10.09
加：应收账款净减少额	-10,640.11	-6,747.20	-4,517.77
加：预收账款净增加额	312.17	1,006.60	-31.13
加：往来互抵和调整等其他事项	619.05	495.65	367.21
小计	209,769.91	176,409.07	87,422.63
销售商品、提供劳务收到的现金	209,769.91	176,409.07	87,422.63
差额	-	-	-

注：其他事项主要包括往来科目的互抵和调整，未涉及现金流和应收票据等。

2、购买商品、接受劳务支付的现金与相关会计科目的勾稽关系

单位：万元

项目	2019年1-8月	2018年	2017年
营业成本	89,142.72	72,495.62	36,266.35
减：计入营业成本的人工成本	-	-	-
加：存货净增加额	20,505.84	23,368.59	10,834.41
加：进项税额	2,404.19	1,839.71	1,044.51
加：应付账款减少额	-6,133.16	-7,020.54	-2,498.66
加：预付款项增加额	-492.89	3,840.35	-967.32
加：往来互抵和调整等其他事项	-	-	49.31
小计	105,426.70	94,523.73	44,728.60
购买商品、接受劳务支付的现金	105,426.70	94,523.73	44,728.60
差额	-	-	-

注：其他事项主要包括往来科目的互抵和调整，未涉及现金流和应收票据等。

综上，报告期内易佰网络“销售商品、提供劳务收到的现金”、“购买商品、接受劳务支付的现金”与相关会计科目勾稽一致。

3、通过间接法将净利润调节为经营活动现金流量的具体过程

根据间接法编制的现金流量表，报告期各期，将净利润调节为经营活动现金流量的具体过程如下：

单位：万元

补充资料	2019年1-8月	2018年	2017年	2018年 变动金额
净利润	2,785.94	9,018.42	3,686.23	5,332.19
加：信用减值损失	691.11	-	-	-
资产减值准备	1,777.90	1,308.00	397.74	910.25
固定资产折旧、油气资产折耗、生产性生物资产折旧	158.33	117.79	46.44	71.36
无形资产摊销	10.25	13.41	1.00	12.41
长期待摊费用摊销	82.21	19.57	1.04	18.53
财务费用(收益以“-”号填列)	895.72	1,028.13	390.07	638.06
递延所得税资产减少(增加以“-”号填列)	-4,221.33	-318.53	-194.68	-123.85
存货的减少(增加以“-”号填列)	-20,505.84	-23,368.59	-10,834.41	-12,534.18
经营性应收项目的减少(增加以“-”号填列)	-9,864.50	-11,848.06	-3,897.33	-7,950.73
经营性应付项目的增加(减少以“-”号填列)	11,376.27	11,957.44	6,689.01	5,268.43
其他	10,791.30	-	-	-
经营活动产生的现金流量净额	-6,022.63	-12,072.41	-3,714.88	-8,357.53

注：2019年1-8月，易佰网络归属于母公司所有者的净利润为负数，主要系由于当期因实施员工股权激励确认股份支付费用10,791.30万元所致。

2018 年易佰网络净利润同比增长 5,332.19 万元，而经营活动产生的现金流量净额同比下降 8,357.53 万元。根据间接法编制的现金流量表，影响经营活动现金流的主要因素为存货、经营性应收项目和经营性应付项目的增加。其中，前两者对现金流的负向影响为 20,484.91 万元；后者对现金流的正向影响仅为 5,268.43 万元，远低于存货和经营性应收项目增加对现金流的影响，导致经营活动产生的现金流量净额与净利润之间存在较大差异。

报告期内，易佰网络的营业收入和净利润保持快速增长，结合易佰网络与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式，以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式进行分析可以看出，易佰网络报告期内的经营活动现金流情况与其业务模式相匹配。具体分析详见问题 16 回复之“二、结合上下游经营占款情况、经营性应收、应付和预付情况、季节性波动、同行业公司情况等补充披露易佰网络经营活动现金流持续为负的原因及合理性、经营活动现金流与业务模式的匹配性”相关内容。

4、核查结论

综上所述，报告期内易佰网络“销售商品、提供劳务收到的现金”、“购买商品、接受劳务支付的现金”与相关会计科目勾稽一致，根据间接法编制的现金流量表，影响经营活动现金流的主要因素为存货、经营性应收项目和经营性应付项目的增加，和易佰网络与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式，以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式相匹配。

四、补充披露海外核查的核查手段，就核查范围的充分性、有效性及标的公司业绩的真实性发表明确意见

（一）海外核查的核查手段和核查范围

易佰网络通过亚马逊、ebay、速卖通、Wish、Lazada 等第三方平台，将高性价比中国制造商品销售给境外终端消费者，并通过第三方仓储物流服务商进行跨境物流配送。公司通过产品开发、产品采购、仓储物流及出口、线上销售等业务环节连接上游供应商与终端消费者，区分国内仓发货及海外仓发货两种模式，其中国内仓库采用租赁方式自营管理，海外仓主要由第三方电商平台及第三方仓储物流服务商运营管理，仓内存货在销售出库之前均归易佰网络所有。此外，易

佰网络合并范围内的分、子公司中,实际开展业务的主体为香港易佰和橙源科技,其他子公司不实际开展业务,用于在第三方电商平台注册或管理网店。

基于上述,会计师针对易佰网络的海外核查主要围绕以下三个维度开展,一是境外子公司开展相关业务的合法合规性,二是线上交易记录的真实性、完整性,三是海外存货的真实性、完整性、存放情况和资产状态。上述三个核查项目的具体核查手段和核查范围说明如下。

1、境外子公司开展相关业务的合法合规性核查

报告期内,易佰网络在中国香港设立子公司香港易佰,主要经营跨境出口电商业务;在美国设立子公司 Onebuymall,主要负责海外仓储及商品发货事宜(截至本反馈意见回复出具日,Onebuymall 已不实际开展业务)。

上市公司已聘请境外律师并对香港易佰、Onebuymall 在香港、美国的存续情况和在欧洲主要市场国开展跨境电商业务的合法合规情况发表了意见,具体如下:

(1) 根据卢王徐律师事务所出具的法律意见书,香港易佰依据香港法律合法设立并有效存续,已依据香港商业登记条例办理商业登记,不需要取得其他资质、许可及备案手续,经营合法、合规、真实、有效,不存在拖欠香港税务局任何应缴税款或任何违反香港税务相关规定的行为,不存在正在履行的重大诉讼、仲裁或处罚的情形,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。

(2) 根据 GETECH LAW LLC 律师事务所出具的法律意见书,Onebuymall 依据美国加利福尼亚州法律合法设立并有效存续,未处于清盘、清算或类似情形,其所从事业务无需取得当地政府的前置许可,其经营活动符合地方或联邦税收法规,不存在已执行或执行中的税收监管处罚、重大诉讼或仲裁。

(3) 根据法国 Cabinet Tao Sun 律师事务所出具的法律意见书,香港易佰主要通过第三方平台上的店铺向英国、法国、德国、意大利和西班牙市场(简称“目标市场”)销售商品,香港易佰在目标市场没有常设机构、仓库或签署租用仓库的合同;未发现香港易佰作为任何目标市场国家的行政机关、政府机关的调查对象或被行政调查过,或因关税、进口增值税缴纳问题而导致税务或者海关的调查,

或在欧洲目标市场牵连进民商事或者刑事诉讼；中国和欧盟并不存在类似中国与美国之间的贸易摩擦，因此易佰网络在欧盟的电商业务未受到中欧之间的贸易摩擦方面的影响。

2、线上交易记录的真实性、完整性核查

针对线上交易记录的真实性、完整性，独立财务顾问、会计师主要核查程序包括询问访谈、系统查看、校验数据、现场函证、平台走访、IT 审计、刷单核查、穿行测试、细节测试、数据分析等，具体核查方式、核查范围和核查结论详见本题回复之“一、销售情况、物流信息、收入成本确认的核查”之“（一）第三方电商平台交易记录的真实性及其与物流记录、收款记录的匹配性核查”之“2、第三方电商平台交易记录的真实性及其与销售收入的匹配性核查”相关内容。

3、海外存货的真实性、完整性、存放情况和资产状态核查

针对海外存货的真实性、完整性、存放情况和资产状态，独立财务顾问、会计师主要核查程序包括询问访谈、系统查看、校验数据、现场函证、境外仓库监盘、IT 审计、穿行测试、细节测试、数据分析等，具体核查方式、核查范围和核查结论详见本题回复之“二、存货核查”相关内容。

（二）关于海外核查范围的充分性、有效性及标的公司业绩真实性的核查意见

独立财务顾问、会计师针对易佰网络的海外核查主要围绕以下三个维度开展，一是境外子公司开展相关业务的合法合规性，二是线上交易记录的真实性、完整性，三是海外存货的真实性、完整性、存放情况和资产状态，具体核查内容和范围包括：境外子公司开展相关业务的合法合规性，第三方电商平台交易记录的真实性及其与物流记录、收款记录的匹配性，交易记录与收款记录的匹配性，交易记录与物流记录的匹配性，采购订单与采购入库及货款支付情况的匹配性，对主要供应商进行走访和函证并调查背景及关联关系，成本结转与收入确认的匹配性，收入和净利润季节性波动的合理性，主要网店的主要买家情况，主要平台的退货率情况，存货的权属、存放情况、资产状态、真实性与完整性，销售回款和资金流向的真实性，标的公司股东的个人银行

流水，经营现金流与应收应付款、收入、成本和净利润等相关科目的勾稽关系和匹配性。

通过执行上述核查程序，会计师认为：易佰网络报告期内的销售、存货和资金情况真实，关于收入、成本和经营现金流的确认和计量准确、合理，符合企业会计准则的规定；针对报告期内业绩真实性执行的核查手段和范围充分、有效。

五、中介机构核查意见

经核查，会计师认为：易佰网络基于第三方电商平台的交易记录真实、完整，与物流记录、收款记录相匹配，不存在显著异常；易佰网络的采购订单和付款记录相匹配，主要供应商和标的公司及其实际控制人、董事、监事、高级管理人员不存在关联关系，也不存在由标的公司员工设立或由标的公司员工担任董事、监事、高级管理人员的情况；易佰网络的成本结转和收入确认相匹配，不存在显著异常；跨境出口电商具有较明显的季节性，受西方感恩节、圣诞节、黑色星期五等假日因素的影响，跨境出口电商行业的销售旺季一般体现每年的第四季度，标的公司经营业绩的季节性波动情况与同行业可比公司相符；易佰网络不存在部分账户集中大额下单、期末突击下单期后退货等异常情况；易佰网络在海外仓和国内仓两类仓储模式上协同发展，存货资产整体状态良好，不存在大量因长期积压而滞销或毁损的存货的情况；易佰网络与存货相关的关键内部控制设计运行有效，对存货的计量准确、完整，易佰网络 EPR 管理系统中的存货数据与亚马逊平台后台数据及第三方仓储物流服务商提供的数据一致；各期末存货规模和各期销售规模及其结构变动趋势相匹配，各期末存货账面价值占流动资产的比例与其资产结构和融资方式相匹配；易佰网络网店绑定的收款账户只能用于销售相关的业务结算，且易佰网络资金出纳每天从各第三方收款账号将销售收款提取至香港易佰银行账户，易佰网络针对网店的支付结算流程和主要内控措施运行有效，不存在网店销售款回流至标的公司股东个人的情况；报告期内易佰网络“销售商品、提供劳务收到的现金”、“购买商品、接受劳务支付的现金”与相关会计科目勾稽一致，根据间接法编制的现金流量表，影响经营活动现金流的主要因素为存货、经营性应收项目和经营性应付项目的增加，和易佰网络与上游供应商、下游客户及第三方电商平台的合作方式，以及海外仓发货和国内仓发货两种模式协同发展的业务模式相匹配。独立财务顾问、会计师针对易佰网络的海外核查

主要围绕三个维度开展，包括境外子公司开展相关业务的合法合规性，线上交易记录的真实性、完整性，海外存货的真实性、完整性、存放情况和资产状态，经核查不存在显著异常；易佰网络报告期内的销售、存货和资金情况真实，关于收入、成本和经营现金流的确认和计量准确、合理，符合企业会计准则的规定；针对报告期内业绩真实性执行的核查手段和范围充分、有效。

问题 22、申请文件显示，业绩承诺方承诺，标的公司 2019 年度、2020 年度、2021 年度实现的合并报表中扣除非经常性损益后归属于母公司所有者的净利润分别不低于 14,100 万元、17,000 万元、20,400 万元。请你公司补充披露如本次交易未能在 2019 年完成，是否存在业绩承诺顺延的安排，如有，补充披露顺延年度的承诺业绩。请独立财务顾问和会计师核查并发表明确意见。

【回复】

一、如本次交易未能在 2019 年完成，是否存在业绩承诺顺延的安排，如有，补充披露顺延年度的承诺业绩

2020 年 1 月 2 日，上市公司召开第二届董事会第二十四次会议，审议通过了《关于与交易对方签署<附条件生效的发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产协议之补充协议（二）>的议案》及《关于与交易对方签署<附条件生效的发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产盈利预测补偿协议之补充协议（一）>的议案》。2020 年 1 月 2 日，上市公司与易佰网络全体股东签署《附条件生效的发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产协议之补充协议（二）》，与业绩承诺方签署《附条件生效的发行股份、可转换公司债券及支付现金购买资产盈利预测补偿协议之补充协议（一）》，约定了本次交易若未能在 2019 年完成的业绩承诺顺延安排，具体如下：

南平芒励多、罗晔、南靖超然、易晟辉煌对易佰网络 2019-2022 年合并报表口径扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润进行承诺，承诺金额分别不低于 14,100 万元、17,000 万元、20,400 万元、25,100 万元。

二、中介机构核查意见

经会计师核查：上市公司已与易佰网络全体股东签署补充协议，根据补充协议约定，南平芒励多、罗晔、南靖超然、易晟辉煌对易佰网络 2019-2022 年合并报表口径扣除非经常性损益后归属于母公司股东的净利润进行承诺，承诺金额分别不低于 14,100 万元、17,000 万元、20,400 万元、25,100 万元。

大华会计师事务所(特殊普通合伙)



中国注册会计师：



王中强

中国注册会计师：



王中强

二〇二〇年一月二日