



广州若羽臣科技股份有限公司

Guangzhou Ruoyuchen Technology Co.,Ltd.



# 公开转让说明书

主办券商： **广发证券股份有限公司**  
GF SECURITIES CO.,LTD.

广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼（4301-4316 房）

# 声明

本公司及全体董事、监事、高级管理人员承诺公开转让说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

本公司负责人和主管会计工作的负责人、会计机构负责人保证公开转让说明书中财务会计资料真实、完整。

全国股份转让系统公司对本公司股票公开转让所作的任何决定或意见，均不表明其对本公司股票的价值或投资者的收益作出实质性判断或者保证。任何与之相反的声明均属虚假不实陈述。

根据《证券法》的规定，本公司经营与收益的变化，由本公司自行负责，由此变化引致的投资风险，由投资者自行承担。

# 重大事项提示

公司特别提醒投资者注意下列风险及重大事项：

## （一）宏观经济波动风险

中国经济面临的内外部环境错综复杂，不确定性依然存在。2011-2014 年我国国内生产总值增速分别为 9.3%、7.7%、7.7% 和 7.4%，2015 年一季度我国国内生产总值同比增长 7.0%，中国 GDP 增速从 2012 年起开始回落，是经济增长阶段的根本性转变。在新常态的经济环境下，公司的盈利能力受到宏观经济波动影响的风险客观存在。

公司的收入来源主要包括赚取经销差价和电子商务代运营服务费。伴随经济下行压力增大，消费者未来的收入存在不确定性，进而影响消费者的支出意愿，消费者支出意愿的削弱将直接影响网络人均消费支出增长，进而影响电子商务公司的盈利能力。2011 年-2014 年，社会消费品零售总额同比增速分别为 17.1%，14.3%，13.1%，11.9%，2015 年 1 季度，社会消费品零售总额同比增长 10.6%。伴随我国社会消费品零售总额增速逐渐趋缓，网络购物交易规模也面临增长降温的风险，公司未来的盈利能力存在不确定性。

## （二）电子商务行业风险

作为电子商务服务商，公司的经营发展与电子商务行业发展息息相关。我国电子商务行业自 20 世纪 90 年代萌芽，发展势头迅猛，但是直到近年才逐渐出现电商公司盈利，当前我国电商行业依然未走出“十电九亏”的窘境。在我国电商行业发展的历程中，网购产品质量与网上支付安全性是制约电子商务行业发展的主要因素，公司未来的经营业绩也受到上述因素的影响。

电子商务行业的波动将影响电商生态链中的每一个参与者，公司作为电子商务服务商，经营业绩也不可避免受到行业波动的影响，公司的经营存在不确定性。

## （三）品牌商自主掌握线上营销核心竞争力的风险

公司主营业务产生的背景是传统品牌商从线下交易转为线上交易存在多重困难，不具备线上营销的核心竞争力，因而选择电子商务服务商为品牌商提供电子商务解决方案。伴随电商服务的普及以及信息技术的发展，不排除传统品牌商自主掌握电商服务技术的可能性，进而导致品牌商对于电子商务服务需求的减弱，引起公司业务量下滑，盈

利能力下降。

#### **（四）规模较小、抵御市场风险能力存在不足的风险**

公司作为全球品牌电子商务综合服务商，在电子商务服务行业具备一定竞争优势。但公司尚处于成长期，现阶段公司整体规模较小，盈利能力等尚有所不足，如未来市场环境以及竞争情况出现大幅波动，可能会对公司经营造成不利影响。

#### **（五）已有合作品牌商流失以及无法拓展新品牌商客户的风险**

公司提供电子商务服务主要基于与合作品牌商签订的经销合同与代运营合同，公司未来面临合同无法续签或合同签订条约不利于公司经营发展的风险。经销合同与代运营合同一般每年签订一次，合同能否续签以及合同条款是否有利于公司将直接影响公司未来的经营业绩。合作品牌商是否选择与公司续签取决于合作品牌商对于公司服务的满意程度、对于公司报价的接受能力以及品牌商自身业务拓展的意愿。

公司现有合作品牌商较为集中，对于单一品牌商的依赖性较强，存在重大客户流失的风险。尽管公司与品牌商建立了长久深入的业务合作关系，不排除品牌商未来放弃选择公司作为电子商务服务提供商的可能性。报告期公司合作品牌商的多元性不强，未来如果公司未能及时拓展新的品牌商合作客户，公司将面临客户流失风险，公司的经营业绩将受到威胁。

#### **（六）行业内市场竞争风险**

基于电子商务服务行业良好的市场前景与较低的进入门槛，当前行业内高度竞争，行业竞争格局未来将更趋激烈。过度竞争的市场环境可能导致公司议价能力下降、利润空间收窄、市场份额缩小，公司将面临合作品牌商流失、经营业绩恶化和经营发展迟滞的风险。公司的主要竞争者包括第三方电子服务平台、其他电子商务服务商以及来自其他行业和其他国家的电子商务服务商。

基于第三方平台的寡头垄断格局以及第三方平台直接向品牌商提供平台服务的先天优势，存在第三方平台直接向品牌商提供电子商务服务的可能，且该种势头已逐渐显现。第三方平台服务商通过向品牌商提供免费的电子商务软件，从而帮助品牌商实现线上业务运营与管理，进而攫取电子商务服务商的市场份额。对于行业内其他电子商务服务商，则一般通过采取更加激进的定价策略、提供更具吸引力的营销策略、更加高效的

满足客户需求以及提升资本实力来抢占市场份额。此外，公司仍将面临来自其他行业或其他国家的行业竞争者。如果公司无法应对高度竞争的市场环境，顺应行业发展提升自身核心竞争力，公司的经营业绩将面临较大的不确定性。

### **（七）公司经营亏损和经营活动现金流净额为负的风险**

基于公司存在营业成本大幅上升，营业收入增长迟滞等多重经营风险，尽管公司在报告期盈利能力大幅提升，营业收入、毛利率等多项财务指标均出现较大增长，未来公司的持续盈利能力依然存在不确定性。2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月公司净利润分别为-3,096,077.69 元，3,452,023.83 元和 2,571,864.59 元，2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月公司经营活动现金流净额分别为-2,834,451.53 元，-19,366,792.12 元和 770,450.85 元，公司未来依然存在经营亏损的风险。

随着第三方平台寡头垄断的竞争格局加剧，第三方平台有大幅提升平台佣金、直通车费用和钻展等费用的可能性。此外，公司的业务规模逐年上升，为应对业务规模的扩张，公司的成本投入也呈上升趋势。如果公司无法提升营业收入或将营业成本的上升控制在盈利范围之内，公司的盈利能力将存在较大不确定性。

# 目录

声明.....	2
重大事项提示.....	3
(一) 宏观经济波动风险.....	3
(二) 电子商务行业风险.....	3
(三) 品牌商自主掌握线上营销核心竞争力的风险.....	3
(四) 规模较小、抵御市场风险能力存在不足的风险.....	4
(五) 已有合作品牌商流失以及无法拓展新品牌商客户的风险.....	4
(六) 行业内市场竞争风险.....	4
(七) 公司经营亏损和经营活动现金流净额为负的风险.....	5
目录.....	1
释 义.....	5
第一节 基本情况.....	8
一、公司简要情况.....	8
二、股票挂牌情况.....	9
(一) 股票挂牌基本情况.....	9
(二) 股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺.....	9
三、公司股权结构及股东基本情况.....	10
(一) 公司股权结构.....	10
(二) 主要股东的基本情况.....	11
(三) 公司历史沿革.....	13
(四) 公司重大资产重组情况.....	18
(五) 公司董事、监事、高级管理人员.....	18
(六) 最近两年一期主要财务数据和财务指标.....	21
(七) 与本次挂牌有关的机构.....	23
第二节 公司业务.....	25
一、业务情况.....	25
(一) 主营业务.....	25
(二) 公司的主要服务.....	26
(三) 公司内部组织结构与职能.....	29
(四) 主要服务流程及方式.....	31
二、公司的关键资源要素.....	37
(一) 公司的主要经营资质.....	37
(二) 公司主要服务的技术水平.....	37
(三) 员工情况.....	38
(四) 互联网域名使用权.....	39
(五) 主要固定资产.....	39
三、业务收入的主要构成、主要客户及供应商情况.....	40
(一) 业务收入的主要构成.....	40
(二) 报告期内公司前五名客户销售情况.....	40
(三) 报告期内公司前五名供应商采购情况.....	40

(四) 公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司 5% 以上股份的股东在前五大供应商或客户中所占的权益情况 .....	42
四、重大合同 .....	42
(一) 采购合同 .....	42
(二) 销售合同 .....	43
五、公司商业模式 .....	44
(一) 采购模式 .....	44
(二) 销售模式 .....	44
(三) 盈利模式 .....	48
六、公司所处行业基本情况 .....	48
(一) 公司所处行业基本概况 .....	48
(二) 行业管理体制 .....	54
(三) 行业竞争格局 .....	57
(四) 行业发展趋势 .....	58
(五) 影响行业发展的因素 .....	65
七、公司的主要竞争状况 .....	67
(一) 公司的竞争优势 .....	67
(二) 公司的竞争劣势 .....	71
(三) 公司采取的竞争策略和应对措施 .....	71
<b>第三节 公司治理 .....</b>	<b>75</b>
一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况 .....	75
二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果 .....	75
三、公司及控股股东、实际控制人最近两年一期的违法违规情况 .....	76
四、公司的独立性 .....	76
(一) 业务的独立性 .....	76
(二) 资产的独立性 .....	77
(三) 人员的独立性 .....	77
(四) 财务的独立性 .....	77
(五) 机构的独立性 .....	77
五、同业竞争情况 .....	78
六、最近两年一期资金占用、违规担保的情况 .....	79
(一) 关联方资金占用情况 .....	79
(二) 公司为关联方担保的情况 .....	79
(三) 为防止关联方资金占用采取的措施 .....	79
七、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况 .....	79
(一) 董事、监事、高级管理人员持股情况 .....	79
(二) 董事、监事、高级管理人员兼职情况 .....	80
(三) 董事、监事、高级管理人员对外投资情况 .....	81
(四) 董事、监事、高级管理人员的其他相关情况 .....	81
(五) 董事、监事、高级管理人员近两年一期的变动情况 .....	82
<b>第四节 公司财务会计信息 .....</b>	<b>84</b>
一、审计意见 .....	84
二、财务报表 .....	84
(一) 合并财务报表范围 .....	84
(二) 最近两年及一期合并财务报表 .....	88
(三) 最近两年及一期母公司财务报表 .....	96
三、财务报表的编制基础 .....	104
(一) 编制基础 .....	104
(二) 持续经营 .....	104
四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计 .....	104

(一) 遵循企业会计准则的声明 .....	104
(二) 会计期间 .....	104
(三) 营业周期 .....	104
(四) 记账本位币 .....	105
(五) 记帐基础和计量属性 .....	105
(六) 同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法 .....	105
(七) 合并财务报表的编制方法 .....	106
(八) 现金等价物的确定标准 .....	107
(九) 外币业务核算方法 .....	107
(十) 金融工具 .....	108
(十一) 应收款项 .....	111
(十二) 存货核算方法 .....	112
(十三) 划分为持有待售资产 .....	112
(十四) 长期股权投资核算方法 .....	113
(十五) 固定资产计价和折旧方法 .....	116
(十六) 在建工程核算方法 .....	117
(十七) 无形资产计价和摊销方法 .....	117
(十八) 长期待摊费用 .....	118
(十九) 长期资产减值 .....	119
(二十) 借款费用资本化核算方法 .....	120
(二十一) 预计负债的确认标准和计量方法 .....	121
(二十二) 职工薪酬 .....	122
(二十三) 股份支付 .....	123
(二十四) 收入确认原则 .....	124
(二十五) 成本的归集、分配及结转方法 .....	125
(二十六) 政府补助 .....	125
(二十七) 递延所得税资产和递延所得税负债 .....	126
(二十八) 经营租赁 .....	127
(二十九) 终止经营 .....	127
(三十) 利润分配方法 .....	128
(三十一) 重要会计政策和会计估计的变更 .....	128
五、盈利能力和财务状况分析 .....	129
(一) 营业收入和营业成本构成及变动分析 .....	129
(二) 经营成果变动分析 .....	131
(三) 公司最近两年一期主要财务指标分析 .....	134
(四) 报告期内的期间费用情况 .....	137
(五) 重大投资收益和非经常性损益情况 .....	139
(六) 适用税率及主要财政税收优惠政策 .....	141
(七) 主要资产情况 .....	141
(八) 报告期内各期末的主要债务情况 .....	157
(九) 报告期内各期末的所有者权益情况 .....	165
六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况 .....	165
(一) 关联方及关联关系 .....	165
(二) 关联交易 .....	167
(三) 关联交易的公允性 .....	169
(四) 规范关联交易的制度安排及执行情况 .....	170
(五) 关于规范关联交易的承诺 .....	170
(六) 规范和减少关联交易的措施 .....	171
七、期后事项、或有事项及其他重要事项 .....	171
(一) 期后事项 .....	171
(二) 或有事项 .....	171
(三) 其他重要事项 .....	171
八、报告期内的资产评估情况 .....	172



九、股利分配政策及最近两年及一期的分配情况 .....	172
(一) 股利分配政策 .....	172
(二) 最近两年及一期股利分配情况 .....	172
(三) 公开转让后的股利分配政策 .....	172
十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况 .....	173
(一) 广州蓓苗网络科技有限公司 .....	173
(二) 广州酷宝儿网络科技有限公司 .....	173
(三) 炽望贸易(上海)有限公司 .....	174
(四) 深圳蓬蓬妈网络科技有限公司 .....	175
(五) 梦哒哒国际贸易有限公司 .....	175
(六) 恒美康(国际)有限公司 .....	176
(七) 宁波姿雅惠贸易有限公司 .....	176
(八) 莉莉买手(国际)贸易有限公司 .....	177
(九) 广州应龙网络科技有限公司 .....	177
十一、风险因素 .....	177
(一) 宏观经济波动风险 .....	178
(二) 电子商务行业风险 .....	179
(三) 品牌商自主掌握线上营销核心竞争力的风险 .....	180
(四) 公司合作品牌商经营恶化的风险 .....	181
(五) 已有合作品牌商流失以及无法拓展新品牌商客户的风险 .....	181
(六) 行业内市场竞争风险 .....	182
(七) 对聚美优品和天猫平台依赖的风险 .....	182
(八) 公司经营亏损和经营活动现金流净额为负的风险 .....	183
(九) 不当使用和披露消费者交易数据的风险 .....	183
(十) 人才流失的风险 .....	184
第五节 有关声明 .....	185
第六节 附件 .....	190

## 释 义

除非本文另有所指，下列词语具有的含义如下：

中国、我国、国内	指	中华人民共和国
公司、本公司、若羽臣、股份公司	指	广州若羽臣科技股份有限公司
若羽臣有限、有限公司	指	广州若羽臣信息科技有限公司，原为广州若羽臣贸易有限公司
股东大会	指	广州若羽臣科技股份有限公司股东大会
董事或董事会	指	广州若羽臣科技股份有限公司董事或董事会
监事或监事会	指	广州若羽臣科技股份有限公司监事或监事会
公司章程	指	现行的《广州若羽臣科技股份有限公司章程》
公司实际控制人	指	王玉、王文慧夫妇
发光体	指	广州发光体投资管理合伙企业（有限合伙）
朗姿	指	朗姿股份有限公司
晨晖盛景	指	宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）
广州蓓茁	指	广州蓓茁网络科技有限公司，原为广州若羽亨商贸有限公司
广州酷宝儿	指	广州酷宝儿网络科技有限公司
上海炽望贸易	指	炽望贸易（上海）有限公司
深圳蓬蓬妈	指	深圳蓬蓬妈网络科技有限公司
梦哒哒	指	梦哒哒国际贸易有限公司
恒美康	指	恒美康（国际）有限公司
宁波姿雅惠	指	宁波姿雅惠贸易有限公司
广州大可	指	广州大可营销策划有限公司
杭州卓育	指	杭州卓育信息科技有限公司
莉莉买手	指	莉莉买手（国际）贸易有限公司
中国证监会、证监会	指	中国证券监督管理委员会
股转公司	指	全国中小企业股份转让系统有限责任公司
新三板	指	全国中小企业股份转让系统
《公司法》	指	《中华人民共和国公司法》
《证券法》	指	《中华人民共和国证券法》
《业务规则》	指	《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》
元、万元	指	人民币元、人民币万元
报告期、两年一期	指	2013年度、2014年度、2015年1-5月
广发证券、推荐主办券商	指	广发证券股份有限公司
律师、挂牌人律师、中伦	指	北京市中伦（广州）律师事务所
会计师、挂牌人会计师、正中珠江	指	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）

资产评估师、挂牌人评估机构、广东联信	指	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
数据魔方	指	淘宝官方出品的数据产品，主要提供行业数据分析，店铺数据分析，包含品牌、店铺、产品的排行榜，购买人群的特征
直通车	指	是为专职淘宝卖家量身定制的，按点击付费的效果营销工具，淘宝直通车推广原理是根据宝贝设置的关键词进行排名展示，按点击进行扣费
钻展	指	是淘宝网图片类广告位竞价投放平台，是为淘宝卖家提供了一种营销工具。钻石展位依靠图片创意吸引买家点击，获取巨大流量
钻展计划消耗的黄金比例	指	钻石展位投放计划会有计划投放额和实际花费额，实际花费额占比计划投放额 80%即为钻展计划消耗的黄金比例，保证人群投放出价刚好处在能获得流量的临界出价上
达摩盘	指	阿里妈妈基于商业化场景打造的数据管理合作平台，拥有消费行为、兴趣偏好、地理位置等众多数据标签。推广需求方通过达摩盘可以实现各类人群的洞察与分析，潜力客户的挖掘；通过标签市场快速圈定目标人群，建立个性化的用户细分和精准营销；通过第三方服务应用市场，解决个性化的营销需求
广效宝	指	广效宝通过跟踪第三方广告平台进行流量引入的淘宝店铺主，帮助他们分析这些广告的淘内转化效果。
跨境电商	指	分属不同关境的交易主体，通过电子商务平台达成交易、进行支付结算，并通过跨境物流送达商品、完成交易的国际商业活动
艾瑞咨询	指	艾瑞咨询集团（iResearch），成立于 2002 年，拥有我国第一家网络经济领域研究咨询网站，现已为国内权威的电子商务行业数据和研究咨询来源之一
ROI	指	投资回报率，是指通过投资而应返回的价值，即企业从一项投资活动中得到的经济回报
RFM	指	<b>Recency</b> （最近一次消费）、 <b>Frequency</b> （消费频率）、 <b>Monetary</b> （消费金额）。 <b>RFM</b> 模型是衡量客户价值和客户创利能力的重要工具和手段，该模型通过一个客户的近期购买行为、购买的总体频率以及花了多少钱三项指标来描述该客户的价值状况
CRM	指	利用信息科学技术，实现市场营销、销售、服务等活动自动化，使企业能更高效地为客户提供满意、周到的服务，以提高客户满意度、忠诚度为目的的一种管理经营方式
SEO	指	<b>Search Engine Optimization</b> ，中文译为搜索引擎优化，是指从自然搜索结果获得网站流量的技术和过程
SEM	指	<b>Search Engine Marketing</b> ，中文译为搜索引擎营销，基本思想是让用户发现信息，并通过搜索引擎搜索点击进入网站或网页进一步了解所需要的信息
SNS	指	<b>Social Network Site</b> ，社交网，呈现为一种交互形态
DM	指	<b>Direct Mail</b> ，将产品或服务的信息制作成具有个性化的广告，根据数据库的分类数据，通过邮件直接送达目标客户家中，还包括直接送达目标客户的公告、海报、返券、礼券册、宣传册、样品和其他可以提高客户对企业产品认识的材料等
EDM	指	<b>Email Direct Marketing</b> ，指 Email 营销、电子邮件营销

本公开转让说明书中任何表格中若出现总数与表格所列数值总和不符，均为

采用四舍五入所致。

## 第一节 基本情况

### 一、公司简要情况

- 1、中文名称：广州若羽臣科技股份有限公司
- 2、英文名称：Guangzhou Ruoyuchen Technology Co., Ltd.
- 3、法定代表人：王玉
- 4、有限公司成立日期：2011年5月10日
- 5、股份公司成立日期：2015年7月21日
- 6、注册资本：7,500万元
- 7、住所：广州市黄埔区广新路680号501房
- 8、邮编：510725
- 9、信息披露事务负责人：杨晓宇
- 10、电话：020-22198215
- 11、传真：020-22198999-801
- 12、互联网网址：[www.gzruoyuchen.com](http://www.gzruoyuchen.com)

13、所属行业：根据《上市公司行业分类指引》（2012年修订），公司所属行业为“互联网和相关服务（I64）”。

根据《国民经济行业分类》（GB T4754—2011），公司所属行业为“信息传输、软件和信息技术服务业（I）”中的“互联网和相关服务（I64）”。

按照《挂牌公司管理型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“I64 互联网和相关服务”；按照《挂牌公司投资型行业分类指引》的分类标准，公司所处行业为“1314 零售业”。

14、经营范围：信息电子技术服务；计算机技术开发、技术服务；化妆品及卫生用品零售；网络技术的研究、开发；信息技术咨询服务；化妆品及卫生用品批发；商品信息咨询服务；婴儿用品零售；婴儿用品批发；体育用品及器材批发；日用

家电设备零售；文具用品批发；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口。

15、主营业务：作为全球品牌电子商务综合服务商，通过品牌和产品形象重塑以及精细化运营，为品牌客户提供互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储配送等全方位电子商务综合服务。

16、组织机构代码：57403035-6

## 二、股票挂牌情况

### （一）股票挂牌基本情况

股票代码	
股票简称	若羽臣
股票种类	人民币普通股
每股面值	人民币 1.00 元
股票总量	7,500 万股
转让方式	协议转让
挂牌日期	年 月 日
主办券商	广发证券股份有限公司

### （二）股东所持股份的限售安排及股东对所持股份自愿锁定的承诺

《公司法》第一百四十二条规定：“发起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年内不得转让。公司董事、监事、高级管理人员应当向公司申报所持有的本公司的股份及其变动情况，在任职期间每年转让的股份不得超过其所持有本公司股份总数的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年内不得转让。上述人员离职后半年内，不得转让其所持有的本公司股份。公司章程可以对公司董事、监事、高级管理人员转让其所持有的本公司股份做出其他限制性规定”。

《全国中小企业股份转让系统业务规则（试行）》第 2.8 条规定：“挂牌公司控股股东及实际控制人在挂牌前直接或间接持有的股票分三批解除转让限制，每批解除转让限制的数量均为其挂牌前所持股票的三分之一，解除转让限制的时间分别为挂牌之日、挂牌期满一年和两年”、“挂牌前十二个月以内控股股东及实际控制人直接或间接持有的股票进行过转让的，该股票的管理按照前款规定执行，主办券商为开展做市业务取得的做市初始库存股票除外”。

截至本公开转让说明书签署之日，公司整体变更为股份公司未满一年，因此公司全体股东无可挂牌转让的股票。公司现有股东持股情况及第一批进入全国中小企业股份转让系统的股份具体情况如下：

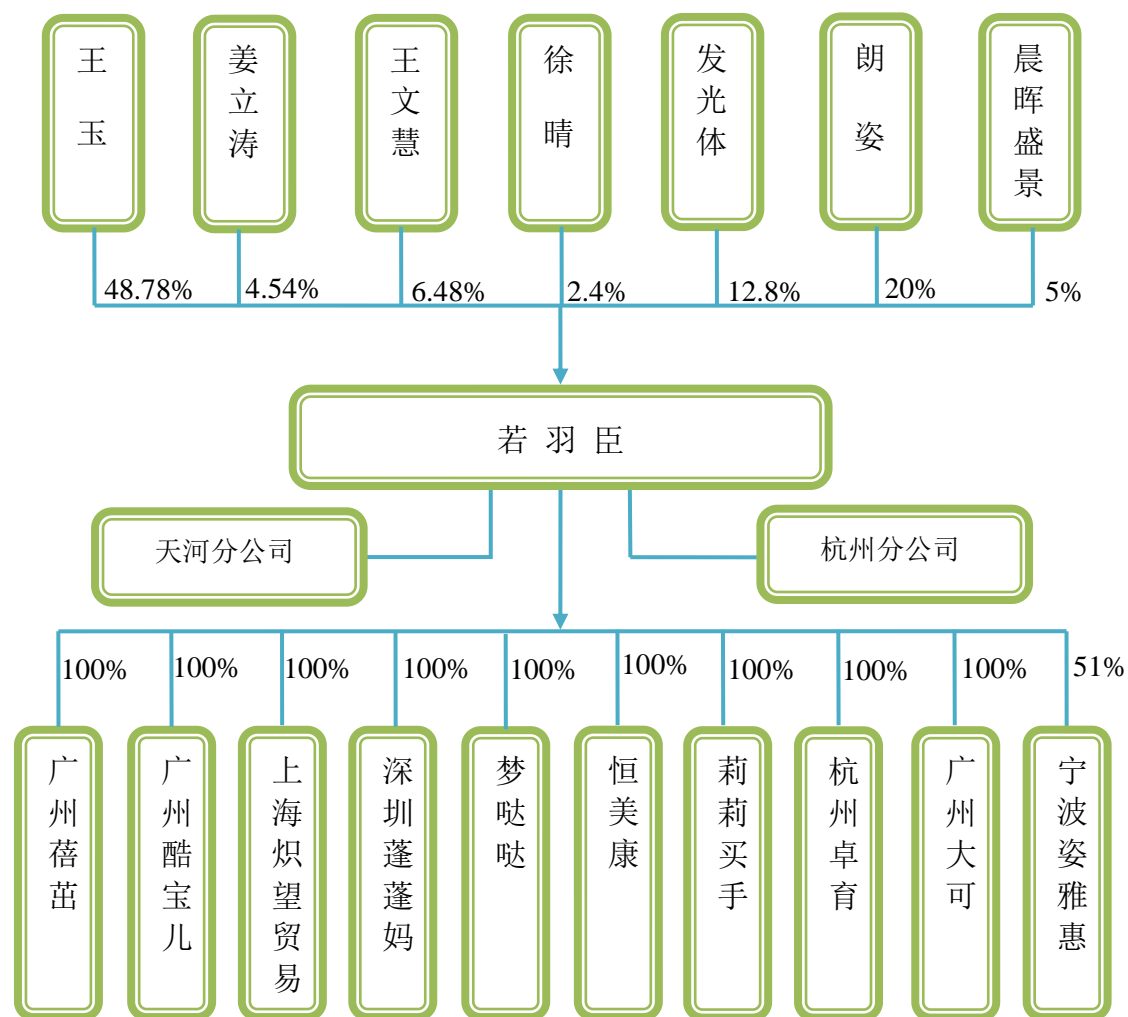
序号	股东名称	股东在公司的任职情况	持股数量 (股)	本次可转让股 份数量(股)
1	王玉	董事长、总经理	36,588,000.00	0.00
2	姜立涛	董事、副总经理	3,402,000.00	0.00
3	王文慧	-	4,860,000.00	0.00
4	徐晴	董事、副总经理	1,800,000.00	0.00
5	发光体	-	9,600,000.00	0.00
6	朗姿	-	15,000,000.00	0.00
7	晨晖盛景	-	3,750,000.00	0.00
合计			<b>75,000,000.00</b>	<b>0.00</b>

除上述情况外，公司全体股东所持股份均无冻结、质押或其他转让限制情况。

### 三、公司股权结构及股东基本情况

#### (一) 公司股权结构

截至本公开转让说明书签署之日，公司的股权结构如下图所示：



注：截至 2015 年 5 月 31 日，广州应龙网络科技有限公司系公司全资子公司，未缴纳注册资本且未开展任何实际业务，并于 2015 年 7 月 23 日办理完注销手续。

公司全体股东合计持有公司股份 7,500 万股，截至本公开转让说明书签署之日，上述股东持有的公司股份不存在质押或其他有争议的情况。

## (二) 主要股东的基本情况

### 1、控股股东、实际控制人的基本情况

王玉为本公司的控股股东，王玉、王文慧夫妇为本公司的实际控制人，王玉任公司董事长兼总经理，王文慧为公司股东，目前未担任公司高管。本次挂牌前，王玉直接持有公司股份 3,658.80 万股，占公司股本总额的 48.78%；王文慧直接持有公司股份 486.00 万股，占公司股本总额的 6.48%。此外，王玉、王文慧夫妇还通过发光体间接持有公司 12.80% 股权，王玉、王文慧夫妇直接和间接持有公司合计 68.06% 股权，为公司的实际控制人。



报告期内，公司的控股股东、实际控制人未发生变化。

王玉简历，见本节说明书之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”。

王文慧，女，1985年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2007年毕业于南昌大学播音主持专业；2007年8月至2009年10月在中国移动华南营销中心负责大客户关系管理；2011年5月至2013年12月任若羽臣有限副总经理；2011年5月至2015年7月任若羽臣有限监事。

## 2、前十名股东及持有5%以上股份股东的持股情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司前十名股东及持有5%以上股份股东的持股情况如下：

序号	股东姓名/名称	直接持股数量(万股)	持股比例(%)	股东性质	是否存在质押或其他争议事项
1	王玉	3,658.80	48.78	自然人	否
2	姜立涛	340.20	4.54	自然人	否
3	王文慧	486.00	6.48	自然人	否
4	徐晴	180.00	2.40	自然人	否
5	发光体	960.00	12.80	合伙企业	否
6	朗姿	1,500.00	20.00	法人	否
7	晨晖盛景	375.00	5.00	合伙企业	否
合计		<b>7,500.00</b>	<b>100.00</b>	-	-

## 3、公司现有股东之间的关联关系

### （1）亲属关系

股东王玉与王文慧为夫妻关系，除此之外，自然人股东之间不存在配偶关系及三代以内直系或旁系亲属关系。

### （2）其他关联关系

发光体拟为公司股权激励平台，持有公司12.80%股份。截至本公开转让说明书签署之日，发光体的股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	出资额(万元)	出资比例(%)	合伙人类别	在发光体的职务
1	王玉	158.40	99.00	普通合伙人	执行事务合伙人
2	王文慧	1.60	1.00	有限合伙人	-
合计		<b>160.00</b>	<b>100.00</b>	-	-

### （三）公司历史沿革

#### 1、2011年5月若羽臣有限设立

若羽臣有限于2011年5月10日成立，注册资本为10万元。其中王玉与王文慧各认缴出资5万元，分别占注册资本的50%。注册地址为广州市天河区中山大道中车陂大岗工业区第一栋三楼305房（仅限办公用），法定代表人为王玉，经营范围为“批发和零售贸易（国家专营专控项目除外）”。

2011年4月28日广州鑫林会计师事务所对王玉、王文慧夫妇首期缴纳的货币出资各5万元，共计10万元进行了审验，并出具了《验资报告》（鑫林验字【2011】第A04-100号）对上述出资情况进行确认。

2011年5月10日，若羽臣有限领取了《企业法人营业执照》（注册号：440106000424078）。设立时股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	王玉	5.00	5.00	50.00
2	王文慧	5.00	5.00	50.00
合计		10.00	10.00	100.00

#### 2、2012年7月，若羽臣有限变更名称

2012年7月22日，若羽臣有限召开股东会并通过决议，同意将公司名称变更为“广州若羽臣信息科技有限公司”。2012年7月30日，广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。

#### 3、2012年10月，若羽臣有限第一次增资

2012年10月8日，若羽臣有限召开股东会并通过决议，同意公司实收资本由10万元增加至100万元，新增资本90万元由王玉以货币认缴。2012年10月10日，广州市永正有限责任会计师事务所对王玉的本次货币出资90万元进行了审验，并出具了《验资报告》（永正验字【2012】ZGD037号）对上述出资情况进行了确认。

2012年10月16日，广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记

并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。本次变更后，若羽臣有限股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	王玉	95.00	95.00	95.00
2	王文慧	5.00	5.00	5.00
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

#### 4、2014年3月，若羽臣有限第一次股权转让

2014年3月3日，若羽臣有限股东会作出决议，同意王玉将其所持若羽臣有限股权中10%股权（对应10万元出资额）以10万元的价格转让给姜立涛。同日，王玉与姜立涛签订了《股权转让出资合同书》。

2014年3月11日，广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。本次股权转让出资后，若羽臣有限股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	认缴出资额（万元）	实缴出资额（万元）	出资比例（%）
1	王玉	85.00	85.00	85.00
2	姜立涛	10.00	10.00	10.00
3	王文慧	5.00	5.00	5.00
合计		<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

#### 5、2014年10月，若羽臣有限第二次增资

2014年9月28日，若羽臣有限召开股东会并通过决议，同意公司实收资本由100万元增至1,000万元，同意王玉认缴800万元（对应占80%股权），姜立涛认缴100万元（对应占10%股权），王文慧认缴100万元（对应占10%股权）。

2014年10月14日广州瑞兴会计师事务所（普通合伙）对新增注册资本900万元以及新增实收资本400万元进行了审验，其中王玉、王文慧、姜立涛分别以货币实缴出资315万元、45万元、40万元，并出具了《验资报告》（瑞兴验字【2014】A047号）对上述出资事项予以确认。

截至2014年12月25日，若羽臣有限收到全体股东缴纳的新增实收资本500万元，其中王玉、王文慧、姜立涛分别以货币实缴出资400万元、50万元、50万元，实收资本变更为1,000万元。2014年12月31日广州瑞兴会计师事务所（普

通合伙)出具了《验资报告》(瑞兴验字【2014】A063号)对上述出资事项予以确认。

2014年10月9日,广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。本次增资后,若羽臣有限股权结构如下:

序号	股东姓名/名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王玉	800.00	80.00
2	姜立涛	100.00	10.00
3	王文慧	100.00	10.00
合计		<b>1,000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 6、2015年5月,若羽臣有限第二次股权转让

2015年5月6日,若羽臣有限召开股东会并通过决议,同意王玉将其所持若羽臣有限股权中9.77%和3%股权(分别对应97.7万元和30万元的出资额)分别以97.7万元、30万元的价格转让给发光体和徐晴;同意王文慧将其所持若羽臣有限股权中1.9%股权(对应19万元出资额)以19万元的价格转让给发光体;同意姜立涛将其所持若羽臣有限股权中4.33%股权(对应43.3万元出资额)以43.3万元的价格转让给发光体。同日,王玉、王文慧、姜立涛与发光体签署了《股权转让出资合同书》,王玉与徐晴签署了《股权转让出资合同书》。

2015年5月8日,广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。本次变更后,若羽臣有限股权结构如下:

序号	股东姓名/名称	出资额(万元)	出资比例(%)
1	王玉	672.30	67.23
2	姜立涛	56.70	5.67
3	王文慧	81.00	8.10
4	徐晴	30.00	3.00
5	发光体	160.00	16.00
合计		<b>1000.00</b>	<b>100.00</b>

#### 7、2015年5月,若羽臣有限第三次增资以及第三次股权转让

2015年5月28日,若羽臣有限召开股东会并通过决议,同意公司实收资本

由 1,000 万元增至 1,250 万元，新增资本分别由新增法人股东朗姿以货币 11,000 万元认缴，其中 250 万元计入注册资本，剩余 10,750 万元计入资本公积。同时，同意王玉将公司本次增资后持有若羽臣有限股权中 5% 的股权（对应注册资本出资额 62.5 万元）转让给晨晖盛景，晨晖盛景为私募股权投资基金，已于 2015 年 7 月 9 日在中国证券投资基金业协会私募基金登记备案系统进行了私募基金备案。

若羽臣有限及其股东王玉、王文慧、姜立涛与朗姿签署了《关于广州若羽臣信息科技有限公司的增资协议》。根据协议的约定，各方同意并确认公司业绩承诺期间为 2015 年、2016 年及 2017 年三个完整会计年度。原股东以连带方式承诺公司于业绩承诺期间应达到的净利润如下：（1）2015 年度承诺净利润不低于 3,500 万元（含本数）；（2）2016 年度承诺净利润不低于 4,550 万元（含本数）；（3）2017 年年度承诺净利润不低于 5,460 万元（含本数）。允许存在不超过 10%（含本数）的误差，在该误差调整范围内不触发估值调整机制的适用。公司原股东同意，根据公司于业绩承诺期间的实际净利润情况对估值进行以下调整：（1）如 2015 年度实际净利润未达到当年承诺净利润即经误差调整后的 3,150 万元（不含本数），则朗姿有权按照 2015 年度实际净利润的投前 12.57 倍调整投资金额或投资比例；（2）如 2016 年度实际净利润未达到当年承诺净利润即经误差调整后的 4,095 万元（不含本数），则朗姿有权按照 2016 年实际净利润的投前 9.67 倍调整投资额或持股比例；及（3）如 2017 年度实际净利润未达到当年承诺净利润，则原股东按照 2017 年实际净利润与当年承诺净利润 5,460 万的差额与朗姿届时持有股份比例之乘积补偿朗姿投资金额；（4）上述股权比例和投资额的调整以及现金补偿应于当年度审计报告出具后【30】个工作日内一次性进行股权比例调整或以现金方式支付至朗姿的指定账户。

《增资协议》同时约定，如届时公司拟进行 IPO，朗姿同意于提请 IPO 申报前中止本协议“业绩承诺及估值调整”条款的约定；如公司 IPO 成功，则上述条款自始失效。根据《增资协议》的释义条款，该协议中的“IPO”是指“中国境内外首次公开发行及上市，包括在全国中小企业股份转让系统挂牌”。朗姿已依据《增资协议》的约定，出具声明函，同意于 2015 年 7 月 22 日起，中止上述“业绩承诺及估值调整”条款，挂牌成功，则上述条款自始失效。

2015年5月26日，王玉与晨晖盛景签署了《股权转让协议》。

2015年5月28日，广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）对朗姿的货币出资共计11,000万元进行了审验，其中250万元作为若羽臣有限注册资本，余额10,750万元作为若羽臣有限资本公积，并出具了《验资报告》（广会验字【2015】G15002030028号）对上述出资情况予以确认。

2015年5月28日，广州市工商行政管理局天河分局核准了本次变更登记并向若羽臣有限换发了新的《企业法人营业执照》。本次变更后，若羽臣有限股权结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	王玉	609.80	48.78
2	姜立涛	56.70	4.54
3	王文慧	81.00	6.48
4	徐晴	30.00	2.40
5	发光体	160.00	12.80
6	朗姿	250.00	20.00
7	晨晖盛景	62.50	5.00
合计		1,250.00	100.00

#### 8、2015年7月，若羽臣有限整体变更

2015年7月3日，若羽臣有限股东会作出决议，将若羽臣有限整体变更为股份公司。2015年7月8日，发起人王玉、姜立涛、王文慧、徐晴、发光体、朗姿、晨晖盛景共计7名股东共同签署了《广州若羽臣科技股份有限公司发起人协议书》。同日，经公司创立大会暨第一次股东大会批准，以截至2015年5月31日经正中珠江审计的净资产129,011,901.22元，按1.7202:1的比例折合股份总额75,000,000.00股，全部为普通股，每股面值人民币1元，股份公司注册资本为人民币75,000,000.00元，超出注册资本部分54,011,901.22元转入资本公积。各发起人按照各自在若羽臣有限的出资比例确定对股份公司的持股比例。

2015年7月3日，广东联信出具了联信（证）评报字[2015]第A0299号《评估报告书》，经评估，若羽臣有限截至2015年5月31日之净资产为139,222,959.94元。

2015年7月8日，广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）出具了《验

资报告》（广会验字[2015]G15002030040 号），对股份公司的出资情况进行审验。

2015 年 7 月 21 日，公司在广州市工商行政管理局注册登记，并领取了注册号为 440106000424078 的《企业法人营业执照》。

本次整体变更后，公司股本结构如下：

序号	股东姓名/名称	持股数量（万股）	持股比例（%）
1	王玉	3,658.80	48.78
2	姜立涛	340.20	4.54
3	王文慧	486.00	6.48
4	徐晴	180.00	2.40
5	发光体	960.00	12.80
6	朗姿	1,500.00	20.00
7	晨晖盛景	375.00	5.00
合 计		<b>7,500.00</b>	<b>100.00</b>

#### （四）公司重大资产重组情况

截至本公开转让说明书签署之日，公司不存在重大资产重组情况。

#### （五）公司董事、监事、高级管理人员

##### 1、董事

公司共有董事 5 名，任期 3 年，任期届满可连选连任：

序号	姓名	职位	任期
1	王玉	董事长、总经理	3 年
2	申东日	董事	3 年
3	姜立涛	董事、副总经理	3 年
4	徐晴	董事、副总经理	3 年
5	高元鑫	董事、副总经理	3 年

王玉，男，1985 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2007 年就读江西财经大学期间创办校园区域 B2C 平台“爱购网”；2009 年开始组建团队至广州创业；2011 年 5 月至 2015 年 5 月任若羽臣有限执行董事兼总经理；2015 年 5 月至 2015 年 7 月任若羽臣有限董事长兼总经理；2015 年 7 月至今任公司董事长、总经理。

申东日，男，1972 年出生，中国国籍，无境外永久居留权，本科学历，长

江商学院 EMBA。朗姿创始人，2007 年 1 月至今任朗姿董事长；2015 年 7 月至今任若羽臣董事。目前兼任西藏哗叽服饰有限公司、朗姿国际贸易有限公司和朗姿(韩国)有限公司执行董事、法定代表人，北京朗姿服饰有限公司、北京卓可服装有限公司和北京莱茵服装有限公司董事长、法定代表人，阿卡邦株式会社会长、法定代表人，北京市人大代表，北京青年企业家协会常务理事，北京服装纺织行业协会副会长。

**姜立涛**，男，1960 年出生，中国国籍，无境外居留权，大专学历。2001 年 2 月至 2005 年 6 月任北京华旅信通科技发展有限责任公司 CEO；2008 年 11 月至 2009 年 12 月任上海花瓣雨滴网络科技有限公司(中国 C2C 第一店-柠檬绿茶)常务副总裁；2009 年 12 月至 2012 年 2 月任上海佳弋电子商务有限公司副总裁；2012 年 3 月至 2014 年 2 月任广州科玛生物科技股份有限公司副总裁；2014 年 2 月至 2015 年 7 月任若羽臣有限副总经理；2015 年 7 月至今任公司董事兼副总经理。目前兼任广州酷宝儿监事、上海炽望贸易监事、深圳蓬蓬妈监事。

**徐晴**，女，1988 年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2012 年 2 月至 2013 年 5 月任若羽臣有限项目经理；2013 年 6 月至 2014 年 6 月任若羽臣有限运营经理；2014 年 7 月至 2015 年 3 月任若羽臣有限任商务拓展中心总监；2015 年 4 月至 2015 年 7 月任若羽臣有限副总经理；2015 年 7 月至今任公司董事、副总经理。目前兼任上海炽望贸易执行董事。

**高元鑫**，男，1983 年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2006 年 6 月至 2007 年 9 月任华润万家超市有限公司助理采购经理；2007 年 12 月至 2014 年 4 月历任天猫商城经理、总监，负责天猫食品家居行业、母婴行业，天猫电器城、天猫超市以及丽人购网站的创始核心成员之一；2015 年 5 月至 2015 年 7 月任若羽臣有限副总经理；2015 年 7 月至今任公司董事、副总经理，目前兼任杭州卓育执行董事、总经理。

## 2、监事

公司共有监事 3 名，其中股东代表监事 1 名，职工代表监事 2 名。监事任期 3 年，任期届满可连选连任：

序号	姓名	职位	任期
1	晏小平	监事会主席	3 年



2	晏卉	监事	3年
3	胡冬根	监事	3年

**晏小平**，男，1968年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历，入选2011年中国创业投资家10强。2007年3月至2012年4月任深圳市达晨创业投资有限公司合伙人；2012年5月至2015年4月任鼎晖投资基金管理公司高级合伙人；2015年5月至今任晨晖盛景CEO；2015年7月至今任公司监事会主席。目前兼任河南四方达超硬材料股份有限公司董事、北京龙软科技股份有限公司董事。

**晏卉**，女，1988年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2012年1月至2012年7月任李锦记集团中国无限极有限公司社会责任主任；2012年7月至2015年2月任中国南方航空股份有限公司非航合作项目经理；2015年3月至2015年7月任若羽臣有限公关总监；2015年7月至今任公司监事、公关总监。

**胡冬根**，男，1985年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2008年3月至2010年5月任北京金T高尔夫俱乐部教学总监；2010年6月至2014年2月任北京金梯体育文化发展有限公司总经理；2015年3月至2015年7月任若羽臣有限总经理助理；2015年7月至今任公司监事。目前兼任深圳蓬蓬妈执行董事、总经理，宁波姿雅惠贸易有限公司执行董事、总经理，广州大可营销策划有限公司执行董事、总经理，梦哒哒国际贸易有限公司董事，恒美康（国际）有限公司董事，莉莉买手（国际）贸易有限公司董事，杭州卓育信息科技有限公司监事。

### 3、高级管理人员

公司共有高级管理人员6名，基本情况如下：

序号	姓名	职位	任期
1	王玉	董事长、总经理	3年
2	姜立涛	董事、副总经理	3年
3	徐晴	董事、副总经理	3年
4	高元鑫	董事、副总经理	3年
5	杨晓宇	副总经理、董事会秘书	3年
6	罗志青	财务总监	3年

**王玉**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**姜立涛**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”

之“1、董事”的基本情况。

**徐晴**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**高元鑫**，相关情况详见本节之“三、（五）公司董事、监事、高级管理人员”之“1、董事”的基本情况。

**杨晓宇**，女，1984年出生，中国国籍，无境外居留权，硕士学历。2009年7月至2010年3月任新通国际咨询顾问；2010年4月至2013年4月任胜达集团董事会秘书；2013年8月至2014年11月任杰凡尼服装股份有限公司证券事务代表；2014年11月至2015年7月任若羽臣有限副总经理；2015年7月至今任公司董事会秘书、副总经理。

**罗志青**，女，1983年出生，中国国籍，无境外居留权，本科学历。2006年9月至2010年7月任广州联悦信息科技有限公司财务经理；2010年10月至2012年12月任广州库巴电子科技有限公司华南区财务经理；2012年12月至2015年7月任若羽臣有限高级财务经理；2015年7月至今任公司财务总监。

## （六）最近两年一期主要财务数据和财务指标

公司最近两年一期的财务报告已经广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）审计，并出具了标准无保留意见的广会审字【2015】G15002030051号《审计报告》。公司主要财务数据及财务指标如下：

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
资产总计（元）	157,727,202.54	49,276,969.90	16,522,383.70
所有者权益合计（元）	127,758,289.08	10,931,424.49	-1,520,599.34
归属于申请挂牌公司的所有者权益合计（元）	127,758,289.08	10,931,424.49	-1,520,599.34
每股净资产（元）	10.22	1.09	-1.52
归属于申请挂牌公司股东的每股净资产（元）	10.22	1.09	-1.52
资产负债率（母公司）（%）	18.56	77.03	113.14
流动比率（倍）	5.08	1.15	0.86
速动比率（倍）	3.66	0.52	0.43
项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
营业收入（元）	48,785,860.06	112,230,016.44	34,793,295.48
净利润（元）	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69

归属于申请挂牌公司股东的净利润（元）	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
扣除非经常性损益后的净利润（元）	2,384,018.89	3,997,747.51	-2,700,950.91
归属于申请挂牌公司股东的扣除非经常性损益后的净利润（元）	2,384,018.89	3,997,747.51	-2,700,950.91
毛利率（%）	57.16	43.54	7.89
净资产收益率（%）	21.77	395.84	-
扣除非经常性损益后净资产收益率（%）	20.14	1,150.72	-
基本每股收益（元/股）	0.26	2.07	-3.10
稀释每股收益（元/股）	0.26	2.07	-3.10
应收帐款周转率（次）	5.51	23.12	72.31
存货周转率（次）	0.70	4.67	21.37
经营活动产生的现金流量净额（元）	770,450.85	-19,366,792.12	-2,834,451.53
每股经营活动产生的现金流量净额（元/股）	0.06	-1.94	-2.83

上述指标的计算公式如下：

毛利率=（营业收入-营业成本）/营业收入×100%

净资产收益率 =  $P_0 / (E_0 + NP/2 + E_i \times M_i/M_0 - E_j \times M_j/M_0 \pm E_k \times M_k/M_0)$

其中： $P_0$ 分别对应于归属于申请挂牌公司股东的净利润、扣除非经常性损益后归属于申请挂牌公司股东的净利润；NP为归属于公司普通股股东的净利润； $E_0$ 为归属于公司普通股股东的期初净资产； $E_i$ 为报告期发行新股或债转股等新增的、归属于公司普通股股东的净资产； $E_j$ 为报告期回购或现金分红等减少的、归属于公司普通股股东的净资产； $M_0$ 为报告期月份数； $M_i$ 为新增净资产次月起至报告期期末的累计月数； $M_j$ 为减少净资产次月起至报告期期末的累计月数； $E_k$ 为因其他交易或事项引起的、归属于公司普通股股东的净资产增减变动； $M_k$ 为发生其他净资产增减变动次月起至报告期期末的累计月数。

应收账款周转率（次）=营业收入/[（期初应收账款+期末应收账款）/2]

存货周转率（次）=营业成本/[（期初存货+期末存货）/2]

净资产收益率=净利润/加权平均净资产×100%

基本每股收益= $P_0/S$ ， $S=S_0+S_1+S_i \times M_i/M_0 - S_j \times M_j/M_0 - S_k$

稀释每股收益= $P_1 / (S_0 + S_1 + S_i \times M_i/M_0 - S_j \times M_j/M_0 - S_k + \text{认股权证、股份期权、可转换债券等增加的普通股加权平均数})$

其中： $P_0$ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于普

普通股股东的净利润； $P_1$ 为归属于公司普通股股东的净利润或扣除非经常性损益后归属于公司普通股股东的净利润，并考虑稀释性潜在普通股对其影响，按《企业会计准则》及有关规定进行调整； $S$ 为发行在外的普通股加权平均数； $S_0$ 为期初股份总数； $S_1$ 为报告期因公积金转增股本或股票股利分配等增加股份数； $S_i$ 为报告期因发行新股或债转股等增加股份数； $S_j$ 为报告期因回购等减少股份数； $S_k$ 为报告期缩股数； $M_0$ 报告期月份数； $M_1$ 为增加股份次月起至报告期期末的累计月数； $M_j$ 为减少股份次月起至报告期期末的累计月数。

每股经营活动产生现金流量净额=经营活动现金流量净额/期末股份总数

每股净资产=期末净资产/期末股份总数

资产负债率=负债总额/资产总额×100%

流动比率=流动资产/流动负债

速动比率=速动资产/流动负债

### （七）与本次挂牌有关的机构

1	主办券商:	广发证券股份有限公司
	法定代表人:	孙树明
	住所:	广州市天河区天河北路 183-187 号大都会广场 43 楼 (4301-4316 房)
	联系电话:	020-87555888 / 0755-88286964
	传真:	020-87553577 / 0755-82739761
	项目负责人:	陈鑫
	项目小组成员:	梁宏勇、王纯然、王德昌
2	律师事务所:	北京市中伦（广州）律师事务所
	单位负责人:	林泽军
	住所:	广州市天河区珠江新城华夏路 10 号富力中心 23 层
	联系电话:	8620-28261688
	传真:	8620-28261666
3	会计师事务所:	广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）
	单位负责人:	蒋洪峰
	住所:	广州市东风东路 555 号粤海集团大厦 10 楼一部
	联系电话:	020-83939698
	传真:	020-83800977
4	资产评估机构:	广东联信资产评估土地房地产估价有限公司
	法定代表人:	陈喜佟
	住所:	广州市越秀北路 222 号越良大厦 16 楼
	联系电话:	020-83642155
	传真:	020-83642103
	签字注册资产评估师:	潘赤戈、蔡可边

5	证券登记结算机构:	中国证券登记结算有限责任公司
	地址:	北京市西城区太平桥大街 17 号
	联系电话:	4008058058-3-6
	传真:	010-59378824
6	证券交易场所	全国中小企业股份转让系统
	法定代表人:	杨晓嘉
	住所	北京市西城区金融大街丁 26 号金阳大厦
	联系电话:	010-63889512
	传真:	010-63889514

## 第二节 公司业务

### 一、业务情况

#### （一）主营业务

公司作为全球品牌电子商务综合服务商，通过品牌和产品形象重塑以及精细化运营，为母婴、个护、美妆等来自全球的消费品品牌客户提供互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储配送等全方位电子商务综合服务。公司力图通过全链路电商服务和多渠道线上销售的方式实现品牌商品价值的重塑与提升，通过让顾客产生参与感、关怀感和归属感提升顾客的购物体验，公司不仅仅是电商服务商，更是品牌商的战略合作伙伴，消费者的心愿达成专家。公司的主营业务通过两种经营模式实现，即电子商务经销模式与电子商务品牌代运营模式，包括但不限于下图所示主要内容：



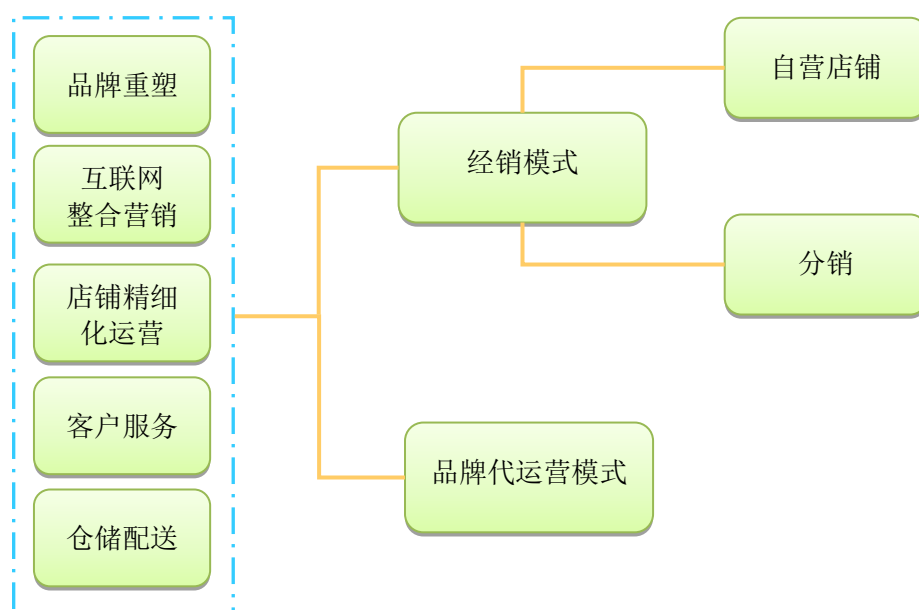
公司凭借敏锐的市场洞察力以及及时局把控能力，关注具有较强市场潜力和较高利润空间的母婴、个护和美妆等领域，并对该等细分领域形成了自己独特的见解和竞争优势，不仅帮助品牌商进行品牌重塑与战略战术落地，而且注重客户维护，形成了基于用户体验改进的客户数据库及服务体系。公司为品牌客户建立以天猫品牌旗舰店为核心，全网分销店铺和主流垂直电商网站供货销售的多层次品

牌营销网络，目前服务的国内外知名品牌包括知名奶粉品牌合生元/BIOSTIME、祛痘药妆品牌比度克/BeDOOK、德国婴幼儿洗护品牌哈罗闪/SANOSAN、意大利婴幼儿洗护品牌宝贝可可丽/Babycoccole、婴幼儿纸尿裤品牌ABC'sBB，少女卫生巾品牌飞/Free等。

公司经过多年的经验积累和竞争优势培育，形成了对细分市场敏锐的洞察能力，专业的品牌营销整合和设计策划能力，多渠道运营销售能力和电子商务市场快速应变能力。公司通过对目标用户行为数据的挖掘和分析，形成了独有的客户交互管理和精准营销手段，大大提升了品牌目标用户触达和转化的效率，从而实现品牌价值的最大化。公司打造了多项成功案例，形成了自身的品牌美誉度以及品牌影响力，并在 2015 年获得中国电子商务协会颁发的“2014-2015 年度电商创新成长奖——最佳电商代运营服务”、“2014-2015 年度电商创新成长奖——最佳网络营销服务”、广州电子商务行业协会颁发的“华南电商金标奖——最佳电商代运营”，公司历经多年积淀发展，已经成为品牌商可信赖的专业电商综合服务企业。

## （二）公司的主要服务

公司作为品牌商的战略合作伙伴，为品牌商提供品牌重塑、互联网整合营销、店铺精细化运营、客户服务、仓储配送等全链路电商服务，通过经销和品牌代运营两种经营模式，借助在天猫、京东、聚美优品等交易平台的相关资源和长期伙伴关系实现多渠道线上销售以及品牌形象的塑造与提升。公司提供的主要服务以及形成的经营模式如下图所示：



**品牌重塑：**与品牌商确立合作关系之后，公司会对产品所处市场、竞争对手和消费者进行系统分析，实现品牌战略落地，对品牌商的品牌进行梳理、定位和重塑，挖掘产品独特卖点，满足目标群体的消费需求。

**互联网整合营销：**结合品牌定位、市场需求和时事热点，制定营销规划，借助营销方案整合各种资源，运用SEO/SEM（直通车）、媒体策划与购买（钻展）、主题营销等方式，在提高店铺转化率、客单价的同时提升消费者的购物体验，塑造品牌美誉度和顾客忠诚度。

**店铺精细化运营：**凭借对投放策略与投放工具的精准分析和把握，通过投放人群以及人群溢价的优化，精准定位客户，加大推广效果，实现品牌价值的传播与提升。同时，优化店铺的形象设计，营造品牌的形象和氛围，改进店铺的购物流程，提升消费者的购物体验。

**客户服务：**完善CRM系统，立足于顾客需求和顾客满意，通过三维顾客服务体系，打造极致顾客体验，同时，根据顾客生命周期，盘活会员生态体系，对不同分组的顾客进行关怀、激活与召回。

**仓储配送：**公司在广东、江苏建立了两处仓储物流中心，提供高效及时的配送体验，既能有效提高网络销售的存货管理响应速度，又能确保为用户提供个性化打包服务的质量，同时降低对第三方仓储服务的依赖。

公司所提供的上述全链路增值电商服务通过经销和品牌代运营两种经营模




式体现。电子商务经销模式是指公司通过合同方式获得品牌企业在电子商务领域的授权，由公司向品牌商采购产品，并在天猫等互联网第三方平台上进行自营店铺销售，或者向京东、聚美优品等分销商进行分销。公司在报告期内采用电子商务经销模式的主要品牌如下表所示：

序号	品牌	品牌形象	产品特性	品牌业绩与品牌提升
1	比度克		定位于年轻族群，针对年轻肌肤需求提出针对性解决方案	公司提供服务期间，品牌的UV、成交量、成交老客占比等指标呈上升趋势
2	哈罗闪		德国专业母婴护肤品牌，产品以安全、温和、天然为特征	公司提供服务期间，品牌的UV、销售额、成交老客占比等指标呈上升趋势
3	宝贝可可丽		意大利专业婴儿护理品牌，致力于提供干净安全的皮肤解决方案	公司提供服务期间，UV、回访客数等不断上升，成交老客占比大幅度提升

公司致力于全球范围内优质母婴护肤类品牌的挖掘。2013年5月，公司与德国母婴护肤品牌哈罗闪达成合作，采用电子商务经销模式运营该品牌。哈罗闪此前进入中国市场多年，由于中国消费者对该海外品牌认知度不高，销售不温不火，公司在与哈罗闪合作之后，运营团队从消费者心智出发，针对其目标用户群体进行品牌重塑，通过精细化运营，快速拉升了中国市场销售业绩，品牌知名度稳步提升。根据淘宝官方数据产品（数据魔方）的数据显示，2015年5月哈罗闪在天猫系当月成交额为4,223,913.87元，位列宝宝洗浴护肤品热销品牌排行榜第一。

电子商务品牌代运营模式与电子商务经销模式所提供的服务基本相同，两者的差异在于经销模式较代运营模式增加了采购环节，产品所有权属于公司，公司通过赚取差价获取利润；而代运营模式下产品所有权属于品牌方，公司通过收取服务费的方式获取利润。无论是哪种经营模式，公司作为品牌商的战略合作伙伴，通过提供品牌重塑、精细化运营等专业服务实现销量增长以及品牌价值的提升。公司在报告期内采用电子商务品牌代运营模式的主要品牌如下表所示：

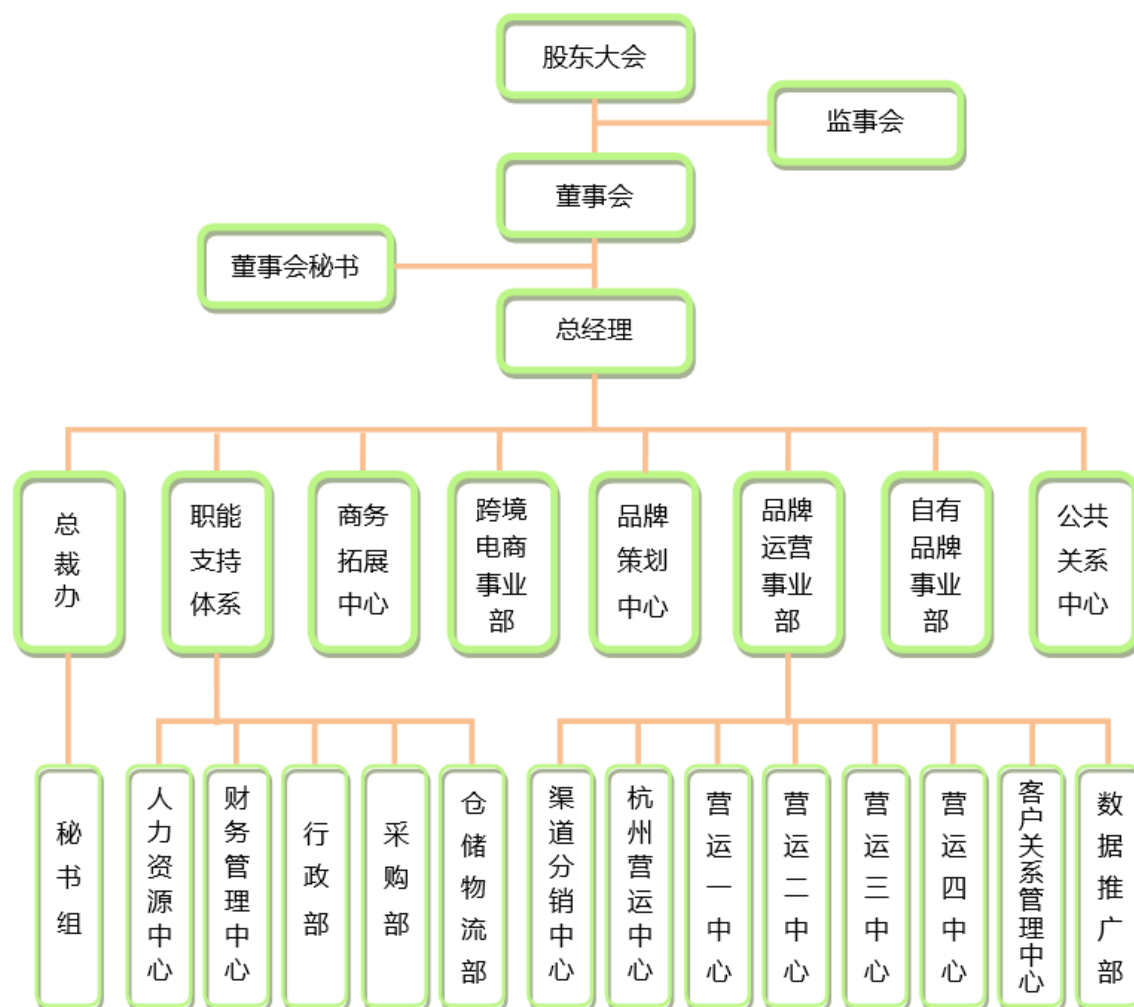
序号	品牌	品牌形象	产品特性	品牌业绩与品牌提升
1	比度克		定位于年轻族群，针对年轻肌肤需求提出针对性解决方案	公司提供服务期间，品牌的UV、成交量、成交老客占比等指标呈上升

				趋势
2	合生元		专注母婴营养与健康，携手全球战略合作伙伴，共同研发优质产品	公司提供服务期间，销售额等不断上升，成交老客占比大幅提升，双方拟进行深度合作

2015年3月，鉴于公司影响力的逐步提升以及客户对公司互联网整合运营能力的认可，公司开始为合生元集团旗下的婴幼儿营养品牌合生元（BIOSTIME）提供专业服务。公司运营团队基于市场分析与大数据挖掘，对品牌商的产品定位进行了精准细分，并通过专业的互联网整合营销能力、出众的品牌重塑和视觉设计能力带来了品牌商产品成交额的大幅度提升，根据淘宝官方数据产品（数据魔方）的数据显示，接手品牌当月天猫旗舰店实现约950万的成交额，环比增长近10倍。

### （三）公司内部组织结构与职能

公司按照《公司法》和《公司章程》的规定，并结合公司业务发展的需要，建立了规范的法人治理结构和健全的内部管理机构，具体情况如下图所示：



部门名称	工作职能
总裁办	负责制定公司战略规划和年度经营目标，制定并督促各部门的年度、月度、周工作计划和具体行动措施，以确保公司的战略目标得到有效分解。总裁办下设秘书组，负责各类文件、资料的收发、传阅，沟通内外联系、保证上情下达、下情上报，组织执行总裁办的各项指示，并按要求做好督查和反馈工作。
人力资源中心	根据公司的战略目标，进行行之有效的人力资源规划、招聘管理、培训与开发、绩效与考核、薪酬福利、劳动关系等管理，以满足公司发展对人力资源管理的需求，从而促成公司战略目标的实现。
财务管理中心	根据公司发展战略目标，通过建立有效的财务管理制度及流程、建立健全财务核算、财务监督、融资管理和纳税管理机制，及时提供决策管理分析数据，为公司战略目标的实现提供财务保障。
行政部	完善行政制度，管理固定资产，执行公司的福利政策，维护及管理公司的网络，对外接待及沟通协调，做好各项后勤服务保障工作，营造良好的工作和生活环境，促进公司各项工作的顺利开展。
采购部	根据公司业务经营需求，负责公司的整体采购与库存监控工作，包括品牌产品采购与进销存监控；包材耗材、赠品的开发与采购，存量监控工作。针对各项采购任务进行询/比价、签订采购合同、验收、评估及反馈汇总等。
仓储物流部	确保货品入库、质检、次品出库、发货等流程正常进行，保证进销存的准确性，协调实际库存与系统库存的同步性，优化库存商品结

	构，提高库存管理效率，控制仓储配送的物流成本、人力成本、综合管理成本及成本核算。
跨境电商事业部	全面负责公司跨境电商的战略规划、销售、运营、团队管理等工作。监控并分析行业动态和竞争对手市场行为并针对性的进行市场分析及制定策略；整合相关资源，制定电商平台品牌推广计划及推广活动实施；建立和整合境内境外物流、商品管理、客服管理等方面的系统和流程等。
品牌策划中心	负责建立公司的数据与资讯中心，为公司业务发展提供行业及品牌的整体分析。同时监控完成专项调研、外部数据收集分析等研究工作。前期为公司合作的品牌方提供前期的品牌策划及形象包装，中期与运营事业部的配合，将品牌推广落实到平台运营中，后期跟进整体效果评估。
自有品牌事业部	结合全面的数据及资讯分析，提出不同的市场机会并在先期形成不同的品牌概念，在评估品牌概念可行性之后，交由管理层确认自由品牌立项。在立项之后，寻找供应链完成产品的开发及生产，同时完成品牌定位及形象包装。在整体概念品牌化完成之后交由运营事业部上线运营。并实时跟进产品、品牌、销售的情况，是公司自有品牌发展的管理部门。
商务拓展中心	挖掘市场需求并分析国际市场环境，根据公司的发展规划，拓展并引进新的合作品牌。在了解市场现状和发展趋势后，根据各个细分品类市场的情况，为公司物色最佳的战略合作品牌，跟进意向品牌商务洽谈事宜，最终达成合作。
渠道分销中心	负责品牌产品在B2C平台(淘外平台)的运营及天猫淘宝的分销业务。目前合作的B2C平台除了京东、唯品会、1号店、当当网、亚马逊等综合性平台之外，更有护肤品和母婴的垂直网站平台，包括聚美优品、美丽说、妈妈网、宝宝树等，实现品牌产品全网营销的布局。
营运中心	负责品牌产品在阿里平台即天猫及淘宝店铺的整体运作，主要工作分为运营推广、企划和设计。运营推广方面根据公司的整体经营战略，制定运营方案，整合平台资源，统筹品牌营销，跟进活动方案执行，确保公司销售目标及利润的实现。企划工作主要是依照各阶段销售目标，负责营销方案制定。设计负责相关UED的设计工作。
客户关系管理中心	通过网络及多种通讯工具为客户提供服务，向客户提供专业、优质、及时、全面的售前售后服务，为客户营造一个和谐的聊天购物环境；通过建立会员管理体系制并实施，努力提高客户的满意度。
数据推广部	负责公司所有业务在web端口的开发与优化工作，包括各大电商平台的整体交互性整合、优化以及拓展开发；公司独立网站的开发与维护；电商平台公司店铺的装修设计的辅助工作；数据挖掘、数据分析、基于大数据的产业预测、消费者行为分析等。
公共关系中心	负责公司对内对外公共关系事务。对内主要负责全面推动企业文化系统的建设，充分利用各种渠道，对公司各部门进行企业文化的宣导推广；对外主要是建立公司的企业品牌形象，负责企业品牌传播，开展各项公共关系活动，并维护外部公共关系，包括媒体及政府公关的沟通联系、公益活动的策划、危机公关事件的处理等。

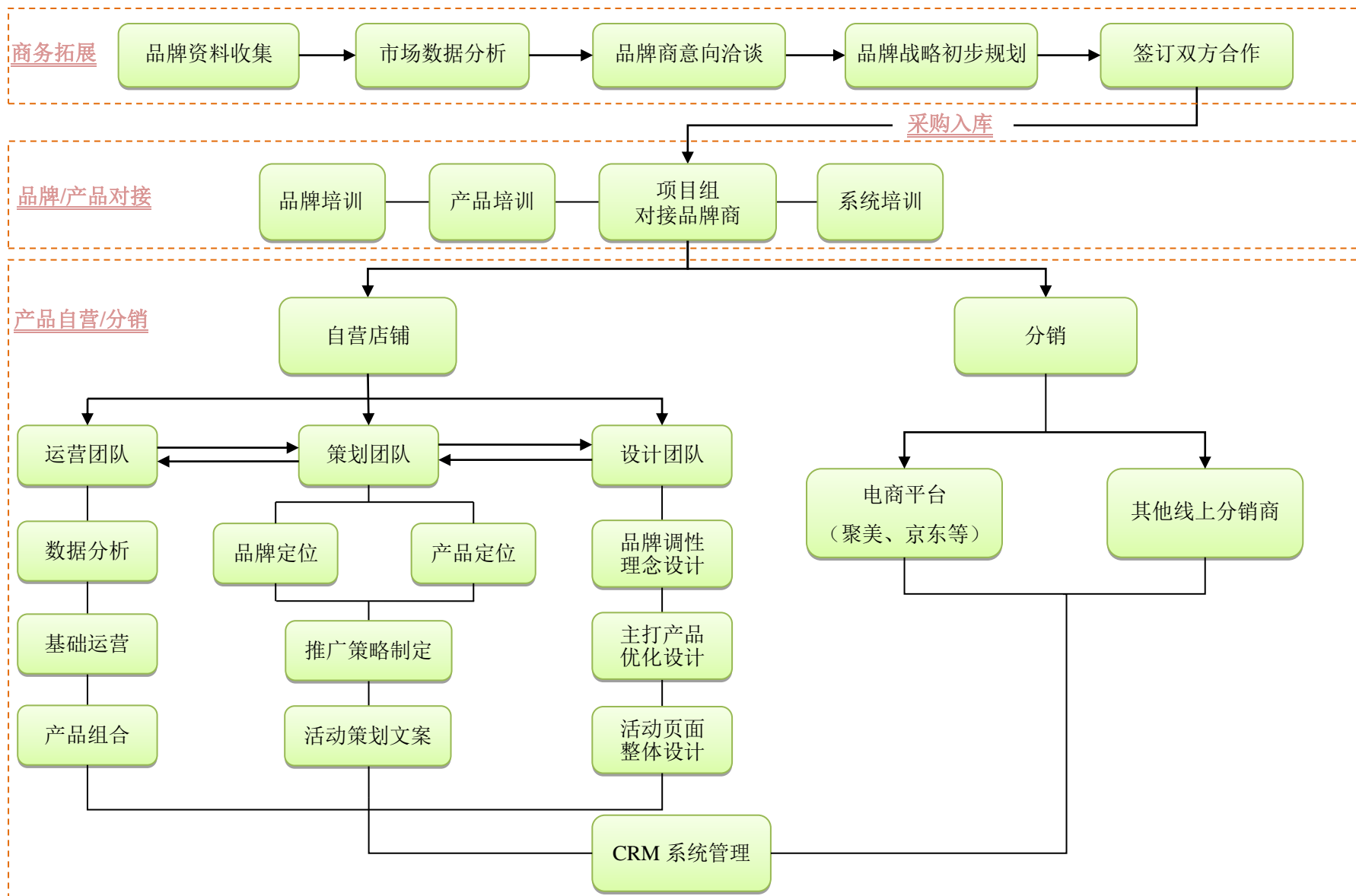
#### (四) 主要服务流程及方式

公司作为全球品牌电子商务综合服务商，通过品牌和产品形象重塑以及精细化运营，品牌客户提供互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储配送等全方

位电子商务综合服务，以精专业服务、高服务效率、低服务成本以及强整合营销打通品牌商与消费者之间的网络销售渠道供应链，拓展品牌商的销售渠道，提高品牌商的知名度和品牌美誉度，获取更多忠诚的线上用户，在增强消费者体验的同时实现品牌商、公司和消费者的多赢。

基于公司的业务定位，公司的专业服务主要通过两种经营模式体现出来：电子商务经销模式和电子商务品牌代运营模式。

### **1、电子商务经销模式服务流程**



电子商务经销模式服务流程为：

第一，商务拓展中心按照国内、国外两处业务模块，根据自身掌握的业务资源、同行推荐等，进行品牌资料的收集以及市场数据的分析，筛选具有产品品质高、集团实力强、市场前景广阔的品牌商作为意向合作商进行洽谈，确定品牌战略的初步规划，由公司管理层决策公司与品牌商之间的合作内容及具体形式。

第二，合同签订后，商务拓展中心与自营店铺运营中心实现品牌/产品的对接，由商务拓展中心对自营店铺运营中心提供必要的支持，帮助自营店铺运营中心了解品牌/产品，建立起自营店铺运营中心与品牌商良好的合作关系，品牌商也会为自营店铺运营中心提供关于品牌、产品以及系统方面的相关培训，并保持项目运营阶段的定期沟通。

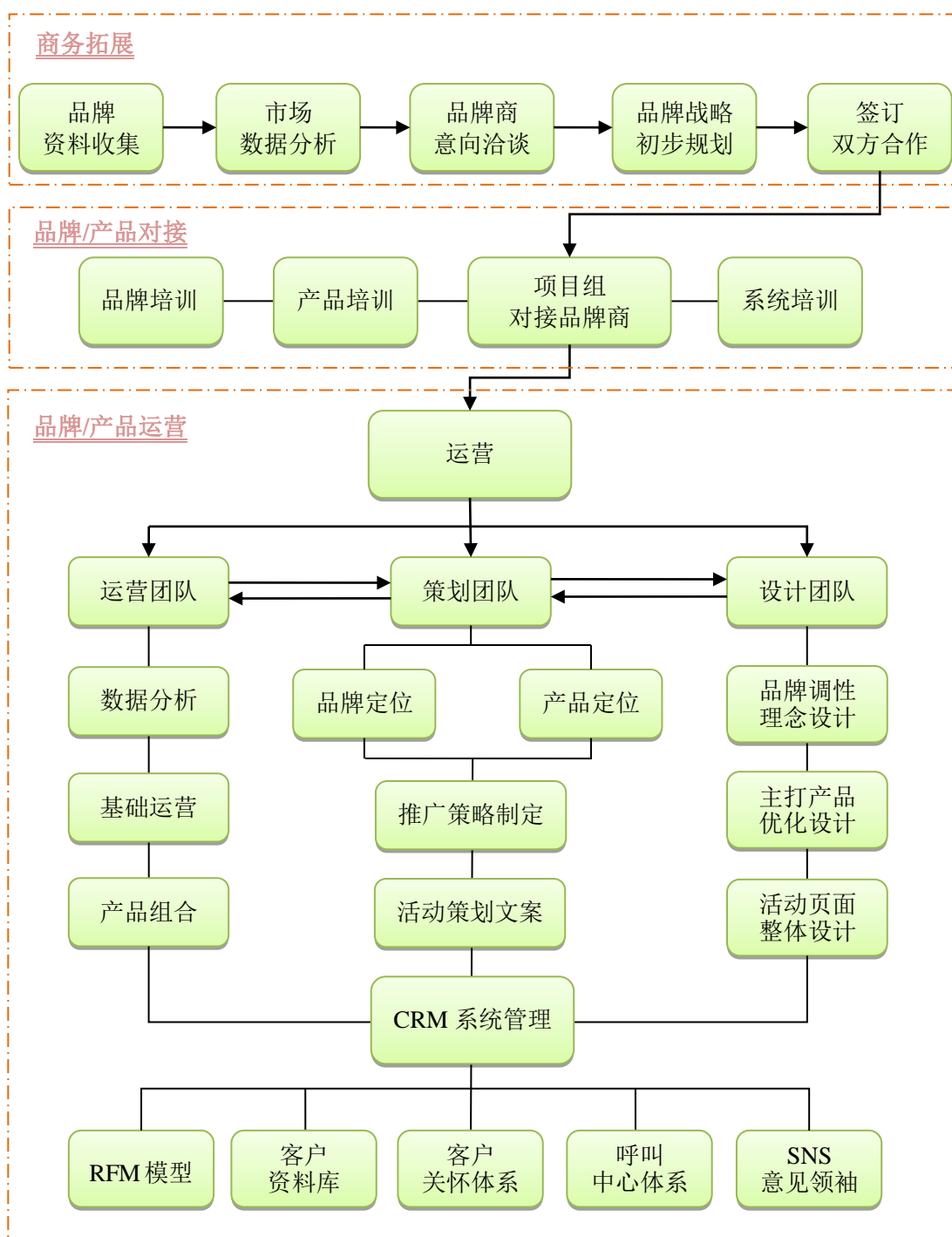
第三，自营店铺运营中心进行资源分配，设立运营团队、策划团队和设计团队推进项目工作开展。运营团队首先根据从天猫、客道、数云等机构获取的数据进行消费者行为分析，探求消费者的现实需求，同时进行竞品分析，对竞争对手的运营策略进行判断，取长补短；其次，开展店铺设计、店铺选品、产品上下架、店铺引流、产品定价等店铺的基础运营工作，保证店铺的正常运营；最后，运营团队会定期根据消费者的购买行为、购买金额及售后评价等相关的定性和定量数据，不断构造产品组合满足消费者的需求，在达到消费者满意的同时强化消费者的购买行为。策划团队与运营团队根据对品牌/产品的了解以及消费者分析，确定品牌定位和产品定位，进行主力产品卖点提炼，制定站内站外推广策略，撰写活动策划文案。设计团队则对品牌调性理念设计、主打产品优化设计、活动页面整体设计等进行整体视觉规划，在页面与用户进行良性互动，提升用户的感官刺激。同时，配合运营团队和策划团队进行日常页面、活动页面、大促页面等的视觉展示和优化，达到理想效果。

除通过自营店铺进行品牌商产品的运营之外，公司会进行分销商的招商，选择优质或有潜质的分销商，同时进行分销商的多层次梯队式培养，发展继承共同的基因。公司在选取分销商之后，会对其进行公司核心理念、品牌理念以及运营理念的培训，通过一脉相承的路径实现公司、品牌商、分销商和消费者的良性互动。

第四，在产品的售前、售中、售后进行CRM系统管理，迎接客户咨询、解决客户疑问、对客户评价做出及时有效的反馈；建立客户资料库，通过详尽的标签分类为消费者画像，破解用户消费DNA链条；根据用户最近一次消费（Recency）、消费频率（Frequency）、消费金额（Monetary）进行RFM分析，基于客户生命周期建模，对不同分组的客户进行关怀、激活和召回；另外，公司设立外呼团队进行客户关怀，为客户打造美妙的购买体验，培养社交网站意见领袖，通过消费者教育实现销量提升与品牌传播。

## 2、电子商务品牌代运营模式服务流程





电子商务品牌代运营模式服务流程相较于电子商务经销模式少了采购流程和分销流程，这是由这两种经营模式的差异决定的。无论是电子商务品牌代运营模式还是电子商务经销模式，两者的核心理念都是聚焦于用户需求，深刻理解品牌内核，致力于用精准的市场分析与互联网整合营销策略，通过提供市场分析、用户调研、产品定位、大数据挖掘、视觉管理、用户体验设计等定制化、专业化

和精细化的电商增值服务，将营销与销售全面结合，释放品牌潜力，发挥品牌张力，传递和提升品牌价值，将公司、品牌商和消费者打造成一个联系紧密、互依互存的利益共同体。

## 二、公司的关键资源要素

### （一）公司的主要经营资质

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司目前享有的主要资质如下：

资质类型	资质主体	证书编号	资质内容	有效期
报关单位注册登记证书	若羽臣有限	4401963CC1	进出口货物收发货人	2014.10.24— 2017.10.23
食品流通许可证	广州酷宝儿	SP4401061511044771	批发兼零售：预包装食品；乳制品	2015.08.12— 2018.08.11
食品流通许可证	广州蓓苗	SP4401061511012799	批发兼零售：预包装食品；乳制品	2015.01.27— 2018.01.26
企业境外投资证书	若羽臣有限	N4400201500425	开展境外投资	2015.07.20— 2017.07.20

注：报关单位注册登记证书 2015 年 8 月 14 日已更名为若羽臣；企业境外投资证书的更名工作正在进行中。

### （二）公司主要服务的技术水平

公司作为全球品牌电子商务综合服务商，以信息技术为基础，以线上运营为依托，为品牌企业互联网化的进程中提供全链路一站式解决方案和一体化综合服务。公司在采取电子商务品牌代运营模式和电子商务经销模式的日常运营过程中，最为核心的是具有数据分析能力、消费者行为洞察力以及线上运营经验的相关人才，然后辅以相关的技术手段提供专业化、精准化的服务。公司在提供服务的过程中所涉及的相关技术主要包括订单数据的实时抓取、各运营店铺数据的收集与存储、数据处理、发货和库存管理、网页设计、视频制作等，公司所使用的技术贯穿于公司订单获取、数据对接和传输、存货管理和发货管理等各个环节，能够保证系统易于升级和维护，并能根据品牌商的需求和产品特性随时调整和增加，轻松实现企业与其他信息系统的对接和信息共享。另外，公司的数据分析人员针对不同的电子商务交易平台以及不同类目不同需求，建立了推广利益最大化

模型、优惠券边际利益模型等。

另外，公司根据能与顾客产生联结的七大接触点（视觉、短信、客服、电话外呼、EDM、DM物料、SNS）不断完善公司CRM系统，建立客户资料库，集成客户筛选、标签分类、短信营销、营销效果分析等功能，奠定了CRM系统与客户数据结合的技术基础，同时整合了互联网营销过程中积累的大量终端客户数据资源，建立了客户关怀体系。

### （三）员工情况

截至2015年5月31日，公司共有员工300人。公司员工的专业结构、受教育程度、年龄划分结构情况如下：

#### 1、按专业构成划分

专业分工	人数（人）	占总人数比例
运营人员	101	33.67%
技术人员	40	13.33%
客服人员	68	22.67%
仓储人员	38	12.67%
采购人员	5	1.67%
管理人员	18	6.00%
财务人员	10	3.33%
行政人员	20	6.67%
<b>合计</b>	<b>300</b>	<b>100.00%</b>

#### 2、按受教育程度划分

受教育程度	人数（人）	占员工总数比例
本科及以上学历	94	31.33%
大专学历	132	44.00%
高中及以下学历	74	24.67%
<b>合计</b>	<b>300</b>	<b>100.00%</b>

#### 3、按年龄划分

年龄区间	人数（人）	占员工总数的比例
20岁以下	11	3.67%
20-30岁	273	91.00%
31-40岁	15	5.00%
40岁以上	1	0.33%
<b>合计</b>	<b>300</b>	<b>100.00%</b>

#### （四）互联网域名使用权

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司目前享有使用权的互联网域名如下：

序号	域名	证书类型	权属人	注册日期	有效期至
1	rycservice.com	顶级国际域名证书	若羽臣	2013.5.6	2020.5.6
2	gzruoyuchen.com	国际域名注册证书	若羽臣	2012.4.6	2020.4.6

#### （五）软件著作权

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司目前拥有的软件著作权如下：

序号	软件名称	登记号	著作权人	取得方式	发表日期
1	若羽臣仓库内部运营管理系统V1.0	2015SR176245	若羽臣	原始取得	2014.11.2
2	若羽臣促销活动信息采集管理系统V1.0	2015SR176291	若羽臣	原始取得	2015.1.3
3	若羽臣电商物流管理软件V1.0	2015SR176288	若羽臣	原始取得	2015.7.1
4	若羽臣电商自动化结算软件V1.0	2015SR176359	若羽臣	原始取得	2015.7.12
5	若羽臣订单管理系统V1.0	2015SR176915	若羽臣	原始取得	2014.2.6
6	若羽臣品牌商品推广信息管理系统V1.0	2015SR176362	若羽臣	原始取得	2015.3.28
7	若羽臣商品有效期管理软件V1.0	2015SR176720	若羽臣	原始取得	2014.1.20

#### （六）主要固定资产

公司固定资产主要包括运输工具及办公设备等，均为公司所拥有并已取得相关权属证明、经营所必备的资产，截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司固定资产情况如下：

单位：元

固定资产类别	折旧年限（年）	固定资产原值	累计折旧	账面价值
运输工具	4-5	1,061,539.97	10,885.42	1,050,654.55
办公设备	3-5	1,639,063.12	123,731.83	1,515,331.29
合计		2,700,603.09	134,617.25	2,565,985.84

### 三、业务收入的主要构成、主要客户及供应商情况

#### (一) 业务收入的主要构成

报告期内，公司的主营业务收入按业务模式分类情况如下：

单位：元

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
经销收入	42,267,039.97	86.64	105,030,016.44	93.58	34,793,295.48	100.00
代运营收入	6,518,820.09	13.36	7,200,000.00	6.42	-	-
合计	48,785,860.06	100.00	112,230,016.44	100.00	34,793,295.48	100.00

#### (二) 报告期内公司前五名客户销售情况

2015年1-5月前五名客户销售情况表

单位：元

序号	客户名称	销售额	占销售总额比例
1	苏州聚美优品信息技术有限公司	8,831,317.33	18.10%
2	北京京东世纪贸易有限公司	4,629,475.11	9.49%
3	湖北比度克生物科技有限公司	4,293,066.85	8.80%
4	唯品会(中国)有限公司	3,664,064.85	7.51%
5	广州市合生元生物制品有限公司	2,150,281.54	4.41%
	合计	<b>23,568,205.68</b>	<b>48.31%</b>

2014年前五名客户销售情况表

单位：元

序号	客户名称	销售额	占销售总额比例
1	苏州聚美优品信息技术有限公司	48,254,769.62	43.00%
2	湖北比度克生物科技有限公司	7,200,000.00	6.42%
3	唯品会(中国)有限公司	5,889,073.81	5.25%
4	北京京东世纪贸易有限公司	2,878,466.95	2.56%
5	纽海信息技术(上海)有限公司	1,447,559.02	1.29%
	合计	<b>65,669,869.40</b>	<b>58.51%</b>

2013年前五名客户销售情况表

单位：元

序号	客户名称	销售额	占销售总额比例
1	苏州聚美优品信息技术有限公司	30,447,973.64	87.51%
2	唯品会(中国)有限公司	4,004,693.56	11.51%
3	湖南快乐淘宝文化传播有限公司	71,727.86	0.21%
4	新余天狐贸易有限公司	44,194.19	0.13%
5	北京民欣致远商贸有限责任公司	37,369.74	0.11%
	合计	<b>34,605,958.99</b>	<b>99.46%</b>

注：上述客户的销售收入与其关联方合并统计，其中：1、苏州聚美优品信息技术有限公司包括上海培迪商贸有限公司、天津虔美国际贸易有限公司、上海聚美优品信息科技有限公司、上海聚美优品商贸有限公司等；2、唯品会（中国）有限公司包括唯品会（珠海）电子商务有限公司、重庆唯品会电子商务有限公司、广州唯品会信息科技有限公司等。

### （三）报告期内公司前五名供应商采购情况

2015年1-5月前五名供应商采购情况表

单位:元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	北京隆盛泰商贸有限责任公司	21,742,624.45	56.12%
2	广东景兴卫生用品有限公司	4,375,285.07	11.29%
3	北京润美生国际贸易有限公司	3,335,020.19	8.61%
4	湖北比度克生物科技有限公司	2,528,798.96	6.53%
5	伊丽莎白雅顿（上海）化妆品贸易有限公司	2,183,868.35	5.64%
合计		<b>34,165,597.02</b>	<b>88.18%</b>

2014年前五名供应商采购情况表

单位:元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	湖北比度克生物科技有限公司	37,176,598.90	36.77%
2	北京隆盛泰商贸有限责任公司	34,946,148.58	34.57%
3	广州市中通生化制品有限公司	20,378,217.19	20.16%
4	杭州宾博贸易有限公司	5,180,375.04	5.12%
5	广东景兴卫生用品有限公司	3,396,501.18	3.36%
合计		<b>101,077,840.89</b>	<b>99.99%</b>

2013年前五名供应商采购情况表

单位:元

序号	客户名称	采购金额	所占比例
1	广州市中通生化制品有限公司	22,311,743.11	60.52%
2	北京隆盛泰商贸有限责任公司	12,931,662.62	35.08%
3	新余天狐贸易有限公司	1,102,771.27	2.99%
4	杭州宾博贸易有限公司	427,965.63	1.16%
5	深圳市光明新区公明建华湘南行	90,327.90	0.25%
合计		<b>36,864,470.53</b>	<b>100%</b>

注：公司在2014、2015年度与湖北比度克生物科技有限公司既签订了经销合同也签订了代运营合同，湖北比度克生物科技有限公司既是公司的供应商也是公司的客户。签订代运营合同，公司为品牌商提供包括品牌重塑、店铺精细化运营等综合服务；同时，品牌商希望借助公司的资源及其运营能力进行全网拓展提升全网的影响力，故与公司签订了经销合同，由公司向品牌商采购货物分发到京东、聚美优品等第三方电子商务平台。

#### (四)公司董事、监事、高级管理人员和核心技术人员、主要关联方或持有公司5%以上股份的股东在前五大供应商或客户中所占的权益情况

报告期内，公司2013年的前五大供应商中：新余天狐贸易有限公司为公司的关联方，占整个采购金额的2.99%，比例较小。

报告期内，客户方面，公司2013年向上海培迪商贸有限公司的销售比例为79.35%，主要系公司处于前期起步阶段，合作分销平台较为单一引致；供应商方面，公司2013年向广州市中通生化制品有限公司的采购比例为60.52%，主要系公司处于前期起步阶段，合作品牌商较为单一引致；公司2015年1-5月向北京隆盛泰商贸有限责任公司的采购比例为56.12%，主要系公司年中大促618备货引致。

## 四、重大合同

本部分所称重大合同，是指公司正在履行或将要履行，或者虽已履行完毕但可能存在潜在纠纷的对公司生产经营构成重大影响的合同。

### (一) 采购合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司重大采购合同如下：

期间	供应商名称	合同标的	采购金额/元	合同期间	履行状态
2015年 1-5月	北京隆盛泰商贸 有限责任公司	哈罗闪	21,742,624.45	2014.01.01- 2016.12.31	正在履行
	广东景兴卫生用 品有限公司	FREE 系列产品	4,375,285.07	长期合作	正在履行
		ABC's BB 系列			
	北京润美生国际 贸易有限公司	Sanita U-za	3,335,020.19	2015.03.25- 2018.03.24	正在履行
	湖北比度克生物 科技有限公司	比度克	2,528,798.96	2015.01.01- 2017.12.31	正在履行
伊丽莎白雅顿 (上海)化妆品 贸易有限公司	雅丽莎白雅顿赠品	2,183,868.35	一次性采购	履行完毕	
2014年	湖北比度克生物 科技有限公司	比度克	37,176,598.90	2014.05.20- 2014.12.31	履行完毕
	北京隆盛泰商贸 有限责任公司	哈罗闪品牌产品	34,946,148.58	2014.01.01- 2016.12.31	正在履行
	广州市中通生化	比度克	20,378,217.19	2014.01.01-	履行完毕

	制品有限公司			2014.5.10	
	杭州宾博贸易有限公司	宝贝可可丽	5,180,375.04	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
	广东景兴卫生用品有限公司	ABC's BB 系列	3,396,501.18	长期合作	正在履行
2013 年	广州市中通生化制品有限公司	比度克	22,311,743.11	2013.01.01-2013.08	履行完毕
	北京隆盛泰商贸有限责任公司	施巴品牌产品	12,931,662.62	2013.04.25-2014.04.30	履行完毕
	新余天狐贸易有限公司	比度克	1,102,771.27	2013.01.01-2013.08.01	履行完毕
	杭州宾博贸易有限公司	宝贝可可丽品牌产品	427,965.63	2013.10.12-2014.03.31	履行完毕
	深圳市光明新区公明建华湘南行	赠品	90,327.90	2013.03.01-2013.04.31	履行完毕

## (二) 销售合同

截至本公开转让说明书签署之日，公司及其控股子公司的重大销售合同如下：

期间	客户名称	合同标的	销售金额/元	合同期间	履行状态
2015 年 1-5 月	天津虔美国际贸易有限公司	比度克	7,871,995.58	长期合作	正在履行
	北京京东世纪贸易有限公司	哈罗闪、宝贝可可丽、碧芝莱母婴产品	4,629,475.11	2015.01.01-2015.12.31	正在履行
	湖北比度克生物科技有限公司	电子商务代运营	4,293,066.85	2015.01.01-2017.12.31	正在履行
	唯品会(中国)有限公司	哈罗闪、宝贝可可丽、碧芝莱	3,020,042.54	2014.12.1-2015.12.31	正在履行
	广州市合生元生物制品有限公司	电子商务代运营	2,150,281.54	2015.02.01-2016.02.28	正在履行
2014 年	上海培迪商贸有限公司	比度克	31,493,146.72	2014.01.01-2014.05.14	履行完毕
	天津虔美国际贸易有限公司	比度克	13,912,744.03	2014.05.15-2015.05.14	履行完毕
	湖北比度克生物科技有限公司	电子商务代运营	7,200,000.00	2014.01.01-2014.12.31	履行完毕
	唯品会(中国)有限公司	哈罗闪、施巴、宝贝可可丽	3,867,562.97	2013.12.10-2014.12.10	履行完毕
	北京京东世纪贸易有限公司	哈罗闪母婴用品	2,878,466.95	2014.06.01-2014.12.31	履行完毕
2013 年	上海培迪商贸有限公司	比度克	29,041,632.79	2013.07.20-2013.12.31	履行完毕
	唯品会(中国)有限公司	哈罗闪、施巴	3,521,692.31	2013.05.01-2013.11.30	履行完毕
	上海聚美优品商贸有限公司	比度克	1,406,340.78	2013.05.09-2013.12.31	履行完毕



	唯品会（珠海）电子商务有限公司	哈罗闪、施巴	483,001.18	2013.05.01-2013.11.30	履行完毕
	湖南快乐淘宝文化传播有限公司	比度克	71,727.92	2013.08.20-2015.03.12	履行完毕

## 五、公司商业模式

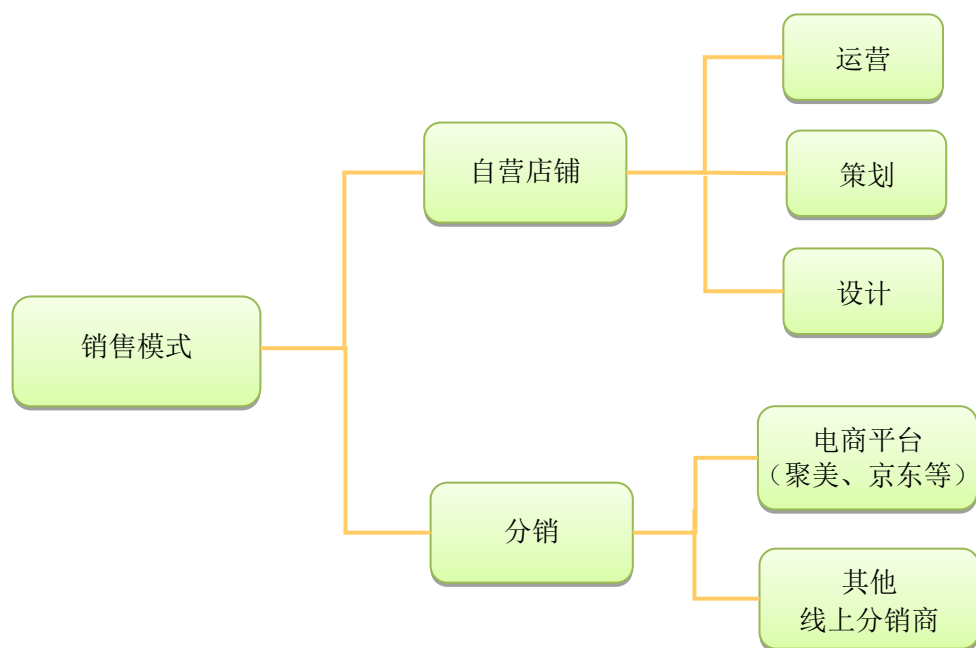
### （一）采购模式

公司设立采购部，全面统筹管理公司及其下属各分支机构的采购管理工作。公司建立了科学的供应商管理体系，采购部门根据运营中心的业务需求编制采购预算，通过集中采购的方式按期完成各项采购任务，并努力实现采购成本、货品质量以及周转速度的不断优化。

公司从采购数量、产品质量以及周转速度三个维度出发，建立了科学有效的采购管理体系，该体系以产品质量为前提，以周转速度为核心，通过业务需求合理确定采购数量，实施货品进销存动态科学管理，从而实现货品采购的高质量、低库存与强流转。公司科学有效的采购管理体系，极大的降低了产品库存与仓内损耗，提高了周转速度，减少了对运营资金的需求，节省了仓储费用。针对采购价格和结算方式，随着公司品牌运营实力的提升，公司与品牌商建立了长期的合作关系，议价能力也得到不断增强，双方根据实际需求协商确定采购价格，签订货品采购合同，确定结算方式，保证了各项采购任务的规范有序顺畅的运行。

### （二）销售模式

公司作为全球品牌电子商务综合服务商，主要包括两种经营模式：电子商务品牌代运营模式 and 电子商务经销模式。电子商务品牌代运营模式下公司通过收取服务费的方式聚焦于客户需求和品牌商发展，实际的销售行为在品牌商与用户之间完成。因此，这里的销售模式指的是公司电子商务经销模式下的销售模式，如下图所示：



电子商务经销模式下，公司可通过天猫等第三方交易平台自营店铺实现销售，利用公司强大的互联网整合营销能力、专业精准的服务以及创新能力，提升站点流量和交易转化，强化顾客忠诚度，增强顾客粘性，保证产品销售的可持续性增长；抑或是通过分销模式选择分销商（包括聚美优品、京东等电商平台，也包括淘宝店铺等其他线上分销商），获取更多的目标客户群。公司会进行分销商招商，通过类目、业绩等选择优质的分销商，或者进行分销商的多层次梯队式培养。公司除对分销商进行运营理念和方法论的培训之外，还会区分分销商级别，进行区别管理，根据不同品牌制定不同政策；规范日常售价体系，建立价格监控制度；定期分享品牌/旗舰店活动资源，增加分销商曝光度以及大型活动参与度，根据分销商特点，差异化主推产品组合，打造店铺明星爆款。

#### 1、产品定价原则、交易结算方式、相关退货政策

分销模式下，公司合作经销商主要为聚美优品、京东及唯品会等大型知名平台，拥有雄厚的资产及资金支持。自营模式下，公司通过天猫等第三方交易平台自营店铺实现销售。两种模式的产品定价原则、交易结算方式、相关退货政策等如下：

##### (1) 产品定价原则

分销模式下，公司对经销商的销售价格为零售价的 6-7 折。自营模式下，公

司店铺产品销售价格一般为零售价的 8-9 折，活动期间为零售价的 6-7 折。

## （2）交易结算方式

公司分销模式存在买断销售与代理销售两种模式，其中买断式销售模式，根据协议安排，于商品已实际交付后，取得收款权利时确认销售收入，同时据此开具增值税发票；经销商一般在收到发票后 30-60 日内将款项余额支付给公司。此外，公司会对少数经销商采取先款后货的结算方式。代理销售模式下，根据协议安排，由经销商于每期货品售卖期结束后，编制货款结算单，双方核对一致后，按扣除退货后货款结算金额确认收入，同时据此开具增值税发票；经销商在收到发票后 5 日内支付货款。

公司自营模式由第三方支付平台于终端消费者下订单时收取全部款项，并转入公司开立的支付宝账户。天猫等第三方仅提供交易平台，货物由公司管理及投递至消费者，不适用买断销售或代理销售的划分。

## （3）退货政策及销售退回情况

分销模式下，除唯品会可以无条件退换货之外，对其余经销商采取买断式销售政策，不接受非质量问题的退货。公司报告期内分销模式质量退货率约为 0.3% 左右，金额较小。

自营模式下，与天猫大多数店铺一样，公司给予终端消费者提供七天无理由退换货服务。由于公司销售的产品多为国际知名品牌及产品自身类目为标准化的快消品的原因，公司报告期内自营店铺退货率基本维持在 0.5% 以下的较低水平，且仅存在 7 天的无条件退货时间，影响金额较小。

## 2、报告期内经销商数量、主要经销商名称、销售内容及金额

公司报告期内经销商家数分别为 12 家、40 家、32 家。与传统零售行业有所不同，公司从事的电子商务经销服务，分销模式下直接面对的客户为聚美优品、京东等大型平台及线上分销商，无法划分其地域分布情况。

分销模式下，报告期内各期主要经销商名称、销售内容及金额如下表所示：

单位：万元

排名	经销商名称	2015年1-5月			2014年度			2013年度		
		销售内容	销售金额	占分销收入比	销售内容	销售金额	占分销收入比	销售内容	销售金额	占分销收入比
1	天津虔美国际贸易有限公司	比度克	787.20	29.30%	比度克、哈罗闪	1,391.27	21.96%	-	-	-
2	北京京东世纪贸易有限公司	比度克、哈罗闪等	462.95	17.23%	比度克、哈罗闪等	287.85	4.54%	-	-	-
3	唯品会(中国)有限公司	哈罗闪、宝贝可可丽、碧芝莱等	302.00	11.24%	哈罗闪、施巴、宝贝可可丽等	386.76	6.10%	哈罗闪、施巴等	352.17	10.13%
4	蜜芽宝贝(天津)信息技术有限公司	哈罗闪、宝贝可可丽	102.79	3.83%	-	-	-	-	-	-
5	上海聚美优品商贸有限公司	比度克	95.93	3.57%	比度克等	27.22	0.43%	比度克、哈罗闪、施巴	140.63	4.05%
6	唯品会(珠海)电子商务有限公司	哈罗闪、宝贝可可丽、碧芝莱	29.89	1.11%	哈罗闪、宝贝可可丽等	132.22	2.09%	哈罗闪、施巴等	48.30	1.39%
7	上海培迪商贸有限公司	-	-	-	比度克哈罗闪、施巴	3,149.31	49.70%	比度克、哈罗闪、施巴	2,904.16	83.54%
8	上海聚美优品信息科技有限公司	-	-	-	比度克哈罗闪、宝贝可可丽	257.67	4.07%	-	-	-
9	湖南快乐淘宝文化传播有限公司	-	-	-	比度克、哈罗闪	1.12	0.02%	比度克、哈罗闪、施巴	7.17	0.21%

### （三）盈利模式

公司自成立以来，一直致力于通过全链路电商服务和多渠道线上销售的方式实现品牌商品价值的重塑与提升，通过让顾客产生参与感、关怀感和归属感提升顾客的购物体验。历经多年的积淀发展，公司培育出敏锐的市场洞察力、强大的互联网整合营销能力、专业的数据化分析运营能力、精准的服务以及创新能力，通过对品牌商产品进行品牌重塑、互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储配送等手段，实现了品牌商产品销量的屡次突破，确保了公司的盈利空间。具体而言，在电子商务品牌代运营模式下，品牌商是公司的客户，公司主要为品牌商进行品牌传播与品牌价值提升进而提升产品销量和顾客忠诚度，公司通过收取服务费的方式获取利润；在电子商务经销模式下，分销商和消费者是公司的客户，公司通过经销产品赚取差价的方式获取利润。展望未来，公司将根据品牌商的具体需求以及产品/品类特点选择不同的经营模式。

## 六、公司所处行业基本情况

### （一）公司所处行业基本概况

根据阿里研究院的资料统计，1995 年中国电子商务开始起步，逐渐涌现出网商、电子商务平台、电子商务服务商等新主体、新物种。中国网络零售一路迅猛发展，在 2008 年突破了三个“一”，即网络零售消费者总数突破 1 亿，交易额突破 1000 亿，占社会消费品零售总额比例突破 1%，以此为标志，电子商务“巨市场”加速形成。从 2006 年到 2013 年，网络零售额复合增长率达到 90%，2013 年的总量占社会消费品零售总额的 7.8%。在繁荣的“巨市场”下，电子商务服务业蓬勃崛起，与各主体一起进化出一个商业新生态。

#### 1、电子商务服务业和电子商务生态系统

电子商务服务业是以电子商务平台为核心、以支撑服务为基础，整合多种衍生服务的生态体系。从现代服务业的角度看，电子商务服务业以互联网等计算机网络为基础工具，以营造商务环境、促进商务活动为基本功能，是传统商务服务在信息技术——特别是计算机网络技术条件下的创新和转型，是基于网络的新兴商务服务形态，位于现代服务业的中心位置。电子商务服务业涉及金融、人才、

第三方物流、信息服务、教育培训等多种行业，它和传统服务业的显著区别有两个方面：一是服务于电子商务的服务业；二是以信息技术为核心。

### （1）电子商务服务业的演进与现状

电子商务服务业在不同领域、不同层面的扩展与协同，极大地展现了一个新兴产业集群蓬勃崛起的兴旺景象。为满足海量买家的个性化需求，众多卖家聚集于电子商务交易服务平台，渐次催生出专业化分工并蕴含网络效应的电子商务支撑服务业和电子商务衍生服务业。电子商务服务业的分类如下图所示。



资料来源：阿里研究院

电子商务平台服务业是整个电子商务服务业中起步最早的环节，以阿里巴巴 B2B、淘宝网等为代表的电子商务平台引领了中国电子商务市场的发展。2012 年，电子商务平台服务业的网络零售交易额已占网络零售的 90%。电子商务服务平台服务业集成了信息、支付、物流、金融、IT 运营等多种服务，是电子商务服务业的基础。

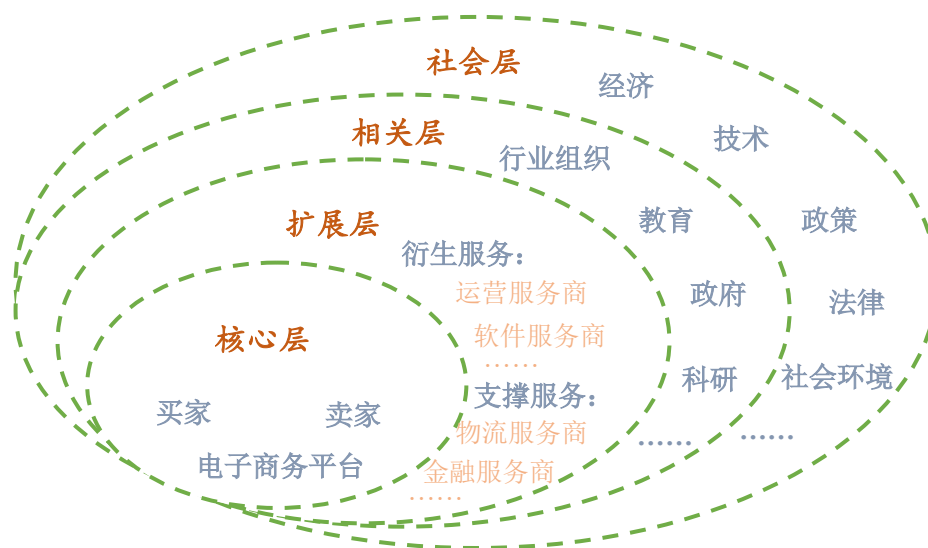
随着电子商务交易平台的逐步发展壮大，为了解决“电子商务三座大山”信用、支付、物流对网上交易的影响，先后出现了支付环节的电子商务服务商如支付宝、财付通等，解决了交易信用和支付的问题。同时，推动了中国第三方物流行业的成长。提供基础数据、信息网络服务以及社会服务的企业和机构也属于电子商务支撑环节的重要组成部分。

电子商务衍生服务源起于商家对于商务活动服务呈现出强烈的个性化需求。以基于淘宝平台的电子商务衍生服务业为例，从 2008 年开始兴起，淘宝电子商

务衍生服务的发展经历了三个显著的阶段：2008 年，酝酿阶段，以营销服务与外包服务为主导；2009 年，起步阶段，以 IT 服务（主要是管理软件）为主导；2010 年，发展阶段，以物流服务为主导，供应链再造、全程全网电子商务为主。根据上图所示，公司属于上图中基于生产者服务的电子商务衍生服务业。

## （2）电子商务生态系统构成

把电子商务服务业作为一个生态系统进行深入分析，能够发现整个生态系统自内而外可分为四个部分：核心层包括电子商务服务平台、买家（采购商）和卖家（供应商）；扩展层主要包括电子商务交易相关的金融支付机构、物流公司、保险公司、软件服务商、广告服务商等，它们为电子商务交易提供多样化的服务，对于促进电子商务交易顺利完成发挥着重要作用；相关层主要包括与电子商务活动相关的政府主管部门、行业协会组织、教育和科研机构等；电子商务生态系统的外部是经济、技术、政策、法律、社会等宏观环境。电子商务生态系统构成如下图所示：



资料来源：阿里研究院

## （3）电子商务服务业的显著作用

电子商务服务业与传统经济融合并促进传统经济变革存在一个螺旋上升的发展路径，具体表现为：

①降低社会交易成本：社会交易成本降低是电子商务服务业带来的一项关键价值。除了传统意义上的信息成本、营销成本及渠道成本之外，电子商务服务业

在信用成本、物流成本与交易时间成本的降低上也具有显著作用。

②促进社会分工协作：在电子商务服务业的促进下，电子商务应用渗透率不断提升，围绕电子商务服务的工作流程不断细化，新的商业形态不断呈现。

③引爆社会创新：电子商务服务使企业从商业流程中解放出来，专注于客户需求 and 产品创新。

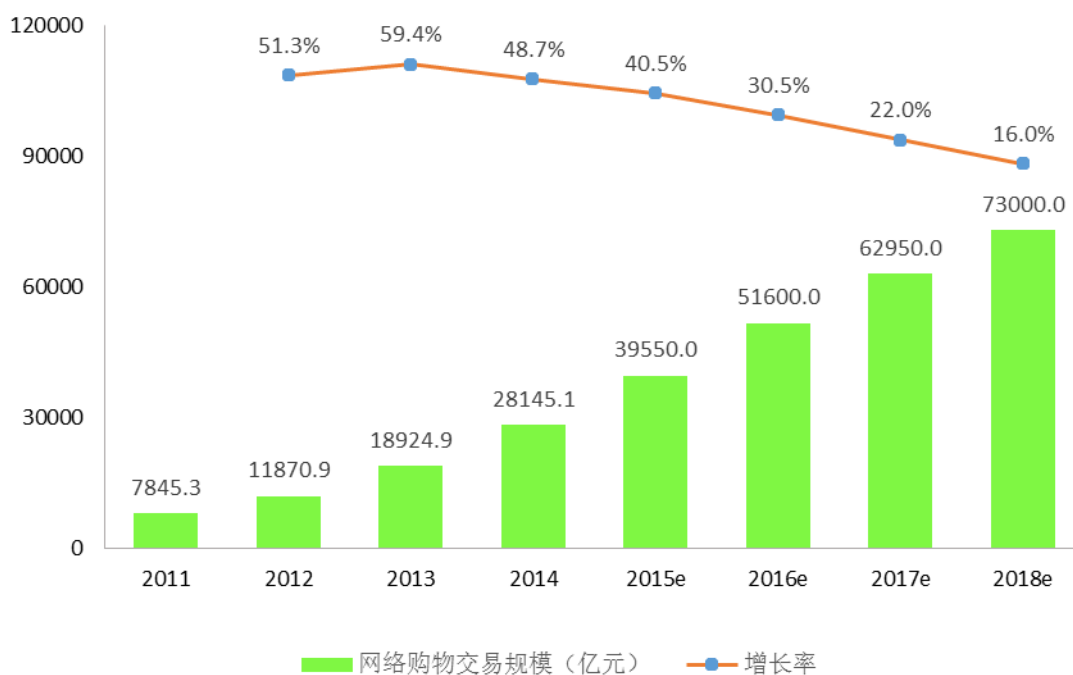
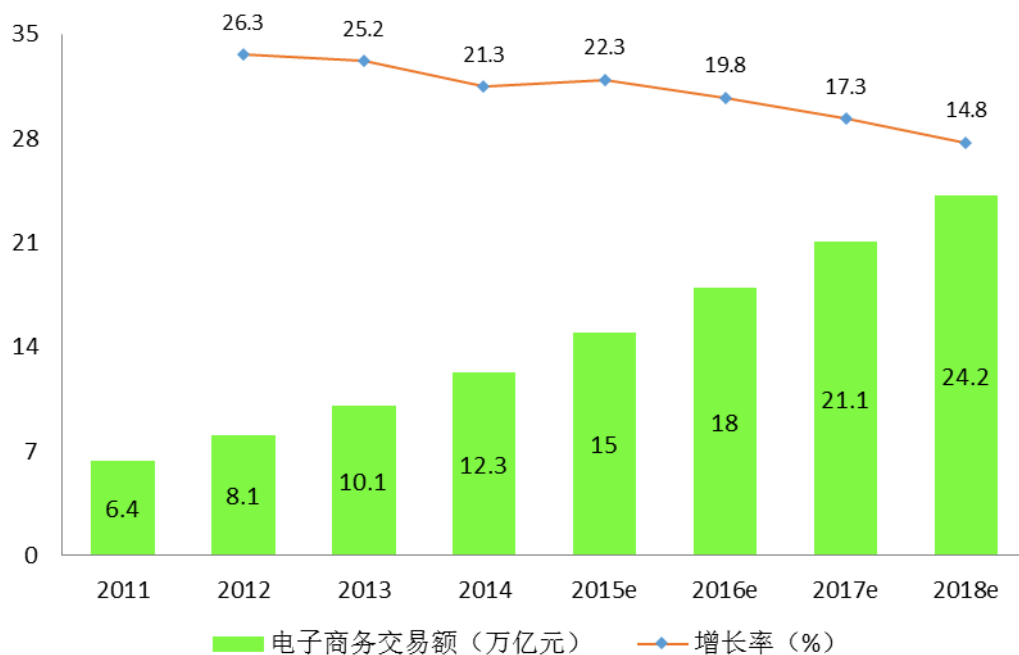
④提高社会资源配置效率：在电子商务服务业的支撑下，无论是传统企业还是个人创业者都可以通过外包、采购、战略合作等方式，与供应链不同环节的合作伙伴建立起广泛而紧密的联系，有效整合人力、技术、生产与资本等社会资源，高效率为客户提供产品和服务。

## 2、电子商务服务业的市场规模

根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第 35 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2014 年 12 月，我国网民规模达 6.49 亿，全年共计新增网民 3117 万人。互联网普及率为 47.9%，较 2013 年底提升了 2.1 个百分点。其中，我国手机网民规模达 5.57 亿，较 2013 年增加 5672 万人。我国网络购物用户规模达到 3.61 亿，较 2013 年底增加 5953 万人，增长率为 19.7%；我国网民使用网络购物的比例从 48.9% 提升至 55.7%。

艾瑞咨询统计数据显示，2014 年中国电子商务市场交易规模 12.3 万亿元，增长 21.3%，其中网络购物市场交易规模达到 2.8 万亿，增长 48.7%，仍然维持在较高的增长水平。根据国家统计局 2014 年全年社会消费品零售总额数据，2014 年，网络购物交易额大致相当于社会消费品零售总额的 10.7%，年度线上渗透率首次突破 10%。成为推动电子商务市场发展的重要力量。另外，在线旅游增长 27.1%，本地生活服务 O2O 增长 42.8%，共同促进电子商务市场整体的快速增长。近年来中国电子商务市场交易规模、网络购物市场交易规模如下图所示：





资料来源：艾瑞咨询

艾瑞分析认为，随着移动购物市场的飞速发展、典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持 27%左右的复合增长率。

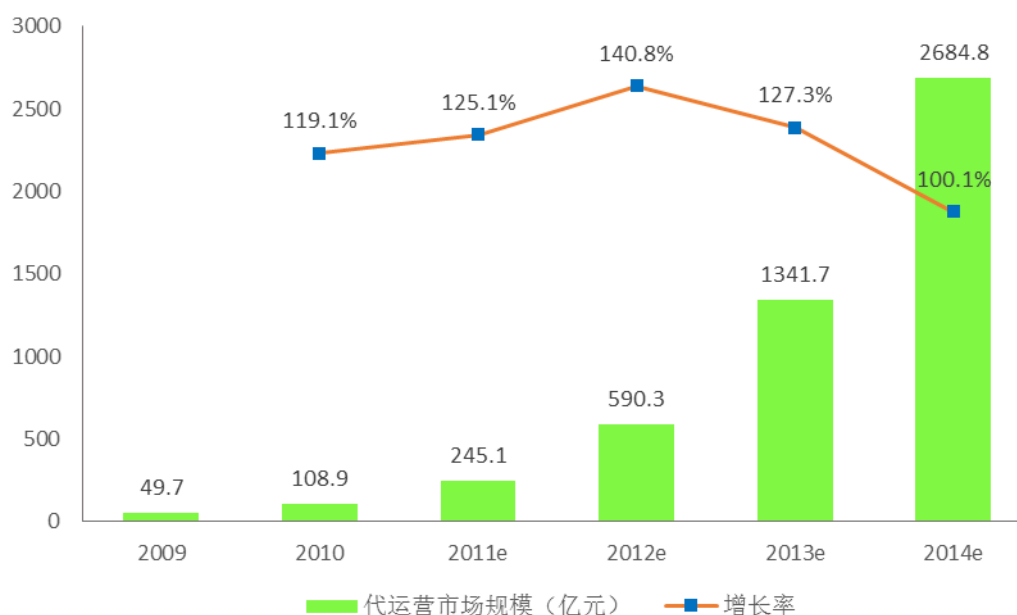
随着中国电子商务市场交易规模的不断扩大，电子商务服务业也随之蓬勃发

展。据阿里研究中心的数据表明，2012年，中国电子商务服务业营收规模为2463亿元，相比2011年同比增长72%。其中，电子商务交易服务业收入为688亿元，较上年同比增长56%；电子商务支撑服务业收入为1174亿元，同比增长113%；电子商务衍生服务业收入为601亿元，同比增长150%，衍生服务业增长最为迅速，2000多亿的电子商务服务业支撑了5万亿的电子商务交易规模。2013年，我国电子商务服务市场规模首次突破万亿大关，达到10880亿元，同比增长40.4%。未来三年，电子商务服务市场规模有望保持30%~40%速度持续增长，万亿撬动十万亿的战略产业已然形成，电子商务服务业将成为中国经济增长的新动力，引导未来经济发展的方向和模式。

### 3、电子商务代运营行业基本概况

根据电子商务服务业的分类，公司属于基于生产者服务的电子商务衍生服务业，而品牌代运营是公司的重要业务之一。艾瑞咨询出版的《中国电子商务第三方服务市场研究报告》中指出，代运营商是指为品牌商触网提供系列服务的电子商务方案提供商，服务内容包括电子商务渠道规划、网站建立、产品上架、品牌营销推广、仓储物流、客服、数据分析等。代运营服务业根据定位不同可分为三种：（1）提供多品类、全产业链一站式运营服务；（2）聚焦一个行业，提供全产业链的运营服务；（3）聚焦产业链的单个环节，凸显服务专业性。代运营商的盈利模式主要分为三种：只收取基础服务费、只收取销售额提点和基础服务费及销售额提点相结合。随着品牌商触网意愿和强度的增加，代运营行业蓬勃发展。根据2015年阿里服务商大会的披露资料，在阿里巴巴集团“中国零售平台”，有超过4000家代运营商依托淘宝天猫平台为品牌商及卖家提供服务。2014年服务商的整体交易规模同比增长72%，服务商数量增长64%。相关数据显示，目前服务市场以及互联网整合营销商的市场规模已经达到千亿人民币。

艾瑞咨询出版的《中国电子商务第三方服务市场研究报告》显示，2010年中国电子商务第三方代运营市场交易规模达到108.9亿元，同比增长119.3%，艾瑞咨询认为，中国电子商务第三方服务市场依然处在发展初期，随着传统企业的电子商务化进程的加快、淘宝等第三方平台的崛起以及行业内代表性企业服务能力的不断提升，中国代运营市场未来仍然具有非常大的发展空间，整体增速将保持在100%以上，2009-2014年中国代运营市场交易规模如下图所示。



资料来源：艾瑞咨询

## （二）行业管理体制

公司所处行业的主管部门主要包括中华人民共和国商务部电子商务和信息化司、中华人民共和国工业和信息化部以及中华人民共和国国家工商行政管理总局。

中华人民共和国商务部电子商务和信息化司作为公司所处行业的主管部门，在其职责范围内制定我国电子商务发展规划，拟定推动企业信息化、运用电子商务开拓国内外市场的相关政策措施并组织实施。支持中小企业电子商务应用，促进网络购物等面向消费者的电子商务的健康发展；推动电子商务服务体系建设，建立电子商务统计和评价体系。拟定电子商务相关标准、规则；组织和参与电子商务规则和标准的对外谈判、磋商和交流；推动电子商务的国际合作等。

中华人民共和国工业和信息化部在其职责范围通过拟定该行业的产业政策，指导推进信息化工作，指导协调电子政务和电子商务发展，对该行业进行监督管理。

中华人民共和国国家工商行政管理总局在其职责范围内负责监督管理市场交易行为和网络商品交易及有关服务的行为。

行业主要的法律、法规、政策如下表所示：

序号	部门	法规政策	相关内容解读
1	国家工商行政管理总局	《关于加强网络团购经营活动管理的意见》（工商市字[2012]39号）	该意见提出规范主体资格，把好网络团购市场准入关；加强行政指导，督促团购网站切实履行责任义务；加大监管力度，维护网络团购市场秩序。
2	国家工商行政管理总局	《网络交易管理办法》（国家工商行政管理总局令第60号令）	自2014年3月5日实施，旨在规范网络商品交易及有关服务，保护消费者和经营者的合法权益，促进网络经济持续健康发展。办法规定了网络商品经营者和有关服务经营者的义务、网络商品交易及有关服务的监督管理及法律责任。
3	商务部、发展改革委、财政部、人民银行、海关总署、税务总局、工商总局、质检总局、外汇局	《关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见的通知》（2013年8月）	旨在加快我国跨境电子商务发展，支持跨境电子商务零售出口。意见明确了电子商务出口经营主体，提出在其通关、出口检验、收结汇、支付、税收等支持政策，并对相关部门提出实施要求。
4	商务部商业改革司	《电子商务模式规范》和《网络交易服务规范》（2008年4月）	该规范的施行加强了电子商务的监管，对于提高卖家诚信度，增强买家的购物信心，推进电子商务发展有积极的作用。
5	商务部	《关于加快流通领域电子商务发展的意见》（商贸发[2009]540号）	加快内贸电子商务发展；促进外贸电子商务发展；推动电子口岸开展跨境贸易电子商务服务；有序发展电子商务服务平台；实施电子商务示范带动工程；推动电子商务配送体系建设；培育一批电子商务龙头骨干企业；营造电子商务良性发展环境并着力建设相关的保障措施。
6	商务部	《关于促进网络购物健康发展的指导意见》（商商贸发[2010]239号）	该意见要求各级商务主管部门要明确培育网络主体、拓宽网络购物领域、鼓励线上线下互动、重视农村网络购物市场、完善配套服务体系、保护消费者合法权益、规范网络市场秩序的七大工作任务，并且改善网络购物交易环境，进一步发挥网络购物在拉动内需、扩大消费中的积极作用，促进国民经济健康协调发展。
7	商务部	《关于规范网络购物促销行为的通知》（2011年1月）	该通知要求针对网络购物促销行为，引导企业依法促销、保证促销商品质量、保护消费者合法权益、严厉查处不实宣传、加强知识产权保护、引导科学合理消费、建立长效机制。
8	商务部	《第三方电子商务交易平台服务规范》（商务部公告	规范第三方电子商务交易平台的经营活动，保护企业和消费者合法权

		2011年第18号)	益,营造公平、诚信的电子商务交易环境。
9	商务部	《商务部关于“十二五”电子商务信用体系建设的指导意见》(商电发[2011]478号)	该意见主要针对电子商务信用体系建设稳步推进,信用服务较快发展,信用环境日益改善,但信用法规标准建设滞后、信用统计监测体系尚未建立,经营主体信用意识不强、失信投诉居高不下等问题仍然突出的现状,把诚信建设摆在突出位置,大力推进政务诚信、商务诚信、社会诚信和司法诚信建设,抓紧建立覆盖全社会的征信系统。
10	商务部	《商务部:“十二五”电子商务发展指导意见》(商电[2011]375号)	该意见要求进一步完善电子商务发展环境、重点鼓励发展电子商务服务业、深化普及电子商务应用、大力发展电子商务示范工程、中小城市和中西部地区电子商务促进工程、传统流通企业电子商务应用等重点工程和推进保障制度建设。
11	商务部	《关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》(公告(2014)56号)	该公告对跨境贸易电子商务进出境货物、物品的监管、企业注册登记及备案管理和电子商务进出境货物、物品通关管理提出了具体要求。
12	中共中央办公厅、国务院办公厅	《2006-2020年国家信息化发展战略》(2006年5月)	确定信息化发展战略目标:综合信息基础设施基本普及,信息技术自主创新能力显著增强,信息产业结构全面优化,国家信息安全保障水平大幅提高,国民经济和社会信息化取得明显成效,新型工业化发展模式初步确立,国家信息化发展的制度环境和政策体系基本完善,国民信息技术应用能力显著提高,为迈向信息社会奠定坚实基础。
13	国务院	《国务院关于大力发展电子商务加快培育经济新动力的意见》国发(2015)24号	确定电子商务市场发展规范发展目标:到2020年,统一开放、竞争有序、诚信守法、安全可靠的电子商务大市场基本建成。电子商务与其他产业深度融合,成为促进创业、稳定就业、改善民生服务的重要平台,对工业化、信息化、城镇化、农业现代化同步发展起到关键性作用。
14	工信部规划司	《电子商务“十二五”发展规划》	确定电子商务“十二五”发展目标位:电子商务交易额翻两番,突破18万亿元。其中,企业间电子商务交易规模超过15万亿元。企业网上采购和网上销售占采购和销售总额的比重分别超过50%和20%。大型企业的网络化供应链协同能力基本建立,部分行业龙头企业的全球化商务协同能力初步形成。经常性应用电子商务的中小

			企业达到中小企业总数的60%以上。网络零售交易额突破3万亿元，占社会消费品零售总额的比例超过9%。移动电子商务交易额和用户数达到全球领先水平。电子商务的服务水平显著提升，涌现出一批具有国际影响力的电子商务企业和服务品牌。
15	广东省工商行政管理局	《关于鼓励支持我省网络商品交易及有关服务健康发展的若干意见》（2012年7月）	旨在鼓励网络商品经营者及网络服务经营者创业，同时规范网络商品交易及有关服务行为。
16	广东省人民政府办公厅	《广东省人民政府办公厅关于加快发展电子商务的意见》粤府办〔2012〕131号	阐述了广东省电子商务的发展定位和目标任务、培育电子商务平台和网商、普及和深化电子商务应用、完善电子商务支撑服务体系、推动电子商务创新发展、加大政策支持力度。

### （三）行业竞争格局

随着品牌商触网意愿的增强，良好的市场前景和较低的进入门槛，使得较多小型代运营服务商涌入行业，导致过度竞争。据阿里巴巴统计，2012年天猫淘宝第三方服务平台数量高达2800多个，相对于2011年新增4倍，其中专业的代运营商家达600家，规模以上的代运营商约370家，根据天猫总共2300家入驻品牌商测算，每家代运营商所代理的品牌商不足3家，规模效应难以体现。

由于前期资本投入以及后期运营成本的升高，2012年底至2013年电商代运营市场逐渐洗牌。众多以提供某个环节为主业而又缺乏足够资金支持的企业逐步被淘汰，剩余多为定位于全产业链服务的代运营商，或者专注于某一行业的全产业链服务商，专业性和服务能力相对较高，能够在激烈的行业竞争中脱颖而出，获得品牌商的认可。

现阶段代运营市场企业集中度提升趋势显著，行业逐步规范，以平稳较快速度发展。经历洗牌之后，行业格局逐渐清晰，各模式下代表企业显现。全产业链多行业代运营的代表企业包括上海宝尊、瑞金麟、兴达长信、新七天等；深耕单行业全产业链的代运营商代表企业，以化妆品为例，主要有丽人丽妆、杭州悠可等；定位于单个环节的代运营商主要代表企业包括五洲在线、四海商舟等，具体情况如下图所示。

类型	主要企业	注册地址	主要服务内容
多品类全产业链	上海宝尊	上海	为品牌企业和零售商提供营销服务、IT服

代运营商			务、客户服务和物流服务
	瑞金麟	北京	提供全包式电子商务服务
	兴达长信	北京	提供全方位的电子商务配套解决方案
	新七天	北京	提供电子商务一站式服务和电子商务专项服务
定位化妆品的单品类全产业链运营商	丽人丽妆	上海	为化妆品品牌企业提供一站式运营服务，目前主要代运营相宜本草、兰蔻、碧欧泉等40多个品牌。
	杭州悠可	杭州	为雅诗兰黛、法国娇韵诗、皇后的秘诀等20多个化妆品品牌提供代运营服务
	杭州网创	杭州	为百雀羚、奥悦、曼姿、欧珀莱、伊丽莎白雅顿等化妆品品牌运营天猫旗舰店。
单环节代运营服务	五洲在线	北京	提供仓储及配送，快递管理服务（由全产业链服务转型而来）
	四海商舟	南京	侧重于外贸方向的运营服务

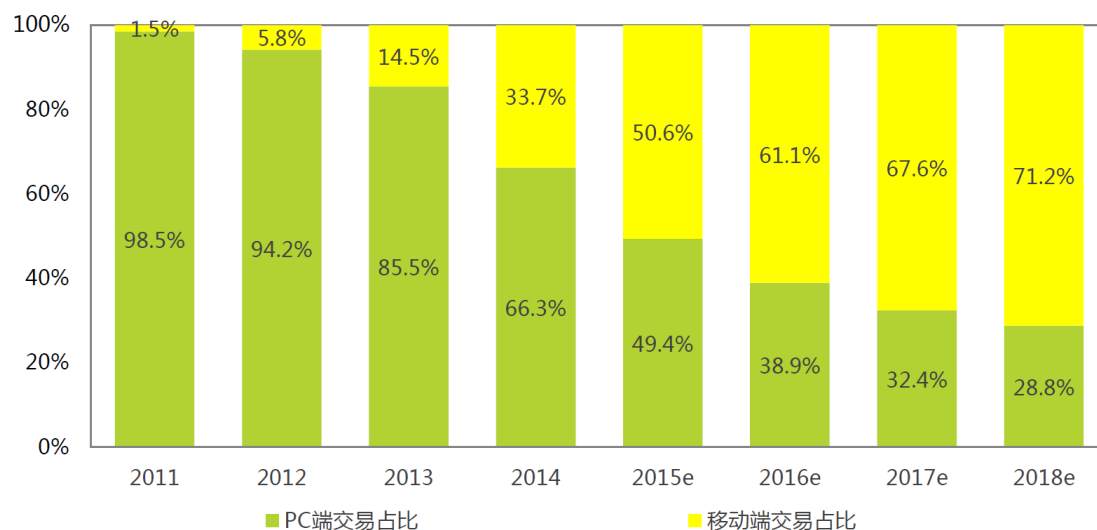
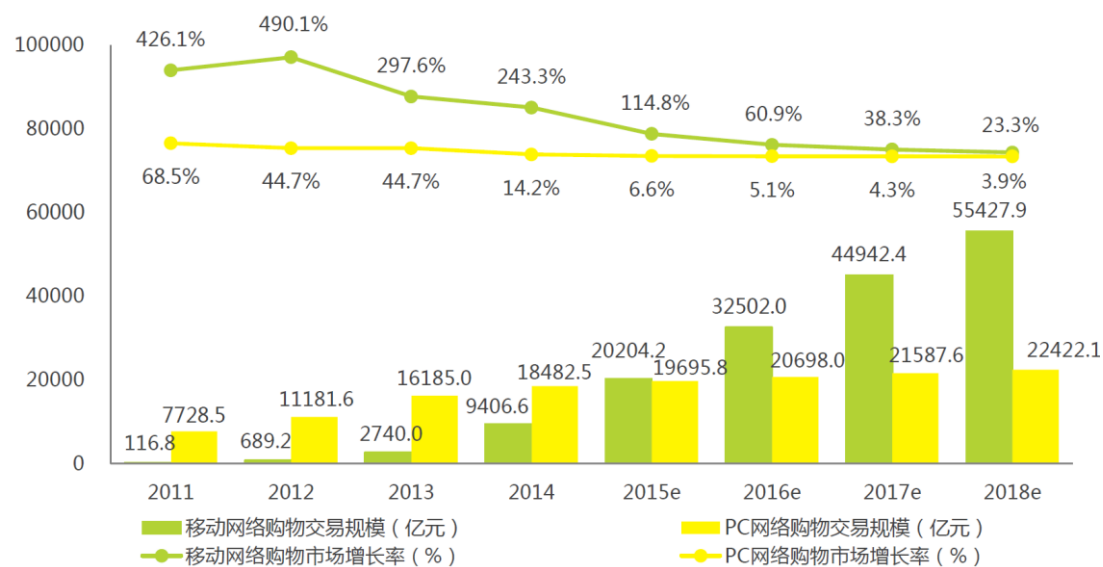
资料来源：长江证券研究报告

## （四）行业发展趋势

### 1、移动电商引领网购潮流，催生新商业模式

国务院发展研究中心课题组指出，近年来，随着智能移动终端的普及以及“4G”时代的到来，推动了移动电子商务的快速发展，对经济社会生活的影响不断增大，正成为我国经济发展的重要推动力。

近年来，移动电子商务业务不断增长。根据中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的第35次《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2014年12月，我国网民规模达6.49亿，其中手机网民规模为5.57亿，手机使用率首次超越传统个人电脑使用率，成为第一大上网终端设备。手机网购、手机支付、手机银行等手机商务应用用户年增长分别为63.5%、73.2%和69.2%，高于大部分手机应用的增长幅度。根据艾瑞咨询数据，2011-2014年，移动购物市场交易规模从116.8亿元激增到9406.6亿元，复合增长率高达331.8%，2014年移动端在网络购物市场中占比达到33.7%，增速远高于PC端。艾瑞分析认为，移动互联网的普及、网民从PC端向移动端购物的倾斜、移动购物场景的完善、移动支付应用的推广、各电商企业移动端布局力度的加大以及独立移动端平台的发展，均是中国移动购物市场快速发展的重要因素，预计2015年移动端交易规模占比将突破50%，移动端成为用户购物的重要选择。下图显示了2011-2018年中国网络购物市场PC端及移动端交易规模及占比情况。



资料来源：艾瑞咨询——中国网络购物行业年度监测报告

移动电子商务的发展不断激发企业转型。近年来，我国传统电子商务交易平台企业纷纷向移动电子商务转型。淘宝网、京东商城等企业推出了手机客户端和手机网站，不断优化用户体验。大量中小企业推出自身的移动 APP 客户端，有效提高了营销精准度和促销力度。移动电子商务市场的产业集中度正在快速提高。

移动电子商务催生各种新商业模式。首先，移动互联网具有定位功能，它实现了线下实体店和在线网络店的充分融合，出现了 O2O 模式，每家实体店或企业都可以在移动互联网上发布自己的终端应用，实体店主要提供产品展示和体验功能，解决服务客户的“最后一公里”问题，而交易则在网上完成。也就是说，互联网渠道不是和线下隔离的销售渠道，而是一个可以和线下无缝链接并能促进

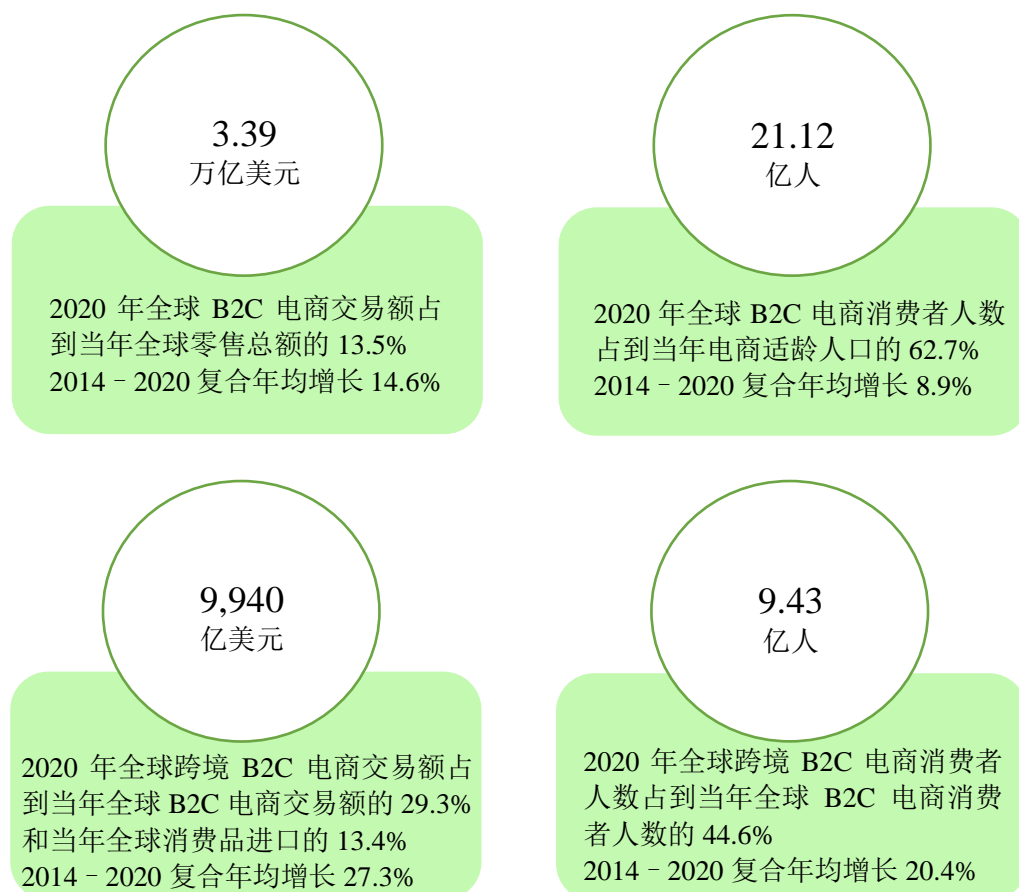


线下发展的渠道。O2O 模式是一个“闭环”，电商可以跟踪分析用户的交易情况和满意程度，快速调整营销策略。其次，很多领域的供求信息有高度的分散性和瞬时性，供求不匹配导致市场失灵，移动互联网为撮合供需双方达成交易提供了新的技术手段。再次，随着移动支付的普及，手机将取代银行卡等，成为综合智能终端，移动支付和微信支付的应用带动了网络基金、P2P 网贷、众筹等线上金融服务的移动化转型。

移动电子商务不仅仅是电子商务从有线互联网向移动互联网的延伸，它更大大丰富了电子商务应用，深刻改变了消费方式和支付模式，并有效渗透到各行各业，促进了相关产业的转型升级，为整个电子商务行业提供了新的发展机遇。作为具有敏锐市场嗅觉和时局把控能力的公司管理团队，公司早已进行移动端布局，在移动端收入获得大幅增长的同时，谋求移动端社群化 APP 布局，针对高知妈妈，形成一个具有明确价值主张的，着眼于用户口碑积累的育儿分享和实践平台，最终实现经验交流与场景购物的完美结合。

## **2、跨境电商——数字化消费重塑商业全球化**

2015 年 6 月 11 日，阿里跨境电商研究中心与埃森哲在北京联合发布全球跨境 B2C 电商趋势报告，预测全球跨境 B2C 电商交易额将由 2014 年的 2,300 亿美元升至达到 9940 亿美元，惠及 9.43 亿全球消费者，其中，以中国为核心的亚太地区以 53.6% 的新增交易额贡献度位居首位。与该报告互相呼应，国务院总理李克强主持召开国务院常务会议中强调要促进跨境电子商务健康快速发展，用“互联网+外贸”实现优进优出，有利于扩大消费、推动开放型经济发展升级、打造新的经济增长点，并给予了强有力的政策支持。2014-2020 全球跨境 B2C 电商市场增长趋势如下图所示。



资料来源：EIU,ISI, World Bank & 埃森哲分析

适龄人口定义：年龄在 16-65 岁的人口

报告表明，未来几年跨境电商交易额的增长将主要由跨境消费者数量的增长而驱动。随着客户体验的提升、“智能化”品类组合的完善，以及平台运作的成熟，新增消费者的人均消费金额将呈现逐年上升的趋势。面对新崛起的数字化消费大军，电商商家纷纷创新商业模式，并采取各种策略对消费者进行“跑马圈地”，这种活跃反过来将刺激跨境消费交易的需求。以中国为例，在 2014-2020 年区间，跨境 B2C 电商将把消费品进口的年均增速拉高近 4 个百分点。到 2020 年，中国将成为全球最大的跨境 B2C 电商市场。

跨境 B2C 电商未来的发展，除了规模增长和交易产品与服务品类的扩大，也将呈现平台服务增值化、服务一体化和集约化、线上线下平台融合这三大发展趋势，这也将改变传统消费品跨境贸易 B2B2C 的多环节链状模式，形成以集约交易平台触及数字化消费者，并驱动产品和服务线下交付无缝衔接的商业生态系统，其交易流程更加扁平，交易的方式更加碎片化。而利用平台和平台上的海量

数据，将出现众多的第三方增值服务商，围绕客户体验、企业效率和价值提升，充分运用物联网、大数据分析、云技术等数字化技术提供集约的供应链、营销、体验升级等服务。

着眼于客户体验的完善，跨境电商平台将不断推动无国界互动交流、无国界数据资源共享和无国界创新，鼓励企业创新产品和服务，创新商业模式，树立全球化的品牌定位，推动更加平等和普惠的全球贸易，加快各国企业全球化的运营进程，改变企业全球化的运营模式，形成更加虚拟、数字化的网状结构，更加灵活、机敏，运营成本低廉。因而，跨境 B2C 电商行业的所有利益相关方、企业应该抓住这个契机，围绕新兴的跨境数字化消费，制定战略，完善支付、移动互联网、物流等基础设施建设，培养核心竞争力，提升消费者洞察和数字化应用能力，在全球市场竞争中赢得先机。公司设立专门的跨境电商事业部进行跨境电商的业务突破，布局天猫国际等主流第三方跨境电商平台，建立海外商品采购、境外物流、保税仓管理、国内消费者分析等跨境电商全链路供应链体系，同时根据用户数据进行用户群体的精准定位与服务。

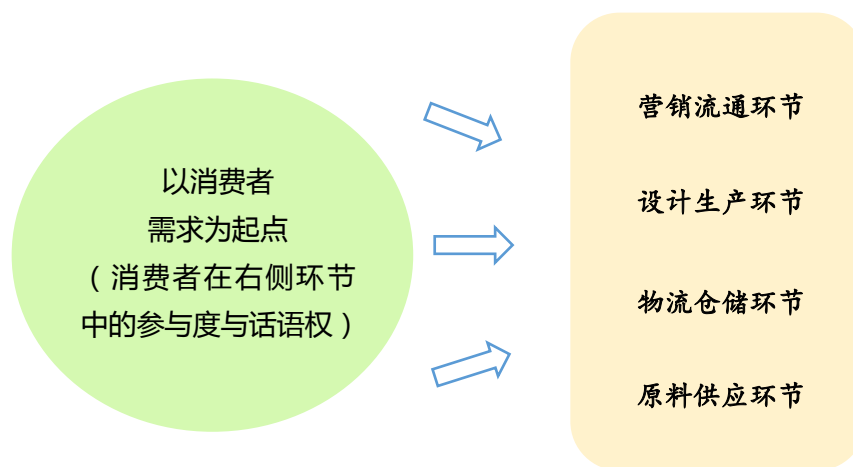
### 3、电子商务 C2B 模式——商业景观重绘

商业模式的本质就是分工问题。正因为有新基础设施、新要素的崛起，新分工网络也随之崛起。工业时代以厂商为中心的 B2C 模式，正在逐步被信息时代以消费者为中心的 C2B 模式所取代，而 C2B 将是电子商务网络购物行业的重大发展趋势之一。

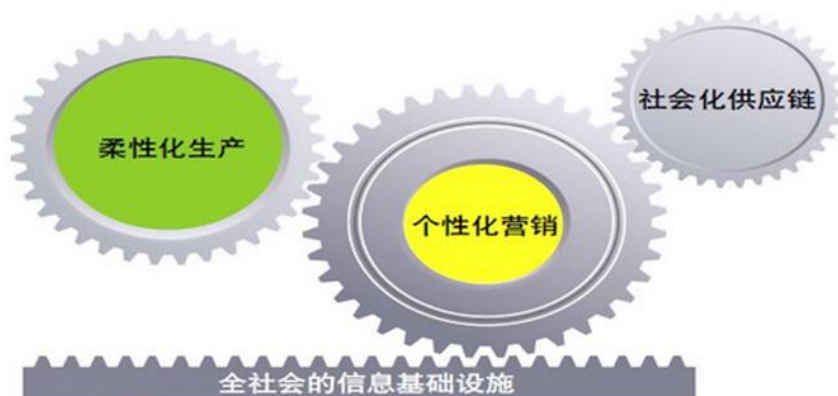
C2B 模式得以实现有三方面的基础：技术基础、经济基础、意识基础。技术基础是指互联网技术的广泛渗透，消费者的信息能力在信息机构的帮助下大幅提升；经济基础是指国内乃至全球的经济状态皆由短缺经济发展为过剩经济，物质产品极大丰富；消费者个性化意识的觉醒，企业供给与市场实际需求间交集越来越小，消费者需求出现漂移则是 C2B 模式得以实现意识基础。在影响未来商业格局的各种力量中，互联网无疑是最具活力的决定性因素。

C2B 模式的核心思想是消费者驱动整个商业活动。传统工业经济时代衍生出的是大规模、流水线、标准化、成本导向的 B2C 运作模式，所有环节都由厂家驱动和主导，而 C2B 运作模式则是由消费者驱动，以消费者需求为起点，在商

业链条上一个一个环节地进行波浪式、倒逼式传导。下图为消费者驱动整个商业活动的路径图。



随着互联网在商业领域的持续扩散，一幅全新的商业景观也日益清晰：在几乎是赢者通吃的搜索和社交网络营销平台上，展开低成本、高效率、精准互动的个性化营销；在 eBay、亚马逊、淘宝网等巨型零售平台上，完成覆盖长尾市场的个性化销售；在基于互联网的、可展开大规模实时协作的供应链平台上，完成以消费者为中心的社会化分工与协同。同时，生产体系的柔性化，也得到了进一步的加速。C2B 模式的支撑体系主要是三个方面：个性化营销、柔性化生产、社会化供应链。C2B 模式的运作机制示意图如下图所示：



资料来源：阿里研究院

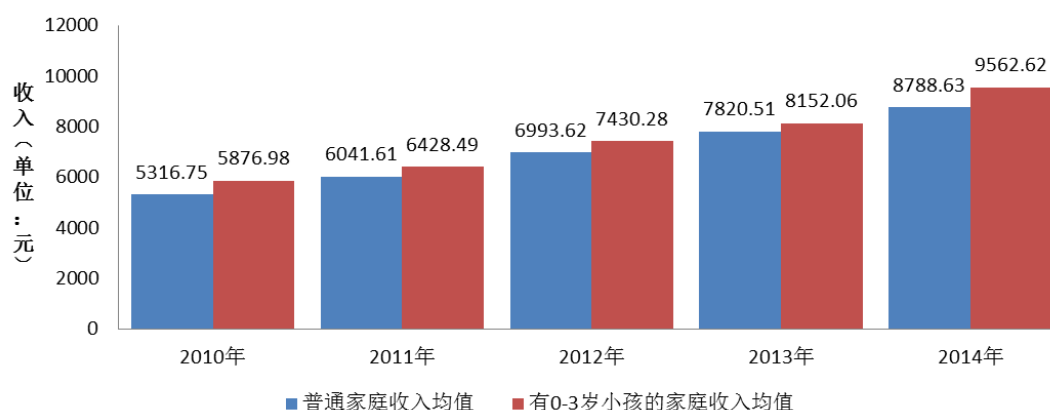
公司将根据 C2B 模式的发展趋势，甄选国际优质产品或产品组合引入平台或相关社群，寻求用户的意见和想法，为品牌注入个性化、定制化和多元化特性，既可以聚合分散的数量庞大的客户群，形成一个强大的采购集团，扭转以往一对一的劣势出价地位，享受价格优惠，又可以根据客户个性化定制产品，邀约厂商

生产，实现以客户需求为引擎，倒逼厂商“柔性化生产”。公司致力于打造一个完全以人、体验和场景为出发点的购物新时代。

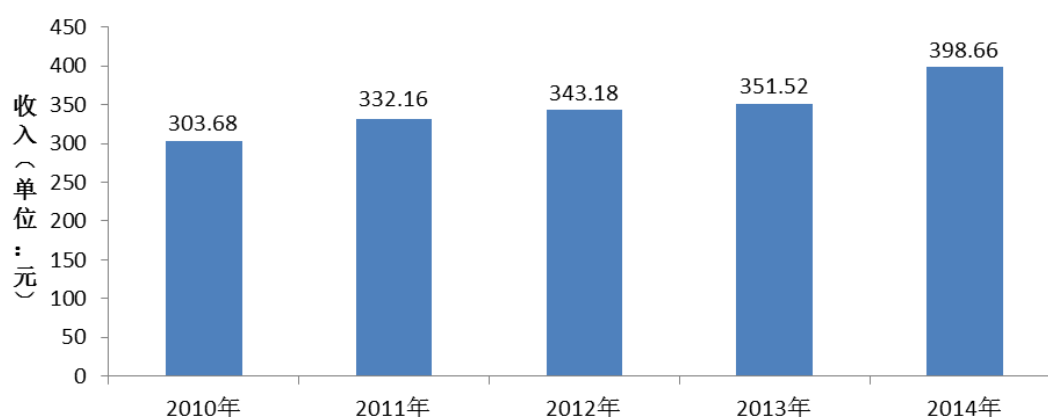
#### 4、孕婴童行业爆发，消费潜力巨大

CMMS（中国市场与媒体研究）显示数据表明，中国家庭的平均收入连续5年增长，从2010年的5316元上升至2014年的8788元，且有0-3岁小孩的家庭的收入均值高于同年整体平均，并且持续增长。2010年到2014年，有0-3岁小孩的中高收入（8000元以上）家庭不断攀升，8000-15000元收入的家庭占比已从2010年14.4%上升到39.9%。2010年-2014年期间，有0-3岁小孩的家庭每月日用品支出金额也在逐年的提升，从303元上升至398元。

2010年-2014年中国家庭收入均值



2010年-2014年中国有0-3岁小孩的家庭每月购买日常用品的开销均值



根据艾瑞咨询的数据显示，2013年中国孕婴童行业市场规模为1.43万亿元，2015年预计突破2万亿元。艾瑞咨询认为，首先，随着单独二胎政策的放开，新生儿迎来一个小高峰，孕婴童行业迎来黄金时代；其次，新生代父母的消费潜力大，消费意识与消费能力升级，二者共同促使孕婴童行业在接下来的五年迎来

一次爆发。2013年中国孕婴童用品线上渠道交易规模为860.3亿元，孕婴童用品零售线上渗透率为6%，预计到2017年，规模可达2472亿元，年复合增长率为30%。孕婴童用品线上渠道交易规模保持快速增长，线上渠道渗透率进一步加深。公司根据孕婴童行业的巨大消费潜力以及经验积累，将重点进行孕婴童全品类布局，抓住机遇取得发展。

## （五）影响行业发展的因素

### 1、有利因素

#### （1）消费需求与消费结构的变化

扩大内需、倡导积极的居民消费依然是我国消费政策的制定方向，《电子商务“十二五”发展规划》的目标是：到2015年电子商务交易额翻两番，突破18万亿元；企业网上采购和网上销售占采购和销售总额的比重分别超过50%和20%；网络零售交易额突破3万亿元，占社会消费品零售总额的比例超过9%。我国目前整体经济增长增速虽然有所放缓，但我国人均收入保持不断增长，消费结构有所转变，新一代主流消费群体趋向年轻化，网络购物需求呈明显的上升趋势。艾瑞分析认为，随着移动购物市场的飞速发展、典型电商企业向三四线城市甚至农村市场的扩张及国际化战略的布局，未来几年，中国网络购物市场仍将保持27%左右的复合增长率。随着电子商务的网购群体规模的不断扩大，网络购物需求也会变得越来越多样化、个性化，对服务的要求也会越发高标准化，这就为提供更加精细化服务的电子商务经销和代运营提供了深入发展的空间。

#### （2）传统企业转型的迫切需求

互联网经济冲击下，我国传统企业转型升级迫切。《电子商务“十二五”发展规划》提出，我国经济发展面临着资源环境约束增强、产业结构不合理、投资和消费关系失衡等重大问题，亟待通过信息化与工业化深度融合转变经济发展方式，迫切需要进一步发挥电子商务在创新企业生产经营模式、提高产业组织效率、激发市场活力、优化资源配置、促进节能减排、带动新兴服务业发展中的积极作用，推动产业结构调整，拉动国内市场需求，创造新的经济增长点。传统企业“触电”将是一种不可逆转的趋势，传统企业向电子商务转型，不仅仅是企业销售渠道的拓展，更多的是借助互联网、大数据等成熟技术促进企业的生产创新、

管理创新、产业创新，不断的根据用户的需求而去改变提升自身的生产、经营、管理模式。促进企业再造、品牌再造是传统企业开展电子商务带来的最大价值，而这一目标的实现通常是在专业运营服务商等服务商家的参与合作下完成。传统企业的转型大势给运营服务商带来更多的可服务商家来源，以及选择与自身优势更契合的合作伙伴的机会。

### （3）信息技术的广泛应用

我国网络技术的宽带化、智能化极大促进了移动通信运营商及设备制造商的创新与发展，3G 到 4G 通信网完善成熟、新一代互联网开发应用以及网络数字电视的逐步普及将有效的扩大网络用户，造就一个全新一代的网络购物平台。此外，云计算作为信息基础设施的基础作用日益凸显，在电子商务、公共服务、互联网金融等领域快速渗透并得到深入应用。2014 年使用云计算服务的客户已有上百万家，广泛分布于零售、金融、数字娱乐、医疗健康等行业。阿里巴巴、腾讯、百度等服务商将云计算作为战略业务发展，微软、IBM、Amazon 先后进入中国云计算市场，将极大地促进云计算成为全新的信息基础设施。同时，近两年大数据在电子商务交易、物流快递、电子支付、网络营销等电子商务服务中的应用日益广泛，贡献突出。以 2014 年“双十一”购物狂欢节为例，数据显示其中超过 2 亿件包裹在 9 天内完成配送，短时间内，海量订单得到高效处理，大数据发挥了至关重要的作用。网络技术的宽带化、智能化以及云服务和大数据的广泛应用，将会为代运营商增强自身运营实力、提高客户体验奠定坚实的基础。

### （4）电子商务园区的兴起

随着越来越多城市和县域将促进电子商务作为发展重点，近两年在全国涌现出大量规模不等、形式多样的电商园区。根据阿里研究院发布《中国电子商务园区发展报告（2014-2015）》显示：截至 2015 年 3 月，全国电子商务园区数量超过 510 个，遍布于 29 个省市自治区、超过 110 个城市。在“互联网+”大潮的背景下，电子商务园区正日渐成为区域电子商务服务的枢纽、大众创业万众创新的孵化器、富有活力的知识社区、促进电子商务发展的政策载体。近两年，全国电子商务园区呈现规模化涌现的发展态势，其主要动力包括网商的旺盛需求、多元主体投资以及良好的发展环境，其中跨境园区和县域园区是其发展的新增亮点。电子商务园区的发展有利于发挥其集聚效应和辐射效应，形成本地电子商务服务

枢纽，发挥服务辐射作用。同时，各类电商的大规模集聚，通过各种正式、非正式的沟通，有利于促进知识的交流、观点的碰撞以及经验的传播，逐渐演变成富有活力的知识社区，促进电商服务商充分竞争和服务创新，有利于促进本地化电子商务服务体系的快速形成。

## 2、不利因素

据艾瑞网分析，2015年，电子商务将从快速发展向高速发展转变，到2020年，电子商务产业将接近并可能超越传统产业规模。我国电子商务发展大势不可逆转，但同时也面临着一些有待改善的不利因素，主要体现为以下几个方面：电子商务法律法规有待进一步健全完善、行业的信誉与安全性方面有待进一步提升、对电子商务平台与物流体系的建设等具有较大的依赖性、传统企业“单飞”、缺乏统一的行业标准等。

## 七、公司的主要竞争状况

### （一）公司的竞争优势

公司的战略定位决定了公司的成长高度。公司自成立伊始，就不仅仅满足于为品牌商实现简单的线上销售，而是致力于通过提供精准、专业的服务，一方面不断强化自身策划能力，帮助品牌商进行形象重塑，成为品牌商的深度合作伙伴，一方面通过专业的精细化运营能力，让品牌商的资源投入事半功倍，实现小投入大产出的运营效果。

#### 1、出众的品牌策划及形象重塑能力

区别于大多数公司的“动手”执行，即根据品牌方明确的定位方向、具体的视觉设计、卖点表述等确切内容在电子商务平台上进行延伸，公司在为国内外知名品牌提供运营管理之前首先完成的是对品牌进行定位策划、形象重塑。国外品牌通过互联网进入中国的时候，并不是所有品牌商都具有完备的品牌落地能力，公司在承接了解品牌商原有产品开发整体思路及品牌核心之后，结合中国消费者的特点，对这些品牌进行再次定位，并通过贴近用户的视觉设计、文字表达来帮助品牌在消费者心中建立起良好的品牌体验，公司具备帮助品牌重塑和落地的“动脑”能力。





公司对品牌方落地中国提供全方位品牌策划服务的具体步骤包括：第一，根据品牌主要特征开展消费者研究，同时结合消费者习惯和行为变化特征进行品牌视觉语言提炼以及品牌重塑，确立品牌调性；第二，从用户心智出发，对品牌产品的用户打动点做重新挖掘和视觉设计重现，确立整体形象提升方案；第三，公司会进行产品页面定期发布，为品牌商定制个性化多屏运营方案，实现品牌形象的二次策划包装和价值提升；第四，公司运营团队会根据当前热点人物或事件在页面进行兴趣点营销，利用页面交互式代码实现公司与用户的互动，实现视觉表达差异化设计，并通过赠送小样等衍生物料收集用户行为，强化用户口碑，建立品牌商-公司-第三方交易平台-消费者之间的良性生态循环，实现品牌商的品牌重塑、传播和价值释放。

## 2、精细化运营能力，深耕细作营销推广

公司在创立伊始即意识到精细化运营的重要意义，在营销推广方面深耕细作，凭借对投放策略与投放工具的精准把握，帮助品牌商实现了线上推广的突破。伴随互联网的发展，线上推广竞争日趋激烈，大量购买流量投入广告的粗放式竞争策略效果已不再明显。公司在精细化运营方面积累的实力与经验，是应对流量红利减弱的制胜法宝。

在投放策略方面，公司根据运营经验总结出了“推广收益边际化模型”，该模型针对已有投放数据的店铺，可广泛应用于直通车、钻石展位等投放工具。公司根据推广目标对阶段性运营核心指标进行调整，通过模型得出不同的投放策

略，取得了良好的推广效果。此外，公司根据用户网上消费行为总结归纳出 3 层关系人群，分别是强关系人群、中关系人群和弱关系人群，在达摩盘中进行人群拓展。拓展顺序自强关系人群开始，再根据投放效果排序从中关系以及弱关系人群拓展。公司合生元天猫旗舰店钻石展位投放策略在 2015 年 4 月运用该模型，通过投放人群及人群溢价的优化，在每月推广花费不变的情况下，整体 ROI 较 3 月份上升了 55.8%。

在投放工具方面，公司推广团队从日常钻展工作中不断总结经验心得，凭借优秀钻展素材库、精细化的钻展投放策略以及对于钻展计划消耗黄金比例的精准把握等优势，优化了钻展投放效果。公司推广团队建立了优秀钻展素材库，共享各店铺制作的高点击率素材、行业内高点击率素材和创意类型素材，并对素材库不断更新。在拥有强大素材库后，公司通过广效宝对终端人群进行区分，根据人群进行钻展投放并实时调整，使得钻展投放的精细化程度大大提升。此外，公司推广团队通过长期测算，发现了钻展计划消耗的黄金比例，在保证推广效果的情况下有效控制了成本。促销活动日是公司的营销关键时期，公司提前在活动预热阶段进行素材测试，筛选出高点击率的素材并进行二度优化，为促销活动日的推广成功奠定了基础。最后，公司通过使用访客定向能够实现定向人群分组，帮助店铺在现有客户人群的基础上去进行更多的人群拓展，取得了良好效果。

### 3、强大的数据化运营和客户管理能力



伴随中国电商市场的逐步成熟，电商企业愈发重视由粗放式发展向集约式发

展转型，以精准营销、数据化运营等对市场精耕细作是行业内企业未来发展的重要趋势，而数据的积淀与分析是支撑前述方式的核心基础，电商企业具备强大优越的数据收集、分析系统，这将成为领先于行业的发展优势。

公司通过客户关系管理系统，收集了富有价值的消费者行为和交易数据“金矿”。公司基于对在线和移动端交易数据的及时挖掘和分析这把“尖刀”，对“金矿”进行了完美切割，制定了更符合品牌客户需求的精准营销计划。另外，公司通过构建市场反馈信息采集系统和消费习惯监测分析系统用于提高日常流量转化经营，同时支撑核心管理层对产业预测、品牌战略决策和市场营销策略的分析。在数据运营体系带动下，公司长期实现了全方位资源聚焦利用，完成资源成本的管控，保障了业务长期稳定运营，形成了领先于行业的精准策划能力，进一步提高了对品牌商和消费者的增值服务质量。

另外，公司持续投入资源以保障其会员生态系统的持续发展，建立了在线旺旺（售前、售中和售后服务）、EDM（周期性推送品牌产品信息）和短信推送（建立完善“7”接触点关怀）、外呼团队（外呼关怀与客户满意引导）的三维客户服务体系，能够及时了解客户需求，关心客户体验；实施会员分层，量化会员价值，并对新会员、新客回购、老客户进行针对性维护；建设广州萝岗、江苏南通两地仓储物流中心，为客户打造高效及时的配送体验。

#### **4、把握潜力行业，重点发力孕婴童品类**

随着中国消费者日用品消费观念的转变以及消费能力的升级，其需求越来越多元化、并且更加青睐高品质的、具有国际生产背景的产品。公司经过多年的经验积累以及对细分市场敏锐的洞察能力，选取具有较大消费潜力的品类，形成了以母婴、美妆及个人护理三大品类为主的品牌布局。

基于孕婴童行业的巨大消费潜力以及公司在孕婴童行业中积累的丰富经验，公司一方面通过数据采集建立孕婴童大品类的消费者数据库并对其行为动向进行持续监测，为公司的品牌筛选提供了有效指引，同时也为品牌商伙伴提供了详尽、全面、深入的市场分析；另一方面，针对合作的众多孕婴童国际品牌，基于强大的品牌重塑以及精细化运营能力，公司形成了一套针对性的国际品牌战略落地以及品牌本地化的行动方案，从品牌及销售两个层面共同拉升品牌增长，实现

品牌价值；另外，随着未来品牌发展趋势将越来越小众化，公司具有从整体孕婴童品类去看待市场发展的格局，能更好的为每个品牌提前布局好品牌市场范围，帮助品牌方避开竞争、占领并深耕市场。定位于精准，立足于细分，将大大增强公司在垂直领域的影响力与品牌力。

## 5、电商经验丰富而又年轻专业化的管理团队

以创始人为核心的管理团队是公司竞争优势的最基础性因素，核心管理团队的经验与水平直接决定了公司的战略定位、运营管理以及创新能力。核心管理团队既有丰富的主流电商平台的行业操盘经验，具备优秀的市场趋势洞察能力及市局把控能力；又积累了大量品牌的电商运营的实战成功经验，在精细化运营的道路上深耕细作。

公司一直秉持“以梦为马，不忘初心”的价值观，以简单、开放、狼性的企业文化和态度聚集了一群积极进取、蓬勃朝气的年轻人。公司员工的平均年龄仅25岁，在不断创新和自我提升的过程中也实现了品牌业绩的屡次突破。公司为这些年轻专业的员工建立了忠诚奖励计划、专业培训计划、家庭帮扶计划等全面的人才保育计划，进行物质激励、职业提升和情感交流，在保持团队稳定性和凝聚力的同时实现团队能力的规模化提升，使公司在面临互联网行业快速变化和复杂竞争下，始终能够灵活应对，取得骄人的成绩。

### （二）公司的竞争劣势

相对于国内外大型企业而言，公司融资渠道单一，资本实力尚待提高。近年来随着公司经营规模的快速扩大以及新品牌的不断引进，资金已经成为制约公司发展的主要瓶颈之一。从长远看，公司完全依靠自我积累、银行贷款和商业信用融资的方式如不能得到有效改善，将制约公司的发展。

### （三）公司采取的竞争策略和应对措施

#### 1、多种模式强化与品牌商的深度合作

随着行业竞争的不断加剧，品牌方可以有越来越多的选择，加强与现有品牌的深度合作是保证公司长远发展的根基。公司将进一步掌控包括品牌重塑、互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓促配送等电子商务核心价值环节，不断挖

掘品牌商产品卖点与顾客需求，为品牌商提供更加个性化、精细化、优质化的电商服务，提高品牌商对公司的信任感和依赖度，不断深化双方的战略合作伙伴关系。

另外，未来公司还将通过三种模式强化与品牌方的合作，第一种是面对已经成熟的大品牌，通过与大品牌的子品牌或新类别的产品成立合资公司的形式帮助大品牌进行新业务的拓展，从而绑定与成熟品牌方的长期合作。第二种是面对新进中国的国际品牌或具备研发实力的国内新品牌，通过投资或资本交叉的方式来加强双方的关系。第三种是强化公司的专业性，开发建立公司在孕婴童品类的消费者数据库，开发分析模型强化研究能力，进而为品牌方提供最有价值的市场分析，成为其品牌发展的咨询顾问。

## **2、拓展跨境电商，深耕海外供应链**

随着互联网、物流网等基础设施建设加快，移动互联网、大数据、云计算等技术的推动以及国家政策支持，跨境电子购物在全球范围内快速发展。根据中国电子商务研究中心的统计，2014年中国B2C进口跨境电商市场同比翻番至1550亿元（2013年为767亿元），预计2018年将达到1万亿元。

目前80后已经成为网购主体和消费主力，且正值生育高峰，该用户群体对产品的品质具有较高的要求，而且一般都具有国外品牌偏好，对该用户群体进行精准定位、营销和服务将会获取因人口红利所带来的超额经济利益。凭借着敏锐的市场嗅觉和对电商市场的深刻理解，公司设立专门的跨境电商事业部进行跨境电商的业务突破，布局天猫国际等主流第三方跨境电商平台，建立海外商品采购、境外物流、保税仓管理、国内消费者分析等跨境电商全链路供应链体系。同时，公司一直致力于国外供应链的深耕细作与品牌挖掘，在进口母婴产品方面具有丰富的资源积累与运作经验，在经验导入与用户对接方面具有较大的现有资源优势。

## **3、培育自有品牌，提升发展空间**

随着品牌商在“触网”过程中对电子商务店铺运营、渠道建设、营销推广等认识的加深，公司可能面临品牌商选择“单飞”自主从事电商运营的风险。另外，公司凭借多年的运营经验，已经建立了庞大的客户资源库，能够快速准确的了解

消费者的需求动向，同时，公司商务拓展中心积累了一批全球优质供应商，奠定了公司培育自有品牌的前端和终端基础。公司自有品牌建设将根据C2B模式的发展趋势，对消费者行为数据进行目标客户细分，寻求用户的意见和想法，为品牌注入个性化、定制化和多元化特性，实行有差异化的品牌策略，塑造自身独特的风格，在提供质优价优的产品的同时更会兼具其独特性和新颖性，更好的满足消费者需求，增强产品的竞争力，打造一个完全以人、体验和场景为出发点的购物新时代。

公司的自有品牌不是品牌商产品的复制和模仿，而是品牌商产品的优化和补充，基于优质供应商保证产品质量，专业品牌运营实现产品推广，优化供应链确保快速反应，差异用户体验积累品牌口碑，公司的自有品牌战略，不仅能够降低对品牌商的依赖，而且能够建立自身品牌影响力，打造品牌美誉度，培育一批忠实客户，获得更广阔的盈利空间。

#### **4、移动端社群化APP布局，聚焦新生代妈妈核心痛点**

母婴人群已经进入到 85 及 90 后年龄段，这类人群普遍具有很强的自我判断和学习能力，在育儿的过程中除了基本的养育知识外更加关注孩子的教育问题，并且会更青睐相同价值观的父母所提供的育儿实践经验。但就目前育儿平台而言，多以综合育儿知识为主，针对的是大众人群。同时，大多是基于原有PC端网站的内容做简单衍生，并不适合新生代妈妈使用手机进行浏览和互动。所以公司针对母婴人群的行为习惯的改变和育儿痛点，将建立社群化的育儿APP。通过聚集各个领域育儿达人的经验分享，形成用户和达人针对育儿问题的高频互动，帮助用户获得启发，学会方法，最终享受育儿的快乐。同时也帮助育儿达人更便捷的将自己的育儿理念分享给更多希望获取经验和方法的父母，在平台上形成自己的社群。最终形成一个有明确价值主张的，着眼于用户口碑积累的育儿分享和实践平台。

另外一方面，根据艾瑞咨询最新调研数据，2015 年第一季度中国移动购物市场规模达 3623.4 亿元，同比增长 168.3%，在中国网络购物整体市场中占比 47.8%，预计 2015 年将超过PC端成为用户网购的首要选择。在未来，公司将结合目标用户的需求，在APP中引入场景化的购物模式，将内容和产品做有效连接。将公司原有的供应链资源、用户数据积累及电商运营经验与平台的用户需求形成

闭环和全面打通，从而提升公司的整体竞争力。

## 第三节 公司治理

### 一、股东大会、董事会、监事会的建立健全及运行情况

有限公司时期，公司按照《公司法》的要求，制定了有限公司的《公司章程》，建立了有限公司股东会、董事会，设监事一名，未设监事会。有限公司依照相关法律法规经营运作，公司历次股权、经营范围、住所变更等事项均通过了有限公司股东会审议，并履行了相应的工商变更登记手续，取得相应的核准文件，合法有效。

有限公司于 2015 年 7 月 21 日根据《公司法》等法律法规整体变更为股份有限公司。股份公司进一步完善其法人治理结构，选举了 5 名董事，设董事长、总经理 1 名；选举了 3 名监事，设监事会主席 1 名。公司制定了《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》、《重大经营与投资决策管理制度》、《对外担保制度》、《关联交易制度》、《信息披露管理制度》、《投资者关系管理制度》、《总经理工作细则》等规章制度。“三会”议事规则对股东大会、董事会、监事会的职权、召开方式、条件、表决方式等做了明确规定。

公司上述机构的相关人员均符合《公司法》的任职要求，基本能够按照《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》履行其职责义务。“三会”会议不存在损害股东、债权人及第三人合法权益的情形。“三会”会议文件完整齐全，会议决议均能正常签署，会议决议能够正确、有效地执行。但由于股份公司成立时间尚短，公司管理层还需逐步增强“三会”的规范运作意识，不断完善公司内部控制制度，确保各项制度均得到有效的执行，为公司日后持续稳健发展发挥重要作用。

### 二、公司董事会对公司治理机制执行情况的评估结果

公司完成股份制改制后，按照《公司法》等相关法律法规的要求，建立和完善了以股东大会、董事会、监事会为基础的法人治理结构，并聘请了总经理、财务负责人、董事会秘书等高级管理人员。公司以非上市公众公司的标准完善了《公



公司章程》，制定了《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等议事规则，完善了公司治理结构，明确了管理层与治理层之间的职责、权限及报告关系。公司股东大会、董事会、监事会能够按照《公司法》、《公司章程》等有关规定规范有效地运作。

公司建立了与业务相适应的组织结构，设立了与生产经营相关的职能部门，建立健全了内部经营管理机构，建立了相应的内控管理制度，比较科学地划分了每个部门的职责权限，形成了相互配合相互制衡的机制。

公司现有的治理机制相对健全，适合公司自身发展的规模和阶段，基本能给所有股东提供合适的保护以及能保证股东充分行使知情权、参与权、质询权和表决权等权利。同时，相关制度也保护了公司资产的安全、完整，使得各项生产和经营管理活动得以顺利进行，保证公司的高效运作。

### **三、公司及控股股东、实际控制人最近两年一期的违法违规情况**

公司已依法建立健全股东大会、董事会、监事会。自成立至今，公司及其董事、监事和高级管理人员严格按照相关法律法规及《公司章程》的规定开展经营，不存在重大违法违规行为。

公司的控股股东、实际控制人最近两年一期不存在违法违规行为及因违法违规而受到相应处罚的情况。

### **四、公司的独立性**

公司自成立以来，严格按照《公司法》、《公司章程》等法律法规文件建立了健全的法人治理结构，规范运作，在业务、资产、人员、机构和财务方面均与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业之间相互独立，具有独立完整的业务体系及面向市场自主经营的能力。

#### **（一）业务的独立性**

公司主要为国内外品牌商提供全链路一站式电商综合服务，涵盖了互联网整合营销、店铺运营、客户服务、仓储和配送等电子商务核心价值环节。公司的业

务独立于控股股东、实际控制人及其控制的其他企业，不存在同业竞争或者显失公平的关联交易。公司在采购、销售等方面拥有独立的体制和完整的业务流程。

## **（二）资产的独立性**

公司系由若羽臣有限依法整体变更设立的股份有限公司，承继了若羽臣有限的所有资产、债权债务和业务。公司拥有的资产产权明晰，均具备合法有效的权利证书或权属证明文件。截至本公开转让说明书签署之日，不存在被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用公司资产及其他资源的重大违规情况。

## **（三）人员的独立性**

公司董事、监事、高级管理人员均依照《公司法》、《公司章程》等其他法律法规文件所规定的程序进行选举或聘任。公司高级管理人员均专职在本公司工作，未在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中担任除董事、监事以外的其他职务或者领取薪酬。公司的财务人员不存在在控股股东、实际控制人及其控制的其他企业中兼职的情形。

## **（四）财务的独立性**

公司设立了独立的财务部门，拥有独立的财务核算体系，制定了独立的财务管理制度，就公司的费用归口管理、报销审批程序、印章使用流程等进行了具体规定。公司建立了《重大经营和投资决策管理制度》、《关联交易制度》、《对外担保管理制度》等内部控制制度。公司具有独立银行账号，报告期内，不存在与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业共享账号的情况。公司依法进行纳税申报、履行纳税义务。

## **（五）机构的独立性**

公司根据《公司法》、《公司章程》的要求，设有股东大会、董事会、监事会，“三会”均严格按照《公司章程》规范运作。公司建立了健全的内部经营管理机构，办公经营场所与控股股东、实际控制人及其控制的其他企业完全分开，不存在混合经营、合署办公的情况。

## 五、同业竞争情况

王玉、王文慧夫妇为公司实际控制人，王玉直接持有公司 48.78%的股份；王文慧直接持有公司 6.48%的股份。此外，王玉、王文慧夫妇还通过发光体间接持有公司 12.80%股权，王玉、王文慧夫妇直接和间接持有公司合计 68.06%股权，系公司第一大股东，王玉自 2015 年 5 月至今一直为公司的董事长、总经理。

发光体拟为公司股权激励平台，持有公司 12.8%的股权，具体情况见“第一节 基本情况”之“三、（二）、3、公司现有股东之间的关联关系”。

截至本公开转让说明书签署之日，控股股东、实际控制人不存在对外投资的情况，公司不存在与其从事相同或相似业务的情形，不存在同业竞争情况。

为避免今后出现同业竞争情形，公司将进一步完善《公司章程》、并通过制定《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》及《关联交易制度》等相关制度，明确规定关联交易的决策程序、关联交易的信息披露等事项。

公司实际控制人王玉、王玉妻子王文慧已分别出具了《关于避免同业竞争承诺函》。承诺如下：

“1、自本承诺函出具之日起，本人控制的公司将不会直接或间接以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作和联营）参与或进行任何与若羽臣构成竞争或可能构成竞争的产品生产或类似业务。

2、若广州若羽臣科技股份有限公司今后从事新的业务领域，则本人及本人控股的公司或将来成立的本人或本人控制的公司将不会直接或间接以任何方式（包括但不限于独资、合资、合作和联营）参与或进行任何与若羽臣新的业务领域构成竞争或可能构成竞争的产品生产或类似业务。

3、自本承诺函出具之日起，本人控制的公司从任何第三者获得的任何商业机会与若羽臣之业务构成或可能构成实质性竞争的，本人将立即通知若羽臣，并尽力将该等商业机会让与若羽臣。

4、本人控制的公司承诺将不向其业务与若羽臣之业务构成竞争的其他公司、企业、组织或个人提供技术信息、销售渠道等商业秘密。

5、如上述承诺被证明为不真实或未被遵守，本人将向若羽臣赔偿一切直接和间接损失。”

## 六、最近两年一期资金占用、违规担保的情况

### （一）关联方资金占用情况

报告期内本公司不存在资金被控股股东、实际控制人及其控制的其他企业占用的情况。

### （二）公司为关联方担保的情况

报告期内，公司不存在为关联方担保的情况。

### （三）为防止关联方资金占用采取的措施

为了防止股东及其关联方占用或转移公司资金、资产等行为的发生，公司在《公司章程》第三十七条、第三十八条做了详细规定，并制定了《关联交易制度》，进一步规定公司与关联人发生的经营性资金往来，不得占用公司资金，公司不得为关联人垫支工资、福利、保险、广告等期间费用，也不得互相代为承担成本和其他支出。此外，全体股东亦签署了《关于规范关联交易的承诺函》等书面声明。

## 七、公司董事、监事、高级管理人员的相关情况

### （一）董事、监事、高级管理人员持股情况

#### 1、直接持股情况

公司董事、监事、高级管理人员合计直接持有公司 41,790,000 股股份，占公司股本总额的 55.72%，具体情况如下：

股东名称	公司任职	直接持股数量 (股)	直接持股所占公司股 本的比例(%)	股份是否冻结/ 质押
王玉	董事长、总经理	36,588,000	48.78	否
姜立涛	董事、副总经理	3,402,000	4.54	否
徐晴	董事、副总经理	1,800,000	2.40	否
合计	—	41,790,000	55.72	-

#### 2、间接持股情况

发光体拟为公司股权激励平台，持有本公司 9,600,000 股股份，占公司股权比例为 12.80%。王玉还通过发光体间接持有公司股权，具体情况如下：

序号	股东姓名	公司任职	在发光体出 资额(元)	在发光体中的 出资比例(%)	间接持股占公司 股本的比例(%)	股份是否冻 结/质押
----	------	------	----------------	-------------------	---------------------	---------------

1	王玉	普通合 伙人	1,584,000	99.00	12.67	否
合 计		-	<b>1,584,000</b>	<b>99.00</b>	<b>12.67</b>	-

公司董事、监事、高级管理人员中，除上述人员持有本公司股份外，不存在直接、间接持有本公司股份的情况。

## （二）董事、监事、高级管理人员兼职情况

姓 名	在若羽臣的职务	兼职单位	兼职职务	与若羽臣的关联关系
姜立涛	董事 副总经理	广州酷宝儿	监事	全资子公司
		上海炽望贸易	监事	全资子公司
		深圳蓬蓬妈	监事	全资子公司
徐晴	董事、副总经理	上海炽望贸易	执行董事	全资子公司
申东日	董事	朗姿股份有限公司	董事长	法人股东
		西藏哗叽服饰有限公司	执行董事	公司法人股东直接控制的企业
		朗姿(国际)贸易有限公司	执行董事	公司法人股东直接控制的企业
		朗姿韩国有限公司	执行董事	公司法人股东直接控制的企业
		北京莱茵服装有限公司	董事长	公司法人股东直接控制的企业
		北京卓可服装有限公司	董事长	公司法人股东直接控制的企业
		北京朗姿服饰有限公司	董事长	公司法人股东直接控制的企业
		株式会社阿卡邦	会长	公司法人股东子公司控股企业
		北京市人民代表大会	人大代表	无
		北京服装纺织行业协会	副会长	无
		北京青年企业家协会	常务理事	无
晏小平	监事会主席	宁波晨晖盛景股权投资合伙企业（有限合伙）	CEO	公司股东
		河南四方达超硬材料股份有限公司	董事	无
		北京龙软科技股份有限公司	董事	无
胡冬根	监事	深圳蓬蓬妈	执行董事、总经理	全资子公司

		梦哒哒国际贸易有限公司	董事	全资子公司
		恒美康（国际）有限公司	董事	全资子公司
		莉莉买手（国际）贸易有限公司	董事	全资子公司
		宁波姿雅惠贸易有限公司	执行董事、总经理	控股子公司
		广州大可营销策划有限公司	执行董事、总经理	全资子公司
		杭州卓育	监事	全资子公司
高元鑫	董事、副总经理	杭州卓育	执行董事、总经理	全资子公司

### （三）董事、监事、高级管理人员对外投资情况

姓名	被投资公司名称	出资额（万元）	出资占比（%）	所投资公司与若羽臣关系
申东日	朗姿股份有限公司	101,577,750	50.79	无
晏小平	北京龙软科技股份有限公司	150.00	0.50	无
	北京盛景网联科技股份有限公司	200.00	0.40	无
	北京百思科技有限公司	10.00	2.00	无

### （四）董事、监事、高级管理人员的其他相关情况

#### 1.相互之间的亲属关系

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事、监事、高级管理人员相互之间不存在亲属关系。

#### 2. 最近两年一期受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

公司董事、监事、高级管理人员最近两年一期不存在受到中国证监会行政处罚或者被采取证券市场禁入措施、受到全国股份转让系统公司公开谴责的情况。

#### 3.其它对申请挂牌公司持续经营有不利影响的情形。

公司董事、监事、高级管理人员不存在其他对申请挂牌公司持续经营有不利影响的情形。

## （五）董事、监事、高级管理人员近两年一期的变动情况

### 1、董事变动情况

自 2011 年 5 月 10 日至 2015 年 4 月 26 日，王玉为若羽臣有限执行董事。

2015 年 4 月 26 日，若羽臣有限召开股东会议并通过决议，公司设立董事会，董事会成员五名，由王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫组成。2015 年 5 月 28 日，董事会决议选举王玉为董事长。

2015 年 7 月 8 日，公司召开创立大会选举王玉、申东日、姜立涛、徐晴、高元鑫为公司第一届董事会董事，同日，经公司第一届董事会第一次会议审议通过，选举王玉为公司第一届董事会董事长、总经理。

### 2、监事变动情况

自 2011 年 5 月 10 日至股份公司成立前，未设监事会，设监事一名，由王文慧担任。

2015 年 7 月 8 日，公司召开创立大会选举晏小平、晏卉、胡冬根为公司第一届监事会监事，其中晏卉、胡冬根为职工代表监事。

2015 年 7 月 8 日，公司第一届监事会第一次会议选举晏小平为监事会主席。

### 3、高级管理人员变动情况

自 2011 年 5 月 10 日至股份公司成立前，公司总经理为王玉。

2015 年 7 月 8 日，公司第一届董事会第一次会议聘任王玉为总经理，姜立涛、高元鑫为副总经理，徐晴为副总经理，杨晓宇为副总经理兼董事会秘书，罗志青为财务总监。

公司上述人员变动，均履行了必要的法律程序，符合相关法律、法规和公司章程的规定，对公司的持续经营不会产生重大不利影响。

截至本公开转让说明书签署之日，公司董事会、监事会成员、高级管理人员情况具体如下：

姓名	职务	产生方式
王玉	董事长、总经理	选举、聘任

申东日	董事	选举
姜立涛	董事、副总经理	选举、聘任
徐晴	董事、副总经理	选举、聘任
高元鑫	董事、副总经理	选举、聘任
晏小平	监事会主席	选举
晏卉	监事	选举
胡冬根	监事	选举
杨晓宇	副总经理、董事会秘书	聘任
罗志青	财务总监	聘任



## 第四节 公司财务会计信息

本节的财务会计数据及有关分析说明反映了公司最近两年及一期经审计的财务报表及有关附注的重要内容，引用的财务数据，非经特别说明，均引自经审计的财务报表及有关附注，并以合并数反映。

### 一、审计意见

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）审计了公司 2013 年 12 月 31 日、2014 年 12 月 31 日及 2015 年 5 月 31 日的合并及母公司资产负债表，2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-5 月的合并及母公司利润表、合并及母公司所有者权益变动表、合并及母公司现金流量表以及财务报表附注，并出具了标准无保留意见的广会审字【2015】G15002030051 号《审计报告》。以下引用的财务数据，非经特别说明，均引自广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）审计的财务报表或据此计算而得。

### 二、财务报表

#### （一）合并财务报表范围

截至 2015 年 5 月 31 日，公司纳入合并财务报表范围共有 7 家子公司，除梦哒哒国际贸易有限公司、恒美康（国际）有限公司与广州应龙网络科技有限公司为公司本期投资设立的子公司，其他均为公司同一控制下企业合并而取得的子公司，具体情况如下：

子(孙)公司名称	公司类型	注册地	业务性质	经营范围	注册资本	实际投资额	实质上构成对子公司净投资的其他项目余额	权益比例	表决权比例	合并报表情况
广州蓓茁网络科技有限公司	有限责任	广州	零售业	网络技术的研究、开发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；计算机技术开发、技术服务；信息电子技术服务；酒类批发；乳制品批发；预包装食品零售；	500 万元	101 万元	--	100%	100%	合并
广州酷宝儿网络科技有限公司	有限责任	广州	零售业	网络技术的研究、开发；化妆品及卫生用品批发；清洁用品批发；婴儿用品批发；玩具批发；百货零售（食品零售除外）；日用杂品综合零售；化妆品及卫生用品零售；婴儿用品零售；文具用品零售；玩具零售；酒类批发；乳制品批发；预包装食品批发；	100 万元	100 万元	--	100%	100%	合并
炽望贸易（上海）有限公司	有限责任	上海	零售业	日用百货、化妆品、洗涤用品、卫生洁具的批发、零售，从事网络科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让。	100 万元	--	--	100%	100%	合并
深圳蓬蓬妈网络科技有限公司	有限责任	深圳	零售业	计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询；销售计算机软硬件及辅助设备、电子产品、仪器仪表、家用电器、五金交电、通讯器材、日用品、文化用品、礼品、办公用品、汽车配件、体育用品、健身器材、机械设备、医疗器械（一类）、服装、鞋帽；从事广告业务；家用电器的上门维修；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务	500 万元	--	--	100%	100%	合并

子(孙)公司名称	公司类型	注册地	业务性质	经营范围	注册资本	实际投资额	实质上构成对子公司净投资的其他项目余额	权益比例	表决权比例	合并报表情况
梦哒哒国际贸易有限公司	有限责任	香港	零售业	母婴、化妆用品销售及品牌引进	1 万元港币	--	--	100%	100%	尚未运作
恒美康(国际)有限公司	有限责任	香港	零售业	母婴、化妆用品销售及品牌引进	1 万元港币	--	--	100%	100%	尚未运作
广州应龙网络科技有限公司	有限责任	广州	零售业	化妆品及卫生用品批发；婴儿用品批发；文具用品批发；体育用品及器材批发；化妆品及卫生用品零售；婴儿用品零售；日用家电设备零售；计算机技术开发、技术服务；信息技术咨询服务；商品信息咨询服务；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；信息电子技术服务；网络技术的研究、开发	500 万元	--	--	100%	100%	尚未运作

广州蓓茁网络科技有限公司（以下简称“广州蓓茁”）原注册资本为 101 万元，由王玉、王文慧、姜立涛及汤春莲共同出资成立。2015 年 1 月，经股东会决议通过，公司申请增加注册资本至 500 万元，新增注册资本由股东以原出资比例认缴。2015 年 3 月，王玉、王文慧、姜立涛及汤春莲将其持有的广州蓓茁 100% 股权转让予本公司，并于 2015 年 3 月 26 日办理完成工商变更登记。变更后广州蓓茁成为广州若羽臣信息科技有限公司的全资子公司。

广州酷宝儿网络科技有限公司（以下简称“酷宝儿”）原注册资本为 100 万元，由王玉、姜立涛共同出资成立。2015 年 3 月，王玉、姜立涛将其持有的酷宝儿 100% 股权转让予本公司，并于 2015 年 3 月 26 日办理完成工商变更登记。变更后酷宝儿成为广州若羽臣信息科技有限公司的全资子公司。

炽望贸易（上海）有限公司（以下简称“炽望贸易”）原注册资本为 100 万元，由王玉、姜立涛共同出资成立。2015 年 4 月，王玉、姜立涛将其持有的炽望贸易 100% 股权转让予本公司，并于 2015 年 4 月 13 日办理完成工商变更登记。变更后炽望贸易成为广州若羽臣信息科技有限公司的全资子公司。

深圳蓬蓬妈网络科技有限公司（以下简称“蓬蓬妈”）原注册资本为 500 万元，由王玉、姜立涛共同出资成立。2015 年 4 月，王玉、姜立涛将其持有的蓬蓬妈 100% 股权转让予本公司，并于 2015 年 4 月 13 日办理完成工商变更登记。变更后蓬蓬妈成为广州若羽臣信息科技有限公司的全资子公司。

上述公司股权转让前与本公司同受王玉实际控制，股权转让后王玉仍为本公司的实际控制人，并通过本公司间接控制。合并前后本公司和广州蓓茁、酷宝儿、炽望贸易及蓬蓬妈同受王玉实际控制且该控制并非暂时性的，由此判断本次合并为同一控制下的企业合并。

梦哒哒国际贸易有限公司、恒美康（国际）有限公司于 2015 年 5 月经批准在香港设立的全资子公司，投资总额均为 1 万元港币；广州应龙网络科技有限公司为 2015 年 5 月经批准设立的全资子公司，投资总额为 500 万元，截至本报告期末，梦哒哒国际贸易有限公司、恒美康（国际）有限公司和广州应龙网络科技有限公司尚未开始运作。

**(二) 最近两年及一期合并财务报表****1、合并资产负债表**

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>	-	-	-
货币资金	97,451,392.70	9,441,087.66	6,129,251.29
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	8,951,778.77	8,744,650.81	962,367.46
预付款项	6,816,746.05	247,394.27	4,688,369.87
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	2,722,101.68	1,208,581.63	756,506.00
存货	35,595,924.07	24,167,822.25	2,965,972.72
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	648,441.85	463,523.85	-
<b>流动资产合计</b>	<b>152,186,385.12</b>	<b>44,273,060.47</b>	<b>15,502,467.34</b>
<b>非流动资产：</b>	-	-	-
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	-	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	2,565,985.84	1,203,192.21	89,320.16
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	28,200.00	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	2,512,510.39	2,844,597.65	74,859.50
递延所得税资产	434,121.19	956,119.57	855,736.70
其他非流动性资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>5,540,817.42</b>	<b>5,003,909.43</b>	<b>1,019,916.36</b>
<b>资产总计</b>	<b>157,727,202.54</b>	<b>49,276,969.90</b>	<b>16,522,383.70</b>

(续)

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>	-	-	-

短期借款	-	-	-
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	15,487,090.75	3,651,945.23	9,680,152.95
预收款项	59,710.55	664,030.33	66,995.81
应付职工薪酬	1,469,869.23	1,951,150.03	269,100.00
应交税费	3,440,351.23	5,654,208.79	69,498.82
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	9,511,891.70	26,424,211.03	7,957,235.46
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>29,968,913.46</b>	<b>38,345,545.41</b>	<b>18,042,983.04</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>29,968,913.46</b>	<b>38,345,545.41</b>	<b>18,042,983.04</b>
<b>所有者权益：</b>			
股本	12,500,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	112,765,000.00	1,010,000.00	1,010,000.00
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	93,100.71	93,100.71	-
未分配利润	2,400,188.37	-171,676.22	-3,530,599.34
<b>归属于母公司所有者权益合计</b>	<b>127,758,289.08</b>	<b>10,931,424.49</b>	<b>-1,520,599.34</b>
少数所有者权益	-	-	-
<b>所有者权益合计</b>	<b>127,758,289.08</b>	<b>10,931,424.49</b>	<b>-1,520,599.34</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>157,727,202.54</b>	<b>49,276,969.90</b>	<b>16,522,383.70</b>

## 2、合并利润表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
一、营业总收入	48,785,860.06	112,230,016.44	34,793,295.48
其中：营业收入	48,785,860.06	112,230,016.44	34,793,295.48
二、营业总成本	43,776,157.73	107,434,044.84	38,779,840.51
减：营业成本	20,901,723.83	63,362,246.52	32,047,418.96

营业税金及附加	78,873.21	519,339.69	48,095.55
销售费用	11,312,565.13	28,391,679.93	4,151,977.47
管理费用	11,358,306.33	14,735,166.54	2,446,302.45
财务费用	25,043.29	-7,775.15	-4,420.95
资产减值损失	99,645.94	433,387.31	90,467.03
加：公允价值变动收益（损失以“－”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“－”号填列）	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>三、营业利润（亏损以“－”号填列）</b>	<b>5,009,702.33</b>	<b>4,795,971.60</b>	<b>-3,986,545.03</b>
加：营业外收入	0.16	71,037.44	35,194.88
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	194.98	5,632.71	464.24
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
<b>四、利润总额（亏损总额以“－”号填列）</b>	<b>5,009,507.51</b>	<b>4,861,376.33</b>	<b>-3,951,814.39</b>
减：所得税费用	2,437,642.92	1,409,352.50	-855,736.70
<b>五、净利润（净亏损以“－”号填列）</b>	<b>2,571,864.59</b>	<b>3,452,023.83</b>	<b>-3,096,077.69</b>
归属于母公司所有者的净利润	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
少数股东损益	-	-	-
<b>六、其他综合收益的税后净额</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
<b>七、综合收益总额</b>	<b>2,571,864.59</b>	<b>3,452,023.83</b>	<b>-3,096,077.69</b>
归属于母公司所有者的综合收益总额	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

### 3、合并现金流量表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	52,256,077.42	121,241,336.60	38,083,893.11
收到的税费返还	-	-	-
收到的其他与经营活动有关的现金	139,327.87	87,260.86	42,905.83
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>52,395,405.29</b>	<b>121,328,597.46</b>	<b>38,126,798.94</b>

购买商品、接受劳务支付的现金	29,369,843.49	103,384,233.76	33,731,602.00
支付给职工以及为职工支付的现金	6,149,614.99	14,410,565.62	2,476,203.82
支付的各项税费	4,848,173.23	847,996.29	416,101.02
支付的其他与经营活动有关的现金	11,257,322.73	22,052,593.91	4,337,343.63
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>51,624,954.44</b>	<b>140,695,389.58</b>	<b>40,961,250.47</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>770,450.85</b>	<b>-19,366,792.12</b>	<b>-2,834,451.53</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量</b>			
收回投资所收到的现金	-	-	-
取得投资收益所收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产而收回的现金净额	-	-	-
取得子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流入小计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
购建固定资产、无形资产和其他长期资产所支付的现金	1,768,628.37	3,661,193.98	314,701.39
投资所支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	-	-	-
支付的其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>1,768,628.37</b>	<b>3,661,193.98</b>	<b>314,701.39</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-1,768,628.37</b>	<b>-3,661,193.98</b>	<b>-314,701.39</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量</b>			
吸收投资所收到的现金	110,000,000.00	9,000,000.00	980,000.00
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
借款所收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到的其他与筹资活动有关的现金	-	17,339,822.47	7,450,626.46
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>110,000,000.00</b>	<b>26,339,822.47</b>	<b>8,430,626.46</b>
偿还债务所支付的现金	-	-	-
分配股利或偿付利息所支付的现金	-	-	-
其中：子公司支付给少数股东的股利、利润	-	-	-
支付的其他与筹资活动有关的现金	20,991,517.44	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>20,991,517.44</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>89,008,482.56</b>	<b>26,339,822.47</b>	<b>8,430,626.46</b>
<b>四、汇率变动对现金的影响</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>88,010,305.04</b>	<b>3,311,836.37</b>	<b>5,281,473.54</b>
加：期初现金及现金等价物余额	9,441,087.66	6,129,251.29	847,777.75
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>97,451,392.70</b>	<b>9,441,087.66</b>	<b>6,129,251.29</b>

## 4、合并所有者权益变动表



单位：元

项目	2015年1-5月							少数所有者权益	所有者权益合计
	归属于母公司所有者权益								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	10,000,000.00	1,010,000.00	-	-	93,100.71	-171,676.22	-	10,931,424.49	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	10,000,000.00	1,010,000.00	-	-	93,100.71	-171,676.22	-	10,931,424.49	
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	2,500,000.00	106,490,000.00	-	-	-	2,571,864.59	-	111,561,864.59	
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	2,571,864.59	-	2,571,864.59	
（二）所有者投入和减少资本	2,500,000.00	106,490,000.00	-	-	-	-	-	108,990,000.00	
1.所有者投入资本	2,500,000.00	107,500,000.00	-	-	-	-	-	110,000,000.00	
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	
3.其他	-	-1,010,000.00	-	-	-	-	-	-1,010,000.00	
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-	
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-	
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-	
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-	
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-	
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-	

4.其他	-		-		-	-	-
(五)其他	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>12,500,000.00</b>	<b>107,500,000.00</b>	-	-	<b>93,100.71</b>	<b>2,400,188.37</b>	<b>122,493,289.08</b>

(续)

单位：元

项目	2014 年度							少数所有者权益	所有者权益合计
	归属于母公司所有者权益								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	1,000,000.00	1,010,000.00	-	-	-	-3,530,599.34	-	-1,520,599.34	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
同一控制下企业合并	-	-	-	-	-	-	-	-	
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	
二、本年年初余额	1,000,000.00	1,010,000.00	-	-	-	-3,530,599.34	-	-1,520,599.34	
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,000,000.00	-	-	-	93,100.71	3,358,923.12	-	12,452,023.83	
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	3,452,023.83	-	3,452,023.83	
（二）所有者投入和减少资本	9,000,000.00	-	-	-	-	-	-	9,000,000.00	
1.所有者投入资本	9,000,000.00	-	-	-	-	-	-	9,000,000.00	
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-	
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-	

(三) 利润分配	-	-	-	-	93,100.71	-93,100.71	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	93,100.71	-93,100.71	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>10,000,000.00</b>	<b>1,010,000.00</b>	-	-	<b>93,100.71</b>	<b>-171,676.22</b>	-	<b>10,931,424.49</b>

(续)

单位：元

项目	2013 年度							少数所有者权益	所有者权益合计
	归属于母公司所有者权益								
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润			
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-434,521.65	-	565,478.35	
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-	-	
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-	-	
同一控制下企业合并	-	1,010,000.00	-	-	-	-	-	1,010,000.00	
其他	-	-	-	-	-	-	-	-	

<b>二、本年年初余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,010,000.00</b>	-	-	-	<b>-434,521.65</b>	-	<b>1,575,478.35</b>
<b>三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）</b>	-	-	-	-	-	<b>-3,096,077.69</b>	-	<b>-3,096,077.69</b>
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-3,096,077.69	-	-3,096,077.69
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-	-
1.所有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-	-
（五）其他	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	<b>1,010,000.00</b>	-	-	-	<b>-3,530,599.34</b>	-	<b>-1,520,599.34</b>

## (三) 最近两年及一期母公司财务报表

## 1、资产负债表

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动资产：</b>			
货币资金	96,818,540.14	7,423,796.71	5,171,556.31
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融资产	-	-	-
应收票据	-	-	-
应收账款	9,872,456.55	10,531,373.26	962,367.46
预付款项	6,552,543.35	247,394.27	4,688,369.87
应收利息	-	-	-
应收股利	-	-	-
其他应收款	2,442,637.31	1,113,581.63	756,506.00
存货	34,731,178.33	23,243,699.19	2,965,972.72
划分为持有待售的资产	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-
其他流动资产	363,929.70	334,157.06	-
<b>流动资产合计</b>	<b>150,781,285.38</b>	<b>42,894,002.12</b>	<b>14,544,772.36</b>
<b>非流动资产：</b>			
可供出售金融资产	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-
长期应收款	-	-	-
长期股权投资	2,010,000.00	-	-
投资性房地产	-	-	-
固定资产	2,563,388.62	1,200,371.70	89,320.16
在建工程	-	-	-
工程物资	-	-	-
固定资产清理	-	-	-
无形资产	28,200.00	-	-
开发支出	-	-	-
商誉	-	-	-
长期待摊费用	2,512,510.39	2,844,597.65	74,859.50
递延所得税资产	139,543.02	641,010.60	855,736.70
其他非流动性资产	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>7,253,642.03</b>	<b>4,685,979.95</b>	<b>1,019,916.36</b>
<b>资产总计</b>	<b>158,034,927.41</b>	<b>47,579,982.07</b>	<b>15,564,688.72</b>

(续)

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
<b>流动负债：</b>			

短期借款	-	-	-
以公允价值计量且变动计入当期损益的金融负债	-	-	-
应付票据	-	-	-
应付账款	15,437,616.53	3,692,389.77	9,680,152.95
预收款项	28,935.43	664,030.33	66,995.81
应付职工薪酬	1,430,671.33	1,951,150.03	269,100.00
应交税费	3,350,179.70	5,648,480.66	69,464.82
应付利息	-	-	-
应付股利	-	-	-
其他应付款	9,080,207.15	24,692,924.12	7,524,240.53
划分为持有待售的负债	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-
其他流动负债	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>29,327,610.14</b>	<b>36,648,974.91</b>	<b>17,609,954.11</b>
<b>非流动负债：</b>			
长期借款	-	-	-
应付债券	-	-	-
长期应付款	-	-	-
专项应付款	-	-	-
预计负债	-	-	-
递延收益	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>29,327,610.14</b>	<b>36,648,974.91</b>	<b>17,609,954.11</b>
<b>所有者权益：</b>			
股本	12,500,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	112,765,000.00	-	-
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	93,100.71	93,100.71	-
未分配利润	3,349,216.56	837,906.45	-3,045,265.39
<b>所有者权益合计</b>	<b>128,707,317.27</b>	<b>10,931,007.16</b>	<b>-2,045,265.39</b>
<b>负债和所有者权益总计</b>	<b>158,034,927.41</b>	<b>47,579,982.07</b>	<b>15,564,688.72</b>

## 2、利润表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
一、营业总收入	46,309,257.87	112,109,299.44	34,759,295.48
减：营业成本	19,936,388.71	63,506,134.89	32,047,418.96
营业税金及附加	56,715.92	515,674.81	48,095.55
销售费用	10,470,859.82	28,192,377.97	4,151,977.47
管理费用	10,965,839.57	13,743,709.41	1,989,949.52
财务费用	23,858.73	-6,350.39	-4,166.16

资产减值损失	-54,720.29	522,425.33	90,467.03
加：公允价值变动收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
投资收益(损失以“-”号填列)	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
<b>二、营业利润(亏损以“-”号填列)</b>	<b>4,910,315.41</b>	<b>5,635,327.42</b>	<b>-3,564,446.89</b>
加：营业外收入	0.15	71,036.82	34,174.88
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	89.00	5,630.22	367.62
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
<b>三、利润总额(亏损总额以“-”号填列)</b>	<b>4,910,226.56</b>	<b>5,700,734.02</b>	<b>-3,530,639.63</b>
减：所得税费用	2,398,916.45	1,724,461.47	-855,736.70
<b>四、净利润(净亏损以“-”号填列)</b>	<b>2,511,310.11</b>	<b>3,976,272.55</b>	<b>-2,674,902.93</b>
<b>五、其他综合收益的税后净额</b>	-	-	-
(一)以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
(二)以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
<b>六、综合收益总额</b>	<b>2,511,310.11</b>	<b>3,976,272.55</b>	<b>-2,674,902.93</b>

### 3、现金流量表

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
<b>一、经营活动产生的现金流量：</b>			
销售商品、提供劳务收到的现金	50,508,498.24	119,000,212.69	39,405,881.06
收到的税费返还	-	-	-
收到其他与经营活动有关的现金	2,703.38	85,979.44	41,631.04
<b>经营活动现金流入小计</b>	<b>50,511,201.62</b>	<b>119,086,192.13</b>	<b>39,447,512.10</b>
购买商品、接受劳务支付的现金	26,791,976.23	102,225,079.54	35,087,623.95
支付给职工以及为职工支付的现金	5,863,179.49	13,506,147.10	2,476,203.82
支付的各项税费	4,706,082.45	818,492.69	416,101.02
支付其他与经营活动有关的现金	10,580,366.72	21,757,389.42	3,880,894.08
<b>经营活动现金流出小计</b>	<b>47,941,604.89</b>	<b>138,307,108.75</b>	<b>41,860,822.87</b>
<b>经营活动产生的现金流量净额</b>	<b>2,569,596.73</b>	<b>-19,220,916.62</b>	<b>-2,413,310.77</b>
<b>二、投资活动产生的现金流量：</b>			
收回投资收到的现金	-	-	-
取得投资收益收到的现金	-	-	-
处置固定资产、无形资产和其他长期资产收回的现金净额	-	-	-
处置子公司及其他营业单位收到的现金净额	-	-	-
收到其他与投资活动有关的现金	-	-	-

<b>投资活动现金流入小计</b>	-	-	-
购建固定资产、无形资产和其他长期资产支付的现金	1,768,628.37	3,658,373.47	314,701.39
投资支付的现金	-	-	-
取得子公司及其他营业单位支付的现金净额	2,010,000.00	-	-
支付其他与投资活动有关的现金	-	-	-
<b>投资活动现金流出小计</b>	<b>3,778,628.37</b>	<b>3,658,373.47</b>	<b>314,701.39</b>
<b>投资活动产生的现金流量净额</b>	<b>-3,778,628.37</b>	<b>-3,658,373.47</b>	<b>-314,701.39</b>
<b>三、筹资活动产生的现金流量：</b>			
吸收投资收到的现金	110,000,000.00	9,000,000.00	-
其中：子公司吸收少数股东投资收到的现金	-	-	-
取得借款收到的现金	-	-	-
发行债券收到的现金	-	-	-
收到其他与筹资活动有关的现金	-	16,131,530.49	7,057,631.53
<b>筹资活动现金流入小计</b>	<b>110,000,000.00</b>	<b>25,131,530.49</b>	<b>7,057,631.53</b>
偿还债务支付的现金	-	-	-
分配股利、利润或偿付利息支付的现金	-	-	-
支付其他与筹资活动有关的现金	19,396,224.93	-	-
<b>筹资活动现金流出小计</b>	<b>19,396,224.93</b>	-	-
<b>筹资活动产生的现金流量净额</b>	<b>90,603,775.07</b>	<b>25,131,530.49</b>	<b>7,057,631.53</b>
<b>四、汇率变动对现金及现金等价物的影响</b>	-	-	-
<b>五、现金及现金等价物净增加额</b>	<b>89,394,743.43</b>	<b>2,252,240.40</b>	<b>4,329,619.37</b>
加：期初现金及现金等价物余额	7,423,796.71	5,171,556.31	841,936.94
<b>六、期末现金及现金等价物余额</b>	<b>96,818,540.14</b>	<b>7,423,796.71</b>	<b>5,171,556.31</b>

#### 4、所有者权益变动表



(1) 2015年1-5月母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2015年1-5月						
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	10,000,000.00	-		-	93,100.71	837,906.45	10,931,007.16
加：会计政策变更	-	-		-	-	-	-
前期差错更正	-	-		-	-	-	-
其他	-	-		-	-	-	-
二、本年年初余额	10,000,000.00	-		-	93,100.71	837,906.45	10,931,007.16
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	2,500,000.00	107,500,000.00		-	-	2,511,310.11	112,511,310.11
（一）综合收益总额	-	-		-	-	2,511,310.11	2,511,310.11
（二）所有者投入和减少资本	2,500,000.00	107,500,000.00		-	-	-	110,000,000.00
1.所有者投入资本	2,500,000.00	107,500,000.00		-	-	-	110,000,000.00
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-		-	-	-	-
3.其他	-	-		-	-	-	-
（三）利润分配	-	-		-	-	-	-
1.提取盈余公积	-	-		-	-	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-		-	-	-	-
3.其他	-	-		-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-		-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-		-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-		-	-	-	-

3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-
（五）其他	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>12,500,000.00</b>	<b>107,500,000.00</b>	-	-	<b>93,100.71</b>	<b>3,349,216.56</b>	<b>123,442,317.27</b>

(2) 2014 年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2014 年度						
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-3,045,265.39	-2,045,265.39
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-3,045,265.39	-2,045,265.39
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	9,000,000.00	-	-	-	93,100.71	3,883,171.84	12,976,272.55
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	3,976,272.55	3,976,272.55
（二）所有者投入和减少资本	9,000,000.00	-	-	-	-	-	9,000,000.00
1.所有者投入资本	9,000,000.00	-	-	-	-	-	9,000,000.00
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	93,100.71	-93,100.71	-
1.提取盈余公积	-	-	-	-	93,100.71	-93,100.71	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-

(四) 所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本(或股本)	-	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-	-
(五) 其他	-	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>10,000,000.00</b>	-	-	-	<b>93,100.71</b>	<b>837,906.45</b>	<b>10,931,007.16</b>

(3) 2013 年度母公司所有者权益变动表

单位：元

项目	2013 年度						
	股本	资本公积	减：库存股	其他综合收益	盈余公积	未分配利润	所有者权益合计
一、上年年末余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-370,362.46	629,637.54
加：会计政策变更	-	-	-	-	-	-	-
前期差错更正	-	-	-	-	-	-	-
其他	-	-	-	-	-	-	-
二、本年年初余额	1,000,000.00	-	-	-	-	-370,362.46	629,637.54
三、本年增减变动金额（减少以“-”号填列）	-	-	-	-	-	-2,674,902.93	-2,674,902.93
（一）综合收益总额	-	-	-	-	-	-2,674,902.93	-2,674,902.93
（二）所有者投入和减少资本	-	-	-	-	-	-	-
1.所有者投入资本	-	-	-	-	-	-	-
2.股份支付计入所有者权益的金额	-	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-	-
（三）利润分配	-	-	-	-	-	-	-

1.提取盈余公积	-	-	-	-	-	-
2.对所有者（或股东）的分配	-	-	-	-	-	-
3.其他	-	-	-	-	-	-
（四）所有者权益内部结转	-	-	-	-	-	-
1.资本公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
2.盈余公积转增资本（或股本）	-	-	-	-	-	-
3.盈余公积弥补亏损	-	-	-	-	-	-
4.其他	-	-	-	-	-	-
（五）其他	-	-	-	-	-	-
<b>四、本年年末余额</b>	<b>1,000,000.00</b>	-	-	-	<b>-3,045,265.39</b>	<b>-2,045,265.39</b>

### 三、财务报表的编制基础

公司根据实际生产经营特点针对应收款项坏账准备计提、固定资产折旧、无形资产摊销、收入确认等交易或事项制定了具体会计政策和会计估计。

#### （一）编制基础

公司财务报表以持续经营为基础，根据实际发生的交易和事项进行确认和计量，按照财政部 2006 年及其后颁布和修订的企业会计准则及其应用指南、解释以及其他相关规定（以下合称“企业会计准则”）编制。

#### （二）持续经营

公司自本报告期末至少 12 个月内具备持续经营能力，无影响持续经营能力的重大事项。

### 四、报告期内采用的主要会计政策和会计估计

#### （一）遵循企业会计准则的声明

公司编制的财务报表符合企业会计准则的要求，真实、完整地反映了企业的财务状况、经营成果和现金流量等有关信息。

#### （二）会计期间

本公司的会计期间分为年度和中期，会计中期指短于一个完整的会计年度的报告期间。本公司会计年度采用公历年度，即每年自 1 月 1 日起至 12 月 31 日止。

#### （三）营业周期

本公司以 12 个月作为一个营业周期，并以其作为资产和负债的流动性划分标准。

## （四）记账本位币

公司记账本位币为人民币。

## （五）记帐基础和计量属性

公司以权责发生制为记账基础，采用借贷复式记账法进行会计核算。一般采用历史成本作为计量属性，当所确定的会计要素符合企业会计准则的要求、能够取得并可靠计量时，采用重置成本、可变现净值、现值、公允价值计量。

## （六）同一控制下和非同一控制下企业合并的会计处理方法

企业合并，是指将两个或两个以上单独的企业合并形成一个报告主体的交易或事项。企业合并分为同一控制下企业合并和非同一控制下企业合并。

### 1、同一控制下企业合并

参与合并的各方在合并前后均受同一方或相同的多方最终控制且该控制并非暂时性的，为同一控制下企业合并。

合并方在企业合并中取得的资产和负债，按合并日在被合并方的账面价值计量。合并方取得的净资产账面价值与支付的合并对价账面价值（或发行股份面值总额）的差额，调整资本公积（股本溢价），资本公积（股本溢价）不足以冲减的，调整留存收益。合并日为合并方实际取得对被合并方控制权的日期。

### 2、非同一控制下企业合并

参与合并的各方在合并前后不受同一方或相同的多方最终控制的，为非同一控制下企业合并。

非同一控制下的企业合并中，购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性证券或债务性证券的交易费用，计入权益性证券或债务性证券的初始确认金额。付出资产的公允价值与其账面价值的差额，计入当期损益。购买日是指购买方实际取得对被购买方控制权的日期。

购买方在购买日对合并成本进行分配，确认所取得的被购买方各项可辨认资产、负债及或有负债的公允价值。合并成本大于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，确认为商誉；合并成本小于合并中取得的被购买方可辨认净资产公允价值份额的差额，计入当期损益。

## （七）合并财务报表的编制方法

### 1、合并财务报表范围的确定原则

合并财务报表的合并范围以控制为基础予以确定。控制是指公司拥有对被投资方的权力，通过参与被投资方的相关活动而享有可变回报，并且有能力运用对被投资方的权力影响该回报金额。合并财务报表的合并范围包括本公司及全部子公司。子公司，是指被本公司控制的企业或主体。子公司的经营成果、财务状况和现金流量由控制开始日起至控制结束日止包含于合并财务报表中。

### 2、合并财务报表编制的方法

本公司通过同一控制下企业合并取得的子公司，无论该项企业合并发生在报告期的任一时点，在编制合并当期财务报表时，视同被合并子公司在本公司最终控制方对其实施控制时即纳入合并范围，并对合并财务报表的期初余额以及前期比较报表进行相应调整。

本公司通过非同一控制下企业合并取得的子公司，在编制合并当期财务报表时，以购买日确定的各项可辨认资产、负债的公允价值为基础对子公司的财务报表进行调整，并自购买日起将被合并子公司纳入合并范围。

子公司所采用的会计期间或会计政策与本公司不一致时，在编制合并财务报表时按本公司的会计期间或会计政策对子公司的财务报表进行必要的调整。合并范围内企业之间所有重大交易产生的资产、负债、权益、收入、费用和现金流量在编制合并财务报表时予以抵消。内部交易表明相关资产发生减值损失的，应当全额确认该部分损失。子公司少数股东应占的权益、损益和综合收益分别在合并资产负债表中所有者权益项目中和合并利润表中净利润项目及综合收益总额后单独列示。

如果子公司少数股东分担的当期亏损超过了少数股东在该子公司期初所有

者权益中所享有的份额的，其余额仍冲减少数所有者权益。

## （八）现金等价物的确定标准

在编制现金流量表时，公司将库存现金以及可以随时用于支付的存款确认为现金，将持有的期限短（一般不超过3个月）、流动性强、易于转换为已知金额现金，价值变动风险很小的投资确定为现金等价物。

## （九）外币业务核算方法

### 1、外币业务

公司外币业务采用按照系统合理的方法确定的、与交易发生日即期汇率近似的汇率作为折算汇率折合成人民币记账；在资产负债表日，对外币货币性项目，采用资产负债表日即期汇率折算。因资产负债表日即期汇率与初始确认时或前一资产负债表日即期汇率不同而产生的汇兑差额，除为购建或生产符合资本化条件的资产而借入的外币专门借款产生的汇兑损益按资本化原则处理外，均计入当期损益；对以历史成本计量的外币非货币性项目仍以交易发生日的即期汇率折算。

### 2、外币财务报表的折算

外币资产负债表中的资产和负债项目，采用资产负债表日的即期汇率折算，所有者权益项目除“未分配利润”外，其他项目采用发生时的即期汇率折算。利润表中的收入与费用项目，采用交易发生日的即期汇率折算。上述折算产生的外币报表折算差额，在其他综合收益科目下列示。实质上构成对境外经营净投资的外币货币性项目，因汇率变动而产生的汇兑差额，在编制合并财务报表时，也作为外币报表折算差额在合并资产负债表中所有者权益项目下在“其他综合收益”项目列示。处置境外经营时，与该境外经营有关的外币报表折算差额，按比例转入处置当期损益。外币现金流量采用现金流量发生日的即期汇率。汇率变动对现金的影响额，在现金流量表中单独列示。



## （十）金融工具

### 1、金融资产的分类、确认和计量

公司在金融资产初始确认时将其划分为以下四类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产、贷款和应收款项、可供出售金融资产、持有至到期投资。金融资产初始确认时按公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产，相关交易费用直接计入当期损益，对于其他类别的金融资产，相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产是指持有的主要目的为短期内出售的金融资产，包括交易性金融资产，或是初始确认时就被管理层指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产。以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产按公允价值进行后续计量，持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动形成的利得或损失计入当期损益。处置时，其公允价值与初始入账金额之间的差额确认为投资收益，同时调整公允价值变动损益。

贷款和应收款项是指公司将在活跃市场中没有报价、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产划分为贷款和应收款项。贷款和应收款项按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

公司可供出售金融资产指初始确认时即被指定为可供出售的非衍生金融资产，以及除贷款和应收款项、持有至到期投资、交易性金融资产以外的非衍生金融资产。可供出售金融资产按公允价值进行后续计量，持有期间将取得的利息或现金股利确认为投资收益，期末将公允价值变动形成的利得或损失直接计入所有者权益，直到该金融资产终止确认或发生减值时再转出，计入当期损益。

公司将管理层有明确意图并有能力持有至到期，到期日固定、回收金额固定或可确定的非衍生金融资产划分为持有至到期投资。持有至到期投资按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认、发生减值或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

## 2、金融负债的分类、确认和计量

公司在金融负债初始确认时将其划分为以下两类：以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债、其他金融负债。金融负债初始确认时按公允价值计量。对于以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，相关交易费用直接计入当期损益；对于其他金融负债，相关交易费用计入初始确认金额。

以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，包括交易性金融负债和初始确认时指定为以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债，按照公允价值进行后续计量，公允价值变动形成的利得或损失，计入当期损益。

其他金融负债按实际利率法，以摊余成本进行后续计量，在终止确认或摊销时产生的利得或损失，计入当期损益。

## 3、金融负债终止确认条件

金融负债的现时义务全部或部分已经解除的，则终止确认该金融负债或其一部分；公司若与债权人签定协议，以承担新金融负债方式替换现存金融负债，且新金融负债与现存金融负债的合同条款实质上不同的，则终止确认现存金融负债，并同时确认新金融负债。对现存金融负债全部或部分合同条款作出实质性修改的，则终止确认现存金融负债或其一部分，同时将修改条款后的金融负债确认为一项新金融负债。

金融负债全部或部分终止确认时，终止确认的金融负债账面价值与支付对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

公司若回购部分金融负债的，在回购日按照继续确认部分与终止确认部分的相对公允价值，将该金融负债整体的账面价值进行分配。分配给终止确认部分的账面价值与支付的对价（包括转出的非现金资产或承担的新金融负债）之间的差额，计入当期损益。

## 4、金融资产转移的确认依据和计量方法

公司已将金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬转移给了转入方的，终止确认该金融资产；保留了金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，继续确认所转移的金融资产，并将收到的对价确认为一项金融负债。公司既没有转移也没

有保留金融资产所有权上几乎所有的风险和报酬的，分别下列情况处理：(1)放弃了对该金融资产控制的，终止确认该金融资产；(2)未放弃对该金融资产控制的，按照继续涉入所转移金融资产的程度确认有关金融资产，并相应确认有关负债。

金融资产整体转移满足终止确认条件的，将下列两项金额的差额计入当期损益：(1)所转移金融资产的账面价值；(2)因转移而收到的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额之和。金融资产部分转移满足终止确认条件的，将所转移金融资产整体的账面价值，在终止确认部分和未终止确认部分之间，按照各自的相对公允价值进行分摊，并将下列两项金额的差额计入当期损益：(1)终止确认部分的账面价值；(2)终止确认部分的对价，与原直接计入所有者权益的公允价值变动累计额中对应终止确认部分的金额之和。

## **5、金融工具公允价值确定**

金融工具存在活跃市场的，以活跃市场中的报价确定其公允价值；金融工具不存在活跃市场的，采用估值技术确定其公允价值。估值技术包括参考熟悉情况并自愿交易的各方最近进行的市场交易中使用的价格、参照实质上相同的其他金融工具当前的公允价值、现金流量折现法和期权定价模型等。

## **6、金融资产减值测试及减值准备计提方法**

公司在资产负债表日对交易性金融资产以外的金融资产的账面价值进行检查，有客观证据表明该金融资产发生减值的，计提减值准备。

### **(1) 以摊余成本计量的金融资产减值的计量**

如果有客观证据表明以摊余成本计量的金融资产发生减值，则将该金融资产的账面价值减记至预计未来现金流量（不包括尚未发生的未来信用损失）现值，减记的金额确认为资产减值损失，计入当期损益。公司对单项金额重大的金融资产单独进行减值测试；对单项金额不重大的金融资产从单项或组合的角度进行减值测试，对已确定不存在减值客观证据的单项金额资产，再与具有类似信用风险特性的金融资产构成一个组合进行减值测试，对已以单项为基础计提减值准备的金融资产，不再纳入组合中进行减值测试。在后续期间，如有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的减值损

失应当予以转回，计入当期损益。但转回后的账面价值不应当超过假定不计提减值准备情况下该金融资产在转回日的摊余成本。按摊余成本计量的金融资产实际发生损失时，冲减已计提的相关减值准备。

## (2) 可供出售金融资产

如果有客观证据表明可供出售金融资产发生减值，即使该金融资产没有终止确认，原直接计入所有者权益的公允价值下降形成的累计损失，予以转出计入当期损益。累计损失是该可供出售金融资产的初始取得成本，扣除已收回本金和摊销金额、发生减值时的公允价值和原计入损益的减值损失后的净额。

## (十一) 应收款项

### 1、单项金额重大并单项计提坏账准备的应收款项

单项金额重大的判断依据或金额标准：单项金额重大是指应收款项余额占本公司报表前五名或占应收账款余额 10% 以上的款项。

单项金额重大并单项计提坏账准备的计提方法：期末对于单项金额重大的应收款项单独进行减值测试，如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。经单独进行减值测试未发生减值的，参照信用风险组合以账龄分析法计提坏账准备。

### 2、按组合计提坏账准备应收款项：

组合名称	确定组合的依据	按组合计提坏账准备的计提方法
账龄组合	相同账龄的应收款项具有类似信用风险特征	账龄分析法
关联业务组合	合并报表范围之内内部业务形成的应收款项具有类似信用风险特征	除存在客观证据表明无法收回外，不对应收关联方款项计提坏账准备

以账龄为信用风险组合的应收款项坏账准备计提方法：

账龄	应收账款计提比例	其他应收款计提比例
1 年以内	5%	5%
1—2 年	20%	20%
2—3 年	50%	50%
3 年以上	100%	100%

### 3、单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收款项：

对有客观证据表明其已发生减值的单项非重大应收款项，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。

应收款项计提坏账准备后，有客观证据表明该金融资产价值已恢复，且客观上与确认该损失后发生的事项有关，原确认的坏账准备应当予以转回，计入当期损益。

## **（十二）存货核算方法**

### **1、存货的分类**

存货分为周转材料、库存商品。

### **2、存货的核算**

按实际成本计价，领用或发出时按加权平均法核算。

### **3、存货的盘存制度**

采用永续盘存制。

### **4、存货跌价准备的确认和计提**

按照单个存货项目以可变现净值低于账面成本的差额计提存货跌价准备。产成品和用于出售的材料等可直接用于出售的存货，以该存货的估计售价减去估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值；需要经过加工的材料存货，以所生产的产成品的估计售价减去至完工时估计将要发生的成本、估计的销售费用和相关税费后的金额，确定其可变现净值。

## **（十三）划分为持有待售资产**

公司在存在同时满足下列条件的非流动资产或公司某一组成部分时划分为持有待售：

（1）该组成部分必须在其当前状况下仅根据出售此类组成部分的惯常条款即可立即出售；（2）企业已经就处置该组成部分作出决议，如按规定需得到股东批准的，应当已经取得股东大会或相应权力机构的批准；（3）企业已经与受

让方签订了不可撤销的转让协议；（4）该项转让将在一年内完成。符合持有待售条件的非流动资产（不包括金融资产及递延所得税资产），以账面价值与公允价值减去处置费用孰低的金额列示为其他流动资产。公允价值减去处置费用低于原账面价值的金额，确认为资产减值损失。终止经营为已被处置或被划归为持有待售的、于经营上和编制财务报表时能够在本公司内单独区分的组成部分。

## （十四）长期股权投资核算方法

### 1、长期股权投资的分类

一长期股权投资是指公司对被投资单位实施控制、重大影响的权益性投资，以及对其合营企业的权益性投资，具体包括对子公司的投资和对联营企业、合营企业的投资。公司对被投资单位不具有控制、共同控制或重大影响的权益性投资，作为可供出售金融资产或以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产核算，其会计政策详见“（十）金融工具”。

共同控制，是指公司按照相关约定对某项安排所共有的控制，并且该安排的相关活动必须经过分享控制权的参与方一致同意后才能决策。重大影响，是指公司对被投资单位的财务和经营政策有参与决策的权力，但并不能够控制或者与其他方一起共同控制这些政策的制定。

### 2、长期股权投资成本的确定

同一控制下的企业合并形成的，合并方以支付现金、转让非现金资产、承担债务或发行权益性证券作为合并对价的，在合并日按照取得被合并方所有者权益在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为其初始投资成本。长期股权投资初始投资成本与支付的现金、转让的非现金资产以及所承担债务账面价值之间的差额调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。

通过多次交易分步取得同一控制下被合并方的股权，最终形成同一控制下企业合并的，应分别是否属于“一揽子交易”进行处理：属于“一揽子交易”的，将各项交易作为一项取得控制权的交易进行会计处理。不属于“一揽子交易”的，在合并日按照应享有被合并方净资产在最终控制方合并财务报表中的账面价值的份额作为长期股权投资的初始投资成本，长期股权投资初始投资成本与达到合

并前的长期股权投资账面价值加上合并日进一步取得股份新支付对价的账面价值之和的差额，调整资本公积；资本公积不足冲减的，调整留存收益。合并日之前持有的股权投资因采用权益法核算或为可供出售金融资产而确认的其他综合收益，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理；因采用权益法核算而确认的被投资单位净资产中除净损益、其他综合收益和利润分配以外的所有者权益其他变动，暂不进行会计处理，直至处置该项投资时转入当期损益。其中，处置后的剩余股权根据本准则采用成本法或权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益应按比例结转，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益应全部结转。

非同一控制下的企业合并形成的，在购买日按照合并成本作为其初始投资成本，合并成本包括购买方付出的资产、发生或承担的负债、发行的权益性工具或债务性工具的公允价值之和。

购买日之前持有的股权采用权益法核算的，相关其他综合收益应当在处置该项投资时采用与被投资单位直接处置相关资产或负债相同的基础进行会计处理，因被投资方除净损益、其他综合收益和利润分配以外的其他所有者权益变动而确认的所有者权益，应当在处置该项投资时相应转入处置期间的当期损益。其中，处置后的剩余股权根据本准则采用成本法或权益法核算的，其他综合收益和其他所有者权益应按比例结转，处置后的剩余股权改按金融工具确认和计量准则进行会计处理的，其他综合收益和其他所有者权益应全部结转。

购买日之前持有的股权投资，采用金融工具确认和计量准则进行会计处理的，应当将按照该准则确定的股权投资的公允价值加上新增投资成本之和，作为改按成本法核算的初始投资成本，原持有股权的公允价值与账面价值之间的差额以及原计入其他综合收益的累计公允价值变动应当全部转入改按成本法核算的当期投资收益。

合并方或购买方为企业合并发生的审计、法律服务、评估咨询等中介费用以及其他相关管理费用，应于发生时计入当期损益；购买方作为合并对价发行的权益性工具或债务性工具的交易费用，应当计入权益性工具或债务性工具的初始确认金额。

除企业合并形成以外的：以支付现金取得的长期股权投资，按照实际支付的购买价款作为投资成本。投资成本包括与取得长期股权投资直接相关的费用、税金及其他必要支出；发行权益性证券取得的长期股权投资，按照发行权益性证券的公允价值作为投资成本；通过非货币性资产交换（该项交换具有商业实质）取得的长期股权投资，其投资成本以该项投资的公允价值和应支付的相关税费作为换入资产的成本；通过债务重组取得的长期股权投资，债权人将享有股份的公允价值确认为对债务人的投资。

### 3、长期股权投资后续计量及损益确认方法

对被投资单位能够实施控制的长期股权投资采用成本法核算；对具有共同控制、重大影响的长期股权投资采用权益法核算。

#### （1）成本法核算的长期股权投资

采用成本法核算时，长期股权投资按初始投资成本计价，追加或收回投资调整长期股权投资的成本。除取得投资时实际支付的价款或者对价中包含的已宣告但尚未发放的现金股利或者利润外，当期投资收益按照享有被投资单位宣告发放的现金股利或利润确认。

#### （2）权益法核算的长期股权投资

采用权益法核算时，长期股权投资的初始投资成本大于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，不调整长期股权投资的初始投资成本；初始投资成本小于投资时应享有被投资单位可辨认净资产公允价值份额的，其差额计入当期损益，同时调整长期股权投资的成本。

采用权益法核算时，按照应享有或应分担的被投资单位实现的净损益和其他综合收益的份额，分别确认投资收益和其他综合收益，同时调整长期股权投资的账面价值；按照被投资单位宣告分派的利润或现金股利计算应享有的部分，相应减少长期股权投资的账面价值；对于被投资单位除净损益、其他综合收益和利润分配以外所有者权益的其他变动，调整长期股权投资的账面价值并计入资本公积。在确认应享有被投资单位净损益的份额时，以取得投资时被投资单位各项可辨认资产等的公允价值为基础，对被投资单位的净利润进行调整后确认。被投资单位采用的会计政策及会计期间与本公司不一致的，按照本公司的会计政策及会



计期间对被投资单位的财务报表进行调整，并据以确认投资收益和其他综合收益。

在确认应分担被投资单位发生的净亏损时，以长期股权投资的账面价值和其他实质上构成对被投资单位净投资的长期权益减记至零为限。此外，如本公司对被投资单位负有承担额外损失的义务，则按预计承担的义务确认预计负债，计入当期投资损失。被投资单位以后期间实现净利润的，本公司在收益分享额弥补未确认的亏损分担额后，恢复确认收益分享额。

#### 4、减值测试方法及减值准备计提方法

长期股权投资减值测试方法和减值准备计提方法详见“（十九）长期资产减值”。

### （十五）固定资产计价和折旧方法

#### 1、固定资产的标准

公司固定资产是指为生产商品、提供服务、出租或经营管理而持有的、使用年限超过 1 年的有形资产。

#### 2、固定资产的分类

固定资产包括运输工具、办公设备。

#### 3、固定资产的计价和折旧方法

固定资产按实际成本计价，并按直线法计提折旧。各类固定资产预计使用年限、预计残值率和年折旧率列示如下：

固定资产类别	预计使用年限	年折旧率（%）	预计残值率（%）
运输工具	4-5	19.00-23.75	5
办公设备	3-5	19.00-31.67	5

#### 4、固定资产减值准备

固定资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、19“长期资产减值”。

## （十六）在建工程核算方法

### 1、在建工程类别

在建工程按工程项目进行明细核算，具体核算内容包括：建筑工程、安装工程、在安装设备、待摊支出等。

### 2、在建工程的计量

在建工程以实际成本计价，按照实际发生的支出确定其工程成本，工程达到预定可使用状态前因进行试运转发生的净支出计入工程成本。工程达到预定可使用状态前所取得的试运转过程中形成的、能够对外销售的产品，其发生的成本，计入在建工程成本，销售或结转为产成品时，按实际销售收入或者预计售价冲减在建工程成本。购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息以及专门借款发生的辅助费用，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前按可资本化金额计入资产成本，其后计入当期损益。

### 3、在建工程结转为固定资产的标准和时点

在建工程在达到预定可使用状态时转作固定资产。所建造的固定资产已达到预定可使用状态，但尚未办理竣工决算手续的，自达到预定可使用状态之日起，根据工程预算、造价或者工程实际成本等，按估计的价值转入固定资产，并按照固定资产折旧政策计提固定资产的折旧，待办理了竣工决算手续后再对原估计值进行调整，但不调整原已计提的折旧额。

### 4、在建工程减值准备

在建工程的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、19“长期资产减值”。

## （十七）无形资产计价和摊销方法

### 1、无形资产计价

外购无形资产的成本，按使该项资产达到预定用途所发生的实际支出计价。

内部研究开发项目研究阶段的支出，于发生时计入当期损益，开发阶段的支出，能够符合资本化条件的，确认为无形资产成本。

投资者投入的无形资产，按照投资合同或协议约定的价值作为成本，但合同或协议约定价值不公允的除外。

接受债务人以非现金资产抵偿债务方式取得的无形资产，或以应收债权换入无形资产的，按换入无形资产的公允价值入账。

非货币性交易投入的无形资产，以该项非货币性资产的公允价值和应支付的相关税费作为入账成本。

## 2、无形资产摊销

使用寿命有限的无形资产，在估计该使用寿命的年限内按直线法摊销；无法预见无形资产为公司带来未来经济利益的期限的，视为使用寿命不确定的无形资产，使用寿命不确定的无形资产不进行摊销。公司无形资产为软件，按3年摊销。

## 3、内部研究开发项目研究阶段的支出

内部研究开发项目开发阶段的支出，于发生时计入当期损益。

内部研究开发项目开发阶段的支出，同时满足下列条件时确认为无形资产：

（1）完成该无形资产以使其能够使用或出售在技术上具有可行性；（2）具有完成该无形资产并使用或出售的意图；（3）无形资产产生经济利益的方式，包括能够证明运用该无形资产生产的产品存在市场或无形资产自身存在市场，无形资产将在内部使用的，能够证明其有用性；（4）有足够的技术、财务资源和其他资源支持，以完成该无形资产的开发，并有能力使用或出售该无形资产；（5）归属于该无形资产开发阶段的支出能够可靠地计量。

## 4、无形资产减值准备

无形资产的减值测试方法和减值准备计提方法详见附注三、19“长期资产减值”。

## （十八）长期待摊费用

长期待摊费用是指已经支出，但受益期限在一年以上（不含一年）的各项费

用。

长期待摊的费用按形成时发生的实际成本计价，采用直线法在受益年限内平均摊销，其中办公楼装修费的摊销年限为3年。

长期待摊费用项目不能使以后会计期间受益的，将尚未摊销的该项目的摊余价值全部转入当期损益。

## （十九）长期资产减值

对于固定资产、在建工程、使用寿命有限的无形资产及对子公司、合营企业、联营企业的长期股权投资等非流动资产项目，本公司于资产负债表日判断是否存在减值迹象。如存在减值迹象的，则估计其可收回金额，进行减值测试。商誉、使用寿命不确定的无形资产，无论是否存在减值迹象，每年均进行减值测试。

出现减值的迹象如下：（1）资产的市价当期大幅度下跌，其跌幅明显高于因时间的推移或者正常使用而预计的下跌；（2）企业经营所处的经济、技术或者法律等环境以及资产所处的市场在当期或者将在近期发生重大变化，从而对企业产生不利影响；（3）市场利率或者其他市场投资报酬率在当期已经提高，从而影响企业计算资产预计未来现金流量现值的折现率，导致资产可收回金额大幅度降低；（4）有证据表明资产已经陈旧过时或者其实体已经损坏；（5）资产已经或者将被闲置、终止使用或者计划提前处置；（6）企业内部报告的证据表明资产的经济绩效已经低于或者将低于预期，如资产所创造的净现金流量或者实现的营业利润（或者亏损）远远低于（或者高于）预计金额等；（7）其他表明资产可能已经发生减值的迹象。

减值测试结果表明资产的可收回金额低于其账面价值的，按其差额计提减值准备并计入减值损失。上述资产减值损失一经确认，以后期间不予转回价值得以恢复的部分。可收回金额为资产的公允价值减去处置费用后的净额与资产预计未来现金流量的现值两者之间的较高者。资产减值准备按单项资产为基础计算并确认，如果难以对单项资产的可收回金额进行估计的，以该资产所属的资产组确定资产组的可收回金额。

公司因企业合并所形成的商誉，至少在每年年度终了进行减值测试。对于因

合并形成的商誉的账面价值，自购买日起按照合理的方法分摊至相关的资产组；难以分摊至相关的资产组的，将其分摊至相关的资产组组合。在对包含商誉的相关资产组或者资产组组合进行减值测试时，如与商誉相关的资产组或者资产组组合存在减值迹象的，应当先对不包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，计算可收回金额，并与相关账面价值相比较，确认相应的减值损失。再对包含商誉的资产组或者资产组组合进行减值测试，比较这些相关资产组或者资产组组合的账面价值（包括所分摊的商誉的账面价值部分）与其可收回金额，如相关资产组或者资产组组合的可收回金额低于其账面价值的，确认商誉的减值损失。减值损失金额先抵减分摊至资产组或者资产组组合中商誉的账面价值，再根据资产组或者资产组组合中除商誉之外的其他各项资产的账面价值所占比重，按比例抵减其他各项资产的账面价值。

## （二十）借款费用资本化核算方法

公司发生的借款费用，可直接归属于符合资本化条件的资产的购建或者生产的，予以资本化，计入相关资产成本，在符合资本化条件的资产达到预定可使用状态之后所发生的借款费用，计入当期损益；其他借款费用，在发生时根据其发生额确认为费用，计入当期损益。

借款费用同时满足以下条件时予以资本化：资产支出（包括为购建或者生产符合资本化条件的资产而以支付现金、转移非现金资产或者承担带息债务形式发生的支出）已经发生；借款费用已经发生；为使资产达到预定可使用或者可销售状态所必要的购建或者生产活动已经开始。

借款利息资本化金额：购建或者生产符合资本化条件的资产而借入的专门借款或占用了一般借款发生的借款利息，在所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态之前，应按以下方法确定资本化金额：

为购建或者生产符合资本化条件的资产而借入专门借款的，以专门借款当期实际发生的利息费用，减去将尚未动用的借款资金存入银行取得的利息收入或进行暂时性投资取得的投资收益后的金额确定为应予以资本化的费用。

为购建或者生产符合资本化条件的资产而占用了一般借款的，公司根据累计

资产支出超过专门借款部分的资产支出加权平均数乘以所占用一般借款的资本化率，计算确定一般借款应予资本化的利息金额。资本化率根据一般借款加权平均利率计算确定。

**暂停资本化：**符合资本化条件的资产在购建或者生产过程中发生非正常中断、且中断时间连续超过3个月的，应当暂停借款费用的资本化。在中断期间发生的借款费用应当确认为费用，计入当期损益，直至资产的购建或者生产活动重新开始。如果中断是所购建或者生产的符合资本化条件的资产达到预定可使用或者可销售状态必要的程序，借款费用的资本化应当继续进行。

## （二十一）预计负债的确认标准和计量方法

### 1、预计负债的确认标准

当与对外担保、未决诉讼或仲裁、产品质量保证、裁员计划、亏损合同、重组义务、固定资产弃置义务等或有事项相关的业务同时符合以下条件时，确认为负债：①该义务是公司承担的现时义务；②该义务的履行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。

### 2、预计负债的计量方法

预计负债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，并综合考虑与或有事项有关的风险、不确定性和货币时间价值等因素。货币时间价值影响重大的，通过对相关未来现金流出进行折现后确定最佳估计数。所需支出存在一个连续范围，且该范围内各种结果发生的可能性相同的最佳估计数按该范围的中间值确定；在其他情况下，最佳估计数按如下方法确定：①或有事项涉及单个项目时，最佳估计数按最可能发生金额确定；②或有事项涉及多个项目时，最佳估计数按各种可能发生额及其发生概率计算确定；③公司清偿预计负债所需支出全部或部分预期由第三方或其他方补偿的，则补偿金额在基本确定能收到时，作为资产单独确认。每个资产负债表日对预计负债的账面价值进行复核，如有改变则对账面价值进行调整以反映当前最佳估计数。

## （二十二）职工薪酬

职工薪酬包括在职工为公司提供服务的会计期间，公司为获得职工提供的服务或解除劳动关系而给予的各种形式的报酬或补偿。公司提供给职工配偶、子女、受赡养人、已故员工遗属及其他受益人等的福利，也属于职工薪酬。职工薪酬包括短期薪酬、离职后福利、辞退福利和其他长期职工福利。

短期薪酬是指在职工为公司提供相关服务的会计期间结束后十二个月内需要全部予以支付的，公司给予职工各种形式的报酬以及其他相关支出，包括支付的职工工资、奖金、津贴、补贴和职工福利费，为职工缴纳医疗保险费、养老保险费、失业保险费、工伤保险费和生育保险费等社会保险费和住房公积金，以及短期带薪缺勤、短期利润分享计划、非货币性福利以及其他短期薪酬等。公司在职工提供服务的会计期间，将实际发生的短期薪酬确认为负债，并计入当期损益，其他会计准则要求或允许计入资产成本的除外。

离职后福利是指公司为获得职工提供的服务而在职工退休或解除劳动关系后，提供的各种形式的报酬和福利，短期薪酬和辞退福利除外，具体分类为设定提存计划和设定受益计划。其中：

（1）对于设定提存计划，企业应当在职工为其提供的会计期间，将根据设定提存计划计算的应缴存金额确认为负债，并计入当期损益或者相关资产成本；

（2）对于设定受益计划，企业应当根据预期累计福利单位法确认设定受益计划的福利义务，按照归属于职工提供服务的期间，公司设定受益计划导致的职工薪酬成本包括下列组成部分：

①服务成本，包括当期服务成本、过去服务成本和结算利得或损失。其中，当期服务成本是指，职工当期提供服务所导致的设定受益义务现值的增加额；过去服务成本是指，设定受益计划修改所导致的与以前期间职工服务相关的设定受益义务现值的增加或减少；

②设定受益计划净负债或净资产的利息净额，包括计划资产的利息收益、设定受益计划义务的利息费用以及资产上限影响的利息；

③重新计量设定受益计划净负债或净资产所产生的变动。

除非其他会计准则要求或允许职工福利成本计入资产成本，本集团将上述第①和②项计入当期损益；第③项计入其他综合收益，且不会在后续会计期间转回至损益。

设定受益计划引起的重新计量，包括精算利得或损失，均在资产负债表中立即确认，并在其发生期间通过其他综合收益计入所有者权益，后续期间不转回至损益。

辞退福利是指公司在职工劳动合同到期之前解除与职工的劳动关系，或者为鼓励职工自愿接受裁减而给予职工的补偿。公司向职工提供的辞退福利，在下列两者孰早日确认辞退福利产生的职工薪酬负债，并计入当期损益：（1）公司不能单方面撤回因解除劳动关系计划或裁减建议所提供的辞退福利时。（2）公司确认与涉及支付辞退福利的重组相关的成本或费用时。

其他长期职工福利是指除短期薪酬、离职后福利、辞退福利之外所有的职工薪酬，包括长期带薪缺勤、长期残疾福利、长期利润分享计划等。公司向职工提供的其他长期福利，符合设定提存计划条件的，按照设定提存计划进行会计处理；除此之外的其他长期福利，按照设定受益计划进行会计处理，但是重新计量其他长期职工福利净负债或净资产所产生的变动计入当期损益后相关资产成本。

除因解除与职工的劳动关系给予的补偿外，公司于职工提供服务的期间确认应付职工薪酬，并根据职工提供服务的受益对象计入相关资产成本和费用。

## （二十三）股份支付

股份支付是为了获取职工或其他方提供服务而授予权益工具或者承担以权益工具为基础确定的负债的交易。股份支付分为以权益结算的股份支付和以现金结算的股份支付。

授予后立即可行权的以权益结算的股份支付，在授予日按照权益工具的公允价值计入相关成本或费用和资本公积。完成等待期内的服务或达到规定业绩条件才可行权的换取职工服务的以权益结算的股份支付，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权权益工具数量的最佳估计为基础，按照权益工具授予日的公允价值，将当期取得的服务计入相关成本或费用和资本公积。后续信息表明可行权



权益工具的数量与以前估计不同的需进行调整，并在可行权日调整至实际可行权的权益工具数量。

以现金结算的股份支付，按照公司承担的以股份或其他权益工具为基础计算确定的负债的公允价值计量。如授予后立即可行权，在授予日以公司承担负债的公允价值计入相关成本或费用，相应增加负债。如需完成等待期内的服务或达到规定业绩条件以后才可行权，在等待期内的每个资产负债表日，以对可行权情况的最佳估计为基础，按照公司承担负债的公允价值金额，将当期取得的服务计入成本或费用，相应调整负债。在相关负债结算前的每个资产负债表日以及结算日，对负债的公允价值重新计量，其变动计入当期损益。

## （二十四）收入确认原则

公司销售商品取得的收入，在下列条件均能满足时予以确认：公司已将商品所有权上的主要风险和报酬转移给购货方；公司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控制；收入的金额能够可靠地计量；相关的经济利益很可能流入公司；相关已发生或将发生的成本能够可靠计量。

提供劳务取得的收入，在下列条件均能满足时采用完工百分比法予以确认：收入的金额能够可靠地计量；与交易相关的经济利益很可能流入；交易中的完工进度能够可靠地确定；交易中已发生和将发生的成本能够可靠地计量。如提供劳务交易的结果不能够可靠估计且已经发生的劳务成本预计能够得到补偿的，按已经发生的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计不能够全部得到补偿的，按能够得到补偿的劳务成本金额确认收入；发生的劳务成本预计全部不能够得到补偿的，不确认收入。

提供他人使用公司资产取得收入，在下列条件均能满足时予以确认：与交易相关的经济利益能够流入公司；收入的金额能够可靠地计量。提供他人使用本公司的资产等而应收的使用费收入，按有关合同、协议规定的收费时间和方法计算确认营业收入。

公司通过经销和品牌代运营两种经营模式为品牌商提供品牌重塑、互联网整合营销、店铺精细化运营、客户服务、仓储配送等全链路电商服务。在两种经营

模式下的具体收入确认原则如下：

电子商务经销分为平台自营（客户为最终消费者）与分销（客户为平台或分销商）。平台自营收入确认原则为由公司开立的支付宝等账户在顾客下订单时统一向顾客收取全部款项，公司于发出货物时，按应收取的全部款项确认销售收入；分销收入确认原则为由商务平台在商品交付予顾客时统一向顾客收取全部款项，公司于收到商务平台结算单时，按应向商务平台收取的全部款项扣除商务平台应得佣金后的余额确认销售收入。

电子商务代运营服务的收入确认原则为公司根据当月销售总额扣除合理成本支出后按照约定比例计算服务费金额，并将相关计算表交由客户进行确认，公司以客户确认时点确认收入。其中，销售总额的确认依据为客户在第三方交易平台上开立的账户中销售商品货款到账金额。

## （二十五）成本的归集、分配及结转方法

公司产品经销主要成本为产品采购成本，公司仓库采用珠海富润系统，已验收入库产品按照物料代码录入系统，系统采用移动加权平均法计算产品单位成本；产品出库后，根据已发货订单物料代码，库存管理系统与订单系统进行匹配，生成已发货产品成本明细表，财务部根据已发货产品成本明细表结转成本。

公司代运营服务成本为代运营人员人工成本。会计师和项目组复核了公司已销货产品成本匹配流程、营业收入、营业成本分析程序等。

## （二十六）政府补助

政府补助是指公司从政府无偿取得货币性资产和非货币性资产，不包括政府作为所有者投入的资本。政府补助分为与资产相关的政府补助和与收益相关的政府补助。政府补助在能够满足政府补助所附的条件，且能够收到时确认。

政府补助为货币性资产的，按照收到或应收的金额计量。政府补助为非货币性资产的，按照公允价值计量；公允价值不能够可靠取得的，按照名义金额计量。按照名义金额计量的政府补助，直接计入当期损益。

与资产相关的政府补助，确认为递延收益，并在相关资产的使用寿命内平均分配计入当期损益。与收益相关的政府补助，用于补偿以后期间的相关费用和损失的，确认为递延收益，并在确认相关费用的期间计入当期损益；用于补偿已经发生的相关费用和损失的，直接计入当期损益。

已确认的政府补助需要返还时，存在相关递延收益余额的，冲减相关递延收益账面余额，超出部分计入当期损益；不存在相关递延收益的，直接计入当期损益。

## （二十七）递延所得税资产和递延所得税负债

公司采用资产负债表债务法进行所得税的会计处理。所得税包括当期所得税和递延所得税。除与直接计入其他综合收益或所有者权益的交易和事项相关的当期所得税和递延所得税计入其他综合收益或所有者权益，以及企业合并产生的递延所得税调整商誉的账面价值外，其余当期所得税和递延所得税费用或收益均计入当期损益。

公司对于当期和以前期间形成的当期所得税负债或资产，按照税法规定计算的预期应交纳或返还的所得税金额计量。递延所得税资产和递延所得税负债分别根据可抵扣暂时性差异和应纳税暂时性差异确定，按照预期收回资产或清偿债务期间的适用税率计量。

### 1、递延所得税资产的确认

公司以很可能取得用来抵扣可抵扣暂时性差异的应纳税所得额为限，确认由可抵扣暂时性差异产生的递延所得税资产。但是同时具有下列特征的交易中因资产或负债的初始确认所产生的递延所得税资产不予确认：（1）该项交易不是企业合并；（2）交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。

公司对与子公司、联营公司及合营企业投资相关的可抵扣暂时性差异，同时满足下列条件的，确认相应的递延所得税资产：暂时性差异在可预见的未来很可能转回；未来很可能获得用来抵扣暂时性差异的应纳税所得额。

公司对于能够结转以后年度的可抵扣亏损和税款抵减，以很可能获得用来抵

扣可抵扣亏损和税款抵减的未来应纳税所得额为限，确认相应的递延所得税资产。

## 2、递延所得税负债的确认

除下列情况产生的递延所得税负债以外，本公司确认所有应纳税暂时性差异产生的递延所得税负债：（1）商誉的初始确认；（2）同时满足具有下列特征的交易中产生的资产或负债的初始确认：①该项交易不是企业合并；②交易发生时既不影响会计利润也不影响应纳税所得额（或可抵扣亏损）。（3）公司对与子公司、联营公司及合营企业投资产生相关的应纳税暂时性差异，同时满足下列条件的：①投资企业能够控制暂时性差异的转回的时间；②该暂时性差异在可预见的未来很可能不会转回。

资产负债表日，公司对递延所得税资产的账面价值进行复核，如果未来期间很可能无法获得足够的应纳税所得额用以抵扣递延所得税资产的利益，减记递延所得税资产的账面价值。在很可能获得足够的应纳税所得额时，减记的金额予以转回。

如果拥有以净额结算当期所得税资产及当期所得税负债的法定权利，且递延所得税与同一应纳税主体和同一税收征管部门相关，则将递延所得税资产和递延所得税负债以抵销后的净额列示。

## （二十八）经营租赁

对于经营租赁的租金，出租人、承租人在租赁期内各个期间按照直线法确认为当期损益。出租人、承租人发生的初始直接费用，计入当期损益。或有租金在实际发生时计入当期损益。

## （二十九）终止经营

终止经营是满足下列条件之一的已被本公司处置或被本公司划归为持有待售的、在经营和编制财务报表时能够单独区分的组成部分：（1）该组成部分代表一项独立的主要业务或一个主要经营地区；（2）该组成部分是拟对一项独立

的主要业务或一个主要经营地区进行处置计划的一部分；（3）该组成部分是仅仅为了再出售而取得的子公司。

### （三十）利润分配方法

根据公司章程，公司利润按以下顺序分配：

- 弥补以前年度亏损；
- 提取 10%法定盈余公积金；
- 经股东会决议，可提取任意公积金；
- 剩余利润根据股东会决议予以分配。

### （三十一）重要会计政策和会计估计的变更

#### 1、会计政策变更

2014 年，财政部修订了《企业会计准则第 2 号-长期股权投资》、《企业会计准则第 9 号-职工薪酬》、《企业会计准则第 30 号-财务报表列报》、《企业会计准则第 33 号-合并财务报表》，以及颁布了《企业会计准则第 39 号-公允价值计量》、《企业会计准则第 40 号-合营安排》、《企业会计准则第 41 号-在其他主体中权益的披露》等具体准则，公司于 2014 年 7 月 1 日起执行。《企业会计准则第 37 号——金融工具列报》从 2014 年度开始执行。

本次会计政策变更，本公司根据《企业会计准则第 9 号—职工薪酬》将本公司基本养老保险、失业保险费单独分类至离职后福利—设定提存计划核算，并进行追溯调整。

#### 2、会计估计变更

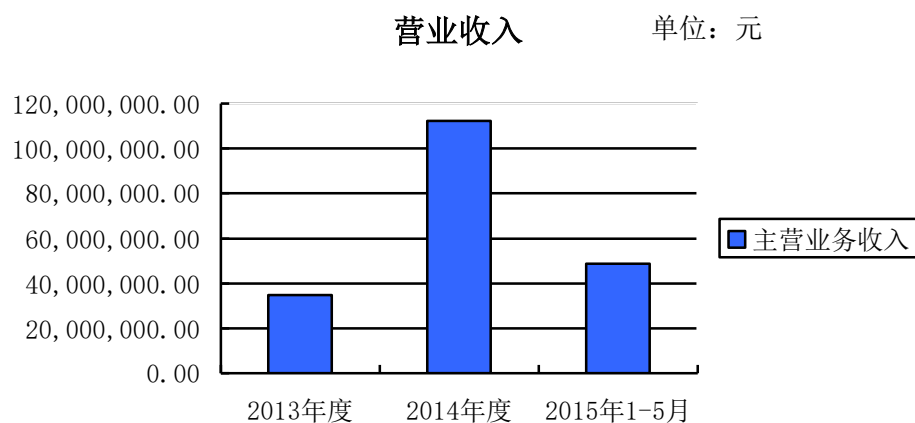
公司本期无会计估计变更事项。

## 五、盈利能力和财务状况分析

### （一）营业收入和营业成本构成及变动分析

#### 1、报告期内营业收入变化趋势

报告期内公司营业收入变化趋势如下图所示：



单位：元

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)
主营业务收入	48,785,860.06	100.00	112,230,016.44	100.00	34,793,295.48	100.00
合计	48,785,860.06	100.00	112,230,016.44	100.00	34,793,295.48	100.00

由上表可知，报告期内公司营业收入均来源于主营业务，主营业务收入增长，主营业务突出。

2014年度公司营业收入为112,230,016.44元，较2013年增长77,436,720.96元，增幅222.56%。主要原因是：（1）2014年公司经销收入增长由单一依靠分销业务收入转变为自营店铺收入与分销业务收入双轮驱动。2013年，公司经销以分销业务为主，在下半年开始自营店铺业务的布局。2014年，伴随公司市场影响力的提升以及业务规模的扩大，公司自营店铺业务逐渐成熟，自营店铺业务与分销业务双轮驱动收入增长的效应逐渐凸显；（2）经销模式下的分销收入增长。基于2013年良好的分销业绩，2014年公司旧品牌的分销规模进一步扩大，同时引入了ABC等新分销品牌，扩大了公司分销服务的规模，进而带动了经销收入的增长。（3）在代运营模式下，公司2014年新增比度克代运营收入

7,200,000.00 元。

## 2、主营业务收入构成分析

公司最近两年及一期主营业务收入按业务列示如下：

单位：元

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
(1) 经销收入	42,267,039.97	86.64	105,030,016.44	93.58	34,793,295.48	100.00
其中：						
①分销	26,868,145.94	55.07	63,361,061.85	56.46	34,762,370.01	99.91
②自营	15,398,894.03	31.56	41,668,954.59	37.13	30,925.47	0.09
(2) 代运营收入	6,518,820.09	13.36	7,200,000.00	6.42	-	-
合计	48,785,860.06	100.00	112,230,016.44	100.00	34,793,295.48	100.00

报告期内，公司主营业务收入来源包括经销收入和代运营收入，收入结构较为稳定。

报告期内，经销收入占主营业务收入的比例分别为 100.00%、93.58% 和 86.64%，经销和代运营的盈利模式决定了公司的经销收入规模远超代运营收入规模，经销收入是公司的主要收入来源。公司 2014 年度经销收入较同期增长 70,236,720.96 元，增幅 201.87%，是驱动主营业务收入增长的主要因素。报告期内，分销业务收入占主营业务收入的比例分别为 99.91%、56.46% 和 55.07%，伴随公司自营业务的凸显，公司分销业务占比呈现下降趋势。报告期内，自营业务收入占主营业务收入的比例分别为 0.09%、37.13% 和 31.56%，主要系公司为加强全网拓展能力，在 2013 年下半年开始自营店铺业务的布局，2014 年自营店铺业务逐渐成熟。

2014 年度和 2015 年度 1-5 月公司的代运营收入占主营业务收入的比例分别为 6.42% 和 13.36%，代运营收入比例增长主要系公司代运营品牌增多，2014 年公司仅有代运营品牌比度克，2015 年公司新增代运营品牌合生元。

## 3、营业成本构成分析

公司系一家互联网电子商务服务企业，公司电子商务经销成本为支付的商品采购成本，无直接人工和制造费用。电子商务代运营成本主要为代运营人员人工

成本。报告期内公司主营业务成本构成如下：

单位：元

主营业务成本	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
代运营业务	1,435,746.73	6.87	2,016,000.00	3.18	-	-
经销业务	19,465,977.10	93.13	61,346,246.52	96.82	32,047,418.96	100.00
其中：						
（1）分销	13,371,950.60	63.98	40,089,926.96	63.27	32,016,817.69	99.90
（2）自营	6,094,026.50	29.16	21,256,319.56	33.55	30,601.27	0.10
合计	20,901,723.83	100.00	63,362,246.52	100.00	32,047,418.96	100.00

报告期公司营业成本增长主要系随公司业务规模扩大相应增长。

## （二）经营成果变动分析

### 1、经营成果总体情况

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
一、营业总收入	<b>48,785,860.06</b>	<b>112,230,016.44</b>	<b>34,793,295.48</b>
其中：营业收入	48,785,860.06	112,230,016.44	34,793,295.48
二、营业总成本	<b>43,776,157.73</b>	<b>107,434,044.84</b>	<b>38,779,840.51</b>
减：营业成本	20,901,723.83	63,362,246.52	32,047,418.96
营业税金及附加	78,873.21	519,339.69	48,095.55
销售费用	11,312,565.13	28,391,679.93	4,151,977.47
管理费用	11,358,306.33	14,735,166.54	2,446,302.45
财务费用	25,043.29	-7,775.15	-4,420.95
资产减值损失	99,645.94	433,387.31	90,467.03
加：公允价值变动收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
投资收益（损失以“-”号填列）	-	-	-
其中：对联营企业和合营企业的投资收益	-	-	-
三、营业利润（亏损以“-”号填列）	<b>5,009,702.33</b>	<b>4,795,971.60</b>	<b>-3,986,545.03</b>
加：营业外收入	0.16	71,037.44	35,194.88
其中：非流动资产处置利得	-	-	-
减：营业外支出	194.98	5,632.71	464.24
其中：非流动资产处置损失	-	-	-
四、利润总额（亏损总额以“-”号填列）	<b>5,009,507.51</b>	<b>4,861,376.33</b>	<b>-3,951,814.39</b>
减：所得税费用	2,437,642.92	1,409,352.50	-855,736.70
五、净利润（净亏损以“-”号填列）	<b>2,571,864.59</b>	<b>3,452,023.83</b>	<b>-3,096,077.69</b>
归属于母公司所有者的净利润	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
少数股东损益	-	-	-



六、其他综合收益的税后净额	-	-	-
归属母公司所有者的其他综合收益的税后净额	-	-	-
（一）以后不能重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
（二）以后将重分类进损益的其他综合收益	-	-	-
归属于少数股东的其他综合收益的税后净额	-	-	-
七、综合收益总额	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
归属于母公司所有者的综合收益总额	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
归属于少数股东的综合收益总额	-	-	-

报告期内，营业利润占利润总额比例分别为 100.00%、98.65%和 100.88%。公司 2014 年营业收入上涨 77,436,720.96 元，营业成本上涨 31,314,827.56 元，在其他期间费用和其他损益项目的综合作用下，使得营业利润上涨了 8,782,516.63 元。公司的营业利润和毛利率的变动情况分析如下。

## 2、毛利及毛利率变动分析

公司 2013 年度、2014 年度及 2015 年 1-5 月毛利率持续提升，公司按业务类型的毛利率具体如下：

单位：元

2015 年 1-5 月	收入	成本	毛利	毛利率
主营业务合计	48,785,860.06	20,901,723.83	27,884,136.23	57.16%
其中：				
（1）代运营收入	6,518,820.09	1,435,746.73	5,083,073.36	77.98%
（2）经销收入	42,267,039.97	19,465,977.10	22,801,062.87	53.95%
其中：				
①分销	26,868,145.94	13,371,950.60	13,496,195.34	50.23%
②自营	15,398,894.03	6,094,026.50	9,304,867.53	60.43%
2014 年	收入	成本	毛利	毛利率
主营业务收入合计	112,230,016.44	63,362,246.52	50,082,085.77	43.54%
其中：				
（1）代运营收入	7,200,000.00	2,016,000.00	5,184,000.00	72.00%
（2）经销收入	105,030,016.44	61,346,246.52	43,683,769.92	41.59%
其中：				
①分销	63,361,061.85	40,089,926.96	23,271,134.89	36.73%
②自营	41,668,954.59	21,256,319.56	20,412,635.03	48.99%
2013 年	收入	成本	毛利	毛利率
主营业务收入合计	34,793,295.48	32,047,418.96	2,745,876.52	7.89%
其中：				
（1）代运营收入	-	-	-	-
（2）经销收入	34,793,295.48	32,047,418.96	2,745,876.52	7.89%

其中：				
①分销	34,762,370.01	32,016,817.69	2,745,552.32	7.90%
②自营	30,925.47	30,601.27	324.20	1.05%

从毛利构成来看，报告期公司毛利主要来源于经销收入，经销收入毛利占当年毛利总额的比重分别为 100.00%，89.39%和 80.98%，是公司利润的主要来源。报告期，公司综合毛利率分别为 7.89%、43.54%和 57.16%，综合毛利率增长主要系经销业务毛利率的增长与代运营业务占比的提高。

报告期公司的经销收入分别为 34,793,295.48 元、105,030,016.44 元和 42,267,039.97 元，毛利分别为 2,745,876.52 元、43,683,769.92 元和 21,643,121.89 元，毛利率分别为 7.89%、41.59%和 53.95%。公司 2014 年度经销业务毛利率水平较 2013 年度增长的主要原因是：（1）高毛利新品种的引入以及旧品种采购单价下降带动了分销毛利率的上升。基于 2013 年良好的经营业绩，公司 2014 年引入了高毛利新品种产品；此外，2014 年公司采购规模大幅提高，与品牌商合作进一步加深，产品的单位采购成本有所下降；（2）自营业务占比提升。2013 年，公司经销以分销业务为主，在下半年开始自营店铺业务的布局。2014 年，伴随公司市场影响力的提升以及业务规模的扩大，公司自营店铺业务逐渐成熟。自营店铺业务与分销业务的盈利模式决定了自营店铺业务的毛利率高于分销业务，2014 年自营店铺业务毛利占比提升，带动了经销业务整体毛利率上升；（3）2014 年公司代理品牌的多元化。在经销模式下，高毛利品牌的引入以及高毛利品牌占比的提升促进了分销业务毛利上升。

2014 年度和 2015 年度 1-5 月公司的代运营服务收入分别为 7,200,000.00 元和 6,518,820.09 元，毛利分别为 5,184,000.00 元和 5,083,073.36 元，毛利率分别为 72.00%和 77.98%。公司代运营毛利率的上涨主要系代运营人工成本相对固定，公司代运营品牌增加，规模经济效应逐渐显现。2014 年公司仅有代运营品牌比度克，2015 年公司新增代运营品牌合生元。

查阅同行业可比公司（已在全国中小企业股份转让系统挂牌）销售毛利率的变动趋势并与若羽臣相关指标进行比较，具体情况如下：

证券代码	公司名称	2015年1-5月毛利率	2014年毛利率	2013年毛利率
831026	熙浪股份	-	30.28%	36.04%
833208	良品电商	-	38.66%	26.95%
若羽臣		57.16%	43.54%	7.89%

注：2015年5月可比公司未披露财务报表数据

与可比企业相比，公司毛利率变动趋势符合行业发展规律，毛利率差异主要系公司与可比企业经销与代运营产品的品类不同所致。公司经营母婴产品，毛利率较高。良品电商和熙浪股份均主要经营电器、五金类产品，毛利率相对较低。此外，公司的经营发展历程与可比公司不同也是造成毛利率差异的因素。公司2013年业务刚刚起步，2014年业务逐渐成熟，因而2013年毛利率较同行业低，2014年毛利率高于同行业水平。

### （三）公司最近两年一期主要财务指标分析

公司最近两年一期主要财务指标详见第一节之“（六）最近两年一期主要财务数据和财务指标”。结合同行业公司情况，公司财务指标具体情况如下：

主要财务指标	若羽臣			良品电商			熙浪股份		
	2015-5-31/ 2015年 1-5月	2014-12-31/ 2014年度	2013-12-31/ 2013年度	2015-5-31/ 2015年 1-5月	2014-12-31/ 2014年度	2013-12-31/ 2013年度	2015-5-31/ 2015年 1-5月	2014-12-31/ 2014年度	2013-12-31/ 2013年度
	1、盈利能力指标								
(1) 毛利率	57.16%	43.54%	7.89%	-	38.66%	26.95%	-	30.28%	36.04%
(2) 净资产收益率	21.77%	395.84%	-	-	72.32%	-172.15%	-	-49.12%	-7.60%
(3) 扣除非经常性损益后净资产收益率	20.14%	1,150.72%	-	-	64.88%	-172.14%	-	-66.08%	-12.80%
(4) 基本每股收益 (元/股)	0.26	2.07	-3.10	-	0.08	-0.88	-	-0.52	-0.11
(5) 稀释每股收益 (元/股)	0.26	2.07	-3.10	-	0.08	-0.88	-	-0.52	-0.11
2、偿债能力指标									
(1) 资产负债率 (倍)	18.56	77.03	113.14	-	29.23	95.18	-	26.75	67.38
(2) 流动比率 (倍)	5.08	1.15	0.86	-	2.80	0.90	-	2.78	1.11
(3) 速动比率 (倍)	3.66	0.52	0.43	-	2.80	0.90	-	2.34	0.88
3、营运能力指标									
(1) 应收账款周转率 (倍)	5.51	23.12	72.31	-	9.03	9.83	-	37.70	42.03
(2) 存货周转率 (倍)	0.70	4.67	21.37	-	-	-	-	8.86	12.52
4、其他指标									
(1) 每股净资产 (元)	10.22	1.09	-1.52	-	5.78	0.07	-	4.11	1.23
(2) 归属于申请挂牌公司股东每股净资产 (元)	10.22	1.09	-1.52	-	5.78	0.07	-	4.11	1.23
(3) 经营活动产生的现金流量净额 (万元)	77.05	-1,936.68	-283.45	-	73.95	-35.18	-	-405.52	-247.41
(4) 每股经营活动产生的现金流量净额 (元/股)	0.06	-1.94	-2.83	-	0.74	-0.35	-	-0.36	-0.27

注：（1）可比公司 2015 年 1-5 月未披露相关数据；（2）良品电商无存货，故未计算存货周转率。

## 1、盈利能力分析

公司 2013 年度、2014 年度、2015 年 1-5 月毛利率分别为 7.89%、43.54%、57.16%，盈利能力良好，公司毛利率变动的主要原因详见“3、毛利率”。

公司报告期内 2014 年度、2015 年 1-5 月公司净资产收益率分别为 395.84%、21.77%，2015 年 1-5 月净资产收益率较 2014 年大幅降低，主要由于公司增资扩股，由 2013 年的 100.00 万股增加到 2015 年 5 月 31 日的 1,250.00 万股。报告期内公司净资产收益率与扣除非经常性损益后的净资产收益率差异较小，说明公司非经常性损益对公司经营业绩及盈利水平无实质性影响。2013 年度、2014 年度、2015 年 1-5 月本公司基本每股收益分别为-3.10 元/股、2.07 元/股、0.26 元/股，主要原因为公司业务规模扩大，经营状况改善，企业毛利逐年增加，2015 年 1-5 月每股收益较 2014 年出现大幅下降主要为公司增资扩股所影响。

## 2、偿债能力分析

报告期各期末，公司负债全部为流动负债，主要由应付账款、应交税费、应付职工薪酬、其他应付款等构成。截至 2013 年末、2014 年末和 2015 年 5 月末本公司资产负债率（母公司）分别为 113.14%、77.03%、18.56%，公司资产负债率逐年大幅降低，表明公司长期偿债能力逐年提升，主要原因为公司原有股东增资以及新股东朗姿股份有限公司出资 11,000.00 万元获得公司 250 万份股份。截至 2013 年末、2014 年末和 2015 年 5 月末公司流动比率分别为 0.86、1.15、5.08，2013 年末、2014 年末和 2015 年 5 月末公司速动比率分别为 0.43、0.52、3.66。流动比率与速动比率出现反方向变动，主要系伴随公司业务规模扩大，2014 年末存货与 2013 年末相比出现大幅度增加。2015 年流动比率、速动比率出现大幅度增加主要系新增股东朗姿股份有限公司出资 11,000.00 万元导致公司货币资金大幅度增加。公司经营稳健，负债水平在合理范围之内，总体负债结构良好，偿债风险低。

## 3、营运能力分析

2013 年、2014 年、2015 年 1-5 月公司应收账款周转率分别为 72.31、23.12、5.51。2014 年较 2013 年相比，公司业务规模迅速增长，应收账款余额增长较快，导致应收账款周转率下降。公司应收账款账龄全部为一年以内，主要应收账款债

务人资信状况良好，不存在大额长期未收回款项及坏账的风险。2013年、2014年、2015年1-5月公司存货周转率分别为21.37、4.67、0.70。2014年与2013年相比，存货周转率下降主要系随着公司销售收入增长，备货相应增加所致。

#### 4、现金流量指标分析

公司2013年、2014年、2015年1-5月经营活动产生的现金流量净额分别为-283.45万元、-1,936.68万元、77.05万元。

2013年，公司业务尚未成熟，销售收款尚不能弥补成本和费用付现是导致经营活动现金流量净额为负数的主要原因。2014年，随着公司新品牌商的引入，规模与业绩大幅增长，采购付现与业务推广费等期间费用付现的增加超过销售收款的增加是导致经营活动现金流量净额为负数的主要原因。2015年1-5月，公司运行逐步稳定，销售收款开始可以覆盖采购付款和费用付现，经营活动逐步能够产生正的现金流量。

#### 5、同行业对比

公司财务指标较可比企业相比，存在一定差异，主要系公司与可比企业经销与代运营的产品品类不同所致。公司经营母婴产品，毛利率较高，盈利能力较强。良品电商和熙浪股份均主要经营电器、五金类产品，毛利率相对较低，盈利能力较弱。此外，公司的经营发展历程与可比企业存在不同，公司业务2013年处于起步状态，2014年业务规模呈现爆发式增长，2015年朗姿股份增资入股，以上也是导致公司与可比企业财务指标差异的重要因素。

### （四）报告期内的期间费用情况

最近两年及一期公司期间费用变动趋势如下：

单位：元

项目	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
	金额	占营业收入比(%)	金额	占营业收入比(%)	金额	占营业收入比(%)
销售费用	11,312,565.13	23.19	28,391,679.93	25.30	4,151,977.47	11.93
管理费用	11,358,306.33	23.28	14,735,166.54	13.13	2,446,302.45	7.03
财务费用	25,043.29	0.05	-7,775.15	-0.01	-4,420.95	-0.01
<b>合计</b>	<b>17,430,914.75</b>	<b>46.52</b>	<b>43,119,071.32</b>	<b>38.42</b>	<b>6,593,858.97</b>	<b>18.95</b>

报告期内，公司期间费用占营业收入的比重分别为 18.95%、38.42% 和 46.52%。2014 年期间费用总额较 2013 年增长 36,525,212.35 元，增幅 553.93%，主要系随业务规模扩大相应增长。期间费用中，销售费用的占比较大，呈上升趋势，主要系公司业务模式多元以及所处电子商务代运营行业特性所致。2014 年公司经销收入增长由单一依靠分销业务收入转变为自营店铺收入与分销业务收入双轮驱动，为实现消费者从第三方平台向自营店铺的引流，扩大公司自营店铺的知名度，公司加大了市场推广费和销售部门员工工资的投入。2015 年 1-5 月管理费用的占比较大，主要是因为股份支付费用 526.50 万元所致。

## 1、销售费用

最近两年及一期，公司的销售费用具体构成如下：

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
市场推广费	4,736,957.19	12,484,966.38	223,585.25
仓储物流费	4,276,346.09	9,120,659.34	2,217,571.74
职工薪酬	2,141,203.13	6,634,334.57	1,637,920.48
办公及差旅费	125,527.98	151,719.64	72,900.00
其他	32,530.74	-	-
<b>合计</b>	<b>11,312,565.13</b>	<b>28,391,679.93</b>	<b>4,151,977.47</b>

公司销售费用主要由职工薪酬、市场推广费以及仓储物流费等各项费用组成。

报告期内，公司销售费用呈上涨趋势，其中各项费用的变动原因如下：（1）职工薪酬。为应对公司业务规模的扩张，公司 2014 年新增 2 个运营中心，人员扩张使得 2014 年度销售部门的员工工资增长；（2）市场推广费。公司市场推广费主要为直通车费用、钻展费用、平台佣金、广告费和聚划算佣金。2013 年，公司主营业务收入主要来自于分销业务，自营店铺运营刚刚开始布局。2014 年，公司在天猫平台的自营店铺业务逐渐成熟，平台佣金等市场推广费用相应增长。

## 2、管理费用

最近两年及一期，公司管理费用的主要构成情况如下：

单位：元

项目	2015 年 1-5 月	2014 年度	2013 年度
股份支付费用	5,265,000.00		

职工薪酬	2,091,384.33	9,458,281.08	1,107,383.34
场地使用费	2,429,711.23	2,307,167.68	218,330.00
办公及差旅费	501,723.89	1,306,671.20	884,676.72
折旧摊销费	475,513.00	307,765.28	5,021.73
业务招待费	196,784.20	441,776.30	65,279.30
中介机构费	178,532.88	479,202.16	81,024.12
其他	219,656.80	434,302.84	84,587.24
<b>合计</b>	<b>6,093,306.33</b>	<b>14,735,166.54</b>	<b>2,446,302.45</b>

报告期内，公司管理费用主要由职工薪酬、场地使用费、办公及差旅费构成。2014年，随着公司经营规模的扩大，公司管理费用总额同比增长12,288,864.09元，增幅502.34%，主要原因如下：（1）职工薪酬。2014年度职工薪酬增长主要系伴随公司快速发展，公司业务和组织架构逐渐完善，增加了中高层管理人员，扩充了职能部门。（2）场地使用费。办公场所使用费增长主要系公司2014年业务规模和人员规模扩大，新增仓库的租金费用以及公司办公用写字楼租金费用。

2015年5月，若羽臣有限控股股东王玉将其所持有的若羽臣有限3%的股权转让给现任公司副总经理徐晴，公司将上述转让价格低于公允价值的部分作为股权激励费用列入2015年度管理费用及相关资本公积，确认股份支付费用526.50万元。

### 3、财务费用

最近两年及一期，公司财务费用的主要构成情况如下：

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
利息支出	-	-	-
减：利息收入	3,637.56	16,223.42	7,710.95
手续费	28,680.85	8,448.27	3,290.00
<b>合计</b>	<b>25,043.29</b>	<b>-7,775.15</b>	<b>-4,420.95</b>

公司的财务费用主要由利息收入和手续费组成。其中利息收入主要是由银行存款产生，手续费即公司在银行办理业务时所产生的手续费。

## （五）重大投资收益和非经常性损益情况

### 1、重大投资收益

报告期内，公司无重大投资项目及收益。



## 2、非经常性损益情况

### (1) 报告期内的非经常性损益

报告期内，公司非经常性损益的具体内容如下：

单位：元

项目	2015年1-5月	2014年度	2013年度
非流动资产处置损益	-	-	-
计入当期损益的政府补助	-	-	-
同一控制下企业合并产生的子公司期初至合并日的当期净损益	187,991.81	-594,777.23	-421,174.76
除上述各项之外的其他营业外收支净额	-194.82	65,404.73	34,730.64
小计	187,796.99	-529,372.50	-386,444.12
减：所得税影响数	-48.71	16,351.18	8,682.66
少数股东损益影响数	-	-	-
归属于公司普通股股东非经常性损益净额	187,845.70	-545,723.68	-395,126.78

注：公司根据中国证券监督管理委员会《公开发行证券的公司信息披露解释性公告第1号——非经常性损益（2008）》的相关规定归集计算财务报表非经常性损益项目。

### (2) 最近两年及一期非经常性损益对当期净利润的影响

单位：元

项目	序号	2015年1-5月	2014年度	2013年度
归属于母公司股东的净利润	1	2,571,864.59	3,452,023.83	-3,096,077.69
归属于母公司的非经常性损益	2	187,845.70	-545,723.68	-395,126.78
扣除非经常性损益后的净利润	3=1-2	2,384,018.89	3,997,747.51	-2,700,950.91
非经常性损益占净利润的比例	4=2/1	7.30%	-15.81%	12.76%

公司的非经常性损益主要是其他营业外收入和支出。报告期内各期，归属于母公司股东的非经常性损益净额占归属于母公司股东净利润比例分别为12.76%、-15.81%和7.30%，公司非经常性损益占净利润比重较低，对公司盈利情况影响较小。

## 3、对外投资管理制度

公司在《广州若羽臣科技股份有限公司重大经营与投资决策管理制度》对公司的对外投资决策范围、对外投资决策权限和程序、决策的执行及监督检查等内容进行了说明。此外，《公司章程》中对公司董事会、股东会的对外决策权限进行了说明。

## （六）适用税率及主要财政税收优惠政策

### 1、主要税种及税率

税种	具体税率情况
增值税	公司及合并范围内在中国大陆注册的子公司为增值税一般纳税人，按销售产品的 17% 及应税现代服务业收入的 6% 计算销项税，按销项税额扣除允许抵扣的进项税额的差额计算缴纳。梦哒哒国际贸易有限公司、恒美康（国际）有限公司于 2015 年 5 月注册于中国香港特别行政区，根据中国香港特别行政区的相关规定，香港未开征增值税。
企业所得税	根据 2007 年颁布的《中华人民共和国企业所得税法》，公司及合并范围内在中国大陆注册的子公司的企业所得税税率为 25%。梦哒哒国际贸易有限公司、恒美康（国际）有限公司于 2015 年 5 月注册于中国香港特别行政区，根据中国香港特别行政区的相关规定，2015 年 1-5 月按 16.50% 计缴利得税。

### 2、税收优惠及批文

报告期公司不存在需披露的税收优惠及批文。

## （七）主要资产情况

公司报告期内，各期末的资产结构情况如下：

单位：元

项目	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	金额	比例(%)
货币资金	97,451,392.70	61.78	9,441,087.66	19.16	6,129,251.29	37.10
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融资产	-	-	-	-	-	-
应收票据	-	-	-	-	-	-
应收账款	8,951,778.77	5.68	8,744,650.81	17.75	962,367.46	5.82
预付款项	6,816,746.05	4.32	247,394.27	0.50	4,688,369.87	28.38
应收利息	-	-	-	-	-	-
应收股利	-	-	-	-	-	-
其他应收款	2,722,101.68	1.73	1,208,581.63	2.45	756,506.00	4.58
存货	35,595,924.07	22.57	24,167,822.25	49.04	2,965,972.72	17.95
划分为持有待售的资产	-	-	-	-	-	-
一年内到期的非流动资产	-	-	-	-	-	-
其他流动资产	648,441.85	0.41	463,523.85	0.94	-	0.00
<b>流动资产合计</b>	<b>152,186,385.12</b>	<b>96.49</b>	<b>44,273,060.47</b>	<b>89.85</b>	<b>15,502,467.34</b>	<b>93.83</b>
可供出售金融资产	-	-	-	-	-	-
持有至到期投资	-	-	-	-	-	-
长期应收款	-	-	-	-	-	-
长期股权投资	-	-	-	-	-	-
投资性房地产	-	-	-	-	-	-
固定资产	2,565,985.84	1.63	1,203,192.21	2.44%	89,320.16	0.54
在建工程	-	-	-	-	-	-
工程物资	-	-	-	-	-	-
固定资产清理	-	-	-	-	-	-
无形资产	28,200.00	0.02	-	-	-	-

开发支出	-	-	-	-	-	-
商誉	-	-	-	-	-	-
长期待摊费用	2,512,510.39	1.59	2,844,597.65	5.77%	74,859.50	0.45
递延所得税资产	434,121.19	0.28	956,119.57	1.94%	855,736.70	5.18
其他非流动资产	-	-	-	-	-	-
<b>非流动资产合计</b>	<b>5,540,817.42</b>	<b>3.51</b>	<b>5,003,909.43</b>	<b>10.15%</b>	<b>1,019,916.36</b>	<b>6.17</b>
<b>资产总计</b>	<b>157,727,202.54</b>	<b>100.00</b>	<b>49,276,969.90</b>	<b>100.00%</b>	<b>16,522,383.70</b>	<b>100.00</b>

报告期各期末，公司主要资产是货币资金、应收账款、预付款项、其他应收款、存货、长期待摊费用和递延所得税资产，七项资产合计金额分别占公司总资产的比例为 99.46%、96.62%和 97.95%。

## 1、货币资金

单位：元

种类	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
现金	497,673.31	58,193.89	28,911.41
银行存款	96,953,719.39	9,382,893.77	6,100,339.88
其他货币资金	-	-	-
<b>合计</b>	<b>97,451,392.70</b>	<b>9,441,087.66</b>	<b>6,129,251.29</b>

报告期各期末，公司货币资金分别为 6,129,251.29 元、9,441,087.66 元和 97,451,392.70 元。货币资金 2015 年 5 月 31 日余额较 2014 年 12 月 31 日余额增加 88,010,305.04 元，增幅为 932.21%，主要系公司新股东朗姿股份有限公司本期增资投入资金所致。截至 2015 年 5 月 31 日，公司不存在质押、冻结或有潜在收回风险的货币资金。

## 2、应收账款

### (1) 应收账款分类

公司 2015 年 5 月 31 日应收账款净额为 8,951,778.77 元，按种类列示如下：

单位：元

项目	2015.5.31				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的应收账款	9,422,925.03	100.00	471,146.26	5.00	8,951,778.77
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,422,925.03</b>	<b>100.00</b>	<b>471,146.26</b>	<b>5.00</b>	<b>8,951,778.77</b>

(续)

单位：元

项目	2014.12.31				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的应收账款	9,204,895.59	100.00	460,244.78	5.00	8,744,650.81
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,204,895.59</b>	<b>100.00</b>	<b>460,244.78</b>	<b>5.00</b>	<b>8,744,650.81</b>

(续)

单位：元

项目	2013年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的应收账款	1,013,018.38	100.00	50,650.92	5.00	962,367.46
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的应收账款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>1,013,018.38</b>	<b>100.00</b>	<b>50,650.92</b>	<b>5.00</b>	<b>962,367.46</b>

## (2) 应收账款规模分析

报告期各期末，公司应收账款的主要情况如下：

单位：元

应收账款	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
账面价值	8,951,778.77	8,744,650.81	962,367.46
占营业收入比例(%)	18.35	7.79	2.77
占流动资产比例(%)	5.88	19.75	6.21
占总资产的比例(%)	5.68	17.75	5.82

公司2014年应收账款账面价值较2013年增加7,782,283.35元，增幅为808.66%。公司应收账款的形成是基于公司在第三方平台进行商品经销需通过第三方平台收款，第三方平台收款存在1个月左右的账期。2014年公司应收账款的增长主要系随公司业务规模扩大相应增长。

## (3) 应收账款账龄分析

截至2015年5月31日，公司应收账款情况如下：

单位：元

账龄	2015年5月31日				净值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
1年以内	9,422,925.03	100	471,146.26	5	8,951,778.77
1至2年	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,422,925.03</b>	<b>100</b>	<b>471,146.26</b>	<b>5</b>	<b>8,951,778.77</b>

截至2014年12月31日，公司应收账款情况如下：

单位：元

账龄	2014年12月31日

	账面余额		坏账准备		净值
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
1 年以内	9,204,895.59	100	460,244.78	5	8,744,650.81
1 至 2 年	-	-	-	-	
<b>合计</b>	<b>9,204,895.59</b>	<b>100</b>	<b>460,244.78</b>	<b>5</b>	<b>8,744,650.81</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，公司应收账款情况如下：

单位：元

账龄	2013 年 12 月 31 日				净值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例 (%)	金额	比例 (%)	
1 年以内	1,013,018.38	100	50,650.92	5	962,367.46
1 至 2 年	-	-	-	-	
<b>合计</b>	<b>1,013,018.38</b>	<b>100</b>	<b>50,650.92</b>	<b>5</b>	<b>962,367.46</b>

公司本期计提坏账准备金额 10,901.48 元，收回或转回坏账准备金额 0.00 元。截至 2015 年 5 月 31 日，公司应收账款账龄均在 1 年以内，结构稳定。

#### (4) 应收账款前五名情况

截至 2015 年 5 月 31 日，公司应收账款金额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)
天津虔美国际贸易有限公司	非关联方	销货款	4,227,201.74	1 年以内	44.86
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	销货款	802,209.31	1 年以内	8.52
蜜芽宝贝（天津）信息技术有限公司	非关联方	销货款	321,572.35	1 年以内	3.41
纽海信息技术（上海）有限公司	非关联方	销货款	231,206.57	1 年以内	2.45
苏宁云商集团股份有限公司 苏宁采购中心	非关联方	销货款	172,531.80	1 年以内	1.83
<b>合计</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>5,754,721.77</b>	<b>—</b>	<b>61.07</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，公司应收账款金额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	销货款	2,698,369.85	1年以内	29.31
广东景兴卫生用品有限公司	非关联方	销货款	1,961,537.63	1年以内	21.31
天津虔美国际贸易有限公司	非关联方	销货款	1,401,209.89	1年以内	15.22
杭州宾博贸易有限公司	非关联方	销货款	696,145.16	1年以内	7.56
纽海信息技术（上海）有限公司	非关联方	销货款	490,423.01	1年以内	5.33
<b>合计</b>	—	—	<b>7,078,442.19</b>	—	<b>76.90</b>

注：天津虔美国际贸易有限公司应收账款余额包含其关联公司上海聚美优品信息科技有限公司。

截至2013年12月31日，主要应收账款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应收账款期末余额合计数的比例 (%)
上海培迪商贸有限公司	非关联方	销货款	790,256.12	1年以内	78.01
唯品会（中国）有限公司	非关联方	销货款	215,441.20	1年以内	21.27
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	销货款	7,321.06	1年以内	0.72
<b>合计</b>	—	—	<b>1,013,018.38</b>	—	<b>100.00</b>

注：唯品会（中国）有限公司应收账款余额包含其关联公司唯品会（珠海）电子商务有限公司。

应收账款的前五大客户皆为公司的非关联方，且主要是与公司合作时间较长的客户，账龄均在一年以内，无法收回的风险较小。

### 3、预付款项

#### (1) 预付款项账龄分析

报告期各期末，公司预付款项情况如下：



单位：元

项目	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	比例	金额	比例	金额	比例
1年以内	6,389,559.49	100.00	247,394.27	100.00	4,688,369.87	100.00
1-2年	-	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>6,389,559.49</b>	<b>100.00</b>	<b>247,394.27</b>	<b>100.00</b>	<b>4,688,369.87</b>	<b>100.00</b>

预付款项 2015 年 5 月 31 日余额较 2014 年 12 月 31 日余额增加 6,142,165.22 元，增幅为 2,482.74%，主要系公司 2015 年 5 月备年中大促活动货品，依约支付的货款增加所致。预付款项 2014 年 12 月 31 日余额较 2013 年 12 月 31 日余额下降 4,440,975.60 元，降幅为 94.72%，主要系 2014 年公司与供应商建立了良好深入的合作关系，供应商给予了公司结算优惠所致。截至 2015 年 5 月 31 日，公司预付款项余额中无持有公司 5%（含 5%）以上表决权股份的股东单位款项，无预付关联方款项。

## （2）预付款项前五名单位情况

截至 2015 年 5 月 31 日，预付款项余额前五名单位情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预付款项总额的比例（%）
广东景兴卫生用品有限公司	非关联方	预付采购款	4,102,300.20	1年以内	64.20
北京润美生国际贸易有限公司	非关联方	预付采购款	1,394,497.77	1年以内	21.82
杭州阿里妈妈软件服务有限公司	非关联方	钻展、直通车充值	299,645.67	1年以内	4.69
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	预付采购款	194,682.70	1年以内	3.05
广州市百库百利网络科技有限公司	非关联方	预付采购款	125,738.75	1年以内	1.97
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>6,116,865.09</b>	<b>-</b>	<b>95.73</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，主要预付款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预付款项总额的比例（%）
杭州宾博贸易有限公司	非关联方	采购款	247,394.27	1年以内	100.00
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>247,394.27</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，主要预付款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预付款项总额的比例(%)
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	预付采购款	3,555,237.55	1 年以内	75.83
杭州宾博贸易有限公司	非关联方	预付采购款	673,888.32	1 年以内	14.37
小高德(广州)置业有限公司	非关联方	预付租金	266,010.00	1 年以内	5.67
广东广美建筑装饰研究院有限公司	非关联方	预付装修费	193,234.00	1 年以内	4.12
<b>合计</b>	-	-	<b>4,688,369.87</b>	-	<b>100.00</b>

各报告期末，预付款项余额前五名皆为公司非关联方，且账龄都在 1 年以内。

#### 4、其他应收款

##### (1) 其他应收款项分类

公司 2015 年 5 月 31 日其他应收款净额为 2,722,101.68 元，按种类分析列示如下：

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的其他应收款	2,874,455.70	100.00	152,354.02	5.30	2,722,101.68
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,874,455.70</b>	<b>100.00</b>	<b>152,354.02</b>	<b>5.30</b>	<b>2,722,101.68</b>

(续)

单位：元

项目	2014 年 12 月 31 日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的其他应收款	1,272,191.19	100.00	63,609.56	5.00	1,208,581.63
单项金额虽不重大但单项计	-	-	-	-	-

提坏账准备的其他应收款					
<b>合计</b>	<b>1,272,191.19</b>	<b>100.00</b>	<b>63,609.56</b>	<b>5.00</b>	<b>1,208,581.63</b>

(续)

单位：元

项目	2013年12月31日				账面价值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
单项金额重大并单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
按账龄分析组合计提坏账准备的其他应收款	796,322.11	100.00	39,816.11	5.00	756,506.00
单项金额虽不重大但单项计提坏账准备的其他应收款	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>796,322.11</b>	<b>100.00</b>	<b>39,816.11</b>	<b>5.00</b>	<b>756,506.00</b>

(2) 其他应收款账龄分析

截至2015年5月31日，公司其他应收款情况如下：

单位：元

账龄	2015年5月31日				净值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
1年以内	2,816,914.10	98	140,845.70	5	2,676,068.40
1至2年	57,541.60	2	11,508.32	20	46,033.28
<b>合计</b>	<b>2,874,455.70</b>	<b>100</b>	<b>152,354.02</b>	<b>5.3</b>	<b>2,722,101.68</b>

截至2014年12月31日，公司其他应收款情况如下：

单位：元

账龄	2014年12月31日				净值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
1年以内	1,272,191.19	100	63,609.56	5	1,208,581.63
1至2年	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>1,272,191.19</b>	<b>100</b>	<b>63,609.56</b>	<b>5</b>	<b>1,208,581.63</b>

截至2013年12月31日，公司其他应收款情况如下：

单位：元

账龄	2013年12月31日				净值
	账面余额		坏账准备		
	金额	比例(%)	金额	比例(%)	
1年以内	796,322.11	100	39,816.11	5	756,506.00
1至2年	-	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>796,322.11</b>	<b>100</b>	<b>39,816.11</b>	<b>5</b>	<b>756,506.00</b>

其他应收款2015年5月31日余额较2014年12月31日余额增加1,602,264.51

元，增幅为 125.95%，主要系随公司业务规模扩大交付的保证金相应增加所致。公司无以前年度已全额计提坏账准备，或计提坏账准备的比例较大，但在本期又全额收回或转回的情况。公司本期不存在核销其他应收款的情况。

截至 2015 年 5 月 31 日，公司其他应收款账龄绝大部分在 1 年以内，各报告期末 1 年以内的其他应收款占比分别为 100%、100%和 98.00%，结构稳定。

### (3) 其他应收款前五名单位情况

截至 2015 年 5 月 31 日，主要其他应收款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)
小高德(广州)置业有限公司	非关联方	押金	792,662.75	1 年以内	27.58
欧阳玉斌	非关联方	个人借支款	694,184.30	1 年以内	24.15
代扣社保、公积金等	非关联方	代扣社保、公积金等	209,545.65	1 年以内	7.29
广州兴昌机电有限公司	非关联方	押金	163,872.00	1 年以内	5.70
广州市中通生化制品有限公司	非关联方	其他	151,608.00	1 年以内	5.27
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,011,872.70</b>	<b>-</b>	<b>69.99</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，主要其他应收款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例 (%)
小高德(广州)置业有限公司	非关联方	押金	791,662.75	1 年以内	62.23
广州兴昌机电有限公司	非关联方	押金	163,872.00	1 年以内	12.88
代垫社保费	非关联方	代扣社保、公积金等	53,746.84	1 年以内	4.22
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	保证金	40,000.00	1 年以内	3.14
北京三快科技有限公司	非关联方	保证金	30,000.00	1 年以内	2.36
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1,079,281.59</b>	<b>-</b>	<b>84.84</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，主要其他应收款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应收款总额的比例(%)
小高德(广州)置业有限公司	非关联方	押金	716,010.25	1年以内	89.91
代垫社保费	非关联方	代扣社保、公积金等	24,835.86	1年以内	3.12
上海中彦信息科技有限公司	非关联方	保证金	22,500.00	1年以内	2.83
唯品会(中国)有限公司	非关联方	保证金	10,000.00	1年以内	1.26
北京京东世纪贸易有限公司	非关联方	保证金	10,000.00	1年以内	1.26
<b>合计</b>	-		<b>783,346.11</b>	-	<b>98.37</b>

各报告期末，其他应收款余额前五名皆为公司非关联方。

## 5、存货

### (1) 各期末存货情况

单位：元

项目	2015年5月31日		
	金额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	30,101,536.28	-	30,101,536.28
发出商品	5,494,387.79	-	5,494,387.79
<b>合计</b>	<b>35,595,924.07</b>	-	<b>35,595,924.07</b>

(续)

单位：元

项目	2014年12月31日		
	金额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-
库存商品	24,167,822.25	-	24,167,822.25
发出商品	-	-	-
<b>合计</b>	<b>24,167,822.25</b>	-	<b>24,167,822.25</b>

(续)

单位：元

项目	2013年12月31日		
	金额	跌价准备	账面价值
原材料	-	-	-
在产品	-	-	-

库存商品	2,965,972.72	-	2,965,972.72
发出商品	-	-	-
<b>合计</b>	<b>2,965,972.72</b>	<b>-</b>	<b>2,965,972.72</b>

各报告期末，公司的存货均为库存商品。截至 2015 年 5 月 31 日，公司不存在可变现净值低于账面价值需计提存货跌价准备的情形。

## (2) 存货规模分析

报告期各期末，公司的存货净额分别为 2,965,972.72 元、24,167,822.25 元和 35,595,924.07 元，公司存货净额占流动资产和资产总额的比例情况如下：

单位：元

存货	2015 年 5 月 31 日	2014 年 12 月 31 日	2013 年 12 月 31 日
账面价值	35,595,924.07	24,167,822.25	2,965,972.72
占流动资产比例(%)	23.39	54.59	19.13
占总资产的比例(%)	22.57	49.04	17.95

2014 年末公司的存货账面价值比上年末增加了 21,201,849.53 元，增幅 714.84%，主要系公司 2014 年自营店铺业务规模不断扩大，库存商品增加。

## 6、长期待摊费用

截至 2015 年 5 月 31 日，长期待摊费用明细如下：

单位：元

项目	原始金额	期初余额	本期增加	本期摊销	累计摊销	期末余额
装修费	3,241,052.65	2,844,597.65	62,995.75	395,083.01	728,542.26	2,512,510.39
<b>合计</b>	<b>3,241,052.65</b>	<b>2,844,597.65</b>	<b>62,995.75</b>	<b>395,083.01</b>	<b>728,542.26</b>	<b>2,512,510.39</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，长期待摊费用明细如下：

单位：元

项目	原始金额	期初余额	本期增加	本期摊销	累计摊销	期末余额
装修费	3,178,056.90	74,859.50	3,103,197.40	333,459.25	333,459.25	2,844,597.65
<b>合计</b>	<b>3,178,056.90</b>	<b>74,859.50</b>	<b>3,103,197.40</b>	<b>333,459.25</b>	<b>333,459.25</b>	<b>2,844,597.65</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，长期待摊费用明细如下：

单位：元

项目	原始金额	期初余额	本期增加	本期摊销	累计摊销	期末余额
装修费	74,859.50	0.00	74,859.50	0.00	0.00	74,859.50
<b>合计</b>	<b>74,859.50</b>	<b>0.00</b>	<b>74,859.50</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>74,859.50</b>

报告期，公司主要的长期待摊费用情况包括：（1）公司 2013 年 12 月发生若羽臣写字楼项目设计图纸费用 485,000.00 元；（2）公司 2014 年 2 月发生办公室装修工程款 1,888,000.00 元；（3）公司 2014 年 4 月发生办公室空调安装工程费用 215,000.00 元；（4）公司 2014 年 12 月发生办公室消防工程款 534,654.25

元。长期待摊的费用按形成时发生的实际成本计价，采用直线法在受益年限内平均摊销，其中办公楼装修费的摊销年限为3年。

## 7、固定资产

### (1) 固定资产类别、折旧年限及折旧方法

公司固定资产主要有办公设备和运输设备等，固定资产按实际成本计价，并按直线法计提折旧。各类固定资产预计使用年限、预计残值率和年折旧率列示如下：

固定资产类别	预计使用年限	年折旧率(%)	预计残值率(%)
运输工具	4-5	19.00-23.75	5
办公设备	3-5	19.00-31.67	5

### (2) 主要固定资产构成

公司2015年5月31日固定资产净值为2,565,985.84元，其明细列示如下：

单位：元

项目	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值：			
1.2014.12.31	250,000.00	1,007,379.47	1,257,379.47
2.本期增加金额	811,539.97	631,683.65	1,443,223.62
其中：购置	811,539.97	631,683.65	1,443,223.62
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.2015.5.31	1,061,539.97	1,639,063.12	2,700,603.09
二、累计折旧			
1.2014.12.31	2,916.67	51,270.59	54,187.26
2.本期增加金额	7,968.75	72,461.24	80,429.99
其中：计提	7,968.75	72,461.24	80,429.99
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.2015.5.31	10,885.42	123,731.83	134,617.25
三、减值准备			
1.2014.12.31	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
4.2015.5.31	-	-	-
四、账面价值			
1.期初账面价值	247,083.33	956,108.88	1,203,192.21
2.期末账面价值	1,050,654.55	1,515,331.29	2,565,985.84

截至2014年12月31日，公司固定资产情况如下：

单位：元

项目	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值：			
1.期初余额	-	94,341.89	94,341.89
2.本期增加金额	250,000.00	913,037.58	1,163,037.58
其中：购置	250,000.00	913,037.58	1,163,037.58
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.期末余额	250,000.00	1,007,379.47	1,257,379.47
二、累计折旧			
1.期初余额	-	5,021.73	5,021.73
2.本期增加金额	2,916.67	46,248.86	49,165.53
其中：计提	2,916.67	46,248.86	49,165.53
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.期末余额	2,916.67	51,270.59	54,187.26
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期初账面价值	-	89,320.16	89,320.16
2.期末账面价值	247,083.33	956,108.88	1,203,192.21

截至 2013 年 12 月 31 日，公司固定资产情况如下：

单位：元

合并	运输工具	办公设备	合计
一、账面原值：			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	94,341.89	94,341.89
其中：购置	-	94,341.89	94,341.89
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.期末余额	-	94,341.89	94,341.89
二、累计折旧			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	5,021.73	5,021.73
其中：计提	-	5,021.73	5,021.73
3.本期减少金额	-	-	-
其中：处置或报废	-	-	-
4.期末余额	-	5,021.73	5,021.73
三、减值准备			
1.期初余额	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-



4.期末余额	-	-	-
四、账面价值			
1.期初账面价值	-	-	-
2.期末账面价值	-	89,320.16	89,320.16

报告期内公司固定资产主要由运输工具和办公设备组成。2014 年固定资产净值比上年同期增加 1,113,872.05 元，增幅为 1247.06%，主要原因是公司 2014 年业务规模扩张，当年新增员工引起的办公设备增加以及新增仓库中配备搬运工具增加。

各报告期内，公司固定资产使用情况良好，公司无由在建工程转入固定资产的情形。截至 2015 年 5 月 31 日止，公司不存在暂时闲置、融资租赁租入及经营租赁租出的固定资产，公司不存在未办妥产权证书的固定资产，公司不存在需计提固定资产减值准备的情形。

## 8、递延所得税资产

报告期公司递延所得税资产构成情况如下：

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日		2014 年 12 月 31 日		2013 年 12 月 31 日	
	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产	可抵扣暂时性差异	递延所得税资产
坏账准备	623,500.28	155,875.08	523,854.34	130,963.58	90,467.03	22,616.76
应付职工薪酬	-	-	1,951,150.03	487,787.51	269,100.00	67,275.00
可弥补亏损	1,112,984.43	278,246.11	1,349,473.89	337,368.48	2,713,642.71	678,410.68
合计	<b>1,736,484.71</b>	<b>434,121.19</b>	<b>3,824,478.26</b>	<b>956,119.57</b>	<b>3,073,209.74</b>	<b>768,302.44</b>

## 9、无形资产

报告期各期末，公司无形资产构成情况如下：

单位：元

项目	软件	其他	合计
一、账面原值：			
1.2014.12.31	-	-	-
2.本期增加金额	28,200.00	-	28,200.00
其中：购置	28,200.00	-	28,200.00
3.本期减少金额	-	-	-
4.2015.05.31	28,200.00	-	28,200.00
二、累计摊销	-	-	-
1.2014.12.31	-	-	-

项目	软件	其他	合计
2.本期增加金额	-	-	-
其中：计提	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
4.2015.05.31	-	-	-
三、减值准备	-	-	-
1.2014.12.31	-	-	-
2.本期增加金额	-	-	-
3.本期减少金额	-	-	-
4.2015.05.31	-	-	-
四、账面价值	-	-	-
1.2015.05.31 账面价值	28,200.00	-	28,200.00
2.2014.12.31 账面价值	-	-	-

截至 2015 年 5 月 31 日，公司无形资产为金蝶软件接口，不存在抵押或担保的无形资产。期末无形资产不存在成本高于可回收金额的情形，故未计提减值准备。

#### 10、资产减值准备

截至 2015 年 5 月 31 日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：元

项目	期初余额	本年增加	本年减少		期末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	523,854.34	99,645.94	-	-	623,500.28
<b>合计</b>	<b>523,854.34</b>	<b>99,645.94</b>	-	-	<b>623,500.28</b>

截至 2014 年 12 月 31 日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：元

项目	期初余额	本年增加	本年减少		期末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	90,467.03	433,387.31	-	-	523,854.34
<b>合计</b>	<b>90,467.03</b>	<b>433,387.31</b>	-	-	<b>523,854.34</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，公司资产减值准备余额变动情况如下：

单位：元

项目	期初余额	本年增加	本年减少		期末余额
			转回	其他转出	
坏账准备	-	90,467.03	-	-	90,467.03
<b>合计</b>	-	<b>90,467.03</b>	-	-	<b>90,467.03</b>

#### (八) 报告期内各期末的主要债务情况

公司报告期内，各期末的负债结构情况如下：

单位：元

项目`	2015年5月31日		2014年12月31日		2013年12月31日	
	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)	金额	占比 (%)
短期借款	-	-	-	-	-	-
以公允价值计量且其变动计入当期损益的金融负债	-	-	-	-	-	-
应付票据	-	-	-	-	-	-
应付账款	15,487,090.75	51.68	3,651,945.23	9.52	9,680,152.95	53.65
预收款项	59,710.55	0.20	664,030.33	1.73	66,995.81	0.37
应付职工薪酬	1,469,869.23	4.90	1,951,150.03	5.09	269,100.00	1.49
应交税费	3,440,351.23	11.48	5,654,208.79	14.75	69,498.82	0.39
应付利息	-	-	-	-	-	-
应付股利	-	-	-	-	-	-
其他应付款	9,511,891.70	31.74	26,424,211.03	68.91	7,957,235.46	44.10
划分为持有待售的负债	-	-	-	-	-	-
一年内到期的非流动负债	-	-	-	-	-	-
其他流动负债	-	-	-	-	-	-
<b>流动负债合计</b>	<b>29,968,913.46</b>	<b>100.00</b>	<b>38,345,545.41</b>	<b>100.00</b>	<b>18,042,983.04</b>	<b>100.00</b>
长期借款	-	-	-	-	-	-
应付债券	-	-	-	-	-	-
长期应付款	-	-	-	-	-	-
专项应付款	-	-	-	-	-	-
预计负债	-	-	-	-	-	-
递延收益	-	-	-	-	-	-
递延所得税负债	-	-	-	-	-	-
其他非流动负债	-	-	-	-	-	-
<b>非流动负债合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>负债合计</b>	<b>29,968,913.46</b>	<b>100.00</b>	<b>38,345,545.41</b>	<b>100.00</b>	<b>18,042,983.04</b>	<b>100.00</b>

报告期内，公司应付账款、预收账款、其他应付款、应交税费、应付职工薪酬所占负债比例较大，流动负债构成全部负债。公司的流动负债主要系正常的采购销售业务所产生，负债结构良好。

## 1、应付账款

### (1) 应付账款账龄分析

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应付账款	15,275,661.53	3,651,945.23	9,680,152.95
其中：一年以内	15,275,661.53	3,651,945.23	9,680,152.95

各报告期末，应付账款主要为公司尚未支付的产品采购款及包装材料款，且付款期限均在1年以内。应付账款2015年5月31日余额较2014年12月31日余额增加11,623,716.30元，增幅为318.29%，主要系随公司业务规模扩大期末未结算采购货款相应增加所致。

截至2015年5月31日，应付款项中无应付持有公司5%（含5%）以上表决权股份的股东单位或关联方的款项。

## （2）应付账款前五名单位情况

截至2015年5月31日，主要应付账款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应付账款余额的比例(%)
湖北比度克生物科技有限公司	非关联方	采购款	12,440,084.92	1年以内	81.44
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	采购款	2,308,554.08	1年以内	15.11
广州膜法氏生物科技有限公司	非关联方	采购款	200,861.55	1年以内	1.31
广州精诚包装材料有限公司	非关联方	包装物款	86,422.16	1年以内	0.57
广州市虹涛印刷有限公司	非关联方	包装物款	86,205.60	1年以内	0.56
<b>合计</b>	-	-	<b>15,122,128.31</b>		<b>98.99</b>

截至2014年12月31日，主要应付账款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应付账款余额的比例(%)
湖北比度克生物科技有限公司	非关联方	采购款	3,378,546.07	1年以内	92.51
北京隆盛泰商贸有限责任公司	非关联方	采购款	157,601.80	1年以内	4.32
广东景兴卫生用品有限公司	非关联方	采购款	115,794.06	1年以内	3.17
<b>合计</b>	-	-	<b>3,651,941.93</b>		<b>100.00</b>

截至2013年12月31日，主要应付账款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占应付账款余额的比例(%)
广州市中通生化制品有限公司	非关联方	采购款	9,680,152.95	1年以内	100.00
<b>合计</b>	-	-	<b>9,680,152.95</b>		<b>100.00</b>

## 2、预收款项

### (1) 预收款项账龄分析

报告期各期末，公司预收账款账龄情况如下：

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	59,710.55	664,030.33	66,995.81
1年以上	-	-	-
合计	59,710.55	664,030.33	66,995.81

预收账款主要是公司对分销商采取先款后货的销售结算方式形成的。预收款项2014年12月31日余额较2013年12月31日余额增加597,034.52元，增幅为891.15%，主要系公司业务规模扩大，公司分销商数量增加，预收款项相应增加。

各报告期末，公司的预收账款账龄全部在1年以内，期末预收账款中无持有本公司5%以上（含5%）表决权股份的股东单位款项。

### (2) 预收账款前五名单位情况

截至2015年5月31日，主要预收款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预收账款总额的比例(%)
北京民欣致远商贸有限责任公司	非关联方	预收货款	10,202.40	1年以内	17.09
北京三快科技有限公司	非关联方	预收货款	6,240.04	1年以内	10.45
上海传绩电子商务有限公司	非关联方	预收货款	3,357.30	1年以内	5.62
四川省太平洋化妆品有限公司	非关联方	预收货款	2,310.40	1年以内	3.87
青岛赛德居家用品有限公司	非关联方	预收货款	5.64	1年以内	0.01
合计	-	-	22,115.78	-	37.04

截至2014年12月31日，主要预收款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预收账款总额的比例(%)
上海广生行日化有限公司	非关联方	预收货款	181,327.80	1年以内	27.31
北京花旺在线商贸有限公司	非关联方	预收货款	66,467.50	1年以内	10.01
广州创盟信息咨询有限公司	非关联方	预收货款	40,248.00	1年以内	6.06

上海水静堂贸易有限公司	非关联方	预收货款	20,254.00	1年以内	3.05
北京悠博派电子商务有限公司	非关联方	预收货款	15,025.50	1年以内	2.26
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>323,322.80</b>	<b>-</b>	<b>48.69</b>

截至2013年12月31日，主要预收款项情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占预收账款总额的比例(%)
广州创盟信息咨询有限公司	非关联方	预收货款	31,496.40	1年以内	47.01
北京民欣致远商贸有限责任公司	非关联方	预收货款	21,540.00	1年以内	32.15
青岛赛德居家用品有限公司	非关联方	预收货款	10,602.11	1年以内	15.83
上海传绩电子商务有限公司	非关联方	预收货款	3,357.30	1年以内	5.01
<b>合计</b>	<b>-</b>		<b>66,995.81</b>	<b>-</b>	<b>100.00</b>

### 3、其他应付款

#### (1) 其他应付款账龄分析

报告期各期末，公司其他应付款账龄情况如下：

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
1年以内	9,511,891.70	26,424,211.03	7,957,235.46
1年以上	-	-	-
<b>合计</b>	<b>9,511,891.70</b>	<b>26,424,211.03</b>	<b>7,957,235.46</b>

其他应付款期末余额中无账龄超过一年的重要其他应付款。

#### (2) 其他应付款明细

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
应付费用	4,257,638.04	997,430.83	458,646.00
应付工程款	225,332.00	459,541.00	-
应付股东借款	4,848,931.49	24,830,448.93	7,490,626.46
其他	179,990.17	136,790.27	7,963.00
<b>合计</b>	<b>9,511,891.70</b>	<b>26,424,211.03</b>	<b>7,957,235.46</b>

其他应付款2014年12月31日余额较2013年12月31日余额增加18,466,975.57元，增幅为232.08%，主要系股东往来资金变动所致。

#### (3) 其他应付款前五名单位情况

截至 2015 年 5 月 31 日，主要其他应付款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
王玉	关联	往来款	3,168,831.49	1 年以内	33.31
王文慧	关联	往来款	1,569,000.00	1 年以内	16.50
上海中彦信息科技有限公司	非关联	应付费用	894,674.43	1 年以内	9.41
广东申通物流有限公司	非关联	应付费用	581,847.31	1 年以内	6.12
广州市汇宝物业管理有限公司	非关联	应付费用	286,650.00	1 年以内	3.01
<b>合计</b>	-	-	<b>6,501,003.23</b>	-	<b>68.35</b>

注：王玉与王文慧的其他应付款项已于 2015 年 7 月 31 日前全部清偿。

截至 2014 年 12 月 31 日，主要其他应付款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
王玉	关联	往来款	19,952,448.93	1 年以内	75.51
王文慧	关联	往来款	4,878,000.00	1 年以内	18.46
预提费用	非关联	应付费用	390,000.00	1 年以内	1.48
高成(广州)物业管理有限公司	非关联	应付费用	267,327.12	1 年以内	1.01
广东广美建筑装饰研究院有限公司	非关联	应付费用	194,000.00	1 年以内	0.73
<b>合计</b>	-	-	<b>25,681,776.05</b>	-	<b>97.19</b>

截至 2013 年 12 月 31 日，主要其他应付款情况如下：

单位：元

单位名称	与本公司关系	款项性质	金额	账龄	占其他应付款总额的比例 (%)
王玉	关联	往来款	7,490,626.46	1 年以内	94.14
广东申通物流有限公司	非关联	应付费用	214,499.00	1 年以内	2.70
预提费用	非关联	应付费用	170,000.00	1 年以内	2.14
广州市邮政局	非关联	应付费用	74,147.00	1 年以内	0.93
生育险补贴	非关联	其他	7,963.00	1 年以内	0.10
<b>合计</b>	-	-	<b>7,957,235.46</b>	-	<b>100.00</b>

#### 4、应交税费

报告期各期末，公司应交税费构成情况如下：

单位：元

税种	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
企业所得税	3,368,375.37	1,509,735.37	-
增值税	64,264.15	3,650,721.33	30,294.45
城建税	4,498.49	255,550.47	2,118.21
教育费附加	1,927.92	109,521.63	907.80
地方教育附加	1,285.30	73,014.42	605.22
其他	-	55,665.57	35,573.14
<b>合计</b>	<b>3,440,351.23</b>	<b>5,654,208.79</b>	<b>69,498.82</b>

公司应交税费期末余额主要为企业所得税、增值税和城建税，报告期各期末，应交企业所得税、增值税、城建税三项合计占应交税费比例分别为 46.64%、95.79%和 99.91%。

#### 5、应付职工薪酬

截至 2015 年 5 月 31 日公司应付职工薪酬余额为 1,469,869.23 元，其明细列示如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期支付	2015.5.31
短期职工薪酬	1,951,150.03	5,217,207.35	5,698,488.15	1,469,869.23
离职后福利—设定提存计划	-	451,126.84	451,126.84	-
辞退福利	-	-	-	-
其他长期职工福利	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>1,951,150.03</b>	<b>5,668,334.19</b>	<b>6,149,614.99</b>	<b>1,469,869.23</b>

其中，短期职工薪酬明细如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期支付	2015.5.31
工资、奖金、津贴和补贴	1,951,150.03	4,440,502.68	4,921,783.48	1,469,869.23
职工福利费	-	178,795.32	178,795.32	-
社会保险费	-	421,102.35	421,102.35	-
其中：1、医疗保险费	-	373,092.32	373,092.32	-
2、工伤保险费	-	10,413.79	10,413.79	-
3、生育保险费	-	37,596.24	37,596.24	-
住房公积金	-	156,892.00	156,892.00	-
工会经费和职工教育经费	-	19,915.00	19,915.00	-
1、职工教育经费	-	19,915.00	19,915.00	-



项目	2014.12.31	本期增加	本期支付	2015.5.31
2、工会经费	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>1,951,150.03</b>	<b>5,217,207.35</b>	<b>5,698,488.15</b>	<b>1,469,869.23</b>

离职后福利明细如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期支付	2015.5.31
设定提存计划	-	451,126.84	451,126.84	-
设定受益计划	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>451,126.84</b>	<b>451,126.84</b>	<b>-</b>

其中，设定提存计划项目明细如下：

单位：元

项目	2014.12.31	本期增加	本期支付	2015.5.31
一、基本养老保险费	-	425,987.08	425,987.08	-
二、失业保险费	-	25,139.76	25,139.76	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>451,126.84</b>	<b>451,126.84</b>	<b>-</b>

截至 2015 年 5 月 31 日止，公司不存在拖欠性质的应付职工薪酬。

截至公司 2014 年 12 月 31 日应付职工薪酬余额为 1,951,150.03 元，其明细列示如下：

单位：元

项目	期初余额	本期增加	本期支付	期末余额
短期职工薪酬	269,100.00	14,691,784.61	13,009,734.58	1,951,150.03
离职后福利—设定提存计划	-	496,412.52	496,412.52	-
辞退福利	-	-	-	-
其他长期职工福利	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>269,100.00</b>	<b>15,188,197.13</b>	<b>13,506,147.10</b>	<b>1,951,150.03</b>

其中，短期职工薪酬明细如下：

单位：元

项目	期初余额	本期增加	本期支付	期末余额
工资、奖金、津贴和补贴	269,100.00	13,840,904.37	12,158,854.34	1,951,150.03
职工福利费	-	186,821.34	186,821.34	-
社会保险费	-	573,183.90	573,183.90	-
其中：1、医疗保险费	-	508,262.80	508,262.80	-
2、工伤保险费	-	13,991.00	13,991.00	-
3、生育保险费	-	50,930.10	50,930.10	-
住房公积金	-	63,192.00	63,192.00	-
工会经费和职工教育经费	-	27,683.00	27,683.00	-
1、职工教育经费	-	27,683.00	27,683.00	-

项目	期初余额	本期增加	本期支付	期末余额
2、工会经费	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>269,100.00</b>	<b>14,691,784.61</b>	<b>13,009,734.58</b>	<b>1,951,150.03</b>

离职后福利明细如下：

单位：元

项目	期初余额	本期增加	本期支付	期末余额
设定提存计划	-	496,412.52	496,412.52	-
设定受益计划	-	-	-	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>496,412.52</b>	<b>496,412.52</b>	<b>-</b>

其中：设定提存计划项目明细如下

单位：元

项目	期初余额	本期增加	本期支付	期末余额
一、基本养老保险费	-	459,049.92	459,049.92	-
二、失业保险费	-	37,362.60	37,362.60	-
<b>合计</b>	<b>-</b>	<b>496,412.52</b>	<b>496,412.52</b>	<b>-</b>

## （九）报告期内各期末的所有者权益情况

报告期内，公司所有者权益情况如下：

单位：元

项目	2015年5月31日	2014年12月31日	2013年12月31日
实收资本	12,500,000.00	10,000,000.00	1,000,000.00
资本公积	112,765,000.00	1,010,000.00	1,010,000.00
减：库存股	-	-	-
其他综合收益	-	-	-
盈余公积	93,100.71	93,100.71	-
未分配利润	2,400,188.37	-171,676.22	-3,530,599.34
<b>归属于母公司所有者权益合计</b>	<b>127,758,289.08</b>	<b>10,931,424.49</b>	<b>-1,520,599.34</b>
少数所有者权益	-	-	-
<b>所有者权益合计</b>	<b>127,758,289.08</b>	<b>10,931,424.49</b>	<b>-1,520,599.34</b>

## 六、关联方、关联方关系及重大关联方交易情况

### （一）关联方及关联关系

据《公司法》和《企业会计准则第36号——关联方披露》相关规定，公司主要的关联方及关联关系如下：

序号	名称	关联关系	备注
1	王玉	控股股东、实际控制人	王玉为公司董事长兼总经理，持有本公司 48.78%的股权；王文慧为王玉的配偶，2015 年 7 月股改前担任公司监事，持有本公司 6.48%的股权；王玉、王文慧夫妇通过广州发光体投资管理合伙企业（有限合伙）间接持有公司 12.80%股权，王玉、王文慧夫妇直接和间接持有公司合计 68.06%股权
2	王文慧		
3	发光体	持有公司股份 5%以上的主要股东	发光体拟为公司股权激励平台，持有公司 12.80%股份
4	朗姿		公司法人股东，持有本公司 20%的股权
5	晨晖盛景		公司法人股东，持有本公司 5%的股权
6	姜立涛	公司董事、监事、高级管理人员	公司董事兼副总经理；持有本公司 4.54%的股权
7	徐晴		公司董事、副总经理；持有本公司 2.40%的股权
8	申东日		董事
9	高元鑫		董事、副总经理
10	晏小平		监事会主席
11	晏卉		监事
12	胡冬根		监事
13	杨晓宇		副总经理、董事会秘书
14	罗志青		财务总监
15	广州蓓茁网络科技有限公司		公司的子公司
16	广州酷宝儿网络科技有限公司	本公司的全资子公司	
17	炽望贸易（上海）有限公司	本公司的全资子公司	
18	深圳蓬蓬妈网络科技有限公司	本公司的全资子公司	
19	梦哒哒国际贸易有限公司	本公司的全资子公司，尚未运作	
20	恒美康（国际）有限公司	本公司的全资子公司，尚未运作	
21	宁波姿雅惠贸易有限公司	本公司的控股子公司，尚未运作	
22	莉莉买手（国际）贸易有限公司	本公司的全资子公司，尚未运作	
23	广州应龙网络科技有限公司	本公司的全资子公司，已于 2015 年 7 月 23 日注销	
24	新余天狐贸易有限公司	公司实际控制人控制或投资产生重大影响的企业	王玉控制的企业，公司目前无运营团队，无具体经营业务，正在注销
25	汤春莲	其他关联方	王玉的母亲，新余天狐贸易有限公司任法定代表人

## （二）关联交易

### 1、经常性关联交易

#### （1）关联采购

报告期内，公司与其关联方发生的关联采购为采购产成品，具体情况如下：

单位：元

关联方	关联交易内容	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
		金额	占营业成本比(%)	金额	占营业成本比(%)	金额	占营业成本比(%)
新余天狐贸易有限公司	采购商品	-	-	-	-	1,102,771.27	3.48

公司与关联方发生的商品采购均以市场价格采购，报告期内公司与关联方发生的交易较小，且仅在2013年度发生，对报告期内的经营业绩不构成重大影响。

#### （2）关联销售

报告期内，公司与其关联方发生的关联销售为销售产成品，具体情况如下：

单位：元

关联方	关联交易内容	2015年1-5月		2014年度		2013年度	
		金额	占营业收入比(%)	金额	占营业收入比(%)	金额	占营业收入比(%)
新余天狐贸易有限公司	销售商品	-	-	-	-	44,194.20	0.13

公司与关联方发生的商品销售均以市场价格销售，报告期内公司与关联方发生的交易较小，且仅在2013年度发生，对报告期内的经营业绩不构成重大影响。

### 2、偶发性关联交易

报告期内，公司与其关联方发生的偶发性关联交易主要系股东借款给公司以及公司向股东进行的股权收购。具体情况如下：

#### （1）受让蓓茁网络100%的股权

2015年3月25日，若羽臣有限与王玉、王文慧、姜立涛、汤春莲分别签订

《股东转让出资合同书》，2015年3月26日签订《补充协议》，约定受让王玉、王文慧、姜立涛、汤春莲持有的蓓茁网络全部的出资，受让价格为实际出资额；经核查，本次股权转让已经于2015年7月16日履行完毕，于2015年3月30日办理完工商变更登记。本次股权转让情况如下：

序号	转让方	持有份额	认缴额/万元	实缴额/万元	受让方	受让份额	交易价格/万元
1	王玉	79%	395	79.79	若羽臣有限	79%	79.79
2	王文慧	10%	50	10.1		10%	10.1
3	姜立涛	10%	50	10.1		10%	10.1
4	汤春莲	1%	5	1.01		1%	1.01
合计		100%	500	101	—	100%	101

### (2) 受让酷宝儿网络 100%的股权

2015年3月25日，若羽臣有限与王玉、姜立涛分别签订《股东转让出资合同书》，2015年3月26日签订《补充协议》，约定受让王玉、姜立涛持有的酷宝儿网络全部的出资，受让价格为实际出资额；经核查，本次股权转让已经于2015年3月30日办理完工商变更登记。本次股权转让情况如下：

序号	转让方	持有份额	认缴额/万元	实缴额/万元	受让方	受让份额	交易价格/万元
1	王玉	90%	90	0	若羽臣有限	90%	0
2	姜立涛	10%	10	0		10%	0
合计		100%	100	0	—	100%	0

### (3) 受让炽望贸易 100%的股权

2015年3月25日，若羽臣有限与王玉、姜立涛分别签订《股东转让出资合同书》，2015年3月26日签订《补充协议》，约定受让王玉、姜立涛持有的炽望贸易全部的出资，受让价格为实际出资额；经核查，本次股权转让已经于2015年4月13日办理完工商变更登记。本次股权转让情况如下：

序号	转让方	持有份额	认缴额/万元	实缴额/万元	受让方	受让份额	交易价格/万元
1	王玉	90%	90	0	若羽臣有限	90%	0
2	姜立涛	10%	10	0		10%	0
合计		100%	100	0	—	100%	0

### (4) 受让蓬蓬妈 100%的股权

2015年3月25日，若羽臣有限与王玉、姜立涛分别签订《股东转让出资合

同书》，2015年3月26日签订《补充协议》，约定受让王玉、姜立涛持有的蓬蓬妈全部的出资，受让价格为实际出资额；经核查，本次股权转让已经于2015年4月13日办理完工商变更登记。本次股权转让情况如下：

序号	转让方	持有份额	认缴额/万元	实缴额/万元	受让方	受让份额	交易价格/元
1	王玉	90%	450	0	若羽臣有限	90%	0
2	姜立涛	10%	50	0		10%	0
合计		100%	500	0	—	100%	0

### 3、关联方往来款项余额

报告期内，关联方应收应付款项余额具体情况如下：

单位：元

姓名或公司名称	2015.5.31	2014.12.31	2013.12.31
其他应付款			
王玉	3,168,831.49	19,952,448.93	7,490,626.46
王文慧	1,569,000.00	4,878,000.00	-
汤春莲	10,100.00	-	-
姜立涛	101,000.00	-	-
合计	<b>4,848,931.49</b>	<b>24,830,448.93</b>	<b>7,490,626.46</b>
占营业收入的比例（%）	<b>9.94</b>	<b>22.12</b>	<b>21.53</b>

由于公司成长较快，出于营运资金的需要，公司的关联方向公司无偿提供资金而发生关联交易，公司股东对其向公司无偿提供资金出具承诺函，内容如下：

“截止2015年5月31日，承诺人就支付给公司的所有借款不收取任何资金占用费，并且不主动要求公司偿还上述借款，全力支持公司业务发展。承诺人承诺以上关于承诺人的信息及承诺真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；如若违反本承诺，承诺人将承担一切法律责任。”此关联交易不存在损害公司及其他股东利益的情形。

报告期内，关联方往来款项余额占营业收入的比例较低且呈下降趋势，不造成实质性的影响。关联方往来款项已于2015年7月31日前全部清偿。

### （三）关联交易的公允性

公司因业务需要，向关联方采购和销售产成品，公司与关联方发生的商品销售和采购，均以市场价格为基础，关联交易价格公允。报告期内公司与关联方发生的交易较小，且仅在2013年度发生，对报告期内的经营业绩不构成重大影响。

公司为了整合业务发展，提升公司竞争力，向关联方进行股权收购，股权收购价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

报告期内公司业务扩张较快，公司与关联方之间存在的其他应付款账面余额主要是为应对关联方日常资金周转，该关联方往来款项已于 2015 年 7 月 31 日前全部清偿。

#### **（四）规范关联交易的制度安排及执行情况**

公司第一届董事会第二次会议及 2015 年第二次临时股东大会审议通过了《关于审议公司最近两年关联交易情况的议案》，认为该等关联交易是根据公司业务实际需要发生的，具有其必要性；关联交易价格公允，不存在损害公司及股东利益的情况。

为减少并规范公司与关联方的关联交易，维护公司股东特别是中小股东的合法权益，保证公司与关联方之间的关联交易符合公开、公平、公正的原则，根据有关法律、行政法规、部门规章及其他规范性文件的相关规定，公司在《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《监事会议事规则》等公司制度中对关联方及关联交易的类型、关联方的回避措施、关联交易的披露等事宜进行了严格规定。同时公司还制定了《关联交易制度》，对于关联交易事项做了更为详细的规定。

#### **（五）关于规范关联交易的承诺**

公司持股 5%以上股东、董事、监事、高级管理人员（以下称“承诺人”）就规范关联交易做出如下承诺：

“一、报告期内，承诺人及承诺人所控制的其他任何企业或其他关联方与公司发生的关联交易已经充分的披露，不存在虚假描述或者重大遗漏。

二、报告期内，承诺人及承诺人所控制的其他任何企业或其他关联方与公司发生的关联交易均按照正常商业行为准则进行，交易价格公允，不存在损害公司及其子公司权益的情形。

三、承诺人及承诺人所控制的其他任何企业或关联方将减少和避免与公司及其子公司的不必要关联交易，规范必要的关联交易。对于必要的关联交易，

承诺人将督促公司严格依照法律、法规及公司章程及专门制度中关于关联交易公允决策的权限和程序进行决策，确保关联交易公允进行，不使公司及其子公司的合法权益受到损害。

四、承诺人承诺严格遵守法律、法规和公司章程及关联交易决策制度的规定，在董事会和股东大会进行关联交易决策时履行相应的回避程序（如适用）。

五、承诺人承诺在承诺人系公司的关联方期间，信守以上承诺。

六、承诺人承诺以上关于承诺人的信息及承诺真实、准确和完整，不存在虚假记载、误导性陈述和重大遗漏；如若违反本承诺，承诺人将承担一切法律责任。”

## **（六）规范和减少关联交易的措施**

本公司将以股东利益最大化为原则，尽量减少关联交易。对于不可避免的关联交易，本公司将严格执行《公司章程》、《股东大会议事规则》、《董事会议事规则》、《关联交易决策制度》中所规定的决策权限、决策程序、回避制度等内容，充分发挥独立董事、监事会的作用，以确保关联交易价格的公开、公允、合理，保护公司及股东利益不受损害。

## **七、期后事项、或有事项及其他重要事项**

### **（一）期后事项**

报告期内公司不存在需披露的期后事项。

### **（二）或有事项**

报告期内公司不存在需要披露的或有事项。

### **（三）其他重要事项**

报告期内公司不存在需要披露的其他重要事项。



## 八、报告期内的资产评估情况

2015年7月8日，若羽臣有限股东会作出决议，将若羽臣有限整体变更为股份公司。2015年7月8日，发起人王玉、姜立涛、王文慧、徐晴、发光体、朗姿、晨晖盛景共计7名股东共同签署了《广州若羽臣科技股份有限公司发起人协议书》。同日，经公司创立大会暨第一次股东大会批准，以截至2015年5月31日经正中珠江审计的净资产129,011,901.22元，按1.7202:1的比例折合股份总额75,000,000.00股，全部为普通股，每股面值人民币1元，股份公司注册资本为人民币75,000,000.00元，超出注册资本部分54,011,901.22元转入资本公积。各发起人按照各自在若羽臣有限的出资比例确定对股份公司的持股比例。

以上审定净资产经广东联信资产评估土地房地产估价有限公司评估，于2015年7月3日出具（联信（证）评报字[2015]第A0299号）资产评估报告书。根据该资产评估报告书，截至2015年5月31日，公司净资产按照资产基础法的评估值为139,222,959.94元。

## 九、股利分配政策及最近两年及一期的分配情况

### （一）股利分配政策

根据公司章程，公司利润按以下顺序分配：

- （1）弥补以前年度亏损；
- （2）提取10%法定盈余公积金；
- （3）经股东会决议，可提取任意公积金；
- （4）剩余利润根据股东会决议予以分配。

### （二）最近两年及一期股利分配情况

报告期内无股利分配情况。

### （三）公开转让后的股利分配政策

截至本公开转让说明书签署之日，公司未对公司股利分配政策作出具体约定。

## 十、控股子公司或纳入合并报表的其他企业的基本情况

报告期内共有 7 家子公司纳入合并报表范围，均为全资子公司；报告期外，公司新设莉莉买手、广州大可、杭州卓育全资子公司与宁波姿雅惠控股子公司，具体情况如下：

### （一）广州蓓茁网络科技有限公司

#### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	广州蓓茁网络科技有限公司
注册号	440106000572350
设立时间	2012 年 3 月 14 日
注册资本	500.00 万元
法定代表人	朱嘉玲
注册地址	广州市天河区珠江东路 16 号 3201 房之自编 01 单元
经营范围	网络技术的研究、开发；商品批发贸易（许可审批类商品除外）；计算机技术开发、技术服务；信息电子技术服务；酒类批发；乳制品批发；预包装食品零售；
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	1.2012 年设立，注册资本为 500 万元，实收资本为 101 万元，股权结构为王玉持有 79%；王文慧持有 10%；姜立涛持有 10%；汤春莲持有 1%。 2.2015 年 3 月 26 日，股东将其持有的出资全部转让给公司，并于 2015 年 3 月 30 日办理完毕工商变更登记手续。截至本公开转让说明书签署之日，广州蓓茁网络科技有限公司实收资本为 500 万元。

#### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日/2015 年 1-5 月	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	2,661,687.91	2,334,164.90
净资产	320,253.18	92,570.80
营业收入	4,743,907.20	3,074,483.62
净利润	227,682.38	-432,095.25

### （二）广州酷宝儿网络科技有限公司

#### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	广州酷宝儿网络科技有限公司
注册号	440106000984704
设立时间	2014 年 7 月 1 日

注册资本	100 万元
法定代表人	朱嘉玲
注册地址	广州市天河区珠江东路 16 号 3201 房之自编 B 单元（仅限办公用途）
经营范围	网络技术的研究、开发；化妆品及卫生用品批发；清洁用品批发；婴儿用品批发；玩具批发；百货零售（食品零售除外）；日用杂品综合零售；化妆品及卫生用品零售；婴儿用品零售；文具用品零售；玩具零售；酒类批发；乳制品批发；预包装食品批发；
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	1.2014 年设立，注册资本为 100 万元，实收资本为 0 万元，股权结构为王玉持有 90%，姜立涛持有 10%； 2.2015 年 3 月 26 日，股东将其持有的出资全部转让给公司，并于 2015 年 3 月 30 日办理完毕工商变更登记手续。截至本公开转让说明书签署之日，广州酷宝儿网络科技有限公司实收资本为 100 万元。

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015 年 5 月 31 日/2015 年 1-5 月	2014 年 12 月 31 日/2014 年度
总资产	2,026,364.00	44,891.84
净资产	737,738.51	-108,108.16
营业收入	64,276.26	-
净利润	-154,153.33	-108,108.16

## （三）炽望贸易（上海）有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	炽望贸易（上海）有限公司
注册号	310120002341188
设立时间	2014 年 4 月 30 日
注册资本	100.00 万元
法定代表人	徐晴
注册地址	上海市奉贤区柘林镇环城东路 6 号第 1 幢 111 室
经营范围	日用百货、化妆品、洗涤用品、卫生洁具的批发、零售，从事网络科技领域内的技术开发、技术服务、技术咨询、技术转让。【依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动】
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	1.2014 年设立，注册资本为 100 万元，实收资本为 0 万元，股权结构为王玉持有 90%，姜立涛持有 10%。 2.2015 年 3 月 26 日，股东将其持有的出资全部转让给公司，并于 2015 年 4 月 13 日办理完毕工商变更登记手续。本公开转让说明书签署之日，炽望贸易（上海）有限公司实收资本为 100 万元。

## 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年5月31日/2015年1-5月	2014年12月31日/2014年度
总资产	1,899,119.23	1,053,791.91
净资产	48,587.00	-30,000.07
营业收入	625,399.39	34,185.81
净利润	78,587.07	-30,000.07

#### (四) 深圳蓬蓬妈网络科技有限公司

##### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	深圳蓬蓬妈网络科技有限公司
注册号	440301111144385
设立时间	2014年08月22日
注册资本	500.00万元
法定代表人	胡冬根
注册地址	深圳市福田区深南中路3037号南光捷佳大厦2703室
经营范围	计算机软硬件的技术开发、技术服务、技术咨询；销售计算机软硬件及辅助设备、电子产品、仪器仪表、家用电器、五金交电、通讯器材、日用品、文化用品、礼品、办公用品、汽车配件、体育用品、健身器材、机械设备、医疗器械（一类）、服装、鞋帽；从事广告业务；家用电器的上门维修；国内贸易（不含专营、专卖、专控商品）；经营进出口业务（不含限制项目）。
股权结构	公司持股100%
历次股权转让	1.2014年设立，注册资本为500万元，实收资本为0万元，股权结构为王玉持有90%，姜立涛持有10%。 2.2015年3月26日，股东将其持有的出资全部转让给公司，并于2015年4月13日办理完毕工商变更登记手续。本公开转让说明书签署之日，深圳蓬蓬妈网络科技有限公司实收资本为500万元。

##### 2、最近一年及一期财务数据

单位：元

项目	2015年5月31日/2015年1-5月	2014年12月31日/2014年度
总资产	1,172,083.27	25,426.25
净资产	-45,606.88	-24,573.75
营业收入	379,767.29	-
净利润	-21,033.13	-24,573.75

注：以上子公司最近一年及一期财务数据已经广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）审计。

#### (五) 梦哒哒国际贸易有限公司

##### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	DREAMIE INTERNATIONAL TRADING CO.,LIMITED 夢噠噠國際貿易有限公司
注册号	2233707
设立时间	2015年05月06日
注册资本	1万元（港币）
法定代表人	胡冬根
注册地址	RM 1401 CAMBRIDGE HOUSE 26-28 CAMERON RD TSK KLN,HK
经营范围	母婴、化妆用品销售及品牌引进
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	无
备注	尚未运作，设立目的主要系在全球范围内进行商品采购和贸易业务

## （六）恒美康（国际）有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	HENGMEIKANG (INTERNATIONAL) CO.,LIMITED 恒美康（國際）有限公司
注册号	2233688
设立时间	2015年05月06日
注册资本	1万元（港币）
法定代表人	胡冬根
注册地址	RM 1401 CAMBRIDGE HOUSE 26-28 CAMERON RD TSK KLN,HK
经营范围	母婴、化妆品品牌引进及销售
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	无
备注	尚未运作，设立目的主要系在全球范围内进行商品采购和贸易业务

## （七）宁波姿雅惠贸易有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	宁波姿雅惠贸易有限公司
注册号	330206000279006
设立时间	2015年08月06日
注册资本	1000.00 万元
法定代表人	胡冬根
注册地址	宁波市北仑区梅山大道商务中心二号办公楼 2717 室
经营范围	化妆品及卫生用品、婴儿用品、体育用品及器材、日用品、家电设备、文具用品的批发、零售；电子信息技术服务、咨询服务；计算机技术开发、技术服务；网络技术的研究、开发；商品信息咨询服务；自营和代理各类货物和技术的进出口服务，但国家限定公司经营或禁止进出口的货物和技术除外。
股权结构	公司持股 51%

历次股权转让	无
备注	尚未运作

## (八) 莉莉买手（国际）贸易有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	LILY BUYER (INTERNATIONAL) TRADING CO.,LIMITED 莉莉买手（国际）贸易有限公司
注册号	2266335
设立时间	2015年07月23日
注册资本	1万元（港币）
法定代表人	胡冬根
注册地址	RM 1401 CAMBRIDGE HOUSE 26-28 CAMERON RD TSK KLN, HK
经营范围	母婴、化妆品品牌引进及销售
股权结构	公司持股 100%
历次股权转让	无
备注	尚未运作，设立目的主要系在全球范围内进行商品采购和贸易业务

## (九) 广州应龙网络科技有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	广州应龙网络科技有限公司
注册号	440106001153304
设立时间	2015年03月25日
注册资本	500.00万元
法定代表人	张晔
注册地址	广州市天河区珠江东路16号3201房全层单元
经营范围	化妆品及卫生用品批发；婴儿用品批发；文具用品批发；体育用品及器材批发；化妆品及卫生用品零售；婴儿用品零售；日用家电设备零售；计算机技术开发、技术服务；信息技术咨询服务；商品信息咨询服务；货物进出口（专营专控商品除外）；技术进出口；信息电子技术服务；网络技术的研究、开发
备注	截至2015年5月31日，广州应龙网络科技有限公司系公司全资子公司，未缴纳注册资本且未开展任何实际业务，并于2015年7月23日办理完注销手续。

## (十) 广州大可营销策划有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	广州大可营销策划有限公司
注册号	440101000378635

设立时间	2015年10月9日
注册资本	500.00万元
法定代表人	胡冬根
注册地址	广州市天河区珠江东路16号3201房之自编03单元（仅限办公用途）
经营范围	商务服务业
股权结构	公司持股100%
历次股权转让	无
备注	尚未运作，拟开展业务为品牌营销策划

## （十一）杭州卓育信息科技有限公司

### 1、基本情况

项目	内容
公司名称	杭州卓育信息科技有限公司
注册号	330106000448522
设立时间	2015年10月15日
注册资本	100.00万元
法定代表人	高元鑫
注册地址	杭州市西湖区学院路77号2幢18层02室
经营范围	服务：网络信息技术、计算机软硬件、电子商务技术的技术开发、技术服务、技术咨询及成果转让，商务信息咨询（除中介），承接网络工程（涉及资质证凭证经营），网页设计；批发、零售（含网上销售）：计算机软硬件，化妆品，医疗器械（限一类、二类），普通器械，文体用品，办公用品，日用百货；批发、零售：预包装食品，酒类；货物进出口、技术进出口（国家法律、行政法规禁止的项目除外，法律、行政法规限制的项目取得许可证后方可经营）；其他无需报经审批的一切合法项目。
股权结构	公司持股100%
历次股权转让	无
备注	尚未运作，拟开展业务为网络信息技术服务

## 十一、风险因素

### （一）宏观经济波动风险

中国经济面临的内外部环境错综复杂，不确定性依然存在。2011-2014年我国国内生产总值增速分别为9.3%、7.7%、7.7%和7.4%，2015年一季度我国国内生产总值同比增长7.0%，中国GDP增速从2012年起开始回落，是经济增长阶段的根本性转变。在新常态的经济环境下，公司的盈利能力受到宏观经济波动影响的风险客观存在。

公司的收入来源主要包括赚取经销差价和电子商务代运营服务费。公司的盈

利能力与网络购物交易规模成正比，宏观经济波动通过影响消费者收入作用于消费者的网络购物意愿，进而导致公司营收的波动。用户规模与人均消费支出是驱动网络购物市场增长的主要因素。在网络购物市场发展的早期，网络购物市场主要借助于人口红利，即借助于网络购物用户规模的迅速增长获得快速发展。随着用户规模达到一定量级，新用户增长趋缓，人口红利效应逐渐削弱。在网络购物市场发展的中后期，人均消费支出是网络购物市场最为重要的增长引擎。而网络消费支出是我国社会消费品零售总额中日趋重要的组成部分，2014 年中国网络购物市场交易规模为 2.8 万亿，网络购物交易额大致相当于社会消费品零售总额的 10.6%。伴随经济下行压力增大，消费者未来的收入存在不确定性，进而影响消费者的支出意愿，消费者支出意愿的削弱将直接影响网络人均消费支出增长，进而影响电子商务公司的盈利能力。2011 年-2014 年，社会消费品零售总额同比增速分别为 17.1%，14.3%，13.1%，11.9%，2015 年 1 季度，社会消费品零售总额同比增长 10.6%。伴随我国社会消费品零售总额增速逐渐趋缓，网络购物交易规模也面临增长降温的风险，公司未来的盈利能力存在不确定性。

国务院总理李克强 2015 年 4 月 28 日主持召开国务院常务会议，将主要的议题之一聚焦在了“消费”的升级上，以包括扩大商品降税范围等在内的五项举措力推我国消费者敢消费、能消费、愿消费。在我国经济下行的宏观环境下，针对出口、投资和消费这“三驾马车”，2014 年中央经济工作会议中已提出“未来要把消费作为第一拉动力，才能实现三者的合理分配”。伴随我国将消费驱动型经济增长方式摆在更加重要的位置，在宏观经济下行的情况下，公司所面临的主要宏观环境——消费环境有国家政策支持。此外，公司目前对于业务的布局契合个性化多样化的消费升级趋势，能够在宏观经济波动的情况下实现自身发展。

## （二）电子商务行业风险

作为电子商务服务商，公司的经营发展与电子商务行业发展息息相关。我国电子商务行业自 20 世纪 90 年代萌芽，发展势头迅猛，但是直到近年才逐渐出现电商公司盈利，当前我国电商行业依然未走出“十电九亏”的窘境。在我国电商行业发展的历程中，网购产品质量与网上支付安全性是制约电子商务行业发展的主要因素，公司未来的经营业绩也受到上述因素的影响。

产品质量是电商行业发展的最大瓶颈，直接影响消费者的网购信心与偏好。



我国电子商务行业中，平台型电商占据较大市场份额，平台型电商的商业模式决定了其将面临复杂的产品质量监管问题。平台型电商通过向卖家收取交易佣金和营销费用盈利，不介入商品货物的销售环节，无法保障交易环境的安全性。在我国长期存在产品质量问题的市场经济环境下，电商平台质量监管仍未规范的电子商务公司如雨后春笋般崛起，为假货制造商提供了新的生存空间，损害了消费者的权益，也影响了整个电商行业生态的健康发展。

由于网络技术的不稳定，网上支付的风险是制约电子商务行业发展的另一大重要因素。电商交易中消费者主要通过银行账户或信用卡进行交易，在木马或病毒的攻击下消费者面临交易信息泄露的风险，同时商家也面临着消费者信息不实、存在网络诈骗的风险。

电子商务行业的波动将影响电商生态链中的每一个参与者，公司作为电子商务服务商，经营业绩也不可避免受到行业波动的影响，公司的经营能力存在不确定性。

2013年11月，商务部发布了《商务部关于促进电子商务应用的实施意见》。《意见》指出，到2015年，使电子商务成为重要的社会商品和服务流通方式，电子商务交易额超过18万亿元，应用电子商务完成进出口贸易额力争达到我国当年进出口贸易总额的10%以上，网络零售额相当于社会消费品零售总额的10%以上，我国规模以上企业应用电子商务比例达80%以上。以上政策扶持对于电子商务行业形成有利支持，并将促进电子商务行业生态的健康发展。

### **（三）品牌商自主掌握线上营销核心竞争力的风险**

公司主营业务产生的背景是传统品牌商从线下交易转为线上交易存在多重困难，不具备线上营销的核心竞争力，因而选择电子商务服务商为公司提供电子商务解决方案。伴随电商服务的普及以及信息技术的发展，不排除传统品牌商自主掌握电商服务技术的可能性，进而导致品牌商对于电子商务服务需求的减弱，引起公司业务量下滑，盈利能力下降。

由于电子商务的交易发生在网络虚拟环境，造成了电商与传统实体店的经营存在巨大差异，传统品牌商转战电商面临着品牌塑造、线上营销策划、供应链管理与电商人才匮乏等多方面的困难与挑战。伴随电子商务的普及以及电子商务人才的增多，越来越多的品牌商意识到线上营销的重要性，纷纷通过组建自身的电

子商务团队，逐步开发自主线上营销的核心竞争力。品牌商自主掌握线上营销核心竞争力将威胁公司的主营业务，导致公司品牌合作商减少，业绩下滑。

在消费升级的趋势下，将有更多国外引进品牌以及国内自主品牌进入消费市场，满足消费者个性多样化的消费需求。此外，伴随我国消费环境的改善，品牌商触网的趋势将愈发强烈，国外品牌以及不知名品牌依然对电子商务服务有较强的需求。

#### **（四）公司合作品牌商经营恶化的风险**

作为向合作品牌商提供电子商务服务的公司，公司的盈利能力与合作品牌商的经营状况具有较强的联动效应，公司的经营业绩在很大程度上取决于合作品牌商的市场表现。对于电子商务服务提供商，合作品牌商自身的经营状况客观不可控，因而存在公司的经营业绩受合作品牌商经营状况影响出现波动的可能性。

公司的主营业务中重要的一部分是帮助合作品牌商进行线上市场推广，提升合作品牌商的市场影响力，该部分业务的成功与否在很大程度上取决于合作品牌商本身的资质。合作品牌商的资质除取决于合作品牌商自身在品牌塑造上付出的努力外，更多的是取决于合作品牌商提供的商品质量以及合作品牌商的市场声誉。中国的零售行业高度竞争，合作品牌商存在出现产品质量问题、资金链管理失当以及市场声誉受损的可能性，进而导致合作品牌商经营业绩下滑和市场影响力下降。基于以上可能性的存在，公司的经营业绩与合作品牌商的市场影响力同向联动，存在着经营业绩波动的风险。

#### **（五）已有合作品牌商流失以及无法拓展新品牌商客户的风险**

公司提供电子商务服务主要基于与合作品牌商签订的经销合同与代运营合同，公司未来面临合同无法续签或合同签订条约不利于公司经营发展的风险。经销合同与代运营合同一般每年签订一次，合同能否续签以及合同条款是否有利于公司将直接影响公司未来的经营业绩。合作品牌商是否选择与公司续签取决于合作品牌商对于公司服务的满意程度、对于公司报价的接受能力以及品牌商自身业务拓展的意愿。

公司现有合作品牌商较为集中，对于单一品牌商的依赖性较强，存在重大客户流失的风险。尽管公司与品牌商建立了长久深入的业务合作关系，不排除品牌

商未来放弃选择公司作为电子商务服务提供商的可能性。报告期公司合作品牌商的多元性不强，未来如果公司未能及时拓展新的品牌商合作客户，公司将面临客户流失风险，公司的经营业绩将受到威胁。

随着品牌商在“触网”过程中对电子商务店铺运营、渠道建设、营销推广等认识的加深，公司可能面临品牌商经营恶化以及品牌商选择“单飞”自主从事电商运营的风险。另外，公司凭借多年的运营经验，已经建立了庞大的客户资源库，能够快速准确的了解消费者的需求动向，同时，公司商务拓展中心积累了一批全球优质供应商，奠定了公司培育自有品牌的前端和终端基础。客户资源的拓展以及自有品牌的培育是公司应对合作品牌商相关风险所采取的有效措施。

## （六）行业内市场竞争风险

基于电子商务服务行业良好的市场前景与较低的进入门槛，当前行业内高度竞争，行业竞争格局未来将更趋激烈。过度竞争的市场环境可能导致公司议价能力下降、利润空间收窄、市场份额缩小，公司将面临合作品牌商流失、经营业绩恶化和经营发展迟滞的风险。公司的主要竞争者包括第三方电子服务平台、其他电子商务服务商以及来自其他行业和其他国家的电子商务服务商。

基于第三方平台的寡头垄断格局以及第三方平台直接向品牌商提供平台服务的先天优势，存在第三方平台直接向品牌商提供电子商务服务的可能，且该种势头已逐渐显现。第三方平台服务商通过向品牌商提供免费的电子商务软件，从而帮助品牌商实现线上业务运营与管理，进而攫取电子商务服务商的市场份额。对于行业内其他电子商务服务商，则一般通过采取更加激进的定价策略、提供更具吸引力的营销策略、更加高效的满足客户需求以及提升资本实力来抢占市场份额。此外，公司仍将面临来自其他行业或其他国家的行业竞争者。如果公司无法应对高度竞争的市场环境，顺应行业发展提升自身核心竞争力，公司的经营业绩将面临较大的不确定性。

## （七）对聚美优品和天猫平台依赖的风险

公司提供的电子商务服务主要通过第三方服务平台实现，公司的商业模式决定了公司将面临来自于第三方平台的风险。当前我国第三方服务平台已形成了以淘宝、天猫和京东等电子商务服务商为主的寡头垄断格局，电子商务服务商在主

流第三方服务平台提供服务，通过向第三方平台缴纳保证金和支付年费等方式获取进入第三方平台的资格。公司提供的电子商务服务主要面向第三方平台的消费者，公司所提供服务成功与否很大程度上取决于第三方平台的市场影响力。第三方平台如果出现经营恶化或声誉受损，引发平台消费者流失，将导致公司提供的电子商务服务需求下降，品牌商取消与公司合作。

公司提供的电子商务服务主要集中于聚美优品和天猫平台，对单一平台的依赖性较强。一旦第三方平台发生重大风险使得消费者流失，将导致品牌商选择公司提供电子商务服务的意愿减弱，公司的经营业绩受到冲击。

### **（八）公司经营亏损和经营活动现金流净额为负的风险**

基于公司存在营业成本大幅上升，营业收入增长迟滞等多重经营风险，尽管公司在报告期盈利能力大幅提升，营业收入、毛利率等多项财务指标均出现较大增长，未来公司的持续盈利能力依然存在不确定性。2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月公司净利润分别为-3,096,077.69 元，3,452,023.83 元和 2,571,864.59 元，2013 年度、2014 年度和 2015 年 1-5 月公司经营活动现金流净额分别为-2,834,451.53 元，-19,366,792.12 元和 770,450.85 元，公司未来依然存在经营亏损的风险。

随着第三方平台寡头垄断的竞争格局加剧，第三方平台有大幅提升平台佣金、直通车费用和钻展等费用的可能性。此外，公司的业务规模逐年上升，为应对业务规模的扩张，公司的成本投入也呈上升趋势。如果公司无法提升营业收入或将营业成本的上升控制在盈利范围之内，公司的盈利能力将存在较大不确定性。

### **（九）不当使用和披露消费者交易数据的风险**

强大的数据挖掘和消费者行为分析是公司在众多电子商务服务商中脱颖而出的核心竞争力。然而，对于消费者行为与交易数据的不当使用和披露将严重影响公司的市场声誉，影响品牌商选择公司作为电商服务商的意愿，给公司的经营业绩带来不利的影响。

公司依托客户关系管理系统，获得了大量的消费者行为和交易数据。伴随公司业务规模的不断扩张，公司将面临更加严峻的数据管理问题。公司交易量的上

升将导致消费者行为数据的增长，数据的储存和数据的安全性是公司未来面临的挑战之一。此外，合规使用与合规披露消费者行为数据是公司将面临的另一难题。基于电子商务行业的行业特性，电商数据可以有效刺激用户消费，行业内电商数据造假事件频频发生。在电商行业数据披露规范尚未成型的大环境下，公司在消费者数据的过程中存在损害公司声誉以及损害消费者权益的风险，公司的经营状况存在不确定性。

## （十）人才流失的风险

作为知识密集型产业，人力资本是制约电子商务公司发展的重要因素。公司未来的经营发展很大程度上取决于公司核心经营管理团队的稳定性，核心管理人员离职或经营管理团队激励不足都将严重影响公司的经营业绩。中国当前电子商务行业高度竞争，电子商务人才紧缺，公司面临吸引高端电商人才和稳定现有团队的挑战。

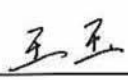
电子商务人才需具备技术、经济、贸易和管理等复合背景，我国当前满足要求的人才匮乏。公司处于发展初期，股权激励尚未完善，存在核心管理人员流失以及经营管理团队激励不足的风险。此外，公司近年来业务扩张势头迅猛，有较大的人才招募需求，公司未来将面临人员不足、人才质量不高、员工培训匮乏等人力资源问题。在行业内人力资本高度竞争，员工流失率较高的大环境下，公司面临人才流失的风险客观存在。

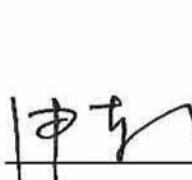
## 第五节 有关声明

### 公司全体董事、监事、高级管理人员声明

本公司全体董事、监事、高级管理人员承诺公开说明书不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性、完整性承担个别和连带的法律责任。

全体董事签名：

  
王 玉

  
申东日

  
姜立涛

  
徐晴

  
高元鑫

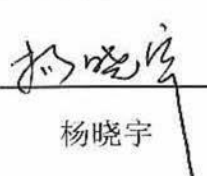
全体监事签名：

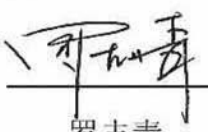
  
晏小平

  
晏 卉

  
胡冬根

非董事高级管理人员签名：

  
杨晓宇

  
罗志青

  
广州若羽臣科技股份有限公司  
2015年10月21日

## 主办券商声明

本公司已对公开转让说明书进行了核查，确认不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

项目负责人签名：

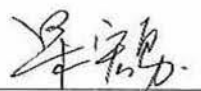


陈鑫

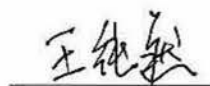
项目组成员签名：



王德昌

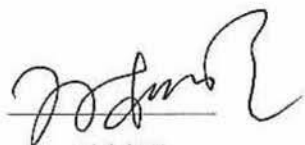


梁宏勇



王纯然

法定代表人签名：



孙树明



## 律师事务所声明

“本机构及经办人员已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本所出具的法律意见书无矛盾之处。本机构及经办人员对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的专业报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。”

律师事务所负责人： 

林泽军

经办律师签名：



全 奋



程俊鸽

律师事务所（盖章）：北京市中伦（广州）律师事务所

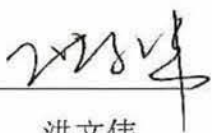





## 会计师事务所声明

本机构及签字注册会计师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的审计报告无矛盾之处。本机构及签字注册会计师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的审计报告的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册会计师签名：

  
洪文伟

  
辛瑛

会计师事务所负责人签名：

  
蒋洪峰

广东正中珠江会计师事务所（特殊普通合伙）



2015年10月21日

## 评估机构声明

本机构及签字注册资产评估师已阅读公开转让说明书，确认公开转让说明书与本机构出具的资产评估报告书无矛盾之处。本机构及注册资产评估师对申请挂牌公司在公开转让说明书中引用的资产评估报告书的内容无异议，确认公开转让说明书不致因上述内容而出现虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并对其真实性、准确性和完整性承担相应的法律责任。

签字注册资产评估师签名：

  
潘赤戈

  
蔡可迈

法定代表人签名：

  
陈喜佟

广东联信资产评估土地房地产估价有限公司



2015年10月21日

## 第六节 附件

本公开转让说明书附件包括：

- (一) 主办券商推荐报告；
- (二) 财务报表及审计报告；
- (三) 法律意见书；
- (四) 公司章程；
- (五) 全国股份转让系统公司同意挂牌的审查意见；
- (六) 其他与公开转让有关的重要文件。